

让中国市场成为全球机遇

□ 记者 袁源 李曦子 周稀沫 王哲希

阿斯利康全球执行副总裁、国际业务及中国总裁王磊：期待更多“中国式创新”走向世界

阿斯利康连续五年参展,从“回头客”到“回头客”,我们深刻感受到了进博会强大的溢出效应。

在进博会上,我们通过不断加码投资、合作和创新,不仅引进来,也让中国创新有更多走出去的机会。我们看到疫情当下中国供应链仍旧畅通,看到了中国制造业的优势和扩大产能的机会,看到各地政府支持外资的举措,受到了巨大鼓舞。对于阿斯利康来说,进博会已经变成一个全球合作的大会,也是一个重要的投资接洽场所,是推动经济全球化的重要平台。

进博会的效率很高,阿斯利康在这一平台持续发挥跨国企业桥梁作用,加速进博成果在中国落地,也在海外结果。

从引进海外优质产品与技术,让展品成为商品,到推动本土创新走向世界舞台,加速中国创新成果链接全球,从“参展商”到“投资人”,再到加强中国大健康产业创新生态建设,携手海内外外合作伙伴持续缩小“免疫鸿沟”,每一步,都可以看到进博会国际交流合作平台发挥的作用。

阿斯利康自1993年进入中国以来,专注中国患者需求迫切的治疗领域,包括肿瘤、心血管、肾脏、代谢、呼吸、消化、疫苗抗感染、自体免疫、罕见病等,已将近40种创新药物带到中国。公司中国总部及全球研发中心设在中国,同时在北京、广州、杭州、成都、无锡和青岛设有区域总部,在中国建立的生产基地和物流中心已向全球近70个国家和地区出口药品。目前,中国已经发展成为阿斯利康全球第二大市场。

中国的本土化创新已经能够深度参与全球研发。在阿斯利康,中国研发管线内有150多个项目,与全球研发管线的同步研发达到近90%。在中国研发的新药已经走向国门。近年来,阿斯利康分别与法博进、和黄医药合作研发的两款新药都是在中国首发,目前都已走向了全世界。

未来,阿斯利康看好并将积极用好中国式创新,服务全球生态。



拜耳集团管理委员会主席沃纳·保曼：中国是拜耳全球业务的重要战略支柱

自首届至今,进博会已走过5年历程,在推动经济开放和自由贸易方面做出了积极贡献,也为跨国企业搭建起了一座与中国政府、客户、合作伙伴和其他利益相关方沟通的桥梁。

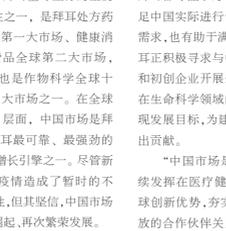
进博会是加速创新成果引入和落地的“驱动器”和“孵化器”。今年,拜耳的展台面积在第四届进博会的基础上继续增加50%,是第一届的三倍之多,达到历年之最。

秉持“共享健康,消除饥饿”的企业愿景,今年公司以“拜耳在华140年,焕发无限生命力”为主题参展进博会,携旗下处方药(及影像诊断)、健康消费品和作物科学三大事业部,共同展示拜耳的前沿创新成果与最新进展。

中国已成为拜耳全球业务的重要战略支柱之一,是拜耳处方药全球第一大市场、健康消费品全球第二大市场,也是作物科学全球十大市场之一。在全球层面,中国市场是拜耳最可靠、最强劲的增长引擎之一。尽管新冠疫情造成了暂时的不确定性,但其坚信,中国市场必将再次崛起,再次繁荣发展。

随着中国经济步入高质量发展阶段,创新已经成为中国经济发展的一条主线,同时它也是拜耳不可或缺的生命线。“在中国,为中国”体现的是“合作共赢”的理念,以及无论我们在世界何处开展业务,拜耳都专注于为客户提供服务的原则。立足中国实际进行创新,不仅符合中国本土需求,也有助于满足全球需要。鉴于此,拜耳正积极寻求与中国学术机构、本土企业和初创企业开展外部合作,充分利用我们在生命科学领域的专业知识,助力中国实现发展目标,为建设一个更美好的世界做出贡献。

“中国市场是创新的沃土,我们将继续在医疗健康和农业科技领域的全球创新优势,夯实本土创新能力,构建开放的合作伙伴关系,打造各方共赢的生态体系。我坚信,第五届进博会将再次为拜耳深化合作、开放创新提供崭新机遇。”



邓白氏中国区总裁吴广宇：得益于中国开放包容的市场环境

“对邓白氏这样的跨国企业而言,进博会不仅是我们树立品牌平台、对外展示的窗口,更是一个世界级的交流平台,能够帮助我们将数字化的产品和解决方案推向中国市场。”

自2020年首次参展以来,邓白氏始终围绕“高质量发展”这个命题,每年都会进博会首发一个新品。据吴广宇介绍,参加进博会的这几年,邓白氏已与多个行业的头部企业及政府机构签订了战略合作协议。

据了解,今年邓白氏继续借助进博会这一平台,在亚洲范围内首发了“数字化全球市场拓展解决方案”,赋能中国企业运用数据与科技开拓海外市场。该方案结合了邓白氏市场营销领域的经验积累和持续更新迭代的专业数字化工具,为企业提供包括“市场定位-精准触达-客户识别-销售转化”的全流程市场开拓服务,并借助邓白氏注册服务进行企业信息展示和信息更新,在客户全生命周期中构建互信互信,促进交易达成。

从1981年进入中国市场,邓白氏的发展就与中国改革开放进程交相辉映。吴广宇向记者表示,40多年来,邓白氏在中国的蓬勃发展离不开中国经济及其巨大的潜力所提供的红利和机遇。

吴广宇称,邓白氏在中国的发展得益于中国开放包容的市场环境。“尤其是改革开放之后,中国不断扩大市场开放的广度和深度,通过多项利好政策激发市场创新活力,为包括邓白氏在内的众多跨国企业提供了绝佳的发展机会,邓白氏也抢抓中国的开放机遇,持续扎根中国市场,并通过多种数字化手段和服务助力包括外贸出海领域在内的众多企业进行高效决策、为高水平对外开放贡献积极力量。”

未来,邓白氏将在销售与营销、商业信用与供应链、合规与反欺诈、普惠金融等领域,持续加大投入,助力中国企业实现数字化转型,将潜力转化为增长。



编者按

汇全球好物,迎八方来宾。

第五届中国国际进口博览会于11月5日至10日在上海隆重举行,本届进博会参展国别范围更广,共有145个国家、地区和国际组织参展。其中,来自127个国家和地区的企业参加企业商业展,66个国家和3个国际组织亮相国家综合展,数量均超上届。

这里有首次参展的“新秀”,也有连续五届参展的“老兵”,但无论是“老”是“新”,他们对进博会的评价都出奇地一致——这是一个开放包容的平台。



张力摄

杜邦(中国)总经理陈新：深切感受到中国持续打造开放共赢营商环境的决心

进博会是政府深化国际经贸合作,持续打造开放共赢的国际化营商环境的有力举措。杜邦期待,能够通过这样一个万商云集、共享机遇的独特平台,与利益相关方分享杜邦成果,建立广泛连接。

2018年,杜邦是首批签约首届进博会的企业之一。过往几届进博会上,杜邦与客户、合作伙伴和其他利益相关方达成众多合作,也共同就全球及行业前瞻性话题开展建设性对话。

今年,杜邦以“创新融合交流促发展”为主题,向全球观众展示杜邦多元化的产品和应用如何为需求创新与可持续发展的高增长领域创造价值。此外,为了展示杜邦全球创新和本地研发能力,整合杜邦全球跨事业部丰富产品和多元创新的独特平台——杜邦上海创新中心首度亮相进博会。

杜邦很高兴今年再次参加进博会,向政府、企业、各界人士和公众展示创新解决方案和新技术。现今的杜邦正在转型升级为一家更精专的跨行业公司,重点聚焦的电子科技、水处理、防护、工业技术和下一代汽车等创新平台都是备受关注的新兴战略领域。

我们期望通过进博会这个平台,凭借我们特有的创新与研发能力,与政府、本地大小企业和其他来自世界各国的参展企业开展各种形式的讨论,赢得更多合作伙伴,继续为客户提供创新的产品和解决方案,为其创造更大的价值,在推动各行各业革新时,改变人们的日常生活。

我们深切感受到中国政府对持续打造开放共赢营商环境的决心。中国政府正在不断升级对外引资政策,提高投资便利化程度。毫无疑问,中国仍将继续成为外商投资企业青睐的目的地。中国一直是杜邦非常重要的市场。随着二十大的胜利召开,我们认为,大会提出的着力推动高质量发展,注重实体经济,鼓励研发创新,推进高水平对外开放,推动绿色发展,扩大内需等都是积极的信号。杜邦公司业务重点与二十大的政策取向高度一致。我们期待着同本地的伙伴合作共赢,共同助力中国的高质量发展。此外,通过杜邦中国研发中心和杜邦上海创新中心,我们会进一步将杜邦在材料领域的国际领先优势与中国本土的需求联系起来,并积极发挥杜邦作为头部企业的引领作用和溢出效应,推动更大范围的科创合作和协同创新。



嘉吉农业供应链北亚区商务董事总经理刘琳琳：将助力中国农业数智化发展

五年来我们见证了进博会的发展和壮大。在参展首届进博会时,我们的展位只有一百多平米,展品也有限,今年,我们的展位达到400平方米。进博会也是一个推动企业创新的平台。每届进博会上,嘉吉都会展出众多领域的创新产品,为市场带来更前沿、多元化的产品。

目前,国内烘焙产品向着更加轻量化方向发展,加上后疫情时代,人们的健康意识不断增强,消费者对烘焙产品也提出了更高、更细化的要求,对低脂、健康又好吃的烘焙产品需求也日益扩大。嘉吉始终通过对市场大数据的持续分析,紧跟消费者流行风向,不断推出创新产品以迎合多元的消费场景和更加多样化的人群需求,此次进博会首发的培美柔风清甜奶油就是嘉吉加码健康烘焙产品赛道的一大体现。

中国拥有近14亿人口的大市场和全世界规模最大的中等收入群体,而且仍然保持相当高的经济增长率,对于农业与食品行业来说,中国是巨大的市场。

目前我们在中国市场的业务链条已经非常完整,不但有生产和销售,还有研发,并成立了业务共享服务中心和多个创新中心等,嘉吉农业供应链业务的亚太区总部也设立在上海。嘉吉将持续投资中国市场,覆盖食品配料、动物蛋白、动物健康与营养、农产品贸易、油籽压榨与油脂精炼、金属等领域,全力推动在中国的投入与发展。

近年来,中央一号文件都提出全面推进乡村振兴,加快农业农村现代化。发展智慧农业是实现乡村全面振兴的重要方向,也是推动实现农业农村现代化的重要途径。

数字化作为农业及畜牧业未来的大趋势,也是嘉吉非常重视的发展方向。除了在生产中运用更多智能制造手段,例如自动化生产,大数据分析运用等,数字化也贯穿在嘉吉农业供应链业务服务客户的方方面面。未来,我们也希望能将其他国家和地区的良好实践带到中国,进一步助力农业现代化、智能化。



霍尼韦尔(中国)总裁余锋：提前锁定明年进博“入场券”

霍尼韦尔是第一批承诺参加首届进博会的跨国企业,今年已是连续第五年参加进博会,在进博会开幕伊始,就提前续约,锁定了明年进博“入场券”。

每次参加进博会,我们都会提前半年开始进行大量准备,包括挑选主题和展示内容、邀请嘉宾,有些展品还要重新打磨制作。公司愿意付出大量精力物力参展,皆因进博会高效优质的平台效应。

进博会已成为霍尼韦尔集中展示技术与解决方案、首发首展旗舰创新产品、扩大中国投资、拓展合作伙伴关系的一站式平台,也是“展品变商品”“展商变投资人”的孵化器。

过去四年,霍尼韦尔在进博会上均有不俗表现。在过去的四届进博会上,霍尼韦尔共展出近100项创新技术、产品和解决方案,其中很多为首次在中国市场推出。依托进博会高效优质的平台效应,霍尼韦尔不断将国际化的创新成果引入中国,并推动本土创新持续走向世界。

第五次亮相进博,霍尼韦尔围绕“即刻启程,助您加快可持续发展转型”为主题,展示了五大应用领域超过60项创新产品和解决方案,其中多项为首次在中国市场推出。同时,霍尼韦尔还在展台上举办了10场前沿技术分享活动,充分发掘进博会对话交流、开放合作的平台作用。

霍尼韦尔在中国的发展战略是“东方服务东方”“东方服务世界”。公司建立一流的本地研发能力,并努力将中国完整强大的供应链优势融入于公司的本地研发和生产之中,以“东方服务东方”,同时利用在中国所取得的巨大成功,进一步加强创新,并将针对中国市场开发的创新产品、技术和解决方案推广到全球市场,让“东方服务世界”。

近年来,霍尼韦尔愈发重视用中国创新服务全球,我们看到了中国创新在全球的影响力提升。霍尼韦尔每年大量的产品都是中国的团队研发出来的。好几个在中国的研发团队也是全球唯一。

中国扩大开放的举措给企业带来新的机遇,我们持续看好中国经济增长前景,霍尼韦尔在中国的业务发展将加快步伐。



加拿大鹅中国区总裁李子厚：中国在全球奢侈品行业不可替代

虽然是第一次参加进博会,但我们深感进博会强大的溢出效应,在进博会上展示的趋势不仅可以影响全国,更可以影响世界。进博会近年来,同样强调可持续发展,这让我们备受鼓舞。我们非常激动可以将HUMANATURE可持续发展平台带到进博会来。品牌可持续战略及倡议行动都以该理念为立足核心。

中国已经拥有加拿大鹅全球最大的门店网络,不过相对整个中国而言我们的体量依然较小,我们会继续着眼发掘加拿大鹅在电商的业务增长潜力。

在过去的几年里,我们看到中国持续优化的营商环境,助力各行各业的运营发展。中国在全球奢侈品行业的地位不可替代,敞开怀抱的中国正惠及所有消费者和品牌。我们因中国政府支持消费行业的努力而备受鼓舞,很高兴看到各城市制定了成为区域或国际“消费中心城市”的计划。

中国的消费市场一直表现坚韧,而且中国在风险管理 and 实现增长方面经验丰富。鉴于消费环境复苏与经营环境良好,我们对中国市场保持乐观并充满信心。今年是中国加拿大鹅进入中国的第五年,



为了在中国取得长线发展与成功,需要建立专业团队,实行本土化运营并了解不同市场之间的细微差别。市场总是充满了机遇和挑战。但我们需要具备战略眼光,专注自身,沉着以对。我们很高兴加拿大鹅在过去几年中在保持真诚的同时建立了一个强大的业务基础,并持续向前迈进。

预计加拿大鹅在2023财年新开四家专门店(其中西安SKP、天津万象城、青岛海信广场专门店已经开业)。今年参加进博会表明了我们在中国建立长期业务的承诺。许多原因都让我们对中国奢侈品市场持乐观态度,并对接下来的秋冬季,以及在中国的长线发展机会感到兴奋。我们深知中国对奢侈品行业的重要性——它是整个行业创新的源泉,也将是世界各地品牌继续关注的焦点。

通用汽车(中国)公司总裁柏历：不惧竞争,给消费者更多元化的选择

作为连续五年参展的汽车企业,通用汽车每次都在进博会上展出旗下最具标志性的明星产品,包括全尺寸皮卡、全尺寸SUV、敞篷跑车等,柏历表示,通用汽车在中国市场长期投资的承诺不会改变,未来将继续投资自动驾驶、电气化等模块,不断贴近消费者,坚持本土化策略不动摇。

对于进博会,柏历给出了极高评价,柏历称,五年来,在进博会现场,通用汽车收到了来自观展者的积极反馈。正是因为这些面对面的反馈,极大程度促进了通用汽车更新自己的商业战略,进博会无疑是最佳的直面消费者、倾听消费者的大型平台。通用汽车将持续看好中国市场,加大投资力度。在海外疫情最严重的时期,不少海外汽车供应商工厂都曾面临生产危机,但中国的生产制造没有受到实质性影响。柏历认为,通用汽车的本土化供应链体系已具有较强的抗风险能力。外部环境不会影响到通用汽车在中国市场的投资与战略,该公司将持续聚焦产品、技术和品牌,并不断加大未来的投入,长期看好中国市场的步调不会改变。

面对汽车市场日益庞大的后生之力,面对竞争、转型以及变革,柏历认为,作为汽车制造商,大家可以将“蛋糕越做越大”,现在有传统汽车制造商,也有许多中国本土汽车制造商,更有许多成功的初创汽车企业,显然,市场竞争越来越激烈了,但柏历也认为,这种竞争其实对消费者是有利的,即便竞争存在,通用汽车也有信心面对这种竞争,相对有序竞争也可以推动汽车制造商不断优化产品性能。

关于电气化,柏历称,在中国做出的商业举措中,电气化是很重要的一点,如果这不在中国实现,(通用汽车)就难以在全球实现。柏历确信,纯电是汽车产业的未来,也是“碳中和”的一个重要方向。在未来,通用汽车将把更多电动汽车推向市场,给消费者提供更多元化的选择。



西门子医疗大中华区副总裁王强：进博会促进全球领先技术落地

在参展进博会的五年的时间里,伴随着中国经济的高质量发展和医疗行业的转型升级,我们看到了“中国速度”和“进博速度”。

今年西门子医疗携更多首发首展产品亮相进博会,聚焦危害中国国民健康的致命疾病——肿瘤和心脑血管疾病的全流程解决方案,展示最领先的科技创新成果。

进博会促进了审评审批的加速,促进全球领先产品,从规模到生态的转变。变化中的中国市场一方面加快了对全球顶端技术与产品的接受和融入;另一方面,本土研发、本土制造也有了进一步

这款设备就正式获准进入国家药监局创新医疗器械特别审查程序,成为迄今首个进入创新医疗器械“绿色通道”的全身光子计数CT产品。

连续参展四届进博会,西门子医疗5G技术从最初的5G远程超声拓展到CT、磁共振PET/CT、PET/MR等大型影像设备乃至水中DSA设备,已经在近300家医院内部署,成功连接超过430台设备,实现了从展品到商品、从规模到生态的转变。

未来,我们将践行全新的“国智创新”战略,加速在中国市场完成本土化研发、生产、供应、人才、生态合作的新布局,通过“推动实现全产品线国产化”“基于中国市场需求进一步深入创新研发”“推进本土业务模式升级”三个维度,与一家“中国公司”身份,深度参与“健康中国”的建设,持续带来真正适合中国市场需求的产品与服务,与中国市场共成长,携手合作伙伴共同推动我国医疗产业的高质量发展。

