

进博会,为高科技插上数字化翅膀

项铮

11月4日至10日,第五届中国国际进口博览会在上海召开,全球280家跨国企业参与,“持续深耕中国市场”“开放创新”“本土化”成为跨国药企总裁口中的热词。

跨国企业对中国市场充满信心

此次进博会上,跨国企业对中国市场信心满满,投资热情持续升温。阿斯利康已经连续参加五届进博会,并已预订了第六次进博会的展位。“目前中国市场上阿斯利康的药品,约有一半进口,一半在中国本土生产,同时本土生产的药品也供应全世界约70个国家和地区。”阿斯利康全球执行副总裁、中国区总裁王磊对中国市场信心十足,“看重中国市场就必须在中国扎根,把供应链放在中国,把全世界产能往中国归拢。”

作为阿斯利康在华的一个重要产业投资布局,今年5月,阿斯利康宣布投资4.5亿美元,在中国青岛建设布地格福吸入气雾剂生产供应基地。本届进博会上,阿斯利康携手青岛市政府再次深化布局,落地以罕见病为主题的区域总部、创新中心、创新园及产业基金等。

“我对中国政府优化营商环境印象深刻。”美敦力副总裁、中国骨科与神经外科业务总经理于婧表示,从业务板块来讲,今年6月,美敦力与中国常州高新区共同打造常州科技园,加强了智能制造业务,同时实现了手术机器人的本土化生产。未来,我们将坚定不移地持续加大在常州的投入,落地更多的创新科技。随着中国医美市场的升温,艾尔建美学也持续加大在中国的投入,艾尔建美学中国总经理丘汉华说,今年是艾尔建美学第二次参加进博会,新冠肺炎疫情带来的短暂停顿不会影响整体市场,随着疫情好转,中国国内消费潜能会不断释放。艾尔建会继续加码对中国的投资,加快落地战略布局、践行深耕中国市场的承诺。

“中国消费者对医美的新技术、新产品的需求非常旺盛。”丘汉华表示,未来的新产品规划中,我们能够保证每年有全球前



11月7日,工作人员在第五届进博会上展示创新纤维素生物基材料“BBC纤维纸”。新华社记者 王翔/摄



11月6日,在第五届进博会蔡司展台拍摄的眼科手术显微镜。新华社记者 李京/摄



11月6日,在第五届进博会消费品展区,迪卡侬推出全球首发新品“生态设计山地自行车”。新华社记者 刘颖/摄



项铮/摄

沿的创新产品引进中国市场。我们根据医美消费者需求进行提前研判,引入中国的新产品都是对标5年、10年后的趋势。

持续推进中国本土化进程

史赛克中国区总裁何磊参加了进博会的开幕式后非常振奋。他表示,史赛克将顺应中国深化改革开放的机遇,持续实施在中国本土化发展战略。

“1986年史赛克就进入了中国市场,已经在中国布局多年,有本土的研发、生产和销售队伍。中国是史赛克重要的战略市场之一,而本土化是史赛克的重要战略。我们在中国进行投资建设的同时,也在寻找合作伙伴。”何磊表示,史赛克已在中国开设了3家工厂,在此基础上还将进一步发力投资,让3家工厂能够生产出更适合中国患者、满足中国医生需求的产品。同时,史赛克也将不断调整策略,顺应中国市场发展变化和趋势。他表示,中国有很多智慧型人才,史赛克将充分利用中国的人才资源,致力于与本土领先的企业在研发和生产上发挥中国速度,使研发成果得以尽快落地。

近两年,中国已成为蔡司集团全球最大单一市场,蔡司集团以中国市场为核心的本土化发展战略呼之欲出。在进博会上,蔡司大中华区总裁兼首席执行官福斯特表示,“中国经济和社会发展的需求和趋势与蔡司所具备的能力高度匹配。我们在中国的本土化战略始终与中国经济和社会发展保持一致,未来蔡司将深入推进本土化进程。”

一些新的外资企业,从创办伊始就看重中国市场。爱琅医疗2018年下半年成立,2019年就开始筹办在中国本土化研发本土化生产。爱琅医疗全球副总裁、爱琅中国总经理史华说,“我们这几年一直把资源、人力、财力重点投放在本土化战略落地上面,一是加速产品上市;二是加速



11月6日,观众在上海举行的第五届进博会上参观“中国这十年——对外开放成就展”。新华社记者 张建松/摄

爱琅在中国的人才布局,以快速适应正在高速增长的中国市场业务。未来我们将加大在中国的投入,尽快实行本土化生产,更好地顺应当地医生的临床需求。”

为健康产业插上数字化翅膀

“如果全世界有一个国家能率先做到让健康产业插上数字化的翅膀,它应该是中国。”王磊认为,“中国的数字化产业非常发达,阿斯利康非常看重在中国的数字化健康医疗创新。”通过进博会,阿斯利康在海南落成了与高瓴资本合作的互联网医院,用数字化做运营和推广,而数字化电商渠道也在新冠肺炎疫情防控中发挥了重要作用。

在此次进博会上,欧加隆和百度健康达成战略合作,双方拟共同构建健康教育专区,传播优质权威的健康科普内容,将用户的健康需求、高质量的科普内容与互联网健康服务连接起来。“随着医疗健康行业数字化发展及人民健康意识的不断提高,这对疾病教育和疾病管理的模式也

提出了新的要求。”欧加隆中国商业卓越部负责人、副总裁施鸣表示,欧加隆要积极拥抱数字化创新。

强生中国个人健康护理公司也在积极谋求数字化合作。目前,该公司与美团O2O平台合作,结合强生个人健康护理的优质产品、信息和零售药店网络以及美团的大数据和强大的物流配送能力,为患者打通线上、线下的购药渠道,只要打开手机,就能快速获得药品。据了解,强生还和腾讯合作,推出了数字化平台“爱鼻e站”,为鼻炎患者提供覆盖疾病教育、诊断、治疗的一站式服务,用创新的形式帮助改善鼻炎人群的诊疗现状。

“中国的产品将走向世界。”王磊认为,进博会既是中国了解跨国企业的窗口,也是世界了解中国的窗口,中国的创新也在崛起。“作为跨国企业不能忽视这些新的趋势、这些新的重大机会。”王磊说,“进博会是我们了解很多信息的重要来源,也是和合作伙伴对接的重要机会、洽谈下一步合作的重要机遇。”

《以高水平开放推动中国医药创新蓝皮书》在进博会上发布

本报讯 11月7日,《以高水平开放推动中国医药创新蓝皮书》在进博会上发布。这是我国第一本聚焦跨国药企在中国发展的产业《蓝皮书》。

该书由中国外商投资企业协会药品

研制与开发行业委员会(RDPAC)、财新智库共同编写。

《蓝皮书》详细回顾了改革开放以来,中国各级政府医药领域通过扩大开放、激励创新的政策布局带来的阶段性成就,揭示了跨国药企在促进医药创新领域发挥的积极作用。

《蓝皮书》数据显示,截至2018年,世界排名前50位的跨国制药公司均在中国设立分部,一些跨国药企的市场重心也开始向中国转移。截至2020年,跨国药企已在中国内地设立了47家工厂、25个研发中心,每年研发投入超过120亿元,在中国内地员工超过13万名。

随着外资药企的加入,我国逐渐同步了监管和审评审批国际规则,促进我国创新药获批数量“井喷”。中国上市的创新药连续增加,仅2020年就审评通过创新药上市申请20个品种,境外生产原研药品新药上市申请72个品种。同年,中国对全球医药研发的贡献跻身“第二梯队”前列,其中对全球研发管线产品数量的贡献跃升至约14%,在全球排名第二,仅次于美国。近些年,中国市场也涌现了一批富有活力的创新药企,这些本土创新药企和跨国企业在研发、生产、销售各环节开展竞争与合作,形成了由跨国药企升级中国研发中心、本土药企构建自主研发体系组成的创新双引擎,催化了中国医药创

新能力快速发展。

统计显示,2021年,中国医药工业实现营收33707.5亿元,增速创近5年新高,高于全部工业整体增速13.5个百分点。而过去5年间(2016年至2021年),中国累计上市了280种新药,集中在肿瘤、心血管系统和消化/代谢三大疾病负担最重和增速最快的领域,其中跨国药企贡献了2/3。

RDPAC执行总裁康伟介绍,在该《蓝皮书》调研编写过程中,恰逢新冠肺炎疫情肆虐、全球化进程遭遇挑战之际,但有关调研显示,超过90%的跨国药企认为中国市场非常重要,且将在未来3至5年保持稳定;70%的跨国药企认为持续的监管制度改革至关重要,这是中国改革不停顿、开放不止步的生动缩影。

中国居民人均寿命在改革开放后增长了近10岁。“通过预防性手段、治疗性手段和突破性技术研究三大健康提升抓手,医药创新着力治未病、治已病和未治病三方面贡献价值,可降低约55%的总体疾病负担,延长全民健康寿命。”RDPAC执行委员会主席、进博会展商联盟公共卫生防疫专委会会长、辉瑞全球生物制药商业集团中国区总裁彭振科说,“这并不是我们的终点,未来充满更多想象。”

项铮

码上读报

扫码阅读全文

北交所创新型中小企业活力迸发

2022年前三季度,北交所上市公司合计实现营业收入732.07亿元,同比增长33.25%。其中,第三季度北交所上市公司实现营业收入267.39亿元,同比增长36.48%。

季报显示,北交所上市公司立足科技创新,努力克服疫情反复及复杂国际形势等诸多挑战,前三季度整体业绩保持稳步增长,体现出较强的韧性和活力。新能源、高技术制造等行业创新驱动成主流。

数据显示,目前,北交所上市公司中,中小企业占比超76%,战略性新兴产业、先进制造业等占比超八成,覆盖工业材料、医药健康、“双碳”、消费等多元细分创新领域,以创新引领发展,专注攻克关键核心技术,持续加大研发力度。前三季度,研发支出合计31.97亿元,同比增长33.10%,研发强度达4.37%,约为规模以上企业的3倍。47家公司是国家级专精特新“小巨人”企业,八成以上公司为省级以上“专精特新”企业。当下,北交所标杆性企业初步形成聚集效应,服务创新型中小企业主阵地作用持续有效发挥。

《经济日报》2022.11.7 祝惠春



加快建设制造强国 夯实经济根基

比头发丝还细、比纸还薄的高精度铜箔,能快速检测物料成分的激光成分分析仪……在9月举办的2022世界制造业大会现场,一批专精特新“小巨人”企业展出的“黑科技”产品吸引了不少观众围观、点赞。

“研发投入和创新能力已经成为衡量企业核心竞争优势的关键指标。”中国中小企业发展促进中心副主任罗俊章说,目前,我国专精特新“小巨人”企业共设立国家级研发中心600多个,总计持有发明专利14万余项。

这是我国制造业高质量发展一个缩影。数据显示,今年前三季度,我国制造业增加值同比增长3.2%,占GDP的比重为28.1%,较上年同期提高0.5个百分点;规模以上高技术制造业增加值同比增长8.5%,增速高于全部规模以上工业增加值4.6个百分点。专家认为,制造业增长为稳住宏观经济大盘发挥了关键作用,也充分展现出我国制造业规模大、体系全、韧性强的优势。

《光明日报》2022.11.10 刘坤



中小企业数字化转型走深向实

走进山东力诺瑞特新能源有限公司生产车间,每位员工都佩戴着专属二维码工牌。产品零部件上产线,对着身份芯片扫一下,配件基础信息、相关工艺流程、装配人员等数据完成实时采集和记录。

“浪潮云洲标识解析的应用,让企业建立起‘人—机—物’数字档案,实现了产品、零部件可追溯,售后服务更精准。”力诺瑞特副总经理丰丙金对记者说,数字化的精益管理让企业生产管理效率提升15%,优品率提高10%。

数字化转型,既是助企纾困之举,也是提升企业竞争力的关键措施。据了解,大量中小企业将上“云”用“数”作为降成本、拓新局的重要方向,低成本高效率地开展转型。工业和信息化部副部长金壮龙近日表示,将实施“十四五”促进中小企业发展规划,出台鼓励创新、加快数字化发展的配套措施。夯实数字基础设施,加快5G、工业互联网、大数据中心等新型基础设施建设,为中小企业提供优质高效的网络服务,引导工业互联网平台企业加强与中小企业合作,带动中小企业数字化转型。

《经济参考报》2022.11.10 郭倩 王志 叶婧



5G迈入高速发展期

在距离黄海岸边70多公里的一座岛礁上,中国移动员工在25米高的通信塔上建设5G基站。“下载速率280.48Mbps,上传速率179.16Mbps!”历经艰辛,这座海缆长达120公里的江苏最远5G基站终于建成,附近海域无线网络速率达到4G时期的10倍。

从城市到乡村,从海岛到戈壁,从矿井到珠峰,爬高塔、装天线、铺光缆……5G商用3年来,我国的网络建设者们瞄准更广、更深、更精的目标,攻坚克难,打造了一张覆盖全国、技术先进、品质优良的全球最大5G精品网。

数据显示,截至9月末,我国5G基站总数达222万个,比上年末净增79.5万个,占移动基站总数的20.7%,占比较上年末提升6.4个百分点。同时,我国三大运营商5G套餐用户数合计已突破10亿;5G移动电话用户达5.1亿户,比上年末净增1.55亿户,占移动电话用户的30.3%。

《经济日报》2022.11.8 黄鑫

