中国商务新闻网——国家一类新闻网站：http://www.comnews.cn

阿斯利康 进博会是拓展中国市场的敲门砖

王磊 阿斯利康全球执行副总裁、国际业务及中国总裁

□ 本报记者 李高超

对于在华发展25年的阿斯利康来说，中国市场有着特殊意义：中国是阿斯利康全球业务发展的重要增长平台，并在其全球新兴市场中跻身第一。根植中国25年来，阿斯利康将全球30种最先进的药品引入中国。

如何持续扩大中国这一全球重要市场？阿斯利康迎来了一个好机会。

2017年5月，中国国家主席习近平在“一带一路”国际合作高峰论坛上宣布，中国将从2018年起举办中国国际进口博览会。从那时起，阿斯利康便关注这一盛会的筹备情况，并积极联系大会组织方及上海市政府表达参展意愿。

阿斯利康全球执行副总裁、国际业务及中国总裁王磊在接受国际商报记者采访时表示，参与此次进博会意味着阿斯利康拥有了持续扩大中国这一全球重要市场的敲门砖，将有利于促进创新药物本土研发与商业创新方案的内外交流。

发挥中坚力量

王磊认为，进博会的举办体现了中国与世界加强合作、共享经济发展成果的信心。中国市场如同强大的磁场，正以越来越大的开放步伐吸引着更多的技术和产品的进入，全世界都将受惠于中国的不断开放。

中国一直都是阿斯利康全球业务发展的重要增长平台。阿斯利康希望将全球最先进的药品、诊疗理念和健康解决方案带给中国人民，同时借力全球资源优势助力提升本土新药研发实力，并用创新的健康物联网诊疗一体化模式为中国广大患者群体服务。积极参与进博会，促进创新药物研发与商业创新的内外交流，对阿斯利康意义重大。

同时，上海地处长江三角洲经济区，区位优势突出，经济实力雄厚，具有全球资源配置能力。选择上海作为此次盛会的举办地，可以充分发挥上海优势突出，辐射全国的效果。“阿斯利康中国总部就在上海，我们希望通过积极参与本届博览会，可以更好地发挥跨国药企的中坚力量，为上海城市的建设添砖加瓦。”王磊说。

王磊介绍说，在本届进博会上，阿斯利康将集中展示其在华发展25年的历程，充分诠释在“开放、融合、发展”的全球化背景下，通过持续创新、合作、共赢理念，将全球智慧接轨中国机遇的丰硕成果，包括引进中国的突破性创新原研药；全球科研能力以及产品线；在中国的研发能力与产品线，通过自主研发与外部合作的研发创新成果；开创性的中国商业创新项目，集中展示呼吸、心血管、代谢、肿瘤、消化等重点疾病治疗领域的六大诊疗一体化全病程管理方案为患者带来的便利和成效，并展望健康物联网对“智慧医疗”的广阔应用。

实施本土化战略

王磊表示，阿斯利康将借助进博会这一平台，继续加快引进全球创新药物和领先技术，同时加速中国本土研发、全球首发的中国本土原研药开发，早日惠及中国和全球患者。同时，加速健康创新项目孵化、培养健康创新人才等，携手跨界力量，打造更多“以患者为中心”的诊疗一体化全病程管理解决方案，推动智慧医疗的不断发展。

此外，阿斯利康希望把握“一带一路”契机，将多个诊疗一体化创新方案和中国本土原研药带到沿线国家乃至全球，让创新药物惠及更多的全球患者，并助力实现更大范围内智慧医疗的互联。

王磊告诉记者，进入中国25年来，阿斯利康累计在华投资超过7.5亿美元。“我们不仅见证了，也深切感受到中国政府在政策上和市场环境上的有力支持，从给予跨国公司的优惠政策，到人才、资源的多方面支持，都为跨国企业扎根中国的长期发展创造了更有利的环境。”

谈及未来，王磊表示，作为阿斯利康全球第二大市场，中国拥有积极的医疗健康政策和对创新药物不断增长的需求，在阿斯利康全球的版图中发挥着越来越大的作用。阿斯利康将坚持“以患者为中心”的价值观实施本地化发展战略：加速将创新药物带到中国、推动本土创新药物研发能力、打造一体化诊疗模式，为患者带来高质量的诊疗和全病程管理。

博世 在进博会上了解中国消费者

□ 本报记者 李高超

2017年5月，中国国家主席习近平在“一带一路”国际合作高峰论坛上宣布，中国将从2018年起举办国际进口博览会。得知这一消息的博世公司从那时起便开始为参会做准备了。

今年1月，博世回函中国商务部，确认参展并签署了参展意向书。4月28日，中国国际进口博览局在上海举办进口博览会集体签约仪式，博世是当时签约的25家世界500强/行业龙头之一。

博世（中国）投资有限公司总裁陈玉东在接受国际商报记者采访时表示，通过进博会的平台，外资企业将有机会将自己的产品推向中国市场并获得第一手的市场反馈，从而帮助博世了解中国消费者的具体需求。

两个展台三大板块

在陈玉东看来，参加进博会有利于企业拓展中国市场，分享经贸合作商机，实现互惠互利、共赢发展。同时，进博会是世界一流的博览会，有助于为各国开展贸易、加强合作开辟新渠道，促进世界经济和贸易共同繁荣。

为了筹备参展，博世成立了由中国总部牵头、遍及全国的各个事业部参与的专项工作小组，确保充分的准备，工作内容涉及展品技术、展会设计搭建、内外宣传、政府关系等。

陈玉东介绍说，在进博会上博世将搭建两个展台，向中国观众全方位展示智能交通、智能家居和互联工业三大板块的创新解决方案。

在汽车馆，博世将向观众展示未来交通技术领域最新的电气化、互联化、自动化智能交通解决方案，如电动汽车热管理系统、V2X互联控制单元、第二代智能助力器（iBooster2）等。此外，博世也将在该展位的工业技术区域向中国观众展示工业4.0及“未来工厂”的核心技术和产品，分别是动力电池装配演示线以及工业40机电一体化培训系统。一系列节能环保、带有互联功能的热力技术产品也将在展台亮相。

在消费电子及家电展区，博世家电推出家居互联（Home Connect）全套解决方案，通过连接全品类家电产品，包括冰箱、洗干套装、蒸汽烤箱、电磁灶、洗碗机和洁净系统为中国消费者带来舒适安全、节能便利的智能生活方式体验。另外，小家电将推出两款重点展品，分别是无线手持吸尘器以及Optimum大师厨师机（进口），也将为消费者带来高品质的健康生活体验。

深度挖掘市场潜力

1909年，博世在中国开设了第一个办事处。在华扎根百年的博世集团是最早一批进入中国市场的外资企业。2018年正值中国改革开放40周年。40年间，中国经济实现腾飞，博世在中国40年的发展也见证了这翻天覆地的变化，与中国市场共同成长。

陈玉东表示，博世很早就意识到中国市场的潜力，秉持“根植本土、服务本土”的理念，博世多年来支持在中国投资。2011年，博世集团位于上海的新中国总部大楼正式落成启用，该大楼总投资达9.8亿元人民币，是博世集团在亚太地区最大的地区总部，为博世在华业务的持续发展奠定了坚实的基础。今年9月，博世汽车部件（苏州）有限公司新研发中心正式投入使用。全新的研发办公大楼总投资超过3.3亿元人民币，研发大楼落成将进一步提升博世的本土研发创新能力，吸引更多本地研发专家，促进跨领域合作与创新，更好地服务于本土市场和客户。

如今，博世在中国拥有62个公司（其中10个合资公司）、38个生产基地、23个技术中心以及近6万名员工。中国是博世集团除德国以外最大的市场，也是除德国以外拥有员工最多的市场。

陈玉东 博世（中国）投资有限公司总裁

谈及未来在华发展，陈玉东坦言，汽车是博世的传统优势业务领域，其业务占博世集团销售额的70%。博世支持中国汽车产业的发展，也不断在华投资拓展生产基地和研发能力。为了满足中国消费者对互联化和自动驾驶解决方案不断增长的需求，博世不断创新引入最新全球技术，开发本土化产品，探索新的业务模式，使汽车迈向“自动化、电气化和互联化”。与此同时，博世集团业务正在向互联转型，除了智能交通以外，还在智能家居、智慧城市以及互联工业领域积极创新和拓展新业务。

惠而浦 用参会印证在华长期投入

艾小明 惠而浦（中国）股份有限公司总裁

□ 本报记者 李高超

成立专门工作小组，安排专人负责展会期间的人员安排、展台布置、产品科技展示等，与首届中国国际进口博览会筹备组保持紧密沟通和协作，第一时间与官方协同配合……这只是惠而浦为参加进口博览会所做准备的一部分。

对于这项中国至宝支持贸易自由化和经济全球化、主动向世界开放市场的重大举措，惠而浦在第一时间收到相关政府部门的邀约后当即决定，要以积极的态度全力启动参展的相关申请审核工作，并为参展筹备。

惠而浦（中国）股份有限公司总裁艾小明在接受国际商报记者采访时表示，作出参展这个重大的决策符合惠而浦长期而坚定的中国市场战略，进一步印证了惠而浦对中国市场的长期投入。“进口博览会聚焦了全球的目光，惠而浦作为全球最大的白色家电制造商，通过参加中国国际进口博览会，可以更好地统筹国际国内两个市场、两种资源。”

欧洲新品提前亮相

艾小明坦言，进口博览会要求参展商绝大部分的展出产品原产国为中国以外，这对于外资品牌来说是个非常好的机会和平台，使其有机会面向中国消费者成系统地介绍和推出集全球研发中心领先科技结晶的创新产品和技术。

艾小明介绍说，进博会上惠而浦以“微中见著，感知非凡 SENSING THE DIFFERENCE”为主题，带来的产品主要是惠而浦欧洲打造的高端厨电产品W系列。W系列是以惠而浦品牌Whirlpool首字母命名的，同时其英文谐音为DOUBLE YOU，旨在双倍提升消费者的使用体验。这是全新一代的厨房电器产品，将于2019与欧洲同步在中国正式上市，这也凸显出惠而浦对中国市场的高度重视。现场还将展示部分代表惠而浦核心技术的冰箱和洗衣机类产品。

此外，惠而浦还安排了两场活动，一个是惠而浦W系列第6感科技厨房揭幕，另一个是设计师沙龙。

艾小明说，通过参加进口博览会，惠而浦可以将欧洲先进的生活理念带给中国消费者，让更多人领略到惠而浦高端欧式厨电的魅力；另一方面，也利用此机会展示自己的国际先进技术和管理经验优势，体现惠而浦品牌所具有的国际产品竞争优势，展示品牌形象，真正打响品牌，走进中国，从而实现品牌理念输出和展现品牌优势的双重目标。

以创新应对消费升级

2018年正值中国改革开放40周年，如今的中国作为世界第二大经济体、第一大工业国、第一大货物贸易国和第一大外汇储备国，具有重要的国际影响力和良好的国际贸易资源，有条件、有能力为促进全球贸易发展提供新的平台，为世界贸易增长提供新的动力，为各国企业发展创造新的需求。

惠而浦显然不会错过中国机会。作为全球最大的白色家电制造商，惠而浦于2014年落户安徽省合肥市。在全球拥有7个研发中心，近千位研发工程师，积累了近百年的消费者洞察和研究经验，这成为惠而浦品牌百年来持续创新不断前进的原动力。

艾小明表示，消费升级的行业趋势让更精细化的产品更易获得消费者的青睐，这需要回归本质的创新。“此次我们带来的W系列智慧厨电，也是我们在消费升级下致力创新的最好诠释。惠而浦希望将人们从繁琐的家务中解放，赋予他们更多的能量和时间去尽情地享受生活。”

惠而浦把智能、健康、大容量和定制化作为目标。艾小明告诉记者，惠而浦的创新并不是单纯增加Wi-Fi、触屏，而是要回归本质。以W系列厨电联接第6感智能烹饪科技为例，其不但能够记录用户的常用习惯、学习用户个人喜好，自动储存和积累用户喜爱的菜谱和烹饪方式，还能定制应用场景，让消费者与智能生活无缝对接。

此外，针对中国消费者对健康、大容量的需求，惠而浦还推出了具备臭氧杀菌功能的新睿洗衣机和采用纳HFO发泡体系的“冻龄”系列冰箱。惠而浦在合肥建设的工业4.0智能工厂实现从零部件入厂、存储、搬运到组装全程可追溯，在不断寻找和挖掘消费者需求点的基础上，通过工业4.0智能工厂将用户的个性化需求落实到产品上。

霍尼韦尔 把互联“前沿”带到进博会

沈斌 霍尼韦尔中国总裁

□ 本报记者 李高超

互联飞机、互联供应链、互联工厂、智慧建筑……这是霍尼韦尔在首届中国国际进口博览会上展示的一系列创新互联产品和解决方案的一部分。用霍尼韦尔中国总裁沈斌的话说，进博会是全球企业与中国加强业务合作的大好机会，霍尼韦尔希望借助这一全新平台，全面展示前沿的互联产品和技术，以及在互联工业领域所作出的努力。

抓住历史性机遇

中国目前已经进入消费规模持续扩大的新发展阶段，消费和进口具有巨大增长空间。中国未来5年将进口超过10万亿美元的商品和服务，为世界各国企业进入中国大市场提供历史性机遇。

作为全球高科技制造企业，霍尼韦尔非常看重这一机会，希望通过进口博览会向全世界展示公司的高科技产品和技术，进一步深耕中国市场，全面融入中国蓬勃发展的数字经济浪潮之中。

沈斌告诉国际商报记者，通过政府渠道了解到进博会的消息后，霍尼韦尔作出了携高科技互联技术加入智能与高端装备展的决定，以期更深入地了解中国市场需求，在中国本土形成新的发展动力，与中国实现共赢。

甄选之后，霍尼韦尔在进博会上将展示其一系列创新的互联产品和解决方案。

在物流领域，霍尼韦尔最新的工业物联网技术Connected Freight将首次登陆中国，这款互联物货运解决方案可以将整个货链过程全方位可视化，帮助客户全程掌握货物在运输过程中的状态。

在航空领域，霍尼韦尔的互联飞机产品和服务能帮助客户进行预测性维修保养、节省燃油、缩短飞机周转时间、减少延误和颠簸，并为飞行员提供飞行中的最新信息。

在互联工厂领域，霍尼韦尔将展示全新的免持可穿戴技术——Skills & Safety智能穿戴设备，以及全新的基于云的霍尼韦尔互联工厂沉浸式仿真技能培训解决方案。智能穿戴设备可帮助产业工人更加安全、可靠、高效地完成工厂内或外勤现场的任务。采用增强现实（AR）和虚拟现实（VR）技术的沉浸式仿真技能培训解决方案，能通过全新现代的方式完成培训，快速培养新的员工。

此外，霍尼韦尔的Secure Media Exchange（SMX）智能网关提供了既能方便地在各种设备间传输电子文件、又能主动识别USB设备上的恶意软件及病毒并加以保护的最佳解决方案。与设备互联及自动化相关的边缘侧智能网关解决方案既能进行数据收集、信息安全和设备侧边缘分析的网关边缘计算，还能实现边缘计算环境支持、网关通信控制和应用发布的网关信息管理。

持续发力中国互联网

沈斌介绍说，当前，霍尼韦尔正从软件、数据和服务等方面迅速推动公司发展成为互联工业企业，软件将成为霍尼韦尔的核心竞争力。

他表示，“互联工业”和“软硬件结合”是大势所趋，也为各行各业带来了前所未有的创新机遇。中国是全球科技创新、数字化转型和工业物联网开发的重要市场之一，尤其是中国近几年发生的令人惊叹的数字化革命，正在以令人兴奋的新产品改变着人们的生活和工作方式。这些产品将每个人都连接在了一起，并以全新的方式将软件和数据融入其中。

统计显示，2017年，霍尼韦尔全球互联软件实现收入约15亿美元，互联硬件实现营收10亿美元，具备关键互联的软件产品组合超过了75项。

沈斌透露，霍尼韦尔未来10年将在中国互联领域发力。2017年其在中国成立企业智联团队，这也是公司在美国市场以外第一个地区团队，是见证公司中国互联工业市场的重视。企业智联团队的一个主攻方向就是智能制造，两大应用领域则是边缘计算以及数据分析和应用，关注三类应用场景——设备互联，自动化及设备运营智能化、智能制造过程（IT/OT）集成和管理，以及预测性设备健康维护管理。

沈斌说，霍尼韦尔引领着全球工业物联和数据化创新，与中国的“互联网+”战略高度一致。霍尼韦尔正在中国开发和提供创新的互联产品、互联服务和互联解决方案，帮助中国应对各种挑战。

嘉吉 进博会是不一样的平台

刘军 嘉吉中国区总裁

□ 本报记者 李高超

作为食品与农业领域的全球化企业，嘉吉很早就确定了参与首届中国国际进口博览会，成为最早决定参与进口博览会的外资企业之一。另外，嘉吉已经决定参与下一届进口博览会。

在接受国际商报记者采访时，嘉吉中国区总裁刘军表示，进口博览会不仅是一个全新的活动和展览会。在全球贸易存在诸多不确定性的当下，举办进口博览会进一步证明了中国对推动全球贸易持续增长的大力支持，“我们也希望中国消费者能享受到更多全球化浪潮带来的红利”。

刘军认为，进口博览会不仅为像嘉吉这样的公司展示其产品提供了平台，而且还为企业与政府机构、客户与消费者创造了一个连接与沟通的平台。所以嘉吉决定参展，且十分期待这次盛会。

展示与签约两不误

嘉吉是全球农业和食品行业的巨头。但对于进口博览会，嘉吉仍然充满期待。刘军说，希望通过此次盛会增加大家对嘉吉的了解。“我们的客户以企业为主，所以普通消费者可能对嘉吉并不熟悉。”

其实，在嘉吉的产品中有许多都与消费者的日常生活息息相关。从牙膏到护肤品都可能含有嘉吉提供的天然原料和产品。比如早餐面包中有使面包松软可口的烘焙油脂、饮料中的高果糖浆、餐厅的高品质牛排、快餐店汉堡中的肉和食用油等。此外，嘉吉美丽护理还为护肤和护发产品提供天然来源的原料和配方体系。

刘军介绍，在此次进口博览会举行期间，嘉吉为中国消费者带来多种绿色、创新和优质的进口产品及原料。在牛排产品中，嘉吉将展示旗下品牌太阳谷®产品，其中加拿大3A级谷物饲养系列牛排是加拿大优质肉品，同时也符合嘉吉全球统一食品安全和品质保证。在可可和巧克力产品中，嘉吉坚守安全标准，为中国客户提供可持续的可可制品服务，优质的可可粉、可可脂、巧克力、夹心及涂层帮助客户产品品质颗而出。嘉吉还将展示满足消费者对低热量及优质口感需求的高倍甜味剂，以及复配系统等食品配料解决方案。嘉吉好冠家® 葵花籽油及芥花油、融佳® 食用煎炸油均采用进口原料，倡导国际流行的健康用油理念。在动物营养领域，源于欧洲的微营养产品，如维护动物肠道健康的植物类饲料添加剂、霉菌毒素吸附剂、酶制剂、酵母培养物等，能帮助客户实现高效养殖，最终为消费者提供天然、健康、安全的肉品。

除了产品展示，嘉吉在进口博览会举行期间还有签约计划。刘军透露，在进口博览会上，嘉吉的几个业务集团都将与国内重要客户举办现场签约活动。

持续在华投资

说起中国市场的发展变化，就不能不提中国的改革开放。今年是中国改革开放40年，嘉吉也是中国40年改革开放的见证者和参与者。

嘉吉于20世纪70年代进入中国，最早可追溯至1971年，当时嘉吉在中国台湾地区的高雄设立了饲料加工厂。1972年（中美联合公报）发布不久，嘉吉就启动了在中国大陆的发展之路。自那时起，得益于中国不断深化的改革开放政策，嘉吉在中国市场快速成长。如今，嘉吉在中国拥有50多个业务运营点（工厂、分支机构等）和万余名员工。

刘军表示，对嘉吉来说，中国是十分重要的战略市场。它拥有世界上最多的人口，而嘉吉的目标是以安全、负责任、可持续的方式滋养世界。“如果我们无法在中国取得成功，这一目标也无法实现。所以自进入中国以来，我们从未停止过在中国的投资。”

在过去7年中，嘉吉在中国的投资增长了一倍，并预计在未来持续增加投资，主要集中在粮食供应链、动物蛋白（鸡肉）、食品原料、食用油、动物营养（饲料）等领域，以更好地服务中国消费者和客户。

刘军认为，在开放贸易政策的支持下，各经济体得以跨越国界获取商品、服务和资本，以发展自己的农业经济。嘉吉始终支持包容的贸易政策，将会继续在中国进行投资。

西门子 借进博会拓展与中企合作

□ 本报记者 李高超

西门子参展首届中国国际进口博览会的主题是“博大精深，同心致远”。其将通过全方位、多样化的展览形式，首次全景呈现在数字化企业、可持续能源、智能基础设施和数字化医疗等领域最新的创新解决方案和应用实例。

“举办首届进博会是中国持续开放的标志性举措。西门子是最早确认参展的跨国企业之一。”西门子大中华区首席执行官赫尔曼表示，“我相信进博会将成为西门子与中国的合作伙伴在新时代增进交流、共同擘画数字化创新和技术蓝图的重要平台。”

在进博会举行期间，西门子还将与众多中国企业在这些领域拓展合作，签署一系列合作协议。

作为一家有着170多年历史的“老字号”，西门子的业务遍及全球，专注于电气化、自动化和数字化领域。作为世界最大的高效能源和资源节约型技术供应商之一，西门子在高效发电和输电解决方案、基础设施解决方案、工业自动化、驱动和软件解决方案等领域占据领先地位。

在本次进博会上，西门子也将自身在多个领域的先进产品和技术带到现场。

作为工业物联网和数字化技术的先进企业，西门子在本次进博会上将以数字化企业、可持续能源、智能基础设施和数字化医疗四大展区呈现前沿创新产品、技术和解决方案。

据了解，在数字化企业展区，西门子将展现中国企业释放数字化潜力的最佳技术路线和成功实践。

西门子已经为实现“工业4.0”愿景创造了技术上的先决条件，并在汽车、电子、纺织、航空航天、石油石化、制药和食品饮料等数十个行业，为数百家中国企业提供了数字化企业解决方案。在此次进博会上，西门子丰富的工业软件、全球领先的工业产品组合、基于云的开放式物联网操作系统MindSphere和能够覆盖全价值链的“数字化双胞胎”解决方案都将逐一亮相。

在可持续能源展区，西门子将展示在石油与天然气、清洁高效发电、可再生能源、可靠输电网络和分布式能源等领域的技术和解决方案，包括目前效率最高、动力最强劲的燃机之一的SGT5-8000H燃气轮机技术和高压直流输电解决方案。观众还能现场体验虚拟现实（VR）技术和数字化服务的完美融合，通过近距离操作发电设备深入了解发电设备的卓越性能。展区内的分布式能源系统多媒体展示也将以互动的方式，生动呈现多种能源是如何通过微网控制和综合能源管理实现供应平衡及互补的。

在智能基础设施展区，西门子将展示一系列有助于提升中国社会经济、城市和商业运营效率、竞争力和灵活性的创新技术和一体化平台，覆盖交通、能源管理、楼宇科技和绿色城市等领域。其中包括西门子在今年的世界城市峰会上推出的城市空气质量管理数字化软件（CyAM）。该软件能够通过结合人工神经网络算法以及空气质量、天气和交通模式的历史和当前数据，实现空气质量的预测，帮助城市应对日益严重的空气污染问题。

在数字化医疗展区，西门子将集合其医疗设备和解决方案的精锐力量，展示如何通过推进精准医疗、转化诊疗模式、改善患者体验以及实现数字化医疗，帮助医疗服务提供者提升价值。西门子将携全球最高端的SOMATOM Drive双源CT计算机断层扫描仪亮相展台，其创新的人工智能系统能够实现自动摆位、智能扫描和一键式图像处理，大幅提高CT检查的效率和精准性。

赫尔曼 西门子大中华区首席执行官

西门子自1872年进入中国，145年来以创新的技术、卓越的解决方案和产品坚持不懈地对中国发展提供全面支持，并以出众的品质和令人信赖的可靠性、领先的技术成就、不懈的创新追求在业界独树一帜。2017财年，西门子在中国的总营收达到72亿欧元，拥有超过32000名员工。

“中国是西门子的第二大海外市场和全球最为重要的业务战略布局之一。”赫尔曼表示，“凭借遍布全球的业务网络以及在电气化、自动化和数字化领域的创新科技，西门子将继续投入中国经济的高质量发展和可持续发展的未来，为客户、员工和社会创造价值。”

江森自控 为中国开放投下信任票

聂可为 江森自控全球能源和可持续发展副总裁

□ 本报记者 李高超

说起江森自控与中国国际进口博览会的关系，可绝不仅是参展商和展会的关系那么简单。江森自控全球能源和可持续发展副总裁聂可为告诉国际商报记者，进博会的举办地——国家会展中心（上海）也应用了江森自控的产品技术。从这个角度讲，江森自控与进博会的关系又近了一层。

这已经不是江森自控第一次参与在中国举办的类似重要活动，2008年北京奥运会、2010年上海世博会、2016年杭州G20峰会、2017年金砖国家领导人会晤等活动中都活跃着江森自控的产品、技术和解决方案的身影。

聂可为表示，中国的市场越来越开放，每年都有重大国际活动在中国举办，促进中国与国际的对话共商。江森自控始终鼎力支持这些活动，并通过领先的技术产品和解决方案为重大活动的举办地场馆保驾护航。举办进口博览会是中国政府进一步深化改革开放的生动诠释，举办地上海不久前公布了“扩大开放100条”。江森自控参加进博会，就是以切实行动为中国和上海不断扩大改革开放、改善营商环境的努力投下信任票。

把最好最适合的带到中国

江森自控是多元化技术和工业领域的知名企业，致力于打造一个安全、舒适和可持续发展的世界。中国及亚太地区始终是江森自控全球增长地区之一。因此，江森自控对参加此次进博会也格外重视。

据悉，为了分绍说，企业从今年年初就开始酝酿参展，在官方公布参展企业报名信息后，便很快报名参展，成为首批签约参展的企业之一。企业的筹备团队包括美国的可持续发展部门、欧洲和亚洲的卓越营销部门，以及中国各主要业务部门。大家各司其职，紧密配合，希望把江森自控新的产品和最好、最适合中国市场的解决方案带到进博会中来。作为此次进博会的支持者和参与者，江森自控十分期待和各位宾客交流和切磋。

除了展示本身，江森自控在进博会举行期间还将邀请媒体、客户等合作伙伴来见证新品及行业白皮书发布等活动。

聂可为坦言，希望借助进博会的平台将江森自控领先的智慧建筑科技产品和解决方案向中国和世界展示，吸引更多来客的关注，与来自四面八方的宾客进行充分的交流和切磋，拓展更加广阔的合作空间；同时也希望通过首届进口博览会的辐射效应，让江森自控在中国市场更高效地进入发展的快车道。

推动提升中国的绿色内涵

据了解，江森自控在进博会上将亮相“智能及高端装备展区”，展位面积200平方米，围绕“策就更加安全、智慧和美丽的中国”的主题参展。

展会期间，企业带来涵盖暖通空调和制冷、楼宇自控、能源管理、安防和消防等领域与打造智慧建筑和智慧城市相关的全线产品，以多场景的产品应用展示为主，结合重点产品的实体展示，立体化呈现江森自控的科技与产品在商业建筑、工业以及家居三大领域的系统化应用，诠释江森自控助力打赢“蓝天保卫战”、建设绿色智慧城市以及营造舒适智能家居生态圈的技术实力和企业愿景。

江森自控此次参展的另一大亮点是将其位于上海长宁区临空经济园区的亚太总部大楼“移植”到现场。这座大楼采用了江森自控全线智慧科技产品，堪称国内商业楼宇解决方案的最佳实践案例及建筑节能的“百科全书”。作为中国首座获得“三重认证”的绿色建筑，大楼为员工创造安全、舒适和可持续的办公空间，年节能和节水均能达到40%以上。届时嘉宾可以在展台通过互动式的触屏按钮，实时查看内部的节能设施运作情况。依托比邻国家会展中心的地理优势，江森自控亚太总部大楼届时也将向参加首届进口博览会的爱邀嘉宾开放，让其体验实现更加安全、舒适、节能的前沿产品和科技。

聂可为认为，十几年来中国推进的可持续发展的政策，为中国经济的发展插上了翅膀，为公司和行业的发展提供了非常大的空间。未来，江森自控将发挥自己的优势，提升新建和既有建筑绿色可持续发展水平，推动提升中国城市的绿色内涵。

孟启明 强生 与进博会的缘分才刚刚开始

孟启明 强生中国区主席

□ 本报记者 李高超

对于首届中国国际进口博览会的参展商来说，把企业多元化创新产品和技术引入中国，并借助进博会的机会与政府、企业等开展更深入的交流，共同探讨行业发展趋势都是其参会的重要目的。这一点对强生公司来说同样如此。不同的是，强生与进博会的缘分才刚刚开始。

在接受国际商报记者采访时，强生中国区主席孟启明透露，除本次展会外，强生已经确定参加第二届进博会。

强生为何这么早就作出了这个决定？孟启明坦言，作为最早在中国开展业务的跨国医疗保健企业之一，多元化是强生明显区别于其他竞争对手之处，其不仅是一个医疗器材企业、制药企业，或者消费品企业，还是以全方位的思考来提供健康解决方案的医疗保健公司，这使得强生可以整合丰富的资源和专业智慧为世界各地的患者探寻最佳科学技术与治疗方案。“我们相信进博会这样的平台与我们的企业愿景充分契合。”

特殊身份 共筑进博

谈到进博会，无论是强生还是孟启明都有特殊的身份。对强生来说，其是最早确定参加进博会的企业之一，也是进博会参展商联盟的创始成员。而孟启明则很荣幸地担任了参展商联盟的副主席。他告诉记者，希望可以和政府及各界一起打造一个成功的进博会。

强生1985年在华创立第一家合资企业——西安杨森制药有限公司，目前业务覆盖消费品、制药和医疗器材三大领域。作为改革开放以来首批进入中国市场的跨国企业，在华30多年来，强生服务中国病患和消费者需求，支持中国经济社会发展。

孟启明认为，举办进博会是中国政府坚定支持贸易自由化和经济全球化、主动向世界开放市场的重大举措，对加强经贸交流合作、促进贸易和经济增长、推动开放型世界经济发展具有重要意义。进博会不仅是产品和服务的展示平台，更是多功能、综合性的国际合作平台，相信在给世界带来新机遇的同时，也将助力中国经济行稳致远和高质量发展。

为此，强生对参加进博会也给予高度重视。强生的展区共有五大功能区域、七大主题板块。其中，七大主题板块包括支持中国改革开放、积极参与中国市场经济建设、推进中国医疗专业人员能力建设、助力实施创新驱动发展战略、共同应对人类重大公共卫生挑战、以创新精神推动中国公益事业发展、为健康中国不懈努力等内容。

除了孟启明外，强生中国区的多位高层管理人员将带领近200位团队成员参加本次进博会。

尖端产品 首次亮相

如果说强生参加进博会的人员团队堪称庞大，那么其要在进博会上与观众见面的产品和技术则是这个“庞大”的5倍。

孟启明告诉记者，在展会上，强生将展示其在消费品、制药和医疗器材领域的数十项业务品类近千款创新产品、理念和技术，其中有不少产品是通过进博会第一次与观众见面。观众可以在消费品展区看到强生的明星产品。在医疗器材和制药领域，强生将展出许多尖端技术产品，涉及外科、脊柱、电生理、创伤、关节和运动医学等多个类别的医疗器材以及新兴疫苗领域程人工晶状体等创新产品，其中相当一部分的产品和医疗器材是在中国首次亮相。

孟启明介绍说，强生的展区既融合了历史文化的传统元素，也引进了VR和AR等先进技术，设置了观众互动体验区域。他表示，作为本次展会医疗展区最大的参展商之一，强生期待通过参加这一重要盛会，向广大观众介绍强生在中国30多年的发展历程，展示其在医疗器材、制药、消费品的多元化业务领域的创新产品与前沿科技，加强与各界的交流与合作，践行服务病患和消费者，助力健康中国、改善人类健康的承诺的实现。

孟启明说，多年来，强生一直致力于满足中国医疗护理领域亟待解决的需求，帮助政府建立以患者为中心的、支持创新的医疗体系，助力“健康中国2030”建设。未来，强生将继续加强在华投资和创新研发投入，支持健康中国和医疗创新生态系统建设，满足中国乃至亚太和全球不断快速发展的医疗健康需求。