

台灣口腔生物科技暨醫療器材產業發展促進協會

2014 年電子週報

日期：10 月 19 日～10 月 25 日

(一) 華新醫材 口罩創意生活館開幕

2014/10/20

工商時報

記者劉朱松報導

台灣華新醫材集團 18 日舉行 40 周年慶暨口罩 (Mask) 創意生活館開幕，成為亞洲首座口罩創意觀光工廠。華新集團董事長鄭永柱表示，集團不僅還要籌設口罩博物館，明年也擬斥資 1 億元，籌設占地面積約 1 千坪的新廠，預定後年初完工，屆時口罩產能可再提高 1 倍。

華新旗下主要事業體，包括華新橡膠、華新醫材、華新生醫、宣德醫材，及上海佳太貿易等事業體，今年口罩月產能達 1 千萬片。因響應政府「三業四化」政策，集團斥資逾 1 千萬元，成立華新 Mask 創意生活館，成為 1 座以「超立體鑽石型口罩」為主題的觀光工廠，全棟以綠建材設計符合節能減碳，主力展示商品包括氣密式鑽石型口罩。

華新成立口罩觀光工廠，可讓集團的營運，由醫材製造業，再邁入觀光服務業。鄭永柱說，華新未來還會規畫口罩博物館，包括展示各種珍貴口罩設備，及研發歷程等。

因非洲的幾內亞於今年 2 月爆發「伊波拉病毒」疫情後，隨後已蔓延至非洲的獅子山、賴比瑞亞、塞內加爾，及奈及利亞等國。其中，塞內加爾目前已脫離疫區；另奈及利亞近月來也「抗伊」有成，有機會脫離疫區。

鄭永柱透露，因伊波拉病毒疫情傳出，目前華新的非洲客戶口罩訂單量，已明顯增加 1 倍。

除了華新決加碼布局醫材市場外，國內不少電子、科技業，已相繼投入生醫業或電子醫療市場，包括明基集團旗下明基三豐醫療器材公司，已跨足病床，及手術燈等產品；廣達集團已投入高階診斷器領域；台達電也投入醫材領域，因而已帶動台灣醫療與生技器材的發展。

與會的台灣區醫療暨生技器材工業同業公會榮譽理事長陳濱表示，該產業去年整體產值達 800 億元、年增約 10%，目前內、外銷占比達 6 比 4，主要來自包括醫療復健器材、血壓計、血糖機、病床、口罩，及代步車等領域的產值貢獻，今年整體產值可上看 8、900 億元，預估 2、3 年後的整體年產值，可突破 1,000 億元。

(二) 至光工具跨足醫材

2014/10/20

工商時報

記者黃俊榮報導

全球手拉器製造大廠—至光工具公司，1985年成立至今，在創始者謝慶豐先生的帶領下，從上到下全體員工本著一步一腳印、腳踏實地的精神，從事研究開發新產品、自創品牌以及製造高級品為目標理想而努力。這些年來秉持「研究創新、品牌至光、勤儉誠信、永續成長」的經營理念，與精益求精的態度，製造高品質手拉器、絞盤、細物器，尤其在手拉器這項產品品質更是獨步全球。為了能服務更多客戶，擴大產品線，近年跨入新領域，開發出船舶拖車用的絞盤、拖車用千斤頂、與醫療器材中的輪椅固定器等產品，因對品質的堅持，在新領域中同樣獲得市場高度肯定。

至光工具董事長謝慶豐說，不論是手拉器、絞盤、細物器或是我們新開發的輪椅固定器，選擇具有品質保證的品牌，對於使用者來說能確保使用上的安全。品質穩定是至光長年累積的品牌價值，也是至光獲得客戶信任的原因，也因為我們對品質的堅持，讓我們一跨入新領域就有好的表現。

謝慶豐說：「至光不僅僅對品質有過人的要求，而且更著重於產品的研究與開發，相信只有產品向上提升精進，才能確保企業發展永續的價值，所以要貫徹這個理念，我們設定了研發創新的5大方向：1.研發要有創意；2.產品功能要朝著增加強度、安全、牢靠、省時、省力的趨勢發展；3.走向實用化、輕量化並且符合人體工學；4.高品質中價格；5.秉持不仿冒、創新的原則賦予產品新生命。」

至光生產手拉器已將近30年。謝慶豐說：「手拉器是用手的力量用最省力的方式，拉動重物，這個重物可能是物品、車輛、各種設備，安全是最重要的因素，至光在手拉器的製造上累積了許多know-how，技術領先全球，而且在安全性、交期、品質及售前售後服務上更是大幅領先競爭對手。」他表示，這幾年專注在這項產品上，和金屬中心等研究單位成功進行輕量化產品開發，而且將至光多年生產製造所培養出對品管嚴謹的態度，跨足醫療器材領域，投入輪椅固定器的開發，也同樣獲得許多客戶好評，未來除了將在現有的產品更加精進外，也將開發更多具利基產品，以滿足市場需要。

(三) 環瑞醫 布局日本報捷

2014/10/20

經濟日報

記者黃文奇報導

高階醫材開發公司環瑞醫（SwissRay）表示，旗下代理的 Novadaq 幾個月來供不應求，原廠加碼續約下，環瑞醫再拿下全球第二大的醫藥市場日本。

環瑞醫近期捷報頻傳，除了拿下日本市場，並正式通過櫃買中心上櫃審議會，規劃於今年底前掛牌上櫃，公司表示，除了持續投入開發高階影像設備，並將陸續引進具備加值能力的夥伴，共同搶進全球高階影像設備市場。

環瑞醫表示，公司近期也獲經濟部三年研發補助經費共 9,000 萬元，並在台成立「Swissray 數位 X 光研發中心」，將繼續投入開發低劑量嬰幼兒專用數位 X 光機及平版透視影像系統，提升技術品質，開發次世代產品，希望進一步扶植在台供應鏈。

法人指出，環瑞醫近一年來公司進程截至目前為止，都按照計畫進行，日前已經取得工業局審議，今年下半年遞件申請上櫃（IPO）獲得主管機關櫃買中心認可，目標年底前完成上櫃計畫。

近年，環瑞醫積極布局華人市場，今年全自動數位 X 光機「Formula、Element」已經獲中國食品藥物監管總局（CFDA）核准取得銷售執照，目前已經陸續登陸開賣。據悉，環瑞醫去年拿下 Novadaq 以澳洲、紐西蘭為首的九個國家區域「內視鏡螢光影像系統 PINPOINT 及外科手術 SPY 影像系統」代理權，今年銷售力道也強，讓公司前九月營收大增八成。

環瑞醫說，旗下代理的 Novadaq 幾個月來供不應求，賣出十多台，因為銷售頻告捷，讓原廠再加碼，雙方在 9 月底簽約，揮軍日本。環瑞醫表示，日本為全球第二大市場，未來將繼續進行其他產品銷售布局，明年起效益將顯現。

(四) 生物經濟產值，6 年內拚增至 2.83 兆

2014/10/20

工商時報

記者呂雪慧報導

【時報-台北電】行政院訂(27)日召開今年的生技策略會議，邀請臨床權威的陳紹琛、華人生技創投教父孔繁建等生技大咖海外委員返國獻策。政委蔣丙煌昨天表示，生物經濟是全球發展顯學，農業生技及因應人口老化的健康照護產業(例如老人輔具研發)二大方向，將納入我國大生技產業「生物經濟」的發展藍圖。

衛福部估計，長照保險法上路後，長照產業產值可從目前 40 億元擴大至 1,000 億元，政院藉 BTC 大會點亮「大生技」產業，擴大我「生物經濟」產值 2020 年達 2.83 兆元，在 6 年內增加逾 7,000 億元。

蔣丙煌科技政委任內最後一項工作—行政院生技產業策略諮議會議(BTC)27日登場，一連舉行三天，這次邀請包括孔繁建、陳紹琛、林秋雄及許照惠等七、八位海外委員返國，為大生技產業發展策略集思廣義。這次會議聚焦盤點過去十年生技產業發展成果，研商我生物經濟未來發展藍圖二大主軸。

蔣丙煌表示，我國在農業生技、尤其動物疫苗有很大發展空間；另因應人口老化的健康產業，例如老人輔具研發，遠距醫療照護等，將納入 BTC 大會討論內容。他說，生物經濟成歐美主流，未來在台灣經濟將扮演舉足輕重角色，他已指示盤點生物技術或生物經濟資源，為台灣經濟找出新動能。

科技會報擬從製藥、醫材、農業、健康照護產業等大方向出發，在這次 BTC 會議找到方法，規劃台灣「生物經濟」發展藍圖，達到產業振興，提升人民福祉。目前我國與生物科技有關經濟範疇包括工業、農業加工(食品)，健康產業(製藥、醫材、醫管、健康照護)，2013 年產值 2.09 兆元，預計 2020 年拓大至 2.83 兆元，其中核心生技產業過去 5 年成長 7.55%，產值 2,769 億元，至 2020 年將達 5,000 億元。

科技會報副執行祕書丁詩同表示，健康醫療支出去年達 1.09 兆元，長照制度結合健康關聯產業，這一塊是未來生物經濟不可或缺的重點。據衛福部估計，長照保險法上路後，包括長照機制認定，鼓勵設立長照機構，長照系統建置，長照服務提供等，有助長照產業快速成形發展，產值擴大至千億元並不難。

台灣 4 年後邁入高齡化社會，丁詩同說，我國正處長照制度關鍵發展階段，這次 BTC 會議將檢討健康產業政策，法規鬆綁、加強產學鏈結平台，營造有利發展環境，研提下

階段（2015 年後）生技產業起飛政策發展新範疇、對策及願景。（新聞來源：工商時報—記者呂雪慧／台北報導）

(五) IBM、HDR 進駐桃園航空城

2014/10/20

工商時報

記者劉靜瑀報導

經濟部與桃園縣政府聯手赴美招商成果豐碩，今（19）日將對外說明。據了解，美商看好我桃園航空城的發展潛力，包括系統整合廠 IBM、美商 HDR 集團均決定進駐，瞄準智慧城市商機，鎖定發展智慧交通與醫療等相關領域，盼能在桃園航空城建設之初，搶先奪下基礎建設這塊大餅。

除桃園航空城招商成功外，據透露，一家 Apple 供應鏈的廠商，明年也決定把位於大陸的亞太區域總部移往台灣，並在台成立研發中心，預計投資金額上看 20 億元。

經濟部與桃園縣政府組成的招商攬才團本月 13 日前往美團，拜會多家美商，包括科技、生技製藥等業者，於昨天返台，預定今日在經濟部舉辦記者會說明赴美招商成果。

相關官員表示，桃園航空城初期將進行大規模的公共設施規畫，部分美國廠商確實表達濃厚興趣。

據了解，美國廠商 IBM 與 HDR 都決定參與桃園航空城的開發，負責智慧城市之中上游規畫與硬體建設，盼以航空城作為智慧城市的練兵場域，未來再將成功經驗複製到其他地區或國家。

據指出，IBM 盼能在航空城搶下智慧交通與智慧醫療等商機。美商 HDR 公司，在建築、工程及顧問服務業有堅強基礎，近年來亦積極推動智慧城市及永續發展等業務，與桃園航空城計畫「帶動華人新都市型態與生活模式」願景內容相符，因此已與桃園縣府簽定備忘錄（MOU）強化合作，HDR 手上握有「北京通州國際醫療城」的大案，正在規畫設計階段，我將借重美商經驗，齊力打造航空城。

在桃園航空城之外，經濟部的招商鎖定「蘋果商機」與生技製藥業。其中一家 Apple 供應鏈廠商，原本亞太區域總部設在大陸，未來將投資台灣 20 億元，要把總部移往台灣，並在台設立研發中心。

據了解，經濟部拜會的重量級生技業，就是美商嬌生。嬌生在台灣為壯生醫療器材與楊森大藥廠，楊森藥廠已選定台大作 B 肝新藥研發合作對象，3 年內將在台投入 2 億元資金研發新藥，嬌生也希望與長庚進行相關醫療合作，並希望參與桃園航空城內智慧醫療產業之引進。

(六) 大陸骨科醫材 全球企業併購戰場

2014/10/21

工商時報

記者黃裕斌報導

2012～2014 年骨科醫材產業併購活動熱絡，相關內容更是與中國大陸有所關聯：美敦力於 2012 年 9 月宣布併購中國大陸康輝醫療，隔年 2013 年 1 月 Stryker 宣布收購中國大陸創生控股。

當市場討論焦點聚焦國際 2 大骨科巨擘，想要快速拓展中國大陸市場之際，2013 年 6 月中國大陸微創醫療（MicroPort）宣布以 2.9 億美元收購美國 Wright Medical 公司關節重建（Ortho Recon）業務。

全球骨科醫材市場邁入穩定成長期，2012 年市場規模達近 300 億美元，僅較前一年成長 1.6%，主要是部分品項成長趨緩，所以國際大廠持續開發新技術與新產品，以新的治療介入，更積極拓展市場版圖，重點鎖定新興市場，尤其是中國大陸市場。

據中國醫療器械行業協會的統計，中國大陸骨科醫材市場規模於 2006～2009 年之年複合成長率為 20.7%；BMI ESPICOM 研究資料也預測，中國大陸骨科醫材市場每年約以 17.5% 的速度成長，市場前景與成長性值得期待。

國際大廠卡位 國際廠商經由併購快速取得銷售通路，透過產品品牌策略進行市場區隔；本土廠商藉併購發揮協同效益，快速進入國內外市場，並往上搶占中階市場，無非有幾個關鍵要素：透過發展技術並進行產品設計製造、市場產品定位策略、取得產品上市許可證以及銷售網絡的布建。

目前中國大陸骨科醫材市場，仍以歐美進口產品為主，在大型醫院的占有率更超過 70%，泰半由國際領導廠商壟斷。

隨著大型醫院高階骨科產品滲透率逐漸飽和下，面對未來需求人口湧現，整體市場未來成長動力勢必延伸到二級以下的醫療院所單位；同時，醫療院所對於產品或設備價格敏感度及性價比也逐漸提高。

中國大陸市場幅員廣大，加上各省分文化與結構不盡相同，銷售通路需要時間布建著實不易，對於國際廠商或台灣廠商而言，有時投入大量人力物力資源後，不一定能有效果。

所以，國際領導廠商併購中國大陸本土骨科廠商的背後思維有二：

思維 1. 為取得被併購者既有的銷售網絡，加速打通當地銷售渠道，縮短通路障礙。

例如，康輝於中國大陸既有超過 260 家分銷商通路，而創生的全國分銷網絡則是超過 32 個省市及自治區，供應超過 3,450 家醫院，對於國際大廠而言是重要價值。

思維 2. 藉併購取得本土公司既有產品與品牌，並透過品牌策略進行市場區隔，適時填補歐美進口品之高價位及中國大陸國產品之低價位間的產品定位部分缺口。

簡要說，國際廠商併購的背後思維，有產品定位策略及銷售通路兩大重點。然而，中國大陸本土廠商又是如何看待其內需市場及如何進行策略布局與併購思維？

從微創醫療的角度，可從技術面、縮短產品上市時程及產品定位策略，進行未來布局與併購考量。

從全球骨科市場結構分布來看，關節重建類占全球骨科市場達 51%，然在中國大陸國內市場僅占約 35%，未來仍有非常大的成長空間，也因此即便關節重建產品技術門檻較高，但中國大陸骨科廠商仍把未來重點目標鎖定於此，積極投入資源進行技術與產品開發，透過併購快速取得相關技術。

以心血管支架為主要業務的微創醫療，在骨科醫材的關節重建領域仍是新品牌，而 Wright 公司之關節重建業務已於全球與中國大陸行銷多年，兼具臨床安全性與功效性、品牌力。微創醫療透過收購可擴大產品組合，並取得 Wright 既有關節重建技術能量，大大縮短產品開發時程，也可藉由其既有的產品許可證加速上市時程，並搭配微創醫療既有的銷售通路，發揮協同效益。

從 Wright 營收的市場分布來看，57% 來自美國，19% 來自歐洲，對於微創醫療未海外市場拓展，可提供一定基礎。

從市場產品結構來看，高階產品已為國際大廠壟斷，低階多以當地廠商產品居多，未來在低階產品納入當地醫保後，勢必面臨利潤壓縮的窘境，因此微創醫療也希望透過收購，往上搶占中階產品定位市場空缺。

台灣廠商面臨夾擊

隨著中國大陸政府推動進口替代政策、主要醫院對於設備價格敏感度及性價比提高，加上當地廠商技術逐漸提升的情況下，中國目前骨科醫材產品仍有定位上的空缺，特別是中階往上下延伸的中高階與中低階區塊。

所以中國大陸廠商積極由下往上布局，國際領導大廠 Medtronic、Stryker 則運用產品品牌策略區隔高中低市場，並由上往下的延伸產品，以中階產品為主要定位的台灣廠商，勢必面臨上下夾擊的窘境。

中國大陸已經成為台灣骨科廠商主要出口國，特別是關節重建類產品，出口至中國大陸的金額與數量逐年成長，近 3 年出口額年複合成長率 29.2%，顯見中國大陸已經成為台商主要出口市場。

然台商在新興國家的布局比重仍低，未來在市場布局策略上如何調配因應，借重在中國大陸銷售多年的經驗、累積多年銷售數量和臨床追蹤報告、既有的歐美產品許可證，快速取得其他新興國家的產品上市機會，是可以思考之處。

另方面，台灣廠商過去中國大陸市場累積一定銷售網絡與品牌基礎，且中國大陸醫療院所對於高階醫療器材的價格敏感度與性價比逐漸提高的同時，如何調整行銷策略，並透過降低製造成本與行銷通路之資源權衡與配置，進行謹慎因應。（本文作者為工研院 IEK ITIS 計畫產業分析師）

(七) 微創產品研發聯盟 助醫療產業升級

2014/10/22

經濟日報

記者黃逢森報導

金屬中心在經濟部工業局的大力支援下，就台灣整體醫療器材產業的結構轉型升級，導入關鍵輔導資源，日前成立「創新微創系統產品研發聯盟」。匯聚了金屬中心、中央大學以及包含鏡鈦科技、盈予、神農資訊等三家業者，未來以共同投入微創產品之研發為主要目標。



創新微創系統產品研發聯盟由中央大學教授曾清秀（左起）、神農董事長楊炳德、鏡鈦董事長蔡永芳、經濟部工業局科長李佳峰、金屬中心副執行長林志隆及盈予副總經理胡名賢等代表簽約。金屬中心／提供

金屬中心副執行長林志隆在「智慧化創新醫療器材產品趨勢研討會」上表示，國內IT產業的優勢，對於發展高附加價值的醫療電子產品，具有一定的加分效果；經濟部南部辦公室執行秘書黃建龍強調，從早期經濟部協助國內扣件業者轉型切入人工牙根市場開始，近年的發展已邁向微創手術的領域，在101年金屬中心透過工業局計畫推動上銀科技主導成立「微創手術扶持機械臂研發聯盟」開始，今年金屬中心更積極參與經濟部南部辦公室的產業推動工作，再次成功促成「創新微創系統產品研發聯盟」的誕生。

(八) 商之器行動醫材 北市聯醫採用

2014/10/22

聯合晚報

記者徐睦鈞報導

上櫃生技股商之器(8409)今宣布，旗下產品「24 小時心電圖系統」，已獲得台北市立聯合醫院採用。該系統打破傳統檢查的限制，除能執行 24 小時心電圖檢查外，醫師更能隨時使用行動裝置調閱病患的報告加以瀏覽、判讀，不僅能大幅提升醫師工作效率，也節省病患等待時間。

該公司表示，秋冬季節為一整年中，最容易引發心血管疾病的時期。台北市立聯合醫院目前已規劃在仁愛、婦幼、和平三家醫療院所建立此系統，未來兩年預計陸續進行對陽明、中興、忠孝等院區的系統建置。

商之器表示，將多方拓展行動醫療市場，也陸續洽談各大醫學中心、地區醫院合作方案。並且建置行動醫療實驗室，期望未來能讓更多業者合作投入開發醫療產品及服務，發展醫療科技軟實力，讓台灣成為醫療優質品牌。

商之器今年截至上半年每股虧損 2.47 元，累計前九月營收為 1.08 億元，年減 16%。

(九) 商之器報喜 獲醫院訂單

2014/10/22

經濟日報

記者黃文奇報導

商之器（8409）昨（21）日表示，旗下產品「24 小時心電圖系統」獲台北市立聯合醫院採用，並進駐仁愛、婦幼、和平三家醫療院的系統規劃建置，最快年底完成，未來二年預計陸續進行對陽明、中興、忠孝等院區的系統建置。

商之器表示，「24 小時心電圖系統」重量僅有 28 克重，相較過往的產品更形輕巧，透過連續 24 小時的記錄，包括休息、活動、工作和睡眠等不同情況下的心電圖資料，對醫師判斷上有實值的助益。商之器昨日股價受惠於利多而漲停，收 43.65 元，上漲 2.85 元。

據悉，秋冬兩季為全年最容易引發心血管疾病的季節，台北市立聯合醫院目前已規劃在仁愛、婦幼、和平三家醫療院建立此系統，最快年底就能完成，未來兩年預計陸續對陽明、中興、忠孝等院區，完成系統建置。

商之器表示，將積極把握機會，多方拓展行動醫療市場，也陸續洽建置行動醫療實驗室。