

台灣口腔生物科技暨醫療器材產業發展促進協會

2015 年電子週報

日期：11 月 15 日～11 月 21 日

目錄

(一)	政院拚長照 三年砸 300 億	1
(二)	太醫新廠後年啟用 成長新動能	3
(三)	訊聯 強攻醫美領域	4
(四)	陸二胎化商機 愛微科推智慧體溫貼片	5
(五)	獨居時代 安全、健康醫療品受重視	7
(六)	佳世達小金雞 明基醫 12 月掛牌	9
(七)	浩鼎效應 生技股抓住外資眼球	10
(八)	全球最大雲端智慧醫療軟體整合廠商 日商 ALLM 攜中華電 進軍台灣市場	12
(九)	聯合骨科擴廠 後年投產	13
(十)	頂豪矽膠貼片 美 FDA 核准上市	14
(十一)	工業局 推動健康促進服務業	15
(十二)	華晶科人工胰臟 2017 年在美上市	16
(十三)	兩岸生醫攜手 搶食骨材商機	17
(十四)	德瑪凱 發展高階醫療設備	18
(十五)	聯合骨科攜新華集團 新品牌登陸	19
(十六)	創新醫材發表會 成績亮眼	20
(十七)	經濟部聯手四法人 展示醫療器材推廣成果	21
(十八)	承業醫海外報捷 明年更旺	22
(十九)	德瑪凱 AED 亮相 首部台灣自製	24

(一) 政院拚長照 三年砸 300 億

2015/11/20

經濟日報

記者林安妮報導

行政院會昨（19）日通過三年 300 億元的長期照顧量能提升計畫，並將「適度」讓產業參與長照服務，鼓勵企業資金優先投入推動居家式、社區式服務、交通、輔具與老人住宅等五大領域。

居家式服務是指到宅提供如送餐、協助老人洗澡等服務，社區式服務則是指在社區設置一定場所及設施，提供日間照顧、家庭托顧、臨時住宅等服務。

衛福部官員表示，長照量能提升計畫取代長照十年計畫的後三年，從今年起適用。

去年長照經費約 50 億元，今年近 60 億元，也就是說，未來兩年，每年經費將超過百億元，經費倍增是希望儘速催生長照體系。

官員表示，剛出爐的三年 300 億元量能提升計畫，多數經費將用來提升偏鄉或離島不足的長照能量，及增加長照人力。

至於鼓勵企業參與的五大領域，都是政府認為當前社會亟需卻又供應不足之處，盼藉企業與市場力量補足。不過，因有民間團體長期反對長照產業化，因此政院使用較為保守的字眼：「適度發展」。

行政院長毛治國昨天在行政院會聽取衛福部提出長照量能提升計畫時說，長期照顧服務法將在 2017 年 6 月上路，至於長期照顧保險法草案，則尚待立院通過。在兩法上路前，三年期的量能提升計畫，有助提升長照服務的量與質，達到人力充足、選擇多元。

他說，我國高齡人口中的健康或亞健康者占八成以上，在體能、意願上仍能自主生活並照顧他人，因此對銀髮族群的生活需求，應積極導引市場回應支持，發展銀髮及樂齡產業。他點名經濟部協同衛福部，帶同發展銀髮、樂齡產業。

根據衛福部統計，去年底台灣 65 歲以上老年人口達 280 萬人，占總人口 11.9%。其中，推估失能老年人口約 46 萬人，其餘約 234 萬長者屬於健康或亞健康情形。

在鼓勵民間參與上，長服法上路後，將准民間個人或法人經營居家式或社區式服務，這兩部分也是目前國內供應較不足之處。

另外，像是交通、輔具與老人住宅，現在雖有業者投入，但經盤點後，缺口也很大。官員說，這些市場急需的服務，不僅可滿足失能長者需求，就連健康或亞健康長輩，也用得上，值得業者深耕。

(二) 太醫新廠後年啟用 成長新動能

2015/11/20

工商時報

記者杜蕙蓉報導

太醫(4126)執行副總經理李家茂昨(19)日在法說會中表示，隨著缺工補足，第4季營收預估與第3季相當，明年則力拚雙位數成長，預期在銅鑼科學園區的新廠2017年第1季投產後，將可望有明顯成長動能。

李家茂表示，太醫現有的銅鑼廠規模太小，無法滿足客戶端需求；新廠預計明年第3季完工，2017年第1季啟用，該新廠年產值約36億元，是目前的1倍，預計5年內可望滿載，未來搬遷至新廠後，不排除處分部分閒置資產。

太醫以自有品牌和代工策略雙軌並行，今年品牌能持續雙位數成長，主要是大陸業務比重拉高。受惠缺工問題舒緩，該公司第3季營運表現不錯，加上有匯兌收益，單季獲利達1.21億元，年成長54.4%，EPS達1.84元；累積前3季EPS達3.59元。

展望未來，李家茂表示，大陸營收仍維持雙位數成長，目前除了新增經銷區域外，儀器銷售也有翻倍增加，隨著四川、山東、福建等各省的持續深耕拓展，訂單能見度明朗，在缺工補足下，第4季營收預估與第3季相當，明年努力挑戰雙位數成長。

太醫雖年年都是生醫族群高獲利模範生，不過因原有的明星商品密閉式抽痰管市場已趨於成熟，加上缺工、產能不足，近年成長性趨緩，因此，法人對於新廠的投入和被視為下一個明星產品的廢液收集袋頗為關注。

李家茂指出，廢液收集袋目前沒有競爭對手，但市場還未達規模，需要時間來衝刺。

(三) 訊聯 強攻醫美領域

2015/11/20

經濟日報

記者高行報導

主攻幹細胞儲存及再生醫學的訊聯（1784）昨（19）日受櫃買中心邀請舉辦業績發表會，董事長蔡政憲表示，受惠大陸開放二胎及人口高齡化浪潮，明年將全力搶攻醫美領域，鎖定生產後、手術後及居家保養等三大亮點商機，預期明年該部分營收達雙位數成長，助推整體毛利率表現。

訊聯過去十年深耕再生醫學累積豐厚能量，今年起將幹細胞應用延伸至美容保養領域，推出自有品牌產品進駐 101 開設旗艦店外，也攜手國內 300 餘家醫美診所進行推廣。

蔡政憲表示，由於產品效果佳，特別是對過度美容的敏弱肌膚具修復效果，打開獨特的利基市場，銷售成果超乎預期。訊聯股價昨收 36.35 元，上漲 0.3 元。

訊聯明年將繼續鎖定雷射、電波拉皮等術後修護、妊娠紋修復及居家美容等領域，推出系列產品，另全新研發的增強頭髮產品生長產品也預計明年上市。

在通路布建上，將利用跨境電商搶進大陸市場，並重點布局東協、日本及南韓市場。

蔡政憲指出，明年醫美領域為最大成長亮點，今年營收占比儘管不到 5%，但明年預期達雙位數成長，另在占比四成基因檢測領域也將有不錯表現，而為營收主力的幹細胞臍帶血儲存業務方面，受限於國內市場趨飽和，預期為持穩表現。

法人預期，訊聯前三季營收 4.62 億元，年減 1%，稅後純益 2,010 萬元，年減 55%；每股稅後純益（EPS）0.4 元，主要因大幅擴增醫美產品研發和行銷費用所致，而明年有望進入收成期，獲利表現將比今年好。

(四) 陸二胎化商機 愛微科推智慧體溫貼片

2015/11/20

中央社

記者江明晏報導

中國大陸宣布開放二胎，台灣居家遠距健康照護服務公司愛微科宣布，與中國大陸搖籃網簽署戰略合作備忘錄，將透過智慧型體溫貼片 Temp Pal 的服務，大搶商機。

中國大陸新生代母嬰群體人均年消費為 5000 至 1 萬 8000 元人民幣，嬰幼兒商品平均消費已占據家庭總支出的 30% 甚至更高，隨著中國政府近期開放二胎政策，0 至 6 歲嬰幼兒人口將突破 1 億 6000 萬人，未來 3 年預計市場消費年均增長率為 16%。

愛微科將透過智慧型體溫貼片 Temp Pal 的服務，提供備孕媽媽與家中幼兒準確的體溫量測，改變現今不便的量測方式，搶攻千億市場商機，未來並透過搖籃網用戶及千名育兒專家平台，及線下婦幼醫療機構資源，提供母嬰健康、教養、成長知識、線上諮詢與用戶互動服務的戰略合作，建構大中華區垂直整合的母嬰生態系。

愛微科是一群曾在 IT 產業的爸爸們所創立，是少數自主開發並整合軟、硬、韌體的新創公司，也將攜手 Tier 1 的供應商及代工廠，提供高質量且穩定的 Temp Pal 智慧型體溫貼片。

Temp Pal 是現行最小、最輕、精準且具有可彎曲結構專利的貼附式裝置，也是舒適方便且容易配戴的體溫量測服務，不但提供可重複使用長達 24 小時不間斷的體溫連續量測，還可透過體溫趨勢圖與紀錄表，完整詳載體溫變化歷程。

另經由雲端計算，立即推播高溫、失溫警示訊息與 GPS 定位資訊，讓照護者可即時、遠程監測重要的體溫變化，並配合筆記與用藥紀錄，精準度達到 0.05 度的醫療級標準，可做為提供醫生完整的詳實參考。

Temp Pal 主要提供家中嬰幼兒及婦幼機構嬰幼兒託管時發燒監控，及待孕婦女更便利的基礎體溫量測並繪製體溫曲線圖，也會貼心提醒婦女用戶生理、排卵期等提高受孕機率的時刻及相關資訊。

另一方面，Temp Pal 產品也將同步銷售全球主要市場通路，目前代理商通路已布局包括美國、歐洲、韓國、新加坡、印尼等各地合作夥伴。

Temp Pal 產品已經確認具有可量產性，預計於 2016 年初在美國群眾募資平台進行 Temp Pal 智慧型體溫貼片的群募發表首演，同步進軍全球市場。

(五) 獨居時代 安全、健康醫療品受重視

2015/11/20

工商時報

記者許桂芬報導

全球家庭結構變遷，獨居人口持續增加。西歐國家平均獨居戶比重約 3 成，為全球獨居戶比例最高的區域，其中，挪威、丹麥、芬蘭與德國等國家獨居戶比例更超過四成；美國獨居人口也不斷提高，1990 年獨居戶占比約 24.6%，2014 年提高至 27.4%。

亞洲地區獨居情況也日益普遍。1985 年日本獨居戶數比例為 20.8%，2010 年提升至 32.4%，比例超越英、美二國。台灣在 1985 年獨居戶比重為 4.7%，2014 年比例達 11.9%，數據雖低於歐美日等國，但在高齡少子趨勢下，台灣獨居戶數將持續成長。

在英國獨居戶數中，47% 為 65 歲以上高齡者。由於醫療技術進步，許多年長者能自理生活，但身體靈活度與健康狀態大不如前，因此如何便利、安全在家自主生活，為高齡者關注重點。

因此，居家安全、健康管理與醫療照護，成為高齡者、子女與政府社會機構共同關注的議題。一個人住反映高齡少子現象，也帶來新商機。

科技大廠著眼日益龐大的獨居市場，推出相關服務，例如 Intel 與 GE 合資成立 Intel-GE Care Innovations 公司，企圖利用科技將更有效率的醫療保健方案送到每個家庭，開發各種健康獨居生活與輔助技術等產品，協助改善銀髮族與慢性病患的生活品質。

現有居家安全產品以視訊監控應用為大宗；然而，對高齡受照顧者來說，視訊監控產品具高度侵入性，易產生被監看、喪失隱私權等負面情緒。為降低被監視性，日本民政部門與自來水公司合作，在水表加裝電子指示器，記錄老人日常用水量變化，了解老人生活作息。自來水公司還可將數據提供遠方子女，當用水發生異常變化時，可請工作人員到家中查看。

因應高齡獨居時代，居家健康醫療產品也受重視，穿戴裝置因為具有貼身生理量測特性，近 2 年吸引眾多業者投入。然而，現有健康穿戴產品有介面複雜、不易操作等問題，部分高齡受照顧者也感覺被監控。加上眾多健康照護產品，如：

計步器、血壓計、血糖計、跌倒偵測等設備，無法探知健康全貌，也無法提供進一步個人化健康諮詢服務。

目前國內外科技大廠致力優化產品介面設計，並積極與醫療機構合作，提供數據分析與整合性平台，讓個人、醫療人員與照護者更佳的照護服務。

當然，高齡獨居者需要的不僅是身體健康、安全照顧，情感之心理照顧也很重要。在人工智慧技術精進下，新型態照護機器人漸可提供更人性化的應用服務。例如：在偵測被照顧者未定時服藥時，提醒「有吃藥了嗎？」科技的存在不再取代人類真實情感交流，而是藉由科技的輔助，解決照顧人力不足的窘境，提高照護者與被照護者的生活品質。

(六) 佳世達小金雞 明基醫 12 月掛牌

2015/11/19

工商時報

記者袁穎庭報導

佳世達（2352）集團轉型搶進醫療產業，第一個小金雞明基醫（4116）計畫於今年 12 月掛牌上櫃，顯示集團在醫療產業的布局逐漸開花結果。集團透過轉投資公司總計持有明基醫大約 68.6% 的股權，隨著明基醫上櫃，可望挹注釋股利益。

佳世達近年積極拚轉型，總經理陳其宏更是集團在醫療產業布局的總舵手。去年醫療加上智慧解決方案等高毛利事業營收達到 60 億元的規模，今年新事業營業額會衝上百億元，隨著過去布局逐漸發酵，預期 5 年內這些高毛利的事業營收貢獻可望過半。醫療事業方面，去年蘇州、南京兩家醫院的營收成長了 30% 以上，南京醫院已經獲利、蘇州醫院虧損也減少，集團醫療事業營運已經步向正面循環。

佳世達係透過旗下轉投資公司間接持有明基醫股票約 50.5% 的股權，達利投資、達利貳投資、達利管理顧問持股比例各約 9.3%、4.1%、4.7%，總計持股比例達 68.6%。明基醫即將掛牌上櫃，帶動昨日股價大漲 11.92%，收盤價 40.1 元，佳世達在 2010 年入股明基醫，持股成本低，未來釋股利益可期。

明基三豐醫療器材主要產品為手術用手術台、手術燈等，並且逐步拓展到手術室整合方案，以及醫療影像、醫療耗材等產品線，目前公司資本額約 3.84 億元。明基醫今年前三季營收約 6.76 億元，稅前淨利 1.4 億元，稅後淨利約 1.27 億元、每股盈餘 3.32 元，獲利已經超越去年全年的 2.06 元。

(七) 浩鼎效應 生技股抓住外資眼球

2015/11/19

經濟日報

記者簡威瑟報導

MSCI 明晟年度調整納入浩鼎後，連日強漲掀起台灣生技族群旋風，是台股中最耀眼的族群。外資券商主管說，台灣生技公司通常股本小，無法納入研究範圍，但其受惠中國大陸生技醫療需求趨勢明顯，未來重要性勢必提升，尤其台灣生技產業發展時間長，當大陸市場需求提高，台灣生技股中長線可望有更多個股獲外資青睞。

外資大舉加碼台股生技族群

股號	公司	外資近一周買超(張)	18日收盤 / 漲跌(元)
1789	神隆	4,786	56.70 / + 4.60
4119	旭富	827	89.50 / + 5.70
1565	精華	777	624.00 / +23.00
1720	生達	766	36.80 / + 1.30
8406	F-金可	713	418.00 / +12.00
1729	必翔	700	80.30 / + 0.50
4141	F-龍燈	692	32.85 / + 0.55
4107	邦特	663	133.00 / + 4.00
4157	F*太景	611	28.95 / + 0.65
4164	承業醫	589	66.50 / + 1.50

資料來源：CMoney

簡威瑟 / 製表

11月來外資在台股買賣變化、外資大舉加碼台股生技族群。圖／經濟日報提供

過去一周外資砸下 2.4 億元、大手筆加碼浩鼎 500 張持股，同時轉進指標股精華、F-金可、神隆，甚至也大買旭富、生達、必翔等小型股，頗有看好生技族群未來性意味。另外，生技族群是櫃買中心重點扶植產業，外資青睞度提高象徵櫃買將台灣生技業推向國際有成。

國內外大型法人中，以國內法人追蹤生技股較為積極，例如凱基呂奕達、元大李佩菁

研究範圍較廣；大和資本證券非科技產業分析師王琦清是外資圈研究台灣生技股代表，野村證券透過國外分析師研究台灣生技指標股、摩根士丹利證券則以大中華區角度，將少數台灣生技股納入研究範圍；外資研究機構目前納入研究的生技股，以較具知名度的中型以上企業為主，包括精華、F-金可、葡萄王、神隆、安成藥等。

元大投顧生技產業分析師李珮菁認為，生技股近期大漲，與十三五計畫「2020健康中國」有更密切的關聯，包括保健食品、製藥、醫療材料、醫療設備等次領域的企業，若於大陸布局時間較長，受惠程度將較高。

摩根士丹利證券指出，大陸經濟轉型過程中，應將目光轉往「新中國」概念，也就是著重醫療行業、互聯網、科技股；高盛證券則提出放眼「新中國」論點，直言隨中國大陸經濟增速放緩，鑒於增長引擎轉向消費與服務業，以健康醫療、科技行業為主體的新經濟，才是投資者需要高度關注所在。

(八) 全球最大雲端智慧醫療軟體整合廠商 日商 ALLM

攜中華電 進軍台灣市場

2015/11/19

工商時報

記者顏瑞田報導

全球最大的雲端智慧醫療軟體整合廠商日本 ALLM 株式會社，複製在日本與 NTT DoCoMo 合作的模式，首度進軍台灣時，選擇與中華電信合作，雙方已經簽約，由中華電信取得日本 ALLM 在台灣的總代理，攜手布局我國雲端智慧醫療網路服務。

安健全球網公司總經理藤原（Fujiwara Jimmy）昨（18）日透露，ALLM 的雲端智慧醫療照護服務解決方案，除了與電信商合作，以智慧手機為載體之外，未來還會擴大與任何行動、手持裝置業者，策略聯盟，讓雲端智慧醫療照護網路更普及、更生活化。

藤原表示，台灣的雲端智慧醫療照護產業，在政府部門、醫療院所的數位資料、以及資通訊設備已臻成熟之後，未來的商機潛力龐大，因此，日本 ALLM 株式會社為了進軍台灣雲端智慧醫療網路服務產業，特別在今年 10 月成立百分之百的台灣子公司安健全球網公司。

他指出，ALLM 株式會社 8 年來總投入大約 300 億日圓（約台幣 100 億元），進行不同的醫療整合系統。除了獲得日本政府全力支持，裝置 ALLM 株式會社的 4 個雲端智慧醫療網路服務，藤原說，ALLM 株式會社並與 NTT DoCoMo 合作，將日本總代理授權給 NTT DoCoMo，提供其手機用戶，包括醫院、醫師、救護人員、診所及病患等，可以進入雲端取得醫療資訊。

他指出，從日本運作 8 年的實際驗證，ALLM 株式會社的全方位雲端智慧醫療網路服務，在黃金救人的時段，可以提高 45% 的存活率，同時，政府的健保費支出，可以大幅降低 30%，減少不必要的醫療資源的浪費。

(九) 聯合骨科擴廠 後年投產

2015/11/19

經濟日報

記者高行報導

人工關節龍頭聯合骨科（4129）為因應大陸及美國市場擴增需求，啟動擴廠計畫，將興建高雄三廠，擴大加工產線，預計 2017 年正式投產，初期產能將增加一倍，全線布建完成後將擴充至 3.5 倍。

聯合骨科董事長林延生表示，此次擴廠主要為因應下一波成長需求，公司日前和對岸醫療器材龍頭山東新華集團合資成立新公司，明年將由該公司全權代理聯合產品在陸銷售，由於山東新華集團在陸通路布建完整，有望進一步擴大產品在當地大型醫療院所滲透率，而現有產能規模已不敷所需。

聯合骨科主攻人工關節，大陸市場占其營收比 35%，隨當地人口快速老化及消費力快速提高，為全球最具潛力市場。去年大陸骨科植入物市場規模達 667 億元，其中人工關節類占 170 億元，近年每年成長高達 15%，未來成長看俏。

除大陸市場外，聯合骨科今年在美國市場也大有斬獲，藉由當地骨科醫學年會進一步獲當地醫學界認可，顯著擴大銷售通路及提高銷量，未來擴產也是因應美國市場成長需求。

主力人工膝關節和髖關節出貨暢旺外，聯合骨科旗下新一代脊椎和創傷類產品已小量出貨，有助擴大市占及銷量。聯合骨科昨（18）日股價收 82 元，上漲 0.8 元。

法人預期，聯合骨科在大陸、美國及其他新興市場成長態勢明朗，加上在對岸成立合資公司直接銷售有助進一步推升目前 70%的毛利率。

(十) 頂豪矽膠貼片 美 FDA 核准上市

2015/11/19

工商時報

記者傅秉祥報導

頂豪生活科技(7451)以環保素材「矽膠」為基材，添加獨家專利長效抗菌技術所研發出的矽膠貼片醫療器材系列商品，包括 Skincare Silicone Dressing、Skincare Breathable Silicone Dressing、Skincare Antibacterial Silicone Dressing for Face、Skincare Antibacterial Silicone Dressing for Body 等，已於 10 月正式取得美國 FDA 上市核准許可 (Listing No.D249995)，此為頂豪的矽膠傷口疤痕處理醫材正式立足美國市場的第一個指標性里程碑。

頂豪總經理谷柏濤表示，2015 年第四季開始將積極拓展與美國地區策略夥伴的合作關係，配合當地醫療器材經銷模式鋪貨於相關通路，預計在 2016 年第一季開始出貨到美國，以期提高矽膠貼片系列商品在美國市場的能見度。

谷總經理指出，頂豪生活科技的矽膠貼片系列商品，適用於新癒合傷口，預防疤痕的產生，也可用於新與舊的疤痕，能夠撫平、軟化及淡化疤痕，對於許多不想在皮膚上留下永久性疤痕的傷患來說，此系列商品是 C/P 值相當高的推薦商品。

另外，頂豪研發團隊亦將投注資金與精力於矽膠表面改質，提昇矽膠製品生物親和性技術，此技術目前已進入第一階段細胞親和性實驗，順利的話將在 11 月開始進入研發第二階段，期望藉由此一創新技術，以及與其相對應之全新生產製程與生產設備的規畫，並結合既有長效抗菌專利技術生產出具備高度細胞親和性與抗菌性的新型矽膠製品，將此一自主新創技術應用於長期植入用矽膠製醫療器材產品之開發與生產。

(十一) 工業局 推動健康促進服務業

2015/11/18

工商時報

記者蔡淑芬報導

商業發展研究院預估，到了民國 111 年，國內健康服務市場將達 2 千億元產值，鑑此，經濟部工業局為扶植國內健康照護相關產業發展，持續推動「健康促進服務產業發展推動計畫」，昨（17）日舉行成果發表會。工業局民生化工組副組長陳昭蓉表示，工業局希望藉由計畫推動培植出旗艦型企業，成為繼 ICT 產業後下一個台灣輸出國際的重要產業。

商發院所長王建彬也指出，健康促進服務相關企業朝大型化發展，有三大方向可以努力，首先，進行營運模式創新；第二，結合資通訊技術；第三，建立品牌知名度。工研院 IEK 副主任鍾俊元認為，台灣發展健康促進產業有其急迫性，根據統計，健康服務產業雖然產值雖然只有台幣 1,140 億，但到了 114 年更將達 2,819 億元，其中服務產值占比將大增至 46%。到了 2020 年將會超過 2,300 億元，他建議業者可以進行跨業整合，以厚植未來競爭力。

工業局在發表會上也邀請 10 家輔導案主題業者進行成功案例分享及現場成果展示，包括柏文（健身工廠）、悠然山莊、明躍國際、研鼎崧圖、台灣福祉、新光健管、晉弘科技、雅博（股）公司、蓋德科技、永豐餘生技進行案例分享，其中，悠然山莊提供失智、失能的長者照護，在經過計畫的輔導進行管理流程系統的建立與管理，已能進行模組化輸出。

經由商發院輔導之下，業者發展創新營運模式，更由點擴散至面，推廣更多健康生活型態予國人。例如：青壯年上班族，生活壓力大，有失眠困擾的人，「雅博」居家睡眠檢測服務，可藉由縮短等待檢測時間，更快速找到改善睡眠品質解決方法，也可利用「研鼎崧圖」與「明躍國際」的穿戴式裝置及「健身工廠」健身服務，進行生活健康管理，或定期到「新光」做專業健康檢查。

銀髮族群則可選擇至「雙連安養中心」、「悠然山莊」獲得健康舒適的生活照顧；當有聽力困擾時，可透過「美律」新型態輔聽器尋求協助，若需要檢查視力狀況，則可以採用「晉弘科技」的產品。為人子女們，則可使用「蓋德科技」以家庭為核心的健康管理整合服務，提供全家生活照顧所需。還有「福祉科技」乾燥車服務，讓家人遠離過敏原。

(十二) 華晶科人工胰臟 2017 年在美上市

2015/11/18

聯合晚報

記者劉怡妤報導

上市公司華晶科（3059）以影像系統技術跨入醫療器材與汽車創新應用領域，華晶科董事長夏汝文表示，轉投資子公司榮晶生物科技挾著醫療電子技術，投入人工胰臟系統開發，新產品依進度進行預計 2017 年通過美國 FDA 認證後取得上市資格。

榮晶目前產品包含血糖儀、胰島素注射器（人工胰臟）以及醫材控制器系統，夏汝文表示，榮晶打敗 150 家競爭對手成為國際醫材大廠合作夥伴。

(十三) 兩岸生醫攜手 搶食骨材商機

2015/11/17

聯合報

記者趙于萱報導

民進黨總統大選候選人副手陳建仁曾宣示兩岸生醫產業應攜手合作，昨台灣專業骨材廠聯合骨材宣布和山東新華醫療集團，在大陸合資成立「山東新華聯合骨科器材公司」，因應中國製造 2025 計畫，將擴大發展高性能醫材趨勢，共享大陸逾百億人民幣的骨材商機。

聯合骨材在台深耕 22 年，人工關節產品外銷全球 32 個國家，為台灣主打人工關節自有品牌的最大骨材廠。大陸新華集團成立迄今 72 年，旗下醫院等通路深入中國大陸 32 個城市，為大陸醫療服務龍頭之一。

著眼大陸人口老化和製造 2025 計畫將重視高性能醫材的發展趨勢，聯合骨材 10 年來已以進口商身分打進對岸市場，如今再聯手中國最大醫療集團之一的山東新華合資成立骨材公司，預計註冊資本為 3 億人民幣，有望進一步搶食骨材市場。

聯合骨材董事長林延生表示，2014 年中國大陸骨科植入市場規模為 133.3 億人民幣，關節類占比 34%，隨大陸人口老化和政策計劃加持，未來 5 年整體骨材市場規模複合成長率將達 20%，2020 年市場規模有機會突破 6 千億人民幣。

林延生指出，目前大陸市場占公司全球總營收比率約 35%，但進口商身分仍有別於本土商，除了招標、投標受限，也難擴展市占率。此次和山東新華合作將使聯合骨材「國產化」，利用山東新華通路擴大銷量，預計聯合骨材投資合資公司比率為 49%，山東新華投資比率為 51%。

(十四) 德瑪凱 發展高階醫療設備

2015/11/17

工商時報

記者張秉鳳報導

創櫃公司德瑪凱(7429)策略長張凱指出，沒有產業就沒有人才，這是德瑪凱2012年1月成立時面臨最大的挑戰。德瑪凱成立3年多，從創立初期股本300萬，到今年5月達1億3,000萬元，進入OTC創櫃市場，從醫學美容儀器代理，成功轉型為自主研發生產高階醫療儀器設備廠商。

張凱表示，三年多來，德瑪凱從員工3人，到今天40多人，其中博碩士占三分之一，德瑪凱能快速成長發展，主要受惠於政府政策支持，學研單位合作開發，讓德瑪凱能夠培育研發人才，跨足醫美的雷射領域、心臟急救領域、外科領域。主要合作研發單位有工研院、藥劑中心、金屬中心，及中原、南台等大學，產官學研攜手共同培育台灣醫材研發人才，發展高階醫療儀器設備。

日前德瑪凱發表的首台國人自主研發的自動體外心臟電擊去顫器(AED)即是在經濟部支持下，由中原大學醫療器材科技轉譯中心與德瑪凱產學合作的開發成果之一，明年產品取得TFDA第三類醫療器材許可證後，不僅要滿足台灣心臟急救市場需求，更將外銷亞太十多國市場。

三年多來，德瑪凱設立南北兩個GMP廠區，台北新店廠區的研發中心，及南科組裝製造廠區，取得I4810、I4410兩張GMP認證以及ISO13485，ISO9001全球認證，醫療用脈衝光皮膚治療儀成功打入台灣市場，家用醫美級美容儀外銷到全球十多個國家。明年AED及微創手術電刀機等高階醫療儀器設備陸續上市後，將帶動企業營運成長新動能。

生技產業為政府重要產業發展項目，生技新藥條例，將三級醫材列入獎勵。面對生技產業大環境有利情況下，德瑪凱明年下半年規畫公開發行及登錄興櫃，朝向資本市場邁進。張凱期許在台灣生技產業大好機遇下，德瑪凱招募更多人才，快速研發出更多高階醫療儀器設備。

(十五) 聯合骨科攜新華集團 新品牌登陸

2015/11/17

工商時報

記者方明報導

聯合骨科因應大陸啟動「中國製造 2025」政策，董事長林延生表示，大陸制訂高性能醫材「在地化」政策，聯合已與大陸山東新華醫療集團成立新公司，為聯合在大陸總經銷，並將生產符合美國 FDA 及歐盟 CE 認證的大陸國產人工關節新品牌，聯手打造大陸骨科第一品牌。

聯合昨召開法說會，林延生表示，聯合主打自有品牌人工關節外銷世界 32 國，並以「進口商」身分深耕大陸市場逾 10 年，但今年 5 月，大陸啟動「中國製造 2025」政策，明訂重大技術設備含高性能醫療器材如骨科植入物在 2025 年國產占有率需達 70%，勢必衝擊進口商。

為因應大陸制訂高性能醫材「在地化」政策，聯合已與大陸山東醫療器材商新華集團合資成立「山東新華聯合骨科器材公司」，預計資本額人民幣 3 億元，其中，新華集團投資比例為 51%，聯合為 49%，首期註冊資本額人民幣 2 億元，聯合首期出資包含技術作價 15%。

他指出，2014 年大陸骨科植入物市場規模總計人民幣 133 億元，關節類就占有 34.12%，聯合是國內也是亞洲第 1 家通過美 FDA、歐盟 CE、韓國 KFDA 及大陸 SFDA 認證的人工關節製造商，也是全球唯一 1 家能獨立於廠內將所有上、中、下游製程整合的人工關節廠。

林延生表示，聯合與山東新華合資新公司後，新公司將成為聯合在大陸的總經銷，雙方並合資設廠，將設定以通過美 FDA 規範的標準，共同創立大陸國產人工關節新品牌，一同進軍大陸醫療市場。

雙方合作後，為因應後續訂單成長，聯合將興建高雄三廠，擴大加工廠產線，預計於 2017 年投產，初期產能可增加 1 倍，待布建完成可擴充至 3.5 倍。

(十六) 創新醫材發表會 成績亮眼

2015/11/16

經濟日報

記者黃逢森報導

為呈現四年來「醫療器材產業技術輔導與推廣計畫」之經驗與成果，經濟部工業局結合金屬中心、工研院、醫技中心及鞋技中心等法人，於11月13日在台灣大學舉辦「2015 聯合創新醫材產品及技術發表會」，以研討分享、成品展覽方式，展示推動醫療器材輔導推廣之歷程及成果。

經濟部工業局民生化工組組長洪輝嵩表示，工業局投入輔具產業輔導多年，從關鍵零組件技術開發、跨領域科技整合到產業輔導，協助業界深耕產業關鍵技術，以差異化發展高附加價值輔具產品。輔導國睦公司開發具姿態傾躺功能、下巴控制技術及機電整合關鍵技術之電動輪椅，由宋小姐提供使用者需求與經驗回饋研發完成，希望透過這次輔具研發，帶動廠商開發更多優質平價的輔具產品，朝向差異化、高質化的照護輔具產品發展，以帶動國內輔具產業發展；未來也會針對人口老化的新計畫，來延續這幾年的技術成果，讓銀髮族活得更健康快樂。

金屬中心副執行長林志隆說，台灣在醫材領域已建立消耗性醫材、耐久性醫材、與輔具等產品外銷基礎與信譽，未來除持續扶植既有醫材轉型升級、發展具臨床需求等特色的醫材產業外，也將致力提升生產技術、創新設計、行銷能力。另外透過結合國內既有之資通訊產業領域的優勢技術，規劃輔具整合服務，發展智慧型醫療器材等產品與相關營運服務，賦予醫療器材智慧化功能，並將輔助科技整合發展成為健康養生產業，推展「創意+試製+產業化」的發展模式，提升產品競爭門檻，吸引廠商回台投資，增加醫材產業競爭力。

(十七) 經濟部聯手四法人 展示醫療器材推廣成果

2015/11/16

工商時報

記者葉圳轍報導

隨著我國進入高齡化社會，個人、家戶、機構、照護者對於輔具需求將大幅增加；經濟部工業局推動「醫療器材產業技術輔導與推廣計畫」，致力醫療電子產業技術升級，從關鍵零組件技術開發、跨領域科技整合到產業輔導，協助業界深耕產業關鍵技術，該計畫執行以來，成功協助多家企業轉型、升級。

為呈現該計畫4年來執行之經驗與成果，經濟部工業局特結合金屬中心、工研院、藥技中心、鞋技中心，於上周五（13日）在台大舉辦「2015 聯合創新醫材產品及技術發表會」，展示推動醫材輔導推廣之歷程及成果。

工業局民生化工組長洪輝嵩表示，工業局投入輔具產業輔導已經很多年，從關鍵零組件技術開發、跨領域科技整合到產業輔導，協助業界深耕產業關鍵技術，以差異化發展高附加價值輔具產品。本次成果亮點，是開發具姿態傾躺功能、下巴控制技術及機電整合關鍵技術之電動輪椅，結合使用者宋小姐所提供的需求與經驗，回饋作為研發的考量。

洪輝嵩強調，有別於其他電動輪椅，這一台電動輪椅體積小，有一些傳統的電梯或者出入口十分狹小，研發團隊同樣也考慮這些因素，設計輕巧便利更能適用於環境上的障礙。透過這次輔具產品研發，可提升行動不便者的自主能力，帶動輔具廠商開發更多優質平價的輔具產品，朝向差異化、高質化的照護輔具產品發展，以帶動國內輔具產業發展。

金屬中心副執行長林志隆表示，台灣已建立消耗性醫材、耐久性醫材及輔具等產品外銷基礎與信譽，該計畫未來除持續扶植既有醫材轉型升級、發展具臨床需求等特色的醫材外，也將致力提升生產技術、創新設計、行銷能力，協助國人獲取更完善的產品與服務，整合輔助科技發展成為醫療保健產業之一環。

談到未來研發規畫，林志隆說，106年智慧醫材計畫將投入7,000萬元，包括傳統醫材跨入智慧醫材，並延續智慧輔具研發計畫，增加溝通輔具的研發，進一步將生理蒐集到的各項數據聯網至雲端，更加健全醫療照護系統；同時也期望將輔助科技整合發展成為健康養生產業，推展「創意＋試製＋產業化」的發展模式，提升產品競爭門檻，以吸引海外廠商回台再投資，增加醫材產業之競爭力。

(十八) 承業醫海外報捷 明年更旺

2015/11/16

經濟日報

記者黃文奇報導

國內腫瘤醫材代理龍頭承業醫營運續報佳績，第三季稅後純益約 0.67 億元，較去年同期的 0.37 億元，大幅成長約 83.3%，單季每股稅後純益 (EPS) 達到 0.53 元。法人指出，由於承業醫第 4 季進入旺季，承業醫本季獲利將更優於上季。

承業醫表示，第 3 季獲利較去年同期成長近五成、表現優異，主要是今年新簽訂之合約陸續發酵，認列較多大型醫療儀器及周邊設備收入，另今年初對十陸的併購案，也持續發揮合併綜效。

營收方面，在中國醫院管理業務進帳之下，10 月單季營收 3.1 億元，年增 188.8%，月減 13.3%，累計前十月營收為 19.37 億元，年增 32.1%。

法人估，第 4 季中國醫院管理業務若順利進帳，加上兩岸設備機台將陸續完成裝機認列營收，單季稅後純益有機會上看 1.3 億元，年增逾兩成，改寫今年新高紀錄，單季 EPS 挑戰 1 元，全年 EPS 衝 2.5 元。

據了解，承業醫在大陸的澧縣醫院已經開始收病人，並貢獻租賃收入，而湖南郴州有一台舊型癌症治療設備也將汰換，未來也將貢獻營收。

明年浙江醫院放腫治療設備也會啟動，加上兩岸 Novadaq 與 Swissray 銷售機台將在年底前陸續認列，有望帶動承業醫的營運可望再走高。

特別值得注意的是，承業醫明年與印尼力寶集團合作案及中國合作醫院陸續簽訂，機台認列預估將有十部再加上租賃收入，換言之，明年承業醫的營收有機會保持兩位數成長並維持不錯的毛利率，法人看好，承業醫明年獲利也可望有雙位數成長，因此明年 EPS 上攻 3.5 元應不是問題。

承業醫是兩岸三地醫療設備代理商龍頭，國內大型醫療院所的新增直線加速器市場，市占率一直保持領先，近年承業醫陸續將布局腳步轉向海外市場，特別是鄰近的中國大陸與東南亞，其中，中國大陸主打的「軟體（顧問服務）+硬體（設備代理）」服務，也陸續有所貢獻。

展望第 4 季，法人預期，在認列直線加速器賣斷與升級的台數，將是今年最佳，單季營收也將是全年最高水準，季增率 25% 以上，今年全年營收可望有兩位數年增成長，應可優於去年。明年，由於租賃與銷售漸趨穩定，營運也可望更好。

(十九) 德瑪凱 AED 亮相 首部台灣自製

2015/11/16

經濟日報

記者邱四箴報導

德瑪凱公司研發「自動體外心臟電擊去顫器」(Automated External Defibrillator-AED)。日前於喜來登飯店舉辦發表會，首台台灣自製 AED 正式亮相。

德瑪凱公司策略長張凱表示，國產 AED 可望打破外商壟斷台灣市場的局面，期許以平價優質的產品推出市場，讓 AED 的價格更親民化，進而普及到社區、學校、運輸工具，帶動 AED 的鋪設率，提升國人公共環境安全。

根據急診醫學會統計，台灣每年約有 2 萬名患者在到達醫院前心跳沒有恢復正常。

若在意外發生當下使用 AED 電擊，可提升存活率。AED 能夠自動偵測患者心脈、施以電擊使心臟恢復正常運作，使用相當容易。

在經濟部支持下，中原大學醫療器材科技轉譯中心與創櫃公司德瑪凱(7429)產學合作開發的 AED 已進入最後測試階段，預計明年上半年通過衛福部審查後，即可上市。