

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：05 月 24 日～05 月 30 日

目錄

(一)	寶僑 搶進 3D 生化列印市場.....	1
(二)	邦特菲國新廠投產 毛利看增	2
(三)	台灣生技月 聚焦精準醫療	3
(四)	鏡鈦今年 EPS 衝 8.12 元	4
(五)	百丹特生醫營收登高峰	5
(六)	安克生醫 打造生技金三角	6
(七)	必翔拚 3 元 十年最佳	7
(八)	產學合作挖寶 智慧醫療入列	8
(九)	紘康將推心電量測 IC 攻美	9
(十)	亞光跨足生醫 營運添活水	10
(十一)	善德生技 秀智動化成果	11
(十二)	源星攻海外 搶居家檢測商機	12
(十三)	印尼市場大 多用途測量儀夯	13
(十四)	越南重保健 高品質醫材搶手	15
(十五)	印度兩招拚醫改 商機爆發	17

(一) 寶僑 搶進 3D 生化列印市場

2015/05/28

工商時報

記者鍾志恆報導

金融時報報導，3D 列印早已不再是一般人印像中應用於廉價塑像和小玩意，其應用技術已進入列印活的人體組織領域。全球最大日用品生產商寶僑（P&G）也投入這個領域，藉此找出更快和更便宜方法來測試其產品效果。

寶僑周二在新加坡發起一項大競賽，邀請全球各大專學院提出 3D 生化列印應用的研究計畫。

寶僑負責全球生命科學開放創新業務的盧克（Elena Lurie-Luke）說，希望能研究出生化列印的各種可能，因為這是非常巨大的新興領域。

生化列印的運作，是以人工培植的人體細胞來製造生物墨水（bio-ink），然後把生物墨水灌入裝有壓縮噴嘴注射器的墨水匣來列印。

3D 生物列印機會一層層列印來堆疊出細胞的形態，再以水凝膠包覆，充當撐托著細胞的框架。當列印出來的人體組織能自然成長後，就會抽掉水凝膠。

寶僑並非唯一著眼這項新興技術的公司，法國化妝品集團萊雅 5 月初，就跟美國新創立的生物列印公司 Organovo 合作，研發 3D 列印人體皮膚的技術。

萊雅在 2011 年已於法國里昂成立實驗室，專注生產試管內的皮膚組織，讓化妝品不再依靠動物來測試。

盧克說，由於寶僑有大量保養品產品，因此已發展出多個不同試管內皮膚組織的模型。只要寶僑不斷創新和有新工具的協助，生物列印將大有可為。

不少藥廠也在開發生物列印技術，以加快醫藥研發與測試速度。全球首家上市 3D 生物列印公司 Organovo，已針對醫藥研究和臨床實驗研發出活的肝組織。

雖然專家相信，終有一天能以 3D 生物列印供移植用的人體器官，但由於該技術仍在研發階段的初期，因此列印人體器官的技術在未來 20 年內不可能實現。

(二) 邦特菲國新廠投產 毛利看增

2015/05/28

經濟日報

記者高行報導

醫材大廠邦特(4107)旗下菲律賓新廠順利投產，預計5月底或6月取得菲國當地內銷許可，並享30%免稅額度，敲開東協醫療市場大門。法人指出，邦特後續將洗腎用血液透析管和穿刺針等高人力產品轉移菲國生產，有助推升毛利，加上東協市場看俏，營運將逐季走高，全年每股稅後純益上看4.17元。

邦特預計最快5月底取得菲國內銷許可，按照菲國新廠一定外銷比例獲得當地醫療院所內銷配額，不但順利打進菲國本地市場，在外銷上也就近供應東協、印度等新興市場。法人認為邦特在新產能和新市場的挹注下，今年EPS上看4.17元，締造七年來新高水準。

邦特旗下菲廠產能最高可擴充至16條產線，初期每月貢獻營收3,000萬至4,500萬元，若隨市場擴增產能全開，每月可貢獻億元營收，帶動現有營收倍增。邦特股價昨(25)日收90.4元，上漲5.9元。法人指出，邦特導管產品出貨暢旺，在產能持續擴增下，未來二年維持高成長軌道無虞。

(三) 台灣生技月 聚焦精準醫療

2015/05/28

中時電子報

記者杜蕙蓉報導

2015 台灣生技月（BioTaiwan 2015）將於 7 月 22 至 26 日登場，首發的「BioBusiness Asia Conference（BBA 亞洲生技商機高峰論壇）」，今年聚焦「精準醫療」發展趨勢。在看好生技產業發展下，今年攤位增加至 1,250 個再創新高，而參觀人數初估將首度突破 10 萬大關。

2015 台灣生技月籌備委員會主任委員、生物產業發展協會名譽理事長李鍾熙表示，今年年初，美國總統歐巴馬提出推動精準醫療計畫，讓「精準醫療」成為目前國際最熱門的焦點，也是全球生醫產業將來必走方向。此次論壇也吸引知名趨勢大師、各跨國藥廠高層來台共襄盛舉，顯現台灣生技產業受到國際重視。

李鍾熙表示，精準醫療目標在追求用更準確的診斷來配對更好藥物，找出最經濟有效的個人化醫療。但因為族群有不同基因型態，所以「精準醫療」是具有地區性特色和需求的產業，亦是台灣生技產業可發展的利基。

另外，今年活動持續擴大國際化，不僅國際跨國大藥廠包括 Novartis、AstraZeneca、Takeda、Pfizer、Sanofi、J&J、GSK 等高層將出席發表相關專題演講，國際知名創投-日本大和創投、維梧資本，以及 WHO、日本、韓國產官學研也將出席盛會。

李鍾熙強調，「這次 BBA 會議特別邀請各國產、官、學嘉賓演講，目標是希望台灣更能在亞太市場建立具優勢的產業定位與發展方向。」他同時指出，台灣、大陸各具不同能量，兩岸如何整合合作、共創大亞洲市場，也是大家關切的議題，大會的另一場「兩岸生醫產業合作研討會」將關注此議題。

(四) 鏡鈦今年 EPS 衝 8.12 元

2015/05/27

經濟日報

記者高行報導

微創手術器械廠鏡鈦(4163)首季因研發費用墊高，導致業績表現不如預期，但第2季後新金屬加工製程開出，加上大陸牙科植體啟動銷售，法人估全年營收預估展現10%至15%的成長力道，每股稅後純益(EPS)上看8.12元。

鏡鈦首季管理和研發費用墊高，導致獲利表現不如預期。但法人指出，該公司在取得客戶ODM訂單前，研發費用都有增加現象。

首季研發費用增加，主因指向公司持續開出新的金屬加工技術和製程產能，加上自去年底準備在對岸進行牙科植體銷售，可說是後續營運增溫的前兆。

鏡鈦旗下牙科植體已獲大陸兩項銷售許可，即將在本季啟動銷售，另新的金屬加工製程產能開出，有助提高後續接單能力及擴展新客戶。法人表示，鏡鈦全年營收年增將維持10%至15%的成長軌道，其中微波開關和微創手術器械營收成長10%至20%，傳統扣件產品則持平。

法人估全年EPS為8.12元，較去年7.87元增加。

鏡鈦首季獲利衰退另一原因為匯兌損失，由於該公司產品九成銷往美國，新台幣走強導致獲利下滑，第2季仍恐持續面臨匯損壓力，為後續營運變數之一。鏡鈦股價昨(26)日收141.5元，下跌1.5元。

(五) 百丹特生醫營收登高峰

2015/05/27

工商時報

記者蔡武穆報導

國內牙材百丹特生醫經過去年重新調整營運布局，今年第 1 季營收獲利逐漸展現成效，該公司表示，今年將加重中國大陸及印度市場布局，營收可望再創高峰。

百丹特生醫以瑞士品牌行銷全球，目前產品分為人工牙根系統，數位牙科系統兩種，目前比重各半。其中，人工牙根系統又分為組織型、骨水平、骨水平錐形及一件式四種，包含植體、支台、配件及手術工具，數位牙科系統則包含牙模掃描、數位牙雕刻、3D 設計等數位工法。

該公司以人工牙根系統及數位牙科系統為同時切入，提供完整的解決方案，可以讓牙醫師快速、精準的為病患製作完美的全瓷及複合式假牙，因此頗受牙醫師及牙技師的喜愛，目前銷售區域遍及美國、歐洲、俄語區、土耳其、伊朗、埃及、台灣、澳洲等地區。

董事長謝沛勳表示，由於口水中含有細菌，容易藏匿在支台與牙根間的縫隙，造成口腔感染，該公司是全球唯一能做到支台與牙根無縫隙的廠商，不但減少口腔細菌孳生，更能加速術後骨癒合時間，在市場上相當具有優勢。

(六) 安克生醫 打造生技金三角

2015/05/27

工商時報

記者李水蓮報導



領先全球的「驗甲狀腺癌免扎針」，由安克生醫與台灣大學發表共同合作成果。安克生醫董事長李成家（右四）、台大校長楊泮池（右五）及雙方代表於成果發表會合影。圖／安克生醫提供

甲狀腺癌高居國人十大癌症第九位，國內產學合作傳出捷報，由安克生醫全球首創「驗甲狀腺癌免扎針」，日前（18日）攜手台灣大學發表共同合作成果。同時，安克生醫、懷特生技新藥、美吾華公司的「生技金三角」三足鼎立，將整合高階醫材、新藥研發、品牌通路等三大優勢，未來發展如虎添翼。

安克生醫研發的「甲狀腺結節電腦輔助偵測診斷」軟體（CAD），經美國食品藥物管理局（FDA）核准，為全球第一、也是唯一獲得上市許可之超音波CAD產品。這項診斷軟體利用影像分析技術，可標示腫瘤特徵、「著色」，幫助醫師提高超音波判讀的準確度，將取代民眾害怕的侵入性穿刺檢查，對發生率節節上升的甲狀腺腫瘤，提供更好的篩檢利器，最快下月可在台大醫院使用。

安克生醫交出亮麗的成績單，更與懷特生技新藥、美吾華公司形成生技金三角，董事長李成家表示，老字號的美吾華公司，旗下擁有美吾髮美髮系列產品、博登藥局連鎖體系是國內最大、最專業調劑藥局，建構完整消費品與醫藥品於醫院、診所、藥局等通路的專業行銷團隊。

懷特生技新藥作為國內第一家新藥研發型上市公司，已研發成功新藥「懷特血寶注射劑」是衛福部核准的第一個新藥，並設立台灣第一家符合PIC/S原料藥廠規格的植物新藥精製廠，研發產品線完整，含植物新藥、新劑型新藥、小分子新藥等，展現堅強實力。

另外，安克生醫研發中的肝癌、乳癌、攝護腺癌等檢測產品，已陸續申請美國FDA上市的許可，達到癌症早期診斷、早期治療的目標。李成家認為，安克生醫、懷特新藥、美吾華相輔相成，將發揮生技金三角綜效，並立足台灣，放眼國際。

(七) 必翔拚 3 元 十年最佳

2015/05/26

經濟日報

記者高行報導

電動輔具大廠必翔（1729）近期將和美國大型通路商簽約，旗下高階電動輪椅第 2 季起搶攻美國市場，由於該產品毛利逾四成加上出貨放量，預期帶動全年營收、獲利跳升。

法人估必翔今年營收有望站上 21 億元，年增翻倍，每股稅後純益（EPS）上看 3 元，締造近十年來最佳水準。

必翔旗下高階電動輪椅歷經二年研發，在去年底小量出貨，近期將敲定美國大型通路商的代理合約，搶攻當地輔具市場。公司表示，該款產品毛利高於 40%，遠高於中低階產品 25%至 30%，第 2 季起大量出貨，將成為帶動全年營收、獲利成長的關鍵動能。

必翔力推的城市電動車去年因經銷商整併而出貨驟降，今年在通路底定後，包括都會通勤車和和小貨卡恢復成長動能，歐美日等國市場接受度高，預計下半年持續放量。必翔股價昨（26）日收 62.7 元，上漲 0.1 元。

必翔現階段歐洲市場營收占比約五成、美國占比三成，澳、紐占一成，台灣、日本等亞洲市場占比為一成，公司表示，今年將以高端電動輪椅及電動車等利基產品，持續衝刺市場規模。

必翔第 2 季業績轉佳，4 月起展現成長勁道，當月營收 1.24 億元，年增 49.58%，為近兩年單月新高，累計前四月營收 3.95 億元，年增 26.98%。

除受惠高階電動輪椅出貨外，轉投資電池事業開花結果，前四月營收 7,913 萬元，超過去年全年總和，預計本季轉盈後持續貢獻獲利。

必翔去年營收 10.74 億元，稅後純益 4,264.5 萬元，法人指出，今年在高階產品放量出貨，現有的代步車及電動輪椅的訂單穩健成長，本業營收年增上看三成；再加上轉投資的必翔電能本季虧轉盈開始貢獻獲利，促使集團全年營收有望挑戰倍增，來到 21 億元水準，EPS 上看 3 元。

(八) 產學合作挖寶 智慧醫療入列

2015/05/26

工商時報

記者黃志偉報導



「智慧醫療」產學媒合交流會，工研院技轉中心主任王本耀（左起）、科技部產學及園區業務司司長邱求慧、台北市電腦公會副總幹事黃鑒鎮、工研院產業經濟與趨勢研究中心主任蘇孟宗共同合影。圖／業者提供

面對全球產業與市場競爭激烈，全球掀起對海量資料與創新資源的挖寶潮。為挖掘台灣學界龐大創新研發成果的「寶藏」進行商業加值，科技部補助工研院執行「運用法人鏈結產學合作計畫」，昨（25）日交由台北市電腦公會舉辦「產學媒合交流會」，以「智慧醫療」為主題，藉由研發成果分享與產學合作案例，擴增台灣智慧醫療產業發展契機與競爭力。

為推動台灣從「效率經濟」成功轉型為「創新經濟」，必須發掘更豐沛的創新能量。過去三年，科技部補助學界進行研究的計畫近兩萬項，如何讓這些學界創新研發的能量，導入到產業界做多元化加值應用，科技部推動「運用法人鏈結產學合作計畫」，並找有經驗的法人工研院及公協會等讓產學合作鏈結，初期以「電子資通訊」領域做為試行計畫的範疇，任務包括對研究成果進行盤點評估、諮詢輔導如商品化、媒合推廣、人力培訓、新創事業輔導等，以及針對企業做需求調查，建置產學合作開放平台與資料庫，並舉辦媒合交流會等等。

科技部產學及園區業務司司長邱求慧表示，今天的智慧醫療產學媒合交流會為今年的第二場，第一場為物聯網，第三場計劃是車用電子，這些主題除了是產業熱門趨勢或台灣具發展潛力領域外，都是詢問過廠商後比較感興趣的領域，而今年預計辦七場，四場由公協會舉辦，另三場將在竹科、中科及南科針對在地聚落需求來舉辦。透過一系列的成果盤點與媒合輔導等，不僅可將產學距離拉近、彌平產學之間的落差，最主要還能把餅做大，讓產學界都能吃到市場商機，達到雙贏。

此次「智慧醫療」產學媒合交流會，除邀請相關領域的企業與教授進行交流與探討外，也分享智慧醫療領域的多項研發成果與應用案例，其中像是無鬼影雙模式抬頭顯示系統與可應用於口腔癌光動力臨床治療創新 LED 光源等學術成果推廣案例；還有朝陽科大銀髮園案例，將多種感測裝置與應用程式結合，將資訊科技應用於銀髮照護；另外，長庚大學以智慧穿戴式衣物進行 24 小時心電訊號、呼吸、溫度、汗液及姿態等資料監控，達到健康照護及預警。

(九) 紘康將推心電量測 IC 攻美

2015/05/26

工商時報

記者楊曉芳報導



台灣 IC 設計業將添新兵，類比 IC 廠紘康（6457）預計將於今年 6 月中旬上櫃掛牌，由於紘康是台灣少數具備整合 MCU 及 ADC 技術的 IC 設計廠，專攻利基型的高單價市場，最快將在明年推出心電量測晶片，挑戰目前美國 ADI 最肥美的醫療級市場。

董事長趙伯寅昨（25）日指出，紘康專注於高精度量測的 IC 設計技術，長遠的目標是要挑戰類比 IC 界長期穩定賺錢的美國 ADI（Analog Devices）公司，最快明年將可公推出一顆要價百美元價位的心電量測 IC。

紘康有別台灣其他類比 IC 廠，以保護 IC 起家。由趙伯寅親自帶領具備類比核心技術的團隊，一開始是以鋰電池保護 IC 起家，隨著推出整合了 ADC 技術的 8 位元、32 位元的 MCU 在物聯網市場穩定成長，現在紘康有 6 成的營收來自 MCU。去年公司合併營收達 4.74 億元，年成長率約 16%，但稅後淨利達 0.43 億元，年成長率高達 34%，毛利率也首度突破 40%，創下歷史新高。

紘康以鋰電池保護 IC 在大陸白牌手機市場賺進第一桶金，不過，3 年前面臨陸系競爭對手低價搶單，為避開殺價競爭，產品朝向品牌客戶市場發展，並在近 2 年成功與日本的競爭對手包括有三美電機、精工、理光等共同分食市場，也帶動紘康的毛利率走升。

趙伯寅指出，紘康在智慧型手機的鋰電池保護晶片市場已成功與日系對手分食市場，並拿下 5% 的市占率，即便面臨日幣走貶，讓滲透該市場的速度變慢，但擴大空間仍將持續，很有信心取代日廠的效益將續帶動今年業績成長。隨著 ADC 技術精進，最快也將在明年推出心電量測晶片，挑戰目前美國 ADI 最肥美的醫療級市場。

(十) 亞光跨足生醫 營運添活水

2015/05/25

工商時報

記者王中一報導

光學股亞光(3019)今年可望轉骨變身！該公司除了第1季虧損比前一季和去年同期分別大減71%和69%、每股僅小虧0.18元外，新產品線更帶來濃厚轉機。據了解，亞光即將在6月11日舉行新創事業發表會，鎖定是生醫領域，可望替今年度的營運增添活水。

更值得觀察的是，亞光位於菲律賓的廠區以生產「光學瞄準鏡」為主，專攻「軍事」和「運動」領域，由於營收規模占集團的20~25%、年年都有亮麗的獲利表現，因此有計畫進行IPO，不排除朝向大陸股市掛牌發展，屆時將成為集團的「小金雞」。

光學元件產業形成「大者恆大」的發展模式，專注於智慧型手機照相鏡頭的大立光(3008)持續擴大戰果，幾乎橫掃一切手機品牌大廠訂單，第一季EPS高達32.86元，上周五股價更持續改寫台股歷史新高，成為整個族群的唯一贏家，其餘8家廠商第一季全部虧損。

不過，亞光第一季雖仍未能轉虧為盈，但從內容來看明顯好轉，在緬甸眉苗廠區啟用、降低生產費用之後，反映在第一季財報上，單季虧損比前一季和去年同期大減71%和69%，每股小虧0.18元。

亞光指出，大陸勞動成本節節上揚，更麻煩的是旺季缺工，且流動率太高；反觀緬甸，不僅人力成本僅有大陸的1/5，更重要的是相當安定，尤其眉苗廠的流動率僅區區2%，加上服從性高，也讓亞光該公司將未來的製造重心壓注在緬甸廠之上。

亞光的緬甸仰光廠廠區約10萬平方米，以玻璃鏡片研磨及鍍磨為主，但未來已無擴充空間；眉苗廠廠區則有18萬平方米，除了亞光的相機組裝、鏡頭鏡片、步進馬達、快門等之外，子公司亞泰的CIS感測影像生產線也位於當地，年產能300萬套。

從數位相機產業來看，雖然整體的需求仍持續下滑，但專攻運動市場的相機則在GoPro引領風潮帶動下，還有不錯表現，以亞光來說，出給柯達(Kodak)品牌的運動相機就獲好評，而且還有機會進一步導入在無人空拍機之上。至於亞光在生醫領域的布局，則有待6月11日的發表會一展成果。

(十一) 善德生技 秀智動化成果

2015/05/25

經濟日報

記者陳華焜報導

經濟部工業局為促進我國智慧自動化產業發展，加值應用於製造業與健康照護等重點產業，特別推動各領域產業的觀摩活動，藉由成功經驗擴散，產生連鎖效益，進而促成整體產業升級轉型。21日在善德生化科技公司舉辦「血液透析軟型材料組裝及AGV運載整合系統智慧自動化示範案例」觀摩會，成果豐碩，獲熱烈回響。

善德生化科技公司在經濟部工業局輔導下，成功建立血液透析軟型材料組裝及AGV運載整合系統技術服務能量，可協助製造端業者達成射出／押出醫療用耗材自動組裝，並結合組裝與運載的生產線以提升效率。

工業局透過本輔導示範案的介紹，協助業者更了解國內自動化技術服務業者能量，將有助於擴大應用領域，提升產能。

本活動除介紹血液透析軟型材料組裝及AGV運載整合系統示範案例輔導計畫成果外，並安排善德雲林廠工廠參觀，藉實地走訪醫療器材廠商，讓廣大中小企業主能夠對自動化所帶來的生產效益更有感，並願意投入生產製造的升級，參訪行程深獲參訪團員讚許。

(十二) 源星攻海外 搶居家檢測商機

2015/05/25

經濟日報

記者高行報導

國內最大醫療血壓計製造商源星生醫在打入國內百家醫療院所後，旗下具備預警中風的心臟頻譜血壓計蓄勢待發，計劃搶進國際居家檢測市場。由於該項獨門技術突破傳統血壓計無力預警中風的盲點，掀起血壓檢測領域革命，有望帶動新一波換機潮。

源星生醫由董事長張國源領軍，自主研發血壓計領域十餘年，旗下病房用多功能生理監測系統擊敗多家國際龍頭品牌，奪下國內醫療院所八成市占，一舉躍居國內最大醫療血壓計品牌。

在國內醫療市場站穩腳步，研發能量十足的源星緊接推出能夠提前警示中風的心臟頻譜血壓計，不僅針對原有醫療院所市場，還將推向潛力更為雄厚的居家檢測市場，該項獨家技術獲美國、歐盟、大陸和國內的發明及專利證書，產品已進入美國 FDA 和大陸 CFDA 的審核階段，

源星自主研發的心臟頻譜血壓計和傳統血壓計大不同，可直接探測心肌、瓣膜、冠狀動脈甚至全身血管的射血情況，藉此判斷心房纖維顫動、心律不整、心臟衰竭及心臟收縮功能不良等異常，直接在電腦螢幕上顯示心脈圖像，就如同「科技診脈」。

張國源指出，頻譜技術最大的優勢在於精準度高達 97% 以上，較現行醫院普遍使用的心電圖還要強大，不但可協助醫師更精準的診斷，更能做到提前預警中風，成為進入每個家庭的「必需品」。

張國源舉例，有次到大陸談生意，對方氣色不好有表示胸悶，他立刻拿出儀器幫忙檢測，對方當天就住進醫院治療心肌梗塞，若不是提早發現不對勁，等發作後送醫很可能來不及。

源星旗下心臟頻譜血壓計預計年內取得大陸 CFDA 認證及美國 FDA 認證，進軍大陸和美國市場，而兩大市場的行銷推廣已先行啟動，張國源表示，當地醫療院所的反應超乎預期，具備強烈的引進意願。

張國源對進軍國際居家檢測市場也身具信心，現階段正和國際保險業者洽談合作。

他表示，美國保險業結合遠距照護趨勢成型，許多龍頭保險公司開始要求保戶在家庭加裝居家檢測儀器，透過遠端監測降低保戶動大手術的機率，有效降低理賠支出的同時，亦刺激相關儀器的需求。

(十三) 印尼市場大 多用途測量儀夯

2015/05/24

經濟日報

記者林怡欣報導

印尼擁有世界第四大人口，內需市場龐大，醫療保健需求也逐漸攀升。近年來中產階級興起、內需需求湧現，但仍是東南亞貧窮國家之一。

根據 Espicom 2015 年估計，2014 年印尼整體醫療支出為 276 億美元，平均每人醫療支出約 109.2 美元，醫療支出只占 GDP 的 3.2%，其中 2014 年醫療支出中約有 41.3% 為公共醫療支出，58.7% 為私人醫療支出。

為解決醫療分配不均情形，印尼政府極力擴大社會醫療保險覆蓋率，目前印尼醫療保險覆蓋率約 65%，包含提供公務員與眷屬保障的 Askes，保障私人企業勞工與眷屬的 Jamsostek 計畫，以及提供貧窮人口基本醫療服務的 Jamkesmas 計畫。

其中 Jamkesmas 自 2008 年開始實施，提供印尼貧窮人口享有基本醫療服務，亦為目前覆蓋率最大的醫療福利計畫。去年印尼政府據 2011 年通過的社會保險執行機構法令（BPJS）實施新的社會福利計畫，將分階段整合全民醫療保險，勞工保險、社會保險與退休金制度。

在全民醫療保險方面，目標在 2019 年全國民眾納入醫療保險、擴大醫療保險覆蓋率，同時也擴大公立醫療體系規模，提升醫療品質，預計醫療市場將有大幅成長。

印尼去年醫療器材市場規模約 7 億美元，年增 3.5%，占全球醫材市場 0.2%。若與醫療支出相比，去年印尼醫療器材市場占整體醫療支出比重約 2.5%，約占 GDP 0.1%。印尼雖有豐富的天然資源，但缺乏技術與相關專業人才，醫療器材市場仍仰賴進口，占比高達九成以上。

世界衛生組織（WHO）的報告顯示，心血管疾病、癌症和糖尿病是印尼非傳染病前三大疾病，占印尼死亡成因一半以上。因此印尼衛生部提出相關衛生推廣政策，建設地區衛生健康中心及添購所需設備，期望能早期診斷並治療相關疾病患者。

根據國際糖尿病聯合會（IDF）報告指出，去年印尼約有 911.6 萬人罹患糖尿病，約 17.6 萬人死於此疾病，但仍有 485.4 萬人未被檢驗出罹患糖尿病，主因糖尿病衛教不足，糖尿病患及其家人普遍缺乏血糖監測意識。另外，頻繁監測血糖需耗費高成本，多數病患無法負擔高額成本。

近年來印尼中產階級崛起，生活享受及保健意識逐漸高漲。在購買血糖計的

需求除價格考量外，對產品品質及功能的要求愈來愈高。產品重視血糖計的精確度，若是單純低價而品質一般或低品質的產品，接受度降低，故廠商除價格考量外，也需提供高品質及精確度高的血糖計，以滿足中產階級需求。

物超所值的產品在印尼地區相當具吸引力，多功能測量儀除提供糖尿病患居家血糖測量，也供全家人或親友測膽固醇及尿酸等的功用，若一機多用途的測量儀和單一血糖計價格相當，可贏得許多病患青睞。印尼醫材市場進口依存度高，加上缺乏技術與原物料供應，民眾較偏好國際品牌。但國際品牌價格仍屬於高價，對於一般民眾負擔仍大，因此市場上有許多二線品牌以較優惠的價格切入，以滿足市場所需。

（作者是工研院 IEK 生技醫藥與醫療器材研究部分析師）

(十四) 越南重保健 高品質醫材搶手

2015/05/24

經濟日報

記者黃裕斌報導

越南在 1986 年積極進行經濟改革，宣布開放投資，帶動國內第一波經濟活動快速發展，並於 2007 年加入世界貿易組織，加速與國際之間經濟貿易活動，使其成為東南亞區域中經濟成長最為快速的國家之一。

2013 年越南國內生產總額(GDP)為 1,704 億美元，2014 年達 1,855 億美元，年增 5.7%，近五年 GDP 平均成長率為 5.7%，同期的人均 GDP 達 2,004 美元，近五年平均成長率高達 10.2%。

經濟持續成長，但當地醫療環境未同步提升，這是越南政府關注的議題，反映在財政上則是每年增長的醫療支出費用，整體醫療支出由 2008 年的 54 億美元，2013 年時已成長到的 106 億美元，平均每人醫療支出從 2008 年的 62 美元，倍數成長至 2013 年的 115 美元。

由於越南醫療基礎環境建構尚未完整，城鄉資源差距大，政府已進行相關醫療改革措施，如針對當地醫療院所及和部分省級綜合醫院進行建構與設備升級，並透過增加醫療院所數量，發展現代化醫療機構等，以加強建構當地醫療健康網絡和改善問題。

越南官方還透過推動全民健康保險法，強制實施醫療保險制度，希望有效增加覆蓋率至每位民眾，從根本做起，以帶動國內醫療普及度及民眾對於自我健康意識的重視與提升。

另外，針對國內重要的疾病進行相關預防保健計畫推展，如高血壓、糖尿病等慢性疾病，藉此促進民眾對疾病的認識，並持續強化民眾的衛教資訊，以及加強相關疾病預防、患病後的有效控制與減緩惡化等觀念。

越南飲食習慣與料理方式如傳統調味方式、慣用食用動物性油類、燒烤料理方式，再加上喜好飲酒、抽菸等習慣，2011 年越南男性抽菸比例高達 46%，在不良飲食習慣與缺乏運動的生活型態下，當地患有三高族群人口快速增加，特別是心血管疾病與糖尿病等疾病狀況日趨嚴重。

據越南國家心臟協會、BachMai 醫院及河內醫學大學研究指出，高血壓盛行率於 2012 年高達 25.1%，糖尿病患者更是成長快速，整體盛行率由 2011 年的 2.9% 攀升至 2014 年的 5.3%，政府開始重視高血壓、糖尿病等慢性病衍生的公共健康問題，並進行全國性預防計畫推展，如心血管疾病預防與控制計畫等，透過衛教推廣宣導、慢性病管理的政策擬定，以期有效控管慢性疾病盛行率，達到有效的

疾病管理及控制，也推升相關居家醫材的商機需求。

隨著越南民眾可支配所得提升，造就中產階級人口規模快速興起，也驅使著消費樣態改變，更加重視個人健康，並逐漸轉向講究產品品質。

根據市調公司 TNS 調查越南河內與胡志明市的消費特性發現，有超過 80% 受訪民眾表示，愈來愈擔心健康問題、超過 90% 傾向購買品質較高的商品。

當地高血壓與糖尿病等慢性疾病盛行率快速增加，由於當地廠商能量有限，因此相關醫材產品仰賴進口，以血壓計為例，若產品品質與規格同質性高，價格才是民眾次要考量因素，價差超過 20 萬越盾將會影響購買選擇。(作者是工研院生技醫藥與醫療器材研究部研究員)

(十五) 印度兩招拚醫改 商機爆發

2015/05/24

經濟日報

記者蔡孟男報導

2014 年印度代表改革路線的人民黨在大選中大獲全勝，人民黨領袖莫迪成為總理，宣示將帶領印度展開政經改革議程。新政府持續擴大保險改革、官僚體制改革與增加基礎建設，資本市場對印度新政局帶來正面肯定，也讓印度 2014 年第 4 季的 GDP 成長率達到 7.5%。

經濟持續成長將創造出更多中產階級，穩定經濟的結構，醫療需求隨之持續增加，新政府加強醫療政策，提升人民福祉，包含推行國家健康計畫（NHM）與全民醫療保障計畫（UHAM）。國家健康計畫整合國家鄉村健康照護計畫（NRHM）與國家都市健康照護計畫（NUHM），目標在 2012 年至 2017 年間提高一倍的公共醫療支出，降低民眾自費醫療支出的比例，改善國家醫療資源不足與不均的情況。

而 UHAM 預計未來五年內投入 185 億美元，使全民醫療保險覆蓋率由 25% 提升至 75%，將成為全球最大的公共醫療保險計畫，也將支撐醫療支出與醫材市場的需求與成長。

此外，提升各邦醫學中心的 PMSSY 計畫第三階段將展開，預計投入至少 1.4 億美元，優先升級六個邦的主要醫院成為醫學中心。

多重醫療政策的驅使之下，印度醫療市場前景非常看好，根據 BMI Espicom 的預估，印度醫療器材市場將從 2014 年的 37.3 億美元成長至 2017 年的 56.4 億美元，年複合成長率高達 14.8%。

印度市場醫療器材產品種類區分為醫用耗材產品、診斷影像產品、牙科產品、骨科與植入物、輔助器具及其他類醫材，各類醫材所占比重分別為 19.4%、30.7%、3.7%、7.6%、10%及 28.6%。其中診斷影像產品是最大宗的醫療器材領域產品，2014 年市場規模約 11.4 億美元，預估未來三年的年複合成長率為 12.5%。

老舊醫院的硬體設施持續升級，也讓專科醫療設備市場快速成長；例如牙科設備未來三年的年複合成長率達 15.4%。骨科與植入物 2014 年市場規模較 2008 年成長超過三倍、達 2.8 億美元，預期未來三年的年複合成長率可達 19.1%。眼科設備去年市場規模 2 億美元，預期到 2017 年可達 3.3 億美元。呼吸治療設備去年市場規模 1.6 億美元，到 2017 年可達 2.2 億美元，未來三年的年的複合成長率高達 18.8%。

居家醫材部分，印度當地三高疾病盛行，心血管疾病成為印度十大死因之

首，每年約有 24% 的人死於心血管疾病。

近年來政府加強衛教的措施之下，市場對於血糖監測產品、血壓計的需求快速成長，2014 年血糖監測產品市場規模 1.2 億美元，預期到 2017 年可達 2 億美元，年複合成長率 15.9%；去年血壓計市場規模 1.9 億美元，預期到 2017 年可達 3 億美元。

兩極化醫療需求是印度醫療市場的最大特點，新興中產階級願意自費追求卓越醫療品質，中低階收入藍領階級則期盼政府擴大公立醫療體系，並給予醫療補助，甚至免費醫療服務。

新興中產階級的高品質醫療需求與政府投入擴大基礎醫療設施的政策，展現各方不同的需求與目標，因此商機產品在進入印度市場時，須做好市場區隔，並給予明確的市場定位與行銷策略。

印度是極具差異化的市場，不同城市有不同的生活型態，與當地代理商的合作模式，將是品牌與產品進入市場的重要關鍵。

而破碎的通路也讓台灣廠商有機會透過眾多經銷體系切入當地市場。

台灣廠商可選擇理念相同的經銷商配合，藉由雙向充分溝通深入了解印度市場需求。

印度市場除對產品價格很敏感外，對品牌口碑與產品品質也很重視，削價競爭絕非進入市場的長遠策略，要提供完善的售後服務與技術支援，建立品牌信任。

產品方面則需以明確的市場區隔定位產品，鎖定對應的消費族群進行產品行銷，才有機會掌握當地醫材市場商機。

（作者是工研院 IEK 生技醫藥與醫療器材研究部分析師）