

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：06 月 14 日～06 月 20 日

目錄

(一)	均豪進軍生醫 發展自有品牌	1
(二)	台灣國際醫療展登場 雅博推氣墊床新品	2
(三)	曄世生技 新廠 7 月完工啟用	3
(四)	大學光 營收估雙位數成長	4
(五)	北美生技展 台灣館亮眼	5
(六)	大立光 搶攻隱形眼鏡市場	6
(七)	原相推出量血氧濃度感測器	7
(八)	成春推廣自有醫療品牌 行銷國際	8
(九)	鈺緯併美通路 獲利點火	9
(十)	康科特 攻高齡化商機	10

(一) 均豪進軍生醫 發展自有品牌

2015/06/18

經濟日報

記者李珣瑛報導

均豪(5443)董事長葉勝發昨(17)日表示,積極準備進軍生技醫療市場,已有合資的全血分析儀,及隱形眼鏡設備機台小量出貨,並將布局在大陸蘇州建置 GMP 工廠,將申請 CFDA 認證,未來將銷售均豪自有品牌的醫療設備。

均豪昨天股東會通過修改公司章程,增列醫療器材製造、零售及批發業;以及拋棄式和功能性軟性隱形眼鏡等營業項目。均豪已成立「生醫部門」,與學校團隊展開緊鑼密鼓的合作開發中。

均豪並投資大陸普施康公司,為其第二大股東,生產其擁有專利的微流控全血分析儀。

(二) 台灣國際醫療展登場 雅博推氣墊床新品

2015/06/18

中央社

記者羅秀文報導

台灣國際醫療展今天起在世貿一館登場，上市醫材廠商雅博(4106)推出 2 款配合 B 款補助的新型氣墊床，提供褥瘡風險不同的患者更多選擇，搶攻長照商機。

「長照法」日前三讀通過，整合長照體系及保險補助，預估每年衍生的居家照護相關器材、輔具等商機將超過新台幣百億元，雅博可望直接受惠。

雅博透過英國子公司 Westmeria，成為亞洲首家擁有氣墊床租賃服務 know-how 與成功經驗的廠商，為了在長照法正式上路後立即提供服務給照護機構、醫療院所及居家照護經銷商使用，決定把在英國經營多年的輔具租賃服務經驗引進亞太市場，以台灣作為亞太第一站，配合政府長照法相關政策，搶攻商機。

(三) 曄世生技 新廠 7 月完工啟用

2015/06/18

工商時報

連續三年穩定獲利的曄世生技(4197)，已於5月7日股東常會通過103年度盈餘分派，每股將配發股票股利0.5元，現金股利0.3元，合計0.8元，繼續維持以往穩定的股利政策，將公司經營的成果與全體股東分享。

曄世生技為因應產能擴增，去年購地建新廠已進入室內裝修階段，預定今年7月完工啟用，新廠緊鄰二高香山交流道的新竹市中華路，規劃為地下一層、地上五層結構體，廠房涵蓋永續經營發展的四大支柱產品，包括血糖測試系統、皮膚保養品、菌種發酵、基因檢測等，面積為舊廠5倍大，各項產品線將以獨立樓層分開，規劃成GMP及符合國際認證之醫療器材廠、化妝保養品廠、健康食品廠等，新廠正式運轉後除可擴大產能，更將導入自動化生產以增進生產效率。

曄世董事長戴鏗碩指出，在醫療檢測系統領域為爭取更大市場認同，除繼續拓展血糖測試系統自有品牌eB系列市場外，也積極開拓遠距照護系統。血糖藍芽傳輸系統已於1月19日獲得歐盟認證。血糖WiFi傳輸系統已在開發測試中，此系統應用於醫院內可自動將測試結果傳入護理站電腦系統。期待血糖WiFi傳輸系統能於年底獲得認證跨入市場，讓曄世生技在全球醫療檢測系統擁有發言權。

除此曄世所開發出具護膚功效之生技化妝保養品Coresence系列已逐漸開花結果，且品牌代工已建立信譽，新廠增加一噸生產桶槽將有助紓解曄世現階段生產排程緊迫現象，由於許多新產品逐步導入市場，展望下半年將會是曄世成長快速的一年，未來在四大支柱產品系列相互加持下，成為曄世在生技產業永續經營利基。

(四) 大學光 營收估雙位數成長

2015/06/18

經濟日報

記者高行報導

國內雷射矯正龍頭大學光(3218)昨(17)日召開股東會，董事長歐淑芳表示，今年持續衝刺雷射矯正、鏡片矯正及眼科醫療等三大業務，朝華人視力生技產業第一品牌邁進。法人看好其老花近視雷射具備高成長潛力，加上對岸業務也可進入爆發期，全年營收上看雙位數成長。

大學光股東會通過配發現金股利 1.05 元，股價昨收 28.85 元，上漲 0.55 元。

大學光以雷射矯正、鏡片矯正及眼科醫療等業務為核心，歐淑芳表示，今年將延續去年，以高成長的老花眼的矯正為重點，進一步擴大無刀雷射視力矯正市占；另以飛秒雷射輔助治療白內障的市場接受度也提高，將對今年業績產生提振作用。

眼科醫療市場方面，歐淑芳指出，隨人工水晶體不斷推陳出新，過去健保以防盲為主的治療型態已轉為提供視力品質的屈光矯正型態，促使自費收入占比持續增加，今年將以自費水晶體的推廣為發展重點，並跨入視網膜治療領域，預計年底前將添購三至四台視網膜斷層掃描儀。

法人表示，大學光今年雷射矯正業務發威，帶動前五月營收穩步成長，下半年花近視雷射手術及五合一晶體置換手術持續看俏，加上針對學齡兒童打造的角膜塑型術也有成長空間，全年營收有機會上看兩位數，獲利也將優於去年。

(五) 北美生技展 台灣館亮眼

2015/06/15

經濟日報

記者李炎奇報導

全球規模最大生技展「BIO 2015 北美生技展」將於美國時間 6 月 15 至 18 日在美國賓州費城登場。

行政院政務委員顏鴻森帶領國內生技產官學研代表逾百名組團前往參加，並規畫「台灣館」，展現我國生技產業的研發成果。今年 BIO 台灣館以「BioTaiwan for Better Life」為主題。

參展業者有台灣微脂體、太景生技、藥華醫藥、善笙、健永、德英、台灣浩鼎、合一、生控基因疫苗、得生製藥、馬偕育成中心、大江生醫、亞果生醫、瑞寶基因等 14 家。還有衛福部、生技中心、工研院、農科院、生技醫藥類國家型科技計畫辦公室、智慧電子產學橋接計畫等六家政府與法人機構。

6 月 16 日台灣館開幕茶敘將由行政院政務委員顏鴻森、駐紐約辦事處大使章文樑、科技部次長錢宗良、農委會科技處處長盧虎生、工業局副局長呂正華等共同為開幕剪綵。

展會期間將安排「台灣生技商機論壇」、「Innovation Hub」及國際洽商媒合會議等系列活動，展現政府對生技產業發展的重視。並向全球逾 1 萬 5,000 位專家與業者，展示我國生技醫藥產學研發成果。

(六) 大立光 搶攻隱形眼鏡市場

2015/06/15

聯合報

記者彭慧明報導

股王大立光(3008)開發隱形眼鏡產品更加積極。執行長林恩平表示，現代人3C產品使用率高，大立光已研發成功抗藍光鏡片，將盡快取得販賣許可，在大陸，大立光的隱形眼鏡獲得檢驗許可執照，也在談當地市場。

大立光隱形眼鏡產品去年十月正式進入市場，目前大立光有約300家眼鏡行的通路，採取寄售模式，與店家拆帳，林恩平坦言，因為產品採薄利多銷的概念，有眼鏡行表示「賣別家一盒的利潤比你們一盒的售價高」，因此期待增加數量，以經濟規模促使隱形眼鏡商品獲利。

不過，大立光最近在台中一中附近的直營店，搭配自動販賣機銷售店面，遭店家抱怨無驗光處方，對此，大立光強調，大立光推動「專人諮詢、消費者自行去販賣機購買」的模式，被同業檢舉以無人銷售方式去販賣醫藥類型產品。但上述模式在先進國家如德國、法國都開放自動販賣機銷售模式，「相信這些國家醫療比我們先進」。

林恩平說，他自己是醫生，重視的是購買過程的清潔度。要店員每次交易完去洗手不太容易，但鈔票細菌量又很高，採用自動販賣機就是避免店員摸錢又碰產品，主訴求是為乾淨，也符合所有的法規。一般人被誤導為「無人銷售」，其實專人就在旁邊。

(七) 原相推出量血氧濃度感測器

2015/06/15

中央社

記者張建中報導

感測晶片廠原相(3227)積極搶攻健康量測市場，繼推出心律感測器後，進一步推出量測血氧濃度的感測器。

原相心律感測器目前已可支援包括聯發科及高通(Qualcomm)等多個平台，已成功搶下 LG 等多個智慧手錶及智慧手環客戶，下半年出貨量可望有效擴增。

看好健康量測市場未來發展前景，原相進一步推出光學式量測血氧濃度的感測器；由於量測血氧濃度涉及醫療，應通過相關認證。

法人預期，原相第 3 季滑鼠晶片需求可望回溫，遊戲感測產品旺季出貨也將同步成長，加上心律感測器新產品出貨擴增，整體業績應可順利止跌回升。

(八) 成春推廣自有醫療品牌 行銷國際

2015/06/15

工商時報

記者高碩圻報導

創櫃板生技醫療公司成春(7445)今年甫完成鈦合金顯微手術器械新產品開發，並取得相關證照，行銷區域除臺灣外，亦鎖定北非、南亞及東協等新興國家的醫療市場。未來成春公司將持續推廣「成春—BESPRING」自有品牌的醫療產品，進行國際行銷，期帶動產業發展及促進臺灣產業轉型。

成春於去年11月10日登錄創櫃板，主要營業項目包含血液透析、精密輸液及手術科技等醫療器材之原物料、零件及成品整合供應，以及醫療器材製造整廠輸出、置入性心臟導管、高階顯微手術及腹腔鏡微創手術器械及耗材之代理經銷。

成春登錄創櫃板後，藉由櫃買中心的輔導，健全公司體質，強化公司治理，提升知名度，並透過與策略聯盟之GMP工廠合作進行研究開發。

(九) 鈺緯併美通路 獲利點火

2015/06/15

經濟日報

記者高行報導

高階醫療顯示器廠鈺緯科技，受惠對客戶的滲透率提高及新客戶加入，前五月營收年增 66%，5 月單月營收年增更衝到 95%，展現強勁成長力道。董事長陳國森表示，下半年將併購美國重量級通路商，打通從製造端連結到通路端的任督二脈。

受產品滲透率提高及新客戶增加帶動，鈺緯今年以來業績展現強勁成長力道，旗下產品持續滲透到內視鏡用、手術用及診斷用領域，新推出的高解析顯示器更搶進複合式手術房市場，搭配自主研發軟體設計，將不同設備商醫療設備輸出訊號整合在同一螢幕，以獨門利基攻占國際醫療院所。

陳國森表示，現正積極擴大旗下產品線，搶攻內視鏡用、手術用、診斷用及複合式手術房等高端市場，並鎖定一家美國重量級通路商進行併購，扮演製造商和經銷商的複合角色衝刺毛利。

陳國森認為，醫材產品研發周期長，終端需求少量多樣，不如一般電子產品規格統一且量大，很難在規模上快速突破，必須條脫代工和售後服務市場的小池塘，才有機會不斷獲取成長動能。

他強調，為尋求規模、獲利的跳躍式突破，後續將採取併購國際通路商的方式，以快速打入國際醫療院所的直購市場，加上本身擁有製造和軟體研發優勢，不但有資格享受最甜蜜的品牌利潤，也可兼顧售後服務市場，可以說是一魚兩吃，對獲利產生噴射式的飆速效應。

逐漸向高端產品及通路端靠攏，促使鈺緯平均毛利率自 2010 年的 19% 一路攀升到 2014 年的 30%，今年首季更衝到 33%；營收和獲利近年一路飆升。

法人預估該公司第 2 季營收 3.5 億元，年增逾五成。

鈺緯主力市場涵蓋美洲、歐洲及日本知名品牌醫材設備商，下半年將增加多家重量級客戶。鈺緯客戶要求持續供應五年以上生命週期及二~五年的售後維修服務，供應關係很難被撼動。

(十) 康科特 攻高齡化商機

2015/06/15

經濟日報

記者黃文奇報導

康科特(6518)是國內重要醫療藥品、醫材與設備供應平台，近年在國內區域醫院滲透率持續提高。公司表示，今年營運有信心挑戰過去的相對高點，並且有意搶進老齡化商機，也要揮軍大陸及東協市場。

康科特去年營收為 3.06 億元，毛利率 21.67%，稅後純益 2,625 萬元，每股稅後純益 (EPS) 為 1.23 元，相較於前兩年的營運有陡升的態勢，引人矚目；今年首季營收 9,551 萬元，毛利率較去年全年微減，為 21.09%，稅後純益為 852 萬元，EPS 為 0.34 元。

圖／經濟日報提供



分享康科特成立於 2009 年，主要經營醫院藥品衛材供應、醫療儀器設備買賣與租賃，提供醫院經營管理完整配套服務，為專業醫療管理顧問公司。多年來，公司專注於 100 床以下地區醫院，協助地區醫院依社區的需求發展專科醫療，如復健科、泌尿科、眼科、呼吸治療、乳房外科、骨科等，並協助醫療專科經營。

康科特目前服務 13 家地區醫院，目前藥品衛材供應營收佔比為 37%、醫療儀器設備 12%、顧問收入 7%、設備租賃 32%、子公司懋如 6%、子公司懋伊 6%，藥品衛材供應為其營收的主要來源。

康科特表示，公司可提供地區醫院用藥分析，以聯合採購降低價格，並導入庫存管理系統，用以節省醫療院所成本，同時兼具經銷商角色，協助供應商將產品推薦給醫療院所。

康科特定位在地區醫院的醫療管理顧問，協助地區醫院滿足需求，持續吸引醫院加入體系，未來將協助醫院發展高齡化需要的醫療科別，並提供長照機構醫療服務，搶進高齡化商機。