

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：03 月 22 日～03 月 28 日

目錄

(一) 金屬中心聯手醫材業 印度拓商機	1
(二) 蘋果、谷歌撈過界 傳統醫療業挫咧等.....	2
(三) 金屬中心率醫材業者 拓印度市場	3
(四) 雷虎營收 拚翻倍成長 牙科器械闖出名號 訂單看到年底 今年業績可望 衝破 2 億元	4

(一) 金屬中心聯手醫材業 印度拓商機

2015/03/26

經濟日報

記者黃逢森報導

第 21 屆 2015 印度國際醫療展於 3 月 21 日至 24 日在印度新德里舉行，金屬中心率領國內醫材廠商以台灣精品國家形象館參與，除呈現台灣醫療設備技術能量，以整體性行銷來提升參展效益，並促成國內業者與印度醫療器材工業協會交流，協助國內業者前進印度市場。

此次金屬中心以「醫療設備技術產業策略聯盟」的形式規畫並擴大規模展出，除了強化參展效益外並顯示台灣對於國際醫療器材市場的積極。

今年參展的 9 家國內業者，包括明基三豐、雅博、愷得、德盟、豪展、杏澤、越聖、尉將、福順興等，涵蓋手術設備、手術電刀、醫療傢俱、創傷管理、呼吸治療、內視鏡、血壓體溫計等多項醫療器材領域。

金屬中心副處長蘇子可指出，金屬中心跨足醫材市場已進入第八年，除藉重金屬材料之開發與製程優勢以輔導國內傳產業者轉型生產高值產品外，亦從建立產業聚落、建立品牌、開拓國際商機等行銷面向，著手提升產業之競爭力。

金屬中心有信心、也有能力帶領醫療器材聚落及其周邊產業進軍全球，以期創造我國醫療器械產業高值化之最佳契機。

(二) 蘋果、谷歌撈過界 傳統醫療業挫咧等

2015/03/24

工商時報

記者顏嘉南報導

蘋果與谷歌近來相繼跨足健康領域，前者推出醫療研究平台 ResearchKit，後者加強投資生技醫療公司，面對矽谷大型科技業者頻頻撈過界，傳統製藥和醫療業者如臨大敵。

蘋果本月推出 ResearchKit，短短 24 小時就吸引數萬名 iPhone 用戶參與 5 項醫學研究調查，其中不乏美國知名醫學機構的研究，例如哈佛大學附屬醫院癌症中心和史丹福大學。

哈佛的研究係要求乳癌倖存者輸入心情狀況，衡量化療的長期影響。史丹福大學主導的研究是利用 iPhone 感應器調查運動與心臟疾病的關連。

現階段健康相關應用程式不勝枚舉，從基本的計步、心跳，到排卵和酒精偵測，讓使用者了解一連串個人健康數據。ResearchKit 證明這些數據可望用於更廣泛的研究，造福更多人類。

掌理蘋果營運的資深副總裁威廉斯 (Jeff Williams) 表示，Research Kit 讓 iPhone 成為「強大的診斷工具」，同時克服醫療研究找不到樣本的難題。

在此同時，谷歌則是投資 2 家倚重數據的生技醫療公司，包括 DNA 檢驗公司 23andMe，和研究年齡相關疾病的生技公司 Calico。

本月谷歌亦延攬羅氏大藥廠 (Roche) 旗下基因科技公司 (Genentech) 前研發主管薛勒 (Richard Scheller) 擔任首席科學長，進一步展示揮軍生技領域的決心。

蘋果和谷歌等科技大廠搶市讓傳統健康公司坐立難安。不過哈佛醫學院附設醫院 Brigham & Women's Hospital 創新長貝茲 (David Bates) 表示，健康應用程式的目標市場是富裕且注重健身的 iPhone 用戶，並不是針對有改變生活習慣必要的人。

貝茲認為將健康應用程式的數據與病例相連結，才具備實質研究價值，但在法規限制和隱私顧慮下現階段並不可行。

(三) 金屬中心率醫材業者 拓印度市場

2015/03/24

工商時報

記者葉圳轍報導

第 21 屆 2015 印度國際醫療展今 (24) 日圓滿閉幕，金屬中心率領國內醫材廠商以台灣精品國家形象館參展，除呈現台灣醫療設備技術能量外，並促成國內業者與印度醫療器材工業協會 (Association of Indian Medical Device Industry, AIMED) 交流，協助國內業者前進印度市場。

金屬中心表示，印度國際醫療展是南亞及中亞地區醫療領域最著名的展覽會之一，每年於新德里及孟買兩大城市交替展出。今年度在新德里舉辦，聚焦醫療器械與技術等產業，是進軍南亞市場的最佳跳板。

近年來，金屬中心積極整合國內業者聯合參展，成績逐年成長，效果亦獲業者肯定，金屬中心副處長蘇子可表示，台灣醫療器材產業在政府及業者的努力耕耘之下，近年來於各大國際展會頻頻亮相，該中心更成功組織醫療產業成立行銷聯盟，合力拓展國際市場。

此次金屬中心以組成「醫療設備技術產業策略聯盟」的形式展出，參展的國內業者包括明基三豐、雅博、愷得、德盟、豪展、杏澤、越聖、尉將、福順興等，涵蓋手術設備、手術電刀、醫療傢俱、創傷管理、呼吸治療、內視鏡、血壓體溫計等多項醫療器材領域。

(四) 雷虎營收 拚翻倍成長 牙科器械闖出名號 訂單看 到年底 今年業績可望衝破 2 億元

2015/03/23

經濟日報

記者高行報導

雷虎生技(6493)主攻牙科用牙鑽機系列器械，1月9日登錄興櫃後業績表現不俗，1月和2月營收年增分別締造53.6%及83.2%佳績，該公司董事長賴春霖對後市營運持高度信心，指全年營收預期成長逾1.5倍，一舉衝破2億元大關。

成立於2012年4月的雷虎生技，前身為遙控模型龍頭雷虎科技旗下的醫療事業部，投入高端醫療器材逾十年，可說是雷虎科技董事長賴春霖十年磨一劍的代表作。他表示，旗下牙科器械已獲國際市場認可並走出自有品牌道路，目前訂單能見度已看到年末，成長動能無虞。

賴春霖表示，過去只知道如何把產品做到最好，卻不太清楚全球市場需求，但自從和大型國際通路商合作後，公司因應市場實際需求進行產品調整，帶動出貨大增，今年起展現成長動能，預期3月後每月營收衝刺1,500萬元以上目標。

雷虎生技與國際牙科器械龍頭通路商漢(HenrySchein)進行品牌授權的策略聯盟，2013年雙方合資成立雷祥生技，攜手搶進美國、歐洲和中國大陸，今年前二月展現高度合作效益。

雷虎生技旗下牙鑽機產品取得台灣、歐盟、美國和中國大陸認證，產品線完整，法人特別看中其大陸市場潛力，指大陸牙鑽機市場規模年達35億元，並以每年27%速度膨脹，特別是二線城市需求殷切，雷虎產品不輸德廠水準，具價低物美優勢。