

台灣口腔生物科技暨醫療器材產業發展促進協會

2016 年電子週報

日期：01 月 03 日～01 月 09 日

目錄

(一)	「授權王」張有德 掌舵益安生醫.....	1
(二)	精華重返榮耀 12月營收登峰.....	2
(三)	翔宇 104年營收成長 99% 再創新高.....	3
(四)	王建強：陸醫療商機上看兆元.....	4
(五)	華星智慧感溫衣 通過美、台 RF 認證.....	5
(六)	博銖體外檢測試劑 傲視業界.....	6
(七)	科懋生技 95元掛牌上櫃.....	7
(八)	生技業善用大數據 有助生醫決策.....	8
(九)	宏達電攜 UA 推運動穿戴.....	10
(十)	攜手歐姆龍 宏碁智慧醫療收割.....	11
(十一)	廣運跨足生醫 孵小金雞.....	12
(十二)	2025 無齡世代 台灣準備好了嗎？.....	13
(十三)	從 ICT 轉型生醫 陳其宏組艦隊出擊.....	15
(十四)	匯特眼科手術沖洗液 獲中國專利.....	18
(十五)	日商撐腰 精華今年一路發.....	20
(十六)	醫材當紅 擴產拚業績.....	22

(一) 「授權王」張有德 掌舵益安生醫

2016/01/09

工商時報

記者杜蕙蓉報導

晟德集團 10 年版圖計畫開步走！在強化專業分工下，董事長林榮錦繼 2015 年 10 月將永昕等新藥事業交由陽明大學副教授陳德禮接掌後，昨（8）日也公布新醫材事業由有「授權王」封號的張有德掌舵，張有德也升任益安生醫董事長。而林榮錦本人則專注於大健康事業和創投布局，法人認為，此三足鼎立架構，有助啟動另一波成長力道。

林榮錦表示，隨著集團事業體的擴大，去年收購的澳優乳業將啟動併購案，預計 2025 年前至併購 5 家歐美日特殊營養品公司，澳優也規畫在 2020 年成為一家營收突破 10 億歐元和全球嬰幼兒羊奶第一大品牌；而新醫材事業也會持續有授權和創立新案源，加上新藥也是要長線經營的產業，因此，透過專業分工並採分進合擊模式，將可創造更大的效益。

就專業分工上，創新醫材將交由張有德掌舵，昨日益安生醫除公告張有德接任董事長外，原本林榮錦在益安的董事席次也改派恩主公醫院醫療志業執行長吳志雄接任。益安目前最受關注的是腹腔鏡影像清晰器材（LAP-A01）、腹腔鏡手術縫合器材（LAP-C01），有機會在今年上半年授權國際大廠，另外，大口徑心導管術後止血裝置（IVC-C01）則已進入人體臨床實驗。

至於去年已就定位的永昕董事長陳德禮，是林榮錦擔任東洋董事長時的「抗感染新藥研發小組」的主管；陳德禮曾任榮總醫師，有紮實的實務經驗，東洋的 Lipo-AB 就是他的傑作。

為進軍新藥市場，陳德禮主導的永昕新藥投資，主要聚焦免疫、腫瘤、感染三大疾病領域，除尋找已經過動物試驗驗證的前期產品，也會瞄準開發時間較短的晚期產品，包括再定位產品、Pre-IND 產品，目前已有一個日本客戶的新藥在洽談中。

(二) 精華重返榮耀 12 月營收登峰

2016/01/09

工商時報

記者杜蕙蓉報導

精華光學去年 12 月營收以 5.5 億元創新高，全年營收年增 8.3%，法人看好全年 EPS 有達 28.7 元實力。該公司現有 54 條產線產能滿載，內部已持續招募人員，不排除再新增 4 條產線，外資預期精華 2016 年 EPS 將由 30 元起跳，並將目標價從 540 元調升至 640 元。

重返榮耀的精華，2013 年時一口氣斥資 4.65 億擴增 14 條生產線，並備足 3 年內產能，雖然後因日本市場成長趨緩，導致 2014、2015 獲利未能延續年年創新高力道；不過，隨著今年客戶訂單偏正向，加上中國市場代工客戶成長，法人看好 2016 年成長力道。

精華董事長陳明賢表示，由於原本就備足產能，目前的 58 條產線還有 4 條未上線，只要客戶端有需要，隨時都可加入生產。

營運倒吃甘蔗的精華，去年下半年隨著日幣走穩，日本品牌客戶加大行銷活動和加快銷售拓展據點，以及實體／虛擬通路的新品牌開發，帶動精華自 9 月起營收轉強並一舉突破 5 億元大關，12 月營收更以 5.5 億元創下新高，年成長率 23%，第 4 季營收 16.35 億元季成長 10.1%，也同步刷新紀錄。

為因應客戶需求，精華自去年 9 月起新增 4 條產線，總產線從第 2 季底的 48 條增至 52 條，第四季又再新增 2 條產線，年底總產線將達到 54 條，其中一條為矽水膠，目前矽水膠產品也在台灣全面上市。

法人表示，隨著新增產線效益持續發酵，加上中國市場的布局，除原有主要代工客戶博士倫外，也新增一家大陸前三大眼鏡通路連鎖店為代工客戶，目前精華訂單能見度約 2 個月，今年 1 月訂單維持高檔，2 月預料也不差，惟因工作天數減少業績恐略下滑，但全年仍可維持穩定成長。

儘管外資看好精華今年 EPS 有重回 30 元實力，並調高其目標價，但有鑑於該股過去 4 個月股價已上漲超過 1 倍，而將評等由「加碼」調降至「中立」，導至精華昨日股價下跌 1.57% 以 625 元作收。

(三) 翔宇 104 年營收成長 99% 再創新高

2016/01/08

中央社

記者韓婷婷報導

翔宇(6539)104 年度營收為新台幣 8.3 億元，年成長 99%成長率近一倍；營收成長主要受惠醫美診所策略聯盟逐漸產生成效，及 Déesse Vivante 笛絲薇夢美療實體店陸續開店。

翔宇自行開發 UnicoCell 與 ISIS 系列產品，結合旗下 Déesse Vivante 笛絲薇夢美療實體店，在通路帶動下，相關產品、服務及保養品銷售成長，帶動收入及獲利均呈現高度成長，法人表示，在全球生技產業持續蓬勃發展下，預估翔宇今年成長動能可望持續向上。

翔宇設立於民國 100 年 6 月 21 日，專注在製藥(劑)、醫材、照護及食品等四大領域進行投資與創新研發，主要從事幹細胞及幹細胞分泌物(生長因子)研究開發、醫療級保養產品製造及銷售、保健食品(健字號)銷售代理、健康瘦身服務及其他等業務。

截至 104 年底，實收資本額為新台幣 2.77 億元。103 年度營業收入及稅後淨利分別為 4.17 億元及 0.61 億元，而 104 年上半年營業收入及稅後淨利分別為 3.62 億元及 0.98 億元，預期 105 年度營收及獲利將持續保持高度成長。

翔宇公司已於 104 年 10 月 15 日登錄興櫃掛牌交易，截至昨日(1/7)興櫃日均價為 175.02 元。

翔宇公司未來營運發展主軸，除了自行研發保健食品及持續開發具醫療等級保養品外，將擴大新型態美療瘦身服務據點、開拓新的銷售通路；同時引進或代理優良醫材設備或產品，以滿足市場客戶需求。

幹細胞產業研發部份，翔宇表示，將持續開發前瞻性新型生技製藥(劑)、醫學美容保養品及個人化細胞衍生產品，用以促進幹細胞產業於醫療保健、醫學美容及新醫藥品產業發展。

(四) 王建強：陸醫療商機上看兆元

2016/01/07

旺報

記者勵心如報導

說哈科技的「點滴警報器」在兩岸已有多家醫院採用，在 6 日的兩岸經營者俱樂部年度論壇上，說哈科技董事長王建強表示，物聯網加上醫療器材，大陸市場商機上看百億甚至上兆。

說哈科技研發的「點滴警報器」是目前台灣最多醫院採用的，與萬芳醫院等數十家三甲醫院與醫學中心合作，進行雲端健康平台整合開發，整合電子設備與服務流程，當病患點滴與尿袋儲存額滿後，會發布警報，並自雲端通知醫院護理站人員，解決住院病患家屬的不便。

體會到親友住院時，病患家屬生活上的不便，王建強從 2009 年開始研發產品，約 2011、2012 年成立公司，目前說哈科技已在河南落戶，並有自己的工廠，去年與山東上市公司瑞康醫藥合作，由瑞康代理其醫療機械營銷，河南 20 多家醫院、山東 10 家醫院都已採用。王建強表示，今年大陸拓展速度將加快，像河南的目標就要再拓展至 6、7 萬床，不僅山東，江蘇也會是下一波拓展地區。

藉由物聯網加醫療器材的整套解決方案輸出，不少醫院護理人員負擔因而減輕，也讓家屬更安心。對於大陸市場商機，王建強相當看好，但也坦言「市場雖大，但也不是每個人都能拿到。」他認為想搶進需具備幾要素，包括有好的商品；懂得市場脈動，了解各地區的在地商業文化；運用正確的行銷管道進入正確的市場；要明確自己的收費模式為何，這代表自己對市場的意義與價值。

(五) 華星智慧感溫衣 通過美、台 RF 認證

2016/01/07

工商時報

記者張秉鳳報導

華星科技自主開發的專利創新性健康照護產品－智慧感溫衣日前通過美國 FCC 及台灣 NCC 的 RF 認證，智慧紙尿布預計第一季前也將通過 FCC、NCC 認證；2016 年智慧健康照護產品通過認證，華星邁開大步拓展國外通路市場，透過雙品牌策略，攜手更多各國通路商快速搶攻當地智慧健康照護商機。

華星科技總經理吳添祥表示，智慧感溫衣、智慧紙尿布是華星技術團隊自主開發完成的二項物聯網感測技術的智慧生活應用產品，不僅掌握多項關鍵核心專利，也是現今在高齡失能及嬰幼兒這二大領域最先進的智慧健康照護產品，未來團隊會在既有基礎上不斷開發新版本高齡及嬰幼兒照護產品，以及更多物聯網智慧感測應用相關產品。

隨著智慧健康照護產品通過美、台 RF 認證，今年華星將全力拓展國內外健康照護市場；吳添祥說，近期已透過外部不同管道資源，加速布局海峽兩岸、美國、歐盟多國市場，並在雙品牌策略下，深化與各國當地通路商結盟合作，共創雙贏，短期內快速打進各國穿戴式智慧健康照護市場，創造經濟規模綜效。

華星的智慧感溫衣、智慧紙尿布最大特色是整合精準的濕度、溫度感測技術及物聯網傳輸技術，發展出的穿戴式智慧生活產品，利用精巧的專利裝置將感測資訊即時傳送到看顧者的手機上，讓使用者、家人、照護者都能擺脫焦慮，達到安心、放心的智慧健康生活境界。

全球高齡化社會趨勢下，各國高齡人口少則數百萬、千萬，多則上億；中國大陸高齡人口高達二億人，失能老人問題越來越嚴重；吳添祥說，近期華星透過台灣某產業公會引薦與大陸南方某單位洽談合作，對方積極要引進智慧紙尿布，解決當地百萬計的失能老人需求。此外，日前也與大陸華中地區企業簽下數十萬片紙尿布訂單，後續大陸各省市將有更多當地合作夥伴。

今年華星科技將大力拓展海外市場，希望結合更多對醫療照護市場有興趣的人士或通路，在雙品牌策下，加速智慧感溫衣、智慧紙尿布普及化及大量銷售，達到經濟規模效益，拉開與後進競爭者的差距，也藉著不斷開發新版產品，維持領導品牌優勢，深耕大陸，進軍美國、歐洲健康照護市場，創造雙贏、多贏。

(六) 博銖體外檢測試劑 傲視業界

2016/01/07

工商時報

記者張秉鳳報導

在「個人化醫學」及「精準醫療」時代趨勢下，體外診斷試劑應用於癌症、傳染性疾病及遺傳性疾病等檢測，已成為醫生診斷及用藥評估重要輔助工具，未來分生及免疫類診斷試劑市場可說充滿機會與挑戰。

以全自動多元體外檢測試劑及平台之世界領導品牌自詡的博銖生技(6572)，在自主研發信念下，近年創新開發出一系列核心產品，包括作為試劑鍵接的關鍵載體元件-影像晶元磁片、臨床使用的高效多元體外檢測試劑、分析試劑檢測結果的全自動多元化檢測儀器系統平台等完整產品線。

博銖創新的體外檢測試劑及平台具有多元、精準、高靈敏度，同時具操作簡易、檢測時間短、分析速度快，增加可偵測分析物種類，降低檢驗成本，與減少檢體、試劑耗材使用等優點，技術超越國際大廠水準，成為台廠分生及免疫檢測領域的新亮點企業。

博銖生技主要以 Suspension array 懸浮式陣列技術作為包括試劑載體、診斷試劑及儀器設備等產品的開發與應用；先進的智慧多元檢測平台植基於自有專利技術-IntelliPlex，運用自家影像晶元磁片(π Code)技術；博銖的晶元磁片以圖像進行分類，好比給每種檢測核酸分子、蛋白質一個特定圖案，透過顯微影像與辨識可以精確確認檢測標的物，最多影像編碼組合達 16384 種，單一盤孔可提供到 200 多種標的物檢測，搭配上自家高靈敏度、快速、精確的影像辨識系統，大幅提升效能、降低成本。

近期以 XNA 與 π Code 技術發展的肺癌基因群伴同性診斷試劑組，一次可偵測相關 8 個基因中的 73 個突變點，滿足一次完成所有基因突變的檢測分析，大量省時與省錢，亟具競爭市場優勢。

相較以「顏色」作為多元檢測種類辨識的類比式技術 Real time PCR 與 xMAP，只能做少量標的物種類檢測，且機器及反應耗材費用高，PCR 反應所需之 mastermix 與批次間反應差異問題仍待克服。

(七) 科懋生技 95 元掛牌上櫃

2016/01/07

工商時報

記者利漢民報導

資本市場再添生力軍，生技醫療類股—科懋生技（6496），將於今（7）日以承銷價 95 元掛牌上櫃。主辦券商凱基證券表示，科懋生技本次公開申購合格件 186,741 萬筆，超額認購 557 倍，中籤率為 1.14%。該公司 103 年度營收 11.46 億元，稅後純益 1.53 億元，每股稅後純益 3.62 元，104 年前三季合併營收 9.23 億元，稅後純益 1.05 億元，EPS 2.49 元。

科懋生技在創辦人暨董事長陳澤民領軍下，營收獲利都維持穩定的成長。近年來該公司更是積極尋找具有特殊亮點且品質優良的保健產品，在產品開發上會考量產品是否具特殊性，以建立公司整體產品線的綜效。目前產品包含：1.Oral-7 口腔保健系列（天然酵素成分的牙膏、漱口水及口腔凝膠）：適用重症患者及癌友，可增加口腔保濕性及預防感染。2.Omega-3 魚油系列：以超臨界濃縮專利萃取技術，不僅確保脂肪酸抽取過程中不被破壞，及提高有效含量及純度。

除了台灣市場，科懋公司更跨足海外市場。在亞洲 40 億的人口市場，許多國家對於獲得品質良好的藥品，資訊及資源仍是相對不足，故為了造福更多的海外病友，科懋將台灣藥品銷售至東南亞等亞洲國家，且積極促進國際醫療學術交流，海外事業部成立至今第 3 年，每年營收成倍數成長。

科懋公司與其他藥品公司不同之處，在於具有能力提供特殊醫療藥品和服務，目前佔公司營收比重八成以上。董事長陳澤民先生秉持當初進入醫藥業，乃是基於希望能服務患者及照顧弱勢的初衷，於民國 89 年起，科懋協助提供衛生署（今衛福部）之全國解毒劑儲備網的解毒藥品服務，至今仍為國家解毒劑儲備網主要供應商之一。此外，也積極投入罕見疾病藥品的服務領域，不僅持續代理罕藥進口，亦投入資源於罕病確診方式與醫學檢驗方法的開發，希望能讓弱勢病患獲得平等的醫療機會。

目前科懋共計有 18 項罕見疾病藥品，可服務國內 12 種罕見疾病適應症，因為多年以來的用心經營，科懋生技在銷售通路、人員專業素質、檢測能力等方面培植出優勢，並與國內各大型醫院建立起強而有力的夥伴關係，持續投入與病友團體社福機構的互動，積極掌握醫病的缺口，取得特殊醫療國外藥廠經銷權的機率相對較其他公司為高，預計未來還會持續新增品項。

(八) 生技業善用大數據 有助生醫決策

2016/01/06

工商時報

記者侯良儒報導

大數據 (Big Data) 是近年來相當熱門的話題，更是未來運用的長期趨勢，大量的資訊，多樣化的樣貌，均可以運用大數據快速的分析產生出更有價值的資訊，提供給生醫界做出重要的決策及應用。

生技產業應用大數據早已為行之有年的事實，生技的研究及發展本來就是一連串大數據統計分析的結果，但隨著大數據的發展及應用，未來可以為生技產業提供更多有用的資料，有鑑於此，簡單的提出幾項未來大數據應用的方向：

大數據應用方向

1.醫院用藥分析：醫院依照所開立的處方藥可以分析病人的用藥習慣及用藥後的病症改善狀況，若透過整合醫療院所的資料來進行大數據分析，可於未來提供藥廠更多資料去研發更有效的藥物，亦可提供給醫生參考藥物對於病症的改善狀況等資訊，而這些資訊未來亦提供政府制訂醫藥政策的參考。

2.精準醫學分析：將醫藥學、基因學及遺傳學等問題透過大數據的分析，可以對於臨床與基因等領域進行整合分析，用以幫助理解疾病與相關基因並將分析後產出之資訊遺傳的關聯，促進新藥開發速度，並且能提供未來生技醫學發展的方向。

另一方面，透過大數據將不同的疾病基因分析並加以資料比對，也將對於用藥治療有更加精確的方向，避免現在藥物濫用的情形。

3.個人化醫療：大數據可以將藥物代謝與基因的關係加以分析，個人因家族遺傳所產生的疾病有可能在此分析中得到進一步的了解，未來個人化醫療的研究數據分析能提供生技業更多輔助。

4.未來醫學的發展：運用大數據將生技產業的資訊加以分析，用以發現未來生技產業發展的趨勢，將這種資料提供給產、官、學做參考，制訂未來大專院校相關科系設計課程培養人才，也可提供業界發想符合未來需求的藥品或產品。

克服大數據應用之困難

大數據應用於生技產業當然不僅限於上述的方向，但無論應用於何處，生技產業大數據所面臨的一些挑戰及困難也要克服。

1.數據資料的來源：所有大數據資料的有效必定是需要有充足的數據分析，目前各醫療院所或學校，對於生技上的數據都有一定的數量，是否可以將大家手中的資料拿出來共同分析研究？

2.分析能力的建置：生技醫藥產業的層面非常廣泛，要成立專責而且有能力的數據分析機構才能發揮功能，分析的人員必須具備清楚的策略認知，如此分析的結果才能提供給生技產業更有用的資訊。

生技醫藥及醫學的大數據整合建置是生技業刻不容緩要進行的工作，若是未來可以建立一個全國整合性的生技數據資料庫，整合大家的經驗及資料分析，共同享受大數據帶給生技業的好處，一定可以為台灣生技業提供更好的發展。

(九) 宏達電攜 UA 推運動穿戴

2016/01/06

經濟日報

記者何佩儒報導

宏達電昨（5）日宣布，與運動品牌 Under Armour（UA）正式推出 UA HealthBox，包括健身手環、心跳監測系統與智慧體重計，宏達電負責設計與製造，與運動科技社群平台 UA Record 應用程式與網站緊密連結，將在 1 月 22 日開賣，售價 400 美元（約新台幣 13,209 元），可望帶動首季營收表現。

宏達電去年在世界行動通訊大會（MWC）即宣布與 UA 合作開發運動手環 Grip，但雙方開發人員希望能與市面上的運動手環區別，因此尚未上市就進入第二代開發，最近決定以產品組合的方式推出。

宏達電指出，UA Record 可在 HTC 手機或搭載 Android 與 iOS 作業系統的智慧型手機，顯示出影響使用者的日常活動數據。

UA 數位長 Robin Thurston 表示，市面上有許多監測日常活動的產品，但沒有產品以有意義方式提供獲得與顯示的資訊，與宏達電合作推出的 UA HealthBox，將提供個人化的健康與健身體驗。

其中在手環部分（UA Band），是以全天配戴為設計理念，可監測日常活動、健身與睡眠，掌握活動數據，設定每日健身目標並追蹤達成率。

與心跳監測系統 UA Heart Rate 配對使用時，將以 LED 持續顯示心跳指數。

UA Heart Rate 為複合式心跳監測系統，內建創新微型偵測技術，不會阻礙健身行為。

(十) 攜手歐姆龍 宏碁智慧醫療收割

2016/01/06

工商時報

記者侯良儒報導

大咖入列！布局智慧醫療（smart medical）超過 1 年的宏碁，終於在台系合作夥伴外，迎來國際級的產業大咖歐姆龍（OMRON）。正在美國賭城登場的 CES 展上，雙方便展示了結合歐姆龍的血壓計、以及宏碁雲端後台 AOP 的解決方案。

在領域各異的 IoT（物聯網）商機，宏碁選擇在醫療、汽車、通訊、家庭的 4 大領域布局。相對在後 3 者皆頗有進展，宏碁在智慧醫療則顯得相對落後，僅在去年 7 月宣布與台大醫院共同打造醫療通訊平台，以及預告推出助聽設備 ab 聽，此後就沒有其他新進度傳出。

然而在今年的 CES 展上，宏碁自建雲（BYOC）事業總經理施宣輝宣布，已有 68 年的日本醫療器材大廠歐姆龍，將正式成為公司的 IoT 新盟友。根據雙方協議，歐姆龍將先以血壓計，進入宏碁的智慧醫療生態系，未來再視業務擴展規模，評估納入其他產品可行性。

在宏碁所建構的智慧醫療生態系中，血壓計屬「健康監測」應用的設備，將可讓用戶檢測自己的生理數值後，藉由宏碁雲端後台 AOP，將資料傳輸至健康管理平台；經過後續的資料蒐集、數據分析，監測結果送交專業團隊，而若察覺有異常，將能遠端通知醫療單位。

這次在 CES 參與宏碁智慧醫療生態的廠商，除了歐姆龍外，還有室內空氣品質監測商 CoAsia 氣質寶、智慧居家照護 IoT 應用廠商 MivaTek、IoT 解決方案的中介軟體廠商 myDevices，以及視訊機械手臂 Kubi 的製造商 Revolve Robotics。

其中，曾在去年 8 月獲得宏碁資金挹注的 Kubi，跳脫過往多是在商業視訊會議的應用，走入醫療領域。宏碁表示，Kubi 十分適用於遠距照護的應用上，也就是藉由具互動性的機械設計，讓醫生能為病患進行異地看診，並即時給予專業建議。

(十一) 廣運跨足生醫 孵小金雞

2016/01/06

經濟日報

記者李珣瑛報導

廣運旗下金運（5235），走出傳統的純電子代工經營模式，跨入生技醫材、汽車零組件等產品代市場。2016 年代工訂單在握，可望走出近年營運谷底，營運逐月走揚，朝獲利目標邁大步。

金運是廣運 2001 年成立的電子事業群，於 2010 年分割獨立，資本額 9.24 億元，廣運持股 87.15%。金運 2014 年合併營收 13.5 億元，去年前三季合併營收 8.15 億元，每股淨損 0.88 元。

(十二) 2025 無齡世代 台灣準備好了嗎？

2016/01/05

聯合報

記者陳亮恭報導

我國人口高齡化趨勢高居世界領先群，推估 2025 年便成為「超高齡國家」，亦即 65 歲以上老年人口達總人口數 20% 以上，台灣老年人口比率從 2010 年的 10%，僅耗費短短 15 年就將此數字推高一倍至 20%，實在是另一個台灣奇蹟。

未來 10 年間，台灣社會將面對的是人類歷史上未見的劇烈變遷，這挑戰迫在眼前。我對此提出深入淺出的建言與解方，寫成「2025 無齡世代」一書，透過世界各國資料比較與國內專家意見彙整，為大家描繪 10 年後的世界，並提供台灣發展方向參考。

未來 10 年 激增 200 萬老人

這 10 年間的台灣，快速增加的 200 萬「法定老人」(依照老人福利法所定義)將快速翻轉台灣社會。未來出現的新老人是戰後嬰兒潮世代，已開發國家戰後嬰兒潮掌握國家財富 50-80%，對國家經濟活動有絕大影響力。美國的參議員已經超過六成是戰後嬰兒潮世代了，顯見未來 10 年間新增加的 200 萬老人與上一代的老人，有著根本的差異。

除了掌握國家財富與政治影響力之外，新世代老人整體教育程度較佳，對自身健康更加重視，且生活方式的選擇也更為多元，將重新形塑台灣老人的樣貌，而且也將翻轉台灣的發展。

戰後嬰兒潮世代掌握高比率的社會財富，他們對生活品質的追求也明顯高於上一代，從歐美近年快速成長的「銀色經濟」趨勢，可以看出國家經濟型態改變在即。

世代融合 維持永續環境

「銀色經濟」不是醫療與照顧服務產業，而是涵蓋旅遊、飲食、時尚、購物、金融、住宅等面向的全新經濟發展，產業界針對這群新世代法定老人設計符合需求的產品與服務，將有助於刺激經濟活動，而這個活絡的經濟活動也將加速社會財富在世代間轉移，鼓勵年輕世代了解長輩在社會的需求，進而轉換成全新的商業模式。

因應人口高齡化而衍生的世代正義議題，是全世界已開發國家的共同挑戰，超高齡社會下的世代正義並不是紅衛兵的階級鬥爭，而是透過永續環境的維持、避免債留子孫的國家政策，以及避免社會政策過度向特定世代傾斜的角度，實現社會永續發展的未來。

長照醫療 不能死守傳統

其中亟需改革的年金制度攸關世代正義的落實，年金的改革雖不能急躁，但也不能再無所動作，畢竟穩定運作的社會安全體系才是超高齡社會的基石。

快速增加的高齡人口對於醫療與長照體系造成難以想像的挑戰，如果服務模式不改變，無論財務怎麼調整，都無法永續發展；而長照體系在未來幾年間應該仍無法發展出健全的體系與財務制度，而需要照顧的人與日俱增。

健康醫療與照顧體系的發展已經面臨一個關鍵的轉折點，無法用過去的思維來應付這前所未有的挑戰，一個老人的健康議題不等於個別照顧各項疾病，而是一個複雜的全新議題，這樣具有複雜照護需求的長輩將大幅成長，若未來固守傳統醫療服務模式，恐怕只會深化血汗醫療與健保財務危機。

(十三) 從 ICT 轉型生醫 陳其宏組艦隊出擊

2016/01/04

經濟日報

記者高行報導

明基醫在去年底的 12 月 16 日以每股 48 元掛牌上櫃，當天收盤價衝上 130 元、漲幅高達 170.8%。明基醫是佳世達總經理陳其宏推動集團轉型以來，旗下第一檔掛牌上櫃的公司，也是集團透過結盟快速轉型的首件成功案例。

陳其宏認為，台灣憑藉著在 ICT 產業累積的實力，應該加速往高附加價值的生醫、智慧解決方案等方向發展，避開殺戮的紅色供應鏈。而透過結盟、併購，則是最快壯大力量的方法。他也喊話，歡迎大家結盟，唯有形成台灣艦隊出擊，才有機會躍上世界級舞台和國際大廠一較高下。以下是記者專訪紀要。

布署生醫 一步一步來

問：請您分享這幾年推動集團轉型的布局。

答：早在 10 年前，集團就開始進入醫療事業，陸續成立了南京和蘇州的「明基醫院」。5 年前，KY（李焜耀）就要求集團旗下公司全力投入醫療產業，啟動集團的轉型大計，這幾年來在醫院相關的總投資額已經超過了 100 億元。

過去 10 年，集團一直是鴨子划水，做產業、單一公司的評估，直到統一生技要釋出三豐醫材大約 40% 的股份，當時公司淨值約 12 元，股價只有 6~8 元，我們看到這個機會，決定入股，並且取得 58% 的股份。隨後，帶了 3、4 個人進入協助管理，2010 年當年業績就從 4 億元成長到 6 億元，經營績效大幅提升。

另外，還陸續併購了怡安醫療器材及聯亞國際，其中怡安醫療器材主要的產品為精密輸液套、管類、袋類等相關醫療耗材用品。而聯亞國際則從事醫療耗材及設備進出口買賣。

經過前面的摸索期，2014 年再踩油門，明基三豐醫材與以色列合作夥伴 AB Dental Devices 合資成立明基口腔醫材，推出 3D 植牙整合服務，正式揮軍牙科。佳世達接下來又成立子公司明基透析科技瞄準洗腎業務，和義大利公司 MEDICA 合資，藉由歐洲品牌的技術和品牌形象拓展業務。

另一個轉型方向，則是智慧解決方案。佳世達 2014 年成立智能方案事業群，拓展智慧學校、智慧商店、智慧企業、智慧工廠、智慧醫院、智慧能源等六大領域。佳世達 2014 年上半年與拍檔科技策略合作，進一步以私募取得拍檔科技 25% 股權。拍檔科技生產 POS、Mobile POS 等專業產品，又有通路經營經驗，再結合佳世達既有的掃描機、驗鈔機、感光印表機等多項產品，搭配軟體出售，提供完整的智慧解決方案。

2015 年，佳世達又斥資 4.5 億元，購入友通 8.7% 股權，結合友通嵌入式電腦、工業個人電腦等產品，強化智慧企業等布局。

其他如智慧企業、智慧學校、甚至是智慧城市都有案子正在進行，首先會在台南市推動，透過智慧節能規畫，用電量下降，未來也不用蓋核電廠了。

通路先行 快速拓展銷售

問：轉型過程中碰到的最大挑戰是什麼？

答：明基友達集團從 ICT 產業起家，ICT 產業和生醫產業 domain knowledge 差異很大，一切都得從頭開始學習。舉例來說，三豐醫材以手術室設備為主，同仁並非醫療背景，所以要有人跟刀，了解設備怎麼使用，知道客戶需求才能改進。我們在醫療產業起步晚，所以要「找出切入點，做出差異性！」。

此外，醫療產業的步調相對電子業慢很多，一個案子可能要花個 2 年以上才會看到結果，前期人力、物力投入要有耐心。醫療用品要經過嚴格的認證把關，有時候一個證照可能要等 5~10 年，和變化快速的 ICT 產業截然不同。所以，我們發展出「通路先行」的策略，不一定要賣自己生產的東西，先從代理別人的產品開始，只要你有牌照，我就可以賣。現在我們的銷售的產品進入了 270 家醫院，等於是全台半數的醫院，銷售拓展就很快速。

靠結盟 拉抬隱形冠軍

問：下一階段的轉型規畫和目標為何？

答：全球生醫產業年產值高達 3,500 億美元，市場上玩家大都是西門子、飛利浦這些國際大廠。台灣醫療產業以中小企業居多，有 500 多家，規模都不大，戰力和大廠差距太大，所以一定要合作結盟，集合魚雷、小艇，快速構築起 200 億~300 億元的規模，形成艦隊，共同出擊。

而明基多年來培養了國際化人才和通路、也不缺資金，正好可以和這些中小型的台灣醫療業者互補。彼此可以透過結盟，把台灣這些隱形冠軍放大。第一階段目標就是和大陸平起平坐，接下來再拚千億元規模打世界盃。

不跟大廠硬拚 自己創造市場

問：目前集團轉型兩大方向，醫療和智慧解決方案，請您分析台灣產業在這兩大領域發展現況和優劣勢。

答：現在大家都在講紅色供應鏈的問題，顯見產業轉移正在發生。少樣多量的產業過去是台灣的機會，但如今已經是大陸的天下，所以，台灣應該要趁勢轉型，發揮我們過去在 ICT 產業累積的技術、管理經驗，轉往少量多樣、附加價值高的產業。像是生醫、智慧解決方案這些應用，毛利率動輒 20%~30%，這才是台灣未來的機會。

例如佳世達看好超音波等精密儀器的未來潛力，2012 年底與工研院共同開發掌上型醫療用超音波，這也是台灣第一家自行開發出來的超音波成功案例，我們在大型儀器拚不過大廠，但是我們開發新產品、創造市場。

問：明基醫是轉型後第一個上市櫃的小金雞，接下來還有沒有其他轉投資上市櫃計畫？

答：2015 年我進入明基醫院董事會，第一個要求就是虧損減半，2016 年首要目標是損益兩平。明基醫院營運多年，開始進入正向循環，2017 年可望獲利，計畫在香港或大陸掛牌上市。

另外，拍檔科技在我們團隊進入之後，每股盈餘從 0.7 增至 1.7 元，資產增加 3 倍，獲利能力大幅增長，接下來也會推動上市櫃。

(十四) 匯特眼科手術沖洗液 獲中國專利

2016/01/04

中央社

記者高行報導

匯特生技專利取得再傳捷報，其創新研發產品「眼科手術沖洗液」，已先榮獲台灣、澳洲、加拿大與日本專利，現又獲中國國家知識產權局審核通過，頒發專利證書。

匯特生技表示，中國專利有效期至 2031 年，對於未來進軍中國與佈局亞洲眼科用藥市場，深具指標性的意義。「眼科手術沖洗液」技術來自國家衛生研究院，匯特取得全球專屬授權，這項技術同時在美國、歐洲等 10 餘個國家提出專利申請中，完整的專利佈局，可保障未來進軍全球市場的技術優勢。

匯特生技表示，與心血管類、腫瘤類等藥物大類相比，眼科用藥總體市場規模雖然較小，利潤卻很高，估 2015 年全球眼科用藥市場規模將可達 170 億美元。

根據中國前瞻產業研究院發布的《2015-2020 年中國眼科用藥行業產銷需求與投資預測分析報告》顯示，2013 年醫院眼科用藥市場規模已高達人民幣 8.68 億元，較前 1 年同期增長 49.47%，未來市場成長力道將不容小覷。

目前市場上眼科手術臨床所使用的沖洗液黏滯性較低，無法保護鄰近正常組織免於超音波的傷害。匯特「眼科用藥沖洗液」的創新配方，主要具有抗感染、皮質激素、降眼壓、縮瞳、散瞳等功能。優勢為，提高沖洗液黏度二至六倍的新配方，可調配出不同黏滯度及滲透壓。新配方折射率和前房水相近。

新配方具有良好的生物相容性。可應用在各類型的眼科手術，並兼具保護鄰近組織優勢。可維持組織的完整性及降低角膜異常膨潤及收縮的風險。術後不會對患者造成視力上的影響。

匯特生技專注在高階醫材、磁控奈米新藥和蛋白質藥物經皮吸收新劑型的技術開發，其主力商品「人工玻璃體」使用於視網膜剝離復原手術，創新性領先全球。

較目前市場上使用的矽油產品（silicone oil）及惰性氣體（SF6 及 C3F8 等）具備多項優勢，除已得到台灣、美國、中國（含香港）、澳洲、韓國、加拿大及歐盟的專利核准，目前也已獲科技部核准配租土地，在新竹生物醫學園區規劃興

建全球第一家「人工玻璃體」生產基地，目標成為符合全球 PIC/S GMP 認證的國際醫療器材廠。

(十五) 日商撐腰 精華今年一路發

2016/01/04

經濟日報

記者高行報導

隱形眼鏡龍頭精華光學受惠主力客戶 SEED 強勁拉貨，加上歐洲持續成長，法人預期，去年第 4 季營收持續維持高檔外，今年精華和 SEED 合作可望自現有的水藍片，進一步擴大至具散光片及多焦功能彩片，挹注精華新成長動能，2016 稅後純益成長 25%，每股稅後純益（EPS）上看 36.4 元。

SEED 為日本隱形眼鏡品牌龍頭之一，旗下日拋多焦點鏡片在日本市占居冠，彩色日拋產品達 34%，總體隱形眼鏡在日市占今年預計達 10%，為精華最大代工客戶，占精華比重 25~30%。

精華過去代工 SEED 主要為彩片、水藍片，而 SEED 近期拋出訊息，指未來不排除攜手開發散光片及多焦點鏡片，而精華也表示正面期待。

法人指出，SEED 擴大與精華代工合作，主要考量為擴充市占。

據了解，SEED 目前散光及多焦彩片以自製為主，而精華在上半年已成功開發出散老花及多焦點鏡片，並在國內市場上市，相關技術成熟，SEED 若將散光片及多焦點鏡片轉由精華代工，將擁價格優勢，作為擴大日本及海外市占的籌碼。

精華在去年 9 月成功開發的矽水膠片，也將成為和 SEED 合作的明星產品。SEED 計畫今年積極搶攻北歐市場，當地基於處方箋制度，高單價矽水膠片為市場主流，而精華矽水膠片已在國內市場試水溫，今年有很大機會接獲來自 SEED 的矽水膠片訂單。

精華今年表現也備受外資看好，港系外資日前出具報告指出，受惠主力客戶 SEED 業績強勁復甦，後續拉貨力道強勁，將評等由「持有」調升至「買進」，目標價由 479 元調升至 765 元，計調升幅度近六成。

法人表示，SEED 將大幅衝刺日本及海外市占，今年銷售成長上看 10~11%，旗下彩片成長動能將持續發燒，為 SEED 彩片代工比例達七成的精華成為最大受益者，目前精華已有 52 條上線，還有六條空間，預計明年將陸續加入生產陣容。

法人預期，精華去年第 4 季營運持續走在高檔，帶動 2015 年 EPS 上看 28.5~30 元，有機會挑戰三個股本。

精華今年擴大代工 SEED 品項，矽水膠片有機會進軍歐洲，成長動能強勁，EPS 有望挑戰 36.4 元，改寫歷史新高。

(十六) 醫材當紅 擴產拚業績

2016/01/04

經濟日報

記者高行報導

全球醫材需求夯，國內醫材廠陸續啟動擴產計畫，邦特（4107）旗下菲律賓廠今年進行二期擴建，有望帶動營收倍增。泰博旗下五股廠新增金屬電極試片產線，預期帶動出貨雙位數成長。

醫療管材廠邦特旗下菲律賓廠去年正式投產，今年進行二期擴建，規模為首期二倍，主力生產的洗腎迴路管及穿刺針產品順利進軍歐洲、印度及土耳其市場，加上現有東協市場持續成長，產線全開將帶動營收倍增。

邦特計畫將洗腎產品轉由菲廠生產，台灣廠空下產能將生產毛利更高的高階TPU體內導管，預計每月產能將由目前2.8萬條擴充至5萬條以上，藥用軟袋也可彈性擴充15%產能。邦特股價31日收129元，上漲3元。

血糖測試廠泰博去年血糖測試片銷售1,200萬組，今年保守預估成長一成，已將現有產能陸續提高至1,300萬組；同時，今年五股廠將新增新一代金屬電極試片產線，規畫年產能高達2,000萬組，預計年中正式投產，初期每月生產10萬組，最快五年可達產能滿載。

人工關節廠聯合骨科基於中美市場需求擴大，今年搶建高雄三廠，估2017年正式投產，初期產能將增1倍，後續將持續增加至3.5倍。

醫療管材廠太醫訂單能見度看到第2季，為因應後續成長，積極進行擴產計畫，預計第3季將舊廠設備移至新廠，最快2017年第1季投產，屆時產能將提升二倍，除現有管材外，也將生產新研發的第三類醫材。