

**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：06 月 05 日～06 月 11 日**

## 一、 政院半年內提對策 活絡生技

2016-06-06

工商時報

記者呂雪慧報導

浩鼎案發生後，影響生技產業發展動力，政府高層透露，已針對生技產業投資環境全盤檢討，半年內行政院將提出生技發展新作為，包括協助生醫製藥在台研發將提供優惠措施，讓其在台有更好新藥上市機會。

一年一度全球最大生技展 6 日在美國舊金山揭幕，政委吳政忠上週六率領一支百人團前往與會，將在海外行銷小英新政府打造「亞太生醫產業研發中心」，並推動台灣生技醫藥全球連結。

高層說，今年生技展，我將向國外介紹台灣臨床試驗聯盟，挑選肝癌肺癌等 14 種重要疾病治療方式及醫藥開發，有 132 家醫院及醫學中心可同時加入新藥物開發臨床試驗，向國外展現台灣有很好臨床試驗空間；並有南港生技、新竹生醫及台南科學園區很完整的生技廊帶，吸引跨國生醫製藥進駐台灣設研發中心。

高層官員說，藉此我國希望吸引跨國企業大藥廠來台設立研發中心。美國生技巨擘企業安進（Amgen）日前已宣佈在台設立子公司，政府將繼續向其招手，爭取在台有更多承諾，進駐設立研發中心。

行政院已著手改善生技投資環境，法規調整，人才訓練及提供等，期在半年內振興生技產業新動能。知情人士說，員工認股或早期股東股權予緩課稅五年，吸引人才外，對研發者獎勵也要利用獎勵生技新藥產業發展條例，擴大二類醫材的租稅獎勵適用範圍。

另在台研發新藥將予更多優惠措施，高層說，希望給予在台有更好上市機會，提升台灣產業競爭力，目前正與衛福部溝通，將兼顧健保給付可造福國人健康，也要讓第一個在台灣研發的新藥，有更好上市的機制，扶植台灣新藥產業發展。

## 二、工研院論壇 促醫療智能化

2016-06-08

經濟日報

記者吳秉鎧報導

工研院昨（7）日舉辦「邁向生技醫療新時代：醫療服務智能化」論壇，邀請專家分析台灣如何結合醫療和資通訊兩大強項，搶進全球商機，並透過醫療升級，為民眾創造更美好的生活。

經濟部技術處舉辦年度科技專案大型互動展「解密科技寶藏」在高雄駁二藝術特區登場，工研院配合展出，昨天舉辦「邁向生技醫療新時代：醫療服務智能化」論壇，工研院電光系統所副所長高明哲以「智能醫院-台灣的挑戰與機會」為題擔任引言人，並由高雄醫學大學附設醫院醫務秘書陳彥旭分享「智能醫院發展機會與挑戰」。

華碩雲端總經理吳漢章以華碩為例，暢談以 ICT 建置下一代的智能醫院；游能俊診所院長游能俊則以治療糖尿病的經驗，探討智能照護新趨勢，希望找到未來智能醫院的方向與策略。技術處科技顧問林猷治表示，國內科技產業有優異的製造能量與產業技術，而台灣的醫療服務科技與資通訊產業聞名全球，若能整合 LED、CT 與醫療等優勢產業，就能提升附加價值，創造產業新方向。

高明哲說，台灣已步入高齡化社會，到 2045 年時，老年人口比例將超過 35%，醫療費用負擔日益沉重，醫療服務智能化可紓緩醫療人員不足問題，也可掌握病友狀況，落實「預防勝於治療」，有效運用醫療資源。

工研院已將 LED 應用擴展到智能化運用，開發出「智能醫院護理交班 VLC 定位系統」，運用 LED 可見光通訊系統，在設備能自動定位盤點下，醫護人員交班時即可降低人力工時與支出成本。

### 三、出口亮點 醫材產業逆勢成長

2016-06-08

聯合報

記者高詩琴報導

財政部昨發布 5 月進出口統計，5 月出口衰退 9.6%，連續兩個月擺脫二位數衰退局勢。經濟部表示，雖然我國出口沒有明顯好轉，但亮點產品如醫材產業、隱形眼鏡等仍有成長。

經部說，觀察各國最新出口表現，韓國、新加坡、日本及中國大陸出口持續衰退，顯示國際經貿環境仍未明顯起色。

不過，國貿局表示，6 月起出口減幅可望縮小，主要為去年下半年各單月出口基期較低、加以近來國際油價回升及日圓升值減少日貨價格優勢，將有助增加我出口動能，但仍須注意美國未來利息走勢對各國匯率的影響及如電子、鋼鐵及原油等產品國際產能過剩是否紓緩等因素。

國貿局表示，我國 5 月主要產品如電子（-1.6%）、資通（-5.5%）及基本金屬（-10.9%）等出口金額仍衰退，但部分產品表現不錯，其中醫療器材近二年出口都是成長，顯示此類產品具國際競爭力。

國貿局表示，據精華光學副理周華玲表示，近年醫材產業出口呈現成長趨勢，以隱形眼鏡為例，每年成長 10%以上，主要市場在日本等先進國家，目前中國大陸產品尚未能對我國產品造成威脅。

工研院產業經濟與趨勢研究中心組長張慈映表示，東南亞國家推行健保，以及擴大興建醫院，直接帶動居家醫材與耗材類產品需求，我醫材產品（如血糖計）在東南亞國家，比歐美及中國大陸的醫材產品更有吸引力。

配合新南向政策，貿易局下半年將推動拓展東協及南亞市場作法，包括 7 月於印度 3 個台貿中心成立「台灣商品行銷中心」，提供專人客製行銷服務，籌組高層經貿訪問團及超過 40 個海外展團拓銷活動，並辦理「東協商機媒合會」、「南亞商機日」、「雙印新政改革商機媒合會」等洽邀買主來台採購活動。