



台灣微創醫療器材 開發手術過程微創器械

# 打入高階植入醫材市場 創新推動自有品牌

台灣微創醫材專注於開發高階植入式醫療器材，包括人工骨材、脊椎椎間融合器與固定器、創傷骨固定器、牙科骨粉等。持續開發手術過程所需要的微創器械，讓臨床醫師降低手術的風險與減少因手術所產生的傷害，這是台灣微創醫材的企圖心與願景。

撰文／陳玉鳳 攝影／蔡世豪

「我前陣子應工研院之邀回去演講創業心得，我的建議就是將研發團隊丟下海，他們就自然學會游泳。」有此番體悟的創業者，是台灣微創醫療器材的總經理梁晃千博士，他在2009年12月與工研院團隊成員，

在工研院的鼓勵下，與鏡鈦科技合作共同創辦了這家訴求創新高階骨科植入醫療器材的公司，「我們這支來自工研院的技術團隊，從此進入了商業的真實世界。」

從完全不會看財務報表，到現在要負責資金運轉；



台灣微創醫療器材要向業界證明，自有品牌是可以成功的（右二為台灣微創醫療器材總經理梁晃千）。

從埋首實驗室，到能與醫療器材代理的三教九流打交道，回首過去 4 年的日子，梁晃千直言，「我們開始創業後，才知道我們把一切想得太簡單了。」

梁晃千說，在產品技術的研發過程中，經由設計開發與試製、物化性測試、生物相容性的分析以及大型動物的功效性驗證，並導入工廠 GMP 設計管制，縮短產品的開發時程，才能開發出真正符合臨床需求的產品。「上市之前必須經過一次又一次的臨床實驗及認證取得，完全無法速成。」所幸「關關難過關關過」，台灣微創的產品至今已獲得許多醫師的青睞採用。

### 脊椎手術也能以微創方式進行

台灣微創醫材專注於開發高階植入式醫療器材，包括人工骨材、脊椎椎間融合器與固定器、創傷骨固定器、牙科骨粉等。據了解，全球整體醫療器材市場值每年超過 1,800 億美金，其中有 3 成是來自於高階植入醫材，其中骨科醫材市場即占有 5 成，規模之大可以想見。然而，台灣微創身為後進者，有何勝算能在這個領域取得一席之地呢？

「我們對自己的技術很有信心，而且相信創新方法能解決許多老問題。」梁晃千進一步說明，隨著全球人口高齡化，脊椎疼痛對老年人生品質的影響越來越受到重視，然而醫師多半建議 80 歲以上的老人不宜再接受手術治療，主要考量就是一般脊椎手術傷口約 10 公分，會嚴重破壞周邊肌肉組織，造成大量失血，這些風險可能並非高齡患者可以承受。

台灣微創的脊椎植入物產品（椎間融合與脊椎固定器）的開發，就是為了解決這個問題。結合了資深臨床醫師的經驗，台灣微創已經能讓脊椎手術以微創方式進行，利用台灣微創的產品的專利設計，醫師能夠更精準地將植入物植入正確的部位，且可將病人的手術傷口縮小至 2~3 公分，大幅減少病人的失血量，老年人進行手術的風險當然也就得以降低，這讓許多病患的老年生活品質可以更好、更愉快。

「我們已經成功完成了兩例 90 歲以上病患的脊椎手術，成效很好，」技術開發效益逐漸顯現，台灣微創的營業額已由成立第一年的新臺幣 1 萬多元，至 2013



台灣微創的脊椎植入物產品開發，讓脊椎手術以微創方式進行，醫師能夠更精準地將植入物植入正確的部位，老年人手術的風險就得以降低。

年已增加至新臺幣 1 千多萬元，「雖然有所進展，但是成長速度還是太慢，其中的癥結不在市場需求，而是我們來不及擴廠，」隨著位於生醫園區的新廠房將在第三季加入生產行列，梁晃千預估今年營收可以增加 1 倍。

### 加緊建立銷售通路

台灣微創目前的陶瓷醫材主要在竹東廠生產，金屬產品是國內精密醫療器材加工龍頭，也是台灣微創的大股東鏡鈦科技生產。鏡鈦科技能提供台灣微創醫材穩定的加工品質，且其長期代工 ETHICON / Johnson & Johnson 產品的經驗，更是台灣微創推廣自有品牌的有力訴求。

「我們不只要做創新產品，且要打自有品牌，這才是長遠之路，」台灣微創已開始建立行銷團隊，且加快布建通路，銷售全球主要市場。從技術開發到行銷通路，台灣微創正一步步築夢踏實，「我們要向臺灣產業界證明，自有品牌是可以成功的。」梁晃千的雄心萬丈也表現在公開發行的規畫，「我們預計在 3 年內可以公開發行。」台灣微創的資本額在去年由新臺幣 2,000 萬元增資至新臺幣 6,900 多萬元，主要股東為鏡鈦科技。

未來台灣微創將與工研院持續合作開發具前瞻性的醫材，例如熱塑性骨材，將徹底改變脊椎手術的植入方式，「我們認為這是革命性的創新產品，且預計 3 年內就有產品推出。」持續開發高階植入式醫療器材並符合臨床需求的創新技術，這是台灣微創醫材的企圖心與願景，也是公司「本益比」及「本夢比」基礎所在。■