



東協崛起 醫療產業積極南行

航向醫療產業新市場

歷經 SARS、H1N1 新型流感、腸病毒及登革熱疫情，台灣逐步建立堅實的防疫實力；在高階醫療服務及慢性病治療上，也建立完善醫療服務，這些寶貴經驗均可推展到氣候、人種相近的東南亞國家，成為南向發展最具潛力的產業。

撰文／賴宛靖 攝影／黃鼎翔、蔡孟男

東協經濟崛起，市場成長迅速，但與民生息息相關的醫療產業似乎跟不上突飛猛進的經濟腳步。堪稱東協發展領頭羊的印尼，近 2.6 億的人口，其醫療支出約占全國 GDP 的 2.4%。然因國土幅員廣袤、過於分散，致醫療服務推展不便。印尼政府已於 2014 年起實施國民健保，預計 2019 年將普及全國，印尼醫療發展的火種已燃起，台灣要如何將卓越的醫療服務推展至

印尼？印尼最大醫療服務團隊 Mayapada Healthcare Group 首席營運長費尼（Roger Finnie）在 2017 醫療電子與器材產業國際高峰論壇中，分享深耕印尼醫療產業的心路歷程。

醫療沙漠 擬定策略應對

費尼認為，印尼城鄉對醫療需求差距大，許多軟硬體



Mayapada Healthcare Group 首席營運長費尼，在 2017 醫療電子與器材產業國際高峰論壇中，分享深耕印尼醫療產業的觀察與致勝心法。

智慧醫療新商機

仍在建置中，加上政策及稅法逐步制定，外資想進入印尼市場，不能靠一招半式闖天下，得從基礎面瞭解印尼醫療產業發展腳步及國家政策方針。面對這片「醫療沙漠」，費尼提出自己的觀察，提供台灣生醫產業擬定策略做為參考：

1》醫材進口需結盟當地夥伴

印尼政府已注意到醫療服務不夠普及的缺失，除推動健保，編列健康照護的公共預算、鼓勵私人辦醫院。過去四年印尼私立醫院數量逐年攀升，從 2013 年的 543 家，2017 年將增至 1,100 家，也提高對醫療器材的需求，創造出龐大市場商機。該國醫療器材相關法規規範，印尼國內的藥妝品及醫療器材，須向印尼國家藥品與食品管理局註冊後，方能取得許可證販售，進口醫材產品須當地經銷商、代理商向主管機關提出註冊申請，也需透過印尼通路商，方能在印尼銷售。有意打入印尼市場者，須先與當地商會多多交流，以建立合作契機。

2》培訓專業臨床醫療人員

印尼感染性疾病普及，肺結核、瘧疾等發生率仍高，近來經濟起飛，肝腎疾病、高血壓、高血脂等文明病日益增多。高端健檢市場需求開始浮現。但印尼無論是病床數量、醫護人員比例、居家護理及健保制度等，皆未臻完善。費尼表示，想打入印尼應將眼光放遠，與公私立醫院建立夥伴關係，除協助建置醫療硬體、提供器材，更需成立訓練中心，協助培訓臨床醫護服務，特別是專攻慢性病的專業醫護人員。

3》島嶼多 遠距居家醫療具潛力

印尼島多，即使政府逐年提撥經費建置醫院仍緩不濟急，醫療服務要在短時間內普及不易，因此印尼適合發展居家醫療服務。像飛利浦就推出小型超音波，提供偏鄉小診所的醫師、助產士使用，提升產前檢查品質。值得注意的是，印尼網路鋪設尚不普及，如要販售高科技醫療設備，還需要配合當地政府的硬體建設的腳步。

醫療新南向 建議組國家隊

台灣醫療業如何在南向發展的浪潮中，少走點冤枉路？20 年前就向南開拓市場的佳世達醫療器材事業群，

提供了許多寶貴的建議，佳世達醫療器材事業群總經理楊宏培認為，企業可妥善運用政府支持系統，整合產官學資源，例如技轉工研院的高端生技醫療技術，生產更具競爭力的商品；更需打破企業藩籬，組成「國家隊」，一同打下南向市場。楊宏培說，台灣企業有很多「隱形冠軍」，有不少企業具備「世界第一」的實力，但因為受限於企業規模及能力，很難走向國際。他認為，台灣醫材產業有潛力發展成另一個資通訊（ICT）產業，只是需「借力使力」，因此佳世達運用企業併購、股份結盟等方式，整合多家有意南向發展的優秀廠商，擴大競爭力及戰鬥力，才能增加贏面。

楊宏培表示，目前台灣醫療產業仍具優勢，但也可能很快被迎頭趕上，最大的勁敵自然是中國大陸。東協相關協定生效後，中國大陸生產的手套、針筒等醫療耗材能免稅進入東協市場，台灣廠商則需課稅 20%，兩國的起跑點不同，競爭優勢就差人一截。雖說中國大陸製商品在消費者心中仍普遍有較低階、粗製的印象；而台灣製商品質優，在東南亞市場，台灣醫材仍有二、三年的優勢，但面對中國大陸來勢洶洶，台商必須有危機意識。

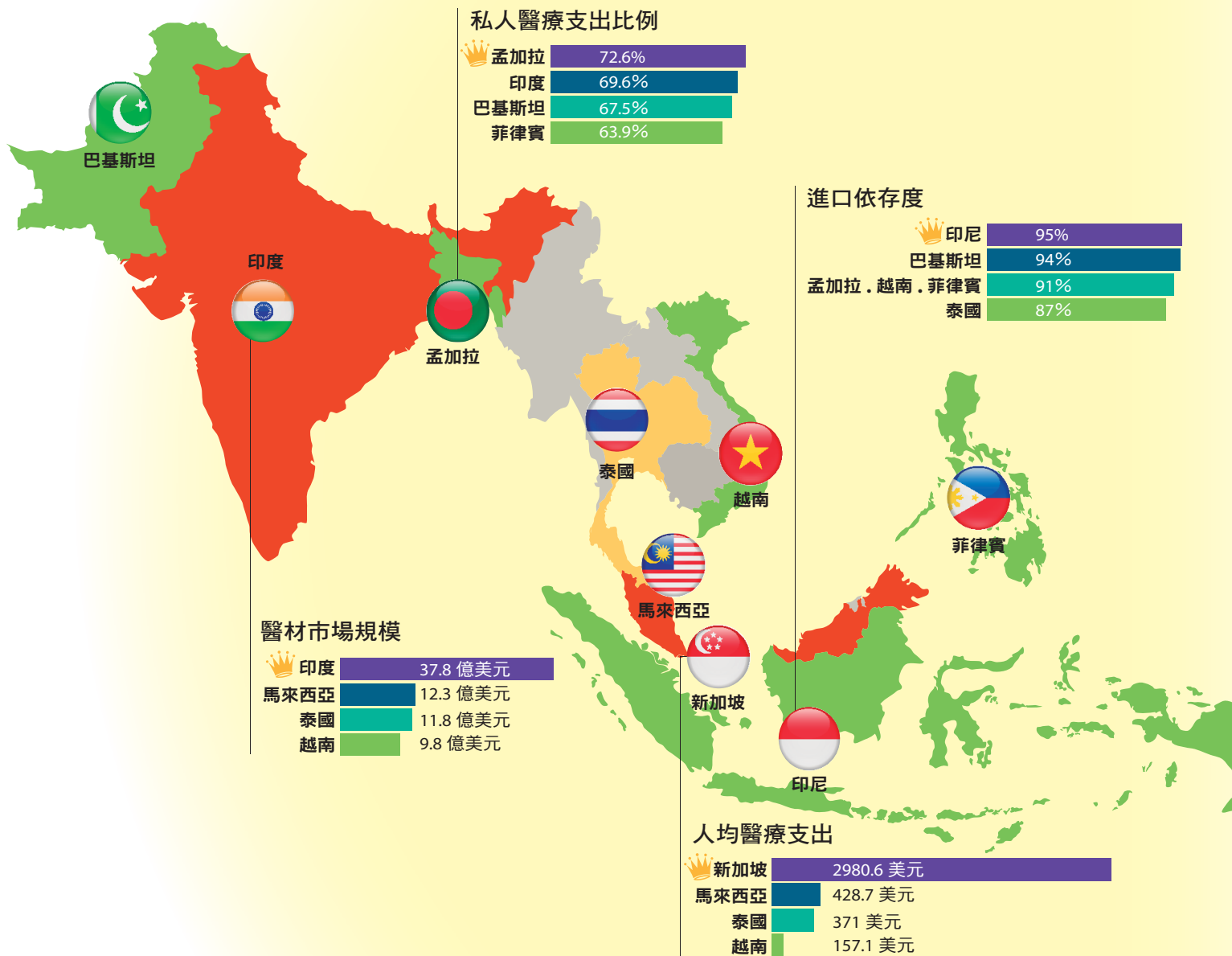
以智慧型手機為例，中國大陸手機市占率節節攀升，品牌好感度也逐年增加，漸漸打破中國大陸製就是粗製濫造的成見，這點台商須時時警戒，強化自身競爭力，讓自身技術維持在高端，「勿恃敵之不來，恃吾有以待之」才是上策。■



東協發展領頭羊印尼，醫療產業近年來已被逐漸重視並整頓。



東協與南亞國家 醫療器材市場布局篩選



國際醫材廠商設廠布局程度

以全球營收超過 20 億美元的跨國醫材廠商為統計基礎。

強：10 家以上；中：5-9 家；弱：4 家以下

■ 強
 ■ 中
 ■ 弱

資料來源：BMIResearch、工研院 IEK (2017)