

出國報告（出國類別：其他）

2012 第 32 屆俄羅斯莫斯科牙科展暨招商 訪問行程

服務機關：南部科學工業園區管理局

姓名職稱：陳俊偉/南部科學工業園區管理局 局長

許增如/南部科學工業園區管理局投資組 組長

派赴國家：俄羅斯

出國期間：中華民國 101 年 9 月 15 日至 9 月 24 日

報告日期：中華民國 101 年 12 月 11 日

摘要

南部科學工業園區管理局（以下稱南科管理局）結合財團法人金屬工業研究發展中心（以下稱金屬中心）全力推動「南部生技醫療器材產業聚落發展計畫」，現已邁入第四年，在四年期間以新台幣近12億元經費引進生技醫療器材產業，在南科高雄園區打造最具國際競爭力的醫療器材專區。本計畫之主要重點在於研發與招商，協助南部廠商進行產業升級或轉型投入生技醫療器材產業，並增加高雄園區生技醫療廠商。目前南科園區與高雄園區所推動的醫療器材產業聚落主要以牙科、骨科與醫學美容為主。

南科管理局陳俊偉局長親自率隊，與投資組許增如組長、金屬中心黃啟川董事長、陳進明副執行長、黃博偉副組長、薛瞬傑專案經理、呂姝嬋專員一同帶領7家園區廠商，以台灣形象館之方式參與新興國家牙科展，以突顯台灣推動生技醫療器材產業之國際形象與研發成果，提升台灣醫材廠商之產品及技術形象，接軌國際市場並協助廠商開拓國際通路。此外，本次行程也結合商機媒合會及重點醫療器材通路商之參訪，與當地買主進行直接且面對面之交流，以開拓台灣產業機會與商機。

目 錄

壹、出國目的	3
貳、過程	4
一、2012 第 32 屆俄羅斯莫斯科牙科展(Dental-Expo)	4
✚ 展會介紹	4
✚ 參展人員、廠商及行程規劃	6
✚ 參展情況	9
✚ 展後統計	14
二、拜訪廠商	15
參、心得與建議事項	17

壹、出國目的

南科管理局結合金屬中心，全力推動「南部生技醫療器材產業聚落發展計畫」已邁入第四年，在四年期間以新台幣近 12 億元經費引進生技醫療器材產業，在南科高雄園區打造最具國際競爭力的醫療器材專區；過去南科積極引進生技製藥產業，至 101 年 9 月止已有 49 家廠商進駐南科，而去(100)年南科生技產業的營業額達 55 億元。

「南部生技醫療器材產業聚落發展計畫」主要重點在於研發與招商，規劃將協助南部廠商進行產業升級或轉型投入生技醫療器材產業計 50 家，並至少增加高雄園區生技醫療廠商 15 家，預計投資金額 50 億元。目前南科園區與高雄園區所推動的醫療器材產業聚落主要以牙科、骨科與醫學美容為主。而為增加聚落之國際能見度，同時協助園區生技醫療器材廠商參與國際性醫療器材展會，進行產品拓銷。

本行程由南科管理局陳俊偉局長親自率隊，與投資組許增如組長、金屬中心黃啟川董事長、陳進明副執行長、黃博偉副組長、薛瞬傑專案經理、呂姝嬋專員一同帶領園區廠商共 7 家，藉由共組台灣形象館之方式，參加俄羅斯莫斯科牙科展，以提升台灣醫材廠商產品及技術之國際能見度、促進園區廠商與國際企業交流合作，同時藉由商機媒合會之辦理及俄羅斯當地重點醫療器材通路商之參訪，進行南科招商宣傳。

貳、過程

一、2012 第 32 屆俄羅斯莫斯科牙科展(Dental-Expo)

(一) 展會介紹

1. 俄羅斯整體概況

俄羅斯是世界上領土面積最大的國家，位於歐洲東部及亞洲北部，地跨歐亞兩大洲和東西兩半球，全國面積 17,075,200 平方公里，首都為莫斯科。俄羅斯有十四個陸上鄰國（從西北方向起逆時針順序）：挪威、芬蘭、愛沙尼亞、拉脫維亞、立陶宛、波蘭、白俄羅斯、烏克蘭、喬治亞、亞塞拜然、哈薩克、中國、蒙古、北韓（其中立陶宛和波蘭僅與俄羅斯外飛地加里寧格勒州接壤）。同時，俄羅斯還與日本、美國、加拿大、格陵蘭（丹麥自治領地）、冰島、瑞典隔海相望。俄羅斯北部和東部分別為北冰洋和太平洋包圍，西北和西南則分別可經波羅的海和黑海通往大西洋。

俄羅斯人口共 1 億 3,808 萬餘人，其中俄羅斯人約佔 79.8%，城市人口佔 73.9%，莫斯科及聖彼得堡兩大城市人口分別約為 1,050 萬人及 457 萬人。根據資料顯示，2011 年俄羅斯總人口數比 2010 年人口數減少約 30 萬，呈現負成長，2011 年 7 月統計俄羅斯人口增加率為-0.48%，男性平均壽命約為 60.11 歲，女性則為 73.18 歲，全國人民平均壽命為 66.46 歲。國家語言為俄語。

2. 俄羅斯經濟概況

俄羅斯繼承大部份蘇維埃社會主義聯邦經濟體系，在蘇聯解體後，因急劇的自由化改革，造成社會動蕩、政權不穩和分配不公，貧富差距加大，過快拋棄前蘇聯主導的計劃性、指令性經濟使得經濟急劇衰退，國家財產和企業被少數人獨佔；而政治自由化改革使國家陷入黨派紛爭和軍事對峙，混亂的政治環境使經濟發展缺乏計劃與目標。再者，國防支出比重佔 GDP 幅度過高，經濟改革失敗則使貨幣體系崩潰，盧布劇烈貶值，造成俄羅斯的經濟在蘇聯解體後連續 5 年下滑。

儘管如此，在 1999 年至 2001 年間，憑藉著較高的石油價格和疲軟的盧布，促成了俄羅斯經濟復甦，再加上新政府對基礎經濟進行的改革，有效提升投資者對俄羅斯市場的信心，開始以平均每年 6% 的速度增長，使俄羅斯的經濟相對快速的從世界最大的中央計劃經濟轉型到市場經濟。2006 年底，俄羅斯經濟持續八年增長，儘管在此期間當地人口呈高度負成長，從 1998 年的金融危機開始，年均成長率達 6.7%。目前俄羅斯已成為全球最大的天然氣出口國及 OPEC 以外最大的原油輸出國。

2005 年底，俄羅斯國民生產總值由 1999 年的 1,570 億美元恢復增長到約 7,500 億美元，黃金外匯存底由 1998 年底的不足 100 億美元增長到 1,822 億美元。直至 2006 年底更突破 2,800 億美元儲蓄大關，成為世界上擁有最多外匯儲蓄的國家之一。根據外交部統計資料，2011 年俄羅斯全國 GDP 成長率為 4.3%，國民平均所得(GDP)13,080 美元，消費者物價指數上漲率為 8.4%。

俄羅斯市場真正受到國際重視，始於 2001 年由美國高盛公司提出的「金磚四國」概念。以巴西 (Brazil)、俄羅斯 (Russia)、印度 (India) 和中國 (China) 這四個國家

的英文國名開頭字母組成 BRIC 一詞；「金磚四國」國土面積佔世界領土總面積的 26%，人口佔世界總人口的 42%，國內生產總值佔世界總量的 14.6%，貿易額佔全球貿易額的 12.8%，按購買力平價計算對世界經濟增長的貢獻率已超過 50%。研究報告指出 2050 年世界經濟格局將重新洗牌，「金磚四國」將超越包括英、法、義、德在內的西方已開發國家，與美、日一起躋身全球新的六大經濟體。高盛公司這份報告出爐後，中國、印度、俄羅斯和巴西作為新興市場國家的領頭羊，受到世界廣泛關注，「金磚四國」這一概念由此風靡全球。

根據研究報告內容，中國、俄羅斯、巴西和印度的經濟發展前景極好，四國可望在 2050 年位列世界最強經濟體。報告中預測，中國在 2041 年超過美國成為世界最大經濟體，印度則於 2032 年超過日本，成為世界第三大經濟體，巴西將於 2025 年取代義大利的經濟位置，並於 2031 年超越法國；俄羅斯將於 2027 年超過英國，2028 年超越德國。而四國合計的 GDP 可能於 2041 年超過西方六大工業國（G7 中除去加拿大）。此外，金磚四國在世界經濟增長中的比例將從 2003 年的 20% 增長到 2025 年的 40%。同時經濟總量在世界經濟中的比重將從 2004 年的大約 10% 增至 2025 年的超過 20%。而且，在 2005 年到 2015 年間，這些國家將有超過 8 億的人跨過 \$3,000 的年收入門檻，在 2025 年這些國家將約有 2 億人的年收入超過 \$15,000，促成市場需求的大幅回升。如此一來，2050 年世界經濟格局將會大洗牌，全球新的六大經濟體將變成中國、美國、印度、日本、巴西和俄羅斯。雖然這四個國家並非如同歐盟一樣的政治聯盟，也不像東盟一樣的貿易聯盟，但是這四個國家已經逐步開始政治合作，來加強其政治地位。

俄羅斯自蘇聯解體至今，已經逐漸改變原本的政治體制，以適應全球資本主義。俄羅斯有極為豐沛的石油和天然氣資源，可以為中國和印度提供所需的原材料，可以預測的是，日後金磚四國將更加廣泛的合作並有機會組成強大的經濟集團，同時促使俄羅斯成為世界上最主要的原材料提供者。

目前俄羅斯醫療器材市場的規模在 750-800 億盧布(約 25-27 億美元)左右，其中近 70% 為進口產品，顯示出俄羅斯消費者較偏好國外進口產品，其中進口牙科用醫療器材為其國產相同產品的 5 倍，而台灣醫材產品在俄羅斯市場亦享有知名度，佔俄羅斯進出口金額比重也逐年增加。

台灣對俄羅斯醫藥品進出口金額			單位：美元仟元
年度	2009	2010	2011
進出口金額	403	806	1,155

資料來源：財政部關稅總局

目前俄羅斯醫院所使用的醫療設備近 60-70% 需要改善或更新，且境內約有 85,000 位牙醫師，牙科產品高度仰賴進口，在俄羅斯政府當局極力改善醫療體系、逐年提高保健的預算外，俄羅斯人民對自身健康意識的提升，亦為俄羅斯醫材市場成長的動力，對於台灣醫材產業來說，俄羅斯市場未來的發展具有相當潛力，可望成為海外拓銷之重點之一。

3. 展會沿革及相關介紹

莫斯科牙科展為俄羅斯最大的國際牙科展覽，每年於春、秋兩季舉辦，今年為第 32

屆，迄今已有超過 15 年的歷史，在國際牙科領域中占有重要地位，由當地衛生部、社會福利發展聯盟、俄羅斯牙科公會與牙科相關研究機構共同協辦，展出項目包含牙科實驗室用設備及儀器、工具、材料、消毒殺菌產品及設備、麻醉及其他牙齒修復材料與配件、牙科治療椅、烤瓷系列產品、空氣壓縮機、醫院管理及清潔保健用品等，項目相當廣泛。本展主要吸引牙科專業人士參觀，包含牙科產品與設備的進口商、批發商、牙醫師、牙科專業人員、學者及製藥相關企業等，其中牙醫師便佔參觀者之 45%-55%，是進入俄羅斯市場最佳的管道。

參展廠商主要類別摘要：

- 牙科實驗室用儀器設備
- 牙科工具及材料
- 牙科消毒殺菌產品及設備
- 麻醉產品
- 牙齒修復材料及配件
- 牙科綜合治療椅
- 烤瓷系列產品
- 醫院管理
- 清潔保健用品

上屆 2011 年展會面積 19,425 平方公尺，有來自 25 國、462 家國內外知名參展商參展，並有德國、韓國、美國、義大利、中國、俄羅斯及斯洛伐克等國建置國家館，共計吸引 30,968 名相關專業人士前來參觀，包括德國、美國、以色列、中國、白俄羅斯、烏克蘭、喬治亞、亞美尼亞、哈薩克、烏茲別克、亞塞拜然、吉爾吉斯等地，其中有 45-55% 為牙醫師，5-13% 為牙科貿易商，5-10% 為口腔醫學學生，牙科相關服務業則佔 4-8%。

本(101)年度展出面積為 23,500 平方公尺，首度開放三個展館，共有來自 26 國、525 家海內外牙科廠商參展，並有德國、巴西、義大利、韓國、斯洛伐克、中國、台灣等 7 國設置國家館，參觀數達 32,592 人次，在參展商數、參觀人數及展館規模皆較以往大，已然成為全歐洲第二大的國際專業牙科展。

(二) 參展人員、廠商及行程規劃

1. 參展團名單

	機構	職稱	姓名
1	南部科學工業園區管理局	局長	陳俊偉
2	南部科學工業園區管理局	投資組組長	許增如
3	金屬工業研究發展中心	董事長	黃啟川
4	金屬工業研究發展中心	副執行長	陳進明
5	金屬工業研究發展中心	副組長	黃博偉
6	金屬工業研究發展中心	專案經理	薛瞬傑
7	金屬工業研究發展中心	專員	呂姝嬋

8	鴻君科技股份有限公司	業務經理	張志健
9	鴻君科技股份有限公司	管理師	黃馨誼
10	全球安聯科技股份有限公司	業務副理	黃士哲
11	全球安聯科技股份有限公司	國外業務	黃冠勳
12	光宇醫療儀器股份有限公司	總經理	黃啟明
13	光宇醫療儀器股份有限公司	技術工程師	李凌浩
14	普一股份有限公司	總經理	柯素錦
15	普一股份有限公司	國外業務	黃嘉辰
16	科頂科技工業股份有限公司	總經理	方世林
17	科頂科技工業股份有限公司	經理	方怡清
18	科頂科技工業股份有限公司	國外業務	車泰維
19	美萌科技股份有限公司	董事長	魏聰哲
20	美萌科技股份有限公司	業務專員	阮誠威
21	醫百科技股份有限公司	董事長兼總經理	黃大可
22	醫百科技股份有限公司	副總經理	王月鳳
23	醫百科技股份有限公司	經理	王維正
24	口腔協會	理事長	賴辰雄

2. 參展廠商主要產品類別

廠商名稱	主要產品
全球安聯科技股份有限公司	牙科植體、骨板、骨釘
醫百科技股份有限公司	牙科臨床技術評估、考核及導引系統
科頂科技工業股份有限公司	牙科手機(高低速)
鴻君科技股份有限公司	Ti-one 101 人工牙根系統
光宇醫療儀器股份有限公司	牙科治療台、口內攝影機
普一股份有限公司	牙科 X 光機
美萌科技股份有限公司	牙齒矯正相關產品

3. 行程規劃

(1) 整體行程規劃

09/15~09/24 行程規劃									
15 SAT	16 SUN	17 MON	18 TUE	19 WED	20 THU	21 FRI	22 SAT	23 SUN	24 MON
	抵達莫斯科 07:10 佈置展場	參展日 10:00~18:00	參展日 10:00~18:00 拜會駐俄代表處 10:30	參展日 10:00~18:00	參展日 10:00~14:00 前往聖彼得堡 12:00	拜訪 Coral 公司	因本日無CX班機，搭乘9/23航班回台	返回莫斯科 06:10~12:00	抵達台灣 09:30抵達 香港→高雄 港龍航空 KA-452 8:05/9:30
出發日 21:05起飛 桃園→香港 港龍航空 KA-483 21:05/22:30 香港→莫斯科 國泰航空 CX-207 00:55/07:10	佈置展場	參展日	參展日 商機媒合會 14:30~15:30	參展日	抵達聖彼得堡 17:45	拜訪 Coral 公司		回國日 17:15起飛 國泰航空 CX-204 17:15/6:25 莫斯科→香港	

(2) 細部行程規劃

日期	地點	行程
9/15 (六)	桃園→香港	桃園→香港 21:05 起飛 港龍航空 KA-483
9/16 (日)	香港→莫斯科	抵達莫斯科機場 07:10 國泰航空 CX-207 展場佈置
9/17 (一)	莫斯科	10:00~18:00 參加 2012 俄羅斯莫斯科牙科展
9/18 (二)	莫斯科	10:00~18:00 參加 2012 俄羅斯莫斯科牙科展 10:30 拜會駐俄代表處 發表演講：南科醫材聚落發展現況 ◆14:30~15:30 商機媒合會

9/19 (三)	莫斯科	10:00~18:00 參加 2012 俄羅斯莫斯科牙科展
9/20 (四)	聖彼得堡	10:00~14:00 參加 2012 俄羅斯莫斯科牙科展 ◆13:00 搭火車前往聖彼得堡
9/21 (五)	聖彼得堡	拜訪廠商
9/22 (六)	聖彼得堡	因本日無 CX 班機，搭乘 9/23 航班回台
9/23 (日)	莫斯科→香港	07:00 搭火車前往莫斯科 莫斯科→香港 17:15 起飛 國泰航空 CX-204
9/24 (一)	香港→高雄	香港→高雄 08:05 起飛 港龍航空 KA-452

(三) 參展情況

為協助提升台灣生技醫材廠商產品及技術之國際能見度、進行海外拓銷，本局陳俊偉局長及投資組許增如組長率領園區鴻君、全球安聯、光宇、普一、科頂、美萌及醫百等 7 家醫材廠商赴俄羅斯參加莫斯科牙科展，期望透過台灣廠商集體展示台灣精品形象館之建置，突顯台灣推動生技醫療器材產業之國際形象與研發成果，同時提升園區廠商之產品及技術形象，接軌國際市場並協助廠商開拓國際通路。

此外，為了增進園區廠商與俄羅斯買主的互動，展期中亦舉辦商機媒合會，促成園區參展廠商與俄羅斯當地廠商簽訂合作備忘錄共三家次，促進國際交流與合作，並安排拜訪俄羅斯排名前三大之旗艦牙科通路商-Coral 公司，藉由透過各種不同的國際交流方式進行整體行銷，將台灣南科醫材產業聚落進一步推展至世界舞台。

1. 展會規劃

本次形象館位於主展館第 8 館，共 20 格攤位，攤位分為 F53 及 G59 兩區，每格標準攤位為 3 公尺 x 3 公尺，每格面積 9 平方公尺，20 格總計共 180 平方公尺。本次以開放式裝潢設計，突顯台灣館整體形象，而為了能夠吸引參觀買主駐足，更在攤位前方設置各廠商公司 LOGO 並放置電視牆，開放參觀期間持續播放南科園區以及參展廠商介紹影片，於展館入口處懸掛大型廣告旗幟，同時亦在大會手冊內刊登廣告、現場發放傳單，並透過商機媒合會發表演講，介紹南科園區及各參展廠商，利用多元化的曝光方式，加深參觀者印象，吸引更多買主至攤位洽詢。此外，為了提供參展廠商更多彈性使用空間，另外備有 VIP 室，VIP 室內設有目錄

架，擺放園區及各廠商產品目錄，以利與買主進一步詳談。

展場平面圖如下：



台灣館位置

相關媒體廣告：



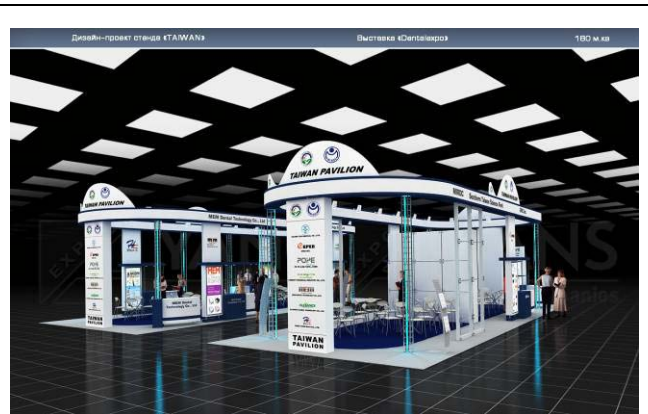


2. 攤位裝潢設計

藉由「台灣國家精品形象館」之裝潢設計，結合光宇、普一、科頂、鴻君、全球安聯、醫百、美萌共 7 家區內牙科廠商，塑造南科醫材產業聚落形象，展現台灣醫療器材高科技、高品質、高水準的「三高」特色及優質平價之優勢，做為台灣醫材產業進軍金磚四國的基礎，並期望能夠透過本次盛大舉辦，以集體行銷方式，展現台灣牙科產業的研發及製造實力。



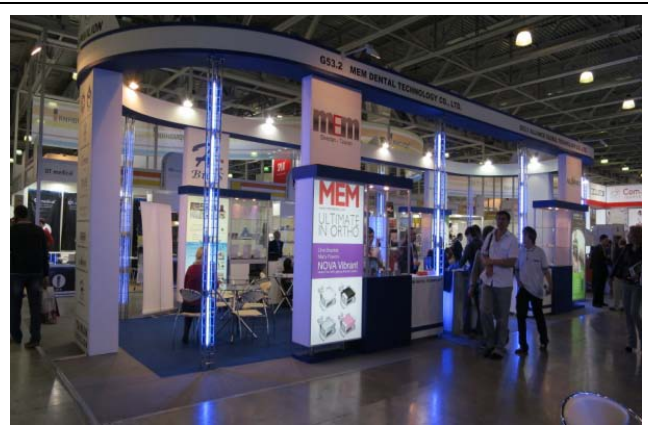
裝潢示意圖(一)



裝潢示意圖(二)



裝潢現場圖(一)

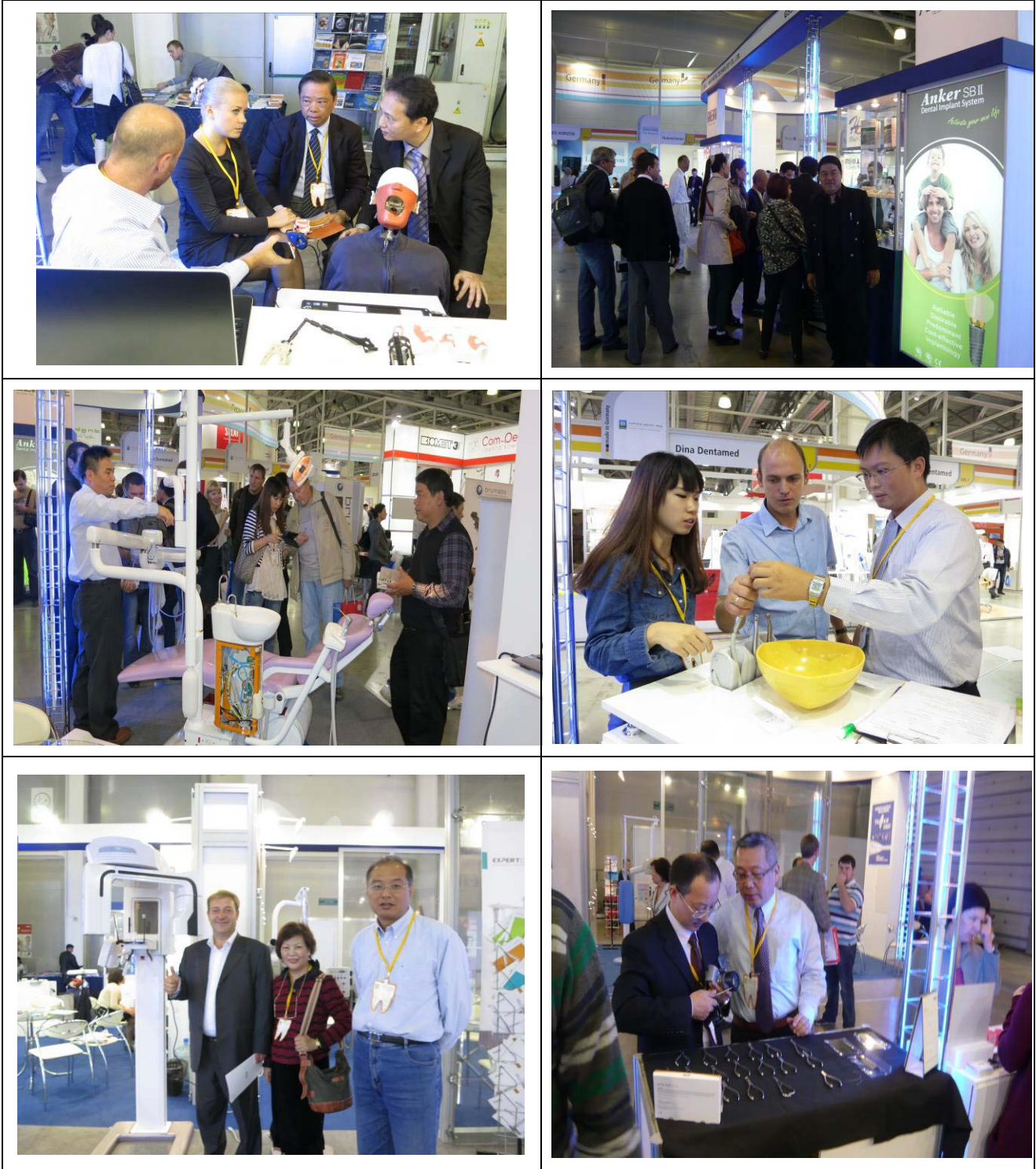


裝潢現場圖(二)

3. 參展盛況

本次參展吸引了相當多俄羅斯當地及國際買主到場，並與區內醫材廠商洽談熱絡。亦有許多參觀者在攤位前駐足觀賞南科園區之介紹影片，成功吸引許多俄羅斯國內及國際買主前來台灣館參觀，並進入各家廠商攤位交流洽談，對台灣產品做更深入的了解，增進彼此合作契機。

展會洽談情況：





各參展廠商於攤位內合影

4. 商機媒合會辦理

除參展外，本次也結合了商機媒合會之辦理，介紹各參展廠商及產品，希望能藉由媒合會的舉辦，使參觀者能夠更深入了解南科園區之醫材聚落，以及台灣生技醫療器材產業及產品研發成果。此外，園區3家廠商—科頂、光宇、醫百也與俄羅斯3家廠商簽訂合作備忘錄，藉由媒合互動，提高與海外市場接軌之機會。

商機媒合會議程

日期：2012年9月18日下午2:00~3:00

時間	主題	說明
14:00~14:10	長官致詞	南科管理局 陳俊偉局長
14:10~14:25	南科醫材聚落現況及廠商簡介	發表人： 金屬中心 陳進明副執行長
14:25~14:50	簽訂 MOU 1. 光宇公司與 Polydenta 公司 2. 科頂公司與 Coral 公司 3. 醫百公司與 AC Dental 公司	見證人： 南科管理局 陳俊偉局長 金屬中心 黃啟川董事長
14:50~15:00	交流媒合	

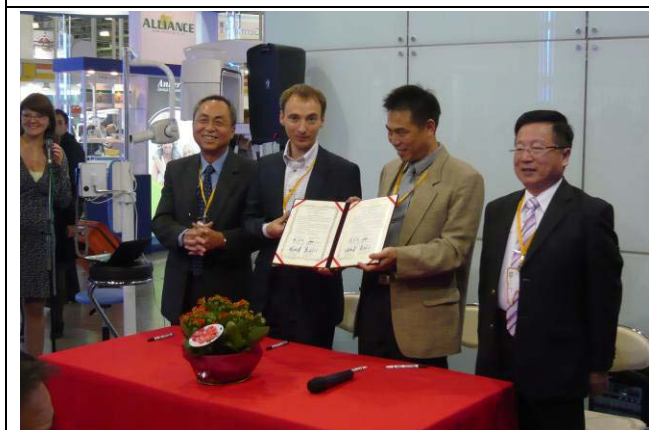
商機媒合會辦理情形



南科陳俊偉局長致詞



金屬中心陳進明副執行長發表演講



光宇公司簽訂 MOU



科頂公司簽訂 MOU



醫百公司簽訂 MOU



商機媒合會參與情形

(四) 展後統計

參展後，為了解本次俄羅斯參展之成效，並做為日後是否繼續參展之參考，於展會結束後進行相關調查，統計本次展後效益如下：

1. 在四天的展會期間，成功吸引眾多國際專業買主前來攤位洽談，共計 800 人次以上。
2. 現場成交金額(當場下單)預估約 300 萬新台幣以上。
3. 展後持續商討訂單及合作機會者，預估將超過 10 家次，後續海外訂單可望突破 3,000 萬新台幣以上。

4. 商機媒合會促成光宇、醫百、科頂 3 家園區廠商與俄羅斯公司簽訂合作備忘錄，增進雙方國際合作之契機。
5. 透過拜訪俄羅斯排名前三大之牙科經銷商-Coral 公司，增進國際交流及未來合作機會。
6. 藉由本次參展之商機媒合，普一公司與全球安聯公司分別與不同的俄羅斯通路商洽談於俄羅斯市場通路發展之合作方案，並商討邀請俄羅斯通路商來台拜訪之行程規劃，以便進一步討論後續聯合行銷之可能性。此兩家俄羅斯通路商皆不排除將聯合園區廠商共同合作，為未來南科二期計畫建立共同行銷通路做準備。

參展效益摘要表

參觀及洽談人次	800 人次以上
現場交易金額	新台幣 300 萬元以上
展後持續洽談家數	10 家次以上
預估後續訂單金額	新台幣 3,000 萬以上
簽訂 MOU 家數	台灣及俄羅斯各 3 家
其他成效	1. 促進參展廠商與 2 家俄羅斯旗艦型通路商建立聯合行銷管道 2. 邀請俄羅斯通路商來台交流

經過本次展後統計，顯示本次參展初步成效已逐漸發酵，持續經營俄羅斯市場，將大有斬獲。

二、拜訪廠商

為了增進對俄羅斯當地牙科市場的了解，本次行程也規劃前往聖彼得堡拜訪俄羅斯排名前三大之牙科通路商-Coral 公司。該公司成立於 1993 年，是俄羅斯當地知名的牙科產品通路商，客戶群遍及全俄羅斯及獨立國家國協，規模在俄羅斯境內牙科通路商中名列前三大通路商之一，主要銷售範圍包括牙科器材(如牙科手機)、設備及其零件(如牙科治療椅、牙科 X 光機等)與牙科材料等超過 11,000 項產品，除此之外，也提供技術支援及維修服務，並擁有自己的維修中心，提供全方位的服務。



該公司以「一條龍」式的服務模式穩健經營，並不侷限於代理產品，而是致力於提供更多無形的附加價值，如技術支援、產品維修等，且由於該公司產品的廣泛及多樣性，使得購買者能夠依需求選擇不同品牌之產品，自高階產品到一般牙科耗材，皆能滿足各種客層的不同需求，因此在公司成立近 20 年的期間內，逐漸發展並成長為俄羅斯前三大牙科通路商之一。

本次拜訪除了瞭解俄羅斯當地牙科市場現況外，同時也針對該公司營運狀況及行銷模式進行瞭解，參考國外旗艦廠商之發展經驗，可做為日後台灣醫材廠商之借鏡，提供未來協助廠商進軍國際市場的參考。

參、心得與建議事項

目前在南科園區進駐之生技製藥產業廠商已達 49 家，而高雄園區之生技醫療產業聚落專區，在近四年來的積極運作下，亦已逐漸成形。然而，這僅僅是南部生技醫療器材產業聚落發展計畫的初期目標，除了引進廠商進駐園區，更重要的，是將台灣醫材產業及產品推廣至世界舞台這個重大任務。因此，為了提升台灣醫材產業之國際能見度，經過各項評估後，本年度參與第 32 屆俄羅斯莫斯科牙科展。除此之外，更藉著辦展商機媒合會，增進與國際廠商間的交流，行銷聚落廠商及提高醫療器材產業國際能見度。

俄羅斯莫斯科牙科展係牙科器材之專業展，而全球醫療器材綜合展及專業展眾多，經評估後篩選出參加本展之原因有二：一是目前園區醫材廠商類別以牙科產品最多，而專業展能夠吸引到特定專業人士，對廠商來說最具效益，對跨入國際市場較具實益，較能展現南科牙科器材產業之研發成果，並能產生異業結合或是上中下游聯合行銷之聯盟型合作模式，達到「One-Stop Shopping Service」共效，而在本次台灣形象館之印象深入國外買主心中後，未來若有其他生技醫療器材產品之需求，亦有前來洽詢之可能，增加台灣生技醫材產業之曝光機會。同時，也可透過轉介，將相關產業一併帶進國際市場，更促進不同產業間之合作聯盟；二是國家的選擇，近年來，世界各新興國家皆以相當驚人的速度成長，經濟成長率直逼目前領導全球經濟的幾個先進大國，成為國際性的重要話題之一，其中更以「金磚國家」經濟發展預測之理論最為熱門，而俄羅斯除了是金磚國家之一外，該國醫材市場相當仰賴進口，市場潛力前景看好，因此可作為海外拓銷重點之一。

本次除參展外，另外安排商機媒合會，除了能向國外買主詳細地介紹自家產品及公司外，還有直接面對面交流的機會，透過這種方式，更能了解國外買主之需求與俄羅斯當地市場環境概況，並非僅僅是單方面地自我推銷，而是以互動的方式，促進交流。此外，合作備忘錄之簽訂也讓園區廠商及俄羅斯廠商之合作關係更加緊密地連結，鼓勵園區廠商以多元化、多樣性的方式發展。而在拜訪俄羅斯當地通路商方面，除了對當地市場進行更深入的瞭解之外，並可從中師法國際企業之理念及經營模式，作為日後發展台灣醫材產業之參考。

本次的參展及訪廠行程是醫療產業聚落逐漸成形之後，推動的重要活動之一，為園區廠商打入新興國家市場，以及向國際舞台展現台灣醫療器材產業之實力，踏出了相當重要的一步。本次最重要的收穫，是促成產業聚落間研發及行銷的共效機制，從目前聚焦於聚落發展方向，更進一步針對通路與銷售拓展而耕耘。未來醫療器材產業聚落，應該著重在產品上市之後，藉由臨床具有領導地位醫生之推廣，以協助提升相關產品之銷售。