

出國報告(出國類別：其他)

2018 上海國際口腔器材展覽會參展及 參訪行程報告

服務機關：科技部南部科學園區管理局

姓名職稱：李國宏組長、張庭瑜專員

派赴國家：大陸地區上海

出國時間：中華民國 107 年 10 月 30 日至 11 月 03 日

報告日期：108 年 01 月

公務出國報告摘要

出國報告名稱：2018 上海國際口腔器材展覽會參展及參訪行程報告

頁數 16 頁 含附件：是 ●否

出國人員姓名/服務機關/單位/職稱

李國宏 科技部南部科學園區管理局 組長

張庭瑜 科技部南部科學園區管理局 專員

出國類別：1.考察 2.進修 3.研究 4.實習 ●5.其他

出國地區：大陸地區上海

出國日期：107 年 10 月 30 日至 11 月 03 日

報告日期：108 年 01 月 08 日

關鍵詞：醫療器材，口腔展覽，上海

摘要

科技部南部科學園區管理局(以下簡稱南科管理局)至 98 年起推動「南部智慧生醫產業聚落推動計畫」，在南科園區打造最具國際競爭力的醫療器材產業聚落；南科積極引進生技醫材產業，截至 107 年底，生醫聚落有效廠商 78 家(台南 39 家、高雄 39 家)，投資額達 268.902 億元(台南 212.61 億元、高雄 56.292 億元)，聚落產值 106 年營業額為 95 億 3,879 萬元(台南 82 億 9,545 萬元、高雄 12 億 4,334 萬元)，107 年 1-10 月營業額 75 億 533 萬元(台南 63 億 3,862 萬元、高雄 10 億 6,671 萬元)。107 年 1-11 月就業數 2955 人(台南 2097 人，高雄 858 人)。

南部智慧生醫產業聚落透過政策引導下，第一階段已成功協助傳統產業技術升級，吸引廠商進駐園區並投資設廠，已逐步形成產業聚落；而南科管理局除了持續招商、吸引具發展潛力之醫療器材廠商進駐南科並投資設廠外，另一方面將加強環境支援及整合平台建置，透過輔導廠商申請設立 GMP 廠、ISO13485 等，協助已核准進入園區之廠商落地生根；並提供國內外法規諮詢、產品驗證檢測服務、產業人才培育訓練，協助廠商申請國內外醫療器材執照(包括：衛生署查驗登記、FDA、CE 等)，以縮短產品申請上市的時程，提升我國生醫領域產品之市場接受度；另外，在產品取得上市許可後，於行銷通路方面，則透過國際推廣平台，辦理聚落廠商集體行銷，積極參與國際醫療展會，爭取海外訂單。

目前在南科園區所推動的智慧生醫產業聚落以牙科廠商最多，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牙科器材展會，進行產品拓銷。本次由南科管理局帶領皇亮生醫、亞果、光宇、醫百共 4 家園區廠商，以台灣形象館之方式參與大陸地區中國國際口腔器材展覽會，透過台灣廠商集體展示，突顯台灣推動牙科醫療器材產業之國際形象與研發成果，提升台灣牙科廠商之產品及技術形象，展期間同時參訪上海聯植醫療器械有限公司、上海曼求蕊貿易有限公司等，針對南科智慧生醫產業聚落作深入的介紹，協助廠商順利接軌國際市場並開拓國際通路，爭取國際合作機會。

關鍵詞：醫療器材，口腔展覽，上海

目 次

| | |
|------------------------------|----|
| 壹、出國目的..... | 4 |
| 貳、過程..... | 5 |
| 一、 2018 上海國際口腔器材展覽會參展情形..... | 5 |
| 二、 廠商拜訪..... | 14 |
| 參、心得與建議事項..... | 18 |

壹、出國目的

南科管理局推動「南部智慧生醫產業聚落發展計畫」，在南科高雄園區打造最具國際競爭力的醫療器材產業聚落；南科積極引進生技醫材產業，截至 107 年底，生醫聚落有效廠商 78 家(台南 39 家、高雄 39 家)，投資額達 268.902 億元(台南 212.61 億元、高雄 56.292 億元)，聚落產值 106 年營業額為 95 億 3,879 萬元(台南 82 億 9,545 萬元、高雄 12 億 4,334 萬元)，107 年 1-10 月營業額 75 億 533 萬元(台南 63 億 3,862 萬元、高雄 10 億 6,671 萬元)。107 年 1-11 月就業數 2955 人(台南 2097 人，高雄 858 人)。南部智慧生醫產業聚落在政府的政策引導下，第一階段已成功協助傳統產業技術升級，吸引廠商進駐園區並投資設廠，已逐步形成產業聚落；而南科管理局不僅要持續招商、吸引具發展潛力之醫療器材廠商進駐南科並投資設廠，另一方面將加強環境支援及整合平台建置，協助已核准進入園區之廠商落地生根，透過輔導申請設立 GMP 廠、ISO13485 等，深入紮根；並提供國內外法規諮詢、產品驗證檢測服務、產業人才培育訓練，協助申請廠商國內外醫療器材執照(包括：衛生署查驗登記、FDA、CE 等)，以縮短產品申請上市的時程，提升我國生醫領域產品之市場接受度；另外，在產品取得上市許可後，於行銷通路方面，則透過國際推廣平台，辦理聚落廠商集體行銷，包含協助園區生技醫療器材廠商參與國際醫療展會及新興國家醫療展會，進行產品拓銷，同時增加聚落之國際能見度，爭取海外訂單。

因此本次協助園區醫材廠商參與上海國際口腔器材展覽會，即是園區平台所提供廠商的服務，透過參與國際展會，以提升台灣醫材廠商產品及技術之國際能見度，並促進園區廠商與國際企業交流合作，同時此行也拜訪當地之醫材通路商，了解廠商在地取證及產品推廣等相關問題。

貳、過程

一、2018 上海國際口腔器材展覽會參展情形

(一) 中國大陸市場概況

中國大陸醫療器材產業過去的 15 年間，隨著中國大陸宏觀經濟面的上揚、中產階級人口劇增，以及政府政策的計畫性扶植，整體產業發展及市場成長快速。根據 2016 中國大陸醫療器械行業發展藍皮書的調查，中國大陸醫療器材市場銷售規模由 2001 年的 179 億人民幣，增長至 2016 年的 3,700 億人民幣，若不考慮物價波動的影響，整個市場規模在 16 年間共增長了 20.67 倍，年複合成長率（CAGR）為 22.4%。中國大陸的醫療市場需求因人口結構變動及宏觀經濟成長的因素，仍將是全球成長速度最快、市場數最高的區域市場。

其中市場規模能快速成長的轉折點，在於 2009 年中國大陸政府開始實行新醫改計畫，由中央政府直接擴大醫療照護福利，進而刺激醫療相關市場的跳躍性成長。政策的執行也培育了中國大陸許多中大型醫療器材廠商，也因廠商的獲利增加，擁有更多資源進行企業營運的改造。

另外伴隨中國大陸中產家庭增加，消費者對於醫療照護需求提升，且相關醫療改革政策鼓勵下，大陸未來於高階影像設備、醫用材料與植入物、健康檢測及居家照護等醫療器材產業將快速成長。在經濟成長的驅動下，中國大陸城市的牙科診所快速增加，從 2009 年的 4.8 萬間牙科診所增加至 2017 年有 8.9 萬間牙科診所，成長了 1.8 倍（圖 1）。



圖 1：2009-2017 年牙科診所間數

隨著居民消費升級，中國大陸口腔醫療市場正處於快速發展的階段。植牙和牙齒矯正是口腔醫療行業的發展亮點，這兩個市場在中國大陸成長空間相當大。且隨著口腔醫療的發展，醫生和患者對牙科影像的設備要求也越來越高，牙科 CT 在未來也會有新一輪的設備更新。此外，更挾其高達近十五億的龐大內需人口，將成為全世界牙冠、牙橋市場成長率（複合年增長率 16%）最高的國家。這也使得國際知名大廠無不急於卡位分食這塊超級大餅。

與先進國家相比，中國大陸的牙科醫材市場尚處於發展初期，但從百萬人牙醫配比低、牙科疾病罹患率高但就診率低、專業牙齒矯正技術起步晚、人工植牙滲透率仍低等趨勢來看，均顯示中國大陸牙科醫材市場有廣大的成長空間，中國大陸將是全球成長最快速的市場之一，年平均成率超過 20%（圖 2）。

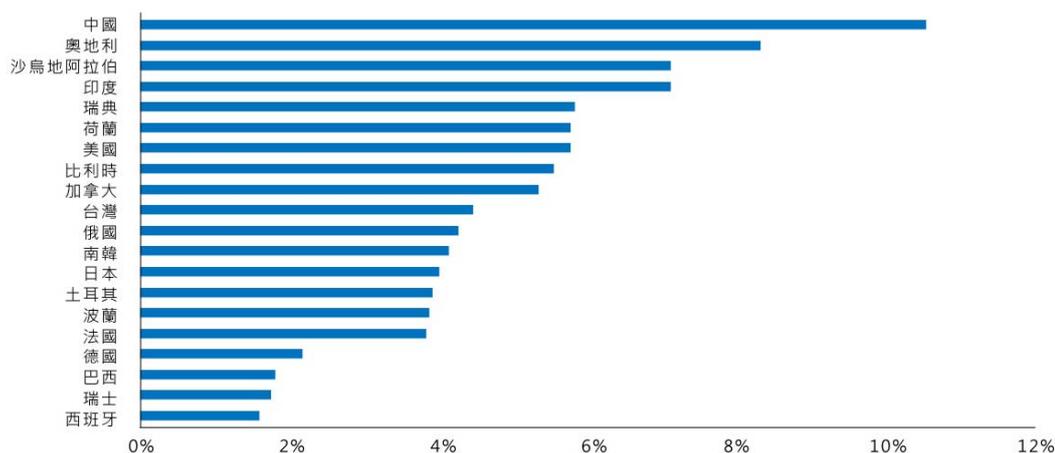


圖 1：2015-2021 年主要國家牙科醫材市場成長潛力

資料來源：TrendForce、TRI 拓璞產業研究院(2017/2)

(二) 上海國際口腔器材展覽會介紹

DenTech China 2018 上海口腔器材展覽會暨學術研討會始辦於 1994 年 10 月，是中國舉辦口腔專業展覽重要會議之一，舉辦至 2018 年已 22 年，並獲得業界的高度認可及一致好評，成為中國乃至亞洲的響亮品牌，公認為國內最具規模、最具影響力、效果最好、服務最佳的國際性牙科盛會。為期四天的上海口腔展 DenTech China 2018 於 10 月 31 日-11 月 3 日在上海世博展覽館盛大舉辦。展會面積達 50,000 m²，參展商 800 家，四天展期共吸引 108,000 人次，來自全球的通路商、經銷商、醫生及牙科相關領域專家一同共襄盛舉。展會期間舉辦先進適用學術、技術交流活動 200 場，在大力促進口腔學科發展的同時，也為廣大專業人士提供更多學習與交流的平台。本自展會有來自中國大陸和香港、台灣，以及日本，韓國，以色列，新加坡，馬來西亞，巴基斯坦，印度，土耳其，美國，巴西，加拿大，德國，瑞士，法國，意大利，芬蘭，列支敦士登，奧地利，丹麥，俄羅斯，斯洛文尼亞，荷蘭等 25 個國家在本屆展會上展示公司形象、新產品、新技術與服務；更有來自德國、美國、韓國、台灣與中國佛山南海五大專業展團同台亮相，作為大陸地區乃至亞洲口腔醫療行業風向標。透過現場的產品展示、臨床操作演示等方式，向全球觀眾展示牙科市場的行業水平和潮流趨勢的各類高端科技產品，如各類激光齒科治療儀、數字牙科 3D 打印機、口腔錐形束 CT、種植系統、CAD/CAM 系統、牙科器械、工具、材料、牙科綜合治療台、義齒產品、

壓縮空氣系統、掃描系統及殺菌、消毒產品等。

另本次展會舉辦地—上海，是中國大陸經濟、金融、貿易中心城市，國家財政收入支柱城市，也是中國人口最多的城市之一，常住人口 2,415.27 萬，其中本地戶籍人口為 1,433.62 萬人，約占總人口數的 59%。江南的吳越文化傳統與各地移民帶入的多樣文化融合，逐漸形成了特有的海派文化。上海是四大直轄市之一，與北京、天津及重慶並列，享有省級經濟和行政管理權限。上海位於中國東部弧形海岸線的正中間，地處長江三角洲最東部，東向東海，隔海與日本九州島相望，南瀕杭州灣，西部與江蘇、浙江兩省相接，最北部為處於長江入海口中的崇明島。

全球醫療器材綜合展及專業展眾多，經廠商調查及評估後篩選出參加 2018 年第 22 屆 DenTech China 中國國際口腔器材展覽會暨學術研討會之原因有二：

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「One-Stop Shopping」共效，而在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；

第二個原因是選擇的國家，近年來，世界各新興國家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」之理論最為熱門，中國大陸潛力十足，市場潛力前景看好，因此可作為海外拓銷重點之一。此外，本展亦為牙科醫材廠商持續參展意願最高展會之一，前幾次廠商參展的效益皆有不錯的成績，爰此次決定持續參展，並率領皇亮生醫、亞果、光宇及醫百共 4 家廠商，以台灣形象館方式聯合參展。

| | |
|--------------|----------------|
| 皇亮生醫科技股份有限公司 | 人工牙根、矯正釘、GBR-S |
| 光宇醫療儀器股份有限公司 | 牙科治療椅 |
| 醫百科技股份有限公司 | 植牙臨床導航系統 |
| 亞果生醫股份有限公司 | 膠原蛋白生物膜、牙科骨填料 |

(六) 參展行程規劃

| 日期 | 行程 |
|--------------|--|
| 10/30 (二) | 出發日 高雄小港 KHH→中國上海 PVG (07:15 起飛，抵達 09:30) 搭乘班機：中華航空 CI 581 佈置展場 |
| 10/31 (三) | 參加上海國際口腔展覽 地點：上海世博展覽館 |
| 11/01 (四) | - 參加上海國際口腔展覽 地點：上海世博展覽館 - 10:00 拜訪上海聯植醫療器械有限公司 上海市徐匯區桂平路 333 號 6 號樓 506 室 |
| 11/2 (五) | - 參加上海國際口腔展覽 地點：上海世博展覽館 - 10:00 拜訪上海曼求蕊貿易有限公司 上海市虹口區中山北一路 1250 號 4 號樓 314 室 |
| 11/3 (六) | 返台日 PVG→TPE 12:05-14:15(CI502) |

(七) 團員名單

| No | 公司名稱 | 姓名 | 職稱 |
|----|-------|-----|------|
| 1 | 南科管理局 | 李國宏 | 組長 |
| 2 | 南科管理局 | 張庭瑜 | 專員 |
| 3 | 金屬中心 | 薛瞬傑 | 研究經理 |
| 4 | 醫百科技 | 黃大可 | 董事長 |

| | | | |
|----|------|-----|-------|
| 5 | 醫百科技 | 王維正 | 區域經理 |
| 6 | 醫百科技 | 高榮嶽 | 經理 |
| 7 | 光宇醫療 | 黃啟明 | 董事長 |
| 8 | 光宇醫療 | 黃美鳳 | 業務經理 |
| 9 | 皇亮生醫 | 陳婉玲 | 總經理特助 |
| 10 | 皇亮生醫 | 陳敏麗 | 經理 |
| 11 | 皇亮生醫 | 陳雅雯 | 業務 |
| 12 | 亞果生醫 | 謝達仁 | 執行長 |
| 13 | 亞果生醫 | 郭哲成 | 協理 |

(八) 參展過程

本次南科率團參展，邀集皇亮、光宇、醫百、亞果共 4 家園區廠商參與並實地展示產品，其中醫百黃大可董事長、光宇黃啟明董事長、亞果謝達仁均親臨現場介紹公司廠品。此次展會園區廠商攤位吸引許多醫師及經銷商參觀，洽談熱絡，展後共計取得 60 家以上當地通路商/代理商資料，以及超過 80 位以上當地醫師資料，4 天展期中吸引超過 700 人次以上醫師及專業觀眾參觀，現場成交及接單量超過新台幣 400 萬以上。

會場中光宇公司更受到當地媒體採訪，提升園區及廠商國際能見度及海外曝光率，後續並進一步受到中央電視台邀請拍攝影片，可望在大陸地區增加銷售金額。



醫百公司介紹植牙臨床導航系統



皇亮公司人工牙根產品



亞果生醫膠原蛋白生物膜產品



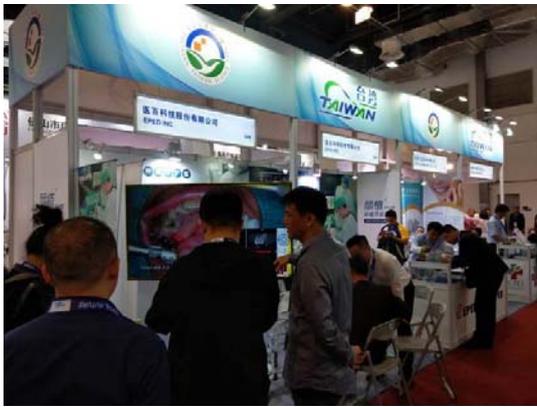
光宇公司牙科治療椅產品



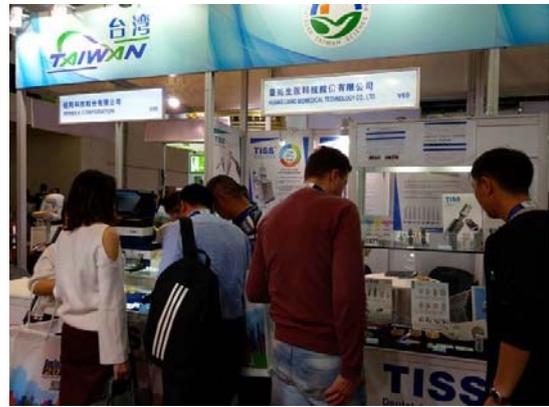
醫百黃大可董事長(左一)介紹產品



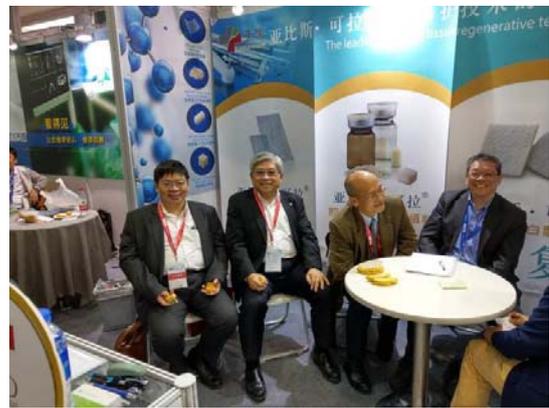
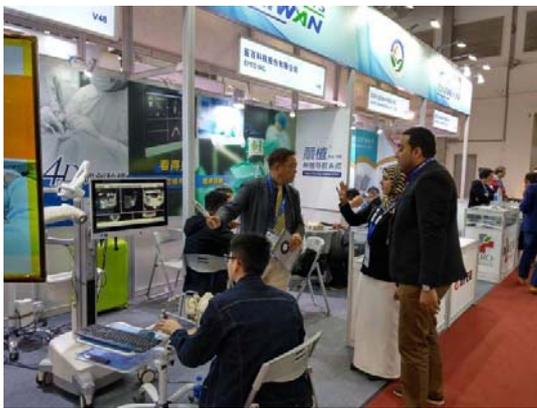
光宇黃啟明董事長(右一)介紹產品

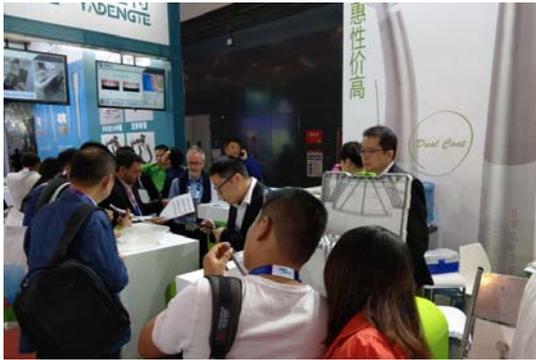


醫百攤位展況



皇亮攤位展況



| | |
|---|--|
| <p>醫百攤位展況</p> | <p>亞果攤位展況</p> |
|  |  |
| <p>科頂攤位展況</p> | <p>皇亮攤位展況</p> |
|  |  |
| <p>光宇攤位展況</p> | <p>李國宏組長(左一)關心科頂展況</p> |

二、廠商拜訪

本次展會順道拜訪上海聯植公司與上海曼求蕊公司，上海聯植醫療器械有限公司是園區廠商-全球安聯科技股份有限公司位於上海的分公司，全球安聯是園區人工牙根廠商中，最早拿到中國 CFDA 銷售許可的本土自有品牌廠商，除台灣以外，也已在上海及美國設立分公司。透過本次參訪瞭解台灣廠商目前在大陸經營相當競爭且取證不易，需要利用廠商彼此結盟的方式，共同分享通路，包括醫院、通路商等，逐步提高在地信賴及市佔率，另可與當地發展不錯的台灣醫師合作，透過示範中心進行醫師的教育訓練等方式，可協助有意進入大陸的園區廠商能夠快速進入市場。

上海曼求蕊貿易有限公司則是經上海食品藥品監督管理局批准的合格醫材供應商，主要經營範圍包括醫用高頻儀器設備、醫用 X 射線設備、口腔科材料等。上海曼求蕊相當熟悉當地市場及產品銷售模式，透過本次參訪瞭解當地市場及申請產品認證之程序，尤其三類的醫療器材認證與經營許可證取日益困難，即使取證後，也要在地深根經營且要找到在地合適夥伴，才能有效拓展市場，公司樂意對有意進入大陸的園區廠商提供相關諮詢與協助。拜訪紀錄摘要如下：

(一)上海聯植醫療器械有限公司

| | |
|------|--|
| 拜訪日期 | 2018 年 11 月 01 日 |
| 地址 | 上海市徐匯區桂平路 333 號 6 號樓 506 室 |
| 廠商類別 | 醫材製造商 |
| 接待人 | 上海聯植醫療器械有限公司 陳俊呈總經理 |
| 公司簡介 | 上海聯植醫療器械有限公司是園區廠商-全球安聯科技股份有限公司位於上海的分公司，全球安聯是園區人工牙根廠商中，最早拿到中國 CFDA 銷售許可的本土自有品牌廠商，除台灣以外，也已在上海及美國設立分公司。 |
| 與會人員 | 南科管理局 李國宏組長、張庭瑜專員 金屬中心 薛瞬傑經理 |

| | | |
|------|---|--|
| 拜訪目的 | 上海聯植是早期進入中國牙科市場的台灣自有品牌製造商之一，透過本次參訪瞭解台灣廠商在大陸設廠所遭遇到的困難與實際狀況，以協助未來有機會進入大陸的園區廠商能夠快速進入市場。 | |
| 會議重點 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 中國大陸醫療器材取證不易，全球安聯更是園區第一家取得大陸 CFDA 認證的人工牙根廠商，經營大陸市場商不容易，當深入訪談了解台商在當地牙科市場的經營策略及市場營運機制，上來除了地價跟物價都比台灣來得高，相對的支出也都比一般都高，未來希望能夠結合在地台商的力量分享通路共同在大陸開創新的市場。 2. 上海聯植身為園區廠商分公司的一員，願意分享其在中國的動力，也希望其他廠商能夠共同分享通路，讓園區醫材產品成為南科的 A 隊，先行打入大陸國家醫院，後續進入大陸的廠商，可以透過這些通路管道，快速進入大陸市場。 3. 面對韓國廠商的積極行銷策略，台灣廠商更應更團結，可透過國內在當地設立醫院的醫師，藉由設立示範教育中心，將台灣廠商的產品整體整合推廣。 | |
| 參訪照片 |  |  |

(二) 上海曼求蕊貿易有限公司

| | |
|------|-------------------------------|
| 拜訪日期 | 2018 年 11 月 2 日 |
| 地址 | 上海市虹口區中山北一路 1250 號 4 號樓 314 室 |
| 廠商類別 | 牙科通路商 |
| 接待人 | 萬中禮 董事長 |

| | |
|------|---|
| 公司簡介 | <p>上海曼求蕊貿易有限公司是經上海食品藥品監督管理局批准的合格醫材供應商，主要經營範圍包括醫用高頻儀器設備、醫用 X 射線設備、口腔科材料等，同時這間也是上海市當地醫材知名的通路商，相當熟悉當地市場及產品銷售模式，透過本次參訪瞭解當地市場及申請產品認證之程序，以協助有意進入大陸的園區廠商能夠快速進入市場。</p> |
| 與會人員 | <p>南科管理局 李國宏組長、張庭瑜專員 金屬中心 薛瞬傑經理</p> |
| 拜訪目的 | <p>上海曼求蕊貿易有限公司主要經營上海牙科市場，是上海第九人民醫院主要的通路商之一，該院現為三級甲等的綜合性教學醫院，口腔醫學是該院的主要特色，口腔醫學榮獲中國醫院最佳專科聲譽排行榜第 3 名(該院整形外科為第 1 名)，如能透過這間通路商的鏈結，將台灣產品順利打入上海第九人民醫院，相信未來在大陸市場，會占有一席之地。</p> |
| 會議重點 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 中國大陸醫療器材取證不易，比起 10 年前更是難上 5 倍以上，現在要拿到一張 CFDA 認可的證照至少需要 500 萬人民幣(約 2500 萬台幣)以上，園區醫療器材廠商以中小企業為主，且發展時間才 10 年，對於已經在大陸市場佈局很久的大廠，台灣要在中國大陸市場佔有一席之地，實在不容易，未來希望能夠結合在地台商的力量分享通路共同在大陸開創新的市場。 2. 上海曼求蕊貿易有限公司願意協助園區廠商，分享其在中國的通路，也希望台灣廠商產品的品質能夠更加油，以國際大廠的品質為目標，讓台灣醫療器材能夠在中國大陸市場逐漸擴散，增加訂單。 3. 大陸市場，韓國廠商很多，相當競爭，台灣廠商要自己拓展大陸市場，要先落地深根為贏，且要接地氣發展，並強化自己的競爭力，做別人沒有的產品，如發展牙科的數位化，軟硬整合，推動精準手術醫療，才有機會，但是如要發展三類的產品，目前取證至少要 5 年的時間，建議可先從一、二類產品著手。 |

參訪照片



參、心得與建議事項

- (一) 隨著數位科技的進步普及，相對的也整體帶動了牙科醫療產業的發展，因為相較於傳統手術及其後續假牙贖復的繁瑣手工製程，數位化導入有著傷口小、準確度高、減少過度性耗材及快速精準之優勢；加上國際大廠皆朝向提供全方位解決方案，預期數位化牙科產業的市場將持續穩定成長。
- (二) 從全球的數位牙科器材廠商來看，Sirona 是市佔率最大的廠商，全球數位牙科器材產品的市佔率約為 16%，同時也是 CAD/CAM 產品市佔率最大的廠商(CAD/CAM 市佔率高達 7 成)，以及數位 X 光影像的第二大廠商。Dentsply 是數位 X 光影像最大的生產廠商(數位 X 光影像市佔率達 30%)，同時也是全球數位牙科器材產品的第二大廠商，市佔率為 14%，其目前主要產品都與牙科數位化相關。
- (三) 查全球人工植牙目前由五大廠牌所佔領，市占率達三分之二，其中 Straumann 以 19% 位居第一，其次 Nobel Biocare、Dentsply/Astra、Biomet/3i、Zimmer 分別以 18%、14%、8%、6% 分佔其市場，其餘三分之一則分佈於許多分散製造商，園區廠商若要往品牌方向走，搶占全球市佔率，仍有相當艱辛的路要走，且應有相當的資金、整體行銷策略、並提供完善教育訓練、維修服務據點、搭配國內先進醫療技術與醫院體系等，適當透過收購、合併等方式，並優先往利基地區、市場，逐步擴展市佔率。且觀察國外知名植體大廠可發現，國外植體廠商不僅只做植體與手術器械開發，其皆已開始往其它周邊輔助設備做開發或策略合作。園區廠商規模雖小，但透過產園區業聚落的建立，可提供產業彼此策略合作的良好環境，反較大廠更有靈活的策略應用。
- (四) 中國大陸醫療資源分布不均，除了大城市多以採購大廠產品為主之外，鄉村醫療處於相對不均且不足，因此在十二五規劃政策驅動下，未來將增加鄉村醫療建設，相關醫療院所醫療器材採購數量也可望持續增加，帶動醫療器材市場發展。透過此次訪廠了解，目前在大陸經營相當競爭且取證不易，需要利用廠商彼此結盟的方式，共同分享通路，包括醫院、通路商等，逐步提高在地信賴及市佔率。
- (五) 大陸醫療器材產業結構，高端醫療器材產品多仰賴進口，但在政策趨向鼓勵國產品補足中階醫療器材產品缺口，已吸引國產廠商積極投入，國際大廠也積極發展中階品項搶占

市場，我國廠商宜進一步瞭解市場需求與缺口，並發展有競爭性的產品，接上地氣(通路)後，才能在此競爭市場中逐步拓展市佔率。

(六)醫療器材與一般消費性產品不同，需經相關法規認證才能製造與銷售，園區已加強輔導廠商檢測實驗室認證、醫材法規與國際驗證機構的鏈結，協助醫材業者儘快進入歐美日先進國家及鄰近的大陸地區、韓國、東南亞地區，未來可規劃鏈結國際醫材大廠供應鏈，加速園區醫材產值躍升。此外，推動國際間相互認證制度，以及國際標準一致性等部分，亦可有效加速國內醫材產品進入國際市場。

(七)大陸地區透過檢測認證之門檻調高來限制進口醫材產品，扶植在地產業，未來政府亦可思考透過健保給付或醫院採購等政策面，間接提升國產醫材產品市占率。

(八)大陸內需醫材市場相當龐大，欲進入此一市場，可先利用在當地發展不錯的醫師與廠商通路，共同合作整體行銷，再思考於當地設立製造廠與設立營運銷售據點就近服務，後續再運用電子商務、人工智慧、大數據、雲端計算等技術增強國際競爭力，逐步深耕拓展市場。至於國內規模較大的醫材廠，則可透過併購在地廠商方式進入此市場，降低初期進入市場的門檻與時間。

(九)南科目前已有 78 家醫材廠商，產業聚落逐漸成形，產品也陸續獲得 TFDA、FDA、CE、CFDA 等，應持續走向國際舞台展現台灣醫療器材產業之實力，並塑造台灣精品形象。未來更應將牙科、骨科等產品整合行銷，提供醫師整體的產品服務，而非目前各廠商單一產品的販賣，且展間可搭配醫師教育訓練等方式，更能吸引買者目光。