

出國報告（出國類別：考察）

MEDICA 2016
德國杜塞道夫國際醫療器材展

服務機關：經濟部國際貿易局

姓名職稱：陳昶宏科員

派赴國家：德國

出國期間：105年11月11日至105年11月18日

報告日期：106年1月24日

目錄

壹、 摘要	1
貳、 目的	2
參、 過程	3
一、 行程簡介（105年11月11日至11月18日）	3
二、 行程表	4
肆、 參展心得與建議	5
一、 MEDICA 2016 展覽概況	5
二、 醫療器材產業概況	5
三、 我商參展情形	6
四、 歐洲經貿網展中洽談會概況	7
五、 臺灣精品創新產品發表會	8
六、 提升我商參展效益之建議	8
伍、 附件（活動照片）	10

壹、 摘要

德國 MEDICA 醫療器材展為全球規模最大的專業醫療器材展，亦為全球最具影響力的醫療貿易展，上屆(2015 年)計有來自全球 70 個國家共 4,954 家專業醫療器材廠商參展，共使用 19 個展館，主辦單位預計今年將吸引全球超過 120 個國家及高達 13 萬名國際買主前來參觀。

為協助我商觀摩全球醫療市場發展，並拓展醫藥產業，本局除主辦、外貿協會執行「2016 年杜塞道夫醫療器材展」率團參展，並設置臺灣精品館外，並派員隨團參展，以瞭解該區域貿易推廣業務及醫療市場商機。本報告內容包括：本局派員參團目的、參展過程，並就個人隨團觀察之參展團效益，及與參團業者、外貿協會與駐外單位交流之心得提出總結，期在認識拓銷平台與培養溝通能力等方面強化工作職能。

貳、 目的

生技醫藥產業為我新政府五大重點創新產業之一，其中醫療器材為最大次領域，2015 年營業額達 1,330 億元，並有 1.2 兆新台幣之貿易額，主要以醫療輔具、診斷試紙及塑膠製品等為主，同時朝向骨科與牙科精密醫材，及精密儀器等高階醫材方向發展。

MEDICA 展覽為全球最大之專業醫療器材展，上屆（2015 年）我國為第 7 大參展國，共有 203 家廠商參展。本屆（2016 年）共有 222 家我商參與本次展覽，涵蓋監測儀器、診斷用醫材、醫療輔具、透析儀器、塑膠及橡膠製品等廠商。我參團廠商透過本次展覽可向歐洲及世界展示醫療器材商品及服務，並接觸全球業界買主，有利我業者拓展市場。

本局派遣 1 名負責歐洲業務之同仁隨團赴德國 MEDICA 展覽考察，除藉由實地觀摩我國與全球業者及國際買主之交流，以瞭解我國醫療器材產品利基與實質障礙外，亦藉此觀摩歐洲經貿網辦理之展中媒合會(Healthcare Brokerage Event MEDICA 2016)，以瞭解參展實務及我商爭取海外商機之過程，並提升對所承辦業務之認識與掌握度。

參、 過程

此次奉派參與「MEDICA 2016 德國杜塞道夫國際醫療展」參展團，隨團考察過程說明如下：

一、 行程簡介（105 年 11 月 11 日至 11 月 18 日）

（一）啟程

11 月 11 日晚間 11 時 25 分「MEDICA 2016 德國杜塞道夫國際醫療展」參展團自臺北出發，經過近 17 小時 40 之飛行（含候機），於 11 月 12 日上午 6 時 25 分抵達德國杜塞道夫。

（二）參與 MEDICA 2016 展覽

1. 11 月 14 日至 17 日於杜塞道夫展覽場(Messe Düsseldorf)舉行 MEDICA 2016 展覽。
2. 駐德國代表處謝大使志偉與經濟組何組長元圭於 11 月 15 日赴展覽現場瞭解我商參展情形。駐法蘭克福經濟組葛組長文誠並於 11 月 16 日赴現場瞭解我商參展情形。

（三）臺灣醫材創新產品發表會

1. 11 月 15 日下午 2 時，杜塞道夫台灣貿易中心於杜塞道夫展覽館 8 號館 2 樓會議室舉行「臺灣醫材創新產品發表會」。
2. 我駐德國代表處謝大使志偉、駐德國代表處經濟組何組長元圭、工研院生醫與醫材研究所邵所長耀華等皆有出席。

（四）歐洲經貿網(EEN)展中洽談會

11 月 15 日至 17 日時假杜塞道夫展館 6 號館 2 樓舉行展中洽談會 (Healthcare Brokerage Event MEDICA 2016)。

（五）回程

11月18日自德國搭機返臺，並於11月19日上午6時10分抵臺。

二、行程表

起訖日期	到達地點	工作內容簡述
105年11月11日至12日	臺北→法蘭克福(轉機)→杜塞道夫	去程
105年11月13日	杜塞道夫	全日佈展
105年11月14日至17日	杜塞道夫	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全日參展 2. 11月15日出席臺灣精品創新產品發表會 3. 11月15日至17日參與歐洲經貿網(EEN)展中洽談會(Healthcare Brokerage Event MEDICA 2016)
105年11月18日至11月19日	杜塞道夫→法蘭克福(轉機)→臺北	回程

肆、 參展心得與建議

一、 MEDICA 2016 展覽概況

第 48 屆「MEDICA 醫療器材展」與其附展「COMPAMED 醫療原料及零件展」於 2016 年 11 月 14 日至 17 日於德國杜塞道夫展覽場共同展出。本展為全球涵蓋範圍最廣、參展廠商家數最多、展覽面積最大之專業醫療展，亦為全球最具影響力的醫療貿易展。

MEDICA 2016 展有來自 70 國家、近 5,000 家廠商參展，共使用 19 個展館，展出面積合計達 128,035 平方公尺，並吸引來自 120 國、逾 12 萬人次觀展。各參展國中，以德國最多，其次是中國及美國，我商參展家數自 2015 年之 203 家成長至 2016 年的 222 家，全球排名第七。

本展依產品功能概分為 7 大屬性，包含：(1)電子醫療及醫療儀器、(2)實驗室設備、(3)診斷儀器、(4)物理治療/復健保健、(5)醫療耗材及商品、(6)資通訊科技、及(7)醫療服務及出版品。另附展「COMPAMED 2015」則展出醫療製造業的新興技術，包括原料、半成品、醫療零配件及包裝服務等。

MEDICA 2016 展延續去年以結合醫療及資通產品 (medical IT) 為主題，持續展現醫技數位化之趨勢，醫療應用程式、電子病例、電子帳單管理、遠距醫療、3D 列印、大數據與認知應用等，皆為展場焦點。本屆德國、美國及中國大陸等主要參展國皆以電子醫療及醫療儀器為主要展覽項目，其次為診斷設備或手術及醫院之消費性產品，由此可窺見醫療器材產業重點與市場概況。

二、 醫療器材產業概況

(一) 國際醫材產業概況

根據經濟部生技醫藥產業推動小組 2016 生技產業白皮書，醫療器材為一跨領域技術產業，由疾病型態及醫療技術的變革帶動產業發展。近年來隨著國際醫療市場因全球社會普遍高齡化發展，及各國醫療保健支出之調整，醫療器材產業之產值已於 2015 年成長至 3,239 億美元。其全球分布主要則為美洲 48.8%、歐洲 23.8%及亞洲 20.2%。另由於預防醫學技術的精進，以及民眾自我健康管理意識提升、又智慧型手機及應用逐漸普及等因素，居家型及穿戴型醫療器材逐漸提高成為本產業焦點之一。

(二) 臺灣醫材產業概況

根據經濟部 2016 生技產業白皮書，醫療器材產業為我國生技產業中規模最大且成長最快速的次領域，2015 年我醫療器材產業營業額達 1,330 億元，占我生技產業營業額之 44.54%，並較 2014 年成長 8%。其中以隱形眼鏡、醫院耗材及血糖試片為主要出口產品，出口金額達 200 億新臺幣。

(三) 臺灣醫材產業進出口情形

依據中華民國海關資料庫顯示，2015 年臺灣醫療器材進口金額為 701 億元，較 2014 年成長 14%，主要進口產品為來自先進國家領導品牌的高階醫療產品，如醫學影像高階設備、手術治療等相關產品。其中以美國為第一大醫療器材進口國，占比約 35%，其次為日本、中國大陸及德國、愛爾蘭等歐洲國家。

2015 年臺灣醫療器材出口金額為新臺幣 573 億元，較 2014 年成長 12%，主要出口產品為隱形眼鏡、醫院耗材、糖尿病試紙等。其中以美國為第一大出口國，占比約 27%，其次為日本、中國大陸及德國、愛爾蘭等歐洲國家。

三、 我商參展情形

(一) 參展規模

本屆 MEDICA 展覽臺灣共有 222 家廠商參加，使用 365 個攤位，展覽總面積達 2,529 平方公尺。其中 63 家由中華民國對外貿易協會率團參展，其餘 159 家則透過向本展大會獨立報名，或向開國有限公司（杜塞道夫展館臺灣代理）報名取得攤位。本局另委託對外貿易協會於展中設置臺灣形象館、臺灣精品館及新產品發表會，並由廠商自行參與歐洲經貿網舉辦之展中洽談會。

(二) 參展廠商產業分布

本展約 3 有成我商為「電子醫療及醫療儀器」廠商，主要產品包含穿戴式、居家型、耳溫槍、血糖儀等檢測儀、顯示器、病床傢俱及醫療推車及相關零組件等，除有常廣、生博的醫療影像及明碁的醫療設備外，亦包括如易威生技、泰博科技等廠商推出之穿戴式生理資料檢測產品；臺醫光電更突破傳統侵入性檢測技術，推出「非侵入性」穿戴式檢測產品；另淨因科技公司則透過結合雲端大數據分析，推出居家經絡檢測儀。

另有 4 成廠商專注於「物理治療/復健保健」、「診斷醫材」及「醫療耗材及商品」，產品包含創新技術儀器、機械設備、護具、繃帶、口罩、生活輔具、塑膠製品等。其中上銀由其德國公司(Hiwin GmbH)展出結合機械手臂之醫院設備，另台灣舒潔則已有多年參展經驗，本次亦展出多樣化保健及衛生用品。另有傳統醫材如精國公司，透過聽診器創新設計持續拓展商機。

四、 歐洲經貿網展中洽談會概況

歐洲經貿網（Enterprise European Network, EEN）為歐盟於 2008 年為協助其中小企業開拓全球市場，以促進商務、技術及研發合作所創立之平台，於全球有 63 國加入（歐盟成員國 28 國、非歐盟成員國 35 國），並設有逾 600 個商務合作中心，經濟部國際貿易局於 2015 年促成中華民國對外貿易發展協會、工業技術研究院及臺灣區電機電子工業同業公會共同加

入歐洲經貿網臺灣商務中心（EEN Taiwan）。

歐洲經貿網（EEN）與歐盟醫療研究計劃「Fit for health 2.0」合作，每年皆於MEDICA展中辦理展中洽談會（Healthcare Brokerage Event），本洽談會 2015 年吸引來自 32 國、303 家廠商參加，超過 1,000 場洽談，2016 年於 MEDICA 2016 展第 2 日開始舉行。吸引來自 41 國、330 家廠商參加，並促成 1123 場洽談，其中共有 3 家臺灣廠商報名參加，共促成 27 場洽談。據現場觀察及與我商交換意見後，初步認為洽談會有助於我商開拓新客戶及增進對歐洲市場之瞭解，本次參團廠商對洽談成果表示滿意，惟實質接單效益將再持續追蹤。

五、 臺灣醫材創新產品發表會

11 月 15 日下午 2 時，於杜塞道夫展館 8 號館 2 樓會議室舉行「臺灣醫材創新產品發表會」，邀請當地專業主持人、媒體記者採訪，我駐德國代表處謝大使志偉、駐德國代表處經濟組何組長元圭、工研院生醫與醫材研究所邵耀華所長等皆有出席，並由上銀（機械醫療設備）、必翔（電動輔具）、安克生（電腦輔助診斷軟體）及博圓（生技研究器材）等廠商發表創新產品。展覽現場亦可見到部分參展國家或廠商舉辦之產品發表會，結合現場互動，成效顯著，值得我日後籌辦產品發表會參考。

六、 提升我商參展效益之建議

本展參展廠商雖逐年增加，惟本次與我商訪談後得知，多數廠商認為展覽來訪人數似有較往年下降，且鑒於本展參展制度較有利於既有廠商持續參展，因此，除以多方管道增進新進廠商加入外，提升既有展覽資源效用、結合產業發展趨勢，並整合臺灣參展形象，將是我商日後參展主要發展重點。以下提出四點建議：

（一）持續爭取擴大展位面積及展館選擇

目前我商可經中華民國對外貿易發展協會、醫療器材及塑膠等相關產業公會、開國有限公司等管道參展，或獨立向本展報名取得攤位，惟鑒於本展參展廠商數量逐年增加，且本展制度較有利於既有廠商持續參展，新進廠商較難取得理想攤位，我參展團除持續向主辦單位爭取更多展位及館位選擇外，亦可透過擴大形象館、調整個別廠商空間等方式，以容納更多廠商，同時於形象館中統一我商整體形象。

(二) 提升臺灣展位形象，並考慮於現場舉辦活動

鑒於參展廠商為數眾多，展覽現場提供的整體行銷效果將有助建立第一印象，又本次參展多數我商對外貿協會攤位及臺灣精品館設計提出正面評價，我商攤位可參考其他國家，強化攤位設計及軟硬體呈現，並結合我國識別體系，將有助促進臺灣廠商整合行銷，並強化我產品可靠性形象，以達爭取商機及進行國際宣傳成效。

(三) 結合醫療器材產業發展趨勢

醫療器材產業趨勢將朝向結合 ICT 的醫療科技產品及服務發展，利用大數據、雲端、遠距、智動化等功能滿足預防、診斷、治療、復健等需求。國內多家電子或機械廠商已跨足本領域，另有廠商透過結合手機或攜帶型設備便捷的醫療檢測服務。我商可持續拓展醫療器材新領域，並創立自有品牌。

(四) 持續鼓勵我商廣泛利用展覽資源

鑒於本展已辦理多年且具相當規模，我商亦已逐漸熟悉展覽成本及效益，未來除持續於攤位呈現產品及服務外，亦可鼓勵我商積極參與如歐洲經貿網展中洽談會及相關研討會等活動，充分利用展覽相關資源，主動拓展商機。

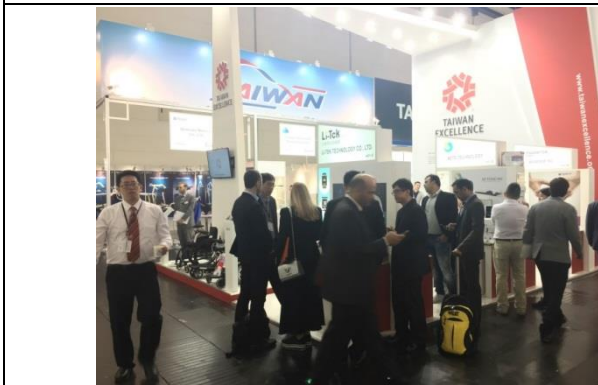
伍、 附件（活動照片）



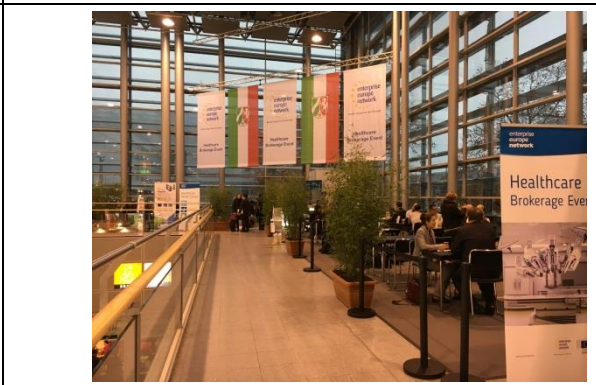
圖一：外貿協會台灣館



圖二：開國公司攤位



圖三：臺灣精品館



圖四：歐洲經貿網展中洽談會現場



圖五：臺灣醫材創新產品發表會