

101 年度 優質平價新興市場推動方案

新興市場消費需求深度調查案—1-2月重要研究發現與商機摘要表

研究主題	醫院用醫療器材
研究國家	印度/越南
研究產品別	消毒鍋、骨科、外科、急診科、手術室醫材
1-2月重要研究發現與市場缺口說明	
<p>一、 創新研發</p> <p>1. 印度</p> <p>台灣牙科用家具設備製造完善，在牙科用家具的研發方面，其材質、人性化設計及各式配件為研發重點，例如強力水流吸唾器、底座鑄鋼材質、附空氣煞車的托盤搖臂，紅外線感應給水裝置、給水杯溫水裝置、陶瓷盂盆、以及腳控搖桿等裝置，皆可提升產品附加價值與滿足使用者需求。</p> <p>2. 越南</p> <p>醫美診所或美容 SPA 中心專用消毒鍋機型：由於當地人民所得增加，醫學美容或美容 SPA 中心有日益增多的趨勢，相對也帶動相關醫材及設備的需求；以我國醫院用消毒鍋在越南市占率高達六成，生產廠商經驗豐富且多擁有自己研發團隊，建議可轉型發展非醫療級用之消毒鍋。</p>	
<p>二、 國際行銷</p> <p>(一) 印度</p> <p>1. 印度當地廠商的行銷策略為將商品推銷給供應商，再由供應商透過招標制度提供到公立醫院；或是透過採購部門提供給私立醫院。由於印度政府對當地店家採取保護政策，因此進入此市場的通路仍需與當地人合作，通路的選擇或是在當地尋找對的合作夥伴是成功的關鍵。</p> <p>2. 在新德里醫材通路商約有 70 家，全印度約有 400~500 家通路商，在印度從事進口或銷售醫療器材產品的廠商必須擁有州政府核可的販售執照才可進行銷售。由於不同的科別會有各自的醫學性研討會，通路商會參與</p>	

並發表產品，因此藉由參與醫學會及研討將可成為是醫療器材通路商重要的行銷活動。

(二) 越南

1. 新住民或外籍勞工

由於越籍人士來台定居趨勢越來越高，許多越籍人士回越南時總喜愛帶上血壓計或血糖計當見面禮，可透過對越籍人員的宣傳，增加台灣產品在越南市場的知名度。

2. 代訓醫護人員的置入性行銷

台灣有許多醫療機構接受越南醫護人員來台訓練，建議可在這些代訓機構置入性行銷台灣醫材，如：骨外科、急診室設備、手術室設備、病房設備、檢驗/放射設備等，透過代訓人員的使用習慣及印象，可以重新建立台灣品牌在越南醫界的地位。

三、 需求缺口

(一) 印度

1. 印度醫材主要進口的產品包括：醫學影像產品、放射治療產品、手術相關產品及侵入式產品等，而印度醫材廠商生產的產品主要為低等且售價便宜耗材類產品。
2. 目前在印度市場熱門的家用醫療設備有血糖計、膚質檢測器及氣霧機 (nebulizer)。
3. 醫院用的醫材產品以體外診斷醫材及牙科醫材為台灣可切入印度市場之首要產品項目。體外診斷方面，印度當地對於定點照護(POCT)的檢測醫材需求度提升，需要快速的篩檢產品。牙科醫材方面，則以超音波洗牙機、補牙醫材、牙科診療椅等產品為主要需求項目。

(二) 越南

根據世界衛生組織的數據，顱內損傷及愛滋病分別是越南的前兩大死因，前者主要原因是摩托車在越南是主要的交通工具，加上該國交通規則寬鬆，意外事故屢見不鮮，因此骨科、外科、急診科、手術室醫材需求，也是目前越南醫材市場相當重要的議題，如台灣廠商在相關產品已

有基礎，且對於進軍新興市場有興趣者，是可以投入的產品類別；而依據越南衛生部的統計，每年約有 4 萬人感染愛滋病，且當地因公共衛生建設及衛生習慣較不佳，兒科疾病（如肺炎、細菌感染）、心血管疾病、糖尿病等疾病的盛行率仍高，故體外診斷類產品也十分值得進入佈局。