

「臺灣拓展新南向醫療市場之產業發展策略」 政策建言

臺灣醫療服務內需市場不大，且於健保總額制度下，醫院間相互競爭激烈，各醫院為能持續營運，皆積極思考另覓財源來解決財務惡化之問題，而擴大服務對象之國際醫療則是其中一種可行方式。然而，臺灣醫院受限法規，很難以公司型態方式經營，要大幅增加國際醫療產值有其困難度。現階段醫衛新南向政策為政府推動之重點，以醫療服務帶動醫衛產業輸出新南向國家，對醫療產業整體發展應有相當之助益。

中技社透過與醫療產業相關領域專家合作，進行「新南向醫療市場」之研究，主要聚焦於研析東協 10 國及印度共 11 個國家之醫衛環境、市場、法規與政策，同時檢視臺灣國際醫療新南向政策推動現況與願景，希冀找出臺灣醫療產業輸出機會，謹審慎提出六大結論：1.新南向醫療市場當前之發展重點為智慧醫療、遠距醫療與預防醫學，以改善自身醫療體系及因應人口老齡化問題，臺灣應掌握包括馬來西亞、越南、菲律賓、印度及緬甸等 5 國發展數位健康、精準醫療之新契機；2.信奉伊斯蘭教之地區為不容忽視之市場；3.對於具備醫療技術水準有待提升、醫療量能不足、藥品及醫療器材仰賴進口、較富裕者傾向海外就醫等條件之國家，臺灣切入其海外醫療服務市場的機會相對較大，除了 MET 基金會所選定馬來西亞之檳城與吉隆坡兩城市以外，越南的胡志明與河內、印尼的雅加達及緬甸的仰光等均可納入考量；4.東協 10 國刻正共同推動藥品、醫材法規之調和，並致力於更新藥品醫材上市登記程序之指引文件；5.各國正透過提升本地醫藥品生產能力，以滿足一部分國內醫藥品市場需求及降低財政負擔；考量市場供需、關稅障礙及醫療法規環境，臺灣醫藥產業投資有機會落在馬來西亞、越南、泰國、菲律賓及印尼等 5 國；6.培訓僑生與國際醫事人才並建立聯繫網絡，對臺灣醫衛產品輸出與醫療聲譽彰顯，有開枝散葉的正面效果。以下為綜整研究成果所提出之建議：

（一）借重經濟部產業發展經驗，加速醫衛產業輸出新南向國家，提高國際醫療的整體能見度

1. 整合醫療及其他產業資源，以創造更大綜效

臺灣醫療本業為提供醫療服務，在非營利制度下無法參與資本市場機制，產值難以增加，但若從服務結合產業(bundle service)的思維，以服務為導向鏈結相關產業共同合作，將醫療產業化，則產生的效益將具乘數效果。經濟部過去推動的整廠輸出就是一個很好的策略，以提供醫療服務為例，可從興建醫院開始，思

考結合建商及與其搭配之土木、機電、建材等，再從醫療服務所需之相關醫療設備、3C 產品、生技醫藥、ICT，甚至保險業，即可形成一個產業鏈。因此，醫衛產業輸出若由衛福部與經濟部共同合作，可創造更大商機。

2. 以產業分工與互補之角度建立我國新南向醫衛產業鏈

我國「醫衛合作與產業鏈發展」旗艦計畫，係本於與新南向國家互利雙贏之立場來推動，為了避免新南向政策對我國醫衛產業之協助與新南向各國當地發展之重點有所牴觸，政府應在新南向國家醫衛產業之發展動態下順勢而為，找尋與新南向國家醫衛產業「互補互利」的機會。未來除推動以產業分工與互補之角度來強化我國產業與新南向國家產業之對接外，應協助一國一中心定位其特色，盤點各該醫院目前使用進口與國產品來源與比例，並掌握這些產業之發展狀況及供應鏈現況，集結各該供應鏈上中下游不同業者之優勢，共同合作，切入適當位置，方有利於推動臺灣醫衛產業之輸出。

3. 重視清真消費市場，並借鏡泰國發展經驗

臺灣推動新南向政策，應重視清真市場，可借鏡泰國出口導向的清真認證制度。觀察泰國發展清真認證之策略，以發展清真產品出口需要龐大的認證成分或原物料製造商作為後盾，並積極推動清真認證之相互承認，近期更將清真認證制度導入品牌化與跨業整合之發展策略，推出「Thailand Diamond Halal」品牌計畫來提升泰國在清真市場的國家形象，此一做法甚值得我國參考。

(二) 賦予 MET 更多資源與權限，扮演醫衛產業整合及輸出之角色

1. 加速國內醫衛產業共組團隊

新南向各國產業及市場結構不同，廠商對於各國關鍵代理或經銷通路掌握能量亦不同。大型企業足以憑藉自身能量建構市場網絡，但是中小型企業在法規、通路建立與維護經營、售後服務等能力相對不足。衛福部已輔導成立 MET 作為醫衛產業連結之專責機構，整合協調醫療機構與產業公會等民間資源，未來應積極促成「大小合作」，以母雞帶小雞的方式，共同前進新南向國家，並依企業需求，協助其與當地產業建立連結關係，增加中小企業共享醫衛新南向之成果。

2. 以醫帶產之方式拓展海外醫療市場

以醫帶產的商業模式對醫療的產業化相當重要，目前 MET 基金會的任務之一為推動海外醫療前進基地，應需賦予 MET 更多的資源與權限，讓其扮演更積極的角色，並鬆綁醫療財團法人海外投資或認股限制等法規，才能克竟其功。

(1) 建置海外醫療基地，並以遠距醫療與臺灣醫院合作

建議由 MET 基金會主導，協調臺灣醫院、科技業、生技醫藥業等共同出資來代表臺灣資金，和標的國之華僑共同出資，興建全新或收購當地既存之醫療機構，作為前進東南亞國家的根據地。如為全新醫院，還可以帶動建材、病床、3C 產品、醫材、藥品、生物科技，乃至資訊服務等產業，為包裹式之整廠輸出模式。

醫院規模初期可為 100 床左右的專科醫院，秉持醫療專業第一且合理收費，並主打能立竿見影之特色醫療，例如：骨科、生殖醫學、心臟外科等，提供差異化之服務創造價值及建立口碑，再逐步發展慢性病、癌症醫學、精準治療等優勢科別，打造臺灣特色品牌。並以前店後廠概念，推動遠距醫療，由臺灣名醫或具優勢科別之醫院作為後盾，先鎖定當地臺商、華僑等病人，透過他們的宣傳，再逐步擴大至當地民眾與鄰近國家尋求海外醫療之居民。

(2) 建置醫事人員培訓中心，並作為我國醫衛產品示範場域

醫事人員培訓中心由 MET 統籌規劃，於海外及臺灣醫療基地設置，由臺灣各教學醫院盤點自身資源及醫療項目之優勢，建立醫療培訓國家隊，依海外醫療基地專業人才之需求或來臺受訓者之需求，系統性地提供精緻化的培訓課程，課程中可安排實地操作，而實地操作所需之相關設備(施)，可由不同廠商，依各自領域，共組團隊，將不同產品模組化，讓海外醫事人員操作使用，藉此熟悉臺灣產品，並建立產品知名度。

(三) 持續維護並擴充醫衛新南向網路資訊整合平台

新南向各國家修訂醫藥品管理之法規內容相當頻繁，而醫衛新南向政策所建置之數位平台「醫衛新南向產業 e 鏈結」網站，具備市場資訊與法規資料庫等功能，建議政府部門應持續強化該平台之功能，加強市場供需、商展活動、產業聯盟、當地據點等資訊的動態揭露，連結整合各部會新南向政策資源，並定期研析與更新各國醫衛法規與指引文件，以協助廠商據以評估產品上市時程與成本。數位平台提供一站式服務，可有助於臺灣廠商一次性掌握當地市場脈動、提升產業連結工作之效率，加速我國相關產品或服務進入當地市場，搶攻新南向潛在商機。

(四) 積極培育僑生及海外醫事人才，增添海外拓展動能

1. 鼓勵僑生來臺接受醫學教育，並與僑居地建立學歷與專科訓練互認制度

僑生具多語言優勢，且其在文化與觀念上與臺灣社會型態相近，兼具在地化與國際化的雙重特質。臺灣醫療具備優勢，且有完整專科醫師培訓計畫，可吸引僑生來臺接受醫學教育。若能配合臺灣未來海外醫療基地設置之國家，彈性提供該國更多之名額及獎學金等誘因，並與僑生之僑居國建立學歷與專科訓練互相承認機制，僑生畢業或受訓後可回僑居地為未來臺灣海外醫院所用。

2. 研議外籍醫事人員來臺學習執照，讓取得海外醫師資格者，得以執行醫療行為

目前在我國醫院接受醫學訓練較難獲得跨境承認，而且我國法規並未放寬具備外國醫事人員資格，但未取得臺灣醫事人員執照者得以執行醫療行為。若要吸引更多外籍醫事人員(尤其是外科領域)來臺學習技術，且獲得更扎實的訓練，建議主管機關可以放寬政策，研議外籍醫事人員來臺學習期間之學習執照。未來，更進一步也可以階段性配合臺灣於海外建置之醫院，對於臺灣之強項科別(如魏福全院士顯微手術)，與當地國協議，承認臺灣之醫師專科訓練，作為臺灣在海外醫院之種子醫師。

3. 建立校友會，強化學員返國後與臺灣之持續連結

臺灣醫療軟實力之拓展，與受訓學員維持聯繫相當重要，經歷 COVID-19 疫情，目前線上會議已相當普遍，且能省去學員移動之交通、膳宿等費用，建議培訓醫院可以建置「線上校友會」，除了辦理聯繫會議或研討會之外，也可以提供這些結訓校友一個匯聚經驗、資源共享、聯繫情誼的交流平台。

詳細內容請參閱「臺灣拓展新南向醫療市場之產業發展策略」專題報告，亦已同步發行於本社網站 www.ctci.org.tw，歡迎下載參考。