

## 林宏文專欄

### 以醫帶商 國際醫療市場大趨勢——台北榮總副院長李偉強（陽明醫81）專訪

2023-05-11



在台灣政府積極推動醫療新南向政策中，台北榮總專責耕耘越南市場，李偉強多次攜手國內資通訊大廠中華電信、華碩、佳世達、慧誠智醫等公司，赴越南成功簽署多項合作協議。李偉強認為，台灣醫療與電子業要出海，要依循「以醫帶商」的原則，讓友邦先感受到台灣優異的醫療技術、健保雲端資料及智慧醫療等優勢，再讓醫療資通訊產品充分展現高品質與高附加價值的醫療科技實力，如此才能順利帶領各種醫療產業進行海外輸出。以下是李偉強學長第一人稱的專訪摘要：

政府採取了新南向政策，新南向總共有18個國家，台灣希望能透過國際醫療來跟他們拉近關係。而台灣國際醫療早期主要來的病人大部分都來自中國，現在因為兩岸間的關係有時候比較微妙，因此不能只把雞蛋放在同一個籃子裡。

這部分的能分成這分兩塊。一個部分是希望他們來看病，特別是他們國家治療不好的重難症，另外一種是他們可以治療好，但台灣有更好的，比如說醫美，我們可以結合觀光行程觀光醫療，這裡面還有他們的醫生、護理師、藥師，甚至是醫院管理的人，都會來台灣接受一些訓練。

除了對方「走進來」，我們「走出去」的部分，多半是我們引以為豪的「跟醫療相關的資通科技產品」。台灣其實是一個滿大的醫療器材輸出國家，比方說血壓計、體重計、健身器材等等，還有一些中階的醫療產品。我們希望還可以往上面走，這次包括中華電信推展5G應用、華碩醫療方面的雲端服務、高階的伺服器、AI，還有很多廠商的行動裝置等等，都可以結合生理數據，去分析運動能力，透過這樣IoT、AI跟醫療做結合，這是我們現在在做行銷的目的，也是國際醫療的趨勢。

這幾年中國跟美國貿易衝突，導致很多在中國的廠商移到越南。越南有9600萬人，人口結構年輕，在這樣快速發展的國家，人口紅利之下，當地人會開始重視健康，醫療需求增加。當發覺國內的醫療可能不能滿足他的需求時，就會想往外尋求更好的醫療。另外一方面經濟情況轉好了之後，很多台商在那邊設立電子公司工廠，所以我們台灣的這些公司看到商機，紛紛往東南亞跑，越南是很重要的一站。對我們來說這是「一國一中心站計畫」，越南是交由台北榮總負責，歷時已經5年。

如同買車一樣，醫療很多時候其實就是口耳相傳的。我們這次去國外探究「為什麼台灣很多產品賣不出去？」我們發覺沒有第三者來稱讚東西，反而由賣的人來老王賣瓜，說服力當然不高。因此，讓「使用者經驗」去發酵，這是最有效的。同時，這也是「以醫代商」的概念來源。

越南原本對台灣醫療就已經有很好的印象，所以我在推資設備的時候，不用講這些產品多好，只要講它的效果、對台北榮總帶來的效益，至於產品本身則交由客戶介紹細節，或是攤位上可以摸到實體的東西。

其中還有一個重點，就像將來要賣手機不是只有賣手機，亮點是裡面的「軟體」或跟「整合周邊」，亦即，要賣的是一個「完整的解決方案」。個別廠商單打獨鬥，特別是要賣醫療這一塊，我覺得過去的模式未必行得通，我會建議應該要跟台灣很多的醫療院所用這樣的模式推展出去。

台灣從1996年開始，慢慢有在推展國際醫療，不過政府推展腳步是很謹慎的。為什麼呢？因為認為醫療主要還是優先留給國人，但這些也擋不住許多慕名而來國家，所以台灣開始適度的鬆綁。

有些技術如果只以台灣人口兩千三百萬人來算的話，假設有些病的發生率是十萬分之一，代表這些病人才2、300人而已，但放眼全亞洲，病人數搞不好是兩萬三千人。站在我們醫生培訓視角來說，這對我們的技術是有進步的。另外，如此一來達到一定的經濟規模，醫院會願意投入更多去買這些設備，從這些角度來看，其實某種程度台灣人也是間接的受益者！

上一篇：[不容小覷的草編技藝！文化基石與科技底蘊——草編CEO林三元（資工70）專訪](#)

Join DrayTek, Vigor your life

居精品翹楚, 易世界潮流  
網通界的績優生

Facebook LINE YouTube

Email: nctu.yosheng.editor@gmail.com  
電話: 886-3-5712121#51472  
地址: 新竹市大學路1001號浩然圖書館

