

《台灣醫衛產業的新南向競爭力評估:關稅新局下的優勢與劣勢分析》

本文節錄自生策中心《醫衛新南向政策：美國關稅影響下之因應策略研析》報告

美國的對等關稅政策及 232 條款調查，為 2025 年的全球經貿趨勢與各產業市場投下震撼彈，醫衛產品中藥品及最近新增的醫材為 232 條款調查對象，而保健食品輸美則須加徵對等關稅，除積極與美方持續談判，爭取對我更有利的關稅條件外，開拓多元市場為各國因應美國關稅不約而同的解方，近年東協與印度市場因人口紅利、醫療基建投資與國家經濟及中產階級崛起，成為全球成長最快的醫衛產品消費區塊，過去已是我國重點關注市場，在我國最大醫衛產品出口市場的美國發生變化情況下，我國產品在新南向市場的競爭力和發展機會成為企業關注的熱門議題，以下先對我國醫衛產品在新南向競爭條件進行初步評估，後續將進一步說明我國產品的優劣勢所在。

1. 我國醫衛產品在新南向競爭條件評估

競爭條件	表現	評估理由/基準
產品品質與可靠性	佳	我國 OEM/ODM 製造能力強，多國與我有合作關係
供應鏈彈性	佳	COVID-19 期間已證明
創新力	佳	專利數我國落後美國、以色列，但優於南韓及中國
成本競爭力	弱	我國產品與中國低價商品競爭較為辛苦
法規認證速度	中	優於中國但較歐美差
臨床數據累積	中	市場較小，落後歐美及中國

2. 我國醫衛產品在新南向市場競爭優勢

- (1) 資通訊基礎厚實：我國資通訊產業在全球供應鏈扮演關鍵角色，有利連接醫衛產業與資通訊產業開發新興產品。
- (2) 產業創新及跨域整合能力強：有利連接我國資通訊產品優勢創新醫衛產品如：智慧醫療產品的開發，以及提早進行相關市場布局。
- (3) 供應鏈 OEM/ODM 製造能力強：具卓越的產品品質與精密製造能力，許多國外廠商與我方進行跨國合作或分包委託生產。
- (4) 產品生產及開發具彈性：能提供客製化解決方案、包裝或貼牌服務，例如：臺灣企業如宏碁智醫加速越南建廠，縮短交貨期 30%，應對區域需求波動。

3. 我國醫衛產品在新南向市場競爭劣勢

- (1) 當地政府推動的醫衛產品本土化政策：臺灣企業可能面臨產品部份價值來自於使用本地的生產要素、准證申請審核時間較長等不利政策因素。
- (2) 缺乏與其他國家簽署經貿協定帶來的的關稅減讓優勢：我國在亞洲市場的主要競爭對手如：中國、日本、南韓均有與東協國家個別簽署全面經濟夥伴協定 Comprehensive Economic Partnership Agreement，同時也是區域全面經濟夥伴協定(RCEP)的締約國，彼此進出口產品均享有接近 0 的關稅優惠。
- (3) 印尼醫療機構採購多為價格取向：新南向國家處於開發中階段，除少數中上階級外，大多仍偏好低價商品，與我國產品重視創新功能與高品質特性較不契合。
- (4) 海外市場多由歐美及中國廠商主導：當地產品銷售與合作網絡仍在需持續布建開發。

關稅新局下，臺灣醫衛產業在新南向市場的競爭力的優勢在於品質、彈性與創新；劣勢則來自成本與不確定性，需政策介入化解。後續建議可透過政策調整使我國產品優勢能加強發揮，並盡可能減少劣勢對我國醫衛廠商拓展新南向市場帶來的阻礙。