



## 大江生醫 股份有限公司



### 公司簡介

大江生醫成立於1980年8月22日，前身為大江興業公司，創立初期專營紡織品、建材、鋼鐵零件、電子網通設備、鮮貨／蔬菜／花卉等國際貿易業務，在這段時間也不斷累積各種產業經驗。隨著台灣產業發展不斷演變，再加上政府於1990年代後期大力推動台灣生技產業發展，大江興業於1999年成立生物醫學部，選擇由健康食品切入市場，正式跨足生技產業，而隨著公司的生技產品營收逐漸增長，公司也於2005年更名為大江生醫，全心專注於生技領域。

今天的大江生醫為專業的保健產品及保養品生物整合設計公司，透過創新領先的研發製程、科學化的效果驗證、與客戶的互助型夥伴關係等三大核心策略，打造高效能產品，以期加入並改善消費者生活。主要產品為機能性飲品、保健食品及美容保養品，三大產品分別佔整體營收的比重約60%、25%及15%；在銷售區域方面，中國大陸佔合併營收約59%，台灣約18%，其他區域約23%，目前產品銷售遍及全球十七個國家，包括台灣、中國、香港、日本、新加坡、馬來西亞、美國、法國等。

大江生醫營運總部位於台北內湖科技園區，在上海設有子公司，並在北京及廣州設有辦事處，全球員工人數約300人，位於台北五股及屏東農科園區的GMP食品廠，分別負責生產保健食品固態製劑（膠囊、錠劑、粉劑等）與機能性液態飲品，成為國內專業保健食品及美容保養品的生物整合設計公司。

### 產業現況與發展

隨著全球生活環境的改善與醫療科技的突飛猛進，人類生活品質普遍提升，平均壽命延長。但伴隨而來的是高齡化人口之結構形成，造成慢性病患者數目逐漸增加，成為國家醫療支出與社會福利負擔之一大隱憂。隨著預防醫學觀念的推廣與實施，人們選擇輔助與替代療法來預防疾病發生，其中尤以保健及機能食品具有增加營養、促進健康、延緩老化等效果，已逐漸受到具有健康意識的消費者所青睞。

根據Euromonitor報告指出，2012年全球機能性食品市場達1,577億美元，預計至2016年全球市場規模約達1,933億美元。除已開發國家

市場外，亞太地區已成為近年來成長最快速的市場，2012-2016 年的年複合成長率估計為 5.2%，尤其是中國保健市場，隨著人均可支配所得逐年增加，人民自我健康管理意識提昇，加上中國人口高齡化將帶動需求，將使得中國的保健品產業進入高速發展期。

## 競爭優勢

近年來大江生醫從觀察消費者需求出發，以「生物整合設計（Integrated Bioscience Design；IBD）」的運作模式，從觀察需求、原料研究、配方設計、方案商品化、製造與品管、功效驗證、專利申請到各國法規遵循與消費者反映等步驟，研發出獨一無二專屬的明星級商品，輔以資訊整合及流程改造以提高整體作業效率，並嚴格控制產品品質與確保產品效果，與國內外品牌客戶建立長期互助的夥伴關係。

體悟到研發實力為產品開發的基礎，大江生醫近年來持續擴大研發投入、學術研究、資本及設備投入，更與國立中興大學成立產學聯合研發中心，透過與數十位教授進行密切合作，將學術的研發能量，配合全球專利布局，轉成商品化的生技產品。

除投入研發及累積創新能力之外，大江也積極參與各大國際發明競賽，自 2011 年勇奪烏克蘭國際發明獎後，開啟了大江生醫一連串的得獎歷程，持續在國際發明獎中綻放光芒，接連拿下烏克蘭、俄羅斯、義大利、日本等國際發明競賽多面金牌，今年更奪下有世界三大發明獎的日內瓦及匹茲堡發明獎等殊榮，累積至今已獲 43 項國內外發明獎、60 項國內外專利、「發明國光獎章」，以及「2012 IIP（International Inventor Prize）國際傑出發明家獎」等榮耀，透過獎項的加持，提高公司在國



本中心吳壽山董事長（右）致贈紀念品予大江生醫楊武男董事長（左），恭賀上櫃掛牌成功。

際市場能見度，吸引世界知名品牌大廠青睞，更提升台灣生技廠商在國際舞台上的曝光度。

## 未來展望

大江生醫經過多年來的發展，已打造出獨特的商業模式，透過生物整合設計的運作模式，專注於保健食品與保養品的產品設計與研發製造，為國內外一流品牌大廠打造專屬的明星商品。在未來經營方向上，因應中國保健食品市場快速成長，大江生醫積極於上海金山區設立兩大工廠，目前面膜廠預定於今年底試營運。金山廠則預計於 2014 年第二季完工，主要產品為機能性飲品、錠劑與粉劑。估計新廠完工後能直接供應中國內需市場，減少物流運輸費用外，藉由東盟的自由貿易協定，每年所減少的關稅費用，毛利的成長是可預期的，預計上海新廠完工後，產能將帶動營收成長。