



強生化學製藥 股份有限公司



公司簡介

強生化學製藥為國內的老牌藥廠，於民國 55 年成立，公司及工廠均位於新北市。為錠劑生產專業廠，包括一般錠劑、膜衣錠、糖衣錠、膠囊、顆粒劑、粉劑及部份鼻噴液劑。自創辦人前董事長黃保定先生至現任董事長兼總經理黃柏熊先生一脈相承，服膺【強健人類為己任，生涯理念為服務】的經營理念，認為製藥為服務醫病的終生良心事業，首重品質及安全。因此一路走來配合政府提升藥廠品質政策，陸續通過衛生署 GMP「優良製造標準」審查及 cGMP「現行優良藥品製造標準」審查。衛福部食品藥物管理署為提升國內藥廠達到國際品質，自 96 年底公佈實施西藥製劑工廠 PIC/S GMP 規範。食品藥物管理署 102 年 1 月 1 日已正式領先日、韓、中國大陸加入該組織為第 43 個會員。強生製藥也在 99 年 4 月搶先成為國內第 7 家通過 PIC/S GMP 查廠認證的藥廠，102 年 5 月又通過查廠再認證。過去台灣藥品外銷，需經過國外考核，查廠常須耗費數年時間，加入 PIC/S 組織及取得認證後可免去重複查廠時間，減少成本、加速國內產品外銷及增加國際大藥廠委託代工機會。

產業現況與發展

政府將在 104 年初全面實施 PIC/S GMP，所有廠商被要求須在 103 年年底前通過 PIC/S GMP 查廠。欲達到 PIC/S GMP 要求，廠商須大幅投資軟體改善，此將促使競爭家數減少，小廠無力投資將委外代工，促成產業規模化，也增加強生的代工機會。又因抗生素、抗癌藥及荷爾蒙為避免交叉污染須設立專用廠房，也促使廠商開始走上專業化及分工化。為鼓勵廠商投資 PIC/S GMP，健保局對符合 PIC/S GMP 標準的廠商提供等同國外廠的優惠給付價，增加了強生在醫院市場的競爭力。PIC/S GMP 國際認證也增加產品外銷機會。

隨著人口老齡化導致的保險醫療費用成長，各國政府包括美國、日本都鼓勵以學名藥取代品牌藥來抑制醫藥費用的膨脹。許多國際大藥廠暢銷藥在未來數年專利也將陸續到期，加上醫療需求快速成長的新興市場提供龐大外銷商機。根據 IMS 市場研究資料，未來學名藥市場將由占現在全球藥品市場的 23% 成長至 2015 年的 39%，達 4,000 億美金規模。面對此市場榮景，強生將以市場導向，

循序漸進，由利基學名藥朝較具技術門檻的加值學名藥（複方及緩控釋劑型）及二類新藥開發邁進，確保公司持續成長。

競爭優勢

利基學名藥

強生公司一向經營踏實穩健。研發採市場導向，聚焦開發競爭較少、原料特殊或有製劑技術門檻的利基學名藥。產品涵蓋各大治療領域，中樞神經系統製劑為其強項，約佔營收的 1/3。甲狀腺激素及相關製劑則佔 11% 居第二位，泌尿科用藥佔另外 10%。強生在這些治療領域的主要產品在國內市佔率有 30% 至 50% 的主導地位。這些專科和特殊用藥醫師開立處方後不輕易換藥，使得強生在這些藥品市場能保持高市佔率及穩定的營收。

銷售通路均衡完整

強生公司的銷售通路分佈，醫院包含直營及經銷約佔 30%，診所市場為公司主力約佔 1/3 營收，藥局佔 18%，其餘則為代工、其它通路經銷及食品業務。通路佈建完整，往來的醫院達 350 家以上，診所 2,500 家，藥局 1,500 家以上。

成本優勢

由於採取避開競爭的利基型選藥策略及累積多年具成本優勢的錠劑專業製造經驗，強生製藥一直以來都能維持 50% 上下的產品毛利。

未來展望

強生公司除少量外銷港澳外均以國內市場為主。配合 PIC/S GMP 帶來的商機，強生製藥也積極透過與友廠策略聯盟，利用其國外通路外銷產品。如前列腺肥大治療藥易利淨 (Elegant) 即是透過友華生技菲律賓分公司登記於 102 年 10 月取得產品許可證。



本中心李啓賢總經理（右）致贈紀念品予強生製藥黃柏熊董事長（左），恭賀上櫃掛牌成功。

除維持現有利基學名藥的開發外。強生公司已著手研發複方及技術門檻較高的緩控釋劑型，以擴大与其它學名藥廠的差異化優勢。研發方向將著重在精神神經科、泌尿科及三高疾病，期望未來這些新產品能提升強生在醫院的銷售比重。102 年第三季強生製藥取得兩項新產品許可證（降血脂藥及抗精神病藥），這兩項新產品均是拔頭籌的第一學名藥。

為朝創新轉型，強生公司更透過產學合作、努力建立自有製劑技術平台。針對口服藥品容易受體內酵素代謝或轉運蛋白質清除導致生體可用率低的問題，強生已與國內專精此領域研究的學者專家進行合作，計劃篩選開發可與藥品主成份併用抑制這些酵素或轉運蛋白質的副料以增加藥物吸收量，並減少因吸收少而個別病人藥物濃度差異大的問題，將來有望發展成有專利、低劑量、低副作用的新劑型新藥。