

# 2023年下半年 法人說明會

報告人 | 代理發言人 吳震紘

投資人關係聯絡人：  
[ir@medfirst.com.tw](mailto:ir@medfirst.com.tw)  
股票代號：4175



會員深耕



平台經濟



產品加值

您家庭的健康管理師

2023

您家庭的健康管理師

# 簡報大綱

## 1. 公司簡介

2. 經營實績

3. 未來展望



# 公司簡介

## 杏一醫療用品股份有限公司 (股票代號：4175)

1990.12.04

成立時間

4.19億

實收資本

1,913人

員工人數

323店

門市據點

27座

商場據點

401萬

會員總數



董事長  
陳麗如 護理師



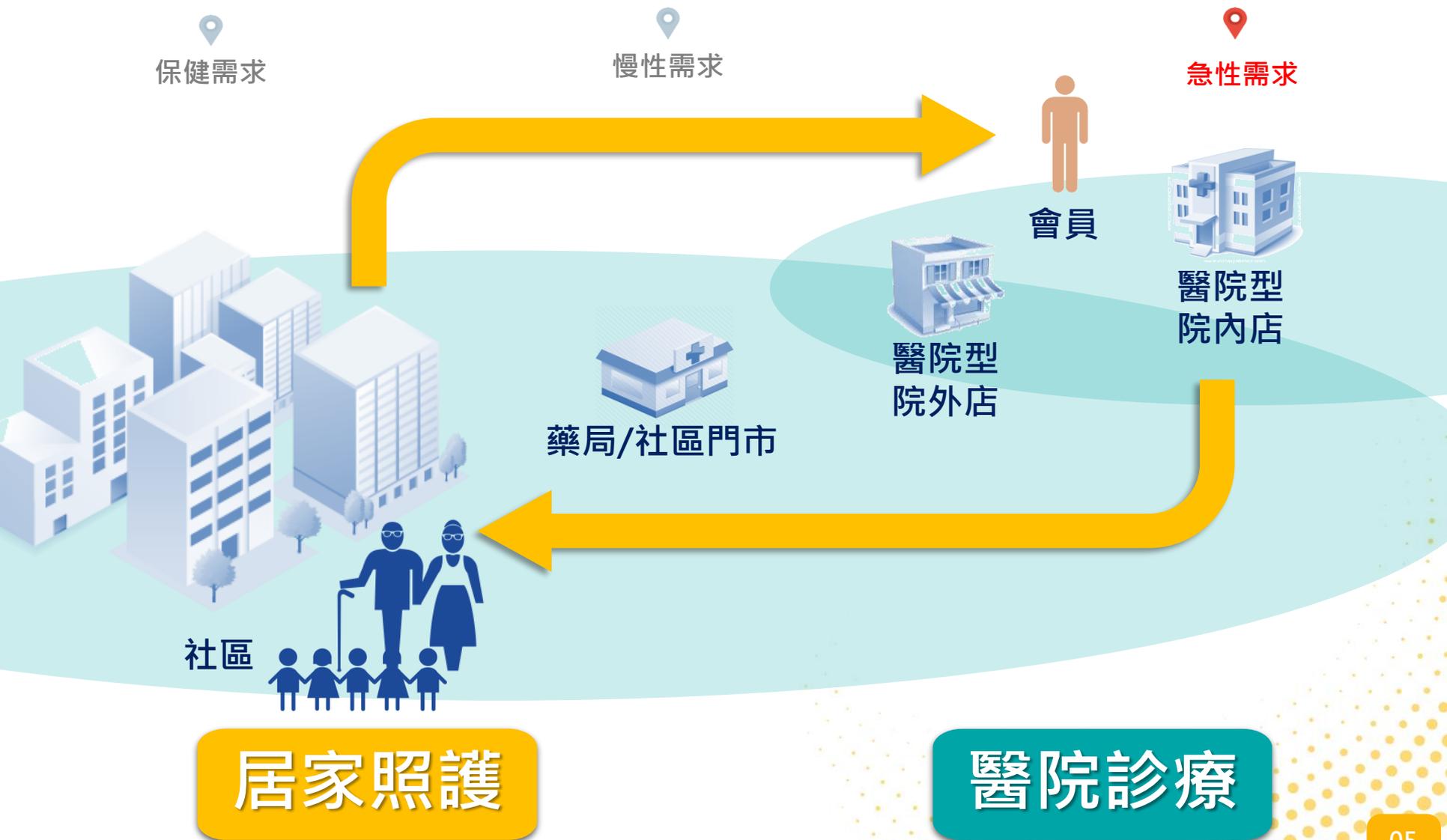
註：資料數據截至2023年10月底

您家庭的健康管理師

# 以醫院服務為核心，進行產業鏈延伸



# 門市跨足醫院社區 全台唯一服務模式



# 全面性居家照護

解決照護問題與痛點、滿足長照需求

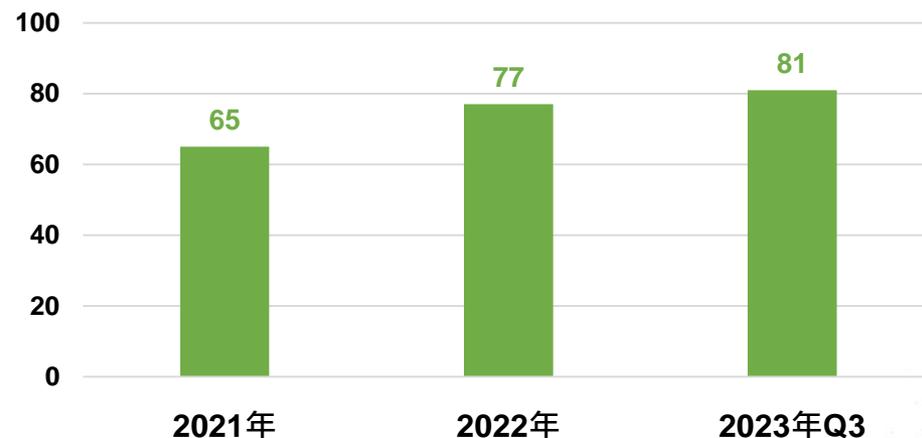
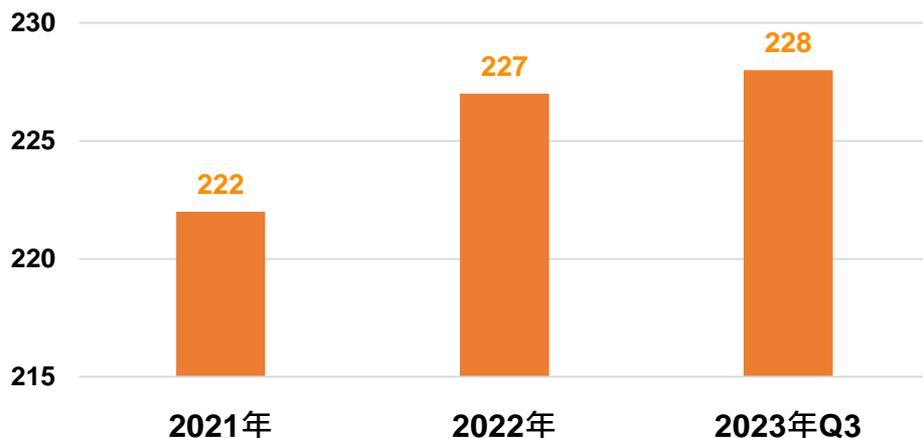


# 近三年醫院門市、社區門市店數成長

僅計算台灣門市

## 醫院型門市

## 社區型門市



單位:間

年度	2021年	2022年	2023年Q3
醫院型門市	222	227	228
社區型門市	65	77	81
醫院型成長率	3.26%	2.25%	0.44%
社區型成長率	18.18%	18.46%	5.19%

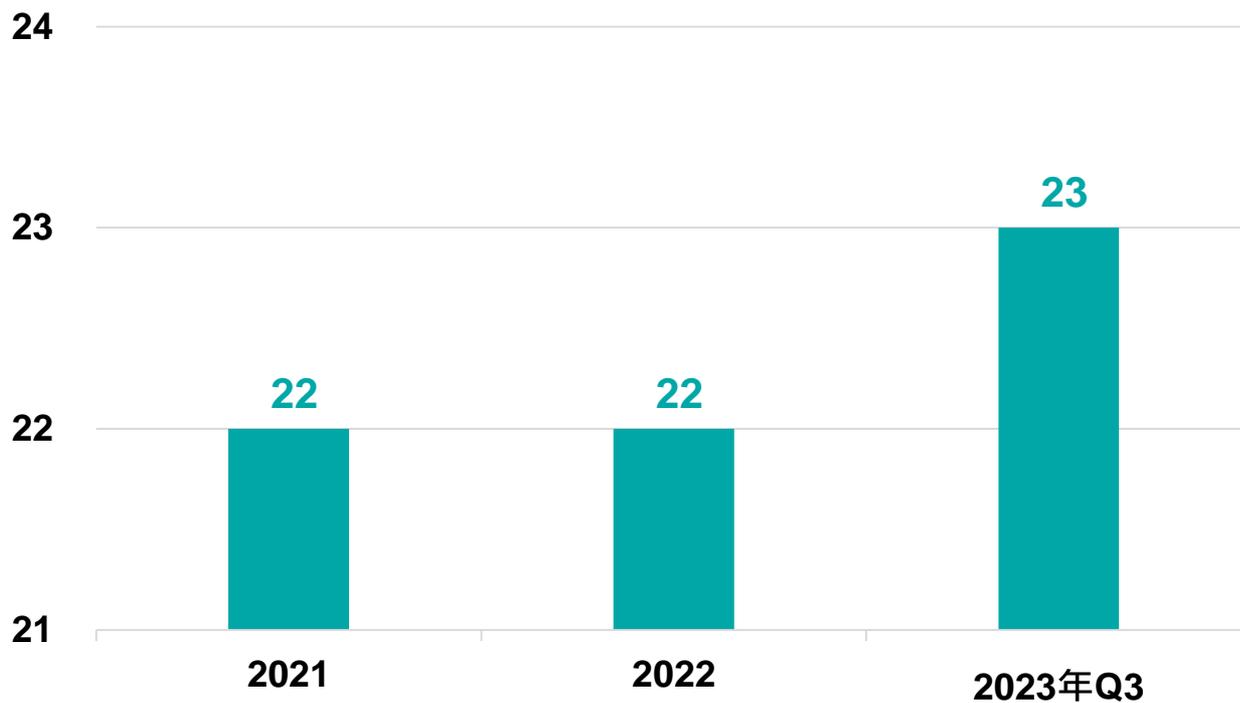


# 杏一門市 調整店型，增加行銷活動



# 近三年杏一商場數

僅計算台灣商場



單位:座

年度	2021年	2022年	2023年Q3
總商場數	22	22	23



# 杏一商場 依客群設計主題性特色商場



# 簡報大綱

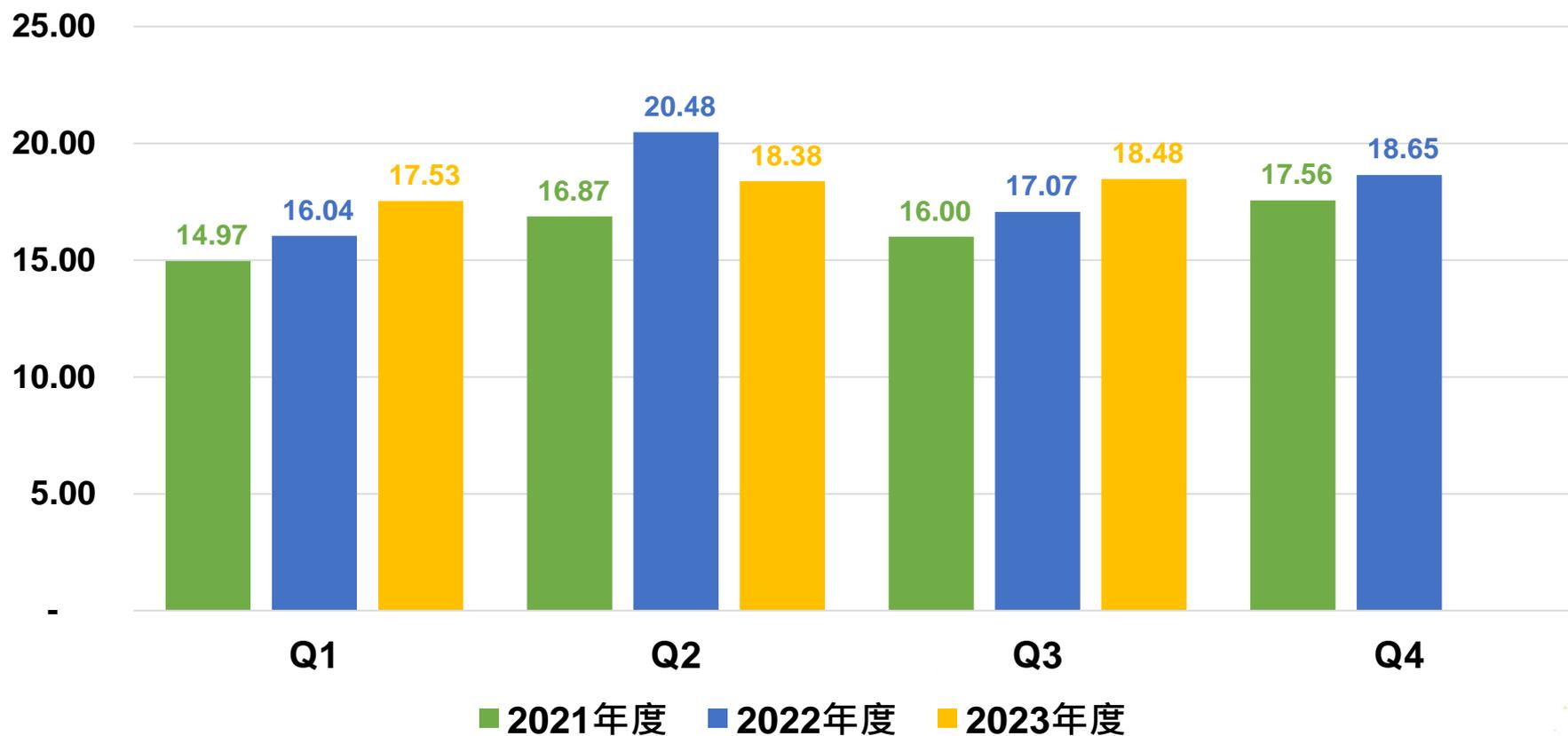
1. 公司簡介

**2. 經營實績**

3. 未來展望



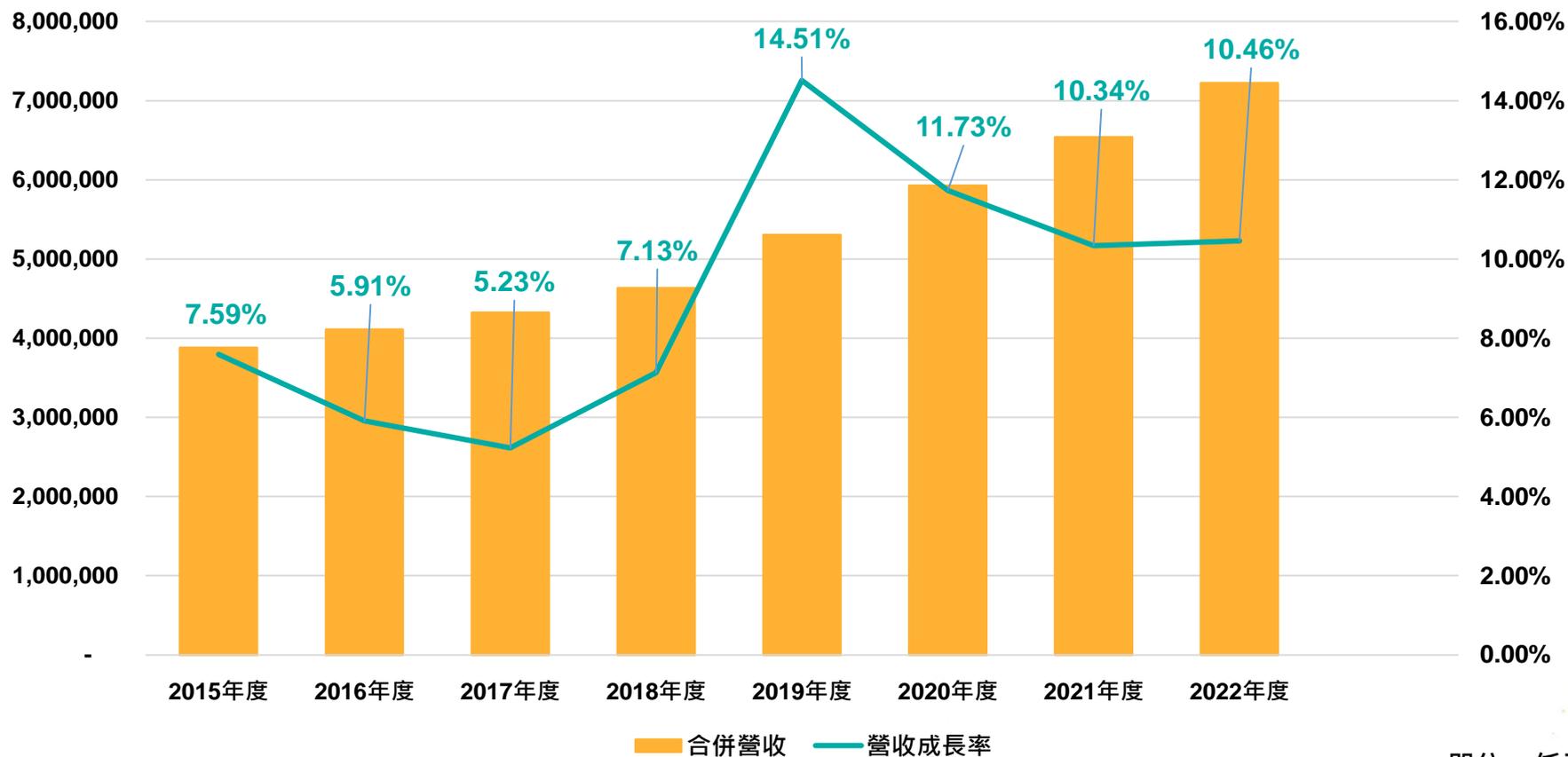
# 合併營收 – 四季度表現



單位：億元

合併營收	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1-Q3 合併營收	Q1-Q3 合併營收成長率
2021年度	14.97	16.87	16.00	17.56	47.84	10.96%
2022年度	16.04	20.48	17.07	18.65	53.58	12.01%
2023年度	17.53	18.38	18.48		54.38	1.49%

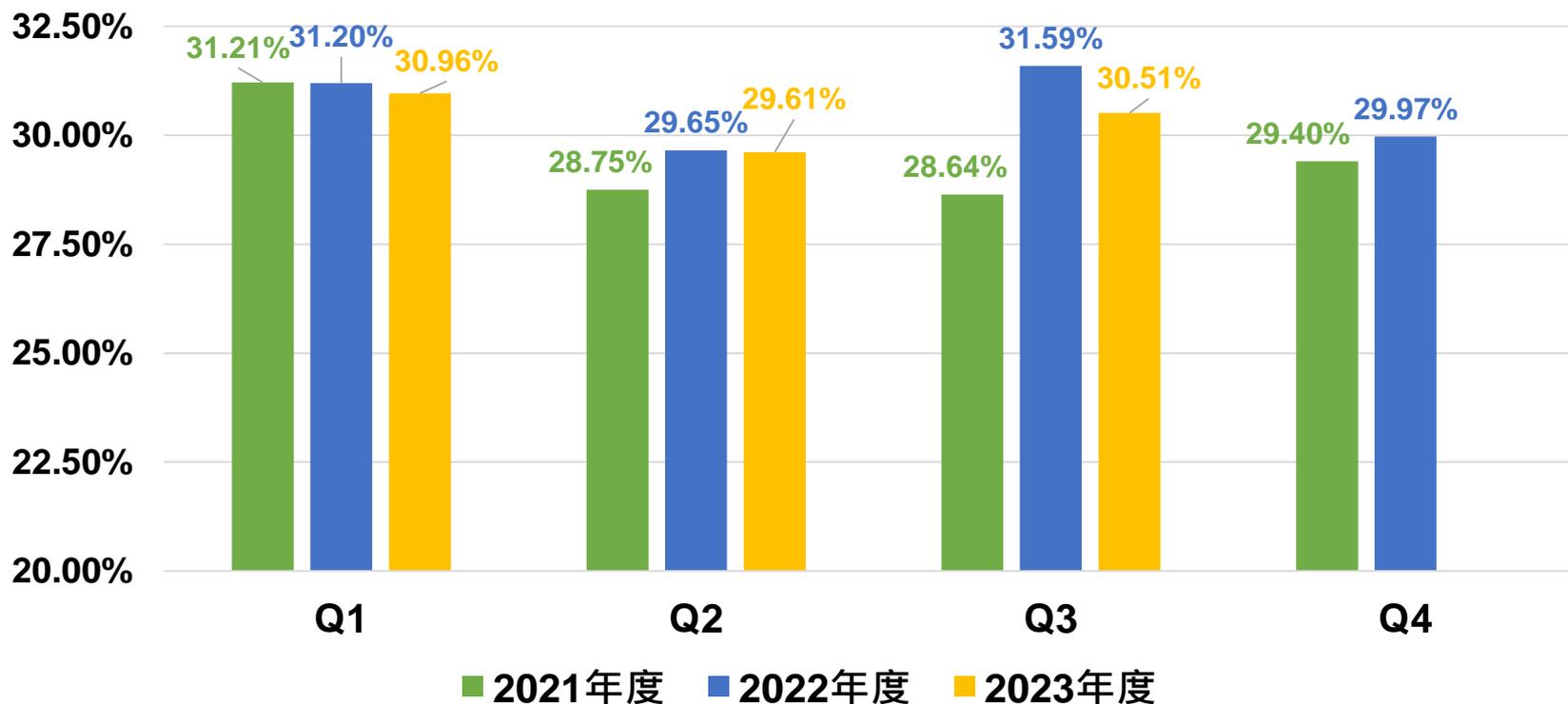
# 合併營收 – 歷年表現



單位：仟元

年度	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
合併營收	4,109,619	4,324,407	4,632,643	5,304,985	5,927,456	6,540,292	7,224,083
營收成長率	5.91%	5.23%	7.13%	14.51%	11.73%	10.34%	10.46%

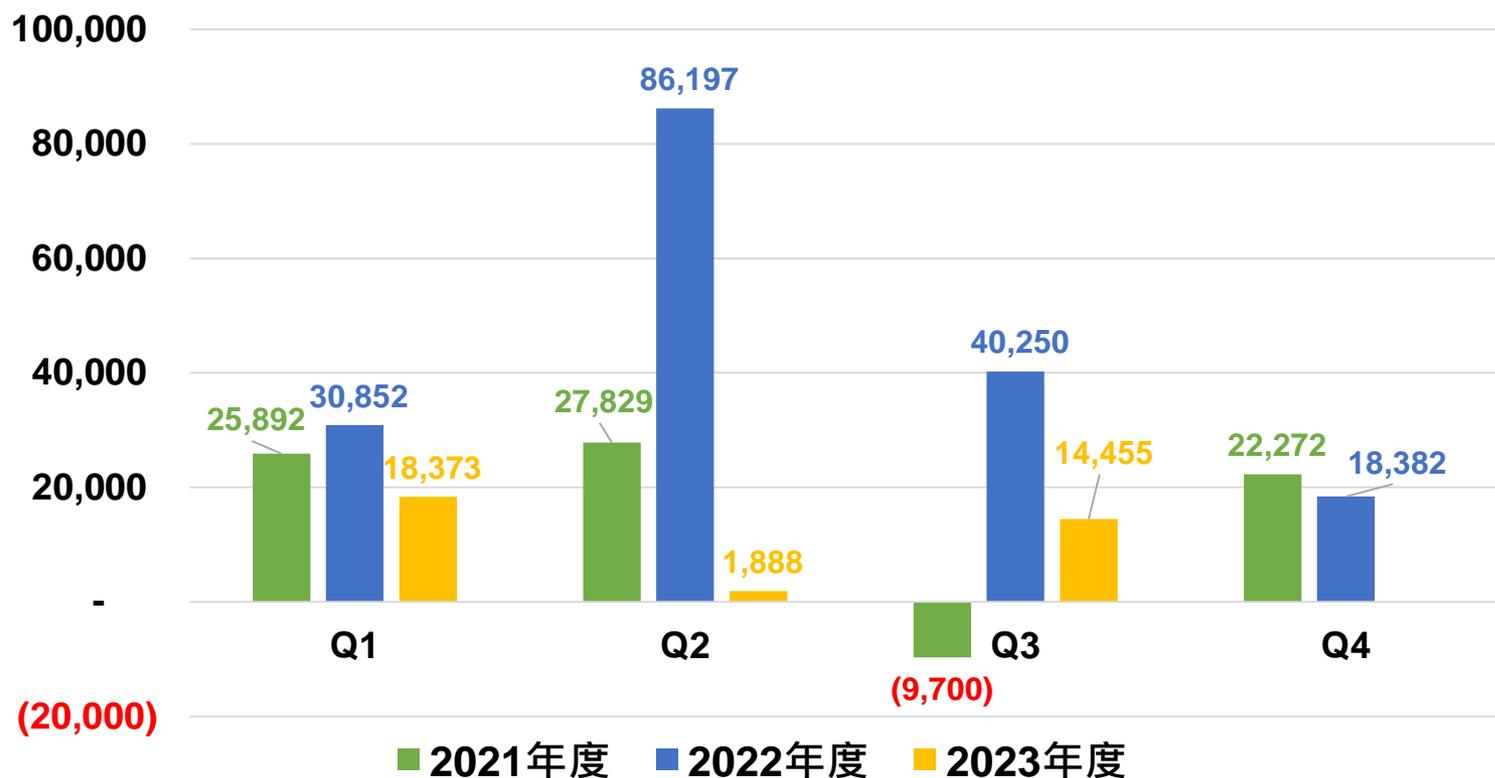
# 毛利率



單位：%

毛利率	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1-Q4 平均毛利率
2021年度	31.21	28.75	28.64	29.40	29.46
2022年度	31.20	29.65	31.59	29.97	30.53
2023年度	30.96	29.61	30.51		

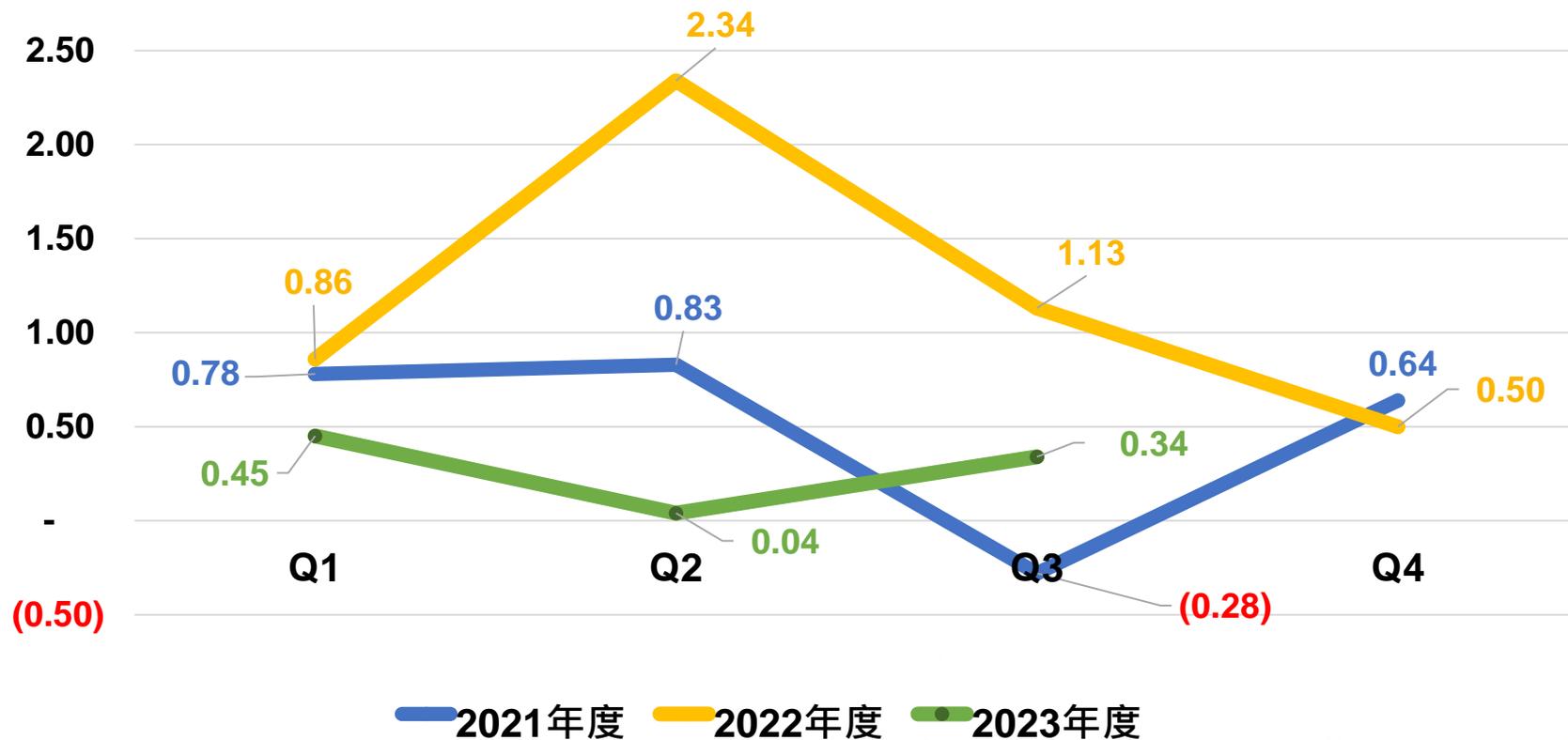
# 稅後淨利



單位：仟元

稅後淨利	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1-Q4 累計稅後淨利
2021年度	25,892	27,829	(9,700)	22,272	66,293
2022年度	30,852	86,197	40,250	18,382	175,681
2023年度	18,373	1,888	14,455		

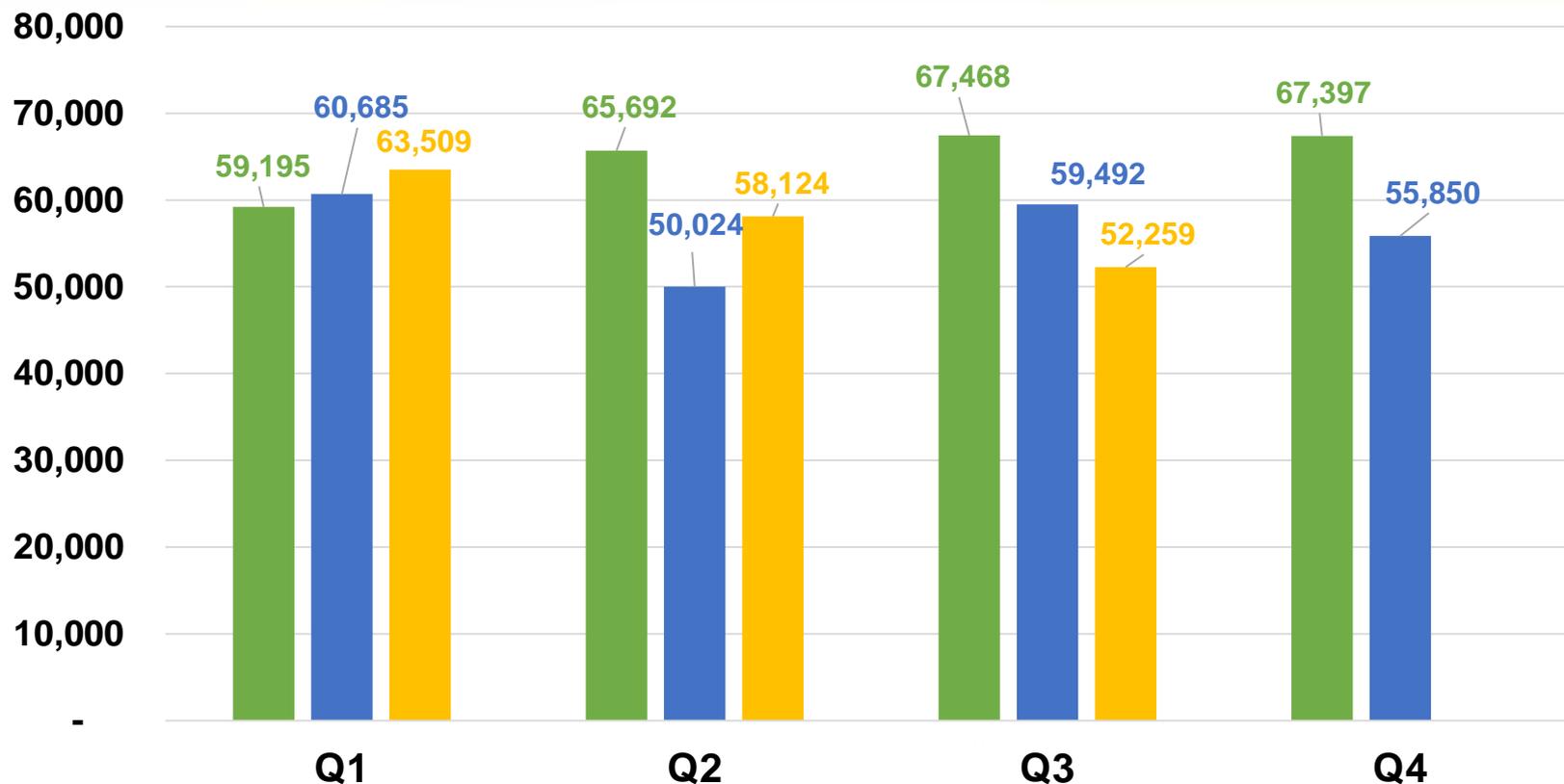
# EPS-每股盈餘



單位：元

EPS	Q1	Q2	Q3	Q4	總計
2021年度	0.78	0.83	(0.28)	0.64	1.97
2022年度	0.86	2.34	1.13	0.50	4.83
2023年度	0.45	0.04	0.34		0.83

# 大陸地區-各季營收



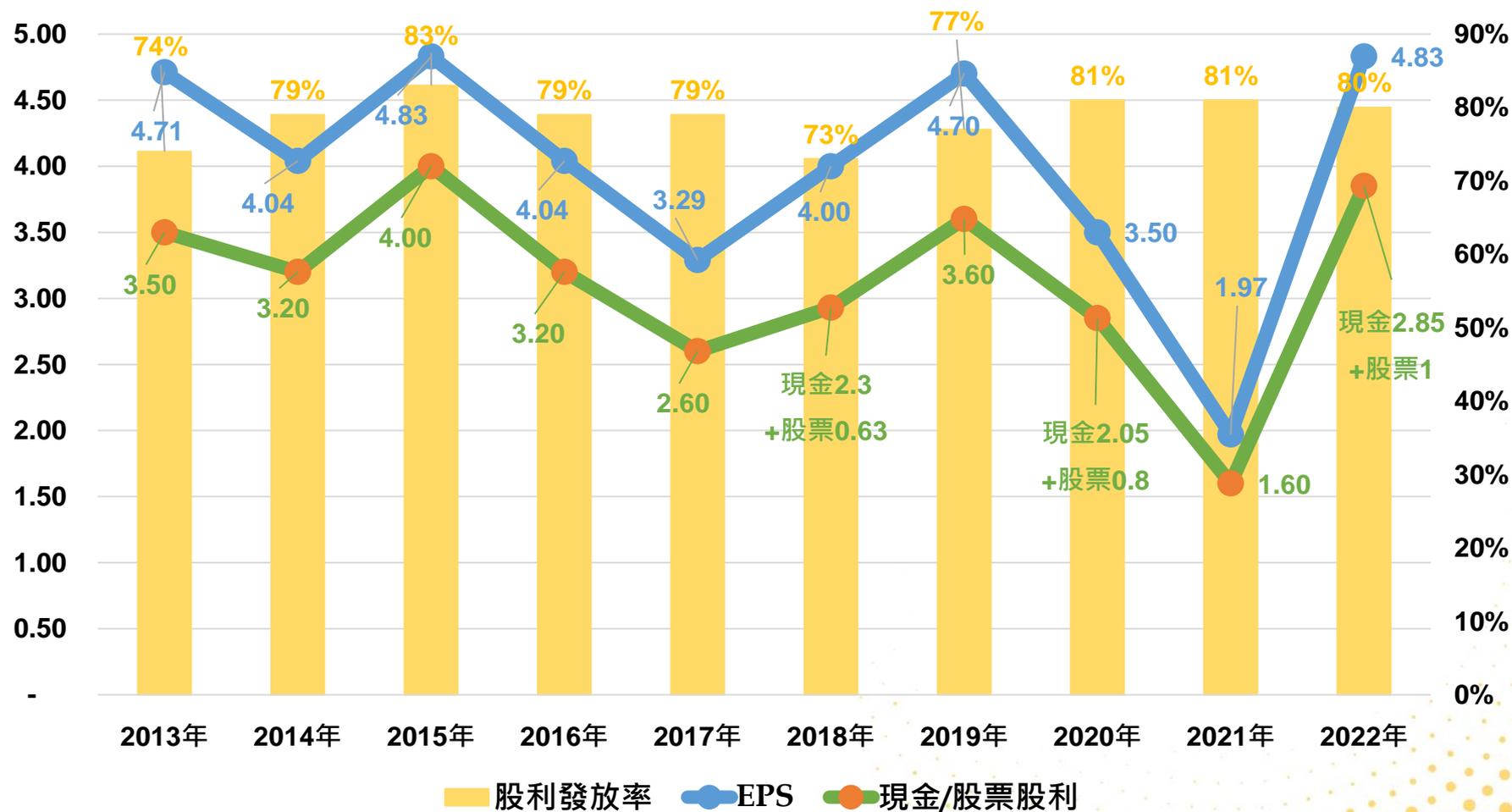
■ 2021年度 ■ 2022年度 ■ 2023年度

單位：新台幣仟元

營業收入	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1-Q4 累計營業收入
2021年度	59,195	65,692	67,468	67,397	259,752
2022年度	60,685	50,024	59,492	55,850	226,051
2023年度	63,509	58,124	52,259		

# 歷年股利發放

股利政策 - 以『現金股利』為主



# ESG – 公司治理



## 多次榮獲公司治理TOP5%殊榮

杏一在股東權益、董事會運作、對外資訊揭露與社會回饋方面獲得肯定，邁向永續經營。



# ESG – 社會參與



## 各項社會參與成績

- 百里關懷 · 杏福環台 共舉辦 450場活動
- 健康講座 共舉辦 371場講座
- 健康檢測 共舉辦 592次檢測
- 樂齡店長 共募集 239位樂齡店長
- 公益贊助

杏一30，杏好友您公益計畫，指定捐贈 30家公益團體

長期贊助學校團體獎助學金

疫情期間贊助防疫用品，為抗疫盡一份心力



# ESG – 永續環境



## 連續兩年榮獲企業綠色採購績優獎

● 綠色採購 杏一門市、商場、物流中心

裝修使用環保綠建材，響應環境永續發展



# 簡報大綱

1. 公司簡介
2. 經營實績

**3. 未來展望**



# 潛在市場：銀髮與長照商機

- 我國已於1993年成為高齡化社會，2018年轉為高齡社會，推估將於2025年邁入超高齡社會
- 老年人口年齡結構快速高齡化，2020年超高齡(85歲以上)人口占老年人口10.3%，2070年增長至27.4%



說明：國際上將65歲以上人口占總人口比率達到7%、14%及20%，分別稱為高齡化社會、高齡社會及超高齡社會。

資料來源：國家發展委員會「中華民國人口推估（2020至2070年）」，2020年8月。

# 潛在市場：疫情後新商機

食品工業發展研究所統計2021年保健食品市場規模已達1,608億元，2022年預估可達1,708億元，相較於疫情前2019年的1,435億元成長了19%。

依據經濟部統計處調查，我國零售業網路銷售因疫情加速成長，2021年已達4,303億元，年增24.5%。

# 強化商品核心競爭力



## 商品優化升級，聯手供應商合作

鞏固核心  
醫材商品

強化廣告及  
自有品牌組合

深化  
供應商合作



# 搶攻市佔，通路平台積極拓展

年度展店  
目標20-30家

醫院型門市

醫院人潮回流，開拓新顧客

社區型門市

延伸醫院服務，拓展社區藥局門市

杏一商場

開設街邊型商場，擴大服務客群

杏一電商

數位會員擴增，杏一線上購APP推廣  
強勢線上通路平台合作

# 首創醫療零售線上線下OMO零售模式

- 1.精準行銷推播
- 2.會員轉換

數位服務模式



- 1.精準行銷推播
- 2.會員轉換

- 1.相互導流
- 2.融合線上線下消費

# 搶攻數位商機，業界首創數位服務

以電子化取代紙本發送；折價券皆歸戶於會員帳戶中，保障顧客權益。

## 電子折價券

2015

## 簡訊系統建置

拓展與顧客聯繫管道，建立暢通與備援溝通機制。

數位會員服務上線；提供顧客快速入會員、掌握消費資訊。

## LINE@

2018

## 會員行銷及加值服務

開發行銷篩選工具，提高行銷簡訊投遞有效性。

取消紙本填寫，提高結帳流暢性與資訊透通。

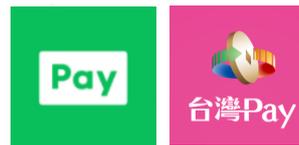
## 數位保固卡

2019

## LINE@2.0

累計好友130萬人  
綁定110萬人

## 行動支付



實體與數位兼具，線上線下皆可儲值，方便快捷。

## 健康照護儲值卡

2020

## 禮物卡

送禮送健康，可分次使用，贈送親友好選擇。

定期購模式養成顧客消費習慣，線上訂購、定期配送到府。

## 定期購

2022

## 會員載具

## 杏一行動購 APP

## 寄庫分批取 跨店方便領

2023



# 大數據預測精準行銷，瞄準會員商機

## RFM 分析

經由營銷指標分析顧客行為，  
辨識顧客價值進行分群。

## 分眾分群行銷

Call/Line/App/簡訊/Email

## 寄庫分批取

跨店方便領/分批隨時取

## 杏福快送

六都指定品項當日送達指定地點

## NES 分析

檢視新舊客和顧客活躍度，  
喚醒沉睡顧客。

## 定期購

指定品項/數量/付款方式，  
一次訂購、定期成交配送。



## 寄庫分批取

創新數位服務模式

跨店方便領  
全台門市皆可領

購買即時通知

隨時查看寄庫狀況  
領取紀錄一次看

效期新鮮購

貼心提醒商品到期日



# 會員服務升級 - 白金會員誕生

白金會員：高忠實會員**獨享尊榮服務**



# 未來展望

以長照服務為核心，擴大醫材市佔



以顧客需求為核心，強化商品競爭力



以數位服務為核心，整合創造會員價值



您家庭的  
健康管理師

專業

服務

品質

效率

# Q & A



您家庭的健康管理師