

2020年第二季 法人說明會



報告人：執行副總經理兼發言人魏子文

專業
心形象



體驗式
行銷



開發
輕客群



2020

目錄



1. 公司簡介

2. 競爭優勢

3. 未來發展

4. 經營績效



公司資料

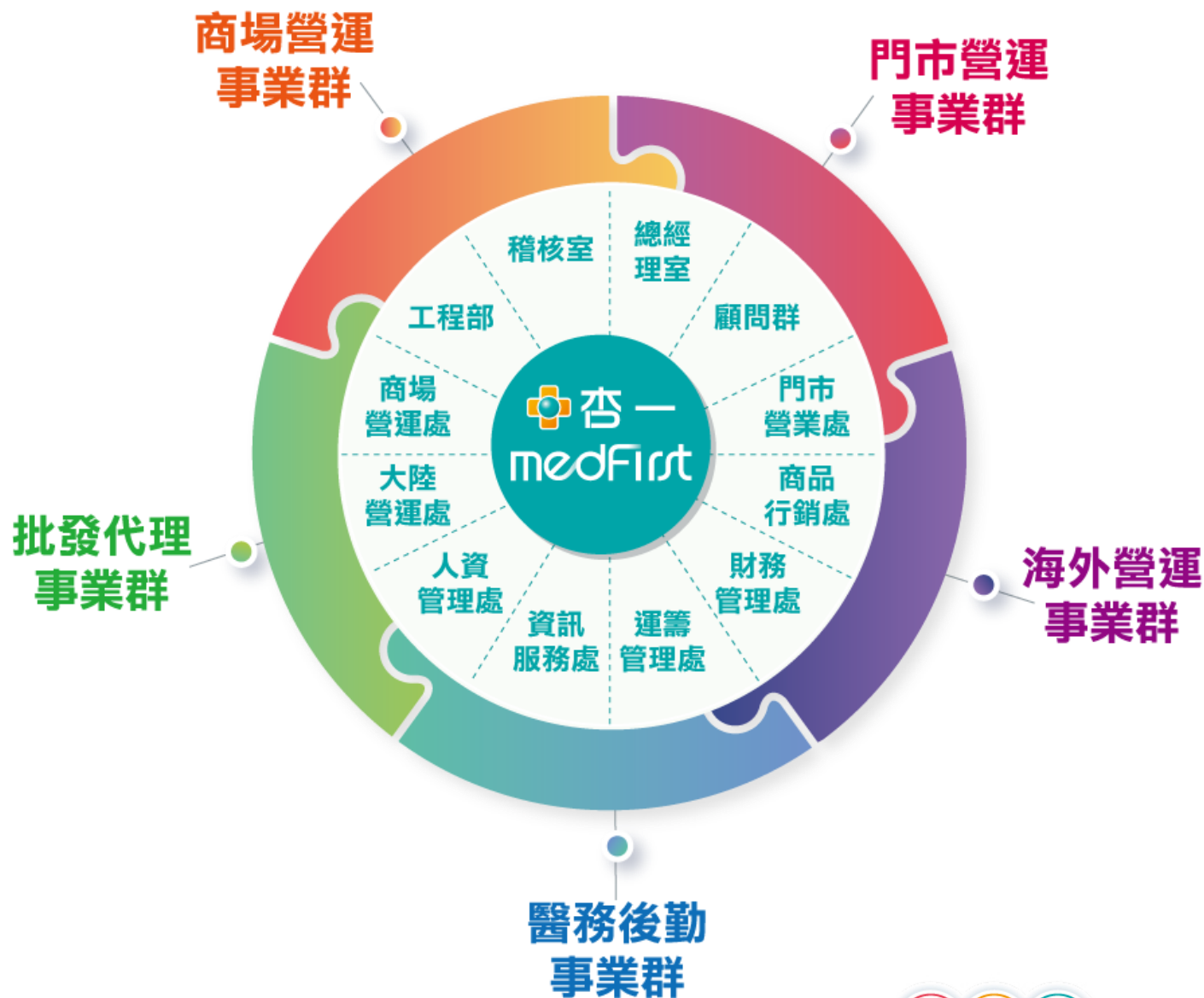
- 公司名稱： 杏一醫療用品股份有限公司
- 設立時間： 1990年12月4日
- 上櫃掛牌： 2014年4月23日
- 實收資本額：新台幣316,123,750元
- 董事長： 陳麗如
- 總經理： 蔡德忠
- 門市家數： 共計278家(台灣262家、大陸16家)
22座商場(台灣19家、大陸3家)
- 集團人數： 員工數1,677人
- 營業項目： 居家保健連鎖門市、商場經營
健保藥局、國際品牌代理

您家庭的健康管理師



董事長
陳麗如護理師





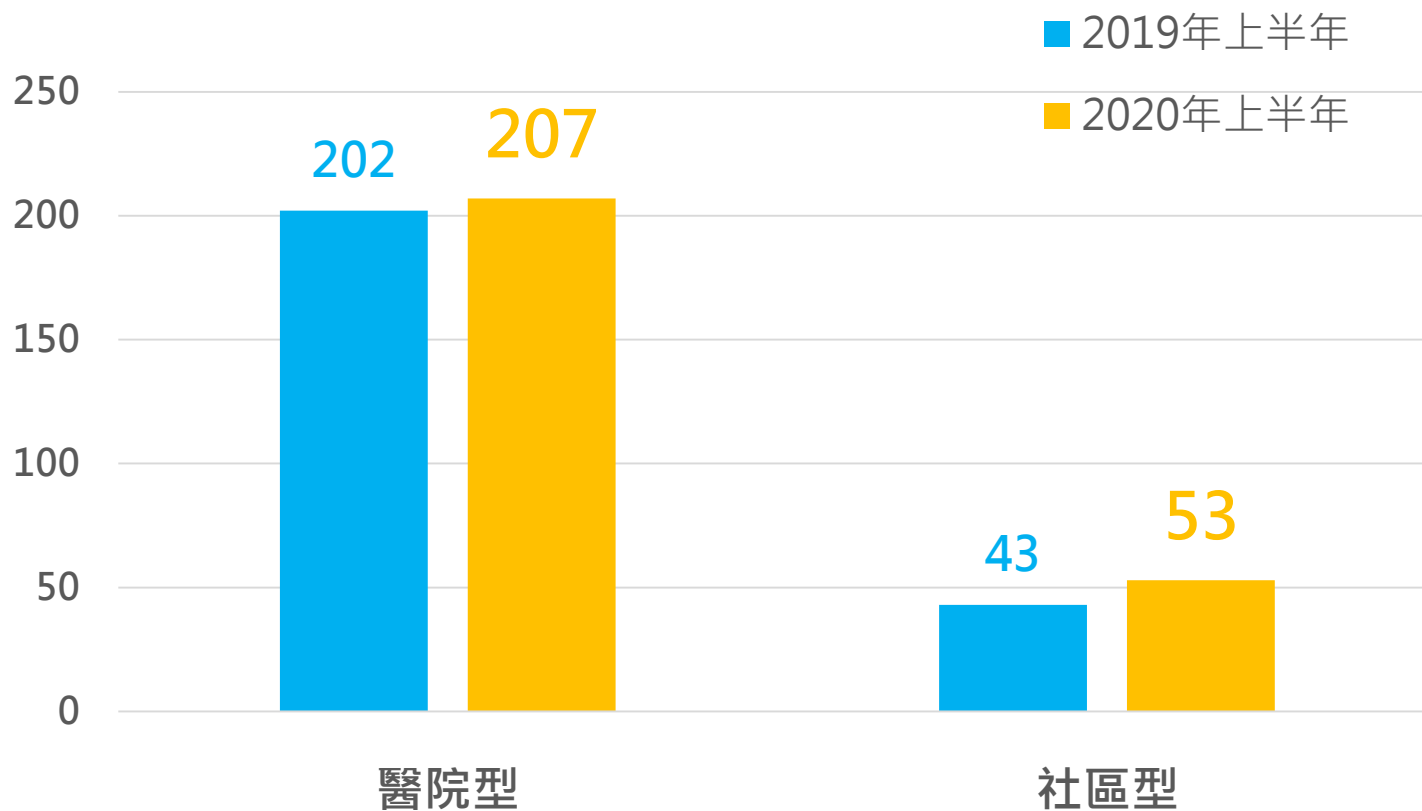
杏一門市：278家門市

大陸 16家

北部 125家
中部 54家
南部 77家
東部 6家



2020年 台灣累計淨展店數



年度	醫院型	社區型	總計
2019年上半年	202	43	245
2020年上半年	207	53	260
差異	5	10	15

杏一商場：22座

醫院型商場

台大兒童醫院

雲林基督教醫院

台大癌醫中心醫院

台東馬偕醫院

台北仁愛醫院

羅東聖母醫院

台北忠孝醫院

耕莘安康商場

淡水馬偕醫院

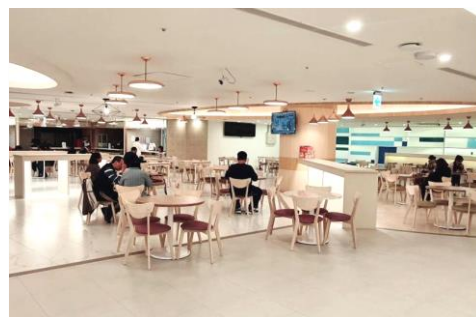
大里仁愛商場

新竹馬偕醫院

高雄高醫商場

衛福部豐原醫院

彰化基督教醫院



北京清華商場照片



學校型商場

國立交通大學研三舍

國立交通大學二餐

國立清華大學

中山醫大商場*

國北護大商場*

大陸商場

廈門長庚醫院

北京清華長庚醫院

廈門心血管醫院商場

註記：*為展場中之商場。

統計日期：2020/7/28

廈門心血管醫院商場



商品開發及品牌策略

獨家代理商品

1. 丹麥ABENA品牌代理
2. 丹麥Bambo品牌代理
3. 德國Kneipp品牌代理
4. 德國medi品牌代理
5. 瑞士ultrasun品牌代理



自有商品

1. WATER & NURSE(面膜、護手霜)
2. AQUA & PURE(保養品、防曬)
3. MedFirst(氣墊床、口罩、彈襪)
4. 麗德居家保健 (血壓計、按摩器、口罩)
5. 新多維多系列(多穀粥、果乾)
6. 可倍力系列(均衡配方)
7. 優護系列(衛生紙、成人濕巾)
8. 樂護系列(嬰兒濕巾、尿壺、便盆)
9. 禾護(潔手慕斯)



目錄

1. 公司簡介



2. 競爭優勢

3. 未來發展

4. 經營績效



美妝

1209

Watsons 屈臣氏

587家

COSMED 康是美

385家



52家



33家



25家



7家

杏一 medFirst

278家

醫材

490

藥

北部

中部

南部

躍獅 83

合康連鎖藥局 16

福倫連鎖藥局 27

弘安藥局 8

博登藥局 52

皇安連鎖藥局 9

安德 11

德昌 7

美康 28

小林健康生活館 8

全成 8

一安藥局 8

康達 CanDa 6

P&Q 專品藥局 5

盛康 16

富康活力藥局 17家

啄木鳥藥局 61家

唯新婦嬰藥妝 9家

全球 15家

大樹連鎖藥局 166家

春天連鎖藥局 12家

丁丁連鎖藥妝 82家

OTC
健保處方

292

婦幼

362

註:資料來源: 各家官網公布營業據點、實體DM門市地址資料、媒體發布(以上不含長青連鎖藥局)。

美妝



醫材



產

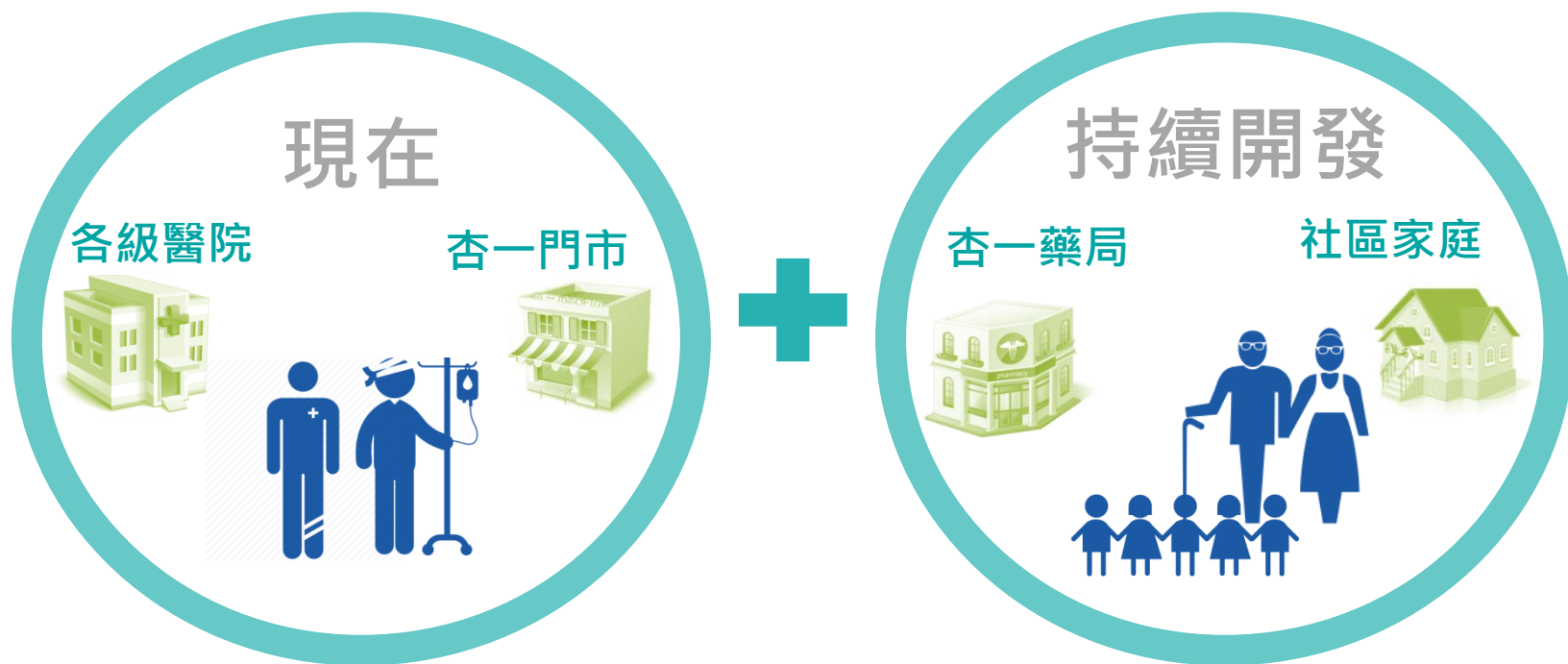
健保處方



住宅區域
社區型店



深耕醫院、落實社區經營



不只關心出院病患，更要耕耘社區；
引導社區會員由治療邁向預防，
擴大杏一服務的人群，落實『您家庭的健康管理師』理念。

羅東興東店



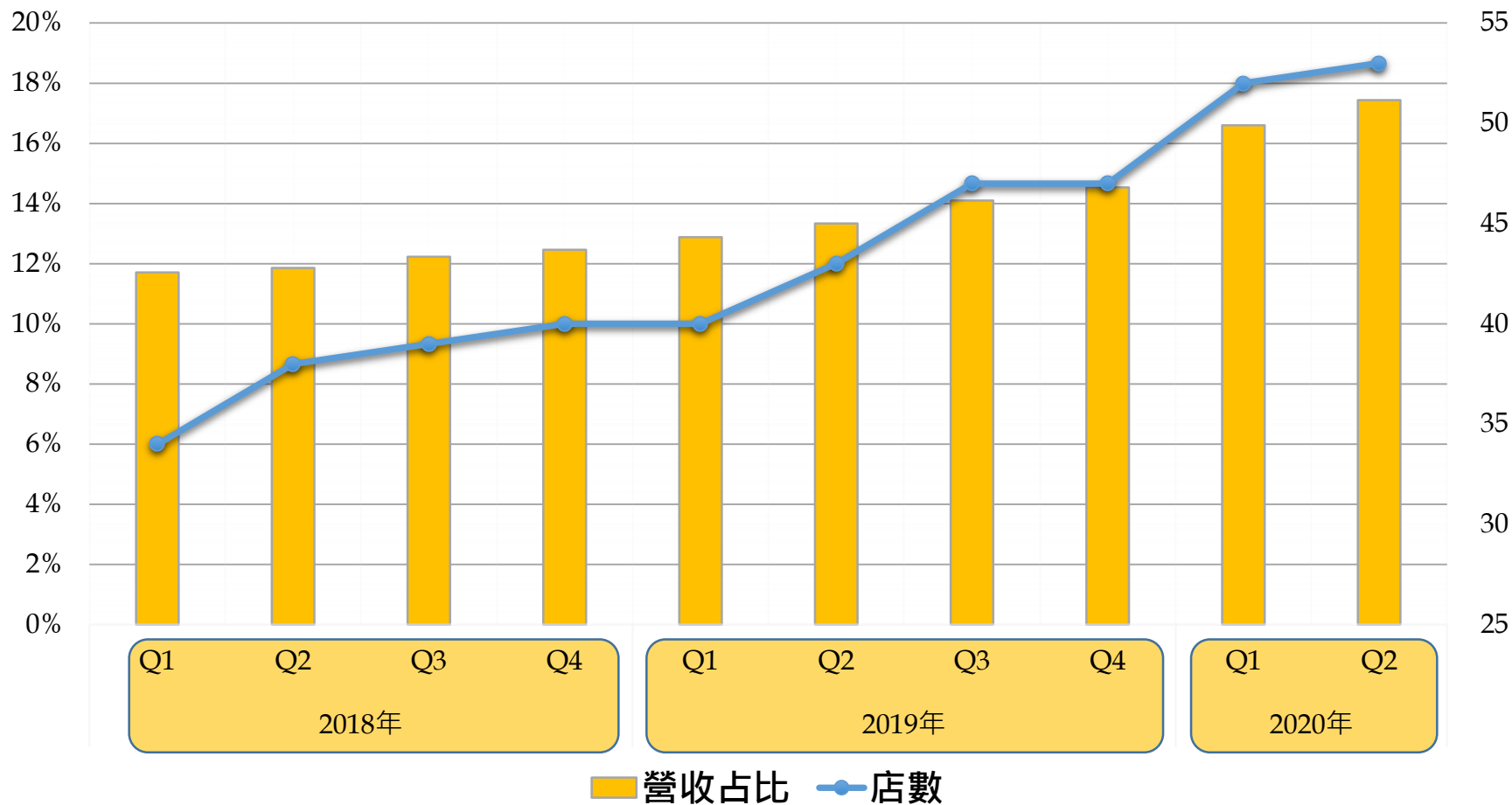
北區文心藥局



台南安平店



社區型門市



目錄

1. 公司簡介

2. 競爭優勢



3. 未來發展

4. 經營績效



台灣人口負成長提前於2020開始

人口重要指標大事紀

1984年	總生育率降至2.055人
1989年	總人口突破2千萬人
1990年	15-64歲工作年齡人口
1993年	65歲以上老年人口占
1997年	18歲（大學入學年齡）
2010年	總生育率降至歷史最
2015年	15-64歲工作年齡人口達
2016年	18歲（大學入學年齡）人口開始低於30萬人
2017年	老化指數大於100，我國
2018年	65歲以上老年人口占
2019年	總人口數達最高峰2,3
2020年	死亡數超過出生數，
2025年	65歲以上老年人口占
2027年	18歲（大學入學年齡）
2028年	15-64歲工作年齡人口占總人口比率開始低於三分之二；扶養比超過50
2031年	過半女性為50歲以上者
2034年	全國每2人中即有1人超過60歲（包括60歲以上者）
2040年	65歲以上老年人口占
2045年	每3人就有1名65歲以
2050年	65歲以上老年人口達
2052年	總人口開始低於2,000
2054年	出生數開始低於10萬人
2060年	死亡數達最高峰33.6萬人，為2020年之1.8倍

勞動力減少

高齡化

少子化

1. 總人口將從2020年開始轉呈負成長（較前次預估提早2年）
2. 預估2025年進入超高齡社會（65歲以上人口占總人口20%；較前次預估提早1年）
3. 2016年起18歲人口開始低於30萬人，零售就業市場人口紅利不再。

三明治世代與高齡化的難題



1.年輕人口遽減

2.老年人口大增、自立照顧不易

3.壯年人口肩負三代壓力

地區	美國	日本	中國	台灣
藥局名稱	CVS Health 	ウエルシア 藥局 	老百姓大藥房 	---
門市數	9,941家 (2019年)	1,795家 (2020年2月)	4,808家 (2019年)	---
營業額	2,567億美元 (2020年)	8,682億日元 (2020年2月)	95億人民幣 (2018年)	---
2017	64%	63%	51%	17%
2020	66%	50%	---	19%

資料來源：
全球及主要醫藥流通市
場概況 黃毓瑩博士

資料來源：
遠見雜誌 2020/4/30

數據與資料來源：

CVS 2020營業額: <https://baike.baidu.com/item/CVS%20Health/20841100>

CVS 2019門市數: <https://www.statista.com/statistics/241544/cvs-caremark--number-of-stores-since-2005/>

ウエルシア藥局2020年2月營業額、門市數: <https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%A6%E3%82%A8%E3%83%AB%E3%82%B7%E3%82%A2%E8%96%AC%E5%B1%80>

老百姓大藥房 2018年營收、2019年店數: <https://dy.163.com/article/F1DQN0D405398K33.html>

全球及主要醫藥流通市場概況 黃毓瑩博士

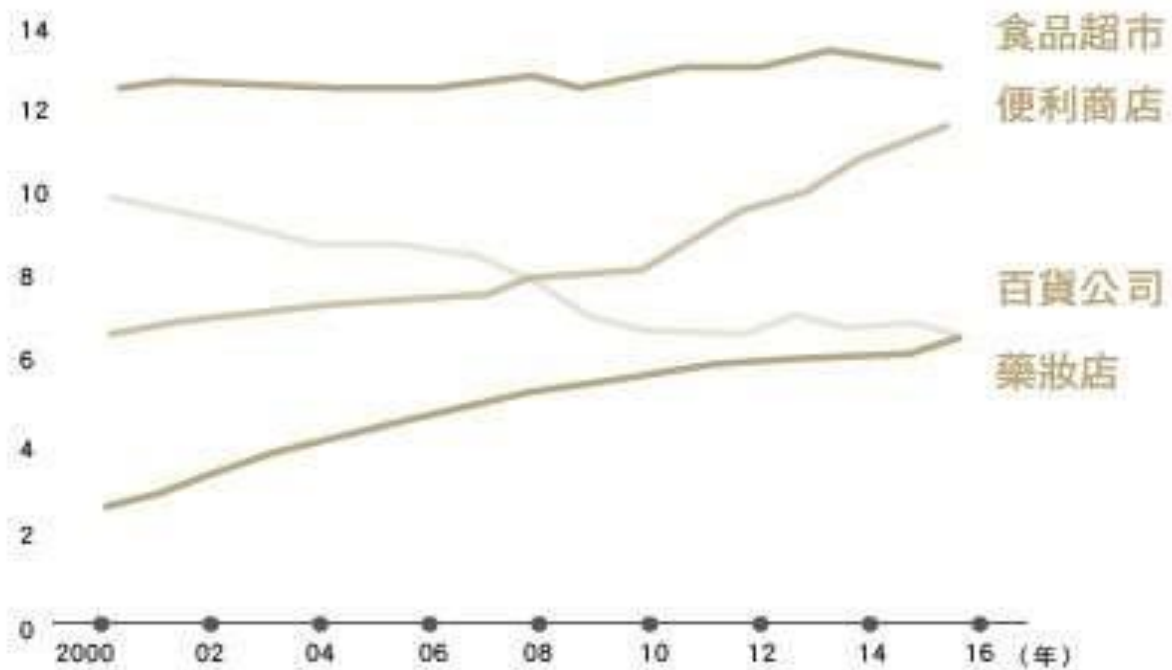
遠見雜誌 2020/4/30〈轉型未來藥局的現在進行式〉<https://www.gvm.com.tw/article/72407>



日本藥妝市場規模，2018年首度超越百貨通路

圖 1 日本藥妝店逆勢成長，市場規模近百貨公司

(兆/日圓)



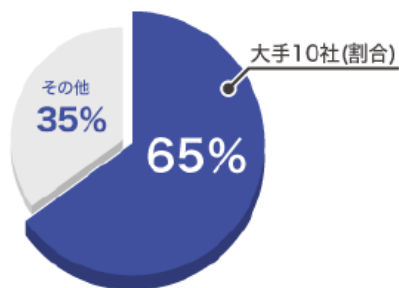
資料來源：日本藥妝連鎖店協會；日本經濟省「商業動態統計」

藥妝店營收已超越百貨公司

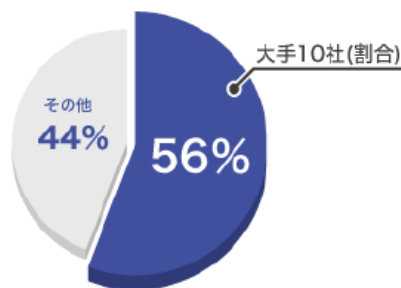
日本藥妝型態門市

- 於各日本開區皆有門市據點，門市內具有多樣商品服務，舉凡處方用藥、OTC、保健食品、化妝品、食品及日常生活用品等。

ドラッグストア上位10社の市場占有率（売上高）



ドラッグストア上位10社の市場占有率（店舗数）



資料來源: 2018年8月日本藥局產業內銷售調查資料

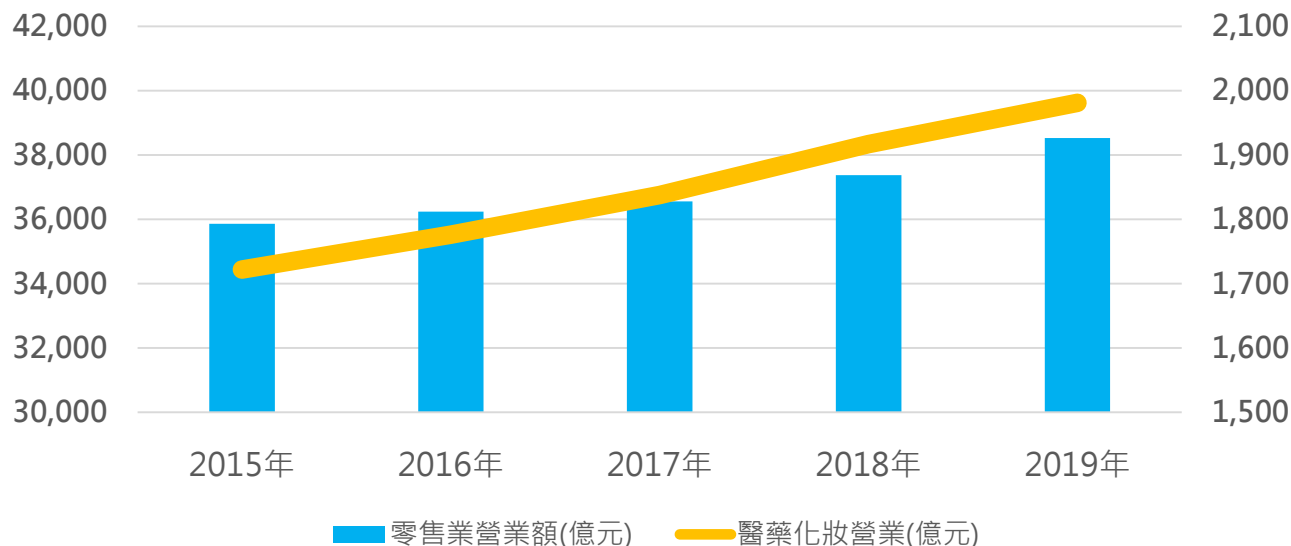
日本藥店依銷售額排名前10位店鋪 (2018年版)			
排名	藥妝店鋪	銷售額 (百萬日元)	店鋪數
1	Welcia	695,268	1,693
2	Zuruha(鶴羽)	673,238	1,931
3	Ecosme	557,999	912
4	松本清	538,408	1,604
5	Sugi	457,047	1,105
6	Sun Drug	400,019	861
7	Cocokara Fine	388,482	1,322
8	河内化學	268,250	329
9	創建SD	266,233	744
10	青木控股	221,286	458

依日本藥局產業內銷售調查顯示，前10大連鎖藥局銷售佔全產業65%・店鋪數為56%

- 銷售及品牌藥局集中化和台灣市場近似
- 連鎖藥局佈點依地區性/店鋪規模/品牌更加區隔化



零售、醫藥化妝品零售業營業額



西元年	零售業營業額 (億元)	藥品、醫療用品及 化妝品零售業 (億元)	零售年增率%	藥醫化妝品 年增率%	杏一成長率%
2015年	35,862	1,722	-0.96%	1.93%	7.57%
2016年	36,243	1,776	1.06%	3.13%	5.91%
2017年	36,562	1,838	0.88%	3.46%	5.23%
2018年	37,370	1,917	2.21%	4.35%	7.13%
2019年	38,522	1,981	3.08%	3.31%	14.51%

資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業營業額統計」

2020台灣零售通路地殼變動：超商、超市雙交叉

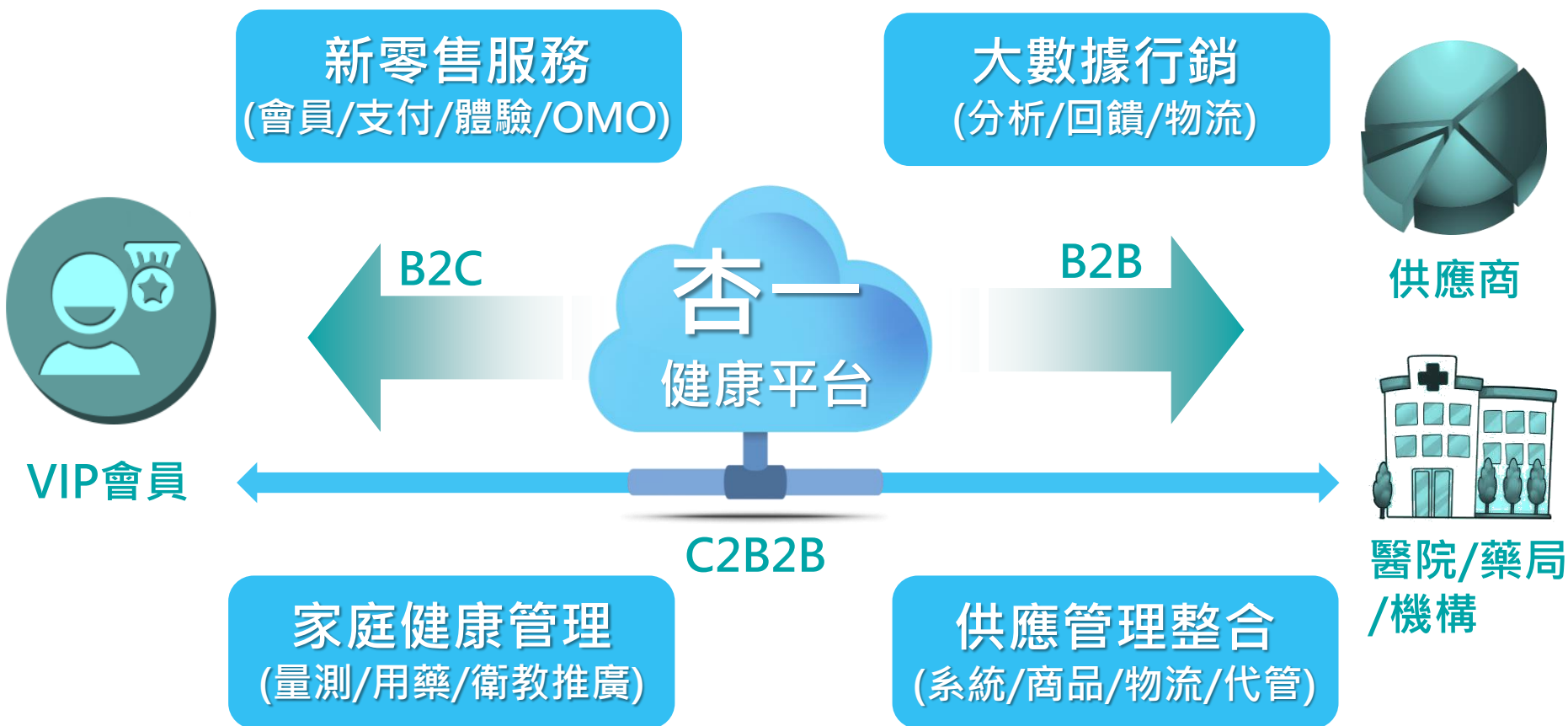


資料來源: https://group.dailyview.tw/article/detail/1577?fbclid=IwAR3xL-YjUH5W4k4oxFZtm57ltW4-dcltHgPV-bg2yJH469Qx_UeJWlvfcDc

後疫情時代產業結構改變： 全通路佈局加速

- 1.線下人流遽減，零售業重新佈局電商、O2O
- 2.電商逆勢走揚，疫情加速零售業重整(OMO)
- 3.全通路經營仰賴會員數據

未來發展-新服務、新商機



新零售服務 - 杏LINE樂活 啟動2年近60萬會員加入

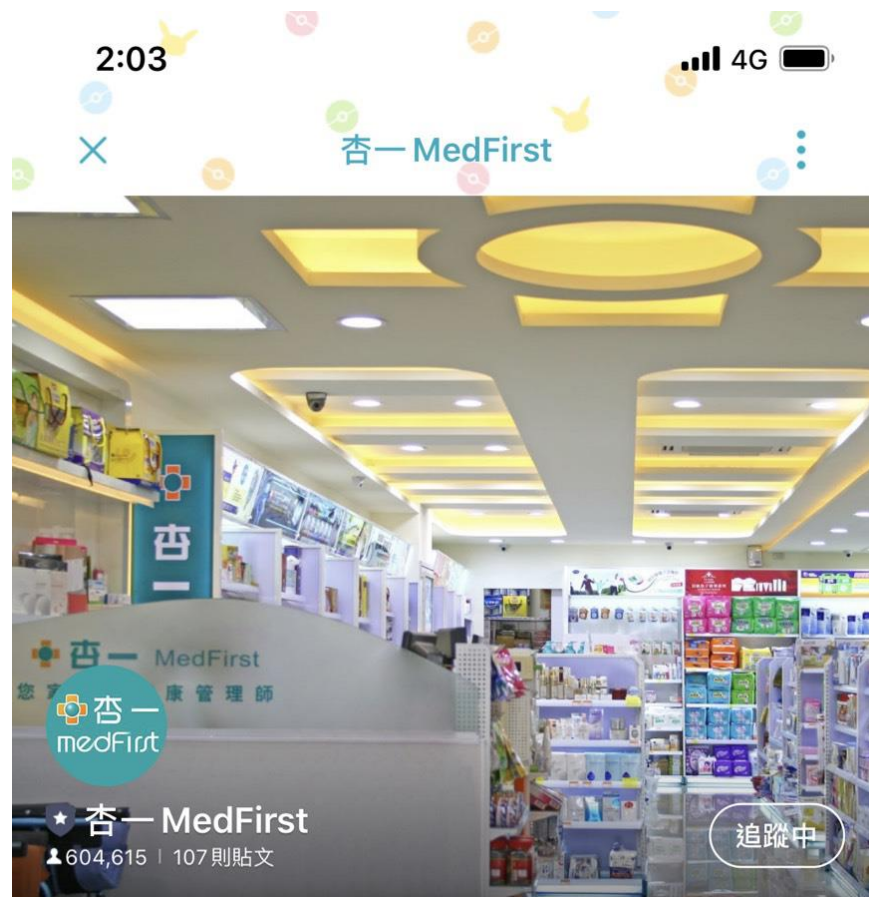
專案啟動前

上線前人數: 4,753人
(統計至2018/07/31)

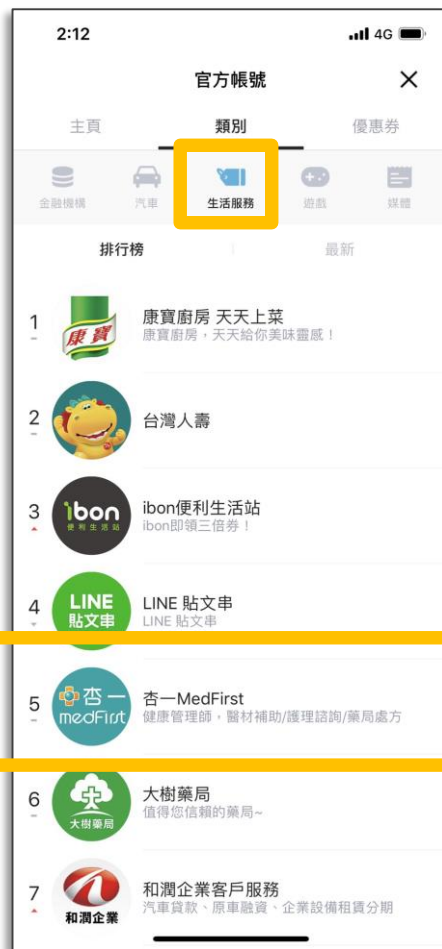
2018/8/1啟動至2020/8/11

LINE好友總人數 : 604,619人

LINE會員綁定人數 : 538,255 人



杏一LINE@品牌認同



招集 60.4萬 LINE@好友

會員綁訂率近 90%!

互動率

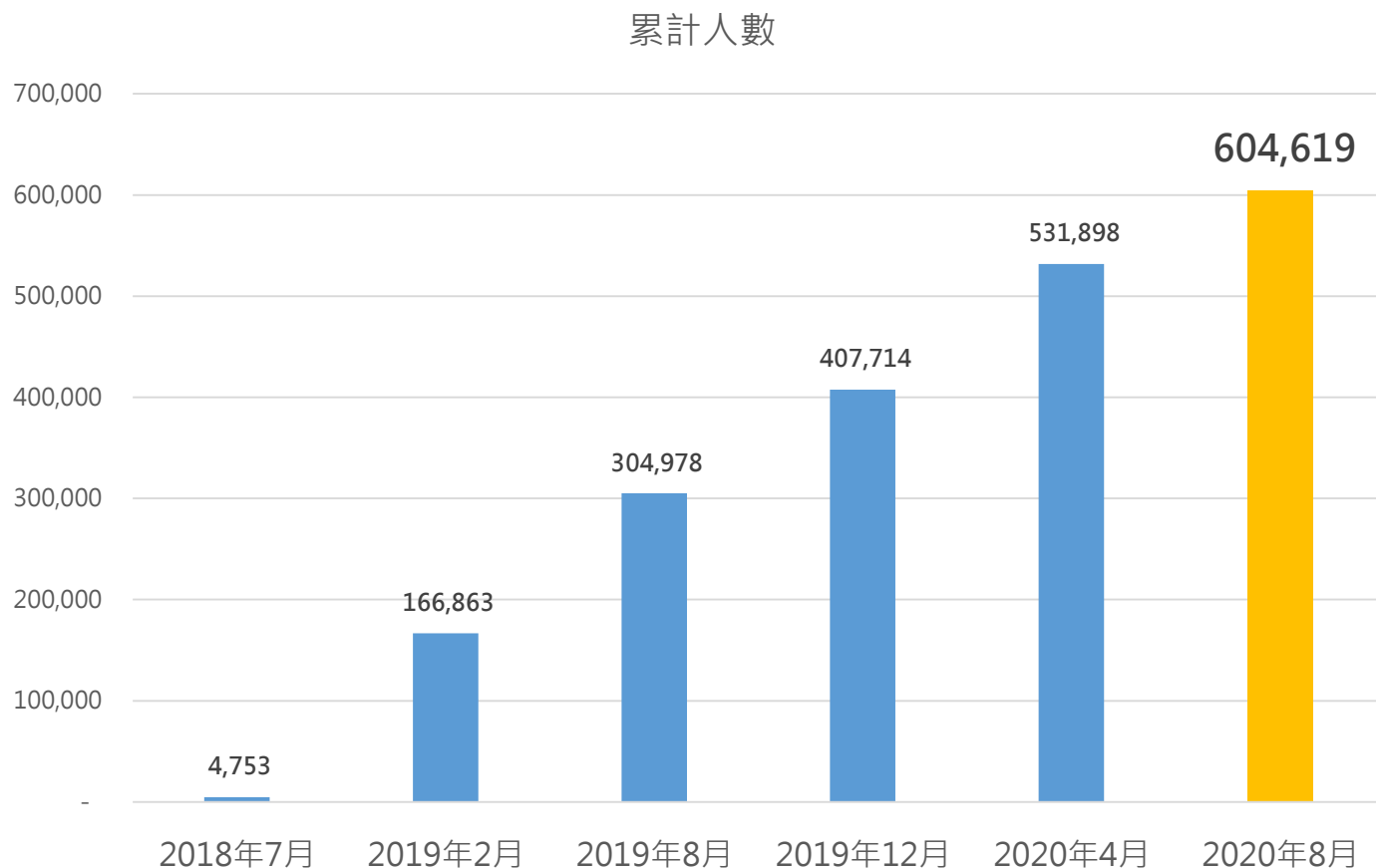
LINE官方生活服務類排名第5名

LINE官方總排名第23名

註: 上述排名為LINE通訊軟體
於2020/8/11之官方帳號排名。



新零售效益: LINE@預估會員貢獻



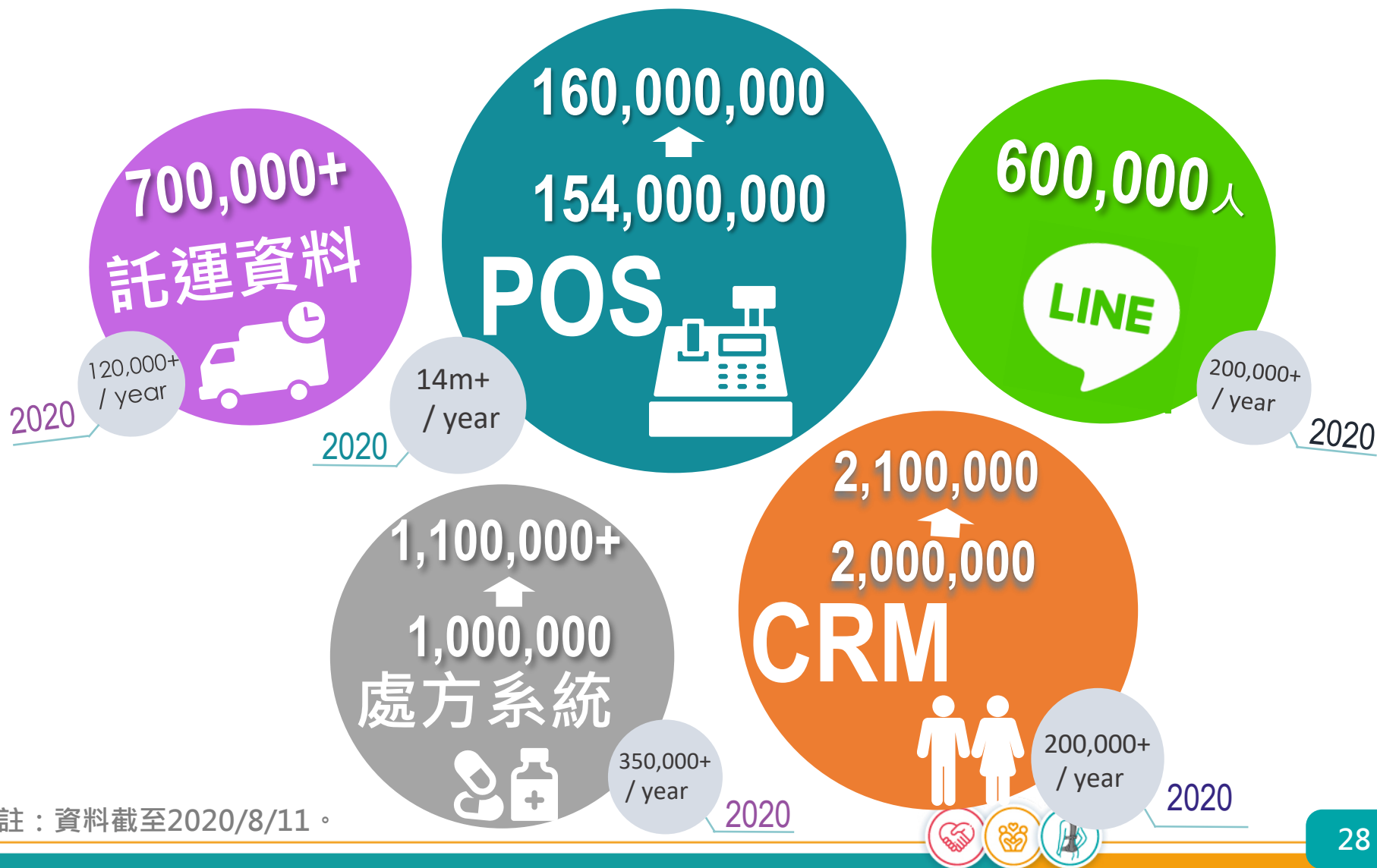
LINE@
會員帶動
業績成長率

+2%

統計日期:2020/7/28



數據優勢升級為行銷利器



精準行銷參加廠商-上半年成長率表現

參加廠商	1月	2月	3月	4月	5月	6月	月平均成長率
廠商A	277%	480%	349%	330%	269%	205%	318%
廠商B	37%	92%	27%	39%	36%	19%	42%
廠商C	17%	25%	9%	38%	30%	62%	30%
廠商D	10%	28%	27%	2%	10%	15%	15%
廠商E	-8%	40%	14%	-1%	-4%	18%	10%
廠商F	14%	35%	2%	-8%	-13%	-4%	4%
廠商G	-20%	31%	8%	2%	-24%	6%	1%
廠商H	-2%	3%	4%	-12%	-15%	5%	-3%
廠商I	-7%	11%	4%	-20%	-32%	-21%	-11%
廠商J	NA	-39%	-78%	-69%	-53%	-56%	-59%

註：資料截至2020/6/30。



物流基礎建設升級

楊湖大健康物流中心



開發面積

土地面積	6,110坪
建築面積	2,206坪
總樓板面積	8,215坪
AS/RS面積	700坪
主建築樓層	共4樓

物流基礎建設升級 – 發展目標

- 
1. 第三方物流中心
 2. 店配500家門市
 3. 宅配3,000張
 4. 台中以北當日配達



物流策略

「楊湖物流中心」

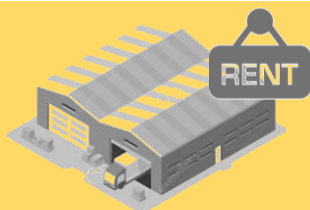
以杏一服務為基礎，擴大支援健康產業平台供應鏈；以現有架構為基底改革創新，搭載智慧物流應用，創造高效及服務廣度兼具之物流中心。

- 企業的發展目標（500家門市店配、3000宅配）
- 醫材+藥品 GDP
- 擴充多樣性，3500至6000項，擴充71%
- 複雜度-出貨類型複雜（箱進散出-90%拆零）
- 速配 上午下訂，傍晚到貨（急單6小時到貨）
- 第三方物流

楊湖物流中心 8月產能已順利運作



高獅物流中心 資產運用



舊倉運用



保有
土地



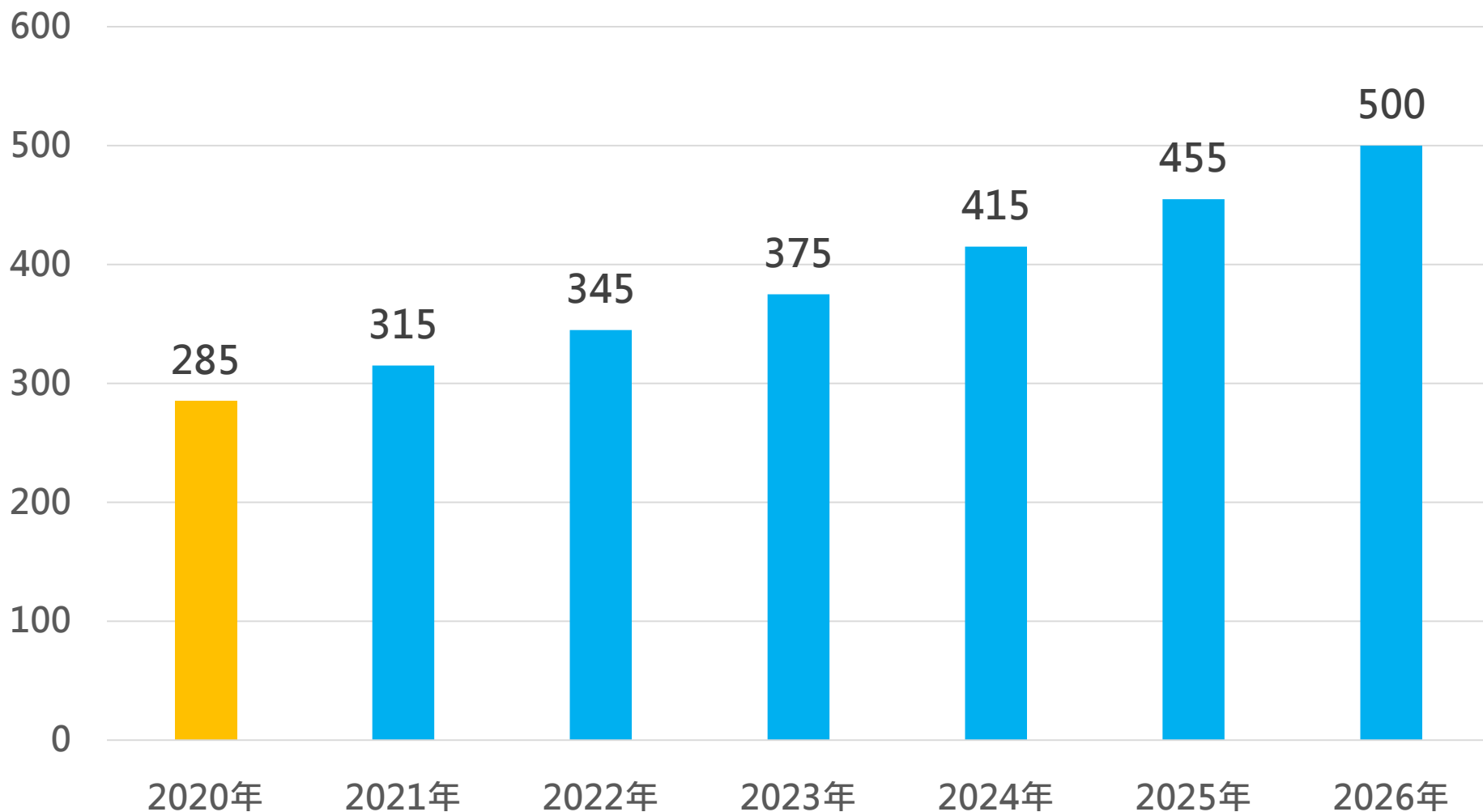
固定
收益

租金收入



1. 增加公司租金收入
2. 減緩新倉建置與攤提壓力
3. 土地長期投資與運用

自行展店



目錄

1. 公司簡介

2. 競爭優勢

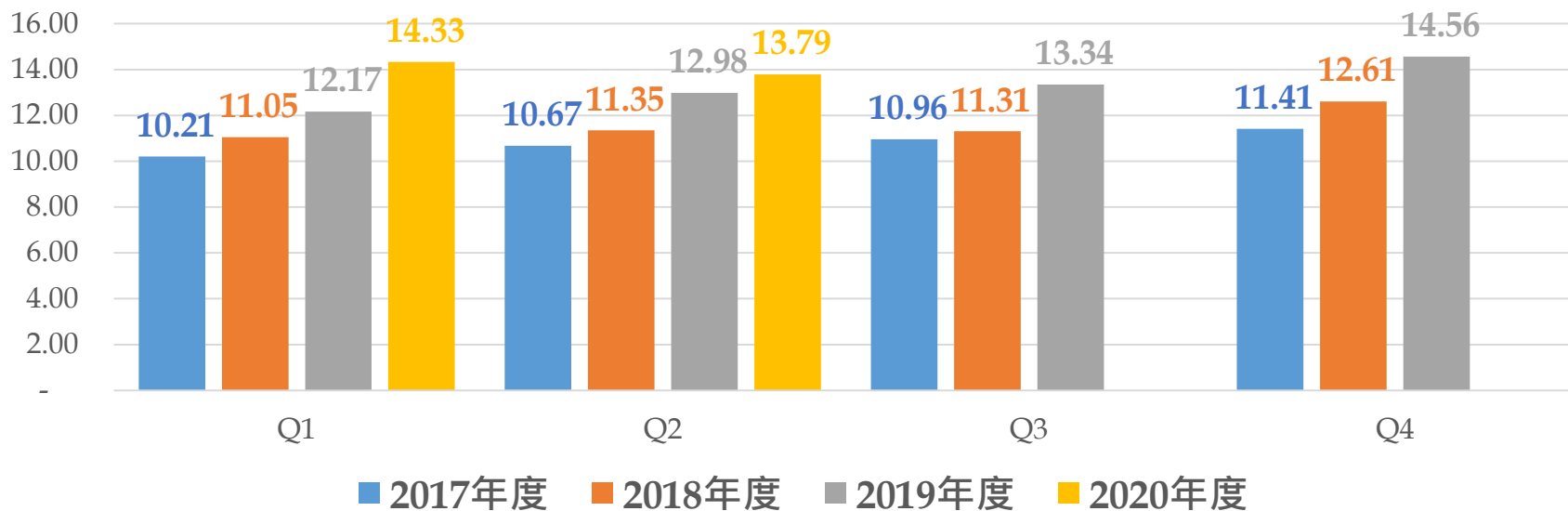
3. 未來發展



4. 經營績效



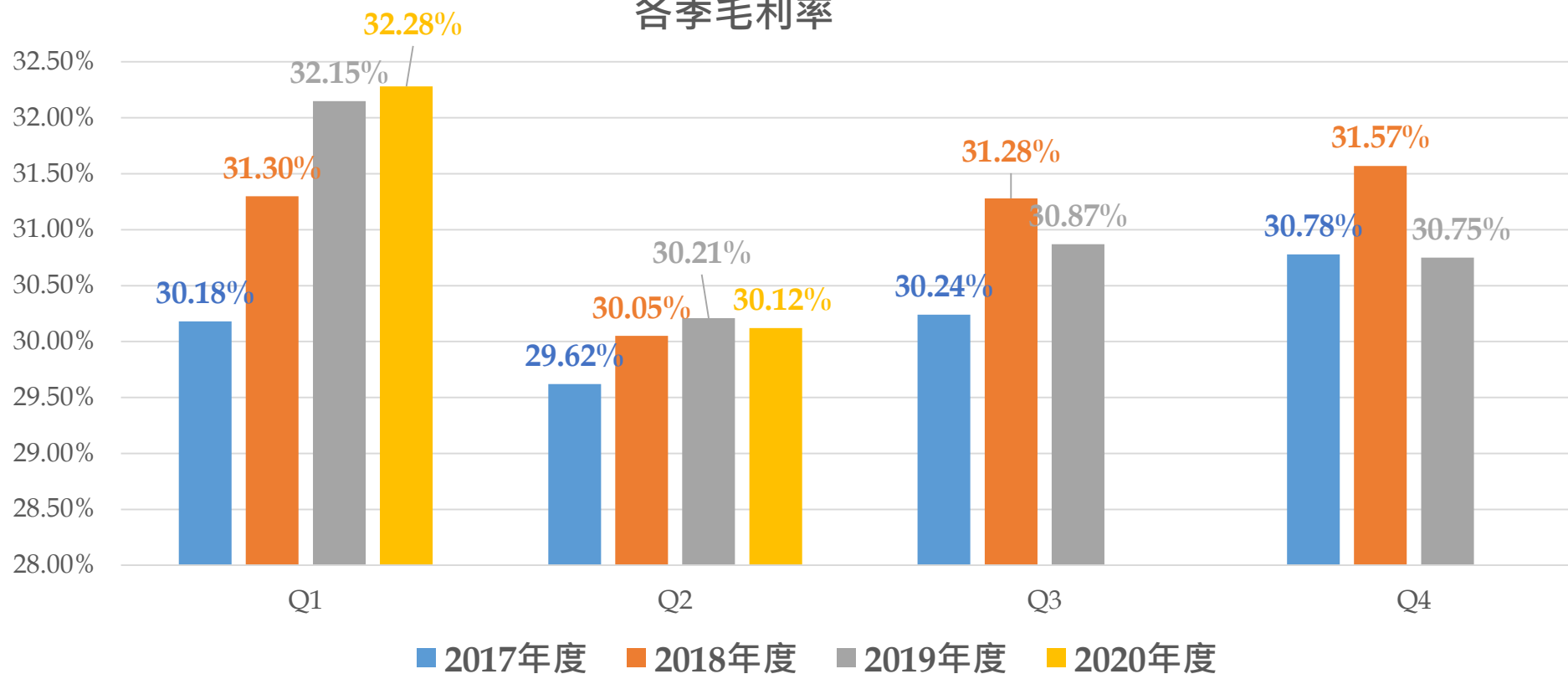
各季合併營收



單位：億元

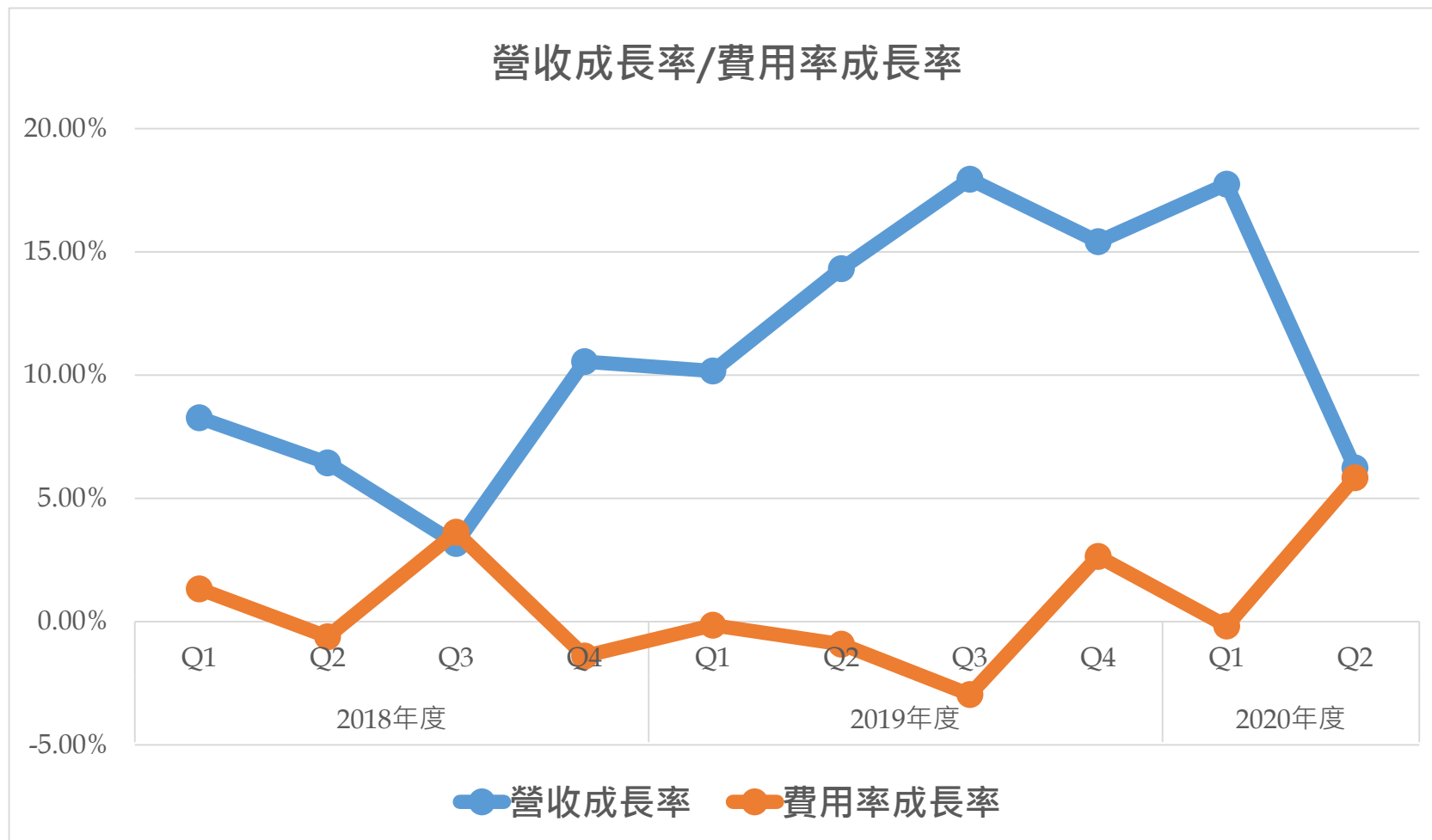
各季營收(億)	Q1	Q2	Q3	Q4	年度營收	年度營收
2017年度	10.21	10.67	10.96	11.41	43.25	5.23%
2018年度	11.05	11.35	11.31	12.61	46.32	7.13%
2019年度	12.17	12.98	13.34	14.56	53.05	14.51%
2020年度	14.33	13.79			28.12	11.81%
成長率	17.75%	6.24%				

各季毛利率



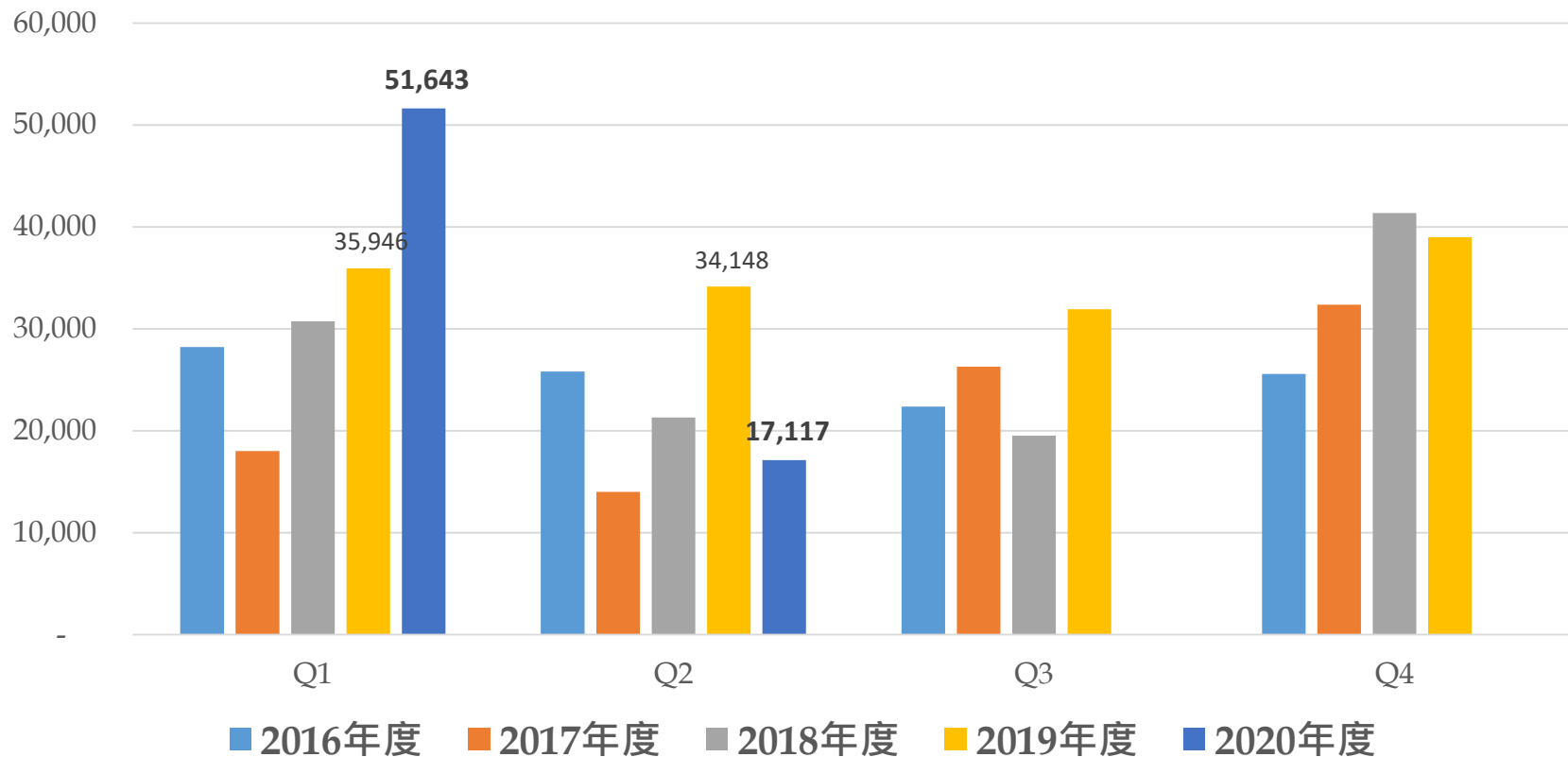
單位：%

各單季毛利率	Q1	Q2	Q3	Q4
2017年度	30.18%	29.62%	30.24%	30.78%
2018年度	31.30%	30.05%	31.28%	31.57%
2019年度	32.15%	30.21%	30.87%	30.75%
2020年度	32.28%	30.12%		

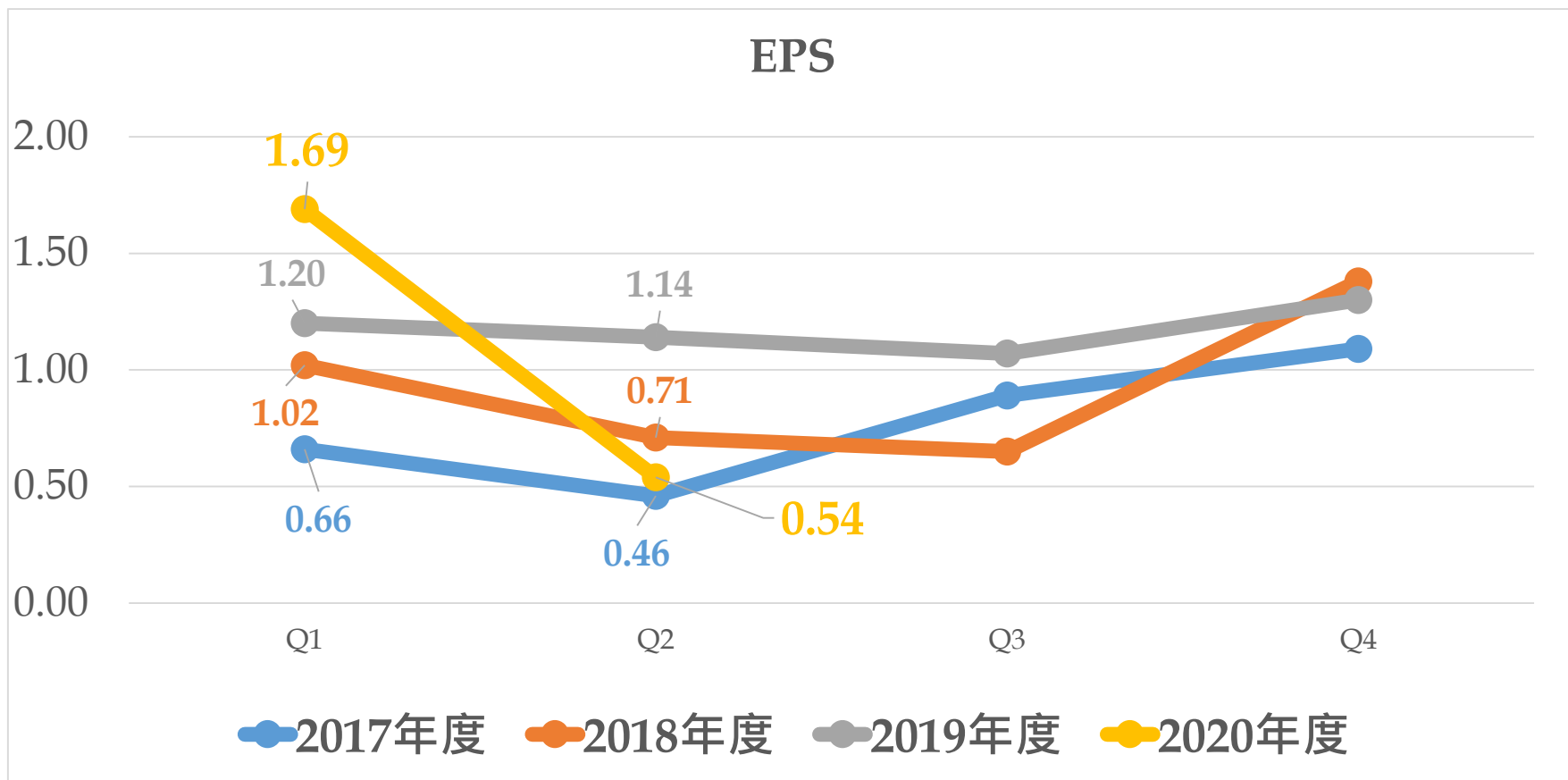


	2018年度				2019年度				2020年度	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
營收成長率	8.27%	6.45%	3.17%	10.55%	10.17%	14.32%	17.94%	15.42%	17.75%	6.24%
費用率成長率	1.33%	-0.61%	3.63%	-1.39%	-0.15%	-0.91%	-2.96%	2.65%	-0.18%	5.84%

獲利金額



獲利金額(仟元)	Q1	Q2	Q3	Q4	加總金額	獲利金額(仟元)
2016年度	28,225	25,816	22,367	25,590	101,998	
2017年度	18,008	14,020	26,309	32,391	90,728	
2018年度	30,735	21,303	19,534	41,378	112,950	
2019年度	35,946	34,148	31,927	39,005	141,026	
2020年度	51,643	17,117			68,760	

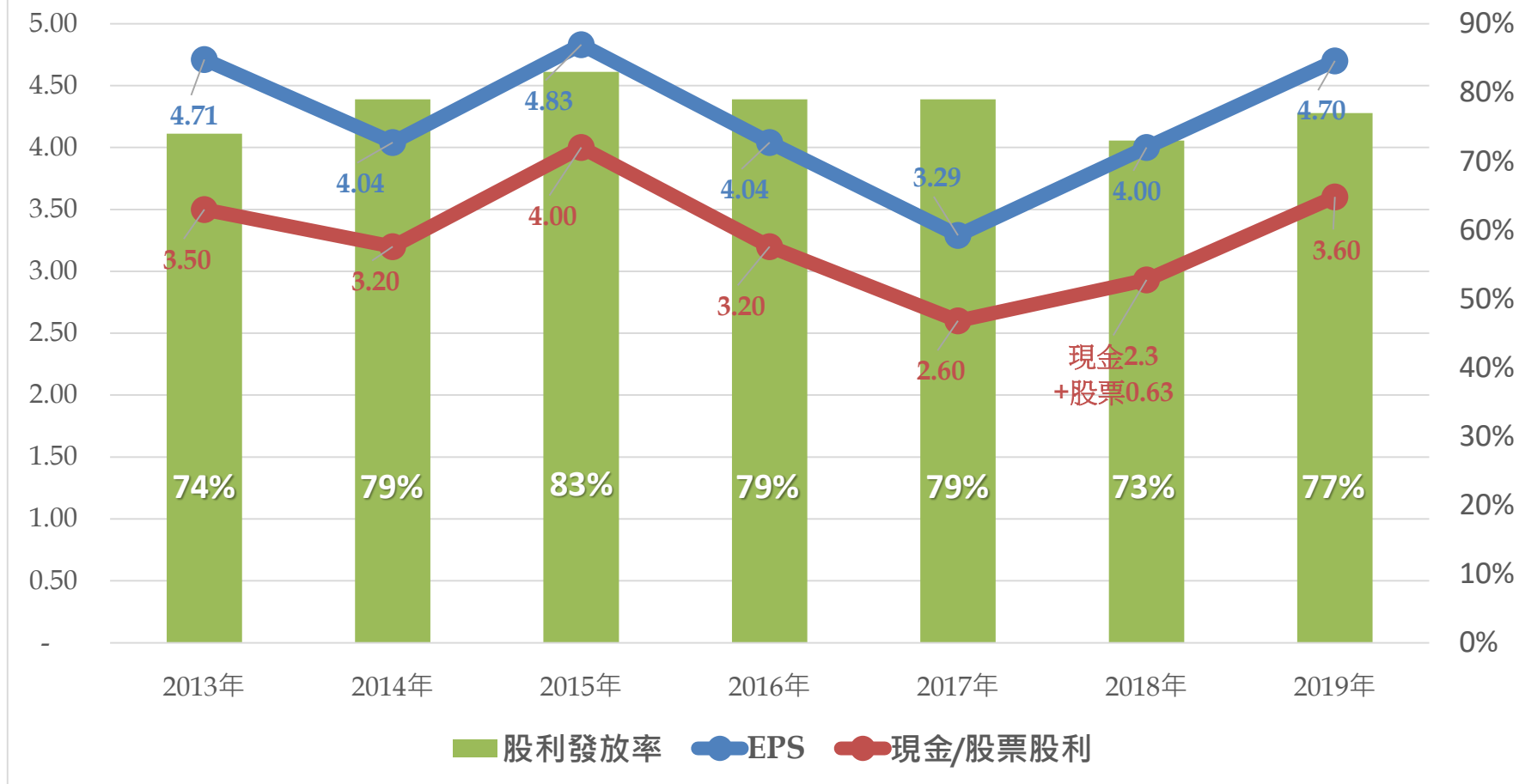


單位：元

EPS	Q1	Q2	Q3	Q4	TTL
2016年度	1.05	0.96	0.84	0.95	3.80
2017年度	0.66	0.46	0.89	1.09	3.10
2018年度	1.02	0.71	0.65	1.38	3.76
2019年度	1.20	1.14	1.07	1.3	4.70
2020年度	1.69	0.54			2.21

股利政策

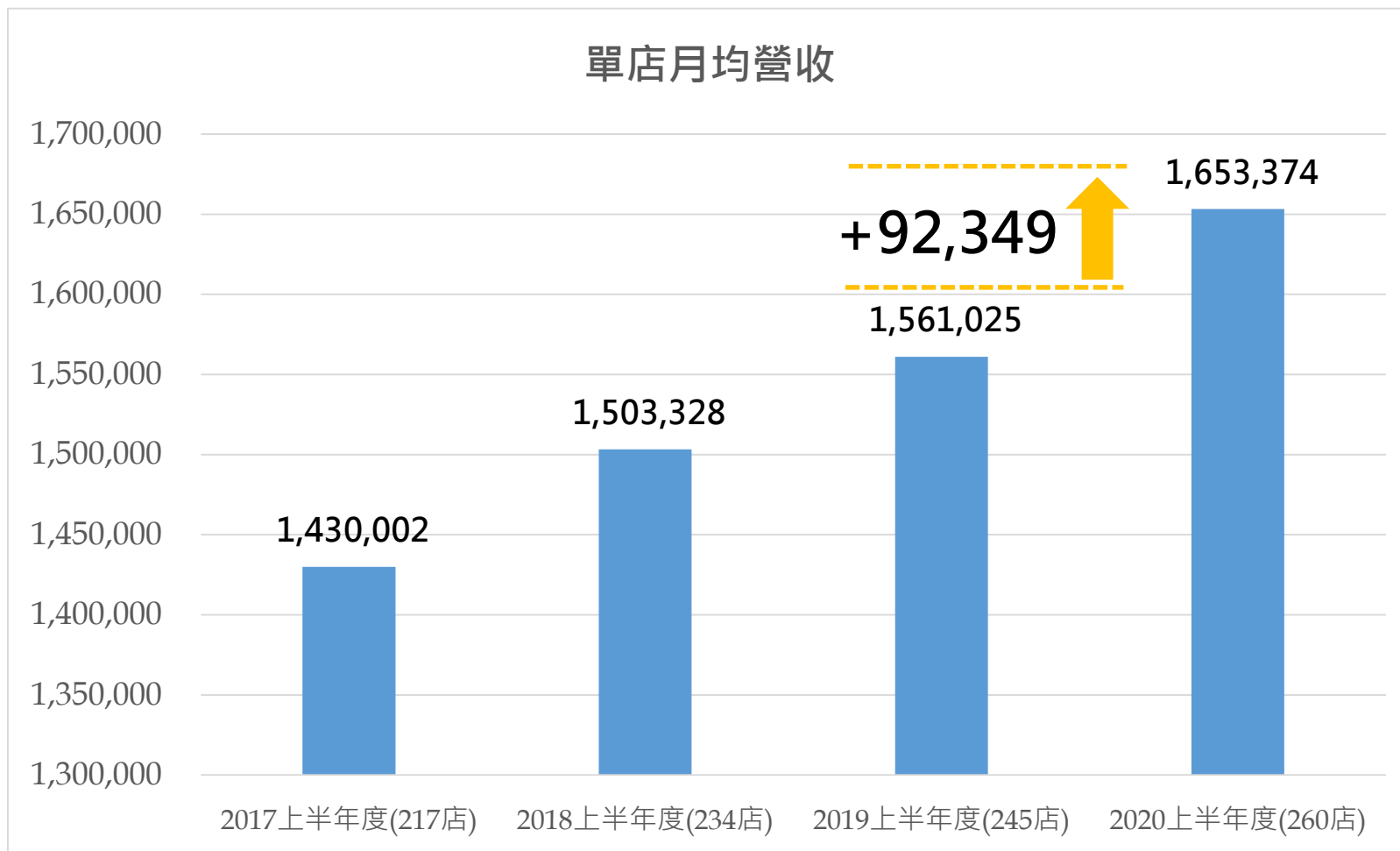
股利政策 - 以『現金股利』為主



單位：元

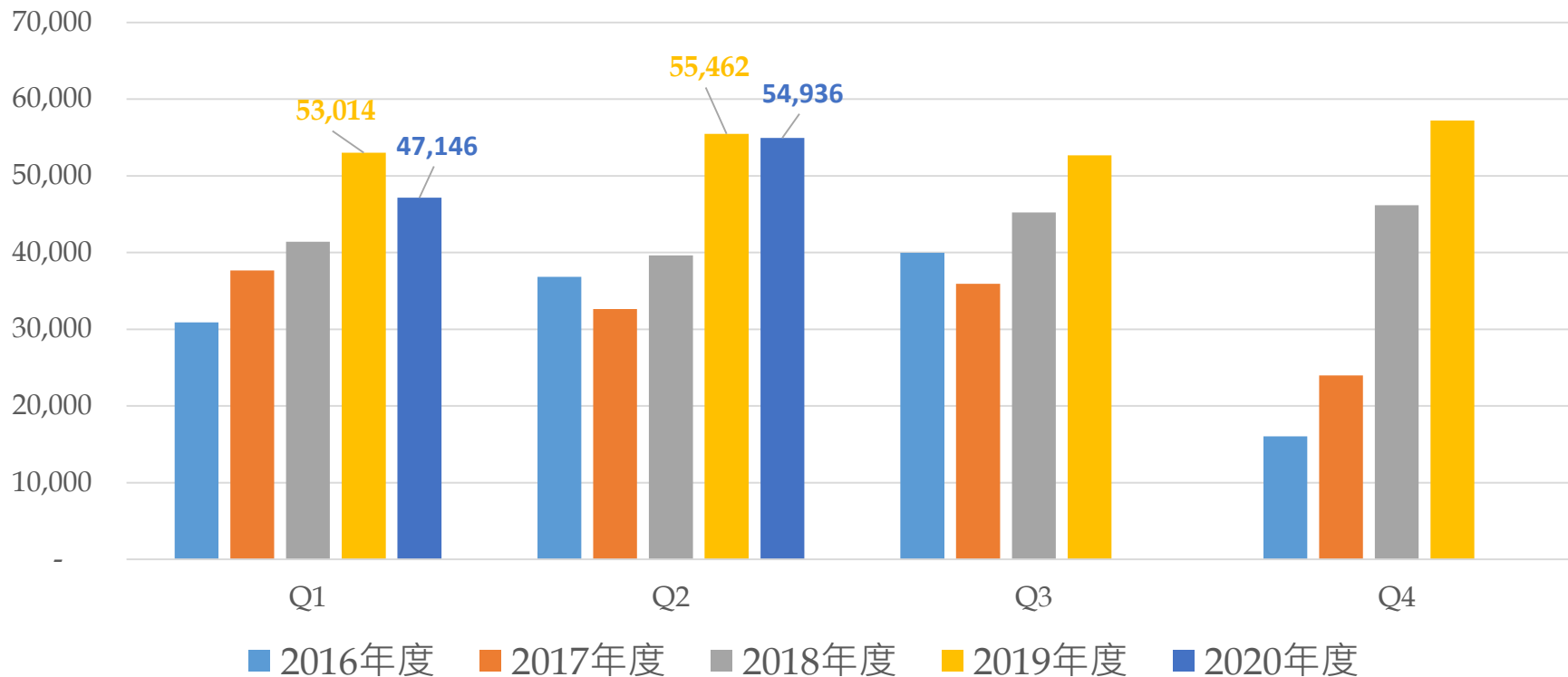
單店月均營收成長

單位：元 / 未稅



	2017上半年度 (217店)	2018上半年度 (234店)	2019上半年度 (245店)	2020上半年度 (260店)
單店月均營收	1,430,002	1,503,328	1,561,025	1,653,374

中國區 - 各季營收

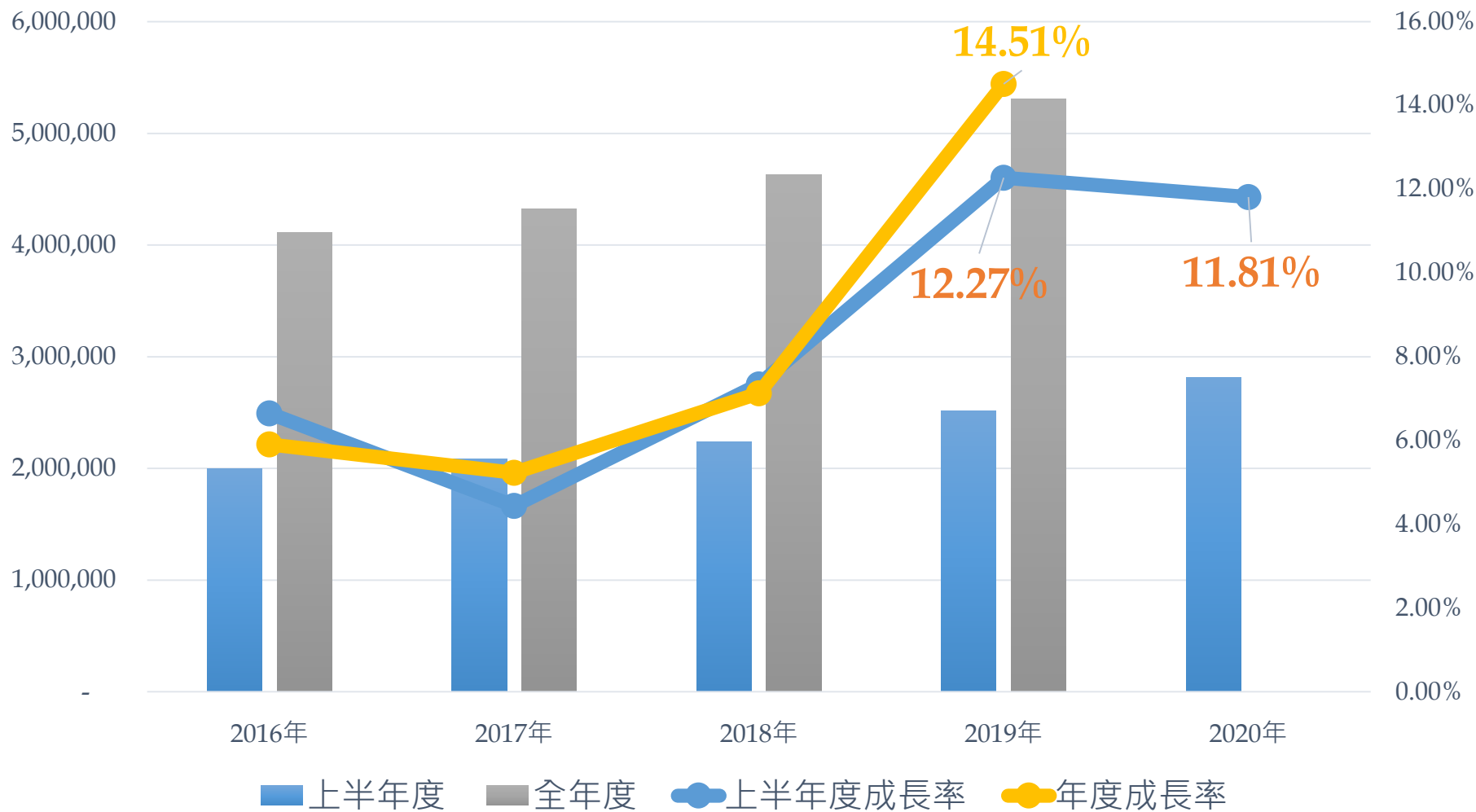


單位：仟元

營業額	Q1	Q2	Q3	Q4	年度營收
2016年度	30,900	36,823	39,981	16,049	123,753
2017年度	37,679	32,639	35,932	23,971	130,221
2018年度	41,398	39,641	45,205	46,149	172,393
2019年度	53,014	55,462	52,652	57,214	218,342
2020年度	47,146	54,936			102,082

杏一歷來營收趨勢

歷年營收趨勢





您家庭的健康管理師