

醫藥保健品外銷東協市場路上的停看聽

報告人：

陳麒元 主任

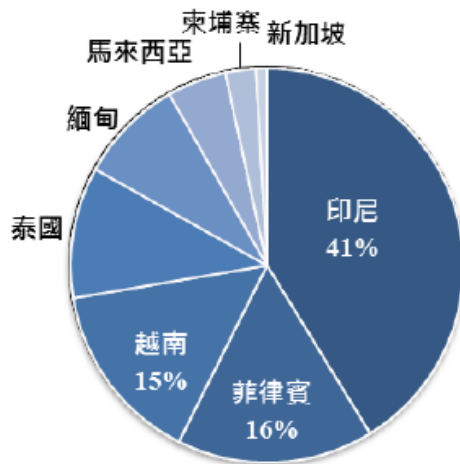
海外事業發展處

中美生技醫藥股份有限公司

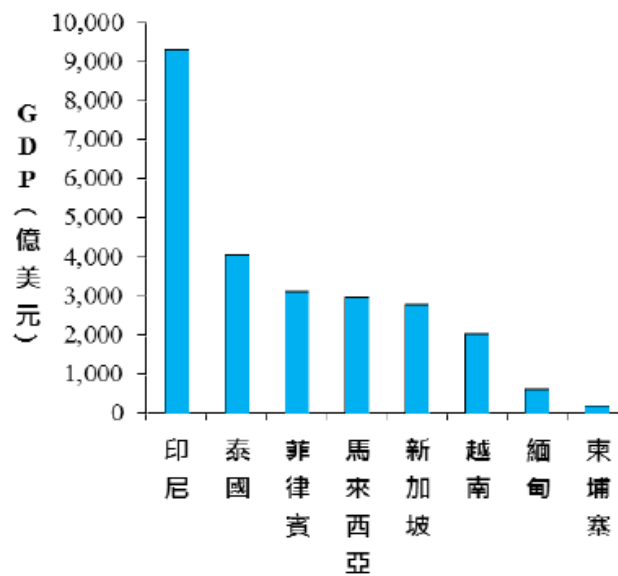
2016年東南亞各國總體環境比較

- 2016年東南亞八國人口數共計達6.3億人，約占全球人口的8.7%，**年均人口強勁成長1.2%**，高於全球的平均1.1%；其中以印尼人口最多，有2.6億人，占東南亞八國總人口比率達四成以上；其次為菲律賓和越南
- 2016年東南亞八國的GDP合計約為2.5兆美元，**約占全球GDP的3.3%**，其中以印尼為最高；**平均GDP年成長率5%**，高於全球及其他許多地區，各國以柬埔寨為最高，達6.9%
- 東南亞各國經濟發展程度差距大，如新加坡為高所得國家，緬甸與柬埔寨則接近中低所得下限

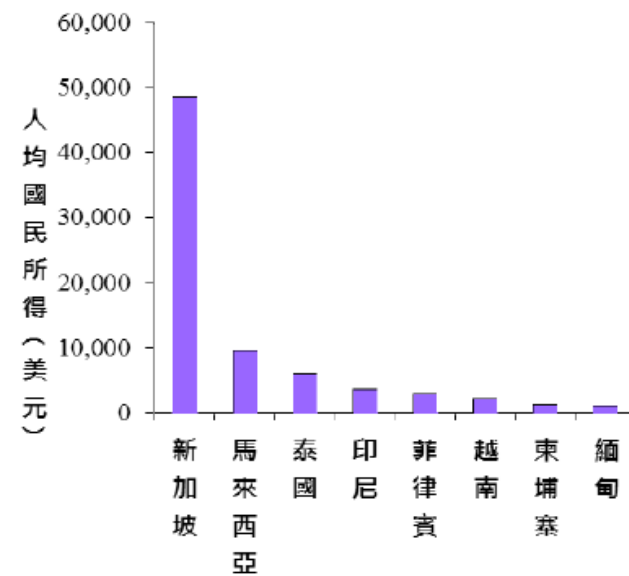
2016年東南亞八國人口占比



2016年東南亞八國GDP比較



2016年東南亞八國人均國民所得



註：根據2016年世界銀行公布對2015年世界各經濟體之人均國民所得的分類，人均國民所得≤1,025美元為低所得經濟體，1,025~4,035美元為中低所得經濟體，4,036~12,475美元為中高所得經濟體，≥12,476美元為高所得經濟體

資料來源：BMI (2017)；DCB產資組ITIS研究團隊整理

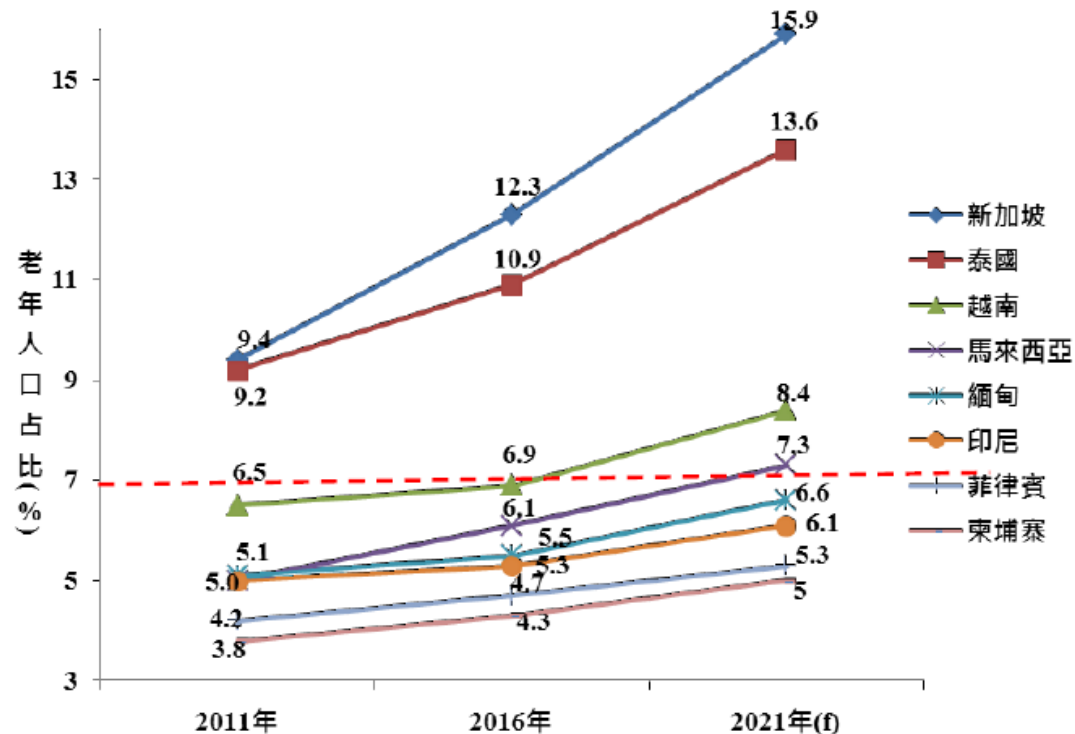
版權所有©財團法人生物技術開發中心 保留一切權利

資料來源：ITIS(2017)

東南亞各國整體人口結構相對年輕

- 2016年東南亞各國中，除**新加坡**和**泰國**已進入高齡化社會外，其他東南亞國家尚未進入「高齡化社會」，整體人口結構相對年輕
- 預期**越南**於**2017~2020年間**將進入「高齡化社會」；**馬來西亞**、**緬甸**、**印尼**、**菲律賓**、**柬埔寨**等五國的人口結構相近，以青壯年人口占多數，預估**2021年**以後才會邁入「高齡化社會」，可供給之勞動力較為充足

2010、2016、2021年東南亞各國老年人口占比變化



註：根據聯合國世界衛生組織定義，65歲以上老年人口占總人口比例達到7%時稱為「高齡化社會」

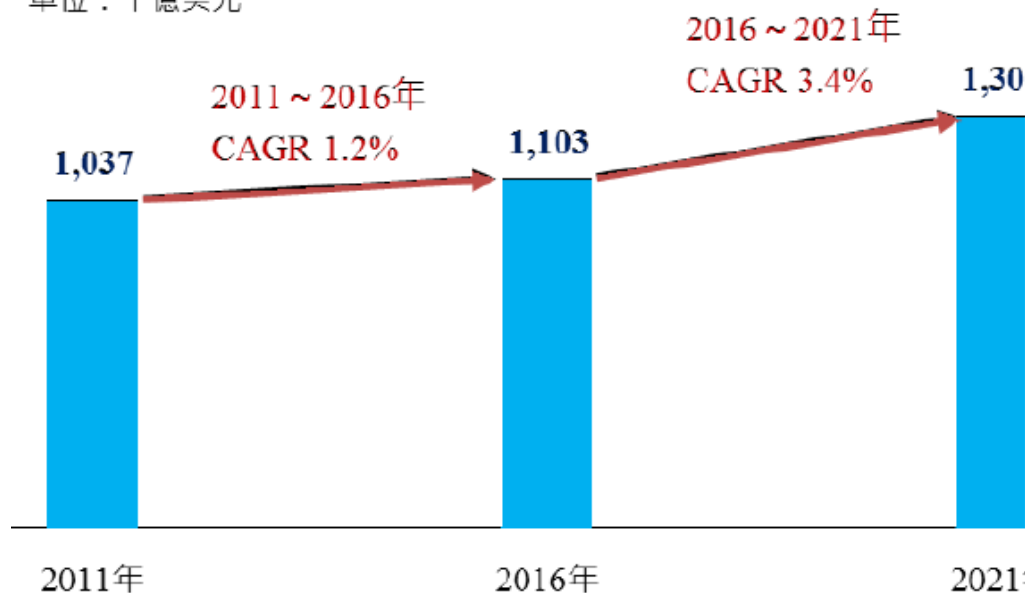
資料來源：ITIS (2017)；OECD 經濟、社會及文化事務部數據

2016年全球藥品市場1.1兆美元

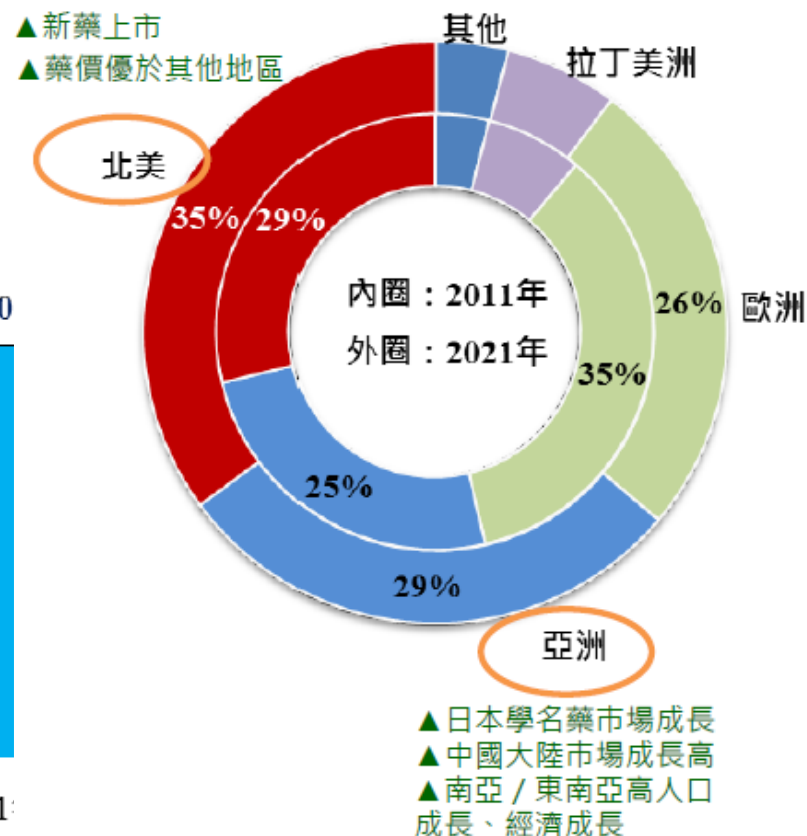
- 2016年全球藥品市場為1.1兆美元，2016～2021年CAGR約3.4%，2021年全球藥品市場將達1.3兆美元
- 北美與亞洲位居全球前兩大藥品區域市場

2011、2016、2021年全球藥品市場規模

單位：十億美元



2011年及2021年
全球各區域藥品市場占比變化



2016年東協市場經濟與醫療重要指標

- 東南亞八國中，2016年全國醫療支出金額印尼超越泰國成為首位，醫療支出年成長率大幅成長11.2%。
- 2016年醫療支出占GDP比率以越南為最高；人均醫療支出則以新加坡為最高，多國年成長率超過6%，尤以印尼最高達9.9%。
- 東南亞各國政府正積極改善醫療保健服務，包括為窮人提供免費或補貼醫療服務
- 受惠經濟發展、人口日增、私人醫療保險覆蓋率增加等因素，私營醫院服務市場從家數、病床數、住院人數等成長幅度都高於公營機構
- 東南亞各國病床及醫護人員密度普遍相對較低，反映其醫療基礎設施及未滿足醫療需求的發展潛力

國家	人口 (百萬人)	GDP (USDbn)	人均GDP (USD)	醫療支出 (USDbn)	人均醫療 支出(USD)	私人醫療 支出比	公立/私營 醫院家數	每千人口 病床數	每千人口 醫生數	每千人口 護士數
印尼	261.1	932.4	3,606	27.32	104.8	63.10%	929/1833	1.16	0.38	1.87
菲律賓	103.3	312.8	3,021	15.64	152.9	63.90%	776/1109	1.07	1.21	7.98
越南	94.6	204.4	2,169	14.86	157.1	44.60%	1130/230	2.78	0.8	1.33
泰國	68.9	406.9	6,025	25.29	371	13.20%	1055/354	2.26	0.45	2.41
緬甸	52.9	61.8	1,137	1.4	25.7	47.80%	-	-	-	-
馬來西亞	31.2	296.6	9,509	13.18	428.7	44.60%	136/217	1.97	1.64	3.35
柬埔寨	15.8	20	1,255	1.03	65.1	79.20%	-	-	-	-
寮國	6.8	13.8	1,949	0.24	34.8	46.10%	-	-	-	-
新加坡	5.6	277.4	49,339	16.98	2,980.60	53.80%	15/16	2.26	2.43	5.97
汶萊	0.4	15	34,967	0.36	841.2	6.40%	-	-	-	-

註1: 每千人口病床數，美國:2.75、臺灣:5.77

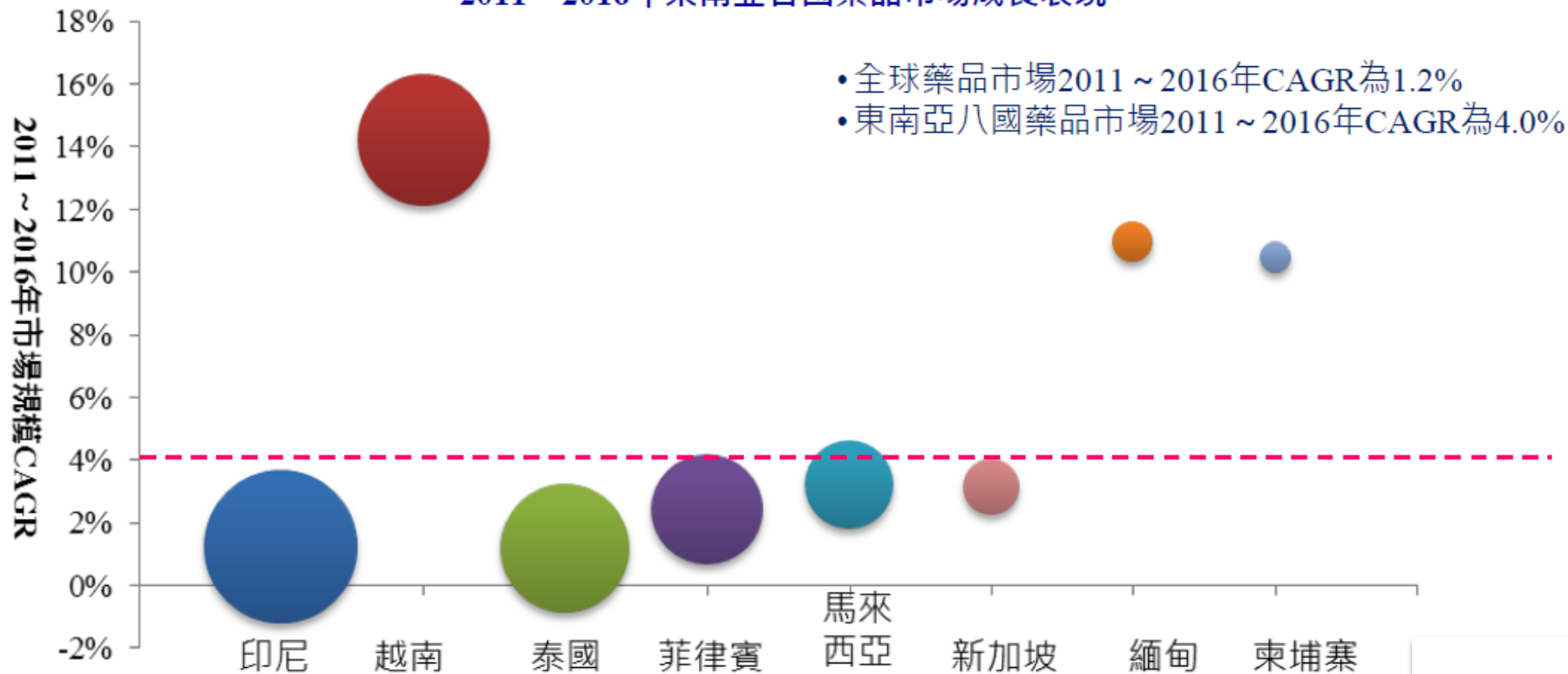
註2: 每千人口醫生數，美國:2.64、臺灣:1.91

註3: 每千人口護士數，美國:8.56、臺灣:5.50

東南亞各國藥品市場成長表現優於全球平均

- 東南亞藥品市場持續成長，2011～2016年之複合年成長率（Compound Annual Growth Rate, CAGR）為4.0%，表現優於全球平均之1.2%，2016年東南亞八國藥品市場合計達227.1億美元
- 越南、緬甸、柬埔寨為東南亞之新興高成長藥品市場，尤以越南成長表現突出，2011～2016年CAGR為14.3%

2011～2016年東南亞各國藥品市場成長表現



註：泡泡大小為2016年藥品市場規模

東協醫藥市場概況

- 2016年東南亞八國藥品市場合計達227.1億美元，2021年將達到327.2億美元，2016～2021年之複合年成長率為7.6%
- 2016年印尼穩坐東南亞八國最大藥品市場寶座，越南超越泰國成為第二大市場，預估2021年**印尼、越南、泰國**仍為前三大，印尼、越南占比持續提升；各國藥品市場成長性以越南及柬埔寨最高，2016～2021年CAGR將各達11.3%及10.3%。
- **新加坡為專利藥占比排名第一**，其餘則為學名藥占比排名第一
- 預估2021年OTC藥市占率開始下滑，而學名藥占比持續擴增

十億美金	Indonesia	Vietnam	Philippines	Thailand	Malaysia	Singapore	Myanmar	Cambodia
藥品銷售額_2016年	6.4	4.7	3.4	4.6	2.1	0.8	0.4	0.3
藥品銷售額_2011-2016 CAGR	1.2%	14.3%	1.2%	2.4%	3.2%	3.2%	11.0%	10.5%
藥品銷售額_2016-2021 CAGR	8.0%	11.3%	6.3%	2.8%	6.5%	7.7%	7.8%	10.3%
GENERIC DRUGS 銷售額	2.7	2.5	2.3	1.5	0.9	0.2	無資料	無資料
GENERIC DRUGS 銷售額占處方簽比例	67.2%	71.6%	61.5%	61.8%	55.1%	30.7%	無資料	無資料
OTC DRUGS 銷售額	2.3	1.2	0.9	0.9	0.4	0.2	無資料	無資料

東南亞各國前十大死亡原因

No.	臺灣註	印尼	泰國	越南	菲律賓	馬來西亞	新加坡	緬甸	柬埔寨
1	惡性腫瘤	中風	冠心病	中風	冠心病	冠心病	冠心病	中風	冠心病
2	心臟疾病	冠心病	中風	冠心病	中風	中風	流感和肺炎	流感和肺炎	結核病
3	肺炎	糖尿病	流感和肺炎	肺病	流感和肺炎	流感和肺炎	中風	冠心病	中風
4	腦血管疾病	流感和肺炎	道路交通事故	流感和肺炎	糖尿病	道路交通事故	肺癌	肺結核	流感和肺炎
5	糖尿病	結核病	肺病	道路交通事故	結核病	肺病	結腸直腸癌	肺病	HIV/AIDS
6	事故傷害	肝病	HIV/AIDS	肝癌	高血壓	HIV/AIDS	腎病	肝病	道路交通事故
7	慢性下呼吸道疾病	肺病	糖尿病	肺癌	肺病	糖尿病	肝癌	糖尿病	出生體重過低
8	高血壓性疾病	道路交通事故	肝癌	結核病	腎病	肺癌	乳癌	氣喘	傷害
9	腎炎、腎病症候群及腎病變	高血壓	肺癌	肝病	暴力	其他受傷	肺病	腹瀉病	肝癌
10	慢性肝病及肝硬化	腎病	腎病	糖尿病	氣喘	腎病	胃癌	HIV/AIDS	產傷

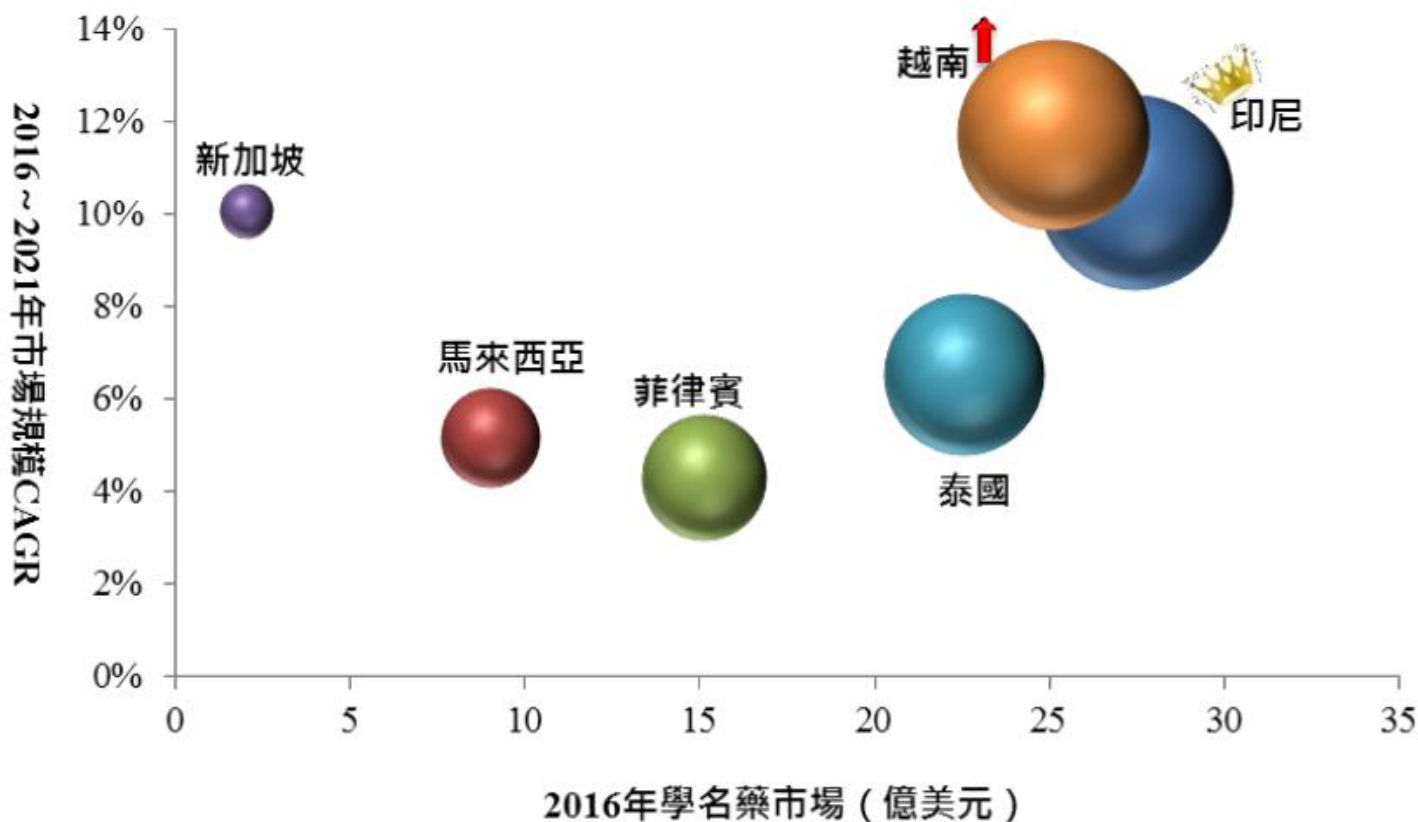
註：臺灣為參考國，其前十大死亡原因為2016年數據

資料來源：WHO (2014)，衛生福利部 (2017.6.19)；DCB產資組ITIS研究團隊整理

印尼為2016年東南亞最大的學名藥市場

- 2016年東南亞各國最大學名藥市場為**印尼**，越南超越泰國排名第二，泰國位居第三
- 預估2021年印尼仍為東南亞最大學名藥市場；各國學名藥市場成長性以**越南**最高；2021年東南亞前六大學名藥市場規模排名依序為印尼、越南、泰國、菲律賓、馬來西亞、新加坡

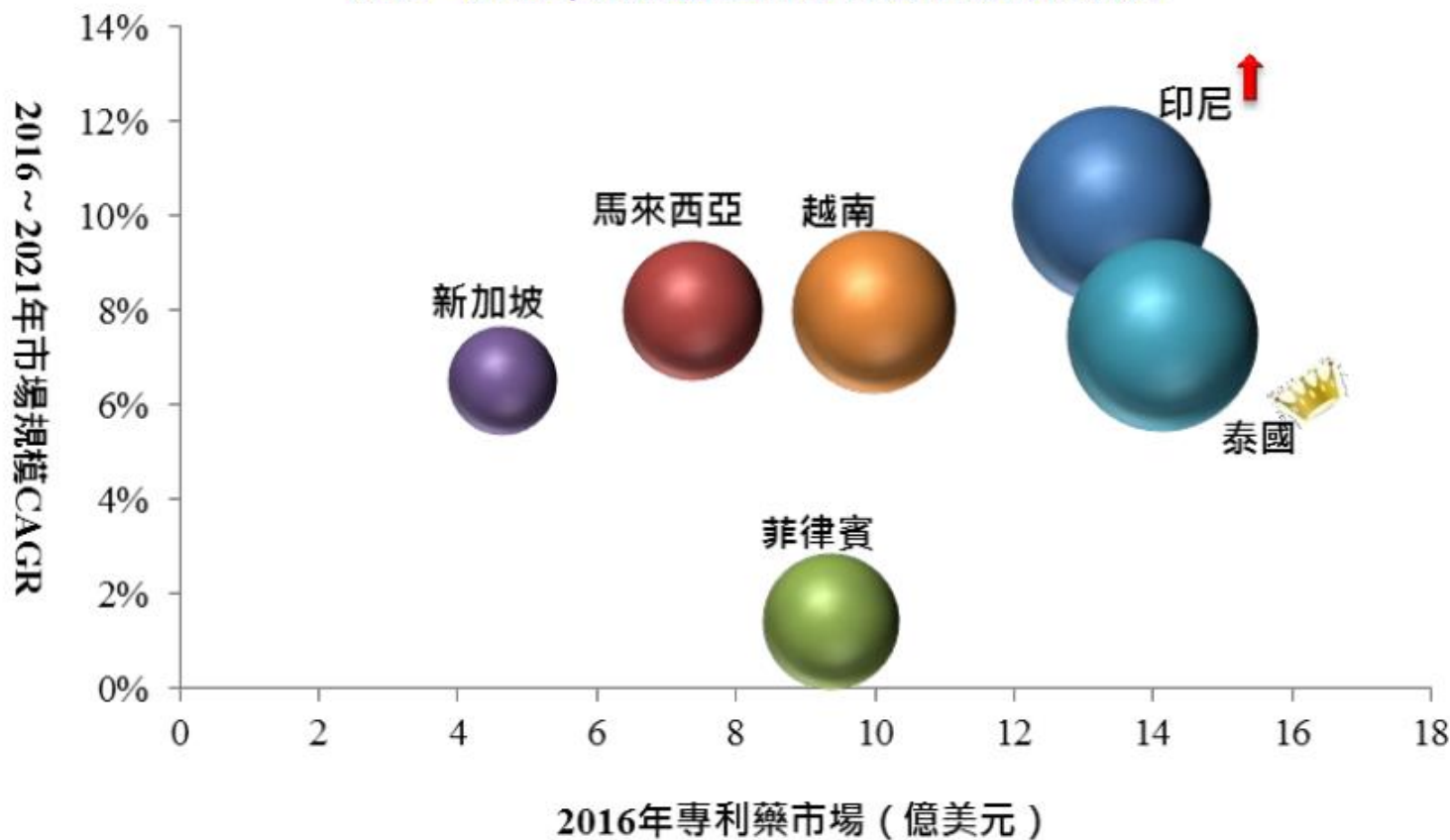
2016 ~ 2021年東南亞各國學名藥市場成長表現



泰國為2016年東南亞最大的專利藥市場

- 2016年東南亞各國最大專利藥市場為**泰國**，印尼排名第二，越南位居第三
- 各國專利藥市場成長性以**印尼**最高，預估至2021年**印尼**將取代泰國，成為東南亞各國中第一大專利藥市場；2021年東南亞前六大專利藥市場排名依序為印尼、泰國、越南、馬來西亞、菲律賓、新加坡

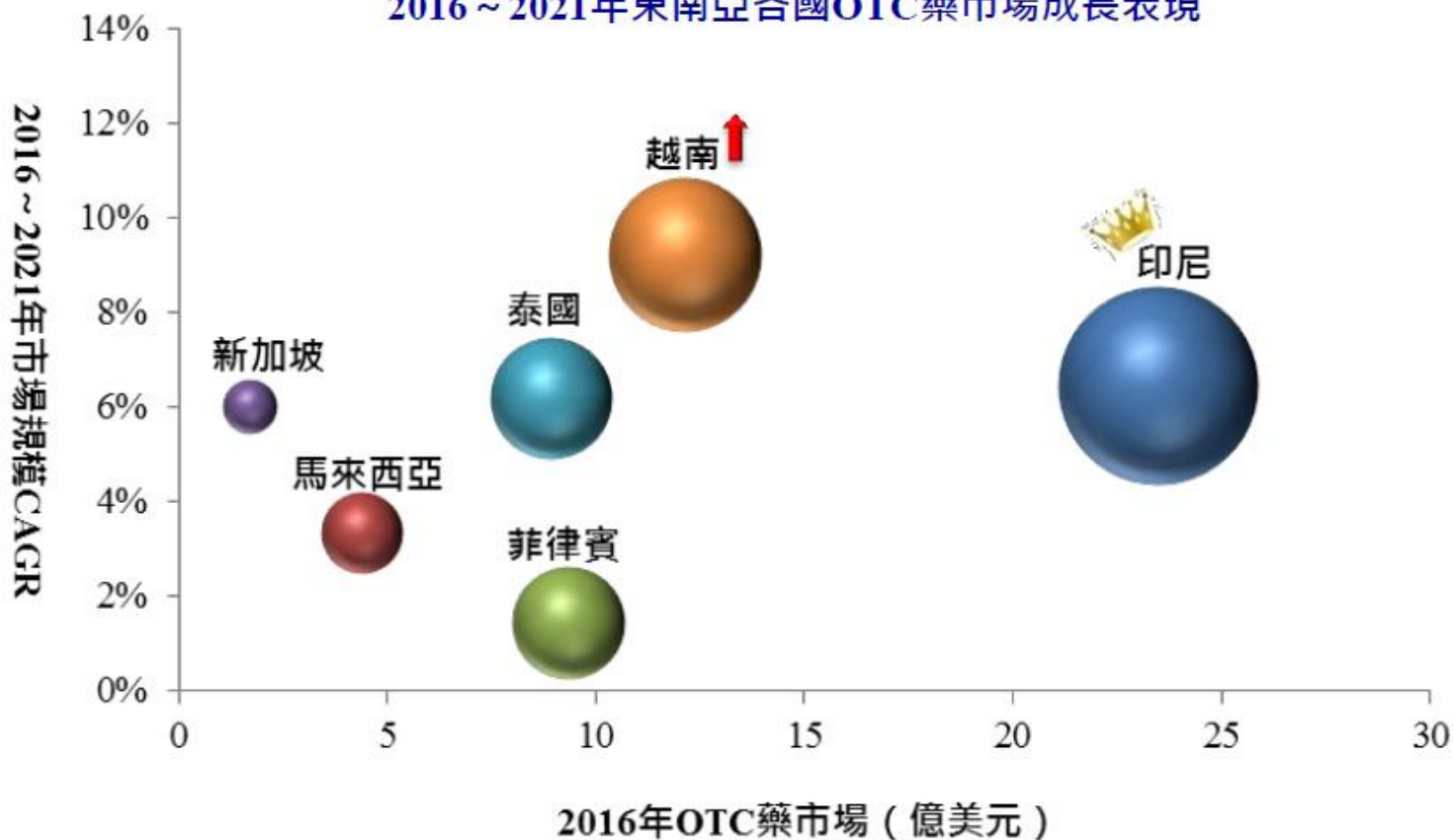
2016 ~ 2021年東南亞各國專利藥市場成長表現



印尼為2016年東南亞最大的OTC藥市場

- 2016年東南亞各國最大OTC藥市場為**印尼**，越南排名第二，菲律賓位居第三
- 預估至2021年**印尼**仍為東南亞各國中第一大OTC藥市場，**泰國**超越菲律賓成為第三大；各國OTC藥市場成長性以**越南**最高；2021年東南亞前六大OTC藥市場排名依序為印尼、越南、泰國、菲律賓、馬來西亞、新加坡

2016 ~ 2021年東南亞各國OTC藥市場成長表現



2015年全球保健食品市場達1,124.6億美金

- 以國家別來看，可以發現前十大機能性食品國家以美國排名第一，其次為中國與日本，觀察前十大國家可以發現亞太地區就占了4個
- 若以廠商布局與成長率來看，亞太地區中的東協六國(印尼、泰國、菲律賓、越南、馬來西亞、新加坡)為廠商積極布局之市場，越南、印尼、泰國皆有5%以上之成長，未來市場可期。



亞太地區保健食品市場特性

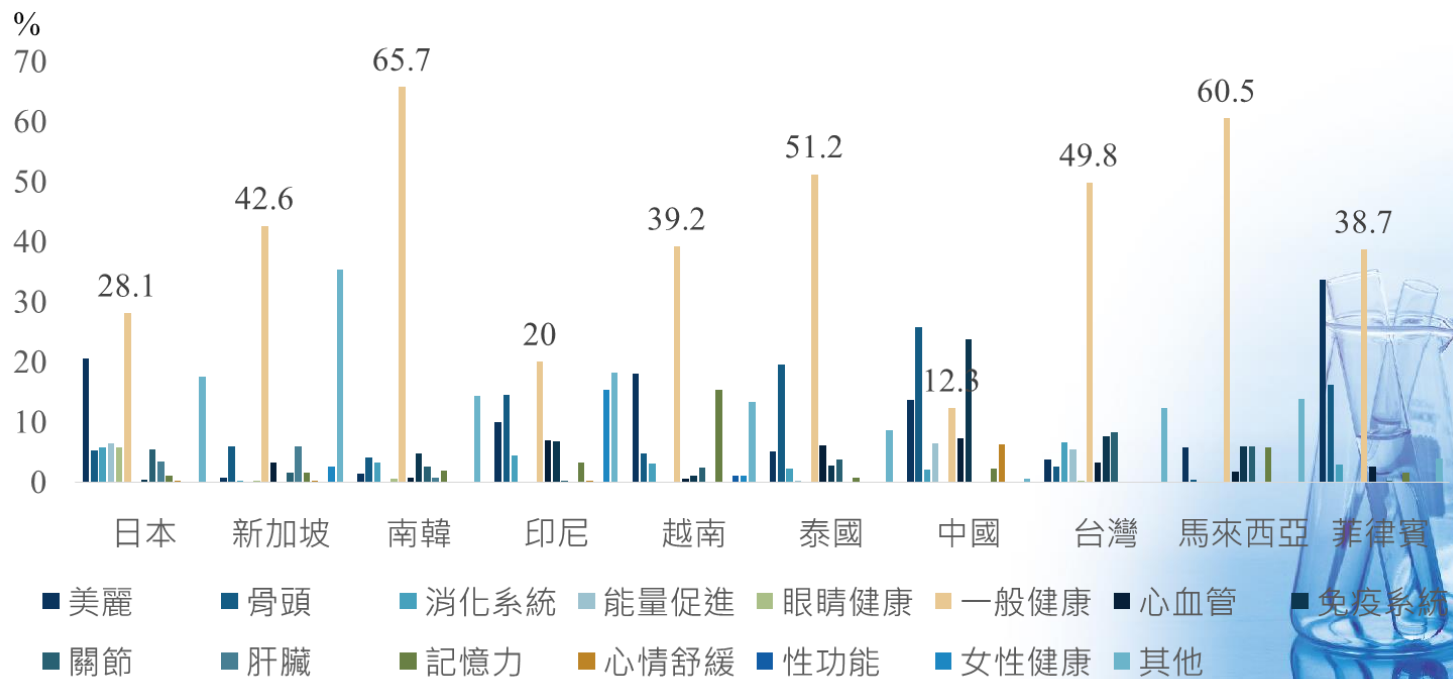
■ 觀察這個亞太地區的機能性食品銷售情況，可以發現有幾個市場特性

1. 維他命與膳食補充品的產品定位以骨頭保健與美麗訴求高
2. 大部分國家產品以草本素材為主，受當地傳統醫學或是漢方醫學影響深
3. 收入提高帶動了健康意識抬頭，消費者願意購買機能性食品意願高
4. 產品以飲品型態接受度高；另外東協國家對於小包裝的訴求高

區域	2014年機能性食品銷售額(百萬美金)	機能性食品市場 2014-2019年複合成長率	2014年機能性食品 人均支出(美金/年)
印尼	1,715.7	15.7%	6.9
馬來西亞	925.3	10.1%	30.8
越南	410.9	13.8%	4.5
泰國	1,657.8	10.3%	24.2
菲律賓	518.9	6.8%	5.2
新加坡	485.7	5.1%	86.9

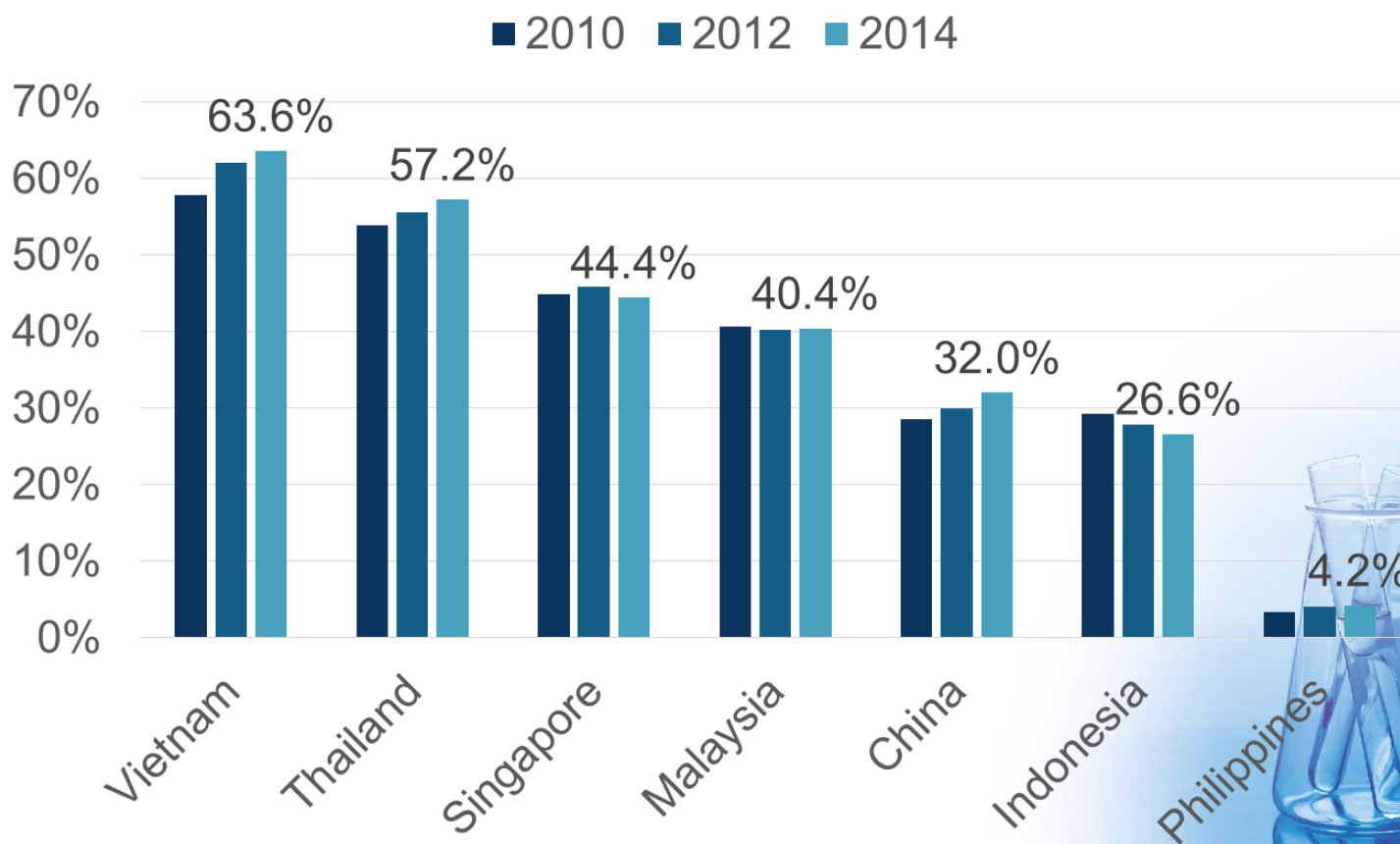
產品訴求以骨頭保健與美麗訴求高

- 除了一般健康類與其他類產品訴求外，各國在產品定位銷售占比方面有一些差異
- ✓ 日本美麗訴求產品銷售好
- ✓ 新加坡則是肝臟與骨骼保健
- ✓ 南韓則針對免疫系統與骨骼保健
- ✓ 印尼為女性健康、骨骼保健
- ✓ 越南則是美麗與記憶力訴求產品
- ✓ 泰國為骨頭保健與免疫力相關產品訴求
- ✓ 中國則是以骨骼、免疫系統為主
- ✓ 台灣以關節與消化系統為主
- ✓ 馬來西亞以關節、美麗與記憶力為主
- ✓ 菲律賓以美麗與骨骼保健為主



大部分國家產品以草本素材為主

- 觀察維他命與膳食補充品的銷售產品使用素材可以發現，草本的使用比例有逐漸提高，但是以東協六國來看，菲律賓使用比例最低，越南跟泰國使用比例高，皆超過5成占比。



消費者健康意識的抬頭

- 由於忙碌的生活型態導致缺乏運動，泰國消費者罹患慢性疾病的人數持續增加，根據泰國衛生部的統計每年有40萬的泰國人民死亡，其中在2012年有30%的人民死於慢性疾病，像是心臟病、糖尿病、肥胖、癌症等。此外泰國銀髮族人口增長相關快速，根據2013年的統計，65歲以上的人口有650萬，但是預估在2018年將成長21%，達到790萬人，這些都帶動膳食補充品的銷售，消費者開始預防慢性疾病，此外銀髮族的增加，也帶動相關膳食補充品之成長。
- 根據菲律賓衛生部的統計，糖尿病、心血管疾病、癌症、慢性肺炎占死因的54%。因此菲律賓衛生部（DOH）花費1000萬元菲律賓幣進行“Pilipinas Go4 Health”的運動，宣傳鼓勵吸煙者戒菸，提倡合理飲食，鼓勵積極的生活方式，避免飲酒過量。另外也在2013年鼓勵上班族更加意識到自己的健康，舉辦免費的血糖和血壓檢查服務，這些都帶動了相關產品的銷售。



東協國家包裝以飲品與小包裝為主

- 在東協國家可以發現罐裝飲品銷售規模越來越大，不管是草本傳統罐裝飲品還是維他命相關飲品，主因在於消費者認為其便於攜帶、使用方便
- 特別是針對女性族群，推出相關美麗訴求之口服液產品；而男性主要服用增強活力的相關產品為主。
- 以印尼跟越南來說，維他命產品除了膠囊錠劑外，在超市或是便利店可以發現以飲品型態推出的相關產品越來越多，主要強調以維他命C補充為主，為了滿足消費者口感需求，因此推出許多水果口味的維他命C補充機能性飲料。
- 此外，發泡錠產品也深受東協國家消費者喜愛，其中以維他命相關產品為主。在超市或是藥妝店通路上，容易發現小包裝之產品。



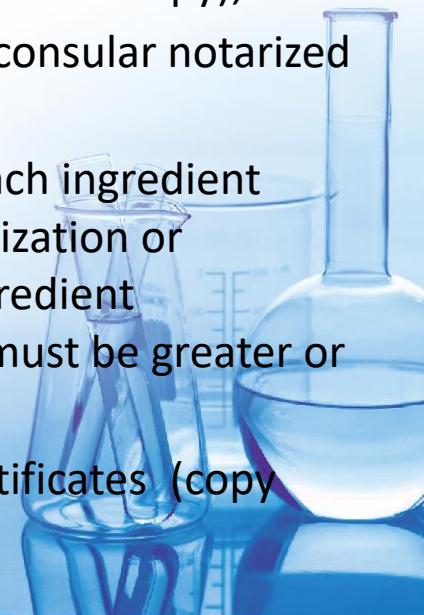
進入東協保健品市場面臨難題

- 法規變動迅速，只會越來越嚴格
- 現代化通路 VS 傳統通路
- 品牌知名度 VS 本土強力競爭者
- 適地化調整



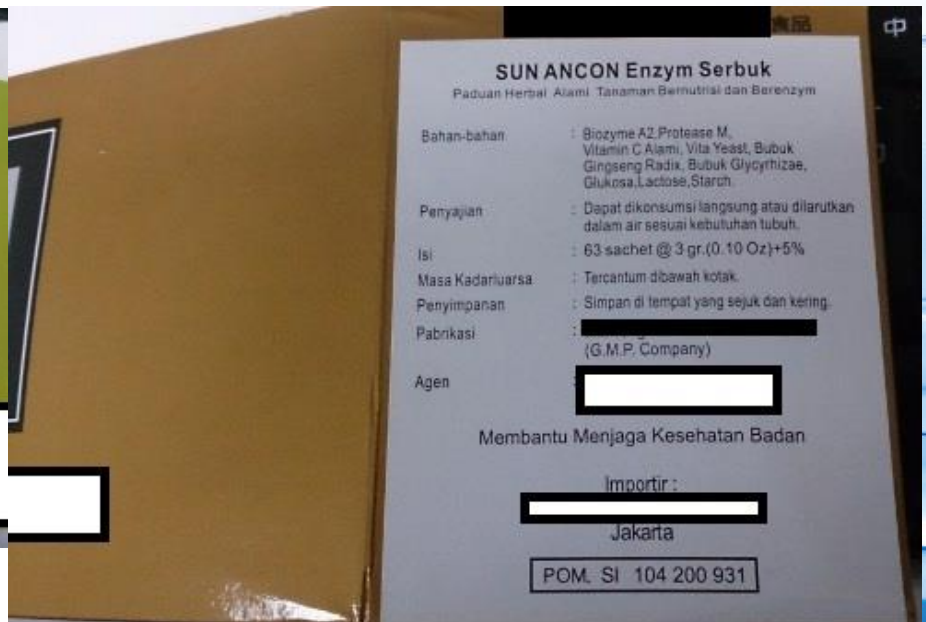
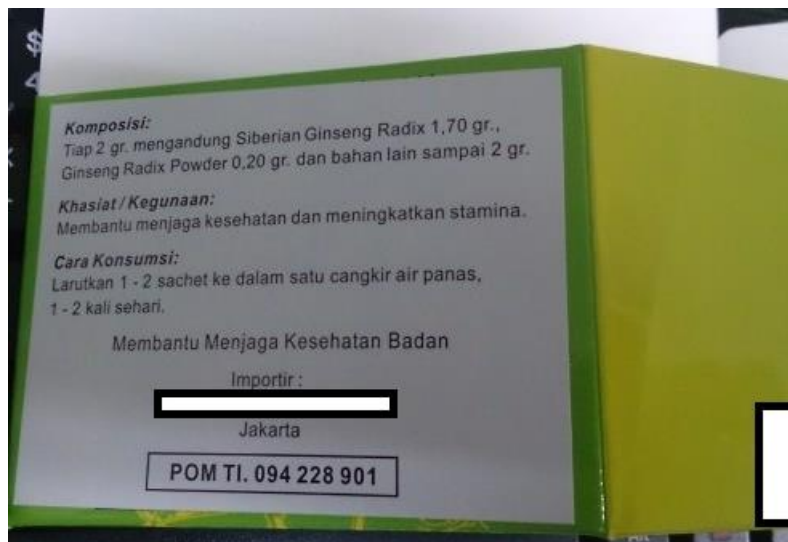
DETAILING THE IMPLEMENTATION OF SOME ARTICLES OF THE FOOD SAFETY LAW(Summary)

- 1- Declaration of conformity to food safety regulation: Form 02 attached.
- 2- Free Sale Certificate (FSC) or Health Certificate or Certificate of Exportation granted by competent state authorities of origin country or exporting country indicating that the product is safe for consumers or is freely sold in manufacturing country/ exporting country (a consular legalized copy)
- 3- Testing results within 12 months, including **only safety criteria** which are granted by one of the following entities:
 - The laboratories appointed by competent state agencies (original or notarized copy);
 - Or the independent laboratories to be accredited ISO17025 (original or consular notarized copy); .
- 4- Scientific evidence to prove the function of product or the effects of each ingredient contributing to the declared functions of product (copy certified by organization or individual). If we provide the scientific evidence of the effects of each ingredient contributing to the declared functions of product, then the daily dosage must be greater or equal to 15% amount the this ingredient in the scientific document.
- 5- Certificate of Eligibility of Food Safety achieving GMP or equivalent certificates (copy certified by the organization or individual).



印尼相關法規

- 根據印尼食品與藥物管理局(BPOM, NA-DFC)官方網站，進口保健品和美容保養品可以透過網路進行線上查驗登記流程，雖然官網宣稱所需時間只需一個月，但在行政作業流程緩慢，未提供相關審查文件內容與範本，不主動通知送驗廠商缺漏或需補齊的文件，以及未說明樣本產品之送驗單位與檢驗流程等情況下，導致台商企業必須等待1~2年時間。
- 不論進口或是當地生產之保健食品，必須申請POM號碼，每個POM號碼期效為5年。
- 保健食品POM號碼由兩個英文字母合9個阿拉伯數字組成，分為兩大項6大類，SD開頭的號碼為印尼本地產品，SI開頭的號碼為進口產品，SL號碼為代工產品，TL為印尼本地草本產品，TI為進口草本產品，TR為草藥品。



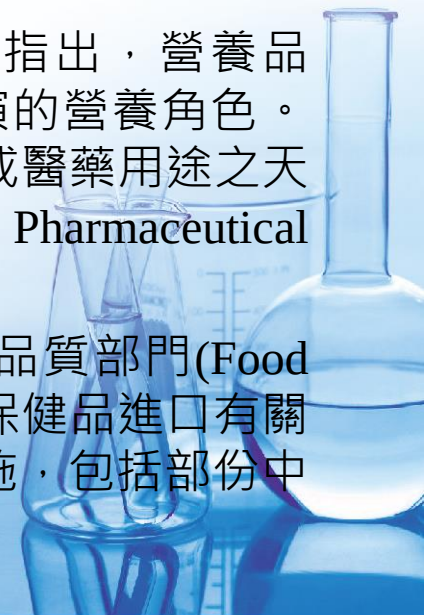
印尼BPOM相關規定

- 根據BPOM(Number: HK.00.05.41.1381)規定，進口品牌必須符合三個條件方可申請POM號碼，
 - ✓ 首先生產廠必須為原母國合法設立的藥廠、傳統藥廠、食品廠或保健食品廠；
 - ✓ 其次必須為原母國官方認證的GMP工廠；
 - ✓ 第三，在印尼擁有合法進口醫藥品執照的進口公司。
- BPOM規範的產品項目包含兩大項，
 - ✓ 首先是新註冊的商品，舉凡化學複合物產品、天然原料產品或綜合化學複合物合天然原料，以及其他食材的產品，均必須向BPOM申請註冊方可販售。
 - ✓ 另外一項為產品變更或更新，根據BPOM規定，已取得POM號碼之產品在以下三種情況需更改註冊，
 1. 更改產品名稱，但內容物、容量大小、外包裝、功效宣稱、製造公司、進口商等不變；
 2. 更改原料、製程、製造地點或外包裝；
 3. 更改配方或添加添加物，但不改變原本功效



馬來西亞相關法規

- 由於馬國政府未針對保健食品設立相關法令，保健食品依成分受不同單位管制，對於保健食品的定義各主管單位並沒有一致化的規定或說明，一般泛指具有保健功效之食品，包括傳統食品食材、中草藥屬性食材、生物科技加值食品等。
- 在馬國藥物管制局(Drug control authority, DCA)的規定中，部分保健品被劃分到需要註冊受到管制的品項包括醫藥品類的膳食補充劑，如幾丁聚醣及益生菌，傳統產品類的藥草茶與膳食補充劑，如小球藻，螺旋藻，蜂王漿，蜂花粉，蘆薈汁，諾麗果汁與藥草燉煮雞湯等，健身產品類中含有蛋白、乳清蛋白、大豆等成分，以及食品類的產品如含羊奶、牛初乳、蛋白粉、燕窩、水果、蔬菜包括(片/粒/粉)的食品。
- 在食品營養標籤(Nutrition labelling) 及標示規定的功能定義指出，營養品(nutrient)是一種在生理上包括生長、發育及一般機能上所扮演的營養角色。對於純粹活性分子(維生素、礦物質、酵素)及不用於日常食用或醫藥用途之天然產品(燕窩、王漿)受馬國衛生部之製藥控制局(National Pharmaceutical Control Bureau, NPCB)所管制
- 食材內添加活性分子20%以下則受馬國衛生部之食品安全及品質部門(Food Safety and Quality Division, 簡稱FSQD)管制。馬來西亞藥品及保健品進口有關法律與法規共8項，對於中藥及保健品的進口和銷售有限制措施，包括部份中藥品無法准予進口及製造廠須有GMP認證的規定。



新加坡相關法規

- 新加坡保健食品、化妝品、藥品及生技產品輸入許可規定及衛生檢驗法規係由新加坡健康科學管理局(Health Science Authority)主政。
- 另查保健食品、化妝品、醫藥品及生技產品等涉及相關法規包括健康產品法(Health Products Act)、藥事法(Medicines Act)、藥品販售法(Sale of Drug Act)、藥品廣告及販售法(Medicines Advertisement and Sale Act)等。
- 食品以及具有食品本質的營養補給品等產品主管機關為新加坡農糧暨獸醫局(Agri-Food and Veterinary Authority)，為協助區分位於保健食品灰色地帶之具有食品本質的營養補給品，新加坡健康科學管理局已建立保健食品產品分類樹資料。
- 維生素和膳食補充劑的進口與銷售並不需取得認證，但是進口商，製造商，分銷商和零售商必須遵守由HAS所訂立的安全和質量要求。
- 有些類別像是草藥/傳統藥品，維生素和礦物質等廣告會有所限制，此外，維生素和營養補充劑，不能宣稱療效。

菲律賓相關法規

- 在法規分類上主要按照菲律賓衛生部在1991年公布的22號命令，其規定維生素脂含量限制，如果超過一定含量之限制將被視為藥品，規定為超過每日攝取量105%的脂溶性維生素或是超過每日攝取量150%的水溶性維生素皆視為藥品，須按照藥品規定進行申請。
- 菲律賓衛生部核准總計106種的傳統藥物和35種中草藥，並且也通過10種草本藥用植物經臨床證實有治療價值的植物，分別為akapulko or ringworm bush (*Cassia alata*)、ampalaya or bitter gourd/bitter melon (*Momordica charantia*)、bawang or garlic (*Allium sativum*)、bayabas or guava (*Psidium guajava*)、lagundi or 5-leaved chaste tree (*Vitex negundo*)、niyog-niyogan or Chinese honeysuckle (*Quisqualis indica* L.)、sambong or blumea camphora (*Blumea balsamifera*)、tsaang gubat (*Ehretia microphylla* Lam.)、pansit-pansitan (*Peperomia pellucida*) 與 yerba buena or peppermint (*Clinopodium douglasii*)。
- 將機能性食品進口至菲律賓時，通常需要取得進口許可證，根據不同的食品種類其所轄的主管機關也不同。其中進口業者、流通業者或是再包裝業者被課以具體的義務，包括需要取得「營業許可」(License to Operate=LTO)、自由銷售證明或其他同等效力文件，以及在菲國國內銷售所必需的許可證「產品登記證明」(Certificate of Product Registration=CPR)。上述的進口許可證都必須在商品進口通關之前取得，取得「產品登記證明」是當地進口商、代理商、經銷商的責任。

泰國相關法規

- 在法規分類上如果有達到泰國衛生部所宣布的每日建議攝取含量 (recommended daily intake ,RDI)就視為藥品，如無宣稱或是未達到RDI，就視為一般食品。如果被視為藥品的話，生產與進口相關產品就必須通過泰國衛生部的核准，在標籤上註記核准字號等相關資訊。
- 但是泰國的RDI標準訂得相當低，可能在美國視為膳食補充品，但在泰國可能被歸類為藥品，必須在藥局銷售。
- 要得到泰國衛生部的核准標誌，廠商必須提交相關申請文件，包含原料成分、製造工藝、安全生產相關證明文件與可能之副作用，並且提供宣稱有效功能之相關法律證明文件。
- 自2007年11月後，不管是進口還是本地生產之機能性食品，產品包裝上必須註明相關資訊，泰國衛生部所宣布的消費者所被建議的五大類食品的一天攝取量，此外也需特別註明此產品不能治療與預防疾病等字樣。

泰國藥品分類 (依照銷售管道)	
Household Drugs	household remedies whose sales require no license ;居家用藥。
Ready-packed Drugs	ready-packed drugs that can be sold in drugstores by nurses or other medical professionals ;即一般認知可於藥局販售之 OTC 藥品。
Dangerous Drugs	即一般認知的處方藥，可於藥局販售。
Specially-controlled Drugs	管制藥品。

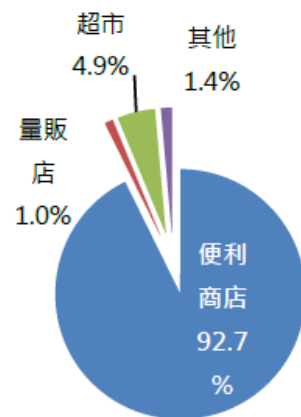


印尼現代化通路約占2成

現代通路加速布局二、三線城市

印尼現代化食品通路店數變化

店家數	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f
便利商店	14,300	16,900	20,100	22,800	26,700	29,400	32,100	34,600	37,100	39,300
量販店	200	200	200	300	300	300	300	300	300	300
超市	1,100	1,100	1,300	1,400	1,400	1,400	1,400	1,500	1,500	1,500



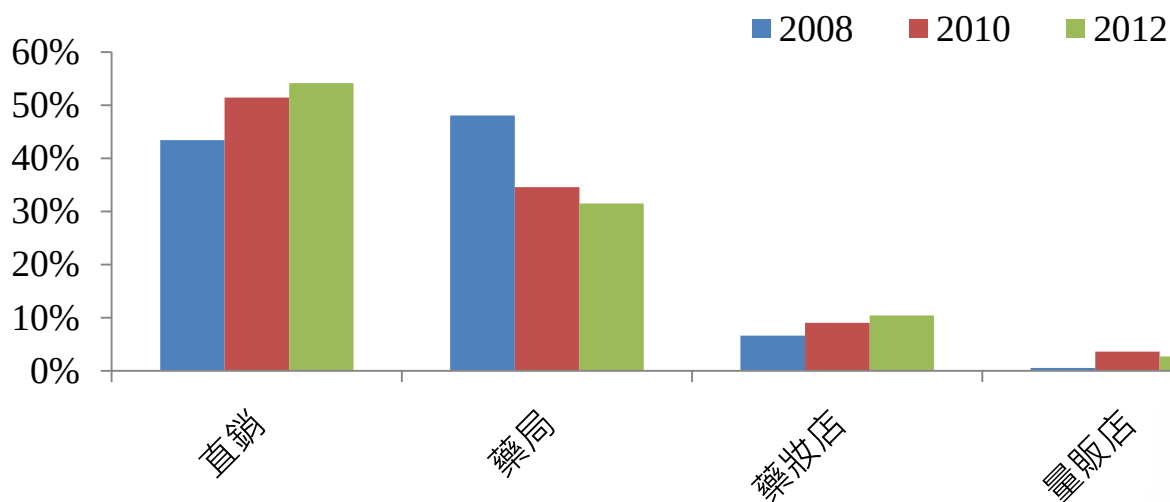
現代通路結構比

重要通路廠商	所屬國	通路型式	店數
Indomaret	印尼	便利商店	12,559
Alfamart	印尼	便利商店	11,258
Alfa Midi	印尼	超市	941
Circle K	加拿大/印尼	便利商店	640
Giant	印尼/香港	量販店	187
Super Indo	比利時/印尼	超市	130
Hypermart	印尼	量販店	117
Ramayana	印尼	超市	98
Foodmart	印尼	超市	78

- 便利商店加速布局二、三線城市外，部分超市逐步於二線城市展店(如 Super Indo)擴大服務版圖，強調獨特的賣點，例如專注於新鮮農產品。
- 超市朝以中高收入消費者為目標對象，進行定位轉型。

越南主要保健食品之通路

- 從銷售通路來看，目前越南保健食品通路分佈早期以藥局通路為主，但是到了2008年開始由直銷為主要通路。從銷售數據占比來看，雖然直銷的占比越來越高，但是成長趨緩。
- 過去都是以藥局作為主要的銷售管道，與觀念有關，直到現在北越某些醫院醫生甚至會開保健食品的藥單給患者。
- 現代化通路(藥妝店、量販店、超市)的銷售占比增加，其中又以藥妝店持續穩定成長。
- 已有不少在東南亞獲得成功的藥妝店正磨拳擦掌。例如Guardian，在胡志明市開了18家分店，不是專門店就是在百貨公司或購物中心，而且店內商品動輒超過30萬越盾(約為中產階級1/25的月薪)，對越南連鎖藥妝通路的未來前景看好。



其他健康保...

緬甸市場的觀察

- 在消費方面，因緬甸人民普遍的平均所得仍低，2016 年人均 GDP 僅 1,269.2 美元，因此對一般的緬甸大眾消費者而言，「價格」是消費時的第一考量，越便宜越好，具有極高的價格敏感度。也因此，緬甸一般消費者品牌忠誠度低，善比價，要求物超所值及等候打折促銷時機，前往購物中心多為消遣，而非真正購物。緬甸消費者也較無儲蓄的概念，特別是對飲食方面敢於花錢，對於國外新奇有特色的產品也樂於嘗試。中高端消費族群消費習性也已和其他國家的中產階級同步，因此不適合以二手貨或退流行的產品來銷售。
- 以當地藥品市場來說，緬甸人最愛服用的感冒藥 MIXAGRIP，一包 4 顆 500 毫克，售價 400 緬幣，大約 8.8 台幣，每個藥局都可買到(印尼製)。而在緬甸除了低價藥品外，仿冒藥品也層出不窮，前往藥品批發市場，有針對氣喘藥進行詢價，結果原廠藥的價格約為台灣健保價的 1/3-1/5，這價格另人懷疑是否為仿冒藥品。
- 緬甸雖然號稱最後一塊處女地，感覺緬甸處處是商機，但是物色經驗豐富的當地分銷商仍然十分重要。因為才能對付當地市場各種慣例及相關進出口程序，像是各種程序延誤及大量的文書手續，因此在跟台商洽談的過程中，他們提到，十次進口當中，只有一次是正式報關，其餘九次都是利用在邊境地區以違法方式進口貨物，跳過一切手續。









မြို့တော်ဆေးရုံ




ISO 9001:2008 Cert. No. 688598

World Class High Quality Health Care & 24 hour Services

အသက်ကလေးရယ်တဲ့ရှည်ငယ်ရယ် ဇနီးတောင်ပိုက်က မြို့တော်ကိုပို့

ISO လက်မှတ်ရနိုင်ငံတကာအဆင့်မီ အဆင့်မြင့် မြို့တော်ဆေးရုံတွင် အထက်ပြန်မာပြည် ပုဂ္ဂလိကဆေးရုံများတွင် ပထမဦးဆုံး ရှာမနိုင်ငံထုတ် **Siemens Cardiac Cath Lab** စက်ကြီးဖြင့် နှလုံးသွေးကြောကျဉ်းနှင့် နှလုံးသွေးကြောပိတ်ရောဂါများကို ကုသပေးနေပါပြီ။



Siemens Cardiac Cath Lab



Toshiba 640 Slice CT Scan



MRI (သံလိုက်ရိုင်းဒါးစကေး)



ICU (ဆေးဆေးကြောကြောဆေးရုံ)



အဆင့်မြင့်အဆင့်မြင့် အဆင့်မြင့်



အဆင့်မြင့်အဆင့်မြင့် အဆင့်မြင့်



အဆင့်မြင့်အဆင့်မြင့် အဆင့်မြင့်

“မြို့တော်”ဆေးရုံ၊ သိပ္ပံလမ်း၊ ၆၅ X ၆၆ လမ်းကြား၊ မန္တလေးမြို့၊ ဖုန်း ၀၂ - ၂၈၃၃၀၇၊ ၀၉-၉၇၇၉၀၇၅၀၉၊ ၀၉-၅၇၉၀၅၂၀၁၊ ၀၉-၉၀၁၃၆၉၂ Website : www.cityhospitalmandalay.com







緬甸

首都：奈比多



國內生產總值

(美元)

669.66億 (2017年)*
世界排名：72/191



人均國內生產總值

(美元)

1,272 (2017年)*
世界排名：157/190



經濟結構

(2016年國內生產總值構成)

農業 (25.46%)
工業 (35.02%)
服務業 (39.52%)



貿易

(佔國內生產總值的百分比)

45.5% (2016年)



貨幣

(期內平均)

緬甸元
1,234.87每美元 (2016年)



政治制度

共和立憲制



宗教

佛教徒 (80.1%)
基督新教徒 (6.5%)
信奉民間宗教 (5.8%)



人口

5,264.5萬 (2017年)*
世界排名：25/191



年齡中位數

27.7 (2015年)
世界排名：104/201



語言

緬甸語 (官方語言)



國土面積

653,080平方公里



桃園飛往仰光

4 小時 15 分鐘

19個台灣

* 估計

資料來源：美國中央情報局《世界概況》、《大英百科全書》、國際航空運輸協會、國際貨幣基金組織、Pew Research Center、聯合國、世界銀行

緬甸製藥產業環境-1

- 緬甸2015年藥品市場達5.69億緬幣，約為42.1萬美元，預估2020年將達10億緬幣。其中OTC藥品市場佔了23.6%，主要銷售以維他命與礦物質產品為主，佔了13.33%，其次為抗生素跟心血管與造血系統藥品。
- 緬甸的藥品供應主要透過進口，或由本土國有藥廠Myanmar Pharmaceutical Factory產製，由於緬甸政策限制外資投資，跨國藥廠在緬甸布局不易；同時也因為人均藥品支出偏低，在緬甸經營的外商藥廠以印度藥廠為主，且多為學名藥，例如Ranbaxy、Wockhardt以及Cipia等，其他外資藥廠則多透過DKSH(大昌華家)、SeaLion、Mega Lifescience等醫藥物流商將產品銷售到緬甸；近來鄰近的越南藥廠如DHG等則積極搶入緬甸市場，並在緬甸設置生產基地。
- 緬甸全國藥品需求85%須依靠國外進口，僅15%由國產藥品供應。截至目前為止，全緬僅有10多家藥廠，其中私營藥廠約占一半，共有5家。
- 目前緬甸藥品最大進口來源國為印度，印度藥品在緬甸藥品市場的佔有率從33%攀升至近年的40%，緬甸同時也是印度在東盟中出口藥品最多的國家。排名第二為泰國之15%，進口歐美國家藥品的比例相對較低，接下來為中國及孟加拉等

緬甸製藥產業環境-2

- 緬甸對於治療性藥品需求前五名主要有：抗傳染病(35%)、維他命(30%)、止痛藥(11%)、心血管藥(10%)和胃腸藥(3%)。由於緬甸主要傳染疾病，很高程度是經由食物或是飲水傳染，已經證實的包括：細菌和原生蟲引起之腹瀉、A型肝炎和傷寒、登革熱、瘧疾、細螺旋體病、狂犬病和高度引發疾病的H5N1禽流感等疾病。
- 據緬甸官方最新規定，向緬甸出口藥品的外國公司首先要向緬甸食品與藥物管理局（FDA）申請，同時沒有英文說明的外國藥品不可在緬甸銷售。
- 2017年緬甸政府提撥醫療的預算增加4倍，醫藥進口關稅從20至25%降到5%，促使緬甸醫藥暨醫療設備公會同業都非常積極。藥品關稅為1.5%，醫療器材關稅為1.5%，不過食品關稅最高，達到15%。



越南FB 直播行情



DIỄN VIÊN PHƯƠNG HẰNG

- Tên thật: Đặng Phương Hằng
- Facebook: https://www.facebook.com/phuong.hang.7157?ref=pb&hc_location=profile_browser
- Theo dõi: 182.485
- Giá: 40.000.000 VNĐ
- Thời gian: 30 phút
- Năm sinh: 1989
- Quê quán: Tp. Hồ Chí Minh
- Các phim đã tham gia: Nhất quỷ nhì ma thứ ba học trò, Mẹ chồng nàng dâu, Thụy khúc, Ông tơ bà nguyệt, Chân tình, Vẫn là tình yêu, Gia đình sóng gió, Dòng đời nghiệt ngã, Thời gian để yêu, Cạm bẫy thị thành, Lặng lẽ yêu em, Bí mật anh và em, Lớp học tình yêu, Đôi cánh đồng tiền, Tiểu thư vào bếp, Không phải tôi, Gia đình ngũ quả; Sitcom Nhất Gia Bách Truận, Công Thức Của Nàng ế.....
- Quê quán:



注意區域型的本土強力競爭者



- IMC全名為國際醫藥諮詢公司(International Medical Consultants Co., Ltd)，成立於2003年，原本主要的核心業務是輔導國際或越南本土公司取得越南市場醫藥上市許可，本業的確是諮詢顧問公司。
- 不過到2005年，IMC開始與客戶搶生意，轉型投入生產。2005年推出免疫強化的草本錠劑Genecel和乳糖產品，大受歡迎。2006年推出以茜草、山藥等草本原料加上IMC開發的強化免疫力基本材料Delta Immune，推出適合糖尿病患強化免疫力的產品ANTIBETES和抗過敏保健食品Bacolis。一直到2007年的改善更年期女性症狀的保健食品Spacaps，以及2012年的抗雄性禿保健食品。



越南販賣草本的保健食品



適地化調整的例子



拳擊手形象中文包裝



窈窕形象英文包裝



鋁箔包



罐裝

台灣100%劑量



基本劑量50%



原劑量100%



THANK YOU!

Chi-Yuan Chen

Chung Mei Biopharma Co. LTD.

Global Business Development Division Managing Associate

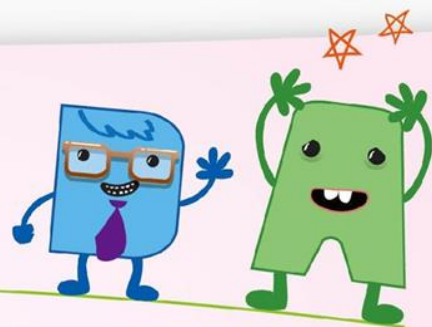
Tel: +886-2-77143369#177

Fax: +886-2-87511365

Mobile: +886-921-992487

Email: chiyuan.chen@cm-biopha.com

CPMDA製藥發展協會



協會宗旨：

本會成立於民國79年，以聯繫及結合全國之製藥及生技產業界，以及其相關之學術界、研究機構及政府相關有關部門，共同致力於推動製藥及生技產業，提高技術工業，促進研究發展，以維護國民健康，促進我國之經濟發展為宗旨。

主要推動業務：

- ◎ 提昇製藥及生技產業之研究發展
- ◎ 提昇製藥及生技產業之經營管理。
- ◎ 加強國內製藥及生技產業之交流及合作。
- ◎ 加強製藥及生技產業之國際交流及合作。
- ◎ 爭取製藥及生技產業之發展空間，並開拓國際市場，擴展外銷以提高我國製藥及生技產業之國際形象。
- ◎ 推動製藥及生技產業產官學之相互溝通與合作，以促進我國製藥及生技產業之發展。
- ◎ 提昇製藥及生技產業之生產技術。

功能委員會組別	
	健保政策委員會
	藥政法規委員會
	智財及法律委員會
	國產藥品推廣委員會
	中藥產業發展委員會
	臨床試驗受託機構委員會
	藥物經濟學應用委員會
	國際事務委員會
	非新成分新藥委員會

CPMDA國產藥品推廣委員會

推動國產藥品
形象提升

打擊國產藥品
形象之因應

公關與媒
體關係之
經營

製藥發展協會FB粉絲團



中華民國製藥發展協會





中華民國製藥發展協會
@CPMDA123

首頁
關於
相片
活動
影片



CPMDA 中華民國製藥發展協會
Taiwan Pharmaceutical Manufacture and Development Association

已說讚

追蹤中

分享

...

+ 新增按鈕

建立

直播

活動

優惠

工作機會

製藥發展協會FB粉絲團

 製藥發展協會



製藥發展協會

首頁

關於

相片

影片

貼文

社群



中華民國製藥發展協會

Taiwan Pharmaceutical Manufacture and Development Association

優質平台 共創未來

已說讚

追蹤中

分享

...

發送訊息



撰寫貼文.....

相片／影片

標註朋友

打卡

...

搜尋此粉絲專頁內的貼文

訪客貼文

 李志峯

2017年12月24日下午2:44

請問國產藥品的品質?

讚 · 留言

1. 會員廠商資訊定時揭露
2. 醫藥相關文章與時事評論
3. 活動宣傳

學名藥的美麗與哀愁

3/12電影賞析1-我不是藥神

- 主辦單位：台灣年輕藥師協會、台北醫學大學藥學系學生會
- 協辦單位：中華民國製藥發展協會



透過電影我不是藥神，帶出學名藥對於公共衛生與疾病控制的好處。並且透過講者的解析，帶領學員更深入的探討學名藥的政策、法規與對於民眾健康的影響。

國產藥品宣導相關議題



TW.NEWS.YAHOO.COM

健保藥品放到過期！1年達193公噸遭丟棄 - Yahoo奇摩新聞

健保1年平均花費1600億元在藥費上，但這些藥真的有被珍惜、發揮功...

<https://tw.news.yahoo.com/%E5%81%A5%E4%BF%9D%E8%97%A5%E5%93%81%E6%94%BE%E5%88%B0%E9%81%8E%E6%9C%9F-%E6%8F%9B%E7%AE%97%E8%83%BD-%E5%8F%B0%E8%B2%B7%E5%9C%8B%E7%94%A2%E8%BB%8A-123141444.html>

3/19醫衛新南向產業交流會（北部場）



可藉由七國
七中心，與
當地政府或
知名醫院合
作案帶入國
產藥品

時間	議程	主講
14:30 - 14:40 (10 分鐘)	開幕致詞	行政院 鄧振中政務委員 衛生福利部 何啟功政務次長
14:40 - 14:50 (10 分鐘)	新南向醫衛合作政策及經貿商機	中華經濟研究院衛福新南向專案辦公室
14:50 - 15:05 (15 分鐘)	東南亞醫材市場展銷經驗	臺灣醫療暨生技器材工業同業公會 洪盛隆理事長
15:05 - 16:05 (60 分鐘)	一國一中心執行團隊簡介與問題討論	衛生福利部、一國一中心、 中華經濟研究院衛福新南向專案辦公室
16:05-16:30 (25 分鐘)	茶會交流時間	