



# 中化控股 CENRA

2025 年中化控股法人說明會

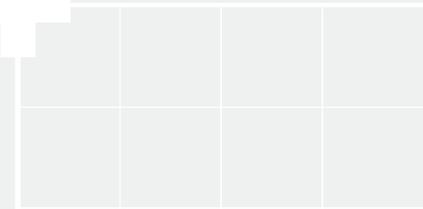
Dec / 24 / 2025

## 免責聲明

本簡報所載內容，為依據本公司自各項來源取得之資料彙整而成，其中部分資訊可能受到未來不確定因素影響，致使實際結果與本公司目前對未來前景之說明有所差異。未來若有任何變更或調整，請以公開資訊觀測站之公告資訊為準。

## Agenda

- 公司簡介 & 2025 Q1-Q3 重要里程碑
- 2025 Q1-Q3 財務與營運成果
- 2026 成長方向與策略
- Q&A





**1952**年 創立

**2000+**位 員工

**8**座 生產基地

6座 通過衛福部 PIC/S GMP 認證 人用藥製造廠  
1座 通過 cGMP 認證 動物用藥製造廠  
1座 海外製造廠(蘇州)

**10+**大 技術平台

**30+**個 CMO/CDMO產品  
橫跨亞洲與北美

**50+**家 商業與授權合作夥伴

**80+**件 產品許可證  
透過合作夥伴授權於亞洲及美洲市場



## 中化整體 2025 Q1-Q3 重要里程碑

透過 **CSO模式** 與 **Moderna** 締結疫苗策略聯盟，開展新型合作機會。

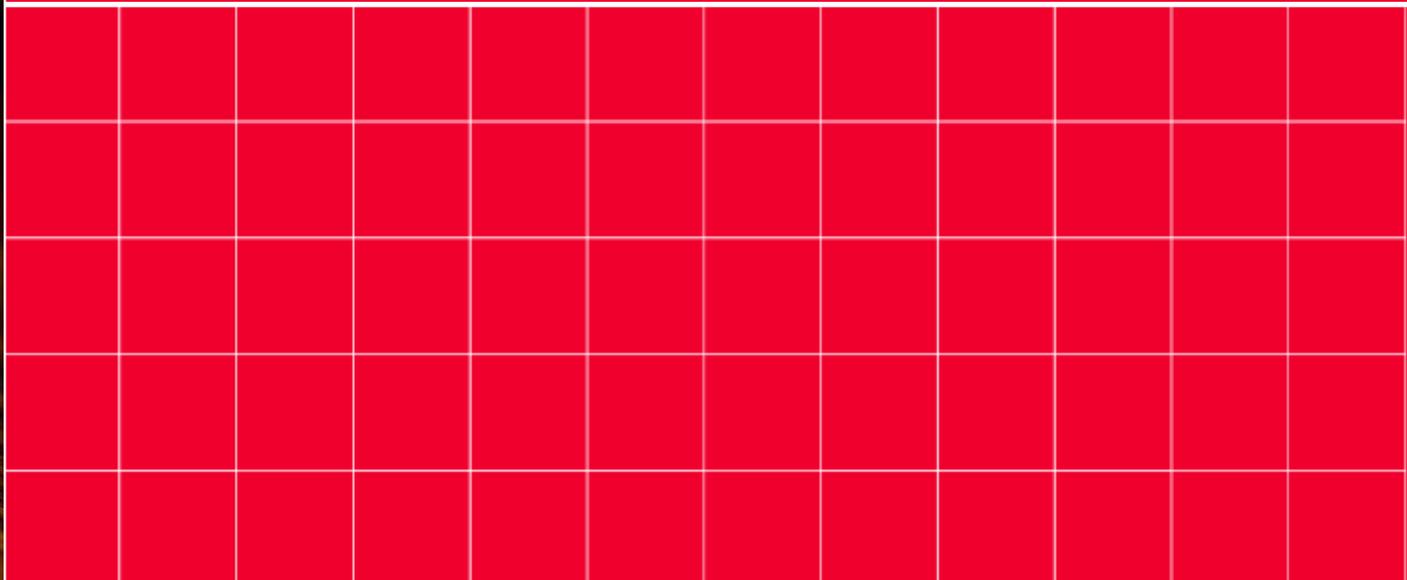
**精神科領域** 機會敏捷因應，核心產品 **Duloxetine** 醫學中心覆蓋率達 87%，確立市場領導地位。

**自有品牌電商** 成立，深化客戶經營並擴增新銷售渠道，啟動數位時代之商業拓展。

擴大動物保健生態圈，成功跨足 **寵物食品** 及 **營養保健** 市場。



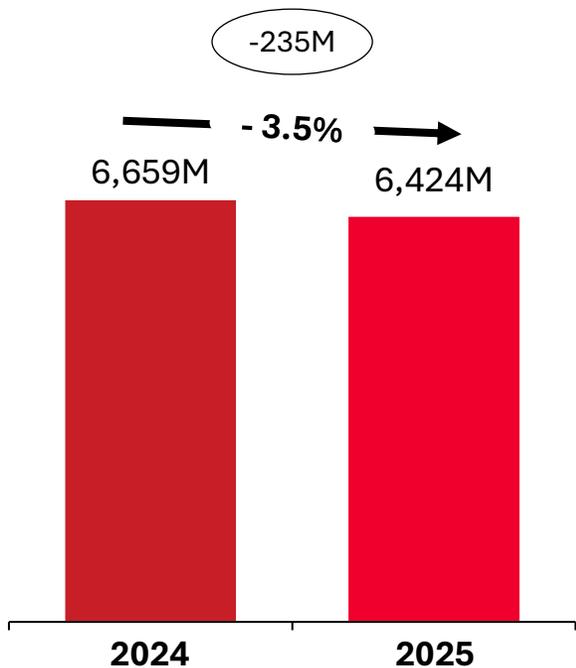
## 2025 Q1-Q3 財務與營運成果



# 中化集團 2025 Q1-Q3 累計財務成果 (合併含蘇州)

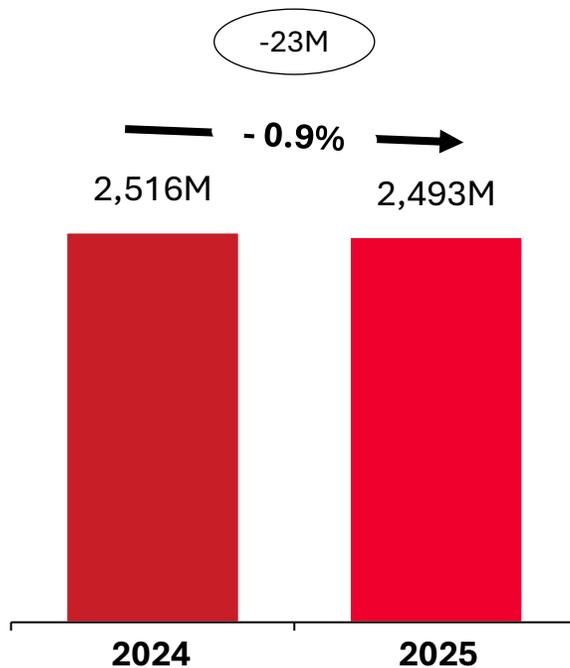
## 2024 vs 2025 1-9月營收

■ 2024 ■ 2025 (XX) 營收同期比增減



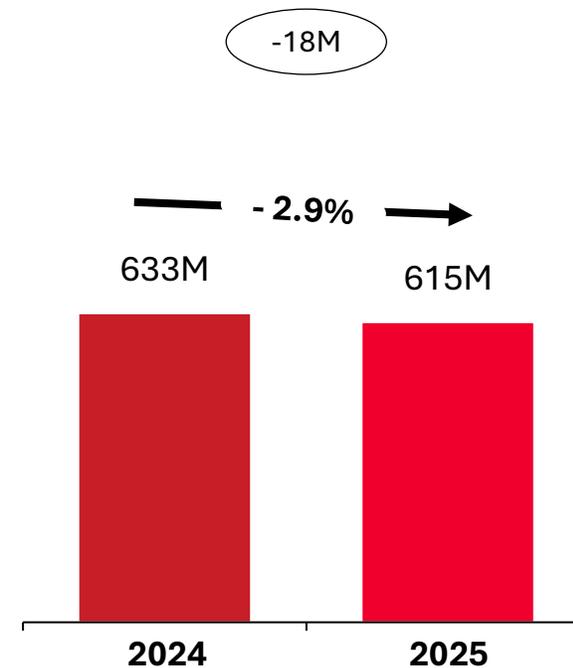
## 2024 vs 2025 1-9月毛利

■ 2024 ■ 2025 (XX) 毛利同期比增減



## 2024 vs 2025 1-9月EBITDA

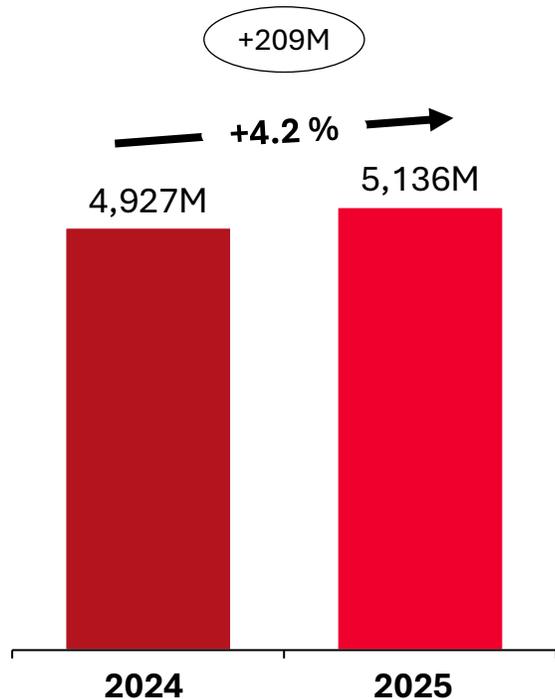
■ 2024 ■ 2025 (XX) EBITDA同期比增減



# 中化台灣 2025 Q1-Q3 累計財務成果

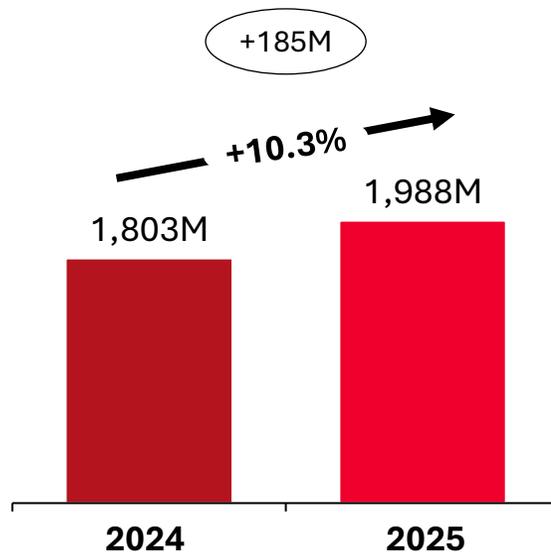
## 2024 vs 2025 1-9月營收

■ 2024 ■ 2025 (XX) 營收同期比增額



## 2024 vs 2025 1-9月毛利

■ 2024 ■ 2025 (XX) 毛利同期比增額



### 中化製藥

1. 國際代工技術變現：日本外銷訂單成長，營收年增17%。
2. 動藥獲利結構優化：執行產品結構調整與新客戶開發。

### 中化裕民

#### 通路分眾成效：

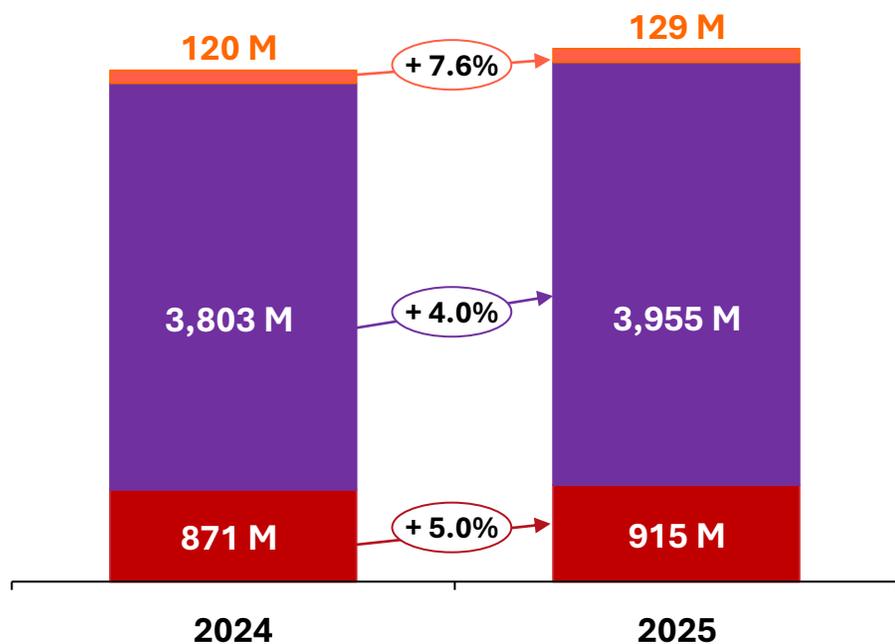
- 診所通路營收年增6%。
- 日系品牌擴張帶動成長。

### 中化銀髮

規模經濟顯現：日照中心暖時光滿載，帶動 Q3 營業利益翻正。

## 中化台灣 2025 Q1-Q3 營收成長亮點

■ 中化製藥 ■ 中化裕民 ■ 中化銀髮



### 中化製藥

- 事業發展：**日本市場穩健成長，並透過專業技術變現推動商業模式轉型。
- 經濟動物：**VIP客戶策略合作深化客戶貢獻，並取得疫苗獨家經銷強化產品組合。
- 伴侶動物：**從藥品跨足寵物食品並引進功能性輔助品及其週邊產品，並擴大專業通路覆蓋率，及動物藥品經銷商，擴大飼主觸及並降低單一通路依賴。

### 中化裕民

- 國際合作拓展：**與Moderna建立CSO合作模式，並積極洽談國際大廠新藥引進。
- 處方新品推廣：**重點推廣高價值新品 (如 Dasatinib, Abiratred)。
- 自有品牌：**既有品牌表現穩健，持續推出新品，並透過電商通路持續拓展銷售。
- 代理品牌：**持續深耕既有代理品牌，並積極引進新品牌，以開拓新市場。

### 中化銀髮

- 管理優化帶動獲利轉正：**建立站點健康指標，掌握居服員平均產值，優化排班與新人訓練縮短產能爬坡，同時透過收案量驅動營收，日照館 Q3達成滿員並轉為正向獲利。

# 中化台灣 2025 Q1-Q3 營運亮點



子公司



營運亮點(做了什麼營運調整)



關鍵成果(達成什麼結果)



## 中化製藥

國際代工

獲利結構優化

高毛利的日本市場訂單增加，以及產品組合優化，成就獲利品質的提升。

動藥

快速應對政策衝擊的韌性

因農業部寵物政策改變影響，公司迅速調整策略以降低影響。

✓ 2025 年Q1-Q3 毛利率均優於2024年度實際表現。

✓ 透過經濟動物疫苗、有機礦物質產品帶來大幅營收成長，並快速調整產品組合，因應外部衝擊。

✓ 狂犬病疫苗銷售受政策影響，公司迅速調整策略，轉向推廣其他寵物新品止血。

## 中化裕民

- 數位轉型與銷售效率提升
- 獲利能力的穩健控管與超越
- 公共關係與政策倡議

✓ 推動 SFE，優化客戶管理與拜訪計畫

✓ 毛利額達成率表現優異，持續超越目標

✓ 主動參與政策倡議以維護利潤空間

## 中化銀髮

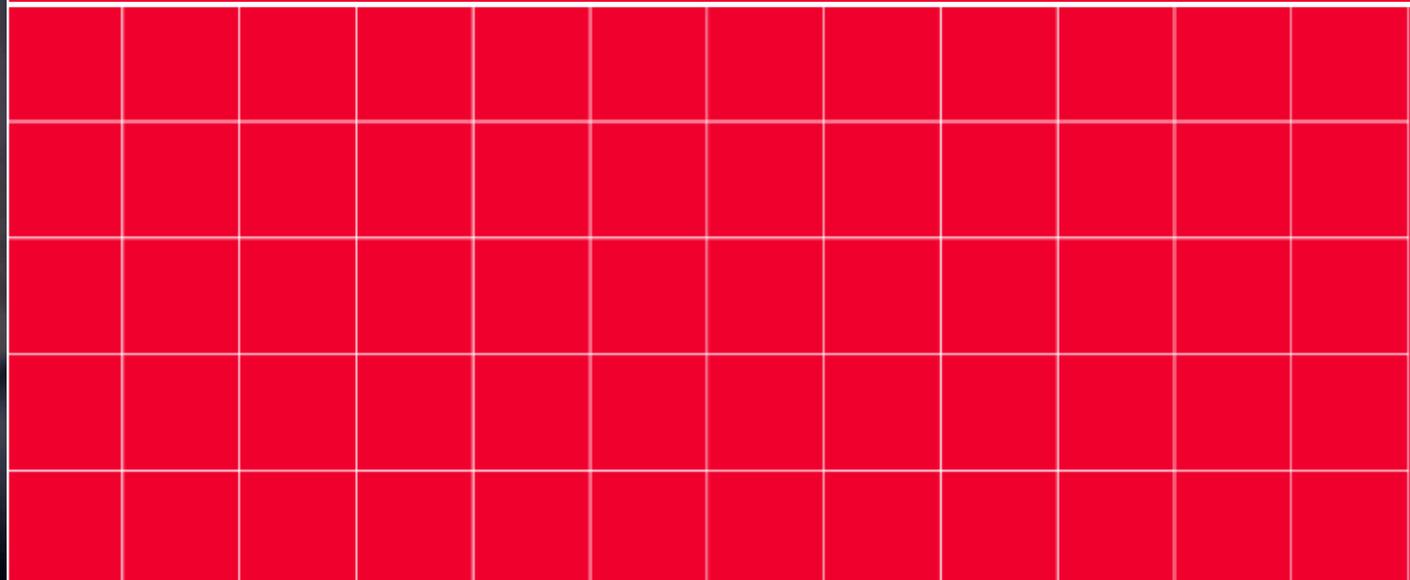
- 策略聯盟與跨界生態系，公司積極透過外部合作擴大市佔率與接觸點
- 智慧社區導入，觸及具支付力的潛在客群

✓ 攜手高齡聚焦之物理治療所團隊以擴大市佔率

✓ 打造銀髮照護與智慧社區創新服務生態，將中化銀髮的「生活力快篩」、「微居改」與居家照護導入社區，並隨機構與服務據點擴張。



## 2026 成長方向與策略



## 2026 市場趨勢 & 成長動能



子公司



成長動能

### 中化製藥

#### 國際代工

- 持續發展新技術平台
- 積極爭取 CDMO/CMO 海外代工機會
- 持續推動製造自動化提升產能與競爭力

#### 動藥

- 持續優化經濟動物產品線，追求穩定的營收增長
- 深化寵物市場佈局，擴大市場覆蓋率，以更有效率地觸及終端消費者。

### 中化裕民

- 掌握供應鏈韌性所帶來的學名藥成長機會
- 自我保健意識提升，擴大 OTC 及保健食品市場佔有率
- 探索 CSO / CSMO 商業模式的成長機會

### 中化銀髮

- 把握高齡化社會、醫療與長期照護需求上升的趨勢，積極擴大長照據點佈局
- 策略聯盟與跨界生態系，公司積極透過外部合作擴大市佔率與接觸點
- 智慧社區導入，觸及具支付力的潛在客群

## 中化整體策略方向

### 強化核心研發能力

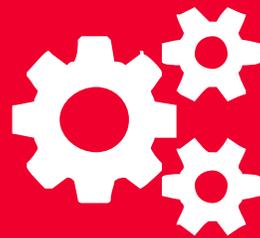
- 深化關鍵製程與技術，聚焦具技術門檻的領域。
- 市場需求為導向，規劃產能配置與產品開發方向。
- 強化與潛在合作夥伴的交流，建立業務開發機制。

### 建構CMO技術平台

- 開發具指標性的核心產品，展現技術深度。
- 製造能力對標國際水準並持續擴充產品線。
- 導入符合國際規範的品質管理系統。

R&D

Internal  
Portfolio



CMO

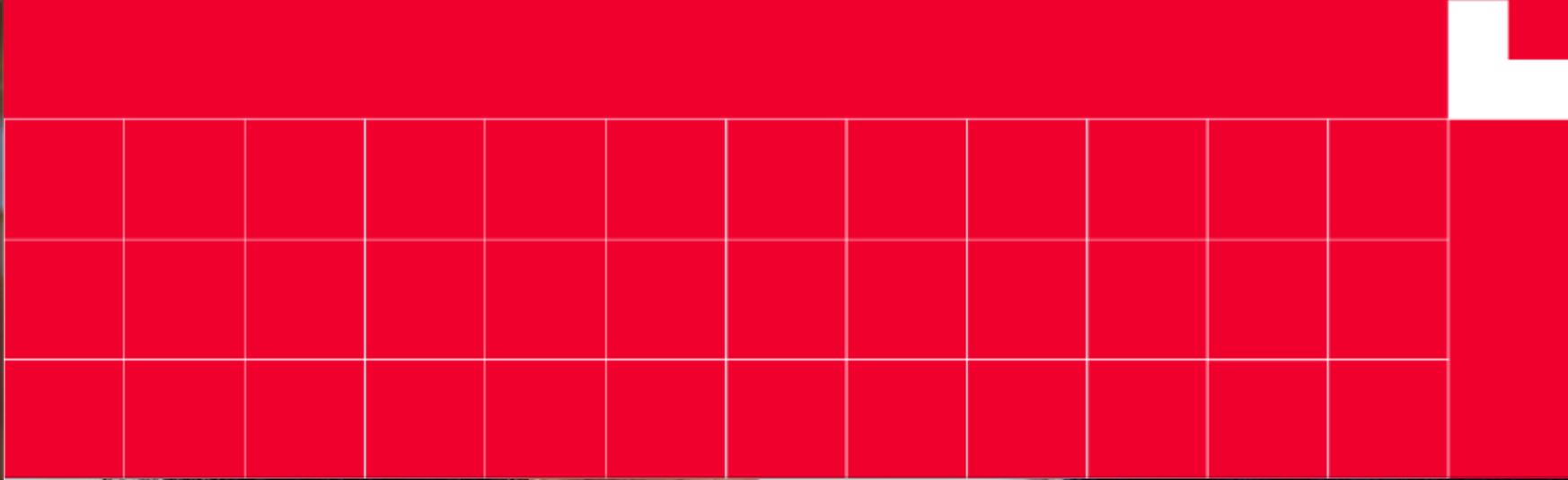
Consumer  
Health

### 推動差異化產品佈局

- 專注於具技術挑戰或高門檻的產品。
- 透過代理與合作方式強化產品組合。
- 避免投入市場競爭過度或缺乏技術優勢的產品。

### 強化行銷與商業開發能量

- 推動新 Go-to-Market 策略，提升市場拓展效率。
- 引進策略性代理產品，豐富產品組合。
- 整合藥品通路優勢、推動 OTC 加速成長，降低健保藥價調整所帶來的營運風險。



Thank you

中化控股  
CENRA