



PAHSCO

Your health, Our mission

SINCE 1977

經濟部第7屆卓越中堅企業 企業經驗分享

August, 2024

企業名稱

太平洋醫材股份有限公司
Pacific Hospital Supply Co., Ltd.

報告人

王昱婷 特助 / 發言人

第7屆中堅企業遴選

TAIWAN MITTELSTAND AWARD

自111年8月15日至111年10月31日受理申請

專注本業 · 深耕技術 · 布局全球



關於太平洋醫材

最優質的產品與服務
——
一輩子的健康守護



經驗分享



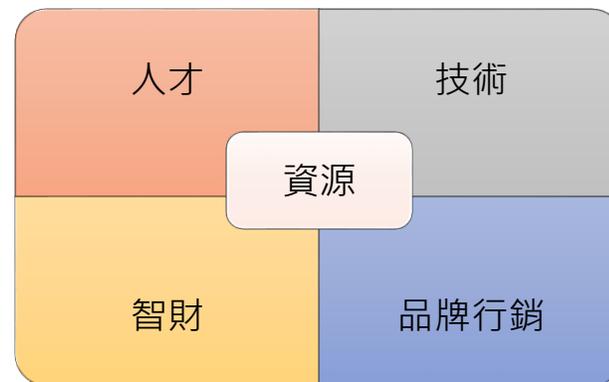
第8屆中堅企業遴選
即日起至**113年9月30日**止受理申請

專注本業 深耕技術 佈局全球

Sign Up

符合下列資格條件之企業，歡迎報名申請：
(一)依法辦理公司登記或商業登記(製造業應依法辦理工廠登記)
(二)企業年營業額200億元以下或員工人數2,000人以下
(三)不得為財政部公告之重大欠稅營利事業
(四)不得有陸資投資

113年度
中堅企業
優惠輔導措施



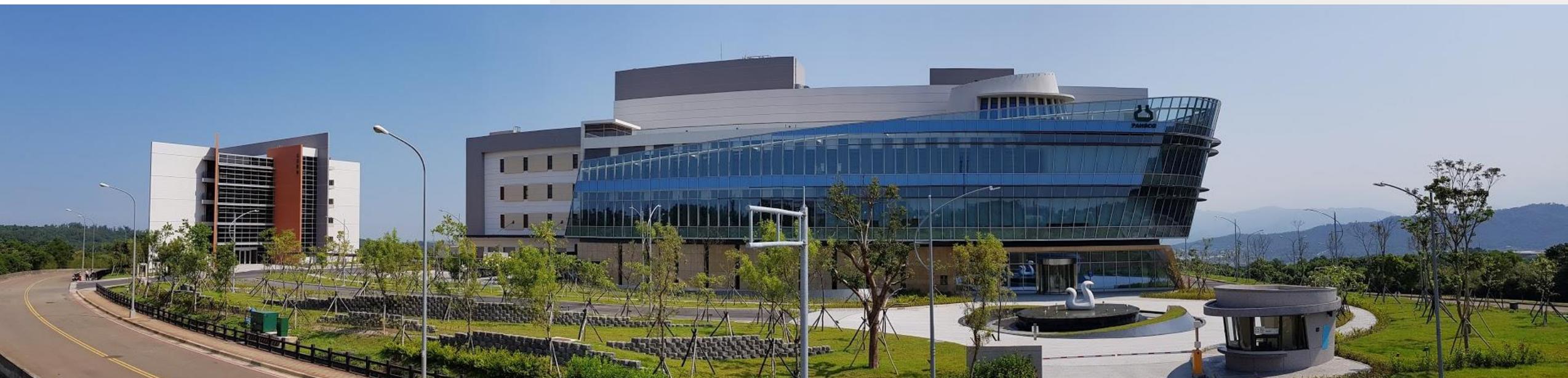
優惠措施: https://www.mittelstand.org.tw/information.php?p_id=128

經驗分享

- 一、**評估參選** 亮點發想、公司定位、問題聚焦
- 二、**資料蒐集** 專案小組、管理層會談、跨部門溝通
- 三、**書面審查** 申請書撰寫、佐證資料、推薦函準備
- 四、**書面審查** 簡報/QA準備、管理層與人員演練、加分項目
- 五、**得獎經驗** 授獎準備、補助計畫、輔導資源

企業 範例

太平洋醫材成立於 **1977** 年，主要生產醫療用耗材、醫療用儀器設備、醫院氣體及相關工程之設計規劃施工，產品已取得 ISO13485、CE 及 GMP 等認證，集開發設計、生產製造、銷售服務於一體之台灣醫療器材廠商。



里程碑/企業亮點

TIMELINE

1977 太平洋醫材設立登記

太醫(4126)股票上櫃買賣 2004

略

2016 銅科新廠落成

年營收達新台幣20億元 2019

2021 太醫取得EU CE MDR認證

太醫銅科廠取得 ISO14064-1 認證 2023



歷經 **3** 次擴廠，深耕 **台灣苗栗**，營收達 **4** 倍增長

1986年
苗栗設廠

2005年
第一次擴廠
5.3 億元營收

2009年
第二次擴廠
11.3 億元營收

2016年
第三次擴廠
20.4億元營收 (2019)



根紮台灣，放眼世界

從**100%**純內銷市場跨進世界舞台20餘年

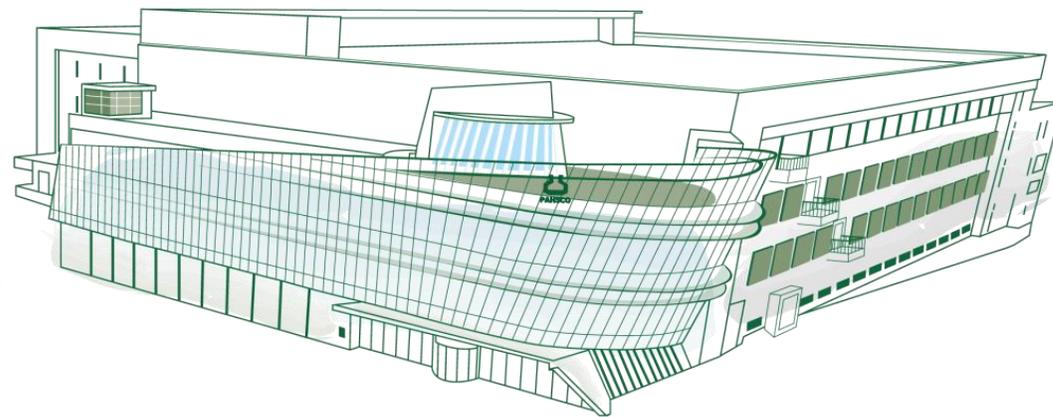
太醫合作夥伴涵蓋
80+國家及地區

經營理念 / 市場定位



47年台灣品牌，多年來於國內市場取代進口品
並於國際與世界級醫療器材領導品牌大廠
成為長期緊密策略與技術合作夥伴 銷售全球

多項產品台灣市佔 **No. 1**



以高品質、高附加價值醫療醫材，提高護理效率、保護醫護人員。

產品 範例

太醫完整一站式產品線

太醫具有豐富產品線 **600+** 項產品 **7000+** 種規格



主力產品 /

➢ 全球市佔 **10%**

為全球 **前3大** 供應商

➢ 銷往世界 **50** 國

多國市佔 **No.1**

密閉式抽痰管



從氣體工程規劃及施工到後端醫療耗材及儀器儀表的供給，

在台唯一一家，也是全世界極少數 具備此多元化能力的供應商。

中央氣體系統
設計規劃

氣體設備
主機

中央氣體
調節儀表

一次性
醫療用耗材

太醫與全球近 50 國並肩作戰！

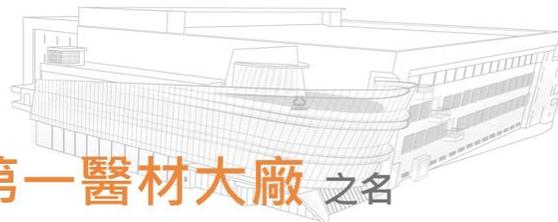


疫情期間，擴增2倍感控類產品量能

發展現況 / 未來展望

策略模式 / 市場領導

- (一) 領導與經營策略
- (二) 關鍵技術或服務模式
- (三) 研發創新
- (四) 品牌
- (五) 顧客與市場



太醫享譽 **台灣第一醫材大廠** 之名

太醫的一站式服務能量，能提供由產品的設計、驗證、生產、滅菌到出貨的完整服務，資源不受限，優於業界，合作夥伴遍布全球。

創新
智慧
醫療

期許成為下一個
護國神山產業

Why **US** ? What's **Next** ?

核心能力 / 企業優勢

善用 分析工具

▶ SWOT四象限



資料來源：hububble.com 圖表製作：Cheers團隊

圖片來源：Cheers團隊製作

1. **成長策略**：積極在產業中獲取市占率；
2. **維持策略**：不做大量投資，維持現有市占率；
3. **收穫策略**：無意再做投資，只希望獲取現金流量，遲早會脫手。



Source: <https://intl.finebi.com/zh-TW/blog/bcg-matrix>

善用 自有資訊



代表公司說一個有內容的好故事
不離題、企業亮點、加分項目



環境、社會、公司治理



2023

太醫銅科廠取得 ISO14064-1 SGS 認證

太醫銅科廠通過2022年度溫室氣體盤查外部查證



您守護病人，太醫守護您

Thank You Frontliners

Your health, Our mission

太醫力挺前線護理人員，捐贈國內萬條防疫產品



善用 官方資源

隱形冠軍之七大特質

- 1. 專注的企業目標：**隱形冠軍企業一般都有非常明確的目標。
- 2. 寧為雞首之市場定位：**要成為小市場的主宰者（雞首），而在小市場做出大成績；很多雄心勃勃的企業家一旦稍微做大就想多元化，但是他們絕不！
- 3. 貼近並全面掌握客戶：**他們每一步擴張都在建立自己的子公司，而不是通過經銷商，因為經銷商是隨時可能跑掉的，而自己的子公司能把客戶關係牢牢地掌握在自己手中。
- 4. 價值導向為主要訴求：**如果你想成為全球市場的領導者，你的客戶也必須是全球頂級的客戶，那麼企業經營理念必須是價值導向而非價格導向。
- 5. 強調全方位創新：**產品創新不是隱形冠軍公司唯一的創新點，另外一個很重要的因素是流程的創新，實際上是服務的創新。
- 6. 與競爭對手短兵相接：**隱形冠軍公司經常在同一個地區，同城的競爭實際上是世界級的競爭，最強的對手都在一起。
- 7. 深化價值鏈不完全倚賴聯盟：**依靠自己的競爭優勢，不完全倚賴聯盟，深化價值鏈，自己做所有能做的事。

隱形冠軍之十大條件 Hermann Simon

企業目標

- 成為且保持市場 NO.1
- 全球市場最優秀者
- 我來決定市場競爭規則

市場定位

- 我是該領域的專家
- 我只做專精的
- 市場範疇小但占有率高
- 找到利基絕不分散投資

領導者

- 活力與意志力為主要特質
- 融合權威式與參與式領導
- 平均在位 20 年以上
- 重視接班人的技能磨練

客戶選擇

- 頂級客戶為目標
- 成為客戶不可替代之供應商
- 價值取勝而非價格

創新焦點

- 以產品及流程創新保持領先
- 以創新創造市場
- 每 100 名員工擁有 10 ~ 30 項專利

驅動力

- 核心能力為寶貴資源
- 兼顧市場與技術
- 持續掌握外部機會
(政策改變或市場消長)

競爭策略

- 品質與服務創造優勢
- 與最強對手同場競爭
- 強勢捍衛市場地位

外部關係

- 核心項目不外包
- 依靠自己的競爭優勢，不完全倚賴合作聯盟
- 深化價值鏈，自行生產多數設備

員工文化

- 具強烈使命感與認同感
- 流動率極低
- 高效率工作
- 多設於鄉鎮而與當地結合，同時創造主要就業機會

全球化

- 擁有世界級特殊性 Know-how
- 與客戶直接建立關係
- 於目標市場設立據點
- 運用合資來解決文化差異與國際管理

中堅企業教戰手冊：

<https://www.mittelstand.org.tw/uploadfiles/files/2022-12-08-16-46-06.pdf>

<https://www.mittelstand.org.tw/uploadfiles/files/2022-12-08-16-46-33.pdf>



PAHSCO

Your health, Our mission

SINCE 1977

感謝中衛的支持與肯定

太醫用心 讓您安心

Thank you! Q&A