



加捷生醫

JIA JIE BIOMEDICAL

2023 法人說明會

天然 在地



目錄

公司簡介

產品及業務簡介

產業資訊

財務資訊

未來營運要點及業務發展策略

源起 - 高雄美濃 在地起家

在美濃好山好水優質環境下，孕育出的優良中華甲魚



甲魚物種擁有堅韌的生命力，同時蘊藏神奇的健康源力，加捷生醫應用現代生物技術創新研發以甲魚成份為主並開發相關衍生性商品。



經營理念

秉持「尋找台灣本土在地的營養來源」理念,成為全方位營養保健專家

1995年
加捷創立

2002年
生技醫療類
4109在台掛牌上櫃

2019年
正式更名
加捷生醫股份有限公司

2021年
開設電商通路

2023年
產品榮獲
世界品質評鑑大賞
營養保健食品創新獎銀獎
國家品牌玉山獎最佳產品獎
烏克蘭國際發明展金牌獎

2000年
美濃生物科技廠
完工

2005年
通過ISO22000及
HACCP國際食品安
全管理系統驗證

2020年
台灣鋼鐵集團正式入主

2022年
產品榮獲
世界品質評鑑大賞、SNQ國家品質標章
歐盟A.A.無添加三星驗證及雙潔潔標章

台灣鋼鐵集團 為加捷生醫注入新生命

TSG
TAIWAN STEEL GROUP
台灣鋼鐵集團

2020年

立足台灣健康產業28年的加捷生醫，正式加入台灣鋼鐵集團。

- 獲得台鋼更廣泛資源的挹注
 - 結合集團健康、休閒、運動事業於一體
- 為加捷下階段的成長創造更堅實的基礎！

台鋼集團擁有四大產業、十二大領域



品牌精神

天然 在地

台灣特有 自然純淨

天然的恩惠源源不絕，加捷生醫以天然、在地為出發點，提供全方位營養保健方案，由內而外滋養身心，擁有真正的健康和幸福。



服務據點

全台設置服務據點，提供優質完善服務品質



美濃研訓大樓



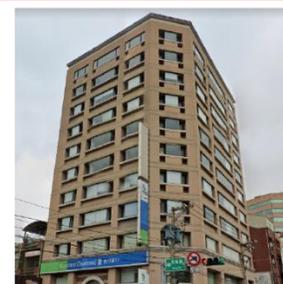
美濃生物科技廠



高雄企業總部



台北



桃園



台南



台中



花蓮

產品及業務簡介

自產 自製 自銷



原物料來源穩定，皆符合食品衛生標準，採購台灣本土所養殖之生鮮甲魚且具有冬眠特性的優質中華甲魚品種，堅持台灣本土養殖戶契作！



擁有自家的生物科技廠，嚴格的管控標準，符合ISO22000國際食品安全管理系統標準，從養殖到行銷，自產自製自銷，全程掌握、層層把關，安心看得見！



堅持用中華甲魚全隻精華整合，採用日本高科技熱濃縮技術，經過26小時階段性提煉轉化，保留一物全體的豐富營養價值。

榮獲多項獎項與認證 品質深受肯定



2020亞太Bio健康生技大獎
卓越產業領航獎
傑出健康生技品牌獎



台灣保健食品學會
營養保健食品創新獎銀獎



2023國家品牌
玉山獎最佳產品獎



世界品質評鑑大賞



SNQ國家品質標章



歐盟A.A.驗證



CLEAN LABEL
雙潔淨標章



HACCP



ISO 9001



ISO 22000

產品二大通路



加捷生醫
JIA JIE BIOMEDICAL

傳銷
通路



電商
通路



天然 在地
台灣特有 自然純淨

加捷生醫
JIA JIE BIOMEDICAL

傳銷產品



甲魚精-P 250粒
甲勇勇錠
芝麻香穗EX



甲魚精-P
芝麻香穗EX



Just Best 加倍適 系列

甲魚顧菁亮膠囊
美新強 / 甲魚精-P
芝麻香穗EX / 甲勇勇錠
悅有勁+膠囊 / 神守高鈣

以甲魚營養為中心
結合多種科研成分
開發出精準保健食品

傳銷產品



纖穩定 苦瓜
胜肽複方錠



Just Slim 加纖 系列

纖穩定 苦瓜胜肽複方錠

纖排空 酵素凍

嘉纖有孢子 酵素乳酸菌

運用植萃能量

調節生理機能、促進新陳代謝

天然 在地

台灣特有 自然純淨



傳銷產品



Just Good 加顧 系列

MaHaLo海洋深層水

松森思

提供優質好水與生活用品

全方位的健康照顧

電商產品

從身體的精、氣、神
全方位調整體質

精足

增強體力

氣通

循環代謝

神全

活化思緒



甲魚神守 全面補給

甲魚全沛 全方位維他命

遵循中醫理念

調製最適合中年體質的天然補養配方

每一顆膠囊富含

甲魚粉、甲魚油、甲魚蛋成分精華



天然 在地

台灣特有 自然純淨

電商產品



養護好眠 提神清晰

Antromax牛樟芝菌絲體膠囊

犇牛樟芝菌絲體精粹

白天元氣 晚上好眠

關刻時刻 保持清晰

電商產品



美妍亮麗 窈窕順暢

367速纖凍

088粉紅拿鐵

由裡而外散發天使光彩

幫助順暢養成惡魔曲線

天然 在地
台灣特有 自然純淨

 加捷生醫
JIA JIE BIOMEDICAL

產業資訊

多層次傳銷產業資訊

- 依據公平交易委員會統計，2022年底實施多層次傳銷的事業共計373家，較2021年底增加26家，傳銷商人數方面，2022年底計348.6萬人，較2021年底減少16.27萬人。
- 2022年多層次傳銷的事業總營業規模為1,054.67億，較2021年1068.44億，減少13.77億元，減幅約1.29%，微幅下降，但仍維持千億元以上水準。

資料來源：公平交易委員會

多層次傳銷產業資訊

• 資料來源：公平交易委員會

表 20 111 年多層次傳銷商品或服務銷售概況

- 仍以營養食品營業額居冠。
- 2022年傳銷營業額 1,054.67 億元，依銷售商品類別統計，以營養食品 701.29億元，占比66.49%居冠，其次分別為美容保養品191.97億元（占18.20%）及清潔用品34.49億元（占3.27%）。

	事業家數(家)	百分比(%)	營業額(百萬元)	占營業總額比率(%)
總計	373	100.00	105,467.05	100.00
1.營養食品類	299	80.16	70,129.90	66.49
2.美容保養品類	219	58.71	19,197.56	18.20
3.清潔用品類	104	27.88	3,449.80	3.27
4.健康器材類	28	7.51	840.34	0.80
5.淨、濾飲水器材類	45	12.06	2,279.39	2.16
6.衣著與飾品類	37	9.92	2,023.72	1.92
7.寢具類	17	4.56	1,192.84	1.13
8.圖書文具及錄影音帶類	27	7.24	100.19	0.09
9.廚具、餐具類	12	3.22	39.53	0.04
10.資訊商品類	10	2.68	83.40	0.08
11.服務類商品類	10	2.68	584.17	0.55
12.骨灰罐與生前契約類	-	-	-	-
13.其他類	108	28.95	5,546.22	5.26
1.國產品	204	54.69	28,088.06	26.63
2.進口品	55	14.75	17,336.39	16.44
3.國產品及進口品皆有銷售	88	23.59	60,020.65	56.91

多層次傳銷產業資訊

向公平會報備從事多層次傳銷之事業111年仍實際從事多層次傳銷計373家，公平會針對**未來經營概況**之看法調查結果如下：

1. 預期 112 年營業額持續成長或持平者居多，達 86.05%

2. 經營可能面臨之問題

以**市場不景氣**（191 家，占總家數 51.21%）與**同類商品競爭加劇**（191 家，占總家數 51.21%）共同排名首位，排序第三至五 名分別為非法多層次傳銷事業之影響（143 家，占總家數 38.34%）、市場漸趨飽和（142 家，占總家數 38.07%）及傳銷商人數漸減（140 家，占總家數 37.53%），而對未來營運充滿信心認為沒問題之事業有 41 家（占總家數 10.99%）。

3. 傳銷事業最需要協助或經常遇到之問題

調查結果顯示，最需要協助或經常遇到之問題，以多層次傳銷報備程序之諮詢服務（201 家，占總家數 53.89%）為首，次為傳銷法令及案例之諮詢服務（188 家，占總家數 50.40%），傳銷商教育訓練之協助（148 家，占總家數 39.68%），多層次傳銷保護機構之法律諮詢服務（121 家，占總家數 32.44%），個人資料保護法之諮詢服務居末（56 家，占總家數 15.01%）。

• 資料來源：公平交易委員會

財務資訊

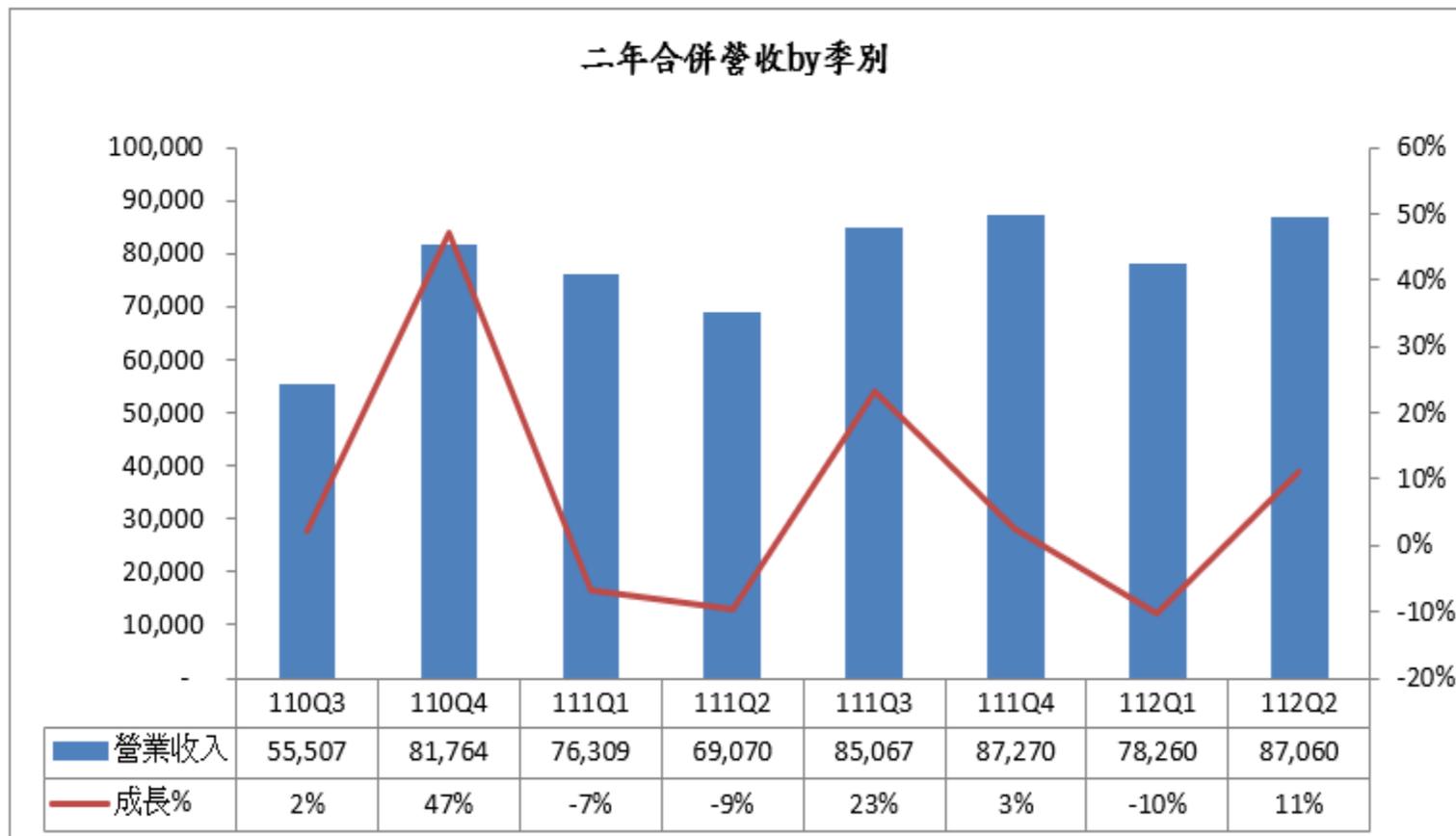
合併損益狀況

單位: 仟元

	112Q2	111Q2	變動%	111	110	109	108	107
營業收入	165,320	145,379	43%	317,716	242,481	270,290	343,062	402,030
營業毛利	62,835	52,617	57%	116,508	83,770	41,714	87,966	109,826
營業利益(損)	-39,440	-9,182	35%	-13,682	-930	-48,331	-20,698	-42,296
稅前淨利(損)	-33,070	-5,373	5%	-4,680	5,290	-41,652	-25,463	2,760
本期淨利(損)	-34,374	-5,909	61%	-6,443	5,099	-32,697	-24,417	325
淨利(損)歸屬於 母公司業主	-35,614	-3,495	-62%	-5,470	5,340	-31,925	-24,481	2,474
營業毛利率	38%	36%	6%	37%	35%	15%	26%	28%
營業淨利(損)率	-24%	-6%	0%	-4%	0%	-18%	-6%	-10%

兩年度營收比較

單位: 仟元



合併現金流量

單位: 仟元

	112Q2	111Q2	變動%	111	110	109	108	107	106
營業活動	-27,824	-11,299	4%	-8,568	4,373	27,100	24,712	-13,096	-13,729
投資活動	71,889	-64,745	-83%	-35,227	-173,047	7,326	186,981	227,093	78,796
籌資活動	-1,259	-2,362	79%	-3,727	-2,485	205,747	-258,928	-194,328	-74,428
匯率影響數	202	1,164	247%	781	-729	-387	-3,210	-2,570	-8,164
當期現金增加(減少)數	43,008	-77,242	-78%	-46,741	-171,888	239,786	-50,445	17,099	-17,525

111年Q2及112年Q2 財務比率

111年Q2及112年Q2財務比率		
	111年Q2	112年Q2
1. 財務結構		
負債佔資產比率(%)	8.35	7.75
長期資金佔固定資產比率(%)	201.24	198.96
2. 償債能力		
流動比率(%)	384.56	403.09
速動比率(%)	338.14	352.40
利息保障倍數	-87.29	-1320.41
3. 經營能力		
應收帳款週轉率(次)	17.28	18.80
應收帳款平均收現日數(天)	21.13	19.41
存貨週轉率(次)	3.46	3.99
平均售貨日數(天)	105.49	91.48
固定資產週轉率(次)	0.33	0.37
總資產週轉率(次)	0.14	0.17
應付款項週轉率	8.55	10.03
平均付款日數(天)	42.67	36.37
4. 獲利能力		
資產報酬率(%)	-0.58	-3.46
股東權益報酬率(%)	-0.65	-3.86
純益率(%)	-4.06	-20.79

未來營運要點及業務發展策略

未來營運要點

- 加捷生醫在新產品的研發上將持續積極投入資金與人力，除了開創甲魚多元的應用研究外，針對台灣在地的天然原料進行有效成分的研發及改良，並強化與學術、醫療單位合作，進行科學化之評估後，製成優良保健食品，以增進社會大眾健康，降低疾病所帶來的威脅。
- 持續深化組織推廣，定期舉辦事業講座、健康講座，並透過強化教育訓練，以提升經營者素質及市場競爭力，創造健康產業的事業機會與樂活人生。
- 另外，也將投入各類媒體之廣告行銷預算，提高公司品牌及產品曝光度，打造永續經營的健康產業，希望朝著健康、休閒、運動於一體的目標前進，期待成為提供國人身心健康，全方位的健康事業集團，締造百年基業。

企業願景



致力於

尋找台灣特有的保健食品元素，
提供台灣人每天的活力來源。