



安美得生醫(股)公司簡介

股票代號：**7575**

簡報內容

1. 公司簡介
2. 台灣生技醫療產業概況
3. 產品及通路經營模式
4. 經營績效
5. 未來發展策略
6. 企業社會責任

公司簡介

基本資料



安美得生醫股份有限公司

- 統一編號：29045104
- 設立日期：中華民國97年7月15日
- 總公司地址：新北市五股區五權七路14號之1
- 工廠地址：新北市五股區五權路7巷6號8樓
- 實收資本額：新台幣2億元
- 現有員工人數：171人

關於安美得

- 安美得生醫股份有限公司致力於UV光聚合水膠的研究與發展，為一專業創傷敷材之研發與製造公司，並以赫麗敷為產品品牌行銷市場，針對不同傷口的照護需求來開發各式敷料，提供妥善的傷口照護解決方案。

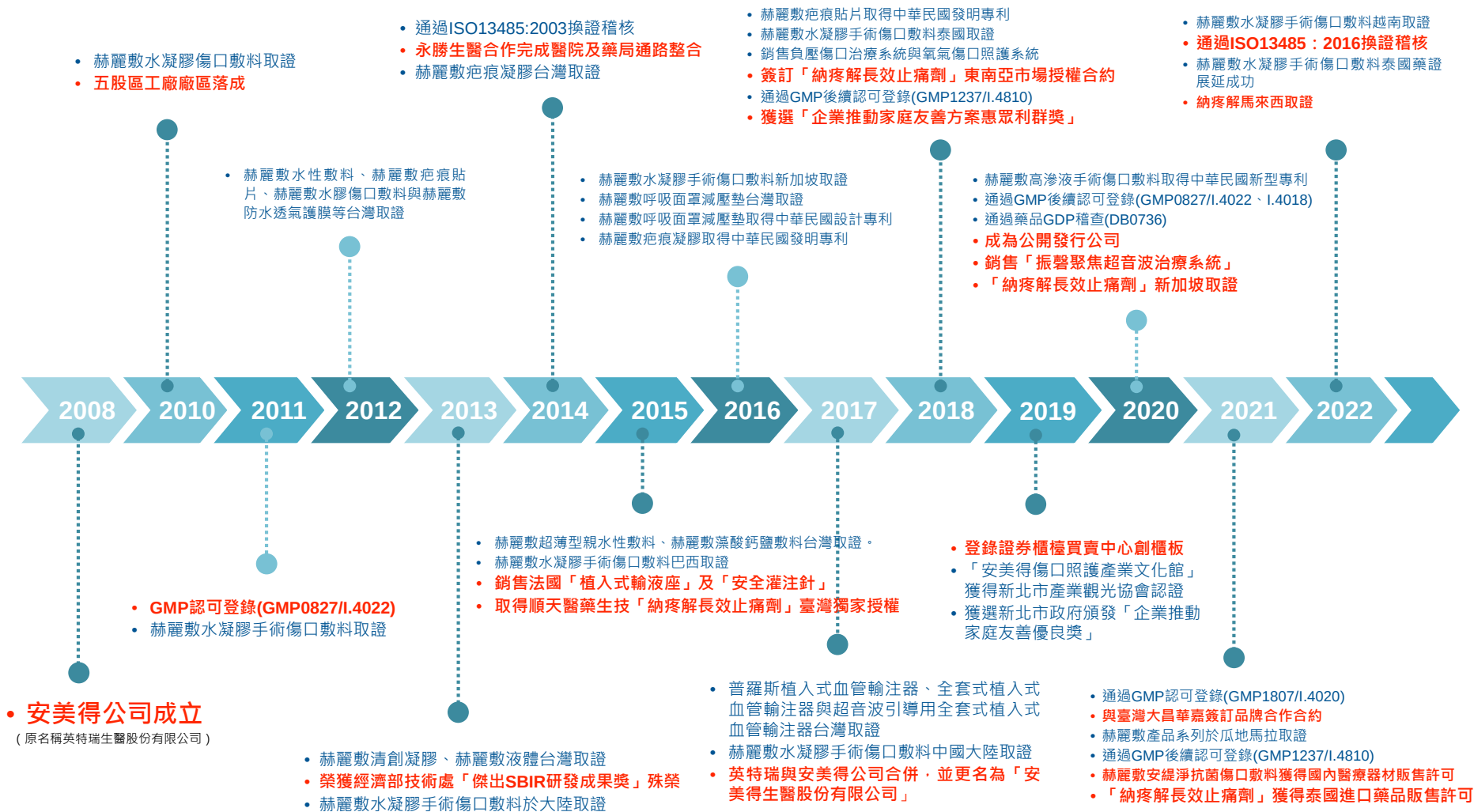


王耀乾 董事長

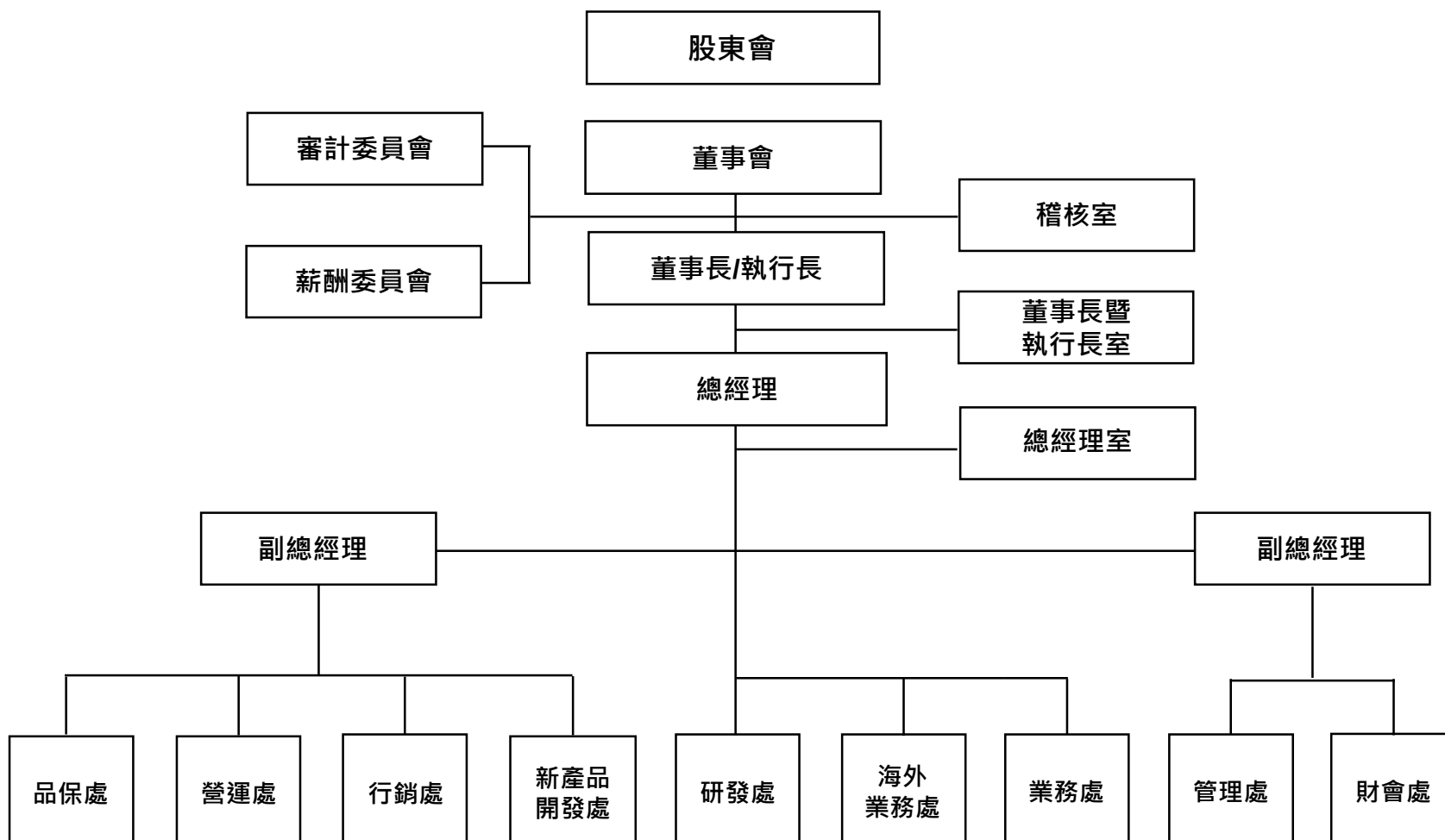


企業精神：專業、創新、品質、務實、關懷

安美得發展沿革



安美得組織圖



安美得董事會成員

職稱	姓名	專業資格與經驗
董事長	王耀乾	1. 安美得生醫股份有限公司董事長/總經理 2. 臺灣東洋藥品工業(股)公司業務經理
董事	王舒欣	1. 安美得生醫股份有限公司副總經理
董事	黃國亮	1. 永勝生醫股份有限公司董事長 2. 輝瑞大藥廠(股)公司全國業務經理
獨立董事	楊台鴻	1. 臺灣大學醫學工程學研究所所長/系特聘教授 2. 臺灣大學高分子所教授 3. 臺灣大學醫工所副教授 4. 中裕新藥(股)公司法人董事
獨立董事	許蒨儀	1. 北京賽德盛醫藥科技(股)公司董事/副總裁兼首席運營官 2. 臺灣東洋藥品工業(股)公司顧問及資深經理
獨立董事	王秀美	1. 淡江大學商管學院管理科學學系博士暨兼任助理教授 2. 玉晟管理顧問(股)公司財會顧問及投資部經理 3. 豐華生物科技股份有限公司之外派子公司錦喬生物科技有限公司財務總 4. 臺灣東洋藥品工業股份有限公司資深專案經理 5. 聖約翰科技大學企業管理系專任講師 6. 高考會計師及格證書
獨立董事	李岳洋	1. 承詮國際商標專利事務所所長 2. 承理法律事務所所長 3. 律師證書 4. 專利代理人證書

安美得經營團隊

職 稱	姓 名	主要經(學)歷
董事長 / 執行長	王耀乾	中國文化大學韓文系 臺灣東洋藥品工業(股)公司業務經理
總經理	王友宏	國防醫學院藥學所 臺北醫學大學藥學系 臺灣東洋藥品工業(股)公司全國業務經理
行銷副總經理	施麟碩	大葉大學生物產業科技所 玉晟生技投資(股)公司專案經理 臺灣東洋藥品工業(股)公司產品經理
管理副總經理	王舒欣	輔仁大學企業管理所 安美得生醫(股)公司副總經理
研發副處長	陳進富	清華大學化學工程學系博士 輔仁大學事業處技轉及資源整合中心營運長 工業技術研究院生醫所業務經理

職 稱	姓 名	主要經(學)歷
營運處長	郭坤儒	臺北工專機械科 東曜藥業有限公司高級製造運營總監 臺灣東洋藥品工業(股)公司工程部經理 輝瑞大藥廠(股)公司行政經理
行銷處長	廖雅慧	長庚大學護理系 東曜藥業有限公司市場總監 臺灣東洋藥品工業(股)公司資深產品經理 賽諾菲(股)公司業務專員
海外業務處長	徐文益	臺灣大學企業管理所碩士 賽諾菲(股)公司台灣香港資深業務績效經理 臺灣必治妥施貴寶(股)公司亞太業務績效經理 臺灣默克(股)公司業務營運經理
國內業務副處長	王揚新	台北醫學大學藥學所 臺灣東洋藥品工業(股)公司地區經理
財會副處長	王惠萍	淡江大學會計系 光弘生醫科技(股)公司會計經理 宇環科技(股)公司稽核副理 安侯建業/勤業眾信聯合會計師事務所審計組組長

生技產業發展的特殊性

★ 技術 ≠ 產品 ≠ 市場回報

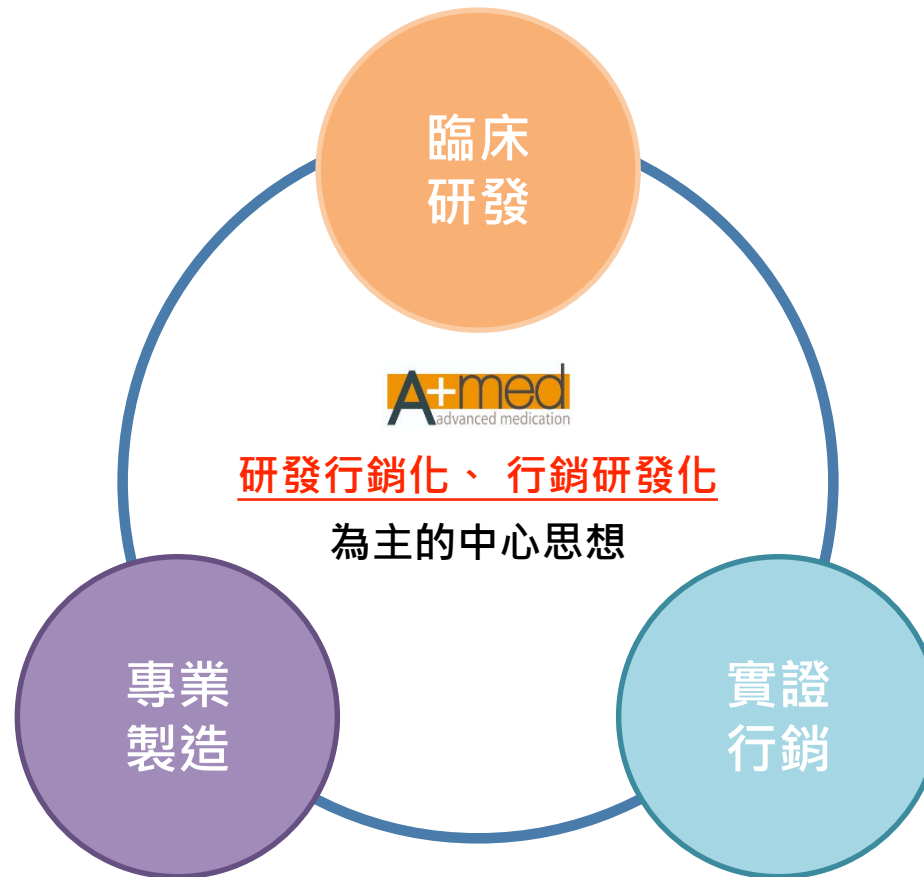


✓ 必須要強強合作

安美得的差異化

	優點 / 強項	缺點 / 問題	備註
傳統藥品公司	- 專利保護新藥，市場推廣容易 - 訓練扎實	- 分工細、速度慢、團隊靈活度不佳 - 擴科發展侷限	需不斷的找尋與開發新產品
研發型公司	- 新產品開發能力與上市速度快 - 產品具專利保護	- 不了解市場需求及語言 - 產品線發展受限	以全球授權銷售為主要策略
通路型公司	公司推廣彈性大	- 業務人員專業業務不足 - 通路單一性太高，無綜效 - 新品上市速度慢	需增加代理產品品項
 安美得公司	- 提供單一科別客戶在臨床上的所有及未被滿足的需求 (total solution and Unmet needs) - 面對市場變動彈性大 - 多通路、多科別	產品品項多，業務壓力大	- 強化行銷功能，整合行銷能力提升業務人員實力進而推動產品銷售。 - 大幅提升臨床能力，為產品提供更多的臨床佐證 - 與國內各生技醫藥廠維持良好合作，新產品取得管道多元

安美得專注於自己能力可及的事物



安美得的競爭5優勢



符合GMP及ISO之專業製造廠

- 安美得生醫擁有符合國際標準ISO13485、ISO9001及GMP規範的工廠，座落於新北產業園區，包括十萬級無塵生產作業環境，恆溫、濕度控制系統，化學排煙機，無菌操作技術等，從投料、塗布到包裝均是全自動生產，確保水凝膠敷料的品質精良與產能輸出。



GMP工廠、台灣製造

安美得新廠區規劃



安美得第一廠區
(敷料生產線)

+

安美得第二廠區
(凝膠類生產線)

- 水膠敷料產能提升5倍

- 凝膠產品產能提升7倍
- 水性敷料產能提升3倍

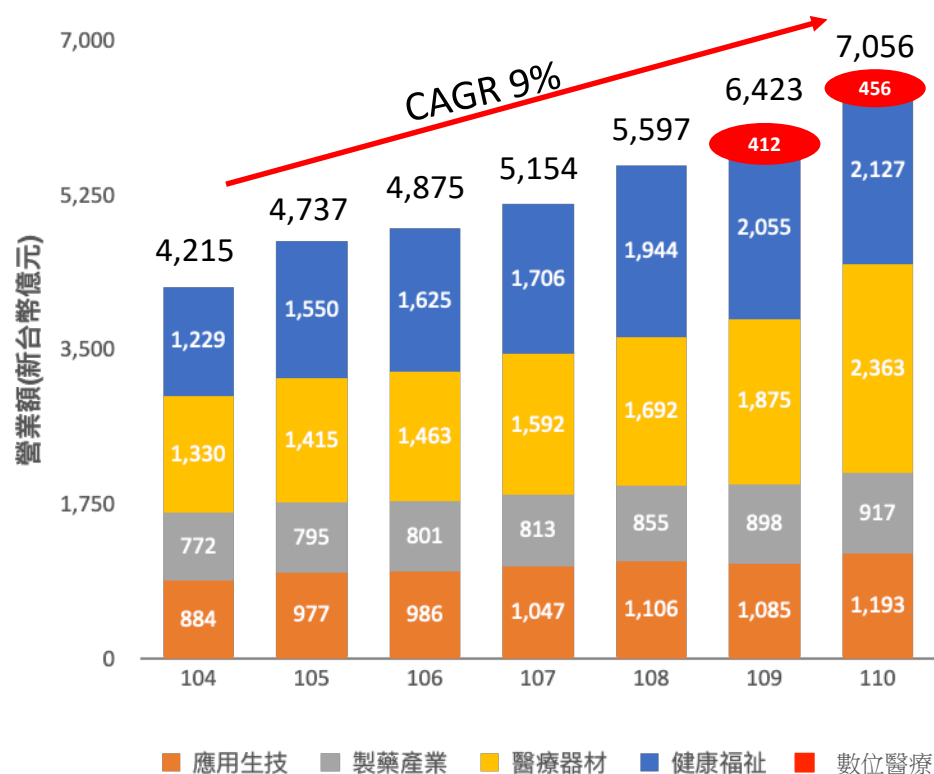


- 原料料及成品庫存倉升級
- 包裝區效能優化

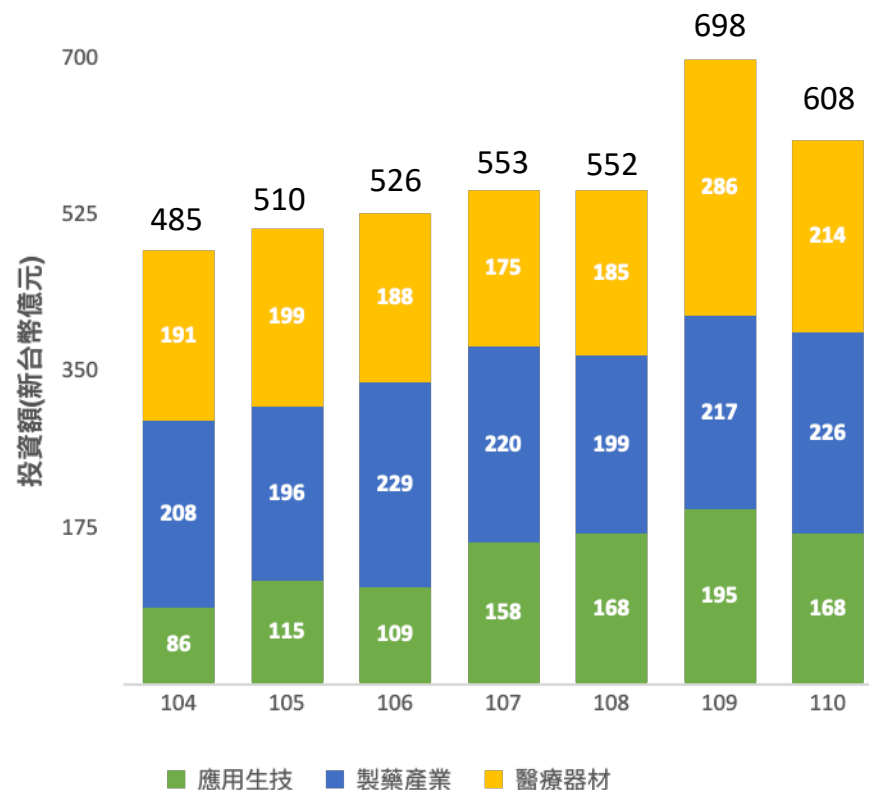
台灣生技醫療產業概況

台灣生醫產業現況

台灣生醫產業營業額



生醫產業民間投資額



國民醫療保健支出持續成長

- 109 年我國國民醫療保健支出(NHE)為 1 兆 3,253 億元，較上(108)年增加 7.2%，增幅高於國內生產毛額(GDP)之年增 4.7%，NHE 占 GDP(19 兆 7,986 億元) 之比重，即 NHE/GDP 增至 6.7%，較上年增加 0.2 個百分點；平均每人 NHE 為 5 萬 6,199 元，較上年增加 7.3%。

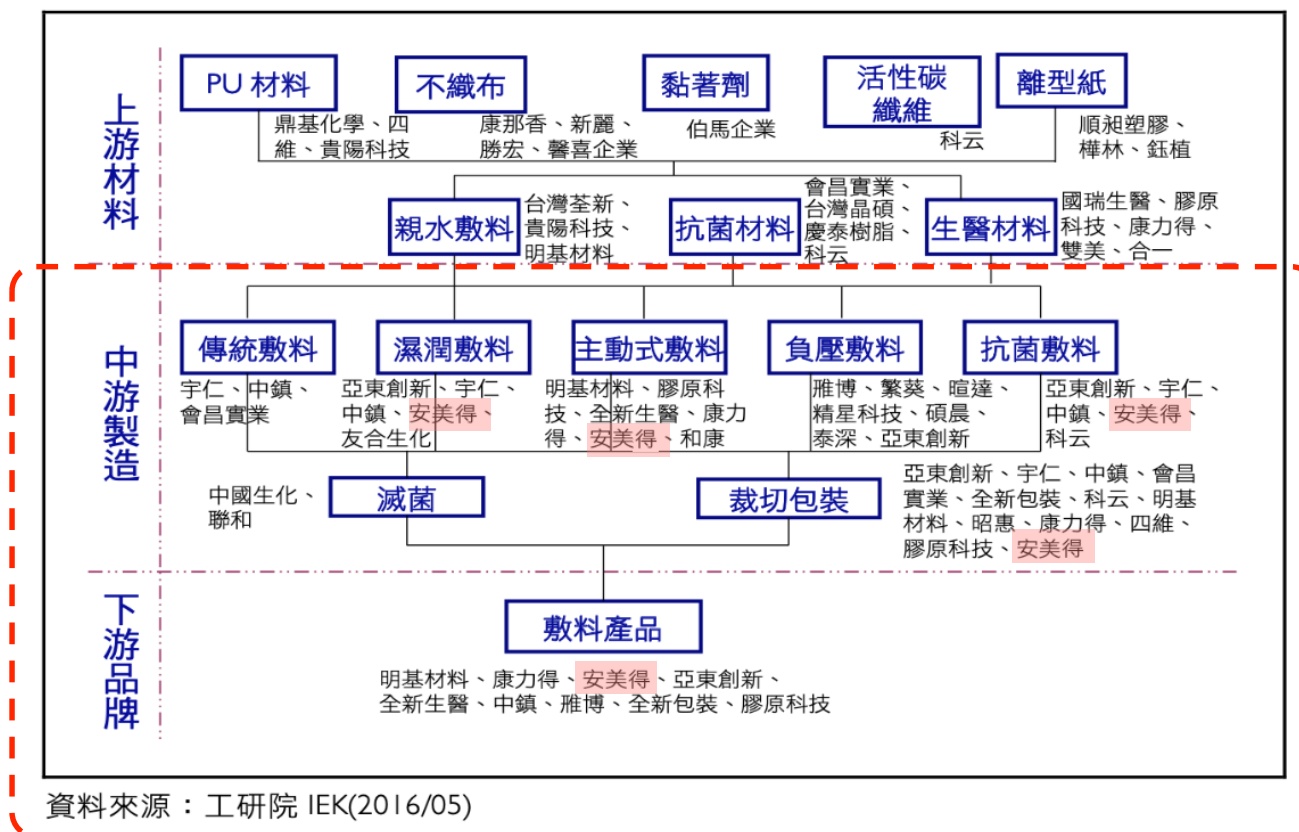
NHE 及平均每人 NHE

	國民醫療保健支出 (NHE)		平均每人 NHE		平均每人 GDP		NHE/GDP (%)	GDP 年增率 (%)
	億元	年增率(%)	元	年增率(%)	元	年增率(%)		
99 年	8,846	1.8	38,228	1.5	607,596	8.5	6.3	8.8
100 年	9,134	3.3	39,382	3.0	614,922	1.2	6.4	1.4
101 年	9,293	1.7	39,935	1.4	630,749	2.6	6.3	2.9
102 年	9,742	4.8	41,733	4.5	654,142	3.7	6.4	4.0
103 年	10,171	4.4	43,459	4.1	694,680	6.2	6.3	6.5
104 年	10,528	3.5	44,870	3.2	726,895	4.6	6.2	4.9
105 年	11,081	5.3	47,122	5.0	746,526	2.7	6.3	2.9
106 年	11,492	3.7	48,787	3.5	763,445	2.3	6.4	2.4
107 年	12,071	5.0	51,189	4.9	779,260	2.1	6.6	2.2
108 年	12,358	2.4	52,372	2.3	801,348	2.8	6.5	2.9
109 年	13,253	7.2	56,199	7.3	839,558	4.8	6.7	4.7

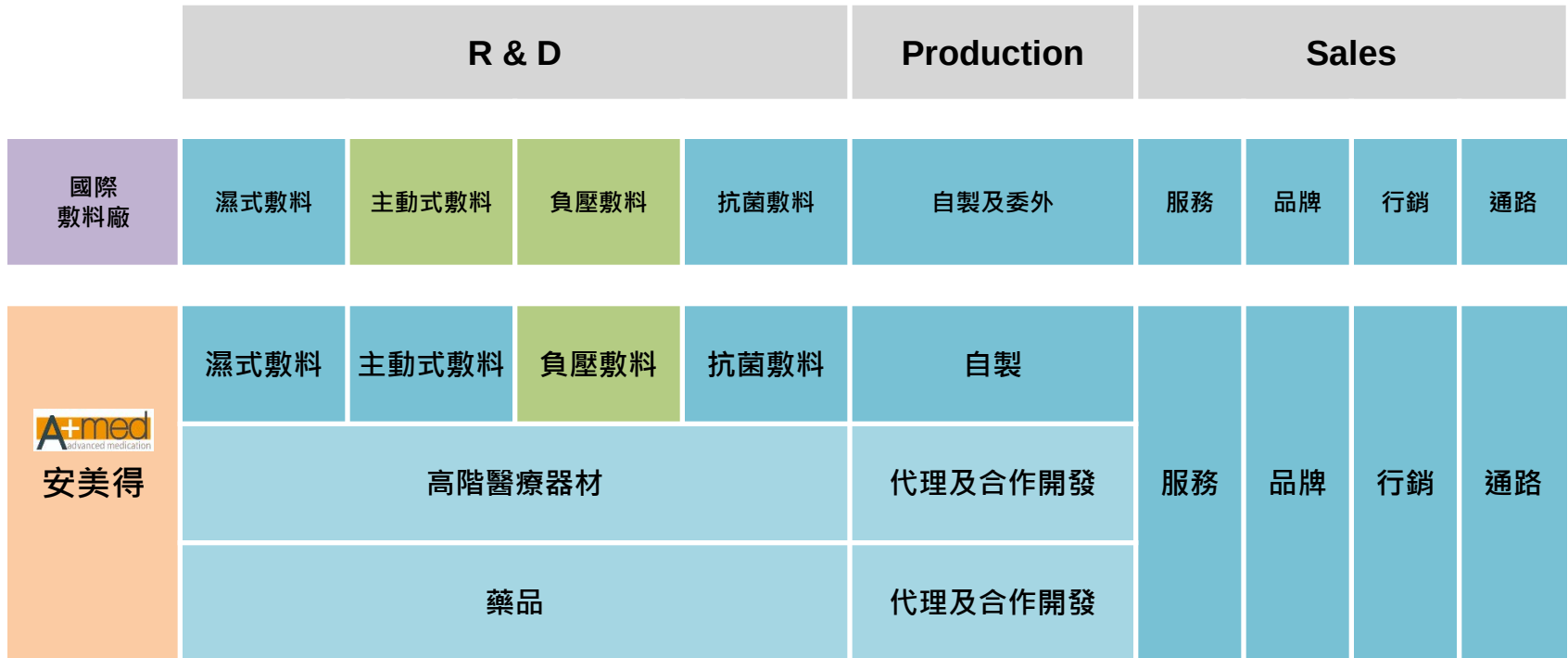
附註：依最新國民所得統計進行編算修正。

- 109年度全民健保總額約為7,500億元

台灣敷料市場上、中、下游現況



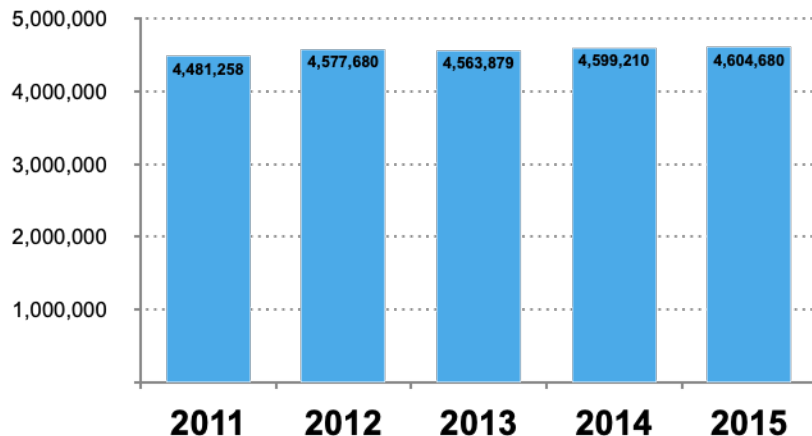
安美得在國內敷料市場之產業價值鏈



- 安美得以敷料通路為基礎逐步擴建醫材及藥品等產品平台。
- 安美得有別於其他醫藥品及醫材公司，我們以臨床端使用需求為導向找尋通路適合的產品。
- 台灣為根基將銷售據點延申至中國大陸、東協十國、巴西與土耳其等地。

安美得專注於外科手術領域市場

▶ 台灣地區每年約有4百50萬人次的手術



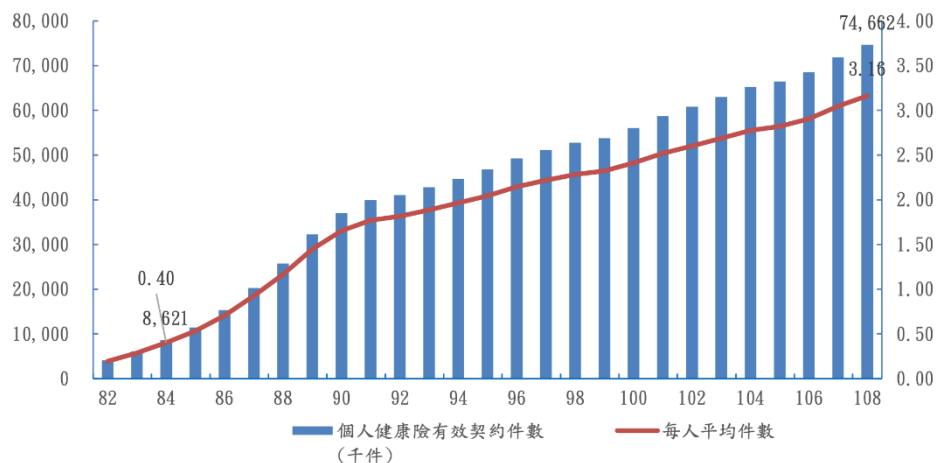
外科領域

• Amed focus market size：23萬人次

- 婦科手術：約39,000人/年
- 腸道手術：約59,000人/年
- 胸腔手術：約47,000人/年
- 胃及膽囊手術：約38,000人/年
- 剖婦產手術：50,000人/年

• 安美得以自費市場做為營收主力來源

圖二：民國 82~108 年個人健康險商品有效契約件數暨每人平均件數統計表



	自費產品	健保產品	備註
安美得內部銷售佔比	80%	20%	-
優勢	高毛利 定價彈性高	使用量穩定	每2年進行一次健保調價
缺點	病患需自費	價格及毛利容易受健保財政影響而進行調整	目前消費者有商業保險比例高

產品及通路經營模式

安美得三大核心策略產品領域



1 傷口照護平台

HERADERM 赫麗敷

GENADYNE

NATROX
Oxygen Wound Therapy



2 無痛醫療平台

Naldebain[®]
Dinalbuphine Sebacate
納疼解[®] ER Injection 150mg / 2mL



3 醫療器材支持平台

PEROUSE
MEDICAL

ESM

EpiSonica

CLEARMIND
BIOMEDICAL

一、傷口照護平台

赫麗敷A+水膠傷口敷料

- 台灣高階敷料市場約20至30億新台幣

 **HERADERM® 赫麗敷**

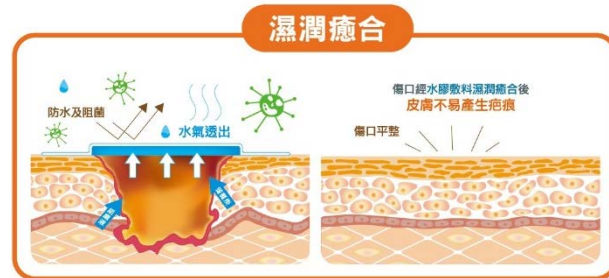
台灣傷口敷料第一品牌

赫麗敷安緹淨抗菌傷口敷料 (自費產品)

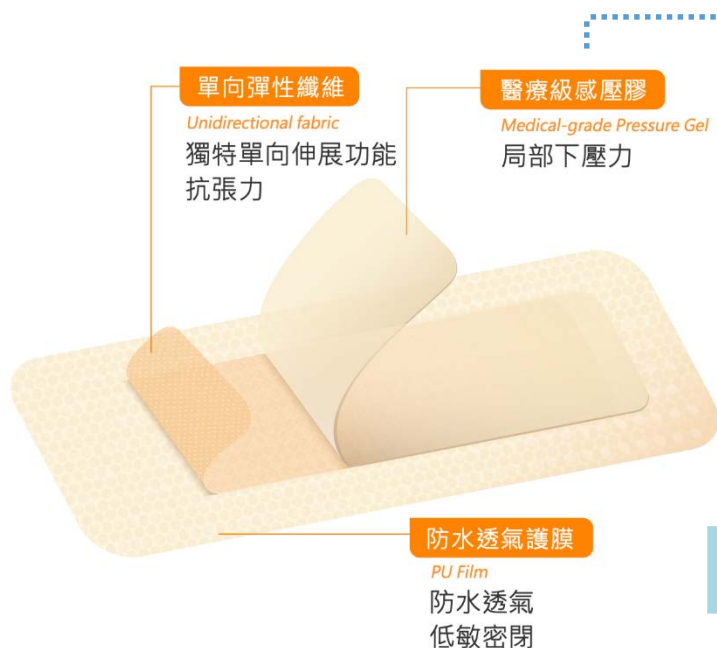
- 安美得濕潤均衡技術 (Hydro-balance Technology) ，使UV水膠可吸收過多的滲液，並分散至乾燥的傷口處，促進組織癒合再生。



PHMB添加



赫麗敷疤痕貼片- 獨特下壓力技術 (自費產品)

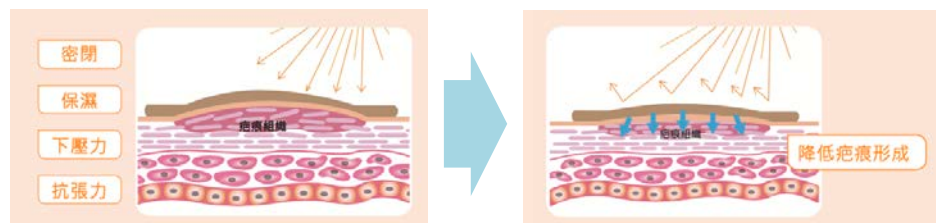


• 單點壓力測試數據

壓力衣	赫麗敷疤痕貼片		
	胸部	膝(站姿)	膝(坐姿)
20 mmHg	23.3 mmHg	36.2 mmHg	83.9 mmHg

委託單位：財團法人紡織產業綜合研究所

• 赫麗敷料疤痕貼片4大功效，完整降低疤痕生成



疤痕貼片5天 + 疤痕凝膠2天

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14

• 5 + 2 最佳抗疤方案



• 赫麗敷疤痕凝膠

使用案例分享 - 醫學中心剖腹產臨床案例



使用赫麗敷手術敷料

3 ~ 5天更換乙次



• after 1st CS



長時間持續使用赫麗敷疤痕貼片及凝膠可有效降低疤痕產生。



自主研發的創新主動式敷料 (自費產品)



赫麗敷水性傷口敷料

傷口個案一

- 蕭黃女士 89歲
- 患有糖尿病已多年
- 傷口成因熱敷墊燙傷
- 經治療半年無法癒合
- 傷口大小 7x6x0.8cm



Day 1



Day 23



Day 64



Day 154

- 赫麗敷水性傷口敷料是親水性敷料，能覆蓋於傷口、保持傷口組織濕潤度，提供快速有效之傷口照護。
- 本產品具有高保濕性，柔軟舒爽可避免傷口緊繃；不具刺激性及致敏性；不沾黏傷口，可保護傷口避免其他因素延緩傷口癒合。
- 啟動細胞修復機制，加速傷口癒合，適用於各式一般傷口及不易癒合傷口。

• 臉部擦傷

傷口個案一



Day 1



Day 2



Day 4



Day 8

傷口個案二

• 頭頸部經放射線治療



2018/07/24



2018/07/27



2018/08/2



2018/08/13



2018/08/14

二、無痛醫療平台

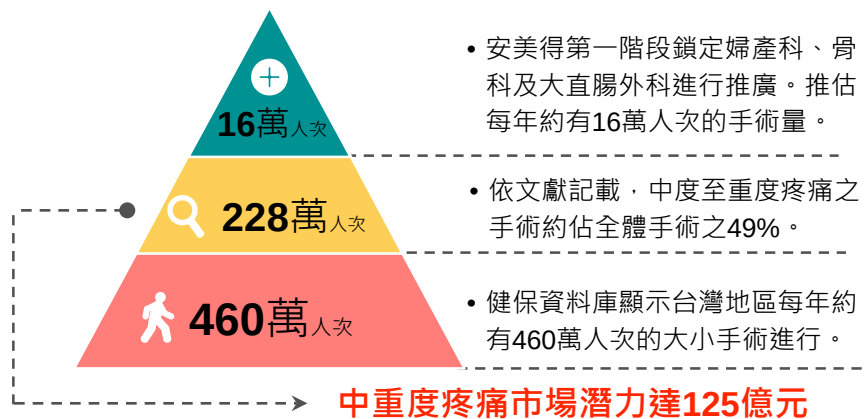
納疼解長效止痛針

- 安美得取得台灣及東協十國20年專屬製造及銷售權利



納疼解 - 術後止痛最佳策略夥伴 (自費產品)

台灣地區手術量分析



產品特色

- 七天長效，全球唯一，專利保護
- 多模式止痛 = 長效 + 短效 + PRN (最佳選擇)

整體術後止痛市場估值：

目前以病患自控式止痛為主力，營業預估約15~20億新台幣。

常見術後止痛方式

止痛方式	傳統止痛藥	PCA	神經阻斷術	Naldebain
使用藥品	嗎啡類止痛藥	嗎啡類止痛藥	局部麻醉劑	肌肉注射
優點	健保給付，病患無需負擔費用。	病患可以自控給藥，達到止痛效果。	止痛效果約為18~24小時。	7天長效止痛
常見副作用	噁心、嘔吐及皮膚癢	暈、吐、尿液滯留等	注射部位瘀青、局部血腫、神經損傷等。	暈、吐、注射部位反應
費用	無	7,000~8,500元/3天	單次3,000~5,000元	7,000~8,500元

三、醫療器材支持平台

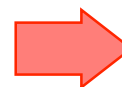
普羅斯人工血管、逸思吻合器

安美得持續深耕高階醫材平台

代理 + 技轉 + 自行開發

- 傷口吻合器：與J&J及Metronic等國際大廠競爭，預計產品上市5年內達三分之一市占率。
- 抗沾黏及止血醫材：三類自製醫材，鎖定大外科市場。
- 中風刀：創新醫療器，全球專利。

醫療器械產品佈局策略



安美得團隊深耕大外科

短期 (~ 2020)	中期 (2021 ~ 2022)	長期 (2023 ~ 2025)
Port A		
	Easyendo	
	Clearmind / HIFU	
	抗沾黏及止血醫材	

目標

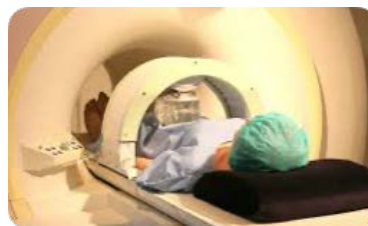
成為可自製三類醫材產品的生醫公司。

吻合器 EasyEndo



- 佈局直外科與胸外科
- 產品可彎曲角度大，優於進行低位手術術
- 整體市場營業額約12 ~ 15億元。

標靶音波刀設備 HIFU system

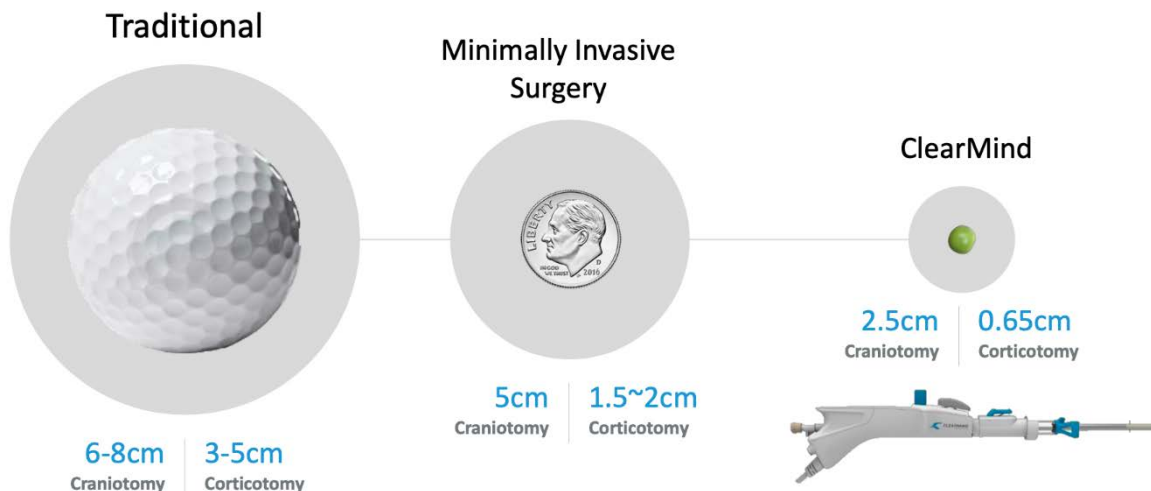


- 婦女子宮肌瘤之無創手術。
- 與其他海扶刀相比，治療時間下降，副作用減少。(MRI)
- 與一間南部醫療院所簽定合約。
- 手術費用18 ~ 22萬元 (自費)

台灣新創醫材-急性腦中風手術設備 (自費產品)

- 安美得公司於2021年與台灣新創公司-科脈生技簽定代理合約。
- 安美得取得台灣獨家代理權及東協優先洽談權。
- 產品適應症：適用於急性腦中風之手術。(單次手術費用20萬元)
- 鎖定全台灣每人約有**2,000人至3,000人次**進行急性腦中風手術。
- 全球創新醫材，已取得**美國FDA 510K** 銷售許可。
- 大幅提升手術成功率，降底對腦部的傷害，病患復原較佳
- 手術傷口比較：傳統手術(3~5 cm) vs Axonpen (0.65cm)
- 產品特色：在**0.65cm**的孔徑下同時結合了內視鏡、大角度視野、沖洗、切割、清創。

Axon system



Proof of Concept Study

Result

- < 5% Mortality
- < 6% Morbidity
- < 2% Rebreeding

★ Neurosurg Focus. 2011 PubMed

通路經營模式

安美得的通路模式



安美得業務力

▶ 安美得業務團隊銷售範圍涵蓋醫院與診所等通路，首創之醫療服務小組更是醫院急、慢性傷口病患的照護幫手。

- 業務端產品 / 疾病知識的完整教育訓練
- 區域管理 / 時間管理 / KOL經營 / 專業銷售技巧 / 談判技巧
- 每cycle進行業務業績檢討及策略修定
- 醫療服務小組：
 - 全台灣已成立**33**間，遍佈北、中、南、東
 - 每月定期教育訓練 / 充實傷口領域知識 / 跨區域學術交流



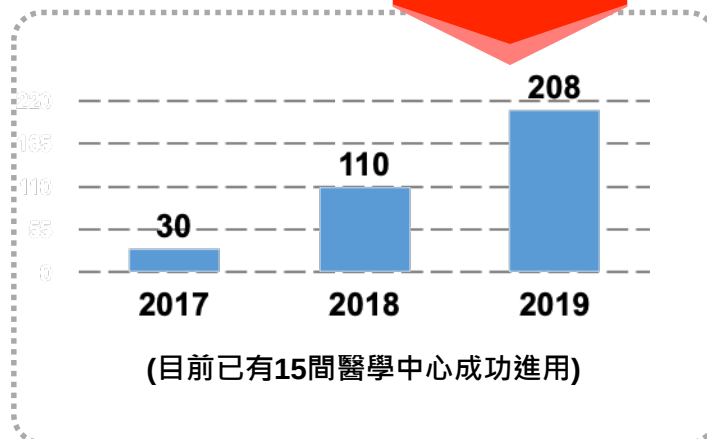
▶ 熟悉各級醫院的藥品及醫材進用 / 採購流程

- 各科室醫師提藥 > 藥委追蹤 > 議價 > 採購
 - 議價能力強
 - 深耕大外科領域：敷料 / 止痛針 / 人工血管
 - 婦產科 / 骨科 / 大直腸外科 / 一般外科

多元通路模式

醫院業務部	診所業務部	醫療服務部
31人	11人	22人

納疼解進藥家數



安美得行銷力

新品市場評估能力

產品市場潛在性分析
臨床使用可行性專家討論及評估

- 成功引進吻合器、標靶音波刀及中風刀等創新高階醫材

產品生命週期維護

產品生命週期擬定及短、中、長期之產品策略發展目標設定。

- 短期：如何快速進入市場
- 中期：如何極大化業績
- 長期：新適症取得 / 新使用科別擴張



產品行銷策略擬定

每個產品階會擬定年、季度行銷策略計劃並每月定期檢討論成果

- 內部教育訓練安排
 - 產品知識 / 疾病知識
- 行銷活動執行
 - 學術活動：外賓演講 / 國內學會 / 區域研討會
 - 學會參展：國內外學會參會



臨床試驗計劃 / 執行

以真正臨床需求為依歸進行臨床試驗設計

- 納疼解：至2017年起已完成5個臨床試，另有8個試驗正在執行中。
- 人工血管：2個
- 赫麗敷：2個



自媒體操作

與臨床上各科醫師合作，以FB、IG及Youtube為平台進行疾病知識教育。

- 2020及2021年度產出貼文及影片共計60部
- 與臨床醫師合作推出衛教影片
- 與健康醫療網、ESEN及康健等自媒體平台策略聯盟

精準售後客服系統

透過與臨床醫師及衛教護理師之合作解決病患在傷口照護上的疑慮。

- Line 客服360
- 線上一對一服務



安美得臨床試驗彙整

No.	Product	Hospital	Department	Status	ClinicalTrials.gov Identifier	Publish Journal
1	Naldebain	義大	麻醉科	Ongoing	NCT05187520	
2	Naldebain	義大	麻醉科	Ongoing	NCT04808544	
3	Naldebain	義大	麻醉科	Ongoing	NCT04651361	
4	Naldebain	新竹國泰	麻醉科	Study Design		
5	Naldebain	淡水/台北馬偕	麻醉科	Ongoing	NCT05009771	
6	Naldebain	國泰	麻醉科	Close/Publish	NCT03713216	J Pain Res. 2020 Sep 9;13:2247-2253.
7	Naldebain	高醫	大直外	Close/Publish	NCT03296488	Pain Ther. 2020 Dec;9(2):671-681.
8	Naldebain	高醫	麻醉科	Ongoing	NCT04962152	
9	Naldebain	林口長庚	婦科	Close/Publish		J Pain Res. 2021 Jun 15;14:1763-1771.
10	Naldebain	中國新竹	麻醉科	Ongoing	NCT04578483	
11	Naldebain	中國新竹	麻醉科	Study Design		
12	Naldebain	中國附醫	大直外	Ongoing	NCT03854851	
13	Naldebain	大同	骨科	Ongoing	NCT05266027	
14	Naldebain	三總	麻醉科	Close/Publish		Pain Ther. 2022 Jun;11(2):643-653.
15	Naldebain	三總	麻醉科	Ongoing	NCT05115955	
16	Naldebain	三總	麻醉科	Ongoing		
17	Naldebain	三總	婦產部	Ongoing		
18	Naldebain	三總	麻醉科	Study Design		
19	HeraDerm	新光	整外	Ongoing		
20	HeraDerm	林口長庚	兒童骨科	Ongoing	NCT04928443	
21	HeraDerm	大林慈濟/北榮	整外	Ongoing		

安美得研發力

多功能性水膠敷
材 (Class I、II)

組織修復醫材
(Class II)

溫感水凝膠應用
(Class III)

(抗疤、抗沾黏、止血)

(填補骨材、組織修復)

(藥物釋放DDS、生長因子)

說明研發進程

提出研發計畫內容
2022 年第 2 季

02

持續進行產
品改善開發

2022

2023

2024

2025

導入試量產

功能性水膠敷材試量產
2023 年第 3 季

04

組織修復醫材 確立溫感水凝膠適應症

植入式組織修復醫材試量產
2024 年第 3 季

06

骨髓炎、腹腔微創手術醫材
2025 年第 2 季

08

未來發展目標

設立5~10年發展目標
2025 年第 4 季



Biomaterial
(Hydrogel)
Design Center

進行經濟部補助計畫
申請(技術處、工業局)

01

03

導入多功能性水
膠敷材研發能力

05

導入組織修復
醫材開發能力

07

導入溫感水凝膠
材料開發能力

進行研發規劃

進行研發發展規劃
2022 年第 1 季

近程產品驗證開發

功能性水膠敷材(抗菌、抗沾黏)
2023 年第 1 季

中程產品驗證開發

高階植入式醫材(組織修復)
2024 年第 1 季

遠程產品驗證開發

溫感水凝膠產品開發
2025 年第 1 季

安美得海外佈局策略

海外佈局策略

1. 納疼解長效止痛針東協十國取證時程表

2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	新加坡	泰國	馬來西亞	菲律賓	越南	

• 紅色字體表示已取得許可證

- 取證策略：先取證後授權（一年一國家）。

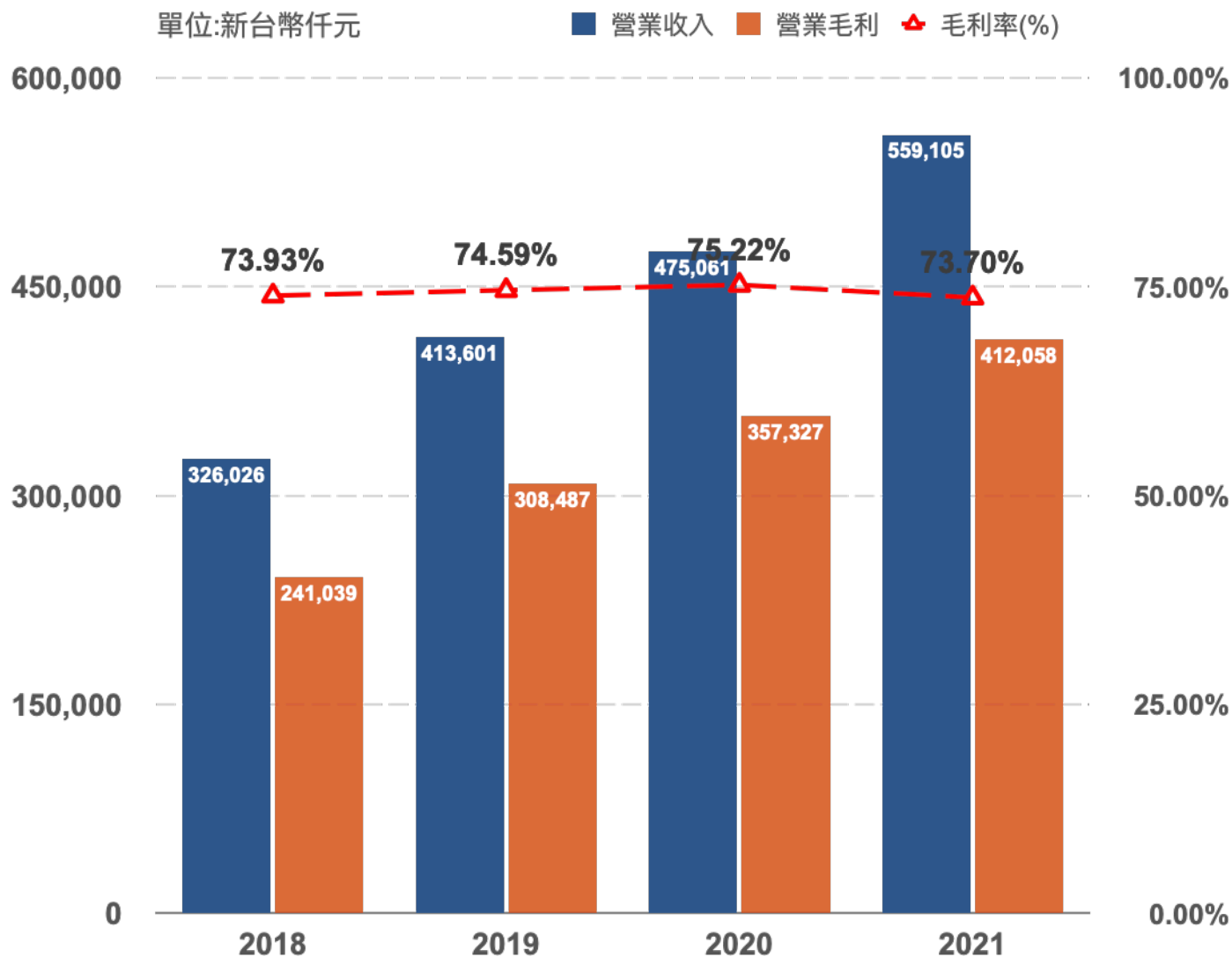
- 馬來西亞於2022.06.02取得藥證。
- 泰國於2021.12.24取證藥證，與國際通路夥伴洽談合作中。
- 新加坡已於2020.12.15取得藥證，於2021年3月份成功授權。

2. 赫麗敷系列海外市場規劃

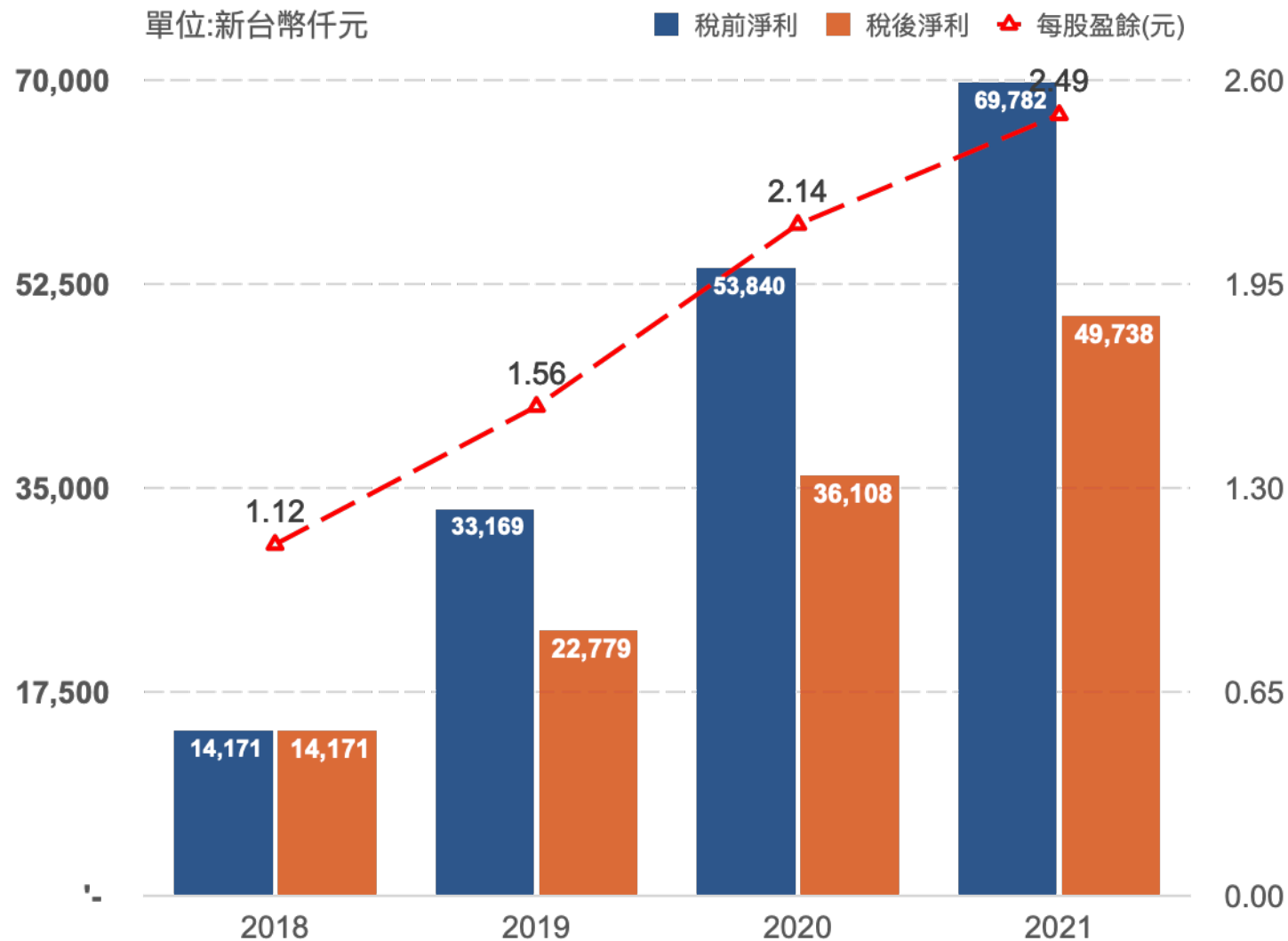
- 大陸市場：以北、上、廣、深等地為中心進行市場闡展與當地經銷商合作。
- 東協十國：已於新加坡、泰國等地上市。馬來西亞及越南申請中。
- 南美洲：巴西已取得許可證。

經營績效

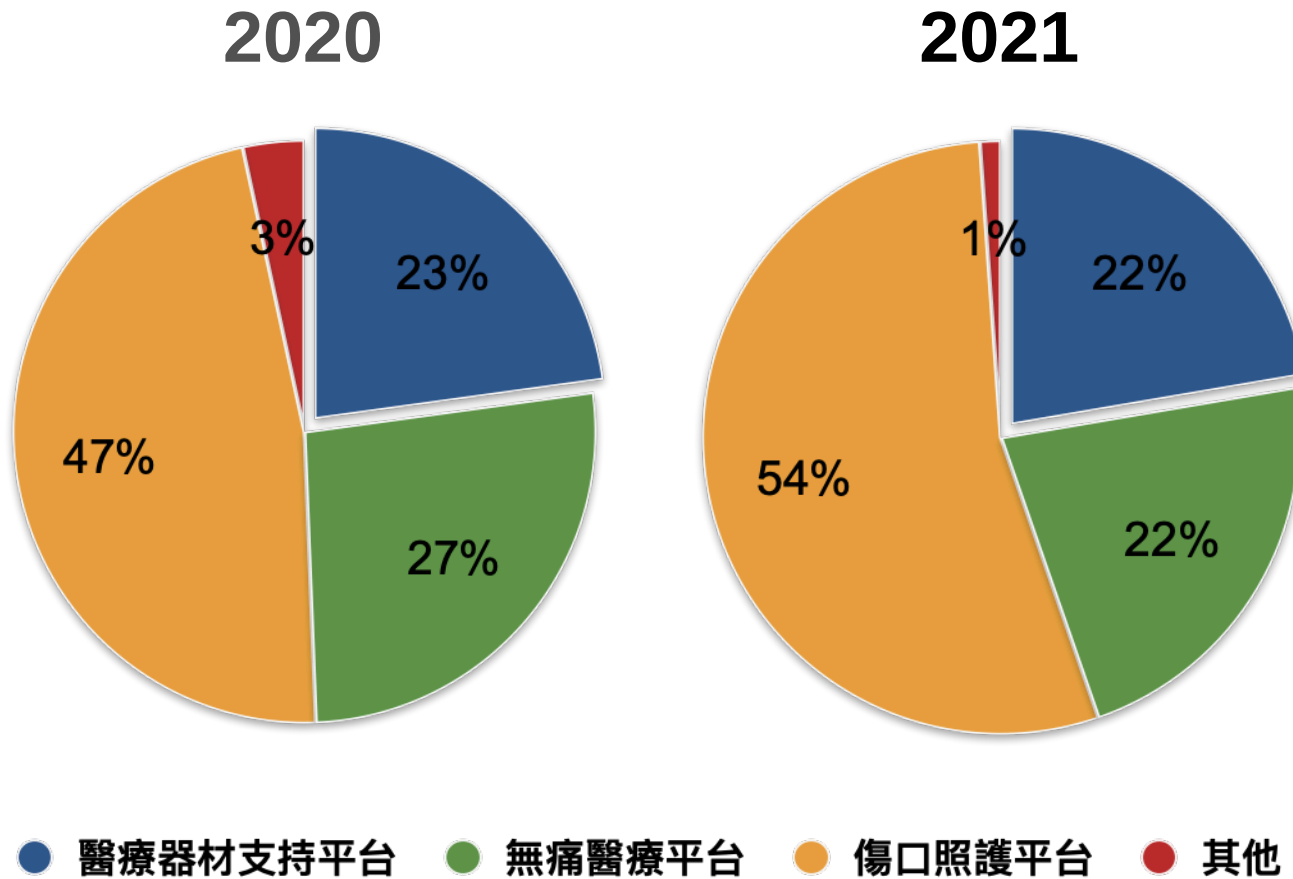
營業收入、營業毛利及毛利率



稅前淨利、稅後淨利及每股盈餘



三大平台營收佔比



資產負債表

單位:新台幣仟元

項目	2018	2019	2020	2021
流動資產	162,546	213,566	271,531	319,221
非流動資產	439,895	365,072	358,922	421,123
資產總額	602,441	578,638	630,453	740,344
流動負債	217,389	219,613	249,572	265,811
非流動負債	244,668	187,815	173,563	217,477
負債總額	462,057	407,428	423,135	483,288
股本	142,039	150,000	168,600	200,000
資本公積	355	441	441	441
保留盈餘	(2,010)	20,769	38,277	56,615
權益總額	140,384	171,210	207,318	257,056
負債及權益總額	602,441	578,638	630,453	740,344

未來發展策略

- 以三大平台向外發展

安美得策略成長五關鍵

05 factor
費用成本的適當化



01 factor
持續不斷創新的產品



02 factor
價格的維持



04 factor
產品毛利的維持



03 factor
市場占有率的維持



安美得短、中、長期策略發展目標

安美得企業願景

成為傷口照護的領導者

	短期目標 before 2018	中期目標 2018 ~ 2023	長期目標 2024 ~ 2030
發展目標	高階敷料為主的生醫公司	傷口照護領域的最佳合作夥伴	外科系產品為主的 <u>醫療服務夥伴</u>
發展策略	- 以高階敷料為主軸，策略發展止痛及高階醫材領域。 - 整合急、慢性傷口所需之產品線，代理國內外傷口治療相關產品，滿足臨床所需。 - 嘗試創立醫療服務模式，開啟以自製敷料產品為主的銷售模式。	- 以傷口照護、無痛醫療、醫療器材支持等三大產品發展平台。 - 傷口照護平台：醫療服務模式啟動異業合作方案，增加服務項目。部份傷口照護之產品策略性的與經銷商合作。（國際大藥廠 co-brand） - 無痛醫療平台：以納疼解為核心，拓展麻醉及止痛相關產品。納疼解長效止痛啟動東協十國佈局。 - 醫療器材支持平台：經由代理、自行研發或技轉取得高階醫材，同時啟動以腹腔鏡手術為主的產品線規劃。	- 持續以無痛醫療及醫療器材支持平台之產品線，深耕於大外科，骨科，婦產科及麻醉科的領域。 - 透過技轉或自我學習強化高階醫材開發的能力。 - 建立海外產品代理及評估能力。 - 建立策略聯盟夥伴強化與醫院通路的聯結。 - 以 <u>licence in and out</u> 方式與國外通路公司進行策略聯盟。

新產品上市時程表



企業社會責任

永續發展

環境
永續



社會
參與



公司
治理



企業
承諾



安美得員工福利

- 我們視員工為最大的資產，一直秉持著「以人為本」的理念，營造一個可以滿足員工從最基本的生存需求到最高層次的自我實現的企業，認為「員工」是公司最重要的資產，也是共創價值的夥伴。

完善福利制度

- 獎金福利：生日禮金、三節獎金、績效獎金
- 保險福利：意外險、員工體檢、員工撫恤
- 餐飲福利：員工餐廳免費供餐(供應美味的午餐)、不定期餐敘、免費咖啡飲品
- 補助福利：員工結婚補助、員工生育補助、員工及眷屬喪葬補助、員工購物優惠、國內、外旅遊補助
- 其他福利：員工福利委員會、業務人員手機補助、員工旅遊、舒壓小棧
- 優於法規的休假制度：生日假、旅遊假、健檢假



健康職場-COVID-19防疫

- 分流上班、強化各項防疫措施的其他夥伴們，除依工作地點與班別做分流防護外，另設計消毒間、鞋底消毒區、手部消毒區、體溫量測站、與近距離接觸防護罩規範等，杜絕病毒的傳播。
- 為守護大家的飲食健康，疫情期間員工餐廳改提供營養美味的餐盒，為我們長期抗戰提供活力來源；另公司準備快篩試劑與定義快篩頻率，為促進所有同仁安心工作的環境而努力。



社會共榮

•傷口照護列車講座

安美得為了讓更多民眾了解到新式傷口照護之觀念，安美得每年於社區、學校、公司機關，皆會定期舉辦傷口照護講座，透過深入淺出的講演內容希望讓民眾了解新式傷口照護觀念重要性，至今已舉辦了16場教育講座及22場機關參訪安美得文化館活動。未來安美得更期望能一同與臨床醫護人員走入偏鄉，為偏鄉教育盡一份心力。



全聯善美生鮮-傷口照護講座



安美得文化館教育參訪



安美得走入校園衛教活動

•小愉兒社會福利基金會築夢箱

透過購買熊米屋餅乾，幫助他們小愉兒興建社區家園，這裡將是提供一個家，一份愛與包括的環境，藉由烘焙，園藝，餐飲等作業，讓心智障礙者得到日間照顧及支持服務。



•書寶二手書店

安美得利用舊書做公益，資源再利用、愛護地球。安美得透過書寶二手書店之合作將書況良好之書籍經由書寶判定，篩選認購可二次販售的書籍認購轉善款，將認購款捐予指定之公益單位。



人才培育與發展

• 人才發展目標

- 安美得自2008年成立以來，歷經艱辛的草創時期後，公司成長快速，隨之而來的，是越來越艱難的目標需要突破，而每一個階段的目標，都需要安美得夥伴們共同努力與實踐；為此，安美得的人才發育目標是「打造學習型組織」，以迎接未來各種挑戰。
- 安美得自2019年開始舉辦內訓課程以來，針對組織需求調整教育訓練發展重點，人才發展目標打造學習型組織，讓公司有更多能實現每一階段發展目標的人才。

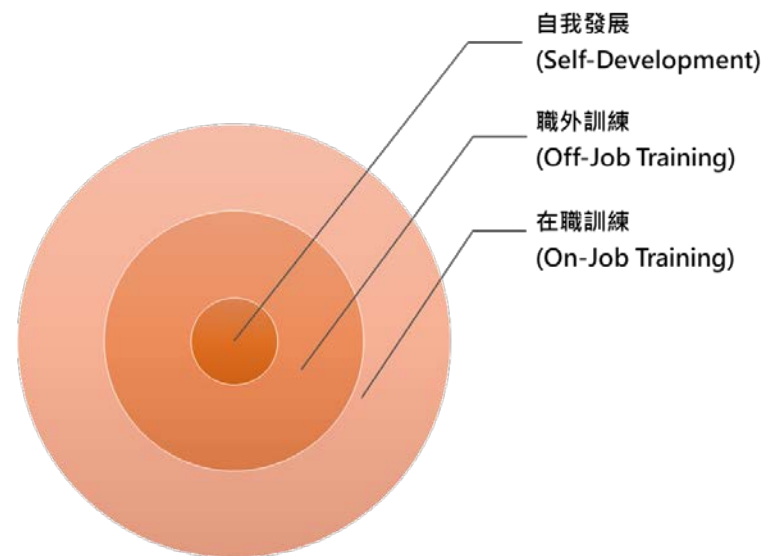
• 安美得訓練四階梯



• 安美得教育體系與藍圖

- 安美得的教育訓練體系分為：在職訓練(On-Job Training)、即部門別訓練，與職外訓練(Off-Job Training)、包含年度教育訓練課程(內部訓練、派外訓練)，以及自我發展(Self-Development)

• 安美得訓練圈



安美得的願景及使命

願景

成為傷口照護的領導者

使命

- 以創新科技，致力於發展高階醫材產品，提升急性傷口照護品質，成為外科傷口領域之品牌領導者。
- 以市場需求為導向，以高階醫材及疼痛麻醉藥品為本，成為大外科、婦產科及麻醉科醫師的最佳策略合作夥伴。
- 以創新傷口服務模式，提升傷口服務品質，成為傷口病患的第一選擇。

Q&A



Thanks for Your Attention