

醫療健康品牌創新 商業模式深耕計畫

領醫股份有限公司

創立日期 109年04月

負責人 謝炘廷

經營項目 醫療保健食品

創新動機

領醫希望透過本計畫實行，以數位健康溝通平台模式、結合線上的衛教講座，輔以線下的實體專業醫學展會與健康講座，打造健康產業專屬的 HCOMO(HealthCare Online Merge Offline) 創新商業模式深耕地方立足台灣，提供民眾正確的疾

病預防與健康促進觀念，針對不同族群提供量身訂製健康解決方案，將領醫豐富的產品組合與健康整合方案推廣出去，傳遞值得信賴的領醫品牌價值，打造生根新竹、立足台灣、拓銷亞太、放眼全球的國際化醫療健康領導品牌。



重點成果

本次所申請的深耕計畫，則是希望創造專屬於健康產業的 HCOMO (HealthCare Online Merge Offline) 商業模式，以目前台灣觸及率最高的數位健康溝通媒體群為平台，藉由採訪專業醫事人員主題式的衛教文章，策略性的鎖定與領醫產品有連結的健康資訊，定期地在網路新聞平台露出、結合線上的衛教講座，輔以線下的實體專業醫學展會與健康講座。以這種創新的商業模式經營大健康產業做品牌深耕計畫，提供民眾正確的疾病預防與健康促進觀念，連結到領醫產品的特色及優勢，傳遞在地專業品牌價值。

未來創新

除了與在地通路做異業結盟外，也獲外貿協會邀請前往泰國代表台灣健康產業參展，做到領醫醫療健康專業品牌的推廣。打造生根新竹、立足台灣、拓銷亞太、放眼全球的國際化醫療健康領導品牌。

量化效益

- + 增加產值 4,292 仟元
- + 產出新產品或服務共 13 項
- + 衍生商品或服務數共 3 項
- + 額外投入研發費用 797 仟元
- + 促成投資額 2,000 仟元