



醫療照護生態的趨勢與革新

生醫產業商業結構的重塑





# 摘要

## 如何應對科技與環境帶來的產業變革？

近年來受到技術進步、科學突破、人口結構變化以及經濟壓力的驅動，健康醫療領域和生技製藥產業正在經歷一場結構性的轉型。隨著這些力量改變形勢，健康醫療、生技製藥、技術和零售等相關產業正融合成一個醫療照護生態(LIFEcare)。醫療照護生態將預防、生活方式優化、診斷、個性化治療和照護銜接到日常生活中，醫療生態逐漸從被動的疾病照護轉移到主動的健康照護，使得人們更加注重預防、生活方式優化和整體福祉。

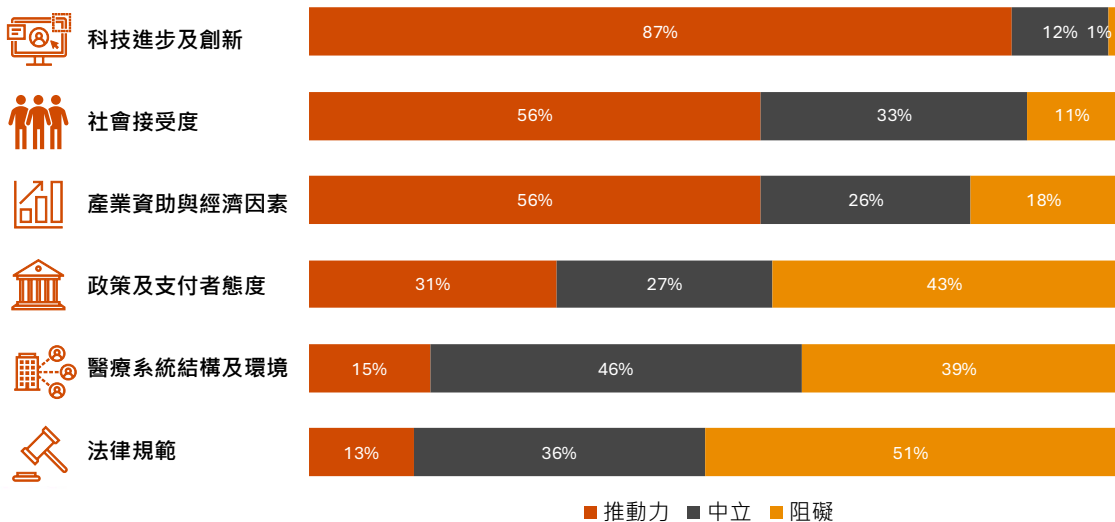
通過深入研究產業領袖和消費者的觀點，PwC對這些變化有更進一步的理解與觀點。此報告中蒐集自製藥業一百多位高層管理人員的意見，以及在美國、英國和德國三大市場中，共2500名受訪者的意見調查。數據顯示市場中每人每月在預防花費的中位數已達240美元。此外受到長期對健康生活的期望以及希望提升健康與保健服務可近性的驅動，美國和歐洲的市場願意在健康照護產品上額外花費6900億美元。

PwC也發現不同治療領域中在醫療照護生態的發展與成熟度也不盡相同，顯示策略精準化的必要性。PwC會建議生技製藥公司無論是在企業層面還是在治療領域層面都必須重新思考其商業和運營模式，以維持自身競爭力並促進創新發展。

## 醫療照護生態(LIFECare)的推動力與阻礙

醫療照護生態整合了傳統疾病治療與數據驅動的預防措施，創造了一種全面且以人為本的健康方式。未來的健康不再是在疾病發生後才進行治療，而是轉向支持個人終生的主動、持續性照護轉型。根據調查結果，雖然以往的研究預測醫療照護生態將在2035年全面運行，但發展速度可能更快(35%的高管預計2030年就能採用)。這一預期時間表的改變反映了某些技術的日益普及，如遠程病人監測、遠程醫療諮詢和AI驅動的藥物開發。調查認為，該產業的發展與阻礙主要來自6大領域，分別為科技、社會、經濟、政治、環境、及法律規範，其中以科技的革新為主要的加速推動因素，其次為社會對與產業的態度以及經濟因素，而法律規範、政策導向、及產業環境則成為最大的阻礙。

### 醫療照護生態的推動力與阻礙



Strategy& analysis; <https://www.strategyand.pwc.com/de/en/industries/pharma-life-sciences/future-of-health.html>

## 醫療照護生態的推動力

### ■ 科技

調查顯示，有高達**87%**的高階管理人員認為技術創新將為醫療照護的生態提供強大的推動力。人工智慧的快速進步，尤其在於健康預測分析、自動化診斷和個性化治療計劃方面，都正在重塑健康醫療。這些已存在的創新使得市場將在未來採用更為主動、數據驅動的方式來預防及應對健康問題。

在製藥領域當中，**AI**驅動的藥物發現正在革新標靶識別和化合物開發，具有顯著縮短研究時間和成本的潛力。機器學習模型有能力分析大量生物數據，並以前所未有的精確度發現新藥物標靶、優化分子結構並預測潛在副作用。

創新的核心在於數據的可用性及可近性，數據集不僅推動個性化醫療，而且能通過判定患者群體和預測治療反應，提高臨床試驗的效率。根據調查，近**70%**的受訪者可以接觸到生活方式數據和進階健康指標，如代謝和心電圖（**ECG**）數據。值得注意的是，超過**40%**的受訪者（跨所有年齡段）擁有高度複雜的數據集，包括基因組定序和蛋白質組學（**Proteome**）數據。這反映出專門服務供應商的興起，這些供應商可以幫助消費者追蹤家族史和遺傳性疾病。生技製藥公司更可以利用這些結果開發針對性的療法和精準治療，創造有別於傳統的差異。由**AI**驅動發現的生物標記也在促進伴隨診斷的開發，確保治療在正確的時間到達正確的患者。

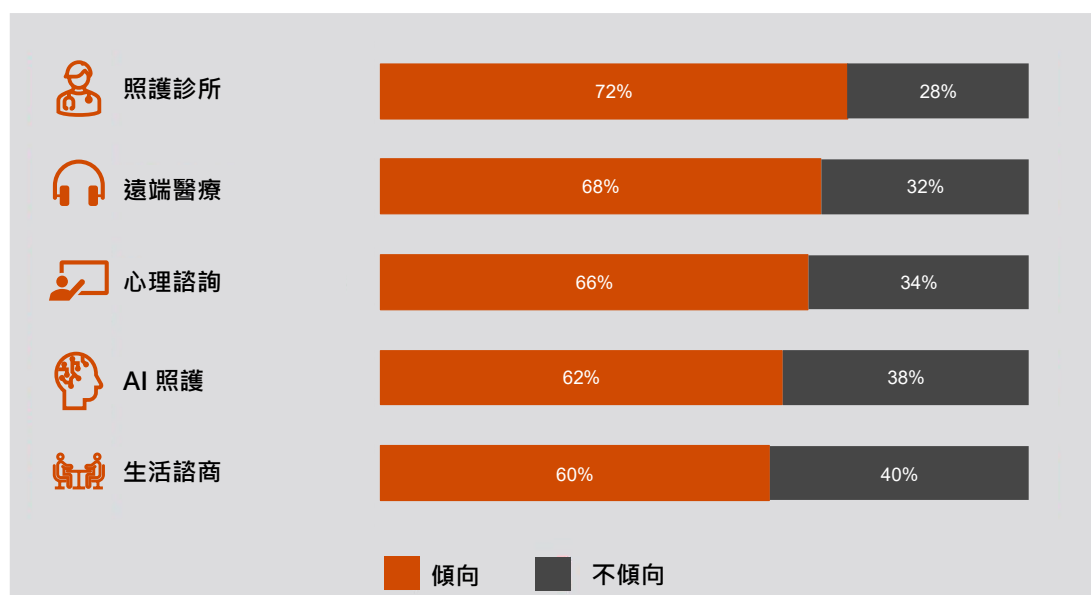
然而，共享健康數據的意願差異顯著。生活方式和代謝數據較易分享，而由於隱私及道德考量，更複雜和敏感的數據集（如蛋白質組和基因組數據）將面臨更大阻力。隨著生技製藥公司嘗試藉此機遇進行藥物開發和患者互動，數據管理框架、透明的價值交

換、及建立信任將是關鍵。顯著的是，美國受訪者在數據可用性和分享意願方面均處於領先地位（42%的公民有數據可用且願意分享），呈現出對於不同數據類型最開放的態度。緊隨其後的是英國（37%），而德國消費者則最謹慎，數據分享意願最低（22%）。這一差異突顯了在不同市場中增強消費者信任、數據隱私和監管框架所需的量身定制策略。

## ■ 社會接受度

有超過半數的受訪管理人員（56%）認為社會的開放態度將幫助加速醫療照護生態的發展。人們整體而言對新的健康醫療解決方案的接受度相當高。人口調查顯示大多數受訪者表示即使沒有保險給付，他們仍傾向接受新方案。然而在不同國家、年齡群體和提供的解決方案類型對於採用的意願各異。

### 人們對於沒有保險給付的健康醫療項目傾向意願



Strategy& analysis; <https://www.strategyand.pwc.com/de/en/industries/pharma-life-sciences/future-of-health.html>

從區域差異來看，美國對新健康醫療產品的接受度最高，其採用率比其他國家更強。同時，養生診所在跨國家的45-54歲年齡組特別受到重視，尤其是在有保險覆蓋的情況下。而這可能反映了中年階層在心理和身體上的日益增加的需求。對於55-65歲年齡組而言，遠程醫療是首要任務，這可能是由於他們對於行動力的關注。

人口調查的受訪者也顯示出人們對於強化身體素質的興趣增加。超過50%的受訪者對諸如24/7身體追蹤器、機器人義肢和基因改造等創新表現出興趣。這一發展突顯了社會在接受尖端技術驅動醫療解決方案方面的顯著轉變。

## ■ 產業的資助及經濟因素

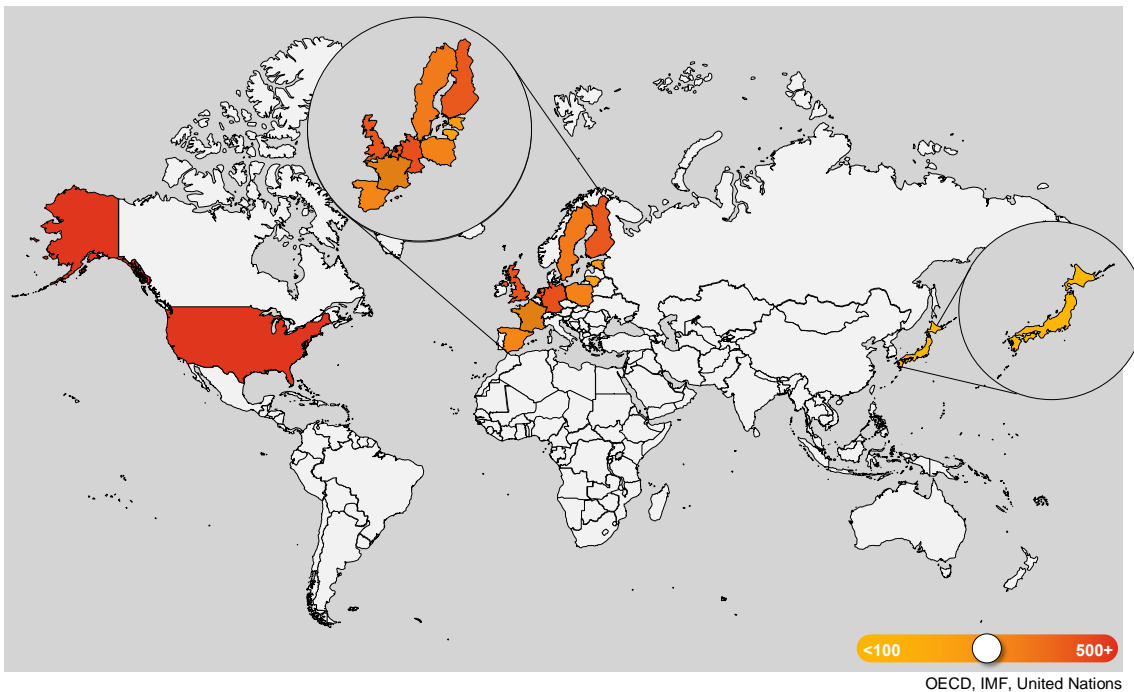
過半數高階管理人員（56%）認為經濟因素將加速醫療照護生態的發展。各國在預防性照護方面的投資差異顯著，且無論在絕對值上或是在人均基礎上都存在相當大的差異。

根據2022年OECD、IMF和UN的數據分析，美國在人均預防花費方面領先，達到640美元，反映出其對預防基礎設施的強烈意願。其次是德國（花費為485美元），英國則為395美元。相比之下，日本的人均花費遠低於此，僅為135美元，突顯出其在預防投資方面的潛在不足。儘管日本在預防照護上的花費相對較低，但日本的高壽命歸因於多種因素，包括健康的飲食、積極的生活方式和較低的肥胖率。日本的經驗強調，儘管在預防上的財務投資很重要，但更廣泛的社會和生活方式因素在整體健康結果中可能發揮同等重要甚至更重大的作用。

## 對生技製藥公司的建議

- 採用人工智慧和先進的健康數據分析來提升藥物發現、健康預測和個性化治療，同時確保消費者和患者的隱私。
- 制定個別化精準策略，應對消費者在分享健康數據和投資新的健康醫療產品方面的不同意願，從而在新興的健康解決方案中建立信任和互動。
- 理解不同地區、治療領域和人口統計的差異，以制定投資和市場進入策略，特別是在導航當地報銷流程及與法規和客戶期望對齊時。

## 人均疾病預防花費



## 產業的阻礙因素

### ■ 法律規範

有51%高階管理人員認為法規減緩了醫療照護生態的採用速度。歐洲製藥工業協會聯合會 (EFPIA) 也呼籲並倡議一項簡化及現代化法規的策略，特別是涉及人工智慧等關鍵技術。EFPIA指出，雖然歐盟在歷史上一直是法規的領導者，但放緩的採納速度可能抑制創新。另一方面，在一些西方國家過於迅速的放鬆管制可能造成不穩定和不確定性，突顯平衡的重要。

### ■ 政策及支付者態度

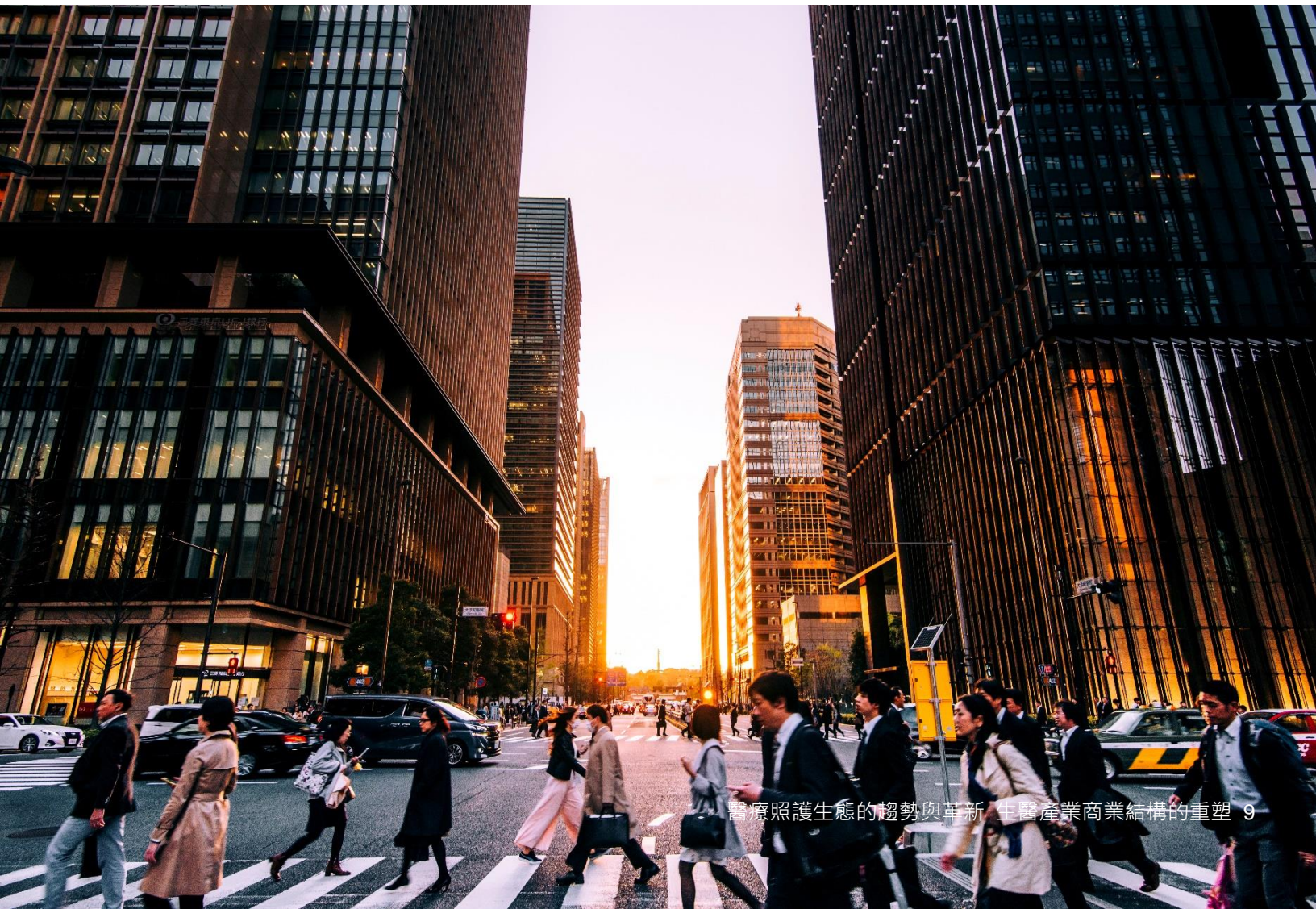
根據43%的高階管理人員敘述，目前政策和政治態度，尤其來自支付者，有阻礙進展的世態。然而德國的DiGA (Digitale Gesundheitsanwendungen) 提供了一項政治意志促進顯著進步的案例。德國數字健康法 (DVG) 允許基於處方的數位健康應用獲得法定健康保險的報銷，並通過消除創新的障礙並確保患者接觸到臨床驗證的解決方案，此倡議展示了政策在推動轉向數位療法方面的潛力。

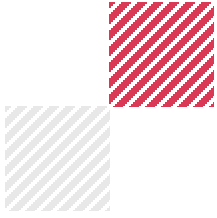
### ■ 醫療系統結構及環境

有三分之一左右 (39%) 的高階管理人員認為，醫療系統結構和環境是全面實現醫療照護模式的主要障礙。儘管全民接入和公共健康政策可能促進更為主動的健康方法，但目前的財務和運營模式仍集中在反應性醫療上。實際上大多數法定健康保險很少為與預防相關的服務報銷，甚至不報銷。此外，對這些系統的財務壓力增加進一步延遲了向預防導向的醫療模式轉變。結構改革、價值導向的照護模式和數字創新將成為此一必要轉型的決定步驟。

## 生技製藥產業的應對

- 生技製藥產業應與政策制定者合作，制定加強更全面醫療照護方法的指導方針，確保這些原則導入到國家的健康醫療戰略和資金優先事項中。
- 生技製藥公司必須掌握不斷演變的臨床試驗法規，利用法規沙盒、實際世界證據(RWE Real-World Evidence)框架和AI驅動的法規途徑，更高效的驗證預防和個性化治療。
- 製藥業應與支付者合作，將預防納入報銷模型，倡導適應性路徑和早期介入計劃，以支持長期健康醫療投資成本效益。





# 醫療照護生態

## 個別治療領域的結構與發展

醫療照護生態的目標係提供跨所有治療領域的整合且無縫的醫療照護方式，然而針對不同的治療領域，高階主管預期在健康照護(Well Care)及疾病照護(Disease Care)會有不同程度的採用範疇。在適合健康照護的治療領域，由於許多健康狀況可通過行為、環境或生活方式的干預來預防，對於疾病照護的需求將會下降。舉例而言，調查中有55%的高階管理人員認為心血管疾病(CVDs)適合納入健康照護方式。人口調查的結果與其一致，該調查將CVD列為日常預防工作的首要任務，其中風險因素包括高血壓、高膽固醇、肥胖、吸煙和身體活動不足，而這些將提供預防、早期檢測和干預重要機會。另外，也有四分之一的調查受訪者將代謝疾病視為其日常預防計劃的重點，而通常使用GLP-1療法等干預措施來有效管理風險因素。

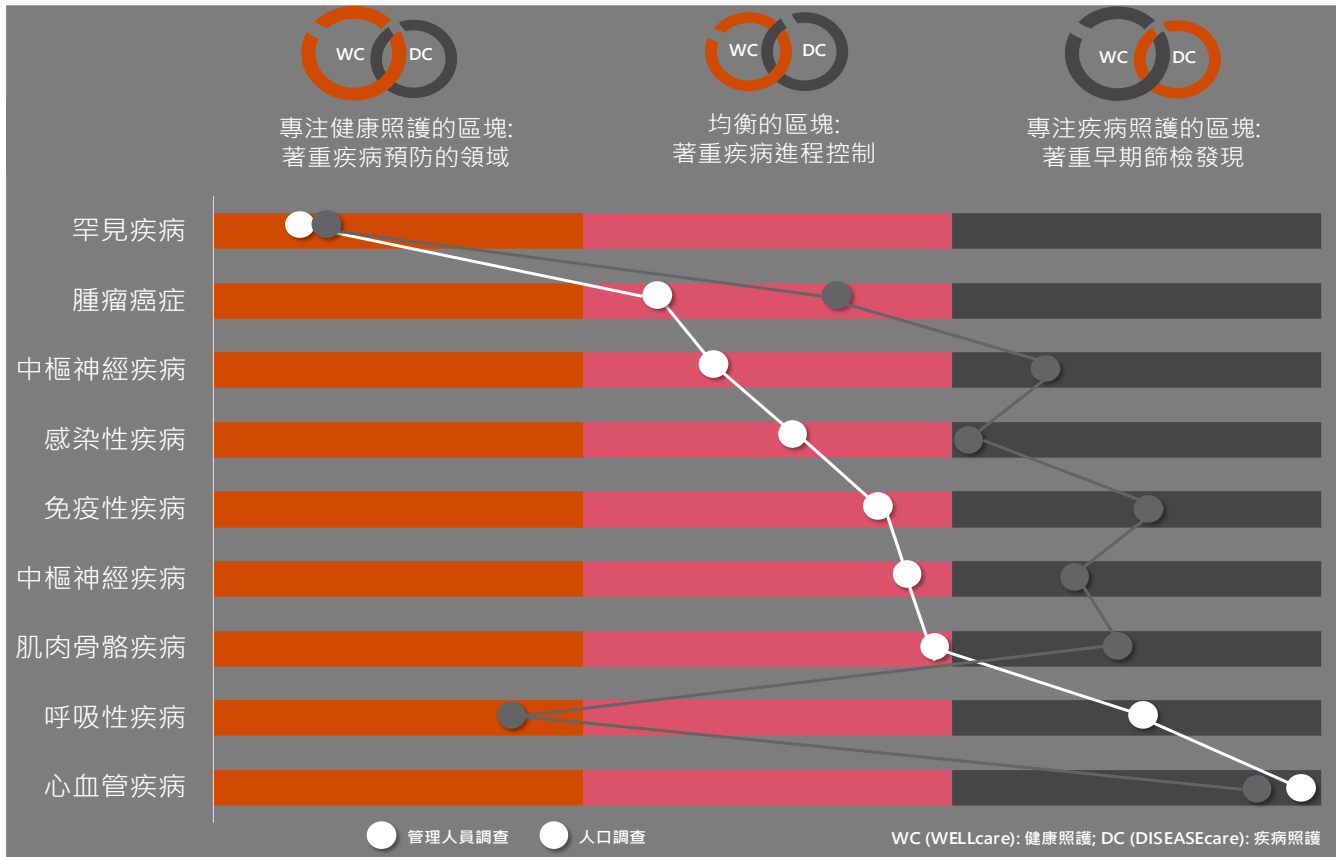
一些治療領域需要更均衡的方法。高階管理人員將肌肉骨骼病和呼吸性疾病分類為介於健康照護和疾病照護之間的領域。雖然如活動不足、吸煙和污染等可修改的風險因素為預防和早期介入創造了機會，但有效治療仍至關重要。治療和康復的進步繼續改善結果，突顯結合預防、早期診斷和治療的重要性。

在更專注於疾病照護的治療領域中，由於預防影響有限，例如風險因素不得修改的遺傳疾病，所以重點將仍然放在早期診斷和治療上。

然而對於腫瘤學的看法，高階管理人員和公眾的觀點出現明顯的分歧。雖然管理人員主要將腫瘤學視為以疾病照護為主，消費者

將癌症視為他們預防的首要任務。總體而言這種差距強調了對於全方位、基於生命周期方法的增長需求。

### 醫療照護與治療領域發展圖



Strategy& analysis; <https://www.strategyand.pwc.com/de/en/industries/pharma-life-sciences/future-of-health.html>

### 橋接健康照護及疾病照護：商業模式新機遇

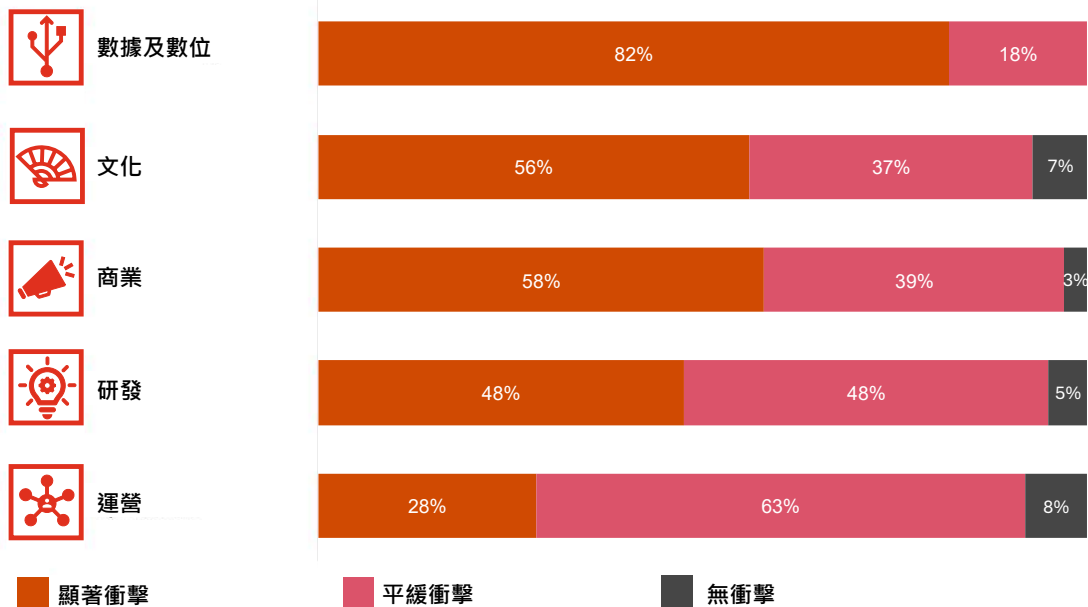
醫療照護生態的全面採用將改變生技製藥產業，突破傳統的治療型模式。根據針對高階主管的調查，此項發展預計會在健康照護(Well Care)及整合型治療不足的領域中創造新的商業模式機會，且消費者品牌認知度的重要性有上升的趨勢。雖然高階主管預測專注於健康照護(Well Care)的治療機制中收入可能會下降，但GLP-1療法的成功突顯出將傳統的疾病管理與預防型健康照護(Well Care)策略相結合所帶來的巨大財務機會。

為了順應其局勢的轉變，將建議BioPharma調整其策略以採用雙重方法開發全新模型，同時針對疾病照護 (DISEASEcare) 及健康照護 (WELLcare)的模式。

## 生技製藥公司是否準備好迎接轉型 應對市場變革

高階管理人員認為生技製藥產業尚未完全準備好迎接醫療照護生態。在製藥價值鏈中，各利益相關者強調當前能力與未來成功所需能力之間存在顯著差距。大多數高管預計商業模型、組織文化以及數位解決方案將發生重大變革。值得注意的是，82%的人將數據和數位化確定為生物製藥價值鏈和運營模型的關鍵變革領域。同時，58%的人指出商業變革是轉向醫療照護的重大挑戰之一。這些變化可能包括患者參與的變化（如加強患者意見、患者直接參與而非僅透過醫療專業人士）、市場准入的改變（例如生物相似藥和仿製藥的流行增加、實際世界證據以及如歐盟健康技術評估等監管改革）、以及新收入模型的出現。

### 價值鏈的衝擊



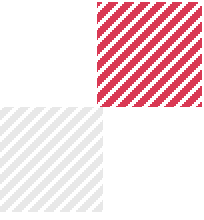
Strategy & analysis; <https://www.strategyand.pwc.com/de/en/industries/pharma-life-sciences/future-of-health.html>

## 最顯著的變革—數據和數位化

數據和數位技術正在徹底改變製藥行業，例如通過大數據分析加速藥物發現和優化臨床試驗。這些工具促使個性化治療的實現，並通過可穿戴設備和遠程醫療等數字健康解決方案增強患者參與。隨著運營變得更加高效並最終完全數位化，照護邊界的擴展將使生技製藥公司面臨日益增長的創新壓力，以迅速適應這個快速變化的環境。因此，數據和數位化將成為醫療照護生態出現的最重要催化劑。

## 最平緩的變革—運營

雖然高級管理人員普遍預期運營受衝擊的影響最小，但PwC認為這種觀點忽視了重要的機會。運營對於在快速變化的環境中維持效率、降低成本和符合監管要求至關重要。生技製藥供應系統的參與者必須重新塑造企業本身，仔細評估其能力、布局和創造可持續增長與彈性的能力（例如，確保能力與可容納不斷變化的需求匹配，如從注射器到口服的GLP-1轉換需求）。通過採用先進技術和重新思考供應鏈策略，這些參與者可以鞏固其競爭優勢，更有效地應對新興挑戰。對企業而言，若要保持成功、在不斷發展的醫療照護生態中維持適應能力並抓住運營中新的投資機會，運營模式的重塑至關重要。



# 生技製藥價值創建與商業模式轉變

醫療照護(LIFECare)的演變將創造大量新市場機會。依據人口調查顯示，美國、英國和德國的每人每月健康花費撇除保險費用平均花費240美元，內容涵蓋醫療照護、心理健康、身體活動、營養、健康篩檢和數位健康工具。

調查發現消費者非常願意投資在個人健康上，僅歐美目前未開發的市場潛力就估計每年達到6900億美元。而消費者將尋求更長久、更健康的生活以及更好的健康醫療接觸機會來作為其投資的回報。這為生技製藥公司和醫療生態中的其他參與者提供了重新定義其未來角色的重大機會。

儘管開設健身工作室或銷售冥想應用程式不屬於生技製藥的運營模式，但是LIFECare市場的快速擴張不容小覷。隨著消費者更加主動地以預防、長壽和健康為管理健康的優先事項，生技製藥產業的角色必須有所突破。持續保持與市場的連動，擴張治療疾病之外的市場才是應對市場重新定義健康觀點的對策。

生技製藥產業必須大膽突破方能瓜分這個未開發市場的佔額，且須重新定義發展方針，擴展其影響範圍，並在傳統收入池之外追求創新。這一轉型需要創新的商業模式、與更廣泛的利益相關者群體的互動，以及新的價值創造方法。即使目前仍集中於疾病照護的治療領域，生技製藥公司仍需有意義地參與健康照護周期，以支持患者在治療前、治療中和治療後的全過程。為助力從醫療照護的轉型，PwC整理了一則BBB的框架以挑明方向，分別是**前瞻視野(Bolder Vision)**、**廣泛接觸(Broader Reach)**、以及**優勢價值(Better Value)**。

## 前瞻視野：製藥行業的未來角色

生技製藥公司首先必須為其核心治療領域建立一個清晰的未來走向。傳統模式中，生技製藥產業的角色僅在診斷之後開始，而該角色必須向上擴展至涵蓋預防、早期干預和整體健康。以阿茲海默症為例，目前生技製藥公司主要關注在症狀出現後減緩認知衰退的治療上，但若公司將其角色擴展至包括AI驅動的認知評估、生活方式干預計劃和數位療法，進而延緩疾病發生，或許是未來方向。通過採用更前沿的展望，製藥行業可以重新定義其價值主張，不僅作為藥物供應商，更成為健康和長壽領域的領導者。

這種醫療照護的轉型也需要重新審視競爭格局。雖然傳統競爭者仍將存在，但新的參與者，如數位健康新創公司、長壽診所和AI驅動的健康平台也在塑造醫療照護的生態。為了保持競爭優勢，製藥產業必須明確其策略，並考慮如何在市場中與眾不同。

## 廣泛接觸：重新定義LIFecare經濟的市場進入策略

舊時代製藥產業的重點集中在患者、健康醫療提供者和支付者。然而，LIFecare經濟正在納入新的利益相關者，從企業健康計劃和零售藥局到數位健康平台和預防診所。如Ezra這類提供全身MRI掃描用於早期疾病檢測，以及Neko Health以提供AI驅動的預防健康評估的企業，都展示了技術如何改變主動健康照護的提供。為了維持增長和創新，生技製藥公司必須制定市場進入策略（GTM, Go-To-Market），以接觸這些新興的客戶群體。Lilly Direct和PfizerForAll等平台例證了生技製藥產業如何調整其市場進入策略，讓患者可直接在家中收到藥物，繞過典型的接觸屏障。隨著健康醫療越來越受到消費者需求的影響，這類簡化模式在行業的未來中將發揮關鍵作用。因此，各公司需要更加主動地讓個人參與健康管理，而不僅是傳統的供給需求關係。然而此類DTC (Direct-to-Customer)模式的實施和可擴展性可能會根據不同國家的監管系統和健康醫療系統而有所不同。

此外，生技製藥公司也須擴展其目前的運營領域，與零售、汽車、科技以及監管者等其他行業和參與者建立聯繫，並提出關鍵的轉折問題，方能在新領域中佔有一席之地。

### **優勢價值：重新思考收入模型**

若希望成功立足LIFecare市場，生技製藥公司必須轉變收益模型，開創給付系統市場以外的收入外以創造新的價值。傳統模型中，收入依賴於疾病照護系統內的報銷給付治療，這將限制LIFecare經濟的擴展能力。新穎的收入模型可如下開發：

#### **■ 訂閱制模型**

利用訂閱式的健康解決方案，創造可持續性的收入流、吸引新的客源，從而創造提供藥物以外的收入

#### **■ 成果驅動之收益模型**

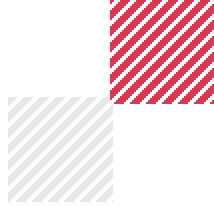
以激勵與預防的長期健康結果論產生實際證據(Real-World Evidence)，並促進與健康醫療保險等利益相關企業的合作

#### **■ AI驅動的數位健康平台**

提供個人化的LIFecare干預，強化與支付者和醫療供應者的現有關係，同時促進與數位健康公司等新合作關係

生技製藥公司需要改變一次性解決方案的銷售並轉向專注於價值的長期思維，便可在LIFecare市場機會中獲利，並改善患者健康結果。





## 趨勢展望

生技製藥產業外的大多數產業均已利用個性化、數位化的解決方案經歷了重大變革。通訊產業中智能手機不僅取消傳統按鍵模式，更整合多元功能徹底改變手機市場；金融科技公司則通過數字優先解決方案改變了傳統銀行業務，而加密貨幣則引領了新的貨幣和投資形式。又例如全球電子商務公司通過整合平台重塑了消費者購物習慣，個性化推薦顛覆了傳統零售行業。

生技製藥產業雖然在個人化醫療及可穿戴健康監測設備上有顯著進展，但發展重心仍集中於傳統疾病照護的治療研發，而未產生顛覆性變革。生技製藥產業的未來應著重發展下列五大項，並且確保企業有屬於自己的獨特市場動態、市場特徵、及戰略發展。



強化合作關係並且進行跨行業合作，推動創新和增長



進行全面性產品分析，評估治療領域是否在未來具有保障



審視並且優化營運模型，提高效率及適應能力



評估並調整內部整合能力，確保滿足市場變化



強化數據可用性，利用數據分析分析市場需求

Strategy & analysis; <https://www.strategyand.pwc.com/de/en/industries/pharma-life-sciences/future-of-health.html>

**獨特市場動態：**健康照護(WELLcare)和疾病照護(DISEASEcare)在不同的條件下運行，具備不同的目標人群、監管環境、收入模型和創新催化劑。因此，健康醫療利益相關者需要在決策、行銷和技術等方面採取量身定制的方式。

**市場特徵：**預期健康照護(WELLcare)市場將作為高容量、低利潤的行業運作，秘密性的限制較少。相比之下，疾病照護(DISEASEcare)將逐漸成為小眾領域，服務於不斷變化的患者群體，受限於更嚴格的監管，但享有較高的利潤率。

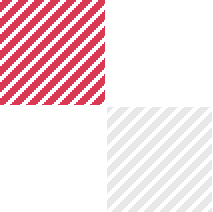
**生技製藥公司戰略重要性：**為維持主導市場地位，生技製藥公司必須在WELLcare與DISEASEcare兩者之間參與，因為它們變得越來越相互連接。這一整合使公司能提供全面解決方案，以結合患者數據、生活方式干預和藥物進行跨醫療照護的一站式運作模式，而不僅僅是傳統的患者照護。



## 總結

健康的概念日新月異，消費者的期待也正在重塑，從疾病治療到終身健康照護的進程已經開始。生技製藥行業須突破傳統角色定位並積極參與重新塑造健康的未來。隨著健康醫療的範疇超越醫院和診所，多樣化的生態正在產生。從生技製藥和醫療科技到智能家居設備、保險公司、零售商以及娛樂平台，種種皆在重新定義我們對健康和福祉的認識。圍繞數位技術整合，保護患者數據，並將監管與創新對齊以支持預防、早期診斷和個性化照護的關鍵問題不斷浮現。轉變並非一蹴可幾，然而時刻都是轉變的良機。具備前瞻性觀點、廣泛接觸、以及創造其優勢價值將會是領導新時代的必備特質。新時代的成功不僅以治療疾病為衡量標準，更以促進預防、健康和長壽為標誌。如次一來便能打造一個更多人能夠享有更健康、更充實生活的世界。





---

# 台灣觀點

## 新的健康產業正在形成，如何順應趨勢佔有一席之地？

隨著健康概念的迅速演變醫療照護生態也蓬勃發展，生技製藥行業必須突破傳統定位，積極延伸角色擴及性。台灣擁有強大的數據庫及數據管理能力，應以多加利用，結合其完善的醫療系統及高普及率，提供整合式服務。台灣在治療領域已經取得不俗的成績，若能進一步提升早期篩檢能力，並結合人工智慧及數據分析，將是獨具前景的發展方向。

台灣在臨床試驗方面也正在積極拓展。在舊時代的健康醫療產業中，台灣在全球醫療藥物研發領域多扮演追趕者角色，若能因應新潮流的根本性翻轉，將有機會在轉型中實現彎道超車。台灣企業應積極調整策略，加強與科技業的跨領域合作，特別是在數位技術與全球夥伴的協作，創造醫療科技雙賽道，確保在國際競爭中優勢地位。

同時，政府和企業的協力合作將為台灣的醫療產業注入新活力，推動未來的持續成長。在產業轉型的背景下許多法規監管尚不明朗，企業需要展現靈活性，適應急速變化的市場環境，並積極參與法規制定的過程以確保政策的合理性和可操作性。透過緊密合作，台灣不僅能在全球市場中提升其醫藥產業的影響力，還可以成為健康照護領域的引領者。

## 資誠 PwC Taiwan 生醫產業團隊



**周筱姿 Zoe Chou**

資誠生醫產業主持會計師

指導完成多個健康領域大型產業趨勢研究調查，輔導多家生技、長照等新興科技公司創設至國際佈局與上市櫃

[zoe.chou@pwc.com](mailto:zoe.chou@pwc.com)



**游淑芬 Jasmine Yu**

資誠生醫產業主持會計師

輔導多家生技醫療與新興科技產業公司上市櫃。專長於生技製藥、再生醫療、CDMO與數位醫療領域企業

[jasmine.yu@pwc.com](mailto:jasmine.yu@pwc.com)



**黃珮娟 Pei-Chuan Huang**

資誠生技新藥、製藥與CDMO產業負責人

輔導多家生醫產業公司上市櫃，專長於新藥、再生醫療與數位醫療領域企業

[pei-chuan.huang@pwc.com](mailto:pei-chuan.huang@pwc.com)



**林冠宏 Kuan-Hung Lin**

資誠創新與AI智慧醫材產業負責人

輔導多家創新醫材公司上市櫃；專長為創新科技醫療器材公司之公開發行、市場准入、永續成長策略。

[kuan-hung.lin@pwc.com](mailto:kuan-hung.lin@pwc.com)



**顏裕芳 Yu-Fun Yen**

資誠生醫新創與國際鏈結負責人

專精於生醫新創企業股權規劃及財務健檢；輔導多家生技醫療企業公開發行及上市櫃並負責多家新藥開發、CDMO 與再生醫療領域企業之簽證服務

[yu-fun.yen@pwc.com](mailto:yu-fun.yen@pwc.com)



**吳偉豪 Kenny Wu**

資誠高齡與醫療照顧產業負責人

輔導精準照顧及生技產業公司上市櫃。專長於長期照護、醫療器材及設備等企業

[kenny.wu@pwc.com](mailto:kenny.wu@pwc.com)



**楊蕙慈 Lea Yang**

資誠高齡與醫療照顧產業協同負責人

專長公開發行及上市櫃之規劃與輔導，為多家新藥及CDMO 公司提供財務、會計及內部控制制度規劃與諮詢服務。

[lea.yang@pwc.com](mailto:lea.yang@pwc.com)

**劉士璋 William Liu**

資誠生醫服務組副總經理

[william.s.liu@pwc.com](mailto:william.s.liu@pwc.com)

**楊奕 Joey Yang**

資誠生醫服務組 組長

[joey.yi.yang@pwc.com](mailto:joey.yi.yang@pwc.com)

**朱宇新 Jerry Chu**

資誠生醫服務組 研究員

[jerry.y.chu@pwc.com](mailto:jerry.y.chu@pwc.com)

# 關於本報告

資誠《醫療照護生態的趨勢與革新 生醫產業商業結構的重塑》，彙整資誠全球聯盟組織（PwC Global Network）對於全球生技醫療產業發展趨勢見解，由資誠彙整資訊編撰而成。

資誠生醫透視提供全球生技新知，分析產業發展趨勢，不但分享PwC全球資料庫中關於生技醫療產業之資訊，更分析國內產業優勢，協助客戶掌握市場先機及發展競爭策略。期望透過定期資訊分享，陪伴各位產業先進開發創新技術，精進產品服務，並邁向全球市場。

本報告僅提供參考使用，非屬資誠對相關特定議題表示的意見，閱讀者不得據以作為任何決策之依據，亦不得援引作為任何權利或利益之主張。若您有相關服務需求，歡迎與我們聯繫。

若您欲瞭解更多資誠生醫產業相關資訊：

請造訪我們的網頁

訂閱資誠生醫電子報

