

SupplySide Global 2026

臺灣中醫藥形象館徵展報名說明會



台灣經濟研究院研究所

計畫主持人：余祁暉 副所長

協同主持人：楊玉婷 專案經理

團隊成員：林彥宏 副組長、陳奕安 助理研究員、姜慧專員



簡報大綱



01

參展目標
及效益

02

SupplySide
Global

03

臺灣中醫藥
形象館攤位
規劃

04

參展報名
辦法說明

05

Q&A



01

參展目標及效益



研究主旨

隨著全球對於傳統醫藥之需求日益提高，預估至116年全球中草藥市場年複合成長率（CAGR）達6.8%。面對當前國內外傳統醫藥產業的蓬勃發展，研析我國中藥佈局國際之策略，輔導廠商開拓海外新市場，減少對我國單一內需市場依賴性，為中醫藥司施政重點之一。



研究目標

於本計畫將結合多元管道加強行銷中藥產業，邀集我國中藥相關廠商組團，參與國際傳統醫藥展覽會或產業媒合會，並參訪及拜會當地傳統醫藥管理單位或學術機構，協助我國中藥產業拓展新市場，建立國際網絡關係，加速中藥產業多元發展。



01 114年參展成果

參展及商談活動

臺灣中醫藥形象館



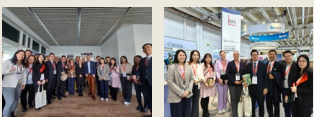
■ 臺德製藥產業商談交流會：法蘭克福投資促進會Bertram Roth副主席表示對臺灣中藥產品在德國發展潛力的肯定。

■ BPI德國製藥協會商談會

■ 業者1對1商談會（促成與巴西、義大利、瑞士客戶1對1商談）

臺德製藥產業商談交流會 &

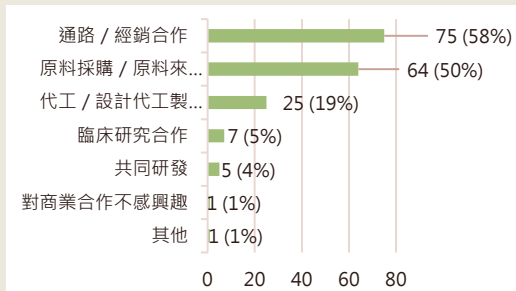
BPI德國製藥協會商談會



訪客合作意願/媒合追蹤報告

訪客合作意願調查

國外潛在客戶期望合作方式

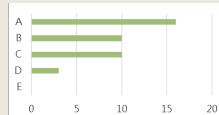


■ 根據129位受調國外潛在客戶的來訪問卷統計結果，合作形式以「通路 / 經銷合作」最高，58%的訪客表示有興趣。其次為「原料採購 / 原料來源合作」占50%。排名第3的合作方式為「代工 / 設計代工製造 (OEM、ODM)」，有19%的訪客表示有意願尋求此一合作模式。

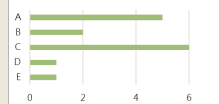
■ 六成的國外潛在客戶表示「有意願」來臺參訪(62%)

媒合追蹤報告

潛在客戶後續追蹤家數



對潛在客戶可能銷售產品種類數量



■ 對於潛在客戶可能銷售產品種類：1-6件

■ 產品種類：外用油膏、草本藥貼布、草本茶包、膠囊保健品、萃取原料、單方濃縮顆粒劑等。

■ 參展廠商5家業者中有2家已有確認合作對象（合作意向書 / 委託代工、行銷通路）。

國際媒體曝光

CPHI媒體採訪會 The Newsbeat Stage



展會前中後新聞稿



媒體訪問



Taiwan talks evidence-driven TCM at CPHI Frankfurt
Scientific and commercial opportunity for pharma companies looking to source, co-develop and manufacture traditional Chinese medicine (TCM).

01 展會相關作業及參展效益

🔥 專家聚焦 × 精準選展決策

- ✓ 掃描國際市場
- ✓ 盤點全球展會
- ✓ 評估市場與商機潛力
- ✓ 專家鎖定重點展會：SupplySide Global

政府支援 × 降低參展門檻

- ✓ 免負擔形象館攤位費用
- ✓ 報名作業統籌
- ✓ 行前說明與資料準備
- ✓ 展場行政與現場支援

展會效益 × 形象與商機整合

- ✓ 建立臺灣中醫藥形象館整合展出
- ✓ 進駐優選特區 (Premium Engagement Pavilion)
- ✓ 現場商機媒合洽談，鏈結國際買主
- ✓ 串聯品牌商與產業合作網絡
- ✓ 拜會當地機構，拓展交流合作管道

國際行銷 × 延伸曝光效益

- ✓ 國際新聞稿
- ✓ 展會整體宣傳
- ✓ 形象影片曝光
- ✓ 平面與數位素材推廣

02

SupplySide Global



02 參展地區分析-市場選擇

經濟發展程度

傳統醫學市場

中藥產品潛力

潛在市場		名目GDP ¹ (Billion USD)	人口 ² (人)	傳統醫學 ³ (Million USD)	華人人口 (人)
亞洲	日本	4,027	123,975,371	1,827	943,433
	韓國	1,875	51,751,065	8,040	958,960
歐洲		16,485	351,161,936	65,740	2,500,000
北美		31,003	381,464,223	54,139	7,458,000

說明：¹GDP及人口為2024年統計值。³日本漢方醫學產業涵蓋漢方生藥及製劑，為2023年統計值；韓國韓方醫學產業涵蓋韓方醫藥相關產業，亦含化妝品、飲品，為2023年統計值；歐洲及北美傳統醫學產業範圍涵蓋草藥、順勢療法、按摩療法、針灸及脊骨神經醫學(Chiropractic)，為2025年預測值。⁴日本華人人口為2024年統計值；韓國華人人口為2024年統計值；歐洲華人人口為2024年統計值；北美華人人口為2022年統計值。

資料來源：世界銀行、日本總務省統計局、津村株式會社、韓國統計廳、韓國韓醫學振興院、Statista

02 SupplySide Global-展會定位及代表性

SupplySide Global

預估人數 20,000 | 預估展商數1,600

營養保健原料與配方應用為核心展會，聚焦植物性成分應用、配方開發及保健產品市場，買家為品牌商與配方開發端。

定位：保健食品成分市場

- 外銷業者：植物來源萃取物、ODM
- 國家層次：產業應用
- 主打：中藥 = 功能性植物成分

關鍵價值：

- 無須涉及醫療，也並非純食品，中藥原料具功能性
- 有利中藥成分轉化為國際保健品產品
- 具實際商業應用機會



02 SupplySide Global-2025回顧

Participants trends



20,000+
Total
participants



1,900+
Attended
educational sessions



44%
Visitors first-time
attending the show



74
Countries
represented

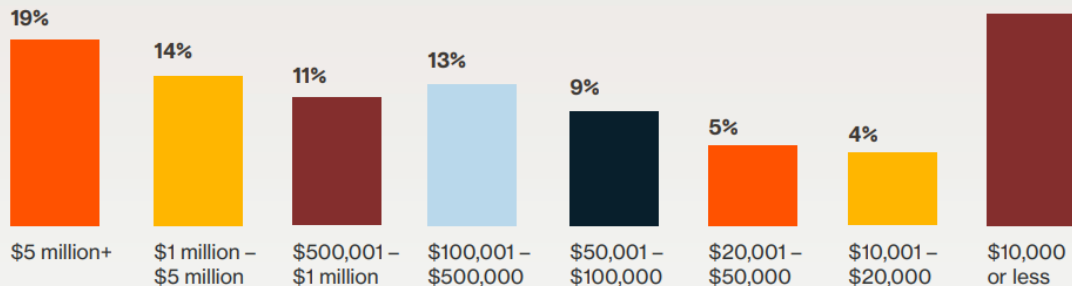
Audience demographics

- **補充品品牌**：尋求新原料、新配方及產品創新機會
- **食品及飲品品牌**：導入功能性與潔淨標示原料，推動產品升級
- **代工廠/包裝場/CPG消費性民生用品品牌**：尋求創新方案
- **研發、行銷、採購及企業決策團隊**：參與產品開發、供應鏈管理及市場布局決策。

02 SupplySide Global-2025回顧

Audience demographics

Level of purchasing



Purchasing decision involvement

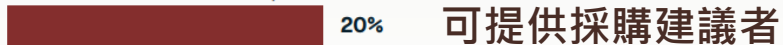
Attendees that authorize purchasing



Attendees that make purchases



Attendees that recommend purchases



* All percentages are derived from the subset of respondents who reported this information.

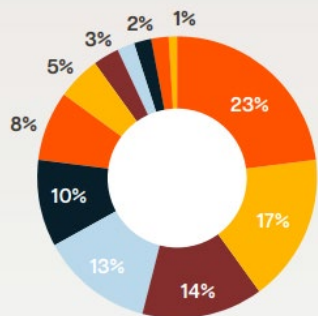


02 SupplySide Global-2025回顧

Audience demographics

訪客尋求商談對象部門

Attendee area of focus



R&D/product dev/food tech	23%
Purchasing/supply chain/operations	17%
Business development	14%
Sales	13%
Marketing/brand management	10%
Manufacturing/contract manufacturing	8%
Corporate management	5%
Other	3%
Quality assurance/quality control	2%
Legal/regulatory/compliance	2%
Distribution	2%
Accounting/finance	1%

02 SupplySide Global-2025回顧

Audience demographics

Attendee sourcing focus

Source raw ingredients or service providers for dietary supplements



Source raw ingredients or service providers for food & beverage



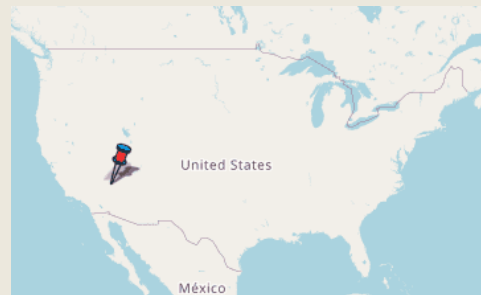
Source raw ingredients or service providers for multiple or other applications



02 SupplySide Global-2025回顧

	類型	代表公司	市場趨勢及產業訊號
膳食 補充品	傳統保健	GNC、Nature's Way  	北美健康產品需求仍以既有保健食品與專業營養補充品牌為核心，產品開發由基礎營養補充，轉向特定健康功能與複合配方設計
	專業保健	Metagenics、Thorne  	
零售與 通路	大型零售	Costco、Walmart  	健康產品已成為主流零售與電商通路中的常態品類，通路角色由銷售導向轉為專門品類及自有品牌之經營
	藥妝通路	Walgreens 	
	電商平台	Amazon 	
新型態與 功能性	功能性飲品	Olipop 	市場產品型態持續朝向日常化、便利化與功能性整合，健康產品逐步融入日常消費場景
	新生活模式	Mary Ruth's 	
	植物性食品	Kate Farms、Nature's Fynd  	
食品飲料	大型食品	PepsiCo、Kraft Heinz  	食品與飲料產業持續導入健康與機能性原料，使產品由基礎食品逐步延伸至功能性食品架構
	飲料品牌	Coca-Cola、Starbucks  	

02 SupplySide Global-展會地點



- 美國內華達州拉斯維加斯Mandalay Bay會議中心
- 全美第5大會議中心，占地2百萬平方英尺
- 鄰近LAS國際機場

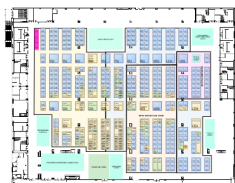
03 臺灣中醫藥形象館攤位規劃-攤位優勢



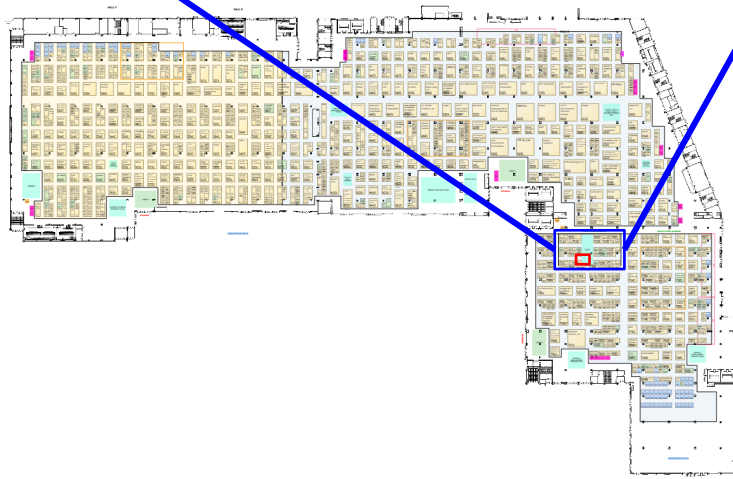
SUPPLYSIDE GARDEN

Sgr Nutrition 7011 7110	FloraWorks 7013 7114	NXT-USA, Inc. 7015 Tajmera LLC 7116	LOUNGE # 7021	Mosaic Flavors 7027 Aroma NZ 7126	Pharma Tech Industries 7031 Nextra Global 7130	Beta Linea International 7033 Vita Actives 7134	ITALGEL S.p.A 7035 Ingredimo Ltd. 7136
Sgr Nutrition 7111 7210	Summit Rx Inc 7113 7210	One Source of Chemicals for Green & Sustainable 7115 True Spice Co. LLC 7214	LOUNGE # 7021	Sgr Nutrition 7127 Banquo Co. LLC 7226	One Source of Chemicals for Green & Sustainable 7129 Economic Research (ESR) 7228	Cerebrus Pvt Ltd 7131 7133 7322	UK Botanicals Pvt Ltd 7137 7322
Science Based Ingredients 7211	Biostratig Co. Ltd 7215	Eva Nutra 7217	LOUNGE # 7021	Vera Herbs 7227	Berlin Packaging 7229	Mataroon USA 7233	Vego Naturals 7237
7310 7312	7312 7314	7318 7320	LOUNGE # 7021	7324 7328	7330 7332	7334 7336	7336

- Bayside Hall B
- SupplySide Garden
- 200 sq.ft.(≈18sqm)
- Premium Engaged Pavilion
- 人潮眾多
- 攤位有限
- 近Networking Lounge
- Happy Hour Reception



SupplySider Global



03

臺灣中醫藥
形象館攤位
規劃



03 臺灣中醫藥形象館攤位規劃-(草案)商談/參訪/追蹤

媒合商談交流

- **草本原料應用**：中藥萃取物及植物性機能原料合作

保健食品品牌商、草本健康品牌

(代表企業包括 Traditional Medicinals、Banyan Botanicals、Nature's Way、NOW Health Group、Himalaya Wellness 等。)

- **商品化開發**：配方設計、OEM / ODM及產品開發合作
配方開發商、OEM / ODM代工企業

(代表企業包括 Cosmax NBT、Vitaquest、Pharmatech Labs、Prestige Blending 等。)

- **市場拓展合作**：食品飲料應用及北美市場布局交流

食品飲料企業、零售及電商通路

(代表企業包括 PepsiCo、Starbucks、Olipop、Amazon、Walmart 等。)

拜會傳統醫藥相關機構

內華達州

- 內華達州東方醫學協會
- 保健食品通路
Walgreens、CVS
- 拉斯維加斯台灣商會
- 中藥通路

加州

- 加州知名傳統醫學中心
- 洛杉磯台美商會
- 中藥通路

參展訪客名單

訪客問卷

- 彙整訪客資訊，將後續提供給參展廠商參考

03 實施方法-04 運用多元管道加強國際推廣

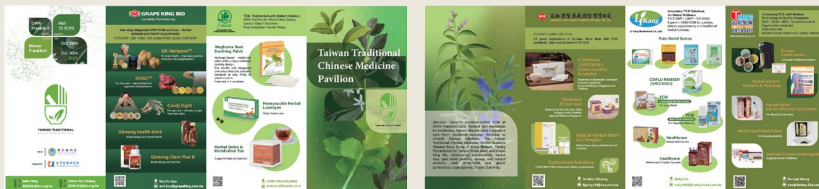
※以114年「推動中醫藥產業國際拓銷計畫」為例。

中醫藥國際推廣影片



輔導我國業者製作宣傳品

DM/eDM/影片

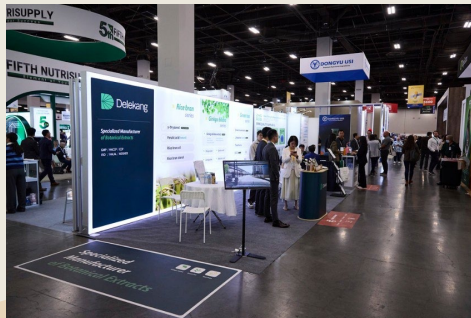
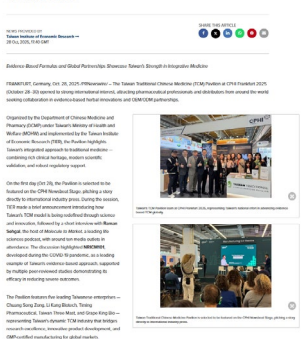


提交推廣成果/洽邀名單

- SupplySide Global 平台
- 台經院製藥產業廠商 資料庫

活動推廣DM (展會前/中/後)

Taiwan TCM Pavilion Draws Global Interest at CPHI Frankfurt 2025



04

參展報名 辦法說明



04 參展團參加辦法-組團說明

- 活動簡介：
 - 展覽名稱：SupplySide Global 2026
 - 出團時間：115年10月27日（二）至11月3日（二）（含場佈及參訪，主辦單位保有行程變更的權利）
 - 參展日期：115年10月28日（三）至10月30日（五）
 - 地點：美國拉斯維加斯Mandalay Bay會議中心、美國境內傳統醫藥產業相關機構
- 預定徵集廠商數：4家

04 參展團參加辦法-報名資格及報名方式

- 報名資格：
 - 有意願拓展外銷之我國中醫藥產業業者（包含我國中藥製造業藥商、中藥販賣業藥商及中草藥生技相關廠商）。前述以外之產業，承辦單位保留審核之權利。
- 產品類型：
 - 中藥相關原料、萃取物、OTC產品（含外用），相關外銷規範得申請「中藥製藥廠外銷諮詢輔導」，諮詢聯絡方式請洽本案承辦人及聯絡人。
- 審核程序：
 - 若報名業者眾多且超過預定徵集廠商數，必要時得依前開徵展內容之適切性進行審查，排定優先順序，依序列入參展團名單，報名廠商不得有異議。
- 報名資訊：
 - 報名日期：自公告日起至115年6月15日（一）下午3時。
 - 報名方式：以電子郵件向本案承辦人或展務聯絡人聯繫報名。
- 報名時請備齊廠商報名表一份（加蓋公司章及負責人印鑑）（附表一）。

04 參展團參加辦法-參加費用

- 下列費用由承辦單位支付：
 - 場地租金、基本裝潢費用。
 - 團員名冊印製費。
 - 臺灣中醫藥形象館國外媒體廣告費。
 - 臺灣中醫藥形象館文宣製作費。
 - 團員入場證費用（前2位免費）。
 - 承辦單位辦理參訪行程之包車費用。
- 下列費用由參加廠商自行負擔：
 - 展品及機械設備之報關、海運費、內陸運輸及進場費用。
 - 超出承辦單位所提供標準攤位配備之其他布置及裝潢費用。
 - 參加廠商代表之食宿、機票、交通、行李超重等費用。
 - 活動結束後樣品處理費用。
 - 自行參與大會舉辦之研討會費用。
 - 其他臨時發生，無法以本計畫經費支付之費用

04 參展團參加辦法-報名表6/15(一)繳交 (1/4)

SupplySide Global 2026-臺灣中醫藥形象館參展團

廠商報名表

統一編號				
公司名稱	中文：	公司負責人	設立年度	
	英文：	請務必填寫		資本額（新台幣元）
地 址	中文：□□□			
	英文：			
公司電話	原則少於100字以利彙整於 展會或新聞稿資訊露出		公司傳真	
公司 E-mail			公司網址	
公司簡介	中文（100字內）：			
	英文（100字內）：			
品質認證或得獎事蹟（如有）	如有相關事蹟請填寫，可有利於參展評選			

04 參展團參加辦法-報名表6/15(一)繳交 (2/4)

是否具備外銷實績

海外營運經驗

(如有,可複選)

有海外分公司、子公司,國家: _____

有特約通路商、代理商,地區: _____

目前已有外銷實績,北美市場佔整體外銷比重為 _____

其他,請說明:

參展目的或
規劃

參展規劃可協助形塑今年臺灣館特色

04 參展團參加辦法-報名表6/15(一)繳交 (3/4)

附表一

在臺灣的主要聯絡人

展覽聯絡人	中文姓名		電話	
			E-mail	
參展人員資料 (如有需要請自行複製欄位。第3人以上須自行負擔入場費用，且向承辦單位繳費後方可協助新增報名)	中文姓名		英文姓名	
		<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女		
	中文職稱		英文職稱	
	中文姓名		英文姓名	
		<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女		
	中文職稱		英文職稱	
主要參展產品/服務 1	中文：			
	英文：			

請依序填寫
提供產品描述者尤佳

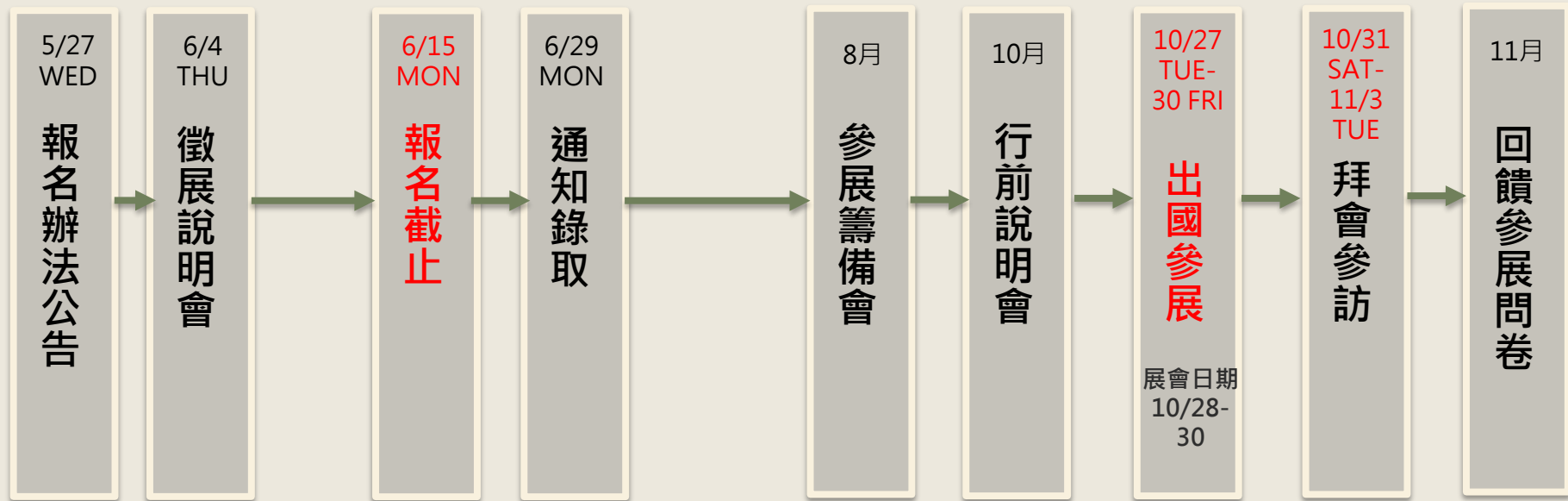
元氣養生飲® (虛構) 本品依據傳統中醫「補氣養神」理論配方，萃取黃耆、黨參、紅棗等道地藥材，協助補氣提神、增強體力與耐力。適合氣虛體質者或長期疲勞、工作壓力大者日常保健飲用，無添加防腐劑與人工香料。

VitalQi® Herbal Tonic Drink (Fictitious) Formulated based on traditional Chinese medicine principles to replenish Qi and promote vitality, this herbal tonic contains extracts of Astragalus, Codonopsis, and Jujube. Designed to boost energy, support stamina, and reduce fatigue. Ideal for individuals with Qi deficiency or high stress. Free from preservatives and artificial flavors.

04 參展團參加辦法-報名表6/15(一)繳交 (4/4)

預定拜訪或安排商談之對象說明	(如有特定對象請說明廠商名稱，可參考 SupplySide Global 2025 Attendee 名單 、2026 Exhibitor 名單)
是否提供參展試用品	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 參加相關機構參訪活動、認識當地臺灣商會、中藥及保健通路，了解當地市場、拓展人脈
是否參加當地傳統醫藥相關機構參訪活動	<input type="checkbox"/> 是，全程參與 <input type="checkbox"/> 是，至少參與一場 (商洽活動參與情形，將作為審查參考項目之一) <input type="checkbox"/> 否

04 參展組團重要時程



- 繳交廠商報名表。

- 7/8繳交：(1)團員報名表、(2)宣傳圖文說明、(3)參展廠商/產品宣傳簡報檔、(4)個資蒐集處理及保存同意書。

- 提供參展手冊

- 提供潛在名單

05

總結及Q&A

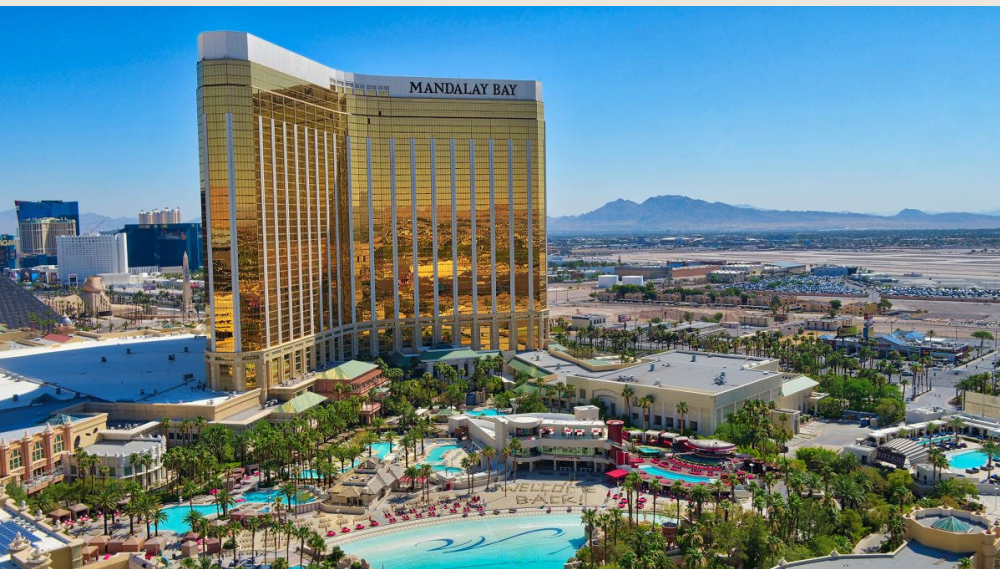


05 總結

臺灣中醫藥形象館



Expo Hall: Oct. 28, 29 & 30
Mandalay Bay, Las Vegas



TAIWAN TRADITIONAL
CHINESE MEDICINE PAVILION

🔥 本團參展亮點

- ✓ 免費攤位參與機會
- ✓ 進駐北美保健原料指標展會
- ✓ 國際曝光與商務交流資源
- ✓ 優選特區搶占曝光機會

2025參展成果

- ✓ 潛在名單共129份
- ✓ 至少2場商談交流
- ✓ 國際媒體、平面及影片曝光

機會難得，報名從速

Q&A

謝謝聆聽!

 台灣經濟研究院研究七所

