

火星生技 2025 年 11 月營收報告

醫療保健品通路商火星生技（興櫃代號：7731）公告 11 月合併營收 6,737.9 萬元，月增達 36.3%。公司表示，第四季採取線上線下分進合擊，一方面優化線上選品的獲利結構，另一方面透過系統工具擴大線下通路覆蓋與舊客經營，成功在雙 11 檔期為營運挹注強勁銷售動能。雖然單月營收較去年同期年減 13.78%，但累計前 11 月營收達 5.66 億元，年增 9.2%，整體維持正向成長趨勢。

在品牌表現方面，男性保健品牌「TAIZAKU」於雙 11 檔期推出「站鬥吧，男人！」活動，聚焦強化男性保健競爭力，帶動大宗備貨與會員回購。品牌同時結合代言人王陽明於台北車站、新北耶誕城、信義區、桃園機場等高流量據點進行城市核心戶外媒體（OOH）投放，高衝擊力視覺曝光有效深化品牌印象與擴大市場認知度。同時搭配火藥系統將前端聲量轉化為線下通路的進貨動能，穩健市場滲透率。

女性私密保養品牌「redance 瑞丹絲」聚焦「女性自我呵護」主題，透過與 KOL 合作與內容行銷，提高私密保養議題的關注，成功提升產品曝光度及強化品牌在私密保養領域的專業形象。「dr.hold 黛后」則策略性結合七位知名團購主合作，擴大品牌觸並強化品牌信任度。

婦幼品牌「藥師健生活」於 11 月年度大檔期表現亮眼，官網業績月增 60.7%。高客單價組合轉換率較非檔期提升 18%，帶動平均客單價超過 4,000 元。MarTech 工具整合後會員經營成效顯著，舊客貢獻達 70%，回購旅程優化後使轉換率提升至前月的 2.3 倍，展現精準分眾導購能力。

展望後續，隨年底購物旺季持續推進，公司將持續集中資源於主力商品線，透過火藥系統與精準行銷工具強化通路效益，預期年底可望延續營收成長動能，推升整體營運表現。

單位: 仟元	合併營收 (新台幣)
2025 年 11 月	67,379
2024 年 11 月	78,145
年增減 (%)	-13.78%
2025 年 10 月	49,440
月增減 (%)	36.28%
2025 年 1~11 月	566,133
2024 年 1~11 月	518,445
年增減 (%)	9.20%



TAIZAKU | 王陽明廣告於台北車站、耶誕城、信義區、桃園機場高流量據點進行城市核心戶外媒體 OOH 投放，深化品牌印象與擴大市場認知度

全家付款滿 \$1,200 享免運

11/13-11/30

品牌代言人 賈靜雯

下單即贈

愛水膠囊單入

*數量有限贈完為止。

全家取貨送

FamilyMart 30購物金

1元購物金等於1元现金

全家\$30購物金

BLACK Friday 黑夜限定放縱

dr.hold 黛后 | 「1111 光芒盛典」透過「週週抽萬元禮券」刺激會員互動，回購率顯著提升
 結合多位知名團購主策略合作，多線曝光建立高信任度與品牌觸及

買大送小 翻倍送

\$1111起

買3送6

1111 全館終極戰

只有今天

限量 \$11 加價購

每人限購1件

不限金額 全館免運

redance 瑞丹斯 | 聚焦「女性自我呵護」議題，與 KOL 合作與內容行銷
 深度教育私密保養的重要性，有效增加品牌曝光度並強化品牌在私密保養領域的專業形象

藥師健生活 PHARGOODS+ 11月營運概況

10/22-11/16

雙11

全館單件 最低5折

全年最優惠

GAME START

買就抽 iPhone 17 Pro

藥師健生活 PHARGOODS+

藥師健生活 | 雙 11 大檔活動官網業績表現亮眼，官網營收月增 60.7%
高客單產品組合的轉換率較非檔期提升 18%，舊客的「補貨提醒」旅程轉換率較前月提升 2.3 倍

關於火星生技：

火星生技 (MARX Biotech Co., Ltd.) 成立於 2021 年，為一間數據驅動的新零售公司。主要銷售產品涵蓋保健食品、保養品、美髮產品、健康用品及清潔用品，銷售通路涵蓋品牌官網、電商、電話銷售、連鎖與中小型藥妝藥局通路以及海外跨境電商。火星生技致力於建構能滿足消費者需求的大健康平台，專注於大健康產業中的利基市場，並積極整合潛力品牌並布局國內外通路。更多公司介紹詳見官網：<https://marxbiotech.com/>

新聞聯絡人：

火星生技 策略發展室 簡妤珊

TEL：+886-2-8245-5250 ext 2023

E-mail：IR@marxbiotech.com