

相对于去年片仔癀“一粒难求”“一粒千金”的情况，今年以来，片仔癀背后的炒作逐渐熄火。

国庆期间，一则“黄牛回收片仔癀最低仅400元”的消息登上微博热搜。10月10日，南都记者以消费者名义联系到多位回收片仔癀的“黄牛”，其向记者表示，“今年片仔癀的产量小，价格降低很多，510元/粒已是很低的价格。如果400元/粒的话，我全都收了。”



作为“药中茅台”，片仔癀已经历多轮提价。

西南证券统计数据显示，2004年至2020年，片仔癀锭剂产品一共提价19次。从2004年到2020年，片仔癀零售价从325元/粒升至590元/粒，提价幅度81.54%。从出厂价来看，片仔癀锭剂自2004年以来提价共计10次，从2004年的125元/粒升至2020年1月初的390元/粒，提价幅度高达212%。

“药品价格不断走高的趋势让投机者有了高价抛售的动机，使片仔癀成为了“金融产品”，价格越炒越高，让很多本身对药品暂无需求的人也以为有利可图而去抢购倒卖。”刘子涵对此分析。

肝病用药产品毛利率达80%

片仔癀曾一度作为片仔癀药业的主导产品，对其业绩起到重要支撑。

早在2003年的招股书中，片仔癀药业明确指出，主导产品片仔癀（包括片仔癀及片仔癀胶囊）的平均年销售收入占公司每年销售总收入的90%，一旦片仔癀的销售出现重大下降，将直接影响公司的经营和盈利。

在此之后，片仔癀药业在多元化路径上积极寻找新的盈利点。

2014年，片仔癀药业开始实施“一核两翼”发展战略，在夯实医药制造业的基础上，强化化妆品、日化产品及保健品、保健食品两翼，并同时拓展医药商业板块。

2019年，片仔癀药业的主要产品涵盖了肝病用药、心血管用药、感冒用药、糖尿病用药等众多领域，其中核心产品为片仔癀系列产品。

合计	441,006.79	230,732.13	47.68	14.95	19.71	减少2.08个百分点
----	------------	------------	-------	-------	-------	------------

2 主营业务分产品情况

单位：万元 币种：人民币

分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
肝病用药	196,955.60	38,429.78	80.49	15.32	17.72	减少0.4个百分点
心脑血管用药	12,298.48	6,440.40	47.63	171.00	189.42	减少3.33个百分点
其他	2,212.60	1,550.88	29.91	-42.14	-33.90	减少8.74个百分点
医药制造业小计	211,466.68	46,421.06	78.05	18.04	24.73	减少1.18个百分点
医药流通业小计	187,318.20	165,721.18	11.53	17.42	17.77	减少0.26个百分点
医药行业小计	398,784.88	212,142.24	46.80	17.75	19.22	减少0.66个百分点

肝病用药产品毛利率80%以上

以2022年半年报为例，在主营业务分产品情况中，肝病用药的营业收入为19.69亿元，毛利率为80.49%，心脑血管用药的营业收入为1.23亿元，毛利率仅为47.63%。其中，片仔癀药业将片仔癀系列药品也归类于肝病用药。

尤为引起外界关注的是，在其多元化转型的路线之中，化妆品成为片仔癀药业重点打造的业绩增长点。

片仔癀药业2022年半年报显示，公司董事会确立和实施“多核驱动，双向发展”大健康产业新时期发展战略，即持续巩固和深化片仔癀核心地位，聚力打造片仔癀牌安宫牛黄丸新增长极，推动片仔癀化妆品产业再升级，着力打造核心系列品种爆款产品。

目前，片仔癀药业控股子公司片仔癀化妆品拥有“片仔癀”及“皇后”等多个品牌，其中“片仔癀”品牌化妆品拥有“3+3+1”特色功效护肤产品线和男士净爽控油系列等；同时，“皇后”品牌已启动高端化升级，聚焦推出抗皱、美白、舒缓三大

轻奢草本护肤产品线，致力于打造成为国内知名的草本护肤品牌。

除此以外，2022年8月31日，片仔癀药业董秘回应投资者，“公司持续推进子公司片仔癀化妆品的分拆上市工作，目前已完成片仔癀化妆品的八闽综改方案并完成备案工作。”

采写：南都记者 伍月明