

# “590元一粒还买不到”背后 片仔癀公司市值暴增近千亿

叁

原材料究竟缺不缺？  
或能支撑3年扩产

对于最近几年的几次提价，片仔癀公告均解释为“主要原料及人工成本上涨”。

根据公告，片仔癀的主要原材料中，麝香、牛黄、蛇胆、三七采购金额占比较大。麝香、蛇胆的出售单位及数量需取得国家林业主管部门行政许可。除麝香、蛇胆严格按国家有关规定组织采购外，牛黄、三七及其他中药材、辅料、包装材料等公司的主要物资均通过原产地或市场公开渠道进行采购。其中，麝香和牛黄为两大核心原料。

那么，此轮“一药难求”的现象是否是因为原料价格上涨或者供应不足？记者查询中药材天地网数据库时注意到，天然牛黄在流通市场上价格平稳，如亳州药市与安国药市两大交易市场中，天然牛黄价格分别为43万元和50万元。“目前牛黄价格虽然有小幅上升，但整体还是比较平稳，不是导

致片仔癀价格上涨的主因。”天地网副总裁贾海彬告诉羊城晚报记者。

至于麝香，公开资料显示，每年全国麝香产量约为600公斤，而一年麝香的需求量约为1000公斤，长期的供需不平衡造成天然麝香价格持续走高。但据多家券商的测算，由于近年来片仔癀药业持续推进人工养麝基地，短期内片仔癀并不存在原材料供应短缺问题。

根据公告，2020年底片仔癀公司原材料库存账面价值达到13.4亿元，其中麝香和牛黄两个核心原料账面价值分别为7.4亿元和4.8亿元。西南证券测算，即便是国家配给量和供应量不再增长的情况下，公司的原料都能支撑3年的扩产，满足每年30%的销量增长。原料供应短期内不成为公司的制约因素。

## 去年销售费用增长研发费用下降 炒作“药中茅台”有风险

而公司的市盈率高达154，远高于茅台的55。

“片仔癀就是中药界的茅台”“茅台不降价，片仔癀只涨不降”……不少股民在网上表达了对片仔癀的看好，更有观点将片仔癀与高端白酒进行联动分析。“片仔癀用于护肝解酒，在健康饮酒观念下，有望随着高端白酒实现快速增长。”

记者走访药店发现，养肝护肝，是不少店员对顾客推介的片仔癀主要功效。而在国家药监局“OTC中药说明书范本”数据库中，“片仔癀”说明书的功能主治为“清热解毒，凉血化瘀，消肿止痛。用于热毒血瘀所致痈疽疔疮，跌打损伤。”说明书并未提及该药可以用于肝胆疾病治疗的内容。但作为一种民间使用历史较长的传统中药，从临床实践上，该药往往会被用于治疗热毒血瘀所致急性慢性病毒性肝炎，根据米内网数据，片仔癀长期稳居中国城市零售药店终端中成药肝炎用药市场第一的位置。

去年3月2日，片仔癀公告称，就片仔癀锭剂增加用于治疗中晚期原发性肝癌功能主治，公司提交的药品注册补充申请已获国家药监局的审评受理。但截至目前，该临床试验

尚无进一步的数据对外披露。与此同时，从公司年报来看，片仔癀的销售费用在逐年增长，2020年增长了23%，但研发费用却不升反降，2020年该公司投入了9755万元研发费用，较2019年下跌了18.32%。

记者查询发现，根据片仔癀年报提示，片仔癀属于双跨品种，片仔癀胶囊属于处方药。在实体店和线上平台购买时，须有医生处方才可购买。但在实际购买中，部分渠道对方方的要求并不严格，不少消费者更是直接将片仔癀视为保健品进行服用，这种现象还有待继续规范。

“很多人将片仔癀跟茅台类比，但这两者有一个本质区别，片仔癀是药品，白酒是消费品。药品最终还是落到功能上，从本质上讲，片仔癀是一种主治清热解毒，凉血化瘀，消肿止痛的中药，虽然它拥有国家保密配方，但是从上述功能出发，市场上类似的药物不少，而且药品有保质期，并非存放得越久越好，盲目囤货和炒作是有风险的，这种炒作会扰乱中成药产业的长远健康发展。”医药行业战略营销专家史立臣对记者表示。

文/图 羊城晚报记者 陈泽云 有业内专家认为，这波断货涨价潮不排除有炒作力量作祟

壹

## 单粒药物被炒至近千元 网上部分售价“比黄金还贵”

“现在没有货，你可以留下电话号码，我们有货源会通知的，现在我们每个月每个人限购2粒。”在广州海珠区一家片仔癀体验店，各类规格的片仔癀已经销售一空了，玻璃柜里只摆放着空盒子。

而在天河区的一家体验店，店员则告诉记者，“最近来买这个药的人很多，担心市场有炒作，我们现在一天只卖10粒，消费者凭身份证和处方购买，你明天早上9点可以来排排看，先到先得。一周限购一次，每次可以买一粒。”

羊城晚报记者走访了大

参林、金康、健民等多家药店，均被告知暂无该药销售。“已经缺货很久了。”大参林相关工作人员向记者表示。

而在线上平台，标价590元的片仔癀更是难觅踪迹，在淘宝的片仔癀大药房旗舰店，片仔癀显示缺货，客服表示，上架时间尚不确定。而在其他网上店铺，片仔癀单粒装标注的售价为940元/粒至990元/粒不等，其中，一盒2盒装的片仔癀售价2016元，单粒价格已过千元。按照最新约370元/克的国际金价来算，片仔癀的网上售价可谓“比黄金还贵”。

贰

## 限购或是饥饿营销 有投机者抢购坐等涨价

片仔癀是上市公司漳州片仔癀药业旗下的独家品种，被列入国家一级中药保护品种，其处方及工艺受国家保护，属于国家绝密级配方。

片仔癀价格是如何一路比肩甚至超过黄金价格的？记者注意到，片仔癀590元/粒的官方定价是在去年年初确定的，至今已经维系了一年半，2020年1月21日，公司主导产品片仔癀锭剂国内市场零售价格将从530元/粒上调到590元/粒，供应价格相应上调约40元/粒。

根据西南证券研报，该药自2004年至2020年零售价一共提价9次，从325元的零售价提升到590元，提升81%。

这样的市场行情下，也导致了一些投机者抢购片仔癀坐等涨价，再抛售后赚取中间暴利。对于片仔

癀这波断货涨价潮，有业内专家认为，不排除炒作力量从中作祟，限购可能是在饥饿营销。

而作为手握独家品种的生产厂家片仔癀药业，无疑也成为了一轮轮提价潮的获益者。“提价仍未触及天花板。”对此，西南证券研报中指出，从这几次提价来看，片仔癀量价齐升趋势不变。从2016年到2019年，片仔癀零售价提升了6%，但销售量同比增长92%，可见提价并未影响到终端增长放量。“未来价格保持高频率的提价幅度可能性较大。”

从实际情况来看，片仔癀在生产端上有一定的定价权。广州一家医药商业公司的业内人士告诉记者，公司已经交了预付款，但不知道什么时候到货，估计到时候恢复供货厂家又要调价了。



片仔癀此轮限购，被指或有“饥饿营销”之嫌



已售罄

## 互不相让，叮咚买菜、每日优鲜双双更新招股书 生鲜第一股今晚诞生

羊城晚报记者 林曦 实习生 莫广贵

同样的情形仿佛再现，继前一天递交IPO招股书之后，叮咚买菜和每日优鲜又同一天更新招股书，这两家似乎是杠上了。

6月23日，叮咚买菜更新招股说明书，将其IPO发行价区间设定在23.5美元—25.5美元之间，至多募资规模为4.1亿美元。而每日优鲜定价13美元—16美元之间，其原有股东中金和腾讯有意继续认购数千万美元。

### 烧钱争夺生鲜第一股

从叮咚买菜和每日优鲜的上市进程，看得出两家之间竞争的激烈，火药味十足。羊城晚报记者从相关渠道了解到，每日优鲜的招股已经提前结束，将于本周五晚上登陆美股，而叮咚买菜预计将在下周上市。从这个层面来看，每日优鲜在拼抢生鲜电商第一股的阶段略胜一筹了。

为什么“第一股”这个名头这么重要？有行业分析认为，抢到第一股意味着有更大的先机和话语权，提前在资本市场登陆也会率先卡位，可能会更多地吸引二级市场的资金，在舆论场上也能比竞争对手有先发优势。

而另外有观点指出，这两家生鲜电商争着上市，是因为一味

地烧钱换增长抢市场，现阶段两家都是巨亏，还依靠资本输血。

数据显示，在今年一季度，两家生鲜电商的亏损状况同比均大幅增长。今年一季度每日优鲜调整后的净亏损为5.98亿元，约为去年同期亏损额1.76亿元的3.4倍。2021年第一季度，叮咚买菜净亏损为13.8亿元，去年同期为2.4亿元，同比扩大475%。

去年以来，疫情加速了国内生鲜电商平台的发展。艾媒咨询数据显示，2020年中国生鲜电商市场规模达到62.9%的高速增长，达到2638.4亿元，预计到2021年将升至3117.4亿元。艾媒咨询分析师认为，2020年的疫情使得生鲜电商迎来“重生”，未来，随着国内冷链物流的发展、新零售电商模式的崛起、年轻一代采购生鲜电商思想的转变等因素助推下，中国生鲜电商市场规模有望持续扩张。

### 资本拼抢生鲜电商

数字化进程的不断推进下，生鲜电商市场成为资本追逐的又一风口。天眼查数据显示，2020年，我国新增1.8万家生鲜电商企业，截至目前，我国今年已新增3300余家生鲜电商相关企业。

2021年该赛道已发生近十余起融资事件，融资总额超百亿元人民币。

截至今年第一季度，叮咚买菜已覆盖全国29座城市，拥有40个区域处理中心和超950个自营前置仓。截至2021年5月31日，每日优鲜与14个城市的54家菜市场签订运营协议，此前已在10个城市的33家菜市场展开运营。

艾媒咨询方面指出，目前生鲜电商平台以前置仓模式、自建店模式为主要模式，下沉市场同步发展社交电商模式。除传统生鲜电商外，互联网公司、线下商超纷纷布局生鲜业务。巨头入驻进一步加剧行业竞争，头部效应初现。与此同时，需求激增之余，如何维持供应链、转增量用户为存量成为生鲜电商平台持续发展的关键。

对于未来发展，艾媒咨询分析师认为，生鲜电商行业存在流通环节长、产品损耗高、产品同质化严重等问题，但这些问题有望未来随着冷链物流的发展而慢慢得以解决。同时，随着疫情催生“无接触配送”、“共享员工”、冷链配送及“直播+”新模式，赋能生鲜电商产业发展。可以预计，短期内生鲜电商市场将依然保持多维发展的火热态势。

产品的投资价值也将更加凸显。欲搭乘科技成长的东风，投资者可选择一键布局科创50指数的投资利器——工银科创ETF（交易代码：588050）。（杨广）

## 95后“房二代”成A股最年轻董事长

羊城晚报记者 莫谨榕

经济新动能 民企新力量  
创二代来啦！

总策划：刘海陵 林海利  
统筹：孙璇 吴江  
执行：孙晶 李卉 赵燕华

### 接班企业早有铺垫

蓝光发展是一家专注房地产开发和经营的公司，主要产品及服务为住宅及配套、商业地产、现代服务业、医药，杨武正可以说是一个不折不扣的“房二代”。

公开资料显示，杨武正今年25岁，拥有美国德雷塞尔大学金融硕士学位。此前，杨武正已经进入集团核心管理层工作，历任蓝光投资控股集团有限公司董事兼董事长助理，蓝光发展董事长助理兼投资发展中心副总经理，蓝光发展第七届董事会董事、首席运营官，第八届董事会副董事长。现任蓝光投资控股集团有限公司董事、蓝光发展第八届董事会董事长。

由此可见，杨武正进入蓝光发展接班早有铺垫。2020年4月，蓝光发展第七届董事会提名增补了杨武正为第七届董事会董事候选人。同年12月，时任蓝光发展常务副总裁兼首席运营官的余驰辞任，由杨武正接任，主要分管蓝光发展投资体系、经营体系业务，同时杨武正不再担任蓝光发展股份有限公司董事长助理、投资发展中心副总经理以及股权投资部总经理等职务。

不过，目前杨铿仍是蓝光发

展的董事局主席，同时也是蓝光发展的实际控制人。今年6月1日，蓝光发展发布公告称，控股股东蓝光投资控股集团与杨铿签订了《股份转让协议》，蓝光集团拟通过协议转让方式受让杨铿持有的公司股份5.68%的股份。本次股权结构调整后，蓝光集团持有公司58.31%的股份，而杨铿持有公司股份0股，由于杨铿是蓝光集团的控股股东，因此本次股东股权结构调整不会导致蓝光发展控股股东及实际控制人发生变更。

既然如此，蓝光集团和杨铿为何要做这样的股权变动？对此，蓝光回应称，此次转让是集团为应对股票质押风险所做的安排，对公司发展没有影响。

目前，蓝光集团和杨铿的股份已经被高比例质押。今年5月18日，蓝光发展公告中显示，蓝光集团及杨铿累计质押股份总数为9.19亿股，占其所持公司股份总数的51.94%，占公司总股本的30.29%。质押股份均为蓝光集团持有股份，其所持总股数的57.44%。

### 上任即面临“大考”

事实上，杨武正接班之际，正是蓝光发展的“多事之秋”，也有市场人士认为杨武正接班是

临危受命。在房地产严调控、降杠杆的大背景下，蓝光发展作为房地产企业面临着利润下滑、资金紧张等一系列的挑战。

2020年年报显示，公司年度营业收入429.57亿元，同比增长9.60%，相较2019年而言增速下降17.57个百分点；归母净利润33.03亿元，同比下降45.3%，前期该增速均在50%以上；房地产开发业务毛利率21.06%，同比下降5.61个百分点。

蓝光发展回应称，公司营收增速放缓主要是由于疫情对工程进度的影响，如剔除该影响，公司增速将与2019年增速基本持平。此外，由于近年来政府对地产行业持续的政策调控，控房价和土地市场的持续升温导致销售价格受限及土地成本升高，蓝光发展的毛利率也出现下降。

“三道红线”融资新规施行以后，不少房企面临融资压力，蓝光发展也不例外。截至2020年12月末，蓝光发展总资产达到

2582.64亿元，总资产负债率为82.04%，净负债率为88.57%，扣预收资产负债率73.03%，合并报表范围有息负债规模为729.85亿元，现金短债比1.06。蓝光发展表示，整体有息负债规模适度，债务风险可控。

这也就意味着，杨武正接班时，不仅要面对蓝光发展不断增大的经营压力，还要处理高企的债务。

在杨武正正式接过交接棒之际，蓝光发展方面在接受媒体采访时表示，对于年轻一代接班是“在既定的计划中”，并且早有安排。对年轻一代培养，给年轻人机会，希望带领公司更稳健发展。同时，蓝光发展相关人员也认为，考虑到杨武正的履历、历任岗位培养，优势与经验兼备，以及过往在关键情况下所做出的业绩，相信其有能力带领公司走出困难并稳步发展。

面对种种挑战，25岁的“房二代”杨武正能否通过精益管理、合理的产品配置等措施应对“大考”，还有待观察。



独家特约