



片仔癀半年报：核心产品强劲增长，多品类布局快速完善

作者：梁月贞 张威

电话：010-58352867

邮箱：zhangweil@xinhua.org

编辑：范珊珊

审核：刘琼

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115



8月20日，片仔癀发布半年报，经营业绩实现快速成长，在产品、研发创新、营销渠道建设以及品牌宣传等方面表现优秀，亮点突出。

具体来看：上半年公司营业收入、归母净利润分别同比增长18.56%、28.96%，同时毛利率基本保持稳定，成本费用合理增长；在“一核两翼”战略之下，多业态聚集格局初显，产品结构逐步优化，上半年核心产品强劲增长，贡献主要业绩，同时多品类布局快速完善；科研创新能力持续提升，在原材料质量提升、新药开发、创新体系培育建设等方面持续加大投入；营销渠道多维布局，零售药店拓展线上渠道，新增天猫、京东大药房旗舰店，满足多元化消费需求；品牌建设持续发力，依托历史文化成就的独特品牌优势，通过不断创新宣传提升品牌影响力和覆盖度。

目录

一、上半年净利润增长 28.96%，毛利率基本保持稳定	3
二、核心产品强劲增长，多品类布局快速完善	4
三、科研创新能力持续提升，为企业发展注入活力	5
四、零售药店拓展线上渠道，新增天猫、京东大药房旗舰店	6
五、历史文化成就独特品牌优势，创新宣传方式促进影响力持续提升	7

图表目录

图表 1：片仔癀营业收入及同比增速	3
图表 2：片仔癀归母净利润及同比增速	3
图表 3：片仔癀主要业务板块毛利率情况	4
图表 4：上半年片仔癀各项业务收入占比	5
图表 5：上半年片仔癀主要产品收入增速	5
图表 6：天猫、京东片仔癀大药房旗舰店	6
图表 7：片仔癀荣登胡润医疗健康品牌榜第一	7

片仔癀半年报：核心产品强劲增长，多品类布局快速完善

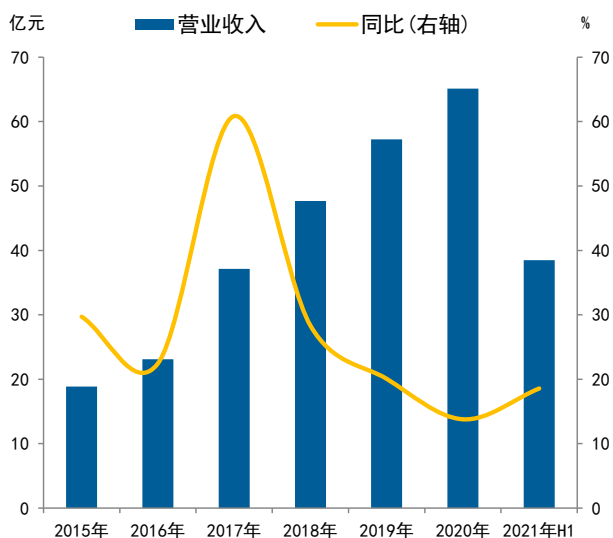
8月20日，片仔癀发布半年报，经营业绩实现快速成长，在产品、研发创新、营销渠道建设以及品牌宣传等方面表现优秀，亮点突出。

具体来看：上半年公司营业收入、归母净利润分别同比增长18.56%、28.96%，同时毛利率基本保持稳定，成本费用合理增长；在“一核两翼”战略之下，多业态聚集格局初显，产品结构逐步优化，上半年核心产品强劲增长，贡献主要业绩，同时多品类布局快速完善；科研创新能力持续提升，在原材料质量提升、新药开发、创新体系培育建设等方面持续加大投入；营销渠道多维布局，零售药店拓展线上渠道，新增天猫、京东大药房旗舰店，满足多元化消费需求；品牌建设持续发力，依托历史文化成就的独特品牌优势，通过不断创新宣传提升品牌影响力和覆盖面。

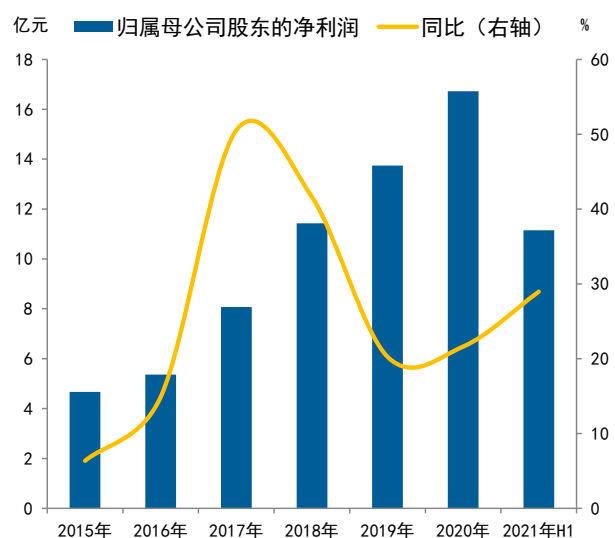
一、上半年净利润增长 28.96%，毛利率基本保持稳定

片仔癀2021年半年报显示，上半年公司实现营业总收入38.49亿元，同比增长18.56%，归母净利润11.15亿元，同比增长28.96%；扣非归母净利润11.15亿元，同比增长29.92%；基本每股收益（EPS）1.85元，同比增长29.37%。其中Q1单季度营收20.02亿元，同比增长16.76%，归母净利润5.65亿元，同比增长20.84%；Q2单季度营收18.47亿元，同比增长20.57%，归母净利润5.5亿元，同比增长38.54%，业绩呈逐季度加速态势。

图表 1：片仔癀营业收入及同比增速



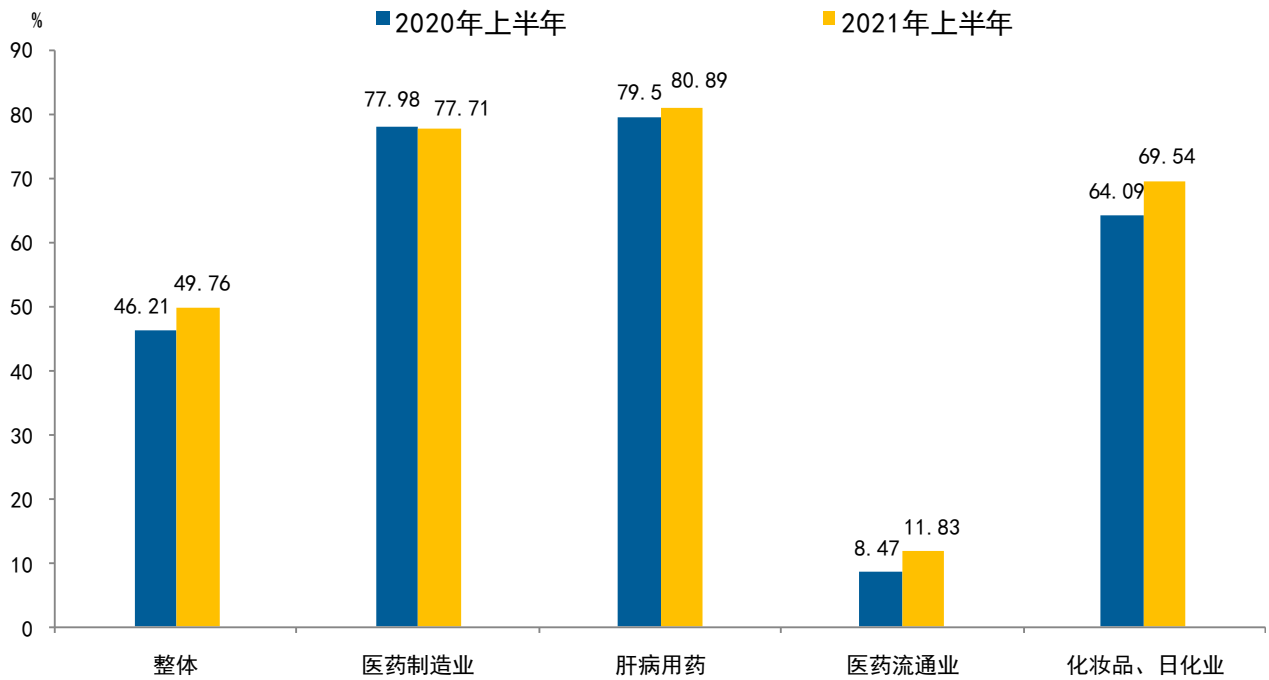
图表 2：片仔癀归母净利润及同比增速



来源：公司财报，新华财经

主要业务板块、主要市场保持良好发展态势。分行业来看，上半年公司医药制造业营收18.32亿元，同比增长31.29%，毛利率77.71%，保持稳定。此外，医药流通业和化妆品、日化业营收分别为15.55亿元、4.32亿元，毛利率分别为11.83%、69.54%，同比有明显提升。分地区来看，公司华东、华南市场稳健增长，东北、华北等区域更是增长迅猛，上半年同比增幅高达78.51%和53.37%。

图表 3：片仔癀主要业务板块毛利率情况



来源：公司财报，新华财经

成本费用合理增长。上半年公司营业成本19.32亿元，同比增加10.84%。费用方面，销售费用3.45亿元，同比增加6.76%；管理费用1.85亿元，同比增长42.94%。

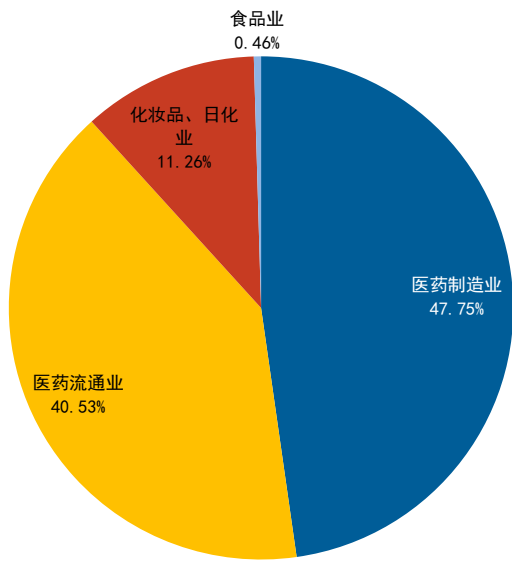
二、核心产品强劲增长，多品类布局快速完善

近年来，公司加快实施“一核两翼”大健康发展战略，在夯实医药制造业的基础上，加强化妆品、日化产品及保健品、保健食品两翼发展，同时拓展医药流通业为补充。经过数年的精心打造和努力奋斗，公司基本形成了健康领域多业态聚集的格局，产品结构得到优化。

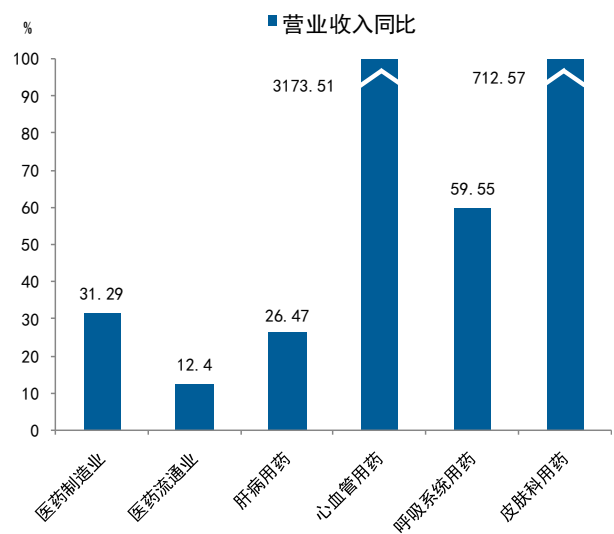
核心产品强劲增长，贡献主要业绩，同时在医药制造领域快速推进“一核多品”战略，成效明显。上半年公司医药制造业营收达18.32亿元，同比增长31.29%。其中，以片仔癀系列为主的肝病用药产品营收占比93%，达17.08亿元，同比增长26.47%，毛利率80.89%，同比提高1.39个百分点。同时，公司加快核心产品二次开发，持续做大做强复方片仔癀含片、复方片仔癀软膏、复方片仔癀

痔疮软膏、茵胆平肝胶囊、心舒宝片、增乳膏、川贝清肺糖浆、清热止咳颗粒、少林正骨精、藿香正气胶囊、小儿止咳糖浆等系列产品，涵盖了肝病用药、感冒用药、心血管用药、呼吸系统用药、皮肤科用药等多个领域。上半年，公司心血管用药营收同比增长32倍，皮肤科用药同比增长7倍，呼吸科系统用药同比增长60%。此外，公司近年来积极布局经典名方，丰富产品线。2020年7月，片仔癀出资控股龙辉药业51%股权后获得安宫牛黄丸、西黄丸、参龟补肾口服液等中药配方，其中片仔癀牌安宫牛黄丸已成功推向市场。

图表 4：上半年片仔癀各项业务收入占比



图表 5：上半年片仔癀主要产品收入增速



来源：公司财报，新华财经

日化“一翼”稳步发展，“3+3+1”产品线布局完善。片仔癀化妆品拥有“片仔癀”“皇后”等多个品牌，并积极完善布局“3+3+1”产品线（雪肌无瑕润白系列、凝时素颜紧致系列、御润鲜妍保湿系列三大高端护肤产品线，珍珠臻白系列、灵芝臻养系列和仙泉凝水系列新三国大众护肤产品线以及特色特殊护理系列产品线）。公司同时启动“皇后”品牌的高端化升级项目，积极研发推出新品，打造轻奢草本护肤品牌。2020年10月以来，片仔癀化妆品业务分拆上市工作正有序进行中。自启动分拆上市的计划公告至今，片仔癀成立了化妆品分拆上市工作领导小组，选聘保荐机构、审计机构和法律顾问，拟定上市工作计划；成立福建片仔癀化妆品商贸有限公司，承接原有电商公司的化妆品业务。在牙膏等口腔护理产品方面，以“清火”为核心定位，涵盖牙膏及漱口水类别，致力于打造口腔清火第一品牌。

三、科研创新能力持续提升，为企业发展注入活力

公司坚持科技创新为企业发展的核心动力，建设有国家企业技术中心、博士后科研工作站、院士专家工作站、省级企业重点实验室、省级工程研究中心等一批高水平的自主核心研发平台，重点聚焦以片仔癀为核心的独家品种二次开发及中药创新药、经典名方、化药创新药等新药研发。公司被国家工信部、财政部认定为“国家技术创新示范企业”。

片仔癀作为拥有悠久历史的中药企业，积极推进中医药传承创新发展，在原材料质量提升、新药开发、创新体系培育建设等方面持续加大投入。为保障医药产品质量水平，公司积极推进针对原材料的科学研究和课题研究，例如成立片仔癀-苗乡三七联合研究中心，与高校开展林麝疾病防治及管理溯源等研究项目。新药开发方面，公司目前共有11个在研新药项目，其中3个化药1类创新药和3个中药新药已进入临床研究阶段。在“一核两翼”大健康产业发展战略的引领下，公司还积极推进多个科研中心建设，并打造了以片仔癀药业研究院为核心的三级研发平台创新体系。此外，公司继续围绕片仔癀及其他自主优势品种进行二次开发，充分挖掘公司产品科学内涵及潜在价值，精准推进片仔癀等独家品种的“中药现代化”进程。药品专利方面，报告期内公司有14件药品专利申请获得授权，其中发明专利授权5件，实用新型专利授权1件，外观设计专利授权8件。

四、零售药店拓展线上渠道，新增天猫、京东大药房旗舰店

目前片仔癀国内销售模式以药房销售为主，院线销售为辅。其中，药房销售模式主要包括片仔癀体验馆、区域经销及零售药店等。公司在全国重点销售区域，成立销售办事处，布局片仔癀体验馆；驻外业务人员引导经销商开拓市场、组织多模式多渠道的推广活动服务终端，并根据市场运营情况，设立产品经理进行统筹管理。

在零售药店方面，上半年公司除了增加对自有零售门店渠道供应、加大对主流连锁的直供力度外，新设天猫大药房旗舰店和京东大药房旗舰店等线上渠道，增加与片仔癀锭剂同质同效的片仔癀胶囊剂型供应，满足消费者多元化需求。

图表 6：天猫、京东片仔癀大药房旗舰店



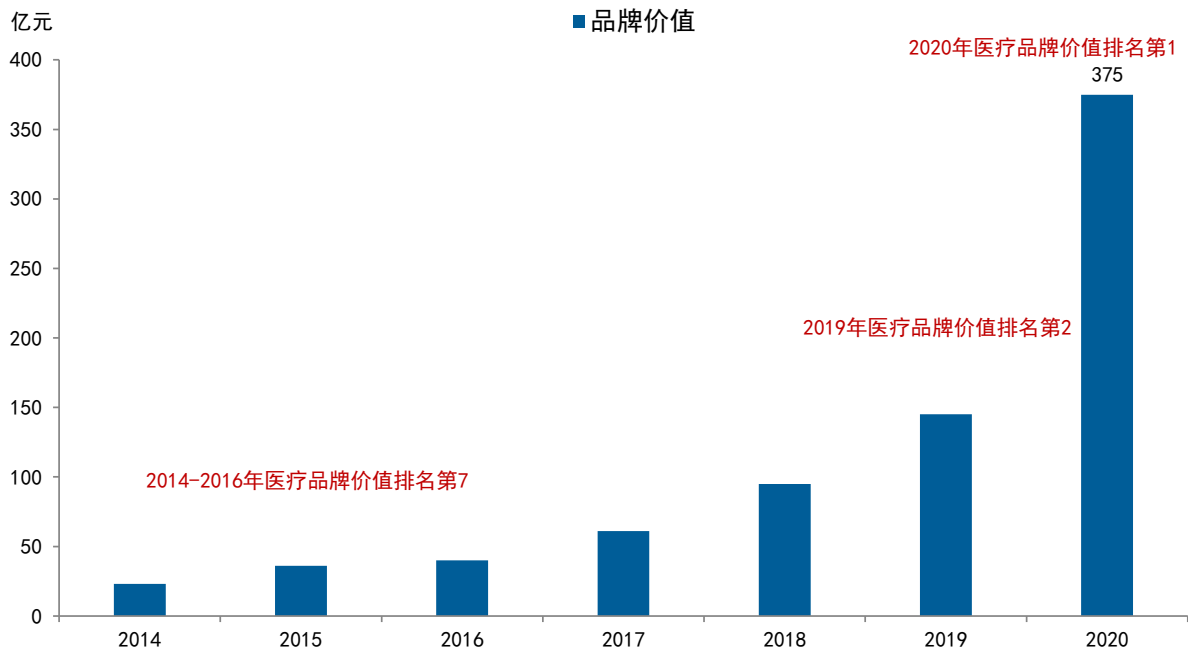
五、历史文化成就独特品牌优势，创新宣传方式促进影响力持续提升

片仔癀作为国家认定的首批中华老字号企业，拥有悠久历史和深厚文化底蕴，具有独特的品牌优势。长期以来，片仔癀以良好的品牌形象，赢得了社会各界、资本市场和消费者的广泛赞誉和认可，为公司“一核两翼”战略的持续推进和终端活力提升创造了有利的条件。

资料显示，片仔癀已连续六年获评“健康中国”肝胆用药第一品牌，估值居全球投行《全球千强药企报告》第49位。此外，片仔癀连续多年荣登胡润品牌榜，2020年成为最具价值医疗健康品牌；2020年，片仔癀以品牌价值566.96亿元居《2020中国最具品牌价值100强》第55位；2021年，片仔癀以品牌价值349.46亿元、品牌强度935连续三年在中华老字号品牌中蝉联第二。

2021年上半年，公司持续扩大宣传，结合市场现状，合理布局宣传渠道和时点。登陆央视一套《大国品牌》，投放讲述片仔癀从宫廷御药走向世界的中国品牌专题片，在上海白玉兰广场和重庆观音桥等知名商圈投放广告；创新性推出“海陆空”传播推广方式，冠名厦门鼓浪屿轮渡、辐射全国重点城市的高铁动车组和山东航空飞机，成为品牌走向全国宣传的新名片；借助公众号、视频号、直播等新形式扩大产品和品牌的受众认知度；积极参与全国药品交易会、中国自主品牌博览会和中国国际消费品博览会，联合合作伙伴开展大型学术会议推广和日常终端推广活动，多层次多维度扩大片仔癀品牌和系列产品宣传，提升品牌影响力和覆盖率。

图表 7：片仔癀荣登胡润医疗健康品牌榜第一



来源：公司官网，新华财经

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。