

看在眼里 含在嘴中 记在心上

超然楼推出文创雪糕，“江北第一楼”开启打卡新模式

文/片 记者 程凌润

超然楼文创雪糕来了

“这个夏天没有事情是一支雪糕解决不了的，如果有那就来两支。”5月5日，网友“淡然”在小红书App上分享了超然楼文创雪糕的照片，她说，“超然楼文创雪糕真的很精致，都舍不得吃。”

超然楼文创雪糕精致还原了“江北第一楼”超然楼的造型，“超然楼”“湖光山色”“浩然致远”三块牌匾也清晰可见。

“我们去年就在考虑和设计超然楼文创雪糕了。”济南文旅集团旅游开发公司营销部部长宋海鹏说，在超然楼火爆出圈以后，他们加快了超然楼文创雪糕的研发进度，从设计、开模到生产和投放市场仅用了一个月的时间。

目前，济南文旅集团旅游开发公司推出的超然楼文创雪糕是“写实版”的，其颜色是咖啡色，口味是奶茶口味；浓醇绵密的奶油包裹着浓浓的茶香味，浓郁与清爽交织。

“到了大明湖畔，不仅可以看超然楼亮灯仪式，还能吃到超然

楼周边的文创产品，比如雪糕。”宋海鹏说，推出超然楼文创雪糕可以满足游客打卡的仪式感，“超然楼亮灯本来就很仪式感，一边吃雪糕一边看超然楼亮灯就更有仪式感。”



超然楼文创雪糕在超然楼前亮相。

开启网红打卡新模式

在网红超然楼的流量“加持”下，超然楼文创雪糕将为亮灯仪式赋予新的生命，从而开启“仪式感”叠加的网红打卡新模式。

“文创雪糕作为一种产品形式，出圈是因为形式的创新以及与销售场景的高度链接，它的魅力在于设计与味道的双重之美，为消费者带来了文化与美食的多层次体验。”研发圆明园文创雪糕、趵突泉文创雪糕的贝贝瓶相关负责人介绍，贝贝瓶在今年第一季度已经完成了去年全年80%的销量。官方数据显示，目前贝贝瓶产品已覆盖超过310个景区，年销售创意雪糕超过1100万支。

山东大学经济学院教授、山东大学文化和旅游研究中心主任王晨光称，城市休闲产业发展的需求、年轻人时尚体验的需求、文创企业的创意理念，这些因素叠加导致景区文创雪糕迅速蹿红，并在一定程度上促进了传统景区的转型升级。

从“吃着肉疼”到“更肉疼”，片仔癀一粒涨到760元

涨价背后是原材料成本上涨和公司业绩增速放缓

记者 黄寿赓

线下断货线上限购

5月8日上午，位于济南市历下区的片仔癀体验馆内，刚刚因涨价备受舆论关注的片仔癀锭剂被摆放在进门后最显眼的位置。玻璃柜内，几十个片仔癀锭剂的包装盒被有序排列成“PZH”字样；柜台之上，麝香、牛黄、蛇胆、三七四种名贵药材盛放在碟子中，以作集中展示，这些都是片仔癀公开的主要原料。

门店工作人员介绍称，店内所售片仔癀锭剂按照公司安排同步提价，目前1粒售价760元，且供应十分紧张，“如果是少量购买几粒，门店能有现货，要是买得多，就需要跟公司协调供货。”

除了片仔癀体验馆，片仔癀锭剂在济南不少药店也有出售，但由于供货紧张，这些药店普遍没有现货，如果消费者有购买需求，药店需先联系总部或厂家订货。建联中药店总店一工作人员告诉记者，该产品有一些固定的拥趸，每月到货的少量产品很快能销售一空，如果现在购买需要留下联系方式“排队”。

相较于线下供应紧张，在线上购买片仔癀锭剂会容易得多。记者浏览淘宝片仔癀大药房旗舰店看到，处方版与OTC版的片仔癀锭剂都有供应，每粒的售价都是官方指导的760元。店铺客服人员称，该价格是于5月5日晚进行调整的。

同时，为避免因非治疗目的的购买或囤积商品、抬价转售等行为发生，旗舰店内的片仔癀锭剂目前仍“限购”，同一用户7天内最多购买4粒。淘宝平台的数据显示，截至

时隔三年，“中药茅”片仔癀(600436.SH)再次提价，5月5日晚间，公司公告称，片仔癀锭剂国内市场零售价格从590元/粒上调到760元/粒，170元/粒的涨幅创下历史新高。涨价背后，既有片仔癀锭剂原材料成本不断上涨的客观原因，也有着公司业绩增速放缓、股价相较历史高点大幅回调的现实。

参考片仔癀发展历程，涨价能为公司释放更大利润空间，多与公司业绩提振、股价拉升有着较强关联，本次涨价也不例外，5月8日开盘，片仔癀一字涨停。但从长远看，市场需求是否会被大幅提价所抑制尚未可知，公司方面也称，不排除存在销售数量下降的情况，投资者所期待的“量价齐升”还需要等等看。

5月8日中午，处方版片仔癀锭剂月销1万+，OTC版本为月销3000+。

此外，除了公司的旗舰店，片仔癀锭剂在阿里健康大药房等店铺也有出售。阿里健康大药房内，3g×1粒/盒包装的处方版片仔癀锭剂券后价950元，客服人员称，该产品此前一直断货，近期补货后，价格上调。相较于旗舰店内7天限购4粒，该店铺限购十分宽松，每次最多可以提交18盒。

公司称涨价因成本上涨

片仔癀锭剂价格“狂飙”背后，其生产商漳州片仔癀药业股份有限公司也是A股市场上的明星公司。公开信息显示，片仔癀成立于1999年12月，系由原漳州制药厂改制而来，主要业务包括中成药制造、医药流通等，核心产品有片仔癀、片仔癀胶囊、复方片仔癀含片等。2003年6月，公司在上交所挂牌上市交易。

因宣称片仔癀对治疗肝脏疾病具有良好效果，片仔癀产品在市场上受到追捧，公司方面也曾频频进行提价。据西南证券此前统计，2004年至2020年，片仔癀锭剂产品一共提价19次，其中出厂价方面，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%；零售价则从325元/粒升至590元/粒，提价幅度81.54%。

距离上一次官方提价已经过去3年，本次片仔癀价格再调整，加价幅度接近30%，对于本次提价原因，公司公告中称，主要系片仔癀产品主要原料及人工成本上涨。

据了解，片仔癀系列产品涉及的药材主要包括麝香、牛黄、蛇胆、三七。公司称，除麝香、蛇胆需获得国家林业部门行政许可，严格按照国家有关规定组织采购外，其余中药材通过市场渠道进行采购，采购价格随行就市。

去年，麝香价格基本保持稳定但略有上涨，牛黄价格呈持续上涨趋势，蛇胆价格呈上涨趋势；同等规格的三七价格略有下降。5月6日，中药材天地网数据显示，亳州药市天然胆黄价格为80万元/公斤，相较去年涨幅达到86.05%；而据财联社数据显示，在北方最大的药材市场河北安国，麝香的价格也涨到了800元/克以上。

公司股价一字涨停

尽管公司称提价主要是因为成本上涨，但在二级市场不少观点看来，本次提价或与公司去年业绩增速放缓有所关联。

根据片仔癀2022年年报，公司去年实现营收86.94亿元，同比增长8.38%；对应归属于上市公司股东的净利润24.72亿元，同比增长1800亿元。

1.66%。其中，营收增速是自2015年来最低，首次跌破10%，净利润增速则为2010年来最低。

而参考此前片仔癀提价经历，涨价与业绩提振有着较强关联。比如，2017年上半年，片仔癀进行了提价，当年公司营收同比大增60.85%，归属净利润同比大增超50%，均为2006年以来之最，并且2018年，公司业绩也维持了强势增长。2020年初，片仔癀又进行了提价，此后两年，公司的归属净利润增速也是相较此前实现了提升。

相较提振业绩，近些年，涨价对于公司股价的提升则更为明显。2021年上半年，市场上针对片仔癀的“炒作”步入顶峰，当时原价590元/粒的片仔癀锭剂一度被市面上的“黄牛”加价炒至900-1600元，多地片仔癀线下体验馆处于断货状态，线上销售也在“限购”。

伴着片仔癀的炒作，公司股价一路飙升，从2019年1月的86.6元/股，增长至2021年7月的最高点491.88元/股。高点之后，公司股价出现下跌，至今年5月5日涨价前夕，片仔癀报收273.81元/股。

本次提价，对于公司业绩贡献如何尚待长期观察，但对于提振公司股价的效果可谓是立竿见影。5月8日，片仔癀开盘即一字涨停，最终报收301.19元/股，当前市值超1800亿元。

“量价齐升”尚需等等看

值得注意的是，提价虽然能够为片仔癀释放更大的利润空间，但从供需关系来看，公司业绩要想实现高质量增长，还需“市场需求不被大幅提价抑制”的加持。

根据2022年年报，片仔癀主营业务可分为医药制造业、医药流通业、化妆品业、片仔癀锭剂、片仔癀胶囊剂、复方片仔癀含片、复方片仔癀软膏、复方片仔癀痔疮软膏等产品，均归属于医药制造业。

去年，片仔癀医药制造业实现营收38.13亿元，同比下降1.57%，与此同时，该行业营业成本出现上涨，同比增5.58%，由此使得该业务毛利率减少了1.45个百分点至78.70%。

细分片仔癀主要产品产销量情况，去年，以片仔癀锭剂为代表的肝病用药生产了385.38万盒，同比增长8.91%，但销量不及此前，同比下降4.05%，最终销售了338.34万盒。一增一减之下，片仔癀肝病用药最终留下了85.49万盒的库存，同比上涨122.34%。同时，心脑血管用药去年的销量同样出现下滑，降幅为3.15%；其他用药销量则提升17.19%。

在提价公告中，片仔癀给出的片仔癀系列产品2022年销量为1508.78万盒，今年一季度的数据为498.14万盒，占比接近去年的三分之一。但按照公司董秘办工作人员的说法，该数据的统计范畴并不全是药品，“有一些是含有片仔癀的原料”。至于公司主导产品片仔癀锭剂近几年的销量变动，对方称，公司暂未对外披露。