

票量倍增 航旅纵横直销突围战进入下半场



“民航版12306”上线已满一年。7月28日，航旅纵横副总裁、产品中心总经理刘丰在接受北京商报记者采访时谈到，上线一年来，航旅纵横民航官方直销平台（以下简称“直销平台”）的机票销售量同比大幅度增长。刘丰透露，其目标是在未来两到三年内，在用户认知中增加“购票上航旅纵横”这一心智。去年7月，航旅纵横整合国内航空公司直销机票资源“杀入”市场，直销平台已接入中国境内所有航司的直销资源，先后推出降价余票监控、“买贵退”等功能。虽然航旅纵横尝试从首乘旅客等细分客群切入，进行差异化“拉新”，但在当下的机票销售市场，仍面临不小的挑战。

机票销量实现倍数增长

直销平台上线一年，最显著的变化来自机票销售数据。

刘丰在接受北京商报记者采访时透露，与直销平台上线前相比，平台售出机票量呈倍数增长。机票量的显著提升也反映出，越来越多的用户不再单纯关注机票的低价，而是结合自己的实际需求、出行场景来理性购票。

去年7月，航旅纵横整合国内航空公司直销机票资源，推出民航官方直销平台，打出“0

差价、0捆绑、0套路”的口号。随后，直销平台被冠以“民航版12306”的称呼。

一年以来，直销平台已接入40家国内航司的直销资源。今年1月，直销平台在境内航司资源实现全面覆盖，此后的发展重点进一步转向提升服务承接能力，先后推出降价余票监控、“买贵退”、AI预订、多选下单等功能。刘丰表示，“买贵退”服务的用户反馈最好。

今年3月14日，三大航集体发布公告，重申对消费者权益的维护，推出机票“买贵免费退”规定。3月17日，航旅纵横也随之升级该

服务，覆盖国航、东航、南航。国航、南航已支持全网比价，东航支持民航官方直销平台内比价。

从“值机工具”到“购票平台”

直销平台获得航司力挺的背后，是民航机票直销与分销博弈的延续。

从航司的逻辑来看，分销模式下，用户数据被OTA隔离，航司无法有效触达购票旅客；而直销平台实时同步用户信息，所有机票由航空公司直接发布运营，票价与航司官网一

致，退改签规则同步，用户无需在层层代理中辨别真伪，航司也得以在后续环节更好地为旅客服务。

销售数据的增长表明，航旅纵横在机票直销这条路上已站稳第一步。

过去十余年，航旅纵横在用户心中建立的是“值机选座、查航班动态、行程管理”的工具认知。但大量价格敏感型的低频旅客和首次乘机者尚未将直销平台视为购票入口。

长期以来，机票销售市场存在第三方平台捆绑搭售、大数据杀熟等不规范现象，消费者实际支付金额与航司实际发布的行程单金额不符的情况时常出现，其合法消费权益受到损害。

因此，对航旅纵横而言，直销突围战下半场的胜负手已不再是增长的票量，而是能否在更多潜在用户心中成功植入“购票入口”这一认知。

刘丰透露，其目标是在未来两到三年内，在用户认知中增加“购票上航旅纵横”这一心智。

首乘旅客“拉新”切入点

谈及航旅纵横未来策略，刘丰表示，航旅纵横聚焦两个方向：一是针对精准客群做差异化产品，二是打通跨航司中转联程服务，以通达性持续吸引旅客。

在差异化产品方面，刘丰谈到，航旅纵横推出了首乘旅客身份认证功能，目前，航旅纵

横已联合大兴机场、重庆机场等推出首乘旅客认证服务，符合条件的旅客可获购票立减补贴。

近几年，“中国还有约10亿人没有坐过飞机”的说法被民航业广泛提及。航旅纵横从首乘旅客产品切入，正是为了把庞大的潜在人群“拉新”成实际的消费用户。此外，基于特定人群的消费场景，航旅纵横还在与航司规划研发定制产品，例如，针对双城通勤人群的“次卡”、更加灵活的差旅退改签产品等。

中国民航新型智库专家韩涛认为，当前，航旅纵横需要面对用户心智壁垒、价格认知错位两重挑战。头部OTA已经形成了“机票+酒店+租车+签证+度假”等全链条的出行生态，用户可一站式完成所有行程规划，购票习惯难以撼动。此外，普通用户通常因“初始最低标价”而形成OTA票价更便宜的认知，难以识别平台默认捆绑的套路，反而觉得直销渠道更贵。

对此，韩涛建议，航旅纵横可以上线真实比价工具，在购买页同步主流OTA展示标价与实际裸票价的对比，拆解平台捆绑的保险、服务包等加价项，用可视化的方式让用户直观了解平台套路。同时，进一步强化官方直销认知，在短视频、社交平台投放机票避坑指南等内容，直观展示分销渠道的低价陷阱，植入相应的解决方案。此外，也可联合消费者协会、民航相关机构发布民航购票消费指南，借助权威身份强化公信力。

北京商报记者 关子辰 牛清妍

Market focus

喝感冒灵禁止开车 华润三九的王牌药迎考

感冒灵，这款常年稳居感冒中成药销量榜首的“国民感冒药”迎来一次安全性调整，对于以999感冒灵为核心产品的华润三九(000999)而言，其也将面临新的考验。

近日，国家药监局发布的第66号公告显示，根据药品不良反应评估结果，为进一步保障公众用药安全，决定对感冒灵口服制剂(颗粒、胶囊、片、茶)说明书实施统一修订，集中完善警示语、禁忌、不良反应、注意事项等四大核心板块。其中，本次修订强调服药期间不得驾驶机动车、车、船，不得从事高空作业、机械作业及操作精密仪器等。对于普通人而言，最直接的影响就是吃完感冒灵不能开车了。

按照国家药监局的要求，相关企业须在2026年10月15日前完成新版说明书的备案，备案之日起生产的产品不得继续使用原说明书，且须在备案后9个月内完成已出厂产品的说明书及标签更换。

对于说明书何时完成更换、对药品销售有无影响，北京商报记者以消费者身份咨询999感冒灵官方旗舰店客服后被告知，“暂时还不清楚”。

据悉，感冒灵是典型的中西药复方制剂，含有对乙酰氨基酚、马来酸氯苯那敏、咖啡因三种西药成分，其中，马来酸氯苯那敏对中枢神经有明显的抑制作用，容易引起嗜睡、乏力、注意力下降。

此前，2024年，国家药监局曾发布第81号公告对复方感冒灵制剂说明书中的警示语、不良反应、禁忌和注意事项进行统一修订，明确服药期间不得驾驶机动车、车、船，不得从事高空作业、机械作业及操作精密仪器等。此次2026年第66号公告将修订范围扩展至全部感冒灵口服制剂剂型。

公开信息显示，拥有感冒灵口服制剂批准文号的药企众多，涉及广州白云山奇星药业有限公司、重庆赛诺生物药业股份有限公司等多家企业。其中，华润三九凭借“999感冒灵”品牌占据绝对主导地位，2025年，华润三九的“999感冒灵颗粒”在中国零售药店终端呼吸系统中成药市场销售额突破20亿元。另据华润三九2025年年报，“999感冒灵”连续十二年位列中成药

感冒咳嗽类第一名。

对以999感冒灵为核心单品的华润三九而言，“服药后禁驾”的明确警示，意味着上班族、司机等群体在白天服用感冒灵时将更加谨慎，或转向其他替代产品。

财务数据显示，2025年，华润三九实现营业收入约316.03亿元，同比增长14.43%；对应实现归属净利润约34.21亿元，同比增长1.58%。业绩增长主要与2025年3月公司以近60亿元完成对天士力28%股份的收购直接相关，处方药业务因并表因素同比增长101.38%，成为拉动整体业绩增长的核心动力。

华润三九并未单独披露999感冒灵的具体销售业绩。不过，2025年，公司以999感冒灵等OTC药物为主的自我诊疗(CHC)业务收入约为151.11亿元，同比下降14.67%。

值得一提的是，进入2026年，公司净利已出现下滑。华润三九发布的业绩快报显示，2026年上半年公司实现营业收入150.13亿元，同比增长1.37%；对应实现归属净利润约16.72亿元，同比下降7.9%。

在北京中医药大学卫生健康法治研究与创新转化中心主任邓勇看来，感冒灵的新规调整，不会引发消费者大规模竞品迁移，但会带来结构性销量分流。对于华润三九而言，999感冒灵作为公司的核心大单品，用药限制带来的客群收缩将进一步压缩其增长空间。与此同时，企业须在2026年10月15日前完成新版说明书备案，并在规定周期内完成全渠道已出厂产品的包装标签更换，由此产生的包材报废、渠道运维等成本不容小觑。

“企业应有序完成新旧包装迭代，搭建终端标准化培训体系，规范导购话术，规避合规与纠纷风险；主动开展科普宣传，引导消费者区分昼夜用药场景，重塑安全用药认知，并加快布局无嗜睡副作用的感冒制剂，打造昼夜分场景产品矩阵，实现内部客户转化。”邓勇如是说。

针对相关问题，北京商报记者亦致电华润三九董秘办进行采访，但截至发稿电话未有人接听。

北京商报记者 董亮 王悦彤

溢价率25.84% 中海在酒仙桥再落子

7月28日，北京市朝阳区酒仙桥旧城区改建项目1019-0013-1地块（以下简称“酒仙桥地块”）迎来现场竞价，吸引越秀、招商、建发、保利、绿城、中海6家房企参与。最终，该地块由中海以约46.81亿元竞得，溢价率约25.84%。此次拿地，是中海时隔8个月再度在北京土拍市场出手，同时也是该企业继中海万吉玖序之后，在酒仙桥板块斩获的第二宗地块。

完善的生活配套、片区已验证的新房去化表现，共同推高了酒仙桥地块的市场热度。北京商报记者实地调研了解到，该地块临近地铁14号线将台站、东风北桥站，颐堤港、久隆生活广场等商业资源环伺。目前板块新房库存持续走低，存量项目供货步入尾声：北京宸园临近清盘，中海万吉玖序去化率已接近八成。

248轮激烈角逐

出让文件显示，酒仙桥地块土地面积约2.31万平方米，规划建筑面积约5.78万平方米，用地性质为R2二类居住用地。

该地块线上报价环节即收获6轮出价，线下竞价阶段竞争更为激烈。建发从竞拍伊始便表现出对地块的浓厚兴趣，率先出价；近期连夺两宗地块的招商蛇口随即跟进。竞拍前半程，建发相继与绿城、招商蛇口、越秀等房企展开多轮争夺。

线下竞拍进入后半程，中海加入竞价并持续发力，与越秀缠斗至最后落槌。最终，经过线下248轮激烈角逐，中海以约46.81亿元、溢价率25.84%竞得酒仙桥地块。

从区位来看，酒仙桥地块周边双地铁线路为居民提供了便利的出行条件。北京商报记者实地探访发现，地块向北约800米为地铁14号线将台站，步行约13分钟；向西约1公里为东风北桥站，步行约16分钟。

双地铁加持之下，酒仙桥地块还具备较为成熟的生活配套。地块南侧约330米便是久隆生活广场，步行约3分钟可达，包含餐饮、亲子娱乐、购物等综合业态，可满足居民日常生活需求。稍远位置地铁将台站附近的颐堤港则可进一步满足进阶消费需求。

中指研究院土地市场研究负责人张凯表示，酒仙桥地块所处板块位置优越、配套成熟，属于朝阳东部城市更新核心区，加之北京宸园珠玉在前，本宗地块自然吸引了

多家开发商参与竞拍。

上海易居房地产研究院副院长严跃进表示，酒仙桥地块已剥离复杂业态，为纯住宅用地，且周边配套成熟，这些明确利好大幅降低了房企的开发与销售风险。

中海时隔8个月再度出手

对于中海而言，酒仙桥板块并不陌生。2024年11月，中海曾以153.32亿元的高价竞得酒仙桥+小红门+十八里店组团地块，其中酒仙桥旧城区改建项目1019-0014地块后续开发为中海万吉玖序。

如今中海再度加码酒仙桥，得益于前期项目取得的良好市场表现，企业持续看好板块发展潜力与置业需求储备。北京市住建委数据显示，截至7月25日，中海万吉玖序370套房源已完成网签292套，去化率78.92%，成交均价约11.18万元/平方米。

合硕机构首席分析师郭毅表示，当前阶段，中海在该区域布局新项目暂无强劲竞品，且区域具备较高的价格承载能力。依托中海万吉玖序一年多的销售运营，中海沉淀了扎实的客群基础，充分掌握区域购房者需求特点，便于开展精准产品定位。

郭毅同时指出，中海万吉玖序现有营销案场可复用至新项目，有效控制营销开支。多重优势加持下，中海能够接受较高楼面地价获取酒仙桥新地块。

此次中海竞得酒仙桥地块，距离其上一次在北京拿地已时隔8个月。北京商报记者梳理发现，上一次中海在北京拿地还要追溯至2025年11月，以12.48亿元竞得通州区老九棵树南地块。

许久未拿地，出手便是大热地块。郭毅表示，中海此前在酒仙桥板块取得的良好销售成绩，是在区域整体仍处于规划推进、二期拆迁尚未完成的背景下实现的。进入今年以来，酒仙桥城市更新节奏明显提速，片区各项重点配套工程加速落地，区域价值迎来实质性兑现期。

从推售节奏来看，郭毅认为，酒仙桥地块主力销售周期集中于今年底至明年初，恰好与片区城市更新、商业、教育、景观等核心配套的落地节点高度契合，为项目后续价值提升与价格上行预留了充足空间。

不过，郭毅也指出，酒仙桥地块楼面价

比中海万吉玖序高出约1万元/平方米，如何通过差异化的产品力、场景感与居住价值，匹配全新的价格体系、兑现进阶的产品价值，将是中海后续打造新项目的核心考量重点。

高去化支撑

自2024年起，朝阳区土地市场热度持续走高，区域内不仅诞生多宗百亿级地块，地块溢价水平也稳居近三年全市首位。北京商报记者梳理发现，2024年以来，北京合计出让4宗总价超百亿元地块，其中3宗位于朝阳区。

具体来看，2024年，酒仙桥+前苇沟+中关村地块由中建智地+朝开+江苏绿建以112亿元摘得，后续开发为北京宸园；2025年，黄杉木店+孙河组团地块由中建智地+金茂+越秀+朝阳城发联合体以126亿元摘得。

土地市场持续火热，依托区域楼市基本面的有力支撑。北京市住建委信息显示，截至7月25日，北京宸园606套房源已网签581套，去化率达95.87%，成交均价约11.03万元/平方米。

区域新盘保持较高去化水平，进一步提振了房企的拿地意愿。近三年北京土地市场单宗地块最高溢价纪录同样诞生于朝阳区。2025年9月，朝阳区太阳宫地块被中建智地以约43.15亿元竞得，溢价率达39.18%，创下近三年北京土拍单宗地块溢价峰值。

郭毅表示，朝阳区在地块运营层面具备成熟思路：核心优质地块依靠高溢价吸引市场关注；条件偏弱的地块则采用捆绑出让方式，在市场调整期促成百亿级土地成交。无论市场行情如何，区域土地价值持续得到凸显。

朝阳区持续推出处于城市核心区位、城市界面成熟、配套资源完善、短板较少的地块，广渠路地块便是典型，后续甜水园地块同样具备优势大于短板的特征。在同一能级的行政区中，仅有朝阳能够持续供应核心地段优质土地；海淀区、东城区、西城区缺乏同类标的，丰台区、石景山区地块竞争力相对有限。多重因素之下，促成了朝阳区土地市场表现一枝独秀。

北京商报记者 李晗