



2026年中国生物创新药市场跟踪报告： 司美格鲁肽2025年第三季度市场回顾

2026 China Biopharmaceutical Innovation Market Tracking Report: Semaglutide Q3 2025 Market Review

2026年中国バイオ医薬品イノベーション市場追跡レポート：セマグルチド 2025年第3四半期市場レビュー

概览标签：GLP-1、司美格鲁肽、替尔泊肽

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

研究目的及热门资讯

研究目的

本报告为对中国司美格鲁肽药物市场进行研究。通过回顾2025年第三季度司美格鲁肽的市场动向、销售情况来分析市场，并对当今司美格鲁肽市场现状进行分析，以对未来市场动向展开研判。

研究区域范围： 中国地区

研究对象： 司美格鲁肽药物

本报告的关键问题：

- 司美格鲁肽2025年第三季度热门资讯及市场信号为何？
- 司美格鲁肽2025年第三季度的销售情况如何？反映了什么现状？
- 司美格鲁肽在2026年是否有新的市场信号？

热门资讯

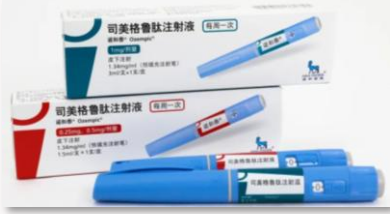
- **中国5月15日起GLP-1药物须凭纸质处方购买，监管趋严：** 2026年5月15日《药品管理法实施条例》施行，司美格鲁肽、替尔泊肽等GLP-1针剂被严格管控。购买需凭实体医院3天内有效纸质处方，药店药师二次审核，全程冷链储存并扫码追溯。新规旨在遏制滥用、保障用药安全，短期或影响终端销量
- **丽珠集团司美格鲁肽注射液获CDE承办，国产仿制药竞争白热化：** 2026年5月18日丽珠集团司美格鲁肽注射液两项上市申请获CDE承办，为生物类似药，针对2型糖尿病适应症。丽珠采用“降糖先行、减重跟进”策略，加速推进上市，成为国内少数同步双规格布局的企业。此举标志着国产司美格鲁肽仿制药进入上市冲刺阶段，价格战预期升温
- **恒瑞医药GLP-1双靶点药物III期成功，有望冲击第一梯队：** 2026年5月恒瑞医药宣布其GLP-1/GIP双靶点激动剂III期临床成功。数据显示，68周平均减重19.5%，优于司美格鲁肽，接近替尔泊肽水平。公司同步推进心血管适应症研发，差异化布局慢性病领域，有望打破外资垄断格局
- **礼来替尔泊肽2026Q1收入超司美格鲁肽，上调全年业绩指引：** 2026年5月9日礼来一季报显示，替尔泊肽收入首次超过司美格鲁肽，成为GLP-1赛道新龙头。受益于减重适应症快速放量及定价优势，礼来上调2026年全年业绩指引，核心驱动来自替尔泊肽在全球减重市场的渗透率提升及中国区商业化加速

2025年Q3司美格鲁肽行业热门资讯及市场信号——临床研发进展

司美格鲁肽注射液在中国新增慢性肾病适应症、在美国获批用于脂肪肝治疗，成为全球首个覆盖降糖、心血管、肾脏及MASH的GLP-1RA，填补了相关临床空白，为患者提供了全面的代谢与器官保护方案

司美格鲁肽注射液新增慢性肾脏病适应症在华获批

热门资讯 1



诺和诺德于2025年7月18日宣布，近日，中国国家药品监督管理局（NMPA）正式批准了诺和泰®（司美格鲁肽注射液）新增慢性肾脏病（CKD）适应症，成为中国首个且唯一的GLP-1受体激动剂（GLP-1RA）获批用于降低伴有慢性肾脏病的2型糖尿病成人患者eGFR持续下降、终末期肾病和心血管死亡的风险。

- 诺和泰®此前已被批准用于饮食控制、二甲双胍和/或磺脲类药物治疗后血糖不达标的成人T2DM患者，并用于降低T2DM合并心血管疾病患者的主要不良心血管事件的风险。诺和泰®新适应症的获批，标志着糖尿病肾病的治疗有新的选择。作为全球首个覆盖降糖、心血管和肾脏三大适应症的GLP-1RA，其不仅满足了未被满足的临床需求，还通过综合管理为患者提供多效管理方案。

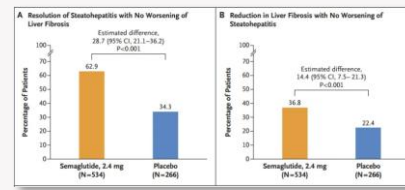
头豹洞见

2025年7月18日，诺和诺德宣布司美格鲁肽注射液（诺和泰®）新增慢性肾脏病（CKD）适应症获中国国家药监局批准，成为中国首个且唯一获批用于降低伴有慢性肾脏病的2型糖尿病成人患者估算肾小球滤过率（eGFR）持续下降、终末期肾病和心血管死亡风险的胰高血糖素样肽-1受体激动剂（GLP-1RA）。此前该药已获批用于降糖及降低2型糖尿病合并心血管疾病患者主要不良心血管事件风险，此次新增后，成为全球首个覆盖降糖、心血管和肾脏三大核心适应症的GLP-1RA，填补了糖尿病肾病等领域临床需求空白，为患者提供更全面代谢与器官保护管理方案。

来源：头豹研究院

司美格鲁肽获FDA批准用于脂肪肝治疗

热门资讯 2



诺和诺德近日宣布，美国食品药品监督管理局（FDA）已基于补充新药申请（sNDA）批准了Wegovy（中国商品名为诺和盈，司美格鲁肽2.4mg）的新增适应症：在控制饮食和增加体力活动的基础上，用于治疗代谢相关脂肪性肝炎（MASH）伴中重度肝纤维化（符合F2-F3期纤维化）的非肝硬化成人患者。

- 诺和诺德研发执行副总裁兼首席科学官（CSO）Martin Holst Lange表示：“Wegovy现在拥有了独特的地位：成为首个也是唯一一个获批用于治疗MASH的GLP-1药物。这在证实其减重、心血管获益的大量临床数据之外进一步丰富了司美格鲁肽的获益证据。我们为MASH患者带来了一种新治疗方案，不仅能阻止疾病活动，还能帮助逆转肝脏损伤。”

头豹洞见

司美格鲁肽斩获全球首个GLP-1类代谢相关脂肪性肝炎（MASH）治疗适应症，既是诺和诺德“明星分子”开发的又一重大突破，也标志着MASH治疗领域迎来关键分水岭。其III期临床数据坚实验证了GLP-1通路对改善肝脏炎症、逆转纤维化的有效性，为受疾病困扰的患者带来了全新治疗选择。未来MASH治疗领域将更趋活跃：司美格鲁肽与Rezdiffra的“两强争霸”序幕刚启，口服小分子GLP-1RA、FGF21类似物等新锐疗法及组合策略快速崛起；国内药企在仿制追赶的同时，正积极布局创新靶点与多特异性分子，力争在全球创新版图中占据一席之地。随着更多有效疗法涌现及可及性提升，终结MASH的健康威胁，正从愿景走向现实。



2025年Q3司美格鲁肽行业热门资讯及市场信号——海外竞品动态

礼来替尔泊肽营收紧追司美格鲁肽，口服GLP-1药物orforglipron临床效果优于口服司美格鲁肽，正推动GLP-1赛道格局重构

三季度礼来替尔泊肽营收高速增长

热门资讯 3

Selected Products	Third Quarter			Year-to-Date		
	2025	2024	Change	2025	2024	Change
Mounario	\$ 6,315.1	\$ 3,112.7	100%	\$ 18,955.6	\$ 6,019.0	94%
Zelmac	5,981.1	1,257.8	185%	9,281.3	3,018.4	NM
Verzenio	1,478.2	1,369.9	7%	4,118.3	3,751.5	10%
Total Revenue	17,689.9	11,499.9	64%	45,887.0	21,809.9	46%

- 2025年前三季度，诺和诺德的司美格鲁肽以254.62亿美元销售额暂列第一，礼来的替尔泊肽以248.37亿美元紧随其后，两者差距仅6.25亿美元。
- 作为昔日“全球药王”，默沙东的K药前三季度销售额233.03亿美元，排名第三，同比增长虽保持双位数，但已被GLP-1双雄远远超越。

- 2025年第三季度礼来替尔泊肽销量与营收大幅增长，凭借优异的临床疗效迅速拓展市场。其市场份额持续提升，不断压缩司美格鲁肽的生存空间，二者营收差距持续收窄。在美国终端市场中替尔泊肽处方占比实现反超，行业头部竞争愈发激烈，彻底改变了司美格鲁肽一家独大的市场局面。

头豹洞见

□ 2025年前三季度，礼来替尔泊肽营收实现高速增长，以**248.37亿美元销售额紧追诺和诺德司美格鲁肽**，两者差距仅**6.25亿美元**，且在美国终端市场处方占比实现反超，彻底打破了司美格鲁肽一家独大的市场格局。GLP-1赛道由此进入双雄竞争的白热化阶段，市场份额正快速重构，昔日“全球药王”默沙东K药虽保持双位数同比增长，却已被二者大幅超越。行业头部竞争的加剧，正倒逼企业加速在适应症拓展、临床疗效优化与差异化布局上的突破，推动整个赛道从单一产品主导迈向多元创新竞争的全新发展阶段，也为后续产品迭代与新靶点研发注入了更强动力。

来源：头豹研究院

礼来宣布自研GLP-1制剂降糖、减重效果优于口服司美格鲁肽

热门资讯 4

Lilly's oral GLP-1, orforglipron, delivers weight loss of up to an average of 27.3 lbs in first of two pivotal Phase 3 trials in adults with obesity

August 7, 2025

f in t

In ATTRAUM 1, the investigational once-daily oral GLP-1 showed significant efficacy and a safety and tolerability profile consistent with expectations in treatment of obesity.

Orforglipron achieved the primary and all key secondary endpoints, including demonstrating improvements in a number of cardiovascular risk factors.

With these results, Lilly is on track to submit orforglipron to global regulatory agencies by year end and is making substantial investments to meet anticipated demand at launch.

- 2025年9月，礼来公司公布了在研口服小分子GLP-1 RA（胰高血糖素样肽-1受体激动剂）药物“orforglipron”的III期临床研究“ACHIEVE-3”的顶线结果。该结果显示，orforglipron的降糖效果显著优于口服司美格鲁肽。8月底，公司曾发布orforglipron的III期临床研究“ACHIEVE-2”的顶线结果，试验面向肥胖或超重的合并II型糖尿病成人患者。

- 礼来公司执行副总裁（Kenneth Custer）点评称，最终接近正常血糖的参与者中，使用最高剂量orforglipron的人数，几乎是使用最高剂量口服司美格鲁肽人数的3倍。加上orforglipron每天一次的口服剂量和广泛的可扩展性，增强了其作为2型糖尿病基础治疗药物的潜力。

头豹洞见

□ 2025年9月，礼来公布在研口服小分子GLP-1药物orforglipron的III期临床顶线结果，其降糖效果显著优于口服司美格鲁肽，在高剂量组中实现近正常血糖的患者人数几乎是后者的3倍，此前公布的减重数据也展现出强劲潜力。该药物每日一次的口服给药方式兼具便利性与可扩展性，进一步强化了其作为**2型糖尿病基础治疗药物的竞争力**。这一突破不仅是礼来在GLP-1赛道差异化布局的关键一步，也标志着口服GLP-1药物竞争进入新阶段，为诺和诺德的口服司美格鲁肽带来直接挑战，或将重塑全球GLP-1市场格局，倒逼行业加速在剂型优化、疗效提升与患者依从性改善上的创新突破。

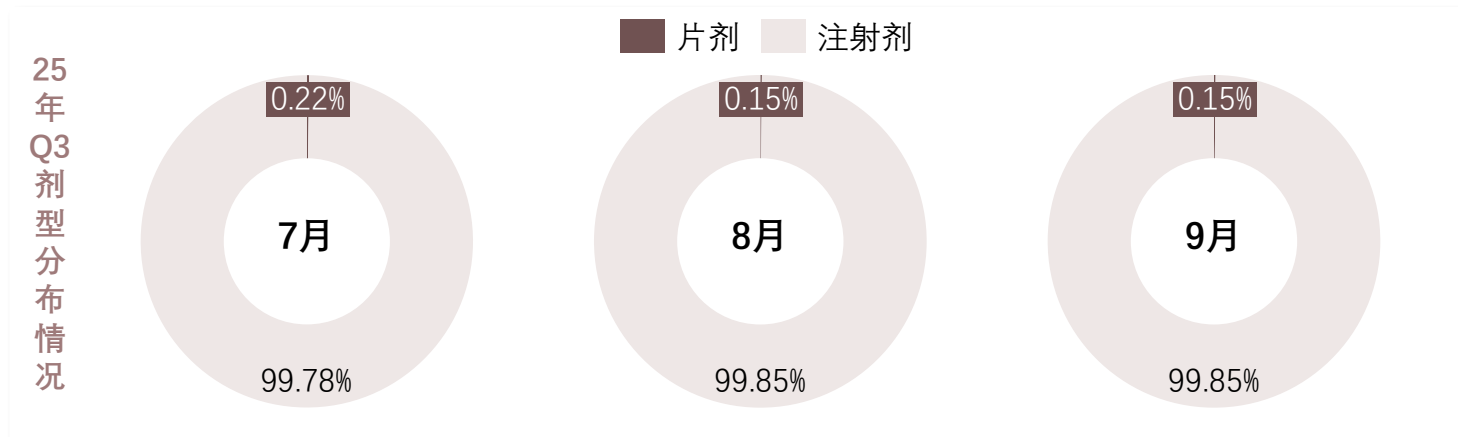
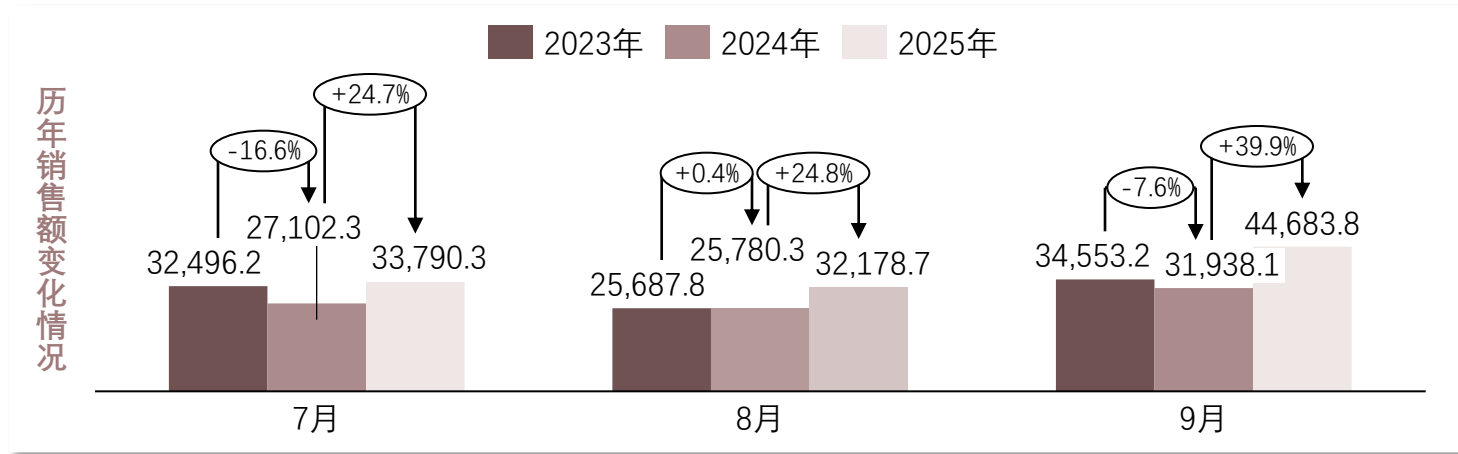


2025年Q3中国司美格鲁肽销售市场全景分析——销售额情况

2025年Q3司美格鲁肽院端销售额同比回暖，7-9月增速持续攀升，新适应症推广与季节性需求推动反弹，仿制药申报影响有限

中国司美格鲁肽销售额情况（院端），2023Q3-2025Q3

单位：万元；%



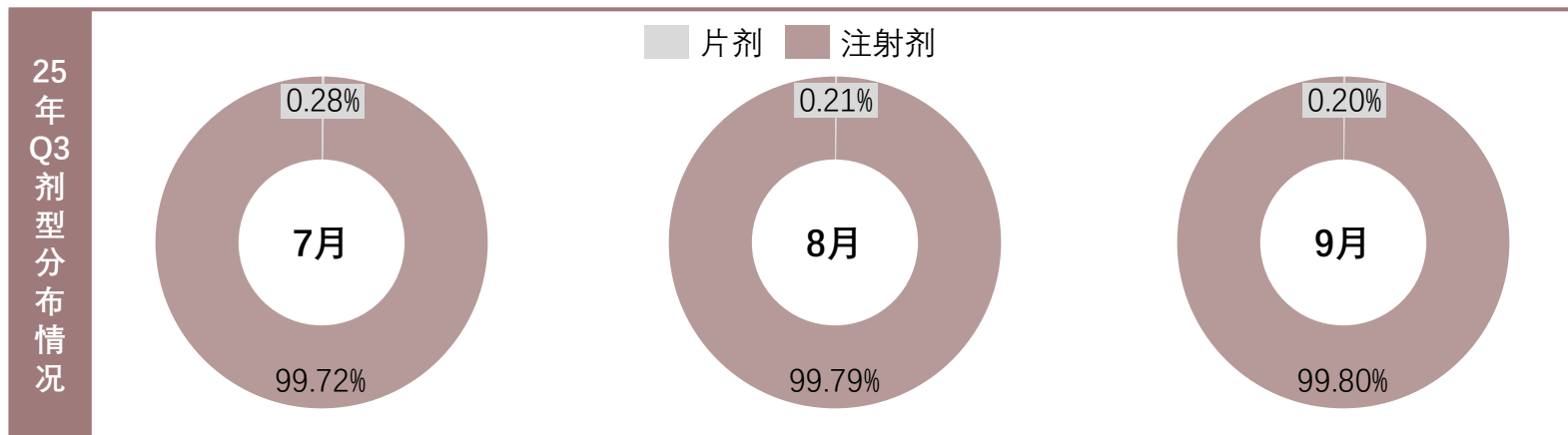
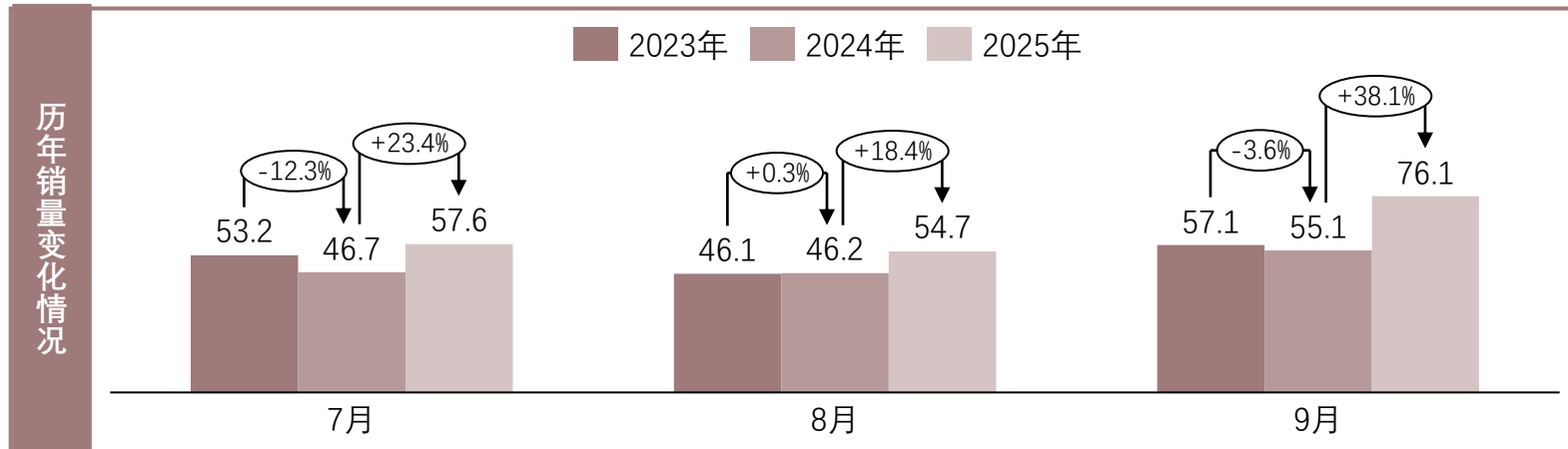
- 2025年Q3中国司美格鲁肽院端销售额同比整体回暖，呈现“短期承压—稳步修复—加速反弹”的态势。单月数据显示，7月销售额33,790.3万元，同比增长24.7%；8月销售额32,178.7万元，同比增长24.8%；9月销售额44,683.8万元，同比增长39.9%，环比持续加速回升，市场修复动能显著增强。
- 7月销售额增速放缓，主要受国产GLP-1仿制药申报升温与部分医院处方限制影响。石药集团、惠升生物等多家企业的司美格鲁肽仿制药提交上市申请，市场对价格与供应的预期出现观望情绪；同时部分医院对减重适应症处方管理趋严，叠加2024年7月高基数效应，导致同比增速短暂承压。8月增速回升至24.8%，得益于司美格鲁肽新适应症的学术推广深化，其糖尿病与慢性肾病适应症获批后，临床认可度持续提升，基层渠道放量明显，抵消了仿制药预期带来的部分影响。9月销售额同比大幅增长39.9%，核心受秋冬季节代谢性疾病就诊高峰与企业渠道策略优化驱动，糖尿病患者复诊率提升，院端处方量显著增加，企业同步推进慢病管理项目与患者教育，推动处方回流。此外，剂型结构显示注射剂占比稳定，口服片剂仍处于早期渗透阶段，对整体销售影响有限。
- 整体来看，2025年Q3司美格鲁肽院端表现是适应症拓展、渠道深耕与季节性需求共振的结果，后续需持续关注仿制药获批进度、医保政策调整及竞品口服剂型的商业化进展。

2025年Q3中国司美格鲁肽销售市场全景分析——销量情况

2025年Q3司美格鲁肽院端销量与销售额同步回暖，7-9月增速持续攀升，处方量放量为核心驱动，口服剂型影响有限

中国司美格鲁肽销量情况（院端），2023Q3-2025Q3

单位：万盒；%



- 2025年Q3中国司美格鲁肽院端销量与销售额走势高度同步，量价匹配度较高。销量端，7月销量57.6万盒，同比增长23.4%；8月销量54.7万盒，同比增长18.4%；9月销量76.1万盒，同比增长38.1%，环比持续加速回升，与销售额变动趋势完全一致，说明核心驱动因素均来自市场竞争与需求环境。
- 从量价关系来看，7月销量增速（23.4%）略低于销售额增速（24.7%），反映单盒销售价值小幅提升，或与糖尿病适应症处方占比提升、产品结构优化有关；8月销量增速（18.4%）显著低于销售额增速（24.8%），9月销量增速（38.1%）与销售额增速（39.9%）基本持平，表明后期处方量放量成为增长核心动力，单盒价值贡献回归常态。剂型结构方面，Q3注射剂仍占绝对主导，销量占比稳定在99.7%以上，与销售额剂型分布高度吻合，口服片剂仍处于早期渗透阶段，对整体影响有限。
- 综合来看，2025年Q3司美格鲁肽院端量价同步回暖，前期仿制药申报带来的观望情绪对销量的短期压制，后期被新适应症推广与季节性就诊高峰带来的处方量反弹所抵消，量价修复节奏差异也体现出企业在产品结构与推广策略上的调整成效。

2025年Q3中国司美格鲁肽销售市场全景分析——重点区域对比

2025年Q3司美格鲁肽重点区域市场分化显著，天津凭借渠道深耕领跑，京沪受竞争与观望情绪影响增速放缓，中西部仍以核心医院为主

中国司美格鲁肽市场重点区域对比分析，2025Q3

	单位	北京市	天津市	上海市	重庆市	山东省	新疆维吾尔自治区	四川省
人口	万人	2,180.0	1,363.0	2,485.4	3,187.3	10,043.0	2,639.0	8,318.0
GDP	亿元	38,319.5	13,416.1	40,721.2	24,449.4	77,115.0	15,568.2	49,322.2
人均GDP	万元/人	17.6	9.8	16.4	7.7	7.7	5.9	5.9
销售额	万元	11,153.8	11,898.8	10,585.2	1,863.4	4,452.1	814.1	3,026.0
人均销售额	元/人	5.1	8.7	4.3	0.6	0.4	0.3	0.4
销量	盒	181,707.0	200,303.0	177,219.0	35,502.0	80,478.0	13,743.0	52,305.0
人均销量	盒/万人	83.4	147.0	71.3	11.1	8.0	5.2	6.3

- 2025年第三季度，中国司美格鲁肽重点区域市场差异显著，各区域表现受经济水平、医疗资源、竞争格局与政策环境影响呈现明显分化。从直辖市来看，表现分化突出。**天津市**本期销售额11,898.8万元，人均销售额8.7元/人，销量200,303.0盒，人均销量147.0盒/万人，在重点区域中表现领先，主要受益于京津冀一体化医疗资源协同与企业基层医院的深度学术推广，糖尿病适应症处方放量明显。**北京市**本期销售额11,153.8万元，人均销售额5.1元/人，销量181,707.0盒，人均销量83.4盒/万人，受仿制药申报带来的市场观望情绪影响，增速略有放缓，但凭借全国医疗中心的优势，仍保持较高市场规模。**上海市**本期销售额10,585.2万元，人均销售额4.3元/人，销量177,219.0盒，人均销量71.3盒/万人，受本地替尔泊肽等竞品密集布局影响，市场分流效应明显，增速不及预期。**重庆市**本期销售额1,863.4万元，人均销售额0.6元/人，销量35,502.0盒，人均销量11.1盒/万人，受经济水平与医疗资源分布不均限制，市场规模仍处于低位。
- 省级区域方面，**山东省**人口基数大，本期销售额4,452.1万元，人均销售额0.4元/人，销量80,478.0盒，人均销量8.0盒/万人，市场规模虽有所增长，但人均水平仍偏低，主要受基层处方推广进度与医保支付政策影响。**四川省**本期销售额3,026.0万元，人均销售额0.4元/人，销量52,305.0盒，人均销量6.3盒/万人，市场表现与山东相近，增长主要来自省会城市核心医院的处方贡献，下沉市场仍待拓展。**新疆**本期销售额814.1万元，人均销售额0.3元/人，销量13,743.0盒，人均销量5.2盒/万人，受经济水平与医疗可及性限制，市场渗透率仍处于低位。总体而言，2025年第三季度司美格鲁肽重点区域市场差异，是经济水平、医疗资源、竞争格局与政策环境等多因素综合作用的结果，天津凭借区域协同与渠道深耕实现领先，京沪受竞争与观望情绪影响增速分化，中西部省份仍以核心医院市场为主，下沉空间广阔。

*除人口数据为2025年年末外，其余数据均基于2025年第三季度数据计算而得

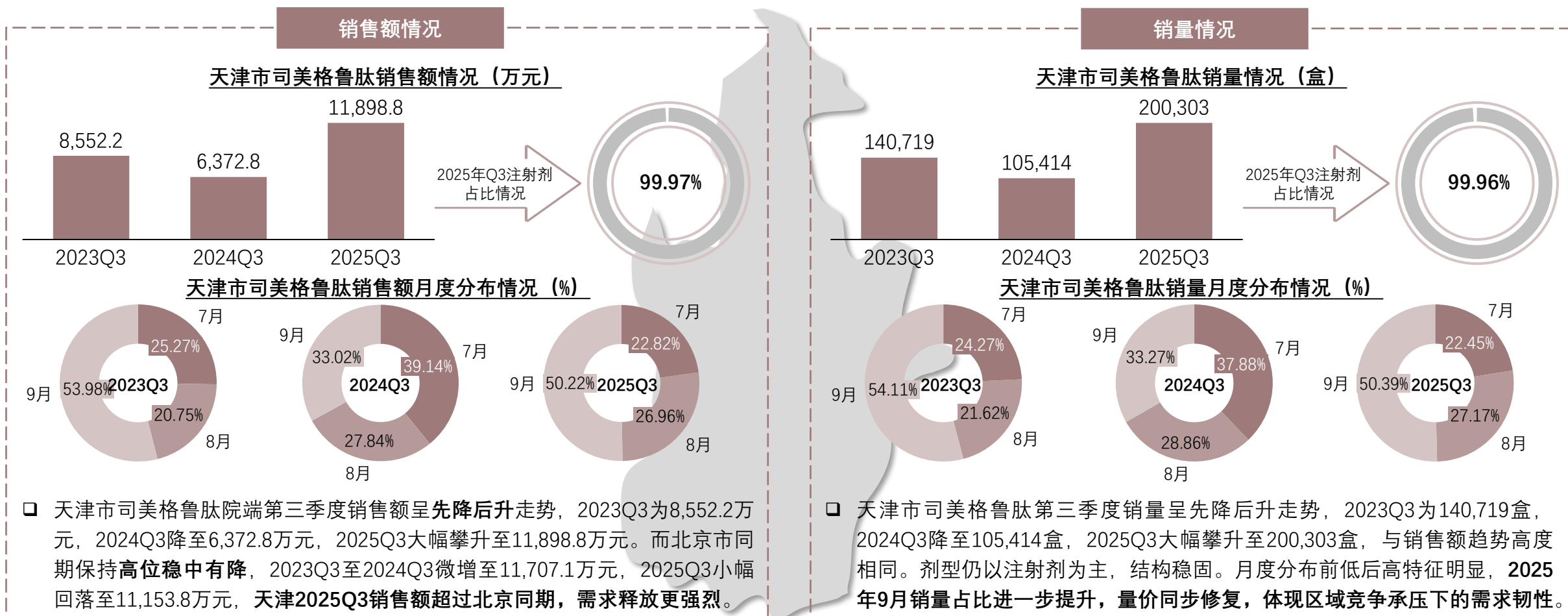
来源：摩熵医药，头豹研究院



中国司美格鲁肽代表地区销售洞察：直辖市——天津市

天津市司美格鲁肽院端2023Q3-2025Q3销售额先降后升、销量降幅显著大于北京，反映其在竞品与医保控费冲击下，2025Q3需求释放强烈，需求韧性更强

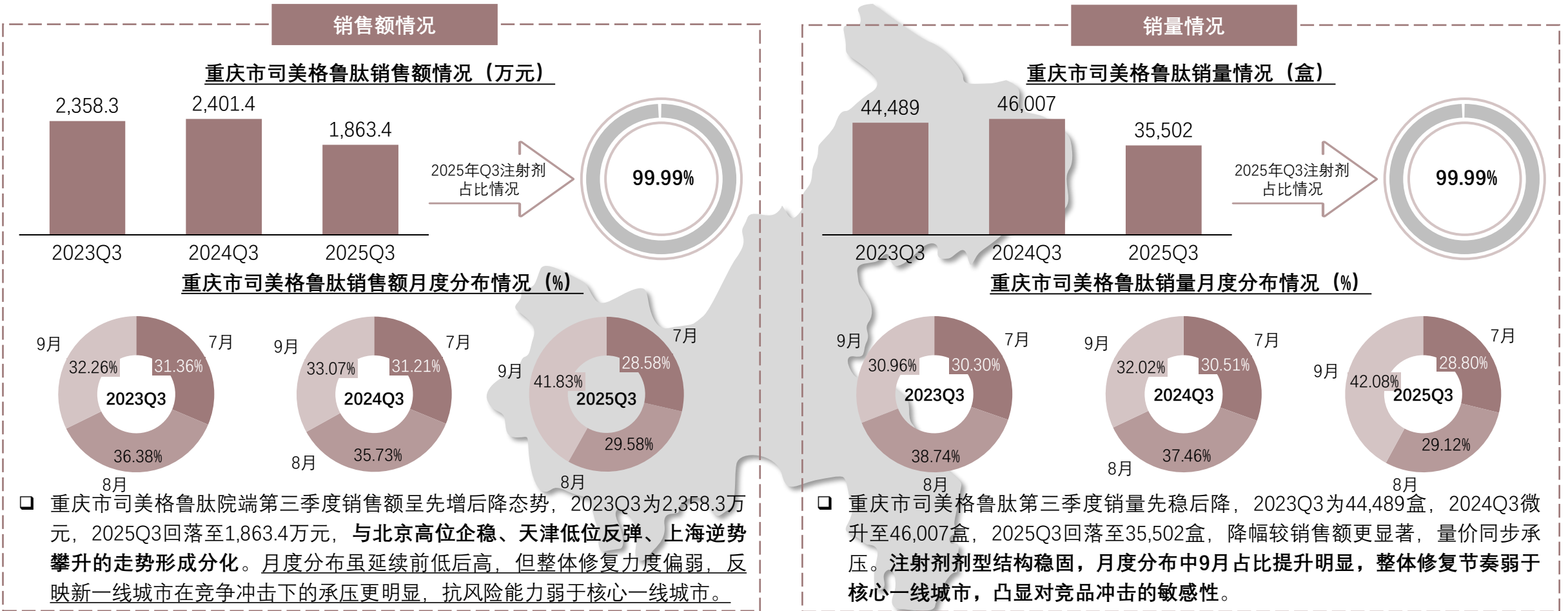
天津市司美格鲁肽销售情况（院端），2023Q3-2025Q3



中国司美格鲁肽代表地区销售洞察：直辖市——重庆市

重庆市司美格鲁肽院端2023Q3-2025Q3销售额、销量均先稳后降，销量降幅更显著，量价同步承压，反映新一线城市在竞品冲击下承压更明显，抗风险能力弱于核心城市

重庆市司美格鲁肽销售情况（院端），2023Q3-2025Q3

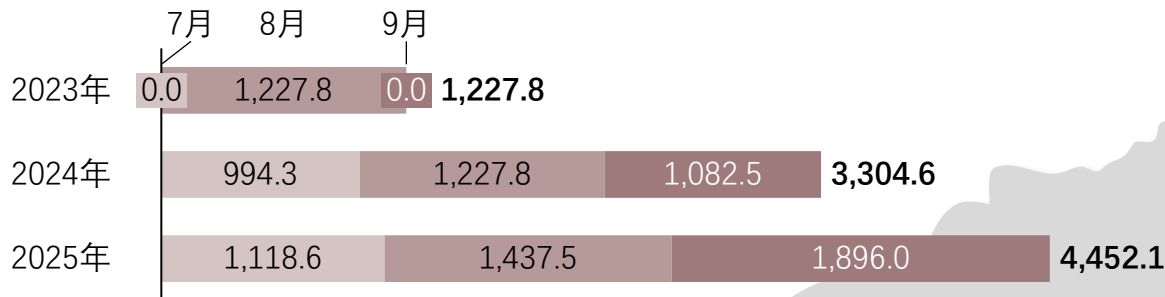


中国司美格鲁肽代表地区销售洞察：重点省份——山东省（1/4）

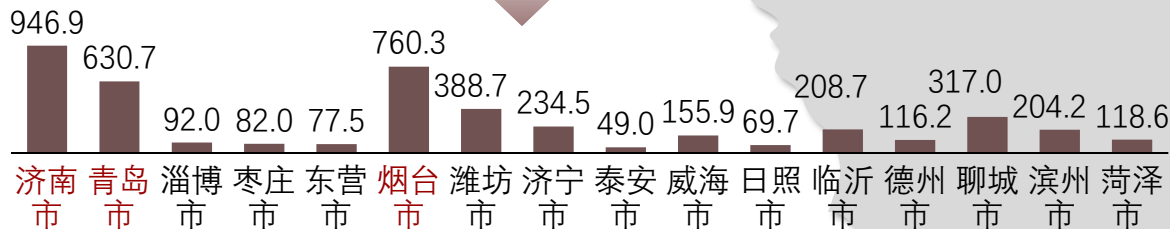
山东省2025年第三季度司美格鲁肽院端销售额达4,452.1万元，较2024年同期增长34.7%，核心城市占主导，月度前低后高，市场集中度高，下沉空间大

山东省司美格鲁肽销售额情况（院端），2023Q3-2025Q3

单位：万元



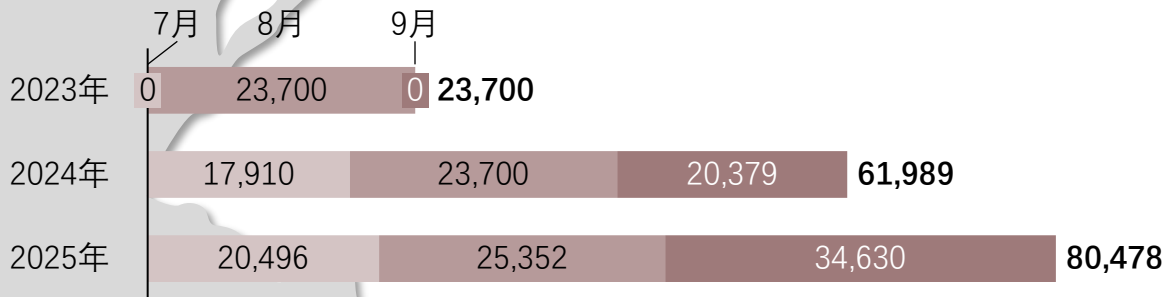
2025年Q3各地级市销售额情况



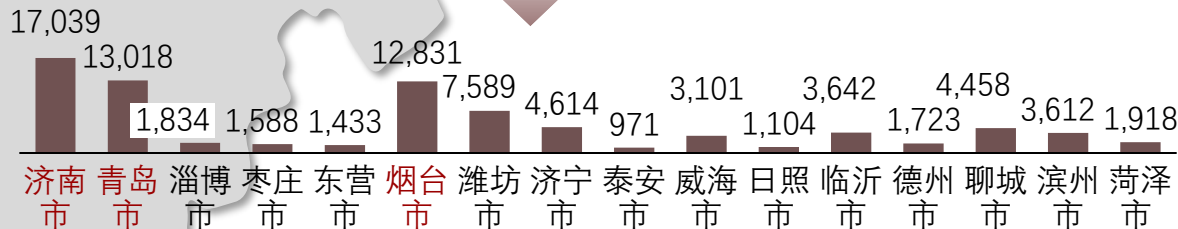
- 山东省司美格鲁肽院端第三季度销售额呈持续高速增长态势，2023Q3仅1,227.8万元，2025Q3进一步攀升至4,452.1万元，表现显著优于京津冀市场。月度节奏逐月抬升，7月至9月销售额持续放大，反映需求稳步释放。
- 区域结构高度分化，**济南青岛烟台**等核心城市合计贡献超半数份额，其余地级市规模普遍偏低，市场覆盖不均。整体呈现高集中度特征，下沉市场开发仍有较大空间，后续可加大非核心城市渗透力度。

山东省司美格鲁肽销量情况（院端），2023Q3-2025Q3

单位：盒



2025年Q3各地级市销量情况



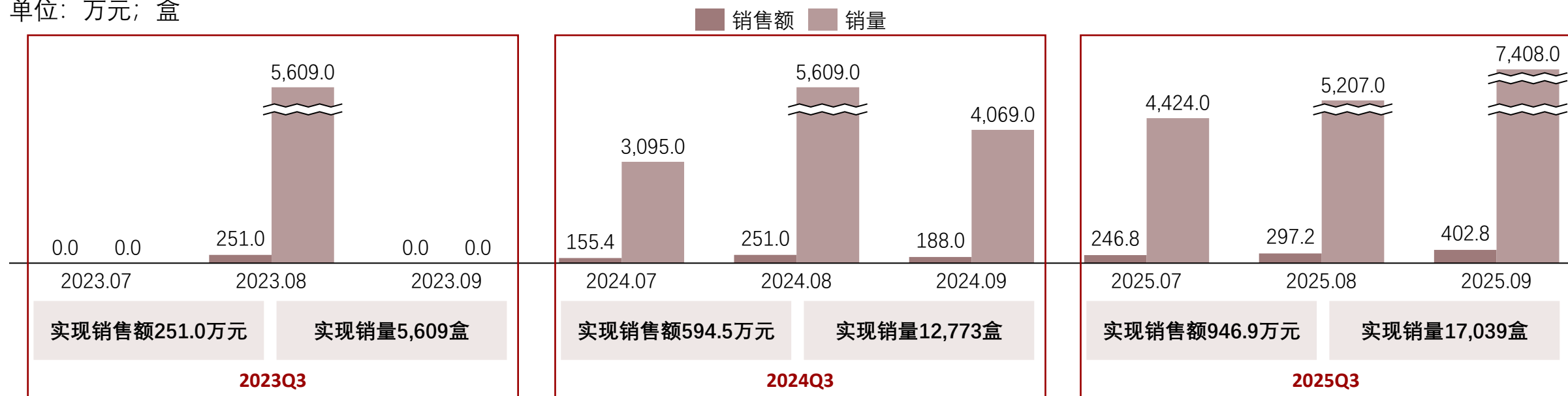
- 山东省司美格鲁肽院端第三季度销量与销售额走势一致，2023Q3仅23,700盒，2025Q3攀升至80,478盒，量价同步实现高速增长。月度分布呈现前低后高的清晰节奏，9月销量贡献度持续提升，与销售额修复节奏一致。
- 区域格局分化明显，**济南青岛烟台**等核心城市构成销量主力梯队，下沉市场整体规模偏小，市场集中度较高。后续可依托核心城市的辐射效应，加大对三四线城市的渠道覆盖，进一步挖掘市场增量空间。

中国司美格鲁肽代表地区销售洞察：重点省份——山东省济南市（2/4）

济南市司美格鲁肽院端市场作为山东省核心增长极，2025年第三季度销售额与销量均居省内首位，增速高于全省平均水平，展现出强劲的增长韧性与辐射带动效应

山东省济南市司美格鲁肽销售情况（院端），2023Q3-2025Q3

单位：万元；盒



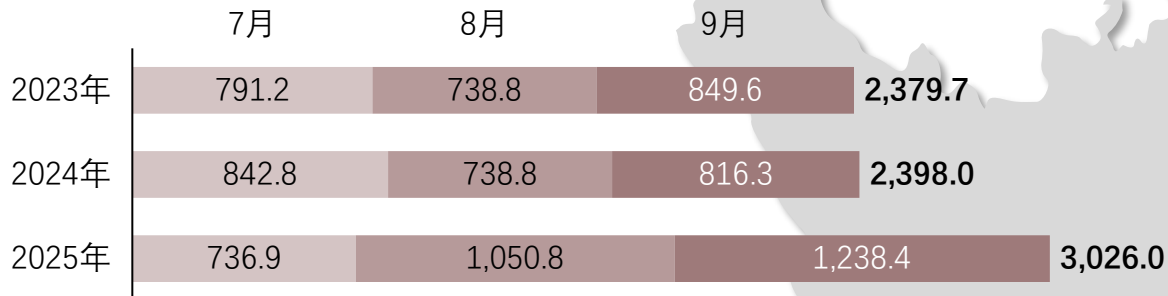
- **济南市**司美格鲁肽院端市场作为山东省核心增长极，2025年第三季度销售额与销量均居省内**首位**，**表现持续领跑全省**。2023Q3市场尚处渗透初期，仅实现销售额251.0万元、销量5,609盒，且仅8月有销售记录；2024Q3进入快速增长期，销售额升至594.5万元，销量大幅提升至12,773盒，量价同步攀升，处方量稳步扩容，市场接受度持续提升。**2025Q3市场进入高质量增长阶段**，销售额进一步增至**946.9万元**，占全省总额超**21%**，销量同步攀升至**17,039盒**，占全省总量超**21%**，量价走势高度协同，无明显分化。月度节奏呈现逐月抬升的清晰趋势，7月至9月销售额与销量持续放大，9月单月贡献占比近半，反映终端需求稳步释放，临床处方节奏优化。
- 作为省内医疗资源最集中的核心城市，济南市场增速高于全省平均水平，对全省的辐射带动效应显著。**不同于部分区域受竞品冲击出现的波动，济南凭借完善的临床教育体系和患者服务能力，展现出更强的抗冲击韧性，是支撑全省市场增长的关键引擎**。后续可依托区域医疗优势，加快新剂型推广与下沉市场渗透，进一步巩固并扩大市场领先优势，释放长期增长潜力。

中国司美格鲁肽代表地区销售洞察：重点省份——四川省（1/4）

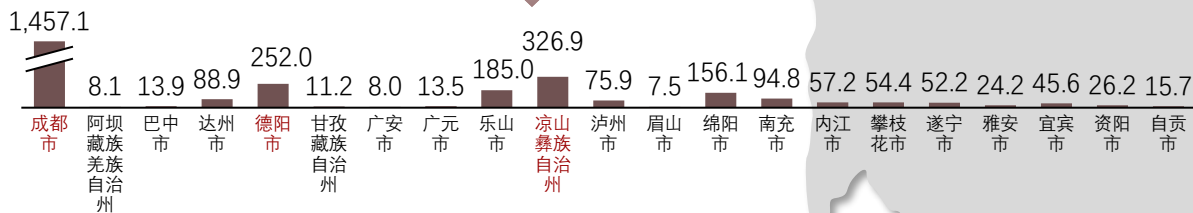
四川省司美格鲁肽院端2025年第三季度销售额与销量同步稳健增长，量价协同稳定，但市场高度集中于成都，下沉渗透仍有较大拓展空间

四川省司美格鲁肽销售额情况（院端），2023Q3-2025Q3

单位：万元



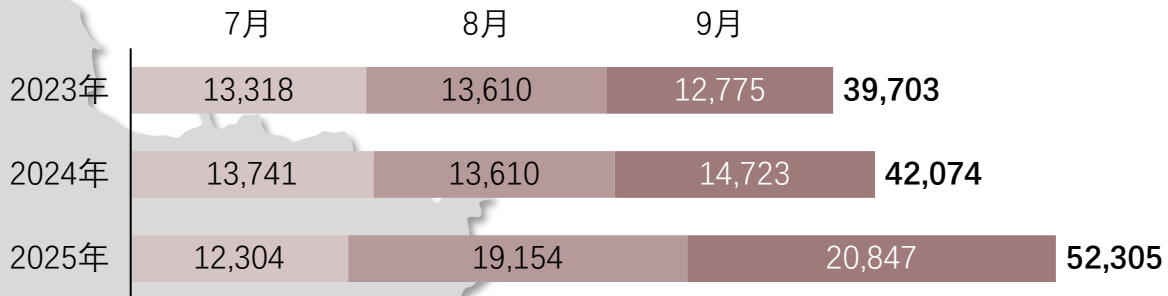
2025年Q3各地级市销售额情况



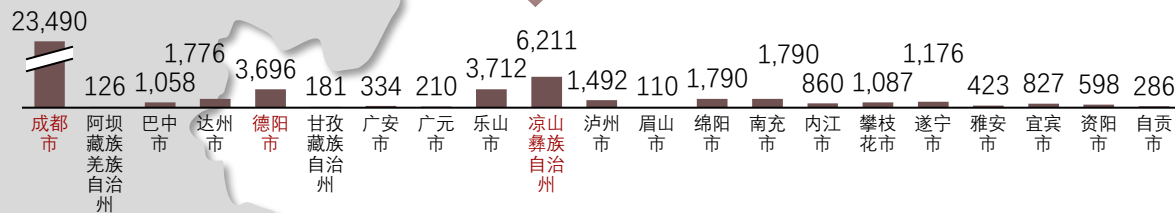
- 四川省司美格鲁肽院端第三季度销售额持续稳健增长，从2023年的2,379.7万元升至2025年的3,026.0万元，月度结构呈现逐月抬升趋势，9月单月贡献最高，市场扩容节奏清晰。
- 地级市层面差异显著，**成都市**以1,457.1万元占据绝对主导地位，贡献近半销售额，**凉山德阳乐山**等城市次之，其余地市销售额普遍偏低，**区域市场高度集中**，下沉渗透仍有较大空间。

四川省司美格鲁肽销量情况（院端），2023Q3-2025Q3

单位：盒



2025年Q3各地级市销量情况



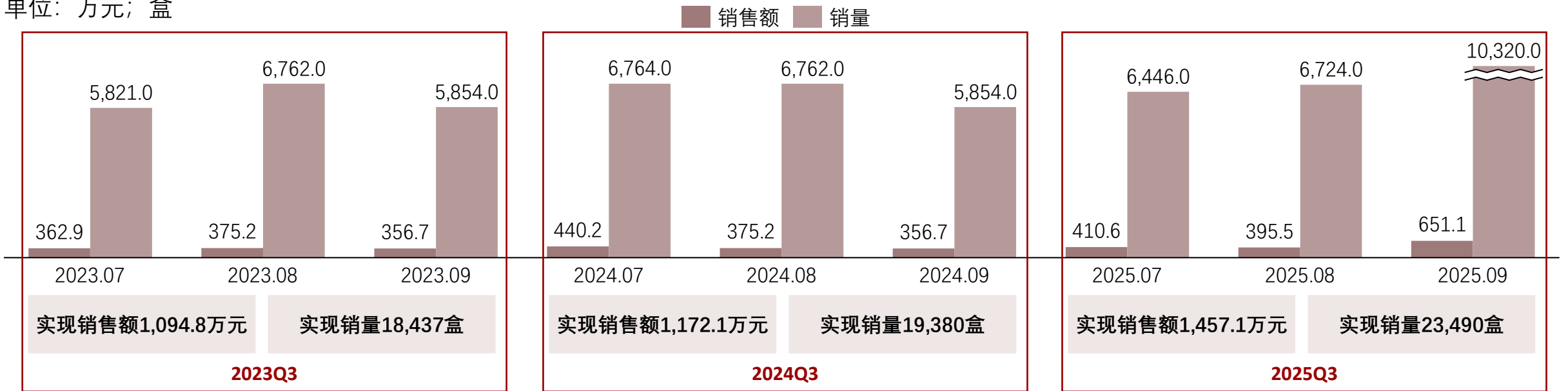
- 四川省司美格鲁肽院端2025年第三季度销量保持稳步上行，**整体走势与销售额形成良好呼应**。月度销售分布更为合理，中下旬需求集中释放，产品整体量价协同表现稳定。
- 各地级市发展差距依旧突出，**成都**依旧是区域核心市场，销量体量遥遥领先。**凉山、德阳、乐山**等地形成第二梯队，其余地市销量规模偏小。全省市场资源集中在头部城市，县域及基层市场挖掘不足，整体下沉渗透进度偏缓，后续基层市场还有不小拓展潜力。

中国司美格鲁肽代表地区销售洞察：重点省份——四川省成都市（2/4）

成都市司美格鲁肽院端2025年第三季度销售额与销量均居四川榜首，量价协同稳健增长，是支撑全省市场的核心增长极

四川省成都市司美格鲁肽销售情况（院端），2023Q3-2025Q3

单位：万元；盒



- 从全省格局来看，司美格鲁肽在成都市院端市场的销售数据在2025年第三季度位列四川省榜首，是支撑全省市场的绝对核心增长极，对区域整体走势具有决定性影响。2023Q3成都市场实现销售额1,094.8万元、销量18,437盒，产品处于区域快速扩张阶段，市场认知度与处方量稳步提升。2024Q3市场规模持续扩容，销售额攀升至1,172.1万元，销量增长至19,380盒，量价同步走高，反映出市场需求持续释放、临床应用逐步成熟。
- 2025Q3销售额进一步增至1,457.1万元，销量同步提升至23,490盒，量价走势高度协同，展现出强劲的市场韧性。这一表现既得益于成都作为西南医疗中心的消费能力与优质医疗资源优势，也与产品在当地持续的学术推广和患者教育密不可分。尽管GLP-1类竞品加速上市带来需求分流压力，同时司美格鲁肽片剂新剂型的市场渗透仍处于培育期，医疗机构对新剂型的准入评估审慎，医生与患者接受度尚待提升，但成都市场凭借旺盛的基础慢病需求与成熟的诊疗体系，实现了规模的稳健扩张。整体来看，成都市场基数高、需求韧性突出，仍是四川省内最具潜力的核心市场。后续需持续跟踪医保政策落地、新剂型推广进度及竞品布局节奏，通过强化渠道覆盖、优化患者服务、加快新剂型临床渗透，进一步巩固市场地位，释放长期增长空间。

来源：摩熵医药，头豹研究院



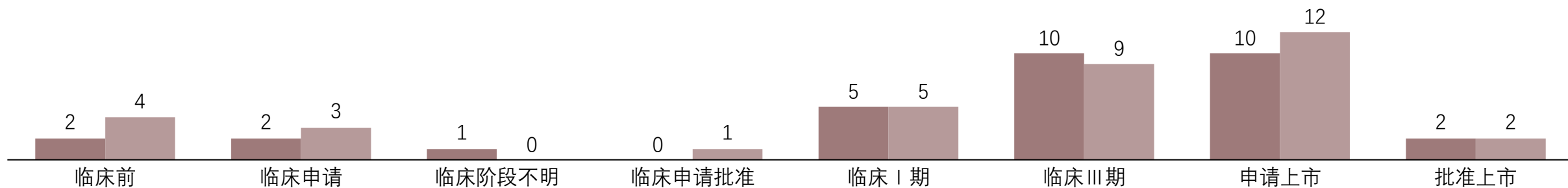
中国司美格鲁肽市场研发进程追踪：司美格鲁肽研发管线

截至2026年5月，中国司美格鲁肽研发管线扩容至36条，后期管线扎堆，商业化进程存不确定性，赛道已进入竞争白热化的关键节点

中国司美格鲁肽最高研发阶段管线情况，截至2026.05.28

单位：条

26.03.20 26.05.28



- ❑ 截至2026年5月28日，中国司美格鲁肽研发管线已增至36条，较3月20日的32条实现显著扩容，整体研发热度持续攀升，赛道竞争格局进一步白热化。从管线分布来看，申请上市阶段管线数量由10条增至12条，临床前阶段由2条增至4条，临床申请阶段由2条增至3条，临床申请批准阶段新增1条管线，显示出前期研发活动加速推进的态势，从源头到后期的研发链条均在同步扩张。
- ❑ 研发管线的阶段分布呈现出明显的“纺锤形”特征，申请上市和临床III期阶段构成了研发的主力阵营。其中申请上市阶段的12条管线和临床III期阶段的9条管线，合计占比近六成，表明国内企业在后期研发阶段的竞争已进入白热化，短期内将迎来一波仿制药上市潮。同时临床前和临床申请阶段管线的增加，反映出企业对该靶点的长期布局仍在持续，后续竞争将更趋激烈，赛道热度并未因后期管线扎堆而有所降温。
- ❑ 值得注意的是，临床阶段不明的管线已清零，研发项目的透明度和推进效率有所提升，显示出行业整体研发管理水平的优化。但批准上市阶段的管线数量仍维持在2条，说明尽管研发管线众多，但真正通过审批实现商业化的路径仍存在不确定性，后期临床数据质量、生产工艺合规性及审评政策变化都可能成为影响上市进程的关键变量。
- ❑ 整体来看，司美格鲁肽赛道已进入研发与商业化的关键节点，未来6至12个月将是国内仿制药集中获批的高峰期，市场格局或将迎来重塑。企业需在加速推进后期临床的同时，积极应对潜在的审批风险与市场竞争，通过差异化的剂型开发、适应症拓展及商业化策略，在激烈的赛道竞争中抢占先机。

中国司美格鲁肽市场研发进程追踪：竞对产品研发情况

礼来Retatrutide三期数据显示其减重疗效显著优于司美格鲁肽，接近手术水平，将对司美格鲁肽原研及仿制药市场形成双重冲击，重塑GLP-1赛道格局

Retatrutide (TRIUMPH-1) vs司美格鲁肽vs替尔泊肽

产品	靶点	剂量	周期	平均减重
Retatrutide (礼来)	GLP-1/GIP/GCGR	12mg	80周	~28.3% (~31.9kg)
		12mg	104周 (BMI ≥ 35)	~30.3% (~38.6kg)
		9mg	80周	~25.9% (~29.2kg)
		4mg	80周	~19.0% (21.4kg)
司美格鲁肽 (诺和)	GLP-1	2.4mg (Wegovy)	68周	~14.9%
		7.2mg (HD)	72周	~20.7%
替尔泊肽 (礼来)	GLP-1/GIP	15mg	72周	~20.2%

- 2026年5月21日，礼来正式公布三靶点药物Retatrutide的III期TRIUMPH-1临床研究结果，这款靶向GLP-1R、GIPR、GCGR的创新产品交出亮眼数据，对司美格鲁肽构成强有力的市场威胁。本次研究采用随机双盲安慰剂对照设计，总计纳入2,339名受试者，4mg、9mg、12mg三个剂量组均成功达成主要临床终点。其中12mg剂量组连续用药80周，受试者平均减重比例达到28.3%，针对重度肥胖人群开展的104周延长期试验中，减重幅度进一步提升至30.3%，疗效已接近临床减重手术标准。
- 横向对比司美格鲁肽，其常规2.4mg制剂68周平均减重约14.9%，高剂量7.2mg制剂72周减重为20.7%，两者疗效均与Retatrutide存在明显差距。同时该药物安全性表现优异，不良反应停药率低于安慰剂水平，还可显著缩减受试者腰围，超六成人群实现BMI指标回归合理区间，综合产品力优势显著。
- 现阶段礼来已构建起完整的GLP-1产品矩阵，替尔泊肽深耕中端市场，Retatrutide瞄准高端重度肥胖赛道，口服制剂则覆盖轻中度减重与长期维持场景，全方位分流司美格鲁肽的患者资源。Retatrutide预计于2026年底至2027年初启动上市进程，时间节点恰好与国内司美格鲁肽仿制药集中上市重合。这也意味着司美格鲁肽将同时遭遇仿制药的价格冲击与新一代创新药的疗效挑战，市场发展面临双重压力。随着三靶点药物入局，GLP-1赛道竞争进入全新阶段，司美格鲁肽此前建立的市场优势逐步弱化，整个行业的竞争格局也将迎来深度重塑。

中国司美格鲁肽市场研发进程追踪：适应症布局发展

GLP-1赛道正从减重向慢性病适应症切换，临床纵深布局将决定企业长期竞争力，恒瑞医药等头部企业已率先推进心血管肾病领域研发

主要企业GLP-1适应症布局

企业	减重	糖尿病	心血管	NASH/肾病	OSA
恒瑞医药	III期	III期	III期（3项获批）	CKD获批	-
诺和诺德	已上市	已上市	SELECT获批	脂肪肝推进	-
礼来	已上市	已上市	III期	III期	中国获批
信达生物	已上市	III期	III期入组完成	-	-

■ 已上市/获批 ■ 临床II/III期 ■ 未布局

- 从产业发展的底层逻辑来看，GLP-1赛道正经历从减重市场向慢性病市场的价值切换，临床适应症布局将成为决定企业长期增长潜力的核心变量。减重作为GLP-1的主要应用场景，虽带来了较高的市场关注度，但患者一年内停药率高达65%-81%，市场增长空间已趋于稳定，且赛道竞争高度同质化，单纯依赖减重适应症难以支撑企业的长期发展。
- 慢性病适应症是GLP-1产品实现持续增长的重要方向。心血管糖尿病肾病等领域患者生命周期长复购率高，产品一旦获得阳性临床数据，即可进入医保目录与临床指南，开启十年以上的稳定放量周期，市场规模为减重赛道的三倍以上。恒瑞医药率先推进差异化布局，重点开展双靶点GLP-1的心血管获益适应症临床研究，成为全球首个取得该领域临床突破的企业，将产品应用场景从减肥领域拓展至慢性病治疗领域，显著拓宽了市场空间。
- 诺和诺德礼来信达生物等头部企业亦同步推进心血管肾病等适应症的临床研发，慢性病适应症已成为下一阶段竞争的核心赛道。短期来看，减重适应症能够为企业带来稳定的市场声量与现金流，但长期来看，慢性病适应症直接影响企业的持续增长能力。缺乏临床纵深布局的产品，仅能在减重赛道获取短期收益，无法构建可持续的竞争优势。未来，随着各大企业慢性病适应症数据的披露，市场资源将向具备完整适应症矩阵的企业倾斜，临床纵深能力将成为GLP-1企业实现稳定发展的关键。

致 摩熵医药

在本报告的研究与撰写过程中，摩熵医药数据库为研究工作提供了系统而全面的数据支持。作为中国领先的医药产业数据库，摩熵医药数据库涵盖了药品销售、竞争情报、药品研发、全球上市、市场与准入、一致性评价、中药、合理用药及行业参考等多维度的信息资源，具备数据时效性高、覆盖范围广、颗粒度细的显著优势。

本报告的多个章节，尤其是在药品销售、在研管线梳理以及重点企业对比等环节，均得益于摩熵医药数据库的权威数据支撑。其翔实的数据不仅为本研究提供了坚实的事实依据，也使得研究结论更具科学性、逻辑性与参考价值。同时，摩熵医药数据库的专业团队在数据整理、更新和验证方面秉持严谨态度，确保了数据的真实性与可靠性。这种高标准的数据库建设理念，为本研究成果的形成提供了重要保障。

在此，谨向摩熵医药数据库及其团队表示诚挚的感谢与敬意。



方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，532个垂直行业的市场变化，已经积累了近100万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。



头豹业务合作

全球视野 · 本土洞察 · 研究数据 · 可信知识网络



行业数据API

开放原创报告与研究数据接口，
支持企业知识库、系统平台及AI
应用高效接入和调用



KNIT解决方案

构建企业可信内容体系，提升品
牌在AI搜索与问答中的可见度、
准确性与转化效果



报告会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，
提供PC及移动端，方便触达平台
内容



定制报告/白皮书

对产业及细分行业进行现状
梳理和趋势洞察，输出全局
观深度研究报告



商业尽调

面向投资并购和商业决策，
评估标的公司的商业前景、
价值及风险



招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产
业，内容可授权引用至上市
文件、年报



报告作者

- 荆婧 | 首席分析师
- 何婉怡 | 行业分析师



service@leadleo.com



业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com



深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街道华润
置地大厦E座4105室
邮编：518057



上海办公室

上海市静安区南京西路1717号会
德丰国际广场2701室
邮编：200040



南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济开发区兴
智科技园B栋401
邮编：210046