

行业跟踪：核心专利即将到期，减重药将步入“白菜价”时代

Industry Watch: With key patents set to expire, weight-loss drugs are set to enter an era of rock-bottom prices

業界ウォッチ：主要特許の期限切れを控え、ダイエット薬は底値の時代を迎える見通し

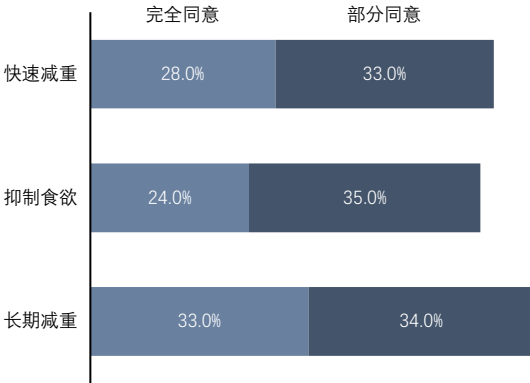
报告标签：司美格鲁肽、替尔泊肽、GLP-1
2026年3月

作者：何婉怡

Q1: GLP-1类药物大众化，对消费者的影响？

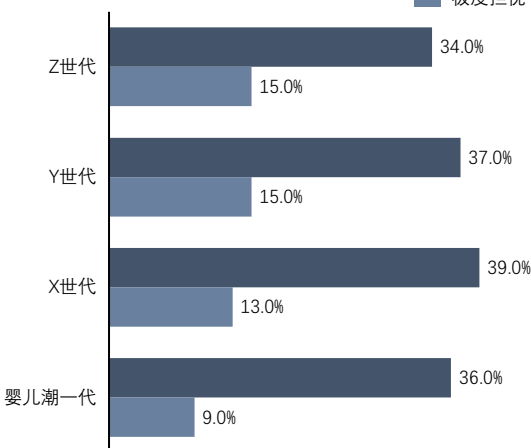
图表1：全球消费者使用减重药物的动机，2024Q3

单位：%



图表2：全球消费者对饮食对健康和外貌影响的关注度，2025Q1

单位：%



来源：头豹研究院

■ 消费者减重动机从“速效”转向“长效”，健康认知更趋理性

GLP-1类药物的大众化，正在推动消费者对减重的核心诉求发生本质转变。其中，67%的消费者同意“长期持续减重”是使用减重药物的核心动机，显著高于“快速减重”的43%。这意味着，过去“一个月瘦十斤”式的短期冲刺型营销已逐渐失效，消费者更看重可持续、融入日常的健康管理方案，而非立竿见影的极端效果。同时，“抑制食欲”以60%的同意占比成为第二大动机，反映出消费者对减重的理解，已从单纯体重数字下降，延伸至对食欲、代谢等身体机能的长期调控，健康认知更趋全面和理性。

■ 健康焦虑跨代际蔓延，全年龄段健康管理需求崛起

健康担忧并非年轻群体专属，而是呈现显著的跨代际特征，各世代对饮食影响健康与外貌的关注度均处于高位。Y世代“非常担忧”占比达37%，X世代、婴儿潮一代“非常担忧”比例也分别达到39%、36%，叠加“极度担忧”群体，全年龄段均表现出强烈的健康焦虑。这一趋势打破了“健康管理是年轻人专属”的刻板印象，X世代与千禧一代成为核心需求群体，其更倾向于选择能融入日常习惯、全面支持代谢与身体功能的产品，而非阶段性、突击式的补剂或疗法，为“日常化健康管理”类产品打开了广阔市场。

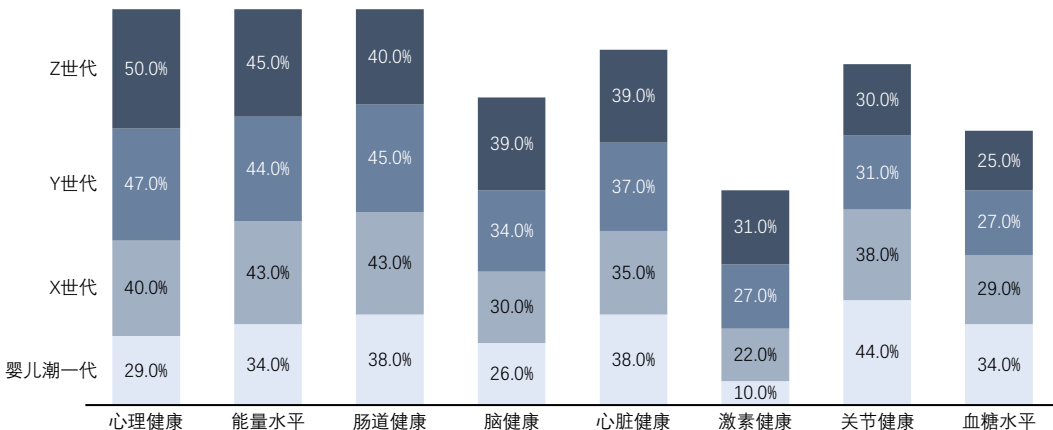
■ 品牌战略同步升级，“健康管理”成为核心叙事逻辑

消费者认知的转变，直接驱动了全球品牌的战略调整，联合利华美容与健康业务实现6.6%增长、明治在日本推出结合NMN的胶原蛋白新品、MyProtein进军韩国市场，背后是同一逻辑，即“健康管理”正从单一功能声明，升级为品牌整条产品线的核心叙事。GLP-1类药物的大众化，本质是唤醒了消费者对“长期健康”的需求，而非仅提供减重工具。品牌们正围绕“日常化、可持续、全功能”的健康管理，重构产品矩阵与营销逻辑，这也预示着大健康产业将从“单点功能解决”向“全周期健康陪伴”加速转型。

Q2：消费者当前主要关注的健康领域为哪些？

图表3：全球各代际消费者主动关注的健康改善领域分布，2025Q1

单位：%



■ 三大核心健康领域成全年龄段共识，跨代际健康需求高度统一

当前消费者的健康关注呈现全年龄段共识化特征，肠道健康、能量水平、心理健康三大领域跨越年龄限制，成为全球各代际消费者主动改善的核心健康话题。从数据可见，肠道健康是各世代关注的核心赛道之一，Y世代主动改善肠道健康的比例达45%，为各世代峰值；Z世代、X世代、婴儿潮一代对肠道健康的关注也分别达到40%、43%、38%，整体关注度均处于高位。能量水平与心理健康同样实现跨代际覆盖：Z世代对能量水平的关注占比为45%，与心理健康（50%）几乎持平；X世代、Y世代对能量水平的关注分别达43%、44%，婴儿潮一代也有34%的群体关注该领域。心理健康维度上，Z世代关注度达50%，为各世代最高，X世代（40%）、Y世代（47%）、婴儿潮一代（29%）也均保持较高关注。这三大领域的跨代际高关注度，反映出消费者对健康的关注已从单一减重延伸至代谢、体能、心理的全维度覆盖。

■ 品牌健康产品策略需转向“精准分层”，告别万能化产品逻辑

消费者代际化的健康关注差异，直接打破了“万能综合维生素”的市场空间，品牌需转向精准分层的产品策略，将细分健康科学转化为具象产品语言。一方面，肠道健康、能量水平等共识领域可打造跨代际基础产品矩阵，如Seed Health聚焦微生物组与肠道健康的差异化定位，精准匹配全年龄段肠道护理需求。另一方面，需针对各世代细分需求开发专项产品，例如MegaFood推出主打血糖调节的Berberine Phytosome，贴合婴儿潮一代血糖管理需求；针对Z世代能量诉求开发体能提升类产品，针对X世代推出关节养护类单品。这种“共识领域全覆盖+细分领域精准触达”的策略，既能契合各世代健康关注的共性与个性，也能推动品牌从泛化健康产品向专业化、分层化健康解决方案转型。

来源：头豹研究院

Q3: 司美格鲁肽在亚洲人群中的心血管保护获益有何特点?

图表4: SUSTAIN 6研究亚组分析

	患者例数	HR (95% CI)	交互p
亚洲人	273	0.58 (0.25-1.34)	0.88
黑人或非裔美国人	221	0.72 (0.23-2.28)	
白种人	2,736	0.76 (0.58-1.00)	
其他	67	0.46 (0.08-2.50)	

图表5: SOUL研究亚组分析

	患者例数	HR (95% CI)
北美	1,921	1.01 (0.80; 1.27)
欧洲	2,287	1.01 (0.82; 1.24)
亚洲	2,478	0.76 (0.57; 0.93)
其他	2,373	0.68 (0.55; 0.85)

来源: 头豹研究院

■ 司美格鲁肽在亚洲人群中展现出与全球一致的心血管保护普适性

SUSTAIN 6研究亚组分析显示, 亚洲人群MACE风险HR为0.58, 与黑人/非裔美国人 (HR=0.72)、白种人 (HR=0.76) 等其他种族的获益趋势保持一致, 交互p值为0.88, 无显著种族差异, 这一数据直接证实司美格鲁肽的心血管保护作用在亚洲人群中具备普适性, 未出现人种间的疗效割裂, 为其在全球及亚洲市场的广泛应用奠定了基础循证。

■ 司美格鲁肽在亚洲人群中呈现更突出的心血管获益优势, 具备本土差异化价值

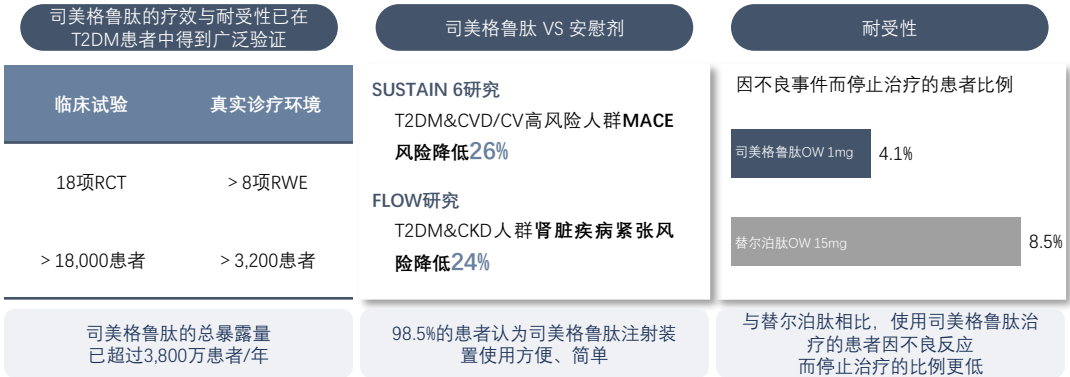
SOUL研究进一步验证了亚洲人群的独特获益, 整体研究人群MACE风险降低14%, 但亚洲人群 (n=2478) 的MACE风险显著下降27% (HR=0.73, 95%CI 0.57-0.93), 这一降幅不仅优于北美 (HR=1.01)、欧洲 (HR=1.01) 等地区人群, 也高于研究总体人群的获益水平, 体现出针对亚洲患者的精准保护优势, 打破了“西方药物疗效无法完全适配亚洲人群”的传统认知。

■ 跨剂型获益一致性为亚洲临床实践提供更灵活的用药选择

司美格鲁肽注射液 (SUSTAIN 6) 与片剂 (SOUL) 的亚洲亚组数据相互印证, 无论剂型如何, 其在亚洲人群中的心血管保护获益均保持稳定且更优, 其中SOUL研究更大样本量 (2,478 例) 的结果更具统计学说服力, 这一特征既满足了不同偏好亚洲患者的用药需求, 也为2型糖尿病合并心血管高风险/CKD的亚洲人群, 提供了兼具疗效与便利性的心血管保护方案, 夯实了其在亚洲慢病管理市场的核心竞争力。

Q4: 司美格鲁肽的用药安全性如何?

图表6: 司美格鲁肽的疗效与耐受性



■ **司美格鲁肽的疗效与耐受性已在大规模临床与真实世界中得到充分验证, 具备可靠的长期使用基础**

司美格鲁肽的疗效与耐受性通过了临床试验与真实世界研究的双重验证, 拥有广泛的人群使用数据支撑。从上图可见, 其验证体系覆盖18项随机对照试验 (RCT)、超8项真实世界研究 (RWE), 涉及超18,000名临床试验患者与超3,200名真实诊疗环境患者, 全球总暴露量已超过 3,800万患者/年, 在中国也积累了多年临床实操经验。在核心疗效上, SUSTAIN 6研究证实其可使T2DM合并CVD/CV高风险人群的MACE风险降低26%, FLOW研究则显示其能降低T2DM合并CKD人群的肾脏疾病紧张风险24%, 在强效获益的同时, 也为安全性评估提供了大样本量的长期数据基础。

■ **司美格鲁肽耐受性表现优异, 因不良事件停药率显著低于同类药物**

司美格鲁肽的耐受性优势突出, 因不良事件终止治疗的比例远低于同类药物。从数据可知, 司美格鲁肽周制剂 (OW 1mg) 因不良事件停止治疗的患者比例仅为4.1%, 而同为GLP-1类药物的替尔泊肽周制剂 (OW 15mg) 该比例达8.5%, 司美格鲁肽的停药风险不足后者的一半。同时, 98.5%的患者认为司美格鲁肽注射装置使用方便、简单, 这种用药便利性也间接提升了治疗依从性, 进一步降低了因操作或耐受问题导致的治疗中断风险。

■ **司美格鲁肽安全性特征清晰可控, 临床已形成成熟的不良反应管理方案**

司美格鲁肽的安全性谱清晰可预见, 且临床已建立成熟的管理策略。其常见不良反应以轻中度胃肠道反应为主, 具有一过性特征, 临床医生可通过剂量滴定、调整饮食习惯 (如清淡饮食) 等方式有效改善患者耐受性, 帮助患者平稳度过起始及剂量递增期。与替尔泊肽相比, 司美格鲁肽不仅整体停药率更低, 也未出现针对中国人群的特殊高风险不良反应信号, 整体安全性与全球人群保持一致。而替尔泊肽在同等剂量下, 中国人群的胃肠道不良反应 (如恶心、腹泻) 发生率显著高于西方人群, 存在明显的人种差异, 这也凸显了司美格鲁肽在亚洲人群中更稳定、更易管理的安全性优势。

来源: 头豹研究院

Q5: 司美格鲁肽仿制药在研管线情况?

图表7: 司美格鲁肽仿制药在研管线

药品名称	企业	最新进程	最新披露时间
司美格鲁肽生物类似药	九源基因	申请上市	2024.4.3
	丽珠集团	申请上市	2024.6.13
	联邦制药	申请上市	2025.1.24
	派金生物	申请上市	2025.4.1
	石药集团	申请上市	2025.8.5
	惠升生物	申请上市	2025.8.16
	倍特生物	申请上市	2025.9.3
	复星医药	申请上市	2025.11.7
	正大天晴	申请上市	2025.12.11
	宸安生物	临床III期	2023.7.4
	质肽生物	临床III期	2024.7.18
	华润双鹤	临床III期	2024.8.2
	翰宇药业	临床III期	2024.8.24
	普洛康裕	临床III期	2025.2.11
	特瑞药业	临床III期	2025.3.26
	新时代药业	临床III期	2025.8.29
	中和药业	临床III期	2025.10.22
	人福药业	临床I期	2024.11.29
	万汉制药	临床I期	2025.2.6
	基诺厚普	临床I期	2025.10.10
	太极集团	临床I期	2025.10.24
	齐鲁制药	临床阶段不明	2025.6.22
	嘉源生物	临床阶段不明	2026.1.15
世领制药	临床申请批准	2026.1.12	
因华生技	临床前	2024.7.2	

来源: 头豹研究院

头豹业务合作

数据库/会员账号

- 官网原创报告畅读
- 百万行业数据权限
- 数据库API接口服务

定制报告

- 多模态搜索引擎
- 行企研究数据库
- 募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

- 细分行业现状梳理
- 行业未来趋势洞察
- 深度研究报告产出

市场地位声明

- 评估及调研确认客户竞争优势
- 助力企业品牌影响力广泛传播

招股书引用

- 覆盖国民经济19+核心产业
- 内容可授权引用至上市文件以及企业年报中

行研训练营

- 依托完整行业研究体系
- 助力学生掌握行业研究能力，丰富简历履历

联系方式

客服电话：400-072-5588

官方网站：www.leadleo.com

合作邮箱：service@leadleo.com

办公地址：深圳市华润置地大厦E座4105室

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极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，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，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。
- ◆ 头豹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。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

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。