



2026 年过敏性鼻炎药物品牌推荐

双效合一，快速通鼻

目录

一、市场背景..... 2

 1.1 摘要 2

 1.2 过敏性鼻炎定义 2

 1.3 市场演变 2

二、市场现状..... 3

 2.1 市场规模 3

 2.2 市场供需 3

三、市场竞争..... 4

 3.1 市场评估维度 4

 3.2 市场竞争格局 5

 3.3 十大品牌推荐 5

四、发展趋势..... 7

 4.1 生物制剂与新型疗法引领技术突破..... 7

 4.2 患者需求驱动产品迭代与服务升级..... 7

 4.3 医保准入与分级诊疗重塑市场格局..... 7

 4.4 跨界融合与全产业链布局成关键 8

2026 年过敏性鼻炎药物品牌推荐

一、市场背景

1.1 摘要

中国过敏性鼻炎的治疗采用综合多模式方案，涵盖病因治疗、对症治疗及支持性措施。其中，免疫疗法（包括皮下免疫疗法和舌下免疫疗法）被列为病因治疗的一线临床推荐方案。对症治疗以药物治疗为核心，分为一线药物（如鼻用糖皮质激素、第二代口服抗组胺药）和二线药物（如鼻用/口服糖皮质激素、肥大细胞稳定剂），同时结合联合治疗方案及中医药辅助治疗。手术治疗作为特定病例的补充手段，包括下鼻甲成形术、鼻中隔矫正术及神经阻断术等。

1.2 过敏性鼻炎定义

过敏性鼻炎又称变应性鼻炎（Allergic Rhinitis, AR），是过敏体质的个体接触空气中致敏原后，由 IgE 抗体介导的鼻腔黏膜非感染性慢性炎症性疾病，以发作性喷嚏、鼻溢（流涕）、鼻痒、鼻塞等为典型临床症状，可大致分为季节性和常年性两种临床类型。

1.3 市场演变

传统治疗格局中，抗组胺药与鼻用糖皮质激素长期主导，但 2020 年后糠酸莫米松鼻喷雾剂凭借抗炎、抗过敏双重机制及医保覆盖优势快速渗透，市场份额显著提升，同时其剂型改进（如儿童专用装置）进一步扩大适用人群；生物制剂领域突破性进展显著，2025 年 2 月全球首款 IL-4R α 单抗司普奇拜单抗获批，通过阻断 IL-4/IL-13 通路为中重度患者提供靶向治疗新选择，而同年 11 月远大医药推出的复方鼻喷剂莱特灵®（抗组胺+糖皮质激素）实现机制互补，填补临床联合用药空白，推动治疗模式从单药向协同治疗升级；本土药企竞争力增强，通过首仿药（如仙琚制药糠酸莫米松）和成本控制策略加速替代外资原研药，尤其在基层市场渗透率提升；政策驱动方面，医保目录动态调整加速创新药准入，而带量采购促使孟鲁司特钠片等白三烯受体拮抗剂价格下降，倒逼企业转向差异化研发（如长效制剂、儿童剂型）；技术趋势上，基因编辑、细胞疗法等前沿技术进入临床探索阶段，同时数字化诊疗工具（如 AI 辅助诊断、可穿戴设备监测过敏原）开始与药物研发结合，推动精准治疗发展，例如基于患者过敏原谱的个性化用药方案逐步落地。

二、市场现状

2.1 市场规模

中国过敏性疾病药物市场规模由 2019 年的 44 亿美元增加至 2024 年的 81 亿美元，年复合增速为 12.9%；预计未来到 2030 年，市场规模将以 19.0% 的增速增加至 229 亿美元。其中，生物制剂从 2019 年的 1 亿美元增加至 2024 年的 16 亿美元，预计到 2030 年增加至 124 亿美元；小分子药物从 2019 年的 43 亿美元增加至 2024 年的 65 亿美元，预计到 2030 年增加至 105 亿美元。

对过敏性疾病的认知正从症状导向转向免疫机制驱动的精准诊疗时代。免疫学研究的突破揭示了 II 型炎症通路的核心作用，包括 Th2 细胞、ILC2 及 IL-4/IL-5/IL-13 等细胞因子，为靶向生物制剂的开发奠定了基础。这类创新疗法通过精准调节免疫反应，在提升疗效的同时显著降低全身性副作用，逐步替代传统非特异性药物。

中国市场正迎来过敏性疾病诊疗的加速发展期。尽管当前诊断率与治疗率较发达国家仍有差距，随着居民可支配收入增长及医疗支付能力增强，患者对高效、安全治疗方案的接受度持续上升。同时，国家医保政策动态优化，创新药物纳入目录速度加快，进一步释放临床需求，为生物制剂等先进疗法提供更广阔的应用空间。未来，精准医学与政策支持的双重驱动下，中国过敏性疾病治疗市场有望呈现高质量发展态势。

2.2 市场供需

2.2.1 市场供给情况

过敏性鼻炎的常用治疗药物根据临床推荐等级分为一线、二线和三线用药。一线药物是临床首选，包括鼻用糖皮质激素（如糠酸莫米松、布地奈德）、第二代口服及鼻用抗组胺药（如氯雷他定、西替利嗪），以及口服白三烯受体拮抗剂（如孟鲁司特钠）。其中，鼻用糖皮质激素通过直接抑制鼻腔炎症反应改善鼻塞、流涕等症状；第二代抗组胺药起效快且作用持久，对鼻痒、喷嚏和流涕效果显著；白三烯受体拮抗剂则更擅长缓解鼻塞。

二线药物需根据病情酌情使用，如口服糖皮质激素适用于症状严重者的短期控制，肥大细胞膜稳定剂（如色甘酸钠）安全性高但起效较慢，鼻用减充血剂（如羟甲唑啉）可快速缓解鼻塞但需严格限制使用时间（不超过 7 天），鼻用抗胆碱能药（如异丙托溴铵）则主要针对流涕症状。

三线药物为生物制剂，以奥马珠单抗为代表，目前主要用于合并严重过敏性哮喘且常规治疗无效的患者，其适应症尚未完全覆盖单纯过敏性鼻炎。

2.2.2 市场需求情况

过敏性鼻炎在中国已成为日益严峻的公共卫生挑战。快速城市化进程与空气污染问题

的加剧，尤其是机动车使用量的持续增长，已成为推动过敏性鼻炎发病率上升的重要因素。研究表明，环境与遗传因素均为疾病发作的关键诱因，即便空气中污染物水平仅出现轻微上升，也可能显著加重患者的症状。

2024 年全球过敏性鼻炎患者总数约达 13.7 亿人，预计到 2030 年将增长至 14.6 亿人。在中国，同期患者规模从 2.5 亿人增至 2.6 亿人，年均复合增长率达 1.0%。另外，中国过敏性鼻炎诊疗率存在显著提升空间：2024 年诊断率约为 37.3%，治疗率 45.0%，相较美国同期 49.6% 的诊断率和 85.0% 的治疗率，差距明显。

其中，儿童期是过敏性鼻炎的发病高峰期之一。根据《儿童变应性鼻炎诊断和治疗指南（2022 年，修订版）》，AR 自报患病率在 6~7 岁儿童中平均为 8.5%，在 13~14 岁儿童中平均为 14.6%。中国部分地区的流行病学研究显示，儿童过敏性鼻炎自报患病率为 18.10%~49.68%，确诊患病率为 10.80%~21.09%，并呈增长趋势。

三、市场竞争

3.1 市场评估维度

根据头豹研究院发现，十大代表企业（远大医药、我武生物、湖南安邦制药、以岭药业、葛兰素史克、默沙东、阿斯利康、康诺亚、麦济生物、正大天晴）的评选遵循多维度量化评估模型，核心指标包括以下三大维度：

(1) 临床疗效与安全性

临床疗效是药物的核心价值，需通过严格设计的临床试验（如随机对照试验、多中心研究）验证其对症状（如鼻塞、鼻痒、流涕、打喷嚏）的缓解程度、起效时间及持续时间。安全性评估需涵盖短期不良反应（如鼻腔刺激、出血）和长期风险（如激素类药物对下丘脑-垂体-肾上腺轴的抑制作用），并通过大规模真实世界研究监测罕见或迟发性副作用。疗效与安全性的平衡是药物获批和临床应用的前提，也是患者依从性的关键因素。

(2) 技术创新与专利壁垒

技术创新体现在药物作用机制（如靶向生物制剂、小分子抑制剂）、给药方式（如舌下含服、纳米载体递送）或生产工艺（如冻干技术、无菌灌装）的突破。专利壁垒包括核心化合物专利、制备方法专利及用途专利，覆盖药物研发到商业化的全生命周期。技术领先性可通过专利数量、国际专利布局（如 PCT 申请）及专利有效期（如延长专利保护期策略）衡量，直接决定企业的市场独占期和定价权。

(3) 市场占有率与商业化能力

市场占有率反映药物在目标市场的渗透率，需结合销售额、处方量、患者覆盖数等数

据综合评估。商业化能力包括渠道布局（如医院、零售药店、电商平台）、医保准入（如国家医保目录、地方增补目录）及支付体系覆盖（如商业保险报销）。此外，企业需具备动态调整市场策略的能力，例如通过学术推广提升医生认知度，或通过患者教育项目提高用药依从性，以维持或扩大市场份额。

3.2 市场竞争格局

中国过敏性鼻炎药物行业已形成跨国药企与本土企业并存的竞争格局，跨国药企凭借品牌、技术及渠道优势占据高端市场主导地位。葛兰素史克、阿斯利康、默沙东等国际企业通过长期市场布局，构建了覆盖抗组胺药、鼻用糖皮质激素等核心品类的产品矩阵，其研发实力与临床数据积累使其在医生处方推荐中占据优势，尤其在需要长期管理的中重度患者群体中认可度较高。

本土企业则通过差异化策略在细分领域实现突破。远大医药、正大天晴等企业依托仿制药一致性评价成果，以性价比优势快速渗透基层市场，通过渠道下沉覆盖更多区域患者；我武生物、康诺亚等创新型企业聚焦脱敏治疗与生物制剂领域，前者凭借粉尘螨滴剂建立国内脱敏治疗市场先发优势，后者通过 IL-4R α 单抗等创新产品切入生物制剂赛道，满足未被满足的临床需求。

技术迭代与政策导向正重塑竞争逻辑。鼻用糖皮质激素领域，糠酸莫米松等新型制剂通过改进给药装置与缓释技术提升患者依从性，成为临床首选；生物制剂领域，IL-4R α 、IgE 等靶点药物通过精准阻断炎症通路，为中重度患者提供新选择。医保目录动态调整加速创新药可及性，处方外流与电商渠道崛起则推动零售终端占比提升，要求企业具备全渠道运营能力。

未来竞争将聚焦创新深度与生态构建。跨国药企持续加码生物制剂研发，本土企业则通过产学研合作突破技术壁垒，如干细胞治疗等前沿领域探索。同时，企业需构建“药物+服务”生态，通过患者教育、用药提醒等增值服务提升治疗规范性，在存量市场中挖掘增量价值。随着国产替代进程加速与行业集中度提升，具备研发、生产、渠道综合优势的企业将主导下一阶段竞争。

3.3 十大品牌推荐

1. 远大医药

凭借国内首仿的丙酸氟替卡松鼻喷雾剂，远大医药在过敏性鼻炎领域占据重要地位。该产品作为鼻用糖皮质激素，具有强效抗炎与抗过敏作用，能快速缓解鼻塞、流涕等症状，且全身副作用低，已纳入国家医保目录，市场覆盖广泛。

2. 我武生物

作为国内脱敏治疗领域的领军企业，我武生物自主研发的粉尘螨滴剂和黄花蒿花粉变应原舌下滴剂，填补了国内尘螨和花粉过敏脱敏治疗的空白。其舌下脱敏药物以其安

全性高、用药简便等优势，成为过敏性鼻炎对因治疗的首选方案。

3. 湖南安邦制药

其核心产品沃猫芪风固表颗粒，基于经典名方升级，融合黄芪、防风等六味道地药材，具有肺脾肾三脏同补、适合长期调理的特点。该产品针对体虚易感人群，能显著改善过敏性鼻炎症状，并减少复发，市场口碑良好。

4. 以岭药业

以岭药业的芪防鼻通片作为中药创新药，融合“玉屏风散”与“辛夷散”经典名方，针对“持续性变应性鼻炎肺脾两虚证”实现标本兼治。该产品不仅缓解鼻部症状，还能改善全身乏力等体虚表现，且已纳入国家医保目录，惠及更多患者。

5. 葛兰素史克

作为国际制药巨头，葛兰素史克在过敏性鼻炎领域拥有氯雷他定、西替利嗪等多款抗组胺药物，以及辅舒良等鼻用糖皮质激素产品。其产品以疗效确切、安全性高著称，深受医生和患者信赖，市场占有率长期领先。

6. 默沙东

默沙东的内舒拿（糠酸莫米松鼻喷雾剂）是全球首个获批用于儿童过敏性鼻炎的鼻用激素，其低剂量配方在保证抗炎效果的同时，降低了鼻腔刺激，适合3岁以上儿童及成人使用。该产品长期占据儿童鼻炎用药市场首位，安全性得到广泛认可。

7. 阿斯利康

阿斯利康的雷诺考特（布地奈德鼻喷雾剂）是临床常用的鼻用糖皮质激素，具有强效抗炎作用，能显著减轻鼻黏膜充血水肿，并预防鼻息肉切除后再生。其产品疗效确切，安全性高，是过敏性鼻炎和鼻息肉患者的首选药物之一。

8. 康诺亚

康诺亚的司普奇拜单抗作为国内首个获批的IL-4R α 抗体药物，通过靶向阻断IL-4和IL-13信号传导，有效抑制2型炎症反应，快速缓解过敏性鼻炎症状。该产品疗效显著，安全性良好，为中重度过敏性鼻炎患者提供了新的治疗选择。

9. 麦济生物

麦济生物的MG-K10是一款创新型长效抗IL-4R α 抗体药物，通过阻断IL-4和IL-13信号传导，抑制Th2型炎症反应，减少鼻黏膜炎症因子释放。该产品针对季节性过敏性鼻炎患者，能显著缓解鼻塞、流涕等症状，且安全性良好，市场潜力巨大。

10. 正大天晴

正大天晴的TQH2722是一款靶向IL-4RA的人源化单克隆抗体，通过双重阻断IL-4和

IL-13 信号传导，有效控制 2 型炎症反应。该产品在治疗季节性过敏性鼻炎方面显示出良好的疗效和安全性，为患者提供了新的治疗选择，市场前景广阔。

四、发展趋势

第四部分主要描述中国过敏性鼻炎药物行业的发展趋势，可以从创新驱动、消费升级、政策引导、生态重构等多个角度进行分析。

4.1 生物制剂与新型疗法引领技术突破

随着对过敏性鼻炎发病机制的深入研究，行业正从传统对症治疗向对因治疗转型。生物制剂成为研发热点，针对 IL-4R α 、IgE、IL-5 等靶点的单抗药物通过精准阻断炎症通路，显著改善中重度患者症状，且安全性优于传统激素类药物。例如，IL-4R α 抑制剂可同时阻断 IL-4 和 IL-13 信号，对鼻息肉、哮喘共病患者效果显著。此外，基因编辑、细胞疗法等前沿技术也在探索中，如 CAR-T 细胞疗法通过改造患者 T 细胞靶向过敏原，有望实现“一次治疗、长期缓解”。创新药物研发周期缩短，得益于 AI 辅助药物设计、真实世界数据应用等技术，加速了靶点发现与临床试验效率。

4.2 患者需求驱动产品迭代与服务升级

患者对治疗体验与长期管理的要求提升，推动药物向“高效、安全、便捷”方向迭代。鼻用糖皮质激素领域，糠酸莫米松、丙酸氟替卡松等新型制剂通过改进给药装置（如雾化喷头、定量泵）与缓释技术，减少鼻腔刺激，提升用药依从性。同时，复方制剂（如抗组胺药+糖皮质激素）成为趋势，通过协同作用缩短起效时间。服务层面，企业通过数字化工具（如用药提醒 APP、症状监测平台）构建患者管理体系，结合线下过敏原检测、健康讲座等服务，形成“药物+服务”闭环，增强患者粘性。此外，儿童、孕妇等特殊人群用药需求增长，推动企业开发低剂量、无酒精配方等专属产品。

4.3 医保准入与分级诊疗重塑市场格局

医保目录动态调整加速创新药可及性，生物制剂等高价药物通过谈判降价纳入医保后，患者负担减轻，市场渗透率快速提升。例如，某 IL-4R α 抑制剂纳入医保后，患者自付比例从 80%降至 20%，销量增长超 3 倍。分级诊疗政策推动资源下沉，基层医疗机构成为过敏性鼻炎管理主战场，企业需调整渠道策略，加强与基层医生合作，通过学术推广、培训项目提升诊疗规范性。同时，环保政策趋严倒逼企业升级生产工艺，如采用绿色原料、优化废弃物处理流程，以符合 ESG（环境、社会、治理）标准，提升品牌竞争力。

4.4 跨界融合与全产业链布局成关键

行业边界逐渐模糊，企业通过跨界合作构建生态体系。例如，药企与科技公司合作开发 AI 诊断工具，通过分析患者症状、环境数据（如花粉浓度）提供个性化治疗方案；与电商平台合作拓展零售渠道，利用大数据精准触达患者。全产业链布局成为趋势，企业向上游延伸控制原料药供应（如刺五加、黄芪等中药材基地），向下游拓展患者服务（如过敏原免疫治疗中心），以降低成本、保障质量。此外，国际合作加速，本土企业通过 license-in 引进海外创新药，跨国企业通过本土化生产降低成本，共同推动行业技术升级与市场扩容。