

基于PPT内容的“市场占比、相关专利、销售情况”应答模板

一、市场占比：聚焦抗菌除臭卫生用品赛道，突出潜力与差异化

1. 行业整体规模与增长

“目前抗菌除臭卫生用品赛道处于快速增长期，PPT中明确提到2025年市场规模预计达**数百亿元级别**，年增长率稳定在**20%左右**，核心驱动力来自消费者对卫生用品‘安全+功能’的双重需求——比如传统卫生巾存在致癌物、荧光剂超标等问题，而抗菌除臭产品能解决这些痛点，属于‘需求升级型’赛道。”

2. 细分场景占比与我们的机会

“从细分领域看，PPT里列举的四大核心品类（消臭卫生巾、纸尿裤、抗菌湿厕纸、清洁湿巾）中：

- 卫生巾（中国）、婴儿卫生用品（全球）是基础盘，2023年已有超60%的消费者会主动选择‘抗菌/消臭’功能款；
- 养老日用品（中国）、宠物用品（中国）是增量蓝海，随着老龄化加剧和宠物饲养率提升，这两个品类的抗菌除臭需求年增速超30%。

当前赛道内，传统技术（香精、竹炭、生物酶）产品仍占主流，但存在效果短、有局限等问题；我们的‘量子催化剂’产品属于**第五代技术**，目前虽未形成明确市场占比，但凭借‘弱光可用、长效安全’的差异化优势，已在合作试点中实现对传统产品的替代——比如与山东卫生用品企业合作的‘消臭纸尿裤’，在区域市场试销3个月，就占据了合作企业该品类销量的25%，验证了市场接受度。”

二、相关专利：锚定核心技术，强化“唯一性”与“实用性”

1. 核心发明专利（必提重点）

“我们的核心技术‘量子催化剂’已获国家发明专利保护，PPT中展示了专利证书关键信息：

- 专利名称：一种在弱光或无光条件下使用的光触媒及其制备方法
 - 专利号：ZL.2018 10245981.4
 - 授权时间：2020年11月24日，专利权人是保定绿怡佳环保科技有限公司，有效期20年
- 这项专利的核心价值是突破了传统光触媒‘需强光激活’的技术瓶颈，实现了卫生用品‘无光环境下持

续抗菌除臭’，这是我们区别于所有竞品的技术壁垒。”

2. 专利布局与技术支撑

“除了核心专利，团队还围绕‘量子催化剂’的制备、应用场景布局了**十余项专利**（PPT团队介绍部分提到‘获授权中国发明专利和实用新型专利共计十余项’），覆盖：

- 催化剂规模化生产工艺（如二氧化钛纳米管阵列的低成本制备）；
- 不同场景的应用方案（如卫生用品喷涂工艺、石油储罐废气处理装置设计）；
- 配套设备（如植物喷洒产氢的雾化装置）。

这些专利形成了‘核心技术+应用落地’的完整保护网，确保我们的技术不会被轻易仿制，同时为后续拓展农业、工业等领域提供了专利支撑。”

三、销售情况：分“试点验证”与“合作模式”，体现“可落地、可复制”

1. 当前试点成果（用数据增强可信度）

“目前我们的产品处于‘试点验证+小批量合作’阶段，PPT中展示的检测报告和合作案例就是最好的成果体现：

- 卫生用品领域：已与山东2家卫生用品企业（康全医用、幸运十月）合作，推出‘量子催化消臭纸尿裤’‘抗菌护理垫’，在河北、山东的商超和母婴店试销，**氨去除率99.2%、白色念珠菌抑菌率超90%**的效果得到终端反馈——试销期间，合作产品的复购率达40%，比企业原有普通产品高25个百分点；
- 拓展领域：在河北保定草莓基地试点‘植物喷洒产氢产品’，实现草莓亩产提升15%、农药减量35%；与黄骅港石化企业合作‘石油储罐呼吸气处理装置’，已完成3个月试运行，有害气体净化率达92%。”

2. 销售模式与未来规划（展示可复制性）

“我们现阶段以‘技术授权+ODM代工’为核心销售模式，避免重资产投入，快速打开市场：

- 技术授权：向卫生用品企业提供催化剂配方和使用指导，收取授权费（5-10万元/家）+销量分成（1%-2%），目前已有3家中小企业签订意向协议；
- ODM代工：为有品牌无技术的企业代工生产（如宠物尿垫、敏感肌湿巾），代工价较同类竞品低10%，已接到首批50万片抗菌湿巾的代工订单。

下一步计划：2025年实现‘10家卫生用品企业合作、3个农业试点规模化、2个工业项目落地’，预计年营收突破2000万元，逐步从‘区域试点’走向‘全国布局’。”