

1.試解釋「利基」(niche)之意義。

利基 (niche) (商業用語) 是指標對企業的優勢細分出來的市場，這個市場不大，而且沒有得到令人滿意的服務。產品推進這個市場，有盈利的基礎。在這裏特指，針對性、專業性很強的產品。按照菲利浦·科特勒在《行銷管理》中給利基下的定義：利基是更窄地確定某些群體，這是一個小市場並且它的需要沒有被服務好，或者說“有獲取利益的基礎”。(這種有利的市場位置在西方稱之為“Niche”，海外通常譯作“利基”。) 企業在確定利基市場後往往是用更加專業化的經營來獲取最大限度的收益，以此為手段在強大的市場夾縫中尋求自己的出路。

2.何謂「藍海策略」？

「藍海策略」就是要做「價值創新」。「價值」和「創新」同樣重要；創建藍海成敗關鍵並非尖端科技的創新，也不是「進入市場的時機」，而是「創新」和「實用」、「售價」和「成本」兩組的密切配合。在訂定藍海策略，金偉燦博士 (W. Chan Kim) 與莫伯尼博士 (Rene Mauborgne) 提出了「四項行動架構」：

- (1) 「消除」哪些產業內習以為常的因素？
- (2) 「降低」哪些因素應低於產業標準？
- (3) 「提升」哪些因素應高於產業標準？
- (4) 「創造」哪些產業尚未提供的因素？

(1) 與 (2) 在於節省成本，擴大需要；(3) 與 (4) 在於強調「差異化」與「新價值」，提升產品價值。

與血流成河的紅海策略相比，藍海策略的特色有五：

- 1.開創沒有競爭的「新市場」
- 2.不與對手競爭，使「競爭」變得不相干
- 3.創造出新的需求，並透過成本控制，追求持續領先
- 4.同時追求顧客所能獲得的高價值與產品的低成本
- 5.調整整個公司的作業系統，給以完全的配合