

利基市場 (Niche Market)

目錄

- [1 什麼是利基市場](#)
- [2 理想的利基市場具有的特征](#)
- [3 實施利基戰略的意義](#)
- [4 本條目相關鏈接](#)

什麼是利基市場

利基是英文名詞“Niche”的音譯，Niche來源於法語。法國人信奉天主教，在建造房屋時，常常在外牆上鑿出一個不大的神龕，以供放聖母瑪利亞。它雖然小，但邊界清晰，洞里乾坤，因而後來被引來形容大市場中的縫隙市場。在英語里，它還有一個意思，是懸崖上的石縫，人們在登山時，常常要藉助這些微小的縫隙作為支點，一點點向上攀登。20世紀 80年代，美國商學院的學者們開始將這一詞引入[市場營銷](#)領域。

利基市場（國內翻譯五花八門：縫隙市場、壁龕市場、針尖市場，目前較為流行音譯加意譯：利基市場，[哈佛大學商學院](#)案例分析的中文版中也是採用這種譯法），指向那些被市場中的統治者/有絕對優勢的企業忽略的某些[細分市場](#)，利基市場是指企業選定一個很小的產品或服務領域，集中力量進入併成為領先者，從當地市場到全國再到全球，同時建立各種壁壘，逐漸形成持久的競爭優勢。

[利基市場戰略](#)指企業通過[專業化經營](#)來占領這些市場，從而最大限度的獲取收益所採取的策略。

[市場利基](#)指[市場利基者](#)通過專業化經營而獲取的更多的[利潤](#)。

理想的利基市場具有的特征

[理想](#)的利基市場大概具有以下六個特征：

①狹小的產品市場，寬廣的地域市場。[利基戰略](#)的起點是選準一個比較小的產品（或服務），這是利基戰略的第一要素，集中全部資源攻擊很小的一點，在局部形成必勝力量，這是利基戰略的核心思想；同時，以一個較小的[利基產品](#)，占領寬廣的地域市場，是利基戰略的第二個要素，產品有非常大的[市場容量](#)，才能實現[規模經濟](#)，[經濟全球化的市場環境](#)正好為其提供了良好條件。

②具有持續發展的潛力。一是要保證企業進入市場以後，能夠建立起強大的壁壘，使其他企業無法輕易模仿或替代，或是可以通過有針對性的技術研發和專利，引導[目標顧客](#)的需求方向，引領市場潮流，以延長企業在市場上的領導地位；二是這個市場的目標顧客將有持續增多的趨勢，利基市場可以進一步細分，企業便有可能在這個市場上持續發展。

③市場過小、差異性較大，以至於強大的競爭者對該市場不屑一顧。既然被其忽視，則一定是其弱點，反過來想，我們也可以在強大的[競爭對手](#)的弱點部位尋找可以發展的空間，所謂弱點，就是指競爭者在滿足該領域消費者需求時所採取的手段和方法與消費者最高滿意度之間存在的差異，消費者的需求沒有得到很好的滿足，這正是足可取而代之的[市場機會](#)。

④企業所具備的能力和資源與對這個[市場提供](#)優質的產品或服務相稱。這就要求企業審時度勢，不僅要隨時測試市場，瞭解市場的需求，還要清楚自身的能力和資源狀況，量力而行。

⑤企業已在客戶中建立了良好的品牌聲譽，能夠以此抵擋強大競爭者的入侵。

⑥這個行業最好還沒有統治者。

實施利基戰略的意義

實施利基戰略的重要意義在於：進行市場利基的公司事實上已經充分瞭解了目標顧客群，因而能夠比其他公司更好、更完善地滿足消費者的需求。並且，市場利基者可以依據其所提供的[附加價值](#)收取更多的利潤額。

