

普
华
经
管

正略钧策
管 理 丛 书

Mc
Graw
Hill

Education

一隙万金

小缝隙 大利润

——寻找市场缝隙，
实现创业梦想

在空白处创业

珍妮弗·巴斯叶·桑德

[美] (Jennifer Basye Sander) 著 朱中彬 译

彼得·桑德

(Peter Sander)

NICHE AND GROW RICH

Practical Ways to Turn Your Ideas into a Business



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

普
华
经
管

正略钧策
管 理 丛 书

在空白处创业

——寻找市场缝隙，实现创业梦想

珍妮弗·巴斯叶·桑德

[美] (Jennifer Basye Sander) 著 朱中彬 译

彼得·桑德

(Peter Sander)

NICHE AND GROW RICH

Practical Ways to Turn Your Ideas into a Business

人民邮电出版社

北 京

图书在版编目(CIP)数据

在空白处创业: 寻找市场缝隙, 实现创业梦想 / [美] 桑德等著;
朱中彬译. —北京: 人民邮电出版社, 2007.8 (2007.11 重印)
ISBN 978-7-115-16303-5

I. 在... II. ①桑...②朱... III. 创业—企业管理 IV. F276.3
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 077683 号

内 容 提 要

当今社会, 开办自己的企业是许多人的梦想, 而建立缝隙企业是人们实现这一梦想最有效的法宝之一。本书介绍了规划和创建一家新的缝隙企业的全过程, 包括了解什么是缝隙、如何辨别缝隙的优劣、如何寻找好的企业创意、如何保护缝隙企业创意以及创建缝隙企业的基本步骤等 11 个方面, 为读者成功创业指出了一条可行之路。书中的许多内容很容易被创业者所忽视, 但正是这些细节决定了创业者的成败; 如果创业者能够按照本书的建议去设计并创建企业, 那么他的成功指日可待。

本书适合创业者、中小企业经营者和管理咨询人员阅读。

在空白处创业

——寻找市场缝隙, 实现创业梦想

-
- ◆ 著 [美] 珍妮弗·巴斯叶·桑德 彼得·桑德
 - 译 朱中彬
 - 策 划 贾福新 杨 雯
 - 责任编辑 王秀玲 王莹舟
 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
 - 邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
 - 网址 <http://www.ptpress.com.cn>
 - 北京迪杰创业信息技术有限公司制作
 - 北京铭成印刷有限公司印刷
 - 新华书店总店北京发行所经销
 - ◆ 开本: 700×1000 1/16
 - 印张: 14.5 2007 年 8 月第 1 版
 - 字数: 160 千字 2007 年 11 月北京第 2 次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2006-1261 号

ISBN 978-7-115-16303-5/F

定价: 28.00 元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

译者序



在市场经济条件下，创业一直都是一个热门话题，而对于怎样创业，可谓仁者见仁，智者见智。从具体实践来看，成功的创业者所处的经济环境、所拥有的资源都不尽相同，因此，其企业的发展与成长之路也不相同。怎样创业才容易成功？美国大都市图书集团的老板珍妮弗·巴斯叶·桑德和彼得·桑德共同撰写的这本书，独辟蹊径，指出创业者可以通过寻找缝隙（Niche）、创建缝隙企业获得成功。同时，他们在书中对整个创业过程中相关问题也进行了深入系统的分析。

对于“Niche”一词，我国香港、台湾地区的学者一般译为“利基”，主要是一种音译（也包含了该词的部分含义）；我国其他一些地区的学者则将其译为“缝隙”。如在闻洁主编的《英汉汉英 MBA 词汇》（企业管理出版社 1994 年版，第 213 页）和中国科学院计算机语言信息工程研究中心编写的《英汉汉英 MBA 专业词典》（科学出版社 2002 年版，第 240 页）中，把与此词有关的“Niching”一词译为“夹缝生存”、“拾遗补漏”。从此词所包含的意义来看，后一种译法比较准确，本书就采用了这一译法。

本书主要包括以下几方面的内容：（1）缝隙的含义及优势；（2）缝隙与时尚、趋势、生活方式的变化、革命的区别与联系；（3）寻找好的商业创意的方法以及保护商业创意的方式；（4）评价缝隙的步骤；（5）特许经营及特许经营缝隙的分析；（6）宣传企业

的方法；(7) 创建缝隙企业的步骤。

在国内外不少著作中，都对“缝隙”有所论述。2006年12月3日，译者在北京图书馆对这方面的文献进行了检索。给出“Niche”这一主题词，查到81部著作名中包含这一词，但在上述意义上使用的著作作为5部；给出“缝隙”这一主题词，查到56部著作名中包含此词，但在上述意义上使用的著作作为2部；给出“利基”这一主题词，查到134部著作名中包含这一词，但在上述意义上使用的著作作为11部（其中包括2篇硕士学位论文）。在其中的大部分著作中，“缝隙”与“营销”这两个词是在一起使用的，即“缝隙营销”（Niche Marketing）。本书专门就缝隙和缝隙企业进行了系统的论述，是一部价值较高的作品，丰富了创业学、企业理论和管理学的内容。同时更突出的是，本书又是一部操作性较强的缝隙企业创业指导书。由于本书的两位作者都具有多年从事企业经营与管理的经验，特别是珍妮弗还创建了多家成功的缝隙企业，这样，其中的许多论述就是令人信服的。本书的另一个显著特点是列举了较多缝隙企业成功的案例，有利于加深读者对缝隙及缝隙企业的理解。

在翻译本书的过程中，我的同事季铸教授、严旭阳教授、孟昌博士和张宏艳博士等中青年学者给予了多方面的帮助和关心，我的家人也为我提供了良好的工作环境，本书的责任编辑为译文质量的提高付出了心血，在此一并致谢。限于时间、精力和能力，译文中有所不足甚至错误在所难免，尚祈学界专家和广大读者批评指正（译者的联系方式：zzb26262@yahoo.com.cn）。

朱中彬

2007年5月于北京

英文版序



几年以前，我就开始创建一家金融服务企业，其目标是一个非常大的缝隙市场——职业女性。根据我个人的经历及市场调查，我知道，在这家公司还没有提供金融服务之前，职业女性就是一个极大的但尚未被开发的缝隙市场。

当与潜在的投资者会面时，我肯定能够清楚地确定缝隙市场的客户是谁、这些客户为什么需要这类产品以及我怎样向客户提供产品。

为什么我这么执迷于缝隙企业？这是因为缝隙市场是一个有利可图的市场。创建一家企业，是一种需要勇气并有点冒险的行为。我认为，经过深思熟虑后找到的缝隙为人们提供了一个较好的成功机会，创业者甚至不用考虑商业环境。

创业者有很多机会来发现未被开发的缝隙，但仅仅有兴趣是不够的。缝隙创业者必须用创造性的、开阔的思维方式来识别缝隙，并确定这一缝隙需要什么产品以及怎样才能满足它的需要。彼得（Peter Sander）和珍妮弗（Jennifer Basye Sander）对如何开发出好的缝隙市场创意提出了独到见解，并提供了大量成功人士的实例。但是，缝隙创业者还必须进行理智、系统的思考，否则，他们就可能错过缝隙并且一无所获。彼得和珍妮弗为人们成功创业提供了形成创意的框架。本书能够激发读者思考，并且向读者

提供了创建成功缝隙企业的方法。

请认真倾听珍妮弗和彼得的话，虚心地向他们学习。

WFN 网络公司的创立者

美国公共电视网“你的价值在哪里”节目的主持人

珍妮弗·奥彭肖（Jennifer Openshaw）

前言



在 20 世纪 90 年代后期的一段很短的时期内，致富的路似乎异常简单——提出一个需要用到互联网的奇特项目，找几个大学同学与自己合作，邀请一两位风险资本家加入，这样你就可以创建并经营自己的企业了！但是，泡沫很快出现了，很多网络公司倒闭了。

随着许多百万富翁的消失，美国人还在梦想拥有自己的公司并快速致富吗？这几乎不可能了。在每座城镇的每条街道上，几乎每个街区的每栋住宅中都坐着一个具有创业思想的人。由于经济的不确定性以及伴随而来的新企业较高的倒闭率这类消息，每位未来的企业老板都会问自己这样的问题：“采取什么措施才能让我的企业不至于倒闭呢？”

在很多情况下，这个问题的最佳答案是：寻找一个可以赢利的缝隙。找到这样一个缝隙，就可以建立起自己独特的、极具吸引力的业务领域，并能持续地让客户为你的产品或服务支付高价。找到缝隙后，就不必为了吸引客户而花费巨额资金来做广告。在合适的缝隙中，你极易找到在某个地区的客户，并且不用花钱或少花钱就可与这些客户取得联系。找到一个缝隙后，你不必担心新的进入者及竞争。这里没有竞争，你也不用经常降价。

缝隙企业是安全的、能够长期生存的企业。它是促销型企业，

而且还是能够赢利的企业。

怎样才能找到一个未被发现的缝隙？或者，怎样确定你的创意能够促使一家缝隙企业的产生？相关企业的老板怎样找到缝隙并通过重新调整自己的企业从而实现赢利？这些问题都是非常重要的。本书会为你解答这些问题。

在接下来的几章中，你将学会怎样评价缝隙的赢利能力。一些大缝隙能够赢利，一些小缝隙也能赢利；而有些大缝隙却是不能赢利的。在读完本书后，你不用冒险尝试，就能够区分不同类型的缝隙。

开始，我们将探讨一些基本问题，例如，究竟什么是缝隙企业？为什么要创建缝隙企业？有哪些成功的缝隙企业案例？为什么这些缝隙企业会这么做？但更重要的是，你怎样才能找到属于自己的缝隙？

接着，你就会获悉最佳创意来源于何处，怎样让其他人为你做市场调研。珍妮弗现身说法为你阐明这一切。如果你仍没有创新的感觉，也不用担心。我们还将分享集体讨论技术、调研方法及其他寻找创意的方法。为了让你对本书产生兴趣并坚持读完，我们提供了大量使用这些方法得以成功的创业者的真实案例。

在你寻找自己的缝隙时，应该牢记的是关注大趋势。在本书中，有一整章的篇幅都用来阐述重要趋势，并说明创业者是怎样把这些趋势用于自己的缝隙企业的。存在很多机会，哪种企业能够成功地把客户定位于生育高峰期出生的老年人、敢于冒险的旅游者或在家庭办公的人士呢？你很快就会形成新创意。

一旦找到了一个缝隙，你怎样才能确定它会让一家企业生存？很多创业者失败了，原因在于没有人花时间去“勤奋工作”，以确定

缝隙的可行性。千万别犯这种错误。本书将帮助你识别缝隙、了解客户需求、确定满足这些需求的产品或服务，并且确定缝隙是否大到足以带来足够的利润，从而成为创建一家企业的理由。

你可能没有准备白手起家创建一家缝隙企业，那么对你而言一个具有缝隙市场特征的特许经营项目可能是一条途径。在第7章中，我们考察了定位于缝隙市场的流行的特许经营。

在过去的几年中，我们与数百名将成为创业者的人士进行了交谈，他们提的最多的问题是：我怎样保护自己的创意？如果你要用自己的创意创建一家企业，那么，有些法律问题是需要考虑的。第8章中的有关知识对于保护你独特的创意是很重要的，利用它们你就不会失去正当的权益。

一旦你开始经营缝隙企业，怎样才能让你的企业广为人知呢？在第9章中，有很多可共享的策略与信息，它们可以帮助你免费宣传自己的新缝隙企业。与其他企业相比，拥有一家缝隙企业的实际优势之一是这类企业不难宣传且产品较易上市。在报纸和杂志上写文章宣传或者在电视上做报道对一家缝隙企业更有意义，我们将告诉你怎么做。

提出商业创意是一件有趣的事情，而经营一家企业却是一项艰苦的工作。一旦有了一个好创意，你怎样用它来建立自己的企业呢？基于我们自己的经历及其他缝隙创业者可以分享的知识，我们可以把这些基本的步骤成功地运用于规划并创建一家新的缝隙企业上。

本书有很多内容是有关创业者的真实故事和对这些创业者的访谈实录。计划创办企业可能是一种孤独的追求，但从本书涉及的一些志趣相同的创业者的简短经历中，你会认识到他们的特点与才能。



具有远大抱负的人不止你一个，每一位成功的缝隙企业的创业者都曾经处于你目前的这种境地——站在长途旅行的起点。这一旅程可能是危险的、艰难的、令人沮丧的，有时甚至是非常恐怖的。创业者的经历也不同于你以前的任何经历。请加入我们的行列，学习怎样寻找缝隙并发财致富！

目 录

第 1 章 什么是缝隙	1
究竟什么是“缝隙”	4
为什么选择缝隙.....	4
大行业，小缝隙.....	7
第 2 章 好缝隙还是坏缝隙	13
缝隙、时尚、趋势、生活方式转变以及革命的含义	16
充满缝隙的市场.....	17
趋势、时尚和缝隙的联系与区别	19
缝隙市场、缝隙产品、缝隙营销和缝隙企业的区别	22
寻找你自己的缝隙	26
第 3 章 怎样寻找好创意	31
欢迎来到创意工厂	35
做一个媒体依赖者	44
高级创意工厂.....	48
已经找到的缝隙真的可行吗	48
处处留心，创意就会源源不断	49

第 4 章 哪里有趋势，哪里就可能有缝隙	51
美国老年人	54
活跃的小孩儿	57
正餐吃什么	60
女性市场	62
小型办公室或家庭办公室	64
第 5 章 创建在线缝隙企业	69
是营销还是宣传	72
网上购物——是缝隙、时尚、趋势，还是革命	73
以史为鉴：什么该做，什么不该做	74
关注真正的需要	76
来自“车库”的观点	77
在线缝隙企业是可行的	79
在线企业面临的几个更大的挑战	82
不要放弃	85
第 6 章 评价缝隙的六个步骤	87
确定缝隙市场规模的六个步骤	89
步骤一：确定市场目标	91
步骤二：确定产品或服务	94
步骤三：了解市场	98
步骤四：收集数据	104
步骤五：确定增长的驱动力	111
步骤六：开始制定财务计划	112

第 7 章 你能找到一个特许经营的缝隙吗	117
什么是特许经营	120
特许经营的前景	121
特许经营服务	123
特许经营成本	126
评估特许经营机会	128
特许经营：为什么做或为什么不做	130
第 8 章 怎样保护你的商业创意	139
你有知识产权要保护吗	142
如何保护自己的创意	144
保护创意要花多少钱	144
知识产权保护的类别	146
专利	147
商标	153
商业秘密	155
让你的商业创意成为专利	156
一个现实问题	157
第 9 章 你会不断地宣传自己的企业吗	159
媒体是怎样工作的	163
“愿者上钩”	165
成功并不难	166
对宣传潜力的评估	167
使自己成为媒体的“宠儿”	172

完善你的宣传方式	173
你应该宣传什么	174
联合开展大型宣传活动	175
建立口头宣传方式	176
什么是好的宣传	177
第 10 章 创建缝隙企业的基本步骤	181
计划为什么重要	183
基本的企业计划	184
企业计划资源	184
企业计划包括哪些内容	186
对企业计划的最终评价	195
到位：启动倒计时	196
出发！今天就开张	200
让企业长期发展	200
第 11 章 寻找缝隙	205
缝隙心理	207
缝隙机会	209
寻找缝隙的方法	210
从小企业开始并积累经验	211
创业者身份的诱惑	212
独自前行，不必焦虑	213
确定这是可行的缝隙	214



第1章 什么是缝隙

