其实最近聊的话题就是存量市场和增量市场的事。那么什么是存量市场？什么是增量市场呢？

其实很好理解，存量市场指的是现存已经被看到，被确定的市场；增量市场是可能会被激发的潜在市场。

存量市场我们常常说的就是已经饱和的市场， 市场就那么大，蛋糕就那么大，参与分蛋糕的人多了，自然每个人能分到的比例就少了，甚至会出现争抢。

增量市场代表的是无限潜能
。市场还没有被完全发现，是一片蓝海，有无限的可能。

知道了这些，那么对于我们去做生意，创业就有了指引方向。

有源源不断的客源，那么就是增量的市场。

比如说科学发明，本来没有的东西，被你发明创造出来，那么这个新的产品就有了无限的市场。

当然这必须是发现客户需要，能解决客户痛点的而诞生的东西，特别是人人都用得上的东西，对刚需商品的升级创新。

同时我们要选择做没有天花板的事情，做无穷无限的东西。

近些年，餐饮和奶茶店很多，以前也有聊过为什么“秋天的第一杯奶茶”也救不活，奶茶行业。

不知道深圳的朋友还记不记得
深圳的第一家鹿角巷“
排队4小时，只为一杯网红奶茶
”，那个时候真的是辉煌，看不见尽头的排队长龙，但是最终还是关门大吉了。

首先，房租太贵一个月25万的房租，得多少杯奶茶啊？很多实体店其实都是在为房东打工而已，甚至付不起房租。

其次，店面只有那么大，员工只能安排那么多，一次只能接待那么多客户，所以即使客户再多，有什么用呢？

客户就在那里，哭着喊着想给你钱，问题是你收不了，很多饭店其实也是一样，位置只有那么多，接待能力有限。

最后，扩大的成本太高，什么转让费、房租、装修费、设备……都是开支啊。

还有就是竞争激烈，奶茶店遍地都是，你想垄断垄断不了，就好像长沙的茶颜悦色

密集开店，几十米，几十米一家家的开店，现在又只能一家家的关店。

投入大，有天花板，其实算不上好的生意。

那么什么才能算是增量市场呢？什么才能算是好的生意呢？

其实那些网络教育，网店类，按照这个分类可以算得上是好生意。

投入有限，边际成本却很低，比如说你录一个课程，成本就只有那么多，但是每个人看一次，就必须付费一次给你。

成本有限，一次性投入，但是却可以无穷无尽地持续赚钱。

当然了 这个也只是理论上说这样可行，而且确实也有部分人做得非常好，但是网络的低门槛，让竞争更加激烈。

头部效应特别明显，资源流
量基本都被一些大佬给占了，其他人，也就只能说打打酱油。

就好像写今日头条一样，天天写也没有多少展现量，没几个粉丝（当然缺乏有效有意思的内容）。

做的好的越来越好，做的一般的就只会越来越差。