

主题-层层递进一个吃上面一个吃B的智慧

在商业世界中，“一个吃上面一个吃B”是一个常见的现象。简单来说，就是小企业或者初创公司会依赖大企业或者成熟市场上的品牌来吸引客户和推广自己。在这个过程中，小企业往往没有足够的资源去直接竞争大企业，所以他们选择了更为巧妙、节省成本的方式来实现自己的目标。

这种策略在很多行业都有所体现，比如零售业中的便利店，它们会摆放各种各样的商品，其中一些是主打销售的，而有些则是作为辅助品来吸引顾客，如糖果、饮料等。顾客购买主打商品时，也许会不自觉地买一包零食，这样便利店就能从这些小额交易中获得额外收入。

同样的道理，在餐饮业，许多餐厅都采用了类似的策略。比如咖啡馆可能提供免费Wi-Fi或阅读材料，这些都是为了让顾客多待一段时间，从而提高每位顾客消费的平均金额。而且，由于免费服务通常是不带标价的，所以这也是一种间接增加收入的手段。

此外，在科技领域也可以看到这一点。大型科技公司经常通过开源项目吸引开发者参与其中，而这些开发者往往还会推荐并使用该公司提供的大量产品和服务。这既促进了技术交流，又为大型科技公司带来了潜在用户群体。

总之，“一个吃上面一个吃B”是一种基于互补关系进行业务发展的一种模式，无论是在传统行业还是新兴行业，都有其有效性。但同时，这也需要小企业不断创新，不断寻找新的方法以保持竞争力，同时利用大企业提供的一切资源，以最大的效益获取市场份额。

g"></p><p>下载本文pdf文件</p>