转换成本是指客户从购买一个供应商的产品转向购买另一个供应商的产品时所增加的费用，如增加新设备、重新设计产品、调整检测工具、对使用者进行再培训等发生的费用。 [1]

“转换成本”（Conversion Cost)最早是由迈克·波特在1980年提出，指的是当消费者从一个产品或服务的提供者转向另一个提供者时所产生的一次性成本。

这种成本不仅仅是经济上的，也是时间、精力和情感上的，它是构成企业竞争壁垒的重要因素。如果顾客从一个企业转向另一个企业，可能会损失大量的时间、精力、金钱和关系，那么即使他们对企业的服务不是完全满意，也会三思而行。