

通常來講，如果你不創造價值的話，別期望你會得到任何價值。

註解：我自己的想法是...就是因為只是單純指品牌本身,所以才建議改成名稱...因為用名聲.. 比較容易會和 reputation 混淆 (這個名詞也是常在品牌學中出現...)

「別人花代價請你來加入戰場」是一種特例，但這種狀況下你不太可能有高獲利。

譯註：通常，當某種新技術或新品類的產品在處於產品週期的第一或第二階段時，主導該技術或產品的廠商或組織單位可能會不計代價爭取第三廠商〔third party〕的加入市場競爭以求擴大市場，如IEEE協會剛推動IEEE 1394時，所收取的權利金根本不足以負擔其成本，看似加盟廠商佔了便宜，實則由於市場空缺因此大開，各廠商生產IEEE 1394 產品之利潤並不高，且需面臨低價競爭的高淘汰風險。

如果你無法在遊戲中獲勝，  
你需要想辦法改變遊戲規則。

NatraSweet公司將它的原始資源  
〔專利權〕轉化爲其他的資源：

- 品牌名聲
- 成本優勢
- 合作契約