

并非所有的经济力量都遵守产业疆界的  
规范

要制造所有的儿童都喜爱的卡通？

或

针对部份儿童制造全方位的娱乐产品？

「报酬递增」效应会对数种不同层级的因素产生作用

- 销售旺季
- 游戏软件
- 以X位为号召的游戏主机
- 整个家用视讯游戏产业

由报酬递增以上各因素的作用程度可看出其持久性

— 要得到并非由你自己所创造出的价值是相当困难的，但在某些产业中你至少可以抓到绝大部份由你所创造出的价值，在其它产业中则不然。

— 本质上，这其实是个和议价能力有关系的问题。

译注：以电玩业来说，平台制造者〔如任天堂〕由于当年对游戏软件开发者有相对强大的议价能力，故可有效收割其平台所创造的市场价值。这主要也和市场的内部竞争有相当的关系。以现在的观点来看，由于家用电玩主机市场已由当年的独占垄断转变成寡头垄断，各平台制造者的议价能力不如以往；相对的，各软件开发商面对更多的互补者选择，其议价能力就大大提升了。