百老汇公司新出了一款电子游戏“Lucky”，肯特因市场推广而受到上司、父母以及妻子方面的压力。他在百老汇工作两年了，Lucky是他接手的第一个大项目。肯特和妻子艾米大学毕业后，打算返回老家拉斯克鲁塞斯，它位于新墨西哥州，毗邻墨西哥边境。肯特的父亲认识百老汇的老总，故为肯特谋得市场部一职。百老汇是家中型公司，有500名员工，是拉斯克鲁塞斯地区最大的企业之一。百老汇公司研发、生产、销售电玩游戏。

电子游戏行业竞争激烈。一款游戏的生命周期通常只有18-24个月。行业的关键战略之一是推出独特且具有视觉冲击的游戏，这就要用到色彩构图技术、快动作以及互动参与。百老汇电子产品的目标市场是5-12岁的儿童及13-19岁的青少年。男性玩家占据了75%的市场份额。

肯特初入百老汇的工作是调研玩家爱玩的游戏类型。他的研究显示市场需求更多动作（暴力）、加快画面、多级难度设置以及声响。进一步调查显示某些音调和类别的声音更具吸引力。作为调研的一部分，肯特还去观察电子游戏中心的玩家。他在那儿发现许多人已沉迷于游戏，会按要求迅速投币。研究显示许多目标消费者与赌博上瘾的人有着相同的症状。公司大力采纳了肯特的调研结果，并据此研发了几款新游戏。新游戏刚推出便风靡市场。

肯特在追踪调研中发现，消费者的紧张度会伴随游戏的激烈度上涨。经过几轮报告后，肯特想到在电子游戏的关键阶段，目标消费者可能会愿意投入多枚硬币。例如，若一个玩家想玩更高难度时，就不得不投两枚硬币；要玩最后一关，就得投三枚硬币。肯特发现这种方法一经试验，的确提高了游戏的产出。

肯特还注意到，提供诸如声音提示等正面强化的电子游戏，游玩频率更高。他向百老汇老总布拉德报告了这些发现，布拉德让肯特将这些信息用以研发新游戏。肯特建议游艺机向取得具体目标的玩家发送糖果。公司针对青少年市场修正了这个点子：游艺机会在游戏某些阶段退回硬币。玩家可以在关键阶段，把这些硬币投入插槽，就有机会晋级到下一阶段。通过附加一次机会的方式，这些游戏虽吐出硬币，但吸收的硬币更多，游戏产出率也大幅提升。这些创意非常成功，百老汇公司扩大了市场份额，肯特也借此升职为产品部经理。

Lucky游戏是肯特的最近接手的活——这是一款快动作的剧情类游戏，目标是在自己被消灭前干掉所有敌人。肯特在之前的市场上为这款插槽类游戏扩充了两个附加条件。第一，这个游戏采用虚拟现实技术，让玩家有种身临其境的感觉。第二，考虑到绝大多数青少年消费者都是男性玩家，肯特加入了一个女性角色，她在每一关都会脱掉一件衣服并对玩家嘲弄一番。最后一关获胜，她就一丝不挂了。市场测试表明：附加的两点使得单个游戏收利暴涨。

几周后，布拉德向肯特了解项目情况。“我想我们真的遇到麻烦了，布拉德，”肯特告诉他。“裸体也许是个坏点子。一些人会对此很不爽。”布拉德不满意肯特的作答。

Lucky项目难产的消息迅速传开了。肯特和父母共进晚餐时，提到了Lucky项目，而他父亲说了一番话触动了肯特。“儿子，你要知道，Lucky这个项目会为百老汇公司带来大笔收入，但很多人的工作怕也会不保。你的一些同事很苦恼你在这项目上的立场。我不会告诉你该怎么做，但这里有比一款电子游戏更重要的。”

第二天，肯特就Lucky会见了布拉德。“那么，”布拉德问，“你的决定是？”

肯特回答说，“我想我们该放弃那个‘裸体’的点子。”

布拉德应答道，“要知道，肯特，你是对的。美国市场不愿意看到当地商业街区的游戏中心到处是裸体和暴力图像，因此我联系网络供应商，他们可以买下我们的游戏，放到网上作为成人产品出售。我还查了下国外市场，发现只要在游戏里减少一些暴力因素，还是能将机器销售给墨西哥市场的。一家台湾合资企业肯定了我们现在这个版本，但他们想让你把两个附加方面改得更生动些。要知道，他们现在已经有了这种游戏的类似版本，现在正准备市场升级。我把网络市场看得比较次要，因为我们不可能将虚拟现实的设备和软件运用到网络模式中去。大概家用电脑提速后，我们就能达到那一步，但目前不行。所以，肯特你清楚自己要怎么处理Lucky了吗？”

**问题：**

**（1）案例中的伦理与法律议题分别是什么？**

**（2）根据本案例阐述利益相关者理论。**

**（3）肯特的选择是什么？**

**（4）如果符合国家文化，那么在其他国家推销性、暴力及赌博是否合适？试分析之。**