

美國兩大雜誌《時代》和《新聞周刊》，兩家編輯在最引人注目的封面故事，投入利益比較，希望能得到最好的收入。而以下有三個選項。

1. 針對本周兩大新聞，分析哪個封面較能吸引顧客購買，再假設選擇，分析哪個做法較能獲得更多利益。
2. 利用淺在買主的層面分析封面帶來的顧客比例。
3. 雙方互打價格戰，假設消費者永遠購買較低價格的心理層面進而分析利益回饋。