

消費者委員會多年來就本港不同行業  
作出競爭研究，促進市場競爭。  
現以優惠價發售有關競爭研究報告。

# 全套10冊 競爭研究報告系列

原價：~~\$1260~~

半價發售：**\$ 630**

(包括送遞費用)



## 編號 研究報告

原價 單行本8折價

01	Competition in the Market for Lift Maintenance (2002) 附《電梯維修服務市場競爭研究報告》中文摘要	\$80	\$64
02	Report on the Supply and Demand of Textbooks in Hong Kong (2001) 附《教科書供求市場研究報告》中文摘要	贈送	-
03	Energizing the Energy Market - A Study of Motor Gasoline, Diesel and LPG Markets in Hong Kong (2000) 附《為能源市場注入動力 - 汽油、柴油及石油氣市場研究報告》中文摘要	\$200	\$160
4A	Competition Policy: The Key to Hong Kongs Future Economic Success (1996) 附《公平競爭政策：香港經濟繁榮之關鍵》中文摘要	\$200	\$160
4B	《公平競爭政策：香港經濟繁榮之關鍵》(中文版) (1996年)	\$200	\$160
05	How Competitive is the Private Residential Property Market? (1996) 附《安得廣廈千萬間？ - 香港私人住宅物業市場競爭研究報告》中文摘要	\$150	\$120
06	Achieving Competition in the Liberalised Telecommunications Market (1996) 附《電訊業競爭研究報告》中文摘要	\$150	\$120
07	Ensuring Competition in the Dynamic Television Broadcasting Market (1996) 附《配合轉變市場 發展競爭良策 - 廣播事業競爭研究報告》中文摘要	\$100	\$80
08	Assessing Competition in the Domestic Water Heating and Cooking Fuel Market (1995) 附《家用熱水及煮食燃料市場競爭研究報告》中文摘要	\$200	\$160
09	Report on the Supermarket Industry In Hong Kong (1994) 附《超級市場研究報告：結論及建議》中文摘要	\$100	\$80
10	Are Hong Kong Depositors Fairly Treated? (1994) 附《銀行對存戶是否公平？ - 銀行業經營研究報告》中文摘要	\$80	\$64

各報告單行本另以**8折**發售(包括郵遞費用)

## 訂購表格

本人欲 ☐ 訂購全套10冊報告 HK\$630

請選擇 ☐ 4A或 ☐ 4B

☐ 訂購單行本(編號) \_\_\_\_\_ 總金額：HK\$ \_\_\_\_\_

(為方便電腦處理，請以英文正楷填寫)

姓名：\_\_\_\_\_

電話：\_\_\_\_\_ (日間)

地址：\_\_\_\_\_

### 付款方法

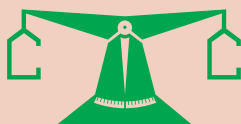
1. ☐ 將劃線支票連同表格\*一併寄回：  
香港北角渣華道191號嘉華國際中心22樓消費者委員會訂閱部  
支票抬頭：消費者委員會  
支票號碼：\_\_\_\_\_

2. ☐ 信用卡付款(以信用卡付款，可將表格\*傳真至2102 4581)  
請在本人信用卡戶口扣款 HK\$ \_\_\_\_\_  
☐ VISA ☐ MasterCard ☐ A E ☐ Diners

持卡人姓名：\_\_\_\_\_ 信用卡有效日期：\_\_\_\_\_

信用卡號碼：\_\_\_\_\_ 簽署：\_\_\_\_\_

\*請把表格複印



消費者委員會出版 PUBLISHED BY CONSUMER COUNCIL

本刊版權所有，未經本會書面同意，不得轉載本刊之全部或部分內容，及不得以任何方式引用本刊之全部或部分內容作廣告、推銷或宣傳用途。本刊不接受商業廣告。© All rights reserved. Material published in CHOICE shall not under any circumstances or in any manner be used for any form of advertising, sales promotion or publicity, and the reproduction in whole or in part thereof in any manner whatsoever for any purpose whatsoever without the prior consent in writing of the Consumer Council is strictly prohibited. This magazine does not accept any commercial advertisement.

