

年／月	零售價 (括號內數字是比對 6.44)	入口價 (括號內數字是比 對 1.64)	油稅	公司成本／利潤等 (括號內數字是比對 2.8)	回饋總數
2000/7	6.44	1.64	2	2.8	
	6.35 (0.09)	2.08 (0.44)	1.11	3.16 (0.36)	0.09+0.44+0.36=0.89
2000/11	6.25 (0.19)	2.16 (0.52)	1.11	2.98 (0.18)	0.19+0.52+0.18=0.89
2000/12	6.09 (0.35)	1.76 (0.12)	1.11	3.22 (0.42)	=0.89
	5.94 (0.50)	1.76 (0.12)	1.11	3.07 (0.27)	=0.89
2001/1	5.84 (0.60)	1.72 (0.08)	1.11	3.01 (0.21)	=0.89
2001/2	5.84 (0.60)	1.68 (0.04)	1.11	3.05 (0.25)	=0.89
2001/3	5.84 (0.60)	1.66 (0.02)	1.11	3.07 (0.27)	=0.89
2001/4	5.84 (0.60)	暫未有資料	1.11	—	—

- 儘管從已得知的數據 (零售價-入口價-油稅 = 公司成本／利潤等)，來推算油公司的成本／利潤等，得出油公司表面上已將\$0.89 稅務優惠回饋消費者。
- 不過，油公司輸入超低硫柴油所增加的支出 (如洗缸等)，理論上會逐步減少，並回復到如普通柴油的支出(\$2.8)。但公司成本／利潤等一欄的數字顯示卻不斷上升 (當中是成本抑或是利潤上升，無人得知)。
- 理論上，去除最初洗缸等額外支出後，超低硫柴油與普通柴油成本是一樣的，超低硫柴油的最新零售價是：入口價(\$1.66)+油稅(\$1.1)+油公司的成本／利潤等(\$2.8)=\$5.56
- 結論：即使油公司做數做得十分靚，砌成\$0.89。(1)油公司需要解釋成本為何上升；如果不能解釋，即是說利潤上升，油公司有食價之嫌。(2)油公司需要解釋或承諾，用在超低硫柴油的一筆過支出，到何時為止？

年／月	零售價 (括號內數字是比對 6.44)	入口價 (括號內數字是比 對 1.64)	油稅	公司成本／利潤等 (括號內數字是比對 2.8)	回饋總數
2000/7	6.44	1.64	2	2.8	
	6.35 (0.09)	2.08 (0.44)	1.11	3.16 (0.36)	0.09+0.44+0.36=0.89
2000/11	6.25 (0.19)	2.16 (0.52)	1.11	2.98 (0.18)	0.19+0.52+0.18=0.89
2000/12	6.09 (0.35)	1.76 (0.12)	1.11	3.22 (0.42)	=0.89
	5.94 (0.50)	1.76 (0.12)	1.11	3.07 (0.27)	=0.89
2001/1	5.84 (0.60)	1.72 (0.08)	1.11	3.01 (0.21)	=0.89
2001/2	5.84 (0.60)	1.68 (0.04)	1.11	3.05 (0.25)	=0.89
2001/3	5.84 (0.60)	1.66 (0.02)	1.11	3.07 (0.27)	=0.89
2001/4	5.84 (0.60)	暫未有資料	1.11	—	—

- 儘管從已得知的數據（零售價-入口價-油稅 = 公司成本／利潤等），來推算油公司的成本／利潤等，得出油公司表面上已將\$0.89 稅務優惠回饋消費者。
- 不過，油公司輸入超低硫柴油所增加的支出（如洗缸等），理論上會逐步減少，並回復到如普通柴油的支出(\$2.8)。但公司成本／利潤等一欄的數字顯示卻不斷上升（當中是成本抑或是利潤上升，無人得知）。
- 理論上，去除最初洗缸等額外支出後，超低硫柴油與普通柴油成本是一樣的，超低硫柴油的最新零售價是：入口價(\$1.66)+油稅(\$1.1)+油公司的成本／利潤等(\$2.8)=\$5.56
- 結論：即使油公司做數做得十分靚，砌成\$0.89。(1)油公司需要解釋成本為何上升；如果不能解釋，即是說利潤上升，油公司有食價之嫌。(2)油公司需要解釋或承諾，用在超低硫柴油的一筆過支出，到何時為止？