

評卷參考 一般評卷指引

本文件供閱卷員參考而設，並不應被視為標準答案。考生及沒有參與評卷工作的教師在詮釋文件內容時應小心謹慎。

1. 本評卷參考不能就各試題羅列所有可能的答案。閱卷員可根據專業判斷，接納未列於本評卷參考內其他正確和合理的答案。
2. 試題若列明要求答案的數量，而考生給予多於要求的答案，多答的部分則不會評閱。舉例說，試題要求考生列舉兩個例子，如考生列舉了三個，閱卷員只需評閱第一和第二個答案。
3. 卷二每道題目，均將按照以下評卷準則給予有效表達分數，最高2分：

分數	考生表現
2	表達流暢無礙，並具有條理
1	表達尚算充分，但欠條理性
0	表達欠流暢，意思令人費解

* 每題答案內容得分少於5分時，一律不會給予任何有效表達分數。

卷一 甲部

題號	答案	題號	答案
1.	D (63%)	16.	D (60%)
2.	C (46%)	17.	A (38%)
3.	B (59%)	18.	C (27%)
4.	C (71%)	19.	A (39%)
5.	D (72%)	20.	A (56%)
6.	A (34%)	21.	C (79%)
7.	B (17%)	22.	D (57%)
8.	A (44%)	23.	A (24%)
9.	C (88%)	24.	D (33%)
10.	B (16%)	25.	C (78%)
11.	A (28%)	26.	D (32%)
12.	B (83%)	27.	B (37%)
13.	B (18%)	28.	B (57%)
14.	C (66%)	29.	C (15%)
15.	B (25%)	30.	D (74%)

註：括號內數字為答對百分率。

乙部

分數

1. (a) (i) 旅行團群體遊客 (1)
[只批閱首項。]

1

以下任何兩項：

- 他們不是冒險型的 (1)
- 他們喜歡處於「環境泡泡」內 (1)
- 他們喜歡熟悉的旅遊目的地 (1)
- 他們喜歡固定的旅行團行程 (1)
- 他們喜歡有領隊的旅行團，特別是當前往較遠的地方 (1)
- 他們喜歡有導遊服務，因為他們講解和解決困難 (1)

[只批閱首兩項。]

2

- (ii) 以下任何三項：

- 生理需要 - 透過提供所有團餐及四星級的酒店住宿以滿足食物及住宿等的需要 (1)
- 安全需要 - 透過提供導遊服務以滿足人身安全需要 (1)
- 社交 / 歸屬感的需要 - 團體形式的旅行，團員會有歸屬感 (1)
- 尊重需要 - 擁有國際旅行的經驗，他們被周圍的人所羨慕和崇敬 (1)
- 自我實現的需要 - 滿足學習的需要 (1)

[只批閱首三項。]

3

- (b) • 印花稅應為0.15%，而不是0.05% (1)
- 盛載液體的容器不可超過100毫升 (1)
 - 旅遊業意外賠償基金提供財政援助予外遊團旅客，而不是入境旅客 (1)
- 或
- 旅行團意外緊急援助基金計劃為死亡或身體受傷的旅客提供財政援助 (1)
- [只批閱首三項。]

3

- (c) (i) • 「可靠性」未能滿足 - 因為酒店的標準遠低於所承諾的 / 提供少於承諾的膳食次數 (1)
- 「可信度」未能滿足 - 因為導遊未能以一共同的語言跟旅客溝通 (1)
 - 「同理心」未能滿足 - 因為隨團領隊對顧客無禮，未有顧及旅客的感受 (1)
- [只批閱首兩項。]

2

- (ii) 以下任何四項：

- 提供一個改善旅遊服務質素的機會 (1)
- 進行更好的員工培訓 (1)
- 提升公司商譽 (1)
- 節省公司在未來尋找新客戶的廣告成本 (1)
- 使不滿意的客戶感到滿意 (1)
- 保留常客 (1)
- 顯示對顧客的關顧 (1)
- 承擔錯誤責任 (1)

4
15

2. (a) (i) 京劇

[只批閱**首項**。]

1

(ii) 長城

[只批閱**首項**。]

1

以下任何兩項：

- 代表人類創造才能的傑作 (1)
- 展示一個人類價值的重要交流 (1)
- 作為現存或已消失的一種文化傳統或文明的一個獨特性或至少是特殊的見證 (1)
- 作為一種建築物、建築學或技術的融合或景觀的傑出範例，並代表著人類歷史上的重要階段 (1)
- 作為一個傳統的人類居住地、使用土地或海洋的傑出範例 (1)

[只批閱**首兩項**。]

2

(b) 以下任何兩項：

- 確保參與者的安全和保安，因為他們以前從未到過該城市 (1)
- 更好的時間控制，因為所有的節目和活動都由當地專業人員於事前進行評估 (1)
- 很容易地從當地導遊取得更新的資訊 (1)
- 當地導遊作為一個中間人的角色，在整個旅程中與當地各方溝通，以減少參與者與當地社區的文化差異 (1)
- 問題出現時有當地的負責人來解決 (1)
- 提供必要的協調服務 (1)

[只批閱**首兩項**。]

2

(c) 以下任何四項：

- 「好奇」- 學生從來沒有到過北京，因此他們對目的地的文化和旅遊景點感到好奇，例如到訪長城或鳥巢 (1)
- 「快樂」- 學生可以擺脫日常的學校生活並作短暫休息，嘗試新事物並參加令他們快樂的活動，例如：於學生來說學習如何製作北京水餃是有趣的 (1)
- 「宗教信仰及精神審美」- 學生想探索歷史、藝術和中國特有的傳統，例如觀賞京劇、走訪長城及參觀798藝術區 (1)
- 「專業及公商務」- 學生要滿足自己於教育上所定的目標，即是在到訪北京期間，透過中級普通話課程來提高他們的普通話水平 (1)
- 「尋根」- 學生要追索他們的祖國文化，並透過此次北京之行，體驗當地的生活及文化，例如學習如何製作傳統糕點，參觀當地的不同景點如王府井大街以探索當地社區 (1)

[只批閱**首四項**。]

4

(d) 以下任何五項：

- 使用商標、標誌、品牌名稱等權利 - 以現有的商譽為基礎，並節省重新建立商譽的資金 (1)
- 特許經營權擁有者的支援 - 例如開辦酒店、發展完善的管理系統、諮詢服務等，以即時及有效地解決任何問題 (1)
- 與特許經營擁有者分擔推銷成本 - 以節省廣告費用 (1)
- 能控制和管理自己的物業 - 在任何時間將物業套現 (1)
- 降低經營失敗和經濟損失的機會 - 以特許經營擁有者以前的「成功」方程式作參考 (1)
- 享有大量採購的折扣 - 降低日常營運成本 (1)
- 品牌推廣 (1)

[只批閱首五項。]

$\frac{5}{15}$

1. (a) 以下任何五項及其解釋：

- 改變分銷渠道 (1) - 消費者可直接透過網上預訂渠道，自行購買旅遊服務，這樣便不須要諮詢旅行社，以導致市場萎縮及收入下降 (1)
- 服務供應商進行直接銷售 (1) - 航空公司及酒店正尋找降低成本的方法，資訊及通訊科技(ICT)使它們能夠向消費者進行直接銷售，從而避免給旅行社支付佣金。因此，它們已經取消或減少了佣金，導致旅行社的收入下降 (1)
- 購物比較 (1) - 通過互聯網，消費者可以接觸許多服務供應商以比較其提供的產品及價格。這樣，他們便可以更容易地找到較便宜的旅遊服務。為了競爭，旅行社必須降低自己的價格以配合市場價格，導致收入及利潤下降 (1)
- 豐富資訊的提供，降低了對旅行社的依賴 (1) - 透過「面書」、其他社交媒體及網上供應商，消費者可以得到更可靠及更多元化的旅遊資訊，結果減少了他們向旅行社諮詢的需要，消費者的數量及其收入亦因而減少 (1)
- 全球性旅行社的發展 (1) - 全球性旅行社(Priceline.com, Expedia等)的崛起，增加了為香港市場提供服務的企業供應量，令競爭日趨激烈，亦減少了旅行社的市場佔有率，顧客減少，亦意味著收入下降 (1)
- 以香港為基地的新電子化旅行社的發展(1) - 電子旅遊的增長，導致更多新的本地電子化旅遊營運商的成立，令競爭加劇，並從傳統營運商手中奪取生意 (1)
- 大型旅行社有較多的財務資源 (1) - 現金充裕的網上旅遊平台，與中小型旅行社相比，可能擁有更多資源開發功能強大的平台/ 大型旅行社能透過大力宣傳，與較廣泛的潛在顧客接觸 (1)
- 競爭優勢 (1) - 中小型旅行社需要投資以提昇其競爭力，故引致成本上升，利潤下降 (1)
或
- 競爭劣勢 (1) - 中小型旅行社欠缺線上知名度，故較難競爭(1)

10

(b) 以下任何四項及其解釋：

- 缺乏知識及專才 (1) - 具有商業觸覺並同時擁有專門技能的經驗旅遊業專才供應不足，故就算持有人冀望發展，亦很難找到合適的員工來運作網上旅行社 (1)
- 本地的中小型旅行社，其持有人及管理層者通常較為短視 (1) - 持有人發現其投資沒有即時回報，故不願意投資 (1)
- 中小型旅行社缺乏資金 (1) - 以支付電子旅遊所需要的硬件及軟件、設置及持續保養的成本，故阻礙了電子化旅遊的應用 (1)
- 缺乏行業統一標準 - 過去行業對有關技術和工具的質素、安全及可靠性都缺乏統一標準 (1)，因此，旅行社很難整合現有的應用程序和數據庫 (1)
- 對未知存有恐懼 (1) - 考慮投資及潛在風險之後，一些持有人寧願遵循傳統的經營方式 (1)
- 科技的急速變化 (1) - 一些持有人恐怕當投放巨大資源發展電子化旅遊時，下一個創新科技就出現了，可能令其投資變得不及時宜 (1)
- 規模過小，難以競爭 (1) - 缺乏資源 (1)
- 不配合的顧客分類 (1) - 對於一些顧客分類而言，資訊及通訊科技是被認為不需要或不恰當，例如長者 (1)
- 服務水平 (1) - 個人化服務，較易協助挽留顧客 (1)
- 保安風險 (1) - 使用科技會帶來網上保安的憂慮，例如保護個人資料的安全性 (1)
- 科技損壞 (1) - 科技損壞對沒有資訊科技部門支援的中小型旅行社可能造成干擾 (1)

8

18分+

2分傳意

2. (a) 以下任何六項及其解釋：

- 增加旅客人數 (1) - 保存歷史建築可能帶來更多旅客 (1)
- 增加旅遊景點數量 (1) - 歷史建築、遺址或區域能各自成為旅遊景點 (1)
- 增加本地景點的多樣性 (1) - 建立文物旅遊景點能增加目的地現有旅遊景點的類型 (1)
- 以歷史建築為本的新產品 (1) - 活化工程完成後，建築物或遺址可以變換成其他景點，如博物館、展覽館、酒店、餐廳等，創造成嶄新的、具吸引力的產品 (1)
- 減低發展成本 (1) - 尤其與興建新場所作比較，文物建築的活化，是一個低成本的發展方案。此外，因興建新的建築物所花費的時間可能較長，故可節省時間 (1)
- 保存本地社區的獨特性 (1) - 那些舊區具有豐富的地方文化特色，包括傳統的生活方式，保存這些建築使社區增添特色，令它們更能吸引遊客，並提高目的地的競爭力 (1)
- 增加本地人對旅遊的支持 (1) - 保育及活化歷史建築與遺址能保存社區人士對該地的感情，培養本地人更大的歸屬感，從而建立本地人對旅遊業的支持 (1)
- 增加社區的參與 (1) - 大部分的文物保育項目涉及不同的持份者，包括當地居民、商業組織、非牟利團體、區議會、院校及/或環保團體，保育可建立社區更大的參與度，減少社會反對旅遊業發展的阻力 (1)
- 商機 / 就業機會 (1) - 得到本地文物古蹟的幫助，其他的商機 (從零售及食物，以至旅行團與住宿) 亦應運而生，由於這些商機可能比較容易建立，故使本地社區的成員能參與旅遊商貿，令旅遊資源的價值有所提升 (1)
- 可持續性發展 (1) - 保存建築能長遠地為未來旅客提供旅遊景點 (1)
- 目的地的推廣 (1) - 提供更多種類的旅遊形式，例如文化旅遊形式，故有助提升目的地之形象 (1)

(b) 以下任何三項及其解釋：

- 一些法定機構，如由政府成立的古物諮詢委員會 (1) - 成員由各個有關範疇的專家組成，這些組織的建立，目的是向政府建議任何與古物古蹟有關的事宜。這樣，便可以選擇最有價值的遺址或建築物加以保護，以符合公眾利益 (1)
- 可引入保存及保護法以保護香港文化遺產中具代表性的例子 (1) - 例如古物及古蹟條例能確保本港最具價值的文物古蹟得到適當保護，根據該條例，有關官方部門可以提出合法聲明保護 / 授權阻止改動某個地方，保護古蹟並保存歷史遺跡 (1)
- 尊重私有產權 (1) - 平衡大眾需要及個人對所擁有財產可行駛的權利，業主有權進行上訴 (1)
- 教育 (1) - 透過講座、參觀、導賞、實地考察、設立文物徑及建設本地的博物館，帶出文物保護的重要性，政府可以教育公眾有關香港的文化遺產及其對現代社會的價值，遊客也學會怎麼理解、尊重及欣賞文化遺產 (1)
- 文物保存及社會經濟發展之間的平衡 (1) - 當社會價值大於經濟價值時，政府能決定並進行干預，以保存歷史區域，如中區警署的例子，該方法有利於維護餘下的文化遺產 (1)
- 透過公共和私營機構的夥伴合作，政府可將管理權交由私營或非牟利機構，但仍可保留文物遺產的擁有權 (1) - 因此，這可以減少社區組織的財政負擔，並協助安排保育活動，加快完成保育項目 (1)
- 政府可加強與本地及海外機構的合作 (1) - 進行意見交流，並學習如何更有效地保護文化遺產 (1)
- 政府資助或補貼活化工程 (1) - 可以翻新和修復這些歷史建築及古蹟以留給後代 (1)

6

18分+

2分傳意

3. (a) 以下任何五項及其解釋：

- 政治/政府政策 (1) - 政府在正式的政策上，為廉價航空公司興建其客運大樓，藉以鼓勵廉價航空的發展，例如在吉隆坡和新加坡，建築規模較小的第二/次級/次等機場，提供較低的著陸費等，皆鼓勵航空公司飛抵它們的目的地，並降低廉價航空公司的經營成本 (1)
- 撤銷管制 (1) - 透過國際開放天空政策、國內管制撤銷、以自由市場機制來訂定機票價格，或創造「單一航空市場」，減少了廉價航空加入的阻力及製造市場機會，容許一個目的地存在著更多的航空公司 (1)
- 競爭優勢 (1) - 現有提供全套服務的航空公司，由於業務表現效率低，迫使他們保持著高價格，因而使新的、更有效率的廉價航空公司以較低價格提供具吸引力，而有盈利回報的服務 (1)
- 旅遊模式的轉變 (1) - 消費者的旅遊模式正發生變化，越來越多人選擇作短暫休息，而不是傳統的長假期，他們仍希望旅行能盡可能遠離其家，導致短程航班的需求上升，而旨在服務長途市場的傳統航空公司亦因此不能有效地滿足他們的需求。新的航空公司就隨著這商機的出現，涉足這個市場 (1)
- 市場的擴張 (1) - 中產階層的增長，尤其是航空旅客在亞洲潛在市場的擴大，為航空公司創造商機 (1)
- 科技的改進 (1) - 互聯網的普及和網上訂票平台，使航空公司能夠直接出售機票給顧客，使它們能夠進入龐大的市場，並同時削減支付旅行社及其他中介機構的成本 (1)
- 新目的地的開發 (1) - 製造更多將旅客連接到這些目的地的新服務需求，特別是對傳統航空公司來說，可能是無利可圖的東南亞地區 (1)
- 顧客品味的改變 (1) - X世代及Y世代期望較為簡約 (1)
- 經濟 (1) - 在經濟繁榮時，人們對航空交通需求上升，而在經濟衰落時，則會以短途或經濟化方式來旅遊 (1)

(b) 以下任何四項及其解釋：

- 選擇單一類型的飛機 (1) - 由於所需的維修技術相近，故維修費得以減少，另外，培訓機師駕駛不同類型飛機的成本，亦因而減少 (1)
- 選擇非繁忙時間提供服務 (1) - 以降低機場的著陸費 (1)
- 使用第二/次級/次等機場 (1) - 比主機場收取較低費用 (1)
- 快速的機場流轉 (1) - 節省飛機停泊費及客艙服務員和飛機師的住宿費 (1)
- 主要提供短程航班 (1) - 達至快速流轉，較有效地使用飛機及更高的燃料效率 (1)
- 軸輻式航空網路模型 (1) - 透過提供一個便捷的中央運送樞紐，盡可能地達到將多個航班的乘客集中於這樞紐上再進行運送 (1)
- 減少提供免費的地面及機艙服務 (1) - 以降低成本，或從提供這些服務中增加額外收入 (1)
- 於停機坪，而不是在閘口進行上落客貨 (1) - 以降低機場收費 (1)
- 租用飛機 (1) - 降低購買飛機的高資產成本 (1)
- 自助式服務 (1) - 為顧客提供較低運作成本的服務，例如自助登機檢查櫃台 (1)
- 科技應用 (1) - 無紙化運作以減低成本 (1)
- 於航機上只提供一個客艙等級 (1) - 只提供經濟客艙以達至最高運力 (1)
- 提高承載率 (1) - 以較低的價錢預早售票，以確保承載率 (1)
- 旅遊產品多元化 (1) - 籌組酒店及機票套票以符合不同類別顧客的需求 (1)

8

18分+

2分傳意

4. (a) 以下任何四對及其解釋：

備註：1分為指出相配的組合，1分為解釋其相配的原因

	遊客的推動因素	地質公園的拉動因素	解釋
1	遠離城市的願望	不被打擾的自然環境	遠離受污染的城市，到達一個擁有較清新空氣的潔淨環境，這個推動因素與參觀地質公園的拉動因素配合
2	探究 / 學習	講解分析及知識學習的機會	地質公園的目的是宣揚地球科學知識。透過參觀，旅客可學習自然界過程，並滿足他們對學習及探究的渴求
3	探險	偏遠的地質地點	地質公園亦為提供地質旅遊而設，表示旅客可以感受一下探險的感覺
4	社交 / 親近家人與朋友	交通方便	地質公園交通方便，為有小孩子的家庭提供一個能彼此分享獨特、優質體驗的機會
5	追求喜好的願望	世界級的岩石	地質公園的拉動因素是其獨特的岩石形態，令人們能追求所好
6	好奇心	一個嶄新且未普及的目的地	地質公園相對是一個較新的旅遊目的地
7	遠離污染 / 極端氣候	清潔環境 / 清新空氣	地質公園的空氣質素通常是非常好的。對於被吸引而到訪的外籍人士而言，香港可能是一個具備怡人天氣的優良目的地

[只批閱首四項。]

8

- (b) • 聯合國世界旅遊組織將「承載力」定義為「在不造成自然、經濟、社會文化環境破壞及不能接受的旅客滿意度下降之下，旅客可同時遊覽一個目的地的最大數量」 2
- 生態承載力 / 生物物理 / 環境承載能力 (1)
- 就環境在旅客影響下的承受能力，訂立旅客上限，以控制污染 - 能令廢物產生減至最小，污水廢物經處理後亦沒對水質造成污染 (1) /
 - 為保護生物多樣性，訂立旅客上限，減少對野生動物和植物的滋擾，維持地區的生物多樣性 (1) 2
- 空間 / 實際承載力 (1)
- 提供充足的旅遊設施，以滿足遊客的需要 (1) 2
- 社會 / 文化承載力 (1)
- 訂立使用限制，包括開放與關閉時間，減少對在區內居住或工作的人所造成的社會滋擾，使他們的生活質素能得以保持 (1) 2
- 體驗承載力 / 心理承載力 (1)
- 地方管理，以確保每位旅客都有機會得到有質素的體驗 (1) /
 - 減少擠擁及旅客之間的衝突 (1)

2

 18分+
 2分傳意

5. (a)
- 歐式計價 - 房價只包括住房而沒有膳食 1
 - 修正美式計價 - 房價包括住房及兩餐膳食，通常是早餐及晚餐 1

以下任何三項及其解釋：

- 充分使用餐飲設施 (1) - 有助餐廳宣傳，並在銷售客房以外，吸引更多生意 (1)
- 更好的人手控制 (1) - 更容易預計使用餐飲設施的客人數量，這有助餐廳經理更有效地及準確地編配員工，提供優質服務予客人 (1)
- 滿足顧客 / 滿足顧客需求 (1) - 已包括住房及膳食的套餐比分開支付住房及膳食便宜，故對客人來說已增加了其價值 (1)
- 保障收入 (1) - 選擇修正美式計價的客人即使不使用任何已包括在套餐內的餐飲服務，他們仍是要保證支付費用 (1)
- 向上推銷 (1) - 可能將額外的餐飲產品銷售給顧客，增加盈利 (1)
- 更好的預測 (1) - 較多客人選擇修正美式計價，表示銷量可更容易預測，故所購買的食物數量，以及所準備的食物都可較易預算，從而節省成本 (1)
- 服務質素 (1) - 增加客人對酒店的接觸，提供更多供應優質服務的機會 (1)

6

(b) 以下任何五項及每項的一個解釋：

- 房間類型、面積、裝潢及位置 (1)
 - 不同的房間面積，如標準客房、豪華客房及套房，都有不同收費。例如一個標準客房的房價比套房便宜 / 一些酒店擁有「主題」客房，其房價比一般客房為高 - 客房內設施較多的酒店，其支出也較多，故收費較高 (1) /
 - 擁有較佳景觀 / 位於較高樓層的客房，需求較高，但供應有限，故它們的收費也較高 (1)

(以上任何兩項)
- 季節性及節慶活動 (1)
 - 淡季時，房間需求較少，酒店或會減價以吸引顧客，或於旺季時，需求較高，使酒店能在銷售房間時徵收額外費用 (1) /
 - 受歡迎的節慶活動，可帶來使用的高峰期，因而收取較高費用 (1)
- 客人類別 (1)
 - 公司價通常提供予屬於常客的行政人員或公司僱員，這些公司與酒店之間訂有合約價 - 所提供的是優惠價，又或是提供的房價與普遍的沒有兩樣但加上額外服務(如免費的客房提升) (1) /
 - 以機組人員為服務對象的酒店，通常會提供航空公司價 - 這是個別航空公司與酒店之間協定的一個特別價格，是根據酒店從航空公司獲得的業務量而釐定 (1) /
 - 團體價是旅行社或專業機構為人數較多的旅客訂房，從而獲得的房價(1) /
 - 散客付較高價格，他們沒有預先訂房 (1)
- 入住晚數 (1)
 - 酒店通常不會為短期的住宿提供優惠，例如：入住一晚與入住三晚的每日平均房價是相同的 (1) /
 - 有些酒店設有不同的房價，以供入住較長時間的客人選擇，例如兩星期的套餐或一個月的套餐等。因替入住長時間客人服務的成本較低，這些套餐的每日平均房價通常比每日的正常房價為低 (1)
- 一週內的哪一天 (1)
 - 根據每日需求的趨勢，價格會有所不同，例如，在澳門，休閒旅客的需求最高是在週六，故當日所收的房價最高；相反，在香港，週日是商務旅客停留在港的時候，故這段時期的房價最高 (1)
- 優惠套餐 (1)
 - 如果客人購買其他商品和服務，特惠價便能隨優惠套餐一併提供予客人 - 例如，客人因結婚而訂下大量餐飲服務，使用宴會與聚會設施，以及其他服務，故可為客人提供特別優惠 (1)

[只批閱首五項。]

10
18分+
2分傳意