

## 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.	B (61%)	16.	A (63%)
2.	A (24%)	17.	B (73%)
3.	D (88%)	18.	A (22%)
4.	C (71%)	19.	D (19%)
5.	A (72%)	20.	B (62%)
6.	C (49%)	21.	B (46%)
7.	D (92%)	22.	C (48%)
8.	B (83%)	23.	D (73%)
9.	C (51%)	24.	D (90%)
10.	A (32%)	25.	A (39%)
11.	D (47%)	26.	C (22%)
12.	B (17%)	27.	C (95%)
13.	A (98%)	28.	B (79%)
14.	C (48%)	29.	D (80%)
15.	D (71%)	30.	C (72%)

註：括號內數字為答對百分率。

題號	答案	題號	答案
1.	B (61%)	16.	A (63%)
2.	A (24%)	17.	B (73%)
3.	D (88%)	18.	A (22%)
4.	C (71%)	19.	D (19%)
5.	A (72%)	20.	B (62%)
6.	C (49%)	21.	B (46%)
7.	D (92%)	22.	C (48%)
8.	B (83%)	23.	D (73%)
9.	C (51%)	24.	D (90%)
10.	A (32%)	25.	A (39%)
11.	D (47%)	26.	C (22%)
12.	B (17%)	27.	C (95%)
13.	A (98%)	28.	B (79%)
14.	C (48%)	29.	D (80%)
15.	D (71%)	30.	C (72%)

註：括號內數字為答對百分率。

1. (a) (i) • 為長者提供套票B  
• 為多代同遊的家庭提供套票C  
• 為獨生子女家庭提供套票A  
[考生必須準確配對三個套票才可得分]
- (ii) • 套票A配合獨生子女家庭，因為：  
- 這類家庭關注他們的獨生子女的需要，而這套票可讓父母更貼身地在同一房間內照顧年幼的獨生子女；例證是套票A可免費為一位子女加床(1)  
- 這類家庭的父母往往把獨生子女放在首位，為他/她策畫旅程中的活動；例證是套票A可免費使用故事書天地，免費參加工作坊，能吸引這類訪客(1)  
• 套票B配合長者，因為：  
- 一般而言，這類訪客可能退休了，每月沒有固定的薪金，旅遊的預算有限，套票如能提供較高的折扣率，對他們會特別吸引；例證是套票B的房價及餐廳用膳可享有六折優惠，吸引這類訪客(1)  
- 這些訪客可能需要別人幫忙搬運行李；例證是套票B提供的免費行李搬運服務，協助他們將行李運送到房間(1)  
- 這些訪客可能退休了，他們平日也可以有空閒時間旅遊；例證是套票B適用於平日，符合他們需要(1)  
• 套票C配合多代同遊家庭，因為：  
- 這些家庭喜歡一起度假—可以同時享受個人及與家人一起度過閒暇時間；例證是套票C擁有三間房間的套房(1)  
- 這些家庭，不同年紀的成員有不同的活動喜好；例證是套餐C提供不同的戶外康樂設施，更享有水療及按摩八折優惠，讓不同年紀的家庭成員各適其適(1)  
[每一配對只批閱首項原因]  
[考生必須引用恰當例證並加以解說才可得分]
- (b) 管理合約(1)  
[考生必須準確指出管理模式，才可得分]
- 更好的管理技巧—酒店集團會委任一班專業人士協助，直接管理酒店(1)
  - 更高利潤—東主可選擇更有效率的酒店集團代表他管理酒店物業(1)
  - 減低營運成本—酒店可與其他同一管理合約下的酒店一起享受大規模購買的好處(1)
  - 加強品牌的知名度—作為一個全球知名品牌的分子，酒店可增加其於市場上的吸引力(1)
  - 合作銷售/推介—當訪客在外國曾住過該品牌的酒店，在香港旅遊時，也會喜歡住同一品牌的酒店(1)
  - 更好的訓練—員工可以從全球性品牌的訓練計畫中得益(1)
  - 更好的支援—一個中央化的全球性品牌可以對酒店提供更強的支援(1)
- [只批閱首三項好處]  
[考生必須解釋三項好處才可得分]
- (c) (i) • 訪客可直接透過快捷退房系統結帳並立即離開，不需要在接待櫃位前大排長龍；例證是訪客可透過房間電視互動系統結帳(1)

1

3

4

1

1. (a) (i) • 為長者提供套票B  
 • 為多代同遊的家庭提供套票C  
 • 為獨生子女家庭提供套票A  
 [考生必須準確配對三個套票才可得分]
- (ii) • 套票A配合獨生子女家庭，因為：  
 - 這類家庭關注他們的獨生子女的需要，而這套票可讓父母更貼身地在同一房間內照顧年幼的獨生子女；例證是套票A可免費為一位子女加床(1)  
 - 這類家庭的父母往往把獨生子女放在首位，為他/她策畫旅程中的活動；例證是套票A可免費使用故事書天地，免費參加工作坊，能吸引這類訪客(1)  
 • 套票B配合長者，因為：  
 - 一般而言，這類訪客可能退休了，每月沒有固定的薪金，旅遊的預算有限，套票如能提供較高的折扣率，對他們會特別吸引；例證是套票B的房價及餐廳用膳可享有六折優惠，吸引這類訪客(1)  
 - 這些訪客可能需要別人幫忙搬運行李；例證是套票B提供的免費行李搬運服務，協助他們將行李運送到房間(1)  
 - 這些訪客可能退休了，他們平日也可以有空閒時間旅遊；例證是套票B適用於平日，符合他們需要(1)  
 • 套票C配合多代同遊家庭，因為：  
 - 這些家庭喜歡一起度假—可以同時享受個人及與家人一起度過閒暇時間；例證是套票C擁有三間房間的套房(1)  
 - 這些家庭，不同年紀的成員有不同的活動喜好；例證是套餐C提供不同的戶外康樂設施，更享有水療及按摩八折優惠，讓不同年紀的家庭成員各適其適(1)  
 [每一配對只批閱首項原因]  
 [考生必須引用恰當例證並加以解說才可得分]
- (b) 管理合約(1)  
 [考生必須準確指出管理模式，才可得分]
- 更好的管理技巧—酒店集團會委任一班專業人士協助，直接管理酒店(1)
  - 更高利潤—東主可選擇更有效率的酒店集團代表他管理酒店物業(1)
  - 減低營運成本—酒店可與其他同一管理合約下的酒店一起享受大規模購買的好處(1)
  - 加強品牌的知名度—作為一個全球知名品牌的分子，酒店可增加其於市場上的吸引力(1)
  - 合作銷售/推介—當訪客在外國曾住過該品牌的酒店，在香港旅遊時，也會喜歡住同一品牌的酒店(1)
  - 更好的訓練—員工可以從全球性品牌的訓練計畫中得益(1)
  - 更好的支援—一個中央化的全球性品牌可以對酒店提供更強的支援(1)
- [只批閱首三項好處]  
 [考生必須解釋三項好處才可得分]
- (c) (i) • 訪客可直接透過快捷退房系統結帳並立即離開，不需要在接待櫃位前大排長龍；例證是訪客可透過房間電視互動系統結帳(1)

1

3

4

1

- (ii) • 他們不熟悉自動系統的操作(1)  
• 結帳時，他們需要直接從接待櫃位索取手寫或列印收據(1)  
• 他們有一些房間收費，希望確定帳目是最新及準確的(1)  
• 他們可能想和酒店職員核對某些帳目(1)  
• 其他合理解釋

[只批閱**首二項**]

2

- (d) • 好奇心—四川奇珍館能夠讓旅客學習生態知識，同時滿足旅客的好奇心(1)  
• 快樂—享用樂園內所提供的美食，令旅遊更開心及滿足(1)  
• 自我/尊重的需求—能參與刺激的機動遊戲這類活動，令別人羨慕(1)  
• 健康—參觀大型水族館，令旅客身心舒暢(1)  
• 其他合理答案

[只批閱**首四項**]

[考生必須指出旅遊的動機，並列舉例子及給予合理解釋才可得分]

4  
15

2. (a)(i) • 511房000是代表客房待修，該房在維修好前不能編配給賓客(1)  
[解釋房間狀況及說明對前堂編配客房的影響才可得分]
- 512房0C是代表客房已清潔的入住房，該房的賓客最少會住多一晚，故該房不能出售或編配給他人(1)  
[解釋房間狀況及說明對前堂編配客房的影響才可得分]
- 2
- (ii) • 第一組應被分配到503和505房。這相通房適合這個四人家庭，方便他們緊密溝通，家長可住在有雙人大床的505房，而子女可住在有兩張單人床的503房(1)  
[房號和解釋均正確才可得分]
- 第二組應被分配501房。因為他們有不良於行的長者，分配一間接近升降機的無障礙客房，對他們最為方便(1)  
[房號和解釋均正確才可得分]
- 2
- (b)(i) 未抵埗前，酒店應索取以下任何一項資料：
- 客人特別要求(1)
  - 抵達時間(1)
  - 離開時間(1)
  - 其他合理答案
- [只批閱**首項**]
- 1
- (ii) 第二階段抵埗後需要的服務
- 登記(1)
  - 搬運行李上房(1)
  - 派發鎖匙(1)
- 第三階段入住期間需要的服務
- 早晨喚醒服務(1)
  - 訊息及電話(1)
  - 其他合理答案
- [只批閱每一階段的**首項**]
- 2
- (iii) 最後階段離開時
- 要求前台保管行李(1)
  - 其他合理答案
- [只批閱每一階段的**首項**]
- 1
- 注意:有些答案，例如提供景點資料，是任何階段都可接受的答案，**但只有第一次**使用時才可得分
- (c)(i) • 這群體是「旅行團的群體遊客」(1)  
以下任何一項描述：
- 他們組織旅行團旅遊(1)
  - 他們有固定行程(1)
  - 導遊為他們解決問題(1)
- [除指出「旅行團的群體遊客」外，考生必須提供**一項**正確描述]
- 2

(ii) 以下任何兩個例子：

- 不要用左手與印度人握手或遞東西給印度人，因為他們除了在洗手間外，是不會用左手的(1)
- 不要穿著牛皮鞋或使用牛皮箱，因為牛在印度是神聖的動物(1)
- 當雙手交叉疊放時，點頭是一種禁忌，因點頭代表不同意(1)

2

(iii) 行程

- 一些景點如大澳、天壇大佛等都需要步行，導遊應安排一些需要較少步行的選擇或其他可供休息的地方(1)
- 一些景點如天壇大佛不適合需要坐輪椅的人，導遊應安排一些有無障礙設施的旅遊地點，供他們參與(1)

膳食

- 有些人在膳食安排上有特別需要，例如對海鮮過敏、素食者等，導遊應為他們作特別的膳食安排(1)

宗教背景

- 一些印度人可能因他們的宗教信仰而不肯進入天壇大佛，導遊可以建議他們前往宗教景點附近的店舖及咖啡店，以免他們在景點長時間等候(1)

[只批閱每一方面的首項]

---

3  
15

1. (a) 以下任何四個方面：

- 購買方面(1)
- 食材供應商不衛生—供應商的衛生差可導致食材受污染，例如送貨車輛並不清潔衛生及曾運載其他化學品(1)
- 收貨方面(1)
- 差劣的交收—食材沒有恰當地交收，長時間被放置在戶外，或因供應商的其他做法，引致食材被害蟲污染(1)

- 貯存方面(1)

以下任何一項：

- 在配製生肉後，沒有清潔所有廚具或器材(1)
- 沒有分開存放不同種類的食物，或沒有把食物存放在適當的盛器內(1)
- 食物貯存範圍並不清潔，受蟲鼠侵害(1)
- 配製方面(1)
- 手經常接觸食物，處理生肉及家禽後沒有洗手(1)
- 烹調方面(1)
- 處理生的和熟的食物用具和砧板沒有分開，或使用相同的廚具處理生的和熟的食物(1)

- 上桌方面(1)

以下任何一項：

- 侍應的個人衛生差，例如去完洗手間沒有洗手(1)
- 由染病的人處理食物—食物可能被他們的分泌物污染(1)
- 上桌時沒有用蓋將食物蓋好—食物可能被細菌或其他空氣中的疾病所污染(1)

[只批閱**首四方面**]

[只批閱每一方面的**第一點**]

注意：「侍應的個人衛生差，例如去完洗手間沒有洗手」是任何方面都可接受的答案，**但**只有**第一次**使用時才可得分

[其他有關食物安全方面的合理的分類也可接受]

8

(b) 以下任何五項及其解釋：

- 提高消費者信心(1)—假如外地旅客對香港的食物安全有信心，他們更願意到香港旅遊(1)
- 提高/維持香港優質食品的美譽(1)—嚴格的法例減低因食物變壞而向顧客奉上腐爛食物的風險，從而維持香港作為安全美食天堂的聲譽(1)
- 吸引海外投資(1)—海外的餐廳對香港提供的食物質素有信心，將會投資香港的飲食行業，進一步帶動香港飲食旅遊的發展(1)
- 加強本地餐廳的競爭力(1)—如旅客對香港的食物質素表示滿意，將會形成口碑，吸引更多入境旅客(1)
- 避免食物中毒的醜聞發生(1)—醜聞能摧毀香港美食天堂的聲譽(1)
- 加強目的地的競爭力(1)—加強香港作為有優質美食的美食天堂形象(1)

[只批閱**首五項**]

10

18分+

2分傳意



2. (a) 以下任何四項及其解釋：

- 保存當地食品(1) — 喜歡尋找可持續產品的旅客會喜歡嘗試當地食物，視之為一種嶄新經驗(1)
- 保存當地手工藝(1) — 旅客對當地文化團體的手工藝品感興趣，他們喜歡買手工藝品作紀念品，這種對紀念品的需求，創造了保存當地手工藝的機會(1)
- 保存當地語言(1) — 要保留一個有活力的當地社區，就得保存當地的語言，語言可以是旅遊的一個吸引點(1)
- 保存當地衣著服飾風格(1) — 想買紀念品的旅客可能喜歡當地服飾，當地人穿上當地服飾服務旅客時，旅客會覺得服務來得更真實(1)
- 保存有形和無形的文物(1) — 旅遊需求真實體驗，這需求導致當地文物建築得以保存，文物存放在博物館內供旅客觀賞(1)
- 保存當地的音樂與舞蹈(1) — 音樂與舞蹈對旅客可以是具娛樂性及吸引力的旅遊項目(1)
- 其他合理答案

[只批閱首四項]

8

(b) 以下任何五項及其解釋：

- 對東道社區的認識會影響決策(1) — 當地居民對當地環境、文化和社會議題熟悉，有助於辨識出最佳選擇，他們的參與有助作出決策(1)
- 以東道社區的認識解決當地的問題(1) — 他們的參與有助於在發展前及早辨識問題所在，及作出解決，他們可以適切地幫忙(1)
- 當地民眾有較好的社會聯繫(1) — 他們可以互相合作，提升本地旅遊業的發展(1)
- 深入的認識可帶來更好的選址決定(1) — 當地民眾對當地的空間及生態特徵的充分瞭解，成為景點選址和設計的關鍵，這並非技術人員因應計畫的環境影響評估進行觀測，就可以偵測出來的(1)
- 預早警報(1) — 當地民眾能及早辨識出計畫牽涉不同持分者的衝突，這些衝突如不恰當處理，可能引起當地人對發展的敵視，影響計畫的可行性(1)
- 持續發展(1) — 當地民眾對社區的承載力更為關注，因為這是他們的家園(1)
- 創新的意念(1) — 當地民眾可能憑藉他們對社區的認識，引發一些創新的發展意念(1)
- 雙贏的結果(1) — 只有東道社區與旅遊行業配合時，持續旅遊才能成功，當地民眾可以設立商店或其他設施以支援旅遊業，公眾的參與可以帶來雙贏的結果(1)
- 準確的知識/資訊(1) — 在計畫的早期階段，進行公眾諮詢，讓公眾參與，可以避免有關計畫的謠言傳播及負面看法的出現；這些看法一旦生根，要改變就十分困難(1)
- 增加當地人參與的機會(1) — 如果當地民眾支持計畫，他們更願意在一些以遊客為對象的節日及活動中擔任義工(1)
- 其他合理答案

[只批閱首五項]

10  
18分+  
2分傳意

## 3. (a) 以下五項及其解釋：

- 無形性—購買旅遊產品前，旅客往往無法看見、聽見、品嚐或觸摸旅遊產品，他們獲得的是旅遊體驗。(1)例如酒店的客房服務，旅客住宿後，只能把服務的體驗留存在記憶中，無法實質地擁有，他們透過住宿的體驗得到快樂、輕鬆等無形的目標(1)
- 生產和消費不可分離性—當旅遊服務供應商提供服務給旅客時，旅客同時就該服務進行消費；從時間上說，生產及消費是不可分割的。(1)例如當酒店為賓客搬運行李時，賓客同時使用酒店該項服務(1)
- 差異性—一件旅遊產品包含的元素及其質素水平難以統一控制，因為即使相同的處境下，員工所提供的服務也不可能完全相同。(1)即使在相同的款接環境中，不同的服務員，由於個人的性格特點、工作態度、工作經驗不同，所以他們提供的服務都有所不同。另外，即使接受相同的服務，不同旅客也因其知識、興趣和偏好的不同，對服務的滿意度也不同(1)
- 互補性—每趟旅程都需要購買和/或使用很多貨品和服務。所以，旅遊的某一環節將受其他環節的經驗影響。(1)例如：倘若客房十分清潔，會令旅客對酒店的整體清潔有良好的觀感(1)
- 不可轉移的擁有權—旅客得到體驗，但並非產品的擁有者。(1)旅客可以享用一頓美食，但不能像擁有一部電視機般擁有它。他們得到的是服務體驗，並沒有擁有任何實質的東西(1)
- 其他合理答案

[只批閱首五項]

10

## (b) 以下任何四項及其解釋：

- 開拓銷售渠道(1)—酒店可藉此向更多人推出產品，刺激銷售，減低酒店客房的不可保存性(1)
- 拓展市場的地域範圍(1)—酒店可藉以減低季節周期的風險/減低過分依賴單一旅客來源的風險(1)
- 改善包裝(1)—酒店可於非繁忙時段提供具吸引力的旅遊套餐，以刺激該段期間的旅客需求(1)
- 採用差別定價(1)—透過差別定價，把旅客需求由繁忙時段轉移至非繁忙時段(1)
- 提供「最後優惠」(1)，以刺激該時段的購買力(1)
- 更好的預計(1)—更有效預計有關需求(1)
- 施行收益管理系統(1)—酒店藉此把收益極大化(1)
- 預售一些房間(1)—保證一年中的不同時間都有一定收入(1)
- 提高價格(1)—增加整體收入和減少未使用存貨的潛在損失(1)
- 其他合理答案

[只批閱首四項]

---

 8  
 18分+  
 2分傳意

## 4. (a) 三者之間存在六種不同關係

公司與顧客之間的關係[最多4分]

## 公司對顧客[最多2分]

- 公司對顧客作市場推廣，吸引市場注意，引發顧客對服務的注意，說服顧客購買他們的產品(1)
- 公司嘗試瞭解顧客的需要，滿足他們的需求—這包括價格策略、推廣活動及所有與顧客的溝通渠道(1)
- 公司透過不同的渠道，向顧客收集意見(1)

## 顧客對公司[最多2分]

- 顧客為所購買的服務支付協議的價格(1)
- 顧客同意銷售的條件和細節(1)

公司與船員之間的關係 [最多4分]

## 公司對船員[最多2分]

- 公司應向員工(船員)提倡服務理念，幫助員工有效提供服務，並實踐對顧客的承諾(1)
- 公司應透過討論、群體合作、訓練及激勵士氣的活動，改善與所有員工的溝通(1)
- 公司應定期給予員工合理的薪酬(1)

## 船員對公司[最多2分]

- 所有員工(船員)清楚瞭解公司的目標，並嘗試達到目標(1)
- 員工可以向公司作出回饋，這也有助他們提高工作效率(1)
- 員工努力工作，並遵守公司定下的規則(1)

船員與顧客之間的關係 [最多4分]

## 船員對顧客[最多2分]

- 公司前線員工向顧客提供服務或產品(1)
- 船員應根據守則盡力服務顧客(1)
- 船員應盡力和顧客建立短期及長期的關係(1)
- 船員應盡力代表公司向顧客作推廣(1)

## 顧客對船員[最多2分]

- 顧客應尊重員工及保持理性(1)
- 顧客應聆聽及跟隨員工的指示，特別是在危急的時候(1)

注意:每一部分最多4分，**但**每一種關係不多於2分

(b) 以下任何三項及其解釋：

非口頭溝通，例如

- 面部表情(1)—表達出他們專注的態度及對顧客要求的回應(1)
- 身體語言包括姿勢(1)—指示顧客前往特定的地方(1)
- 示範(1)—例如示範如何使用一些安全器材(1)
- 親身引領顧客(1)—例如在緊急時，親自引領顧客逃到安全的地方(1)
- 用圖畫或圖表(1)—表達出有關方向、餐單選項及活動的資訊(1)
- 其他合理答案

[只批閱首三項]

6

---

18分+

2分傳意

5. (a) 殘疾人士採用保守型旅客模式，因為他們：  
以下任何四項及其解釋：

- 喜歡熟悉的旅遊目的地(1)
  - 熟悉可減低風險，使目的地更便利及不具挑戰性(1)
- 喜愛目的地的熱點活動(1)
  - 殘疾人士不能參與一些高活動量或危險性活動，但他們同樣可以享受及參與一些景點的其他活動(1)
- 喜歡靜態活動(1)
  - 視乎殘疾情況，有些殘疾人士可能耐力有限，所以他們會尋找一些靜態活動，避免一些高活動量的活動(1)
- 喜歡住熟悉的連鎖酒店餐廳(1)
  - 這些連鎖服務的客路廣闊，很有可能為殘疾人士而設的設施(1)
- 喜歡相近的文化而非外國的氣氛(1)
  - 殘疾人士可能更不能承受風險，假如他們不能清楚表達自己的需要，「語言」會是一個問題，他們較喜歡到使用自己語言的目的地(1)
- 喜歡購買旅遊套餐(1)
  - 一站式購物及專為殘疾人士設計的旅遊，可以令他們更便利，更樂於參加(1)

[只批閱首四項]

(b) 業界不願提供額外設施及服務的原因，以及政府可採取的相關行動。  
以下任何五項及其解釋：

- 提供設備或服務費用昂貴—只提供少量的無障礙客房，未能達到規模經濟的效果(1)
  - 政府可提供額外稅務優惠給提供無障礙設施的酒店/或設置無障礙設施(1)
- 殘疾不只一類—存在不同的殘疾，例如聽覺、視覺、行動等，很難設計一個適合所有殘疾人士的服務(1)
  - 政府可訂立照顧不同類型殘疾人士的基本要求(1)
- 業界並不清楚殘疾人士需要些什麼—即使業界想照顧殘疾人士，也不知道可以如何做(1)
  - 政府可就建築、安全及其他要求進行立法，使業界知道政府對他們的要求(1)
- 需求低—這是一個惡性循環，業界認為需求低，所以不去建立設施，而沒有設施，進一步減少需求(1)
  - 政府可立法，要求業界對殘疾人士提供最基本的設施及房間數目，刺激需求(1)
- 缺乏知識引致缺乏需求—由於資訊不多，很多殘疾人士在尋找適合他們的設施及服務的資訊時，有不少困難(1)
  - 政府可為殘疾人士提供一站式資訊(1)
- 旅遊業員工的態度—業內多數人士與殘疾人士接觸不多，對他們的需要與能力缺乏認識(1)
  - 政府可為業界提供培訓(1)
- 除了對行動不便者的服務外，業界面對其他類型的殘疾人士缺乏認識，欠缺有效的溝通技巧—容易招致誤解、定型印象及對服務的投訴(1)
  - 政府為業界從業員提供在職訓練—提昇他們的能力(1)

[只批閱**首五項**]

10  
18分+  
2分傳意