

卷一
甲部

題號	答案	題號	答案
1.	C (57%)	16.	C (40%)
2.	B (40%)	17.	D (37%)
3.	A (43%)	18.	A (18%)
4.	C (74%)	19.	D (49%)
5.	B (34%)	20.	B (50%)
6.	D (58%)	21.	A (94%)
7.	D (75%)	22.	C (79%)
8.	C (83%)	23.	B (84%)
9.	B (40%)	24.	A (87%)
10.	A (73%)	25.	B (41%)
11.	C (55%)	26.	D (82%)
12.	A (88%)	27.	D (62%)
13.	C (34%)	28.	A (31%)
14.	B (65%)	29.	D (18%)
15.	A (35%)	30.	C (58%)

註：括號內數字為答對百分率。

乙部

分數

1. (a)	機械人不能達到的三個服務特點	例證	3
	可靠性	機械人未能接待客人，例如需用較多時間複印客人的護照 (1)	
	關懷性/同理心	機械人不斷吵醒客人 (1) 缺乏人情味 (1)	
	反應性/反應能力	機械人禮賓司未能及時為客人提供資訊 (1)	
	其他可能答案也可接受		

(b)	任何三個失敗的「服務接觸」	有助縮窄顧客期望與認知的差距的不同方案	3
	入住登記/接待	<ul style="list-style-type: none"> - 讓客人多了解酒店機械人的服務水平，不存過高期望 (1) - 為客人提供電子平台，使他們可以在抵達前通過手機提前提交護照圖像，縮短登記時輪候的時間 (1) - 接待員熱情接待，並有效率地提供優質服務 (1) 	
	行李運送	<ul style="list-style-type: none"> - 輸入房間編號後，客人仍須加以「確認」，機械人才會執行運送任務 (1) - 行李服務員陪同客人上房，保證行李能正確運送 (1) 	
	禮賓服務	<ul style="list-style-type: none"> - 在服務選擇清單中，為客人加入可以連接電話接線員的選項 (1) - 禮賓服務員為客人即時提供所需信息 (1) 	
	房間內的機械人助理	<ul style="list-style-type: none"> - 房間內有清晰標示及操作說明，客人可以在需要時可以如何關閉機械人助理 (1) - 服務員以尊重、禮貌和敬業的態度服務客人，表現他們的同理心和關懷 (1) 	
	其他可能的科技及非科技的方案		

(c)	以下任何一類住宿	例證	2
	<ul style="list-style-type: none"> - 賓館 (1) - 旅舍 (1) - 膠囊酒店 (1) - 有限性服務酒店 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 房價通常較低，客人可能覺得物有所值 (1) - 較有人情味 (1) 	
	<ul style="list-style-type: none"> - 任何一類高價酒店 (1) - 民宿旅館 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 較有人情味 (1) - 優質服務 (1) 	

(d) 任何兩項額外服務(補償饋贈)的例子：

- 對已提供的服務作出減價 (1)
- 為未來的服務提供折扣 (1)
- 免費飲料 (1)
- 餐點的優惠券 (1)
- 免費交通安排 (1)

其他合理答案

10

2. (a)

公園的主題	例證
大自然	野生動物區 (1)
冒險/歷險	過山車 (1)

 2
- (b) (i) 國內/本土旅客 – 根據附註，這優惠套票是為當地居民而設 (1) 1
- (ii) 以下任何兩個影響目的地經濟的例子： 2
- 沒有國際/入境旅客，只有國內旅客，這意味着社區未能成為吸引外國人前來消費的旅遊勝地，未能通過向海外旅客提供服務為當地帶來外匯收入(1)
 - 沒有國際/入境旅客，這也意味着為當地提供服務的國際航空公司及其他旅遊相關行業將會大受打擊，裁員或倒閉會對當地經濟有很大影響 (1)
 - 與外國旅客相比，國內旅客只能創造「內部」需求，對當地經濟影響較小，但也為當地人保留工作 (1)
- (c) (i) 修正美式計價 (1) 1
- (ii) 兩種餐單的差異： 2
- | 自助餐餐單 | 自選餐餐單 |
|-------------------------|----------------|
| 所有食物早已煮好 (1) | 所有食物即點即煮 (1) |
| 一個價錢，可以任食 (1) | 所有食物都有獨立定價 (1) |
| 所有食物擺放於同一處，容許客人自行拿取 (1) | 所有食物由服務員提供 (1) |
- (iii) 支持新餐飲安排的任何兩個原因： 2
- 即點即煮意味着食物在食用前不會保存很長時間，受污染的風險降低 (1)
 - 由服務員提供服務，而不是由顧客自己拿取食物，可以避免共用一些餐具，從而降低了感染的風險 (1)
 - 用餐過程中減少與其他客人的接觸，增加社交距離，降低被他人感染的風險 (1)
- 其他合理答案

3. (a) 西班牙語 (1)
智利披索/披索 (1)

分數

2

(b) 兩項可以得到賠償的項目	兩項不可以得到賠償的項目
<ul style="list-style-type: none"> - 遺失的行李 (1) - 損壞的相機 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 取消當地旅行團的費用 (1) - 逗留在聖地牙哥的額外費用 (1)

4

(c) 正價	公司價
<ul style="list-style-type: none"> - 就客房收取的標準價格 (1) - 較高的房價 - 旺季時，酒店並不需要吸引客人入住，客房多收取正價 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 提供予屬於常客的行政人員或公司僱員的房價，這些公司與酒店之間訂有合約價 (1) - 如公司為酒店帶來的業務量低，合約價會較高 (1)

2

(d) 推動旅遊的兩項心理因素及例證	
<ul style="list-style-type: none"> - 冒險意慾 - 自尊及尊重 - 個人自尊 - 健康和體能需要 	<ul style="list-style-type: none"> - 遠足和登山旅行 (1) - 實現夢想成真 (1) - 實現夢想成真 (1) - 遠足和登山旅行 (1)

2

其他合理答案

10

1. (a) 描述推動旅遊業發展的五項外在因素，並說明如何影響「香港·大城小區」：

五項外在因素	影響
社會因素： - 普羅大眾的教育程度提高 (1) - 當地社區支持地區旅遊 (1) - 人口老化 (1)	- 教育程度較高人士有興趣探索世界，並追求在不同社區有獨特的深度旅遊體驗 (1) - 社區的企業創造更多旅遊活動以吸引旅客，而當地居民也歡迎旅客深入發掘社區 (1) - 年長的客群有較多時間，喜歡作深度旅遊 (1)
政治因素： - 政府支持旅遊規畫的政策 (1) - 政治及社會穩定提高旅客信心 (1) - 國家透過政策及旅遊業作為提升聲譽的途徑 (1)	- 政府的大力支持，鼓勵地區旅遊發展。旅遊事務署當前的旅遊發展策略是發展地區旅遊 (1) - 一般而言，香港治安尚好，能吸引入境旅客，旅客可在不同社區遊覽，並深度探索香港的不同地區，而無需擔心個人安全 (1) - 突出當地的一些城區，有助提升香港形象，並吸引旅客到訪 (1)
經濟因素： - 財富增加為每個家庭帶來更多可支配收入 (1) - 良好的經濟狀況創造更多旅遊機會 (1)	- 較高收入的旅客對典型旅遊景點缺乏興趣，卻喜歡探索新的旅遊方式，例如地區旅遊 (1) - 假如經濟情況向好，人們會傾向在旅遊上包括地區旅遊上消費更多 (1)
文化及環境因素： - 人們有興趣學習不同的本土文化 (1) - 比起過往，社會對保護環境的意識有所提高，更為重視身體及健康 (1) - 人們或許想由喧鬧城市的環境逃到較不擠迫的目的地 (1)	- 旅客對某些社區可提供的生態旅遊及文化旅遊越來越有興趣。綠色及文化的議題，例如環保旅遊、文物遺址的保育成為地區旅遊體驗的重要元素，例如西貢 (香港後花園)、九龍城 (小泰國)、北區 (客家圍村) (1) - 地區旅遊強調社區的次文化及持續性，為可持續旅遊發展提供基礎 (1) - 人們對長期困在家的生活感鬱悶，想到不同社區探索當地文化 (1)

<p>科技因素：</p> <ul style="list-style-type: none"> - 科技提升令人們旅遊更容易 (1) - 不需依賴旅遊代理商，能直接預訂 (1) - 互聯網搜尋資料，日益普及 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 透過網上與客人直接交易，有助旅客得知更多社區旅遊產品，及直接與旅遊服務供應商接洽，這有助地區旅遊的發展 (1) - 旅客可以從互聯網輕易獲得旅遊資訊、社區的歷史及文化資料 (1) - 交通及基建的最新發展吸引更多旅客訪港，如港珠澳大橋及高鐵線。這有助入境旅客在香港不同地區旅遊 (1) - 使用智能科技提升旅客體驗。於不同旅遊景點有更多免費的 Wi-Fi 熱點，有助發展社區旅遊 (1)
--	--

【只批閱首五個因素，及每一因素的首項解釋】

(b) 任何四項可能導致差距的成因及其說明：

差距三的成因	說明
- 人力資源政策不足 (1)	<ul style="list-style-type: none"> - 員工質素差劣 - 員工可能沒有足夠能力提供由管理層所制定的高水準服務 (1) - 角色模糊與衝突 - 不同崗位的工作及職責不明確，令服務員工感到混淆，服務質素下降 (1) - 員工的工作與科技未能配合 - 員工訓練不足或工作與科技未能配合就會有更大機會導致服務失誤 (1) - 不適當的評估與獎勵制度 - 由於不適當的評估與獎勵制度，有些服務員工可能因此失去達到或超過公司制定的服務標準的動力 (1)
- 顧客未盡其本分 (1)	<ul style="list-style-type: none"> - 顧客對其角色及責任缺乏認識，例如對服務提供者的政策有誤解 (1) - 顧客與顧客之間的相互負面影響，例如在禁煙區吸煙或叫嚷 (1)
- 中介服務問題 (1)	- 控制質量及穩定性的困難 - 一些酒店及旅遊企業或會將一部分服務外判予其他公司 (1)
- 季節性問題 (1)	- 旺季時服務質素下降 - 客人太多，員工可能減少對個別客人的關注 (1)
差距四的成因	說明
- 無效能的顧客期望管理 (1)	- 沒有利用不同溝通渠道管理顧客期望 - 公司沒有清楚說明政策及傳達給顧客 (1)
- 誇大承諾 (1)	<ul style="list-style-type: none"> - 誇大的宣傳承諾 - 不同渠道的廣告可能過於誇大，不能表達產品真實的一面 (1) - 誇大的個人銷售承諾 - 服務員工為吸引生意，過分誇大承諾 (1)
- 缺乏橫向溝通 (1)	<ul style="list-style-type: none"> - 部門之間缺乏溝通 (1) - 不同分店或有不同的政策及程序 (1)

【只批閱首四項原因，及每一原因的首項解釋】

8
18分+
2分傳意

2. (a) 以下任何四個餐飲及住宿體驗喜好的差異及解釋：

餐飲喜好的差異	解釋
<ul style="list-style-type: none"> - Y 世代 - 選擇食物時會更在意價錢；嬰兒潮出生的一代 - 傾向選擇較高級及正式的餐廳 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 與 Y 世代不同，嬰兒潮出生的一代的品味較為複雜，他們有較高收入 (1) - 嬰兒潮出生的一代能負擔更優質的餐飲，但 Y 世代更希望物有所值 (1)
<ul style="list-style-type: none"> - Y 世代 - 他們不抗拒快餐，但也喜歡健康食品；嬰兒潮出生的一代 - 喜歡有質素的餐飲體驗，例如品酒 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 嬰兒潮出生的一代有較多休閒時間花在餐飲上，Y 世代則較在意時間 (1)
<ul style="list-style-type: none"> - Y 世代 - 他們較少飲葡萄酒，但卻喜歡喝啤酒及烈酒這些便宜的酒類，也喜歡品嘗新口味；嬰兒潮出生的一代 - 視飲酒為一項休閒、健康活動 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 嬰兒潮出世一代視餐飲為一種生活體驗，而非只是消費 (1) - Y 世代有多元化的品味，他們飲酒的目的，很大程度是作社交用途 (1)
住宿喜好的差異	解釋
<ul style="list-style-type: none"> - Y 世代 - 對酒店品牌的忠誠度最低，願意嘗試非傳統品牌；嬰兒潮出生的一代 - 重視品牌及忠誠度 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 嬰兒潮出生的一代較有經驗，並已體驗過不同品牌的服務，他們知道自己喜歡什麼。Y 世代比較喜歡入住旅館或有限服務性酒店 (1)
<ul style="list-style-type: none"> - Y 世代 - 他們需要住宿設施能提供廉價快餐、網上服務、無線上網環境；嬰兒潮出生的一代 - 較注重住宿的舒適度、價值及質素 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 隨着年歲增長，嬰兒潮出生的一代需要更舒適、更方便的設施 (1)
<ul style="list-style-type: none"> - Y 世代 - 較喜歡方便購物及購買手信的住宿設施；嬰兒潮出生的一代 - 他們重視在停留期間，酒店人員的起居照顧及服務不會造成太多騷擾 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - Y 世代較喜歡時尚購物，嬰兒潮出生的一代傾向需要安全及舒適 (1)
<ul style="list-style-type: none"> - Y 世代 - 希望酒店能令他們感到受啟發、受鼓舞和受尊重；嬰兒潮出生的一代 - 傾向選擇知名的品牌 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 嬰兒潮出世的一代較傾向變為保守型旅客，他們抗拒新事物，喜歡住宿於熟悉的酒店；而 Y 世代則傾向探奇型旅客，他們傾向探索新地方 (1)

【只批閱首四項差異，及每項差異的首項解釋】

(b)

描述獨立經營旅館與特許經營之間的三個不同之處	背包旅客傾向留宿於獨立經營旅館的兩個原因
<ul style="list-style-type: none"> - 特許經營 - 允許有興趣的投資者，採用某一企業（特許經營權擁有者）的名稱及業務模式；(1) 獨立經營旅館 - 有自己的品牌名稱(1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 背包旅客可能傾向支持本土商貿 (1) 例如有自家品牌的獨立營運旅館 (1)
<ul style="list-style-type: none"> - 特許經營 - 提供標準化的服務；(1) 獨立經營旅館 - 每家均有獨特特色(1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 背包旅客可能喜愛個人化服務 (1)而獨立經營旅館於這些個人化服務有自己一套標準 (1)
<ul style="list-style-type: none"> - 特許經營 - 須尊重特許經營鎖定的標準，不容任何修改；(1) 獨立經營旅館 - 擁有人可自由設計產品 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 背包旅客可能傾向以客為本的設計 (1)獨立經營的旅館在設計上有其個性 (1)
<ul style="list-style-type: none"> - 特許經營 - 需要支付加盟費和持續經營費；(1) 獨立經營旅館 - 沒有加盟費 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 背包旅客可以是預算較低的旅客 (1)所以他們可能選擇低成本的獨立經營旅館 (1)
<ul style="list-style-type: none"> - 特許經營 - 需承擔終止合約、不獲續約及特許經營權擁有者回收經營權的風險 (1) 獨立經營旅館 - 能依擁有人意願，一直經營生意 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 背包旅客喜歡簡約、無拘束的住宿 (1)有限服務的旅館可能較適合他們 (1)
<ul style="list-style-type: none"> - 特許經營 - 特許經營者或許不遵循特許經營權擁有者所定的標準，這或影響客戶服務的質素；(1) 獨立經營旅館 - 可自行定立標準 (1) 	
<ul style="list-style-type: none"> - 特許經營 - 不稱職的加盟者可能令品牌受損；(1) 獨立經營旅館 - 擁有自己的品牌名稱 (1) 	
<ul style="list-style-type: none"> - 特許經營 - 特許經營權擁有者需披露機密信息給加盟者，這可能對業務構成風險；(1) 獨立經營旅館 - 無需披露信息 (1) 	

【只批閱首三項差異，及首兩項解釋】

10
18分+
2分傳意

3. (a)

以下任何四個旅行代理商的角色	網上預訂如何削弱這些角色
<ul style="list-style-type: none"> - 協助供應商分銷他們的產品，並在市場中扮演中間人角色，為供應商進行推銷 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 酒店網站現在可以成為一個主要的銷售渠道，顧客不再需要使用旅行代理商 (1) - 酒店集團能透過網站直接宣傳，例如最後限時預訂折扣、特別優惠 (1)
<ul style="list-style-type: none"> - 提供資訊予顧客/ 作為具關鍵知識的經紀 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 顧客不再需要光顧旅行代理商，因為他們可以直接與酒店集團及旅遊機構接洽，並經此途徑直接取得所需資料 (1) - 顧客能從官方網站取得資訊，旅行代理商已不再是酒店的專家 (1)
<ul style="list-style-type: none"> - 代表供應商為客人提供服務，及提供其他周邊產品，例如旅遊保險 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 利用虛擬導覽及網上預訂，酒店能為顧客提供更多度身訂做及快捷的協助，以提升顧客滿意度及忠誠度 (1) - 若不需要使用旅行代理商，提供周邊服務的角色亦隨之消失 (1) - 旅客現在能從旅遊系統中不同範疇自行購買個別產品，創建自己的行程套餐，不再需要旅行代理商服務 (1)
<ul style="list-style-type: none"> - 扮演供應商的主要銷售經紀，令供應商保持低成本 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 酒店集團能繞過旅行代理商並向顧客直接推銷他們的產品及服務 (1)
<ul style="list-style-type: none"> - 代表供應商處理投訴 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - 旅行代理商失去扮演酒店與顧客之間中間人的角色 (1)

【只批閱首四個角色，及每一角色的首項解釋】

(b)

描述馬斯勞需求層次理論的五種需求	以例子解釋虛擬導覽如何滿足這些需求
- 生理需要 - 是人類為了維持生存和延續生命所必需的，也是低限度的基本需求，包括對食物、水、氧氣、睡眠、住所、避寒、以及衣、食、住、行、性愛和其他心理機能等方面的需求 (1)	- 展示使用舒適的床/優質的餐膳/衛生的環境以提升旅行團群體旅客/個別的群體旅客的信心 (1)
- 安全需要 - 是人類希望保護自己的肉體和精神不受傷害，保證安全和安定的需求，如對健康安全有序的環境、穩定的職業和避免意外事件發生等需求 (1)	- 展示知名酒店品牌/保險箱/火警逃生出口/清潔員/住宿的高度保安標準 (1)
- 社交需要 - 包括了愛的需求及歸屬感的需求。愛的需求是指人都希望得到朋友、同事之間的關係融洽或保持友愛，人人都希望愛別人和被愛。歸屬感的需求是指人都希望有一種歸屬感，希望得到某一群體的承認和容納、重視以及相互之間的關心和照顧 (1)	- 展示親切的服務人員/禮賓服務/前台服務，歡迎旅客到來 (1) - 展示為客人提供的個人化服務 (1)
- 尊重需要 - 是人類希望自己能夠得到別人的尊重，有滿意的地位，有應得的人身權利、名譽、威望及得到一定的社會地位 (1)	- 展示豪華的地方，如高級餐廳/高質水療服務/供拍攝的美麗景緻/由特定旅遊機構提供的一些獨特產品/服務，以滿足旅客的自我需要 (1) - 宣傳可把會籍升級 (1)
- 自我實現需要 - 是人類希望充分發揮自己的潛能，實現自己的理想和抱負的需求，包括求知、審美、創造、成就等內容 (1)	- 展示旅客可以如何夢想成真，例如旅客參加烹飪班、瑜珈班等學習活動，以滿足自我實現需要。他們得到最好的招待 (1)

【只批閱就每一需求的首項例子】

10
18分+
2分傳意

4. (a)

氣候變化的四個載量	以例子說明對旅遊業的影響
- 溫度上升和減少降雪 (1)	- 高山地區滑雪度假村的滑雪季節將會縮短 (1)
- 溫度上升和減少降雨 (1)	<ul style="list-style-type: none"> - 由於受酷熱、疾病威脅和缺水的影響，旅客會避免前往酷熱地區，酒店業的房間入住率下降 (1) - 更加容易導致乾旱及森林火災，會令景點遭受破壞，影響當地旅遊業 (1) - 熱帶地方的夏季，天氣太熱太乾，令人即使到此旅遊也不感舒暢 (1) - 傷害脆弱的生態系統如熱帶雨林和珊瑚礁，例如珊瑚礁的白化 (1)
- 冰川和極地冰蓋融化所引致的海平面上升 (1)	<ul style="list-style-type: none"> - 海平面上升將威脅沿岸及海洋地區，並會在一些低窪國家及島嶼國家出現廣泛的洪水災害。一些主要的海灘和島嶼旅遊景點可能最先受到影響，部分或全部的海灘或島嶼可能被水淹沒，破壞一些旅遊設施及目的地 (1) - 極地冰蓋融化，可以進行南極和北極的郵輪遊 (1)
- 極端天氣事件增多，例如龍捲風、颶風和颱風 (1)	<ul style="list-style-type: none"> - 颶風對旅遊基建帶來毀滅及破壞性的影響 (1) - 在亞洲，超級颱風對旅遊業造成嚴重的破壞，菲律賓及其島嶼最經常感受到颱風帶來嚴重破壞 (1) - 風害、暴風浪、暴雨和洪水都對旅遊目的地造成重大的損害 (1)

【只批閱四個載量，及就每一載量的首項解釋】

(b)

旅客行為守則的五個要點	為何保守型旅客不大可能支持這些要點
- 對其他文化和傳統存開放態度 - 它會改變你的體驗，使你贏得別人的尊重，及更容易受當地人民所歡迎 (1)	- 保守型旅客偏向環境泡泡。他們喜愛於熟悉的連鎖式酒店住宿，以及在食肆享用具家鄉風味的膳食。他們不會尊重多元文化 (1)
- 尊重文化資源 - 進行活動時應尊重藝術、古蹟及文化遺產 (1)	- 保守型旅客思想封閉，並不接受新事物 (1)
- 保持寬容和尊重多樣性 (1)	- 保守型旅客喜愛購買全包旅行團，一切行程已預先安排妥當，由外人緊密控制，可能會妨礙文化及自然資源的保育 (1)
- 幫助保護自然環境 - 保護野生動物及其棲息地，不要購買以瀕危植物或動物製成的產品 (1)	- 保守型旅客喜愛重遊熟悉的目的地，他們可以在那裡感到鬆弛，並知道可以吃什麼及進行什麼活動 (1)
- 你的旅程可以促進經濟和社會發展 - 購買當地的手工藝品及產品，並遵守公平交易原則，以支持當地經濟。討價還價亦應體現對公平工資的理解 (1)	- 他們喜愛目的地的旅遊熱點活動，不大可能購買當地的手工藝品 (1)
- 熟悉法例，使自己不會觸犯任何該國法例下所定的犯罪行為。避免販運非法毒品、武器、古董、受保護物種和產品，或是危險或受國家規例禁止的物質 (1)	- 他們偏向悠閒的時光及玩樂景點，不大想去多了解目的地 (1)
- 尊重人權 - 任何形式的剝削都有違旅遊業的根本目的。對兒童的性剝削在當地或侵犯者本國都是違法並須懲處的行為 (1)	- 保守型旅客喜愛購買全包旅行團，一切行程已預先安排妥當，可能會妨礙他們和當地人接觸的機會 (1)
- 盡量了解你的目的地，並花時間理解它們的習俗、規範、傳統及禁忌。避免作可能冒犯當地居民的行為 (1)	- 保守型旅客言行會一如在家鄉般，他們不會花時間去理解當地的習俗、規範、傳統及禁忌 (1)
- 在出發前先了解目的地當時的健康衛生狀況以及怎樣聯絡領事及緊急服務，並確保你的健康和人身安全不會受到影響。確保你的特定要求(飲食、交通、醫療)在你決定前往這個目的地之前得到滿足 (1)	- 保守型旅客喜愛購買全包旅行團，一切行程已由私營的旅遊服務公司預先安排妥當，會令當地社區的經濟流失嚴重 (1)

【只批閱首五個要點，及首五項解釋】

10

18分+

2分傳意

5. (a) 影響旅客流量的任何兩個宏觀及三個微觀因素，並以一個例子解釋為何泰國吸引香港人：

拉動旅客的任何兩個宏觀因素	泰國吸引香港人的例子
(i) 旅遊目的地的特性對旅客的吸引力：	
- 天然及人造的景點 - 一些能提供較多景點的地方，其旅客流量會較大 (1)	- 蘇梅島、四面佛、水上市場或歷史資源 (1)
- 氣候 - 旅客傾向於選擇氣候條件較佳的地點作為旅遊點 (1)	- 泰國陽光較充沛，香港人特別喜歡冬季前往 (1)
- 政治、文化及商業上的聯繫 - 兩地人民和政府各方面交往頻繁，整體旅遊活動也更頻密 (1)	- 政治：香港與泰國關係良好 (1) - 文化：兩地的佛教文化接近 (1) - 商業：香港與泰國商業上有聯繫 (1)
- 相對費用 (生活指數) - 例如兩地生活指數差別很大，旅客流量通常會從生活指數較高的地方流向生活指數較低的地方 (1)	- 泰國的生活指數較香港為低，物價較低，香港人會覺得泰國購物物有所值 (1)
- 新的文化體驗 - 旅客大多有興趣體驗新文化，因此，東道群體的文化往往是吸引旅客前往該地的主要原因 (1)	- 泰國擁有不同的節日，吸引香港人前往，如潑水節 (1) - 泰國菜對香港人有吸引力 (1)
- 東道群體的態度 - 東道群體對旅遊的正面態度可以增加旅客流量 (1)	- 泰國國民大多好客，旅客到訪都有良好感覺 (1)
(ii) 政治因素：	
- 政府政策對入境及出境政策會影響旅客流量 (1)	- 香港人持特區護照可免簽證入境 (1) - 泰國政府視旅遊業為其主要經濟環節，避免旅遊業受政局影響 (1)
- 長期政治穩定是旅遊點較能吸引旅遊業投資者和旅客 (1)	

推動旅客的任何三個微觀因素	泰國吸引香港人的例子
- 旅客來源地 - 旅客來源地是發展旅遊業地區所倚賴的市場，它能夠提供一種推動力，刺激和激發本地人的旅遊意慾(1)	- 香港人工作壓力大，想逃避現況、休息及鬆弛身心 (1)
- 國家的經濟發展水平 - 一個發展迅速及收入不斷增加的國家/地區，其旅遊人口亦應較多，較多旅客來自發達國家，而發展較慢的國家則擁有較少旅遊人口 (1)	- 香港的經濟發展水平較泰國為高，所以有很多香港人都喜歡到泰國消費，感覺在當地購物物超所值 (1)
- 旅遊潮流 - 旅遊需求很容易受潮流影響。有些旅遊地點在某段時間很受歡迎，而其他地點的受歡迎程度則相對下降 (1分)	- 到泰國旅遊成為香港人的潮流，香港人是泰國旅客的主要來源地 (1) - 香港人前往泰國置業 (1)
其他因素： - 交通路線 - 良好的交通設施通常都能促進不同地方之間的旅遊業 (1)	- 香港與泰國各地每日都有航班往來，交通方便 (1)
- 旅遊地點的位置 - 若旅遊目的地位於國際交通航線上，其旅客流量會較大 (1)	- 泰國與香港，機程短，時差小 (1) - 泰國可以成為星馬泰旅遊一程多站的其中一個旅遊點 (1)

【只批閱首兩個宏觀及三個微觀因素，及就每一因素的的首個例子】

(b) 食物處理工序的四個步驟，並以一個例子說明如何保障食物安全：

任何四個步驟	一個例子說明如何保障食物安全
- 選購 (1)	<ul style="list-style-type: none"> - 從認可和可靠的供應商購買食物及配料 (1) - 訂購適量的原材料以減少因貯藏大量存貨而可能出現的問題 (1) - 肉類方面應選擇一些有信譽的供應商 (1) - 檢查盛載海產的容器及養水是否清潔衛生 (1)
- 收貨 (1)	<ul style="list-style-type: none"> - 必須檢查清楚來貨的品質及安全，包括食物保質期、食物包裝情況等 (1) - 檢查完畢後，盡快安排貨物貯存在適當和合乎溫度標準的環境 (1) - 如發現來貨不合格時，應與其他食物分隔，避免交叉污染 (1) - 須確保能清楚及妥善識別食物業處所的所有食物 (1)
- 貯存 (1)	<ul style="list-style-type: none"> - 所有食物必須貯存於清潔、蓋好或受保護的環境下 (1) - 須將存貨依次序取用 (1) - 不應將生和熟的食物放在一起 (1) - 切勿存放過多食物 (1) - 切勿用報紙、不潔紙張或有顏色的膠袋包裹食物 (1) - 為防止食物變壞，應使用先入先出的存貨原則 (1)
- 解凍 (1)	<ul style="list-style-type: none"> - 有潛在危害的冷藏食物必須在細菌不會很快繁殖的溫度下解凍 (1) - 切勿把食物放在室溫下解凍 (1) - 把食物放於溫度保持在攝氏8度或以下的雪櫃或解凍櫃 (1) - 食物解凍時應避免有水滴下，污染其他食物 (1)
- 配製 (1)	<ul style="list-style-type: none"> - 食物配製區應盡可能限制人員進入 (1) - 雙手應該經常保持清潔 (1) - 使用清洗和消毒過的設備和用具 (1)
- 處理 (1)	<ul style="list-style-type: none"> - 摘除介貝類內臟，徹底浸洗蔬果 (1) - 水果及未煮的蔬菜須先用可飲用的水徹底清洗 (1) - 避免過早處理食物 (1) - 應在食物房內指定的地方處理生吃食物，並以專用的砧板和刀配製生吃食物 (1)
- 烹煮 (1)	<ul style="list-style-type: none"> - 食物要徹底煮熟 (1) - 必須有足夠時間讓食物達到可消滅細菌的溫度，及確保已完全熟透 (1) - 烹煮生肉時，肉的中心部分須在攝氏75度烹煮至少15秒 (1)

- 冷存 (1)	- 所有生吃食物應貯存在獨立的雪櫃或雪櫃內指定的專用部分 (1) - 切勿貯存食物過久，以保持新鮮 (1) - 應特別為生吃食物及材料保存存貨記錄，以便監察其新鮮及流動情況 (1)
- 翻熱 (1)	- 已煮熟及冷卻的食物，如須翻熱，應盡快煮熟至攝氏75度或以上 (1) - 已翻熱的食物，不應再進行冷卻及重新翻熱 (1)
- 端送 (1)	- 食物處理人員須經常徹底洗手 (1) - 熱的食物須保持在攝氏 60 度或以上，冷凍食物的溫度則應保持在攝氏 4 度或以下(1) - 盡量避免用手直接接觸即食食物 (1) - 碟、用具和玻璃杯等如有裂紋或崩裂，必須更換 (1)
- 運送 (1)	- 運送食物的工具須用不含毒性物料製造 (1) - 運送食物的工具的設計、結構、保養和使用方式，均能保護食物免受污染 (1) - 如使用同一車輛運送食和非食物產品，須把兩者妥為分隔 (1)

[只批改每個範疇的第一點]

8
18分+
2分傳意