



南加州台灣旅館業同業公會

旅館會刊

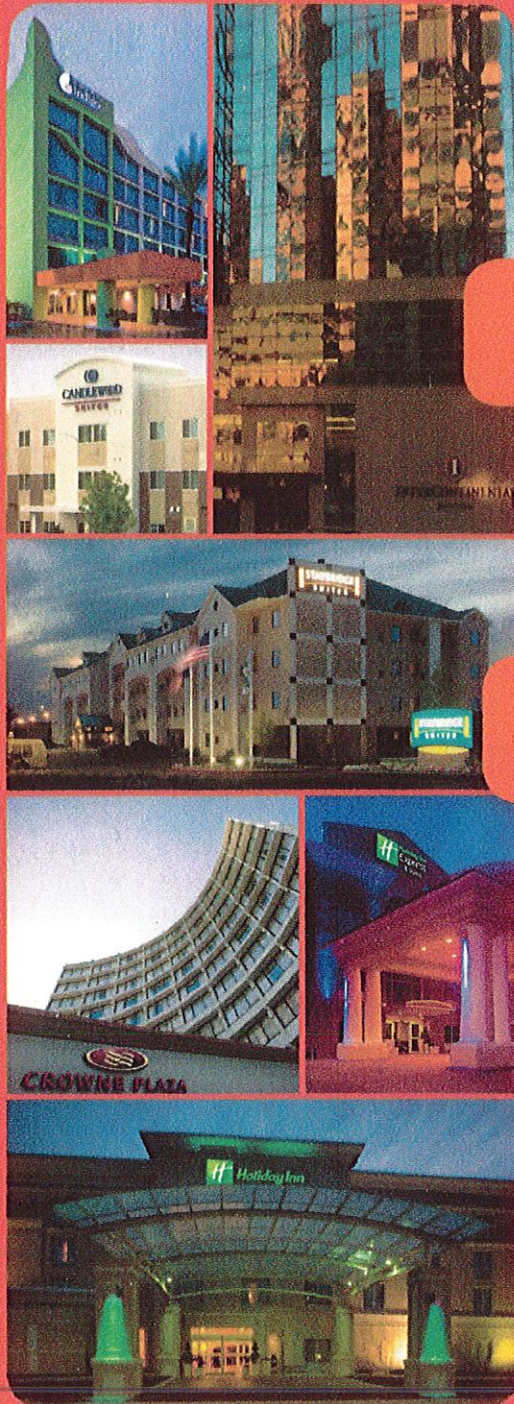
PRESORTED
STANDARD
US POSTAGE
PAID
MONTEREY PARK
CALIF. 91754
PERMIT NO.76

December
2009

HOTEL & MOTEL JOURNAL

Issue Number **132**

會長 鄧永征暨全體理事祝大家新年快樂、虎福生風!



619,851 rooms
the most rooms in the world

1,775 hotels
the industry's largest pipeline

42 million
PCR members

our numbers
ADD UP

Why do our numbers say "invest with IHG"? It's not just about our numbers, it's about what you need as a franchisee. You need to know that you have invested in a portfolio of industry-leading brands and your business needs to be supported by a deeply resourced enterprise committed to delivering guests through your front door no matter what the economic environment.

Our flagship brands have been around for over 50 years, our portfolio has thrived in good times and bad, and we are poised for future growth with a pipeline that represents \$12 billion of owner investment in IHG flags. **IHG - Our numbers add up to one great investment.**

Contact our Development Team to learn how you can be a part of our success.

Call 866.933.8356, visit IHG.com/development or email development@IHG.com



提供高科技硬體與軟體，完善的服務是您最佳選擇

自1989年以來提供最俱競爭力的價格與優質的服務

MAGICTEK

客製化的無線上網

為您吸引更多的顧客並提高住房率！MAGICTEK 提供網頁設計、網站登錄、飯店網站SEO、網站維護及線上訂房系統。

您的顧客曾報怨您的網路連結過慢嗎？

MAGICTEK 提供最新的ADSL技術，提供您高速傳輸的網路，較傳統數據機快數十倍之上網速率。

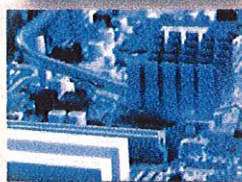
客製化的飯店管理軟體

專為飯店設計客製化管理軟體，配合您獨特的市場環境，以獲得最大的成功。

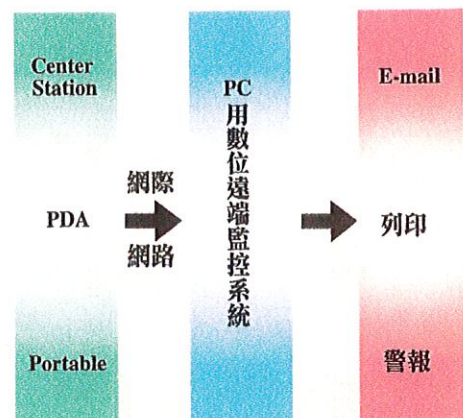
高性能主儲存器(HPMS)根據您特定的需求，不但容易使用，並能快速精準的將資料傳送至您的飯店系統，或單一的數據庫。

安裝簡易，遠端存取，微軟(Windows)的友善介面，讓您輕鬆操作。

低維修費，成本效益高，您可隨時查看每日每月每週的營業額圖表。



數位遠端監控系統



執行於PC環境，由電腦控制的視頻監控系統，提供隱藏式和分離式攝影機，俱防水供能、彩色和夜視攝影，讓您透過網際網路查看。

我們的滿意客戶群

- Ramada Plaza Hotel -- Anaheim, CA
- Hometown Inn -- Buena Park, CA
- Holiday Inn Express, -- Anaheim, CA
- Game Quest, -- Buena Park, CA
- Line-X -- Anaheim, CA
- Quality Inn -- Barstow, CA
- Hunter Food, -- Anaheim, CA
- Dermacia -- Newport Beach, CA
- EC Motel -- Los Angeles, CA
- El Cortez Hotel -- Santa Ana, CA
- Huffman Engineering -- Fullerton, CA
- Amini Innovation Corp, -- Pico Rivera, CA

MAGICTEK 股份有限公司

570 S. State College Blvd., Fullerton, CA 92831

龍虎風雲榜

會 長 理事長 會務顧問

第一屆	蔡金裕 / King Chai.....	1974-1976
第二-五屆	王桂榮 / Ken John Wang	1976-1980
第六屆	陳哲夫 / Jeff Chen.....	1980-1981
第七屆	范宗陣 / John Fan.....	1981-1982
第八屆	丁昭昇 / Charles Ting.....	1982-1983
第九屆	劉丁榮 / Ting Liu.....	1983-1984
第十-十一屆	楊茂生 / Maoson Young.....	1984-1986
第十二-十三屆	黃三榮 / San John Hung.....	1986-1988
第十四屆	李木通 / Tom Lee.....	1988-1989
第十五-十六屆	方俊雄 / Grover Fang.....	1989-1991
第十七-十八屆	顏樹洋 / Rosano Yan.....	1991-1993
第十九-二十屆	廖聰明 / Tom Liaw.....	1993-1995
第二十一屆	陳正吉 / Cheng-Chi Chen.....	1995-1996
第二十二屆	陸和源 / George Lu.....	1996-1997
第二十三-二十四屆	盧景林 / Robert C. lu.....	1997-1999
第二十五-二十六屆	邱垂煌 / Chris Chiu.....	1999-2001
第二十七-二十八屆	許清松 / Stephen Hsu邱垂煌.....	2001-2003
第二十九-三十屆	林宣昭 / Herman Lin邱垂煌.....許清松.....	2003-2005
第三十一-三十二屆	范約瑟 / Joseph Fan林宣昭.....邱垂煌、許清松...31th...2005許清松.....林宣昭、盧景林 ..32th...2006	
第三十三屆-三十四屆	汪俊宇 / Gerald Wang.....盧景林.....邱垂煌、許清松....33th...2007林宣昭、范約瑟 34th...2008	
第三十五屆	鄧永征 / Nicolas Teng.....范約瑟.....邱垂煌、許清松....35th...2009林宣昭、盧景林汪俊宇	



會長 鄧永征 Nicolas Teng
President of THMASC

A message from President

I would like to send a special thanks to everyone that participated in the Typhoon Morakat Relief fundraiser that was held with the help of TECO of LA. With great charitable contribution and short time of calling to help in the aftermath of the Disaster, our association were able to raise to the challenge and show our heart and united spirits with the victims of the Typhoon by donating about \$24,000. As President of the THMASC, I am so proud to see such strong support from the membership. Thanks again for your generosity.

Dear Board of Directors, Members and Past Presidents,

I wish everyone a great Happy New Year 2010.

2009 had been a hard year, everyone we know seemed to be affected by the slowdown of the economic cycle. Hopefully, with this brand new year and beginning, we are proceeding to a better outlook for this new decade.

I am grateful and would like personally thank the entire Board of Directors and all the members for their wonderful support and enthusiastic participation of our Association. For me, the last six months of my tenure had been an exciting and educational time. We had started visiting the Taiwan Economic and Cultural Office in Los Angeles. We have taken trip in San Diego for the grand opening of IHG's San Diego Indigo, we also toured five members' properties in Orange County.

In spite of the economic crisis, our membership and network of hotels is still growing steadily. This year we had seen our members buying and building hotels. I want to congratulate them here, so far as we know, our members had purchased a Comfort Inn, in Northern San Diego Area, a Best Western in Ontario Area, and a new construction of Marriott, Fairfield. We applaud these brave and smart members. Isn't it the best time to buy now, when everyone want to sell. Congratulation!

Our Website THMASC.com is up and running. The website had all the data and information relevant to our past events and gallery of pictures from past events. In the website, we also have past copies of our magazine, seminar presentation, discussions. We hope it would be a tool to educate and inform of our association events.

會長的話

A big thanks goes to the great sponsors for the THMASC 2010. Intercontinental Hotels Group, CF Kent Furniture, Choice hotel, and many other sponsors. Without their support, our association would not be able to provide all our benefits to our members. We are most grateful specially to IHG for continuously supporting and guiding us in our association endeavor. We are also looking forward for other upcoming new sponsors that we are working on.

In the upcoming year, 2010, THMASC is scheduling many more exciting events; Chinese New Year Celebration party, Golf Tournament, TECO sponsor Seminar, and maybe Taiwan Hospitality focused trip. We are very excited about these events, we look forward to see everyone at our events. If you like to get more information, please contact, Ms. Anita at (626)280-2207.

Have a great Tiger of a Year 2010!



2010
2010
2010
2010
2010
2010
2010
2010

目錄

CONTENT

- | | | | |
|----|----------------------|----|---|
| 3 | 歷任會長芳名錄 | 23 | 全球十大豪華酒店套房排行榜 |
| 4 | 會長的話 | 26 | 成功的酒店前廳管理 |
| 7 | 第三十五屆理事名單 | 30 | 化「有形」為「無形」服務 |
| 8 | 三十五屆第一次座談會 | 32 | 嚴長壽的飯店觀 |
| 12 | 僑委會副委員長許振榮來訪 | 35 | 21世紀現代酒店員工應
具備的意識 |
| 14 | 歡送洛杉磯僑二中心
陳淑靜主任回合 | 38 | 南加州旅館業30年史話 |
| 20 | 二十一世紀飯店經營與
管理發展趨勢 | 41 | A Primer On Employment
Practices Liability (EPL) Insurance |
| | | 43 | From the Inside Looking Out
—Managing Your Online Recruiting |
| | | 45 | Tips for posting an attractive job |
| | | 48 | Motivate Employees for Great Job
Performance |

第132期 2009年 12月出刊

Our Team

發行人： 鄧永征
召集人： 許清松
執行編輯： 柯欣侑、Eric Chen
編輯委員： 范約瑟、邱垂煌、林宣昭、盧景林、汪俊宇、吳東昇
王政煌、郭學仁、陳柏睿、李德揚、汪蔚興、鄭春暉
王正純、劉明岳、林樹枝、江 耀、陳雪仙、Amy Lu
王強生、呂世豪、吳 瓊

特約印製廠商： VPA Graphics Eric Chen
(714) 624-2724

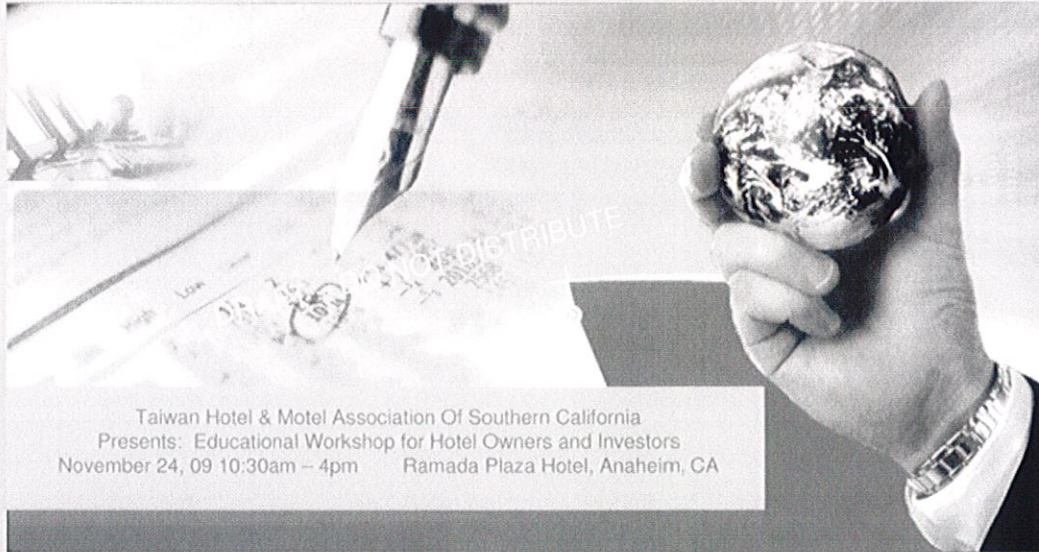
南加州台灣旅館業同業公會

第三十五屆理事名單

<p>Chairman 理事長 范約瑟 Mr. Joseph Fan 21725 E. Gateway Center Dr. Diamond Bar, CA 91765 (O)909-860-6255 (F)909-612-5730 brightonllc@aol.com</p>	<p>President 會長 鄧永征 Mr. Nicolas Teng 3344 State St. Santa Barbara, CA 93105 (O)805-687-6611 (F)805-687-7116 nickteng@msn.com</p>	<p>Consultant 會務顧問 邱垂煌 Mr. Chris Chi 2 Orchard Lake Forest, CA 92630 (O)949-462-9500 (F)949-273-5898 chiulaxst@yahoo.com</p>
<p>Consultant 會務顧問 許清松 Mr. Stephen Hsu 515 West Katella Ave. Anaheim, CA 92802 (O)714-991-6868 (F)714-817-8588 Stephen@ramada-anaheim.com</p>	<p>Consultant 會務顧問 林宜昭 Mr.Herman Lin 9335 Kearny Mesa Rd. San Diego, CA 92126 (O)858-695-2300 (F)858-578-7925 herman.lin@yahoo.com</p>	<p>Consultant 會務顧問 盧景林 Mr.Robert Lu 4400 Hughes Lane Bakersfield, CA 93004 (O)661-833-3000 (F)661-833-3736 rclboblu@yahoo.com</p>
<p>Consultant 會務顧問 汪俊宇 Mr. Gerald Wang 1455 Monterey Pass Rd., #201 Monterey Park, CA 91754 (O)323-268-8886 (F)626-446-4068 gwang@vicinn7.com</p>	<p>Vice President 副會長 吳東昇 Mr.Tom Wu 705 N. San Gabriel Blvd. Rosemead, CA 91770 (O)323-887-9235 (F)323-887-9236 tomwula@yahoo.com</p>	<p>Vice President 副會長 王政煌 Mr.Michael Wang 5325 E. Pacific Coast Hwy Long Beach, CA 90804 (O)562-597-3285 (F)562-498-7167 mwang@venquest.com</p>
<p>Vice President 副會長 郭學仁 Mr. Simon Kuo 26328 Oso Parkway Mission Viejo, CA 92691 (O)949-582-7100 (F)949-367-7696 Simonkuo9@yahoo.com</p>	<p>Vice President 副會長 陳柏睿 Mr.Kevin Chen 915 S. Disneyland Dr. Anaheim, CA 92801 (O)714-778-0350 (F)714-778-3878 kchen@super8motel.net</p>	<p>Auditor 稽核 李德揚 Mr. Terry Lee 345 S. Figueroa St., Suite 100 Los Angeles, CA 90071 (O)213-680-8811 Ext.11 (F)213-680-9134 terry@apccusa.com</p>
<p>Treasurer 財務長 汪蔚興 Mr.Wilson Wang 2500 Michelson Dr., Ste.110 Irvine, CA 92612 (O)949-622-3402 (F)949-622-3410 Wilson@atlashospitality.com</p>	<p>Director 理事 鄭春暉 Mr.Peter Cheng 1538 E. Lincoln Ave. Anaheim, CA 92805 (O)714-635-6888 (F)714-883-8000</p>	<p>Director 理事 王正純 Mr. Chen-Chun Wang 1402 W. Pacific Coast Hwy. Wilmington, CA 90744 (O)310-834-3400 (F)310-835-2225</p>
<p>Director 理事 劉明岳 Mr. Ben Liu 788 W. Huntington Dr. Monrovia, CA 91016 (O)626-358-8981 (F)626-301-0657 grandoaktreeinn@aol.com</p>	<p>Director 理事 林樹枝 Mr.Mike Lin 1951 Newport Blvd, Costa Mesa, CA 92627 (O)949-650-2999 (F)949-650-2699 Mikelin168@yahoo.com Director</p>	<p>Director 理事 江耀 Mr.Bill Chiang 2845 Supply Ave Commerce, Ca 90040 (O)323-721-0252 (F)323-721-6086 yaochiang@yahoo.com</p>
<p>Director 理事 Ms.陳雪仙 Michelle Chen 227 W.Valley Blvd #308 San Gabriel, CA 91776 (O)626-576-8000 (F)626-576-8900</p>	<p>Director 理事 Ms. Amy Lu 5318 N.Rosemead Blvd San Gabriel, CA 91776 (O)626-285-8866 (F)626-285-03799 annie@annielu.com</p>	<p>Director 理事 王強生 Mr. John Wang 1520 E. Main Street Barstow, Ca 92311 (O) 760-683-3388</p>
<p>Director 理事 呂世豪 Mr. Harry Lu 1744 S.Nogales Street Rowland Heights, Ca 91748 (O)626-8201099</p>	<p>Director 理事 吳瓊 Ms. Tina Wu 407 W Valley Blvd, Suite# 1 Alhambra, Ca 91801 (O) 626-574-573 (F)626-300-8507 twu@firstchoicebankca.com</p>	

會務活動

南加州台灣旅館業同業公會三十五屆第一次座談會



Taiwan Hotel & Motel Association Of Southern California
 Presents: Educational Workshop for Hotel Owners and Investors
 November 24, 09 10:30am – 4pm Ramada Plaza Hotel, Anaheim, CA

Taiwan Hotel Motel Association
 of Southern California
 626-280-2207
 Anita Ko / 柯欣術
 ako8889@yahoo.com

Registration and Lunch:
 Members: \$FREE
 Future Hotel Members and Lunch: \$30
 Future Associate Members and Lunch: \$60
 Morning Session and Lunch: \$10

Event Sponsor



© PoweredTemplates.com



Taiwan Hotel & Motel Association Of Southern California
 Presents: Educational Workshop for Hotel Owners and Investors
 November 24, 09 10:30am – 4pm Ramada Plaza Hotel, Anaheim, CA

What you should know about
 The New Income Tax Law of
 the Republic of China (Taiwan) And
 Updates on US Income Tax Law
 on overseas income reporting
 10:30am – 12 noon

Language: Chinese
 Speaker: 林清吉先生主講 CPA

Descriptions:
 For people who are citizens of Taiwan, the new Income
 Tax Law of ROC/Taiwan can be a surprising
 element if rules are not being followed carefully.
 According to US Income Tax Law, all US Citizens and
 Permanent Residents are also required to report
 income earned outside the U.S.

We will engage 林清吉先生CPA, who will provide
 general information and updates on the new Tax
 Laws of both countries.

Survival of the Fittest
 500 Ways to Get More Business, Save More Money,
 Improve Services For
 Your Hotel and Food Beverage Operations
 1pm – 2pm

Language: Chinese
 Panel Speakers:
 John Wang
 Joe Fan
 Tony Liu
 Hotel Marketing Expert (any suggestions)

Descriptions:
 With the challenging business climates, most hotel
 owners are looking for ways to improve services,
 risk management, increase their revenue or
 decrease their operating costs (without cutting
 down on level of services). In this interactive
 session, we will share best practices, find FREE
 or low cost tools to increase productivity, ways to
 improve customer services, and ways to reduce
 costs.

Dangerous Opportunity
 Troubled Hotels in California
 Is Short Sale an Option for you?
 Is this the best time to buy a hotel?
 Workout and Acquisition Strategies
 2pm – 4pm

Panel Speakers:
 Commercial Loan Banking Executive
 Commercial Loan Broker
 Hotel Consultant / Appraisal
 Real Estate and Business Lawyer
 Hotel Management Executive
 Hotel Brokerage Executive

Description:
 There's no doubt that the state of the hotel real estate
 in California is extremely unstable. Although
 challenging to the hotel owners, this is the period
 when some view it as an opportunity to either get
 into the industry or expand their hotel portfolio. In
 this expert panel discussion, we will have lively
 discussions lead by speakers from different
 fields.

Topics to cover:
 STATE OF THE HOTEL INDUSTRY IN CALIFORNIA
 STATE HOTEL REAL ESTATE MARKET – is the price
 right?
 ABCS OF COMMERCIAL REAL ESTATE
 FORECLOSURES
 SHORT SALES AND NOTE PURCHASE
 STRATEGIES

WHERE IS THE MONEY
 QUESTIONS AND ANSWERS:
 All attendees are encouraged to interact with the
 speakers.

DRAFT – DO NOT DISTRIBUTE

會務活動

活動名稱：三十五屆第一次座談會

主題:

- (1) 加州酒店陷入困境嗎？該如何從危機中變轉機。
- (2) 萬稅萬稅萬萬稅，該如何了解美中台報稅事項。
- (3) 此時危機，轉機，是收購飯店的好時機嗎？該如何收購飯店，該如何發揮策略。
- (4) 現今旅館業生存法，500種方法讓您獲得更多的生意收入，提高業務，節省

時間：11月24日，星期二，上午10：30至下午4：00。

地點：Ramada Plaza Hotel Anaheim (Harbor & Katella)

萬稅！萬稅！萬萬稅！！—最新台美稅法之現況

上午10：30至下午1：00

根據美國及台灣的稅法，台美公民均有報稅繳稅的義務及責任。但我們經常看到許多中文各媒體，報導有關很多奉公守法的華人同胞，因為對法律上的誤解而不小心觸法。

本協會為服務會員及非會員，並歡迎所有關心此議題的社區民眾，特此情商著名會計師林清吉先生，主講稅務上在海外存款及收入的認知及申報法規。

經濟不景氣，旅館業者如何度小月之500項小撇步

下午10：30至下午1：00

受到大環境之影響，南加州旅館業者普遍受到20%-30%業務收入影響。多數人仍相信南加州穩健的經濟基本面，有朝一日市場必定回暖，旅館業榮景再現指日可待。

在這非常時期，業者們一直是研究如何「開源」及「節流」。此座談會邀請各個菁英，同你分享如何在花少錢，或花少數錢的情況下，能夠增加生意，減少開銷，並化危機Dangerous Opportunity為轉機Turning Point。

在房地產市場低靡的現況，現在是買或賣的時機嗎？

下午10：30至下午1：00

由於受到金融風暴的影響，以及金融市場不容易放款的困境下，旅館業房地產成交市場低靡，價格混亂。雪上加霜的是，許多近年來成交或新建的旅館因收入減少及房貸壓力過大之下，不幸必須脫手急售 (Short Sale) 或受到銀行回收 (Foreclosure) 之不幸結果。同時，又有投資者摩拳擦掌準備資金，一但有好機會，伺機進場。

商業房地產方面的Short Sale 短售及Foreclosure 法拍，對一般投資者是比較生疏的項目。另外一項Note Sale的投資項目更是少聞。此座談會將系統性的從市場的概況，由淺入深的漸進方式，為您講解有關議題。我們情商名律師、銀行家、管理公司、房地產權威，及相關專業人士來為您進行雙向溝通的座談會。

時間：十一月二十四號 二〇〇九年上午十點整

地點：Ramada Plaze Hotel Anaheim
515 W Katella Ave, Anaheim Ca 92802
714-991-6868

會務活動

南加州台灣旅館業同業公會三十五屆第一次座談會



教學相長



相得益彰



會務活動

南加州台灣旅館業同業公會三十五屆第一次座談會



會長致詞



會務活動

僑委會副委員長 許振榮來訪

許副委員長致詞



會長代表本會贈旗



會務活動

僑委會副委員長 許振榮來訪



謝謝長官傾聽僑界心聲！

會務活動

歡送洛杉磯僑二中心 陳淑靜主任回台履新



參加蒙特利公園市中華民國升旗典禮



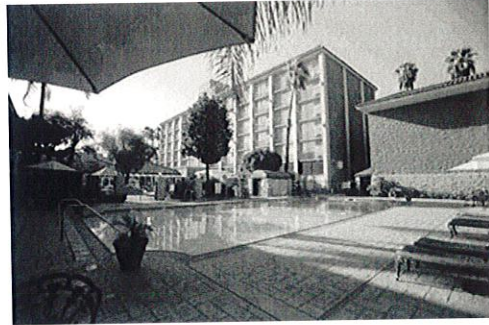
會務活動

活動名稱：南加州旅館業旅館同業公會 “新春聯誼晚會” (New Year Party 2010)

時間： 二月七日 (星期日) 二〇一〇年 6:00 Pm

票價： \$ 30.00 (Make Check Payable THMASC)

地點： Crowne Plaza (Fullerton)
1500 South Raymond Ave, Fullerton Ca 92831
Tel : 714-635-9000, Fax:714-520-4622



備註： 請各位會員，會長，理事 請撥空參加
謝謝大家。請與Anita 連絡

Happy New Year & & 恭喜發財

會長

鄧永征 敬上

回條 (Reply)

姓名 (Name): _____ 參加人數 _____

E-mail : _____

晚會： 參加 不參加

方便統計人數，請在2010年一月二十五日前將回條寄回傳真。

Tel : 1-626-280-2207 Fax : 1-626-280-2243

大家恭賀新禧

2010

南加州台灣旅館業同業公會

Taiwan Hotel & Motel Association of Southern California

會員申請書

Membership Application Form

會員姓名 Applicant's Name

(中文) _____ Name _____

Address _____ Tel: _____

_____ Fax: _____

本人\公司為 申請加入為新會員 申請加入為榮譽會員
繳交

會員年費

\$100 元 50 單位以下+旅館通訊

\$150 元 51~99 單位+旅館通訊

\$200 元 100 單位以上+旅館通訊

\$200 元 榮譽會員(公司)+旅館通訊

\$150 元 榮譽會員(個人)+旅館通訊

合計 _____ 元

旅館或公司名稱 Company/Hotel Name

中文 _____ Name _____

Address _____ Tel _____

_____ Fax _____

旅館單位數 _____

支票請開:T. H. M. A. S. C.

郵寄:1045 E. Valley Blvd #A212

Tel:626-280-2207

San Gabriel, CA 91776

Fax:626-280-2243

本欄由公會填寫

金額:

支票號碼:

支票抬頭:

南加州台灣旅館業同業公會

TAIWAN HOTEL & MOTEL ASSOCIATION OF SOUTHERN CALIFORNIA

旅館通訊廣告價目表

HOTEL & MOTEL NEWSLETTER MONTHLY ADVERTISING RATE

彩色封面 Front Cover (Color)	\$2,000.00	連刊兩期以上優惠價每期 Special for 2 or More Publishing	\$1,500.00
彩色封底 Back Cover (Color)	\$1,500.00	連刊兩期以上優惠價每期 Special for 2 or More Publishing	\$1,000.00
彩色封面裡 Inside Front Cover (Color)	\$1,500.00	連刊兩期以上優惠價每期 Special for 2 or More Publishing	\$1,000.00
彩色封底裡 Inside Back Cover (Color)	\$1,500.00	連刊兩期以上優惠價每期 Special for 2 or More Publishing	\$1,000.00
黑白內頁全頁 (B/W) Inside Other of Full Page	\$300.00	連刊四期優惠價每期 Special for 4 publishing	\$250.00
黑白內頁半頁 (B/W) Inside Other of Half Page	\$250.00	連刊四期優惠價每期 Special for 4 Publishing	\$200.00

以上優惠價均需一次付款。

附有廣告訂購表，請將資料填妥後傳真或郵寄：

Taiwan Hotel-Motel Association of Southern California

1045 E. Valley Blvd. #A212, San Gabriel, CA 91776

Tel: 626-280-2207 • FAX: 626-280-2243

ADVERTISING ORDER

COMPANY: _____

NAME: _____

ADDRESS: _____ TEL: _____

FAX: _____

ADVERTISER HEREBY JOINTLY AND SEVERALLY AGREES TO PLACE
ADVERTISEMENT IN HOTEL & MOTEL NEWSLETTER AS FOLLOWS:

QUANTITY	DESCRIPTION	AMOUNT

PAYMENT IS DUE UPON SIGNING OF THIS CONTRACT.

PLEASE MAKE CHECK PAYABLE TO: T.H.M.A.S.C.

Mail to: 1045 E. Valley Blvd. A212, San Gabriel, CA 91776

二十一世紀飯店經營與管理發展趨勢

本刊編輯部

新世紀的鐘聲早已敲響了，這一世紀被人們稱為「知識經濟」、「網絡技術」、「綠色環保」的時代。飯店業作為二十一世紀的朝陽產業，將面臨著新的挑戰和前所未有的發展機遇。誰能順應時代的潮流，把握市場的新需求，適時進行管理的創新，誰將是市場競爭中的贏家，許多從事飯店經營與管理的業內人士都在構思未來飯店發展的新趨勢、新理念、新戰略。展望二十一世紀，筆者認為未來飯店經營與管理將呈現如下發展趨勢。

一、集團化發展，品牌化經營

隨著經濟運行全球化，市場和資源跨國化的影響，世界飯店集團每年都在調整和兼併之中，飯店業的聯盟和合併導致更大規模的飯店集團的誕生。如英國巴斯公司先後兼併了國際假日酒店集團、洲際酒店集團等成為更大規模，更具競爭力的英國巴斯酒店集團（Bass Hotels & Resorts）。與此同時，隨著網絡技術的發展，飯店銷售除傳統方式外，更多地利用Internet時行網上宣傳、網上預訂和不同行業間集團聯合促銷，飯店品牌在Internet上將有著巨大的魅力，品牌將越顯重要，只有全球化、品牌化飯店才會在現代營銷中得益。

二、市場高度的細分化與多元化營銷策略

隨著新時代旅遊的發展，市場需求呈現多樣化、個性化態勢。飯店將注重市場需求的細分化，實行「小市場、大份額」戰略，通過開發個性化

產品和提供個性化服務來贏得目標顧客，許多有著鮮明特色和明確市場定位的主題飯店增多，如：現代商務飯店、青年旅館、汽車旅館等。與此同時，隨著顧客需求的變化和市場競爭加劇，飯店的營銷策略呈多元化趨勢。整合營銷、利基營銷、三元營銷、關係營銷、政治營銷、資料庫營銷、綠色營銷和網絡營銷等新的營銷觀念和策略不斷湧現。正如市場營銷權威人士菲利普·科特勒所說：「每一個10年，都要求公司的管理當局重新思考和更新它的目標、戰略和戰術。」迅速變化的形勢往往使經營企業在昨天取勝的原則在今天變為陳舊。

三、創造綠色飯店，倡導綠色消費

未來飯店業將更注重保護大氣臭氧層、生態環境平衡及節約能源和材料耗費。飯店的建築盡可能減少現代建築帶來的光污染，利用先進的幾何造型，使室內採光度好；飯店的能源盡量利用太陽能，節省普通能源的消耗，降低大氣層的污染；飯店不使用塑料等無機化合物易耗品，而改用易分解的低製品或木製品，以益於生態環境的平衡；客房的床單毛巾最好是純天然的棉織品或亞麻織品，肥皂宜選用純植物油脂皂，盡量體現綠色服務；客房不再每日更換一次性用品，床單、毛巾的更換也根據客人的需要而定。不少飯店已經在客房內放入這樣的卡片：「如果你不需要更換被單，請把卡片放到你的枕頭上」。培養人們的綠色意識和消費精神。

四、飯店業主轉向房地產市場，注重以房地產增值中獲取利潤

市場競爭日趨激烈，行業平均利潤率水平不斷下降，飯店的回報週期延長以及飯店經營的集團化、品牌化趨勢，飯店業主一方面將未來飯店的直接經營更多地委託給專業的飯店管理公司來承擔，因為飯店管理公司通過管理技術、營銷網絡、品牌等無形資產的輸出管理，更容易使飯店業主獲利。另一方面，飯店業主更多地轉向房產市場，將飯店作為房地產投資，並注重從房地產增值中獲取利潤。

五、管理組織結構小型化、扁平化趨勢

傳統的組織機構設置主要是站在飯店的角度設置崗位，強調專業化分工、規範化管理。未來的飯店需更多地站在客人的角度考慮問題，要求飯店管理追求效率、注重溝通、靈活機動和提供針對性服務。飯店盡力提供比競爭對手更有效的服務，提供客人盡可能的便利，提倡一站式服務。這就要求飯店的管理組織結構克服原有管理層次多、信息傳遞慢、管理費用高和效率低等弊端，避免組織分工的過分細化和專業化。而傾向於管理組織結構的小型化、簡單化、扁平化和有機化。

六、飯店智能化程度不斷提高

隨著互聯網技術的發展和全社會信息化進程的加快，以電子信息技術為代表的現代科技，逐步進入飯店業，飯店的智能化程度不斷提高，客人感到更加舒適、方便。網上預訂、網上宣傳促銷將逐步取代傳統的電話預訂、郵寄宣傳資料和新聞媒體廣告等；客人入住手續方便快捷，完全電腦化操作，客人可直接從電腦屏幕挑選自己喜歡

的房樣類型，不再像以往那樣由總台分配哪間房間就住哪間房間；客人的身份資料也將利用先進的電腦掃描技術錄入電腦，免去人工登記、確認等繁瑣的程序；客房配備先進的VCD設施、多媒體互聯網絡和電子控制技術，客人可以通過房間內的電腦顯示確認自己的個性服務內容。如：每天叫醒時間、送餐時間、收衣和送衣時間、預訂機票和宴席、與工作單位聯繫和客戶進行業務聯繫等。

七、員工第一，堅持以人為本的管理

二十一世紀的競爭，是知識的競爭，歸根結底是人才的競爭。未來飯店的經營應樹立「顧客第一，員工第一。」的經營理念，使飯店成為「賓客之家，員工之家。」飯店要注重員工的培養，為員工創造寬鬆的人際關係、舒適的工作環境，較多的晉陞機遇和較高的工資福利。因為員工是服務的實施者，只有滿意的員工才會提供滿意的服務。通過賦予員工更大的權力和責任，使被管理者意識到自己也是管理者的一員，進而更好地發揮自己的自覺性、能動性和創造性，充分挖掘自己的潛能，在實現自身的人生價值的同時，為企業作出更大的貢獻。

八、餐飲在飯店中地位日益受到挑戰

「民以食為天」，隨著人們生活水平和質量的提高，客人對餐飲的需求進一步加大，並呈多樣化趨勢，餐飲業仍是經濟增長中最快的行業之一。與此同時，社會餐館不斷湧現，遍地開花，飯店餐飲面臨更加強有力的競爭對手。一方面，有特色的餐飲（如主題餐廳）可能會在飯店中繼續生存，商務型飯店中的餐飲將削弱，度假型飯店的餐飲將多樣化；另一方面，有些飯店將突出餐飲，讓餐飲走出飯店，與社會餐飲分爭市場。

九、飯店服務更注重個性化

90年代以後，飯店逐步進入個性化服務時代，許多產品有特色、服務有個性的飯店在市場上呈現出強有力的競爭力和生命力，而那些產品雷同性強，服務無特色的飯店皆面臨生存的危機。飯店在為所有來店客人提供規範化、標準化服務的同時，更注重對不同客人提供具有針對性、個性化服務。個性化服務是規範化服務的延伸。它體現在工作責任心、感情投入、靈活、超常、自選等方面，它能让客人最感滿意，有時還能为客人帶來驚喜。如：豪華酒店中的「金鑰匙」，被客人視為「百事通」、「萬能博士」和解決問題的「專家」，它代表了飯店委託代辦的最高水平，「儘管不是無所不能，卻一定要竭盡所能，它是「金鑰匙」的服務哲學。中國金鑰匙的承諾是：為全世界旅遊者提供「高效、準確、同時完善」的服務，「金鑰匙」成為飯店優質服務的象徵。

十、飯店注重企業文化建設

二十一世紀飯店業的競爭主要體現在文化競爭，專家們這樣描述到：「利潤的一半是文化，文化也是生產力」。文化競爭是一種更高層次的競爭。一方面，要求賦予飯店的產品和服務一定的文化內涵、文化氛圍和文化附加值；另一方面，在員工中構築一種共同的價值觀，創造學習型組織，使強有力的組織文化全面地影響著飯店各項管理職能的實現和集體效力的發揮。



全球十大豪華酒店套房排行榜

本刊編輯部



根據 Wealth Bulletin 的調查，2009年全球十大最昂貴的酒店套房正式出爐。位於日內瓦的 President Wilson Hotel 的 The Royal Penthouse Suite 高居榜首。

在這場經濟衰退中，搖滾歌手、外交官和其他名人們都躲進這些世界上最豪華並且最昂貴的酒店，以期在這場陰霾中來找到安慰。當我們許多人都勒緊腰帶，縮短假期甚至是不去度假，那些專為名人和富人服務的酒店卻一點也不擔心這些高級房間的入住率。在今年這種情形下，世界上最貴的套間的價格比去年還翻了一倍，高達每晚 65000 美元。

與《金融時報》同屬一家公司的 Wealth Bulletin 的年度調查顯示，位於瑞士日內瓦的 President Wilson Hotel 的 Royal Penthouse Suite 是 2009 年世界上最貴的酒店套房。住進這間帶著四個臥室的套房將花費 65000 美元一晚，同樣享受豪華的設施與日內瓦湖和博朗峰的美景，今年的開銷卻是去年的兩倍。

這家酒店的經營者認為房價上升是來自政府官員和聯合國外交官們的「上漲的需求」。

去年居首位的紐約地標式的四季酒店的 Ty Warner Penthouse 套房，今年排名第二，為 35000 美元一晚，比去年貴了 1000 美金。

新入圍的酒店有排名第三的位於撒丁島 Hotel Cala di Volpe 酒店的總統套房，羅馬威斯汀 Excelsior 酒店的 Villa La Cupola Suite 和東京麗茲卡爾頓酒店的總統套房。

儘管經受了去年的金融危機，這些最好的酒店套房的價格同比去年仍平均上升了 10%。Hip Hotels 的創始人 Herbert Ypma 說：「這些高端酒店並未受太大的影響。許多酒店因其高端客戶有了更多的假期而獲益——因為他們能有更多的時間呆在酒店。對那些客戶來說，價格從來不是問題，但是過去他們的時間就是問題。」

酒店經營者表示儘管商務旅行者的數量和去年相比有所下降，但政府官員們已經代替他們住進了這些最好的套房。

奧巴馬和他的隨從在 6 月曾包下了莫斯科麗茲卡爾頓酒店三天的時間。President Wilson Hotel 稱國家領導人和其他高官都對昂貴的 Royal Penthouse Suite 有很多的需求。

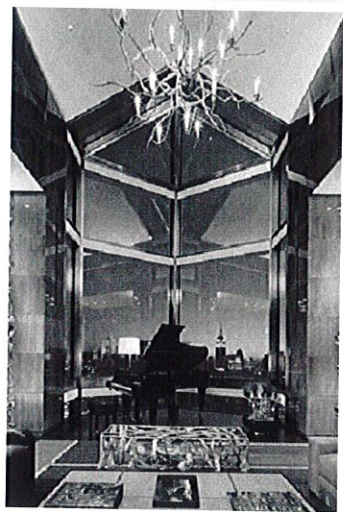
麗茲卡爾頓酒店的發言人 Vivian Deuschl 稱需求也來自富有的休閒旅遊者，「去年他們也許有三到四次便宜的旅遊。今年則會來一次盡情的旅遊。」

根據Wealth Bulletin的調查，2009年全球十大最昂貴的酒店套房是：

1. President Wilson Hotel的The Royal Penthouse Suite——65000美元每晚



加上雞尾酒會，要入住President Wilson的Royal Suite據說需要直接向酒店董事長預訂。這個套房佔據了整個酒店的頂層。客人可以乘坐私人電梯到達套房，該套房包括四個臥房和六個浴室，並能飽覽內瓦湖和博朗峰的美景。套房配備防彈門窗，並特別為明星、國家元首預留，距聯合國總部只需要5分鐘的車程。



2. 紐約四季酒店的Ty Warner Penthouse套房——35000美元每晚

發言人稱，該套房自從2007年開放以來就生意紅火。該套房包含九個房間，牆身更鑲嵌有天然珍珠。套房擁有一個室內延伸至室外的禪式花園，一個由竹林遮擋的私人Spa房間和一個裝滿書籍的圖書室，圖書室中央還放置了一架巨大的鋼琴

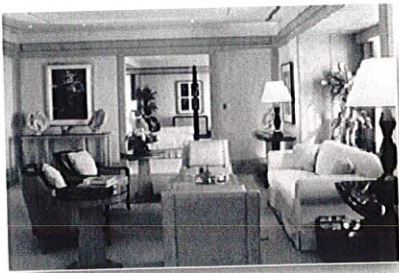
3. 撒丁島Coata Smeralda地區Cala di Volpe酒店的總統套房——34000美元每晚。

Cala di Volpe酒店的總統套房在Porto Cervo附近，平均每晚34000美元，而在夏季旅遊高峰期則將達到每晚45000美元。套房位於酒店的塔樓，這個複式總統套房佔地2500平方英尺，擁有三個臥房，三個浴室，一個私人健身房，一個桑拿房和一個酒窖。整個套房由帶有海水游泳池的天台環繞。



4. 羅馬威斯汀 Excelsior酒店的Villa La Cupola Suite——31000美元每晚

羅馬威斯汀 Excelsior酒店的Villa La Cupola Suite以奢侈的羅馬風格裝飾：一個炮塔、一個龐貝風格的Jacuzzi浴缸、繪有神話人物的彩繪玻璃窗與現代風格相結合。套房在酒店的五層和六層，佔地6099平方英尺，並有一個1808平方英尺的陽台，能欣賞到Via Veneto的風景。



5. 東京麗茲卡爾頓酒店的總統套房——25000美元每晚

該總統套房位於這座城市的最高建築的頂層，能飽覽富士山和Roppongi山的壯麗風景，同時還能觀看到東京引人入勝的都市風情。套房佔地2368平方英尺，客戶也許還能享受到價值18000美元的Diamonds-Are-Forever的馬提尼酒，酒杯底部還放有一克拉的保加利亞鑽石。

6. 巴哈馬群島的ATLANTIS酒店的Bridge Suite——22000美元每晚

有十個房間的Bridge套房實際上是一座連接Atlantis酒店雙塔的橋樑。位於23層，鋪有大理石地板，裡面配備了一座巨大的鋼琴和22k金做成的吊燈。它因邁克傑克遜經常入住而聞名。價格比起去年的每晚25000美元有所下降，並還能夠有所優惠。儘管如此，這間套房是如此的特殊以至於酒店從未為它做過廣告。

7. 巴黎柏悅Vendome酒店的The Imperial Suite——20000美元每晚

巴黎柏悅酒店的總統套房為客人提供一個「房內spa中心」的概念，浴室/spa室裡有按摩浴缸，桑拿房和一個按摩桌。佔地2500平方英尺，包括一個巨大的客廳、餐廳、廚房和工作區。

8. 迪拜Burj Al Arab帆船酒店的Royal Suite——19600美元每晚

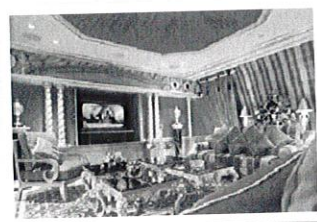
酒店從九十年代中期建成開始，Burj Al Arab酒店便因其獨特的帆船造型成為世界上最出名的酒店，酒店矗立在阿拉伯海灣中的人工島上。位於二十五層的皇家套房有大理石和金製的樓梯、豹紋地毯、私人電梯和一個可旋轉的四柱架子床。

9. 日內瓦Le Richemond酒店的Royal Armleder Suite——18900美元每晚

Le Richemond酒店的Royal Armleder Suite是以之前擁有酒店的家族的名字命名的，在2004年8月Rocco Forte從那個家族手中將酒店買了下來。套房位於第七層，佔地2500平方英尺，有三間臥室和有一個1000平方英尺的能看到日內瓦湖全景的露台，以及一個真正的壁爐的和防彈落地窗。Rocco Forte's的姐姐是一位著名房屋內飾設計師，這個套房由她設計。

10. 莫斯科麗茲卡爾頓酒店的麗茲卡爾頓套房——16500美元每晚

在莫斯科麗茲卡爾頓酒店最好的套房住上一晚將花費16000美元，這比去年少了500美元。套房佔地2370平方英尺，並有俄羅斯帝國風格的傢俱，在房內還能看到克里姆林宮和紅場等莫斯科著名景點。套房專門為擔憂安全的俄羅斯的億萬富翁專門考慮了安保措施——一間配備了能源和無線電設備的安全室



成功的酒店前廳管理

本刊編輯部

酒店前廳的主要任務是銷售客房、提供各類綜合服務、聯絡和協調顧客服務、管理客賬、處理相關信息資料，內容龐雜、涉及面寬、專業要求高。如何才能管理好酒店前廳？

酒店前廳，又稱總服務台、總台、前台等。它通常是設在酒店的大堂，負責推銷酒店產品與服務，組織接待業務、調度綜合性服務。代表酒店向客人提供客房銷售、入住登記及賬務處理等各項服務。

酒店前廳管理是對酒店客人訂房、登記、客房控制、客人賬務結算與審核。前廳管理在酒店中具有全面性、綜合性和協調性，是酒店的神經中樞，是顧客和酒店聯繫的紐帶。顧客對酒店的第一印象和最終印象都是在前廳形成，酒店的整體服務質量、服務水平都在前廳得到集中體現。

前廳的主要任務

1· 銷售客房

前廳的首要任務就是銷售客房。在參與酒店的市場調研與市場預測、參與房價及促銷計劃制定的基礎上，配合銷售部進行宣傳促銷活動，開展客房預訂業務，掌控客房出租狀況，為顧客辦理登記入住手續。在酒店總體銷售計劃的指導下，具體完成未預訂客房的銷售和已預訂散客的實際銷售。



2· 提供各類綜合服務

前廳是對顧客服務的集中點，如門廳迎送服務、問詢服務、投訴處理、為客人提供行李搬運、出租車服務、郵電服務等。

3· 聯絡和協調顧客服務

前廳是溝通酒店與客戶的橋樑，根據客人的要求，保持與酒店各部門之間的有效聯繫，及時傳輸有關客務信息，協調涉及多個部門的顧客事務，保證對顧客服務的準確、高效，為酒店樹立良好形象。

4· 管理客賬

前廳是酒店業務運行過程中的財務處理中心，主要是做好顧客賬單的管理，及時記錄顧客在住店期間的各項用款，進行每日核計、累加，保持賬目的準確，以求在顧客離店前為其順暢地辦理結賬事宜。

5· 處理相關信息資料

前廳是顧客活動的中心，也是各類信息的集散地，包括外部市場和內部管理等各類信息，前廳不僅要收集這類信息，而且要對其加工、整理，送傳到相應的經營、管理部門。



前廳管理的難點

1. 工作內容龐雜

前廳的工作範圍廣、項目多，通常包括銷售、寄存、接待、收銀、問詢、票務、預訂等一系列內容。並且每項工作都有相應的規範與要求，在具體的操作過程中必須嚴格遵守，才能使顧客滿意。

2. 服務涉及面寬

前廳在整個酒店的管理中負有協調功能，因而不僅要熟悉本身的業務，還要瞭解其他部門的情況，才能幫助顧客解決問題。

3. 專業要求高

酒店前廳大多實行了電腦管理，員工必需經過專業培訓才能上崗操作。在幫助顧客克服困難，回答問題時，也需要員工具備相應的能力與業務知識背景，這就對員工的素質、專業技術水平提出了較高的要求。

4. 受得起氣

前廳是接觸客人最多的部門，每天都要面對形形色色的客人，有溫和、禮貌的，也有脾氣急躁、易發火的。如果是員工的失誤引起客人大動肝火，這可以理解，也可以容忍，但明明是客人的問題，他偏偏要怪罪於員工。此時，作為員工，心中難免不服氣，但仍然要和顏悅色，為客人服務好，所以，在前廳履職，要能受得起氣。

酒店前廳的成功管理

1. 員工素質管理

前廳是酒店窗口，員工的精神面貌、工作能力、服務技巧及服務態度等因素都直接影響著整個酒店的經濟效益和社會效益。前廳管理，除了要科學、有效地對前廳各崗位工作實施管理外，還需要嚴格錄用標準，加強對新員工培訓以及員工的繼續教育，建立員工情緒管理機制，保持員工的良好工作態度。前廳員工個人也要格外強化自身的服務意識，力求做到熱情、細緻、周到；要落落大方、彬彬有禮、笑容可掬；要有良好的語言和表達能力，愛崗敬業，認真負責地做好本職工作。為了讓顧客有賓至如歸的感覺，員工必須練好基本功，按酒店規定，做到乾淨整齊、儀態大方，給人親切感，從各個方面提高個人素質。

2. 客房推銷管理

一是善於識人。優秀的前廳員工，從客人步入店門那一刻起，在簡單的迎賓過程中，就應慧眼識人，並因人而異，運用不同的推銷策略，盡量達到銷售目的。前廳員工在與客人商談時，應使客人感到酒店銷售的產品是物有所值。在商談房價的過程中前廳員工的責任是引導客人，幫助客人進行選擇。在向客人報價時，可根據客人的特點提出不同價格供選擇。客人在選擇中表現出猶豫不決，員工可用提問的方式瞭解客人的特點與喜好，分析他們的心理，耐心地有針對性地介紹，消除客人的疑慮，並運用銷售技巧幫客人做出選擇。即使銷售不成功，也要對客人的光臨表示感謝並歡迎再次光臨。一旦客人作出選擇，應對客人的選擇表示讚賞與感謝，並為客人立即辦理後續各項手續，盡量縮短客人等候時間。這樣的員工，要靠平時培養和培訓。運用大量的案例及情景教學方式，引導和鍛煉員工的洞察力，並在實踐中增強他們的能力。

3· 預訂管理

前廳預定是一項非常重要的工作。為了做好預定，需要把好以下幾關。

一 是接受預訂。首先要查閱控制簿或電腦，如有空房，則立即填寫預訂單。並註明客人姓名、抵離店日期及時間、房間類型、價格、結算方式以及餐食標準、種類等項內容。

二 是確認預訂。在接到客人的預訂要求後，要立即將客人的預訂與酒店未來客房的利用情況進行對照，決定是否能夠接受客人的預訂，如果可以接受，就要對客人的預訂加以確認。

三 是拒絕預訂。如果酒店無法接受客人的預訂，就應對預訂加以婉拒，並主動提出一系列可供客人選擇的建議。

四 是核對預訂。為了提高預訂的準確性和酒店的開房率，在客人到店前，要提前與客人進行多次核對，問清客人是否能夠如期抵店？住宿人數、時間和要求等是否有變化？核對工作通常要進行三次。

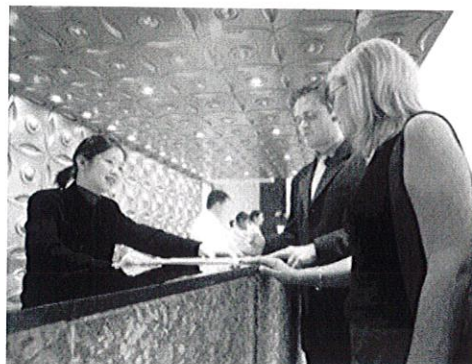
五 是預訂的取消。由於各種緣故，客人可能在預訂抵店之前取消訂房。接受訂房的取消時，不能在電話裡表露出不愉快，而應使客人明白，他今後隨時都可光臨酒店，並受到歡迎。正確處理取消訂房，對於酒店鞏固自己的客源市場具有重要意義。

六 是預訂的變更。預訂的變更是客人在抵達之前臨時改變預計的日期、人數、要求、期限、姓名和交通工具等，預訂變更後，要及時調整。



七 是超額預訂及其處理。超額預訂是酒店在一定時期內，有意識地使用其所接受的客房預訂數超過其客房接待能力的一種預訂現象，其目的是充分利用酒店客房，提高開房率。超額預訂應根據各自的實際情況，合理掌握超額預訂的「度」。如果因超額預訂而不能使客人入住，酒店應誠懇地向客人道歉，請求諒解，並立即與另一家相同等級的酒店聯繫，請求援助。如屬連住，則店內一有空房，在客人願意的情況下，再把客人接回來。

以上是在客房預訂方面的幾種技巧，也是預訂崗位的員工必須掌握的知識，這主要靠員工個人平時工作的積累。



4. 勞動紀律管理

前廳是酒店一個重要的接待場所，為了維護酒店形象和接待好來客，對員工遵守勞動紀律又須有更高的要求。必須遵守酒店的勞動紀律，工作時間不得無故竄崗、擅離職守，下班後不得在工作崗位逗留；上班時間嚴禁打私人電話，做與工作無關的事情；嚴格按照規定時間換飯，除用餐時間外，不得在當值期間吃東西；嚴禁在工作時間聚堆閒聊、會客和擅自領人參觀酒店；嚴禁在公共場所大聲喧嘩、嬉戲等等，而對前廳的員工有著更高的要求。工作中堅持站立、微笑、敬語、文明服務，使賓客倍感親切、安全，更不得與客人發生爭執，當發現問題時要及時報告部門經理與當值領班，由其處理。

5. 投訴管理

投訴管理包括接受投訴和處理投訴兩方面。接受投訴時，應保持冷靜，如有必要和可能，將投訴的客人請到妥善地點，用真誠、友好、謙和的態度耐心傾聽客人的意見；傾聽中不得表現出厭煩情緒，不能打斷客人的陳述；不可與客人爭辯或批評客人，而是讓客人情緒盡快平息；用和藹的語氣告訴客人，盡量表現出對客人的同情和尊重。處理投訴時，應向有關人員瞭解事情經過及原因，不能偏聽一面之詞。如屬酒店方面工作失誤，要誠懇地向客人道歉並承認錯誤，表示一定會改進，給客人一定的優惠予以彌補過失。對於本人權限內不能解決的客人投訴，要先向客人道歉，感謝客人的投訴，並立即逐級匯報。酒店將處理結果下達後要及時通知客人，真正不能解決的，再次向客人道歉，以求得客人的諒解。

6. 環境管理

前廳內要通入一定的自然光，適當配以各不相同的燈光，以保證良好的光照效果。前廳內客人主要活動區域的地面、牆面、吊燈等，應以暖色調為主，以烘托出豪華熱烈的氣氛。而前廳的服務環境及客人休息區域，色調應冷些，給人以寧靜、平和的心境，創造前廳特有的安靜、輕鬆的氣氛。前廳要有適當的溫度，良好的通風效果，適度的清新空氣，降低各種噪音，以輕柔舒適的背景音樂，美化前廳的環境，溫潤員工和顧客心境。

7. 大門管理

前廳大門通常由正門和邊門構成，大門的外觀要新穎、有特色，能對客人有較強的吸引力。酒店的正門多採用玻璃旋轉門，旋轉門的性能應可靠，螺絲要牢固，以防夾傷客人。為安全起見，酒店的正門在夜間應關閉只留邊門。酒店的大門前，應有供客人上下車的空間及回車道、停車場，客人進出方便、安全，正門外還應留有足夠的空間，以暫時擺放進出店團隊客人的行李。正門前台階旁還應設立專供殘疾客人輪椅出入店的坡道，以方便殘疾客人出入店。通常在大門口還鋪設一塊地毯，供客人擦乾淨鞋底後進入前廳，以維持前廳的整潔，防止濕鞋帶入前廳的水珠滑倒客人。

酒店前廳的工作繁重，容易產生情緒，但又千萬不能有情緒，要能忍一時之氣，方能除百日之憂。酒店要通過相關培訓，提高員工的素質，樹立良好的服務意識，擁有良好的語言表達能力和良好的心態，才能成為前廳的一名優秀的員工。酒店要為前廳的員工創造一個良好的環境，員工才會有個好心情。員工有了好心情，酒店才會有好形象，才會有優質服務。

化「有形」為「無形」服務

本刊編輯部

酒店服務質量的好壞，不僅影響客人的旅途情緒，而且事關酒店聲譽和效益。服務質量如何，關鍵在於服務能否到位，能否化「有形」為「無形」，讓客人在不知不覺中接受到優質的服務。服務到位涉及到酒店的方方面面，同時也是多種因素的綜合體。

態度到位

客人到酒店接受服務，他接觸的服務人員的態度在很大程度上影響著他對整個酒店服務的印象，並成為他評價酒店服務質量的重要因素。態度到位要求所有直接面對客人服務的人員，包括門童、行李員、前台接待人員、客房和餐飲服務人員等，服務時都必須重視客人、尊重客人，充分瞭解客人的心態和需求，想客人所想，幫客人所需。

態度到位還強調服務時態度要誠懇，是一種自然心態的流露，不是直接服務崗位的員工在酒店內也不能漠視客人。當然講到態度，不能不提到微笑，因為微笑是表現態度的一種重要的外在形式。現在我們很多酒店都在強調微笑服務，但實際上不少酒店員工服務中的微笑只是一種職業化的微笑，給客人的感覺是應付的多，發自內心的少，缺乏情感和親和力。另外，態度到位也要求酒店服務用語要文明、禮貌，基本的要求是「請」字開頭，「謝」字結尾。

技能到位

服務到位僅有態度還不夠，還必須有技能技巧作保證，比如對外賓服務，就要求酒店員工有較高的外語水平。技能技巧體現於酒店服務的各個方面和各個環節，不同崗位既有共性的要求，如溝通能力、協調能力、投訴處理能力、語言表達能力、預見能力、記住客人的能力等，也有個性的要求，如餐廳服務員的點菜能力、分菜能力、對食品營養的解釋能力，客房服務員排除客房設備簡單故障的能力、分析客人愛好的能力，前台服務識別客人類型和察言觀色的能力，保安人員的案情分析能力，商務服務人員的計算機技能等。有了這些能力，服務人員在服務時才能較好地滿足客人對酒店所期望的基本要求和某些特殊的要求，從而使服務到位在實際工作當中得到有效落實。



效率到位

效率到位在很大程度上體現於服務人員對服務節奏的把握上。隨著人們生活節奏的加快，現在酒店服務都在強調速度快、高效率，以減少客人等待時間，提高客人滿意度。

但服務節奏快慢也要根據客人的實際要求來進行調整，比如有一位客人在某酒店餐廳就餐時就對上菜太快深感不滿，原因是那天他與久違的老朋友見面，希望餐廳慢點上菜，以便他有足夠的時間和老朋友交談、暢飲，但酒店卻做不到，不到20分鐘，菜全上齊。因此，儘管該酒店餐飲服務效率很高，但卻是服務不到位的表現。同樣，如果兩位情人正在默默對視時，即使他們酒杯裡的酒所剩無幾，服務員也要過會兒才能上去為他們服務，這就是一種對服務節奏的準確把握。

方式到位

一般來說，酒店都有自己習慣的服務提供方式，客人也有自己習慣接受的服務方式，服務到位就要求酒店盡量按客人習慣接受的方式提供服務。

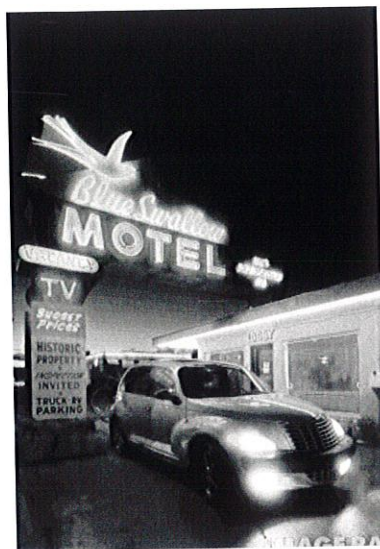
現在對酒店服務方式議論最多的恐怕就是中式鋪床、西式鋪床了。當前我國還有很多酒店為客人提供的是西式鋪床服務，但是，當客人前一天晚上睡覺是把被子全部拉出來蓋在身上，客房服務員第二天卻還是為客人整整齊齊做好西式鋪床，這種服務方式儘管酒店投入了不少時間和精力，但卻是不到位的，到位就要為客人做其習慣的中式鋪床。

還有，如果不是正式的宴會，高星級酒店的分菜服務方式也值得商榷，因為客人的口味、偏好、食量等都不同，因此在分菜就餐時往往浪費的多，沒有滿足的也多。

細節到位

高質量的酒店服務都非常關注細節，細節到位往往能給客人留下深刻的印象，為客人口碑打下較好的基礎。比如宴會上，服務員瞭解到賓客中有位糖尿病患者，就主動地為他送上一碗無糖的芋頭湯；確定客人中有人過生日時，就通知有關管理人員送來一個生日蛋糕，帶上溫馨的祝福；有客人腸胃不舒服時，服務員馬上把一碗清淡的麵條送至房間等，這些都是細節到位的表現。

但現在不少酒店在服務過程中對細節有所忽略，例如，當客人還在房間休息或辦一些事情時，總是有服務員來敲門問房間是否需要打掃和整理，這給客人的感覺就不是很好，到位的服務要求酒店應當盡量避免這種情況的出現。



嚴長壽的飯店觀

本刊編輯部

小傳嚴長壽

嚴長壽，1948年8月出生，是當今台灣乃至世界上最傑出的企業家之一。曾榮獲：德國柏林國際觀光金舵獎、加拿大溫哥華十大傑出企業領袖獎、亞太旅行協會傑出貢獻獎、台灣第五屆菁鑽大章獎及台灣傑出公關獎等諸多獎項。嚴長壽高中畢業後，服兵役三年。退伍後，在整整六個月找不到工作的情況下，接受了美國運通台灣公司最基層的工作——傳達。由於他對自我有極其清醒的認識與不同尋常的努力，在短短的五年中，他從傳達、總務、機場代表、業務代表、副經理一路躍升至總經理的位置，並帶領公司扭虧為盈。1979年，年僅32歲的他應邀出任台北亞都麗致大飯店總裁。又是他將一個不被任何人看好的飯店，經營成全台灣最著名的飯店之一，創造了一個又一個奇跡。

由於嚴長壽卓越的表現與貢獻，他曾擔任青年總裁協會亞太區副總裁及1992年世界研習會主席、台灣觀光協會會長、台灣觀光局顧問、中華美食推廣委員會主任委員和台北國際旅展主任委員等職。近年來所著《總裁獅子心》、《御風而上》皆入選台灣金石堂年度最具影響力書籍；2008年新著《我所看見的未來》和《做自己與別人生命中的天使》新鮮出爐，好評如潮……



轉行飯店業

正當嚴長壽一路前行、一路攀升、前程似錦，事業和榮耀又將青睞他時，在他正值風華正茂的青春年華，運通美國總部擬調他去總部鍛煉，欲提升他為運通亞洲地區副總裁之際，嚴長壽在人生的十字路口進行著一次重大的抉擇：是按美國運通（全球最大的旅行社）總部為他設計的線路走下去，還是另闢蹊徑？他在思考與分析！這不僅使運通美國總部及運通各公司的同行們不理解，也使台灣地區旅行行業的同行及他的台灣朋友們大惑不解：這正是上升和大展宏圖的絕佳機會，還有什麼可猶豫的？

然而，嚴長壽經過冷靜地分析，他做出了一個重要的決定性的選擇：轉行飯店業！他沒去運通總部及未來的亞洲地區運通負責人任職。嚴長壽所處的上個世紀70年代末的台灣經濟，是亞洲四小龍之一，他展望台灣經濟和亞洲經濟，對台灣地區的觀光業和飯店業充滿信心。他決定從事飯店業的經營！這個定位，這個決定他一直堅守了30年，從未後悔，從未中斷，境界不斷攀升，以至台灣飯店業教父！

飯店兩類型

做飯店經營從哪裡開始？即做什麼類型的飯店？這個定位問題使嚴長壽頗費思量。他觀察到，來台灣的客人有兩大類型：一類是觀光旅遊客人。他們是放鬆身心、遊山玩水、尋求美好、滿心歡喜的旅遊觀光者；另一類是商務客人，即來台灣投資、洽談生意、合作經營、負有壓力、精神凝重、面帶倦色的經商人士。這兩類客人涇渭分明地產生兩種不同類型的飯店經營方式，一類是接待觀光客的旅遊觀光型飯店，另一類是滿足商務和生意人的商務型飯店。

嚴長壽認為，對於為那些興高采烈、滿臉歡笑的觀光客經營的飯店，他不想錦上添花；而對那些奔波生意場上，心理壓力頗大、灰頭土臉、一身疲憊的這類客人懷有惻隱之心，希望經營這類商務型酒店，給這些客人雪中送炭，希望能減輕他們的心理壓力，為他們創造一個輕鬆愉快的家。雖然當時在台灣觀光旅遊的客人占80%，生意紅火又好做；而商務客人雖然只佔20%，但是嚴長壽就是這樣選定了做台灣的商務飯店，以減輕緩解商務客人的疲憊身心。

經營有心得

經營旅遊觀光型的飯店，相對而言比較簡單，它是按一定標準提供統一餐飲和客房服務；而經營商務型的飯店，對於每一個商務客人來說，都是個性化的服務。嚴長壽觀察客人需求，滿足客人需求，在經營商務型飯店時，誠心為客人提供針對性的貼心服務：



1、從機場開始

嚴長壽把飯店的服務，向前延伸到機場。客人一下飛機，飯店就有專門的商務車接待客人。接待人員在客人一出機場就能叫出被接待客人的名字，這使客人一下飛機就感到很親切、溫馨，這些都表示飯店很在乎客人的到來。

2、坐下來Check-in

以往飯店的總台，總是圍得嚴嚴實實，生怕別人進去丟了東西。嚴長壽通過觀察並認為，這是對客人的不放心。它給客人心理上、視覺上帶來對飯店的隔閡。客人看了也不順眼，這好像是對員工的保護牆。嚴長壽認為，要使飯店的總台員工從有形的隔離牆中走出來，從心理上和視覺上與客人零距離。所以嚴長壽在70年代末、80年代初就率先在台灣飯店業中拆掉總台的藩籬：總台就設兩張桌子，幾張椅子，讓客人有回家的感覺，這也是客尊我卑的服務，請客人坐下來入住登記。

3、專用名片

商務客人到了房間，有專門為客人設置的專用名片，上面寫有「這是您台北的家」、客人的姓名以及「家」裡提供有關的針對性服務的內等等。

4、「離開家的家」

嚴長壽一開始就提出要把商務飯店做成商務客人離開家的家，要有家的溫馨、方便和舒適。

5、「離開辦公室的辦公室」

嚴長壽注意研究商務客人的需求。他發現商務客人到了飯店，其商務活動不會停止，因而他把商務飯店做成移動的辦公室。大家熟知的，蘇州亞致精品酒店是台灣麗致酒店集團投資的、嚴長壽總裁設計的。酒店中的各類商務辦公設施，使得住店的商務客人得心應手地處理商務、洽談生意、處理各類文件和與外界順暢溝通，客人感到非常方便。

6、配置商務秘書

嚴長壽希望把自己經營的商務飯店做細、做特。他特意從菲律賓和新加坡請來訓練有素的商務秘書，為下榻飯店的商務客人擔任行政秘書，幫助客人處理繁雜的商務行政事務，讓商務客人輕鬆、自如地應付生意。這類訓練有素的行政秘書，是商務客人的好幫手、好助手，在生意場上的作用亦非同小可。

7、雞尾酒會

每隔幾天，飯店就會為駐店的商務客人舉辦雞尾酒會。飯店總經理、部門經理以及所有客人都可以參與其間，此舉為酒店與客溝通了平台，更為商務客人之間的溝通提供了舒適的氛圍。

服務用真情，培訓下功夫

嚴長壽認為，商務飯店的對客服務要講個性化、人性化，但更要用真情實感。他觀察並深刻剖析一般飯店的表面化、機械化的服務：門鈴一響：「歡迎光臨！」這種類似小和尚唸經，有口無心式的服務，是不可能打動客人的。嚴長壽說，真正的服務是用心服務，是真情服務。而眼睛、眼神是心靈的窗戶。他認為，飯店服務人員，要學會用眼睛注視客人，代表你在用心。如果員工眼光躲閃或游離客人，則說明我們的員工沒有自信。嚴長壽說，在對客服務以及與客人溝通交流時，不僅眼睛要看著客人，還要學會用眼睛說服客人。來自心靈的誠懇和表達，是與客人成功溝通的重要因素。

親臨培訓，是嚴長壽的一大特點。嚴長壽對集團內新開張的飯店，常常是不顧自己已過六十的年紀，親臨新飯店及正在籌建時的飯店，對新員工進行培訓。他是集團連鎖飯店的總裁、台灣飯店業教父，這樣重量級的企業領袖，還十分重視新飯店的新員工的培訓，著實令人欽佩和感動。在飯店員工培訓上，他始終堅持這樣幾個觀點：一是在飯店的籌建階段，就要同時進行員工培訓。蘇州亞致酒店在開業前的一年多時間裡，就一直堅持嚴格、高標準的培訓，員工培訓與硬件建設一樣重要。二是儘管經過培訓後的員工流失到其他飯店，他也不改重視培訓、不斷培訓的初衷，對新招聘的員工還得進行培訓。三是堅持培訓，狠抓培訓不放鬆，還要深化培訓。四是不光要重視技能操作培訓，還要重視態度和服務知識的培訓。五是要特別關注員工與客人溝通能力的培訓，關注員工自信力的提升和員工整體素質及團隊素質的提升。目前，嚴長壽的麗致酒店集團投資的飯店以及所管轄的飯店，對員工培訓是訓練有加、訓練有素、訓練得法，旗下所屬飯店的顧客滿意度在台灣的飯店業中名列前茅。

21世紀現代酒店員工應具備的意識

本刊編輯部



21

現代酒店業競爭的決定性因素，不在於物，而在於人力資源水平的高低，員工整體素質的優良。進入新世紀，面對國內國外酒店統一大市場的形成，酒店業競爭必將變得日趨複雜、激烈，優勝劣汰、弱肉強食的局面必將形成。國內酒店要想在激烈的競爭中求生存、求發展，做百年老店，就必須重視員工隊伍的培養建設，重視基層服務人員的學習塑造。縱觀假日集團、希爾頓集團，他們之所以能成為百年老店、酒店巨人，關鍵一點是重視管理與服務人員的塑造與培養，重視員工的學習提高和創新意識。假日在全球建立了多家「假日大學」，希爾頓建立了自己的「希爾頓酒店管理學院」，人才培養，特別是基層服務人員的培養，在這些集團中都得到了高度重視。假日、希爾頓世界各地的老總、總監，多數是從基層中走出來的。有了滿意的員工，才会有滿意的顧客，有了一流素質的服務人員，酒店才會有一流的服務與文化。作為酒店的管理者，在進入新世紀之時，決不能再把員工隊伍單純地看成是一個基層服務群體，一個只需按規範化、標準化操作的服務隊伍。而應該把自己的員工隊伍努力培養和塑造成一支不斷學習、進取的隊伍，一支具有市場意識、競爭意識的隊伍，一支具有成本、環保、創新意識的隊伍。下面我們就來簡單談談，21世紀現代酒店員工應具備哪些意識。

一、市場意識

進入市場經濟，酒店好的經濟效益、社會聲譽，不光是靠管理層的努力就能夠完成的，而需要酒店中每位員工的共同努力才能做到。現代酒店員工除了愛崗敬業，完成本職工作外，還要有人人促銷、人人參與市場開發、人人推銷酒店、宣傳酒店的意識行為。同時，在社會外部大市場、酒店內部小市場、對客服務的具體工作中發現潛在的客源商機，接待好老顧客、留住新顧客，都是員工應具備的市場開發意識、客源競爭意識的體現。所以，現代酒店員工應該具有強烈的市場意識，在酒店中如果只有管理者有市場意識，而普通員工無市場意識，那這個酒店的入住率、經濟效益是可想而知的。

二、競爭意識

進入新世紀，作為酒店的員工必須懂得：入職競爭、崗位競爭、服務競爭、生存競爭是無處不在的；競爭機制在國有、民營、外資酒店中是無處不有的。「市場不相信眼淚，競爭不同情弱者」，要想使自己變得強大，做為新時代的酒店員工必須具有強烈的競爭意識、敬業意識、努力掌握好本崗位的工作程序、設備的操作方法，做好規範化、標準化、個性化服務，牢固樹立顧客至上、一絲不苟的工作作風。只有競爭意識強、學習慾望高的員工，才能在競爭激烈的社會中不斷提升自己、充實自己，才不至於遭到酒店與社會的淘汰。

三、危機意識

一個有著憂患意識的民族，才是一個有強大生命力的民族、有希望的民族。一個有著危機意識、憂患意識、壓力感、緊迫感的酒店，才是一個有希望的酒店。做為現代酒店的員工，除了具有市場意識、競爭意識外，還應具備一個很重要的意識——危機意識。人只有在危機面前，才能發奮圖強、格外清醒，才能變壓力感、緊迫感、危機感為動力。酒店管理者在員工入職培訓之時，就應教育每一位員工懂得危機，知曉在市場經濟中危機是無處不在、無處不有的。酒店在輝煌時要講危機，在不景氣時更要大講危機，只有樹立全員危機感、緊迫感，酒店才能立足激烈的市場競爭，才能變危機為轉機、為良機。

四、服務意識

作為酒店的員工，可以說服務是基礎、服務是靈魂，服務是酒店中最容易做好，又最難做好的工作。樹立「客人滿意，是對我們服務工作的最高獎賞與評價」的思想。始終牢記，酒店給客人提供的最重要的產品是服務，而服務這種產品，一旦提供給客人的是劣質的、不合格的、不滿意的，那將是永遠無法更換和改變的。它不但影響酒店的聲譽與形象，而且也證明我們服務人員的服務技能、服務行為不合格。21世紀，酒店業的競爭將主要體現在服務的競爭上，所以需要我們服務人員必須樹立高度的、強烈的、視優質服務為企業生命的服務意識。

五、文化意識

文化是21世紀酒店品牌競爭，酒店企業凝聚力、生存力與生命力競爭的基礎。現代酒店不

但需要員工的知識面越廣、越寬越好，而且要求酒店員工要具有較高的文化意識，成為一專多能的複合型人才。員工除具有廣博的知識、精湛的技藝之外，還需要具有良好的心理素質、藝術修養、職業道德等。有了一支文化意識強大的員工隊伍，酒店文化氛圍一定是很濃郁的，員工所展示出的素質、知識面、文明修養、服務意識、服務技巧、服務水準都是高人一等的。

六、成本意識

酒店效益、酒店成本在每個員工的手中。現代酒店員工，除了有良好的服務意識，做好本職工作外，還必須具備「開源節流、節能增效」的成本意識。堅決控制好自己工作區域內的水、電、氣、低耗品的使用，杜絕水長流、燈長明的現象發生。做好酒店設備、設施的維護保養，減少維修、降低物耗，做好人人節約一滴水、一度電、一張紙的活動。如果酒店成本控制工作、成本意識在員工中深入人心了，每個員工都有上佳的成本意識，那麼酒店從中所獲取的經濟效益將是巨大的。

七、環保意識

綠色環保已成為21世紀現代酒店發展的潮流，新世紀的酒店員工必須懂得一定的環保知識，並在日常工作、生活中，做好環境保護工作、節能降耗工作、綠化美化工作，減少污染、減少浪費，努力使自己遵循創建綠色酒店的實施原則，把環保意識融入到自己的日常對客服務中，使自己真正成為一名服務與環保的優秀員工，使我們的酒店成為可持續性發展的酒店。

八、美學意識

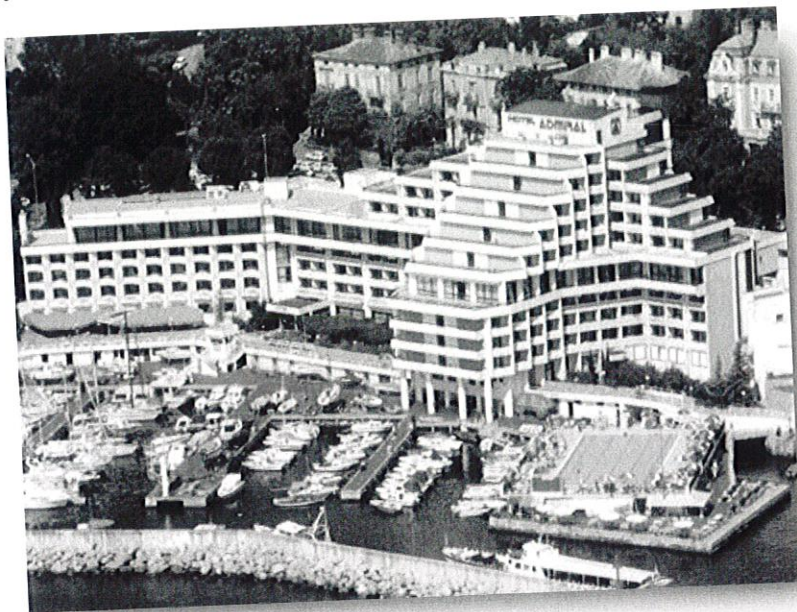
酒店及其服務人員作為賓客的一種特殊審美對象，只有具有一定的美學修養、審美意識，能夠欣賞美、創造美，不斷提高酒店的文化美、服務美、行為美、環境美、語言美、裝飾美等，才能在競爭中立於不敗之地。所以，酒店之間的競爭可以說是美的競爭、審美檔次的競爭，誰能夠真正為顧客提供一個優美、舒適的環境，給賓客以高品位的美的享受，誰就能在這種競爭中站穩腳跟，為酒店創造效益。

九、創新意識

21世紀是知識經濟時代，做為酒店服務工作人員，除了紮實的掌握好服務的規範化、標準化以外，在服務工作中還要因人、因時、因地的做好個性化服務、特殊服務、超值服務，在工作中有創新意識，不能死搬教條和書本知識，創新是延伸服務和發展服務的生命。現代酒店員工需要變革和創新意識，去創造新的服務、新的文化、新的經營、新的營銷理念，一言蔽之，即充分運用知識的變革去創新。

十、協調意識

隨著現代酒店大量引入高新技術，協調、溝通、協作在現代酒店中顯得越來越重要。二線為一線服務、一線為賓客服務，現代酒店就像一部龐大而複雜的機器，而我們每個員工，又是身處不同崗位的螺絲釘、零部件，不但要忠於職守，有責任意識、紀律意識，更要有與上下級之間、同事之間、部門之間的協調、溝通、協作意識。只有這樣，信息傳遞、工作銜接、工作指令的傳達，才不會脫節，才能保證這部機器的良性運轉。現今酒店員工多為獨生子女，他們以自我為中心的意識較強，在溝通、協調上的自覺性不夠。新世紀的酒店員工培訓，必須重視對新員工協調、協作、團隊精神的培養和教育，教育他們樹立強烈的集體觀念、全局意識、協調意識，才能保證我們的酒店在21世紀激烈的市場競爭中立於不敗之地。

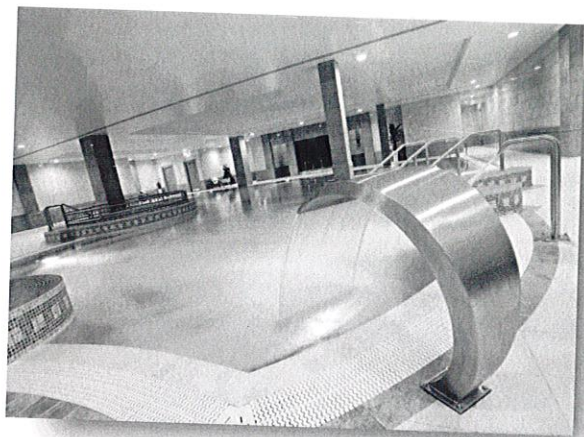


南加州旅館業30年史話

僑務委員、前會長 廖聰明

我於1973年移居美國至今，曾擔任「南加州台灣旅館同業公會」兩屆會長。三十多年以來，不曾間斷擔任各種僑社會長，親自目睹並領導社團之成長，變化過程，也從事經營旅館業到現在，茲就本人親身體驗，以及所見所聞簡述「華人經營旅館30年史話」供大家參考與指教。

早期從台灣移民美國的華人，大部份都是留學生。因為當時政府規定，要移民美國以出國留學最為捷徑。然而從一九七三年以後，美國更加開放移民政策，後來美國創業的移民逐漸增加，而以開設旅館業為安身立命的根基，培養下一代融入美國主流社會，成為醫師、律師，甚至高級的民意代表，而感到完成了「美國之夢」。



投資旅館業有好處

有句話說「有斯土，斯有財」。這句話用來形容旅館業，絕對是最適當的用語。旅館業既有土地，又有房屋，經營方式不管是自營或出租，均屬有收入的不動產(INCOME PROPERTY)。美國「富比士雜誌」每年列出世界五百大富豪，有80%以上與經營房地產有關連，足以證明房地產確屬「有斯土，斯有財」。因為一旦擁有旅館房地產後，不管白天與晚上，一年三百六十五天，天天都有收入，日以繼夜連睡覺的時間也不例外。

投資旅館事業雖不若人人稱羨的自由職業，如醫師、律師、會計師、藥劑師、工程師、精算師、保險師…等等，有很高的社會地位，但這些「師」級的人到了退休年齡後，勞務付出停止後收入即告終止，不能像旅館房地產可以一直出租而收取租金。

華人起初創業，由於語言及資金有限，而選擇較少投入資金的小型旅館，既可以安定生活，不必開車上下班而節省交通費；因全家大小都住在旅館，也節省租金及水電費開支，管理及清潔工作全家大小包辦，不必假藉外人又省工資，如果生意旺，就聘請人員協助，進可攻退可守，加上華人一向克勤克儉的耐勞精神，不但教育下一代克苦創業的好榜樣，而且儲蓄不斷增加，接著就從二級汽車小型旅館慢慢轉型為大型旅館，時至今日擁有五星級的世界連鎖飯店大有人在。

為了世代傳承，將子女送進有名大學——如康乃爾大學等等，專攻旅館科系後，接棒父母的小型旅館，進而接二連三併購其他旅館，又更進一步成為旅館管理公司，接受委託經營，令美國主流社會刮目相看與並駕齊驅，儼然成為美國主流企業之一。

旅館業失敗的教訓

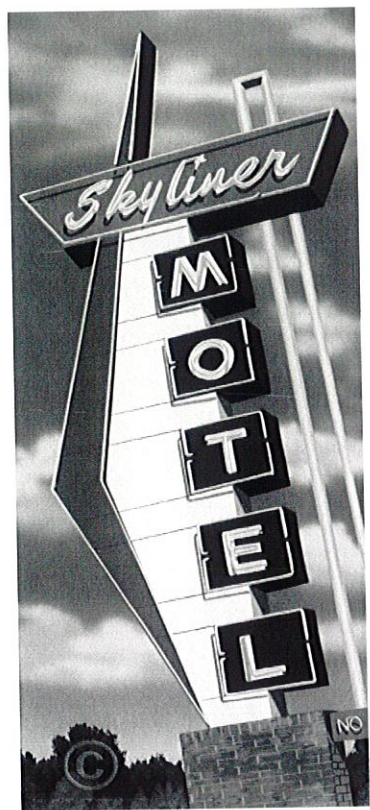
成功非偶然，而是一步一腳印，努力奮鬥的成果。以上所陳述的是順利經營旅館成功的例子。但也不少失敗的案例。因為有人墨守成規，固執己見，以為勤儉就可以成功致富，而不入鄉隨俗，去學習美國人的風俗習慣；不識時機的好壞而亂投資，只顧旅館營收而不顧維修與更新設備，不斷惡性循環，更有不遵從法令違規營業者，不向同業切磋待人接物的方法，只認為少開銷多少入就是賺錢之道，殊不知只要收入大於開銷，就不必斤斤計較有多少的支出費用，因為不管任何生意，都必須先有開支然後才有收入。

旅館業曾在一九九五年數年間，因遭逢經濟不景氣衝擊，有不少同業頻臨破產階段，筆者適任公會會長，而眼見同業的困境，透過僑委會協調，洽請「華僑信用貸款保證基金」（現已改稱為「海外信用保證基金」），向當地經辦華資銀行融資後，有不少同業解決了燃眉之急，終於幸存經營至今，而日進斗金者不計其數。此項貸款危機之獲得圓滿解決，實歸功於僑委會盡心盡力協調有關機構有以致之，其照顧僑胞之用心與政府倡導回饋僑胞之美意相吻合。如今台灣發生八八水災，美國各地僑胞基於人溺己溺的愛心，紛紛慷慨解囊，實屬互為因果，而展現「天災雖無情同胞有愛」，海內外同胞能血濃於水的民族感情溢於言表。

投資旅館業不能憑僥倖

經營旅館業，有的靠買入然後賣出大賺其錢，可是這種機會並不多，要等幾十年才有機會，以後的機會更少，不能憑僥倖心理；依經營得法賺錢，經營得當日進斗金，錢財滾滾而來，才是正常經營之道。華人大部份業者都是循這種方法致富。

因為經營旅館具有雙重增值，租金隨物價上漲而增加營收，旅館房地產隨租金上揚而水漲船高。如能固守經營十年以上，不管繼續經營或出售，其淨值少者百萬以上。雖然日夜辛苦，必然有其代價。所以這種行業比較適合退休年齡的家族經營。早期華人都是從美國退休人員經營手中的旅館買進，然後才漸漸擴大就是一個明證。





然而投資房地產並不限於旅館業，如商業大樓、集合住宅、商業倉庫、購物中心、工業區樓房…等等，必須趁房地產低落時買入，不可亂投入以避免風險。因為房地產有漲落潮，必要時要請教投資專家，再加上個人的判斷力。而且地點的選擇也非常重要，如未來發展的趨勢及逐漸沒落的地方。可以買入房地產的三要點——所謂的「LOCATION, LOCATION AND LOCATION」，第一是地點，第二也是地點，第三更要注重地點。

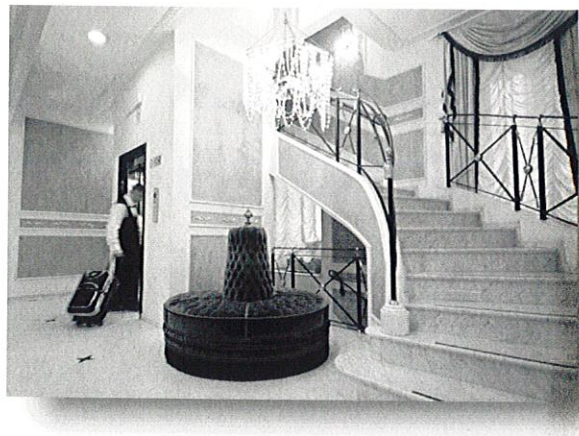
「南加州台灣旅館業同業公會」，已成立30多年。很多業主於事業有成之餘，均踴躍參與社團公益事業，及愛鄉愛國運動，熱心參與美國主流各項活動亦不例外，而甚獲各界之肯定乃有大洛杉磯五大社團之一的美譽，實屬實至名歸。由於旅館業主大部份來自台灣的新移民，基於民族感情與台灣的互動關係良好，在中華民國僑務委員會的輔導下，來往十分親密切。環看各社團中，旅館業之財富畢竟冠蓋群倫，因而在南加州扮演舉足輕重的角色。

「信用」是人生的第二生命，尤其是在美國有了良好的信用記錄，則無往不利，經營商業更為重要，切不可掉以輕心。人的一生有起有伏不定，經營商業也不例外，如何將生意的危機轉為轉機，端看經營者的判斷與眼光，要正視面對的問題而解決問題，否則問題永遠存在而未解決。

人生財務的增加可以分成三階段：年青時學校畢業後，要靠自身的勞力去賺錢，才能體驗人生工作的辛勞，一餐一宿來得非易，不管你的家庭貧窮或富裕，中年後要運用別人替你賺錢，比如當公司的經理或董事長，到了年老後，必須依靠以錢賺錢，因為身心已不如前。

旅館業是百業之一環。「行行出狀元，路路通羅馬」，只要我們遵行人人成功的法則，以正當的途徑經營事業，旅館這一行業是取之不盡用之不竭的。

財富的增加不僅可以改善家庭及個人的生活，提昇生活品質，才有能力服務社區貢獻社會，願以此文與同業及青少年朋友共勉之。



本刊園地公開歡迎
投稿，來稿本刊有
權刪改，不願刪改
請註明。

A Primer On

Employment Practices

Liability (EPL) Insurance

Every employer, large or small, may be the target of a legal action from a past, present, or prospective employee. The number and frequency of employment-related claims continues to increase along with the legal, administrative, and soft costs to the employer to resolve such claims. Employment Practices Liability ("EPL") insurance can protect an employer in the event of such claims and it can be a benefit to an employer.

EPL insurance is most often designed to provide comprehensive protection against a long list of events arising out of the employment relationship. The coverage terms usually extend beyond just the business entity, and can include employees, Board of Directors, Officers, and in some cases, a third party. Coverage may be triggered by a written demand for money damages, a civil lawsuit that is commenced by the service of a complaint or similar pleading, an arbitration proceeding, or a formal administrative or regulatory proceeding commenced by the filing of a notice of charge, formal investigative order, or similar document.

EPL insurance can be a worthwhile investment for an employer, but it is important to be informed prior to "shopping around" the insurance market. Employers often have mistaken beliefs or assumptions about this insurance product. For example, many employers believe that as the named insured, they will be able to select the legal counsel they desire to represent the company. Many employers think that they are free to act and make decisions about claims on their own, just like they did before purchasing EPL coverage. This is not entirely accurate. Insurance policies have very strict terms and conditions, including how a claim needs to be reported and what information is required before coverage is provided. The requirements also restrict the employer's ability to act on its own behalf, and for some, this can be a rude awakening. In many cases, the employer surrenders its right to make important decisions to the insurance company, including selecting defense counsel, deciding on defense strategy, whether to settle, and the amount of any settlement.

Employers may also believe that once the premium is paid, there will be no additional costs throughout the term of the policy. While in some cases this may be true, employers must thoroughly examine their policy, preferably with the help of legal counsel and an insurance professional, to determine the extent of coverage the policy will provide. Another common misperception is that if a claim is made, insurance will be provided up to the policy limits without further expense to the employer. Sometimes this is true, but many insurance companies have inserted "coinsurance" clauses into their policy forms, which require that the employer participate in any settlement, up to a certain percentage. Employers may also assume that every EPL insurance policy is basically the same, and will cover everything that is employment-related. This is absolutely not true. There are currently 162 insurance companies offering EPL insurance, and each company's policy form can be quite different, sometimes remarkably different.

Many business owners underestimate the risk of loss in this area and the resulting negative impact on their business. Most employers, (whether large or small), face challenges when trying to properly assess their level of risk, what limit of insurance to buy, and whether or not a particular policy is structured to respond to their specific needs. If you are considering or renewing EPL coverage, here are some things to keep in mind:

- **READ YOUR POLICY DOCUMENTS CAREFULLY.**

You may want to involve your legal advisor when considering a specific policy.

- Proactively work as a team with your human resources manager (or designated executive), legal counsel, insurance and risk management professional, and CPA/financial professionals to identify and analyze the risks associated with your particular business and work force.
- Maintain current employment policies and procedures, updated frequently to reflect changes in the law. Most carriers require up-to-date policies as a condition to coverage.
- Review your employment-related insurance policies annually with both legal counsel and an insurance professional to ensure that you have the most up-to-date information about policy terms and conditions, at an appropriate cost for your organization.



From the Inside Looking Out

—Managing Your Online Recruiting

Gone are the days of simply posting job openings on cafeteria bulletin boards or in local classified sections. Like many other aspects of commerce, employee recruiting has migrated largely to the electronic world. As this migration continues to evolve, employers must consider the potential impact of the employment discrimination laws on their electronic recruiting activities. This is especially true as many employers are overwhelmed by large numbers of applicants—many of them via electronic job postings—for relatively few openings.

Electronic recruiting is efficient and cost effective, but not without peril. Federal and state employment discrimination laws prohibit discrimination against job applicants, including electronic applicants. To avoid exposure to litigation, you must develop and maintain your electronic recruiting strategy with a watchful eye on employment discrimination laws.

Where to post in cyber space? Why should you care where you post?

Popular Online recruiting sites include your organization's website; Monster.com and Careerbuilder.com; newspapers, college, university and trade association websites; and urban area classified sites like Craig's List.

When choosing an electronic job board, including your own website, consider cost, amount of exposure to applicant pools, and reputation. However, because of the nature of the electronic medium, other factors also must be reviewed. Responding to an electronic job posting requires applicants to transmit electronically personal data and information. Protecting such data against security breaches, identity theft, invasion of privacy and fraud is critical whether using your own website or a third party's.

Security levels vary among job boards. Therefore, vet each one independently. Visitors to any job board should be able to access and review the Security and Privacy Policy. Your I.T. department may be helpful in reviewing these policies.

Failure to take adequate precautions to insure against security breaches, invasion of privacy, identity theft, and fraud could result in harm to your reputation and claims of negligence against your organization for failing to protect your applicants.

Job Description Contents: Don't skimp on details!

Electronic communication is sometimes abbreviated and more casual than non-electronic communication. This communication style can be detrimental to employers if applied to electronic job

postings. Because job descriptions form the basis of what you require and expect of each employee it is critical that they be as detailed and comprehensive as possible, including at the recruiting stage. They often serve as your most important defense in employment litigation. Failure to have a well-documented job description may result in having to delay or forego employee discipline when necessary; it may also impair your ability to defend employment discrimination allegations.

Electronic job boards often summarize job descriptions. While a summary may be efficient for some purposes it is not the best format for employers. All job descriptions provided to an electronic job board should be as detailed and robust as anything you'd publish in hard copy. Inquire about and insist that the full text of anything you provide is published in an easy to find place, even if the job board also includes summary descriptions. This will reduce the opportunity for applicants and/or employees to rely on summary descriptions if problems arise later. And, to insure the integrity of your job descriptions, always review them after posting.

Instructing the Applicants on How to Apply: Yes, It's a good idea

The electronic recruiting format requires that you include specific instructions for completing your application process. Simply requesting applicants to email their resumes to the contact person in this age of multiple applications for document creation, review, and transmission will not suffice. To avoid allegations of discrimination,

you need to let all applicants know what form of electronic communication your organization is equipped and willing to receive. This includes letting them know of any systems and strategy constraints. Systems constraints include identifying the types of files your system is able to receive and review, e.g., Adobe Acrobat, MS Word, Plain Txt, etc. It is equally important to let applicants know that information received in other formats will be rejected. Strategy restrictions include rejecting email attachments but accepting email text or preferring email responses to resumes sent via the USPS. The idea is to insure all individuals viewing your job postings have the same information regarding how and in what format you will accept responses.

Creating Guidelines to Manage a High Volume of Responses

Because of the ease and cost effectiveness of online recruiting and the tight labor market, employers are inundated with large numbers of applicants, oftentimes numbering in the thousands, for each position. The sheer volume can make it impossible for an organization to respond to all applicants.

To manage such volume, establish written criteria for managing responses and communicate these to all applicants online. It helps avoid and defend against allegations that you discriminated in deciding to whom you respond.



Tips for posting an attractive job

Studies show that candidate's use a few key items to search for a new position: Location, Category, & Keywords. Therefore you want to focus on these items when posting a position.

Formatting - 5 things every job posting should contain:

1. Company Information: position both your company and the services that you provide.
2. Position Description: provide an overview of the position and all things attractive about the job.
3. Requirements: Basic/"must have" skills & preferred/"nice to have" skills.
4. Benefits: Seal the deal here. Include anything competitive or attractive about your organization and the benefits of working for you.
5. Call to Action: Tell candidates what to do next, ie.: Apply On Line, E-mail or Fax a resume, Call (555) 555-5555, etc.

Job Titles:

1. Don't Abbreviate! "ES GM, CWDS Ft. Laud." won't attract as many candidates as, "Extended Stay General Manager, Candlewood Suites Fort Lauderdale Airport".

2. Be Specific – Don't just title your position "General Manager", most title fields will allow you to write almost unlimited text. "Extended Stay General Manager, Candlewood Suites Fort Lauderdale Airport" gives the candidate much more information about the position up front.

Job Description:

- Be Clear and Concise – it is not necessary to have the entire job description in your posting, be clear & hit the highlights. Emphasize the attractive things about the position and the key responsibilities/skills. You can always give the candidate a complete job description when you invite them in for an interview.
- Make sure that applicants know who the employer is and that the hotel is not an IHG corporate/managed hotel.

Legal Jargin:

- Make sure that your job postings comply with the law, including EEO and discrimination laws.

Sample Job Postings

When posting an advertisement on-line or writing one for the newspaper, review what other postings are listed. You want to make sure you portray a clear picture of what your candidate requirements are and the responsibilities specific to your hotel and operations.

Make the Ads stand out with interesting copy. Please see the samples below

On-Line:

General Manager Candlewood Suites Fort Lauderdale Airport/Cruise Port Hotel

Welcome to **Ft. Lauderdale's** newest extended stay hotel, the Candlewood Suites Ft. Lauderdale Airport/Cruise Port Hotel, an independently owned and operated hotel that is a member of the IHG family of brands, where guests feel at home staying in their studio or 1 bedroom suite and enjoying all the amenities of home.

We currently have a position available as a **General Manager**. This challenging position has overall responsibility for managing the operations of the hotel to maximize profitability, ensure superior service and product quality, and drive brand and value initiatives, hotel performance, and the development of people.

Key responsibilities of the role include:

- Manage day-to-day operations and assignments of the hotel. Plan and organize work, communicate goals, and schedule/assign work. Comply with and advise staff of formal policies and procedures, identify options and resolve issues. Initiate salary, disciplinary, or other staff-related actions in accordance with company rules and policies. Alert regional management or corporate office of serious issues.
- Ensure that product quality standards are met in all areas of the hotel as it relates to the appearance, levels of maintenance and cleanliness; establish and maintain preventative maintenance programs to protect the physical assets of the hotel.. Achieve productivity and quality goals.
- Establish performance goals for employees and provide regular feedback. Develop a succession plan to ensure adequate future bench strength. Ensure all staff are properly trained and have the tools and equipment needed to effectively carry out their job functions.
- Ensure a safe and secure environment for guests, employees, and hotel assets. Comply with all standards and inspection requirements.

What you'll need: Bachelor's degree in Hotel Administration, Business Administration or equivalent preferred, along with 2-4 years of general management experience. Must speak fluent English. Other languages preferred.

What you'll receive: Competitive Salary, benefits package including 401(k), career growth, and training opportunities.

What to do next: For Consideration please click "Apply Online" and submit your application.

Equal Opportunity Employer, M/F/D/V

Newspaper:

If you love leading people, we'd love to meet you!

Not everyone is a born leader. But those who are, work as General Managers at A Holiday Inn® hotel. If you can inspire people to go the extra mile for our guests. And if you can develop a staff that is dedicated, generous and compassionate – in a word: caring. If that sounds like you, you belong at Holiday Inn.

We're looking for a few good leaders

Leadership is in short supply. If you have it, you've got what it takes to be a General Manager at a Holiday Inn® hotel. If you can inspire people to go the extra mile for your guests. And if you can develop a staff that is dedicated, generous and compassionate – in a word: caring. If that sounds like you, you belong at Holiday Inn.

This isn't a job lead. It's a job for leaders.

Leadership is in short supply. If you have it, you've got what it takes to be a General Manager at a Holiday Inn® hotel. If you can inspire people to go the extra mile for your guests. And if you can develop a staff that is dedicated, generous and compassionate – in a word: caring. If that sounds like you, you belong at Holiday Inn.

Candlewood Suites – Ft. Lauderdale Airport

Whatever your passion, at Candlewood Suites – Ft. Lauderdale Airport we're interested in YOU. We currently have the following vacancies:

Reservations Agent (Ref: FOR000001)
Room Attendants (Ref: FOR000002)

In return, we will shape and develop your future with us, and offer a free uniform, meals on duty, extensive discounts including hotel discounts worldwide and a 401(k) plan.

Apply online at www.hotelcareers.com and search on the relevant reference number.

We are an equal opportunity employer.



Part of the IHG family of brands.
Independently owned and operated.

This Toolkit and the information contained herein have been as developed as guidance and a resource for owners of franchise hotels about selected topics, with the expectation that owners will use and adapt elements that they believe are appropriate for their particular IHG branded hotel or portfolio of hotels and business circumstances within their markets. This Toolkit is not designed to provide complete, specific information and instructions on all topics. It may refer to requirements contained in the Standards Manual and the license agreement, but no licensee is required to abide by any other terms of this Toolkit. Neither IHG, nor any employee thereof, has any involvement in employment-related decisions at franchise hotels.9/2008

Motivate Employees for Great Job Performance

Keeping employees motivated to provide a consistently high-quality job performance can be a monumental task for many companies. But it can be done.

Here are a few tips:

Hire the right people—Typically, you must hire effectively or be faced with often tough management decisions. Hiring effectively is the best practice, but it requires you to know what you're looking for and to recognize the skills and attitude you want. Look at experience, and listen to your gut. Also, in today's fast-paced, team-oriented workplace, you can't afford to hire someone who doesn't collaborate well with co-workers.

Consider the following before making a hiring decision:

- Look for evidence of humility. Be wary if an interviewee just extols his or her own virtues. Does the candidate talk about helping co-workers? Does he or she mention a former boss who has helped along the way?
- Talk to peers as well as bosses. When you check references, ask both peers and bosses to rate how well the person gets along with others.
- Involve your staff. Consider asking a few trusted staff members to meet informally with the candidate. Make sure you include the people who will work most with the candidate. Respect their opinions.

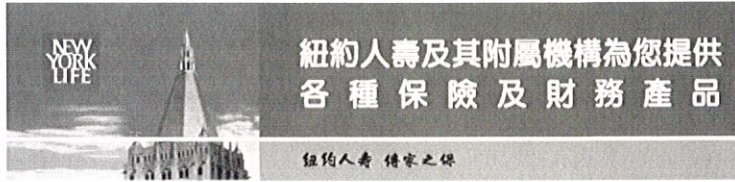
Keep score—

If you don't measure performance, your team may remain in perpetual warm-up mode. Let employees know how performance is measured and how it's relevant to them, their customers, and the organization's bottom line.

Reward—Make sure you reward the desired outcome. For instance, if you want your salespeople to create relationships and long-term accounts, reward them.

Practice what you preach—If you want a motivated employee, you need to be motivated, too. Are you genuinely excited about the work your group produces? You need to believe in what you do, because if you're not sincerely motivated yourself, you'll never motivate other people to strive for excellence.

Help staffers continue stellar work—Do you assume that employees who do great work on one project will provide equally stellar results in a similar project? It doesn't always turn out that way. If you want employees to repeat good work, tell them why you liked the work they did in the previous project, then clearly spell out the desired end product for the next assignment. Often, employees won't know what to do again if you don't tell them what they did right the first time. Involve them in the planning of the project so they become personally invested in it. And be sure to monitor their progress so you can make adjustments if needed.



- 人壽保險
- 長期護理保險
- 各類年金
(Annuities)
- 浮動靈活壽險*
(Variable Universal Life*)
- 共同基金*
(Mutual Funds*)
- 退休基金儲存
- 房屋貸款保障
- 子女教育基金儲存
- 企業經營需要
- 遺產規劃

*offered through NYLIFE Securitites LLC. (Member NASD/SIPC)
SMRU#00343814 PA

Tiffany Luo

保險顧問
Agent

CA INS LIC #OE71711

New York Life Insurance Company
紐約人壽保險公司

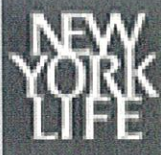
901 Corporate Center Dr., #101
Monterey Park, CA 91754

818-625-2630

註冊業務代表
Registered Representative for
紐約人壽證券公司
NYLIFE Securitites LLC.
(Member NASD/SIPC)

The offering documents (policies, contracts, etc) for all products from New York Life Insurance Company and its subsidiaries are available only in English. In the event of any dispute, the provisions in the English language of the policies and contracts will prevail.

對於保單、合約等相關文件，紐約人壽及其子公司僅提供英文版本，如有任何爭議，一律以英文保單和合約中的條款為準。



紐約人壽

紐約人壽名列美國『財富』企業百強(Fortune 100)之列，是全美最大的互惠保險與財務公司。該公司目前正在招聘業務經理和業務代表。公司向合格者提供全面持續的培訓，優厚的薪資福利和強有力的支持，求職者需具有合法的工作身份。

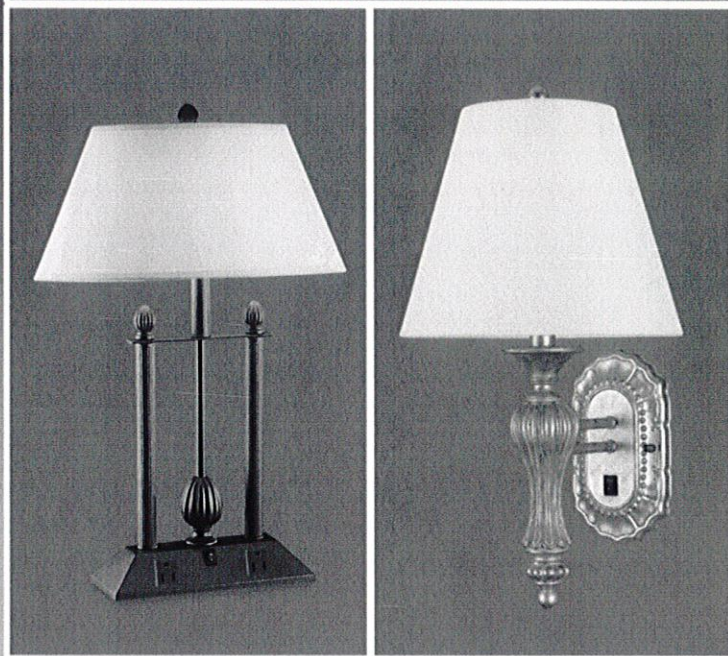
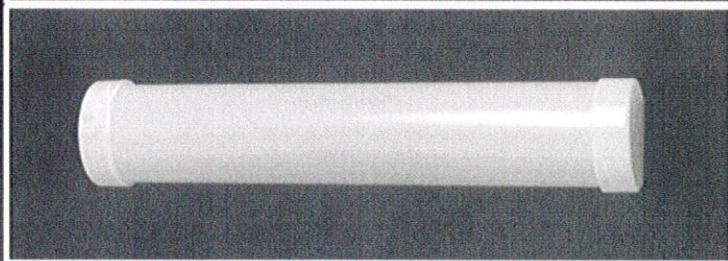
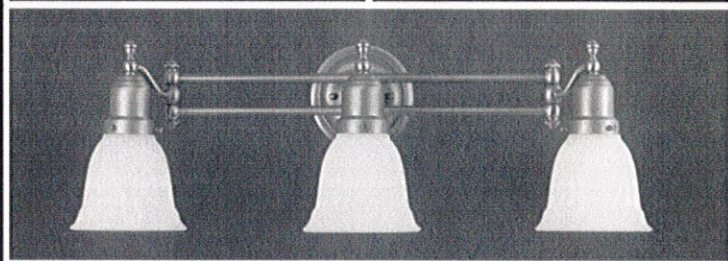
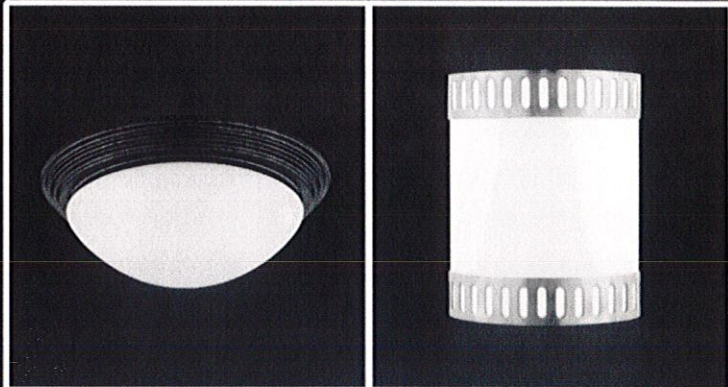
General Office
3201 Temple Ave. #200
Pomona, CA 91768

Sales Office
901 Corp. Center Dr. #101
Monterey Park, CA 91754

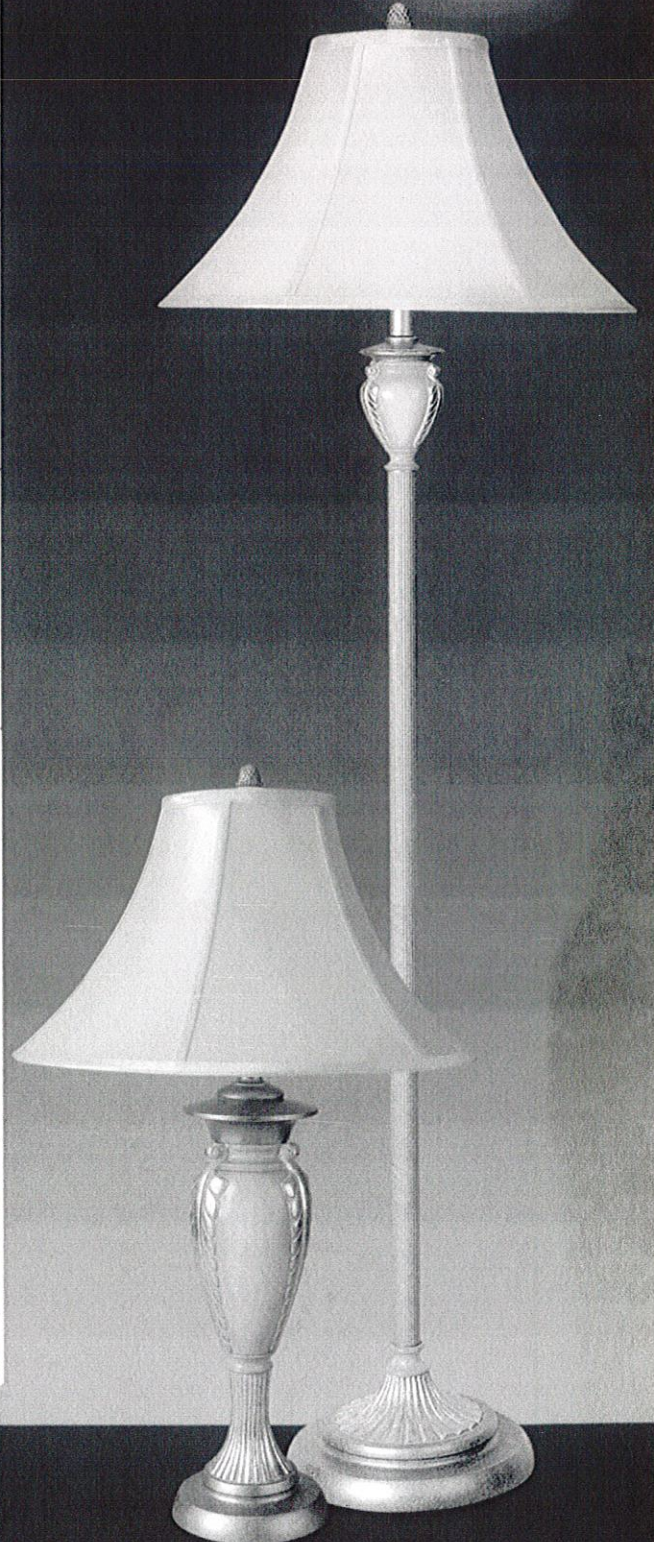
分公司經理：

馮聖明 Sherman Fong

626-215-4584



ca
CAL LIGHTING



CAL LIGHTING

3625 E. Philadelphia St. Ontario, CA. 91761
Tel: (909) 947-5200 Fax: (909) 947-5673
E-mail: edward@calighting.com
Website: www.calighting.com

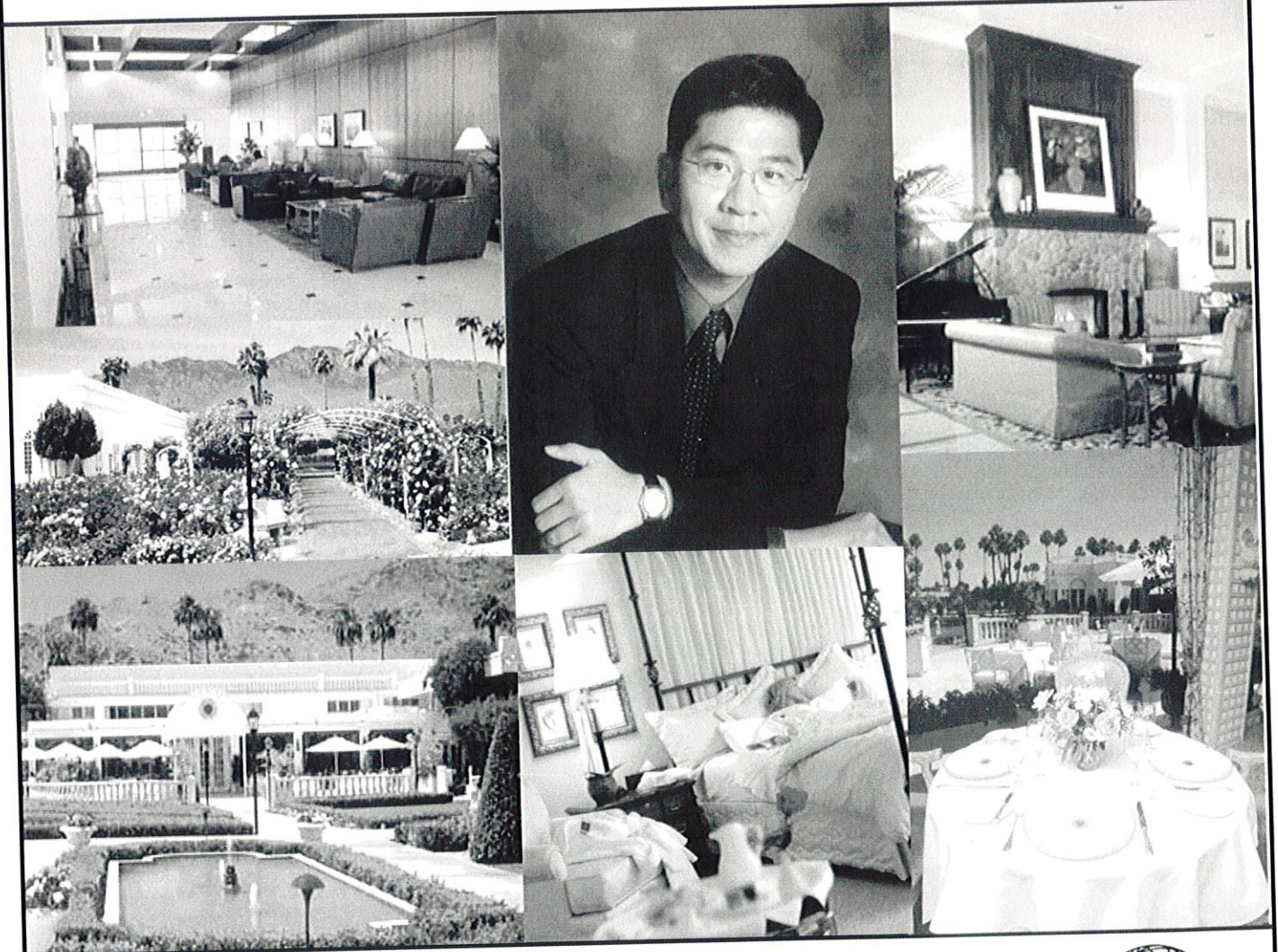
本公司專營商業, 旅館等燈飾進口, 歡迎指教

ATLAS HOSPITALITY GROUP

The Market Leader in California Hotel Sales

加州專業旅館地產公司

領導加州市場交易 開拓旅館投資商機



多年來我們以專業的知識與誠摯的服務，成為加州旅館銷售同業之最。

我們將秉持著一貫的作風，竭誠為加州華人業主服務。

詳情請洽華裔經理/南加州旅館業同業公會理事 Wilson Wang 汪蔚興

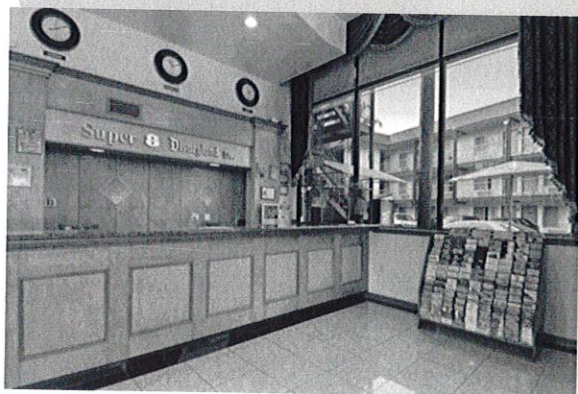
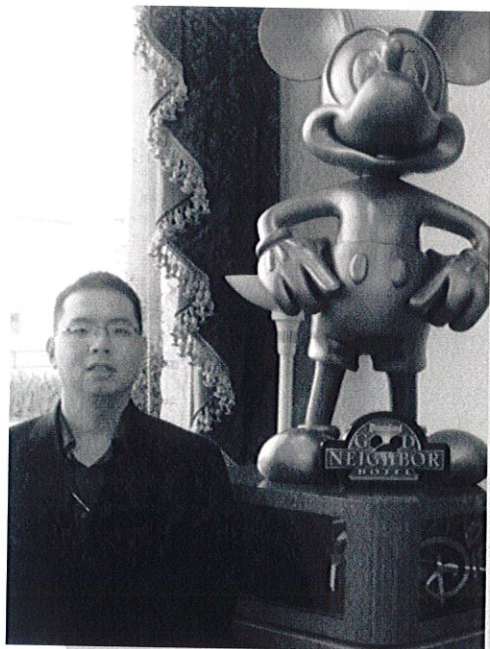
2500 Michelson Drive, Suite 110, Irvine, CA 92612
Telephone: (949) 622 - 3402 Fax: (949) 622 - 3410

Web: www.atlashospitality.com Email: wilson@atlashospitality.com




Atlas
HOSPITALITY GROUP

SUPER 8 - Anaheim



Super 8 Motel - Anaheim/Near Disneyland
915 S. Disneyland Dr. Anaheim, CA, 92801
Tel: 714-778-0350, Fax: 714-778-3878



A SINGLE SOURCE OF COMPLETE LODGING SERVICES

旅館投資管理專業

Creating Room of Opportunity **VIC INN-TERNATIOAL CO.** serving the California Lodging Industry Since 1976. We have built a tradition of creating solid opportunity for our clients and their capital resource.

HOTEL BROKERAGE

買賣

\$10 + Million
Any Size Motel/Hotel
Can take special Assignment

HOTEL FINANCE FIRST MORTGAGES

第一順位貸款

%5 + Million
Up to 65% LTV
Fixed/Floating
Economy - Luxury
Motel/Hotel Properties

HOTEL MANAGEMENT

經營

Limited to Full Service
Motel/Hotel
Any Size Motel/Hotel

2nd MORTGAGES

第二順位貸款

Please call for detail

HOTEL ASSET MANAGEMENT

資產管理

Limited to Full Service
Motel/Hotel
Any Size Motel/Hotel

MEZZANINE CAPITAL

高額貸款

\$2 + Million
Up to 90% LTV
Fixed/Floating
Economy - Luxury
Motel/Hotel Properties



VIC INN-TERNATIOAL CO.
Hospitality Investment group

金龍旅館實業公司

1455 Monterey Pass Rd., Suite 201
Monterey Park, CA 91754

Tel: 323-268-8886

Fax: 323-268-6188

Visit www.vicinn7.com

or contact: Gerald Wang 汪俊宇 (President) 323-268-8886 gwang@vicinn7.com

二十二年經驗



保險

商業 進出口、批發商、海空運、商業大卡車倉儲、產品責任險、公寓、大小商場、辦公樓、零售業、餐館、電腦公司、醫療診所、購物中心、汽車維修廠、印務公司債券、旅行遊覽車、各種Bond及勞工保險

汽車 好學生、優良駕駛、房屋同保折扣、律師、醫生、牙醫、獸醫、藥劑師、會計師、教師、化學、數學、生物、電腦等專業人士、工程師享有15%特別折扣建築師、救火員、法官、警察、護士享有、10%特別折扣承認外國外州記錄

房屋 火險、水災、地震、責任險、房屋保養保費低廉、即日出單

人壽 5、10、20、30年定期儲蓄險、意外險、教育基金、共同基金、退休年金

勞工 商業、工廠勞工險、代理十多家名牌、廉價

醫療 代理    **Health Net PacifiCare AIM**
個人、家庭、公司、團體保健計劃




茱莉陳 *Julie Chen*

Tel: 626-839-9387

1-800-965-5052

17800 CASTLETON ST., #628, CITY OF INDUSTRY, CA 91748



First General Bank 大通銀行

 First General Bank
大通銀行

助您
大展鴻圖
財運亨通

 First General Bank
大通銀行

Arcadia Branch:
1127 South Baldwin Avenue
Arcadia, CA 91007
Tel: (626) 461-0288
Fax: (626) 461-0299

Corporate Office:
1744 South Nogales Street
Rowland Heights, CA 91748
Tel: (626) 820-1234
Fax: (626) 820-1299

San Gabriel Branch:
801 E. Valley Blvd., Unit 103
San Gabriel, CA 91776
Tel: (626) 288-9288
Fax: (626) 280-1300

www.fgbusa.com



vpa graphics

Your best choice for graphic design.....

vpae@cox.net

Eric Chen, 1-714-624-2724

Your best choice for graphic design.....

Your best choice for graphic design.....

Your best choice for graphic design.....

avp graphics

中興地板工程



iNetFlooring.com

LA東區木地板及相關施工材料批發/零售

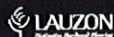


**美國木地板
協會會員**

從產品介紹·估價到施工完全參照
協會程序及要求·確保材料及施工品質

每周六上午10-11時提供免費地板講座·請預約·主題如下:

- * 水泥地防潮處理
- * 相對溼度對地板的影響
- * 木地板含水率控制
- * 木地板隔音處理
- * 實木及實木複合地板的優缺點
- * 地板估價DIY
- * 打磨木地板的處理
- * 木地板正確保養



- DriTac7600地板膠 \$99/4 Gallons
- BosTikBEST地板膠 \$145/5 Gallons
- BosTikMVP防潮劑 \$189/5 Gallons
- DecRez防潮劑 \$109/set
- DriTac7000防潮劑 \$149/set
- 1/4"軟木隔音 \$0.75/sf

以上價錢·可能會有變動

美國木地板協會認證
的專業銷售顧問
(Lic.#SG703807)



- * 出具保險理賠估價單
- * 翻修各式受損地板
- * 專業木地板打磨上漆
- * 各式木板收口壓條樓梯踏板, 配色, 上漆



CA Contractors Lic 加州施工執照

C-15 #829812 專業木地板施工團隊·所有
工作人員皆屬公司"專職雇員"·且通過背景
調查·15年以上"美式"木地板施工經驗·
並投保責任·勞工等一切必要保險。



優質企業協會會員

客戶的正面評價是公司的資產

iNetFlooring 在 Better Business Bureau

評定等級為 "A+"

Tel# 626.839.7598 Fax# 626.839.7698

E mail: inetflooring@earthlink.net

18335 Bedford Ave, City of Industry, CA 91744

華美電子鎖公司

Royal Electronic Lock & Supply, Inc

1538 E. Lincoln Ave. Anaheim, CA 92805

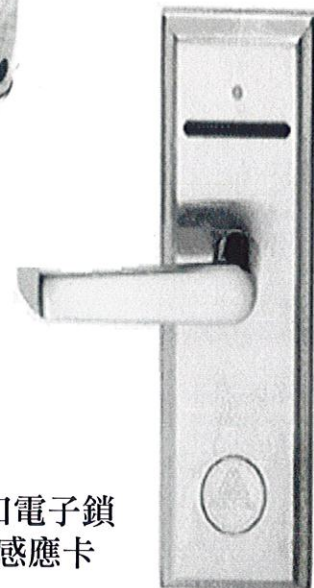
電腦鎖安裝
新鎖批發
旅館客房專用保險櫃

本公司獨家代理
SAFLOK LOCK電腦鎖
SAFLOK LOCK是所有
聯鎖旅館指定廠牌。



9" H x 17-3/4" W x 15-3/4" D
按鍵及刷卡兩用

優惠價 \$75+稅



進口電子鎖
GII感應卡

會員價 \$99+稅
連安裝

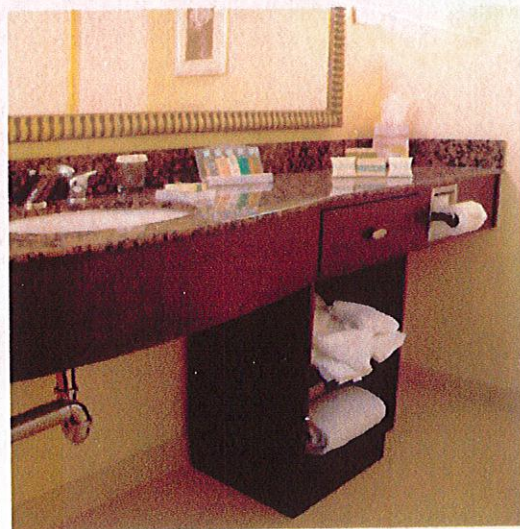
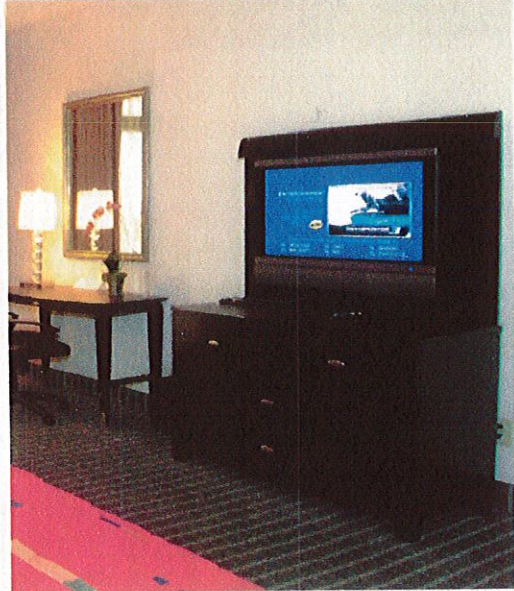
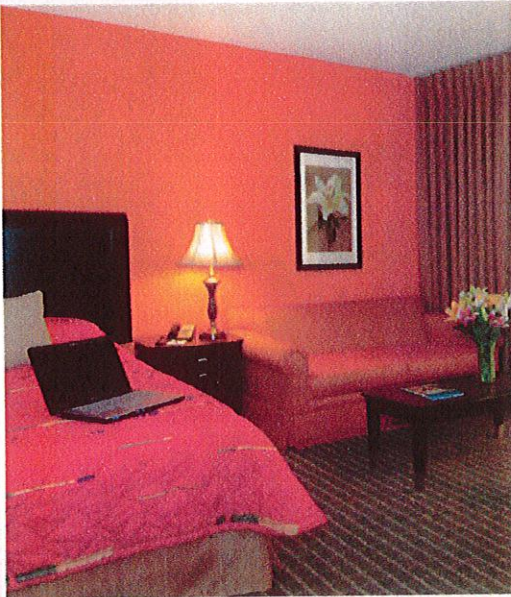
提供安裝、維修、售後服務及鎖、零件供應！

1-714-883-8000 華美電子鎖 鄭春暉



CF KENT
HOSPITALITY

美國肯特酒店家具專業製造廠



868 SERIES

- ★ C F KENT公司是美國希爾頓集團(HILTON)，萬豪(MARRIOTT)等五星級酒店的合約供應商，過去五年已完成希爾頓300多家，萬豪200多家的家具工程。
- ★ 我們也完成了HOLIDAY INN EXPRESS, RAMADA以及BEST WESTERN等130多家集團酒店的家俱工程。
- ★ 我們是南加州台灣旅館同業公會的特約供應廠。
- ★ 我們接受室內設計師任何指定規格要求產品。
- ★ 歡迎來CITY OF COMMERCE工廠的SHOW ROOM參觀洽談。

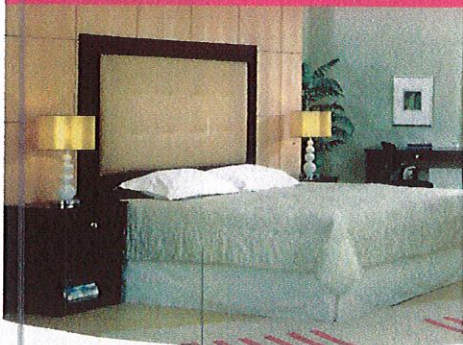
C F KENT HOSPITALITY INC

5822 Smithway Street City of Commerce, CA 90040
Tel: (323) 346-2500 Fax: (323) 346-2700 Email: cfkent@cfkent.com

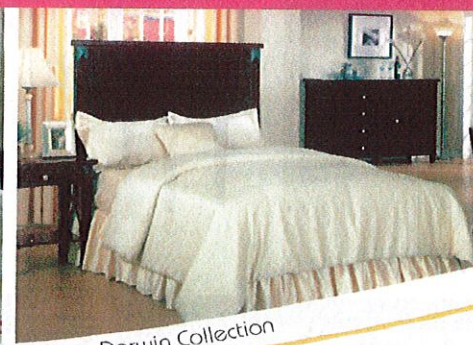


Paradise Collection

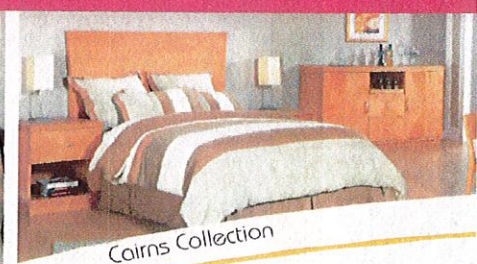
我們也可以為您的飯店量身訂作完美的傢俱!



Climax Collection



Darwin Collection



Cairns Collection


Acme FURNITURE
The Best Source of Fine Home Furnishings

18895 E. Areth Avenue
 City of Industry, CA 91748
 Toll Free: (800) 392-8168 (contact Frank)
 Tel: (626) 964-3456
 Fax: (626) 964-3940

BRANCH OFFICES: Texas, New York • New Jersey • Atlanta • Miami • Arizona Distributor