



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

September
2012

HOTEL & MOTEL JOURNAL

Issue
Number **141**

Your Next Growth Opportunity

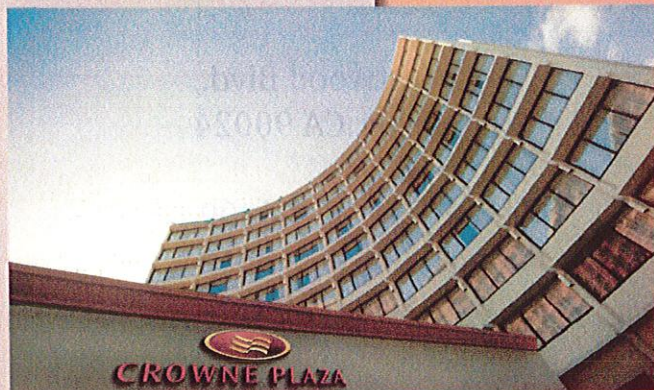
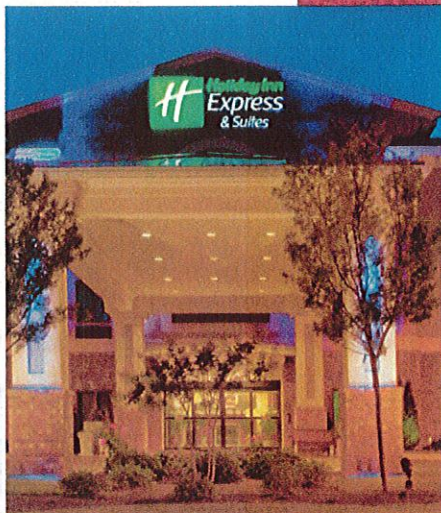
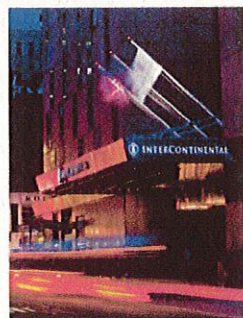
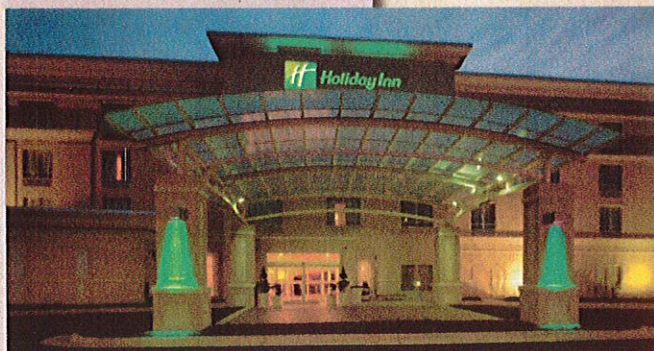
We are an industry leader in the global hotel market. With a portfolio of award-winning brands, combined with our best-in-class systems, IHG can help you maximize your growth potential.

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.



InterContinental Hotels Group



© 2012 InterContinental Hotels Group. All rights reserved. Most hotels are independently owned and operated.

"We always try our best to let you see the difference and continue our dedication for exemplary service for you and your business."

Chris Chang Dumortier • Vice President

We know the Art of Hospitality

We strongly believe that the knowledge of specialists is the best insurance. We will not only be your insurance brokers but also your entrusted partners in understanding your specific and unique insurance needs and risks.

Team with expertise, dependability, fast response, and comprehensive resources for Hospitality.



誠品商業保險



1333 Westwood Blvd.,
Los Angeles, CA 90024

Phone: 310-866-6009

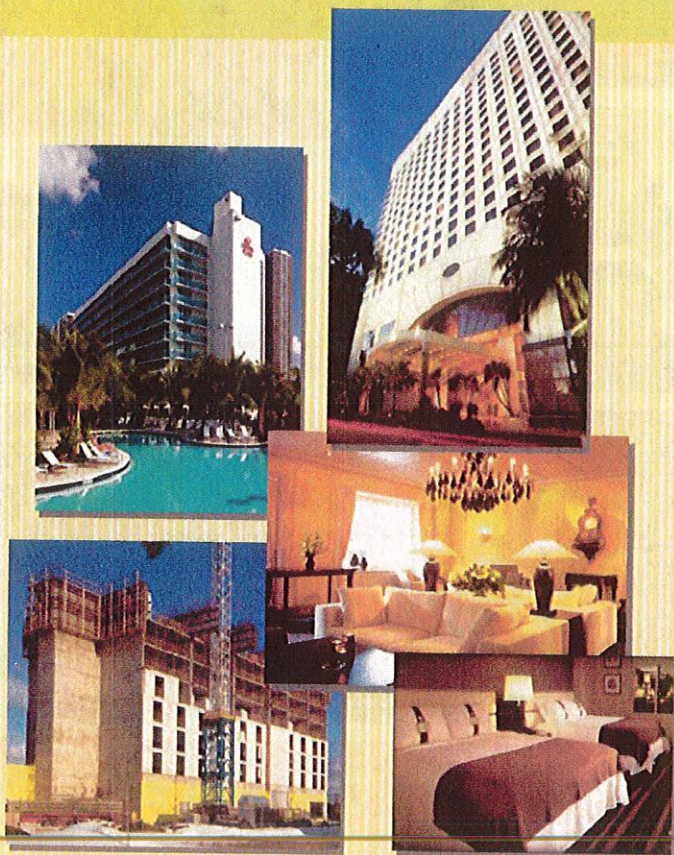
Phone : 909-267-8810

Fax: 310-235-0443

Email: Chris_Chang@Grosslight.com

Sean_Chang@Grosslight.com

License: 0247283

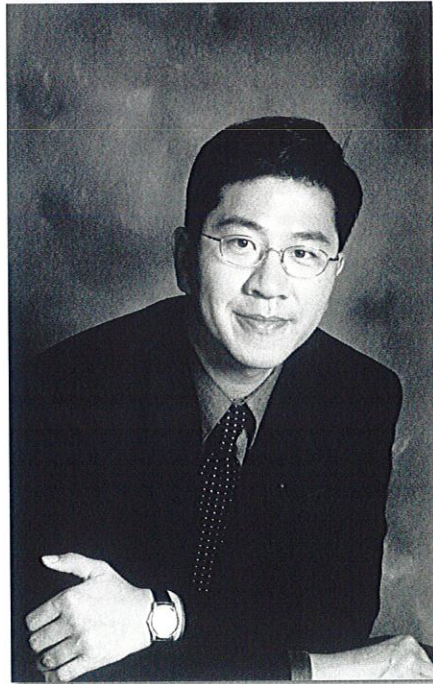


龍虎風雲榜

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 Wang1976-1980
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....2005-2007許清松.....林宣昭、盧景林
第三十三屆-三十四屆	汪俊宇 / Gerald Wang.....盧景林.....邱垂煌、許清松....2007-2009林宣昭、范約瑟
第三十五屆-三十六屆	鄧永征 / Nicolas Teng范約瑟.....邱垂煌、許清松....2009-2011林宣昭、盧景林汪俊宇
第三十七屆-三十八屆	汪蔚興 / Wilson Wang許清松邱垂煌、許清松2011-2013 (2011)范約瑟、汪俊宇 林宣昭 (2012)鄧永征

A message from President



會長 汪蔚興
Wilson Wang
President of THMASC

隨著38屆的到來，公會歷史新的一頁又即將展開。在這新的年度裡，全球旅館業正緩慢地脫離近年的寒冬，漸漸地步入榮景。適逢中華民國即將於十一月一日起正式成為美國第三十七個入境免簽國家，相信南加州的觀光業將以身為太平洋門戶的地位締造可觀的成績。

以此原由，本年度的會務將著重於二大主軸：

一．協助會員因應旅館業主流市場之轉變：隨著旅館業的復甦，房價與住房率的穩定攀升，客源開發策略及硬體更新將日漸成為致勝之關鍵。為此公會將針對開源及提升競爭力的主題來籌劃年度的訓練班。

二．第二代業者的交流與交替：自70及80年代起，第一代自台灣遠渡重洋赴美的旅館人用滴滴血汗累積的財富在新世紀的今日攀登至業界的頂端。隨著時光的流逝，富爸爸及富媽媽們正漸漸地在為世代交替佈局，讓台裔旅館人的傳奇撰寫另一個精采章節。有鑑於此，公會近年來已著手籌組青年團並於今年度成立，以期第二代的會友們能借由公會的資源及協助下，進入交流，並將持續籌劃訪台團觀摩台灣旅館服務業的成功之道。

未來成長的路程漫長艱辛，我們將致力貫徹公會的三十餘年來的宗旨為會友們服務。當然！您的參與是我們最大的動力，謹在此感謝大家多年來的支持，並期待您繼續對我們的批評與指教。時逢中秋佳節，在此順祝大家中秋愉快、闔家平安！

CONTENTS

- | | | | |
|----|--|----|--|
| 3 | 歷任會長芳名錄 | 24 | California Hotel & Lodging Association reward |
| 4 | 會長的話 | 25 | As an Employer, What Questions am I Allowed to Ask |
| 6 | 第三十八屆理事名單 | 27 | DOL Labor Audit Press Releases |
| 7 | 會務活動 | 29 | 如何處理客人的投訴 |
| 16 | 會員福利 | 31 | 酒店行銷計畫制訂步驟 |
| 18 | Super Derecho a Good Reminder to Prepare for Natural Disasters | 35 | 酒店採購如何現代化 |
| 20 | How U.S. Hotels Can Tap into Growing Demand from China | 37 | 酒店管理的層次 |
| 22 | Take Risks, But Make Them Calculated | 41 | 酒店優秀人才從哪裡來？ |
| 23 | FOUR Tips from HMG for Successful Hotel Management | 44 | 大師眼中的有效經營者 |

第141期 2012 年09 月出刊

Our Team

發行人：汪蔚興
召集人：陳柏睿
執行編輯：柯欣侑、陳少敏
編輯委員：林宣昭、邱垂煌、許清松、汪俊宇、范約瑟、鄧永征、吳東昇、王政煌、郭學仁、李德揚、施吾樺、鄭春暉、劉明岳、呂世豪、陳正煒、張綏義、羅麗惠、劉屏立、劉昇平、陳大偉

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 第三十八屆理事名單

Chairman	理事長 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
President	會長 汪蔚興	Mr. Wilson Wang	1901 Main St Suite #175 Irvine, CA 92614-0517 (O)949-622-3402 Wilson@atlashospitality.com
Consultant	會務顧問 邱垂煌	Mr. Chris Chi	2 Orchard, Lake Forest, CA 92630 (O)949-273-5858 (F)949-273-5898 chiulaxst@yahoo.com
Consultant	會務顧問 許清松	Mr. Stephen Hsu	515 West Katella Ave., Anaheim, CA 92802 (O)714-991-6868 (F)714-817-8588Stephen@ramada-anaheim.com
Consultant	會務顧問 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
Consultant	會務顧問 汪俊宇	Mr. Gerald Wang	1455 Monterey Pass Rd., #201, Monterey Park, CA 91754 (O)323-887-9235 (F)626-446-4068 gwang@vicinn7.com
Consultant	會務顧問 鄧永征	Mr. Nicolas Teng	3344 State St., Santa Barbara, CA 93105 (O)805-569-9788 (F)805-687-7116 nickteng@msn.com
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
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
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
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
Auditor	稽核 李德揚	Mr. Terry Lee	345 S. Figueroa St., Suite 100, Los Angeles, CA 90071 (O)213-680-8811 (F)213-680-9134 terry@apccusa.com
Financial	財務長 施吾樺	Mr. William Sze	1370 Valley Vista Dr. Suite#275, Diamond Bar, Ca 91765 (O)800-503-6222 (F)888-731-6202
Director	理事 鄭春暉	Mr. Peter Cheng	1538 E. Lincoln Ave., Anaheim, CA 92805 (O)714-635-6888
Director	理事 劉明岳	Mr. Ben Liu	P.O.BOX 660369, Arcadia CA 91066 (O)626-358-8981 (F)626-301-0657 grandoaktreeinn@aol.com
Director	理事 呂世豪	Mr. Harry Lu	18812 Ashley Pl, Rowland Heights, Ca 91748 (O)626-820-1099 (F)626-820-1399
Director	理事 陳正煒	Mr. Ray Chen	125 Pacific Coast Hwy, Hermosa, Ca 90254 (O)310-408-5901 (F) 310-798-9470
Director	理事 張綏義	Chin Chin Chang	2131 E. Colorado Blvd, Pasadena, Ca 91107 (O):626-796-3121 (F) :626-793-4713
Director	理事 羅麗惠	Ms. Kitty Lo	10775 Lower Azusa , El Monte, Ca 91731 (O):949-212-8733 (F):949-376-6132
Director	理事 劉屏立	Mr. Peter Liu	920 S. Beach Blvd, Anaheim, Ca 92804 (O)714-826-4740 (F)714-995-6394
Director	理事 劉昇平	Mr. Sheng Ping Liu	721 S. Indian Hill Blvd, , Claremont ,Ca 91711 (O)909-626-2431 (F)909-624-7051
Director	理事 陳大偉	Mr. Derick Chen	611 S. Westlake Ave, Los Angeles Ca 90057 (O) 213-483-6262

會務活動

歡迎經文處 周慶龍副處長來訪

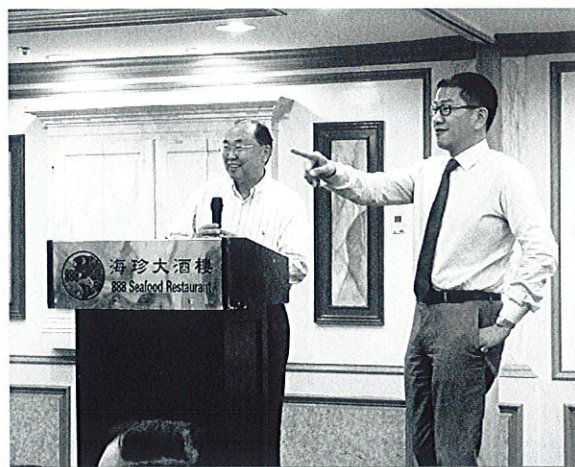
08/14/2012



會務活動

歡迎 詹凱臣立法委員來訪

08/14/2012



會務活動

歡迎台灣 尤美女、黃文玲立法委員拜訪公會

08/27/2012



會務活動

歡迎台灣 尤美女、黃文玲立法委員拜訪公會

08/27/2012



緊急座談會 09/05/2012

主題：2012-13 年勞工新法及勞工部查帳須知

當員工度假時切忌為公事致電及傳發電子郵件/簡訊

-員工薪資支票的重要須知

●不準確或遺漏Paystubs 之懲處

●支付離職員工 — 辭職或開除

逾期支付離職薪資的罰則

●不正當之薪資減免

●詳細確實記錄所有應支薪資之工時

工時申報

備詢/值班工時

交通/出差工時

公司是否該有員工手冊？

性騷擾 - 雇主須為主管/經理的行為承擔責任

如何定訂「一般」工時薪資率

近期政府的稽核程序使得資方遭受鉅額罰鍰及補發薪資

●I-9

●工資及工時記錄

已有旅館業收到稽核通知

2012 年新的法律

●勞方通知之新法

●布林克判例詳解



Seminar

緊急座談會 09/05/2012

主題：2012-13 年勞工新法及勞工部查帳須知



會務活動



活動會報 2013 新春聯誼晚會

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 2013)

時間：二月二十四日 (星期日) FEB 24 二〇一三年 6:00 Pm

票價：\$ 35.00 (Make Check Payable THMASC)

地點：Atrium at Orange County Airport

18700 Mac Arthur Boulevard, Irvine CA 92612, Tel : 1-949-833-2770

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 汪蔚興 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2013 年 二月 二十日 前將回條寄回 傳真。

Tel : 1-626-280-2207

Fax : 1-626-280-2243

馮聖明



人在身體健康的時候，總覺得買健康保險，是一項額外的開支，但是沒有保險一旦生病，在美國的醫療費用，更非一般人能負擔得起，有人花盡一生的積蓄甚至於負債累累。作為一個旅館僱主，如果員工生病而沒有健康保險，造成員工本人財務上發生問題，總會帶給僱主不必要的煩惱。如果是旅館重要的員工，甚至會影響生意。經常聽到員工要求僱主提供健康保險福利，到底是買與不買？那些員工買？用那一種保險？最後再考慮到旅館要負擔多少開支？如果你仔細閱讀本文，或許會為你提供一些答案。旅館公會是南加州所有公會當中少數能提供健康保險福利給會員的公會。

旅館公會特別為每一位會員及其旅館提供健康保險福利，只要你是公會會員，即可享有參加的權利。保險公司是由加州最大HMO公司之一的HealthNet所承保。醫生大多數屬於HealthNet的合約醫生，醫療網亦很多，到目前為止，尚沒有會員有不好的反應，反而得到醫療照顧的會員，大大的推崇這項福利，認為應該更多的人參加，希望公會多加宣傳。

一、 旅館公會所提供的健康保險福利如下：
（因為文章有限，只列部份福利，歡迎索取詳細的英文福利說明）

1. 沒有Deductible。
2. 沒有最高上限 Lifetime Maxums。
3. 每年會員最高自付額為\$3,000。
4. 新生嬰兒前30天醫生門診免費，出生後31天以上為\$35。
5. 醫生門診費\$35。
6. 專科醫生門診費\$35。
7. 過敏查測\$35，過敏打針\$35，其他的打針免費。
8. 開刀、麻醉、X光及驗血沒有費用。
9. 產前檢查門診\$35。
10. 正常生產，難產費用免。
11. 醫院房間費用每次入院\$1,500。
12. 專業護士費用自付額20%。
13. 醫院生產費用每次入院\$1,500。
14. 醫院非住院服務自付額20%。
15. 醫院非住院開刀\$1,500。
16. 急診室\$100。
17. 救護車自付額20%。
18. 家庭看護，每年有100天（Partiase或隔天）免費。
19. 化療、器官移植免費。
20. 買藥\$15/\$30/\$50。（普通藥／有牌子藥／非一般建議使用藥）。有牌子藥年自付額\$150。

（以上所述福利，僅大略性，詳細承保內容，必須直接向HealthNet查問，本文不作任何承諾與保證）

會員福利

二、 保險費用（每年九月一日調整一次）

個人	\$343.13
個人 + 孩子	\$651.95
個人 + 配偶	\$748.02
全家	\$1063.70
另加\$10手續費每個月。	

三、 申請方法

1. 必須是旅館公會會員。
2. 個人填寫申請表。
3. 郵寄或傳真申請表。
4. 繳頭一個月保費。
5. 生效日期，可指定當月或下一個月1號。

四、 付保險費方式

1. 每個月帳單寄到旅館。
2. 旅館開出支票。
3. 每個月20號必須收到支票，否則保險會被取消，一年內不得再保。
4. 退保必須書面通知，不付保費者，不會自動退保，公會會追繳所欠保費。

五、 常問問題

1. 過去有病歷，已經懷孕，年齡超過65歲時，是否可投保？

馬上加入旅館公會成為會員，每年按時繳會費便可申請。

2. 可否只替經理、會計等主要員工申請？

只要你是旅館公會會員，投保人只要個別填寫申請表來申請。

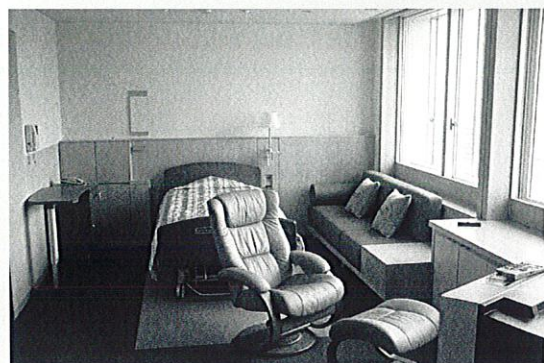
3. 65歲以上是否要退保？

建議最好去申請Medicare，再加上所提供的Senior Plan，就更加完整了。

4. 替員工買保險，對僱主有什麼好處？

可以留住好的員工，增加工作效率，使旅館生意更穩定。可以只替員工付50%，另50%由員工自行負擔，千萬別給員工錢去自己買保險，否則便失去意義。

最後總結，希望大家身體健康，人人都有健康保險。加入旅館公會，支持您的公會。在今天競爭的社會中，為你的員工及自己提供一點點的福利，讓您的旅館生意更興隆，賺大錢。如果有任何保險的問題，請電：626-215-4584馮先生。



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

San Gabriel, CA 91776

Tel: 626-280-2207

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

Super Derecho a Good Reminder to Prepare for Natural Disasters

by Eric Stoessel July 13th, 2012

I learned a new word last week. I also saw firsthand how important it is for hotels to be prepared for unexpected calamity and chaos, because you never know when a storm with a funky name (derecho) will sweep from Indiana through the Mid-Atlantic states, leaving more than five million without power.

The massive straight-line windstorm with hurricane force winds came with little notice, hitting Fort Wayne, IN with 91 mph gusts the afternoon of Friday, June 29. Less than 24 hours later, on the southern coast of New Jersey in Tuckerton, an 81 mph gust was reported. The storms came the weekend before July 4th, one of the busiest travel weekends of the year, with temperatures soaring to near 100 in most places left without power.



I know, because on Saturday, my family left the Cleveland area and headed south on I-77 for a beach vacation in North Carolina. Thankfully, we had reservations for a hotel in Virginia that was unaffected by the storm, but along the way, we saw firsthand the ensuing chaos the power outages caused (thanks to the frequent requests from a three-year-old to stop for bathroom breaks).

Without power, most gas stations had to close, leaving holiday travelers in a precarious position as they headed to and from beach vacations. Beckley, in the middle of the Appalachian mountains of West Virginia, is the most popular stopping point for shopping, gas and lodging along 77. We were beginning to run low on fuel and of course were about to make our fifth pit stop for our daughter. The first, and main exit off 77 in Beckley, was closed. The next was filled with dark restaurants and gas stations with crudely written "Closed" signs on the doors, yet cars five deep lined the fuel pumps.

We stopped at a Country Inn & Suites, one of more than a dozen hotels in Beckley, to use a pitch-dark bathroom, and hopefully find out where the closest working gas station was. "Rumor" had it Princeton, WV, about 40 miles south, may have had power and gas. Random people lurked in the lobby and parking lot, left without a room and enough gas to get to the nearest place to refuel.

The front desk staff handled question after question about where gas could be found, shooing down rumors that the nearby Wal-Mart was still open (it didn't even sell fuel).

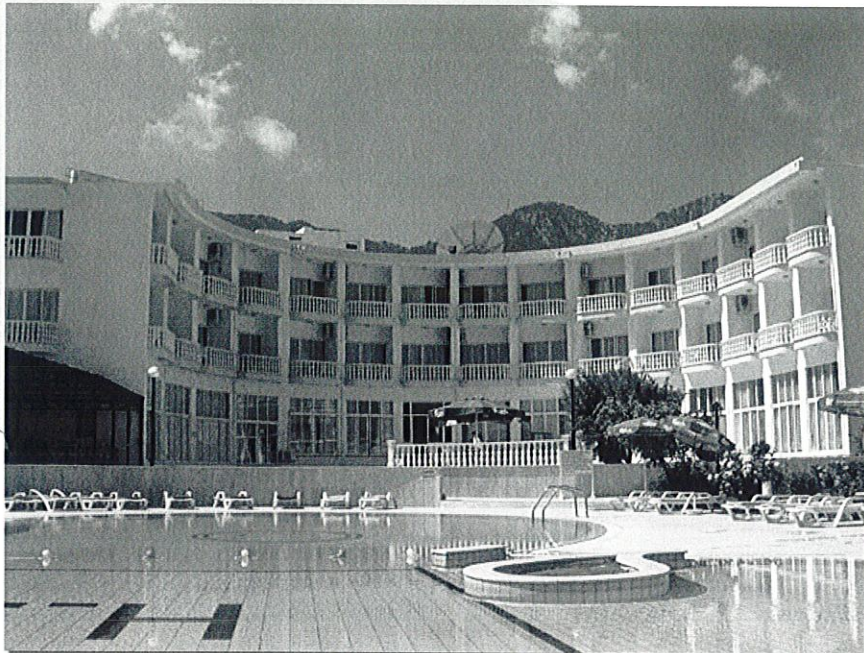
Power in Beckley had been out since Friday evening, and wasn't restored until Sunday afternoon. The acting GM — a regional manager with the management company — told me by phone afterward the staff was completely prepared and handled the situation well

Bottled water was handed out, and the staff took turns walking the halls every 30 minutes for manual safety checks. Hot breakfast was out of the question, but plenty of donuts and bagels were served. With temperatures hitting 100, and no air conditioning, check-ins were allowed only in emergency situations. Some hotels nearly shut down because of the unsafe temperatures.

The staff I saw in action looked prepared and was handling the situation better than I would have expected. With the hotel sold out Friday, the Country Inn & Suites was lucky in some ways to be nearly full staffed. And several of those not scheduled to work came in to help.

Does your hotel have a plan for an unexpected and widespread power outage? On one of your busiest days of the year? With temperatures climbing into triple digits?

If not, let this be a lesson. And if you do, let this be a reminder to review your safety protocol with all employees. You never know when a super derecho will hit.



How U.S. Hotels Can Tap into Growing Demand from China

By: Li Chen



The 2012 International Pow Wow brought to light some energetic trends in travel from China to the U.S. We look at ways U.S. hotels can capitalize.

Overview

The U.S. Travel Association bills its annual International Pow Wow as "NOT a typical trade show." That's quite an understatement, given the turnout at the event last month at the Los Angeles Convention Center. The 2012 International Pow Wow, hosted by the Los Angeles Tourism and Convention Board from April 21 to April 25, brought in more than 1,000 U.S. travel organizations and nearly 1,200 buyers from more than 70 nations. The buyers and suppliers at the event represent all corners of the travel industry, from tour operators, online consumer travel organizations, and wholesale buyers to representatives from hotels and resorts, travel agencies, theme parks, and local and state convention and visitor bureaus.

Meetings at the International Pow Wow are scheduled beforehand, which helps delegates coming from far and wide make the most productive use of their limited time. More than 70,000 business appointments were pre-scheduled ahead of the event last April, and the U.S. Travel Association projects that business negotiated at the Pow Wow will generate more than \$3.5 billion in future travel

Chinese Presence at the Pow Wow

Hoteliers with eyes on the tide of demand from the East would do well to note the increased presence of Chinese delegates at the 2012 International Pow Wow, up significantly from last year. More than 80 Chinese delegates representing travel agencies, tour operators, and hotel booking websites attended the Pow Wow in 2012, and the Los Angeles Tourism & Convention Board even arranged Mandarin-speaking interpreters to accommodate those requesting aid with translation. U.S. agencies at the event were well prepared to welcome the Chinese delegates, with Marriott, Haiyi Hotels, Starwood, the Kennedy Space Center Visitor Complex, Disney Destinations International, Visit Orlando, the Los Angeles Tourism and Convention Board, and others presenting brochures and takeaways geared toward the Chinese. Hilton Hotels, Wyndham Hotels, and Cirque du Soleil even sent Mandarin-speaking sales directors based in Asia to the 2012 International Pow Wow to better communicate with their Chinese clients, and convention and visitor bureaus from California to Florida informed delegates that they now operate offices in Shanghai and Beijing. Across the show floor, the will to connect with Chinese audiences was palpable.

What drives all this preparation to greet and serve visitors from China? Surging travel trends out of the Asian superpower. In 2011, approximately 1,090,000 Chinese visited the U.S., a 36% increase over 2010 levels and the biggest year-over-year percentage increase yet recorded. The Chinese visitors spent a record-breaking \$5.7 billion in 2011. In January and February of 2012, visitation from China increased 40% compared with the same period of 2011. Here are some ways U.S. hoteliers can lay out the red carpet to welcome this growing demand.

- Work closely with local travel agencies, whose clients come from corporate, government, leisure, and student demand segments, as well as Foreign Individual Travelers (FIT). Keep in mind that, when possible, travel agencies like to work with hotel companies at the corporate or brand level versus through a contact at a single representative hotel; hence, if your hotel is part of a franchise or belongs to a hotel group or management agency, designate a corporate contact to facilitate communication with travel agents.

- Cooperate with local "receptive operators," which include tour operators and travel agencies specializing in services for incoming visitors. Discussions at the Pow Wow revealed that Chinese travel agencies are looking to work with receptive operators in the U.S. to create a "one-stop shopping" experience for clients. Receptive operators save travel agencies time as they work to arrange visas, tour schedules, transportation, and, of course, lodging. Having your hotel on their radar will help them find you as they look for places to book their clients.

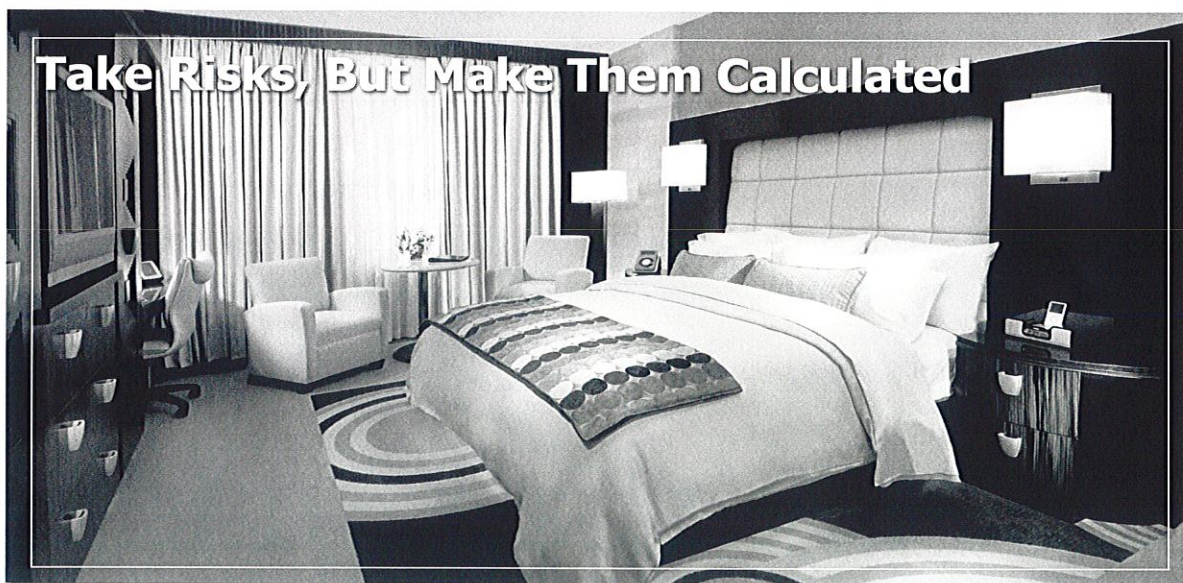
- Make your hotel visible through online travel portals like Gullivers Travel Associates (GTA), daodao.com (Chinese partner of TripAdvisor.com), ctrip.com, and elong.com. These websites are very good sources for Chinese tourists and travel agencies searching for hotels and comparing prices and amenity offerings. A strong presence in the online arena will help lead to more reservations at your hotel.

- Be flexible with your hotel's amenities package. Complimentary breakfast and high-speed Internet access are in very high demand among Chinese tourists and corporate travelers. Additional services such as shuttles to major shopping centers will also put you ahead of competing hotels.

- Last but not least, Chinese travelers are increasingly asking booking agents to arrange wine-tasting, academic, scenic, business development, and other special-interest tours. These are especially requested by tourists that have already experienced a "typical" tour of the U.S., and are returning for a tour that satisfies more particular curiosities. This provides an opportunity for hotels along the special-interest tour routes, and hotels that prepare a Chinese brochure and/or employ a Mandarin-speaking sales manager will be at an advantage with Chinese travelers and travel agencies.

Conclusion

The 2012 International Pow Wow proved itself a powerful tradeshow and marketplace for Chinese delegates, who in turn represent millions of Chinese travelers looking to book trips to the U.S. The event created new opportunities to bring suppliers and buyers together with these reps from China and promote intriguing travel destinations and travel services in the U.S. As word of mouth about the success of this year's event spreads, an even greater number of Chinese delegates are expected at the 2013 International Pow Wow, which will be held at the Las Vegas Convention Center from June 8 to June 12. In the meantime, U.S. hoteliers should look into implementing the suggestions above to help Chinese travelers find their hotels and spread the word to others looking for a great lodging experience during their trip to the States.



by Eric Stoessel

We don't hire leaders in this industry, said Laurence Geller during his opening keynote address at the Midwest Lodging Investors Summit in Chicago earlier this week. He made the point there's a clear distinction between managers and leaders, and lodging is lacking in the latter. He's probably right, but there were several leaders on display at MLIS who impressed me, including the always candid CEO of Strategic Hotels & Resorts. Later on the same stage was Mark Laport, who's created a Marriott-like culture at Concord Hospitality. He talked about the nine construction projects his company has underway during a time when most can't finance or won't dare chance a new build.

There was Bill DeForrest, head of Lane Hospitality and former head of IHG's owners' association, admitting with stark candor his buying blunders from 2006 and 2007. His honesty was refreshing (and funny), but his lesson learned was more important: We've got to be more data driven and find reasons not to make some of these deals.

Taking chances whether it be building when no one else is, or passing on a deal everyone else is making, is how to get ahead. Just ask Bruce White, the founder and CEO of White Lodging, who was presented with Lodging Hospitality's Game Changer Award on Wednesday.

The reason we've been able to grow, he said, is because we've taken enormous risks.

The latest is already paying off, thanks to the well timed \$1.7 billion portfolio sale of 100 hotels to RLJ in 2006. The proceeds helped fund what White says is now about a half a billion dollars of product being developed a year, including the massive 1,005-room JW Marriott that has exceeded expectations after opening last year in Indianapolis.

HMG's Monthly Tips for Successful Hotel Management

SUCCESSFUL HOTEL OPERATIONS AND MANAGEMENT FOR OVER 27 YEARS

Hotel Managers Group

It's about exceeding expectations. For nearly three decades, the award-winning management team at Hotel Managers Group (HMG Hotels) has helped hotels, motels and resorts around the world improve sales, train staff, lower operations costs and attract visitors. HMG hotels takes pride in its performance and our clients depend upon the integrity, professionalism and creative vision that we bring to every consultation



FOUR Tips from HMG for Successful Hotel Management: July

1. Customer Service: Feel Good and Look Good!

Positive energy is contagious. If you take a moment to make sure that your appearance is fresh and kempt, your guests will notice and appreciate it. A neat hair cut says that you care about yourself and that you welcome caring for others too. A tidy appearance is pleasant and inviting. Regular exercise and rest makes for a happy career.

2. On Site Team Building: Share Lessons Learned

Everyone has been new on the job. Over time, each employee gains experience which leads to seniority. Whether you have been on the job one week longer than your newer colleague, or ten years longer, share lessons learned. Helpful and sincere mentorship makes for a strong team built from the core out: one built on trust and mutual assistance.

3. Online Presence: Offer a freebie!

Whether you can offer free coffee or an extra night's stay, web surfers look for deals. The word "free" jumps out like a neon word on the internet, so use it to your hotel's advantage. On Twitter, Facebook, Google Plus, and on blogs.

4. Your Building, Our Home: A Green Hotel is a Sustainable Hotel

It is always a good idea to offer guests a way to recycle trash and be environmentally conscientious citizens. When a guest sees that a property or hospitality chain is dedicated to future generations, they are more inclined to turn into repeat customers.

California Hotel & Lodging Association Education Foundation awards \$19,000 in Scholarships & Industry Support

本刊編輯部

The California Hotel & Lodging Association Education Foundation (CH&LAEF) announced eleven scholarship award recipients. These scholarships, along with the sponsorship of the Hospitality Conference geared towards students' continued education in the hospitality industry, total \$19,000 for this year.

Sacramento, Calif. (PRWEB) June 06, 2012 -- The California Hotel & Lodging Association Education Foundation (CH&LAEF) announced eleven scholarship award recipients. These scholarships, along with the sponsorship of the Hospitality Conference geared towards students' continued education in the hospitality industry, total \$19,000 for this year.

The CH&LAEF held its 4th Annual Auction for Education in April and raised over \$23,000 for its scholarship program. Over 140 generous industry supporters, who firmly believe in the development of the next generation of the hospitality industry, donated hotel room nights and packages to make this auction the most successful to date.

The award winners of these scholarships are exemplary students and employees and are an asset to our industry. This year's winners come from the California State Polytechnic University - Pomona, San Diego State University, San Francisco State University and the Terranea Resort, from which an employee was awarded a working professional scholarship. Award recipients will be recognized at CH&LA's upcoming Northern & Southern California Hotel & Lodging Conferences.

The recipients of this year's CH&LA scholarships are:

Taylor Fry
Christopher Garcia
Jeffrey Gonzalez
Gwyndolyn James
Elizabeth Levin
Tesa Lopez
Matthew McMaster
Jutarat Pagdeerugeerat
Ariel Weinshanker
Taylor Woodley
Xiaoyun Zhang

In addition to these scholarships, CH&LAEF also supports the annual Hospitality Conference, where students from high school hospitality programs are provided with information, hands-on tours, and a better understanding of career opportunities in the industry. CH&LA's Education Foundation is also involved in the continued education of the industry, teachers and instructors of hospitality programs. For more information or to make a contribution, contact CH&LAEF by calling Susan Ragatz, CH&LA's Education Director at (916) 554-2678.

About CH&LA

The California Hotel & Lodging Association (CH&LA) is the largest state lodging industry association in the nation and a Partner State Association of the American Hotel & Lodging Association. Its members include all segments of the lodging industry including the California Association of Bed & Breakfast Inns - California's largest association of professional innkeepers and certified bed and breakfast inns. CH&LA is the leading resource for communicating and protecting the rights and interests of the California lodging industry. CH&LA was established in 1893. CH&LA is on the web at www.calodging.com

As an Employer, What Questions am I Allowed to Ask?

During a job interview, employers try to find out as much as possible about an applicant to determine whether he or she will fit well within the organization and has the potential to succeed in the position for which he or she has applied.

This desire for information can sometimes put the organization at odds with federal anti-discrimination laws. Casual conversation with the most innocent of intent can become the source of a discrimination lawsuit from an unhappy applicant.

To avoid such problems, you should follow one simple rule: Avoid asking about protected characteristics by limiting questions to the applicant's ability to perform the functions of the position he or she is seeking. To help you stay on track you should have a job description that includes a list of all the tasks required for the position as well as any other skills or qualifications that are necessary.

Even questions that are directly tied to the functions of the position can be problematic if they are asked in an improper manner. Therefore included below is a list of improper questions and alternate ways of eliciting the necessary information.

Topic	Improper Question(s)	Alternatives
Age	How old are you? What is your date of birth? What year did you graduate high school?	Are you over 16 or 18? Do you meet the state's minimum age requirements for employment?
Arrests or convictions	Have you ever been arrested?	Have you ever been convicted of a crime? (This question should be asked only if there are security issues associated with the position sought.)
Disability	Do you have any health problems? Have you ever been injured on the job? Have you ever filed for workers' compensation? How much sick leave did you use last year?	Can you perform the essential functions of this position with or without reasonable accommodation?
Education	Do you have a high school diploma? Do you have a college degree?	This position requires a high school diploma/college degree. Do you satisfy this requirement?
Marital/family status	What is your maiden name? Are you married? Are	This job requires long/late hours, traveling, on-call duty.

	you pregnant? Do you have children? Do you intend to have children? Do you have daycare needs?	etc. Can you fulfill these requirements?
National origin	Where are you from? Where were you born? Do you have the legal right to stay in the US? What is your native language? Can you read/write/speak English well?	Can you provide legal proof of your right to work in the US? This position requires English reading/writing/speaking. Can you fulfill these requirements?
Religion	Do you attend church? What church do you attend?	You may only ask questions of this nature if belonging to a certain religious group is a bona fide occupational qualification (BFOQ). Examples include priests and rabbis.
Sexual orientation	What is your sexual orientation?	Currently there are no federal laws that prohibit discrimination based on sexual orientation. However, many state and local laws prevent such discrimination. There are few, if any, circumstances when questions of sexual orientation are relevant to a position.
Smoking	Do you smoke?	Our organization's policy prohibits/limits smoking in/to certain areas. Can you comply with this policy?
Workers' compensation	Have you ever been injured on the job? Have you ever filed for workers' compensation?	State workers' compensation laws prohibit retaliation based on an employee filing for benefits. Instead you may ask, Can you perform the essential functions of this position with or without reasonable accommodation?

DOL Labor Audit Press Releases 20120418



UNITED STATES
DEPARTMENT OF LABOR

Wage and Hour Division (WHD)

Press Releases

U.S. Department of Labor
Wage and Hour Division
Release Number: 12-407-SAN (SF-73)

Date: April 18, 2012
Contact: Deanne Amaden, Jose A. Carnevali
Phone: 415-625-2630, 415-625-2631

US Labor Department's Wage and Hour Division launches enforcement and education initiative focused on Los Angeles area restaurants

Agency aims to prevent minimum wage, overtime, record-keeping and child labor violations

LOS ANGELES -- The U.S. Department of Labor's Wage and Hour Division is launching an enforcement and education initiative focused on the restaurant industry in the Los Angeles area to ensure compliance with the Fair Labor Standards Act's minimum wage, overtime, record-keeping and child labor provisions. Under this initiative, the division will be conducting unannounced investigations at restaurants in the San Fernando Valley, Hollywood, West Hollywood, West Los Angeles and other areas of Los Angeles County.

"Los Angeles is home to one of the largest segments of the restaurant industry in the country, and at the same time employs a disproportionate number of immigrant workers who are especially vulnerable to illegal business practices such as unfair treatment and disparate wages," said Kimchi Bui, director of the Wage and Hour Division's Los Angeles District Office. "Our goal is to protect workers while making sure that law-abiding restaurant employers are not placed at a competitive disadvantage by those that break the law."

In the past six years, the division's Los Angeles office found that 72 percent of all restaurants investigated in its jurisdiction were in violation of the FLSA. Those violations resulted in \$2.2 million in minimum and overtime back wages owed to more than 1,400 workers. During the same period, the division conducted more than 1,800 investigations of restaurants along the West Coast and found that 71 percent were violating the FLSA, resulting in more than \$12 million in back wages owed to more than 9,500 employees.

Limited profit margins – particularly at low-cost, ethnic food establishments – serve as incentive for some area employers to keep labor costs low using illegal tactics. Common violations include not paying for all hours worked, having employees perform work duties "off the clock" and incorrectly designating employees as exempt from overtime. Other violations include paying nonexempt employees a flat salary regardless of any overtime hours worked, as well as paying cash wages completely "off the books," which can lead not only to employees being cheated out of proper minimum wage and overtime compensation but also to tax liabilities. Illegal deductions from workers' wages for uniforms, breakages, customer walk-outs (instances of people leaving without paying for meals) and cash register shortages also are common. Additionally, child labor violations found during previous investigations include allowing minors to operate hazardous equipment such as dough mixers and meat slicers.

Investigators will pursue corrective action when violations are found, including the collection and payment of back wages, the assessment of civil money penalties and liquidated damages, and possible litigation. Information on establishments investigated will be included in the division's enforcement database, which can be viewed online at <http://ogesdw.dol.gov> and is also accessible via the "Eat Shop Sleep" smartphone application, which can be found on the Labor Department's app Web page, <http://www.dol.gov/dol/apps/winners.htm>. Consumers, employees and other members of the public can use the app to learn if a restaurant, hotel or retail establishment has been investigated by the division and whether FLSA violations were found. Businesses will have a greater incentive to comply with the law now that their compliance track records are publicly available.

The initiative also will bring together key worker advocacy and employer associations to help share FLSA compliance assistance information with workers and employers, and to secure their cooperation in promoting industrywide compliance and accountability. Additionally, to help employers determine whether they are in compliance with child labor provisions, the division offers the Restaurant Employer Self-Assessment Tool, a confidential, online survey accessible at http://www.youthrules.dol.gov/selfassess_restaurant.htm.

DOL Labor Audit Press Releases 20120418

The FLSA requires that covered, nonexempt employees be paid at least the federal minimum wage of \$7.25 for all hours worked, plus time and one-half their regular rates of pay for hours worked beyond 40 per week. An employer of a tipped employee is required to pay no less than \$2.13 an hour in direct wages provided that amount plus the tips received equals at least the federal minimum wage of \$7.25 an hour. If an employee's tips combined with the employer's direct wages do not equal the minimum wage, the employer must make up the difference. Employers also are required to provide employees with notice of the FLSA tip credit provisions and to maintain accurate time and payroll records, as well as to comply with the restrictions on hours and hazardous occupations applying to workers under age 18.

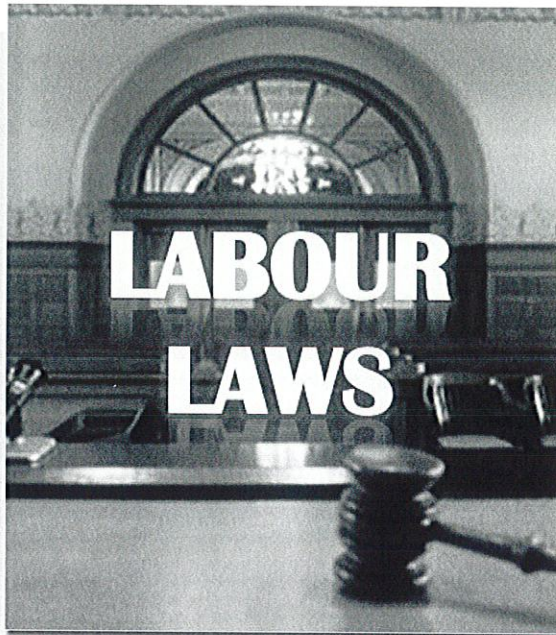
For more information about the FLSA, call the Wage and Hour Division's national toll-free helpline at 866-4US-WAGE (487-9243) or its Los Angeles office at 213-894-6375. Information also is available at <http://www.dol.gov/whd>.

###

U.S. Department of Labor releases are accessible on the Internet at www.dol.gov. The information in this news release will be made available in alternate format (large print, Braille, audio tape or disc) from the COAST office upon request. Please specify which news release when placing your request at (202) 693-7828 or TTY (202) 693-7755. The Labor Department is committed to providing America's employers and employees with easy access to understandable information on how to comply with its laws and regulations. For more information, please visit www.dol.gov/compliance.

U.S. Department of Labor
Frances Perkins Building
200 Constitution Avenue, NW
Washington, DC 20210

1-866-4-USWAGE
TTY: 1-877-889-5627
Contact Us



如何處理客人的投訴

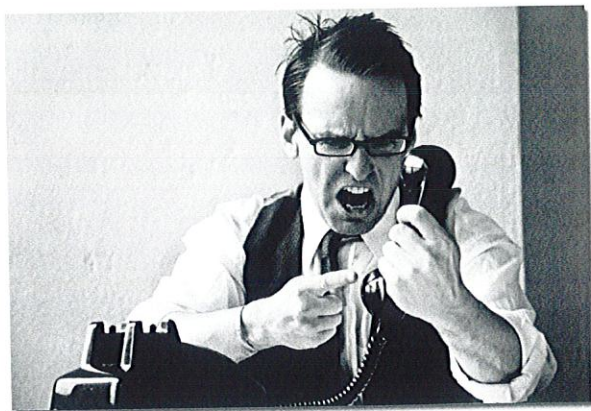
本刊編輯部

接待投訴客人，無論對服務人員還是管理人員，都是一個挑戰。要使接待投訴客人的工作不再那麼困難，使你的工作變得輕鬆，同時又使客人滿意，就必須掌握處理客人投訴的程序、方法和藝術。

接待投訴客人，無論對服務人員還是管理人員，都是一個挑戰。要使接待投訴客人的工作不再那麼困難，使你的工作變得輕鬆，同時又使客人滿意，就必須掌握處理客人投訴的程序、方法和藝術。

1. 做好接待投訴客人的心理準備

為了正確、輕鬆地處理客人投訴，必須做好接待投訴客人的心理準備。



首先，樹立“客人總是對的”的信念。一般來說，客人來投訴，說明我們的服務和管理有問題，而且，不到萬不得已或忍無可忍，客人是不願前來當面投訴的，因此，要首先替客人著想，樹立“客人總是對的”的信念，換一個角色想一想：如果你是這位客人，在酒店遇到這種情況，你是什麼感覺？更何況，在酒店業，乃至整個服務業，我們提倡在很多情況下，“即使客人錯了，也要把‘對’讓給客人”。只有這樣，才能減少與客人的對抗情緒。這是處理好客人投訴的第一步。

其次，要掌握投訴客人的三種心態，即求發洩、求尊重、求補償。投訴客人通常有三種心態，一是求發洩，客人在酒店遇到令人氣憤的事，怨氣迴腸，不吐不快，於是前來投訴；二是求尊重，無論是軟件服務，還是硬件設施，出現問題，在某種意義上都是對客人不尊重的表現，客人前來投訴就是為了挽回面子，求得尊重（有時，即使酒店方面沒有過錯，客人為了顯示自己的身份與眾不同，或在同事面前“表現表現”，也會投訴）；三是為了求補償，有些客人無論酒店有無過錯，或問題是大是小，都可能前來投訴，儘管他可能一再強調“並不是錢的問題”，但其真正的目的並不在於事實本身，也不在於求發洩或求尊重，而在於求補償。因此，在接待投訴客人時，要正確理解客人、尊重客人，給客人發洩的



機會，不要與客人進行無謂的爭辯。如果客人投訴的真正目的在於求補償，則要看看自己有何權利這樣做，如果沒有這樣的授權，就要請上一級管理人員出面接待投訴客人。

2. 認真傾聽客人投訴，並注意做好記錄

前已述及，對客人的投訴要認真聽取，切勿隨意打斷客人的講述或做胡亂解釋。此外，要注意做好記錄，包括客人投訴的內容、客人的姓名、房號及投訴時間等，以示對客人投訴的重視，同時也是酒店處理客人投訴的原始依據。

3. 對客人的不幸遭遇表示同情、理解和道歉

在聽完客人的投訴後，要對客人的遭遇表示抱歉（即使客人反映的不完全是事實，或酒店並沒有過錯，但至少客人感覺不舒服、不愉快），同時，對客人的不幸遭遇表示同情和理解。這樣會使客人感覺受到尊重，自己來投訴並非無理取鬧，同時也會使客人感到你和他站在一起，而不是站在他的對立面與他講話，從而減少對抗情緒。

4. 對客人反映的問題立即著手處理

客人投訴最終是為了解決問題，因此，對於客人的投訴應立即著手處理，必要時，要請上級管理人員親自出面解決。在接待和處理客人投訴時，要注意以下幾點：

（1）切不可在客人面前推卸責任

在接待和處理客人投訴時，一些員工自覺或不自覺地推卸責任。殊不知，這樣給客人的印象反而更糟，使客人更加氣憤。結果，舊的投訴未解決，又引發了客人新的更為激烈的投訴，出現投訴的“連環套”。

（2）盡量給客人肯定的答復

一些酒店管理人員認為，為了避免在處理客人投訴時使自己陷入被動，一定要給自己留有餘地，不能把話說死。比如，不說“十分鐘可解決”，而說“我盡快幫您辦”或“我盡最大努力幫您辦好”，殊不知，客人，尤其是日本及歐美客人，最反感的就是不能把話說死，什麼事情都沒有個明確的時間概念。因此，處理客人投訴時，要盡可能明確告訴客人多長時間內解決問題，盡量少用“盡快”、“一會兒”、“等等再說”等時間概念模糊的字眼。如果確實有困難，也要向客人解釋清楚，求得客人的諒解。

5. 對投訴的處理過程予以跟踪

接待投訴客人的人，並不一定是實際解決問題的人，因此客人的投訴是否最終得到解決仍然是個問號。事實上，很多客人的投訴並未得到解決。因此，必須對投訴的處理過程進行跟進，對處理結果予以關注。

酒店行銷計畫制訂步驟

本刊編輯部

一、瞭解消費者

好的酒店經營管理都在制訂行銷計畫，行銷方案之前，必須經過嚴格而周密的準備工作之後，才能更好的開展工作和制訂出更完善，更周全，更合理、更適用的行銷計畫來。

（一）、瞭解消費需求

不同類型的消費者對於酒店的需求是不一樣的，消費者的主要需求大概有以下幾種

1·擺脫束縛的需求，（生活累，工作枯燥。為情所困等等需要擺脫一下原來的環境，去酒店娛樂一下，當然是最好的選擇。）

2·顯示身份地位的需求（大公司經理，知名人士，工商人士，國家幹部以及先富起來的個體戶等等在消費的時候往往只在意酒店的檔次，是否能滿足自己顯示地位和身份的需求，另外一些低收入者為了招待重要客人，或者過生日，聚會等原因也會光顧高檔次的酒店）

3·得到尊重的需求，任何人都渴望得到尊重，很多人去酒店消費就是為了得到這種希望得到的尊重，因此，酒店必須不斷的提高服務品質以更好的為客人服務，如果客人在酒店得到了滿意的服務，必然對此店留下深刻的印象，下次還會再來，或者推薦朋友光顧，服務品質好與壞是影響

酒店消費者多與少的，消費時間長短的主要原因之一。因此，為了滿足消費者的這種需求，我們必須提高品質提供星級服務。

4·娛樂的需求：長期的工作勞累，上班，下班以及永遠幹不完的家務活，使人感到無聊和疲憊，因此，再有時間的時候需要去娛樂一下，放鬆一下，酒店因該改變傳統方式，在雙休日提供工薪消費的全家套餐。5·社會交往的需求：酒店本來就是人們進行社會交往的場所，可以交朋友或是談生意，或者三五成群，的知己朋友，搞週末小沙龍聚會，酒店可以提供空間。通過對消費者不同消費需求的分析，可以與我們現有的硬體，軟體相對比，看看我們提供的服務和現有的行銷策略是否能滿足客人的所有需求，如果不能怎樣才能有針對性的滿足呢／這將為我們制定行銷計畫提出依據，另外可以展開調研，客人現在還需要什麼？我們能否滿足什麼

（二）、瞭解消費動機

通過消費者消費動機的分析，我們將不難看出，1·光顧我處的消費者使我們滿足了他們什麼動機，（或者說客人出於什麼動機光顧了我們的酒店）2·不光顧我們酒店的消費者又是為什麼／我們將怎樣使其來消費呢？

那麼消費者到底有哪些消費動機呢？

1、健康的動機：（客人出於對健康的追求而來我處消費，因為我們環境氣氛比較適合他）

2、求吃的動機（追求物美價廉的各種美味）

3、求知的動機（又叫求奇動機）（因為好奇，而想來想消費，比如我們提供的某某表演吸引了他，或者之舉辦某某開業大打折服務客人對酒店不瞭解，好廳，而來消費一次）

4、求往的動機（追求社會交往往人越來越多，希望結識趣味相同的朋友，酒店可以利用這一動機組織俱樂部，聯誼會，友好協會等組織和互動，以滿足客人交往的心理需求。

5、求名的動機：通過高消費來顯示自己，為了炫耀和揚名，而來消費的客人。只要採取不同的行銷策略，來滿足不同類型的客人，不同的消費需求，消費動機才能使其轉化為消費行為，才能穩定客源使酒店顯著。

另外在制定計劃與調研的過程中，除了對消費者的消費動機，消費需求展開調研之外，還應該確認市場的調研分析活動。

（三）、確認市場

確認市場是餐飲行銷的首要任務，通過市場確認潛在消費者。

戰略計畫主要是指酒店的長期計畫，他要解決企業未來3——5年的發展目標和經營戰略。要制定行銷戰略計畫必須包括，計畫概要，企業現狀分析，機會和威脅的分析，目標和問題，制定的行銷方案。

首先，計畫概要行銷戰略計畫概要，通過簡單的描述與說明，將計畫的目標。主要內容的目標，主要內容，以及實現的手段行銷措施，昭示需要該計畫的各種使用者面前。它是行銷戰略計畫的綱要，使用者能迅速掌握計畫了核心與要點。其次，酒店現狀的分析在戰略計畫中，這一部分的內容是非常重要的，通過對酒店現狀的分析。能充分認識自己，認識市場和競爭者，只有做到知己知彼，才能為下步找出有利或不利的因素打下基礎。

二、瞭解酒店自己

（一）酒店內部現狀分析

1、資金分析（通過分析酒店資金投放的方向是否合理，可以制定攻進方案以及今後幾年內我們將有多少流動資金用來擴大與發展我們的酒店，通過這樣資金分析將為制訂方案提供依據）。

2、員工素質分析（我們酒店現有的員工的服務技能，專業知識，禮節，禮貌是否已經達到了酒店服務的標準要求了，員工素質中存在哪些需要解決了問題）通過對員工素質的分析，能找出我們酒店服務品質與同行差距，與星極標準的差距，以便更好的提高服務品質（可在員工崗上再培訓，或重新選拔招收素質好的員工）。

3、硬體分析：我們酒店的有形設施（本身的建築，內部與裝修（是否高於競爭或是在品味上高於競爭者。如果不是的話，進一步更新，以增加客源吸引力，刺激其消費。

（二）市場與宏觀環境分析

1、有形設施和無形服務是否符合市場需求。比如根據美國“酒店工業雜誌”報導，未來的餐旅業，商業旅遊，會議餐旅，政府團體會議將會增多，那麼，面對市場這一變化作為酒店，就必須分析我們的酒店硬體設施是否具備了召開國際大型商會的場所，是否可以提供現代的會議廳，我們的現代通訊設備與電腦資訊系統是否完備，等等。從中可以確定我們需要改建和增加哪些具體項目。為了滿足客人的享受心理，我們提供了無形服務是星級服務嗎？（包括禮節禮貌儀錶——）

2、銷售能力與銷售管道分析：酒店銷售人員是否具有銷售能力，銷售管道是否正確，競爭對手與銷售能力是否很強大？通過這樣的分析能看出不是之處。

3、競爭形勢分析（酒店應確立誰是主要競爭對手。並詳細收集，分析和評價對方）詳細分析競爭對手的規模實力，市場賣錢額。服務標準與範圍。定價促銷等行銷策略等。從中判明，競爭對手對我們可能構成了威脅與影響。以及將會為我們提供怎樣了機會4、宏觀環境分析（這是主要研究一下，人口、經濟、技術、法律、社會文化的變化發展過程中，對我們酒店會產生怎樣的影響）。



三、機會和威脅分析

在市場行銷中，機會與威脅是酒店不可控制的，它是對酒店發展造成有利或者不利的外部環境因素。機會——是指因環境變動而產生的，給酒店市場行銷帶來或可能帶來的有利條件和時機。威脅——是指環境中某些因素的變化給酒店市場行銷造成或可能造成的壓力和危害。

1、科學松柏行銷機會；很多酒店經理都不斷的思考著——面對競爭對手。我們有哪些優勢，面對市場我們又可以爭取到哪些行銷機會呢？

A、我們的主要競爭對手有哪些弱點？（抓住弱點，進行反攻擊）中藝瑞寶面對日月潭開了綜合行銷。

B、目前了競爭市場中有哪些顧客需求的，但還沒有被開發出來？（積極開發新產品做到一招先，誰先佔領市場，誰就會擁有更多的顧客）

C、面對競爭對手我們的地理位置優越，經營管理人員年富力強，（發揮優勢，樹立形象）酒店應注意發覺行銷機會，大力開發，使其轉化成為經濟效益。

2、科學分析行銷威脅：儘管經營威脅是任何一個酒店都盡力回避了。但市場競爭中，威脅總是現實的。存在的。我們必須正確了認識威脅積極採取措施。A、今年必須解決了問題還沒解決B、我們的產品品質與服務品質不如同行。C、我們是新建企業知道度低 D、與競爭對手比我們的定價過高或過低E、某大的競爭對手有新的行銷方案出臺F、我們的行銷策略已經不適用了，新策略未出名。G、行銷經費大大減少了H、競爭激烈同行太多酒店進行機會與威脅分析，目的就是要充分掌握各種資訊，採取相應的措施。有效的利

用機會。避免轉化，弱化威脅，戰勝威脅。因此，在酒店制訂戰備計畫中，對機會與威脅了分析是十分關鍵了。四、目標和問題分析目標是一個酒店在一定時期內經營發展的方向，制定戰略計畫時應詳細分析1、財務目標（要確立總銷售額度，並使酒店全體職工瞭解，本酒店經濟指標）

2、行銷目標，（酒店的財務目標，都必須轉化為具體的行銷目標，為實現行銷目標，我們必須確定A、我們的服務品質服務專案如何提高。B、是否有必要開拓新的服務專案內容是什麼。如何定價3、我們怎樣擴大市場份額，採取何種形式來實現）。

3、問題分析，（根據行銷威脅的分析，我們會發現很多問題，如我們價格與促銷策略是否應該進一下服務水準是否有不如意之處，積極發現問題解決問題）

三、制定行銷方案

（一） 方案制定：

行銷方案一是指企業在今後數年內特別是下一年將採用的各種行銷策略。確定目標後，行銷經理就必須考慮制訂實現目標的相應的行銷方案，作為行銷方案就解決兩個問題。

1、針對目標制訂行銷策略，並予簡要說明：如，酒店的目標客人，市場定位，服務價格。廣告和促銷，服務專案等問題的策略。酒店的市場行銷策略多種多樣，（產品策略，價格策略，分銷策略，促銷策略）2、行銷方案是行銷目標的進一步具體化，它必須非常具體地規定出為實現目標。各部門該做些什麼，什麼時候去做？何人去

負責，只有這樣才能保證計畫的執行回饋和控制。設立行動日程是使任務更加具體化（計畫表至1年了計畫，也有以季度為單位的）

在現代市場行銷活動中，促銷比之早期的商品推銷有更為重要的作用。早期的商品推銷，作用僅僅局限於直接促進商品所有權的轉移。現代促銷活動的作用則更為廣泛和深刻。通過促銷活動，不僅幫助或說服潛在顧客購買，而且更刺激了消費需求的產生，現代市場行銷所需要的，不僅是開發價廉物美的產品，方便消費都購買，而且要有高效率的促銷活動與之相配合。一件出色的產品，只有為消費都所欣賞，並愜意地買下來，才能成為現實的產品，造福於公眾和社會。由於競爭和消費者的購買特性，市場日益廣闊，潛在顧客不斷形成，使促銷策略變得十分重要。

（二）、活動促銷：

根據節目及重要時時推陳出新一些大型的促銷活動。將是餐飲推銷的重要手段，並能吸引大批客源，積極把握機會，舉辦大家喜聞樂見的活動。會為企業帶來莫大效益，活動促銷應嚴格遵循的原則之；要集新廳特，新潮性參與性於一體，（讓更多人參與進來）1、促銷常採用的形式1、節日促銷：節日是酒店推銷的好機會，情人節元宵節仲秋節，重陽節等等中國的所有傳統節日，以及外國的著名節日都要考慮到。要抓住消費者的求新，出奇了心理，采以喜慶節日為背景，大量進行宣傳。活動內容要豐富多彩。（以耶誕節為例，採取促銷活動，策劃活動，及行銷計畫書）2、演出促銷：酒店應經常邀請著名的歌星影星樂隊來舉辦演出，以刺激追星。

酒店採購如何現代化

本刊編輯部

採購工作在整個酒店的經營管理中，就像人體的食道口和嘴，“吃”什麼物品，以及怎麼個“吃法”，都會影響整個酒店的機體。從不同的供應商那裡，獲取酒店內不同部門要求的物品，既要價廉物美，又要時間及時。採購工作的品質，直接影響到酒店經營管理的品質。

傳統的採購管理思路，管理的側重點在於物品採購的單項交易。從使用部門的請購——成本控制通過電腦或手工對庫存數量的核對——採購部門通過電話或傳真貨比三家的詢價——供應商通過電話或傳真的報價——決策部門的審批——供應商上門送貨——倉庫驗收——電腦或手工記錄庫存帳目——倉庫向領用部門發貨——財務部門按供應商各錄記錄付帳款——供應商拿來發票要求付款——財務部門申請付款——決策者批准付款。單項交易的過程有十幾個，整個酒店的採購鏈和供應鏈在一筆、一筆的單項交易中無數地重複工作，大量的勞力、物力在無數次的重複交易中消耗。衡量傳統採購工作的品質標準是：是否價廉物美，是否及時供貨。在上個世紀的近幾十年中，酒店行業的採購工作基本上是在如此的模式中運行。

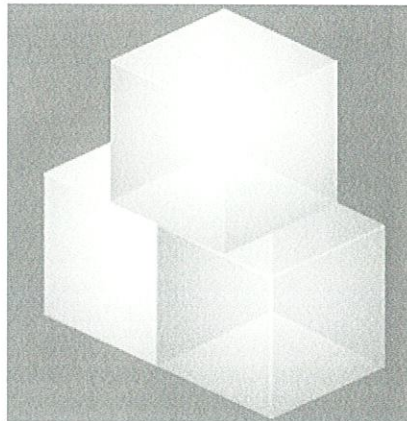
現代化

高新技術逐漸在酒店行業的滲透和影響，當然包括了採購的管理工作。近幾年，多數酒店的採購工作，根據供應商的情況，已經從電話、傳真的聯繫方式向無紙化過渡，採購部和供應商之間用E-Mail溝通，已經成了較為普遍的手法。供應商的品質，在近幾年有了很大的提高，國內的供應環境，更是有利於酒店的經營。仍然採用傳統的採購方法和過程，已經明顯的不適合現代企業競爭的需求。採購流程的變革迫在眉睫。

採購流程的變革，是從單項交易的側重點向過程整合的側重點轉移的變革，變革需要高新技術的基礎，需要整合經營資料的控制流程，需要做到酒店內部資料共用，需要整合不同的管理軟體系統，需要重新認識和供應商的合作關係。在現代酒店管理中，供應商和酒店是一個戰略合作的夥伴關係，因為供應商將和酒店一樣，面對共同的顧客，供應的服務水準將直接影響酒店對於顧客的服務水準，供應商的工作品質，將直接影響酒店的盈利水準。像希爾頓等著名酒店管理集團，已經開始使用不同的採購管理軟體，著手進行採購流程變革。採購管理軟體和前臺的管理軟體、各消費點的收銀軟體是互聯的。前臺每銷售出一間客房，和客房相關的物品數量，會根據設定的消耗量而自動在採購管理系統中顯示，同時，同樣式的資料還會通過自動傳真和英特網的傳輸，在不同供應商的資料庫中顯示。供應商則根據和酒店事先商定和設定的供貨量水準，及時向酒店補足已經耗用的物品。當酒店收到供應商補

充物品，酒店的採購管理軟體會在收貨欄上有所顯示，並在到了原先和供應商商定的供貨量時，自動通知財務系統支付貨款。整個採購流程被極大地簡化了，整個過程的整合，對於電腦軟體的要求是非常高的，同時對於採購管理人員素質要求也不一樣了。和傳統的採購流程相比，單項交易已經不復存在，採購工作管理的重點是內部管理標準的設定，是事先供應鏈的組建，是管理軟體的互聯。採購流程變革以後，對於酒店的好處顯而易見：

- 中間過程時間大大縮短。
- 解決了庫存安全問題
- 使庫存保持最低量
- 對顧客要求反應迅速
- 減少紙張傳遞過程
- 提高庫存記錄品質
- 推動供應商品質管制
- 減少管理環節
- 提高服務效率
- 資金的有效率提高
- 經營的盈虧資訊在採購中直接反映



要走採購管理現代化之路，借助高新技術改變採購的整個流程，是酒店在採購管理工作上的趨勢，從單項交易轉向資訊整合，首先需要思路的轉變，還需要對高新技術的投資。從目前國內酒店的現狀來看，對採購管理現代化投資的還不多，採購人員的素質和未來的管理要求也有距離。關鍵是，酒店有了適應時代變化戰略改變的要求，酒店的採購管理現代化之路才能逐步實現。

酒店管理的層次

本刊編輯部

酒店的管理層次一般都呈金字塔形式，從塔底到塔頂，由寬到窄。管理的幅度則是越往上層，管理難度越大，管理的幅度越小。現在國內比較常見的酒店管理是直線職能製管理，在該管理體制中，任何一級領導、管理人員、服務員都要明確自己的業務範圍、工作職責及本人應該具有的工作技能和知識。酒店一般分為四個層次：

（1）服務員操作層

酒店要為客人提供高質量的服務，必須通過服務員的服務來體現。因此，服務員的素質、個人形象、禮儀、禮貌、語言交際能力、應變能力、服務技能和服務技巧等，是酒店提高服務質量的重要條件。總之，服務人員要根據崗位責任制的規定，明確自己的職責範圍、服務程序、服務質量標準和應該具備的服務技能及理論知識，向主管（領班）負責。

（2）督導層

主管（領班）主要負責安排日常工作，監督本班組服務員的服務工作，隨時檢查其服務是否符合本酒店的服務質量標準。作為主管（領班）還要隨時地協助本班服務員進行工作或是代班服務。特別是在服務高峰的時候，或是服務人員缺少的情況下，領班要親自參加服務工作，因此領班必須具有較高的服務技能和服務技巧，是本班服務員的榜樣，是服務現場的組織者和指揮者。否

則他就不具備領導本班服務員的權威。主管對部門經理負責，領班對主管負責。

（3）部門經營管理層

部門經理主要負責本部門人員的工作分工、領導、指揮和監督。同時，還要負責制訂本部門的工作計劃，向上一級匯報本部門的工作，確定本部門的經營方針和服務標準，以求得最大的經濟效益。作為一名部門經理不僅要有組織管理能力、經營能力、培訓能力，熟悉掌握部門的服務標準、服務程序，同時還要具有實際工作經驗並具有一定的服務技能。部門經理對總經理負責。

（4）總經理決策層

酒店的總經理主要負責制訂企業的經營方針，確定和尋找 酒店的客源市場和發展目標，同時對酒店的經營戰略、管理手段和服務質量標準等重大業務問題做出決策。此外，還要選擇、培訓高素質的管理人員，負責指導公關 宣傳和對外的業務聯繫，使酒店不斷提高美譽度和知名度。總經理對董事會負責。

酒店管理的原則酒店是面向社會的服務行業，要完成對客服務工作，需要各個部門的密切合作，由各個崗位共同來完成。這就需要有統一的管理原則來維護酒店的運作。

① 對直接上司負責的原則

每個員工只有一個上司，只對自己的直接上司負責。由直接上司來指揮安排、檢查和督導屬下的工作，形成一個一級管一級的垂直領導方式。每個員工只接受一個上司的指令，下級不越級反映，上級不越權指揮，各安職守，各盡其責。

② 二線為一線部門服務的原則

一線部門處於對客的前沿，他們視客人的需求為己任，客人的需求就是命令。為了保證對客服務機制的暢通，二線部門要樹立大局意識、服務意識，要保障一線部門的工作順利進行。

③ 授權的原則

為了提高管理效率，調動下屬的積極性，上司不要大事小事都攬在自己手上，要學會授權。要授權給那些有責任心、工作能力強的下屬，要相信他們的能力。

④ 時間管理原則

酒店的工作特點決定了任何一項服務活動都是有時間要求的。一是對客服務有時間標準，二是酒店內部的運行也要有時間規定。這就要求管理人員要牢固樹立時間就是金錢的觀念。

⑤ 溝通協調原則

酒店的溝通協調十分重要，強調要加強上下級、部門間、部門內的有效溝通、主動溝通，保證溝通順暢。

⑥ 目標原則

目標是每個管理人員遵守的要求，對確立的目標每個管理者要認真完成。目標是一種追求，也是一種壓力

酒店管理十要素

一個宗旨：顧客是上帝、回頭客。

二個態度：用心、微笑。

三讓、三輕：讓座、讓路、讓電梯（樓梯）；走路輕、說話輕、動作輕。

四勤：眼勤、口勤、腳勤、手勤。

五淨：工裝淨、個人淨、布草淨、服務用品淨、環境淨。

六到：客人到、微笑到、熱情到、歡迎到、敬語到、服務到。

六個一樣：外客和內客一個樣，生客與熟客一個樣，閒時與忙時一個樣，檢查與不檢查一個樣，領導在場與不在場一個樣，賓客態度不同服務一個樣。

七聲：歡迎聲、問候聲、敬語聲、致謝聲、道歉聲、回答聲、送客聲。

八服務：站立服務、微笑服務、主動服務、敬語服務、靈活服務、親情服務、推銷服務、跟踪服務。

九規範：服務要規範、儀表要規範、站立要規範、蹲姿要規範、手勢要規範、語言要規範、引導要規範、待客要規範、技能要規範。

十主動：主動迎送、主動打招呼問好、主動帶客引路、主動介紹情況、主動為賓客服務、主動推銷、主動照顧老弱病殘、主動提行李、主動按電梯、主動徵求賓客意見。

1. 酒店情感管理的必要性

1.1 酒店產品的主要特點與情感管理

第一，酒店服務包含人的情感因素。因為酒店的服務有許多是直接面對客人的，酒店要求員工在為客人服務時始終保持微笑，熱情，彬彬有禮的態度，這就要求酒店員工特別是與顧客廣泛接觸的基層員工在付出勞動和知識之外還要付出情感勞動，使顧客真正感受到賓至如歸的感覺。

第二，酒店服務產品生產和消費的同時性。服務員生產服務產品的同時也是顧客消費的同時。員工的情感表現對於顧客的感知和滿意度有重要影響，員工在工作中應表現積極情感。

1.2 酒店基層員工工作的特點與情感管理

第一，複雜程度不高。酒店基層員工工作有許多為簡單的體力勞動，而且在酒店經營淡季的時候，酒店有的部門如客房部一般安排員工做計劃衛生等重複單調的工作。

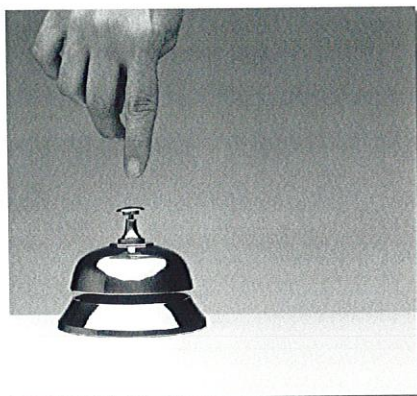
第二，酒店基層員工工作要求員工的忍耐性好。如在餐飲服務中，難免碰到十分挑剔的顧客，當挑剔的顧客一次次不滿提供的菜品而對服務員橫

加指責時，服務員也必須保持溫和彬彬有禮的態度。這要求員工的壓抑情感的能力比較強。

第三，勞動強度大。比如在餐飲部、客房部等部門服務員工作強度較大。一般的酒店要求客房部員工一天打掃十四間客房，特別在酒店經營旺季的時候，酒店住客率高，生意繁忙，這時客房部員工處於超負荷的工作狀態，他們在勞動強度較大的打掃客房的任務之外，客房部員工還必須為顧客提供其他服務。

在酒店經營的旺季，酒店可能要求員工取消休假去加班，可能連續十幾天沒有假期休息，過度加班是員工十分逃避和厭惡的事情。而不少酒店中有一不成文的規定，加班少於兩個小時不給員工計算加班工資，這對員工是十分不公平的。這容易引起員工心理不平衡的情感。

第四，協同性。酒店員工在為客人提供服務時，需要部門內部以及部門之間的良好溝通和協作。如需要在房間用餐的顧客要求客房服務員為其聯繫餐飲部送餐，客房部員工則需要和餐飲部員工進行溝通，共同完成客人的這項需求任務。要提供快捷優質的服務，酒店員工在工作中必須共同協作，這需要酒店內部形成良好的工作氛圍和融洽的人際關係。研究表明，積極的情感易使個體與他人建立積極的人際關係。



1.3 酒店基層員工的特點與情感管理

第一，酒店基層員工普遍呈現年輕化的現狀和趨勢。由於青年自我意識的發展，自尊心增強，一部分人具有隱藏自己內心情感的傾向。酒店若忽視他們情感狀態，容易對員工造成情感傷害。

第二，酒店基層員工一般尚處於職業生涯發展階段的前期。員工自我實現的心理需要要求其職業生涯有更好的發展。

第三，員工的工作成熟度和心理成熟度是不同的。這就導致擁有不同工作成熟度和心理成熟度的員工的心理需求是不同的，他們對於領導風格的要求也是不同的。第四，酒店基層員工以女性佔多數。酒店基層女性員工扮演的社會角色使得她們有時在工作中和家庭生活中遇到衝突，酒店應加強對女性員工工作和生活上的關心，創造安全良好的工作環境。

1.4 酒店制度管理的特點與情感管理

第一，等級森嚴，一級管一級，不可越級管理和上報。員工容易產生一種疏遠感和受僱傭感，進而形成強大的心理壓抑，漠視酒店的經營發展。

第二，酒店制度管理缺乏情感色彩。酒店制度管理一般通過員工手冊來宣傳酒店的管理制度，而翻開員工手冊，其大多條款是對員工行為規範的規定，若違反規定則要受到相應的懲罰，而對於員工的獎勵激勵條款則十分稀少，沒有任何感情色彩，使員工在心理上產生一種緊迫和受管制感。

第三，開罰單懲罰基層員工。酒店制度管理中動輒用罰單來懲罰員工過失和控製成本，使員工承受的壓力大，心理安全得不到有效保障。一線員工工資本來就低，這種開罰單的製度管理方式無疑讓員工心理產生不平衡感。

2. 酒店基層員工情感管理的基本途徑

2.1 酒店基層員工招聘和培訓期間的情感管理

(1) 招聘易於進行情感勞動的員工：酒店的服務產品需要基層員工付出情感勞動，要提供優質的服務必須要有優秀的員工。酒店應根據各個基層崗位的特點，對各個崗位員工的素質、性格的要求招聘員工。

(2) 培訓酒店基層員工的情感勞動：酒店基層員工進行成功的情感勞動需要經過一定的培訓，特別是深層表演這種形式的情感勞動。

2.2 酒店基層員工在職期間的情感管理

(1) 尊重和肯定酒店基層員工：根據馬斯洛的需求層次理論，任何人都有被尊重和肯定的需要，尊重和信任員工是情感管理的基礎。尊重和肯定員工，不僅體現在對員工的尊重，對員工人格的尊重，也體現在對員工工作的肯定和對員工意見的尊重。

(2) 加強與員工之間的情感交流與溝通：酒店在情感管理中，管理者要對下屬充滿熱情，以情感人，用親切的"情"與員工進行情感交流，用"情"溝通，在溝通時要注意青年員工的自尊心強、易衝動等特點，要注意關心基層女性員工的工作及生活上的困難。

酒店優秀人才從哪裡來？

本刊編輯部

《天下無賊》裡面的一句經典台詞，二十一世紀什麼最貴？人才最貴。酒店行業的發展自然也離不開人才，好的酒店員工是優秀團隊的基石，自然也是眾多酒店管理者頭痛的問題之一。都說人才最貴，最重要，那麼這些人才從哪裡來呢？



酒店總是說缺乏優秀的人才，思考起來，為什麼會出現這樣的情況呢？若是仔細考究起來，就會發現，酒店的管理體系和培訓體系比較健全的酒店就相對的多一些好員工。為什麼是這樣呢？很簡單的原因，人是需要不斷激勵和學習的，這是一個成長的過程。所謂沒有規矩不成方圓，公司擁有好員工的前提一定是公司有一個完善的管理體系，在這樣的管理體系下，公司以人為本，這樣的“本”非為資本，而是對員工的基礎要求準則。只有通過激勵培養以及引導歸屬感的員工，才是經得起檢驗的優秀員工。這些主要體現在首先是對入職員工的管理，每個公司都有自己的企業文化，它必須是佔據主導地位的，一般來說，任何企業都有三種文化意識存在。一種是個人文化，即員工與生俱來的性格習慣，第二種是行業文化，為本行業的基礎文化，如行業共識，業務處理方式等，第三種就是公司文化，即本公司

內形成的獨有的價值觀和遵循願景。成功的企業能把這三種文化融為一體，將個人文化發揮最大化的同時，學習好行業文化，增強員工本企業文化的歸屬感，因而，在酒店錄取人才的時候就應該建立測試標準；比如評估新員工的工作方式、價值觀及興趣等，要找到和酒店文化相近的人，不要求找到最優秀的人才，因為優秀的人永遠都有機會在等，他隨時都會離開，當你酒店的文化達不到能夠駕馭優秀人才的時候，酒店要找的是合適的人才，合適的人才能夠與公司共同成長。人性化管理的前提是指在尊重公司文化的前提下，激勵創新。比如IT行業巨頭阿里巴巴認為第一個十年，是創始人時代，而第二個十年，將是合夥人的時代。為了給更多優秀的人才“騰出空間和位置”，所以2009年阿里巴巴“十八羅漢”集體辭去創始人的職位重新競聘上崗，以合夥人的身份同集團一起“重新創業”。

另外一個就是對待酒店的“問題員工”處理，每個酒店都會有不同程度的“問題員工”，管理者不管是採用“淘汰出局”，“網開一面”還是“委曲求全”，這些都不是理想而有效的管理方法，對於“問題員工”處理不妥當，就有可能會激化矛盾，無力培養出好員工，甚至可能讓整個工作團隊工作效率降低，連累了公司的發展。以人為本的管理關鍵是通過別人的工作來達成自己與組織的目標。因此，管理制度需要有對應的方案，對員工進行相應的管理，個人職業進行規劃指導，針對員工自身存在的一些“問題”，深入了解，挖掘本質，找到關鍵癥結所在，幫助員工克服“問題”成長為好員工。而如果是“問題員工”一無所長，那麼說明他不太適合我們的酒店，只能讓他將問題帶出酒店了。

酒店擁有健全的培訓機制，則將會使每一位員工都收益。管理大師德魯克認為：“組織就是由平凡的人，共同創造偉業的地方”。好的員工是需要酒店自己培養出來的，並不是與生俱來的。有這樣一則來源於世界經理人網站的數據：中國經理人要成為全球經理人最欠缺的是：缺乏自信

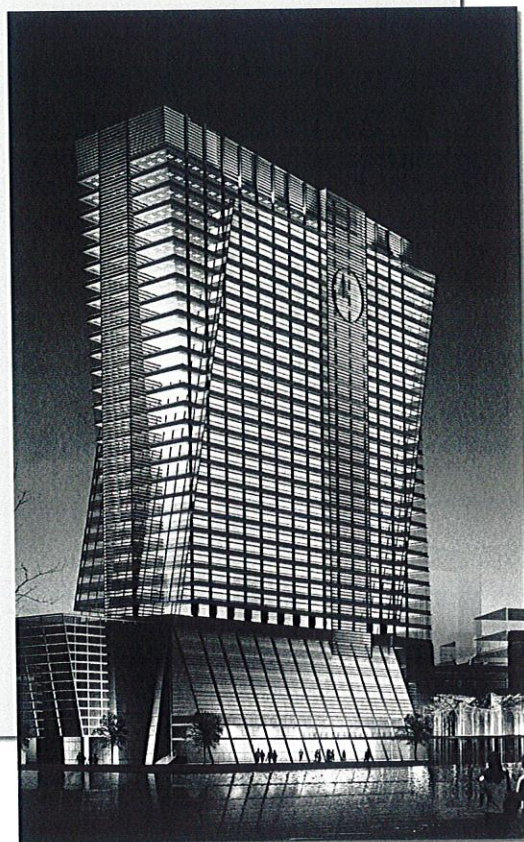
11.09%、不敢為人先23.50%、不善於交流15.08%、未能有效培訓下屬50.33%。三星創業以來，領導者一直花80%的時間來吸引人才和培養人才，所以，三星培育出了三個全球500強公司。由此看來，我們的人力培訓是一個薄弱的環節，多數酒店將培訓作為一種形而上學的東西，好看卻不實用，熱鬧沒有實效。當然也有一些酒店在培訓方式是與時俱進的，只是這個學習力的出發點受到了社會環境影響，比如有些酒店做員工的素質拓展訓練，就是做幾個團隊的遊戲，培養起協作精神，將野外旅遊作為重點；有的酒店則開展娛樂化的培訓，希望員工能夠在快樂中學會工作，做得很鬧騰，讓員工在紙上談理想，寫目標，用圖片和舞蹈的形式培訓；有的酒店卻迷信於“專家”，請了國內外知名度極高的“大師”來進行相關培訓。每年花費不少的培訓費，除了掛在牆上的一些形象宣傳圖片外，可以給酒店實際產生的經濟效果很是微小。由此看來，多數的酒店培訓出發點不對，而酒店的管理者只重視結果，卻忽視了過程，路走反了，走得再遠都沒有用。酒店培訓員工的出發點是將員工培訓成為全才，那麼這樣能夠實際做到嗎？即使能夠做



到了，對於酒店裡面的專業職能化崗位，員工都似一個模版刻出來的，追求同質反而使員工失去自我，缺乏創新。與此相對的，實效培訓則立足與酒店文化，特別是有些酒店的企業文化特別高，員工們很難達到，這時候我們酒店應該重視加強文化的凝聚力和員工的歸屬感，將企業文化從牆上貼到員工的心裡。培訓的目的在於尋找員工身上的突出特質，加以引導提升，來歸屬到酒店文化這樣的一個大平台上來。使得員工能夠使用正確的方法做正確的事情。與此同時，酒店要有好的員工，管理者也是一個關鍵因素。酒店管理者的出位表演，不僅能夠吸引好員工，而且能夠不斷培養出好員工。在酒店中，處於領頭羊的領導者要扮演一個合適的角色，才能夠帶領團隊做出好的出色表現。大家都熟悉的《三國志》中，劉備無疑是一個優秀的領導者，他不僅僅只是戲台上面那一個哭哭啼啼的長者，他能文能武能用智謀，可謂“弘毅寬厚，知人待士。機權幹略，不遜魏武。”斬蔡陽，火燒博望都是出自劉備之手，正是因為劉備非凡的領導能力，才有了關張，諸葛亮等人才的輔助而成就偉業。作為酒店管理者的你，也應該思考一下，你在酒店團隊中所需要扮演的角色。若是你有出色表演，則必然對公司未來的遠景有著清晰的認識，在工作當中能夠集思廣益，將員工的積極性調動起來。主動接受挑戰，使得酒店、員工的發展同自己的發展融入同一個平台，員工相信你，信賴你，可能還會崇拜你。作為酒店管理者的你有權利有責任激勵大家一起共同進步。在員工進步的同時，領導者也在進步，如此，酒店就能夠不斷發展，員工就能不斷成長升級，出現越來越多優秀員工。

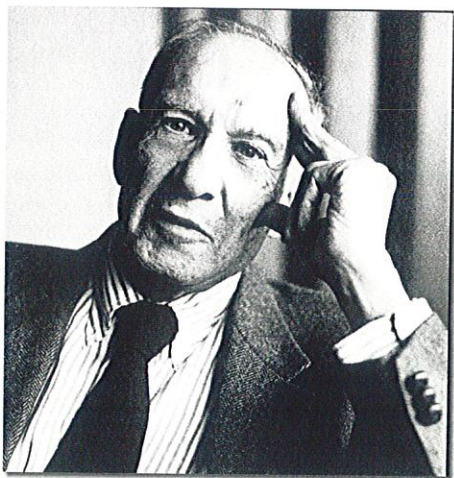
可能你覺得自己選擇本色演出，會有更好的作為。你為酒店員工提供一個廣闊的發展平台，你習慣於讓員工“給我衝”，卻很少說“跟我走”，期待員工為公司去想辦法，開發市場，甚至員工的思維可能超越你自己。舉個例子對比一下，一頭獅子帶領一群羊和一頭羊帶領一群獅子，你覺得哪一方會贏得勝利？

優秀的員工來自酒店的內部，就看酒店領導者能不能培養髮掘出金子來。而作為酒店的管理者也應該更多的將自身的領導力培養起來，做酒店的領頭羊，這樣才會吸引到更多優秀的人才來加入到你的團隊當中。



大師眼中的有效經營者

廖志德



彼得·杜拉克一生都在追求有效性，也協助企業經營者追求有效性，對於毫無貢獻或績效的事情，總是敬謝不敏。他將一甲子的功力全部貫注於寫作與教學上面，總能提出震撼全球的立論；同樣的原則也適用於企業的經營上，就是：「必須在正確的事情上下功夫，把自己引向有貢獻或有成果的地方，也就是要朝有效的方向前進。」

全球首富比爾·蓋茲(Bill Gates)有次接受一位記者提問道：「您平時都看些什麼管理書籍？」他回答：「除了彼得·杜拉克(Peter Drucker)的書，還有誰的書可以看？」

此一對話說明了杜拉克在管理界的份量，只要他發聲，所有的企業高層都會傾耳恭聽，無論是世界第一投資高手的華倫·巴菲特(Warren Buffet)，亦或是英特爾十倍速領導者的安迪·葛洛夫(Andrew S. Grove)，甚至是被喻為21世紀最卓越的領導者前奇異(GE)執行長傑克·威爾許(Jack Welch)都對他推崇備至。

杜拉克是管理大師中的大師，一如星際大戰中絕地武士的導師尤達(Yoda)，總是在人們徘徊、困惑之際，以智慧的語言，啟動領導者改變世界的潛藏能量，在全力競速、狂風暴亂的市場爭奪戰中，讓他們更有智慧、更有戰力。

九旬的高齡雖限制了他的行動力，但是卻不妨礙他從事寫作、教學、顧問的熱忱，其中有許多是透過衛星轉播或DVD來進行，高科技成了大師思想傳播的最大助力，但是接受諮詢總得親自造訪大師，杜拉克通常會在加州克蒙市(Claremont)的家中，接待這群來自紐約、柏林、東京等地的企業朝聖者。

經過杜拉克智慧的洗禮與加持之後，客戶通常不會獲得立即明確的答案，他們帶回去的是家庭作業：學習從不同的角度進行思考，找出問題背後真正的原因。

· 找出問題背後真正的原因

「詢問」是大師慣用的手法，當客戶帶來疑問時，他不直接從表面上的問題下刀，而是以交叉詰問的方式來「修理」他們，杜拉克曾經開玩笑形容自己不是顧問，因為客戶付錢讓他羞辱。曾經多次採訪過他的《BUSINESS 2.0》雜誌編輯表示，杜拉克有不斷插話的癖好，對話過程中經常會冒出：「你是否聽得懂我在說什麼？」然後忽然停頓，「或者我是在浪費我的時間？」

或許有客戶會認為聘請他當顧問是一種浪費，不但顧問費昂貴，而且言不及義，談了老半天仍然摸不著頭緒，這是對杜拉克的嚴重誤解。昂貴的費用是為了逼客戶慎重地面對每一次的諮詢會談；交叉詰問則是協助客戶跳開問題，從根本來探索問題的源頭，而不是深陷於問題當中而無法自拔。

錯看同時也是尋找萬靈丹的心態作祟，企業人士整天追逐於新流行的管理理論，諸如再造工程、六標準差、學習型組織、平衡計分卡、知識管理……等流行名詞，此一舉動就像「女人的衣櫃永遠缺少一件衣服」，有時間學習新的管理知識，卻不願意投注時間認真執行，每導入一種新的管理方法，就希望在半年或一年後產生效果，由於缺乏耐心等待成果，不是駁斥管理無用，就是管理方法不斷翻新。杜拉克問的問題則經常直指核心，將注意力放在整體趨勢的結構改變，要實施他的建言，沒有3至5年，甚至10年，難以成事；沒有智慧、沒有毅力的人，得不到他的真傳。

大智慧者如威爾許，就曾經從杜拉克的話中參悟出許多道理：「如果你尚未踏進這個產業，今天你還會進入相同的市場嗎？」如果答案是否定的：「那麼你現在應該採取何種行動？」

這個問題單純至極，卻相當發人深省，在精簡的問句引導下，威爾許構思出奇異有史以來最重要的策略：「不是第一；就是第二，否則就要面臨整頓、出售或關閉。」這是具有壯士斷腕特色的決策，凡是奇異旗下的任何事業單位，都得在市場上達到數一數二的地位，否則就要完全撤出那個領域。

威爾許在紙上畫出3個圓圈，把奇異所有的事業分為服務業、高科技、核心製造業3個範疇，所有的事業單位都要想盡辦法擠進圈圈內，凡是低利潤的業務、市場成長速度緩慢，或是缺乏強力策略的圈外事業單位，都得強力進行自我整頓，或是改變遊戲規則，以取得市場領導者的地位，才有機會重新納入3個圈圈之內，否則，弱勢事業最終只有遭到割捨的命運。

新的觀點帶來新的挑戰與機會，3個圓圈成為威爾許一再宣導的理念，迫使所有的領導人以全新的角度來檢視自己的事業，並且讓奇異的資源集中於有願景的未來，當逐漸凋零的事業如同枯枝般，從奇異這棵大樹的身上抖落時，原有的事業才有可能茁壯結果，同時也為奇異帶來新的生機。

看似簡單的問題，卻是最根本、也最接近問題源頭，是最能激發出石破天驚能量的一問，而杜拉克經常問的問題包括：

- 你所從事的是何種行業？
- 你最想做的一件事是什麼？
- 你現在正在做什麼？
- 你為什麼要這樣做？



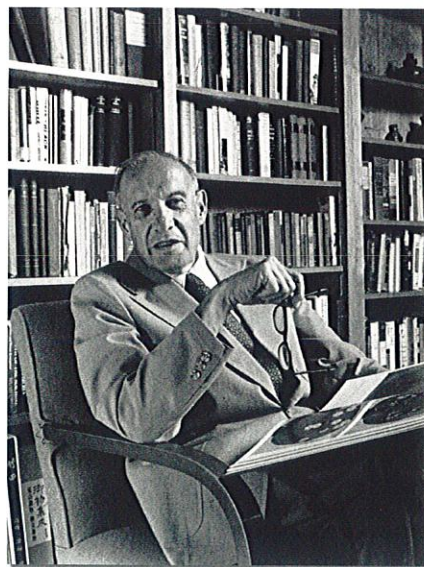
• 把自己的才能與對的事情連結

杜拉克一生都在追求有效性，也協助企業經營者追求有效性，對於毫無貢獻或績效的事情，總是敬謝不敏，他謝絕一切浮華不實的宴會活動，也不接受無謂的採訪活動，只做自己最想要的一件事，他將一甲子的功力全部貫注於寫作與教學上面，所以總是能提出震撼全球的立論。

同樣的原則也適用於企業的經營上，就是：「必須在正確的事情上下功夫，把自己引向有貢獻或有成果的地方，也就是要朝有效的方向前進。」

1966年杜拉克將多年觀察此一議題的結果，寫成《有效的經營者》一書，就像他的另一本書《旁觀者》的形容，杜拉克其實是冷眼旁觀的人，他從不同的角度來剖析各種經營者，同時反覆的進行思考，他的思索，不是鏡子似的反射，而是如三菱鏡般的折射，不只看到經營者表面的上的活動，更從中歸納出基本的元素、原則與習慣。

所謂的經營者，並不單指負責公司整體績效的高層主管，經營者手下不一定要管人，凡是在自己正常的業務上下決定，會對組織績效及成果產生重大影響的知識工作者、經理人或專家，杜拉克將之統稱為經營者。因此，以台積電來說，經營者指的並非張忠謀一人，而是大多數的員工，經營者的判斷基準不是職位的高低，也不是權力的大小，而是下決策時對組織成果的影響大小，例如決定某一批晶圓良率是否合格的測試工程師，雖然是基層員工，但是其測試是否精準卻影響甚鉅，因此他也屬於經營者。



對於經營者一般人常有許多的期望，這些期望往往是不合理的，企業所設定的人才評估準則甚至充滿著矛盾性，要有大格局來思考未來的願景，又要能具備策略細節的執行力；必須勇於冒險犯難、衝刺市場，同時又能小心亦亦、步步為營；對部屬要和顏悅色，又要有強力指揮調度的能力。

與其期望這般超人再現，杜拉克則要我們回歸現實，他認為組織的責任不在培養出全能的超人，而在善用現有人員的特長。大部分的人都是凡人，在各方面都平庸的人占了絕大多數，要獲得所需的經營成果，不能依靠天賦神童的誕生，也不能依靠經營者能力的快速提升，企業必須學習如何活用人們擁有的少數專才，在知識及能力資源缺乏的極限下，追求有效的產出。

好消息是不同型態的經營者都有成功的機會，杜拉克發現效能與一個人的個性、才能、特質無關，平凡人可以成就卓越，天才也有可能一事無成，有效的經營者共通的習慣：就是把自己的才能與對的事情產生連結。

• 有效性是一種可以學習的習慣

有效性是一種習慣，是可以學習的。

但是習慣的養成卻是很難的事情，就像學習游泳一樣，我們無法透過苦練達到奧林匹克的水準，因為世界級的水準是需要天賦的，但是透過不斷的練習、練習、再練習，可以成為游泳高手卻是無庸置疑的；有效的工作態度同樣也需要時間來磨練，直到成為一種堅定不移的習慣為止。想要成為武林高手需從蹲馬步等基本功練起，想要成為有效的經營者，可以考慮先從大師所推導出來的五大「智慧心法」開始，逐步培養出有效的行為模式，也許無法達到台塑集團董事長王永慶穩定踏實的執行功力，或者奇美集團董事長許文龍四兩撥千斤的經營智慧，但總能夠透過自我的啟發，讓工作對自己及組織產生更具有價值的貢獻。

• 【智慧心法一：時間管理】

根據杜拉克的觀察，有效的經營者不從工作下手，而是從認識自己的時間運用開始，透過時間的紀錄與分析，將無效、沒有生產力的時間區分出來，然後設法減少或簡化不必要的工作，最後必須致力於零碎時間的重新組合，集中出一整段不受干擾的自由時間，讓自己可以不間斷的處理重要的工作。

聯強國際總裁暨執行長杜書伍就是一個善於運用時間的經營者，他不但自己遵守時間管理的原則，對於每次會議的重要結論，他也會要求所有經理人將行動記入自己的行事曆當中，並且親自追蹤工作執行的成果，聯強整體企業執行力會這麼強，和杜書伍努力將部屬教導成有效的經營者有密切的關係。

• 【智慧心法二：成果導向】

「你應該怎麼做才能對組織產生最大的貢獻？」這是杜拉克另一個經典名句，這個問題有助於個人將注意力從自己的才能、努力轉移到對整體組織的貢獻上，有效的經營者不會只知埋頭苦幹，他會不時地檢驗自己的工作是否和組織目標吻合，轉而從較高的層次及顧客的角度來進行思考。

留意自己的成果與貢獻，讓經營者從狹窄的觀點跳脫出來，使自己的工作與顧客價值產生連結，接著他才知道自己應該採取何種行動，有效的經營者應該問問下列幾個問題：

1. 我的行為是否對整體組織具有價值？
2. 為了產生貢獻我應該具備何種才能？
3. 我應該進行何種學習以產生績效？
4. 為了產生顧客價值應有的服務水準為何？
5. 我應該用何種指標來衡量自己的成果？

• 【智慧心法三：活用長處】

每個人都有長處及弱點，有效的經營者不把部屬視為圓滿的人，完美而毫無缺點，他留意每個人的優點，不依靠缺點的強調來培養人才，他引導他們，激發出其內在潛藏的能力。有效的經營者不是自己的能力比部屬更強，而是讓部屬能夠青出藍而勝於藍，他在分派任務的時候，是以一個人能做什麼為根據，而不是扭曲個人的本質來適應職務。

人天生有許多的缺點，唯有活用長處才能降低其影響力，組織的好處就是能夠進行團隊合作，當眾人各得其所時，其缺點自然隱而不見，組織讓個人有限的優點發揮到極致，活用能力大大地增強了組織的戰鬥力。



• 【智慧心法四：優先順序】

滴水足以穿石，無效的經營者卻是把水到處亂灑，以至於浪費了自己有限的的能力與能量，有效的經營者善於集中力量，他們只做對的事情，並且在一段時間只處理一件事情，這需要經營者極高的自我要求，並且勇於向不必要的工作說：「不」，自律是經營者追求成功的先決條件。

每經過一段時間，經營者都要問問自己：「這件事是否依然具有價值？」定期重新安排事情的優先順序，可以避免組織能量的浪費與枯竭，不能減輕無效工作對經營者所產生的壓力，只會陷入庸庸碌碌的流砂當中。

• 【智慧心法 正確決策】

錯誤的決策比貪污更嚴重，姑且先不論這句話的對錯，下錯決定的確會對組織產生重大的負面影響，因此，有效的經營者在下定決心之前，必定會針對特定的議題投入足夠的時間進行思考，透過持續的溝通、討論與爭辯，使得決策在整體性、戰略性、有效性都獲得充分的考慮，有效的決策者不做「頭痛醫頭，腳痛醫腳」式的個別問題解決，他們從根本的源頭來解決問題，他們只做少數的重要決策。

決策的有效性需要時間，有效的決策不能是臨時起意，但大多數的經營者總是推說自己沒有時間，這使得他們的決策錯誤百出，反而耗用了更多的時間於到處救火及處理善後上。

要說忙，應該沒有人敢說自己比比爾·蓋茲更忙，而微軟之所以能夠成為全球最強力的賺錢機器，就是因為他們願意花大量時間於重大決策之上，每年微軟會舉辦一到兩次的「避靜活動」，每次時間約需3至7天，當決策愈重要，他們所耗用的時間愈多。

1993年，網景(Netscape)大肆攻占瀏覽器市場之時，微軟曾召開一場長達7天的避靜活動，不做出有效決策不出關，最後他們做了出重大的決策：凡是與網際網路無關的專案一律取消，這個關鍵決策在當時引起相當大的爭議，可是卻救了微軟一命，畢竟今日市場上已經很難看到網景的蹤影了。

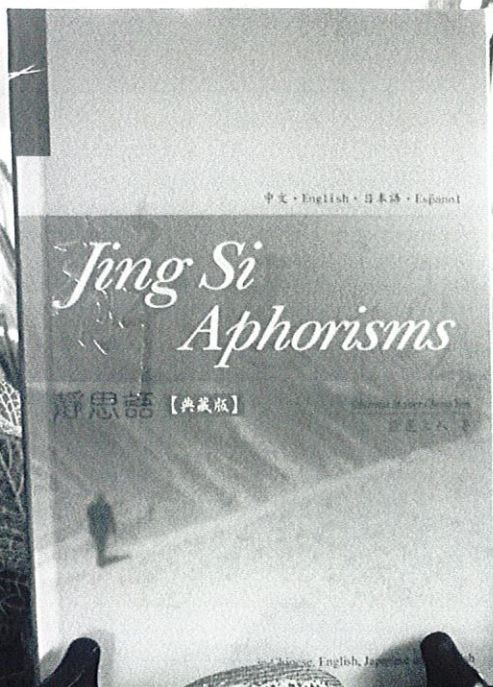
• 專注做對的事情

歸納這五大智慧心法，其實只有一個重點：「做對的事情(Do the Right Thing)。」但是在環境壓力的衝擊下，經營者往往失去勇氣與信心，開始患得患失，做起無益的事情，事情一件接著一件，卻不能全神貫注只做對的事情，杜拉克的問句正如同當頭棒喝，讓經營者從意亂情迷中覺醒，再次從力行中讓自己成為有效的經營者。

經濟大師熊彼德(J. Shumpeter)曾說：「人們如果只曉得我寫了幾本書，發明了一些理論，這是不夠的。如果不能改變人們的生活，就不能說你已經改變了世界。」從杜拉克一生的成就來衡量，他不但改變了世界，也改變了人類的生活，看來他的影響力還會持續好幾個世紀呢！



Buddhist Tzu Chi Foundation 佛教慈濟基金會
1100 S. Valley Center Ave. San Dimas, CA 91773
909.447.7799 | www.us.tzuchi.org
<http://jingsi.us.tzuchi.org>



列名時代雜誌2011全球百位最具影響力的人物之一，佛教慈濟基金會創始人證嚴法師以簡明的話語道出世間的真理。典藏版《靜思語》今年正式走進全美各大旅館，為旅人洗滌勞頓的心靈，指引方向。

Named by TIME as one of the world's 100 most influential people in 2011, Master Cheng Yen speaks profound truths clearly and concisely. The simple sayings collected in Jing Si Aphorisms provide wisdom for life in four languages: Chinese, English, Japanese, and Spanish.



Jing Si Aphorisms

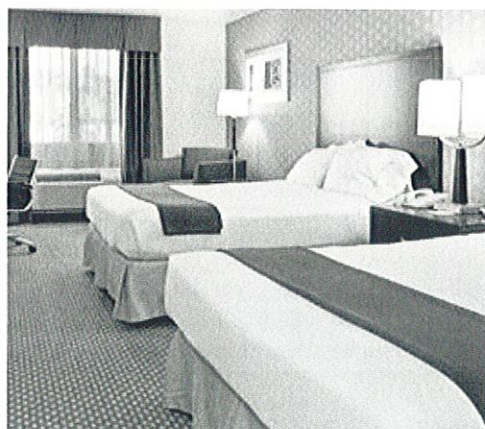
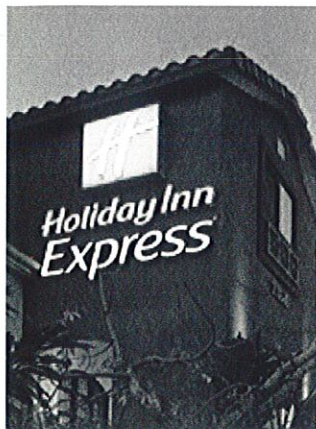
Inspiration in the Hotel Nightstand



125 Pacific Coast Highway
Hermosa Beach, California 90254, United States

Hotel Reception: 1-310-798-9898
Hotel Fax: 1-310-372-0355

Hermosa Beach



Welcome

Whether you are coming to the South Bay Area for business or just for fun, your room at the **Holiday Inn Express Hermosa Beach** is your personal retreat. You will have room to work, relax, and make the most of your day. Hotel is only 0.5 mile from beach and 7 miles from LAX. We are within walking distance to Hermosa Beach and Redondo Beach piers, King Harbor, exciting bars and restaurants.

Hotel Details

Total Rooms: 80
Total Suites: 16
Interior Corridor
Executive Rooms
Total Number of Floors: 3
Express Start Hot Breakfast
FEMA Property Number:

Free Parking
Free Local Phone Calls
Free Wireless/Wired
Internet
24-Hour Business Center
24-Hour Snack Shop



Customer Reviews

» *"For our first trip to the L.A. area, we had no idea where to stay. I wound up calling the hotel and the front desk clerk Ricardo really sold the hotel*

» *"It is a very nice hotel for the price in a great location. It's a fairly easy and pleasant walk down to Redondo Beach and the many restaurants and*

» *"We have stayed at the HIX HB before, and it never disappoints. The hotel is undergoing some renovation, but we barely noticed the construction. The new*

<http://www.hiehnb.com>



Steve Liu
Senior Associate

949 468 2385 Direct
714 349 3547 Cell
slu@naicapital.com
DRE License #01323150

NAI CAPITAL - ORANGE COUNTY
4650 Von Karman Ave.
Newport Beach, CA 92660
www.naicapital.com

NAI Capital is one of the largest full-service commercial real estate brokerages serving Southern California, with 14 brokerage offices strategically located throughout Los Angeles, Orange, Riverside, San Bernardino, and Ventura Counties.

NAI Capital
Commercial Real Estate Services, Worldwide.

Featured Properties

Sale, Leasing Management, Tenant Representation, Landlord Representation

FOR SALE

Budget Inn
510 NW Georgia Ave.
Sweetwater, TX 79556



- Former Motel 6
- 78 Rooms
- 21,984 SF Building
- 1983 Construction
- Off Interstate 20
- Pool and Manager's Quarter

FOR LEASE

Diamond Hills Plaza
2709-2841 S. Diamond Bar Blvd.
Diamond Bar, CA 91765



- 200,324 SF Shopping Center
- Grocery & Drug Anchored
- High Income Demographics
- Signalized Ingress/Egress
- Monument Signage Available
- 1,322 SF to 4,500 SF, Retail Shops
- 1,408 SF & 2,999 SF Restaurants



Spectrum Commercial Lending takes pride in managing the details. We ensure your timely loan funding by having the most trained and experienced team. Contact us to learn more about how Spectrum Commercial Lending is changing lending. SBA 504 & 7a ■ Owner User and Investments ■ Refinances and Cash Out ■ Construction/Tenant Improvements

FOR YOUR LENDING NEEDS CALL!

Tony Kim
Vice President
714 315 8008 Tel
t.kim@contactspectrum.com

劉氏工程公司

GENERAL BUILDING CONTRACTOR

商業、公寓、住宅、新建、加建、改建
水、電、冷暖氣、屋頂、木工、造園、油漆
水泥地、內外牆、隔音、隔熱、內部裝潢

(免費估價) Lic 928449

Real Estate Lic 01753479

Peter Liu Fax 714-995-6394

714-955-1516

920 S. Beach Blvd., Anaheim CA 92804

商業住宅 · 施工繪圖 BLUEPRINT TO BUILD

餐館診所
新建加建
迅速交件
價錢公道

商業住宅
代辦建照
多年經驗
免費估價

ANOKIA INC. 安諾亞建築工程設計

626-222-0621 www.anokiainc.com

YVONNE CHAN INSURANCE AGENCY, INC.



Yvonne Chan

Lic. # 0D57735, 0D58793

精於

大小酒店，工商大樓，
房地產，餐館及超級市場。

BUSINESS SOLUTION:

企業繼承準備，
掌控商業風險，
企業債務清盤，
合夥人及主管保障險，
勞工保險及公司福利計劃。

84年
服務社會

汽車、房屋、商業
勞工、醫療、人壽
退休金及教育基金

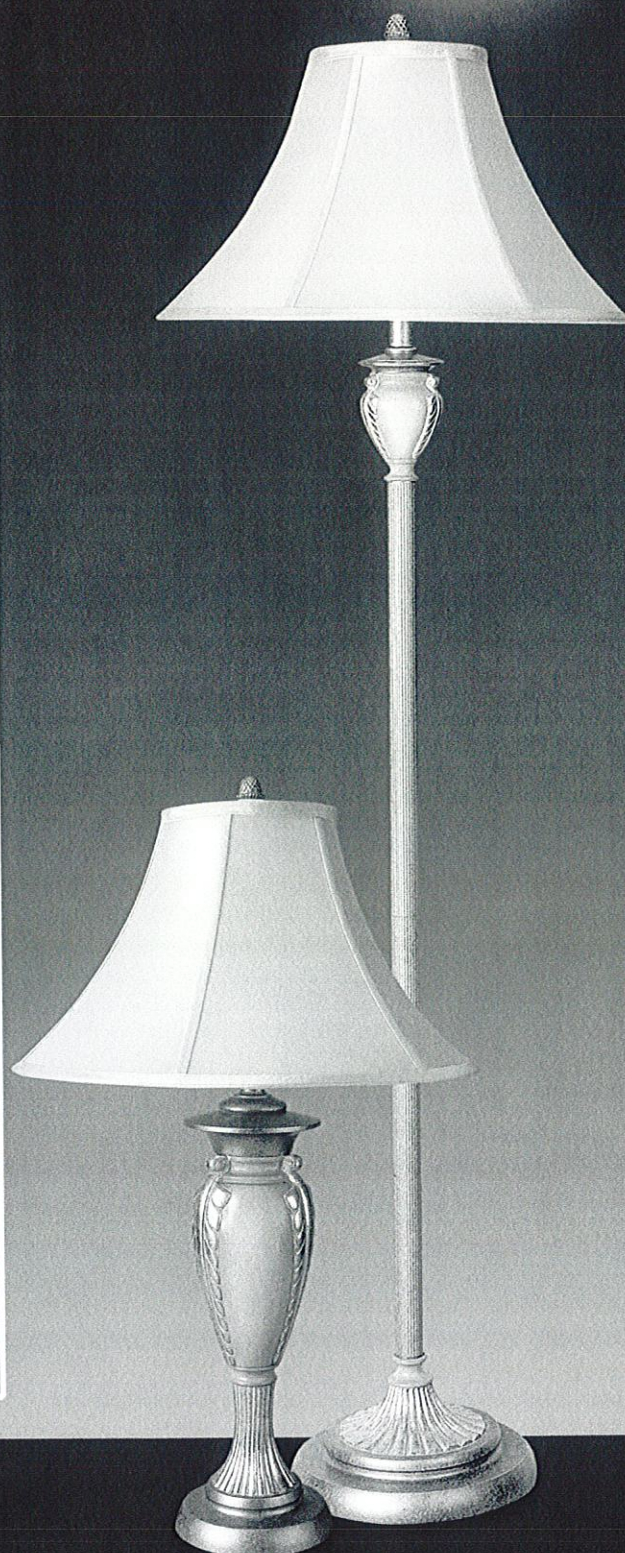
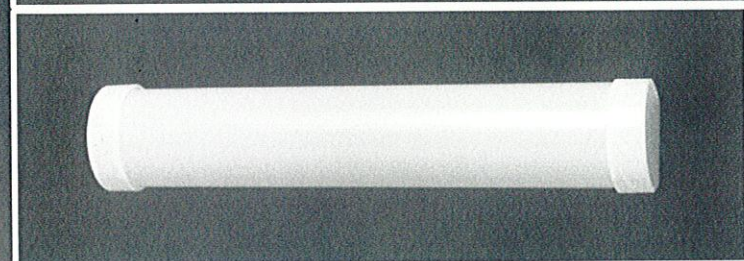
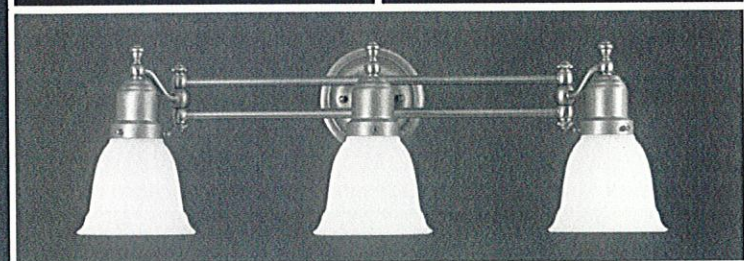
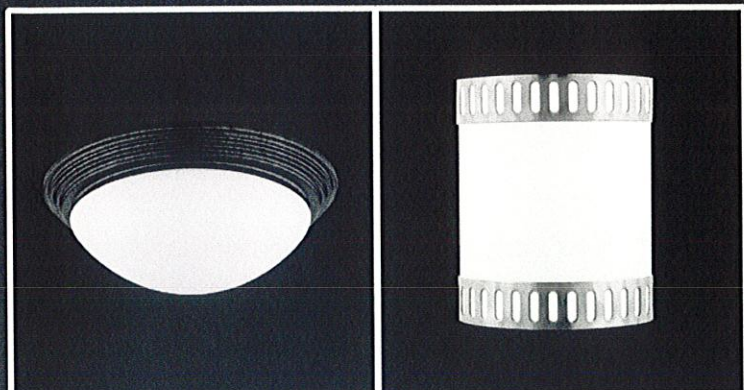
經驗豐富 · 專業盡職 · 歡迎來電



精通國、粵語

714-575-0088 Fax: 714-575-0044

1200 N. Jefferson St. Suite P, Anaheim, CA 92807 (近 57, 91, 55, 22 & 5 FWY)



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



 First General Bank
大通銀行

助您
大展鴻圖
財運亨通



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

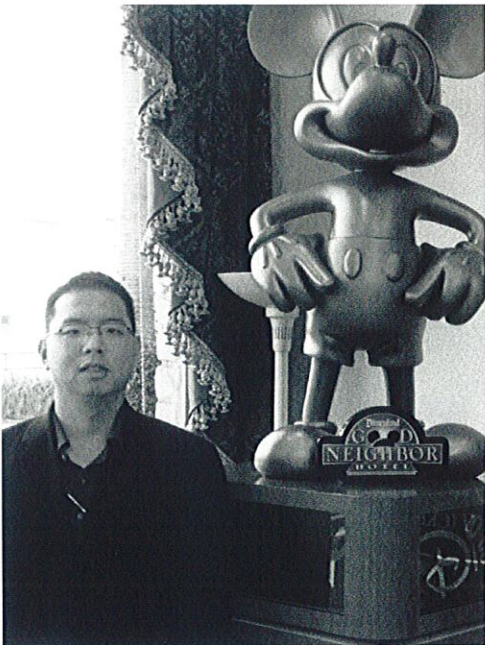
Corporate Office:
1744 South Nogales Street
Rowland Heights, CA 91748
Tel: (626) 820-1234
Fax: (626) 820-1299

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

www.fgbusa.com



SUPER 8 - Anaheim



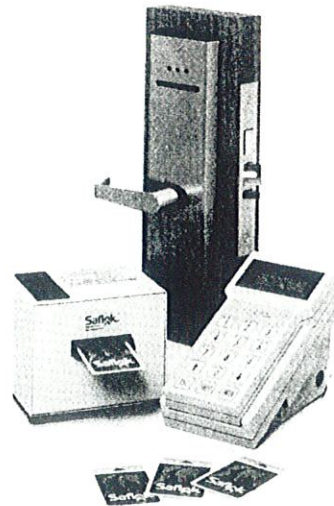
Super 8 Motel - Anaheim/Near Disneyland
915 S. Disneyland Dr. Anaheim, CA, 92801
Tel: 714-778-0350, Fax: 714-778-3878

華美電子鎖公司

Royal Electronic Lock & Supply, Inc

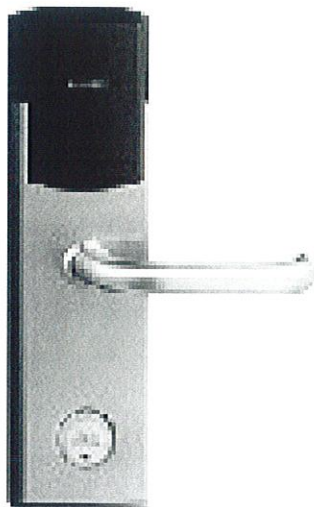
1538 E. Lincoln Ave. Anaheim, CA 92805

Locksmith Lincese No.: LC 04215

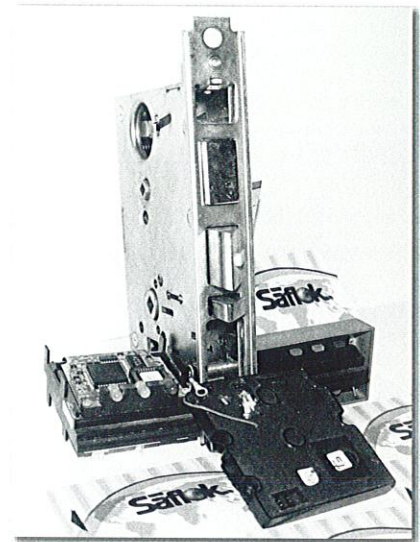


本公司獨家代理
SAFLOK LOCK電腦鎖
SAFLOK LOCK是所有
聯鎖旅館指定廠牌。

SAFLOK LOCK
任何相關零件
皆有銷售



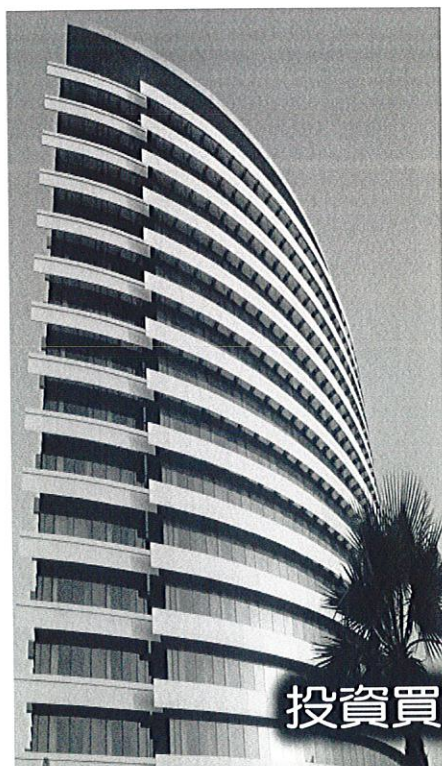
進口電子鎖
磁卡
IC卡
感應卡 (RFID)
密碼鎖
\$99 起加稅



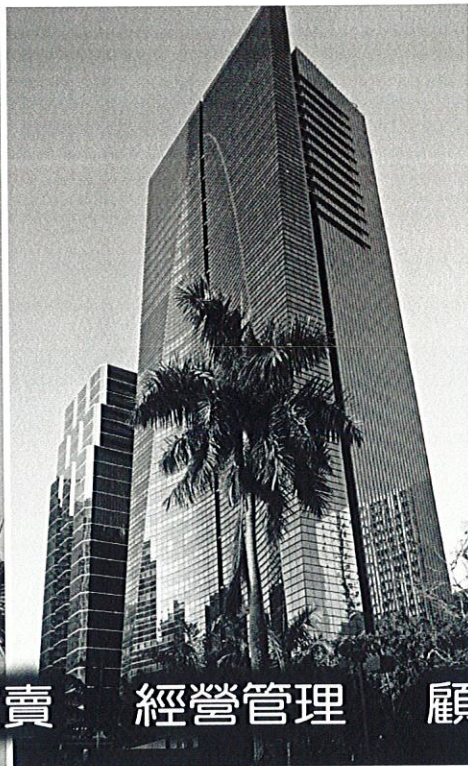
旅館客房專用保險櫃、機械鎖
提供安裝、維修、售後服務及鎖、零件供應！

國語電話：714.883.8000 Peter Cheng

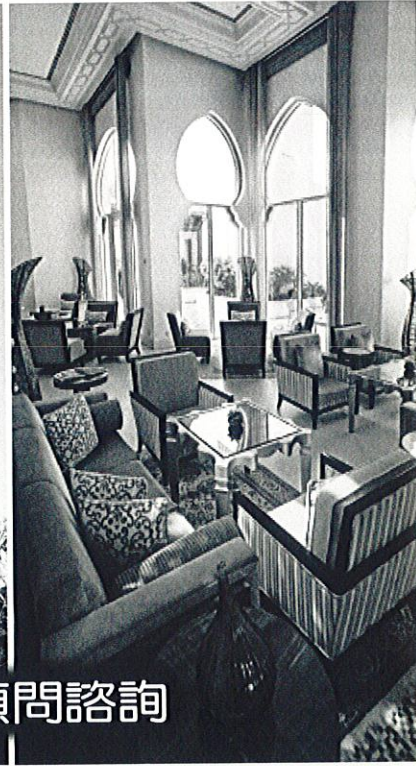
English Tel：714.706.2615 David Cheng



投資買賣



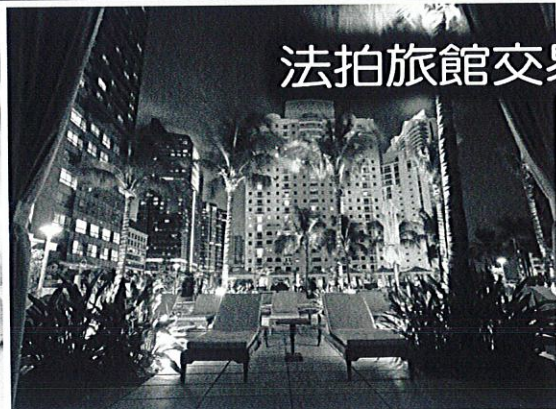
經營管理



顧問諮詢

關鍵時刻 錢進旅館

30年旅館投資經驗 掌握最新市場先機
專業完整交易服務 親切效率誠信為本



法拍旅館交易



金龍旅館實業公司
INN-TERNATIONAL



Phone 323-268-8886 Fax 323-268-6188
www.vicinn7.com gwang@vicinn7.com
1455 Monterey Pass Rd., Suite 201
Monterey Park, CA 91754

華人最專業 汪俊宇



Hilton Los Angeles/San Gabriel



Hilton Los Angeles/ San Gabriel

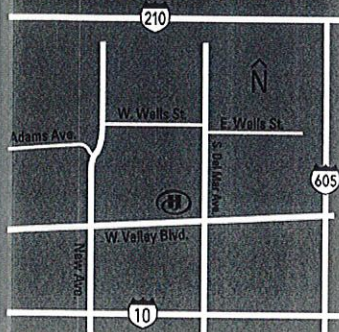
225 West Valley Boulevard

San Gabriel, CA 91776

www.hilton.com

Tel: (626) 270-2700

Fax: (626) 270-2777



Location

In the heart of San Gabriel, a city rich in history and beauty. East of downtown Los Angeles and south of Pasadena, easily accessible from Interstates 10, 710, 5 and 605. Near shopping and Southern California's most popular attractions. Two miles from the historic San Gabriel Mission.

Facilities/Services

- 30,025 sq. ft. of meeting space to accommodate functions of 10 to 1,500 people
- San Gabriel Ballroom can accommodate dinners up to 890 people
- Roof Garden Terrace with spectacular views of the San Gabriel Mountains; perfect for day and evening receptions and dinners
- Eight breakout rooms, divisible into twelve sections, for private functions of 10 to 200 people
- Complete conference service staff and audio/visual team
- Creative catering and themed events
- High-speed, wireless Internet access
- 222 guest rooms, including 27 suites
- Smoking and accessible rooms available
- Multi-lingual staff
- International restaurant featuring Mandarin and Western kitchens and chefs
- Cocktail lounge
- Heated pool and whirlpool
- Fitness center and complete Spa
- Adjacent to shopping center with 50 shops
- Parking for 650 vehicles

Guest Rooms & Suites Feature

- High-speed Internet access
- Two-line speaker phone with voicemail
- "Smart Desk" in all guest rooms and suites
- Coffee maker with complimentary coffee
- Refrigerator and refreshment center
- Iron and ironing board
- Hairdryer
- Whirlpool tubs in all suites
- Electronic door locks
- Complimentary USA TODAY delivered each weekday morning
- Cable TV with on-demand video and pay-per-view movies

Hilton HHonors

- Hilton HHonors is the only guest reward program that lets you earn both hotel points and airline miles for the same stay at more than 2,500 hotels worldwide.
- With the Hilton HHonors Event Planner program, Event Planners can earn Points & Miles for qualifying events. Ask your salesperson for details.

For your next meeting, call Hilton Direct at 1 (800) 321-3232 or call the Hilton Los Angeles/San Gabriel or visit www.hilton.com

您最無後顧之憂的選擇

聯盟信用卡服務系統



免費申請信用卡帳戶
 免費申請支票保險
 免費評估現有帳單
 免費設定刷卡機
 免費購物網站
 免費網上帳單
 免費軟體
 免費顧問



誠實 安全的原則
 是我們的承諾

絕對確保商家即持卡者的資料不外洩，免擔心隱藏費用的煩惱 使您無後顧之憂。



保障 關心您的權益
 是我們的責任

隨時為您監控任何可疑交易及透明化網路帳單，讓您可以隨時上網查詢，所以一定放心。



快速 細心的服務 更讓我們贏得客戶一致的認同

讓您告別語言上的差異，及24小時365天全年刷卡機維修部門和客戶服務中心無休的服務。



全美24小時免費中文熱線
800-503-6222

We Complete Your Business!



www.alliancebankcard.net



Alliance
 聯盟信用卡服務系統

聯盟用心 點石成金

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 Wilson Wang 汪蔚興

1901 Main Street, Suite 175 • Irvine, CA 92614

Telephone: 949.622.3400 Ext. 402 • Fax: 949.622.3410

Web: www.atlashospitality.com

Email: wilson@atlashospitality.com



Atlas
HOSPITALITY GROUP