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
2003

HOTEL & MOTEL JOURNAL

Issue Number 107

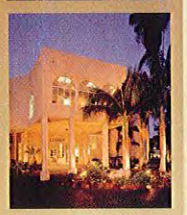
VenQuest Hotel Group

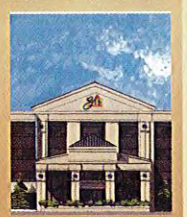
The VenQuest Hotel Group is a dynamic, results oriented hospitality company providing expertise in managing 100 - 300 room full and limited service hotels.

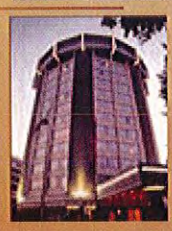
We Specialize in:

* Turning around distressed properties
* Repositioning hotels
* Identifying hotel investment opportunities

The VenQuest property portfolio includes a growing number of distinctive hotels in key markets throughout the West Coast and Mid-Western United States.







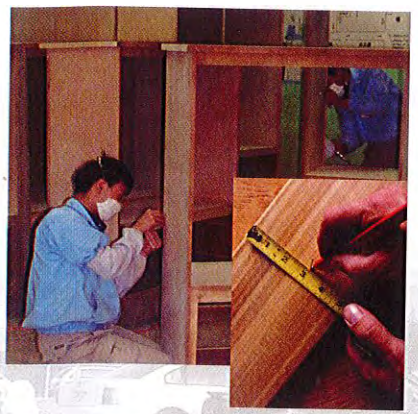
VenQuest Hotel Group
18700 MacArthur Boulevard
Irvine, California 92612

Phone: 949-833-9090
Fax: 949-833-9104
E-mail: info@venquest.com
Web: www.venquest.com
Contact: Michael Wang, Chairman
Randy Hulce, President/CEO

Sponsor By: BuyEfficient John Noller 1-866-733-5304

A.MAC Hospitality Furniture

- Furniture Room Groups
- Seating
- Lighting
- Custom Build



PLEASE CALL US FOR FREE CATALOG & ESTIMATE

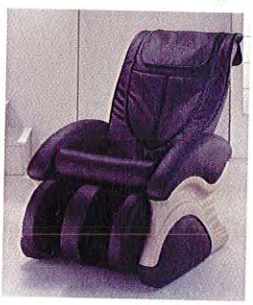
1 (888) 228-8899 • (909) 328-8186

FAX: (909) 328-8187

E-MAIL: GINAYEH@AMACFURNITURE.COM

USA KingKong

Comfort for Life



Please Call Toll Free 1-888-777-1788

800A Iowa Ave Riverside CA 92507

Tel: (909) 328-8170 Fax: (909) 328-8177

www.kingkongtech.com

E-mail: info@kingkongtech.com

會長的話

林宣昭

感謝各位理事的支持榮任第二十九屆會長，本人曾任本會副會長職，知道會長責任重大，也未曾深思過如何因應如此重責？前年正好忙完北加州旅館興建的工作，本以為可以喘息之時，在多位前輩、各位理事們的鼓勵與支持下，願意會務上給予多方指導協助，讓我勇於有機會服務各位。

基本上本屆仍延續過去各項會務活動的推展，除了加強會員知識的獲得，彼此聯絡交誼，多方的溝通，更配合駐外單位各項活動的推展，在第二次理事會中即拜會經文處，感謝駐外單位在各項活動中給予的協助，餐會中對於本會組織給與諸多肯定，本會沒有政黨色彩，一貫做風支持中華民國政府，在當今外交如此艱難時刻給予駐外單位很多的鼓舞。於八月十九日(星期二)由我邀請理事及處長至San Diego打球，感謝許多贊助的廠商及各位理事的出席場面溫馨，當晚由多位理事捐球當場募得四百餘元，大家盡興而歸。本屆為公會之需在理事會中同意通過聘請蔡玟慧律師擔任本會法律顧問及由林清吉會計師擔任財務顧問，希望如此能有助於公會會務之推展，

上任後首要之務就是籌募基金，在一次與U.S. Franchise老闆的餐宴中募得$24,000，感謝U.S. Franchise對本會的贊助，相信對於公會的基金有很大的助益，這是我個人能為公會作的事，我知道公會的經營非常不容易，金錢的籌措是一大前題，希望這能啟拋磚引玉的作用，能盡一己之力，不管在會務活動或資金籌募上給予支助。

我個人力量很有限，希望各位能不吝於指導，讓會務推展的更順利，公會接下來會務活動接連的推展，大家能多多參與給予鼓勵，有任何經營管理上的問題我也將以我個人經驗與各位討論研究。

目 錄

會務動態

8 第二十八屆理事名單

9 理事會會議記錄

13 南加州台灣旅館業同業公會
年會專題報導

22 訪美南休士頓旅館公會
專題報導

24 會 務 活 動

26 台灣小姐陳思羽拜會

27 會員福利——健康醫療保險

財稅法律專欄

34 INNOVATIVE INTEGRATED
INCOME AND ESTATE

36 2003 NEW TAX LAW

38 運用美國的銀行資金
應注意事項

42 OPL和OPM訣竅

46 Hotel Franchising
Pro and Con

歷任會長芳名錄

第一屆	蔡金欲 / 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
第二十七屆-二十八屆	許清松 / Stephen Hsu	2001-2003

旅館會刊

第107期2003年　9月出刊

行銷管理專欄

52　員工士氣之鼓舞

56　HOW ACCOMMODATINC ARE YOUR RESTROOMS AND PARKING LOT? AN ADA CHECKLIST

58　Representation and capabilities

旅遊資訊及醫療與保健專欄

62 詩遊荷蘭系列報導

68 減肥50個秘訣

70 對體檢你了解多少

74 數位時代》台灣的下一個世界第一

廣告索引

封面	**BuyEfficient**
封底	**C F Kent**
封面裡	**A-Mac Hospitality**
封底裡	**InterContinental Hotels Group**
29	至上保險
31	華美電子鎖
41	大友床墊
43	Atlas Hospitality Group
45	光輝油漆
49	金龍旅館實業公司
50	華僑保險
55	美加電訊
59	Nu-Way Design Center
65	King Young Construction
67	Oriental Marble house
69	大同公司
71	Peter Hui
73	特別招牌
77	Elox
78	Prudential Insurance

發行人：　林宣昭

總編輯：　盧景林

副總編輯：李秉信、汪蔚興

執行編輯：周培瑩

編輯委員：許清松、邱垂煌、鄭春暉、范約瑟、王政煌、王正純、李德揚、劉兆鈞、吳東昇、鄧永征、江　耀、郭學仁、劉昇平、汪俊宇、林俊雄、劉明岳、郭永賢

攝影小組：李秉信、鄧永征、江　耀

法律顧問：蔡玟慧律師

財務顧問：林清吉會計師

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

總編輯 盧景林

編者的話

第107期會刊在各位理事的分工籌備下，如期出版，本會會刊除了提供會員資訊的取得，更擔負起公會與會員之間的訊息傳遞，過去我曾任總編輯一職，深知會刊本身內容籌措及廣告收集不易，廣告贊助商長期為本會會刊金錢的投資，本會深表謝意，在會員之間我們也力促會員在消費時以廣告贊助商為考慮優先，在品質的要求上與廠商保持密切連繫，讓會員與公會之間的互動更為頻繁，廣告贊助廠商商機有所拓展。

所謂「知己知彼，百戰百勝」。在工商繁忙的今天，如果想在社會上站有一席之地，對於知識的吸收是不可獲缺的，各位業者也都清楚在加州創業不易，時常被有關單位所設定的條例嚇得團團轉，公會會刊刊載的有關訊息時常傳遞相關單位發佈的消息，如果您善加以利用，將是您獲得知識的來源，本公會組織以服務會員為宗旨，會員相聚彼此為自身所發生的話題提出討論，無形中獲得寶貴的知識，公會也配合各地所發生的狀況隨時舉辦座談會，提供會員更多準確的訊息。

感謝各位理事在文章及廣告的廠商提供，真是步履為艱，時間即是金錢，如果不是理事在瑣碎事項的幫忙籌備，很多事情不可能進行順利，謝謝各位理事團隊精神的發揮。

會務動態

8 第二十八屆理事名單

9 理事會會議記錄

13 南加州台灣旅館業同業公會
年會專題報導

22 訪美南休士頓旅館公會
專題報導

24 會 務 活 動

26 台灣小姐陳思羽拜會

27 會員福利——健康醫療保險

南加州台灣旅館業同業公會

第二十九屆理事名單

理事長 邱垂煌 Mr. Chris Chiu 23702 Rockfield Blvd. Lake Forest, CA 92630 (O)949-458-1900 (F)949-443-8388	會長 林宣昭 Mr. Herman Lin 9335 E. Kearny Mesa Rd. San Diego, CA 92126 (O)858-695-2300 (F)858-578-7925	副會長 鄭春暉 Mr. Peter Cheng 1538 E. Lincoln Ave. Anaheim, CA 92805 (O)714-635-6888 (F)714-573-4242
副會長 范約瑟 Mr. Joseph Fan 3223 E. Garvey Ave. North West Covina, CA 91791 (O)626-732-6245 (F)626-732-6246	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	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
稽核 李德揚 Mr. Terry Lee 515 S. Figueroa St.,Suite 1960 Los Angeles, CA 90071 (O)213-680-8811 Ext 11 (F)213-680-9134	財務 汪俊宇 Mr. Gerald Wang 1455 Monterey Pass Rd.,Ste#201 Monterey Park, CA 91754 (O)323-268-8886 (F)626-446-4068	理事 盧景林 Mr. Robert Lu 4400 Hughes Lane Bakersfield, CA 93004 (O)805-833-3000 (F)805-833-3736
理事 許清松 Mr. Stephen Hsu 515 West Katella Ave. Anaheim, CA 92802 (O)714-991-6868 (F)714-817-8588	理事 劉兆鈞 Mr. Tony Liu 17561 E. 17th St. Tustin, CA 92680 (O)714-832-2000 (F)714-573-4242	理事 王正純 Mr.Chen-ChunWang 1402 W. Pacific Coast Hwy. Wilmington, CA 90744 (O)310-834-3400 (F)310-835-2225
理事 李秉信 Mr. Ping Hsin Li 800 South Beach Blvd. Anaheim, CA 92804 (O)714-995-5700 (F)714-826-6021	理事 汪蔚興 Mr. Wilson Wang 3152 Redhill Ave.,#208 Costa Mesa, CA 92626 (O)714-662-4400 Ext 402 (F)714-662-5500	理事 鄧永征 Mr. Nicolas Teng 3344 State St. Santa Barbara, CA 93105 (O)805-687-6611 (F)805-687-7116
理事 江 耀 Mr. Bill Chiang 2845 Supply Ave. Commerce, CA 90040 (O)323-721-0252 (F)323-721-6086	理事 郭學仁 Mr. Simon Kuo 26328 Oso Parkway Mission Viejo, CA 92691 (O)949-582-7100 (F)949-367-7696	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
理事 林俊雄 Mr. Jim Lin 2631 Inyaha Lane La Jolla, CA 92037 (O)858-452-8288 (F)858-552-0018	理事 劉明岳 Mr. Ben Liu 788 W. Huntington Dr. Monrovia, CA 91016 (O)626-358-8981 (F)626-301-0657	理事 郭永賢 Mr. Sherman Kuo 5447 El Cajon Blvd. San Diego, CA 92115 (O)619-583-5447 (F)619-582-1097

南加州台灣旅館業同業公會
第二十九屆第一次理事會

一、 時間：二OO三年七月八日(星期二)

二、 地點：本會會議室

三、 出席理事：林宣昭 邱垂煌 盧景林 李德揚 李秉信 鄭春暉 劉兆鈞 范約瑟
鄧永征 汪蔚興 王政煌 吳東昇 王正純 汪俊宇 林俊雄 劉明岳
郭永賢

主席：林宣昭　　記錄：周培瑩

一、 主席宣佈開會。

報告事項

第二十八屆理事長邱垂煌報告：

感謝許會長及各位理事的愛戴擔任第二十七及第二十八屆兩屆理事長一職，本屆在許會長英明領導下公會各方面表現優異。

前會長盧景林代表許會長報告：
本屆在許會長及各位理事的分工下，進入第二十九屆，許會長優秀的表現獲得肯定。

財務移交：
第二十八屆結餘$296.00建館基金$$50,679.11

第二十九屆會長林宣昭報告：
在次感謝各位理事的支持擔任會長一職，公會的成長有賴於各位的分工。

第二十九屆幹部推選及工作分配：
表決通過第二十九屆理事長邱垂煌。
表決通過第二十九屆副會長鄭春暉、范約瑟、吳東昇、王政煌。
表決通過第二十九屆財務汪俊宇。
表決通過第二十九屆稽核報告。
工作分配：

一、 訓練班及座談會委員會　召集人：范約瑟　副召集人：汪蔚興

二、 資訊交流委員會　召集人：李秉信　副召集人：鄧永征

三、 連鎖經營委員會　召集人：王政煌　副召集人：郭學仁

四、 會員推廣及服務委員會　召集人：鄭春暉　副召集人：江 耀

五、 出版通訊委員會　召集人：盧景林　副召集人：邱垂煌

六、 旅館評估及咨詢委員會　召集人：汪俊宇　副召集人：王政煌

七、 公共關係委員會　召集人：吳東昇　副召集人：劉兆鈞　委員：邱垂煌

八、 建館基金委員會　召集人：盧景林　副召集人：許清松、邱垂煌、吳東昇

財務移交：結餘$296.00

建館基金：$50,679.11

臨時動議：

理事會通過聘請蔡玟慧為本屆法律顧問。

理事會通過聘請林清吉為本屆財務顧問。

理事長通過理事會議除在公會舉辦外，本屆在San Diego、Long Beach、Orange County 各舉辦一次。

理事會通過總幹事調高薪資$0.5，國定休假日為1/1 New Year day 5/27 Memorial Day 7/4 Independence day 9/2 Labor day 11/28 Thanksgiving Day 12/25 Chrismas Day 工作滿五年年假為兩星期(Include Sat. Sun.)

南加州台灣旅館業同業公會
第二十九屆第二次理事會

一、 時間：二00三年八月五日(星期二)4:30pm

二、 地點：本會會議室

三、 出席理事：林宣昭 許清松 邱垂煌 盧景林 李德揚 李秉信 鄭春暉 范約瑟
鄧永征 汪蔚興 王政煌 江 耀 王正純 郭學仁 汪俊宇 劉明岳
郭永賢

主席：林宣昭　　記錄：周培瑩

一、 主席宣佈開會。

二、 通過第一次理事會議記錄，無異議通過。

三、 報告事項：

理事長報告：

(一) 有十五位理事至經文處拜會，受到經文處熱情款待。

(二) 本會理事李秉信榮任台灣同鄉聯誼會會長。

會長林宣昭報告：

(一) 高雄旅館公會會員大會于八月二十八舉行，歡迎各位回台參加。

(二) 由US Franchise贊助本會$23,000.00

(三) 邀請各位理事八月十九日至San Diego球敘。

(四) Ocean Park Inn會員來函致謝，於本會會員Philip Lai喪禮中致贈花牌以資悼念之意

(五) 本會理事劉兆鈞因上海業務繁忙，辭去理事一職。

(六) 副委員長莊碩漢餐會本會贊助半桌。
(七) 八月十九日邀請各位理事到San Diego球敍，沒打球者歡迎餐敍。

副會長鄭春暉報告：
本人就所負責的會員推廣部份，努力爭取會員的加入。

副會長范約瑟報告：
座談會草案大至決定。以四堂課為限，每堂課時間將分配充裕時間，以讓學員實際吸收。

副會長王政煌報告：
九月七日—九月九日三天California Hotel Lodge Association在Ontario有會議及商展，歡迎各位報名參加。

財務汪俊宇報告：
本年度預算全年$58,496.00短缺$6,746.00要由贊助款項支援，才能度過整年度開銷。公會近期因有理事費的收入，及會長找到一筆贊助，長遠著想公會仍須開源節流。

稽核李德揚報告：
公會理事的職責每年大至相同，相信各位理事都很清楚，理事須履行個人該盡責任，敬請配合。
各位理事該盡廣告責任額度$600.00以上，每屆理事會出席五次以上，及擔任工作委員會小組工作。

討論事項：
下鄉訪問時間，地點討論：
十月七日理事會在Santa Barbara舉辦。
十二月九日理事會在Mike Wang旅館 Long Beach舉辦。
通過事項：
敦聘林清吉會計師為本會財務顧問。
臨時動議：
健康保險為公會會員一大福利，大家多多利用。

南加州台灣旅館業同業公會年會專題報導

第二十八屆

年會報導

周培瑩

本會於六月八日舉行年度大會新舊任會長交接典禮，會中提供給廠商攤位商展介紹公司產品。新任會長林宣昭將繼承新職，將承續旅館公會一貫傳統，服務會員，特別強調適應殘障保護法的同時，會員經營旅館業時亦能受到營業的保障。在經濟不景氣的時候，如何同心協力克服難關是重要課題。

卸任會長許清松及現任會長林宣昭由副處長鞏中誠主持交接儀式

掌聲響起

經文處副處長鞏中誠致詞

會長交接

卸任會長許清松致詞

每位理事皆是榮譽英雄

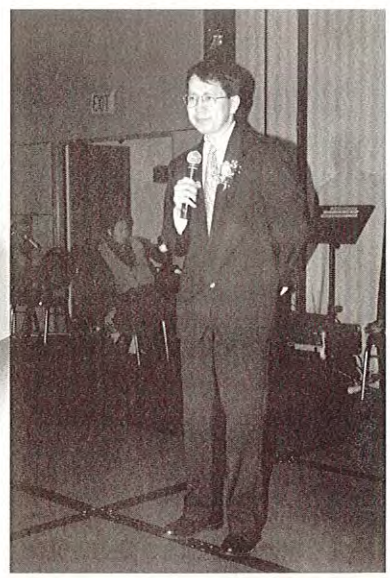
經文處副處長鞏中誠致贈證書肯定卸任會長許清松為僑社所作的貢獻

吳姿霓主任蒞臨

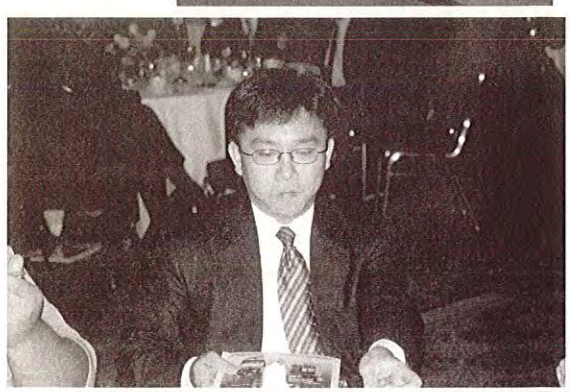
會長林宣昭致詞

理事長邱垂煌致詞

美南前會長侯思漢致詞



前會長王桂榮致詞



前會長李木通致詞

理事長邱垂煌致詞

美南前會長陳美芬參加大會

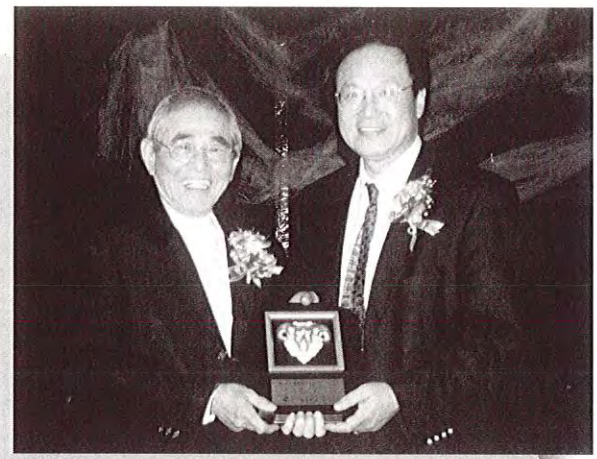
美南前會長侯思漢致詞

僑一簡主任

橙縣獅子會前會長林碧雲

高爾夫球聯合會會長廖聰明

前會長范宗陣



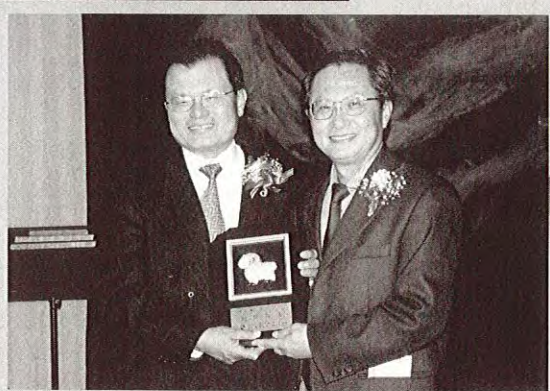
傑出會員 盧景林

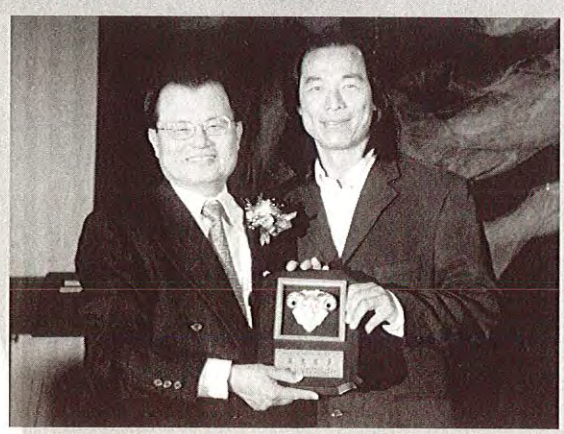
最佳廠商Atlas Hospitality Group

最佳廠商
CF Kent
Hospitality Inc.

最佳理事 汪俊宇

最佳理事
江 耀





最佳會員 Arthur Chen

貢獻獎 張淑華

愫

緣

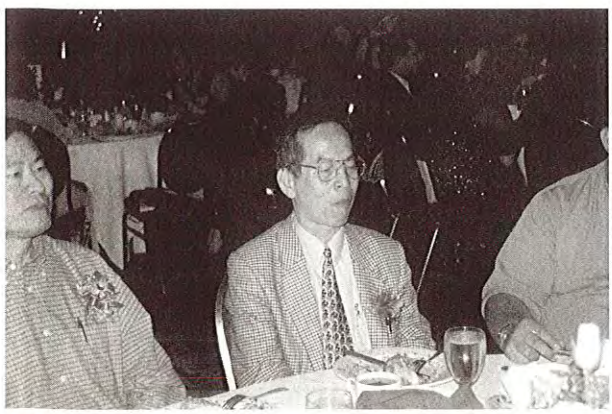
聚

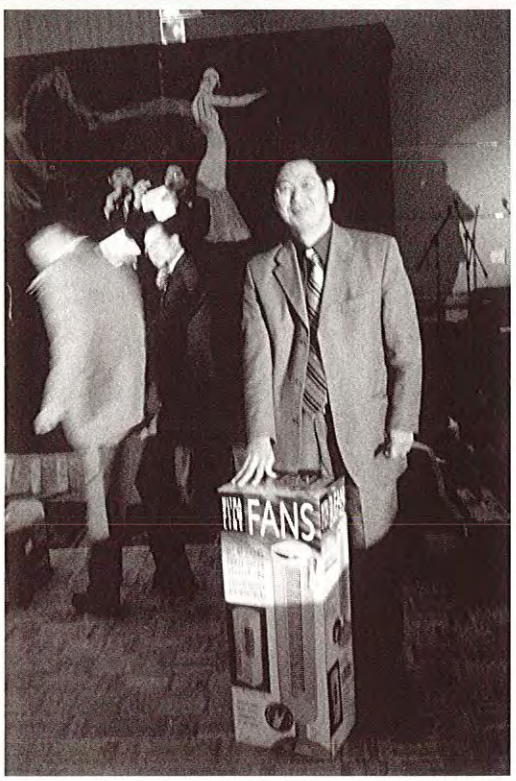
JVC

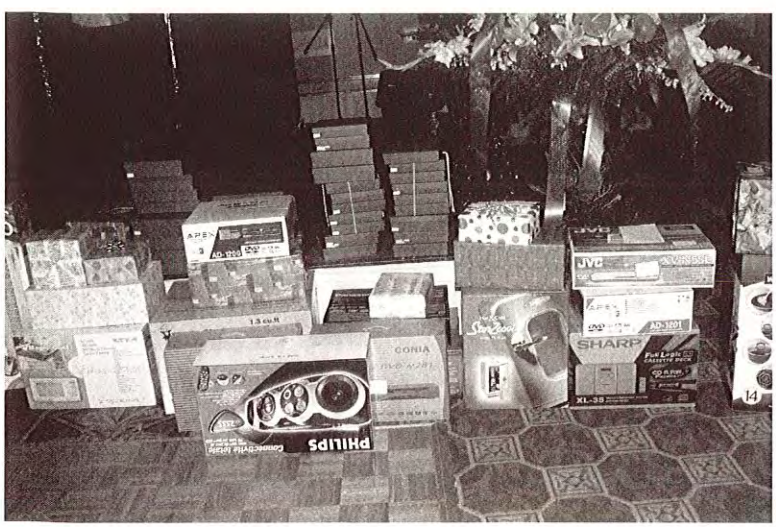
16

20

珍　　重







拜會經濟文化辦事處專題報導

八月五日（星期二）由會長林宣昭率領理事一行十五人拜會經文處，與袁大使多方長談，對於本會在社團上的成就給予肯定。

左起李德揚、鄭春暉、劉明岳、盧景林、汪俊宇、顏樹洋、袁大使、林宣昭、許清松、邱垂煌、鄧永征、王正純、汪蔚興、李秉信。

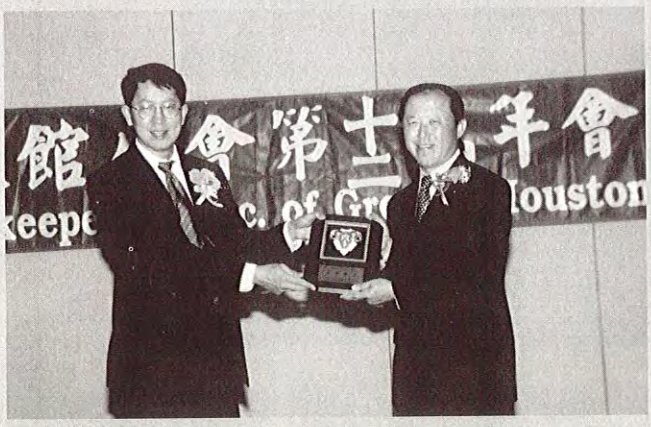
會長林宣昭代表本會贈旗給袁大使

右起顏樹洋前會長、前會長盧景林、理事汪俊宇、理事李德揚、理事劉明岳

訪美南休士頓旅館公會專題報導

美南旅館公會年會，由會長林宣昭，前會長盧景林、理事長邱垂煌代表參加，由張榮森榮任美南旅館公會第十三屆會長，本會與美南旅館公會友誼深厚，彼此往來頻繁。

美南旅館公會御任會長侯思漢致贈紀念獎牌



本會會長林宣昭代表致詞

本會代表理事長邱垂煌、前會長盧景林

左起楊朝諄、許文忠、張榮森、林宣昭、邱垂煌、盧景林、陳英男、賴清陽

美南

休士頓

會 務 活 動

敦聘蔡玟慧律師為本會法律顧問

敦聘林清吉會計師為本會財務顧問

聖地牙哥球敘

會 務 活 動

恭賀副會長范約瑟
Holiday Inn Pasadena
Grand Opening

恭賀理事李秉信榮任
南加州台灣同鄉聯誼會會長

Doubletree Hotel-LA Airport
旅館傢俱轉賣請與
Shawn Chen
1-626-446-3058
聯絡

台灣小姐陳思羽拜會

Szu-Yu Chen
Miss Taiwan
R.O.C.
陳思羽
中華民國小姐

南加州台灣旅館業同業公會

南加州台灣旅館業同業公

南加州台灣旅館業同業公會

TAIWAN

TAIWAN

會員福利——健康醫療保險

至上保險

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Health Net所承保。醫生大多數屬於Health Net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 1。
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、器官移殖免費。
20. 買藥$15/$30/$50。（普通藥／有牌子藥／非一般建議使用藥）。

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

二、 保險費用（每年調整一次）

個人 $267.14
個人＋孩子 $507.56
個人＋配偶 $582.36
全家 $828.12

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，可指定當日或下一個月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。

特約健康保險經紀

至保上險

我們的宗旨是
使您得到完整的保障，
至上的服務。

個人：

- 個人健康保險
- 個人牙齒保險
- 個人財務保險
- 兒童教育基金
- 共同基金
- 個人減稅退休計劃
- 傷殘收入保險
- 遺產省稅計劃
- 基本醫療保險
- 補助保險

公司：

- Section 125公司健康保險省稅計劃
- 團體人壽保險
- 團體健康牙齒保險
- 公司減稅退休計劃
- 公司職工福利計劃
- 公司傷殘收入保險
- 公司開銷保障保險 (Overhead Expenses)

至上保險

Bestway Marketing Service

服務專線：626-215-4584 或 626-574-7632

Licence No. #OB 36127

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 SERVERALLY 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

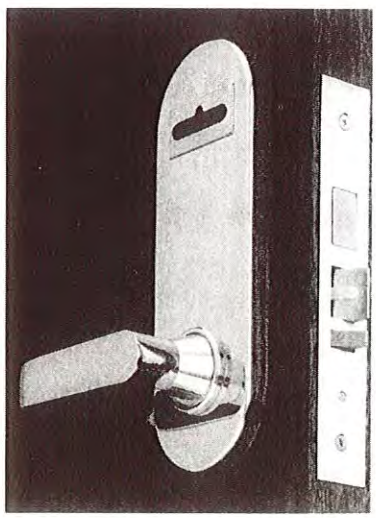
華美電子鎖公司

Royal Electronic Lock & Supply, Inc.

1538 E. Lincoln Ave., Anaheim, CA 92805

◎ 電腦鎖安裝
◎ 新鎖批發
◎ 保險櫃出售

旅館專用電腦
進口鎖
$105起超低特惠價



品質保證

一流的服務
優惠的價格

聯鎖旅館指定用鎖

本公司安裝各聯鎖品牌指定用鎖

TEL: (714) 635-6888 鄭春暉

本公司並備有旅館專用鎖出售，歡迎來電洽詢

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_____

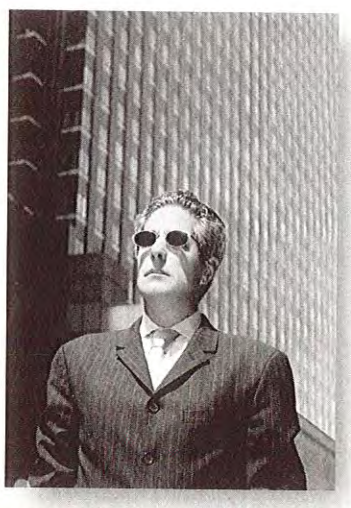
支票請開:T.H.M.A.S.C.

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:

財稅法律專欄



34 INNOVATIVE INTEGRATED INCOME AND ESTATE

36 2003 NEW TAX LAW

38 運用美國的銀行資金 應注意事項

42 OPL和OPM訣竅

46 Hotel Franchising Pro and Con

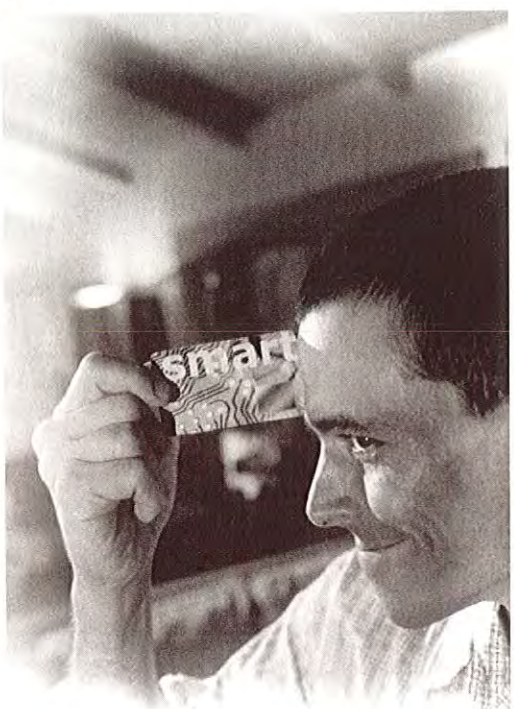
INNOVATIVE INTEGRATED INCOME AND ESTATE TAX PLANNING FOR REAL ESTATE OWNERS

By Stephen A. Mihaly*

A prominent tax lawyer once joked at a Congressional hearing that "tax lawyers are the repository of the greatest ingenuity in America, and given the chance, those people will do you in." Indeed clients often look to their tax lawyers to come up with novel ideas or with an interpretation of the tax law that will give them a plausible justification for taking a position on their tax return that will give them a strong possibility of saving taxes.

As everyone knows, the tax laws are extremely lengthy and complex. Nevertheless, there are still many areas where the tax law does not provide a definitive answer to a tax issue and is open to different interpretations. This can be an advantage for clients who are looking for possible solutions to legally avoid paying tax. If there is a reasonable basis for the tax return position, in most cases the IRS will be willing to negotiate a reasonable settlement should they even audit the client's return and challenge the tax return position. Even in the worst case scenario, the client generally should not be subject to penalties should the IRS decide that the position is too aggressive and not be willing to settle the matter. Of course, this is why it is very important for a client to have an experienced and trustworthy tax counsel who can tell the difference between a tax position that will most likely prevail and one that will not.

1. Family Limited Partnerships. For instance, one of the most common gift and estate tax planning strategies used today by real property owners is establishing a 'family limited partnership" (FLP). By putting the ownership of real estate into an FLP, a client is able to make gifts of interests in the FLP to junior family members at a significantly discounted value to that of the underlying real estate. The FLP also can provide significant saving of potential estate tax upon death because the FLP interest owned by the decedent will be also valued at a significant discount if properly structured. In addition, the FLP can provide significant asset protection.



2. Sales to Defective Grantor Trusts. FLPs can be used in more sophisticated transactions such as a sale to a "defective grantor trust" (DGT). This transaction allows a senior family member(s) to sell much of their economic interest in the real property to junior family member(s) for an installment sale promissory note at a significantly discounted value on a tax deferred basis. The benefit of the transaction is that it results in a significant reduction of the senior family member's estate (due to the discounted value installment sale) and also "freezes" the senior family members' estate because all future appreciation of the property sold to the junior family member(s) will not be in the senior family members' estate. It is even possible for the senior family member(s) to structure the transaction so that the management, sale and reinvestment of the property can be in effect controlled by the senior family member(s).

The IRS has been challenging FLPs and sales to DGT for many years, and has lost every case except a very few cases where the facts were very bad because the taxpayer did not do the transaction in an arms length manner as with unrelated parties.

When FLPs and DGTs were first being used, they were considered very original and few attorneys were willing to use them because of their novelty. Greenberg Traurig (GT), however, was one of the first law firms to realize the great benefit of these planning devices and has done thousands of them over the years.

3. Intra-Family Derivatives. GT is also known for its creativity in brainstorming new ideas. For instance, an alternative to using FLPs and sales to DGT is the possibility of using "intra-family derivatives" to achieve the same result as a FLP and sale to a DGT, but without some of the complications those transactions can have.

4. Revocable Living Trust. It is a constant source of amazement as to how many people do not have a proper or updated pour-over will and revocable living trust. This is an essential requirement for anyone who has an estate of any significance. Without such documents, a client will not only have to pay significant additional fees in probate court costs and attorney fees, but also many times the failure to precisely provide how one's estate should be distributed leads to great friction among the surviving family members. All assets of value, such as the FLP interests described above, should be transferred to the trustees of a revocable living trust which initially will be the clients.

If you are interested in learning more about any of the above described techniques or discussing income tax or estate tax planning in general, please contact me at the following address below. An initial free one hour consultation is provided.

*** Mr. Mihaly is an attorney with Greenberg Traurig, a national law firm. He has practiced in the income tax, estate tax and international tax fields for 19 years. He has two masters degrees, one in income tax and the other in estate planning. He is a Board Certified Specialist by the California Bar in Taxation. He can be reached at (310) 586-7840 or emailed at mihalys@gtlaw.com**

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。

2003 NEW TAX LAW

林清吉會計師提供

Topics

Individual Tax Rate Reduction

"Marriage Penalty" Relief

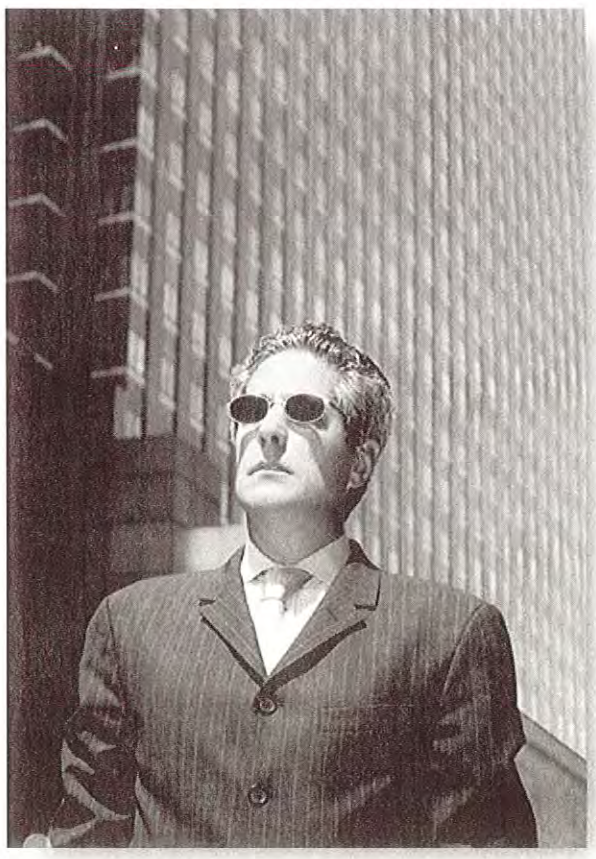
Child Tax Credits

AMT Exemption Increase

Dividend & Capital Gains

First Year "Bonus" Depreciation

Increase in "Sec. 179" Expense Amount



Individual Tax Rate Reduction for 2003 & 2004

The upper limit of the 10% bracket is increased from $6,000 to $7,000 for Single and from $12,000 to $14,000 for Married Filing Jointly

The New Law also accelerated the reduction in higher tax brackets: from 27% to 25%, from 30% to 28%, from 35% to 33%, and from 38.6% to 35% After 2004, Tax rates fall back to pre-2002 laws

After 2010, Tax rates fall back to pre-2001 tax laws

"Marriage Penalty" Relief

Before the law change, when 2 taxpayers marry, the joint Standard Deduction is less than 200% of that of a single taxpayer.

For 2003 & 2004, the joint return will receive 200% of the Standard Deduction of a single taxpayer

The "penalty" will gradually come back for 2005 through 2007 and will be restored after 2010

Child Tax Credits

The Child Tax Credit is a "Refundable" credit up to 10% of the taxpayer's earned income over $10,500

The credit will be "phased-out" for high-income taxpayer (Single taxpayer $75,000; Married Filing Jointly $110,000)

For 2003 & 2004, maximum credit is increased from $600 to $1,000 per child

Advance payment of the credit increase ($400 per child maximum) will be sent by the IRS beginning July 2003 based on taxpayer's 2002 information

AMT Exemption Increase

AMT Exemption was reduced to $33,750 and $49,000 for Single and Married Filing Jointly taxpayers in 2001

For 2003 & 2004 only, the AMT exemption will be $40,250 and $58,000 for Single and Married Filing Jointly taxpayers, respectively.

Dividend & Capital Gains (1)

Before the 2003 change, Long-Term Capital Gains are taxed at 20%, if the taxpayer's marginal tax bracket is above 15%. Capital Gain rate is 10% if the taxpayer's marginal bracket is 15% or 10%)

Before the 2003 change, dividends are taxed as ordinary income

From 5/6/2003 to 12/31/2007, dividends and Long-Term Capital Gains are tax at 15% (5% for 15% and 10% taxpayers)

Dividend & Capital Gains (2)

Only Dividends received from a U.S. corporation and foreign corporations listed in a U.S. securities market (e.g., Nokia, TSMC)

For lower dividend rates, shareholder has to continuously hold the stock for more than 60 days during the 120-day period beginning 60 days before the stock's ex-dividend date (e.g., if dividend declared on 7/31, taxpayer has to hold the stock more than 60 days from 6/1 to 9/29)

First Year "Bonus" Depreciation (1)

If taxpayer acquires "qualified property" between 5/5/2003 and 1/1/2005, 50% of the cost may be written off before taking regular depreciation

"Qualified property" must be new and not used property

"Qualified property" includes machinery and equipment, computer software, and "qualified leasehold improvement"

First Year "Bonus" Depreciation (2)

"Qualified leasehold improvement" may be made by lessee or lessor

"Qualified leasehold improvement" must be made more than 3 years after the building is placed in service

Lessee and lessor may not be related party

Increase in "Sec. 179" Expense Amount

Before the 2003 Tax Law, a $25,000 write off is available for new or used business properties purchased during the tax year

Before the 2003 Tax Law, the write off would be phased out if total properties purchased exceeds $200,000

Under the 2003 Tax Law, the write off amount is $100,000 with the phase-out amount set at $400,000

The new law offers $100,000 write off for 2003 through 2005. The old $25,000 write off will apply starting year 2006

運用美國的銀行資金應注意事項

作者：世華銀行　陳三多

（一）前言

當我們在考慮運用銀行的資金時，應先了解銀行的性質與作業方式，正如我們玩棒球或高爾夫球時，應先了解遊戲及比賽規則。美國的銀行與台灣的銀行性質不同，作法也不同，許多企業家以台灣的銀行作法，比照美國的銀行，造成不少誤會，引起困擾，甚至於發生嚴重的後果，因此必須小心謹慎而為。茲將美國的銀行簡介如下：

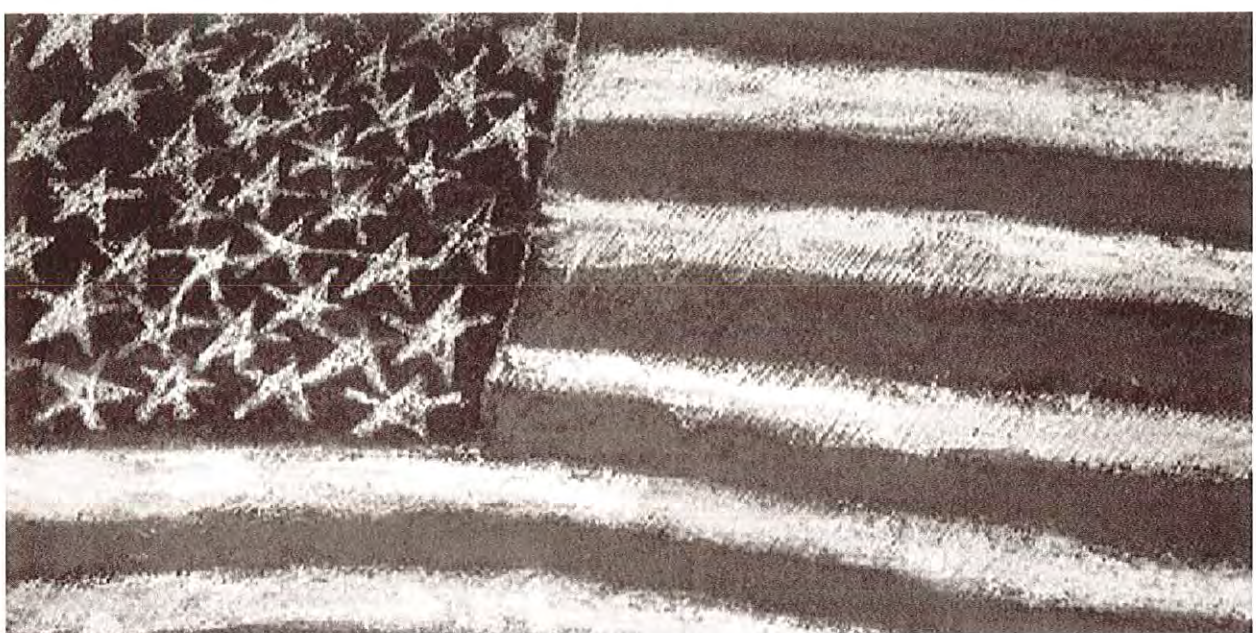
美國的銀行設立比較容易，只要是美國人，有足夠的資金，有適當的人才，符合條件就可申請設立。因此美國的銀行，數量特別多，規模大小不一，品質良劣不齊。1973年，美國的銀行總數多達15,000多家，政府管理不易，每逢經濟景氣蕭條，將導致數以百計甚至數以千計的銀行關門倒閉。2002年底只剩不到9,000家。不過比英、法、德、日四國銀行合計只有一千多家，美國的銀行尚達五倍之多。

（二）美國的銀行約可分成下列三類：

國家銀行，National Bank，依照聯邦法規創設的銀行，Federal Chartered Bank，是屬於私立商業銀行的性質，並不是國家的銀行，是由聯邦政府的O.C.C. (OFFICE OF COMPTROLLER OF THE CURENCY) 管轄。

各州銀行，STATE BANK，依照各州的法規創設的銀行，STATE CHARTERED BANK亦是屬於私立商業銀行的性質，並不是州政府的銀行，是由S.B.D. (STATE BANKING DEPARTMENT) 管轄。

儲蓄貸款銀行，SAVING AND LOAN INSTITUTION，依照聯邦儲蓄貸款銀行法規創設的銀行，由O.T.S. (OFFICE OF THRIFT SUPERVISION) 所管轄的銀行。承做住宅房屋貸款的業務較多。



（三）美國的銀行有下列特點：

客户存款有保險：

美國銀行絕大多數均加入FDIC（Federal Deposit Insurance Corporation）存款保險的系統，每一存款户由FDIC保障十萬元，因此凡加入FDIC的銀行就得到客户的信心。FDIC亦以保險公司的立場嚴密監督銀行的作業與業績。

必須賺錢才能生存：

美國的銀行設立比較容易，但是必須能賺錢才能生存、才能成長。銀行賠錢，不但沒有政府的支援，必須增資改善資本結構，革新改善經營管理，否則有被淘汰或被政府沒收拍賣的可能。

銀行承受的壓力很重：

多年前，由於儲蓄貸款銀行，受到不動產價位降落的影響，引發金融危機，政府不得不加強立法，對銀行加強管理，明訂各項作業程予與審核標準，嚴格執行。因此銀行承受的壓力愈來愈大，作業過程更加謹慎。

銀行的決策隨著景氣而變化：

因為銀行必須賺錢生存，自然重視景氣的變化，好景時放款較容易，不景氣時就比較謹慎，審核較嚴，甚至於需要調整貸款的對象，以免發生呆帳而受到牽連。因此不能期待銀行給與「雨天借傘，晴天還傘」的方便。

審核貸款有具體標準：

美國的銀行審核貸款，除了某限定金額可授權由各階曾分層負責外，金額較多者，需要經過貸款委員會審核，或經董事會認可，審核時採多數同意的表決方式，依照事先訂好的程序與標準嚴格審核。

不能符合作業程序或審核標準者，很難獲得核准，處理過程中誰都不能違規作業，政府機構經常訂期審核銀行的營運作業外，保險公司亦嚴密監視銀行的業績。

非常重視財務報表：

美國的銀行在審核貸款時，非常重視財務報表，這些報表包括：1. 現金收支對照表、2. 資產負債表、3. 損益計算書、4. 報稅表影印本以及抵押財產評價報告書等。銀行審核貸款時，是依據這些報表評定借款的人償債能力，經營能力及抵押財產的價值。這些因素就是決定貸款品質的要件。

重視借款人的信用紀錄：

美國的銀行在審核貸款案件時，重視借款人的信用紀錄，如果有不良紀錄時，往往會要求借款人詳加說明，否則不易得到貸款，借款人平常必須重視信用紀錄，確保良好的實績，否則在貸款時會有困難。

要求帳務往來保持實績：

美國的銀行在審核貸款時，把借款人與銀行往來的實績做為考慮因素之一，經常與銀行保持密切往來，確保良好的實績對貸款之審核很有幫助。新的客户經批准貸款時，往往也會附帶條件，要求客户開户並維持某些程度的存款餘額。

處理違約貸款非常嚴格

當借款人發生違約行為時，銀行就得執行收回抵押品。規定嚴格，很少彈性。所謂違約行為不限於金錢上的還本利息，而包括非金錢上的違約，諸如：不能按期提供財務報表，欠繳政府稅款，抵押品價值降落，經營不善發生虧損都可能成為銀行要求增加抵押，收回貸款或拒絕續借的原因。

沒收抵押品收回貸款均有時限：

按銀行沒收抵押品，或收回貸款均有時限，不得不加以重視。通常的情形下，銀行採行信託出售的方式處理，即通知90天，公告31天，再加上可能?容的30天，合計151天就出售或收回抵押財產，借款人往往措手不及，而損失抵押財產的所有權。

（四）向銀行借款應注意事項：

美國的銀行受到政府有關機關以及保險公司等嚴格的監督，其貸款作業方式比較複雜，借款人在利用銀行資金時，應注意下列幾點：

借款之前：

選擇合適的銀行：借款的對象有各州政府登記的銀行，聯邦政府登記的銀行、其他貸款機構，因為所依據的法令規章的不同其貸款作業手續稍有不同，核准貸款所需時間的長短也有不同，借款人應先了解借款的對象的狀況。

選擇借款的方式：銀行貸款的種類，通常有不動產抵押貸款、小型商業貸款、華僑信託保證貸款、房屋淨值抵押貸款、信用貸款、汽車貸款等，借款人應配合自己的需要與條件適當選擇借款的方式。

選定借款的利率：銀行的貸款利率可分固定利率，活動利率或半固定利率等，利率各有不同計算方式，加上手續費之多少，有沒有提前償還罰款等各種不同條件，借款人應先加了解。

選定借款的金額：借款的金額應有合理的範圍，借款人應了解本身的條件，選訂最合適的借款金額，過分高估自己的能力，會導致意外的問題，造成額外困難。

借款之後：

注意資金收支狀況：配合環境景氣的變化，採行有效對策，並要未雨綢繆。
嚴守還本付息的期限：銀行非常重視按期付款的客户，因為政府監督單位經常分析銀行的貸款品質。
保護抵押財產的價值：提供銀行抵押的財產，應特別注意定期維護，按期繳付稅款以及保險費等。
定期按時提供報表：銀行非常重視借款人的業績動態，各種財務報表是重要憑據，所提供的報表內容應加以注意，必要時對數字變化的原因加以說明。

（五）結論

通常向銀行借款而發生問題，除了一些不可抗力的因素外，往往是因為誤會或疏忽所引起的，有許多可以事先加以防範的因素。

正如人體與生病，平常多注意保養，定期檢查身體，如有毛病必須及早治療，確保健康。

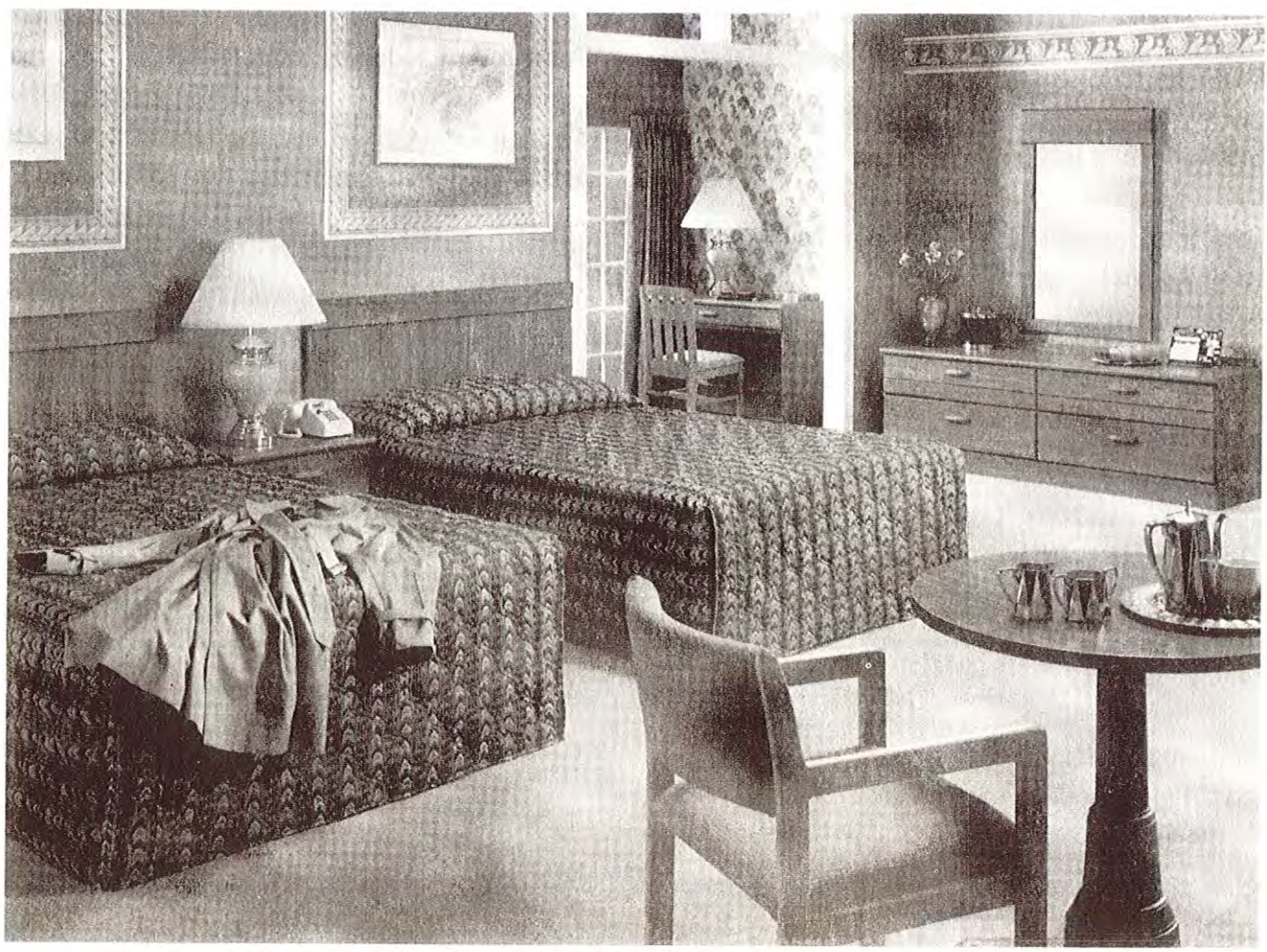
貸款問之處理，首重預防，先有檢討與認識，訂有應變對策，萬一發生問題，補救之道貴在及時，必須掌握時間，適時補救，始能減少損失，確保安全。

大友 供應 床墊 公司

Kenny's Supply
Best Bedding

供應：

- 旅館的所有必需用品
- 床墊，沙發床
- 傢俱，地毯，床罩，窗簾，壁畫



免費送貨，服務第一

Tel:(323)721-0252 • Fax:(323)721-6086
2845 Supply Ave., City of Commerce,CA90040

OPL和OPM訣竅

何美惠會計師提供

OPL和OPM訣竅

有一個非常吝嗇的富商，向一個收費非常昂貴的律師請教。富商問：「我可不可以請教三個問題？」律師說：「可以，另外兩個問題呢？」

這個笑話反映出一般人對專業人員的刻板形象。他們覺得醫師、會計師、律師好小氣，連問個問題都要收費。了解他們的人就知道，知識和時間是他們唯有的存貨，他們必須不斷花高價追求新知，否則存貨會空。他們也必須懂得管理時間，否則知識也得不到報酬。其他各行各業也許沒那麼明顯，但知識和時間的管理關係事業的成敗，家庭管理也是一樣。

金錢換取知識

家庭財務管理的第一觀念是「知識就是金錢」。

有個從中國大陸來的律師，執照到美國後不能用，只好到餐館打工。他越想越不對，決心回學校唸書，花三年時間，借錢唸完法學博士，考上律師執照，工作幾年後自己開業。因為他同時有美國和大陸師執照，變成跨國公司倚重的人才，現在做得非常成功。

如果受於經濟條件，不能用自己的錢買知識，則要「用他人的錢」來買知識。美國有很多為新移民提供的免費教育和訓練課程，因為高科技的進步，網路提供各種免費的知識，圖書館也提供各種圖書。不斷的追求新知，可以讓自己輕鬆也靠知識賺錢。美國很多工作都要執照和學位，有學位和執照可以證明自己的能力，也容易有中等以上的生活。

知識包括各種一技之長。美國人重視學位，但不會「萬般皆下品，唯有讀書高」。只要有一技之長，在美國也很吃香，也可有穩定的生活。

金錢換取時間

家庭財務管理的第二觀念是「時間就是金錢」。

美國是個競爭激烈的社會，尤其住在都市的人，時間非常緊迫，能夠留給家人的時間很少，除了要會用時間來賺錢和省錢外，需要懂得用金錢來買時間。

我有四個小孩，十多年來一直請管家清潔、煮飯、洗衣、和帶小孩，省下時間來唸學位、考執照、見客户、和寫書。因為有幫手，每天下班回家可休息、陪小孩。小孩小時，天天給小孩唸故事書，因為喜歡寫作，甚至替小孩寫童話故事。小孩從小打下基礎，所以不太需要我操心。

ATLAS HOSPITALITY GROUP

The Market Leader in California Hotel Sales

加州專業旅館地產公司

1997至1999超越五十個銷售冠軍的理由

Inn at La Jolla, La Jolla, CA 45 Rms
La Jolla Shores Inn, La Jolla, CA 39 Rms
Travelodge Simi Valley, Simi Valley, CA 96 Rms
Travelodge Ontario Central, Ontario, CA 33 Rms
Studio Lodge, San Bernardino, CA 144 Rms
Holiday Inn Riverside, Riverside, CA 296 Rms
Travelodge San Bernardino, San Bernardino, CA 91 Rms
Newport Bay Inn, Costa Mesa, CA 60 Rms
Tradewinds Motel, Laguna Beach, CA 23 Rms
Ramada Inn, Buena Park, CA 198 Rms
Newport Beach Inn, Newport Beach, CA 44 Rms
Portofino Suites, Newport Beach, CA 5 Rms
Lynwood Motel, Ridgecrest, CA 36 Rms
El Dorado Motel, Ridgecrest, CA 84 Rms
Holiday Inn Express Newport, Newport Beach, CA 50 Rms
American Inn, Ontario, CA 33 Rms
San Marcos Inn, San Marcos, CA 88 Rms
Pacific View Motel, Huntington Beach, CA 19 Rms
Vacation Inn Old Town, San Diego, CA 124 Rms
Roadrunner Motel, Bakersfield, CA 50 Rms
Best Western Laguna Brisas Spa, Laguna Beach, CA 65 Rms
Days Inn Santa Clara, Santa Clara, CA 168 Rms
Midway Motel, San Diego, CA 52 Rms
Colony Inn & Goodies Café, Buena Park, CA 40 Rms
Homestead Motel, San Luis Obispo, CA 15 Rms
Bayview Laguna Inn, Laguna Beach, CA 23 Rms
Comfort Inn Lawndale, Lawndale, CA 103 Rms
Holiday Inn San Pedro, San Pedro, CA 60 Rms
Ramada Inn Mission de Oro, Santa Nella, CA 161 Rms
Holiday Inn Express Poway, Poway, CA 47 Rms
Colony Inn National City, National City, CA 65 Rms
Hampton Inn Arcadia, Arcadia, CA 131 Rms
Econolodge SLO, San Luis Obispo, CA 18 Rms
Quality Suites San Clemente, San Clemente, CA 66 Rms
Quality Inn Del Norte, Camarillo, CA 110 Rms
Pacific Shore Hotel, Santa Monica, CA 168 Rms
Vacation Inn El Centro, El Centro, CA 198 Rms
Super 8 Motel Anaheim Park, Anaheim, CA 113 Rms
Best Western Sandman Inn, Redlands, CA 65 Rms
Barnabey's Hotel, Manhattan Beach, CA 125 Rms
Roadway Motor Inn, Pico Rivera, CA 100 Rms
Big Bear Lake Inn, Big Bear Lake, CA 52 Rms
Econolodge Hesperia, Hesperia, CA 54 Rms
Rodeway Inn Escondido, Escondido, CA 23 Rms
Super 8 Hesperia, Hesperia, CA 72 Rms
Super 8 Motel El Cajon, El Cajon, CA 72 Rms
Best Western Miramar, San Diego, CA 101 Rms
Comfort Inn & Suites, Anaheim, CA 101 Rms
Days Inn Mission Bay, San Diego, CA 101 Rms
Hollywood Metropolitan Hotel, Hollywood, CA 90 Rms
Travelodge Victorville, Victorville, CA 97 Rms
Express Inn Ontario, Ontario, CA 58 Rms

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 **Wilson Wang** 汪蔚興

3152 Redhill Avenue, Suite 280 • Costa Mesa, CA 92626
Telephone: 714-662-4400 Ext. 402 • Fax: 714-662-5500
Email: waw02@atlashospitality.com

Atlas
HOSPITALITY GROUP

這種用「他人的勞力 Other People's Labor, OPL」來賺錢的觀念，是家庭財務管理一個值得思考的方向。

金錢換取空間

家庭財務管理的第三個觀念是「空間就是金錢」。如何用錢來買空間，和用空間來賺錢。

我的辦公室原在舊金山西區，離家近。但因有很多客户從聖荷西來，所以又在聖荷西開第二辦事處。這個決定方便了原來的客户，新客户也倍增，但開張不到一年，就把它關了。因為距離遠，車程超過一小時。為了避免塞車，我一大早五點半就出門，有時還在辦公室過夜，犧牲了對我最重要的家庭和研究時間。業務越多，我的身心越疲累，這個因「空間」距離而付出「時間」的代價太高。我壯士斷腕，把辦公室合併，搬到舊金山東區的國際性金融區，搭地鐵上班。車程共有廿多分鐘，也可在地鐵上看書。新辦公室租金比原來貴一倍，但買到家庭和究研時間。我也把辦公室E-化，用E-cabinet取代傳統資料櫃，把幾個大鐵櫃的資料掃描存進小磁碟機。也透過電腦、網頁、電子信、電話、傳真為遠在香港、中國、和台灣的客户服務。

金錢賺取金錢

家庭財務管理的第四個觀念是「用錢來賺錢」。

我在替一位房地產經紀做節稅規劃時，非常欣賞她投資房地產的成就，徵求她的同意，把她投資成功的故事發表。她先生1998年中風病倒時，只剩剛買不到一年的一棟房子，她接手理財，利用房子五萬美元的淨值貸款（Equity Loan）當頭期款去買了另一棟房子出租。1998年開始舊金山灣區房屋飆漲，她就這樣用淨值貸款當頭期款去借錢，一棟子養一棟房子，三、四年之間有房子七、八棟，淨資產超過百萬美元，她在2002年預測房市可能泡沫化，逢高價就把幾棟房子賣掉，把部份現金移到低迷的股票市場。這是利用「他人的錢Other People's Money, OPM」來賺錢的最佳實例。她的投資還有一個特色，那就是見好就收。她其實也不只是用錢賺錢，因為她自己是房地產經紀，對房地產市場做過深刻研究，知道市場動向，所以也是靠知識賺錢。

家庭財務管理模式

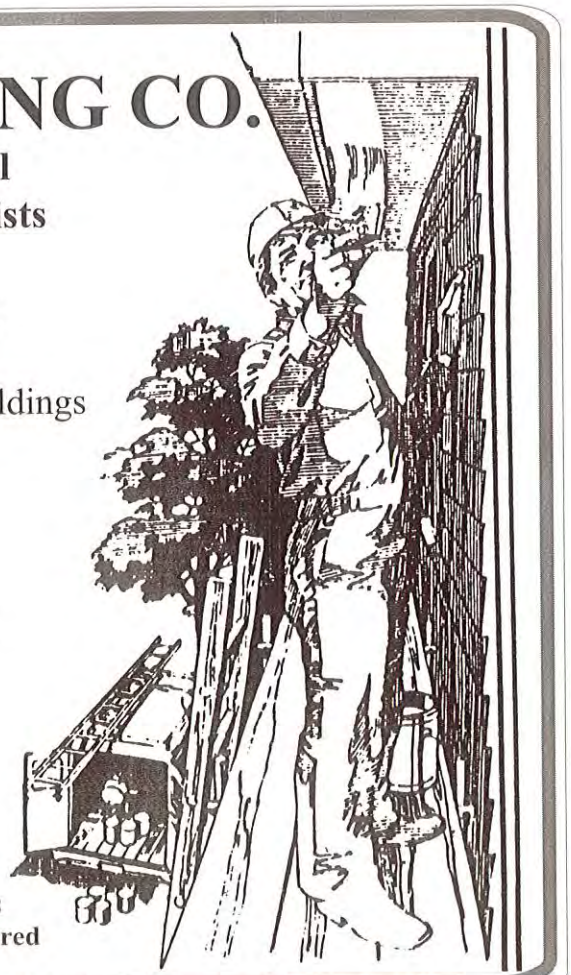
知識、時間、空間、和金錢都是外在的，自己的內心的平安和喜樂才是最重要的。家庭財務規劃，心靈的快樂應該是第一優先，但它要靠身體的健康和家庭的幸福來保護，身體的健康和家庭又要靠知識、時間、空間、和金錢來調度。只有把知識、時間、空間、和金錢的「單位價值」提升，我們才能減少為家庭生活的奔波，可以把時間和空間留給自己和家人，讓我們「錢」和「愛」的報表都有盈餘，而不是出現赤字，甚至破產。

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。

SUNNY PAINTING CO.

Residential-Commercialal
Interior & Exterior Specialists

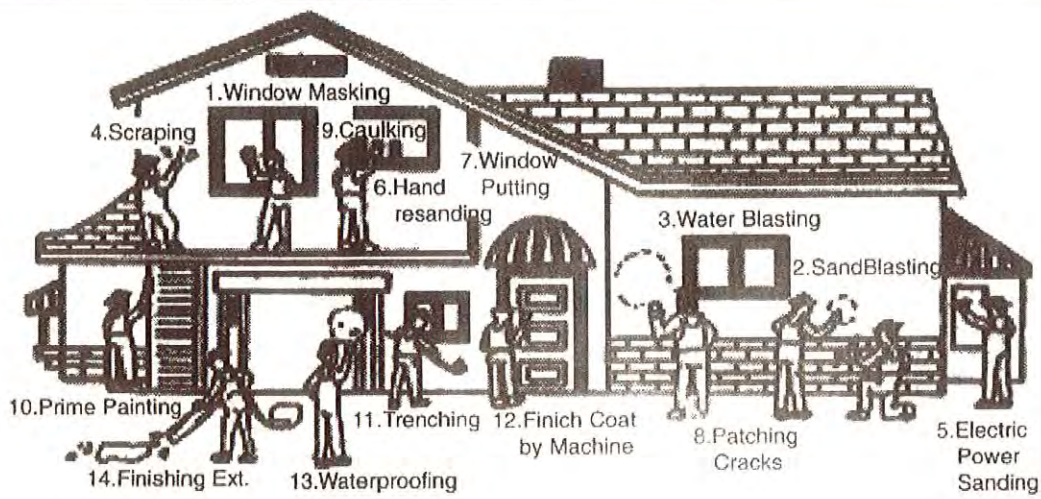
*Houses
*Condominiums
*APTS
*Hospitals
*Waterhouses
Water & Sandblasting
*Stores
*Hotel & Motel
*Factories
*High-Rise Buildings
*Difficult Jobs



TAKE ADVANTAGE OF OUR QUALITY WORK & LOW PRICES

Call for Free Estimate
Tell: 1(800) 511-1688
(213) 365-8228
(213) 365-9393
(818) 541-1894
(909) 623-5319
Fax: (213) 365-8306

Lic. # 621438
Fully Insured



REFERENCES Commerical & apartment Building:(EXTERIOR)

1. Holiday Inn :
   -38630 Fifth St. -West Palmdale, CA
2. Metro Plaza Hotel & Shopping Mall:
   -711 N. Main St., Los Angeles, CA
3. Emerson Inn:
   -9417 San Fernando Rd., Sun Valley
4. Glen Valley Hoa:
   -2905 Montrose Ave., La Crescenta
5. Holiday Inn Express:
   -4400 Hughes Ln., Bakersfield, CA 93004
6. Holiday Inn Express - Pasadena:
   -3700 E. Colorado Blvd., Pasadena, CA 91107

CALL OUR TOLL FREE NUMBER 1-800-511-1688

Hotel Franchising Pro and Con

理事汪俊宇提供

There are always an issues between should I be a franchisee or independent hotel owner for last 28 years. And I would like to take this opportunity to discuss the Pro and con of these issues.

1. What is a Franchise (Definition of Franchise):

a. Parties: Franchiser and Franchisee:
I. Franchiser: The franchiser let the franchisee use the name or the brand of the franchise by providing the reservation service, purchasing service and etc. to the Franchisee. In return the franchiser charge the percentage of the revenue for their services.
II. Franchisee: The franchisee is the owner of the Hotel that due the limited number of the Hotel he or she owned that need the service from the franchiser to provide the reservation service to their hotel. Due to the brand name, marketing effort the franchisee can benefit from both the higher room rates and percentage of occupancy.

2. Benefit from the Franchise System (Pro):

a. Brands: Quite a few of the customers are the believer of the brands. They believe the brand will provide the consistent quality of product. But it might very with different brand. If so the less consistent brand will cost more money to do the marketing.
b. System of Distribution: The brand has the reservation system that will distribute the reservation to different geographic location of course that is including of your Hotel. Different brand sometime even have different strength in different geographic area or market segmentation such as limited service, full service, luxury, resort etc.
c. Reservation System: Different brand will invest on the reservation system. The reservation system is a high tech and expensive. And some brand using different method to get the reservation such as Radisson they have the travel agency as sister company that is also draw the reservation from the sister travel agency.
d. Marketing Program: Various chain will catering different marketing program for their franchisee of which will be paid by the franchisee. The program based on different chain will be designed to fit to their market segments.

3. Document that concerning about the franchise:

Uniform Franchise Offering Circular:
Whenever you apply for a franchise. The first item that you will receive is the Uniform Franchise Offering Circular of which is a disclosure statement require by the FTC (Federal Trade Commission) that is outline the relationship between the franchiser and franchisee of this special chain. This is the most important and almost the only document that the franchisee has to be carefully read, understand and if possible discuss with your attorney due to it is well prepared by the franchiser's attorney. Due to the nature of it is will printed and prepared and it looks like it is non-negotiatible. You have to try to negotiate as much as possible with the franchiser. Cause if there is no problem then is will be find but should there be any problem happened then you will find out how important this document will affect your rights and that can be created a big financial and legal burden to you.

There are also a few other document that is pertained to this agreement of which including but not limited to the following:

I. Polices and Procedure of the Operating
II. Specifications of the Product.
III. Reservation System Manuals and Procedures

4. Initial Fees and Costs of Franchise:
There are various charge to the franchisee depend on the franchiser that will include as follows:

a. Initial Charges:
Once the franchisee approved by the franchiser, there will be an initial one-time charge that must be paid to become a franchisee. Such as:

I. All logoed items such as brochures, advertising materials etc.
II. Signs
III. Computer System and Software
IV. Training cost.
V. If a new construction, there will be a fee charged for the Architectural Drawing meet the franchiser standard.

b. Royalty Fee:
Franchiser will charge a percentage of the Gross Room Revenue as the Royalty Fee to be a Franchisee. Depend on the value and strength of the franchise the Royalty Fee may vary. Typically the Royalty Fee is between 3 to 5% of the room revenues. For the strong and valued brand normally the will charge more during the terms of the franchise. And there are fewer tendencies to negotiate. For the weaker brand they may negotiate on the Royalty Fee during the terms of the franchise and some flexible arrangement.

c. Reservation Charges:
The franchiser will provide a reservation service by referring customer to the franchisee. For this the franchiser will charge to the franchisee a franchise fee. Normally the fee is also based on the percentage of the room sales. There are also some other related fee will charge for the reservation referred by the franchiser such as the GDS (Global Distribution System) and Travel Agent Commission will be charged through the reservation service.

d. Marketing Assessments: The franchiser will have certain marketing program through the T.V. Station, newspaper, radio, magazine, and travel agent travel planner etc. to promote the brand that is benefit the franchisee. It is kind of like a joint force of all the franchisee. This kind of program is initialed by the franchiser and will be assessed to each franchiser as to the percentage of their sales.

e. Marketing and other Affinity Program Charges:
There is also some other kind of marketing that is assessed with the franchisee of which certain program is optional such as regional promotion gram etc.

f. Training Costs:
The franchiser offers various training program of which will be very expensive for the individual franchisee to do so. There are also have the national convention and regional meetings that is offered by the franchiser.

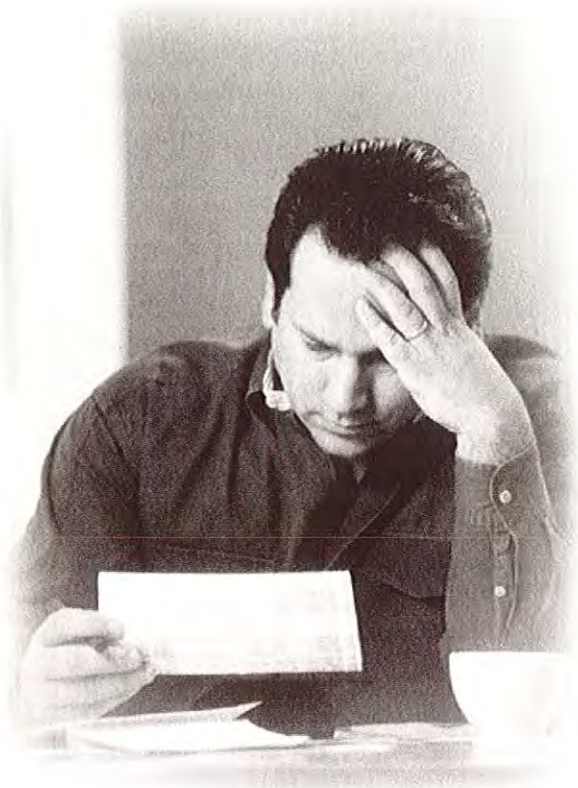
g. Other Charges:
Such as upgrade requirement: Almost all the franchiser required the franchisee to upgrade and improve the standard of the property to meet the standard of the franchise such as the architect lay out and lobby, common area, the rooms etc. And sometime the new tech such as the high speed Internet installation, On-demand in room movie etc.

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。

5. The Conflict between the Franchiser and Franchisee (Con):

It is like all other relationship. There are existences of conflict interest between the franchiser and franchisee. And some of those can be prevented when you signed the franchise Agreement and this is so awfully important of which I am list as follows for your reference:

a. Termination: In the events the franchisee is not happy about the franchiser and decides to terminate the franchise. There will be a serious problems will be occurred. Please bear in mind the franchise is in the business to collect the percentage of your revenue as the income to operate their franchise business and generate of the profit. Once you decide to terminate this relationship it will reduce their revenue and projection of the cash flow. It is a no no to the franchise operation. The result to the



franchise can be a disaster if you do not know how to handle it. Depend on the terms of the franchise agreement, the franchiser can charge the franchisee a liquidated damage for the remaining terms of the franchise that for certain franchise can run into millions of dollars. The franchise can asses this by calculate the franchise fee through the remaining terms of the franchise.

A minimal damage to the franchisee can be structured through the franchise agreement when you executed a franchise agreement by specified certain clause as follows;

I. Performance Clause: To let the franchisee terminate the franchise in the events the franchise is under performance by certain numbers or percentage without any penalty to the franchisee.

II. Liquidated Damage Clause: To set a certain amount of liquidated damage for certain period of time and that can be structured as to the number of years.

III. Special clause: That can be exit by both the franchiser and franchisee for certain specific circumstances.

This termination clause is a life saver to the franchisee and that can be very creative if you know how to structure it.

VIC INN-TERNATIONAL CO.

金龍旅館實業公司

＊南加州歷史最久——華資旅館顧問公司(26年)(Since 1976)
＊僅做旅館方面之——投資、買賣，絕對專門

Gerald Wang 汪俊宇 (323)268-8886

Pager:626-301-7226 Fax:626-446-4068
1455 Monterey Pass Rd., Suite #201, Monterey Park, CA 91754

Investment Opportunities

1. 南加州198單位汽車旅館，地大附餐廳、酒吧
   總價 $ 12,900,000.00

2. 南加州140單位聯鎖旅館，附餐廳、酒吧
   總價 $ 9,200,000.00

3. 南加州69單位汽車旅館，近高速公路
   總價 $ 4,200,000.00

4. 南加州近海30單位汽車旅館，
   總價 $ 2,300,000.00

5. 南加州150單位聯鎖旅館，
   總價 $ 6,900,000.00

6. 南加州79單位汽車旅館，
   總價 $ 4,800,000.00

7. 南加州40單位汽車旅館，
   總價 $ 1,350,000.00

世界上首富，顯少不是投資房地產，因其有用其他人的錢來賺錢之特性，而旅館投資則除了增值之好處外，亦因具投資之特色，其複雜及專業性亦較一般地產爲高，每單位之售價亦較一般地產爲低廉，在擁有其間每平方呎之回報率爲各種地產投資之冠。金龍旅館26年的經驗，可爲您提供買賣、顧問、管理、租賃等全方位之服務。

b. Area Protection: An area protection clause is also very important to the franchisee. There are normally a certain protection plan include in the franchise agreement. But in order to protect you fully. You have to clause it in such that you will be fully protected without any loose end that let the franchiser to exit it. Cause a newly construct franchise will benefit the franchiser on both the revenue and the brand image that will make a victim of the franchise if you are not carefully wording the Area Protection.

c. Sales, Transfer and Renewal:

When you sold, transfer or renew your property to the franchiser. It is create an opportunity for the franchiser to required a PIP Plan (Property Improvement Plan) to upgrade the property to a new standard of which can cost you or the new franchisee millions of dollars. Of course you or the buyer have the option to either pay the termination fee, liquidated damage and pursued with some other franchise or decided to go independent.

d. Standard Requirement:

Franchiser have certain standard requirement for their brand image. In order to keep the standard. The franchiser periodically do the standard with prior notification. Each franchise has their method to establish the score requirement and the standard can be changed from time to time.

e. The Information right of the franchiser:

The franchiser has the access of the information as to the customer and guest data. All this is a very valuable asset. It can be sold for profit. Especially if this information sold to your competition that will impact your business tremendously. You have to be smart enough to insert a clause to protect your interest.

f. Personal Guarantee:

Normally the franchiser is required the franchisee is personal guarantee the franchise fee and other fees that owe to the franchiser. Please carefully wording to this guarantee.

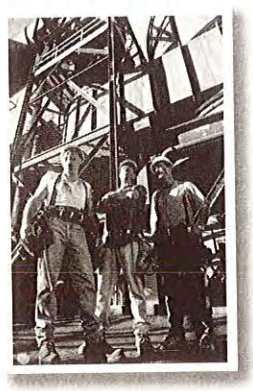
Like every other relationship. The relationship between the franchiser and franchisee can be very constructive if you know how to working together. And whenever there is any problem. Then just try to solve the problem by discuss openly and negotiate it instead of go through the legal procedure.

行銷管理專欄

52 員工士氣之鼓舞

56 HOW ACCOMMODATING ARE YOUR RESTROOMS AND PARKING LOT? AN ADA CHECKLIST

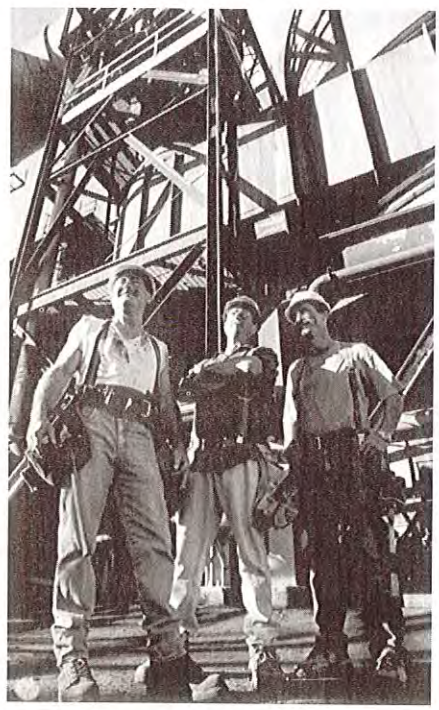
58 Representation and capabilities



員工士氣之鼓舞

陳英男

作者陳英男現主持休士頓台美實業旅館投資和經紀公司，專長於旅館買賣諮詢和貸款業務聲譽卓著現亦經營旅館，美南新聞報系地產專欄主筆，曾任美南旅館公會會長、理事長。



員工之情緒表現於對工作之滿意度，可不必由專家來評估工作之績效，卻可輕易經由員工之面部表情，工作之表現，尤其重要的是工作的熱忱和熱心度（Enthuslasm）看出令人遺憾的是管理階層卻忽略了如何將員工與旅客之相互影響列入每日營運報告，忽略了對他（她）們的需求等。保持員工高度的工作滿意感是今日旅館業之重要課目。事實上員工之熱忱，對工作的滿意度直接影響旅客對旅館的滿意度，如果今日有些不滿意的旅客，明日將更多的對旅館不滿意的旅客們會跟進。只要對表現有待改進的員工表示關心，信心與獎勵動機的保證（Commitment）毋須作出高度的策略性的思考十力而灌輸員工的動機和信心渴望員工長成器。以下是商業的行為無論何種企業的一些獎勵鼓舞員工的一些策略和要領，位於休市布希州際機場的北喜來登高級旅館（Sherton Hotel）的一些對員工鼓獎勵士氣的一些努力與作為，使得該旅館從過去的低下評等一躍成為星木旅館與休閒世界的六百九十家旅館的頭十名的旅館之一（Starhood Hotel & Resorts WORLD WIDE）。茲將可行的提高員工士氣的幾個方案列示如下：

一、審視員工相聚的場所

管理階層應責成經理或僱主親自督察員工每日相聚的一些處所如休息室，餐廳或用膳處和其他相聚的場所如簽到打卡處、洗衣房等。這些員工聚集的場所應經常保持乾淨如多元化，多重文化背景的工作場所有敏感性的需要；此外應提供提高員工至高無上的貢獻的正面而富建設性的範例。

二、實施新員工訓練法案

不論生意大小規模，新員工應被授予公司的經營哲學、文化傳統和政策方案的訓練。這些訓練的相聚會使得管理階層與員工間相互認識，既便短暫數分鐘，新員工們也會心存感激僱主或資深員工花時間去迎接和認識他（她）們的誠心。

三、 每週表揚優秀員工

該旅館（休市機場之喜來登旅館）並不表揚每月的績優人員，而是每週只表揚一位，然後每月表揚那四位，如此接受表揚績優人員無形中機會增多以報償他（她）們的奉獻與服務。

四、 審核每位績優人員的獎償

典型的公司按月按季按年和年來表揚績優員工酬以銀杯銀盾和獎牌或其他可用來掛放在辦公室的一些項目如獎狀，小錦旗或證書以昭示該員工之優秀事蹟。這家旅館卻打破傳統（如上述之獎勵方式）代之以星木公司（Star wood）的星點積分（Star points）這些點數積分可到當地社區之什貨店、運動器材店和出名而眾所認知的餐廳酒店去換取禮物贈品（Gift Certificates）或禮券

五、 富創造性

該旅館每月一次定出一天甜甜周日（Dount Days），高階層人員提早上班趕在一般員工之前，當面送上甜甜圈給予每位值班在早上下班或當日白天上班之員工。這些所費無幾的小甜點正是給員工與主管（或主人）有相至寒喧或讓面對面交談的最好機會。

六、 實際參與（Get Involved）

這種機會面正給予經理們問候員工並提問需要那些服務以滿足員工的慾望。有時候這意味著經理們捲起他們的袖管親自參與工作。該旅館之總經理並非如一般管理階層一早上班即查閱電子郵件（E-Mail），或回音留言（Voice Mails）。或邊喝咖啡邊看報，他反而到清潔間（House Keeping）與女傭們一齊折?毛巾床單。如此會令您驚奇如何經理人員只花少許時間與員工相聚，可讓他們實際參與作業瞭解員工之作業從而熟悉各部門的作業。

經由這些基本的建議，經理人員應走出他們的辦公桌進入員工工作環境中。他們（經理們）應注意改善工作環境的方法，向員工打招呼以提高員工的士氣，然而也應在適當場合與時機對表現良好的員工輕聲和顏悅色地說聲感謝。這是改善員工工作表現的捷徑之一。員工們，尤其在高度的旅客需求方面的旅館業來說從而被表揚和認同。某些意識上，如同如何待人就像自己被別人看待一樣，己所不欲，勿施於人，洵非虛言。如果員工人人覺得他們是團隊的一份子，那應提高改善生產能力和良機幾乎可計日以待，而工作的績效會自然表現出來。可見員工的工作士氣與工作表現息息相關。

對於求職者而言，在一職難求的市場中，如何突破重圍，從大量求職信件中脫穎而出，實為一大排戰，故本文將探討，如何寫出令僱主青睞的求職信。

※ 成功的資格信件 (Cover Letter)

資格信件，是求職者爭取好印象的第一機會，信中應指出個人特長，並表達願為所應徵公司效勞的強烈興趣。成功的資格信件，應讓讀者認為，這就是他們要找的人才。

「資格信件，必需針對各公司需要而著手」，一家醫療中心的人事經理指出，如果信中可指出該公司立即面對的問題並提出解決方針，此信件被選中的機率就大增。

許多資格信件失敗也在於此，忽略了強調自己的專長如何能貢獻於該公司，而在薪資、特殊要求上大作文章。寫資格信件，就像推銷商品，焦點應在客戶即僱主。

良好資格信件原則：

一、 明確的收信人姓名：職業廣告常常未直接刊登接洽人，應徵者應設法探訪出聯絡人。
二、 避免不莊重的開場白：許多看似有創意、類似廣告的開場白，會被僱主認不莊重、沒誠意。傳統及安全的開場白如：「我知道您在尋找會計師，相信我的專長符合你的需要」。
三、 避免與履歷表重覆：集中二至三點過去的重要成就及特點，如成功的企劃個案等。
四、 口語化：避免官腔或矯揉造作，最好讓文章讀起來如同與人交談。

※ 成功履歷表 (Resume)

履歷表應體現出個人的職場經驗、特殊成就及教育背景。在精闢的格式下，凸顯個人特質，使僱主感興趣。以下是幾項重要原則：

一、 保持一至二頁的長度：格式要簡明、整齊，標題用粗字體，左右文字距離紙張邊緣至少一英吋。
二、 如果是新畢業生，簡述業目標及求職的興趣範圍。如是有經驗者，職業目標可涵蓋在資格信件中。
三、 使用摘要：摘要出履歷表重點，但要具體、明確，避免概略性詞?。
四、 針對工作性質：不同工作性質及市場，看重的內容不一，樣嚐試針對不同工作，量身剪裁特製的履歷表。

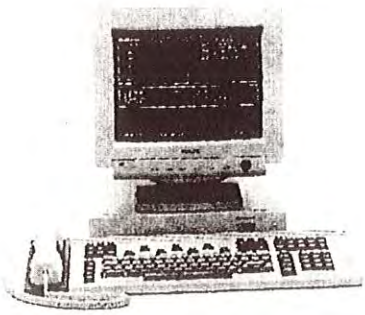
簡而言之，分析出適合該工作特點、在求職信中投其所好，是成功包裝求職者的關鍵。

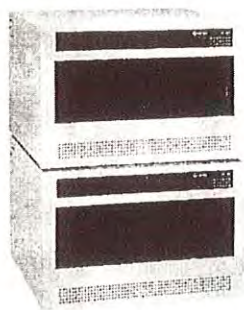
VICOMPTEL

Computer & Telecommunication Inc.

華人總代理

美加電訊公司





MITEL

SX-50　　SX-200 Digital
SX-200ML　SX-200EL
SX-2000

十八年專業技術經驗・專門解決各種系統上疑難雜症

專精：

- 旅館電話（10線至768線）
- VOICE MAIL系統
- CCTV閉路電視安全系統
- 電腦網路連線設計
- 辦公室搬遷移機
- 代理各種新舊廠牌
- 提供簡易貸款
- 承接辦公大樓／大小旅館／公司行號／住宅
- 自動算帳系統
- 全套工程設計、施工及售後維修
- 免費估價

STATE LIC.#499739

客戶的滿意及最佳風評，是您最佳的保證！

EVA AIR、長榮海運、Sheraton Hotel、Holiday Inn、Ramada Inn、Best Western、Comfort Inn、Quality Inn、Travelodge、Econo Lodge、Hilton Hotel、Super 8、Double Tree Hotel

800-322-6591

南加：
2311 N. Durfee Ave.
El Monte, CA 91732

626-442-9929

HOW ACCOMMODATING ARE YOUR RESTROOMS AND PARKING LOT?

AN ADA CHECKLIST

By Diana P. Scott*

Compliance with the Americans With Disabilities Act ("ADA") continues to be a full-time job for almost every public access facility, and hotels and lodging facilities are no exception. The June 2003 issue of Inn explored basic guest room requirements. In this article, we will provide you with the tools to conduct your own personal self-audit of your parking area and public restrooms to ensure compliance with the ADA in these areas.

Parking and Loading Zones.

If "self parking" is provided, the hotel is required to provide the minimum number of accessible parking places reflected below in surface lots or parking garages, including "van accessible" spaces for those who use lift-operated vans. [ADA Std. 4.1.2(5).]

Each accessible parking place (with a minimum width of 96 inches) must have or share an adjacent access aisle (also 96 inches wide, minimum) to allow persons who use wheelchairs, walker or other mobility aids to transfer from their car or van. Further, the surface slope ratio on the parking spaces and access aisles must be less than 1:50. (ADA Stds. 4.6.3.)

The accessible parking space must be visible when vehicles enter the parking area. Therefore, each space must have a parking post or wall-mounted sign with the symbol of accessibility mounted high enough so that it clears the vehicle parked in front of it and remains visible to other drivers. (ADA Stds. 4.6.4.)

A common misconception with disabled parking is the acceptability of pushing the spaces into the corner or off to the side of the parking lot. Any such configuration must be free of built-up curb ramps around the parking space. Hence, handicap

Total Spaces In Lot	Accessible Spaces Required
1-25	1 van
26-50	1 std. and 1 van
51-75	2 std. and 1 van
76-100	3 std. and 1 van
100-150	4 std. and 1 van
151-200	5 std. and 1 van
201-300	6 std. and 1 van
301-400	7 std. and 1 van
401-500	7 std. and 2 vans
501-1000	2% of total spaces*
1001-and over	20 + (1 per 100 over 100)*
Standard Accessible (std.) parking space is 8-foot min. + 5 foot access aisle	
	* One in every 8 accessible parking spaces must be a van accessible space with an 8-foot wide access aisle.

* Ms. Scott chairs the Los Angeles office employment group of Greenberg Traurig, an international law firm specializing in the transactional and litigation needs of business clients. Ms. Scott regularly provides counsel and litigation assistance to clients in the area of ADA compliance.

parking spaces that open onto a curb, flower bed, or other non-level surface is a violation of the ADA. Both the driver and passenger must have a 96-inch minimum aisle accessible to them for ingress and egress with wheelchairs, walkers or crutches. Additionally, the accessible parking places must be the closest parking places to the lobby entrance or guest room entrances. (ADA Stds. 4.6.2.)

Parking garages serving lodging facilities must have at least 98 inches of vertical clearance for vehicles with raised roofs to approach, use and access the parking places. Similarly, facilities with covered passenger pick-up/drop-off areas must provide the required five-foot wide access aisle, the 1:50 slope, and at least 9'6" in vertical clearance to allow vans with raised roofs to enter the area. (ADA Stds. 4.6.5.)

Public and Employee Common Use Restrooms

In each public and employee restroom, there must be at least one large accessible stall/toilet, one accessible lavatory and one accessible urinal (if urinals are provided). (ADA Stds. 4.1.3(11); 4:22.) Each accessible toilet must be centered 18 inches from the adjacent side wall in order to allow the person to use the grab bars. (ADA Stds. 4.16.2; 4.17.3.) Further, each accessible toilet must also have a horizontal grab bar on the adjacent side wall that is at least 40 inches long and between 33-36 inches above the floor for stabilization and assistance during transfer from a wheelchair. (ADA Stds. 4.16.4; 4.17.6.) Similarly, each accessible toilet must have a horizontal grab bar on the wall behind the toilet at least 36 inches long and 33-36 inches above the floor to assist during transfer from the wheelchair. (ADA Stds. 4.16.4; 4.17.6.)

Each stall must measure at least 60 inches wide and 56 inches deep if the toilet is wall-mounted, or 59 inches deep if it is floor-mounted. The stall door must be positioned diagonally opposite to the toilet and not directly in front of it so that wheelchair users may pull fully into the stall without being blocked by the toilet. (ADA Stds. 4.17.3.) The toilet seat must be between 17-19 inches above the floor. (ADA Stds. 14.16.3.)

In those stalls that provide a lavatory, there must be 42 inches between the center of the toilet and the near edge of the adjacent lavatory to permit persons with disabilities to travel onto or off of the toilet. (ADA Stds. 4.17.3.) If there are more than five stalls in any restroom, one stall in addition to the large accessible stall must be 36 inches wide, with two parallel grab bars at 33-36 inches off the floor and providing an out-swinging door for persons with mobility impairment who can otherwise walk. (ADA Stds. 4.22.4.)

Regarding the wash basin, each public restroom must provide one which has 29 inches of clearance under the front edge. The top of the bowl should be no higher than 34 inches above the floor to allow wheelchair-bound persons to pull under the lavatory and use the faucet. (ADA Stds. 4.22.6; 4.19.2).) The drains and hot water pipe under the sink must be insulated or otherwise configured to protect against contact. (ADA Stds. 4.19.4.) Further, the faucets must operate easily with just one hand, without requiring tight grasping, pitching or twisting of the wrist. (ADA Stds. 4.19.5.) Overall, each public restroom must provide a 60 inch diameter circle or a T-shaped turn area to allow a wheelchair user to turn around while inside. (ADA Stds. 4.22.3; 4.2.3.)

It is important to remember that public compliance and employee accommodation are two different things. A hotel with public ADA-compliant restrooms may not rely on those alone if employees are discouraged from using said facilities and instead, offers inadequate facilities to employees. Such structural conditions create the impression that ADA-protected employees are viewed as undesirable or are simply going unaccommodated. Such employment conditions may subject the hotel employer to liability for ADA employment violations.

American with Disabilities Act (ada)

Representation and capabilities

Background on ADA Lawsuits

A recent ruling in a California Court (Leber v. Macy's) has resulted in a deluge of Americans With Disabilities Act (ADA) access claims filed by California non-profit access groups. Federal law provides for injunctive relief to stop ADA violations and payment of plaintiffs' attorney fees. In California, plaintiffs can also recover actual, punitive, and statutory damages. With such lucrative litigation available to them, some of these activist groups are systematically targeting specific industries and geographic locations. Currently, a growing number of these claims are being brought against hotel and lodging establishments. While we at Jeffer, Mangels, Butler & Marmaro (JMBM) firmly believe in the intentions of the ADA, we are troubled by this rash of abusive, sneak-attack litigations against an industry that is populated by many small, family-owned businesses.

ADA Litigation defense for
commercial enterprises and property owners

Jeffer, Mangels, Butler & Marmaro has significant experience in defending ADA claims. We have defended more than 100 ADA actions filed against a wide range of commercial enterprises that are open to public. In many cases we have obtained system-wide protection for enterprises doing business in more than one location. We have successfully defended clients when the allegations are not supported by Federal or California law. Where violations exist, we advise our clients to quickly fix the problem(s) and assist them in settling the case expeditiously through negotiation or alternative dispute resolution.

Because we have been across the table from the same "disability rights" counsel many times, we are familiar with their tactics and have consequently developed effective settlement and litigation strategies. Our experience has given us a very clear understanding of the legal issues under the ADA, and related statutes, including the
American Disabilities Act, Title III (Public Accommodations and Commercial Facilities); California Unruh Civil Rights Act; and the California Disabled Persons Act.

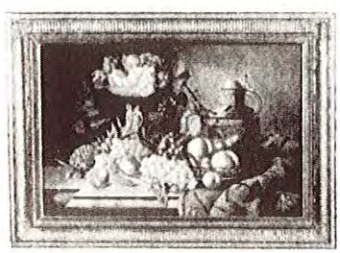
We at JMBM have developed an impressive network of "access consultants" who have worked on numerous cases, including high profile ADA claims. (One of our primary access consultants is the author of the leading treatise regarding California disabled accessibility titled CalDAG 2000.) We are able to call on these consultants and put their expertise to work for our clients quickly, which lets us analyze ADA compliance issues and make cost-effective recommendations within a short time frame.

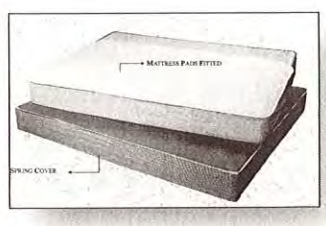
新像室內設計公司
Nu-Way Design Center

專精：旅館・豪華住宅、高級大樓之窗簾、床罩、地毯、裝飾品等

全美華人最大窗簾床罩批發公司

- 專精高級旅館、百萬豪華住宅、整體設計，積數十年經驗，是唯一深獲旅館業及建築師同業青睞的華人公司、竭誠歡迎參觀樣品屋、在 5 Fwy 與 91 Fwy 邊。
- 免費估價、安裝。
- 自設工廠，價格保證比任何美國公司都便宜





- 備有大量精緻油畫、義大利精品磁器、各種旅館裝飾品、窗簾、地毯、床墊罩。全部以批發價優惠全美旅館業。

！專利產品！

旅館浴缸專用防滑劑

使用一次五年保證，可為旅館業節省大量浴缸維護費及避免住客滑倒傷害所造成的不必要訴訟及金錢損失。

24小時免費電話〔歡迎洽詢或比價〕

1-800-273-0009

E-Mail:nuwaydesign@yahoo.com
Web site:www.nuwaydesigncenter.com

7920 Orangethorpe Ave., Buena Park, CA 90621

ADA Compliance Counseling for
Commercial Enterprises and Property Owners

ADA compliance is an area where preventative action can save businesses and property owners from the cost of future litigation and lost work time. We offer an "ADA compliance review" to our commercial clients which allows them to identify potential ADA problems and attend to them before the possibility of litigation. When commercial clients are served with an ADA law suit, we generally provide enterprise-wide advice that allows them to bring all of their properties into compliance with the ADA. This practical approach allows our clients to pursue their day-to-day business with confidence.

ADA Litigation defense for Employers

The ADA covers access issues for disabled employees, and we are seeing an increase in law suits against employers where disabled employees allege ADA violations. There are a number of decisions where courts have recognized that employers' obligations to provide "reasonable accommodation" under the ADA are not without limits. However, because of the judicial limits the courts have set on monetary recoveries under the ADA, these actions have become increasingly attractive to disgruntled employees. JMBM's labor and employment attorneys approach these matters with an eye toward prevention, and are invaluable in assessing the propriety of personnel actions before they are taken. In the event that litigation is initiated, JMBM's attorneys are well-qualified to protect the interests of the employer.

ADA Compliance Counseling for Employers

Not only are the attorneys in the Labor and Employment Group experienced in all aspects of litigation and procedures before the various administrative agencies concerned with the employment relationship, but they can provide invaluable assistance in preventing labor problems from arising. The JMBM Employment Law Audit covers ADA issues as well as numerous other topics where preventative tactics can position employers for the best possible outcomes in dealing with employees, included those that are disabled. The employment relationship is now one of the most heavily regulated in California. It is critical now more than ever before to have competent labor counsel who are well versed in this area of the law.

Our Clients

We have defended ADA claims against entities in the following industries:

- Hotels and resorts
- Financial Institutions
- Retailers and shopping centers
- Winemakers
- Building owners
- Restaurants
- Theaters
- Office buildings

Our Advice

ADA litigation is an unfortunate fact of California corporate life. Until Congress acts to contain the abusive litigation enacted under the name of the ADA, we believe that an ounce of prevention is worth a pound of cure: get expert advice about the accessibility of your properties and act on it. If you become the target of ADA litigation, hiring a lawyer experienced in ADA litigation will save you time and money.

David P. Waite
310.785-5319
dpw@jmbm.com

Martin H. Orlick
415.984.9667
mho@jmbm.com

旅遊資訊及醫療保健專欄

62 詩遊荷蘭系列報導

68 減肥50個秘訣

70 對體檢你了解多少

74 數位時代》
台灣的下一個世界第一

詩遊荷蘭系列報導

本刊編輯部

不可理喻的荷蘭天氣

極大部分的時間裡，荷蘭天氣只能這樣形容-惡名昭彰、難以捉摸、就像無可理喻的女人壞脾氣。在余光中先生所譯的梵谷傳裡——梵谷就曾在與弟弟西奧往返的信件中提及：「離開荷蘭以前，我一直不曉得世界上有樣東西叫太陽。」這樣的形容雖誇張，但的確反映部分真實。尤其冬天，見不到太陽就算了，還常常狂風暴雨，真是折騰人。

在鬱金香熱這本書中，黃金時代的荷蘭被描述為「鮮少有國家像荷蘭共和國這樣『缺乏』肥沃的土壤、迷人的鄉村與宜人的氣候；從南方飽受戰爭摧殘的焦土到北方省份遍佈的泥炭沼，實在看不出這塊土地有任何希望。」；英國大使譚波(Temple)則說：「這裡的空氣如果不是因為降霜而清明，就會一直霧靄迷濛，天氣則是『狂暴且出乎意料』。」另外，還曾有一個英國人以極輕蔑的口吻形容荷蘭為「遍地沼澤……世界的屁股。」當天氣真的差到極點，忍無可忍時，可以想像任何壞的形容詞，甚至髒話，隨時都會脫口而出。

每年10月到隔年4月，如果荷蘭哪一天不颳風不下雨，陽光突然露臉，那可是振奮人心、可喜可賀的大新聞。但受到不同氣候系統的影響，有陽光不代表溫度就此回升——如果萬里無雲，系統肯定來自西伯利亞，氣溫會down到最低點，如果被户外陽光普照的假象給騙了，穿得美美短短的迷你裙出門，結果必然是冷得直打哆嗦、隔天鼻水直流；千萬別埋怨天空籠罩著灰暗厚重的雲層，因為，沒有clear sky，氣溫就不會低到不能忍受的地步。

來荷蘭不到一年，雨傘不知道已經用壞幾把，不蓋你，荷蘭的雨是垂直迎面打在身上；風至少是台灣中度颱風、撐不撐雨傘都無所謂、老先生要找根電線桿抱住的程度，如果此時把閣樓的窗户朝上打開，即使只是小小縫細，也會覺得整棟房子搖晃得厲害。(不同的是，這樣的天氣，在台灣我們可以放颱風假啊！)一直想不透的是，這樣惡劣的天氣，竟然還有許多人穿著雨衣，在大雨滂沱中，奮力地逆風騎腳踏車，換作是我，早就被風吹走了！

還好，糟糕的天氣從4月開始轉變。儘管料峭春寒，氣溫平均仍在攝氏10度上下，可是，春天溫暖可愛的陽光足以讓人忘卻所有的不愉快。所以，4到6月，百花齊放的季節，是拜訪荷蘭的最佳時候。但是，4到10月，氣候仍舊不穩定，一天之內可能會經歷春夏秋冬，早上氣溫攝氏20度，晚上可能只有7、8度；如果天氣連續好三天，第四天氣溫必定陡降，這就好像我們說的股市定律，股市連漲三天，再來必逢解套賣壓。我曾聽過一個相當不可思議的故事，幾年前8月份的某一天，上午是艷陽天，下午氣溫只剩下4度，晚上竟然飄雪！

荷蘭人喜歡用諷刺、自我調侃的語氣說，「在荷蘭，如果你哪一天偷懶或是心情特好，憑直覺認為天氣整天都會很nice，不想帶外套、雨具，你肯定會被忽冷忽熱、陰晴不定的天氣給氣死。」他們還說，「戴太陽眼鏡超麻煩，因為，一戴上去，太陽就不見了，一摘下來，陽光又非常刺眼。脫脫戴戴，手忙腳亂，屢試不爽！」

這裡的夏天和台灣一樣，氣溫也是直衝攝氏30度，但，不同的是，荷蘭所有大眾交通工具都只有暖氣沒有冷氣。你能想像嗎？擠得像沙丁魚一樣的地鐵車箱，沒有空調，只有幾扇氣窗勉強發揮散熱功能，汗流浹背的我，實在沒辦法想像這是先進國家。

荷蘭抵禦嚴寒面面俱到，不過，對酷熱不是置之不理、就是束手無策。說來或許你不相信，今年入夏荷蘭第一次氣溫上升到30度當天，竟然有許多火車誤點，甚至停駛，許多站務人員在車站裡忙進忙出，大吼大叫，新聞傳來，說明原因不是別的，正是 "heat" 惹得禍。天氣一熱，荷蘭人和機器通通秀逗！

「天氣好的時候」（所謂宜人的天氣比例極低，所以，一定要及時行樂，否則，包准你搥胸頓足，後悔莫及。天氣暖和又有陽光時，許多荷蘭人不管三七二十一，直衝海邊，要不然，錯過今天，明天又是shitty weather，要等下一個一樣的好天氣，可能又要好幾個禮拜），我喜歡在夏天的傍晚，踩著腳踏車或是散步到住家附近的大湖邊，和許多一起慢跑、溜直排輪、遛狗的夥伴們，一塊兒享受涼爽舒適的微風，看著沙灘上小朋友們戲水、大朋友們烤肉的闔家歡樂；欣賞晚上10點鐘太陽西沉、彩霞滿天的景色；欣賞湖面人們乘帆船、划獨木舟的悠閒。好像可以這麼說：上帝把荷蘭一年美好的時刻通通集中在夏天的某幾天，所以讓白晝特別長，以彌補其他時候的又陰又濕又冷——荷蘭人也因此特別珍惜這段時光，戶外活動紛紛出籠。

不蓋你，許多荷蘭人想要離開這個國度的原因，不是治安不好，不是福利不好，而是天氣不好——或許你無法想像，但住在這裡一陣子，我能體會，這是非常充分的理由！

荷蘭人的黃色零嘴—薯條與起司

荷蘭沒有7-11這樣的24小時便利商店(他們對於面積和荷蘭差不多大的台灣，竟然有5000多家便利店感到不可思議)，也沒有台灣隨處可見的路邊攤(我好懷念甜不辣、蚵仔煎、四神湯)，儘管有一些snack bars，但是賣的東西乏善可陳，不外就是一些炸薯條和Kroket--包著馬鈴薯泥和著碎絞肉，外頭裹著麵包粉的炸物，雖然都不難吃，但是油膩膩，極不健康，而且容易上火，一不小心又是滿臉痘子！(圖／這是荷蘭到處可見的炸薯條連鎖店，生意興隆，總是大排長龍。)

明知炸薯條不是什麼好東西，不曉得為什麼，I can not resist it！尤其荷蘭的薯條特別好吃，胖嘟嘟、肥滋滋、熱呼呼的金黃薯條，配上切碎的洋蔥和美奶滋，滋味一級棒！不是加蕃茄醬喔，荷蘭人不怎麼喜歡蕃茄醬(其他的選擇是淋上沙爹醬或是curry醬-這些佐料都要另外收費)。只要人潮聚集的地方，必定有人賣薯條，也必定會看到一堆人人手一杯現炸薯條。喔喔！吃薯條的效果和吃完蕃薯一樣--無可避免地要製造連環炮！

據說，荷蘭炸薯條特別好吃的原因是馬鈴薯的品質超好，不但品種有300多種，產量自給自足外，還是全球外銷第一名。記得，到餐廳裡點炸薯條，千萬別說你要點"French fries"，否則，你吃到的會是乾巴巴的麥當勞薯條，還會遭遇荷蘭人不能理解的表情(說明白一點是「不削」的表情)，因為他們認為瘦瘦長長的薯條不是薯條。(圖／這是阿姆斯特但街頭販賣炸薯條的小販，廣告從梵谷的名畫「The potato eaters.」變成了「The "fries" eaters.」，幽默，有創意！)

起司讓你長得像大樹一樣

荷蘭人很高大，平均身高居全球之冠，主要原因是他們消費很多的乳製品，其中，當然包括起司。根據統計，他們平均每人一年要吃掉8公斤的起司，而小小荷蘭起司的年產量竟高達40萬噸，也是全球第一名。(圖／穿著傳統服飾的荷蘭女孩，愉快地接受我拍照的邀請。)

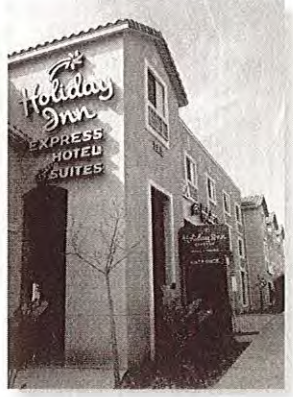
起司的種類多到讓你眼花撩亂，每次上超市或是乳酪專賣店，望著架上一個個黃澄澄像輪胎似的大塊乳酪或是冷藏櫃裡白的、花的、軟的、硬的乳酪，總要天人交戰一番，到底該買上次嚐到很好吃的口味？還是該嘗試新的口味？最後總是老闆獲勝，他會告訴你有什麼新貨色，讓你免費試吃到滿意為止！(圖／起司很重，但是摸起來軟軟的，很好玩。)

儘管在荷蘭可以買到的起司種類繁多，但許多都 是舶來品，荷蘭生產的起司基本上只有高達(Gouda——輪胎形，外頭裹著一層黃色的蠟)和艾登(Edam——圓球狀，大小像台灣球形的年糕，外面裹著一層鮮紅色的蠟)兩種，其餘都是從這兩種再調味或是改變生產過程而來。

國陽建設

成績是我們的成長

信譽是我們的保證



KING YOUNG
CONSTRUCTION, INC.

9176 Las Tunas Drive, Temple City, California 91780
Tel: 1-626-286-3068 Fax: 1-626-286-4238

負責人：VINCENT 歐陽

在荷蘭買起司最基本的功夫一定要會，就是young & old起司的區別。如果你比較喜歡軟軟綿綿的口感，就買young起司；如果你喜歡的是比較臭的(口味比較重)、稍硬一點的起司，那就買old。根據荷蘭人的說法：四個星期就賣到市場上的是young起司，4個月的是mature，10個月就稱為old。可想而知，起司越老越值錢。

不同的起司，吃法不同，最簡易的方法就是拿來當零嘴吃。不蓋你，荷蘭人辦的party上，可能就有一大塊乳酪，旁邊放上一把刨片刀，讓你邊聊天邊吃起司，或是讓你自助，以蘇打餅乾夾起司；在辦公室裡加班開會，讓大家充飢果腹的可能就是一盤起司；而我的室友則是隨時放一大塊起司在冰箱裡，肚子餓了就削一小塊解饞。起司所含的脂肪超過4成，讓我這個也愛吃起司又想保持苗條身材的貪吃鬼，真是左右為難啊！

哈克馬(Alkmaar)乳酪市場

趁著今年哈克馬乳酪市集開張的第一天(4月5日星期五)，特地北上去看看傳統起司交易的盛況。哈克馬乳酪博物館前的廣場上，堆滿起司，搬運夫分別戴著代表不同公司的紅、藍、綠、黃帽，忙進忙出地背著起司架過磅，兩個人一組，合作無間，這在過去是很吃重的工作，因為如果一個起司以15公斤計算，搬運一趟8個起司就是120公斤，非得有很好的體力才行。這個表演一直保留過去傳統的交易形式，只是現在科技進步，乳酪交易早就已經改變方法。

看著搬運夫熟練地滾著起司，一時興起，我好奇地問他：「可不可以讓我抱抱這個輪胎起司，讓我過過癮？」「沒問題」他也順道向我兜售：「那要不要抱一個回家？」當然，我立刻反問：「可不可以試吃？」，他不但斷然回絕，還自豪地說：「This is the best in the world。」——意思是不必試吃，包君滿意。雖然扛一個起司回家是cool idea，但是，為了我的身材著想，還是算了吧！

怎麼去，別忘了該買~

哈克馬乳酪市場

哈克馬在阿姆斯特丹北方，交通十分方便，只要搭火車到阿克馬這站下車，步行約20分鐘就可以到達傳統乳酪交易市集。
每年4月到9月中旬，每周五早上10：00到12：00有傳統交易表演

高達乳酪市場

高達在鹿特丹北方不遠處，搭火車到高達站，十分方便，市場開放的時間是，每年4月到9月中旬的每周四上午。高達除了乳酪外，還有非常有名的蠟燭製作工廠，如果你有空，還可以自己DIY蠟燭

COUNTER UNLIMITED CORP.

東方石材公司

2300 W. Commonwealth, Alhambra, CA 91803

Tel: 626-457-1868 Fax: 626-308-0476

專精更換浴廁洗臉檯

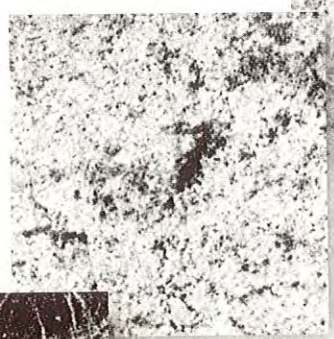
新設花崗石檯面部門

直設工廠直接進口

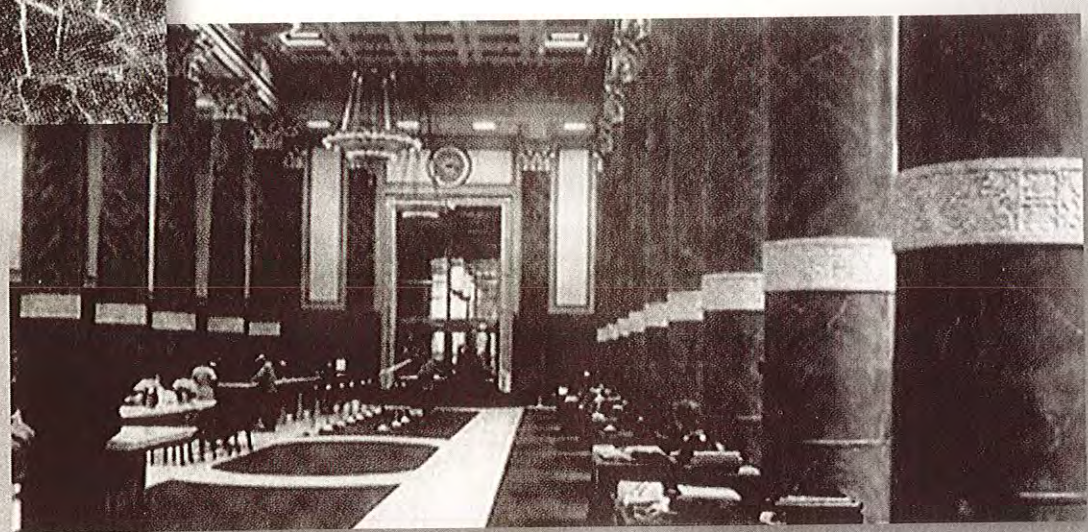
價格優廉 ● 品質保證

「價格比一般磁磚還便宜」

負責人：**TONY CHOW**



公會會員特價優待



減肥50個秘訣

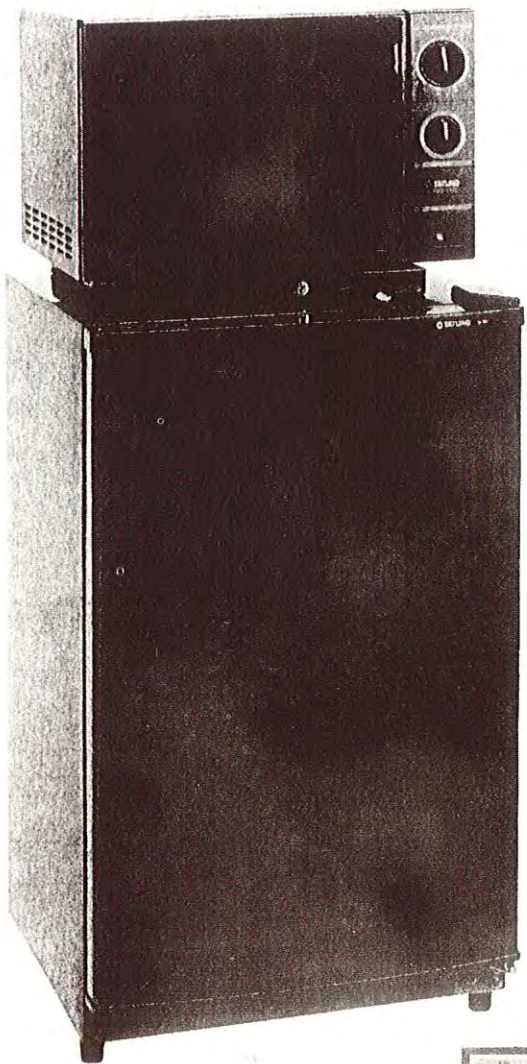
本刊編輯部

※ 減肥一定要有恆心
※ 美食當前，也應適可而止
※ 切忌吃宵夜
※ 不要過份做Gym
※ 不要胡亂節食
※ 保持均衡飲食
※ 要有適量運動
※ 減肥過程要注意健康
※ 避免進食過量
※ 選擇高素質、安全可靠而健康的天然產品
※ 進食時要輕嚐淺吃
※ 千萬不要獨食
※ 平日多做簡單運動，如緩步跑
※ 應節制過量食慾
※ 三餐最好吃至七、八成飽
※ 要少吃多餐
※ 平日盡量不要喝冰飲
※ 少吃澱粉質食物
※ 睡覺前5小時不要吃東西
※ 每天喝10-12杯8oz清水
※ 一早起床喝一杯12oz溫水
※ 多吃蔬菜及水果，幫助排泄及排毒

※ 少吃巧克力及Pizza
※ 少吃煎炸食物
※ 少吃甜品和糖份高的食物
※ 不可以節食來減肥
※ 切勿暴飲暴食
※ 減肥過程要有忍耐力
※ 忌過量集中減肥，因體重容易回升
※ 少吃濃味及多糖份食物
※ 早上起床及午餐前進食天然減肥產品，效果最佳
※ 減肥應針對要改善的部位出發
※ 減眼成功後忌暴飲暴食
※ 少吃高脂、高膽固醇的食物
※ 不要以暴食來平衡情
※ 請教專業人士，選擇適合自己的減肥方法
※ 應每3-4小時吃一點東西來加速新陳代謝
※ 不要亂吃減肥產品
※ 多做纖體療程來加速瘦身效果
※ 減肥時要保持心情開朗
※ 每餐要定時進食
※ 不要餓一兩餐後，再大吃一頓
※ 慢慢吃東西
※ 少外出吃飯
※ 買食物時，記得看label才買
※ 調味料內含很多脂肪和糖粉，小心！
※ 酸?乳駱是最佳甜品
※ 每餐後喝一杯綠茶，可幫助消化
※ 減肥時，不要給自己太多的壓力
※ 減肥一段時間未見成效不要放棄

大同自動除霜型 "REFRESHMENT CENTER"

助你生意興隆，賓至如歸！



請今天就打電話到 - 大同

1-800-829-2850轉244找TOM訂購

TATUNG

TATUNG COMPANY OF AMERICA, INC.
2850 EL PRESIDIO STREET,
LONG BEACH, CA 90810

對體檢你了解多少

本刊編輯部

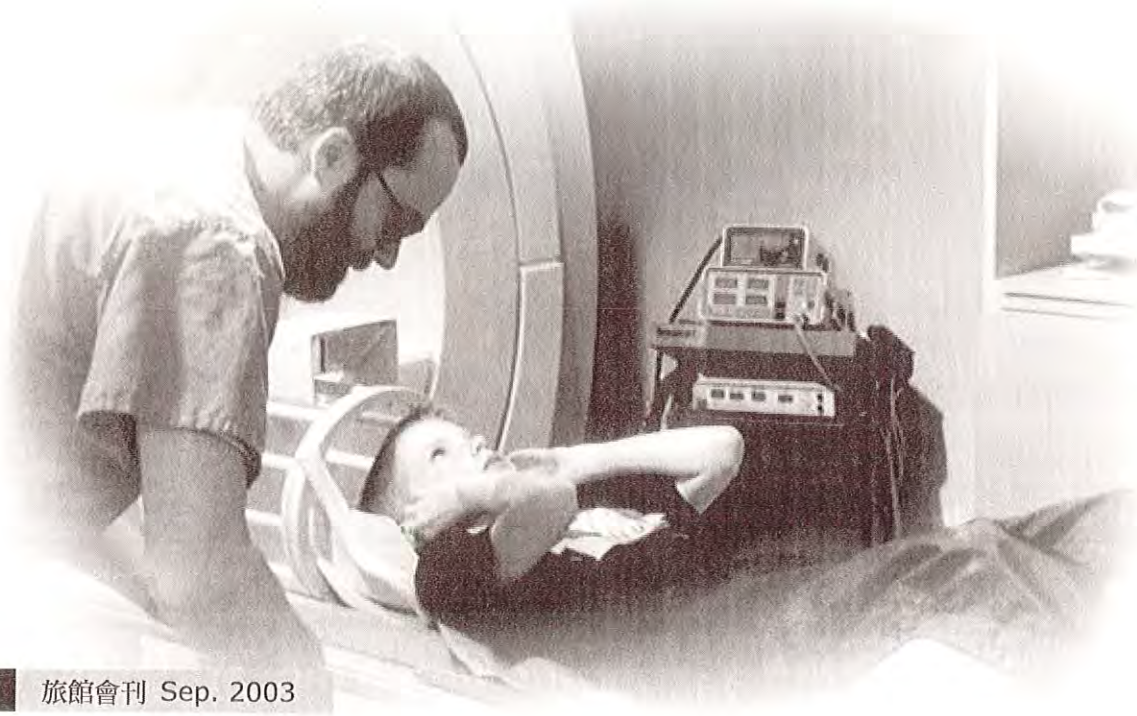
在早發現、早治療、早預防的健康理念指導下，去專門的健康體檢機構做體檢，已經成為京城人士的時尚之舉。但是，體檢是一項專業的醫學服務，需要專業的知識和科學的指導。據北京慈濟健康體檢機構總經理韓小紅博士介紹，從每天眾多的電話咨詢看，人們對於體檢知識很缺乏，不知道如何正確做體檢，對體檢的理解也不全面。為此，記者走訪了有關專家。

體檢伴隨健康教育

對體檢很多人尤其是年輕人不以為然，一種想法是「我身體很好，體檢是白耽誤工夫」；還有一種想法是「本來身體好好的，體檢倒找來了病」，彷彿病是因為體檢才得的。第一種想法產生的根源在於缺乏健康知識，麻痺大意，後一種想法多少有一些諱疾忌醫的味道。其實，體檢的作用不僅僅是發現疾病，更主要的是要捕身心不健康的苗頭，防患未然，提高人們的健康知識水平。體檢既是健康檢查的過程，也是健康教育過程。

北京慈濟健康體檢中心首席總檢師張守義主任醫師介紹說，體檢可以起到比較早地發現慢性病的蛛絲馬跡的作用。例如，糖尿病早期表現為糖耐量減退，如果不加以干預可在一年或數年後發展為糖尿病。而在糖耐量減退階段及早去除危險因素，可以使三分之一的人不得糖尿病，其中部分人糖耐量減退也可恢復正常。在這個階段處理比較容易，效果也比較好。

說體檢是一個健康教育的過程，是因為通過體檢和醫師對體檢結果的分析增加了受檢人對健康知識的了解。這不是一個被動灌輸式的過程，而是受檢人出於自身需要的主動吸收。張守義主任師認為，健康教育是每個醫務工作者和醫療單位責無旁貸的義務。他介紹說，體檢中心會針對不正常的體檢項目，告訴受檢人產生的原因、後果、進一步的檢查項目和有關預防治療方法。有的單位主動請醫師結合他們多發的不正常項目舉辦健康知識講座。



凡事感恩

經驗服務

敬畏耶和華，是智慧的開端，
認識至聖者，便是聰明。
箴言 9：10

服務態度

甘心事奉，好像服事主，不像服事人。
以弗所書 6:7

專業精神

萬事互相效力，叫愛神的人得益處。
羅馬書 8:28

主恩足用

2003年完成了十六間旅館買賣，
全是上帝恩典。

Hospitality Unlimited Investments, Inc.
Hotel/Motel Brokerage
13950 Cerritos Corporate Drive # A
Cerritos, CA 90703
Tel: 562-926-0128; Fax: 562-926-0268
Website: www.huihotels.com
e-mail: Peter@huihotels.com

Peter Hui at your service

張主任說：「體檢後做這項工作非常有義，平時他們不太注意，當發現不正常了，就會引起重視。「某著腦公司在集體檢中發現許多中青年工程師存在頸椎增生，這是長時間操作電腦造成的對此醫師提出防治建議，引起公司重視。以前，員在腦前一坐就是半天，體檢後工間休息成了重要日程，利用這個時間員工起身活動和做頸部保健操。還有一個單位體檢時發現40%的人存在脂肪肝，在醫師介紹了產生原因和防治措施後，那些經常在雙休日聚餐的朋友相約以後改會餐為健身。有的女士勸丈夫戒煙、限酒，丈夫置若罔聞，她就強迫丈夫體檢，肺紋理增加、血脂高、心電圖改變等與吸煙、過量飲酒、缺少運動相關的異常改變，比任何勸戒都更有說服力。

張主任介紹說，對健康知識的了解與受教育程度並不一定成正比，離退休老同志對健康知識的渴求比較迫切，健康格言都記得很清楚。而很多外企白領雖然文化素養很高，但因為身強體壯，認為疾病離他們很遠而不注意接受健康教育，健康知識停留在生理衛生教科書的水平。對年輕人來說，體檢後的健康教育往往有立杆見影的文果。

體檢前需做準備

張守義主任醫師介紹說，體檢客人在體檢前要做好充分的準備，從生理到心理上，都要重視對身體的這次徹底檢查。準備要點包括：

體檢前的2-3天，飲食最好不要有太大的變化，要保持平時的飲習慣。尤其是不要吃過份油膩的食物，不要飲酒，不要服用藥物，如降壓藥、降血糖藥等。因為這些做法不僅會影響到你的尿、向常　的生化檢查結果，還會影響到你的血壓、肝功等檢測指標，以至於不能反映出實際的水平。

體檢前要空腹至少8-10小時，也不要喝大量的水，這種狀態下的體檢指標才有意義。

體檢前要保持良好的睡眠，不要過於勞累。如遇到感冒、發燒或其他的身體不適，要等到身體好轉後再去體檢。否則，體檢結果不能反映正常的身體健康水平。

正式體檢前，要稍作休息，平靜一下路上的緊張情緒，充分放鬆並保持安靜。如果情緒激動，無論是血壓、血糖、心率、心電圖等都會較平靜時有所波動。當然，良好的體檢環境對體檢客人的情緒影響很大。在環境的舒適性以及醫護人員的服務方面，專業的健康性體檢機構更有優勢。

在慈濟健康體檢，除了化驗單上的體檢結果外，還要為體檢客人提供?總分析。?總分析中要對客人的健康狀況作總體的描述，出問題所在，並提供飲食、營養、運動等生活方式上的改進意見。所以，體檢客人應該盡量詳細地填寫既往病史和家族病史，如果有任何不懂的問題，要及時向導醫護士咨詢。

另外，體檢過程中，客人要盡量清楚表達主觀感受，這樣主檢醫師可結合症狀，做進一步詳細的查體。

特別招牌®

www.specialsigns.com

SInce 1984

126 S. San Gabriel Blvd. • San Gabriel • CA 91775

626 285-8870

Fax 626-285-2122

招牌修理 10% OFF on materials only

傳車場燈維修

- 立體燈箱、霓虹燈
- 地產與工地招牌
- 壓克力、保力龍、布條
- 購物中心停車場燈

勞工保險以及公共責任險

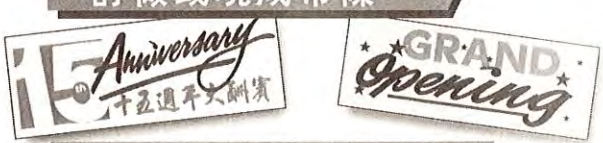
每年修理百家以上的大公司連鎖店及購物中心

St. Lic. #783838 • License & Bond

訂做或現成霓虹燈

各類立體、壓克力面板、燈箱招牌

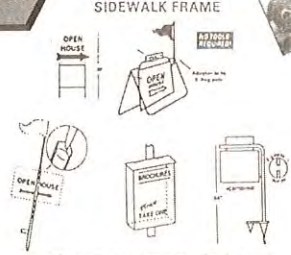
訂做或現成布條



車身全彩廣告

壓克力面 FOAM 字

户外大、小型全彩布條



地產經紀用現成架子

地產工地招牌

數位時代》
台灣的下一個世界第一

王志仁

在製造硬體產品上，台灣做得嚇嚇叫，全世界難有對手；不過，在觸動消費者的情境產品上，台灣才剛起步，路還很長，但是條件並不差……

台灣有多項產業居於世界第一，半導體業的晶圓代工、資訊業的筆記型電腦和主機板、通訊業的ADSL數據機和網路卡，都是名單上的一員，但也都是老掉牙的舊事，完全不exciting。

有沒有什麼新鮮事，可望為台灣再拿下另一項世界第一，而且是大家會齊聲鼓掌叫好的？八月底，在我主持的一場座談會上，倒是有了靈感。在這場以鼓勵創意、變現創意為主題的活動中，第一個討論題目是：「美好的生活型態可以販售嗎？」來自明基、雅虎奇摩和外貿協會的三位與談代表，各自從他們過去的生活和工作經驗，談到Starbucks咖啡販售了西雅圖城市的優閒文化，迪士尼樂園販售了小孩與大人對純真世界的嚮往，結論是：美好的生活型態當然可以販售。

但是，非得像美國這種國民所得超過3.5萬美金、且屬於強勢文化的國家，才能販售生活型態嗎？乍看之下的確是。舉例來說，麥當勞的漢堡並不以美味著稱，但這種美式速食文化已橫掃全球，好萊塢電影中鮮有佳作，但透過強大的發行系統和宣傳力量，照樣進到世界各地戲院上映。

販售美好的生活型態

不過，也不全然是這樣。一位與談代表就提到，台灣的珍珠奶茶，已成為一股風行市場的強大力量，紅到海峽對岸以及香港和東南亞不說，就連他到矽谷的聖荷西出差時，都可以在大華商圈喝到珍珠奶茶，讓他感動不已，直嘆珍珠奶茶的發明人早該去登記專利和註冊商標。

這個話匣子一開，另外兩位與談代表還有我，立刻心有同感，趕緊接著分享了我們在世界各地街頭看到（或喝到）珍珠奶茶的奇特經驗，以及其他由台灣原生的生活型態所帶動的商品，像錢櫃KTV、永和豆漿與鬍鬚張魯肉飯等。

我當下回憶起，在上海街頭看到窗明几淨、店員穿著合身制服的永和豆漿店（已從台灣的巷口店面形象轉變，一躍為販賣美好的生活型態），在熱門商圈中與Starbucks咖啡店比鄰的驚訝，以及在東京新宿歌舞伎町那一排打小鋼珠的店後面，看到有一家鬍鬚張魯肉飯的震憾。

隔天晚上，我和一位在台的科技業外商總經理吃飯，不經意聊起珍珠奶茶，沒想到他的興緻比談業界動態還高。原來，他在幾年前投資友人開設的珍珠奶茶店，就開在聖荷西的大華商圈內，一杯3.5塊美金，據說7個月就回本，目前已開第六家分店，甚至進駐在矽谷屬於貴族地段之史丹福大學旁的史丹福購物中心，也開了一家，一杯叫價5塊美金，比Starbucks咖啡還貴，但人氣鼎盛，有許多顧客是白人。

珍珠奶茶無分國界

幾顆粉圓，用機器搖晃再封上一層塑膠膜後，居然可以產生這麼大的魔力，不僅在台灣歷久不衰，還漂洋過海贏得許多消費者。

珍珠奶茶有沒有可能像Starbucks一樣，一杯一杯賣到世界各地？要達到這個目的，商品就必須跳脫單純的功能作用，進而與某種串聯消費者情緒的生活型態連結，才能產生捲動市場風暴的能量。

Starbucks賣的不僅是咖啡，更重要的是情緒，是針對中產階級所開發的「第三空間」（在家庭和辦公室之外，另一個可以休紈的地方），並且以當場現做、一次款待一位客人的細心，再結合極富休閒情調的爵士樂和室內簡約高雅擺設，以及一系列和咖啡有關產品陳列，提供給消費者的更像是一個情境。

珍珠奶茶其實有機會的。

作家馮久玲在《文化是好生意》一書中指出，1997年金融風暴後，受創嚴重的韓國、泰國和印尼三個國家，思索重振經濟的方法之一，就是發掘在地的文化特色，並包裝成商品銷售出口。

以韓國、泰國、印尼為師

以韓國為例，最典型的就是韓劇和電影，甚至知名作品《冬季戀歌》的拍攝地點，隨著戲劇走紅還成為國外觀光團必訪的熱門景點。我曾在漢城街頭看過他們拍電視劇，當時已是傍晚，但是他們為了取白天的景，特地調來一台大卡車，吊起一盞大燈直照大樓的辦公室，讓辦公室看起來像白天。連這種細節都下大工夫，無怪乎韓劇裡每個角色看起來都光鮮亮麗（實際上漢城街頭不全然是這樣的），讓韓國的生活型態被其他地區觀眾所羨慕而渴望。

泰國則是將經營泰國菜餐廳的專業知識（包含食材、烹調方式和店內陳設等）整理起來，有系統地規劃到海外開餐廳。到今天，提到蝦醬空心菜、檸檬魚和鮮蝦酸辣湯時，腦門裡一閃過的第一印象就是泰國菜。我自己有幾次在國外被問及來自何處，回答是台灣（Taiwan）時，對方卻接口「Great, I like Thai-Food（好極了，我喜歡泰國菜）」，以為台灣（Taiwan）是泰國（Thailand），歸結原因多半是他們去過泰國菜餐廳。

印尼則是大力推廣度假聖地峇里島的水療（SPA）文化，將之輸出，今天在許多國際都會中，SPA已成一種風潮，是重視健康養身的都會男女所崇尚的活動。

韓國、泰國和印尼的國民所得都不及台灣，但今天沒有人會否認，他們的文化商品在行銷國際市場上的本事。美好的生活型態是可以販售的，而且這件事和國民所得不必然有關。

再來的問題就很單純，誰來幫珍珠奶茶寫一套劇本，設想一套情境，或者規劃一系列配件，或者設計一個主題餐廳，讓珍珠奶茶不再只是功能商品，而是文化商品，銷售的是美好的生活型態。再來，還有永和豆漿、錢櫃KTV、鬍鬚張魯肉飯……

誰說台灣只能做晶圓代工和主機板？

在台灣歷久不衰，還漂洋過海贏得許多消費者的珍珠奶茶，有沒有可能像Starbucks一樣，一杯一杯賣到世界各地？要達到這個目的，商品就必須跳脫單純的功能作用，進而與某種串聯消費者情緒的生活型態連結，才能產生捲動市場風暴的能量。

Specially designed to

Replace your old card locks

With 5 years free parts

$79

www.elox.info

Secure Lox (800)776-0480

生活中，那些是您最關切的？

- 您的家庭
- 您的房子
- 您的健康
- 您的車子
- 您子女的教育
- 您的事業
- 您的財務保障
- 您的退休計劃

我們的保險財務產品與服務能協助保護這些重要項目。請打電話給我，讓我們爲您規劃您最關心的事。

John Lee / 李冀強
Prudential Representative
PRUCO Securities Registered Representive
CA Insurance License OC42241

Tel: **626-810-0905** x **7328**
Tel & Fax: **949-653-2371** (Irvine)

© 2001 The Prudential Insurance Company of America. 751 Broad Street, Newark, NJ 07102. Ed. 4/01 IFS-A017699

請填妥此表，並郵寄或傳眞給我 **17700 Castleton St., Ste 228, City of Industry, CA 91748 Fax:626-810-4670**

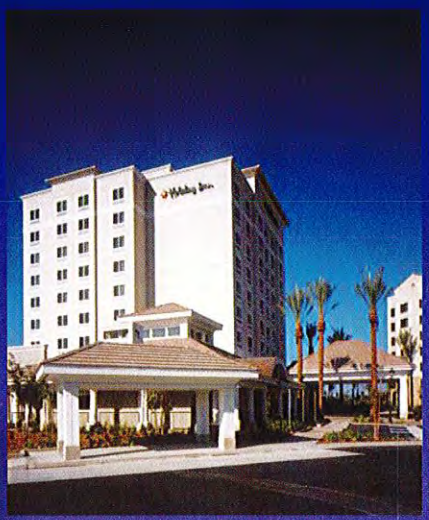
❑ 我想進一步瞭解人壽保險如何幫助保障我的未來。

姓名_____
地址_____
城市、州、郵遞區號_____
住宅電話_____
辦公電話_____

Prudential Financial

在您寄出回函後，普天壽的持照財務專業人士會以電話與您聯絡。本公司的更進一步的書面資料，包括合約同意書和維持保單有效的資料將以英文版提供。其它的相關資料也可能以英文版提供。屋主保險及汽車保險由普天壽財物保險及意外保險公司(Prudential Property and Casualty Insurance Company)、普天壽商業保險公司轄下之普天壽一般保險公司或位於 23 Main Street，Holmdel，NJ 07733的普天壽新澤西州財物及意外保險公司提供；在德州，可能由非普天壽公司Consumers County Mutual Insurance Company之Consolidated Lloyds提供。醫療保險產品之提供因應各州及提供者有別。人壽保險由美國普天壽保險公司、普可人壽保險公司或在新澤西州或紐約州之普可人壽保險公司提供，兩家普可人壽保險公司均位於：213 Washington Street, Newark, NJ 07102，並均爲普天壽之公司。每家公司將各自對其財務狀況及合約責任負責。證券產品及服務由普可證券有限公司提供，SIPC成員，該公司位於：751 Broad Street, Newark, NJ 07102，並爲普天壽之公司。

Prudential Financial is a service mark of Prudential, Newark, NJ and its affiliates.
© 2001 The Prudential Insurance Company of America. 751 Broad Street, Newark, NJ 07102. Ed. 4/01 IFS-A017699



INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP

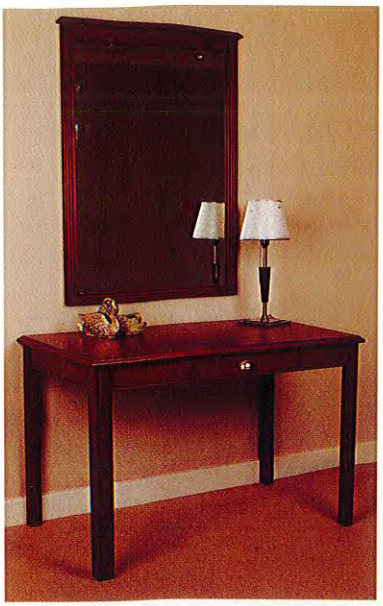
INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP

InterContinental Hotels Group (PLC), the world's most global hotel company, owns, manages, leases or franchises, through various subsidiaries, a diverse portfolio of midscale and upscale lodging brands, including *InterContinental® Hotels & Resorts, Crowne Plaza® Hotels & Resorts, Holiday Inn® Hotels and Resorts, Holiday Inn Express® and Staybridge Suites®.*

PREMIER FURNITURE®

A Division of CF Kent Hospitality

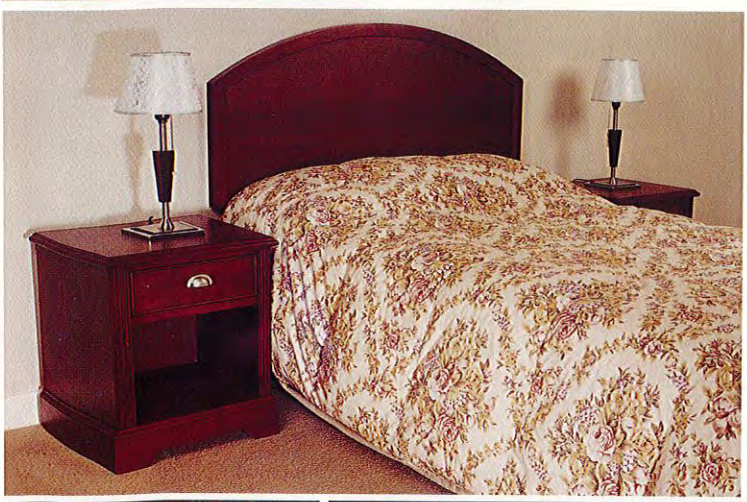
您想以最公道的價格買到最高雅實惠的旅館家具嗎？



PREMIER FURNITURE 是 *CF KENT HOSPITALITY* 為滿足旅館同業而設的經濟家具系列。

PREMIER FURNITURE 家具採用美國Maple，Cherry，Alder或Oak等材料，桌面採用耐磨High Pressure Laminate材料，任何刻花不用Plastic或Paper，一切真材實料。

CF KENT HOSPITALITY 是 Hilton Hotel 總部指定供應廠。我們產品遍及全美國 Hilton， Sheraton， Crown Plaza，同時我們也專供應 Holiday Inn Express， Raddisson， Best Western 等連鎖旅館。



CF KENT HOSPITALITY 是南加州台灣旅館業同業公會特約供應廠。

歡迎聯絡*PREMIER FURNITURE*洽詢。

Premier Furniture
1090 Monterey Pass Road,
Monterey Park, CA 91754
Tel: (323) 262-2476
Fax: (323) 780-1963
premierfurniture@aol.com
www.premierhotelfurniture.com

CF KENT HOSPITALITY