



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

DECE
20

HOTEL & MOTEL JOURNAL

Issue
Number **11**

LANDMARK CONCEPTS, INC.

為您提供專業酒店室內設計及供貨服務

Shermon Kuo
Travel Time Motels
5447 El Cajon Blvd.
San Diego, CA 92115



承接大小酒店室內設計服務，提供客房所需之地毯、傢俱、窗簾、壁紙、床罩、藝術擺設、室內綠化及洗手間內大理石、磁磚、洗手台面，各項材料，一應俱全。

Landmark 讓您體驗專業完美的一站式服務，設計典雅大方、親切舒適，用料高貴不貴，施工安裝精良。

LANDMARK CONCEPTS, INC.

ANDY YU (Cell) 626-255-9543

2455 Edwards Ave., S. El Monte, CA 91773

TAIWAN HOTEL & MOTEL ASSOCIATION
OF SOUTHERN CALIFORNIA
1045 E. Valley Blvd., A212
San Gabriel, CA 91776

www.thmasc.com

南加州台灣旅館業同業公會
Tel: (626) 280-2207
Fax: (626) 280-2243
Address correction requested



Weide Pan (Victor)
President's Club Honoree
213-841-8804
wpan@telepacific.com

Local & Long Distance

- ▶ Calling plans to suit every business
- ▶ Long distance rates as low as 1.9¢ per minute
- ▶ Competitive international rates

Data Services

- ▶ Dedicated Internet access
- ▶ Colocation
- ▶ Email services
- ▶ VPN

**We warmly invite you to join our family of prestigious customers.
Some of our customers are.....**

Atrium Hotel
Best Western Laguna El Toro Inn
Guesthouse Hotel
Hawthorne Suites San Jose
Hilton Pleasanton at The Club
Hilton Universal City
Holiday Inn Express - Pasadena
Holiday Inn Express Sea World

Holiday Inn Rancho Bernardo
Holiday Inn Select - Miramar
Long Beach Marriott
Radisson Hotel - Whittier
Residence Inn by Marriott - Torrance
Sharon Four Point - Pleasanton
Sharon in San Francisco - Place Hotel
Wilshire Grand Hotel

會長的話

林宣昭



日子時常在不知不覺中流逝，煩忙的工作也常讓我忘記數算日子，很快的又是一年之末，迎接2005年之始，過去的一年裡我知道諸世雖不盡完美，但感謝各位以包容愛惜之心繼續的支持我，讓公會會務得以繼續發展。

在此感謝各位理事熱心的參與，有些理事盡其所能出錢出力，不管在座談會；高爾夫球賽中均可看出他們全力以赴，將個人寶貴的時間金錢擺上，由副會長范約瑟所率領的座談會暨訓練班小組在本次提供給會員的講習班中有精湛的演出，推出創新的小型商品展示會，不只方便了旅館業者直接面對廠商做產品的諮詢議價，廠商也透過這樣的管道作產品的推展，如此直接的互動關係彼此都獲益匪淺，這些精心的策劃來至於副會長范約瑟及理事汪蔚興的構思，每一場講習會無論大型的訓練班或是小型的座談會每場都經過細心的策劃，場場都精彩。

本會會員于惠民先生也是Oak Valley Golf Course的業主，在彼此的商討互動中很慷慨的將高爾夫球場提供給本會作為高爾夫球賽使用，由本會理事林俊雄所主辦的高爾夫球賽在風景秀麗的Oak Valley 舉行，林俊雄先生由聖地牙哥地區帶一群球友及本會理事蓬場，也為本會籌募了一些款項，時常在活動舉辦中不物萬斷的發掘人才，這些平時忙於事業的堂堂大老闆，搖身一變也是籌劃活動好手，我無不佩服他們奉獻的精神。

迎接2005年，首要的希望各位在為事業奔波之時，不忘保重身體，多多參與公會活動，謹祝各位身體健康，萬事如意。

目錄

會務動態

- 9 第三十屆第四次理事會
- 11 會務活動綜合報導
- 16 座談會剪影
- 20 高爾夫球賽剪影
- 21 廠商報導



財稅法律專欄

- 30 Human Resources
- 32 Labor Law Corner
- 34 2004 Legislation-An Employer's Guide
- 36 加州法令對放棄或遺留物的規定
- 38 為什麼要投資理財
- 40 旅遊業者如何處理棘手客戶？



歷任會長芳名錄

第一屆	蔡金裕 / King Chai	1974-1976
第二-五屆	王桂榮 / Ken John Wang	1976-1980
第六屆	陳哲夫 / Jeff Chen	1980-1981
第七屆	范宗陣 / John Fan	1981-1982
第八屆	丁昭昇 / Charles Ting	1982-1983
第九屆	劉丁榮 / Ting Liu	1983-1984
第十-十一屆	楊茂生 / Maoson Young	1984-1986
第十二-十三屆	黃三榮 / San John Hung	1986-1988
第十四屆	李木通 / Tom Lee	1988-1989
第十五-十六屆	方俊雄 / Grover Fang	1989-1991
第十七-十八屆	顏樹洋 / Rosano Yan	1991-1993
第十九-二十屆	廖聰明 / Tom Liaw	1993-1995
第二十一屆	陳正吉 / Cheng-Chi Chen	1995-1996
第二十二屆	陸和源 / George Lu	1996-1997
第二十三-二十四屆	盧景林 / Robert C. lu	1997-1999
第二十五-二十六屆	邱垂煌 / Chris Chiu	1999-2001
第二十七-二十八屆	許清松 / Stephen Hsu	2001-2003
第二十九屆	林宣昭 / Herman Lin	2004

行銷管理專欄

44 經濟漩流中的玄機

52 2004 Mid-Year California
Hotel Sales Survey

58 努力使你更幸運



旅遊資訊及醫療 與保健專欄

62 上海的今與昔

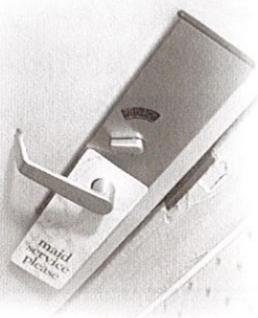
64 住宿旅館的選擇

68 印度聖城—瓦拉納西

69 中藥進補的正確觀念

71 天寒地凍，來杯熱茶吧！

72 醫療保健



旅館會刊

第112期2004年 12月出刊

廣告索引

- 封面 Landmark Concepts, Inc.
封底 C F Kent Hospitality Inc.
封面裡 Tele Pacific
封底裡 Stai Art lighting
- 22 The ARESCOM Network
33 至上保險
39 華美電子鎖
41 大友床墊
45 金龍旅館實業公司
51 光輝油漆
53 Atlas Hospitality
59 大同公司
63 國際電腦公司

發行人：林宣昭
總編輯：許清松
副總編輯：邱垂煌、盧景林
執行編輯：周培瑩
編輯委員：鄭春暉、范約瑟、王政煌
王正純、李德揚、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、洪陳鋒
宣建敏

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 許清松

編者的話



公會的角色扮演著居中橋樑，解決會員諸般疑難雜症，一個公會的組成如果不是陣容堅強很難有其持續性，面對會員所發生層出不窮的旅館經營上的問題，如果不是層層負責的分工及各個理事學識豐富很難應付會員偶發的緊急狀況，在異鄉異地打拼本不易，如果自身不是身懷絕技有過人的毅力決心也難有一片天，這些理事群體各自事業有成將個人時間及經歷貢獻社會大眾，其胸懷讓人佩服。

旅館經營不是一件容易的事業，大型旅館雖聘有專人管理，但業者如不對其週邊事務了解一二，任由其自由發展可能面臨隨意被人操縱之境，小型的旅館業者二十四小時待命辛勞可想而知，或旅館經營之餘另開創其他事業，但不管如何各自擁有一片天，在兒女長成之後有的繼承衣鉢，有的乾脆請專人經營周遊列國去，有的專研股票買賣，有的喜歡研究命理，有的雖是躲在你不知道的旅館世界裡，但各位業者確也從中看盡人生百態，在事業有成之後提早退休，更有的出書將旅館所見所聞心得分享大眾，誰說這些人就躲在暗無天日的世界裡，他們一樣擁有自己一片遨遊的天地。

感謝各位的支持會刊進入第一一二期，為配合三十週年紀念專輯的發行，歡迎各位將您個人經歷旅館所發生的軼事提供給本刊，本會感謝您三十年來的支持，更歡迎廠商在這具有紀念意義的專輯上提供廣告贊助。

會務動態



9 第三十屆第四次理事會

11 會務活動綜合報導

14 為民喉舌——
將感恩獻給趙美心博士

16 座談會剪影

20 高爾夫球賽剪影

21 廠商報導

24 珍珍樂道，經營中小型旅館



南加州台灣旅館業同業公會
第三十屆理事名單

<p>理事長 邱垂煌 Mr. Chris Chiu 23702 Rockfield Blvd. Lake Forest, CA 92630 (O)949-458-1900 (F)949-443-8388</p>	<p>會長 林宜昭 Mr. Herman Lin 9335 Kearny Mesa Rd. San Diego, CA 92126 (O)858-695-2300 (F)858-578-7925</p>	<p>公會顧問 盧景林 Mr. Robert Lu 4400 Hughes Lane Bakersfield, CA 93004 (O)805-833-3000 (F)805-833-3736</p>
<p>公會顧問 許清松 Mr. Stephen Hsu 515 West Katella Ave. Anaheim, CA 92802 (O)714-991-6868 (F)714-817-8588</p>	<p>副會長 鄭春暉 Mr. Peter Cheng 1538 E. Lincoln Ave. Anaheim, CA 92805 (O)714-635-6888 (F)714-573-4242</p>	<p>副會長 范約瑟 Mr. Joseph Fan 21725 E. Gateway Center Dr. Diamond Bar, CA 91765 (O)909-860-6255 (F)909-612-5730</p>
<p>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</p>	<p>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</p>	<p>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</p>
<p>財務 汪俊宇 Mr. Gerald Wang 1455 Monterey Pass Rd., #201 Monterey Park, CA 91754 (O)323-268-8886 (F)626-446-4068</p>	<p>理事 王正純 Mr. Chen-Chun Wang 1402 W. Pacific Coast Hwy. Wilmington, CA 90744 (O)310-834-3400 (F)310-887-2225</p>	<p>理事 李秉信 Mr. Ping Hsin Li 800 South Beach Blvd. Anaheim, CA 92804 (O)714-995-5700 (F)714-826-6021</p>
<p>理事 汪蔚典 Mr. Wilson Wang 3152 Redhill Ave., #208 Costa Mesa, CA 92626 (O)714-662-4400 Ext. 402 (F)714-662-5500</p>	<p>理事 鄧永征 Mr. Nicolas Teng 3344 State St. Santa Barbara, CA 93105 (O)805-687-6611 (F)805-687-7116</p>	<p>理事 江耀 Mr. Bill Chiang 2845 Supply Ave. Commerce, CA 90040 (O)323-721-0252 (F)323-721-6086</p>
<p>理事 郭學仁 Mr. Simon Kuo 26328 Oso Parkway Mission Viejo, CA 92691 (O)949-582-7100 (F)949-367-7696</p>	<p>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</p>	<p>理事 林俊雄 Mr. Jim Lin 2631 Inyaha Lane La Jolla, CA 92037 (O)858-452-8288 (F)858-552-0018</p>
<p>理事 劉明岳 Mr. Ben Liu 788 W. Huntington Dr. Monrovia, CA 91016 (O)626-358-8981 (F)626-301-0657</p>	<p>理事 郭永賢 Mr. Sherman Kuo 5447 El Cajon Blvd. San Diego, CA 92115 (O)619-583-5447 (F)619-582-1097</p>	<p>理事 洪陳鋒 Mr. Chen-F Hong 16362 Serenade Lane Huntington Beach, CA 92647 (O)714-841-3688 (F)714-550-8285</p>
<p>理事 宣建敏 Mr. James Hsuan 3943 Irvine Blvd. Irvine, CA 92602 (O)714-295-0175 (F)714-669-8008</p>		

南加州台灣旅館業同業公會

第三十屆第四次理事會

一、時間：二00四年十月二十六日(星期二)下午四時三十分

二、地點：本會會議室

三、出席理事：林宣昭 許清松 邱垂煌 李德揚 鄭春暉 范約瑟 鄧永征

汪蔚興 吳東昇 郭學仁 汪俊宇 林俊雄 劉明岳 郭永賢

四、通過上次理事會議記錄，無異議通過。

主席：林宣昭 記錄：Shirley Chou

五、報告事項：

理事長邱垂煌報告：

- (一) 11/6由理事林俊雄所主辦的高爾夫球賽名額已滿，感謝林俊雄理事的籌備辦理。
- (二) 由加州眾議員趙美心及亞太協會的幫忙下Kenny's Law法案由加州州長簽署通過，期間感謝理事汪蔚興的努力奔走，希望在下次的競選中居住於本區者能支持趙美心。

會長林宣昭報告：

- (一) 感謝林俊雄理事百忙中幫忙高爾夫球賽的籌辦工作。
- (二) 本屆按照往例於農曆年期間舉辦春節聯歡地點洽詢Atrium Hotel，時間1/8, 1/22, 1/9, 1/23選擇一天。
- (三) 慶祝雙十國慶由聯合高爾夫球會舉辦的高爾夫球賽本會有二組人代表參加。
- (四) 理事江耀身體不適開刀，本會贈送花籃表慰問之意。
- (五) 10/9升旗典禮本會負責摸彩獎品的部份，感謝當日出席幫忙的理事。
- (六) 慶祝雙十國慶綜藝晚會節目精彩，本會理事出席非常踴躍，本會也贊助本次活動入場卷100張。
- (七) 本次理事會延後舉辦是因為上星期Holiday Inn開會，有多為理事前往參加，所以理事會延後舉辦，敬請各位見諒。
- (八) 駐美代表李大維10/30在敝香園將有餐會，歡迎有興趣者踴躍參加。
- (九) California Hotel & Lodging Association在Dec-2至Dec-3於St. Regis Hotel舉辦Hospitality Law的講座歡迎有興趣者報名參加。
- (十) 本人捐贈 California Innkeepers Law一套價值\$150作為圖書館藏書。

副會長鄭春暉報告：

本人最近眼睛不適開刀，希望各位能愛護身體注意健康。

副會長吳東昇報告：

北美州台美商會1/13-1/16在洛杉磯開會，新春聯歡日期不要與之衝突，1/15為洛杉磯台美商會年會，屆時歡迎各位踴躍參與。

副會長范約瑟報告：

11/3座談會於僑二中心主辦，10:30am-3:30pm,第一堂課為旅館緊急事件的處理，我們將邀請到幾位資深旅館經營者來講授他們的個人的經驗。中午午餐時間將有十位廠商來作產品簡介及贊助。第二堂課為 **Mini Trade Show**他們會設攤位，將採分組討論的方式讓每位學員都必須在每個攤位參觀，第三堂課為問題發問及解答的時間，提供給各位任何旅館相關問題的提問。

財務汪俊宇報告：

本會銀行帳戶截至9/30止\$33,825.13

稽核李德揚報告：

本屆有理事會費未繳者請速繳。



座談會工作事項討論：

11/3座談會於僑二中心主辦，10:30am-3:30pm,第一堂課為旅館緊急事件的處理，我們將邀請到幾位資深旅館經營者來講授他們的個人的經驗。中午午餐時間將有十位廠商來作產品簡介及贊助。第二堂課為 **Mini Trade Show**廠商會設攤位，將採分組的方式讓每位學員都會在每個攤位停留參觀，第三堂課為問題發問及解答的時間，提供給各位任何旅館相關問題的提問。每位理事敬請寫下八個問題提問，免得屆時各位與會的學員都不敢發問。

高爾夫球賽事項討論：

本次高爾夫球賽由Oak Valley Golf Course的于惠民先生免費提供場地，場地很好風景漂亮，中午便當免費提供給我們，一切工作已就序，人數可能超過五十人，屆時請會長能請高爾夫球場增加名額給我們。

春節聯歡晚會：

本屆按照往例舉辦新春聯歡晚會，地點訂於副會長王政煌的Atrium Hotel，日期以1/8,1/22,1/9,1/23請王政煌幫忙協調日期，於下次理事會中詳細報告。

會務活動綜合報導

行政院長游錫堃訪洛杉磯於餐會中合影



周培瑩



國慶升旗典禮





國慶晚會



右起邱垂煌、盧景林、會長林宣昭、許清松夫婦

恭賀

本會副會長吳東昇榮任洛杉磯台美商會會長

洛杉磯台美商會



恭賀

本會理事林俊雄榮任聖地牙哥第一桿會會長



會長林宣昭捐給本會圖書館一套法律叢書
由副會長范約瑟、理事郭永賢代表接受。



會長林宣昭授旗給贊助廠商
Stai Art Lighting/Frank Lin

感謝廠商贊助

台灣旅館業同業公會

贊助廠商
Earl Security/Lynn Chen
做產品解說



會務活動綜合報導

周培瑩



由本會理事長邱垂煌贊助Judy Chu籌款餐會，
與Judy Chu於餐會中合影。



感謝的心
.....

汪蔚興

為民喉舌——將感恩獻給趙美心博士

一位生命璀璨的男孩
一位集父母、親友三千寵愛一身的青少年
他……
三年七個月前匆匆地離我們而去

他是Kenny Chiu，邱顯泰，一位17歲的青少年，在人生正值急起直竄之際遭到無情致命地傷害，令人心碎扼腕地走了，他……一位族裔仇殺的受害者，在時光點滴悄逝淡忘的同時，卻因為他的犧牲爆發出永不熄滅的生命火花。

2001年7月30日凌晨，邱府多年的22歲鄰居Christopher Hearn 窺伺著送女友回家的邱顯泰，當下決定以他為族裔謀殺的祭品。Hearn將邱顯泰騙入他家的後院中，並趁著黑夜毫無防備之際，向邱顯泰背脊肝臟部位刺下第一刀致命之傷。當邱顯泰向家裡後院逃逸之際，Hearn又連續地刺入了背部、腹部、胸腔及手臂，刀刀致人於死地。事後法醫驗傷報告中指出，邱顯泰慘遭刺殺26刀之多，多數傷口傷及內臟，並因兇刀在體內扭轉而造成肝、肺等內臟器官遭到嚴重地破壞，無法醫治致死。Hearn的冷血殘酷令人髮指，人神共憤。

甫遭巨變，邱府頓時陷入愁雲慘霧之中，僑界各方慰問關切之意不絕而來，當時台北駐洛杉磯經濟文化辦事處處長袁健生大使夫婦亦中止所有行程，專程驅車到邱府致哀，並傾全力支援日後刑事法案事宜，實為為民服務的地方父母官。

2003年9月25日，橙縣刑事最高法院在聆聽完檢、控雙方律師結辯後以僅僅30秒的時間做出了結案宣判。牧野法官判定Hearn一級謀殺罪名成立，並裁法二項特殊加重罪名：伺機預謀及種族歧視殺害。任一項罪行最高可判處死刑，極其意料不到的變化，是法官亦裁定Hearn有迫害焦慮症，並以此讞定Hearn為心理不正常並宣判被告無罪，僅將Hearn轉交給州政府精神病罪犯中心接受看管及治療。當眾人步出法院時，人人深感法理無情，正義難伸！受害者二度受創，彷彿上蒼對邱家友們開了一個難以承受的玩笑。

在一個台灣觀光部所主辦的活動中巧遇了加州眾議院議員趙美心博士，急功好義的她在得知邱家遭到法院二度傷害後義不容辭地肩負起立法程序的工作，從召開公聽會、加州參、眾兩院協調、公共安全委員會中提案、發布文宣、與新任州長協議等繁瑣艱鉅的工作，趙博士一一的扛起為民喉舌、造福人群的大任，向州參、眾二院於2004年3月起正式提案，進入協商機制。

AB2191為「族裔犯罪受害者權益法」，意旨於保護受害者及其家屬。當犯罪人因精神不正常為由而有一天被釋放回社會中時，所受害人及其家屬可在開釋聽證會中表達意見。對受害者及家屬而言，法理中無情的一面可因此法案的通過得到有程度的保護及安慰。惟可惜的是另有一個類似的法案由共和黨的議員提案，並由加州州長簽署實施。至此AB2191因政治結構而在最後關頭遭到封殺。

趙博士所提出的第二項法案是AB2428，「族裔犯罪受害保護法」，此案同時與AB2191提出，意旨在權益保障的同時，使受害者及其家屬可得到實質上法律自動賦與的保護。本案將自動給與受害者法律保護令，以確保犯罪者在重回社會後不得對被害人及其家屬做出任何攻擊、挑釁、窺伺、探訪、或令人不安的舉動。

AB2428於2004年尾聲時刻得到了加州參、眾兩院全體的支持，並由州長簽署立法，於2005年1月1日起正式實施。一切的努力與辛勞在此時得到了熱烈的回響，各大主流媒體亦爭相報導法案通過的消息。尤其難能可貴的是趙博士將此法案立名為「Kenny's Law」來紀念這位在生命燦爛中消殞的青年，也為邱家帶來無限的安慰及人間的溫暖。

人生短暫，但求生命的火花不致曇花一現。邱顯泰走了……短短的十七個年頭裡他孝順親長，廣結良友，既使在他生命最後的一刻，亦不忘安慰心情焦慮的老父，保護屋中家人的安危。對許多人而言，邱顯泰只是一個名字，但對加州千萬居民而言，他的犧牲喚起了法、理、情溫暖柔情的一面。在Kenny's Law立法的過程中，邱顯泰的生命得以昇華，成為一束永不磨滅的火花。

在此僅以本文向邱垂煌理事長、夫人及家人們致上最崇高的敬意。在沮喪無助的同時，為子盡心，為民造福的心境再度勇敢地站起，向立法人爭取到至高無上的契機。

趙美心博士，感謝您長期以來為Kenny's Law的奔波，更要感激您……

為民喉舌！

南加州台灣旅館業同業公會座談會剪影

座談會開始了



會長林宣昭致詞



前會長許清松致詞



南加州台灣旅館業同業公會
座談會



南加州台灣旅館業同業公會
座談會

副會長范約瑟及汪蔚興主持

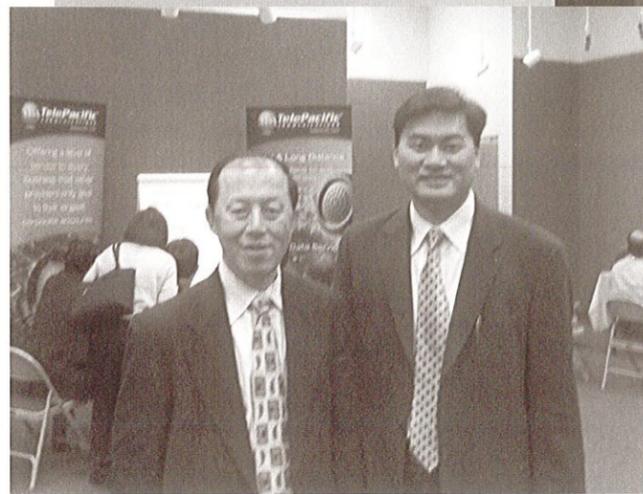




座談會剪影



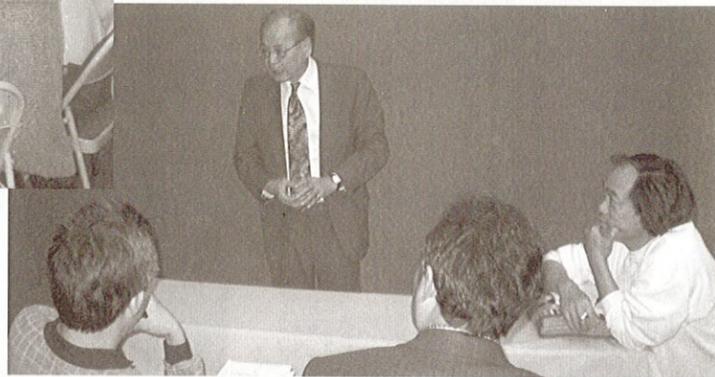
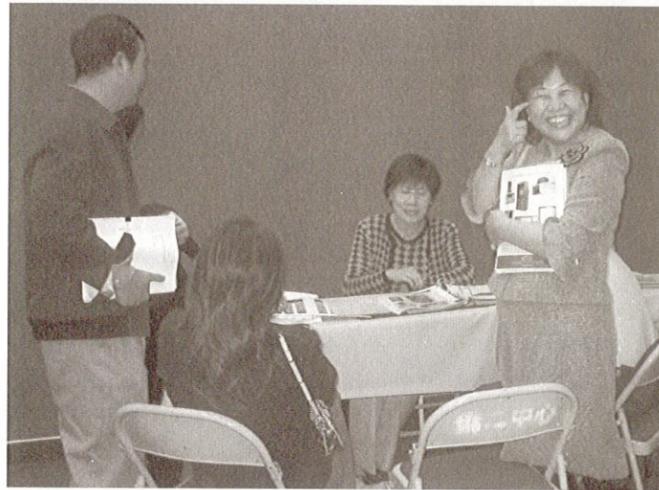
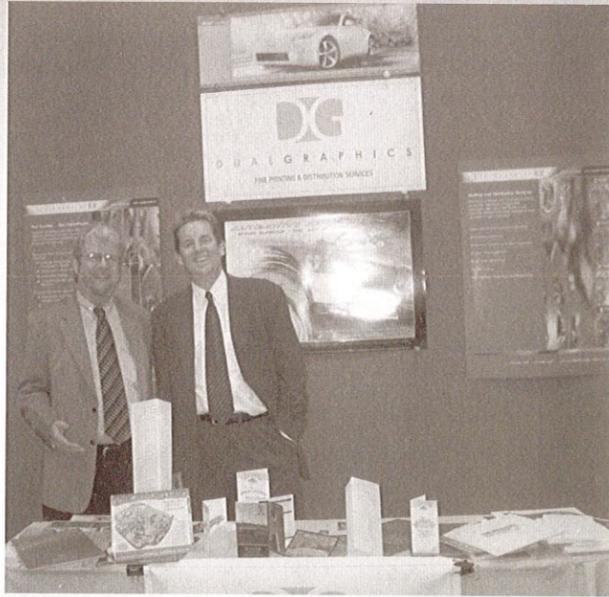
會長林宣昭與副會長范約瑟合影



會長林宣昭與理事李德揚合影

座談會剪影

共聚一堂



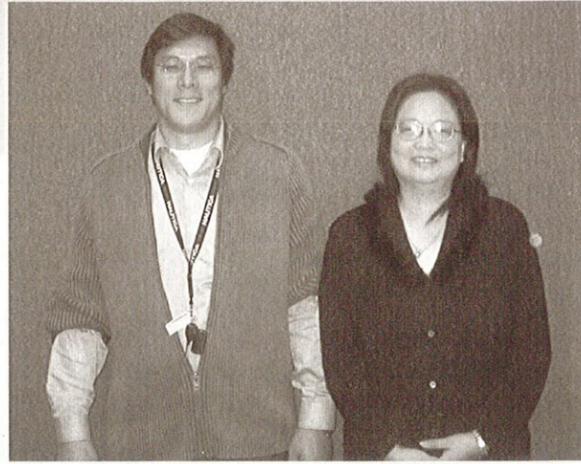
本次座談會提供廠商做Mini Trade Show 是一大創舉，讓旅館業者直接對產品提出諮詢。



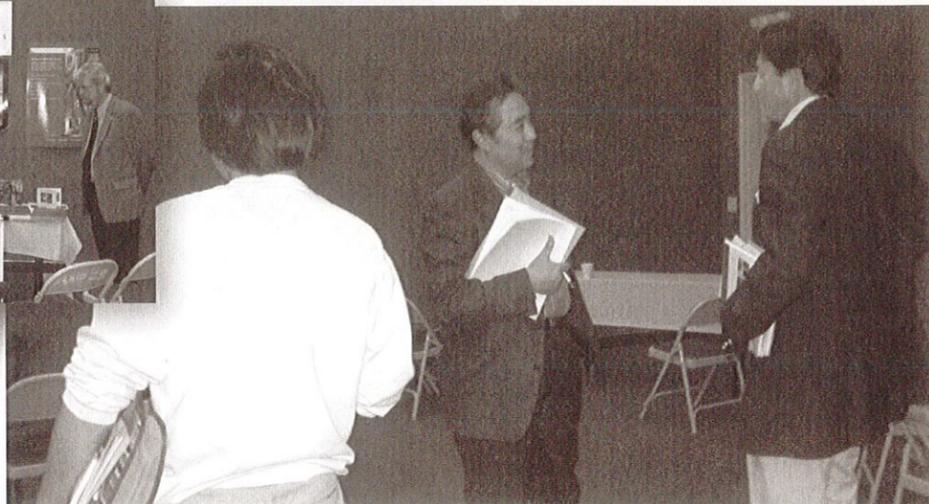
互通有無

座談會剪影

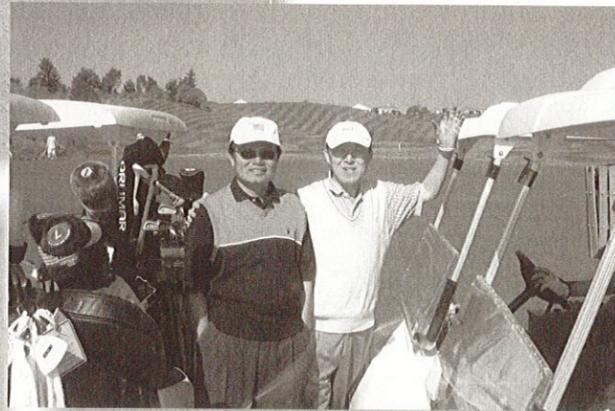
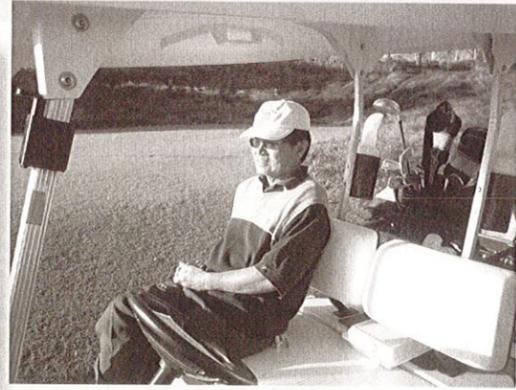
感謝各位贊助廠商的熱情參與。



座談會剪影



南加州台灣旅館業同業公會高爾夫球賽剪影



會長林宣昭與理事長邱垂煌開路先鋒



以球會友其樂無窮

各位來賓各位理事

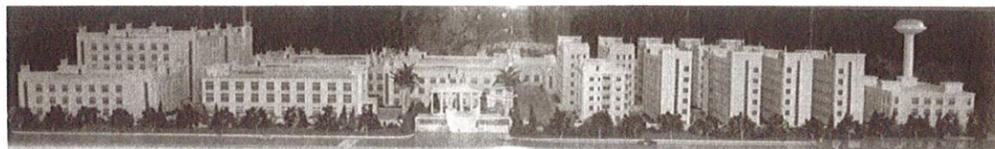
StaiArt 公司專門從事燈飾產品已有 25 年的歷史,我們主要的客戶大都是美國排名 50 以內連鎖商店,例如 Bed, Bath & Beyond, Office Max, Pier 1 Imports, Wal-Mart Canada, Costco, T. J. Maxx, Ross. . 也因為我們在 Lamp 的領域上深深的學習到 Lamps 已不是僅在照明的功能上,也應提昇到裝飾型態,即不僅實用更需兼備藝術及美觀.更須具備安全及省電的功能,所以我們於去年(2003 年)投下大筆資金且完成省電燈泡(CFL)之生產線成功且完全運轉生產,並通過國際 Energy Star 及美國 UL 檢驗通過,目前並進行墨西哥及加拿大之 UL 檢驗程序,經過一年的檢測及試用,目前亦已通過一萬小時的測試,令我們全體工作人員非常欣慰及驕傲此效率的成果.

有具於市場的反應,我們深深體會到旅館業是我們最重要的客戶群之一.由於旅館業者,每日 24 小時的 Running 省電及安全的燈泡是必需且必要改變的客戶群.每年省下的金錢,人力是可觀的.以精明的經營者如同各位,也亦都已改用省電燈泡.但 StaiArt 想介紹給各位我們的產品 “Sparkle” 省電燈泡是目前最先進及最精密的設計生產出嚴格檢驗的新型省電燈泡,且價格又僅是目前三大品牌的一半.如果以經營者的角度,省電,省錢,安全的考量下. Sparkle 將是您最佳選擇,我們將以特遣人員長期和旅館業界保持溝通及服務管道,隨時接獲來電,隨即服務的目標來作為我們的售後服務.

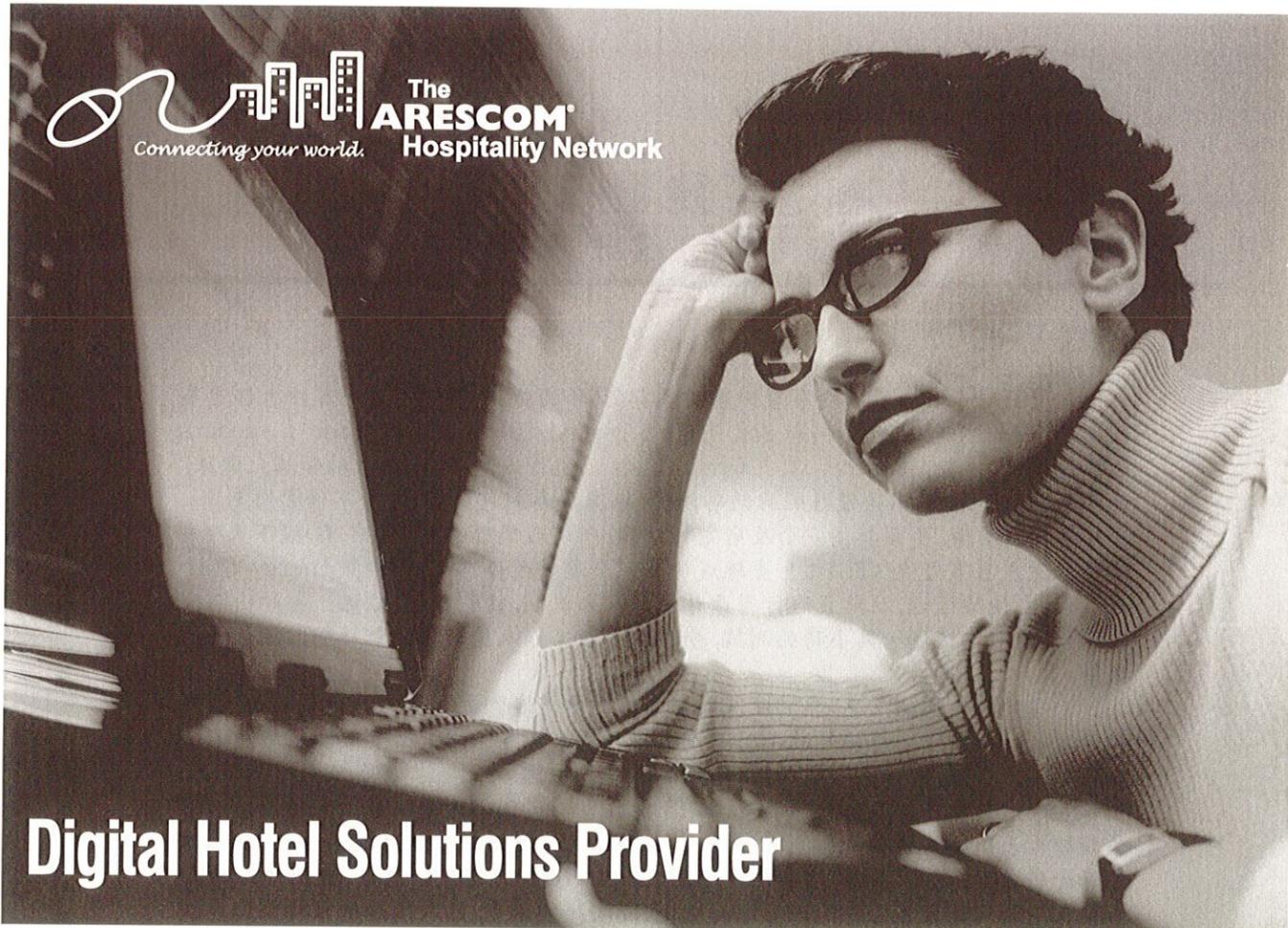
Customer Service 專線:1-888-808-8978.同時在 StaiArt 最驕傲及自信的 Lamps 產品領域上,我們隨時提供專業人員到各大旅館作我們的 Presentation.如果你們有 Portable & Fixed Lamp 上的需求,亦請來電.我們將即派遣我們的專業人員及精緻目錄供您參考.

謝謝

StaiArt 全體員工 敬上



StaiArt International Ltd.
Tel: (714) 596-8882 Fax: (714) 596-8872



Digital Hotel Solutions Provider

ARESCOM Hospitality Network 是全美首家提供旅館
有線與無線並用的寬頻上網系統與服務

AHN 的產品及服務項目

- 有線 (Wired) 寬頻高速上網系統
- 無線 (Wireless) 寬頻高速上網系統
- 系統安裝及24/7客戶服務
- Voice-over-IP 長途電話服務計劃
(美國48州中港台及亞洲歐洲諸大城市)

AHN 提供各種優惠方案, 配合各
旅館業者不同的需求以達到高品質,
低價位系統與服務

AHN 南加州區的主要客戶



諮詢專線 TEL 510.445.3638 option 3

ARESCOM Hospitality Network (AHN)

Founded in the Silicon Valley in 1996, ARESCOM designs, manufactures and markets a comprehensive line of broadband access solutions, ranging from the most sophisticated turnkey wireless and wired High Speed Internet Access solutions for the hospitality market, to the state-of-the-art DSL and fixed-wireless solutions for homes and small businesses. ARESCOM's DSL broadband wireless & wired access equipment is widely deployed by hundreds of hotels, as well as major telecommunication carriers, ISPs throughout the world. Because ARESCOM designs and manufactures its own HSIA equipment and installs and supports it 24/7/365 for hotel owner/operators, the ARESCOM Hospitality Network (AHN) is fast becoming hospitality's HSIA supplier of choice.

A Turnkey Hotel wireless and wired High-Speed Internet Access (HSIA) Solution

AHN Service Platform promises to make any hotel's transition into a 21st century wireless and wired High-Speed Internet Access (HSIA) ready hotel environment as low cost, hassle-free and risk-free as possible. For absolutely low costs to the hotel, AHN will completely supply, install and support its turnkey HSIA solution for the entire hotel premise, which includes hardware, software interface and property customization plan. ARESCOM will personally install nothing but the best in current broadband wireless and wired technology solutions, including wireless 802.11b/g/superG router, DSL modems, and routers to the hotel, and also provides additional add-on service such Video on Demand, and Voice over IP service to further allows the Hotel to increase their potential for generating higher revenue streams.

AHN currently provides Internet service to more than 30,000 hotel rooms around the North America. AHN hotels included: Holiday Inn Express - Anaheim CA, Holiday Inn Select - Miramar CA, Holiday Inn - Rancho Bernardo CA, Holiday Inn Express - Sea World CA, Best Western - Laguna CA, Holiday Inn Express - Rosemead CA, Luxe Summit Hotel- Beverly Hill CA, and Luxe Summit Hotel- Bel Air in the Southern California region.

In Summary

At AHN we are dedicated to provide the high quality of high speed internet access to all hotel Guests, and also committed to server our hotel partner with the latest innovation and technology. It remains AHN's goal to develop the best broadband solutions to the hospitality industry which could make a difference in the service quality.

We'll continue to provide maximum benefit to our partners and preserve our standard of excellence that in our service. It is AHN's uncompromising commitment to excellence that ensures our hotel partners and their guests receive the best HSIA solution they deserve.

珍珍樂道，經營中小型旅館



前會長 廖聰明

為人處事的風格，以「中庸」之道，為親友間珍珍樂道的人物而普受大眾歡迎。因為他的作風不亢不卑，處處謙沖為懷，實事求是，腳踏實地，極少假借於人為榮，而一般經營中小型旅館的業主，則以「中庸」之道穩健為原則的經營哲學使人珍珍樂道。

經營中小型旅館以夫妻檔為骨幹，丈夫身兼內外職務，俗稱「校長兼打鐘」舉凡水電及房間之維修一手包辦，資金之運轉，對外之交涉全部承攬而表現一家（館）之主的領導作風，儼然以建立事業小王國而自豪。夫人則在櫃台上充當店面女郎，用匙鑰交換鈔票，錢財滾滾而進，一分耕耘一分收穫，身兼清潔工又肥水不流外人田而自得其樂，夫唱婦隨，財富日積月累，天天眼開眉笑，不亦樂乎。

經營連鎖大型旅館，不僅投入龐大資金，而且風險較高。有不少華人，昔日經營中小型旅館轉型大旅館後，因為禁不起經濟蕭條與同業之競爭而倒閉者不乏其人。平時又受氣於連鎖公司檢查員之歧視與不公平之待遇，甚至百般挑剔之能事，責成業主傢俱與裝修換新，且耗費巨大資金在所不惜，以慷他人之慨而自視很高，認為要連鎖經營非他莫屬。將業主賺來的錢絕大部份為連鎖公司撐門面，一旦有客人抱怨，則往往以免費償付了事而維持連鎖公司之形象，加上連鎖費用水漲船高地節節上升，有不勝負荷之感。有一位業主曾經經營大小中型旅館感嘆地說：「經營大型旅館每年辛苦經營旅館所賺的錢，泰半繳付連鎖公司，加上龐大的裝修與維持費及眾多員工薪資、保險、廣告費、推銷費用、交際費……等開銷，實際比不得中小型旅館獲利的比例只是名聲較響亮而已，實屬由衷之言。

中小型旅館在買賣市場上，目前最為熱門，一館難求，而且售價節節上升瞞天喊價，創歷史新高，因為供少需多。加上很多城市?勵蓋大型旅館以取悅市容，而不鼓勵業主興建中小型旅館，即使業主有興趣也遍找不到適當土地加以有效利用。這種情勢愈來愈嚴重，在供需不平衡的未來及現況之下，中小型旅館實屬奇貨可居而待價而沽。聯邦小型貸款SBA也只有針對中小型旅館可以貸款期限最高25年，到期本利一齊償清，中途不必擔心一旦景氣不好被銀行以貸款到期償還本金之煩惱，甚至查封拍賣的危機以往統計資料顯出，類似大型旅館被貸款銀行查封拍賣者多於中小型旅館，是有目共睹而眾人皆知，因此，中小型旅館不像大型旅館一般貸款期限只有三至七年不等，險象環生，沒有近憂也有遠慮。

經營旅館與一般商業仍然避免不了景氣盛衰的影響，而中小型旅館，在景氣好的時候可以依收支情況，雇人代勞，業主則在幕後操盤作業而日進斗金而自得其樂，但景氣不好的時期，則全家動員，不理工會的干涉，開源節流挹注開銷而渡過難關，進可以攻，退可以守，靈活運用自如，不必像大旅館那般傷透腦筋而超出控制之外令人操心。因此，經營中小型旅館，不僅是華人最愛，也普遍為業主珍珍樂道也。

徵稿啟事 前會長 楊茂生 廖聰明

我們倆是前後任本會會長，均擔任兩屆期間，正是旅館業多難之秋，皆為同業解決不少疑難雜症，並提供有關法律上之各項服務。

我們除了親身經歷的案例將集成專書，提供旅館業主參考外，希望各位業主提供你們的實際經驗或經法律訴訟之勝訴判決案件，提供本人合併專輯一併刊出，以供業主隨手參考之需。

來稿不限有關法律條文之規定，舉凡經營心得之案例亦一併歡迎之例，請以五百字為一篇為限。

來文請寄公會1045 E. Valley Blvd., A212, San Gabriel, CA 91776電話626-280-2207傳真626-280-2243或傳真714-289-8528收轉即可，謝謝您的合作與支持。

南加州台灣旅館業同業公會

Taiwan Hotel & Motel Association of Southern California

會員申請書

Membership Application Form

會員姓名 Applicant's Name

(中文) _____ Name _____

Address _____ Tel: _____

_____ Fax: _____

本人\公司為 申請加入為新會員 申請加入為榮譽會員

繳交

會員年費

\$100 元 50 單位以下+旅館通訊

\$150 元 51~99 單位+旅館通訊

\$200 元 100 單位以上+旅館通訊

\$200 元榮譽會員(公司)+旅館通訊

\$150 元榮譽會員(個人)+旅館通訊

合計 _____ 元

旅館或公司名稱 Company/Hotel Name

中文 _____ Name _____

Address _____ Tel _____

_____ Fax _____

旅館單位數 _____

支票請開:T. H. M. A. S. C.

郵寄:1045 E. Valley Blvd #A212

Tel:626-280-2207

San Gabriel, CA 91776

Fax:626-280-2243

本欄由公會填寫

金額:

支票號碼:

支票抬頭:

南加州台灣旅館業同業公會

TAIWAN HOTEL & MOTEL ASSOCIATION OF SOUTHERN CALIFORNIA

旅館通訊廣告價目表

HOTEL & MOTEL NEWSLETTER MONTHLY ADVERTISING RATE

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

以上優惠價均需一次付款。

附有廣告訂購表，請將資料填妥後傳真或郵寄：

Taiwan Hotel-Motel Association of Southern California

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

Tel: 626-280-2207 • FAX: 626-280-2243

.....

ADVERTISING ORDER

COMPANY: _____

NAME: _____

ADDRESS: _____ TEL: _____

FAX: _____

ADVERTISER HEREBY JOINTLY AND 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

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）。

（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）。

二、保險費用（每年九月一日調整一次）

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。



財稅法律專欄



30 Human Resources

32 Labor Law Corner

34 2004 Legislation-An
Employer's Guide

36 加州法令對放棄或
遺留物的規定

38 為什麼要投資理財

40 旅遊業者如何處理
棘手客戶？



Human Resources

Top 10 Ways to Avoid Wage and Hour Liability

By Jermy T. Naftel, J.D.

1. Make sure required meal and rest periods are provided

Employees must receive a lunch break before they complete five hours of work if their shift will be longer than six hours for the day. When employees receive meal breaks, they must receive a meal break of at least 30 consecutive minutes, be relieved of all duties and must be free to leave the premises. The actual time of the break must be recorded. The only time an employee can waive a meal break is when their shift is less than six hours for the day. Employees must also be authorized and permitted to take paid rest periods of at least 10-minutes near the middle of each work period. It is extremely difficult to qualify for the on-duty meal break exception.

2. Make sure employees are properly classified as "exempt" and "nonexempt."

The general rule is that all employees are non-exempt and must be paid overtime and receive meal and rest breaks. The primary exceptions to this rule

are where the employee qualifies for the executive, administrative, or professional exemptions by spending more than 50 percent of his or her time performing exempt duties. Simply paying an employee a salary does not make him or her exempt.

3. Do not make deductions from an employee's paycheck for employee negligence

If an employee is negligent and, for example, accidentally breaks store property or accidentally miscounts change for a customer that results in missing cash from the register, the employee still must receive his or her full paycheck.

4. Do not employ "use It or lose It" vacation policies

If vacation is offered to employees, the employees must be allowed to accumulate vacation up to a reasonable cap (one year is not considered reasonable) and never lose their accrued vacation if it is not used.



5. Pay wages timely and accurately

All employees must be paid at least twice during each calendar month on specified paydays. All employees must receive California's current minimum wage (for 2004, it is \$6.75) for all hours worked, even if they receive tips. Wages earned between the 1st and 15th days of the month must be paid no later than the 26th day of the month, and wages earned between the 16th and last day of the month must be paid by the 10th day of the following month. Terminated employees must receive all of their wages, including accrued vacation, immediately at the time of termination. If employees are required to dock-in before they begin any job related duties, such as preparing for deliveries, must be paid for their time until they are completely relieved of all their job duties. Employees must also be paid at least 37.5 cents per mile when making deliveries or driving for company purposes.

6. Understand and comply with "overtime" wage rules

All non-exempt employees must be paid time-and-one-half their regular rate of pay for all hours worked beyond eight in a single workday or for the first eight hours worked on the seventh consecutive day worked in a workweek. All non-exempt employees must be paid double their regular rate of pay for all hours worked beyond 12 hours in a single workday and for hours worked beyond eight on the seventh consecutive day worked in a single week.

7. Timely provide final pay to an employee who is terminated or resigns.

If an employee gives notice of resignation or the employee is terminated, wages (including any accrued vacation) must be paid on the last day worked. If the employee quits without notice, he or she must be paid within 72 hours.



8. Comply with "reporting time" pay requirements

If an employee is required to report to work but is sent home before completing one-half of his or her usual or scheduled day's work, the employee must be paid for half of the usual or scheduled day's work, or if scheduled to work four hours or less must be paid two hours at his or her regular rate of pay. International.

9. Understand split-shift pay requirement

If an employee is required to work two distinct work periods separated by more than a one-hour meal period, the employee must be paid at least one hour's pay at no less than the minimum wage rate for the time between shifts (note that an employee's split shift pay may be reduced if the employee earns more than the minimum wage).

10. Comply with law when employees ask to view their personnel files and records

Employees must be allowed to view their personnel files within a reasonable period of time after they request to see it. Payroll records such as individual wage records and time cards must be retained for four years. The employee must be permitted to make copies of documents they have signed.

Labor Law Corner

Employer Should Draft Policy on Monitoring Workplace Computers

By Sunny Lee

Does an employer have the right to search an employee's computer?

While employees have privacy rights, generally courts have held that an employer has the right to set policy and monitor the use of company-provided computer equipment for legitimate business purposes. The California State Constitution contains a right to privacy that applies to private employers, and the Fourth Amendment protection against unreasonable search and seizure is applicable to government employers.

Court Involvement

Courts balance the privacy rights of the employee with the employer's legitimate business purposes. Recently, courts have been recognizing that employees may have some reasonable expectation of privacy. In light of this, an employer that engages in electronic surveillance should draft a policy regarding employee use of workplace electronic equipment, defining appropriate and inappropriate use, and reserving the right to monitor at will.

In 2002, the California Court of Appeals reviewed an employer's computer use policy and found that the employee did not have a reasonable expectation of privacy. The employee was terminated for accessing pornographic sites at work in violation of company policy. The company also wanted to discover whether the company computer that the employee used at home had been used for the same purpose.

When the employee refused to return the computer, the company went to court to get an order for return of the company computer. The employee argued to the court that he should first be allowed to delete any personal information that he and family members had placed on the hard drive.

The court rejected the employee's claim on the basis that the employee had consented to the company policy, therefore the employee had no reasonable expectation of privacy. This case should make employers aware of the need to establish a policy and obtain employee consent before monitoring.

Employer Awareness

Most employers know that employees do use company-provided computer equipment to some degree for personal use. Employers also need to prohibit certain activities, however, since employees also may be accessing, downloading and e-mailing inappropriate material (such as confidential information or sexually explicit material), engaging in illegal activity, infringing upon copyright or using e-mail to threaten, harass or discriminate against other employees.

In drafting a surveillance policy applicable to your organization, consult your labor counsel to ensure that it IS properly worded and effective for your purposes.

More information is available in the California Chamber of Commerce software program *Writing Your California Employee Handbook*, as well as the voicemail and e-mail policy section on www.hrcalifornia.com.

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

2004 Legislation-An Employer's Guide

本刊編輯部

Groundbreaking workplace-related legislation was enacted in Sacramento in 2003—from workers' comp reform and domestic partner benefits to laws creating protections for transgendered employees and making California the first state in the nation to require universal employer-provided health coverage. Many of the bills go into effect this year, and as a result, employers once again kick off a new year having to make substantial changes to their policies and practices. This Special Report will guide you through the new legislation and help you understand how to comply.

All the laws mentioned in this Special Report took effect Jan. 1, 2004, unless otherwise noted and are referred to by their Senate or Assembly bill numbers.

BIAS AND HARASSMENT

1. Protections for Transgendered Employees

A new law, AB 196, broadens the prohibition of the Fair Employment and Housing Act (FEHA) against sex bias and harassment to include discrimination and harassment based on a person's gender. "Gender" means 1) the person's actual sex, or 2) the employer's perception of the person's identity, appearance, or behavior—regardless of whether that identity, appearance, or behavior differs from what is traditionally associated with the person's sex at birth. For example, it would be illegal to discriminate against a female applicant because she appeared masculine, whether in personality, clothing, hairstyle, speech, mannerisms, or demeanor.



The new law allows employers to impose reasonable workplace appearance, grooming, and dress standards as long as employees are allowed to appear or dress consistently with their gender identity. This means you must permit a male employee who identifies with being female to wear women's clothing and makeup. But you can impose the same grooming standards on this person that you do on other employees, such as requiring skirt and dress length to fall below the knee.

Be sure to review and update your workplace antiharassment and discrimination policies to reflect these new protections. Also, educate supervisors that discrimination against transgendered, transsexual, and transvestite employees and applicants is now illegal.

2. Liability for Harassment by Nonemployees

Another new state law, AB 76, puts employers on the legal hook for sexual harassment of employees by clients and customers. The legislation invalidates a controversial California appeal court case holding FEHA wasn't intended to cover harassment by nonemployees (see CEA December 2002).

Under existing FEHA provisions, you were already liable for workplace sexual harassment an employee commits if you knew or should have known about the harassment but didn't take immediate corrective action.

The new law expands FEHA's antiharassment provisions to hold you liable for harassment committed by nonemployees against your workers, applicants, or contract workers—if you knew or should have know about the harassment and took no immediate corrective action. However, an employer's liability in these situations depends on how much control or other legal responsibility you have over the nonemployee's conduct.

FEHA's antiharassment prohibitions, including these new ones, apply even if you have just one employee. Other FEHA provisions generally apply only if you have five or more employees.

The new legislation aligns California's harassment rules with existing federal law, which has long held employers can be liable for harassment by nonemployees. The federal law, however, only applies to employers with 15 or more employees and sets a lower limit on the damages employees can recover.

Preventing Harassment by Clients and Customers

Because the new law opens all California employers up to liability for harassment of workers by nonemployees, it's critical to take steps to prevent and address these situations. Here's what you can do to avoid potential harassment complaints—and expensive liability—involving your customers, vendors, or other nonemployee business associates:

1. Review and publicize your complaint procedures. Your complaint-reporting process should encourage workers to feel comfortable raising complaints about inappropriate behavior—whether by a co-worker, manager, client, or customer. Conduct training on your antiharassment program for all employees at least once a year.

2. Respond promptly to all complaints. Carefully investigate complaints and swiftly take any needed steps to prevent further harassment. If the customer or vendor does not stop the conduct, you may have to sacrifice your business relationship—or face a harassment lawsuit. Don't ignore the problem, no matter how important the client.

3. Make your policies known. One way to avoid harassment by clients and customers is to distribute a brief policy statement outlining the ethical practices you expect to govern your relationship, including a statement barring sexual, racial, or other harassment. Distribute this statement at the start of new business relationships and when a contract is being renewed.

加州法令對放棄或遺留物的規定



郭永賢

旅館業主多少會遭遇到客人遺留的物品，讓我們從法律的角度探討業主應如何處理。

車輛及車內之物

a. 如果客人車子被偷，旅館如提供收費看管服務、業主得負責。如客人事先告之車內有貴重物品或客人能提出失物的收據，業主可能得全額賠償。一般而言，客人宣稱車內有行李箱或私人用品、此乃合乎常理，法院會予採信。但客人如宣稱車內有大量現金或貴重珠寶，而又事先沒向旅館報備，則此說常不被法院採信。

b. 當客人車輛在旅館的土地上被偷或蒙受損失時，旅館業主得提出旅館沒有疏忽或失職之過。比如停車場內有充裕足夠的照明，另有警衛、柵門、監視設備等安全措施，特別是該區或該旅館常有失竊紀錄。此對業主不利業主光在牆上張貼不負責的告示牌，可能不是最佳防禦。



c. 棄留車輛 (Abandoned Vehicles)

加州車輛條例22523對此有基本規範。另外市或州政府常對棄留車輛有條款規定，業主可加以採用。

死後遺物處理

如驗屍官(Coroner)前來處理時，他有權處理死者遺物。他未來前，未經允許、不可移動死者之物。

如有法定執行人(Executor或Administrator)處理時，業主應詳列財產清單，妥善保管並放在安全地方後，再交給法定執行人。業主不可隨便交給他人，以避免吃上官司。

業主應儘量找出死者家屬或法定執行人。如果都找不到應找當地Public Administrator來處理。業主絕不可以逕自拍賣求售或處理遺物，除非事先徵詢過律師。

一旦業主找到死者的法定執行人時，應循下列步驟：

1. 要求法定執行人或代表出示公證文件。
2. 要求他們簽署一份收到的詳細清單。
3. 業主可向法定執行人或代表索償(如保管、倉儲費等)，逕向他們索償遠比向法院索償更為理想。

幾乎各行業都會遭遇到客人遺失或拋棄物的問題，重要的是先在法律上界定Lost及Abandoned後，業主才能按不同程序來處理。

Lost Property：可由1.及2.來界定

1. 不自主的分離（因疏忽，遺忘，錯置等）。

2. 業主合理的認為（*Reasonably believes*）此為遺失物（通常較貴重者），*Civil Code Section 2080*（即為*Finders Law*），對此即有規定。

2080條款上載明，任何人發現遺失物時可交他人處置，不一定得自己處置，如發現者要自行處置時，得依：

a. \$100以上，*Finder*得在一段合理的時間內交給警長或警察。*Finder*也須在宣誓書上載明發現時間、地點及內容。

b. \$250以上，處理該物者（*Authorities*），在等90天後，登報刊示。7天後，如沒人認領，發現者有權擁有。\$250以下，90天內無人認領時，發現者有權擁有。

Abandoned Property可由以下1.及2.來界定

1. 物主主動志願放棄。

2. 業主合理認為（*Reasonable Believes*）此為放棄物（通常為不重要之物）此在加州*Civil Code Section 1980*內有詳載。另外不是遺失，或是遺失但警方拒收、此在1981條款上有規範。

一般而言，旅館業主必須通知最後住宿的客人，甚至所有曾經住該間的客人們。此通知表格在1984及1985條款有，業主須得妥善保管該物，並可向物主收取保管倉儲費。通知書上須載明以下事項：a. 客人須先繳付合理的倉儲費後才能領回；b. 在何處可領取；c. 領取最後期限（當向本人通知為15天內，郵寄書面通知為18天）。

如無人認領，而旅館業主認為該物價值在300元內業主可逕自處理。如300元以上，則得公開拍賣競售。通常*abandoned*之物，價值在300以下，業主逕自處理。敝人做法為捐給慈善機構，另寄通知書時，可請員工或郵差簽名作證人，此對業主可有法律之護。另若有寵物時，則交給*Human Society*。

等待提領之物

業主如收到任何*property*，等待轉運或先行保管時，在2081條款上，允許業主保管，直到運費及其它費用向物主收取時。如60天後，尚無人認領，則可公開競售。求售後，60天內先收取運費及保管費。如仍有餘額，須交給物主，如再找不到物主，得將此餘額交給市政府財務局。

總結

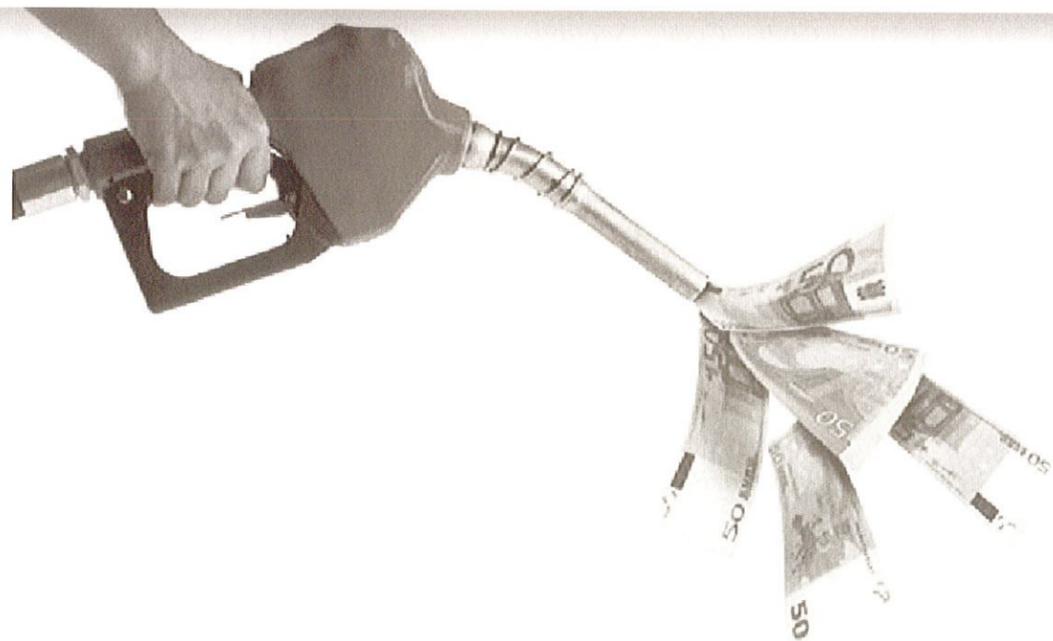
特殊危險遺物先報警處理，並與當地警方保持良好的溝通是為上策。

重要的是，旅館業主應建立並採循一套對遺棄物的處理方式。不要忘了加州*Penal Code Section 485*規定，如無嘗試先尋失主而據為己有，則視同偷竊。各位同仁、先進，此不可不慎。



為什麼要投資理財

本刊編輯部



「為什麼要買股票？」回答這個問題之前，先得回答另一個問題：「為什麼要投資理財？」所謂的生活，不就是找個好工作、努力賺錢、減少不必要的開支，然後王子與公主就能一生幸福快樂。理財勞心又勞神，何必理財？

一、對抗通貨膨脹

很多為理財傷腦筋的人總以為：把錢放定存就好了，每年有固定利息，又不用為理財忙東忙西，何樂而不為？其實這種觀念真是大錯特錯。

因為每年的通貨膨脹率會使得金錢的「實質購買力」下降。當每年的通貨膨脹率高於定存利率時，就代表金錢的價值縮水了。或許你會懷疑：這種現象真的常發生嗎？

沒錯，發生的機率可是很高的。尤其2001年，全球吹起降息風，利率越來越低，但物價卻節節升高。所以可千萬不要再以為錢放銀行就沒事了！

二、累積財富

理財除消極的對抗通膨之外，還可積極地幫薪水族創造財富。理財就是懂得如何以錢賺錢，這樣累積財富的速度會遠比靠著每月微薄薪水，節省度日來的有效。

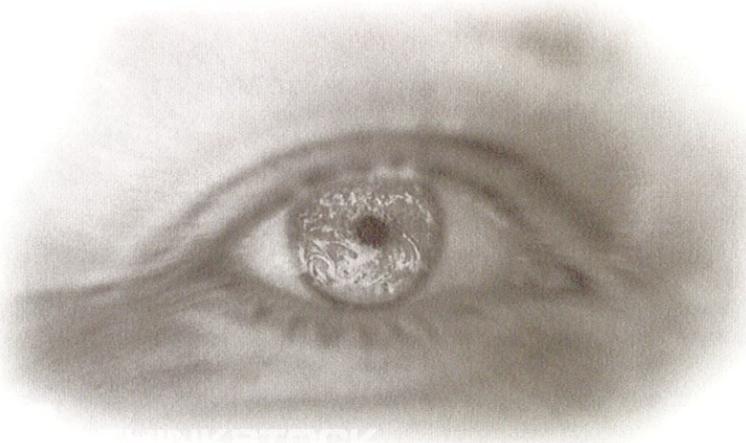
三、理財真的這麼難嗎？

理財工具林林總總，投資人其實可從中挑選對自己最方便的工具來使用。例如：沒空理財的人，至少挑個基金，請專業人協助。即便投資股票，懶得進進出出股市的人，也可擇績優股長抱。

總而言之，理財手法也需與人的個性相搭配。懶人絕對也有懶人投資法，但至少大家先得搞清楚自己的理財目標與風險承擔力，這樣才有辦法控管自己的財務狀況。

使用高科技電子鎖

提昇您的旅館與時代同步



- 提昇旅館品質
- 本電子鎖具備電子鎖和機械鎖雙重功能
- 高品質，低價格 *\$105/unit*
當地供貨，無須付運費
- 當地資深技術人員，負責安裝維修，服務便捷

\$98.00

Z-LCD161



旅館客房保險櫃

液態顯示、電子密碼

淨重 12.7 kg

規格：462 x 422 x 223



SDH Hardware Inc.®
Global Interlok Inc.

1-714-635-6888 華美電子鎖 鄭春暉 〈國語〉
1-714-535-6688 Jamie Chen (English)

旅館公會會員優惠價

旅遊業者如何處理棘手客戶？



旅遊業者如何處理棘手客戶？

本刊編輯部

碰到棘手的問題才能考驗真正的專業，不是每一個遇到的顧客都是愉悅的、理性的或是友善的，但是真正的技巧就是把棘手的問題變成你的客戶，而需要的是積極的態度以及瞭解，影響對方行為的動因，想想Maslow的需求分級，就知道如何處理了！

粗魯型的顧客

當客戶變得憤怒與粗暴時，當然就是一種防衛性反應，而我們也會變得防衛性起來，你是否也會帶著如是的思考也跟著情緒起來，最後你終會後悔你所做的事，所以不要被客戶粗魯或是憤怒的態度，攪亂了思緒。

找出生氣的原因，澄清真正的問題所在，也許是適法性的理由，也許不是，但是有一要訣，就是迅速處理！

1.問一下自己，為何顧客會生氣，每一個人都有一份自我(ego)，也許顧客是遭遇了不公平的待遇；或是你的積極態度侵犯了他的自我，這時要放寬你的心胸表示關切，有時顧客只是覺得需要說出來就好。不要武斷，而且要傾聽，充分運用你的身體語言，表示關切、瞭解，而且將會解決他的問題，這樣至少解決了一半的衝突。

2.有時顧客只是情緒不佳，而舉止超出理性範圍，有時會有侵犯性的反應，保持鎮靜，不要逞自架起防衛罩，使用激怒的語言、諷刺的語氣，以及自是的語調。先要破除心理上溝通的阻礙，才能冷靜以對，記得要以關切、關心、信心與熱心來建立起關係。

3.記位，不要過於自我防衛。

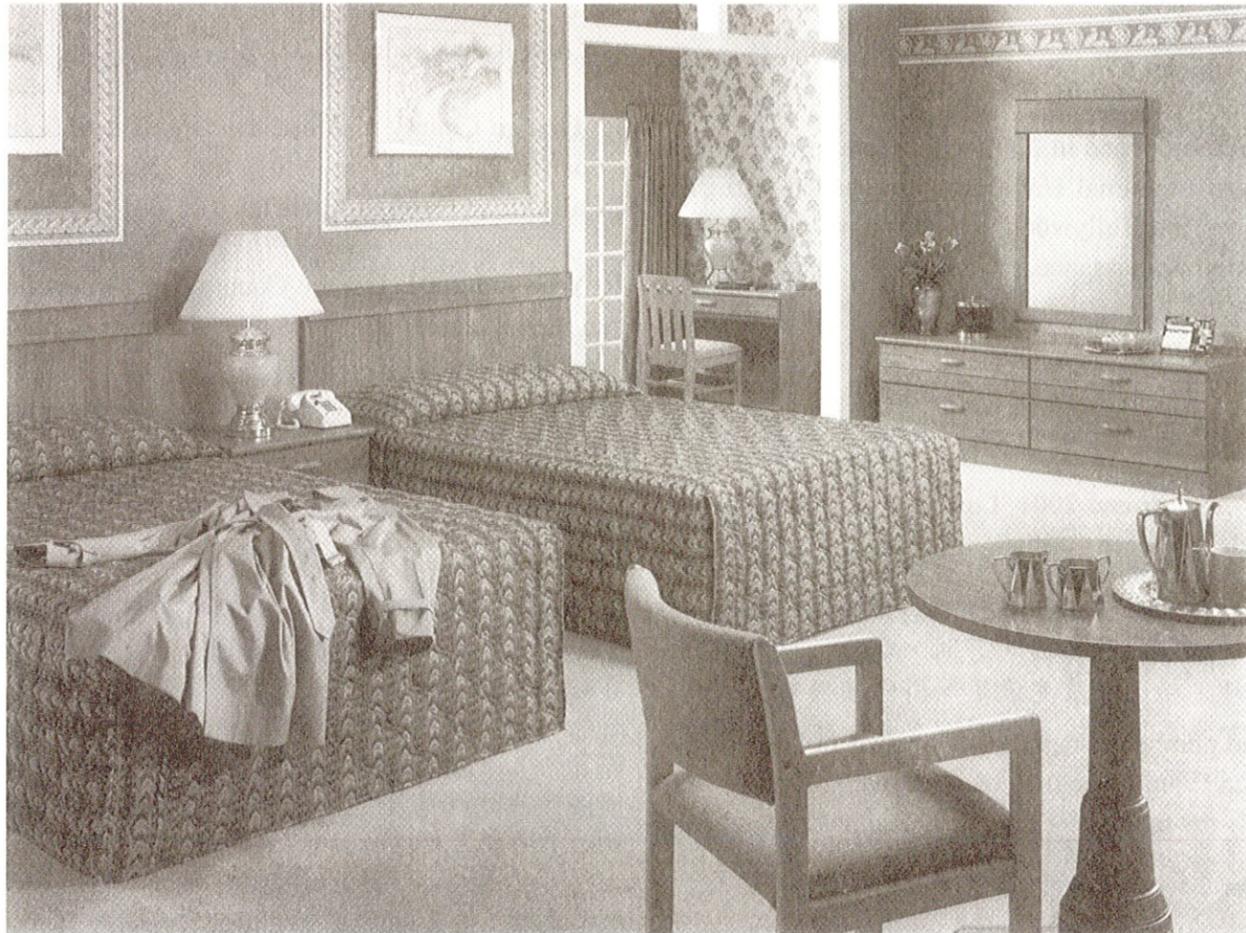
大友 供應 公司 床墊



**Kenny's Supply
Best Bedding**

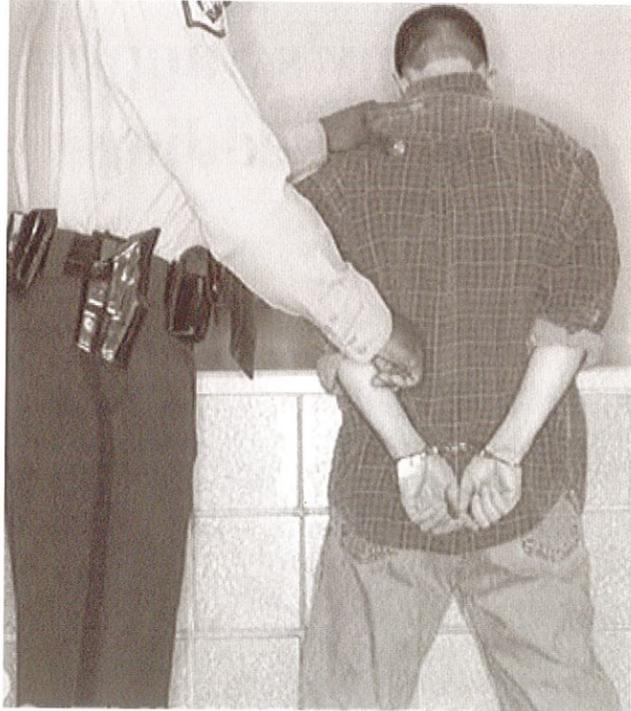
供應：

- 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



嘮叨型顧客

他可能會成為一個好客戶，但是有時卻會耗費太多寶貴時間，解決的辦法就是引導話題到旅行的目標上去，不要儘說一些無關要的話題，你要控制說話的場面，否則，當你被顧客控制住的話，話題將沒完沒了，所以使用封閉式問答，如此至少可以暫停一下交談，讓你能夠重新切入主題。

本型重點：要有耐性，然後多發問，使用封閉型問題。

全能型顧客

有些顧客無事不通，不時不散播他的知識，甚至告訴如何做你的事，個性事率直而唐突，有時難免摩擦，此時要記住Marslow的需求理論，此類人就是需求尊重 (Respect of Other's)。

所以，要怎麼辦呢？為何不給他們滿足一下呢？給一堆好話，感謝他的提示，恭維一下他們對旅遊業務的瞭解，他們發揮一下，不要試圖對抗，你永遠贏不了的（贏了嘴巴，輸掉客戶）。實際上，這一類客人對於奉承式的諂媚相當多疑，只要你建立起熱心、關心、信心的關係，實際上他們是非常好的客戶，不要試圖壓倒他們（也許贏了戰役，但是輸掉戰爭），你不必去喜歡他，但是記住他是依食父母，你只要把他們轉變成有用的顧客。

對待人誠懇、寬大、友善不是一件容易的事，但是至少讓你的工作更愉快些。

本型重點：稱讚客戶長處並使用他們的優點。

猶豫型的客戶

有些客戶不斷的諮詢、詢價，但是老是要考慮一下，再問問看，這時，也許你要強力推薦一些建議，並幫他做決定，這一類人一定要要求訂金與預訂。

本型重點：領導客戶方向，並且給予肯定的指引。

疑心型的顧客

這一類客人喜歡挑剔，多比較，甚至挑釁你的能力，是最不容易應付的案例，但是你還是要有耐心的建立關心、熱心以及信心；一但做好關係，他可能是你長期的客戶（挑毛病的才是買貨人），要注意做好各項細節的安排，不要催促做決定，否則他會懷疑你的動機，不要讓疑心重的顧客破壞你的信心。

本型重點：要多注意及慎重你的言語與行為。

沉默型的顧客

有時客戶反而儘是傾聽你的意見，他們只是來獲得資訊，並不明確表示需求，或是你能提供切確的產品，通常你要解讀這些人，頭腦中想的是什麼，而去滲入他的需求，多使用開放式問題，引導瞭他們的需求，畢竟找上門來的，總是要尋求一些資訊。

行銷管理專欄



44 經濟漩流中的玄機

52 **2004 Mid-Year California
Hotel Sales Survey**

58 努力使你更幸運



經濟漩流中的玄機

Turbulence vs. Opportunity

By Gerald Wang - President of Vic Inn-ternational Co.

理事 汪俊宇

金龍旅館實業公司



Do we ever foresee the incredible real estate market result from the keeping reducing on the interest rate? Moreover, the real estate demand is so high that rarely real estate deals will make sense. Do you wondering why I am not catch the booming of this real estate wave of opportunities? The fact is if we take a little extra caution on various phenomenon's, analysis it and come up with plan to cope with it then we will never regret.

Tom Peters the author of Re-imagine mentioned about the Forbes Top 100 Company at 1917 when the Forbes first publishes has very crucial results at 1987 the Forbes 70th anniversary. There are only 39 Company exist the rest 61 Companies is totally vanished. Out of this 39 existing Companies only 18 Company remained in the Forbes Top 100. Today, 17 years later there will be only a few companies still be existence not even talking about at Top100 list.

I would like to share some of my personal view point as the phenomenon that I see and what need . It is just my personal point of view. I am not an economic. It is not my intention to do any professional advise whatsoever. Moreover, I do believe you might have some better idea that will help us to further storm braining.

我們是否查覺由於利息之不斷下調，而引起了地產價格之不斷上揚，亦由於地產昇值的速度太快，而使得地價上漲之空間緊縮，您是否有抓到此波地產上漲的狂潮嗎？事實上商機無處不在，只要對各種現象多所留意，分析及加以計劃應運之道而進行投資，您可能會成為下一波投資潮之幸運兒。

再思集之著者湯姆彼得談及富比世在1917年所評審出的百大企業，在1987年（70年後），卻殘酷的發現，僅存在39家，其餘61家已不再百大名單之中，此結果，給我們的啟示非常清楚，就是一個企業若無遠見隨著時代，而調整身段，進行改進則僅有淘汰一途，而反之那些有遠見而會抓住時勢之企業則會後來居上，因為商機永遠是存在的。

我想借此篇來談一下，我們現今投資環境中的一些現象，此現象可能產生對投資環境之影響及可能的應運之道。

不過在此我要申明本文所述，僅為個人意見，絕不是任何一種法律或投資上建議，讀者需有自己的思路，來分析研究，事實上我想讀者應有更具建設性之思路及方法，希望能共勉之。



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單位連鎖旅館，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單位連鎖旅館，
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為高，每單位之售價亦較一般地產為低廉，在擁有其間每平方呎之回報率為各種地產投資之冠。金龍旅館26年的經驗，可為您提供買賣、顧問、管理、租賃等全方位之服務。

A. Turbulence:

1. Inflation:

During the non-inflation time. We have all the data, information, report and figures to find out where is the profit and loss. But during the time of inflation all The figures are not reliable. Even though the Money consider as the standard of Value but during period of inflation, the true value of Money has to be adjusted. For any business owner, they have to adjust their business position as to their Assets, liabilities, earning and financial position and everything need to be adjusted Based on the inflation. We need to adjust all the numbers pertaining to the Operations of our business include but not limited to the cost of inventory, sales Price, fixed assets, receivable, and depreciation by the effect of the inflation. And Once we did the adjustment the figure based on the inflation, we will be surprised To find out that the earning will be reduced tremendously or even no earning at all. And is you adjusted your balance sheet you might find out that the book value of your company will become lower or show negative figure. Please bear in mind That when the Government has a huge deficit they will be the main beneficiaries of the inflation, even though we are other way around. Instead as a business owner, we need to prepare ourselves for the turbulent times, Our business need to keep lean and mean, capable to response to all Un-expected and has the abilities to take opportunities.

2. De-value of U.S. Dollar:

The double deficits on both the Government Budget and Trade along with the War with Iraq. The U.S. hit the terrible red in its Balance Sheet. The International Production Integration shift the labor intensive production to China make the deficit get worse on a daily basis. The cheap and easy way to narrow the gap of deficit is the de-value the U.S. Dollars. It is right away reduced the debts and increase the power of export for the weak U.S. Currency but in the meantime if you have the saving in the Bank the value

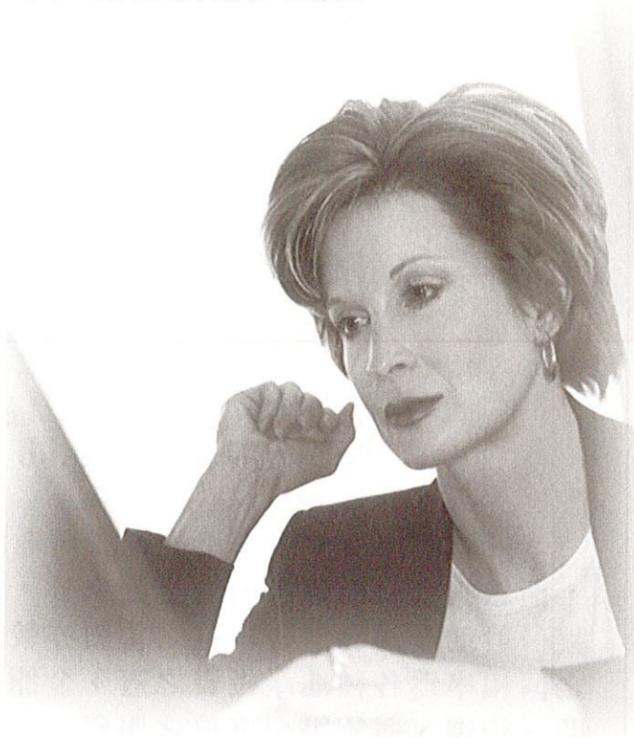
A. 經濟旋流：

以下為一些我認為對未來經濟或已在經濟上有影響力之旋流。

1. 通貨膨脹：

在一個通膨不嚴重的年代，我們很容易的運用名種資料，報表數據來分析利潤及虧損，但在通膨時期，所有的資料需要重新分析，甚至連貨幣的本身亦因為通膨而變的十分可靠。

對一個投資者而言，此時他必須對他的資產，負債、利潤及其他的財務狀況，根據通膨來做調整。周時亦必須對存貨、賣價、固定資產，應收帳款及折舊等做通膨之調整。調整後我們會驚訝的發現，利潤將打折扣，甚至將近乎無利潤同樣的在資產負債方面，調整後的數據亦將令您吃驚的發現會變少，變薄。而對負有巨額雙赤字的美國政府，可能此通膨之受益者，為能對消費者及投資者則屬受害的一方。對一個投資者而言，我們必須對任何投資環境的變遷能迅速反應，有效管理及抓住其潛藏之商機，將是成功與否之關鍵。





of your spending power in the Global Market is also reduced accordingly. All the hot money flow into China Market as to the Bank Saving Account, Real Estate Market, Stock Market and NDF Market.

Although China has hinted that it could boost the value of China Yuan 10% or so but Li Ruogu deputy director of China central bank said around November 21st that China do not have any immediate plans of increase the value of Yuan. In fact, the last thing that China will do is to reduce the U.S. trade because China is relies on the export their goods to U.S. in order to keep their economic growth and their people employed. Their export surplus to the U.S. will be over \$150 billion of which is more then 20% compare with 2003's figure. The surplus from Japan, China etc. in the meantime put it back to the U.S. investment instrument such as U.S. Treasury Bills and other Securities. That is bubbling U.S. economy along with American consumers to continue buying imported goods. Thus foreign investment into U.S. Securities and Treasury Bills is help to finance the U.S. budget deficit of which is keep our interest stay low. The truth will be how long is the interest will stay low as it is now. Moreover, how soon are we going to have a balance budget? Although it is not something we can control but a plan to cope with all this change really need to be taken into consideration on our business plan.

2. 美金貶值：

美國政府的赤字，在貿易及預算上不斷擴大，再加上伊拉克戰爭之陰影下更形雪上加霜。而國際產值的愈來愈整合之情況下使得大量之廉價人工之產品移往開發中國家，尤其是中國大陸，使得美國的赤字日形嚴重，而最廉便及方便的以使減少赤字之方式即為美元之貶值，其對減低赤字及增加出口均可產生立竿見影之效果，但若您的資金存在銀行而未投資的話亦將跟著貶值而降低消費能力。為了保值，大量的熱錢於是流入中國之地產，股市及人民幣對美元短期無本金交割遠期外匯（NDF）。

雖然中國暗示人民幣有上漲10%之空間，但中國人民銀行副行長11月21日宣稱中國尚無立即人民幣升值之打算。事實上，以中國自己的立場而言，不到不得已中國絕不希望人民幣貶值，因為由此將影響中國對美國之出口及因此而影響其經濟之成長率及就業率。

中國2004年對美國之出超將超過一仟五百億，比2003年多出百分之廿，同時由於中、日將對美國之部份出超轉投入美國之政府債券及股市，而此亦幫助美國之泡沫經濟及美國百姓有能力繼續購買進口商品。

更由於國外對美國政府債券及股市投資，幫助美國舒緩借貸及預算赤字，此亦幫助美國能保持低廉之利率，事實上無人知道美國之低率政策尚能維持多久，而更重要的是，布希政府能否讓預算平衡？及若能平衡預算？其所需多久時間來達到預算平衡？及若能平衡預算？其所需多久時間來達到預算平衡？之各種現象，均為未知數，我們的反應方案，均極為重要。

3. 不斷高昇之營業開銷：

A. 材料成本：

由於美國及中國的地產市場，快速成長，使得建築所需如鋼材及木材等，以飛快之速度在上漲，此等現象引發地價的上昇及營運成本之增加，當然亦影響營利及競爭力。

3. Cost of Doing Business

a. Material Cost:

The rapid business and Real Estate growth in China and U.S. have push the demand on raw material such as the steel and wood in such a speed that inevitable driving up the cost of material. In fact that increase cost force the real estate value and cost to do business keep going up that certainly will reduce the profit and competition of doing business.

b. Energy Cost:

It is not only the cost of oil is higher then before. The fact is the utility, gas and water cost is also going up. The growth of population, the cost of labor, the shortage of raw material, all have certain affect to the results of such increase of cost.

c. Interest Cost:

Inevitable the interest has to goes up. The cheap money that support from the oversea surplus to our Treasury Bond face

d. Political Environment:

As a business person, although we might not like it but we do not have too much choice but to understand the politician, work with them and stay close with them. We have to know their point of view, political process in order to minimize any possible impact for any adopt of law. To name a few such as the workman compensation, the City ordinance as to the requirement of check in customer, the handicap requirement etc.

All made a big impact to the way we are running our business.

C. 利率上昇:

利率之上昇已在開始，只是我們不知會上昇多少，上昇多快及何時會停，此外國外支撐低利率投資美國政府公債及股票亦不知何時會抽離均在未知數。

D. 政策面之變遷:

做一個投資者，雖然我們不見得喜歡，但對政治方面之了解及政治人物之適當接觸均極為重要。我們必須了解政治人物之想法及政治環境的變遷，以避免措手不及之結果，舉例而言，像勞工保險之飛漲及法規之改變，市府有關客人登記卡之規定與殘障有關之法規等均對我們做生意有著相當之影響。

4. 生意環境快速改變:

我們所面臨的是不斷在改變之生意環境，我們所面對的將不僅是我們之競爭對手亦面對國際競爭，我們沒有靜觀其變之權利，僅有不斷的改變來求取生存之道。

5. 持續不斷之全球競爭:

世界愈變小，我們可以今天在洛杉磯，14小時後就在台北，除此以外我們亦可以資訊會議來和國際客戶或我們的同事溝通、開會。同時世界正以區域性及全球性的方式來不斷整合。

舉例而言，DELL電腦公司之行銷能力極強，但其大部份之組件是購自國外而在美國本地組裝，但為了成為DELL之供應商，您必須不但有好產品，出貨迅速，您還必須有衛星倉庫DELL公司附近以便隨時供應存貨，而減少DELL之存貨及利息開銷，而在電話技術支援上，則DELL和不少千哩外之印度公司，以轉包之方式，提供24小時不停的良好服務，凡此種種均為DELL能生存及發展之基本策略，而國際之競爭及合作將愈演愈烈。

4. Rapid change of Business Environment:

Our business environment is change rapidly from everywhere. We are facing the competition from abroad, and of course our competitor locally. Nobody has the luxury to seat still and wait for the change. In order to stay afloat, we need to make the change.

5. Continue Global Impact:

The world is shrinking now then before; we can be here in Los Angeles today and 14 hours later in Taipei. More then that we can have a video conference at our office to deal with our clients or colleague oversea. The world economy is increasingly integrated. For example, the Dell computer have a strong marketing strength but most of the computer component is import from oversea and assembly here. Not only has that if had you wanted to be the vendor of them. You need to have a warehouse next to their assembly facilities to minimize the inventory and hence reduced the cost of interest and carrying cost. As far as the technical support, Dell sub-contract to some Indian firm thousands mile away to have a real person 24 hours tech support that also reduce their cost of labor without scarified the service. All of these keep Dell remain survive and profitable and out beat of his competition. And the Global Impact will remain strong or even more stronger for year to come.



B. 轉變經濟漩流成商機之策略：

1. 通貨膨脹的保值運應之道：

利率在慢慢的不斷上揚，在雙赤字之夾擊下，通膨已開始加上歐元及日元之上揚，以導致產品之成本亦不斷上揚，若人民幣最後鬆綁而上揚，將更為雪上加霜，對面這些衝擊，我們是否有任何應變措施，當然地產投資是對抗通膨之道，但地產的賣價目前以乎已呈現上昇緩慢之現象。

2. 將資產流動化以便爭取適當之商機：

我們是否覺得時運不濟而無法抓到適當之商機來發跡以賺取第一個百萬，事實上，在一個公平的社會而言，商機是無處不在，但當人們認為時機不當的時候，千萬不要一窩蜂，如果您有健全之財力及保持流通性，則商機可能隨處皆是。

3. 抓住改變及創新年代之商機：

十年來商業環境經歷了極大之改變，電腦及通訊科技使得音、像及圖片可以立刻及時的傳送至全球，此種科技之突破，使人們能在家中成辦公室，以此種能在全世界各角落同時能看到彼此，通話，分享文字及圖片之資訊科技，來增加做生意之效率，除了一些法律及政治上的問題尚需突破，更由於科技之突飛猛進，使會運用的人可以省下大量之金錢及時間，亦由於此種科技，商業旅客可省下一些以旅行的消費，當然此亦影響到一些商旅為客源之旅館生意，人們將無法浪費許多時間，飛遙遠的地方來談生意，此將讓我們深思對此種科技所產生影響之應運之道，甚至把阻力變為助力。

我們必須在選擇電腦之硬、軟體，通訊方式，上網等做出聰明之選擇，此將增加我們之營運效率，減少人力之浪費，並能提供客戶更多之服務。

4. 為明日準備之商業策略：

任何一個針對未來發展的計劃，均不會太遲，因為世界在以一分一秒之速度在改變，但我們必須開始著手此種計劃不為我們將被競爭對手擲於腦後，而提早出局，反之我們將能借力的抓住未來而能保持不被淘汰。

B. Strategy Plan to Convert Turbulence into Opportunities:

1. Business Plan to cope with the Inflation:

The interest will go up for sure. The huge deficit on both trade and budget will force and actually is already happened on both Euro and Japan Dollars. Eventually will raise the cost of our import goods and once China increase the value of its yuan that will even harder hit on the cost of our goods. Are we ready and do we have the plan to cope with the Inflation. Of course buying real estate is one way to fight the inflation. But is it already too late now or it will keep going up.

2. Stay strong on Liquidity and Ready for Opportunity:

We often claim that we are not lucky enough to hit the right timing to make our fortune or our first one million. The fact is at a fair society the opportunity is always there. Especially when other people feel it is a bad time to do anything. Try to stay away on something that everyone else is trying to rush into it. If you are in the position of have some financial strength. Then try to have it remain liquidity. The opportunity may be right in the corner

3. Catch the Wave of Change and Innovation:

The way of doing business is change now compares with 10 years ago. The ability of Computer and technology of Communication has enabled the transmission voice, vision and graphic simultaneously globally. It allow people in any location of earth to talk, to see each other and if necessary to share the information, graphic simultaneously without leaving their home and office. The only remain obstacles are legal and political. With this technology that tremendous time and money has been saved. In the meantime the business travel will became less important of which will affect our lodging industry as to the segment of

business travel. People really do not need to move their body travel thousand miles and long hours of fly to conduct so call business. It also put us to think, are we ready for this electronically way of doing business. It is so crucial as to our Computer Hardware, Software, Communication, Internet etc. selection, application of which is not only to increase our efficiency but also will reduce the man power accordingly so we can provide better service to our customer.

4. Strategies Business Plan for Tomorrow:

We can always start today and planning for tomorrow. We always face the world with constant change. If we are not having, any strategies plan of tomorrow then we be stay behind and left out. Instead, if we have strategies for tomorrow and has plans to cope with any change that might occur. That will enable us to exploit and take advantage of the different opportunities that is unforeseen and might happen tomorrow.





SUNNY PAINTING CO.

**Residential-Commercial
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

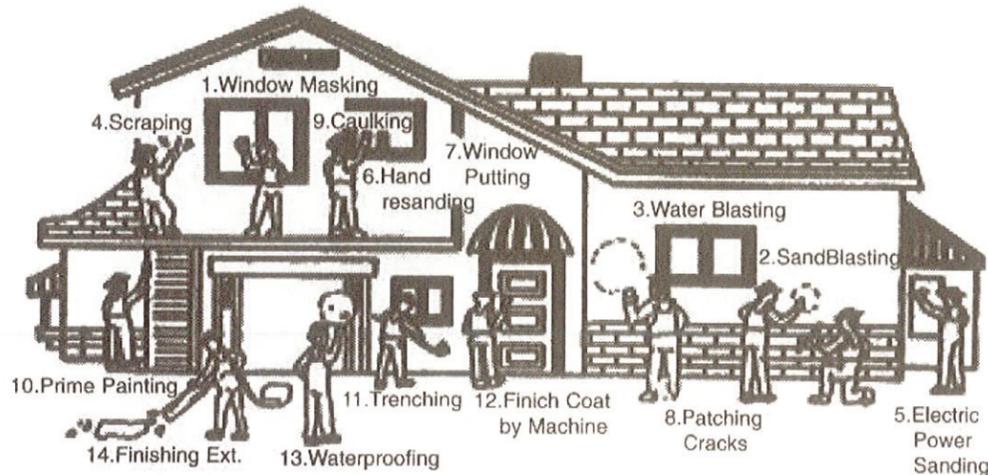
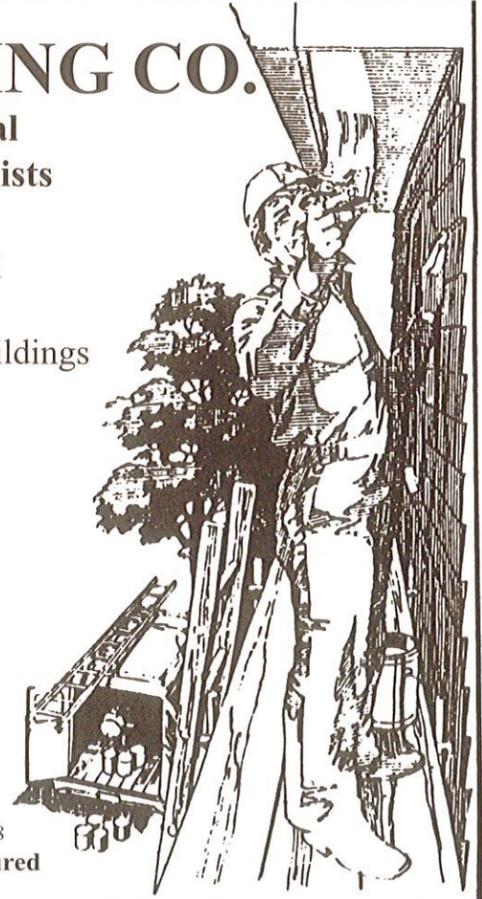
(213) 365-9393

(818) 541-1894

(909) 623-5319

Fax: (213) 365-8306

Lic. # 621438
Fully Insured



REFERENCES Commercial & apartment Building:(EXTERIOR)

- 1. Holiday Inn Select Hotel:
-21725 W. Gateway Center Dr., Diamond Bar, CA 91765
- 2. Howard Johnson Hotel/ LAX
-8620 Airport Blvd., Los Angeles, CA 90045
- 3. Holiday Inn :
-38630 Fifth St. -West Palmdale, CA

- 4. Days Inn Hotel:
-711 N. Main St., Los Angeles, CA
- 5. Emerson Inn:
-9417 San Fernando Rd., Sun Valley
- 6. Holiday Inn Express:
-4400 Hughes Ln., Bakersfield, CA 93004
- 7. Holiday Inn Express - Pasadena:
-3700 E. Colorado Blvd., Pasadena, CA 91107

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

2004 Mid-Year California Hotel Sales Survey



汪蔚興



Atlas Hospitality Group has recently published its "2004 Mid-Year California Hotel Sales Survey". The survey, which compares California hotel sales for the first six months of 2004 with the same period in 2003, shows that there has been dramatic increase in the number of overall sales, which are up over 43%.

Other highlights of the survey show that:

- Northern California sales more than doubled while Southern California was up 27%.
- The dollar volume of transactions was up 64%
- The number of larger transactions (\$5Mill+) jumped 73%. Regional Highlights

Los Angeles County

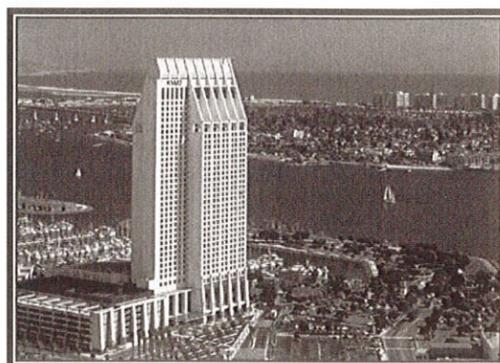
- The number of sales increased by 37%
- Dollar volume of transactions increased by 134%
- Median price per room was up 37%
- Largest sale in the County was the 637-room Renaissance Hotel for \$88 Million or \$138,148 per room.

Orange County

- ¡E The number of sales increased by 46%
- ¡E Dollar volume of transactions increased by 151%
- ¡E Median price per room was up 6.5%
- ¡E Largest sale in the County was the 489-room Marriott Hotel in Irvine, which sold for \$92.5 Million or \$189,162 per room.

San Diego County

- The number of sales declined by 44%
- Dollar volume of transactions increased by 110%
- Median price per room increased by 11%
- Largest sale in the County was the 479-room La Costa Resort & Spa, was sold by KSL to CNL in a portfolio sale. Individual price was not reported.

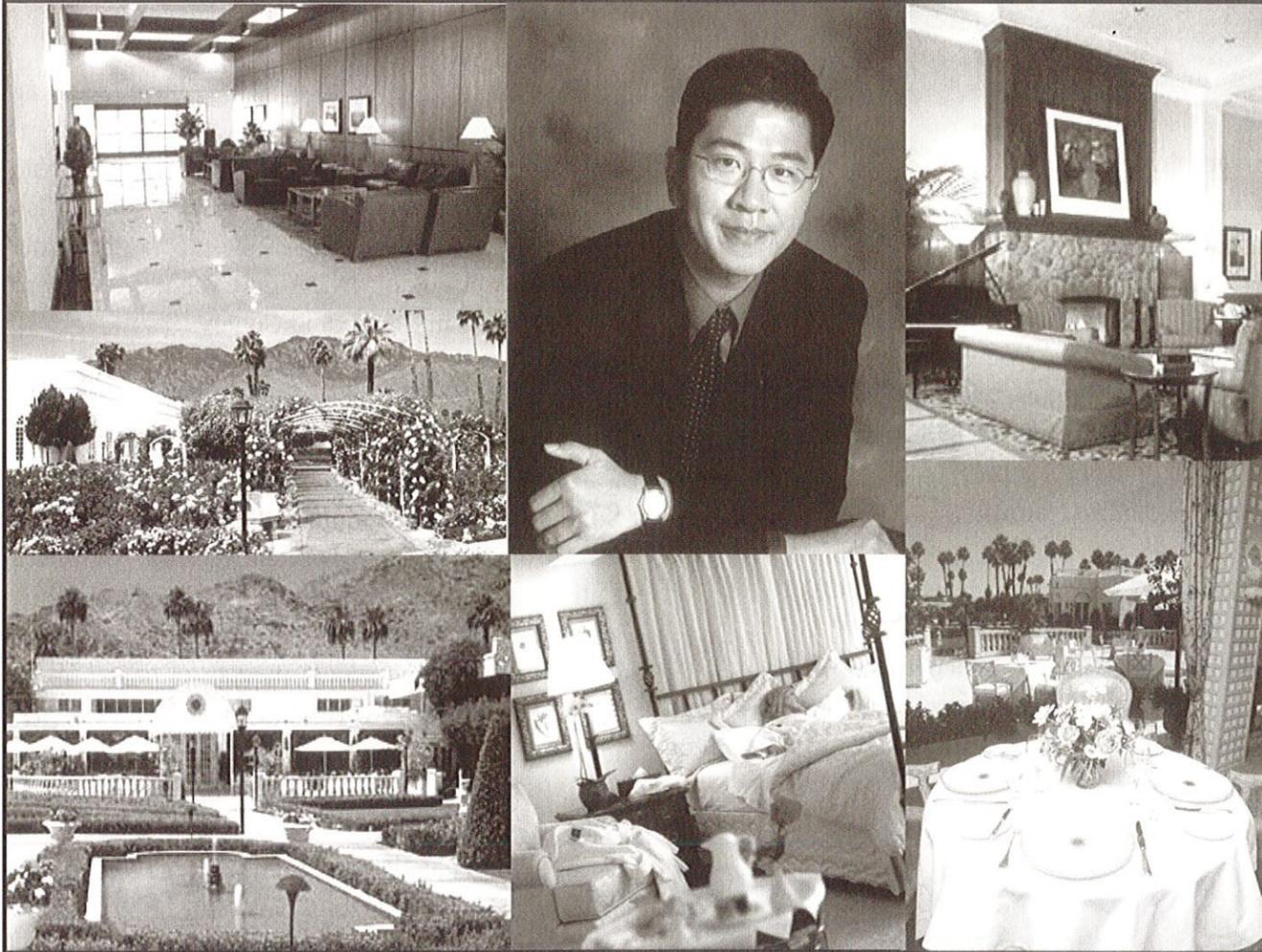


ATLAS HOSPITALITY GROUP

The Market Leader in California Hotel Sales

加州專業旅館地產公司

領導加州市場交易 開拓旅館投資商機



多年來我們以專業的知識與誠摯的服務，成為加州旅館銷售同業之最。

我們將秉持著一貫的作風，竭誠為加州華人業主服務。

詳情請洽華裔經理/南加州旅館業同業公會理事 Wilson Wang 汪蔚興

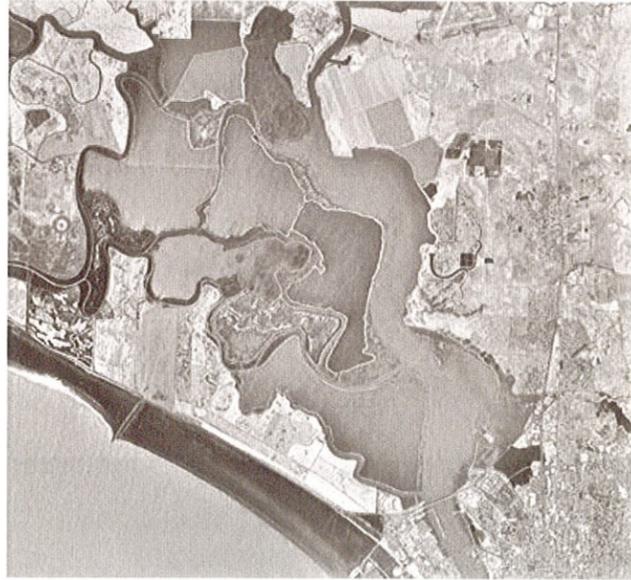
3152 Redhill Avenue, Suite 280 • Costa Mesa, CA 92626

Telephone: 714-662-4400 Ext. 402 • Fax: 714-662-5500

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



Atlas
HOSPITALITY GROUP



Riverside County

- The number of sales increased by 17%
- Dollar volume declined by 2%
- Median price per room increased by 0.5%
- Largest sale in the County was the 164-room Palm Springs Marquis, which sold at foreclosure sale for \$9.8 million or \$59,756 per room.

San Bernardino County

- The number of sales decreased by 47%
- Dollar volume was up 5%
- Median price per room increased 90%
- Largest sale in the County was the 308-room Hilton Ontario Airport, which sold for \$30 million or \$97,403 per room.



Northern California

- The number of sales was down 105%
- Dollar volume declined 18.2%
- Median price per room increased 13.3% - Fresno County was up the most at 37.5%.
- Largest sale in Northern California was the 279-room Claremont Resort & Spa in Berkeley. This was a bulk purchase by CNL Hotels from KSL, no individual price was given.

Summary

The first six months of 2004 have seen an unprecedented jump in both the number of transactions (up over 43%) and dollar volume (up over 64%). Every county except one (San Francisco) saw an increase in the median price per room, from a low of 0.42% in Riverside County to over 90% in San Bernardino County.

Southern California continues to dominate the hotel sales transaction market, outselling Northern California by more than 138% (107 sales in Southern California and 45 sales in Northern California). Price appreciation in Southern California is also outstripping Northern California as investors continue to bid prices up. Northern California as a whole saw median price per room increase by 13%, while Southern California saw an increase in their median price per room of over 28%. Based on the figures for the first six months of 2004, we are going to see a record year in California for both individual sales volume and the total dollar volume. We expect this year to be over 300 transactions and in excess of 2 Billion dollars, exceeding the previous record set in 2000.

August 2004 California Lodging Industry Performance

	Room Occupancy Percentage						Average Room Rate						RevPAR						Room Revenue						Rooms Sold															
	2004		2003		% Chg		2004		2003		% Chg		2004		2003		% Chg		2004		2003		% Chg		2004		2003		% Chg											
	Avg	Min	Avg	Min	Diff	Min	Avg	Min	Avg	Min	Diff	Min	Avg	Min	Avg	Min	Diff	Min	Avg	Min	Avg	Min	Diff	Min	Avg	Min	Avg	Min	Diff	Min										
United States	67.2	67.7	67.7	-0.7	86.30	84.02	2.7	58.02	56.85	2.1	3.1	3.1	0.0	0.3	62.7	60.7	3.3	86.55	83.47	3.7	54.25	50.65	7.1	8.3	8.3	0.0	4.5	68.2	65.0	4.9	96.67	94.39	2.4	65.93	61.33	7.5	8.6	8.6	0.0	6.0
California	74.4	73.8	73.8	0.8	100.18	96.28	4.1	74.53	71.01	5.0	5.5	5.5	0.0	1.4	68.2	65.0	4.9	96.67	94.39	2.4	65.93	61.33	7.5	8.6	8.6	0.0	6.0	61.3	58.8	4.3	65.85	62.28	5.7	40.40	36.60	10.4	12.1	12.1	0.0	6.1
Eureka/Crescent City	82.8	83.5	83.5	-0.8	75.04	71.10	5.5	62.10	59.35	4.6	6.3	6.3	0.0	0.8	61.4	61.0	0.7	64.67	62.97	2.7	39.72	38.42	3.4	5.3	5.3	0.0	2.5	63.6	63.8	-0.3	63.37	61.59	2.9	40.32	39.32	2.5	8.1	8.1	0.0	5.4
Yreka/Aituras/Shasta	77.8	74.8	74.8	4.0	67.64	64.49	4.9	52.60	48.25	9.0	13.5	13.5	0.0	8.3	57.5	57.8	-0.5	99.13	96.00	1.2	57.02	56.63	0.7	-3.4	-3.4	0.0	-4.5	64.9	63.7	1.9	87.22	86.43	0.9	56.63	55.10	2.8	1.6	1.6	0.0	0.7
Redding/Chico	71.6	74.0	74.0	-3.2	104.85	104.78	0.1	75.12	77.55	-3.1	-6.0	-6.0	0.0	-6.0	66.2	68.0	-2.6	94.96	89.41	6.2	62.84	60.78	3.4	7.0	7.0	0.0	3.5	58.9	58.3	1.0	95.81	97.12	-1.3	56.42	56.58	-0.3	0.9	0.9	0.0	1.1
South Lake Tahoe	77.8	74.8	74.8	4.0	67.64	64.49	4.9	52.60	48.25	9.0	13.5	13.5	0.0	8.3	57.5	57.8	-0.5	99.13	96.00	1.2	57.02	56.63	0.7	-3.4	-3.4	0.0	-4.5	64.9	63.7	1.9	87.22	86.43	0.9	56.63	55.10	2.8	1.6	1.6	0.0	0.7
Sacramento	72.7	71.9	71.9	1.1	88.95	88.03	1.0	64.64	63.32	2.1	1.3	1.3	0.0	0.2	66.2	68.0	-2.6	94.96	89.41	6.2	62.84	60.78	3.4	7.0	7.0	0.0	3.5	58.9	58.3	1.0	95.81	97.12	-1.3	56.42	56.58	-0.3	0.9	0.9	0.0	1.1
Napa Valley/Vallejo	75.2	80.6	80.6	-6.7	105.69	100.01	5.7	79.48	80.80	-1.4	5.0	5.0	0.0	-0.7	58.9	58.3	1.0	95.81	97.12	-1.3	56.42	56.58	-0.3	0.9	0.9	0.0	1.1	68.4	62.5	9.4	117.63	116.87	0.7	80.42	73.10	10.0	11.1	11.1	0.0	10.4
Mendocino/Santa Rosa	71.0	72.7	72.7	-2.3	107.24	107.88	-0.6	76.19	78.44	-2.9	-1.8	-1.8	0.0	-1.2	57.7	54.9	5.1	83.67	85.26	-1.9	48.28	46.81	3.1	3.4	3.4	0.0	0.3	57.7	56.6	1.9	97.68	101.27	-3.5	56.31	57.30	-1.7	2.7	2.7	0.0	4.5
San Francisco/San Mateo	64.4	63.1	63.1	2.1	84.70	83.71	1.2	54.59	52.82	3.4	3.1	3.1	0.0	0.2	57.9	54.7	5.9	98.11	97.24	0.9	56.83	53.15	6.9	7.3	7.3	0.0	0.3	64.3	66.3	-3.0	62.71	61.76	1.5	40.31	40.97	-1.6	0.4	0.4	0.0	2.1
Oakland	64.4	63.1	63.1	2.1	84.70	83.71	1.2	54.59	52.82	3.4	3.1	3.1	0.0	0.2	64.6	63.7	1.4	142.86	140.22	1.9	92.25	89.39	3.2	5.3	5.3	0.0	2.0	65.7	63.1	4.1	63.10	60.56	4.2	41.46	38.21	8.5	10.0	10.0	0.0	5.6
San Jose	59.5	55.7	55.7	6.8	93.81	92.26	1.7	55.80	51.39	8.6	10.2	10.2	0.0	2.2	65.5	66.1	-0.9	95.07	91.94	3.4	62.25	60.80	2.4	3.1	3.1	0.0	0.7	62.1	60.9	2.0	56.36	54.14	4.1	35.00	32.95	6.2	7.9	7.9	0.0	3.6
Santa Cruz	73.5	71.3	71.3	3.1	112.85	113.97	-1.0	82.92	81.23	2.1	2.1	2.1	0.0	3.1	71.3	66.3	5.0	111.94	120.48	-7.1	79.82	79.86	-0.1	-0.2	-0.2	0.0	0.2	71.3	66.3	5.0	111.94	120.48	-7.1	79.82	79.86	-0.1	-0.2	-0.2	0.0	7.4
Stockton/Modesto	66.4	68.8	68.8	-3.5	64.67	63.34	2.1	42.95	43.57	-1.4	-0.4	-0.4	0.0	-2.4	64.3	66.3	-3.0	62.71	61.76	1.5	40.31	40.97	-1.6	0.4	0.4	0.0	2.1	64.3	66.3	-3.0	62.71	61.76	1.5	40.31	40.97	-1.6	0.4	0.4	0.0	-1.1
Monterey/Salinas	79.2	80.8	80.8	-3.2	168.67	161.86	4.2	131.85	130.71	0.9	2.9	2.9	0.0	-1.2	64.6	63.7	1.4	142.86	140.22	1.9	92.25	89.39	3.2	5.3	5.3	0.0	2.0	65.7	63.1	4.1	63.10	60.56	4.2	41.46	38.21	8.5	10.0	10.0	0.0	5.6
Fresno	69.8	68.3	68.3	2.2	63.90	59.91	6.7	44.60	40.92	9.0	9.0	9.0	0.0	2.2	65.5	66.1	-0.9	95.07	91.94	3.4	62.25	60.80	2.4	3.1	3.1	0.0	0.7	62.1	60.9	2.0	56.36	54.14	4.1	35.00	32.95	6.2	7.9	7.9	0.0	3.6
San Luis Obispo/Paso Robles	79.6	83.7	83.7	-4.9	108.95	106.80	2.0	86.67	89.40	-3.1	-2.4	-2.4	0.0	-4.3	62.1	60.9	2.0	56.36	54.14	4.1	35.00	32.95	6.2	7.9	7.9	0.0	3.6	71.3	66.3	5.0	111.94	120.48	-7.1	79.82	79.86	-0.1	-0.2	-0.2	0.0	7.4
Bakersfield	58.9	59.1	59.1	-0.3	55.44	53.67	3.3	32.64	31.73	2.9	5.8	5.8	0.0	2.4	62.1	60.9	2.0	56.36	54.14	4.1	35.00	32.95	6.2	7.9	7.9	0.0	3.6	69.9	69.2	1.0	81.85	79.21	3.3	57.21	54.77	4.5	5.1	5.1	0.0	0.6
Santa Barbara/Santa Maria	83.5	83.0	83.0	0.6	131.94	141.41	-6.7	110.12	117.31	-6.1	-6.3	-6.3	0.0	0.4	71.3	66.3	5.0	111.94	120.48	-7.1	79.82	79.86	-0.1	-0.2	-0.2	0.0	0.2	69.9	69.2	1.0	81.85	79.21	3.3	57.21	54.77	4.5	5.1	5.1	0.0	0.6
Oxnard/Ventura	80.7	80.5	80.5	0.2	89.06	86.87	2.5	71.90	69.90	2.9	4.6	4.6	0.0	2.0	74.5	73.4	1.5	76.11	73.29	3.8	56.73	53.81	5.4	9.1	9.1	0.0	3.5	74.5	73.4	1.5	76.11	73.29	3.8	56.73	53.81	5.4	9.1	9.1	0.0	3.5
Ontario	73.0	67.1	67.1	8.8	76.56	70.59	8.5	55.92	47.34	18.1	24.6	24.6	0.0	14.9	74.5	73.4	1.5	76.11	73.29	3.8	56.73	53.81	5.4	9.1	9.1	0.0	3.5	74.5	73.4	1.5	76.11	73.29	3.8	56.73	53.81	5.4	9.1	9.1	0.0	3.5
Pasadena/Glendale/Burbank	77.2	71.2	71.2	8.4	105.33	100.58	4.7	81.28	71.82	13.5	14.5	14.5	0.0	9.3	71.8	67.2	6.8	106.23	101.60	4.6	76.27	68.24	11.8	12.1	12.1	0.0	0.3	71.8	67.2	6.8	106.23	101.60	4.6	76.27	68.24	11.8	12.1	12.1	0.0	0.3
Los Angeles/Long Beach	78.6	74.5	74.5	5.5	98.49	89.86	9.6	77.42	66.93	15.7	15.6	15.6	0.0	5.5	73.4	67.8	8.3	96.22	91.11	5.6	70.65	61.74	14.4	14.6	14.6	0.0	0.2	73.4	67.8	8.3	96.22	91.11	5.6	70.65	61.74	14.4	14.6	14.6	0.0	0.2
Santa Monica/Marina Del Rey	85.2	86.2	86.2	-1.2	184.37	164.47	12.1	157.11	141.85	10.8	10.8	10.8	0.0	-1.2	80.0	75.1	6.5	167.66	157.65	6.3	134.16	118.46	13.3	14.3	14.3	0.0	0.9	80.0	75.1	6.5	167.66	157.65	6.3	134.16	118.46	13.3	14.3	14.3	0.0	0.9
Anaheim	74.3	81.2	81.2	-8.5	92.67	89.74	3.3	68.90	72.86	-5.4	-4.4	-4.4	0.0	-1.2	72.3	68.7	5.2	93.18	89.48	4.1	67.41	61.46	9.7	11.8	11.8	0.0	1.9	72.3	68.7	5.2	93.18	89.48	4.1	67.41	61.46	9.7	11.8	11.8	0.0	1.9
Santa Ana/Costa Mesa	77.8	79.1	79.1	-1.6	90.27	85.01	6.2	70.19	67.29	4.3	3.1	3.1	0.0	-2.9	72.8	67.5	7.9	87.46	83.90	4.2	63.64	56.63	12.4	11.0	11.0	0.0	6.5	72.8	67.5	7.9	87.46	83.90	4.2	63.64	56.63	12.4	11.0	11.0	0.0	6.5
Newport Beach/Dana Point	79.3	82.7	82.7	-4.1	157.10	151.85	3.5	124.55	125.52	-0.8	0.2	0.2	0.0	-3.2	72.1	70.2	2.7	139.86	136.01	2.8	100.88	95.45	5.7	8.3	8.3	0.0	2.4	72.1	70.2	2.7	139.86	136.01	2.8	100.88	95.45	5.7	8.3	8.3	0.0	2.4
Palm Springs	49.9	47.4	47.4	5.3	76.03	76.84	-1.1	37.91	36.45	4.0	3.4	3.4	0.0	4.5	63.5	59.7	6.4	116.65	116.98	-0.3	74.07	69.78	6.1	5.9	5.9	0.0	-0.3	63.5	59.7	6.4	116.65	116.98	-0.3	74.07	69.78	6.1	5.9	5.9	0.0	-0.3
San Diego	85.1	84.5	84.5	0.7	126.48	118.81	6.5	107.58	100.45	7.1	7.3	7.3	0.0	0.8	75.1	72																								

September 2004 California Lodging Industry Performance

SMITH TRAVEL RESEARCH
The Source of Industry Data and Analysis

	Room Occupancy Percentage						Average Room Rate						RevPAR						Room Revenue						Rooms Available						Rooms Sold					
	2004		2003		% Chg		2004		2003		% Chg		2004		2003		% Chg		2004		2003		% Chg		2004		2003		% Chg		2004		2003		% Chg	
	2004	2003	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg				
United States	63.3	59.1	7.1	85.52	82.41	3.8	54.12	48.71	11.1	12.1	0.9	8.0	62.7	60.5	3.6	86.41	83.33	3.7	54.20	50.41	7.5	8.7	62.7	60.5	3.6	86.41	83.33	3.7	54.20	50.41	7.5	8.7				
California	67.4	63.2	6.6	95.48	92.56	3.2	64.33	58.46	10.0	10.6	0.5	7.2	68.1	64.8	5.1	96.51	94.13	2.5	65.71	60.96	7.8	8.9	68.1	64.8	5.1	96.51	94.13	2.5	65.71	60.96	7.8	8.9				
Eureka/Crescent City	71.7	69.9	2.6	66.53	61.27	8.6	47.70	42.85	11.3	11.3	0.0	2.5	62.5	60.0	4.2	65.94	62.15	6.1	41.20	37.30	10.5	12.1	62.5	60.0	4.2	65.94	62.15	6.1	41.20	37.30	10.5	12.1				
Yreka/Aituras/Shasta	67.2	66.4	1.2	67.28	63.32	6.3	45.23	42.07	7.5	9.5	1.9	3.1	62.1	61.6	0.8	64.99	63.01	3.1	40.33	38.83	3.9	5.8	62.1	61.6	0.8	64.99	63.01	3.1	40.33	38.83	3.9	5.8				
Redding/Chico	66.5	64.0	3.9	64.50	60.80	6.1	42.87	38.93	10.1	14.7	4.1	8.1	64.0	63.9	0.2	63.54	61.50	3.3	40.67	39.28	3.5	9.0	64.0	63.9	0.2	63.54	61.50	3.3	40.67	39.28	3.5	9.0				
South Lake Tahoe	60.3	58.2	3.6	95.17	93.01	2.3	57.40	54.13	6.0	2.9	-2.9	0.6	57.8	57.8	0.0	98.65	97.45	1.2	47.05	46.83	3.1	-2.8	57.8	57.8	0.0	98.65	97.45	1.2	47.05	46.83	3.1	-2.8				
Sacramento	65.6	62.8	4.5	85.29	84.00	1.5	55.96	52.73	6.1	5.3	-0.8	3.7	65.0	63.6	2.2	87.01	86.17	1.0	56.54	54.83	3.4	2.0	65.0	63.6	2.2	87.01	86.17	1.0	56.54	54.83	3.4	2.0				
Napa Valley/Vallejo	70.8	70.3	0.7	106.13	101.84	4.2	75.09	71.59	4.9	11.7	6.5	7.2	66.6	66.2	-2.3	96.28	90.82	6.0	64.10	61.97	3.4	7.5	66.6	66.2	-2.3	96.28	90.82	6.0	64.10	61.97	3.4	7.5				
Mendocino/Santa Rosa	71.0	66.0	7.6	109.29	106.25	2.9	77.61	70.15	10.6	10.6	0.0	7.5	60.3	59.1	2.0	97.50	96.25	-0.8	58.76	58.09	1.2	2.2	60.3	59.1	2.0	97.50	96.25	-0.8	58.76	58.09	1.2	2.2				
San Francisco/San Mateo	75.9	68.2	11.3	119.94	117.55	2.0	91.04	80.19	13.5	13.2	-0.3	10.9	69.2	63.2	9.5	117.92	116.96	0.8	64.10	61.97	3.4	11.3	69.2	63.2	9.5	117.92	116.96	0.8	64.10	61.97	3.4	11.3				
Oakland	64.2	63.6	14.0	82.90	84.12	-1.5	53.22	47.33	12.4	12.2	-0.2	13.8	58.4	55.1	6.0	83.42	84.98	-1.8	48.71	46.78	4.1	4.4	58.4	55.1	6.0	83.42	84.98	-1.8	48.71	46.78	4.1	4.4				
San Jose	58.9	53.6	9.9	97.19	100.39	-3.2	57.25	53.77	6.5	8.0	1.5	11.6	57.8	55.6	4.0	97.57	100.77	-3.2	56.43	56.01	0.7	5.0	57.8	55.6	4.0	97.57	100.77	-3.2	56.43	56.01	0.7	5.0				
Santa Cruz	61.0	54.6	11.7	100.10	97.87	2.3	61.03	53.47	14.1	14.1	0.0	11.6	58.2	54.7	6.4	98.33	97.31	1.0	57.26	53.18	7.7	8.0	58.2	54.7	6.4	98.33	97.31	1.0	57.26	53.18	7.7	8.0				
Stockton/Modesto	66.0	63.8	3.4	62.43	61.78	1.1	41.23	39.39	4.7	5.8	1.1	4.7	64.5	66.1	-2.4	62.63	61.76	1.4	40.39	40.80	-1.0	0.9	64.5	66.1	-2.4	62.63	61.76	1.4	40.39	40.80	-1.0	0.9				
Monterey/Salinas	69.3	65.4	6.0	151.86	148.83	2.0	105.18	97.33	8.1	8.9	0.8	6.7	65.1	63.9	1.9	143.82	141.10	1.9	93.58	90.21	3.7	5.7	65.1	63.9	1.9	143.82	141.10	1.9	93.58	90.21	3.7	5.7				
Fresno	64.8	66.0	-1.8	61.74	59.61	3.6	40.02	39.35	1.7	1.7	0.0	-1.8	65.6	63.4	3.5	62.96	60.44	4.2	41.30	38.33	7.7	9.1	65.6	63.4	3.5	62.96	60.44	4.2	41.30	38.33	7.7	9.1				
San Luis Obispo/Paso Robles	65.1	63.4	2.7	96.99	89.44	8.4	63.17	56.73	11.4	11.3	-0.1	2.6	62.0	60.7	2.1	56.24	54.12	3.9	34.88	32.85	6.2	8.0	62.0	60.7	2.1	56.24	54.12	3.9	34.88	32.85	6.2	8.0				
Bakersfield	61.3	59.0	3.9	55.26	53.93	2.5	33.85	31.83	6.3	9.4	2.9	6.8	58.2	54.7	6.4	98.33	97.31	1.0	57.26	53.18	7.7	8.0	58.2	54.7	6.4	98.33	97.31	1.0	57.26	53.18	7.7	8.0				
Santa Barbara/Santa Maria	70.9	67.3	5.3	115.10	117.78	-2.3	81.59	79.26	2.9	2.9	0.0	5.3	69.6	69.1	1.0	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0	69.6	69.1	1.0	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0				
Oxnard/Ventura	68.7	68.3	0.6	85.00	79.63	6.7	58.40	54.40	7.4	10.8	3.2	3.8	71.0	66.3	7.1	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0	71.0	66.3	7.1	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0				
Bakersfield	61.3	59.0	3.9	55.26	53.93	2.5	33.85	31.83	6.3	9.4	2.9	6.8	62.0	60.7	2.1	56.24	54.12	3.9	34.88	32.85	6.2	8.0	62.0	60.7	2.1	56.24	54.12	3.9	34.88	32.85	6.2	8.0				
Santa Barbara/Santa Maria	70.9	67.3	5.3	115.10	117.78	-2.3	81.59	79.26	2.9	2.9	0.0	5.3	69.6	69.1	1.0	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0	69.6	69.1	1.0	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0				
Oxnard/Ventura	68.7	68.3	0.6	85.00	79.63	6.7	58.40	54.40	7.4	10.8	3.2	3.8	71.0	66.3	7.1	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0	71.0	66.3	7.1	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0				
Bakersfield	61.3	59.0	3.9	55.26	53.93	2.5	33.85	31.83	6.3	9.4	2.9	6.8	62.0	60.7	2.1	56.24	54.12	3.9	34.88	32.85	6.2	8.0	62.0	60.7	2.1	56.24	54.12	3.9	34.88	32.85	6.2	8.0				
Santa Barbara/Santa Maria	70.9	67.3	5.3	115.10	117.78	-2.3	81.59	79.26	2.9	2.9	0.0	5.3	69.6	69.1	1.0	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0	69.6	69.1	1.0	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0				
Oxnard/Ventura	68.7	68.3	0.6	85.00	79.63	6.7	58.40	54.40	7.4	10.8	3.2	3.8	71.0	66.3	7.1	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0	71.0	66.3	7.1	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0				
Bakersfield	61.3	59.0	3.9	55.26	53.93	2.5	33.85	31.83	6.3	9.4	2.9	6.8	62.0	60.7	2.1	56.24	54.12	3.9	34.88	32.85	6.2	8.0	62.0	60.7	2.1	56.24	54.12	3.9	34.88	32.85	6.2	8.0				
Santa Barbara/Santa Maria	70.9	67.3	5.3	115.10	117.78	-2.3	81.59	79.26	2.9	2.9	0.0	5.3	69.6	69.1	1.0	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0	69.6	69.1	1.0	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0				
Oxnard/Ventura	68.7	68.3	0.6	85.00	79.63	6.7	58.40	54.40	7.4	10.8	3.2	3.8	71.0	66.3	7.1	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0	71.0	66.3	7.1	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0				
Bakersfield	61.3	59.0	3.9	55.26	53.93	2.5	33.85	31.83	6.3	9.4	2.9	6.8	62.0	60.7	2.1	56.24	54.12	3.9	34.88	32.85	6.2	8.0	62.0	60.7	2.1	56.24	54.12	3.9	34.88	32.85	6.2	8.0				
Santa Barbara/Santa Maria	70.9	67.3	5.3	115.10	117.78	-2.3	81.59	79.26	2.9	2.9	0.0	5.3	69.6	69.1	1.0	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0	69.6	69.1	1.0	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0				
Oxnard/Ventura	68.7	68.3	0.6	85.00	79.63	6.7	58.40	54.40	7.4	10.8	3.2	3.8	71.0	66.3	7.1	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0	71.0	66.3	7.1	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0				
Bakersfield	61.3	59.0	3.9	55.26	53.93	2.5	33.85	31.83	6.3	9.4	2.9	6.8	62.0	60.7	2.1	56.24	54.12	3.9	34.88	32.85	6.2	8.0	62.0	60.7	2.1	56.24	54.12	3.9	34.88	32.85	6.2	8.0				
Santa Barbara/Santa Maria	70.9	67.3	5.3	115.10	117.78	-2.3	81.59	79.26	2.9	2.9	0.0	5.3	69.6	69.1	1.0	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45	0.1	0.0	69.6	69.1	1.0	112.05	119.84	-6.5	79.55	79.45						

October 2004 California Lodging Industry Performance

	OCTOBER										OCTOBER YEAR-TO-DATE															
	Room Occupancy Percentage					Average Room Rate					RevPAR					Room Revenue					Rooms Sold					
	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003	% Chg	2004	2003
United States	65.6	63.0	4.1	88.66	84.42	5.0	58.12	53.20	9.2	10.1	0.8	4.8	63.0	60.8	3.6	86.67	83.44	3.9	54.63	50.69	7.8	8.8	1.0	4.8		
California	69.0	66.3	4.1	98.32	94.65	3.9	67.81	62.77	8.0	8.8	0.7	4.7	66.2	64.9	5.1	96.72	94.20	2.7	65.94	61.14	7.9	8.9	1.0	6.0		
Eureka/Crescent City	58.6	59.5	-1.5	61.80	59.36	4.1	36.19	35.30	2.5	2.5	0.0	-1.5	62.1	60.0	3.5	65.63	61.93	6.0	40.74	37.14	9.7	11.1	1.3	4.9		
Yreka/Alturas/Shasta	61.4	60.5	1.5	65.01	62.15	4.6	39.91	37.58	6.2	8.2	1.9	3.4	62.0	61.5	0.8	64.99	62.93	3.3	40.29	38.70	4.1	6.0	1.9	2.7		
Redding/Chico	62.5	62.7	-0.3	61.78	60.49	2.1	38.59	37.95	1.7	5.9	4.1	3.7	63.9	63.7	0.3	63.35	61.40	3.2	40.49	39.14	3.4	8.8	5.2	5.4		
South Lake Tahoe	47.3	50.8	-6.9	88.59	88.45	0.2	41.94	44.96	-8.7	-9.4	-2.9	-9.6	56.8	57.1	-0.5	97.90	96.63	1.2	55.51	55.19	0.6	-3.3	-3.8	-4.4		
Sacramento	61.4	61.1	0.5	83.83	82.46	1.7	51.49	50.42	2.1	1.3	-0.8	-0.4	64.6	63.4	1.9	86.71	85.80	1.1	56.02	54.39	3.0	1.9	-1.0	0.9		
Napa Valley/Vallejo	76.1	71.9	5.8	99.93	103.75	-3.7	76.05	74.62	1.9	8.5	6.5	12.7	67.6	68.6	-1.5	96.69	92.20	4.9	65.35	63.26	3.3	7.6	4.2	2.6		
Mendocino/Santa Rosa	68.0	64.2	5.9	111.31	107.58	3.5	75.68	69.06	9.6	9.6	0.0	5.9	61.1	59.6	2.5	99.07	99.29	-0.2	60.49	59.22	2.1	3.1	0.9	3.3		
San Francisco/San Mateo	76.8	70.1	9.6	127.26	124.74	2.0	97.69	87.44	11.7	11.4	-0.3	9.2	70.0	63.9	9.5	118.98	117.86	1.0	83.24	75.31	10.5	11.4	0.7	10.3		
Oakland	64.1	58.0	10.5	84.07	85.44	-1.6	53.88	49.55	8.7	8.5	-0.2	10.3	59.0	55.4	6.5	83.48	85.02	-1.8	49.24	47.06	4.6	4.8	0.2	6.8		
San Jose	58.6	56.0	4.6	100.04	100.71	-0.7	58.66	56.39	4.0	5.6	1.5	6.3	57.9	55.6	4.1	97.83	100.76	-2.9	56.66	56.05	1.1	5.0	3.9	8.2		
Santa Cruz	58.8	56.0	5.0	93.33	92.08	1.4	54.92	51.59	6.5	6.5	0.0	5.0	58.3	54.8	6.4	97.84	96.76	1.1	57.01	53.02	7.5	7.8	0.3	6.6		
Stockton/Modesto	64.4	1.7	63.3	62.37	1.40	41.4	40.15	3.20	4.3	1.1	2.8	64.6	65.9	-2.0	62.7	61.83	1.40	40.5	40.74	-0.80	1.3	1.9	-0.2			
Monterey/Salinas	66.5	63.6	4.6	154.40	142.44	8.4	102.74	90.60	13.4	14.3	0.8	5.4	65.2	63.9	2.0	144.90	141.18	2.6	94.48	90.22	4.7	6.6	1.8	3.9		
Fresno	64.6	68.8	-6.1	63.37	60.64	4.5	40.91	41.74	-2.0	-1.0	1.0	-5.3	65.5	64.0	2.3	63.07	60.46	4.3	41.31	38.67	6.8	8.1	1.2	3.7		
San Luis Obispo/Paso Robles	63.7	62.7	1.6	91.93	88.79	3.5	58.61	55.71	5.2	5.1	-0.1	1.5	65.3	65.5	-0.3	94.96	91.39	3.9	61.97	59.88	3.5	4.1	0.5	0.2		
Bakersfield	65.8	65.1	1.1	57.64	57.46	0.3	37.94	37.40	1.4	4.7	3.3	4.4	62.4	61.1	2.1	56.38	54.49	3.5	35.16	33.31	5.6	7.9	2.2	4.3		
Santa Barbara/Santa Maria	69.8	70.7	-1.3	110.10	116.39	-5.4	76.85	82.26	-6.6	-6.4	0.2	-1.1	70.9	66.8	6.1	111.87	119.43	-6.3	79.27	79.76	-0.6	-0.7	-0.1	6.0		
Oxnard/Ventura	64.2	68.4	-6.1	80.59	77.87	3.5	51.76	53.30	-2.9	2.3	5.3	-1.2	69.1	68.9	0.3	82.10	79.02	3.9	56.71	54.43	4.2	6.2	1.9	2.2		
Ontario	78.4	76.7	2.2	79.22	74.82	5.9	62.08	57.41	8.1	11.6	3.2	5.4	75.1	73.7	1.9	77.12	73.49	4.9	57.89	54.19	6.8	10.8	3.7	5.5		
Pasadena/Glendale/Burbank	73.7	74.0	-0.4	108.06	108.80	-0.7	79.63	80.47	-1.0	-0.2	0.9	0.5	71.7	67.6	6.1	106.26	102.51	3.7	76.23	69.33	10.0	10.4	0.4	6.5		
Los Angeles/Long Beach	74.3	72.9	1.9	97.96	92.86	5.5	72.80	67.68	7.6	7.4	-0.1	1.9	73.2	68.1	7.5	96.23	91.06	5.7	70.40	62.00	13.5	13.6	0.0	7.5		
Santa Monica/Marina Del Rey	74.5	77.5	-3.9	167.82	150.00	11.9	125.04	116.19	7.6	7.6	0.0	-3.8	78.9	75.1	5.1	167.57	156.07	7.4	132.26	117.16	12.9	13.7	0.7	5.9		
Anaheim	67.0	61.1	9.7	90.77	84.44	7.5	60.79	51.63	17.7	19.0	1.1	10.7	70.2	66.6	5.4	91.91	88.77	3.5	64.49	59.13	9.1	10.9	1.7	7.1		
Santa Ana/Costa Mesa	71.5	66.6	7.4	88.43	83.35	6.1	63.20	55.50	13.9	12.5	-1.2	6.0	72.4	67.2	7.7	87.62	83.72	4.7	63.47	56.22	12.9	11.5	-1.2	6.6		
Newport Beach/Dana Point	68.4	71.1	-3.8	135.19	130.53	3.6	92.44	92.77	-0.4	0.6	1.0	-2.9	71.6	69.8	2.6	139.25	134.83	3.3	99.69	94.15	5.9	8.2	2.1	4.7		
Palm Springs	62.1	55.8	11.3	110.29	105.92	4.1	68.51	59.12	15.9	16.1	0.2	11.5	62.3	58.0	7.4	114.34	113.55	0.7	71.24	65.84	8.2	8.3	0.1	7.6		
San Diego	71.4	67.9	5.2	116.31	110.52	5.2	83.06	75.01	10.7	12.3	1.4	6.7	74.0	71.2	3.9	115.13	112.94	1.9	85.21	80.40	6.0	8.1	2.0	6.0		

Copyright 2004, Smith Travel Research. All rights reserved.

The information contained in this report reflects only **past** transactions involving more than 1,000 properties, representing all types of lodging establishments and property sizes, and rates range the entire spectrum of the lodging industry in California. Therefore, the average daily rate in *California Lodging Industry Performance* is just an average that involves all segments of the industry, and it is presented merely as information relating to past trends. It should not be used under any circumstances as an indication as to what a lodging operator should charge for any particular property. It is critical that each innkeeper set his or her own room rates on a totally independent, individual basis. Information regarding any property that participates in the survey must be kept in strict confidence by Smith Travel Research.

This issue of *California Lodging Industry Performance* has a sample size of 2,222 properties, representing 316,361 guestrooms.

努力使你更幸運

八〇年代的顯學是企業管理學，到了九〇年代就變成成功激勵學，然而到了二十一世紀則是理財致富學，不管學問如何轉變，唯一不變的還是「人性」。不管是從公司制度裡，還是從群體組織裡，抑或是從投資市場裡，我們都看到每一個人對於追逐「金錢」的熱忱，以及夢想一夜致富的可能。

但是，我眼睛所看見的，卻是努力在工作，小心翼翼的厚植能力在個人身上，加上長期不斷用心用力的在事業體，最後讓自己的財富倍增。一個工作非常努力的專業經理人，他以十六年的努力，一共在工作崗位上賺得一億零六百萬，這是他十六張所得稅扣繳憑單上的總收入，不含其他業外投資收入，他說他想要證明不用投資或投機的方法，一樣可以在工作上獲得相當不錯的報酬。

本刊編輯部

於是他說了一句相當棒的話，就是「從不斷的努力中尋求運氣，在連續的運氣中創造成功。」的確，願意持續努力的人才會有幸運。當年曾經成為上市股王的廣達電腦，遇到經濟不景氣股價下挫時，董事長林百里的身價爆跌，記者問他有什麼感想？林百里回答的很妙，他說：「我還不是在工作！」

沒錯，身價在台灣屬一屬二的人，他所追求的絕不是銀行戶頭裡的數字，而是工作上的成就，那些努力的成就，帶給他滿足於個人的興趣，如收藏張大千的仕女畫作上幾無阻攔，那種幸運的財富奧援背後，卻是他多年努力工作的結果





祝您生意興隆，賓至如歸

大同新鮮家電組：自動除霜型冰箱，微波爐，置物櫃

TMO1960



TR-6RD

RC-668



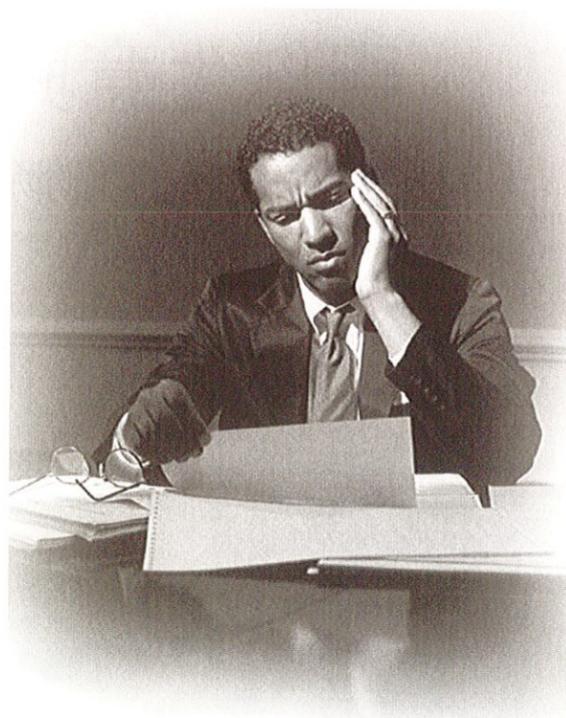
TR-4RD

大同訂購服務專線：
1-800-829-2850轉244或142
傳真：310-632-3588
電子信箱：tliu@tatungusa.com

 **TATUNG**
COMPANY OF AMERICA, INC.
2850 El Presidio
Long Beach, CA90810
www.tatungusa.com

有一部電影叫做「阿甘正傳」，相信很多人都看過，對於故事裡的主角「阿甘」，很多人有會心一笑的喜悅，因為他如台灣人常說的「天公疼憨人」，他對很多事都很認真，對於工作、愛情、友情，都很單純的付出，於是經常成為別人眼中的傻瓜，但這個傻瓜卻常常出乎別人意料之外的順利。捕蝦成為捕蝦大王，以為投資水果業賺大錢，原來是投資搶手的蘋果電腦公司；幫助因為越戰失去雙腳的長官，重新「站」起來，一如他在電影裡往前跑步的身影，他說他的跑沒有目的，但卻引發了很多人的跟隨，於是福至心靈，帶給每個人難以解釋的幸運。

曾經看過一篇文章，它有一句很重要的話，是由聯華電子總經理吳宏仁所說：「你的時間放在那裡，成就就在哪裡！」我奉為主臬。努力很重要，方向也很重要。一個學生問：「怎樣能幸運的考上好的學校？」我則說：「端賴你努力放在書本上的時間多，還是電腦網路遊戲上多！」不諱言，我有一個天才的弟弟，他從小學一路玩電腦遊戲，一直玩到拿資訊軟體的碩士學位，但個性如阿甘的他，因此讀書與遊戲他都能兼顧，更重要的是他也順利拿到相關的高薪工作。對於他而言，或許這兩者的努力，最後成就他的幸運，但並不是每一個學生都能夠適用。



同樣的，在事業上打拼的人，最忌諱的就是分心，很多原本體質不錯的公司，在經營者過度轉投資或投入股票市場後，造成研發與創新的腳步變慢，或者讓公司財務有了重大損失，使得競爭對手一路趕近，最後導致公司競爭力衰退，進而退出市場。這樣的結果，相信聰明的人都知道問題出在那裡。

陽光透過放大鏡能產生燃點，是因為焦距對準。清水在爐火上能夠沸騰，是因為集中火力。滴水能夠穿石，是因為持續無分晝夜的下蝕。海浪能夠侵蝕岩壁造成怪石奇景，是因為日月不停拍打激盪。這人世間的創造、創新、創意，無不是更多的努力，所產生的機緣，一旦更多的機緣到來，當然幸運隨之而來。

因此，讓我跟你明確的說：堅持你的努力，凝聚你的實力，一定能夠創造屬於你的幸運！



旅遊資訊及醫療保健專欄

62 上海的今與昔

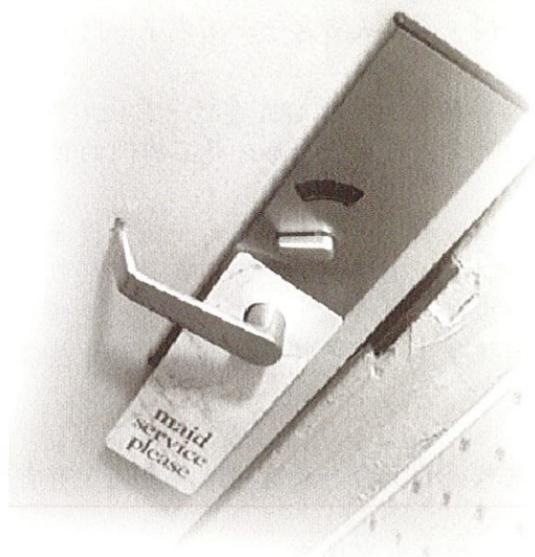
64 住宿旅館的選擇

68 印度聖城—瓦拉納西

69 中藥進補的正確觀念

71 天寒地凍，來杯熱茶吧！

72 醫療保健



上海的今与昔



本刊編輯部

據說黃包車是1873年法國人米拉自日本引進中國的，以前叫做東洋車，後來因為規定漆成黃色，所以改稱黃包車了，是三十年代城市中主要的交通工具。

上海小姐的穿著，有全盤西化的西服，有寬大的上衣下裳女學生衣裙，而旗袍的普及到漢人婦女，據說也是由上海的女性領先全國，只是逐漸由旗人直筒式長到腳踝的旗袍，改為剪裁合腰身了；袖子由寬大而窄袖，加上高領，也有下配長褲的；到了三十年代，旗袍袖子短到手肘以上，和肩寬差不多了，甚至有漏空紗的，隱約露出香肩和胸前。

茶舞是摩登仕女、高等華人和租界地區西洋人一起社交玩樂的活動。經貿的發展，財富的累積，堆疊成所謂上流社會的流金歲月。品味的追求，不只是「海派」與「擺譜」而已。

大上海實不止於此。早從1685年康熙開海禁，海疆不再閉鎖。1842年因鴉片戰爭我國戰敗，訂下南京條約，上海為五口通商之首。租界的成立，不但有經貿的強勢，而且有獨立的司法警衛，



雖是對我國完整主權的侵犯，但也帶來了西化與現代化，以及龐大的商機，上海成為世界級的大都會。

十九世紀中，太平天國之亂，大批難民擁入上海；日本侵華，1937年攻淞滬，又是大批難民擁入，租界居民由150萬暴增到500萬。還有，歷年來因上海的繁榮，吸引了衣食困難的災民和追求較好生活的小市民，人口激增造成大量民居的需求，石庫門應運而生。如今上海在新天地的古蹟翻新，眩目的現代化，既是繁華的商機，又是對老上海的懷舊，但是真正歷史上的石庫門並不是精品店和酒吧的樣子。石庫門本是一門一戶，進門是天井，樓下是客廳，上了一個陡峭窄小的樓梯便是亭子間，前樓、後樓，還有二層閣、三層閣，因為人多房子少，成了一門幾戶人家。

當年的金嗓子歌后周璇有一首歌，訴說擁擠嘈雜的尋常百姓生活，那才是石庫門的舊天地。

抗戰勝利後，有一種風行一時的漫畫：「三毛流浪記」。上海的三毛可不是台灣的三毛，流浪到西班牙、撒哈拉。上海的三毛是生活在窄巷中的窮孩子，有困苦日子的辛酸，和一些溫馨的趣事。

抗戰後的上海，又有些紙醉金迷，有首流行歌：

香濱酒氣滿場飛，
釵光鬢影為誰醉？……
還有：
夜上海，夜上海，你是個不夜城……
只見她，笑臉迎，誰知她的內心苦悶……
換一換，新天地，別有一個新環境……

1992年鄧小平的改革開放至今已有十年了，經濟再度起飛，急於和世界接軌，新天地的聲色風華，又是一種品味了。

國際電腦網路服務公司

National PC & Networking Services, Inc.

我們專精：高速網路、公司電腦維修、會計系統

各型旅館 ● 公司大樓 ● 大型倉庫 ● 遠近高低
都可銜通 ● 專業技術 ● 高級器材 ● 普通收費 ● 免費估價

**Wireless Internet
Connect Anywhere**

Tom Lin
909-232-0164 <手機>
tom@techzero.com

909-444-7841

E-mail: manager@techzero.com

20947 E. Currier Road, #C Walnut, CA 91789

住宿旅館的選擇

本刊編輯部

孩子們出國旅行，有時候不一定要去什麼風景名勝，單是坐飛機和住旅館就夠他們興奮半天的，在旅館東摸摸西看看，就可以發現好多好奇有趣的事情。

在旅途中，我們住過不少形態不一的旅舍，有的有很好的環境，有的有十分古老的歷史，有和旅店的主人變成朋友的，有溫暖親切還獲贈許多禮物的，當然也有令人不太舒適的時候，不過許多溫馨的經驗大多因為一個孩子同行，孩子無形中成為和陌生人溝通的橋梁。

自助旅行，通常在住宿方面的選擇和其他目的旅行不同，安全和經濟是首先的考量，因此在這個單元，要談論的住宿選擇，基本上是在這個前題出發的，當然，還要加上同行家人的另一大因素。

HOTEL

HOTEL 指的是一般的西式旅館，即所謂的飯店，家庭旅行住飯店，第一個考慮是要幾個床位。

床位的規格在每個國家、每個城市都不一樣，

在等級不同的旅館也不相同，因此訂旅館之前，先要弄清楚床位的規格，是一張床還是兩張床，是King size、Queen size還是Double或Single，房內可不可以加床。

一般來說，在歐美紐澳泰國這些地區床位比較大，所謂的雙人房，都有兩個Double以上的大床，但是在大都市如倫敦、紐約可不一樣，當然等級較差的旅館也不一定有這樣的設備，如何決定訂多大的房間，看同行家人的年紀和習慣吧。
牙哥：1-877-734-3258。

國內的大旅行社通常往來的旅館，一般都是四星級以上的，因此除非你想住宿方面講究一些，委託旅行社代訂旅館，其實是不太聰明的選擇，因為大部份旅行社代訂的都是和他們有特約關係的旅館，可選擇的機會少，價位一定在某一程度之上。

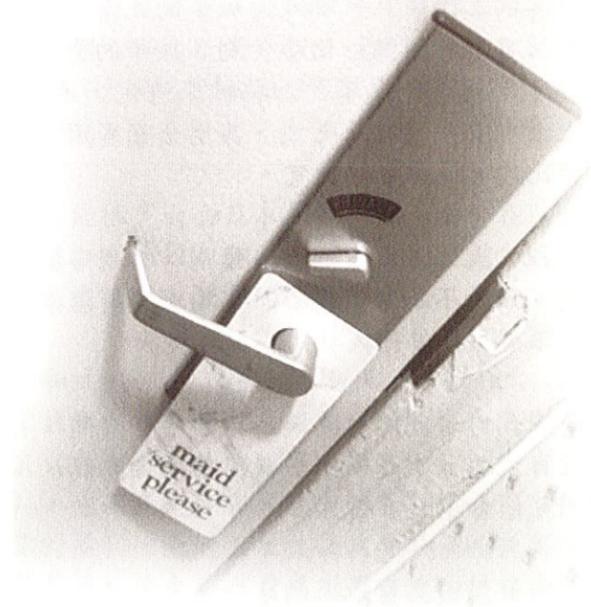
自己訂旅館，主要的資訊可以從書本上獲得，或是利用每個地區的旅遊協會，如日本的JTB（日本交通公社）、JR（日本國鐵）、英國的TI等，在每個國家都有不同的組織，到陌生的地方，可透過這些組織找旅館。歐美訂旅館，旅客直接討價還價是很習慣的事，但是在日本香港好像沒聽說過，訂旅館之前先臨蒐集點資訊吧！

在大城市想訂較便宜的旅館，選擇離繁華地段遠一些但地鐵仍很方便的地區；在風景區如果要多待幾天，可以找類似休閒旅館（Resort Hotel）的，休閒旅館也並非全如墾丁凱撒那麼高價位的。

我在加拿大及美國住過價位合宜的休閒旅館，除了有各項休閒設備，房間十分寬敞，有主臥室、客廳、餐廳、廚房、浴室等，廚房內有全套烹飪器材，包括抹布、開罐器等，令人感動。

訂旅館如果擔心資訊不足，訂到不理想的旅館，有一個辦法就是盯住一個連鎖店，例如YMCA、Holiday Inn，不過大致說來，國際知名的連鎖旅館，價位也都不低。





MOTEL

Motel指的就是汽車旅館，也就是規模較小的自助式旅館，給開車旅行的人住的，也是美國這個汽車大國最發達的產物，高速公路兩旁、小鎮街上、觀光區，到處閃著它的招牌。

住汽車旅館可以不必預訂，車子開到門口再說，因此住這類旅館，最要小心安全問題，除了選擇價格、設備，四周的環境也要留意。

Motel也有大小之別，有些大型的Motel規模如Hotel，大體說來，只是一個簡單的套房，我也曾住過有廚房設備的，一般說來，靠近公路或風景區的較貴一點，多開五分鐘路可以找到便宜一些的。我在美國鄉下住過便宜到難以想像的Motel，簡直不知它要如何生存。

不知如何選擇Motel時，同樣也可以盯著連鎖店選，如Days Inn，若是有參加AAA開車協會的，可以找和此協會有簽約的Motel。

Motel大多在汽車發達的國家盛行，如美國加拿大和紐澳 國，對不喜歡事先做計劃的旅行者，提供了一個方便的選擇。

PENSION

Pension指的是歐洲風格的小旅館，在歐洲歷史悠久，不過近十年在日本的觀光區也大量的興，或者我們可以稱西式民宿。

Pension基本上和B&B性質有些類似，規模都不大，建築物大都是二層式的木造房舍（當然也有例外），房間數不多，有家庭的味道，如果是一家人或是一群好友住在Pension，氣氛很好。

Pension除提供住宿外，也提供餐飲，有的是只有早餐，有的是有早、晚餐，有的是包含三餐的。房間有大有小，有附衛浴設備和沒有衛浴設備的。房價基本上是按人頭計算的，小孩的費用也和佔不佔床位、加不加餐點有關，房間有單人、雙人、三人和四人一間的，大都乾淨明亮，一間Pension一定有一個餐廳，至於客廳就不一定有，有些只有小小的Lobby。

我在日本住過不少Pension，大都在風景區，有些地點在沒有公共運輸系統的地方，大部份可以請Pension的工作人員到附近的車站接你。

日本的Pension歷史不長，所以設備很新，房間佈置很有歐洲鄉村風味，大小有幾種統一規格，大部份房內沒有衛浴設備，但一定是採一泊兩食制（即住一晚加早餐和晚餐）。餐點大部是改良式的法式料理，也有混合日式料理的，日本的Pension也承襲和式旅館的部份傳統，都以料理的特色為號召，所以每一家都想盡辦法做出美味的餐點。

住日本的Pension我有許多美好的經驗，一次在九州，碰到一位Pension老闆是退休教員，他看我們沒開車，便開著車帶我們到處去玩，司機兼道遊，大家相處得非常愉快。回來後我們除了寄照片給他，又介紹幾位伯母去住，這回他的招待更殷切，據說除帶著伯母到處玩之外，還拉著她們去參加親戚的婚禮，大家已變成朋友。

虔敬的腳步未曾停止 印度聖城—瓦拉納西

瓦拉納西在印度教中，被認為是毀滅之神濕婆（Shiva）的管轄之地，世界各地的印度教朝聖者都想到此尋求救贖、祈禱甚至作為終老之所。

星光逐漸黯淡，永恆的光芒消逝在河面。黎明過後，曙光魚肚般翻白遠方陵線，又悄悄潛進無聲靜流的恆河之母（Mother Ganga）懷抱，擺著嫵媚的魚尾溯游而上，光明便降臨了瓦拉納西。

本刊編輯部

不論是來自東部地區比哈爾（Bihar）的貧窮人家，或是自德里（Delhi）孟買（Bombay）乘坐著轎子過來朝聖的富人，當第一道陽光灑下，主石階區（Main Ghat）早已站滿了來自各地的虔誠印度教徒。儘管他們之間階級分明，分站不同的區域以顯示婆羅門（Bramins）和首陀羅（Sudra）之間此生明顯的差距，但當河中平台上祭司帕加瑞（Pujary）揮舞著手中的蠟燭，對著剛從夜裡甦醒的恆河念起祝禱，梵鐘響起，迴盪著河面上的廣大之音與恆河相擁，死生之間的對立浸入冰涼的河水，化為遙遠的期望逐漸流向遠方。

瓦拉納西在印度教中，被認為是毀滅之神濕婆（Shiva）的管轄之地，世界各地的印度教朝聖者都想到此尋求救贖、祈禱甚至作為終老之所。因為他們相信，只要死於聖地，用洗淨罪惡的恆河水洗滌此生的罪孽，亡者就可以免於輪迴，直接進入天堂。除此之外，瓦拉納西還是全世界最古老的城市之一，擁有四千多年以上的歷史，而且自兩千多年之前，即成為亞力安語系哲學與宗教的中心，同時也是南亞絲織品和象牙藝品匯集的貿易大城。十九世紀初，帝國主義興起，一度成為英國轄下的殖民地，直到一九一〇年印度獨立，瓦拉納西成為北方邦（Utter Pradesh）的一部份，也因其特殊的歷史地理環境，成為印度人口最多的城市之一。

離城市不遠的小鄉村撒那特（Sarnath），相傳是佛祖第一次傳道的地方；伊斯蘭教一度的傳入，雖然曾經摧毀不少的寺廟和寶塔，但經過悠悠年歲之後，也和佛教徒共同與土地上更為堅定的印度教徒一同生活著。聖城瓦拉納西包容著不同的宗教，甚至對西方的天主教徒而言，這樣的包容力，也帶給他們足以佇立凝視的眼光。誠如以故作家遠藤周作在其最後著作『深河』中所言：「河流包容他們，依舊流呀流地。人間之河，人間深河的悲哀，我也在其中。」包容著萬物的恆河，浮游著窮人富人的骨灰，不特別沉澱也不特別波揚。代表著生命的恆河，接受隨時在他旁邊傾倒的生命與祈禱的生命，不管是來自世界各地，甚或抱持著不同信仰的人來到了她的膝邊，都將被迫思考：遠在宗教之外，包容人，包容樹木萬物，偉大生命的神，根源都是以愛為本。

當你來到瓦拉納西，別忘了買一束金盞花環和一瓶牛奶，你不必親自步入恆河的水裡階梯，但你可以將東西交給旁邊正在進行曼達（munda）剃頭儀式的男孩。對他們而言，這可能是他們第一次也是最後一次來到瓦拉納西。他們不會嫌水裡的死狗和骨灰看起來是多麼噁心，也不會擔心恆河水煮出來的茶是否衛生乾淨，對他們而言，奉獻是最大的愉悅。當你來到瓦拉納西，願你目睹那一幕幕生命祭典時，能拋棄你的文化近視，重拾生命真正的感動。

中藥進補的正確觀念

本刊編輯部

隨著秋天的來臨，氣候逐漸轉涼，又接近秋冬進補的時候了，中醫治病講求「上工治未病，不治已病」，也就是在未真正生病之前應先把身體調養好，而不要等到生病後才去治療，這種養生保健的觀念歷經數千年而不衰，也在民間形成一種進補的習慣，然而隨著時代的進步、人們的忙碌，愈來愈少人知道如何進補了。

通常進補可分藥膳及純藥物進補，其中以藥膳味道較佳，較易為民眾所接受，小孩也較願意嘗試，通常最簡單的藥膳，可用簡單藥材包括當歸，黃耆，枸杞子少許加入雞肉或排骨肉煮湯，由於黃耆補氣，當歸補血，枸杞子明目，所以是氣血雙補，由於藥物量少，濃度稀，通常不太會有食後不舒服的副作用，但是力道也較弱，所以每週偶而吃吃對身體有益，如果覺得上述補藥不夠激烈的話也可試試十全大補湯藥膳，十全大補湯乃氣血雙補，為補藥中之大聖，功效強大，最好是在冬天服用較適合，而且少數人如果服用後，可能會有口乾舌燥等不適症狀時，則應少服。根據筆者的經驗，凡是過敏性體質的患者，服用十全大補湯藥膳，常有異想不到的好處，唯易發生流鼻血的孩童則不適合服用。對於患有過敏體質，卻又無法服用十全大補湯藥膳的患者則可嘗試另類補品，即是用西洋參少許加紅棗，以水煎服，通常這種補法，大人小孩均能接受，且較少發生不適症狀，對體質的改善也很有幫助，應是過敏體質的良好藥膳補品。

山藥



對於那些在天冷易發生手腳冰冷的民眾，則可適度服用中藥補血方藥四物湯，四物湯在中藥中以補血見長，其作用除可促進造血外，對末梢血管擴張也有作用，是以常發生手腳冰冷或酸麻的民眾，可偶而服用四物湯，但也有人服用後易發生口乾舌燥或腹瀉，如此則應請教中醫師以改服其他藥方較好。凡是遇天冷則肢體無力的人，可能兼有氣虛體質，可服用人參來調理身體，人參在中醫為大補元氣之品，服用後有提神，增加腦力及抗衰老等諸多作用，對於需長期熬夜工作的人，或是用腦過度的學生，均可適度服用人參來調養體質，由於人參種類繁多，又有紅參及白參之分，參體及參鬚之分，用法均不同，所以最好先了解自己體質再由醫師建議服用，較為保險。

從字面上的意義來看食補文化，許多人認為既然稱之為「補」，則一定是「補充加強」的意思，因而有人疑慮是否會因吃補而增加體重，以至於許多女性一聽到補藥均敬而遠之。其實中醫的補藥對人體的作用最適當的敘述應為「調節」而非「增強」，補藥的作用其實是在調節人體生理失衡下所產生的不適症狀，例如我們最近的研究發現，「過敏性鼻炎」的患者在服用補藥後，可有效抑制局部組織的慢性發炎反應，使過敏體質得到緩解而不至於反覆再發，而非過去的舊觀念認為吃補只是在增強免疫力，因此民眾在服用補藥之前，應先對中醫補藥有基本的認識。以下謹就較需服用補藥的族群列舉四種以供參考

一、過敏性疾病如氣喘、過敏性鼻炎：過敏性疾病為體內免疫系統異常反應，造成身體局部組織的傷害，此類疾病在中醫則歸於「氣虛體質」較多，因此在疾病治療一段時間進入緩解期後，中醫常會建議病患服用補氣藥來改善體質，以減緩過敏疾病的反覆再發，補氣藥大多以參類（人參，西洋參等）及黃耆使用較多，從現代醫學研究知道，補氣藥對於過敏體質的患者有免疫調節作用，可有效減緩疾病的再發，所以如果在治療過程中，適時加入補藥使用，常可獲得良效，而這類患者平常也適合攝取該類補藥做為調養體質的方法。

二、末梢血循不良：台灣位處海島且氣候潮濕，以致許多民眾常在冬天時出現手腳冰冷或四肢麻感等不適症狀，這種情形尤以女性更為常見，此類患者在中醫是歸於「血虛」的範圍，因此，中藥補血方劑就成為這些民眾的必需品，中藥補血藥，常見方如四物湯，常用藥如當歸，川芎，丹參，雞血藤等，從現代醫學研究可知，中藥補血方大多有促進造血及改善末梢血循的作用，因此在冬天服用，的確能減輕血循不良的問題，然而有些補血中藥過於溫燥，以至於服後可能會有口乾舌燥的情況發生，使得許多民眾因而生畏而不敢再服用，其實只要適當選擇藥材或給予水份補充，仍然可使不適情況減至最低。

三、老年人腰酸背痛：年紀大的人最常見的困擾即是筋骨酸痛，其發生原因不外是退化性關節炎及骨質疏鬆，此種情形在中醫則歸於「腎虛」，因此補腎名藥「左歸丸」及「右歸丸」即成為老年人的最愛，從最近的研究發現，補腎藥的給予可有效減緩衰老的進行，因此如果早期給予補腎藥，應可減少老人筋骨方面的毛病，然而因老年人常伴有其他疾病，所以補藥的給予更需小心，以免造成不適的併發症。

四、腫瘤術後體質調養：中藥補氣益腎之劑往往有免疫調節之作用，此類藥物較適合腫瘤術後，體虛的病患服用，由於患者接受完手術後，再加上放療或化療，往往在生理代謝、體力或免疫力

上都出現較低弱的情況，此時適度的給予中藥如：黨參、枸杞子、黃耆、紅棗等藥，對患者體力的恢復及免疫力的增強當有一定的效果，但是只要是有明顯證據，顯示有殘存的腫瘤細胞時則不應服用，以免人未補到先補到腫瘤細胞。至於化療患者出現不適症狀時，下列藥物及食物可做為調整體質的參考：

藥物療法

1. 健脾→香砂六君子湯
2. 紅血球低下→黃耆、當歸、首烏、枸杞
3. 白血球低下→黃耆、當歸、黨參、生地、熟地
4. 久病→巴戟天、肉蓯蓉、菟絲子

飲食療法

胃脘痛

1. 軟食或流食
2. 偏溫為主
3. 避免酸性油膩及辛辣刺激性食物
4. 寒痛→生薑粥
5. 食積→蘿蔔粥
6. 虛痛→紅棗粥

腹瀉

1. 飲食宜清淡易消化
2. 水瀉→粥湯
3. 久瀉→酸澀收斂之品
4. 山藥、芡實、蓮子、扁豆、薏苡仁

嘔吐

1. 胃熱→清涼之食
2. 胃寒→溫熱之食
3. 忌辛辣刺激性食物
4. 生薑片與甘蔗水調和服用

綜合上述可知，中藥利用藥補來調養體質種類極多，隨著不同人的體質也有不同的用法，然而需注意的是，凡是患有感冒、疾病或腫瘤未完全控制者皆不適合吃補，以免加重病情，只有正確的進補觀念才能對身體有益。

不過上述藥材最好是由中醫師診治後再開立較為安全。總之千萬不要病急亂投醫，也要知道如何適度攝取中藥來寶貝您的健康。

天寒地凍，來杯熱茶吧！

本刊編輯部



中國人是喝茶的民族，特別是在寒冷的冬天，來一杯氤氳裊裊的熱茶，不但可以馬上溫暖了每個人的心房，更可藉以調節身體、適應節氣，一些小毛病就可不藥而癒。尤其經過台大醫學院林仁混教授研究證實，茶葉中所含的茶多酚，具有防癌及誘導腫瘤細胞凋亡的作用；而烏龍茶的抗癌效果與綠茶不相上下，紅茶則稍遜，致此茶飲更成為健康飲料而風行全球。

值得一提的是，研究報告指出，茶葉中所含的多酚化學物，也是一種抗氧化劑，可消除自由基。目前，醫界早已證實，體內出現過量的自由基，會引起心臟血管疾病、神經系統障礙及癌症；因此喝茶既可防癌，又能避免其他疾病產生。

撇開茶的療效不談，「泡茶」、「飲茶」自唐朝以來，就被文人雅士視為一種專門的技藝與學問，所謂茶道或茶藝遂因運而生。時至今日，茶已深入我們的生活，不論工作、閒暇、好友相聚、獨坐靜思，能不拘形勢的飲用一壺好茶，就是人生一大享受。特別是喝到像靈芝如春茶這樣色、香、味俱全又兼具多種功能的好茶時，更是了無遺憾！

富含靈芝、決明子、七葉膽、烏龍茶的靈芝如春茶，因比重的關係，它的四種成分釋出的順序先後為：靈芝→決明子→七葉膽→烏龍茶；而茶水呈現出來的顏色先後順序就應該是：褐黑色→咖啡色（此時綜合為淺黃色）→淺綠色（此時標準色為金黃色）→深褐色（此時的茶色較之前的金黃色為深）。了解了靈芝如春茶的成分後，您可從茶色大約判斷出茶水的濃淡程度。

而泡茶使用的容器也要十分注意，根據研究，以密封式的茶壺泡茶最能泡出真味。當密封的茶壺放入茶包後，靜置10分鐘，待靈芝和決明子的萃取液逐漸釋放，這時就要將茶壺提起來輕輕的搖晃1分鐘左右，讓萃取液和香味自然地在茶壺內交融，如此才能呈現出靈芝如春茶最誘人的口感與香味，並延長香氣的保存時間。如果，您只想用一般的玻璃杯泡如春茶獨自品嚐的話，提醒您，記得快速上下拉動茶包1分鐘，再將茶包取出，待溫度降低些，方能喝到一杯絕佳的好茶。



本刊編輯部



冬令進補，如何恰到好處？

如何在秋冬正確的進補，一方面可以適時的滿足口腹之慾，一方面又可以保持健康，相信是多數人想要了解的一大學問。

一般進補的藥草是沒有熱量的，但加入的各式肉類則含有大量的油脂；燉補時所加入的酒其熱量和油脂差不多，1公克的油脂可提供9大卡的卡路里熱量，1公克的酒則為7卡。所以，無論是寒冬進補，或禦寒吃火鍋，烹調方式都需特別注意以下幾點：

一、減少過多脂肪及普林的攝取

減少攝取肥油的機會：烹調前，先將肉類的皮及肥油去除，或將湯頭冷藏後取去上面一層乳白色油花，以免攝取過多的熱量。

減少燉煮的時間：燉煮的時間越長，肉湯汁越濃稠，普林濃度越高，普林在身體會被代謝成尿酸，一旦尿酸堆積在體內，特別容易引起痛風發作，所以痛風高危險群及已罹患痛風者要特別小心。

減少沾醬食用：調味醬料一般常用是沙茶醬、花生醬、芝麻醬所含的脂肪較高，使用時請避免上層的油脂，而且避免添加蛋黃。

二、多吃富含膳食纖維的食品

在進大餐前多吃膳食纖維的食物，如新鮮的蔬果或其他含高纖的食品，每日25到35公克的膳食纖維，有助於降低食物脂肪的吸收，及降低血中膽固醇及尿酸的濃度，幫助腸道正常的蠕動和排泄，同時又可以幫助維持體重，在嚴冬進補之際，如果能攝取足量的膳食纖維，將是一大健康助益。

三、攝取優質乳酸菌的食物

由於冬季易偏向高熱量高油脂高動物性蛋白的飲食，腸道中的壞菌會伺機而動，一些腸道的疾病如腹瀉、便秘的現象也會增加。所以適時補充乳酸菌，可以防止腸道壞菌的增殖及作亂，並能促進腸黏膜的生長與健康，維持腸道正常的功能。

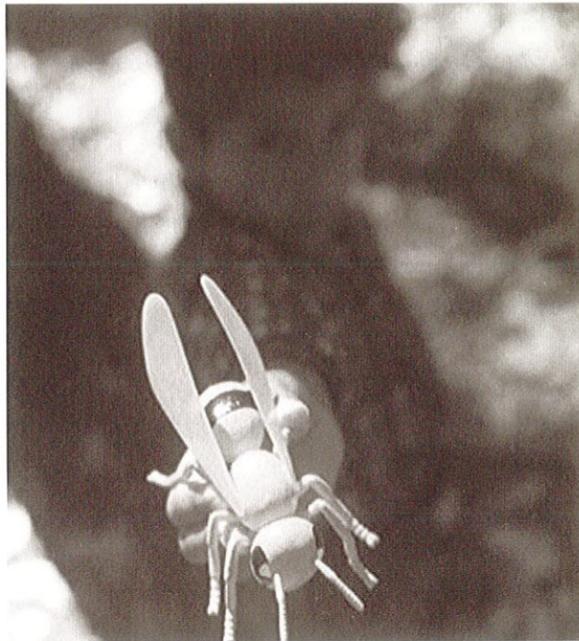
四、多補充水份

每一個健康的人都需要喝足量的水，以促進身體的血液循環及排泄，在不憋尿的狀況下，如果您一天超過4個小時以上才排尿一次，可能表示您喝水量不足，特別是在冬天，要盡量提醒自己多喝一點水，讓身體順利排除代謝的廢物。

冬季多喝蜜少吃姜

營養學家提出，季節進入冬天，要多喝蜜，少吃姜。這是什麼道理呢？

這因為，冬天的主要氣候特點是乾燥，空氣中缺少水分，人體同樣缺少水分。為了適應冬天這種乾燥的特點，那麼，我們人體就必須經常給自己"補液"，以緩解乾燥氣候對於我們人體的傷害。多喝水也就成了我們對付"秋燥"的一種必要手段。但是，如果我們光喝白開水，並不能完全抵禦秋燥帶給我們的負面效應。水份進入人體後，很快就會被蒸發或排泄出體外，所以，我國古代醫學家就替我們提供了一條最佳飲食良方："朝朝鹽水，晚晚蜜湯。"換言之，喝白開水，水易流失，若在白開水中加入少許食鹽，情況就大不同了，那就不那麼容易流失了。這種方法，與我們現代醫學中的給病號補充生理鹽水是一個道理。白天喝點鹽水，晚上則喝點蜜水，這既是補充人體水分的好方法，又是秋季養生、抗拒衰老的飲食良方，同時還可以防止因秋燥而引起的便秘，真是一舉三得。



蜂蜜是大自然贈給我們人類的貴重禮物，它所含的營養成分特別豐富，主要成份是葡萄糖和果糖，兩者的含量達70%，此外，還含有蛋白質、氨基酸、維生素A、維生素C、維生素D等。蜂蜜具有強健體魄、提高智力、增加血紅蛋白、改善心肌等作用，久服可延年益壽。《本草綱目》記載："蜂蜜有五功：清熱、補中、解毒、潤燥、止痛。"現代醫學也證明，蜂蜜對神經衰弱、高血壓、冠狀動脈硬化、肺病等，均有療效。在秋天經常服用蜂蜜，不僅有利於這些疾病的康復，而且還可以防止秋燥對於人體的傷害，起到潤肺、養肺的作用。

冬季時節，一方面要多喝鹽水和蜜水，另一方面不吃或少吃辛辣燒烤之類的食品，這些食品包括辣椒、花椒、桂皮、生姜、蔥及酒等，特別是生姜。這些食品屬於熱性，又在烹飪中失去不少水分，食後容易上火，加重秋燥對我們人體的危害。當然，將少量的蔥、姜、辣椒作為調味品，問題並不大，但不要常吃、多吃。比如生姜，它含揮發油，可加速血液循環；同時含有姜辣素，具有刺激胃液分泌、興奮腸道、促使消化的功能；生姜還含有姜酚，可減少膽結石的發生。所以它既有利亦有弊，民間也因此留下了"上床蘿卜下床姜"一說，說明姜可吃，但不可多吃。特別是秋天，最好別吃，因為秋天氣候乾燥、燥氣傷肺，加上再吃辛辣的生姜，更容易傷害肺部，加劇人體失水、乾燥。

因此，為了我們自己的身體不受傷害，當冬季來臨之際，我們最好"晨飲淡鹽水、晚喝蜂蜜水，拒食生姜"，以保自家身體健康！

吃出免疫力！

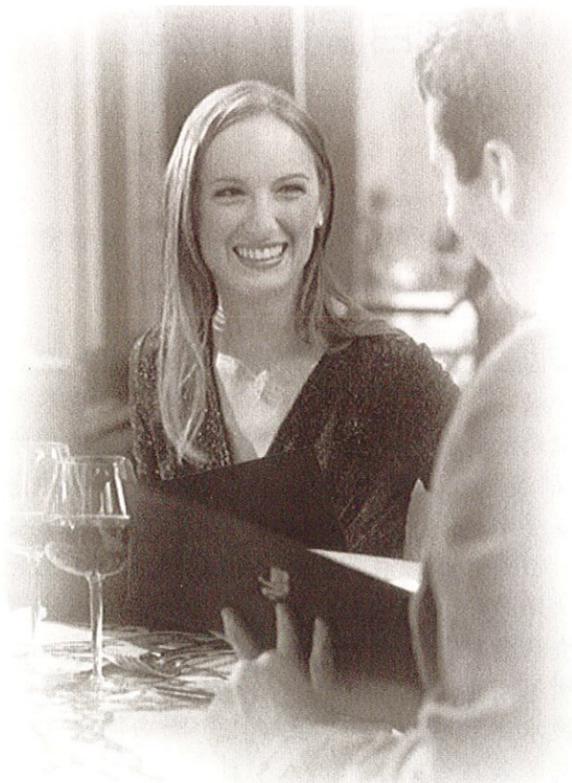
人體免疫力大多取決於遺傳基因，但是環境的影響也很大，其中又以飲食具有決定性的影響力。有些食物的成份能夠協助刺激免疫系統，增加免疫能力。如果缺乏這些重要營養素成份，將會嚴重影響身體免疫系統機能。

哪些營養素與提升免疫力有關呢？細列如下：

1.蛋白質：是構成白血球和抗體的主要成份。實驗證明蛋白質嚴重缺乏的人會使免疫細胞中的淋巴球數目大減，造成嚴重免疫機能下降。

2.營養素中以維生素C、維生素B6、β-胡蘿蔔素和維生素EP免疫力關係密切。維生素C能刺激身體製造干擾素(一種抗癌活性物質)，用來破壞病毒以減少白血球與病毒的結合，保持白血球的數目。一般人感冒時白血球中的維生素C，會急速的消耗。因此感冒期間必須大量補充維生素C，以增強免疫力。

3.維生素B6缺乏時，會引起免疫系統的退化。



4.維生素E能增加抗體，以清除濾過性病毒、細菌和癌細胞。而且維生素E也能維持白血球的恆定，防止白血球細胞膜產生過氧化反應。β-胡蘿蔔素缺乏時，會嚴重減弱身體對病菌的抵抗力。

5.維生素E能增加抗體，以清除濾過性病毒、細菌和癌細胞。而且維生素E也能維持白血球的恆定，防止白血球細胞膜產生過氧化反應。

除此之外，營養素中的葉酸、維生素B12、菸鹼酸、泛酸和鐵、鋅等礦物質都和免疫能力有關連。人體缺乏時都會影響到免疫機能，因此各類營養素的攝取必須十分充足，才能使我們的免疫系統強壯起來。

提升免疫力的食物香菇、大蒜、苦瓜、優酪乳、枸杞、紅棗，扼殺免疫力的食物高脂肪、糖、菸酒和咖啡、毒品。

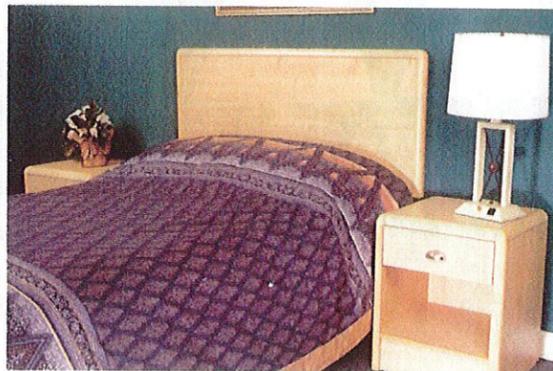
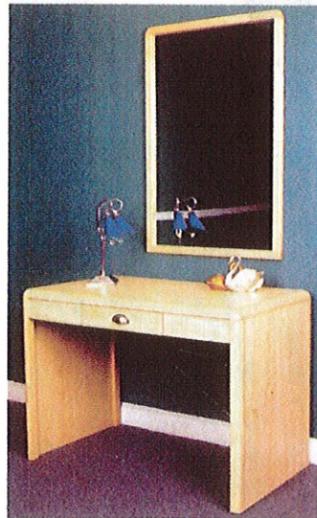
提升免疫力秘方：

- 1.改變飲食習慣
- 2.經常運動
- 3.排除壓力

您想以好的價格買到最高級旅館家具嗎？



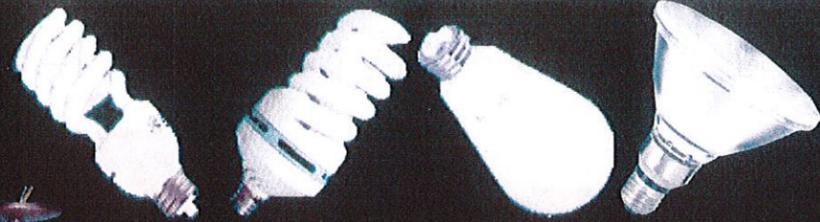
請來 C F KENT 工廠訂購



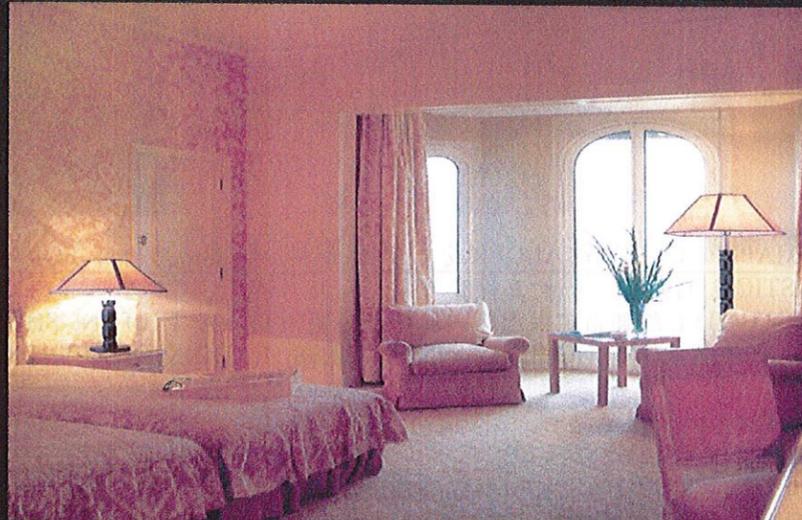
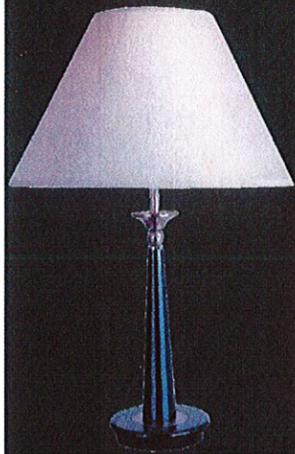
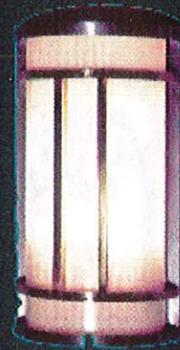
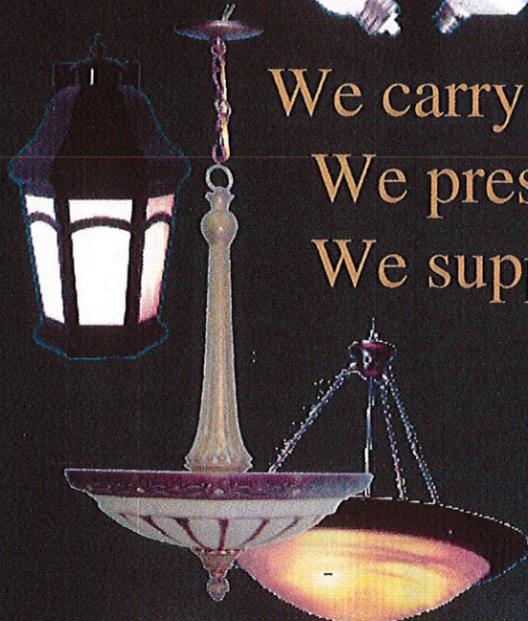
- 我們家具採用美國 MAPLE, CHEERY, ALDER 或 OAK 等材料，除桌面用耐磨 FORMICA 材料外，任何刻花不用 PLASTIC 或 PAPER，一切真材實料。
- C F KENT 是 HILTON HOTEL 總部指定供應廠。我們產品遍及全美國 HILTON, SHERATON, CROWN PLAZA, 同時我們也專供應 HOLIDAY INN EXPRESS, RADDISSON, BEST WESTERN 等連鎖旅館。
- 南加州台灣旅館業同業公會特約供應廠。
- 我們接受室內設計師任何指定規格要求產品。
- 歡迎來 City of Commerce 工廠 SHOW ROOM 參觀洽談。



5822 Smithway Street, City of Commerce, California 90040
TEL: (323) 346-2500 FAX: (323) 346-2700
cfkent@cfkent.com



We carry all kind of lamps
We present best quality
We supply lowest price



StaiArt International LTD.

Tel: 1-888-808-8978 , 1-714-596-8882

18292 Enterprise Lane, Huntington Beach, CA 92648