



南加州台灣旅館業同業公會

旅館會刊

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

September
2 0 0 6

HOTEL & MOTEL JOURNAL

Issue Number **119**



American Lighting

The Lighting Source for the 21st Century

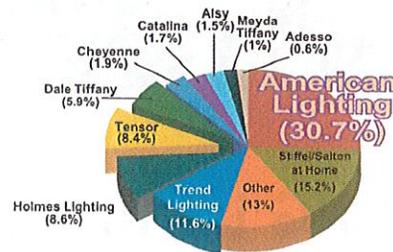
800A Iowa Avenue, Riverside CA 92507 USA
Tel: 951-328-8000 Fax: 951-328-8099/8018



價美質優家用旅館燈飾

全美消費者雜誌 (HOMEWORLD MAGAZINE) 評定

全美 "第一品牌"



ACUBI™
Office Space Systems
HOTEL & HOSPITALITY FURNISHINGS

美華辦公傢俱公司

隔間屏風 • 工作站系列

現代時尚與空間流線

組合成為高效率辦公室



Order Hot Line:
TEL: 951-328-8182, 8186, 8110
800 Iowa Ave., Riverside CA 92507

www.Acubi.net

★歡迎洽詢•免費估價•客戶需求•量身訂造★

Special Thanks to INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP



INTERCONTINENTAL.
HOTELS GROUP



CREATING LEADING PLACES TO WORK, RELAX AND DREAM.

With over 3,500 hotels in nearly 100 countries, InterContinental Hotels Group is the world's most global hospitality company. With consistently high standards across a breadth of differentiated hotel types, our outstanding "Family of Brands" meets the diverse needs of leisure, business and extended-stay travelers. Our unique franchise support services and brand-specific marketing strategies are making it possible for our investors to reap rewards like never before.

To learn more about
investment opportunities with
InterContinental Hotels Group,
please call 1-770-604-2166
or visit us at: ichotelsgroup.com/
development





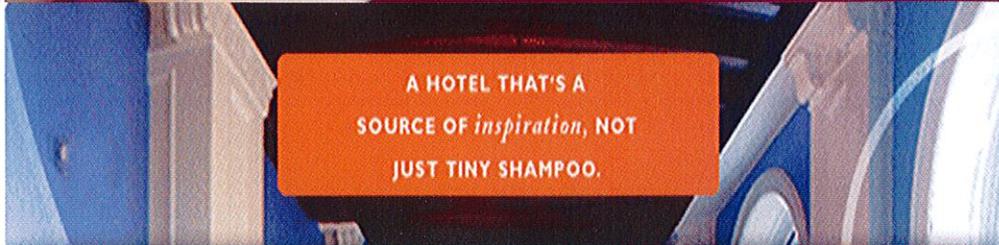
Do you live an InterContinental life?



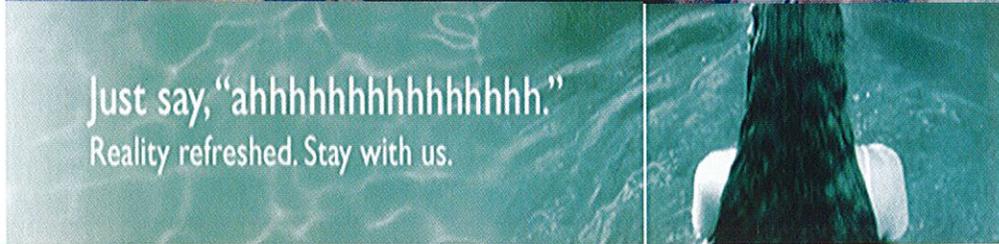
Sleep Better with the Crowne Plaza Sleep Advantage™



A HOTEL THAT'S A SOURCE OF *inspiration*, NOT JUST TINY SHAMPOO.



Just say, "ahhhhhhhhhhhhhhhhhhh." Reality refreshed. Stay with us.



Fresh. Simple. Smart.

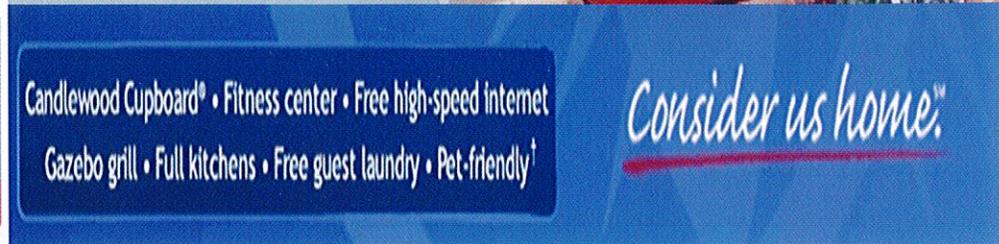


Get comfortable.™



Candlewood Cupboard® • Fitness center • Free high-speed internet
Gazebo grill • Full kitchens • Free guest laundry • Pet-friendly†

Consider us home.™





Anything else will somehow seem less.

INNOVATIVE DESIGN WITH A SWEET BOTTOM LINE.

ARCHITECTURE, INTERIOR DESIGN, FF&E PROCUREMENT, TECHNOLOGY AND FINANCING – HFS IS YOUR SINGLE SOURCE.

With the most complete showroom in the industry, HFS features 34,000 sq. ft. of award-winning guestrooms. Through innovative interior design, financing, technology solutions and streamlined procurement, HFS allows you to put more into your property while adding more to your bottom line.

SAMPLE ROOM FINANCING OPTIONS



*Based on a 60 month \$1.00 purchase option lease with optional 25% down. Subject to credit approval.

HOSPITALITY FINANCE & SALES, LLC LAS VEGAS, NEVADA 702.871.0030 www.HFSales.com

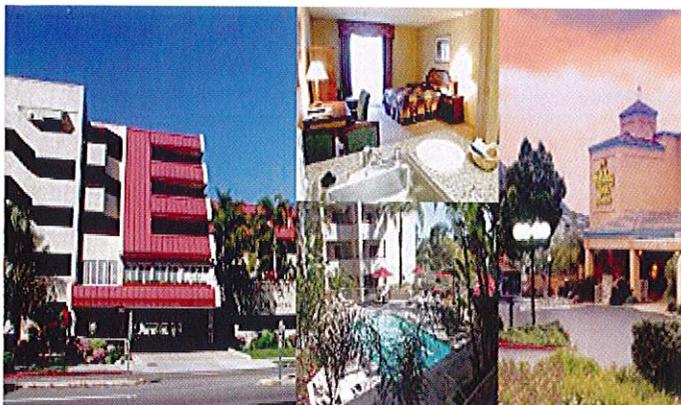


Atlas
HOSPITALITY GROUP

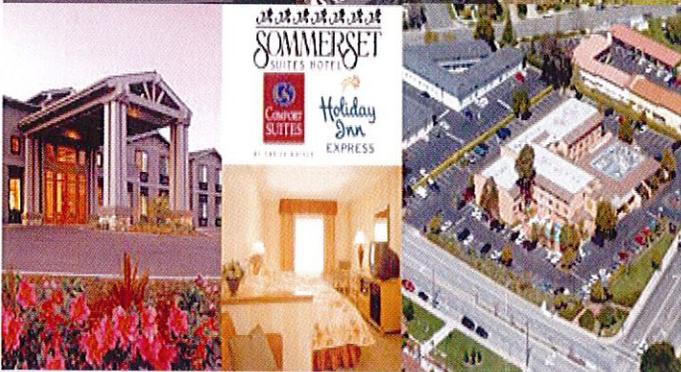
ATLAS HOSPITALITY GROUP
The Market Leader in California Hotel Sales

加州專業旅館地產公司

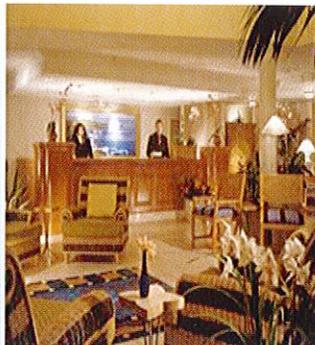
領導加州旅館市場開拓地產投資商機



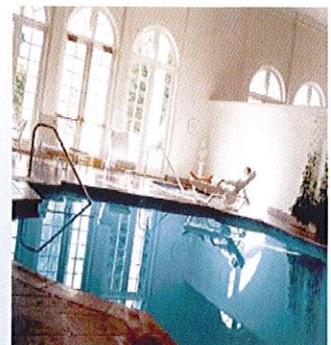
Crowne Plaza Hotel Oakland South/Union City



Pacifica Hotels/Investco Joint Venture Hotel Portfolio



Santa Barbara Inn



Resort Palm Springs

多年來我們以專業的知識與誠摯的服務，為會員們提供各項投資講座。

我們將秉持著一貫的作風，竭誠為加州華人業主及公會會員們服務。

詳情請洽華裔經理/南加州旅館業同業公會副會長 汪蔚興 **Wilson Wang**



2500 Michelson Drive, Suite 110, Irvine, CA 92612

Telephone: 949-622-3402 • Fax: 949-622-3410

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



OFFICIAL LCD TV OF THMASC



OLEVIA

OLEVIA 532H

ALSO AVAILABLE:
OLEVIA 527V, 537H & 542I LCD HDTV

OLEVIA
olevia.com

Contact Bobby Chang at 909.859.8449 or bobby.chang@syntaxbrilliant.com for additional information

歷任會長

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
第二十九-三十屆	林宣昭 / Herman Lin	2003-2005
第三十一-三十二屆	范約瑟 / Joseph Fan	2005-2006

會長的話

范約瑟



親愛的理事及會員們：

非常感謝去年度的支持與愛護，使得第三十一屆年會順利圓滿結束，此次盛會感謝許多貴賓遠道前來參與：中華民國僑務委員會張富美委員長，洲際酒店集團（Intercontinental Hotel Group）美洲地區總裁 Steve Porter，及休士頓美南旅館公會吳會長及紐澤西旅館公會柯會長及會員們等等。在商展部份，感謝熱情參與的廠商提供最新訊息及產品，使得參觀會員們受益匪淺，收獲良多。許多廠商還向我抱怨攤位空間不夠，無法擺設更多參展商品，甚至有廠商沒登記到參展攤位相當懊惱，關於這些建議，在明年度的商展，我們將會努力尋找更寬廣的場地，讓參展廠商們可以大展實力，而參觀民眾們吸收更豐富的資訊，彼此互蒙其利。

再者，承蒙各位會員的愛戴，在這新任期開始，期許各位會員的旅館事業鴻圖大展，更希望會員們能積極參與公會活動，彼此互相切磋，交換訊息，此乃為本公會設立的最大目的。而在本年度的第一個聚會（Young Adult Group），九月十三日在The Ritz-Calton, Huntington Hotel & Spa, Pasadena舉辦，此次聚會主要目的是希望凝聚年輕的旅館事業第二代，藉由聚會相互分享旅館經營經驗與最新訊息。

由衷的感謝以下廠商本年度的贊助款項：InterContinental Hotel Group, CF KENT Hospitality, AT&T, A-MAC, HFS, Concepts-4, 及Syntax Brillian等。由於您們的贊助，使得公會有充份的資源可以提供更好的服務給會員們。在此，更歡迎會員們推薦優秀旅館業相關廠商，交流新產品與服務給公會廣大的會員們。

至於，旅館公會的網站部份，瀏覽人數雖然進展緩慢，但持續在增加中，希望會員們多多提供產品上網拍賣，只要與旅館業相關的新舊產品均可，意者請洽旅館公會秘書Shirley。

特此公告：公會正籌劃十一月份座談會，地點位在Ventura的Four Points by Sheraton，特地邀請華興保險公司張國興總裁及專業律師，主講時下最受爭議的話題“性騷擾預防與解決之道”，尤其旅館行業屬於服務業性質，雇主需深諳法律條文才能保障公司權益，避免訴訟。座位有限，歡迎有興趣的會員儘速與公會秘書Shirley聯繫。

順頌商祺！

President's Letter to the Members

Joseph Fan

Dear Board of Directors, Members and past Presidents,

I would like to thank all the Board of Directors, past Presidents, members and vendors for their wonderful support at the 31st Anniversary of the THMASC. With everyone's help, we were able to make the tradeshow and banquet a huge success. I would also like to extend a very special thanks to our guests that traveled so far attend: Mr. Steve Porter from Intercontinental Hotels Group, Dr. Chang Fu Mei from the Overseas Compatriot Affairs Commission, and our sister Associations from Houston and New Jersey. Our tradeshow has continued to expand each year and is now at the point where we have outgrown our current location. We will explore new locations next year to ensure that all vendors will be accommodated.

To begin the new year, I want to wish all of our members success with their business. Even with interest rates rising steadily, our occupancy and ADR is projected to continue on an upward trend.

On September 13, we will hold another meeting of the Young Adult Group at the Ritz-Carlton, Huntington Hotel Pasadena. The purpose of this group is to have our second-generation hoteliers network and share ideas.

In November, we are scheduled to have a training class at the Four Points Sheraton in Ventura. It will be a very informative meeting on how to deal with sexual harassment at the workplace. Please contact Shirley for more details.

This year we are very pleased to have the following vendors sponsoring us for 2006-2007: Intercontinental Hotels Group, CF Kent Hospitality, AT&T, A-MAC, HFS, Concepts-4, and Syntax Brilliant. With their support it means that we are able to provide even better training classes and resources to our members. If you know of any vendors that are interested in becoming sponsors, please feel free to direct them to the THMASC office.

Please remember to visit our website at www.thmasc.org. It will keep you updated on any events in the near future. Also, if you have any hotel related items you would like to sell on our classified section, please let Shirley know.

I hope that everyone has a great year and I look forward to seeing everyone soon!

CONTENT

- | | |
|------------------|--|
| 7 歷任會長芳名錄 | 40 On the Up and Up |
| 8 會長的話 | 44 California New Hotel
Development Survey
Year-End 2005 |
| 11 第三十二屆理事名單 | 47 InterContinental Hotels
Group Lodging Brands |
| 12 第三十二屆第一次理事會 | 50 Federal Law Trumps State
Statute in Drug-Free
Workplace Court Case |
| 15 第三十一屆年會報導 | 52 酒店裡，無聲的銷售員 |
| 21 姐妹會美南旅館公會年會報導 | 55 旅館投資者，鑑往知來 |
| 22 會務報導 | 57 請不要忽視勞工保險 |
| 28 會務報導-青年部 | 58 退休金重大改革 |
| 29 北美洲台灣旅館公會聯合總會 | 60 四年收回投資的迪拜洲際酒店 |
| 36 會員福利 | 62 房地產買賣的貸款問題 |
| | 64 華美達打造真正產權式度假酒店 |
| | 65 投資黃金 保值避險 |
| | 67 日本賞櫻之旅 |

第119期2006年 9月出刊

Our Team

- 發行人： 范約瑟
召集人： 邱濟宏
總幹事： 周培瑩
編輯委員： 許清松、邱垂煌、林宣昭、盧景林、吳東昇、鄭春暉、
江 耀、王正純、汪俊宇、李德揚、劉昇平、汪蔚興、
劉明岳、郭學仁、李秉信、鄧永征、王政煌、郭永賢、
葉鈺華、吳萱蓉、吳智賢、許瑞朋、王明暉、謝健裕、
陳柏睿

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

第三十二屆理事名單

<p>Chairman 理事長 許清松 Mr. Stephen Hsu 515 West Katella Ave. Anaheim, CA 92802 (O)714-991-6868(F)714-817-8588 Stephen@ramada-anaheim.com</p>	<p>President 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 brightonllc@aol.com</p>	<p>Consultant 會務顧問 邱垂煌 Mr. Chris Chiu 2 Orchard Lake Forest, CA 92630 (O)949-462-9500(F)949-273-5898 chiulaxst@yahoo.com</p>
<p>Consultant 會務顧問 林宣昭 Mr. Herman Lin 9335 Kearny Mesa Rd. San Diego, CA 92126 (O)858-695-2300(F)858-578-7925 herman.lin@yahoo.com</p>	<p>Consultant 會務顧問 盧景林 Mr. Robert Lu 4400 Hughes Lane Bakersfield, CA 93004 (O)661-833-3000(F)661-833-3736 bobklt@aol.com</p>	<p>Vice President 副會長 吳東昇 Mr. Tom Wu 705 N. San Gabriel Blvd. Rosemead, CA 91770 (O)323-887-9235(F)323-887-9236 tomwula@yahoo.com</p>
<p>Vice President 副會長 汪俊宇 Mr. Gerald Wang 1455 Monterey Pass Rd., #201 Monterey Park, CA 91754 (O)323-268-8886(F)626-446-4068 gwang@vicinn7.com</p>	<p>Vice President 副會長 王政煌 Mr. Michael Wang 5325 E. Pacific Coast Hwy Long Beach, CA 90804 (O)562-597-3285(F)562-498-7167 mwang@venquest.com</p>	<p>Vice Prisedent 副會長 汪蔚興 Mr. Wilson Wang 2500 Michelson Dr., Ste.110 Irvine, CA 92612 (O)949-622-3402 (F)949-622-3410 Wilson@atlashospitality.com</p>
<p>Auditor 稽核 李德揚 Mr. Terry Lee 345 S. Figueroa St., Suite 100 Los Angeles, CA 90071 (O)213-680-8811(F)213-680-9134 terry@apccusa.com</p>	<p>Treasurer 財務 鄧永征 Mr. Nicolas Teng 3344 State St. Santa Barbara, CA 93105 (O)805-687-6611(F)805-687-7116 nickteng@msn.com</p>	<p>Director 理事 鄭春暉 Mr. Peter Cheng 1538 E. Lincoln Ave. Anaheim, CA 92805 (O)714-635-6888(F)714-883-8000</p>
<p>Director 理事 王正純 Mr. Chen-Chun Wang 1402 W. Pacific Coast Hwy. Wilmington, CA 90744 (O)310-834-3400(F)310-887-2225</p>	<p>Director 理事 李秉信 Mr. Ping Hsin Li 800 South Beach Blvd. Anaheim, CA 92804 (O)714-995-5700(F)714-826-6021 pinglee0803@aol.com</p>	<p>Director 理事 江耀 Mr. Bill Chiang 2845 Supply Ave. Commerce, CA 90040 (O)323-721-0252(F)323-721-6086 yaochiang@yahoo.com</p>
<p>Director 理事 郭學仁 Mr. Simon Kuo 26328 Oso Parkway Mission Viejo, CA 92691 (O)949-582-7100(F)949-367-7696 simonkuo8@aol.com</p>	<p>Director 理事 劉昇平 Mr. Sheng Ping Liu 721 S. Indian Hill Blvd. Claremont, CA 91711 (O)909-626-2431(F)909-624-7051 hojo1429@verizon.net</p>	<p>Director 理事 劉明岳 Mr. Ben Liu 788 W. Huntington Dr. Monrovia, CA 91016 (O)626-358-8981(F)626-301-0657 grandoaktreeinn@aol.com</p>
<p>Director 理事 郭永賢 Mr. Sherman Kuo 5447 El Cajon Blvd. San Diego, CA 92115 (O)619-583-5447(F)619-582-1097</p>	<p>Director 理事 邱濟宏 Mr. Kevin Chiu 1510 E. Colorado St. Glendale, CA 91205 (O)818-507-6688(F)818-507-8103 alpsvu@yahoo.com</p>	<p>Director 理事 吳萱蓉 Ms. Amy Wu 705 N. san Gabriel Blvd. Rosemead, CA 91770 (O) (323) 887-9235(F) (323) 887-9236 amywu326@hotmail.com</p>
<p>Director 理事 許瑞朋 Mr. Andy Hsu 3135 E. Main St. Ventura, CA 93003 (O)805-642-8430(F)805-642-2733 andyshsu@yahoo.com</p>	<p>Director 理事 葉鈺華 Ms. Jennie Yeh 20530 Earlgate St., #100 Diamond Bar, CA 91789 (O)909-869-8760(F)909-594-5105 jenniejeh715@yahoo.com</p>	<p>Director 理事 吳智賢 Ms. Daphne Ng Chan 6090 N. Irwindale Ave., Ste.F Irwindale, CA 91702 (O)626-812-7612(F)626-633-7117 Daphne.Ng@sce.com</p>
<p>Director 理事 謝健裕 MR. Scott Hsieh 2818 E. Colorado Bl. Pasadena, CA 91107 (O)626-304-9876(F)626-203-3016</p>	<p>Director 理事 王明暉 Mr. Chris Wang 332 N. Chandler Ave. Monterey Park, CA 91754 (O)626-202-6723(F)626-457-1607 chris@pabcla.org</p>	<p>Director 理事 陳柏睿 Mr. Kevin Chen 915 S. Disneyland Dr. Anaheim, CA 92801 (O)714-778-0350(F)714-778-3878 kchen@super8motel.net</p>

第三十二屆第一次理事會

周培瑩

一、時間：二〇〇六年七月十一日(星期二)下午4:30pm

二、地點：本會會議室

三、出席理事：范約瑟 邱垂煌 許清松 林宣昭 李德揚 鄭春暉 鄧永征 汪蔚興 王政煌
江 耀 王正純 劉昇平 汪俊宇 劉明岳 郭永賢 邱濟宏 許瑞朋 葉鈺華
謝健裕 王明暉

四、報告事項：

(一) 第三十一屆理事長林宣昭報告：

(1)在過去的一年裡，感謝各位理事及會長范約瑟的支持，自己事業繁忙不能親自參與會務，感謝各位的諒解，我們也看到年輕的范會長不負重望，把公會帶領的井然有序，今年在募集款項上全力幫忙。

(2)順便一提有關旅館採購方面的事情，敬告各位理事有幾家廠商的售後服務很差，對於旅館的整體營運造成困擾，各位須慎選供應廠商。

(二) 第三十二屆會長范約瑟報告：

(1)感謝各位的支持續任第三十二屆會長一職，公會一切活動有賴於各位的通力合作，不論在金錢或力量的支持上對公會來說都是重要的，今年我仍著重於財務上的籌募，目前已有多家廠商答應於本屆中繼續給予財務的支持，目前贊助廠商答應繼續支持的有CF KENT \$15,000元、IHG\$60,000元、HFS\$6,000元、A-MAC\$6,000元、RAMADA INNS\$6,000元。還有每屆各位理事該履行的義務希望各位能繼續保持。

(2)雖然本屆北美洲旅館聯合總會由美南旅館公會接任總會長職但本會仍以姊妹會的情誼與以從旁的協助。

(三) 第三十一屆財務鄧永征報告：

第三十一屆六月三十日止本會帳戶 (TV \$25,559) 結餘\$10,719.01

(四) 第三十一屆稽核李德揚報告：

第三十一屆各位理事表現均良好，希望繼續保持。

(五)北美洲台灣旅館聯合總會前總會長邱垂煌報告：

第三十二屆第一次理事會

- (1) 由本會所擔任的第一屆北美洲台灣旅館聯合總會，感謝范約瑟會長的鼎力支持及秘書長汪蔚興、財務長汪俊宇的幫忙，現在由美南旅館公會陳美芬擔任總會長。
- (2) 感謝各位理事過去一年對於北美洲台灣聯合總會的支持，本次年會與南加州台灣旅館公會合辦，活動內容的創新讓來賓耳目一新。
- (3) 邀集王桂榮擔任北美洲台灣旅館公會聯合總會榮譽總會長，寄來贊助款\$5,000元。
- (4) 將由本會顧問前會長林宣昭至北加州籌設北加州旅館公會，因本人及前會長林宣昭有旅館位於北加州，應地裡之便再召集幾位旅館同業，半年內既可成立。

五、提案討論及決議：

(一)第三十二屆幹部推選及工作分配：(參閱p14)

各幹部按照上一屆，由吳東昇、汪俊宇、王政煌、汪蔚興四位擔任副會長職
稽核由李德揚擔任，財務由鄧永征擔任，理事長由本會前會長許清松擔任，

(二)第三十二屆會務及財務移交：

第三十一屆會務移交至第三十二屆。

(三)年會工作討論：

如何降低Keynote Speaker在台上演講時台下來賓的噪音，於下次年會中改進。
抽獎時間控制問題，來賓反應本次抽獎時間太晚開始。

六、臨時動議：

- (一)通過理事會費維持原來會長及理事長\$2,000元副會長\$1,000元理事\$500元。
- (二)通過撥款\$5,000給公會增設圖書館用品及書籍。
- (三)通過總幹事加薪一元，會員一百名之後每位抽10%傭金。



第三十二屆理事會小組工作分配

- 一、**訓練班及座談會委員會**：Training Class for Members
召集人：汪俊宇 副召集人：王政煌、吳智賢、葉鈺華、王明暉、謝健裕
- 二、**資訊交流委員會**：Discussion about internet information
召集人：李秉信 副召集人：許瑞朋、陳柏睿
- 三、**連鎖經營委員會**：Assigning who handles chains and Franchises
召集人：林宣昭 副召集人：許清松、范約瑟、鄧永征、郭學仁
- 四、**會員推廣及服務委員會**：Mememrship
召集人：汪蔚興 副召集人：鄭春暉
- 五、**出版通訊委員會**：Publish Journal
召集人：邱濟宏 副召集人：汪蔚興、范約瑟
- 六、**公共關係委員會**：Relationship
召集人：邱垂煌 副召集人：林宣昭、劉昇平、王正純
- 七、**旅館評估及諮詢顧問委員會**：Consulting & Evaluation of Hotels Standards
召集人：鄧永征 副召集人：汪俊宇、汪蔚興
- 八、**會館管理委員會**：Associations Keepers
召集人：盧景林 副召集人：邱垂煌、許清松、吳東昇
- 九、**圖書館成立籌備委員會**：Discussion on Library
召集人：郭永賢 副召集人：王明暉
- 十、**全美台灣旅館公會委員會**：THMANA Chris Chiu,Herman Lin,Stephen Hsu,
Joseph Fan,Peter Cheng,Nick Teng,Jerry Wang,Wilson Wang
- 十一、**第三十二屆年會籌備委員會**：
召集人：范約瑟 副召集人：李德揚、吳東昇、汪蔚興、葉鈺華
- 十二、**青年部委員會**：Young Adult Department for THMA
召集人：Amy Wu 副召集人：Kevin Chiu,Andy Hsu

座談會通知

本會於二〇〇六年十一月八日(星期三)早上10:00am-4:00pm假Four Points Sheraton Ventura舉辦座談會，就性騷擾的議題邀請到張國興先生華興保險及律師為會員講解，所謂性騷擾的訴訟層出不窮，業者須因員工行為負連帶責任，如何防範及因應的辦法邀請專人講解，並於課後發講習証書，本証書有效期為兩年，適用於各公司行號。敬請預留時間參加。儘速報名，626-280-2207 Shirley，提供中餐及前五名安排交通工具。會員\$20.00,非會員\$40.00 為方便作業，請將公司名稱及報名參加者正確名字
E-Mail: thmasc@sbcglobal.net

時間：2006年十一月八日(星期三)早上10:00am-4:00pm

地點：Four Points Sheraton Ventura / 1050 Schooner Dr. Ventura, CA 93001 Tel: 805-658-1212

經文處魏武棟致詞



本刊編輯部

北美洲台灣旅館聯合總會第一屆年會與本會年會同時辦理，並舉行了交接儀式，美南旅館公會前會長陳美芬從前總會長邱垂煌手中接任第二屆總會長職，由榮譽總會長王桂榮先生擔任監交儀式，本會會長范約瑟更允諾給予北美洲台灣旅館公會新任總會長陳美芬各樣活動的協助。

第三十一屆年會于二〇〇六年六月二十五日假Hilton San Gabriel舉行，按照往例有廠商的商展，本屆所有節目、燈光及佈置均由專屬公司負責，給人煥然一新的感覺，貴賓雲集，打破預計的三十五桌達到四十四桌，僑務委員會張富美委員長特地趕來參與此盛會，InterContinental Hotels Group及多家連鎖旅館均出席，及各單位代表，姊妹會組團參加。

今年建館基金在各位的籌募下達到償還目標，已無息的將全數金額償還給各位借款人，這是一大創舉，公會由起初的無殼蝸牛，尋找棲身之地，有了家，由各位熱心的無息貸款給公會，每年固定的從銀行帳戶中撥款存入償還帳戶，一點一滴渠成大河，公會也特贈獎牌給各位無息貸款給公會者，這些年在英明會長的領導下財務上有很大的突破，廠商毫不吝惜的贊助，給公會帶來很大的改觀，如果不是他們也默默的回饋於各個廠商，公會進而在各項活動中能擴大辦理與各個駐外單位互相配合造福更多業者，在年會中InterContinental更答應繼續贊助本會，讓公會在會務推展上更順利，本會將善加予以應用。

本屆最佳廠商有InterContinental Hotels Group, CF Kent, Hospitality Unlimited Investments, A-Mac Hospitality Furniture, Hospitality Finance & Sales, AT&T感謝贊助廠商在本屆給予的財務支持，最佳理事由本會理事郭永賢獲得，他遠居於San Diego地區但風雨無阻，開會總是準時到達，投入心力於公會設立圖書館，最佳會員由Edison Company華人代表吳智賢獲獎，Edison Company 長期以來對業者提供多項折扣計劃，其華人代表吳智賢更熱心的解決業者各項用電問題，對於Edison的省電計劃更是不遺餘力的跟隨本會座談會到各個地區角落到處宣導。

今年年會聚集了各地旅館業者，彼此的相逢，切磋各地之旅館狀況，拉近了彼此的距離，相信這樣的交流意見的交換，彼此的學習均帶給公會更大的成長。



贊助廠商Syntax感謝本會過去一年裡對該公司的支持，特頒贈獎牌一面表揚本會。由會長范約瑟及會務顧問邱垂煌代表接受。



**Get more efficient and save more money
 - we can help!**

High-efficiency equipment is key to lowering your energy costs and reducing your energy use. And helping you obtain high-efficiency equipment is the key to Southern California Edison's Business Incentives and Services program. Designed especially for our business customers, Business Incentives and Services offers cash incentives toward the purchase and installation of qualifying equipment.

Unique Incentive Options

Business Incentives and Services offers two unique incentive options from which to choose.

Standard Performance Contract (SPC) -

The calculated approach is based on the annual energy savings achieved on a per kWh basis.* Both pre and post installation inspections are required before incentives are paid. Applications must be submitted prior to installation.

Calculated measures are paid based on the annual amount of kWh saved as follows:

- Lighting and lighting controls \$0.05/kWh
- Air conditioning/Refrigeration \$0.14/kWh
- Other equipment (motors VFDs, air compressors, etc.) \$0.8/kWh

Eligible equipment added as new load in an existing facility qualifies for rebate incentives if there is no change to the footprint of the building.

This program is guided by California utility customers and administered by Southern California Edison under the auspices of the California Public Utilities Commission. This program may be modified or terminated without prior notice.

Express Efficiency -

The itemized approach is based on the specific on a per-item basis. Combined incentives greater than \$3,000 requires a post-inspection prior to the calculated approach for eligible measure and may be subject to pre-inspection.

Rebate Calculating Tools

For itemized measures, use our online calculator available at www.sce.com/rebatesandsavings. Click on the appropriate measure and calculate your rebate amount.

SPC calculated measures may be estimated using our SPC Calculation software program. To request the program on CD-ROM or to download a copy, visit www.sce.com/rebatesandsavings.

Eligible Itemized Measures and Equipment

Below are samples of eligible measures/equipment available for incentive through Business Incentives and Services

Lighting

Interior high bay 4 or 6 lamp T8 and T5 fixtures
Occupancy sensors, photocells, and time clocks

High efficiency LED exit signs
T8, T5 or T5 high output linear fluorescent lamps with electronic ballasts
Cold cathode fluorescent lamps

Refrigeration

Gaskets for glass or solid doors for walk-in coolers and freezers
Strip curtains
Auto-closers for main cooler or freezer doors or reaching cooler or freezer doors
Night covers for display cases

Air Conditioning

Reflective window film
Variable frequency drives

Food Service

Boilerless/Connectionless steamers
Insulated hot food holding cabinets
Commercial electric fryer
Commercial electric griddle
Commercial electric convection oven
Commercial electric combination over
Commercial ice machines
Commercial reach-in refrigerators and freezers

Free Online Energy Survey

Visit www.sce.com and take our quick and easy survey to find other ways to help make your business more energy efficient. Once you complete the survey, you'll receive a personalized report online that identifies the equipment best suited for an energy-efficient upgrade. You'll also discover the average upgrade cost, and the estimated annual savings you can expect.

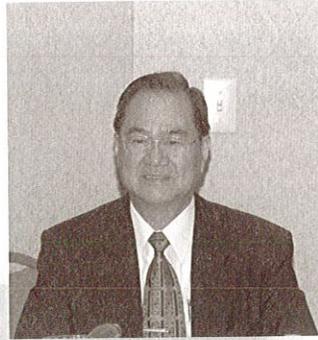
北美洲台灣旅館公會聯合總會



北美洲台灣旅館公會聯合總會
第一屆第二次理事會議



北美洲台灣旅館公會聯合總會



北美洲台灣旅館公會聯合總會

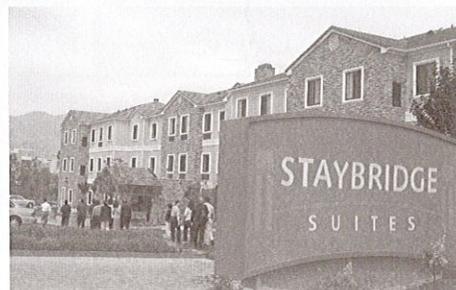


共襄盛舉





精英雲集





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。

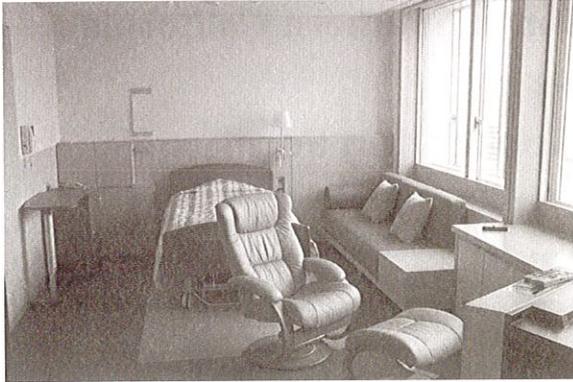
旅館公會特別為每一位會員及其旅館提供健康保險福利，只要你是公會會員，即可享有參加的權利。保險公司是由加州最大HMO公司之一的HealthNet所承保。醫生大多數屬於HealthNet的合約醫生，醫療網亦很多，到目前為止，尚沒有會員有不好的反應，反而得到醫療照顧的會員，大大的推崇這項福利，認為應該更多的人參加，希望公會多加宣傳。

馮聖明

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

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

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



二、 保險費用（每年九月一日調整一次）

個人	\$343.13
個人+孩子	\$651.95
個人+配偶	\$748.02
全家	\$1063.70

另加\$10手續費每個月。

三、 申請方法

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

四、 付保險費方式

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

五、 常問問題

1. 過去有病歷，已經懷孕，年齡超過65歲時，是否可投保？

馬上加入旅館公會成為會員，每年按時繳會費便可申請。

2. 可否只替經理、會計等主要員工申請？

只要你是旅館公會會員，投保人只要個別填寫申請表來申請。

3. 65歲以上是否要退保？

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

4. 替員工買保險，對僱主有什麼好處？

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

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

南加州台灣旅館業同業公會

Taiwan Hotel & Motel Association of Southern California

會員申請書

Membership Application Form

會員姓名 Applicant's Name

(中文) _____ Name _____

Address _____ Tel: _____

_____ Fax: _____

本人\公司為 申請加入為新會員 申請加入為榮譽會員
繳交

會員年費

\$100 元 50 單位以下+旅館通訊

\$150 元 51~99 單位+旅館通訊

\$200 元 100 單位以上+旅館通訊

\$200 元 榮譽會員(公司)+旅館通訊

\$150 元 榮譽會員(個人)+旅館通訊

合計 _____ 元

旅館或公司名稱 Company/Hotel Name

中文 _____ Name _____

Address _____ Tel _____

_____ Fax _____

旅館單位數 _____

支票請開:T. H. M. A. S. C.

郵寄:1045 E. Valley Blvd #A212

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.

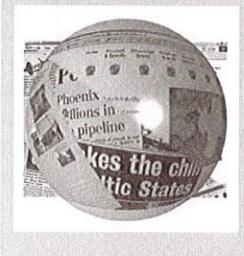
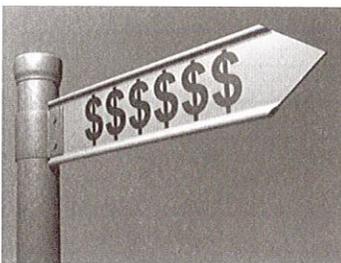
Mail to: 1045 E. Valley Blvd. A212, San Gabriel, CA 91776

On the Up and Up 2005 revenues and profits rise, but so do expenses. What does that mean for you?

In 2005, U.S. hotels were able to turn a healthy 8.8 percent rise in total revenue into an impressive 15.5 percent increase in profits. This is one of the largest annual gains in unit-level profitability in the past 25 years. Unlike 2004, the good news is that a wider variety of properties are starting to benefit from the industry upswing during the second year of recovery.

These findings are based on the 2006 edition of PKF Consulting's Trends in the Hotel Industry report. Each year since 1936, PKF has surveyed thousand of hotels across the United States in an effort to analyze movements in unit-level revenues, expenses, and profits.

All five property types (full-service, limited-service, convention, all-suite, resort) in the Trends survey achieved strong gains in total revenue, as well as double-digit increases in bottom-line profits during 2005. Among the property categories, limited-service hotels achieved the greatest revenue increase (10.3 percent), while full-service hotels achieved the greatest profitability increase (19.3 percent). On the other hand, convention hotels lagged somewhat in terms of revenue and profit growth in 2005. However, the 7.8 percent gain in revenues and 12.2 percent increase in profits posted by convention hotels are still well above the long-term averages.



Components of Revenue Growth

For the hotels in PKF's 2005 Trends sample, a 2.9 percent increase in occupancy combined with a 7.4 percent increase in ADR to generate a 10.4 percent increase in RevPAR. This favorable mix of RevPAR drivers was the primary reason for the high growth in profits achieved in 2005. Following typical market recovery scenarios, we expect ADR growth to dominate RevPAR increases in the next few years. In fact, the Spring 2006 Hotel Outlook forecast prepared by PKF Hospitality Research and Torto Wheaton Research calls for ADR to grow 4.7 percent in 2006, while occupancy growth slows to 1.5 percent. Given this relative mix of occupancy and ADR, we expect profits to continue to grow at a double-digit pace.

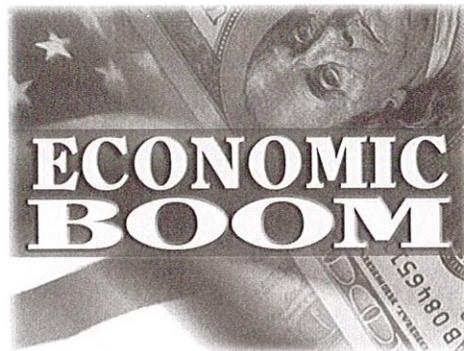
In 2005, revenues from all other minor-operated departments were unable to keep pace with the rise in rooms revenue. The combined revenues from the food department, beverage department, telecommunications, other operated departments, rentals, and other income increased by 5.6 percent from 2004 to 2005. Since guest count is frequently the impetus of sales for these supplemental operated departments, this relatively slow growth rate can be attributed to the fact that the number of rooms occupied grew only 2.9 percent in 2005, compared to 4.6 percent in 2004. Fortunately, the cost of operating these other departments grew just 4.3 percent, thus indicating that the minor-operated departments did contribute to the increase in overall hotel profitability.



Not contributing to the increase in bottom-line profits was the telecom department-sales department dropped 7.6 percent in 2005, the fifth consecutive year of revenue declines.

Growing Expenses

Operating expenses for hotels in the Trends sample grew 6.5 percent in 2005, double the 3.3 percent rate of inflation for the year. Strong growth in revenues was again able to mask significant increases in the cost of operating a hotel. The following highlights the change in select operating expenses during 2005:



Labor Costs

At 44.6 percent of operating expenses, labor, and related costs continue to represent the largest expenses for hotels. Therefore, the 5.1 percent increase in labor and related costs incurred in 2005 contributed significantly to the 6.5 percent increase total hotel operating costs. For the second straight year, the rise in employee benefits overshadowed the increase in salaries and wages. In 2005, salaries and wages paid directly to hotel employees rose 4.6 percent, employee benefits rose 6.4 percent.

Rooms Department Costs

In 2005, rooms department expenses increased 7.3 percent, the largest increase for any revenue generating department. Most of those expenses are variable in nature; therefore, a portion of the rise in departmental costs can be attributed to the increase in business volume. However, since the number of rooms occupied increased by just 2.9 percent, it must have been inflated salaries and wages, along with increased staffing that drove the 5.9 percent increase in labor costs within this department. In addition, amenity creep, which impacts the day-to-day operating expenses of the rooms department, has once again surfaced.

Fees

Two of the most significant cost increases in 2005 were management fees (8.9 percent) and franchise fees (9.8 percent). This makes sense since a large portion of these costs are often charged as a percentage of revenue. Further analysis reveals some interesting results.

In the past few years, we have seen royalty fees and marketing assessments rise and fall in sync with annual changes in rooms revenue. However, not moving in-step with revenue are the charges for guest loyalty programs. PKF observed an increasing number of hotels reporting guest loyalty program charges as a distinct expense item as this cost becomes more significant. While hotels appear to be benefiting from the increased use of loyalty program privileges, this rise in activity comes at a price.

In 2005, management fees paid by the hotels in the Trends sample increased by 8.9 percent, compared to an 8.8 percent increase in revenue. With management fees growing at a greater pace, it must be assumed that some management companies earned incentive management fees in 2005. In fact, 40 percent of the hotels reporting an incentive management fee in 2005 did not report one in 2004.

Utility Costs

With newspaper headlines trumpeting the increasing gas prices daily, hotel owners and operators are extremely concerned about the direct and indirect impacts of rising energy prices. In 2005, hotel utility costs rose 13.6 percent, the largest increase of any individual expense item on a hotel's financial statement. The good news is that this increase is still less than the 27 percent growth rates observed during the energy crisis of the '70s. The bad news is that our clients are reporting 20 percent increases in their first quarter 2006 utility bills.

Property Taxes

It appears that municipalities across the nation have taken notice of the rise in hotel industry profits and values. In 2005, hotel property taxes rose 6.2 percent, the largest increase since 1987. PKF believes two factors caused a rise in the assessed value of hotel properties. First, industry profits increased at a double-digit pace for two consecutive years. Secondly, the value of hotels being transacted has grown significantly since 2003, and the sale of a hotel frequently triggers a re-assessment.

Insurance

Despite the devastation caused by recent hurricanes, hotel insurance costs appear to have stabilized. On average, the hotels in the Trends sample paid 3.8 percent more for

property and general liability insurance in 2005 than they did in 2004. This follows a period (1999- 2003) when insurance costs doubled. While changes in the amount of benefits paid affects the cost of premiums charged to hotels, so does the health of the national economy. With the overall economy growing like it has the past two years, the value of the investments made by insurance companies has risen, mitigating the pressure to raise premiums.

Profit Recovery Ahead?

PKF sees the U.S. hotel industry starting to approach the peak of the current recovery cycle. Growth continues to occur in all major industry measurements-occupancy, ADR, RevPAR, and profits. However, the pace of growth is forecasted to slow down as most markets begin to exceed their long-term natural performance levels.

PKF is forecasting revenue growth of 7.6 percent in 2006 and 4.1 percent in 2007. This is projected to result in profit gains of 14.9 percent and 7.0 percent respectively in 2006 and 2007. Based on this forecast, U.S. hotels will be achieving a profit of approximately \$14,800 per-available-room in 2006 and \$15,800 in 2007. The 2007 figure is slightly more than the \$15,674 profit level generated in 2000. On the surface, this appears to be a recovery. However, in real dollars, it still puts owners and operators 20 percent behind where they were in 2000.



Wyndham Palm Springs

The 560-room Renaissance Esmeralda Resort, in Indian Wells, was the largest hotel sold in Riverside County. Because the sale was part of a package, no individual price was disclosed.

The largest reported sale was the \$57 million paid for the 410-room Wyndham Palm Springs.

San Bernardino County

San Bernardino County, with 17 transactions, had a 10.5% decline in individual sales.

The median price per room jumped up 68%, the largest increase of any county in California.

The total sales dollar volume was up over 20% to \$103.2 million



Hilton Ontario Airport

At \$41.5 million, the largest hotel sale was the 308-room Hilton Ontario Airport.



InterContinental Hotels Group Lodging Brands

From overnight trips to extended stays. For value-minded visits to executive travel. For eagerly awaited vacations and spur-of-the-moment getaways. Wherever you go, whatever the reason, we're there with the perfect place to stay and a great rewards program, too. Our Priority Club® Rewards is the only hotel rewards program that allows members to collect points or miles at more than 3,500 InterContinental Hotels Group properties around the world, making it easy to earn exciting trips and brand name merchandise. So look for our quality hotels wherever the winds take you.

InterContinental® Hotels & Resorts

InterContinental® Hotels and Resorts offer an exceptional service for business and leisure guests seeking a luxury hotel experience. With a worldwide portfolio of 140 hotels in 75 countries, InterContinental Hotels and Resorts have been welcoming frequent international travelers for more than half a century. A pioneer in the development of the hotel industry, InterContinental Hotels and Resorts successfully blend consistent global standards with the distinctive culture of their locations to deliver a truly memorable stay. We know what it takes.

Crowne Plaza® Hotels & Resorts

Crowne Plaza®, located in major markets worldwide, is THE Place to Meet. Whether it's a group meeting in the hotel, a one-on-one meeting with a colleague or clients, or a getaway with a loved one or friends, Crowne Plaza is the hotel for people who value the

energy and positive interactions that take place when people come together. With its wide variety of premium services and amenities, including fully-appointed guest rooms with ample work space, full complement of business services, excellent dining choices, quality fitness facilities and comprehensive meeting capabilities, Crowne Plaza and its associates exceed guest expectations by providing the right room, the right technology and the right service to make every stay relaxing, invigorating, stimulating and filled with positive interactions.

Hotel Indigo®

To experience Hotel Indigo® is to indulge in high peace. Like your favorite retail store, Hotel Indigo is dedicated to pleasing you, changing with the seasons for a sense of growth and renewal that remains in your spirit long after you leave.

Holiday Inn®

No matter where you're traveling, you'll find a familiar place to stay at Holiday Inn® hotels. With more than 1,500 Holiday Inn full-service hotels around the world, you will be sure to find a convenient location offering many features* to make your stay more enjoyable, including comfortable guest rooms equipped with coffeemakers, hair dryers and irons. Today's Holiday Inn hotel offers travelers full-service amenities such as - restaurants and room service, a relaxing lounge, swimming pool, and fitness center and, for the business traveler, today's Holiday Inn hotel offers 24-hour business services, meeting facilities and the Holiday Inn Meeting Promise™. Today's Holiday Inn offers you more of what you're looking for.

Holiday Inn Select & reg;

Holiday Inn Select® is the hotel partner for individuals with a passion for business and an appreciation for value. Located throughout North and South America near business centers and airports, Holiday Inn Select® hotels feature business class rooms, 24-hours business services, comprehensive meeting facilities and services.

Holiday Inn SunSpree & reg; Resorts

Whether traveling to a tropical escape or a mountain getaway, we make it easy for the entire family to have fun together! Our casual atmosphere and modern facilities offer all of the conveniences you're looking for, like a great restaurant, in-room refrigerator, laundry facility, expansive pool area, and a variety of recreational facilities. Our friendly staff and trained Activities Coordinators schedule numerous adult events and supervise children's activities as well.

Holiday Inn Express & reg;

For value-oriented guests who want the Stay Smart® experience, Holiday Inn Express® is the fresh, clean, and uncomplicated choice, offering a free breakfast bar featuring fresh fruit, cereals and pastries, as well as free local calls within the U.S. There are over 1000 locations around the globe, and growing fast.

Holiday Inn Garden Court

Located in Europe and South Africa, each Holiday Inn Garden Court hotel has a style and character unique to its location. The Holiday Inn Garden CourtSM hotels offer quality guest

rooms, meeting and leisure facilities, as well as a number of other services and amenities.

Nickelodeon Family Suites by Holiday Inn

Nickelodeon, the number-one kids brand, and Holiday Inn® Hotels & Resorts partner to bring Nick's brand philosophy of putting kids first in everything it does into all aspects of the Nick Hotels. The hotels feature the popular Nickelodeon signature entertainment and style in a family-friendly, all-suite, resort atmosphere. Two- and three-bedroom themed KidSuites®, Daily Nicktoon Character Breakfast, Kids Eat Free program, waterpark pools and nightly scheduled Nick shows are among the unique amenities of these one of a kind kid-focused resorts.

Staybridge Suites & reg;

Staybridge Suites® is the finest, most innovative all-suite hotel meeting the needs of the extended-stay guest. It's ideal for travelers seeking a residential-style hotel that's perfect for business, relocation, and vacations. The amenities include three suite types with fully equipped kitchens, complimentary breakfast buffet and evening reception, and 24-hour business services with high-speed internet access. So settle in and MAKE IT YOUR PLACE®

Candlewood Suites®

One look at our spacious studio, one-bedroom and studio double suites, and you will realize the Candlewood Suites difference. Everything from an executive desk to home entertainment helps guests work smart and relax. It's OUR PLACE. YOUR SPACE.

GE: 希爾頓品牌的內涵是什麼？

哈瑞斯：這麼多年來，希爾頓為旅客提供了舒適的居住場所，優質的服務等等，並成為世界上最受歡迎的旅館品牌。這個大家庭背後有許多力量在支撐著希爾頓，如我們的銷售團隊，世界範圍內的預約系統，以及提高希爾頓認知度的希爾頓獎勵活動。不論你身處何方，希爾頓永遠讓你有家的感覺。

GE: 您曾經指出希爾頓的發展是「寧可保守而不能做錯」，但是最近一段時間，酒店的數量卻迅速增加了，包括3月在重慶、4月在巴黎的兩家新店，如何保證其品質？

哈瑞斯：重慶希爾頓是希爾頓國際集團的全資子公司，它是我們在這個城市中的領頭產業，它充分反映了我們高雅的情調與良好的接待能力。市場調研報告顯示，重慶的消費者對這種賓館很感興趣。在巴黎，我們接手了一家位於議會中心附近的旅館，這是對我們現有產業的一個很好的補充。由於巴黎地域廣闊，這家旅館既不會與埃菲爾鐵塔附近的希爾頓旅館之間競爭，更不會與位於國際機場的兩家旅館爭奪客源。

GE: 怎樣讓那些被收購進來的酒店最快、最充分地展示出希爾頓的特徵？

哈瑞斯：去年4月，我們收購了Scandic酒店集團，現在與希爾頓酒店之間的品牌整合進行的很順利，希爾頓曾經在丹麥有過一次合併經

歷。對有些旅館，希爾頓必須對它們進行大幅度的整改以符合希爾頓的品牌要求。但Scandic旗下的許多旅館不需要，它們仍可以保持原有的品牌不變，繼續發展。

GE: 希爾頓如何在眾多國家將酒店的自身風格同當地的具體特徵結合起來？

哈瑞斯：為了適應各個國家的風土人情，希爾頓在不同國家的標準有較大差異。我們知道，在馬來西亞旅館中適用的一些標準在西班牙卻不一定合適。我們管理層一直在尋找各個市場的環境以及當地的風俗習慣，我們的目標就是為我們的旅客在各個國家或城市安排最舒適的住處。

GE: 希爾頓如何保證60多個國家的幾百家酒店都能夠以「希爾頓」的形象出現？

哈瑞斯：對每一家旅館，希爾頓都有幾條嚴格的質量檢查標準。此外，我們會僱用一家外部公司檢查每一家旅館，從房間預定、入住、停留兩至三天到最後結賬，經歷整個過程，最後給我們回饋。所有人甚至包括我自己都不知道現在哪家旅館正在受到檢查。除了我們這些內部有經驗的管理團隊檢查外，外部公司的回饋再加上對每家旅館100位客人的調查問卷，才得出每月匯總一次的最終檢查結果。所以，我們完全有能力保證每位客人都可以享受到高質量的服務。

Federal Law Trumps State Statute in Drug-Free Workplace Court Case

Dana Leisinger
Labor Law Consultant

Our company has a past-offer/pre-hire drug testing policy. A qualified applicant tested positive for marijuana, but he claims he has a prescription for medical marijuana. Can we rescind our offer?

In November 1996, 56 percent of California voters approved Proposition 215 allowing the use of medical marijuana for treatment of various ailments for which the substance has been proven to have a certain degree of efficacy.

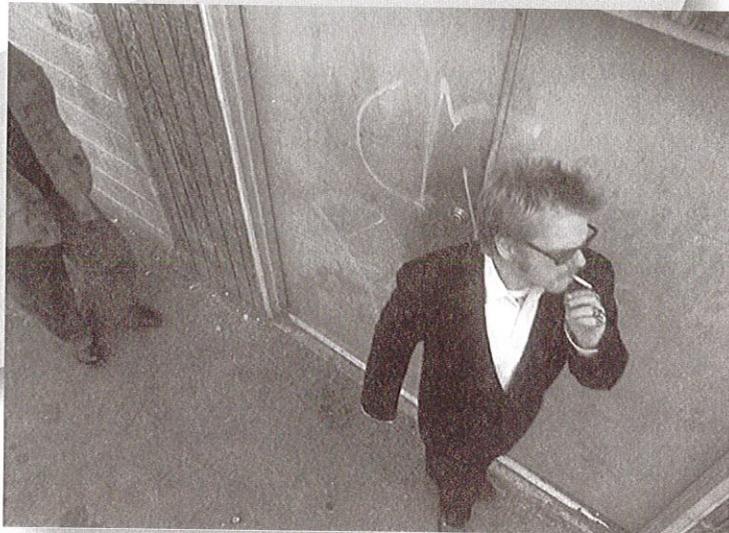
Right to Enforce Policy

Drug
Side
Effects



This is a state law, however (now codified as Health and Safety Code Section 11362.5 as the California Compassionate Use Act of 1996). Federal law still holds that marijuana is an illegal drug and, as such, its use is punishable.

Marijuana is classified as a Schedule I substance under the Controlled Substances Act. Schedule I drugs are those having a high potential for abuse. Accordingly, employers have the right to enforce a drug-free policy in their workforce, even though medical marijuana use is permitted under state law.

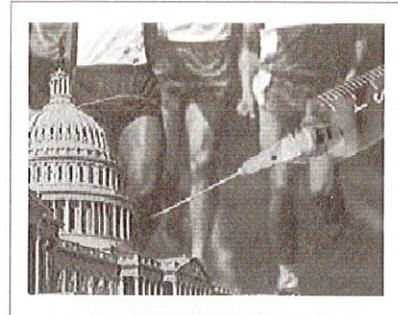
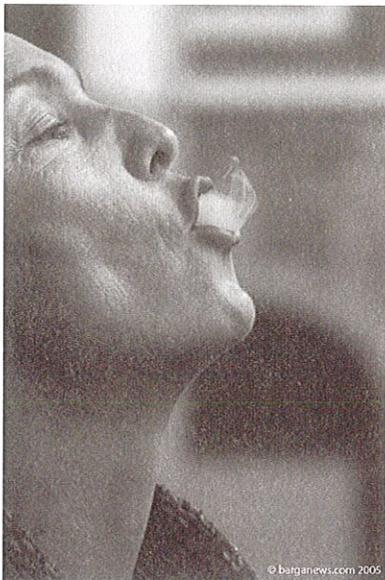


Similar Case Under Appeal

A case currently under appeal involves a similar situation.

When an employer discharged an employee after receiving the results of his pre-employment drug test, the employee sued for wrongful termination, employment discrimination and breach of contract. The employee alleged he was permitted to use marijuana under his doctor's prescription for pain.

The situation was complicated by the fact the employer actually had allowed the applicant to begin working; therefore, it was not a matter of rescinding a job offer, but actual termination.



Legitimate Interest

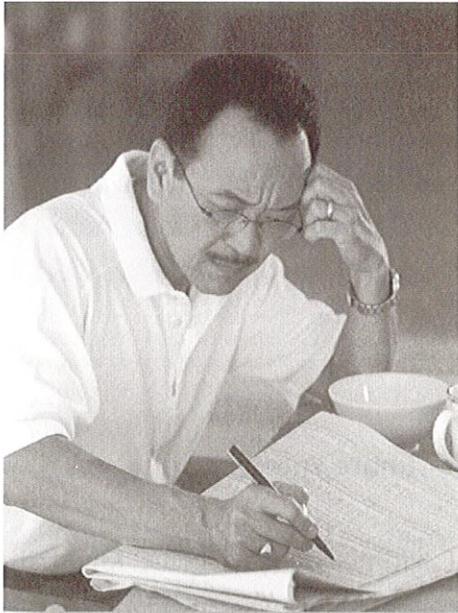
A California appeals court found that the employer's action was justified, even though the conduct was permitted under state criminal laws. The appeals court said employers have legitimate interests in not employing persons who use illegal drugs.

Nothing in the state Fair Employment and Housing Act precludes an employer from firing, or refusing to hire, a person who uses an illegal drug, even if state law makes that use lawful for medicinal purposes.

Because this case is on appeal, it is advisable to seek legal counsel should this situation occur. It is an area of the law subject to change, and employers should exercise caution before making any decisions.

酒店裡，無聲的銷售員

本刊編輯部



人的感覺有時微妙得難以忖度，而這種感覺也需要著落，尤其是踏入酒店。那麼，如何助其實現這種渴望？

服務的一大特性是無形性。酒店給顧客所提供的全部消費利益中有很大大一部份是無形的服務，顧客無法直接觀察到。只有通過對酒店環境氣氛觀察、體會，顧客才能形成對酒店服務的初步了解。因此，有形環境成了酒店無聲的營銷員。

根據美國營銷學家Robert C. Lewis和Richard E. C的觀點，具備以下特徵的服務性企業，其環境氣氛可以發揮很大的營銷作用（酒店正具備了這些特徵）：

1. 產品必須預先購買：旅客必須預付訂金「購買」客房。
2. 賣方對其產品包裝有多種設計選擇（例如，酒店大堂的裝潢設計可多種多樣）。
3. 環境氣氛可提高顧客的消費速度（例如，酒店的餐廳可採用明快色調的設計以加快顧客的進餐速度）。
4. 競爭對手眾多。環境氣氛可成為識別標志：同一地區，特別是旅遊勝地，往往不止一間酒店。獨具特色的外觀設計可使本酒店與競爭對手區別開來。
5. 環境氣氛能成為吸引目標市場因素：依山傍水的渡假酒店通常能吸引大批休假旅遊者。
6. 與競爭對手之間的產品和價格差異不大：同一檔次的酒店所提供的客房、餐飲服務，價格水平相近，有形環境的優劣成為酒店能否取得競爭優勢的一大要素。
7. 同類產品的價格差異：同為供應西餐的咖啡廳和吧房，吧房優雅的環境氣氛使其價格高出咖啡廳數倍。

可見環境氣氛對酒店的作用不容忽視。下面，我們就酒店大堂設計為例，來說明環境氣氛這位無聲的營銷員在酒店如何發揮它的作用。

大堂的設計不僅是設計師展現其才華的機會，也是酒店在環境氣氛發揮營銷作用的重要環節。作為酒店的營業櫥窗，大堂在設計時應從以下五方面考慮：

一、與酒店市場定位策略相一致

酒店必須明確自己的目標市場，根據自身的檔次、星級對大堂作出合理的設計。大堂的設計不是越華麗越好，應與目標市場的喜好偏愛相一致。渡假旅遊者受輕鬆舒適的氣氛，公務旅遊者則傾向於氣派莊嚴的設計，不同酒店由於目標市場不同其大堂環境也各不相同。酒店市場定位在很大程度上影響著酒店大堂的設計。例如，大型渡假旅館——華盛頓的凱特攝政旅館，其大堂以展現當地風景特色為主基調。大堂的內院一直通頂，裡面有成型的樹木；展覽空間、商品陳列和其它特色形成的園林景色，在亞熱帶的島嶼環境中，門廳可向外打開，以享受視野開闊的戶外景色，並引入海上涼風，造成一種宜適的輕鬆氣氛，十分符合注重享受的渡假旅遊者的需要。相反，小型旅館或汽車旅館的大堂做相似的設計，則會失去對旅客的吸引力，因其目標市場是講求經濟實惠的旅客，他們只希望見到簡單、實用的大堂（或門廳），這意味著低廉的房價。

酒店的大堂環境過於華貴或過於簡樸，都會讓旅客感到不自在。大設計要符合目標市場的身份地位，讓旅客有融入其間的感覺。

二、適應市場變化

市場對酒店的需求量隨季節波動較大，而酒店的供應量則相對穩定，所以採取一定措施調節需求量是很必要的。以廣州為例，各酒店在春秋兩季交易會時的平均開房率超過90%，但淡季時卻只有30%，淡旺差別很大。為了平衡需求量，各酒店在大堂設計方面都動了些腦筋。

過去，各大酒店聖誕節時都張燈結彩，在大堂裝飾聖誕樹，安置聖誕餅屋，播放聖誕歌曲，營造一種節日的歡樂氣氛，不僅留住了國外旅客，也吸引了一批當地顧客前往進餐，使聖誕節在酒店由淡季逐步轉變成為了旺季。由此可見，大堂所形成氛圍在酒店促銷策略中起著不可忽視的作用。

酒店的整體環境氣氛必須隨外界環境的變化作出相應的調整，以滿足目標市場顧客不斷產生的新需求。大堂的環境更是酒店形成某種特定氣氛甚為關鍵的一個環節。做好酒店大堂的設計工作，對於酒店充分利用環境氣氛發揮營銷職能可起到畫龍點睛的作用。

三、發揮細節作用

顧客對周圍環境是通過視覺、聽覺、嗅覺等感覺器官感知到的。人們通過對色彩、聲音、光線、溫度等多種因素的感覺，產生某種情感反應。因素的細小異會引起不同的情感反應，因此，相似的大堂設計會由於其中一些細小環節的改變而給顧客留下截然不同的印象。

美國營銷學家科特勒曾對一個著名的汽車旅館聯號進行過調查研究。這間旅館聯號對所屬的汽車旅館採用標準化的大堂裝修佈置，唯一不同的是一些汽車旅館的大堂採用較昏暗的燈光，另一些則採用較為明亮的燈光。調查結果表明旅客明顯偏愛後者。旅客反映：經過長時間開車旅行後，旅館昏暗的燈光只會令他們感到沮喪，感覺這間旅館毫無生氣，不願停留；相反，如果旅館透出的是明亮的燈光，則讓他們感到振奮、愉快，願意停車留宿。

大堂的一切布局都十分相似，僅是燈光一項小小的變化，就能令旅客有完全不同的感受。可見，細小的環節能影響到整體氣氛。大堂在設計時對於光線的強弱，色澤的搭配，溫度的高低等都應仔細考慮，充分發揮細小的環節對旅客的影響作用。

四、獨具特色

同一檔次的酒店提供的客房、餐飲服務大致相同，彼此間的差異不顯著。酒店的大堂若形成自己獨特的風格布局，則有利於本酒店與其它競爭對手區別開來，在顧客心目中塑造獨特鮮明的市場形象。

以廣州五星級酒店為例，各酒店都充分利用大堂，營造一種屬於本酒店獨特的環境氛圍；東方賓館的大堂正面牆壁有一幅巨木刻深雕，繪制的是中國古代的神話傳說，突出了「東方」的歷史韻味，營造一種古色香的懷舊氣氛。白天鵝賓館採用的是內庭院式的大堂設計，以假山瀑布、小橋流水的園林式建築風格，構成了一種具有中國傳統特色的幽雅環境。花園酒店則以寬敞明亮的大堂空間，輝煌奪目的金屬壁畫，以及東方一系列名店廣場，營造出一種豪華汽派的環境氛圍。

「東方」的古，「白天鵝」的雅，「花園」的都各具特色，在市場中塑造了不同的酒店形象。酒店大堂的風格特色與其目標市場定位策略是分不開的。

五、提高整體消費價值

著名營銷學家科特勒提出，環境氣氛在顧客購買過程中起著相當重要的作用。周圍環境令顧客滿意，使顧客在整個消費過程中保持愉快的心情，可以提高顧客感覺中的消費價值。由於顧客購買和消費酒店的產品和服務是同時發生的，所以周圍的環境氣氛對顧客的整個購買消費過程有著不可忽視的影響作用。酒店的大堂設計必須考慮顧客整個消費過程的感覺，引導顧客產生一種積極的情感反應。

顧客剛接觸某一環境時所產生的情感反應會隨著時間的推移發生變化。例如，顧客剛走入某酒店的大堂時，對其米色為主的裝璜布置，經柔舒緩的背景音樂可感良好；但經過一段時間後，素雅的色彩會變得過於單調，輕柔的音樂也會變得過於沉悶。因此，大堂的設計應令顧客整個消費過程中感覺良好，而不僅是一時的好印象。

經營者必須明確，顧客購買的整體消費利益。環境氣氛是旅客在酒店購買的「核心產品」之一，適宜的環境氣氛能提高旅客的整體消費價值，從而提高旅客的滿意感。

從酒店大堂的設計我們可以看出，環境氣氛在酒店起著不可忽視的營銷作用，它在給多旅客美感享受的同時，也向旅客傳遞著各種有關酒店的信息，引導「旅客形成正確的期望，使無形的服務不再無形。」營造適宜的環境氣氛，讓酒店這位無的營銷員成為經營管理者的一大得力助手。

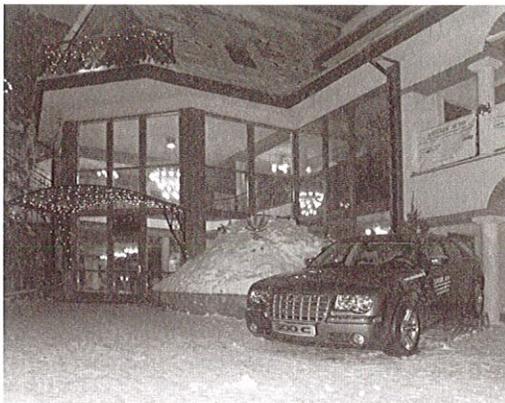
旅館投資者，鑑往知來

經過多年低利息和貸款的容易，新的Hotel, Hotel Condo，和旅遊業急速發展，問題慢慢浮現到表面，這個好現象會維持多久，商場老將，曾經經歷過週期性的高峰和低谷，很警覺的在注意，這擴張是否已達到極點，是否在亮紅燈。

在這資本雄厚，強烈競爭搶Deals時，旅館業應如何自己準備，去面對有可能的衰微，開發商在接洽目標時，應注意些什麼？因某些不平的暗示，慢慢浮現在表面。回頭看，1980末期到1990年初期的衰退；然後接著的復興，讓我們學習到如何在景氣不好時，避免問題的發生，和如何保值。

回顧過去

從1980年末期到1990初期，旅館可能描述成自己現時的相對的情況。



柯懿琴 譯

第一，那時候旅館業比較具片面性及地方性的，許多市場被地方的發展商發展出一個特質。他們沒有或只有一點這方面的經驗，許多沒有旅館經驗的地方儲貸銀行，借大筆錢給旅館融資。

最重要的是，在1986年的Tax Reform Act之前，許多發展商用Tax-Write off 當他們的原動力，而不去調查市場的基本需求，所以當經濟面臨區域性或全國性的蕭條時，過度借錢和建築供過於求的旅館就被淘汰，許多的地產被查封，許多銀行，沒有辦法去吸收這些呆帳產業及貸款也破產，因而有解決呆帳信託公司（Resolution Trust Corp, 簡稱RTC）的產生，是1989年政府為了保釋儲蓄銀行（Saving & Loan）而設立的。



因為這個衝擊，一個新的較成熟的旅館業開始形成，當RTC用小部份的地產價值去清理幾千幢的旅館資產時，新的買者開始進入這個市場，同時帶來較理智，有組織的方式去投資，其中最明顯新的投資者是華爾街。

華爾街的進入市場，不僅只是帶入新的金錢，第一次這企業在全國有組織性，有紀律和合理的貸款準則（Underwriting）及買賣手續變成有標準規則。新的科技，最突出的是網路的誕生，讓投資者更確切認知市場及融資的消息。有這些讓一個斷層的工業全國化，或者更重要的是因為社會事業機構的細察，幫助刺激市場的操作和改進，進而增進旅館和公司營運的績效。

這個短期演變的結果，是對大部分的地產收支平衡點的降低。長期來講，地產在對抗突然的經濟不景氣，較有抗壓性。911以後，旅館業的業績是一個很好的例子。當恐怖份子攻擊已經疲弱的旅館業時，業績被影響一段很長的時間，但並未引起廣泛破產的。也就是說，雖然現在制度較健全，但利息漲高，經濟蕭條，能源漲價，仍能影響消費者，旅館業主及投資者。

瞻望將來

當最近幾年，經濟較穩定，仍有些主要市場有建築過剩的壓力，建築商及投資者，任投資新的Projects時，會很謹慎的方式去應付，雖然許多預言，將來3~4年旅館業將有很美好強盛的市場遠景。

Condo-Hotel Project和旅館——住家混合的建築方案，可能是危險性最高的旅館發展。在資產和借貸的市場上，對現有和新的建築方案，因為太多競爭引起Underwriting標準的放鬆和更多的較積極野心的償債能力的比率（Loan-to-Value簡稱LTV）比率。許多參與者，特別是與旅遊有關時，一直相信戰後嬰兒潮人口的統計會彌補供過於求，利息漲，經濟蕭條，通貨膨脹等變數。假如這一部份要走在正軌上，發展商必需很清楚知道他們對市場的影響力和他們在預測市場時扮演的角色。

回歸基礎

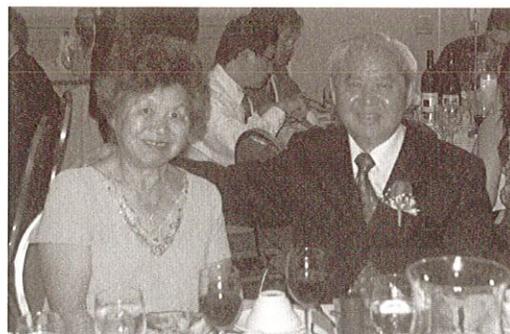
當然，幾乎每一個市場，都有很紮實的投資機會，但當很多的投資者，許多是新手，被這行的美景吸引，想要抓住這發財的機會，他們必帶避免過去的危險，專注於基本生意的操作，那才是旅館業新動力的來源和製造近期成功的基礎。當旅館業愈來愈強壯時（離1980-1990很遠時），旅館業的老手們將了解供需的基本規則和找到資產負債的平衡點，必需是考慮的最高優先。

譯者：美南旅館公會前任會長，旅館投資15年餘，摘譯自"Hotel Investors Can Look Ahead by Looking Back"

請不要忽視勞工保險

廖聰明

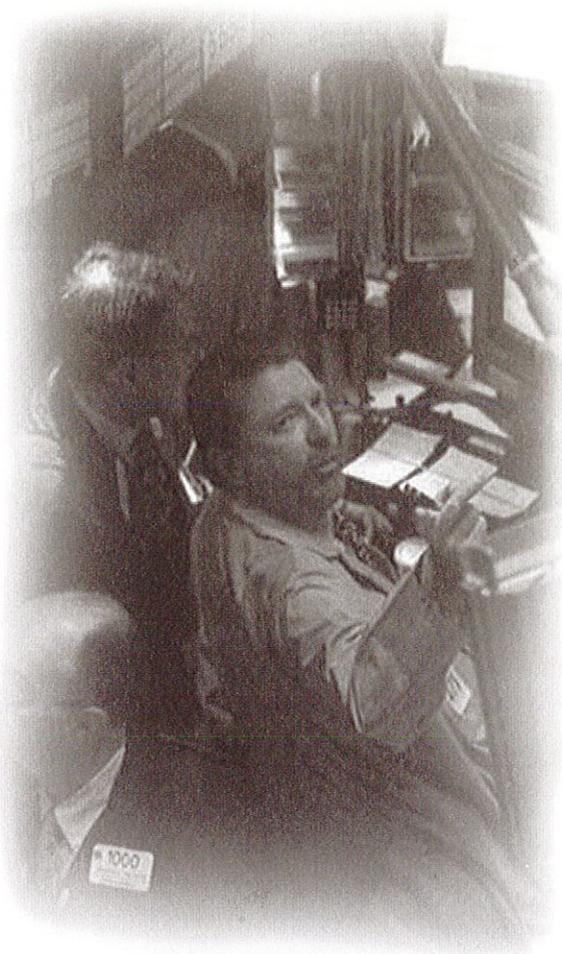
近年來由於勞工保險費率不斷提高，使業者不堪負荷之下，有的乾脆棄保，反正多年以來，只按期繳勞保費，從來不曾發生過工因勞保案件求償，白白花費了不少錢財，想起來實在枉費金錢。



殊不知所謂「保險」在於保險萬一發生，不在於保證事情不會發生，而一旦發生勞保訴求案件，只要轉交給保險公司處理後，大致相安無事，如果棄保或中斷投保，則不肖員工被不肖律師煽動之下，告上法庭，那麼其後果實不堪想像，讓你接案後寢食難安，日夜心神不定，精神上之壓力，實在苦不堪言。

勞工局為了保護勞工，絕大多數偏袒勞工，雇主如果無法拿出積極證據，很容易採取勞工的陳述作為訴求的條件，到時吃虧的還是雇主方面，不可不慎重處理。

最近發現不少工傷案件，員工對雇主不滿時，或工作不力被雇主解雇後，往往假藉工傷與律師合作告雇主求償，一旦發現雇主中斷擔保或棄保，那麼災情慘重，其花費不知高出保險費多出數十倍，心神交碎，有苦說不出，千萬要小心，妥善處理勞工保險，請不要忽視，以免招致日後的麻煩。



退休金重大改革

本刊編輯部

在布希告訴白宮簽字儀式的在座人士，這個法案是30多年來美國最徹底的退休金改革法律。

他說：「美國民衆辛勞工作一生，應該讓他們退休的時候確信他們的退休金穩妥地存在。某些企業沒有履行他們向員工所做的保證，存放足夠的退休基金。」

這個龐大的法案反映了勞工退休福利的演進：傳統的按月付給員工退休金的做法（定額給付制，de-fined benefit plan）已逐漸式微。定額提撥制儲蓄計劃（defined-contribution savings plan）則日益增加。定額提撥制定好參與者每月應提撥的新資比率，把它存入個人的帳戶，退休時領到的錢，就是逐年提撥入這個帳戶的錢，以及投資運用的收益。這就要看員工如何營造自己的退休資產。此法的要點如下：

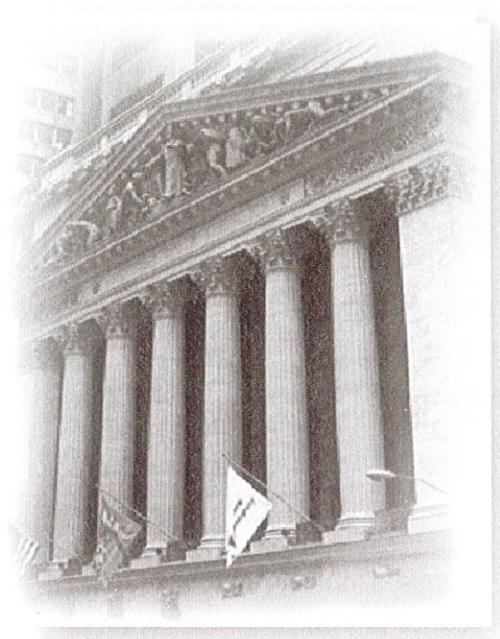
規定提供定額給付制的雇主，提供足夠的退休基金，在七年內消除基金不足問題，達到退休基金百分之百備妥的目標。

整頓退休金規定，防堵漏洞，不允許負債累累的公司謊報退休基金財務健全。

取消對共同基金公司的限制，讓它們得以向企業員工提供401(K)退休儲蓄計畫，及緩稅的個人退休帳戶（individual Retirement Account）的投資建議。

提供稅務優惠，鼓勵個人儲蓄，多存款到個人退休帳戶中。

如果退休基金只儲備了不到八成，禁止公司和工作增加退休福利。此外，早先的報導指出，對529大學教育儲蓄計畫（529 College Savings Plan）的投資人而言，這個法案帶來利多，因為國會議員已讓529計畫中一些受歡迎的優點，變成永久性。



退休金新制 各方獲益

摩根史坦利公司在康州格林威治的投資顧問戴嘉鐸 (Francisco Delgado) 建議，法授權雇主自動把員工列入401 (K) 退休計畫，有此機會的人不應再錯過。雇主將有權自行決定把員工放入退木計畫，並從薪資中撥款入帳。不想加入的員工，必須申請退出。

他認為，從免稅角度看，包括會計師樓；律師樓和醫生診所、旅行社等員工不多的小企業，雇主設立401(K)計畫不見得吃虧，因為這樣既可以省稅，員工也有了退休保障。

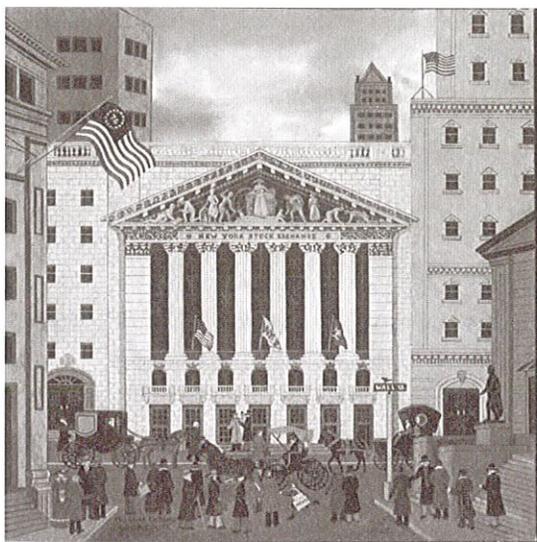
加州灣區投資顧問周永富則建議華人充分利用新法律提供的省稅退休儲蓄規定。他指出，



此法把為子女儲備教育基金的「529計畫」永久化。該計畫原定2010年失效。樂於為子女教育儲蓄的華人，今後可永久受益。

新法規定，2010年後，一般人把普通個人退休帳戶 (IRA) 的錢轉到羅斯退休帳戶 (ROTH IRA)，不再受收入限制。這樣，一般人可以從現在起以最大限額的稅後收入存入IRA帳戶，2010年把該帳戶上所有存款轉到Roth IRA，因為Roth IRA未來的增值不必繳稅，即「現在付少額稅金，未來享受大額好處」。

即使在公司參加401(K)的人，自己也可以設立不免稅的IRA帳戶，到時再轉到Roth IRA計劃中，雙管齊下為退休作準備。



四年收回投資的迪拜(Dubai)洲際酒店

**Interview with Mr. Tom Meyer -
GM of Inter-Continental Dubai**



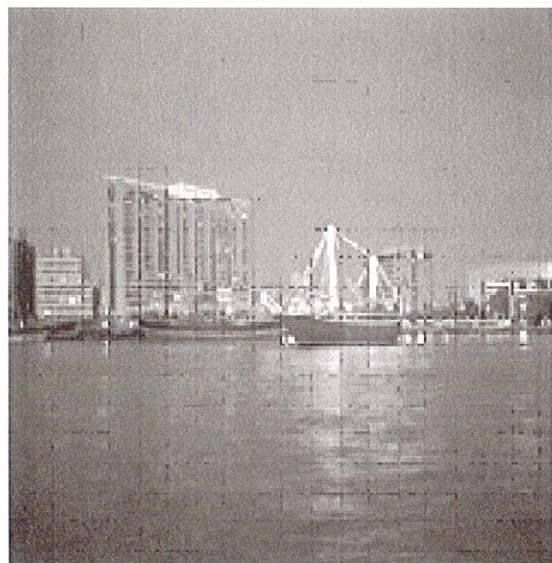
迪拜洲際酒店是這座城市第一家國際品牌酒店，已有29年的歷史。她地理位置優越，緊鄰迪拜海港，在這裡客人們可體驗到真正的迪拜，包括這座城市的過去和今天。

麥爾先生從小在英國長大並接受了酒店專業的教育，由於在亞洲長期從事酒店管理工作，一見到我們就倍感親切，便滔滔不決地講了起來：

"您可能已經注意到了，我們有10個餐廳，生意一直特別火，因為我們每個餐廳都別具特色，我們的餐飲在迪拜聞名全城，其中包括一家中餐廳，那裡的員工全部來自中國！我們還有意大利餐廳、南美餐廳、泰國餐廳、印度餐廳，不同餐廳的廚師和員工都來自本國？

那麼您認為在這裡工作最有趣的是什麼？

麥爾：有趣的事很多，但是與來自全世界的員工在一起工作是最喜歡的。我們酒店有606位員工，他們來自50多個國家，這對我來說是極大的樂趣，也是極大的挑戰。不同文化背景的人有著不同的思維和工作方式，所以我們對所有人以國際化方式工作非常重視。另外，對來自不同國家的員工需要採用不同的溝通方式，如對亞洲來說，員工的"面子"是很重要的，因此溝通起來要用較為含蓄的方式，不能太直率。



酒店做好餐飲不容易，成本也比較大，您怎麼保持長久不衰的生意呢？

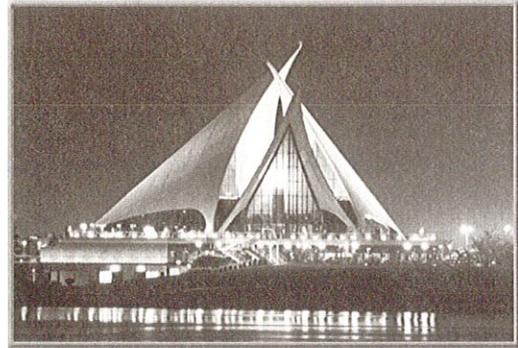
麥爾：說實話，這要取決於市場的條件，也要靠百分之百用心地去幹。在迪拜，人們越來傾向於選擇在酒店用餐，這裡有最新的美食，最好的葡萄酒，只有五星級酒店和國際化酒店才能做到。當人們想今晚外出用餐，他們首先會想哪個酒店裡有什麼菜，是否喜歡，這就給酒店的餐廳提出了挑戰。另外，這裡的年輕一代也講時尚，而且這個市場在不斷發展，他們選擇在酒店用餐的另一個原因是這裡服務上乘。這一點可能不同於市場成熟的舊金山、倫敦和亞洲一些城市。

29年前建造這家酒店時，迪拜恐怕與當今大不相同，酒店的投資人可謂遠見卓識。

麥爾：當然，這家酒店是由當地一家有名的富人投資的。他們還投資媒體、金融、保險等行業，但對酒店一直情有獨衷。迪拜在發現石油之前，主要依賴於傳統貿易。這家酒店建在了迪拜港是一個明智的選擇，這個區域早已成為名副其實的商業區，與周邊國家，如伊朗、沙特阿拉伯，乃至世界各國的航運都分不開，是商務客人的首選地點。迪拜現在的發展很像上世紀80年代的香港和當今的上海。

這家業主一定收益非淺。

麥爾：這簡直是個奇跡：酒店開業後四年就全部回收了投資！從選址、投資到設計，都做的特別精明和準確，而且使開業後的經營成本一直很穩定，沒有浪費。當然，現在迪拜



的酒店已多得數不清，競爭越來越激烈，我一直不斷地尋找增加利潤的方式。

做為一家老酒店，改造是必不可少的，你們是如何安排改造計劃的呢？

麥爾：現在迪拜差不多每四個月就會有一家高檔酒店開業，客人對酒店的要求也在不斷變化。我們每個月都有改造計劃，因為客人希望我們在這家有著悠久歷史的酒店看到新的東西，我們也要不斷迎合市場，我們的客房，包括傢俱、床、電視頻道的增加、健身房等都已在改造的計劃之中。我們在賺錢的同時要有一定的預留，對於舊酒店，改造費用會逐年上升。

麥爾先生還談了很多，³⁴⁵從中感受最強烈的還是這個迪拜第一國際老店的高速回報能力。這使人們想起了同樣是中國第一國際老店的北京建國飯店開業²²年收回²⁶個建國飯店的奇跡。何其相似，又何其值得思考。

房地產買賣的貸款問題

賴清陽中美韓聯合律師事務所

很多人買賣房地產都需要向銀行申請貸款。居民住房如此，商業房地產更是如此。

然而，不少人在談到貸款時只想到了與銀行交涉，而忽略了貸款事項也作為與賣方簽字的定金合同的部分內容，從而為自己爭取更多的法律保護。

因此，在談到地產買賣的貸款問題時，有必要從以下兩個方面著手進行。

1. 定金合同中的貸款內容：

無論是居民住房或商業地產的買賣，買賣雙方一旦簽下定金合同，便要嚴格遵守。任何違反合約的行為，輕則可能造成定金被沒收，重則可能被強制要求履行合約承諾。因此，對買方來說，有一個好的合同會從法律上為自己提供一個強有力的法律保障。房地產買賣中的貸款基本上分兩種，一種由賣方貸款（Seller Financing），另一種由買賣雙方外的第三人貸款（Third Party Financing）。而所謂買賣雙方的第三人，通常指的是商業貸款機構，如銀行等。

舉房地產的例子來說，買賣雙方在簽定定金合同時，一個比較普通的方法是在定金合同或其補充文件中明確規定，地產買賣的成交以買

方以一定利息在多少天之內借到一定數額的貸款為前提。更有甚者，一些買方還會在合同中明確貸款的性質，如是傳統貸款還是FHA貸款，亦或是退伍軍人貸款等。對買方來說，應在簽定合約之前日後買下地產後的支出有一初步的認知，並確定一個自己能夠接受的最高利率。買方在簽定這類合約的同時也應明確向買方表示應在合同生效後的多少日內向貸款機構申請貸款。對一些資金比較緊張或信譽不太理想的買方來說，規定一定的時間申請貸款，亦或一定的貸款利率上限，對其隨後從合約中抽身有很大幫助。

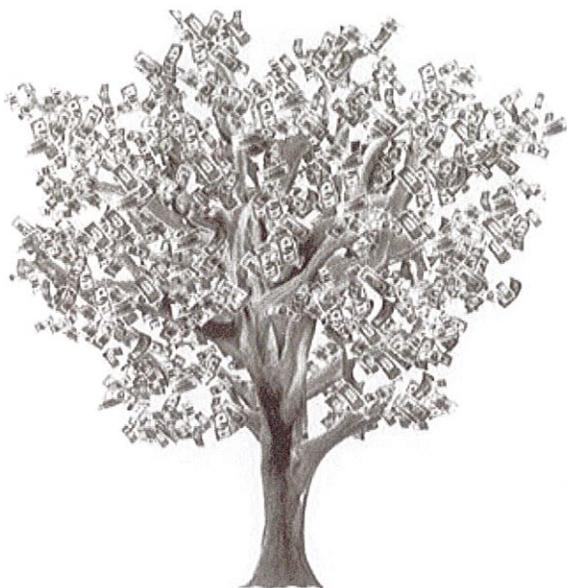
2. 定金合同生效後貸款申請

地產買賣定金合同一旦生效後，買方便應立即著手其可性研究及地產檢查，其按合約規定向貸款機構申請貸款。一般情況下，貸款機構在收到貸款申請後要對貸款人的信用，貸款金額，貸款目的等進行調查，在初步情況調查清楚後，貸款機構會做出是否貸款決定。如做出給予貸款的決定，則貸款機構將給借貸人一「貸款承諾書」（Loan Commitment Letter）。貸款承諾書中對貸款的主要內容加以規定，如貸款金額，貸款目的，利率，貸款申請費，還款方式，還款截止日期，貸款抵押擔保，貸款擔保人等項目。借款人拿到貸款機構簽發的貸款承諾書後，表明其申請貸款的工作基本可以告一段落，接下來就是要全神貫注地將精力放在地產買賣的檢查中去。

通常在貸款機構簽發貸款承諾書到地產買賣最後過戶還有一段時間。貸款機構會利用這一期間協助借款人對地產進行進一步調查，如地產估價，環保檢查，地產是否座落在水患區之內等。對貸款機構來說，做這一類的調查是為了進一步確保貸出的款項在借款人無力償還時可以通過其他法律途徑挽回損失。但對借貸人來說，由於這些事項的費用最終由借貸人支付，借貸人也有權索要保留這類報告，以幫助自己在地產買賣中做出正確決定。比如說貸款機構請專門公司做出的估價及環保檢查報告，反映出的內容與借貸買地人先前所了解的情況有嚴重出入的話，借貸買地人還是可以決定不買不過戶。當然，這樣做會有一些代價。相反，有些情況下，借貸買地人寧願在此時付一代價，也不願在過戶之後，被房地產買賣所帶來的後遺症所困擾。



如借貸買地人在對地產進行認真檢查並最終決定過戶時，借貸人會就借貸事項與貸款機構簽署一系列的法律文件。在所有文件中，貸款借據可稱為最重要的文件，這裡所有先前的借貸條件及規定都會被羅列出來，此時，借貸人應存細審查，並一一核實。此外，借貸人還要審查借據中是否對提前還款有無懲罰，逾期付款罰金及遲付利率等內容進行研究。在完成以上工作後，借貸人還要確定貸款機構對地產方面有無特殊要求，比如地產保險是否一買足多少金額，地產狀況必須維持在何種等級之上。何種情況算違約等等。因為通常借據都是由貸款機構律師準備，因此借貸人萬不可不經仔細審查，而輕易在文件上簽字，最好是諮詢一下自己的律師。有時一點小小的律師費用，可以幫助省下大額資金。



以上內容為地產買賣中借貸問題中的區區一端，房地產買賣涉及問題複雜多，貸款與地產買賣同等重要，不好說孰輕孰重，如果貸款問題處理不好，有時再好的交易都可能受到負面影響，因此，借款買地人最好諮詢自己的律師，對具體地產買賣全面討論，並出全盤規劃，以免掛一漏萬。

華美達打造真正產權式度假酒店

RAMADA RAMADA RAMADA RAMADA
RAMADA RAMADA RAMADA RAMADA

本刊編輯部

如今，華美達已發展成為包括美國在內的全
球134個國家具有1000多家華美達國際酒店
的大型酒店管理集團。今天，華美達酒店提供
的已經不僅僅局限於酒店服務、住房等單方
面的服務，它將酒店經營的理念體現在各個
方面，包括品質保障、成熟的酒店管理經驗
以及個人價值體現等多方面。

2005年，華美達集團加入了排名世界第
一的「Cendant勝騰管理集團」，該集團是
全球最大的酒店投資管理、旅遊資源投資
管理、訂房網絡資源的提供商以及國際最
具規模的房產、不動產運營商之一，2004
年排名世界五百強的第282位；僅酒店一
項目前在全球5大洲就有多達6400多家
酒店，客房數連續6年排名全球第一。

「華美達」目前在亞太地區已開業的
酒店有25家，僅中國就有10多家酒店，
均為4-5星級標準的酒店。煙台華美達
大酒店坐落在煙台的市政府及韓商投資
開發區的中間，地理位置得天獨厚。酒
店完全按照四星級酒店標準打造，預計
於2006年12月開幕。

華美達集團在輸出國際品牌的同時，
為將來的運營，抽調國內各大成熟酒店
的管理骨幹充實到煙台華美達大酒店，
這也是該集團看好煙台未來旅遊、商務
的廣闊前景的表現之一，特別是排名世
界第一的酒店訂房網絡將來不但為煙台
華美達大酒店輸送源源不斷的優質客源。



投資黃金 保值避險

本刊編輯部

購買方式包括實金、或相關的共同基金、期貨與股票等

如果我們不把婚生喜慶時的購買金戒指、金手鐲、金項鍊等當作一種有目的黃金投資，那麼絕大多數的投資人一生都沒有碰觸過金類的投資。然而，人們仍然可以很好的達到個人財務目標，證明金類投資在今天的個人理財系統當中並不是必要的一環。當前的主流投資組合理論甚至完全沒有包含黃金和其他貴金屬。

在參與黃金投資的少數人當中，大部分的人也不會投入超過5%的資產。因此，普通的投資人沒有必要花費精力去研究一個非必要的投資項目。

但是，人們有各種目的想要購買貴金屬，最常見的當然是想賺錢。也有人覺得貴金屬是一個藏富的方便途徑。如果出於某種原因覺得有興趣投資黃金，首先當然要等到金價回到低點，然後考慮目的，從下列最保險到最危險的渠道當中選擇最適當的方法：

一、購買實金。購買黃金的最基本方式，就是把金子買回家。初次把一個十盎司金條拿在手上的感覺是非常奇特的。那是一種融合穩重、優美、價值、和傳統的感覺。



功能：購買實金的主要功能類似保險，而且預防的不是一般的緊急情況（一般緊急情況都有辦法解決），主要是各種光怪陸離的你無法想像可能發生的狀況。例如911事件與卡崔娜颶風導致許多人有錢都拿不出來。

需要明白，既然購買實金主要是尋求它的保險功能，也就不能強求它增值。盡可能等到低價再買進可以提高賺錢的可能性，但是個人的急難時刻不一定是金價高的時候。如果主要追求增值，則必然需要在低價買進，非高價不賣出，那就妨礙了保險的目的。再有，黃金白銀的歷史價格顯示它的價值雖然隨著時局而波動，長期而言是在原地踏步的。

途徑：購買實金的途徑主要取決於幾個考量，首先是費用；然後是便利性；最後再考慮個人的喜好。綜合這些，最方便的實金可能是一盎司的金幣。許多產金國都發行這類統一規格的金幣，美國有老鷹金幣，中國有熊貓金幣，加拿大有楓葉金幣，南非有羚羊金幣等等。

注意事項：首先比較每盎司價格與當前金價的差價，然後考慮其他花費。

二、購買儲藏在出售公司的實金。這種購買方式雖然也是買實金，卻不取貨，而是把黃金保管在公司的保險庫內。功能：這類購買已是投資性質，通常適用於數量較大的購買囤積，當然它仍然可以做保險之用。為什麼把它列為比較安全的投資呢？因為購買實金雖然也可能在波動中賠錢，但金永遠都有一定的價值。

途徑：既然是把貴重的財產存放在他人之處，公司的信譽就非常重要。許多大型的商業銀行提供這類服務，也有專門提供這類服務的公司，因此需要花時間調查公司的規模和信譽。

三、購買黃金共同基金。這類投資已經脫離了實金的範疇，但是黃金共同基金和金礦股票的價格同樣取決於黃金價格，它們的價格波動和黃金是一致的，雖然未必同步。

功能：降低投資組合風險和投資。黃金價格的波動方向和股市波動方向有時候一致，但時局動盪時則往往相反，股市下跌而金價上漲。由於這個特性，黃金的金融資產可以在時局動盪時抵消股市的一些損失。希望保持資產值穩定的股市投資人可以在投資組合中增加一小部份的黃金共同基金。而且，由於黃金共同基金所投資的對象乃是金礦而非實金，它也帶有成長的性質。再加上共同基金本身的優點，可說是一般人投資金最好的選擇。

途徑：市場上有很多黃金共同基金，例如 Gabelli Gold，Oppenheimer Gold, US Global Gold等。任何證券公司都可以幫助投資人購買。但應注意別讓當前黃金共同基金的驚人回報以及人們對共同基金的熟悉而放鬆了對這類投

資的警惕。絕對不要因為這些基金過去一年增長50%甚至100%，誤以為長久都能如此表現而過度的投入。

四、購買金礦股票。購買金礦股票的性質類似基金，只是投資人直接購買股票，而非讓基金管理人代為投資。

功能：降低投資組合風險、投資、投機。如果挑選大型穩定的金礦股，即便金價動盪，長期而言還是可以成為優良投資的。例如，Barrick Gold和Newmont Mining兩家公司從80年代至今總表現都超過史坦普五百指數。至於小型的探勘型金礦股恐怕不適合絕大多數投資人。途徑：各大證券公司。注意事項：個別股票都帶有風險，最好分散投資。

五、購買金期貨。黃金期貨買賣的是「在未來特定時間以特訂價格買賣特定數量的商品」的權利。它的價格同樣取決於金價的波動，期貨買賣可能是最危險的一種金融產品。

功能：保險和投機。很有趣的是，最危險的工具也可以是最安全的工具，端視如何使用。類似探勘型態金礦股，這類證券的冒險性質不適合絕大多數的投資人，它的避險功能也只有金礦生產者而言才是絕對必要的，其他人的避險需求都可以找到更簡單適當的途徑，因此，幾乎沒有人需要碰觸黃金期貨。

途徑：一部份全方位證券公司以及期貨公司。注意事項：核實提供買賣服務的公司有向政府註冊，經紀人具有NASD三號執照。

日本賞櫻之旅

— 「奥の細道」 片段之旅 —

台美商會理事 許啓勇



四月十二日下午一點，滿懷愉快的心情走進日航JL061班次的客機，年青貌美的空中小姐，輕聲細語的問候聲，彷彿已置身於溫泉的熱湯之中輕飄欲飛……。

也是一年前的現在，當李前總統登輝先生訪問日本的京都、大阪後說過，他一生中還有二個地方想出去看看，其中的一個地方是日本東北地區的「奥の細道」。江戶時代，17世紀後半葉的日本偉大俳句詩人，松尾芭蕉出於創作願望，為了尋求靈感往東北地區旅遊八個多月，旅行記的傑作「奥の細道」就是他自己走訪此地區的心靈感受，描述此地區的民情、風土、歷史文物。

二月底，妻在她上班公司之私人電子郵件箱內發現了JAL-PACK日本旅遊的PACKAGE，包含東京、洛杉磯日航來回機票，東京新宿京王飯店三夜泊宿，箱根飯店一夜泊宿，新宿箱根小田急特急（羅曼斯卡Romance Car）來回火車票，芦の湖遊船、空中纜車、登山火車，到達箱根後之午餐及翌日箱根Hotel內之早餐，整個Package只\$895，真是Good Deal。

由於地緣，人種的關係，台灣人到日本旅遊觀光的很多，台灣的旅行社幾乎每星期都有包機到日本各地觀光旅遊。透過網站我們選擇了喜鴻旅行社主辦4月14日出團的日本陸奧秘境賞櫻五日遊，包括遊覽車，四夜溫泉旅館，觀賞地之入場券，每日三餐等，每人收費新台幣三萬八百元，而我們是在日本與喜鴻團隊會合，故只收新台幣一萬九千八百元而已。

第四天早上我們先往山寺，山寺又名「立石寺」是山形縣北邊最著名的佛教聖地，歷史相當悠久，是西元860年所建的，寺院周邊所留下的詩人芭蕉所提的名句，更使此地顯得寂靜莊嚴，是個四季分明的仙境。續乘專車前往古口搭乘渡船，沿日本三大急流之一的最上川順流而下，約一個小時左右的航程，沿岸大大小小48個瀑布盡在眼前（當年芭蕉先生結束東北旅程時也是沿此川流乘船往西，經日本海回名古屋）。

我們一邊聆賞風趣船孃吟唱日本民謠，風雅逐波與松尾芭蕉一同陶醉於美麗的山光水色。午餐後我們續往日本最美的三景之一的「松島」，海灣內點狀散佈808個島，小島上松樹枝葉蒼翠扶疏蔚為奇觀，我們搭乘遊覽船，觀賞水光島影，還有海鷗緊隨飛翔，美不勝收。當晚宿松島世紀飯店，晚餐享用會席料理，除生魚片、龍蝦之外尚有仙台牛排、牛舌、天婦羅等。第五天早餐後專車前往平泉市之中尊寺，平泉市是十二、三世紀，陸奧地區藤原家的首府，人口曾高達十二萬人，是當時東北地區政治、文化之中心，而中尊寺是天台宗的東北大本山，傳說是為了慰祭在戰亂中不幸死去的亡靈所造，藤原家沒落後在14世紀時多數堂塔曾遭燒毀，現存殿塔已被列入國寶，其中的金色堂是中尊寺創建當初唯一的遺構，是一座金色的阿彌陀堂。續乘車前往嚴美溪，深峻的嚴美溪谷是由磐井川的河水歷經數萬年來切割而成，從峭壁青色的岩石當中可以看見紅楓崢嶸而出，色澤十分迷人。喜鴻賞櫻五日之旅於午餐後結束，在花卷機場和團友道別後我們在盛岡市住了二個晚上後，4月20日早上9點45分，乘新幹線Yambiko 6號特速往東京方向飛馳，開始JAL Pack的東京箱根之旅。

沒有壓力，沒有孩子的二人世界，手牽著手，漫步於新宿的街頭，使我想起三十年前的一首老歌，是吉永小百合主唱，歌名是「勇氣のあるモノ」，其中的一段是如此的唱著「這條人生的道路雖然漫長，但是我們還是手牽著手，一路走著……」，與妻結婚已有三十年，能放開心懷，無憂無慮地如此走著，這種感覺不知如何形容，正如芭蕉先生看到松島時驚嘆它的美麗而不知如何下筆形容時，只寫著「松島呀！松島呀！松島呀！」。

4月21日清早出發，與妻二人坐JR山手線到東京車站再乘新幹線到宇都宮轉JR日光線，到日光車站時是9點50分左右，我們沿著日光街道往新橋東照宮方向行走，雖然細雨濛濛，但我們帶著雨傘穿著雨衣倒也別具風味，很多當地的日本人及金髮碧眼的外國人與我們同行。與妻二人就這樣的「牽你的手，行著小路……」再度重遊日光東照宮及附近的堂塔、寺廟。與十七年前攜兒帶女的四人遊又有不同的感覺。



4月22日早上10點小田急特急「Romance Car」由新宿西口站開出，馳往湯本箱根方向，Romance Car的車廂外型雖然沒有新幹線的奇特美觀，但其內部設備、空間寬廣，仍然豪華舒適。Romance Car在11點30分抵達湯本箱根車站後，我們與其他Romance Car的遊伴再轉Bus繞著山路到達芦の湖畔的元箱根。

眼前湖水清澈，四周環山翠綠，紅色的杜鵑花與殘留些許櫻花的櫻樹點綴其中，真是人間仙境，雖然沒有下雨，仍有灰白的雲絲隨著微風飄忽在天際間，更是另番風味。我們沿著東海道「杉並道」繞湖漫步二十多分鐘，走到湖灣另一端的箱根町。在指定的餐館吃午餐後，住進預定的箱根Hotel。下午我們漫步於芦の湖畔的昔日「東海道」的部份路段石疊道。

江戶時代由江戶（東京）到京都都走東海道，經過箱根高聳山岳地段時，旅人的辛勞可想而知。箱根神社在半山之間，其神社入口的朱紅門拱與芦の湖裡高聳的朱紅「鳥居」（大門拱）非常顯眼。

由遠處半山上眺望時湖水、朱紅色的門拱，環繞湖的翠綠山巒及遠處高聳、上端白雪蓋峰的富士山形成名聞世界的日本富士山，箱根芦の湖的奇觀景色。

第二天早上六點半起床，望著窗外清明秀麗的芦の湖，我們二人迫不及待先到Hotel外的芦の湖畔散步，眺望遠處天際間白色笠狀的山藏在湖畔山巒之後，湖邊釣魚的日本人說那就是聞名世界的富士山，今天萬里無雲，風和日麗，富士山一定可以看個夠，八點開始的早餐被

安排在大玻璃窗邊，面向湖水的座位上。邊看白色的富士山峰，享用日式早餐。湖中小舟上有人在湖上釣魚。晨曦、湖色、舟釣、翠綠的山巒及白色山峰的富士山是我們旅遊日本多次中第一次看到的景色，這次真是幸運。九點30分搭乘芦の湖遊船Royal號由箱根町出發，到元箱根接另一批乘客後，繞湖開往北邊的桃源台，我們下船後乘空中纜車到大涌谷，火山口噴著硫黃味白煙的大涌谷口與遠處白雪峰頂的富士山相互輝映，形成美麗的圖畫，人們一直在讚嘆著富士山的美麗壯觀，它是日本的奇景，也是日本人的驕傲。

遊大涌谷後我們再乘牽引纜車到強羅再轉乘登山火車到湯本箱根，在湯本箱根的小街上散步，買些當地的特產帶回洛杉磯給公司的同事及親戚。我們於下午4點40分乘Romance Car回新宿，再住入京王飯店，結束了為期二天一夜的箱根之旅。

4月24日下午5點20分，依依不捨，意猶未盡地離開了日本的成田機場，揮一揮手，帶著無限的回憶。

許啓勇先生，本會理事，早歲留學日本東北大學攻讀化工，畢業後來美就讀南加大獲碩士學位。

1982年，許先生創設UNIVERSAL PLOYMER 化工原料廠，以其學養、才具與刻苦力學，事業順遂。其後又創設安星投資公司，專精少數民族小型企業貸款，嘉惠此間少數民族創業人士，許先生曾任台灣同鄉會副會長，致力於關懷故鄉服務僑界之熱忱為人稱讚。

贊助
廠商

- 封面 A-Mac Hospitality Furniture
封底 CF Kent
封面裡 InterContinental Hotels Groups
封底裡 AT&T
3 InterContinental Hotels Groups
4 Hospitality Finance & Sales, LLC.
5 Altas Hospitality Group
6 Syntax

71 Vic Inn- Ternational Co.
72 SDH Hardware Inc.
73 New York Life
74 Kenny's Supply Best Bedding
75 HRH
76 National PC & Networking Services
77 Sunny Painting Co.
78 United Sources Inc.



A SINGLE SOURCE OF COMPLETE LODGING SERVICES

旅館投資管理專業

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

HOTEL BROKERAGE

買賣

\$10 + Million

Any Size Motel/Hotel

Can take special Assignment

HOTEL FINANCE FIRST MORTGAGES

第一順位貸款

%5 + Million

Up to 65% LTV

Fixed/Floating

Economy - Luxury

Motel/Hotel Properties

HOTEL MANAGEMENT

經營

Limited to Full Service

Motel/Hotel

Any Size Motel/Hotel

2nd MORTGAGES

第二順位貸款

Please call for detail

HOTEL ASSET MANAGEMENT

資產管理

Limited to Full Service

Motel/Hotel

Any Size Motel/Hotel

MEZZANINE CAPITAL

高額貸款

\$2 + Million

Up to 90% LTV

Fixed/Floating

Economy - Luxury

Motel/Hotel Properties



VIC INN-TERNATIOAL CO.
Hospitality Investment group

金龍旅館實業公司

1455 Monterey Pass Rd., Suite 201

Monterey Park, CA 91754

Tel: 323-268-8886

Fax: 323-268-6188

Visit www.vicinn7.com

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

大友 供應 公司 床墊

Kenny's Supply Best Bedding

供應：

旅館的所有必需用品及床單、窗簾、壁畫
特別為旅館設計的床墊及沙發床



感謝以下旅館採用本公司產品

- Holiday Inn Select Miramar
- Holiday Inn Express Sea World
- Staybridge Suites Lake Forest
- Ramada Plaza Hotel Anaheim
- Holiday Inn Rancho Bernardo
- Staybridge Suites Milpitas
- Best Western Laguna El Toro Inn
- Holiday Inn Express Anaheim

Tel: (323) 721-0252 Fax: (323) 721-6086
2845 Supply Ave., City of Commerce, CA 90040



We know we can't insure the whole world...just yours.



Hilb Rogal & Hobbs Insurance Services of California specializes in providing insurance to the Hospitality Industry.

- Low-Cost Workers' Compensation Programs
- Commercial Packages & Umbrella Programs
- Employment-related Practices Coverages

For a quote on any of your insurance needs, please contact Joel Brand, Vice President, at joel.brand@hrh.com or 800-405-0300, ext. 5255. 7250 Redwood Blvd., Ste. 300 Novato, CA 94945



hilb rog al & hobbssm

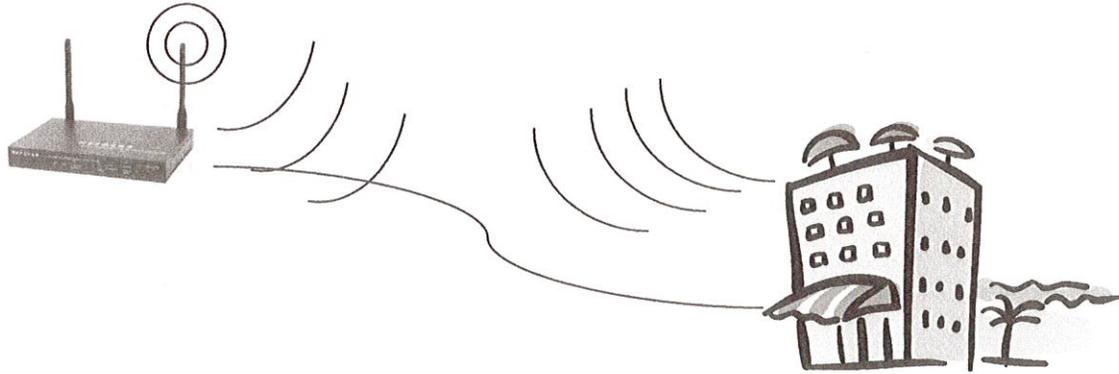
www.hrh.com
License # 0511289

PROBLEM SOLVED.SM

HRH typically acts in an agent's capacity and receives compensation as a representative of one or more insurance companies. HRH may also receive compensation from other sources when acting as an agent. Unless HRH has a written agreement where HRH represents that it will be acting in a broker's capacity and will be compensated only by agreement with the client, or is acting as a wholesaler for other licensed producers, HRH will be acting in an agent's capacity.

(((WIRELESS INTERNET)))

**We do wireless Internet for Hotels,
Motels, Big Buildings,.....etc.**

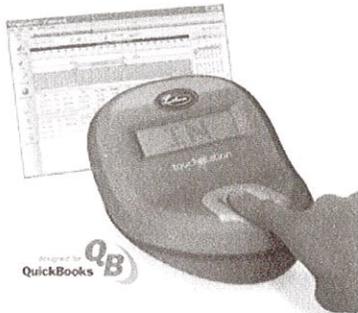


SYSTEM SPECIALS

Security Camera System

See you own property
on Internet

**No more
Video Tapes**



TIME CLOCK

指紋 **FIGURE PRINT**

Or ID Card

可連電腦 Quickbook, etc.

We will beat other estimates Call to schedule a estimate

909-444-7841 CELL: 951-232-0164, 909-919-5888

National PC & Networking Services

servicing hotels/Motel in California since 1993

國際電腦公司

Tom Lin



SUNNY PAINTING CO.

Residential-Commercial
Interior & Exterior Specialists

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

**TAKE ADVANTAGE
OF OUR QUALITY WORK
& LOW PRICES**

Call for Free Estimate

Tell: 1(800) 511-1688

(213) 365-8228

(213) 365-9393

(818) 541-1894

(909) 623-5319

Fax: (213) 365-8306

Lic. # 621438
Fully Insured



REFERENCES Commerical & apartment Building:(EXTERIOR)

1. Holiday Inn 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. Holiday Inn Express Bakersfield
5. Holiday Inn Express Pasadena
6. Days Inn Hotel
7. Clarion Hotel LAX Airport
5249 West Century Blvd.
Los angeles, CA 90045

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

sunny-painting@sbcglobal.net

高貴不貴

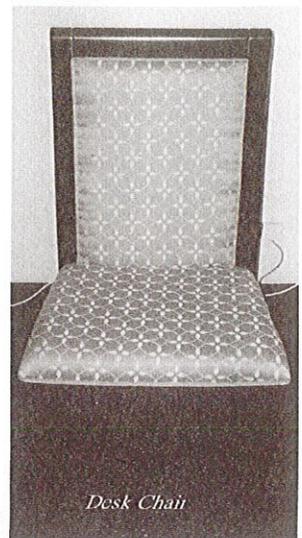
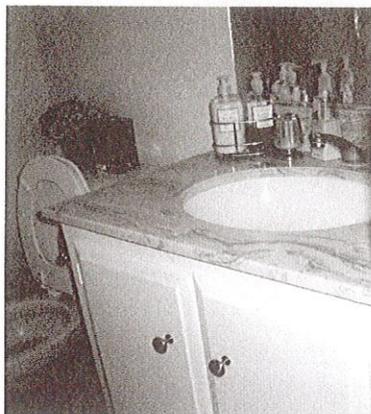
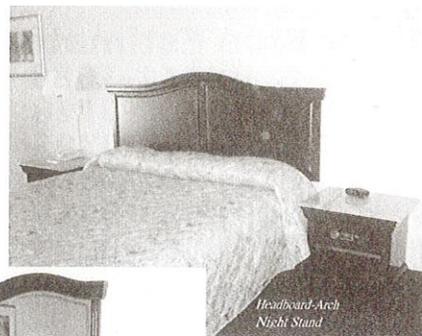
好的旅館設備，使你的旅館等級升星

泛美家具公司

UNITED SOURCES

買傢俱送贈品，多買多送。(數量有限，送完為止)

供應旅館傢俱、地毯、床罩、窗簾、浴室檯面、SHOWER WALL



所有家具採用真正的硬木，不怕碰撞！

家具頂面採用耐磨的 FORMICA 材料及花崗岩石板。

工廠直營，歡迎任何規格訂做

電話：(909)576-9131 (Mike) / (626) 810-0333 (0)

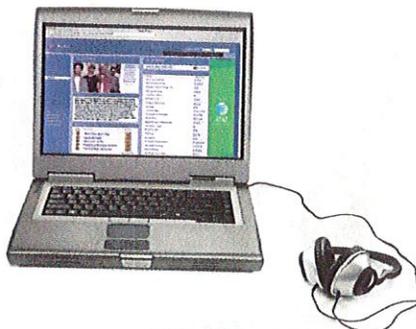
E-MAIL：longtsai@aol.com / FAX：(626)810-3380

A speed for every need.

EXPRESS



PRO



ELITE



Get the high-speed internet experience you're looking for at a yearlong price that's less than cable.

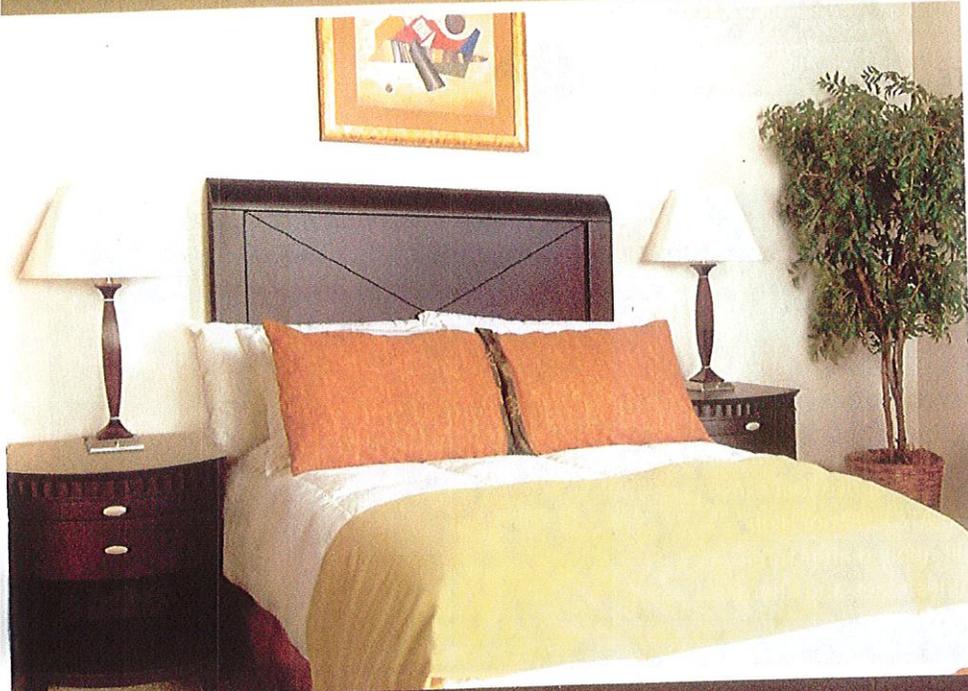
Whether you want high-speed internet for basic everyday tasks such as email and web browsing or an even faster connection for downloading music and online gaming, AT&T has the range of connection speeds and prices you're looking for. From our extremely affordable Express service — as low as \$12.99 a month for 12 months when ordered online — to our Pro and ultrafast Elite service, we give you the speed you need at a price that's less than cable. Plus right now if you switch from cable to AT&T Yahoo! High Speed Internet, you get three months free. (Bill credit applied after three months' paid service and receipt of cable bill. Excludes taxes and charges for premium services.) **AT&T. Your world. Delivered.SM**

The new



at&t
Your world. Delivered.SM

你想以最好的價格買到最高級的家具嗎？
請來CF KENT 工廠直接訂購



- C F Kent 公司是美國希爾頓集團(HILTON), MARRIOTT, 喜來登(STARWOOD SHERATON)等五星級酒店的合約供應商(APPROVED VENDOR), 過去五年已完成希爾頓260家, MARRIOTT以及喜來登等135家的家具工程。
- 我們也完成了HOLIDAY INN EXPRESS, RAMADA以及BEST WESTERN等130多家集團酒店的家具工程。
- 我們是南加州台灣旅館同業公會的特約供應廠。
- 我們接受室內設計師任何指定規格要求產品。
- 歡迎來City of Commerce工廠的Show Room參觀洽談。



5822 SMITHWAY STREET
CITY OF COMMERCE, CA 90040
TEL: (323) 346-2500, FAX: (323) 346-2700
CFKENT@CFKENT.COM

CF KENT 家具工廠