



南加州台灣旅館業同業公會

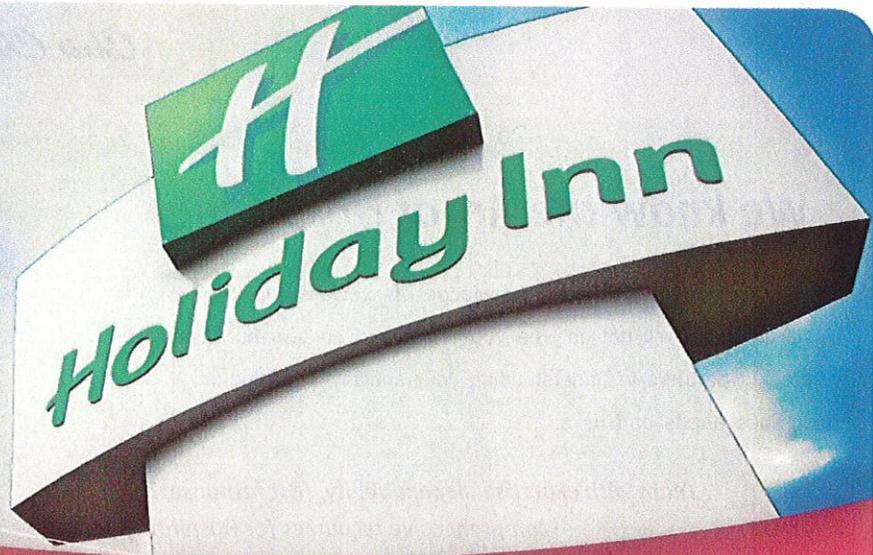
旅館會刊

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

March
2010

HOTEL & MOTEL JOURNAL

Issue Number **133**



a true sign of
INNOVATION

Our commitment to innovation continues with the successful global relaunch of one of our flagship brands—Holiday Inn. With over 1,900 relaunched hotels around the globe, this is one of the most exciting times in the history of the brand. As one of the largest brands in the mid-market segment, Holiday Inn has a proven operating model that has been successful for almost 60 years. As the world's most recognized hotel brand and one of the most stayed in by travelers, it offers a great investment opportunity. It's no wonder why so many owners are choosing Holiday Inn.

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

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



© 2010 InterContinental Hotels Group. All rights reserved. Most hotels are independently owned and operated.

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

www.thmasc.com
thmasc1688@gmail.com

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

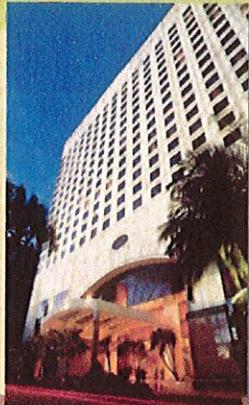
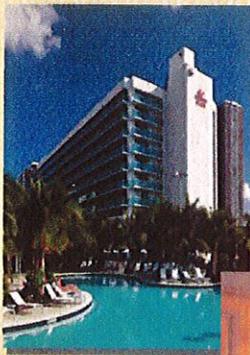
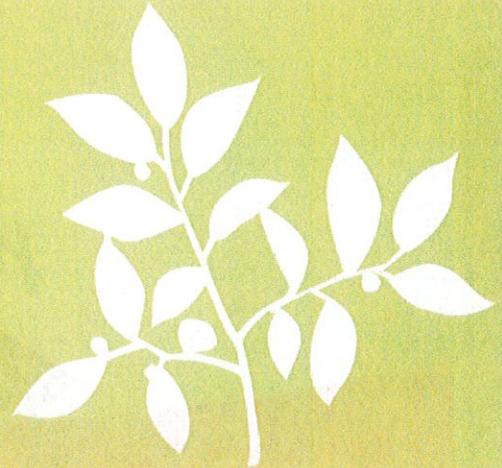
*"Always try our best to let you see the difference
and continue our dedication for exemplary service for
you and your business."*

Chris Chang – Vice President

We know the Art of Hospitality

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

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



誠品商業保險



1333 Westwood Blvd.
Los Angeles, CA 90024

Phone: 310.866.6009
909.267.8810
Fax: 310.235.0443

Email: chris_chang@grosslight.com
sean_chang@grosslight.com

會長 理事長 會務顧問

第一屆	蔡金裕 / King Chai.....1974-1976
第二-五屆	王桂榮 / Ken John Wang1976-1980
第六屆	陳哲夫 / Jeff Chen.....1980-1981
第七屆	范宗陣 / John Fan.....1981-1982
第八屆	丁昭昇 / Charles Ting.....1982-1983
第九屆	劉丁榮 / Ting Liu.....1983-1984
第十-十一屆	楊茂生 / Maoson Young.....1984-1986
第十二-十三屆	黃三榮 / San John Hung.....1986-1988
第十四屆	李木通 / Tom Lee.....1988-1989
第十五-十六屆	方俊雄 / Grover Fang.....1989-1991
第十七-十八屆	顏樹洋 / Rosano Yan.....1991-1993
第十九-二十屆	廖聰明 / Tom Liaw.....1993-1995
第二十一屆	陳正吉 / Cheng-Chi Chen.....1995-1996
第二十二屆	陸和源 / George Lu.....1996-1997
第二十三-二十四屆	盧景林 / Robert C. lu.....1997-1999
第二十五-二十六屆	邱垂煌 / Chris Chiu.....1999-2001
第二十七-二十八屆	許清松 / Stephen Hsu邱垂煌.....2001-2003
第二十九-三十屆	林宣昭 / Herman Lin邱垂煌.....許清松.....2003-2005
第三十一-三十二屆	范約瑟 / Joseph Fan林宣昭.....邱垂煌、許清松...31th...2005許清松.....林宣昭、盧景林 ..32th...2006
第三十三屆-三十四屆	汪俊宇 / Gerald Wang.....盧景林.....邱垂煌、許清松....33th...2007林宣昭、范約瑟 34th...2008
第三十五屆	鄧永征 / Nicolas Teng.....范約瑟.....邱垂煌、許清松....35th...2009林宣昭、盧景林汪俊宇

A message from President

會長 鄧永征

Nicolas Teng President of THMASC



Dear hotel owners, future hoteliers,

Hello everyone, hopefully everyone still survives the recession. This year is turning into a real test for every business facing the new reality of modern business cycle. As hoteliers, how do we prepare ourselves to survive and even thrive in this tough environment?

All you need is to call us; we are your 70% solution! And show up to our meetings and events!

Taiwanese Innkeeper Association of Southern California is here for you. I, as an active participant of this association for the last 14 years, will be the first to tell you the benefits for this great non-profit association. I do not think there is no a better place to be, in the time we are in, to find advice from real professional, educate ourselves to the new challenges, and get help for all kinds of industry relevant solutions. From the list of directors page in this magazine, anyone can call us to pick our brains on any issues relating to our industry. It would not cost only your time and your need to have a second or third opinion.

We have meeting every months that anyone can join. Our last big event is the New Years Party on February 7th in Fullerton Crown Plaza, which was an immense success, where we have incredible shows and dances Emceed by our beautiful Mimi Chiu and her incredibly talented artist friends. We also want to give thanks to the owner of Crown Plaza Mr. Charles Yang who personally supervised the whole event to make it an enormous success. We participated in the Chinatown Parade in a Float with cooperation with TECO. We also in a joint effort with the Mariners Outreach Church in Orange County had put together Hygiene Kits for those in need in Haiti, by donating \$1,500 from our funds.

The upcoming events are even more exciting, please call Anita 626-280-2207 to get the most up to date information, or go online at www.thmasc.com to get acquainted with us.

Wishes you the best of 2010.

恭賀

- 本會前理事長 許清松獲聘 中華民國僑務顧問



Calendar

- 2010 Annual Hotelier Seminar
三十五屆第二次座談會
March 17, 2010
10:00AM - 4:45PM

- 本會年度高爾夫賽
04-28-2010
Black Gold Golf Club

- 第35屆年會暨商展
06-06-2010
West Bonventure Hotel
404 S. Figueroa St.
Los Angeles, CA90071

恭賀

- 本會理事 王強生榮獲年度
Manager of the Year Award



John Wang was nominated for a Manager of the Year Award and his hotel was nominated for Business of the Year Award in the last two years.

CONTENT

- | | | | |
|----|---|----|--|
| 3 | 歷任會長芳名錄 | 25 | Atlas Hospitality News Lead Articles |
| 4 | 會長的話 | 27 | 美國酒店業走向綠色環保 |
| 7 | 第三十五屆理事名單 | 29 | 如何培育酒店文化 |
| 8 | 三十五屆第二次座談會 | 31 | 如果隨時都是關鍵時刻 |
| 10 | 青商部報導 | 37 | 銷售有沒有技巧 |
| 12 | 2010新春晚會 | 39 | 如何提高房費總收入的同時，
又提升平均房價 |
| 17 | 參加洛僑經文處2010新春團拜 | 41 | 今天，您對下屬微笑了嗎？ |
| 19 | Hotel Indigo San Diego
New Year Party | 43 | Motivate-Employees-for-
Great-Job-Performance |
| 20 | Ramada brand returns to
Hawaii tourism scene | 45 | 台灣徵海外稅-僑委：
應靜觀其變 |

第133期 2010年3月出刊

Our Team

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

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

南加州台灣旅館業同業公會

第三十五屆理事名單

<p>Chairman 理事長 范約瑟 Mr. Joseph Fan 21725 E. Gateway Center Dr. Diamond Bar, CA 91765 (O)909-860-6255 (F)909-612-5730 brightonllc@aol.com</p>	<p>President 會長 鄧永征 Mr. Nicolas Teng 3344 State St. Santa Barbara, CA 93105 (O)805-687-6611 (F)805-687-7116 nickteng@msn.com</p>	<p>Consultant 會務顧問 邱垂煌 Mr. Chris Chi 2 Orchard Lake Forest, CA 92630 (O)949-462-9500 (F)949-273-5898 chiulaxst@yahoo.com</p>
<p>Consultant 會務顧問 許清松 Mr. Stephen Hsu 515 West Katella Ave. Anaheim, CA 92802 (O)714-991-6868 (F)714-817-8588 Stephen@ramada-anaheim.com</p>	<p>Consultant 會務顧問 林宣昭 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 rcloblu@yahoo.com</p>
<p>Consultant 會務顧問 汪俊宇 Mr. Gerald Wang 1455 Monterey Pass Rd., #201 Monterey Park, CA 91754 (O)323-268-8886 (F)626-446-4068 gwang@vicinn7.com</p>	<p>Vice President 副會長 吳東昇 Mr. Tom Wu 705 N. San Gabriel Blvd. Rosemead, CA 91770 (O)323-887-9235 (F)323-887-9236 tomwula@yahoo.com</p>	<p>Vice President 副會長 王政煌 Mr. Michael Wang 5325 E. Pacific Coast Hwy Long Beach, CA 90804 (O)562-597-3285 (F)562-498-7167 mwang@venquest.com</p>
<p>Vice President 副會長 郭學仁 Mr. Simon Kuo 26328 Oso Parkway Mission Viejo, CA 92691 (O)949-582-7100 (F)949-367-7696 Simonkuo9@yahoo.com</p>	<p>Vice President 副會長 陳柏睿 Mr. Kevin Chen 915 S. Disneyland Dr. Anaheim, CA 92801 (O)714-778-0350 (F)714-778-3878 kchen@super8motel.net</p>	<p>Auditor 稽核 李德揚 Mr. Terry Lee 345 S. Figueroa St., Suite 100 Los Angeles, CA 90071 (O)213-680-8811 Ext.11 (F)213-680-9134 terry@apccusa.com</p>
<p>Treasurer 財務長 汪蔚興 Mr. Wilson Wang 2500 Michelson Dr., Ste.110 Irvine, CA 92612 (O)949-622-3402 (F)949-622-3410 Wilson@atlashospitality.com</p>	<p>Director 理事 鄭春暉 Mr. Peter Cheng 1538 E. Lincoln Ave. Anaheim, CA 92805 (O)714-635-6888 (F)714-883-8000</p>	<p>Director 理事 王正純 Mr. Chen-Chun Wang 1402 W. Pacific Coast Hwy. Wilmington, CA 90744 (O)310-834-3400 (F)310-835-2225</p>
<p>Director 理事 劉明岳 Mr. Ben Liu 788 W. Huntington Dr. Monrovia, CA 91016 (O)626-358-8981 (F)626-301-0657 grandoaktreeinn@aol.com</p>	<p>Director 理事 林樹枝 Mr. Mike Lin 1951 Newport Blvd, Costa Mesa, CA 92627 (O)949-650-2999 (F)949-650-2699 Mikelin168@yahoo.com Director</p>	<p>Director 理事 江耀 Mr. Bill Chiang 2845 Supply Ave Commerce, Ca 90040 (O)323-721-0252 (F)323-721-6086 yaochiang@yahoo.com</p>
<p>Director 理事 Ms.陳雪仙 Michelle Chen 227 W.Valley Blvd #308 San Gabriel, CA 91776 (O)626-576-8000 (F)626-576-8900</p>	<p>Director 理事 Ms. Amy Lu 5318 N.Rosemead Blvd San Gabriel, CA 91776 (O)626-285-8866 (F)626-285-03799 annie@annielu.com</p>	<p>Director 理事 王強生 Mr. John Wang 1520 E. Main Street Barstow, Ca 92311 (O) 760-683-3388</p>
<p>Director 理事 呂世豪 Mr. Harry Lu 1744 S.Nogales Street Rowland Heights, Ca 91748 (O)626-8201099</p>	<p>Director 理事 吳瓊 Ms. Tina Wu 407 W Valley Blvd, Suite# 1 Alhambra, Ca 91801 (O) 626-780-3667 (F) 626-574-5573 twu@firstchoicebankca.com</p>	

會務活動

南加州台灣旅館業同業公會三十五屆第二次座談會

Taiwan Hotel/Motel Association of Southern California

2010 Annual Hotelier Seminar

2010 第二次座談會

Wednesday, March 17, 2010

10:00AM – 4:45PM

Location of Meeting: Culture Center of TECOLA in El Monte
9443 Telstar Avenue, El Monte, CA 91731
Meeting Facilitator: Michael C. Wang, Vice President
Event Emcee: John Wang

主題: 01) 如何創造最大多元化銷售與機會
02) 在今日市場上酒店性能評估待定
03) 旅館貸款: 如何指導更改酒店貸款
04) Short Sales 和查封的說明以及債權交易抵押品贖回權概論

- I. 10:00AM – 10:55AM Maximizing Sales Opportunities
Jennifer Sullivan
InterContinental Hotels Group
10 Minute Break
- II. 11:05AM – 11:55PM Evaluation of Hotel Performances in Today's Market
TBD
11:55PM – 1:10PM Lunch Break
- III. 1:10PM – 2:00PM Hotel Lending: Changes to SBA Lending Guideline
Pat Patnaik, Senior Vice President SBA Division
First Choice Bank
10 Minute Break
- IV. 2:10PM – 3:00PM Overview of Foreclosures, Short Sales & Note Sales
Ren R. Hayhurst, Managing Partner
Bryan Cave LLP
10 Minute Break
- V. 3:10PM – 4:00PM The Perfect Storm: California Hotel Market Overview
Wilson Wang, Vice President
Atlas Hospitality Group
10 Minute Break
- VI. 4:10PM – 4:45PM Questions & Answers
Emcee: John Wang
Panelists: Chris Chiu, Herman Lin, Joseph Fan,
Michael Wang, Terry Lee, Wilson Wang, & TBD
- VII. Adjournment

Taiwan Hotel/Motel Association of Southern California 2010 Annual Hotelier Seminar

2010 第二次座談會 課程表

- (01). 小心! 業績就在您身邊,如何有效利用型商機開創業績。
經濟不景氣旅館業也難逃避這波衝擊,在有限的生意來源其中其實還有許多商機值得去開發,本會有幸去請到InterContinental Hotels Group(Holiday Inn)總公司Ms. Jennifer Sullivan為我們傳授秘密武器,小兵立大功渡小月賺大錢。
- (02). 現時段旅館營運之評估是非戰之過,還是努力不足。
當今市場困難走勢,的確給許多資深業者友使不上力的無力感,如果要跟兩三年前的風光時刻相比,現時的成績令人大失所望,這堂課請 Mr. Larry Broughton主講,此課將會交各項報表及市場數據由淺入深的方式,來教您如何為您的旅館,或者您有意願收購旅館來做一次科學性營運評估。
- (03). 旅館貸款的最新資訊。
旅館房產交易量近年來屬於低潮,其主要原因之一是貸款不易,導致形成“有行無錢”的困境。由SBA 所主導的貸款保證計劃,一直是許多銀行分散風險的方案。經驗豐富的 First Choice Bank 資深副總裁Mr. Pat Patnaik 給大家找一個找錢秘訣的寶貴一課。
- (04). 您想知道的秘密: 商業房地產法拍屋, 短售, 及抵押債卷概論。
甚麼是Foreclosure, Short Sale, 或 Note Sales? 商業房地產在這方面的操作方式跟一般人熟悉的住宅地產有甚麼同異之處呢? 由大律師 Mr.Ren R.Hayhurst 所主講得此議題將會告訴您其中的重點及秘訣。
- (05). 屋漏偏逢連夜雨, 加州旅館市場的現況。
就如住宅房地產一樣, 加州商業房地產正面困難的處境, 對有些人來說危機就是轉機, 現時代表商業房產大減價的時候, 對另一些人來說錢途不明危機重重, 因此最好以靜帶動採觀望立場, 由資深副總裁汪蔚興先生以中英文主講的此課題肯定會讓您對現時旅館房產市場有精確的了解。
- (06). 自由提問時間:
主持人: 王強生先生
以你為尊沒有預設任何議題, 我們請到了業者老將, 為您解答及討論你要知道的問題或意見。
發言者包括:
(01) Mr. Chris Chiu/邱垂煌先生 (前任理事長)
(02) Mr. Herman Lin/林宣昭先生 (前任理事長)
(03) Mr. Joseph Fan/范瑟先生 (現任理事長)
(04) Mr. Michael Wang/王政煌先生(現任副會長)
(05) Mr. Wilson Wang/汪蔚興先生 (現任理事)

Young Adult Group 青商部

On a sunny Sunday afternoon, what's more relaxing than a visit to a beautiful hotel resort and lunch at a famous 5 star buffet restaurant.

Well, that's what the Young Adult Group did when we visited St. Regis Monarch Beach Resort.



Every year the THMASC Young Adult group plans an outing to visit famous hotel property/resort. This time we had the wonderful opportunity to visit world class St. Regis resort located in Dana Point. Looking over the Pacific Ocean and its own golf course, St. Regis offers more than just a spectacular view. Its world class hospitality service and operations are second to none. We started our visit by watching a brief presentation on the St. Regis culture and its core hospitality values. With a great training program, St. Regis staff is able to offer much more than just your regular guest services. From your typical catering and banquet services to complete customized wedding plans, we were amazed that they once even brought in a live elephant to accommodate a special Indian-style wedding.



Kevin Chen
本會 副會長
General Manager
Super 8 Anaheim Disneyland Drive

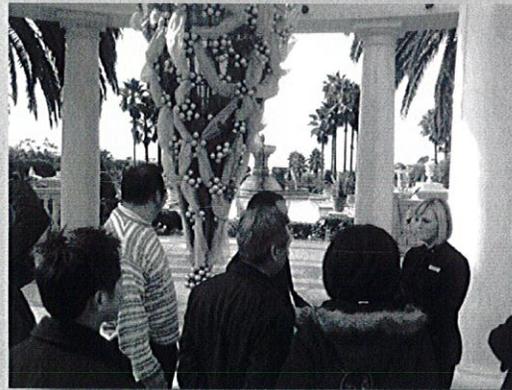
Following the presentation we had a chance to go behind the scene to see the heart of St. Regis operations. We toured the resort and visited its grand Presidential Suite; famous wine cellar; gigantic in-house laundry operation; and of course, its award winning kitchen and various restaurants. Nothing opens your eyes more when you see the full size kitchen preparing upcoming banquets and weddings for hundreds of guests. You wonder how could a place so big can operate and serve its guests so efficiently. This is another reason what sets St. Regis apart from its competitors.



Young

We enjoyed a 5 star brunch buffet in a special banquet room set aside just for us. The food was absolutely amazing. From fresh seafood to hearty breakfast, it was probably one of the most expensive and delicate brunch buffet I've ever experienced. I looked around and it wasn't hard to figure out why the place was packed with guests. Who could resist a delicious meal with amazing views out on the balcony?

The day went by so quickly and the tour went on far longer than anyone could have expected because everyone was so intrigued and asked all kinds of questions. We were treated with enormous courtesy, respect and care. I'd like to take this opportunity to extend my appreciation not only to THMASC for supporting this event, but also to the staff of St. Regis especially Ms. Jaclyn Groendyke, Director of Guest Services, whose hospitality made us felt like part of the St. Regis family for the day. I received great feedbacks from each and every participant and I think I speak for everyone when I say we all walked away with invaluable experience and insight that we won't see anywhere else!



Adult



Group

會務活動

南加州台灣旅館業同業公會2010新春晚會

Time: 6:00 pm - 11:00 pm, February 07, 2010 (Sunday)

Place: Crowne Plaza (Fullerton)

1500 South Raymond Ave, Fullerton Ca 92831

會長鄧永征致詞



新春聯歡晚會

經文處劉克裕副處長致詞

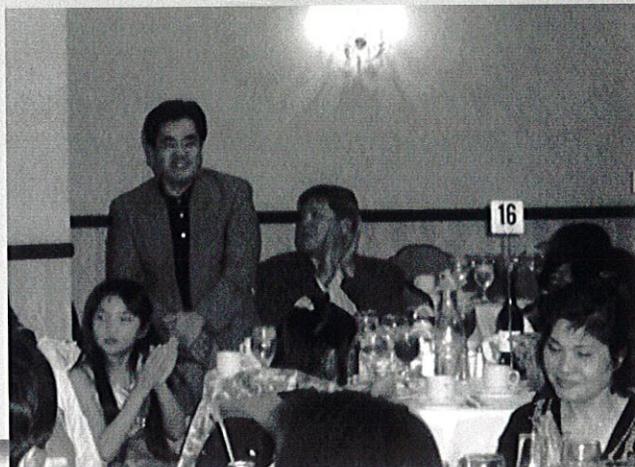


新春聯歡晚會

新氣象！

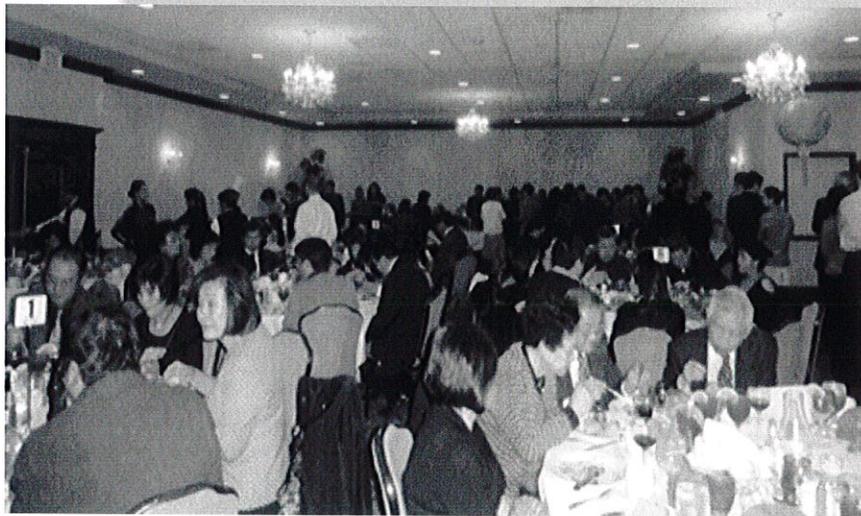


福
虎
生
豐



新春聯歡晚會

新希望！

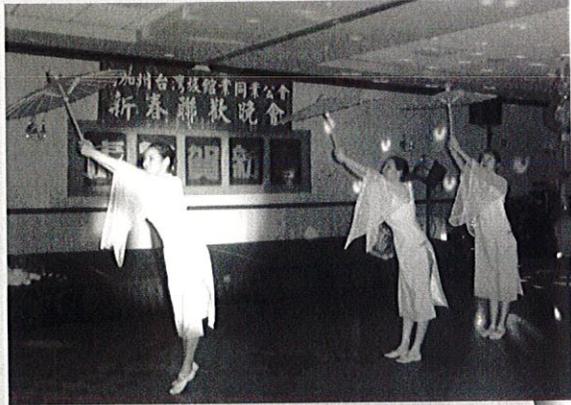


虎市吉利

新春聯歡晚會



高懷！



暢舞！



新春聯歡晚會

珍重！



明年見！

參加洛僑經文處

2010新春團拜

會長鄧永征及前理事長
許清松代表本會接受
台灣八八風災捐款表揚



經文處處長舉行新春團拜

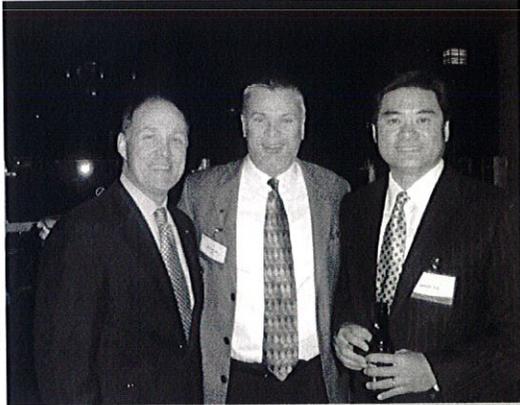
會務活動

參加洛橋經文處2010新春團拜



祝中華民國國運昌隆！

Hotel Indigo, San Diego New Year Party



本會祝賀中華航空公司所屬夏威夷華美達大酒店已於三月初隆重開幕

Ramada brand returns to Hawaii tourism scene

By Erika Engle

The Holiday Inn Waikiki has been renamed the Ramada Plaza Waikiki, in a return of the Ramada brand to Hawaii and its visitor industry.

"With the addition of the Ramada Plaza Waikiki to our portfolio, we're able to further strengthen our position in the North American market while providing Honolulu's more than 4 million annual visitors the opportunity to experience the modern comfort and value of the Ramada brand," said Mark Young, brand senior vice president, in a statement.

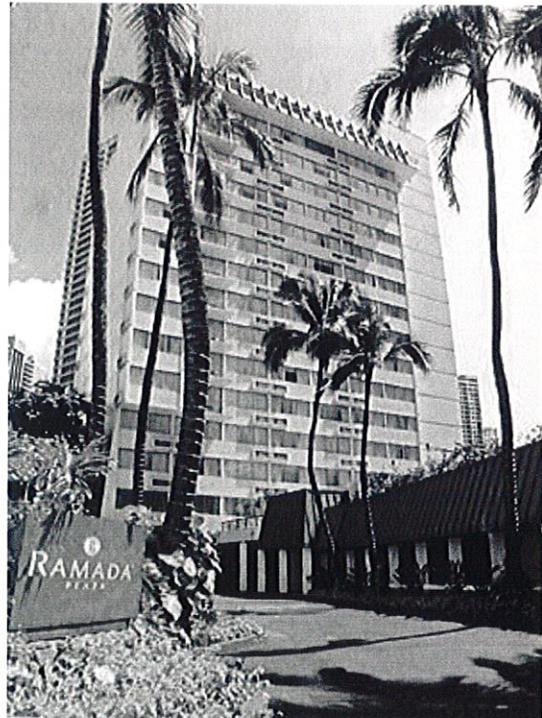
The newly renovated 198-room hotel, owned by China Airlines Ltd. subsidiary Cal-Dynasty International Inc., offers free high-speed wireless Internet access, business and fitness centers, the "de rigueur" swimming pool and an American and Chinese buffet restaurant.

Ramada has an opportunity this time 'round to make a longer-lasting impression on the islands.

Its circa-1994 presence at the Ramada Renaissance Ala Moana Hotel was ignored by most local people, who continued to call it the Ala Moana Hotel, as they still do.

Star-Bulletin colleagues vaguely remember a Ramada Inn somewhere around Honolulu Airport, but resident historian Ben Wood was not in the newsroom yesterday to validate the vagaries.

The newly renovated 198-room hotel Ramada Plaza Waikiki was opened



Online, one can find an excerpt of a 1989 article from the St. Louis Post-Dispatch referring to the St. Louis University Billikens (athletic team) arriving at the Ramada Inn aboard the Blue Bird bus (no motor coach, apparently) that had been provided for team transportation.

It is probably fair to say two decades later the athletes' stay at the Ramada Inn is not the memory they recall most fondly. Then again, Hawaii's brand is stronger than just about anybody's.

馮聖明



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

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

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

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

二、 保險費用（每年九月一日調整一次）

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

另加\$10手續費每個月。

三、 申請方法

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

四、 付保險費方式

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

五、 常問問題

1. 過去有病歷，已經懷孕，年齡超過65歲時，是否可投保？

馬上加入旅館公會成為會員，每年按時繳會費便可申請。

2. 可否只替經理、會計等主要員工申請？

只要你是旅館公會會員，投保人只要個別填寫申請表來申請。

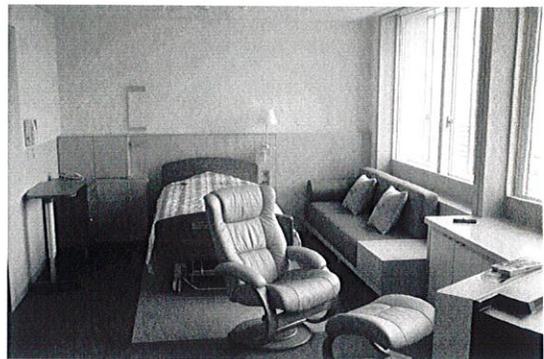
3. 65歲以上是否要退保？

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

4. 替員工買保險，對僱主有什麼好處？

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

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



南加州台灣旅館業同業公會

Taiwan Hotel & Motel Association of Southern California

會員申請書

Membership Application Form

會員姓名 Applicant's Name

(中文) _____ Name _____

Address _____ Tel: _____

_____ Fax: _____

本人\公司為 申請加入為新會員 申請加入為榮譽會員

繳交

會員年費

\$100 元 50 單位以下+旅館通訊

\$150 元 51~99 單位+旅館通訊

\$200 元 100 單位以上+旅館通訊

\$200 元 榮譽會員(公司)+旅館通訊

\$150 元 榮譽會員(個人)+旅館通訊

合計 _____ 元

旅館或公司名稱 Company/Hotel Name

中文 _____ Name _____

Address _____ Tel _____

_____ Fax _____

旅館單位數 _____

支票請開:T. H. M. A. S. C.

郵寄:1045 E. Valley Blvd #A212

San Gabriel, CA 91776

Tel:626-280-2207

Fax:626-280-2243

本欄由公會填寫

金額:

支票號碼:

支票抬頭:

南加州台灣旅館業同業公會

TAIWAN HOTEL & MOTEL ASSOCIATION OF SOUTHERN CALIFORNIA

旅館通訊廣告價目表

HOTEL & MOTEL NEWSLETTER MONTHLY ADVERTISING RATE

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

以上優惠價均需一次付款。

附有廣告訂購表，請將資料填妥後傳真或郵寄：

Taiwan Hotel-Motel Association of Southern California

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

Tel: 626-280-2207 • FAX: 626-280-2243

ADVERTISING ORDER

COMPANY: _____
 NAME: _____
 ADDRESS: _____ TEL: _____
 _____ FAX: _____

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

QUANTITY	DESCRIPTION	AMOUNT

PAYMENT IS DUE UPON SIGNING OF THIS CONTRACT.

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

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

Atlas Hospitality News Lead Articles

March 2010

Carlsbad Resort Debt Sold at Big Loss

KSL Capital Partners acquired \$380M of debt it owes against the La Costa Resort and Spa in Carlsbad, Calif., for about \$120M, according to Commercial Real Estate Direct.

The \$147M first mortgage, provided by Citigroup, and \$233M of mezzanine debt, originated in early 2007, matured in February 2010.

La Costa Resort & Spa (above) features include:

- 611 hotel keys, including 474 rooms in fee, and 81 resort villas, comprising 137 keys, owned by third parties
- Two 18-hole golf courses, 17 tennis courts, 1,000-seat stadium, full-service spa and clubhouse
- Over 100,000 square feet of meeting space
- Multiple food & beverage outlets and retail outlets

Between 2002 and 2007, the owners invested over \$140M in extensive renovations and construction of new amenities.

La Costa Resort and Spa is just one in a long line of financially-troubled resorts struggling during this deep recession.

Other notable examples include the 380-room Terranea Resort in Rancho Palos Verdes, Calif., the 540-room Fairmont Orchid in Hawaii and the soon to be shuttered 348-room Ritz-Carlton in Lake Las Vegas, Nev.

Wilson Wang 汪蔚興



Atlas
HOSPITALITY GROUP

February 2010

California Hotel Sales Plunge to an All-Time Low

Atlas Hospitality Group just published its 2009 California Hotel Sales Survey. The results showed that 2009, with a meager 92 transactions, will go down as a new record low for California hotel sales.

Survey highlights include:

- The number of hotels sold dropped 51% from 2008 and 73% from 2007.
- The dollar volume of sales was down 75% from 2008 and 85% from 2007.
- The median price per room sold was down 30% from 2008 and 38% from 2007.
- The number of hotels available for sale jumped 53% in the last six months of 2009.

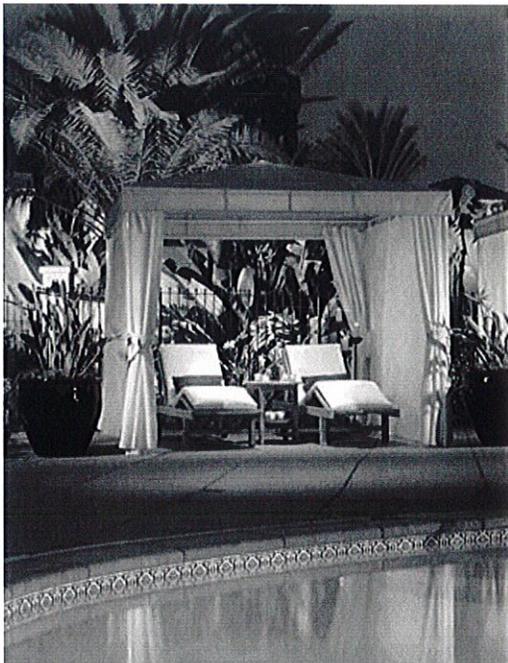
The \$90M sale of the 404-room W San Francisco was the largest California hotel transaction in 2009.

The top three 2009 California hotel transactions were: the \$90M (\$222,772 per room) sale of the W San Francisco, the \$36M (\$131,387 per room) sale of the Napa Valley Marriott Hotel & Spa in Napa and the \$35M (\$168,269 per room) paid for the Hotel Angeleno in Los Angeles.

These three transactions accounted for over 30% of the total dollar volume for the year.

For 2010, we predict an increase in the number of transactions with the spread between buyer and seller expectations shrinking as prices continue to drop. However, we still see this year as challenging for hotel owners and lenders alike.

As we have been saying for some time now – if you are planning on selling, it's important to move sooner rather than later.



La Costa Resort and Spa

January 2010

California Hotels Still Feeling the Pain

Smith Travel Research (STR) recently released their November 2009 California hotel industry performance numbers. The picture was not pretty.

Through November, the average Rev PAR decline for the United States stood at 17.3%, just slightly below California's 19.3% drop.

However, when we look at individual California markets, the declines were much more severe. San Jose continued to hold the dubious #1 slot with a 27.4% year-to-date Rev PAR decline. South Lake Tahoe was down 23.7% and Ontario followed at 23.6%

Almost every market tracked by STR showed a double-digit Rev PAR decline. The two that experienced "only" single-digit drops were San Luis Obispo, down 5.1%, and Eureka, down 3.1%.

Whenever we see these kinds of numbers, we try to look for the positive.

Even though every market continued to drop in November 2009 versus November 2008, it appeared that the slide was starting to slow, 40% of the markets tracked showed single-digit Rev PAR declines.

Many analysts now point to the 2nd quarter of 2010 as a period of Rev PAR stabilization.

We look forward to the 1st quarter of 2010 and brighter reports on the horizon for the hotel industry.

美國酒店業走向綠色環保

本刊編輯部

Orchard Garden



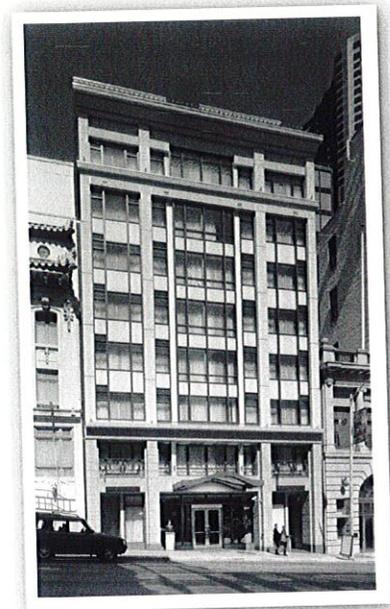
近日，美國酒店業悄然興起了綠色環保的趨向。雖然長時間以來，酒店業給人的印象是建設和裝修大的建築物，使用強化學產品清理和保潔，存在著種種有悖環境友好的行為。

影響各種環保行為的因素很多，諸如：經營者希望減少有害污染物對員工和客戶影響；節省能源開支；削減污染物排放；贏得大眾認可等等。

三藩市(San Francisco) Orchard Garden酒店投資2,500萬建成的新大廈是最注重綠色環保的一個工程，是整個海灣地區環境友好的象徵。於本月開業的這個酒店，屆時將成為美國綠色建築物委員會(U.S. Green Building Council)認證的四家綠色環境友好酒店和度假勝地之一，而且是三藩市唯一的一家。

綠色建築物委員會是一個非營利性民間組織，由宣導綠色環保的建築師和工程師創建。認證 Orchard Garden酒店為LEED，意味著該建築盡可能地減少了有毒、有害物質的使用。LEED是委員會的註冊商標，其含義為：能源和環境設計的領先地位。

Orchard Garden酒店要啟動插卡系統減少能源消耗。該系統在亞洲和歐洲已廣泛使用。客人進入或離開客房時，系統會自動啟動或斷開電源；空置房間持續斷電降低耗電量。穆勒說，採取綠色環保舉措給Orchard Garden帶來了更多競爭機會。三藩市在環保方面意識很強，酒店的綠色認證終將會積極走向市場。



三藩市地方政策傾向鼓勵建成環境友好的建築物，LEED認證有助於促進這一專案走入許可認證的正規程式。

為了綠色環保，一些已建成的酒店同樣作了不少改變。麗致-卡爾登酒店(Ritz-Carlton Hotel)坐落於一座1909年建成的諾布山(Nob Hill)大廈內，去年建成自供電系統。酒店總工程師保爾薩瓦里諾(Paul Savarino)說，新供電系統由康乃狄格UTC電廠建成，可產生240千瓦的能量，為酒店提供1/4的電力供應，相比舊系統氮氧化物排放減少了90%。“我們節省了一大筆電力開銷。”薩瓦里諾說，“每月省1.2萬美金，是錦上添花的一筆！”

酒店業分析師，PKF諮詢公司三藩市分公司總裁湯瑪斯·卡拉翰(Thomas Callahan)說，綠色酒店的意識已經比較普遍。但像Orchard Garden酒店這樣的實際運作僅僅是一個特別的開端，不是主流。

“我認為綠色酒店將是個增長趨勢，但目前大多集中在東、西海岸，內陸地區類似的舉措還少見。”卡拉翰說，“綠色是件好事，但投資會更多。無可否認商業因素的決定作用，人們爭論的就是到底該花多少錢來走向綠色。”

綠色環保措施往往與奢侈、放縱的高級酒店經營準則相衝突。有些經營者認為更換紡織品、更換燃料系統會使追求舒適的客人感到不滿。特別是對那些五星級酒店，彷彿環保就伴隨著土灰色潮濕的毛巾、粗糙的紡織品無香的肥皂。

“我最討厭酒店寫個提示牌：如果您關愛環境，請將用過的毛巾搭回架子上，減少清洗的次數有助於減少肥皂污染。”英國投資家羅克·福泰(Rocco Forte)說。他在歐洲的主要城市內經營了14家高級酒店，其中包括倫敦的布朗酒店和布魯塞爾的阿明戈酒店。“我覺得他們是在省清洗費，而不是為了什麼生態環保。”福泰雖然沒有在美國經營酒店，但他的客戶中有35%是美國人。他的觀點也反映了酒店業為保護生態環境做貢獻的局限性。

“加熱和節能系統方面是可以進行環境友好嘗試的。”福泰說，對那些陳舊設備做節能改造是一個共識，否則偏離的遠遠不只是環保目標。但是打著環保名義降低織品的檔次和內部裝潢的品味，那是絕對行不通的。福泰認為在這個奢華的市場就別想來進行干擾。

相反，穆勒認為綠色環保與舒適度並不矛盾；而且綠色環保的初期投資最終也會有所補償。

穆勒引用美國環保署的全國研究資料加以說明：能源消耗量減少30%，那麼每平方英尺就可以節省50美分。譬如在20,000平方英尺的面積上五年內即可節省至少50,000美金。“這不僅僅是一種時尚，也不是什麼騙人的幌子。這是大勢所趨！”

本會編輯部有權更正或採用投稿文章，謝謝踴躍投稿！

如何培育酒店文化

本刊編輯部

經營酒店的目的是建立一個客人忠實的品牌，實現長期的盈利。要實現酒店的品牌效應和長期的盈利，酒店必須吸引占酒店利潤80%的「回頭客」。酒店管理的目標是最大限度地爭取「回頭客」，因為爭取回頭客的成本比爭取新客人要低得多。與此同時酒店爭取回頭客最關鍵的因素是酒店的服務質量，而影響酒店服務質量最關鍵的因素是員工服務意願，而最終影響員工服務意願最關鍵的因素是酒店的文化。

培育何種文化

沒有文化的酒店缺乏價值、方向和目的。不少酒店文化過於強調紀律、制度，這樣會限制員工創造性的發揮；但如果過於鬆散、隨意，決策就很難高效快速地執行。根據酒店業的行業特徵，我認為酒店應該選擇公社型組織的企業文化模式。向員工表達僱主對他們的重視和信任，善待員工才能使員工善待顧客。有快樂的員工才有快樂的顧客，……

如何「以人為本」

對於酒店來說，「以人為本」中的「人」既指酒店的員工，又指酒店的客人。以「人」為本，就是關注人，尊重人，發展人。以「人」為本，就是以人的本性為根本，就是關注、尊重和發展人的需求。按照馬斯諾的理論，……

確立「以客為本」

企業的文化就是企業領導的文化，企業的個性就是企業領導的個性。酒店的總經理的言談舉止是整個酒店員工無形中做做的榜樣，酒店的企業文化實質上是酒店領導人的管理思想和人格魅力人性化的表現。酒店的企業文化策劃和設計應該以客人的需求為中心，因此，企業文化中如何對待顧客就成為核心內容。酒店的顧客價值觀，是它的員工價值觀和質量價值觀的基礎。只有當整個酒店的員工都接受這種文化，並自覺地在行動中貫徹、落實時表現出來，才是這個企業真正的共同價值觀。因此，酒店文化的塑造應是「以客為本」。



(1) 尊重人、尊重客人——讓客人得到禮遇。

客人在酒店花錢，目的就是把錢兌換成舒適的享受，物有所值；顧客滿意度不斷提高，服務的附加值超過客人的期望，就是物超所值。……

(2) 關注人 關注客人——讓客人「高人一等」。

人性中有虛榮的一面，一般人都希望別人關注和重視自己，在酒店這種高消費場所更加如此。客人的要求和期望隨著他付出的多少在自動調節。……

(3) 信任人。信任客人——「人之初，性本善」。信任客人不僅表現在是否等查房以後再給客人辦理CHECK-OUT手續，……

(4) 安全感：客人的安全感——看不見，但感覺到安全是賓客享受酒店服務的前提。酒店先進的設備設施、明確的指引、嚴密的安全措施和訓練有素的員工構建了安全的環境氣氛，……

(5) 發展人：發展客人——創造忠實的客人。「發展是硬道理」。當今世界，只有和客人共同發展，才會使自己發展得更好，……

變革文化，變革自己

應該創造一種文化，使員工自覺學習，培育不斷追求卓越的文化和行動，成為服務質量體系中積極的參與者和主人，而不是被動地被質量體系測量和控制的機器。要改變一種觀念是困難的，要實施一種新文化更加困難。酒店的文化就是業主、總經理或者說是領導的文化。每個人都認為自己的觀念和意識是正確和有效的。企業文化戰略的締造者、發動者和推動者必須是企業的領導人。酒店要變革文化，首先從酒店的決策層開始。世界在變，競爭環境在變，但是要變不容易，變革自己更不容易。

聰明的管理者不會害怕競爭，而是通過競爭盡顯優勢和能力，通過競爭找到自己的位置。以客為本的酒店文化使員工竭盡所能為客人服務，為賓客帶來無盡的驚喜；而以領導為本的價值觀使員工只能提供標準化的服務，因為這裡沒有培育個性化服務的土壤和環境。應該認識到：供求的天平倒向消費者，他們不僅選擇不同檔次的酒店，還可以選擇同檔次酒店裡最值得信賴的品牌，實際上他們是在選擇最值得信賴的員工，最值得信賴的服務，最值得信賴的文化。



如果隨時都是關鍵時刻 (MOT)

本刊編輯部

有這樣的經歷嗎？

1) “對不起，我是你們的老會員了，今天沒有帶會員卡，我可以告訴你名字，仍然可以打折嗎？”

“對不起，先生，這個事情，我無法決定，要問我們經理，可是，經理今天不在。”

2) 到電話公司去交費，你也許會碰到這樣的現象，營業員冷冰冰地說：

“號碼多少”，你報上號碼，

“89塊。”你交了錢，取回找零和發票，離開。

整個過程中，你和營業員的交流不超過十個字。你會認為這是一次愉快的經歷嗎？

您有這樣的經歷嗎？

1) 一個大客戶的第一張訂單經過市場、銷售、生產各個環節的艱苦努力總算交貨了，但某個小小的環節未能把握好，這個客戶從此一去不復返。

2) 客戶電話老也打不進來，等待了一次又一次終於放棄了；客服人員成天接電話，連上洗手間都沒工夫，還成天被投訴態度不好。

3) 客服和銷售人員兩頭為難：滿足了客戶的要求公司不幹，不滿足客戶的要求就更麻煩。乾脆躲著客戶不去見面，有為難的電話儘快收線掛機。

4) 客戶調查反映公司員工態度很好，可就是不解決問題，光態度好有什麼用啊？

類似的對話，類似的場景，只要你有機會接觸那些以服務為主體的企業，比如，中國電信，中國移動，招商銀行，中國銀行，海南航空，中國國際航空，或者海爾，聯想，華為，IBM，戴爾，惠普，或者雀巢，光明，寶潔，無一例外都會出現。無論你是客戶，還是企業的一線服務人員，在面對客戶的工作中所遇到的那些點滴的小事，在這裡都有一個高度的，準確的概括的詞彙，一個商業社會無法回避的，全新的成語，那就是：Moments of truth——關鍵時刻 (MOT)。

“Moments of truth”這一觀念在全球企業界的流行，和前北歐航空公司(SAS)總裁卡爾森的一本同名著作有關。1986年，卡爾森寫了《Moments of Truth》一書，記錄北歐航空公司起死回生的傳奇故事。這本書對於“以客戶為中心”理念的確立具有極大的影響。什麼叫“關鍵時刻”？卡爾森形容說，在一年當中，每一個北歐航空的乘客平均每每人接觸五名員工，會對北歐航空公司產生五次印象，每一次十五秒鐘，總共五千萬次。而這五千萬次的“關鍵時刻”決定了公司將來的成敗。第一線員工，才是眾多十五秒關鍵時刻中的關鍵人物。要做到真正的客戶導向，公司必須徹底改變第一線員工的角色。不僅僅是銷售人員在接觸客戶時，還有市場人員在接觸媒體時，售後服務人員在接觸顧客時，每一個時刻，當與人發生接觸的時候，都是組織的關鍵時刻。

牛頓通過做實驗得到的科學觀點和結論可以啟發後來的科學家，但是後來的科學家並不需要一定要重複牛頓的實驗。卡爾森在上個世紀80年代就提出“以客戶滿意為企業經營的第一目標”的代表性口號就是：關鍵時刻（MOT）。當時這個口號還略顯陌生，但是到了21世紀的今天，經過了太多的洗禮的企業，那些接觸客戶的企業員工，中層領導，那些董事會的成員，總經理，CEO們，再聽到《關鍵時刻（MOT）》這個四個字組成的片語可能不會陌生了。也許由此你可能認為，我們現在的企業非常重視客戶服務，非常重視客戶的感受了。我們要求服務人員以客戶為上帝，以客戶的需求為第一需求，我們已經做的很好了。然而，我們經常會聽到這樣一些觀點：中國的消費者有他們特殊的情況，你給予他們再好的服務，他們也會被低價格的同類競爭產品所吸引，中國的消費者沒有忠誠意識，中國的消費者不成熟。所有這些說辭，都暗示著一個結論，即使強化一線的客戶服務，仍然無法提高企業的經營業績，因為問題出在中國的消費者身上。於是，中國所有大眾類型的企業，如銀行，電信，郵政，交通運輸等等，都存在著大量的投訴，客戶不滿，也因此，我們才會有各種各樣的標兵。但是，我們僅僅有一個，兩個這樣的典型。而《關鍵時刻（MOT）》，卡爾森給我們展示的全面地，系統地提高2萬名一線人員的服務水準的流程和步驟，以及一些價值高昂的企業內部管理方法都展現在這本的圖書中。



20世紀80年代，歐洲航空市場競爭異常激烈，要在眾多強手間脫穎而出並非易事。卡爾森沒有採用他曾經熟悉的價格競爭手段，沒有採用消減成本的手段，他認為問題的實質其實很簡單，那就是服務行業的競爭就是服務，客戶滿意才是最關鍵，最關鍵的核心。

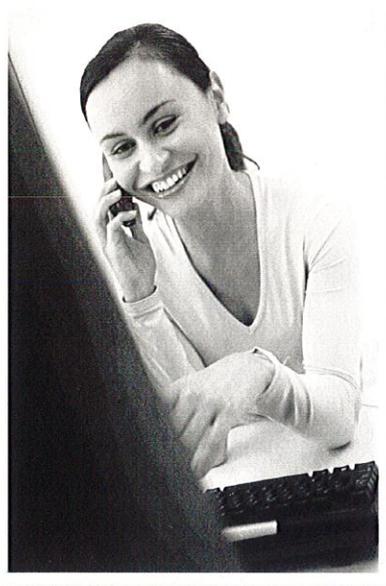
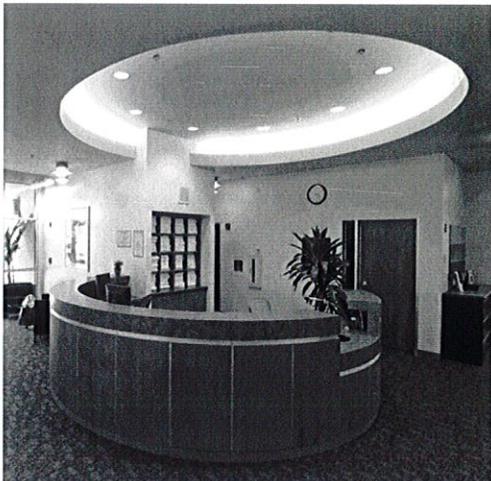
當時，擁有數萬員工的北歐航空公司常見的現象是，所有的人都顯得忙亂異常，管理人員有抓不完的檢查、監督與控制，忙於各種會議、報表和報告。“正是這樣，我們忽略了顧客的感受”，卡爾森問道，“誰留意了顧客的真正需求？”請讀者們心自問一下，

這些現象在中國的服務領域的企業中是否並不陌生呢？

關鍵時刻 (MOT)

客戶匆忙趕到機場，發現沒有帶機票，回酒店取機票一定會錯過航班，將這個困境解釋給更換登機牌的服務人員，你認為她，或者他會如何處理呢？當你思考的時候，不能忽略一個前提條件，儘量不違反航空公司的嚴格的制度，儘量讓客戶理解並且滿意，如果你是服務人員，你會怎麼做？

《關鍵時刻-MOT》揭示了，這個39歲走馬上任的CEO如何為自己的一線員工可以完美地處理這樣的小事而自豪，這樣的小事被卡爾森——航空公司的總裁歸類為“關鍵時刻（MOT）”。也正因為此，在僅僅1年的時間，北歐航空公司就扭虧為盈，從虧損800萬美元到獲得毛利7100萬美元。兩年後，北歐航空公司被評為“歐洲最準時的航空公司”。在美國，英國，法國等許多國家的航空公司集體虧損，業績一致下滑的同時期內，北歐航空公司取得的這個業績是具備強烈的反差的。



但是卡爾森通過“關鍵時刻（MOT）”的概念來演繹執行層面的分解，有了分解的具體的動作，就有了讓多數人快速掌握的方法。因此，並不一定要群情激昂，也可以實現每個人都做好事，而且基本上在工作時間都做好事。這也許是人類文明發展不同階段的達到目的的不同方法論吧。

《關鍵時刻（MOT）》不僅是方法論，而且是從概念到實踐，從實踐重新提煉濃縮為新的概念，從公司的基層到中層到高層，把握關鍵時刻（MOT），迎接關鍵時刻（MOT），讓關鍵時刻（MOT）成為企業核心競爭力的關鍵元素，在激烈的競爭中脫穎而出。

《關鍵時刻（MOT）》是一個概念，是一個戰略，現在他是一本書，包括了戰略，包括了概念，包括了細節，包括了那些生動的，來自一線的故事，故事中有矛盾，有挑戰，有衝突，這就是隨時隨地可能出現的關鍵時刻（MOT）。

Tips for a Layoff or Reduction in Force in Troubled Times

本刊編輯部

When laid-off workers have a difficult time finding a new job, they are more inclined to sue their former employers. Such suits may be more prevalent in the current economic downturn than in more prosperous times. Meanwhile, according to a recent Society for Human Resource Management (SHRM) poll of public and private company human resources executives, about 60% of employers are likely to institute layoffs in the next year, and 48% have done so in the past year.

"The current global financial crisis has sent shockwaves throughout virtually every sector of the economy. Employers across the country have responded to this unprecedented climate of economic uncertainty by implementing cost-saving measures designed to increase operational efficiency," notes Jackson Lewis LLP's Scott Baken, a Partner who counsels employers on the legal and practical issues involved with reducing labor costs through workforce reductions. The situation is not an easy one for employers seeking to cut costs while minimizing their legal risks. "If not carefully planned in advance, a workforce reduction can result in considerable liability offsetting any initial savings the employer achieves," Mr. Baken adds.

Employers considering workforce reductions should keep the following suggestions in mind:

Planning for a Reduction in Force (RIF)

A successful workforce reduction process requires careful and early planning. It may take several months from start to finish. However, challenging economic conditions have made extended time for planning a luxury many employers can no longer afford. To cope with the increased pressures created by the present environment, employers should develop policies for periodically evaluating their staffing levels.



- Consider the feasibility of voluntary attrition programs – Determine whether a voluntary resignation program is a viable alternative to implementing involuntary layoffs. Factors influencing the success of voluntary attrition programs include time constraints, business conditions and the availability of sufficient incentives for program participation. You can retain discretion to deny resignation requests from mission-critical employees under certain circumstances.

- Plan for continuous operations and sustained morale – Early in the reduction planning process, evaluate job functions and skills. Decide whether they are essential or may be eliminated or consolidated. Conduct the process as quickly as business conditions permit to maintain acceptable productivity levels and employee morale. Human resource administration should continue as normally as possible, administering performance reviews and counseling notices. Do not use selection for layoff as a substitute for incomplete performance management.

- Ensure compliance with obligations under state laws – Recognize a workforce reduction may trigger compliance obligations under various state laws governing payment of wages, insurance and severance benefits continuation, personnel record access, plant closings, layoffs, and involuntary termination. Plot these obligations on a timeline as they often involve notice requirements.

- Determine impact on pension and benefit plans – Before taking action, investigate whether a layoff will trigger the vesting of pension or benefit plans for some employees. Conversely, it may be prudent to avoid selecting employees for layoff shortly before they are scheduled to become vested in substantial employee benefits. Realize that a partial termination of a pension or benefit plan may be a reportable event under ERISA. Understand that terminations may constitute withdrawal from a multi-employer pension plan and cause employers to incur substantial liability.



- Assess eligibility criteria and plan requirements – Assure the clarity of eligibility criteria for receiving severance benefits and the variables for calculating such benefits. Also, make plain in policies that employees' receipt of severance benefits beyond those to which they already may be entitled is conditioned on the signing of a general release of claims.

- Consider "WARN" and contract obligations – Realize that, if triggered, the federal Worker Adjustment and Retraining Notification Act (WARN) and comparable state laws provide specific time limits and notice requirements for certain group termination programs. Assess existing limitations, liabilities and/or bargaining obligations related to layoffs created by collective bargaining agreements and other types of contractual employment obligations.

Selecting Employees for Layoff

A critical aspect of any layoff is identifying the criteria by which employees will be selected for termination. In the easiest cases, the decision is guided by the nature of and necessity for the work performed (e.g., where a particular position or product line is being eliminated). In other cases, management must determine job-related selection criteria that can pass muster if the reduction program is subject to legal challenge.

- Prioritize selection factors – Base selection on quantifiable and objective factors, such as: 1) length of service or seniority; 2) elimination of unnecessary job classifications; 3) elimination of certain categories of employees, e.g., temporary, part-time, or contract workers; 4) pre-existing job appraisal data related to successful performance of critical post-reduction functions; and 5) disciplinary actions taken for severe or persistent performance problems.

- Strive for objectivity – Identify the individual abilities of similarly-situated employees in necessary positions to perform essential job duties. Analyze the comparative performance and skills of employees with emphasis on fulfilling the post-reduction job functions and requirements. Whenever possible, base performance comparisons on current or prior performance appraisals.

- Review for possible disparate impact – Evaluate initial selection decisions prior to implementing layoffs. See if there will be any disproportionate effect on minorities, women, or workers 40 years of age or older. If so, evaluate whether the selection of these individuals can be

justified by business necessity, or in the case of older workers, by reasonable factors other than age. If not, consider alternative selections of individuals who are outside the protected classifications.

- Craft releases to comply with statutory requirements – Employers can reduce their exposure to individual and class-wide claims of discrimination dramatically by obtaining releases of such claims from employees who participate in voluntary and involuntary workforce reduction programs. Strict compliance with legal requirements is critical to the effectiveness of any release. For example, to be enforceable, waivers of federal Age Discrimination in Employment Act (ADEA) claims must comply with various procedural requirements established by the Older Workers Benefit Protection Act (OWBPA). These provisions require employers to give employees sufficient time and information to evaluate the potential claims they are releasing under the ADEA on a knowing and voluntary basis.

There are many other issues that employers should consider in undertaking workforce reduction programs. After completing a voluntary resignation program or an involuntary reduction in force, management should take affirmative measures to optimize the company's stronger and leaner position and re-energize remaining employees to meet new challenges. Jackson Lewis attorneys are available to answer your questions about workplace reductions and workplace law in light of the significant legal and practical challenges posed by the current and foreseeable economy.

銷售有沒有技巧

本刊編輯部

與討厭的客人應對時

一、心情方面

1. 以平常的心情去接待對方。
2. 試著去瞭解對方的立場和心情。
3. 盡力去發現對方的長處，不要老注意對方的短處。
4. 不時誇講對方的優點，儘量試著喜歡對方。
5. 設法不要對對方抱著成見。
6. 盡力以婉轉的態度小心應對。

二、進行談話的方法

1. 說話的內容不要脫離事情的中心。
2. 討論時，避免摻雜感情因素。
3. 自己感覺不愉快的事情也要慎重地與對方商談。
4. 再不容易接待的客人，也要尊重對方，並儘量跟他講道理。
5. 捨棄先入為主的觀念，盡力以客觀的態度，博取對方的好感。
6. 不要因為自己的出身、環境、遭遇等，而有自卑的言語和行動。
7. 發生誤解或意見不一時，要想辦法消除誤解或統一意見。

三、效果與活用

1. 儘量使彼此氣氛融洽，製造以後還想再見面的氣氛。
2. 不要做出厭惡的態度來。
3. 儘量談有關的事情，促使自己對對方存的良好印象。

銷售技巧---與經常往來的其他行業的人應對時

一、心理準備

1. 經常往來的其他行業的人也算是客人，因此接待對方時，要有適應的態度和說話方法。
2. 把握雙方的合作成績和對未來的計畫。
3. 以誠懇的態度相待，好讓對方願意提供情報與有關資料。
4. 不要時常麻煩對方。
5. 設法提高彼此的合作效率。
6. 不要以盛氣凌人的態度相對，也不要敷衍了事，應以同心協力的態度相待。

二、進行交談的方法

1. 平常要好好注意對方的個性、癖好、及談話方法。
2. 以事情本身為討論重心，儘量長話短說。
3. 讓對方明瞭我們願意同心協力，隨時給予對方最大的協助。
4. 要清楚地分別工作與玩樂的時間。
5. 對於無法答應的要求，要說明自己的立場，取得對方的諒解。
6. 不要傳播沒有根據的謠言，確保彼此的依賴關係。

三、印象和效果

1. 對於經常往來的其他行業的人，要以友善的態度來應對，而且處理有關事情時，要乾脆爽快。
2. 不要讓經常往來的其他行業的人因不實傳聞，對我們產生誤會。

銷售技巧---與客戶應對的方法

一、心理準備

1. 以誠懇的態度、表情、及動作，對於經常承蒙照顧的客戶表示衷心的謝意。
2. 確實把握與對方交往的利弊。
3. 多準備豐富的話題，以及與對方有關的各種情報以供參考。
4. 預先準備茶點及其他應備的物品。
5. 依照對方的時間及事情的內容，來安排接待時間。

二、進行商談的方法

1. 對於對方的個性、嗜好、想法、及商談方式等，平常就應該有所研究與瞭解。

2. 有些人很快就能進入正題，有些人則必須先談一些瑣事之後，才能進入正題，對這些具有不同的習性的人，都應該有所瞭解。

3. 必要時可活用諺語、比喻、及幽默笑話。

4. 與客戶交談之前，應先調查倉庫的存貨量或陳列的商品，並向同事搜集有關的情報。

三、交談的技巧

1. 儘量強調對方的利益，在向對方表示感謝時，同時表示我們非常樂意合作。

2. 同情對方的立場，並設法使對方同情自己的立場。

3. 事先記住事情內容，進行討論時應保持冷靜的情緒，感到自己有衝動傾向時，可以假借上廁所而離開一下。。



如何提高房費總收入的同時，又提升平均房價

本刊編輯部

世界上有三樣東西是最不易保存的，酒店的客房，飛機的座位，律師的時間。酒店的客房過了今天沒賣出去，就沒有價值了。這是任何一個酒店人最先明白的道理之一，但做法不盡相同。

房費收入是酒店的重要組成部分，也是利潤的主要來源。在很多酒店，往往要占到60%以上。如何做到既提高房費的總收入，又保證平均房價成了管理層最關心的問題之了。以城市商務酒店為例，我們嘗試了一些做法，供同行探討：

1、overbooking超訂

通常每天都有一部分房間是通過客人預訂進來的，比例高低各酒店不同。這是酒店的預期收入，但預訂不是100%的穩妥，通常有一些客人會在最後時刻取消，這就造成了房間的閒置。即使我們設定保留最後時間，對客來說仍是缺乏約束力的。於是，我們就統計取消的平均比例是多少，如果是10%，我們就按110%的入住率超訂，先來先得。

2、noshow預訂未到

這一類客人電話確認要來，最後卻不來，白白地佔用了可售房。前臺需要高度靈活掌握比例，大膽地把這些房間賣出去。如果個別客人最後還是來了，可以採取升級或免費送至其它酒店入住來解決。



3、upgrade升級

超訂後，容易出現客人預訂的房型賣完了，那麼在有房間出售的前提下，我們可以對客人進行升級。如從標間升級到套房，特別重要的客人甚至可以跳級到豪華套房。

4、髒房和維修房

永遠不要相信電腦房態表上的髒房和維修房，它們大多是閒置的可售房。髒房可以讓客房部把它搶出來，客人可到大堂吧等待一下，免費提供一杯茶水。有條件的話，貴賓部可與客人聊聊天。很多維修房其實只是差了一些小東西，拿出來銷售問題不大。可以跟客人講清楚情況，看看能否接受。實在不行，適當降點價也可以。

5、一房多名

有些客人喜歡豪華單間，有些喜歡高級套房，其實這兩種房可能是一樣的，只是叫法不同。在房型的名稱上作文章，不但給客人提供了多種選擇，滿足了不同客源的需求，也能最大限度地把所有的房間都銷售出去，避免出現一些房型賣不動的情況。

6、關鍵時間

每晚8：00至10：30是售房最緊張、最關鍵的時間段，過了這個時段房間就不容易賣出去了。因此，前廳總監甚至總經理要經常親自占到前臺，督導員工賣房。及時對前面所說過的五種情況進行決策，盡可能把每一間房都賣出去。

7、批零倒掛

團隊相當於批發，散客相當於零售，通常的價格是團隊低於散客的，團隊規模越大，價格越低，有時甚至低得非常之多。這種做法也對，也不全對。酒店的平均房價做不上去跟這個思路關係很大。為什麼不嘗試反其道而行之？即在團隊價格體系中把大團隊的價格提高，把中、小團隊的價格降低。形成這樣一個逐級上升的價格：免費房、長包房、超級VIP、小型團隊、中型團隊、大型團隊、VIP、協定單位散客、散客。酒店裡同時有幾個中、小型團隊（旅遊或會議）比只有一個大型團隊收入要高得多。此做法曾被許多同行爭議，但我們認為是有效的。

8、動態房價

航空公司機票價格折扣是離起飛時間越近，折扣點越低。受此啟發，我們也把房價從剛性變成柔性。當天入住率達到85%以上後，房價可略微上升，到95%時，堅決不打折。這樣促使散客盡可能早地預訂房間，甚至請朋友提前來拿房間。

9、適時提價

當年入住率基本保持在90%左右時，就可以考慮提價了。提多少合適？視酒店市場而定。重慶酒店的房價較低，四星級酒店320元左右，五星級400元左右。很多酒店的做法是只提10-20元，不痛不癢的。我們認為這還不如不提，要提價就要提20%以上。但首先要考慮值價相符，價格可以提，但要讓客人覺得價值提升得更多。雖然提了價，但和享受到的服務比，更合算。這是提價的前提。至於如何增值，本文限於篇幅，請看本人其它博文。

通過以上九個辦法，在同等市場條件下，我們酒店的入住率、房費收入和平均房價顯著提高了。基本上可以做到能滿房時絕對可以滿房，而且盡可能把房價做高；不能滿房時，絕不放走一個客人，儘量少閒置房間。

客房銷售是一門大學問，以上只是我們的一些心得。



今天，您對下屬微笑了嗎??

本刊編輯部

酒店大亨希爾頓在巡視旗下酒店時，對員工問得最多的一句話便是——“今天，你對客人微笑了嗎？”但是在高度尊重人權和自我的現代酒店管理中，筆者認為還應該加上一句——“今天，您對下屬微笑了嗎？”，至於為什麼要求酒店管理者對下屬每天微笑，有以下幾點理由：



理由一：他為你做了你不想做的事

社會工種三六九等，儘管我們一直在強調要平等的對待從事不同工種的人，但是實際上離平等還有很大的距離。從另一個側面來看，之所以社會上還在呼籲平等，原因就在於不平等的現象還普遍存在。然而，事實上，環衛工人、民工等處在社會分工最底層的人，更應該得到其他人的尊敬，因為他們做了其他人本該做的事。在交換和分工出現前，人們都是自給自足，換句話說，地髒了你得自己掃、房子壞了你得自己建。但是交換和分工出現後，有專門的人幫你做。你說我付了錢的，但如果付同樣的錢給你，恐怕你不一定會做、也不一定做得來。

酒店分工也是一樣，所以管理者應該尊重你的下屬，因為他們做了你不想做、或者你做不來的工作。在酒店最累的就是客房清掃員，每天打掃客房12個左右，那個活絕對是又髒又累又擔風險的事，少一樣東西就可能被客人投訴，或者被客人惡言相向。

就沖著這點，您就該對您的下屬每天微笑，感激他們為部門為酒店所付出的。因為真誠的微笑是這個世界上最單純的禮物。

理由二：他是每天與你朝夕相處的人

一次公司外出活動，吃飯的時間同事開玩笑說我應該向公司班車師傅敬一杯酒，因為他是每天班接我上下班的人。這句話雖說是玩笑話，但卻是事實。只要上班，每天與我們朝夕相處的人不是我們的家人，而是我們的同事，一年365天，他們會有200多天、每天至少8個小時和自己在一起，就憑這點，我們也應該善待自己的同事。用範偉的話說，緣分啊！

你的下屬既是你的同事，也是你的跟隨者，他們和你一起經歷職場的酸甜苦辣，悲喜無常，難道你不應該感謝這些與你一路同行的人嗎？所以，給他們一個笑容，這是最不需要偽裝的東西。

理由三：他需要微笑面對客人

開元的陳總曾說，當員工跟管理者打招呼時，最忌諱的就是管理者的冷漠。久而久之，員工見了管理者就不打招呼了，同樣，見了客人，也不會打招呼。

凱悅的戴總曾說，他每天做的只有兩件事情：一是“接客”，二是“賣笑”。做酒店，首先要學會微笑，而且是真誠的微笑。要訓練出真誠的微笑，首先要有一個良好的環境，而影響環境最關鍵的人就是管理者。不管你處在哪個位置，你的一舉一動都給了你的下屬一個示範效應，潛移默化，會影響到酒店的每一個員工，進而影響到員工對客的情緒。

要想員工微笑面對客人，你自個兒先得做個表率，讓他們知道什麼是微笑，也給他們提供一個練習的物件。為了酒店、為了客人，所以你得訓練自己對你的下屬微笑，這就是習慣的力量。

理由四：他比你面臨更多的現實問題

您的下屬可能是這樣的處境：來自外地或是偏遠的地區；家裡有年邁的父母、每月等待他寄生活費讀書的弟妹；他在這個城市沒有房子、睡的集體宿舍、落的還是集體戶口；他省吃儉用、從不敢在食堂之外的地方吃飯；他節假日沒有生活的業餘安排、能在宿舍看看電視已是最大的奢侈……在我們的員工當中，這樣的人不在少數，殘酷的現實會讓人在這個城市缺乏微笑的心情，而您，作為他的上司，您的一個微笑，或許就能溫暖他的整個冬天，點亮他未來的希望。

您對他來說，就是他的VIP，Very Important Person，又何必吝嗇一個微笑呢？

理由五：他比你更需要鼓勵和肯定

你的下屬或許剛出校門，或許是一個自卑的人，或許他工作了多年都沒有得到過晉升，或許……一句話，您比他們更具有成就感、更具有權威。他們視您為偶像，或是模仿的對象，您的鼓勵和肯定對他們來說是莫大的支持。或許他不是您的直接下屬，但是每天都與您擦肩而過，同在食堂用餐，您與他們的交流就在表情，所以，請給他們一個微笑，讓他們對自己充滿信心，有勇氣朝著目標走下去。



Motivate Employees for Great Job Performance

本刊編輯部

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

Here are a few tips:

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



Consider the following before making a hiring decision:

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

Keep score—

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

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

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

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



台灣徵海外稅 僑委：應靜觀其變

記者陳盈霖

針對台灣將於明年1月1日課徵海外所得稅，本身為會計師的中華民國僑務委員林清吉24日指出，日前在台灣參加全球僑務會議上，賦稅署副署長已表示，台美並無簽署「租稅協定」(Tax Treaty)，即國稅局目前不容易查到台灣居民的海外收入。

他認為，這項新稅制實際上2011年5月31日截止的報稅年度才會正式適用，海外僑民不妨「靜觀其變」，等待台灣政府進一步相關資訊。

林清吉表示，全球僑務會議上，175位僑務委員共十多個提案都涉及海外追稅部分。

他說，目前海外追稅較大的爭議，是擁有戶籍，在台灣有住所，且經常居住台灣者，但所謂「經常居住」的定義比較模糊。

林清吉說，當時他特別向賦稅署副署長提問，指出海外大部分僑民每年頂多返台一兩次，但只要在台灣擁有戶籍者，就被納入追稅範圍並不公平。

副署長對此指出，擁有戶籍的僑民若在台灣享有健保者，享有福利就當盡義務，理當報稅。然而，對於大部分擁有戶籍，每年返台不超過183天，但並無享有台灣健保者，副署長承諾將針對此方面呈請立法院研擬，未來可望將這部分定義清楚，甚至做出修改。

對於不少人關注的台美租稅協定，林清吉說，這次僑務會議上他也詢問副署長，對方的答案是「沒有」，至於何時會簽署，林清吉轉述副署長話表示「離簽署還很遠」。

林清吉說，台灣相關單位已聽到海外僑民聲音，僑民並不需要目前積極動作遷出戶籍。

他說，這項明年1月1日施行的課徵海外所得稅，事實上適用於2012年開始的報稅季，民眾不妨靜觀其變，未來一段時間台灣或許會釋出不同解讀。

中華民國九十四年六月十三日 星期一

聯合報

稅制漏洞多 一毛免繳非難事

本報記者張中興、林清吉

台灣即將實施的海外所得稅，在稅制設計上，雖然有「一毛免繳」之規定，但這項免稅規定，並非所有海外所得都能免稅。根據財政部官員表示，目前免稅的範圍僅限於「一年內返台一次」的海外所得。如果僑民在一年內多次往返台灣，或長期居住海外，則其海外所得將被課稅。此外，免稅的範圍也僅限於「薪資所得」，其他所得如股息、利息、租金等，均不在免稅範圍內。財政部官員指出，這項免稅規定，是為了減輕僑民的負擔，但同時也存在許多漏洞。例如，僑民可以通過在國外設立公司，將所得轉移到國外，從而避稅。此外，僑民也可以通過在國外購買不動產，將所得轉移到國外，從而避稅。財政部官員表示，將針對這些漏洞進行修法，以堵塞避稅漏洞。

海外所得

每年外流節稅款數百億元

財政部官員指出，目前每年有約三百億元的外國所得匯回台灣，但其中約有百分之四十至五十的所得，是通過各種方式避稅的。這部分避稅所得，每年可為國家節省數百億元的稅收。財政部官員表示，將針對這些避稅行為進行修法，以堵塞避稅漏洞。

未上市股票、靈骨塔都可捐

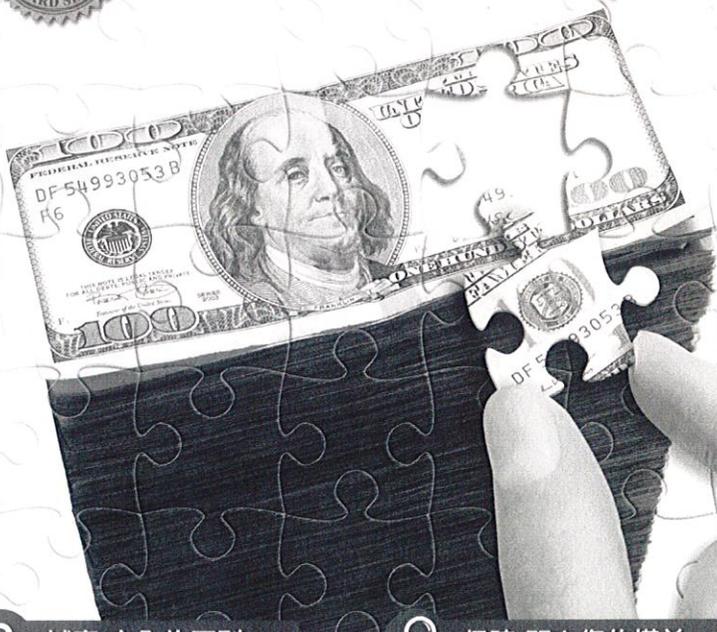
財政部官員指出，目前只有上市股票可以捐贈，但未來將擴大捐贈範圍，包括未上市股票、靈骨塔等。這將有助於鼓勵社會各界參與公益事業。

保險給付免稅 還可繳遺產稅

財政部官員指出，目前保險給付免稅，但還可繳遺產稅。這將有助於減輕保險受益人的負擔。

讓您無後顧之憂的選擇

聯盟信用卡服務系統



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



誠實 安全的原則
是我們的承諾

絕對確保商家即持卡者的資料不外洩，免擔心隱藏費用的煩惱 使您無後顧之憂。



保障 關心您的權益
是我們的責任

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



快速 細心的服務 更讓我們贏得客戶一致的認同

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



全美24小時免費中文熱線
800-503-6222

We Complete Your Business!



www.alliancebankcard.net



Alliance

聯盟信用卡服務系統

聯盟用心 點石成金

凡持此COUPON開啓
ITalkBB網路電話
 \$19.99/\$24.99計畫
 即贈送話Cardless Phone一組
 僅限前50名



Super: MATRIX
 Communications Corp.

超矩陣電訊顧問工程公司

您與世界的連結，就從這裡開始

- 依照您企業的型態、規模、通訊方式及習慣，設計出一套量身訂作的通訊方案
- 成為您與電話公司溝通的橋樑，多一分服務及保障，不必再為長時間客服 TOLL FREE 電話上漫長等待而掙扎
- 絕對為您找出省錢方案，節省高達20%~80%
- 全方位一條龍式的服務，不必再到處比價浪費時間
- 代理住宅、商業電話線路，各種DSL及T1、T3、OC3專線
- ITalkBB 網路電話南加總代理，家庭計畫\$4.99起，\$24.99
 全球26個國家地區無限打，NO Sales Tax & Surcharges，
 手機亦可，保留原有號碼，所有用戶間全球免費通話
- 代理T-Mobile, at&t, Sprint PCS, Verizon等手機服務
- 商用電話系統、語音系統、閉路電視安全系統
- 有線、無線電腦網路連線設計及施工
- 歡迎加入我們特約銷售行列



廣大滿意的客戶群是我們的最佳保證：

來來旅行社、美國亞洲旅行社、REMAX地產、PCS Station、
 傳訊新世紀、BEST WESTERN HOTEL、COMFORT INN、
 HILTON、HOLIDAY INN EXPRESS、世華銀行、風迷傳訊.....

 TelePacific COMMUNICATIONS MAKING BUSINESS PERSONAL	 Aspire
 TOSHIBA Leading Innovation >>>	 mpower Communications
 Panasonic COMMUNICATION S.Y.S.T.E.M.S	 AireSpring
 NEC	 speakeasy speakeasy.net
Empowered by Innovation	

將心比心 您最安心

www.supermatrixcomm.com

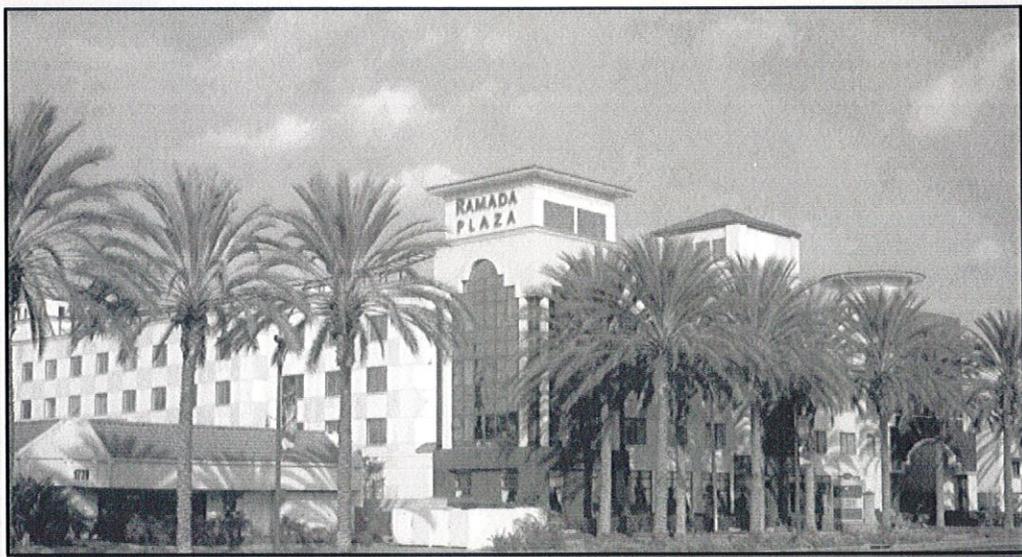
Toll Free: 888-777-6268 • Tel: 626-618-0600 / 909-718-1111

El Monte, CA 91732

怡和裝修工程公司

REN'S CONSTRUCTION INC.

大小工程 ● 品質保證



專精：

- 旅館 公寓 商業 住宅 裝修維修大小工程
- 水電維修 門窗更新 廚浴翻新改造
- 內外油漆 磁磚地板 精造粗細木工

精通國，粵，英語。

TEL: 626-378-3170 Johnny Ren

E-MAIL: WWW.JHNNY_RN@YAHOO.COM



紐約人壽及其附屬機構為您提供
各種保險及財務產品

紐約人壽 傳家之保

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

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

Tiffany Luo

保險顧問
Agent

CA INS LIC #OE71711

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

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

818-625-2630

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

The offering documents (policies, contracts, etc) for all products from New York Life Insurance Company and its subsidiaries are available only in English. In the event of any dispute, the provisions in the English language of the policies and contracts will prevail.
對於保單、合約等相關文件，紐約人壽及其子公司僅提供英文版本，如有任何爭議，一律以英文保單和合約中的條款為準。



紐約人壽

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

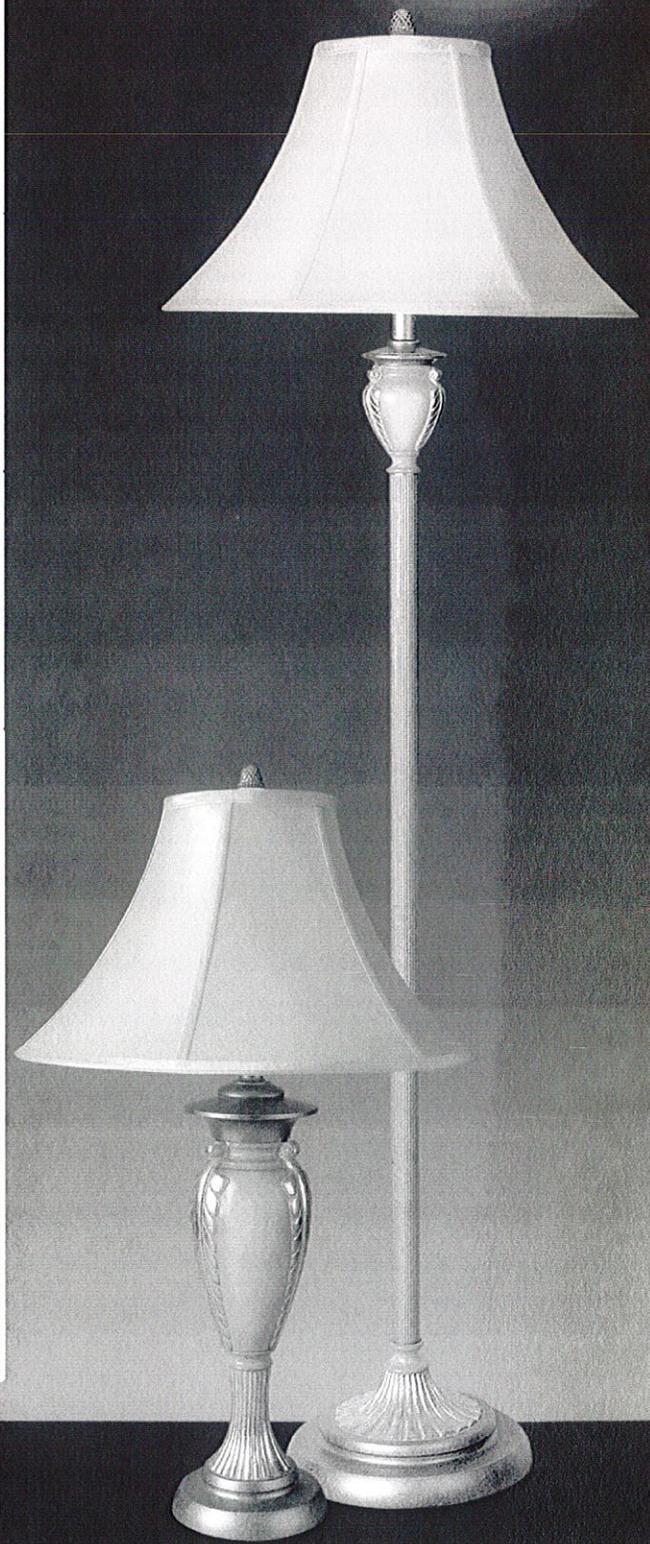
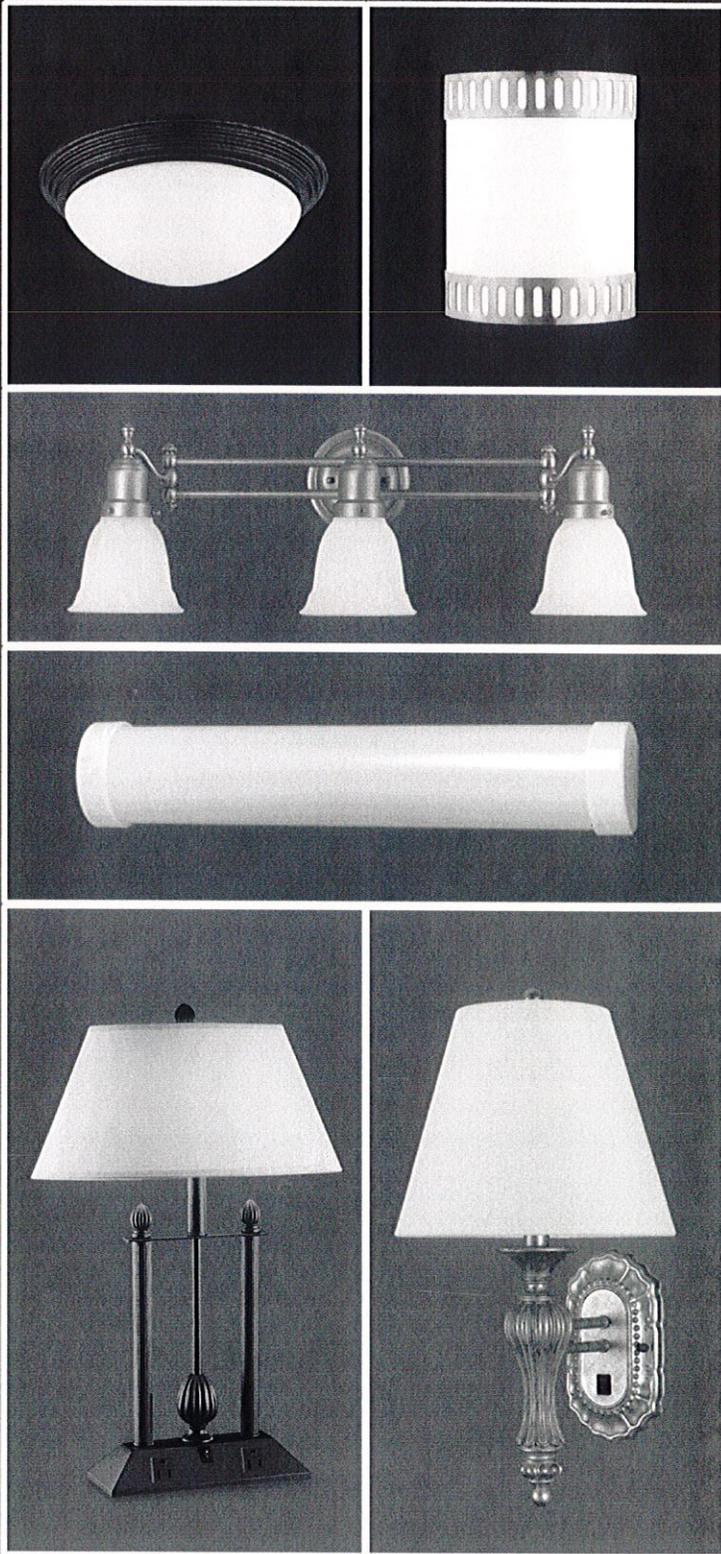
General Office
3201 Temple Ave. #200
Pomona, CA 91768

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

分公司經理：

馮聖明 Sherman Fong

626-215-4584



CAL LIGHTING

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

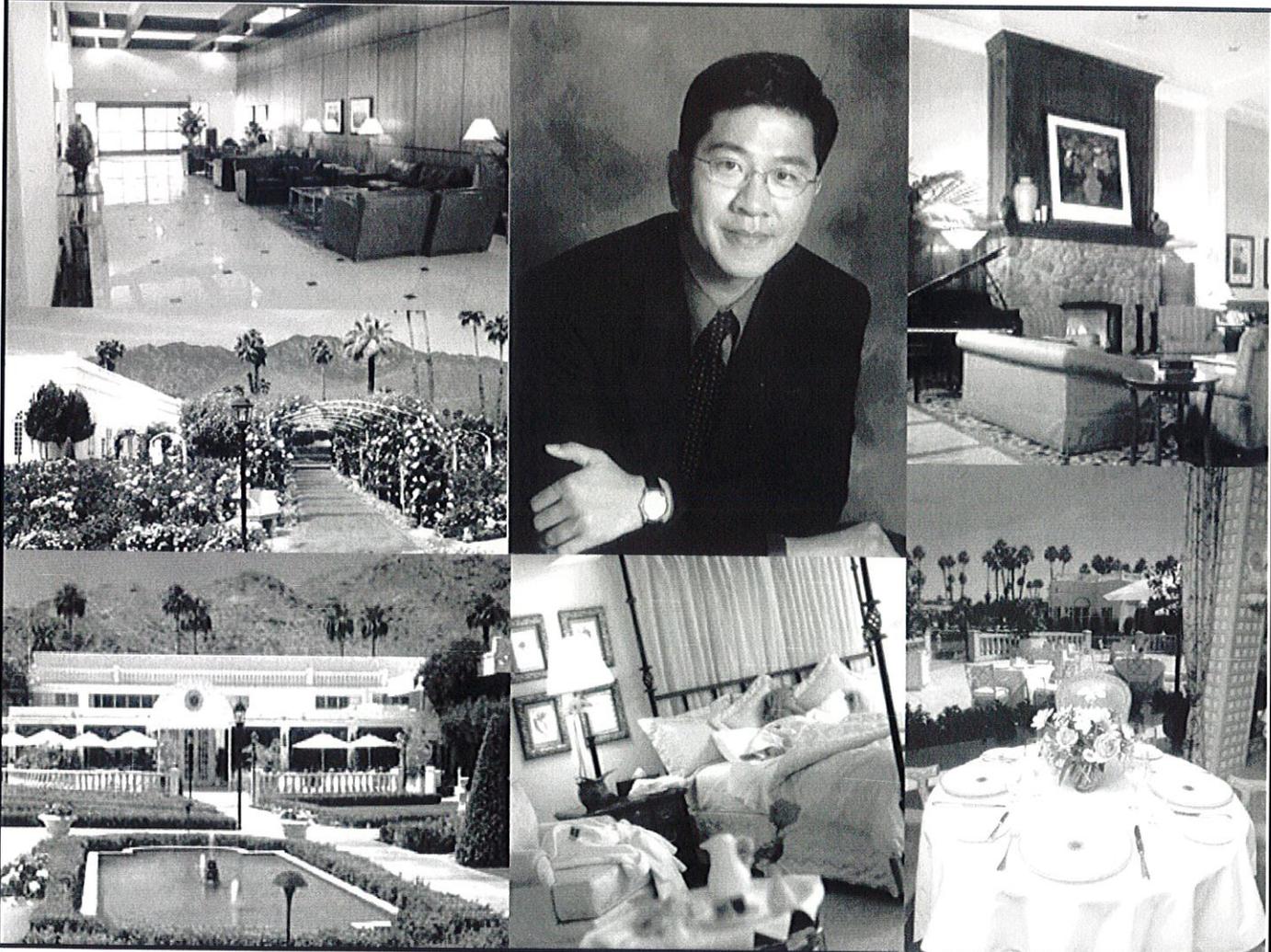
本公司專營商業, 旅館等燈飾進口, 歡迎指教

ATLAS HOSPITALITY GROUP

The Market Leader in California Hotel Sales

加州專業旅館地產公司

領導加州市場交易 開拓旅館投資商機



多年來我們以專業的知識與誠摯的服務，成為加州旅館銷售同業之最。

我們將秉持著一貫的作風，竭誠為加州華人業主服務。

詳情請洽華裔經理/南加州旅館業同業公會理事 Wilson Wang 汪蔚興

2500 Michelson Drive, Suite 110, Irvine, CA 92612

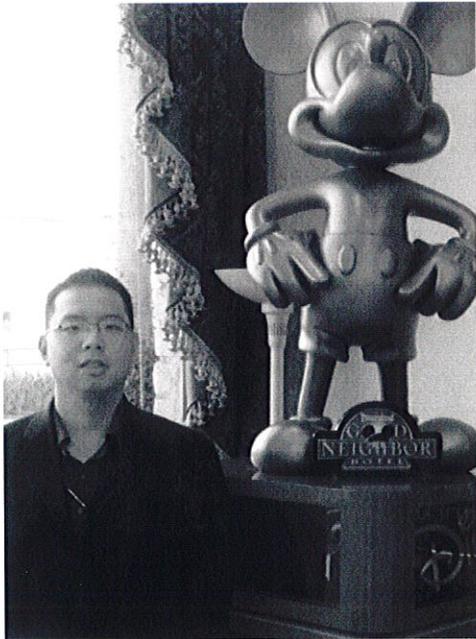
Telephone: (949) 622 - 3402 Fax: (949) 622 - 3410

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



Atlas
HOSPITALITY GROUP

SUPER 8 - Anaheim



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

A SINGLE SOURCE OF COMPLETE LODGING SERVICES

旅館投資管理專業

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

HOTEL BROKERAGE

買賣

\$10 + Million

Any Size Motel/Hotel

Can take special Assignment

HOTEL FINANCE FIRST MORTGAGES

第一順位貸款

%5 + Million

Up to 65% LTV

Fixed/Floating

Economy - Luxury

Motel/Hotel Properties

HOTEL MANAGEMENT

經營

Limited to Full Service

Motel/Hotel

Any Size Motel/Hotel

2nd MORTGAGES

第二順位貸款

Please call for detail

HOTEL ASSET MANAGEMENT

資產管理

Limited to Full Service

Motel/Hotel

Any Size Motel/Hotel

MEZZANINE CAPITAL

高額貸款

\$2 + Million

Up to 90% LTV

Fixed/Floating

Economy - Luxury

Motel/Hotel Properties



VIC INN-TERNATIOAL CO.
Hospitality Investment group

金龍旅館實業公司

1455 Monterey Pass Rd., Suite 201

Monterey Park, CA 91754

Tel: 323-268-8886

Fax: 323-268-6188

Visit www.vicinn7.com

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

二十二年經驗



保險

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

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

房屋 火險、水災、地震、責任險、房屋保養保費低廉、即日出單

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

勞工 商業、工廠勞工險、代理十多家名牌、廉價

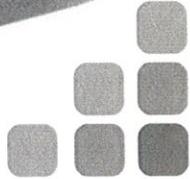
醫療 代理    **HEALTH NET** **PacifiCare** **AIM**
個人、家庭、公司、團體保健計劃



茱莉陳 Julie Chen
Tel: **626-839-9387**
1-800-965-5052

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



 **First General Bank**
大通銀行

助您
大展鴻圖
財運亨通

 **First General Bank**
大通銀行

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

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

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

www.fgbusa.com



vpa graphics

Your best choice for graphic design.....

vpae@cox.net

Eric Chen, 1-714-624-2724

Your best choice for graphic design.....

Your best choice for graphic design.....

Your best choice for graphic design.....

avp graphics

中興地板工程



iNetFlooring.com

LA東區木地板及相關施工材料批發/零售



美國木地板
協會會員

從產品介紹·估價到施工完全參照
協會程序及要求·確保材料及施工品質

每周六上午10-11時提供免費地板講座·請預約·主題如下:

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

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



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

以上價錢·可能會有所變動

美國木地板協會認證
的專業銷售顧問
(Lic#SG703807)



CA Contractors Lic 加州施工執照

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



優質企業協會會員

客戶的正面評價是公司的資產
iNetFlooring在Better Business Bureau
評定等級為 "A+"

Tel# 626.839.7598 Fax# 626.839.7698

E mail: inetflooring@earthlink.net

18335 Bedford Ave, City of Industry, CA 91744

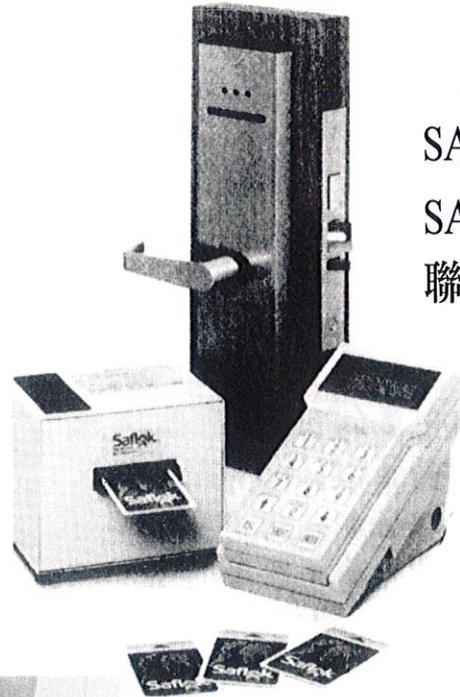
華美電子鎖公司

Royal Electronic Lock & Supply, Inc

1538 E. Lincoln Ave. Anaheim, CA 92805

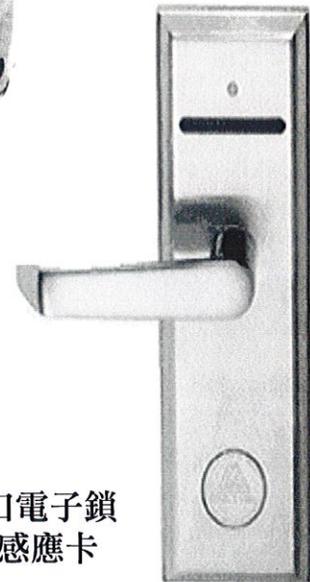
電腦鎖安裝
新鎖批發
旅館客房專用保險櫃

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



9" H x 17-3/4" W x 15-3/4" D
按鍵及刷卡兩用

優惠價 \$75+稅



進口電子鎖
GII感應卡

會員價 \$99+稅
連接裝

提供安裝、維修、售後服務及鎖、零件供應！

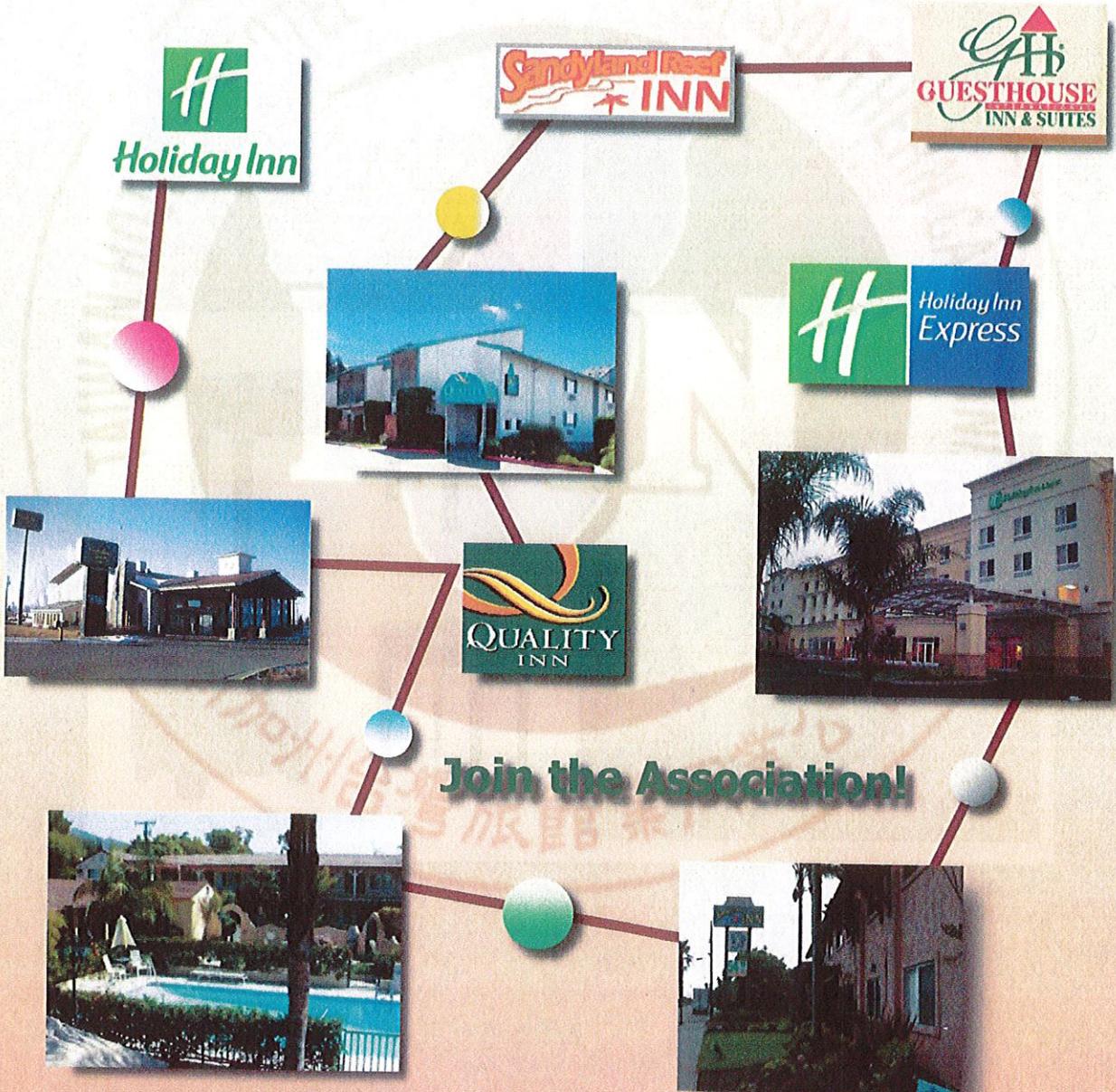
1-714-883-8000 華美電子鎖 鄭春暉

南加州 台灣旅館業



同業公會

Thmasc will help build your own Company.



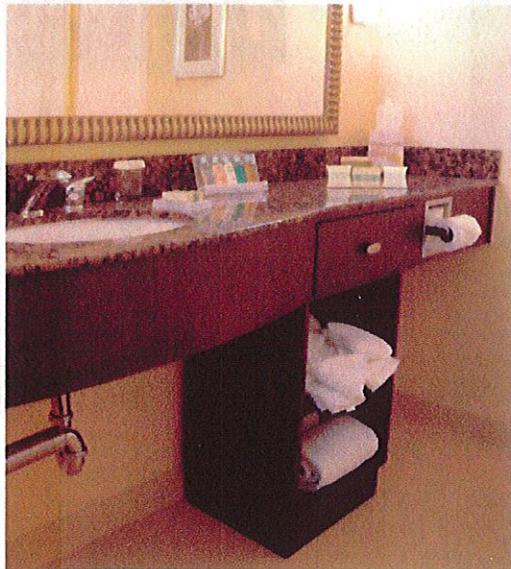
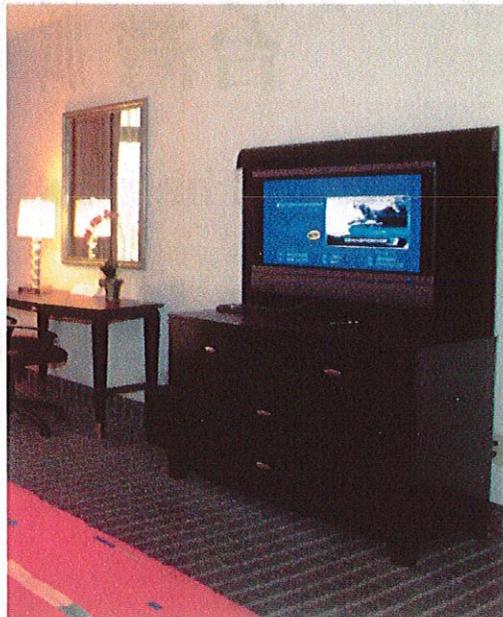
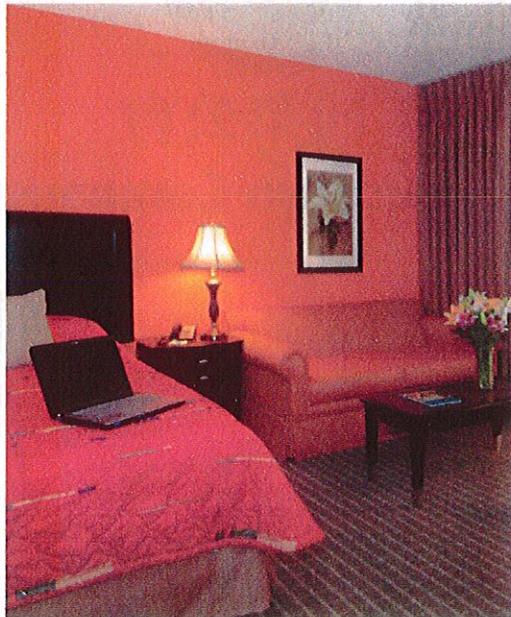
Join the Association!

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

www.thmasc.com
thmasc1688@gmail.com

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

 **CF KENT**
HOSPITALITY
美國肯特酒店家具專業製造廠



868 SERIES

- ★ C F KENT公司是美國希爾頓集團 (HILTON), 萬豪 (MARRIOTT) 等五星級酒店的合約供應商, 過去五年已完成希爾頓300多家, 萬豪200多家的家具工程。
- ★ 我們也完成了HOLIDAY INN EXPRESS, RAMADA以及BEST WESTERN等130多家集團酒店的家具工程。
- ★ 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。

CF KENT HOSPITALITY INC

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