



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

December  
2011

## HOTEL & MOTEL JOURNAL

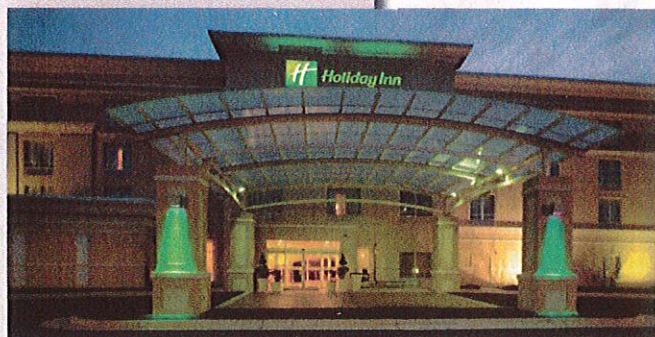
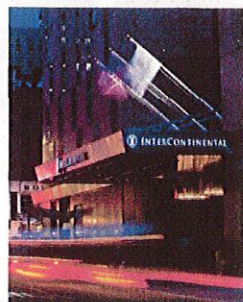
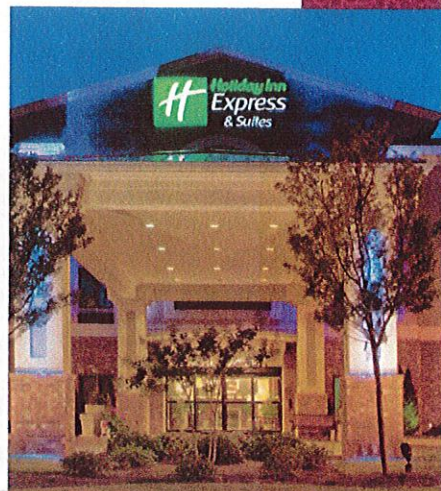
Issue  
Number **138**

# Your Next Growth Opportunity

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

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

Call 866.933.8356,  
visit [IHG.com/development](http://IHG.com/development) or  
email [development@IHG.com](mailto:development@IHG.com).



© 2011 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](http://www.thmasc.com)  
[thmasc1688@gmail.com](mailto: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

# 您最無後顧之憂的選擇



## 聯盟信用卡服務系統



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



誠實 安全的原則  
是我們的承諾

絕對確保商家即持卡者的資料不外洩, 免擔心隱藏費用的煩惱 使您無後顧之憂.



保障 關心您的權益  
是我們的責任

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



快速 細心的服務 更讓我們贏得客戶一致的認同

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



We Complete Your Business!



[www.alliancebankcard.net](http://www.alliancebankcard.net)

全美24小時免費中文熱線  
**800-503-6222**

 **Alliance**  
聯盟信用卡服務系統

聯盟用心 點石成金

# 龍虎風雲榜

## 會 長                      理事長      會務顧問

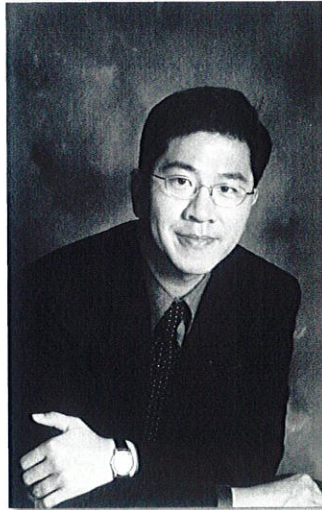
第一屆	蔡金裕 / King Chai.....1974-1976
第二-五屆	王桂榮 / Ken John Wang .....1976-1980
第六屆	陳哲夫 / Jeff Chen.....1980-1981
第七屆	范宗陣 / John Fan.....1981-1982
第八屆	丁昭昇 / Charles Ting.....1982-1983
第九屆	劉丁榮 / Ting Liu.....1983-1984
第十-十一屆	楊茂生 / Maoson Young.....1984-1986
第十二-十三屆	黃三榮 / San John Hung.....1986-1988
第十四屆	李木通 / 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 .....邱垂煌.....2001-2003
第二十九-三十屆	林宣昭 / Herman Lin .....邱垂煌.....許清松.....2003-2005
第三十一-三十二屆	范約瑟 / Joseph Fan .....林宣昭.....邱垂煌、許清松....2005-2007 .....許清松.....林宣昭、盧景林
第三十三屆-三十四屆	汪俊宇 / Gerald Wang.....盧景林.....邱垂煌、許清松....2007-2009 .....林宣昭、范約瑟
第三十五屆-三十六屆	鄧永征 / Nicolas Teng.....范約瑟.....邱垂煌、許清松.... 2009-2011 .....林宣昭、盧景林 .....汪俊宇
第三十七屆	汪蔚興 / Wilson Wang.....許清松 .....邱垂煌、林宣昭 .... 2011-2012 .....盧景林、范約瑟 .....汪俊宇、鄧永征

## A message from President

會長 汪蔚興

Wilson Wang

President of THMASC



自AIG、Leman Brothers所引發的金融風暴起，全球各大金融體系深陷於通貨膨脹與銀根緊縮的慘霧中。正值各行各業百廢待興、多國財政祭出五花八門的振興方案之際，美國聯邦人權法案於2010年經法務部長期的研討後，正式公佈了2010年殘障法修正案，並訂定於2012年三月十五日正式執行。

法案的旨意在維護殘障人士使用公共場所的便利與權益。身在服務業的金字塔頂峰，旅館業者正面臨著前所未有的挑戰。除了正值必須開源節流與面對銀根緊縮之時外，現在需要即刻開始為了符合新殘障法規的規格作出旅館裝修的工程及添購殘障器材。雪上加霜是現下業主所面臨的寫照。



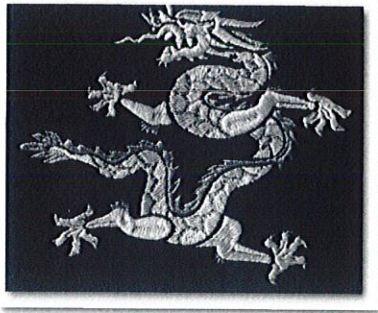
Since the explosion of AIG and Leman Brother crisis, all major economic systems around the globe faced disastrous inflationary pressure and capital shortage. While world nations issued countless new economic policies in the attempt to revitalize micro and macro economy, the American Disability Act 2010 Update was published after long discussion and revision by the Department of Labor,

and set March 15, 2012 as the enforcement date.

The spirit of American Disability Act is to protect and provide equal opportunity and access to full enjoyment to public access and facilities. Hoteliers, being the top tier of the pyramid in the service industry, are facing the extraordinary challenges with the new ADA update. Not only we are challenged by years of down turn in the travel demand and tightening of financing sources, we are now facing new challenges in rehabilitate the properties in order to meet new guidelines and requirements under the ADA regulations.

# MERRY XMAS

# & HAPPY NEW YEAR



為了能讓會員們盡可能避免無謂的法律糾紛，公會將藉本期會刊的篇幅，盡全力將最詳盡的轉載新法案資訊及規章以便會員們參考。當然！聯邦殘障法規內容繁瑣細微且深奧難懂，僅以會刊有限的篇幅實難盡述，公會謹將於星期一—2012年一月九日下午12：30至5：30假 Ramada Plaza Anaheim舉辦一場緊急座談會「旅館業者面對殘障修正法的因應之道」（暫訂），屆時將邀請殘障專家及器材商家當場詳解新法案的影響及因應之道，並請商家們提出優惠及方便會員們採購必備器材的方案。

雖然旅館業面對著嚴峻的考驗，在風暴之後仍是見到一線曙光。根據Smith Travel Research的報告顯示，加州絕大多數的市場皆紛紛告捷，有著相當可觀的成長數據。在可觀成長的「開源」之餘，正確地因應新法案成為同業們或不可缺的「節流」之道。在此謹代表座談會小組及理事會同仁敬邀同業先進們撥冗出席一月九日下午的緊急座談會。

正值歲末之際，藉此敬祝各位先進佳節愉快、生意興隆！

In order to assist our members to prevent as much unnecessary ADA litigations after the new update's enforcement, we utilized this issue of the magazine to conduct special reports by collecting and presenting as much guidelines and regulations in connection to the new ADA 2010 Update. Of course, the ADA Law is complex, technical and extremely detailed, and it would be impossible to cover everything in the magazine. To further assist our members, we are preparing an emergency workshop to present ADA 2010 Update to our members. The workshop will be held on Monday, January 9, 2012 between 12:30PM - 5:30PM at the Ramada Plaza Anaheim. We are planning to invite ADA specialists and equipment vendors to explain the 2010 updates, as well as introducing special purchase options and discount programs to our members.

Although facing all these challenges, there is still silver-lining at the horizon. According to Smith Travel Research, almost all sub-markets in California experienced high single or double digit growth in both ADR and occupancy. As we experienced increase in revenue, loss prevention though ADA preparedness becomes the second half of a hotel success. We are cordially inviting our fellow hoteliers to attend our emergency meeting on January 9, 2012.

Thank you for your support in our Association. I would also like to take this opportunity to wish everyone happy holidays and prosperous business in 2012.

Regards,

## CONTENTS

- |    |                                    |    |  |
|----|------------------------------------|----|--|
| 3  | 歷任會長芳名錄                            | 34 | 如何加強酒店員工服務意識   |
| 4  | 會長的話                               | 36 | 酒店HR之四大個性勝任力   |
| 6  | 第三十七屆理事名單                          | 38 | 酒店管理十二忌  |
| 7  | 會務活動                               | 40 | 酒店營銷觀念四要點  |
| 16 | 會員福利                               | 43 | 執行力差是誰的責任？   |
| 20 | 海外信保基金 嘉惠僑胞知多少？                    | 45 | <b>Seven Mistakes Bosses Make<br/>That Drive Employees Crazy</b> |
| 21 | <b>ADAAG Recreation Facilities</b> | 47 | 如何提高酒店空房出租率  |
| 31 | 如何降低收取信用卡時的<br>額外費用及風險             |    |  |

第138期 2011年12月出刊

## Our Team

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

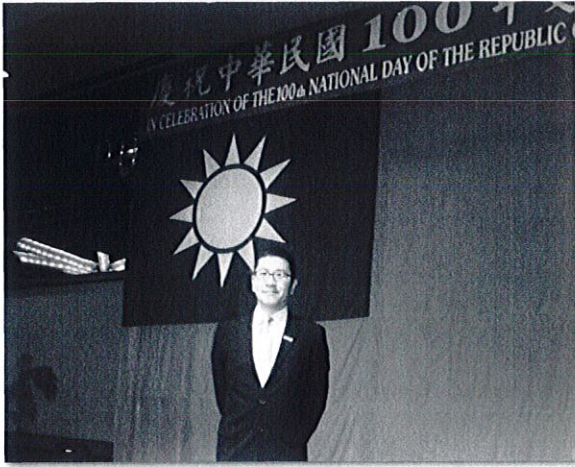
特約印製廠商：VPA Graphics Eric Chen  
(714) 624-2724

## 南加州台灣旅館業同業公會 第三十七屆理事名單

<b>Chairman 理事長</b> <b>許清松 Mr. Stephen Hsu</b> 515 West Katella Ave. Anaheim, CA 92802 (O)714-991-6868 (F)714-817-8588 e-mail:Stephen@ramadaanaheim.com	<b>President 會長</b> <b>汪蔚興 Mr. Wilson Wang</b> 1901 Main St., Suite.175 Irvine, CA 92614 (O)949-622-3402 (F)949-622-3410 e-mail:Wilson@atlashospitality.com	<b>Consultant 會務顧問</b> <b>邱垂煌 Mr. Chris Chiu</b> 2 Orchard Lake Forest, CA 92630 (O)949-462-9500 (F)949-273-5898 e-mail:chiulaxst@yahoo.com
<b>Consultant 會務顧問</b> <b>林宣昭 Mr. Herman Lin</b> 9335 Kearny Mesa Rd. San Diego, CA 92126 (O)858-695-2300 (F)858-578-7925 e-mail:herman.lin@yahoo.com	<b>Consultant 會務顧問</b> <b>范約瑟 Mr. Joseph Fan</b> 21725 E. Gateway Center Dr. Diamond Bar, CA 91765 (O)909-860-6255 (F)909-612-5730 e-mail:brightonllc@aol.com	<b>Consultant 會務顧問</b> <b>汪俊宇 Mr. Gerald Wang</b> 1455 Monterey Pass Rd., #201 Monterey Park, CA 91754 (O)323-268-8886 (F)626-446-4068 e-mail:gwang@vicinn7.com
<b>Consultant 會務顧問</b> <b>鄧永征 Mr. Nicolas Teng</b> 3344 State St. Santa Barbara, CA 93105 (O)805-687-6611 (F)805-687-7116 e-mail:nickteng@msn.com	<b>Vice President 副會長</b> <b>吳東昇 Mr. Tom Wu</b> 705 N. San Gabriel Blvd. Rosemead, CA 91770 (O)323-887-9235 (F)323-887-9236 e-mail:tomwula@yahoo.com	<b>Vice President 副會長</b> <b>王政煌 Mr. Michael Wang</b> 5325 E. Pacific Coast Hwy Long Beach, CA 90804 (O)562-597-3285 (F)562-498-7167 e-mail:mwang@venquest.com
<b>Vice President 副會長</b> <b>郭學仁 Mr. Simon Kuo</b> 26328 Oso Parkway Mission Viejo, CA 92691 (O)949-582-7100 (F)949-367-7696 e-mail:Simonkuo9@yahoo.com	<b>Vice President 副會長</b> <b>陳柏睿 Mr. Kevin Chen</b> 915 S. Disneyland Dr. Anaheim, CA 92801 (O)714-778-0350 (F)714-778-3878 e-mail:kchen@super8motel.net	<b>Auditor 稽核</b> <b>李德揚 Mr. Terry Lee</b> 345 S. Figueroa St., Suite 100 Los Angeles, CA 90071 (O)213-680-8811 Ext.11 (F)213-680-9134 e-mail:terry@apccusa.com
<b>Treasurer 財務長</b> <b>施吾樺 Mr. William Sze</b> 1370 Valley Vista Dr. Suite#275 Diamond Bar, Ca 91765 (O)800-503-6222 (F)888-731-6202 e-mail:William@alliancebankcard.com	<b>Director 理事</b> <b>鄭春暉 Mr. Peter Cheng</b> 1538 E. Lincoln Ave. Anaheim, CA 92805 (O)714-635-6888 (F)714-883-8000	<b>Director 理事</b> <b>劉明岳 Mr. Ben Liu</b> 788 W. Huntington Dr. Monrovia, CA 91016 (O)626-358-8981 (F)626-301-0657 e-mail:grandoaktreeinn@aol.com
<b>Director 理事</b> <b>呂世豪 Mr. Harry Lu</b> 1744 S.Nogales Street Rowland Heights, Ca 91748 (O)626-820-1099 e-mail:harryleu@gmail.com	<b>Director 理事</b> <b>陳大偉 Mr. Derrick chen</b> 611 S. Westlake Ave Los Angeles Ca 90057 (O) 213-483-6262 e-mail:dchen78998@gmail.com	<b>Director 理事</b> <b>張綏義 Mr. Paul Chang</b> 2131 E. Colorado Blvd Pasadena, Ca 91107 (O):626-796-3121 (F) :626-793-4713 e-mail: chinchincer@gmail.com
<b>Director 理事</b> <b>吳瓊 Ms. Tina Wu</b> 17700 Castleton Street Suite 100 City of Industry, Ca 91748 (O)626-363-8988 (F)626-363-8980 twu@americancontinentalbank.com	<b>Director 理事</b> <b>羅麗惠 Ms. Kitty Lo</b> 34 Via Rubino Newport Coast, Ca 92657 (O):949-212-8733 (F):949-376-6132 e-mail:kitty@nexmart.com.tw	<b>Director 理事</b> <b>姜文耀 Mr. Wayne Jiang</b> 2171 S. Harbor Blvd Anaheim, Ca 92802 Tel:714-703-1220 Fax:714-703-1401 e-mail:waynejiang60@gmail.com
<b>Director 理事</b> <b>陳正煒 Mr. Ray Chen</b> 125 Pacific Coast Hwy Hermosa, Ca 90254 (O)310-408-5901 (F) 310-798-9470 e-mail:tonshin@msn.com	<b>Director 理事</b> <b>劉屏立 Mr. Peter Liu</b> 920 S. Beach Blvd Anaheim, Ca 92804 (O)714-826-4740 (F)714-995-6394 e-mail:peterliu6688@sbcglobal.net	<b>Secretary General 總幹事</b> <b>柯欣侑 Ms. Anita Ko</b> 1045 E. Valley Blvd #A212 San Gabriel, Ca 91776 Tel:626-280-2207 Fax:626-280-2243 e-mail:thmasc1688@gmail.com

# 會務活動

建國百年國慶酒會 10/06/2011



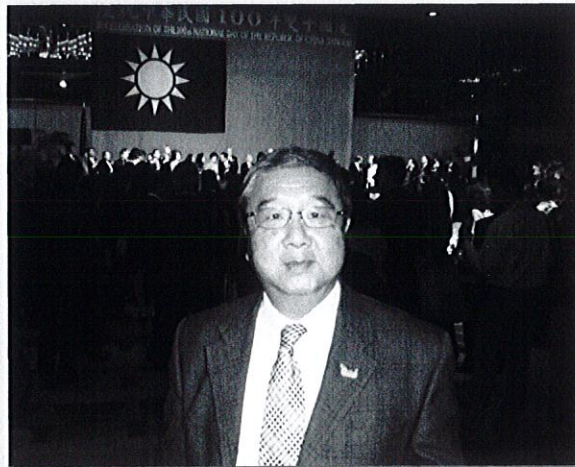
會長 汪蔚興



駐洛杉磯台北經濟文化辦事處處長 龔中誠致詞



本會代表合影



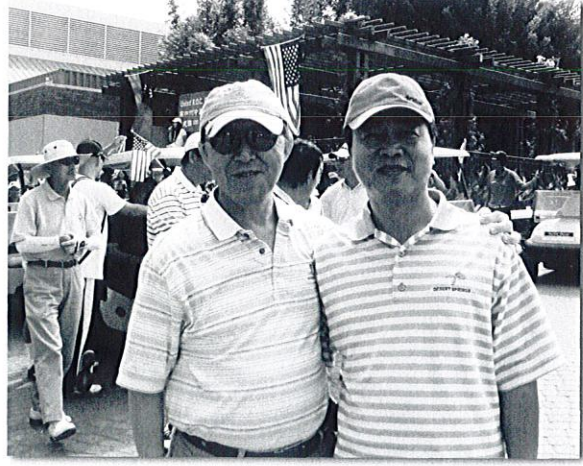
# 會務活動

建國百年升旗典禮 10/08/2011



# 會務活動

## 建國百年國慶盃高爾夫球賽



# 會務活動

## 建國百年國慶盃高爾夫球賽



# 會務活動

慈濟 贈書活動

靜思語



# 會務活動

建國百年 璀璨一百





# 旅館公會活動 通報

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

## 你不可不知的 2010 年殘障法修正案

親愛的 會員：

2010 年九月十五日美國法務部針對所有政府及民營機構的建築及場所正式頒佈了「2010 年聯邦殘障法設計標準法」，其新立法案的旨意在於維護殘障人士在蒞臨與使用公開場所時能享用與所有人相同的機能與便利。為達成立法宗旨，2010 年修正案將要求大多數公共場所新法之設計標準來更新現有設施，並訂定於 2012 年三月十五日正式實施執行。

長期以來有少部分圖利人士佯裝殘障客戶，藉著許多商家及會員們對原有殘障法規之繁瑣及生疏而四處興訟，以致許多業者均曾無故捲入殘障法律糾紛且不勝其擾。鑑於過往經歷，南加州台灣旅館業同業公會將於 2012 年一月九日（週一）舉辦一場殘障法講座，屆時將邀請專業人士詳解修正法案所需要注意的事項，並有必備設備器材的供應商家解說相關規定及折扣方案，以因應新法及規避無謂訴訟。

殘障法講座的詳情如下：

- 日期： 2012 年一月九日（週一）  
時間： 11:30AM - 5:30PM  
地點： 安那罕華美達酒店(Ramada Plaza Hotel Anaheim)  
515 West Katella Avenue ,Anaheim, CA 92802  
www.Ramada.-Anaheim.com  
收費： 非會員\$20.00，會員免費入場  
報名： 請與公會總幹事柯侑欣小姐詳洽報名辦法  
626.280.2207 / thmasc1688@gmail.com

屆時內容詳盡，屆時本會將供應中午簡便膳食及下午茶點，竭誠歡迎同業先進蒞臨共議。由於席次有限，懇請儘早報名以免向隅。

姓名 (Name): \_\_\_\_\_

參加     不參加  
為方便統計人數，請在 2011 年 12 月 30 日 前將回條寄回或傳真。

南加州台灣旅館業同業公會  
Tel : 1-626-280-2207 Fax : 1-626-280-2243

# 會務活動



## 活動會報

1045 E. Valley Blvd, Suite#A212 San Gabriel, Ca 91776

Tel: 1-626-280-2207

Fax: 1-626-280-2243

**活動名稱：**南加州旅館業旅館同業公會 “新春聯誼晚會” (New Year Party 2012)

**時間：**二月四日(星期六) FEB 04 二〇一二年 6:00 Pm

**票價：**\$ 35.00 (Make Check Payable THMASC)

**地點：**Radisson (Whittier)  
7320 Greenleaf Ave  
Tel : 1-562-945-8511

**備註：**請各位會員、會長、理事請撥空參加  
謝謝大家。請與 Anita 連絡



*Happy New Year & & 恭禧發財*

會長

汪蔚興 敬上

---

### 回條 (Reply)

姓名 (Name): \_\_\_\_\_ 參加人數 \_\_\_\_\_

E-mail : \_\_\_\_\_

晚會： 參加  不參加

方便統計人數，請在 2012 年一月二十五日前將回條寄回 傳真。

Tel : 1-626-280-2207

Fax : 1-626-280-2243

# 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

# 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:

# 會員福利

馮聖明



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

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

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

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

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

# 會員福利

## 二、 保險費用（每年九月一日調整一次）

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

另加\$10手續費每個月。

## 三、 申請方法

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

## 四、 付保險費方式

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

## 五、 常問問題

1. 過去有病歷，已經懷孕，年齡超過65歲時，是否可投保？

馬上加入旅館公會成為會員，每年按時繳會費便可申請。

## 2. 可否只替經理、會計等主要員工申請？

只要你是旅館公會會員，投保人只要個別填寫申請表來申請。

## 3. 65歲以上是否要退保？

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

## 4. 替員工買保險，對僱主有什麼好處？

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

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





## 海外信保基金 嘉惠僑胞知多少？

廖聰明／僑務委員、前會長

中華民國為照顧海外僑胞與僑居地創業艱難，成立「華僑信用保證基金」，經當地經辦貸款銀行核准僑胞貸款金額，提供70%信用保證作為創業之需。多年以來協助僑胞在僑居地創業以及解決銀行貸款償還之危機。尤以1995年當美國經濟蕭條之際，華人在南加州經營旅館有1000多家，而多數遭遇到償還貸款危機時，邀過前僑委會蔣孝嚴委員長積極爭取，並由副總經理王建安主持信用保證基金會之協助旅館同業危機之紓困，使得不少同業得以度過難關，避免旅館被查封拍賣，至今仍感念有為政府嘉惠僑胞的德政（見1995年4月25日宏觀報，筆者以僑務落實的見證報導）。筆者在宏觀報以「僑務落實的見證」一文報導此一消息，曾獲得前總統李登輝之肯定。

該基金原屬財政部管轄，自吳英毅委員長就任後，劃歸僑務委員會主管，遂改名為「財團法人海外信用保證基金」。

政府預算雖然困難重重，吳委員長仍不辭辛勞頻頻向行政院爭取注入活水，盼增加海外信保基

金預算，希望能為僑胞及僑商做更多服務，並將對象擴及畢業後返回僑居地、想創業的僑生。又開辦海外災後重建貸款信用保證，及通過筆者在僑務會議中提案，建請海外信用保證業金，運用僑胞所在地國家之不動產抵押，取得資金回國投資（財團法人信用保證基金99年2月5日海外保證業字第0980002560號函），以響應馬英九總統於97年華僑節致詞時指出「僑胞協助政府最好的方式，就是回國投資……」及吳英毅委員長倡導建構大僑社的理念。

該基金會現任副總經理王建安先生於日前樸樸風塵的來到洛杉磯訪問，拜訪與基金會合作之19家台資銀行，並洽商其他三家聯行加入合作，有相當可行性與成果，並由洛僑中心簡許邦主任，與台灣旅館公會前會長廖聰明、陳正吉陪同，前往南加州台灣旅館業拜訪，關心旅館同業們。如需要基金會協助貸款，可逕向當地經辦銀行辦理（名單可向旅館公會諮詢，TEF:626-280-2207）。

王建安副總經理說，此行的目的，除了加強對合作銀行之業務宣導外，並尋求增加合作銀行服務僑胞之窗口，以提升推動業務之動力。美國經濟將會進入復甦進程，目前正合適力強業務之推展，更需要合作銀行配合之需要；充分合作配合，方能發揮整體之成效，讓政府重視海外僑胞經營事業之紓困達到改革政策的三贏境界。

## ADAAG RECREATION FACILITIES SWIMMING POOLS, WADING POOLS AND SPAS

### ADA SCOPING REQUIREMENTS:

#### 242 Swimming Pools, Wading Pools, and Spas

**242.1 General.** Swimming pools, wading pools, and spas shall comply with 242.

**242.2 Swimming Pools.** At least two *accessible* means of entry shall be provided for swimming pools. *Accessible* means of entry shall be swimming pool lifts complying with 1009.2; sloped entries complying with 1009.3; transfer walls complying with 1009.4; transfer systems complying with 1009.5; and pool stairs complying with 1009.6. At least one *accessible* means of entry provided shall comply with 1009.2 or 1009.3.

#### EXCEPTIONS:

1. Where a swimming pool has less than 300 linear feet (91 m) of swimming pool wall, no more than one *accessible* means of entry shall be required provided that the *accessible* means of entry is a swimming pool lift complying with 1009.2 or sloped entry complying with 1009.3.

2. Wave action pools, leisure rivers, sand bottom pools, and other pools where user access is limited to one area shall not be required to provide more than one *accessible* means of entry provided that the *accessible* means of entry is a swimming pool lift complying with 1009.2, a sloped entry complying with 1009.3, or a transfer system complying with 1009.5.

3. *Catch pools* shall not be required to provide an *accessible* means of entry provided that the *catch pool* edge is on an *accessible* route.

**Advisory 242.2 Swimming Pools.** Where more than one means of access is provided into the water, it is recommended that the means be different. Providing different means of access will better serve the varying needs of people with disabilities in getting into and out of a swimming pool. It is also recommended that where two or more means of access are provided, they not be provided in the same location in the pool. Different locations will provide increased options for entry and exit, especially in larger pools.

**Advisory 242.2 Swimming Pools Exception 1.** Pool walls at diving areas and areas along pool walls where there is no pool entry because of landscaping or adjacent structures are to be counted when determining the number of accessible means of entry required.

**242.3 Wading Pools.** At least one *accessible* means of entry shall be provided for wading pools. *Accessible* means of entry shall comply with sloped entries complying with 1009.3.

**242.4 Spas.** At least one *accessible* means of entry shall be provided for spas. *Accessible* means of entry shall comply with swimming pool lifts complying with 1009.2; transfer walls complying with 1009.4; or transfer systems complying with 1009.5.

**EXCEPTION:** Where spas are provided in a cluster, no more than 5 percent, but no fewer than one, spa in each cluster shall be required to comply with 242.4.

## ADAAG RECREATION FACILITIES SWIMMING POOLS, WADING POOLS AND SPAS

### **ABA SCOPING REQUIREMENTS:**

#### **F242 Swimming Pools, Wading Pools, and Spas**

**F242.1 General.** Swimming pools, wading pools, and spas shall comply with F242.

**F242.2 Swimming Pools.** At least two *accessible* means of entry shall be provided for swimming pools. *Accessible* means of entry shall be swimming pool lifts complying with 1009.2; sloped entries complying with 1009.3; transfer walls complying with 1009.4; transfer systems complying with 1009.5; and pool stairs complying with 1009.6. At least one *accessible* means of entry provided shall comply with 1009.2 or 1009.3.

#### **EXCEPTIONS:**

1. Where a swimming pool has less than 300 linear feet (91 m) of swimming pool wall, no more than one *accessible* means of entry shall be required provided that the *accessible* means of entry is a swimming pool lift complying with 1009.2 or sloped entry complying with 1009.3.

2. Wave action pools, leisure rivers, sand bottom pools, and other pools where user access is limited to one area shall not be required to provide more than one *accessible* means of entry provided that the *accessible* means of entry is a swimming pool lift complying with 1009.2, a sloped entry complying with 1009.3, or a transfer system complying with 1009.5.

3. *Catch pools* shall not be required to provide an *accessible* means of entry provided that the *catch pool* edge is on an *accessible* route.

**Advisory F242.2 Swimming Pools.** Where more than one means of access is provided into the water, it is recommended that the means be different. Providing different means of access will better serve the varying needs of people with disabilities in getting into and out of a swimming pool. It is also recommended that where two or more means of access are provided, they not be provided in the same location in the pool. Different locations will provide increased options for entry and exit, especially in larger pools.

**Advisory F242.2 Swimming Pools Exception 1.** Pool walls at diving areas and areas along pool walls where there is no pool entry because of landscaping or adjacent structures are to be counted when determining the number of accessible means of entry required.

**F242.3 Wading Pools.** At least one *accessible* means of entry shall be provided for wading pools. *Accessible* means of entry shall comply with sloped entries complying with 1009.3.

**F242.4 Spas.** At least one *accessible* means of entry shall be provided for spas. *Accessible* means of entry shall comply with swimming pool lifts complying with 1009.2; transfer walls complying with 1009.4; or transfer systems complying with 1009.5.

**EXCEPTION:** Where spas are provided in a cluster, no more than 5 percent, but no fewer than one, spa in each cluster shall be required to comply with F242.4.

## ADAAG RECREATION FACILITIES SWIMMING POOLS, WADING POOLS AND SPAS

### ADAAG SECTION 1009

#### 1009 Swimming Pools, Wading Pools, and Spas

**1009.1 General.** Where provided, pool lifts, sloped entries, transfer walls, transfer systems, and pool stairs shall comply with 1009.

**1009.2 Pool Lifts.** Pool lifts shall comply with 1009.2.

**Advisory 1009.2 Pool Lifts.** There are a variety of seats available on pool lifts ranging from sling seats to those that are preformed or molded. Pool lift seats with backs will enable a larger population of persons with disabilities to use the lift. Pool lift seats that consist of materials that resist corrosion and provide a firm base to transfer will be usable by a wider range of people with disabilities. Additional options such as armrests, head rests, seat belts, and leg support will enhance accessibility and better accommodate people with a wide range of disabilities.

**1009.2.1 Pool Lift Location.** Pool lifts shall be located where the water level does not exceed 48 inches (1220 mm).

#### EXCEPTIONS:

1. Where the entire pool depth is greater than 48 inches (1220 mm), compliance with 1009.2.1 shall not be required.
2. Where multiple pool lift locations are provided, no more than one pool lift shall be required to be located in an area where the water level is 48 inches (1220 mm) maximum.

**1009.2.2 Seat Location.** In the raised position, the centerline of the seat shall be located over the deck and 16 inches (405 mm) minimum from the edge of the pool. The deck surface between the centerline of the seat and the pool edge shall have a slope not steeper than 1:48.

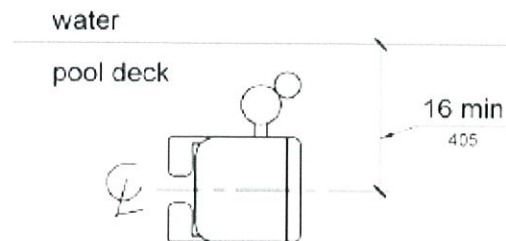
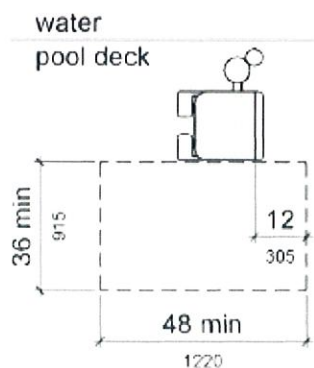


Figure 1009.2.2 Pool Lift Seat Location

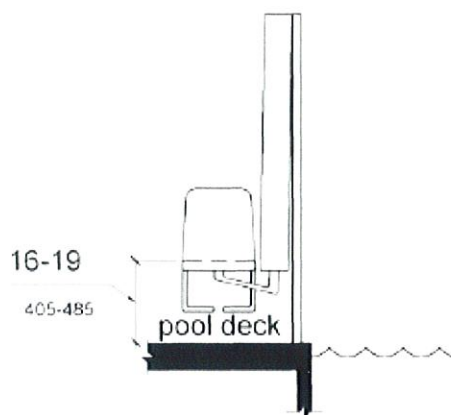
## ADAAG RECREATION FACILITIES SWIMMING POOLS, WADING POOLS AND SPAS

**1009.2.3 Clear Deck Space.** On the side of the seat opposite the water, a clear deck space shall be provided parallel with the seat. The space shall be 36 inches (915 mm) wide minimum and shall extend forward 48 inches (1220 mm) minimum from a line located 12 inches (305 mm) behind the rear edge of the seat. The clear deck space shall have a slope not steeper than 1:48.



**Figure 1009.2.3 Clear Deck Space at Pool Lifts**

**1009.2.4 Seat Height.** The height of the lift seat shall be designed to allow a stop at 16 inches (405 mm) minimum to 19 inches (485 mm) maximum measured from the deck to the top of the seat surface when in the raised (load) position.



**Figure 1009.2.4 Pool Lift Seat Height**

**1009.2.5 Seat Width.** The seat shall be 16 inches (405 mm) wide minimum.

**1009.2.6 Footrests and Armrests.** Footrests shall be provided and shall move with the seat. If provided, the armrest positioned opposite the water shall be removable or shall fold clear of the seat when the seat is in the raised (load) position.

**EXCEPTION:** Footrests shall not be required on pool lifts provided in spas.

**1009.2.7 Operation.** The lift shall be capable of unassisted operation from both the deck and water levels. Controls and operating mechanisms shall be unobstructed when the lift is in use and shall comply with 309.4.

## ADAAG RECREATION FACILITIES SWIMMING POOLS, WADING POOLS AND SPAS

water levels. This will permit a person to call the pool lift when the pool lift is in the opposite position. It is extremely important for a person who is swimming alone to be able to call the pool lift when it is in the up position so he or she will not be stranded in the water for extended periods of time awaiting assistance. The requirement for a pool lift to be independently operable does not preclude assistance from being provided.

**1009.2.8 Submerged Depth.** The lift shall be designed so that the seat will submerge to a water depth of 18 inches (455 mm) minimum below the stationary water level.

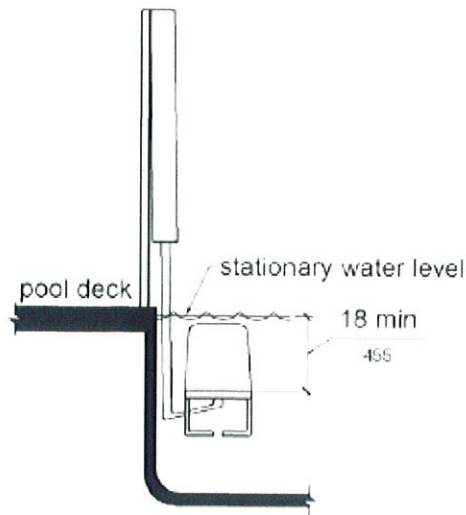


Figure 1009.2.8 Pool Lift Submerged Depth

**1009.2.9 Lifting Capacity.** Single person pool lifts shall have a weight capacity of 300 pounds (136 kg) minimum and be capable of sustaining a static load of at least one and a half times the rated load.

**Advisory 1009.2.9 Lifting Capacity.** Single person pool lifts must be capable of supporting a minimum weight of 300 pounds (136 kg) and sustaining a static load of at least one and a half times the rated load. Pool lifts should be provided that meet the needs of the population they serve. Providing a pool lift with a weight capacity greater than 300 pounds (136 kg) may be advisable.

**1009.3 Sloped Entries.** Sloped entries shall comply with 1009.3.

**Advisory 1009.3 Sloped Entries.** Personal wheelchairs and mobility devices may not be appropriate for submerging in water. Some may have batteries, motors, and electrical systems that when submerged in water may cause damage to the personal mobility device or wheelchair or may contaminate the pool water. Providing an aquatic wheelchair made of non-corrosive materials and designed for access into the water will protect the water from contamination and avoid damage to personal wheelchairs or other mobility aids.

**1009.3.1 Sloped Entries.** Sloped entries shall comply with Chapter 4 except as modified in 1109.3.1 through 1109.3.3.

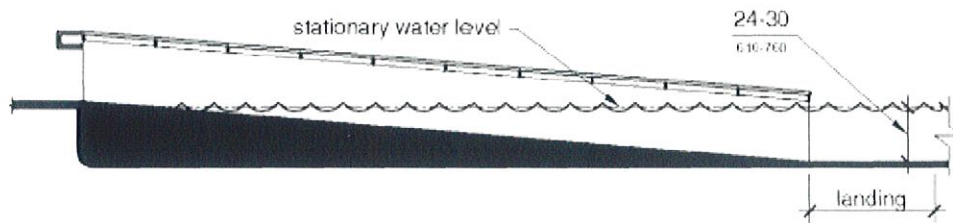
**EXCEPTION:** Where sloped entries are provided, the surfaces shall not be required to be slip resistant.

## ADAAG RECREATION FACILITIES SWIMMING POOLS, WADING POOLS AND SPAS

**1009.3.2 Submerged Depth.** Sloped entries shall extend to a depth of 24 inches (610 mm) minimum and 30 inches (760 mm) maximum below the stationary water level. Where landings are required by 405.7, at least one landing shall be located 24 inches (610 mm) minimum and 30 inches (760 mm) maximum below the stationary water level.

**EXCEPTION:**

In wading pools, the sloped entry and landings, if provided, shall extend to the deepest part of the wading pool.

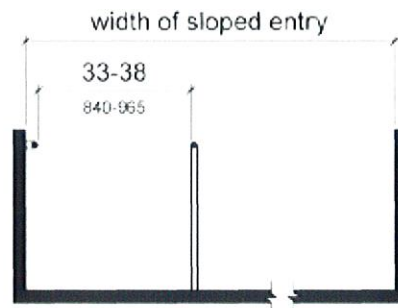


**Figure 1009.3.2 Sloped Entry Submerged Depth**

**1009.3.3 Handrails.** At least two handrails complying with 505 shall be provided on the sloped entry. The clear width between required handrails shall be 33 inches (840 mm) minimum and 38 inches (965 mm) maximum.

**EXCEPTIONS:**

1. Handrail extensions specified by 505.10.1 shall not be required at the bottom landing serving a sloped entry.
2. Where a sloped entry is provided for wave action pools, Leisure Rivers, sand bottom pools, and other pools where user access is limited to one area, the handrails shall not be required to comply with the clear width requirements of 1009.3.3.
3. Sloped entries in wading pools shall not be required to provide handrails complying with 1009.3.3. If provided, handrails on sloped entries in wading pools shall not be required to comply with 505.

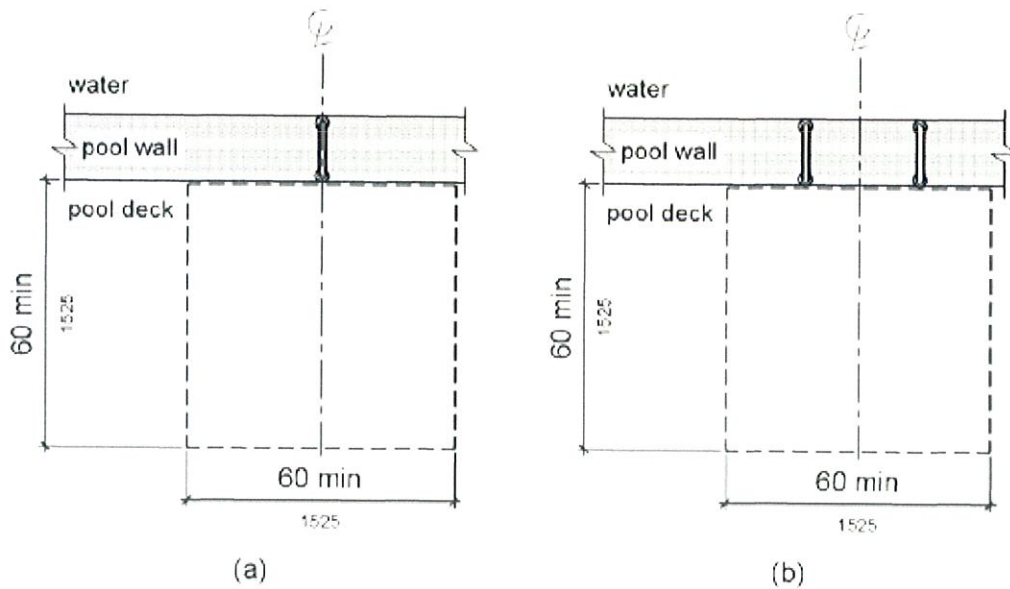


**Figure 1009.3.3 Handrails for Sloped Entry**

**1009.4 Transfer Walls.** Transfer walls shall comply with 1009.4.

**1009.4.1 Clear Deck Space.** A clear deck space of 60 inches (1525 mm) minimum by 60 inches (1525 mm) minimum with a slope not steeper than 1:48 shall be provided at the base of the transfer wall. Where one grab bar is provided, the clear deck space shall be centered on the grab bar. Where two grab bars are provided, the clear deck space shall be centered on the clearance between the grab bars.

## ADAAG RECREATION FACILITIES SWIMMING POOLS, WADING POOLS AND SPAS



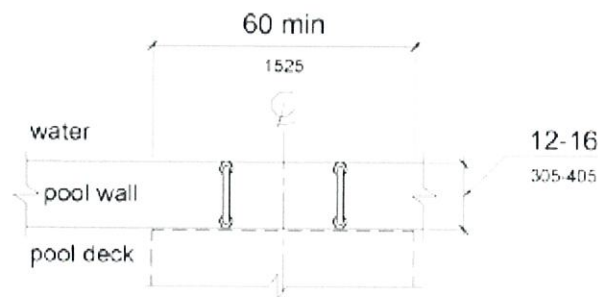
**Figure 1009.4.1 Clear Deck Space at Transfer Walls**

**1009.4.2 Height.** The height of the transfer wall shall be 16 inches (405 mm) minimum and 19 inches (485 mm) maximum measured from the deck.



**Figure 1009.4.2 Transfer Wall Height**

**1009.4.3 Wall Depth and Length.** The depth of the transfer wall shall be 12 inches (305 mm) minimum and 16 inches (405 mm) maximum. The length of the transfer wall shall be 60 inches (1525 mm) minimum and shall be centered on the clear deck space.



**Figure 1009.4.3 Depth and Length of Transfer Walls**

**1009.4.4 Surface.** Surfaces of transfer walls shall not be sharp and shall have rounded edges.

## ADAAG RECREATION FACILITIES SWIMMING POOLS, WADING POOLS AND SPAS

**1009.4.5 Grab Bars.** At least one grab bar complying with 609 shall be provided on the transfer wall. Grab bars shall be perpendicular to the pool wall and shall extend the full depth of the transfer wall. The top of the gripping surface shall be 4 inches (100 mm) minimum and 6 inches (150 mm) maximum above transfer walls. Where one grab bar is provided, clearance shall be 24 inches (610 mm) minimum on both sides of the grab bar. Where two grab bars are provided, clearance between grab bars shall be 24 inches (610 mm) minimum.

**EXCEPTION:** Grab bars on transfer walls shall not be required to comply with 609.4.

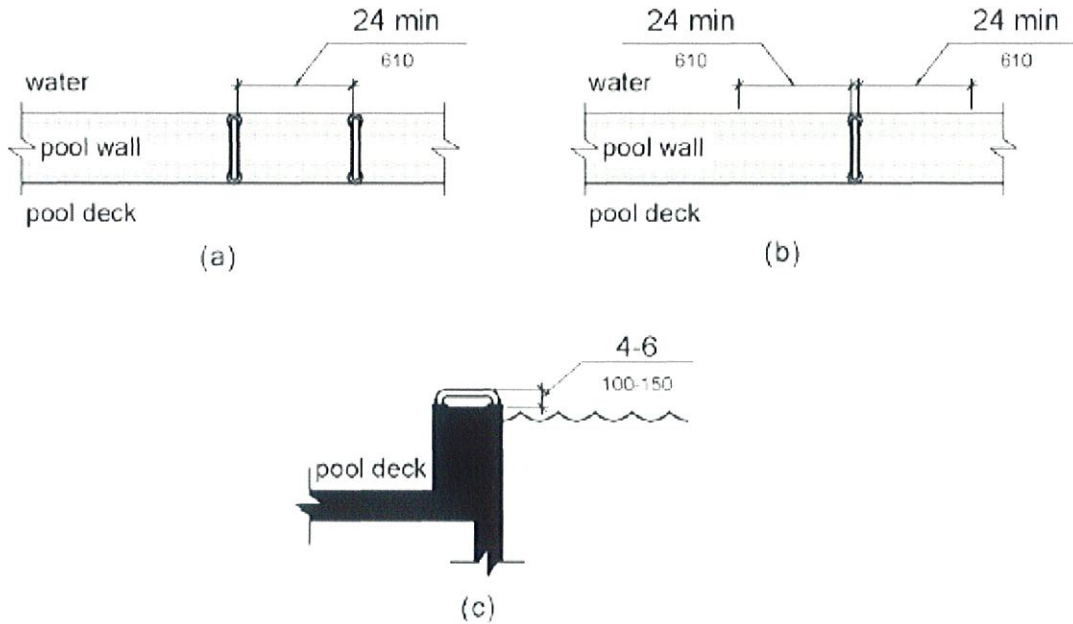


Figure 1009.4.5 Grab Bars for Transfer Walls

**1009.5 Transfer Systems.** Transfer systems shall comply with 1009.5.

**1009.5.1 Transfer Platform.** A transfer platform shall be provided at the head of each transfer system. Transfer platforms shall provide 19 inches (485 mm) minimum clear depth and 24 inches (610 mm) minimum clear width.

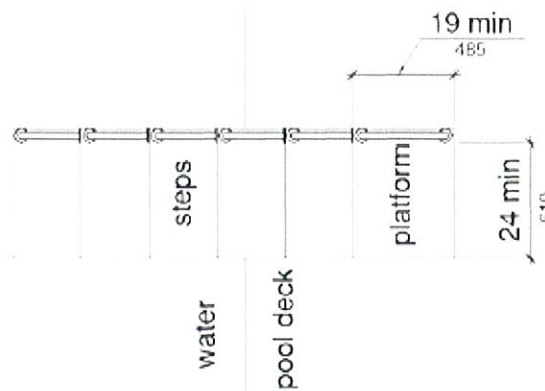
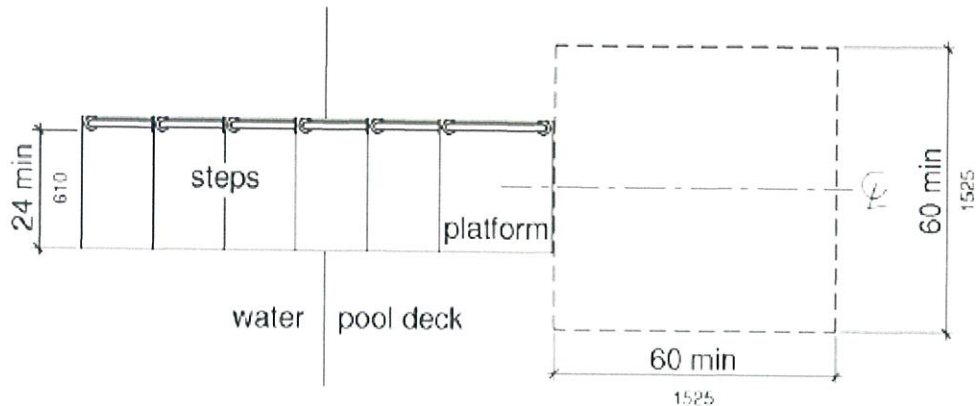


Figure 1009.5.1 Size of Transfer Platform

## ADAAG RECREATION FACILITIES SWIMMING POOLS, WADING POOLS AND SPAS

**1009.5.2 Transfer Space.** A transfer space of 60 inches (1525 mm) minimum by 60 inches (1525 mm) minimum with a slope not steeper than 1:48 shall be provided at the base of the transfer platform surface and shall be centered along a 24 inch (610 mm) minimum side of the transfer platform. The side of the transfer platform serving the transfer space shall be unobstructed.

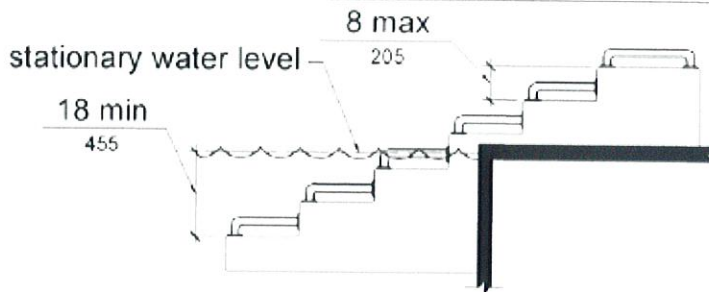


**Figure 1009.5.2 Clear Deck Space at Transfer Platform**

**1009.5.3 Height.** The height of the transfer platform shall comply with 1009.4.2.

**1009.5.4 Transfer Steps.** Transfer step height shall be 8 inches (205 mm) maximum. The surface of the bottom tread shall extend to a water depth of 18 inches (455 mm) minimum below the stationary water level.

**Advisory 1009.5.4 Transfer Steps.** Where possible, the height of the transfer step should be minimized to decrease the distance an individual is required to lift up or move down to reach the next step to gain access.



**Figure 1009.5.4 Transfer Steps**

**1009.5.5 Surface.** The surface of the transfer system shall not be sharp and shall have rounded edges.

**1009.5.6 Size.** Each transfer step shall have a tread clear depth of 14 inches (355 mm) minimum and 17 inches (430 mm) maximum and shall have a tread clear width of 24 inches (610 mm) minimum.

## ADAAG RECREATION FACILITIES SWIMMING POOLS, WADING POOLS AND SPAS

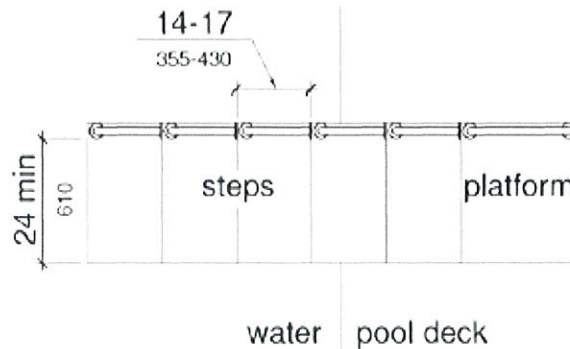


Figure 1009.5.6 Size of Transfer Steps

**1009.5.7 Grab Bars.** At least one grab bar on each transfer step and the transfer platform or a continuous grab bar serving each transfer step and the transfer platform shall be provided. Where a grab bar is provided on each step, the tops of gripping surfaces shall be 4 inches (100 mm) minimum and 6 inches (150 mm) maximum above each step and transfer platform. Where a continuous grab bar is provided, the top of the gripping surface shall be 4 inches (100 mm) minimum and 6 inches (150 mm) maximum above the step nosing and transfer platform. Grab bars shall comply with **609** and be located on at least one side of the transfer system. The grab bar located at the transfer platform shall not obstruct transfer.

**EXCEPTION:** Grab bars on transfer systems shall not be required to comply with 609.4.

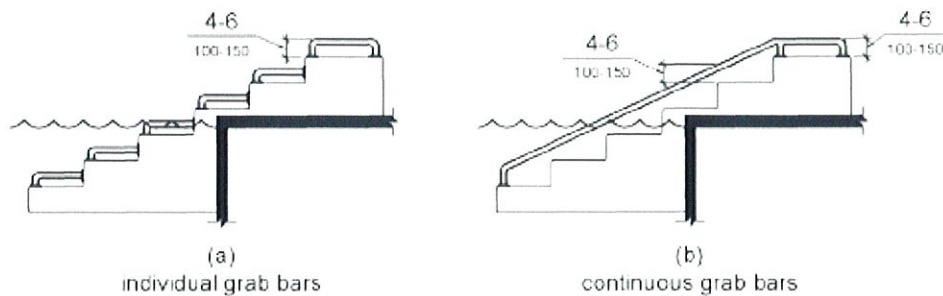


Figure 1009.5.7 Grab Bars

**1009.6 Pool Stairs.** Pool stairs shall comply with 1009.6.

**1009.6.1 Pool Stairs.** Pool stairs shall comply with **504**.

**EXCEPTION:** Pool step riser heights shall not be required to be 4 inches (100 mm) high minimum and 7 inches (180 mm) high maximum provided that riser heights are uniform.

**1009.6.2 Handrails.** The width between handrails shall be 20 inches (510 mm) minimum and 24 inches (610 mm) maximum. Handrail extensions required by 505.10.3 shall not be required on pool stairs.

## 如何降低收取信用卡時的額外費用及風險

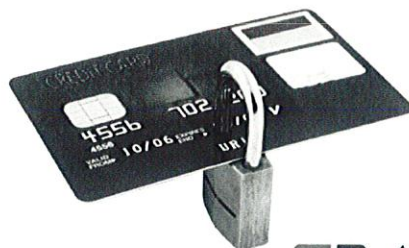
### How to Stay on Top of Your Merchant Service

本刊編輯部

近年來，由於金融市場動盪而導致的經濟危機席捲全球，而美國政府對金融界所施加的控管，和對企業界所增加的稅務及申報過程所引發的費用，又給本已疲軟蕭條的市場雪上加霜，讓商家苦不堪言。如何克服惡劣的市場環境，節省不必要的開銷已成了頭等大事。聯盟信用卡服務系統秉著對在美華人商家最誠摯的關懷和最認真的態度，在此義不容辭地盡我們所能為旅館業者提供一些關於如何避免和削減信用卡服務中所帶來的不必要的費用的諮詢及策略，以助廣大旅館業者一臂之力，度過難關。

2008年經濟恢復法案 (Housing and Economic Recovery Act of 2008)

新稅制的通過，國稅局 (IRS) 強制要求所有商家都必須針對電子化支付交易做必要的呈報。因此：



**Alliance**  
BANKCARD SERVICES  
聯盟信用卡服務系統

- 在2012年1月份之前，信用卡處理商須透過1099表格將商家的交易額呈報給國稅局。
- 跟貴公司其他的相關稅務文件一樣，您也會收到此份1099表格的副本。
- 也就是說公司信用卡交易帳戶的稅籍資料必須與國稅局(IRS)的檔案資料相吻合。

聯盟信用卡近日檢視貴公司的資料，發現許多商家的帳戶資料與IRS的資料不吻合，因此為這些用戶準備了W9表格，請這些用戶確切填寫隨函附件之W9表格第一頁，並確認您的報稅姓名、社會安全碼 (SSN) 聯邦報稅號碼 (Tax Identification Number) 以及報稅地址，並提醒用戶要和呈報給IRS的資料相吻合，請用戶確認在表格上簽名，並影印一份自行留存，並將正本在30天內寄回給聯盟信用卡服務系統。您也可以到國稅局(IRS)的網站 [www.irs.gov](http://www.irs.gov) 找到完整的W9表格。國稅局(IRS)如果沒能及時收到公司的正確資料，可能導致公司資金入帳的延遲，而美國國稅局也有可能會扣留公司至少28%的每日刷卡金額。我們建議您跟公司的稅務顧問討論此新措施對您的會計作業可能會造成的影響。

## 支付卡產業資料安全標準 (PCI\_DSS)

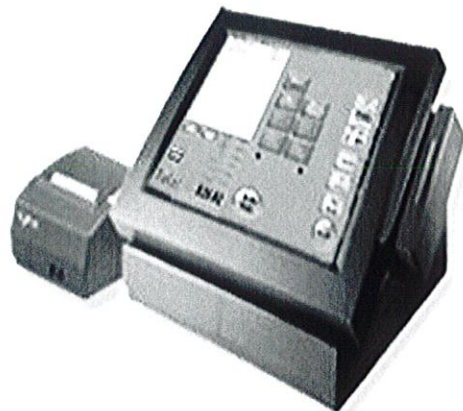
是一項由支付卡產業安全標準委員會所制定的全球資訊安全標準。該標準之目的在於藉由加強控管資料及資料外洩的風險，以協助接受信用卡付款的單位防範信用卡詐欺活動。您，身為公司的負責人、總經理或商家合約簽署人，有責任要確保貴公司符合PCI規範。值得一提的是PCI認證需每年作一次，這樣才可確保商家的信用卡帳戶安全。如果您的帳戶沒有達到安全標準或是認證過期，都會被收取不必要的額外費用及罰款。如果在未達到安全標準或未作認證的情況下丟失客戶資料或其他敏感資料，您的帳戶最多可被收取500,000美元的罰款。聯盟信用卡服務系統將會一步步協助您完成驗證。

旅館和飯店是旅客及商務人員出門在外的第二個家；而旅館和飯店的經營者就是這個家的創辦人。舒適，安全和誠信是最重要的考量。就像是聯盟信用卡服務系統一直以來的宗旨：誠信的態度，人性化的服務，以及最專業最符合經濟效率的系統。這些貼心及專業的服務使我們成為與客戶間最佳的合作夥伴。透過本公司一項項為您量身定做的旅館服務系統，您絕對會在經營旅客第二個家的過程中感覺如虎添翼的輕鬆和自信。旅館是屬於面對面信用卡當場交易。無論您是新申請或您已經有刷卡帳戶，我們都將提供超低利率，以及免費使用刷卡機，軟體，提款卡密碼機，印表機等。使用聯盟信用卡服務系統所提供的旅館電腦作業系統 (Point\_of\_Sale簡稱POS) 您能擁有最優秀專業的二十四小時技術支援服務，簡單操作，及個人化的程式功能設定。電腦作業系統及周邊設備包括包括觸屏式一體化電腦，讀卡機，按密碼機，印表機，讀支票機，手拉板，無

線刷卡機等。我們免費為顧客做使用說明及培訓。我們所提供的每套電腦作業系統在為客戶安裝前都已輸入個人化信用卡軟體，安裝後可立即使用。

除信用卡服務外聯盟信用卡服務系統還提供支票保險服務。Global eTelecom 支票保險服務協助商家分辨您的客人所開的支票好與壞以及保障跳票的風險。電腦資料庫能隨時提供您最新資料，包括當您收到壞支票時，讀支票機本身會自動提醒商家去驗證消費者身分是否跟支票上的資料一致。

禮品卡是如今廣泛被商家使用的一種行銷方式。聯盟信用卡也提供此項服務。比起接受自家所發行的禮券，受理商家提供自家的禮品卡已是現今消費潮流所向；而且接受禮品卡有助於新的收入來源及顧客回籠機會。事實上每張禮品卡平均面額是50美元，而消費者的實際花費通常會比面額多百分之二十以上。作為商家您可以省掉不必要的時間，人工，及仿冒禮券的風險。現在我們有提供電子禮品卡計劃，可適用於任何旅館及零售作業系統及軟體。



### **Housing and Economic Recovery Act of 2008**

As a result of the new tax regulation imposed by the Housing and Economic Recovery Act of 2008, the IRS is enforcing that proper reporting practices are in place to account for electronic payments transactions. As such:

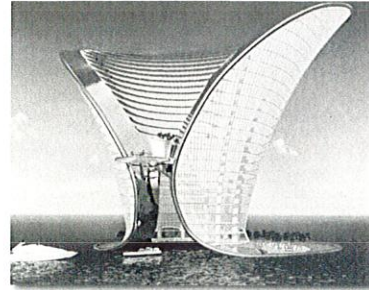
- Merchant acquirers are subject to begin reporting the transaction amounts via 1099 to the IRS by January, 2012.
- You will receive a copy of the form just as you receive other tax documentation for your business.
- This also means that the TAX ID information on your processing account must match what the IRS has on file.

Alliance Bankcard Services has found many merchants currently being identified as having invalid information. We have advised these clients to complete the blank first page of the enclosed W9 form to reflect the correct Tax Filing Name, SSN or Tax Identification Number, and Tax filing address on file with the IRS. A complete W9 packet can be found at the Internal Revenue Service (IRS) website at [www.irs.gov](http://www.irs.gov). Make sure you sign the form and keep a copy for your reference, and return the original back to your merchant service company within 30 days.

It is extremely important that your merchant service company receive your correct information in a timely manner or else you may experience delayed funding, and the IRS may hold at least 28% of your daily processing amount. We recommend that you speak with a tax advisor to discuss your business accounting procedures. If you have any questions regarding this matter, please call our support center at 1-800-503-6222.

### **The Payment Card Industry Data Security Standard (PCI-DSS)**

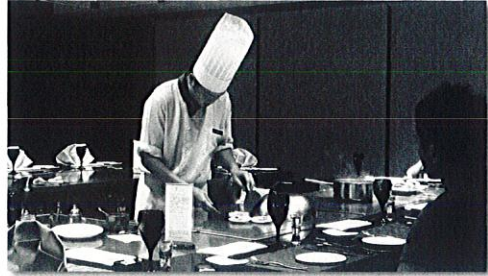
Is a worldwide information security standard mandated by the Payment Card Industry Security



Standards Council. The Standard was created to help organizations that process card payments prevent credit card fraud through increased controls around data and its exposure to compromises. You, as an owner, president, or signer of the merchant agreement, will be responsible for ensuring that your business becomes PCI compliant. The Card Associations require all merchants to be compliant at all times. There are (2) main components to validate your compliance, a compliance questionnaire, which is performed annually and third-party vulnerability scans performed on a quarterly basis. The TrustKeeper program provides the merchant with the ability to meet and maintain compliance with all appropriate requirements. If you do not comply with the security requirements of the Card Associations, your business may be at risk of compromise. At this point not only could your business be adversely impacted by loss of critical systems but you could be subject to fines up to \$500,000 per incident, should you be compromised. At Alliance Bankcard Services, we will help you every step of the way to validate your compliance. In the case of a hotel merchant, chances are you are taking a majority of face-to-face customer transactions. We offer the lowest prices on credit card terminals, software, and other equipments. If you don't already have one, you'll need a free merchant account to establish a connection between your bank and major credit card processors. If you have a merchant account, we can offer you a turnkey retail package that includes a credit card terminal, pin pads, printers, and any other equipment that fit your needs.

## 如何加強酒店員工服務意識

本刊編輯部



**服**務技能是基礎，服務意識是發展、創造的動力，服務質量是成果。卓越成就來自超強的發展創造力。如何追求員工超強的服務意識？

首先取決於員工的索取與奉獻的價值理念如何。古人云：一份耕耘，一分收穫；沒有天上掉餡餅的好事；沒有春播一粒種，哪有秋收萬顆糧。讓所有員工樹立沒有付出，哪有回報的正確價值理念、才會有較強服務意識的基礎源泉。言傳身教是必不可少而行之有效的手段。

其次，努力提高員工的文化修養和職業素養，培養、樹立員工的主人翁責任心，重之又重。只有具備較高的文化職業素養，才能較快較好的吸納新鮮知識，彌補自身服務技能和服務意識的不足。因此，我們可以這樣來做：一、培養員工較好的文明禮儀習慣。可以通過工集中培訓，工作中現場指導，並充分利用班、週會時機，以工作中發生的事例作剖析典型，以自己的言談舉止作示範。二、鼓勵員工利用工餘時間努力學習文化知識及各項專業技能。鼓勵員工勤進書店，多買書多看書，充分發展、發揮員工個人愛好，可以根據員工愛好不同成立不同的興趣小組，組織不同內容的、形式多樣的培訓。三、組織開展崗位技能競賽，評選先進，激勵後進，提高整體職業技術水平。

強烈的員工責任心正是工作出成效，少犯錯誤，不走彎路的主觀動力。可以這樣加強：一、利用一切機會大力宣揚老老實實做人，兢兢業業做事的為人之道；二、建立、實施完善的激勵機制、選拔機制，業績、效益是企業追求的最終目標，但工作的過程、方法、態度以及影響工作的客觀環境因素也應是考核薪資與人才選拔的重要依據；三、堅決剔除工作中極不負責、敷衍了事、屢教不改的害群之馬。如此方能存優去劣。

第三，必須嚴格執行企業製度與工作規範，大力宣揚企業文化，以身作則，做好榜樣示範，並成為團隊核心。俗話說：沒有規矩不成方圓。讓員工了解、熟悉、掌握並執行與自身工作或環境有關的製度、要求，正是提高服務意識的過程，要如何去做？

一、以身作則，要求別人做到自己必須做到，而且做到非常好，自己率先遵守公司製度和工作規範；

二、從小事抓起，從各崗位的每個操作規程、注意事項抓起，從外觀形象、環境衛生抓起，從安全管理抓起；

三、精益求精，高標準嚴要求，執行工作制度、規範不打折扣，爭取做到服務五星級，顧客滿意百分百；

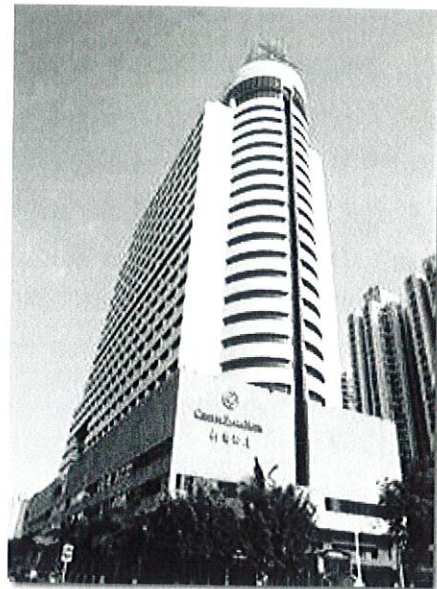
四、對事不對人，無論是誰只有一個標準，不允許任何員工凌駕於企業製度之上。以身作則怎麼做？一、通過自己努力工作為員工樹立高標準的學習榜樣；二、身體要健康，精神要飽滿，充滿熱情與活力；三、完全能掌握自己的情緒，處事不驚；四、保持愉快而樂觀的儀容與態度；五、待人隨和有禮貌；六、指責批評別人時不要摻雜個人因素；七、話語一諾千金，說到做到。

只有這樣才能和廣大的員工打成一片，成為朋友，成為員工的核心，有助於減少甚至消除員工在心理上的距離，在行動上更有說服力，有助於帶領廣大員工提高整個團隊的服務意識。

第四,經常組織有利於增強團隊凝聚力和團隊精神的團體活動，充分發揮員工個人差異優勢，變個人隱性知識為企業顯性知識，推動團隊的服務意識和職業水準發展提高。我們可以利用節假日或輪休日組織員工參加團體活動，也可以讓員工例行的學習、會議形式多樣、內容活潑。如工作中相互學習、競賽，相互指正不足，優勢互補，班會或周月會，積極向上，暢所欲言，甚至可以有洪亮積極的團隊口號。如此，讓團隊員工經常性的互相協助，友好而積極向上的生活在一起，有助於員工更加關注團隊的興衰榮辱，有助於提高團隊的凝聚力。工作中充分調動每個員工的積極性，積極鼓勵員工保持良好的個人特點，勤思考，敢於打破老習慣、舊思維的束縛，勇於發展創造，樹立沒有最好只有更好的思想觀念，充分發揮個人潛能。允許並接納每個員工的有助於改進工作或改善服務的探索。包括如何改善管理、改進工作方法，增添或減少增值或無效的勞動等。管理無定勢，效益是根本。如此，讓每個員

工都發揮個人的知識、智能優勢，並通過團體內相互學習和相互帶動進而轉化為整個團隊的知識、智能優勢和創造力，我們又何愁不能提高整個團隊的服務意識和職業水準。

第五,利用每日班會，結合工作中員工出現的細微不良表現，分析教導，防微杜漸。通過合理的薪資考評與崗位淘汰選拔制度，牢固的建立了員工與企業息息相存的關係，使全員都關心企業的經營發展狀況，因營業收入的多而喜少而憂，因顧客的滿意而愈加興奮。抓員工職業素養與服務技能。在工作中開展衛生、服務技能、銷售業績等多項評比競賽，並產生尖子標兵、星級優秀員工，在他們的帶動下其他員工爭相效仿，使酒店的日常經營服務更趨流暢、完善，生意逐漸興隆。抓團隊建設。



## 酒店HR之四大個性勝任力

本刊編輯部

近年來，酒店對HR部門越來越重視的態度，使得HR頭上的光環更加奪目。如今，良好、巨大的發展前景，使得無數人摩拳擦掌，準備進駐這個領域。

然而，良好的事業發展前景，並不能說明人人都能勝任這個職位，人人都能做好這項事業。經過多年的實證與觀察，總結髮現優秀HR人的性格確有其與眾不同之處，酒店裡最佳HR的表現，體現在以下四大個性勝任力：

### 1、外向優於內向

內向的人更多將注意力指向自己的內心世界，在陌生的人際關係面前容易感到局促；外向的人則對外部世界更加關注，人際交往時更輕鬆、自然，有號召力。酒店HR的工作性質決定了善於溝通和協調是基本勝任素質，外向的酒店HR更容易與人建立人際關係，主動溝通，適合在招聘、培訓、員工關係等職能領域中發揮所長。當然，內向不等同於不善於溝通，內向的酒店HR工作風格比較沉穩，負責薪資、績效等工作更為勝任。由此可見，外向性格的人在酒店HR職業發展中的可選擇性更廣。曾經某位跨國酒店的HR總監接受採訪時也特別提到：好的酒店HR管理者都是性格外向的，因為同員工交流，要能活躍員工氣氛，讓員工工作開心，這類事情，內向的人，一般幹不好。



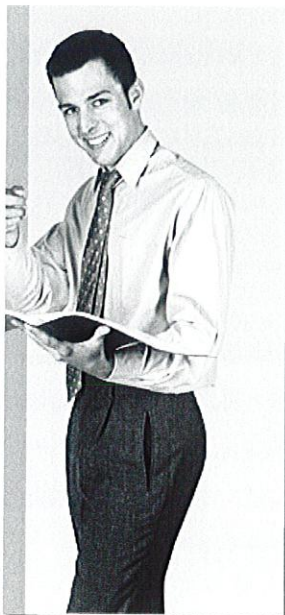
### 2、感性優於理性

人力資源管理涵蓋的內容非常寬泛，雖然酒店HR在很多時候都在處理事務性的工作，可能很瑣碎，但其工作主要還是對人的工作，而不是對事。感性的酒店HR細心，感情豐富，用更具親和力和同理心的表達方式滿足員工的情感需求，使員工的價值觀和行為與酒店的戰略願景有所聯結，進而達到求才、留才，以及激勵人才的效果。相比之下，理性的酒店HR工作思路清晰，對事的興趣度大於對人的興趣度，有時會讓員工覺得不近人情，無法提高酒店員工的凝集力。因此，酒店HR應該更加感性，在人力資源管理中加入更多情感、互動的元素。

### 3、精明優於直率

HR是酒店內部的橋樑，必須和公司所有的人打交道，尤其是當酒店規模較大，部門龐雜時，酒店HR往往會陷入各種矛盾和利益衝突之中，時刻需要上情下達、下情上報、溝通內外、協調左右。在遇到繁雜、兩難的問題時，處事精明的酒店HR更擅長用拐彎抹角、不著邊際的間接方式進行左右周旋，協調和處理好各部門間的關係。精明在這裡並不是貶義，而是中性詞，體現酒店HR對人處事的靈活性。直率的酒店HR不會過分注重修煉自己的“外圓內方”，有時顯得感情用事，很難同時兼顧到企業和員工的需要，更適合從事執行層面的工作。

某位從事酒店HR工作12年的資深人士感慨地說過：“想進入HR這一行，先把自己的棱角磨一磨，個性十足是技術人員或者設計人員的事情，那不屬於你，



### 4、務實優於創新

在許多酒店中，HR需要很多的時間和精力來處理事務性的工作，有的不能給酒店帶來直接的利潤，得到的也並不一定是令酒店和員工都滿意的結果，在這樣的循環過程中，HR始終體會不到很強的成就感，對待工作的態度變得更加務實，追求創新和變革的動機並不強。務實的HR最大的成就感可能更多地來自於解決酒店在HR方面的棘手問題，提出的改進方案得到認可，與各部門之間溝通順暢，得到基層員工的理解和信任等等。創新的HR具有很強的追求卓越成功的內在動機，最大的成就感來自於使酒店現有的人力資源增值，在參與戰略制定，引導變革的過程中提升酒店效益。因此，務實的HR更受現階段酒店和員工的歡迎。

不同的性格特徵可以形成不同的酒店HR做事風格，不同的環境需要不同性格的酒店HR。而那些總能讓上至領導下至員工都合意的酒店HR，其所賦予的個性，一定是最能勝任酒店HR這份與人打交道的工作的。



## 酒店管理十二忌

本刊編輯部

一、 忌管理隨意性。酒店管理依賴於製度，酒店的工作程序、標準、要求乃至各級人員的職責、任務、目標、言談舉止等都被嚴格地規範於製度之中。"做什麼，怎麼做，做到什麼程度，做錯了將受到何種處罰"是酒店所有員工都非常清楚的，管理者只要按照制度去檢查要求，而無需隨主觀意志指手劃腳，更不能置制度於不顧，憑主觀情緒與想像任意要求下屬"如何做"。否則，員工將無所適從，管理程度也會因為管理者自身的原因造成混亂。

二、 忌管理決策盲目性。決策前調查分析不夠，信息不准或管理者主觀、片面、缺乏經驗及素質不到位，易造成決策失誤。

三、 忌短期管理行為。酒店管理講究可持續性，一切工作的計劃、方案、目標、決策必須著眼於酒店的長遠利益，維護酒店永久的生命力和市場競爭力。



四、 忌越級管理。"一級對一級負責，每個人只有一個上司"，越級管理會造成下屬無所適從，管理秩序混亂。

五、 忌"保姆式"管理。酒店實行層次管理，分級負責，每個職別的人員都有自己明確的職責要求，所以，一級管理人員應該鼓勵下級管理人員忠於職守，盡職盡責。切記不能權責獨攬，事必躬親。

六、 忌經營管理墨守成規。酒店運行政序有其自身的規律，但其經營、銷售、推廣必須靈活而富有新意。通過經常開展形式各異且富有吸引力的營銷活動，給賓客創造一種新穎、溫馨的消費環境，從而實現酒店最佳的經營效益。

七、 忌管理不拘小節。酒店的服務功能幾乎涉及到社會的各個方面，因此素有"小社會"之稱。複雜的服務功能要求酒店的管理工作應做到於細微之處一絲不苟。

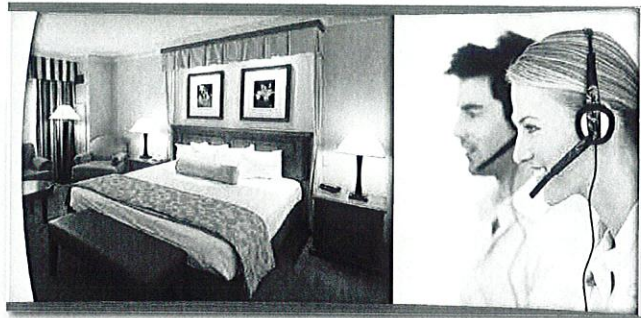
八、 忌不當競爭。酒店經營應嚴格執行國家政策、行業法規，遵守國際慣例和通行準則，既不能行業聯合轟抬物價，形成壟斷，侵占消費者利益，也不能視行業規定不顧，削價競爭，擾亂市場。

九、 忌客源單一性。酒店客源的構成份額是酒店知名度高低和市場生命力強弱的主要標誌之一。旅遊酒店必須在市場推廣方面盡力推廣客源覆蓋面，在服務項目設定和特色的策劃方面考慮更多的針對性，從而以良好的服務、獨到的特色，最好的信譽吸引全方位，多層次的消費者。只有這樣，才能在千變萬化的市場競爭中以不變應萬變，始終保持旺盛的生命力和最佳的經濟效益。

十、 忌輕信是非。酒店是用工密集型行業，崗位複雜，員工密集，管理人員多。因此，必須樹立良好的內部風氣。各級管理人員要以身作則，為人表率，團結部屬，公正待人。

十一、 忌"人情"和私慾。人情、私慾是酒店管理之大忌，酒店嚴格管理的標誌是融制度於酒店運作的各個環節之中，制度面前人人平等，任何人不能凌駕於制度之上。

十二、 忌缺乏團隊精神。旅遊酒店是一個充滿活力的有機體，年輕而朝氣蓬勃的員工隊伍為企業的競爭提供了無與倫比的生存空間。因此，酒店管理者應該充分根據這種隊伍的年齡優勢因勢利導，增強企業的凝聚力，樹立良好的團隊精神，激發全體員工敬業、樂業精神，愛店如家，奮發向上，使全體員工圍繞酒店經營決策、管理與效益目標這個主旋律而履行職責。



## 酒店營銷觀念四要點

本刊編輯部

**觀**念決定行為，有什麼樣的觀念就有什麼樣的行動。筆者最近在給全省酒店營銷經理的一次講座中了解到，目前還有相當一部分酒店的營銷管理還停留在簡單的推銷或低級的削價手段上。酒店若缺乏正確的營銷觀念作為經營指導，就很難在競爭激烈的市場中取得勝利。要做好酒店營銷工作，則必須把握營銷觀念的四個要點。

### 1、選擇正確的目標市場

酒店不可能佔領和滿足每一個客源市場，例如：我們簡單將客源市場分成A、B、C分別代表高、中、低三個檔次的客源，假設本酒店是接待B檔客源能力的酒店，這表示酒店的硬件和服務都是滿足中檔客源需求的。如果我們接待A檔客源的情況會怎樣？由於A檔客源對高檔次酒店的情況熟知，他們對服務的預期較高。如此，酒店就較難滿足他們的需求，就需要付出額外的精力去迎合他們，而酒店的接待能力、硬件標準、服務內容與A檔客源的要求是不可能相吻合的，出於種種原因A檔客源還會出現不滿意的情況。酒店若接待C檔客源又會出現怎樣的情況呢？因為C檔客源對價格敏感，他們同樣難以被滿足，而且還會破壞本身B檔客源的滿意感，破壞酒店的氣氛。筆者曾經工作過的一家酒店，由於當時有兩個銷售部，一個是負責客房的銷售部，另一個是負責宴會的銷售部。有一次宴會銷售部為完成餐飲指標招徠了一個鄉鎮企業的訂貨宴會，那天下

雨，大批郊縣農民腳穿雨鞋大聲吵嚷地步入酒店，不僅弄髒了酒店光鑑照人的地面，而且在電梯裡與一個剛抵達的日本旅遊團擁擠在一起。事後，造成日本旅行社強烈投訴，認為酒店的檔次太低，與原先銷售人員登門宣傳的完全不相符。結果是，酒店因為接待了一個價值僅三萬元的宴會，卻失去了一個可以預計帶來年營業收入三十多為萬元的日本系列團。而該鄉鎮企業在結帳時卻還認為宴會價格太高，菜餚過於精雕細琢，一點都不實惠。

所以，酒店營銷管理者必須明確酒店的市場定位，盡量避免接待與自身定位不相稱的客源。倘若需要同時接待不同類型或檔次的客源，就應預先規範好不同客源的行進路線，通過開設專梯，專人引導，區分排房樓層等方法，盡量避免造成兩類客源的衝突。如：一些大型酒店，針對團隊的服務特點，轉門設立團隊入住登記處，這樣不僅方便和加快了入住登記的速度，而且避免了不同客源的服務矛盾。酒店只有根據自身條件，明確市場定位，才能更好地為每一個目標市場的客源製定適當的營銷方案，提供規範的服務標準，提高顧客的滿意度。

# HOTEL

## 2、不斷了解顧客需要，創造顧客滿意

顧客的需要是多樣化的、是較難理解的，因為顧客並非會將他的需要明確告訴酒店，這可能是顧客缺乏消費經驗，不善或不便表述。如：

顧客向旅行社表明需要預訂一間五星級酒店的客房，這是他用語言表明的需要，而他真正的需要是因為他有能力支付五星級酒店的房間費用，選擇五星級是其身份的象徵。顧客往往有未表明的需要，此例中他期望入住五星級酒店必然可以得到優質的服務，這可以減少他的時間花費、精力消耗和購買風險。同時顧客還希望得到令人愉悅的感官享受，如：酒店裡有室內游泳池可以休閒娛樂，晚上可以在酒吧和善解人意的服務員聊天等。顧客還可能有一些不願言明的需要，如：入住酒店可以獲取積分獎勵，方便與某人約會等。所以，酒店營銷應當著力於不斷研究顧客的需要，開發能夠滿足顧客需求的產品和服務，創造特色，要設法做得比同檔競爭對手更加出色，這樣才能長久吸引顧客。



對酒店營銷管理來講獲得顧客滿意是十分重要的，設想營銷人員通過各種方式不斷招徠顧客，而酒店卻因為服務問題造成顧客的不斷流失。一錘子買賣必將使酒店走向衰退，因為招徠顧客越多，流失也越快。

有研究表明：吸引一位新顧客比保持老顧客常常要多花5倍的成本。要使顧客不流失，關鍵是顧客滿意，因為一位滿意的顧客會：

- 1) 光臨次數更多，對酒店忠誠度高；
- 2) 願意購買酒店推薦的新產品；
- 3) 主動向周圍的人說酒店的好話，幫助酒店介紹其他客人；
- 4) 忽視競爭酒店的廣告、對價格不敏感；
- 5) 像老朋友一樣樂意給酒店一些好的建議；
- 6) 與新顧客相比，降低了營銷費用和服務成本。

顧客是最好的老師，酒店營銷者要不斷地主動收集顧客的意見或建議，因為一般情況下，顧客是不會主動訴說的，顧客往往只有在十分滿意或十分氣憤的情況下，才會表揚或投訴酒店。所以，營銷管理者要設法通過多種渠道，調查和預測顧客的需求，獲取顧客的反饋。如：在顧客辦理退房手續時，請顧客填寫意見表；可以設立互動式的網站與顧客進行交流；賓客關係經理主動拜訪住店顧客；銷售人員跟踪服務等。

顧客滿意是酒店賴以生存的基礎，營銷管理者要統計顧客滿意情況，測算顧客滿意率，同時要將本酒店的顧客滿意率與競爭對手相比較。只有保持較高的顧客滿意率，酒店才能獲得滿意的收益，才能保持長期發展的後勁。

### 3、加強協調，創造良好的營銷氛圍

酒店產品是一個整體，顧客從入住到離店接受的是來自於各個部門的共同服務，在對客服務中，任何一個部門都十分重要。但往往每一個部門都在不同程度上有著本位主義的觀念。工程部為節約能源，會對空調的開關時間刻意控制，直到出現客人投訴時，酒店才知空調不足；財務部為控制資金的回籠，不願放寬信貸政策等等。因此：

1) 首先，營銷部門作為酒店和顧客的紐帶，必須時常和酒店各部門溝通、協調，將顧客需求信息準確無誤地傳達給相關部門；

2) 酒店從上到下要樹立正確的服務意識，要視同事為內部顧客，營造人人都為下一道工序服務的氛圍；

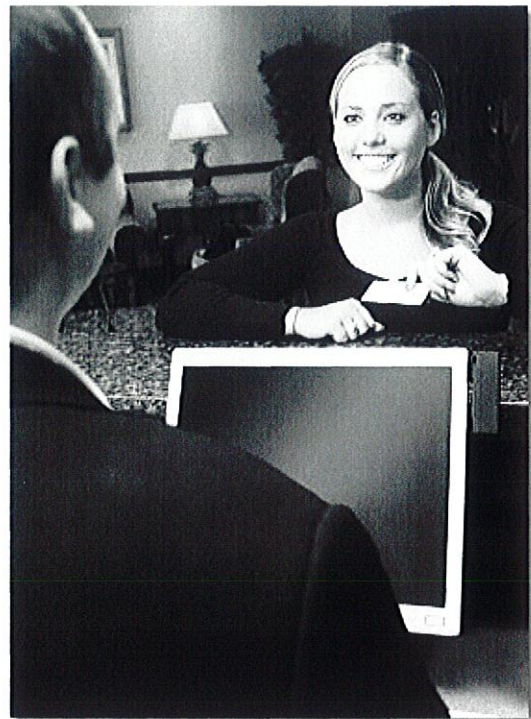
3) 酒店各個部門間必須充分溝通，解決問題要站在滿足顧客需求的角度來進行協調；

4) 招聘和僱傭合適的員工，培訓員工的對客服務意識，激勵員工用正確的服務方式，大膽有效授權，並通過事前、事中、事後的檢查來控制服務差錯的出現；

5) 從總經理到員工都要與顧客廣泛接觸，聽取顧客意見，並將顧客需求傳遞到相關部門，快捷響應，努力使顧客100%的滿意。

### 4、獲取滿意的盈利率

營銷人員不僅要通過各種方法創造顧客滿意，而且要關注酒店的盈利率，兼顧平均房價和住房率，不能偏面追求其一，要追求盈利最大化。目前，一些酒店的營銷部不做市場調研，沒有公關策劃，不進行營業預算，營銷部僅充當接待部、打折部的職能，酒店若一味通過簡單的削價來贏得顧客的忠誠，這是很危險的，因為通過削價競爭只能贏得顧客短暫的忠誠。只有酒店有了盈利，才能為顧客提供更好的服務。營銷管理不僅要考慮顧客的滿意，同時要兼顧酒店的滿意（盈利），業主的滿意（回報）。這是當代營銷人所必須具備的素質和能力



## 執行力差是誰的責任？

本刊編輯部

**和**外企的CEO們交流，談論最多的是戰略和策略的問題；而和酒店職業經理人論道，感慨最多的卻是執行力的問題。

有些企業家經常感到自己的好想法不能實現，具體表現在：新的營銷策略已經開會說明了，一到下面就走樣；即便確實按照公司的指示去做了，但就是產生不了預期的結果；財務部對促銷費用審核非常嚴格，但年終核算時發現費用增加了但銷量沒增加；經理都簽了目標責任書了，但還是完成不了任務；公司員工都在忙，但就是不出成績；一件小事吩咐下去3個月還解決不了，並且沒有主動的反饋，要等到自己過問才知道……

此時大部分企業家都認為公司執行力差是員工能力和態度的問題，這種觀點是不對的。執行力差是現象，管理不善才是本質。外企執行力強是現象，有提高員工執行力的機制才是本質。實際上可以這樣認為：

個別員工執行力差是能力的問題；公司整體執行力差就是管理的問題！

### 執行力差的五大原因

通過對大量國內企業的研究並與外企進行對比，可以發現執行力差的原因不外乎以下五各方面：

#### 1、員工不知道幹什麼

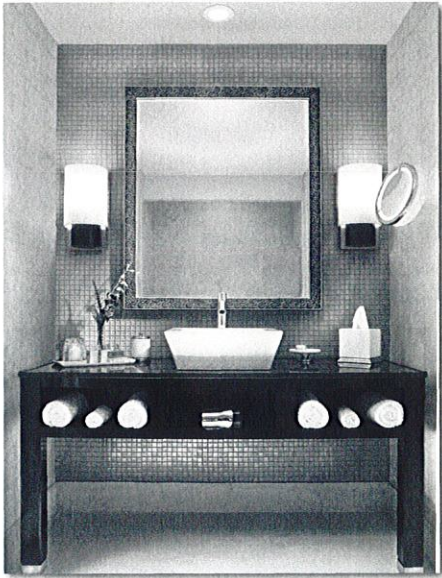
有的公司沒有明確的能夠落實的戰略規劃，沒有明確的營銷策略，甚至沒有年度營銷大綱，使員工得不到明確的指令；也有的公司營銷策略不符合市場需求，員工只好自發的進行修改；還有一些公司政策經常變，策略反復改，再加上信息溝通不暢，使員工們很茫然，只好靠慣性和自己的理解去做事。

這就使員工的工作重點和公司脫節，公司的重要工作不能執行或完成。

#### 2、不知道怎麼幹

外企的員工入職後一般都要經過嚴格的培訓，幾年前外企流行招聘非醫藥專業的大學生做代表，但是正式上崗前都要把產品知識爛熟於胸，都要經過1-2週的銷售技巧培訓，以後每年都有規定時長（如40小時/每年）的培訓。

而國內企業則不然，要么沒有培訓直接上崗，要么培訓沒有針對性和實操性，如有的公司對員工做勵志培訓和拓展訓練，使員工熱血沸騰但工作怎麼幹還是不知道；有的公司給低層員工做一些行業趨勢、宏觀戰略的培訓，也還是沒有交給他們方法。



### 3、幹起來不順暢；

如果士兵在前線打仗，後勤給養供應不上，通訊中段，請求支援但是指揮部沒有反應，負傷了得不到快速的救護，那士兵的鬥志顯然會受到很大的影響。

公司亦然，2000元的促銷費用要給經理批，經理批完總監批，總監批完副總批，副總批完財務批，財務批完老闆批。結果總監出差耽誤了15天，副總出差耽誤了15天，財務不懂業務，搞不懂這筆錢該花不該花，也不想去求證，就把這事擱置了1個月，最後這筆錢終於批下來了，但是用了3個月，已經不需要做促銷了。申請者一開始要不斷的解釋為什麼花這筆錢，然後又要不斷的解釋為什麼不花，或者是花了但效果不好又要編造一堆理由，熱情被消耗，慢慢的就變得不主動做事了。

### 4、不知道干好了有什麼好處

古代作戰時，如果一座城池久攻不下，攻城的將軍一般會下一道命令：城破後3天內士兵可以隨意燒殺搶掠。結果士氣大振，一天城破。

國內企業也大都有對員工的激勵措施，尤其是對銷售更是必不可少的。但是在製定激勵政策時卻往往犯一個錯誤，就是把政策制定的太過複雜，使員工很難算出來下個月自己花多少精力達到什麼結果就能拿多少獎金。這樣就使激勵政策的作用大打折扣。

銷售永遠都是只看眼前的，這是工作性質決定的，當眼前的好處看不到時自然就沒有太大的興致去做。



## Seven Mistakes Bosses Make That Drive Employees Crazy

本刊編輯部



If there's one thing even more mystifying than the meaning of life itself, it's the success of the TripAdvisor website. Just how bereft of common sense do you have to be to take the advice of anonymous strangers on something as important as a hotel stay?

If there's one thing even more mystifying than the meaning of life itself, it's the success of the TripAdvisor website. Just how bereft of common sense do you have to be to take the advice of anonymous strangers on something as important as a hotel stay? And that is even without considering how many reviews, if positive, were planted there by the hotel, its staff, and the sneaky little companies that do so for a fee; or, if they are negative, are put up by rivals. Small wonder that the Advertising Standards Authority is to investigate the provenance of the reviews upon which so many, apparently, set such store.

Even if the site managed to expunge all the fraudulent and fictitious reviews, there is still the issue of subjectivity. One person's "firm, comfortable bed" is, if you think about it for a nanosecond, another's "hard, unforgiving mattress" - and one's "fun-loving laid-back staff" is liable to be another's "insolent waitresses lacking respect". All in all, when it comes to choosing a hotel, TripAdvisor is about as useful as a 60-year-old AA Guide.

So what to do? I must have booked hundreds of hotels down the years, and can recall only one truly duff one (of which more anon). The iron rule is never to make a reservation without first calling. However beguiling the website, however impressive the low-light photographs of the conservatory restaurant, never book without first dialling the hotel's number. Countless times I have rung an attractive-looking place only for the phone to take ages to be answered, or, when it finally is, for a cold voice to sound entirely uninterested in who you are and what you want. If they can't exhibit the will to win before they have sold you a room, they are very unlikely to discover it once they have. (Hence a reason to spurn any hotel which makes you ring a central reservations number - you will not be speaking to the people who will actually be looking after you.)

A hotel website can unwittingly reveal a lot. Ones which make much of the alleged personalities and interests of the owners should sound loud alarms. My advice: never book a hotel run by "characters". Similarly, shun establishments whose website is illustrated by line drawings, especially of the main building or its gardens. There is no surer sign that, although Wren-like in appearance and "on the outskirts of a mainly Georgian town", the hotel is actually located next to World of Leather.





### **Give incomplete, unclear instructions**

You give broad instructions regarding projects and assignments in order to encourage creativity among employees. Some thrive under these circumstances while others flounder.

Meanwhile, you wonder why certain employees make no attempts to move forward, try a novel approach, or ask clarifying questions. The truth is that they perceive that ambiguity relieves them of accountability. Those who struggle believe that inaction is preferable to outright failure.

**Solution:** Communicate goals. Clarify expectations. Check in with employees during early phases of new initiatives. Give thorough, thoughtful responses to questions. Quickly address problems in a non-threatening way. Publicly commend those who show innovative thinking and bias toward action.

### **Forget to train employees on marketing promotions**

Employees are not given adequate information on your marketing promotions yet they are accountable for determining customer eligibility, explaining details, helping customers sort through various options and fulfilling agreements. Customers, on the other hand, are knowledgeable of your company's promotional offers as well as those of your competitors.

**Solution:** Never assume that your employees think and act just like your customers. Before launching a promotion, train employees on its purpose, goals and all details related to successful execution.

## 如何提高酒店空房出租率？

本刊編輯部

酒店需要在五個維度上平衡：用戶獲得和使用特價房間的方便性，價格對用戶的吸引力，酒店總利潤，酒店實施清銷庫存的方便性，和品牌的保護。

酒店行業的平均出租率是65%，這意味著每三間客房就有一間空置。如果把出租率高的經濟型酒店去掉，光看星級酒店，入住率更低，每兩間房就會空一間。到了淡季，例如上海的8月份，不少高星級酒店的出租率甚至會跌到20%左右，住一間空五間，晚上從遠處看酒店大樓，只有零星星的幾扇窗透出燈光，很是冷清。

對於酒店來說，空置的房間就像是服裝店積壓的庫存，空耗成本卻沒有收益。更糟的是，不像服裝店可以把今天賣不掉衣服放倉庫裡，明天接著賣，酒店的庫存是房間的使用時間，今天賣不掉就過期作廢，沒法存著明天再說。從這個意義上說，酒店“清理剩餘庫存”的需求更緊急和迫切。另一方面，酒店運營固定成本高，邊際成本很低——多服務一個客人，並不需要多付地租多做裝修多請服務生，增加的成本只有水電，一次性洗滌用品，加上床單毛巾洗滌費，不過十幾塊到幾十塊錢而已。從這個角度來看，只要售價高於幾十塊錢，就能增加酒店的總利潤，對酒店就是合算的生意。

聽起來很有道理，可是為什麼我們很少真的看到酒店把自己的房間降到幾十塊錢來賣呢？不要說幾十塊，很多四五星酒店寧可把房間空著，也不願意以三五百塊的價格把房間放到市場上，這是為什麼呢？原因有兩方面，一方面，直接降價（例如直接在攜程藝龍上把800元/間夜降成400元/間夜）是對所有人降價，包括對那些原來付全價的顧客，這樣子雖然可能多賣幾間房出去，可是所有房間的價格都下降了，總體收益未必能提高。另一方面，酒店長時間公開以低價售賣房間，會損害酒店的品牌形象，讓看到該價格的顧客覺得“這家店就值這麼多錢”。直接公開大幅度降價既不一定能拉高銷售總額，又對品牌有潛在傷害，所以酒店很少採用這種方式。

不能“公開”降價，很多人就把腦筋動到了“不公開”這個點上。美國比較常見的方式是逆向拍賣和神秘酒店模式。逆向拍賣模式裡，顧客在網上開出條件（例如酒店星級、區域、日期和可接受價格），一旦系統發現有滿足條件的酒店，就自動從顧客信用卡上扣錢，完成交易。這個模式的開創者是Priceline.com，目前已經成為了全球線上旅遊行業的領袖，市值超過250億美元（相比之下，今年4月份攜程的市值僅66億美元）。相比之下，神秘酒店要簡單一些，顧客可以在網站上看到各個酒店所在區域和簡單描述，但是無法得知酒店名稱和詳情，直到選擇好酒店完成支付以後才能知道自己到底定了哪家店。這兩個模式共通的特點就是在用戶付款前，並不能知道是哪家

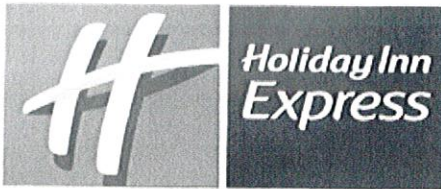
酒店在提供特價。這樣就沒有把酒店的特價展示給所有人，一方面就可以保護酒店品牌，另一方面可以對顧客區隔定價，不會影響到正常生意。這兩個模式的缺點也很明顯：消費者使用並不方便，而且也並不安心——在充分瞭解商品前就得付款買單。在信用機制和消費者保護比較完善的美國商業社會裡，這兩個模式比較容易被廣泛接受，對中國來說還需要漫長的一段嘗試和發展的時間。

除此之外，最近兩年最熱門的清銷庫存的模式是團購。各大團購網站都開闢了酒店頻道，☑明酒店以一到七折的價格銷售。一般說來，顧客實際購買的是一張在一段時間內有效的兌換券，在有效期內顧客可以致電酒店預訂房間，訂好之後去酒店前臺用兌換券支付房費。團購的優點是見效快並且效果明顯，一次性賣掉幾百個間夜是很普遍的情況。另一方面，團購帶來的問題也很多：首先，因為不能控制團購顧客兌換房間的具體日期，團購顧客可能在酒店生意良好時來電預訂。這時如果允許預訂，則很可能會佔用全價顧客的房間庫存，損害總收益。如果不允許預訂，則很容易激怒顧客——因為酒店客房需求比較剛性，落地了一定得有地方住，顧客不能依照計畫得到自己已經付款的房間時很難諒解酒店。其次，“團購”一詞已經和“廉價”緊密相連，對於品牌酒店來說，參與團購本身也會是對品牌的損害。

最新的幫助酒店銷售剩餘庫存、幫助顧客獲得高性價比房間的模式叫“最後一分鐘特價”。中國在這個模式上的領先者叫“今夜酒店特價”，

該公司目前提供WAP網站(HotelVP.com)供各種種類的手機使用，並將於2011年9月初推出適用於iPhone和Android的手機應用。就好像麵包房到晚上6點會把當天沒賣完的麵包半價清倉一樣，合作的高星級酒店會在晚上6點檢查自己的空房數量，如果預計將有房間空置，則挑選一部分庫存以2折到4折的價格放到“今夜酒店特價”平臺上售賣。用戶打開手機應用或者WAP網站，就能看到哪些酒店在提供“今夜特價”，還能根據距離距離、星級、價格、酒店風格等個人喜好，方便地查找和預訂這些特價房間，以接近經濟型酒店的低廉價格享受更舒適的一夜。對酒店來說，這個模式方便靈活，每天都可控，只會在自己空房很多時將這部分剩餘庫存通過“今夜酒店特價”這個管道低價銷售，不會損害其他正常售賣的房間利潤。對於消費者來說，只要打開手機，就可以方便高效地找到自己滿意的酒店，並且以低於市場價至少50%的價格入住。

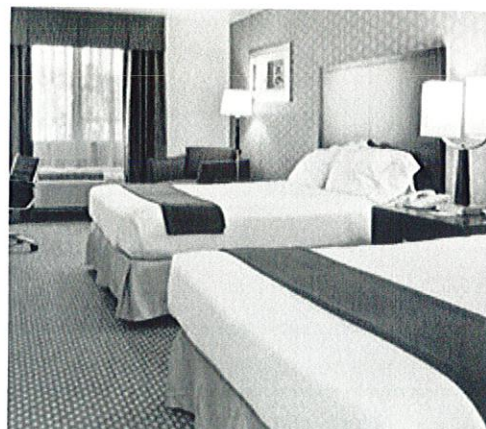
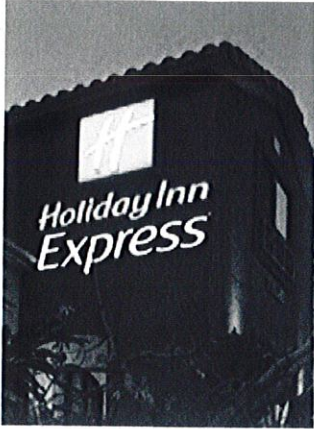
綜合起來看，酒店需要在五個維度上平衡：用戶獲得和使用特價房間的方便性，價格對用戶的吸引力，酒店總利潤，酒店實施清銷庫存的方便性，和品牌的保護。沒有任何一個方式是完美的，例如反向拍賣，保護品牌得力，可是顧客使用不便，價格的吸引力也因為酒店名稱的隱藏而受到了削弱；又例如“今夜酒店特價”，晚上6點鐘，等到酒店確認自己剩餘庫存之後才通過手機應用放出特價房，這樣雖然使酒店的收益最大化，可又給顧客增加了一點使用難度——白天沒法訂房。每種方式都有自己的特性，沒有那種方式可以在所有維度上打滿分，酒店需要根據自己實際情況來選擇剩餘庫存的清銷方法，適合的就是最好的。



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

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

## Hermosa Beach



### Welcome

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

### Hotel Details

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

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



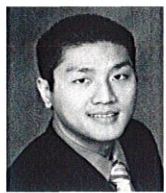
### Customer Reviews

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

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

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

<http://www.hiehb.com>



**Steve Liu**  
Senior Associate

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

NAI CAPITAL - ORANGE COUNTY  
4650 Von Karman Ave.  
Newport Beach, CA 92660  
[www.naicapital.com](http://www.naicapital.com)

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

**NAI Capital**  
Commercial Real Estate Services, Worldwide.

# Featured Properties

Sale, Leasing Management, Tenant Representation, Landlord Representation

## FOR SALE

**Budget Inn**  
510 NW Georgia Ave.  
Sweetwater, TX 79556



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

## FOR LEASE

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



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



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

## FOR YOUR LENDING NEEDS CALL!

**Tony Kim**  
Vice President  
714 315 8008 Tel  
[t.kim@contactspectrum.com](mailto:t.kim@contactspectrum.com)

# 劉氏工程公司

GENERAL BUILDING CONTRACTOR

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

(免費估價) Lic 928449  
Real Estate Lic 01753479  
Peter Liu Fax 714-995-6394  
**714-955-1516**  
920 S. Beach Blvd., Anaheim CA 92804

## 商業住宅 · 施工繪圖 BLUEPRINT TO BUILD

餐館診所 商業住宅  
新建加建 代辦建照  
迅速交件 多年經驗  
價錢公道 免費估價

**ANOKIA INC. 安諾亞建築工程設計**  
626-222-0621 [www.anokiainc.com](http://www.anokiainc.com)

# YVONNE CHAN INSURANCE AGENCY, INC.



**Yvonne Chan**

Lic. # 0D57735, 0D58793

精於

大小酒店，工商大樓，  
房地產，餐館及超級市場。

BUSINESS SOLUTION:

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



汽車、房屋、商業  
勞工、醫療、人壽  
退休金及教育基金

經驗豐富 · 專業盡職 · 歡迎來電



© 2011 P. 2011

精通國、粵語

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

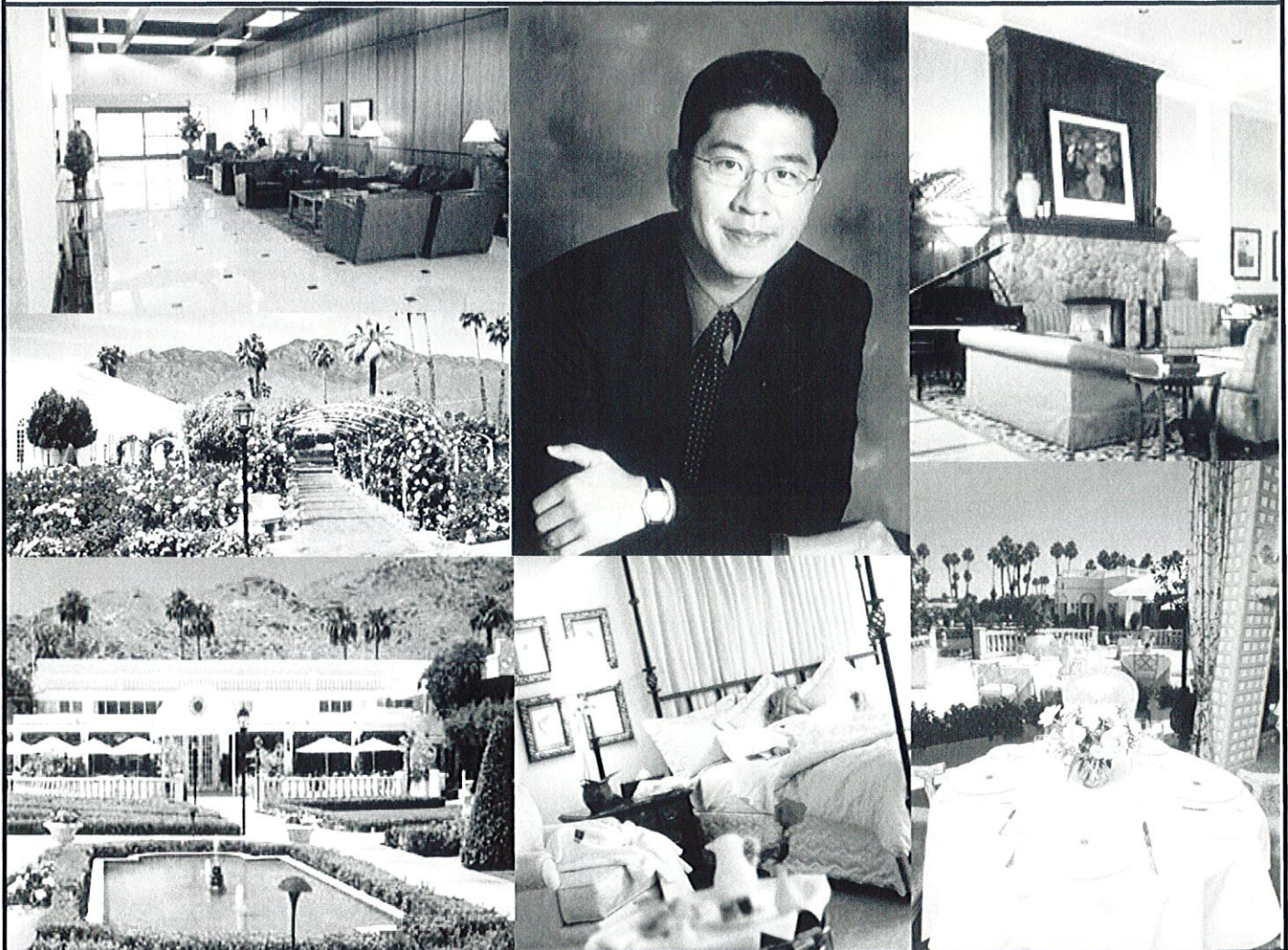
1200 N. Jefferson St. Suite P, Anaheim, CA 92807 (近 57, 91, 55, 22 & 5 FWY)

# 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

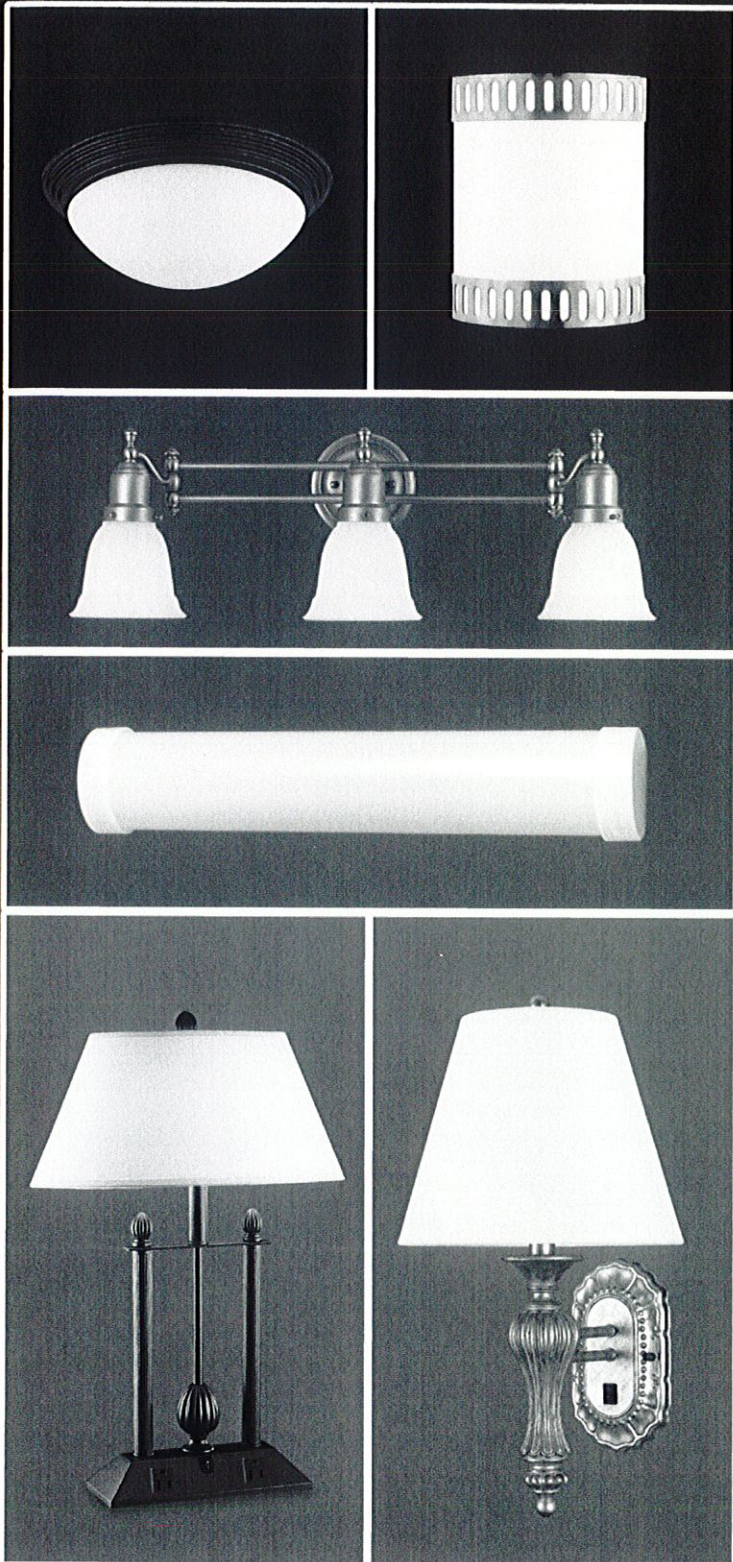
**2500 Michelson Drive, Suite 110, Irvine, CA 92612**  
**Telephone: (949) 622 - 3402 Fax: (949) 622 - 3410**

Web: [www.atlaspospitality.com](http://www.atlaspospitality.com) Email: [wilson@atlaspospitality.com](mailto:wilson@atlaspospitality.com)



**Atlas**  
HOSPITALITY GROUP

**ca**  
CAL LIGHTING



## CAL LIGHTING

3625 E. Philadelphia St. Ontario, CA. 91761

Tel: (909) 947-5200 Fax: (909) 947-5673

E-mail: [edward@calighting.com](mailto:edward@calighting.com)

Website: [www.calighting.com](http://www.calighting.com)

本公司專營商業, 旅館等燈飾進口, 歡迎指教



 **First General Bank**  
**大通銀行**

助您  
大展鴻圖  
財運亨通

 **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

---

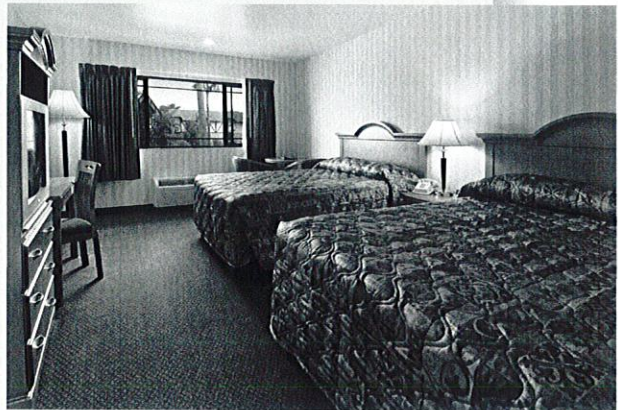
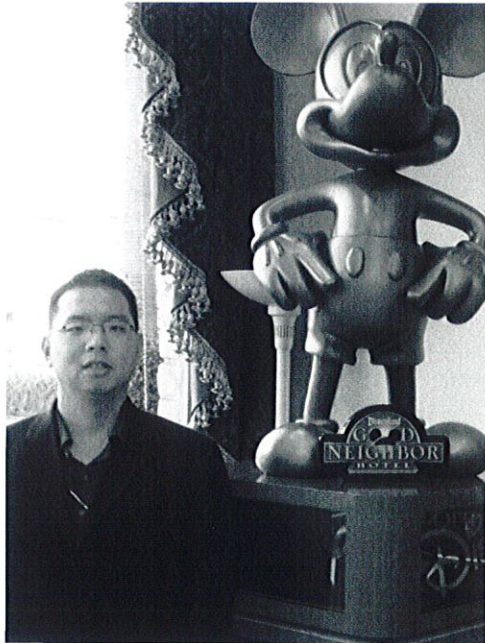
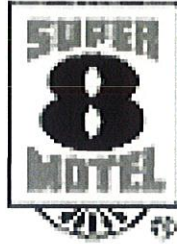
*San Gabriel Branch:*  
801 E. Valley Blvd., Unit 103  
San Gabriel, CA 91776  
Tel: (626) 288-9288  
Fax: (626) 280-1300

---

[www.fgbusa.com](http://www.fgbusa.com)



# SUPER 8 - Anaheim



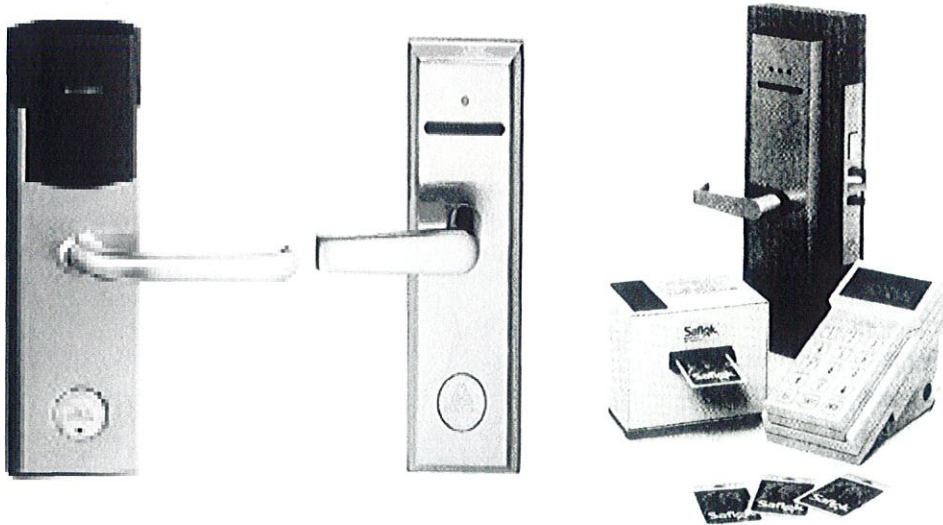
Super 8 Motel - Anaheim/Near Disneyland  
915 S. Disneyland Dr. Anaheim, CA, 92801  
Tel: 714-778-0350, Fax: 714-778-3878

# 華美電子鎖 鄭春暉

1-714-883-8000

**Royal Electronic Lock & Supply, Inc**

1538 E. Lincoln Ave. Anaheim, CA 92805



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。

## CONTEMPORARY WEDDING PHOTOGRAPHY



WEDDINGS

ENGAGEMENT SESSIONS

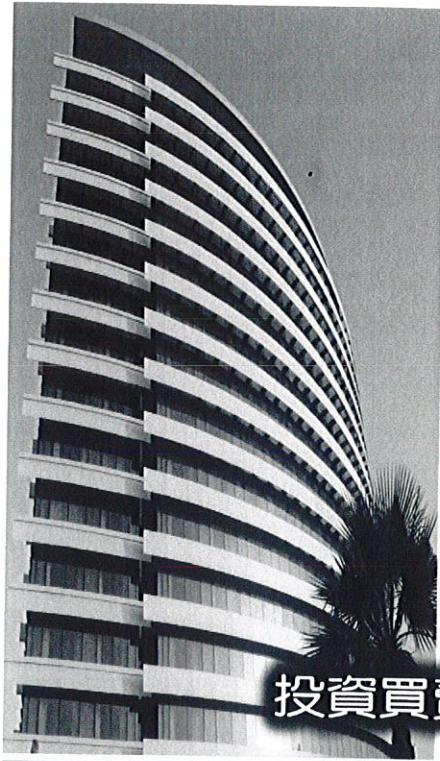
FAMILY PORTRAITS

EVENTS



JIMMY CHENG  
PHOTOGRAPHY

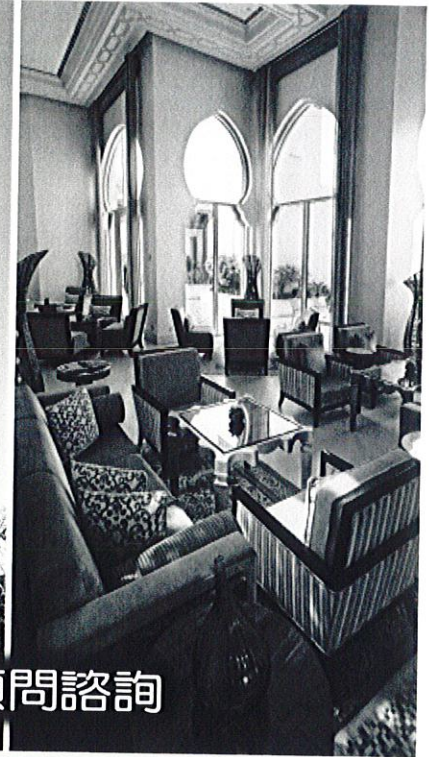
WWW.JCP.LA  
(949) 682-5278



投資買賣



經營管理



顧問諮詢

# 關鍵時刻 錢進旅館

30年旅館投資經驗  
專業完整交易服務

掌握最新市場先機  
親切效率誠信為本



法拍旅館交易



**VIC** 金龍旅館實業公司  
**INN-INTERNATIONAL**

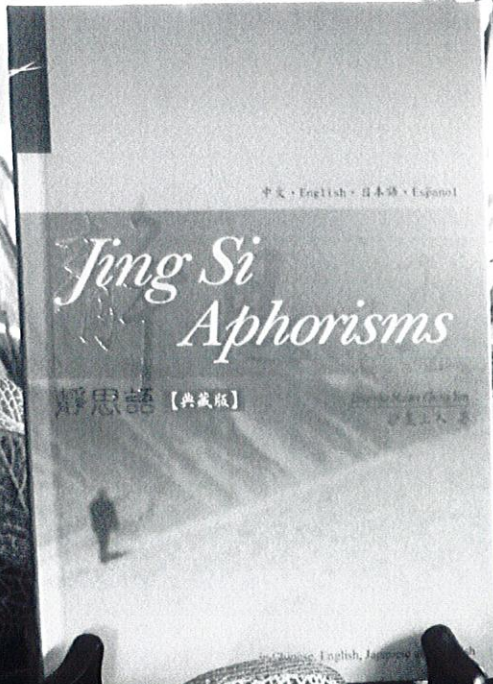


Phone 323-268-8886 Fax 323-268-6188  
[www.vicinn7.com](http://www.vicinn7.com) [gwang@vicinn7.com](mailto:gwang@vicinn7.com)  
1455 Monterey Pass Rd., Suite 201  
Monterey Park, CA 91754

華人最專業 汪俊宇



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



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

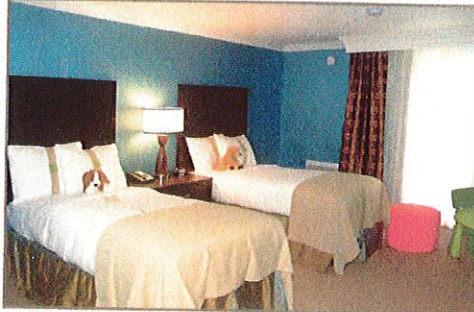
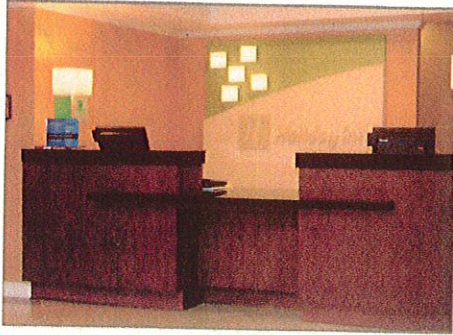
Named by TIME as one of the world's 100 most influential people in 2011, Master Cheng Yen speaks profound truths clearly and concisely. The simple sayings collected in *Jing Si Aphorisms* provide wisdom for life in four languages: Chinese, English, Japanese, and Spanish.



*Jing Si Aphorisms*  
*Inspiration in the Hotel Nightstand*



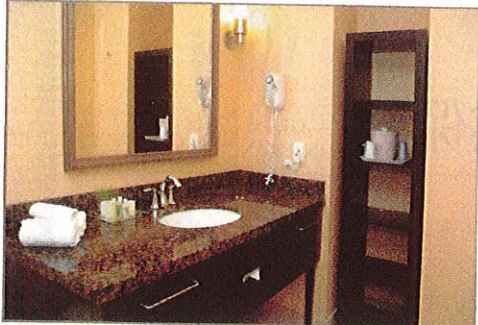
# 美國肯特酒店家具專業製造廠



★ 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, 以及萬豪200多家酒店的家具工程。



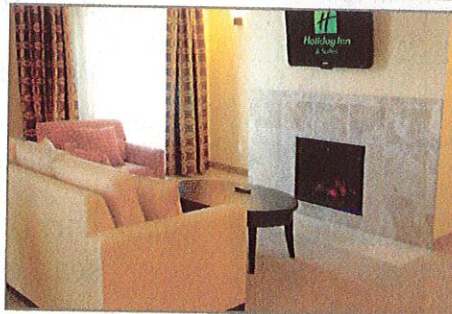
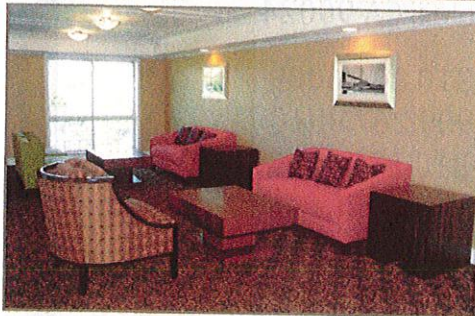
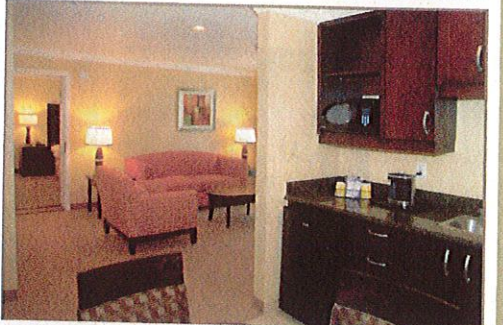
★ 我們還完成了HOLIDAY INN, RAMADA以及BEST WESTERN等130多家集團酒店的家具工程。



★ 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。



## C F KENT HOSPITALITY INC

5822 Smithway Street, City of Commerce, CA 90040  
T: (323)346-2500 F: (323)346-2700 www.cfkent.com

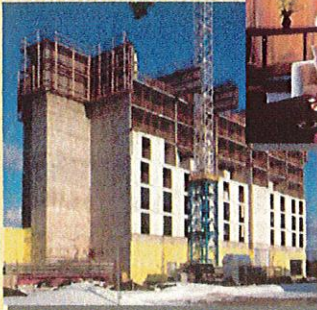
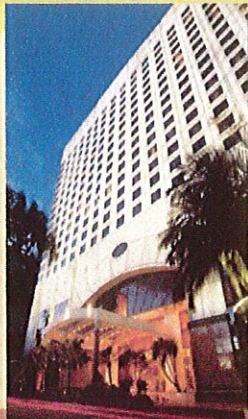
*"Always try our best to let you see the difference  
and continue our dedication for exemplary service for  
you and your business."*

*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**



GROSSLIGHT  
INSURANCE, INC.

1333 Westwood Blvd.  
Los Angeles, CA 90024

Phone: 310.866.6009  
909.267.8810  
Fax: 310.235.0443

Email: [chris\\_chang@grosslight.com](mailto:chris_chang@grosslight.com)  
[sean\\_chang@grosslight.com](mailto:sean_chang@grosslight.com)