



南加州台灣旅館業同業公會

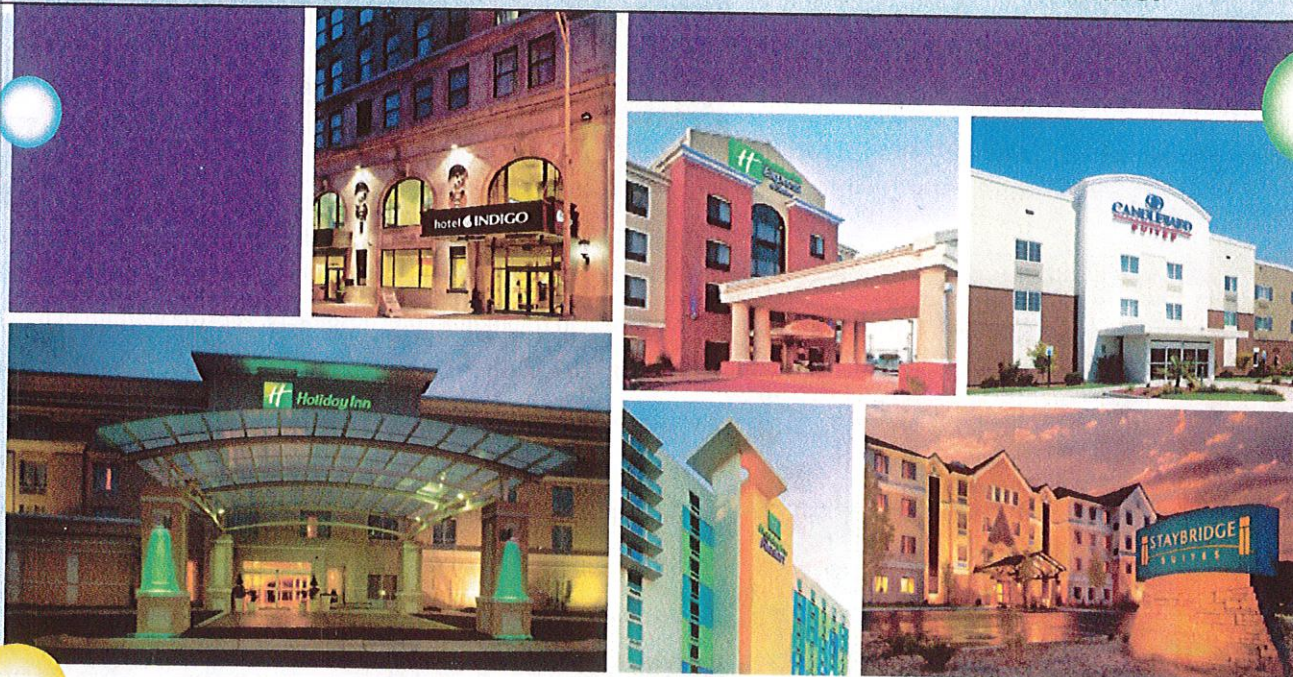
年會特刊

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

JUNE
2014

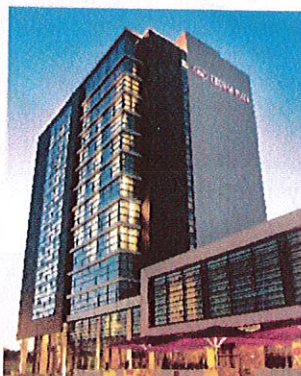
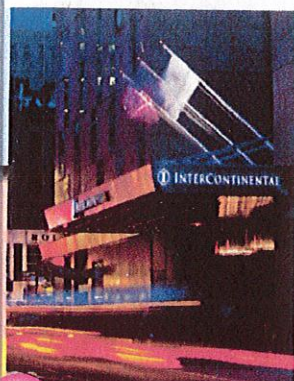
39th ANNUAL CONVENTION

Issue Number **147**



IHG®
InterContinental Hotels Group

Your Next Growth Opportunity



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

Contact our Development Team for more information.

1.866.933.8356
IHG.com/development
development@IHG.com

IHG®
InterContinental Hotels Group

INTERCONTINENTAL
HOTELS & RESORTS

Holiday Inn

ibis

ibis Styles

ibis Budget

CROWNE PLAZA
HOTELS & RESORTS

HUALUXE
華旅酒店集團

hotel INDIGO

EVEN HOTELS

STAYBRIDGE
SUITES

CANDLEWOOD
SUITES

PriorityClub Rewards

©2012 InterContinental Hotels Group. All rights reserved. Most hotels are independently owned and operated.

TAIWAN HOTEL & MOTEL ASSOCIATION

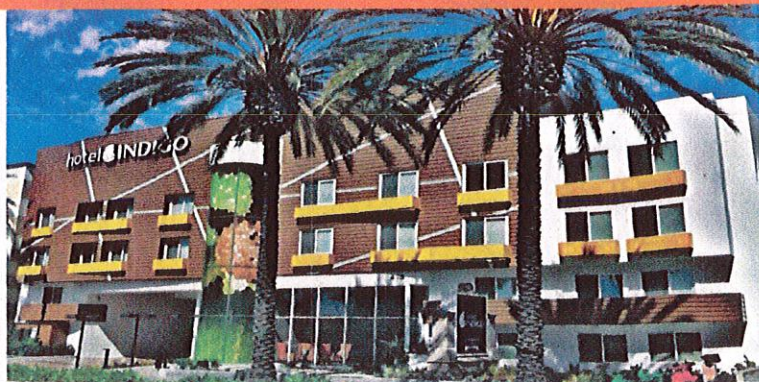


南加州台灣旅館業同業公會

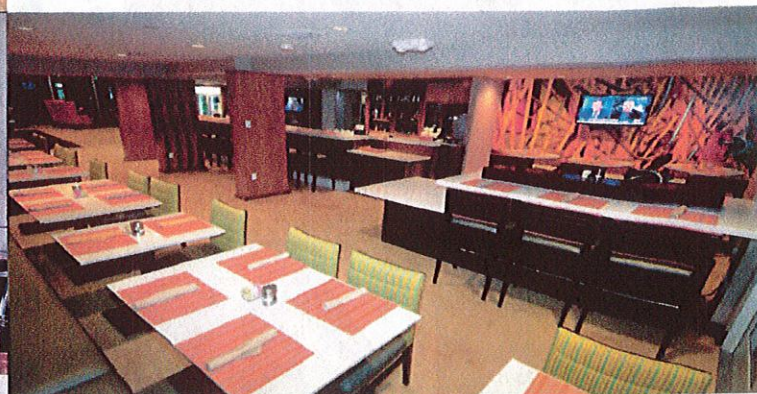
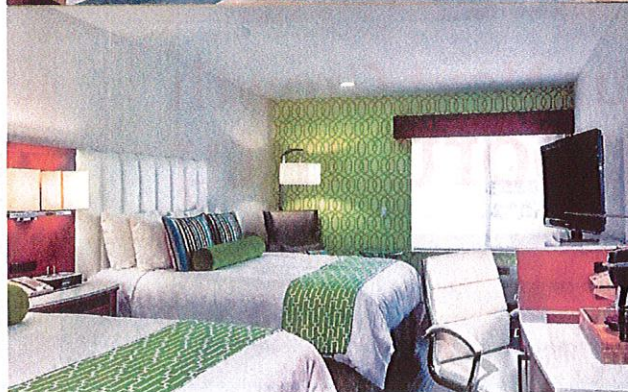


安那罕英迪格酒店

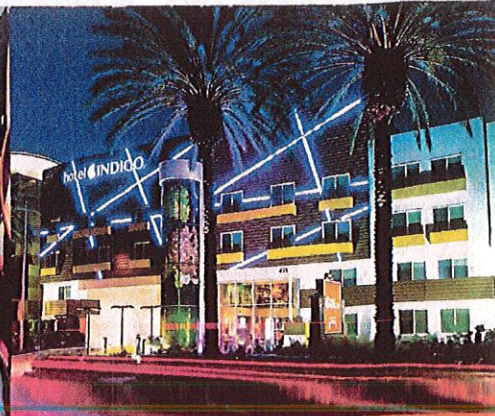
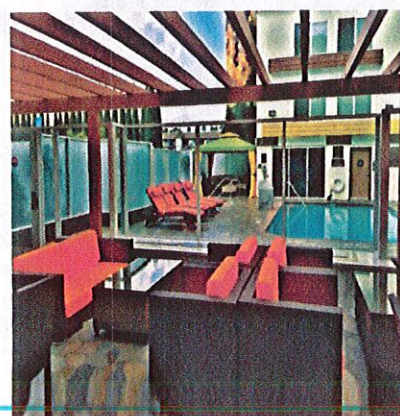
Hotel Indigo Anaheim is Anaheim's first upscale boutique hotel. We deliver a vibrant and refreshing guest experience. You are welcomed by a stunning dancing water fountain and dramatic mosaic murals. Enter the hotel and feel a neighborhood story of years past when Anaheim was a flourishing agricultural community.



Hotel Indigo offers each guest a blend of modern contemporary living with the best in traditional hotel hospitality. Feel the warmth of hardwood floors to a plush over-sized duvet and pillows with a spa-inspired showers, you'll feel right at home. Whether you're visiting the major attractions or looking for the hidden gastronomical gem, Hotel Indigo Anaheim is your ideal choice. You are just steps away from the Disneyland Resort and within convenient walking distance to the Anaheim Convention Center.



You can also relax and enjoy a bite in our Chambers Bar & Bistro, where you can savor locally inspired recipes and sip on specialty cocktails created by our experienced bartender.



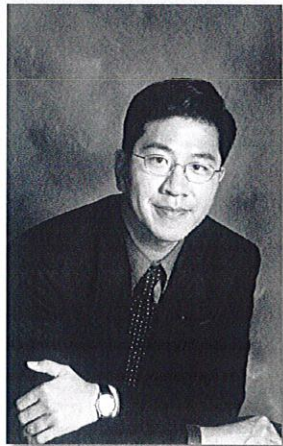
龍虎風雲榜

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 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....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.....范約瑟.....邱垂煌、許清松....2007-2009 盧景林 林宣昭、范約瑟
第三十五屆-三十六屆	鄧永征 / Nicolas Teng汪俊宇.....邱垂煌、許清松2009-2011 范約瑟 林宣昭、范約瑟 汪俊宇
第三十七屆-三十九屆	汪蔚興 / Wilson Wang許清松邱垂煌、許清松2011-2014 林宣昭 林宣昭、范約瑟 范約瑟 汪俊宇、鄧永征

A message from President

會長 汪蔚興
Wilson Wang
President of THMASC



六月驪歌，緩緩輕唱……

一千多個日子，晃眼流逝。那一分、那一秒，早已記不清身在何處，所為何事；

或許是座談會，
或許是殘障法，
或許是出會刊，
也或許是年會，

會務繁重，雖說籌劃會務早已家常便飯，但決非一人之力所能及！每位支援會務的全體理事會同仁們、所有參與公會活動的會員們、以及慷慨贊助公會的廠商們，沒有各位的支持，會務是無法運轉的！謹此致上無限的感謝！

溫室花朵鮮，風吹雨打謝
在家靠父母，出外靠朋友

三年的任內，各方各界對我的提攜、指點、教導，點滴在心頭。跨出了溫室，沒有被挫折失望吞噬，反而拓展了視野，學會了謙卑。除了感謝大家在會務上的支持，更要感謝公會及僑界的前輩、先進、長官們所給予協助與包容，但願我這廝後輩小子沒有踰越，也沒令大家失望。

言至尾末，除了感謝，只有抱歉……

抱歉只能做到差強人意而無法盡善盡美，
抱歉將多數的時間放在公務而冷落家人……

六月驪歌，緩緩輕唱……

成長、學習……
感謝、感念……

謹將過去這一千多個日月

獻給各位、
給家人、
給創會會長王桂榮董事長、
給前會長盧景林先生

下一段，待續……



憶... 最是珍貴

悼念前任會長 盧景林先生

南加州旅館業同業公會自 1974 年成立以來，每年的會址皆跟隨著當屆會長的腳步遷徙飄盪。1997 年在您的會長任內期間的努力奔波之下，南加州旅館業同業公會終於脫離了無殼蝸牛，擁有了現在這個自己的家，成為南加僑界少數擁有永久會址的專業公會。

多年來，您對公會的關懷與扶持，加快了我們成長的腳步，奠定了我們在南加僑社的地位，也使我們對會員的服務更加完善。

縱有萬般不捨，終須一道永別...

您的領袖風範，永植我們心中。

感謝您過去辛勤的致力會務、提攜後輩。

第三十九屆南加州台灣旅館業同業公會

汪蔚興會長暨全體理事 敬默追思

二零一四年六月八日

蝴蝶

作詞：許哲珮 作曲：許哲珮

如果蝴蝶會唱歌，那會是悲傷的嗎？

如果晚上想念你，你會聽見嗎？

我看見你微笑的臉，只是有一點模糊...

可能是眼淚吧

你像蝴蝶飛離我的世界，我看見你美麗的臉，
眼淚流成河你還是學不會往回飛...

你像蝴蝶才回我的世界，讓我學會感動和感謝，
我不停唱你還是聽不見，我想說的話，
你再也無法笑著回答...

你現在的另一個家，有沒有會唱歌的月光？
是不是下雪會出太陽，會不會你還是想家？

我在這裏 還陪著你呼吸
我看著你 以為只是去散心

你像蝴蝶飛離我的世界，我看見你美麗的臉，
我不停唱你還是...聽不見

目錄

CONTENTS

- | | |
|--|---|
| 3 歷任會長芳名錄 | 37 Key Factor of success in
hospitality industry:
Communication |
| 4 會長的話 | |
| 7 總統及長官賀詞 | 39 十全十美的酒店HR總監 |
| 13 第三十九屆理事名單 | 43 HOW TO IMPROVE
GUESTVIEW SCORES? |
| 17 會員動態、年度回顧 | 46 酒店銷售管理工作六大忌 |
| 25 會員動態 | 48 科技帶來的酒店體驗 |
| 27 會員福利 | 49 酒店科技化或成為未來酒店方向 |
| 31 Marriott 萬豪國際酒店集團
20個成功的管理理念 | 50 以老闆的心態打工、
你早晚成為公司的股東！ |
| 34 California Hotel Sales Survey
Year-End 201 | 52 讓客戶感動得流淚的客戶服務 |
| | 55 細節決定成敗 |
| | 57 抓住需求這個重要商機 |

第147期 2014 年06 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：范約瑟、邱垂煌、許清松、林宣昭、汪俊宇、鄧永征、王政煌
郭學仁、李德揚、施吾樺、鄭春暉、劉明岳、呂世豪、陳正煒
劉屏立、羅麗惠、陳大偉、徐明豐、廖彬淳、林世隆

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

美國南加州臺灣旅館業同業公會第三十九屆年會紀念

顯績揚聲

馬英九



中華民國一〇三年五月

英九

用箋

南加州臺灣旅館業同業公會
第39屆年刊紀念

團結群商
睦誼宏邦

僑務委員會
委員長陳士魁

敬題

南加州台灣旅館業同業公會第39屆年會年刊誌慶

服務同業 垂四十年
竭盡心力 丕展鴻猷

中華民國
外交部部長

林永樂



敬賀

美國南加州臺灣旅館業同業公會
第三十九屆年會年刊誌慶

同心共濟
拓展旅遊

交通部
觀光局

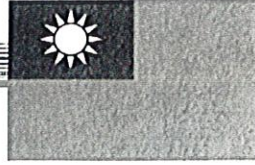
局長

謝謂君



敬賀

中華民國一〇三年五月十五日



南加州台灣旅館業同業公會創會第卅九週年誌慶

惠 民 利 國
享 譽 南 加

駐洛杉磯臺北經濟文化

辦事處處長

令狐榮達



敬賀

中華民國一〇三年六月八日

姐妹會——南加州台灣旅館業同業公會
第三十九屆年會誌慶

僑界翹楚

美南台灣旅館商業同業公會
會長 宋 蕾 暨全體理事 敬賀

姐妹會——南加州台灣旅館業同業公會
第三十九屆年會誌慶

廣益群倫
觀光躍升

高雄市旅館商業同業公會
理事長 劉坤福暨全體理監事
 敬賀

姐妹會——南加州台灣旅館業同業公會
創會第三十九週年大會誌慶

優質服務績效顯著
卓越領導好評如潮

臺北市旅館商業同業公會
理事長 邱樂芬暨全體理監事
 敬賀

南加州台灣旅館業同業公會 第三十九屆理事名單

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
President	會長	汪蔚興	Mr. Wilson Wang	1901 Main St Suite #175 Irvine, CA 92614-0517 (O)949-622-3402 Wilson@atlashospitality.com
Consultant	會務顧問	邱垂煌	Mr. Chris Chi	2 Orchard, Lake Forest, CA 92630 (O)949-273-5858 (F)949-273-5898 chiulaxst@yahoo.com
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
Consultant	會務顧問	林宜昭	Mr. Herman Lin	9335 Kearny Mesa Rd. San Diego, CA 92126 (O)858-695-2300 (F)858-578-7925 herman.lin@yahoo.com
Consultant	會務顧問	汪俊宇	Mr. Gerald Wang	1455 Monterey Pass Rd., #201, Monterey Park, CA 91754 (O)323-887-9235 (F)626-446-4068 gwang@vicinn7.com
Consultant	會務顧問	鄧永征	Mr. Nicolas Teng	3344 State St., Santa Barbara, CA 93105 (O)805-569-9788 (F)805-687-7116 nickteng@msn.com
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
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
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
Auditor	稽核	李德揚	Mr. Terry Lee	345 S. Figueroa St., Suite 100, Los Angeles, CA 90071 (O)213-680-8811 (F)213-680-9134 terry@apccusa.com
Financial	財務長	施吾樺	Mr. William Sze	1370 Valley Vista Dr. Suite#275, Diamond Bar, Ca 91765 (O)800-503-6222 (F)888-731-6202
Director	理事	鄭春暉	Mr. Peter Cheng	1538 E. Lincoln Ave., Anaheim, CA 92805 (O)714-635-6888
Director	理事	劉明岳	Mr. Ben Liu	P.O.BOX 660369, Arcadia CA 91066 (O)626-358-8981 (F)626-301-0657 grandoaktreeinn@aol.com
Director	理事	呂世豪	Mr. Harry Lu	18812 Ashley Pl, Rowland Heights, Ca 91748 (O)626-820-1099 (F)626-820-1399
Director	理事	陳正煒	Mr. Ray Chen	125 Pacific Coast Hwy, Hermosa, Ca 90254 (O)310-408-5901 (F)310-798-9470
Director	理事	劉屏立	Mr. Peter Liu	920 S. Beach Blvd, Anaheim, Ca 92804 (O)714-826-4740 (F)714-995-6394
Director	理事	羅麗惠	Ms. Kitty Lo	10775 Lower Azusa, El Monte, Ca 91731 (O):949-212-8733 (F):949-376-6132
Director	理事	陳大偉	Mr. Derick Chen	611 S. Westlake Ave, Los Angeles Ca 90057 (O)213-483-6262
Director	理事	徐明豐	Mr. Peter Zen	404 S Figueroa St Los Angeles, CA 90071 (O)213-624-1000
Director	理事	廖彬淳	Mr. Benson Liao	17506 Colima Road Suite#200 Rowland Heights, Ca 91748 (O)626-912-0688 (F)626-912-6565
Director	理事	林世隆	Mr. Teddy Lin	9335 Kearny Mesa Rd. San Diego, CA 92126 (O)626-280-2207 (F)626-280-2243 thmasc1688@gmail.com

美南旅館同業公會 第二十三屆理事名單

理事長 Chairman

陳詩章 Samuel Chen

(281)725-8415(C)

Email: samuelschen@yahoo.com

會長 President

宋蕾 Grace Jacobson

(936)273-1500(O)

(936)273-2496(F)

(281)825-7238(C)

Email: jacobsonhotels@aol.com

副會長 Vice President

宋秉穎 Amy Sung

(713)988-5995(O)

(713)988-7787(F)

(713)870-1668(C)

Email: sunglawyer@yahoo.com

秘書長 Secretary General

彭雅君 Lily Peng

(832)858-2768

Email: abvifrontdesk@yahoo.com

秘書 Secretary

羅秀娟 Julie Lin

(832)607-5038

Email: julienews99@gmail.com

財務長 Finance Director

陳展南 Henry Chen

1040 Freeport St Houston TX 77015

(713)455-6473(O)

(713)637-6139(F)

(713)818-8848(C)

Email: modosan@yahoo.com

財務 Finance

喬喜敬 Jeanette Kew

(713)283-2963

Email: jk@remarktop.com

理事 Director

陳清亮 Chin-Liang Chen/陳美芬 Mei Feng Chen

(713)462-3408(O)

(713)462-3408(F)

(281)380-1180(C)

(281)382-3943(C)

Email: chin3619@aol.com

理事 Director

葉德云 Daniel Yeh

(713)981-5166(O)

(281)265-5889(F)

(832)434-2278(C)

Email: daniyeh888@gmail.com

理事 Director

李昭寬 C K Lee

(713)771-9700(O)

(713)771-9701(F)

(832)287-2828(C)

Email: chaokuanlee168@yahoo.com

理事 Director

葉宏志 William Yeh

(713)783-8388(O)

(713)783-8988(F)

(281)217-7450(C)

Email: 6229william@sbcglobal.net

理事 Director

雷玉華 Cianna Hsieh

(979)885-3707(O)

(979)885-4201(F)

(713)502-3951(C)

(281)392-6687(C)

Email: tedandcea@aol.com

理事 Director

吳國寶 Roy Wu

(713)864-7600(O)

(713)864-8380(F)

(281)772-5838(C)

Email: gorpau@aol.com

理事 Director

張榮森 John Jung Chang

(713)861-2362(O)

(832)922-2497(C)

Email: jungchchang@gmail.com

理事 Director

黎淑英 Sue Shu Ying Li

(713)270-6100(O)

(713)270-6128(F)

(713)898-9142(C)

Email: sueli888@yahoo.com

理事 Director

賴李迎霞 Ying Lai

(713)988-5666(O)

(832)605-2819

Email: gulgsouthinvestments@gmail.com

理事 Director

莊麗香 Mrs. Leeshan Birney

(713)789-8180(F)

(281)932-8821(C)

Email: leeshan@stonemtn.com

理事 Director

梁競輝 Jeng Liang

(281)265-3797

Email: reactx@gmail.com

台北市旅館商業同業公會第13屆理監事名單

理 事 長	邱樂芬	香城企業
常務理事	劉季強	台北商旅慶城館
常務理事	陳月娥	力歐時尚旅館
常務理事	蘇玉盆	大順大飯店
常務理事	李志漢	宏都金殿大飯店
常務理事	陳尚志	統一大飯店
常務理事	葉國顯	天津飯店
理 事	張家豪	金來商旅
理 事	郭碧琴	儷園飯店
理 事	張惠美	小雅旅店
理 事	王冠富	帥客大飯店
理 事	林瑞麟	友華賓館(貝斯特)
理 事	林紹賢	金帥商旅
理 事	盧清芳	愛芝園旅館
理 事	丁昌發	內江賓館
理 事	賴雅莉	姿美飯店
理 事	魏秋富	新驛旅店
理 事	周水美	水美溫泉會館
理 事	黃鈞	八方美學商旅
理 事	高士鈞	長富時尚旅館
理 事	湯吉生	璽愛旅店
理 事	高英然	上賓大飯店
理 事	陳淑媛	水紗蓮大飯店
理 事	曾美絹	台北馥華商旅
理 事	彭火興	城美大飯店
常務監事	蔡吉昌	大欣大飯店
監 事	呂文華	多郎明哥旅館
監 事	潘蔡盈盈	惠安賓館
監 事	周健章	忠信旅社
監 事	李正熙	東鑫商務旅館
監 事	陳釗淮	台北綠蒂(盟城大飯店)
監 事	趙敏壽	家賓大旅社
顧問	林溫豐	
顧問	黃修全	
總 幹 事	呂季珍	
幹 事	林政佑	
秘書	張群麗	

高雄市旅館商業同業公會第一屆理監事名冊

職 稱	姓 名	飯 店 名 稱	地 址	電 話
理事長	劉坤福	御宿集團旅館連鎖	新興區六合路183號8樓	224-0022
副理事長	蔡宗基	永傑旅館	大寮區仁愛路126號	701-2021
常務理事	周文彬	文賓大飯店	鹽埕區大勇路22號	561-2346
常務理事	翁耀銘	熱海別館	前金區七賢二路195號	211-2151
常務理事	柯振豐	萬美大旅社	左營區左營大路14-9號	582-5888
常務理事	杜桂舟	維多利亞大飯店	三民區安寧街454號	323-1031
常務理事	鍾新富	花鄉旅館	左營區文智路95號	347-0111
常務理事	紀玉蓮	美麗四季汽車旅館	前鎮區一心一路203巷26號	752-7699
常務理事	蔡永興	儂來旅館	新興區林森一路267之62號3樓	236-4747
理事	黃麗芬	安迪旅館	大寮區周廣街5號	788-2933
理事	葉富三	亞歌旅館	前金區明星街155號	286-2933
理事	謝德昌	帝王別館	前金區中華三路17號	231-6170
理事	劉志欽	米堤戀館	左營區重和路77號	342-3377
理事	張簡憲弘	志弘大旅社	林園區康樂街5號	643-2045
理事	黃建彰	名貴大飯店	苓雅區三多一路146號	715-1470
理事	黃穎群	情悅汽車商務旅館	大社區三民路511號	351-0029
理事	莊茂進	西子灣汽車旅館	鳳山區和平路36號	748-2220
理事	廖財寶	香格里拉旅館	三民區建國二路208號	235-6007
理事	李柏熙	信宗大飯店	三民區建國三路487號	215-9155
理事	王燕君	薇風情汽車旅館	三民區自由一路179號	322-6684
理事	王俊典	義大天悅飯店	大樹區義大八街100號	656-8000
理事	蕭興勇	麗登精品旅館	鳳山區保安一街3號	796-3999
理事	陳登昆	福泰桔子商旅	新興區六合一路92號	239-2222
理事	黃美容	黑鮪魚大飯店	新興區八德二路10號	286-3011
理事	鍾兆淵	金銀島汽車旅館	仁武區大豐街51號	372-3200
理事	簡麗花	高雄漢王洲際飯店	鹽埕區七賢三路98號	531-3131
理事	鍾兆鑫	花鄉商務汽車旅館巨蛋店	左營區正心街86號	556-1166
監事會召集人	鄭偉民	林森大飯店	苓雅區林森二路84-2號	333-5191
常務監事	吳朝祥	春天藝術飯店	鳳山區五甲一路364號	763-1037
常務監事	王萬定	河堤國際商旅	小港區宏平路447號	803-8881
監事	楊政城	鳥巢旅館	前金區七賢二路165號	285-3270
監事	許劉秀鉛	克來旅館	鳳山區五甲一路130號	746-9694
監事	剪祝平	麗池汽車旅館	左營區重義路11號	345-9677
監事	溫同昌	小港汽車商務旅館	小港區宏平路579號	803-5566
監事	李茂林	光華大旅社	岡山區嘉新西路79號	621-7635
監事	鍾兆奇	金銀島旅館新富店	鳳山區大明路223號	763-8933

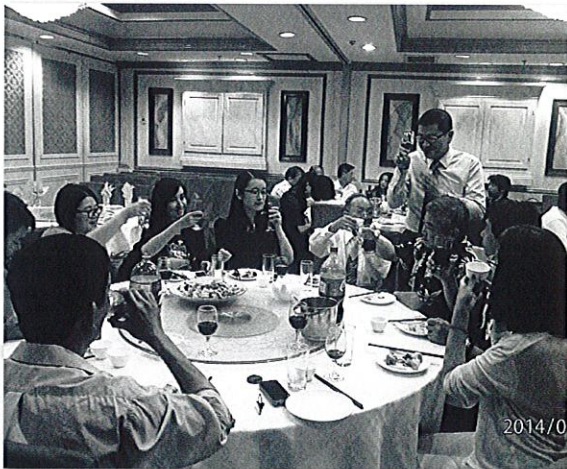
會務活動

2014 第三十九屆會員大會

05/14/2014



2014 第三十九屆會員大會



會務活動

座談會

03/26/2014

南加州台灣旅館業同業公會座談會

EDUCATIONAL TRACK

學習研討會

(In English 英語 & Chinese 中文)

09:30 AM – NOON

10 Ways to decrease your insurance premium
節流！降低旅館保險費用的十大絕招

Best kept Secrets of Obama Care
節流！歐巴馬全民健保不為人知的秘密●●

INVESTMENT TRACK

投資論壇

(In Chinese 中文)

1:00PM – 4:45PM

Hospitality Real Estate Update
2014 旅館投資現況

STAR Report - the EKG report of your hotel
您的旅館「健康」嗎？－旅館業的「星」電圖

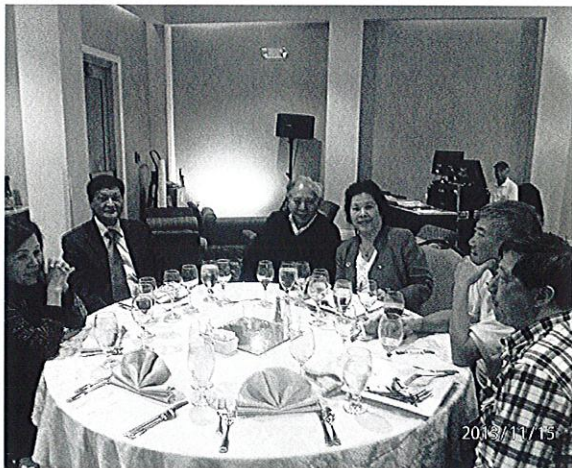
Panel Discussion: Measuring Success.
老生常談：一個成功的旅館是這樣管的！



會務活動

參加北美洲聯合總會第九屆第二次理事會

11/15/2013



會務活動

洛僑新年團拜
02/08/2014

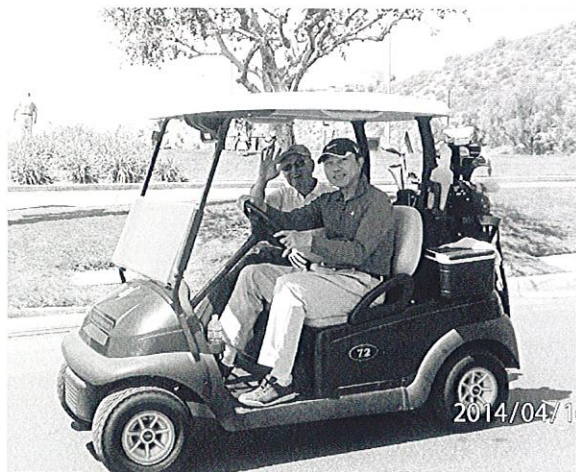


2014 新春聯誼晚會 02/16/2014



會務活動

創會三十九週年高爾夫球友誼賽



安那罕 英迪格酒店開業酒會

05/15/2014



會員動態

安那罕 英迪格酒店開業酒會



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。



南加州台灣旅館業同業公會

TAIWAN HOTEL & MOTEL ASSOCIATION OF SOUTHERN CALIFORNIA

旅館通訊廣告價目表

HOTEL & MOTEL NEWSLETTER MONTHLY ADVERTISING RATE

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

以上優惠價均需一次付款。

附有廣告訂購表，請將資料填妥後傳真或郵寄：

Taiwan Hotel-Motel Association of Southern California

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

Tel: 626-280-2207 • FAX: 626-280-2243

ADVERTISING ORDER

COMPANY: _____

NAME: _____

ADDRESS: _____ TEL: _____

FAX: _____

ADVERTISER HEREBY JOINTLY AND SERVERALLY AGREES TO PLACE

ADVERTISEMENT IN HOTEL & MOTEL NEWSLETTER AS FOLLOWS:

QUANTITY	DESCRIPTION	AMOUNT

PAYMENT IS DUE UPON SIGNING OF THIS CONTRACT.

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

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

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:

Marriott 萬豪國際酒店集團20個成功的管理理念

本刊編輯部

萬豪國際集團是全球首屈一指的酒店管理公司，旗下擁有3,800 家酒店、19 個酒店品牌，以及在全球各地的3,800 家管理和特許經營酒店任職的眾多員工。公司由J. Willard 和Alice Marriott 創辦並在80 多年來由萬豪國際酒店家族領導人掌控大局，其總部位於美國馬里蘭州貝塞斯達，2012 財年的財報收入近120 億美元。

萬豪酒店管理集團最基本的理念是“人服務於人”，這有兩方面的含義：公平對待每一位員工，同時重視員工的感受，讓他們體會到“家”的感覺。

1. 我們群策群力，互相尊重，對待同事如同對待自己的家人和貴賓一樣。我們堅守萬豪先生的信念：“同事之間互相關懷照顧，必定能為客人提供更周到體貼的服務。”

We practice teamwork and treat each other with the same respect we afford our family and best guests. We adhere to Mr. Marriott's belief that "If we take care of each other, we will be able to take better care of our guests."

2. 真誠待客，體貼關懷，以確保客人不斷再來光顧是我們最重要的宗旨。對客人表現出真誠熱情的態度，時刻全心全意的關注。

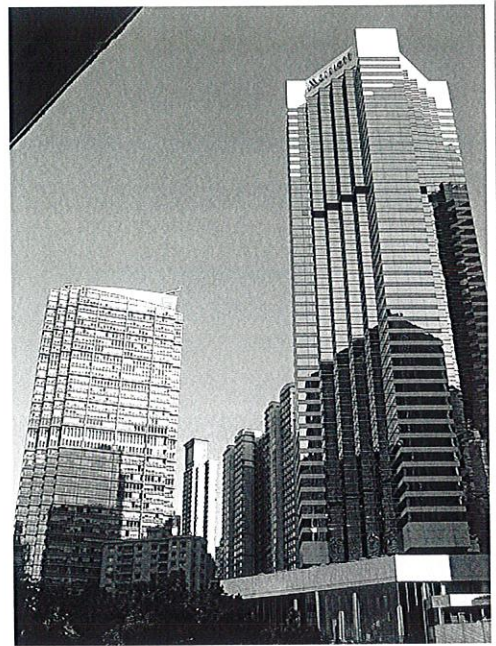
Genuine care and comfort of our guests to ensure their return is our highest mission. Display genuine and enthusiastic interest in the guest, and always pay complete attention.

3. 笑臉迎人，親切招呼每位客人。以熱情有禮，和藹可親的態度與客人交談。盡可能用客人的名字來稱呼對方。謹記用適當的言辭，避免使用俗語和酒店術語。

Smile and greet every guest. Speak to the guest in a warm, friendly and courteous manner. Use their name as often as possible. Always use appropriate vocabulary. Avoid slang and hotel jargon.

4. 感謝客人光臨，親切地向客人說再見，令他們臨離開之前對酒店留下溫馨難忘的好印象。

Thank the guest for their business and bid them a fond farewell. Make their last impression of the hotel warm and positive.



Marriott Hotel Pacific Place Hong Kong

5. 預先估計客人的需要，靈活配合。貫徹"主動待客"的原則，留心客人的神態，察顏辨色，以提供體貼周到的服務，令客人喜出望外。

Anticipate guest needs and be flexible in responding to them. Practice "Proactive Hospitality". Pick up on non-verbal cues to initiate personalized service and delight all guests.

6. 對本身的工作崗位瞭如指掌。參加工作所需的所有培訓課程。

Be knowledgeable about your job. Attend all training courses required for your position.

7. 任何同事收到客人的投訴，都有責任盡力處理。運用LEARN程序，在自己權利範圍內盡力挽回客人的信心，按照跟進程序來處理客人的投訴，確保對方稱心如意。

Any associate who receives a guest complaint "Owns" the complaint. Use the LEARN process to do everything in your power to never lose a guest. Follow guest response procedures to ensure that the guest is delighted.

8. 每位同事都有責任認識和尊重客人的喜好，使客人在酒店期間得到體貼的服務。

It's everyone's responsibility to learn and honor our guests' preferences so we can personalize their stay.

9. 任何同事如看到設施的用品損毀或不足，都有責任向上級報告。

It is the responsibility of every associate to report defects in the hotel, including shortages of equipment and supplies.



10. 一絲不苟地執行清潔標準，是每位同事的責任。所到之處均予清潔，包括前堂和後堂。

Uncompromising standards of cleanliness are everyone's responsibility. Clean as you go. Both the Front of the House and the "Heart of the House".

11. 我們有一流的工作環境，所以請你不論是在公司內外，都擔當本酒店和公司的大使。請勿批評公司，切勿在顧客面前抱怨。以積極的態度表達你對工作環境的關注。

This is a great place to work, so please always be an ambassador of your hotel and company, both in and outside of work. Avoid negative comments. Never complain in front of a guest. Express workplace concerns in a constructive manner.

12. 總是能夠認出酒店的常客。

Always recognize repeat guests.

13. 對酒店的情況瞭如指掌，隨時能夠回答客人的問詢。總是首先推薦本酒店的餐飲服務。親自為客人引路，單是指出方向並不足夠。如果走不開，至少陪客人走幾步。

Be knowledgeable about hotel information to answer guest inquiries. Always recommend the hotel's food and beverage outlets first. Escort guests rather than pointing out directions. When this is not possible, take the guest the first three steps.

14. 遵守電話禮儀。自我介紹。盡快接聽，不要讓電話鈴聲響超過三聲。用適當的話語問候來電者。若要轉駁來電或要對方等候，必須先得到對方同意。盡量不要轉駁來電。

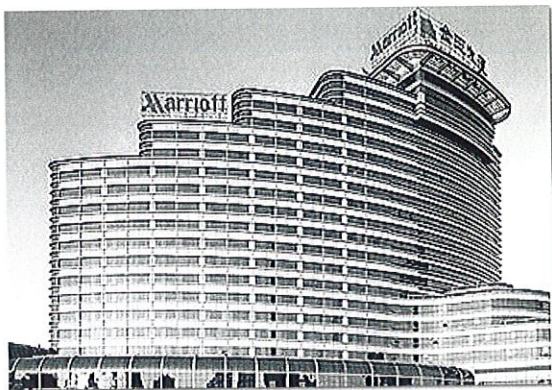
Follow telephone etiquette .Introduce yourself. Always answer within three rings. Use appropriate greetings . Always request the guest's permission to transfer their call or place them on hold. Eliminate transfers when possible.

15. 遵守制服及儀容標準，包括佩帶自己的名牌，穿著大方得體的鞋襪。隨身攜帶"基本須知"卡。保持個人衛生最為重要。

Follow uniform and appearance standards, including nametags, appropriate footwear and "The Basics" card. Personal hygiene is of the utmost importance.

16. 客人和同事的安全，是我們最關注的事項。了解在緊急情況時自己應負的責任，並時刻警覺消防和救生程序。

The safety and security of our guests and associates is a top priority. Know your roles during emergency situations and be aware of fire and life safety response processes.



Beijing Marriott Hotel West

17.培養安全工作的習慣。遵守所有工作安全政策。一發現有事故，意外和危險，立即向上級報告。

Practice safe work habits. Abide by all job safety policies. Immediately report incidents, accidents and hazards to your supervisor.

18. 保護和照顧酒店的財產。資源要用得其所。減少浪費。確保妥善保養和維修酒店的物業和設施

Protect and care for the assets of the hotel. Use our resources wisely. Eliminate waste . Ensure proper maintenance and repair of hotel property and equipment.

19. 了解本酒店和所屬部門的目標。你有責任與同事分享你的意見和建議，盡你所能不斷提高營業額、盈利、客人滿意程度和同事的士氣。

Know the goals of your department. It is your responsibility to share your ideas, Suggestions and energies to continuously improve sales, profit, guest satisfaction, and associate morale.

20. 你得到本酒店授權和信任，盡你所能處理客人的需要。必要時，應請同事幫忙。思考如何以創新的方法說"是"。

You are empowered and trusted to handle guest needs and problems to the best of your ability. Seek assistance , if needed. Think of creative ways to say "Yes".

California Hotel Sales Survey Year-End 2013

By Atlas Hospitality Group

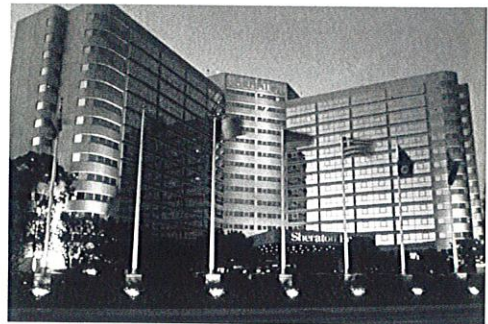
Southern California Highlights

Los Angeles County

Los Angeles County saw a 9.8% increase in the number of hotel sales, from 51 to 56. The total dollar volume rose 38.9%.

The county's average sales price per room went up 14.5%, but the median price per room fell slightly by 3.1%.

The 802-room Sheraton Gateway Los Angeles Hotel was the largest Los Angeles County sale. The most expensive sale was the \$195 million paid for the 200-room The London West Hollywood.



Sheraton Gateway
Los Angeles Hotel

San Diego County

San Diego County had a 6.9% increase, from 29 to 31, in individual transactions. The total dollar volume went up 29.7%.

The county's average price per room increased 14.3%, while the median price per room rose 42.8%.

The 474-room La Costa Resort & Spa in Carlsbad, at \$365.8 million, was the largest and most expensive sale.



La Costa Resort & Spa
Carlsbad

Orange County

Individual transactions in Orange County decreased 17.7%, from 17 to 14. The total dollar volume was down 59.4%.

The county's average price per room went up 32.6%, and the median price per room increased 37.8%.

The 225-room Fullerton Marriott at California State University was the largest hotel to sell. The \$19 million paid for the 202-room Radisson Suites Hotel in Buena Park was the most expensive reported sale.



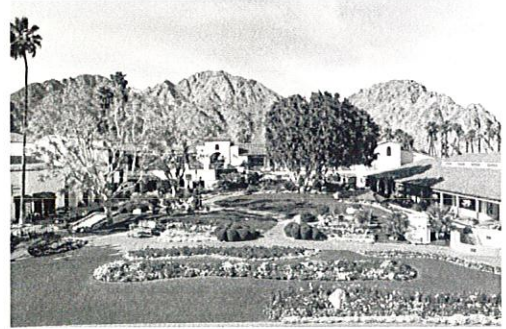
Fullerton Marriott at
California State University

Riverside County

Riverside County experienced a 13% increase in transactions, from 23 to 26. The total dollar volume jumped over 430%.

The average price per room rose 31%, but the median price per room fell 29.6%.

The largest hotel sold was the 796-room La Quinta Resort & Club. The most expensive sale was the \$132.7 million paid for the 466-room Rancho Las Palmas in Rancho Mirage.



La Quinta Resort & Club
La Quinta

San Bernardino County

San Bernardino County had a 33.3% increase in sales, from 15 to 20. The total dollar volume went down 4.2%.

The average price per room decreased 20%, and the median price per room was down 16.3%.

The largest hotel sold was the 151-room Holiday Inn Express in Colton. The most expensive sale was the 110-room Holiday Inn Express Hotel & Suites in Barstow, at \$10.7 million.



Holiday Inn Express Hotel & Suites
Barstow-Outlet Center

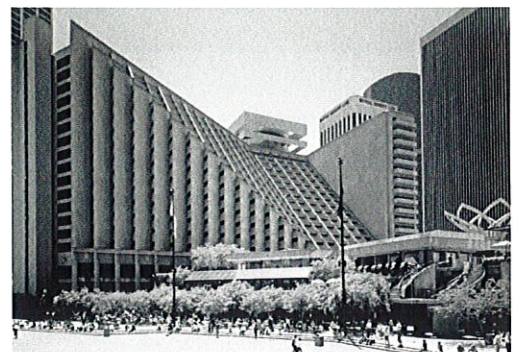
Northern California Highlights

San Francisco County

San Francisco County had a 31.6% increase in individual transactions from 19 to 25. The total dollar volume went up 14.3%.

The average price per room decreased 8.4%, but the median price per room rose 23.6%.

At \$262.5 million, the 802-room Hyatt Regency in San Francisco was the largest and most expensive sale.



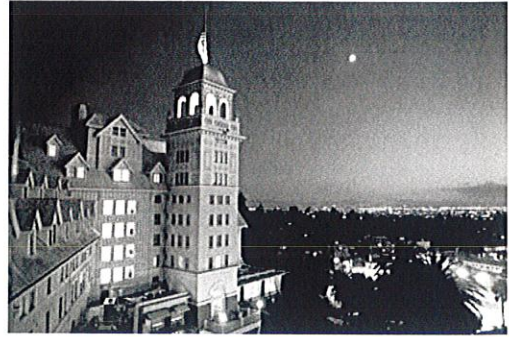
Hyatt Regency

Alameda County

Alameda County had a 28.6% increase in individual transactions, from 7 to 9. The total dollar volume rose 158.3%.

The average price per room went up 137.6%, and the median price per room increased 45.8%.

The 279-room Claremont Hotel Club & Spa in Berkeley was the largest and most expensive sale, at \$155.1 million.



Claremont Hotel Club & Spa
Berkeley

Santa Clara County

Santa Clara County had a 36.4% drop in individual transactions, from 11 to 7. The total dollar volume was up 197.9%.

The average price per room rose 79%, and the median price per room was up 94.4%.

At \$93 million, the 510-room Hyatt Regency in Santa Clara was the largest and most expensive hotel sale.



Hyatt Regency
Santa Clara

Sacramento County

Sacramento County had a 23.1% drop in individual transactions, from 13 to 10. The total dollar volume was down 15%.

The average price per room went up 3.5%, and the median price per room rose 57.1%.

The 190-room Motel 6 Cal Expo in Sacramento was the largest hotel sold. At \$14.2 million, the 100-room Hilton Garden Inn in Folsom was the most expensive sale.



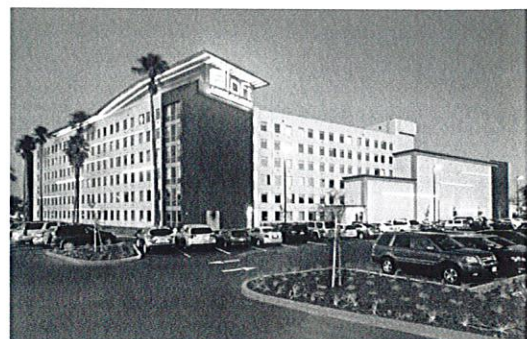
Hilton Garden Inn
Folsom

San Mateo County

San Mateo County had a 175% increase in individual transactions from 4 to 11. However, the total dollar volume dropped 20.4%.

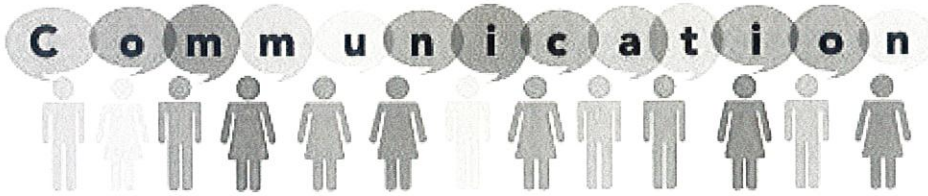
The average price per room rose 71%, and the median price per room was up 39.5%.

The largest hotel sold was the 397-room The Westin San Francisco Airport in Millbrae. The most expensive sale was the \$70.6 million paid for the 252-room Aloft San Francisco Airport in Millbrae.



Aloft San Francisco Airport
Millbrae

Key Factor of success in hospitality industry: Communication



By Melody Li

Along with the vigorous development of tourism, hotel occupancy rate has rapidly increased as well. A hotel is a home away from home and every member of the hotel holds a very important position in the property. Communication is the liaison of our work that then transfers to efficiency. In such a person-to-person industry, communication has always been vital. If poor communication exists, the efficiency will be greatly reduced, ultimately affecting the success of the hotel.

Communication is divided into two parts: external communication and internal communication. External communication includes customer service. The competition in the hotel industry is very intense. It is difficult to completely reform conventional facilities such as the business center, fitness center, and room amenities like the bed, TV, desk, restrooms, etc., or make them more competent. So how can we become irreplaceable, the one and only? By adapting the belief that "The customer is always right." It is extremely important to think about how to serve our guests properly. Guests not only pay for the facilities of the property, but they also pay for the services provided. First of all, we should know what our guests really need and want. By interacting with them, we can get the answers that we are looking for. For instance, when you see a couple bring their

kid to check in, we can ask them the reason for their stay. If they inform us that they are here for their daughter or son's birthday, then we can put a birthday card and some cookies in their room while they go out the next day. Such simple gestures may provide guests with an experience that stands out. Not only that, sometimes when guests experience an incident while staying at the hotel, communication plays a very important role. I still remember there was a guest that came down to the front desk complaining about noise from the street. After talking with the guest, we apologized immediately for the inconvenience and moved the guest to another room that faced the pool area. We also helped the guest with moving their luggage. At check out, the guest was very pleased about our service and she was glad that when the problem occurred, it was resolved immediately. As a matter of fact, guests not only ask for the facilities, but also a warm smile, care, and sympathy. These will make their stay unforgettable. We are not perfect. None of us can guarantee that we will never make any mistakes, nor can we promise to make every guest feel satisfied. When a problem arises, however, to solve it efficiently is the key. More often some thoughtful words and a sincere apology is more

Successful operation of any hotel requires major contribution from the whole team. Each department plays a key role. Every one of the employees is like an internal organ of the human body. We cannot lose any of them. Just as these organs need blood to connect, the department needs communication. If there is no communication, everything is not going to work with ease. Communication is a two-way process that should include the traditional top down, and bottom up approach. When the management team passes down their decision, they have to ensure consistency of the message and make sure it is delivered to everyone in a timely fashion. Because of the different backgrounds and values of the employees, objection can hardly be avoided. At this time, the management team has to think of ways to communicate with each person effectively in order to achieve the desired results. When entry-level employees encounter some problems or have doubts, they should inform their supervisor or other managers in order to increase the efficiency. If there is improper communication, misunderstanding usually occurs. The management

team should encourage employees to give out suggestions. In fact, the problems that frontline staffs usually see are more useful and practical than the management team who usually do not interact directly with the guests. Two-way communication promotes teamwork, staff enthusiasm, as well as the mutual trust and understanding of each other. As a result, it helps the future growth of the hotel. Not only that, internal as well as interdepartmental communication can make our work more smooth. When I worked as a marketing coordinator at a five star hotel in Shanghai, I used to write a lot of hotel restaurants' promotion texts. To achieve high levels of publicity, I communicated with chefs very often in order to understand their thoughts, which helped me deliver the right message to the guests.

Effective communication cultivates customer loyalty and builds the reputation and image of a hotel in the industry, resulting in long-term profits and most importantly happy guests.





本刊編輯部

酒店人力資源是最寶貴的資源，是起決定作用的資源。酒店人力資源工作的優劣直接影響企業的生存與發展。酒店人力資源總監肩負著為酒店實現戰略目標，為員工創造豐盛人生的偉大使命。十全十美的酒店人力資源總監，應該做好下列十項工作：

一、人力資源戰略規劃

人力資源戰略規劃是人力資源工作的起點，是人事行動指南和工作綱領。在制訂人力資源戰略之前，一定要做好詳盡的人力資源現狀調查分析。在戰略選擇方面，主要有領先型、跟隨型和差異型。領先型是指在招、育、用、留人方面都要做到行業或企業界的領先水平。跟隨型是指選定一個目標企業，所有的人力資源管理工作都參照目標企業的方法來進行。差異型主要是指選擇與競爭對手不同的策略，以達到出奇制勝且與競爭對手難以比較。新建酒店的中小企業適合選用差異性戰略，除行業內優秀的名品牌企業以外，大多數企業適合采用跟隨性戰略，以達到提高效率、降低成本、減少風險的效果。人力資源總監要依據酒店的人力資源戰略，設計出實用、扁平、簡單的組織架構，編寫清晰明確的崗位職責、職務權限和激勵機制。

二、招聘與配置

招聘是人力資源管理的開端。在招聘方面，人力資源總監要依據所有崗位先內部招聘、再社會招聘、最后獵頭招聘的原則，為員工提供更多的晉升機會。在人員配置方面，要組織相關部門共同制訂出合理的人員編制，並鼓勵員工在集團範圍內適當的輪崗及合理的流動，但必須堅持一個原則，沒有培養出接班人的崗位不允許晉升或調換崗位。也就是說，想升職或換崗的人員，必須先培養接班人。在招聘渠道方面，要合理選用內部招聘、人才中介、現場招聘、網絡招聘、校園招聘、員工引薦、廣告招聘、獵頭服務等。選擇招聘渠道的原則，以崗位等級和工作區域為核心，兼顧實用、快速、經濟的原則。在人才選拔方面，采用面試、筆試、人才測評和集體面試相結合的方法，確保不會看錯人、不會看走眼。新招職員最好組織參加初試、人才測評和面試；新招經理級以上干部還必須三位以上錄用管委會成員面試，半數以上評委同意才可通過。在人才錄用方面，重學歷更重能力，重資歷更重業績。嚴格執行人才錄用回避制度和入職體檢不合格否決制度。

三、培訓與發展

培訓工作是企業基業長青的動力源，是員工成長的充電器。卓有成效的培訓工作是企業與員工共同發展的重要保障。人力資源總監要建立實用完善的培訓體系、編制專項培訓預算、制定具體的培訓目標，全面推進培訓工作。在培訓內容上分四個部分實施：包括文化與戰略、職業技能、專業技能和管理技能。在培訓時間上，力爭做到全年人均脫產學習時間累計達到十二天，即保證月均有一天的學習時間。在培訓層次上分為四類：包括高管培訓、中層培訓、職員培訓和工人培訓。在培訓性質上分為入職培訓、在職培訓和晉升培訓。在培訓渠道上分為崗位實習、業余自學、課堂培訓、外派培訓、與大學合作MBA培訓、參觀考察、企業交流、外請講師、入職引導人、師傅帶徒弟等等。在員工發展方面，制定行政和技術兩條發展線路。行政方面可按工人、職員、主任、經理、總監、總經理、總裁的線路發展；技術方面可按工人、技工、技術員、助師、工程師、高工、總工的線路發展。兩條線路可交叉并行，同等級別的管理人員和專業技術人員，享受同等的福利待遇。人力資源部要通過人才測評、個人培訓需求調查、酒店對崗位的要求等三個方面來幫助員工制訂職業生涯規劃、組織相關培訓，保障員工與企業共同發展。

四、績效與激勵

績效管理是人力資源管理的生命線。員工能為酒店創造價值，能夠為酒店帶來績效，員工就是資源、是資本、是財富。不管是直接創造價值，還是間接創造價值，只要能創造價值，員工的報酬就是投資，否則就是成本或者是浪費。激勵機制是人力資源管理的加油站。通過有效的激勵機

制，能夠開發員工的潛能，提高組織的績效。否則，干多干少一個樣，干好干壞一個樣，干與不干一個樣，或者績效考核激勵機制不能夠做到客觀公正，企業必將難以生存發展。必須通過卓有成效的績效管理，做到能者上、庸者讓、無能者下，甚至是績效提升速度跟不上企業發展速度的，也要根據強制排序、末位淘汰的原則進行末位淘汰。只有這樣企業才能基業長青、穩步發展。人力資源部要加大績效管理和激勵的力度，堅持定量評價與定性評價相結合，結果評價與行為評價相結合，個人評價與上級評價相結合，季度評價與年度評價相結合，個人收入與酒店效益相結合，強化結果導向，注重行為控制。逐步加大績效工資的比例，綜合考慮短、中、長期的激勵。

五、薪酬福利

薪酬福利是留住人的金手銬。薪酬福利堅持對外具有競爭性，對內具有公平性的原則，充分發揮薪酬福利的保障性、競爭性和激勵性的作用。薪酬標準制定的四項基本原則：以崗位為核心，以資質為基礎，以市場為導向，以績效為依據。酒店將以崗位為核心，建立崗位評價體系，給各個崗位進行客觀公正的評價，制定合理的工資標準，在同工同酬的前提下，保持一定的靈活性。崗位相同，不同資歷和能力的人則工資不同。相同的崗位，在不同的階段和人才市場薪酬水平的變化時工資也不一樣。相同的崗位、相同的資歷，在同一個效益的公司，因個人的績效不同，獲得報酬也會不一樣。在福利方面，酒店會逐步完善集體福利和個性福利。集團福利如食宿、交通、有薪假期等；個性福利如給予學習機會，住房貸款、疾病補助等。人力資源部在現有福利的基

七、企業文化

礎上，將逐步完善下列五項員工福利：溫馨家庭（如住房貸款）、幸福生活（如旅游休假）、親情無限（如探親慰問）、健康人生（如體檢保險）、個人成長（如參觀學習）等。人力資源總監應根據市場情況和企業效益合理調整員工的工資，但工資的增長速度不得高于企業利潤的增長速度，也不得高于企業規模的增長速度。也就是說，要想快速提高工資，必須共同努力將企業做強做大，提高企業的盈利能力。

六、員工關係

建立和諧的勞資關係，是企業高速穩健的基礎。員工與企業的關係以勞動合同為依據，以工作為內容、以報酬為結果。人力資源部通過一系列的方式和手段，旨在創建一種源于工作而又高于工作的和諧的勞資關係。創建員工以企業為家的歸屬感。建立暢通無阻、無界限的溝通關係，不斷提高員工的滿意度，提高企業的凝聚力和向心力。員工關係專員要深入了解每一個員工的工作和生活情況，想員工所想，急員工所急，及時解決員工工作和生活中的問題。包括工作關係、工作壓力、崗位能力、培訓需求、生活問題、家庭問題、心理問題、個人成長等。員工關係專員要成為廣大員工的良師益友，成為員工生活上的朋友、工作上的幫手，真正為員工排憂解難。通過員工關係管理，讓每一位員工都能工作開心、生活愉快，享受健康快樂的豐盛人生。



企業文化是企業的靈魂，是企業的精神支柱。不管有沒有寫出來，任何一個企業都有其自己的文化。企業文化是一個企業員工的行為準則和工作習慣。主要包括企業宗旨、目標、使命、願景、價值觀、做人做事標準、企業歌曲、企業標志、企業形象等，以及在人、財、物等方面的基本要求等。企業文化通過一定的載體展現出來，如規章制度、標語口號、豐富多彩的文體活動等。通過思想變為制度、通過制度變為程序、通過程序變為行動、通過行動變成習慣，通過習慣變成文化。優秀的酒店都有特色鮮明的企業文化。如每天開早會、每周寫總結與計劃、每月集體升旗儀式、每季度績效考核獎懲兌現、每年初召開誓師大會、每年底召開總結表彰大會等。

八、酒店HR信息化推進

信息化是企業發展的高速公路。企業只有通過信息化，才能資源共享，高效快捷的開展工作。人力資源信息化，主要是指通過人力資源管理系統來管理人力資源工作，跨越時空界限，讓員工與企業緊密的結合在一起。信息更暢通、溝通更方便。主要包括網上發布招聘信息、網上填寫和投遞簡歷、在線進行人才測評、可通過視頻系統進行面試和錄用。人力資源管理絕大多數工作都是可以在網上完成的。員工隨時可查詢到自己的相關信息，如工資條、培訓記錄、休假記錄等，也可即時修改變化的信息，如聯系電話、學歷、婚姻狀況、通訊地址等。管理者可通過酒店HR系統即時查詢下屬的有關人事情況，如周工作總結與計劃、績效計劃與考核結果、員工各類信息及相關統計等。將人力資源管理工作通過酒店HR系統與網站、郵箱、手機聯系在一起，就是人力資

源信息化的高級階段，如收到郵件就有短信提醒、生日可收到酒店定制的祝福短信，工資到帳會收到短信提醒、社會保險會有短信對帳等。員工也可通過登錄酒店HR系統，了解到酒店發布的各類信息，如會議通過、獎懲公告、文件制度等。更重要的是通過HR信息化來促進人力資源管理工作的簡便高效，實現即時查詢各類信息的查詢功能；實現郵件、短信、BBS、QQ等溝通功能；實現網上績效管理、網上培訓、網上審核文件、網上報銷等辦公信息化功能。

九、優化工作環境

工作環境包括員工生活的硬環境和軟環境。硬環境主要有辦公場所、辦公設備、就餐環境、住宿條件、休閒場所、購物環境、交通環境、地理位置等。軟環境主要是指人際關係、工作壓力、學習氛圍、溝通形式等。硬環境改造難度大，但可通過軟環境來補充。軟環境雖然不用支付多少經濟成本，但改造起來難度大，需要用時間和精力來改善。人力資源總監應盡力改善員工的工作和生活環境，讓員工工作的開心、生活的舒心。改善員工工作生活環境的工作包括：如硬件方面有辦公室、宿舍、食堂裝修改選，宿舍裝200卡電話、安裝電視，創建花園廠區、辦公室增加綠色植物、購買接送大巴車、修建魚池噴泉等，軟件方面有建立企業網站、開通企業郵箱、召開員工座談會、建立員工接待日制度、設立員工進步信箱、組織員工體檢、購買HR系統、開通寬帶上網和無線上網等。

十、員工滿意度

員工滿意度是以人為本的綜合體現。實施員工滿意度工程，員工滿意度能得到了穩步提高，公司的人力資源管理工作會有根本的改變。人力資源部以滿意度調查結果為導向，逐步改善人力資源管理工作，逐項提高員工滿意度。通過對有關人力資源管理方面的若干問題的調查，能全面反映了員工在人力資源管理方面的需求，為人力資源的管理工作提供了依據。只有通過提高員工滿意度來加強人力資源管理，才是真正的以人為本。美涂士集團總裁周煒健說，經營企業就是經營員工和客戶。經營員工就是要努力提高員工的滿意度。員工的滿意度決定著企業的發展速度。人的問題，是企業最大的問題，所有問題的解決都是從解決人的問題開始的。善待客戶從善待為客戶服務的員工做起。先有員工的滿意度，才有客戶的滿意度。

優秀的人力資源總監，應推動企業堅持“以人為本”的核心價值觀為導向，以雇主品牌吸引人，以創造機會培養人，以激勵機制用好人，以事業發展留住人。堅持員工與企業共同成長，逐步提高員工的滿意度，打造最佳雇主品牌，把人力資源建設成企業的核心競爭能力，保障企業高速穩健發展。



HOW TO IMPROVE GUESTVIEW SCORES?

本刊編輯部

FRONT OFFICE/FRONT DESK :

Condition of the Lobby/Reception Area :

- 1.) Ensure the lobby is well lit - lighting can make a big difference. Add additional lighting or increase light bulb wattage if needed.
- 2.) Ensure all furniture is included in the hotel's preventative maintenance program for finish touch-up, cleaning, etc.
- 3.) Remove dated items from the area.
- 4.) Place fresh flowers in the lobby as they add aesthetic beauty and a refreshing scent.
- 5.) Provide complimentary freshly baked cookies or fruit in the lobby - guests are usually hungry and tired after a day of traveling and a snack is a welcomed amenity. It also adds a 'home' scent to the lobby.
- 6.) Make sure that the Lobby and front desk area
- 4.) If the front desk is busy, acknowledge a guest that is waiting and let them know that you will be right with them.
- 5.) Welcome guests back to the hotel that you know have stayed with you in the past.
- 6.) Use eye contact and use guest names.
- 7.) Rotate Managers in the lobby to welcome Guests. are de-cluttered important than material compensation.

WARM AND FRIENDLY WELCOME

- 1.) Work with front desk staff members to come up with a welcome script.
- 2.) Be sure that training includes the things that people think are "common sense" like smiling and greeting guests as they enter the hotel.
- 3.) If hotels are offering a welcome gift or bag to Priority Club members, be sure they know that their stays with the hotel are appreciated.
- 5.) Management staff should be available for peak check-in times to answer questions and answer the switchboard.
- 6.) Acknowledge PCR guests – thank them for their Loyalty.

OVERALL CHECK-IN EXPERIENCE

- 1.) Select/hire the best service personalities.
- 2.) Ensure front desk associates are familiar with the hotel layout and facilities.
- 3.) Ensure front desk associates are knowledgeable of all nearby business, restaurants and attractions.
- 4.) Stagger front desk associate shifts to allow for ample coverage during peak check-in.
- 5.) Management staff should be available for peak check-in times to answer questions and answer the switchboard.
- 6.) Acknowledge PCR guests – thank them for their Loyalty.

7.) Use the guest name, give the guest your first name and let them know you will be at the Front Desk until (BLANK) should they need anything and feel free to call you.

8.) Ensure you are utilizing Rapid Check-In.

9.) Welcome Back returning guests.

10.) Thank 'new' guests for choosing your hotel.

11.) Provide scripting for the front desk that does not sound scripted.

12.) Make sure the attention of the front desk staff is not taken away from guests by being assigned other tasks such as laundry.

RESPONSIVENESS TO NEEDS

1.) Ensure that all guest requests and service issues are logged.

2.) Keep track of time for all guest requests to ensure all needs are addressed in a reasonable amount of time.

3.) Follow-up on all maintenance requests with a follow-up call from hotel management staff to ensure the issue was addressed to the guest's satisfaction.

4.) Instead of depending on the guests to volunteer their needs, ask open ended questions on the welcome call to ensure guest satisfaction.

5.) Empower all staff members.

6.) Ask guests at check-in if they have any special requests.

7.) Keep notes on frequent guests regarding their special requests/ needs. A guest will notice if you remember what makes their stay more enjoyable.

8.) Anticipate the need of the guest before they ask. For example, if you see a guest struggling with luggage, help them.

9.) Make sure there is a staff member available to handle guest requests during peak times.

PROFESSIONAL APPEARANCE OF ASSOCIATES:

1.) Post a full length mirror in the employee areas of the hotel departments. It serves as a constant reminder to the associates how guests see them everyday.

2.) Proper uniforms – Have a morning lineup before shift starts for compliance.

3.) Make sure the front desk staff is not sitting down at the front desk.

4.) Make sure that associates are provided two to three turns of their uniforms.

5.) Ensure that even during the training of a new associate that they are provided a name tag and that their temporary uniform resembles that of an existing associate.

6.) Ensure that uniforms fit appropriately on the associates

GENUINE AND CARING ATTITUDE OF ASSOCIATES

1.) Use the Guest Name whenever possible – this makes them feel important and welcomed.

2.) 10/5 rule – eye contact at 10 feet, acknowledge at 5 feet with verbal contact to welcome or offer assistance – when guests are leaving, thank them for staying and let them know you look forward to their return.



3.) Keep greeting cards on hand – when a guest mentions it is their Birthday, Anniversary, etc. have the staff sign the card and slip it under their door.

4.) Ensure that you are hiring “people” people and provide continuous service training.

5.) Use Role Play as part of training.

6.) Acknowledge Events

for example, if you are near a local university and it is graduation, make up some congratulations cards for attendees and give these to them at check in – a sheet cake in the lobby decorated for the event for all to share will make the guest happy and let them understand that you are ‘In The Know’.

7.) Participate in local charitable events.

8.) Welcome guests back at check-in and always invite them to stay with you again at check-out.

9.) Ensure Brand Service Training is being reinforced to staff by management team.

WARM AND FRIENDLY FAREWELL

1.) Greet all guests with a smile.

2.) Thank the guests on the way out of the hotel.

3.) Have the night auditor/or staff member hand write a note of thanks to the guest and include it with the rapid check out folder.

4.) Ensure that all members of your staff provide the guest with a warm and friendly farewell— this is something that all associates from all departments can provide.

5.) For guests that do not check out at the front desk, send them a follow up post card for feedback of their experience.

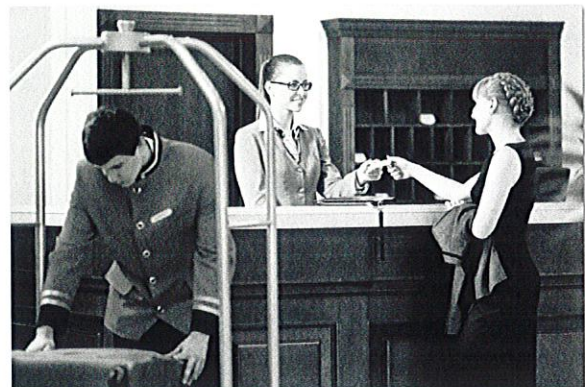
OVERALL CHECK-OUT EXPERIENCE

1.) Have the night auditor write a personalized message inside the receipt jacket.

2.) When guests do come to the front desk, be sure to say thank you and offer to make a future reservation for them.

3.) Offer the guest a bottle of water for the road.

4.) Ensure that the folio is correct.



酒店銷售管理工作六大忌

本刊編輯部

銷售大忌之一：銷售無計劃

銷售工作的基本法則是，制定銷售計劃和按計劃銷售。銷售計劃管理既包括如何制定一個切實可行的銷售目標，也包括實施這一目標的方法。具體內容有：在分析當前市場形勢和酒店現狀的基礎上，制定明確的銷售目標、回款目標、和其他定性、定量目標；根據目標編制預算和預算分配方案；落實具體執行人員、職責和時間。然而，許多酒店在銷售計劃的管理上存在一系列的問題，如無目標明確的年度、季度、月度的市場開發計劃；銷售目標不是建立在準確把握市場機會、有效組織酒店資源的基礎上確定的，而是拍腦袋拍出來的；銷售計劃沒有按照地區、客戶、產品、業務員等進行分解，從而使計劃無法具體落實等。由於沒有明確的市場開發計劃，結果，酒店的銷售工作失去了目標，各種銷售策略、方案、措施不配套、預算不確定、人員不落實、銷售活動無空間和時間概念，也無銷售過程監控和效果檢驗措施。這樣，在競爭激烈的市場上，酒店的銷售工作就像一頭闖入火陣的野牛，東沖西撞最後撞得頭破血流。

銷售大忌之二：過程無控制

“只要結果，不管過程”，不對業務員的銷售行動進行監督和控制，這是酒店普遍存在的問題。

許多酒店對業務員的行動管理非常粗放：對業務員宣布一個業務政策，然後，把業務員象鴿子一樣地放飛到市場上，等著業務員給酒店拿來一份份訂單、開發出一片片市場。由此，而造成一系列問題：業務員行動無計劃，無考核；無法控制業務員的行動，從而使銷售計劃無實現保證；業務員的銷售活動過程不透明，酒店經營的風險增大；業務員工作效率低下，銷售費用高；業務員的銷售水平不提高，業務員隊伍建設不力等。 “沒有耕耘，哪有收穫？”，不對銷售過程進行有效的管理控制，就不會有良好的業績結果。

銷售大忌之三：客戶無管理

一粒麥子有三種命運：一是磨成面被人們消費掉，實現自身的價值；二是作為種子播種，結出一粒豐碩的果實，創造出新的價值；三是由於保管不善，麥子黴爛變質，失去自身的價值。這就是說，管理得當，麥子就會實現自身的價值或是為人類創造出新的價值；管理不善，就會失去自身的價值。同樣道理，酒店對客戶管理有方，客戶就會有銷售熱情，會積極地配合廠家的政策，努力銷售產品；管理不善，就會導致銷售風險。然而，許多酒店對客房沒有進行有效的管理，結果，酒店既無法調動客戶的銷售熱情，也無法有效地控制銷售風險。目前，銷售過程中普遍存在的問題，如客戶對酒店不忠誠、竄貨現象、應收帳款成堆等，都是酒店對客戶管理不當的結果。

銷售大忌之四：信息無反饋

信息是酒店決策的生命。業務員身處市場一線，最了解市場動向，消費者的需求特點、競爭對手的變化、經銷商的要求，這些信息及時地反饋給酒店，對決策有著重要的意義，另一方面，銷售活動中存在的問題，也要迅速向上級報告，以便管理層及時做出對策。然而，許多酒店沒有建立起一套系統的業務報告體系，未及時地收集和反饋信息。業務員的工作成果包括兩個方面：一是銷售額，二是市場信息。對酒店的發展而言，銷售額不重要，重要的是市場信息。因為銷售額是昨天的，是已經實現的，已經變成現實的東西是不可改變的，因此它對酒店沒意義；有意義的是市場信息，因為它決定著酒店明天的銷售業績、明天的市場。然而，許多酒店既沒有向業務員提出過收集信息的要求，也沒有建立一套業務報告系統，以便能夠及時收集和反饋信息。酒店銷售工作出了問題並不可怕。可怕的是酒店不能夠及時地發現營銷活動各個環節中發生的問題，並在管理上作出及時的反饋，使這些問題得以迅速解決而不至於給酒店造成重大危害。

銷售大忌之五：業績無考核

許多酒店沒有對業務員的銷售業績定期進行考核。酒店對銷售人員定期進行定量和定性考核，包括考核業務員銷售結果，如銷售額、回款額、利潤額和客戶數；考核業務員的銷售行動，如推銷員每天平均拜訪次數、每次訪問所用時間、每天銷售訪問的平均收入、每次訪問的平均費用、每百次訪問平均得到的訂單數、一定時間內開發的新客戶數、一定時間內失去的老客戶數、推銷員的費用在總銷售額所佔的比重等；對業務員進

行定性考核，如考核業務員的合作精神、工作熱情、對企業的忠誠責任感等。對業務員進行考核，一方面是決定銷售人員報酬、獎懲、淘汰與升遷的重要依據，從而調動業務員的積極性；另一方面對業務員的業績進行檢討和分析，可以幫助業務員進步。銷售管理的一個重要內容就是培養業務員的銷售能力，業務員不進步，就不會提高銷售業績。

銷售大忌之六：制度不完善

許多酒店無系統配套的銷售管理制度和與各項銷售管理制度相匹配的銷售管理政策。酒店的銷售工作要想不出大的問題，先決條件是，在酒店的銷售管理制度上要沒有明顯的缺陷和遺漏，銷售管理制度系統配套、互相制衡，並有相應的銷售管理政策與之相匹配。有的酒店對違反酒店規定，給酒店造成重大損失的銷售人員，從制度上製定了嚴厲的處罰規定，但實際上，這些處罰規定無法實施，因為酒店沒有製定相應的配套制度，致使一些靠吃回扣個人發了財而企業造成巨額無主應收款的業務人員，一旦事發，一走了之，酒店在事實上無法對其進行懲處。很多酒店的銷售管理制度不配套，好像缺了一塊板的“木桶”，盛不住水，其特徵是：許多應當受到鼓勵的沒有受到鼓勵，一些應當受到懲處的沒有在制度上作出規定；對應該鼓勵的行為缺乏制度上的獎勵規定，對禁止的行為缺乏相應的處罰制度；該獎勵的不能及時兌現，該處罰的無法實際執行。實踐說明，無管理銷售，已成為制約酒店銷售工作順利開展的陷阱。要搞好銷售工作，酒店必須建立一套完善的銷售管理體系。

科技帶來的酒店體驗

本刊編輯部

科技改變世界，而你我的旅行習慣也可能隨著科技而改變。從行李打包到下飛機，從購物到觀光——旅遊是一系列綜合過程和休閒活動。在旅途上，遊客會設想各種可能和各種如果讓旅行變得更好。事實上，無論遊客多喜愛坐飛機長途旅行，總有新方法讓旅行中的每一分每一秒都合理利用。

在收集和了解中，理想旅行者們是這樣設想他們旅途的。不論是食物，音樂還是看新聞，設計各種旅遊者的各種需求。不妨關注一下這些很潮的理念：

1、社交管家：想像一下，紐約的科技迷Sarah，網上定好酒店並列出她的興趣清單、旅行原因、停留時間：喜愛跑步，喜愛烹飪，計劃在舊金山參加兩天的創業企業大會。當她抵達入住時，一個社交管家app會標出並提醒跟她興趣相關的活動，讓她可以知道，當地體育商店在周一組織免費團隊跑步，在三個街區之外有餐車集市，以及酒店會在晚餐之前提供烹飪課程。

2、環繞音箱：個性化環繞音響可以讓你隨時播放自己的音樂庫或者喜愛的流媒體廣播台，比如沐浴的時候，或在陽台眺海品酒的時候，或是在深夜看電影的時候。甚至當房間無線網絡信號不好，手機都能通過放置在房間中央的擴充座上，一併解決—Matt R。



3、定製香氛：讓酒店住店客人，每晚可以選擇房間的香氛，也是未來一個高級定制的個性化趨勢。出差途中忙忙碌碌，商旅客人在登記入住房間時，仍然會倍感緊張和壓力。有些客人非常喜歡檀香木這種可以讓自己放鬆下來的芳香療法。給客人香氛選擇（在洗漱用品或者床單品上），能夠讓房間瞬間變成平和、釋放壓力的地方。

4、購物直通車：禮品店實在有些過時。許多零售商和藝術家們會提供禮品包裝和運送服務，將禮品送達酒店。而未來，住店客人可以通過app或者酒店房間電視完成訂購。如果酒店有禮品店，也以作為展示櫥窗陳列商品。許多商務客人在出差旅途中，幾乎沒有時間給伴侶挑選禮物——所以，這種新潮的禮物直通車，將禮物直接送到客人房間，既可以促進本地消費，也為顧客提供了多種本地特色的禮物選擇，更重要的是節約客人時間。

5、藝術品：用顧客自己創作的免版稅的照片和藝術品裝飾酒店的大廳、房間、公共區域等等。將顧客姓名寫在下面，也讓裝飾品更加個性化。

這些科技帶來的體驗，您的酒店準備好了嗎？

酒店科技化或成為未來酒店方向

本刊編輯部

科科技為人們的生活帶來翻天覆地的改變，無論從酒店的管理，運營，以及客戶體驗，方方面面都融入了科技。更新換代之快，可以用日新月異來說。

也許在未來的某一天，當你外出，來到一個城市，不需要電話，不需要網絡，只需要用您的指紋或者是視網膜，經過某家酒店的認證，便可自動完成了入住手續。

打開房門，房間就會開啟歡迎模式，電動窗簾徐徐打開，北京音樂緩緩響起，讓你在進入房間後，會忘記路途上一切的疲勞，體驗到一種前所未有的舒適。同時，浴室裡的熱水，也會自動變成你最喜歡的溫度。房間的牆上會顯示出你所設置的場景，也許是雨林，也許是星空，或是某種溫馨的顏色。

當客房門鈴響起時，安裝在門外的視頻攝像頭會將門外的圖像傳送到電視機上，也許一位笑容甜美的服務員正端著精美的茶點靜靜等候你的開門。

或許你認為這種場景只能在好萊塢的科幻片中才能實現，但是隨著酒店行業與高科技公司的合作逐步加深，這些已經不再是科幻了。

目前就已經有酒店與IBM公司合作，打造高科技的“管家”服務了，隨著科技的進步，上述場景都會實現。

這樣的酒店，也許是這個提供休息功能的服務行業的轉型，融入大量的科技，使原本的經營模式發生改變。

高科技酒店的誕生，會需要兩個方面的配合，一是方便快捷的酒店管理系統，二是利用融合了“科技”的營銷。

酒店管理系統已經不再是僅僅具備之前的簡單具備訂房，退房等功能，也許將來不再需要這種功能，一切由客人自行完成，酒店的經營者只要查看後台數據就可以了。讓酒店的運營變成超市。

酒店營銷

目前酒店的營銷已經在發生轉遍，從微博，微信，網站等等平台或軟件，完成了選房，訂房，支付等等步驟，節省了客人與酒店工作人員的大量時間。

在未來，酒店的營銷，以用戶至上的原則，不同類型的酒店制定不同的營銷方案。網絡，手機，在目前來說是最方便快捷也最有效的營銷，用戶定位非常精準，為某些酒店的訂單貢獻甚至超過了50%，那麼以後的定位會更加精準，可能會接近100%，用戶的粘性也會更高。

以老闆的心態打工、你早晚成為公司的股東！

本刊編輯部



作為一個員工，你習慣跳槽，你一進公司就談利益，你一天到晚都想著幾點下班，什麼時候放假，作為初出茅廬者，你知道老闆是怎麼想你的嗎？很多時候，如果你想讓老闆得到你的賞識，最好能以老闆的思維打工……

如果一個員工的思想不對，那麼這個員工學歷再高，能力再強，也不可能成為一個好員工。因為一個人的思維會決定一個人的行為，一個人的想法會決定一個人的做法。所以企業招聘員工最重要不是看員工的學歷、年齡、經驗、身高、長相，而是看這個員工是否有一個好的思想觀念。

那麼，什麼樣的思想才是好思想呢？看一個員工是否好思想，最重要的一點就是看他是否能站在企業的角度，老闆角度思考問題。如果一個員工處處能為企業著想，為老闆著想，那麼即使這個員工只有初中學歷，也一樣可以成為一個好員工。

特別是在這個浮躁的社會，大家都在急功近利追求自己的回報，有多少個人還在為對方著想啊！如果人人都強調個人的利益，而忽視團隊或企業的利益，那麼這個企業還能發展嗎？

為什麼現在很多大學生不受企業歡迎，不是企業真的不要人，而是企業害怕那些一進企業，還沒有為企業立下半點功勞，就在跟企業老闆談利益，談回報的人。雖然大學生讀了很多書，有知識，有文化，但是這不能足已證明大學生就很有能力，能為企業創造業績啊。老闆在沒有看到你的成績之前，憑什麼給你那麼高的薪資待遇呢？

一個要成長，要成功就千萬別計較，人生的成功在於一生，而不在於一時。為什麼有人打工一輩子還是打工仔，而有人打工幾年當上了老闆。其實，影響一個人能否當老闆，關鍵要點不在於學歷的高低，不在於工作時間的長短，而在於這個員工是否有老闆的思維觀念。一個員工看得是一個月的收穫，一個經理看得是一年的收穫，一個老闆看得是一生的收穫。一個人能看多遠，決定了你能成就多少。越是計較眼前得失的人越不會成長，成功。人生的成功必須遵循因為定律。要想成功必須先沉澱，要想出氣必須先受氣，要想抬頭必須先低頭，要想出頭必須先埋頭，要想得到收穫必須付出代價，可是大多數人卻不願意這樣做，當然也就與成功無緣。

雖然這些是最基本的道理，但是往往很多員工就沒有弄明白。他們一到公司上班，不是在想著如何為公司創造價值，創造財富，而是想著我這個月工資是多少，多久放假，幾點下班等等。如果一個員工以一個打工仔的思維方式在應付工作，那麼這個員工學歷再高，工作時間再長也不見得會有多少出息。因為老闆不欣賞打工者思想的員工，對於一個不關心企業利益，不控制企業成本，不提高企業效益，不承擔企業責任，不關心企業前景的員工，那麼你是沒有晉升機會的。

所以好員工必須有好思想，你需要用老闆的思維方式從事你的工作。

同樣的道理，即使你是一個低學歷的新員工，如果你以主人的心態思考問題，隨時為老闆出謀劃策，排憂解難，那麼有一天企業有什麼好的發展機會，老闆第一個想到的就是你。因為人都是相互幫助的，越是為老闆著想的員工越能得到老闆的重用，越是自私自利的員工越得不到老闆的認可或提拔。多勞多得，少勞少得，不勞不得，捨不得，得不到，這是最基本的做人道理。然而，有太多的員工就是做不到，他們一天到晚就是在工作計較，在報酬上比較。總認為全公司人都佔便宜，就是他吃虧，所以這種員工工作不願意付出，不願意貢獻，他們害怕自己的付出得不到回報。可是，越不付出越沒有回報，越沒有回報，他越不想付出。惡性循環的結果就是自己最後被企業淘汰，被市場淘汰。

因此，今天的求職者，他們之所以失業，不是他們能力不行，而是思想不對。

員工根本沒有站在老闆的角度考慮問題，老闆憑什麼要你嗎？因為企業不做慈善，他們沒有養你的義務。一個新員工，雖然你的學歷很高，在沒有為企業創造業績前，你憑什麼要高薪啊！

你不承擔責任，憑什麼要老闆給你發無責任底薪啊！如果你對自己的目標都沒有信心完成，老闆又怎麼放心用你呢？所以這就是很多大學生找不到工作，老闆招不到員工的原因。大學生要求老闆先付出，再工作。老闆要求員工先創造價值，再支付報酬。

當然，根據市場經濟的原理，老闆的做法是對的。可是有太多的員工就是不講道理，因為他們根本不想對結果負責任，所以導致老闆不敢用。因為老闆是需要對客戶的結果負責任。如果客戶對結果不滿意，他們是可以拒絕付款。可是，員工可以對結果不負責任，卻找老闆要工資。

如果企業招聘一群不負責的員工，那麼不僅企業不會發展，甚至會拖垮企業，所以老闆寧可缺人也不敢隨便招人。這就是現在一邊用工荒，一邊求職難的原因。因為老闆和員工的思想不一樣，他們必須對客戶負責任，否則企業無法生存。



讓客戶感動得流淚的客戶服務

本刊編輯部

聽說過老客戶貢獻的價值是新客戶的16倍吧，也許你還自詡客戶服務做得不錯。當看過這一篇時讓客戶興奮時讓客戶流淚，但終讓客戶口服心服忠誠的文章后，知道之前你所謂服務是如此的皮毛，如此的令人汗顏。學學吧！泰國的東方飯店堪稱亞洲飯店之最，幾乎天天客滿，不提前一個月預定是很難有入住機會的，而且客人大都來自西方發達國家。

泰國在亞洲算不上特別發達，但為什麼會有如此誘人的飯店呢？大家往往會以為泰國是一個旅遊國家，而且又有世界上獨有的人妖表演，是不是他們在這方面下了功夫。錯了，他們靠的是真功夫，是非同尋常的客戶服務，也就是現在經常提到的客戶關係管理。他們的客戶服務到底好到什么程度呢？我們不妨通過一個實例來看一下。一位朋友因公務經常出差泰國，並下榻在東方飯店，第一次入住時良好的飯店環境和服務就給他留下了深刻的印象，當他第二次入住時、幾個細節更使他對飯店的好感迅速升級。

那天早上，在他走出房門準備去餐廳的時候，樓層服務生恭敬地問道：“于先生是要用早餐嗎？”朋友很奇怪，反問“你怎么知道我姓于？”服務生說：“我們飯店規定，晚上要背熟所有客人的姓名。”這令他大吃一驚，因為他頻繁往返于世界各地，入住過無數高級酒店，但這種情況還是第一次碰到。



朋友高興地乘電梯下到餐廳所在的樓層，剛剛走出電梯門，餐廳的服務生說：“于先生，里面請”，他更加疑惑，因為服務生並沒有看到他的房卡，就問：“你知道我姓于？”服務生答：“上面的電話剛剛下來，說您已經下樓了。”如此高的效率讓于先生再次大吃一驚。朋友剛走進餐廳，服務小姐微笑著問：“于先生還要老位子嗎？”他的驚訝再次升級，心想“盡管我不是第一次在這里吃飯，但最近的一次也有一年多了，難道這里的服務小姐記憶力那么好？”看到朋友驚訝的目光，服務小姐主動解釋說：“我剛剛查過電腦記錄，您在去年的6月8日在靠近第二個窗口的位子上用過早餐”，朋友聽后興奮地說：“老位子！老位子！”小姐接著問：“老菜單？一個三明治，一杯咖啡，一個雞蛋？”朋友現在已經不再驚訝了，“老菜單，就要老菜單！”朋友已經興奮到了極點。上餐時餐廳贈送了他一碟小菜，由于這種小菜朋友是第一次看到，就問：“這是什么？”，服務生后退兩步說：“這是我們特有的某某小菜”，服務生為什麼要先后退兩步呢，他是怕自己說話時口水不小心落在客人的食品上，這種細致的服務不要說在一般的酒店，就是美國最好的飯店里他都沒有見過。這一次早餐給他留下了終生難忘的印象。

後來，由于業務調整的原因，朋友有三年的時間沒有再到泰國去，在他生日的時候突然收到了一封東方飯店發來的生日賀卡，里面還附了一封短信，內容是：親愛的于先生，您已經有3年沒有來過我們這裡了，我們全體人員都非常想念您，希望能再次見到您。今天是您的生日，祝您生日愉快。朋友當時激動地熱淚盈眶，發誓如果再去泰國，絕對不會到任何其他的飯店，一定要住在東方，而且要說服所有的朋友也像他一樣選擇。朋友看了一下信封，上面貼著一枚6元的郵票。六塊錢就這樣買到了一顆心，這就是客戶關係管理的魔力。東方飯店非常重視培養忠實的客戶，并且建立了一套完善的客戶關係管理體系，使客戶入住后可以得到無微不至的人性化服務，迄今為止，世界各國的約20萬人曾經入住過那里，用他們的話說，只要每年有十分之一的老顧客光顧飯店就會永遠客滿。這就是東方飯店成功的秘訣。

現在客戶關係管理的觀念已經被普遍接受，而且相當一部分企業都已經建立起了自己的客戶關係管理系統，但真正能做到東方飯店這樣的還并不多見，關鍵是很多企業還只是處在初始階段，僅僅是上馬一套軟件系統，並沒有在內心深處去思考如何去貫徹執行，所以大都浮于表面，難見實效。客戶關係管理并非只是一套軟件系統，而是以全員服務意識為核心貫穿于所有經營環節的一整套全面完善的服務理念和服務體系，是一種企業文化。在這方面，泰國東方飯店的做法值得我們很多企業去認真地學習和借鑒。據西方營銷專家的研究和企業的經驗表明：“爭取一個新顧客的成本是留住一個老顧客的5倍，一個老顧客貢獻的利潤是新顧客的16倍。”這就是現在經常提及的客戶關係管理的實質。

與堅持夢想者同行 與堅持信念者同行 與相信者同行 感謝這一分鐘的陪伴讓客戶感動得流淚的客戶服務。

聽說過老客戶貢獻的價值是新客戶的16倍吧，也許你還自詡客戶服務做得不錯。當看過這一篇時讓客戶興奮時讓客戶流淚，但終讓客戶口服心服忠誠的文章后，知道之前你所謂服務是如此的皮毛，如此的令人汗顏。學學吧！泰國的東方飯店堪稱亞洲飯店之最，幾乎天天客滿，不提前一個月預定是很難有入住機會的，而且客人大都來自西方發達國家。泰國在亞洲算不上特別發達，但為什麼會有如此誘人的飯店呢？大家往往會以為泰國是一個旅游國家，而且又有世界上獨有的人妖表演，是不是他們在這方面下了功夫。錯了，他們靠的是真功夫，是非同尋常的客戶服務，也就是現在經常提到的客戶關係管理。他們的客戶服務到底好到什么程度呢？我們不妨通過一個實例來看一下。



一位朋友因公務經常出差泰國，并下榻在東方飯店，第一次入住時良好的飯店環境和服務就給他留下了深刻的印象，當他第二次入住時、幾個細節更使他對飯店的好感迅速升級。那天早上，在他走出房門準備去餐廳的時候，樓層服務生恭敬地問道：“于先生是要用早餐嗎？”朋友很奇怪，反問“你怎么知道我姓于？”服務生說：“我們飯店規定，晚上要背熟所有客人的姓名。”這令他大吃一驚，因為他頻繁往返于世界各地，入住過無數高級酒店，但這種情況還是第一次碰到。朋友高興地乘電梯下到餐廳所在的樓層，剛剛走出電梯門，餐廳的服務生說：“于先生，里面請”，他更加疑惑，因為服務生並沒有看到他的房卡，就問：“你知道我姓于？”服務生答：“上面的電話剛剛下來，說您已經下樓了。”如此高的效率讓于先生再次大吃一驚。朋友剛走進餐廳，服務小姐微笑著問：“于先生還要老位子嗎？”他的驚訝再次升級，心想“盡管我不是第一次在這里吃飯，但最近的一次也有一年多了，難道這里的服務小姐記憶力那么好？”看到朋友驚訝的目光，服務小姐主動解釋說：“我剛剛查過電腦記錄，您在去年的6月8日在靠近第二個窗口的位子上用過早餐”，朋友聽后興奮地說：“老位子！老位子！”小姐接著問：“老菜單？一個三明治，一杯咖啡，一個雞蛋？”朋友現在已經不再驚訝了，“老菜單，就要老菜單！”朋友已經興奮到了極點。上餐時餐廳贈送了他一碟小菜，由于這種小菜朋友是第一次看到，就問：“這是什么？”，服務生后退兩步說：“這是我們特有的某某小菜”，服務生為什麼要先后退兩步呢，他是怕自己說話時口水不小心落在客人的食品上，這種細致的服務不要說在一般的酒店，就是美國最好的飯店里他都沒有見過。這一次早餐給他留下了終生難忘的印象。

後來，由于業務調整的原因，朋友有三年的時間沒有再到泰國去，在他生日的時候突然收到了一封東方飯店發來的生日賀卡，里面還附了一封短信，內容是：親愛的于先生，您已經有3年沒有來過我們這里了，我們全體人員都非常想念您，希望能再次見到您。今天是您的生日，祝您生日愉快。朋友當時激動地熱淚盈眶，發誓如果再去泰國，絕對不會到任何其他的飯店，一定要住在東方，而且要說服所有的朋友也像他一樣選擇。朋友看了一下信封，上面貼著一枚6元的郵票。六塊錢就這樣買到了一顆心，這就是客戶關係管理的魔力。東方飯店非常重視培養忠實的客戶，并且建立了一套完善的客戶關係管理體系，使客戶入住后可以得到無微不至的人性化服務，迄今為止，世界各國的約20萬人曾經入住過那里，用他們的話說，只要每年有十分之一的老顧客光顧飯店就會永遠客滿。這就是東方飯店成功的秘訣。現在客戶關係管理的觀念已經被普遍接受，而且相當一部分企業都已經建立起了自己的客戶關係管理系統，但真正能做到東方飯店這樣的還并不多見，關鍵是很多企業還只是處在初始階段，僅僅是上馬一套軟件系統，並沒有在內心深處去思考如何去貫徹執行，所以大都浮于表面，難見實效。客戶關係管理并非只是一套軟件系統，而是以全員服務意識為核心貫穿于所有經營環節的一整套全面完善的服務理念和服務體系，是一種企業文化。在這方面，泰國東方飯店的做法值得我們很多企業去認真地學習和借鑒。據西方營銷專家的研究和企業的經驗表明：“爭取一個新顧客的成本是留住一個老顧客的5倍，一個老顧客貢獻的利潤是新顧客的16倍。”這就是現在經常提及的客戶關係管理的實質。與堅持夢想者同行 與堅持信念者同行 與相信者同行 感謝這一分鐘的陪伴。

細節決定成敗

“態度決定高度, 細節決定成敗” — 諾曼·文森特·皮爾

本刊編輯部

在《深度服務》一書中，海歸人士朱艷艷女士介紹了她美國留學時，在紐約希爾頓酒店打工時遇到的一個細節。事情經過大概是這樣的：一天，一位剛從南美移民的女同事，因沒有按照酒店著裝規定穿白色的襪子，而是按自己的習慣喜好穿白底紅花襪子，當天就被炒了魷魚。很快這件事登上了《紐約時報》，被稱為“希爾頓的白襪子事件”。似乎這有點小題大做，但管理層說，希爾頓酒店正是用服務細節打動了每一位客人的心，誰忽略了細節就等於給這塊金字招牌抹黑。

類似的情況筆者也遇到過，筆者曾經因為培訓事到北京一家四星級飯店調研，在大堂吧與飯店總經理交流完後，便一起乘電梯到三樓的餐廳用餐。一出電梯，總經理看到引領的女服務員就說：“你用的口紅色彩好像有點深，不是飯店統一規定用的吧，上班時間不能用自己的，下次可注意啊！”服務員表示自己是新來的，以後一定嚴格遵守飯店的規定。總經理隨後對身邊的培訓部经理說，一定要加強這方面的培訓和檢查，嚴格要求每一個員工。

其實，“白襪子”也好，“口紅”也好，反映的只是飯店員工儀容儀表的一個小小的細節，但兩家飯店都高度重視，希爾頓甚至不惜以開除員工的方式來處理這件事，顯示了它們對細節的重視，以細節鑄就品牌的決心。

現在的人常說“細節決定成敗”。飯店作為直接面對顧客的服務型企業，他們的產品和服務是由千百萬個細節組成的，因此對於細節的管理和應該更加重視。我們可以在實踐中結合飯店實際情況，挖掘各類細節潛力，抓住大量別人不在意的、不起眼的細節，堅持不懈地把服務延伸到方方面面，落實到點點滴滴，並不遺餘力地推向極致，才能贏得顧客的忠誠，創造出飯店的服務品牌。



細節體現在飯店的方方面面，從設計到經營、管理、服務等，有的是看得見的，如客房裡的家具、物品的擺放、用品的完好程度、已經上桌的菜餚、服務員臉上的表情、員工遇到客人主動讓道等，有的則是看不見的，如服務流程的合理性、服務員對賓客的等待主動表示歉意、餐廳服務員回答賓客問題退後兩步以免唾沫不慎濺到食物裡等等的細節，這些方面的細節都應加強管理。應從員工的儀容儀表，頭髮、面部、手及指甲、服裝、鞋子、襪子、首飾及徽章、禮貌禮節等各個方面提出了要求。

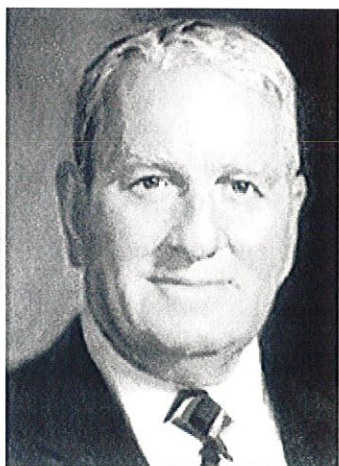
細節需要磨練，一家飯店在對客服務過程中，細節做得是否到位，體現了飯店的功力。遇上住店和離店的高峰期，好飯店前廳依然會井井有條，而差一點的飯店卻會顯得非常忙亂。記得有一次陪領導到一家地級城市的飯店調研，由於進店時人員較多，導致有的手拿房間鑰匙的服務員一下子找不到自己負責對應接待的客人，而把客人帶錯了房間。看來對這種接待，飯店和員工都還需要修煉。



經驗告訴我們，100個細節中只要有一二個由於粗心和疏忽出了問題，賓客在飯店的經歷便可能由愉快轉為不愉快，這也就是我們常說的 $100-1=0$ 。要知道，我們在評價一個人、一個單位、一次旅行、一樁買賣時，一般都只會記住最好的和最差的那一個細節。服務無大事，但小事都是大事。對細節的處理不僅體現飯店服務的質量和水平，而且也是飯店服務人員成熟程度的標誌。我們每一家飯店都應當像上述兩家飯店關注“襪子”和“口紅”那樣，重視細節、小題大做。注重細節、追求卓越，也應成為所有飯店和飯店員工的座右銘。



假日酒店：抓住需求這個重要商機



蒙斯·威爾遜

本刊編輯部

商規語錄：如想成為一名成功的商人，就必須時刻牢記一點：任何一件產品的出現，都是為了滿足顧客的需求。

提起“假日旅館”，人們都不會陌生。它是美國一家著名的連鎖汽車旅店，由建築商凱蒙斯·威爾遜先生創建於1952年。目前，假日酒店已經成為世界上第一家達到10億美元規模的酒店集團，它不但遍布美國高速公路可以通達的每個地方，還矗立在世界多個角落。假日酒店之所以如此成功，是因為創建人威爾遜給了它一個準確的定位：滿足顧客所有的需求。

威爾遜對假日酒店的正確定位，來源於他一次糟糕的旅行。1951年，威爾遜帶著家人興致勃勃地駕車來到華盛頓，他打算在此度過一個愉快的假日，可那裡的汽車旅館讓他大失所望：房間破舊簡陋，日用品也又髒又黑，甚至還發出一陣刺鼻的黴臭。當家人想洗澡休息一下時，這裡竟沒有這樣的服務，也沒有孩子們玩耍的場所。儘管如此，這家旅店的房租卻貴得驚人，除了每晚10美元的住宿費之外，每位小孩每天還要交2美元的小費……

面對如此糟糕的住宿條件，威爾遜與自己的家人變得毫無興致，最後，假期還沒有結束，他們便匆匆地打道回府了。這個糟糕的假期，使威爾遜憋了一肚子氣，但商人的本能使他很快平靜了下來。這時，一個大膽的構想出現在他的腦海之中——創辦一家能滿足顧客所有需求的汽車旅館。

有了這種想法的威爾遜開始調研，經過調查發現，當時的美國汽車旅館服務設施與服務質量都普遍低劣，因為這類旅館大多都是戰爭時期的產物。而那時的旅館也根本不愁沒有旅客，僅荷槍實彈的軍人就已經將所有的廉價旅館都擠滿了，正因為如此，旅館的老闆從沒有考慮過整理設施或提高服務質量。

由於美國經濟的飛速發展，乘坐火車外出的人已經越來越少，很多商人與旅客都自己開車四處遊逛了。此時的威爾遜在想：如果自己開一家汽車旅館連鎖公司，為那些喜歡沿著公路觀賞風景、消磨時光的旅客提供優質的食宿與周全的服務，一定能夠取得成功。

說乾就乾，隨後威爾遜便開始為自己的旅館做具體規劃：汽車旅館一定要分佈在公路沿線上，使經過公路的每一個人都能看見它；旅館不但要給旅客提供理想的住宿條件，而且還要為旅客提供享受與有趣的場所；新旅館的房間一定要設計得光線明亮、空氣流通、色調柔和，以使旅客充滿親切感；旅館的房間裡還要安裝空調與電視機，使飽覽沿途風光後的顧客能舒適地觀看節目。

不僅如此，每一個房間裡還要裝電話；旅館內要安置冰淇淋機與自助飲料販賣機，以便隨時為顧客提供服務；旅館餐廳的設計要豪華、漂亮，這樣可以增進顧客的食慾；餐廳的菜餚要包羅萬象，從小孩喜歡的牛肉餅到大人喜歡的牛排都必須準備，並且價格還要合理；旅館對小孩絕不額外收費，還要為孩子們準備一個可以盡情嬉戲的游泳池；旅客的小狗們也會有一個免費狗舍……

1952年，威爾遜將自己的設想變成了現實，他在進入孟菲斯主要幹道之一的夏日大道上，建造了自己的第一個汽車旅館，他為自己的旅館取了一個溫馨的店名：假日旅館。不久，開車外出的旅行者們便發現了這個想顧客之所想的新型旅店，經顧客們口碑相傳，假日旅館的生意越來越紅火。

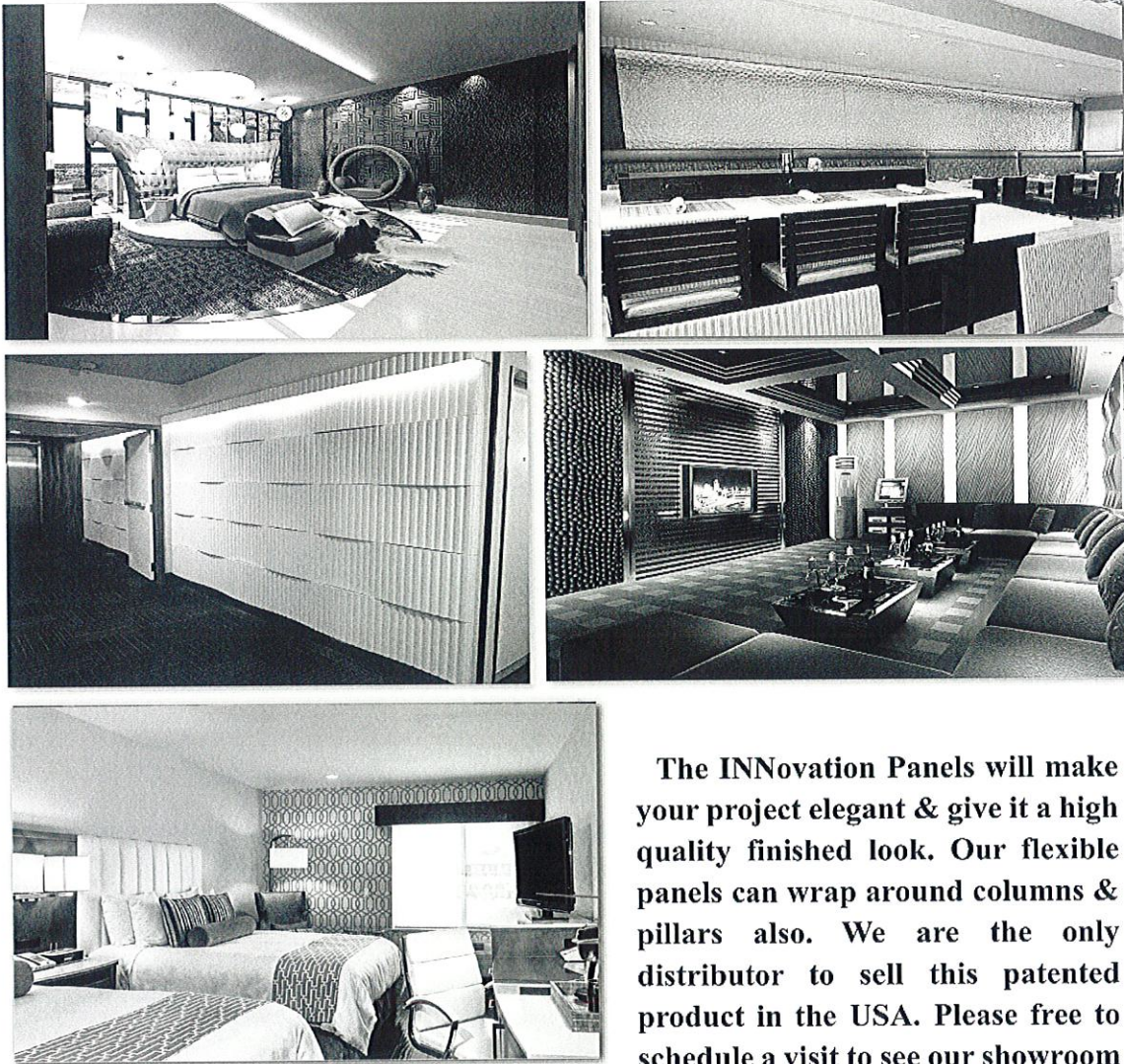


從那以後，假日旅館就成為旅行者們的首選，而其他顧客在這裡住了一次以後也都變成了常客。久而久之，假日旅館在顧客心目中留下了服務周全的良好形象。在“滿足顧客所有需求”的經營理念之下，假日旅館已經變成了一家大型的連鎖酒店企業，不但擴展到了美國的50個州，而且除南極以外的所有大陸上也都有它的影子，總計有1700多家。

商人在開發市場的過程中，如果產品被顧客認為可有可無或無關痛癢，即使這件產品再便宜、再優惠、再物超所值，他們都很難下定決心去購買。反之，當顧客認為商家所推薦的產品是他們迫切需要的、不可或缺的，那麼，即使產品本身並不那麼完美，他們也會迫不及待地去購買。由此可見，需求才是能夠快速打開顧客心門的金鑰匙，而假日旅館的成功，就是一個很好的證明。

在這個市場經濟的時代，很多產品都不是靠市場檢驗出來的，而是靠自己隆重推出來的。也正因为如此，大多數顧客的需求都是由商人自己製造出來的，這就像很多解決矛盾的高手，往往也都是製造矛盾的高手一樣。對於商人而言，不可能一眼就能看出來顧客的需要，因此，這就要求我們通過深入的觀察，去洞悉連顧客都沒有意識到的需求，才能在顧客的心目中佔據一個有利位置。

Amazing INNOvation Panels from KMK Supply Company

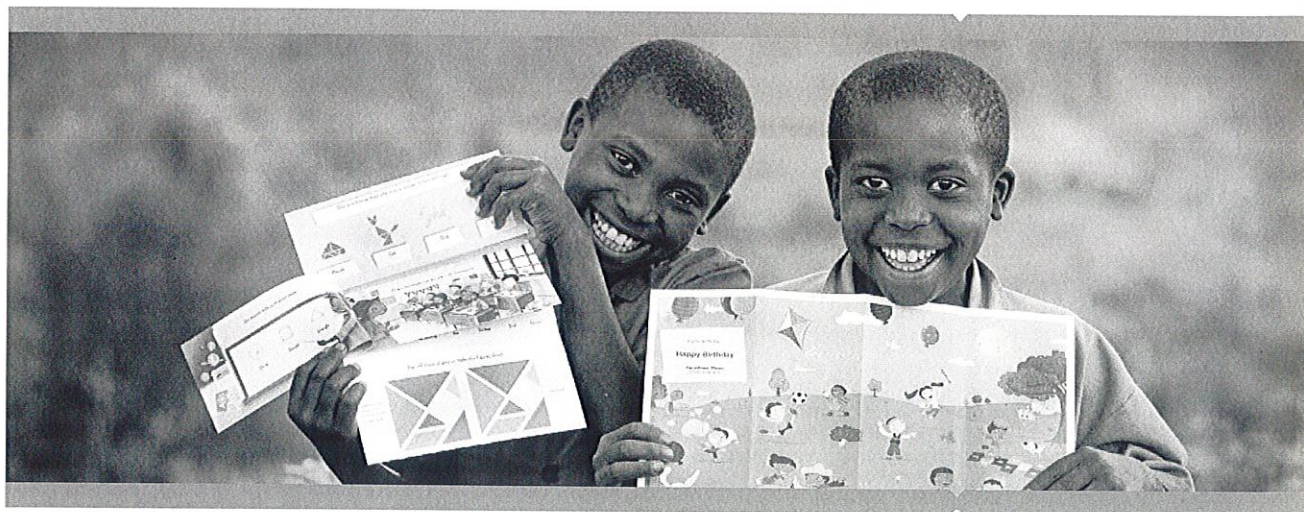


The INNOvation Panels will make your project elegant & give it a high quality finished look. Our flexible panels can wrap around columns & pillars also. We are the only distributor to sell this patented product in the USA. Please free to schedule a visit to see our showroom in Bellflower, CA

KMK Supply Company

9070 Rosecrans Ave, Bellflower, CA 90706

626-675-8989	<i>Brian Chan</i>	beatrading@hotmail.com
626-253-5388	<i>LuLu</i>	lulu@kmksupply.com
614-597-7792	<i>Avesta</i>	avesta@kmksupply.com



每個孩子都是寶

沒有任何一個孩子應該挨餓、飲用髒水而生病、死於可以預防的疾病、或是被剝奪接受教育的機會。然而，世界各地仍有數百萬兒童生活在令人心疼的貧困環境裡，他們脆弱無力，沒有保障，對美好生活的希望極為渺茫。

您可以伸出援手幫助一個珍貴的孩子創造更美好的未來，甚至許多其他有需要的兒童。World Vision (美國世界宣明會/展望會) 從多年經驗中學習到幫助一個孩子健康成長的最好方式，就是使他們的整個社區茁壯。

什麼是兒童助養計劃？

改變一個孩子生命的最佳方法，就是改變他們生活的世界。World Vision 兒童助養計劃以兒童為重點，以社區為基礎，目的乃幫助發展中國家的受助童及其家庭解決貧困的根源，並為他們建立一個自給自足的社區。

當您助養一個孩子，您每月\$35的助養金將與其他助養者的資金匯集起來，為兒童提供挽救生命的必需品如食物、潔淨用水、醫療保健和教育等。此外，您可以與您的受助童聯繫，建立持久的友誼，並觀察他們所居住的社區如何被改造。

為什麼選擇我們

超過60年歷史，備受全球信賴

World Vision 的兒童助養計劃已獲得超過100萬名捐助者、支持者和義工，以及在美國和世界各地數百個企業和政府機構的信任。在2012年，我們總營運經費的85%都投入於幫助有需要的兒童、其家庭和社區的計劃上。

與我們一起分享您的愛心

中文網站：chinese.worldvision.org

華語專線：1-888-511-6447

WYNDHAM HOTEL GROUP

The company to be with and stay with

At Wyndham Hotel Group, we're not content with being the world's largest* hotel company, we also want to be the best. Our goal is to find like-minded partners who are looking to form lasting relationships, and then provide the types of revenue-generating and cost-saving services that will make them want to remain a member of our family forever.

We invite you to join us as we continue to grow our diverse collection of 15 hotel brands across the globe.

WYNDHAM GUAYAQUIL GUAYAS, ECUADOR

To learn more, call 800-758-8999 or visit www.whgdevelopment.com

WYNDHAM

HOTEL GROUP

WYNDHAM
HOTELS AND RESORTS

WYNDHAM GRAND
HOTELS AND RESORTS

WYNDHAM
GARDEN HOTELS

TRYP
BY WYNDHAM

WINGATE
BY WYNDHAM

HAWTHORN
SUITES BY WYNDHAM

MICRÔTEL
BY WYNDHAM

DREAM
HOTELS

planet hollywood

RAMADA
WORLDWIDE

W
NIGHT

BAYMONT
INN & SUITES

Days Inn

Super 8

Howard Johnson

Travelodge

Knights Inn

*Based on number of hotels.

Offering by prospectus only. Wyndham Hotel Group, LLC, 22 Sylvan Way, Parsippany, NJ. 07054, 973-753-6600. ©2014 Wyndham Hotel Group, LLC. All rights reserved. All hotels are either franchised by the company, or owned and/or managed by Wyndham Hotel Management, Inc. or one of its affiliates.



Los Angeles/San Gabriel



**Hilton San Gabriel renovation
project, Sep 2014**

Furniture available

Choose from the room types:

- Standard King
- Junior King Suite
- Standard Queen
- Junior Queen Suite

**聖蓋博希爾頓換裝
房間家具全套出售**

四套房間可選:

- 標準單人房
- 單人套房
- 標準雙人房
- 雙人套房

CONTACT RONNY OR TONY (626) 576-8000
EMAIL: tcheng@landwincorp.com



PLUS

HERITAGE INN
RANCHO CUCAMONGA/ONTARIO

BEST WESTERN PLUS HERITAGE INN

LOCATION/TRANSPORTATION FACTS –

The Best Western Plus Heritage Inn offers free shuttle service within five mile radius of the hotel and to LA/Ontario International Airport and Ontario Convention Center which is only minutes from the hotel.

DINING/ENTERTAINMENT – Enjoy area attractions including Auto Club Speedway, Citizens Business Bank Arena, or an afternoon spent wine tasting at the Joseph Filippi Winery, or a round of golf at Empire Lakes Golf Course. Shopping galore in the city of Rancho Cucamonga includes walking in the outdoor upscale shopping center, home of the Bass Pro Shop, Victoria Gardens or the Ontario Mills Mall, which offers more than 200 outlet retailers. The hotel is within walking distance of a plethora of restaurants and shops.

ACCOMMODATIONS – The Best Western Plus Heritage Inn is 100% Smoke Free. We are centrally located right on Route 66 in the heart of Rancho Cucamonga, an ideal place to stay! In-room amenities include fully-equipped room accommodations with triple sheets, microwave, refrigerator, HDTV, coffee maker, iron and ironing board, and wireless Internet. Wake up each morning to our complimentary full hot breakfast served with Seattle's Best Coffee® and take time to unwind in our outdoor pool and heated spa.

MEETING FACILITIES – This hotel features more than 2,000 square feet of Meeting/Conference/Banquet Space which can accommodate 2-150 people. The hotel allows outside food and beverage to be brought in by a licensed catering company. For all of your AV needs we use an outside audio visual company. The AV equipment we have at the hotel is a screen, podium, speaker phone, television and DVD.

8179 Spruce Avenue
Rancho Cucamonga, CA 91730
909-466-3876; 800-682-7829
book.bestwestern.com



HOTEL MEETING SPACE AND CAPACITY

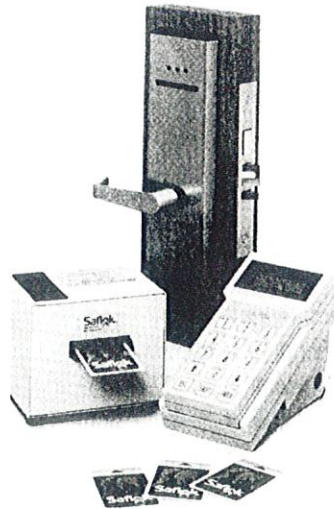
NAME OF ROOM	DIMENSIONS	CEILING	SQ FT	BANQUET	RECEPTION	THEATER	CLASSROOM	CONFERENCE
VIRGINIA DARE	50' X 26'	12'	1,300	96	96	150	75	45
HALF OF VIRGINIA DARE	15' X 26'	12'	650	46	46	75	45	24
HAYEN	32' X 26'	12'	830	50	50	72	24	35
HERITAGE	15' X 26'	12'	240	—	—	30	18	12

華美電子鎖公司

Royal Electronic Lock & Supply, Inc

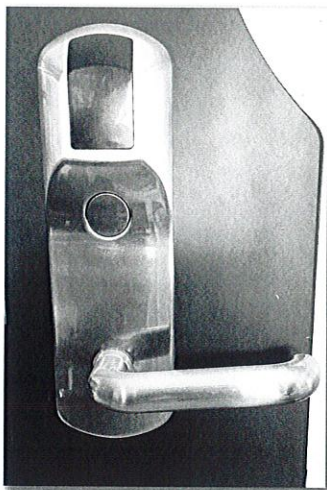
1538 E. Lincoln Ave. Anaheim, CA 92805

Locksmith Lincese No.: LC 04215



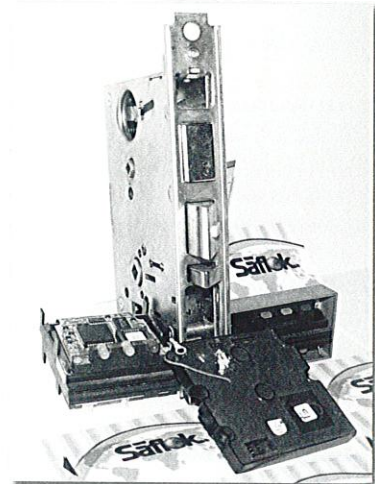
本公司獨家代理
SAFLOK LOCK電腦鎖
SAFLOK LOCK是所有
聯鎖旅館指定廠牌。

SAFLOK LOCK
任何相關零件
皆有銷售



進口電子鎖
磁卡
IC卡
感應卡 (RFID)
密碼鎖

\$95 up + Tax + Labor



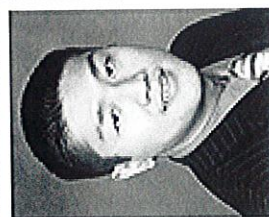
旅館客房專用保險櫃、機械鎖
提供安裝、維修、售後服務及鎖、零件供應！

國語電話：714.883.8000 Peter Cheng

English Tel：714.706.2615 David Cheng

Featured Properties

Sale, Leasing Management, Tenant Representation, Landlord Representation



Steve Liu
Vice President

949 468 2385 Direct
714 348 3547 Cell
s.liu@naicapital.com

DRE License #01323190

NAI CAPITAL - ORANGE COUNTY
4630 Von Karman Ave
Newport Beach, CA 92660
www.naicapital.com

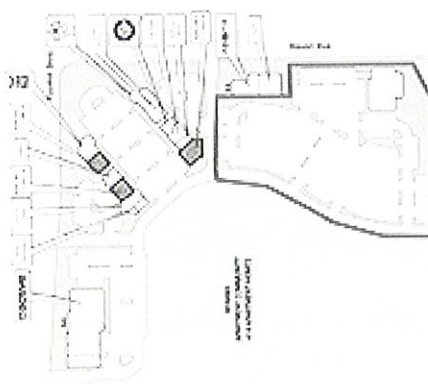
NAI Capital is one of the largest full-service commercial real estate brokerages serving Southern California, with 14 brokerage offices strategically located throughout Los Angeles, Orange, Riverside, San Bernardino, and Ventura Counties.

NAI Capital

Commercial Real Estate Services Worldwide

FOR SALE Rancho Cucamonga Town Square Development

- Hotel, Retail & Office Development Site
- 310,592 SF Lot
- Part of Larger 33.43 Acres Mixed Use Master Plan w/ 42,000 SF Retail and 414 Luxury Apartment Units
- Across Street From Civic Center & Court House
- Great Retail Corridor
- Level, Graded Site w/ Utilities



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

Get comfortable.®



Our Features

- Daily Complimentary Breakfast
- Complimentary High-Speed Internet Throughout the Hotel
- Full In-room Kitchens
- Health/Fitness Center
- Full Service Business Center With Complimentary Copying / Printing
- 24 Hour Convenience Store
- Complimentary Self-Serve Laundry
- Outdoor Swimming Pool
- Sports Court
- Barbecue Grill

Come and Stay at The Staybridge Suites Irvine East/Lake Forest we are conveniently located near the Irvine Spectrum, Foothill Ranch/Lake Forest, Mission Viejo and Rancho Santa Margarita business communities. The hotel is easily accessible by Highways 5 & 405, the 241 toll road, and we are just 14 miles from Santa Ana/Orange County-John Wayne Airport (SNA).

*Keep us in mind for your upcoming
Special Event*

Our Weekend Rates Starting at: \$99!!!

Call to reserve your group block.

If you book 10 rooms or more, we will offer you a complimentary meeting room for you and your guest to have an exclusive breakfast together!



**These rates are subject to availability and can be changed at any time prior to booking.*

**For reservations please contact Gloria Wu at 949-302-7708
2 Orchard, Lake Forest, CA 92630 TEL: 949-462-9500**



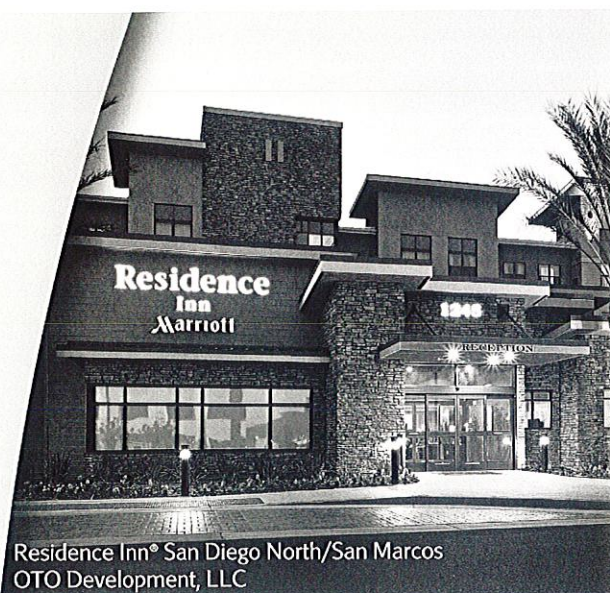
A World of Opportunity

世界的機會

With the most powerful brand portfolio in the world, Marriott sets the bar for the hospitality industry. Our relentless focus on innovation and action fuels the way we do business. Intuitive, innovative designs and thoughtful service touches deliver exceptional customer experiences, while world class reservations channels and rewards programs provide strong investment opportunities for our owners.

With more than 3,800 properties worldwide and the broadest portfolio in lodging, Marriott is the right choice for travelers and the right choice for your next project.

To learn more, visit MarriottDevelopment.com or call 301-380-6066.



Residence Inn® San Diego North/San Marcos
OTO Development, LLC



Courtyard® San Diego Oceanside
Apple Hospitality



Fairfield Inn & Suites® Los Angeles West Covina
Brighton Management, LLC

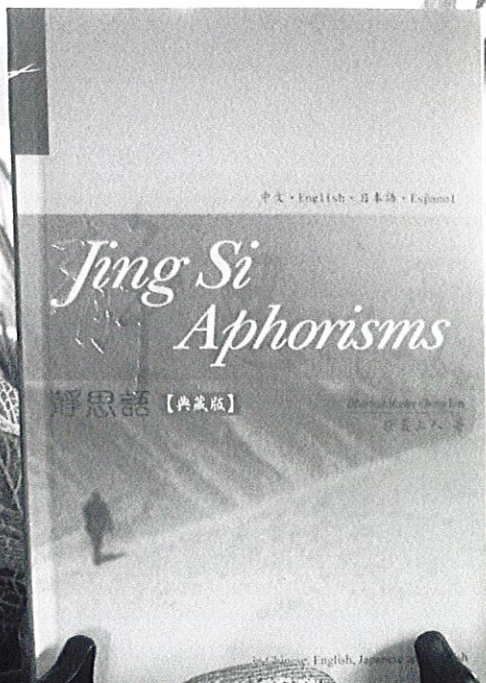




Buddhist Tzu Chi Foundation 佛教慈濟基金會
1100 S. Valley Center Ave. San Dimas, CA 91773
909.447.7799 | www.us.tzuchi.org
<http://jingsi.us.tzuchi.org>

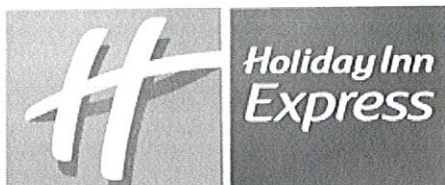
列名時代雜誌2011全球百位最具影響力的人物之一，佛教慈濟基金會創始人證嚴法師以簡明的話語道出世間的真理。典藏版《靜思語》今年正式走進全美各大旅館，為旅人洗滌勞頓的心靈，指引方向。

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

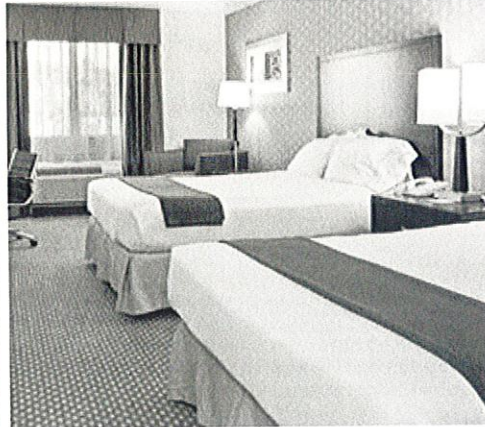
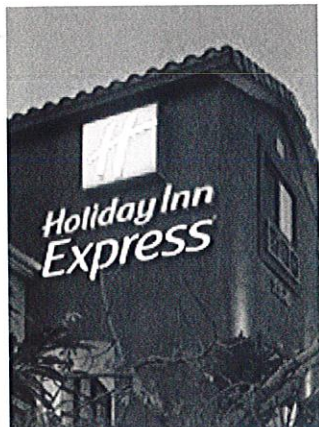
Inspiration in the Hotel Nightstand



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*

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，

84年
服務社會

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

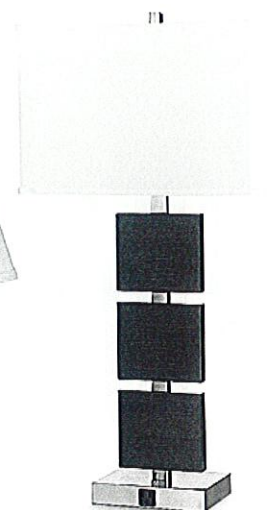
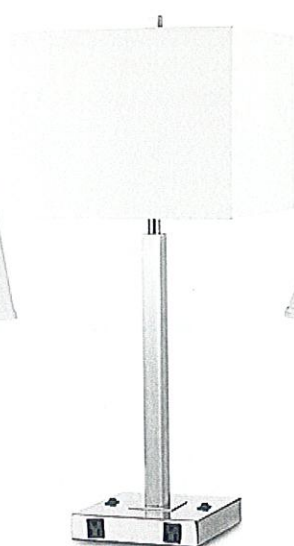
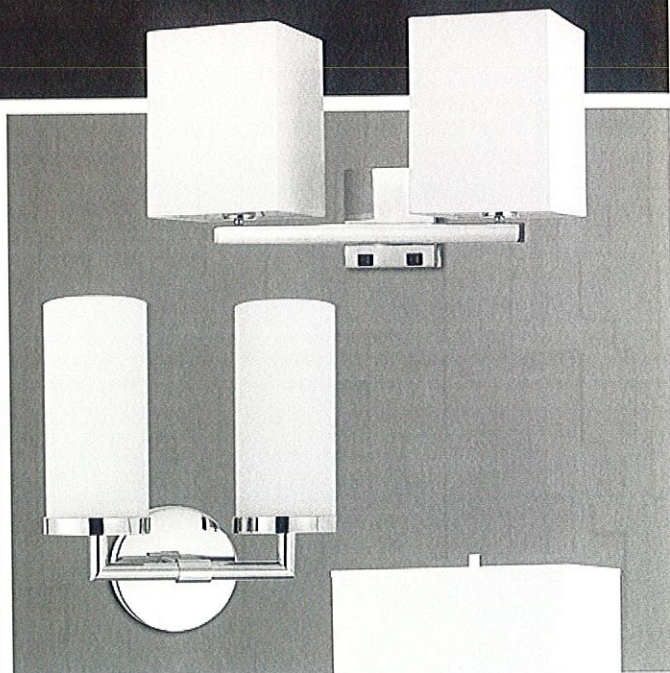
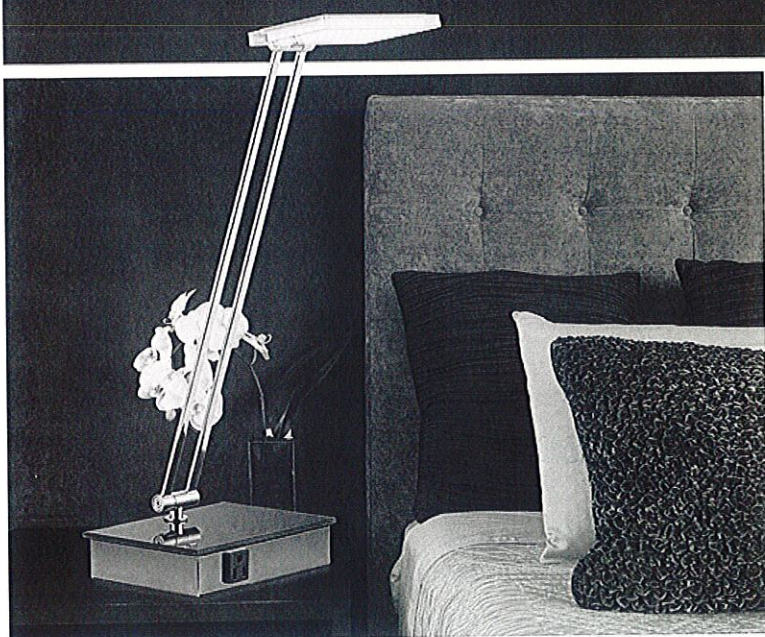
精通國、粵語

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

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

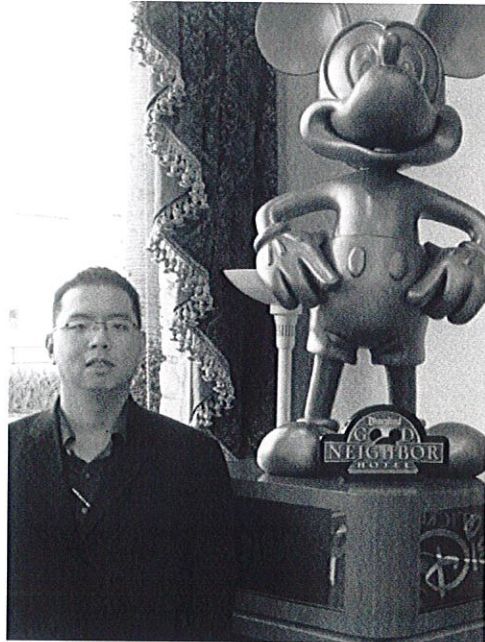


本公司專營商業、旅館等燈飾進口，並可專業為您量身訂做所需要的款式，種類繁多，歡迎蒞臨敝公司商品陳列室參觀指教。



Address: 3625 E. Philadelphia St. Ontario, CA 91761 Tel: 800.321.6677 Fax: 800.814.4946
Website: www.calighting.com E-mail: charles@calighting.com Attn: Mike or Charles

SUPER 8 - Anaheim



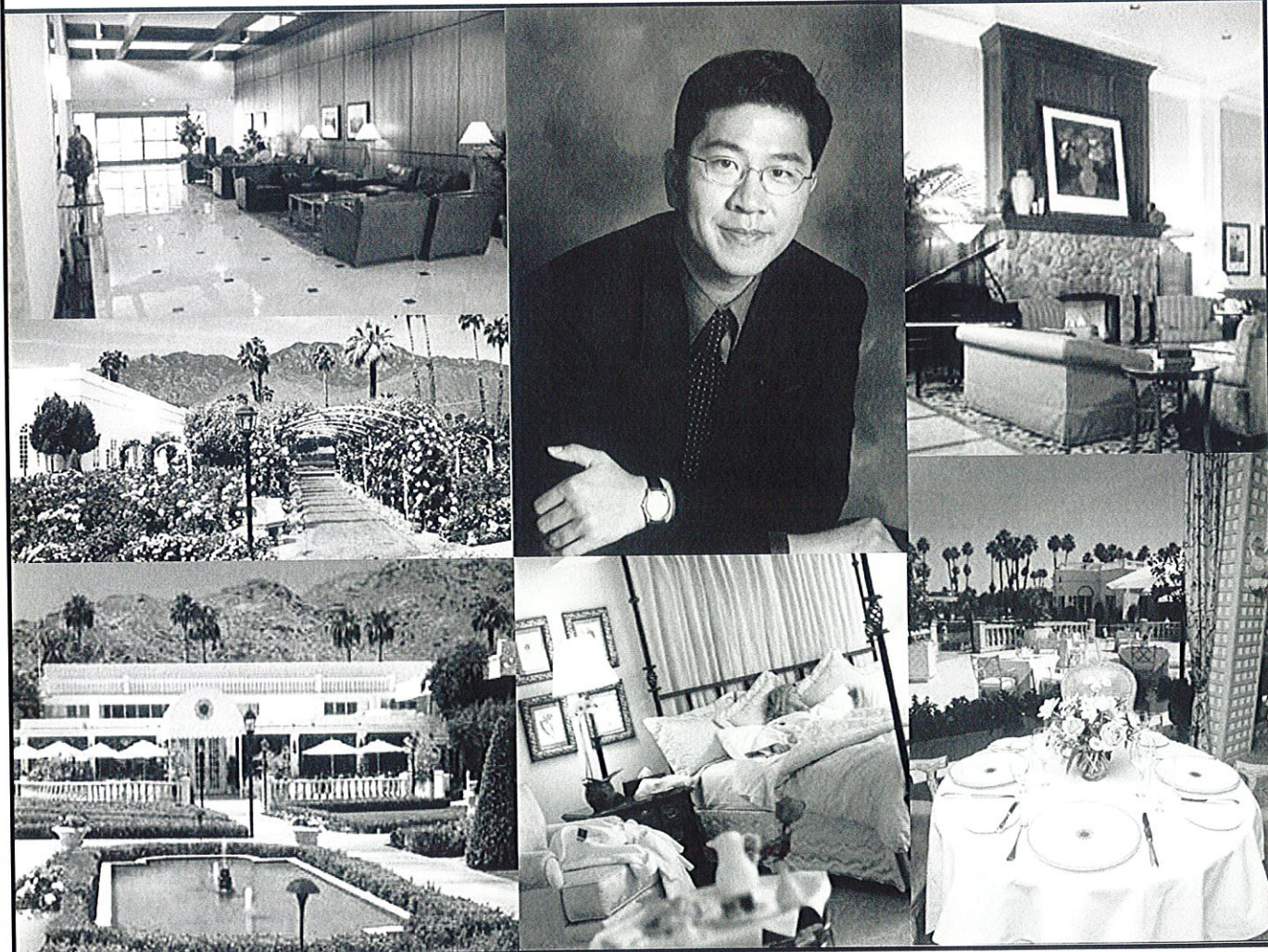
Super 8 Motel - Anaheim/Near Disneyland
915 S. Disneyland Dr. Anaheim, CA, 92801
Tel: 714-778-0350, Fax: 714-778-3878

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。

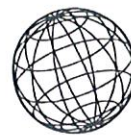
詳情請洽華裔經理/南加州旅館業同業公會 Wilson Wang 汪蔚興

1901 Main Street, Suite 175 • Irvine, CA 92614

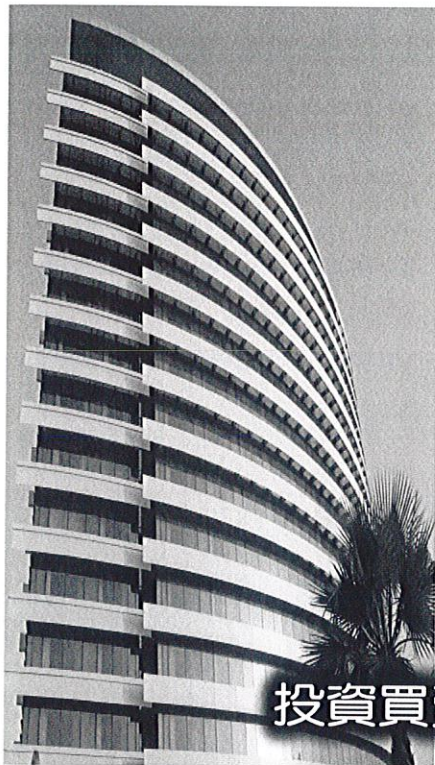
Telephone: 949.622.3400 Ext. 402 • Fax: 949.622.3410

Web: www.atlashospitality.com

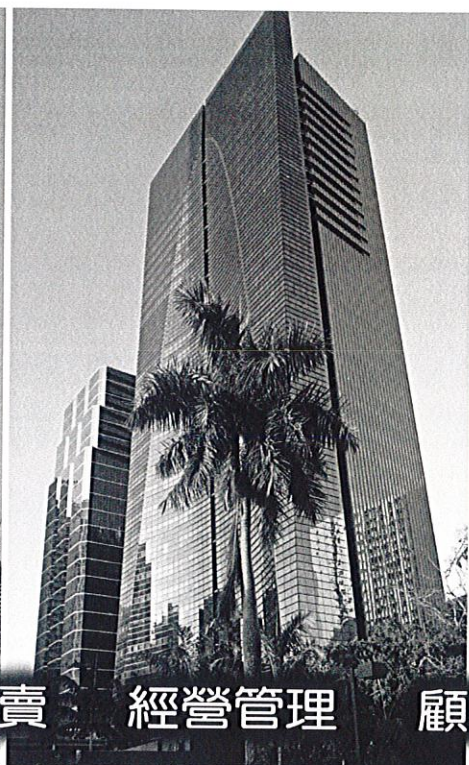
Email: wilson@atlashospitality.com



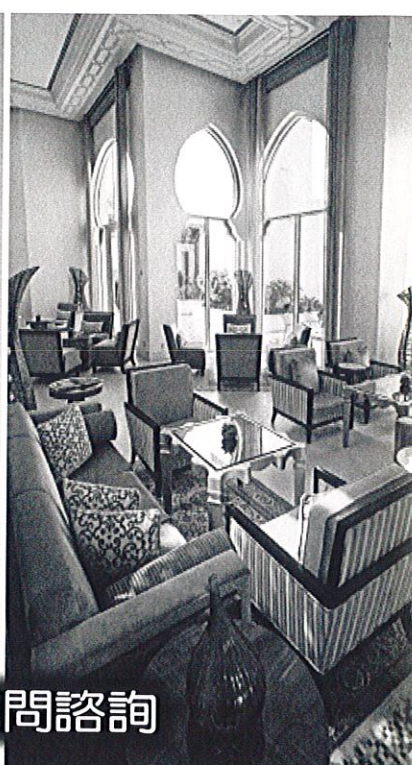
Atlas
HOSPITALITY GROUP



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 掌握最新市場先機
專業完整交易服務 親切效率誠信為本



法拍旅館交易



金龍旅館實業公司
INN-TERNATIONAL



Phone 323-268-8886 Fax 323-268-6188
www.vicinn7.com gwang@vicinn7.com
1455 Monterey Pass Rd., Suite 201
Monterey Park, CA 91754

華人最專業 汪俊宇

Proud to play a part in our community, here to play a part in your financial life

Since 1852, Wells Fargo has been helping families build, manage and preserve their wealth. Today, we are proud to continue our tradition of strong community partnership by saluting Taiwan Hotel & Motel Association of North America.

To learn more about how Wells Fargo Private Bank can help you achieve your financial goals, please contact:



David Lung
Vice President
(949) 253-4385
david.lung@wellsfargo.com

wellsfargoprivatebank.com

Wealth Planning • Banking • Trust • Investments • Insurance

Together we'll go far



Investment and Insurance Products:

► NOT FDIC Insured ► NO Bank Guarantee ► MAY Lose Value

Wells Fargo Private Bank provides financial services and products through Wells Fargo Bank, N.A. and its affiliates. Deposit and loan products offered through Wells Fargo Bank, N.A. Member FDIC. Insurance products are available through Insurance subsidiaries of Wells Fargo & Company and underwritten by non-affiliated Insurance Companies. Not available in all states. © 2012 Wells Fargo Bank, N.A. All rights reserved. NMLSR ID 399801



為什麼**廖彬淳**的顧客

總會主動介紹朋友給他？

因為他不僅專業，而且很用心。

廖彬淳(Benson Liao)在保險和投資理財方面擁有多年的純熟經驗，並且連續榮獲多項大獎肯定。然而最令廖彬淳引以為傲的並不在於得獎的光芒，而是真心贏得每一位客戶的信賴與友誼。這樣的熱忱與用心，讓顧客肯定的口碑成了他最好的宣傳。如果您對保險、理財方面有任何規劃需求，歡迎來電與廖彬淳聊聊。 **800-695-8676**



廖彬淳

Benson Liao, MBA

Agent for New York Life Insurance Company
CA. INSUR. LIC. #0B11311

服務項目：

- | | |
|-------------------------------|------------|
| 1. 人壽保險 | 5. 共同基金**# |
| 2. 健康保險* | 6. 退休金計劃 |
| 3. 緩稅年金：固定利息** (IRA、SEP、401K) | 7. 529教育基金 |
| 投資性**# | 8. 遺產規劃 |
| 4. 長期護理保險 | |

紐約人壽  傳家之保

*Products available through one or more carriers not affiliated with New York Life, depending on carrier authorization and product availability in your state or locality

**Issued by New York Life Insurance and Annuity Corporation(A Delaware Corporation)

**Offered by NYLIFE Securities, LLC (member FINRA/SIPC, a licensed insurance agency)

Registered Representative for NYLIFE Securities, LLC.

- * 加州大學商學碩士
- * 百萬圓桌終身會員獎[^]
- * Year 2013百萬圓桌頂尖會員獎
- * Year 2013紐約人壽國家最高品質獎
- * Year 2013紐約人壽優秀銷售獎

17506 Colima Rd, #200
Rowland Heights, CA 91748

電話：(626) 912-0688

傳真：(626) 912-6565

www.bensonliao.com

華人健保網站第一品牌
ANY 全民健保網
HealthInsurance.com



羅蘭崗 紐約人壽大樓

www.anyhealthinsurance.com

雇主的好幫手 專精團體保險

您真的買到最便宜、最適合您的醫療保險了嗎？
您為什麼常常覺得保險買錯了？為什麼這麼貴？

今天起，您可以不必再擔憂了~

全民健保網代理各大保險公司產品，
報價完全透明，讓您一目瞭然，
輕鬆省錢買保險！**歡迎來電！**

17506 Colima Rd, Suite #101 Rowland Heights, CA 91748

888-912-1288

www.全民健保.com

www.any24hours.com

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

Chris Chang Dumortier - 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.



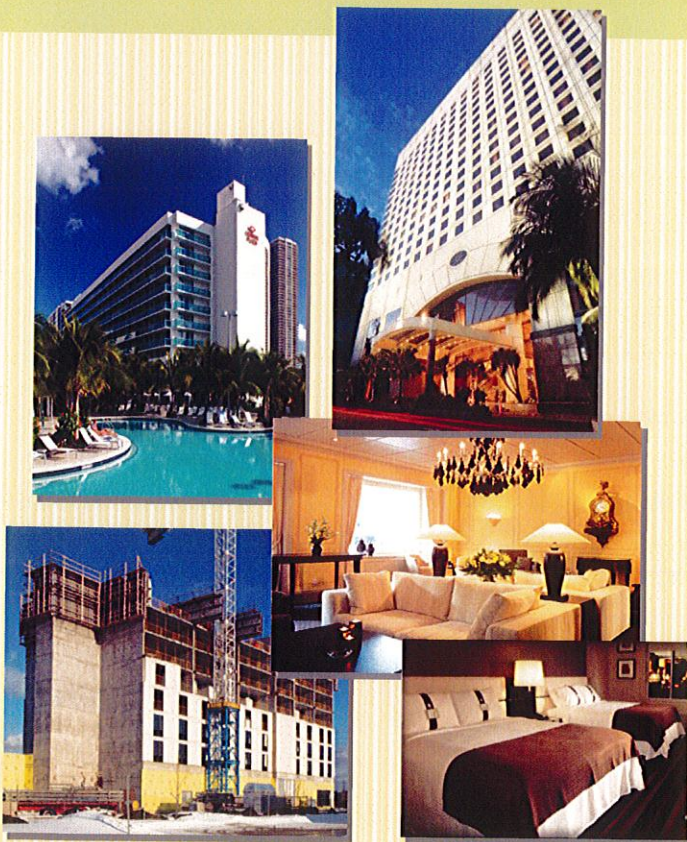
誠品商業保險



專業 呵護 用心
全方位的風險管理

1333 Westwood Blvd., Los Angeles, CA 90024
Phone: 310-866-6009 & 909-267-8810

www.grosslight.com
License: 0247283





Alliance

聯盟信用卡服務系統

全美24小時免費中文熱線
800-503-6222

特別感謝



我們可連結Shift4支付平台

Shift4可連結以下旅館軟體:

Micros, Galaxy Hotel, MSI, etc...

[以及全程負責到底的轉換服務]

我們的服務:

信用卡處理服務
POS電腦點餐/零售系統
網上刷卡設定服務
刷卡機及周邊產品
禮品卡
Yelp / Facebook 管理



聯盟信用卡服務系統, 提供旅館業者信用卡刷卡服務, 我們能夠整合與連結您旅館的訂房系統與刷卡系統, 設定您所需要的程式功能, 本公司亦提供刷卡周邊相關設備, 包括讀卡機、按密碼機、帳單印表機等, 我們專業的技術人員會負責全程的系統轉換服務, 讓您可以輕鬆的開始接受信用卡付款方式。

除了信用卡刷卡服務, 我們也為您旅館內的餐廳、SPA或零售店等, 提供全方位的POS (Point Of Sale) 電腦作業系統。隨著不同的用餐環境及不同的菜單需求, 我們可以為店家設計電腦點餐服務, 設定多種打單功能, 讓您可以靈活操作點餐系統。我們也能為您客製化零售商店的POS系統, 設定銷售管理功能, 包括存貨管理, 營業報表等, 簡易操作的介面讓您可以輕鬆上手。



Authorize.Net
a CyberSource solution

www.alliancebankcard.com

天眼計劃



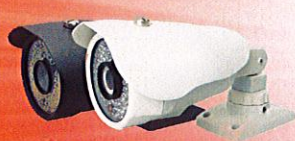
www.supermatrixcomm.com
2311 Durfee Ave. El Monte, CA 91732
Tel: (626)618-0600
E-mail: info@supermatrixcomm.com

治安不好, 想為您的公司或住家
裝一套監視保全系統, 嚇阻宵小的
蠢動及保障家人及財產安全嗎?



慶祝超矩陣電訊成立滿十周年

只要您向我們購買及安裝監視系統, 不限監視器數量,
一律折價**\$100.00** 或贈送**19" LED Monitor**一台!!!
數量有限, 請馬上行動! 電洽 **626-618-0600**



Sun Moon Lake, Nantou
The pristine waters of Sun Moon Lake lap at the shores of tiny Lalu Island

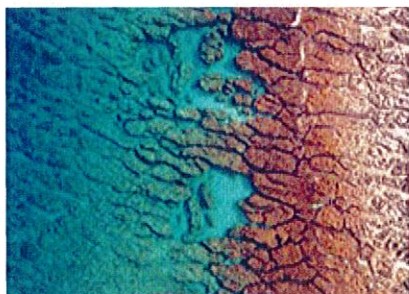


A TTB advertisement

The Heart of Nature

Dive into Taiwan

At first sight of its crystalline lakes and lush gorges, it's abundantly clear why Portuguese explorers called Taiwan 'Formosa', or 'beautiful island'. Two-thirds cloaked by verdant mountains, its eight national parks offer a stunningly diverse landscape to explore, from climbable cliffs and volcanic craters to white coral beaches and tropical forests. On land or on water, it's time to discover one of nature's least-known playgrounds in Taiwan.



Little Liuqiu, Dapeng Bay
This spectacular coral islet boasts azure waters and shell-strewn sandy shores.

Taiwan
THE HEART OF ASIA



攜手大通 邁向成功

Your Path to Success



Headquarter

1744 S. Nogales St.
Rowland Hts, CA 91748
Tel: 626-820-1099
Fax: 626-820-1399

Irvine

5404-C Walnut Ave.
Irvine, CA 92604
Tel: 949-769-8888
Fax: 949-769-8885

Administration Office

1725 S. Nogales St., Suite 100&101
Rowland Hts, CA 91748
Tel: 626-363-8878
Fax: 626-363-8885

Rowland Heights

1744 S. Nogales St.
Rowland Hts, CA 91748
Tel: 626-820-1234
Fax: 626-820-1299

Arcadia

1127 S. Baldwin Ave.
Arcadia, CA 91007
Tel: 626-461-0288
Fax: 626-461-0299

San Gabriel

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

WWW.FGBUSA.COM



Member **FDIC**

CF Kent Custom Series
肯特家具客制系列

www.cfkent.com
info@cfkent.com

CF KENT

美國肯特酒店家具專業製造廠

5822 Smithway Street | City of Commerce | CA 90040

TEL: (323) 346-2500 | FAX: (323) 346-2700

GEO

Simple, Customizable, Reliable

1. Select Series
2. Choose Finish
3. Customize
4. Sit Back and Relax

Where Quality meets Reliability

CF Kent 公司是美國希爾頓集(Hilton), 萬豪(Marriott), 喜來登(Starwood Sheraton)等五星級酒店的合約供應商 (Approved Vendor), 過去五年已完成希爾頓260家, 萬豪以及喜來登等135家的家具工程。

我們也完成了Holiday Inn Express, Best Western, 以及Ramada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司會的特約供應商。

我們接受室內設計師任何指定規格要求產品。

歡迎至City of Commerce的工廠及 Show Room參觀洽談。

MIDDLETON

CHICAGO

LITTLE PARIS

ASHTON