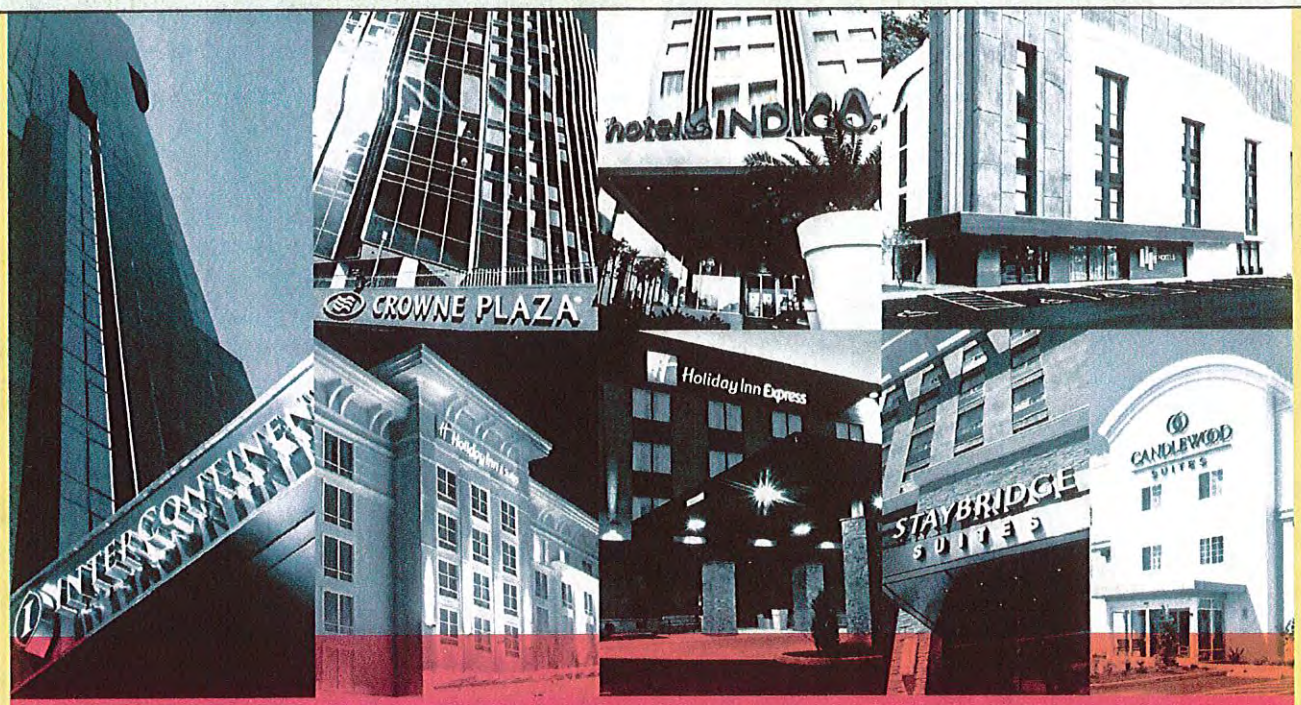
南加州台灣旅館業同業公會

年會特刊

43rd Anniversary

JUNE 2018

43RD ANNUAL CONVENTION 四十三週年慶 Issue Number 153



Award-winning brands.
Strong market positioning.
Loyal guests.

IHG® offers a broad portfolio of preferred brands and effective operational support, including access to the largest hotel guest loyalty program, IHG® Rewards Club. Our focus is on developing strong relationships with owners and helping them maximize their potential. We also understand guests' needs because we've taken the time to understand their unique differences in order to provide the right hotel choice to accommodate their needs for any occasion.

Develop your next project with us.
As leaders in the hospitality industry we have a solid understanding of owner and guest needs.
Contact us today: 1.866.933.8356 | development.ihg.com | development@ihg.com

IHG InterContinental Hotels Group

InterContinental · HUALUXE · CROWNE PLAZA · hotel INDIGO · EVEN HOTELS · Holiday Inn · STAYBRIDGE SUITES · CANDLEWOOD SUITES · IHG Rewards Club

ALLIANT SPECIALTY

For Real Estate and Commercial owners and developers who demand their risk management advisors truly understand their business.



Chris Chang Dumortier 張郁芬
D: (213) 406-8740
C: (310) 866-6009
chris.chang@alliant.com



Sean Chang 張永祥
D: (213) 406-8745
C: (909) 267-8810
sean.chang@alliant.com

Alliant Insurance Services, Inc.
333 S. Hope Street, Suite 3750 | Los Angeles, CA 90071
www.alliant.com/construction
construction@alliant.com

Alliant

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 許清松	邱垂煌、許清松 林宣昭、盧景林	2005-2007
第三十三屆-三十四屆	汪俊宇 / Gerald Wang	范約瑟 盧景林	邱垂煌、許清松 林宣昭、范約瑟	2007-2009
第三十五屆-三十六屆	鄧永征 / Nicolas Teng	汪俊宇 范約瑟	邱垂煌、許清松 林宣昭、范約瑟 汪俊宇	2009-2011
第三十七屆-三十九屆	汪蔚興 / Wilson Wang	許清松 林宣昭 范約瑟	邱垂煌、許清松 林宣昭、范約瑟 汪俊宇、鄧永征	2011-2014
第四十屆-四十二屆	王政煌 / Michael Wang	汪蔚興	邱垂煌、許清松 林宣昭、范約瑟 汪俊宇、鄧永征、汪蔚興	2014-2017
第四十三屆-四十四屆	李德揚 / Terry Lee	王政煌	邱垂煌、許清松 林宣昭、范約瑟、汪俊宇 鄧永征、汪蔚興、王政煌	2017-2019



A message from President

Terry Lee, President of THMASC

會長 李德揚

旅館公會的第43屆不知不覺的走過了，幸運的是這一年旅館業一般來說都維持不錯的業績，雖然貸款利息有所上升，最低工資也逐年上漲，但是我們的住房率和房價也呈現一定的成長，所以對我們並沒有造成大的波動。新建旅館在美國沉寂了很長一段時間，但是這一兩年我們看到很多的新的旅館出來了，聖蓋博谷附近正在興建以及籌建的旅館有十幾家，尤其是Limited Service Hotels 更如雨後春筍一般活躍在市場上，一年以後我們預見很可能會造成同業之間強烈的競爭。最近購買現成旅館和新建旅館的價差已經越來越近了，但是投資旅館的回報率在商業房地產裡面還是屬於很健康的，這一年來市場已經漸漸轉為賣家的市場，專家的預測來年經濟的走勢應該不會有太大的變化。

旅館市場上近來能夠對我們某些生意造成負面影響的就是airbnb的快速崛起，現在連在地的房地產中介都在集合空置的住宅投入airbnb的經營，因為政府對這個新興行業尚未有完善的法規來監控，所以不時也有治安，擾民，糾紛的發生，最近許多城市對airbnb已經開始立法管制，例如有些城市規定加建單位不得做短期出租，沒有屋主在場的獨立單位不得從事airbnb租壬等，慢慢的這些規範都會逐漸的浮現，這是對我們旅館的經營是比較有利的。

公會一年來除了支持中華民國政府以及配合本地僑團舉辦的各類公益活動例如國慶晚會，升旗典禮，僑務委員吳委員長的座談會，金龍大遊行，拜訪洛杉磯經文處，組團參加經文杯高球賽，配合本地社團台灣會館，台美商會，會計師協會，大洛杉磯旅館協會，大專聯合校友會等的各項慶典；除此以外，我們自己也推動及參與了許多有意義的活動，其中包括2017年10月希爾頓的年會，年底組團參加CLIA在北加州的年會及商展，支持嚴長壽先生的公益平台來美的大型演說會，在洛僑中心舉行教育性的座談會，世界日報舉辦的Hotel Franchise專訪，歡迎關渡勇士龍舟隊來美比賽，青年團與北美聯合總會到台灣拜訪並順道去日本旅遊，在爾灣希爾頓的新春晚會，今年4月的慈善高爾夫球賽（捐助台灣公益平台8萬美金），協同Westin Bonaventure Hotel 繼續接辦幫助台灣貧苦學生來美遊學，完成公會網站的修復並充實內容，5月中公會的會員大會，歡送夏季昌處長的宴會，迎接新任朱文遠處長等等許多聚會，在今年的年會之後，我們還會組團參加美南姐妹會在休斯頓的大會，接著會參加北美旅館公會在紐澤西舉辦的年會，在此也非常感謝各位理事熱心的參與。

由於大家的支持，我將繼續服務公會擔任一年的會長，我寄望在未來公會能夠有新生代來接任，一起努力，共同打造公會的未來。

CONTENTS

3 歷任會長芳名錄

4 會長的話

6 總統及長官賀詞

13 第四十三屆理事名單

17 會員福利

21 會務活動

42 用心管理 收穫人心

44 旅館業最經典的二十句話

46 酒店管理篇之“六個意識”

48 酒店優秀人才從哪裡來？

51 如何處理客人的投訴

53 如何提高房費總收入的同時，又提昇平均房價

55 中、美、日的管理哲學有何不同

58 混合雲PMS白皮書

61 如何做個成熟的管理者？

63 酒店管理新理念，你Out了嗎？

66 細節決定成敗

68 細節中看數字酒店管理水平

69 白手起家需要什麼？

73 酒店經營管理的九個方面

75 希爾頓企業文化與經營理念簡介

79 酒店銷售管理工作六大忌

43rd Anniversary

第153期 2018 年 6 月出刊

Our Team

發行人： 李德揚

召集人： 陳柏睿

執行編輯： 柯欣侑

編輯委員： 王政煌、邱垂煌、許清松、林宣昭、范約瑟、汪俊宇、鄧永征
汪蔚興、徐明豐、廖彬淳、呂世豪、施吾樺、鄭春暉、劉明岳
郭學仁、陳大偉、張端心、王得全、林世隆

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

南加州臺灣旅館業同業公會四十三週年年會紀念

鴻績惠僑

蔡英文



中華民國一〇七年五月

英文 用箋

南加州臺灣旅館業同業公會第四十三屆年會誌慶

經商新世界
致富大臺灣

中華民國
外交部部長 吳釗燮 敬賀

南加州臺灣旅館業同業公會
創會四十三週年誌慶

近悅遠來
臻榮商旅

僑務委員會
委員長 吳新興 敬題

南加州台灣旅館業同業公會
創會四十三週年年會紀念

開創新猷

交通部觀光局局長 周永暉 敬賀

美國南加州台灣旅館業同業公會創會第四十三周年年會誌慶

萬客雲集
為善最樂

駐洛杉磯臺北經濟文化辦事處處長 朱文祥 敬賀

中華民國一〇七年六月十日

南加州臺灣旅館業同業公會創會四十三週年年會特刊紀念

群英薈萃

僑務委員會美國地區業務總協調
暨洛杉磯華僑文教服務中心主任
翁桂堂



中華民國一〇八年六月十日

姐妹會　南加州台灣旅館業同業公會
第四十三屆年會特刊誌慶

齊心協力
共創商機

美南台灣旅館公會

姐妹會—南加州台灣旅館業同業公會
第四十三屆年會誌慶

新猷展佈
嘉惠同業

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
創會第四十三週年大會誌慶

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 劉季強 暨全體理監事　敬賀

南加州台灣旅館業同業公會 第四十三屆理事名單

Chairman	理事長	王政煌	Mr. Michael Wang	5325 E. Pacific Coast Hwy, Long Beach, Ca 90804 (O)562-597-3285 (F)5624987167 mwang@venquest.com
President	會長	李德揚	Mr. Terry Lee	345 Figueroa St, Suite#100, Los Angeles, Ca 90071 (O)213-680-8811, (F)213-680-9134 terry@apccusa.com
Consultant	會務顧問	邱垂煌	Mr. Chris Chiu	2 Orchard Lake Forest, Ca 92630 (O)949-462-9500. (F)949-273-5898 chiulaxst@yahoo.com
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	林宣昭	Mr. Herman Lin	9335 KearnyMesa Rd. San Deigo , Ca 92126 (O)858-695-2300 , (F)858-578-7925 herman.lin@yahoo.com
Consultant	會務顧問	范約瑟	Mr. Joseph Fan	21725 E. Gatway Center Dr, Diamond Bar, Ca91765 (O)909-860-6255 , (F)909-612-5730
Consultant	會務顧問	汪俊宇	Mr. Gerald Wang	1455 Monterey Pass Rd. #201, Monterey Park Ca (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
Consultant	會務顧問	汪蔚興	Mr. Wilson Wang	1901 Main St Suite #175 Irvine, Ca 92614 (O)949-622-3402 Wilson@atlashospitality.com
Vice Persident	副會長	徐明豐	Mr. Peter Zen	404 Figueroa St Los Angeles, Ca 90071 (O)213-624-1000
Vice Persident	副會長	廖彬淳	Mr. Benson Liao	17506 Colima Road, Suite#200, Rowland Heights, Ca (O)626-912-0688, (F)626-912-6565
Vice Persident	副會長	呂世豪	Mr. Harry Leu	18812 Ashley Pl, Rowland Heights, Ca 91748 (O)626-820-1099, (F)626-820-1399
Vice Persident	副會長	陳伯睿	Mr. Kevin Chen	915 S. Disneyland Dr, Anaheim , Ca 92801 (O)714-778-0350, (F)714-778-3878 Kchen@super8motel.
Financial	財務長	施吾華	Mr. William Sze	13200 Crossroads Pkwy N. #260 City Of Industry, Ca
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	788 Huntington Dr. Monrovia, Ca 91016 (O)626-358-8984, (F)626-301-0657
Director	理事	郭學仁	Mr. Simon Kuo	26328 Oso Parkway, Mission Viejo, Ca 92691 (O)949-582-7100, (F)949-367-7696 Simonkuo9@yahoo.com
Director	理事	陳大偉	Mr. Derick Chen	611 S. Westlake Ave, Los Angeles, Ca 90057 (O)213-483-6262
Director	理事	張端心	Ms. Annie Chang	25205 La Paz Road, Laguna Hills Ca 92653 (O)949-586-5000, (F)949-457-0610 achang416@gmail.com
Director	理事	林世隆	Teddy Lin	9335 KearnyMesa Rd. San Deigo , Ca 92126 (O)858-695-2300 , (F)858-578-7925 herman.lin@yahoo.com
Secretary	總幹事	柯欣侑	Anita Ko	1045 E. Valley Blvd #A212, San Gabriel , Ca 91776 (O)626-280-2207, (F)626-280-2243 thmasc1688@gmail.com

美南台灣旅館業同業公會

第二十六屆理事名單

會長	葉德雲	Daniel Yeh
副會長	吳國寶	Roy Wu
榮譽理事長	陳美芬	Mei-Fen Chen
理事長	周雲	Judy Wong
秘書長	何怡中	Annie Yen
財務長	李桂玲	Gui-Ling Li
理事	許文忠	Steve Hsu
	黎淑瑛	Sue Hsu
	李昭寬	C.K. Lee
	葉宏志	William Yeh
	陳清亮	Chin Lian Chen
	張榮森	John Chang
	嚴杰	Roger Yen
	陳詩章	Sam Chen
	賴李迎霞	Ying Lai
	賴清陽	Andy Lai
	周百淮	Pierce Chou
青年理事團 團長	蔡維妮	Winnie Tsai
青年理事	許書郡	Kathy Hsu
	許書瑜	Jeni Hsu
	嚴歡	Karen Yen
	嚴威	Kevin Yen
	吳珮璜	Eric Wu

台北市旅館商業同業公會第15屆理監事名單

理 事 長	劉季強	台北商旅慶城館
常務理事	丁昌發	內江賓館
常務理事	韋建華	北門旅社
常務理事	郭碧琴	儷園飯店
常務理事	賴雅莉	宣美飯店
常務理事	呂自修	愛客發商務旅館
常務理事	章少琴	酩月大飯店
理事	王冠富	帥客大飯店
理事	陸西亞	台北馥敦飯店南京東路分公司
理事	高英然	上賓大飯店
理事	潘彥豪	惠安賓館
理事	邱英琪	大來商旅
理事	林天鵬	意芙旅店
理事	盧清芳	愛芝園旅館
理事	陳宇倫	萬事達行旅
理事	莊豐如	六福居
理事	葉智超	天津大飯店
理事	游世全	玫瑰精品旅館
理事	林家頡	熱海大飯店
理事	簡良憲	丰居旅店
理事	陳宗興	首都飯店集團
理事	廖炳燿	福泰飯店
理事	黃彥康	探索旅館集團
理事	趙一任	台北臥客國際有限公司
理事	黃仕旻	密都飯店
常務監事	邱樂芬	香城大飯店
監事	陳容而	台北綠蒂(盟城大飯店)
監事	張嘉芳	新樂町精緻旅居
監事	陳淑媛	國宣大飯店
監事	魏秋富	青旅商旅
監事	陳尚志	統一大飯店
監事	方素蝶	皇家季節酒店有限公司
秘 書 長	陳冠勳	
總 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
副理事長	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	鼓山區中華一路113號	553-0088
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	香堤時尚旅館	橋頭區鐵道北路33號	611-7166
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	檳城汽車旅館	前鎮區樹人路126號	831-2250
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	香格里拉旅舘	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	鳥巢旅舘	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

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、器官移殖免費。
20. 買藥$15/$30/$50。（普通藥／有牌子藥／非一般建議使用藥）。有牌子藥年自付額$150.

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

二、 保險費用（每年九月一日調整一次）

個人 $343.13
個人＋孩子 $651.95
個人＋配偶 $748.02
全家 $1063.70
另加$10手續費每個月。

三、 申請方法

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

四、 付保險費方式

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

五、 常問問題

1. 過去有病歷，已經懷孕，年齡超過65歲時，是否可投保？

馬上加入旅館公會成為會員，每年按時繳會費便可申請。

2. 可否只替經理、會計等主要員工申請？

只要你是旅館公會會員，投保人只要個別填寫申請表來申請。

3. 65歲以上是否要退保？

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

4. 替員工買保險，對僱主有什麼好處？

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

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



2017 年會報導

06/09/2017







2017 年會報導

06/09/2017













2017 年會報導

06/09/2017











2017 年會報導

06/09/2017





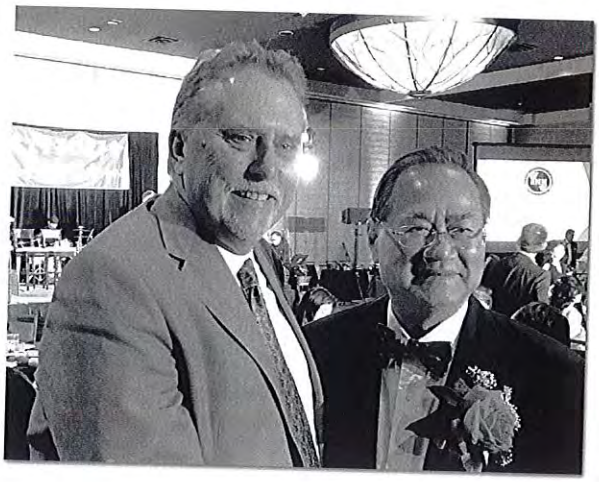






2017 年會報導

06/09/2017













歡迎台北關渡勇士龍舟隊

07/27/2017







國慶晚會

10/06/2017





國慶晚會

10/06/2017





嚴長壽洛杉磯公益演講









嚴長壽洛杉磯公益演講









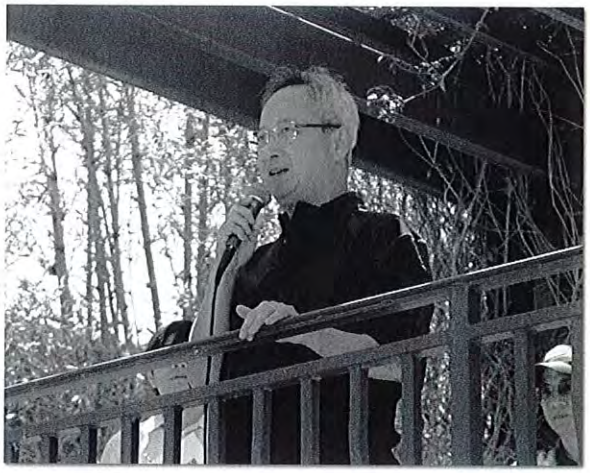

一場溫暖人心的演講
在世界地圖上找到自己
嚴長壽先生訪美演講－洛杉磯
HUATUNG ENGLISH CAMP 2016
嚴長壽先生洛杉磯公益演講


公益平台文化基金會 國際分會
撒一顆種子，讓希望發芽
搭一個平台，讓夢想飛翔
HUATUNG ENGLISH CAMP 2016

慈善高爾夫球賽

04/18/2018







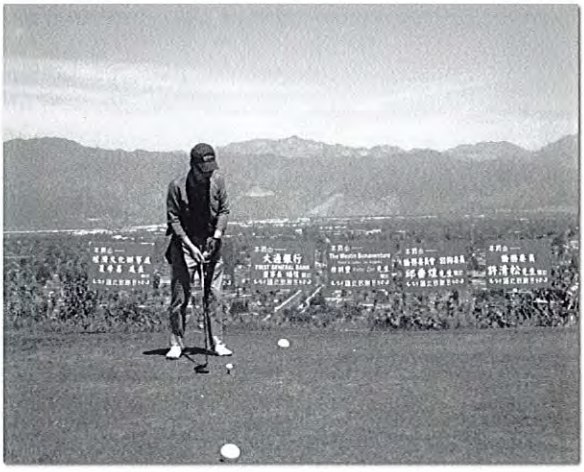


慈善高爾夫球賽

04/18/2018













慈善高爾夫球賽

04/18/2018













慈善高爾夫球賽

04/18/2018













慈善高爾夫球賽

04/18/2018











慈善高爾夫球賽

04/18/2018





慈善高爾夫球賽

04/18/2018











座談會

01/24/2018









歡送夏處長

05/15/2018











會員大會

05/15/2018











朱文遠處長拜訪旅館公會

06/05/2018







朱文遠處長拜訪旅館公會

06/05/2018









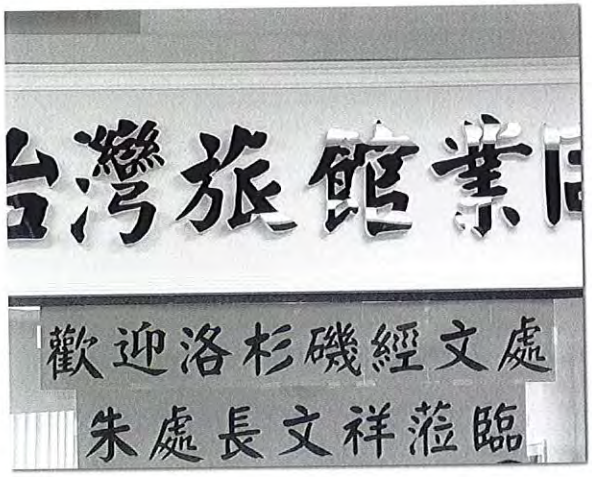
朱文遠處長拜訪旅館公會

06/05/2018











用心管理 收穫人心

本刊編輯部

管理者怎樣才能收穫人心？答案是：用“心”去管理。

只有用“心”管理，才能將心比心，以心換心，從而收穫人心。

想要收穫人心，具體來說，管理者需要具備以下八種心態。即：尊重之心、期望之心、合作之心、溝通之心、服務之心、賞識之心、授權之心以及分享之心。

尊重之心

尊重是一切社會活動的基礎，管理尤其如此。管理者應像尊重自己一樣尊重員工，始終保持一種平和的心態。更多強調員工的重要性，強調員工的主體意識和作用，這樣才能讓員工感覺到被尊重，員工才能從心裡願意和你共事，為企業的發展出謀劃策。

期望之心

“菲格曼聯效應”常常用來闡述期望的效果。菲格曼聯是希臘神話中塞浦路斯國王，擅長雕刻。有一次，他雕刻了一個美貌的少女並且愛上了她，他熱戀自己所雕的少女像，天天守護在少女像的身旁，一刻不離左右，愛神阿弗洛狄忒為其真情所感動，賦予雕像以生命，使兩人結為夫婦。

這個故事給管理者的啟發是：當你不斷地對員工表達期望的時候，就有可能收到意想不到的管理效果。這是因為，當你表達對員工的期望時，他們的潛能就可能被激發出來，釋放出巨大的能量。不過，值得注意的是，你要通過恰當的方式讓員工知道你對他的期望。

合作之心

如果用一個詞重新定義管理者與員工之間的關係，那便是：合作。

現代管理者應該具備和員工的合作之心。這是因為，管理者只有和員工站在平等的地位，把員工當成工作中不可缺少的合作和夥伴，注意培養員工的主動性和自我管理能力，把員工培養成工作的盟友，才有助於提高績效水平。

溝通之心

溝通是管理的常用方法，也是諸多問題的癥結所在。如果溝通做好了，很大程度上可以幫助你處理人際關係，完成工作任務，達到績效目標。相反，如果溝通不好，則可能會讓許多意想不到的問題，造成管理混亂，效率低下，甚至員工離職等問題。

一旦你掌握了溝通的技巧並能熟練運用，你將會把工作當成一件快樂的事情。因此，現代管理者要保持溝通之心，讓溝通成為你的工作利器，實現快樂工作，快樂生活。

服務之心

從一定意義上講，管理者是為員工提供服務供應商。因此，管理者要充分利用手中的職權和現有資源為員工提供幫助，為其清除障礙，致力於無障礙工作環境的建設，讓員工體驗到管理的高效率。這也是鼓舞員工士氣的一種方式。

賞識之心

經驗表明，當你賞識一個人的時候，便可對他形成激勵。管理才，要用賞識的眼光對待你的員工，不斷地在工作當中表達你的賞識，使員工受到鼓舞和激勵，尤其是在員工做得優秀的時候，絕不要吝惜你的讚美。對員工說出你的賞識和你對他的評價，讓員工從你的表情和語言中感受你的真誠。

授權之心

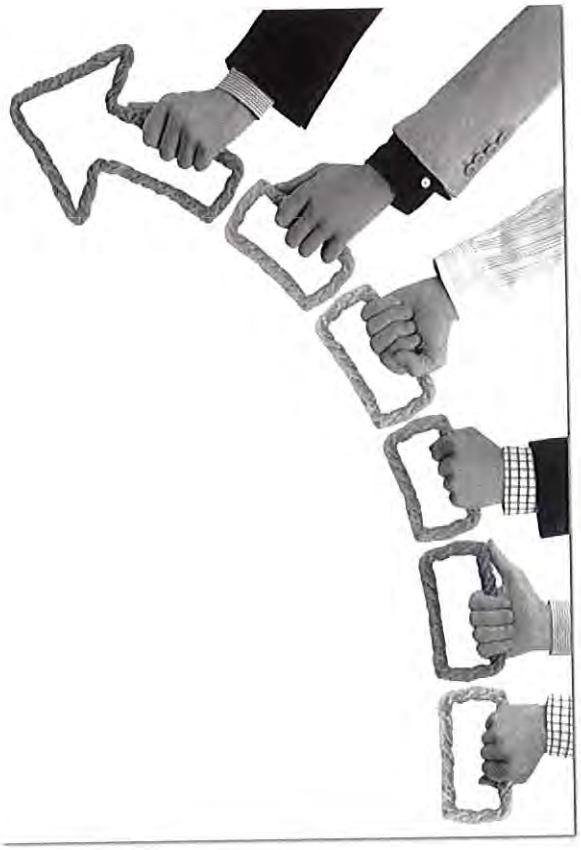
授權賦能既是經理的職責所在，也是高效管理的必備要求。

經理只有把應該授的權力授予員工，員工才會願意對工作負責，才會更有把工作做好的動力。經理必須在授權上多加用心，把授權工作做好，讓授權成為解放自我、管理員工的法寶。

分享之心

分享是最好的學習態度，也是最好的管理方式。

管理者就是要在工作當中不斷地和員工分享知識、經驗、目標和其他一切值得分享的東西。



通過分享，管理者不但能很好地傳達自己的理念，表達自己的想法，更能形成個人的影響力，然後用影響力和威信管理員工，使員工心情舒暢地工作，效率也會大大提高。與此同時，通過分享，管理者也能不斷從員工那裡吸取更多有用的東西，形成管理者與員工之間的互動，達到共同進步的目的。

分享應該作為管理者的關鍵詞和座右銘在工作中不斷強化，不斷練習，使分享成為你的成功道路上的重要內容。

如果管理者能用"心"管理，那麼管理就會變成一件有趣的事情，高績效工作目標也就有望實現，高績效的團隊文化也會逐步形成的

旅館業最經典的二十句話



本刊編輯部

旅館業有許多流傳多年的經典老話，對新人是啟迪，對老人是溫故知新。以下是本會收羅的二十句話，中英文對照的，英文表述比中文還漂亮些：

1: For things to change, I must change first. (要改變，就要先改變自己)

講解：可惜世人大多只會抱怨同事、下屬、上司、客人、企業、大環境，希望等到他們改變了，自己的命運才會改變。改變自己，才有可能改變周遭的一切。如果自己也改變了，但環境還是不變，那隻能說明你改變得還遠遠不夠。

2: If it is To Be, it is Up to Me. (從我做起)

講解：做好自己的本職工作，學好專業本領，主動與別人溝通，做最好的自己。

3: YOU are the hotel .....because YOU are the person who is going to help fill his or her needs. (你就代表酒店，因為你是幫助客人滿足其需求的人)

講解：任何員工都是酒店的形象代言人，你的一言一行都在客人眼中，心中。

4: Every call is the first call of the day. (每一次接觸客人都是今天的第一次)

講解：第一印象決定一切，今天最後一個客人也需要你用心給他留下最美好的第一印象。

5: If you are not serving the customer, your job is to serve somebody who is.
(如果你不是為客人服務，那麼你是在為客人服務的人服務)

講解：後台崗位雖不直接接觸客人，但通過對一線員工提供良好服務和支援，也是在為客人服務，所以應該跟一線員工一樣嚴格要求，甚至更嚴些。要想一線好，二線必須更好才行。

6: Simple rule for success, Walk the Extra Mile. (Always do what is required PLUS a bit more.)
(成功之道：總是做得比期望的多一點點)

講解：這一點似乎不必解釋，問題只有一個：你真的知道客人的期望嗎？試著說出來吧，看看你能否滿足。

7: It doesn't matter whether the customer is right or wrong. It matters how they feel.
(客人對與錯並不重要，重要的是他們的感覺)

講解：我們往往只會糾纏於客人的對錯，忘記了他們的感覺。

8: The customer may not always be right, but they should be treated right.
(客人也許並不總是正確的，但是他們應該得到正確的對待)

講解：站在我們的角度看，其實客人大多數時候並不正確，要求也過於無理，只是客人永遠只會站在客人的角度，不大會站在我們的角度。

9: It's the little things that matters. (小事會影響客人的感受)

講解：影響客人感受的基本都是小事，少有大事，我們的工作就是做好無數的小事而已。

10: Do ordinary things extraordinary well. (小事也要力求完美)
講解：小事做好了，自然就完美了。

11: Anger is one letter away from Danger. (在英文中生氣與危險僅差一個字母)

講解：跟客人生氣時，離危險就不遠了。

12: Our customers judge us by, What we say, How we say, What we do.
(客人是通過我們說什麼、怎麼說、做什麼來判斷我們的)

講解：說話的內容，方式和作為與否。

13: Learn from your mistakes, but never repeat them. (要從錯誤中吸取教訓, 不要重複錯誤)

講解:重複錯誤和犯低級錯誤是我們共同的缺點。

14: Be a thermostat not a thermometer. (要像恆溫器，不要像溫度計)

講解：恆溫器會自我調節溫度，無論環境的變化，代表主動積極的人。溫度計的數字則取決於環境，代表消極被動的人。

15: A happy experience begins with ATTITUDE. (好的感受來自於好的態度)

講解：態度決定成敗。

16: Under promise but over deliver. (所提供的服務要比所承諾的好)
講解：承諾100分，服務120分。

17: Do what you do well, and do it better every day. (做你所擅長的並且每天都要做得更好些)

18: Each day I either get better or worse. The choice is mine.
(每天我會變好也會變壞，這完全取決於我自己)

19: Warning, Customers are perishable. (警告：客人極易消失)
講解：要讓一個客人消失，得罪他一次就夠了，不用兩次。

20: No customer can be worse than hard customer. (苛刻的客人比沒有客人強)

講解：我們面對的眾多客人中除了苛刻的以外，剩下的就沒有什麼人了。

以上二十句話你都做到了嗎？如果是，獎勵一下自己。如果不是，馬上改進。

酒店管理篇之“六個意識”

本刊編輯部

酒店領導班子要有創新意識，對日常管理、工作打算、經營策略、營銷手段等方面都要有新的舉動。更重要的是，員工在工作中要有創新精力，尤其是在對客服務中，要盡力做到“客人的須要就是我努力的方向，客人的滿足就是我工作的目的”。

營銷意識、管理意識、服務意識、質量意識、安全意識、創新意識，是加快酒店建設和發展、保證優質服務的六個主要問題——— 管理意識。

管理是酒店行業的基本，上至總經理，下到部門經理及班、組長，都要強化“ 管理意識”。不要以為“ 管理” 只是總經理或酒店引導的事，其實是全部員工的事。

抓好管理；

一是要嚴格履行層級管理制，一級管理一級，一級對一級負責。不能事無具細都靠總經理來抓。在哪一級出問題，就由那一級領導負責，且上級領導要負連帶責任，同時也要公正嚴明地執行。

二是要敢抓敢管，不怕得功臣。是職責範疇內的事，事無大小都要要盡心努力去抓去管。

三是要處置好制度與“ 人情” 的關聯。不少人平時關係不錯，抬頭不見仰頭見，出了問題不批評、不教導，這是貽害無限的。要建立在軌制眼前“ 人人同等” 的思維，不論是誰，只有違背了紀律、制度，都要嚴厲進行批駁跟處分，工作上要做到公私分明。

四是重視做好思惟工作。要明白“ 處罰” 只是管理的一種手腕，目標是教育員工自發遵照酒店的各項規章制度和勞動紀律。對重大違紀職員，在批評教育與處罰後，思想工作要及時跟上，以防抵觸激化，導致產生負面影響。

服務意識酒店業開山祖師斯塔特勒曾經說過，酒店出賣的是一種特別“ 商品”——— 服務，客人對“ 商品” 喜不愛好，願不願購置，在很大程度上取決於酒店“ 服務意識” 的強弱。因而，首先要樹立強烈的“ 服務意識” ，要認識到“ 服務” 是酒店的基礎職能所在, ，要戰勝做服務工作是“ 下人” 等不准確意識，同時也要培養全心全意的服務意識。

其次要注重儀容儀表、言行舉止。這比如“ 商品” 的外包裝，包裝好，客人就在一定水平認可了這個“ 商品” ，才會購買“商品”。注重服務的程序化和規範化，要按行業的劃定，加強對員工的培訓，使員工的各項服務都到達行業標準請求。

品質意識

質量是酒店業的性命，“ 服務” 作為一種“ 商品” ，除了包裝要好外，還必需注重“ 商品” 自身的質量，即服務水平、藝術、技能。只有高程度的服務，具備藝術技巧的服務，客人才不會否認、並而接收和購買，這樣的“ 商品” 才存在吸引力，回首客才會多。

在提高服務質量方面，一是要強化“ 質量意識” ，使全部員工充足認識服務質量是酒店的生命，是酒店客源的重要保障，克服質量好壞“ 無所謂” 的思想；二是要加強對員工的培訓，不斷提高技巧和水平；三是要注重知識的更新，不斷地學習和吸取在市場競爭中所呈現的服務實踐的新知識、新技術、新技巧；四是要注重進步處理突發事件的藝術和技巧。五員工要做到多學習，多看，多積累；把別人做的 好的方法發展為自己的特長。

安全意識

平安是酒店生存和發展的主要保障。在此問題上，要處理好安全與經營的關係，要落實好安全義務制，要加強安全常識的學習與培訓，要增強保險巡查、檢討並及時報告。

翻新意識

創新是酒店業發展的能源，必定要樹破“ 破舊立新” 思想。“ 破舊” 就是廢除制約酒店發展的舊觀念、舊思維、舊方式、舊技術；“ 立新” 就是依據市場經濟的需要，樹立新觀點 、新思維，創立新制度、新辦法，學習和控制新技巧。市場經濟越向深刻發展，尤其是我國參加WTO後, ，酒店業工作越要一直“ 創新” ， 只有標新立異才能得到市場”

同時，酒店領導班子要有創新意識，對日常管理、工作打算、經營策略、營銷手段等方面都要有新的舉動。更重要的是，員工在工作中要有創新精力，尤其是在對客服務中，要盡力做到“ 客人的須要就是我努力的方向，客人的滿足就是我工作的目的” 。



酒店優秀人才從哪裡來？

本刊編輯部

《天下無賊》裡面的一句經典台詞，二十一世紀什麼最貴？人才最貴。酒店行業的發展自然也離不開人才，好的酒店員工是優秀團隊的基石，自然也是眾多酒店管理者頭痛的問題之一。都說人才最貴，最重要，那麼這些人才從哪裡來呢？

《天下無賊》裡面的一句經典台詞，二十一世紀什麼最貴？人才最貴。酒店行業的發展自然也離不開人才，好的酒店員工是優秀團隊的基石，自然也是眾多酒店管理者頭痛的問題之一。都說人才最貴，最重要，那麼這些人才從哪裡來呢？

酒店總是說缺乏優秀的人才，思考起來，為什麼會出現這樣的情況呢？若是仔細考究起來，就會發現，酒店的管理體系和培訓體係比較健全的酒店就相對的多一些好員工。為什麼是這樣呢？很簡單的原因，人是需要不斷激勵和學習的，這是一個成長的過程。所謂沒有規矩不成方圓，公司擁有好員工的前提一定是公司有一個完善的管理體系，在這樣的管理體系下，公司以人為本，這樣的"本"非為資本，而是對員工的基礎要求準則。只有通過激勵培養以及引導歸屬感的員工，才是經得起檢驗的優秀員工。這些主要體現在首先是對入職員工的管理，每個公司都有自己的企業文化，它必須是佔據主導地位的，一般來說，任何企業都有三種文化意識存在。一種是個人文化，即員工與生俱來的性格習慣，第二種是行業文化，為本行業的基礎文化，如行業共識，業務處理方式等，第三種就是公司文化，即本公司內形成的獨有的價值觀和遵循願景。成功的企業能把這三種文化融為一體，將個人文化發揮最大化的同時，學習好行業文化，增強員工本企業文化的歸屬感，因而，在酒店錄取人才的時候就應該建立測試標準；比如評估新員工的工作方式、價值觀及興趣等，要找到和酒店文化相近的人，不要求找到最優秀的人才，因為優秀的人永遠都有機會在等，他隨時都會離開，當你酒店的文化達不到能夠駕馭優秀人才的時候，酒店要找的是合適的人才，合適的人才能夠與公司共同成長。人性化管理的前提是指在尊重公司文化的前提下，激勵創新。比如IT行業巨頭阿里巴巴認為第一個十年，是創始人時代，而第二個十年，將是合夥人的時代。為了給更多優秀的人才"騰出空間和位置"，所以２００９年阿里巴巴"十八羅漢"集體辭去創始人的職位重新競聘上崗，以合夥人的身份同集團一起"重新創業"。

另外一個就是對待酒店的“問題員工”處理，每個酒店都會有不同程度的“問題員工”，管理者不管是採用“淘汰出局”，“網開一面”還是“委曲求全”，這些都不是理想而有效的管理方法，對於“問題員工”處理不妥當，就有可能會激化矛盾，無力培養出好員工，甚至可能會讓整一個工作團隊工作效率降低，連累了公司的發展。以人為本的管理關鍵是通過別人的工作來達成自己與組織的目標。因此，管理制度需要有對應的方案，對員工進行相應的管理，個人職業進行規劃指導，針對員工自身存在的一些“問題”，深入了解，挖掘本質，找到關鍵癥結所在，幫助員工克服“問題”成長為好員工。而如果是“問題員工”一無所長，那麼說明他不太適合我們的酒店，只能讓他將問題帶出酒店了。

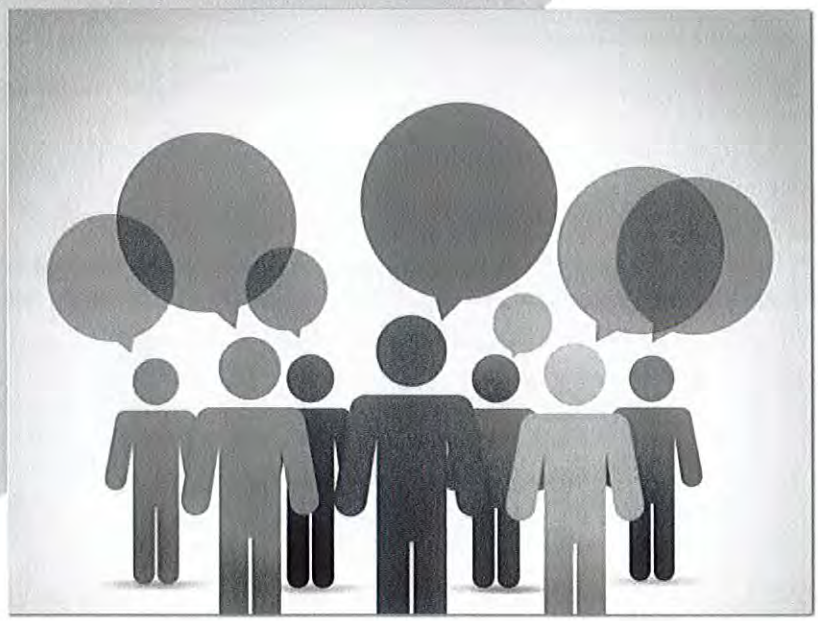
酒店擁有健全的培訓機制，則將會使每一位員工都收益。管理大師德魯克認為：“組織就是由平凡的人，共同創造偉業的地方”。好的員工是需要酒店自己培養出來的，並不是與生俱來的。有這樣一則來源於世界經理人網站的數據：中國經理人要成為全球經理人最欠缺的是：缺乏自信11.09%、不敢為人先23.50%、不善於交流15.08%、未能有效培訓下屬50.33%。三星創業以來，領導者一直花80%的時間來吸引人才和培養人才，所以，三星培育出了三個全球500強公司。由此看來，我們的人力培訓是一個薄弱的環節，多數酒店將培訓作為一種形而上學的東西，好看卻不實用，熱鬧沒有實效。當然也有一些酒店在培訓方式上是與時俱進的，只是這個學習力的出發點受到了社會環境影響，比如有些酒店做員工的素質拓展訓練，就是做幾個團隊的遊戲，培養起協作精神，將野外旅遊作為重點；有的酒店則開展娛樂化的培訓，希望員工能夠在快樂中學會工作，做得很鬧騰，讓員工在紙上談理想，寫目標，用圖片和舞蹈的形式培訓；有的酒店卻迷信於“專家”，請了國內外知名度極高的“大師”來進行相關培訓。每年花費不少的培訓費，除了掛在牆上的一些形象宣傳圖片外，可以給酒店實際產生的經濟效果很是微小。由此看來，多數的酒店培訓出發點不對，而酒店的管理者只重視結果，卻忽視了過程，路走反了，走得再遠都沒有用。酒店培訓員工的出發點是將員工培訓成為全才，那麼這樣能夠實際做到嗎？即使能夠做到了，對於酒店裡面的專業職能化崗位，員工都似一個模版刻出來的，追求同質反而使員工失去自我，缺乏創新。與此相對的，實效培訓則立足與酒店文化，特別是有些酒店的企業文化特別高，員工們很難達到，這時候我們酒店應該重視加強文化的凝聚力和員工的歸屬感，將企業文化從牆上貼到員工的心裡。培訓的目的在於尋找員工身上的突出特質，加以引導提升，來歸屬到酒店文化這樣的一個大平台上來。使得員工能夠使用正確的方法做正確的事情。



與此同時，酒店要有好的員工，管理者也是一個關鍵因素。酒店管理者的出位表演，不僅能夠吸引好員工，而且能夠不斷培養出好員工。在酒店中，處於領頭羊的領導者要扮演一個合適的角色，才能夠帶領團隊做出好的出色表現。大家都熟悉的《三國志》中，劉備無疑是一個優秀的領導者，他不僅僅只是戲台上面那一個哭哭啼啼的長者，他能文能武能用智謀，可謂"弘毅寬厚，知人待士。機權幹略，不遜魏武。"斬蔡陽，火燒博望都是出自劉備之手，正是因為劉備非凡的領導能力，才有了關張，諸葛亮等人才的輔助而成就偉業。作為酒店管理者的你，也應該思考一下，你在酒店團隊中所需要扮演的角色。若是你有出色表演，則必然對公司未來的遠景有著清晰的認識，在工作當中能夠集思廣益，將員工的積極性調動起來。主動接受挑戰，使得酒店、員工的發展同自己的發展融入同一個平台，員工相信你，信賴你，可能還會崇拜你。作為酒店管理者的你有權利有責任激勵大家一起共同進步。在員工進步的同時，領導者也在進步，如此，酒店就能夠不斷發展，員工就能不斷成長升級，出現越來越多優秀員工。

可能你覺得自己選擇本色演出，會有更好的作為。你為酒店員工提供一個廣闊的發展平台，你習慣於讓員工"給我衝"，卻很少說"跟我走"，期待員工為公司去想辦法，開發市場，甚至員工的思維可能超越你自己。舉個例子對比一下，一頭獅子帶領一群羊和一頭羊帶領一群獅子，你覺得哪一方會贏得勝利？

優秀的員工來自酒店的內部，就看酒店領導者能不能培養髮掘出金子來。而作為酒店的管理者也應該更多的將自身的領導力培養起來，做酒店的領頭羊，這樣才會吸引到更多優秀的人才來加入到你的團隊當中。



如何處理客人的投訴

本刊編輯部

接待投訴客人，無論對服務人員還是管理人員，都是一個挑戰。要使接待投訴客人的工作不再那麼困難，使你的工作變得輕鬆，同時又使客人滿意，就必須掌握處理客人投訴的程序、方法和藝術。

接待投訴客人，無論對服務人員還是管理人員，都是一個挑戰。要使接待投訴客人的工作不再那麼困難，使你的工作變得輕鬆，同時又使客人滿意，就必須掌握處理客人投訴的程序、方法和藝術。

1.做好接待投訴客人的心理準備

為了正確、輕鬆地處理客人投訴，必須做好接待投訴客人的心理準備。

首先，樹立"客人總是對的"的信念。一般來說，客人來投訴，說明我們的服務和管理有問題，而且，不到萬不得已或忍無可忍，客人是不願前來當面投訴的，因此，要首先替客人著想，樹立"客人總是對的"的信念，換一個角色想一想：如果你是這位客人，在酒店遇到這種情況，你是什麼感覺？更何況，在酒店業，乃至整個服務業，我們提倡在很多情況下，"即使客人錯了，也要把'對'讓給客人"。只有這樣，才能減少與客人的對抗情緒。這是處理好客人投訴的第一步。



其次，要掌握投訴客人的三種心態，即求發洩、求尊重、求補償。投訴客人通常有三種心態，一是求發洩，客人在酒店遇到令人氣憤的事，怨氣迴腸，不吐不快，於是前來投訴；二是求尊重，無論是軟件服務，還是硬件設施，出現問題，在某種意義上都是對客人不尊重的表現，客人前來投訴就是為了挽回面子，求得尊重（有時，即使酒店方面沒有過錯，客人為了顯示自己的身份與眾不同，或在同事面前"表現表現"，也會投訴）；三是為了求補償，有些客人無論酒店有無過錯，或問題是大是小，都可能前來投訴，儘管他可能一再強調"並不是錢的問題"，但其真正的目的並不在於事實本身，也不在於求發洩或求尊重，而在於救補償。因此，在接待投訴客人時，要正確理解客人、尊重客人，給客人發洩的機會，不要與客人進行無謂的爭辯。如果客人投訴的真正目的在於求補償，則要看看自己有無權利這樣做，如果沒有這樣的授權，就要請上一級管理人員出面接待投訴客人。

2.認真傾聽客人投訴，並註意做好記錄

前已述及，對客人的投訴要認真聽取，切勿隨意打斷客人的講述或做胡亂解釋。此外，要注意做好記錄，包括客人投訴的內容、客人的姓名、房號及投訴時間等，以示對客人投訴的重視，同時也是酒店處理客人投訴的原始依據。

3.對客人的不幸遭遇表示同情、理解和道歉

在聽完客人的投訴後，要對客人的遭遇表示抱歉（即使客人反映的不完全是事實，或酒店並沒有過錯，但至少客人感覺不舒服、不愉快），同時，對客人的不幸遭遇表示同情和理解。這樣會使客人感覺受到尊重，自己來投訴並非無理取鬧，同時也會使客人感到你和他站在一起，而不是站在他的對立面與他講話，從而減少對抗情緒。



4.對客人反映的問題立即著手處理

客人投訴最終是為了解決問題，因此，對於客人的投訴應立即著手處理，必要時，要請上級管理人員親自出面解決。在接待和處理客人投訴時，要注意以下幾點：

（1）切不可在客人面前推卸責任

在接待和處理客人投訴時，一些員工自覺或不自覺地推卸責任。殊不知，這樣給客人的印象反而更糟，使客人更加氣憤。結果，舊的投訴未解決，又引發了客人新的更為激烈的投訴，出現投訴的"連環套"。

（2）盡量給客人肯定的答复

一些酒店管理人員認為，為了避免在處理客人投訴時使自己陷入被動，一定要給自己留有餘地，不能把話說死。比如，不說"十分鐘可解決"，而說"我盡快幫您辦"或"我盡最大努力幫您辦好"，殊不知，客人，尤其是日本及歐美客人，最反感的就是不能把話說死，什麼事情都沒有個明確的時間概念。因此，處理客人投訴時，要盡可能明確告訴客人多長時間內解決問題，盡量少用"盡快"、"一會兒"、"等等再說"等時間概念模糊的字眼。如果確實有困難，也要向客人解釋清楚，求得客人的諒解。

5.對投訴的處理過程予以跟踪

接待投訴客人的人，並不一定是實際解決問題的人，因此客人的投訴是否最終得到解決仍然是個問號。事實上，很多客人的投訴並未得到解決。因此，必須對投訴的處理過程進行跟進，對處理結果予以關注。

如何提高房費總收入的同時，又提昇平均房價

本刊編輯部

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

房費收入是旅館的重要組成部分，也是利潤的主要來源。在很多旅館，往往要占到60%以上。如何做到既提高房費的總收入，又保證平均房價成了管理層最關心的問題之了。以城市商務旅館為例，我們可以嘗試了一些新做法：

1、overbooking 超訂

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

2、noshow 預訂未到

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

3、upgrade 升級

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

4、髒房和維修房 (Out of Order)

永遠不要相信電腦房態表上的髒房和維修房，它們大多是閒置的可售房。。很多維修房其實只是差了一些小東西，拿出來銷售問題不大。可以跟客人講清楚情況，看看能否接受。實在不行，適當降點價也可以。

5、一房多名

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



6、關鍵時間

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

7、批零倒掛

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

8、動態房價

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

9、適時提價

當年入住率基本保持在90%左右時，就可以考慮提價了。提多少合適？視旅館市場而定。很多旅館的做法是只提10-20元。價格可以提，但要讓客人覺得價值提升得更多。雖然提了價，但和享受到的服務比，更合算。這是提價的前提。

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

中、美、日的管理哲學有何不同

本刊編輯部

推薦管理是美國人整理出來的，美國曾經是管理的最大輸出國。然而，日本在管理上卻比美國還成功，為什麼？因為日本人除了管理科學以外，還十分重視經營理念。

一、什麼是管理哲學

中國人認為管理就是做人做事的道理。做人就是如何搞好人際關係，做事就是如何提高工作績效。搞好人際關係，提高工作績效就是管理。

只會做人，不會做事，是一團和氣，是和稀泥，管理上等於零。

相反，只會做事，不會做人，常常得罪人，他的管理也等於零。

因此，要先會做人，然後會做事，這就是管理。

然而，管理哲學，就是反省自己的管理經驗。

二、各國的管理有何不同？

全世界對器物的看法，都是一致的，它是什麼就是什麼，沒有爭議。

上升到製度的層面，彼此的看法就不一樣了，制度一訂下來，就會有人讚成，有人反對。

上升到哲學文化的層面（即思想層面），那就更是見仁見智，爭論不休了。

因此，觀念會影響人們的行為

三、美國人主張多數超越少數

美國人解決總是的規則是：少數服從多數和。美國人常採用舉手錶決的方法，美國人稱之為用拳頭代替打破人頭。今天多數人讚成這條法，這條法就成立；明天多數人不贊成這條法了，這條法就被廢除，換成另一條法。

美國的管理是劃龍舟式的管理，劃手背向前方，一定要步調一致，聽從指揮、放棄個人的念頭，嚴格遵守少數人服從多數人的信條。凡是缺乏效力，跟不上多數的人人就要被淘汰。

但是，論道理，有時多數人的看法不一定對，少數人的看法也不一定不對。近代西方人漸漸發覺：有時也不能完全服從多數，主張要尊重少數。

四、日本人倡導多功能數協調數

一千多年來，日本人被訓練得能夠全員一致，採取同樣的行動，所以沒有必要獨裁者強有力的發號施令。

日本的管理採取抬神轎式的管理。抬神轎時沒有人指揮，抬轎的人有高有矮，有人用力，有人不用力，有人搖搖晃晃，增加了阻力。但是被抬的神並不發號施令。然而搖晃的結果，則是每個神轎都平安到達目的地。

日本人譙：不能有秘密。秘密就是罪惡。日本人心裡有話就講出來，而且對自己的同胞很親切，並樂於幫忙，不喜歡以多數來壓倒少數，使少數人受到傷害。

事實上，日本人警惕性很高，他很不願意讓自己變成少數。他會服從前輩的指示，照著大家的做法去做，如果有爭執，只要提出一個全體目標，就很容易協調，所以雖然平日有派系，一旦對外或遇到重大事件，便會很快取得一致的行動。

五、中國人數少未必服從多數

《易經》在陰卦也有陽卦，但是陽卦多陰，陰卦多陽。陽卦多陰，因為陽雖然是少數，卻是主要動力，所以叫陽卦，陰雖是多數，但陰不是主要動力，所以不能叫陰卦。可見中國人並沒有少數服從多數的觀念。

中國人認為賢大於多數。因為有一個賢人就行了，一百個不賢的人有什麼用？

中國的管理，即不是劃龍舟式，也不是抬神轎式，標準答案是很難說。意思就是不固定。該劃龍舟時就整齊劃一；該抬轎子時就要像抬轎的樣子，根據不同情況，該採取什麼方法，就採取什麼方法。

中國人在非投票不可時，最好採用不記名投票這樣比較能夠得到大家的認可。

六、西方人的合理主義

全世界的人都在追求合理，管理也一定要合理化。然而西方人的合理，日本人的合理，中國人的合理是不一樣的，不應混為一談。

西方人的合理主義，是以一個原則來說明全世界的一切一切，如西方人信奉神教，即上帝總管。上帝無所不知，無所不在，無所不能，由上帝來主宰世界。西方人認為有一條原則可以說明全世界，因此他們常常說：什麼導向、什麼導向。

七、日本人的合理主義

日本人喜歡從許許多多的個別存在出發，去發現共同的原理。因此，他們就找出了大和魂，找出了武士道精神。

日本人不要求有一個統一全世界的原理，但是他們卻相信有一個統一日本的天皇。日本雖然民主，但是還維持著一個天皇。在管理方面，日本人很重視前輩的經驗，在前輩的指引下，少數必定跟著多數走。

八、中國人的合理主義

中國人從很多的原則中卻把握一個變動的原則。原則有許多許多，而且可剛可柔，可上可下，可陰可陽，但要把握一個原則，這就是變

動性原則。全世界的一切一切都在變動之中，中國人最懂得變動的道理。變動不大，就是說，連神的職位都可能輪調。因此就有了心物合一，知行合一，陰陽互變。

管理必須要有製度，但招待起來要有彈性，中國人對此是非常執著的。中國人說一切都在變動，此時上結用哪種方法好就採取哪種方法。多數不一定對，但也有對的時候；少數不一定錯，但也有錯的時候。所以，我們用多數人去感應少數人，化阻力為動力，彼此，彼此，將心比心，這對中國最有效。

九、我們也無法做到每一次都真正協力

曾子說：為人謀而不忠乎？與朋友交而不信乎？朋友是五倫之一，人與人相交，朋友佔最大的比數。特別是現代社會，家人的助力越來越薄弱，朋友的比重越來越大。

對同事，我們很會計較，對朋友則剛好相反，此所謂朋友無議論，買賣要算分。

公司如果能夠宣導：做同事是短暫的，做朋友才是永久的，那麼大家就會真正協力，否則，實在是很困難。

同事，有升有遷，會有變動。而大家做朋友，而不是做同事，大家做事就能相互配合，處的就比較愉快，並且長久。

合理不合理，不能以多數決斷，也不是多數一講，少數人馬上就響應。中國人要看是誰來講。如果你平常就善於助人，那麼大家就比較容易響應你；如果你平常苛刻大家，那麼你講的就不會被大家響應。因此，有一條原理--對待原則--這個原理真正是孔子的思想--你對我好，我沒有理由不對你好；你對我不好的時候，我憑什麼對你好？

如果多數人能夠照顧少數，彼此就很好商量。

如果多數欺凌少數，那麼反抗的力量就會很大。

一切要重視事前的疏導。

互動就是感應，事情就好辦；有感無應，事情就難辦。

公誼私交都重要，先透過私人交情，有時就更具效力。

十、中、美、日管理哲學的主要差異

1、美國人--個人主義

美國人在200年前，地大人少，很少有鄰居，彼此無人能幫忙，理想的方法就是自我保護，這是因為生態環境不得不如此。所以，美國人崇尚個人主義。

2、日本人--集體主義

日本地方小、有颱風，有地震，又有火山，彼此靠得很緊，因此日本崇尚的是集體主義。這也是生態環境所致。

3、中國人--交互主義

即有個人主義，但不完全；又有集體主義，即彼此彼此，也就是交互主義。

混合雲PMS白皮書

Hybrid Cloud PMS Whitepaper

本刊編輯部

使用基於雲計算的酒店管理系統（雲PMS），還是延續使用On-Premise（縮寫為C / S）本機伺服器PMS，多年來孰優孰劣一直在爭論不休。現代商業戰略需要靈活的企業戰略來充分利用基於雲技術的巨大優勢。 但是，傳統和經驗豐富的CIO會告訴你，本地部署速度更快，更完整，而且最重要的是，最可靠。

在當前的市場中，大多數大型國際連鎖店使用本地C / S PMS + CRS + VPN組合。

這個沿用了20多年的架構組合的局限性，正在給酒店帶來更多痛點。

痛點1 - 與新興技術脫節

諸如移動應用，微信，Facebook，人工智慧收入演算法，OTA介面，智慧門鎖等新產品需要來自PMS的大量即時資料。 傳統的C / S PMS可能支援一些介面，但資料庫固有的本地特性限制了傳輸的資料量，連接的靈活性以及即時提供資料所需的速度。 因此，任何需要PMS提供暫態或即時資料的新技術（譬如機器人，人工智慧，人臉識別，價格預警）的應用都會感到與C / S架構體系相連的不暢。

痛點2 - 維護和升級低效

一家5星級酒店的傳統C / S實現需要5台伺服器。 1台應用伺服器，1台資料庫伺服器，1台介面伺服器和2台備份伺服器。這種基礎設施的維護是昂貴和困難的，特別是在酒店業IT換崗率較高的情況下。這種結構還會阻礙跨酒店進行升級的能力，因為每個酒店都需要單獨升級和維護。

以中國政府最近關於港臺命名的指導為例。要將C / S PMS中某個區域的標籤為100個酒店進行更改，需要每個酒店住店IT經理逐一部署該更改，全部完成可能需要數周的時間。這種升級成本相比雲PMS或混合雲PMS的效率呈指數級增長。後者可以由一個人在幾分鐘內完成更改升級。總維護成本GMC （Gross Maintenance Cost）= N1 * T1 + N2 * T2 + ... NX * TX，其中N是系統維護和升級的次數，T是系統維護和升級的耗費時間。通過使用基於雲PMS或混合雲PMS的基礎架構，N可以按指數規律降至N = 1。

痛點3 - 數據局限在本地

每個C / S PMS都有100%的資料存儲在其主要資料庫和備份資料庫中。 這對於本地運營團隊來說非常有用，因為如果有任何問題，該酒店可以在伺服器之間進行“熱切換”。 但是，這會在企業鏈上產生兩個問題。

首先，公司團隊無法通過訪問中央"大資料庫"獲取所有資料，而需要與每個酒店的獨立資料庫分別處理完成任何資料需求。 這極大地限制了大型連鎖企業利用現代戰略工具杠杆發揮大資料的優勢。

其次，本機存放區意味著沒有用於本地資料災難的中央備份。 這些災難可能是物理性質的，也可能與商業有關。 例如，加盟酒店業主決定不再想成為特許經營的一部分。 這些本機伺服器中的資料將永遠丟失到企業鏈中。

痛點4：系統許可和版權

C / S PMS使用專有且昂貴的操作框架，如Oracle。 這會產生額外的壓力和管理不必要的複雜工具的開銷。 另外，升級這些框架的成本和複雜性不僅過高，而且有時也會強加給客戶。 將這與大多數使用Linux和MySQL的新技術公司進行對比， 許可證是免費的，升級很快，並且有足夠的IT資源來瞭解和應用這些框架。

痛點5：PMS→CRS框架導致中央資料能力薄弱

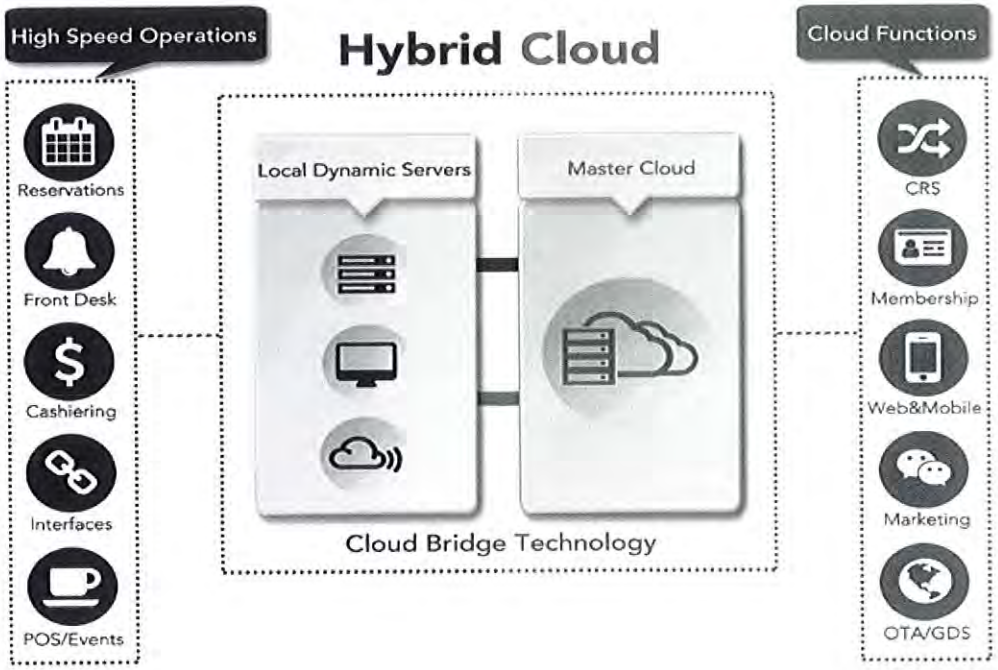
PMS包含大量的資料。 傳統的C / S PMS + CRS組合受限於可傳輸的資料量。 尤其是您在多個國家和地區通過VPN管理分店時，則問題更為突出。 實質上，C / S PMS和CRS僅交換會員、庫存及若干報表。 其結果是本地大約只有20%的數據傳到了中央資料池中， 這嚴重制約了公司和連鎖企業的管理能力，並且是要有昂貴的初始專案資本投入的結果。

這5個痛點已經存在了很長時間，任何酒店集團的CIO都對此一籌莫展。

其他行業也存在同樣的問題。而解決方案只能是： 混合雲系統架構PMS。

混合雲為大型連鎖酒店企業提供了一條通往雲端之路。

圖1來自Qtels 2017市場資料
Figure 1 from the Qtels 2017 resources



優勢1 - 基於Internet的架構

基於互聯網的架構可以與其他互聯網和基於網路的產品（如微信，Facebook，OTA，Meta搜尋引擎（TripAdvisor和Google Travel）以及智慧硬體系統無縫連接。 這是至關重要的，因為今天幾乎所有新技術的進步都將依賴互聯網和網路連接。

優勢 - 2 100%中央與地方之間的資料同步

通過Qtels Cloud Bridge技術在本機伺服器和中央企業伺服器之間進行雙向資料同步，同時享有本地C / S系統和雲系統的各自優勢。 本地傳統伺服器為酒店級操作提供動力，而雲端伺服器允許集團中央即時訪問和使用所有酒店資料。

優勢 - 3 中央、區域及本機服務的混合部署

如果一家連鎖酒店擁有一家五星級酒店和20家有限服務酒店，混合雲可以混合使用本地和區域雲伺服器。 這家五星級酒店可以使用當地的戴爾伺服器，而20家經濟型酒店則可以使用一個區域的阿裡雲或AWS雲伺服器。 兩個系統都將與中央企業主要伺服器完全同步。

優勢 - 4 大資料

所有酒店資料都與中央企業主要伺服器的資料庫即時同步， 所有酒店的資料都可以在中央實現企業級的應用。

優勢 - 5 符合國際化使用習慣

混合雲架構PMS相比純B/S 架構PMS,更符合行業中的國際酒店的使用習慣。大多數國際化的PMS都有相似功能，像各類代碼、市場細分、促銷管理、報表和稅控管理。混合雲更容易構建這種國際標準化，確保大型連鎖酒店可以從當前的系統方便快速地過渡到混合雲PMS。

在可預見的未來，我們相信，混合雲PMS將替代傳統PMS，這是產品週期和產業升級的必然結果，這也是當代互聯網發展機遇。混合雲已為其他行業的大型高端企業插上了互聯網的翅膀，混合雲PMS也一定能為高端連鎖酒店賦能，開啟一扇通過智慧酒店萬物互聯的大門。

Qtels Team
北京萬維羅盤資訊技術有限公司



如何做個成熟的管理者？

本刊編輯部

（一）訂適當的目標

每一個成熟管理者都有有一個具體的目標，並且願意為目標努力，這個目標不能訂得太高而達不到，它必需適度的激勵，同時成熟的管理者知道完成任何事情都要付出代價，不可能無中生有。成熟的管理者也明白資源是有限的，資金，人力，時間等各種資源一定得依照相館完成目標的先後次序分配好。

（二）足夠的自信

一個成熟的管理者能接受決策，採取行動實行的責任，他不能故意將困難決策拖到最後才做，也不能請上司代做。從經驗中得知，管理者往往不能等所有事情都清楚時再做決策，他通常得在資料情報不足的班幹部做決定，所以管理者的經驗和判斷力也是很重要的。成塾管理者對自己做決策和實行能力必需有足夠的信心，寄存器怕犯錯的管理者拖延而遲遲不做決定，這會引起更嚴重的後果。一個成熟的管理者並不是一個完美主義者，他會在最佳方法和現實環境二者之間取得妥協，因為往往最佳方法是無法實行的。

可被定義為委託權力和責任給他人，所有有關管理的書都有說管理者應授權給下屬，但是許多管理者認為授權是很難做到的事情，人了是怕別人做的沒有自己做的好，一個成熟的管理者就知道自己並不能做全部事情，所以能謙虛的接受別人幫助，同時適當的表達他對別人幫助的感謝。

（四）激勵與控制

一個成熟的管理者必需懂得如何激勵和控制自己，有時候甚至要強迫自己去做困難。不愉快但必需去做的事，小孩子做事喜歡別人獎勵，成人就必需學習在獎勵較少的環境中完成工作，多數成人都是靠自我激勵來完成工作，控制自己的脾氣是對管理者的一種挑戰，幼稚氣常會造成無理性的行為而導致人際關係的破裂，一個容易發脾氣的管理者，最先學習的應該是控制自己的脾氣。

（五）利用時間

時間是有限的資源，一個成熟的管理者必需謹慎的分配時間於他所希望完成的計劃中，往往在做某個號召時會犧牲完成另一件事的機會，最節省時間的辦法就是不去做那些不需要完成的事，成熟的管理者能夠區分緊急的事和重要的事，因為緊急有事不見得是重要的事，而重要的事又不見得會是緊爭的事。

一個管理者只應該做在他權力範圍內的事棗計劃，組織，指揮，控制和溝通意見，其他的活動可以授權給下屬做，成熟的管理者有用不著浪費時間在假造藉口，參加無意義的爭論和詳察細審下屬的工作上，他很清楚自己和別人一樣都只有24小時可有我以只做他真正想做也應該做的事。

（六）建立並維持和他人友善的關係

成熟的管理者和他人建立並維持良好的關係。這種關係建成立在人與人互相接的基礎上，也許在私人方面彼此並不喜歡，但在工作上一定要相處和諧，並尊重他人的工作能力。處處為他人蚌想是建立良好人際關係的第一步。

成熟的管理者必需能了解，接受他人的意見的感覺，克服自己的偏見，同時適當的對他人表示出自己的感覺，成熟的管理者聽取別人的感覺和意見，並試著去了解他不見得要同意別人，但一定要使別人，但一定要使別人知道了解除他們。

七）情緒的成熟

成熟的管理者對應付挫折，失望，壓力都有一套方法，每一個人都會不時碰到些麻煩事，如何處理這些麻煩事就看其情緒的成熟度而定了，成熟管理者的情緒很少受到外界環境影響而變動。

（八）重視現在

成熟的管理者重視在的問題和關係，雖然他要靠過去累積的經驗做現在的指引，但他並不會毫無創造的模仿，當然他也不會對未來充滿白日夢幻想或是無根據的恐懼，成熟的管理者知道他只能有交物利用現在，所以盡量利用每天增加自己的智慧。

（九）自我發展和自我評價

成熟的管理者能適當而且客觀的對自我表現評價，他明白沒有人是完美的，只有成熟的人勇敢的認錯，了解自己的缺點，這種認識就是成長和改進的起點。成熟的一部分是原諒他人的錯誤，自我的責備和懷疑是自我發展的一大阻礙，一個成熟的定理者希望自己能夠成長。就必須針對自己的缺點，配合自己的能力，設計一系列的改正計劃。



酒店管理新理念，你Out了嗎？

本刊編輯部

管理者要確立好酒店的經營核心：1. 做好客源來而不失，員工動而不走，資金散而不失；2. 利潤的獲得從開源節流和控製成本開始；3. 客房的出租率，平均房價，營業額增長等，終歸是要利潤增長。

很多酒店從業者越來越覺得，酒店在機遇與潮流中所面臨的挑戰，把握機遇，逆潮流而動，創造出自己的一套營銷操作系統，才能讓酒店保持先進位置，將流動性和利潤、增長作為酒店的核心。近年來，星級酒店隨著旅遊業的大潮如雨後春筍般湧現，面對著如此激烈的市場競爭，酒店管理者怎樣保持從容姿態，通過強化市場洞察力，把握時代脈搏，來製定酒店的營銷策略，成為了一個重要的課題。任何的一種營銷策略，不管是分銷還是直銷都不能做到涵蓋整個市場。因此要管理者要確立好酒店的經營核心：1. 做好客源來而不失，員工動而不走，資金散而不失；2. 利潤的獲得從開源節流和控製成本開始；3. 客房的出租率，平均房價，營業額增長等，終歸是要利潤增長。



作為酒店的管理者，在決策上做的重大決定影響著酒店的生死存亡，就像一支軍隊的戰鬥力取決於最高統帥的決策一樣。酒店的主要產品是客房，銷售客房就是管理者最重要的事情，今天賣不掉客房，明天可能就要挨餓。所以管理者做決策要果斷，執行決策要堅決，更要著眼現實，從現在著手，才能夠將機遇牢牢握住。一旦執行某決策，就要堅決執行到底。同時要謹慎不做一成不變的決策。酒店管理也像一門語言一樣，每天要說，要運用，要吸收新詞，才會不生疏和過時的。

生存本能

不記得誰說過"偏執狂才能求生存。"現代酒店的經營管理在以往的不成文的規則中慢慢地發生著變化。而這些變化，往往不會有明顯的跡象為你敲響警鐘。所以，在能夠識別出風向轉變的時候，要及時採取行動，主動出擊，避免沉船。因此，酒店的經營者在充滿信心和具備能力的前提下固執已見，在某些特定的情況下就是取勝的關鍵。若酒店經營者只是一位隨波逐流，固步自封，只求防禦，就會導致酒店經營走向沒落。

總結與展望

在總結經驗的同時，學會展望未來。規劃出酒店的新路子，不再重複老路子。善於從走過的軌跡中摸索出別出心裁的思路，從而預測下一個決策，要怎樣執行。雖說我們不能如孔子一般前知五百年後知五百年，至少也要前知十年後知十年，否則就不是合格的酒店管理者。

無論是工作或者生活，離不開的革新與創造才能給酒店帶來新的生機，環境和時代的不斷變化，使得去年賺錢的法子在今年已經行不通了，崇尚時速，追求變化，才能夠使酒店的經營永葆青春。從服務到管理，從流程到模式，都有著革新和變化，改變酒店的基礎框架，學習經營方法，讓員工適應新環境，鼓勵他們敢於冒險和創新。

重視大策略的市場效應和小策略的對手反應作

為酒店的經營者，必須重視策略。大策略要靠領導人的洞察，從多年的讀書、觀察、談話、思考和實踐中來。上級擬定策略，下級則思考和執行策略，對抗強大的對手，靠判斷力和洞察力形成策略，建立起能夠克敵制勝的團隊。因此，酒店中每一件事的當務之急是讓員工明白，升遷不是一個人的里程碑，一個最大的快樂是做成一件事情，不是名利。在這個瞬息萬變的時代，酒店經營者要能夠堅持策略，將誘惑拒之門外，唯一必須做的就是將決策貫徹到製度裡面，形成規範與標準。

企業文化

說了很久的企業文化，優秀的領導者能夠意識到沒有文化的企業就是沒有靈魂的軀殼。企業文化如同民族文化，要有堅強的靈魂才能夠立足世界。戰後的德國與日本能夠快速從困難中迅速復興起來，靠的就是堅強的民族文化。經營起有文化的企業，酒店管理者就能夠節省出更多的時間和管理成本。企業文化紮根，依賴的就是日常的執行。同時在未來的經濟競爭中，管理改善組織重整固然重要，而更重要的是要有與同行策略相異、產品服務相迥的企業文化，才能夠保持競爭的優勢。一個企業的商業模式可以復制，但企業文化卻是抄襲不了的。

將賺錢圈定在可控範圍內

酒店作為一個成本高耗的行業，特別在餐飲和娛樂方面，營業額如果不斷提升而成本卻失去控制的話，雖賺猶賠。往往，酒店的經營管理者不能夠抓住控製成本，因此失去了控制賺錢的力度。在酒店的管理中，部門經理的主動權是不能控制的，而善於讓部門經理和員工一起發揮聰明才智才能夠賺錢。相反的，企業的效益若是提高了，總經理不如放手放權，做一個"失去控制"的太上皇。老子的《道德經》是值得酒店的經營者學習的，懂得無為而治的學問，明白實現失去控製而賺錢的道理。



競爭與規則

有人說過，商業競爭就像是一場流血的體育比賽。競爭很嚴酷，不管是酒店還是公司，都要確立好具有挑戰性的目標。闖入市場，打亂原來的規則，採取有效的經營方式。在市場競爭中的最佳方案是雙贏，但是，物競天擇，適者生存的自然法則警醒酒店經營者必須要戰胜對手。甚至在某個特殊的時期，採取不擇手段的競爭方式，想方設法擊敗競爭對手，即使冷酷無情也是必須的。只有打破現有的規則，才能建立起適合自己的市場新規則，這就是競爭。

客人至上，效益為先

酒店業遵從的"賓客至上"是有一定的道理的，酒店要獲得效益，脫離了賓客是不行的。只有賓客對酒店的服務滿意了，才會更加樂意接受你的服務，你的效益越高，利潤才會越高。相反，若是得罪了賓客，就會面臨著失去市場競爭力的局面。不要簡單將酒店和賓客的關係定位為服務與被服務的關係，也不要定位在主人和客人的關係，應該確定為相互信任理解關愛的親人關係或者朋友關係。"賓至如歸"講的就是要把賓客當成自家人，如果做到這一點，酒店客戶才不會流失。其中酒店的核心競爭力就是創造服務，形成自己新的服務標準。在對待員工上，將工作流程盡量簡潔化，工作指令簡單明了，意見反饋也要做到簡明扼要。在對待賓客的需求上，從客人進酒店到離開酒店都能夠感受到酒店所提供的便利。



員工是酒店創造利潤的基礎

"21世紀什麼最貴？人才最貴。"經典的電影台詞已經能夠闡明一個酒店的經營離不開人才，在面對現實、注重質量、追求傑出和發揮人才優勢的時代，市場的競爭終歸是人才的競爭。酒店經營者在引進現代科學的用人制度的同時，在吸引人才，招聘人才，使用人才，重視人才，培養人才等執行上，認真貫徹"能者上，平者讓，庸者下"的用人原則，建立好賞罰分明以及獎優罰懶的考核制度。了解和善於使用才人，永遠是酒店經營者的任務，不僅在對待員工上，也體現在招待賓客上，開拓市場和酒店管理，在應用以人為本的人性化管理上，引領員工一致向酒店的目標行進。同時在動態中製定和實現目標，讓目標有著可塑的動態，迎合不斷變化的市場，這樣才能立於不敗之地。關注員工在工作中的成長，鼓勵員工為酒店的利益忘我的工作，讓員工做得更好。打造一個員工至上的工作團隊，每一個酒店管理層幹部都要明白：員工永遠是第一的。員工服務是創造利潤的基礎。

細節決定成敗

本刊編輯部

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。

"態度決定高度,細節決定成敗"— 諾曼·文森特·皮爾

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經理說，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。



細節中看數字酒店管理水平

本刊編輯部

任何一家酒店要想在行業競爭中佔有一席之地，除了不斷改善硬件條件外，還必須從服務細節著手，才能贏得客人的心。

酒店的管理做到從細微之處入手，並不是一件簡單的事。它是一個酒店綜合管理能力的體現———良好的職業素質、較強的分析能力及觀察能力，再加上創新，才能捕捉到各類"小事"。而這些"小事"恰恰在酒店管理中起到很重要的作用，稍不留神，就有可能影響服務質量。比如說：許多酒店每年在聖誕節、新年裡都向長住客人、簽約客戶等關係戶寄送賀卡，這種"小事"對客人來說是一種服務和關心，同時也體現了酒店對賓客的真情流露。只有將服務的細節做到位，客人才能感覺到服務的存在，酒店才能實現體驗營銷。在事無鉅細的管理中，細微之處才能顯示出管理的水平。只有將小事做好，才能體現酒店的不同之處，才能給賓客留下深刻印象。

點滴見真情，正所謂成也細節、敗也細節。一心渴望成功，成功卻了無踪影;甘於平淡，認真做好每件小事，成功也就不期而至，這就是細節所具備的魅力。酒店的工作是由很多細節構成的環節，如果某個細節出了問題，這個環節就會偏離中心，甚至斷裂。就像一盤味道很美的菜餚，上麵點綴著香菜葉，可香菜葉中有黃葉或黑葉，這盤菜的美感就會陡然下降。一個煙頭會使酒店化為灰燼，一個錯誤的定價會失去一個市場。

酒店的成功取決於細節的積累，這種積累是日常的工作程序、服務規程、服務標準的體現，尤其是對個例的解決。成功與失敗之間是由細節相連接的，做好了走向成功，否則就會因小失大，由小錯誤導致大錯而失敗。

細節是鏡子，能看出服務員素質的高低;細節是試金石，能檢驗酒店對賓客服務的水準;細節更是砝碼，能掂量酒店的成功與否。酒店管理無大事，做好小事，才能成就大事。在工作中關注細節，把"注重細節"的思想時時放在心裡，刻在心中，就不會出現挽起袖子，不注重儀表;大聲喧嘩，不注意影響等陋習。在工作中創造及不斷完善我們的服務細節，必能帶來更多的回頭客，也會給酒店創造更多的價值。

展望未來酒店業信息化發展，其必將立足於管理創新與服務個性化。

在酒店管理層面，智能管理、電子商務的創新與發展將是未來競爭的重點。無論是前台、財務、物流、客戶管理，還是能源與環境保護，便捷高效管理體系的建立與發展將是企業是永恆追求的主題。無論是單體酒店還是飯店集團，均將立足於互聯網展開國際性的無差別、全覆蓋的營銷攻勢與客戶服務服務活動。

"智慧e房"酒店多媒體系統主要功能是給客人提供方便、舒適的休息環境。讓酒店的工作人員及時、準確地了解客人的需求，為客人提供完善周到的服務。而智能客房，"智慧e房"酒店多媒體系統主要通過雲技術以及物聯網技術，為客人打造一系列超凡的住房體驗。

白手起家需要什麼？

本刊編輯部

創業是一個系統工程，是很早就應該考慮的一項人生目標。

所謂白手起家，是創業者運用自己有限的資源，自發性地利用市場機遇，所面對的一場硬碰硬的戰爭與我們的父輩相比，我們幸運地生活在一個充滿機會的時代，中國過去 20年的經濟發展走過了西方50年甚至100年所經歷的工業化進程，也為許多人創造了不少創業的機會。曾幾何時，不論一尺布還是一斤肉，都還要限量供應，一轉眼，便從一個生活物資極其貧乏的國家逐漸轉變成產品供應過剩，市場競爭充分的新生市常一些人很好地抓住了市場機遇，從無到有，通過自身努力開創了自己的企業領地。中國一時成為有誌之士白手起家的樂園。

評估市場機遇

企業成功發展的第一大前提是市場擁有企業發展的足夠機遇，所以成功的第一步是要對市場機遇進行客觀評估和準確判斷。這包括收集以下這些資料：（1）市場規模數據;（2 ）成長潛力;（3）驅動因素;（4）毛利狀況;（5）可持續性;（6）競爭對手分析等。企業如果想以超乎常規的速度成長，首先要選擇一個快速成長的市場，選取一個生命週期處在高速成長階段的行業，並以超越市場發展的速度做好準備。

世人艷羨的成功企業家們，實際上大都備嘗艱辛。他們的創業史有著一定的共性，其經驗教訓對擬創業者有很大的指導價值。要白手起家創造一份能夠持續成功的常青基業，大致需要以下一些元素：創業者需要擁有產業理想，激情和領導才華，要具有使團隊創造出比獨立個體之和更高價值的能力，創業者需要為企業設立一個具有挑戰性但又可行的遠景目標，他必須能凝聚和激勵一群傑出的，承擔主要責任的團隊，他應該給予團隊足夠的空間去發揮才能;企業所提供的產品和服務必須滿足市場和社會的某種特定需求，並成功地在客戶心目中形成物超所值的印象;企業與員工之間的相互協同，必須足以使產品和服務明顯地優於客戶可以選擇的其他產品和服務。

從以上幾點可以看出，創造一家成功而卓越的企業絕對是一項複雜而艱辛的系統工程。本文所提及的一些觀點是基於以建立一個傑出的企業為假設前題的。

避開意識誤區

目前許多人對於創業的理解存在著一定的誤區：誤區一：創業的目標是一夜致富一夜發家致富的故事不斷地流傳，書店中也充斥著成功企業家如何一朝抓住機會成功致富的案例分析，以及教人如何短時間致富的書。但許多人卻不知道現在的成功人士在沒有成功以前經歷了

多少艱辛和波折，更不知道導致他們成功的關鍵點是什麼。許多人很喜歡讀成功名人的傳記，希望從他們的經驗中汲取養分，但在楊斌和周正義大肆講述自己成功心得的時候，誰又會想到背後完全不同版本的故事。

所謂成功企業和成功企業家對自己的經驗總結與現實往往是兩回事，自傳中充斥著炒作和宣傳的成分，回憶錄中往往省去了一些不為人知的關鍵點。所以照單全收的讀者往往會被誤導。事實上因為存在很大的風險，創業不是所有人都適合選擇的道路。據統計，美國每年有大約 200萬家新創企業，其中70萬成功地完成註冊可能有成長的機會），成功註冊的公司八年後生存的只有50%。

創業是一個艱辛的歷程，初創階段的企業所面對的困難往往令創業者的個人和家庭生活都受到影響，財政上承受著巨大壓力，萬一創業失敗還要承擔失敗所帶來的一系列後遺症。所以事實上，所謂白手起家，是創業者運用自己有限的資源，自發性地利用市場機遇發展事業所面對的一場硬碰硬的戰爭。這場硬仗打贏了固然可以帶來財富，但創業者在實施的過程中還有許多隨之而來的東西，包括心理的壓力，焦慮，挫折，喜悅，無助，成功的滿足感，付出代價時的痛苦等，酸，甜，苦，辣是每個創業人所必經的歷程，所以有些人事後才發現，他們寧可追求更平凡，更安穩的生活。



誤區二：創業家是喜歡賭一把的人

事實上創業家比任何人都必須具備風險意識，他們願意冒險，但冒的是經過嚴謹計算並可以有效控制的風險，畢竟一旦失敗會令他們付出沉重的代價，所以他們需要收集和篩選足夠的數據和事實，通過嚴謹計算的風險來支持他們理性的決定。當然，勇氣對於白手起家的人很重要，不下海就不可能真正知道下海游泳的滋味，也無法證實自己真正的能力。

誤區三：資本是創業惟

一 需要的資源

資金並非惟一需要的資源，對於有些行業而言甚至不是最重要的資源，市場上充斥著缺乏出路的資金，所缺的是懂得有效運用他們的公司和企業領導人。白手起家的人往往缺乏資源的支持，資金只是這種資源的組成部分，其他還包括以下的一系列資源：客戶基礎;供應商支持，有能力的員工和團隊支撐;品牌和聲譽，技術和服務支持體系，生產工藝流程等。

創業者應該在創業前就學會如何在非常有限的資源下作戰，提早進行充足的準備和積累。其中一個好辦法是在沒有正式下海之前盡量在目前的工作中模擬，使自己適應將來需要面對的相似環境，以上資源的積累需要一個過程，企業家的成熟需要付出代價;每個人的成長都要交學費，初創的企業由於資源有限注定了難以承受大的失誤，沒有多少資源可供浪費。而這些代價通常是要付出的，所以如果不在創業前交足夠的學費（類似工作中所經歷的失敗教訓，從中獲得的感悟等），很可能會在創業初期栽跟頭，也可能導致初步成功後的滑鐵盧。

誤區四：錢是創業者的惟一目標

白手起家的人是擁有某種類型價值觀的人，首先他們都具有企業家的價值觀，他們既是理想主義者又是現實主義者。創業者實現自我價值的方式是通過發現市場的一特定機遇，然後去建立一個組織去實現，並通過推出新的產品和服務去滿足社會或市場的特定需求。他們都是一群不甘於平凡，願意為追求理想而付出代價的人，這個理想並不是錢本身，但由於創業者所從事的是商業活動，錢是他們的成績單和里程碑。錢不是企業存在的惟一目標，單純追求利潤（尤其是短期利潤）的企業是難以長久的。

誤區五：追求短期成功的快錢

成功需要天時，地利，人和以及足夠的運氣。不要小看運氣，如果時運不佳，再出色的企業家也得在困難中掙扎。創業之路就像走一條漆黑的隧道，在看到曙光前都將會是一片黑暗。看到光明前的心理承受能力和實現理想的執著，是決定成敗的重要因素。真實的創業故事都不是一帆風順的，你必須在創業前積累足夠的資源，令你能撐到成功的那一天。許多人抱怨被房子，車子的供款捆住，家庭無法承受創業的風險。事實上在買車買房時，你就應該考慮對以後造成的影響，創業是很早就應該考慮的一項人生目標，其他的家庭決策都要與之相配，創業是一項系統工程。

若干創業關鍵點

創業的話題已經談得太多太多。在美國，創業是企業管理中的一個學科，可以拿學士和碩士學位，這說明白手起家是一門科學，是可以通過有效的規劃和訓練提高成功率的。以下是一些白手起家的企業家所總結的創業要略，或能有所啟發。

洞察力敏銳的洞察力有時侯是天生的，但更多是後天培養的。真正偉大的領導者大都擁有敏銳的眼光。在企業沒有成功前，周圍人甚至企業員工都不理解，也許最主要的原因是因為其他人往往未能或者不願意投入同樣的時間和付出同樣的代價，去領悟別人無法看到的事物和真理。創業是一種犧牲，因為創業者必須捨棄一些東西來換取遠景目標的實現。

大約 20多年前，喬布斯（史蒂芬喬布斯，蘋果電腦現任總裁）的嗅覺意識到他們在車房中組裝的個人電腦會改變世界。他放棄大學學業去追求自己的夢想，從而造就了全球個人電腦行業和曾經是全球第二大的電腦公司，蘋果電腦成功後，由於在公司發展遠景方面與董事會發生衝突，喬布斯被迫出售股份離開蘋果，但他沒有放棄自己的遠景目標，憑著自己的力量苦苦支撐了十年，幾乎耗光了自己的積蓄，終於創造了一系列新的電腦技術平台和商業模式，並在十年後成功挽救瀕臨破產的蘋果電腦。喬布斯雖然不是最成功的企業家，但是卻是全球最有洞察力的企業家。

公僕意識

企業管理中有"利益關聯者"的概念，指的是企業如果要長期生存和發展，就必須充分照顧和考慮包括客戶，員工，政府，供貨商，股東等各種利益關聯者的利益需求，這就是社會的組成部分。支撐著他們的力量是一種強烈的責任感和使命感，傑出的領導人往往具有遠見卓識，在很早的時候就能預見到市場和事物發展的趨勢，並很早就做準備和積累。

關鍵時刻抓住機遇

捉住機遇很重要，任何人的成功都離不開機遇，所以在機遇沒有來臨的時刻應及早地做好準備。英國首相邱吉爾曾經說過："每個人一生中都會有一次或多次他夢寐以求的機遇來臨，但可悲的是，這一機會來臨的時候，你發現自己沒有能力抓住他。"就像賽場上的運動員，人們只知道他們在成功奪冠一刻的榮耀和光輝，卻忽視了賽場下無數的艱苦訓練。

最難的是第一桶金白手起家最難的是賺取第一桶金，完成原始的資本積累。賺取第一桶金之所以困難在於兩方面：（1）企業要是能完成原始資本積累，就說明企業的業務模式和運營系統已經經過市場檢驗，開始邁向成熟了，所以要達到這一境界相當不容易（2）在缺乏充足資本支撐的情況下，企業的發展要比前者難得多，因為這要求企業在方方面面都做得非常優秀。

事實上許多白手起家的創業成功者都曾或多或少地依賴婚姻，家族所帶來的一些特殊資源的協助。善用身邊資源使之成為你事業的助力是快速成功的捷徑。

從老闆角度考慮現在的工作

最近這幾年，一批受過現代企業制度和企業文化洗禮的職業經理人，因不同的契機和動機，走上了創業之路。這些經過外資企業培訓和熏陶的職業經理人的創業成功率並不高，真正能大展鴻圖，開創一片天地的並不多，大部分是遭受了挫折之後，重新成為職業經理人。

職業經理人雖然接受過完整的企業管理培訓，其知識和經驗是企業家不可缺乏的，但職業經理人和企業家本來是兩種不同價值觀的人（在中國特別明顯，在美國由於整個社會崇尚創業文化，這種區別會小一些），職業經理人更傾向於作為企業的一份子，擔任好管家的職能，但創業者則傾向於開拓新的領域，探索新的模式，他們必須願意承擔更大的風險。

國際大企業培養出來的職業經理人習慣於在資源比較充足的環境中生存，在一個單純依賴個人力量，資源稀缺，一人身兼幾種職能的環境下顯得比較吃力。創業者在擔任職業經理人時，應當盡量從老闆的角度考慮現在的工作，盡量使自己習慣在資源缺乏的環境下工作，這樣可以大幅提高以後創業的成功率。

經常聽到企業家們發牢騷，說生意越來越難做了，事實上這是因為：市場供應過剩，競爭越來越激烈了，競爭對手的手段和能力越來越強了;客戶的要求越來越高，選擇也越來越多，對信息的掌握也越來越充分通過特權或者關係賺錢的手段越來越不管用了。

創業者在未來的規劃中需要更加細膩的部署。過去的成功者有相當一部分是依靠敢想敢干，把握機遇，巧妙地獲取稀缺資源（土地，配額，物資，關係等）或在某些方面享有特權，但未來 20年要白手起家，以上的手段已經不夠了，新一代的創業者需要更深厚的知識和能力，更高的道德標準，以及更充分多元的準備和資源支撐。

酒店經營管理的九個方面

本刊編輯部

酒店經營管理特別指出的是：不是管理者自己直接去把工作做好，而是使其下屬把工作做好。因為管理者自己沒有這麼多精力去做好這麼多具體工作。酒店管理者要使下屬把工作做好，自己必須做好下列九個方面的工作：

一、酒店經營管理的資產管理

經營管理酒店就是在使顧客滿意的前提下去謀取利潤，那麼作為酒店管理人員就要知道：酒店這一資產經營的設施、設備的標準和服務的要求、設施及設備的采購、安全、維護、更新的要求等。

假如你是一位前廳部經理，你就應該懂得前廳應該有些什麼樣的設施與設備，如總台、電話房、預訂室、行李房、保險箱、大堂經理辦公桌椅、賓客休息座和衛生間等。你就應該懂得前廳門廳每天提供的應接服務時間應該多長，按照我國旅游涉外酒店的星級評定標準，三星級酒店需要提供門廳應接服務，其服務時間是每天16個小時，四星級與五星級酒店的服務時間都是24個小時。事實上，按照國際酒店業的管理經驗，從晚上12點開始到清晨5點，由于沒有飛機航班起落，進店與離店的客人很少，因此，這時一般不需設門廳應接人員。顯然，每一個酒店管理者，至少應該知道自己管轄的部門的酒店資產的經營、管理和服務的需求。

二、酒店經營管理的計劃管理

酒店計劃管理就是指酒店管理者規劃在未來一段時期內做什麼，誰去做，如何去做。

在酒店管理中，要麼是事先、主動地去進行計劃管理，要麼是事後、被動地去進行問題管理，即危機管理。顯然，後者是不可取的。如酒店著火了，才去建立酒店防火安全系統，才去教導公關人員如何掌握消極防範的公關技術，即阻止新聞媒介的報道，以消除不利的公眾影響，這就為時太晚了。

三、酒店經營管理的組織管理

只要存在一種大家執行統一意志的團體，這種團體就可稱為組織。酒店公司就是一批人像一個人一樣承擔責任和行動的法人組織。酒店組織管理實際上就是對酒店這一組織所承擔的任務在全體成員之間的分工合作進行管理，目的是完成酒店組織所承擔的任務。

酒店組織管理經常涉及到酒店機構(部門)的設置、崗位的設置，包括明確各種機構和崗位的責任、權力、相互關系的規章制度的制定等。

希爾頓是一個好勝和敢於冒險的企業家。希爾頓酒店公司位於紐約的巴克培尼街，設在高達43層華爾道夫大酒店裡。自從他決定收買，一直到成功為止，前後經過了18年之久。在收買這家號稱世界最高的大酒店時，希爾頓的熱情，使旁聽者也會興奮不已。這家大酒店在世界上是最著名的，在這兒住過的有國王、女王、國家元首、王子、主教等等世界各國的重要人物，希爾頓說："收買華爾道夫，是我生命史上的一個轉捩點!在收購成功的當天晚上，可能是希爾頓一生中最美好的一夜。據說，當晚希爾頓站在華爾道夫的天井裡，仰望聳人雲霄的大樓，沉浸於忘我之境，一動不動地，不知東方之既白。希爾頓親口說："談到人的欲望，的確是無底深淵，不管怎樣，我的欲望是站在時代前沿，做酒店大王。我之所以設法收買華爾道夫目的就在於此。總之登上酒店業的王座，才是我的戰略目標。"這種態度是希爾頓成功的基礎。

3、希爾頓經營之敏銳地把握著客戶的心理變化

創造業務新的增長點：他31歲時踏進酒店業界，但並不以酒店老闆自居，從開始便把它當做一種企業。因此，希爾頓的酒店不僅靠招徠旅客賺錢，並且只要有機會，便做不動產的交易，藉以隨時擴充資本。由於這個轉變而獲得成功的希爾頓，不僅對自己的企業有信心，同時知道了酒店經營要與時代並進的道理，因此產生了新的經營哲學。他養成了時時留意酒店機能變化的習慣，也就是在這交通日益進步，尤其是航空網日益發達的時代，無論相距多遠的兩個地點，無不可朝發夕至。在這種時代，酒店的功用，不僅在供旅客住宿而已，已傾向於大公司的新聞發佈、新製品的發表，或大企業的集會等等，希爾頓針對這種酒店機能的變化，在構造及改革上，無不配合這一點來進行。大眾傳播方面時常注意他的動靜;一再地加以報導，其原因是要看透希爾頓對現代的反應，這一點對於大眾具有很高的價值。希爾頓確實具有與生俱來的"天才"但他那卓越的能力中，有一項是後天學到的，那就是經營者的能力。他精力充沛地進軍海外的膽略來源於他的資本運用理論和實踐的能力，構成向外拓展的戰略，並且無往不勝。

4、希爾頓經營之滿足客戶心裡訴求

他看到中產階級逐漸富起來，他們熱衷於國外的遊覽旅行——多數借商務之便。尤其是半生的長期辛勞，儲蓄了旅遊用的款項。希爾頓針對他們的需求，在國外的主要城市，建設美國式豪華酒店，讓他們享受一下上層階級、所享受的氣氛。他們只要住進希爾頓酒店，內心所希求的目的便不難達到，也可以告慰自己，所謂上層階層的享受，不過如此而已。早在1948年，便著手佈置海外酒店網，其目的就是想吸引這群新顧客。為著配合這個戰略，他又訂下了從酒店之間，便利旅客來往的航空路線確保戰術。使得在國內已無發展餘地的酒店業，找到更廣大的出路，在國外求得發展。

創始人希爾頓對於作企業幾點建議：

1、不要過於憂慮

作為酒店行業屬於服務行業，企業的核心競爭力就是在客戶心目中的品牌形象，所以企業家應該樂觀，並且要傳達到每一個員工樂觀快樂，杜絕憂慮!企業成功的生活應當是平衡的，無論是在思想上、行為上、休息上、娛樂上，各方面都是如此。懂得生活藝術的人，既不會工作到累得要死，也不至於玩樂得精疲力盡。

2、不要留戀過去

希爾頓勸人們不要老是悔恨從前的過失，也不要老是渴望再現過去的輝煌，這等於是把自己捆綁在過去的記憶中。昨日已去，如何從昨日的過錯中吸取教訓才是智慧之舉。

3、不要讓你所擁有的東西佔據了你的思想情感

希爾頓認為他曾擁有一切，事實上卻什麼都沒有。在他的意識中，金錢並不是萬惡之源，對金錢的貪欲之心才是萬惡之源。錢當然越多越好，但要由你來支配它，而不能讓它支配你。不光是金錢，所有物品都是這樣。希爾頓指出，倘若你發現，你失去某樣東西就活不下去了，那麼你最好把它丟掉，以便獲取真正的自由。

學習瞭解希爾頓企業文化與經營管理，總結下來希爾頓成功的關鍵點在於：



1、企業的形象第一，樹立優秀品牌

企業形象是指社會公眾對某個組織、個人或某種產品的整體印象和評價。企業員工是企業整體中的一份子，顧客對企業員工印象的好壞會直接反射到對企業整體形象的評價上。而在員工自我形象的塑造中，企業的一貫禮儀又直接影響員工形象的塑造效果。這也就是希爾頓要抓企業員工禮儀的原因。企業禮儀包括的內容比較多，但企業領導人的個人作風、品格和企業理念的規定具有很高的代表性和模仿效應。例如，希爾頓旅館總公司董事長唐納•希爾頓就十分重視企業禮儀和通過禮儀塑造企業形象。為此，他制定和強化能最終體現出希爾頓禮儀的措施，即要“微笑服務”，為了能發揮微笑的魅力，他不辭辛苦，奔波於設在世界各地的希爾頓旅館進行視察。由於唐納•希爾頓對企業禮儀的重視，下屬員工執行得很出色，並形成了自己的傳統和習慣。當然，企業制定出完善的規章制度，有助於員工更好地撰行。企業禮儀的表現者是廣大員工，員工能否很好地執行企業禮儀還在於員工本身的素質、修養、道德情操等。因此，加強員工培中，提高員工素質，可使員工更好地理解;貫徹企業的經營理念，把執行企業禮儀變成他們自覺和自發的行為。

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，消費者的需示特點、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製度上作出規定;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。

YVONNE CHAN INSURANCE AGENCY, INC.



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。

84年 服務社會

汽車、房屋、商業
勞工、醫療、人壽
退休金及教育基金

Yvonne Chan
Lic.# 0D57735, 0D58793

經驗豐富・專業盡職・歡迎来電

FARMERS INSURANCE GROUP — Gets you back where you belong
PacifiCare · Anthem · BRISTOL WEST INSURANCE GROUP
Aetna · FOREMOST INSURANCE GROUP
Blue Shield of California
ZURICH · 21st Century INSURANCE
MDRT "MILLION DOLLAR ROUND TABLE"
SURITY BOND · FIDELITY BOND

©CCP 2012

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)

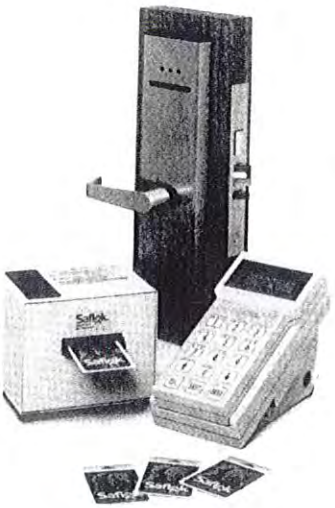
華美電子鎖公司

Royal Electronic Lock & Supply, Inc

1538 E. Lincoln Ave. Anaheim, CA 92805

Locksmith Lincese No.: LC 04215



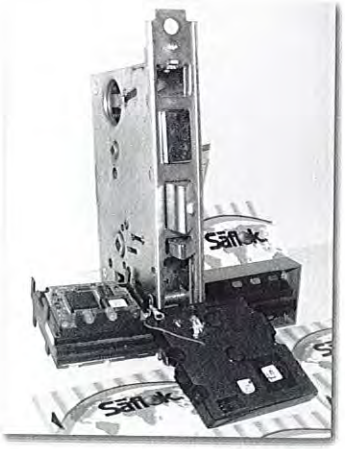


本公司獨家代理
SAFLOK LOCK電腦鎖
SAFLOK LOCK是所有
聯鎖旅館指定廠牌。

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



攜手大通 邁向成功

Your Path to Success

First General Bank
大 通 銀 行

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

EQUAL HOUSING LENDER Member FDIC

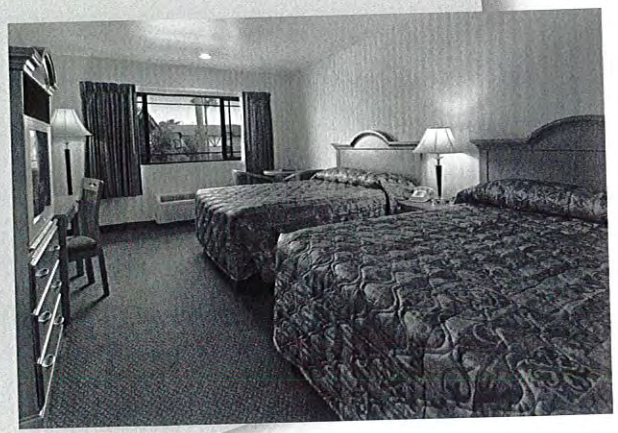

Cal Overseas
LIC. #0B14259
INSURANCE SERVICES
華僑保險
COMMERCIAL 商業
WORKERS COMP 勞工
HEALTH 健康
HOMEOWNER 房屋
AUTO 汽車
CARGO 貨運
(714)482-0580 (714)528-8852
450 Apollo St., #D, Brea, CA 92821
WWW.CALOVERSEAS.COM
© WJ 2014 / YP000616

SUPER 8 - Anaheim









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



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



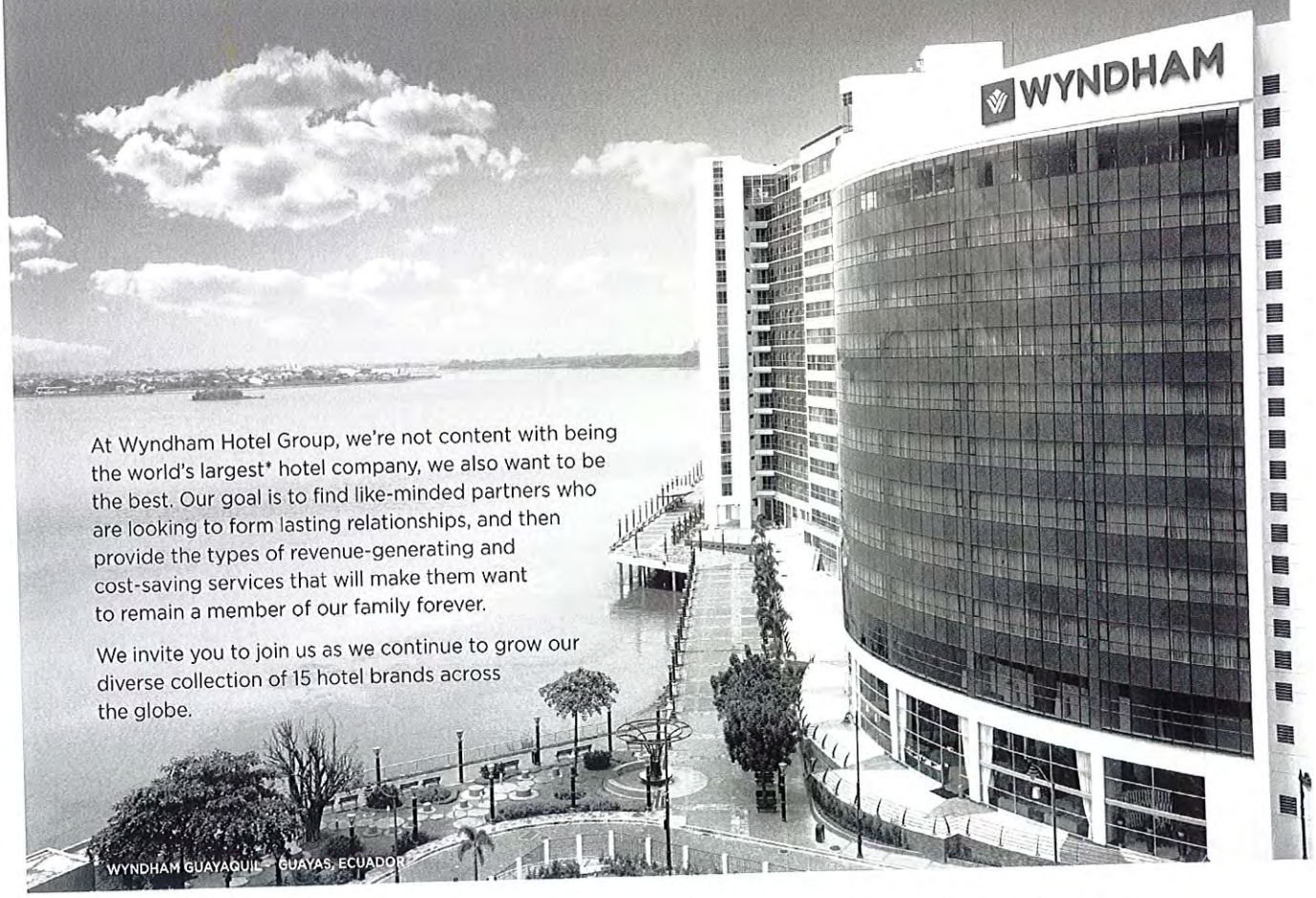
VIC 金龍旅館實業公司
INN-TERNATIONAL



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

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 · MICROTEL BY WYNDHAM

DREAM HOTELS · planet hollywood · RAMADA WORLDWIDE · 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.

Marriott®

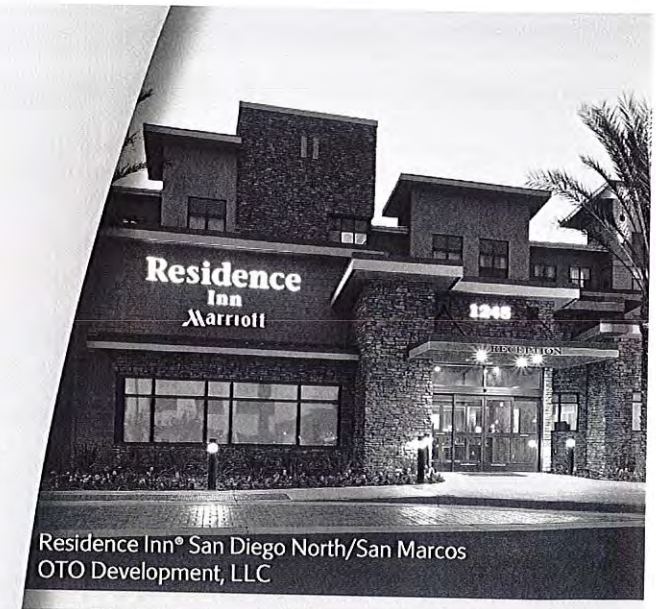
A World of Opportunity
世界的機會

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.

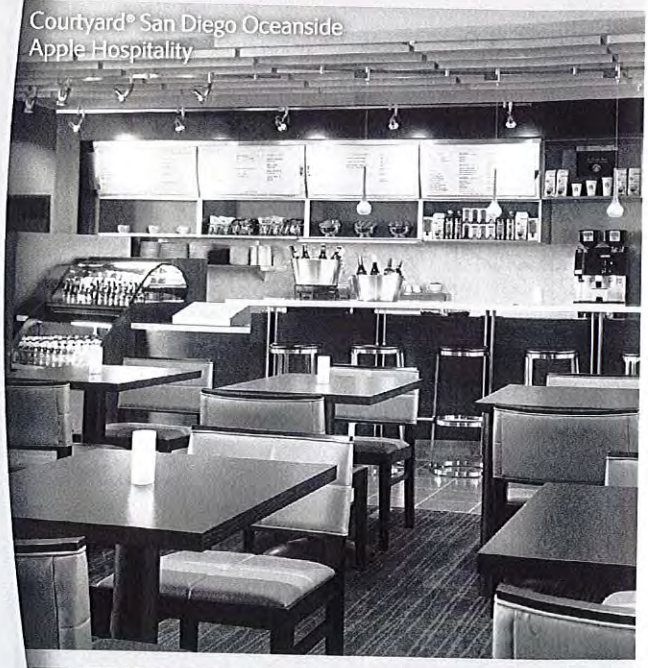
With more than 3,800 properties worldwide and the broadest portfolio in lodging, Marriott is the right choice for travelers and the right choice for your next project.

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

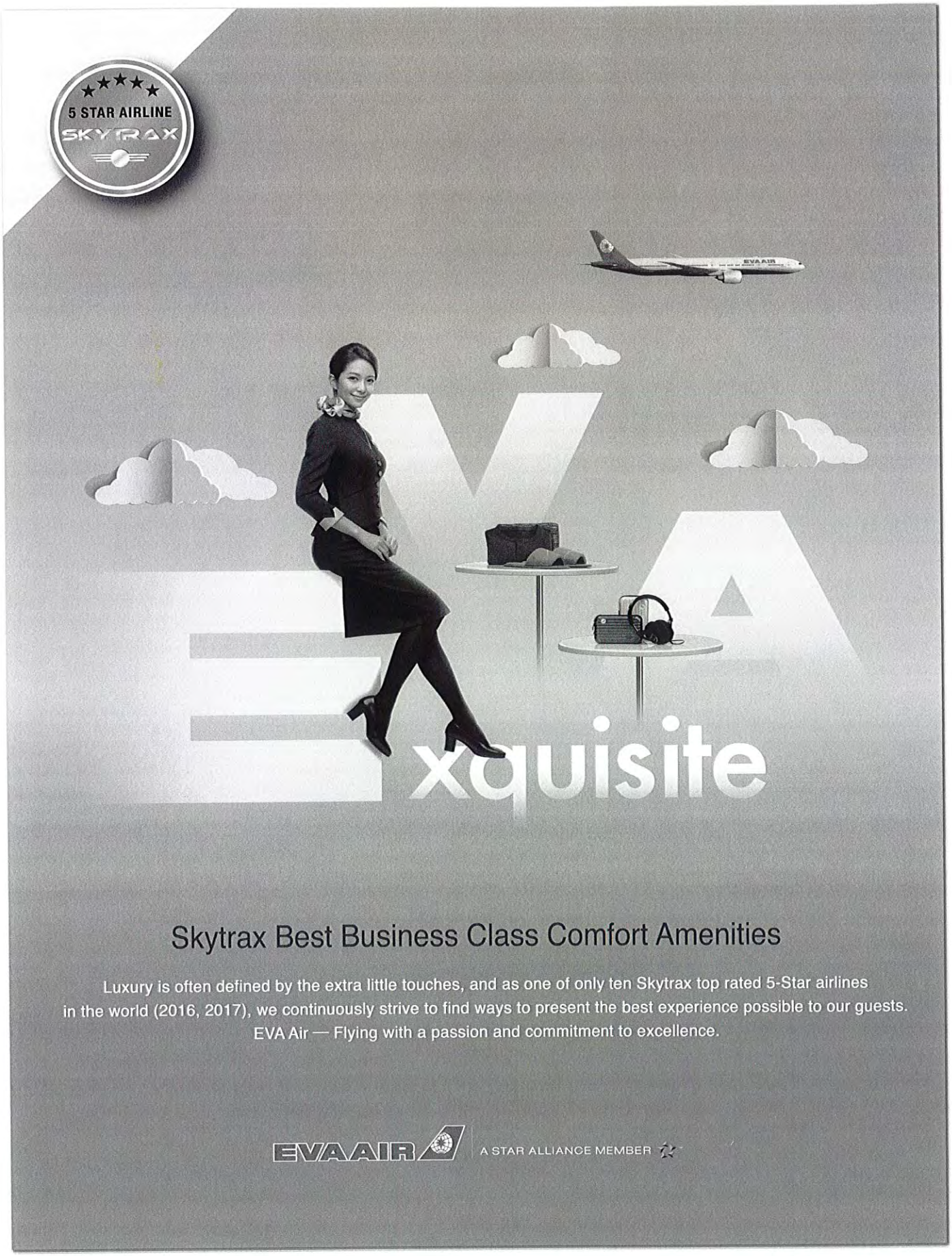
BVLGARI HOTELS & RESORTS
THE RITZ-CARLTON®
JW MARRIOTT.
EDITION
AUTOGRAPH COLLECTION® HOTELS
RENAISSANCE® HOTELS
AC HOTELS MARRIOTT
Marriott. HOTELS & RESORTS
COURTYARD® Marriott.
SPRINGHILL SUITES® Marriott.
FAIRFIELD INN & SUITES® Marriott.
Residence Inn® Marriott.
TownePlace SUITES® Marriott.
GAYLORD HOTELS®



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


5 STAR AIRLINE
SKYTRAX
EVA AIR
xquisite
Skytrax Best Business Class Comfort Amenities
Luxury is often defined by the extra little touches, and as one of only ten Skytrax top rated 5-Star airlines in the world (2016, 2017), we continuously strive to find ways to present the best experience possible to our guests.
EVA Air — Flying with a passion and commitment to excellence.
EVAAIR
A STAR ALLIANCE MEMBER

hotel CURRENT
Your Lifestyle Hotel

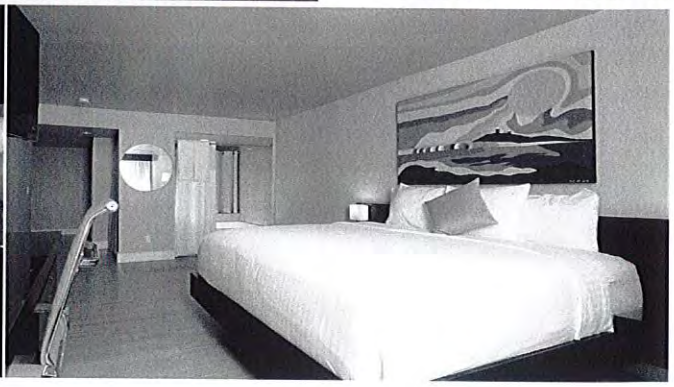
"a guest is the jewel on the cushion of hospitality"
-Rex Stout









Hotel CURRENT offers the ultimate lifestyle experience for guests in Long Beach, CA. We are an eco-friendly hotel that features an array of various creative elements that reflects the heart and vibrancy of the city. Our goal is to offer a personalized experience for every guest in a variety of environmentally conscious lifestyle guest rooms. Whether you need to stay in a lifestyle apartment, lifestyle king, or lifestyle double guest room, we have the accommodations that will make your stay as comfortable as possible.

hotelcurrent.com

5325 e. pacific coast hwy
Long beach, ca 90804

800.990.9991
562.597.1341



起訖	班號	飛行日	啟程	到達
加州安大略 桃園	CI023	一二三四五六日	15:45	20:55

24 HOURS FREE Wi-Fi ONBOARD

請詳閱活動說明

即日起購買精選航線之商務艙
或豪華經濟艙機票，
機上24小時WiFi免費送

請於登機前掃描QR Code
取得更多優惠訊息



提供免費機接駁巴士

從蒙市及羅蘭崗到安大略國際機場!

詳情請洽華航客服專線1-800-227-5118或官網www.china-airlines.com

Get comfortable.®





STAYBRIDGE SUITES

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







New Century BMW

Driven For You®

New Century BMW
Sales, Service, Parts
1139 W. Main St.
Alhambra, CA 91801
626-570-8444
newcenturybmw.com

New Century BMW
Certified Collision Center
3001 W. Main St. Unit B
Alhambra, CA 91801
626-282-2233
ncbmwcollision.com

New Century BMW
Motorcycles
3001 W. Main St. Unit A
Alhambra, CA 91801
626-282-2233
newcenturymoto.com

Alliance
BANKCARD SERVICES
聯信商務



聯信商務為您提供壹最安全便利的方式，將登記入住/退房手續與信用卡付款系統連接起來。通過最新的EMV刷卡處理技術，您可以管理您的客房預訂系統和付款操作。我們可以幫助您整合前臺，餐廳和酒吧、酒店的水療中心或零售店的刷卡系統，幫助您輕松管理酒店支付。

01
適用於各種酒店類型
不管您經營的是連鎖酒店、汽車旅館、度假村或者民宿，聯信商務的定制支付處理都能為您提供最優的方案

02
刷卡安全防護
聯信商務為您提供一個快速安全的支付處理系統，確保您的每一筆交易都安全到賬

03
最具競爭力的定價模式
透明的報價單及詳細的對賬單，讓您無需擔心任何隱藏費用，和高額賬單說拜拜

如果您經營的是連鎖酒店、度假村或汽車旅館

我們為您提供最專業的支付處理方案。最新的EMV刷卡技術可以和登記入住及退房綁定，提升管理效率。和處理中心的高效連接以及最優的匯率讓您輕鬆處理每一筆消費

如果您經營的是獨立的酒店、汽車旅館或民宿

全新的POYNT智能收款終端簡易便攜並且功能強大。支持多種支付方式，全新的技術有效防止支付造假與支付詐騙。POYNT幫助您用最安全的方式處理每一筆交易



微信公眾號:
AllianceBankCard

800 503 6222
www.goabsi.com

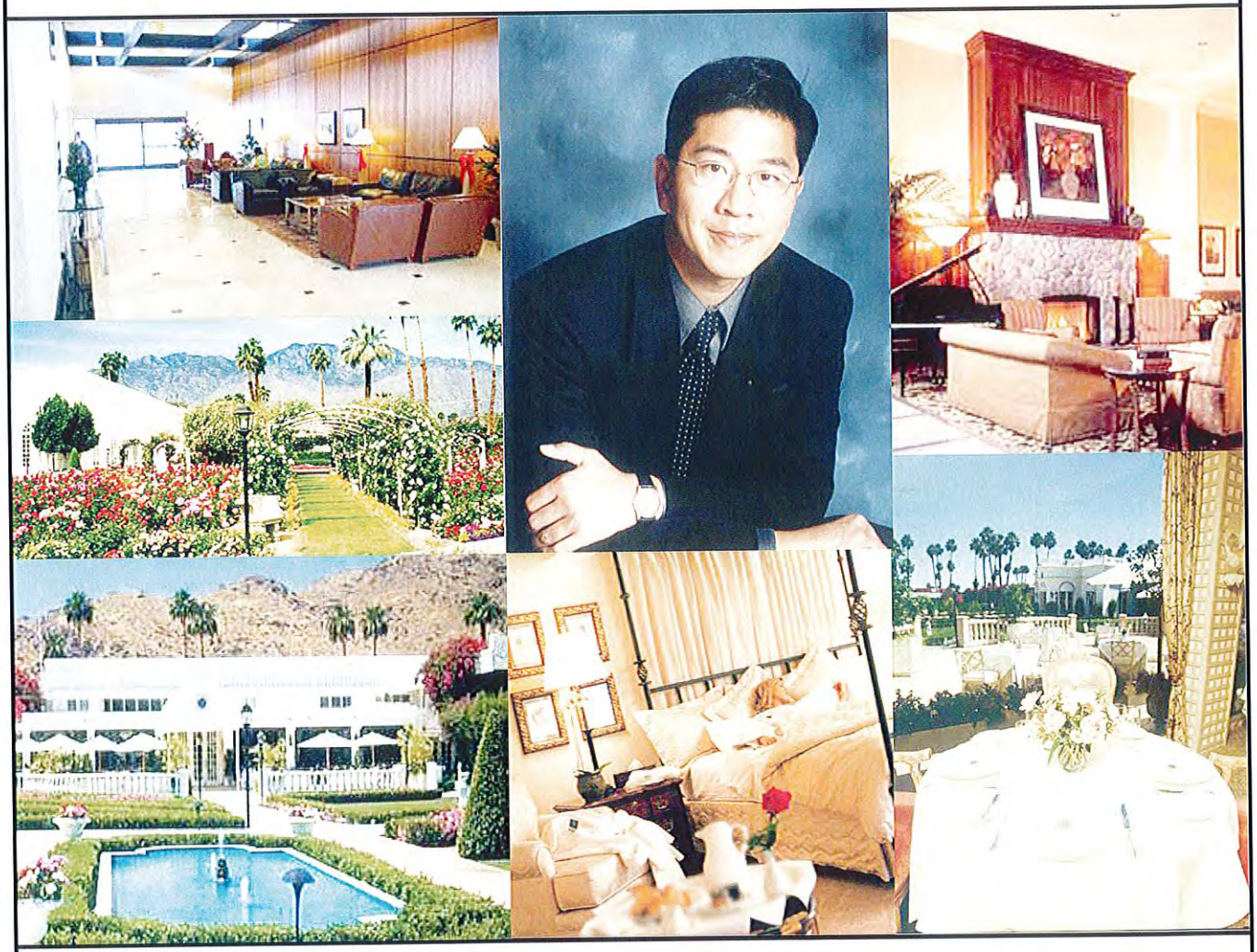
13200 Crossroads Pkwy
North #260
City of Industry, California

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

Brighton Management



Founded in 1994, Brighton Management has become one of the most recognized leaders in the hotel management industry with a portfolio of over 40 hotels and over 7,000 hotel rooms in inventory. We have been recognized by brands such as Marriott, IHG, Hilton, and Starwood to exemplify the highest honor for quality and service that Brighton never falls short of. Brighton is listed in the top 30 hotel management groups nationwide by Hotel Business Magazine and we continue to grow each year as we strive for excellence in building relationships with employees, guests, franchisors, and hotels owners.

In addition, I would like to thank the Taiwanese Hotel and Motel Association of Southern California for fostering growth and collaboration among the Taiwanese hotel community for over 40 years. I am thrilled to see everyone here. I hope you all great health, happiness, and prosperity. Best wishes for a bright future!

- Joseph Fan, President of Brighton Management



OUR AWARDS

Brighton Management has held fast to a core set of values that have shaped how we've operated, grown, and prospered. We believe in delivering excellence. The awards we received for our hotels are not only compliments for the past, but also motivation for the future.

- J. Willard Marriott Award of Excellence
- IHG Winning Metrics Award
- IHG Torchbearer Award
- Kemmons Wilson Spirit of Family Award
- SPG Member Favorite Hotels and Resorts
- Marriott Brand Performance Award
- Marriott Spirit to Preserve Award
- Nominee of Alice S. Marriott Award

OUR SPONSORSHIP

Brighton Management believes very strongly about giving back to the community and helping people have a healthier and brighter future. President Joseph Fan serves as a Board member for McKinley's Children Center and Board of Director for Kern County's American Red Cross. Through the years, Brighton Management has built housing, planned Special Olympics boat-outing events for 9 years running, sold countless bowls of ice cream for Give Kids the World Village, and have had a blast every second that we served these organizations.

CORPORATE OFFICE
20342 SW Acacia St.
Newport Beach, CA 92660
(949) 390-6888

EXECUTIVE OFFICE
21725 Gateway Center Dr.
Diamond Bar, CA 91765
(909) 860-6255

廖彬淳保險理財中心

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、投資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、投資方面有任何需求，歡迎來電與廖彬淳聊聊。



廖彬淳

Benson Liao, MBA

Agent of New York Life Insurance Company
Registered Representative of NYLIFE Securities LLC
Member of FINRA & SIPC, A Licenced Insurance Agency

我們代理名大保險公司

Proud to Offer NEW YORK LIFE MetLife · MassMutual · GUARDIAN · TRANSAMERICA · Nationwide On Your Side · Lincoln Financial Group · Prudential · AXA EQUITABLE · VOYA · John Hancock · AGLA

CA Insurance Lic. #0B11311

服務項目

固定及浮動 #緩稅年金
退休金計劃 (IRA、SEP、401K)
人壽保險
長期護理保險
529教育基金計劃 #
健康保險
共同基金 #
遺產規劃

* 加州大學商學碩士
* 百萬圓桌終身會員獎
* 2015百萬圓桌頂尖會員獎
* 2015 NAIFA全國品質獎
* 2015 紐約人壽最高銷售業績獎



Offered through NYLIFE Securities LLC (member FINRA/SIPC, a licensed insurance agency). The Million Dollar Round Table, The Premiere Association of Financial Professionals, is recognized globally as the standard of excellence for life insurance sales performance in the insurance and financial services industry. Benson Liao Insurance and Financial Center is not owned or operated by NYLIFE Securities LLC or its affiliates. All the offering documents (policies, contracts, etc) will be provided in English only. In the event of a dispute, the provision in the policies and contracts will prevail. 所有保單，合約等文件僅提供英文版本。如有爭議，一律以保單和合同中的條款爲準。

626-912-0688 17506 Colima Rd., #200, Rowland Heights, CA 91748 www.bensonliao.com | **949-999-8989** 980 Roosevelt, #200, Irvine, CA 92620 www.bensonliao.com

---

華人健保網站第一品牌

全美首家使用五種語言的健保網站

ANY全民健保網
HealthInsurance.com

1 立即報價
2 選擇計劃
3 網上申請

除了直接上網購買保險，我們也提供電話諮詢或由客服專員面對面協助您選擇合適的計劃

COVERED CALIFORNIA 全民健保
CA.INSUR.LIC.#0F84408

全民健保網代理
各大保險公司產品

全民健保 • 全球醫療保險 • 公司團體保險
耆英保險 • 旅遊保險 • 留學生保險 • 視力牙齒保險

© M.T.2016/AD0096

626-363-2228 17506 Colima Rd., #201, Rowland Heights, CA 91748 www.anyhealthinsurance.com | **949-999-8989** 980 Roosevelt, #200, Irvine, CA 92620 www.anyhealthinsurance.com

ATRIUM hotel | 愛林大酒店

18700 MacArthur Boulevard, Irvine, California 92612-1478



愛林大酒店

- 專用舞池及宴樂大廳
- 可容納 200-450 人
- 無微不至的服務
- 免費代客泊車

位於橙縣機場對面

定位專線 800.854.3012 | 949.833.2770

General Information
d 800.854.3012 | 949.833.2770
info@atriumhotel.com
Reservations
d 800.854.3012 | 949.833.2770
reservations@atriumhotel.com

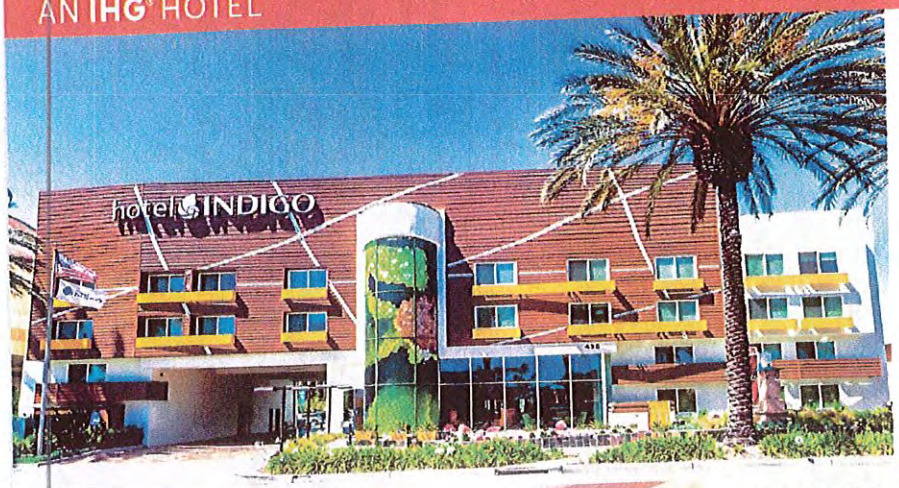


hotel INDIGO
AN IHG® HOTEL

IHG Quality Excellence Award 2016

IHG Rewards Club Award 2016

安那罕英迪格酒店



2016 CERTIFICATE of EXCELLENCE

tripadvisor

As part of the InterContinental Hotels Group (IHG) portfolio, 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 spa-inspired showers, you'll feel right at home. Whether you're visitng 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.







Hotel Indigo Anaheim 435 W Katella Ave, Anaheim, CA 92802 Ph. 714.772.7755 | Fax: 714.772.2727
Reservations: 800.833.7888 info@winwinhotels.com www.hotelindigo.com/anaheim



DOWNTOWN AND DOWNTIME

Whether you desire world-class cultural attractions, top-notch dining or a blissful night of sleep in our Heavenly® Bed, you'll find it all here at The Westin Bonaventure Hotel and Suites.

For more information or to make a reservation, visit thebonaventure.com or call 213-624-1000

THE WESTIN
BONAVENTURE
HOTEL & SUITES
LOS ANGELES

spg. Starwood Preferred Guest

©2011-2016 Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. All Rights Reserved. Preferred Guest, SPG, Westin and their logos are the trademarks of Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc., or its affiliates. For full terms and conditions, visit thebonaventure.com