

2010



# 北美洲台灣旅館公會 聯合總會

**Taiwan Hotel & Motel  
Association of North America**

第五期  
年刊



[WWW.THMANA.COM](http://WWW.THMANA.COM)



## 第五期年刊

2009 - 2010

帶著無盡的感謝及感恩！



總會長 吳定達

長官賀詞

北美洲台灣旅館公會聯合總會  
第五屆年會誌慶

軸轉 共進  
群猷 益彰

交通部  
觀光局  
局長

賴瑟珍



敬賀

友會賀詞

北美洲台灣旅館公會聯合總會  
第五屆年會誌慶

廣興實業  
欣欣向榮

南加州台灣旅館業同業公會  
會長 鄧永征暨全體理事

敬賀



友會賀詞

姐妹會—南加州台灣旅館業同業公會創業三十五週年

合諧團結  
造福同業

臺北市旅館商業同業公會

理事長 徐銀樹



敬賀

北美洲台灣旅館公會聯合總會  
第五屆年會誌慶

嘉惠僑梓  
任重道遠

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

# 賀賀

南加州台灣旅館業同業公會青商部副會長

吳宣蓉 (Amy Wu) 榮任加州柔似密市商會會長



台美第二代人才輩出，不少為「青出於藍」的傑出例子，剛卸任洛杉磯台美商會青商部前會長的吳宣蓉(Amy Wu)，3日晚間接任柔似密市商會會長，成為該會83年來首位華裔女性暨最年輕的會長。當晚會長交接年會，吳宣蓉精心設計一場夏威夷派對，接棒卸任會長荷西(Jose Hinojos)的職務。

未來一年即將掌舵的吳宣蓉，父親吳東昇是台美商會洛杉磯前會長現任南加州旅館公會副會長，平日為台美社團及活動出錢出力，也積極活躍於柔似密主流商會。吳宣蓉在長期耳濡目染下，不但盡學父親商業手腕，繼承父親衣鉢，從事旅館業經營，而且頗有乃父之風，對社團、商會等公益活動，都十分熱心。

北美州台灣旅館公會聯合總會  
南加州台灣旅館業同業公會 敬賀

## 北美洲台灣旅館公會聯合總會章程

### 第一章：總則

- 第一條： 本會定名為「北美洲台灣旅館公會聯合總會」以下簡稱本會。  
英文譯名為「Taiwan Hotel & Motel Association of North America」簡稱為(THMANA)。
- 第二條： 本會係以北美各州（或區域）並認同台灣之旅館公會為普通會員所組成，而各旅館公會之服務區域不得重疊。
- 第三條： 本會係非營利事業之財團法人，依法向有關機關辦理登記。
- 第四條： 本會會徽如附圖（待公開徵求後表決）

### 第二章：宗旨

- 第五條： 本會設立之宗旨如下：
1. 團結北美各區域旅館公會之力量，相互合作共謀會員之權益與福祉。
  2. 促進各會員之互助及聯誼、交換旅館經營理念與經驗，提昇經營層次，共謀會務之發展。
  3. 融入美國主流社會，加強各會員聯繫，擴大經營視野、開拓旅館業之國際觀與競爭力以提昇旅館同業之形象與地位。
  4. 加強與美國及台灣有關機關各種工商及財經資訊之連繫，作為同業改進之參考。
  5. 舉辦旅館專業之講習、進修、解決經營上各種困難，以提高經營效率。
  6. 本會不具任何政治色彩。

### 第三章：會員

- 第六條： 會員分為普通會員及贊助會員二種，經二位普通會員以上推薦，並經理事會審查及表決通過後，始得加入本會為會員。
- A. 普通會員：各州（區域）之旅館公會為普通會員。
- B. 贊助會員：各公司行號、社團或個人認同本會及熱心捐助本會者得以加入本會為贊助會員。

#### 第七條： 會員之權利

1. 普通會員具有發言、建議、提案、表決、選舉與被選舉權，但贊助會員僅有建議權利。
2. 參加本會舉辦之各項活動。

#### 第八條： 會員之義務

1. 遵守本會組織章程及履行本會各項決議，並善盡心力達成任務。

### 第四章：理事會

- 第九條： 理事會為本會最高權力機構，每年至少應開會一次，如有必要時由三分之一理事連署後得召開臨時大會，由總會長於開會日十五天之前發通知會員參加。理事會，應有過半數以上理事出席並經出席理事超過半數以上同意，決議始生效。
- 第十條： 由普通會員推選一至五名擔任本會理事，任期與總會長相同。
- 第十一條： 理事會議應有過半數理事之出席，並經出席理事超過半數以上之同意，其決議始有效力。
- 第十二條： 理事因特別事故而無法出席理事會時，得以書面委託其他理事代理，但每一位代理人代理一人為限。

## NATHMA-By Law

### 第五章：總會長，副總會長，秘書長及財務長

第十三條：總會長由各區域公會推薦人選輪流擔任，任期一年，每年自七月一日起至次年六月卅日止，各區域旅館公會輪流擔任總會長，不得連續輪空兩次。

第十四條：副總會長得由各普通會員選派一人擔任，任期與總會長相同。

第十五條：秘書長及財務長均由現任總會長提名，經理事會通過後任命之，任期與總會長相同。

### 第六章：名譽總會長及名譽副總會長

第十六條：名譽總會長及名譽副總會長：由總會長提名，經理事會過半數以上同意後任命之，任期與總會長相同。

### 第七章：顧問委員會

第十七條：本會得設顧問委員會，其名額及推選辦法由理事會訂定之。

第十八條：工作委員會為推行本會會務，視實際需要，經理事會召開會議決議，得設各種工作委員會，各委員會設召集人及副召集人各乙名，委員若干名，不以會員為限。由總會長提名，經理事會通過後聘任之，任期與總會長相同。

1. 會員審查委員會。2. 法規委員會。3. 會務委員會。4. 財政委員會。5. 選舉委員會。6. 公關委員會。  
7. 會員權益委員會。8. 年刊編輯委員會9. 網際網路委員會

### 第八章：會議及議事規則

第十九條：討論同一議題時，每人發言不得超過三分鐘，並以一次為限，但經主席許可後得以延長時間及次數。

第二十條：臨時動議案，必須說明理由後，由理事二人以上附議始成為議題，或否決理事會以前決議案，必須由五人以上理事連署附議，經全部理事三分之二表決通過後始生效力。

第二十一條：所有表決議案，得以舉手或投票方式行之。

第二十二條：除依本會章程規定外，有關會議規則以ROBERT RALES OF ORDER的程序法為準。

### 第九章：會址

第二十三條：本會會址得由理事會指定法定辦公地址或以每屆總會長之辦公地址為本會當然會址。

### 第十章：經費

第二十四條：理事會由總會長副總會長，各級幹部、理事、榮譽職人員自由樂捐外，得向有關單位募捐，以充實本會開支，其不足部份由總會長負責解決之。

### 第十一章：附則

第二十五條：本章程經籌備會（理事會）出席人員三分之二以上審議表決通過後實施，如有未盡事宜，修改或增補時亦同。

第二十六條：為便於推行會務，理事會得訂定章程施行細則

第二十七條：本組織章程經二〇〇五年六月十一日理事會通過後實施。

## 北美洲台灣旅館公會聯合總會第四屆年會

### 及 第四屆第三次理事會、

### 第五屆第一次理事會活動報導



一、 時間：二00九年六月十六(星期二)下午13:00-15:00

二、 地點：Harrah's Hotel Ocean City Conference Room

三、 出席理事：

美東旅館公會：吳定達，楊麗燕，陳河琴，蔡宜哲

美南休士頓旅館公會：陳美芬，李昭寬，張榮森，許文忠，陳展南，  
謝坤增，葉弘志。

南加州台灣旅館業同業公會：邱垂煌，林宣昭，汪俊宇，鄧永征，汪蔚興

紐奧良旅館公會：李春紅





吳定達會長與李昭寬新舊會長交接



在駐休士頓台北經文處陳方正處長監交



全體理事共襄盛舉



## 總會長的話



總會長 吳定達



就任至今，晚輩蒙前輩庇護，仍沿襲舊有規制，著手於

- (一) 網頁資訊的強化，廣闊會員的溝通渠道。
- (二) 少壯新秀的培植，傳衍永續的經營之道。
- (三) 各方新銳的廣納，協助同業的創業立業。
- (四) 多元資訊的提供，輔佐會員的素質提昇。
- (五) 建立同業與政府機構的良性互動，加強同業與相關企業的密切交流。

本會自2005年6月11日成立以來，歷經邱垂煌會長、陳美芬會長、許清松會長及李昭寬會長等前輩的辛苦經營，已具有完整的架構與功能。在這裏，除了感謝政府各級首長的支持和指導外，還得感謝創會總會長邱垂煌先生、歷屆總會長、所有理事和同業先進們的支持愛護，更要感激榮譽總會長王桂榮先生的贊助與指教，本會才能日益茁壯。

10月份Atlantic City 第五屆理事會的召開，承蒙全體理事的踴躍參加，眾多廠商的贊助及祕書長楊麗燕的悉心安排，美東之旅讓大夥對創業的方向、投資的趨勢、加盟的優劣都有極大的幫助和認識，在此，一併感謝。

本會資料庫的建立、網路內容的充實、Q&A的構思，在利於會員的互通有無。各種論題的演說講習、經營理念的溝通、加盟投資的趨向，在提供會員創業立業的認識、自我素質的提昇。而歷年舉辦的青年回國參訪團，和6月中旬即將成行的台灣大陸旅館業務考察團，是借實際與理念結合，要走出自己，放眼世界，跨向未來。

經濟的風暴我們已挺過，前路的荊棘依然滿佈，道路依舊坎坷；只要我們攜手同行，家大業大的卓越理想不會是夢。

## 目錄、廣告索引

## CONTENT

- 2 會長的話
- 4 理事名錄
- 7 總統及長官、友會賀詞
- 14 北美洲台灣旅館公會聯合總會章程
- 16 第五屆第一次理事會報導
- 17 北美洲台灣旅館公會聯合總會第四屆年會
- 19 第五屆第二次理事會報導
- 21 臺灣旅館業發展沿革及未來
- 25 美南華人旅館公會廿年有成
- 28 南加州旅館業30年史話
- 30 美國酒店業走向綠色環保
- 32 現代西方酒店經理管理趨勢
- 34 世界著名酒店集團的文化比較研究
- 44 現代酒店成功營銷之路
- 46 Promoting Safety in the Workplace
- 48 Tips for Managing Online Hotel Reviews
- 51 二十一世紀飯店經營與管理發展趨勢-2

- 封底 誠品商業保險
- 封面裡 **InterContinental Hotels Group**
- 封底裡 **CF Kent**
- 54 MAGICTECH**
- 55 New Jersey Hotel Group**
- 56 ROYAL eLECTROIC**
- 57 Vic Inn- Ternational Co.**
- 58 中央銀行**
- 59 Brighton Managerment**
- 60 ALLIED HOSPITALITY INC**
- 61 Altlas Ramada Plaza Hotel**
- 62 Golden Flordia Realty**
- 63 Guest House Santa Barbara**
- 64 Holiday inn Select-Miramar**
- 65 SOUTHWEST NATIONAL BANK**
- 66 STAYBRIDGE SUITES**
- 67 Best Western Inn of Sealy**
- 68 Re/Max Lucy Chun**
- 69 Loanapproval.com**
- 70 Loanapproval.com**
- 71 EARL**
- 72 Distinction Window & Door Inc.**

第5期2010年 6月出刊

發行人： 吳定達 Steve Wu

總編輯： 許清松 Stephen Hsu

執行編輯： 柯欣侑 Anita Ko

陳少敏 Eric Chen

編輯委員： 邱垂煌、陳美芬、李昭寬、林宜昭、楊喬生、許文忠、李春紅

楊麗燕、Jessica Wu

陳翠玉、盧景林、汪俊宇、范約瑟、汪蔚興、吳國寶、岳良佐

陳展南、謝坤增、鄭春暉、鄧永征、張榮森

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



第五屆 北美洲台灣旅館公會聯合總會理事名單



總會長  
吳定達



顧問  
邱垂煌



顧問  
陳美芬



顧問  
許清松



顧問  
李昭寬



副總會長  
林宣昭



副總會長  
楊喬生



副總會長  
許文忠



副總會長  
李春紅



秘書長  
楊麗燕



財務長  
Jessica Wu



2010 Taiwan Hotel & Motel Association of North America



理事  
陳翠玉



理事  
盧景林



理事  
汪俊宇



理事  
范約瑟



理事  
汪蔚興



理事  
吳國寶



理事  
岳良佐



理事  
陳展南



理事  
謝坤增



理事  
鄭春暉



理事  
鄧永征



理事  
張榮森

第五屆理事名單

<p>榮譽總會長 王桂榮 Ken John Wang Wang Partnership 5325 E. Pacific Coast Hwy Long Beach, CA 90804 Tel:562-597-3286 Fax:562-498-7167</p>	<p>總會長 吳定達 Steve Wu Hospitality Management of Parsippany, LLC P. O. Box 112 Parsippany, NJ 07054 Tel:973-641-6097</p>	<p>顧問 邱垂煌 Chris Chiu Win Time Hoels Group 2 Orchard Lake Forest, CA 92630 Tel:949-462-9500 Fax:949-273-5898 Cell:714-928-9888 chiulaxst@yahoo.com</p>
<p>顧問 陳美芬 Mei-fen Chen Texas American Rainbow Inc 5619 Airline Dr., Houston, TX 77076 Tel:713-699-3628 Fax:713-695-3169 Cell:281-380-1180</p>	<p>顧問 許清松 Stephen Hsu Ramada Plaza Hotel 515 West Katella Ave. Anaheim, CA 92802 Tel:714-991-6868 Fax:714-817-8588</p>	<p>顧問 李昭寬 CK Lee Southwestern National Bank 6901 Corporate Dr, Houston, TX 77036 Tel:713-771-9700 Fax:713-771-9701</p>
<p>財務長 Jessica Wu Hospitality Management of Parsippany, LLC P. O. Box 112 Parsippany, NJ 07054 Tel:973-641-6097</p>	<p>副總會長 林宜昭 Herman Lin Win Time Hotels Group 9335 Kearny Mesa Rd. San Diego, CA 92126 Tel:858-695-2300 Fax:858-578-7925 Cell:619-813-9536 herman.lin@yahoo.com</p>	<p>副總會長楊喬生 Johnson Youn Golden Florida Realty &amp; Invest. 5399 W Hwy 192, Ste.310 q Kissimmee, FL34746 Tel:407-396-0015 Fax:407-363-7578 Cell:407-908-1473</p>
<p>秘書長楊麗燕 Diana Lee Lee &amp; Yang Enterprise Corp 1108 Highway 35 Ocean TWP, NJ 07712-4044 Tel:732-531-1007 Fax:732-531-6472 leeyangenterpris@yahoo.com</p>	<p>副總會長 許文忠 Steven Hsu Allied Hospitality Inc P. O. Box 771207 Houston, TX 77215 Tel:713-779-9907 Fax:713-779-9902 Cell:281-788-7921</p>	<p>副總會長李春紅 Chen-Horng Lee Baronne Plaza Hotel 201 Baronne Street New Orleans, LA 70112 Tel:504-522-0083 Fax:504-522-0053 Cell:504-606-9780 Clee0831@hotmail.com</p>
<p>理事 陳翠玉 Tsui Yu Chen 50 West Bank Express Gretna, LA 70053 Tel:504-251-9012 Fax:504-367-0792 Cell:504-366-3561</p>	<p>理事 盧景林 Robert C. Lu Holiday Inn Bakersfield 4400 Hughes Lane Bakersfield, CA 93004 Tel:661-883-3000 Fax:661-883-3736 Cell:626-215-2610</p>	<p>理事汪俊宇 Jerry Wang Vic Inn-Ternational Co 1455 Monterey Pass Rd., #201 Monterey Park, CA 91754 (O)323-268-8886 (F)626-446-4068 Cell:626-826-7083</p>
<p>理事 范約瑟 Joseph Fan Brighton Management LLC 21725 E. Gateway Center Dr. Diamond Bar, CA 91765 Tel:909-860-6255 Fax:909-612-5730 Cell:818-427-9672</p>	<p>理事 汪蔚興 Wilson Wang Atlas Hospitality Group 2500 Michelson Dr.,Ste.110 Irvine, CA 92612 Tel:949-622-3402 Fax:949-622-3410 Cell:714-393-7390</p>	<p>理事 吳國寶 Roy Wu Western Inn 1500 N. Loop Houston, TX 77089 Tel:713-864-7600 Fax:713-864-8380 Cell:281-772-5838</p>
<p>理事 岳良佐 John Yua 9301 Airline Hwy New Orleans, LA 70118 Tel:504-261-6468</p>	<p>理事 陳展南 Chan-Nan Chen Mo Do Inn 1040 Freeport St.北美 Houston, TX 77015 Tel:713-455-6473 Fax:713-637-6139</p>	<p>理事 謝坤增 Ted Hsieh Best Western Inn of Sealy P O Box 510 Sealy, TX 77474 Tel:281-392-3777 Fax:281-392-6687</p>
<p>理事 鄭春暉 Peter Cheng Anchor Motel 1538 E. Lincoln Ave. Anaheim, CA 92805 Tel:714-635-6888 Fax:714-883-8000 Cell:714-883-8000</p>	<p>理事 鄧永征 Nicolas Teng Everquest Hotels group 3344 State St. Santa Barbara, CA 93105 Tel:805-687-6611 Fax:805-687-7116 Cell:805-259-6622</p>	<p>理事 張榮森 John Chang Admiral Motel 4703 N. Main St. Houston, TX 77009 Fax:713-861-2362 Cell:713-861-6124</p>

總統賀詞

北美洲臺灣旅館公會聯合總會  
第五屆年會紀念

益勵精勤  
榮光邦家

馬英九



中華民國九十九年四月


英九

用箋

長官賀詞

北美洲台灣旅館公會聯合總會第五屆年會誌慶

大業千秋

中華民國  
外交部部長 楊進添  敬題

長官賀詞

北美洲台灣旅館公會聯合總會  
第五屆年會紀念

功利  
宏基  
經北  
貿美

僑務委員會  
委員長 吳英毅



敬題



## 第五屆第二次理事會活動報導

- 一、 時間：二00九年十月五(星期日)上午9:00 AM
- 二、 地點：Harrah's Hotel Ocean City Conference Room
- 三、 出席理事：

美東旅館公會：吳定達、楊麗燕、陳河琴。

美南休士頓旅館公會：陳美芬、李昭寬、張榮森、許文忠、吳國寶、  
陳展南、謝坤增、葉弘志。

南加州台灣旅館業同業公會：邱垂煌、林宜昭、鄧永征、鄭春暉、汪蔚興





# 臺灣旅館業發展沿革及未來

循著臺灣經濟起飛的歷史進程和持續對國際開放的大環境引導，各式旅館的新經營模式不斷向臺灣島內輸入，近年來，在市場供需平衡上不斷發生失衡。目前，從傳統經營模式走向國際觀光旅館，從小型客棧到大型酒店再到精緻的商務型旅館，由住宿為主到如今餐飲收入占旅館總營收一半以上。臺灣旅館的發展沿革值得我們借鏡以展望未來，尤其在兩岸各項產業深化交流以及近期兩岸直航，更是為臺灣旅館業開闢了新局面。這一新局面主要反映在兩個方面：一是以臺灣旅館品牌進軍大陸市場；二是臺灣應調整既有經營模式，以適應可預期的大量大陸觀光客。本文即以臺灣旅館的發展變革，推演臺灣旅館業者的經營新趨勢。

## 臺灣旅館業發展四階段

### 1、傳統旅館到觀光旅館（1945—1963年）

臺灣的早期，全省旅館大約有483家，多為客棧、招待所等傳統旅社，僅有少數幾家提供餐飲。可供外賓住宿的旅館只有圓山飯店、中國之友社、自由之家及臺灣鐵路飯店等四家官方旅館。其中的圓山飯店可謂為臺灣現代化旅館的先驅。這一階段後期，臺灣觀光事業委員會規定，只要擁有40間以上客房者就可稱為「觀光旅館」。此時共興建有26家觀光旅館，以高雄圓山與華園較著名。由於臺灣政府積極推動，國際觀光旅館業開始受到重視，民間也開始投入該產業，形成了整個產業的首次蓬勃發展。

### 2、國際觀光旅館到大型國際觀光旅館（1964—1981年）

時間到了1964年以後，臺灣的臺北國賓大飯店、中泰賓館等相繼開業，陸續出現的大型旅館，把臺灣的旅館業推進到重視經營管理的新格局。臺北希爾頓大飯店於1973年開幕，是引進國際品牌的首例，亦代表了新時代的開啟。在向國際化發展的同時，眾多觀光旅館的投入，讓臺灣旅館同業間的競爭日益激烈。1977年臺灣政府頒佈「興建國際觀光旅館申請貸款要點」，提供28億新臺幣給民間投資者低利貸款，並放寬住宅區興建國際觀光旅館的限制，大型旅館便如雨後春筍般的冒出。兄弟、來來、亞都、美麗華等都是當時的代表作。

### 3、整頓、轉型與世代交替（1981—1989年）

80年代初期的第二次能源危機，造成全球經濟衰退，來台旅客數近乎為零。然而大型旅館依舊快速增長，除了環亞、富都、京王等大型觀光旅館在此時開業外，1982年，來來大飯店與喜來登集團簽訂世界性連鎖業務及技術合作契約；1984年，臺北老爺加入日系的日航管理系統，這些發展顯示出在方興未艾的臺灣旅館業仍持續不斷擴張和升級。另一方面，在總客房數增加，但來台旅客未增加的環境下，觀光旅館被迫加強推廣餐飲業務，以求多元的經營和營收。到了80年後期，由於歐洲恐怖組織活動頻繁，使觀光客轉向亞洲。再加上全球經濟逐漸復蘇，商務旅客增加，終於讓臺灣旅館業走向下一個百花爭豔的新時代。



#### 4、國際品牌競逐與多元市場區隔（1990 年迄今）

90年代開始，君悅與晶華等國際知名連鎖飯店相繼成立，再加上“世界傑出旅館”訂房系統旗下的亞都及西華、威斯丁連鎖旅館的凱撒大飯店等，這些旅館引進歐美的管理技術與高層管理人才，為臺灣旅館業帶來新觀念及新管理技術的衝擊，也推動了臺灣本土連鎖飯店品牌的發展，如麗致、福華、中信等。隨著社會發展及臺灣民眾消費習慣的改變，不同形態的旅館，諸如汽車旅館、主題旅館及商務旅館也在快速發展。

臺灣旅館業的發展歷經四個時空環境的作用和影響。到了2008年7月正式開放陸客來台觀光，再一次為臺灣的旅館業者帶來新的氣象和商機，也為臺灣旅館業創造了一個新時代的起點。兩岸間的進一步開放，也讓臺灣本土的旅館連鎖品牌開始有進入大陸市場，準備與國際連鎖品牌一較高下的靈動，這一新契機當中，以大陸遊客來台效應和本土品牌兩方面的發展值得我們留意。

#### 大陸遊客效應

大陸遊客效應是對1997年亞洲金融風暴、臺灣南投九二一大地震、再到SARS之後旅館業多年低迷的強心針。依照臺灣觀光局的統計，到今年6月份，臺灣的大型觀光旅館共計有90家，客房數計有21,051間。然而目前興建中及未來四年內開幕的旅館就高達56家，計有客房數14,748間。這一股強勁的趨動力主要來自對大陸遊客來台觀光的預期。

各類型旅館都已為大陸遊客來台的酒店業市場積極做準備。新加入市場的麗寶建設集團，看好國內旅遊及中國觀光客市場，近年來積極投入休閒旅遊產業，預計今後五年內將投資高達150億新臺幣，擴展12家新飯店，還將可能創造60萬人次的就業機會，且帶動相關產業發展。

福容大飯店主要以自家建設的住宅大樓以及收購良好地段的舊旅館改造為商務型旅館為主，再以創新的行銷手法搶攻市場，例如：可遠眺臺北101大樓的福容臺北旗艦店，設有仕女樓層，提供最隱密的安全空間及專屬服務，為越來越多的女性商務客和休閒旅遊者所青睞。福容系統旗下分為平價商務、休閒觀光、高價位國際觀光飯店以及溫泉會館等4大類，另外以20億台幣的代價入主臺灣四大遊樂區之一的台中月眉世界，已打造成全面性的休閒旅遊王國。

位於日月潭旁的泛麗雅酒店當然也用心準備。歷時三年，斥資25億新臺幣重新打造因九二一大地震被毀的日月潭中信飯店，新飯店重新改名為FENISIA（西班牙文‘Fenix’與英文‘Asia’兩字的結合），象徵華麗尊貴和不屈不撓。泛麗雅是日月潭地區第一家天然溫泉SPA五星級渡假酒店，也是日月潭地區最大、客房數最多的飯店。近期，泛麗雅母公司旗下的7家飯店主廚們共同研究開發符合大陸遊客飲食口味的新菜色，訂出「北咸、南甜、西淡、東酸」之調味原則；從日本聘請多位資深顧問長駐酒店指導營運，協助培訓服務人員，酒店還對員工進行大陸日常用語訓練。一切訓練都是為了給大陸遊客提供賓至如歸的幸福回憶。

# TAIWAN

福容飯店以及泛麗雅酒店，都是接待大陸踩線團和首發團的高級旅館。但是儘管酒店硬體設施以及餐飲都是最頂級，但最精細的服務還是人的服務。為克服兩岸之間的些許文化差異，還是要加強對員工的培訓。

### 品牌輸出

歷經五十年的調整與茁壯，臺灣旅館業終於發展出幾個連鎖品牌。面對逐漸成熟的大陸觀光市場，亞都麗致集團與福華飯店集團都已分別以亞致、福泰等兩個品牌，在蘇州和廈門有了好的開始，再加上晶華酒店的新品牌SILKS，臺灣旅館業已有充份能量走向更寬廣的未來。

座落在千年古都蘇州的西側，有一家充滿著時尚科技的超現代旅店。它在人們的視線裡沒有任何突兀的對比，反而能從平實的外觀找到與古都相映的深厚內涵。這就是臺灣旅館教父嚴長壽先生在大陸的處女作——蘇州亞致精品酒店。

1991年6月，當時擔任亞都飯店總裁的嚴長壽先生成立“麗致管理顧問股份有限公司”，以“體貼入心，更甚於家”為核心理念，提供建立旅館服務理念與教育訓練、軟硬體的建構、聯合行銷及經營管理等服務。2007年1月1日，麗致旅館系統加入GHA全球旅館聯盟(Global Hotel Alliance, GHA)。現今，“麗致旅館系統”旗下成員有兩間是座落在都會區的商務飯店，以及五間在風景區內的渡假旅館。後來又成立“亞致大飯店，Hotel ONE”，分別座落於臺灣台中，及中國蘇州，呈現充滿現代感的簡潔設計新品牌。另外，在上海還有以麗致酒店品牌託管經營的飯店。

### Hotel ONE



嚴總裁對Hotel ONE有高度的期許：“我們希望藉由時尚、科技、輕鬆的現代化設計風格，透過人性化的企業管理理念，將員工由你尊我卑的傳統服務模式，轉化為一群有自信、有涵養的同仁，用友善專業的服務態度為顧客提供貼心的服務，讓Hotel ONE成為華人地區的最佳品牌！”嚴總裁也提醒臺灣的旅館業者：“臺灣飯店業者進入大陸發展，生活習慣和語言是台商最具優勢的地方。”但是進入大陸市場，不能只看單點，必須以區域來整體思考，融入當地整體開發藍圖，方可提高成功的機會。

“福泰國際旅館管理顧問公司”是臺灣旅館業界的自創品牌，是以福華發展的經驗為根基，集合專業經理人成立起來的，是以管理知識輸出、顧問、諮詢與委託經營業務為主的一家管理公司。



福華集團是最早進入大陸的臺灣旅館集團，在台商最密集的廈門經營商務公寓績效卓著，廈門福泰吉祥公寓就是進入大陸市場的敲門磚。近期福泰還將在上海、無錫和北京等地擴增營業據點。

福華集團總裁廖東漢表示，多年前他已看出大陸市場的潛力，還曾獨自前往大陸參加旅展，親自在會場發送宣傳資料。他認為，大陸觀光飯店的房價直逼先進國家，但人力成本卻不到一半，是個適合投資的地方。此外，兩岸語言和文化相通，亦是台商到大陸投資的主要優勢，但是，必須找到對臺灣有充分瞭解的合作夥伴。晶華酒店是目前臺灣股票市場觀光類股中的股王，亦是臺灣酒店業界的主要領導品牌之一。多位國際政要及巨星訪台時，都下榻於此。營業專案多元，位於臺北市精華地區，故名“臺北晶華”。旗下還有座落在太魯閣國家公園內的“天祥晶華”，有臺北101大樓內的日式餐廳，也有位於故宮博物院旁的“故宮晶華餐廳”。

為適應國際觀光產業和大陸遊客來台之需，在“迎接商機、深耕本土市場”以及“拓展商機、前進國際市場”兩大目標下，晶華國際酒店集團採取多品牌的經營策略，針對不同地區、不同市場、不同消費者需求的產品。除了看好大陸遊客這一商機外，還將以SILKS為名進入大陸，在寧波開出第一家最頂級的Grand SILKS，預計2010年前，以輸出管理的模式，在兩岸三地擁有20家飯店。隨著事業版圖的擴張，晶華國際酒店集團還將向業界菁英們發出英雄帖，廣邀勇於挑戰兩岸觀光餐飲市場的人才熱情加入，共同打造屬於國人自有的國際飯店品牌，開拓出屬於華人的天地！

期待未來

目前，臺灣各大小旅館為迎接大陸觀光客都在略施脂粉或大興土木。不僅島內如此，今年4月以來，“大陸首富團”、“香港地產團”、“溫州炒樓團”等，帶著大筆資金的各方企業家，先後來臺灣考察房地產。兩岸進一步的開放與更深化的交流，讓臺灣旅館業再次熱絡起來。

就大陸遊客效應而言，臺灣旅館業真正期待的，還是儘快開放自由行。對大陸遊客而言，開放自由行也才能真正體驗最真實最豐富的多元臺灣文化。大陸遊客赴台，實際上更富有兩岸深化交流的內涵；如何在商業利益以及社會交流上都發揮長遠的效益，仍有賴於相關業者和政府多花心思。



臺北晶華

# 美南華人旅館公會廿年有成

陳美芬／陳英男

## ●公會的成立與其宗旨

美南旅館公會的正式法名(Legal Name)是大休士頓地區由來自台灣的華人旅館業主組成的聯誼會(Taiwanese Innkeeper Association of Greater Houston)，成立於1991年8月。當時僅有10餘名會員，經20年來的成長，如今已有百餘名會員，規模之龐大僅次於南加州華人旅館同業公會。會員分基本會員和榮譽會員二種，前者是由擁有旅館的業主組成，後者由各行各業的人士，只要願意協助基本會員之經營，願意與旅館公會合作生意者皆可加入為榮譽會員，目前大約有20餘名，有律師、會計師、餐飲業主、保險或地產專業人員、產權公司等等。目前基本會員每位至少擁有一家旅館，有人多達四、五家，會員所擁有的房間數約在五千餘上下，約占此間旅館房間的10%左右，聲勢浩大，可見華人旅館的實力在休士頓佔有一席之地。

公會當初成立的宗旨主要是

- ：
- 經由公會的團結，增進會員的福利與權益。
- 促進會員間的資訊交流，提昇並分享會員經營的理念與心得，相互合作。
- 提供會員間各種業務之協助。
- 回饋社區，關懷鄉親。
- 融入主流社會，促進本地的經濟發展。

誠如曾任休士頓華裔數屆市議員的關振鵬律師在美南旅館公會的特刊賀辭所說：「貴會在促進休士頓地方的經濟發展，經由創造就業機會，和海外移民進入休士頓已在過去的數年裡，也預期未來的歲月裡，表現了優勢，在本地的經濟發展中扮演極重要的角色。」

細數近年來，本公會的確默默地參與了數項活動的參與，諸如：

- 響應九九年台灣九二一南投集集大地震的賑災救濟活動，本會表現了人飢己飢，人溺己溺的義舉，贏得了台灣政府與本地僑社的讚許與肯定。
- 九八年的，九月間台灣桃芝風災和連串的災害，本會發動捐款，捐給地方救災機構。
- 全僑九一一災難祈福會，本會也捐出千餘元為受難者家屬祈福消災。
- 二〇〇八年的四川汶川大地震，本會捐贈萬餘元為受難者家屬並祈福消災。
- 二〇〇八年九月Galveston遭受百餘年來的最大颶風IKE，損失慘重，本會率先響應樂捐為受難者家屬祈福消災。
- 二〇〇九年八月八日台灣南部的水災土石流，本會也捐贈寶島的受難家屬數萬餘元。
- 二〇〇九年本會響應台灣造林種樹綠化運動。
- 二〇〇九年五月間，本會響應北美台灣旅館公會號召參與台灣僑委會的號召，海外青年返團第一、二屆訪問團，本會組團有11位參與。
- 每年參與此間雙十國慶團慶活動。

### ●自傲擁有大會會歌

內涵公會宗旨和旅館經營理念的大會會歌是這樣的：

男聲合唱：我們是一群大傻瓜，應聲接喚，認真苦幹，給你甜蜜的夢鄉。以客為尊，來賓是翁，給你太上的接風。

女聲合唱：我們是一群大傻瓜，放下身段，親自擔當，給你高興和喜歡。同甘共苦，絞盡腦汁，給你溫飽走不出。

男女混聲合唱：微笑！維效！努力！鼓勵！我們更要互相慰藉。

台語混聲朗誦：天公疼戀人，嘸驚慄！嘸驚戀！天公疼戀人，嘸驚慄！嘸驚戀！

男女混聲合唱：你的夢鄉，就是我們的夢想，大樓棟棟蓋，旅館年年開，我們的努力，沒有空下來。

我們就是美南旅館公會的群英會。

這首由鄉土文學家和島內著名的音樂教授創作的會歌，在每次我們的大型聚會，都贏得了無數的掌聲，成為本會的招牌歌，曾有位天涯海角走透透的商人，就說過全世界的社團絕少有像美南旅館公會有這樣的會歌，我們深以為榮，引以為傲

### ●藉活動融入主流社會

大休士頓區人口約400餘萬人，華裔人口約20餘萬，代表政府的台北經文處每逢美國或台灣的大節慶，均舉辦慶祝會，旅館公會一定積

極介入如每年的國慶酒會，邀請主流社會的政商界代表參與盛會，如聯邦參眾議員、德州參眾議員、地方市長、議員，各大公司行號的董事長、總裁、執行長等人，公會都有代表參與認桌（酒席）贊助經文處的舉辦慶祝事宜。

每年為防止犯罪，維持社會治安之責的警政單位都會舉辦座談會，每屆會談，公會一定推派代表參與，九八年的年度座談會，適由筆者當會長任內擴大舉行，本會特地出資在豪華的中餐館邀請與社會、尤其旅館公會會員所在旅館的警察治安人員都前來參加，由他們來講解旅館治安之道，警民相聚一堂，吃喝之餘兼收治安教育之道，使會員與警政單位執法人員相互切磋，難怪會員的旅館業績良好，與警政單位之照顧不無關係。而每逢旅館公會之重要聚會，一定也都有警察好友前來助陣，真正做到警民守望相助，相輔相成之效。

雖然旅館公會標榜不介入政治活動，但每逢華裔參與競選公職如市長、議員，各種理事會之理事選舉，本會皆義不容辭地參與募款餐會，如今已有華裔市議，員華裔副警察局長，美國白人的市長……。

### ●會員例行月會聯誼

美南旅館公會定期的例行月會，大都選在每月的下旬的星期二或星期三晚上，輪流在各大中餐廳舉行，經常席開六、七桌，由贊助人(Sponsor)出資，或作說明會，推廣其產品（如連鎖旅館的促銷說明會，戶外之安全系統用品等），或解說其服務性質（如理財師介紹年會、壽險或年老者的長期護理；律師講解遺產稅法、信託、遺囑等），稅務顧問解說如何省稅，如何與政府交涉退回超收的能源費用（如電費之減退）等等。獲得的訂單或獲得服務的客



戶往往值回票價，賓主盡歡，各取所需，各蒙其利。

例行的月會，會員間在飽餐之餘，大家彼此交換經營的理念與心得，也會閒話家常增進會員間的情誼。

#### ●與其他社團合辦活動

美南旅館公會本著「德不孤，必有鄰」的理念，經常與其他社團共同舉辦有益身心的保健醫療活動，例如：婦女舉辦的乳癌防治教育講座。由專家以演講和影片為本會會員尤其是婦女講解乳癌檢查的重要性，如何自我檢查等等。

本會與此間華資的美南銀行共同推廣社區的經濟服務，促進華人的經濟繁榮，帶動中國城的欣欣向榮，由國府派出的中華經濟研究院吳博士來休士頓與此間僑社共同研究今日美國的經濟發展，由美南銀行與本會共同主持，邀請僑界人士參與，回饋社區。

#### 助會友爭取修法成功

公會在精神和財力上支持會友，終獲修正聯邦人民財產沒收法，為美國司法史開創新里程碑。

商請由有影響力的政界人士出面與地區的警政單位的有力之士出面溝通協調，尤其重要的改變聯邦對沒收入人民財產的法律條文，如今這項修正法案已存檔於美國國會大廈內，成為正式法律。

原來警政執法人員可憑一己的自主權依其當時之自由心證，只要有人密告在可疑犯罪的場所（指地產和生意）涉及可疑的非法勾當，則執法人員根據「可能的理由」(Probable Cause)可沒收入民的財產與生意的經營權，然後受害者必須在法庭上證明清白無罪，由法官或陪審團裁定後才可收回被沒收的財產和經營權。如此對無辜的受害者勞民傷財，耗錢費力，才有可能收回被沒收的財產和生意。

而如今的新法針對著「可能的理由」和未定罪前，未有事實證據前，人人皆是「清白」的司法基本精神，要執法機關在案發90天之內呈請庭上召開聽證會(Hearing)，提出相當有力的證據證明在該地上從事非法的勾當，而業主獲有不法的利益，否則應退回該地產和財物選業主清白。

因此新舊法之最大差異在於執行機關一定要提出相當有力的證據（人證物證），能證明並說服法官或（和）陪審團才有勝訴的機會。

美南旅館公會是一個充滿親和力的團體，會員親如手足，猶似一個美滿快活的溫馨的大家庭，相信必定能在綿延不斷的會員、理事及鄉親的關懷下永遠成長，也能繼續回饋社區，相信美南旅館公會還會有更多的20年！

作者：(1) 陳美芬  
第二屆北美台灣旅館公會總會長，  
現亦為僑務諮詢顧問。  
(2) 陳英男  
曾任旅館公會會長，理事長，  
現主持台美實業旅館投資。

## 南加州旅館業30年史話

南加州台灣旅館業同業公會前會長 廖聰明

我於1973年移居美國至今，曾擔任「南加州台灣旅館同業公會」兩屆會長。三十多年以來，不曾間斷擔任各種僑社會長，親自目睹並領導社團之成長，變化過程，也從事經營旅館業到現在，茲就本人親身體驗，以及所見所聞簡述「華人經營旅館30年史話」供大家參考與指教。

早期從台灣移民美國的華人，大部份都是留學生。因為當時政府規定，要移民美國以出國留學最為捷徑。然而從一九七三年以後，美國更加開放移民政策，後來美國創業的移民逐漸增加，而以開設旅館業為安身立命的根基，培養下一代融入美國主流社會，成為醫師、律師，甚至高級的民意代表，而感到完成了「美國之夢」。

### 投資旅館業有好處

有句話說「有斯土，斯有財」。這句話用來形容旅館業，絕對是最適當的用語。旅館業既有土地，又有房屋，經營方式不管是自營或出租，均屬有收入的不動產(INCOME PROPERTY)。美國「富比士雜誌」每年列出世界五百大富豪，有80%以上與經營房地產有關連，足以證明房地產確屬「有斯土，斯有財」。因為一旦擁有旅館房地產後，不管白天與晚上，一年三百六十五天，天天都有收入，日以繼夜連睡覺的時間也不例外。

投資旅館事業雖不若人人稱羨的自由職業，如醫師、律師、會計師、藥劑師、工程師、精算師、保險師...等等，有很高的社會地位，但這些「師」級的人到了退休年齡後，勞務付出停止後收入即告終止，不能像旅館房地產可以一直出租而收取租金。

華人起初創業，由於語言及資金有限，而選擇較少投入資金的小型旅館，既可以安定生活，不必開車上下班而節省交通費；因全家大小都住在旅館，也節省租金及水電費開支，管理及清潔工作全家大小包辦，不必假藉外人又省工資，如果生意旺，就聘請人員協助，進可攻退可守，加上華人一向克勤克儉的耐勞精神，不但教育下一代克苦創業的好榜樣，而且儲蓄不斷增加，接著就從二級汽車小型旅館慢慢轉型為大型旅館，時至今日擁有五星級的世界連鎖飯店大有人在。

為了世代傳承，將子女送進有名大學——如康乃爾大學等等，專攻旅館科系後，接棒父母的小型旅館，進而接二連三併購其他旅館，又更進一步成為旅館管理公司，接受委託經營，令美國主流社會刮目相看與並駕齊驅，儼然成為美國主流企業之一。

### 旅館業失敗的教訓

成功非偶然，而是一步一腳印，努力奮鬥的成果。以上所陳述的是順利經營旅館成功的例子。但也不少失敗的案例。因為有人墨守成規，固執己見，以為勤儉就可以成功致富，而不入鄉隨俗，去學習美國人的風俗習慣；不識時機的好壞而亂投資，只顧旅館營收而不顧維修與更新設備，不斷惡性循環，更有不遵從法令違規營業者，不向同業切磋待人接物的方法，只認為少開銷多少入就是賺錢之道，殊不知只要收入大於開銷，就不必斤斤計較有多少的支出費用，因為不管任何生意，都必須先有開支然後才有收入。



旅館業曾在一九九五年數年間，因遭逢經濟不景氣衝擊，有不少同業頻臨破產階段，筆者適任公會會長，而眼見同業的困境，透過僑委會協調，洽請「華僑信用貸款保證基金」(現已改稱為「海外信用保證基金」)，向當地經辦華資銀行融資後，有不少同業解決了燃眉之急，終於幸存經營至今，而日進斗金者不計其數。此項貸款危機之獲得圓滿解決，實歸功於僑委會盡心盡力協調有關機構有以致之，其照顧僑胞之用心與政府倡導回饋僑胞之美意相吻合。如今台灣發生八八水災，美國各地僑胞基於人溺己溺的愛心，紛紛慷慨解囊，實屬互為因果，而展現「天災雖無情同胞有愛」，海內外同胞能血濃於水的民族感情溢於言表。

#### 投資旅館業不能憑僥倖

經營旅館業，有的靠買入然後賣出大賺其錢，可是這種機會並不多，要等幾十年才有機會，以後的機會更少，不能憑僥倖心理；依經營得法賺錢，經營得當日進斗金，錢財滾滾而來，才是正常經營之道。華人大部份業者都是循這種方法致富。

因為經營旅館具有雙重增值，租金隨物價上漲而增加營收，旅館房地產隨租金上揚而水漲船高。如能固守經營十年以上，不管繼續經營或出售，其淨值少者百萬以上。雖然日夜辛苦，必然有其代價。所以這種行業比較適合退休年齡的家族經營。早期華人都是從美國退休人員經營手中的旅館買進，然後才漸漸擴大就是一個明證。

然而投資房地產並不限於旅館業，如商業大樓、集合住宅、商業倉庫、購物中心、工業區樓房...等等，必須趁房地產低落時買入，不可亂投入以避免風險。因為房地產有漲落潮，必要時要請教投資專家，再加上個人的判斷力。而且地點的選擇也非常重要，如未來發展的趨

勢及逐漸沒落的地方。可以買入房地產的三要點---所謂的「LOCATION, LOCATION AND LOCATION」，第一是地點，第二也是地點，第三更要注重地點。

「南加州台灣旅館同業公會」，已成立30多年。很多業主於事業有成之餘，均踴躍參與社團公益事業，及愛鄉愛國運動，熱心參與美國主流各項活動亦不例外，而甚獲各界之肯定乃有大洛杉磯五大社團之一的美譽，實屬實至名歸。由於旅館業主大部份來自台灣的新移民，基於民族感情與台灣的互動關係良好，在中華民國僑務委員會的輔導下，來往十分親密切。環看各社團中，旅館業之財富畢竟冠蓋群倫，因而在南加州扮演舉足輕重的角色。

「信用」是人生的第二生命，尤其是在美國有了良好的信用記錄，則無往不利，經營商業更為重要，切不可掉以輕心。人的一生有起有伏不定，經營商業也不例外，如何將生意的危機轉為轉機，端看經營者的判斷與眼光，要正視面對的問題而解決問題，否則問題永遠存在而未解決。

人生財務的增加可以分成三階段：年青時學校畢業後，要靠自身的勞力去賺錢，才能體驗人生工作的辛勞，一餐一宿來得非易，不管你的家庭貧窮或富裕，中年後要運用別人替你賺錢，比如當公司的經理或董事長，到了年老後，必須依靠以錢賺錢，因為身心已不如前。

旅館業是百業之一環。「行行出狀元，路路通羅馬」，只要我們遵行前人成功的法則，以正當的途徑經營事業，旅館這一行業是取之不盡用之不竭的。

財富的增加不僅可以改善家庭及個人的生活，提昇生活品質，才有能力服務社區貢獻社會，願以此文與同業及青少年朋友共勉之。



## 綠色環保酒店專題

# 美國酒店業走向綠色環保

本刊編輯部

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

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

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

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

Orchard Garden, San Francisco



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



## 現代西方酒店經營管理趨勢

本刊編輯部

20世紀70年代以來，隨著酒店業供需關係的變化和市場競爭的日益激烈。西方酒店的經營管理觀念和方法不斷更新。酒店組織機構重組和重視員工參與，市場細分和產品定，企業形象樹立和整合營銷戰略以及酒店服務的標準化和程序化等等不同的管理觀念和方法層出不窮，使酒店業的經營管理水平不斷提高。進入90年底以來，西方的酒店開始引入製造業普通推行的「全面質量管理」的全新管理觀念和方法，強調服務質量是酒店關鍵，酒店的根本職能是達到百分之百的顧客滿意，為顧客提供無差錯的服務。這一管理觀念為西方酒店業帶來了極大的效益，並且成功的挑戰了酒店是以股東利益為核心。突出利潤最大化，強調降低成本，提高效益的傳統管理觀念和方法。

全面質量管理 (TOTAL QUALITY MANAGEMENT 簡稱TQM)，起源於60年瓦日本製造業所推崇的質量控制 (QUALITY CONTROL) 方法，70年代引入美國。80年代為西方國家所普及。90年代開始應用於西方的服務行業。全面質量管理強調以滿足顧客需求為導向，企業的全體員工都要參與質量管理，並創造了「質量管理循環圈」的系統方法對質量的全過程進行科學管理；後來又提出了「零差錯」(ZERO-DEFECTS)，「質量4絕對」，「質量改進14步」等質量新概念，使「全面質量管理」逐漸形成和完善。

全面質量管理主要要包含了兩方面的要點：一個企業要提供顧客滿意的產品和服務，僅靠數據統計的方法進行生產和服務過程控制是不夠的，還需要一系列管理手段和組織工作，還需要一系列管理手段和組織工作。所以，全面質量管理的「全面」兩字是相對於統計質量控制的「統計」而言的。二是產品和服務的質量是一個形成和發展的動態過程，其中包括市場調研，產品設計與生產，產品銷售和售後服務等各個五一節，質量就是在這些過程的螺旋式循環中形成並不斷提高的。全面質量管理就是要抓好各個環節的管理工作。而不僅限於產品的生產過程。





至今，人們對質量概念還無統一的認識。「卓越」，「價值」，「合乎標準」，「適合使用」，「無差錯」，「滿足或超過顧客的期望」等，不同的人可以從不同的角度去理解和解釋質量。大多數經營管理者認為，全面質量管理的核心是強調一致性，克服隨意性，消除差錯，使顧客得到全面的滿足。因此，全面質量管理可以歸納為四項基本原則：以顧客為中心，不斷改善，全員參與，一次到位，最終達到顧客的全面滿足。

就酒店服務而言，質量概念與創造業有所不同，它包含了有形和無形兩個方面，即酒店的技術質量和功能質量，顧客的滿足程度是通過如下質量要素來衡量的。酒店的設備設施質量指酒店硬件的完好程度，安全程度，舒適程度和方便程度以及與酒店的檔次，規模，規格的吻合程度。它覆蓋了酒店各個角落和空位的有形物體，甚至包括了酒店的溫度和濕度。

酒店的實物產品質量指酒店提供的有形產品，如購物品和餐飲產品的花色品種，外觀顏色，在質量與價格之間的吻合程度。



以上兩個方面構成酒店的技術質量，也可稱有形質量。酒店服務技術質量的高低有非常具體細緻的客觀衡量標準，通常是可以衡量並且容易衡量，酒店的勞務質量指酒店的員工向顧客提供服務時所表現出的行為方式，包括員工的服務技巧，服務方式，服務態度，服務效率，職業道德，團隊精神，禮節儀表等。是酒店服務質量標準和程序的內在體現。酒店服務的環境質量，指酒店的自然環境和人際環境。優質的自然環境要使顧客在酒店停留期間感受到文化和綠化的高雅品位和藝術的魅力。良好的人際環境體現為酒店的管理人員，服務人員和顧客三者之間友好，和諧，理解的互動關係。勞務質量和環境質量構成了酒店的功能質量。也可稱為酒店的無形質量。功能質量的高低雖然也有許多客觀衡量標準，但很大程度上取決於

員工在服務現場的心理狀態和顧客接受服務時的主觀感受，常常因人，因時，因地而異，因此，功能質量一方面是可以衡量的，另一方面又難以衡量。

西方的酒店業在通過對顧客的大量調查之後，還得出了這樣的結論：顧客對服務質量的滿意程度並不簡單地取決於技術質量和功能質量的高低，還取決於顧客對酒店服務的期望質量與實際體。

## 世界著名酒店集團的文化比較研究

本刊編輯部

研究企業文化的方法各式各樣，本文將就酒店的文化三維邏輯在世界著名酒店中的表現形式和運用進行比較研究，希望能從這些酒店的文化設計的哲學理念和經濟學的價值論中得出某種結論。選擇文化作為研究對象的另外一個重要原因是不同酒店集團文化折射出的酒店文明的光芒會為我們還在摸索酒店管理之路的中國酒店業從業者照亮前進的道路。而這種文化理念的設計是智慧和經驗的完美統一。為了使世界著名酒店文化的精華能準確的傳遞給讀者，本文在表述這些酒店文化要點時更多的採用中英文對照的方式。

### 一、企業文化與酒店文化

為了把酒店文化納入企業文化的理論體系中加以論證和考察，我們有必要對企業文化研究的起源及基本特徵進行簡要的回顧，以理清企業文化研究發展的脈絡，這對於我們更好的設計或闡釋酒店文化都是大有益處的。興起於上個世紀80年代的企業文化研究熱潮源於威廉·大內的一本書《Z理論——美國企業界怎樣迎接日本的挑戰》，該書分析了企業管理與文化的關係並以此得出結論日本企業的效率普遍高於美國企業的根本原因在於企業的文化，美國企業要趕上日本企業的有效途徑就是建立自身的企業文化。Z理論認為企業中的信任和微妙性不僅通過有效的協調提高了生產率，而且還不可分割的聯繫在一起。當時美國企業的競爭力在日本企業面前日漸衰退，這一結論為許多困惑

中的企業找到了問題的答案，於是企業文化研究成了一種時尚。特雷斯·迪爾和阿倫·肯尼迪出版的《企業文化——現代企業精神支柱》認為企業文化有五大要素：企業環境、價值觀、英雄人物、典禮及儀式和文化網絡；彼得斯和沃特曼合著的《追求卓越——美國成功公司的經驗》一書以美國著名企業為研究對象並從企業文化的層面去追尋企業成功的必然原因；理查德·帕斯卡爾和安東尼·阿索斯合著的《日本企業管理藝術》同樣的從民族文化傳統和企業文化傳統來解剖企業的管理藝術。這四本被譽為企業文化研究經典名著的企業文化專著從企業價值觀、經營哲學的高度來把握企業管理的真諦從而揭示管理作為一門科學的藝術價值。儘管亞洲金融危機以後日本的競爭力相對於美國有所下降，但我們不能因此否認企業文化在管理中的功用，歐美企業對企業文化的研究和塑造依然方興未艾。但這裡可以得出的另一結論是，沒有完美的企業文化和一成不變的企業文化，文化既有其傳統性也有其運動和發展的必然要求。

《追求卓越》一書被譽為工商管理的「聖經」，作者在其序言中卻以一家酒店的難忘經歷展開對卓越企業成功的必然性的探究，正是企業的這種卓越的文化成就了卓越的企業，而卓越的企業文化又是通過普通員工的典型行為展現出來的。「一天忙碌的工作使我們錯過了最後一班方便的航班。我們沒有預定酒店，但我們就在四季酒店附近——以前我們在這兒住過



，並且有點喜歡它。我們經過大廳並琢磨著怎樣把我們的情況說清楚以便住到一個房間，當我們打起精神準備面對平時對後來者總是很冷淡的面容時，使我們驚異的是，前台小姐抬起頭，笑了笑，然後叫了我們的名字並問我們為什麼在這兒。她竟然記住了我們的名字！一剎那見，我明白了為什麼在短短的一年中，四季酒店已經成為這一地區的「旅客之家」，並且崛起為人人敬佩的四星級酒店。。。在我們看來，公司普通員工這種不尋常的努力，已經成了研究優秀公司的主要線索。」（《追求卓越》，托馬斯·彼得斯，羅伯特·沃特曼）

「Our business day had taken us beyond the last convenient flight out. We had no hotel reservations, but were near the new Four Seasons, had stayed there once before, and liked it. As we walked through the lobby wondering how best to plead our case for a room, we braced for the usual chilly shoulder accorded to late-comers. To our astonishment the concierge looked up, smiled, called us by name, and asked how we were. She remembered our names! We knew in a flash why in the space of a brief year the Four Seasons had become the 「place to stay」 in the District and was a rare first-year holder of the venerated four-star rating...For us, one of the main clues to corporate excellence has come to be just such incidents of unusual effort on the part of apparently ordinary employees. (In Search of Excellence, Thomas J. Peters, Robert H. Waterman)

文化對於酒店的重要性可以從馬裡奧特對文化的信仰中找到答案。「馬裡奧特核心價值觀驅動著文化的發展。馬裡奧特文化影響著我們」

如何對待員工、顧客以及與我們成功休戚相關的社區。用馬裡奧特的話來說「文化是生命線和粘合劑，連接著我們的過去，現在和未來。

Marriott's core values drive the culture. Our culture influences the way we treat associates, customers and the community which impacts all our success. In the words of J. W. Marriott, Jr., "Culture is the life-thread and glue that links our past, present, and future."

為了使我們的視野更為集中，在有選擇性的挑選酒店集團時特別注意到了不同酒店集團的文化代表性。除了香格里拉集團以外其餘的多為具有歐美文化傳統的酒店集團。出於一種中外酒店文化比較的需要和作者對海天文化的熟悉，本文特意將海天酒店文化作為一種中國酒店文化參照物求正於方家。

## 二、文化的三維邏輯在酒店中的表現形態：

文化在酒店的三維邏輯關係表現為：企業對顧客的承諾；企業對員工的承諾；員工對顧客的承諾。最後的經濟模型表現為，企業為員工創造價值；員工為顧客創造價值；顧客為企業創造價值這樣循環的價值鏈。通過這種價值的轉換，酒店文化在運行過程中變得實體化。文化不再是一種空泛的概念，而是調節企業、顧客、員工關係和規範消費行為、管理行為和服務行為的指導性原則。

### 1. 企業對顧客的承諾 Commitment to Customers：

企業存在的價值是為社會服務的。在競爭日趨激烈的市場環境中，企業如果不真心的關心顧客的現實需求和潛在需求，這個企業就不可能有競爭能力。特別是在消費需求越來越個性化和多樣化的情況下，酒店業的競爭性又為消

費者提供了更多的消費選擇，我們對顧客的價值承諾是決定我們競爭力的關鍵。顧客購買的不再簡單的是一個床位或一碟菜餚，而是一種綜合的物有所值或物超所值的消費體念。酒店的經營行為應該自覺的轉化為對顧客的一種承諾。在成功的酒店集團中我們都可以找到這種理性判斷在實踐中的運用。

四季酒店：我們的物業，都會因非凡的設計和完善的設備而更具價值。我們緊守嚴謹的道德操守，提供慇懃的個人化服務，必能滿足貴客的嚴格要求，迎合他們的品味，以維持我們在全球高級豪華酒店機構中的崇高地位。

We create properties of enduring value using superior design and finishes, and support them with a deeply instilled ethic of personal service. Doing so allows Four Seasons to satisfy the needs and tastes of our discriminating customers, and to maintain our position as the world's premier luxury hospitality company. (FOUR SEASONS)

希爾頓：顧客是企業的生命，為了保持顧客高水平的滿意度，我們不斷地聽取評估顧客意見，在我們所在的各個國家實行公平的制度來處理顧客投訴並尊重消費者權利。

Our customers are our business. In order to maintain high levels of satisfaction we are constantly assessing the views of our customers. We operate a fair system for handling complaints and respect the rights of the consumer in the countries in which we operate. (HILTON)

馬裡奧特：馬裡奧特酒店優質服務的聲譽來自馬裡奧特創立並長期秉承的傳統，酒店簡單的服務目標「食物好，服務好，價格合理。」

Marriott's reputation for superior customer service rises out of a long tradition that started with J. Willard Marriott's simple goal for HotShoppes to provide "Good Food and Good Service at a Fair Price."

□-不遺餘力的為顧客著想"Do Whatever it Takes to Take Care of the Customer"

□-對顧客無微不至的關心Pay extraordinary attention to detail

□-以硬件環境為榮Take pride in their physical surroundings (Marriot)

聖丹特：聖丹特客戶方針，我們酒店的效益來自我們客人的滿意體制，這也是作為一個旅館行業中最大的、最重要的體系。先進的數據、資料將會衡量出產品和服務的質量。同時也直接關係到客人對酒店的滿意程度和是否會再次光臨。

Cendant Guest tracking our hotels benefits from our Guest Satisfaction Tracking System, the largest such system in the lodging industry. This advanced database will measure and track key product and service attributes directly related to guest satisfaction and guest retention at your hotel. (CENDANT)

香格里拉：我們要把贏得客人忠實感作為事業發展的主要驅動力，體現在

—始終如一地為客人提供優質服務。

—在每一次同客人接觸時，令客人喜出望外。

—行政管理人員與客人保持直接接觸。

We will make customer loyalty a key driver of our business through

- consistency in delivery of service



- delighting our customers in every customer contact

- executives having a customer contact role.

我們的使命宣言：為客人提供物有所值的特色服務和創新產品，令客人喜出望外。

**Our Mission : Delighting customers by providing quality and value through distinctive service and innovative products (Shangri-La)**

雷迪森：雷迪森的目標是100%的顧客滿意率，如果你對某項服務不滿意，請讓我們知道，我們將對其進行糾正否則你可以不付款。

**Our goal at Radisson is 100% guest satisfaction, if you aren't satisfied with something, please let us know and we'll make it right or you won't pay. (Radisson)**

海天：海天經營理念：為顧客創造價值  
Create value for guests；海天服務理念：海天之間一個家  
Hai Tian is a home away from home

## 2. 對員工的承諾：Commitment to Associates

酒店對顧客的承諾是要通過員工的個體表現得以實現的，這正是服務業的一種特性：產品的質量直接決定於服務者向服務對象提供的產品。因此酒店業流行的一種觀念應該視為合理的假定：沒有滿意的員工就沒滿意的顧客。員工的創造力如何有效的被激發出來為顧客創造價值是酒店管理永恆的主題，因為時代的進步、消費需求的個性化和競爭的加劇都從客觀上對員工素質提出了與時俱進的要求。與此同時，員工作為勞動者和消費者的要求也在不斷增

加，他們不再是簡單的「經濟人」而是複雜的「社會人」。他們追求的不只是合理的薪水，而更多的需要尋找實現自我價值的環境。馬斯洛也把「自我實現」的需要界定為人的最高需求層次。企業有權力挑選員工，員工也有權力挑選合適的企業。企業倫理（ETHICS）應該成為成就個人成功的環境保障。從一定意義上講，管理者需要解決的是一種企業與員工複雜的博弈關係。在企業對員工的承諾方面既包括企業對員工的基本價值假定也包括對待員工的方式。

對員工在企業中的基本價值假定：

對待員工的基本價值假定意味著將員工在企業中的地位和作用設定一個基調並在這個基調上選擇對待員工的方式方法，這種理論設定對於員工價值、顧客價值和企業價值都是至關重要的。在對員工價值的重要性的表述中許多酒店集團都將員工視為企業的具有價值的資產：

四季酒店：我們最大的財富和賴以成功的決定因素就是我們公司的全體員工。

**Our greatest asset, and the key to our success, is our people. (FOUR SEASONS)**

馬裡奧特：以人為本，這是馬裡奧特75年成功的基礎。馬裡奧特長期以來一直堅信員工是最大的資產。馬裡奧特文化就是馬裡奧特的員工以實際行動為顧客所創造的服務體驗。其宗旨在於人服務於人

**People first—the foundation of Marriott's success for 75 years. Marriott's enduring belief is that our associates are our greatest assets. Marriott Culture is the experience we create for our**

customers which is demonstrated by the behavior of our associates. It is people serving people. (MARRIOT)

凱悅：我們的哲學觀點是，正是凱悅集團的人員使凱悅擁有了卓越的閱歷。在集團價值觀的引導下，我們努力幫助員工發展職業生涯，而不僅僅只是工作。

It is our philosophy that it is the people of Hyatt International Hotels & Resorts who make the Hyatt experience an exceptional one. Guided by our Corporate Values, we strive to equip and empower our people to develop careers, not jobs, with Hyatt International Hotels & Resorts. (HYATT)

希爾頓：我們仰賴員工來提供給客人和顧客所期望的優質服務，反過來我們也努力為員工謀福利，我們的目標是最大限度地開發員工技能，給他們提供個人發展機會，達到最高滿意度。

Our People Philosophy : We rely on our employees to provide the high quality of service our guests and customers expect. In return we work hard to look after our people. Our aim is to maximise and develop the skills of our staff, provide opportunities for personal development and achieve high rates of employee satisfaction. (HILTON)

香格里拉：成為客人、員工和經營夥伴的首選The preferred choice for customers, employees and business partners. (SHANGRI-LA)

海天：每位員工都是酒店的形象大使Every Hai Tian staff member is an ambassador of the Hai Tian spirit and quality.(Hai Tian)

對待員工的方式：

對待員工的方式體現了一個企業的價值觀在處理企業與員工關係方面的價值取向。這些方式既包括對待員工的福利，也包括員工在企業中的成長和職業生涯。從一些著名酒店集團的對員工所享有權利的具體規定上，我們可以看出，員工利益不是可以隨便放棄的制度。這種制度應該保證不能以犧牲員工利益來追求企業利益。員工的利益應該是和顧客和企業利益形成一種利益共同體。只有當三者的利益都得到最大化的時候，企業的競爭力和生命力就是最強的時候。

四季：我們相信，無論所作何事，每個人都需要擁有尊嚴、自豪及滿足感。若要滿足客人的需要，必須攜手同心，才可得以致之。我們的信念，就是上下一心，重視每個人的貢獻和重要性，彼此互相尊重，達致最大的效益。在四季，我們以期望員工對待顧客的方式來對待員工——熱情、彬彬有禮和尊重。我們知道只有員工的高效和滿意，顧客才能滿意和不斷光臨。作為對待員工責任的一部分，四季以提供補償和利益計劃而感到自豪，包括競爭性的收入和獎勵。

We believe that each of us needs a sense of dignity, pride and satisfaction in what we do. Because satisfying our guests depends on the united efforts of many, we are most effective when we work together cooperatively, respecting each

other's contribution and importance. At Four Seasons, we treat our employees the same way that we expect them to treat our guests, with warmth, courtesy and respect. We know that if our employees are productive and content, our guests will be happy and want to return. As part of our commitment to our people, Four Seasons is proud to offer a Compensation and Benefit Plan, including: : competitive pay and benefits

四季酒店對員工的待遇和職業發展都進行了細微的規制：

- 得體的制服well-tailored uniforms
- 員工輔助計劃employee assistance plan
- 職業發展計劃career development programs
- 職業培訓job training
- 教育輔助計劃educational assistance programs
- 免費工作餐complimentary meals
- 內部提升promotion from within

我們非常自豪的說我們的員工希望和我們長久共處，我們的高級行政人員和總經理平均工作年限超過12年。他們中許多人都是從基層開始工作，並在個人職業生涯計劃、發展系統和管理培訓項目中受益，從而獲得提高和發展。我們認為我們有一些特殊的東西，事實上，《財富》雜誌近來已經將我們提名為美國100家最適宜工作的公司，這已是連續第5年獲得這項榮譽。

We're happy to say that our employees tend to stay with us for a long time. Our Senior Executives and General Managers average over 12 years of service. Starting at relatively junior levels, many of them have since progressed by benefiting from

our individual career planning and development system and management training programs. We think we have something special here. In fact, Fortune Magazine has recently named us one of the Top 100 Companies to Work For in America - for a fifth year in a row. (Four Seasons)

希爾頓：我們承諾為我們的員工、客人、顧客及所有的來訪客人提供健康安全的環境。在所有的管理經營中我們採用最完備的健康安全體系，採取風險式管理以使事故發生率合理有效地降到最低。

Health and Safety We are committed to providing a healthy and safe environment for our staff, guests, customers, and for all visitors to our premises. We aim for best-practice in health and safety throughout all our operations. We support a proactive culture of risk management to ensure accidents and incidents remain as low as is reasonably practicable. (HILTON)

馬裡奧特：服務於員工的精神堅定不移的信念是「員工是最重要的資產」，為員工提供個人成長發展的環境。The Spirit to Serve our associates : The unshakeable conviction that "our people are our most important asset" An environment that supports associate growth and personal development

-擁有聘用有愛心、道德品質優良、誠實可靠員工的好聲譽

-A reputation for employing caring, dependable associates who are ethical and trustworthy

-家一般的氣氛及友好的工作關係

-A home-like atmosphere and friendly workplace relationships



-施激勵機制獎勵鐘點工及管理層員工所作出的貢獻

-A performance reward system that recognizes the important contributions of both hourly and management associate

-以馬裡奧特的名字和業績為榮

-Pride in the Marriott name, accomplishments and record of success (MARRIOTT)

凱悅：改革創新和創業精神是我們經營的基礎。我們的目標是吸引並保留一支提供優質服務的生力軍，他們富於創新精神，以顧客為中心並能充分反映當地文化。我們相信信息靈通的工作，充滿激情的員工是我們實現目標的有利保證。公司努力在世界各地給員工提供一個公正合乎道德標準的工作環境。我們的員工是我們的基本資產，他們對凱悅集團價值觀的認可使我們與眾不同。

Innovation and an entrepreneurial spirit are the foundation for the way we conduct business. Our goal is to attract and retain a workforce that is motivated to provide a level of service, which is excellent, innovative and customer-driven, and reflects the local cultures where we do business. We believe we can accomplish this by being a "listening" company of well-informed, impassioned people. ° Hyatt International Hotels & Resorts strives to provide a fair and ethical work environment for all its employees of all Hyatt International Hotels & Resorts world wide. Our people are our principle asset and it is their commitment to the Values of Hyatt International Hotels & Resorts that sets us apart from our competitors. (HYATT)

香格里拉：我們要努力創造一個既有利於員工事業發展，又有助於實現他們個人生活目標的環境。

We will create an environment where our associates may achieve their personal and career goals. (SHANGRI-LA)

洲際：質量和培訓洲際集團在所有酒店的品牌服務、產品質量、設計、構造以及經營方面都要求一個嚴格的標準。怎樣去作到呢？完全依靠我們基層受過培訓並具有高標準的全體工作人員。我們對員工的培訓包括：發展必須的管理經營方法，提高服務水平和及時對員工進行一些額外知識的培訓。

Quality & Training : Six Continents Hotels, Inc. requires a strict adherence to standards that encompasses service, product quality, design, construction and operation - across ALL brands. HOW? One way to achieve such high standards relies on the underlying support of our training staff. We provide training for hotel staff, including the management tools necessary to provide your staff with additional knowledge of the skills necessary to generate continuous improvement in revenue management, service delivery, and operating skills. (Inter-continental)

海天：真誠的關心每位員工的進步，每位員工都有接受培訓和提高的權利。

Be concerned with and , when possible, assist other's with their careers.(Hai Tian)

3· 員工對顧客的承諾：Employee commitment to Customers

員工對顧客的承諾決定了服務的質量和顧客的滿意度，顧客能否獲得身心愉悅的消費經歷取決於員工的集體價值觀、服務態度、服務技能和服務效率。在確立員工與顧客的關係方面每個酒店集團都有自己的理論假定，有的將顧客認定為上帝，有的假定顧客永遠是對的，這兩類假定都是把顧客與員工的關係建立在不平等的基礎上。而筆者更願意將員工與顧客定位在平等的基礎上共同構建和諧的消費環境。這種理論假定的先進性體現在與現代文明社會更加合拍，同時在酒店業注重顧客過程參與的趨勢下，角色平等的假定更易於將服務者和被服務者的尊嚴同時得到關照，雙方也更容易建立一種和諧的人際關係。麗嘉酒店的服務理念是我較為欣賞的。

麗嘉酒店：我們是紳士淑女給紳士淑女服務

We are ladies and gentlemen serving ladies and gentlemen. (Ritz-Carlton)

四季：每一個工作日，因為優秀的服務文化和創造性的員工對顧客的服務都會不同。正是這種文化使我們遠遠超過我們的競爭對手。這種無形的特性使我們重要的客人再次光臨我們，並促使我們在同行業中提供最好的服務。

Every working day, Four Seasons employees make the difference for our guests by creatively maintaining our culture of service excellence. It is this service culture that sets us apart from our competitors. An intangible quality that keeps our valued guests returning again and again, and which drives us to deliver the best service in the industry.

(Four Seasons)

希爾頓：我們不斷地努力來提高我們的產品和服務質量，盡一切可能來減少對公司的負面影響。我們將記錄所有關於產品的開發與服務方面的顧客意見。

We continually strive to improve the quality of our products and services and their delivery to our customers. We will work to minimize, as far as possible, any negative impacts associated with our business activities. We will take account of the views of our stakeholders on all aspects of our product development and service delivery. (Hilton)

馬裡奧特：服務於顧客的精神The Spirit to Serve our customers

-「顧客永遠是對的」的箴言顯而易見

-Evident in the adage, "the customer is always right"

-操作性很強的管理方式，即：「四處走動的管理方式

-A hands-on management style, i.e., "management by walking around"

-對顧客無微不至的關心

-Attention to detail

-不斷改革、創新的服務意識

-Openness to innovation and creativity in serving customers

-以顧客信賴於馬裡奧特獨特的個性化服務品質為榮，以顧客在世界各地旅行中能識別或選擇馬裡奧特品牌為榮

-Pride in the knowledge that our customers can count on Marriott's unique blend of quality, consistency, personalized service and recognition almost anywhere they travel in the world or whichever Marriott brand they choose (MARRIOTT)

聖丹特：顧客是第一位的，我們對他們的需求負責，努力解決他們的業務問題，急他們之所急我們預期顧客的需求，創造超過他們期望的產品和服務，我們看到的是機會而不是障礙，獎勵那些發現和補充新的有價值觀念的人。



我們以尊重和真誠來對待每一個人和顧客，尊重個人價值和不同的文化和工作方法，我們通過團隊工作來達到我們的目標。

We place our customer first. We respond to their needs and work hard to solve their business issues. We share their sense of urgency. We anticipate customer needs and create products and services that exceed their expectations. We see opportunities, not barriers, and reward those who lead in the discovery and implementation of new and valuable ideas. We treat each other and our customers with respect and dignity, valuing individual and cultural differences and approaches to work. We reach our goals by working together. (Cendant)

仕達屋：集團的各類酒店應為顧客提供更多的娛樂和服務項目。

Hotels or brands would enable the Company to provide a wider range of amenities and services to customers. (Starwood)

香格里拉：我們要把贏得客人忠實感作為事業發展的主要驅動力，體現在

- 始終如一地為客人提供優質服務。
- 在每一次同客人接觸時，令客人喜出望外。
- 行政管理人員與客人保持直接接觸。
- 我們要使員工能夠在為客人服務的現場及時做出果斷決定。

We will make customer loyalty a key driver of our business through

- consistency in delivery of service
- delighting our customers in every customer contact

- executives having a customer contact role.
- We will enable decision making at customer contact point. (Shangri-la)

海天：海天應該成為顧客的家外之家，每個人在這個環境中能感到愜意、安全和關愛；服務是要讓客人沒有陌生感和距離；來自不同背景的客人應在海天體會到海天服務帶來的驚喜；為顧客創造價值應體現在我們每位員工的思想和行動中，並通過為客人創造價值實現我們的共同價值；我們的工作是圍繞客人的需求展開的；我們從不向客人說「不」。

Hai Tian is a home away from home in which the customer is served with genuine care;; Service, from heart to heart, to eliminate any sense of alien-ness or homesickness; Customers from any culture will find delight in Hai Tian service; The concept of creating value for our guests is deeply rooted in the ideas and behavior of Hai Tian people; All our work is oriented toward meeting our customer's demands ; We never say "no" to a customer.(Hai Tian)

### 三、 文化的光芒：

如上對世界酒店集團文化的比較研究並沒有包括這些酒店所具有文化的全部方面，而主要集中在對這些酒店集團在實施自身文化戰略時所使用的設計理念。沒有一種酒店文化是萬能的，但是作為一個企業沒有一種適合自身特點的文化理念和文化指導下的操作行為是萬萬不行的。沒有文化的企業就猶如沒有靈魂的人一樣。通過對世界著名酒店集團文化的對比研究，我們不難得出結論，酒店三位一體的文化結構模式是一種形而上的文化框架，在這種架構

下如何使每個利益主體獲得價值的同時，求得一種利益的均衡，從而使該結構表現出一種運動中的穩定。文化的穩定和發展都是現代企業的特質，穩定意味著對傳統的繼承，沒有傳統的文化是幼稚的文化；文化的發展是企業創新能力的再現，沒有發展的文化是迂腐的文化。企業再造也包括企業文化的再造。在不同的企業中每個利益主體獲得價值的方式和途徑可能呈現出差異性，這種差異性正是不同酒店文化特色的外現。企業文化是在太陽下轉動的鑽石，不同的文化會折射出不同的光芒。

企業文化從經濟的角度看所呈現出的三維價值鏈實際上是維持企業穩定運行和保證企業競爭能力和生命力的邏輯架構。企業的利益、顧客的利益和員工的利益如何在特定的時期同時最大化是業主和管理者治理與管理藝術的一種境界。只有當文化成為一種企業制度表現出來的時候，企業才顯示出其成熟性。酒店業作為服務業的特性更是要求三位一體的利益統一的文化制度。

文化對於企業來說不是空洞的概念和教條，而是活生生的管理實踐。只有當企業的經營思想、經營作風、價值標準、行為規範、規章制度等被廣泛的遵循的時候，企業文化才有價值。企業文化與經營業績的正相關關係在約翰·科特的《企業文化與經營業績》一書中已經得到完整的論述。企業文化從內容結構上通常被界定為三個層次：精神文化、制度文化和物質文化。三個層次的要素相互影響，相互融合，使企業文化呈現出一個完整的整體。

企業文化涵蓋企業的精神、制度和物質的每個方面。這些文化要素在指導著企業的價值觀、發展方向、對待利益相關者的態度、怎樣崇拜和塑造環境中的英雄人物、如何承擔社會責任等等。優秀的企業文化可以讓員工感到工作的意義，可以使一個普通人變成企業裡的英雄，並在充分授權的基礎上調動員工的積極性，依靠員工的自覺性來控制產品質量，培育創新的精神，讓管理者與顧客建立起真摯的感情。企業文化無論作為一種文化現象還是作為一種管理思想，以人為本的思想是企業文化的實質，因為企業化的人是「精神人」、「思想人」、「理智人」、和「完全人」。約翰·科特認為在21世紀能夠使公司獲得成功的新型企業文化應該具有的兩個基本特徵是：管理團隊能夠真正的關注企業的利益相關者，如顧客、供應商、員工以及股東；組織內的各個層級都高度重視並鼓勵自發性及領導性。這些企業文化理論體系對於世界酒店業的發展與進步同樣的起到了推波助瀾的作用，酒店的管理者無須在黑暗中去摸索建立企業文化的道路，願世界酒店文化的智慧之光為中國酒店業照耀前行的路。





## 現代酒店成功營銷之路

本刊編輯部

現今酒店業市場競爭逐步激烈，營銷手段頻頻疊出，酒店業作為旅遊業的重要組成部分，作為出口行業，其時常營銷的先進程度及成功與否，關係著整個行業的進步和獲取最大利潤空間。酒店經營者既要研究符合和突出本酒店特色的內部促銷手法，更要一切以顧客為中心，從市場出發，在專業化地細分市場的前提下，制定科學的營銷策略，以便有針對性地開發市場。總的說來，應圍繞以下主題進行充分展開：

### 1. 產品（或服務）創新是成功營銷的出發點

通過深入地研究和挖掘顧客需求，不斷推出新產品，調整企業結構，使酒店產品在統一的、規範化、標準化基礎上突出地展示個性化特色，滿足顧客的多元化需求，而不能在促銷過程中一味地、盲目地強調自身產品，忽略了顧客的心理感受和真正的需要。

目前酒店產品（包括服務）的發展方向應該是更多地體現人性化，這也正是成熟的、理性的消費者所追求的目標。比如在叫醒服務中增加一次叫醒時間，以便確認一下客人是否已經睡醒，同時將當天的天氣情況介紹給客人，方便客人出行；在為客人做夜床的同時，除了擺放晚安卡和巧克力之外，還要將洗衣袋放置在床尾，將當晚的送餐菜單放置在床頭櫃上，以便提醒客人消費。總之，酒店中的創新服務或產品的內容是非常非常豐富的，這需要酒店管理者對顧客需求的認真調研和高度的負責精神，真正使顧客感到賓至如歸，使酒店處處充滿了濃濃的親情和關愛。很多創新產品並不需要太多經濟投入，其中的核心問題是管理者的營

銷意識。正如營銷大師菲利普·科特勒先生所說：營銷的最高境界是沒有促銷！

2. 整合的媒體宣傳是成功營銷的必要手段傳播媒體作為現代化的、專業的信息傳遞工具，在這個信息時代裡扮演著重要角色，人們無時無刻不受著媒體的影響。報紙、電視、廣播、雜誌等等，都是酒店進行信息傳播與溝通等等儘管非常有效，也非常經濟，但在市場競爭日益激烈的今天只有進行這此媒體的充分整合，借助於現代化的傳播手段，酒店可以更迅速地在更大的範圍內提高知名度，擴大影響，這是營銷成功的重要途徑。

### 3. 活動策劃是成功營銷的焦點

慶典活動和節假日等活動策劃是酒店業促銷的最佳形式。酒店通開展各類文化活動、美食活動、康體活動、展覽活動等，可以集中宣傳企業，展示企業形象，樹立企業品牌。特別是一些文化品位高、藝術氛圍濃、內容新穎、形式健康的活動，在短期內就能夠在社會上產生轟動效應，在節假日期間舉辦此類活動，效果會更好，特別是目前隨著人們消費觀念的轉變，餐飲娛樂已經成為百姓消費的重要內容，酒店應借此機會大做文章，這一點已為許多所重視。然而，由於假日消費者逐步走向成熟化，酒店在此方面尤其應該花更多的時間和精力去研究消費者的需求動向和消費的熱點變化。當然，酒店也應根據不同時期的不同形式，不同任務，定期地開展多種活動，也可以避開大多數酒店集中促銷的幾個時機，另辟蹊徑，甚至開展一些反季節促銷活動，使本酒店能長期地吸引消費者的注意力，成為社會公眾關注的焦點。

#### 4. 品牌形象是成功營銷的生命

企業形象是企業在市場競爭中的一面旗幟，形象宣傳與管理已經成為現代營銷的重要策略。大到一家酒店的建築物，裝飾佈置、廣告招牌，小到牙籤、筷子、梳子、肥皂等，無一不在暗示著消費者，提醒者消費者，為此，酒店必須要用最簡潔明快的語言或圖形，有聲的或無聲的，有形的或無形的，動態的或靜態的，濃縮自己的形象，明確自身的企業定位，充分利用酒店內外一切可以利用的形象資源，以最迅速的、最直接的方式進入消費者的視野，並反覆刺激其腦神經，使本酒店成為其首選，成為其美好回憶。人們常說「二十一世紀的經濟是爭奪眼球的經濟」，而對於酒店從業者來說，品牌形象的塑造並非一日之功。一人之力，這是企業長期苦心經營的文化累積，所以要求每位員工，特別是一線員工，必須====惜企業形象如同愛惜自己的生命一樣。

#### 5. 全員營銷是成功營銷的基礎

促銷絕不僅僅是銷售人員的事，更多的銷售工作是完成在服務人員對客服務的一線上。酒店管理者必須加大對一線員工的培訓力度，有效地開發培養人才，建立合理的人才結構，穩定員工隊伍，減少不必要的流動，並在企業內部形成良好的競爭激勵機制，使每位員工能夠積極主動地服務客人，隨時注意觀察客人的情況，自然和諧地與客人溝通交流，恰倒好處地進行推銷。為此。酒店管理者必須放棄一些傳統觀念，比如不允許和客人談話，禁止與顧客交流，與客人保持較遠的距離等一些嚴肅的紀律要求，而要從根本上建立一種寬鬆的待客氛圍，特別是管理者應隨時保證服務人員的良好的現場服務情緒，使一線員工能夠在工作場合裡帶者發自內心的真誠和友善，真正做到「顧客永遠是對的」。

#### 6. 社區是成功營銷的保證

企業的營銷工作，一方面要按企業自身的運作規律來進行，同時更應依靠====和社區的大力支持與協作。企業的經營管理者在激烈的市場競爭中尤其要研究大環境、大政策和大的趨勢，以保證企業順應市場，適應環境，符合發展趨勢。====和社區主要負責政策、法規的制定與實施，市場環境的治理整頓，公眾文化的建立引導等，具有強大的影響力和組織力，所以企業要經常性地與====和社區的有關領導保持密切聯繫，要根據政策要求，及時調整經營策略，完善企業經營行為，要借助於====和社區的力量發展自身，壯大自身，使企業做到根植於社會，回報於社會，這是企業成功營銷的有效保障。

#### 7. 網絡聯合是大勢所趨

在互聯網絡日益普及的今天，由於高科技的日新月異的發展，無論是消費者的購買習慣，還是市場環境都發生了深刻的變化，這突出地體現在傳統的銷售方式受到了極大的挑戰。隨著全球經濟一體化進程的加快，外國酒店管理集團的大舉進入，我國的酒店業也面臨著空前的競爭，國外酒店集團依仗雄厚的資金實力、銷售網絡和管理優勢對我國酒店業已經展開了人才掠奪和信息資源的壟斷，所以，單位企業的孤軍奮戰往往注定了失敗，特別是對於一些中小企業來說，更是無法與那些「航空母艦」級的酒店集團或大飯店競爭。隨著現代科技在酒店業的廣泛應用，網絡營銷已經成為世界範圍內上升速度最快的營銷手段，也是最有效、最經濟、最便捷的促銷手段。於是，我國酒店業當前的主要任務除了苦練內功，強身健體之外，區域聯合、加入大型銷售網絡便成為今後生存與發展的必經之路，這是目前中國大多數中小型酒店的唯一出路，這是當務之急，這是大勢所趨。



## Promoting Safety in the Workplace

本刊編輯部

**In** 1970, the Occupational Safety and Health Act was passed, thus requiring employers to ensure that workplaces were free from serious recognized hazards and requiring them to comply with occupational safety and health standards. Workplace safety is monitored at a national level by the Occupational Safety and Health Administration (OSHA). OSHA's role is to assure the safety and health of workers by setting and enforcing standards; providing training, outreach, and education; establishing partnerships; and encouraging continual process improvement in workplace safety. Many states have established their own OSHA agency and some choose to adopt their own standards, while others adopt the federal rules. A state's plan must be approved at the federal level and provide the same level of protection for workers.

OSHA applies to all employers. There are specific standards for a variety of hazards, some of which include: toxic substances, harmful physical agents, electrical hazards, trenching hazards,

hazardous waste, infectious disease, fire and explosion hazards, dangerous atmospheres, machine hazards, and confined spaces. Even if your organization does not fall within one of these specific areas, there is a "general duty clause," which requires that each employer "furnish... a place of employment which [is] free from recognized hazards that are causing or are likely to cause death or serious physical harm to... employees."

In addition to complying with the law, workplace safety is important for a number of other reasons. Having a safe workplace improves employee morale, productivity, and retention. Further, for most organizations, accidents—or the lack of accidents—directly impacts workers' compensation premiums. Therefore, it is important for all organizations to have some type of workplace safety program in place to encourage employees to maintain an accident-free workplace.





Even in small organizations, it is important to have a safety manager. In a small organization, that person may also have other duties, while in a larger organization those duties may be a full-time job. It is preferable that this person have a background in safety. Otherwise, choose an individual with good communication skills and a commitment to safety. The safety manager should attend training or seminars to learn how to develop and implement a safety program. The safety manager should look for ways to improve safety in the workplace and make those recommendations to management. Once safety standards or programs are implemented by management, it is the safety manager's job to monitor training and enforce compliance of the standards.

It can be beneficial for employee morale to include employees in company processes because the employees are the ones on the front line. They can usually offer insight into the most effective safety methods. You might consider putting together a committee made up of employees to discuss safety issues and develop ideas to improve safety in the workplace. The safety manager can coordinate these committees and report back to management with ideas. Of course, management is the final decision maker and must be the one to implement such policies.

An organization might also consider incentive programs—offer incentives for the ideas implemented by management to improve safety. You might also consider offering incentives to groups or departments of employees who have experienced no accidents within a specified time frame.

If your organization is having problems with safety issues, or perhaps having a high number of workers' compensation claims, you may want to consider commissioning an outside consultant to conduct a safety analysis. Such consultants can determine safety violations, as well as offer suggestions on improving the overall safety of the workplace. If requested, they may also put together a workplace safety program for your organization.

While you may choose to implement one or all of these suggestions, it is important that you are monitoring such issues and working toward the safest workplace environment possible.



# Tips for Managing Online Hotel Reviews: An Interview With TripAdvisor

"

By Daniel Edward Craig

"We often hear from travelers that how a property responds to criticism has more influence on their booking decision than the criticism itself."— April Robb, TripAdvisor Social media is all about managing your hotel's online reputation, and no platform wields more influence on travel decisions than TripAdvisor. Recently, I interviewed April Robb, TripAdvisor's Social Media Program Manager, responsible for social media outreach, brand monitoring, and blogger relations. She offered up some great advice to hoteliers for managing online reviews.

## What's new at TripAdvisor?

TripAdvisor now has 32 million unique monthly visitors, 15 million+ members, and more than 30 million reviews and opinions on over one million properties. We're operating in 17 countries and 12 languages. One of our newest initiatives is Business Listings, which allows hotel owners the option of including direct contact details – website, phone number, and email address – on their hotel page on all TripAdvisor domains for an annual fee based on the size of property. Our goal is to put hoteliers one keystroke away from converting potential guests into paying guests.

**Hotel reviews are popping up everywhere online, and there appears to be a trend toward sites sharing reviews, like on Google Maps. Where else do TripAdvisor reviews appear?**

We believe that travelers should be able to find other travelers' feedback anywhere they're researching their trips. That's why we've created our Partnerships group, and have given both hoteliers and other travel sites different ways to partner with us and post our reviews. We've currently got over 100 contracted content partners – including jetBlue, Walt Disney World, Westin Hotels and Resorts, Visit London, Hertz, and AOL Travel – and over 14,000 unique websites have added a self-service widget or badge.

As the world's largest travel community, TripAdvisor truly represents the wisdom of the crowds. The sheer volume of reviews we have for an individual property allows travelers to base their decisions on the opinions of many.

## What factors affect a property's ranking in the popularity index?

The primary factors are the quantity of reviews, how well those reviews rate the property, and how current the reviews are. If we've discovered that a property has engaged in fraudulent activity, the penalties may very well impact their ranking for a period of time. And since I've been asked several times, I also want to clarify that whether or not a property opts for a business listing does not impact their popularity ranking.

**What steps do you recommend hotels take to increase positive reviews?**

First and foremost, take care of your guests and give them a good experience. We do encourage hoteliers to solicit reviews, as long as incentives are not used. We also recommend that hotels monitor their reviews, and take advantage of this free feedback. Hoteliers can sign up via our Owners' Center to take advantage of free tools like email reminders, mini-review widgets, downloadable flyers, and custom reminder cards. We also offer badges, new review alerts, management response capabilities, and the ability to monitor satisfaction trends and compare performance against competitors.

Hotels should address any problems that travelers have identified so they don't impact future guests' stays – and reviews. They should also think about managing their entire listing, not just the reviews. Make sure the listing is as complete as possible. Travelers love photos and, as of March 1st, owners can upload an unlimited number. They can upload videos, as well. Also, the detail tab on the hotel listing page is a great place to enhance their property description.

**What is TripAdvisor's policy on hotels offering incentives or rewards to guests like upgrades, discounts or amenities for writing a positive review?**

It is against our policy for properties to offer incentives for reviews; the promise of a discount or any other perk casts the unbiased nature of the review into question. This policy is clearly stated within both our Help Center and the Owners' Center.

Whenever we find out about a property offering an incentive – and we encourage travelers to let us know – we get in touch with them. We determine if they are unaware of our policy, and made an honest mistake, or if there was an attempt to game the system. In the latter case, they are subject to a variety of penalties, and their property is no longer eligible for inclusion in our Travelers' Choice awards and Top 10 lists. Also, reviews that are shown to have been submitted as part of the incentive program will be further verified and potentially removed.

**What can a hotel do if it feels a review is fraudulent or fictitious?**

Hoteliers can either make use of the Review Dispute form in the Owners' Center or they can report the review via the "Report Inappropriate" link at the bottom of each review. While the dispute process is ongoing, we certainly encourage them to post a management response.

Content integrity is something we take really seriously, and approach in several different ways. First of all, members are asked to check a box when they submit a review in order to certify that the review is their genuine opinion, and that they have no affiliation – business or personal – with the property. By checking the box, they are also confirming that they haven't been offered an incentive or payment for their review.

*submit*



**What does TripAdvisor do if it suspects a hotel has posted a fictitious review?**

We have three primary methods to insure the legitimacy of reviews: submissions are systematically screened by proprietary site tools that are continually upgraded; our team of quality assurance specialists investigates any suspicious content; and our large and passionate community helps screen our reviews and reports anything suspicious. If we determine that a hotel has posted a fake review, that review is removed, the property's other reviews are investigated, and the property incurs penalties that may impact their popularity ranking. In some cases, a red badge will be posted on their hotel page, alerting travelers that the property's reviews are suspicious.

**Do you recommend hotel managers respond to all reviews?**

We strongly encourage hoteliers to address negative reviews. We often hear from travelers that how a property responds to criticism has more influence on their booking decision than the criticism itself. A management response is the hotelier's opportunity to apologize and to let both that traveler – and all potential guests who are reading the reviews – know how they have remedied any problems. It's an indication that an owner is invested in improving their establishment, and that they take customer service seriously.

As for positive reviews, we definitely see properties that respond and thank travelers for feedback. I think it goes a long way to creating loyal brand ambassadors.



"Daniel Edward Craig is a former hotel general manager turned consultant and the author of the hotel-based Five-Star Mystery series. His articles and blog are considered essential reading for hoteliers, travelers and students alike. Visit [www.danieledwardcraig.com](http://www.danieledwardcraig.com) or email [dec@danieledwardcraig.com](mailto:dec@danieledwardcraig.com).



## 二十一世紀飯店經營與管理發展趨勢

本刊編輯部

**新**世紀的鐘聲早已敲響了，這一世紀被人們稱為「知識經濟」、「網絡技術」、「綠色環保」的時代。飯店業作為二十一世紀的朝陽產業，將面臨著新的挑戰和前所未有的發展機遇。誰能順應時代的潮流，把握市場的新需求，適時進行管理的創新，誰將是市場競爭中的贏家，許多從事飯店經營與管理的業內人士都在構思未來飯店發展的新趨勢、新理念、新戰略。展望二十一世紀，筆者認為未來飯店經營與管理將呈現如下發展趨勢。

### 一、集團化發展，品牌化經營

隨著經濟運行全球化，市場和資源跨國化的影響，世界飯店集團每年都在調整和兼併之中，飯店業的聯盟和合併導致更大規模的飯店集團的誕生。如英國巴斯公司先後兼併了國際假日酒店集團、洲際酒店集團等成為更大規模，更具競爭力的英國巴斯酒店集團（Bass Hotels & Resorts）。與此同時，隨著網絡技術的發展，飯店銷售除傳統方式外，更多地利用Internet時行網上宣傳、網上預訂和不同行業間集團聯合促銷，飯店品牌在Internet上將有著巨大的魅力，品牌將越顯重要，只有全球化、品牌化飯店才會在現代營銷中得益。



### 二、市場高度的細分化與多元化營銷策略

隨著新時代旅遊的發展，市場需求呈現多樣化、個性化態勢。飯店將注重市場需求的細分化，實行「小市場、大份額」戰略，通過開發個性化產品和提供個性化服務來贏得目標顧客，許多有著鮮明特色和明確市場定位的主題飯店增多，如：現代商務飯店、青年旅館、汽車旅館等。與此同時，隨著顧客需求的變化和市場競爭加劇，飯店的營銷策略呈多元化趨勢。整合營銷、利基營銷、三元營銷、關係營銷、政治營銷、資料庫營銷、綠色營銷和網絡營銷等新的營銷觀念和策略不斷湧現。正如市場營銷權威人士菲利普·科特勒所說：「每一個10年，都要求公司的管理當局重新思考和更新它的目標、戰略和戰術。」迅速變化的形勢往往使經營企業在昨天取勝的原則在今天變為陳舊。

### 三、創造綠色飯店，倡導綠色消費

未來飯店業將更注重保護大氣臭氧層、生態環境平衡及節約能源和材料耗費。飯店的建築盡可能減少現代建築帶來的光污染，利用先進的幾何造型，使室內采光度好；飯店的能源盡量利用太陽能，節省普通能源的消耗，降低大氣層的污染；飯店不使用塑料等無機化合物易耗品，而改用易分解的低製品或木製品，以益於生態環境的平衡；客房的床單毛巾最好是純天然的棉織品或亞麻織品，肥皂宜選用純植物油脂皂，盡量體現綠色服務；客房不再每日更換一次性用品，床單、毛巾的更換也根據客人的需要而定。不少飯店已經在客房內放入這樣的卡片：「如果你不需要更換被單，請把卡片放到你的枕頭上」。培養人們的綠色意識和消費精神。

### 四、飯店業主轉向房地產市場，注重以房地產增值中獲取利潤

市場競爭日趨激烈，行業平均利潤率水平不斷下降，飯店的回報週期延長以及飯店經營的集團化、品牌化趨勢，飯店業主一方面將未來飯店的直接經營更多地委託給專業的飯店管理公司來承擔，因為飯店管理公司通過管理技術、營銷網絡、品牌等無形資產的輸出管理，更容易使飯店業主獲利。另一方面，飯店業主更多地轉向房產市場，將飯店作為房地產投資，並注重從房地產增值中獲取利潤。

### 五、管理組織結構小型化、扁平化趨勢

傳統的組織機構設置主要是站在飯店的角度設置崗位，強調專業化分工、規範化管理。未來的飯店需更多地站在客人的角度考慮問題，要求飯店管理追求效率、注重溝通、靈活機動和提供針對性服務。飯店盡力提供比競爭對手更有效的服務，提供客人盡可能的便利，提倡一站式服務。這就要求飯店的管理組織結構克服原有管理層次多、信息傳遞慢、管理費用高和效率低等弊端，避免組織分工的過分細化和專業化。而傾向於管理組織結構的小型化、簡單化、扁平化和有機化。

### 六、飯店智能化程度不斷提高

隨著互聯網技術的發展和全社會信息化進程的加快，以電子信息技術為代表的現代科技，逐步進入飯店業，飯店的智能化程度不斷提高，客人感到更加舒適、方便。網上預訂、網上宣傳促銷將逐步取代傳統的電話預訂、郵寄宣傳資料和新聞媒體廣告等；客人入住手續方便快捷，完全電腦化操作，客人可直接從電腦屏幕挑選自己喜歡的房樣類型，不再像以往那樣由總台分配哪間房間就住哪間房間；客人的身份資料也將利用先進的電腦掃描技術錄入電腦，免去人工登記、確認等繁瑣的程序；客房配備先進的VCD設施、多媒體互聯網絡和電子控制技術，客人可以通過房間內的電腦顯示確認自己的個性服務內容。如：每天叫醒時間、送餐時間、收衣和送衣時間、預訂機票和宴席、與工作單位聯繫和客戶進行業務聯繫等。



## 七、員工第一，堅持以人爲本的管理

二十一世紀的競爭，是知識的競爭，歸根結底是人才的競爭。未來飯店的經營應樹立「顧客第一，員工第一。」的經營理念，使飯店成爲「賓客之家，員工之家。」飯店要注重員工的培養，爲員工創造寬鬆的人際關係、舒適的工作環境，較多的晉陞機遇和較高的工資福利。因爲員工是服務的實施者，只有滿意的員工才會提供滿意的服務。通過賦予員工更大的權力和責任，使被管理者意識到自己也是管理者的一員，進而更好地發揮自己的自覺性、能動性和創造性，充分挖掘自己的潛能，在實現自身的人生價值的同時，爲企業作出更大的貢獻。

## 八、餐飲在飯店中地位日益受到挑戰

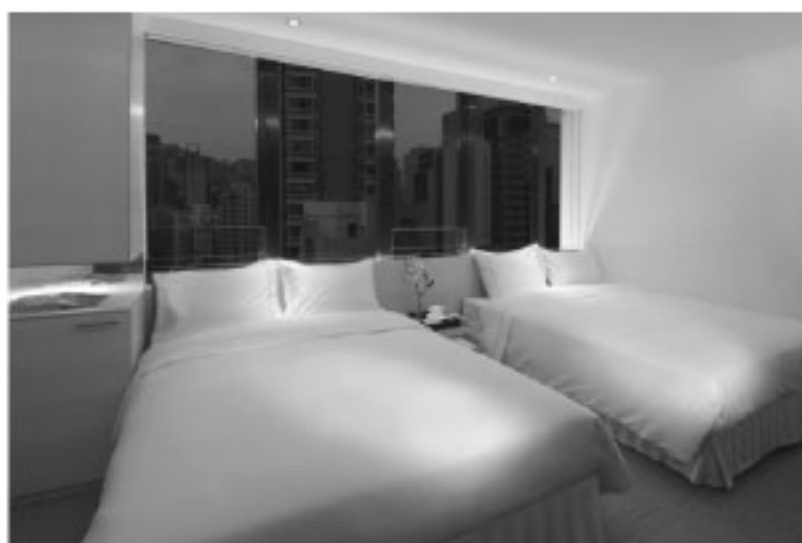
「民以食爲天」，隨著人們生活水平和質量的提高，客人對餐飲的需求進一步加大，並呈多樣化趨勢，餐飲業仍是經濟增長中最快的行業之一。與此同時，社會餐館不斷湧現，遍地開花，飯店餐飲面臨更加強有力的競爭對手。一方面，有特色的餐飲（如主題餐廳）可能會在飯店中繼續生存，商務型飯店中的餐飲將削弱，度假型飯店的餐飲將多樣化；另一方面，有些飯店將突出餐飲，讓餐飲走出飯店，與社會餐飲分爭市場。

## 九、飯店服務更注重個性化

90年代以後，飯店逐步進入個性化服務時代，許多產品有特色、服務有個性的飯店在市場上呈現出強有力的競爭力和生命力，而那些產品雷同性強，服務無特色的飯店皆面臨生存的

危機。飯店在爲所有來店客人提供規範化、標準化服務的同時，更注重對不同客人提供具有針對性、個性化服務。個性化服務是規範化服務的延伸。它體現在工作責任心、感情投入、靈活、超常、自選等方面，它能让客人最感滿意，有時還能爲客人帶來驚喜。如：豪華酒店中的「金鑰匙」，被客人視爲「百事通」、「萬能博士」和解決問題的「專家」，它代表了飯店委託代辦的最高水平，「儘管不是無所不能，卻一定要竭盡所能，它是「金鑰匙」的服務哲學。中國金鑰匙的承諾是：爲全世界旅遊者提供「高效、準確、同時完善」的服務，「金鑰匙」成爲飯店優質服務的象徵。十、飯店注重企業文化建設

二十一世紀飯店業的競爭主要體現在文化競爭，專家們這樣描述到：「利潤的一半是文化，文化也是生產力」。文化競爭是一種更高層次的競爭。一方面，要求賦予飯店的產品和服務一定的文化內涵、文化氛圍和文化附加值；另一方面，在員工中構築一種共同的價值觀，創造學習型組織，使強有力的組織文化全面地影響著飯店各項管理職能的實現和集體效力的發揮。



# 提供高科技硬體與軟體，完善的服務是您最佳選擇

自1989年以來提供最俱競爭力的價格與優質的服務

## MAGICTEK

### 客製化的無線上網

為您吸引更多的顧客並提高住房率！MAGICTEK 提供網頁設計、網站登錄、飯店網站SEO、網站維護及線上訂房系統。

您的顧客曾報怨您的網路連結過慢嗎？

MAGICTEK 提供最新的ADSL技術，提供您高速傳輸的網路，較傳統數據機快數十倍之上網速率。



### 客製化的飯店管理軟體

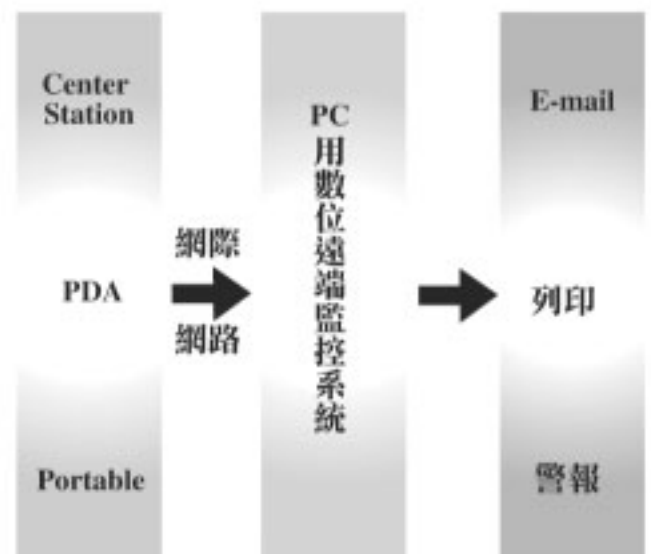
專為飯店設計客製化管理軟體，配合您獨特的市場環境，以獲得最大的成功。

高性能主儲存器(HPMS)根據您特定的需求，不但容易使用，並能快速精準的將資料傳送至您的飯店系統，或單一的數據庫。

安裝簡易，遠端存取，微軟(Windows)的友善介面，讓您輕鬆操作。

低維修費，成本效益高，您可隨時查看每日每月每週的營業額圖表。

### 數位遠端監控系統



執行於PC環境，由電腦控制的視頻監控系統，提供隱藏式和分離式攝影機，俱防水供能、彩色和夜視攝影，讓您透過網際網路查看。

### 我們的滿意客戶群

- Ramada Plaza Hotel -- Anaheim, CA
- Hometown Inn -- Buena Park, CA
- Holiday Inn Express, -- Anaheim, CA
- Game Quest, -- Buena Park, CA
- Line-X -- Anaheim, CA
- Quality Inn -- Barstow, CA
- Hunter Food, -- Anaheim, CA
- Dermacia -- Newport Beach, CA
- EC Motel -- Los Angeles, CA
- El Cortez Hotel -- Santa Ana, CA
- Huffman Engineering -- Fullerton, CA
- Amini Innovation Corp, -- Pico Rivera, CA

## MAGICTEK 股份有限公司

570 S. State College Blvd., Fullerton, CA 92831

Tel: 714.738.8258 Fax: 714.738.8358 [www.magictek.com](http://www.magictek.com)

More info contact to: William Chang ( [william@magictek.com](mailto:william@magictek.com) )  
cell-714.321.8899 (M.-F.8:30-18:00, S. 10:00-15:00)

# 紐澤西旅館集團

## New Jersey Hotel Group



天天旅館

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



麥迪遜套房酒店



Days Inn-Parsippany  
3159 Rt. 46 East (by Rt. 202)  
Parsippany, NJ 07054  
Tel: 973-335-0200  
Fax: 973-263-3094  
[pspgm@njhotelgroup.com](mailto:pspgm@njhotelgroup.com)

Madison Suites Hotel  
11 Cedar Grove Lane  
Somerset, NJ 08873  
Tel: 732-563-1000  
Fax: 732-563-0352  
[smsgm@njhotelgroup.com](mailto:smsgm@njhotelgroup.com)

- 距離曼哈頓紐約地區30-35分鐘車程，到紐約市旅遊洽公最佳選擇
- 高級套房、無限無線上網、大小會議室
- 附贈中西式早餐〈含熱食〉、中文電視台、中文報紙、24小時茶、咖啡供應
- 多種語言服務人員〈英語、華語、西語.....〉
- 歡迎旅行社及公司團體訂房
- 華人經營、品質保證

華人特惠訂房傳真：

732-563-0356



10 % off

憑此截角九折優待



# 華美電子鎖公司

**Royal Electronic Lock & Supply, Inc**

1538 E. Lincoln Ave. Anaheim, CA 92805

電腦鎖安裝  
新鎖批發  
旅館客房專用保險櫃

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



進口電子鎖  
磁卡  
IC卡  
感應卡

會員價：\$99+稅起，連按裝

提供安裝、維修、售後服務及鎖、零件供應！

1-714-883-8000 華美電子鎖 鄭春暉



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



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



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

華人最專業 汪俊宇

# 中央商業支票帳戶

再也找不到比這裡更多的優惠！

- 免費 網路銀行支票影像服務
- 免費 網上付費服務
- 免費 標準支票訂購終生免費
- 免費 無限制現金存款服務
- 免費 每月200筆提、存款\*
- 免費 24小時電話銀行服務
- 免費 文件公証服務

無最低開戶金額限制  
無帳戶服務月費  
更享有特別的存款利率優惠\*\*

\*每月提、存款總數超過200筆以上，每筆將有\$0.35額外支出。 \*\*有關詳情，請洽各分行存款專員。



**中央銀行**  
United Central Bank  
UNITED WE PROSPER



WWW.UCBTX.COM

好處多多！精打細算的商業用戶，  
跨出成功的第一選擇，  
就是加入中央商業支票帳戶！

Nationwide SBA Preferred Lender 聯邦中小企業貸款指定銀行  
十八處分行，隨時隨地，盡心盡力，服務僑社

德州 阿靈頓 Arlington • 817-226-8899 □ 奧斯汀 Austin • 512-583-8822  
□ 達拉斯 Dallas • 972-620-1927 □ 嘉爾蘭行 Garland • 972-487-1505  
□ 休士頓2<sup>nd</sup>分行 Hillcroft • 713-395-8822 □ 休士頓 Houston • 713-779-3388  
□ 謝蘭市 Killeen • 254-501-3388 □ 布蘭諾市 Plano • 972-516-4999  
□ 春泉市 Spring • 713-973-8788  
加州 阿提曼市 Artesia • 562-865-8822 □ 洛杉磯市 Fashion Mart • 213-489-2008  
□ 爾灣分行 Irvine • 949-857-8222 □ 洛杉磯市2<sup>nd</sup>分行 Wilshire • 213-389-8822  
維吉尼亞州 春田市 Springfield • 703-891-4101 □ 安納達蘭市 Annandale • 703-354-8822  
馬理蘭州 洛克維爾市 Rockville • 301-309-8822  
喬治亞州 亞特蘭大 Norcross • 678-349-3200 □ 哈達克市 Jones County Bank-Haddock • 478-932-5226

各分行均有精通國、台、粵、韓、越語行員為您服務，有關詳情，請致電各分行新開戶專員，或網路網頁 [www.ucbt.com](http://www.ucbt.com) 查詢。



©2006 United Central Bank. www.ucbt.com. ©2006 Art Studio. www.art-studio.com



# Brighton Management

*Brighton Management was founded with the purpose of creating properties that not only exceed budget performance goals, but also surpass the expectations of our guests.*

*By taking a personal interest in the well-being of all of our guests and staff members, we can ensure that our atmosphere of hospitality continues to grow beyond our company.*

*Visit our website:  
[www.brightonmgt.com](http://www.brightonmgt.com)*

## *Brighton Management*

21725 E. Gateway Center Drive, Diamond Bar, CA 91765

TEL: (909) 860-6255 FAX: (909) 612-5730



## ALLIED HOSPITALITY INC

Hotel & Properties Management & Development

President: Steve Hsu

Tel: (713) 779-9907 Fax: (713) 779-9902

 **Hilton  
Garden Inn**  
Houston Westbelt

**SAM HOUSTON SQUARE Retail/Office  
OPENING SUMMER 2004**



For information call: 713.779.9907

© 2003 Hilton Hospitality, Inc.



**Sam Houston Plaza (10 Acre Development) & Hilton Garden Inn (6 Story Hotel)**

Located near the Southeast corner of Beltway 8 & Bellaire Blvd

**Building "A": Level-1/Retail Space 23,000 SF Ttl**

**Level-2/Professional Office Space 23,000 SF Ttl**

**Building "B": Level-1/Retail Space 21,000 SF Ttl**

**Level-2/Professional Office Space 21,000 SF Ttl**

**Space Available For Lease And Purchase Now**



**Holiday Inn Houston**  
15157 I-10 East  
Houston, TX 77530  
281-452-7304  
800-333-7666

**Holiday Inn Victoria**  
2705 East Houston Hwy  
Victoria, TX 77901  
361-575-0251  
800-HOLIDAY

**Best Western Houston**  
15919 I-10 East  
Channelview, TX 77530  
281-452-1000  
800-528-1234

**Best Western Atrium**  
7928 Gessner Dr.  
Austin, TX 78753  
512-339-7311  
800-468-3708

**Ramada Inn Ft Worth**  
1401 S. University Dr.  
Fort Worth, TX 76107  
817-336-9311  
800-336-3000

# ATLAS HOSPITALITY GROUP

*The Market Leader in California Hotel Sales*

## 加州專業旅館地產公司

領導加州市場交易 開拓旅館投資商機



多年來我們以專業的知識與誠摯的服務，成為加州旅館銷售同業之最。

我們將秉持著一貫的作風，竭誠為加州華人業主服務。

詳情請洽華裔經理/南加州旅館業同業公會理事 Wilson Wang 汪蔚興

2500 Michelson Drive, Suite 110, Irvine, CA 92612

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

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



**Atlas**  
HOSPITALITY GROUP



Office

Golden Florida Realty  
 & Investments, Inc.  
 CHUNG T YON  
 "CHUCK YOUNG"  
 LIC. REAL ESTATE BROKER

聯絡電話:

楊宗達: 407-345-0015 (H)  
 407-908-1471 (C)

楊喬生: 407-396-0015 (H)  
 407-908-1473 (C)

Fax: 407-363-7578

cnsyoung@bellsouth.net

5399 W. Hwy 192, Suite 310, Kissimmee, FL 34746

## 佛州黃金地產投資公司

積我多年經營汽車旅館的經驗  
 我對大奧蘭多地區不動產的買賣  
 地段的好壞瞭如指掌

現在正值逢低買進的最好時機

想投資請找我楊宗達

保證沒錯



Chuck Young



華人經營  
 優待僑胞  
 全新裝修  
 環境舒適

407-908-1471 楊宗達先生洽



Resort feel  
 at an  
 affordable  
 price.

Free deluxe  
 breakfast buffet



### All New Rooms & Suites

SCHEDULE OPENING NOV 2003

#### Location

10-minutes to Walt Disney World theme parks.  
 Close to Universal Studios and SeaWorld.

#### Features

Located on the shore of a beautiful lake offering boating, fishing, jet ski rental, and playground area with a sandy beach for the kids. Meeting Room available. Cable TV with free HBO. Large Pool and Spa, BBQ grills, Video Game Room, Guest Laundry, Family Restaurant.

#### Accommodations

**Deluxe New Room:** One king or two double beds with FREE in-room coffee, hair dryer, iron & board, 25"TV.

FROM \$39-\$59

**Two Room/Two Bath Suite:** Private bedroom with 2 double beds, separate living room with full sofasleeper, microwave, refrigerator, FREE in-room coffee, 2 hair dryers, iron & board, two 25"TVs (sleeps up to 6 persons).

FROM \$69-\$109

**Kids Suite/Two Bath:** Kids private room with bunk beds, nintendo player and games, full sofasleeper, separate parents room with king bed, two 25" TVs, microwave, refrigerator, FREE in-room coffee, 2 hair dryers, iron & board (sleeps up to 6).

FROM \$79-\$119

4960 W. Irla Bronson Memorial Hwy., Kissimmee, FL 34746 • 407-396-1376

Toll Free Reservations US & Canada 1-800-327-0072

# **GH**<sup>®</sup> **GUESTHOUSE** INTERNATIONAL **INN & SUITES**



We have a great location near Earl Warren Showgrounds and are minutes away from local beaches and many downtown attractions.

Additionally, we are close to many wonderful restaurants, golf courses, shopping areas and clinics. Both family and commercial rates are available.

### ***Guest House Santa Barbara***

*3344 State Street  
Santa Barbara, California 93105  
Tel.: 805-687-6611 / Fax: 805-687-7116  
Reservations: 800-587-5667  
Email: [fd@guesthousesantabarbara.com](mailto:fd@guesthousesantabarbara.com)*

# Vacation Time!

Here's a  
special offer  
for all those  
military  
families  
traveling on  
vacation!

(For those active  
duty traveling on  
orders or for  
business, please  
contact our friendly  
sales department  
for your special  
rates.)

**\$79.00/Night**

Standard Room  
(Suite pictured would be additional)  
Friday, Saturday &  
Sundays! *Including  
complementary  
continental  
breakfast!!*

Holiday Inn Select - Miramar  
9335 Kearny Mesa Road  
San Diego, CA 92126

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

858 / 695-2300 Phone  
858 / 578-7925 FAX

Above rates are not available on  
holidays or special events. Rates are  
subject to change without notice.



**Holiday Inn**  
**SELECT™**  
**Miramar**





# 美南銀行

## Southwestern National Bank

With us your horizon is limitless

在這裡我們盡力  
滿足您的各種需求...

We are here to provide  
all your Banking needs !...

### Products / Services

- Personal Banking
- Business Banking
- Commercial Money Market Account
- Lending Services
- International Services
- Mortgage Banking
- Internet Banking
- VISA Debit Card

### 我們的產品服務

- 個人銀行服務
- 商業銀行服務
- 商業貨幣市場帳戶
- 貸款服務
- 國際銀行服務
- 抵押貸款
- 網路銀行
- 信用取款卡



**Henry Lo 盧建昌**  
SVP /  
Chief Lending Officer



**Steve Hsi 席行聰**  
S.V.P. / Lending Officer



**Lei Xin 辛雷**  
S.V.P. / Lending Officer  
Sugar Land Branch Manager



**Tito P. refi**  
SVP & Mgr.  
International Banking  
& Technology Depts.



**Jack Kuo 郭子斌**  
V.P. Lending Officer



**Janet Cheng 鄭羽暉**  
V.P. / Lending Officer



**Kevin Tran**  
Loan Underwriter



**Mike Sheng 沈真友**  
Mortgage Loan Processor



**Grace Kuo 郭又萍**  
Public Relations/  
Customer Services

Bellaire Branch  
6901 Corporate Dr.  
Houston, TX 77036  
713-771-9700

St. Emanuel Branch  
1005 Saint. Emanuel  
Houston, TX 77003  
713-490-0977

Sugar Land Branch  
4565 S. Highway 6 Ste A  
Sugar Land, TX 77478  
713-272-5028

Plano Branch  
2304 Coit Rd, Ste 600  
Plano, TX 75075  
972-673-0188

Richardson Branch  
1131 N Jupiter Rd  
Richardson, TX 75081  
972-301-5988

Austin Branch  
11220 N Lamar Blvd,  
Ste A-100,  
Austin, TX 78753  
512-834-8886



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

# THE VERY PICTURE OF WHAT AN EXTENDED STAY HOTEL SHOULD BE.



Staybridge Suites® is a new concept for extended stays. It's an all-suite hotel designed to allow guests to feel more comfortable than ever before. Each suite is designed for maximum flexibility and adaptability to meet guests' individual needs. In fact, that's the idea behind everything Staybridge Suites offers. One visit and you'll understand what we mean by Make It Your Place.®



Staybridge Suites  
Irvine East / Lake Forest  
2 Orchard  
Lake Forest, CA 92630



TeL; 949.462.9500  
Fax: 949.458.8899

MAKE IT YOUR PLACE.®

66間套房和酒吧



## Best Western Inn of Sealy

2107 Highway 36 South, Sealy, TX 77474

**Tel: 979-885-3707 Fax: 979-885-4201**

**負責人：謝坤增**

**Leisure:** Stephen F. Austin Park 4 mi., Outlet Mall 2 mi.

**Business:** Steward and Stevenson Services 3 mi.

**General:** Data port phones, Free HBO, ESPN.





**INVESTMENT OPPORTUNITIES IN NEW ORLEANS,  
PLEASE CALL LUCY CHUN 504-606-7788**

**Lucy Chun** 雷燕儀 房地產買賣  
RE/MAX Commercial Brokers, Inc.



*Commercial & Business Specialist  
Hall of Fame Club Member*

3331 Severn Ave., Suite 200,  
Metairie, LA 70002  
Cell (504) 606-7788 Office (504) 838-0001  
FAX (504) 835-0900  
E-Mail: chun8@aol.com

Specializing in hotel/motel sales, commercial property &  
business development, sale/lease negotiations,  
restaurants, shopping centers and apartments.

**Please call Lucy for your real estate needs  
504-606-7788**

路州紐奧良市正值商業房地產良機，有意者請洽：

商業房地產精英

雷燕儀女士

**504-606-7788**

**Lucy Chun**

**chun8@aol.com**

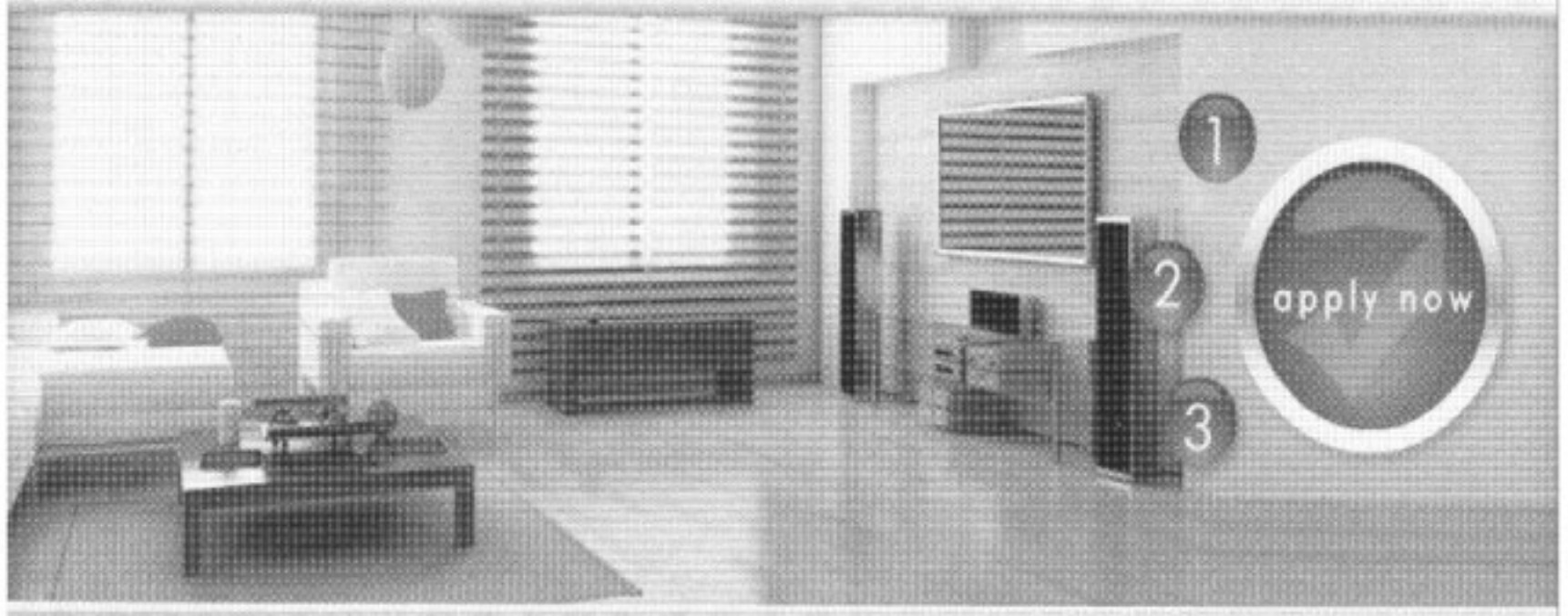
各種生意買賣、餐館、購物中心、公寓等

LoansApproval.com



Virtual Loan Offices

800.247.6394



Residential Mortgages from \$100,000 and up

Commercial Mortgages from \$100,000 to no upper limit

view  
our programs  
find the right loan now

win  
an iPod touch  
enter our contest

get  
approved today  
click here >

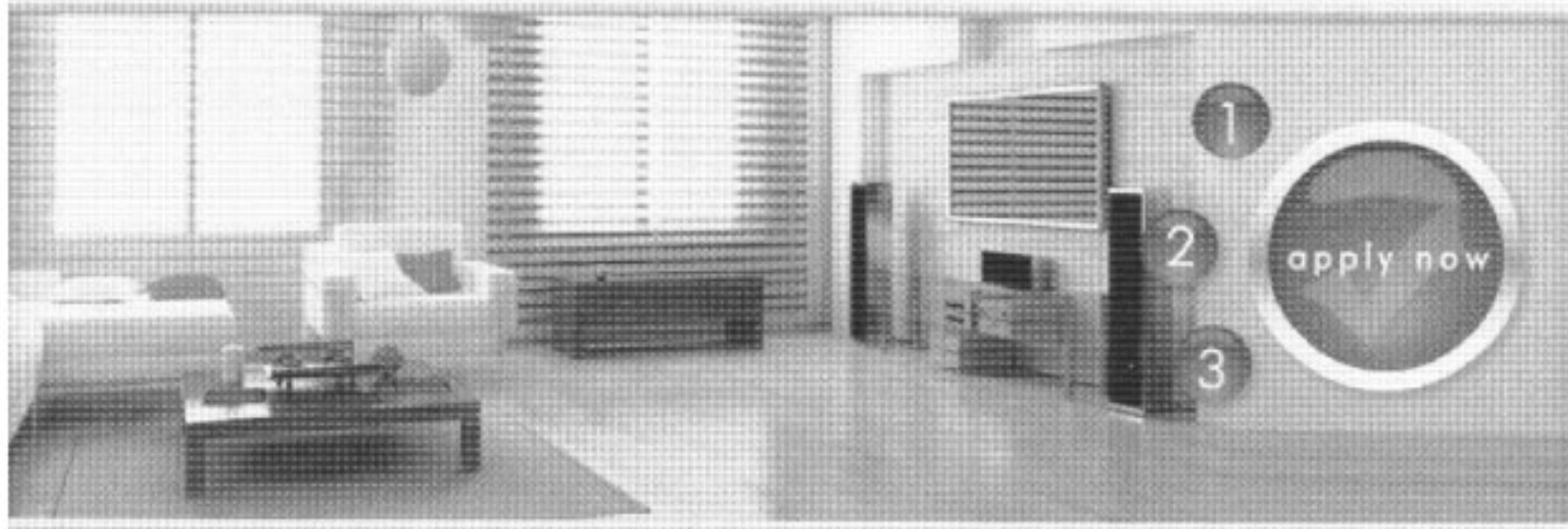
E

LoansApproval.com



Virtual Loan Officer

800.247.6394



*You CAN Be Mortgage-Free in  
Less than  
Half the Time  
with little to no change to your  
day-to-day spending habits and  
without increasing your monthly  
mortgage payments.*

For more information, go to our website, under Loan Programs  
CLICK **Money Merge**





# PROTECT YOUR HOME & PROTECT YOUR ASSETS



免費估價

## Free Estimate! Burglar Alarm System

1-800-222-EARL

1-800-222-3275

626-285-9178 (中、英文皆可)



*Have Peace  
of Mind...*

**No Phone Line? No Problem! EARL Security Can Monitor Your System!**

*Is Your Property Protected When You Are Away?  
Are You Protected While You Are Sleeping?*

<p><b>Special Package:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 - Alarm Control Panel</li> <li>1 - LCD Keypad</li> <li>1 - Remote Control</li> <li>3 - Door/Window Contact Sensors</li> <li>1 - Motion Detector</li> <li>1 - Indoor Siren</li> </ul>	<p>\$198.00 Set-Up Fee \$29.98 Monthly Monitoring (24-Month Contract Required)</p> <p>*\$100.00 additional fee when Cellular Connection is required.</p>
--	--

01/2010



### FREE ESTIMATE



## Fire Alarm Annual Inspection/Test



Fire Alarm Systems



Sprinkler Monitoring Systems



\*EARL Security, Inc. is a licensed, insured and UL Certified Fire Alarm System Contractor (C7, C10-656608). After the Inspection, we will provide a Test Report for your system.

\*All Fire Alarm Systems and Fire Sprinkler Monitoring Systems are required by law (NFPA 72, Chapter 7, Reference 7-1.2.1 and Uniform Fire Code, Chapter 1007, adopted by the State of California) to be tested ANNUALLY by a LICENSED and INSURED Fire Alarm Contractor.



Call EARL Security, Inc. for a FREE Consultation at  
**626-285-9178 or 1-800-222-EARL**  
resource@earl-security.com

# **D**ISTINCTION **Window & Door, Inc.**

*Aspire to Shine*

AAMA certified window installer  
EPA certified renovator

*Proud installer of windows for Days Inn, Parsippany*



37 Moultrie Street, Brooklyn, NY 11222  
Tel: 646.417.3986 Fax: 718.423.2912  
distinctionwindow@yahoo.com