



# 北美洲台灣旅館公會 聯合總會

2017 Special Edition

## Taiwan Hotel & Motel Association of North America

### THMANA Youth Group Taiwan Discovery Journey



# 2017

## 北美洲台灣旅館公會聯合總會

## 青年部 訪台特刊

### Friendwell Group Owns 12 Hotels for 3159 Rooms in NJ



**Hilton**  
East Brunswick



**Double Tree**  
Somerset



**Embassy Suites**  
Piscataway



**Sheraton**  
Mahwah



**Crowne Plaza**  
Edison



**Crowne Plaza**  
Newark Airport



**Crowne Plaza**  
Harrisburg, PA



**Holiday Inn**  
South Plainfield



**Hilton**  
Hasbrouck Heights



**Ramada Plaza**  
Newark Airport



**Best Western**  
South Plainfield



**APA Hotel**  
Woodbridge

*Friendwell Group of Companies*



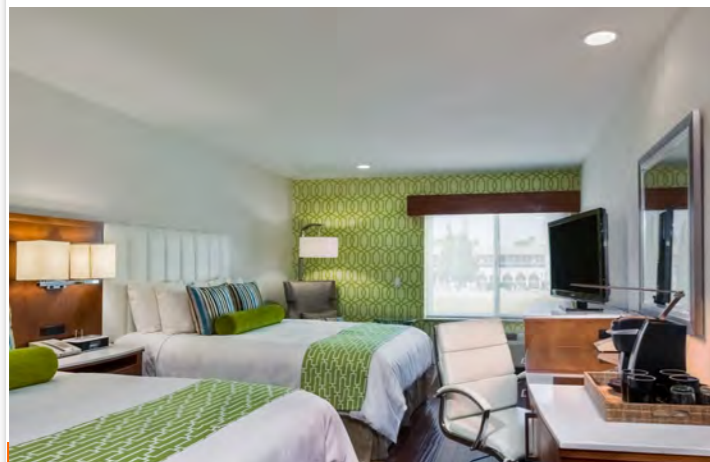
**IHG Quality Excellence Award 2016**  
**IHG Rewards Club Award 2016**

安那罕英迪格酒店



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 visiting the major attractions or looking for the hidden gastronomical gem, Hotel Indigo Anaheim is your ideal choice. You are just steps away from the Disneyland Resort and within convenient walking distance to the Anaheim Convention Center.



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

# 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。

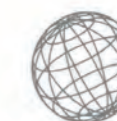
我們將秉持著一貫的作風，竭誠為加州華人業主服務。

詳情請洽華裔經理/南加州旅館業同業 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.atlashedhospitality.com Email: wilson@atlashedhospitality.com



**Atlas**  
HOSPITALITY GROUP

THE MARKET LEADER  
IN CALIFORNIA HOTEL SALES

## 總會長的話 A Message from President



President Roger Yen  
總會長 嚴杰



北美洲台灣旅館公會聯合總會，於2005年6月在邱垂煌創會會長的號召、領導下，成立於加州洛杉磯。十餘年來，歷任總會長皆一本初衷，為各地區公會的共同成長、新世代的培養與傳承，竭盡所能，努力不懈。因此會員能彼此團結互助，會務亦得以蒸蒸日上！

今年小弟忝任第十二屆總會長，以淺學疏才，擔此重責大任，實是不勝惶恐。特別感謝蔡慶輝、汪蔚興兩位前總會長的鼓勵與指導，及各位前輩的支持與幫助。小弟定當兢兢業業，全力以赴，在前輩們多年培植的穩定基礎上，耕耘出更豐碩的成果，以期本會能永續發展，再創高峰！

每一年的青年團台灣參訪，是本會極為重視且意義深遠的活動。在歷任總會長的精心規劃之下，每一次都圓滿成功：充實豐富的行程，帶領大家重溫故鄉風土人情、欣賞各地好山好水、品味多元在地文化、觀摩旅館經營特色，使團員們受益良多，回味無窮！

今年青年團活動的設計與往年不同的地方，是我們非常榮幸能邀請我們的姐妹會--台北旅

館商業同業公會青年部的理事們，加入我們的參訪活動。讓台、美青年團的團員們，不只有機會彼此認識，更能互相交流經驗，希望藉不同思維模式的激盪與啟發，拓展團員們的世界觀。

我們今年的主題是「台灣屋脊瑰寶六日遊」，要帶大家參觀台灣的高山飯店，這是我們很少接觸的路線。面對迥異於平地的生態環境，飯店特殊的經營策略，一定能讓大家有深刻的體驗。在此特別感謝台北旅館商業同業公會邱樂芬理事長，幫我們聯繫、安排幾個非常精采的參訪活動及專題演講。衷心期待經由這次難得的行程，能夠更加促進台灣及美國各地區公會之間的團結與溝通！

在此謹代表北美洲台灣旅館公會聯合總會，向中華民國僑務委員會、觀光局及各協助單位，致上最誠摯的謝意！更感謝總會各位理事前輩們無私的奉獻，你們始終如一的支持，是旅館公會穩定成長的基石！謝謝！

## 歷任會長芳名錄



- 創 會 總會長 2005 邱垂煌
- 第 二 屆 總會長 2006 陳美芬
- 第 三 屆 總會長 2007 許清松
- 第 四 屆 總會長 2008 李昭寬
- 第 五 屆 總會長 2009 吳定達
- 第 六 屆 總會長 2010 林宣昭
- 第 七 屆 總會長 2011 許文忠
- 第 八 屆 總會長 2012 汪俊宇
- 第 九 屆 總會長 2013 陳詩章
- 第 十 屆 總會長 2014 蔡慶輝
- 第 十 一 屆 總會長 2015 汪蔚興
- 第 十 二 屆 總會長 2016 嚴 杰

## 目錄 CONTENTS

- 1 總會長的話
- 2 歷任會長芳名錄
- 3 理事名錄
- 6 總統及政要賀詞
- 16 會務活動
- 26 參訪團名單
- 28 參訪團行程表
- 32 2016 Youth Group Taiwan Discovery Journey Feedback
- 34 Eat, Learn, Travel
- 46 2016年學海築夢實習心得報告
- 65 Dynamic Value - Based Pricing Strategic Revenue Management
- 69 史上最全的酒店服務話術
- 72 全球值得推薦的精品酒店 (Boutique Hotel)
- 79 你出國不受歧視，順利交朋友的小秘訣

發行人：嚴杰

執行編輯：何怡中

編輯委員：邱垂煌、陳美芬、許清松、李昭寬、吳定達、林宣昭、許文忠  
 汪俊宇、陳詩章、蔡慶輝、王政煌、汪蔚興、鄭吉成、柯欣侑  
 范約瑟、鄭春暉、鄧永征、劉明岳、林柏毅、曾子建、彭鈺絢  
 陳清亮、張榮森、吳國寶、黎淑瑛、宋秉穎、張晴玲

2017年3月出刊

### 第十二屆 北美洲台灣旅館公會聯合總會理事名單



總會長  
嚴杰 Roger Yen



顧問  
邱垂煌 Chris Chiu



顧問  
陳美芬 Mei-Fen Chen



顧問  
許清松 Stephen Hsu



顧問  
李昭寬 C. K. Lee



顧問  
吳定達 Steven Wu



顧問  
林宣昭 Herman Lin



顧問  
許文忠 Steve Hsu



顧問  
汪俊宇 Gerald Wang



顧問  
陳詩章 Sam Chen



顧問  
蔡慶輝 Kevin Tsay



顧問  
汪蔚興 Wilson Wang



副總會長  
王政煌 Mike Wang



副總會長  
鄭吉成 Jason Cheng



總幹事  
柯欣侑 Anita Ko



理事  
范約瑟 Joseph Fan

## 第十二屆 北美洲台灣旅館公會聯合總會理事名單



理事  
鄭春暉 Peter Cheng



理事  
鄧永征 Nick Teng



理事  
劉明岳 Ben Liu



理事  
張晴玲 Ching-Lin Chang



理事  
林柏毅 Jonathan Lin



理事  
曾子建 James Tseng



理事  
彭鈺絢 Angela Peng



理事  
陳清亮 Ching-Liang Chen



理事  
張榮森 John Chang



理事  
吳國寶 Roy Wu



理事  
黎淑瑛 Sue Li



理事  
宋秉穎 Amy Sung



# 北美洲台灣旅館公會聯合總會第十二屆理事名單



Title	姓名	Last Name	First Name	Hotel/Corp.	Cell
總會長	嚴杰	Yen	Roger	Grand Target Investment Company	832-660-7063
副總會長	王政煌	Wang	Mike	Venquest Inc.	818-427-9672
副總會長	鄭吉成	Cheng	Jason	Friendwell Group of Companies	
總幹事	柯欣侑	Ko	Anita	Taiwan Hotel & Motel Association of South California	626-280-2207
顧問	邱垂煌	Chiu	Chris	Win Time Hotels Group	714-928-9888
顧問	陳美芬	Cheng	Mei-Feng	Taiwan Hotel & Motel Association of Greater Houston	281-380-1180
顧問	許清松	Hsu	Stephen	Hotel Indigo Anaheim	714-772-8899
顧問	李昭寬	Lee	C.K.		832-287-2828
顧問	吳定達	Wu	Steven		973-641-6097
顧問	林宣昭	Lin	Herman	Win Time Hotels Group	619-813-9536
顧問	許文忠	Hsu	Steve		281-788-7921
顧問	汪俊宇	Wang	Gerald	VicsInternational	626-826-7083
顧問	陳詩章	Chen	Sam		281-725-8415
顧問	蔡慶輝	Tsay	Kevin	AmericanEB-5 Properties Regional Center/Friendwell Group	973-936-3885
顧問	汪蔚興	Wang	Wilson	Altas Hospitality Group	714-393-7390
南加理事	范約瑟	Fan	Joseph	Brighton Management	818-427-9672
南加理事	鄭春暉	Cheng	Peter	Royal Electronic Locks	714-883-8000
南加理事	鄧永征	Teng	Nick	Holiday Inn Bakersfield	805-259-6622
南加理事	劉明岳	Liu	Ben	Manhattan Hotel Group	626-205-8278
南加理事	張晴玲	Chang	Ching-Lin	Best Western Pheonix Area	
美東理事	林柏毅	Lin	Jonathan	APA Hotel Woodbridge	
美東理事	曾子建	Tseng	James	Crowne Plaza Harrisburg-Hershey	
美東理事	彭鈺綸	Peng	Angela	Sheraton Eatontown Hotel	973-936-3885
美南理事	陳清亮	Chen	Ching-Liang		281-380-1180
美南理事	張榮森	Chang	John		713-861-6124
美南理事	吳國寶	Wu	Roy	Western Inn	713-864-7600
美南理事	黎淑瑛	Li	Sue	Hilton Garden Inn	713-270-6100
美南理事	宋秉穎	Sung	Amy	Law Office of Sung & Associates, P.C.	713-870-1668





北美洲臺灣旅館公會聯合總會第十二屆年刊紀念

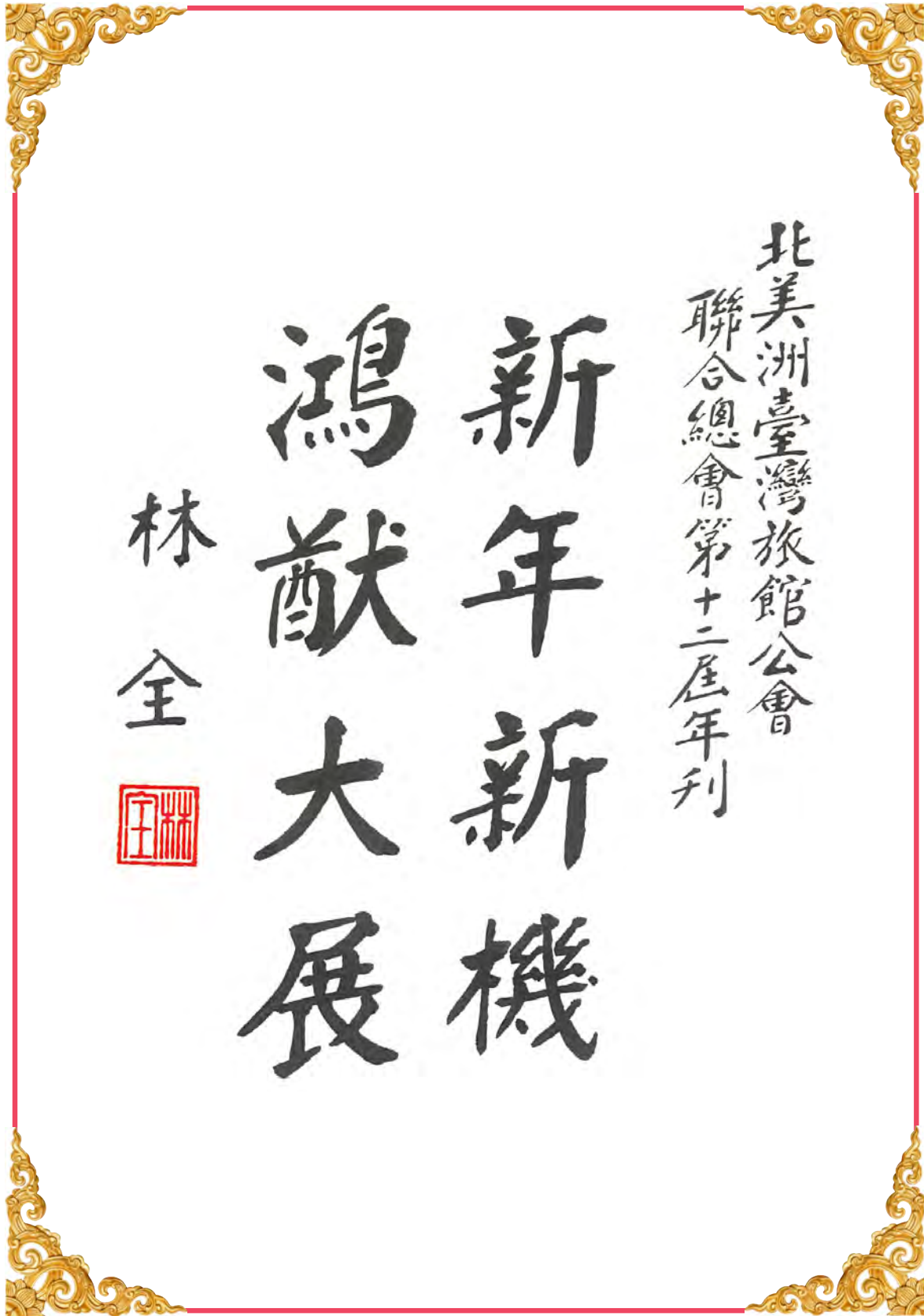
# 新猷丕展

陳建仁



中華民國一〇五年十二月

建仁用箋



北美洲臺灣旅館公會聯合總會第十二屆年刊誌慶

鴻猷大展  
福客盈門

中華民國  
外交部部長

李大維



敬賀



北美洲臺灣旅館公會聯合總會  
第十二屆年會特刊

誌慶

光觀  
明照  
遠旅  
大服

交通部觀光局 局長 周永暉



敬賀

北美洲台灣旅館公會聯合總會十二週年誌慶

南來北往  
賓至如歸

駐休士頓台北經濟  
文化辦事處處長

黃敏境

敬題

中華民國一〇六年一月

北美洲台灣旅館公會聯合總會第十二屆特刊紀念

# 鴻猷續展 興商惠旅



休士頓華僑文教服務中心

主任 莊雅淑 敬題



北美洲臺灣旅館公會聯合總會

第十二屆年刊誌慶

丁酉金雞通財福澤新政  
秦晉昂首盟締旅業嘉猷

臺北市旅館商業同業公會

理事長邱樂芬暨全體理監事故題



北美洲臺灣旅館公會聯合總會第十二屆年刊

群 續  
雄 創  
宏 非  
才 凡

高雄市旅館商業同業公會

理事長 劉坤福



敬賀

## 會務活動

6/4-6/2016

第十一屆年會總會長交接暨第十二屆第一次理事會議



## 會務活動

6/4-6/2016

第十一屆年會總會長交接暨第十二屆第一次理事會議



## 會務活動

1/13-15/2017

第十二屆第二次理事會議



# 會務活動

1/13-15/2017

第十二屆第二次理事會議



## 會務活動

1/13-15/2017

第十二屆第二次理事會議

### 北美台灣旅館公會業者 相見歡



來自全美四大分會的旅館公會同業代表，第一晚在下榻旅館見面就有聊不完的話題。

北美洲台灣旅館公會聯合總會第12屆第二次會議在聖安東尼奧(San Antonio)落幕，歷屆總會會長踴躍出席這次會議，許多人排除萬難前來參加，不願錯過難得相聚的機會，大家藉著三天的聯誼與會議，將彼此的情感更加緊密的連結在一起。

第一天一早，總會會長嚴杰夫婦及陳美芬前總會長夫婦，前總會長許文忠、理事吳國寶兵分兩路從休士頓出發到聖安東尼奧，在機場陸續接待遠道而來的各地代表，不難從大家在會面的第一時間所表露出的情感中，看出彼此間友誼，到了下榻旅館後，更有說不完的話。

今年由嚴杰代表美南地區擔任總會會長，他在2015年美南台灣旅館公會會長任內，順利與台北旅館公會締結為姊妹會，開創了台灣與美國南部地區更多的交流及合作機會，卸任後隨即接下總會長任務；這次在聖安東尼奧舉行的理事會，也是該會傳統的任務之一，但卻伴隨著輕鬆行程，讓大家的許多經驗及意見，能在好心情中相互交流。

這次三天的行程中，嚴杰精心安排的輕鬆行

程有當地地標Tower of The Americas、Alamo Museum、具濃厚墨西哥特色的Market Square及聖安東尼奧水都River Walk，大家在遊河船上，一面聽導遊述說古老建築的故事，一面觀賞賞心悅目的景色，就這樣讓遠道而來的成員對美南德州留下深刻印象。

北美洲台灣旅館公會聯合總會2005年6月11日在洛杉磯成立，當時由南加州台灣旅館業同業公會、休士頓美南台灣旅館公會、佛羅里達州台灣旅館公會及美東台灣旅館公會組成，至今已進入12個年頭；當時由精神領袖創會會長邱垂煌發起，組成這個海外專業的交流平台，所有會員都是以北美各地的旅館業社團組成，因此目前只有四個會員團體，不接受個人成為會員。

邱垂煌回顧12年來總會發展的歷程表示，最令他欣慰的是，所有會員或同業之間都是真心相待、互相扶持、資源分享，以致凝聚了會員強烈的向心力，因此這些年來雖然會員人數並無大幅成長，但成員之間的情誼卻是隨著歲月



嚴杰總會長賢內助何怡中(左一)及陳清亮(左三)在聖安東尼奧機場接待貴賓。



理事會議中嚴杰說明未來活動規劃，一旁創會總會長邱垂煌專心傾聽。

的累積而更緊密相扣。

第二屆則由休士頓美南台灣旅館公會的陳美芬接下總會長任務，她表示，經由西岸的第一手資訊，提供了美南地區華人旅館業更多寶貴的經驗，得以在主流社會逐漸開創新局面，也因此讓兩地的旅館業更感到結合全美同業公會的迫切性，嘉惠更多華人旅館同業。

北美洲台灣旅館公會所屬的青年團，是肩負父執輩的心血，邁向新世紀的代言人，第三屆總會長許清松擔心海外年輕一代逐漸忘了自己的根，因此從許清松任內開始安排青年團回台灣觀摩，同時也邀請台灣的旅館業者來美交流，交換經驗，這個構想至今仍成為會內佳話，一直延續至今，歷久彌新。

團結及無私的經驗分享，一直是該會成員引以為傲的優勢，來自新澤西(New Jersey)的第五屆總會長吳定達表示，自己就是因為加入會員後，讓視野更開闊，藉由會員間的經驗，讓自己的經營思路徹底改變，因此總會成立十多年來，總是排除身邊的大小事務，有會必前來參加。

在中、美兩地經營投資旅館及地產業已經有20多年經驗的第七屆總會長許文忠，每次看到理事會大家踴躍出席表示開心，對於每年藉召開會議聯絡情感、增廣見聞，都認為是該會極為重要的一項活動。

自我要求很高的第八屆總會長汪俊宇，做事就是要與眾不同，總會長任內的理事會議，

為了能拉近總會與主流的距離，會場安排在賭城的拉斯維加斯，全程以英文交流，他私下透露，雖然當時有些微詞出現，但現在許多人回想起來，也漸漸認同他當時的構想。

來自美東的第十屆總會長蔡慶輝，點出了國外連鎖旅館業網路訂房機制的優勢及威力，可以帶來旅館業穩定的住房率，若能與台灣旅館業高品質的服務熱忱結合為一體，未來華人旅館業在世界的競爭力將極為樂觀。

2016年中交棒總會長任務的汪蔚興，是該會青壯派代表，對於青年團的培訓開始注入了新的想法，希望年輕的接班人能對民眾消費習慣有更敏銳的觀察力，為中美兩地的華人經營業者帶來更多實質的幫助。

第二天會議上，歷屆前會長及理事代表議決了多項議程，而對青年團培育的支持，大家義無反顧、出錢出力，當天意外募得2萬多元，大大緩解今年青年團的經費，讓嚴杰感動頻向大家致謝；會中也突如其來說一個寓意深遠的自創笑話：「正常社團成員的壽命是三年，第一年當會員，第二年成理事，第三年當上會長，第四年則不見蹤影；但北美洲台灣旅館公會歷屆會長則年年都在，加入越久越不想離開。」話一說完哄堂大笑，許多人甚至感動紅了眼眶，讓第二次理事會在輕鬆歡樂的氣氛中繼續進行，也體現出這個大家庭強而有力的向心力。

（文載自〔世界日報〕謝慕舜報導）



最後一天，大家帶著即將回到各自崗位的不捨心情，搭船遊湖，並記錄兩岸著名建築。

## 總會活動花絮





## 活動花絮



### 歡迎僑委會吳委員長新興蒞臨休士頓



### 歡迎僑委會吳委員長新興蒞臨休士頓



北美洲臺灣旅館公會聯合總會  
第十二屆青年團返台訪問團名單



English Name	中文姓名	組別	會別	會籍頭銜	訪團職務	電話
Roger Yen	嚴杰	Adult	北美洲台灣旅館公會聯合總會	總會長	總團長	832-660-7063
Mei-Fan Chen	陳美芬	Adult	北美洲台灣旅館公會聯合總會	前任總會長	名譽總團長	281-380-1180
Mike Wang	王政煌	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會長	副總團長	949-374-7797
KevinTsay	蔡慶輝	Adult	北美洲台灣旅館公會聯合總會	前任總會長	副團長	973-936-3885
Stephen Hsu	許清松	Adult	北美洲台灣旅館公會聯合總會	前任總會長	顧問/僑務委員	714-772-8899
Minnie Lin	林翠雲	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會員	團員/僑務委員	714-928-6590
Herman Lin	林宣昭	Adult	北美洲台灣旅館公會聯合總會	前任總會長	顧問	619-813-9536
Wilson Wang	汪蔚興	Adult	北美洲台灣旅館公會聯合總會	前任總會長	顧問	714-393-7390
Yang-Mei-Yun Hsu	楊美雲	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會員	團員	714-772-8899
Shwu Fang Lin	林淑芳	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會員	團員	619-813-9536
Jo-Lan Lin	林若蘭	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會員	團員	626-807-9883
Min Liu	劉明岳	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	理事	團員	626-205-8278
Sha-Eng Shu Liu	許雪英	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會員	團員	626-205-8278
Dave Chiang	江尚輝	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會員	團員	626-864-5090
Jenny C.T. Chiang	江秋亭	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會員	團員	626-864-5090
Peter Cheng	鄭春暉	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	理事	團員	714-883-8000
Abel Lin	林定性	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會員	團員	714-883-8000
Nicolas Teng	鄧永征	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	前會長	團員	805-259-6622
Huitzu Huang	黃惠姿	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會員	團員	805-259-6622
Neil Chu	朱寧莊	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會員	團員	
Han sen M Peng	彭君一	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會員	團員	714-742-6678
Mary Liu Hwang	劉曉峰	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會員	團員	714-992-6678
Shu Shin Chen	陳素心	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會員	團員	805-280-5592
Simon Kou	郭學仁	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	副會長	團員	714-206-8127
Nancy Kou	呂照惠	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	會員	團員	714-206-8127
Anita Ko	柯欣侑	Adult	南加州台灣旅館業同業公會	總幹事	總幹事	714-906-6888

北美洲臺灣旅館公會聯合總會  
第十二屆青年團返台訪問團名單



English Name	中文姓名	組別	會別	會籍頭銜	訪團職務	電話
Angela Yuhsun Peng	彭鈺鈞	Adult	美東台灣旅館公會	前財務長	團員	973-936-3885
Chia-Jung Wu	吳佳蓉	Adult	美東台灣旅館公會	會員	團員	973-652-1199
Chin-Liang Chen	陳清亮	Adult	休士頓美南台灣旅館公會	前會長	團員	281-380-1180
Annie Yen	何怡中	Adult	休士頓美南台灣旅館公會	總會財務長	團員	281-854-7120
Guiling Li	李桂玲	Adult	休士頓美南台灣旅館公會	會員	團員	979-804-6501
Wei Ni Tsai	蔡維妮	Youth	休士頓美南台灣旅館公會	會員	青年團團長	832-228-6160
Scott Lin	林士殷	Youth	南加州台灣旅業公會	會員	青年團副團長	619-708-1431
Amy Tsay	蔡尚璇	Youth	美東台灣旅館公會	會員	青年團副團長	973-303-9472
William Liu	劉益吉	Youth	南加州台灣旅業公會	會員	團員	626-348-1055
Ethan Gao		Youth	南加州台灣旅業公會	會員	團員	626-864-5090
Jaden Chiang		Youth	南加州台灣旅業公會	會員	團員	973-303-9472
Eric Wien		Youth	南加州台灣旅業公會	會員	團員	
Tzu Chien Tseng	曾子建	Youth	美東台灣旅館公會	會員	團員	281-854-7122
Karen H. Yen	嚴歡	Youth	休士頓美南台灣旅館公會	會員	團員	713-530-9216
Kevin Wei Yen	嚴威	Youth	休士頓美南台灣旅館公會	會員	團員	979-804-6501
Henry Cau	曾賀文	Youth	休士頓美南台灣旅館公會	會員	團員	979-804-6501
Reine Li	李多	Youth	休士頓美南台灣旅館公會	會員	團員	979-804-6501

## 2017年北美洲臺灣旅館公會聯合總會臺灣參訪行程

## 台灣屋脊瑰寶六日遊

一、活動日期：2017年3月13日(一)~3月18日(六)

二、建議行程：

時 間	行 程 & 參 觀
Day1 03/13 (一)	0600~0700 配合航班抵達時間，安排專人與專車至桃園機場接機 Arrival pick-up at the Taoyuan International Airport.
	0700~0830 桃園機場→高速公路→台北林森南路麥當勞：全體會合(捷運善導寺站) Airport→Highway→ Taipei/McDonald's @MRT Shang-Tao Temple Station
	0830~0900 前往交通部觀光局 Heading to Ministry of Transportation and Communications-Tourism Bureau
	0900~1030 拜會行程(1)：交通部觀光局 Official visit: Ministry of Transportation and Communications-Tourism Bureau
	1030~1100 前往僑務委員會 Heading to Overseas Community Affairs Council
	1100~1200 拜會行程(2)：僑務委員會 Official visit: Overseas Community Affairs Council
	1200~1400 午餐：僑務委員會宴請~暫訂 Lunch : Hosted by Overseas Community Affairs Council(provisional)
	1400~1830 台北→北宜高速公路→宜蘭(中途宜蘭行口參觀休息 www.lanyangnet.com.tw/ilpoint/il14/)->中部橫貫公路宜蘭支線→梨山 Heading to Lishan
	1830~1900 參訪行程(1)：梨山賓館/簡介&現場觀摩~客房部經理王柏翔 Academic Visit (1): Lishan Guest House (感謝台北市旅館公會邱理事長安排)
	1900~2030 晚餐：梨山賓館 Dinner : Lishan Guest House
2030~ 住宿：梨山賓館( <a href="http://www.lishanguesthouse.com.tw">www.lishanguesthouse.com.tw</a> ) & 梨山夜景 Accommodation: Lishan Guest House	
第二天 03/14 (二)	0700~0830 晨喚、整裝、享用飯店自助早餐 Morning call and breakfast
	0830~0900 前往福壽山農場 Heading to Fushoushan Farm
	0900~1100 福壽山農場攬勝 Fushoushan Farm

	1100~1230	福壽山→台灣脊樑公路：合歡山高山景觀道路 Fushoushan Farm→The alpine road trip in Taiwan : Mt. Hehuan
	1230~1400	午餐：松雪樓&參觀松雪樓 Lunch : Song Syue Lodge
	1400~1600	台灣百岳登山步道/石門山(兩會青年誓師活動) Shihmenshan Trails
	1600~1700	前往飯店 Heading to hotel
	1700~1730	飯店 Check-in&小憩 Hotel check-in & take a rest
	1730~1830	晚餐：明琴清境莊園 Dinner : Ming Ging Farm
	1830~1920	<b>參訪行程(2)：明琴清境莊園/簡介&amp;現場觀摩~董事長特助霖雨彤</b> Academic Visit (2): Visit Ming Ging Farm(感謝台北市旅館公會邱理事長安排)
	2010~2100	<b>參訪行程(2): 民宿投資及經營管理專題演講/民宿協會理事長劉麟麟</b> Academic Visit (2): B&B Investment & Management Seminar
	2100~	住宿：明琴清境莊園( <a href="http://www.mg.com.tw/page.php">www.mg.com.tw/page.php</a> ) &山林對話 Accommodation: Ming Ging Farm
第三天 03/15 (三)	0700~0830	晨喚、整裝、享用飯店自助早餐 Morning call and breakfast
	0830~0930	清境農場逍遙遊 Cingjing Farm
	0930~1045	清境→台 14 線→南投埔里 Cingjing→Puli
	1045~1200	特色建築及園藝景觀之旅：中台禪寺祈福行 Heading to Chung Tai Monastery
	1200~1230	前往餐廳 Heading to the restaurant
	1230~1330	午餐：土角厝餐廳 Lunch : The Corner Restaurant
	1330~1430	桃米生態村 Visit Tao-Mi Eco Village
	1430~1630	日月潭攬勝+世界 10 大單車步道 Sun Moon Lake+ The world's top 10 cycling trails
	1630~1700	飯店 Check-in&小憩
	1700~1830	晚餐：雲品酒店 Dinner : Fleur De Chine Hotel

	1830~1920	<b>參訪行程(3)：雲品酒店/簡介&amp;現場觀摩~現場直班主管</b> Academic Visit (3): Fleur De Chine Hotel(感謝台北市旅館公會邱理事長安排)
	2010~2100	<b>參訪行程(3)：雲品酒店經營管理專題演講/雲朗集團盛治仁總經理</b> Academic Visit (3): Fleur De Chine Hotel
	2100~	住宿：日月潭雲品溫泉酒店( <a href="http://www.fleurdechinehotel.com/tw/index.php">www.fleurdechinehotel.com/tw/index.php</a> ) & 休閒設施 Accommodation: Fleur De Chine Hotel
第四天 03/16 (四)	0700~0930	晨喚、整裝、享用飯店自助早餐 Morning call and breakfast
	0930~1230	日月潭→新中橫公路攬勝：夫妻樹+塔塔加眺望玉山群峰 Sun Moon Lake~ New Central Cross-Island Highway:Fuqi Tree+Tataka
	1230~1330	午餐：阿里山松閣餐廳 Lunch : Alishan Song Court Restaurant
	1330~1430	阿里山賓館 Check-in&小憩 Hotel check-in & take a rest
	1430~1730	阿里山森林遊樂區&巨木步道 Alishan National Scenic Area & Forest Recreation Area Giant Tree Cluster Wooden Plank Trail
	1730~1830	晚餐：阿里山賓館 Dinner : Alishan House
	1830~1920	<b>參訪行程(4)：阿里山賓館/簡介&amp;現場觀摩~呂明縉協理</b> Academic Visit (4): Alishan House (感謝台北市旅館公會邱理事長安排)
	2010~2100	<b>參訪行程(4)：旅館顧問公司經營管理之探討/陳振興董事</b> Academic Visit (4): Management of Hotel Consultants
	2100~	住宿：阿里山賓館( <a href="http://www.alishanhouse.com.tw">www.alishanhouse.com.tw</a> ) & 阿里山商圈 Accommodation: Alishan House
第五天 03/17 (五)	0400~0430	晨喚、整裝、前往火車站 Morning call and go to the train station
	0430~0530	搭乘世界三大高山森林小火車：前往祝山 Alishan forest railway : Chushan Line
	0530~0630	阿里山日出與玉山雲海 Alishan Sunrise & Yushan sea of clouds
	0630~0900	享用飯店早餐，整理行囊準備下山 Breakfast & packaging
	0900~0930	前往優游吧斯鄒族文化園區 Heading to YuYuPas Zou Culture Park



	0930~1140	阿里山茶的故事~優游吧斯鄒族文化園區 ※1100~1140 觀賞鄒族歌舞表演 The story of Alishan Tea~YUYUPAS
	1140~1240	午餐：優游吧斯鄒族文化園區 Lunch：YUYUPAS
	1240~1745	阿里山→台 18 線→高速公路→台北大直，沿途休息站小憩 Alishan→Chiayi→Taipei
	1745~1800	飯店 Check-in&安置行李 Hotel check-in
	1800~2100	惜別晚宴&歡樂 PARTY：台北香榭花園酒店 Dinner Party：S・Aura Hotel & Banquet
	2100~	住宿：大直香榭花園酒店( <a href="http://www.saurahotel.com.tw">www.saurahotel.com.tw</a> ) Accommodation: S・Aura Hotel & Banquet
第六天 03/18 (六)	0700~0830	晨喚、整裝、享用飯店自助早餐 Morning call and breakfast
	1000~1200	參訪行程 5) :青年膠囊旅館/魏秋富董事長 Academic Visit (5): Taiwan Youth Hostel & Capsule Hotel
	1230~1400	午餐：美之宴會館 Lunch：Beauty Banquet

台灣龍貓國際旅行社有限公司

**Longmao Tour, Inc.**

負責人：尤正國 承辦人：盧宣廷

TEL: 886-3-923 3399 FAX: 886-3-922 4588

E-mail : [aa.a229001@msa.hinet.net](mailto:aa.a229001@msa.hinet.net)





北美洲台灣旅館公會聯合總會  
第十一屆青年團返台訪問團報導

2016 Youth Group Taiwan Discovery Journey Feedback

青年團團長 張端心 - *Annie Chang*

Taiwan may appear to be a humble island with a bevy of mopeds and smog, but it's a deceptively charming place that runs deep with an eclectic fusion of French, Japanese, Spanish, Chinese, and Dutch influences. Taiwan is home to lush natural landscape encompassing the island and bustling cities full of food and night markets in the heart of it all. Each one of the

night markets in Taiwan has a special forte, but its essence consists of a brilliant mix of urban street food, wacky memorabilia vendors, and clothier retailers at every corner. If you've never been to one, it can be a bit overwhelming, where you often times find yourself amongst a huge number of people jostling elbow to elbow. However, don't be intimidated because Taiwanese people are not



only warm and welcoming, but they are genuinely kind. From pearl tea, oyster pancake, steamed bun with porkbelly (gua bao), to giant meat dumplings called “ba wan”, Taiwan is the mecca of good food and good people.

Now imagine having an opportunity to travel across the globe and experience this, every year, for free (minus your airfare), and stay at the nicest hotels in Taiwan whilst learning about different hotelier business styles. This is where the THMASC Youth Group enters. The THMASC Youth group is a subgroup of The Taiwan Hotel & Motel Association of Southern California, established in 1974 to bring together Taiwanese hoteliers and hotel related businesses in Southern California. The goals of the Association are to serve its members by providing education and information on the hospitality industry. Events held by the Association also provide opportunities for members to network, share ideas and create a bond within our community. The youth group consists of sharp second generation hoteliers learning the hotel business, running their own hotels, collaborating with one another, and/or providing support to each other. After attending my first THMASC Taiwan Tour, I was not only better in touch with my heritage and culture, but I learned a wealth of hotelier knowledge and made great friends. I encourage this audience to widen your horizons and invite you to have fun with a bright group where you can gain significant knowledge on investment strategies, current industry trends, and improving the direction for your business.

A few notable spots we frequent are the Overseas Community Affairs Council (OCAC) where we are welcomed, a trip to Shih Hsin University where our interns are selected to enjoy a summer abroad working in our hotels in the States, the Miao-Kow Night Market, the scenic countryside of Hualian, staying at the luxurious Windsor Hotel, and much more. There are also extended optional trips where we have flown to

places like Jin Men, a nearby island where wars were fought and army soldiers resided. This year the extended trip will be at Peng Hu, an island nearby that is known for its’ marine life and picturesque beaches. Above all else, the 2 week paid trip is undeniably a good deal, and you’ll be pleasantly surprised as to how much financial savvy you attain.

THMASC is at the forefront of creating new departments to better interact with our roots, such as starting an NGO for disaster relief funds for victims in Taiwan. We also began an annual internship where hospitality students from Taiwan can travel to America and have an accurate introspection into daily operations at a hotel and traveling to different areas of the US to attend conferences and lectures. These new programs were just implemented last year and have made great strides since its’ conception. Multiple events are held every year, both educational and fun, such as our annual seminar that discusses upcoming hotel policies, challenges that hoteliers face, new labor laws, and trends in litigation. Our more exuberant events consist of the Chinese New Year Party which was held at the Westin Bonaventure this past year as a black tie event, and our annual THMASC Golf Tournament where friends congregate to raise money to the Tzu Chi Foundation through a friendly competition of golf. As our association changes and grows, we often reach out to many different hotel groups and affiliated hotel businesses in hopes that they will grow with us and widen our network of professionals, businesses, hoteliers, and friends in Southern California. If you are looking to get to know your home of Taiwan more, manage your business better, and build relationships with intelligent and successful hoteliers, consider joining us on what could be your next venture abroad.



## 北美洲台灣旅館公會聯合總會 第十一屆青年團返台訪問團報導

# EAT, LEARN, TRAVEL

*Written by Wei Ni Tsai*



Two years ago, I had the pleasure of experiencing a THMANA trip for the first time, and here I am, at it again! Who would say no to an event that is as awesome and educational as a trip to Formosa Taiwan? Not only do you get the chance to gain some new knowledge about the hospitality industry, but you also get the luxury of exploring Taiwan. Can you say no to that? I know I can't, so with my bags packed, I prepared myself for the THMANA trip of 2016!

As our travel begins, our first destination was Shih Hsin University, a university that specialized in teaching future generations about the tourist industry in Taiwan. Here we learned what kind of education is provided there, and how it differs from what is taught in America. After that, our next stop was to S Aura Hotel, where we had the opportunity to explore the interior designs and rooms that made this hotel special. To end our day, our last stop was the Taiwanese Tourist Bureau, in which we learnt more about the tourist industry in Taiwan, along with the different strategies that are implemented, so that foreigners are more likely to chose Taiwan as a destination for travel. We also got to learn about the strategic marketing strategies of the Amain Hotel, before resting ourselves and getting ready for the next few days.

Day two of our travels took us to Lon-Don Passage where we got to witness Taiwan's natural beauty on the mountain top, before heading to Yilan, where our second hotel visit was waiting for us. Eastern Hotels & Resorts Hotel specialized in natural hot springs and is the closest hotel to the edge of the coast of Yilan, not to mention it was also a museum before it got transformed into a hotel. Our next stop was Torako in Hua-Lian, so off we went to the train station, which differed from the more urbanized trains we see often now in Taiwan. This place was such a treat!! Silk



*The Youths of the trip for 2016*



*Day 2: Torako Gorge behind us!*

Place Torako Hotel was surrounded by the natural mountains of Torako and had a sense of calmness in its surrounding, as well as a refreshing atmosphere that is hardly seen in the States. It was also the destination where most of us youths started bonding and getting to know one another. Definitely a destination to keep in mind and visit again in the future! We also got to witness our first Native Taiwanese tribal singing and dancing, while relaxing in the Jacuzzi under the night sky.

As morning rolled by the next day, we got to explore further areas of Torako, while also traveling to our next place of visit. We went through cave tunnels and also got to cross the Mother and Child Bridge and witness a cliff shaped like an Indian's face. As we arrived in Taitung, we got to experience a different Native Tribe of Taiwan, where we once again sang and danced with them. Taitung was also known for their Swordfish sashimi, which was my first time trying it. Safe to say, it was delicious and although different, it was something I was glad to have to opportunity to try. That night, since our group was split into three groups, staying in different B&Bs, our B&B group decided to relax on the beach near us, by bringing fire candles, a few snacks and some drinks there.

The fourth day was a bit special for some of those whom have traveled before, since the group got to once again, meet Stanley Yen, whom is an inspirational leader and president of the

Alliance Foundation. Here, he shared his wisdom and experiences with us by incorporating them into his teaching methods and stories, in order to teach future generations the importance of preserving our heritage and natural environment. Since our travels took us far, we once again traveled by train, to our next destination, which was Kaohsiung, where that night, we had dinner with the representatives of Kaoshiung, while exchanging stories and experiences with one another. That night, we also got the chance to explore the Liao-Ho Night Market and ended the night with foot massages and karaoke.

Our next travel destination was Tainan, where we had the chance to explore the Chimei Art Museum. As a person who appreciates art, this was such a treat, because not only was it filled with such diverse art pieces, we also got to learn the history behind some of them that were displayed there. On our way to Taichung, we also stopped at another famous hospitality university, called Hsiuping University, where we got the chance to test our courage by climbing a pole and walking a plank, high above ground. To reward ourselves of our bravery, we ended the night with Japanese Shabu Shabu hot pot, and another night of Night Market exploration. This time, it was at the Fong-Chia Night Market.

As our trip was close to its end, it was mostly occupied with traveling by bus, back to Taipei, but during our travels, we stopped in Miaoli to listen to authentic Hakka music. The genre of



*Day 4: Beach fun at Taitung!*



*Getting ready for our next destination.*

this style was a soothing and relaxing tune to listen to. It definitely differed from the other Native Tribal music styles. Our last hotel stay for the THMANA trip was the newly opened Marriott hotel near Miramar in Taipei, which I think was the perfect hotel to end our trip on. And although the THMANA group were parting the next day, the youths of our group took this opportunity to end the trip with a bang! How? By getting together, go clubbing and late night snacking till 4am! Even though we had a meeting at 7:30am the next day with the Marriott staff for the Strategic and Marketing Lecture, but the party was well worth the lack of sleep for!

You thought I would be done right? Haha, wrong! I haven't had the chance, to talk about our other trip, that Wilson Wang kindly created, in order for the youths to further bond with one another, and that was the trip to Penghu Islands. Don't worry, I'll keep it short. During our four days trip here, we traveled mostly by bus and got to enjoy a lot of different activities, such as snorkeling, water gun battles, sightseeing (Little Taiwan, Chimei hearts, just to name a few) and again, a whole lot of eating. Penghu is known for their seafood items, and the options here are endless, which included fresh oysters, Uni fried rice, puffer fish skin and cactus ice cream, which I ate at every opportunity I got. We also were lucky enough to witness the Penghu Ocean Fireworks, which was wonderful and extremely captivating! I think Disney has a rival for world's

best fireworks, cause I think Penghu's would win, hands down! All in all, I really enjoyed the trip here as well, and although it wasn't as exciting as Taiwan's trip, it was still a trip that was filled with excitement and first time experiences!

This may have been my second trip with the THMANA organization, but it was a completely new and different experience, compared to my first trip with THMANA. As for the youth group, I felt that this year, we had an amazing group that I am extremely happy to have had the opportunity and pleasure to spend this trip with, and with some, an extra four days at Penghu Islands. It may have been intimidating meeting so many new faces at once in the beginning, but as the trip went on, you'll find yourself, along with everyone else, having the time of your life! From exploring mountains, to listening to authentic Native Tribal music, to karaoke, to inside jokes, to drinking and a whole lot of eating, this trip was set to be a trip worth remembering and reminiscing. I certainly will never forget this trip. Thank you THMANA for another great trip, and thank you Roger Yen for inviting me and Wilson Wang, for taking care of us and creating some truly amazing memories!! Taiwan is truly a magical island, filled with warmth and memories! Lastly, thank you Taiwan, for another great year! Those whom haven't been there, you're missing a great deal! Pick up those travel bags and head to Taiwan!! It'll definitely be a trip worthwhile!



*Some of the THMANA group at Penghu Islands.*

## 參訪行程

4/25/2016



## 參訪行程

4/26/2016





# 參訪行程

4/27/2016



## 參訪行程

4/27/2016



# 參訪行程

4/28/2016



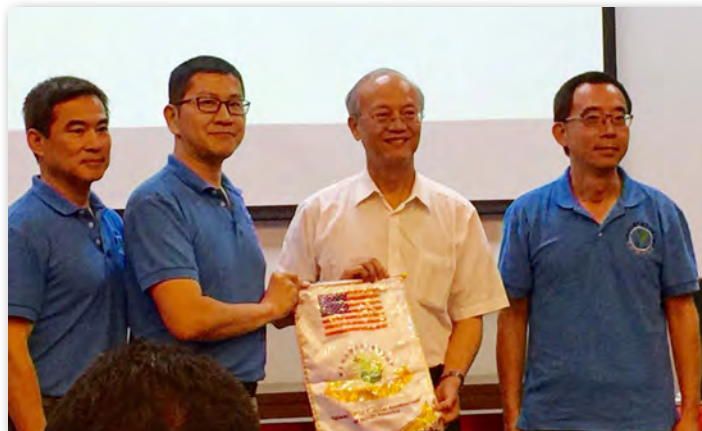
## 參訪行程

4/28/2016



# 參訪行程

4/29/2016



# 參訪行程

4/29/2016



# 參訪行程

5/1/2016



## 2016 年學海築夢實習心得報告

實習國家／機構：美國南加州台灣旅館同業公會

修平科技大學 觀光與遊憩管理系 四年甲班 林廣益



在結業典禮上的頒發證書合照。

### 一、緣起

我從小就有美國夢，不管是身邊朋友分享他們在美國生活或者好萊塢電影影響了我，我知道我總有一天一定要去美國，好像連我身邊的親朋好友也知道我心中的渴望。在大三時，我的系主任告訴我有美國實習的機會時，就有著「我要去！不管要做多少的準備、多困難，我一定要去！」的想法，所以我就被介紹給應用英文系系主任一同加入此計畫，經過一連串應英系主任的魔鬼訓練並與同學們相互扶持、一番努力後，我們都順利的取得前往美國實習的入場券。

### 二、公會簡介

南加州台灣旅館同業公會（以下簡稱：THMASC），是由一群在異地打拼的華人所組成的團體，每年定期的籌劃座談會及訓練班課程，幫助會員們取得每年的市場新趨勢。本公會會員所擁有的飯店，除了獨立品牌之外，大部分都是屬於IHG旗下的飯店，例如：Holiday Inn、Crowne Plaza……等等。

從2015年開始，THMASC以回饋鄉土的心

態，在台灣開始尋找本地學生到美國參加公會規劃的「旅館經營管理訓練」，希望提升台灣旅館業在未來的競爭力。

### 三、國外實習企業之內容

各飯店擁有各自的管理與運作方式不盡相同，以下是統整為大方向分析。

1. 前檯：從飯店門口到櫃檯的接待與入、退房作業；由於前檯是最先面對客人的部門，他們所有的疑難雜症，都會經由前檯再通知其他部門去做處理。

2. 房務以及客房服務部：雖然前者只有做最基本的打掃整理房間，但是他們必須確保產品以最完美的狀態呈現給客人；後者必須處理客人的種種要求，例如：送洗衣物、房內餐點以及客房備品需求等等…。

3. 行銷部：了解不同型旅館所尋找的客戶群，針對不同客戶該有的應對技巧與銷售方案。

4. 會計部：負責規劃執行年度預算，管控各項成本、收入流動。



歡迎餐會與公會主要幹部合影。





在 Holiday Inn Anaheim 裡實習生與各部門經理人們合照。

5. 人力資源部：學習解決員工、客人法律訴訟問題、人力調動以及勞方之間或勞方與資方之間的糾紛協調，部分飯店將工作安全也包含在此部門。

6. 工程部：飯店內各種設施、設備的維修和保養。

#### 四、國外實習之生活體驗

多虧了THMASC，我們並沒有太多的空間時間，因為他們為我們精心安排了許多旅遊活動、體驗當地生活等等…，過得非常豐富！

##### 1. 食

我是一位相當愛吃的人，而我在去美國之前就有聽說加州有號稱全美最厲害的連鎖速食店「IN-N-OUT」，品嚐了之後果然名不虛傳！漢堡鮮嫩多汁、食材新鮮，便宜量又多。

到了Los Angeles的Westin Bonaventure時，業主招待我們去位於頂樓的LA Prime，這家餐廳是在LA數一數二的高級牛排館，在那享用了一頓高級的晚餐與享受美麗的城市夜景。

##### 2. 行

美國最主要的交通工具：車，在出發前我早已申請了國際駕照，我知道用到的機會不多，不過還是有派上了用場。美國道路行駛與台灣相較之下，美國駕駛秉持著互相禮讓的觀念，用路時真的讓我們受寵若驚。

##### 3. 娛樂

遊樂園：到了加州必去的兩大主題遊樂園，Universal Studios和Disney Land，我這個看迪

士尼和好萊塢電影長大的孩子來說只有一種感覺，童年啊！整個人瞬間回到了6歲，連朋友都叫我不要太激動。

實彈體驗：距離上一次打實彈是在高二到軍營的實彈練習，平時假日也只是與學校社團打生存，接觸的都是玩具槍，這次有機會接觸到真槍，槍種也是很多種，玩得過癮。不過大家都知道槍枝的危險性，在進行時，大家都很守規矩。

#### 4. 其他企業參訪

暴雪娛樂（Blizzard Entertainment）就等同於遊戲界的Google，開放式工作環境，讓員工有更多的發想空間去製作遊戲，他們雖然在市面上的遊戲不多，但是每一款都是經典中的經典，例如已搬上大螢幕的魔獸爭霸系列，在電競圈中非常火紅的星海爭霸。

Simple Humen是在設計研發智慧型家具的公司，以製造垃圾桶起家，現在也研發化妝鏡、蓮蓬頭等等…。

#### 五、感想

首先還是要先感謝THMASC提供這次實習機會以及在我們抵達後的各種照顧與關懷和教育部的學海築夢計畫支持我們遠赴美國學習，讓我來到這充滿夢想家與實踐家的國度。雖然才短短的35天，實習的內容、吸收的速度卻比平時在學校上課來的多也快速容易，激發了我學習的動力！

這趟旅程讓對美國飯店業有非常深的了解。企業不只是非常照顧顧客，也非常照顧他們的員工，企業知道怎麼做對他的員工最好，也能達到最高工作效率。為什麼他們的效率會那麼



在洗衣房整理布巾的阿姨們，Holiday Inn Anaheim 拍攝。



在 Staybridge Suites 與行銷部經理合照，右後方兩位。

高，第一，美國的法律非常保障勞方的權益，所以公司非常注重在這方面，在一個受到保護以及保障的工作環境下，勞方自然而然的作效率就會提高；第二，由於歐美國家對於人之間比較沒那麼有距離感，所以相較於亞洲國家，管理階層與員工的相處模式會比較來的親近。

最有興趣的部門是人力資源部，最大的原因是這部門的工作就是解決人與人之間的問題。由於在美國遇到大小事情都喜歡經由法律途徑解決，處理法律問題是非常常見的事情；那如果能以私下和解的模式來處理，當然對於飯店來說是再好不過的解決方式了，而我很喜歡做這種事情，就像當一位法官一樣，了解事件後，已達成雙方利益平衡為目的來處理事情，這是我目前想要學習的目標，如果往後有機會再次到那實習或是工作，我最想去的部門就是人事部門！

有這麼多來自不同國家的人們來這打拼，讓我覺得到美國工作生活不是個夢，雖然我知道自己的語言能力和事務經驗不足，不過就像澳



在LA Prime用餐合照。

洲男星休傑克曼說：「美國是世界上最慷慨的國家。」我相信只要努力這個慷慨的國家就會開放出機會。



在 Holiday Inn Anaheim 內進行安全訓練。



與朋友出去吃飯，友人讓我試開美國道路。



在加州迪士尼拍攝。

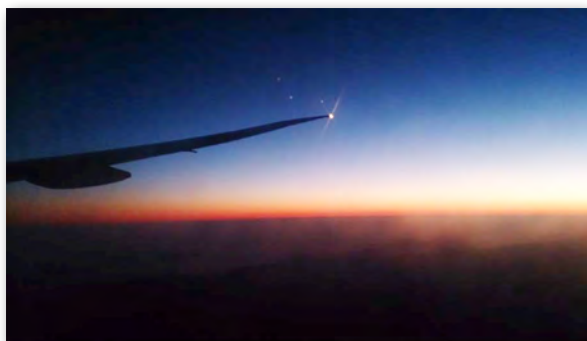


在暴雪娛樂裡眾多模型雕像的其中一座。

## 2016 年學海築夢實習心得報告

實習國家／機構：美國南加州台灣旅館同業公會

修平科技大學 應用英語系 三年級 徐浩洋



LA降落前之夜景。

### 一、緣起

我是修平科大應英系三年級的徐浩洋，很榮幸從應英系蔣裕祺老師那得知南加州台灣旅館同業公會汪蔚興理事長提供我們學生海外飯店實習的機會。這個千載難逢的好機會一出來的時候令我十分興奮，但是因為考慮到自身經費的問題，讓我打消爭取機會的念頭，想說從此不去在意它。後來在今年三月底的時候，在蔣老師的課堂下課的時候，蔣老師突然把我找去，問說：「浩洋！你對海外實習有興趣爭取看看嗎？」聽到蔣老師的這番話後，我起初遲疑了一下：『老師怎麼會選上我？』老師接著說：『因為我們計畫案的其他成員認為說，你在學校的各項表現都非常好，而且非常認真，認為你可以爭取機會看看，要不要考慮一下？』此時的我心情雀躍不已，認為有機會去國外實習是件不容易的事情，所以就抱持著『別人可以，我們就行』的態度全力以赴，當晚就回家準備資料。

交出資料後，緊接著準備面試的東西，為了確保說能在當天把狀況調整到最好，我們先將自己的講稿寫好傳給老師修正後，我們幾個學生彼此之間互相模擬面試，並且設想在面試當

天可能會問的問題。目的就是希望說，在面試當天能更加得心應手，同時還準備了飯店管理的內容。

經過一段時間的準備後，終於來到面試這天了。即便我已經準備完全了，到這天仍不能自我滿足。把自己不熟的部分假以時日，讓自己維持在最好的狀態。到了下午，內心緊張的情緒水漲船高，練習的時候還一度辭不達意。在面試之前，我們被安排至會議室接洽南加州台灣旅館同業公會的所有貴賓的到來，不久之後，所有貴賓都到現場了。在這過程中，我感受到水漲船高的緊張情緒，腦子裡滿想著下午面試的稿子內容，希望可以在那個時候發揮的淋漓盡致。之後，開始面對現實了。面試的時候，是南加州台灣旅館同業公會的幾位重要幹部來親自面試。一開始我們先以中英文介紹我們自己，之後是主管來問問題。本以為問題是難以招架的情況下進行，可是在那時候，主管們用聊天的方式在問問題，目的是希望說我們在面試的時候可以不用那麼緊張。

面試完後，對方公會招待我們去吃晚餐。吃晚餐的過程中，跟南加州台灣旅館同業公會的幹部以及飯店前輩們聊到經營飯店的方式



飯店管理上課情形。



廚房實習。

以及在美國的生活狀況後才知道，原來這幾間和我們接洽的飯店是亞洲人經營的。比較讓我印象深刻的一間飯店是位於洛杉磯的 Westin Bonaventure Hotel，是全洛杉磯最高的飯店。

在之後的這段時間，就是等待面試結果如何。此時的我，暫時鬆了一口氣，但是後頭還有考試和其他事情要忙，剛好藉由這些事情來轉移焦點，把煩惱都拋諸腦後。到了五月底，面試結果出爐：我們全上了。此時的我，心情頓時開朗豁達，我們這幾個月來的密集訓練、準備都值得了。接下來的時間，就是準備行李和其他資料，期待七月的美國行了。終於，到了出國這一天，我的心情更是雀躍不已。因為是人生第一次離開國境，且又是去遙遠的地方：美國。到了桃園機場，跟家人報平安後，家人叮嚀我在外要結伴同行、注意安全。由於我們是搭晚上11點多的班機，到了機場，我們先辦理報到及出關手續後，趁登機前的空檔再購買欠缺的日用品。到了11點10分左右，我們進入登機門進機艙後，內心的緊張更是波濤洶湧，好奇飛機一飛沖天的感覺是什麼。11點多，飛機從桃園機場起飛，飛到我一生中最期待的國。經過12小時的飛行後，終於在當地晚上9點來到目的地：洛杉磯；美國電影的殿堂。

我，暫時鬆了一口氣，但是後頭還有考試和其他事情要忙，剛好藉由這些事情來轉移焦點，把煩惱都拋諸腦後。到了五月底，面試結果出爐：我們全上了。此時的我，心情頓時開朗豁達，我們這幾個月來的密集訓練、準備都值得了。接下來的時間，就是準備行李和其他資料，期待七月的美國行了。終於，到了出國這一天，我的心情更是雀躍不已。因為是人生第一次離開國境，且又是去遙遠的地方：美國。到了桃園機場，跟家人報平安後，家人叮嚀我在外要結伴同行、注意安全。由於我們是搭晚上11點多的班機，到了機場，我們先辦理報到及出關手續後，趁登機前的空檔再購買欠缺的日用品。到了11點10分左右，我們進入登機門進機艙後，內心的緊張更是波濤洶湧，好奇飛機一飛沖天的感覺是什麼。11點多，飛機從桃園機場起飛，飛到我一生中最期待的國。經過12小時的飛行後，終於在當地晚上9點來到目的地：洛杉磯；美國電影的殿堂。

## 二、國外實習機構簡介

### (1) 實習機構名稱：The Hills at Laguna Hills

A. Location: Conveniently located off the I-5 freeway on La Paz Road, Laguna Hills Hotel is a full service boutique hotel in the Southern Orange County area between Los Angeles and San Diego. We have beautiful local attractions such as the Mission Viejo Lake, Laguna Niguel Regional Park & the Irvine Spectrum. Vacationers can also

experience Disneyland, Knott's Berry Farm, and a number of southern California beaches.

B. Orange County Hotel: Wake up to a hot breakfast in The Hills Café, take a refreshing swim, and unwind with appetizers and cocktails in our Emerald Lounge. With 147 sleeping rooms accommodating the business traveler or leisure guest, all rooms provide great pool or hill side views. 6 The Hills Hotel is equipped with over 10,000 sq. ft. of meeting and event space. Our highly experienced team; including an in-house pastry chef, will help create an event that caters to all of your needs. Locals and guests can enjoy live music in our Emerald Lounge every Friday and Saturday evening! The Hills Hotel is dedicated to making your visit with us memorable, relaxing, and accommodating.

### (2) 實習機構名稱：Crowne Plaza Costa Mesa

Welcome to the Crowne Plaza Costa Mesa Orange County. We are an upscale hotel that understands needs of our Corporate guest to be connected, comfortable, and recognized. Centrally located in the heart of Costa Mesa surrounded by Fortune 500 Companies, extensive shopping, hundreds of restaurants, the Arts, Golf Courses and beautiful beaches. The location of our hotel is convenient to the Arts, such as the Renee and Henry Segerstrom Concert Hall, South Coast Repertory and The Performing Arts Center. Local beaches include Newport Beach, Huntington Beach, Corona Del Mar, Laguna Beach and Dana Point. Golf Courses nearby include Newport Beach Golf Course, Strawberry Farm's, Oakcreek and Pelican Hill. We are within walking distance to Hyundai, Deloitte, IBM, Bank of America and GE, and are located within 5 miles of Fed Ex, Wells Fargo, State Farm, University of California Irvine and Vanguard University. The hotel is adjacent to South Coast Plaza Mall which offers over 500 shops including Macy's, Gucci, Berluti, Nordstrom, Jimmy Choo, Bloomingdales and Free People, and a wide variety of dining experiences including Wolfgang Puck Bistro, Capital Grille,

Antonello Ristorante, and Morton's. Local Hospitals include Hoag Memorial Hospital Presbyterian, Orange Coast Memorial Medical Center, Children's Hospital of OC, Saddleback Memorial and Mission Hospital.

### (3) 實習機構名稱：Atrium Hotel Irvine

Atrium Hotel at Orange County Airport places you within 3 miles (5 km) of popular attractions like University of California-Irvine and Segerstrom Center for the Arts. This 7 208-room, 3-star hotel has an outdoor pool along with free in-room WiFi and a free airport shuttle. In central Irvine, the hotel is also close to Irvine Museum and Southern States University. Dining Enjoy a leisurely bite to eat at the onsite restaurant, or have a drink at the bar/lounge. Satisfy your hunger from the comfort of your room with room service. Start your day off with breakfast, available for a fee. Rooms The 208 rooms are air-conditioned and have an array of amenities, including coffee makers, free weekday newspapers, and phones. Guests can enjoy cable TV and stay connected with free WiFi. Bathrooms offer hair dryers and free toiletries. Other standard amenities include ironing boards and desks. Property features Guests of Atrium Hotel at Orange County Airport have access to an outdoor pool, a fitness center, and free WiFi in public areas. Parking is USD 12 per day (USD 14 per day for valet parking)—but if you prefer not to drive, catch a ride in the free airport shuttle (available on request). The front desk has multilingual staff on hand 24/7 to help with dry cleaning/laundry, luggage storage, and securing valuables. Additional amenities include 9 meeting rooms, conference space, and a business center.

### (4) 實習機構名稱：Westin Bonaventure

The Westin Bonaventure provides the ultimate urban oasis in the heart of the downtown Los Angeles' business district. Elegantly presiding over the City of Angels, an international symbol that has come to represent the beauty and sophistication of the city itself, this famous

Westin Los Angeles hotel is one of the most photographed destinations in the world. Stroll through our atrium lobby, and you'll immediately see why. Whether you're visiting for a leisurely weekend getaway, business 8 meeting, or special event, our luxurious accommodations define the essence of modern luxury. Enjoy spectacular skyline views, access to over 40 specialty boutiques and restaurants, and unparalleled meeting and conference facilities. Discover LA's largest convention hotel – widely regarded as a “City-within-a City”—sure to surpass all expectations.

### 三、國外實習企業或機構之學習心得

出了洛杉磯國際機場，是由南加州台灣旅館同業公会的代表來接機，前往我們第一家實習的飯店：The Hills Hotel。

到了The Hills Hotel，我們先將行李送到房間擺放整齊後，就做休息了，等待明天的課程。到了隔天早上我們醒來盥洗後，就到樓下吃早餐了。吃早餐的時候，他們的人資主管 Jenny 跟我們一起聊天，順便關心我們時差和睡眠品質。在談話的過程中，我們感受到了美國人對我們的熱情招呼，而這個熱情是有溫度的，是我們在台灣所感覺不到的。相較於台灣，台灣人雖然熱情，可是沒有像美國人那麼的爽朗，這是我們該學習的地方。

吃完早餐後，接著是我們在The Hills Hotel的第一堂課，是由他們的老闆 Annie來幫我們上課。上課內容則是上旅館品牌的名稱，有 IHG, Holiday Inn, Marriot, Hilton… 等等旅館品牌。每個旅館品牌都各有不同的經營理念、要求等等，像是旅館的建築外觀、服務品質、軟硬體設備、房間擺設和公共空間等等，一個看似平常的東西卻是讓旗下的旅館品牌要



酒窖參觀。



與主廚合影。

求甚高的基本條件，目的就是為了要在旅館市場上佔有一席之地。除此之外，我們還學到了如何計算住房率、每日平均房價、房間收入和賣出多少房間，這部分是由他們的總經理幫我們上課，在課餘的時間還出幾個問題讓我們去計算，確保我們都理解如何計算。這樣才能保證說，旅館的住房狀況是否理想。之後，我們還學到了服務客人的流程，像是電話響三聲內要接起來、問候客人、詢問訂房以及是否有其他需求及其他相關資訊，這些再平常不過的東西，卻是旅館最基本的工作流程，同時也是給客人決定第一印象的第一道防線。上完課後，Annie 出題目讓我們每個人演練如何處理客人問題；輪到我的時候，我是被問到客人已經訂房了，超過入住日卻沒有Check-In，可是客人還是堅持一直要入住，這時，我就運用我所學到的服務技巧演練說：『先生不好意思，因您先前在本平台訂房的同時有簽訂入住契約，如果超過時間入住的話，要多10%的費用，請您思考一下。』從這個經驗中學到，對客人的應對進退是門學問。

接下來的幾個禮拜，我們位於洛杉磯市中心的 Westin Bonaventure Hotel 實習。這間飯店目前是洛杉磯最高的飯店，房間數高達1000多間，同時也是最多電影熱門的拍攝場地。這邊比較特別的地方在於，每天早上8:30的時候，各部門的主管會一起開會討論每日的狀況，就針對有狀況的部分提出來討論，並就依現況提出具體的改善方案，會彼此交換意見。剛好我們實習生有機會參與到，所以就隨著開會時間前往聆聽，是很難得的經驗。之後，我們開始一連串的實務訓練，我被安排到自助餐工作。

這個地方，我是在廚房和外場之間穿梭，把缺少的菜餚的餐檯拿進去請廚師補上，之後再端出外場將食物整理一遍，確保說每個客人都能享用到餐點。

#### 四、國外實習之生活體驗

在這邊的一個月，我感受到了美國人對工作的熱忱與目標的追求。他們的的想法是說，只要有目標，盡力去追求，不要因為他人的想法而有所牽制。另外我還感受到他們熱誠的問候和誠懇地互動方式，而這個問候是有溫度的，這是跟台灣比較感受不到的，希望台灣人多學習這點。

#### 五、國外實習之具體效 (請條列式列舉)

- ◆ 英語溝通能力進步
- ◆ 學會挑戰自我
- ◆ 學會解決問題的能力
- ◆ 清楚聊解台灣與美國不同的旅館經營方式
- ◆ 使自己更有想法
- ◆ 更加熟悉整個服務流程

#### 六、感想與建議

這個學習機會是千載難逢的，一個在台灣有理想的企業家能千里迢迢的到美國經營旅館，表示說這些旅館前輩對未來是有前瞻性的。謝謝南加州台灣旅館公會汪蔚興理事長及修平蔣裕祺老師提供我這麼千載難逢的學習機會，如果沒有這次的經驗，我相信我的想法還是墨守成規。

在這邊的一個月，我學會了如何瞭解自己在這邊的一個月，我學會了如何讓自己更有想法在這邊的一個月，我學會了讓自己更有自信在這邊的一個月，我學會了克服困難的勇氣謝謝各位旅館前輩分享了自身的經驗談，讓我們知道凡事都要學會逆來順受，熬過去了，就是自己的。也解決了我們身上所遇到的疑惑。也因為這些前輩的提點，讓我在思考上有很大的轉變：想要達成什麼，盡力去追求，不要被他人的想法有所鉗制。

我相信，大家辦的到的事情，沒有理由說做不到，只有做與不做而已。

## 2016 年學海築夢實習心得報告

實習國家／機構：美國南加州台灣旅館同業公會

修平科技大學 應用英語系 四年級 張惠綺

### 一、緣起

當我在三年級下學期的時候，得知海外實習這個機會，由於家裡是從事乾燥機進出口，一直很去國外看大企業的經營模式，於是找上了蔣教授，跟夥伴們準備了這個計畫一年。

### 二、國外實習機構簡介

來到The Hills 聽Annie講解The Hills的前身是Holiday-Inn，會轉售給現在的經營人是因為當時員工薪水太高，入不敷出，裝潢也沒有很理想，由現在的經營者Annie接手後，增加員工訓練，重新裝潢又採用挑高。成功地打響知名度。Kat是Catering Sells。在Kat身上我學到原來要增加飯店的銷售case，不是單單只有打廣告和發傳單，第一步，要先和鄰居當朋友，交換傳單，像是跟附近的麵包店交換資訊，互相介紹客人，而且別老是煩客人、瘋狂介紹飯店的資訊和公事，而是要跟客人當朋友，保持微笑，客人如果跟你談過一次生意很愉快，那麼他以後再次跟你談生意的機率非常非常高。



還記得Annie說過一句話讓我印象很深刻，她說：『看到客人不要把她當成是人，要像看到鈔票一樣，這樣你服務她的整個過程都會相當愉悅。遇到再不冷靜的客人。都要記得保持冷靜、道歉，並試著讓客人冷靜。』年輕人在意經驗比薪水更重要。

### 三、國外實習企業或機構之學習心得

到了Brighton Management上課 Joseph老闆先帶我們經驗談，這間公司是美國第一間華人管理的公司，讓我覺得很欽佩，創立於1994年，David也談到了如果你就讀的科系是語言或是飯店管理，因為語言其實現在是一樣工具，如果可以的話最好有第二專攻的科系，假如是學的是阿拉伯語，一定會有高薪挖角，因為會的人很少，所以就讀應英系的我有很深的感覺，我其實也不是讀到最頂尖的那一個，回國後一定要回去學會護理CPR，你擁有別人沒有的你就是獨一無二，因為老闆是開公司賺錢的而不是慈善企業，David也說了，如果是就讀飯店管理的學生來到這邊，公司一看到就讀科系是飯店管理，他會直接把他的履歷表丟掉，因為飯店管理的課本教的內容全是概要，毫無任何一技之長，實作經驗才是最重要的，Jamies則是提到做旅館業就是要圓滑、客氣，如果你的個性不會能屈能伸，千萬不要踏入，飯店365天全年無休，什麼樣的客人都有。從櫃檯或是房務開始爬起，至少要做到5年才能做到經理。也聊到了如果將來有機會踏入旅館業，現

在只有台北旅館業還OK，不過自從政府限制大陸客入境之後，全台旅遊業包括旅館業，生意岌岌可危，可是在亞洲，如果你的英文底子非常好，就是要踏入新加坡跟香港。最後，美國和台灣旅館最大的不同就是美國沒有休息服務！這次來的目的就是要學習如何溝通技巧更好，看到大企業如何經營公司，也看到了大公司一直持續募款給慈善企業。

#### 四、國外實習之生活體驗

這是我第一次來到美國，覺得非常的興奮，我發現這邊的人們都非常的禮貌，而且服務態度真的讓我非常的敬佩！去逛了精品店，不管你有沒有買，店員都會微笑客氣的跟你說謝謝！這跟亞洲文化極大不同。在台灣，去逛街如果你沒買，櫃哥櫃姐們都會板著一張臉，讓客人壓力很大。在美國，服務生點餐，一見到你就會說How are you? 用餐過程中也會不時來關心，Is everything ok? 而且他們的表情都是非常真誠的、一點也不虛假！結帳時還會跟你說Have a nice day!

#### 五、國外實習之具體效益 (請條列式列舉)

去到了洛杉磯慈善貧窮家庭跟流浪漢的園遊會，Atrium Hotel 的老闆也有在這邊擺設攤位，更讓我 know 當你有能力的時候，不要忘記幫助需要幫助的人，更讓我感動的還是 Mike Wang 和她的兒女到現場親自幫忙！

來到Anaheim Holiday-Inn，學到你的旅館設計跟設施要以鄰近地區和休息娛樂量像是Anaheim在Downtown Disney附近，客群主要也是去迪士尼的小家庭為主，大家在迪士尼走了整天的路，回到飯店就不會想再走路了，所以他們在健身房就比較簡單，所以飯店的設備與興建，是要針對客群，而不是一味地砸錢裝修。預期一個商機、將會是你成功的關鍵。今天如果你是一個銷售，絕對不要問客人Yes / No 的問題，要問一些可以拉近距離的問題，像是：你在尋找甚麼樣的項目？

在這邊跟台灣不同的是Brighton Management有規定每個飯店都要有一個慈善機構，像是：Make a wish foundation (有癌症的小朋

友) 他們已經募了17萬5千美元給Make a wish foundation，這讓我知道，當你有能力的時候要懂得對社會上的弱勢團體伸出援手。

Embassy 早餐是免費的，所以要算在營業額，每個品牌都有自己的獨特。要常常練習、揣測各種問題、去預防發生，而不是發生了才在預防。在美國有90%的飯店都是連鎖的，台灣大部分都是獨立品牌。不同客群要有不一樣的東西，在美國的法律比較嚴謹，如果一個品牌要做更換那你所有的東西都要換掉飯店經理的時間是很不固定的，房務是最大的部門，因為有最多的人要如何成為一個經理？

- 飯店學位
- 服務業經驗
- 管理技能
- 領導者的技巧
- 問題解決的能力
- 很棒的溝通技能
- 組織
- 傾聽你的員工
- 分享你的知識
- 合作
- 使人們有動機
- 歡迎批評指教
- 把工作地點當成是自己的公司
- 跳出框架，不要害怕改變





在Bonaventure, Angel是房務的主管，她在電梯遇到滑倒的客人，主動過去幫忙，被經理阻止，經理告訴她，這是Security的責任，不能跨越工作崗位，因為客人如果有萬一，可以告你。

我覺得這和台灣最大的不同，在美國，每個人只能作自己的工作範圍不得越線，這樣才能夠專精於自己的工作，在台灣每個員工要做的範圍就很雜，而且在美國工作時數很嚴格，工作五個小時一定要休息半小時，超時加班一定要付雙倍的薪水，所以老闆寧可你準時下班，也不要你加班。

懂得預測市場行銷和目標設定是主要的策略，Westin Bonaventure最大的優勢就是有很多會議廳，吸引許多商務人士，也是洛杉磯最大的飯店，有1348間房間。

JW是Bonaventure目前最大的競爭對手，因為較新，所以要和他們提供一樣的價錢到了Brighton Management上課 Joseph老闆先帶我們經驗談，這間公司是美國第一間華人管理的公司，讓我覺得很欽佩。

創立於1994年，David也談到了如果你就讀的科系是語言或是飯店管理，因為語言其實現在是一樣工具，如果可以的話最好有第二專攻的科系，假如是學的是阿拉伯語，一定會有高薪挖角，因為會的人很少，所以就讀應英系的我有很深的感覺，我其實也不是讀到最頂尖的那一個，回國後一定要回去學會護理CPR，

你擁有別人沒有的你就是獨一無二，因為老闆是開公司賺錢的而不是慈善企業，David也說了，如果是就讀飯店管理的學生來到這邊，公司一看到就讀科系是飯店管理，他會直接把他的履歷表丟掉，因為飯店管理的課本教的內容全是概要，毫無任何一技之長，實作經驗才是最重要的，Jamies則是提到做旅館業就是要圓滑、客氣，如果你的個性不會能屈能伸，千萬不要踏入，飯店365天全年無休，什麼樣的客人都有。

從櫃檯或是房務開始爬起，至少要做到5年才能做到經理。也聊到了如果將來有機會踏入旅館業，現在只有台北旅館業還OK，不過自從政府限制大陸客入境之後，全台旅遊業包括旅館業，生意岌岌可危，可是在亞洲，如果你的英文底子非常好，就是要踏入新加坡跟香港。

最後，美國和台灣旅館最大的不同就是美國沒有休息服務！這次來的目的就是要學習如何溝通技巧更好，看到大企業如何經營公司，也看到了大公司一職持續募款給慈善企業。

## 六、感想與建議

最後還是要謝謝南加州旅館公會、教育部、修平科技大學和蔣裕琪教授給了我一個這麼棒的實習機會，這個機會是萬中選一，所以我非常珍惜，也知道自己的優缺點在哪，謝謝這些從台灣到美國的經營者，總是礁島我們如何經營旅館，他們總是說：『我們希望你們可以將這些成功的經營理念帶回台灣，以後等到你們成功的時候也要記得回饋別人。』他們厲害的地方在於經歷過金融海嘯、911，還能不被擊垮，相信自己，而每個經驗談都是學校課本和課本學不到的。不會忘記這趟美麗的海外實習，用心感受、體會、學習。知道自己幸運，所以一直懷抱感恩的心，謝謝一路上幫助我們的人！美國，真的是一個很可愛的國家。



## 2016 年學海築夢實習心得報告

實習國家／機構：美國南加州台灣旅館同業公會

修平科技大學 應用英語系 三年級 陳品方



手機放的不是音樂，而是英文廣播；連下課及午休時間也不放過，一有時間就寫多益測驗。三下，打工與課業並進的我開始準備這次計畫需要的資料(履歷表、求職信、自我介紹短片……)，在作業幾乎都告一段落的時候接到今年可能沒機會的消息，在失落感襲來的同時卻不知怎地鬆了一口氣，大概是因為了解這個機會本就不該

屬於我，至少在準備這些東西的過程中我獲得了許多成就感。後來，幸虧蔣主任的積極，幫我們跟公會爭取到面試資格，並安排有別於上一屆緊鑼密鼓的飯店管理課程與接待訓練，不知不覺中我們就迎來了面試那天。面試過程挺順利的，也沒我們想像中的可怕，從原本可能只有0~2個名額變成全數錄取。感謝公會的慷慨，我們得以實現大學期間對自己的期許，不辜負蔣主任的努力，這趟旅程終於開始……。

### 一、緣起

為了爭取這個機會，我走了一大段路。

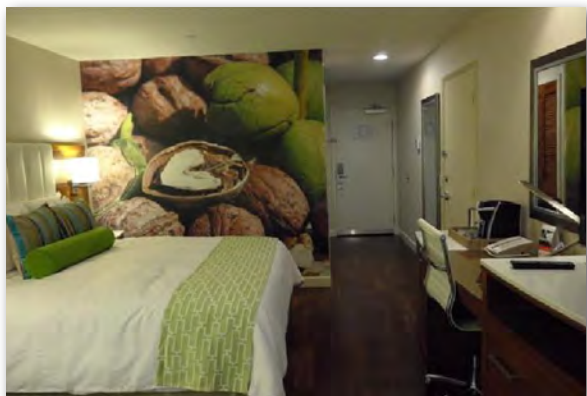
2013年暑假，我是修平科大的新鮮人；一年後，抱著沒上就算了的心態去參加台中科大只有一個名額空缺的轉學考，沒料到卻被錄取了；於是在升大二的暑假，我成為台中科大的學生，並試圖融入這些陌生的環境與面孔，然而好幾個月後其實還是和大家沒什麼交流，因為大二沒幾門必修，班上一半以上是系會成員，都有各自要忙的東西，所以我沒有共同的時間去認識新同學們。

二下的時候，從修平的學姐那裡得知當時的主任蔣裕祺老師在辦理這個計畫，真的非常激動，發誓一定要轉回來參與隔年的計畫，甚至一從中科下課討跑來參加上一屆行前每週的訓練。

大三開學，回來這所我所熟悉的學校。這一年裡，我毫不懈怠的督促自己。每周三周四中午都跑去找外師聊天訓練口語能力；通勤時間

### 二、國外實習機構簡介





(1) 實習機構名稱：The Hills at Laguna Hills

A. Location: Conveniently located off the I-5 freeway on La Paz Road, Laguna Hills Hotel is a full service boutique hotel in the Southern Orange County area between Los Angeles and San Diego. We have beautiful local attractions such as the Mission Viejo Lake, Laguna Niguel Regional Park & the Irvine Spectrum.

Vacationers can also experience Disneyland, Knott's Berry Farm, and a number of southern California beaches.

B. Orange County Hotel: Wake up to a hot breakfast in The Hills Café, take a refreshing swim, and unwind with appetizers and cocktails in our Emerald Lounge. With 147 sleeping rooms accommodating the business traveler or leisure guest, all rooms provide great pool or hill side views. The Hills Hotel is equipped with over 10,000 sq. ft. of meeting and event space. Our

highly experienced team; including an in-house pastry chef, will help create an event that caters to all of your needs. Locals and guests can enjoy live music in our Emerald Lounge every Friday and Saturday evening! The Hills Hotel is dedicated to making your visit with us memorable, relaxing, and accommodating.

(2) 實習機構名稱：Crowne Plaza Costa Mesa

Welcome to the Crowne Plaza Costa Mesa Orange County. We are an upscale hotel that understands needs of our Corporate guest to be connected, comfortable, and recognized. Centrally located in the heart of Costa Mesa surrounded by Fortune 500 Companies, extensive shopping, hundreds of restaurants, the Arts, Golf Courses and beautiful beaches. The location of our hotel is convenient to the Arts, such as the Renee and Henry Segerstrom Concert Hall, South Coast Repertory and The Performing Arts Center. Local beaches include Newport Beach, Huntington Beach, Corona Del Mar, Laguna Beach and Dana Point. Golf Courses nearby include Newport Beach Golf Course, Strawberry Farm's, Oakcreek and Pelican Hill.

We are within walking distance to Hyundai, Deloitte, IBM, Bank of America and GE, and are located within 5 miles of Fed Ex, Wells Fargo, State Farm, University of California Irvine and Vanguard University. The hotel is adjacent to South Coast Plaza Mall which offers over





500 shops including Macy's, Gucci, Berluti, Nordstrom, Jimmy Choo, Bloomingdales and Free People, and a wide variety of dining experiences including Wolfgang Puck Bistro, Capital Grille, Antonello Ristorante, and Morton's.

Local Hospitals include Hoag Memorial Hospital Presbyterian, Orange Coast Memorial Medical Center, Children's Hospital of OC, Saddleback Memorial and Mission Hospital.

#### (3) 實習機構名稱：Atrium Hotel Irvine

Atrium Hotel at Orange County Airport places you within 3 miles (5 km) of popular attractions like University of California-Irvine and Segerstrom Center for the Arts. This 208-room, 3-star hotel has an outdoor pool along with free in-room WiFi and a free airport shuttle. In central Irvine, the hotel is also close to Irvine Museum and Southern States University.

#### (4) 實習機構名稱：Westin Bonaventure

The Westin Bonaventure provides the ultimate urban oasis in the heart of the downtown Los Angeles' business district. Elegantly presiding over the City of Angels, an international symbol that has come to represent the beauty and sophistication of the city itself, this famous Westin Los Angeles hotel is one of the most photographed destinations in the world. Stroll through our atrium lobby, and you'll immediately see why. Whether you're visiting for a leisurely weekend getaway, business meeting, or special event, our luxurious accommodations define the essence of modern luxury. Enjoy spectacular

skyline views, access to over 40 specialty boutiques and restaurants, and unparalleled meeting and conference facilities. Discover LA's largest convention hotel – widely regarded as a “City-within-a City” —sure to surpass all expectations.

### 三、國外實習企業或機構之學習心得

這次實習我們分別見了Starwood、Hilton、Marriot、IHG旗下不同品牌的旅館，從Luxury到Upper Midscale到Boutique Hotel，我將我所學到的整理成幾個主題。

#### Boutique Hotel

在這段旅程中，我們拜訪了3家Boutique Hotel，分別是The Hills、Atrium、Indigo。好，聽到這邊，你一定有和我當初一樣的疑問——什麼是Boutique Hotel?

Boutique Hotel，中文翻“精品飯店”，但它不等於Luxury Hotel，英文想傳達的意思應該是“宛若精品製作的飯店”。外觀上，Boutique Hotel講求設計感，每間Boutique Hotel都有專屬設計師幫助體現經營者想要的飯店樣貌。Boutique Hotel大多數為Unbranded Hotel，其精髓是服務——別出心裁、富有感情、不程序化的服務。不難發現，Boutique Hotel房數都不多，才能做好服務品質的管理。為了跟大集團的飯店競爭，它平常會推出像是烹飪課、套裝行程、藝術展、品酒會等獨樹一格的活動…。當然，也有品牌運作的Boutique Hotel，突破了傳統飯店的設計套路，例如：夜店風的W Hotel、在地化的Hotel





Indigo……。以下我將介紹我在Hotel Indigo 及 The Hills的所見所聞。

Hotel Indigo是IHG旗下的Boutique Hotel，Indigo的靈感是以當地文化為素材，所以每一家Indigo都不一樣。以我們拜訪的Hotel Indigo Anaheim為例，飯店的每一處都掛著核桃的照片，因為在1900年代早期，Anaheim有著大片大片的核桃園，七年才有一次收成，占了全國一半以上的產量，核桃被Indigo視為與這塊土地的連結。房內的壁畫、餐廳的菜色（甚至桌上還擺著一管未撬開的核桃供客人自行取用！）、佈滿整棟景觀電梯外的馬賽克拼貼…所有的東西都脫離不了核桃，當然，在這家Indigo的每位員工必預很熟悉這些故事，才能向客人解釋這家飯店的概念。在介紹The Hills之前，先來說個小故事。21年前，這間旅館還是Holiday Inn，當時生意不好加上老闆支付給員工的薪水較高，無法營運下去只好關閉。後來這間旅館被Annie（現在的owner）的父親買了下來，2008年以獨立旅館The Hills的姿態開業，僅當時的4位員工留下。

The Hills是一家Full-Service的飯店，擁有147間房間，9處Event Space（相加超過10,000平方英尺），設有公有免費停車場及免費洗衣房。Annie說，Boutique Hotel的好是好在有“自由”，經營者可以實行自己的想法，甚至員工也能參與（像The Hills當初在畫設計的時候就不斷地跟每個員工交換意見），我認為這樣一來，飯店的員工會把這間旅館視為自己的家，因為飯店的某個細節他有參與到，對待客人也會真的像來家中拜

訪的朋友一樣。Boutique Hotel的缺點是，沒有品牌的支持，遊客很難知道有這麼一家飯店。對經常出差的商務客來說，住連鎖飯店是比較有利的，為什麼呢？因為大飯店是完全標準化。意思就是，假如今天住客去LA住了Hilton的Embassy Suite，住完覺得床很好睡、早餐很好吃，下次如果公司派他去NY出差，他第一個一定是先找當地有沒有Embassy Suite，因為所有Embassy Suite的床、餐點、飯店大大小小的東西全部都是一樣的，更何況每個集團都有自己的會員積分制，就算他在NY沒住Embassy Suite，第二選擇也是找Hilton旗下的飯店。這就是為何The Hills剛開幕的前幾年收益比較少。

那麼後來The Hills的收益又是怎麼步入穩定的呢？

### 1. Catering & Banquet

The Hills很大一部份的收益都是靠婚禮，一旦有婚禮，就會有宴會、有食物、有酒水（吸金！）更不用說的-----大量房客。The Hills有兩間專門在舉行婚禮用的Ballroom，一間是Crystal Ballroom，可以容納300人，天花板上懸著6盞華麗的水晶吊燈，搭配粉色系的光及奢華的壁紙，搖曳生輝。另有Garnet Gallery可以容納90人，給希望低調舉行婚禮的新婚夫妻。婚禮結束後，147間房間有一間新郎新娘專屬的Diamond Suite，內有一張King Bed、雙人共用衛浴、及其他浪漫的佈置…

### 2. 促銷

以下是附設的The Hills Café跟Emerald Lounge長期的優惠活動。

Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
	5-9pm Taco 1.5	Wine All Night 50%		Live Music		
	Happy Hour 5-7pm			8-12 Buffet Breakfast		

### 3. Sales&Marketing!

一般來說飯店的客源分為Corporate和Leisure，Corporate價格是跟公司行號簽的固定價，因此在旺季賣房的時候，要知道Corporate的間數底線在哪；Leisure客源可分為六類：Social、Military、Educational、Religious、

Fraternal、Ethnic，簡稱SMERFE。因為是小小的精品飯店，Sales必須主動尋找客戶，以The Hills 為中心，方圓10英哩內的教會、婚紗店、麵包店、學校、慈善團體…各式店家或非營利機構都可以親自登門拜訪（稱作Blitzing），之後再從10英里向外延伸電話挖掘——各個觀光聖地、旅行社都不能錯過，根據推銷的商品尋找有相對應需求的客戶，像是推銷Lounge Bar應該張貼的廣告地點就會是鄰近的大學、健身房、百貨公司。說了這麼多，實際上到底如何接洽？又是另一門藝術待我到時細說了。

### Holiday Inn Anaheim

從Holiday Inn Anaheim出發，步行10分鐘就能到達迪士尼，不需要Marketing Director，良好的地理位置就帶來了絡繹不絕的遊客，與激烈的競爭。在迪士尼周邊的這塊區域，有93間旅館，15,000間房間，Holiday Inn Anaheim 在的這條街，旅館一間接著一間，能在這條街上成為遊客首選，除了外部因素，旅館內部特色更是不可或缺。

264間房間中有8間主題套房（未來會愈來愈多），走廊上就能觀看煙火；餐廳規劃成Booth的型態，每個Booth旁都有電視播著迪士尼動畫，12歲以下的孩童點兒童餐均免費，有時晚餐時間會有海盜秀可以觀賞。前台旁有24小時的Gift Shop，很多人會在這裡買可以穿戴的迪士尼商品進入迪士尼遊玩。

硬件的編制上，因為是Leisure Hotel，所以不需要太大的Meeting Room，在這裡辦的會議小了，外加遊客一天之中有兩餐可能都是在



迪士尼吃的，廚房就也不用大。健身房更是迷你，因為大家從回來後不會有體力運動。為了多留客人幾天（而不是一兩個晚上就走），旅館內有一座小型的Splash Park，旁邊有躺椅供家長休息、看小孩，Splash Park旁有烤肉區，烤肉架為免費提供……，如何讓客人知道這些資訊呢？網站首頁。這區這麼多家旅館，網站成了萬中選一的關鍵。

客人來了更不能懈怠，因為大多選擇Holiday Inn的家庭通常都為了孩子存了很久的錢，在餐桌上答應了孩子好多年「可以去迪士尼」的計畫終於成真了，這裡的員工說，他們要讓來的家庭們感到這是全世界最快樂的旅館，這裡的員工會跟孩子有多一點互動，尤其是第一次來迪士尼的小孩。

在Holiday Inn Anaheim的Corporate Traveler平均住1~2個晚上，但Leisure Traveler平均住3.7晚。

### Staybridge Suite

Staybridge Suite屬於Upscale的長住型飯店。每個長住型飯店品牌對「長住」的天數有著不同的認知，在Staybridge Suite的定義是住滿7晚以上。別誤會，不是少於7晚就不能住Staybridge Suite，而是價格會比較貴而已。為什麼呢？因為長住型飯店的人事成本都是很低的。為了提供住客像家一樣、不被打擾的感覺，Housekeeper一星期只會去幫忙打掃房間一次，價差隨著住的天數舉例來說會是像這樣：

1-6 nights 200/night



7-14 nights 180/night  
16-29 nights 150/night

在訂房時必須讓飯店知道打算住到哪一天，住越多越划算。已經有人在我們去的 Staybridge Suite Anaheim住5年了！

Staybridge Suite有3種房型，單人住的studio suite、雙人住的one-bedroom suite，以及四人住的two-bedroom suite（有兩間浴室）。不過 Staybridge Suite 並沒有限制怎樣的房型只能住幾個人，客廳的沙發床打開後能容納的人數瞬間多了2~4個！每個套房都由客廳、廚房、浴室、臥房所組成。客廳內有折疊沙發、衛星電視、可租借影片；每天早上飯店提供熱騰騰免費的Buffet早餐，平日晚間5:30~7:30在餐廳有免費的點心及酒水，也有晚餐的服務（其他高端品牌僅提供點心及酒水），週二在戶外涼亭有BBQ，半夜如果肚子餓了櫃檯後面有24小時的食品櫃販售零食，無須跑到便利商店（在美國便利商店是很稀有的東西）。

為了跟同屬Upscale Tier的競爭對手Resident Inn (Marriot)、Homewood Suite (Hilton) 打得很大的廣告做區隔，Staybridge Suite把錢省下來花在當地的宣傳上，比如說這附近有新的Walmart即將開幕，Walmart會有段時間在做員工訓練，那麼就可以提出優惠方案。所以通常 Staybridge Suite都會設在周遭有很多機構的地方。

### 收益衡量

要看出一家飯店的經營水平，有三大指標不可不知：ADR (Average Daily Rate) 已售房

均房價、Occupancy% (Occ) 住房率、RevPAR (Revenue Per Available Room) 可售房均收入。

ADR已售房均房價=總收入/已售房

Occupancy%住房率=(已售房/總房數)x100%

RevPAR每間房收入=總收入/可售房 or 已售房均房價 x 住房率

如果單從住房率或已售房均房價分析或考核客房的經營業績，得到的結果會是片面的，甚至相反的結論。透過RevPAR將這兩項重要分析指標結合起來，才能夠正確合理地反映客房的經營品質。

### Front Desk / Office

在小型的飯店，通常只會有“Front Desk”，即Check-In的櫃台；訂房、入住、收款、客服……，Front Desk都要一手包辦，掌管人就是該飯店的General Manager；大型飯店如Westin Bonaventure的Front Desk包含在Front Office裡面，負責人是Front Office Manager，我把它們解讀成前台與後台，Bonaventure的前台僅負責Check-In、Check-Out及收款，所有內外線的電話會先經過總機人員再轉接到所屬部門，所以假如今天接到來電詢問訂房的客人，總機會撥給後台人員，後台人員查看Property Management System（一套結合了訂房、收益、房價、房間分配、客戶資料及會計的管理系統）後，再幫客人訂房，資訊也會顯示在前台的系統上。

The Hills的Front Desk Manager說，在小型飯店工作，假如你有客人來電詢問的同時前面又排著一排客人等著Check-In或問問題，就不





像大飯店可以轉接來的方便；不過有些Central Reservation不在飯店內部，而是在集團底下的某個辦公室，接線員同時負責好幾家飯店，對飯店的設施、周遭環境不熟悉、無法辨別是Leisure Traveler還是Corporate Traveler，並說明飯店有提供與其需求相對應的服務時；或當接到客訴電話卻無法即時做出補償時-----服務的質量就會流失。

### Sales

賣東西，有些客人不會在你介紹完你的商品後的第一時間答應；如何給客戶留下持久的印象，並在事隔數月後想起你---“啊！這正是我需要的！”是門重要的學問。下面是我從The Hills的Sales Director, Kat身上學到的電話銷售技巧：

客人接起電話時，首先，先自我介紹及解釋來電目的，並在談話過程中保持“微笑語調”。注意客人的語氣，如果客人很急促，那只好就單刀直入地說：“我們希望能為您提供…服務……”；如果客人的語氣是很輕鬆的，那我們就可以放慢速度。再來，必須知道你的目標客戶是否有在使用競爭對手的商品，所以要問“請問您最近有在跟其他飯店配合嗎？”；另外，必須確保你是花時間在與對的人說話，“請問您是公司大型會議的負責人嗎？”；然後，問開放式問題蒐集客人的資訊，“對您來說一場會議什麼最重要？”從客人給的資料找出2、3點跟你所要販售的東西作連結，維持“Elevator Speech”，並在適當時機按下Hot Button ----- 成交。銷售的最終目的是追求曝光，如果對方沒有住房或會議需求，

不妨推銷飯店的餐廳或酒吧，一旦客人來這裡用餐，飯店的能見度仍然能增加。Kat還說，為了不被忘記，3個月後，她會再連絡一次客戶。

至於位在LA Downtown，擁有1,000多間房間的5星級飯店Westin Bonaventure，團客佔了他們收益的50%，其中航空公司佔了很大的比重。有別於其他飯店，他們的銷售範圍是一張美國地圖，劃分成六個區塊，像北部很多保險公司、東北部是工會跟製藥廠商、東南部企業與公會居多、加州以南是運動比賽，每個區域都有不同的目標市場，該區Sales要很了解其文化，然後出席各個場合挖掘生意。我問他們最大的競爭對手是誰，他們說是位在Convention Center對面的JW Marriot，但其實也還好，因為Bonaventure是40年的老字號了，JW 2007年才開幕，價位比較高，而且無法全數容納去Convention Center參加會議的人，所以一定會有一部份的客人來住Bonaventure；更別說是去Convention Center一年一度AA動漫展的年輕人，他們寧願多走幾條街來住較便宜的飯店。

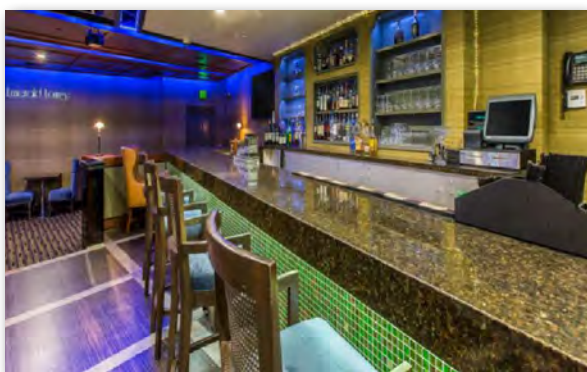
中、大型的飯店有RFP (Request For Proposal)，意即給團客的特別價。通常飯店接受RFP會是在淡季的時候，飯店提出的RFP價會參考往年，然後跟客戶來回協議（妥協）之後才決定最後的價格。通常這個過程被稱為3W：wish (ideal rate)→want (realistic rate)→walk (please don't leave me rate!)，蠻有趣的。

### 人資部

人資部整合了所有的部門，負責所有與







「人」相關的事宜，如：人才招聘、福利加給、薪資、員工訓練、升遷、調職、保險賠償、請假核准……。假如今天發生了員工糾紛，人資要做的就是個別傾聽雙方敘述，確認事情始末，最後著手調查或約談雙方協調出解決方案；甚至如果有下屬控告上司性騷擾，並要求走法律途徑，人資部也必須處理，我問資深的HR，不會怎樣嗎？他說人資部雖屬飯店的部門，卻是完全中立的第三方，如果真的發生了這類的事情，除了蒐集資料也要通知相關人、提供相關證物，並從協商到上法庭都和律師配合。

在美國，工作環境的安全是很重要的。每間公司都會有自己的安全委員會，每月一次全面的安全檢查。新進員工都必須簽一份近2公分厚的傷害保險，每間飯店都有合作診所，依輕重傷給予賠償金及醫療費，為了減少支出及員工因傷停職，飯店會有安全訓練課程。如果不願意接受飯店的醫療救助，也需要簽約證明。

在人資部工作挺有意思的，整家飯店不會只有一個年齡層的人，HR們必須很清楚不同世代的人有哪些特質才能協助主管跟員工溝通。像Baby Boomers那個世代的人，很勤奮、目標取向；65'~80' 出生的人，擅長獨立作業、重視工作場合的自由與責任；80'~90' 早期的人，成就取向、重視團隊合作；我們這一輩，創新、願意領較少的薪水做自己喜歡的工作。

#### 四、國外實習之生活體驗

其實在這趟旅程中，我最受衝擊的部分是台美看待服務業截然不同的態度。在台灣，人們把服務業看作混工資、別無他選的工作；連從

事服務業的人也藐視自己，覺得這份工作“用不到知識”，缺乏來自心底對工作的認同。就我看來原因有三，一是因為台灣人自小被灌輸了“唯有讀書高”的想法，所以長大後就覺得服務業並不是什麼光鮮亮麗的工作；二是詭譎的消費者心態-----花錢的是大爺，服務生即僕人，僕人就是拿來使喚的。不尊重服務專業的後果，就是服務員不會喜歡工作、不會以他的工作為傲；三是缺少系統化培訓，我們待的每間飯店都會固定頻率給員工上Hospitality課程，培養員工正確的心態與服務理念，這是台灣可以學習的地方。

這次在Westin Bonaventure的Room Service組中，有個做了好幾十年的老員工，他說他非常熱愛他的工作；我們參觀的某家四星餐廳，遇到了神采飛揚介紹每道菜色的服務生，生動的介紹彷彿餐點還沒來大家都先飽餐一頓了，後來我們忍不住問他的經歷：他是主修Hospitality的大四生，目前在2~3家餐廳打工，他的志願就是畢業後繼續在餐廳服務。

台灣和美國，差異為何如此之大？

**你怎麼對待你的員工／社區，你的員工就會怎麼對待你的客人。**在這一個月裡我們遇到的所有人都這麼說。好幾間我們待的飯店都有配合的慈善機構，這不只是企業良心的展現，同時還能團結一個公司。例如，今天某家飯店和貓狗之家在周末舉辦了關愛流浪貓狗的活動，很喜歡小動物的員工就都會參加，不只凝聚了大家的感情，員工在瞭解這是一家懂得回饋的飯店後，會更加忠誠。飯店管理公司Brighton





Management幫助的一所孤兒院裡，曾有一名因為18歲後就得離開孤兒院裡的少年躲在角落偷哭，這件事被Brighton的人知道後，提供他工作機會及訓練課程，後來，他成為該家飯店第一名的員工。

#### 讚美和肯定

美國的小費制，是一種非常直接的讚美與肯定（比起飯後問卷...），服務好就給的多，不滿意就給的少。沒有小費制的台灣，卻有那麼多餐廳不肯按照最低薪資發放工資，10%~15%的服務費進到老闆的口袋，上班怎麼會有動力？

希望能夠將此次實習的所見所聞帶回台灣的觀光業、服務業，改善我們的缺失，發揚我們的優點。最後想用聽到一段有趣的話做結尾：住宿經驗嘛，是很奧妙的東西，你去百貨公司血拚，一個下午你提了兩大袋出來，嗯，這些是等值的商品；你去住一間飯店，幾個晚上後，你走出飯店，兩手空空，心滿意足。

#### 五、國外實習之具體效益 (請條列式列舉)

- 習得飯店相關知識與技巧
- 獲得前輩們的經驗分享及建議
- 對生涯規劃有了初步方向
- 與人事之間的進退更加得宜
- 看事情的角度變得開闊
- 發現自己的缺點並正在改正中

#### 六、感想與建議

這趟旅程能夠成行並圓滿落幕，幫助我們

的人實在是太多太多了，多希望能夠逐一感謝卻又深怕漏掉任何一位。在這麼有成就的大老們身上，我們看見了謙虛與對後輩的耐心，一個月來一邊觀察我們需要什麼，一邊調整原本在出國前就已排定的課程；幫我們上課的前輩因為知道我們有部分不是相關科系的學生，所以用最簡單的方式讓我們理解；為了讓我們見識不同型態的飯店，每隔幾天還特地派車接送；課餘時間親自帶我們出去玩，甚至很認真地傾聽我們每個人對未來的想法，聽到我們很徬徨後給予我們內在需要的力量。我們只是一芥實習生，竟受如此呵護備至的待遇，在看飯店的前輩們與客人互動前，我們就已從他們對待我們的方式學到何謂Hospitality。這次的寶貴經驗為我的20歲劃下完美的句點，為我的人生開啟下一段落，它不會只是美好的回憶，我會用往後的行動證明給幫助我們的所有人看，我們值得投資。

最後有個建議給教育部(如果你們有看到的話)，**希望能夠強制規範學校必須另訂參與學海計畫學生暑期校外實習的規定**。像我們這次學海築夢的實習時間是1個月(160小時)，系上要求6/26~9/8期間需完成2個月(320小時)的實習，並規定即便是同性質的實習，轉換機構時數必須重新累積，且不得延後實習期限，以及其他簽約上的種種限制，否則不能畢業。

以上狀況，造成我們一回國連時差都沒調回來就開始實習，我們8/17凌晨抵達家中，就算中間不配和勞基法(每天不得超過8小時，每週不得超過40小時)，到9/8號，怎麼可能做的完？還說在未交合約書前的時數都不得計算，問題是合約書繳交許久後，我們才得知校方不通過我們國內160+海外160的簽呈，簽了好幾份合約一直被駁回，那我們的時數到底從什麼時候開始算？時間都拿去趕實習了是要怎麼在兩周內完成這份報告？無法在兩周內完成影響到補助 是要我自行負責嗎？中途請假打報告又會造成320小時沒做完被當、然後延畢，這樣合理嗎？希望教育部與學校能夠在下一屆學弟妹們參加學海計畫時解決完這個問題。

## Dynamic Value-Based Pricing Strategic Revenue Management

by Kevin Tsay, Ph.D.



**R**evenue Management is the act of skillfully, carefully, and tactfully managing, controlling, and directing capacity and sources of income, given the constraints of supply and demand. Note that the time element is implicit in the application of the principles of supply and demand.

Revenue Management spans these disciplines and areas of concentration:

1. Economics – concepts covered include markets, forecasts, cost, scarcity, and elasticity.

2. Marketing – concepts examined include the 4 P's of marketing – product, price, place, and promotion – and how they impact individual and group purchasing dynamics.

3. Psychology – it is important to understand what motivates people to act upon their impulses and why they choose Brand X over Brand Y. At what price will they switch brands?

4. Finance – important concepts to understand are the future and current value of money and domestic and global monetary policies.

5. Strategic Management – knowledge of how to develop goals, objectives, and strategies is instrumental in the creation of an overall strategic revenue management plan.

6. History – from the study of the past, revenue

managers are able to model intelligent forecasts for future events.

This Article highlights the importance of determining the perceived price/value relationship for hospitality products and services when establishing price from the Lea R. Dopson and David K. Hayes. Today, organizations must strive to develop a dynamic value-based approach to pricing. *This dynamic-value based pricing becomes a fundamental element in the development of revenue management strategy.*

Many variables go into establishing the price for a product or service. First, the position of a product or service in its life cycle will have a significant impact upon determining its price. Second, customer loyalty and brand equity play tremendous roles in establishing price. Third, competitors' prices have an impact on the setting of price. And finally, demand plays a key role in establishing price.

Price is one of the four foundations of marketing, known as the **4Ps**: product, price, place, and promotion. Product refers to the goods and services presented for sale. **Place** is where a product or service is sold and relates to channels of distribution. And **promotion** means the methods used to market the products or services.

Price is the cornerstone that is most often equated with revenue generation. But what exactly is meant by the term price? Price is frequently defined as the amount of currency needed to acquire a product or service. However, that definition is missing one key element and that is the concept of value. Remember that marketing seeks to satisfy consumers' needs, wants, and desires and consumers assign value to all products and services that they purchase. Consumers calculate value



as their perceived value of a product or service, less the cost of obtaining that service. Thus, our definition may be revised to state that price is the value that consumers exchange for the acquisition of products and services.

### Establishing Room Rates

Any serious exploration of hotel room rates and their management must include basic information about room rate economics. **Room rate economics** recognizes that, when the supply of hotel rooms is held constant, an increase in demand for those rooms will result in an increase in their selling price. Conversely, when supply is held constant, a decrease in demand leads to a decreased selling price. Understanding the law of demand is critical because, unlike managers in other industries, hoteliers cannot increase their inventory levels of rooms (supply) in response to increases in demand. Hotel managers must also understand that their own inventory of rooms is highly perishable. If a hotel does not sell room 101 on Monday night, it will never again be able to sell that room on that night, and the potential revenue that would be generated from the sale is lost forever. Since information about supply is readily known, and since forecast data helps to estimate demand, you can learn to accurately gauge the relationship between guestroom supply and demand. Using this information, you can determine the best rates to be assigned to each of your rooms.

A **rack rate** is the price at which a hotel sells its rooms when no discounts of any kind are offered to the guests. Rack rates, however, will vary based upon the type of room sold. Figure 8.1 lists the rack rates that are associated with Paige Vincent's Blue Lagoon Water Park Resort based on her **room mix** (the variety of room types) in her hotel. Rack rates vary by bed type, by amenities, by location and by size. Some hotels have very strong seasonal demand. These hotels will have a seasonal rate that is higher or lower than the standard rack rate and that is offered during that hotel's highest volume season. In some cases, it makes sense for hoteliers to create **special event rates**. Sometimes referred to as "super" or "premium" rack, these

rates are used when a hotel is assured of very high demand levels (e.g., Mardi Gras in New Orleans and New Year's Eve in New York City). Hotels often negotiate special rates for selected guests. In most cases, these negotiated rates will vary by room type. In addition to rack and negotiated rates, hotels typically offer **corporate rates, government rates, and group rates**. Some hotels have great success "packaging" the guest rooms they sell with other hotel services or local area attractions. When a hotel creates a package, the **package rate** charged must be sufficient to ensure that all costs associated with the package have been considered. A hotel's revenue managers can also create discounts at various percentage or dollar levels for each rate type we have examined. The result is that a hotel, with multiple room types and multiple rate plans, may have literally hundreds of rates types programmed into its property management system.

A **property management system (PMS)** is a computer system used to manage guest bookings, online reservations, check-in/check-out, and guest purchases of amenities offered by the hotel. In addition, the use of one or more authorized **fade rates**, a reduced rate authorized for use when a guest seeking a reservation is hesitant to make the reservation because the price is perceived as too high, can result in even more room rates to be managed.

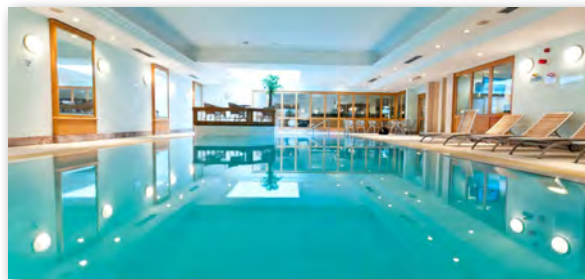
### The Hubbart Room Rate Formula

Hoteliers want to maximize their profits and thus collect the highest rate possible for their rooms. However, the rate cannot be so high that it discourages guests from staying at the hotel, nor can it be so low that it prevents the hotel from making a profit. The room rate charged should not result from a mere "guess" about its appropriateness but, ideally, should evolve from a rational examination of guest demand (because it is the most significant factor impacting room rates) and a hotel's costs of operation with specific and accurate assumptions. Recognized by hoteliers world-wide, the Hubbart Room Rate Formula for determining room rates was developed in the mid-

1950s by the national hotel accounting firms of Horwath & Horwath and Harris Kerr Forster. The **Hubbart formula** is used to determine what a hotel's average daily rate (ADR) should be to reach the hotel owner's financial goals. To compute the Hubbart formula, specific financial and operational assumptions are determined. These include dollar amounts for property construction (or purchase), the total cost of the hotel's operations, the number of rooms to be sold, and the owner's desired ROI on the hotel's land, property, and equipment. The Hubbart formula is a "bottom-up" approach because it literally requires you to completely reverse the income statement from the bottom up (see Figure 8.2 for the comparison between the normal format of the income statement and the bottom-up format for the Hubbart formula). Using the bottom-up approach, you start by calculating the desired net income based on the owner's desired return on investment (ROI) and work your way up the income statement by adding back estimated taxes, non-operating expenses, and undistributed operating expenses and then subtracting out estimated operated departments income (excluding rooms). The result will be the estimated operated department income for rooms. Next, you can separate the estimated operated department income for rooms into rooms revenue and rooms expenses. Once rooms expenses are subtracted out, rooms revenue will remain. This revenue can then be split again to determine number of rooms to be sold and, finally, ADR. The resulting ADR is the average price that should be charged for your rooms in order to achieve the owner's desired net income (ROI).

To illustrate the Hubbart formula, the Blue Lagoon Water Park Resort's Income Statement is shown in Figure 8.3. Assume for the sake of calculating this formula that we do not know the operated department income for rooms, rooms revenues, or rooms expenses. Remember, the point of using the Hubbart formula is to predict rooms revenue, and subsequently, ADR.

The Hubbart formula is useful because it requires managerial accountants and hoteliers to consider the hotel owner's realistic investment



goals and the costs of operating the hotel before determining the room rate. The formula has been criticized for relying on assumptions about the reasonableness of an owner's desired ROI and the need to know expenses that are affected by the quality of the hotel's management. Another criticism is that the formula requires the room rate to compensate for operating losses incurred by other areas (such as from telecommunications).

The formula's primary shortcoming may relate to identifying the number of rooms forecasted to be sold. The number of rooms sold is dependent, to a significant degree, on the rate charged for the rooms. However, the Hubbart formula requires that the number of rooms sold be estimated prior to knowing the rate at which they would sell. Despite its limitations, the Hubbart formula remains an important way to view the necessity of developing a room rate that:

- Provides an adequate return to the hotel's owner(s)
- Recovers the hotel's non-operating expenses
- Considers the hotel's undistributed operating expenses
- Accounts for all the hotel's non-room operated departments income (or loss)
- Results in a definite and justifiable overall ADR goal

#### The \$1.00 per \$1,000 Rule

One alternative way that hoteliers have historically determined room rate is the **\$1.00 per \$1,000 rule**. This rule states that, for every \$1,000 invested in a hotel, the property should charge \$1.00 in ADR. Advocates defend the \$1.00 per \$1,000 rule of thumb because areas in which building or purchase costs are higher tend to be the areas where

ADRs can also be higher. The dollar-per-thousand rule is most accurate for hotels that have high occupancies, high ADRs for their area of operation, and are newly built. On the other hand, large, old properties frequently fail to achieve the dollar-per-thousand standard. Despite some limitations, the \$1.00 per \$1,000 rule does reflect the tendency for hotel buyers to discuss hotel selling prices in terms of a hotel's **cost per key**, which is the average purchase price of a hotel's guestroom expressed in thousands of dollars. Cost per key is also frequently called **average cost per room**. It is important to recognize that the rate computed using the \$1.00 per \$1,000 rule does not become the hotel's rack rate. Instead, it is the overall ADR that the hotel must achieve when it sells all of its various rooms at all of their respective rates.

#### Alternative Room Rate Methodologies

Additional historical methods of rate determination include those based upon the square footage of guestrooms and rates determined by various "ideal" sales levels of the different hotel room types available to be sold. However, today's hotel room rate structures have been changed, and changed forever, by the advent of the Internet as the most popular method used for selling hotel rooms.

#### Web-Influenced Room Rate Methodologies

Properly pricing hotel rooms is critical to attracting first time and repeat business. However, close examination of many pricing tactics would reveal that they often use one or more of the following non-traditional, non-cost methods to establish rates:

- **Competitive Pricing.** Charge what the competition charges.
- **Follow the Leader Pricing.** Charge what the dominant hotel in the area charges.
- **Prestige Pricing.** Charge the highest rate in the area and justify it with better product and/or service levels.
- **Discount Pricing.** Reduce rates below that of the likely competitors.

As a result of the Internet, consumers can easily compare prices, but so can a hotel's major competitors. Gone are the times when night auditors or others on the front office staff conducted the nightly **call-around** to ask other hotels' night auditors what their hotels were charging for rooms and then used that information (often of questionable accuracy) to make decisions about what their own hotel's rate offerings should be. While the call-around was standard practice as late as the early 2000s, consider modern hoteliers utilizing one of the many websites similar to <http://www.Travelaxe.com> and others that allow him/her to easily: Select competitive hotels whose rates are to be monitored Obtain real-time room rates offered by these hotels on any number of travel websites advertising the rates Search the rates and sites as frequently as desired. Perform rate comparisons by specific check-in and check-out dates. Assess rate comparisons based upon room type. Assess rate comparisons based upon date of guest arrival. Guests care very little how much it "costs" a hotel to provide its rooms. They care about the lodging value they receive. As a result, a hotel's rates are heavily influenced by the laws of supply and demand. If, on a given Saturday, all similar hotels in a market area offer guest rooms in the range of \$100 - \$150 per night, it would be difficult for a single hotel of the same type to command a rate of \$250 per night even if its operating costs justify this rate. The rate at which a hotel first sells its rooms to guests may not be the rate those guests will ultimately pay. A guest can make a hotel reservation at a given rate, and, every day until the date of arrival, can go online to shop for an even lower price for the same room. If a lower rate were to be found, the guest could re-contact the hotel, cancel the original reservation, and secure the new, lower rate.

Hoteliers utilize alternative methods when establishing a hotel's room rate structure. Apply revenue management and analysis techniques to the administration of a hotel's room rate structure. Recognize the importance to a hotel of properly managing and controlling its non-room revenue.

## 史上最全的酒店服務話術



酒店服務離不開語言，語言離不開禮貌，服務用語是一種對客人表示友善和尊重的禮貌方式，飯店所有人員在服務過程中，應根據本部門的服務性質，靈活使用服務用語。為了提升飯店員工職業素質，提升酒店整體形象和賓客滿意度，現歸納80句、11種類型，在服務過程中會使賓客聽上去很舒服的服務用語與大家分享。

- 1) 我非常理解您的心情。
- 2) 請您不要著急，我非常理解您的心情，我們一定會竭盡全力為您解決的。
- 3) 如果我碰到您的這麼多麻煩，也會是您現在這樣的心情。
- 4) 發生這樣的事，給您帶來不便了，不過我們應該積極面對才是，對嗎？
- 5) 我非常理解/真的很能理解您的心情，請放心，我們一定會查證清楚，給您一個滿意的答覆。
- 6) “如果是我，我也會很著急的……” “我與您有同感……” “是挺讓人生氣的……”。
- 7) 您好，給您帶來這麼多的麻煩實在是非常抱歉，如果我是您的話，我也會很生氣的，請您先消消氣給我幾分鐘時間給您說一下這個原因可以嗎？

8) 您的心情我可以理解，我馬上為您處理。

9) 先生/小姐，你都是我們\*\*年客人了。

10) 您都是長期支持我們的老客人了。

11) 您對我們服務這麼熟，肯定是我們的老客人了，不好意思，我們出現這樣的失誤，太抱歉了。

12) 先生/小姐，很抱歉之前的服務讓您有不好的感受，我們酒店對於客人的意見是非常重視的，我們會將您說的情況盡快反應給相關部門去做改進。

13) 您把我搞糊塗了—(換成)“我不太明白，能否再重複下您的問題”。

14) 您搞錯了—(換成)“我覺得可能是我們的溝通存在誤會”。

15) 我已經說的很清楚—(換成)“可能是我未解釋清楚，令您誤解了”。

16) 您聽明白了嗎？—(換成)請問我的解釋你清楚嗎？;

17) 啊，您說什麼？—(換成)對不起，我沒有聽明白，請您再說一遍好嗎？

18) 您需要—(換成)我建議…… / 您看是不是可以這樣……

19) 這樣做主要是為了保護您的利益。

20) 我知道您一定會諒解的，這樣做就是為了確保向您一樣對我們酒店有著重要意義的忠誠顧客的權益。

21) 麻煩您了。

22) 非常感謝您這麼好的建議，我們會向上反應，因為有了您的建議，我們才會不斷進步。

23) (客人不滿意但不追究時)謝謝您的理解

和支持，我們將不斷改進服務，讓您滿意。

24) 先生，您都是我們的老客人了，我們當然不能辜負您的信任……

25) 這次給您添麻煩了，其實，我們也挺不好意思，您所說的情況我們將記錄下來，並反饋給相關部門，會盡可能避免問題的再次出現……

26) 非常感謝您向我們提供這方面的信息，這會讓我們的服務做得更好。

27) 您這次問題解決後儘管放心使用！

28) 感謝您對我們工作的支持，希望您以後能一如既往支持我們！

29) 感謝您對我們的服務監督，這將讓我們做得更好。

30) 感謝您對我酒店的支持，您反饋的建議，將成為我們酒店日後改進工作的重要參考內容。

31) 謝謝您對我們反應，我們會加強工作的培訓，也歡迎您對我們工作隨時進行監督。

32) 謝謝您的反應，該問題一向是我酒店非常重視的問題，目前除了XX可以受理外，我們還提供了其他渠道，也希望您如果有更好的建議也可以提供給我們；

33) 針對您剛才所反應的情況我們酒店也會不斷地去改善，希望改善後能給您帶來更好的服務。

34) 讓您產生這樣的疑惑，也讓您生氣了，實在抱歉。

35) 非常感謝您對我們的關心和支持，我們會盡快完善。

36) 您的建議很好，我很認同。

37) 非常感謝您提供給我們的寶貴建議，有您這樣的客人是我們酒店的榮幸。

38) 先生/小姐，我很能理解您的想法，但非常抱歉，您的具體要求我們暫時無法滿足我會先把您遇到的情況，反饋給相關部門，查証後再與您聯絡好嗎？

39) 您說的這些，確實是有一定的道理，如

果我們能幫您一定會盡力，不能幫您的地方，也請您諒解。

40) 儘管我們目前暫時無法立刻去處理或解決這件事情，但我可以做到的是……

41) 感謝您的支持！請您留意以後的優惠活動。

42) 先生/小姐，感謝您對我酒店的XX活動的關注，目前現在我們還沒有收到最新的通知，……或者遲點再咨詢我們；

43) 非常感謝您的關注，現在暫時沒有開展，請您稍後留意。

44) 先生/小姐，非常感謝您的反饋我們會盡最大的努力改進這方面的問題，也希望您能一如既往地支持和監督我們的工作，謝謝！

45) \*小姐，您的心情我能夠理解，那您希望我們怎樣幫您解決呢？

46)\*先生，您是我們的客人，盡量讓您滿意，這是我們的工作要求，不好意思，您說的這些，確實是有一定的道理，如果我們能幫您，一定盡力，不能幫您的地方，也請您諒解。

47) 您好，為了方便您了解(記憶)，我現在將該內容通過短信(郵件)發給您，請您留意查詢。

48) 因涉及的內容較多，具體內容我會通過郵件方式發給您詳細了解，好嗎？

49) 不好意思，耽誤您的時間了。

50) 等待之前先提醒：“先生/小姐，請您稍等片刻，我馬上為您查詢”。

51) 等待結束恢復通話：“先生/小姐，謝謝







您的等待，已經幫您查詢到……/現在幫您查詢到的結果是……”。

52) 請您稍等片刻，馬上就好。

53) 由于查詢數據需要一些時間，不好意思要耽誤(您)一點時間。

54) 感謝您耐心的等候。

55) 請問您方便提供具體情況嗎(發生的詳細地址、時間、現象等)?我們給您記錄，方便我們盡快查詢處理，感謝您的配合!

56) 謝謝您向我們提供的寶貴意見，我們將該意見記錄向有關部門反應!

57) 我非常希望能夠幫助您，針對這件事，我們酒店一定會有專人盡快幫您處理，請您放心……

58) 這可能是我們工作人員的失誤，我們會馬上反饋您這個問題，請放心，我們會給您一個滿意的處理結果!

59) 先生/小姐，您的提議我很認同，我會記錄下來，希望能夠盡快實施敬請留意!非常感謝您的寶貴意見。

60) 非常抱歉，給您造成不便，請您稍等，我們馬上測試一下，好嗎?如確是有故障，跟客人解釋:謝謝您跟我們反應此這情況，我們會馬上上報故障處理，請您稍後再試，好嗎?

61) 非常抱歉，給您造成不便，出現此情況肯定是某個環節出現了問題，您可以放心，如果是我們的問題，我們一定會負責到底，給您一個說法。

62) 如果您對我解釋不滿意，可以提出您的

建議，以便我以後改善?(面對與客人陷入僵局時)

63) 您的滿意是我們的追求，祝您有個陽光好心情(當客人對我們解決了他的問題表示感謝的時候)。

64) “請輸入您的密碼驗證，請關注頁面提示”，把關注頁面提示放在後面可起提示作用。

65) 沒關係，我只是擔心您會錯過這些優惠，等您下次有更好的建議時/以後我們有其它活動時，我們再聯繫您?

66) 請您放心，您要求辦理的退款已辦理(取消)成功!請您放心，您的費用我已幫您查詢過，沒有問題!請您放心，您反應的問題已為您記錄!

67) 非常感謝您的耐心等待。

68) 感謝您的批評指正，我們將及時改正，不斷提高服務水平。

69) 謝謝，這是我們應該做的。

70) 我們會將您反應的問題與相關部門聯繫，請您留下聯繫電話，我們將在\*小時內給您答復。

71) 也許我說的不夠清楚，請允許我再解釋一遍。

72) 請問您具體遇到什麼麻煩，您放心，我們一定會盡力幫您。

73) 請告訴我們您的想法，我們很樂意聆聽您的意見。

74) 您一直是我們信用度非常好的客人，我們會第一時間幫助到您!

75) 祝您入住愉快!/祝您周末愉快!/祝您旅途愉快!

76) 當客人說他在開車時，結束語:路上要注意安全。

77) 希望下次有機會再為您服務!

78) 祝您一路順風。

79) 天氣轉涼了，記得加衣保暖。

80) 今天下雨，出門請記得帶傘。

## 全球值得推薦的精品酒店 (Boutique Hotel)

### ●亞洲 — Aman Resorts

世界上最好的酒店是安縵，而安縵最好的酒店在亞洲。



暮色中的巴厘島Amankila

什麼是安縵，什麼就是精品酒店。安縵是什麼？安縵就是整個行業的標桿。

作為精品酒店的翹楚，安縵自打1988年自普吉島第一家Amanpuri開始，就定義了精品酒店。Aman在烏而都語中既是“和平”的意思，而每一家安縵都在用自身來詮釋這個奢華低調，雅致天成，和平寧靜的品牌理念。目前，安縵集團于全世界有著27座風格各異卻極盡奢華的精品酒店，服務于全球僅十四萬最頂級消費的客戶群體，而其房間均價也基本都維持在每晚5000人民幣左右。與全球其他奢華酒店集團不同，安縵始終在堅持走小而精的路線，一般每一個阿縵一般只有二三十間的套房（Suite）以及十多間的別墅（Villa）。



巴厘島Amandari門口著盛裝歡迎客人的當地孩童

安縵的奢華妙在不著痕跡，酒店選擇的地點絕大多數都是有著無可比擬自然環境，或者擁有悠久歷史的建築遺址，例如頤和園里的安縵頤和跟暹粒之前作為西哈努克親王行宮的安縵薩里。其次，安縵擁有自己專屬的世界頂尖設計師團隊，例如Jean Michel Cathy，又或Peter Muller，無不聲名顯赫，設計師將自身對於該地區的文化，建築，歷史等理解融入到自身的設計理念里，形成每一家酒店獨一無二的風格。而細節才是決定成敗的關鍵，無論從室內裝潢，家具飾品到床上用品，安縵都做到了最好。



巴厘島Amanusa的餐廳

有種人管自己叫做Aman Junkie，所謂安縵的“擁躉”，互相見面之後便是比拼起誰住過的安縵更多些。其中功不可沒的便是安縵到讓其他奢華酒店驚為天人的服務水準，在安縵，員工與顧客的比例一般都在6:1左右，而其中最經典的傳聞就是安縵會每天派人在被太陽曬的滾燙私人沙灘上不停澆上冷水，而等客人被司機專程送來的時候，卻看不到任何人影，只有廣袤天地間之間一盞撐好的太陽傘跟已然鋪好的沙灘床跟恰恰擺好的按客人喜好準備的飲料跟冰毛巾。



安縵頤和的前門

目前安縵在中國有兩家，北京的頤和還有杭州的法雲，五家在印尼，一家普吉島，一家老撾，一家柬埔寨，一家越南，一家日本，五家不丹（但在同一個Amankora名下），兩家印度，一家在菲律賓，還有最近在做一條叫做Amanikan的只有三間套房的奢華游船。另外一點安縵跟其他酒店不一樣的是安縵酒店自身會提供一系列免費的行程安排給客人，其中包括跟酒店廚師去當地市場買菜然後再回來酒店上一節當地烹飪課（amandari），亦或包下酒店自己的游艇出海潛水（amanwana）。



杭州安縵法雲的房間

這就是安縵，這裡恰巧是精品酒店起點，也理應是精品酒店的終點。

### ●非洲 — & Beyond

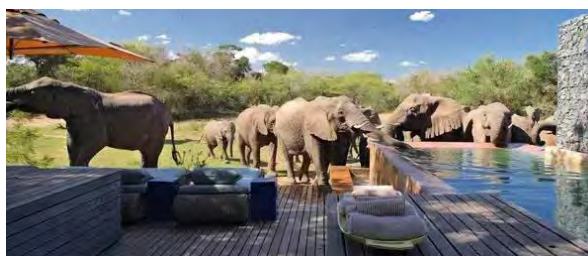
我和你在一起，是因為我選擇和你在一起，而不想按別人的方式生活 — & Beyond



坦桑尼亞 &amp; Beyond Ngorongoro 火山口營地的餐桌

每年，世界上最好的的奢華旅游雜誌Condé Nast Traveler會評選出世界Top50最奢華酒店，而&Beyond公司依靠本身的幾個頂級的非洲奢華營地一般就能占到其中的十分之一強。

在非洲，精品酒店的選擇相對容易很多，不需要去考慮什麼房間大小，服務質量，酒店設施，只要看好一點—永遠選擇最貴的—在非洲，最貴的就是&Beyond，而最好的也只有&Beyond。作為旅游季節性特別顯著的地區，無論是坦桑尼亞，肯尼亞所在的東非塞倫蓋蒂跟馬賽馬拉一帶，或是津巴布韋博茨瓦納南非的Delta三角洲區域，&Beyond的奢華營地一般的價格基本都在1100美金左右，每人，每晚。這還不算最誇張的，Scantuary Retreat那個常年被各種土豪包場的Chief's Camp營地還有Singita那幾個逆天的營地最誇張的時候價格能衝到2200美金每人每晚，而且常常還是有價無市的狀態。其實想來也正常，這些營地多的也就十來個房間/帳篷，少點的也就五六個，反而倒是世界上土豪這般多……



南非 &amp; Beyond Phinda Homestead 營地的泳池

這般貴只有一個理由—位置。要說比起奢華到牙齒的房間內飾跟帝王般的服務享受，都遠遠比不上一個好的位置對一個營地所具有的影

響巨大—只因在非洲旅行的全部的意義只關於這一個詞—Safari。斯瓦希里語中巡獵的意思，源自十九世紀晚期英國殖民者來到東非為了狩獵非洲五霸（犀牛，大象，獅子，水牛，獵豹）然後到處宿營的行為，如今當代人雖說拿相機取代了獵槍，但Safari這個詞倒是被保留並延續了下來。而對於頂級營地來說，這個位置很大程度上就決定了客人與野生動物的距離。一般來說，頂級營地都會設置在各個保護區的核心區域內，然後營地非但沒有任何護欄以便野生動物自由出沒，然後一般還會特意的修上飲水點來吸引動物。更有甚者，就連吃晚飯的時候都要需要專人陪護來到餐廳然後晚飯結束後送回房間後就立即鎖門再也不能出來了。



南非 & Beyond Ngala Tented Camp 臥室

在非洲，其實相比固定的奢華營地來說，更為誇張的還有叫做所謂星空下的帳篷，因為很多保護區的法規跟現實條件的限制，位置再好的奢華營地只能盡量的設置在保護區的邊緣但距離腹地依然相對遙遠。為了解決廣大土豪日益增長的物質文化需求與落後生產之間的矛盾，勤勞勇敢的非洲人民發明了這種豪華移動營地。也就是說在客人來到的一天前，先根據客人行程規劃派人在保護區腹地從無到有搭建出這種將近50平方米里面應有竟有的奢華帳篷，而客人來到的時候更會帶來一只龐大的從廚師，向導，保衛到佣人等提供一系列服務的队伍。而等到第二天清晨離開的時候，碩大的營地就會被拆解然後運到下一個地方安營扎寨等待新一批的客人。



納米比亞 & Beyond Sossusvlei Desert Lodge的會客廳

納米比亞 & Beyond最初成立於1991年南非的Londonlozi 私人動物保護區，如今已經在亞洲跟非洲多個國家擁有著33座豪華營地，&Beyond比較獨特的一點在於公司一直強調Sustainable Development的概念，一方面依靠經營奢華營地來取得營收，一方面通過這些營收來幫助當地人民提高福利，資助野生動物跟環境保護，例如每一座營地的大多數工作人員也都是來自於附近村落。&Beyond最好的幾個營地分別是Ngorongoro 火山口保護區（整個東非野生動物最為集中的地方）的 Crater Lodge，還有桑給巴爾海岸線上的私人小島 &Beyond Mnembi Island（號稱整個非洲最好的海灘跟潛水地），最後則是&Beyond 南非的Phinda Private Game Reserve里的大本營（極盡奢華，甚至每個villa還配備有專人管家）。



南非 & Beyond Phinda Vlei Lodge的下午茶

南非&Beyond—不只有你想不到的，還有你連花錢都買不到的。

## ●美洲—Explora

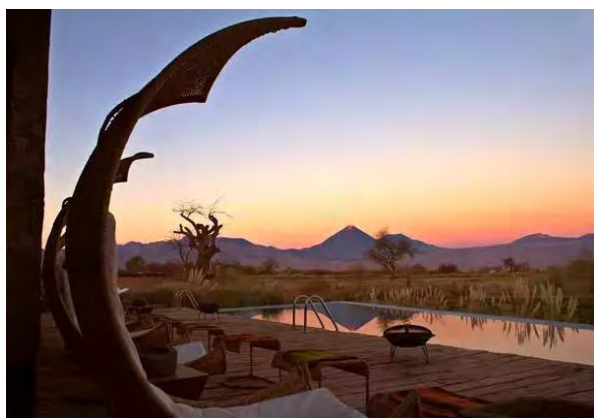
回憶是一條沒有歸途的路，以往的一切春天都無法復原，即使是最狂熱最忠貞的愛情，歸結大地也不過是一種瞬間即逝的現實，唯有孤

獨永恆 - Explora。



智利百內高原岩角下的Explora Patagonia

三間旅館，一種哲學 - 作為奢華旅游屆中最卓爾不群特立獨行的一位，自1989年創立至始，Explora一直秉持著整個南半球頂級旅館經營者的牛耳，儘管偏居南美洲一隅的三個角落，25年間卻以第一的身份常年傲居各類時尚旅行雜誌以及奢華旅游刊物南美洲酒店推薦的榜首（阿根廷那個Ecocamp太刀走偏鋒了，暫且忽略）原因無他，三個位于“世界盡頭”的旅館，超過一百個的豐富旅行活動體驗，極致簡約卻奢華的高科技旅館，造就了Explora的那一句 — We have called our Philosophy Art of Travel（我們造就了旅行的哲學）。



Atacama沙漠中Explora Atacama旅館的泳池

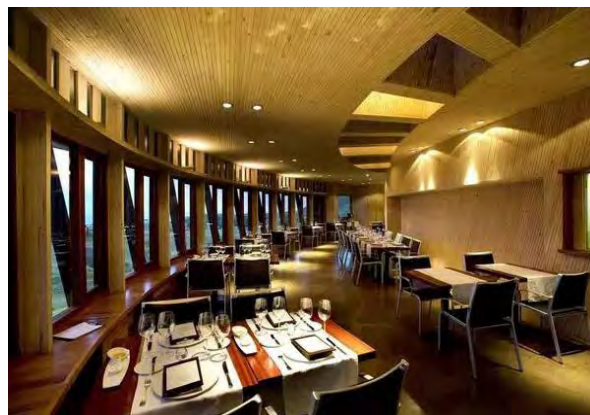
所謂“世界的盡頭”，是這三個地點：

1. 位于安第斯山脈最南端的潘塔戈尼亞 Torres Del Paint國家公園，冰川雪山，水瀑明湖懷抱中卻有著世界上最為震撼的山景和世界上最好的徒步路線之一（當然跟不丹的雪人步道還是不能比），此外還有數量超乎想象的候

鳥群跟繁多的野生動物族群，例如羊駝或美洲獅。

2. 智利最北端，海拔2442米的Atacama沙漠，號稱“千年來從未沐浴一滴雨水”的世界旱極，白天酷曬，晚間清冷，茫茫荒原中看不到任何生命的痕跡，卻又是世界上最好的觀星點，每當夜晚降臨，天似穹廬，籠蓋四野，茫茫夜空中灑滿了星屑以及一條碩大橫貫而過的銀河。

3. 智利以西外海3000公里外的遼闊南太平洋中，有著數百座神秘的巨大石像一言不發靜默的眺望著遠方，世界不解之謎的發源地之一——復活節島。



復活節島Explora Rapu Rui旅館有著石像景觀的餐廳

Explora有著“探險旅游中的Aman”的別號，作為一個由一群戶外探險愛好者所建立的旅館來說，其中最為必不可少的一環就是其種類繁多卻又與自然息息相關的各類探險旅程，從策馬狂奔在沙漠之中（Explora Atacama有著自己的馬圈），或者在Explora Patagonia跟向導穿冰鞋徒步攀登冰川，又或在二月中旬加入復活節島當地土著拉帕努伊族的塔帕蒂節，在為期15天的節日中與當地人一同參與擲矛、滑雪、跳舞、游行、美食展等許多節日活動且一起縱情狂歡。Explora三個旅店一般每晚大概是在1500美金左右，不過這個價格倒是包括了一日三餐還有日常游覽活動，所以也還算值回票價。



Explora Atacama旅館里的天文台

峨峨兮若泰山，洋洋兮若江河，人生至境，大美山河－Explora。

## ●歐洲－Abercrombie & Kent Villas / Chalets

在你孤獨悲傷的日子，請你悄悄念一念我的名字－Abercrombie & Kent



法國 Val d'Is e re 雪場里的 Marco Polo Chalet

作為世界最大的豪華旅游公司，Abercrombie & Kent 自從1962年創建以來目前已經有67個辦事處分布在世界各地，從旅行諮詢，策劃，預定，執行，到接待全部工作都由公司本身2200名員工一氣呵成。公司主要針對的客戶群體也基本都是淨資產超過500萬美金的高端人群，而在這些客戶里精挑細選之後，A & K 在2008年初更是成立了Abercrombie & Kent Villas / Chalets 俱樂部，一方面花巨資並購上游資產，例如法國南部幾個最好酒莊的古堡，阿爾卑斯山脈幾個著名滑雪場里的幾處大宅，然後意大利，希臘，葡萄牙，西班牙等環地中

海的一系列熱帶海邊度假別墅。

另外一方面也開始從各大頂級酒店挖掘廚師，服務生，司機等來進行培訓。目前高階會員入會費為495,000美元、年費則為42,000美金左右，每年能有45天使用時間使用自身所擁有的28座（此外有一些是公司有少部分控股，然後還有一些則是旺季全季包租但沒有任何物主權）平均價值在320萬美金組有的別墅，此外還可以憑借會員預定A & K在地中海擁有的幾艘豪華游艇，以及在公司所提供的將近400條旅游線路中和其他會員交換使用房屋（土豪版Airbnb的意思）。



西班牙的Masia Con Torre的酒莊

所謂Luxury Villas & Chalets的概念是近些年才從輕奢的B & B（Bed and Breakfast）衍生而來，針對的是對於入住千篇一律的各大奢華酒店已經厭倦非常，但對於住宿方面卻又有很高標準的高端客戶，一方面這種獨棟別墅，莊園，古堡的形勢可以最好的保護客戶的私密性，而同時五花八門的住宿體驗卻也給客戶很多新鮮感。而最重要的方面則是這種Villas & Chalets 更賦予了客人一種家的感覺，配備有自身廚房，起居室，影音室，健身房，游泳池，桑拿等諸多設施的私人住宅，一般有著3-8間左右的臥室。所以不論是邀請三五好友去阿爾卑斯滑雪，或是熙熙攘攘的一大家子一塊跑來地中海避冬都是最佳的選擇。所以這些年歐著方面奢華旅游發展的趨勢就是逐漸向這種私人化，小型化，卻富有自身特點的旅行體驗所延伸。最近Abercrombie & Kent 甚至自己買了一架全新的波音757並改造成了僅有50座的頭等全艙，用來經營全新的一個月環球之旅。



瑞士策爾馬特的Chalet Dent Blanche的廚房

而另外一個重要的細節就是服務，一般每棟Villa或者Chalet依據大小（從3個臥室到9個臥室依次不等）都會配有數量不一的清潔人員，管家，廚師，服務員來確保達到與其他頂級酒店（半島，華爾道夫，瑞吉）等匹配的服務水準的同時也完全保證了客人的私密性，例如當每天客人扛上雪具出門滑雪時，立馬房間的後門就會湧出一個龐大的清潔團隊（8-12人）然後分工明確的在半個小時之內把房間重新歸置打掃幹淨，然後等到晚上客人快回來的半個小時之內，一般三個人的廚師團隊就會端著已經做好的熱騰騰的飯菜開始布置以及擺盤（其實那個廚房一般也就是個擺設，沒人真的想開火然後弄的房間煙霧繚繞外加一團糟，食物都是廚師在周遭的餐廳做好的）。然後這種Villa & Chalet的價格依據房間數不等而變化，一般都是在5000歐元到40000歐元一周左右。



法國阿爾卑斯Amazon Creek Chalet

## ●澳洲—Southern Ocean Lodge & Longitude 131 Lodge

相响以濕，相濡以沫，不若相忘于江湖 —  
Southern Ocean Lodge & Longitude 131 Lodge



南澳大利亞袋鼠島的Southern Ocean Lodge旅館

說來有趣，這麼些年這麼些國際豪華酒店集團進駐澳洲也有不少時日了，可依舊還是沒有一個能拿得出手的作品，反倒是被這一南一北由澳洲人民自行開發創建的奢華旅館拔的了頭籌。兩者雖說不是同一家公司但理念上卻不謀而合，一個占據了茫茫大漠中艾爾斯岩的一角，一個憑欄眺望著寂寥的南太平洋。在擁有極致地理位置的同時，兩所旅館都盡力在一邊維持著低調的奢華，一邊不可獲取的用行動表達對於當地生態環境的尊重。



Southern Ocean Lodge的大堂

酒店位于離澳洲大陸南部約15公里的袋鼠島東南孤寂懸崖的一角，這個島上只有一個紅綠燈，3個警察以及不到5000的當地居民。在島上手機基本沒有信號，而它的面積卻相當于7個新加坡那麼大（其實還是沒多大），反而這裡有著為數眾多的袋鼠，海獅以及考拉，以及號稱全南太平洋最美的海灘，整個酒店只有21間均採用定制裝飾的豪華套房，每間套房都有著傳說中“面朝大海，春暖花開”的海景以及晚上滿天繁星的眺望台。酒店全部採用當地回收的木材來制造家具，以及開採本地出產的石灰岩構建整個酒店。一方面採用風力跟太陽能

發電，一方面收集雨水提供再利用，以至于營造出這個低碳環保，對當地生態環境及其友好的生態旅店典範。



Southern Ocean Lodge的房間

同樣的，Southern Ocean Lodge也是提供的是All Inclusive Package，所以當你提前預定以後，酒店的Conceriage部門會即刻跟你聯系來幫助你個性化定制旅行以及挑選專屬的向導。平常來說，價格基本上根據你入住的房型然後從1000美金到2000美金每人每晚。儘管看著世所罕至，不過交通上倒是蠻便利的，無論從香港或者新加坡都每周直飛到澳大利亞阿得萊德機場的班機，落地以後再乘車一個小時就能達到渡口，然後附加額外的一個半小時你就可以抵達旅了。另一方面值得稱道的是酒店的餐廳，絕大部分食材都直接從當地供應商（其實也就是些牧羊人，漁夫，葡萄酒莊，養蜂人，還有做奶酪的店家）直接採購，然後聘請的廚師也是澳洲赫赫有名的Tim Bourk。



Longitude 131的房間

Longitude 131則位于世界遺產名錄之一的烏盧魯 Uluru-Kata Tjuta 國家公園中，在一望無際的廣袤荒原中提供極盡奢華的住宿體驗，旅館搭建在那個有名的艾爾斯岩（別號烏盧魯）一側的沙丘中。一共有15個豪華探險風格的

“帳篷”直視著艾爾斯岩落日的一側，而旅館最多一次也只能接待30位客人，以至于常年都在滿客狀態，一般都要提起預定半年左右才能有房間。同樣，Longitude 131也是All Inclusive Package，不過相比Southern Ocean Lodge，Longitude 131的優勢在于有著當地土著 Anangu 部落熱情好客的款待（當然是付過錢的），全部的向導都是來自于當地部落，然後酒店也會提供包括徒步，自己駕駛哈雷摩托，騎駱駝或者乘坐直升機圍繞艾爾斯岩的旅程。



Longitude 131每天落日時布置的晚餐

值得一提的是這15個帳篷分別是以15位最先找到艾爾斯岩的先驅的名字所命名的，每間房間里都有每一位先驅的紀念品以及簡述。同樣为了更好的保護當地環境，酒店的全部設施都選擇了用鋼柱架高房間避免跟沙丘以及當地神態環境直接接觸。而更值得一提的是酒店的菜單，一伙子的北領地特色美食—澳大利亞龍魚、袋鼠肉、鵝苗肉、鱷魚肉、野菜沙拉以及當地甜品，而酒足飯飽之後，在沙丘上找個靠墊或躺或臥，守著一位天文學家眺望滿天繁星，聽他慢慢述說南方夜空星星的故事。這樣的一晚一般價格也是在1100美金每人每晚左右，旺季可能會高些，不過價格沒漲太多還算是公道。



澳大利亞北領地艾爾斯岩旁的Longitude 131 Lodge營地



# 你出國不受歧視，順利交朋友的小秘訣



**說**到出國久住例如念書、留學、打工度假甚至移民，是最近越來越熱門的話題。但真正在海外長住人們的實際經驗和想法，卻往往跟大家在他們的社群網站上看到，「值得羨慕的世界」有點不一樣。

長住在一個非自己土生土長的國度，其實通常需要更多的努力和運氣，去創造新的生活。當你已經不是觀光客了之後，不會有客氣提供一切服務的旅館服務櫃台，也不會有人像餐廳服務員般，關心你對今天的食物滿不滿意。真正進入到異鄉的職場或學校，很多本地人對外國人可能甚至根本沒興趣。如何自處、以及主動與人交友是非常重要的事。

當然，如果是你是天生就不缺乏交友能力、到哪裡都呼風喚雨的人才，那麼這篇請看一看笑笑就好。而我分享這些經驗，也不代表這些價值觀就是「正確的」或我所認同的，純粹就是從個人和朋友的經驗出發，將這些相對能夠避免歧視、交到朋友的 7 個 Tips，分享給出國在即，有點緊張的你／妳。

## Tip 1. 打扮好自己

喜歡歧視別人的人，不論教育程度高低，往往有一個共通點——膚淺。膚淺的人重外在，把外表打理好可以減少這方面的騷擾。

所謂人人要衣裝，如果去到重視打扮的國家，有品味的外在是最容易讓人留下好的第一印象的方式。不管在哪裡，本地人總是會對不同種族、外表的外來者感到有點距離，如果有吸引人的外在，可以在一開始比較容易獲得尊重。

當然，如果你是一個不喜歡浪費時間在外表上琢磨的人，對於外在的評價也根本不在乎，那麼我很佩服你。但要是身為一個會受外在影響的普通人，我會建議就稍微用點心，在穿著打扮上盡量融入當地，也是給自己一個方便。

## Tip 2. 好英文——發音最重要

所謂的好英文，不一定跟你的在校成績有直接的關係，好英文可以不需要是很犀利的用字或是聽起來很聰明。最重要的是了解口語的用法、還有適時矯正口音。有些住在英語系很久的人都可以說得一口深度用辭，但礙於口音還是讓人有種聽不太懂的印象。雖然這很不可愛但事實就是，口音是很容易被取笑的一個大重點。（來英語系國家好了，直到今天還是有許多英格蘭人愛取笑蘇格蘭、愛爾蘭以及澳洲人的口音。）

口音這件事一半靠天份，有些人得到比較好的教育、有些人天生對聲音敏感。但是你可以做的就是去觀察自己喜歡的口音，電視劇是最好的方法。看自己有興趣的電視劇可以學到相關主題的辭彙和發音，將來遇到志同道合的朋友時，也有更多話題可以討論。

## Tip 3. 學會開啟話題

我觀察到很多時候，亞洲人往往很害怕主動開啟話題。也許是文化讓我們覺得隨合最重要，害怕表達意見被覺得很奇怪，所以總是放棄發言權，把決定權留給其他在場的人。

但我不得不說，這樣會讓人覺得你更奇怪。對外國人來，明明存在卻假裝不存在的人是真的很超奇怪。不貢獻話題也不提供意見的人，久而久之就讓人忘記你的存在再也不約你了。適時主動開口，表達對其他人的興趣，是可以和別人有更順暢交流的最好方式。多與人互動，也可以避免自己心裡覺得被冷落而產生隔閡。

有網友告訴我，他對於主動與人攀談有很大的障礙。其實，主動開啟話題也沒有那麼難。例如可以先聊一聊天氣，測試看看對方在不在一個想說話的心情或是跟自己的 tone 調合不合。如果是女生對女生，也可以由對方身上你感興趣的物件談起（像是化妝和服裝）但是切記！不要一開口就問價格，這對於許多歐美國家人來說，是非常冒犯隱私的事情。如果真的想知道，可以問對方商品的牌子，就有一個大概了。

#### Tip 4. 態度明確

我觀察到許多人在英文時，常常會連續好幾個 Yes 或是 ok，這跟母語文化有很大的關係。回答「好好好，對對對」是我們表達強烈認同的方式。特別在英文的時候，因為我們自知不是完美的英文母語者，更想要加強語氣來讓對方理解。但是這在某些文化裡，是比較奇怪、甚至有些反諷或不耐的表達方式，有些當地人會因此認為你很笨。用英語聊天的時候不需要一直 Yes，你可以看著對方傾聽，等對方完再表達自己的意見。

#### Tip 5. 尊重對方的文化

將心比心，希望別人尊重你的文化，先尊重別人的文化。不要在英國人面前說英國食物很難吃，也不要跟愛爾蘭人說你的口音很重。就算我自己也不喜歡吃臭豆腐，聽到外國人因為吃了皮蛋和臭豆腐，而覺得台灣食物難吃還是會覺得不開心。

真的出國之後，有很多機會你會認識到一些人來自完全沒有印象的國家，這個時候試著請對方稍微介紹他國家的位置還有語言文化。

不要覺得麻煩，這是可以認識世界的大好機會。可以回家之後 google 這些國家的宗教、信仰、人口分布、經濟狀況還有國民所得，這些都有助於跟新朋友相處。

#### Tip 6. 不要為國籍問題生氣

如果出國在即，這也是妳應該注意的議題。中國和台灣的國籍認同問題一直都存在，這幾年不管是在國外還是台灣，我都感覺到這個問題越來越沸騰。事實就是，無論你想或不想，當你說出 I come from Taiwan 的時後很多人的反應會是 Thailand？或是 Are you a part of China？

將心比心，世界上有很多我們不常聽到的國家，身為小國人民別人不知道台灣也是常有的事。請簡單的解釋台灣，不需要在第一次見面就把政治議題拿出來大肆討論讓人將你當成狂熱份子。如果日後真的有機會，再跟你的新朋友聊一聊也不遲。（關鍵字：Democracy（民主），communist（共產））。如果待得夠久，你一定還有機會遇到小孩看到你就沒禮貌的指著說 Chinese 或是發出“清衝腔～”的假裝說中文要鬧你。就算是這樣也請放寬心，因為日本人、韓國人和其他有亞洲外表的人，大概也都得忍受這種騷擾，相信就算對中國人來說，也絕對不是愉悅的事。

#### Tip 7. 保護自己

事實就是，無論你再努力，還是很有可能在當地遇到頑劣的青少年或小屁孩，輕至愚弄重至搶劫都常聽到。亞洲外表的確因為身形較嬌小，文化平和以及擁有很多 3C 產品的刻板印象，相對容易成為目標。保護自己的方法，就是盡量遠離他們，不要在治安不好的街上滑手機，盡量走在人多的地方，還有在妳覺得不安全的時候走路快一點（如果你要搶劫當然會找一個看起來比較不靈活的搶，一方面走路快也減少出現在不良份子視線的時間）。

以上所有分享，都是根據自己經驗後歸納的淺見，希望大家出國都能有最愉快的經驗！

# Western Inn Motel



高級旅館 舒適幽靜  
接待親友 體面大方

1500 North Loop, Houston, TX 77009

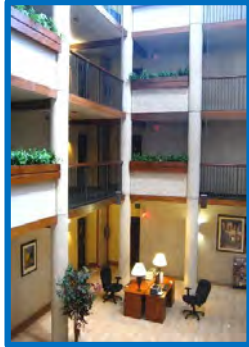
**Tel: (713) 864-7600**



*Allied Hospitality, Inc.*  
*Hotel & Property*  
*Development & Management*

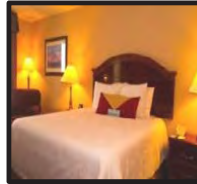
Steve Hsu – President  
 Shu Ying Hsu – Vice President  
 Phone: 713-779-9907  
 Fax: 713-779-9902

## TEXAS



Clarion Inn Atrium North  
 7928 Gessner Dr., Austin, TX 78753  
 512-339-7311/800-468-3708  
[www.bestwesterntexas.com/hotels/best-western-atrium-north](http://www.bestwesterntexas.com/hotels/best-western-atrium-north)

- 117 guestrooms (625 sq ft rooms)
- 1650 sq ft of divisible meeting & banquet space



Hilton Garden Inn Houston Westbelt  
 6855 W. Sam Houston Pkwy S.,  
 Houston,  
 TX 77072 (Located in Asian Town)  
 713-270-6100/877-782-9441  
[www.houstonwestbelt.gardeninn.com](http://www.houstonwestbelt.gardeninn.com)

- 120 guestrooms (2 suites)
- 1,550 sq. ft. of divisible meeting space
- 5,000 sq. ft. of banquet space

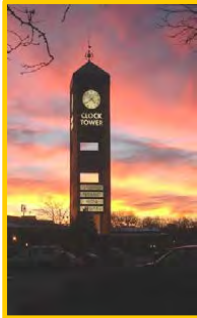


Clarion Inn Houston East  
 15157 I-10 East  
 Houston, TX 77530  
 281-452-7304/800-333-7666  
[www.clarionhotel.com/hotel-channelview-texas-TXE97](http://www.clarionhotel.com/hotel-channelview-texas-TXE97)

- 177 guestrooms
- 2,457 sq ft of divisible meeting & banquet space

## INDIANA

## ILLINOIS



Clock Tower Resort  
 7801 East State St., Rockford, IL  
 61108  
 815-398-6000/800-358-7666  
[www.clocktowerresort.com](http://www.clocktowerresort.com)

- 247 guestrooms, 14 Bi-level suites, & 3 whirlpool suites
- 30,000 sq ft of divisible meeting & event space
- 60,000 sq ft indoor water park

## OHIO



Cherry Valley Lodge  
 2299 Cherry Valley Rd.,  
 Newark, OH 43055  
 740-788-1200/800-788-8008  
[www.cherryvalleylodge.com](http://www.cherryvalleylodge.com)

- 200 guestrooms & 16 Jacuzzi suites
- 10,000+ sq ft of flexible meeting & event space
- 50,000 sq ft indoor water



## Caribbean Cove

Caribbean Cove  
 Hotel & Conference  
 Center  
 3850 DePauw Blvd.,  
 Indianapolis, IN  
 46268  
 317-872-9790

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

- 344 guest rooms & 2 hospitality suites
- 30,000 sq ft of divisible meeting & event space
- 50,000 sq ft indoor water park