

# 王飞：云+ AI 技术在高端酒店行业的应用

12月15日，由腾讯云主办的首届“腾讯云+社区开发者大会”在北京举行。本届大会以“新趋势·新技术·新应用”为主题，汇聚了超40位技术专家，共同探索人工智能、大数据、物联网、小程序、运维开发等热门技术的最新发展成果，吸引超过1000名开发者的参与。以下是大数据AI分会场的演讲内容，稍作整理，分享给大家。

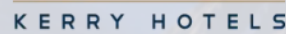
在云计算与物联网技术升级后，酒店内部管理和人机交互等内容均开始实现智能化。本次分享将会结合客人在酒店的消费体验场景，分析云和 AI 技术在高端酒店落地的价值点和实现方式。



大家对酒店都不陌生，知道它是一个传统行业，属于传统服务业，从人类开始有了异地化的交易开始，这个行业就应运而生了。如此传统的一个行业，为什么会有我们这样一个部门的存在，我们这个部门存在的意义是什么，可能想必在座的各位心里也会有这样的疑惑。希望通过我今天的一些知识分享能够多多少少解除大家心中的疑惑。刚才提到酒店的行业属于一种服务业，酒店是服务的一个内核，从服务的角度来讲，先给大家简单了解一下服务方面的知识。

从服务的角度来讲，我们可以把酒店大概分为几个档次，可以说是豪华型、高档型、中档带有餐饮服务、中档没有餐饮服务、经济型个廉价型。餐饮服务作为一个比较特殊的服务形式，是把整个的酒店业态做了一个区分。为什么会这样，因为当一个酒店开始决定要加入餐饮服务的时候，他前期的投入成本包括后面的管理和运营的成本都会大幅增加，甚至成倍增加。所以餐饮这一项服务可以把整个酒店行业大致划分为两大部分，就是有限服务型酒店和全服务型酒店。我们一般看到的奢华型、高档型和中档型都属于全服务型酒店，体现在价格上面，可以看到明显的这些酒店都会比普通的有限服务酒店的价格要高一些。

# SHANGRI-LA GROUP



香格里拉酒店集团定位是一个什么样的？可能这四个字，我们想通过这四个字向我们的客人传递的信息就是我们要把带有浓重东方的好客之道的服务触达到我们的客人。我们的第一家酒店是1971年在新加坡开业，经过四十多年的发展我们已经发展出了4个品牌100多家酒店分布于全球各地。最为大家所熟知的还是香格里拉的牌子，有香格里拉、TRADERS、KERRY WHOTELS、JEN HOTEL。除了酒店我们还涉及到地产行业的服务形式，比如有商业地产、酒店式公寓、商业住宅项目，把客群从异地出行的旅行者拓展到本地的居民。

## 宿旅业发展



在百科上面可以看到这样的描述，香格里拉酒店集团其实是亚太地区酒店行业的一个领军者。这是对我们过去四十年发展的一个很好的总结和肯定，在下面的几十年如何保持我们这种领军者的地位，如何保持我们的竞争力，我想通过中国酒店发展的时间脉络能找到一些答案。

可以看到这是近二十多年来中国酒店发展的一些关键性的节点。1993年开始标志着中国星级酒店崛起，因为在那一年我们国家颁布了星级酒店划分的指导性文件。从那年开始，国内的星级酒店进入了有序的发展阶段。但是由于那时候我们的经济水平和人均可支配收入比较少，我们的酒店规模数量都不足，入住率比较低。2000年左右，互联网和OTA的发展，酒店行业也有了一个强大的推力，可以看到酒店在遍地开花，人们出行的需求也得到大量的释放，入住率也很高，收益率也进入了一个黄金期。



当时间的节点来到2010年，有限服务类型收益酒店达到了巅峰期，酒店有高速发展的趋势，还在持续当中，入住率也在攀升。但是随之而来的就是大量同质化酒店出现，导致一些不健康、不正常的竞争发生。所以可以看到一个奇怪的现象，虽然人们的出行频率还在提高，酒店的入住率还在升高，但是可以看到有些酒店的利润率却和我们的入住率提升产生了不匹配的现象。所以到了2016年甚至再早一些的时候，我们酒店的从业者们开始重新审视这个行业的意义，尝试去发现一些新的方向、新的酒店业态，或者一些新的产品开始出现，包括酒店的IP化、智慧酒店的概念提出，还有共享住宿业态出现。酒店行业从业者开始更多地关注自己品牌的建设，关注如何维持一个较高入住率，同时还要提升自己的运营和管理能力。



提供优秀的数字化体验

更不忘服务的持续性高  
质量触达



AI让我们解放生产力

但服务创新是我们竞争  
力的源泉



数据让我们更了解用户

更帮助我们了解自己

结合我们对于酒店多年积累的经验和我们对科技的学习和认识，还有和科技行业的同行们去沟通交流，我们有很多地方可以把科技放到酒店业务里面来。比如可以利用移动互联网技术提高线上数字化体验，但是在给客人提供一个流畅全面数字化体验的同时，还要把线下的服务做一个匹配提升。比如现在都在讲去前台化，让客人通过手机就能完成从机场到房间所有的过程，而不需要到酒店前台遇见排队的麻烦。我们在做好移动端应用的时候，还要把酒店服务流程更加完善，让客人真正在进他的房间之前就能够准备好他所需要的一切。同时我们也需要AI这项科技解放生产力，我们都知道高端酒店最值钱的是对人的服务，我们需要AI把人力成本从繁重重复性的劳动中解放出来，把更多的人与人之间有温度的服务触达到客人，也能够找到一些创新点。同时我们掌握了第一手业务数据，但是缺乏有效的组织、管理、创新方式，但是大数据的出现让我们能够很好地通过这些数据去看到问题的本质，从而找到更合理的解决方法，提升我们的管理效率。

当然，作为一个传统的行业我们很难自己去做技术，我们需要找一个强大的合作伙伴来探索酒店科技应用这条路怎么走。通过严谨的推敲，我们需要的是一个具有丰富的业务能力，又有合作伙伴关系，而且又有赋能意愿的企业跟我们一块并肩作战。有一句话是“站在巨人的肩膀上”，其实我们就要找到这样一个巨人，腾讯恰恰就是这样的角色。作为酒店行业的领军者，也可以说是酒店行业的巨人，这一次合作是两个行业头部企业之间的强强合作，大家可以想象一下，当一个巨人站在另一个巨人的肩膀上的时候，这件事是多么可怕。



云



AI



生态服务

结合腾讯的技术能力和我们对酒店的业态理解，我们会在很多方面融入科技，其中包括我们要把以前很多本地化、复杂化的一些IT基础设施云化，让它变得更敏捷、轻便，更便捷的管理和运营，我们要用AI科技降低顾客和酒店沟通的成本，因为我们的客群来自世界各地，有的时候是中国人出去旅行面对的语言困难，有的时候是外国人来到国内也面对语言困难，我们可以运用这种语言识别去打通一个毫无障碍的交流通道，在客人和酒店之间。还有是智慧酒店里面用一些物联网的技术，比如提到的一些IoT的技术，很好地了解用户需求，分析用户行为，把我们的服务提升到性一个档次。同时我们也会利用腾讯云的生态合作伙伴的资源，把更多和出行相关的打车、餐饮、旅游服务加入到酒店服务和平台当中去，让我们的全流程酒店的服务变得更加的有价值。

业务系统

忠诚度系统

客房

.....

智慧酒店平台

云

IoT

AI

数据分析

.....

这里面拿智慧酒店建设经验给大家展开一下，我们会把腾讯云的能力当作支撑，搭建一层智慧管理酒店平台，顶层由技术应用开发团队完成开发的工作。但是在中间平台的建设过程中，酒店的运营团队也会很深入参与进去，给出我们从业务方的一些意见和建议，从底层技术到上层应用的过程中就开始将科技升温，让客人能够拿到一个带有温度感的科技体验。



与此同时，腾讯技术团队也会深入了解我们业务流程，这样他们就知道如何更好地将科技应用到业务当中去。当然，在这个过程中会产生一些摩擦碰撞，但是都是我们找到一个良好的良性合作方式的必经之路。正好前两天我和我们一个从业很多年的同事，他现在也是在做酒店的服务商，聊到合作的问题。当他们知道我们在和腾讯做这方面的的问题的时候，他们提了这个问题，你们作为一个高端的酒店，你们很多的服务流程、SOP，都是几十年来积累的成果，大家都用这个标准执行服务。你想去改变它的时候，你受到的阻力很大，你会遇到领导到下面员工层每一个员工的质疑，这件事很难做。

他说的话有一定的道理，有道理的地方在于他对我们酒店SOP的理解，高端酒店的SOP可以说是酒店核心价值的体现，是他最宝贵的财富。我们作为创新者珍视他这一部分财富，我们要做的并不是轻易尝试改变它和颠覆它，我们要做的是理解它。我们不是为了融入科技而去让服务妥协，我们是为了更好地给客人提供服务而去融入科技。当然，所有说的一切其实最后都想要有一个落地，让客人能够得到更好的服务。第一个阶段落地会持续升级流程体验，智慧酒店逐步落地，让客人在酒店里面体会到科技给大家带来的便利。同时把IT基础设施优化上云，降低运营成本和提高我们的速度。有一些更多方面的合作点，现在还不是能够向大家透露的时机，当我们落地的时候也希望大家能到我们的酒店去体验我们的革新和改变。

以上就是我想给大家分享的内容，我想用《双城记》里面的一句话作为我的分享总结，可能很多人也听说过：“这是最好的时代，也是最坏的时代。”对于酒店的从业者来说确实是这样，我们的出行需求还在不断地释放，酒店的业态该没有达到饱和的状态，这是最好的时代。但是这个时代竞争很激烈，每时每刻都有行业从业者或者酒店被淘汰掉，这是最坏的时代。其实在这句话之后还有一句话：“这是一个聪明的时代，这是一个愚蠢的时代。”我们手里有很多可以称之为智慧的科技可以去应用，如何在应用的过程中不会把它变得愚蠢，这是我们开发者和应用者们要谨慎思考和探讨的问题，谢谢大家。