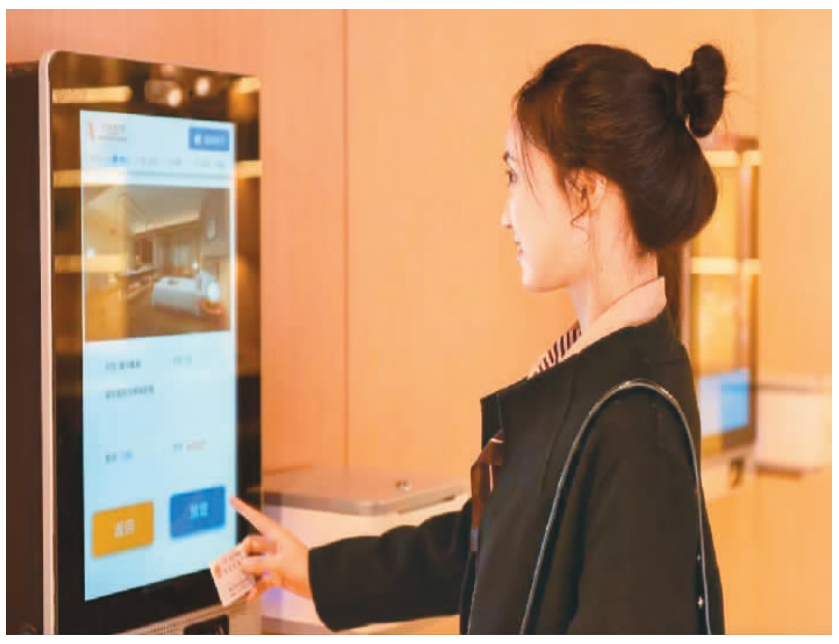
网上中国

运用互联网满足住客多元需要

“智慧酒店”带来旅行好体验

本报记者 周姝芸

进入酒店，智能前台自助办理入住；扫描二维码，动手指预约房间服务……5G、大数据、人工智能等新技术快速发展，酒店住宿等旅游相关行业加速数字化。防疫期间，住宿业面临挑战的同时，也借助互联网不断创新升级，推出特色数字化产品与服务。那么，互联网赋能的酒店究竟有哪些好体验？



一位顾客在酒店自助入住机上办理手续。 图片来源于网络

客人入住更省心

在深圳出差的张女士最近入住了位于宝安国际机场附近的雅斯菲尔酒店，“现在的酒店越来越智能化了，防疫期间我不仅可以无接触办理入住，还可以通过手机选择送物、清洁服务。”张女士感慨道，“真是让人放心又省心！”据了解，雅斯菲尔酒店隶属于雅斯特酒店集团，该酒店集团正在启动数字化转型。“酒店数字化转型是了解客户需求的必然选择。”雅斯特酒店集团副总裁兼首席数字官余超在接受本报采访时表示，酒店基于互联网建造的系统，对各端应用进行数据打通，可以了解消费者的行为偏好和习惯，从而提升服务品质。

万达酒店及度假村也通过数字化赋能，提供给客人更优质的服务。入住上海万达美华酒店的李先生一家人，通过万达酒店的微信小程序，享受到了在线选房、自助入住、机器人送物、自助开发票等一系列智能化服务。据介绍，万达酒店内部研发了宾客体验系统，通过对客人住前、住中、住后各个服务场景的数据把控，获取客人的偏好选项，这样可以提前做好服务准备，满足客人在不同阶段的需求，有效提升服务质量和效率。

“近两年疫情带来更多不确定性，酒店的经营环境与客户需求也愈加多变。”中国饭店协会副会长丁志刚接受本报记者采访时表示，“住宿行业涌现出很多具有专属性的数字化产品与服务。比如AI智能前台可以有效处理近90%的客人住前咨询、住中客需服务、住后反馈。这样有效解决了重复性的问询工作，工作人员有更多精力投入到个性化服务中。”

酒店管理更高效

除了为客人带来满意的住宿体验外，数字化还赋能酒店运营各环节，提升管理效率。例如，以前在检查和清洁酒店客房时，需要人员做纸质版物品登记表，不仅容易出错，而且管理不便。现在，员工可以使用客房管理系统，登录之后在线上完成登记和检查物品。系统每天自动进行物资盘点，快速得出准确的数据，这样员工减少了耗时、冗余的操作，工作体验更好。

记者了解到，住宿业数字化管理平台产品的出现，解决了以往依靠大量人员跟进、管理和监督服务的情况。在多数酒店的智慧管理平台上，不仅可以清晰地看到客房出租情况、房间清洁情况、客房空气质量以及客房安全情况，也可以通过数字化技术即时接收到客户咨询、服务需求并应用AI技术分发到相关人员进行解决，让服务在线化、可跟踪。万达酒店及度假村市场营销中心总经理王鑫表示，构建数字化运营服务体系，通过各项日常运营的数据可以发现问题在哪里，找到改进、提升的办法。

在人力资源管理方面，数字化技术已帮助很多酒店将人员招聘、人员培训、人员档案、业绩情况、薪酬计算、福利发放、住宿管理等同步在一套系统里，让人员信息系统化，管理有数据，晋升有依据。员工通过APP，能够在手机上查看提成绩效，薪酬管理更加透明、规范。对于连锁酒店来说，随着酒店规模增大，人才招聘和管理难度会增加，而数字化恰好可以有效降低企业对人的依赖，规范管理和服务。

线上产品更丰富

除了自建系统，综合性旅游出行平台也是酒店开拓自有数字化运营的阵地。一些出行平台设有数字化商家诊断后台，为酒店等各类型商家提供有针对性的数字化经营解决方案，帮助商家提升包括流量运营、用户运营、会员运营、品牌营销等在内的经营能力。“商家可以直接与消费者进行互动，向消费者提供和其官网一样的价格和权益。”业内人士说，作为技术服务者，平台一方面升级产品技术能力，服务商家做好套餐类商品的运营；另一方面，与商家一起调整产品思路，通过满足人们多元化、个性化的酒店消费需求，开拓“酒店+玩乐门票”“酒店+餐饮”“酒店+体验”套餐型产品，促进玩法升级。

记者了解到，随着住宿业数字化的转型，数据将不断沉淀，企业得到的用户画像更加清晰。在这个变化过程中，酒店要考虑如何提供更多顾客所需的服务。疫情防控常态化背景下，人们的消费习惯发生了变化。一方面，出游条件的不确定性使“先囤后约”的酒店套餐备受欢迎；另一方面，酒店功能已从“一张床”进化到了“目的地”和社交空间，许多消费者不仅以“住”为目的，还希望在酒店实现更加个性化、内容丰富的度假体验。

酒店拥抱数字化，将会开启智慧旅游新时代。服务智能化、产品智能化升级将是未来的趋势，许多单体酒店或连锁化品牌都在建立属于自己的“智慧酒店”。真正的智能化是根据现实场景的数据采集，通过智能分析，能够适应各种场景，并且不断优化产品、改善服务，为顾客提供新的个性化服务。业界需要继续共同探索，让数字化作为工具，为消费者和商家创造更大的价值。

云南昆明一位花农正采摘玫瑰，准备通过电商平台销售。 图片来源于网络

鲜花网上卖 农民挣钱快

何 宇

如何让花农富起来？电商平台打造“花田直连家庭购物车”的产销对接高速通道，用稳定的订单优化鲜花种植的供应链，有效助农增收。电商高速通道减少中间环节，也让消费者买到更优惠的鲜花商品。

云南省发改委日前发布的数据显示，云南已成为全球最大的鲜切花生产地，鲜切花生产面积、产量均位居全球第一。由于气候、土壤等天然优势条件，云南鲜花全国闻名，质量稳定，适合日常消费。拼多多平台采用产地直发模式，将云南的鲜花直接推向各地消费者。此前，拼多多联合中国铁路昆明局集团开通“鲜花专列”。也有政府相关负责人走进拼多多直播间，为云南鲜花代言，引来网友关注并下单。

云南当地种植鲜花的农民也享受到惠农电商的发展红利。安徽“80后”残疾青年杨道林原本做手机电商销售，一次到云南旅游时，发现鲜花市场的商机，于是到拼多多开鲜花店，如今他店铺的生意日渐红火。杨道林还专门在云南多地建立鲜花种植基地，与花农签订采购和销售合同，借助拼多多“农地云拼”的创新模式，带动当地330多户花农增收致富。

电商平台产地直发模式降低了鲜花的消费门槛，同时保证了鲜花质量，带动了消费者日用鲜花的需求。有消费者在买花后留言：“太爱云南的鲜花啦！通过电商平台，可以买到自己心仪的花，让家里春意盎然。”