

人工智能技术在高星级酒店中的应用探析

厉运昌 贾绪红

青岛黄海学院国际商学院, 中国·山东 青岛 266427

【摘要】人工智能对酒店行业来说既有挑战和威胁,更有机遇和优势,如何在人工智能发展的大趋势下运用好人工智能技术促进酒店行业发展,又能保持酒店行业的发展特色是需要继续进一步探索的重要议题之一。目前,人工智能在酒店服务标准流程、个性化服务提供、酒店经营管理体系等方面都有很好地应用。高星级酒店需要进一步结合人工智能的相关优势和不足在酒店经营管理等环节进行有效应用,建议采取升级消费场景中的智能化设备和技术,为客人提供精准服务;提升管理运营系统智能化水平,优化管理流程和效率;推进人性化服务和智能化服务的协同,促进两者融合;加强员工培训,保证员工与智能化的与时俱进等对策,推进酒店适应新技术发展,推进酒店行业转型升级。要推进酒店人工智能的发展,还需要尽量克服人工智能的建设及改造成本高,酒店集团对旗下酒店品牌有标准化要求,难以快速推进酒店智能化发展,人工智能技术的发展需要匹配用户信息保护措施等障碍。

【关键词】高星级酒店;人工智能;转型升级

引言

人工智能(Artificial Intelligence,缩写为AI)的概念于1956年被首次提出,它是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学^[1]。近几十年,在智慧经济时代,智能化是未来很多产业升级和场景实现的技术基础,也是我国新基建计划的重要实现内容之一。2018年,国内首家无人智慧酒店——杭州“菲住布渴”未来酒店的出现对当下传统酒店的经营带来了巨大的思想冲击,很多消费者也对这一新的酒店形态表现出极大的兴趣,酒店开业当年中国知网(CNKI)关于酒店人工智能的发文量也出现陡增的现象。

围绕酒店的人工智能的话题,近几年的中国知网文献主要讨论了人工智能对传统酒店的整体影响及智慧酒店与传统酒店的关系辨析,人工智能在酒店具体场景如管理信息系统、客房、前厅、财务管理、主客互动关系等方面的具体应用,人工智能背景下酒店人力资源要求及院校人才培养转变等3个方面的内容。李文英(2019)在对人工智能的优势给予肯定的同时,也结合酒店行业的特点分析了其不足,并研判未来人工智能将会在各类酒店及酒店具体的经营流程中发挥其优势特长^[2]。陶伟,吴若辰等(2020)认为当下高星级酒店需要充分利用人工智能服务于精准营销,以应对激烈的行业竞争和消费需求变化。孙嫒(2019)、冯朝圣(2019)等提出要主动适应人工智能在酒店行业中的应用趋势,积极培养符合新行业需求的高等教育人才。总体来说,人工智能将会对酒店的经营管理、产品形态、硬软件技术、服务流程、人才需求等方面产生很大的影响,同时也会对酒店的个性化服务、差异化优势的形成功能带来更大挑战。本文主要探讨人工智能在高星级酒店中的发展前景及应用,探索的高星级酒店主要是四星级以上的酒店。

1 人工智能在酒店行业的应用现状

人工智能提出大概只有几十年的时间,近些年发展势头更强劲,在很多领域都有很好地应用。中国的酒店行业近些年规模化发展较快,品质和体验也成为高端酒店的主要特征。同时,市场需求开始关注更加贴心便捷的酒店产品,人工智能成为酒店提升品质,形成差异优势的破境技术,并开始逐渐俘获消费者的芳心。很多酒店结合自身的经营特点和发展规划尝试将人工智能技术融入经营管理和对客服务中。

首先,将人工智能融入对客标准服务流程中,提高服务效率。

酒店对客服务一般被认为是标准化和个性化服务的有机结合。人工智能目前在人性化服务方面尚不及人力的灵活,然而在提升标准化水平方面确实有较高的效率。以酒店的入住流程为例,以往的酒店入住需要客人线上或者线下订房成功后,带行李到酒店前厅办理入住手续。旅途劳累后,很多人希望到店尽快进客房修整,然而还需要在前台等候办理手续,这是很多消费者体验中期待继续改善的一环。目前,酒店的手机APP办理入住和离店手续已经开始逐步在各大酒店品牌普及,酒店大堂设置机器人为客人提供引领、物品递送、信息咨询等也较常见。在标准化、流程化比较高的服务环节中,引入人工智能可以大幅提高服务效率,提高消费者的满意度。

其次,将人工智能融入个性化体验中,提升消费者优质体验。在“菲住布渴”未来酒店,客人预定后可以用电子身份证在APP办理入住和退房手续,酒店根据个人喜好选择客房推荐给客人;客人在进入酒店后的消费主要采用人脸识别技术完成电梯乘坐、餐厅消费、健身房健身、出入房门等活动;在有其他咨询或物品需要的情况下,机器人会完成一系列服务工作……未来酒店的科幻色彩结合阿里系沉淀的巨大信息储存让该酒店迅速成为网红酒店,开启了人们对未来酒店行业发展的新期待。此外,很多酒店餐厅、客房、康乐等部门设置的与住店客人手机无缝对接的诸如无线蓝牙或插入式的智能接口等设备也可以随时随地为移动手机时代的消费者提供更多的个性化场景体验。在人工智能技术不断发展进步的今天,在对酒店消费者个性化深入挖掘和把握的基础上,人工智能将会在满足消费者驻店个性需求,提升个性化体验方面有更多的用武之地。

第三,将人工智能融入到酒店经营管理体系中,通过运用互联网大数据和智能云计算系统建立精准的数据库,建立的数据库主要储存以往入住宾客的喜好和特点,并对这些数据进行分析 and 整合,根据数据库收集的数据预测宾客的消费轨迹和消费需求,并总结不同年龄段宾客的需求和喜好,为不同需求的客人开放不同特色的产品,精准把握客人喜好,以满足当下消费者的不同需求,例如当曾经住过本酒店的客人再次入住时,酒店的人工智能就能通过大数据库所反馈的数据立刻查找到该客人以往在酒店的消费记录和喜好偏爱,并为其提供个性化的服务,使宾客真正有宾至如归的感觉。同时,将人工智能融入到酒店经营管理体系后,可以大大提高经营管理效率。例如客人在前台自助办理入住,可以大大节省客人排队等候的时间;在客人达到房间时,直接通过

刷脸进入客人房间,而此时酒店的人工智能就会根据数据库反馈的客人信息来自动调节室内灯光、温度和客人喜欢的电视节目,并且通过人工智能与客人对话,询问客人是否需要语音叫早和设置闹钟服务;若客人提出第二天的出行要求,酒店的人工智能将为客人提供第二天的天气情况和提前安排好车辆,并根据客人饮食习惯和口味安排第二天的用餐;在客人退房时,通过手机安排退房,大大节省客人时间,提高经营效率。

2 人工智能在酒店中的应用策略

第一,升级消费场景中的智能化设备和技术,为客人提供精准服务。随着人工智能技术的不断发展和完善,智能化设备将会更加广泛地应用到酒店各消费场景中。在大堂、餐厅、客房、康乐等部门,酒店需要设置或者升级智能化设备,消费者可以通过智能设备完成消费选择和消费评价,这样做除了可提升消费者的消费便捷性外,还可以为消费者的行为收集和分析提供信息基础,并运用大数据技术进行分析,从而为后续的消费者个性化服务提供和后续的精准营销提供支撑。“菲住布渴”未来酒店依托阿里系的大数据和客户群进行智能化的变革和改造,对该酒店的未来客户群体有很好的预测和管理,相反的,消费数据也会为酒店行业的未来发展做出进一步的支撑和预判。

第二,提升管理运营系统智能化水平,优化管理流程和效率。在酒店的管理信息系统中接入或者升级智能化设备,可以提升经营管理效率。酒店内部工作内容较多,部门之间有较高的协调成本和沟通时滞性,在信息化和自媒体时代背景下,要迅速针对酒店管理部门横向协调和纵向沟通高效完成,智能化的运用将会在5G时代有更多更好的应用场景。

第三,推进人性化服务和智能化服务的协同,促进两者融合。人性化服务作为酒店服务中被不断强化的服务形式已经成为酒店竞争和口碑塑造的重要方式。然而人性化服务主要来源于酒店员工,在某些工作场景下会受限于员工本身的生理、知识储备、能力及素养高低等因素的制约而出现客人不满意甚至投诉的情况。智能化服务通过智能化信息系统处理并通过人机交互式网络完成,在对客服务、数据收集、应答反馈等方面更加精准。人性化服务和智能化服务可以在酒店的各环节服务流程上互补提升,智能化推进人性化服务走向精准精深,人性化服务促进智能化服务的功能挖掘。在移动互联时代,消费者对手机的消费依赖越来越明显,在智能化和人性化服务进程中,在酒店设备上设置更多与手机的接口是酒店必须要做的重要措施。

第四,加强员工培训,保证员工与智能化的与时俱进。员工是酒店竞争力和发展的财富,员工的可持续发展也是酒店可持续发展的保证。智能化酒店需要紧跟智能化发展的员工:首先需要对员工进行智能化思想意识的熏陶和培养,使员工主动接受智能化的变革趋势,愿意主动学习智能化的相关技能;其次,需要对员工进行智能化的技能培训,熟练掌握智能化的技能,在经营管理和对客服务等环节进行智能化的操作;第三,智能化将会对员工产生替代性,关于智能化和员工之间的相互替代和补充需要酒店做好协调和交接工作,逐步实现人工与智能化的协同发展。

3 人工智能在酒店行业的应用前景及展望

就目前来看,酒店的人工智能发展适应当下互联网时代人们的生活方式。在万物互联的新时代,特别是5G技术在我国

渐普及,人工智能在酒店消费和工作场景中必会成为标配。目前,人工智能在酒店运营中仍然存在较大障碍,主要表现在以下几个方面:第一,人工智能的建设及改造成本高。当下很多已经投入运营的酒店要实现人工智能的改造,首先需要对原来的设施设备、数据接口等进行新的更改和维护,这对酒店来说将会是一笔很大的成本支出。人工智能化改造的高成本会将一部分酒店的改造意愿和改造进程拉慢。第二,酒店集团对旗下酒店品牌有标准化要求,难以快速推进酒店智能化发展。大部分的酒店集团在子品牌的建设上都有一定的标准和要求,旗下酒店无法随心改造和推进智能化进程。第三,人工智能技术的发展需要匹配用户信息保护措施。人工智能时代除了会为消费者提供更加便捷的消费体验,也产生了更多的客户信息,诸如个人画像、消费行为等数据,需要酒店在人工智能推进的同时保护好用户隐私,信息保护的技术发展和相关法规政策也在阻碍着人工智能在酒店中的应用。第四,人工智能技术的发展及健全也会影响其在酒店中的应用。如消费者在餐厅中消费的菜品类型、口味等行为的收集尚未实现人工智能化;在酒店的入住环节,很多酒店虽然实现了智能化登记功能,然而还有很多酒店仍然需要重复输入登记信息等;智能化设备的设计、应用和维护也会直接影响到人工智能的推进。

在智能化酒店运营过程中,人工智能技术有待进一步提升。如香格里拉集团开始了客人用手机APP自助办理入离店手续,但是每天使用APP办理入离店手续的客人非常少。主要原因是香格里拉集团只为金环会员开启这项业务,对非会员暂时没有开放这一功能。这需要完善服务体系,扩大受益面。在数据收集方面,也缺少及时性和完整性,大多数酒店不能第一时间得到客人的全部信息,当客人到达酒店前台后,要重新输入身份信息、扫描身份证等,无疑给客人带来了不必要的等待环节,浪费了客人的时间,影响了入住体验。上海滴水湖某酒店使用机器人1年后经常出现半路停止或者转弯处卡住等现象,故机器人使用的寿命有待于延长。

人工智能的智慧服务必然是酒店行业未来的发展趋势,不管是从人工智能技术的发展还是酒店行业的转型升级,人工智能必将继续广泛应用于酒店的标准化、个性化经营管理和服务场景,一些目前无法处理的问题如信息接收慢、使用寿命、数据库储存等硬件问题也会逐步得到解决。当然,从酒店行业的服务特点来看,酒店的完全智能化难以大规模推广,毕竟,人的个性化需求在被充分重视和关注的今天,人工智能并不能完全替代人的服务。未来的酒店管理行业要以智慧酒店智能化服务体系为基础,对行业开展升级改造,创新管理体系,为今后的智慧服务产业提供标准,推动智慧服务产业的创新发展。

参考文献:

- [1] 刘珍珍. 基于人工智能的大学生思想政治教育创新研究[D]. 重庆邮电大学, 2020.
- [2] 李文英. 酒店人工智能应用现状及发展趋势探析[J]. 产业科技创新, 2019, 1(17): 18-19.

作者简介:

厉运昌(2002-), 山东日照人, 青岛黄海学院酒店管理本科专业在校生; 贾绪红(1981-), 山东诸城人, 硕士, 教授。