



专家洞察

打造酒店业的未来

区块链为当下和后疫情时代提供信任

合作方:



IBM 商业价值研究院



主题专家



Kurt Wedgwood

IBM 北美地区零售、消费品、
旅游与运输业区块链主管
wedgwood@us.ibm.com
linkedin.com/in/wedgwood

Kurt 负责 IBM 在北美地区零售、消费品和旅游行业的区块链业务，帮助客户在信息和流程执行方面建立更深层次的信任。他是西雅图大学兼职教授，校内创新与创业委员会名誉主席，正在与世界可持续发展工商理事会合作。Kurt 现居华盛顿州西雅图市，并获得了芝加哥大学的 MBA 学位。



Rob Grimes

国际食品与饮料技术协会创始人
兼首席执行官
rob.grimes@ifbta.org
linkedin.com/in/rogrimes
www.ifbta.org

Robert（以下简称“Rob”）Grimes 是国际食品与饮料技术协会 (IFBTA) 的创始人兼首席执行官，这是一个非营利性专业贸易协会，致力于促进和推动全球食品与饮料行业的技术发展和创新。Rob 此前还创办了食品服务技术会议展览 (FSTEC) 和 ConStrata 咨询与服务公司，ConStrata 为全球酒店、食品服务和零售行业提供 IT 服务。



Greg Land

IBM 旅游与运输业杰出行业主管
greg.land@us.ibm.com
linkedin.com/in/gregland

Greg 是全球行业主管，负责航空、酒店以及旅游相关服务行业的全球业务。加入 IBM 之前，他曾在 American Airlines、Sabre、Wyndham Hotel Group 和 Radius 全球旅游管理公司担任领导职务，在旅游业工作了 23 年。Greg 拥有计算机科学与会计学学士学位，以及俄克拉荷马州立大学的 MBA 学位。他还完成了沃顿商学院的高管领导力课程。



Michelle Menchin

IBM 全球企业咨询服务部区块链
服务客户互动总监
michelle.menchin@us.ibm.com
linkedin.com/in/michelle-menchin
@MenchinRizzo

Michelle 负责 IBM 区块链服务的全球产品和客户互动业务。她与各个组织紧密合作，在全球范围内发展和推动变革性的区块链能力。凭借在战略和组织变革管理方面超过 20 年的业务咨询经验，她能够为设计、部署和整合区块链网络带来深厚的行业专业知识，从而简化整个生态系统中的交易过程，并实现基于区块链的新业务模式。

扫码关注 IBM 商业价值研究院



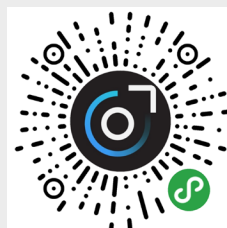
官网



微博



微信公众号



微信小程序

一切不会迅速恢复到曾经的状态，认识到这一点就会获得一个重要机会：立即重新考虑未来趋势。

要点

促进广泛和非传统的合作以建立信任平台，这是获得灵活性、业务弹性以及对抗不确定性和不稳定需求的能力的重要先决条件。

寻求区块链支持，在整个生态系统中安全地共享数据，并提供一致的个性化体验，让员工和客户获得安全感。

应用呈指数级发展的技术（比如人工智能、物联网和区块链），处理客户和其他运营数据，打造引人入胜的体验，吸引忠实客户。

—

引言

无座餐厅不提供就餐空间，甚至没有点餐位置，这看似是一种矛盾事物，但 Chipotle 认为这种模式是餐饮行业在城市未来市场制胜的关键。¹ 新式餐厅将只接受线上或通过其应用提交的订单，通过取餐或第三方送餐服务经营业务。事实证明，适用于某些披萨连锁店的模式可能在更广泛的领域展现出价值。

Chipotle 表示，这个想法早在新冠病毒疫情之前就已提出。² 但现在它发生了广泛的变化，综合了从其他领域学到的经验教训。酒店业在努力应对这场危机及其最终影响时需要考虑这些变化和教训。

无论餐厅、酒店和航空公司采取什么精准创新措施，他们都必须专注于满足当今最紧迫的需求，即让客户和员工在整个接待体验中感到安全和备受关怀。在最近的一项调研中，客户和员工将“企业拥有明确计划来确保环境的卫生和防疫安全”视为重中之重，这样他们才会重新前往或返回工作场所（请参阅 IBV 报告，“新冠病毒疫情与企业的未来调研”）。³

新冠病毒疫苗上市为这种信任等式增加了另一个可变因素。除了核酸检测问题之外，还要考虑员工和客户是否接种了疫苗，以及如何确认接种过疫苗以加强在特殊旅行或酒店环境中的信任？

赢得信任并非易事，但这是增加收入的必要先决条件。最新调研结果预测，旅行客户人数将缓慢回升，但大多数人近期没有旅行计划。许多人不确定即使新冠病毒消失后他们是否会乘坐飞机或游轮（请参阅 IBV 报告，“疫情过后恢复活力：旅游业复苏的四种方式”。⁴ 数字健康护照就是一个例子，这种护照可能会成为重要基础，帮助酒店业形成新的标准，而不是恢复到之前的常态（请参阅“洞察：护照能够证明”）。

实际上，如果认识到一切不会迅速恢复到曾经的状态，就能获得一个重要机会。随着酒店行业采取措施来重建信任，现在是时候重新考虑未来趋势，根据客户和员工的真正需求与他们重新开始互动，重新构想如何以最佳方式提供体验，从而建立足够的信任以带来健康的需求。

洞察： 护照能够证明

随着新冠病毒疫苗的诞生，人们对于恢复个人出行的希望越来越高。但从现实来看，这需要我们随时随地携带正确的健康和疫苗信息，便于证明我们的健康状况。有人提出一种解决方案，即数字健康护照。许多组织争相提供实现这种护照所需的手段和标准。将各种组织与医疗保健数据源连接起来是可以实现的，部分原因在于医疗保健领域拥有开放标准，例如快速医疗保健互操作性资源。

但并非所有努力都能获得同等的结果。产生信任的一个关键因素是可验证性 — 我们能否信任呈现的数据？另一个关键因素是隐私性 — 我能否确保只与我授权的人员共享潜在的敏感个人信息？为了实现这两点，需要使用支持不可篡改的共享账本的技术，用于记录网络中的交易和跟踪信息。区块链正是这样的技术，它是 IBM Digital Health Pass 之类可行的数字健康护照的重要组成部分。⁵

IBM Digital Health Pass 与 Salesforce 和美国卫生与公共服务部国家卫生研究院 (NIH) 合作，提供了一种可验证且保护隐私的方法，用来管理和共享智能手机上的疫苗接种和健康状况信息。它将与 Salesforce Work.com 工作场所指挥中心相整合，从而为企业提供一个统一中心，用于制定数据驱动的决策，保障员工安全地返岗复工，并重新开放其他公共空间。

例如，一个人接种疫苗之后，他或她将通过 IBM Digital Health Pass 获得可验证的健康凭证。这个凭证只存储在个人智能手机上加密的数字钱包中。但随后可以与值得信赖的各方共享，比如航空公司、酒店或餐厅，在进行预订、实际登机或进入场所时证明持有人目前的健康状况。

这样，使用区块链技术的 Digital Health Pass 就能帮助组织根据各自指定以及相关授权的标准，验证员工、客户和访客的健康凭证。

探索共享数据的机会, 在整个酒店生态系统中扩展客户体验。

整个体验同步提升

与那些只专注于如何生存的企业相比, 现在开始重新思考并进行改革的企业将更具竞争优势。他们将通过寻求新的机会而领先一步: 让客户和员工信息更畅通、参与度更高, 这有助于增加销售, 并提升忠诚度和整体满意度 (见图 1, “企业认识到需要加快转型速度”)。

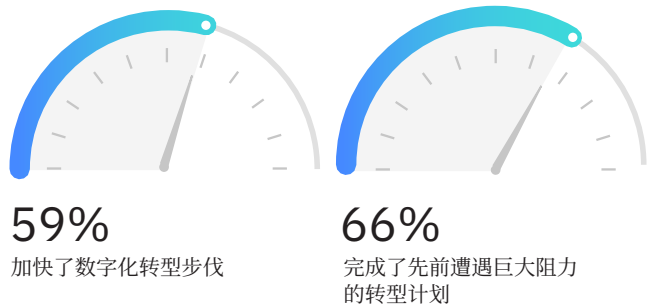
为实现这个目标, “单打独斗” 的策略行不通。客户可能认为酒店是安全的。但如果他们不信任到达酒店的交通方式, 包括机场、航班和接送工具, 他们不会入住酒店, 也不会经常光顾与这种特殊旅行体验相关的任何餐厅、剧院、运动场馆以及其他场所。相反, 通过合作来提供透明度和整合性的品牌能够建立安全保障与信任, 将获得更大的市场份额。

从另一种角度来看, 为确保交付卓越的客户体验, 而这种体验取决于众多参与者, 因此所有成员都必须共同行动。就像赛艇队员一样, 所有队员同步划船才能获胜, 而且哪怕只有一个人没有尽力, 整个赛艇都会落后 — 整个体验中的透明度和一致性是赢得客户信任的关键所在。

因此, 在重塑过程中, 酒店企业将需要考虑如何建立和参与“信任平台”, 即有效的生态系统, 为客户提供简单、完整、一致而又安全的体验。酒店行业还应积极从医疗保健之类的其他行业中学习经验。在医疗保健行业, 区块链已被用于为疫苗分销系统注入速度、问责制和透明度, 并帮助维持公众对疫苗功效的信任。⁶

—

图 1
企业认识到需要加快转型速度
新冠病毒疫情给数字化转型带来了紧迫感。



来源: IBM 商业价值研究院分析。
<https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/report/covid-19-future-business>

客户数据 — 不仅有助于个性化

或许最重要的是，成功的酒店企业将重新定义了解客户对于自身的意义，以及如何打造迎合客户需求的无缝体验。早在疫情爆发之前，许多企业就开始了解如何最充分地利用客户数据，大多数旨在实现个性化，这合乎情理。

但疫情加快了需求复杂化的速度。一种方法是将客户数据实时整合到自助服务应用中。另一种方法是探索共享数据的机会，既要能维护隐私，还要能改善和扩展整个酒店生态系统中的客户体验。

例如，宾客可以使用 Hilton Honors 移动应用预订房间、办理入住、选择房间、激活数字房门钥匙、请求服务、退房以及查看最终的费用账单。不过，酒店还有机会向其注入宾客数据，从而交付更个性化的数字体验。

这些应用还可以与旅游、食品与饮料、零售和健康行业中更广泛的生态系统合作伙伴实现整合，从而扩大整个接待体验的范围。其目标应该是，在不影响重要方面的情况下，尽可能地让宾客体验无接触。

毫不夸张地说，这让企业望而却步。但有些技术可以提供帮助，尤其是区块链。事实上，区块链若与人工智能和物联网等其他呈指数级发展的技术协同工作，将成为酒店的重要助手，通过让客户和员工感到安全和备受关怀而使他们放心，并为价值链中的合作伙伴提供更安全的协作方式，从而促进酒店业蓬勃发展。

做好准备：使用区块链满足紧迫的信任需求

对于酒店业而言，赢得信任是刺激需求的前提。尽管客户是主要关切对象，但同时也必须让员工相信自己的工作环境非常安全，他们所服务的客户不会威胁自己的身体健康。企业真正需要的是一种方法，用于验证身份、健康状况以及涉及接待体验每一部分的许多相关问题。区块链的特性使其成为了支持这种验证的理想选择。

区块链支持数字身份验证、个人健康状况证明、已知和可信供应商证明以及产品及其来源认证。它允许合作伙伴和利益相关方在整个客户接待体验中证明他们对卫生与健康 and 可持续性的承诺，并进行交流。（请参阅侧边栏，“挪威海鲜协会”。）

如今的消费者还希望了解他们食用或购买的商品的来源、成分和原料的真实性与质量以及是否以负责任的方式采购（请参阅 IBV 报告，“可持续性作为业务战略：通过目标驱动型消费者取胜”）。⁷ 借助区块链不可篡改的透明性，可以轻松明确地将此类产品特征传达给客户。供应商可以根据到期日期、季节性采购以及其他时间敏感参数做出更明智的买卖决策。凭借这种验证身份和来源的能力，组织可以构建安全的供应链和价值链并推动它的发展，从而吸引更大的客户群。反过来，他们也将实现更有效的协作，同时改善体验。

挪威海鲜协会：鲑鱼信息一览无余⁸

挪威海鲜协会为了更好地与消费者互动，率先开展新的跨行业合作，应用区块链技术共享供应链数据。参与者包括海水养殖鲑鱼的生产商，以及向这些养殖场提供高档鱼饲料的供应商。基于区块链的网络将允许北欧海鲜企业分享鱼类从海洋到商店的全程信息，向消费者保证所食用海鲜的安全性以及采用了可持续的生产方式。该网络还允许生产商讲述产品故事，介绍食物产地和最佳烹饪方法。

私有区块链网络可以记录有关捕获位置和时间、运输信息更新与清关等供应链事件以及温度的数据，这些数据还可以与许可方共享。

便携私密的疫苗接种证明——以及更多功能

如前面所述，新冠病毒疫苗的诞生为验证健康状况又增加了一个因素。许多人表示，有了疫苗，他们将更希望也更愿意回到公共场所。

然而，事情出现了转折：人们是否会选择接种新冠病毒疫苗存在很大的不确定性。2020年8月，只有45%的德国受访者和半数美国受访者有接种意愿。⁹

这使得航空公司、酒店、餐厅、班车和娱乐场所能够验证预订客户是否安全变得更加重要，比如他们是否接受过核酸检测？是否接种过疫苗？如果确认客户接受过核酸检测或接种过疫苗，就可以让员工和客户放心，他们拥有安全的环境。

诸如IBM的Digital Health Pass之类的数字健康护照是一种可行的解决方案。¹⁰如果这些护照建立在一个基于区块链的平台上，该平台能够结合多个动态数据源（例如核酸检测结果和现场测温结果），那么它们就能支持个人通过手机存储和分享健康状况。对于整个酒店行业的参与者而言，他们拥有良好的机会，可以与员工、客户、供应商和运营商合作利用这种能力。

在许多员工频繁更换工作或担任多种职位的行业中，这种能力可以让信任成为“便携式工作证”——能够伴随员工出行。这种验证方法也会成为提供验证的运营商或协会工作的公认优势。

最后，不应低估开诚布公地交流的价值。能够验证环境是否安全对于赢得客户信任至关重要。但仅凭这一种能力还不够。阐明客户应当为安全的环境做出什么贡献以及向他们传达正常运营流程的变更可能同样重要。一位旅行记者最近注意到，一家大型航空公司在这些方面表现出色，尽管乘客的正常飞行例程受到干扰，但他们做足了准备，并遵守相关要求。¹¹

验证环境是否安全对于赢得客户和员工的信任至关重要。但仅凭这一种能力还不够。

合作伙伴：借助区块链在“信任平台”上构建生态系统

尽管区块链可以为信任奠定坚实的基础，但只有应用到各种各样的组织，形成单一接待体验（从客户角度而言），这样才会奏效。航空公司要与汽车租赁机构、主题公园和酒店之间建立战略合作伙伴关系，但这远远不够，这些合作伙伴甚至还要共享双向 API 以增强各自的独立应用。

他们需要一个完整的生态系统，通过以一致方式呈现给客户的信任平台，将所有潜在合作伙伴连接起来。如果构建得当，这样的平台不仅能够提供合格旅行社或旅游网站所提供的连贯度假规划体验，涉及航班、酒店、接送、游览、餐厅

预订等，还可以提供更多支持（见图 2，“构建酒店业信任平台”）。

考虑忠诚度计划。基于区块链的忠诚度计划支持跨品牌兑换，某些市场已经对其进行了检验。¹²如果积分在信任平台的参与者中有效可用，那么它们可以实现多大程度的扩展？酒店忠诚度积分适用于当地场所；航空公司忠诚度积分可在目的地餐厅兑换。

这种平台中的参与者能否让忠诚度积分像替代货币一样在酒店、餐厅和零售店之间流动？超额的忠诚度积分能否捐赠给客户最喜欢的当地慈善机构？调研表明，几乎所有国家或地区的消费者都在增加对当地购物和当地生产商品的需求。¹³

图 2

构建酒店业信任平台

一场无缝且安全的旅程 — 旅客和员工拥有相同的体验



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38380

