



酒店管理类专业精品教材

酒店管理信息系统实训教程 CSHIS系统应用

▲
TRAINING COURSE OF
HOTEL MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM

田启利 王中锋◎主编



中国旅游出版社

酒店管理类专业精品教材



酒店管理信息系统实训教程 CSHIS系统应用

TRAINING COURSE OF
HOTEL MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM

田启利 王中锋◎主编

本书可作为高等院校酒店管理专业及相关专业的实训教材，也可供从事酒店管理工作的人员参考。

中国旅游出版社

策划编辑：李志忠

责任编辑：李志忠

责任印制：谢雨

封面设计：何杰

图书在版编目(CIP)数据

酒店管理信息系统实训教程：CSHIS系统应用 / 田启利，王中锋主编. -- 北京：中国旅游出版社，2017.8
酒店管理类专业精品教材
ISBN 978-7-5032-5869-5

I. ①酒… II. ①田… ②王… III. ①饭店—商业管理—管理信息系统—教材 IV. ①F719.2-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第181431号

书 名：酒店管理信息系统实训教程：CSHIS系统应用

作 者：田启利 王中锋 主编

出版发行：中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲9号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cmta.gov.cn

营销中心电话：010-85166503

排 版：北京旅教文化传播有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：河北省三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2017年8月第1版 2017年8月第1次印刷

开 本：787毫米×1092毫米 1/16

印 张：13.5

字 数：260千

定 价：36.80元

I S B N 978-7-5032-5869-5

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与营销中心联系调换

序 言

18年来，我一直从事酒店信息管理方面的工作，见证着公司从一家软件公司向全数据平台发展，经历着中国酒店业信息化的进程。

中软好泰成立于1995年，是中国最优秀的酒店管理系统提供商，是中国酒店行业民族软件领先品牌。以专业化水平、国际化视角，为酒店设计了高水平的管理系统。其设计的中软酒店管理系统 CSHIS Professional、International 以及 Cloud 等版本的产品，以出色的技术，引领了国内酒店管理软件的发展方向。2008年，携程旅行网并购了中软好泰，无论是为公司管理水平的提升，还是产品未来的发展方向，均提供了强大而丰富的平台资源，使中软好泰酒店系统具有更大的价值和更强的能力服务于中国酒店业。

2015年3月25日，携程宣布其麾下全资子公司中软好泰与其旗下慧评网重组成立众荟信息技术股份有限公司，佳驰、客栈通并入众荟基础软件事业部，众荟信息融合酒店行业大数据以及云计算技术，布局中国首个酒店业全数据平台，自此，中软好泰超越了先前的纯产品与服务提供商的角色，进入了一个平台型公司的新高度。

近年来，中国酒店业整体经营情况面临着供求失衡、政策紧缩、低水平和同质化竞争等巨大考验，酒店业的发展到了一个需要运用新技术、特别是移动互联网技术进行变革的新阶段。在这样一个供求关系剧烈变更的市场中，酒店亟须快速响应市场，推出差异化的产品和服务，加强精细化经营、人性化管理，在多面夹击的竞争环境中占据一席之地、赢得商机并创立品牌。

我与田启利、王中锋两位老师相识于三年前，他们都从事酒店管理专业的职业教育工作，其负责的酒店管理专业在“校企合作”“工学交替”等职业教育理念方面，进行了积极实践和探索，培养了一大批酒店行业优秀人才。他们开设有“酒店管理信息系统”这门课程，选用了中软系统作为教学系统，让学生在真实的环境中学到了实用的技能，为将来的就业与工作奠定了基础。他们的这本新作，全面介绍了酒店信息管理软件在酒店各实际岗位的操作，而且按照职业教育理念进行了模块化的结构编排，每一项项目后面还有对应的练习题和相关知识链接，具有很强的实践指导性。我积极向已经进入或者即将进入饭店业的各位同人，尤其是从事酒店信息化工作的各位同人，推荐这本书籍。它既适合作为一般操作技能的学习资料，也适合作为高级操作技能的学习资料，希望各位读者能从这本书中汲取到有用的知识和技能，并在以后的工作中发挥作用。

北京众荟信息技术股份有限公司

西安分公司总经理 薛海峰

前言

酒店管理信息系统是酒店管理专业、旅游管理专业的技能课程，是酒店管理与信息管理的交叉课程，具有较强的实践应用性。随着旅游业的快速发展，旅游产业已经成为我国国民经济的支柱产业之一，酒店业也将迎来发展的春天。同时，信息技术给各行业都带来了深刻的变革，“互联网+”成了各行各业转型变革的热词。“互联网+”与酒店行业的结合使得这个传统行业重新迎来了新一轮的发展动力，互联网使得酒店的运营模式出现了转变，实现了酒店管理信息系统同“OTA”和移动端的互联互通。同时，也改变了人们预订酒店和住宿的体验，消费方式的便捷化使得行业市场不断扩大。作为一名酒店管理专业的学生，必须具备酒店管理信息系统的实际操作能力。从管理的角度去掌握 IT 技术，从信息的角度去管理企业，这是对现代管理人才的基本要求。

本书按照职业技能学习的规律进行规划，整合了“边学边做”“做学结合”的职业教育理念。全书分为 3 篇 12 个模块，内容深入浅出、通俗易懂，实训设计上强调可操作性，内容上强调连续性，实训练习强调针对性，以便使得学生通过实践环节真正掌握信息系统的方方面面。本书可作为信息管理与信息系统专业、管理科学与工程专业、工商管理类专业学生的实训教材，也可供饭店管理部门、前厅、客房、餐饮、销售和收银等相关人员培训使用。

本书前九个模块由陕西工商职业学院田启利编写，后三个模块、附录由陕西工商职业学院王中锋编写，并负责校对。本书在编写的过程中得到了北京众荟信息技术股份有限公司西安分公司薛海峰总经理的大力支持，并在百忙中为本书作序，提供相关材料和支持，同时得到了该公司销售部贾磊总监及技术人员的帮助。还得到了西安帝都宾馆王征总经理的帮助。是他们不厌其烦地一遍又一遍的讨论和建议，才有了这本书的完稿，在此一并表示感谢！

由于编者水平有限，编写时间仓促，书中疏漏与不足之处在所难免，敬请同行专家和广大读者指正。

编 者

目 录

第一篇 基础准备篇

模块一 酒店管理信息系统概述	3
实训一 管理信息系统在酒店管理中的应用	3
实训二 国内外酒店信息管理软件概况	6
模块二 CSHIS 系统概述	11
实训一 掌握账户的相关概念及分类	11
实训二 掌握信息管理的其他概念	14
模块三 酒店管理信息系统客户端程序安装、启动及退出	21
实训一 酒店管理信息系统的安装与卸载	21
实训二 酒店管理信息系统的登录与退出	27

第二篇 操作运营篇

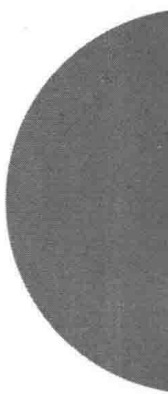
模块四 酒店管理信息系统查询	35
实训一 宾客查询	35
实训二 团队查询	40
实训三 房态查询	42
模块五 前台接待	47
实训一 前台接待操作界面	47
实训二 散客预订	49
实训三 【户籍屏幕】填写	54
实训四 散客开房	68
实训五 团队会议	71
实训六 前台接待——浏览和修改	78
实训七 前台接待——换房和合住	82
实训八 前台接待——预订相关	85
实训九 前台接待——其他功能	87

模块六 前台收银	94
实训一 挂账付款	94
实训二 酒店结账业务	98
实训三 酒店打印账单和账务审核	104
实训四 前台收银的其他操作	107
模块七 酒店餐饮娱乐	110
实训一 酒店餐饮娱乐服务流程和账单界面	110
实训二 酒店餐饮娱乐点单	113
实训三 酒店餐饮娱乐结账	120
实训四 酒店餐饮娱乐账单处理	123
模块八 酒店客房中心	130
实训一 酒店客房房态管理	130
实训二 酒店客房房态图右键功能和楼层统计	135
模块九 酒店销售部	139
实训一 酒店销售部新建客户	139
实训二 酒店客户管理	143
实训三 酒店销售部的其他功能	146
模块十 酒店应收管理	152
实训一 应收账户管理	152
实训二 酒店应收账款务处理	155
实训三 酒店应收的其他操作	164
模块十一 夜审	169
实训一 酒店夜审基本操作	169
实训二 酒店夜审附加操作	172

第三篇 理论拓展篇

模块十二 酒店管理信息系统之云服务	177
知识一 关于云服务	177
知识二 云服务在酒店中的应用	179
附录一 快捷键列表	186
附录二 酒店常用中英文对照及缩写	195
附录三 考核试题	203

第一篇 基础准备篇



模块一

酒店管理信息系统概述

实训一 管理信息系统在酒店管理中的应用

实训目的

1. 了解酒店信息管理系统基本定义；
2. 掌握酒店管理信息系统的功能；
3. 掌握酒店管理信息系统的应用流程。

实训内容

针对不同规模的酒店企业，了解酒店的信息化结构与内容，通过网络搜索，了解酒店整体业务流程，了解酒店整体业务流程与各部门职能。

实训步骤

一、酒店管理信息系统的概念

1. 管理信息系统的概念

管理信息系统（Management Information Systems, MIS），是一个不断发展的新型学科，其定义随着计算机技术和通信技术的进步也在不断更新，在现阶段普遍认为管理信息系统是由人和计算机设备或其他信息处理手段组成，并用于管理信息的系统。其结构原理如图 1.1 所示。

管理信息由信息的采集、信息的传递、信息的储存、信息的加工、信息的维护和信息的使用六个方面组成。完善的管理信息系统 MIS 具有以下四个标准：确定的信息需求、信息的可采集与可加工、可以通过程序为管理人员提供信息、可以对信息进行管

理。具有统一规划的数据库是 MIS 成熟的重要标志，它象征着管理信息系统 MIS 是软件工程的产物。管理信息系统 MIS 是一个交叉综合学科，组成部分有：计算机学（网络通信、数据库、计算机语言等）、数学（统计学、运筹学、线性规划等）、管理学、仿真学等。信息是管理上的一项极为重要的资源，管理工作的成败取决于能否做出有效的决策，而决策的正确程度则在很大程度上取决于信息的质量。所以能否有效地管理信息成为企业管理面临的首要问题，管理信息系统在强调管理、信息的现代社会中越来越得到普及。

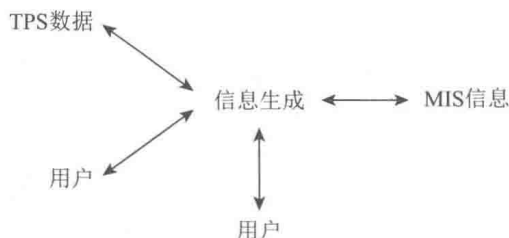


图 1.1 管理信息系统结构原理

2. 酒店管理信息系统的概念

酒店管理信息系统作为管理信息系统在酒店行业中的应用，实质上是对酒店运行过程中人流、物流、资金流、信息流的管理，以提高酒店的管理效益及经济效益，提高服务质量、工作效率，完善酒店内部管理机制，提高酒店服务水平等为目标。

二、酒店管理信息系统的功能

酒店信息化是一个集计算机技术、信息技术、网络通信技术、数字语音技术、多媒体技术和酒店科学管理为一体的，以达到节省运营成本、提高运营质量，给顾客带来高质量服务的技术手段。

随着通信技术、网络技术和人工智能的发展，未来酒店的竞争将主要在智能化、信息化、个性化方面展开。店内装潢、客房数量、房间设施等方面的质量竞争和价格竞争将居于二线。

酒店信息化在酒店行业主要指三个方面：

一是为酒店的管理者、决策者提供能及时、准确地掌握酒店经营各个环节情况的信息技术。

二是针对酒店的经营，为节省运营成本、提高运营质量和管理效率的信息化管理和控制技术。

三是直接对顾客提供服务的信息化技术。

当今社会，随着信息化技术的迅速发展，特别是大数据处理能力的提高，使得酒店管理信息系统在酒店的运营、市场细分、成本控制和个性化服务方面发挥出越来越大的作用。其具体包括以下功能：

一是信息处理功能。在酒店前台预订、信息查询和客人结账退房中产生了大量的数

据，这些数据包括客人消费数据、客人资料数据、旅游动态数据等，这些数据的采集、处理、分析等需要通过酒店管理信息系统来完成。还包括酒店业务的数据采集、传输、存储、加工和维护等。

二是控制功能。通过酒店管理信息系统，能够完善和提高酒店后台各方面的管理水平和效率，为前台更好的经营服务提供支撑，同时，通过酒店管理信息系统能够优化酒店设备、能源、仓库、采购和人工等方面的控制流程，提高经济效益。

三是分析预测功能。通过酒店信息管理系统的分析和预测功能，可以提高酒店管理的精度。目前，大多数酒店管理信息系统都已开发了相关的分析模块，特别是高星级酒店，其管理信息系统都有分析和预测的功能。例如，餐饮成本分析模块、前台客源分析模块、财务报表分析模块、客房价格预测模块、酒店经营预测模块等。

四是决策功能。在酒店管理中，酒店客房的价格问题、酒店投资的选择问题、酒店促销活动的选定问题等，都属于非结构化的管理问题。酒店管理信息系统能提供完备的历史及当年度的数据，能提供各种分析模式，使管理者很方便地掌握酒店经营状况，完成复杂的分析工作，做出科学的决策，避免管理靠经验、靠感觉的情况。

三、酒店管理信息系统结构图

酒店管理信息系统主要包括四大子系统：前台系统、后台系统、扩充系统和接口系统，不同的子系统又具体包含不同的业务功能，如图 1.2 所示。

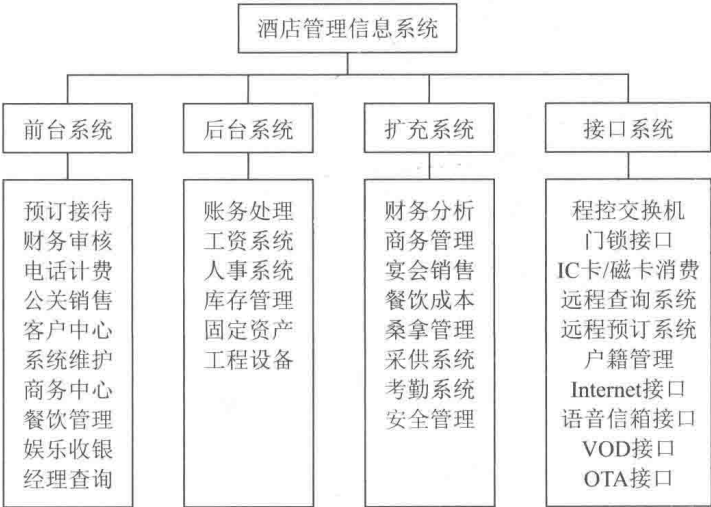


图 1.2 酒店管理信息系统结构图

实训考核

分组通过网络搜索，了解五星级酒店的组织结构图，并制作成 PPT 在班级展示。

实训二 国内外酒店信息管理软件概况

实训目的

1. 了解国内外酒店信息管理系统的基本情况；
2. 掌握国际上比较流行的酒店信息管理软件的发展历史及特点。

实训内容

通过网络检索，了解文中所提到软件的详细历史和特点。

实训步骤

一、华仪酒店管理系统（航信华仪）

1979 年，清华大学教授金国芬为北京前门饭店开发了一个具有查询功能的酒店管理软件，开创了国内酒店管理的先河；1987 年成立华仪软件系统工程有限公司。2009 年，为加强销售和售后服务工作，成立了由主要管理人员持股的北京华仪锦秋软件技术有限公司。2012 年，国资委下属企业中国民航信息网络股份有限公司入主北京华仪锦秋软件技术公司，公司改名为北京航信华仪软件技术有限公司。

华仪酒店管理系统具体包括：酒店集团管理系统、酒店客户管理系统、餐饮管理系统、经理决策分析系统、营销专家管理系统、桑拿管理系统、后台管理系统、接口系统等模块或子系统。

二、西湖软件（Foxhis）

1993 年 6 月，杭州西湖软件有限公司成立，研发了西湖软件（Foxhis 系统），目前最新版为 X5 版，成为最大的国产酒店信息系统公司，公司于 2006 年 12 月 18 日与 Fidelio 和 OPERA 系统的国内代理商北京中长石基信息技术股份有限公司合并。并于 2007 年以石基信息（002153）的名称在深圳中小企业板上市。

三、Fidelio 酒店系统

Fidelio 是世界最著名的酒店管理系统，1987 年 10 月 Fidelio Software GmbH 在德国慕尼黑成立，成立 4 年后就成了欧洲顶尖的酒店管理软件公司，成立 6 年后跃居世界酒店信息系统供应商之首。之后并入美国 Micros System Inc 公司，1995 年 Micros 成立中

国分公司——上海富达，2003年北京中长石基信息技术有限公司从 Micros 公司取得了 Fidelio 和 Opera 中国唯一的销售许可。

但是，Fidelio 没有为大陆开发中文增值包（连微软 MSOffice 都特意为中国市场增加了增值服务包），而且故障维护费用惊人。但其作为一个酒店整体解决方案（ERP）进入酒店，系统本身融入了开发者的管理思想和理念，安装了该系统，就需要导入它所附带的经营理念。

Fidelio 和 Opera 几乎是所有国内高端外资酒店的共同选择，在国内，除非五星级或者有一定影响力的酒店，一般都不进行合作。

四、Opera PMS 前台管理系统

Opera 是美国 Micros 公司的产品，国内代理商为北京中长石基信息技术有限公司，为一系列接待业服务形态软件集合，其中 Opera PMS 为其核心部分。PMS 全称为 Property Management System，直译为物业管理系统，也有翻译为酒店管理系统。Opera PMS 系统在设计上迎合不同规模酒店以及酒店集团的需求，为酒店管理层和员工提供了全方位系统工具，以便其快捷高效地处理客户预订、入住退房、房间分配、房内设施管理、入住客户膳宿需求，以及账户账单管理等日常工作。

Opera PMS 可以根据不同酒店不同的运营需求，来合理地配置系统以贴合酒店的实际运作。除单体酒店模式外，还提供多酒店模式，通过一个共享的数据库，实现多个酒店的数据存取和相互访问。Opera PMS 和其他系统可以实现完美结合，共同构成 Opera 企业级软件解决方案。例如，Opera 销售宴会系统、Opera 物业业主管理系统、Opera 工程管理系统、Opera 中央预订系统和 Opera 中央客户信息管理系统。

五、中软酒店管理系统

中软酒店管理系统 CSHIS Professional 是中软好泰公司以专业水准打造的精品，融合了国际先进管理模式，充分满足不同酒店多样化、个性化和人性化的需求，不但操作简便快捷，而且将大量强化管理控制、提高服务质量的功能融汇其中，是性价比极高的超值产品，领导了国内酒店管理软件的发展趋势和技术方向。其突出特点如下：

一是突破传统——前台整合，实现一站式服务。将预订、接待、收银、问询等前台工作整合在一起，不再分别安排服务员，使酒店前台可以向宾客提供一站式服务，宾客面对任何一个前台服务员，他的全部需求都能够得到一次性的解决。这样的设计能够使宾客感觉更亲切、更快捷，增加宾客对酒店的好感，提升酒店的形象。

二是事无巨细——全程预订。可以在前台直接进行餐厅、会议室、康乐中心等销售点的预订，从摆台方式、条幅设计、设备租用到菜谱选择、娱乐项目、价格标准无不提供详细的设定，再紧密、复杂的日程也能够安排得井井有条。预订完成后，还可以定义、生成和分发各部门的任务工作单，提前落实所有相应的准备工作，确保接待工作的万无一失。

三是酒店经营状况的窗口。系统能够让酒店管理者实时了解到当前经营的多方面数

据,并具有有效的分析功能,系统自动生成的“7日预测”,可为酒店管理者提供未来走势分析,使其能够提前调整经营策略。

实训考核

通过网络,进一步了解 Fidelio 酒店系统、Opera PMS 前台管理系统和中软酒店管理系统 CSHIS 的优缺点,并进行对比分析。

知识链接

信息化时代,酒店如何利用互联网?

自从进入信息化时代,互联网为酒店业带来颠覆性的变化,无论是营销渠道还是客户习惯,抑或是酒店技术,酒店应该如何利用互联网获取更大收益呢?

自 2015 年至今,饭店业与 OTA、“互联网+”的新闻可谓层出不穷。2015 年,首旅酒店、石基信息、阿里旅行签订了战略合作协议。首旅酒店将成为阿里旅行和石基信息“互联网+”战略的落地地,石基信息将协助首旅推动酒店信息管理系统和阿里旅行系统的互联互通,同时三方将开展在大数据、云计算、智慧酒店和电子商务业务方面的深度合作。而在 2014 年,阿里旅行已斥资 28.1 亿元入股石基信息。当该则消息还在业内发酵之时,2015 年 5 月 22 日,铂涛集团联手携程网和腾讯收购了 Expedia 所持有的艺龙控股权,成为国内第二大 OTA。

如今我们进入了全民信息化时代,酒店生存方式已发生翻天覆地的变化,传统的酒店管理找到了与互联网结合发展创造更大价值的可能。在这个信息化的时代,酒店行业与互联网发生跨界融合,已不是能不能做的事情,而是毋庸置疑必要去做的事情。在这样一个发展的时代,我们酒店人必须要学会用互联网思维去管理酒店,为酒店创造更大的收益。

我们先来看一看现在酒店行业的发展现状,在过去 10 年,中国酒店业的蓬勃发展累积了诸多问题,包括在“大干快上”的理念下的过度投资、偏离市场的设施定位、缺乏创新的产品、酒店模式的同质化等。今天的酒店业发展已进入新常态。这些新常态代表酒店业告别粗放增长的高大上时代,进入了回归本质的全新发展时期。

从盈利能力来看,酒店行业原材料价格上涨且居高不下、人力成本上升,OTA 摊薄了酒店的利润,加上相关政策和外部大环境的影响,高星级酒店连续亏损,客房收入与餐饮收入全线下跌,导致酒店行业业绩始终在微利或亏损边缘徘徊。

从行业创新来看,当前酒店业正进入高速调整期,酒店的管理模式、产品模式、市场模式都在进行根本性和结构性变革。从市场环境来说,品牌创新将进入高速爆发期,品牌取代星级成为市场标杆。连锁企业将压缩更多单体酒店的市场空间。

接下来我们谈谈酒店行业的市场变化,中国酒店业面临很大挑战,首先是这几年世

界经济局势变化,以中国酒店行业市场而言,即“八规六禁”等一系列政策出台后,诸多高端品牌酒店都面临收益下滑问题。其次,随着酒店企业竞争加剧,各个酒店正面临从大而化之到小而精细的困局。

精品酒店市场需求高,随着中国酒店市场的发展,酒店行业竞争日趋激烈,经济型酒店在经历“跑马圈地”的时代后,开始进入发展瓶颈期;高端酒店也因大环境的影响,发展不够理想。所以,不少酒店投资者们将目光转向了精品酒店市场。

中端品牌酒店是中国酒店业发展中的一个热点,经历了“节俭风”后,消费者正逐渐从疯狂追求豪华到回归理性,使更多客源流向中档酒店。目前,中档酒店市场可以说处于相对空白阶段,国际巨头和经济型酒店巨头均看中了这个领域。本土酒店集团和海外酒店集团争夺中高端酒店市场的战争悄然打响,随之上演的是中高端酒店市场的品牌之争。

酒店内参曾报道万豪与东呈酒店集团联姻在中国推出新品牌,东呈酒店集团将牵手万豪角逐中端酒店市场。据酒店内参获悉,日前万豪国际集团与东呈酒店集团正式签订独家发展协议,将在中国内地市场推出“万枫”酒店品牌,东呈目标在五年内开发140家万枫酒店。

自驾游兴起,随着私家车的普及和自驾游趋势的发展,自驾游逐渐成为中国国民日常旅行的主要方式之一。为了适应自驾游的发展,国内旅游业产生了以汽车营地和自驾游基地为代表的新型服务,政府部门以及景区也在道路维护及配套相关基础设施上进行了可观的投资。

长租公寓市场不可忽略,长租公寓是租赁市场中的一个新兴力量,也是产业趋势中处于风口上的市场。粗略估计,中国的租赁市场规模超过万亿元,潜在空间巨大,这也是长租公寓受到广泛关注的原因之一。

高端酒店需转型,高端酒店应避免同质化,在特定的细分市场中以独树一帜的风格取胜,将体验经济落实到酒店的产品设计和经营中去。很多高端酒店都挣扎在生存线的边缘,但也有一部分高端酒店在市场中闯出了自己的“天地”,取得了较好的经营业绩。中国经济在发展,高档酒店面临的并不是行业的冬天,而是理性健康成长的新机遇。

智慧酒店的兴起,智慧酒店是指酒店拥有一套完善的智能化体系,通过数字化与网络化实现酒店数字信息化服务技术。智慧酒店是指利用物联网、云计算、移动互联网等新一代信息技术,通过酒店内各类旅游信息的自动感知、及时传送和数据挖掘分析实现旅游六要素的电子化、信息化和智能化,满足客人个性化需求,并帮助酒店达成开源、节流、增效的目的。

信息化时代的客户体验。互联网曾经对旅游行业产生了巨大的影响,消费者们纷纷涌向网上旅行社,寻找最合适的机票和酒店产品,并且阅读旅行指南来提前安排他们的行程。comScore的数据显示,移动端是最新一个冲击旅游行业的销售渠道。就全球的旅游业发展而言,互联网已然将其变化了模样,人们的出行更加频繁、便利。但从全球看中国,你会发现这一姿态表达的更加激烈,互联网与传统旅游的融合更加紧密。从



资料来源扫一扫

国内最新消息看来，互联网已经将中国旅游业进行了彻底的清洗，人们可以通过移动端看旅游攻略，可以进行旅游信息的收集，也可以通过 PC 端进行支付和与旅游网站联系。从如今的现状看来互联网已经改变了国人的吃、穿、住、行。显然，无论是移动互联网还是传统 PC 互联网如今的发展都是相当快速的，对于传统酒店业而言是一次难得契机。

“互联网+”助力酒店获取更大收益

酒店行业的市场足够大，六大联盟体的成立，是合作、竞争、共赢，这表明了酒店业的一种自觉醒悟，它意味着酒店业已经开始思考转变自身营销体系的结构。

整个互联网生态和体系已然发生了变化，这样的变化笔者认为有两点：

1. 客人与酒店的接触方式发生了变化。以前客人是借助第三方去寻找合适的酒店，酒店与客人直接的沟通少，现在客人可以通过移动端、微信微博等多方面来获取酒店的信息，从而选择合适的酒店入住。

2. 消费者本身的消费习惯发生了变化。有互联网与没有互联网的差别，消费者获取酒店信息的渠道大有不同，特别是现在的年轻顾客，他们会更快地接触到酒店信息。

随着移动互联网的持续发展和智能手机的普及，谁能洞察消费趋势，及时满足消费者需求，谁就能赢得更多的客人和更高的客户满意度。很多营销创意、产品开发单靠经验是想不到的。

大数据营销的效果现在远还没有充分显现出来，问题之一就在于还没有足够的流量形成大数据分析的基础，互联网产品更迭很快，微博的失势，微信的兴起是一个现象，可能3年后又会流行其他的产品，同样的，年轻人的生活和行为方式会紧跟潮流，因此酒店也要紧跟时代潮流，不要做违背时代和历史潮流的事情。

笔者认为，在这个信息化的时代，酒店要想获得更大的收益，就应该从我们的顾客角度出发思考如何借助互联网做好跨界整合来帮助酒店提高收益。时代变了，我们的生活方式也发生着转变，酒店应该思考，如何全方位地看待此次转变。



资料来源扫一扫