

h2c全球调研

酒店业人工智能与 自动化应用报告

应对当下挑战，塑造未来价值

H2C' S GLOBAL STUDY

AI & AUTOMATION IN HOSPITALITY

NAVIGATING TODAY' S CHALLENGES, SHAPING TOMORROW' S GAINS

*本报告由h2c出品，石基信息编译。



目录

CONTENTS

001

核心发现

Key Findings

002

AI应用现状

The State of AI Adoption

003

跨部门AI战略协同

AI Strategy Alignment
Across Departments

004

AI与自动化落地
的核心挑战

Biggest Challenges of Adapting
AI & Automation

005

营销活动
自动化水平

Level of Automated
Marketing Activities

006

AI在宾客体验提
升中的应用

AI-driven Applications
for Enhancing the
Guest Experience

007

AI驱动的收益管理
与定价决策

AI-driven Revenue Management
& Pricing Decisions

008

AI投资决策核心
驱动因素

AI Investment Decision-
driving Factors

009

AI对人员配置、培训
与岗位职责的影响

How AI Impacts Staffing,
Training and Job Roles

010

AI发展趋势

Where is AI Heading?

011

调研方法

Methodology

前言

INTRODUCTION

Shiji

人工智能（AI）与自动化正快速重塑全球酒店行业。然而，众多酒店集团仍难以实现技术规模化落地与可衡量的商业价值转化。h2c 发布的这项重磅调研，全面呈现了行业当前应用现状与未来发展方向，在技术变革加速的背景下，真实捕捉酒店从业者的核心观点。

本次调研覆盖欧洲、中东与非洲、亚太、美洲四大区域，收集了来自171家酒店集团的189份有效反馈。数据显示，78%的酒店集团已启用人工智能，89%计划新增应用场景，但多数项目仍停留在试点阶段，或仅依赖通用型公共工具。人工智能平均依赖度得分（4.7分）持续低于信任度得分（6.6分），凸显巨大的未开发潜力。释放这一价值，需要更充分的可靠性验证、更完善的投资回报率（ROI）测算，以及全企业级的系统整合。

这份技术报告聚焦人工智能创造核心价值的领域——从商业智能、智能聊天机器人到数字营销，识别阻碍发展的战略与运营短板。报告深入分析酒店集团在自主研发与外部采购间的决策逻辑、人才短缺与战略模糊带来的障碍，以及营销、收益管理、宾客体验板块对人工智能转型的适配能力。

调研结果同时显示，尽管行业对智能聊天机器人等成熟技术期待颇高，但创新焦点正快速转向机器人流程自动化（RPA）、新兴智能代理、数字身份核验，以及更精细化的自动化宾客交互服务。

01 核心发现

KEY FINDINGS



01

信任与依赖鸿沟制约发展

人工智能信任度达 6.6 分，但依赖度仅 4.7 分，存在显著未兑现潜力。弥合差距需强化可靠性验证、投资回报率测算与运营整合。

02

应用普及但偏战术层面

78% 的集团已使用人工智能，89% 计划拓展场景，但多数局限于试点或公共工具。全企业级战略部署稀缺，却是释放价值的关键。

03

商业智能引领AI价值创造

商业智能 / 数据分析价值认可度居首 (7.8 分)，智能聊天机器人 (7.7 分)、数字营销 (7.2 分) 紧随其后。集团认可智能决策与宾客互动潜力，但系统整合仍有短板。

04

战略协同是核心短板

仅 8% 的集团拥有正式的全公司人工智能战略。缺乏高层引领与清晰规划，投资易碎片化、价值难以释放。

05

人才短板大于技术障碍

人工智能专业人才匮乏（62%）、战略不清晰（51%），比投资回报不确定、技术局限更棘手。团队技能升级与路线图明确化至关重要。

06

数据质量与整合是核心前提

数据孤岛、质量低下、整合不足（尤其小型集团），严重制约个性化服务与自动化推进。

07

投资回报率衡量尚处初级阶段

42% 的集团完全不追踪人工智能投资回报。缺乏统一衡量标准，预算申请与试点规模化将持续受阻。

08

AI在宾客体验中的应用蓄势增长

未来两年，升级销售（54%）、个性化预订（49%）规划率居高，预示面向宾客的人工智能应用将快速普及。

09

先行者可凭创新建立差异化优势

率先将人工智能用于运营提效与宾客体验升级的集团，可在行业普及前树立竞争标杆。

02 AI应用现状

THE STATE OF AI ADOPTION



AI应用现状

78%

酒店集团已使用人工智能

89%

计划新增应用场景

3%

既未使用也无应用计划

当前最常用的AI应用 (42%):

智能聊天机器人

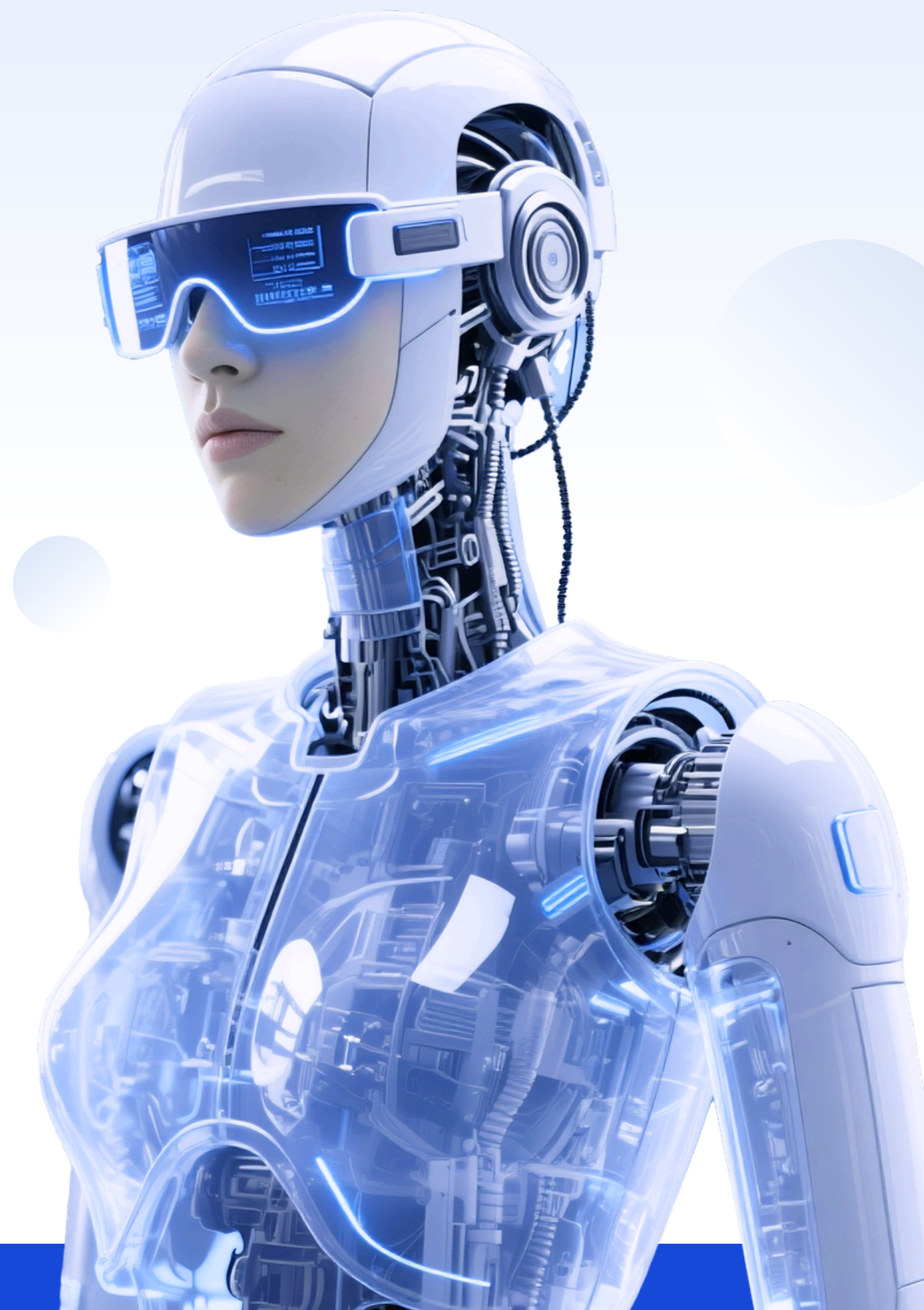
计划最广泛的AI应用 (50%):

客户数据管理

AI创造价值最高的领域 (78%):

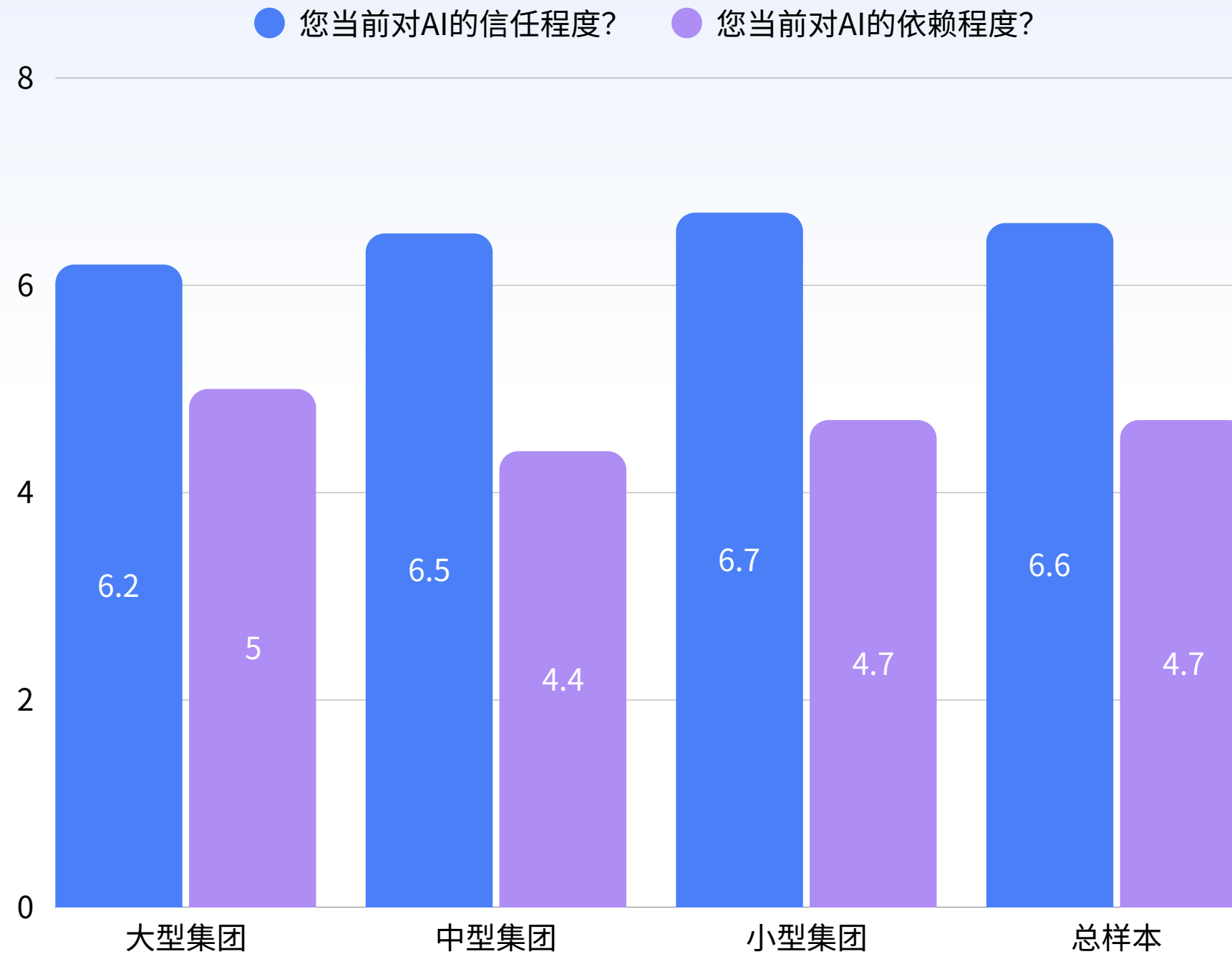
商业智能 (BI)

Q: 贵公司目前在使用或计划在未来12-24个月内使用人工智能的业务领域是哪些? N=188



酒店业AI依赖度仍处于早期阶段

对AI解决方案的信任度与依赖度感知



尽管行业对AI存在一定的信任，但**低依赖度**暴露出行业整体在**AI应用与信心**方面仍然存在较大的Gap，这需行业利益相关方立即采取行动。

通过净推荐值（NPS）我们可以看到：

- 信任度得分（-30）反映行业对AI在可靠性、准确性、数据安全的质疑
- 依赖度得分（-70）则凸显出行业在AI信心与满意度方面薄弱，亟待重点改善。

净推荐值（NPS）说明：

-100：所有受访者为贬损者（0-6分）

0：推荐者（9-10分）与贬损者占比持平

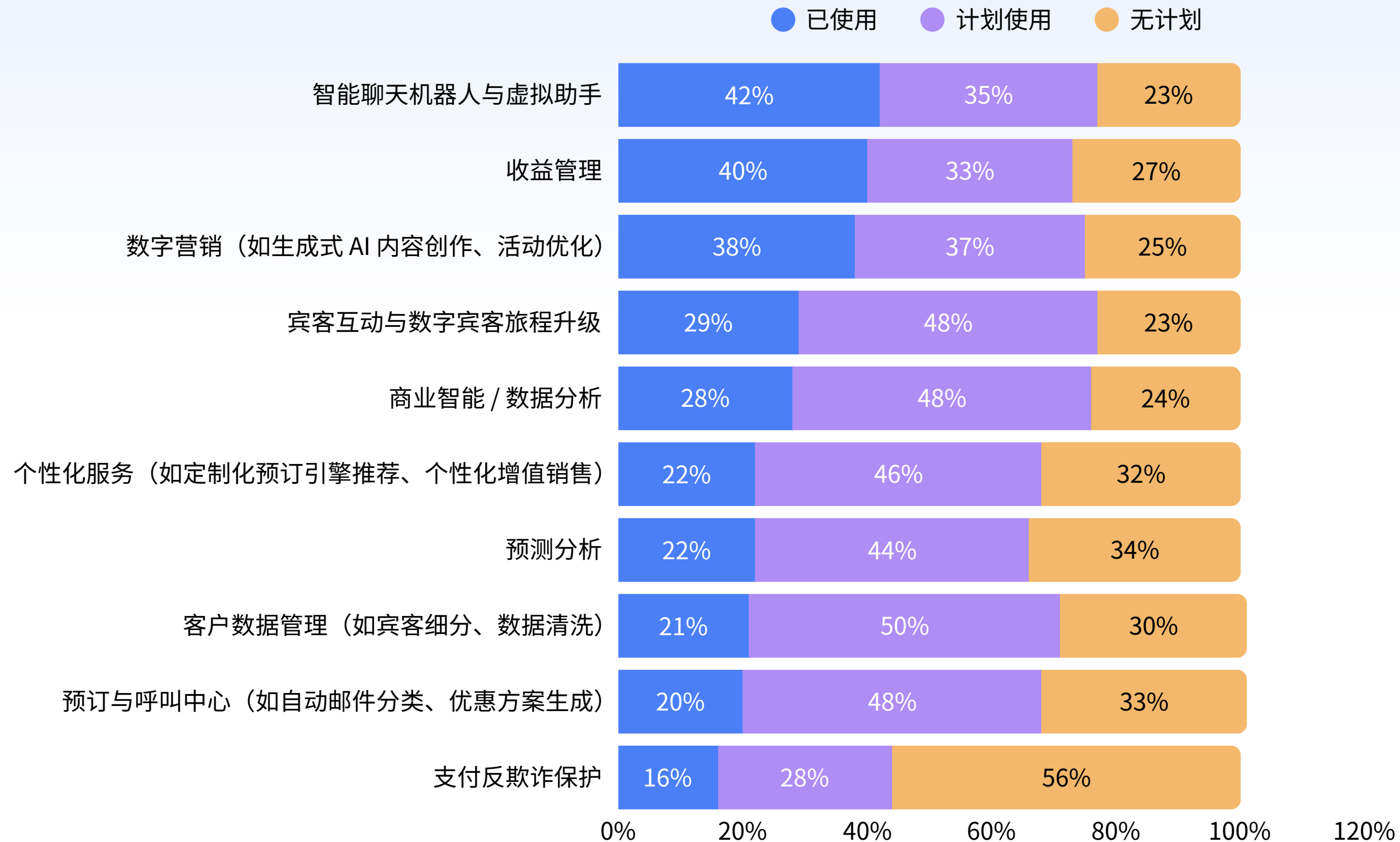
100：所有受访者为推荐者

Q: 您当前对AI的信任程度/依赖程度如何? (0-10分, 10分表示完全信任/完全依赖) N=189

AI应用现状

落地规划率居高

酒店集团当前使用或未来 12-24 个月计划使用人工智能的核心业务领域



Q: 贵公司目前在使用或计划在未来12-24个月内使用AI的业务领域是哪些?
N=188。

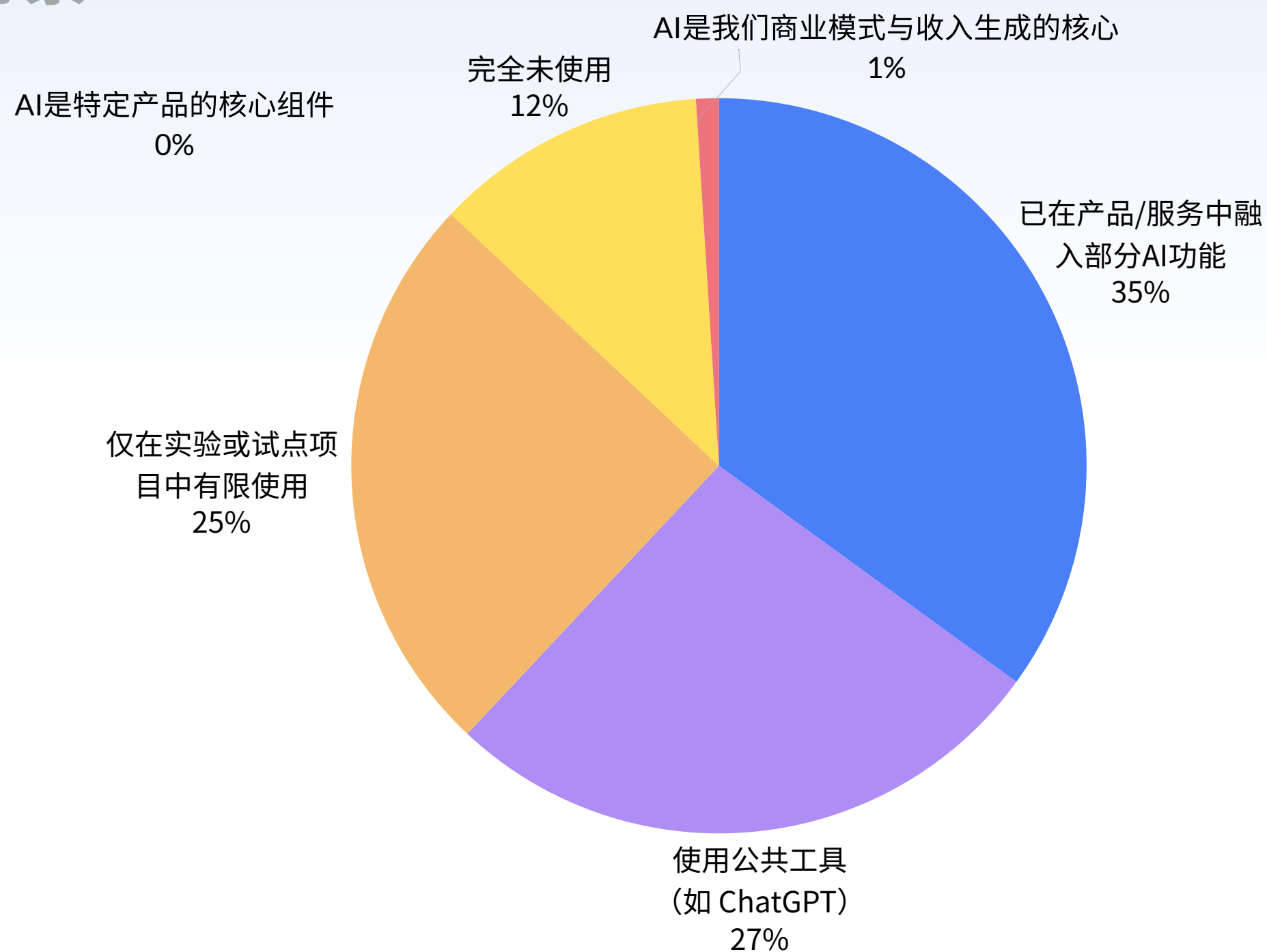
注: 有147家目前使用至少一项人工智能应用, 168家计划实施至少一项新应用。

商业化AI整合水平

以AI为核心的酒店运营：仍为未来愿景

大多数酒店集团处于人工智能应用初期，主要尝试 ChatGPT 等通用文本 / 图像生成工具，和/或酒店业专用平台。

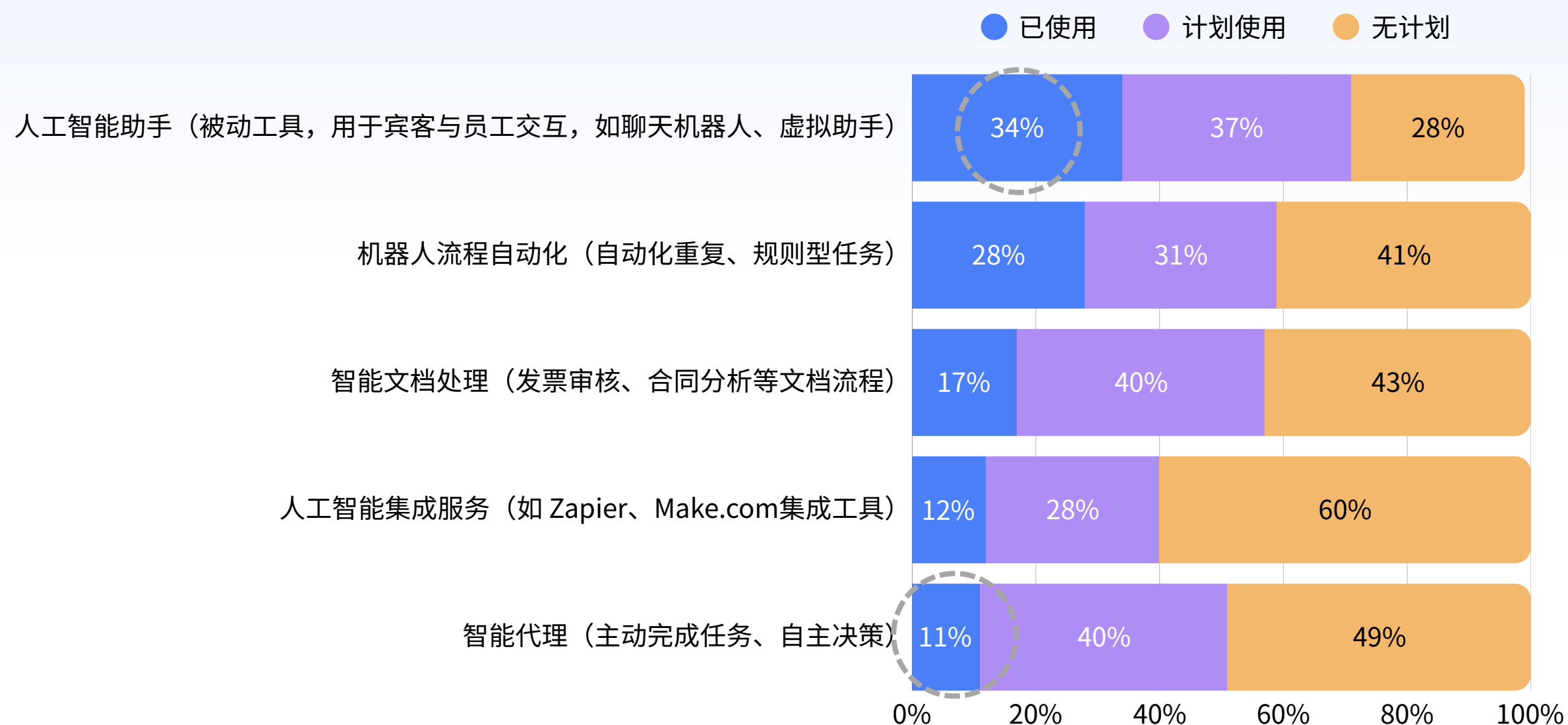
仅 1% 受访者表示AI是其所在企业的商业模式核心，无集团将其列为核心产品组件 —— 凸显出行业对AI应用的整合以战术性尝试为主，而非战略布局。



Q: 当前AI在贵司产品、服务与运营中的商业整合程度如何? (单选) N=179

AI解决方案类型的应用

当前使用与未来规划



三分之一的企业使用AI助手，
仅十分之一的企业使用AI智能代理。

人工智能助手 vs 智能代理

助手：协助特定任务，响应人工指令。

代理：自主行动、决策并推进目标。

简言之：助手被动响应，代理主动执行。

Q: 贵司当前使用或计划使用的AI解决方案类型? (每行选择一项) N=175

03 跨部门AI战略协同

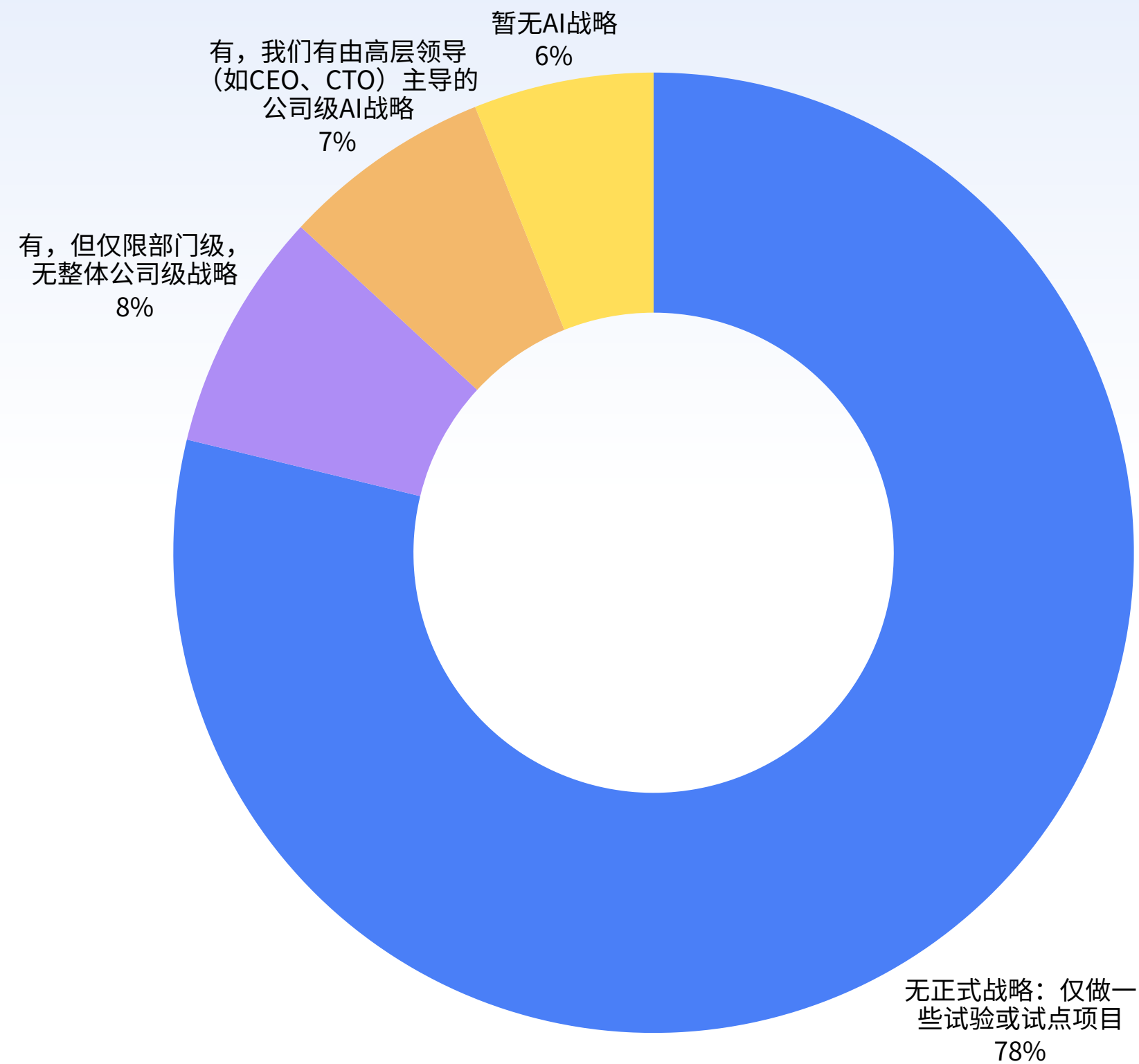
AI STRATEGY ALIGNMENT ACROSS DEPARTMENTS



跨部门AI战略协同

正式的AI战略仍属少数

Q: 贵司是否拥有覆盖全部门的完整AI战略? (单选) N=189

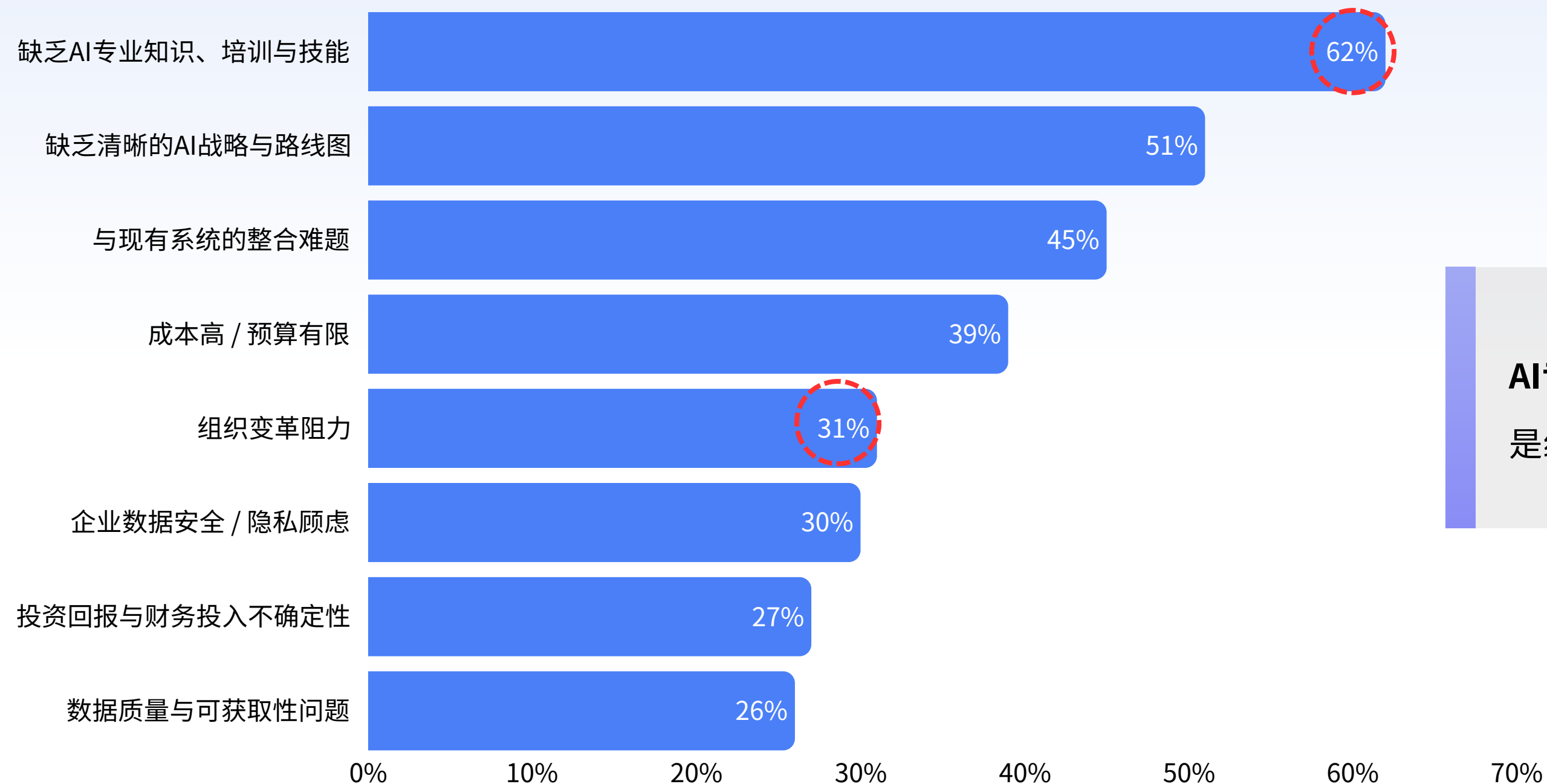


04 AI与自动化落地 的核心挑战

BIGGEST CHALLENGES OF ADOPTING AI & AUTOMATION



AI与自动化落地的核心挑战

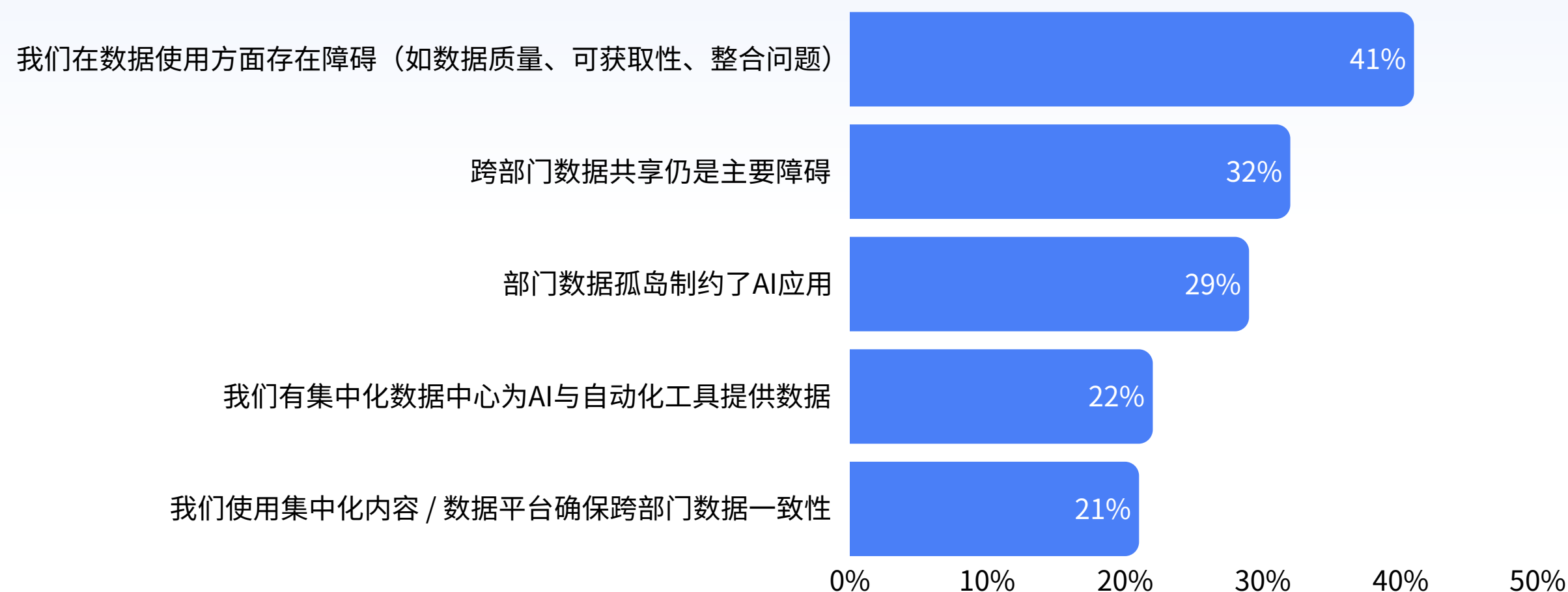


AI专业知识缺乏成为最大挑战，占比是组织变革阻力的两倍。

Q: 贵司在采用AI与自动化时面临的最大挑战/障碍是什么? (多选) N=172

数据共享仍是AI规模化的关键阻碍

多数企业仍缺乏支撑AI项目所需的结构化、一致性数据体系



趋势

大型集团：集中化内容 / 数据平台领先（31%），但仍受整合障碍制约（19%）。

中型集团：数据使用障碍（44%）为核心挑战。

小型集团：数据使用障碍（44%）与跨部门数据共享（35%）同等严峻。

区域差异

美洲：数据使用障碍（42%）

亚太：跨部门数据共享为最大障碍（50%）

欧洲：数据使用障碍（43%）

中东与非洲：部门数据孤岛制约应用（47%）

Q: 贵司目前如何管理和共享跨部门数据以支持AI举措? (多选) N=146

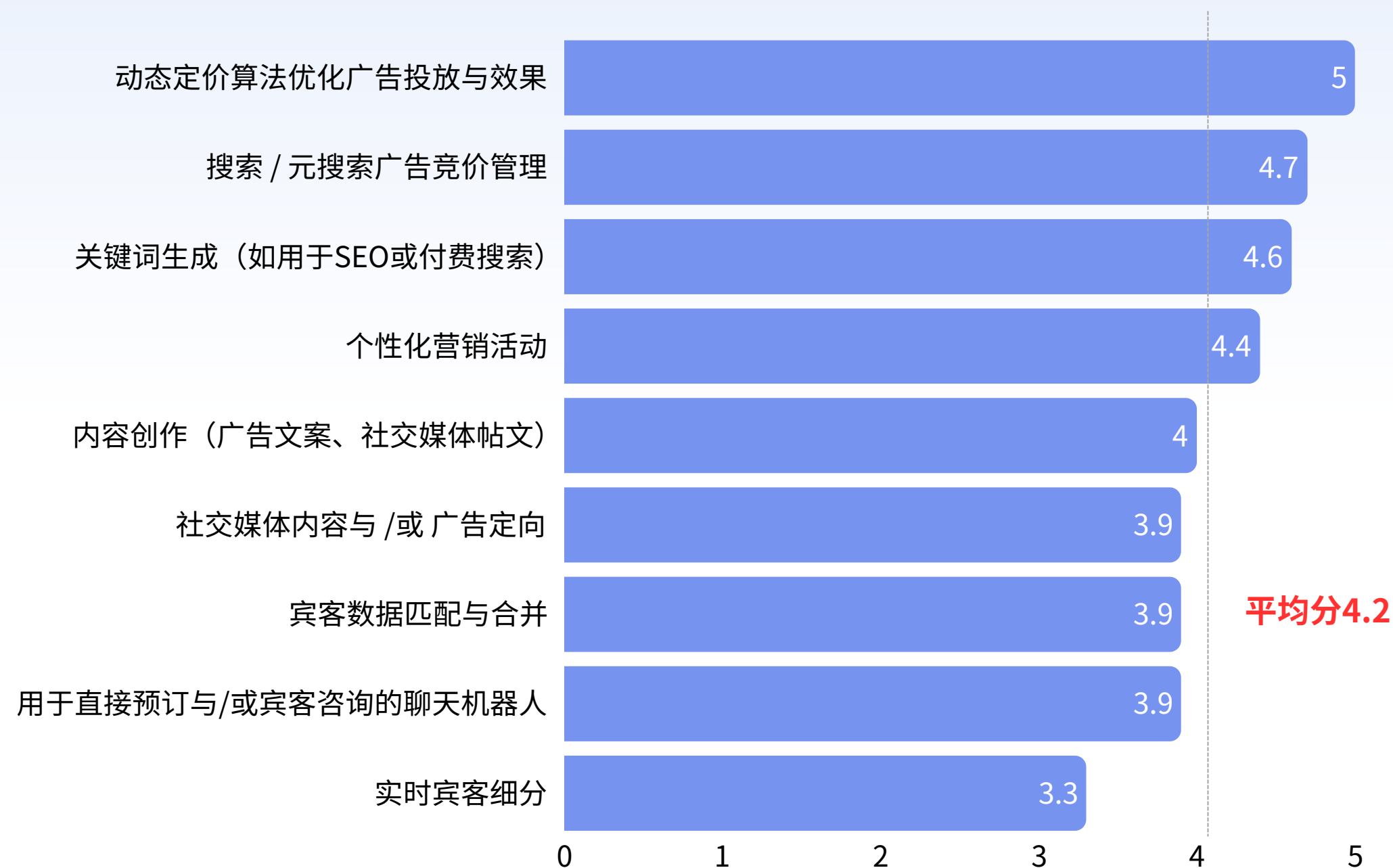
05

营销活动自动化水平

LEVEL OF AUTOMATED MARKETING ACTIVITIES



营销活动自动化水平



酒店集团目前的**营销自动化**平均分仅为**4.2分**，凸显该领域发展不足——尤其与**数字营销**（在人工智能价值中排名第三，**7.2**）相比。

Q: 贵公司目前的营销活动自动化程度如何? 请按0-10分评分, 0=完全未自动化, 10=完全自动化。N=137

006

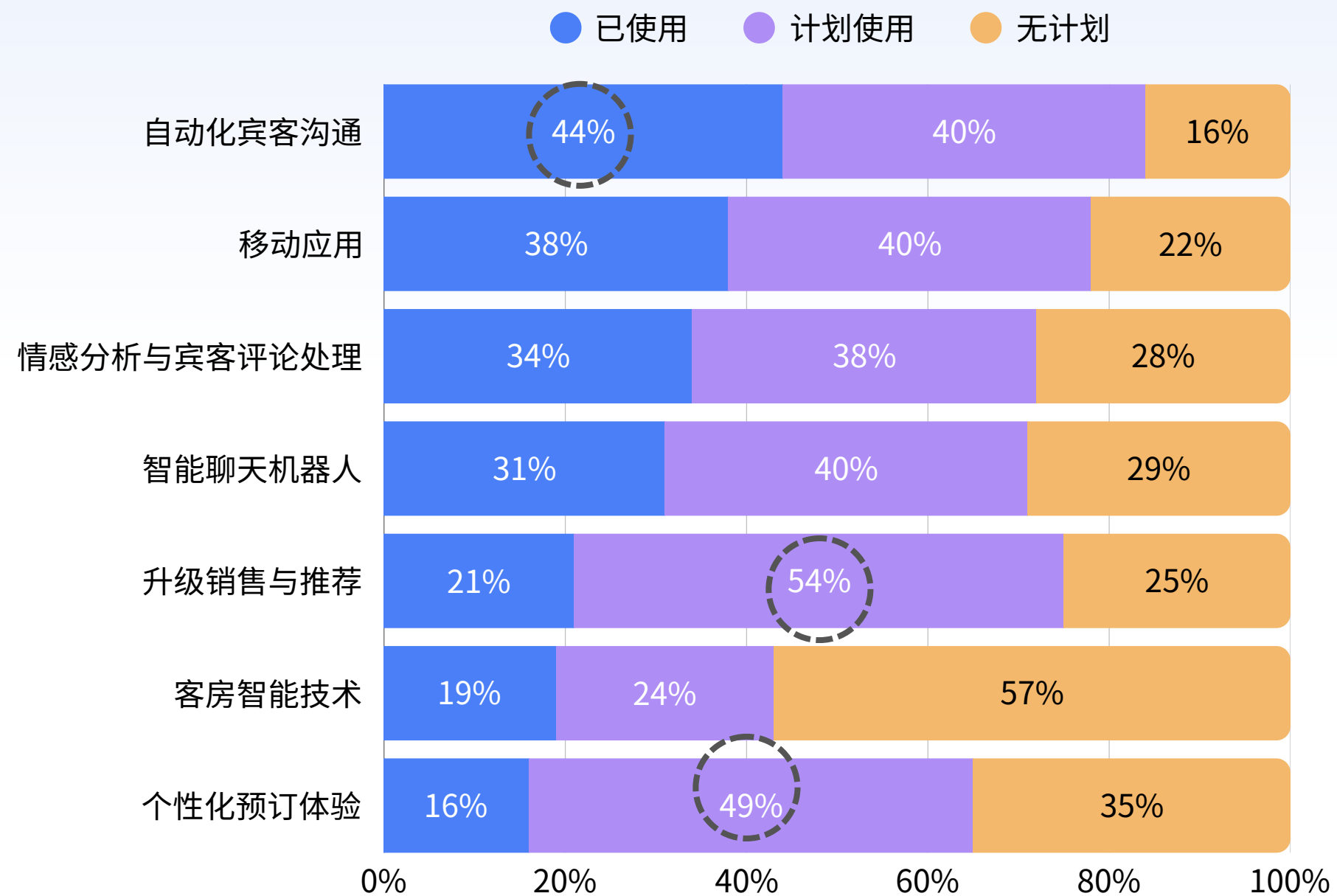
AI在宾客体验提升中 的应用（已用&规划）

AI-DRIVEN APPLICATIONS USED & PLANNED TO ENHANCE THE GUEST EXPERIENCE



AI在宾客体验提升中的应用（已用 & 规划）

核心AI应用



自动化宾客沟通是唯一当前使用率（44%）高于规划率的应用。

宾客体验类AI应用整体规划率居高，重点集中于：

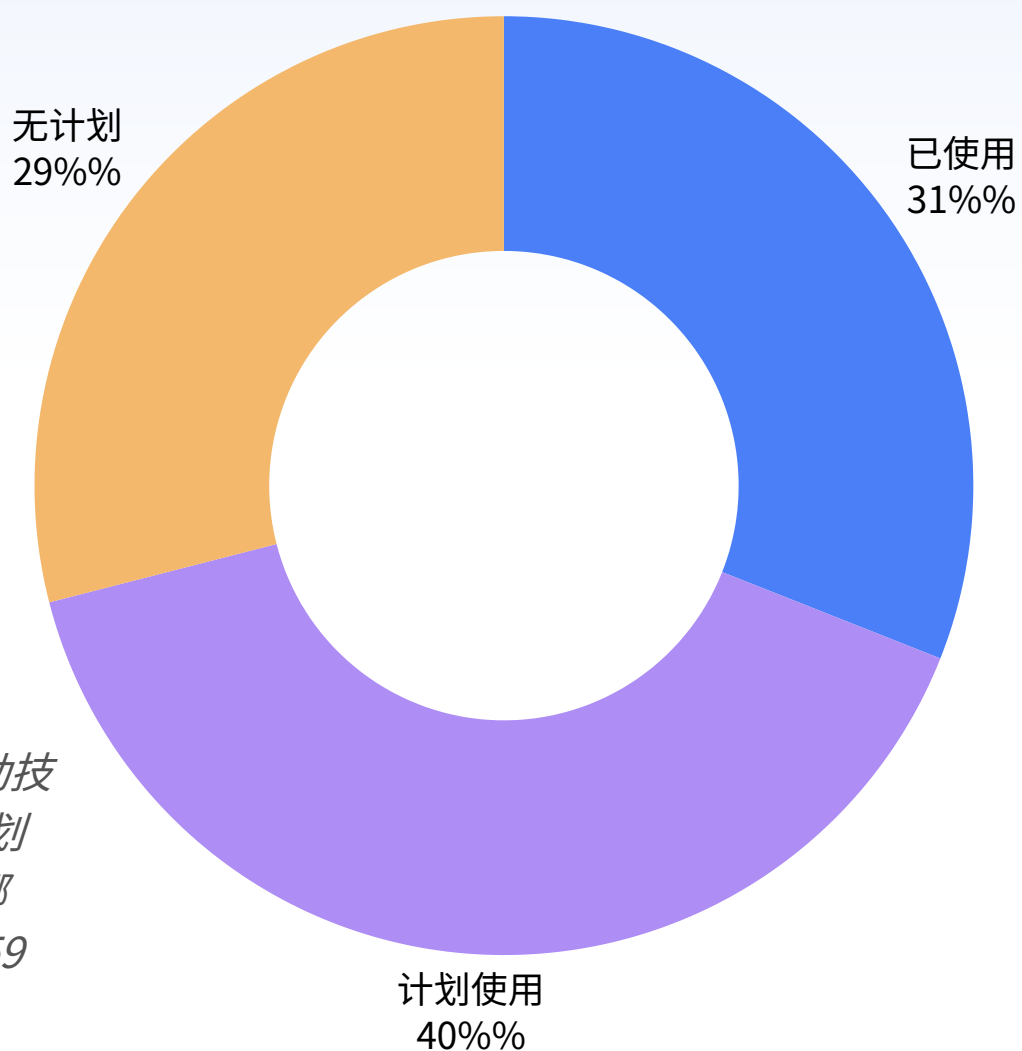
- 升级销售（54%）
- 个性化预订（49%）

两者均预示强劲增长潜力。

Q: 您目前使用哪些AI驱动技术提升宾客体验，以及计划在未来12-24个月内采用哪些？（每行选一项）
N=159

智能聊天机器人普及：应用加速

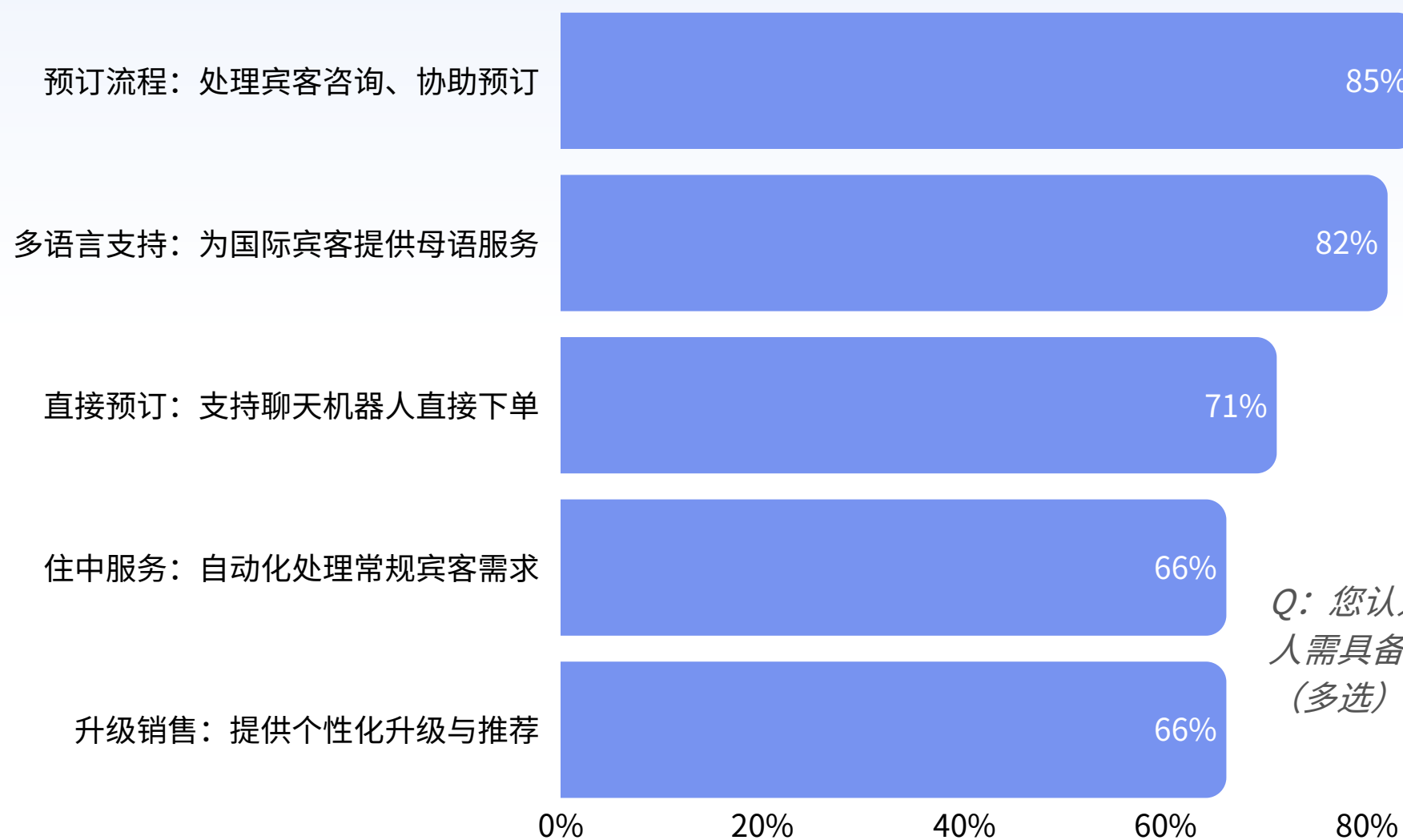
智能聊天机器人当前使用与规划情况



Q: 您目前使用哪些AI驱动技术提升宾客体验, 以及计划在未来12-24个月内采用哪些? (每行选一项) N=159

40%酒店集团计划部署聊天机器人, 普及率有望突破 70%, 即将成为行业标配。

酒店聊天机器人核心必备功能

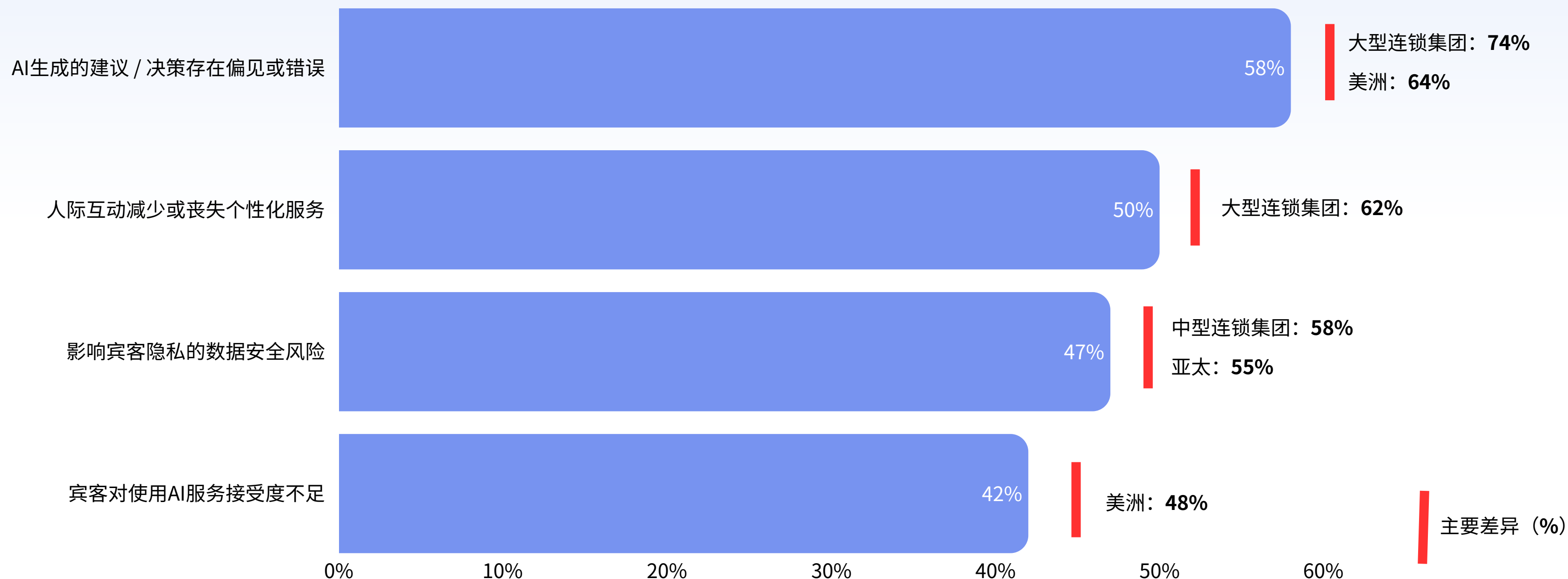


Q: 您认为酒店聊天机器人需具备哪些核心功能? (多选) N=146

核心聚焦: 预订、语言支持、宾客体验自动化

对AI在宾客服务应用中的核心顾虑

平衡自动化与人工服务



Q: 对于AI在宾客体验中的影响, 您会存在哪些担忧? (多选) N=173; “无担忧”: N=6

07 AI驱动的收益管理 与定价决策



AI-DRIVEN REVENUE MANAGEMENT & PRICING DECISIONS

行业对AI驱动定价决策的接受度

收益管理中AI的感知影响滞后于预期，但超过当前依赖度

对AI在收益管理应用中的感知

对AI驱动的定价决策接受度

6.4

对AI定价接受度（6.4）低于整体信任度，主要受行业谨慎态度制约

相较于预期，AI在收益管理中的实际效果

5.6

AI在收益管理中的实际效果（5.6）仍未达预期

对AI的整体感知

当前对AI的信任度

6.6

接受度（6.4）与整体信任度（6.6）基本持平

当前对AI的依赖度

4.7

实际效果（5.6）高于当前依赖度（4.7）

Q: 您对AI驱动定价决策的接受程度? 0-10分, 0 = 完全不接受, 10 = 完全接受。N=143

AI在收益管理中的实际影响与您的预期相比如何? 请按0-10分评分, 0=远未达预期, 10=远超预期。N=138

008

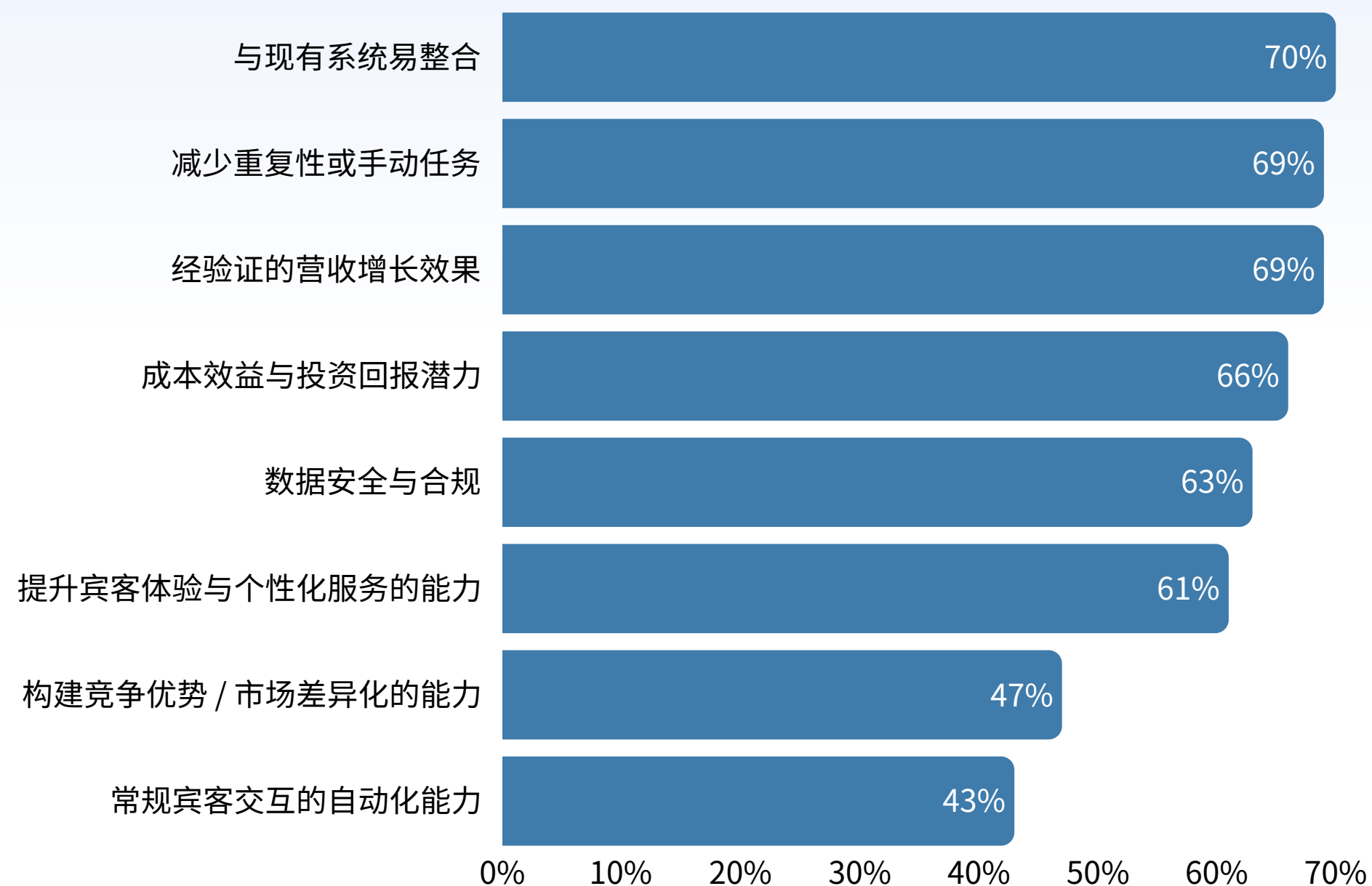
AI投资决策 核心驱动因素

AI INVESTMENT DECISION-DRIVING FACTORS



AI投资决策核心驱动要素

整合易用性、任务自动化与收入影响主导AI投资决策



易用性、效率与增长主导投资决策

与现有系统的整合、人工减负以及对收入增长的影响是行业进行AI投资的首要考量因素。

投资回报率、安全性、宾客体验为重要考量因素

ROI潜力、数据安全合规、以及提升宾客个性化体验虽然排在其次，但仍然是酒店企业在做投资决策时非常重要的考量维度，有助于降低风险并证明项目的商业可行性。

Q: 评估AI解决方案时, 哪些因素最能影响贵司的投资决策? (多选) N=151; “未考虑AI/尚未实施AI”: N=2

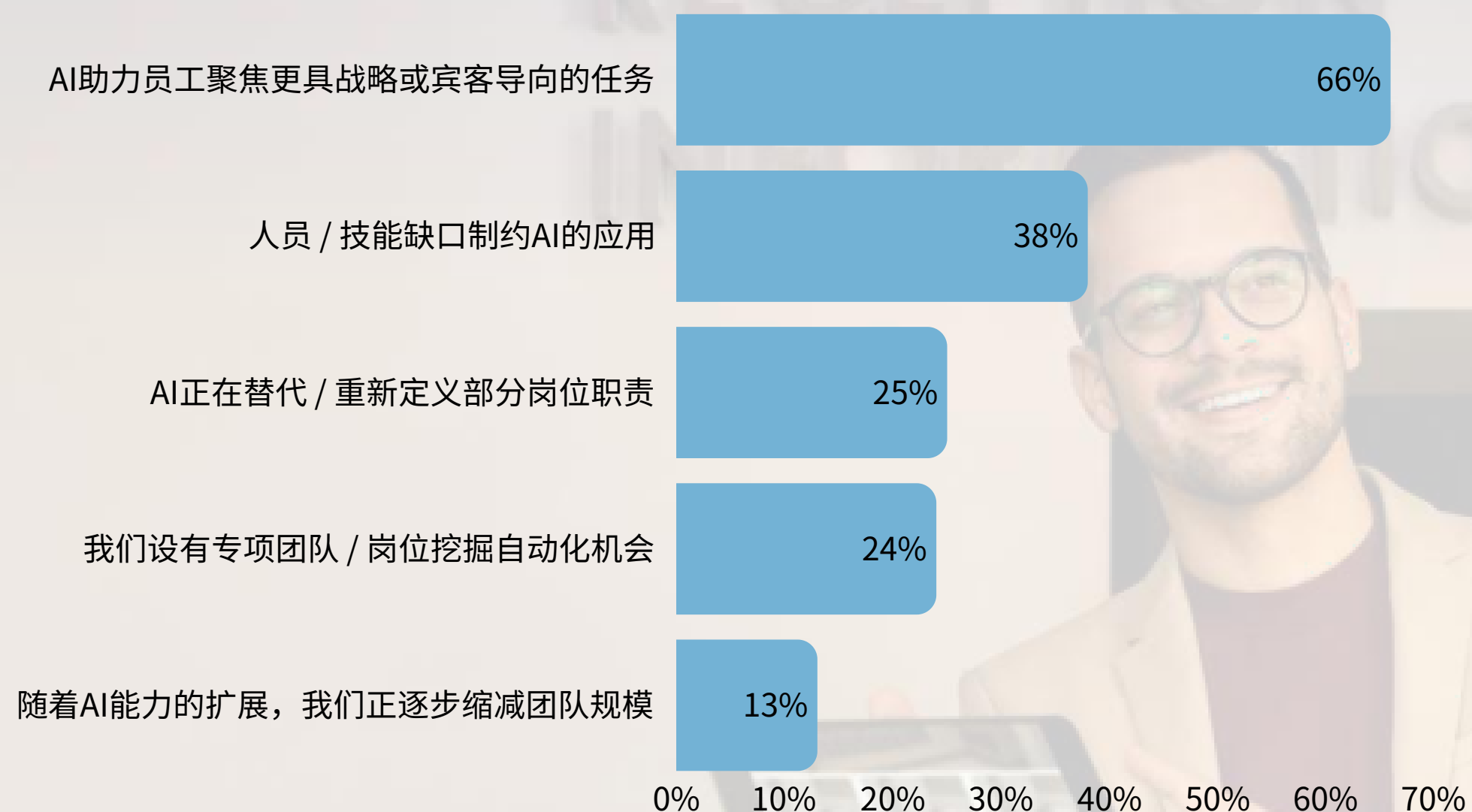
009 AI对人员配置、培训 与岗位职责的影响

HOW AI IMPACTS STAFFING, TRAINING AND JOB ROLE



AI对人员配置、培训与岗位职责的影响

AI的核心价值：赋能增效



“我认为人拥有非常特殊的技能——但他们往往无暇施展。有了人工智能，我们终于把时间还给了他们。”

—— 小型集团

“系统优劣取决于使用者。人工智能的价值是简化工作——解放员工，让他们花更多时间在其他任务上，比如战略制定。”

—— 中型集团

Q: AI如何影响贵司的人员配置、培训与岗位职责? (多选) N=138; 含“暂无影响/未使用AI” (N=10)

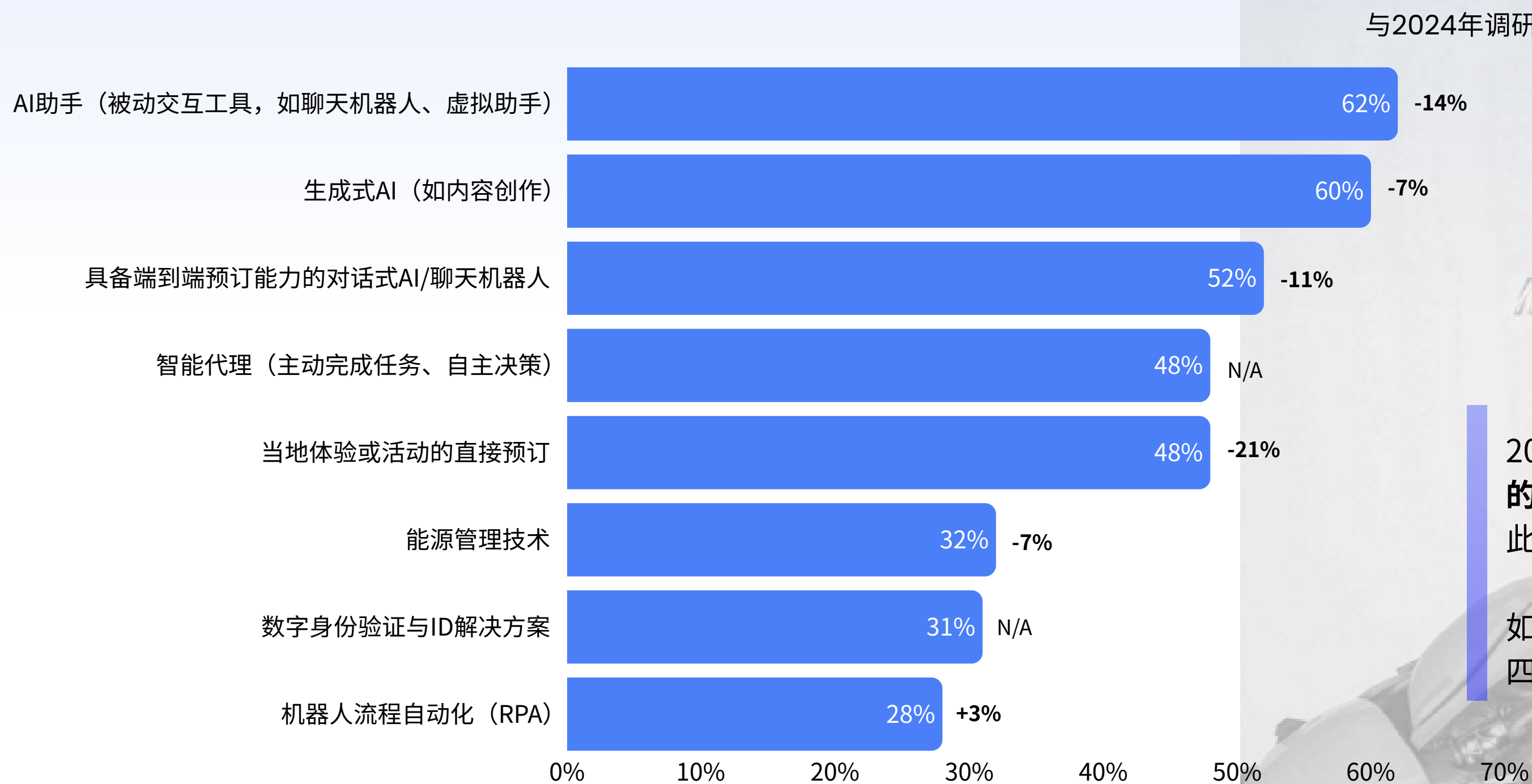
10 AI未来发展趋势

WHERE IS AI HEADING?



AI未来发展趋势

对新兴人工智能应用的预期



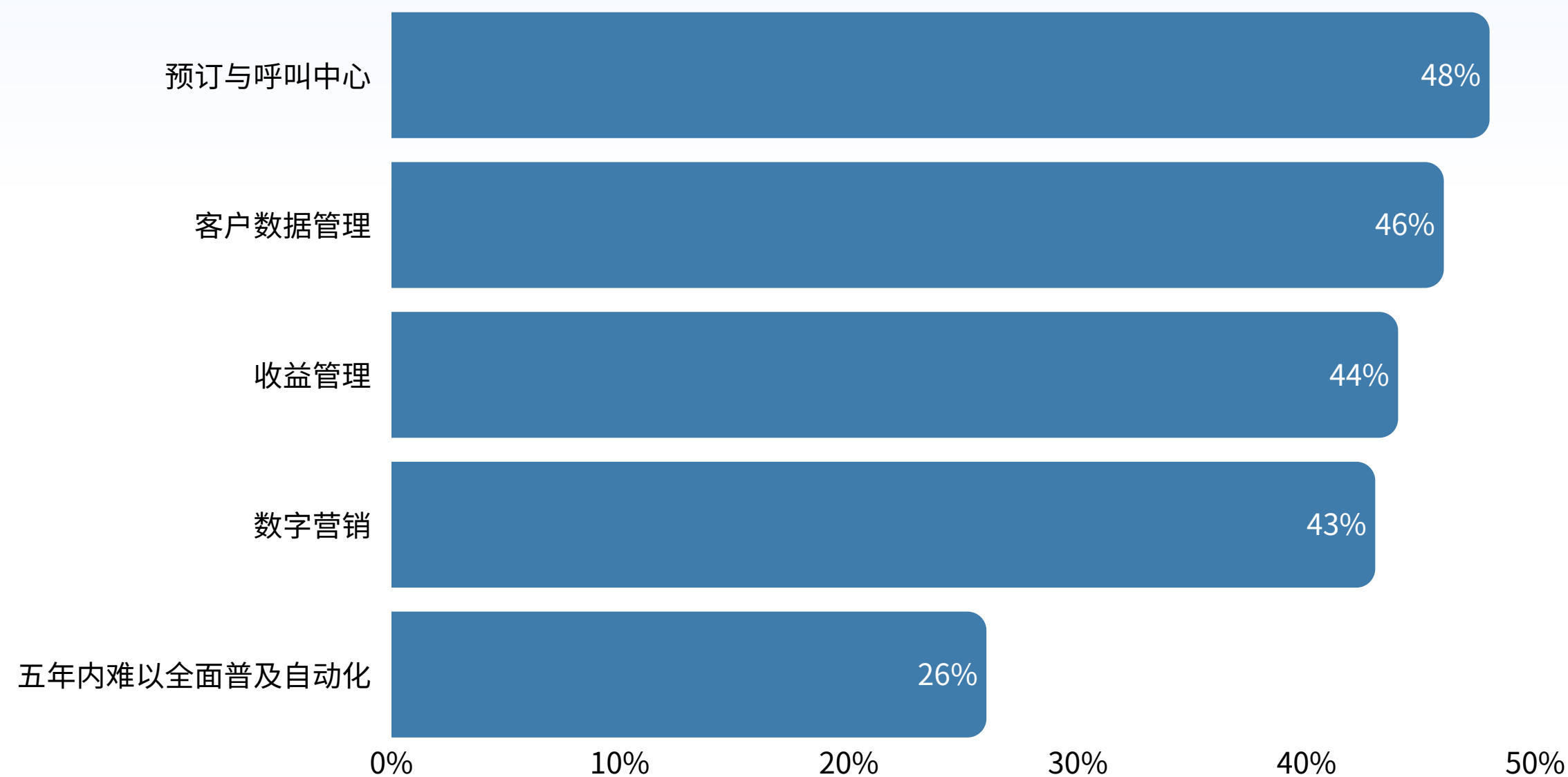
2025年除RPA外，**所有领域的创新预期均下降**；智能代理此前甚至未被提及。

如今**智能代理**位列重要性第四，**身份核验**已超越RPA。

Q: 您认为未来2年哪些领域会出现创新? (多选) 2025年: N=151; 2024年: N=51; N/A: 2024年未问

2030 年有望全面自动化的业务板块

四大领域潜力显著，但 **26%** 认为受成本、复杂度、数据 / 隐私顾虑制约，**全面自动化难以实现**。



“我们仍在搭建基础框架，还需 1-2 年夯实基础，才能灵活接入自动化。人工管控对部门运营仍至关重要。”

—— 大型集团

“酒店业的核心是人工服务。即便任务转变，人工价值仍不可替代。”

—— 小型集团

审慎落地AI是酒店业成功的关键 —— 确保无人掉队!



AI为酒店业带来巨大潜力，但唯有审慎、包容的落地方式，才能真正释放其价值。

展望与结论

行业展望

行业下一阶段将由价值驱动、一体化的AI战略定义——从试验性应用转向企业级价值释放。创新预期随之转变：

- 智能聊天机器人等成熟技术价值认可度持续走高，用户规模稳步扩大。
- 对机器人流程自动化（RPA）、前瞻性人工智能代理、数字身份验证与更智能的自动化宾客互动技术的投资与乐观情绪正在增加。
- 将AI融入核心运营流程（而非孤立试点），将为先行者带来持续优势，树立行业新标准。

结论

释放酒店业AI的全部价值，不仅需要技术投入，管理者更需重视员工技能、带清晰投资回报率的稳健战略以及企业级系统整合。当行业从试验走向规模化应用，将AI深度融合入宾客体验与运营核心的企业，将定义酒店业下一代竞争标准。



11 调研方法

METHODOLOGY



调研方法

整体调研结果是基于171家酒店集团的反馈。

其中，定量研究共收集到189份有效数据，包括：

- 177份线上问卷
- 12份酒店集团高管访谈

覆盖区域：欧洲、中东与非洲、亚太、美洲。

另对14家调研赞助商开展高管访谈，并将其观点与调研结果进行对比。

其中，跨区域布局的酒店集团按其物业最多区域来归类。

整体调研结果以反馈数量为统计基础，而非按集团规模，确保全球连锁集团不会过度影响结果。为获得更深入的洞察，调研结果还进一步按集团规模（小、中、大）与区域进行了细分分析。



参与调研的酒店集团

按企业、酒店、客房规模分类



Q: 您所在酒店企业是哪种类型? N=189 (171家酒店集团)
数据因四舍五入可能存在加和不为100%的情况

关于石基

中国大消费行业信息技术服务引领者

Shiji

91,000+
全球酒店用户数

200,000
+
餐饮用户数

1,000,000
零售用户数

500+
旅游目的地用户

60%

自主酒店软件在国内五星级酒店市场占有率
(至少使用一种石基自主酒店软件)

60-70%

中国零售业信息系统领导者, 占规模化零售行业客群

100000+

中高端、连锁餐饮客户数量

50000亿

全部客户年度营业额

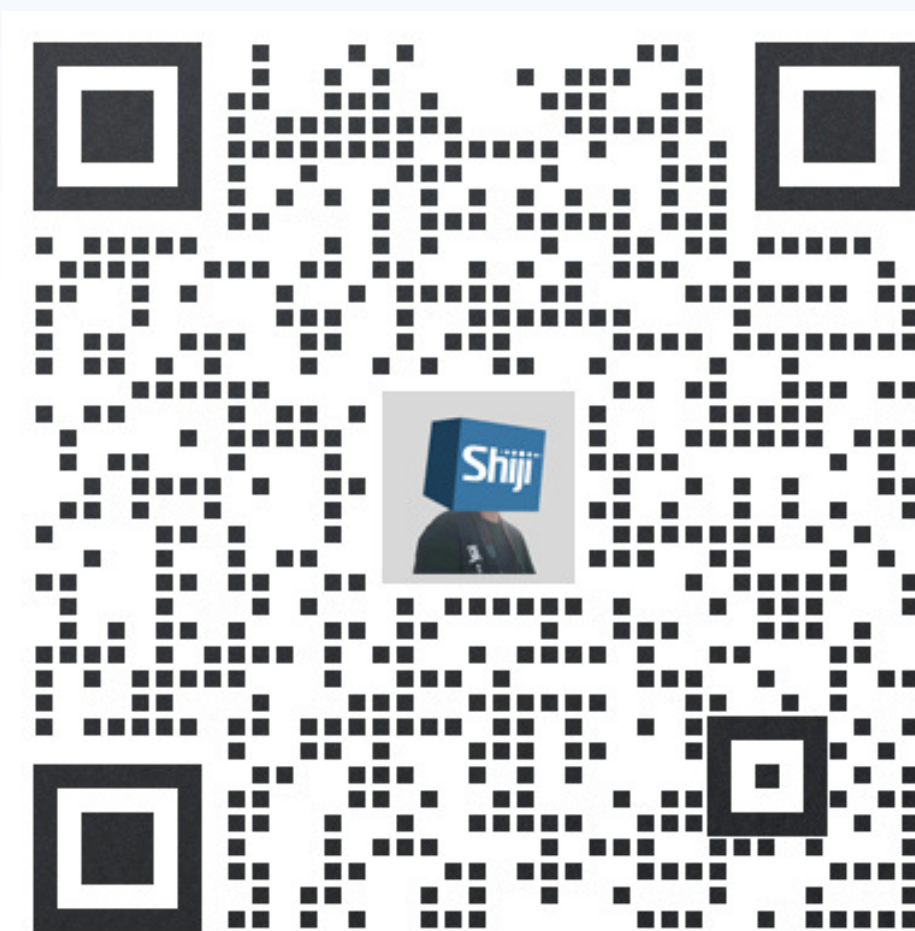
为酒店、餐饮、零售和休闲娱乐行业提供跨行业和跨平台的技术解决方案, 致力于打造数据驱动的大消费领域应用服务平台级供应商。

加入酒旅业知识同盟社群

扫描二维码，添加石基学习委员 Stone Shi 为微信好友，
发送您的个人名片，即可受邀加入酒旅业知识同盟社群。

入群福利

- 最新行业报告免费下载
- 获取行业公开课一手资讯
- 与数千位酒店业大咖实时交流分享经验



Shiji

致臻技术，成就所托
Your technology is our guest



石基信息官方服务号



石基信息官方订阅号

www.shijigroup.cn