

大数据重构酒店产业链生态

除了在线分销商之外,OTA们又多了一个新的角色——大数据“供应商”

■ 本报记者 彭浩

也许,酒店业内微服私访的“钦差”们要下岗了。

“神秘客”,指的是受雇于酒店集团总部或酒店监管机构、扮演成顾客对酒店服务进行考察评定的调查员。这一调查方法在酒店业的广泛应用可以追溯到上世纪40年代,并在之后成为酒店一线从业者经常面临的“大考”。有趣的是,目前“神秘客”遭遇的挑战来自于他们所扮演的对象——顾客本身。

“作为服务型商户的典型代表,酒店最为关注用户的体验与感受。”慧评网CEO林小俊告诉《中国企业报》记者,“而目前酒店所采用的回访和暗访方式,不仅成本高昂,而且覆盖面和客观性上都难以满足酒店的需求。”这家大数据公司提出的解决方案是:通过收集和挖掘顾客对酒店的网络点评,来告诉管理者想要的答案。

酒店“神秘客”的终结

“随着WEB2.0的发展,越来越多的网民能够低成本地将他们的消费感受发表在互联网上,以表达自己的态度和看法。”林小俊告诉记者,“而这些内容,对于提供产品和服务的商家而言,是其了解与维护顾客的重要渠道。”

然而,“收集顾客对酒店的网络点评”无疑是个难题;而更难的是搜集之后的价值挖掘——中文自然语言的分析与处理。“想象一下中文的复杂吧。”林小俊说道。

2012年2月,慧评网推出了首个DEMO系统;3月,慧评网即获得了天使资金的注入,正式进入了产品化阶段。“酒店慧评系统目前向酒店提供包括一站式点评管理、统计报表分析、多维度竞争分析和实时危机预警在内的数据服务。”林小俊表示,“总体来说这是一款互联网点评‘情报分析系统’,为的是让酒店发现问题、了解自己。”

据慧评网透露,截至目前已经有334个城市的酒店使用了酒店慧评系统——可以想见的是,“神秘客”的衰落已经在走向倒计时了。“大数据时代酒店的评定已经从官方化、商业化变成了社会化、中介化。”华美酒店顾问有限公司首席知识管理专家赵焕焱表示。

“酒店运用大数据的目标是对外精确定制营销,对内快速反馈改进。现



本报记者 林瑞泉/摄

在瑞士洛桑酒店管理学院酒店管理专业,已经开设了10门信息化课程——大数据时代酒店的机遇,就是把信息技术作为酒店的核心竞争力。”赵焕焱表示,更深层次的变革同样正在进行。“趋势已经显而易见了。”

供应商与开发者微妙“联姻”

值得注意的是,如果将大数据公司比作一根杠杆的话,它撬动的不仅是酒店这样的传统产业,还有流通渠道领域的巨头们。4月3日在酒店慧评北京站的路演上,携程旅行网副总裁丁小亮现身助阵,引起了观察者的猜测:中国最大的OTA(在线旅游服务商)与这家新兴的大数据公司如此亲密的理由是什么?

“我们与携程的Ebooking(电子预订管理)系统进行了无缝对接。”林小俊告诉记者,通过该系统,慧评网可以将客人反馈到携程的酒店评价“一网打尽”;作为回报,携程可以利用慧评的技术改进自己的酒店产品。

这样的合作已经延展开来。目前酒店慧评产品的点评数据主要来源于携程网、艺龙网、去哪儿网、同程网等众多国内主流的OTA以及到到网、驴评网、大众点评网等专业点评网站。慧评网宣布,已经能够覆盖160000家以上酒店的网络点评。

事实上,当酒店与OTA之间出现慧评网这样的公司之后,有趣的变化

发生了:除了在线分销商之外,OTA们又多了一个新的角色——大数据“供应商”。

“携程已经积累了十多年的线上线下服务能力以及行业数据的分析整合应用能力。”携程相关人士告诉记者,“携程拥有专业的商业智能部门,已经建立起长效的客户需求挖掘机制;另一方面基于开放平台战略,我们也不排除与任何分销商及供应商进行渠道合作。”“大数据”携程打算在挖掘数据价值上,自行开发与合作并行。

一个更有代表性的案例是携程与APP“酒店达人”的合作。“酒店达人”采用O2O方式,可在应用内直接完成搜索附近酒店到下单预订的一系列动作——这就是在抢OTA的饭碗。“酒店达人接入了携程等商家的API数据库,并对其中可以在线直接预订的酒店数据进行整合和处理,再返回给用户。”酒店达人创始人刘张博表示。“我们可以给携程的,是流量。”

这样的事情,几乎发生所有OTA与相关大数据公司的合作之中。总体而言,资源的拥有者与新兴的开发者目前还很“和睦”;但令观察者更好奇的,是两者何时会走向竞争的对立面——这一天也许并不远。

大数据赛跑

离现在更近的,还是大数据公司之间逐渐燃起的“战火”。

“大数据时代,酒店的挑战是能否改变传统的营销观念。”赵焕焱表示,“酒店营销将从卖方市场转换到买方市场,从4P——产品(Product)、价格(Pricing)、促销(Promotion)、渠道(Place)转换到4C——顾客(Customer)、成本(Cost)、便利(Convenience)、沟通(Communication)。”

这是一个过程,一个诞生无数商机的过程。4月10日,一个名为“中国酒店口碑网”的新浪微博用户发布了“知名酒店品牌新浪微博3月份口碑分析”,并宣称“对于酒店类话题的关键词,我们有智能语义解析算法,通过六大类、300余话题的历史评价数据总结计算出酒店类语义。”看起来,慧评网的对手似乎已经出现了,尽管这些大数据公司目前的规模都还很小。

“从数据挖掘的角度来看,由浅至深存在着‘描绘—分析—预测’三个阶段的任务。”林小俊表示,目前慧评网的工作是将点评语言转化为结构化数据,基本上还处于“描绘”阶段。“接下来我们将利用数据为酒店提供更专业的分析报告,乃至提供经营趋势预测的相关支持。”

真的到了这一天,酒店、分销商们将受到怎样的冲击呢?现在还不得而知。林小俊的目标,已经直抵维克托·迈尔·舍恩伯格在其著作《大数据时代》中的经典观点:大数据应用的核心,就是预测。当然,这应该也是所有大数据公司想要抵达的“远方”。

移动化受挫 百度净利润增长急刹车

■ 本报记者 郭奎涛

习惯了PC端的垄断性份额和利润高速增长,移动互联网的来袭多多少少让百度有些不适应。

根据百度刚刚公布的今年一季度财报,百度当季净利润同比增长仅为8.5%,远远低于之前五个季度平均64%的利润涨幅。这一结果导致百度股价下跌8%,创下了今年2月份以来的最大跌幅,公司整体估值也只有5年前的一半左右。

专注移动互联网的市场研究公司艾媒咨询CEO张毅在接受《中国企业报》记者采访时表示百度在移动端的大肆收购却未能像微信、微博那样的人口级产品,持续的烧钱却不知道何时盈利反而严重拖累了百度原本的高速增长,百度的前景相比同级别的互联网巨头很不明朗。

移动端搜索碎片化

在PC端,搜索是无可置疑的主要上网入口,网民查找东西通常都要选择这种方式。而在移动端,搜索的这种地位已经不那么确定了,因为网民通常会直接通过相应的APP来上网。显而易见的是,在手机屏幕上琳琅满目的APP中,搜索已经被

淹没了。

奇虎360董事长周鸿祎即认为,移动端与PC端的上网入口已经发生了明显的变化,该公司在将传统PC端业务移植到移动端就充分注意到了这一点。虽然奇虎360在PC端对百度搜索步步进逼,在移动端却至今没有明显的动作,甚至还放弃了移动端浏览器的争夺,该公司正是依靠PC端的浏览器一举拿下了10%的搜索份额。

不过,虽然利润增长大幅放缓,百度移动端入口级产品移动搜索、百度地图的强势发展,其中,移动搜索日活跃用户比上季度增长25%,总数已超过一亿。需要注意的是,百度移动搜索流量的来源比较复杂,不像PC主要来源于网页搜索,第三方平台的导人也发挥着重要作用。

“实际上,移动搜索要扮演的角色越来越多,在它的另一端,可以是LBS、APP、SNS,也可以是网络购物平台等。”张毅认为,搜索企业应该从传统PC端搜索思路中醒来,因为移动端搜索不再是仅仅存在于搜索主页,更多的在于具体的上网互动中。

无缘新浪微博背后

4月29日,阿里5.86亿美元将

新浪微博18%的股份收入囊中,这一波“阿里浪”再度掀起移动互联网门票的讨论热潮。腾讯有了微信赢得先机,阿里有了新浪微博,奇虎360成功移植了安全卫士,百度却还没有拿得出手的旗舰产品。

“移动互联网现在还在发展阶段的初期,市场上的产品和技术水平参差不齐。我们的想法是,如果能够采取并购办法的,就要花钱去买,而不是自己开发,这会让我们节省大量时间。”李彦宏在今年一季度财报会议上解释百度的移动化战略时说。

的确,近两年百度在移动互联网领域的并购时常见诸报端。根据《中国企业报》记者不完全统计,百度收购或者投资的移动互联网应用已经达到40款以上。比较尴尬的是,除了自身的地图、搜索等应用,在普通用户的手界面上很难看到百度的身影。

其实,对于比较知名的手机应用,也经常传出百度注资的消息,最终却都是不了了之,有消息表明主要原因是百度过于傲慢而不肯付更高的价格。例如,阿里投资新浪微博事件中百度就被因为出价过低而竞拍失败,因为同样的原因百度还与拥有约50%份额的手机浏览器UC失之交臂。

烧钱看不到尽头

且不说百度的大举并购没有拿得出手的移动端产品,过度的烧钱反而拖累了百度的营收尤其是利润增幅,移动端商业化模式不清晰给投资能否换来回报也打上了问号,这也是一季度财报在营收增长的情况下依然导致股价大跌的主要原因。

除了大规模的并购,百度还在持续加大对移动端搜索的投入。一季度财报还显示,百度当季在移动搜索的各项研发投入已经达到8.8亿元。据悉,百度今年在移动搜索的投入主要在语音搜索和图片搜索方面,前者已经为百度移动端贡献了10%的流量。

但是,百度总裁李彦宏早前不止一次地表示,尽管移动互联网已经为百度贡献了不菲的流量,未来3—5年内百度不会思索移动互联网的商业化。今年一季度的财报也没有看到移动端的营收数据,李彦宏还在电话会议中重申了暂时不考虑商业化的观点。

其实,移动端的烧钱并不是百度一家的问题,地图、安全等整个移动互联网都面临着盈利难题。正如高德地图CEO成从武在接受《中国企业报》记者采访时表示的那样,移动互联网目前只能投入,有了用户自然会有商业模式。

资讯



渠道网络创业帮扶中国行落户北京

日前,主题为“2013年渠道网络创业帮扶中国行暨寻找中国创业先锋”活动在北京正式开幕。此次活动由安徽渠道网络与第15届中国特许展主办,主办方希望通过渠道网络的平台让更多创业者了解网络招商行业,通过现场活动和互动切实、有效地帮助京津冀周边地区有创业需求的人群,找到适合自己的商机。渠道网络推出“创业专家一对一”的环节,让特邀嘉宾对创业者在创业路上将遇到及关心的各种问题做出一对一剖析,对创业者比较关心的创业疑惑提供了全面且深入的解答。(冯远山)

二院203所航天时统技术试水民品

前不久,二院203所凭借过硬的产品技术和成熟的营销策略,成功签下第一单民用航天时统组合产品研制合同。该单合同是203所军用时统技术在民品市场的首次试水,标志着203所将作为时统产品专业供应商,在激烈的民品市场竞争中一展身手。203所以技术专长为牵引,整合所内原子频标以及时频率两个专业的优势,将两者进行了对接。军用技术在民品市场上的成功应用使得203所尝到了甜头,由于业绩突出,一度连续两年获得二院“军民融合及民用产业优秀单位”称号。(李涛 刘文)

民生租赁布局亚洲公务机市场

近日,中国民生银行、民生金融租赁股份有限公司携手美国湾流航空公司,在位于北京首都国际机场的中国民航飞行校验中心举行了主题为“分秒天地间”的湾流全系列公务机发布会暨G650 G280公务机型的亚洲首发仪式。现场,湾流航空公司代表发布了全新的湾流G650和湾流G280,这成为两个全新战略机型在亚洲的首次亮相。这两款具有战略意义的重要机型在民生与湾流联合举行的航展上进行亚洲首发。(张晓磊)

华人经济领袖巡讲走进北大光华

4月24日,由凤凰网、《21世纪经济报道》、中央人民广播电台经济之声联合主办的“年度华人经济领袖盛典”,在北大光华管理学院阿里巴巴报告厅展开商学院巡讲活动,两位华人企业家均瑶集团副董事长兼总裁王均豪、高和资本董事长苏鑫应邀参加,与北大学子与各大媒体一同分享讨论打造中国经济“升级版”的机遇和挑战。自2011年起,华人经济领袖开始走入全国顶尖商学院,旨在把中国最优秀的领袖、最优秀的思想带到全国。

眼镜“暴利说”媒体说明会举行

近日,有关眼镜行业暴利的报道,再次流窜各大门户网站,但这次争议性很大。为了能正确引导消费,让更多的媒体与消费者了解视光眼镜行业,也给视光眼镜企业一个说话的机会,北京市朝阳区视光眼镜行业协会于4月26日在北京爱尔英智眼科医院会议室组织召开了一场关于眼镜是否暴利说的媒体说明会。北京市朝阳区视光眼镜行业协会会长秦利国、秘书长贾岩等领导以及部分企业参与会议,并就各种疑间接受了媒体提问。

明基公司转型数字时尚生活先锋

近日,全球知名的IT设备制造商明基宣布推出其新产品“幸福云触屏”,让业界耳目一新的是,明基幸福云触屏不再只是冷冰冰的显示器,也不仅仅是一台屏幕放大的平板电脑或一台一体机电脑,而是一款结合了电脑、显示器及手机等众多应用的娱乐分享装置,且操作非常简单,就算是完全不懂电脑的年轻者,也能迅速学会并熟练使用。随着“幸福云触屏”等产品的推出,明基也由一家普通的IT设备商转型为数字时尚生活解决方案提供商。

恒源祥助力公益创业教育与实践

4月27日,“青年恒好·中国梦公益创业教育与实践研讨会”在北京举办,来自全国高校250多名创业教育专家、学者齐聚一堂,共同探讨公益创业教育与实践的意义。本次活动由KAB全国推广办公室、恒源祥(集团)有限公司主办,中国青年报社作为本次活动的战略合作伙伴。“青年恒好”项目是KAB项目与恒源祥合作共同搭建的一个关注青年成长、成才、服务、扶持青年创新、创意、创业的开放性公益实践平台。

马恩岛助力中企创造投资机会

近日,马恩岛政府及商务代表团圆满结束访华行程,并进一步部署下轮对华经贸推广,旨在为该全球第二大经济体创造商业合作机会。马恩岛正在策划由其部长带领代表团再次访华,且中国正在组织代表团前往马恩岛考察。马恩岛经济发展部部长约翰·施明(John Shimmin)率领了此次访华代表团,他表示通过此次行马恩岛更加坚信中国巨大的商业潜力,将加强与中国的商贸关系及创建合作机遇。(云婉苗)

陶二矿换位思考促销售创水平

冀中能源邯矿集团陶二矿在煤炭市场低迷、销售不畅的情况下,积极采取换位思考,优化销售结构,提煤质跑市场、优质服务揽用户等多项应对措施,创出建矿30年来最好水平。为确保产品质量,他们严抓煤质管理,加大拣矸力度,降低毛煤含矸率,从根本上降低原煤含矸量;严细煤样化验分析流程,对原煤、商品煤等煤种质量进行检测,做好发热量、水分、灰分等指标化验、分析工作。该矿广泛征求意见,及时掌握客户对品种、质量、服务的要求,适时调整结构,促进煤炭销售,不仅超额完成销售计划,而且货款回收率达到100%。

(石爱军 柴顺利)