



探索未知领域

创新技术迅猛发展，
旅行体验实时革新

目录

概要	03
真数据 信任至上	04
物联网 智能系统通达内外	07
大合作 构建支持规模化伙伴关系的架构	09
泛现实 零距离	11
参考资料	14

当下每一个旅行者在到达目的地之前往往要面临一系列的繁琐交易和滞涩体验。我们是否有可能改变这一现状呢？

我们生活在一个全面互联、紧密融合的世界中，海量数据在全球范围内快速流转。与此同时，人工智能技术也在不断发展，利用这些数据实时感知、预测并代替人们展开行动。在海量数据、先进技术和互联互通三大要素的组合下，实现真正的实时旅行体验指日可待。旅游企业只有以旅行者为中心，才有机会扫除不必要的障碍，打造全新的旅行体验。

技术将助力旅游企业实现自身主要目标，包括扩大客户群，提高客户忠诚度和客户生命周期价值，打造差异化竞争优势，以及与全新生态系统中的其他企业合作优化品牌策略等。

不过，对旅游企业而言，仅选择一项技术并做专做精绝不可取。企业要想在市场站稳脚跟，就必须敞开怀抱，积极应用并整合所有相关技术，打造独特的销售主张，即轻松舒适，物有所值，且趣味十足。打造这样的体验应该是每家旅游企业孜孜以求的目标，同样也是新时代消费者的诉求，遗憾的是，大多数旅行者恐怕还要经过长久的翘首等待。



真数据

信任至上

在转型成为数据驱动型企业的过程中，企业将面临一个新的问题：不准确、被修改或不完整的数据会影响企业的洞察和决策，严重的话甚至会对社会产生重大影响。

来自客户、生态系统合作伙伴，智能传感器等来源的数据，成为了支撑实时旅行体验的核心。旅游企业，不论是航空公司、酒店，还是邮轮公司和汽车租赁公司，都收集了有关客户的丰富数据。不准确、虚假或误导性的数据必然会造成诸多不良后果，例如导致旅行者错过航班、丢失行李或种种其他不舒心的问题。但在当今世界，除了收集客户相关数据以外，企业还要获得客户数据的使用权，那些服务欧洲客户的企业（无论企业总部位于何处）更是如此。《通用数据保护条例》(GDPR)已于2018年5月25日正式生效，要求企业在使用客户数据之前，必须得到他们的许可，合规是一门必修课。这也要求客户同意赋予企业更高的数据使用权，而大多数企业仍然难以说服客户做到这一点。

与其他企业相比，旅游企业已经算得上深得客户信任。不过，当下许多企业仍未意识到这种“特殊”关系蕴含着多么宝贵

的价值。根据《埃森哲技术展望》，75%的旅游业高管一致认为，企业最关键的系统和战略均建立在数据的基础上，但许多企业并未投资打造验证数据真假的能力。¹对旅行者而言，这一事实十分让人沮丧。目前大部分旅行者在旅途中都会被迫反复提供和验证几乎一模一样的数据。

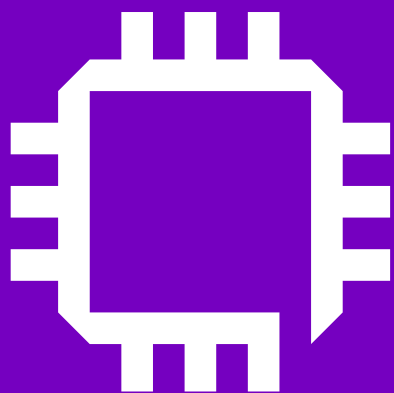
设想未来，您只要在旅程开始时输入您的详细个人信息，或是简单授权企业访问您的信息，在随后的旅行中，便能畅通无阻，无缝衔接。运用这一经过验证的安全数字身份，旅行者可以自由出行，不论是乘坐出租车，机场登记、坐飞机，或是抵达度假村等，均无需再验证身份。

区块链等技术能帮助创建安全且经验证的数字身份，旅游企业应立即着手研究。然而，目前只有刚过一半的旅游业高管表示，未来三年内，区块链技术对其企业而言将是“重要”或“非常重要”的。²

例如，汉莎航空 (Lufthansa) 正在着手解决这一挑战。该公司并未试图从与乘客打交道的每个环节（从预订机票到飞机落地）中挖掘创收机遇，而是选择斥资50亿美元推广“Balance”项目，重新设计数字化互动体验。

汉莎航空会周全考虑客户不断变化的情境，巧妙运用数据和数字技术在客户行程的关键节点提供此时此景下的相关消息和针对性服务。例如，汉莎航空开发了一个应用程序，转机乘客可以利用此应用程序追踪行李的位置。正是通过这种适时发布乘客所需信息等一些细致入微的做法，该公司显著减少了乘客“不适”感，打造人性化的旅程，真正提升乘客的整体体验。³

如果企业能够访问安全可信的数字记录，也能够彻底改变与乘客直接沟通的方式。与其使用千人一面的信息对旅行者进行狂轰乱炸，企业应考虑在出行者旅行的每一站提供与其所在地和个人需求息息相关的个性化推荐和建议。



物联网

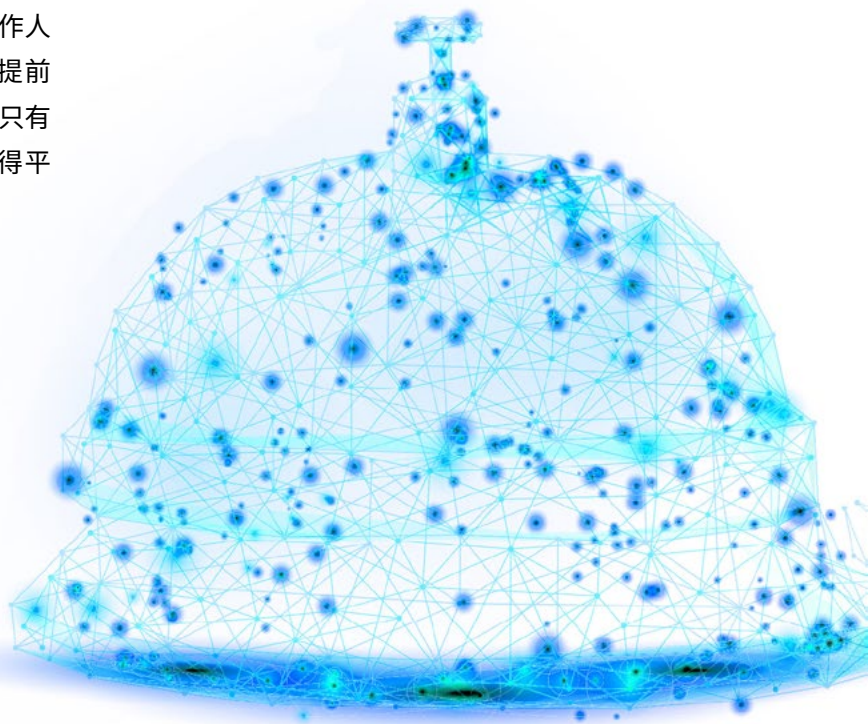
智能系统通达内外

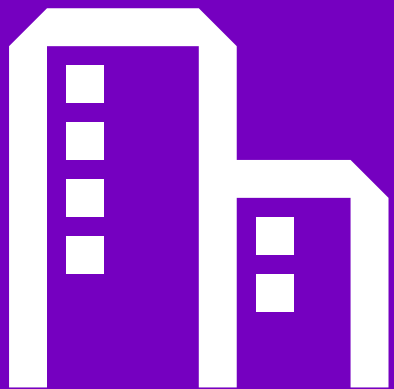
很多企业更加注重对基于机器人、人工智能和沉浸式体验的智能环境的投入。要将智能环境应新于时，企业需要彻底改造和增强基础设施，打通和实体世界的连接。

无所不在的互联智能环境的发展可推动旅游企业发挥自身优势，即与客户的空间关系。而技术将作为幕后力量，推动企业尽量挖掘人际互动的价值。支撑这一目标的技术正在日渐普及，成本也在逐渐下降，大大降低了准入门槛。但到目前为止，鲜有旅游企业真正把握了这一优势。嘉年华邮轮 (Carnival Cruises) 则是一个例外。⁴ 该公司将分布式智能与乘客佩戴的智能传感器相结合，带来了全新的个性化服务。

嘉年华凭借其先进的技术平台，为每位客人提供专属的数字化礼宾服务，投客人之所好，为其打造个性化体验。工作人员可以实时响应客户需求，甚至能够提前预判乘客的个人喜好，如此一来，过去只有高端客户享受的超个性化服务开始变得平民化。

情境关联度是打造实时旅行体验的根本。这本应是旅游企业精专的一项能力。毕竟，他们通常与客户建立了独特的空间关系，无论是酒店房间、机舱座位还是邮轮客房。





大合作

构建支持规模化
伙伴关系的架构

旅游企业与技术企业缔结战略合作将加速业务拓展，然而，其自身陈旧过时的系统却阻碍了他们的业务拓展。要想实现未来的高速发展，企业必须首先重新搭建架构。

如果旅游企业拒绝打破企业之间（甚至企业内部）的重重藩篱，就注定无法为旅行者提供实时体验。例如，旅行社通常依靠人工流程甚至传真来共享信息，可谓阻碍重重。

然而，我们的研究表明，在各大行业中，旅游业高管在加强合作方面表现最为低迷：仅32%的旅游业高管表示，其合作伙伴的数量与两年前相比增加了一倍或更多。⁵相比之下，医疗保健行业的这一数字几乎是他的两倍。对于一个必须整合多方力量来满足客户需求的行业而言，这一结果出人意料。

企业需要运用新的数字技术（API、区块链和微服务等）与其他关键方实时交换数据。经过人工智能技术处理的物联网数据要从虚拟世界走向现实世界，大合作是唯一的途径。这一切都是为了客户的利益。如果企业不采取相应行动，会面临何种威胁？精通数字技术的平台运营商将成为“全部环节的协调者”，然而这并非必然趋势。航空公司、酒店、汽车租赁公司等同样拥有强大的客户关系和数据资源。这些企业应当即刻行动，更好地利用这些关系和资源。

企业还必须全面考虑在自身生态系统中引入新技术会带来何种影响。智能应用程序（例如智能手机上的数字钥匙）对于运作流程的影响并不仅仅局限于技术层面。如果安全验证流程会导致在接待处等候时间有所延长，或者在使用钥匙时还需要拨打电话，智能化也就大打折扣了。

驾驭如此海量的数据绝非人力可及。现有的人工智能技术有望改变这一局面，未来几年内，“超级人工智能”注定会实现更大的突破。由人类培训的智能算法能够识别客户的行为模式、偏好和具体行动，从而为打造更个性化、更精准的客户体验奠定基础。举例来说，在处理机票订单时，人工智能技术能够根据恶劣天气报道帮助乘客重新预订航班，确保客户预留足够的中转时间，并使其实时了解所有最新情况，甚至在可能长时间延误的情况下为旅客自动预订酒店房间。



泛现实

零距离

虚拟和增强现实技术让人与信息 and 体验之间的距离消失，完全改变人们的工作与生活方式。

无缝旅程不止是一段从出发地到目的地的行程，要想让这段旅程极具吸引力，为旅行者留下难以忘怀的美好体验，企业还必须重视旅行者在目的地的服务体验。新技术和更智能的环境为企业向客户提供特定地点相关的信息和服务指明了方向，使得旅行者能够清楚掌握到达目的地后的行动。

仅31%的旅游业高管表示，成为应用扩展现实（XR）解决方案的领军企业对其企业“非常重要”。⁶ 那些并未作此选择的高管应三思而行。例如，亚太区某酒店集团40%的食品和饮料收入来自于婚礼消费，⁷ 其中大部分来自追加销售和其他选项。该酒店运用增强现实技术打造沉浸式体验，让客户感受并看到场地呈现的效果，从而根据个人需求定制设计，这一销售手段的成效十分显著。

然而，正如数据是支撑整个实时旅行体验的基石，要想打造全新增强现实体验，先进数字技术之间的互联至关重要。如果未能利用人工智能技术分析数据，协调现实中的各项功能，企业就无法打造增强现实体验。所有要素缺一不可，否则将一事无成。不过，随着扩展现实技术的普及，沉浸式体验能够消除最重要的距离：即旅游企业的现状与其未来愿景之间的距离。



旅行者可以通过使用智能手机上的拍照应用程序，“查看”当地景点、餐馆、商店等实用信息和具体方位。如果没有应用程序的帮助，旅行者很难找到这些信息。酒店甚至开始考虑为商务旅行者提供全新扩展现实体验，使他们能够虚拟参会。在计算机生成图像领域的领军企业Mackevision（埃森哲新近收购）等企业的推动下，扩展现实技术日趋成熟，更多相关应用指日可待。⁸



参考资料

- 1** 埃森哲技术展望2018
- 2** 同上
- 3** <https://www.lufthansagroup.com/en/themes/balance-2017.html>
- 4** <https://newsroom.accenture.com/news/accenture-to-help-carnival-corporationtransform-the-guest-experience-through-intelligent-personalization.htm>
- 5** 埃森哲技术展望2018
- 6** 同上
- 7** 埃森哲数据分析
- 8** <https://newsroom.accenture.com/news/accenture-completes-acquisition-ofmackevision.htm>

作者

Lucy Bickford

埃森哲旅游业董事总经理

lucy.bickford@accenture.com

Michael Robinson

埃森哲旅游业董事总经理

michael.j.robinson@accenture.com

Christian Winter

埃森哲旅游业总监

christian.winter@accenture.com

Robert Zippel

埃森哲旅游业董事总经理

robert.zippel@accenture.com

联系我们

李佩珊

埃森哲大中华区旅游业主管 董事总经理

susanna.p.li@accenture.com

周晖

埃森哲大中华区旅游业总监

phil.hui.zhou@accenture.com

关于埃森哲

埃森哲公司注册成立于爱尔兰，是一家全球领先的专业服务公司，为客户提供战略、咨询、数字、技术和运营服务及解决方案。我们立足商业与技术的前沿，业务涵盖40多个行业，以及企业日常运营部门的各个职能。凭借独特的业内经验与专业技能，以及翘楚全球的交付网络，我们帮助客户提升绩效，并为利益相关方持续创造价值。埃森哲是《财富》全球500强企业之一，目前拥有约44.9万名员工，服务于120多个国家的客户。我们致力驱动创新，从而改善人们工作和生活方式。

埃森哲在大中华区开展业务30年，拥有一支约1.5万人的员工队伍，分布于多个城市，包括北京、上海、大连、成都、广州、深圳、香港和台北。作为可信赖的数字化转型卓越伙伴，我们正在更创新地参与商业和技术生态圈的建设，帮助中国企业和政府把握数字化力量，通过制定战略、优化流程、集成系统、部署云计算等实现转型，提升全球竞争力，从而立足中国、赢在全球。

详细信息，敬请访问埃森哲公司主页 www.accenture.com 以及埃森哲大中华区主页 www.accenture.cn。

关于埃森哲研究

埃森哲研究针对全球企业面临的最紧迫问题，明确趋势并创建数据驱动型洞察。我们的团队由来自23个国家的250位研究人员和分析师组成，将新锐的研究技术与深厚的行业理解力有机融合在一起，每年发布数百份报告、论文和观点文章。我们深入的研究以独有数据为基础，同时积极与麻省理工学院和奇点大学等领先学术机构开展合作，以此指导我们的创新工作，进而将各种理论及全新理念转化为有效、实用的解决方案，为客户提供切实帮助。了解更多信息，请访问：www.accenture.com/research。