

近日,“希尔顿会员夜不归宿被扣3000元”事件引发广泛关注,事件持续发酵引发了幕后“酒店代订”的讨论:酒店业如何看待这个问题?“酒店代订”这个业务是否合法合规?消费者是否会有消费陷阱?是否可以有解决的方案?

怎样堵住“酒店代订”的黑洞

◎ 记者 王珏



一场争论让“酒店代订”这个职业走进了大众的视野。

有业内人士表示目前酒店代订情况多种多样,一般分为协议房、房卡房、积分房等。积分房即酒店会员用自己的积分给他人订房赚取差价;协议房即各大公司与酒店签订协议,代订者一般都会利用合作公司的协议价来赚取差价;房卡房即代订者本人在前台开好房,拿好房卡再给客人入住。

调查

在咸鱼上搜索“酒店代订”,会跳出很多商家服务,大多为知名连锁酒店。比如,亚朵、洲际、希尔顿、万豪等,有一些还会附赠早餐和消费资金。对比官网上的售价,确实酒店代订更具有吸引力。也有咸鱼卖家直接称比各大平台便宜几十以上,也有称会员代订五折起,更有一些卖家直接标着100元,具体价格私聊。在这些购买评价里,大多为好评。

有一位名为“飞鸟”的卖家,代订杭州钱江新城万豪酒店、西溪喜来登、滨江艾美等酒店,其中万豪酒店的商品介绍里注明“钛金卡”加持,有一些酒店下则会注明只为会员卡保级。记者与卖家沟通,卖家表示每天的房价有浮动,但肯定会比酒店以及ota平台上的便宜。记者看到这位卖家在咸鱼8年,店铺商品有204件,均为酒店代订,到目前为止总共卖出去2715件宝贝,好评率是99%。

当记者询问卖家,“会不会到时候入住不了”,对方表示,“不会,如有问题补价订房。”

酒店

万豪酒店客户经理说,一般预订酒店分为线下前台、官网预订和OTA预订,以及协议房。其中,协议房是指国际或国内一些大企业或酒店集团签订的长期协议房价。根据协议,企业员工或相关人员所签约酒店,都可以享受优惠价,价格通常是前台预订价格的6折至8折。比如,前台预订价是每晚1000元,协议价为600元至800元,而代订者一般都会利用合作公司的协议价来赚取差价或“中介费”。

杭州柏悦酒店客户经理说,一般酒店集团都会有自己的会员体系,会员可以享受到额外的优惠权益,包括迎宾礼物、免费早餐、行政酒廊等,甚至可以用积分抵扣房费。而这些所谓的“酒店代



订人”,一边利用会员权益获得额外的收益,另一边又会利用产生的消费累积新的积分,而这些积分就相当于酒店预订时的“货币”,代订的次数越多,获得的额外积分就越高,在会员级别保持最优的同时,从中赚取更多的差价。

资深酒店经理人徐平说:“根据酒店集团或者合作企业规定,无论是协议房还是积分兑换,都要求客人本人使用,不得转让。会员体系的本质在于奖励忠诚客户,由于代订的影响扰乱,或者通过已有的会员体系出售给他人赚取额外佣金,这也是对会员权益的影响,伤害提供会员福利的初衷,也丧失了破坏了会员体系的公平性和可信度,给酒店集团带来了负面影响。”

维权

杭州国浩律师事务所陈根雄律师表示,所谓酒店代订是一个合同违约问题。比如,几折优惠或赠送什么服务都是合同约定的,只能本人享受,不能转让,如果存在酒店代订行为,这是违反了合同约定。

然而,酒店维权并非易事。

杭州万豪酒店客户经理说,首先要精准分辨出酒店代订人与普通消费者,操作起来是有一定难度的,因为部分拥有酒店会员权益的消费者,都会用自己的权益帮家人、朋友进行预订,所以光看预订信息,很难分辨出究竟谁才是真正的酒店代订人。同时,酒店在限制代订行为时,会涉及到账户权益冻结等措施,而代订人作为一名消费者,也会保障自己的权益,而让酒店方深陷恶性客诉的环境中。同时,以代订为谋生手段的人,会根据酒店集团应对政策的

变化来不断调整自己的方式,源源不断地制造出可进行代订的新账号,很难完全杜绝。

陈律师建议,酒店和入住者应该注意两个方面,首先,酒店应该尽到自己的责任,要以醒目的方式通知到所有入住者使用自己的身份证入住,否则可能会承担法律责任。其次,从自身角度来说,酒店应该进一步完善对此类事件的解决手段,比如加强会员制度管理,严格监控会员权益的使用情况,防止滥用行为。

他表示,一旦发现代订行为,酒店应及时采取措施,如取消会员资格或限制其权益。另外,酒店可以利用大数据和人工智能技术,识别和防范代订行为。对于被代订的消费者应该在入住时主动出示和查验自己的人住信息。

解决

如何利用大数据防范“酒店代订”,记者采访了专注于做大数据建仓和清洗的杭州苔古科技有限公司技术总监许学平,他根据“酒店代订”这个“顽疾”提出了大数据客户管理系统应用建议,“如今大数据大模型的应用,是完全可以解决‘酒店代订’这个问题的。可以针对酒店的会员,利用其订酒店的数据进行统计分析,给每个会员进行用户画像,可以分析出忠诚的用户代订酒店次

数的区间,然后看看‘酒店代订人’的代订次数,应该可以找到一个阈值,超过这个阈值的做一定的限定,比如应用大模型核实,以保障用户的订单安全。此外,会员体系可以不是仅仅站在注册会员的角度,可以从实际入住人员的画像来看。哪些是常住的更有价值客户,他们的消费喜好画像,很多的营销活动完全可以针对这些实际入住客户来进行发放。”

