

中华人民共和国国内贸易行业标准

SB

酒店数字化运营和服务规范

Hotel digitalization specification of operation and service

(征求意见稿)

2025-XX-XX 发布

2025-XX-XX 实施

中华人民共和国商务部发布

目 次

前 言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 总体原则与应用场景	2
5 数字化服务	3
6 数字化运营	5
7 人员与组织	7
8 数字化基础服务	8
9 数据管理	9
10 信息安全	10
11 评价与持续改进	11

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由中国饭店协会提出。

本文件由商务部服贸司归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

酒店数字化运营和服务规范

1 范围

本文件规定了酒店数字化运营和服务的总体原则与应用场景，以及数字化服务、数字化运营、人员与组织、数字化基础设施建设、数据管理、信息安全、评价与持续改进方面的要求。

本文件适用于各类酒店包括单体酒店和连锁酒店的数字化应用与赋能。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

酒店资产管理系统 property management system (PMS)

酒店企业使用的包括前台入住管理、账务管理、销售管理、客房管理、餐饮管理、报表分析等在内的核心交易管理系统。

3.2

中央预定系统 central reservation system (CRS)

酒店企业使用的预定管理系统，管理酒店房价、客房库存、促销活动、商品价格及库存等，可实现中央统一对外销售和对内预定的系统。

3.3

办公自动化系统 office automation system (OA)

酒店企业使用的处理酒店及集团内部事务性工作，实现日常办公管理，提高办公效率和管理效率的系统。

3.4

客户关系管理系统 customer relationship management system (CRM)

酒店企业使用的管理会员基本权益、会员资产、标签与人群画像，实现自动化营销、信息触达与定向人群促销等功能的信息系统。

3.5

在线旅行代理平台 online travel agency (OTA)

指利用其平台聚合能力，通过专业的在线旅游服务，帮助酒店实现在其平台销售，促销，拉新等综合服务并收取酒店服务费的服务机构。

SB

3.6

商旅管理公司 travel management companies (TMC)

为酒店提供机构协议在线管理, 在为其服务的机构用户提供一站式差旅解决方案的同时, 为酒店提供新的销售渠道的服务商总称。

3.7

酒店智能机器人 intelligent robot

泛指为酒店宾客及后场员工提供自助服务的、能按照一定规则和流程能自主完成部分规定行为的智能设备总称, 包括自助入住机器人、送物机器人、扫地机器人、消杀机器人、安防和巡更机器人等。

3.8

智能客控系统 intelligent room control system

指借助物联网技术 (IoT, Internet of Things) 和人工智能技术 (AI, Artificial Intelligence), 通过场景化设置或宾客指令, 实现灯光场景控制、空调室温控制、智能电视语音控制、智能音箱入口、智能睡眠等管理的系统总称。

3.9

智能客服 intelligent service

指借助客服大数据和 AI 语音识别技术, 基于预设的问题或语义智能判断, 完成外呼或宾客来电问答, 实现快速解答宾客问题的酒店智能服务系统。

3.10

社交化客户关系管理 social customer relationship management (SCRM)

是基于会员忠诚度运营管理, 借助各类社交软件, 实现面向宾客的圈层营销、私域化管理的新型社交化客户关系系统总称。

3.11

酒店全球分销系统 global distribution system (GDS)

指将酒店信息、价格、客房余量等数据集成到多个代理 (OTA) 上, 使全球不同地域宾客可以通过多种渠道预订酒店的系统。

4 总体原则与应用场景

4.1 总体原则

以安全为前提, 应在《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等相关法律法规框架下开展酒店经营活动, 确保用户安全、数据安全、经营安全。

利用 AI 技术, 移动技术, IOT 技术等新技术, 打通各类业务系统的连接与信息共享, 基于数字化的方法, 对酒店场景、服务流程、运营流程进行创新和赋能。

酒店数字化的目的, 应以提升酒店的获客能力, 提升宾客到店体验, 提升酒店运营效率和降低酒店运营成本为目标。

4.2 应用场景

数字化服务

通过 CRS、OTA 等线上直连、移动应用、智能服务机器人、消费数据分析等，快速响应消费需求，实现便捷预定、自助入住、在店服务自助预约核销、快速离店等服务。

数字化运营

借助各种数字化系统，在前厅、餐饮、销售、财务、后台管理等环节，通过移动应用、AI、机器人、IoT 技术等，实现流程闭环管理。同时运用自媒体、CRM、SCRM 等工具，基于酒店特色及场景，达到与宾客及时互动，实现改善宾客体验，提升运营效率的目的。

数据管理

通过 CRM、SCRM、BI、大数据等数据分析和在线工具，实现数据结构化分析，从而具备宾客差异化服务，敏捷收入分析和成本精准洞察等能力。

5 数字化服务

5.1 预定服务

应提供线上预定渠道，如 OTA 在线预定、自建官网、官微渠道预定等，通过 CRS 或其他连接器实现直连，减少人工录入线上订单。

通过 CRS 对各中介渠道进行统一管理，实现实时客房预定、实时房源、房价动态调控及库存管理等功能。

应提供在线支付、订单变更、预约开票、实时退款等服务。

借助 AI 客服，实现智能外呼、智能应答及在 PMS 记录宾客需求。

通过自动触发、短信、微信等方式，设置预定信息自动发送功能，包括电子预订单、入住酒店注意事项、本店服务特色介绍等。

通过客服大模型解决实际运营过程中的宾客满意度或会员拉新、服务交互的问题，利用 AI 能力建立智能客服系统。

5.2 入住服务

PMS 应根据系统设定规则完成价格推荐、预排房、便捷支付及快速办理入住等功能。便捷支付应满足线上、银行卡、现金等各类支付要求。

应实现 PMS 与公安旅业管理系统联网，实现身份证识别、上传并同步入住状态。

宜利用前台智能入住设备，协助宾客自助办理入住，根据酒店房间数和出租率，可配置适量自助入住机，推荐每 100 间房配置一台自助机。

可设置前台迎宾机器人，提供酒店特色、酒店服务介绍，通过智能问答实现宾客互动，可与自助入住办理机相结合。

可通过智能服务机器人运送行李、客需用品、点餐送餐等。服务机器人应与 PMS、客需系统、点餐系统等打通，实现闭环服务。

SB

可采用无纸化接待流程，如电子签名、账单电子化等，提升绿色接待水平。

可配备人工智能翻译系统，提升外宾接待能力。

5.3 客房服务

宜通过统一的智能调度系统，向服务设备、服务人员发出服务指令，并跟踪服务流程，向提出需求的宾客反馈服务进度，及时完成客需任务。

宜通过 AI 智能客服，提供及时客需应答及服务。

可根据需要，引入智能货柜、智能服务机器人、清扫机器人等，完成部分客需、接待、购买、送物及清扫服务。宜选择一机多用功能，提升设备使用率。

可在客房中安置智能客控系统，通过智能终端控制客房内的温度、照明、窗帘、电视等设备，提升宾客住宿的舒适度。

可使用智能排房管理，PMS 可根据订单、酒店楼层、房型、客房服务人员排班情况等数据，同时匹配酒店能耗设施运转情况，自动对预定订单进行房间分配。

可使用数字布草管理，基于电子标签，实现酒店布草从房间内更换、酒店内部转运与清点、布草清洗过程与质量的全流程管理。

可打通 PMS 与酒店智能门锁系统，实现免接触和无钥匙的梯控、开门等服务。

宜为宾客提供在线报修和维修服务，通过手机终端、客房智能终端等，提交报修请求，并跟踪维修进度和完成情况。

宜通过智能电视为宾客提供与酒店相关的信息和服务推送，如洗衣，点餐等，可在智能电视上实现手机投屏。

客房管理系统宜使客房服务员通过移动设备接收客房清洁任务，并及时反馈清洁情况。

客房管理系统宜使相关人员通过移动应用完成客房质检、评价、酒店易耗用品使用统计及客房服务员计件统计等。

客房管理系统应有挂账、异常登记、查看房态、修改房态等功能。

宜通过系统维护酒店各类固定资产，实现一码一资产的管理。

5.4 餐饮及会务服务

自助餐厅应提供在线预约、订位、桌位结账、挂账等功能，可提供宾客自助完成上述操作的工具，并和餐饮系统、PMS 及账务系统连接互通。

餐厅可提供自助扫码点餐、Pad 自助点餐、Pad 服务员点餐及支付、挂账等功能。

餐厅可提供送菜机器人，辅助服务员完成出菜点到餐桌的送菜。

可提供在线会议预定、排位、服务预约、订单在线确认等功能。

会议室可借助 XR 技术，实现虚拟现实的远程会议管理。

5.5 康乐及其他服务

宾客通过客房电视、小程序、APP 在线预约酒店康乐、健身、泳池等服务，并在线了解设施设备内容与特色、使用空闲时段等情况。

宾客可在消费现场核销预约，并在线支付、挂账等。所有终端消费点，应能识别宾客身份、权益。如果是会员或储值用户，可抵扣权益、会员积分或储值。

酒店应通过数字化手段提高宾客安全，特别是度假型酒店，可使用手环、数字化视频分析技术等进行安全管理。

5.6 离店服务

可通过自助机等终端提供自助离店服务，实现快速离店、实现 0 秒退房、无等待退房等服务。

酒店应提供预约开票、自助开票、抬头关联等开票服务，宜使用数电发票服务。

酒店应提供行李寄存、失物登记、发票补寄等功能，可在 PMS 中进行在线登记。

宾客离店后，酒店可通过 CRM、SCRM 进行满意度回访、促销推送、温馨问候等功能，宜配置为自动打标、自动推荐和自动触达。

6 数字化运营

6.1 前厅管理

PMS 应与 CRM 系统打通，通过宾客档案、入住偏好，提供宾客满意的客房预订及服务布置。

PMS 或内嵌辅助分析系统应提供各个管理层必要的数据分析，宜使用日报自动生成和分发。

前厅应有风控分析报表，根据交易码进行分类识别财务风险。

PMS 应具备应急功能，定时保存应急报表，在酒店断电或者断网情况下，可以保证前台业务正常开展。

6.2 销售管理

应建立方便、易于使用的在线预定系统，方便宾客随时随地通过官网/APP/小程序/OTA/GDS 渠道预定。

应建立会员管理系统来管理会员信息和会员权益，进行精准的市场定位和个性化营销推广，提高会员转化率和忠诚度。

应建立公域营销和私域营销引流机制，通过公域平台吸引宾客到店入住，通过私域运营做宾客转化、沉淀、活跃，形成私域闭环。

应搭建调价系统，根据市场趋势和需求动态调整定价。

应对渠道、市场、价格码、客源等代码体系进行标准化管理，便于价格管理和收益分析。

酒店宜通过系统将实时库存、房价和可预订数据直接提供给 OTA、GDS、商务公司（大客户、TMC）等，并接收实时预订信息，保证各渠道和酒店库存、价格信息实时同步。

线上商城系统可具备一定的价格策略配置功能，定义包价、套餐及提成等，并支持促销及在线客服。

SB

6.3 协议管理

应支持在线审批、电子签约等协议管理功能。

可具备移动端，实现协议拜访、销售人员下单、销量查询等功能。

宜提供储值、信用控制、应收账管理及核销等功能。

应根据订单和入住数据提供分析和对账功能。

应具备协议自动到期提醒、续约提醒等功能，确保协议的有效管理。

6.4 餐饮管理

餐饮宴会管理系统可支持餐饮宴会基础信息管理、前台结算管理、财务管理、数据分析、出入库管理、库存管理等功能。

餐饮宴会管理系统可与酒店 CRS、会员系统、PMS 系统等进行数据互通，实现会员管理、预定管理、结算管理等。

可提供在线预定和安排宴会场地、设备、排桌和服务，简化预定过程，准确记录宾客需求和细节。

可监控和管理厨房设备的状态，通过设备传感器和物联网技术，检测设备故障、提醒保养和定期维护，对历史数据回顾和趋势分析，减少设备停机时间和提高设备使用寿命。

可提供菜品成本分析和控制工具，分析食材采购和消耗数据，计算每道菜品成本，并评估其盈利能力。

餐饮系统可对接外卖系统、线上餐券系统等，实现与主流线上渠道直连销售。

6.5 财务管理

财务系统可与 PMS、POS、宴会等系统直连，凭证可通过接口导入，可配置审核权限。

财务系统可穿透查询交易明细及账单。

财务系统应具备必要的分析报表功能，满足日常分析及财务风控要求。

财务系统应具备自动化审计功能，通过预设置的审计规则，自动检查和验证交易记录，提高审计时效性和准确性。

应具备风险管控模块，根据预设置规则识别和评估潜在的财务风险。

6.6 安防、停车、供应链等管理

可通过数字化监控系统，实时检测设备运行状态和性能指标，并自动创建数字工单，提升及时响应维修需求。

可通过能耗监控系统，监测能源的使用情况，包括电力、水、燃气等，并可通过自动化控制系统，对设备和系统进行智能化管理。

可通过视频监控系统提升安全性，在关键区域安装摄像头，及时发现异常情况并采取相应措施，并利用数字化巡更系统，通过员工刷卡、扫码二维码等方式进行记录，保证每个巡更点得到正确巡查。

可通过智能停车系统实现停车位管理,将车辆信息与宾客信息绑定后,可进行车辆识别、车位导航、超时停车费收取等功能。

应采用电子采购系统简化采购流程,在线提交采购需求,自动将请求发送给供应商,并可借助数字化进销存系统管理物资的进出和库存情况,自动生成报表和提醒,帮助酒店进行库存预警和补货计划。提供在线开票、对账和结算功能。

酒店可部署人力资源系统、供应链系统打通,实现工时计算、考勤查询、成本查询等集合管理能力。

可将监控、消防等需要 24 小时值守的中控系统集成在一起,实现识别风险、辅助管理和报警功能。

7 人员与组织

7.1 人员与组织

应建立满足数字酒店运营管理与服务的人力资源与组织保障。可设置的岗位包括但不限于:

- a) 技术管理员:负责酒店计算机系统的运行,为酒店的运营和服务提供技术支持;
- b) 酒店数字化运营人员:负责酒店日常运营和数字化管理,包括数字化供应链管理、在线预订和结算、消费数据管理等;
- c) 数据分析师:负责数据分析、数据挖掘、数据可视化和数据解释,帮助酒店准确洞察经营情况,消费需求和市场趋势;
- d) 数字化市场营销经理:负责制定酒店的数字营销策略、数字化市场策略和数字化推广,提高宾客粘性,确保酒店数字化服务得到充分利用,提升酒店销售业绩;
- e) 数字化客户服务经理:负责客户关系管理,包括数字化渠道、宾客满意度调查等,以及为宾客提供数字化支持和服务;
- f) 电商经理:负责酒店业务电商渠道,宣传推广酒店,扩大酒店影响力及产品营销范围。

应加强不同岗位之间的工作协同,实现人员互用,利用数字化系统建立基础能力结构,降低岗位切换对人的技能要求。

酒店管理层可通过数字化团队及外部数字化服务商等,建立数字化知识体系,提出数字化要求,推动酒店数字化转型。

7.2 人员能力要求

在数字化酒店运营与服务中,数字化管理人员应具备以下知识和技能:

- a) 技术能力:具备其责任岗位相关的技术背景和能力,包括对计算机系统、网络技术、数据分析、数字化市场营销等方面的了解和掌握,能够熟练运用各种数字化工具和软件;
- b) 创新能力:具备创新思维,能够不断探索新的数字化应用和模式,提出新的解决方案和创新性想法;
- c) 流程优化能力:基于数字化系统和新的场景,进行流程优化,提升运营效率;
- d) 沟通能力:具备优秀的沟通能力,能够与宾客、同事、上级外部供应商等进行有效沟通和协作,能够清楚表达思想,为数字化酒店运营提供有价值的想法和策略;
- e) 数据驱动能力:具备数据驱动能力,能够对酒店的数据进行有效收集、整理、分析和利用,为酒店的运营管理和决策提供数据支持;
- f) 营销能力:了解和掌握数字营销的理念、方法和工具,能够制定和执行有效的数字营销策略,提高酒店的品牌形象和市场竞争能力;

SB

g) 用户体验能力：具备用户体验思维，能够从用户的角度出发，了解和满足用户的需求和期望，制定数字化策略，满足用户需求，提高用户满意度和忠诚度；

h) 团队协作能力：具备团队协作精神，能够与其他部门及同事进行有效协作和配合，共同推进酒店数字化运营；

i) 学习能力：具备学习能力，能够不断学习和掌握新的知识和技能，保持自身的竞争力和适应性。

8 数字化基础服务

8.1 服务器管理

酒店应合理规划建设服务器资源,承载酒店的各种数智化系统,服务器资源可采用本地服务器集群,也可采用云服务器。可使用云服务部署酒店系统,有效减少本地化维护要求。

宜采用分布式计算资源弹性扩展服务器资源,按实际符合需求进行扩展,提升资源使用效率。

应对数据进行必要备份,实现数据多份多活管理。

应在服务器环境中,确保控制虚拟网络间及虚拟网络和物理网络间有清晰的安全边界,从安全边界安全设备实现安全控制。

可使用主流的云计算资源实现服务器云端管理。

8.2 网络管理

应按照安全、经济、实用等原则,考虑客用网络、办公网络、设备网络、公共区域网络、电梯覆盖等实际需求,合理规划网络基础设施,实现最佳漫游体验。

宜结合网络基础设施、无线接入点的物联网扩展能力,逐步构建由信息技术和物联网技术组成的智慧网络,实现对酒店设施、服务和消费行为的实时监测、分析和反馈,从而提升酒店的效率和宾客满意度。

应为宾客提供安全高速的网络服务,包括无线局域网(WiFi),可保留有线网络接入等,使宾客可在店内随时随地上网,享受各种互联网服务。

应建设独立的办公网络,满足员工办公需求和信息系统运行需求。

应建设独立的设备网络,满足监控、房控、互动电视等工控设备的运行需求。

应实现网络虚拟化,可通过虚拟化技术,实现网络资源动态分配和融合管理。

应建设符合公共场合(室内大堂、室外游泳池等)的无线局域网(WiFi)信号覆盖。

8.3 智能设备

应通过数字化和智能化技术,将酒店内部设备和设施变得更加智能化和便捷化。宜考虑酒店长期稳定运营需要,选择成熟的智能设备及具备主流操作系统的智能化设备,如IOS、Android、HarmonyOS等,主要包括:

a) 智能客控:通过AI音箱,场景管理等实现客房照明,空调控制,窗帘、电视等自动化控制;

b) 前台自助机:通过与PMS、治安系统直连,实现宾客自助入住办理业务;

c) 智能服务机器人：提供运送行李、送物、扫地、安防巡逻等移动式机器人的总称，通过智能机器人服务，减少人工干预，提升服务到达准确性；

d) AI 客服：通过与电话系统、在线服务系统直连，对宾客需求第一时间响应，及时解决宾客诉求。需保留服务转接人工的通道。

8.4 智能监控及分析系统

智能监控系统：可在酒店内部安装智能监控系统，实现对酒店各个关键区域的智能监控和安全管理，包括但不限于智能安防系统、消防报警、巡更、燃气报警、安全门禁等。

智能运维系统：可以在酒店内部使用物联网技术获取酒店设备使用情况，掌握酒店设备状况并智能化分配运维及保养任务。

数据分析系统：可以采用数字化和智能化的数据分析系统，对员工及宾客反馈的数据进行分析和预警，优化酒店运营和服务。

9 数据管理

9.1 数据分析

可根据已有的消费信息在管理系统中实现消费行为（年龄、性别、酒店消费情况、回头率、地域、消费方式等）分析，并针对消费和客流等趋势进行分析、预测。

可利用大数据技术开展酒店口碑、舆情、曝光度、关注度、搜索热度等市场监测、分析与诊断，并为酒店品牌营销、活动策划或新品研发、竞品分析等提供支持。

竞争数据和市场分析数据

收集和分析酒店业内的竞争数据，包括同类酒店的房间价格、入住率、宾客满意度、宾客群体画像、销售渠道、营销策略和酒店设施和服务等情况，通过比对和分析寻找酒店的差异化竞争策略，提升酒店自身的竞争力。

酒店收入分析

应定期对酒店的各项经营数据进行深入分析，包括但不限于客房出租率、平均房价、RevPAR（每间可供出租客房产生的平均实际营业收入）、餐厅上座率、餐饮人均消费、客房餐饮宴会及会议业务收入等，并能进行同期对比分析及更加细化维度分析，如：来源、市场、渠道、房型、单位等，更好地了解其业务状况、收入来源和消费偏好，从而优化定价策略、房型配置和服务提供。

成本分析

可建立详细的成本管理体系，对酒店的运营成本进行深度分析，包括但不限于人工成本、物料成本、能源成本、维护修理费用等。通过对这些成本数据的跟踪和分析，发现成本控制的潜力和空间，并制定相应的节约成本措施，如通过优化采购策略、提高员工效率、实施节能措施等方式来降低运营成本。

效率分析

应建立运营分析指标体系，对服务、客房、工程等各个运营环节进行深入分析，发现当前的运营问题，形成以数据为中心的 PDCA 闭环，不断提升酒店运营效率和宾客体验。包括但不限于服务耗时、服

SB

务需求偏好、催服务率、赶房耗时、清洁效率、查房效率、清洁返工率、住中报修率、住中维修耗时、每百房未完成维修数、高频报修项等。

9.2 数据一致性管理

应加强数据一致性管理，避免因数据不一致可能导致的各种问题和误解。

加强数字酒店运营中数据一致性管理的主要内容包括但不限于：

a) 数据标准化：应确保所有数据都按照统一标准进行格式和定义。包括数据命名、数据类型、数据长度、数据范围、数据格式等，降低数据不一致性的概率；

b) 数据整合：对多个系统或应用程序中重叠或相互依赖的数据，应确保数据在整合过程中得到一致性管理；

c) 数据验证：应进行数据验证，以确保所有数据都准确、完整和一致。包括实时数据验证和定期数据验证两种方法。实时数据验证可以检测无效数据输入，定期数据验证可以发现历史数据问题并进行纠正；

d) 数据存储：应通过备份、归档、版本控制等方法确保数据存储和访问一致性，确保数据在整个生命周期中的一致性。

9.3 数据质量管理

宜进行数据集成管理，在相关业务规范和需求下，整合业务数据并对数据进行清洗和规范整理。

应制定数据标准，持续性改进数据质量和数据管控流程。

应建立指标体系，明确指标及维度定义、指标及维度来源、指标逻辑等；应统一指标口径，包括业务口径，计算逻辑口径，特殊口径需明确无异议。

应实施严格的数据访问权限控制，确保只有经过授权的用户能够访问和使用相关数据。包括定义不同用户的角色和权限，以及实施多层次的身份验证和访问控制机制。

应与外部合作伙伴和供应商建立明确的数据隐私协议，确保在数据传输和共享过程中遵守双方约定的数据隐私保护要求。

9.4 数据资产化

可根据国家政策要求，对数据进行资产化申报，数据产品化转化，实现财务确认和并表，基于安全可靠前提，实现数据资产增值、流通和交易。

9.5 大数据分析 with AI 大模型应用

酒店可根据需要，引入成熟的大数据分析模型和 AI 大模型，对比较复杂的销售管理、宾客服务、智能设备的场景化管理、人员评价和培训等，实现有效的决策依据，及时响应和人机交互。

10 信息安全

10.1 应在《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国数据安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》等相关法律法规框架下开展酒店经营活动，确保信息安全符合国家监管要求。对于有境外业务的酒店，其经营活动应符合当地国家或地区的法律法规及相关要求。

10.2 应确保酒店信息系统、设施设备、经营活动对个人信息的收集、使用、加工、传输、提供等处理活动符合相关规则和要求，保障宾客个人信息的合法权益。

10.3 应确保酒店信息系统在处理宾客个人信息数据不被超约定范围使用，且使用过程留有痕迹并可追溯。

10.4 应保证酒店利用宾客个人信息进行自动化决策的透明度和结果的公平、公正，不得对个人在交易价格等交易条件上实行不合理的差别待遇。

10.5 在酒店数字化应用服务过程中，对各类系统、设施设备及经营活动所产生的数字资产的获取、处理、存储、加工及相互调用应遵从数字资产的安全性管理要求。

10.6 应制定安全运维规范，定期对重要数据和信息系统进行安全检查和风险评估，并做好相关运维记录，全年应无重大网络安全事故发生。

10.7 应基于可信根对通信设备的系统引导程序、系统程序、重要配置参数和通信应用程序等进行可信验证，在检测到其可信性受到破坏后应进行报警，并将验证结果形成审计记录送至安全管理中心。

10.8 应在预先定义的时间内，清除平台上存储的宾客信息，并确保不能采用技术手段恢复。

11 评价与持续改进

11.1 综合评价数字酒店运营服务效果可参考指标包括但不限于：

a) 宾客满意度：应用科技手段，改善宾客预订、入住和离店等环节体验，提升了宾客满意度；

b) 营销效果：利用数字和移动技术推广酒店服务，更精确针对潜在宾客在线上平台开拓市场，提高营销效果；

c) 品牌形象：使用科技手段优化服务，提高业务效率，对酒店品牌形象起到正面作用，进一步提高品牌价值；

d) 经济效益：有效降低酒店运营成本，提高酒店效益和竞争力，对酒店盈利能力产生积极影响；

e) 员工工作绩效：数字化和自动化程度更高，提升了前台、客房服务和维修部门等全员工作效率，酒店各部门协作更有力，提高整体竞争力；

f) 运营能力：通过后台运营数据，量化评价运营的各个环节，找到运营短板，构建 PDCA 闭环。

11.2 基于评估结果优化酒店数字化运营和服务策略，进一步提高竞争优势。