

公共空间室内设计与施工图丛书

GONGGONG KONGJIAN SHINEI SHEJI  
YU SHIGONGTU CONGSU

# 酒店空间 室内设计与施工图

郭晓阳 孙佳娜 编著



酒店空间设计的相关概念、设计方法和要求  
列举了5个酒店项目室内设计的部分施工图  
配光盘附施工图



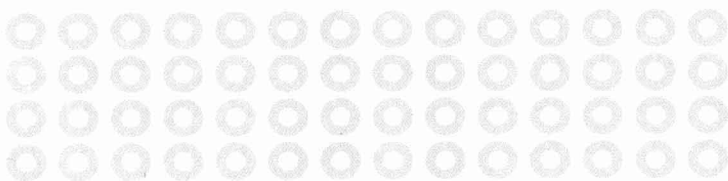
化学工业出版社

公共空间室内设计与施工图丛书

GONGGONG KONGJIAN SHINEI SHEJI  
YU SHIGONGTU CONGSHU

# 酒店空间 室内设计与施工图

郭晓阳 孙佳娜 编著



化学工业出版社

·北京·

## 内 容 提 要

本书首先介绍了酒店空间设计的相关概念、设计方法和要求,之后列举了5个酒店项目室内设计的部分施工图,并配光盘提供施工图电子文件,方便读者使用。书中还展示了各项目方案阶段的效果图、完工后的实景照片等,是室内设计师的一本非常实用的参考书。

## 作 者 简 介

郭晓阳,硕士研究生毕业于清华大学美术学院环境艺术设计系,现为苏州科技学院建筑与城规学院副教授,系主任,兼任苏州大学艺术学院硕士生导师。研究方向为环境艺术设计及理论研究、艺术设计学理论研究。

孙佳娜,苏州大学艺术学院硕士研究生。

## 图书在版编目(CIP)数据

酒店空间室内设计与施工图/郭晓阳,孙佳娜编著. —北京:化学工业出版社,2013.1

(公共空间室内设计与施工图丛书)

ISBN 978-7-122-15782-9

I. ①酒… II. ①郭…②孙… III. ①饭店-室内装饰设计-图集②饭店-室内装饰-工程施工-图集 IV. ①TU247.4-64

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第266777号

---

责任编辑:徐娟

装帧设计:史利平

责任校对:徐贞珍

---

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印 刷:北京永鑫印刷有限责任公司

装 订:三河市万龙印装有限公司

880mm×1230mm 1/16 印张8 彩插12 字数248千字 2013年3月北京第1版第1次印刷

---

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

---

定 价:39.00元(含光盘)

版权所有 违者必究

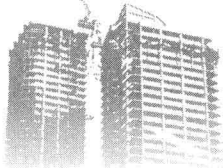
如果说以装饰为主的室内装饰在中国发展历史并不短，而现代的室内设计概念则是后来的舶来品，在中国的发展历史也不过几十年，说到行业的繁荣期则更短。因此，室内设计理论的梳理和总结、尤其是结合中国自身行业发展特点的学术理论总结，一直处于不温不火的状态。这也许与这个行业的自身特点有关。纯粹搞学理研究的人不屑一顾，觉得它太世俗、太商业，不能凸显学术高度；置身其中、为设计事务缠身的设计实践者又没有精力纠缠学理纷争。加之近些年整个社会的过度追逐功利，所以表面上看起来十分热闹的室内设计行业实际上只是在市场的规模上凸现异常繁荣。对于整个行业的价值观、行业社会角色、设计核心理念、设计方法论等却鲜有人进行认真的探讨。我这样说可能有些过分，因为毕竟几十年来我们专业领域内的书籍论著确实出版了不少。但客观来说，切中行业问题要害，对行业与社会发展起真正推动作用的又有几何？“书”对于整个社会来说是一个极为特殊的产品，除了一般的使用功能，它还包含了“价值观”，是一种通过知识、学理和价值判断推动行业和社会发展的力量。所以我对认真做学问著述的人十分敬佩。

郭晓阳老师在专业领域内已有多年教学和实践经验。十多年来，他在专业设计实践和专业教学过程中积累了大量的成果，也有一些个人的思考。可以看出，这套丛书是他想通过专业分类的方式把理论和设计实践案例结合在一起呈现出来。而且这套丛书深入到施工图纸的阶段，把理论的阐述与最终的实践成果并置在一起，这是一个很好的尝试。这种并置可能产生两种结果：一种是观念与实践的统一，实践案例更好更形象地展现了观念的结果，加深读者的理解；第二种是有可能实践的成果未能很好的呈现理论观念，但这也不能算是一种失败。因为这也可以是一种反证，可以让读者看到观念到现实之间的衰减和落差，从而对实践中的各种离散因素有清醒的认知。因此，无论产生什么结果，这件事做得都是非常有意义的。

现代的公共项目较多，在做室内设计时也需要提供详细的施工图。因此，本套丛书对那些初入职场或在校学习的学生尽快了解专业的现实，拉近在校所学理论与现实的联系会有很大帮助。

张 月

2013年1月8日于北京



近年来我国的室内设计市场蓬勃发展，城市建设速度不断加快，每年有很多大中型项目陆续开工。以苏州市为例，每年苏州市建设局审图中心收到的图纸就达上百份，这还不包括私人项目、简单的室内改造以及家庭装修项目。目前大多数装饰公司设计师数量少则十几人，多则上百甚至上千人，每年的室内装饰工程产值从几亿发展到几十亿，这是一个非常庞大的市场。国内开设室内设计专业的各级院校多达数百所，每年的招生规模也不断递增，招生院校从中专、高职、普通高等院校到重点院校分布在每个层次。但是，我们也应该清楚地认识到，室内设计专业在我国尚处于发展阶段，设计规范和相应的规章制度尚不够完善，施工图的绘制方法也各不相同，我们应该多借鉴成功的经验，使这个专业有一个良性的发展。

本套丛书正是基于这样的目的而编著，希望能对室内设计专业的发展能有所贡献。本套丛书对酒店空间、办公空间、休闲娱乐会所空间和商业餐饮空间的室内设计原则和要求做了简要的概述，呈现了近年来一些实际工程的室内设计施工图，对于设计专业的学生和设计师都有一定的参考意义。

为本书提供案例和帮助的有苏州国贸嘉和建筑有限公司的殷彤、周浩明等，苏州金螳螂建筑装饰有限公司的王合胜，苏州华丽美登建筑装饰设计的姚成龙，苏州市创意十方设计有限公司的丁飞，苏州承志装饰有限公司的崔颐洁，为本书的编著和出版做出贡献的还有很多专家、同行，在此一并表示衷心的感谢。

郭晓阳

2012年11月于美国



<b>第 1 章 酒店设计概述</b>	<b>1</b>
1.1 酒店的基本特征 / 1	
1.2 酒店的类型 / 2	
1.3 国内外酒店的发展概况 / 5	
<b>第 2 章 酒店“动”设计</b>	<b>7</b>
2.1 酒店“动”设计概述 / 7	
2.2 酒店规划设计 / 7	
2.3 酒店功能分析 / 9	
2.4 酒店面积组成 / 10	
2.5 酒店室内空间流程 / 10	
2.6 酒店室外空间流程 / 12	
<b>第 3 章 酒店“静”设计</b>	<b>14</b>
3.1 酒店“静”设计概述 / 14	
3.2 酒店的风格 / 14	
3.3 酒店空间室内设计中实施阶段的要求 / 18	
<b>第 4 章 酒店空间艺术陈设设计</b>	<b>25</b>
4.1 艺术陈设概况 / 25	
4.2 酒店陈设品的选择 / 25	
4.3 酒店陈设布置原则 / 26	
4.4 不同空间的陈设布置 / 26	
4.5 不同功能单元的陈设布置 / 27	
<b>第 5 章 酒店空间室内设计施工图及效果图</b>	<b>29</b>
5.1 嘉盛大酒店 / 29	
5.2 张家港国贸酒店 / 45	
5.3 咸阳帝都酒店 / 63	
5.4 平顶山建国迎宾馆 / 73	
5.5 昆山宏图二期酒店式公寓 / 101	
<b>参考文献</b>	<b>120</b>

# 第1章

## 酒店设计概述

生产力的发展，推动了商品贸易的频繁，交通、商贸、旅客的交流，促进了酒店行业的发展，酒店从以前单一的食宿功能结构，已派生出多种运营模式，可提供娱乐、商务、度假、会议等多样性服务。同时酒店的装饰风格也趋于全球化，比如在法国可以领略到“中国风”，在墨西哥又会“邂逅”西班牙风格，而在中国完全有机会欣赏到维多利亚时期的艺术，这些都已经不是奇怪的事情了。设计师们以不同的色彩、形式、材质、造型等的设计来吸引顾客，提高酒店形象和市场竞争力。

### 1.1 酒店的基本特征

根据功能和服务要求，以下是酒店的几个基本特征。

#### 1.1.1 运营关联性

酒店最主要的经营模式以住宿为主，这种运营是根据市场需求决定酒店规模大小，随着需求的变化，其运营模式也开始多样化，集成了娱乐、交通、会议服务、商务服务、度假服务等多种功能，这些服务与外界有着网状型交叉联系，形成综合性的服务体系。

#### 1.1.2 服务主观性

服务是酒店品牌的重要组成部分，但没有具体实在的尺度来衡量。人们对酒店的形象、服务的满意度主要来源于感受感知，这些感受由于受到个人的教育背景、经济状况和价值观等因素影响，具有一定的主观性。

#### 1.1.3 装饰文化性

建筑与室内装饰是反映社会需求和时代潮流的重要载体。酒店空间设计在这一领域中又扮演着重要的角色。与此同时，文化内涵是酒店立足于市场竞争的筹码，也是品牌形象的集中体现。酒店的建筑外观、室内的装饰、空间整体氛围、服务等方面都能体察到文化的所在。可以说，一个成功的酒店空间设计必定是一个文化的生命体，并深深地蕴藏于各个细节之中。

#### 1.1.4 评价可变性

酒店的产品质量受人们的主观影响很大，这与服务无形性特性有关。人们对酒店形象和服务质量，没有一个恒定的标准。一方面，从提供服务的人来看，受到自身情绪、性格、知识背景等方面的左右；另一方面，从接受服务人群看，由于不同的价值观，自身兴趣、爱好、习惯等不同，对酒店的产品质量也会有不同的评价。

### 1.1.5 盈利季节性

酒店收益的淡旺季比较明显，原因之一是受到季节影响比较大，特别是以旅客为主要的假日酒店，该酒店利用当地的自然条件和独特风景来吸引旅客，不可避免受到季节和气候的影响，随之酒店的销售也受到影响。

### 1.1.6 消费同步性

酒店根据顾客的需要进行生产（服务），其与顾客的消费是同步的，当生产结束时，其消费也随之结束。

## 1.2 酒店的类型

酒店业从原本小的规模发展到大、中、小兼有，从单一经营模式发展为综合的多功能服务性模式，从地域性酒店发展到全球化连锁酒店。这些转变的过程衍生了各具特色的酒店类型。

根据酒店地理位置、规模、客源性质、星级标准等方面进行划分，下面分别讲述。

### 1.2.1 按酒店的性质分

#### (1) 商务酒店

现代的商务酒店诞生于 20 世纪初期，主要以商务人士为主要客源。根据地理位置又可细分为城市商务会议酒店、全套房式商旅酒店、枢纽型机场商务酒店等。商务酒店一般都位于商业活动的繁华地带，可以在市中心或者城市新区，出行便利，与其他类型酒店相比，酒店有专门的商务（行政客房）楼层，多功能厅不少于厅内面积 1/3。图 1-1 为某商务酒店的酒店大厅。图 1-2 为某商务酒店的会议厅。



图 1-1 某商务酒店的酒店大厅

与郊区度假酒店不同，商务酒店由于其地价成本高，因此需要每寸酒店空间都得以合理、充分地利用。比如具体说来，员工区、洗衣区、储藏区和客房的清理部可设在地下区；健身房、会议室也可设在地下空间，以便留出更多的客房空间以增加收入。

商务酒店风格和档次不受限制，具有选择性，相对而言比较注重文化艺术气氛。目前比较有代表性的商务酒店有洲际品牌、万豪品牌、喜达屋品牌等。



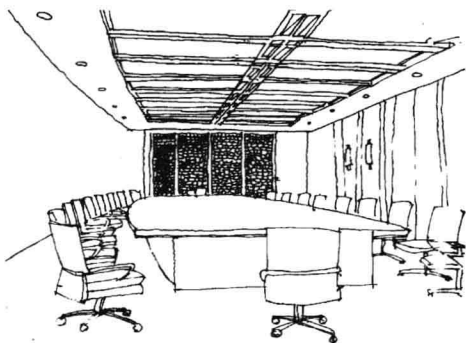


图 1-2 某商务酒店的会议厅

## (2) 度假酒店

度假酒店主要以游客家庭和团体为主要客源，多兴建于海滨、温泉、风景、湖泊、乡村等地区附近。根据服务与娱乐性质，度假酒店又可分为温泉疗养酒店、海滩度假酒店、网球场酒店、高尔夫俱乐部酒店、城市或乡村客栈酒店、山区度假酒店、SPA 度假酒店等。

建筑师马塞尔·布鲁尔曾说：“游客主要关注的是风景及建筑。”度假酒店说明了这点，充分利用生态、自然环境，营造出轻松自然的室内环境。地域文化和环境是发展度假酒店的重要因素，所以酒店的淡旺季相对而言比较明显。

## (3) 会议酒店

会议酒店于 20 世纪 90 年代末兴起，以商务人员为主要客源，该酒店除了提供食宿娱乐外，会议中心首要的任务是利用强大的会议服务设施向参会者提供舒适的环境。这类酒店的宴会面积甚至比客房总面积还要大。

会议酒店按照规模和性质可分为小型的会议酒店、研讨会议酒店、行政研讨会议酒店、度假会议酒店、团体会议中心等。图 1-3 为某会议酒店的会议厅。

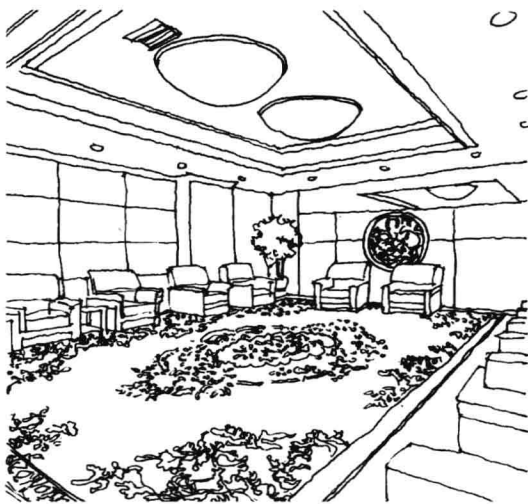


图 1-3 某会议酒店的会议厅

## (4) 公寓式酒店

公寓式酒店起源于 1994 年的欧洲，由当时旅游地区的出租客房演变而来。这类酒店最明显特点在于它类似于公寓，住户不仅有独立的卧室、客厅、盥洗室、衣帽间，还配备了完整的家用电器，同时还可以在厨房烹饪美食，提供了温馨的居住空间。公寓酒店也可以提供专业的商务服务。既有私密的空间又有高档酒店的良好环境，比较适合那些“懒人”和“忙人”用作酒店式服务公寓。

### (5) 赌场酒店

1947年，弗莱明哥赌场酒店在拉斯维加斯开业，成为第一家赌场酒店。之后，赌场酒店在拉斯维加斯迅猛发展起来，至今已遍布全球。赌场酒店一般有一主题性的设计，强调酒店的娱乐性特征，用感官刺激来符合赌场酒店的环境依托。赌场酒店的客源来源于非本地人群，所以该酒店对交通条件有一定要求，以及对防火、疏散的设施安全具有严格要求。如拉斯维加斯的凯撒皇宫赌场酒店（Caesars Palace Hotel）（图1-4），以罗马为映像，室内设计豪华气派，首创的人造天空，极具诗意。

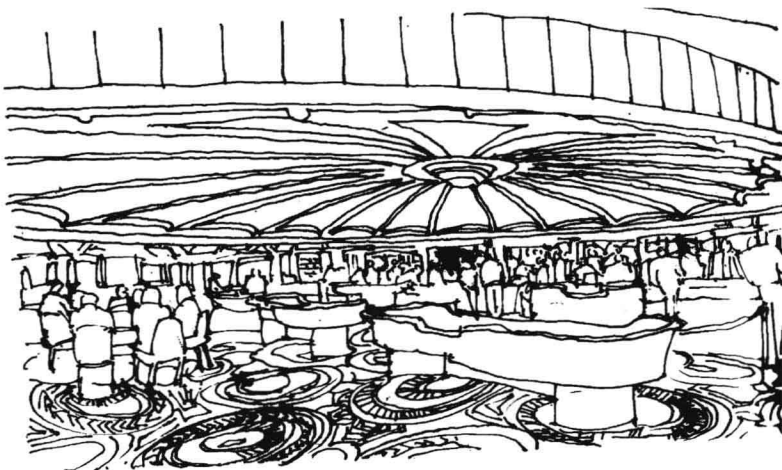


图 1-4 凯撒皇宫赌场酒店

### (6) 超豪华酒店

很多人对超豪华酒店有一误解，认为超豪华酒店应该是规模巨大，装修豪华气派，服务水平精熟等。其实，上述印象应该赋予高级酒店评价而非超豪华酒店。从表面上看，超豪华酒店有着豪华装修、几乎完美的服务、文雅的管理方式、交通便利；实际上，超豪华酒店经久不衰是具备世界级的人际关系，比如皇家成员、外国贵宾、社会名流、企业界总裁、文化名人等。另外，超豪华酒店绝大多数都由知名历史性建筑发展而来，拥有世界级的品牌形象和文化底蕴，更多地是在精神文明上捕捉细节。如位于法国巴黎市中心旺多姆广场北端的利兹酒店（图1-5），有数不胜数世界名人入住于此。戴安娜王妃和她的情人多迪更是在此用完最后的晚餐，给人留下了深刻的印象。

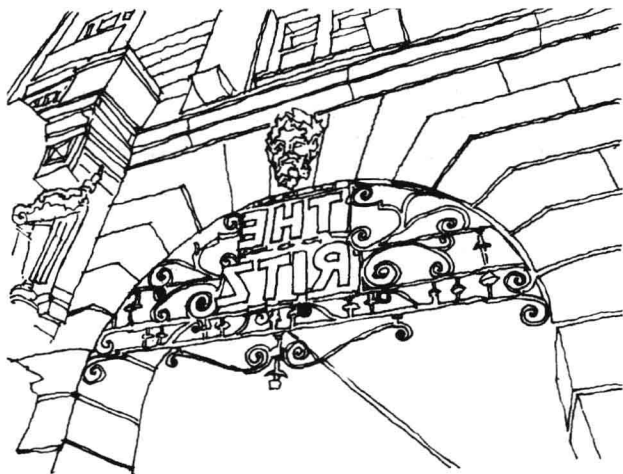


图 1-5 利兹酒店

### (7) 机场酒店

机场酒店一般设在枢纽型机场附近,距离候机楼一般在1000m以内,拥有便捷的交通。入住客源主要为商旅散客、转机旅客以及休息或班机延误旅客,具有商务和国际会议功能,并为商旅提供便捷、舒适的空间环境。

### (8) B&B 酒店

B&B 酒店的名称由 bedroom (客房) 和 breakfast (早餐) 两个英文单词首字母组成。这类酒店通常为中小规模,由主人独自经营,除了提供客房外,一般提供早餐。B&B 酒店也会举办一些小型的活动,如婚礼、小型的商务会议等。此类酒店可提升为连锁酒店、精品特色酒店等。

以上只是简单地罗列比较典型的几类酒店。除此之外,还有主题酒店、汽车酒店、学校酒店、观光型酒店、码头酒店、俱乐部酒店等,在此不再详细介绍。应该说,酒店是时代发展的产物,它也会随着社会需求的变化而不断变革与发展。

## 1.2.2 按规模分

对大、中、小型酒店的界定一般是根据酒店的规模,即客房数量。目前国际上普遍采用的标准主要有两种。第一种,拥有300间客房以下的酒店为小型酒店;拥有300~600间客房的酒店为中型酒店;拥有600间客房以上的酒店为大型酒店。第二种,拥有25间客房以下的酒店为小型酒店;拥有25~100间客房的酒店为中型酒店;拥有100~300间客房的酒店为较大型酒店;拥有300间以上客房的酒店为大型酒店。

## 1.3 国内外酒店的发展概况

### 1.3.1 国内酒店的发展

驿站是至今发现最早的酒店雏形。在古代,上级统治者下达命令后,有专门信使负责传送各级政府的公文。由于生产力低下,交通工具简陋,所以为信使提供的住宿设施也就应运而生。历代政府均明文规定,凡过往人员到驿站投宿,必须有官方旅行凭证。在出示旅行凭证的同时,驿站管理人员还要实行“来客登记”的符验簿记制度。公差人员来到驿站,根据来者的身份地位,按照朝廷的有关规定供给饮食和交通工具。

古人书面称早期民间的旅馆为逆馆。逆馆自汉代开始发展,到了隋唐却因封建政府坊市管理制度而受到约束。到了北宋时期,由隋唐封闭的里坊制布局转变为宋朝街巷制,商品经济的发展为民间旅店的进一步发展提供了可能,慢慢形成遍布全国的大规模旅店业。

1840年鸦片战争开始,我国的酒店业开始受到冲击。无论在建筑的外观、酒店的经营模式、设施设备还是内部装饰风格上都发生了巨大变化,那时的酒店被统称为饭店。由于外来文化的影响,当时部分酒店转向西式经营模式,开始出现客房、餐厅、酒吧、舞厅、球房、理发室、会客室、小卖部、电梯等设施。

改革开放以来,我国现代的酒店业采取多渠道的集资形式,利用国家资金、集体资金和引进外资等方式改建、扩建了大批现代化的、不同档次的饭店,服务规范逐渐完善,服务质量也不断提高,饭店的管理和服务日趋现代化。随着我国旅游业的迅猛发展,对休闲度假酒店的需求也成倍地增长,中国酒店业发展前景广阔。

从酒店发展结构的角度来看,自改革开放以来,我国的酒店规模不断扩大,酒店类型开始健全,一星级至五星级分布合理。从发展特点来看,大陆的豪华酒店基本都集中在北京、上海、浙江一带,度假、商务酒店主要分布在三亚、东莞一带。应该说,中国的酒店业仍处于成长阶段,酒店的分工体系日益精细,市场经济、旅游经济的迅速发展为中国酒店业带来了前所未有的机遇。

从酒店空间设计角度上看,我国的酒店设计还缺少鲜明的特色。各地的酒店无论在规划、建筑外观、

风格、手法和材料上都有很多惊人的相似之处，形象“隐晦”，个性缺失，导致酒店缺乏竞争力，不能积极推广酒店的品牌。造成这样结果的主要原因在于没有一个真正的酒店设计专业体系来专门研究酒店的市场评估、定位与设计。除此之外，建筑与装饰部门的不协调，设计师们对系统性专业知识的缺乏都影响了我国酒店设计产业的发展。在具体的设计中表现为：建筑结构与酒店功能布局不服从，酒店的交通流程组织不合理；一般重视酒店的前台形象而忽视后台的运作机制流程，同时还忽视酒店交通的停留设计考虑和疏散等问题。

从内在气质的角度来看，国内酒店大多缺乏文化的熏陶，设计中只有符号化的拼贴和穿插，没有真正从酒店文化和内在本质特征出发。很多高档酒店都被国外著名设计公司垄断，缺乏本土设计师的参与。

当然也要看到，我国本土设计师近年来的设计也日趋成熟，开始重视和研究本土的文化，在设计中有一定的突破。

### 1.3.2 国外酒店的发展

国外酒店的演变大体可分四个时期：客栈时期，大饭店时期，商业酒店时期和现代新型酒店时期。

#### (1) 客栈时期

早期的客栈大多设在沿途古道边、车马道路边或是驿站附近，客栈设施比较简陋，仅供食宿。空间内部分隔几间客房，客房内设有一张床，几个旅客合挤在一张床上，服务设施简陋。此时的酒店业被认为是赖以谋生的低级行业。

#### (2) 大饭店时期

由于工业化的发展，科学技术进步，酒店业有了长足的发展。服务设施开始齐全，人工服务开始重视，酒店管理开始确立条例，堪称第一座现代化的饭店是特里蒙特饭店，此饭店于1829年在波士顿开业，这是最早建于商业区的豪华酒店，为整个新兴的饭店行业确立了标准。特里蒙特饭店不仅客房数量较普通酒店多很多，设备设施也较为齐全。19世纪末20世纪初，美国出现了一些豪华饭店，如科罗拉多州丹佛市的棕宫酒店，拥有仍在使用的早期旅店天井；密歇根州马奇耐克岛的格兰特酒店有着大型的阳台；密苏里州堪萨斯城的维多利亚酒店是第一个在所有房间都安装上洗浴设备的酒店；纽约市法罗的爱尔沃思·M·斯泰勒为现代多层酒店设定了规章制度等。可以说，酒店在这个阶段进入了生机勃勃的成长期。

#### (3) 商业酒店时期

在商业酒店时期，汽车、火车和飞机等给交通带来的便利，使得更多旅客适于出行。此时许多饭店设在城市中心，而汽车酒店就设在公路边。这一时期的饭店设施方便、舒适、清洁、安全。服务虽然仍较为简单，但已日趋完善。经营模式逐渐以客人为中心，价格也趋向合理。

#### (4) 现代新型酒店时期

在第二次世界大战后，随着科技的进步和各国经济的飞速发展，人们的生活水平有了大幅度提高，外出旅游、商务活动变得频繁，这一切成就了酒店的第三次大发展。许多酒店与大型的综合体合并，出现了机场酒店、会议酒店、全套房酒店、度假酒店、海滨酒店、疗养温泉酒店等全新模式并快速发展。随着规模不断扩大，酒店的品牌形象也逐渐建立，连锁化的全球分布又促成了新兴酒店的横向发展。

# 第2章

## 酒店“动”设计

### 2.1 酒店“动”设计概述

酒店“动”设计简单来说就是酒店的动态设计。从建筑领域上讲，所谓的“动”设计是指在建造建筑时，由于原定的建筑系统已经脱离了原始的静定结构，因此它处于一种不稳定的状态，或者说是运动状态。在运动建筑运动过程中，要设法提高其安全系数或可靠性，要保证运动时即使系统出了问题，整个活动建筑也不会出现灾难性的事故。以上就是“动”的基本含义。

把这一基本含义放入到酒店的设计中，从酒店设计和施工这两者的动态调整关系来看，“动”设计实际上就是根据施工中的实际情况进行完善和优化设计，根据信息施工法和施工勘察反馈的资料，对地质结论、设计参数及设计方案进行再验证，如确认与原设计条件有较大变化，及时补充、修改原设计的设计方法。目前国内大多数的建筑基本都是先设计后施工，设计与施工处在两个不同的基点，而“动”设计相当于把设计室搬到施工现场，可以很好地解决设计与施工的脱离。“动”设计尊重的是科学，体现的是设计与施工的动态融合，目的就是实事求是，克服困难，加快施工进度，达到设计与施工的和谐统一。

从酒店的行程流通上讲，除了酒店的固定界面设计外，在这个范围内，酒店的规划流程、流通设计、停留设计包括其中。

本章主要从酒店的规划流通这一过程，对“动”设计进行简要的阐述和分析。

### 2.2 酒店规划设计

随着专业学科的细分，酒店规划渐渐衍生为一门专门的学科，而这门学科也渐渐地在酒店初期的设计中起到举足轻重的作用。在规划初期一般由建筑师、艺术家、设计师等组成设计团队。由于很强的专业连贯性和系统性，一般在国外需严格按照标准去主持设计，目前国内设计与施工的分离，常常会因为设计考虑不周使得酒店的整体性和功能性存在不连贯的状况。

在进行酒店规划时一般需考虑到诸多方面因素，如酒店选址规划、酒店整体风格定位、酒店形象凸显、交通流线的布置和发展需求等。以下是酒店规划设计的几项考虑因素。

#### (1) 酒店的定位

市场的需求决定了酒店的定位。设计师需要根据企业需求或周围的环境决定设计的风格定位、价值走向以及市场的竞争力。

#### (2) 酒店内部功能规划

在设计前，设计师需要根据企业或业主委托的任务，根据酒店的经营方式，在了解相关的规范合理地布局各功能空间，使得整体的功能布局在合理的前提下给酒店的经营带来方便，提高各项办事效率。其次，酒店的规划要符合酒店的经营和管理模式，适应酒店的管理理念。

#### (3) 客人的需求和期待心理

人们都会对新鲜的事物感兴趣，因此当客人进入酒店时的前几秒钟便可以决定客人对酒店的整体印

象，接下来的一段时间消费者才会逐步去感受酒店内在的服务品质。因此，设计师在进行酒店设计的时候需要抓住客人的猎奇心理这一要素，使得酒店设计能满足其渴望酒店所能给予的温馨、安全、惊喜、独特、高品位服务的心理。

除了上述所列出的因素外，设计者还要根据客流、车流、货运等因素综合去考虑酒店的总体规划。

## 2.2.1 酒店规划原则

如今酒店业也被称为“旅游工业”。所谓工业，它应该表达出大量的、科学的、专业以及有效率的事业。而此项事业在规划之中自然要具备一定的原则去约束，下面将从几点简单阐述酒店规划的几项基本原则。

### (1) 文化性的彰显

伴随着消费时代的到来，酒店文化越来越受到客人追捧，创建独具特色的酒店文化成为塑造酒店优势品牌的一部分。同时酒店的文化内涵的营造也是酒店品牌打造的一个重要环节，如何突出酒店的差异性是提高当前酒店市场竞争的重要考量点。要体现文化内涵，除了从整体的空间结构造型出发，其次在酒店的艺术品陈设、家具的选择、色彩灯光的运用等方面都可以综合去考虑。

### (2) 迎合消费心理

每个消费者来酒店之前都持有期待感和新鲜感。不同的酒店类型又会带来不一样的视觉及心理体验。设计师在进行设计时应把握住整体的环境特征设计出相应的酒店式样。比如度假酒店，在大堂和活动区应当通过设计让人有一种真的置身于度假的情境中，放下疲惫，全身心投入到舒适的环境中，来迎合此类型酒店的内在特质。

### (3) 规划的自然化

在设计中应适当遵循事物的本源，这些本源可以从人与自然为出发点，了解人的最直接根本的需求，从审美、心理以及生理出发。对于自然的本源则尽量在不破坏整体的环境下进行设计。

### (4) 酒店的利润性

酒店的规划设计应充分考虑未来可持续的经营并获得利润。环保意识风起云涌的今天，绿色设计已经从创新走向了成熟。评判一个酒店的好坏已经不是单单地从硬件装修来考量，而更多地关注背后的服务水平、社会价值，这才是一个酒店能长存的根本，也是其可以持续盈利的基础。合理的客房数量、酒店活动空间和餐饮空间的比例关系的调和至关重要。

## 2.2.2 区域功能简介

规划即进行全面的长远的发展计划，是将人的行为有序化，实施人的行为安排。而在这一系列的资源整合中需要有科学的理论作为指导，在酒店的规划中涉及了诸多的学科专业，如心理学、行为学、经济学、社会学等。一套完整的酒店规划不仅引出酒店部门的面积要求，也要满足基本的部门规划需求，在市场竞争、资源分配等方面也将发挥很大的作用。

针对不同的酒店类型与产品定位，在酒店面积初步计算时需合理安排酒店的功能布局。酒店的公共设施包括以下几个方面。

### (1) 客房

具有与本酒店规模及标准相适应的客房设施，包括：单人间、标准间、豪华套房、总统套房等。

### (2) 大堂和公共区域

具有与本酒店规模与标准相适应的前台接待条件。包括前台接待大厅、总服务台（含接待处、问询处、收银处）、商务中心、贵重物品寄存处、大堂经理办公区等。

### (3) 餐饮接待设施

具有与本酒店规模及标准相适应的中餐厅、西餐厅及所必需的饮食供应设施，另外还需满足一些休闲的餐饮如酒吧等。

### (4) 功能服务设施

包含商务与娱乐休闲服务，如舞厅、SPA、健身等娱乐休闲设施以及会议厅和宴会厅商务型设施等。

### (5) 其他

包括展览场地、康乐设施数量、停车场车位数量。

## 2.3 酒店功能分析

当今社会，酒店的功能日趋多样化和专业化。酒店的分类与等级也标明了这一行业的市场热点。现今的酒店除了满足一定的住宿、餐饮等服务外，根据不同的经营特点还衍生出了更多的功能。但无论酒店产品的外延怎么样延伸，其内部必须遵循“区分明确”和“联系密切”的原则。

酒店的社会属性使其与周边的环境有着互相渗透、互相补充的关系，这使得空间形成了不同程度的开放性。就目前国内的酒店发展来看，中国大部分的酒店业效率低下，社会功能不足，酒店功能结构呈现封闭性，在国际竞争中附加值极其微薄。

酒店功能应与交通流线连为一体，合理的布局可以提高工作效率，并使得环境整洁、有序，如应该注重餐饮空间和厨房空间的衔接功能、餐饮垃圾通道和服务流程等各种关系。包括已住客人与宴会客人的通道关系，入口人流和车辆停留关系的考虑。服务、旅客流线如图 2-1 所示。

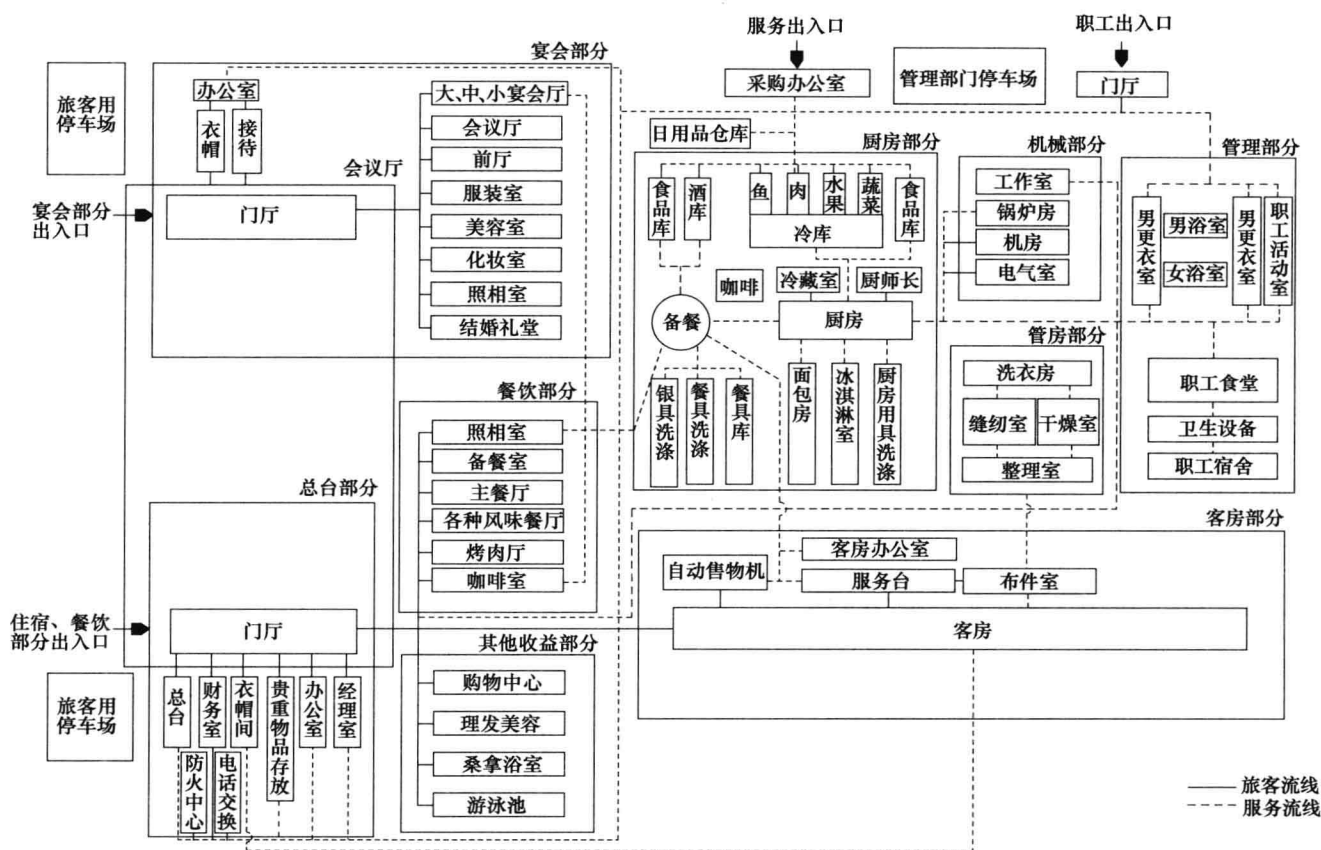


图 2-1 服务、旅客流线

现代高层酒店的出现也使得酒店在功能划分上形成了与以前不同的格局——紧凑型的竖向功能区分。在这种格局下，一般可以把酒店可分为地下室、低层公共活动部分、客房层、顶层、备用层五个部分。

### (1) 地下室

对于当今社会的城市化进程来说，城市中心俨然是一个寸土寸金的地方，不论是政府的办公用地，还是商业用地都已竖向发展。当然城市酒店用地也不例外，为了能增加收益，开拓地下的有效收益面积已成必然，充分利用地下室作为后勤基地，如地下车库、器械设备等常被设置在地下。另外还有些酒店为了考虑整体功能布局也常把员工更衣室、浴室、健身房、水泵房等设置于此。通过隔音处理和灯光照明调节，

大大缓和了地下空间的阴暗和压力感。

在地基条件良好的情况下，地下室的空间深度可达三四层。但是由于地下室空间存在着很大的特殊性，在设计施工时必须考虑地基条件、施工技术水平、安全消防、防潮等问题。

### (2) 低层公共活动部分

在空间的布局上，此类空间包含了公共服务区以及客房设备部分。公共服务部分则包含前面介绍的，如前台接待大厅、商务中心等。

### (3) 客房层

客房层是酒店的主要组成部分，也是考量酒店服务水平的一个重要方面。对于位置的设定根据酒店的定位略有不同，一般位于酒店的中高层。

### (4) 顶层的公共活动部分

对于顶层的公共部分，可根据酒店的类型和等级而有不同的功能划分。它是体现一个酒店特质的重要组成部分。一般可作为观光层或餐厅等。这在国内外的一些高档酒店往往被用来代表整体酒店的特质。

### (5) 顶部的设备房

对于酒店的经营保障设施如配电设施，空调冷冻设施，电梯机房，供、排水设施，热水供应设施等主要放置在顶部高层客房以上。

## 2.4 酒店面积组成

在前期工作中，对酒店面积构成的研究是非常重要的。酒店类型与等级的不同造成的经营模式、规模等也会存在巨大的差异，因此合理地规划各个功能区的比例关系决定了酒店整体设计的成败。例如，不同的星级酒店对于客房的数量以及服务的标准有不同的规定。对于一个四星级的酒店来说，在设备的配备上首先是齐全的，综合服务设施完善，服务项目多，服务质量优良，讲究室内环境艺术，提供优质服务。客人不仅能够得到高级的物质享受，也能得到很好的精神享受。其次对于酒店的建筑面积与客房面积之比也要纳入到一定的标准之中，同时考虑酒店的餐饮、公共、后勤面积和客房面积比等关系。

设计时应考虑酒店总建筑和各功能分区之间的经济比值，其中盈利空间至少是无收入空间的50%，我国目前尚未明确“有收入的面积比”这概念，为了分析酒店设计效益、投资效率、设计水平，这一指标在酒店规划中具有一定的参考价值。

## 2.5 酒店室内空间流程

在酒店规划设计的初期，除了要认真分析以上提出的设计原则与功能等问题，对于室内空间流线更要认真分析琢磨，一个酒店室内空间的流程直接反映出酒店的整体服务水平。它是检验人性化设计的一个重要方面。合理高效地组织室内空间流程有利于各部门之间的良好协作，更为客户与服务人员之间嫁接了良好的服务桥梁，好的空间规划不仅使得空间自身发挥特点，也有利于提高工作效率以及设备的综合利用。一般酒店的室内空间流程主要包括客人流线、货运流线、服务流线和信息传导流线系统等。

### 2.5.1 客人路线

酒店的客人大致可以分为住房客人、宴会客人以及其他外来客人。因此要考虑住宿客人的进出、办理住退房手续、宴会客人等候三种人流的路线，避免出现人流集中以至于导致驻留场面混杂。如果设计不妥，客人在办理入住或退住手续时可能与其他人流产生交汇形成混乱。

有成批的旅游团体入住的酒店，客人的集散通道是酒店入口设计标准之一，往往需要设置专门的主入口用以满足这类人群的需求，以避免酒店的整体服务带来负面影响。对于宴会大厅的路线，考虑到人流量的原因通常会设置过渡通道以减缓人流。其过渡区域应与大厅和活动空间、餐饮空间相连。酒店出入口一般会设主入口、团体入口、宴会客人入口等。宴会厅和餐厅、公共活动场所也为外来客人开放，用以扩大



酒店的经济效用。住宿、宴会流线如图 2-2 所示。

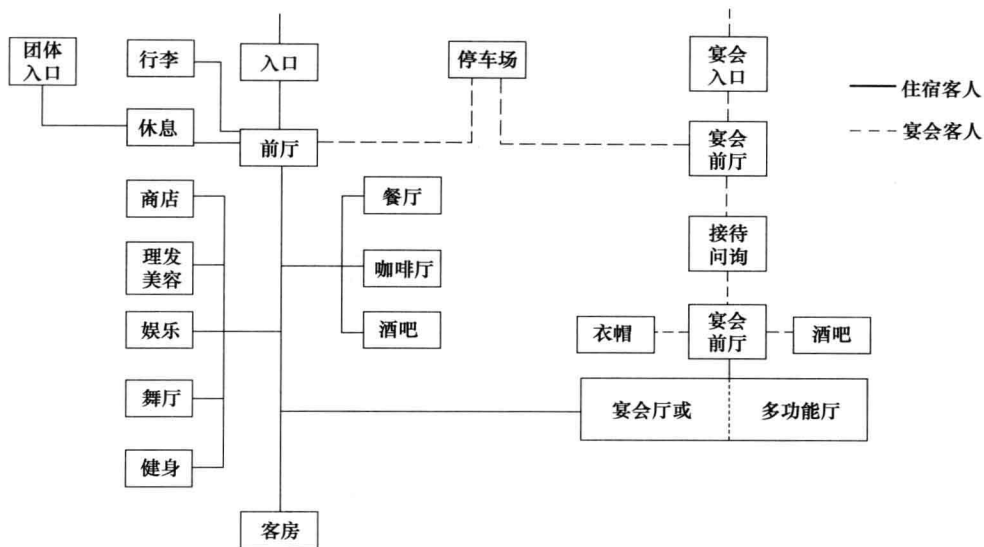


图 2-2 住宿、宴会流线

### 2.5.2 服务流程

酒店的基本设施决定了一个酒店的接待能力和条件，而一个酒店的服务管理和服务质量水平也是区别于其他酒店的重要指标。对于服务流程来说，一般分为客人流线和服务流线，而这两种路线尽量避免交叉。服务流线应保证员工后台的办公与整个基础服务的顺利进行，如布件清理、食品供给等，食品流线还应该清污分流、生熟分流等；客人流线需要一种干净整洁的舒服空间去满足外在的需求。内部服务交通流程如图 2-3 所示。

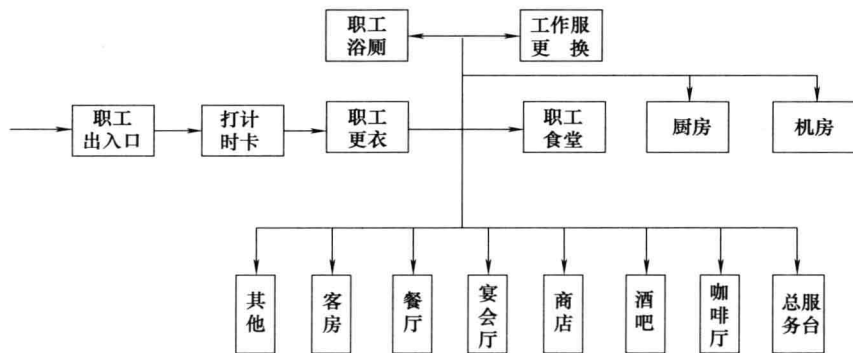


图 2-3 内部服务交通流程

### 2.5.3 物品的交通流线

物品的交通流线是满足酒店基础服务顺利进行的基础，合理地设置物品交通流线可方便食品的运输、货物垃圾的处理等，进而提高工作的效率。物品、垃圾处理交通流程如图 2-4 所示。

### 2.5.4 信息传导流线系统

信息传导系统是连接整个酒店运行操纵的重要工具，以提高酒店经营管理和效率。总服务台系统、办公运作系统、冰箱管理系统、设备控制系统是信息传导流线系统的重要组成部分。