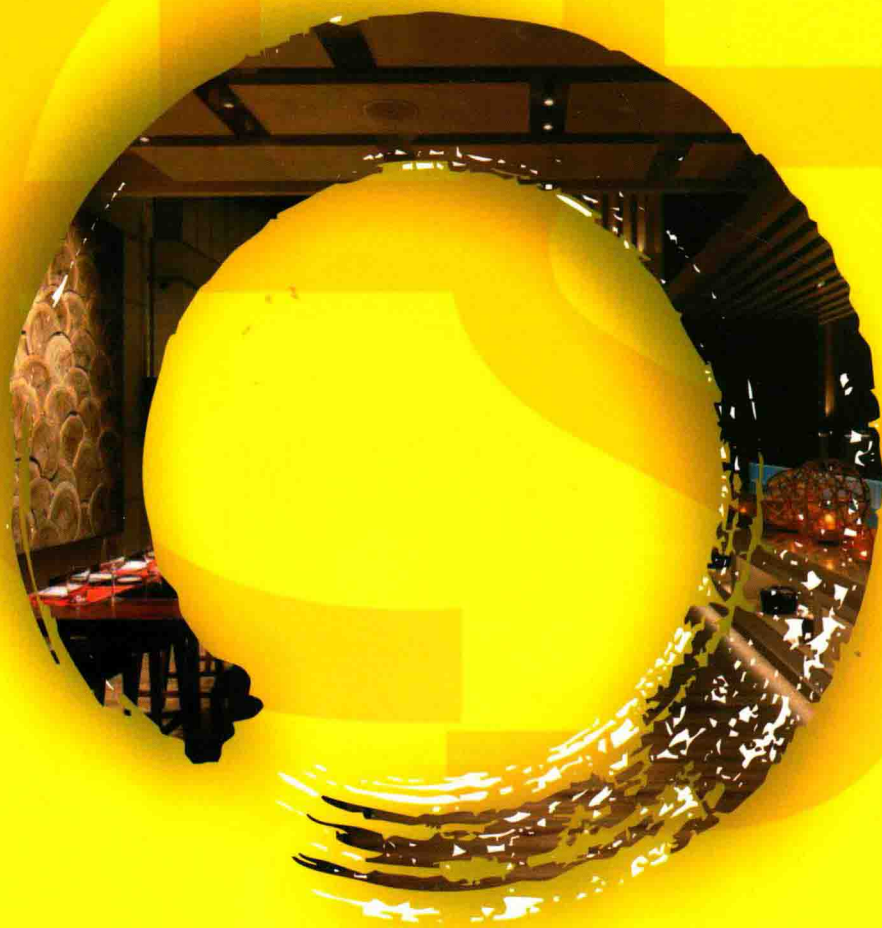


高等院校艺术学门类『十三五』规划教材

酒店设计与布局

JIUDIAN SHEJI YU BUJU

主编 王远坤 蔡文明 刘雪



酒店设计与布局

JIUDIAN SHEJI YU BUJU

主 编 王远坤 蔡文明 刘 雪
副主编 张 超 张 浩 张大鹏
参 编 谢昕芹 刘 曼 郝娉婷



图书在版编目 (CIP) 数据

酒店设计与布局 / 王远坤, 蔡文明, 刘雪主编. — 武汉: 华中科技大学出版社, 2017.6

高等院校艺术学门类“十三五”规划教材

ISBN 978-7-5680-2981-0

I. ①酒… II. ①王… ②蔡… ③刘… III. ①饭店 - 建筑设计 - 高等学校 - 教材 IV. ①TU247.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 128158 号

酒店设计与布局

Jiudian Sheji yu Buju

王远坤 蔡文明 刘 雪 主编

策划编辑: 彭中军

责任编辑: 倪 非

封面设计: 抱 子

责任监印: 朱 玢

出版发行: 华中科技大学出版社 (中国·武汉)

电话: (027) 81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编: 430223

录 排: 武汉正风天下文化发展有限公司

印 刷: 武汉科源印刷设计有限公司

开 本: 880 mm × 1 230 mm 1/16

印 张: 6

字 数: 180 千字

版 次: 2017 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 39.00 元



华中科大出版社

本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究



序

JUDIAN SHEJI YU BUJU

酒店设计与布局是一门结合设计、管理、美学的创造性的思维空间活动，其目的是营造供人度假、休闲、娱乐的空间环境。中国早期的驿站和客栈喜欢以结合地方民俗及风景为其特色，现阶段流行的民宿也多结合自然环境和文化环境。中式风格的酒店中庭空间通常强调室内外空间互融，如贝聿铭设计的北京香山饭店，就是融合中国古典建筑艺术、园林艺术、环境艺术为一体的酒店，特别是中庭空间的设计，小桥流水、花草树木、奇山怪石，采用中国传统的园林设计手法，形成尺度宜人、亲近自然、充满活力的空间，满足人们对自然环境的向往。

本书由华中科技大学出版社出版，为高等院校艺术学门类“十三五”规划教材。作者对学术研究有饱满的热情，特别是对民宿的室内、外设计有丰富的经验。作为高校教师的他有着多年的酒店空间布局设计、室内设计、环境景观小品的教学实践。作者重视理论与实践相结合，并有务实和努力的品格，方成就并完善了这本新书。

作为年长一辈的老师，希望年轻一代更多地关注学业和事业，克服困难，不断提高。在编写过程中，本书参考了国内外有关论文、著作，观点和注解多出于作者的体会，难免由于经验不足而存在偏颇，希望作者以此为起点，百尺竿头更进一步，不断求真务实。愿读者能从此书中受益，掌握酒店设计与布局的基本方法、知识及审美。

武汉大学教授、博导

张 薇

2017年6月



前言

JUDIAN SHEJI YU BUJU

酒店设计与布局主要是对酒店室内外空间的装饰设计，以营造出温馨舒适的空间环境，供人度假、休闲、娱乐。

本书首先介绍了酒店的历史及酒店的发展；然后介绍了酒店设计与布局的审美特征及应用；再系统地分析了酒店设计与布局在各个时期的风格特征；考虑到本书为应用型书籍，故书中还列举了酒店设计与布局的流程及方法，并系统地介绍了酒店设计与布局的材料；最后进行了酒店设计与布局鉴赏专题研究，如香港 W 酒店专题研究、杭州四季酒店专题研究、杭州法云安缦酒店专题研究、北京北辰五洲皇冠假日酒店专题研究、上海和平饭店专题研究、南京金丝利喜来登酒店专题研究、厦门悦华酒店专题研究、武汉江城明珠豪生大酒店专题研究。

本人多年从事酒店空间布局设计、景观建筑设计、园林建筑设计的教学工作，从实际经验与感受出发编写了该书，编写过程中侧重于理论与实践相结合，选用大量的酒店设计与布局的相关案例，介绍最新的理念，希望能满足目前高等院校开设的相关学科课程的教学参考用书需求；以期为酒店管理、旅游管理、环境设计、建筑学等专业学生提供系统的学习参考资料，起到一个“抛砖引玉”的作用。

参与本书编写的还有武汉大学的刘雪、张超、谢昕芹，湖北经济学院的张浩，中南财经政法大学的张大鹏，江汉大学的郝聘婷，在此一并感谢。由于时间仓促，能力有限，书中难免有所缺陷，还望读者批评指正。

编 者

2017 年 6 月



目录

JIUDIAN SHEJI YU BUJU



1

第一章 酒店设计与布局的概述

第一节 酒店的历史 /2

第二节 酒店的发展 /7



11

第二章 酒店设计与布局的审美

第一节 艺术的审美特征 /12

第二节 酒店设计与布局的审美 /13



23

第三章 酒店设计与布局的风格

第一节 酒店设计与布局的古典风格 /24

第二节 酒店设计与布局的现代风格 /30

第三节 现代主义之后的酒店设计与布局风格 /37

第四节 后现代主义时期的酒店设计与布局风格 /39



43

第四章 酒店设计与布局的流程

第一节 酒店设计任务书的分析 /44

第二节 酒店设计草案的构思 /45

第三节 酒店设计方案的调整深入 /46

第四节 酒店设计方案的招投标完成 /46

第五节 酒店设计施工监理 /47



51

第五章 酒店设计与布局的方法

第一节 酒店设计与布局草图的绘制方法 /52

第二节 酒店设计与布局计算机绘图软件方法 /52

第三节 酒店设计与布局综合应用方法 /53

55 第六章 酒店设计与布局的材料

第一节 木质、金属、玻璃、装饰材料 /56

第二节 现代多媒体影音设备材料 /59

61 第七章 酒店设计与布局鉴赏专题研究

85 参考文献

第一章

酒店设计与布局的概述

JIUDIAN SHEJI YU BUJU DE GAISHU



本章教学目的与要求：了解酒店的概述，酒店的历史与发展，酒店的基础常识。

本章教学重点：酒店的历史与发展。

本章教学难点：酒店的发展。

第一节

酒店的历史

一、酒店业的衍生和成长

酒店业的衍生和成长分为三个阶段，即原始阶段、成型阶段、成长阶段，如图 1-1 所示。



图1-1

1. 第一阶段——原始阶段

原始阶段是指从中世纪到早期工业革命（1835 年前）的阶段。该阶段是酒店业的第一阶段，是东方和西方酒店萌芽形成时期。这个时期的交通主要是水路交通和马车交通，这种交通形式决定着酒店的形式，即沿着陆路和水路贸易线而逐渐形成的城市和港口开始有驿站（见图 1-2）和客栈（见图 1-3）产生。早期的驿站和客栈只提供有限且单一的住宿房间，设有公共卫生间，没有专门的餐厅。



图1-2

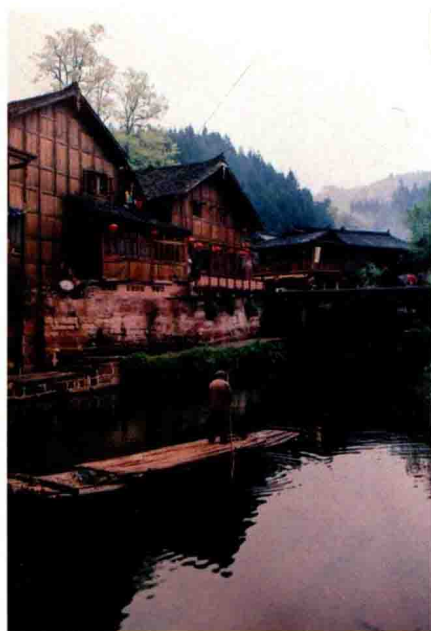


图1-3

2. 第二阶段——成型阶段

成型阶段是指欧洲工业革命时期（始于18世纪60~80年代，结束于19世纪末），经历第一次世界大战、世界经济大萧条、第二次世界大战，一直到越南战争才结束。酒店业的成型得益于工业的进步和商业的发展。该阶段以完全依赖于交通业的发展为主要特征，并没有改变基于原始阶段的酒店发展本质。酒店业起源于欧洲，但是成型于崇尚享乐主义的美

西方酒店业发展历程较长，酒店服务与管理史距今已经有上百年。西方酒店业最为活跃的时代始于1908年，这一时期奠定了现代酒店业的基础，酒店服务与管理在这一时期发生了根本性的变革。“客人永远是对的”、“饭店从根本上来说，只销售一样东西，这就是服务”等酒店业界的至理名言在这一时期就已经被提出，这说明酒店业的服务理念形成历史久远。这一时期，在酒店服务与管理中已经能运用科学的管理方法，已经建立了标准化服务设施，并实行政程序化的服务。从20世纪50年代开始，酒店便走上了集团化道路，酒店服务与管理科学化、规范化、标准化、个性化，服务与管理水准已上升到较为现代化的水平。

相比之下，中国酒店业的真正发展始于1978年，是伴随着改革开放的进程而发展的。改革开放30多年的时间内，酒店服务与管理基本上从带有很强的政治色彩的招待所（见图1-4）到合资酒店、旅游涉外酒店（见图1-5）、集团化酒店（见图1-6）一步步转型，管理逐步由事业单位向企业转变，再逐步向专业化、集团化、集约化经营管理迈进。



图1-4



图1-5



图1-6

3. 第三阶段——成长阶段

成长阶段是指第二次世界大战结束后（1945年）到现在。这一阶段，酒店业由城市扩展到海边城市，人们对酒店的需要从商务旅行扩展到度假休闲。在酒店业的成长阶段，酒店业发展的动力机制由单一的贸易转变为集贸

易和休闲度假为于一体，如图 1-7、图 1-8 所示。



图1-7

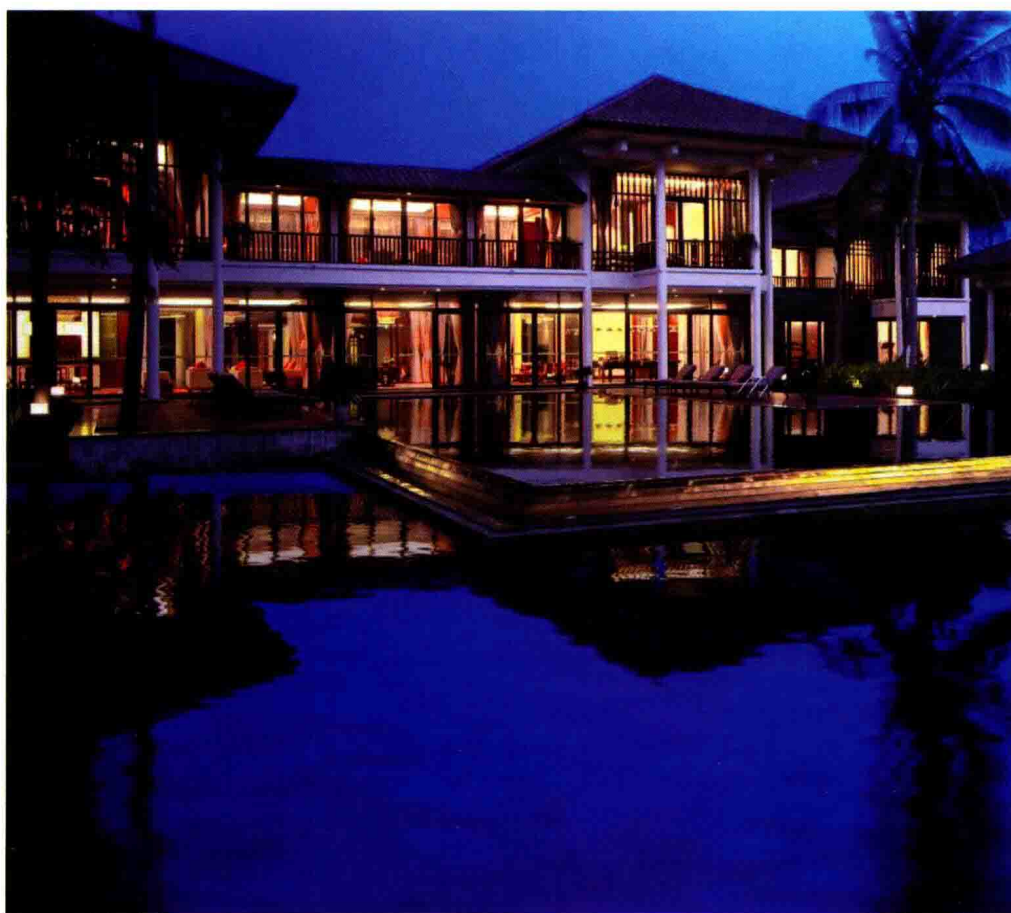


图1-8

二、酒店的类别

酒店根据不同的标准可以分为不同的类别。

1. 酒店规模分类

酒店规模主要包括酒店的占地面积,以及酒店厨房面积、厨师人数、掌厨人数、调菜人数等。主要包括:

(1) 酒店投资规模。包括:酒店形象、规格、档次与“星级”的设定;酒店投资总额(包括资金成本和工期成本)的确定;酒店客源市场群体消费标准的评估。

(2) 酒店建设规模。包括:酒店用地总面积的确定;酒店总建筑面积的设定;酒店建筑体形、体量、体位的设想。

这里有一个“量体裁衣”的法则:投资规模由市场评估而来,建设规模由投资规模而定。

酒店规模分为整体规模和功能规模两个内容。

(1) 整体规模定位是对酒店建设总规模和总建筑面积的确定。一般说来,酒店在投资建设之初,首先会考虑到4个问题:酒店性质,项目地点,投资数额,规模大小。而最后一个问题的结论是在前3个问题已经完全确定的前提下才能产生的。

酒店整体规模的定位一定要以市场为目标,以投资为基础,认真评估,客观判断,切实“量体裁衣”,不能盲目超标,一厢情愿。杜绝“病根”,那就是最初规模定位的错误。这种顽疾一旦在酒店的肌体中产生,便会一生肆虐,阻碍酒店的良性运转,这是后期做再大的经营服务努力都无法根本挽救的。

(2) 功能规模定位是对整体规模的细化。必须要明确各个不同功能的规模、面积以及之间的比例和经营关系。酒店所有经营功能,服务功能和后勤、设备、交通等功能占用的空间和场地都面临最准确的、也是最终的确定。

例如:酒店内客房占用面积的比例是依据酒店的等级、性质而调整的,一般客房面积占用率在酒店总建筑面积中占多数。但是,高档的酒店往往公共经营区面积比较大,客房面积占有率会相对减少。而经济型酒店则正好相反。

2. 酒店选址位置分类

酒店根据其选址位置的不同,可分为城市酒店,郊区酒店,风景区与观光型酒店,位于路边的酒店,车站、港口、航空港酒店,旅游酒店。

(1) 城市酒店。

城市酒店是指建造在城市里的酒店,其用途为接待贵宾、商务、旅游、会议、探亲等。城市酒店中还有大量的中、小规模的经济型酒店,以及条件简单、租金低廉的为大众服务的酒店。

(2) 郊区酒店。

郊区酒店是指建在郊区、市郊结合部的酒店、村舍式酒店等,有的是疗养式酒店、汽车酒店。这种酒店的特点是基地较大,环境自然气息浓郁,普遍规模偏小,一般为单层或者多层建筑,距离城市中心区具有较远的距离,交通需时略长。

(3) 风景区酒店与观光型酒店。

风景区酒店与观光型酒店是指选址在风景区边缘、内部,如山坡、海边、湖畔等位置的酒店。这种酒店一般景色优美,自然环境极佳,具有提高生活品质的性质,规模也偏小,多为单层与多层建筑,如度假别墅、温泉疗养地。另外,还有一些酒店经营一些体育项目。

(4) 位于路边的酒店。

西方公路交通十分发达，汽车普及的国家有相当数量的路边酒店是汽车酒店。在第三世界的一些国家，路边酒店常为司机提供食宿的小酒店，特点是均提供充足的停车场地。

(5) 车站、港口、航空港酒店。

这类酒店主要供中转旅客使用，具有交通方便，旅客出入频繁，使用周期短的特点。由于这类酒店背景噪音大，所以在建筑设计中要十分注重隔音设计。

(6) 旅游酒店。

旅游酒店是指接待旅游观光客人为主的酒店，以住宿、餐饮为主，通常具有轻松愉快的环境、安全舒适的客房和周到的服务。

3. 酒店使用目的分类

酒店根据其使用目的的不同，可分为商务酒店、会议酒店、综合中心酒店和酒店综合体、国宾馆及迎宾馆。

(1) 商务酒店。

商务酒店是指主要以为商务贸易人员提供食宿为主的酒店。

(2) 会议酒店。

会议酒店一般位于城市中心交通便捷之处，且有一定数量的设备先进的大小会议厅，还有国际水平的客房和服务。会议酒店一般配置先进的音响、灯光设备、同声传译设备和分隔设备，以及最先进的调光、变光设备。

(3) 综合中心酒店和酒店综合体。

综合中心酒店和酒店综合体是指在城市中心新建的由几栋建筑共同组成的综合中心，包括酒店、办公、公寓、会议、展览、商场等，其规模通常较为巨大。

(4) 国宾馆、迎宾馆。

国宾馆、迎宾馆是指以接待国宾和富豪为主的高级酒店。西方各国常在城市的豪华级酒店的顶层布置总统套间、皇室套间或是以豪华的宫殿、别墅为国宾馆、迎宾馆；东方国家则多以底层的带本国传统的国宾馆、迎宾馆接待宾馆。

4. 酒店经营形式分类

酒店根据经营形式的不同，可分为汽车酒店、公寓酒店、青年酒店、民宿、流动酒店。

(1) 汽车酒店。

汽车酒店是指为开车旅游的人士提供住宿的酒店。

(2) 公寓酒店。

公寓酒店一般提供套间，内设起居室、小厨房、并配冰箱。公寓酒店的租用一般按周、月、年计算。

(3) 青年酒店。

青年酒店主要是向青年学生提供廉价住宿处。青年酒店的设施简单，如双层床、公共盥洗室、淋浴间、洗衣设备，其内设有厨房、餐厅、电冰箱和炊具，其特点是规模小、收费低、容易管理。

(4) 民宿。

民宿一般由居民自家住宅为基础进行改造而成，通常为客人定期提供家庭式早餐、饭菜，其租金便宜，能吸引希望领略当地居民生活的客人。

(5) 流动酒店。

流动酒店是指大型旅馆车、篷车或野营车等，车内有卧具、炊具、冰箱、电视机等。

第二节

酒店的发展

一、世界酒店发展

(一) 世界现代酒店的历程

总体而言,世界现代酒店发展经历了两个阶段,第一阶段为现代商业饭店时期,第二阶段为现代新型饭店时期。

1. 第一阶段——现代商业饭店时期

进入20世纪后不久,世界上最大的饭店业主埃尔斯沃思·弥尔顿·斯塔特勒为适应旅行者的需要,在斯塔特勒饭店的每套客房设置浴室,并制定统一的标准来管理其在各地开设的饭店,增加了不少方便客人的服务项目。

20世纪20年代,饭店业得到了迅速发展,美国的大、中、小城市,纷纷通过各种途径集资兴建现代饭店,而且汽车饭店也在美国各地涌现。到了20世纪30年代,由于受经济大萧条的影响,旅游业面临危机,饭店业也不可避免地陷入困境。这一时期,在饭店业兴旺时期开业的饭店几乎尽数倒闭,饭店业受到极大挫折。

现代商业饭店时期,汽车、火车、飞机等给交通带来很大便利,许多饭店设在城市中心,汽车饭店就设在公路边。这一时期的饭店,设施方便、舒适、清洁、安全,服务虽仍较为简单,但已日渐健全,经营方向开始以客人中心,饭店的价格也趋向合理。

2. 第二阶段——现代新型饭店时期

第二次世界大战结束后,由于经济繁荣,人们手里有钱,交通十分便利,从而引起了对饭店需求的剧增,一度处于困境的饭店业又开始复苏。1950年后,世界范围的经济发展和人口增长现象开始出现,工业化进一步发展,这增加了人民的可支配收入,为外出旅游和享受饭店、餐馆服务创造了条件。20世纪50年代末60年代初,旅游业和商务的发展趋势对传统饭店越来越不利,许多新型饭店大批出现。现代新型饭店时期,饭店面向大众旅游市场,许多饭店设在城市中心和旅游胜地,大型汽车饭店设在公路边和机场附近。这个时期,饭店的规模不断扩大,类型多样化,开发了各种类型的住宿设施,服务向综合性发展;饭店不但提供食、住,而且提供旅游、通信、商务、康乐、购物等多种服务,力求尽善尽美。

(二) 世界现代酒店发展的整体趋势

世界现代酒店在第一、第二阶段呈现以下趋势。

(1) 世界经济、地区经济与旅游业、酒店业关系密切,呈现出相互促进、相互制约的特点。第二次世界大战以后,世界经济得到飞速发展,旅游业、酒店业也得到了迅速发展,但是当世界经济、地区经济出现经济或金融危机时,旅游业、酒店业跟着受到严重影响。酒店业最希望世界地区和平,经济发展,希望社会政治稳定,社会经济发展。

(2) 满足特殊需求、提供特殊(个性化)服务的特点。人们的需求越来越多样化,顾客已不满意千篇一律、公式化的服务。酒店为了生存和发展,让顾客满意,所以在市场经济的竞争中按顾客的实际需求,组合产品与服务。

务，提供特殊的、有针对性的个性化服务。这成为近代酒店业发展的一个特点。

(3) 现代科学技术广泛用于酒店业的特点。酒店业为了提高服务质量、工作服务效率、降低成本、提高安全性，更好地开拓地区和国际市场，必须广泛采用现代科学技术。

(4) 竞争激烈促进了酒店业与相关行业相互合作发展的特点。生产国际化与资本的国际化进一步促进了经营的集团化与国际化，因此起源于一些经济发达国家的大型企业集团，将进一步向世界扩展，酒店业更是如此。近年来，世界酒店联号之间竞争激烈，相互兼并、联合、重新组合，其结果是酒店联号的平均规模在扩大，出现了一些特大的国际酒店联号。

西方商业性酒店发展阶段一览表如表 1-1 所示。

表1-1 西方商业性酒店发展阶段一览表

西方商业性酒店发展阶段	客栈时期	12 世纪到 18 世纪之间这段漫长的历史时期。客栈真正流行是在 12 世纪以后，盛行于 15~18 世纪之间	特点：规模小、设备简单，多设在乡间或小镇。服务上，满足住宿者吃饭、睡觉与安全的最基本需求。客栈是独立的家庭生意
		以英国的客栈最为著名。欧洲其他国家，如法国、瑞士、意大利与奥地利等国家的客栈也相当普遍	
	大饭店时期(18 世纪末—19 世纪中叶)	19 世纪于德国的巴登建起的巴典国别墅	特点：建在大都市，规模宏大，建筑与设施豪华，装饰讲究。旅馆服务是一流的。服务于王室、贵族、官宦、巨富和社会名流。价格昂贵，住酒店是一种身份、地位乃至权力的炫耀
		1850 年法国巴黎大酒店	
		1885 年罗浮宫大酒店	
		1876 年法兰克福大酒店	
	商业酒店时期(19 世纪末—20 世纪 50 年代)	1889 年伦敦萨伏依大酒店	特点：物有所值。注重经营艺术，以及服务水平的提高。开始向标准化和连锁化运营
		斯塔特勒旅馆：1908 年，美国建造了斯塔特勒旅馆。该旅馆在建造、经营与服务等方面有许多创造。“一个房间一浴室，一个美元零五十”	
	酒店联号时期(20 世纪 40 年代—20 世纪 80 年代)	第一阶段：20 世纪 40 年代	特点：饭店形态多样化；市场需要多元化；竞争激烈化；品牌国际化
		第二阶段：20 世纪 60 年代	
		第三阶段：20 世纪 80 年代	

(三) 世界现代酒店的设计历程

兴起于 20 世纪中叶的信息技术，以计算机、因特网等的发展为标志。信息时代的推进为人们创造出一个虚拟社会，在这个社会里派生出许多新的企业经营管理模式、贸易方式以及新的旅游方式和建筑空间理念。

信息时代的旅馆建筑是以一定的社会技术为支持，以人们既定的工作、生活方式为依据，以盈利为目的的商业性建筑空间；新时代旅馆建筑继承了现代旅馆复杂多样的功能空间，形成网络化的空间系统；加强了其与城市、社会的联系，并且由于信息流的介入，产生了虚拟空间，致使其经营管理方式和空间功能深深地打上了信息技术的烙印。信息技术对旅馆建筑发展的影响，具体说来，体现在经营运作、服务管理、空间构成、功能组织等方面。

酒店中庭空间是世界酒店建筑发展的缩影。酒店中庭充当建筑空间与城市空间的媒介。城市旅馆的中庭空间，“就像是一个微观意义上的城市生活的舞台”，在发达国家，波特曼的中庭空间模式已有所淡化，人们更多的是关注建筑与城市空间形态、城市地域文脉、建筑技术以及对高质量人性空间品质的追求，我国建筑师和旅馆管理层亦在努力探索城市旅馆建筑空间功能与城市空间功能的融合与协调。

世界酒店建筑的节能意识逐渐加强。建设部（现住房和城乡建设部）副部长仇保兴于 2005 年 2 月 23 日在国

务院新闻办举行的新闻发布会上指出：“我国每年城乡新建房屋建筑面积近 20 亿平方米，其中 80% 以上为高耗能建筑；既有建筑近 400 亿平方米，95% 以上是高能耗建筑。”高大的中庭空间，给旅馆带来了特有的气魄，但是如果其中的热、光、声、空气等过多地依靠机械设备，必然会造成能源损耗过大、日常开支增高等问题；对旅馆建筑来说，发展节能、生态的绿色建筑空间是体现新时代生活方式的重要内容。

二、中国酒店发展

（一）中国现代酒店的历程

功能复杂化。旅馆的中庭空间多与主要入口的门厅相联系，形成欲扬先抑的效果；甚至门厅就是其一部分。因此，中庭空间集多项功能于一身，成为许多旅馆的标志性空间；除了布置门厅、总服务台、大堂吧、楼（电）梯、休息厅以及行李寄存、衣帽间、商铺、花店、书店、电话等功能空间外，还结合明亮的采光天棚，将室外空间引入室内，如小桥流水、花草树木、奇山怪石等，采用中国传统的园林设计手法，如“步移景异、小中见大”等，形成尺度宜人、亲近自然、充满活力的空间，满足人们对自然环境向往的天性。笔者在调查时发现，由于中庭空间良好的景观、光照效果和特有的空间氛围，诸如商务洽谈、时尚咖啡吧等新增加的空间功能多集中于此，一方面充分利用了中庭空间，满足了顾客的需要，另一方面提高了空间的利用率，获得了良好的收益。

我国城市旅馆的餐饮空间所占比例要大很多。我国的饮食文化享誉国内外。新时代的生活方式更加追求餐饮的多样性、特色化，除了满足生理上的满足，更多的还要满足心理上的需要。因此，旅馆中的餐饮空间包括中餐厅、西餐厅、厨房、包厢以及酒吧、咖啡吧、茶室等，其面积目前在我国所占比重普遍比国外的指标高许多。

大型宴会厅与小型特色餐厅相结合是新时代的主要特点。鉴于旅馆良好的品牌效应、餐饮和电子声像设备，以及优质的服务水平，旅馆建筑的大型宴会厅成为许多团体举办大型宴会、会议以及个人婚庆仪式等的理想场所；因此目前大型宴会厅除了传统上的宴会功能外，还兼有会议、展览、观演、教学等多种功能，如北京饭店 C 座大宴会厅，当年国家领导人就是在这里举办建国十周年庆祝活动的。旅馆建筑中的中西特色餐厅、酒吧、茶屋等，作为城市休闲空间的一部分，由于其良好的空间标识和周到细致的服务，受到越来越多国内外顾客的青睐，尤其是住店的顾客，人们普遍认为，这类空间能充分满足新时代多样复杂的消费需求。

SOHO 族的出现，将商务、办公空间融入旅馆建筑，形成酒店式公寓。信息时代人类工作领域的变革是 SOHO 族的出现，使得作为单一功能载体的办公建筑逐渐衰退；另一方面，随着国际互联网技术的普及，人们与外界进行信息交换更多依靠网络，在城市及建筑空间中体现为空间功能边界的模糊。因此，综合居住、商务、办公、娱乐、餐饮、购物等多功能的空间正在逐渐兴起，而旅馆建筑中酒店式公寓多样而复杂的功能空间模式，正好适合新时代人们的空间需要。

（二）中国现代酒店的设计历程

中国现代酒店初始风格为欧式风格，因为民国时期政治、经济、文化都被西方列强所控制。西方打开东方的大门就是通过海上贸易线，中国酒店的发展随着国外贸易的快速发展而兴起。在 1900 年反抗的浪潮中，西方企业为缓和民族抵触心理，开始了“本土化”的进程，中西合璧的折中主义建筑开始出现。

国民政府在成立之初就具有弘扬民族精神文化的意识，就在建筑形式上倡导中国固有形式。受到“新生活运动”（1934—1949 年）的影响，中国建筑表现出为中西合璧的大屋顶加西式建筑比例，整体建筑形式上表现出屋顶、屋身、基座三段。这符合中国本土文化，也符合现代的审美要求，同时符合“新生活运动”的精神。

