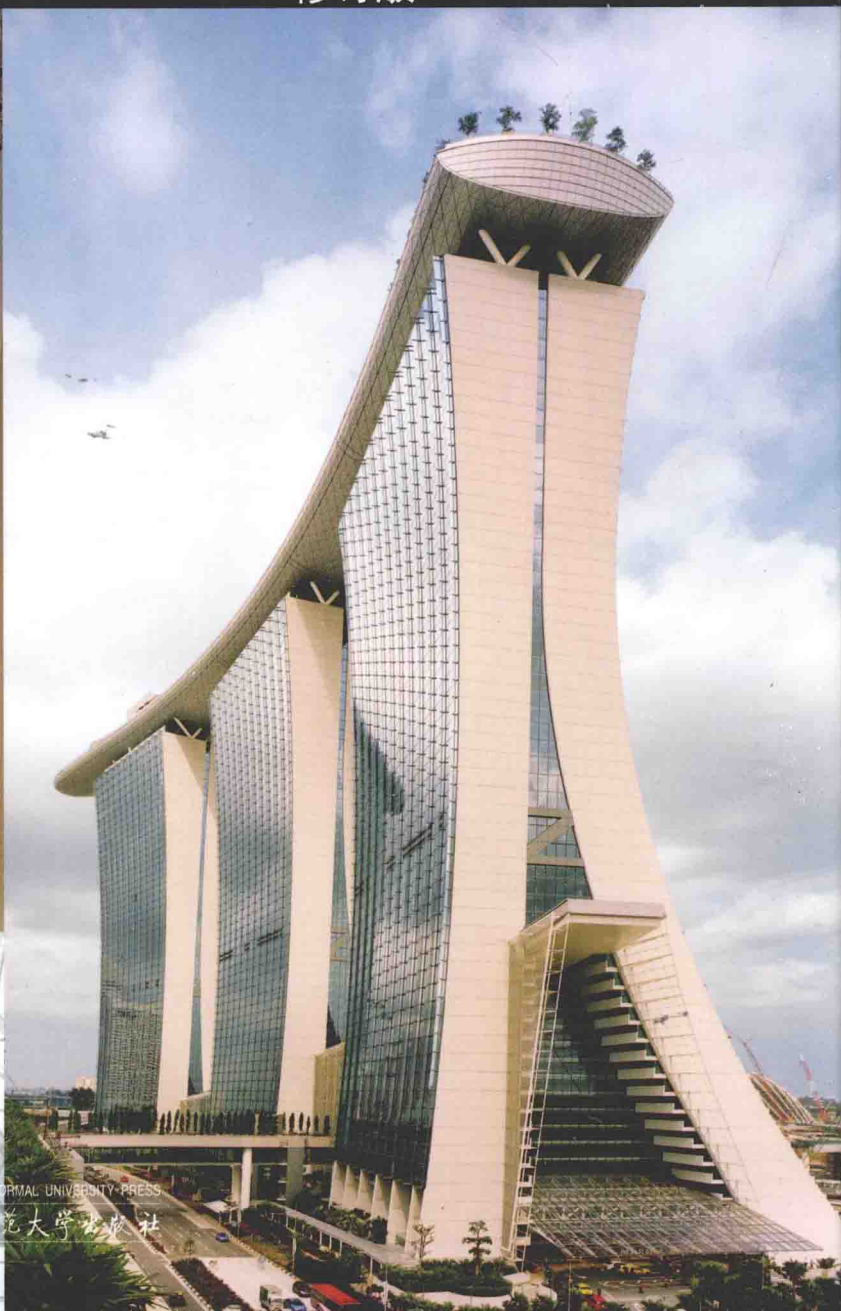
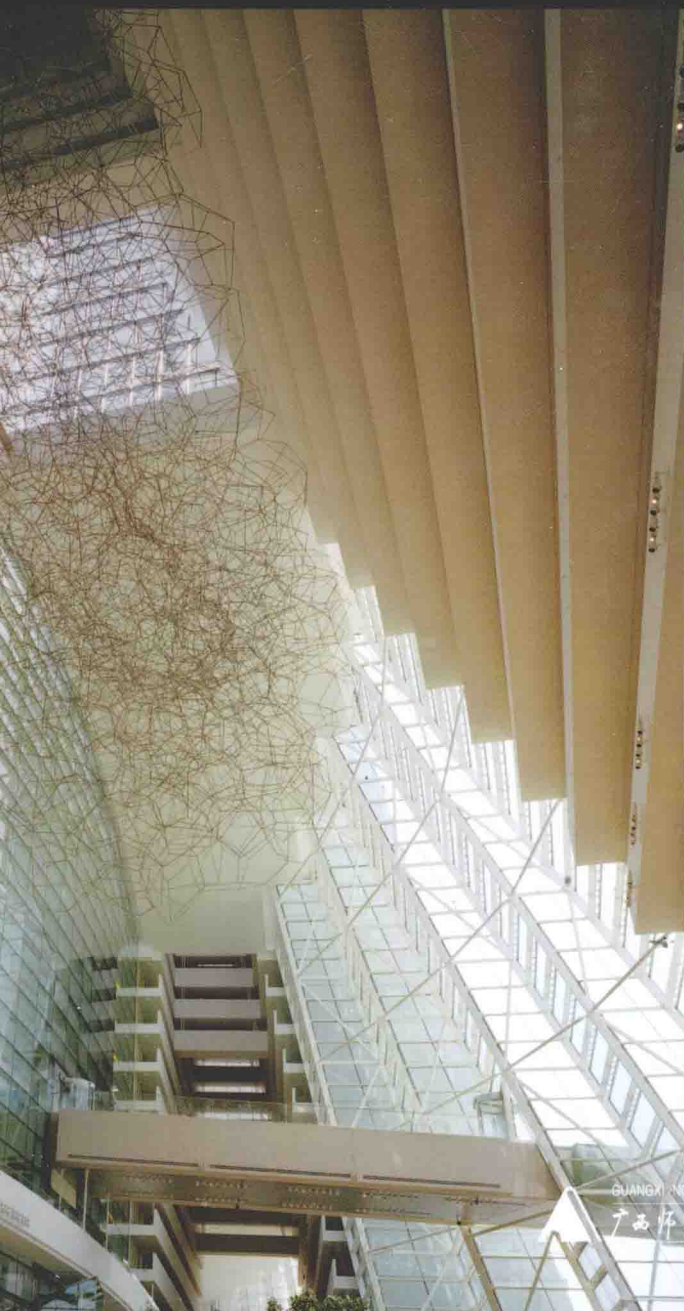


酒店

设计与开发

(美) 理查德·H·彭奈尔
(美) 劳伦斯·亚当斯
(美) 斯蒂芬妮·K.A·罗宾逊 编著
周莹 阎立君 译

修订版



GUANGXI NORMAL UNIVERSITY PRESS

广西师范大学出版社

酒店设计 规划与开发

修订版

理查德·H·彭奈尔，劳伦斯·亚当斯
斯蒂芬妮·K·A·罗宾逊 编
周莹 阎立君 译



广西师范大学出版社
· 桂林 ·

Richard H. Penner, Lawrence Adams and Stephani K. A. Robson /

Hotel Design: Planning and Development (Second edition)

Copyright © 2013, Routledge

All Rights Reserved.

Authorised translation from the English language edition published by

Routledge, a member of the Taylor & Francis Group.

Copies of this book sold without a Taylor & Francis sticker on the cover
are unauthorized and illegal.

本书根据劳特利奇出版社(Routledge)2013年版译出

著作权合同登记号桂图登字:20-2013-124号

图书在版编目(CIP)数据

酒店设计规划与开发. 修订版 / (美)彭奈尔, (美)亚当斯,
(美)罗宾逊 编著; 周莹, 阎立君 译. —桂林: 广西师范大学出版
社, 2015. 3

书名原文: Hotel design, planning and development, 2nd Edition
ISBN 978-7-5495-5986-2

I. ①酒… II. ①彭… ②亚… ③罗… ④周… ⑤阎…
III. ①饭店-建筑设计 IV. ①TU247.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 253496 号

出品人: 刘广汉

责任编辑: 肖莉 王晨晖

装帧设计: 张迪

广西师范大学出版社出版发行

(广西桂林市中华路 22 号 邮政编码: 541001)
(网址: <http://www.bbtpress.com>)

出版人: 何林夏

全国新华书店经销

销售热线: 021-31260822-882/883

恒美印务(广州)有限公司印刷

(广州市南沙区环市大道南路 334 号 邮政编码: 511458)

开本: 889mm × 1194mm 1/16

印张: 28.5 字数: 150 千字

2015 年 3 月第 1 版 2015 年 3 月第 1 次印刷

定价: 298.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷单位联系调换。

酒店设计

规划与开发

修订版

致谢

本书凝聚了酒店建筑和室内设计专业领域几十年发展的成果——许多专家慷慨地为我们展示了他们在设计领域的洞察力及自己的作品。感谢那些鼓励我们并为我们提供素材的建筑师、设计师和摄影师们——言语之力有限，无法表达我们的感激之情。

对业内三大巨匠我们感激不尽，他们是建筑师迈克尔·格雷夫斯、设计师大卫·罗克威尔和开发商巴利·斯特里奇。他们愿意用自己对卓越职业生涯的观察力和对未来酒店建筑、设计与开发的洞察力引荐此书。在此也要感谢提供帮助的几位巨匠的助理们：迈克尔·格雷夫斯公司的本·温特那、罗克威尔集团的琼·麦克凯斯和麦琪·哈尼克，以及喜达屋资本集团的贝丝·尚侯兹。此外诚挚地感谢某些章节里提供侧边栏评论的罗伯特·卡斯那、伊恩·尚格、约翰·蒲特曼、小史戴芬·博金斯、荣格·汤玛斯、哈佛·沃尔夫、史戴夫·拉什摩尔、吉姆·安特和莎拉·肖恩。

诚挚地感谢泰勒·弗朗西斯和诺顿出版集团编辑们的耐心和良好的判断力，他们是劳拉·威廉逊、温蒂·富勒、

南希·格林及图片探索与发现集团的鲁斯·曼德尔。没有他们的帮助，本书无法完成。

过去的几年间，康奈尔大学和其他几所大学的学生独立调研了一些工程并帮助绘制本书的插图，他们是凯蒂·卡兹拉克、杰罗姆·陈、艾多渡·昆德罗和卡拉·莫顿。他们对酒店设计期刊细节的兴趣和热情极具感染力。

我们自己的协会中也有许多好友在著书的过程中提供帮助和建议，有些朋友提供的资源大大超出我们的期望。为我们提供帮助的朋友太多，无法一一赘述。然而，我们还要在此感谢许多带我们参观他们集团内最新设施的酒店管理人员以及在我们无休止地要求额外信息时为我们提供图片和草图的媒体和市场人员。最后，还要感谢完成此书期间我们家人、朋友的牺牲和同事们的支持鼓励。再次感谢大家！

前言

建筑师视角

迈克尔·格雷夫斯（美国建筑师协会资深会员）

帕特里克·伯克（美国建筑师协会会员）

新泽西州，普林斯顿，迈克尔·格雷夫斯集团

商业酒店和度假胜地为争夺如今见多识广的全球游客发起了激烈竞争。酒店的开发商和管理者期待建筑师和室内设计师为顾客创造出新颖别致并且有趣的“体验”。几十年来，酒店业一直致力于开发酒店的功能性和运营，以至于酒店的设计趋于公式化。对于商业酒店而言，标准化带来的可预见性一度被认为是尽善尽美的典范。然而，对于大多数度假胜地而言，这个趋势导致酒店在全球范围内规模化扩张，好像在世界各地都能找到类似的酒店。埃及的酒店在哥斯达黎加和迈阿密都能轻易地建起。

然而，所有的一切在过去的15年间伴随着追求体验独特当地文化及人文环境的自由背包客的盛行悄然发生了变化。作为建筑师和设计师的我们不禁扪心自问，“当地的特色是什么？我们如何才能捕捉其精髓？”地域感影响着建筑业的各个领域：从外部风景与建筑的完美结合到室内设计中家私及陈设的细节。因此，哥斯达黎加的度假酒店就可能被设计成既保持良好生态，又规模不大，带半户外凉亭的结构，以期充分融入周围的热带环境。或者，一家瑞士的SPA度假酒店会在整个建筑中复建现代气息浓郁的自然温泉浴场和大大的壁炉，设计具有时代感却按当地传统工艺建造。

市内的酒店也能反映当地的文化。比如开罗的瑞吉酒店在囊括了所有自己酒店品牌特征的基础上，通过加入埃及特有的各种细节、建筑材料、颜色和图形渲染了宗主国的氛围。当地化是日趋风靡的环境责任感的一个组成部分。酒店业越来越意识到这就要求整个设计团队思想综合一体化，开发商和运营商也应竭尽全力。技术革新不仅在建筑外观和机械系统上得以体现，而且也要应用到酒店的厨房、洗衣房和垃圾处理系统上。我们坚信顾客会像欣赏酒店的设计一样乐于看到他们下榻的酒店在保护环境方面的一些健康举措。

好的设计长久以来都与奢华酒店和精品酒店息息相关，如今也为区分品牌的三星级和四星级酒店带来新鲜感，甚至创新性设计方案，既能体现酒店品牌与价值又能吸

引顾客。在为这些酒店创建运营标准时，我们了解到这些品质必须能够应用在不同的建筑布局和设计上，因为这些改建都要在现有酒店的基础上实施，而不是重建楼盘。与这些酒店更高端的竞争对手一样，三星级和四星级酒店同样认识到顾客期待获得与现今风潮相匹配的服务。

像其他顾客至上的机构一样，酒店也在不断发展完善着自己提供的服务及提供服务的方式，因此酒店类型也在不断发生着变化。现如今，酒店业为公众提供的服务既要满足商务酒店的需求也要为游客提供更完善的娱乐，从快餐到上网，及对酒店人员培训程序化技术，包括前台入住到客房光线、声音和温度控制。

尽管酒店的公共区域——大堂、休息大厅、餐厅、水疗馆、健身中心非常重要，但是顾客最终的满意度是靠居住条件来决定的。在现代高端的酒店中，客房可能是传统的酒店房间也可能是有配套服务的公寓，这就意味着要把独立的酒店变成多功能的微社区。对于建筑师来说，客房或者公寓是酒店的最基本单元，是整个酒店的基本构件。设计师要考虑清楚顾客是什么样的人，他们会有什么需求；顾客可能是一群朋友聚会来打高尔夫，一个前来度假的家庭，也可能是单枪匹马将房间作为临时办公室的商务人士。一些酒店曾经一度认为他们的客房“完美至极”，而在科技高度发展的今天就有必要推动其进行革新了。客房要在审美、功能和特征方面进行重新审视。作为业内人士，我们知道如果顾客到不同地方进行游历，想享受完美体验的话，那么设计优良的客房就是衡量酒店成功的关键。

作为从事酒店业几十年的建筑师，我们深知在这个行业“一鞋难合众人脚”，一种方法不能解决所有问题。因此，这样的一本书在酒店设计、规划与开发方面是非常有帮助的综合参考指南。被邀请对如今的酒店业进行一些评论，我们深感荣幸，期待早日读到同行的见地。

室内设计师视角

大卫·罗克威尔，罗克威尔集团创始人及首席执行官，纽约

今天的酒店已经不仅仅是目的地，而是各种各样不可思议体验的汇合。顾客从踏入酒店的一刹那起，他自身就成为了这个生机盎然的微观世界的组成部分。这个微观世界被精巧地布置成既能摆脱俗世烦扰又有着家庭般温暖

舒适的灵动空间。酒店的活动安排可能会随着季节的不同轮番上演，但是每天的例行公事所体现的酒店价值观是始终如一的。这就是新时代酒店的特质：既能跟上最新潮的趋势，也能根据广大顾客的不同需求保障最人性化最贴心的服务。

酒店本身融合了两个世界：家和目的地。就设计而言，这个想法的最佳体现就是在酒店的入口处，也就是大堂的装饰焦点。尽管酒店本身是一个动态的可以不断变化的空间，但是却被当地文化氛围所包围。如今酒店的内部环境也必须融入并反映当地的文化环境，翻越围墙与城市和周边环境用象征的手段融为一体。通过参与当地节日庆典，在饮食里加入当地的食谱配方，当地原汁原味的气息就能弥漫到酒店内部。比如东亚的酒店可以提供传统的茶道，员工的制服可以由当地冉冉升起的时尚界新星设计。丰富的地域感能使孤立无依的酒店转变成历久弥新、令人记忆深刻的所在。

通过技术的创新，酒店能反映出与现今生活的紧密联系。从你踏入酒店的那一刻开始，一体化、最前沿的工具能使以前枯燥乏味的日常琐事变得生动起来。前台已经成为了过去。通过使用先进的数据管理系统，迎宾员可以在门口按照名字迎接顾客。繁冗的过程变得简单方便，顾客可以通过 iPad 在休息大厅一边喝酒一边吃着点心办理登记入住。这些都是现如今的信息时代为我们提供的最基本的便捷服务。客房里配备的设施能让顾客量身打造属于自己的舒适空间：轻轻一按按钮，顾客就能控制灯光，调节房间的氛围，选择特制的芳香精油洗去一身的旅途疲惫，或者变戏法一样调出隐藏的高端娱乐系统。

这种灵活性温暖舒适又开放性地满足了顾客需求，是对酒店独特个性的完美补充。每个顾客都有自己个人特定的舒适模式，酒店应该周到地为其提供可供选择调整的服务菜单。每天的例行公事都有不同的可供选择的房间。在公共区域，细节上带有目的性的设计可以让人们不期而遇或者发现令人欣喜的小惊喜；每个人都能找到令自己舒适的聚会空间——休息区域能让人进行私密的对话，大堂视野宽阔随时能找到要找的人，也有那么一隅能让人舒服地蜷做一团舒适地阅读。

今天的酒店环境已经既能跟上个体的节拍，也能多旋律进行共鸣，堪称好客舒适的天堂。最成功的酒店内部设计能让旅居生活成为难以忘却的体验，无论是暂住的游客还是久居的房客都能成为自己旅程的管理者。

开发商视角

巴利·斯特里奇 喜达屋资本集团主席 康涅狄格州，格林威治

我的母亲是一位成功的艺术家。我们小时候，她的画作挂满了走廊和客厅。我喜欢她运用的色彩、刀工技法以及画里所表达的沉静又浓郁的情感。最重要的是，我对创作的过程感到惊奇，怎么能在空白的帆布上展现出这么强烈的感情和美感呢？高中时，我修了一系列艺术课程，专攻绘画。优秀的艺术家能够感受到帆布那细致的纹理，直到生命跃然纸上，其他人却无法做到这一点。从一个角度绘制的画作撩拨着一个观察者，但是从另一个角度看却索然无味。一个色彩与另一个色彩的融合可以是相辅相成的，看着那么让人舒心，也可能是暗淡的，令人不适。我的父母建议我不要成为画家，我自己却深爱设计和建筑，因此对我而言酒店是设计和房地产的完美结合，不是工作而是儿时梦想的实现。

这么多年我购置了许多房产，囊括了各种类型，有办公室、商铺、高尔夫球场、老人院，当然也有酒店。我为那些出租出去的设计感到震惊，它们给我带来了巨大的利润。正如我住在芝加哥时，我的工作地点距水塔商场仅一街之隔，这个商场可能是美国最成功的垂直结构商场了。整个商业中心总是熙熙攘攘，而且看上去也繁忙异常。商场被设计成两边是固定精品店，中心是四五层楼高的圆形空间，安装了玻璃滚梯和电梯。坐在电梯上可以将商场里的一切尽收眼底！电梯忙碌地上上下下，你可以看到每一间小店，也能看到那些新开的小店，提醒自己离开商场前一定要逛一逛。

1995 年我关注到酒店业，也是在那一年我决定开办全国范围内的“精品连锁”酒店——W 酒店。因为我看到酒店业几十年间埋没了好多房产，只靠价格竞争而不是靠审美。我们的连锁酒店从 79 美金一晚起，还有 99 美金、109 美金、139 美金和 179 美金一晚的客房。我的理论是要创建一个靠设计竞争的连锁集团：设计至关重要，顾客不光会为好的设计买单，也会与之建立强烈的情感纽带。在用良好的审美观界定自己的同时，我们也能获得品牌忠诚度，这样我们就有了定价权。一些酒店产品商品化严重。顾客光看客房无法分清是哪家酒店。室内设计师似乎陷入了一条一成不变的怪圈，就像克莱斯勒公司研发失败的汽车，只是在相同的底盘和发动机外罩上不同的外壳。顾客一眼就看穿了这个伎俩，因此试图使所有人都满意的方案吸引不了任何人。至少无法建立自己的品牌忠诚度。

当你进入一个空间时感到舒适安逸，那么这个空间的设计就是精良的：高雅的器皿、与空间尺寸配套的家私、彼

此呼应互补的画作。我们重视质地、比例、色彩，天赋高超的室内设计师能综合运用各种素材，看似无心却完美至极，就像伟大的运动员在自己领域内不费吹灰之力地称霸。一个空间可以充斥着各种材质、灵动的色彩和令人称奇的新鲜玩意。搭配得是如此完美，就是这种感觉，在我看来就像伟大的画家在现实空间泼墨挥毫一样。但有的设计却令人紧张不安，弄得你只想离开。这可能就是为了设计而设计，反而弄巧成拙了。

如果你从事酒店设计领域，不要忘了设计是关乎人的，关乎顾客的，他们是你作品完成时的组成部分。伟大的设计师能熟练地装饰一个空间，改良里面的陈设，在头脑中修改所有的设计比例——规模、色彩、材质、灯光，在这样的空间内人们会感到舒适诱人。如果艺术家能带着原创精神设计这一切，那么成果将是令人难忘的经典之作。酒店的装潢设计应该以人为本，毕竟酒店是疲惫旅客的集散地。为什么不使他们目眩神迷，流连忘返？就像苹果、三星、阿什顿马丁通过革新性的工业设计创造出了品牌忠诚度那样，伟大的设计师也能影响、强化甚至创造出伟大的酒店品牌。

序言

开发和设计的互动

感谢前言中为我们阐明酒店这一世界最大工业永恒目标的建筑师迈克尔·格雷夫斯，设计师大卫·罗克威尔和开发商巴利·斯特里奇，他们代表着酒店开发和设计领域的主要准则。

自 2001 年《酒店设计规划与开发》第一版出版以来，酒店和酒店业发生了诸多变化。十年来，互联网已经跃升为顾客、开发团队通讯联络的主要方式，影响着世界各地人们的经营模式。迅猛发展的高科技支撑着可持续原则在设计和运营方面的应用。2000 年以来酒店行业的迅猛发展反映出新环节、新市场、新产品和萧条经济条件下融资的新方式。现在酒店的品牌比以往任何时候都丰富。每一家都需要打造自己独特的设计和运营模式，这就需要开发商、运营商和设计团队的通力合作才能够保障成功的案例。2001 年，大多数酒店的开发都还是在北美洲。现在，亚洲是酒店业腾飞的引擎，其他地区正准备跟风。在创造酒店资产方面没有比现在更令人振奋和更有挑战力了。

本书致力于成为酒店建造类型和从业者及学生的现实指导资料。我们的研究从“酒店”这个词着手，这个源自于法语房子的词从美国独立战争之后开始用来形容新出现的提供多方面服务的复杂的小宾馆。从一开始，这样新兴的多用途设施就能在迅猛扩张的社会满足各方面的需求，酒店具备了居住、商业和业界特征。其中有纽约成立的第一个大舞厅，波士顿商人交易所的开阔中庭，新奥尔良欧洲圆形穹顶的大堂，伦敦集剧院、商铺、洗衣房于一身的酒店。酒店的竞争特性决定了大多数城市的第一批建筑就是酒店，最新的技术也应用在酒店上，如煤气、电灯、中央供暖、电话和电梯。

这种比以往任何时期都强烈的迎合消费者需求的创造性反应，驱动着今天酒店的设计和开发。再也没有类别性

的某一种或全方位服务酒店的说法了。功能的细分意味着酒店从破土动工之前就要集中全力。空中飞人的商务人士、见过世面的精品店顾客、远赴千里外度假的家庭、会议策划者、公司旅游的协调人以及酒店管理公司，这些所有人士的需求都需要在规划和设计阶段就严加考虑。随着数字技术继续以惊人的速度发展，开发商和设计师必须不断地适应时代需求来保障所有工程的舒适性和基础设施的完备。

在下面的章节中我们对塑造酒店开发工业的实践、特征和趋势进行了延伸。今天的市场是如此复杂多变，一些曾经非常风靡的概念已经被淹没遗忘，曾经一度被否定的特性却逐渐吸引更多的注意。因此，我们很高兴地展现在今天看来能为未来带来光明前景的设计、技术和创造理念。

理查德·H·彭奈尔
劳伦斯·亚当斯
斯蒂芬妮·K·A·罗宾逊

此书献给美国建筑师协会会员**沃特·A·茹特思**，我们已故的合著者和精神导师。沃特从事酒店建筑师和企业高管多年，是 20 世纪后半叶多项革新的创立者。他的精神和判断力将永远被我们缅怀。

目录

	致谢	Vi
	前言	Vii
	序言	X
第一部分：酒店类型	1 概况	3
	2 市内酒店	11
	3 设计酒店	53
	4 市郊酒店	69
	5 多品牌酒店	91
	6 多功能开发	105
	7 度假酒店	119
	8 赌场酒店	173
	9 会议酒店	187
	10 会议中心	215
	11 住宅式酒店，公寓酒店及分时度假酒店	231
	12 现存酒店更新	241
第二部分：设计指导	13 选址和总体规划	283
	14 设计和开发	299
	15 客房	317
	16 客房及套房设计	327
	17 公共区域设计	341
	18 行政及后勤区域设计	375
	19 技术合作及建设	385
	20 未来开发理念	403
附录	A LEED 新建筑资格认证清单	412
	B 国际酒店及旅行社	413
	C 开发预算（典型的拥有 500 间客房的酒店）	415
	D 未来十年净营业收入预测	416
	E 协调矩阵	418
	F 连锁品牌	422
	G 参考书目	424
	H 项目列表及图片版权	426
	作者简介	431
	索引	432

第一部分

酒店类型



几个世纪前，如果你来到伊朗的伊斯法罕，可以停驻在城门外路边的商队大旅社里，现在这种旅馆叫做沙阿巴斯。如果想要获得更好的服务，你可以继续前行住在城内的旅社里。经常旅行的游客来到罗马时，通常会选择市中心位于亚壁古道旁的寄宿公馆或某一水疗度假胜地。

几个世纪以来，酒店的质量得到了极大的提升，尤其是服务质量，酒店的基本运作元素几乎和古代时期一样简单熟悉。但是随着顾客越来越见多识广，酒店的开发设计越来越具想象力，我们预期全球范围内终将掀起酒店业这个全球最大行业内提高服务多样性和人性化的风潮。本书的第一部分将讨论和诠释酒店的不同类型，并对其设计如何日趋高雅，市场份额如何重组进行考量。酒店类型十分繁杂，从常住型公寓套间到昂贵的超豪华市内酒店套房。酒店开发商们也在对所有酒店类型的设计和特点进行再思索，从生态游客喜欢的静修地到对城市现有酒店设施的适应性的再利用和修整。后者更是涉及到大量细节精致的酒店和娱乐设施，将大大改善市内的酒店环境。以家庭为定位的主题公园会继续为其提供多方位服务的度假村之路，将会吸引主要的商业团体进行贸易展览和举办会议，同时成为先进的休闲公园社区。

全球经济的爆炸性发展使全球涌现出大量的建筑和工程学成就，在中东、中国、印度、俄罗斯、欧洲和美国均有所体现。像迪拜的棕榈岛这样的度假胜地已经出现十几家定位高端的酒店，居住条件和配套设施极其奢华。新加坡海边的圣淘沙名胜世界酒店、澳门的梦想之城酒店、拉斯维加斯的城市中心酒店展现了在多功能酒店业的大投资，囊括了客房、商铺、娱乐、赌博和会议等各种服务内容。卓越的酒店设计不断地吸引着游客的眼球，如新加坡滨海湾金沙酒店的独特结构、德国汉堡易北河音乐厅既有交响乐演奏厅又有酒店客房的标志性多功能开发。设计精良的酒店通过亮丽的外观和精美的室内设计扩展了精品店的魅力，吸引着时尚设计师带着自己的品牌入驻，如迪拜塔的阿玛尼酒店以及爱丁堡的米索尼酒店。时尚的市中心酒店，如甘斯沃尔特酒店和曼哈顿

德克萨斯州，达拉斯市，W 达拉斯胜利酒店

拥有 252 间客房，94 个豪华套间，这座 33 层的酒店坐落于达拉斯市占地 72 英亩（29 公顷）的胜利公园主规划的核心。这座由 HKS 集团建筑师设计的酒店包含了 10,000 平方英尺（925 平方米）的水疗浴场、游泳池和健身设施，11,000 平方英尺（1,020 平方米）的会议中心、酒吧和时尚考究的顶楼场地。

肉库区的纽约设计酒店都为周边的社区带来了居住模式的多样性，成为了目的地打造的经典案例。

环境意识在世界范围内的酒店和度假村行业呈现出新的维度，几乎所有的新兴项目都必须取得类似于 LEED 认证这样的由国际绿色建筑认证系统签发的合格认证。

其他一些主要的酒店典范有带主题商场的酒店，娱乐设施，别墅群，会员制度假胜地，水疗中心，垂直高耸的集酒店、写字间、贸易中心于一身的多功能塔式建筑。过去十年间迅速流行一种多品牌酒店模式——在一个楼盘有两家甚至更多家酒店同时竞争。接下来的几章将展示本时代广泛的重要酒店类型，从有着未来概念的世界一流的多重度假村到最创新的成本效益高但服务有限酒店。第一部分列举了各种酒店的最新范例，描述了每种类型酒店的不同特征；第二部分为如何规划设计酒店的客房、公共区域和后勤区域提供蓝本和信息。

从机场会议中心酒店到具有浓郁异域风情的生态游客旅馆，从时尚设计酒店到大规模赌场酒店，第一部分点评了 50 多家充斥着越来越人性化市场的不同酒店类型。11 个不同类型下又分设了章节。比如市郊酒店也涉及到不同的类型，从商务花园酒店到乡村旅店，度假酒店下设的范围更广，有奢华的野外别墅也有偏远岛屿的度假村。无数的市内市郊酒店的重新定位都是靠创新的装修、整修、扩建和活化再利用来完成的。会议中心和市内的会议酒店主要靠设计方向、规划和开发意图以及社会和文化内涵来区分。最后一章总结了想象力丰富的未来酒店和度假胜地的开发理念。应该持续地关注独特的市场定位，这样酒店才能充分发挥自己的功能。比如奢华的度假村和超豪华酒店就需要配备独立的小空间餐厅来招揽客户。

在工业化发达的国家，熟悉新型酒店类型对开发商规划自己的扩张策略并研发更具想象力的酒店特征以吸引顾客来说至关重要。有些酒店类型是如此的与众不同，就像建造家庭住宅和在同样的地基上建造高耸的公寓塔楼完全不一样；因此，就需要设计师了解不同类型酒店在基础设施、项目基地、循环模式方面的不同要求才能弥补不同的市场缺漏。而且对不同酒店类型的整体了解也会激发新颖的想法，如在会议中心引进大型健康水疗馆，在乡村旅馆加设会议室将其变成暂时的会议静修地，还可以在不同的酒店类型借鉴超豪华酒店的陈设（如艺术品真迹）来提高自身的档次。成功酒店的新想法来自于设计团队的每个成员，可能是食品饮料的市场调研员、高新技术专家、才华横溢的景观设计师或环境设计师。第 19 章，技术合作及建设讨论了需要咨询顾问的开发领域。

分类

酒店类别通常是靠地理位置、功能和其他特征来区分的，因此某一个特定的酒店可能适用于不同的种类——比如波士顿的艾姆斯酒店既是设计酒店也属于活化再利用的现有更新酒店。许多机场酒店既可以看做是会议中心也可以是会议酒店。即便酒店类别有重叠的地方，也不妨碍本书分类的实用性，这种分类方式通俗易懂，通过查找酒店领域主标题的方式就能获取信息。

虽然酒店分类对于组织和查找酒店信息十分必要，但是不能取代酒店个性特征的专业知识和详细构成。《纽黑文记录报》的一个作者感叹：

随着酒店类型日新月异，种类层出不穷，酒店的标签所提供的信息不够健全甚至有时会误导大众，游客越来越难以选择适合自己的酒店。市中心酒店和度假村拥有同样多的网球场、游泳池和桑拿房。度假村里接待的参加会议的商务游客也和市内会议酒店和机场会议中心一样多。汽车客栈也不比汽车旅馆高级到哪里去。“客栈”也不一定是老派旅店。“度假屋”“水疗馆”“客人牧场”的界限也不那么分明。价格也不再具有指导意义——昂贵的酒店里也有小客房，经济旅馆里也有高端的客房。根据服务要素买单才是新的风潮。

我们已故的合著者美国建筑师协会会员**沃特·A·茹特思**曾在世纪之交写到：

今天市场营销的一句矛盾口头禅“大规模定制”在为从成衣业到个性化维生素等各行各业带来巨大利润后，正在酒店领域悄然盛行。其精髓就是迎合客观世界中顾客个性化服务的愿望。如果一个顾客愿意购买设计师特别订制的服装，也愿意回答冗长的调查问卷来自己制作音乐 CD，为什么不会在虚拟网络上预订时代广场的丽思酒店呢？

（茹特思，潘纳尔，亚当斯，2001，p.6）

因此，本书中顾客的看法和酒店的不同类型一样受到重视。换句话说，酒店来访的顾客和酒店的设计是一样重要的。

规划和设计考虑要素

不同类型的酒店吸引不同的客户群，因此酒店的设计要素根据酒店地理位置、规模、形象、空间标准、循环系

统和其他特点的不同而变化万千。比如会议中心和会议酒店要求位置靠近机场，度假村和滑雪度假屋就没有这一要求。机场酒店和路边汽车旅馆需要关注度，最好在洲际公路上有显眼的标识，而会议中心、乡间旅社、度假村和生态游客静修地则需要隐蔽性。超豪华的酒店规模不要太大，寻求的是私密氛围，高档次的酒店就需要有足够的规模才能容纳诸多一流符合国际五星级标准的餐厅、休息大厅和舞厅。

根据酒店的不同类型，设计元素也要有不同的考量。比如与市中心酒店相比，度假村的房间要更大一些，并配备更多的衣橱抽屉等储藏空间，因为它们的房客居住的时间更长，会随身携带更多的个人用品。一些路边的旅社比其他酒店的餐厅要大，由于不提供客房服务，所以

就餐高峰期（如早餐时段）要满足多人就餐的要求。赌场酒店装潢要辉煌耀眼些，而会议中心则需要谨慎低调。同时，相似的设计理念在不同的酒店类型中有不同的表达方式。举个例子，在市内及市郊酒店，顾客社交休闲时间是在大堂或者休闲区域消磨。同样的顾客需求在度假胜地是在泳池边，滑雪度假屋是在阳台，会议中心在公共区域，度假村在户外酒吧，豪华酒店在咖啡厅，精品酒店则在时尚大厅。

专有设施、空间规划、技术要求都在第二部分设计指导中详细讨论，第一部分总结的是在规划设计每种不同酒店类型时的主要区别。

表格 1.1 酒店里程碑事件

圣经时代	寄宿家庭出现
公元前 500 年	第一个度假胜地在希腊的矿泉和温泉区出现 罗马街道两旁兴建房舍来留宿政府批准的游客；其他人住的旅社也初具规模 罗马人将温泉度假村推广到英国、瑞士和中东；英国引进了旅社。里维埃拉在腓尼基人和希腊商人间受到追捧
中世纪	庄园主和修道院开始为旅客提供住宿 寺院的客栈由宗教团体经营。收容所可以为旅客提供住宿并充当起医院的角色 大城市兴建旅馆（不提供饮食） 寄宿房屋成了驿站，为政府传递公文提供休息站，可更换马匹 宗教慈善团体为十字军和到圣地朝拜的清教徒提供住宿
1100s	在欧洲旅行越来越安全。随着自由度和旅游权的开放，旅馆业繁荣起来，又在无法无天的时代衰败 欧洲旅馆逐渐发展起来
1200s	瑞士巴塞尔的三王旅店开业，这是还在运营的最早的旅店 中国和蒙古开办了客栈和驿站 为政府传递公文的驿站正式成立，提供休息站 比利时根特市成立了圣乔治中心旅馆 英格兰林肯郡的格兰瑟姆地区成立了天使旅馆
1300s	英国乡间旅馆兴起；伦敦也有了一些旅馆 英格兰萨默赛特郡唐顿地区成立了城堡旅馆
1400s	法国法律规定，旅客物品被盗或损毁，旅店主人要照价三倍进行赔偿 法国立法要求宾馆登记注册 英国法律为旅馆制定规章制度
1500s	瑞士索洛图恩镇的克罗恩旅店是最早的适应性再利用的宾馆——从住宅改建而成 欧洲温泉浴场在马里昂巴德，卡尔斯巴德复兴 在罗马公路系统上奔驰的驿马车得到了发展；辕改良了，车厢封闭了，旅客可以在封闭的车厢内休息 英国旅店业主为欧洲和美国宾馆业设立了效仿模式；英国已经开设了 6,000 多家旅社 旅店模式是封闭的庭院，入口高耸，两侧是客房，前排是厨房和公共区域，马厩和仓库在后排 法国出现了第一个有顾客评级的客栈指南
1600s	酒店业在欧洲得到了发展，各式精美菜肴也端上了酒店的餐桌，“带着徽章的金属牌匾的坚固铰链在风中咯吱作响” 港口旅馆在美国沿海城市兴起：如费城的蓝锚酒店
1700s	和不列颠俱乐部类似的俱乐部会所以及共济会度假屋在美国出现

表格 1.1 酒店里程碑事件（续表）

	美国宾夕法尼亚州的耶洛克斯普林斯以及西弗吉尼亚的白硫磺泉镇兴建了水疗度假胜地
	布多斯和考文垂俱乐部会所在伦敦落成
	市场广场招待所在弗吉尼亚州的威廉姆斯堡成立
1780s	法国加来的德新酒店是早期大酒店
	英国的修道院花园酒店也是早期的大酒店
1790s	工业革命刺激了英国、欧洲和美国酒店及度假胜地的的发展
	纽约的寇瑞酒店和城市酒店是最早的市中心酒店
	纽约州的萨拉托加温泉被开发成水疗度假村
1800s	白鹿酒店在英国索尔兹伯里开业
	皇家酒店在英国普利茅斯落成
	主要城市都涌现出奢华的“时髦酒店”
	沿法国意大利河边兴起了早期的度假胜地
	雄伟的俱乐部会所成立
	哈德逊河边建起了富尔顿克莱蒙特轮船公司
	波士顿的交易咖啡馆是第一个中庭酒店
1810s	居酒屋旅店在日本成立
	印度政府经营了 24 小时服务的驿站房
1820s	纽约州的卡茨基尔山居公馆是最早知名的度假村
	马里兰州巴尔的摩的城市酒店部分区域最早拥有了煤气灯
	波士顿的特雷蒙特酒店是第一个市内豪华酒店，配备了室内卫生间、客房门上锁和零点菜单
1830s	纽约州的萨拉托加温泉酒店开业
	纽约市的美国大饭店是第一家所有房间都安装煤气灯的酒店
	纽约市开办了阿斯特酒店
	路易安娜州新奥尔良市成立了圣克莱尔和圣路易斯酒店
	开在纽约市的霍尔特酒店是第一家拥有载货电梯的酒店
	伦敦的革新俱乐部庭院搭建了屋顶，是最早的中庭酒店
	伦敦的伊斯顿车站宾馆是铁路宾馆的雏形
1840s	铁路取代了长途客车；客车沿线旅馆衰落
	在开罗落成的牧羊人酒店是早期的适应性再利用酒店
	瑞士维威建成了三皇冠酒店
	巴尔拉克酒店在瑞士苏黎世开业
	纽约的纽约酒店是第一家配备了私人浴室的酒店
	农场主之屋酒店在密苏里州的圣路易斯市成立
	弗吉尼亚州温泉区建立了家园酒店
	纽约康尼岛成立了度假中心
1850s	水疗度假村最为风靡
	纽约和新泽西州的尼亚加拉大瀑布开始开发度假村
	磨坊酒店在南加州查理斯顿落成（1927 年重建）
	帕克豪斯酒店在波士顿落成
	纽约市的第五大道酒店是第一家安装了搭载顾客电梯的酒店
1860s	铁路终端酒店，如伦敦的查令十字街酒店是 1860–1920 年主要的酒店类型
	纽约州卡茨基尔地区建立了莫霍克高山别墅
	中央铁路和太平洋铁路接轨
1870s	纽约康尼岛打造海边度假村，建立了安妮王后酒店和东方风情等酒店，兴建了带过山车的游乐园
	时尚的旺多姆酒店在波士顿落成
	帕尔玛酒店在芝加哥成立，是当时最大的酒店，也是第一家做了防火结构的酒店（1925 年重建）
	旧金山开设了皇宫酒店，是早期带有开阔中庭的酒店
	舍尔曼公馆在芝加哥成立
	大饭店在阿拉巴马州落成
	巴黎的洲际酒店开业（1970 年复原成洲际大酒店）
1880s	德尔蒙酒店在加利福尼亚州的蒙特雷建成
	纽约市的埃弗里特酒店是第一个部分使用电灯的酒店