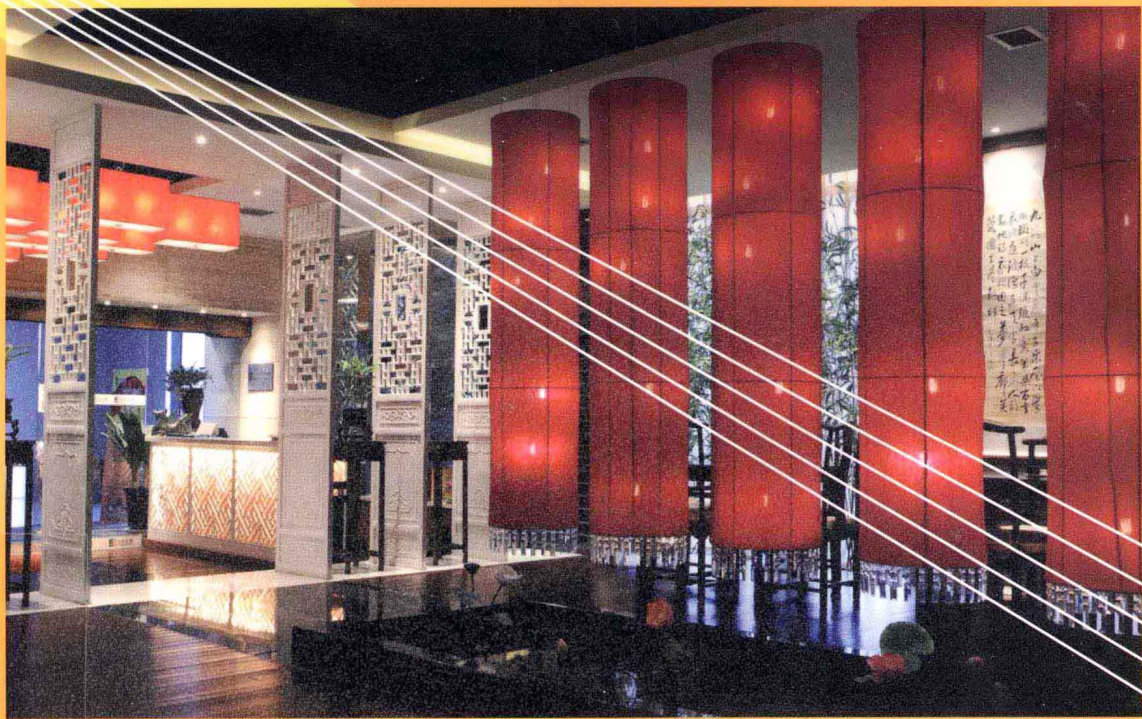




21世纪高等学校应用型特色规划教材 • 酒店管理专业

酒店设计与布局

胡亮 沈征 主编



电子课件
及习题答案
免费
赠送

本套教材内容特色:

- ◆ 既选编必需、够用的理论内容,又融入丰富的案例
- ◆ 突出行业特色,体现最新的理论思想和应用技术
- ◆ 以丰富、多样的版块设置,展现创新教材体系,引领课程改革



清华大学出版社

21 世纪高等学校应用型特色规划教材·酒店管

酒店设计与布局

胡 亮 沈 征 主 编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书立足于酒店的专业性设计,结合酒店管理的相关知识,以三位一体(即酒店管理者、酒店设计师和酒店顾客)的全新视角,从酒店设计前期的工作准备、必备的专业知识与技能以及设计方法与思维的引导等方面带领读者认识和学习酒店设计,并展望其发展。

本书依据酒店设计的完整工作流程进行整体架构,主体内容在于对酒店设计与布局方法的介绍与诠释,并对当今国内外知名酒店的设计实例进行剖析,进而探索并总结酒店设计与布局的科学方法。此外,为适应当前酒店设计行业的发展特点及未来发展趋势,本书还首创性地将酒店的主题设计纳入整体布局,力图向读者清晰、全面地展示酒店设计的专业性与综合性。

本书不仅可作为应用型本科院校、高等专科学校、高等职业院校及成人高等教育酒店管理专业必修课程的教学用书,而且可作为以上院校艺术设计及相关专业的指导用书,还可被选用为专业设计师以及酒店业岗位培训的研习及参考用书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

酒店设计与布局/胡亮,沈征主编.——北京:清华大学出版社,2013

(21世纪高等学校应用型特色规划教材·酒店管理专业)

ISBN 978-7-302-31801-9

I. ①酒… II. ①胡… ②沈… 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(2013)第062928号

责任编辑:曹 坤

装帧设计:杨玉兰

责任校对:周剑云

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62791865

印 装 者:三河市春园印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:16

字 数:386千字

版 次:2013年6月第1版

印 次:2013年6月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:33.00元

产品编号:051904-01

前 言

酒店业是古老的行业，又是世界上最具时代特征的行业之一。酒店，也是一个商业性功能最全面的公共建筑，被称为时代技术水平和艺术思潮的窗口，现代酒店业带给人们的每一次感动与惊喜都与酒店设计密不可分的。

酒店设计是对酒店建筑设计的继续、深化和发展，酒店设计的目的是为了营造酒店的艺术氛围，使宾客感受到酒店文化内涵的魅力，真正体会到入住酒店所带来的功能舒适性，满足人们对酒店的完美期待。

设计酒店首先要懂得酒店、了解酒店管理的相关知识和酒店设计的原则与规范，并具备一线设计的从业经验。

酒店设计是一门综合性的学科，是相对专业化的设计，其虽与建筑设计、环境艺术设计等学科有许多共通之处，但由于酒店行业具有自身的特点与要求，故与一般的公共空间与居室设计仍有许多不同之处，设计要求也更加严格。设计者必须将酒店文化与酒店管理知识融入设计之中，才能创造出真正富有特点的酒店设计方案。

本书从酒店管理的一般知识入手，对国内外相关的酒店设计案例进行剖析，注重理论联系实际。全书由胡亮老师架构逻辑体系，确立主体内容并提出有关主题酒店设计方法与特征的核心观点，沈征老师对酒店设计的空间布局及设计表现手法进行重点阐释。具体撰稿分工为：第一、二、五、六章以及第三章的第一节由胡亮老师编写；其余章节由沈征老师编写，最后由胡亮老师统稿和定稿。

本书从最初的探究与感悟，一路跋涉至今近两年，在借鉴、研究与实践考察的基础上进行融合、提炼并创新。在编撰过程中，日新月异的酒店业也发生了很多的变化。为紧跟酒店业及酒店设计发展的时代脉搏，我们积累了大量的专业知识与第一手国内外酒店考察资料，选取了大量来自酒店一线的珍贵资料与真实场景。资料翔实，图片精美，融知识性与趣味性于一体，集规范理性与艺术奔放于一身，具有很强的时代感与时效性。

本书不仅可作为应用型本科院校、高等专科学校、高等职业院校及成人高等教育酒店管理专业必修课程的教学用书，也可作为以上院校艺术设计及相关专业的指导用书，还可被选用为专业设计师以及酒店业岗位培训的研习及参考用书。

本书在编写过程中得到了南京旅游职业学院、《中国旅游报》江苏记者站、中国国际主题酒店研究会以及国内外各大酒店等单位的大力支持，他们为本书提供了许多帮助和指导，特表谢忱。在编写中，我们也参考了酒店行业的专家学者以及兄弟院校同行的论著，从中汲取了非常宝贵的知识和经验，在此一并向他们表示深切的感谢。

由于编者水平有限，书中难免有差错和不足之处，恳望得到专家、同行以及读者的宝贵意见。

编 者
2013.7

目 录

第一章 酒店与酒店设计.....1

第一节 酒店业概述.....2

一、酒店业的定义及分类.....3

二、中国酒店业的发展特点.....3

三、酒店业的发展趋势与发展模式 预测.....6

第二节 酒店设计概述.....11

一、酒店设计的历史.....11

二、酒店设计的概念与内涵.....15

三、酒店的专业化设计.....21

第三节 本课程的学习方法.....27

第二章 酒店设计实务.....29

第一节 酒店设计任务的分析.....30

一、酒店设计要求的分析.....30

二、酒店环境条件的调查分析.....32

三、酒店经济技术因素的分析.....33

四、相关资料的调研与搜集.....33

第二节 酒店设计方案的构思与比较.....34

一、设计立意.....34

二、方案构思.....39

三、多方案比较.....44

第三节 酒店设计方案的调整与深入.....45

一、酒店设计方案的调整.....46

二、酒店设计方案的深入.....46

第四节 酒店设计方案的表现.....47

一、推敲性表现.....47

二、展示性表现.....49

第五节 酒店设计方案应注意的问题.....50

一、注重酒店建筑修养的培养.....50

二、注重正确工作作风和构思习惯 的培养.....51

三、学会通过观摩、交流改进设计 方法、提高设计水平.....51

四、注意进度安排的计划性 和科学性.....52

第三章 酒店设计基础..... 53

第一节 酒店设计的风格类型..... 55

一、古典欧式风格..... 55

二、现代欧式风格..... 59

三、中式传统风格..... 60

四、日式风格..... 62

五、个性风格..... 62

六、现代主义风格..... 63

七、后现代主义风格..... 64

八、混合形式风格..... 65

九、简约风格..... 66

十、多元风格..... 66

第二节 色彩设计的基本原则..... 67

一、色彩概述..... 67

二、三原色与色彩混合..... 68

三、色彩的基本性质..... 70

四、色彩的感觉..... 72

五、色彩的对比..... 75

六、色彩的表现..... 78

第三节 室内采光与照明..... 83

一、光与灯光基础..... 83

二、室内照明的作用与艺术效果..... 92

第四章 酒店空间布局与装饰手法..... 99

第一节 酒店的功能分区..... 100

一、酒店功能分区..... 100

二、登记区域的功能分区..... 103

三、客房区域的功能分区..... 111

四、餐饮、宴会、酒吧区域的 功能分区..... 113

第二节 酒店的空间规划与设计..... 116

一、空间的类型、序列与分割..... 116

二、酒店的空间结构..... 121

第三节 酒店设计与布局发展趋势..... 132

一、酒店设计发展趋势..... 132



二、中国酒店设计的回顾.....	138
三、中国酒店设计的发展趋势.....	140
第五章 酒店设计的创意思维	145
第一节 思维与创造.....	146
一、思维的概念具有双重意义.....	147
二、创造是自然物质的重新显现.....	150
第二节 酒店设计思维.....	151
一、酒店设计思维的范围及特征.....	151
二、酒店设计思维的过程 及其内容.....	153
第三节 创意思维的获取.....	155
一、想象与联想训练.....	155
二、标新立异与独创性训练.....	156
三、广度与深度的训练.....	156
四、流畅性与敏捷性的训练.....	156
五、求同与求异思维训练.....	158
六、侧向与逆向思维训练.....	158
七、灵感捕捉训练.....	160
八、诱导创意训练.....	160
第六章 酒店的主题性设计	161
第一节 主题酒店设计的内涵.....	162
一、主题的含义.....	162
二、主题酒店的定义与分类.....	162
第二节 主题酒店的设计特点.....	166
一、主题与功能的完美结合.....	166
二、主题形象的识别性.....	168
三、主题表现的戏剧化与商业化.....	169
第三节 酒店主题性设计的手法.....	171
一、地域性特点与文脉精神 相结合.....	171
二、场所的表现与再现.....	176
三、叙事情节设计.....	178
四、主题道具展示和主题表现.....	181
五、符号演绎与表达.....	187
第四节 主题客房设计.....	189
一、主题的选取.....	189
二、空间与布局.....	194
三、设计的焦点——酒店软装饰.....	197
第五节 主题餐饮设计.....	202
一、主题的选取.....	202
二、空间与布局.....	205
第七章 酒店设计的应用表现.....	211
第一节 设计草图.....	212
一、草图的作用.....	212
二、草图的绘制方法.....	213
第二节 设计制图.....	216
一、室内设计制图概述.....	216
二、室内设计制图的要求和规范.....	218
三、室内设计制图的内容.....	221
第三节 手绘效果图.....	225
一、手绘效果图的工具.....	225
二、手绘效果图的技法.....	227
三、手绘效果图元素的表现.....	231
四、手绘效果图的作图程序.....	237
第四节 电脑效果图.....	239
一、导入 CAD 平面图.....	239
二、建立三维造型.....	240
三、制作并配置材质.....	240
四、设置场景中的光照效果.....	241
五、渲染出图与后期合成.....	242
参考文献.....	244

第一章

酒店与酒店设计





酒店业是世界上最古老的行业之一。探求酒店业的源头需追溯到古代文明，古道西风，黄沙漫天，驼铃频响，马蹄声急，丝绸之路和罗马大道两旁至今保留着古代驿站、客栈的遗址，其中曾经给旅人无限希望与温暖的摇曳烛光在想象中穿越了时空。人类每一种真正的文明都会产生出它自身的酒店业。东西方礼遇之道在此交汇融通，殷勤好客、宾至如归的款待之仪折射出酒店业永恒不朽的优雅特质与传统。

酒店业是世界上最具时代特征的行业之一，其发展始终与人类的每一次迁徙和技术的每一次革命紧密相随，相伴共生。

酒店业是世界上最具人文气息的行业之一，包容与谦让，关怀与呵护，折射出人性善良的光辉。

酒店业记载历史，镌刻传奇。

酒店业智慧汇集，群星闪耀。

酒店业使世界无界，行者无疆。

正如法国人德尼·佩兰在他所著的《酒店业》一书中所述，“现代酒店业的问题既简单又复杂，它必须把好客传统与当今有竞争力企业的管理要求结合起来。这种二元性正在产生出既熟知数百年的历史，又为人际间的接触和交流的强烈希望所鼓舞的新一代”。

酒店业，伟大的事业！

(资料来源：酒店博物馆前言)

辩证性思考：

1. 中国酒店业的发展有哪些特点？
2. 近代中国的酒店设计借鉴了国外设计，具体表现在哪几个方面？
3. 酒店的整体设计思想包含哪几个方面的内容？

第一节 酒店业概述

教学目标

- 熟悉并理解中国酒店业的发展特点及发展趋势。
- 理解酒店设计的概念内涵。

酒店业是古老的行业，也是世界上最具时代特征的行业之一。酒店的发展经过了漫长的历史，古希腊、古罗马时期称为“客栈”，中国殷代称为“驿站”。发展到今天，国际上统称为“Hotel”。这一单词源自拉丁语 Hospitalis，原是承蒙接待之意。在现代英语中，意为专供食宿的旅馆。在我国对其的称呼则较多，有酒店、饭店、旅店、旅馆等。本书将统一称其为酒店。

酒店装饰艺术的发展，也经历了从满足物质功能逐步走向创造精神功能的演变过程，装修技艺日趋精致，设计风格不断创新，从烦琐的装饰到简洁的风格，从个性的肆意展现

到古今文化的交融。发展到今天,现代酒店的设计风格已形成百花争妍、形式多样、不拘一格的多元化局面。可以说,现代酒店业带给人们的每一次感动与惊喜都与酒店设计密不可分,而这早已引起了专业设计师、酒店从业者及旅游爱好者的广泛关注。

一、酒店业的定义及分类

酒店是设施完善,经过政府批准的经营性企业。拥有一定数量的客房,这些客房是由各种规格的房间按合理的比例组成的,而且具有相应的服务配套设施;具有能提供特色佳肴的各类餐厅,除了向宾客提供住宿和餐饮服务外,还提供购物、健身、娱乐、通信、交通等多方面的服务。

所谓现代化的酒店,应当具备以下几个特征。

(1) 它是一座现代化的、设备完善的高级建筑物。

(2) 它和一般旅店的不同之处是:除了提供舒适的住宿条件外,还有各式餐厅,提供高级餐饮。

(3) 它有完善的娱乐设施或健身设施。

(4) 它比一般旅店和酒家在住宿、餐饮、娱乐等方面有更高水准的服务。

现代社会经济的发展带来了世界旅游、商务的兴旺,酒店业也随之迅速发展起来,而且酒店变得越来越豪华、越来越现代化。酒店可根据建造地点、使用目的、经营形式、建筑类型、规模大小、投资费用及习惯传统等进行分类。

按建造地点分类,可分为市区酒店、郊区酒店、风景区酒店、路边酒店,以及车站、港口、机场酒店等。

按使用目的分类,可分为旅游酒店、商业酒店、会议酒店、综合大酒店、度假酒店、国宾馆、迎宾馆、娱乐酒店、休疗养酒店、体育酒店等。

按经营形式分类,可分为星级酒店、一般酒店、公寓酒店、流动酒店等。

按建筑类型分类,可分为高层酒店、低层酒店、盒子式酒店、舱式酒店、古建筑酒店、民居式酒店等。

按规模大小分类,可分为小型酒店、中型酒店、大型酒店等。

按建筑投资费用分类,可分为中低档酒店、中档或中上等级酒店、豪华级酒店等。

按习惯传统分类,可分为商业性酒店、长住式酒店、度假性酒店、会议酒店等。

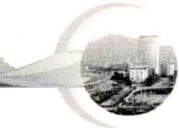
现代酒店的发展呈现多元化趋势,各种类型、等级的酒店层出不穷。酒店的规模既有大型,也有微型;既有豪华,也有简易。为了招揽顾客,适应不同层次消费者的需要,许多旅游业发达的国家纷纷新建各种特色酒店,而酒店业本身也不断经历着深刻的变化。

二、中国酒店业的发展特点

我国酒店业发展的特点可概括为:起步晚,发展迅猛,投资规模大,硬件水平明显高于软件水平。

(1) 起步晚:我国酒店业的发展起步于改革开放,与国际酒店业的发展相比相对滞后。

(2) 发展迅猛:随着我国对外开放形势的发展和旅游业的发展,我国酒店业尽管起步较



晚但建设速度却相当快，表现出了强劲的发展态势。在短短的十几年时间里，通过给予相应政策扶持与引进科学管理制度，酒店业已由过去的招待所式的接待型场所步入今日的国际现代化星级酒店行业，其规模大、数量多，各种档次、类型兼具，酒店建设速度超过了同期世界上其他任何一个国家的发展速度，如表 1-1 和表 1-2 所示。

表 1-1 1980—2000 年中国旅游涉外酒店座数的增长情况

年 份	酒店数/座	增长量/座	增长率/%
1980 年	203	—	—
1985 年	710	507	249.75
1990 年	1987	1277	179.86
1995 年	3720	1733	87.22
2000 年	10481	6761	181.74

(资料来源：根据《中国旅游统计年鉴》中有关数字计算)

表 1-2 1980—2000 年中国旅游涉外酒店客房、床位的增长情况

年 份	客房总数 /万间	增长量 /万间	增长率/%	床位总数 /万张	增长量 /万张	增长率/%
1980 年	3.1788	—	—	7.6192	—	—
1985 年	10.57	7.3912	232.52	24.29	16.6708	218.8
1990 年	29.4	18.83	178.15	64.3	40.01	164.72
1995 年	48.61	19.21	65.34	98.72	34.42	53.53
2000 年	94.82	46.21	95.06	185.6	86.88	88

(资料来源：根据《中国旅游统计年鉴》中有关数字计算)

(3) 投资规模大：为了加快我国旅游基础设施的建设，我国采用了国家、地方、集体与个人一起，内资与外资一起等方针，掀起了全民办旅游的高潮，有效地扩大了酒店投资规模，推动了酒店业的发展。

(4) 硬件水平明显高于软件水平：相比于国际酒店业，可以说，我国酒店业的总体水平在硬件方面属于上乘，软件上却处于明显的劣势，即：我国酒店业在发展中，硬件与软件协调配套发展不同步，各地酒店管理的水平也参差不齐。

进入 21 世纪，我国酒店业已形成一个大产业、大投入、大竞争、大市场、大集团的局面。



知识链接 1-1

2012 年全球十大酒店集团排名

1. 洲际 酒店 3606 座, 房间 537 533 间。2006 中国饭店业国际品牌十强之一——洲际酒店集团, 其拥有多个酒店品牌, 包括洲际(R)酒店、皇冠假日(R)酒店、假日(R)酒店、假日快捷(R)酒店。特许经营约占 88.9%、委托管理约占 6%、带资管理及其他 5.1%。在中国均委托管理, 投资极少。

2. 胜腾 酒店 6344 座, 房间 532 284 间。2006 中国饭店业国际品牌十强之三——上海豪生酒店管理有限公司, 其 2006 被评为中国经济型酒店品牌先锋之四。速伯艾特(北京)国际酒店管理有限公司品牌为戴斯(天天)、豪生、速 8 等, 是全球排名第一的特许经营酒店集团, 特许经营饭店数占 100%。

3. 万豪 酒店 2672 座, 房间 485 979 间。2006 中国饭店业国际品牌十强之四——万豪国际集团, 其以经营及特许经营的方式管理万豪、JW 万豪、丽思-卡尔顿、万丽、万怡等品牌发展和管理产权经营度假式酒店; 特许经营占 53.1%, 委托管理 42.3%, 带资管理及其他 4.6%。

4. 雅高 酒店 4065 座, 房间 475 433 间。2006 中国饭店业国际品牌十强之六——法国雅高国际酒店集团。2006 中国经济型酒店品牌先锋之六——天津雅高酒店管理有限公司。品牌为诺富特、宜必思、美居、索菲特、佛缪勒 1 号、Motel 6。带资管理 46.5%, 租赁饭店 21.8%, 委托管理 15.4%, 特许经营 16.3%; 索菲特和诺富特以委托管理为主。雅高名下五大品牌为索菲特(豪华型)、诺富特(高级)、美居酒店(多层中级市场品牌)、宜必思酒店(经济型)、Formule1(大众化)。宜必思(Ibis)是一只水鸟的名字。雅高集团于 20 世纪 60 年代成立, 总部设在巴黎, 是欧洲最大的旅游和酒店管理服务集团, 现有员工 15 万, 旗下经营的旅馆分布在 92 个国家和地区, 合资经营的项目更分布在全球 140 个国家和地区。自 1985 年进入中国市场以来, 在中国管理的酒店已超过 35 家, 其中索菲特(Sofitel)21 家、诺富特(Novotel)12 家、宜必思 2 家。

5. 希尔顿 酒店 2747 座, 房间 472 720 间。2006 中国饭店业国际品牌十强之九——希尔顿国际亚太有限公司。希尔顿国际集团在全球的发展以谨慎著称。

6. 精选 酒店 5132 座, 房间 417 631 间。总部位于美国的马里兰州(Maryland), 是纽约证券交易所的上市公司。

7. 最佳西方 酒店 4195 座, 房间 315 875 间。2006 中国饭店业国际品牌十强之八——美国最佳西方国际集团。最佳西方酒店管理集团 1946 年在美国创立, 2002 年起进入中国。到 2012 年已有 18 家四星级以上的酒店。

8. 喜达屋 酒店 845 座, 房间 257 889 间。2006 中国饭店业国际品牌十强之五——喜达屋酒店与度假村集团。品牌为威斯汀、喜来登、圣·瑞吉斯、福朋、寰鼎、至尊精选、W 饭店。特许经营 41.8%, 委托管理 28.5%, 带资管理及其他 29.7%。1985 年开始进入中国市场。在华酒店为委托管理、特许经营及有选择的带资管理。喜来登是集团旗下最大的一个品牌, 在全球 70 多个国家拥有 400 多家酒店。喜来登酒店是进入中国的第一家国际饭店管理集团, 于 1985 年开始管理北京的长城饭店。1990 年, 喜达屋在西安开设了一家酒店。圣·瑞吉斯是最高档饭店的标志, 代表着绝对私人的高水准服务, 历史久远。第一家



圣·瑞吉斯饭店是1904年阿斯托上校在纽约开办的,阿斯托上校采用了全欧洲化的服务来款待自己的朋友和商务伙伴。这种服务在业内独树一帜,使圣·瑞吉斯饭店成为全球饭店业的经典。2000年3月1日,坐落于北京建国门外大街的北京国际俱乐部饭店正式将其英文名改为 St.Regis Beijing(圣·瑞吉斯北京,原中文名不变),这标志着该饭店将完全按照圣·瑞吉斯饭店的模式和标准运作,成为它在亚太地区的第一家饭店。

9. 卡尔森 酒店 922座,房间 147 129间。根据2005年7月美国《HOTELS》杂志公布2004年的统计,有酒店 890座、房间 147 093间,列第10位;2003年列第9位,酒店 881座、房间 147 624间。卡尔森集团在中国的市场份额已经占了亚太地区的25%,尽管其业务量在印度地区更大,而利润却显然是中国更高。未来10年,代表卡尔森旗下高端酒店品牌的7家丽晶酒店和5家丽笙酒店也将在中国建成。丽笙酒店及度假村是定位五星级的品牌,其发展在63个国家已有超过413家酒店。

10. 凯悦 酒店 738座,房间 144 671间。品牌为凯悦、君悦、柏悦。以特许经营为主。在中国内地酒店4座,委托管理。凯悦饭店及度假区饭店集团包括两个独立的集团公司——凯悦饭店集团和凯悦国际饭店集团,分区域管理全球的215家凯悦酒店。凯悦酒店集团分管美国、加拿大市场;凯悦国际酒店集团管理亚太区。

(资料来源:中国日报网, http://www.chinadaily.com.cn/hqzx/2013-03/21/content_16328509.htm)

三、酒店业的发展趋势与发展模式预测

(一)酒店业的发展趋势预测

酒店业的发展趋势,可归纳为以下几个方面。

(1) 21世纪是全球酒店业的世纪,酒店业将随着世界经济的增长迎来更大的发展。以20世纪末全球国民生产总值30万亿美元为基数,按每年4%的增长率计算,财富的增长为全球酒店业的发展提供了坚实的经济基础。未来的世界,政治格局将进一步走向多元化,利益的争斗也将由以往的斗力转向斗智,没有硝烟的战争(诸如金融危机)虽对客源市场和顾客支付能力有所影响,但对酒店基础设施不构成破坏。因此,世界局势的长期缓和,保障了全球酒店业的持续发展。而世界旅游业的稳定发展,则为全球酒店业的大发展带来直接的机会。为适应旅游的需求,全球交通运输条件的改善——越来越快捷、舒适、安全,将源源不断地为全球酒店业输送客源,刺激全球酒店业不断发展繁荣。

(2) 分散式经营与集团化经营的基本格局继续存在,竞争将更加激烈。一些规模较大的酒店管理公司力图延伸管理空间,而一些酒店管理集团可能会效仿国际上跨国工业集团的竞争方式,由20世纪的竞争转入21世纪的兼并联合,创造双赢的结局。在这一过程中,部分中小酒店被兼并或倒闭、破产。在经营方式上,大量分散的经营者仍然承继着物业经营的传统事业,而一些较大的酒店管理集团将由现时的物业经营过渡到资本经营的阶段。届时可能会出现一些酒店管理集团不从事直接管理酒店的业务——将具体的酒店管理再交付给其他从事物业管理的公司。

(3) 全球信息化将改变酒店业的传统经营模式。电子计算机的发展与普及,加上通信卫星的支持,全球信息网络化将使得全球酒店行业一体化。信息时代的高科技,将对人类的生活方式、工作方式及思维方式产生重大影响。电子货币将成为全球主要支付手段及货币

形式。银行可能会代替酒店的财务部, 银行结算将成为酒店与顾客之间的终极结算。网络预定将成为全球酒店业主要的促销和接待方式, 酒店网、系统网、社会网在完善电子商务的过程中将起到相互促进、相互补充的作用; 客人入住酒店与行、游、购、娱、食、宿等可望实现一卡通, 既可实现分期结算也可实现一次性结算; 酒店之间的竞争, 将主要是网络竞争和网络保护(防黑客攻击), 其次才是质量竞争和价格竞争; 机器人将大量参与酒店的服务和管理工作。全球目前已投入使用的机器人共达 30 多万台, 主要用于工业领域, 但酒店行业已尝试开始使用机器人做卫生工作。

(4) 酒店规模将以中、小型为主流, 突出主体色彩, “巨无霸”型的酒店可能不会再建。20 世纪的经验已经证明, 客房总数 2000~5000 间的大酒店, 已给业主的管理和顾客的使用带来诸多不便。因此, 希尔顿在 1997 年临终之际预言: 未来酒店的形态, 不是像华尔道夫那样的酒店主宰酒店业, 而是一些设计新颖、让人舒适的酒店。

案例 1-1

澳大利亚墨尔本 Aldepha 酒店

墨尔本 Aldepha 酒店(见图 1-1)就是这样一间小巧玲珑却艺术气息浓郁的精品酒店。它位于远离闹市区的街道一角, 要是不仔细寻找很难发现这间酒店。

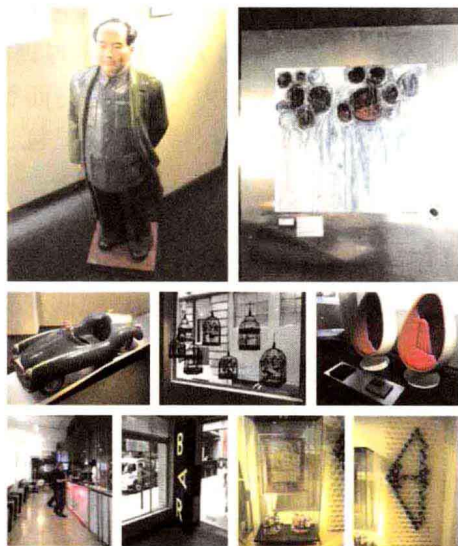
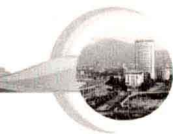


图 1-1 墨尔本 Aldepha 酒店

Aldepha 酒店的入口没有一般酒店开敞的自动推拉门, 而是需要走上几级台阶用手去推开。一进入 Aldepha 酒店就倍感亲切。瞧, 咱新中国的领袖毛爷爷微笑着站在角落呢。不可否认国外有一批年轻人和咱一样, 特别崇敬他老人家呢。旁边放置着两张蛋形椅, 没错, 这就是酒店的大堂休息区。要是您不愿坐这儿, 还可以坐在长条桌那儿看看报纸, 令人感觉就好像是咱华人开的餐厅一样。原来酒店是把餐厅和大堂一起设计在这本不大的空间之中, 虽紧凑但艺术气息十足。这不, 还有咱“80 后”幼时特别熟悉的小汽车, 墙壁的顶面



悬挂了 7 个线条感特别强烈的铁质鸟笼,另一侧墙面的装饰画颇有英国的波普风格。大堂背景的油画也很特别,仿佛画了 12 颗彩色“七龙珠”,且肆意地让颜料在油画布上做自由落体运动。这样的装饰布置看似没有特定的含义,但其实这一切都是艺术家的设计作品,并且经过专业的精心设计,所要营造的就是这样的一种特殊氛围。在我们已经对那些豪华型酒店习以为常的今天,这样的一间小酒店是不是会让你印象特别深刻呢?

(5) 新概念酒店将取代传统酒店。目前,雅高集团、喜来登酒店集团已相继推出新概念客房,新概念酒店呼之欲出。新材料、新设备、新技术的大量采用,将更适应顾客的需求。如发光材料、调温材料、调色材料、可散发香气的材料将改变传统的酒店用材;洗涤、排污、废水废气废烟的环保处理,将改变酒店的环境;自然通风、照明及太阳能的开发利用,将改变酒店的能源消耗;自动预定、登记、入住系统的建立,将改变酒店目前的经营模式;贴近自然、回归自然的酒店,将赢得广阔的发展空间。酒店运作流程的不断智能化,将打破以往的经营理念。

(6) 旅行社作为中介机构,将逐年退出酒店接待的环节。随着酒店网络化的完善,酒店将以散客服务为主,直至淡化团队服务。

(7) 酒店更注重生态环保。随着人们对环保的日益重视,生态环保型酒店越来越受到人们的重视,将成为酒店发展的趋势与主流,21 世纪的酒店将更加注重人与自然的和谐统一。

(8) 酒店餐饮品种趋向简化,菜系将趋向整合。经济全球化的过程将使酒店的餐饮品种由求同存异转化为求同去异,同化的过程也会将一些国家的菜系改良直至改造。如近年来我国的粤菜、川菜、湘菜等区分已不易。法国大餐与日本料理也是你中有我,我中有你。经济文化的交流是改变人们饮食结构的巨大动力,但中餐与西餐将会是 21 世纪的两种基本食型。一些专项产品,如西欧葡萄酒、独联体伏特加、汉堡包、比萨、可乐、咖啡、茶等,将充斥 21 世纪的餐桌。

(9) 酒店选址将不再限于陆地和地球。高科技带来无限商机,也给新型酒店建造打开了新的大门。未来的 50 年内,海底酒店不再是梦想;50 年后,在太空和月球上建造酒店将会成为现实。太空旅游的新概念,既刺激旅行者,也刺激那些标新立异的酒店投资人。

(二)酒店业的主流发展模式预测

1. 主题酒店

21 世纪酒店的竞争趋向一种更高质量的竞争——文化。制度、文化和人情的全面结合是未来酒店竞争的一种趋势。顾客在消费过程中能够有一种文化上的享受,而这种文化氛围的营造则突出体现在“主题”两个字上。主题酒店从建设开始就注重主题文化的营造,从设计、建设、装修到管理经营和服务都注重酒店独特的主题内涵,突出酒店的文化品位;把服务项目融入主题中去,以个性化的服务代替刻板的规范化服务模式,从而体现对顾客的信任与尊重。主题酒店这一形式在我国已较为普遍。

2. 产权式酒店

产权式酒店是中产阶级兴起的产物,是开发商将酒店的每间客房分割为独立产权出售给投资者。投资者一般不在酒店居住,而是将客房委托给酒店管理公司统一出租经营来获取年度客房利润分红,同时获得酒店管理公司赠送的一定期限免费入住权的一种模式。20

世纪 80 年代到 90 年代初, 全球引入产权式经营的旅游目的地数量增长了 6 倍, 旅游销售额达 40 亿美元。2004 年, 产权酒店业旅游销售额已达 300 亿美元。这种模式也成为我国休闲度假酒店和旅游、房地产发展的一种新趋势。在我国的一些城市, 产权式酒店模式悄然兴起, 如南京益来广场、三亚温泉大酒店、南海传说、海口假日(温泉)度假酒店等。

3. 绿色酒店

21 世纪是环保的世纪, 当人们举起环保大旗的时候, 有人对旅游业素有的“无烟工业”之美誉提出了质疑。据统计数据显示, 一家中档酒店每日经营所需能耗和废气的排放量与同规模的工矿企业相当。当今世界已进入绿色革命的环保时代, 绿色酒店也应运而生。绿色酒店提倡的就是绿色经营与绿色管理。所谓绿色经营包括两点: 一是减少一次性物品的消耗, 加强回收再利用; 二是降低能耗, 节约经费开支。而绿色管理则包括五方面的内容: 绿色理念、绿色技术、绿色行为、绿色制度和绿色用品。2000 年 1 月 3 日, 无锡湖滨饭店正式通过了以 UKAS 皇冠为标志的 ISO14001 国际环境管理体系认证, 与“国际绿色通道”接轨, 成为我国第一家荣获国际环保认证的国有酒店, 成为名副其实的“绿色酒店”。

4. 品牌连锁酒店

改革开放 30 多年来, 中国酒店市场作为一个新兴市场, 发展空间广阔。希尔顿、假日、喜来登、凯悦(见图 1-2)等国际知名酒店集团都先后进入, 尤其是中国加入 WTO 后, 这种趋势更加明显。这些酒店集团之所以能够在国际市场上大行其道, 其根源就在于品牌。中国酒店业要想在国际竞争中占有一席之地, 必然要创造自己的品牌, 走品牌连锁的道路。连锁也称联号, 是指所有成员均使用统一字号或商标的企业共同体, 是一种高度集约化发展的商业优化组织形式。品牌连锁的竞争优势十分明显, 它使连锁酒店能够形成具有自身特点的服务管理标准, 能够建立网络化的预定系统, 能够拥有强大的资金后盾, 能够培养高素质的酒店管理人才队伍。未来中国的酒店发展, 品牌是优势, 连锁是趋势。

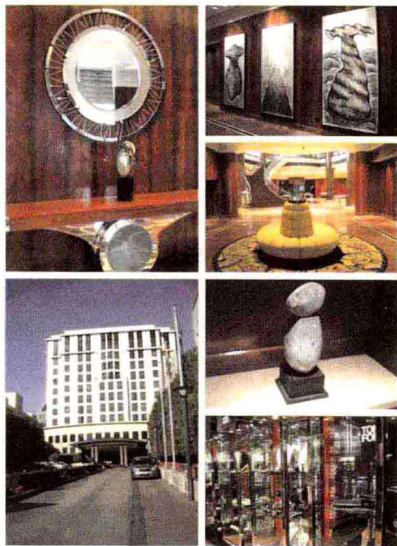


图 1-2 凯悦酒店



5. 异化酒店

异化酒店是一种极端化的酒店模式，是一种专门为满足少数消费者需求而产生的酒店模式。随着竞争的加剧，市场日益细分化，因此出现的相应产品模式就呈现出小而专、小而精的特征，如海底酒店、监狱酒店(见图 1-3)、宠物酒店，还有将于 2017 年投入使用的由美国希尔顿酒店集团建造的太空酒店都是异化酒店的典型例子。这种极端性的产品短期内不会成为普遍性的市场需求，但从长远角度来看，它将成为一种具有规模化意义的细分市场，因而将是未来中国酒店塑造个性、打造品牌的一个新突破口。

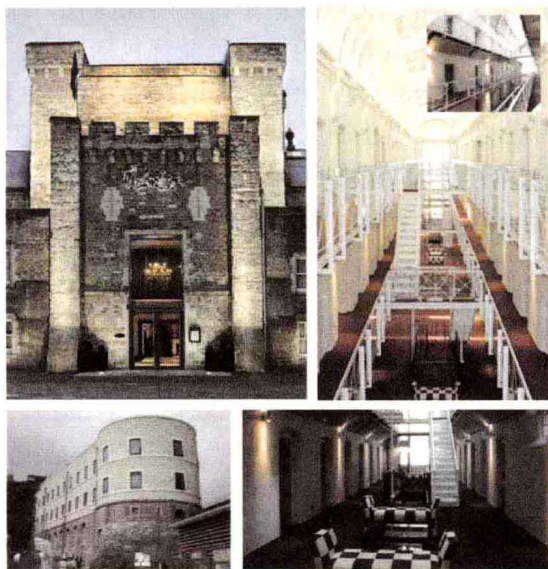


图 1-3 英国牛津古堡监狱酒店



案例 1-2

英国牛津古堡监狱酒店

监狱也许是这个世界上人们最不愿留下来过夜的地方，但正所谓大千世界，无奇不有，就有人在监狱上动起脑筋，把其中的一些改造成了酒店。监狱酒店的构思其实就是在原来监狱的结构基础上进行改造，不过酒店内还另设服务台、酒吧及客房，且都保持着监狱原有的风格。英国的牛津古堡，已有近千年的历史了，不过一直到 19 世纪才被改建成一所监狱。现如今，这里名叫“梅尔之家”，是一所集客房、公寓、餐饮、酒吧于一体的多功能大酒店。虽是监狱酒店，但服务却不打折扣。电视、电话、开放式卫生间一样不缺，且送餐服务是通过铁窗进行的。原本的铁门铁窗随处可见，就连客人穿的睡衣都是条纹“囚服”。进行这样的酒店改造，就是要让客人体验这种“被囚禁”的不同寻常的感觉。酒店里有很多当年遗留下来的设施供游客参观，能让在这里留宿的客人享受到另类的优质服务。

(资料来源：中国酒店设计网，<http://www.caaad.com>)

6. E 化酒店

21 世纪是网络化的时代，电子技术无处不在，这就为酒店产品和服务的数据化、网络

化、智能化创造了条件。E化首先表现在电子商务上,电子商务对于旅游业核心业务的开展非常重要。例如,网上预定就为今后酒店的动态订房提供了一个有力的接口,形成面向Web的管理系统,大大降低运营成本,对提高酒店的整体竞争力的作用举足轻重。E化还表现在酒店管理系统的网络化与智能化上。从前台客人入住登记、结账,到后台的财务管理系统、人事管理系统、采购管理系统、仓库管理系统,都将形成网络化的管理。例如,上海通贸大酒店的会议室采用可视电话系统,可以全球同时同声传影传音翻译。酒店E化,意味着酒店中高科技的含量越来越大。美国休斯敦大学希尔顿酒店和餐饮管理学院就将虚拟现实、生物测定、“白色噪音”等先进技术应用于酒店,提出了具有全新内涵的21世纪的酒店客房概念。光线唤醒、无匙门锁系统、自动感应系统、虚拟现实的窗户、电子控制的床垫、客房内的虚拟娱乐中心,这些都会随着酒店进一步的E化成为现实。

评估练习

1. 试述中国酒店业发展的特点,它对酒店设计有什么启迪作用?
2. 酒店的主流发展模式内容有哪些?请举出相应的实例。

第二节 酒店设计概述

教学目标

- 理解并掌握酒店设计的内容、性质和原则。
- 理解酒店专业化设计的必要性。

酒店设计以美化酒店环境为目的,是一门涉及多学科、多领域的复合性学科。酒店设计被视为环境艺术的一个组成部分,服务于酒店空间环境意境及气氛的表现。酒店的设计几乎涉及所有的造型艺术形式,这些形式都被应用到酒店各种实体和各个空间环境的设计之中。

一、酒店设计的历史

(一)国外酒店

国外的客栈最早出现于古希腊、古罗马时期,商业活动的发展与宗教活动的盛行引起了人们对食宿设施的需求。从后来的考古发掘中,人们曾发现了当时客栈的遗迹。

早期英国的客栈约在11世纪出现于伦敦,后发展于乡间,并逐渐发展到欧洲各地。1425年兴建的天鹅客栈(The Swan)及黑天鹅客栈(The Black Swan)是英国古老的客栈代表。北美最早的客栈于1607年在主要港口兴建。北美早期的客栈发展迅速,并开始注意改善内部设施,增加了一些吸引住客的项目,如啤酒柜、保龄球草坪等。

18世纪后期至19世纪中叶,欧美资本主义开始发展,城市成为工商业的中心,各种酒店应运而生。其中,美国的酒店逐渐成为世界上最好的酒店。1794年第一座美国都市酒店(City Hotel)在纽约开业。1829年在美国波士顿落成的特里蒙特酒店(Tremont)被称为世界上第一座现代化酒店,它为整个新兴的酒店行业确立了明确的标准,可谓是世界酒店历史上