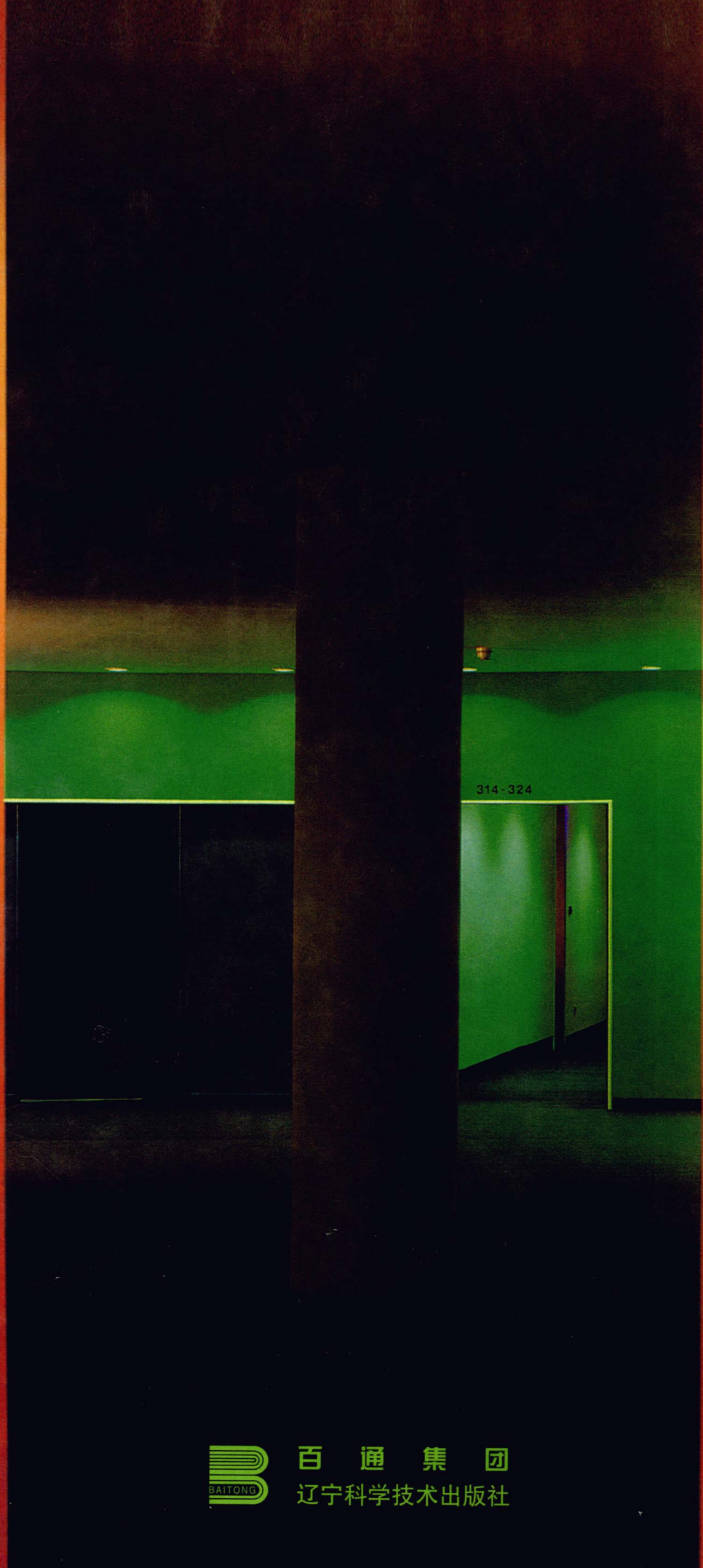
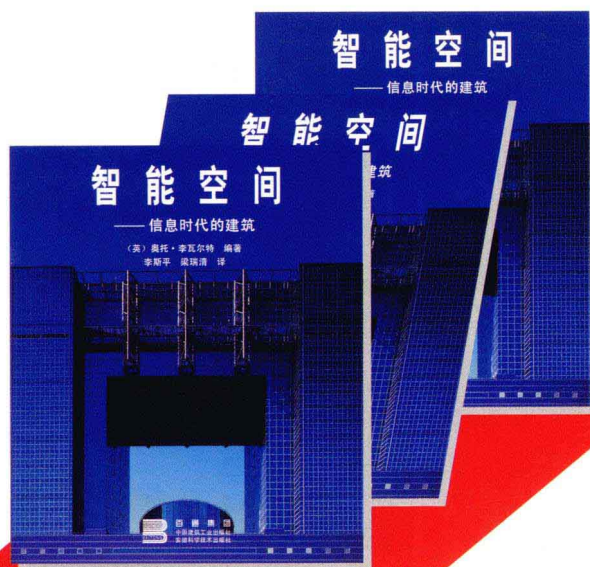


酒店空间

(英) 奥托·李瓦尔特 编著
周丽华 译



百通集团
辽宁科学技术出版社

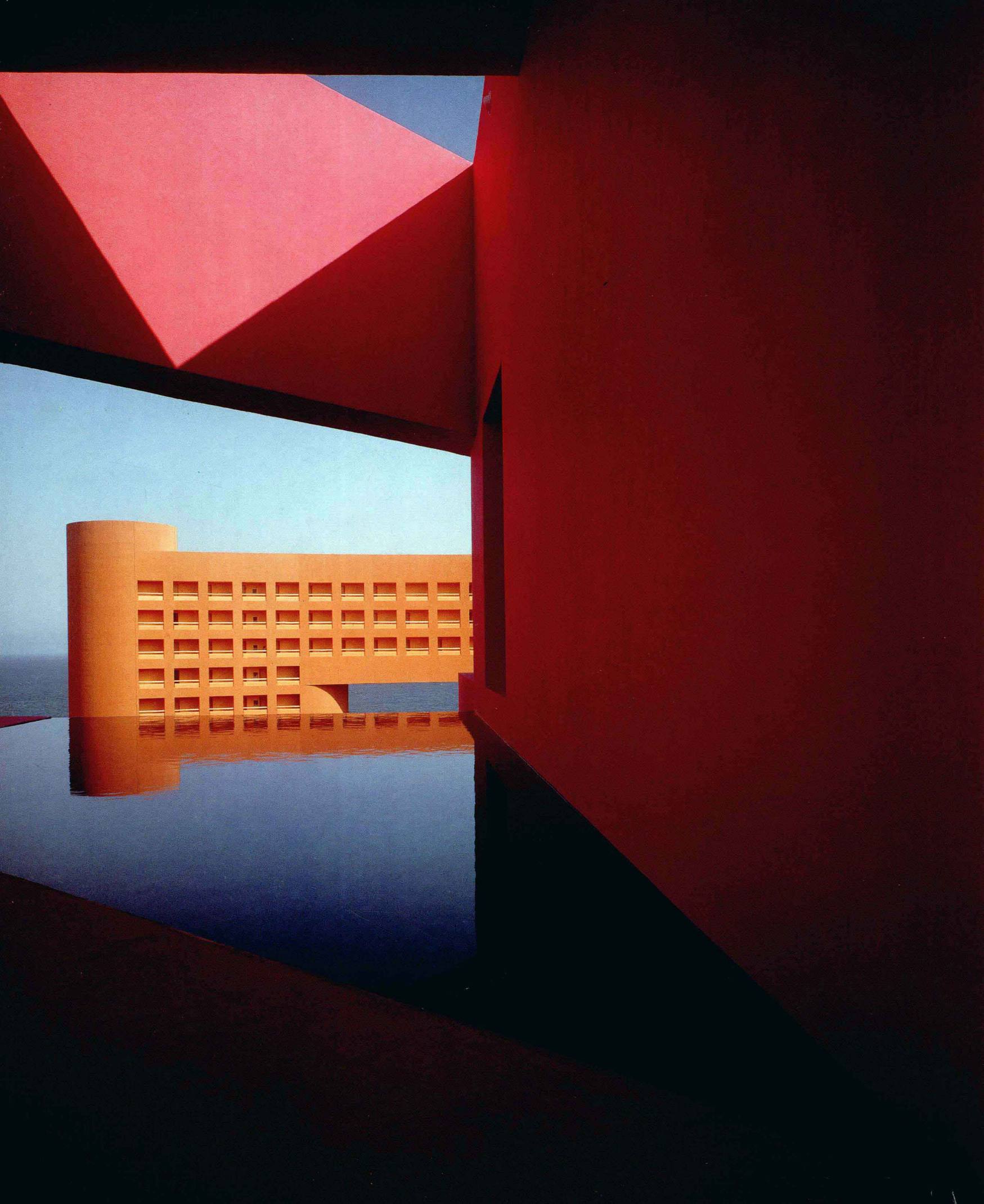


百通公司（集团）

地址：广州市中山大道东郊工业园建中路 16 号首层 邮编：510665

电话：83794741 83797151 85558200 传真：85558286

E-mail:btbook@mx2.gd.cei.gov.cn



酒店空间

(英) 奥托·李瓦尔特 编著
周丽华 译



百通集团
辽宁科学技术出版社

辽宁省版权局著作权合同登记章 06-2000 年第 016 号

© 1999 Calmann & King Ltd

Translation © 2000 Baitong Sciencetech Cultural Development Co., Ltd.

This book was designed and produced by Calmann & King Ltd., London

图书在版编目(CIP)数据

酒店空间 / (英) 奥托·李瓦尔特编著; 周丽华译.
—沈阳: 辽宁科学技术出版社, 2000.7
ISBN 7-5381-3233-3

I. 酒… II. ①奥… ②周… III. 饭店—建筑设计
IV. TU247.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第21854号

百 通 集 团

广东科技出版社	北京出版社
吉林科学技术出版社	中国建筑工业出版社
辽宁科学技术出版社	电子工业出版社
天津科学技术出版社	浙江科学技术出版社
河南科学技术出版社	云南科技出版社
安徽科学技术出版社	上海科学技术出版社
黑龙江科学技术出版社	江苏科学技术出版社
江西科学技术出版社	广西科学技术出版社
贵州科技出版社	北京科学技术出版社
四川科学技术出版社	

酒店空间

出版发行: 百通集团

辽宁科学技术出版社

责任编辑: 陈慈良 刘 耕

编 著: (英) 奥托·李瓦尔特

译 者: 周丽华

责任校对: 仲 仁

经 销: 各地新华书店

印 刷: 恒美印务有限公司

规 格: 889mm×1194mm 1/16

印张 14.25 字数 88.5千字

版 次: 2000年7月第1版

2000年7月第1次印刷

定 价: 180.00元

HOTEL DESIGN

OTTO RIEWOLDT

Co-ordinating researcher

JENNIFER HUDSON

目 录

宏大的聚会点，伟大的冒险	8	度假村和主题酒店	132
设计师和艺术酒店	12	韦斯廷·雷希诺·洛斯·卡伯斯酒店 墨西哥圣何塞·德尔卡沃	133
曼德里安酒店 美国洛杉矶	13	海鹰酒店和度假村 日本福岡	138
迪兰诺酒店 美国迈阿密海滩	18	凤凰海洋度假村 45 号酒店 日本宫崎	142
纽约酒店 荷兰鹿特丹	22	纽约，纽约酒店和赌场 美国拉斯韦加斯	146
布隆斯威克酒店 英国格拉斯哥	26	硬性摇滚酒店和赌场 美国拉斯韦加斯	150
达里雅斯特酒店 奥地利维也纳	30	双溪路咸水湖观光酒店 马来西亚必打灵查亚	154
汉普尔酒店 英国伦敦	34	失落之城宫殿 南非太阳城	158
艺术酒店 德国德累斯顿	38	迪斯尼荒野居 美国布埃纳维斯塔湖	164
艺术酒店 德国波茨坦	42	迪斯尼的木板路 美国布埃纳维斯塔湖	168
大都市酒店 英国伦敦	46	海滩上的百叶窗 美国圣莫尼卡	172
克莱伦斯酒店 爱尔兰都柏林	50	伏洛·达罗萨的波萨塔·圣玛利亚酒店 葡萄牙克拉图	176
阿达菲酒店 澳大利亚墨尔本	54	清迈摄政山庄 泰国清迈	180
顶点酒店 英国爱丁堡	58	渔夫之王湾度假村 澳大利亚弗雷泽岛	184
布莱布特罗伊酒店 德国柏林	62	马卡里里私人娱乐保护区 南非德兰士瓦	188
拉皮鲁兹酒店 法国南特	68	罗经点海滩俱乐部 巴哈马群岛拿骚	192
布卢茅雌鱼浴场酒店 奥地利布卢茅	72		
新型商务酒店	76	新型大酒店	196
鹤鹑塞德勒酒店 德国汉诺威	77	亚特公园酒店 日本东京	197
谢拉顿巴黎机场酒店 法国鲁瓦西	82	四季酒店 美国纽约	202
拉迪森·莫里亚广场酒店 以色列特拉维夫	86	亚特酒店 南非约翰内斯堡	208
亚特摄政酒店 日本福岡	90	四季酒店 土耳其伊斯坦布尔	212
子午线酒店 意大利都灵	94	肯平斯基酒店 德国德累斯顿	216
索霍大酒店 美国纽约	98	Schlosshotel Vier Jahreszeiten 德国柏林	220
Kyocera 酒店 日本鹿儿岛	104	科斯特酒店 法国巴黎	224
布拉哈伦 11 酒店 瑞典哥德堡	108		
马丁斯帕克酒店 奥地利多恩比恩	112		
肯平斯基机场酒店 德国慕尼黑	116		
苏黎世酒店 瑞士苏黎世	120		
公羊酒店 瑞士苏黎世	124		
胡安·卡洛斯一世酒店 西班牙巴塞罗那	128		

宏大的聚会点，伟大的冒险

千禧年已至，中产阶级的经典建筑类别——酒店，正在经历一场引人注目的复兴。它的黄金时代出现在 19 世纪末。这种时间上的遥相呼应决非偶然。因此，在世纪末精神的影响下，酒店在社会和审美意义上被界定成一个具有代表性的公共空间。今天，它再次成为举行社会活动的背景，反映当代神话的镜子。当然情境已经不同：它变得更加全球化和民主化。在一个大众热衷旅游和传媒影响趣味的世界文化氛围中，当代酒店设计的形式与表达由市场策略和目标顾客群的划分所决定。这种风格上明显的多元主义有其牢固的经济基础。在过去的时代中，常常是某种单一的风格占主导地位。今天这种情况已不复存在。原因是期望的多样化和日益复杂的顾客群休闲需求的不断变化。

天桥和陈列柜

酒店业风云变幻之快，令人惊异。短短几年内，一系列成功的实验已经启动了一股影响深刻的潮流。在第一版《当代酒店设计概况》中的理论和预期，如今已成为观念和商业意义上的标准。设计质量的总体进步既是对顾客新要求的回应，也是一种刺激因素。单调而毫无个性的功能主义已被我们甩到了身后。

20 世纪 80 年代中期的先锋派设计运动在一个很短的时期内成熟，现在，它已经影响到国际主流酒店，被接受为一种准则：酒店提供的不仅仅是舒适而标准化的住所，首先它们应该是独一无二的公共空间，人们进行观察和生活的所在。它们已经发现了自己作为时尚天桥和陈列柜的作用。在此，客人们在一个戏剧化的背景下活动，既是观众又是演员。社会学家西格弗里德·克拉考尔（Siegfried Kracauer）早在 1928 年便以一言蔽之：“酒店中出入着色彩生动的人们，看起来他们是处在一个想象中的导演的指导下。”

伴随这一发展进程，酒店作为一个引人注目的社会活动的聚会点，被再次发现。这些活动不仅仅是节日欢宴，会议和洽谈会，也包括都市中的贸易往来。餐馆，购物拱廊和健身中心都成为财政收入的重要来源，因而在功能型复合建筑体中占据了前所未有的显要位置。新型的城市酒店采纳了全面关怀的概念——正如无所不包的游乐园和假日俱乐部所提供的——并向喜新的顾客群敞开大门，从而使他们能以自己的方式重新阐释。在纽约、伦敦等时

尚之都，奢华的酒店大堂和相连的酒吧餐厅已经取代了曾经风靡一时的迪斯科舞厅和小餐厅，成为新的时髦的聚会场所。

气氛成为人们真正赚钱和花钱的因素。一个酒店的氛围是它主要的引人之处。在一个竞争日益激烈的市场中，这也界定着它的品质。成功的关键在于个性化和多样化。在这种衡量标准的一端是“奢华型小酒店”，它们对当代设计风格的行家极为关注和器重，以风格十分鲜明的设计，当代艺术或两者之混合为特色。另一个极端是为假日和游乐而设的综合型奇幻世界，它们以过度的幻想色彩来满足那些经常沉浸在电子图像中的大众。各种不同的类型有着各自相宜的背景，就像为不同的表演类别而设计的不同的剧院，从场面宏大的歌剧院到平易近人的小演播室，从庸俗的卡巴莱到先锋派的设计，各具特色。

作为旅游者的道德标准

当然，价格在衡量标准的两端必须发挥恰当的作用。这一点在今时今日自不待言。随着公司规模和政府津贴的缩减，消费者的生活方式开始变得合理化。我们对于合理花费和保证质量的意识在增强；我们对浪费自然资源的负罪感也在缓慢增强。现在真正的势利一族的标志是不注重实质，而在排他的简约性和昂贵的含蓄性之间奢侈地乘浪而行。体验比产品更重要。品牌崇拜心理和不断追求物质享受带来的压力是过去的事物，取而代之的是削减概念，包容了一大摞道德的、生态的和精英主义态度的古怪组合。在这种文化中，消费者有着一种分裂的人格，这一分钟选择极简主义，下一分钟又选择了富丽奢华，最好的情况是在精心的调整中同时选择了两者。

价值观的转变体现在新型的主题酒店中。通过药物和新时代神秘主义的交替混合，它将当代文明造成的压力受害者转变成愉快的疗养者。汉斯·卡斯托普（Hans Castorp）——托马斯·曼（Thomas Mann）的小说《魔山》中的虚弱的病人——有个绿荫山庄。虽然今天的魔山设在泰国的海滩或其他风景名胜地之中。个人对于美好生活的寻求也反映在对于自然濒危物种的具有生态意识的关心上。地球上最后的野生生物角落被划为自然保护区，向游客开放。虽然看似荒唐，但这种小心翼翼的占领，与一种敏感而持久的接近野生动植物的方法结合起来，

常常给予了它们唯一的生存机会。荒野居和野生生物保护区为自然遗产的长期保护提供了经济基础。基于有机和自然产品的兴起，我们必须接受这样一种观念：贯穿着生态意识的旅游业必然会更昂贵。

直到最近，全球性的连锁酒店也未能很好地尊重当地文化传统。正如本书中的一些例子所显示，这种情况正在改观。如今仅仅在传统装有空调的虚饰中加入几处民族色彩是不够的。当地建筑师的联手和对当地手工艺匠人的采用更是这种转变深刻化的表现：本真性已经成为一种市场手段。在此之上，自20世纪90年代早期起，政治和经济的变革已经带来了重点地区的变化。随着德国的统一和前东德的重建，设计革新的中心东移至柏林和其他老城市像波茨坦和德累斯顿。南非解除种族隔离制度后，酒店业主大兴土木，完成了许多很出色的工程。尽管有代表其雄心壮志的破记录的建筑，在亚洲国家如马来西亚，泰国，新加坡，印度尼西亚，韩国和台湾地区的顶级酒店都没有超越炫耀式的平庸，只有少数例外。而在发展中国家如中国，俄罗斯以及东欧的前社会主义国家，还没有亮点出现。

欢迎光临小生境

在小说家托马斯·沃尔夫（Thomas Wolfe）的许多阅读之旅中，据说他曾发出过这样的谴责：“我有一种对于那些小酒店和膳宿公寓的恐惧，那些地方有的只是木乃伊似的老头老太和难看的家具。”今天他没有任何抱怨的理由，因为“小巧奢华型酒店”[由它的发明者之一，纽约实业家伊恩·叙拉格（Ian Schrager）所命名，酒店室内设计具有鲜明个性，并在显要位置摆设当代艺术品]已成批涌现，提供了优美而新潮的环境，使那些优雅的人们感到宾至如归。

小生境的潮流除波及设计狂热者们的核心之外，还引起了年轻的，至少是心理上年轻的国际追随者们的兴趣。在时尚世界中，采用一个特定的设计师或品牌就像宣布一个信仰一样。同样的，入住一个展示着特定设计方式和艺术立场的酒店也说明了个人的品味与阶层。在过去，中产阶级以大酒店的仿封建社会的装饰来昭示社会的分层，现在，带有本真标签的酒店，成为国际时髦一族选择的栖身之所。

加入这个群体的前提条件不是钱而是品味。大多数这样的工程都按小规模设计，许多属于三星级或四星级档次。这些酒店已经成立了自己的订票协会，设计师酒店国际协会，这几年来已经在全球范围的市场上推介了许多价格合理，品味不凡的设计师酒店。价位的下调是策略性的：潮流的引导者如伊恩·叙拉格瞄准了纵向的顾客群。叙拉格正预备朝

民主化的道路再迈进一步：这个酒店经营者的成就包括由安德烈·普特曼（Andree Putman）和菲利普·斯达克（Philippe Starck）设计的酒店，现在他计划兴建一些低价位酒店，定位在市场下层，将会和同名的美国时尚连锁店一样产生相似的吸引力。

回顾设计师酒店从20世纪80年代的兴起到目前的稳步发展，正如第一章所说，在设计舞台上可谓多姿多彩，但真正成就杰出的只有很少几个。先锋派们没有倦怠，只是变得更加随意。修饰手法更加专业化，核心派的说教甚为微妙，并为优美的设计开辟了道路。节制与放弃依旧是时代的秩序，但已经变得幽默而具反讽意味，有时甚至是刻意地仿古怀旧。炫耀性的装饰和怀旧的装饰在无意中进行短暂的结合；跳蚤市场的旧货和古典设计拼凑在一起。

当代的室内设计和当代艺术的结合是一次明显的成功。位于瑞士巴塞尔（Basel）的Teufelhol，在1996年添加了一个画廊部分，并且现有的房间都摆放了新作品。在德国，艺术酒店集团随着在柏林、波茨坦和德累斯顿工程的扩展，每一个都像以前一样陈列一个当代画家的作品。和投资者与酒店狂热者一样，收藏家以及当地政客都开始对结合了画廊空间和酒店设施的工程感兴趣。比如，在杜塞尔多夫的中心，一个收藏了一批极有价值的现代主义作品的投资商计划在2000年兴建自己的艺术酒店，而市议会已经为此划出了一块狭长的地段。

最初是影星和超级模特们在像好莱坞星球这样的主题餐厅和时尚咖啡厅中发现了新的收入来源。现在摇滚乐和流行音乐的精英们也开始把酒店作为颇具吸引力的投资热点。爱尔兰乐队U2的成员投资都柏林的克莱伦斯酒店；简单红色（Simply Red）的管理公司是优雅的迈尔梅森酒店集团的合资者；流行音乐实业家克里斯·布莱克威尔（Chris Blackwell）（他因宝岛唱片而发家）在加勒比和佛罗里达开设了将近一打的小型前哨酒店。临时性的酒店寓所和波西米亚式艺术流浪者们不安定的生活之间神话般的密切联系被这些来自当今乐坛的金融家们翻出新花样。今天的设计师酒店的洁净风格与纽约切尔西酒店（Chelsea Hotel）或巴黎比特酒店（Beat Hotel）的颓废之间的关系，与异常洁净的MTV文化和Brendan Behan或William S Burroughs之间存在着巨大的差异一样。

风格值钱

在三种经典酒店类型（观光酒店，疗养酒店和城市酒店）之中，后者几十年来在向功能主义平庸性的衰退中受害最多。现在，由于设计浪潮已波及

国际酒店业的主流，钟摆已摆向另一端，可以说是报复性的。现在正是这新一代的商业酒店（在第二章中介绍的）在采用设计因素来作为创立品牌和开拓市场的工具。建筑设计和室内设计正成为商业会议酒店的形象因素，就像电子业革命给办公世界带来的变化一样。

在全球性竞争越演越烈的环境中，设计作为一种区别并界定酒店的方式变得更加重要。独特、高质量的建筑师的设计成为增加商业价值的一种方式。这些工程聘请的建筑师的名单读起来像是一部当代建筑设计师名人录，既有成名的设计明星，也有大有希望的新秀。酒店，曾经是一个受忽视的建筑类别，现在又站到了这个区间的前列。室内设计并非总在起跑线上：但在巴黎的谢拉顿酒店（ITT Sheraton Hotel）仍然是非同寻常的。最好的设计效果大都出现在建筑设计和室内设计师为同一个人时。

尽管入住率停滞不前，市场上酒店房间的数目仍在增加。在一个高度竞争的市场环境中，国际酒店集团把多样化作为成功的关键。新的酒店不断被推出，它们属于二三流字号，具有各自的身份和特定的设计。法国集团 Accor 以其经济型连锁如 Ibs, Mercure 和 formule 2，结合了最少量的风格化投入和令人难忘的经济高效，完善了这一方程式，获得了成功。其他的公司也以相同性质的酒店紧随其后。比如，美国的希尔顿，带有花园式酒店中的凉亭建筑；欧洲的 Steigenberger 集团的时髦、多彩且低价格的 Maxx and Esprit hotels。

赏心悦目，经济实惠和新颖设计结合起来，为商务旅行者组成了积极的居住环境。然而，当商务进展缓慢时，即便这些崭新的商务酒店也无法避免像赫尔曼·墨塞（Hermann Hesse）在 1925 年所描述的：“这些友好的家具看来多么恶毒，这些别具匠心的毛毯和那本应令人愉快的墙纸像妖魔一样看着我们！”的尴尬情景。

安全的冒险

大型复合游乐中心和夸张的娱乐酒店所提供的冒险世界的替代品中充满了快乐和愉悦的许诺。它们不计其数，不管有没有赌场和赌博机。法国哲学家 Alain Finkielkraut 把这些人工乐园描述为“集体退化的地方”。在此，娱乐业景观和各地文化的那一套庸俗的象征物以一种游乐场所大杂烩的形式混合在一起。一切始于迪斯尼乐园。现在，拉斯韦加斯已经成为此中无可争议的圣地。这里妄自尊大、过度装饰的工程，囊括了波利尼西亚的岛屿，罗马的庙宇，海盗岛和西部荒原小镇，威尼斯的贡朵拉船，埃及金字塔，喷发的火山和曼哈顿的复制品。

在过去你必需去旅游才能欣赏到异域风光，现在在这些游乐天穹下提供了迅速的，综合性的梦幻世界。在日本，巨大的玻璃穹隆之下，成千上万的游泳者在环绕以棕榈树和异域观叶植物的热带海滩上嬉戏。结合了演出、赌博和奇幻世界的酒店具有广大的市场，使人觉得宾至如归的成功组合，在南非的萨瓦纳和在巴哈马也同样奏效。音乐片和好莱坞的老调重弹是主持人和投资者的通用手法。纽约老街 42 大街正在被修复成一个游乐园，由迪斯尼出资，预计将兴建剧院，购物商场，并由设计组（Arquitectonica）设计娱乐酒店。在德国的士瓦本（Swabia）省，斯图加特附近，一个游乐城在两个音乐剧院周围发展起来，出现了酒店楼群，多功能电影院和一个水上公园。

正如第三章所显示的，繁华而喧嚣的娱乐业仅仅是这些安全的冒险的一种主要表达形式。相反的运动，对于众人走过的道路以外的蹊径的浪漫寻求开始变得重要。这些特殊的隐僻之地可以是在圣莫尼卡海滩的某个角落里，在非洲的最后一块荒野上，或在加勒比海湾之中。一些豪华酒店业内人士赶上这一潮流：他们采用了当地的色彩和当地文化来赋予其乐园以鲜明个性。迪斯尼从 20 世纪 80 年代起就在他们的游乐工程中聘请知名建筑师，跟随着无所不能的迪斯尼的脚步，其他投资者也开始在他们的工程中聘请著名建筑设计师。严格的现代主义者富兰克林·以色列（Franklin D. Israel）在拉斯韦加斯设计了硬性摇滚酒店（Hard Rock Hotel）；而在埃及的红海边，人们将会看到迈克尔·格雷夫斯（Michael Graves）那后现代主义结婚蛋糕般的风格。

渴望奢华

环球旅游者和享乐主义者海明威据称曾说：“当我想象死后进入天堂时，总是想到里兹酒店。”这个巴黎的大酒店一度是并且仍是此中典范，它那一族中只有很少的历史性的地标建筑存留下来。今天这一建筑类别正在复兴，各种各样的仿建物出现了。然而这些充满了折衷主义历史复制品的、具有怀旧色彩的仿建宫殿并非是提供给国际上流人士的唯一豪华场所。这个中产阶级建筑类别的复兴在某些例子中也引起了一种绝对新潮的现代主义，比如由 I. M. Pei 设计的纽约四季酒店，还有亚特酒店最近的几个工程中。

保守主义不一定要用老一套的铺张虚饰和四壁镀金来表现：相反它努力尝试的是文化上的多样性和一种新的，常追随艺术装饰派传统的风格词汇。在此，优雅源于对艺术的精雕细琢。大酒店的恢宏气派从来都不只是大小的问题，而今天出现了有意

识地营造优雅高尚氛围的小规模酒店。在这些工程中，我们可以看到对于酒店一词早期意义的回归，在那时它指的是一种上流社会的城市建筑，与那些接待平常旅客的不具个性的功能型酒店（如客栈和小旅馆）相去甚远。

酒店一族命运起伏不定，顶级酒店却保持着相对的稳定。这一类的经营者们正向尚在形成中的世界市场挺进：新的亚特大酒店将选址在上海一座世界上最高的建筑物里。即便对于 Kempinski 这个风波频繁，几度易手的连锁酒店来说，五星级酒店仍是固定的投资项目。这个集团已经占据了前东德的一流位置，像德累斯顿的 Taschenbergpalais，莱比锡历史悠久远的 Fuirstenhof 和柏林传奇式的 Adlon。

床和网络设备的跟进

几年前，只有少数有远见的酒店经营者为他们的客人或是在商务中心，或在他们的房间里提供了电脑和现代远程通讯设备。如今现代的酒店设计要结合最新信息技术已经成为一条准则。日本的酒店和新加坡及香港的酒店最先提供了高质量的电子设备，多线路电话，数字设备和数据服务，现在连美国和欧洲的中等酒店也都跟上了潮流。

电视和其他电子娱乐设施可以被安置在任何居住环境中，而电脑和电话线在任何类型的办公室中都能发挥作用——同样地，数字通讯科技也可以与酒店的氛围统一起来。客人们可以在舒适的床上浏览因特网，不管床上放的是维多利亚式的大枕头还是坚硬的床垫。全球的酒店经营者们都把这种先进的理念运用到房间设计中，与顾客动态需求相呼应，并称之为“洒脱客房”（III Sheraton）或“可以工作的客房”（Marriott Group）。

这些新方法反映了这样一个观念：流动性，职业化，工作室和酒店融为一体，酒店必须给今日的旅行决策者们提供他们所需要的电子设备。还有待观望的是，多媒体对于酒店业的入侵将会如何促进超越或侵蚀那种被作家 Anais Nin 意味深长地描述过的感官享受（这可能有赖于电子空间）：“房间的氛围十分友好，令人愉快，具备一种令人感动的不完美。它具有某种神秘感，洋溢着异国情调和入住过的客人的气息……”

从家到家

酒店专家同意就短时期来讲，大多数增加的投资将被用于提高房间的品质。在此运用的策略也是显而易见的。房间将不仅仅是根据它们的大小和舒

适度来界定，它们也要瞄准一个特定的顾客群。提供更大范围的服务将会带来更明显的竞争优势，而现在已不仅仅是区分吸烟区和非吸烟区的问题。现在出现了为过敏的人而设的无刺激物的房间，为健身迷准备的健身房，为有小孩的家庭设计的带游戏区的房间。还有更多的房间和设施适合残疾人士使用。不会带来直接收入的门廊和其他区域将被裁减开支，以投资于餐厅、商店、健身俱乐部和其他有利可图的服务设施。

酒店客房成了一个临时性的家，一个不仅仅可以留宿，而且可以工作和谈生意的地方。公寓式酒店如 Marriott 集团的居住客栈和法国的 Citadines 以及德国的麦迪逊酒店是这支日益壮大的队伍的先驱。在此标准化的家具设置是可行的，家具部件应可以改装，以便客人能在几秒钟之内把卧室变成工作室。房中之房的概念，活动隔板和内置式厨房等，和电脑及远程通讯设备一样，都是设计的组成部分。在此，酒店客房是一个用于工作、休息和休闲的多功能区域——一个谈生意、娱乐和消遣的地方。结合了酒店和业余办公室功能的建筑正越来越普遍。

在千年交接之际，信息时代的条件正在改变酒店业的风景，同时又对酒店和旅行者的本质赋予了更深一层的含义。世界范围内的交流网络和工作与休闲的虚拟化正在增加流动性和生活的分裂状况。日常生活被临时的、变化着的想法、环境、工作和吸引物所主导。至于他们在酒店氛围和功能上的创新和设计上的解决方案，正在使被 Vicki Baum 称之为“命运之一刻”的事物持久化。在 1929 年出版的经典小说《酒店中的人们》中她写道：“在一个大酒店中的经历并不构成完整的、圆满的、全面的命运，而只是一些生活片段。在它的门后有着平常和不平常的人，幸运和不幸运的人；幸福和灾难比邻而居。旋转门转动着，在到达和离开之间的经历是不完整的。”也许世界上并没有完整的命运，只有近似值；开端并不走向结局，结局不一定有开端。在生活之门后发生的事情不像一幢幢建筑物那样构建严谨，交响乐的乐章虽然被预先确定，也不像星星的轨迹一样可以预测；这是人，漂浮不定，像飘过草坪的云一样令人难以捉摸。

这种暂时性在今天渗透在酒店建筑中，胜过以前任何时候。但以其全部的不可预测性，当代酒店设计当然无法承诺任何新的审美的完整性。多样化和品质是未来的鼓舞人心的标志：外观比以往更加有希望。

设计师和艺术酒店

自从在 20 世纪 80 年代获得首次成功后，先锋派们丝毫没有丧失锐气，只是变得更加随意。他们有很好的理由，其美学宣言不仅赢得了设计爱好者的广泛支持，并且还逐渐引起了世界各地顾客的兴趣。这个顾客群越来越年轻，至少就心理而言。这最初只是一个纯粹的城市现象，如今却发展成更广泛，更多样化的运动，并深入到各地的中心。顾客被吸引到这些具当代风格的殿堂中，与真实的设计作品直面相对，不管是设计师酒店的室内设计，或构成艺术酒店核心部分的当代艺术品。就规模而言，许多这样的工程被设计成相对较小的规模，以迎合他们瞄准的精英顾客群。著名的建筑设计师菲利浦·斯达克（Philippe Starck），又一次为这个规律的例外情况提供了例证：他最近在美国设计的一些酒店从规模和设计质量上都打破了定势，设定了其热切的模仿者们所无望赶超的标准。

曼德里安酒店

美国洛杉矶，1996 年

室内设计师：菲利普·斯达克

西好莱坞日落大道上的曼德里安（Mondrian）酒店已颇有历史：1959 年建成时是作为公寓大楼，1984 年改成酒店，12 年后，菲利普·斯达克又对其作了一番激进而彻底的整修。在 80 年代中期，酒店因其按照荷兰画家曼德里安的抽象几何图案而建的彩色外观，曾一度被认为达到了时尚设计的顶点。但设计迅速地过时，并落后于伊恩·叙拉格（Ian Schrager）经营的酒店，于是菲利普·斯达克把这业已褪色的向现代主义经典的敬礼之作转变成对当代风格的一次引人注目的表现。叙拉格是一个来自纽约，聪明又富有冒险精神的酒店企业家，在洛杉矶开始了他在纽约和迈阿密停下来的事业，并加快了速度。斯达克，来自巴黎的杰出设计家，创造了又一件令他那日益壮大的模仿者队伍所望尘莫及的杰作。

下图：临街的红色大门以其超规格的尺寸以及独立自由的风格让人们从一开始便领略到斯达克对于规模看似随意实则独具匠心的运用。



斯达克把外观上的红、黄、蓝方块全部刷白，在前方入口处增加了两扇巨大的红色钢门，并带有装饰性拉手，门后则是一个值得爱丽斯和格列佛来漫游的奇境。设计理念是一种快乐的突发奇想，蕴涵许多关于这个梦幻之城的神话、幻想和虚构的机智的主题变奏。这里并没有直接引用好莱坞题材，但斯达克的设计聚焦于模棱两可，欺骗性的诱导和这个超现实性的奇妙世界之上。疏离的效果用以改变感觉；规模的突然变化和奇妙的灯光效果组成了不稳定的设计语言。酒店有一张带灯光设备的 20 多米长的大理石桌。客人可在游泳池台上用餐，池台夹在一个由巨大的土制花盆围成的小径中。花盆中栽种的蔓性植物在小径上方形成一个开花的天棚。光柱在地上打出类似地毯的图案；影影绰绰的散射光使得墙壁和家具都好像悬浮在半空中。斯达克在一些著名助手的帮助下创造了这组微妙的灯光交响曲：由著名设计师詹姆斯·特瑞尔（James Turrell）设计的神秘设备在门廊中闪烁，而时尚影碟剪辑导演吉恩·巴普提斯·曼迪诺（Jean Baptiste Mondino）制作的视频影像则在电梯中晃动。

但曼德里安酒店同时也展示对于生活中简单事物的喜爱：平整宽阔的地板，巨大的床，带游泳池的顶层晒台和布置得像露天画室的餐厅。所有的房间，包括套房与公寓在内，共 245 个，都有一种令人赏心悦目的简朴风格，家具都极少有装饰。很幸运，原先的厨房经受住了时间的考验：现在它们是这个以临时住家为设计理念的时尚酒店的有机组成部分。

叙拉格花了 1 700 万美元获得这项位于加利福尼亚的产业，在改造过程中又投入了同样多的资金。巨额的支出，使曼德里安成为了一个先锋派酒店，并服务于它那显贵的客人。不同类型的烹调技艺，24 小时开放的健身俱乐部和一个脑体工作室由电影制片人彼得·古柏（Peter Guber）富有新时代精神的妻子经营。适中的价位意味着这奇妙而含蓄的奢华不仅仅是为少数幸运的人而准备的，在描述顾客目标群体时，叙拉格是如此形容的：“在这个不复杂的精致化时代，曼德里安酒店将吸引一个基于态度、价值观和风格而非财力的纵向市场。”



