



全国高等院校旅游专业规划教材

Jiudian
Guihua Shejixue

酒店规划设计学

郝树人 / 编著



旅游教育出版社

全国高等院校旅游专业规划教

TU247.4/19

2007

酒店规划设计学

郝树人 编著



旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:魏志国

图书在版编目(CIP)数据

酒店规划设计学/郝树人编著. —北京:旅游教育出版社,
2007.6

全国高等院校旅游专业规划教材

ISBN 978 - 7 - 5637 - 1082 - 9

I. 酒… II. 郝… III. 饭店 - 建筑设计 - 高等学校 -
教材 IV. TU247.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 075351 号

全国高等院校旅游专业规划教材

酒店规划设计学

郝树人 编著

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E - mail	tepx@ 163. com
排版单位	首都经贸大学出版社激光照排部
印刷单位	北京晨光印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787 × 960 1/16
印 张	21.75
字 数	355 千字
版 次	2007 年 7 月第 1 版
印 次	2007 年 7 月第 1 次印刷
印 数	1 - 5000 册
定 价	30.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前言

酒店规划设计不同于建筑设计、装修设计等设计范畴,它是一个独立的、具有综合学科性质的整体设计。它是由功能规划、文化定位和建筑装修设计三项内容构成的。其中,功能规划、文化定位是基础、是灵魂、是奠定酒店未来成败的根本要素;而建筑装修设计则是美化、是包装,同样也是不可或缺的要素。

新建或改造酒店,应全力提倡独立的、完整的、专业化的“酒店规划设计”理念,在我国现有的条件下,由专业酒店规划设计公司负责酒店总规划设计和总概念设计,再由建筑设计院和装修公司在土建和装修阶段,配合酒店的总规划设计方案,配入结构、水、电、通信及内部装修施工设计。酒店规划设计更应提倡“创造性思维”的原则,应该尽一切可能“与众不同、独出心裁”,坚决摒弃模仿、抄袭或者照搬一些“习惯做法”的俗套。因此,可以说个性、特色是酒店的生命。

总规划设计方案首先从功能布局规划开始。酒店是人的生存、生活空间,特别应该塑造成熟丰富和有节奏、有情调的个性化格局;同时,应该十分周到地、准确地将酒店客流、物流、服务流、车流、消防、疏散、垃圾、货运等各项流程以及服务于这些流程的各项设施均考虑在内,将星级标准和酒店规范的各个功能区布置妥当,做到既完善、丰富,又庄重、活泼。

我国酒店业在建设与管理方面,由于缺乏对酒店专业规划设计科学的认识,没有把这一专业科学摆到应有的位置加以重视,同时也没有强制性规定,又不具备酒店专业规划设计条件,再加上一些历史原因和管理体制等深层问题,形成酒店业普遍存在的非专业规划设计的种种问题。总之,非专业规划设计从酒店内部的功能、布局、服务设施、文化艺术设计到酒店外部的环境、建筑、装饰、附属设施的设计,没有以现代酒店管理科学和其他相关科学为指导进行酒店专业规划设计,所以给有上述问题的酒店业的经营管理带来巨大的损失和浪费,造成酒店开业的同时就开始改造的局面。这深刻地揭示了非酒店专业规划设计造成问题的普遍性。

早在 20 世纪 80 年代,我国旅游行业管理部门就开始注意到酒店专业性规划设计的重要性,并组织制定了《旅游涉外饭店星级评定标准》,迄今为止,该标准已修订过四次。在推动酒店专业规划设计方面,中国旅游饭店业协会做了大量不容忽

视的工作。它利用各种机会和形式宣传酒店业专业规划设计科学知识,进行专业讲座活动,使酒店专业规划设计理念正在逐渐地被认识和接受,使酒店业在新建与改造实践中已开始出现自觉地按科学规律行事的趋势。

鉴于以上所述,重视酒店业的健康发展,最好先从酒店专业规划设计开始。从长远看,最理想的措施是,创建我国建筑学教育的分支——“酒店规划设计学科”,用这一学科理论来指导和规范旅游业的专业规划设计,使酒店业管理者掌握酒店规划设计的基础理论。因此,我国高等教育的旅游管理专业和酒店管理专业的教学中,设有酒店规划设计的课程。为了适应教学的需要并能反映酒店规划设计的现状和发展形势,作者结合几年来的教学实践,参阅了大量的有关方面的资料、文献,编著了这本《酒店规划设计学》教材。

随着中国加入世界贸易组织和“申奥”的成功,中国有许多新建或改造酒店、度假村的计划正在积极地筹划和实施。由于现代酒店功能的扩展与综合化、广泛引进先进的科学技术和新型的建筑材料与日益提高环境文化内涵的要求,酒店规划设计已引起广泛的重视。许多城市优秀的、有特色的酒店拔地而起。中国的室内设计师正在迅速成长,设计水平也在不断提高。尽快地缩小与世界上发达国家在酒店规划设计上的差距,提高酒店规划设计水平,规范酒店规划设计市场,是《酒店规划设计学》出版所寄予的期望。

《酒店规划设计学》收集了大量本人采制的酒店规划设计与建筑的实例并参阅和引用了业界同人这方面的图例,给读者以直观的印象,从而对成功酒店的规划设计,能有进一步深化的认知。作者也注意对中外著名酒店的有关规划设计的案例,经过筛选、加工加以采用。同时,本书更多地融合了作者对规划设计的研究、教学实践活动的成果和经验,力求使本书具有实用性、科学性、前瞻性和系统性。

《酒店规划设计学》可作为高等院校旅游与酒店管理专业本科学生的教材,也可作为该专业的研究生和酒店高层管理者拓展知识领域的参考书。

在《酒店规划设计学》写作的过程中得到了多位同人的帮助和支持,在此表示衷心的感谢,也诚恳地企盼业界同人对拙作不吝赐教。

郝树人

2007年2月2日

出版说明

为适应旅游业的发展要求,满足旅游高等教育的需要,我们根据高等院校旅游专业的课程设置、教学目标,在国家旅游局人事劳动教育司的主持下,集合国内旅游高等院校的众多专家学者,自20世纪90年代起,先后出版了系列旅游高等院校教材。该套教材出版以来,得到了广大院校师生和业界的普遍好评,至今仍是众多院校的首选教材,一版再版。迄今为止,该套教材不仅为众多院校广泛使用,而且是规模最大、品种最多的一套高等院校旅游专业教材。

但是我们深知,教材出版本身是一个不断完善的动态过程,需要产业的推动、研究的深化、时间的积淀,更需要广大师生的参与。本着这一目的,根据21世纪旅游业的发展要求与广大师生的殷切希望,我们根据教育部与国家旅游局对旅游学科的规划与行业要求,对本套教材进行了必要的增补与修订,以确保该系列教材的科学性、权威性。

与原教材相比,本版教材注意了课程设置与教材编写的科学性、针对性、规范性,使整套教材更适合学科教学 and 行业发展要求。在此基础上,本版教材强调了教材的研究含量,旨在倡导教材编写的严肃性、高等教育的研究性,避免教材编写中存在的简单雷同现象,体现了国家骨干教材应有的规范性与原创性。可以说,本版教材更加贴近了我国高等院校旅游专业教学实际,严格按照课程设置和教学目标设计安排教材内容,使高等教育教材的先进性与研究性得到充分保证。

在此次增补与修订中,我们始终强调教材编写应有的学术规范,无论从选题确定,乃至注释引文、参考文献,每一个细节都力求体现教材编写应有的学术规范。为了实现这样的目标,我们先后在全国广泛遴选作者,聘请在学科研究与教学领域有所建树的专家学者担任教材的编写工作。不少作者都有相关领域的专著成果作为教材写作的支撑,为本套教材的研究含量提供了必要保障。

作为国内唯一一家旅游教育专业出版社,我们始终得到广大旅游院校师生的关心与帮助,在新世纪,我们更期待着大家一如既往的呵护。我们希望将我们的教材建设成为一个开放式的园地,能始终站在学科研究与行业发展的前沿,随时反映旅游教育最新发展的动态。我们期待着教材使用者的意见和建议,更期待着潜在作者的新思路、新理念、新观点、新教学方式——我们定会“从善如流”,不断调整完善现有教材,不断吸纳新的作者、新的观点。

旅游教育出版社

目 录

第一章 酒店规划设计概论	(1)
第一节 概述	(1)
第二节 酒店规划设计的相关要素	(6)
第三节 酒店规划设计理念	(14)
第二章 酒店的功能规划	(29)
第一节 酒店的功能	(29)
第二节 酒店的流线	(35)
第三节 酒店的面积组成	(38)
第三章 酒店总平面设计	(40)
第一节 酒店建筑基地	(40)
第二节 酒店选址与用地	(42)
第三节 总平面设计要求	(44)
第四节 酒店建筑总平面规划	(53)
第五节 停车场、库	(56)
第六节 庭园绿化	(57)
第四章 酒店客房设计	(61)
第一节 客房的设计要求	(61)
第二节 客房层平面类型	(66)
第三节 客房功能、类型	(84)
第五章 酒店餐饮空间设计	(102)
第一节 餐饮空间规模与布局	(102)
第二节 餐厅	(105)
第三节 酒吧、咖啡厅	(113)
第四节 宴会厅与多功能厅	(124)
第五节 厨房设计	(130)
第六节 餐饮空间设计	(135)

第七节 餐饮空间规划设计的发展趋势	(169)
第六章 酒店公共空间设计	(175)
第一节 酒店公共空间构成	(175)
第二节 入口、门厅	(178)
第三节 总服务台与前台	(185)
第四节 会议、商店及其他服务设施	(188)
第五节 楼梯与走廊	(197)
第六节 中厅	(199)
第七章 酒店无收益空间设计	(212)
第一节 员工与行政空间	(212)
第二节 后勤服务部分	(216)
第三节 机房与工程维修部分	(218)
第八章 室内陈设设计	(223)
第一节 家具	(223)
第二节 家具配置	(226)
第三节 室内陈设	(230)
第四节 陈设品的布置	(243)
第五节 陈设品的选择	(245)
第九章 酒店建筑装饰设计	(248)
第一节 概述	(248)
第二节 酒店空间环境设计	(262)
第三节 酒店的室内设计	(269)
第十章 酒店建筑造型设计	(314)
第一节 概述	(314)
第二节 酒店建筑造型设计的特点与方式	(323)
第三节 我国现代酒店的建筑造型	(327)
主要参考文献	(335)
教学参考建议	(337)

第一章

酒店规划设计概论

第一节 概述

一、酒店业规划设计现状

我国酒店业在新建与改造方面,由于缺乏对酒店专业规划设计科学的认识,没有把这一专业科学摆到应有的位置加以重视,同时也没有强制性规定,又不具备酒店专业规划设计条件,再加上一些历史原因和管理体制等深层问题,形成酒店业普遍存在的非专业规划设计的种种问题:有些不懂酒店业市场定位与功能配置,使康乐设施面积大于客房、餐厅总面积,前厅面积大于客房总面积,餐厅面积大于客房面积;有些不懂酒店业服务设施与管理效率要求,使厨房远离餐厅或厨房与餐厅不就近且不在同一楼层;前厅远离客房或总台不在前厅;还有些不懂酒店服务与安全配套设施与规定,使办公、员工设施,消防安全疏散、隔离设施的位置、比例不合理,或者缺件少项……当然,问题还不只这些。总之,非专业规划设计从酒店内部的功能、布局、服务设施、文化艺术设计到酒店外部的环境、建筑、装饰、附属设施的设计,没有以现代酒店管理科学和其他相关科学为指导进行酒店专业规划设计,所以给有上述问题的酒店业的经营管理带来巨大的损失和浪费,造成酒店开业的同时就开始改造的局面,深刻地揭示了非酒店专业规划设计造成问题的普遍性。

全国现有 1 万多家星级酒店,虽然会有多种原因未进行专业设计,就以十分之一有类似问题计算,就会有近千家问题酒店,而实际情况远比这个数字要大得多。由此可见,这些问题给酒店业乃至国家带来不应有的经济、财产、资源的损失和浪费,同时给酒店业投资人、旅游行业管理部门带来巨大的负担和压力。

早在 20 世纪 80 年代,我国旅游行业管理部门就开始注意到酒店专业性规划设计的重要性,并组织制定了《旅游涉外饭店星级评定标准》,迄今为止,该标准已修订过四次这是以行政手段推动旅游酒店业进行规范服务质量、提高管理水平和酒

店专业规划设计。由于评星标准本身需要不断完善,加之它还只是推荐性标准,不具有强制性;另外,因过去管理体制形成的一些结构关系,在现行酒店标准中还有一套商业部门的评级标准,两套标准在社会服务业中,仍在相互并行,所以,就全国各类酒店的总量来看,星级标准收到的效果还是有限的。但是,在推动酒店专业规划设计方面,中国旅游饭店业协会做了大量不容忽视的工作。它利用各种机会和形式宣传酒店业专业规划设计科学知识,进行专业讲座活动,使酒店专业规划设计理念正在逐渐地被认识和接受,使酒店业在新建与改造实践中已开始出现自觉地按科学规律行事的趋势。

在酒店新建与改造方面,成功的酒店专业规划设计大致有以下几种类型:

(一)经济效益型

有家受益酒店在年终工作总结报告中写道:“酒店为全面达到星级标准和保证服务质量,对前厅、客房进行了专业设计改造。改造后,酒店的客房出租率由去年的53%提高到68%,收入提高30%,取得了明显的经济效益。”由此看来,酒店专业规划设计能够提高酒店经济效益是不争的事实。

(二)投资成本型

有家不大的新建酒店,由非酒店业专业规划设计公司设计,投资预算2500万元,后经由酒店专业规划设计公司设计,在不降低档次又提高一个星级并改善部分设施档次的市场定位下进行了二次规划,为该酒店节约了总投资数百万元。这个实例证明,酒店专业规划设计可以为新建酒店节省投资是毋庸置疑的。

(三)经济效益和社会效益型

有家新建酒店,不但由酒店专业规划公司设计,而且总投资一次性投到位。该酒店开业一年多,不但经济效益显著,酒店申评星级还被评为高分星级酒店。不仅如此,当地酒店业还把该酒店业视为专业规划设计的样板,备受瞩目。这说明,酒店专业规划不只追求酒店业经济效益的提高,而且追求经济效益和社会效益的共同提高。它的最佳目标应该是经济效益、社会效益和环境效益的完美统一以及服务效率、服务质量的全面提高。这里也需要澄清一个简单的概念问题,即酒店业经营管理的好坏,不是单纯依赖酒店设计,更重要的还要取决于经营管理水平的高低。一个经营成功的酒店,既与专业规划设计有关,也需要一支高素质的管理团队、一个有利于酒店经营的环境和保障其成功的生存发展的一整套政策法规。

当前,我国尚没有旅游法和酒店法,特别在推动酒店专业规划设计问题上急需健全配套法规,以尽早保证酒店建设不再继续以往那种无序的、不科学的局面。这项任务应该由旅游行业管理部门和建设部门共同完成。另外,亟待更多地建立和扩大酒店专业规划设计队伍。这既是酒店业发展的战略问题之一,也是战术问题,需要专门研究对策。当然,这个问题与整个酒店业发展比起来是个环节问题。可是,解决不好它却直接影响到酒店业的整体健康发展。

总之,酒店成功的规划设计应该是在给客人提供舒适、便捷、周到的服务的同时,又能使经营者获得最大的利润,如果能够再具有鲜明的个性和特色,则可以视为一个优秀的设计。也就是说:以人为本、以业主为重的规划设计理念。由此可见,重视酒店业的健康发展,最好先从酒店专业规划设计开始。从长远看,最理想的措施是,创建我国建筑学教育的分支——“酒店规划设计学科”,用这一学科理论来指导和规范酒店业的专业规划设计。

二、酒店规划设计的趋势

投资新建的酒店无疑是给建筑师和设计师们提供了展示才华、推出最新设计理念的最好舞台。有了这个舞台,随之而来的便是为客人们带来崭新而完美的精神和物质的享受。设计师们用他们的智慧、创造力、想象力设计出了代表当今最先进的思维、新观念、新创意的商业及娱乐场所,经过技术性、理念性的创作,利用科学技术手段,采用先进的设施和装饰材料,它们总能自然而然地产生美轮美奂的设计效果。无论旅游者和投资者的要求怎样,酒店的规划设计都能给予充分的满足。

搞好酒店的规划设计首先要分清并确定酒店的类型,也就是说,要建成什么样的酒店,是纯商务性的酒店,还是旅游性的城市酒店,是旅游胜地酒店,还是休闲旅游度假酒店;要分析酒店所处地理位置,周围的经济环境、自然环境,文化、历史;分析入住酒店的客源情况,得出各类客人所占客源的比例。由于客源的不同,对酒店的功能要求上、空间的使用上以及设施安排上的要求也就各有不同。设计是为经营者服务的,就是要方便酒店的管理经营。设计还要符合不同类型客人的需要,使环境与客人之间产生一种自然而然的亲切交流感。在今后的数十年中,以休闲为主的度假类酒店将成为发展趋势。特别是在发达国家,人们追求物质与精神享受的愿望不断增长,他们要求此类酒店不仅仅是要有健身、休闲、娱乐活动等设施,还关心对食物的选择及各种旅游项目的安排。他们要求度假村周围应有许多新开发的具有鲜明地区特色的、充满丰富历史文化内涵的自然旅游风景区。旅游者越来越会关心生活质量问题,设计师,就是要为实现他们的愿望而努力工作。

在欧美地区,城市酒店包括商务性酒店、会议性酒店、休闲旅游性酒店。这些酒店中相当的比例是为从事商务活动的客人服务的。城市酒店正在发展得越来越像写字楼,一些大的公司把城市酒店当成了做生意的场所。这就要求我们不能沿袭过去的一些传统设计模式,需要在每个客房中多安排一些具有里外间功能的套房,安装活门,这样有利于室内功能变换空间的切割和安排办公使用;同时,需要有更多的商业办公设施,如安排方形的办公桌、班椅、双线电话、互联网的接口、现代功能的传真等设施。会议性酒店既要安排好会议中心,还要有中、小型会议室。另

外,根据会议中心所接待的人员总数,安排好会议就餐的大、中、小型餐厅。

连锁酒店和城市酒店是不可分割的。连锁酒店过去通常出现在中低档市场中,可是现在它也进入了高档酒店的行列。遍布世界各地的连锁酒店除要保持自己独有传统的设计模式、设施特点外,还要尊重所在国家、地区的风土人情、历史文化,从而满足公众旅游者的需要。

过去人们都习惯于商业旅游,入住酒店的大部分客源是经商的商人。近年来由于各国旅游业的发展,入住酒店的则更多的是为休假而旅游的客人。这些休假旅游者占整个客源的比重相当大。来自世界各地的旅游者,他们有不同的传统观念、不同的生活习惯和方式、不同的民族意识和宗教信仰,他们的需求各有不同,也各有侧重。如何满足这些旅游者的不同需要并能设计出他们最为满意的酒店,是设计师在规划设计时要充分给予重视的。

对于酒店的翻新改造,在西方有一种思潮叫做古典酒店至上。西方的一些老酒店确实很辉煌、很漂亮,它们从某种意义上讲代表着一个时代、一段历史。经过翻新改造,可再现其传统的无与伦比的效果。通过改造,老酒店可以得到一个不可估量的财产,像得到了一本古典书,将它珍藏起来具有收藏保护价值一样。但是不论你是多么偏爱古典酒店,也要面对一个现实,改造中要符合原有的建筑尺寸和保持原有的建筑及室内的装饰风格,做得不好不但浪费了资金,而且还破坏了其原有的风貌。也就是应该看到,要使老酒店改造成功并尽快收回投资,对于设计师和建筑商来讲会面临许多困难;同时也应看到,用于酒店翻新改造的巨额投入足足可以建造一个新的酒店,倒不如把资金投入建立新型的酒店更具有现实意义。

设计建造一个好的酒店就相当于生产一种好的产品。不同的市场环境需要不同的产品,这是由市场规律所决定的。这个产品的制造过程需要设计师超前的设计、工程公司的精心施工、酒店业主的精明管理,只有这样才能赢得市场。根据市场的变化,要及时调整设计的理念,积极地探索创新,为酒店赢得更大的市场空间,是设计师需要面对和解决的问题。对于投资者,如何将巨大的资金投入转换成利润并能把好的产品放到适宜的市场中去,是极其重要的。

从事酒店项目的投资者要使自己的酒店适应市场需求,就要深刻了解酒店的使用功能和发展趋势。要保证项目定位准确,就要先做好市场调研,提出整个酒店设计的思路。对于每一个部位的设计要求都要心中有数,对设计公司要提出各个部位的设计要求,越细致、越深入、越明确越好。在酒店规划设计中,要选择具有一定设计水平的设计公司,为其做好酒店规划设计工作。这家设计公司一定要有设计过同类酒店的设计经验与业绩。要充分重视酒店规划设计在建造一个好的酒店中的作用。没有好的设计就没有好的酒店,要与设计师进行深入的沟通,不能认为设计只是设计师的事情。然而,投资者先让设计公司出一部分效果图,实际上是存在于酒店规划设计中的一个误区。可以设想,一个需要投资数千万元资金甚至上

亿元资金的酒店项目,如果不规范设计程序,不按照一定的设计程序有条不紊地进行设计,势必会带来不可弥补的损失,从某种意义上讲这就是一种严重的浪费。用“效果图”来判断设计公司的设计水平是不科学的。另外,有些投资者为了节省开支,把设计工作包给了施工公司,由施工公司总承包,施工公司既设计又施工,这样好像节省了设计费用,但并不能保证获得高水平的设计成果。

事实上,一个好的酒店设计,绝不是设计师独立完成的,它离不开一个精明投资者的积极配合和献计献策。酒店规划设计是一项系统工程,在国外酒店规划设计已形成专业化并由专业设计公司来完成。

当今的酒店规划设计有以下几种趋势:

(一)规划设计注重生活品位及设计风格

客源是酒店的资源,高客房率增加了酒店的餐饮及娱乐的收入。酒店内设计新颖的餐厅及酒吧,在媒体的频频出现,也带来了不少光临酒店的客人,使酒店有较高的投资回报。

(二)规划设计迎合并满足客人的需求

现今酒店业的情况有所改变,商务旅行有所减少,休闲度假市场正在上升。“生育高峰”时期出生的人们已成为其中主要的客源。人们把外出旅行看做是基本的生活权利而非奢侈的需求。为了让酒店能更好地迎接这个新市场,去获得更多的客人,酒店必须为他们提供更好的服务及房内高科技设备。

(三)提供最可靠的安全保证

客人要有宾至如归的感觉,“九一一”事件后,安全问题已放在第一位,希望酒店的业主及管理方应重视设施的安全性。这对住店客人及酒店员工都很重要。

(四)规划设计必须强化品牌效应

在注意力经济高度发达的时代,酒店业作为服务行业,如其他一些消费品行业一样,需要有很强的品牌效应。品牌效应不仅仅是简单的标志,而是一个系统工程,成功的品牌是巨大的无形财富,对酒店今后的发展至关重要。

(五)规划设计重视酒店后台的功能布局

不言而喻,为客人提供优质服务是酒店的首要任务,而所有的服务都需要酒店后台工作人员的有效工作。因此,酒店后台功能的规划设计,将影响员工的工作效率及客人的住店体验。

(六)规划设计有利于营造和谐的氛围

酒店项目的协调需要一个好的总设计师。他把酒店的各项功能要求加以整合,制定出一个总体方案,并调动团队成员去完善、实施整个方案,使酒店规划设计更加完美。

(七)规划设计是酒店多功能的开发过程

在酒店集住宿、购物及娱乐为一体的项目中,由于酒店的效应给住宿客人带来

了增值的空间,而住宿客人也给酒店带来了潜在的消费群。购物、娱乐与酒店及住宿的互动效应也是巨大的。

我国加入世界贸易组织(WTO)后,旅游业有了空前广阔的发展前景;同时,也面临着全球经济一体化的严峻挑战。现代酒店要在高度竞争中立于不败之地,其最初的规划设计阶段具有特别重要的意义。无论是新的发展项目或是对现有酒店的扩展,在着手规划设计之前,都必须对酒店的面积要求及经营方针有一个详细的书面规划;否则,建筑师与设计师就无法从具体实际出发,灵活运用一般的设计原则,建成独具风格且又符合某一具体市场要求的酒店。投资者也需要这样的规划,以了解项目本身,决定投资与否。随着中国加入世界贸易组织和申奥的成功,中国有许多新建或改造酒店、度假村的计划正在积极地筹划和实施。

我们的问题是如何认识规划设计这一概念,当前人们已经就规划设计的主体达成共识,即主体是过程而不是实体。

第二节 酒店规划设计的相关要素

一、规划设计的概念

不同的学者给出了规划设计的不同定义。

“规划设计就是预期地达到某种目标,它是通过将人的行为有序化而实现的。”

“规划设计是一系列我们可以实施的行为的安排,它能够引导我们达到既定的目标。”

“规划设计是这样的一个过程,它在预期目标的指导下,为将来的行为提供一系列解决方法。”

归纳起来,可以认为,规划设计是“一种特殊的决策和实施的过程”,它是“采用科学方法制定策略”,并且“包括采用科学知识来解决问题,达到某一社会系统的目标”。我们可以得到这样的结论:规划设计是由特定组织实施的、由规划设计者完成的、以一定目标为指导的一种特殊类型的社会活动。

规划设计需要科学哲学理论的指导,同时也需要其他学科的理论、观念、方法和定律。在规划设计理论发展过程中,吸收了其他科学的概念和原理,其理论核心包括了地理学、经济学、政治学、心理学和社会学的内容。因此,尽管我们可以称为规划理论,但更确切地说,应该叫做规划设计中的理论。规划设计理论从其创立之始,为了使其自身更加科学,就不断地从其他学科引进方法、概念以至整个理论结构,其中借鉴最多的学科是物理学和生物学,因为这些学科相对精确、客观和中立。规划设计理论主要通过两种方式借鉴自然科学理论,一种方式是出于解释目的借鉴其他学科的思想;另一种方式是直接引用其他学科的各种公式、模型、理论和方

法来解决具体问题。

一个完整的规划设计远不止仅仅引出一系列酒店部门的面积要求,它要解决许多问题,包括店址选择、市场需求、市场竞争、酒店等级、经营范围、餐厅特色、人员配备、项目预算等。它要在城市规划设计的原则下做到协调体型、体量、高度、风格、退红线、材质、细部处理、色彩等一系列问题。一般先由酒店可行性研究专家就上述问题结合各种因素提出初步方案;然后由酒店管理公司或经理人员会同投资者和建筑师进行修订,并拟订最终规划设计。

一般地说,筹建中型以上酒店的规划设计应包含下列内容:

(一) 可行性论证

市场研究与财务预算着手酒店发展或扩展计划的第一步。市场研究是指对某一特定市场层次的酒店服务需求的调查研究。财务预测是根据市场竞争趋势以及通货膨胀因素预测5年或5年以上酒店的收支情况。

每一家酒店都有增加赢利的机会,如提高客房出租率,增加餐饮、零售、娱乐部门的收入,争取承办更多的会议、宴会等。酒店通过全面的市场研究,能够发现并分析部门存在的机会,便于确定客人的具体需求与爱好,如客人喜欢什么类型的客房、什么样的食物、爱好哪些健身项目等。可行性论证对于发展具有综合设施的酒店尤为重要,因为它要根据整个环境的情况,决定经营方针与设施的取舍。例如,香格里拉和富丽华两个酒店是大连市场的一部分。酒店规划设计成以购物为主的外国游客的驻留处。酒店内设不同风格的餐厅与酒吧以及很有规模的健身中心。

酒店的设施与服务项目应因地制宜。例如,大连希尔顿酒店办公写字间规模可观,正适应了大连城市的国际化趋势,并可容纳外商驻连机构及国内各地的驻连商务处。

由此可见,酒店的投资者与建筑师必须充分了解酒店所处的位置及基本市场。

然而,市场情况是在发展的,市场对酒店的要求也随之变化,而且往往在短期内就有变化,酒店规划设计如果仅仅停留在对当时市场的认识上,是不够的。酒店规划设计应具有适应市场变化与增长的灵活性,有眼光的投资者常会要求在最初的设计中就为日后的扩建留下余地,扩建可以是另一幢客房大楼,也可以是增添健身设施。这些为适应将来市场变化的种种选择,要在酒店规划设计构思中充分考虑到并采取相应的措施。

(二) 项目的确定

酒店建设需要各方面专家的努力,要充分明确酒店的长、短期的建设目标,这样各方面才能统一认识。例如,酒店准备面向什么样的市场?建哪一种等级、类型的酒店?提供何种服务与设施?以哪种功能设施为主……对这些问题都要有简要的说明和规定,才能拟订项目范围,并对项目的规模提出概略估计。这是规划的第一步。下面的例子,明确阐述了项目的意图。

“本项目拟建成一座豪华的高层建筑,是会议兼度假型酒店,计划 500 个客房。酒店坐落在某大城市市郊的某地段。在该地段内有居住区、商务区以及无污染工业区。酒店的主要客源将是会议团体以及与该市的商业公司、研究机构联系商务的短期旅行者;此外,酒店还接待附近城市的周末度假者。酒店的公共服务设施还面向附近社区和当地的商务及专业团体。”

规划的第二步是制订一份详细的酒店公共设施总目。投资者作建设规划和设计前,首先要有一份赢利部门的清单(即公共设施的清单),并据此列出后勤服务部门。后勤服务部门的设计完全要依据赢利部门。有了一份总目,就可以计划酒店各部门的大概面积。例如,即使是一份匆匆拟就的餐厅、宴会厅设施计算清单,也会直接关系到厨房、食物储藏、员工更衣区等部门的面积与设计要求。在此基础上,投资者便可预测拟建项目营业的收支情况,设计师则对上述公共设施的初步计划加以修正,以便更好地符合规划的目标。酒店主要公共设施的总目包括:

1. 客房

- (1) 出租客房数(可独立出租的客房单元)。
- (2) 客房建筑开间数(相同大小房间总数)。
- (3) 标准客房与套房的面积。

2. 大堂与公共区

- (1) 建筑形象。
- (2) 零售商店面积。

3. 餐饮部门

- (1) 每个餐厅的客容量。
- (2) 每个酒吧的客容量。
- (3) 每个餐厅、酒吧的规格等级和特色。

4. 功能设施

- (1) 舞厅面积。
- (2) 会议厅、宴会厅面积。

5. 其他

- (1) 展览场地。
- (2) 康乐设施数量。
- (3) 停车场车位数量。

对酒店面积的最初估计只是运用通常的酒店设计原则(如客房面积标准、平均每间客房所占酒店面积等),辅之以投资者、建筑师及酒店管理人员的经验做出的,仅仅为酒店的规模拟就了一个概貌。在详细的计划出来之前,表 1-1 的概算可作为所有成本核算的基础。酒店各部门的面积会因酒店的类型、等级以及建筑结构而变化。

表 1-1 酒店面积初步概算主要数据表

(面积:平方米)

酒店类型	汽车酒店	商务酒店	会议酒店	豪华酒店
客房数(间)	150	300	600	250
客房使用面积	29	31	31	37
客房建筑面积	39	43	45	54
客房区面积	5 850	12 820	26 755	13 470
客房面积占酒店面积比例	80%	75%	70%	75%
酒店总面积	7 313	17 200	38 275	17 883
平均每间客房所占酒店面积	49	57	64	72

(三) 面积分配计划

酒店各部门的面积分配不是一次就能决定的,决定之后也不是不可改变的。初期的设施计划对酒店总面积只是一个概算,建筑师按部门的面积进行分阶段草图设计,并在详图设计时不断修订。有关酒店的技术资料可从酒店管理集团那里获得。完整、全面的设计应由建筑师、酒店管理人员和投资者合作完成。在设计工作已普遍采用电脑化的情况下,修改设计过程可由电脑完成,这就大大缩短了整个设计过程。

在阶段设计时,一般先由酒店管理集团参照其公司的标准与经验,并以可行性论证提供的市场情报为依据,分析初期计划是否符合项目规定的酒店规格和规模,然后进而分析、调整各部门的初期计划并决定各部门的面积分配。在这个过程中,各餐厅、酒吧的类型和大小配套,舞厅、宴会厅、会议室的面积平衡,都有赖于管理人员对当地市场的了解程度及其制定的经营方针。因此,管理人员应该具有必要的专门知识。

管理公司制定的各部门面积是酒店设施规模的基础。面积计划应包括客房与套间的数目比例,各餐厅、酒吧及功能设施(如会议、宴会、健身中心等)的客容量,行政办公室的面积以及后勤服务区——厨房、收货场地、储藏室、员工区、洗衣房、客房管理区、工程维修区等的面积要求。但是,管理公司的计划仅根据经验及其标准还不能确切地反映某一特定酒店的要求。为此,需要建筑师与咨询专家分析具体情况,在一般标准的基础上,针对各部门的特点与要求对计划做出调整。

首先,客房使用面积是决定酒店规模的主要因素;其次,客房建筑结构形式也会影响客房使用面积与建筑面积的比例(利用系数),利用系数最佳方案可达 55% 以上,差的只有 35% 左右。

下列因素对酒店面积有重大影响:

1. 建筑结构、外形。