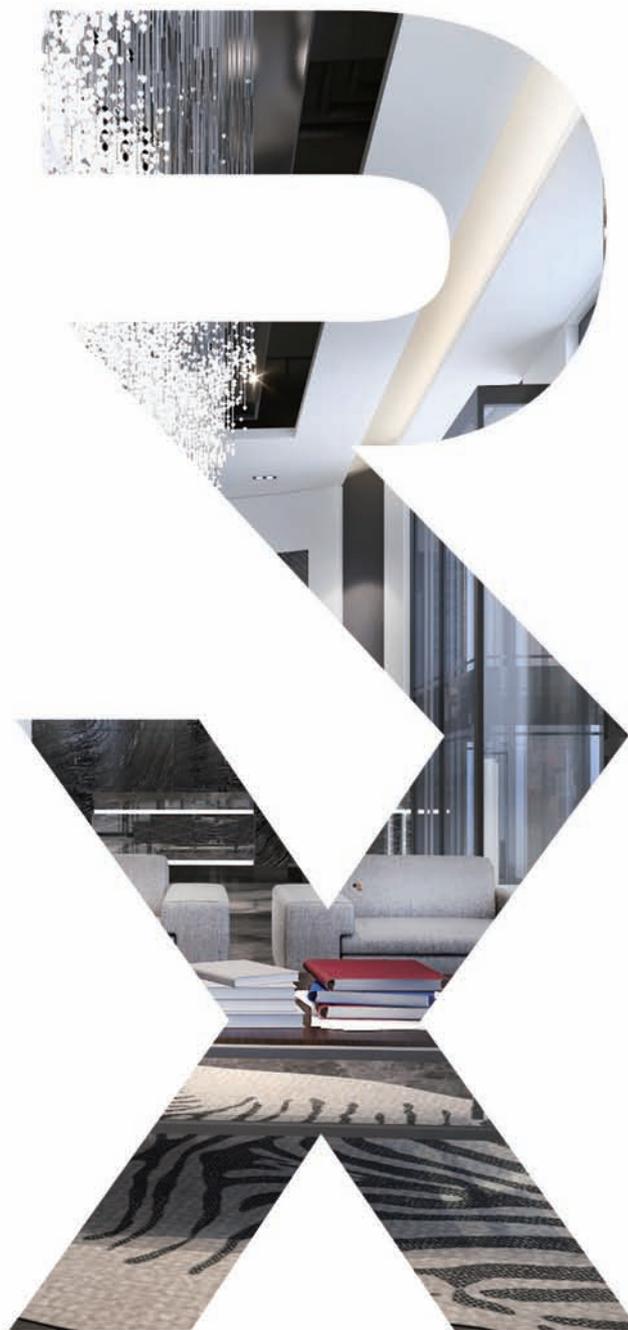


建筑

环境：视觉空间设计

冉旭 / 著

吉林人民出版社



图书在版编目(CIP)数据

建筑环境视觉空间设计 / 冉旭著. -- 长春: 吉林人民出版社, 2017.8

ISBN 978-7-206-14321-2

I. ①建… II. ①冉… III. ①建筑设计—环境设计
IV. ①TU-856

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第200210号

建筑环境视觉空间设计

著 者: 冉 旭

责任编辑: 陆 雨 封面设计: 荆 华 于良惠

吉林人民出版社出版 发行(长春市人民大街7548号 邮政编码: 130022)

印 刷: 长春市中海彩印厂

开 本: 787mm×1092mm 1/12

印 张: 10 字 数: 280千字

标准书号: ISBN 978-7-206-14321-2

版 次: 2017年8月第1版 印 次: 2017年8月第1次印刷

定 价: 88.00元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与出版社联系调换。

序

(一) Preface

初心 · 匠心



省市级优秀项目经理
获国家级优秀项目经理
个人获全国科技进步创新奖
获国家级全国建筑装饰奖
中国建筑装饰工程鲁班奖

1990年就已经有环境艺术专业本科毕业生,这在全国相关高校中是不多见的,我的学姐冉旭就是当年吉林艺术学院五名毕业生之一,纯正的科班出身这在当时全国建筑装饰行业风起云涌之时更显得凤毛麟角。更难能可贵的是作为女设计师27年来始终如一在建筑装饰领域坚守和打拼,这本身就令业界后辈肃然起敬。

看到冉旭《建筑环境视觉空间设计》的书稿颇有感触。近二十年来,随着行业的发展设计市场竞争愈演愈烈,她能够在众多设计师中脱颖而出,一方面得益于其在建筑装饰领域多年来孜孜以求、不断耕耘和不忘初心的设计情怀;另一方面,还由于冉旭长期在工程一线,是一名集设计、经济和技术管理于一身的设计师,因此其身上体现出他人少有的认真对待每一个工程项目与每一个工艺要求的专业态度和匠心精神。

冉旭通过《建筑环境视觉空间设计》一书充分展示了其作品和思考,作为一名工程型设计师的她,在设计中既能抓住业主的心理需求,又能一定程度地实现自己的设计理想。在设计中通过前期概念创意、空间表现、材料运用以及造价使得每一个项目每一个环节都能在后期施工过程中得以实现,让我们领悟到“设计”对一个项目的实施与完成是至关重要的。所有项目的图纸绘制、材料应用和空间组织是设计师必须了解与掌握的技能,也是设计过程的创意理念及设计灵感的综合体现,是作为设计方案深化探讨不同类型表现范畴内重要的方法与手段。作为一名优秀的设计师,应该具有相当的对各种功能技术和设计手段的掌控能力,不断增强自身的文化艺术修为,只有这样才能在设计逻辑生成、与业主的沟通及工程项目的实施中才能运筹帷幄。那么令人欣慰的是从冉旭《建筑环境视觉空间设计》中我们能够充分的感受到这一点。

冉旭在建筑装饰及环境设计中取得的成绩得益于她的学识和人品,这是她对设计事业执着追求、努力实践的结果。它不但完成了众多工程的设计项目和作品,而且还能在施工管理方面积累了丰富的经验,她主持设计施工的项目获得众多的省部级装饰大奖,其中多次获得国家建筑装饰工程金奖“鲁班奖”、省部级优秀项目经理称号,并获得国家建筑“科技进步奖”等奖励。

近年来,作为业内翘楚的冉旭回归校园做了一名专业教师,她把多年形成的设计、技术和施工管理经验和思考过程记录下来,用图文详实地展现给学生,实现了作为一个师者传道、授业、解惑的职责。她的个人学识和人品因素合起来就构成她人格魅力,这种魅力远远超过了传导授业解惑的范畴,在这方面她把师道的内涵扩展的更远。

冉旭《建筑环境视觉空间设计》一书内容丰富,项目多样,多以大工程见长,汇集南北各地不同类型项目,以不同的地域文化、材料、语言展示建筑装饰环境视觉空间设计的风格与时代特色,充分的展示出冉旭每一个时期内设计创作的工程作品。当然,在展示其工程设计作品的同时,我们也看到了来自设计思维、技术施工中不可避免地出现的时代和自我的局限,但毕竟留下了我们这代设计人努力的足迹。

吉林建筑大学艺术设计学院 院长/教授

齐伟民

2017年6月

序

(二) Preface

不忘初心 矢志未来

她，不忘初心，立志要么成为艺术家，要么成为设计师。以创意为灵魂，以理论为方向，以实践为基础，在设计生涯中，勤恳上进，奋勇前行，二十载磨砺，今实至名归，成就斐然。她，集建筑装饰设计、技术、预算、施工管理于一身的才女，一个为艺术再造，植根建筑装饰的设计师，获得国家级建筑工程装饰奖、鲁班奖的行业翘楚——冉旭。

人是设计的本质。设计以人为本，早已成为大多肤浅的口号。当今的我们都不断被形而上的空洞概念所包围，栖息于逃不掉的快餐式的价值文化和无奈的现实，而真正能够沉淀下来潜心研究，专注于事业，坚韧的设计师少之又少，特别是对作品追求至臻完美的人，更是难能可贵，而冉旭却是当之无愧的匠心者。

十几年前，当绝大多数设计师还在片面追求风格造型，谈论空间美学的时候，冉旭就带领团队开始研究设计的价值体系即空间价值，时间价值，个性化价值。经过理论先导，实践论证，她所提出的独特的设计价值观，堪称业内标杆，并得到所有客户的赞赏和肯定。

空间设计本是为了生活品质的提升而存在，在哲学层面它又衍生出品质、品味、品格，设计不仅关注生活品质内涵，更在于创造一种极致的生活文化，以至于国家、企业、个人生存空间的精神属性，更是领导时尚创新的潮流和软实力。

冉旭勤于学，涉猎各种艺术熏陶，持续以独具美学个性的思维方式，为建筑空间设计注入活力，以当代的审美、理性的关切客户的要求，再造空间的设计价值，始终在不断追求时代与传统、西方与东方的共融，激发找寻设计的灵感，在艺术与空间的对碰中发现美的本质，价值的所在。只有这样才具备不可比拟的艺术生命力和个性魅力。在强调个性、表达崇尚、宣扬自我风格的今天，冉旭以其丰富的专业知识，创造无数的精彩案例。

对设计的坚持，关注国际流行设计文化、国家、城市、人文的发展，关注自身的文化艺术修养的提升，并将自身的成就根植于理论与实践的价值实现。她所获得的助力与能量会让其行之更高，更远。

苏州金螳螂建筑装饰第八设计院 院长

郑喆

2017年7月

前言 Preface

建筑环境视觉空间设计与社会经济的发展息息相关。对于整个国民经济的发展而言,建筑装饰环境视觉空间设计具有举足轻重的地位,它使空间的自身价值得到极大的提升,其附加值不可估量。好的建筑装饰环境视觉空间设计给人以舒适的空间、愉悦的气氛、甚至可以毫不夸张地说,一个不重视环境空间设计创新的民族是没有希望的民族。

环境艺术设计在中国经历了近三十年的发展,已取得一定的成绩。而建筑装饰环境视觉空间如何设计与创新,成为当下环境设计中所弘扬的主旋律,并被提升到社会经济发展的战略地位。这表明中国现代环境设计已奠定了一定的基础,并预示着美好的前景!

信息时代及经济高速发展的今天,作为建筑装饰环境视觉空间设计师,要有敏锐的触角,积极把握建筑装饰环境视觉空间设计前沿的设计理念及对空间模式的定位,要以市场需求为导向,要为社会经济服务,因此,本书基于作者多年建筑装饰环境视觉空间设计的实践经验以及所做过的工程实际案例与文字语言相结合,从建筑装饰环境视觉空间设计入手,分门别类,精选出大量形象、直观且具有创意的设计方案来诠释各种视觉空间的基本原理与设计方法,以期达到启发设计创意思路并授之以渔的目的。另外,为了本书研究的完整性,部分建筑外部空间装饰也被纳入案例之中。其总体建筑装饰环境空间设计都体现在工艺、材料、造型等方方面面。

目前国内的环境艺术设计类书籍,可谓五花八门、丰富多彩,但仍不尽如人意,主要表现在:一是没有体现设计的本质特征,很多只停留在理论的说教上;二是没有把理论与实践有机地结合;三是缺乏时代前瞻性等。基于此,我根据自己二十多年的实践经验和自己做过的工程设计项目撰写的《建筑环境视觉空间设计》一书,具有典型性,直观地演绎了建筑装饰环境空间设计的基本原理与设计方法,是理论与实践相结合产物,本着“体现设计专业实用性要求,注重实践性、新颖性、前瞻性、相互合作”。本书的内容涵盖了宾馆酒店设计,办公设计,商业办公设计,交通候车空间设计、建筑外空间设计,展示设计,住宅设计等多项内容。力求多层面、多角度、较系统地展现建筑装饰环境视觉空间设计的风格与空间的表现力,以及与其相关的概念、理论与方法。

本书在撰写过程中难免会出现一些纰漏和错误,恳请读者和专家不吝批评斧正。

冉旭

2017年7月



冉旭

高级工程师
副教授
资深建筑装饰设计师

中国建筑文化研究会陈设艺术专业委员会会员
吉林省住房和城乡建设厅招投标评标委员会专家委员

《建筑环境视觉空间设计》作者简介

冉旭,1969年12月生,吉林省长春市人,1990年毕业于吉林艺术学院环境艺术设计专业,现就职于三亚学院艺术学院环境设计专业。高级工程师、副教授,资深建筑装饰设计师。中国建筑文化研究会陈设艺术专业委员会会员。吉林省住房和城乡建设厅招投标评标委员会专家委员。

从事建筑装饰设计、技术、预算、施工管理23年,对建筑装饰设计、技术、预算、施工及项目管理有丰富的经验。历任公司设计总监、技术总工、副总经理一职。主持设计、技术施工管理的工程项目有36项,其中,获省级优质装饰工程8项、市级12项、州级1项、获国家级全国建筑工程装饰奖3项、获鲁班奖3项、个人获全国科技进步创新奖1项,省市级优秀项目经理12项、获国家级优秀项目经理4项。

2013年12月起就职于海南省三亚学院艺术学院环境设计专业教师。

近三年参加国家级大赛获得多个奖项

2014年 中国大学生广告艺术节学院奖,学生获“金奖”,获优秀指导教师奖。

2015年 获亚太地区设计大赛吉林赛区办公类一等奖,设计作品多次获奖。

2015年 指导学生参赛,获优秀指导教师奖。

2015年 插画作品《放手》获第三届全国高校插图艺术作品展优秀奖。

近三年主持参与多项省市级科研课题

2015年 主持省级课题《民俗文化开发中的立足传统聚落的原真性保护与再利用》HNSK(JD)16-26。

2017年 参与省级课题《根际微生物对降香黄檀根系构型的调控肌理》31718。

2017年 参与市哲学社科课题《三亚城市化进程中海南本土文化资源开发及应用研究》。

近三年发表论文13篇,其中核心论文3篇,出版著作4部。

目录 Contents

第一部分 宾馆酒店空间设计

一、宾馆酒店空间设计	2
(一) 大堂设计与基本功能划分	3
(二) 酒店大堂设计装饰的类型	4
(三) 酒店大堂设计依据	5
(四) 酒店大堂设计原则	6
(五) 大堂设计的方法	8
(六) 酒店电梯前室设计	16
二、酒店餐饮空间设计	18
(一) 星级酒店餐厅和厨房设计标准	18
(二) 酒店餐厅设计要点	19
(三) 餐厅设计思路与要素	20
三、酒店休闲空间设计	24
(一) 酒店会所空间设计	24
(二) 酒店休闲、娱乐空间设计	24
(三) 酒店会所标准游泳池设计	25
(四) 酒店健身中心设计	26
四、酒店客房空间设计	28
(一) 酒店客房空间设计细则	28
(二) 酒店客房内入口的通道	30
(三) 酒店客房内卫生间空间设计	32
五、酒店走廊空间设计	33
六、酒店外部空间设计	35
(一) 建筑外部空间设计	35
(二) 酒店入口设计装饰的类型	35

第二部分 办公空间设计

一、办公空间大堂与门厅设计	38
(一) 满足功能要求	39
(二) 风格与特色	39
二、行政办公空间设计	40
(一) 行政办公空间设计理念	40
(二) 办公空间装修设计要素	41
(三) 办公空间装修设计布局	42
(四) 办公空间的设计风格要素	42
(五) 办公室的管理使用类型	43
(六) 办公室的使用性质的类型	43
(七) 智能型办公室	43
三、现代办公会议空间设计	46
(一) 大型会议室设计规范	46
(二) 会议空间音频设计国家标准	48
(三) 会议空间设计依据	49
(四) 大会议室空间设计理念	49
(五) 现代办公空间会议空间类别	51
(六) 接待厅空间设计	59
四、董事长、总经理办公室及休息空间设计	62
五、公司企业办公空间设计	64
(一) 公司企业办公空间设计的再创造原则	64
(二) 公司企业开敞式办公空间	65
(三) 公司企业大型封闭式办公空间设计	66

六、电梯间、走廊及楼梯间设计	67
(一) 公司企业办公空间设计的再创造原则	67
(二) 电梯间、走廊及楼梯间设计理念	68
七、员工餐厅、休闲、健身空间设计	70
(一) 员工餐厅空间设计	71
(二) 休闲、健身空间设计	72
(三) 卫生间空间设计	73
八、商业办公空间设计	75
(一) 银行商业办公空间设计原则	76
(二) 银行商业办公空间设计基本内容	76
(三) 联通营业大厅为例	78
(四) 商务写字楼大堂设计风格	78
九、现代铁路客运站候车室空间设计	79
(一) 现代铁路客运站候车大厅设计特点	79
(二) 现代铁路客运站候车大厅设计原则	80
(三) 现代铁路客运站候车大厅空间类别	81
(四) 铁路客运站候车大厅空间环境设计方法	82
十、展示空间设计	84
(一) 展示空间表现的手法与形式	84
(二) 展示空间人物的流动	84
(三) 展示空间展品的流动	84
(四) 展示空间展具的流动	85
(五) 展示空间空间流动	85

第三部分 办公空间建筑物装饰外观设计

一、办公建筑基本概念	88
-------------------------	----

二、建筑物装饰外观设计理念	88
(一) 绿色建筑设计理念	88
(二) 现代文化设计理念	88
三、建筑装饰材料在建筑物装饰外观设计的应用	89
(一) 可适用装饰建筑外观装饰材料主要分类	89
(二) 按建筑幕墙的面板材料工艺分类	89
(三) 按幕墙施工方法分类	90
(四) 新型幕墙(功能式)分类	90
四、装饰材料和外观设计的结合	91

第四部分 居住空间设计

一、起居室空间设计	97
二、卧室空间设计	100
(一) 空间布局要平淡稳重	100
(二) 家具造型宜规整	100
(三) 墙面、吊顶宜简洁大方	100
(四) 照明宜平淡中见温情	100
三、书房空间设计	101
(一) 书房的设计理念	101
(二) 书房的设计风格	101
(三) 书房装修四要素:明、静、雅、序	101
四、餐厅、厨房、洗手间空间	102
(一) 餐厅空间装修设计	102
(二) 厨房空间设计	103
(三) 卫生间空间设计	104
后记	106





第一部分 宾馆酒店空间设计

GAESTGIVERIET HOTEL
SPACE DESIGN

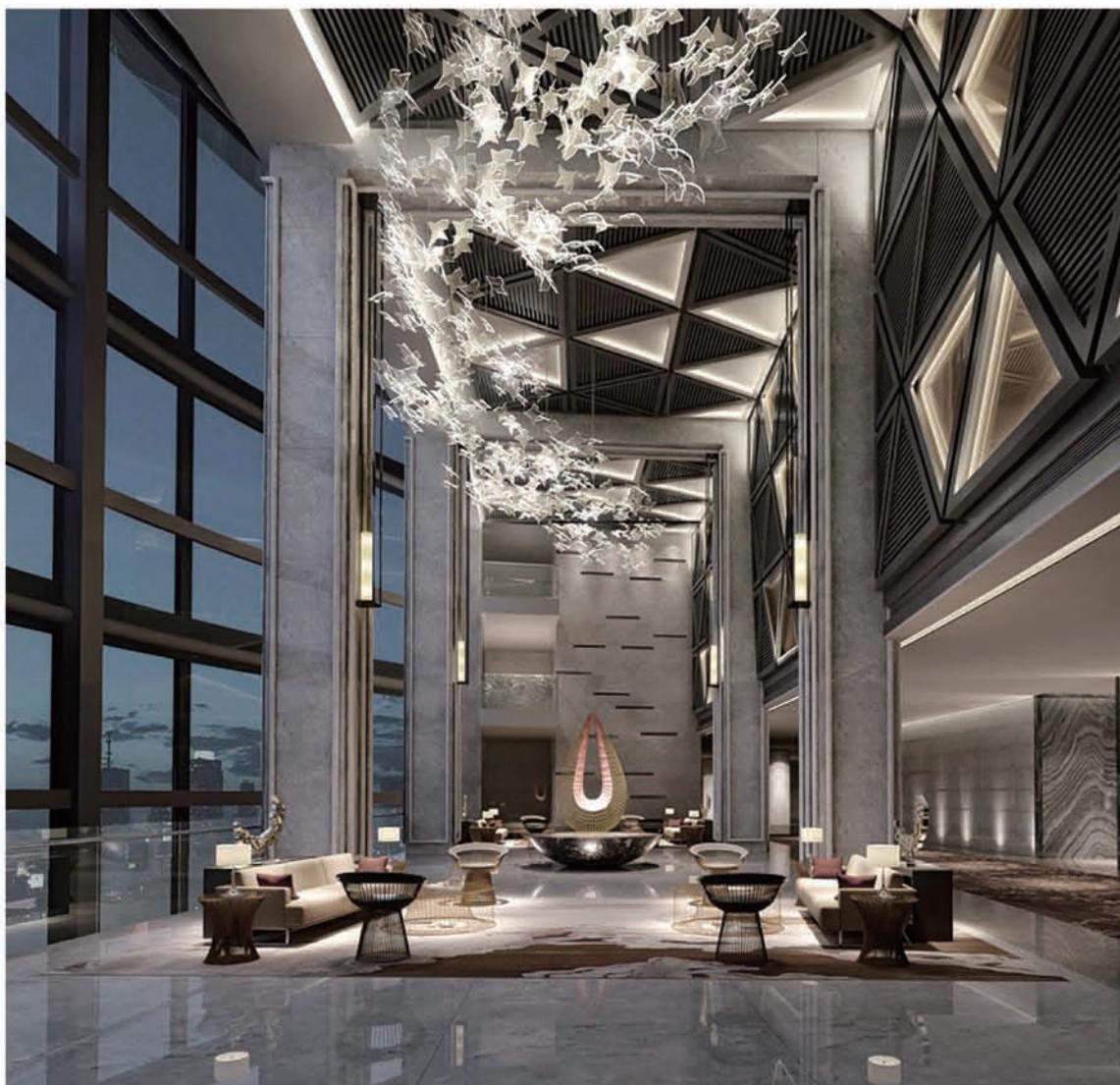
一、宾馆酒店空间设计

宾馆酒店空间是指公用建筑或建筑群中，在建筑实体内部的一种开放的公共空间，是人们进行公共交往活动的室内开放性场所。同时，也是人类群体之间公共交往活动和信息交流的重要场所。

宾馆酒店空间包括大堂、门厅过厅、餐饮娱乐、康健休闲、观演会议、住宿等六大子空间。宾馆酒店空间室内设计的优劣直接关系到人们社会活动、休闲行为的质量，关系到人们对于室内公共空间设计在满足使用功能的基础上满足精神功能（审美取向、环境氛围、文化品位等）的需求。

随着时代与科学技术日新月异的进步，宾馆酒店空间室内设计从设计构思、施工工艺、材料配置到内部设施等，都已经与社会的物质技术条件、社会文化和精神生活等紧密联系在一起。在空间组织和处理手法上，也反映了时代的社会哲学、社会经济、美学理念及地域民风的构思特征。总之，运用技术、艺术为人们创造出科学、合理、适用、美观，体现现代建筑文明与进步，并作用于人的生活理念和行为，符合社会文化生活特征的理想室内时空环境，构成宾馆酒店空间设计的内涵。也就是说，设计要遵循以人为本、以人为中心的原则，通过对生理和心理的正确认识，使环境因素适应人类活动的需要，为人们提高良好的物质和精神生活条件，建立有益于人身心的健康的环境。

随着社会不断进步与发展，现代宾馆酒店空间设计呈现以下几个新趋势：1.回归自然化；2.整体艺术化；3.高度现代化；4.高度民族化；4.服务方便化等。



（一）大堂设计与基本功能划分

酒店的大堂是酒店在建筑内接待客人的第一个空间,也是使客人对酒店产生第一印象的地方。在酒店设计中,只依靠材料和装饰语言来表达设计的设计师是没有发展的,而这种错误也最容易在设计大堂的时候发生。酒店设计师,应该是一种特定生活质量和现代交际环境的创造者,从这个意义上说,他或她既要不断积累大量的生活体验,又要懂得这类事情涉及到的所有设计细节。

1.酒店入口

酒店大堂设计是酒店空间设计的重点区域,它是客人来往的必经之地,大堂的主要区域为入口、总服务台、休息区、公共洗手间等。大堂是酒店对外展示的橱窗,大堂形象也就成为酒店形象的浓缩与升华。酒店入口设计效果强调给客人以第一视觉冲击,同时让客人感到尊重礼遇。酒店入口及门厅也是酒店形象的标志,对品牌营销非常重要。它们的风格与酒店空间整体风格是一致的,大致分为现代式风格、庭院式风格、古典式风格、棚架式风格等。

2.总服务台

酒店总服务台装修材料的性能上多为经久耐用而又不失华贵,由于其使用频率高,因此材质为高级硬木、大理石、花岗岩、高性能的聚酯化合物居多。颜色上以黑、棕灰色居多,给客人以可信赖的感觉。酒店总服务台是酒店对外服务的窗口和中心枢纽,在大堂中,位置最为醒目突出,设计得好坏,材料的质感直接影响着酒店的形象。

3.前台与服务

(1)前台是大堂活动的主要焦点,向客人提供咨询、入住登记、离店结算、兑换外币、转达信息、贵重品保存等服务。

(2)前台的电脑要可以随时显示客人全部资料,包括预订、入住、押金、个人资料、离店、店内消费记帐等;平均50-80间客房设立一部前台电脑。

(3)前台可以设置为柜式(站立式),也可以设置为桌台

式(坐式);前台两端不宜完全封闭,应有不少于一人出入的宽度。

酒店大堂设计装修决定着酒店的品牌形象,但是酒店的经营确是酒店的核心及形象的延续,因此如何做到尽善尽美才是通往成功的核心学问!

4.休息区

酒店休息区设计主要根据其功能来决定的,休息区的主要功能是客人往来酒店时的等候、休息、或约见店外人士时的需求,也是旅游团队的活动集散场所,所以设计上它要求舒适,相对不受外界干扰。休息区的整体色调大方、富丽。现在比较流行中西结合的布置。

对酒店设计者来说,大堂可能是设计工作量最大,也是设计含金量最高的空间。功能细节之多,尤其不能忽视。

5.交通流程

(1)客人步行出入口。

(2)残疾人出入口。

(3)行李出入口。

(4)团队会议客人独立出入口。

(5)通向酒店内外花园、街市、紧邻商业点、车站、地铁、街桥或邻近另一家酒店的,各个必要的出入口,以及相应的台阶、坡道、雨篷和电动滚梯。

(6)通过店内客用电梯厅和客房区域的流程。

(7)从主入口和电梯厅直接通向前台的流程必须宽阔、无障碍。

(8)通向地下一层或二层“重要经营区域”的楼梯或电动滚梯。

(9)通向大堂所有经营、租赁、休息、服务、展示区域的流程。

(10)服务、管理人员需要的各个必要的、尽可能隐蔽的出入口、楼梯和电梯。

(11)可能与总体布局有关的货物、设备、员工、布草、送餐与回收垃圾出运流程。这些流程不能与客人流程((1)项至(9)项)交叉或兼用。





（二）酒店大堂设计装饰的类型

1. 古典类型

这是一种具有浓厚传统色彩的设计装饰类型，大堂内古董般的吊灯、精美的古典绘画以及造型独特的楼梯栏杆，让客人感受到大堂空间的古朴典雅。随着各种新材料如亚光漆、彩色金属板和压纹定型板等的应用，酒店大堂古典式设计装饰有了新的生机。

2. 庭园类型

其设计装饰引入山水景点与花木盆景，素有“庭中公园”的美称。如在大堂内利用假山、叠石让水自高处泻下，其落差和水声使大堂内变得有声有色、动静结合；或者在大堂的一角，种植大量的热带植物，设置小巧的凉亭与瀑布，使大堂空间更富自然山水的意境。在设计装饰庭园式大堂时，应注意确保整体空间的协调，花木搭配与季节、植物习性等自然规律相符，假山体量、溪涧宽窄应与空间大小相称等。

3. 重技类型

其设计显露出严谨的结构、粗实的支柱。如美国的希尔顿酒店的大堂，设置了用几十根金属管组成的高大雕塑，并以金黄色喷涂其表面，使整个大堂空间充满了生机和活力，营造出迎候八方来客的浓郁氛围。

4. 现代类型

这类大堂设计装饰追求整洁、亮敞、线条流畅。如大堂顶面球形和地面圆形图案互相呼应，再配以曲面墙壁与淡雅的色彩，大堂顶面设计有如星星闪烁的灯光，让客人犹如身临太空，情趣无穷；若再辅以玻璃、不锈钢和磨光花岗岩等反光性强的材料装饰的通道，更显得玲珑剔透，充满了现代感。



（三）酒店大堂设计依据

1. 酒店的形象定位

酒店大堂设计越来越注重突出酒店的整体形象，而酒店的形象定位本身已随着市场的竞争出现了巨大的变化。从20世纪70年代开始，以塑造和传播酒店形象为宗旨的CI(Corporate Identity)定位盛行于酒店业；90年代后，以宾客满意为宗旨的CS(Comsumer Satisfaction)定位更是名震海内外。而最新的CL(Customer Loyalty)以建立宾客忠诚为战略的定位更是日益受到酒店的青睐。例如，白城市心悦城酒店开大堂服务设计，大堂已成为商人洽谈生意，新闻界收集信息，社会名流聚会、闲坐、聊天消磨时光的好场所。酒店大堂就如一块磁铁，将各路宾客源源不断地吸引进来，酒店一年的总营业收入中几乎有25%是来自于经常惠顾的忠实客人。可见其大堂设计的独特品位与其特有的经营理念、精美的饮食、细致高雅的服务，并为客人带来实际利益等是赢得大批国内外忠诚客人的秘诀所在。

2. 酒店的投资规模

酒店的投资规模一般用所拥有的客房的总间数来衡量，按照惯例，1000间以上往往被视为特大型酒店；500-1000间可视为大型酒店；200-500间可视为中型酒店；200间以下为小型酒店。在确定酒店大堂设计方案时，应考虑大堂的面积和空间；而大堂的建筑

面积又与酒店客房间数之间有一定的比例关系，约为0.4-0.8平方米/间，即每间客房应占有0.4-0.8平方米的大堂面积。酒店每标准客房的平均建筑面积应由其所属星级而定，并视其形象定位、经营特色、规模标准等因素加以调整。

3. 酒店的建筑结构

酒店的建筑结构是酒店大堂设计时依据的主要因素，它不仅关系到大堂空间的舒适度、各功能设施的布局、内外景观的再现等，还关系到酒店大堂的能源消耗、消防安全以及人流路线的顺畅和大堂特色氛围的营造等。酒店的建筑结构一般有塔式、板式与内天井式三种。随着环境科学和行为科学的发展，酒店大堂设计在解决使用功能的同时，还应注重突出精神功能，满足客人的精神需求。

4. 酒店的经营特色

酒店的大堂设计也应应以酒店的经营特色为依据，设计效果应能充分显示和烘托酒店的特色。惟有特色，才是酒店的核心竞争优势。千万不可盲目仿效或尾随其他竞争酒店，吸取他人成功的经验是重要的，但只能是技术上的借鉴，而不应是风格上的雷同，“似曾相见”的设计效果应加以避免。总之，无论酒店的大堂设计风格是现代还是古典，都应在满足客人品位的同时又充分体现功能性，为客人提供良好的服务才是至关重要的。

（四）酒店大堂设计原则

酒店大堂设计的理念，应是遵循酒店的经营理念。在“以客人为中心”的经营理念下，酒店大堂设计注重给客人带来美的享受，创造出宽敞、华丽、轻松的气氛。而在“力求在酒店的每寸土地上都要挖金”的经营理念下，酒店开始注意充分利用大堂宽敞的空间，以开展各种经营活动，如曾作为酒店业典范的北京建国酒店，就充分利用大堂空间，开展餐饮经营活动，并取得了良好的经济效益。因此，酒店大堂设计理念由酒店的经营理念而定，它将决定大堂的整体风格和效果，其设计原则有：

1. 满足功能要求

功能是大堂设计中最基本也是最“原始”的层次。大堂设计的目的，就是为了便于各项对客服务的开展这一实用功能，满足其实用功能，但同时又让客人得到心理上的满足，继而获得精神上的愉悦。

除此以外，大堂空间的防尘、防震、吸音、隔音以及温湿度的控制等，均应设计时加以关注。因此，大堂设计时，应将满足其各种功能要求放在首位。

2. 充分利用空间

酒店大堂的空间就其功能来说，既可作为酒店前厅部各主要机构（如礼宾、行李、接待、问讯、前台收银、商务中心等）的工作场所，又能当成过厅、餐饮、会议及中庭等来使用。这些功能不同的场所往往为大堂空间的充分利用及其氛围的营造，提供了良好的客观条件。因此，大堂设计时，应充分利用空间。



3. 注重整体感的形成

酒店大堂被分隔的各个空间，应满足各自不同的使用功能。但设计时，若只求多样而不求统一，或只注重细部和局部装饰而不注重整体要求，势必会破坏大堂空间的整体效果而显得松散、零乱。所以，大堂设计应遵循“多样而有机统一”的要求，注重整体感的形成。

大堂整体感的形成可从下列几个方面考虑：

(1) 母题法

即在酒店大堂空间造型中，以一个主要的形式有规律地重复再现而构成一个完整的形式体系。它犹如音乐中的主旋律，虽然经过各种不同的变奏，但音乐的基调是不变的，自始至终保持了曲子的和谐和完整性。如上所述的香山酒店，母题的重现形成了建筑空间的主旋律，并渗透到各个大小空间中，使其在多样变化的不同空间中显得并不散乱，相反，整体感却十分强烈。

(2) 主从法

构成大堂空间造型的要素有：体重，如大小、轻重、厚薄等；材质，如软硬、粗细、光泽、透明度等；形，如曲直、方圆等；色，如对比、调和等；光，如明暗、虚实等。这些要素在设计时应有主有从，主次分明，而不应面面俱到、平均使用的。若把握不住主从关系，就难以形成大堂空间的整体感。较为成功的做法有：

- ① 着重体现大堂的奇特造型；
- ② 大胆展示大堂的材质、肌理的美感或现代科技成果；
- ③ 通过光的运用让大堂充满迷离的气氛；
- ④ 让色彩统帅整个大堂空间；
- ⑤ 将某一风格、流派或样式贯穿整个大堂空间。

(3) 重点法

突出大堂内重点要素，不失为形成大堂空间整体感的有效途径。在大堂空间中，被重点突出的支配要素和从属要素应“友好相处”、“和平共存”，没有支配要素的大堂将会平淡无奇而单调乏味；但若有过多的支配要素，又将会杂乱无章而喧宾夺主。

值得注意的是，重点被突出的程度也应考虑。一旦重点要素已经形成，则应采取恰当的手法使从属要素能起到突出重点要素的作用。因此，大堂重点要素的处理，应既得



到足够的重视而又有所克制；不应在视觉上压倒一切或排斥一切，从而使它们脱离大堂整体，破坏大堂整体感。

(4) 色调法

所谓色调法，即以构成空间的基本色调，来统一空间的造型。但它应和一定的气氛相联系，如热烈的、温暖的、柔和的、庄重的、活泼的、清淡的或轻松的等等。通常，色调法可分为对比法和调和法两大类，用这两种方法可变化出千差万别的色调来。不过，对比并非指不同色彩的简单相映衬，而是仍存在着一定的主从关系，要能使空间统一中蕴含着变化；而调和，则最易使大堂空间形成整体感，且色调也最易统一，即使有变化，也只是同类色之间的协作关系。

(5) 风格与特色

大堂，作为客人和酒店活动的主要场所，无论功能要求，还是空间关系，比起其他场所来，设计时都要细致得多、复杂得多。如何在大堂设计中做到统一而非单调，丰富而非散乱，应遵循的另一原则就是，力求形成自己的风格与特色。

设计时，除理性分析外，还应借助于形象思维。比如，抓住酒店建筑结构及大堂空间特点等因素，来确定酒店大堂的设计主题，并以现代技术将其表现出来。如果我们过分注重使用功能上的不同，则往往会概念先行；而如果过分注重空间的视觉效果，便常常会忽略大堂本身的主角——人。因此，设计中应多点“人间烟火”，少点喧宾夺主，尽管大堂“效果”似乎因此而有点弱化，但它更接近生活本身。