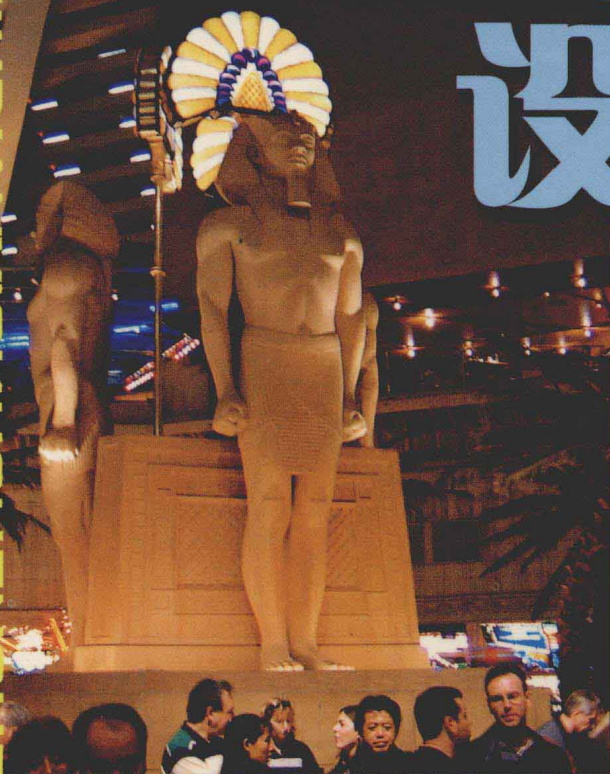


小型商业空间设计图集

古棕 编著

酒店艺术陈设品 设计与制作

JIUDIANYISHUCHEHENSHETIYUZHIZUO



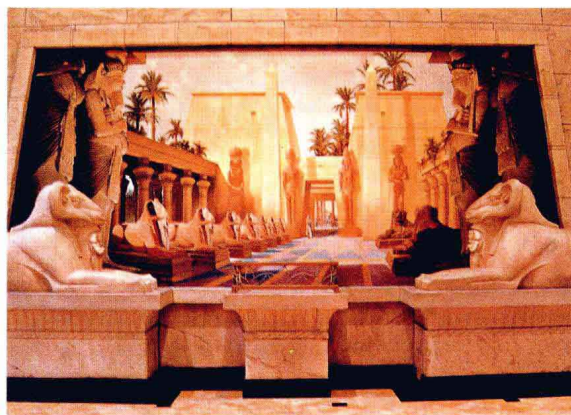
天津人民美术出版社(全国优秀

出版社)

小型商业空间设计图集

酒店艺术陈设品 设计与制作

古棕 编著



天津人民美术出版社 / (全国优秀出版社)



作者近照

作者简介

古棕 高级工艺美术师

学历:

1985—1987年在解放军艺术学院美术系油画专业学习。

1992—1996年在俄罗斯圣彼得堡列宾美术学院学习获硕士学位。

工作经历:

1978—1987年参加中国人民解放军,在部队从事美术宣传工作。

1987—1992年在中央工艺美术学院基础部从事教学工作。

1996—1998年在北京国安五龙国际拍卖有限责任公司负责油画鉴定。

1997年至今受聘于北京大学艺术学院,副教授。

1998—2004年在北京三似伍酒店设计公司任技术总监。

图书在版编目(CIP)数据

酒店艺术陈设品设计与制作 / 古棕著. —天津: 天津人民美术出版社, 2005. 1
(小型商业空间设计图集)
ISBN 7-5305-2682-0

I. 酒... II. 古... III. ①饭店—陈列设计②饭店—陈列品—制作 IV. J525

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第113372号

天津 人民美术出版社 出版发行

天津市和平区马场道150号

邮编:300050 电话:(022) 23283867

出版人:刘建平 网址: <http://www.tjrm.com>

天津海顺彩色印刷技术开发有限公司印刷 新华书店 天津发行所经销

2005年1月第1版

2005年1月第1次印刷

开本:880 × 1230 毫米 1/20 印张: 2

印数:1-3500

版权所有, 侵权必究

定价:14.80元

目 录

一 案例分析：

1. 中国山东东营宾馆艺术陈设品的设计（四星级政府接待型酒店）_____ 2
2. 西班牙巴塞罗那 AC 外交酒店艺术陈设品的设计（三星级商务型酒店）_____ 3
3. 美国拉斯维加斯卢克索酒店艺术陈设品的设计（五星级旅游度假型酒店）_____ 4
4. 中国内蒙古呼和浩特假日酒店艺术陈设品的设计（四星级旅游度假型酒店）_____ 5



二 酒店艺术陈设品的设计与制作：

1. 制定设计方案_____ 6
2. 甲方确认设计方案_____ 6
3. 制作完成与工厂验收_____ 6
4. 运输包装及现场安装_____ 6



三 图例：

1. 大堂中的艺术陈设品_____ 8
2. 餐厅中的艺术陈设品_____ 21
3. 走廊和客房中的艺术陈设品_____ 27
4. 桑拿洗浴中心的艺术陈设品_____ 32



酒店艺术陈设品设计与制作

在浩瀚的世界历史文化长河中,每个人生存的时间是那么的短暂,知识量又是那么的有限,所以我们渴望学习我们不知道的东西,渴望了解我们文化的由来和发展的未来。那么在当今这个万象更新的时代里,我们每时每刻都会产生对新知识的渴望和需求,怎样来满足人们对传统文明和现代文明的兴趣,是应该研究的课题。我们将人们居住的酒店作为文化藝術传播的载体,使部分人在衣食住行中感受到灿烂辉煌的世界文明中有着无穷无尽的艺术魅力。

纵观酒店世界里,从功能上区分,包括商务型酒店、旅游度假型酒店和政府会议接待型酒店;从文化角度上区分,又有历史文化酒店、政治文化酒店和地域型文化酒店。那么在现实生活中往往文化内容要为功能服务,为社会服务,两者也不是孤立的服从,而是互相调节、互相渗透,酒店投资经营者对艺术陈设品配套投资越大,酒店的档次越高。现在酒店业流传着这么一句话:一星看方便,二星看卫生,三星看舒适,四星看豪华,五星看文化。这当然不十分准确,但它说明文化可以让酒店上档次!出品位!随着时代的发展要排除一个认识上的误区,那就是在相当一部分酒店经营者眼中,认为文化艺术品只是四五星级酒店拥有的标准。其实不然,二三星级酒店文化定位成功,也会带来可观的经济效益。山东济南市的舜耕山庄饭店建于1985年,它树立了三星级酒店好的文化定位样板。从酒店的建筑外观到大堂的主题性壁画,再到通往亭、台、楼、阁途路上的艺术陈设品,以至细化了客房内墙面、桌上的陈设品,都融会在大舜文化当中,使客人从进入酒店开始,都在无时无刻地感受历史的悠久和文化的博大精深。

酒店不论大小对艺术品配套投资都是有限的,关键是怎样根据具体情况,因地制宜,妙用、巧用,用尽可能少的投入,制造出画龙点睛的效果,充分体现出整个酒店的文化脉络来。目前国内酒店流行于适应我国现阶段的做法是:大堂、西餐厅、中餐厅、咖啡厅、多功能厅等公共区域采用艺术品原作,而在客房、客房走廊、卫生间等处则采用印刷复制品,其目的是为了合理地使用资金,烘托气氛,展示出酒店里应有的几个亮点和变化来,更有效地调节住店客人的兴趣和心理需求。但同时也要注意,商务酒店和旅游度假型酒店的根本区别。商务酒店通常在交通便利处或毗邻金融贸易中心,出行、起居、餐饮都要讲究方便和快节奏。它的特性就适合于轻松、简单、喜庆、明快的艺术陈设。而旅游度假型酒店则不同,它们往往处于风景秀丽、名山大川、空气清新之地,讲究有文化内涵,有历史人文景观,留得住人,所以艺术陈设要有深度和耐人寻味的特点。

酒店中的“文化”包括地域文化、民族文化、历史文化……它的合理定位如同一条主线贯穿始终。在经济日益发展、国际交流日趋频繁的今天,酒店作为一个城市的心脏,一个引人注目的社会活动的聚焦点,它所提供的不仅仅是良好的设施、诚挚的服务;也不仅仅是节日欢宴、会议;更重要的应是一个文化交流、展现文化特色的空间。一些酒店经营的管理者都对酒店中的艺术陈设品越来越重视,但却给予了简单的定义,并和一般的独立艺术品等同起来。其实不然,它们之间的差距

实际不小。独立的艺术作品只有“自我”而没有他“人”。它是强烈的个性张扬或是孤芳自赏。题材、尺度、色调通常与一个特定的环境无关。而怎样在酒店大堂、四季厅、中西餐厅、会议中心、客房区等有效空间里合理设计安排好艺术陈设品的位置、题材、尺度、材质和色调,这就是我们要做的“酒店艺术环境设计工作”。

在大堂,我们会用一些大型的壁画、雕塑和装置艺术的语言来反映酒店所处的地理位置、城市的历史文化以及酒店所属的行业和背景等内容;同时还将融入企业文化的象征寓意。这些大型的艺术作品往往是酒店文化的主题,构思完整,寓意深刻,可以抽象,也可以具象,有时就像一部文学著作,可以给宾客带来思考,引起客人的兴趣。在四季厅、中餐厅、西餐厅,我们将安排一些轻松、优雅、安静的艺术作品或绿化植物给予点缀,我们说“点缀”,意图是不要让这些陈设品过于“抢目”,而是以安静的“方式”成为第二层次或者第三层次,

使客人感到有一种墙上不空却似有非有的朦胧。在商务中心、会议厅,我们安排一些有办公特点的、高效快节奏的图片或装饰画来布置墙面,使客人感到工作的气氛和环境。在客房,我们根据不同档次的客房选择不同趣味的艺术品来陈设布置,这些不大的艺术品加上装饰和照明,足以让客人体味客房的种种标准。当然,豪华套房也会出现功能上的不同要求,例如:书房、客厅、卧室、夫人房、卫生间等不同区域按不同要求来设计布置。在健身中心,我们会安排一些轻松、活泼、快节奏的图片和饰物来布置装点,有时可以强烈些,刺激点,诱发活力。在桑拿洗浴中心,根据接待前区、更衣区、湿区、休息区、按摩区、贵宾包房等各区域特点,布置一些轻松浪漫的壁画或精致小巧的艺术陈设品,会有不错的效果。在男女卫生间,我们可以安排一些精美但较小的艺术品并配置上目的性照明达到装点的效果。

一、案例分析:

我们将通过四个案例来具体分析艺术陈设品在酒店文化中的作用。

1. 中国山东东营宾馆艺术陈设品的设计(四星级政府接待型酒店)

下面的例子将重点研究酒店文化艺术脉络的定位与酒店类型的关系:

2000年12月山东省东营宾馆三号贵宾楼的艺术陈设品需要

图1



重新配置,首先需要了解东营的地理位置和人文景观。东营位于黄河的入海口,有正在开发的黄河三角洲油气田,也有良好的天然湿地保护区。东营宾馆是政府接待型宾馆,三号楼是贵宾楼,定位在四星级标准。根据那里的风土人情和历史文献等资料,我们将其设定在地域文化型政府接待酒店。文化的脉络一定要大气、庄重、雄浑,表现出山东人民的豪爽之气。由此,策划在贵宾楼大堂的两侧,绘制高2.3米,宽6.9米的黄河系列组画《黄河日歌》和《黄河月歌》(见图1)。

《黄河日歌》描绘了黄河的上游,中华民族的发源地,金黄的暖色调、汹涌澎湃的气势象征着我们中华民族有着悠久的文化传统和不屈不挠的民族气节。《黄河月歌》描绘了黄河的下游,波涛渐缓步入东海,融入世界。青蓝的冷色调、阴柔秀美的景色,象征着我们中华民族更具有细腻的情感和丰富的情怀。2001年5月,东营宾馆三号贵宾楼正式开业,黄河系列组画《黄河日歌》和《黄河月歌》与贵宾楼大堂气氛遥相辉映,既有对比又相互协调,得到了所有嘉宾的称赞,雄浑、庄重、大气的精神得到了体现。省委、市委领导都给予了赞誉。当然陈设的重点不仅仅是大堂的壁画本身,而是要将大堂壁画点出的文化脉络加以延伸,在一层的会见大厅门口处配置了传统漆画工艺六扇座屏,正反两面分别是王羲之的书法和王希孟的《千里江山图》,由此与大堂壁画一起烘托出中华民族优秀的文化传统(见图2)。根据区域功能的要求,将西餐厅定位在古埃及风格(见图3),中餐厅定位在江南苏州园林风格(见图4),总统套房定位在法国路易十四世风格,四季厅定位在马来西亚风格上(见图5),这些都较好地体现了异域文化的特点,使得宾馆内处处风格多样,移步换景、相得益彰,让住店客人流连忘返,一时贵宾楼生意火爆。

文化艺术型酒店是国际化的需求,是酒店业发展的大趋势、大方向,人们在解决了衣、食、住、行后,开始讲究起环境的好坏,格调的高低,是不是环保型等一系列问题,为专业酒店设计提出了新的要求。

2. 西班牙巴塞罗那AC外交酒店艺术陈设品的设计(三星级商务型酒店)

西班牙巴塞罗那AC外交酒店是一个典型的三星级、现代艺

图2



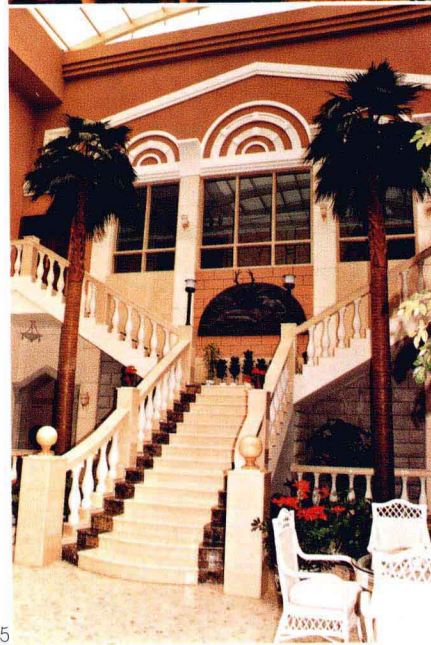
图3



图4



图5



术感强的商务酒店，酒店文化的主脉是：天地、人、自然物。提倡的精神是：简洁、返朴归真，追求人与自然的和谐关系，讲究以人为本，处处体现着人文关怀。在 AC 外交酒店的大堂中央放置了八把具有简洁造型的沙发凳，沙发凳以合适的设计尺寸，给客人们带来了舒适感。它位置的设定既美化了大堂环境，又方便了客人们的休息，真是恰到好处（见图 6）。在酒店大堂休息区的墙面上安排了两幅以宇宙星球为主题的丙烯画，点到了酒店文化的主脉上（见图 7）。大堂休息区的台面上放置了装有象征意义的自然物：石子、竹节和大豆（见图 8）。这样在酒店大堂里，以人为主体的，以星球、自然物为客体产生了呼应关系，这也就是西班牙巴塞罗那 AC 外交酒店文化定位的成功之处。在酒店的大堂吧、二层快餐厅无不体现出这种人与自然的韵律关系，同时又不乏明显的商务酒店特性，会见、洽谈的地方比比皆是，用餐也是非常方便快捷（见图 9、10）。西班牙巴塞罗那 AC 外交酒店，以设计简洁的手法，天地、人和自然的主题，现代的艺术形式，交通便利的地理位置，服务周到的商务特性享誉全球。

3. 美国拉斯维加斯卢克索酒店艺术陈设品的设计(五星级旅游度假型酒店)

美国拉斯维加斯卢克索酒店是一座仿古埃及文化的五星级旅游度假型酒店。美国拉斯维加斯以旅游博彩业为世界之最，那里每年都有大量的游客从世界各地到来。针对这种特殊的地理位置，1993 年 10 月在美国拉斯维加斯开业的卢克索酒店，以再现古埃及文明的手法，豪华的装修风格，享誉旅游度假业。当我们进入酒店的大堂时，一种朦胧的目的性照明把我们带入远古的卢克索神庙（见图 11、12），酒店总服务台背景墙上大幅反映古埃及宫廷中生活场面的壁画，加上总服务台及台灯的造型纹饰完整地烘托出灿烂辉煌的古埃及文化气氛（见图 13）。在酒店大堂的走廊和电梯厅里，都摆有古埃及风格的玄关摆台，酱红的饰面和金色纹样相间，产生出一种富贵华丽之感（见图 14、15）。在地下自助餐厅里，也有许多反映古埃及文化的雕塑、建筑柱头等艺术陈设品（见图 16、17）。在酒店中还有古埃及文化的礼品店、百货购物中心、文化艺术长廊等区域，与其它酒店之间也有免费的电气火车相连，配套设施十分的完备，博得了游客们的好

图 6



图 7



图 8



图 9



图 10





图 11

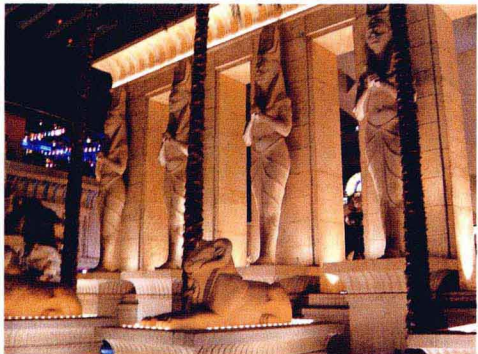


图 12



图 13



图 14

评。卢克索酒店在美国拉斯维加斯独放光彩引人注目。

4. 中国内蒙古呼和浩特假日酒店艺术陈设品的设计(四星级旅游度假型酒店)

2003年8月内蒙古呼和浩特假日酒店艺术陈设品配置合同签订了,我们根据假日酒店的经营特点,以旅游、休闲、度假为目的,同时也征得投资方认可。以抽象轻松的画面为主反映时尚,以欧式纹样为辅产生洋气。把握住整个酒店艺术文化的脉络,既时尚又洋气。我们在大堂休息区、自助西餐厅墙面、总服务台背景墙面安排了有时代感的抽象丙烯画(见图18、19),在大堂的尽头我们安排一组具有欧式风格的摆台,起着强化洋气的作用(见图20),在大堂吧我们安排多组绿化盆栽及人造仿真绿化墙,烘托休闲、度假的气氛(见图21),在桑拿洗浴中心,我们也设计了三组欧式人体雕塑及多组欧式玄关摆台,配置了绿化盆栽植物,较好地实现移步换景,风格多样,既时尚休闲又洋气,有异域文化感。2003年10月18日开业以来,多次受到自治区领导的表扬,区旅游局在呼和浩特假日酒店召开了“酒店设计规划研讨会”把假日酒店作为酒店设计的先进单位进行了推荐。经过近十年的摸索总结,使我们认识到

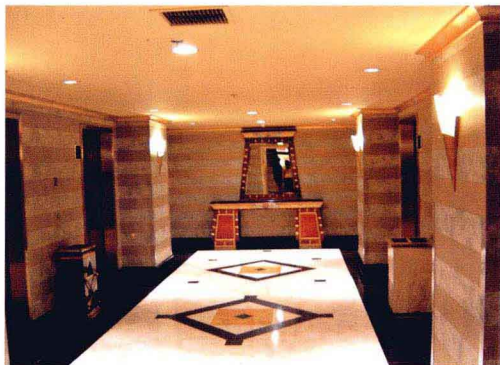


图 15

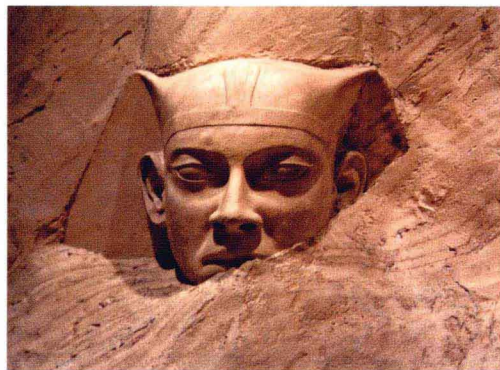


图 16



图 17

艺术陈设品在酒店中起着画龙点睛的升华作用，是酒店的精髓，如果能够根据各区域功能的不同，合理的设计，巧妙的安排，它将使得酒店既富丽堂皇又像座博物馆一样有着丰富的文化内涵，容纳古往今来的艺术珍品给住店客人以美的享受。

二、酒店艺术陈设品的设计与制作：

1. 制定设计方案

经甲方（投资人）同意，签订委托酒店艺术陈设品设计与制作合同书，我们要根据酒店的投资背景、建筑风格、室内装饰语言找到艺术陈设品的设计元素，以设计元素扩展为若干个文化脉络方案与甲方（投资人）进行沟通，征求他们的意见，选取一个或两个方案进行修改完善，再次与甲方（投资人）沟通继续征求他们的意见。

2. 甲方确认设计方案

经甲方（投资人）确认的方案，一定要有甲方（投资人）的签字或盖公章，否则不能履行合同开始制作。经甲方确认的方案还要包括造价、工期、材质等内容。造价包括总价和付款方式，预付款的百分比，进度款的百分比，尾款的百分比。工期包括制作期、验货期、安装期。材质包括树脂、丙烯、锻铜、铸钢等。待拿到盖有公章或签字的确认方案后，可以开始履行合同做起来了（见图22）。

3. 制作完成与工厂验收

制作完成后，请甲方来厂验收。根据甲方确认的设计方案，进行各项验收工作，验收完毕后，可根据合同文本的付款方式结算进度款。当验收不合格时，要查找原因，与甲方（投资人）及时沟通商量解决办法，是否重新制作，让甲方（投资人）满意为止。

4. 运输包装及现场安装

制作方应确保艺术陈设品的工艺质量及满足于运输装卸中不受损坏的优质包装。制作方收到甲方“进场安装通知”后，



图 18



图 19



图 20



图 21

制作方负责运货到现场。发货前,制作方应书面通知甲方到货时间、成品及数量。货到现场后,甲方组织到货验收,双方签署“到货核收单”。如果出现质量、规格与合同规定不符的情况,若属制作方责任,制作方应尽快负责免费更换或增补缺项部分,由此产生的费用制作方负责。货到现场核准后,制作方负责组织安装,安装人员要衣着整齐,测量精确,保持现场的卫生。往往艺术陈设品的安装是酒店开业的最后部分,一定要注意现场的成品保护,甲方(投资人)也应派专人到现场负责协调指导。安装结束,得到甲方(投资人)的认可后,可进行尾款的结算工作,至此酒店艺术陈设品的设计制作合同结束。



图 22

北方佳苑中餐厅

设计人: 张明

日期: 2008.7.1

(附委托设计与制作合同文本)

委托艺术设计制作合同书		公司设计加工艺术品明细表																																																																																																																																																																																														
甲方: ×××××××××× (简称甲方) 乙方: ×××××××××× (简称乙方) 一、项目内容: 1. 甲方委托乙方制作 ××××××× 酒店的艺术陈设品 × 项共 × 件。 2. 具体内容详见附件乙方《工程预算书》(附件 1)。 二、工程期限: 1. 自本合同签署之日起 × 个工作日内完成。 2. 工程包括: - 设计效果图 - 材料采购 - 设计与制作 3. 因甲方要求变更设计或增加工程内容所延误工期在工期相应顺延。 4. 甲方因延期付款造成乙方不能如期交付的,工期顺延。 三、报价及付款方式: 1. 总报价为: ××××××× 元(大写: ××××××× 元整),详见《工程预算书》。 2. 本合同签订时甲方应向乙方支付制作材料前期款 ××××××× 元(大写: ××××××× 元整),验收完工后甲方应支付余款 ××××××× 元(大写: ××××××× 元整),留 ××××××× 元作为一年的质保金,计 ××××××× 元(大写: ××××××× 元整)。 3. 工程中,甲方如有增加或变更要求涉及工程价格的变动,则应由双方另行签订《变更洽商书》或《合同补充协议》予以确认执行。 四、违约责任: 1. 乙方应确保艺术制作品的艺术质量及满足运输过程中不受损坏的优质包装。 2. 乙方应切实做好施工中的成品保护,如有破坏情况发生,乙方应在最短时间予以修复,工期不予顺延。		五、争议及违约: 1. 双方发生争议,应通过友好协商解决,协商不成可向工商行政管理部门经济合同仲裁委员会申请仲裁。 2. 任何一方如有违约,均应向守约方承担违约责任。 六、合同生效及附件: 1. 本合同书附件与合同具有同等法律效力。 2. 本合同正本一式 四份,甲乙双方各执一份。 3. 本合同自甲、乙双方签字盖章之日起生效。 (全文完) 甲方: _____ 乙方: _____ 日期: _____ 日期: _____																																																																																																																																																																																														
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>序号</th> <th>品名</th> <th>工艺及效果</th> <th>规格</th> <th>数量</th> <th>单价</th> <th>总价</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>6</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>7</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>8</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>9</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>10</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>11</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>12</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>13</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>14</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>15</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>16</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>17</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>18</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>19</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>20</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>21</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>22</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>23</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>24</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>25</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>26</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>		序号	品名	工艺及效果	规格	数量	单价	总价	1							2							3							4							5							6							7							8							9							10							11							12							13							14							15							16							17							18							19							20							21							22							23							24							25							26						
序号	品名	工艺及效果	规格	数量	单价	总价																																																																																																																																																																																										
1																																																																																																																																																																																																
2																																																																																																																																																																																																
3																																																																																																																																																																																																
4																																																																																																																																																																																																
5																																																																																																																																																																																																
6																																																																																																																																																																																																
7																																																																																																																																																																																																
8																																																																																																																																																																																																
9																																																																																																																																																																																																
10																																																																																																																																																																																																
11																																																																																																																																																																																																
12																																																																																																																																																																																																
13																																																																																																																																																																																																
14																																																																																																																																																																																																
15																																																																																																																																																																																																
16																																																																																																																																																																																																
17																																																																																																																																																																																																
18																																																																																																																																																																																																
19																																																																																																																																																																																																
20																																																																																																																																																																																																
21																																																																																																																																																																																																
22																																																																																																																																																																																																
23																																																																																																																																																																																																
24																																																																																																																																																																																																
25																																																																																																																																																																																																
26																																																																																																																																																																																																

三、图例：

1. 大堂中的艺术陈设品







