

# 酒店与酒店设计

王奕 著 WANG YI

HOTEL &  
HOTEL  
DESIGN



中国水利水电出版社  
www.waterpub.com.cn

酒店与度假村研究中心 HR 系列丛书



# 酒店与酒店设计

HOTEL & HOTEL DESIGN



# 酒店与酒店设计

酒店与度假村研究中心

HR 系列丛书

## HOTEL & HOTEL DESIGN

王奕 著 WANG YI



中国水利水电出版社

[www.waterpub.com.cn](http://www.waterpub.com.cn)



策划编辑：李 亮

加工编辑：吉鑫丽

书籍设计：西建平

图书在版编目 (CIP) 数据

酒店与酒店设计 / 王奕著. 北京: 中国水利水电出版社, 2006

(酒店与度假村研究中心系列丛书)

ISBN 7-5084-3526-5

I. 酒... II. 王... III. 饭店-建筑设计

IV. TU247.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 001456 号

酒店与度假村研究中心系列丛书

酒店与酒店设计

王奕 著

中国水利水电出版、发行 (北京市西城区三里河路 6 号)

电话: (010)63202266 683202266 (营销中心)

北京佳信达艺术印刷有限公司印刷

787 × 1092mm 12 开本 20.5 印张 399 千字

2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

印数: 0001-3300 册

定价: 135.00 元

版权所有 侵权必究

如有印刷质量问题, 可寄中国水利水电出版社营销中心调换 (邮政编码: 100044)

网址: [www.waterpub.com.cn](http://www.waterpub.com.cn) E-mail: [sales@waterpub.com.cn](mailto:sales@waterpub.com.cn)

# 序言

认识王奕有很多年了，这次受他之邀提笔写序，心中颇有感触。我喜欢欣赏设计，对此道却属外行，但作为旅游业内的老战士和作者的朋友，我倒是觉得这本书出版得挺及时。因为这么多年来已经有数不清的故事告诉我们，酒店的专业化设计对酒店来说实在是太重要了。为此，我觉得更有必要先介绍一下本书的作者王奕和他的“345”。

“345”的全称是“北京三似伍酒店设计顾问有限责任公司”，也称“345酒店设计研究中心”，是我国第一家旅游酒店业的专业设计机构，于1998年1月正式成立。据说“345”就是3星级、4星级、5星级的意思，创建者就是王奕。由于定位独特而专一，几年来已经形成了越来越明确的研究方向和一支经验丰富的、由中外籍建筑师和室内设计师组成的骨干设计队伍，特别是在全国旅游饭店行业内受到了普遍的认同和赞誉，并且已为超过100家饭店完成了设计和工程顾问项目。作为一个年轻的公司，在短短7年中取得这样的成绩，确实是难能可贵的。

我去“345”的机会不多，但每次走进公司大门，就被一种充满艺术氛围的工作环境所吸引。那些井然有序、明丽整洁的设计室，那些优美高雅的艺术收藏品，那些分隔整齐的设计工作单元，以及与众不同的会客厅、咖啡厅、出图中心……使人初到伊始便产生了深刻的印象和一种信服而实在的感觉。说实话，这种感觉很好。

有一次与王奕聊起他的个人成长经历，得知他在1974年就被他当时工作的北京汽车制造厂选送到清华大学，学习机械工程专业，那时候叫工农兵学员。2年多的学习给从小酷爱美术且颇有功底的他打下了工程专业的的基础。1979年，王奕考入中央工艺美术学院（现在是清华大学美术学院），攻读建筑室内设计专业。学习期间，他担任了院学生会主席，毕业后留院任教8年，被评选为优秀教师。期间，王奕编写了大量专业教材，主编院内理论研究刊物，发表多篇论文，也为不同的专业系授课。1986年，他还用一年的时间进入北京大学英语系深造，可谓收获不少。王奕回忆起“下海”前的学院生活，依然十分留恋，至今他与一些恩师和同学仍来往密切。

深厚的教育和学术积淀使王奕把“345”从一开始就带上了文化企业之路，看“345”、看他本人，的确找不出多少商气。难怪有不少饭店老总说他“还像个教书的”。“345”的员工也有同感，他们说“345”好像是一所学校，王总就像老师。我觉得可能恰恰由于这个原因，“345”才能像今天这样不浮不躁、有板有眼地进步。

“实际上，把知识转化为商品是一个痛苦而且复杂的过程。”王奕不无感触地说到他“下海”以后的一些经历，由于儒商难当，加上很多社会的和个人的因素，这些年来他为了走明白“有中国特色的知识化经济”这条路，付出了不少学费，经历了几次较大的磨难，终于一步步地走了出来。他说：“人到中年之后，更深刻地意识到此生此世只能专注地去做好一件事情，我选择了酒店设计这个方向，就想把这一行业做深、做透、做长远，也多培养一些年轻人，为国家作些贡献，也要实现自己的人生价值。”谈起“345”的创建初期，王奕就会很兴奋。他说那时候虽然有做专业酒店设计的愿望，但从何处入手还十分困惑，公司筹建之初看上去还只是一个为酒店做装修的公司，只不过规模大一些，形象好一些而已。当时，王奕敏感地意识到“企业没有定位就等于没有生命，没有独特的定位就等于没有强壮而持久的生命。做酒店设计不能做泛、做俗，必须做专，而且要一专到底”！

1997~1998年，我们刚认识不久，听说王奕经过多方联系和努力，终于和美国的一家世界著名的专业酒店建筑设计公司联络上并引起了对方的重视和兴趣。经过几次交往，1998年王奕率公司骨干一行四人赴美国，首次全面了解了国际同行对酒店类建筑规划与设计整体理念和工作步骤，尤其在思想观念的改变上实现了一次大突破。直到今天，王奕还常说他那时“有被洗了一遍脑子的感觉”。

长久以来，我国各地的建筑设计一直存在着对酒店运营和实际需求了解不够、“不专业”的问题，使酒店出现通俗化、雷同化、相互“借版”、千篇一律的现象，很难满足酒店经营和发展的需要。有时候由于不懂酒店的建筑师做了设计，造成严重硬伤，但木已成舟，无法修改，结果造成酒店业投资者的巨大损失。

王奕说他以前并不清楚酒店建筑师应该对酒店懂到什么程度，对我国流行的“建筑设计+装修设计”的做法也是习以为常的。但是在参加了美国公司的项目论证会和开展了设计交流之后，才发现发达国家的酒店规划和设计行业，似乎早已有一条规矩，就是必须要为酒店的商业回报而设计。酒店建筑师的责任不仅仅是设计出美观而有个性化的建筑，更要承担起用设计为酒店的投资人盈利甚至为城



市发展负责的责任。这就要求建筑师不仅对酒店的文化、风格、市场定位、经营方式、回报计划、成本计算、设备选择、环保要求等要了解，而且对市政、规划、交通网络、地方资源、城市发展的种种相关关系、知识、信息、政策都要了解，要具有这些方面的丰富经验、阅历和判断力。而且，酒店建筑师的设计工作要从室外一直做到室内，一气呵成，不可切断。而“室内设计”则是对可以后期铺装和摆放的物品如家具、灯饰、地毯、窗帘和陈设品所进行的选配及设计工作。总之，酒店建筑师和室内设计师都应该是酒店业的行家，而不能是外行。

“可是，这对中国现有的情况来说实在是太难了，”王奕说：“咱们国家的注册建筑师都在国营的设计单位工作，什么建筑项目都会遇到，政府大楼、住宅小区都有，怎么可能专门去研究饭店的经营需要呢？如果有这样的人，他一定要自己去学习、去接触了解饭店。可是要弄懂饭店不能走马观花，必须有相当长的时间去体会、去实践，这需要很多的精力和很高的投入，这是一个实际问题。”据他回忆说，那时候发现这些新理念，心里感到又兴奋又着急。兴奋的是自己可以认准方向从头学起，不会再走弯路；着急的是要让自己变成酒店的真正内行可能要花很长的时间，如果这么长时间里只做酒店设计，不接其他项目，万一“吃不饱”可怎么办？能坚持下去吗？能做起来吗？

“345”后来的发展回答了这个问题。1998年，“345”首先为北京和三亚的几个酒店做了室内装修设计，但都是通过比较艰苦的努力才得到的。而从1999~2004年这6年时间，是“345”公司形成专业性积累，奠定技术实力基础和打造品牌的第一个重要时期。现在，“345”已经拥有一个建筑策划设计所、一个室内设计所、一个景区规划设计所、一个“酒店与度假村研究中心”和一个艺术发展中心，包括了10多个设计工作室，形成了完整的技术实力。北至黑龙江、内蒙古，南到广西、海南，东达上海、山东、福建，西赴新疆天山南北，“345”的设计足迹几乎遍及了祖国大半壁河山，所到之处受到各地政府、企业和饭店业的热情欢迎。“345”也不负众望，经常为酒店出主意、想办法，发现问题，解决难题。我听到王奕的同事们说：“王总太忙，太辛苦了！”，言语中不乏担忧。我看他似乎总有一股燃烧不尽的热情，听说他有时候3天之内飞3个地方，相距千里之遥，就是为了去给某个酒店出主意、“诊断”一番，还分文不取。他说：“人家盛情请教，实在推辞不掉。看到一个酒店因为自己的帮助一下子解决了难题，瞧见人家高兴的样子，自己也挺知足的，毕竟这也是人生的一种意义吧。”这就是王奕，一个还没有完全从教书先生那里脱胎出来的儒商。

同时，为了兼收并蓄、开拓视野、了解国际酒店业的发展动态，以便为国内客户提供更有价值的设计作品，这些年来，王奕还坚持拿出大量的时间，花费不少金钱，走访了世界上很多著名的、多种多样的酒店和度假村，足迹遍及美国、欧洲、非洲、亚洲的很多重要城市，以及太平洋、印度洋、地中海的不少旅游胜地，结识了好多国际酒店界的朋友，更拍摄了数以万计的、珍贵的酒店设计方面的资料，撰写了很多旅游散文和设计师笔记，极大地充实了他的设计素材宝库，也使他不断积聚着越来越丰厚的创作营养。也许就因为有这样的收获，也基于长期的设计实践和感悟，他终于接受了出版社的约稿，把自己这些年的研究与思考集成文图，写就了这本《酒店与酒店设计》。听王奕说，这本书前后耗时1年多，断断续续，没少让出版社的编辑朋友着急。

王奕和他的“345”已经拥有众多的客户群体，包括国内的政府机构和电力、电信、石油、烟草、铁路、银行、钢铁、水利、农业、煤矿、航空航天、房地产业等各大行业。兢兢业业的“345”人正在王奕的带领下，在大量的设计实践中快速、高效地充实着自己的经验，也一个接一个地为各方的用户提供着认真的专业化的设计。作为老朋友，我由衷地祝贺王奕的这本《酒店与酒店设计》出版成功！也由衷地祝愿“345”走得更稳健、更成功，为中国旅游酒店业的建设和发展多出力，多做好作品！

想起王奕曾经告诉过我，“345”的企业口号是：“永远设计更好的酒店！”我们有理由相信，这是王奕和“345”的信念，更是中国酒店业的佳音。

老友 志庄

2005年9月

于北京





## 酒店与酒店设计

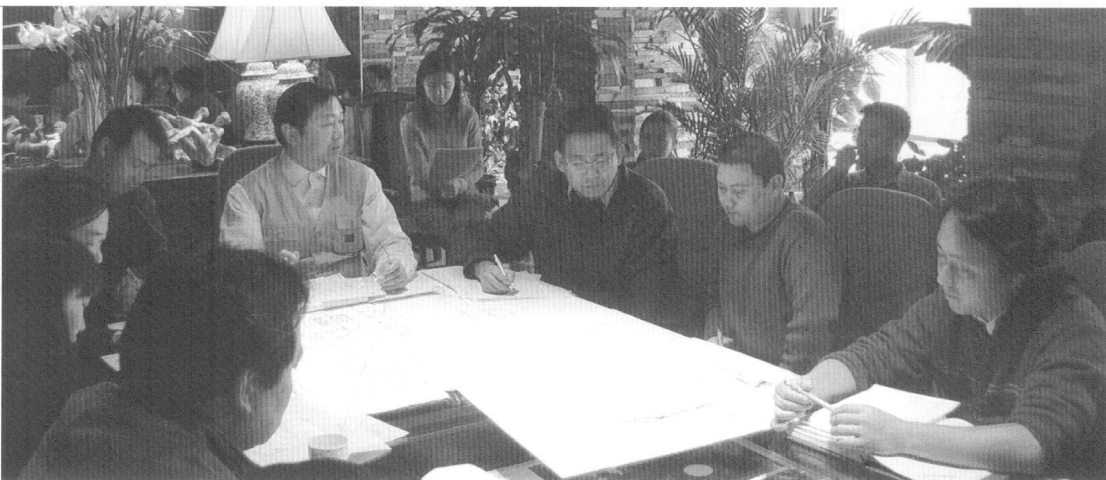
作者在主持设计会议 (左);  
作者和同事们在讨论设计方  
案 (右)



作者和同事们在讨论设计方



作者在主持设计会议



# 自序



这本书的完稿一拖再拖，都是我的责任。因为平时完全没有整块的时间可以连续伏案写作。严格说，这本书还只是对一堆酒店问题的思考，以及在研究设计酒店时感悟到的一些并非成熟的概念，好在其中既有始终如一的主题，也有各自为章的内容。对从事酒店投资、经营和设计的朋友来说，也许会有一些用处。至少，这是我的愿望。

请允许我由衷地感谢洲际集团、雅高集团和希尔顿国际集团，由衷地感谢帕得里克·英巴德利先生（洲际集团亚太区总裁）、邵栋来先生（雅高集团亚洲区原首席副总裁）和库斯·克莱因先生（希尔顿国际集团中东和亚太区总裁）为本书专门撰写的文章及提供的精美图片；我也要由衷地感谢喜达屋集团公共关系部门提供的那么多极具价值的精美资料，他们的慷慨支持更丰富了本书的内容，使读者开拓了眼界，对“酒店”这个词一定会增加更多、更深刻的理解；我还要由衷地感谢老朋友志庄为本书撰写序言；感谢中国水利水电出版社无怨的等待和始终的支持，以及所有为此书付出努力的工作者；我更要感谢父母给予我太多无私的爱和支持，感谢我的夫人朱莉为我付出的一切。

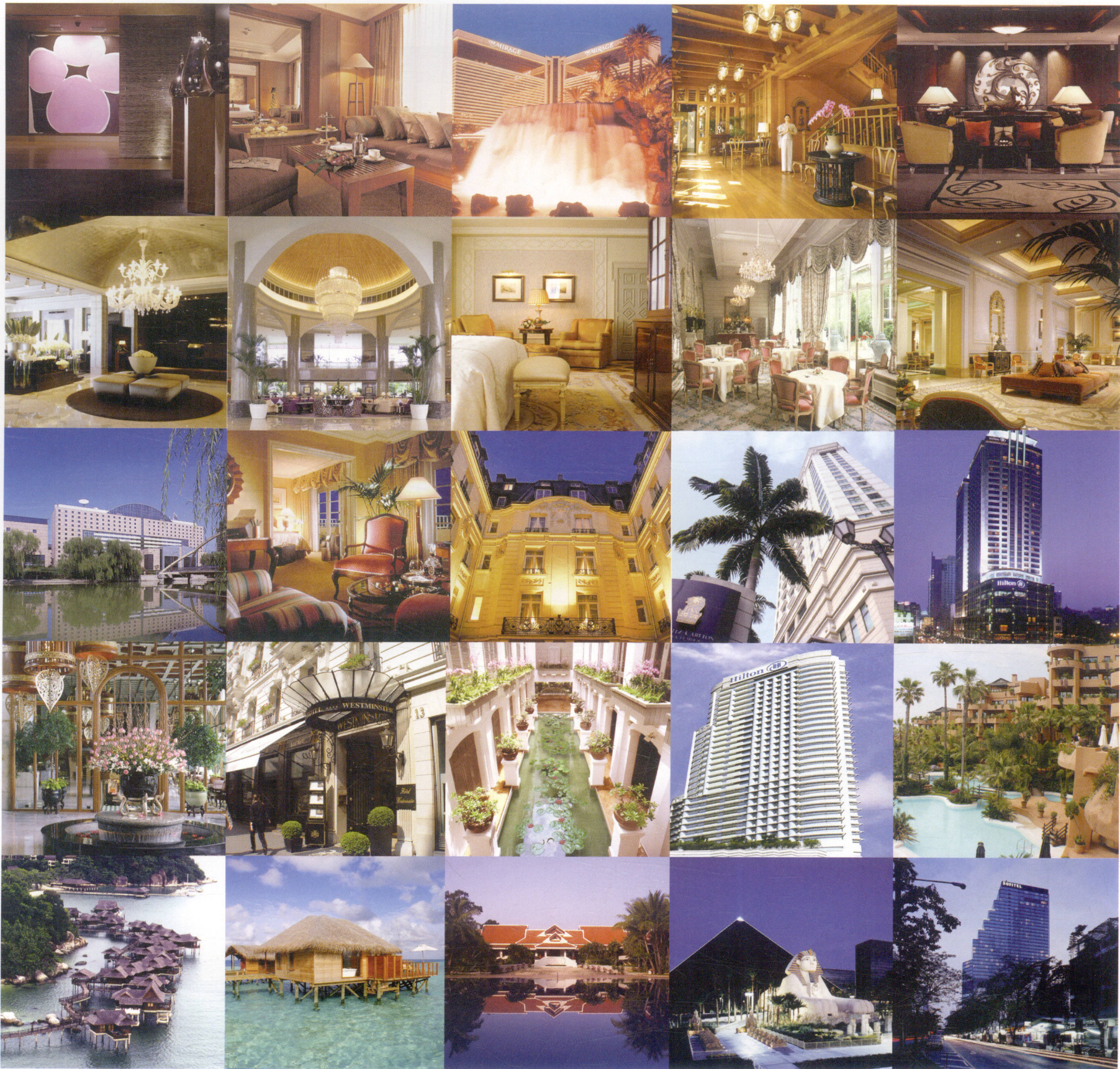
酒店，是为离家出行之人提供的又一个“家”，也是人们社交、聚会的重要场所。几百年来，酒店从古老、简陋、单纯发展到今天的丰富多样、现代化、职业化、产业化，其中蕴含的内容实在值得说一说。而不少人对酒店投资和酒店设计基本概念的长期误知和曲解尤其令人焦虑，也是促我动笔的重要原因。本书分为三章：第一章“历史与发展”；第二章“策划与投资”；第三章“规划与设计”。其中有些古板的文字，也有个人观点的发论，还有来自设计实践中的感想和思考，恳请读者指正。

作者 王奕

2005 年 9 月

于北京







# 目录

序言

自序

## 第一章 历史与发展

14

1 酒店业的衍生和成长

16

2 酒店的类别

26

3 当代酒店赏析

40

## 第二章 策划与投资

72

1 酒店策划概念

74

2 酒店投资思考

82

3 问题与杂论

96

## 第三章 规划与设计

134

1 我的酒店设计观

136

2 酒店设计中的标准、经验和观点

142

3 我的工作

216



第一章 历史与发展·HISTORY & DEVELOPMENT



<b>1 酒店业的衍生和成长</b>		<b>16</b>
<b>1-01</b> 第一个阶段“原始阶段”		<b>16</b>
<b>1-02</b> 第二个阶段“成型阶段”		<b>18</b>
<b>1-03</b> 第三个阶段“成长阶段”		<b>20</b>
<b>2 酒店的类别</b>		<b>26</b>
<b>2-01 规模分类</b>		<b>26</b>
超大型酒店		<b>26</b>
大型酒店		<b>27</b>
中大型酒店		<b>27</b>
中型酒店		<b>28</b>
中小型酒店和小型酒店		<b>30</b>
<b>2-02 性质分类</b>		<b>32</b>
城市豪华酒店	<b>32</b>	度假酒店 <b>36</b>
城市商务酒店	<b>33</b>	机场酒店 <b>36</b>
主题娱乐酒店	<b>34</b>	精品酒店 <b>38</b>
赌场酒店	<b>34</b>	设计酒店 <b>38</b>
会展酒店	<b>35</b>	B&B 酒店 <b>39</b>
会议中心区酒店	<b>35</b>	
郊区和景区度假会议酒店	<b>36</b>	
<b>3 当代酒店赏析</b>		<b>40</b>
<b>3-01</b> 酒店设计与经营密不可分		<b>40</b>
<b>3-02</b> 希尔顿酒店设计新理念		<b>44</b>
<b>3-03</b> 酒店设计特色浅谈		<b>50</b>
<b>3-04</b> 设计“期待”		<b>54</b>
<b>3-05</b> 巡游·考察·笔记		<b>56</b>
巴黎老酒店		<b>56</b>
Alila, 阿里拉		<b>60</b>
日本酒店		<b>62</b>
邦克岛之旅		<b>64</b>
雅典的“设计酒店”		<b>70</b>



# 1 酒店业的衍生和成长

真正意义上的酒店业经历了三个比较明显的衍生和发展阶段

## 1-01 第一个阶段“原始阶段”

时间从中世纪(1101~1460年)延续到17世纪中叶前的早期工业革命年代(1835年以前),历时734年,是世界酒店史最早的母体形成时期。12世纪,商人和银行家在欧洲开始大量出现,商业秩序和规模开始形成,以精明的“威尼斯商人”为代表的欧洲贸易开始流行起来。欧洲人依靠航海从亚洲又经非洲带回东方的香料、丝绸,又通过开辟更多的内陆河道和运输航线从威尼斯、热那亚向法兰西、普鲁士、英国输送商品,并且进行奴隶交易。这个时期的交通是以水上运输和陆地上的马车运输为主的,而在沿着这些贸易线路逐渐兴建的一些城市和港口中就出现了驿站和客栈,这些早期的驿站和客栈只提供很有限的住宿房间,有很小的公共卫生间,但没有专门的餐厅提供饭食。一般来说店主就是房主,条件和服务都是很简陋的。

随着历史的发展,包括“文艺复兴”时期

文化与艺术的兴盛所带来的人文主义的影响,以及殖民主义和独立战争在全球范围内形成的大规模的人口流动、迁徙和社会的动荡,使得这种由此衍生并依赖于交通、运输、贸易的客店业始终徘徊在缓慢的发展之中。尽管数量和分布的地区明显增多,比如在北非的突尼斯、摩洛哥以及埃及的这些海上贸易的中转站,在中国和印度沿海地区的贸易出海港口,以及地中海沿岸和北美洲、拉丁美洲的沿海口岸城市,大量小客店应运而生,但是由于遍布全球的殖民主义掠夺、宗教战争、独立战争、领土战争,甚至海盗战争连续数百年从未间断,导致先进国家将早期工业文明和经济发展的成果大部分用于割据和争夺的需要,人们在动荡的生活中对舒适和享受的需求是极其淡漠的。所以,这些长期处于“原始阶段”的客店,其单一的住宿经营方式和小规模低标准的特征始终没有改变。