



eleanor curtis  
埃莉诺·柯蒂斯/著

# hotel

interior structures

酒店室内设计

大连理工大学出版社

## 鸣 谢

我非常感谢本书中所涉及的所有酒店以及这些酒店的经理和全体工作人员,他们以极大的耐心为我提供便利和支持,允许我随时随地带着摄像机、三脚架和记录本参观每一个房间。我尤其要感谢以下酒店:纽约的四季酒店、拉斯维加斯的四季酒店、巴黎酒店赌场、百乐宫酒店赌场、曼德勒湾酒店、都柏林的莫里森酒店、贝鲁特的阿尔伯格酒店、埃及的美丽华和德瓦尔·厄尔·奥玛德酒店、都灵的玛丽迪安酒店。

除此之外,我还要感谢那些为我访问提供时间和关照的酒店业主和设计师,尤其是麦克·格雷夫斯、戈登·坎贝尔、格雷·查尔斯·格鲁维尔和伊恩·史亥革。

我也要感谢世界各地的新闻机构,他们为我收集、邮寄,再收集、再邮寄我所需要的每一份关于酒店的信息和图像,并为我安排约会和访问。

就我个人而言,我特别感谢莱诺克斯·洛治对整个工作所付出的努力,我的编辑玛吉·托,她给予我耐心以及玛丽安吉拉·帕尔基·威廉姆斯为我的手稿出版所做出的贡献。

## 图片信息

One Aldwych photos courtesy of the hotel; The Metropolitan Hotel photos courtesy of the hotel; SoHo Grand photos courtesy of Nancy J Felldman Associates; Grand Hyatt Berlin photos courtesy of the hotel; Hotel Montalembert photos courtesy of the hotel; Hotel Albergo photos © Eleanor Curtis and pp. 64, 65 (bottom right), 65 (top left), 69 (right) courtesy of the hotel; Mercer Hotel photos © Simon Watson Photos courtesy of the hotel; Halkin photos courtesy of the hotel; Morgans, Royalton, Paramount, Delano and Mondrian photos courtesy of Dan Klores and Associates; St Martins' Lane photos © Todd Berle and courtesy of Dan Klores and Associates; W New York, W Atlanta, W San Francisco and W Seattle photos courtesy of GCI Group; The Standard photos © Todd Berle and courtesy of the hotel; Morrison photos © Eleanor Curtis; Dwar El Omda photos © Marc Bailey; Four Seasons Istanbul photos courtesy of Columbus Communications; Four Seasons Milano photos courtesy of the hotel; Le Meridien Lingotto photos © Eleanor Curtis and pp. 169, 173 (bottom), 177 © Gianni Gardia; Paris Las Vegas photos © Eleanor Curtis; Bellagio Las Vegas photos © Eleanor Curtis and pp. 191 (bottom), 193, 194, 196 (top) © Russel MacMasters and courtesy of the hotel; Mandalay Bay Las Vegas photos © Eleanor Curtis and pp. 199, 200, 202, 203 courtesy of hotel; Four Seasons Las Vegas photos © Eleanor Curtis and pp. 208, 209 (bottom) © Mary Nicols and courtesy of the hotel; Sheraton Miramar photos © Eleanor Curtis; Park Hyatt Tokyo photos courtesy of the hotel; Hyatt Regency Fukuoka photos courtesy of Michael Graves Architects; Hyatt Regency Paris photos courtesy of Murphy Jahn Architects; Sheraton Paris Airport photos © Delde Von Schsewen and courtesy of the hotel; Four Seasons New York photos © Eleanor Curtis and pp. 251, 254 (top), 257 (bottom & top) courtesy of hotel; Four Seasons Canary Wharf photos courtesy of United Designers.

eleanor curtis

# hotel

interior structures

酒店室内设计

埃莉诺·柯蒂斯/著 林君 王殊隐/译

大连理工大学出版社

Hotel: Interior Structures

By Eleanor Curtis

First published in Great Britain by

WILEY-ACADEMY

All rights reserved. Authorized translation from the English Language edition published  
by John Wiley & Sons, Ltd.

ISBN: 0-471-623768

© 大连理工大学出版社 2004

著作权合同登记 06-2003 年第 44 号

版权所有·侵权必究

### 图书在版编目(CIP)数据

酒店室内设计 / (英) 埃莉诺·柯蒂斯著; 林君, 王殊隐译. —大连: 大连理工大学出版社, 2004.8

书名原文: Hotel Interior Structures

ISBN 7-5611-2638-7

I. 酒… II. ①埃… ②林… ③王… III. 饭店—室内设计 IV. TU247.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 058291 号

---

出版发行: 大连理工大学出版社

(地址: 大连市凌水河 邮编: 116024)

印刷: 利丰雅高印刷(深圳)有限公司

幅面尺寸: 215mm × 278mm

印 张: 16.5

插 页: 4

出版时间: 2004 年 8 月第 1 版

印刷时间: 2004 年 8 月第 1 次印刷

出 版 人: 王海山

责任编辑: 石 莹 裘美倩

责任校对: 解 菲

封面设计: 王复冈

---

定 价: 180.00 元

电 话: 0411-84708842

传 真: 0411-84701466

邮 购: 0411-84707961

E-mail: dutp@mail.dlptt.ln.cn

URL: <http://www.dutp.cn>



## 鸣 谢

我非常感谢本书中所涉及的所有酒店以及这些酒店的经理和全体工作人员,他们以极大的耐心为我提供便利和支持,允许我随时随地带着摄像机、三脚架和记录本参观每一个房间。我尤其要感谢以下酒店:纽约的四季酒店、拉斯维加斯的四季酒店、巴黎酒店赌场、百乐宫酒店赌场、曼德勒湾酒店、都柏林的莫里森酒店、贝鲁特的阿尔伯格酒店、埃及的美丽华和德瓦尔·厄尔·奥玛德酒店、都灵的玛丽迪安酒店。

除此之外,我还要感谢那些为我访问提供时间和关照的酒店业主和设计师,尤其是麦克·格雷夫斯、戈登·坎贝尔、格雷·查尔斯·格鲁维尔和伊恩·史亥革。

我也要感谢世界各地的新闻机构,他们为我收集、邮寄,再收集、再邮寄我所需要的每一份关于酒店的信息和图像,并为我安排约会和访问。

就我个人而言,我特别感谢莱诺克斯·洛治对整个工作所付出的努力,我的编辑玛吉·托,她给予我耐心以及玛丽安吉拉·帕尔基·威廉姆斯为我的手稿出版所做出的贡献。

## 图片信息

One Aldwych photos courtesy of the hotel; The Metropolitan Hotel photos courtesy of the hotel; SoHo Grand photos courtesy of Nancy J Felldman Associates; Grand Hyatt Berlin photos courtesy of the hotel; Hotel Montalembert photos courtesy of the hotel; Hotel Albergo photos © Eleanor Curtis and pp. 64, 65 (bottom right), 65 (top left), 69 (right) courtesy of the hotel; Mercer Hotel photos © Simon Watson Photos courtesy of the hotel; Halkin photos courtesy of the hotel; Morgans, Royalton, Paramount, Delano and Mondrian photos courtesy of Dan Klores and Associates; St Martins' Lane photos © Todd Berle and courtesy of Dan Klores and Associates; W New York, W Atlanta, W San Francisco and W Seattle photos courtesy of GCI Group; The Standard photos © Todd Berle and courtesy of the hotel; Morrison photos © Eleanor Curtis; Dwar El Omda photos © Marc Bailey; Four Seasons Istanbul photos courtesy of Columbus Communications; Four Seasons Milano photos courtesy of the hotel; Le Meridien Lingotto photos © Eleanor Curtis and pp. 169, 173 (bottom), 177 © Gianno Gardia; Paris Las Vegas photos © Eleanor Curtis; Bellagio Las Vegas photos © Eleanor Curtis and pp. 191 (bottom), 193, 194, 196 (top) © Russel MacMasters and courtesy of the hotel; Mandalay Bay Las Vegas photos © Eleanor Curtis and pp. 199, 200, 202, 203 courtesy of hotel; Four Seasons Las Vegas photos © Eleanor Curtis and pp. 208, 209 (bottom) © Mary Nicols and courtesy of the hotel; Sheraton Miramar photos © Eleanor Curtis; Park Hyatt Tokyo photos courtesy of the hotel; Hyatt Regency Fukuoka photos courtesy of Michael Graves Architects; Hyatt Regency Paris photos courtesy of Murphy Jahn Architects; Sheraton Paris Airport photos © Delde Von Schsewen and courtesy of the hotel; Four Seasons New York photos © Eleanor Curtis and pp. 251, 254 (top), 257 (bottom & top) courtesy of hotel; Four Seasons Canary Wharf photos courtesy of United Designers.

# 目 录

## 鸣 谢

## 图片信息

## 序

## 简 介

## 主题访谈

21 世纪酒店

城市豪华酒店

拉斯维加斯酒店设计的古典主义风格  
和当地人共事

## 当代城市

阿尔德维希酒店(ONE ALDWYCH) 伦敦

休南·格兰德酒店(SOHO GRAND) 纽约

大都市酒店(THE METROPOLITAN) 伦敦

柏林君悦酒店 (GRAND HYATT BERLIN) 柏林

## 亲 切

蒙特莱姆伯特酒店(HOTEL MONTALEMBERT) 巴黎

阿尔伯格酒店(HOTEL ALBERGO) 贝鲁特

布商酒店(THE MERCER HOTEL) 纽约

豪金酒店(THE HALKIN) 伦敦

酒店广场(HOTEL SQUARE) 巴黎

## 剧院酒店——史亥革 & 斯塔克联创品牌

摩根酒店(MORGANS) 纽约

派拉蒙酒店(PARAMOUNT) 纽约

美仑酒店(ROYALTON) 纽约

迪拉诺酒店(DELANO) 迈阿密

曼德里安酒店(MONDRIAN) 洛杉矶

圣马丁·雷恩酒店(ST MARTINS LANE) 伦敦

## 打造精品酒店——W 连锁酒店

W 酒店(W NEW YORK) 纽约

W 酒店(W ATLANTA) 亚特兰大 120

W 酒店(W SAN FRANCISCO) 旧金山 122

W 酒店(W SEATTLE) 西雅图 126

## 非职业建筑师的作品

斯坦尔德酒店(THE STANDARD) 洛杉矶 134

莫里森酒店(THE MORRISON) 都柏林 138

德瓦尔·厄尔·奥玛德酒店(DWAR EL OMDA) 埃及厄尔古那 146

## 旧工程翻新：适度的改造

四季酒店(FOUR SEASONS) 伊斯坦布尔 155

四季酒店(FOUR SEASONS) 米兰 156

莱莫里蒂·林戈托酒店(LE MÉRIDIEN LINGOTTO) 都灵 168

## 另一番天地：拉斯维加斯

巴黎酒店赌场(PARIS HOTEL AND CASINO) 拉斯维加斯 182

百乐宫酒店赌场(BELLAGIO HOTEL AND CASINO) 拉斯维加斯 190

曼德勒湾酒店赌场

(MANDALAY BAY HOTEL AND CASINO) 拉斯维加斯 198

四季酒店(FOUR SEASONS HOTEL) 拉斯维加斯 204

## 现代旅游胜地

喜来登美丽华酒店(SHERATON MIRAMAR) 埃及厄尔古那 212

## 中 庭

花园凯悦酒店(PARK HYATT) 东京新宿 223

喜来登巴黎机场酒店(SHERATON PARIS AIRPORT) 罗西 224

凯悦酒店(HYATT REGENCY) 巴黎罗西 230

凯悦酒店(FUKUOKA HYATT REGENCY) 日本福岡 234

## 新古典主义

四季酒店(FOUR SEASONS) 美国纽约 249

加那利海岸四季酒店

(FOUR SEASONS CANARY WHARF) 英国伦敦 250

## 附 录

263

# 序

本书旨在向读者描述近 10 年来酒店室内设计的流行趋势。

本书所选内容都是酒店室内设计中具有代表性的范例，它们风格独特，匠心独运。全书不涉猎室外设计内容。

我非常不情愿对这些精选出来的作品做任何评价，惟恐过分简化了这些作品；我也担心如果给这些作品贴上良莠标签，会使读者的注意力从其他设计精美的作品中转移过来。这些都是建筑师们煞费苦心的成果，为了保持平衡，我尽可能地从多角度展示酒店的室内设计，以使读者能够以自己的方式鉴赏设计的细部。

尽管如此，我认为有必要根据一些共同特征，将各种方案分门别类，以突出主题。这些设计手法分属不同的风格类型，这些类型的划分以共同的主题为基础，这些主题符合酒店室内设计的原则，同时也是促进酒店业发展的重要因素——即赋予了酒店一个强

大而适合市场的设计特点。

本书所选内容都是已竣工的作品，囿于手头可利用的文献资料，许多新颖、激动人心的设计并未涵盖其中。

由于时间紧迫和文献资料有限，还有更多的酒店设计作品没能在本书中介绍，例如：摩洛哥和印度的新型酒店，它们设计精美，色彩绮丽，充分体现了建筑师各自的兴趣和爱好，这些酒店也可以作为相关的设计参考。

另外，比起近东、中东、远东、非洲和澳斯塔拉西克（南太平洋主岛），本书更侧重于欧洲和美国的酒店设计样式。这不是有意安排，而是由于作者本人身处欧洲，并且时间、能力有限。

综上所述，作者希望本书能够提供给酒店经营者、酒店设计师和那些工作在其他领域的室内设计师们关于世界各地流行设计的有价值的参考。

# 简介

## 21 世纪的新型酒店与消费者

今天酒店的客人都是些什么样的人？他们在酒店都做些什么？他们对酒店的期望是什么？酒店设计怎样才能满足他们不同的需求、品位和欲望？

风格与服务，舒适与奢华，个性与真实，创造与魅力，所有这些都越来越成为现代客人对酒店的要求，尽管这些看起来……

今天的酒店宣传册所宣传的内容主要聚焦于酒店设计的主题（介绍现代都市生活方式），或者满足信息时代人们对不断更新的知识的需求。21 世纪是一个信息爆炸的时代，知识在不断更新，并且酒店设计的每项工程都有各自的目的（兴建新酒店、翻修或改建），每一个设计师都有各自的专业倾向（考虑建筑设计、构造、装饰、时尚或是材料）。因此，本书的编者认为没有必要一一列举出每个酒店的完全设计方案，也没有必要列出一套针对每一个客人喜好

的花名册。所以没有将室内设计的基本细节部分全部列出，而是从整体上抓住重点，精选能反映当今时代特点的典型范例。

如果想给本书下一个定义的话，那么本书将成为一个透镜，聚焦于那些伴随全球化发展而产生的关于酒店设计的新理念。

本书的第一部分是说明，接下来介绍我们当今的社会，最后介绍酒店及其空间。

## 新型酒店的定位和分类

在过去的 20 多年里，许多人都认为酒店已经将其设计重心由过去的功能化移到室内结构和设计上了。而在 20 世纪 80 年代早期之后，商务酒店开始向“主题”酒店转变（更加注重细部设计），尤其是中庭酒店（巨大的后现代主义建筑）、设计师酒店（由著名设计大师设计并运用了夸张的尺度），以及旅游、度假胜地酒店（比如拉斯维加斯、迪斯尼等）。今天，



我们所说的“城市胜地”更多是指符合个人生活方式的城市生活的精髓之处，以回应那些周游世界的新人类们。

尽管对此有着各种各样的分类，但酒店设计风格的多变还是能够作为近年来酒店设计快速发展的证明。

值得注意的是，这其中的一些原因在于当今旅游的便捷、全球化以及不断拓展的知识面。当然，人们收入水平的不断提高也是一个主要原因。酒店业不仅依靠市场效应推动以改头换面，它们自身更需要注入新鲜的血液——酒店的高级管理人才和高水准的设计师（参见《主题访谈》一章）。

客人的现代“全球”化生活方式和新的酒店设计理念，这些商业推动力修正了保守的传统工业，也是给现在处在竞争期的酒店室内设计最有力的支持。

## 当 今 酒 店

### 酒店的环境

酒店只是简简单单地为我们提供一两个晚上放松神经的场所，还是不仅仅是这些呢？酒店使我们成为我们想成为的那种人，而不是我们的本来面目，使我们幻想？还是使我们梦想？或更世俗一些，酒店仅仅是工作的另一个场所？

顾客们想要的是酒店设计能在一定程度上满足他们的需求，这就是为什么顾客们住在我们的酒店里。

按基本道理来说，随着商业旅游的发展，酒店也随之更新换代，并建立高效率、高水准、讲信誉以及方便的餐厅和酒吧。当然，平和、安静也是不可或缺的。如今，城市里的假期已经不再局限于周末，因此

顾客到酒店度假的机会相对增多。酒店成为被参观的城市的缩影，扮演着展示文化的角色：顾客们只需从酒店里的四面围墙就能领略到这个城市的风貌。

在机场滞留的旅客不会在酒店里逗留太久，但是他们需要一个酒店能够全天 24 小时为他们提供国际信息和交流的快速服务。最后，关于假日，在忙完了一天工作后，人们需要彻底地放松。无论什么方式，旅游胜地的酒店可以为他们提供“另一个世界”（通常指娱乐方面）、“远离尘嚣”的场所，或者提供能使顾客过上一两个星期的家庭生活的服务。

### 酒店功能的扩展

除了最后一种类型——旅游胜地、假日酒店外，按功能特征区分其他酒店之间的差别已不像以前那么明显了，现代生活全球化是其产生的原因。全球化的发展一方面促使顾客们要求酒店服务多样化；另一方面，可以刺激酒店提供各种综合服务来满足顾客。

例如，商业游客可以通过互联网预定酒店客房，也可以在“商业酒店”之外的任何一个宾馆的房间内开展业务活动。城市里的游客也可以选择网上冲浪，通过数码影像来寻求令自己满意的酒店，而不通过旅游公司。在机场等候换机的游客，可以乘坐往返机场和市内的新型快速火车，自行安排他们的一夜游，绝对天衣无缝，不用担心会误机。

相比之下，旅游胜地的酒店就得与其他酒店竞争，这些地方媒体发达、技术先进，令人印象深刻，有逼真的计算机模拟影像，还提供超乎想像、难以置信的高科技产品。因此它们的建筑和室内设计上，应该体现神秘莫测的意境和与众不同的风格，拉斯维加斯的“娱乐场”就是一个例子。

21 世纪的顾客需要现代的酒店设计，奇特新颖和富有情趣的设计，能振奋人心并充满着智慧。无论从全球化（与世界接轨），还是从私人化（与个人交流）方面都能吸引顾客的注意力。

因此，酒店设计师应该随着科技的发展步伐而迈进，提供一套更完美的酒店“生活”来迎合个人与日俱增的品位需求，而不是照搬老一套。因为最近的20年来，酒店设计已经发生了新的变化。

## 酒店 追溯

20 世纪 80 年代，酒店经营者伊恩·史亥革首次提出关于建立精品店的主张，纽约摩根酒店和室内建筑师安德列·普特曼联手，第一次通过酒店设计强调了室内设计的重要性，这是酒店设计的转折点。从那以后，“精品酒店”经历了“时尚酒店”“建筑师酒店”“城市里的旅游胜地”酒店，直到“满足需求”的酒店，这些头衔未免粗俗，而且有重复之嫌，但是这说明了当代酒店的特征。

说它们是“精品”，因为它们造型小巧，设计精美；说它们“时尚”，因为它们时髦、新颖，能够吸引那些对风格手法敏感的顾客；说它们是“建筑师酒店”，因为酒店内部都有建筑师的签名；说它们是“城市里的旅游胜地”，因为它们地处城市里的隐蔽处，同时又展现了城市的精髓。最近，设计师又通过创造性地运用色彩、结构和音响设施，为人们提供了“满足需求”的生活体验。当然，不仅仅是这些部分的增减。

设计师将语言叙述转变为设计，让建筑师以电影导演、剧院场景导演或是小说作者的视角来审视

他们的方案，也许这就是当代酒店室内设计的流行趋势中最重要、最微妙的转折点。

在这些新的方案中，酒店室内设计将设计效果推向了更深层次，大到大堂餐厅，小到客房浴室，无不成功地体现了酒店室内设计的主题。这些室内设计实现了酒店总体的主旨和理念，也得到了顾客的认同，并存留在了他们的记忆当中。

## 空间 大堂

大堂是酒店的公共空间之一，近 10 年来，它在酒店设计方面经历了显著变革。虽然早期酒店有意地降低了大堂设计的重要性（如纽约摩根酒店），但在最近的设计中却利用大堂设计作为展现酒店设计主题和设计语言的重中之重。

大堂以前仅仅是个举行社会活动的场所，但现在已经成为酒店最显眼的地方。大量精致的细部设计（可参阅菲利普·斯塔克的作品），难以置信的绘画和雕塑（比如伦敦的阿尔德维希酒店），大堂已经成为社会活动的中心，不仅仅是为暂居其中的游客，同时也为酒店所在城市的当地社交圈提供娱乐场所。

通常情况下，进入酒店大堂之后便是休息区、酒吧和餐厅，酒店的巨大体量（客房和服务用房）逐渐消隐其后。但是现在，有的大堂成了带有剧院照明效果的临时舞台（如纽约派拉蒙酒店），有的成了花园（如纽约 W 连锁酒店），有的成了配有 DJ 的 T 形台（如 LA 的标准酒店），有的则成了城市电影场景（如巴黎和拉斯维加斯）。

城市酒店里的大堂设计通常是亲切宜人的，有

时色彩鲜艳，有时饰品精美，加上匠心独具的照明设计，显示了大堂的重要性，不仅是为了提供活动（社交、休息、会议）的场所，更是为了展示酒店设计的总的主题。人们对酒店的第一印象往往是一进门穿过大堂到服务台的这段距离。这一空间的设计应与主题相吻合，是庄严古典、时髦有趣，或是休闲娱乐，大堂是酒店设计中的焦点。

大堂旁边的过道通常是笔直的，大堂的空间布局也通常是严格明确的。而拉斯维加斯酒店却有意地模糊了这种界限，让人分不清哪是大堂，哪是游戏层，甚至哪是室内，哪是室外。虽然菲利普·斯塔克通过模糊室内室外的手法来设计酒店大堂，但是拉斯维加斯在这方面更是技高一筹，它的大堂“延伸到”了室外。

### 服 务 台

随着顾客与酒店间交流的频繁与密切，服务台也在不断地“变化”，以便在现代酒店中顾客与酒店更直接地交流信息。

大多数的新型设计都选择了朴素的处理手法，除了拉斯维加斯麦加酒店之外。它可以容纳约3000个客房（平均入住率达到90%），并且有一个像机场服务台一样的服务台。

服务台由一排高脚凳和低一些的桌子整齐地排列而成，这样，顾客和酒店服务员就可以坐在同一水平位置上（埃及的喜来登美丽华酒店），或者遵照传统的“封闭”式设计，使顾客与服务人员界线分明。

一些服务台设计仿照酒吧的高脚凳的高度，不仅可以作为壁画的平台（都柏林的莫里森酒店、拉斯维加斯的四季酒店），还可以被认为是一件艺术品（伦敦的圣马丁·雷恩酒店）。

### 卧 室

酒店里的空间可以使你成为你想成为的人，不受家务和日常工作的约束，尤其是卧室，可以让你梦想如何更好地安排。例如，在四季酒店中随处可见的壁橱，它们宽敞得可以走进去人，这是我们大多数人都梦想在自己的房子里拥有的家具之一。

但是作为顾客，我们也知道这些房间不是我们自己的，不是我们日常生活中的一部分。因此，我们按意愿自由地安排，把床搞成乱糟糟的一团。因为我们知道，我们离开不久，它们又会变得像从未被用过一样。

虽然房间不属于我们，但是我们也不希望它是别人的。走进酒店房间最糟糕的事情莫过于发现前一位顾客留下的杂物或是一根头发，我们不希望看到壁橱内有任何污物。因此，建筑师们应该设计出方便酒店服务员清扫的方案，卧室应该使人有一种“前无古人”的感觉。

在保持私密感的同时，卧室也应该体现出整个酒店的设计主题，世界上第一个精品酒店纽约摩根酒店也是第一个体现出这一点的酒店。通过模仿棋盘进行室内和卧室家具设计，体现了与大堂入口设计主题相吻合的特点。

相比之下，一些较大的旅游胜地酒店却过多地重视酒店公共空间的“主题”而忽视了卧室的内部设计，使它们流于平庸（拉斯维加斯的麦加酒店）。为了平衡这两者之间的关系，一些较小的酒店为每间卧室做了独特的设计（贝鲁特的阿尔伯格酒店），让顾客们感受到酒店设计主题的一部分（伦敦的圣马丁·雷恩酒店）。

舒适、安全、平静和私密是卧室的设计核心，不

管它多大，也不管它是属于城市酒店还是旅游酒店。另外，酒店房间应该“小巧”，应该创造性地运用科技——不论是在外部的设施上，还是在内部的建筑构造上。

### 小巧而精美的房间

新式酒店的建筑师必须学会不断地接受日新月异、发展迅速的日常科技产品，尤其是那些容易更新换代的事物。卧室必备的传真机和调制解调器应该安置在安全而又方便使用的地方，避免布置面条般错综复杂的电缆线，并且要有一个大小适度的工作台来放置打印机、电话和其他小器械。

不仅如此，除非是套间（伴有书房），否则用来办公的“室中室”应该考虑周到，其中包括折叠桌，用完之后可以收走，使卧室又恢复到原先让人轻松的氛围（伦敦阿尔德维希酒店）。卧室被临时用做“私人办公室”是建筑师在设计之初就应该考虑到的。

“小巧的电话”是新式酒店增设的又一件高科技物品，随着它用途的日益多样化，建筑师也应把它置于人们既可坐着也可站着使用的方便位置。

灯具开关也应该小巧，并设置在显眼的地方，顾客们不想动脑筋摆弄那些关上开关后还有灯亮着的复杂设备。“小巧”的灯光照明设备可以给顾客们留有使房间个性化的余地，设计师们可以根据这一点利用那些小器械。例如，一种新型的现代酒店设计可以让顾客们自己选择天花的照明颜色（伦敦的圣马丁·雷恩酒店）。

### 浴室

浴室正在成为一些酒店中值得褒奖的杰作。尤其是在一寸空间一寸金的情况下，“美丽神庙”提供了浴盆、男用和女用洗手盆、一人高的淋浴喷头、意

大利大理石和时髦的镀铬器皿。从纽约派拉蒙酒店有趣的斯塔克心形洗手盆、纽约休南·格兰德酒店的索菲尔地铁瓦片装饰的城市浴室，到歌舞升平的四季酒店的“放松的场所”，浴室对于疲倦的游客大有市场。

凯悦酒店顾客调查报告显示（1998年），住酒店的顾客有25%的时间是在浴室中度过的。因此建立一个设计精美，舒适方便，并能反映出整个酒店设计主题的浴室是非常有必要的，在有限的空间、有限的预算范围内完成这项任务并不是一件容易的事。

当财政预算有限的时候，设计一个小巧、节省开支的浴室可以弥补与大酒店相比的不足之处。例如贝鲁特的阿尔伯格酒店，产自大马士革、装饰精美的玻璃碗里装满了从死海运来的洗浴用盐，还有一个玻璃勺可以用来把那些盐盛进热气腾腾的浴室，如此细部设计尽管造价低廉，但却显得超凡脱俗。

高科技派的设计手法也可以运用到浴室当中，就像伦敦阿尔德维希酒店的浴室一样，洗手盆的一边安放着一台小电视，对面则是一面镜子。

空间也是浴室设计中必须考虑的另一个十分重要的因素。城市酒店的浴室空间通常是非常狭窄的，例如史亥革在纽约美仑酒店的浴室设计，里面甚至找不到放置浴包的合适位置。在柏林君悦酒店，拓展空间幻觉的手段是建立两个宽大的浴室入口：一个通向浴室，一个通向走廊，浴室成为理所当然的空间布局，而不是卧室的附属品。

### 餐厅和酒吧

“舒适的餐厅”和“时髦的酒吧”。在餐厅和酒吧脱离酒店独立门户而扮演越来越重要的角色时，它



们的创造性的设计越来越受到重视，通常它们以独特的设计而出众。伦敦多国酒店的诺布餐厅和拉斯维加斯百乐宫的毕加索餐厅就是这方面的例子。但是本书当中所选的方案大多数都集中在现代新型城市酒店，它们的餐厅和酒吧主要聚焦于大堂侧厅的设计上。

餐厅和酒吧在构造和色彩方面或者不同于酒店整体的主题，有它们自己的特点（如拉斯维加斯的曼德勒湾酒店）；或者带有它们自己酒店特征的鲜明印记，与酒店的主题一致（如纽约的休南·格兰德酒店，巴黎的斑蝶酒店）。

酒店的餐厅和酒吧的入口没有设立一个进入酒店的通道，这反映了酒店设计迎合当地市场需要的趋势，尽管如此，还是应为酒店顾客设立至少一个出入大堂的通道。

### 通道空间

走廊、电梯、门和楼梯间也是空间设计的一部分，并且被越来越创造性地运用到设计的主题当中。橱窗是向我们展示当地艺术的窗口（见后面）；具有创造力的灯光设计（伦敦阿尔德维希酒店的电梯），装饰装修方面（纽约四季酒店的电梯），独特的大门设计（纽约的休南·格兰德酒店），抑或是在每一层都安排不同主题的设计（贝鲁特阿尔伯格酒店的楼梯间），每一个可以利用的空间都充分表现出自己的设计风格，越是不起眼的地方，越能给人带来惊喜。

### 画廊酒店

现代酒店的另一角色就是它的内部可用于展示艺术品。例如，拉斯维加斯百乐宫酒店内部设有一个画廊，陈列了数目繁多的19世纪早期欧洲的艺术作

品。还有，毕加索酒店餐厅（拉斯维加斯的百乐宫酒店），也是收集了一大批令人难以置信的毕加索真迹。一般情况下，许多酒店在墙上陈列当地艺术作品，把它们放置在背墙上（纽约休南·格兰德酒店、都柏林的莫里森酒店）。其他酒店按画廊的方式来摆设艺术作品（巴黎的沙龙·布兰卡酒店广场）。

为了跟上时代发展的潮流，菲利普·斯塔克酒店在设计方面将大堂作为展示不同材料质地的雕塑和家具的舞台，新老同台，模拟画廊，展现了现代的艺术作品。

### 其他空间

商务中心、温泉、健身中心、舞台和会议厅，尽管也随着新式酒店的发展而不断完善，但本书并没有详细介绍。

### 个性化的设计

越来越多的酒店以一个房间一种独特的设计为豪，但只有一些较著名的酒店围绕个性化设计在观念和设计要点上做到了这一点（贝鲁特阿尔伯格酒店的每一个房间都有一种不同于其他的设计）。在较大的酒店里，这通常意味着将每一个房间里一两件物品调换一下就可形成每个房间自己的风格。不论是床单布料的颜色、浴室的地砖，还是墙上的壁画都有与众不同的独特风格，不管多么细微的变化都能让顾客敏锐地感到：这个房间不是因为房牌号不同，而是它的个性使之与其他的房间区别开来。

埃及喜来登美丽华酒店的建筑和室内设计师Michael Grares希望顾客通过房间的色彩和几何形状，而不是仅仅通过门牌号来识别房间。更夸张地说，顾客可以被看成是一次性家具或者墙上的壁画，甚至是艺术的床头板（纽约的派拉蒙酒店），以便与整个



酒店的主题相吻合。在一家最新设计的酒店里(伦敦的圣马丁·雷恩酒店),顾客们有选择照明的权利,这样从酒店外的大街看去,酒店的整体形象可以得到变化。

### 酒店信息的传播

环球旅行变得越来越简单、快捷,消费水平的提高,使得环球旅行人数增加,酒店入住率提高,国与国之间的联系越来越紧密,距离也缩短了,各种品牌商标随处可见。

对环境的熟悉意味着舒适,这是那些新型酒店头脑敏锐的建筑师们已经认识到的事实。为顾客提供品牌家具设计、亚麻床单、化妆品,就好像在一个异国环境中为他们提供了一条“舒适的羊毛毯”。例如,在客房摆设的多那卡兰家用产品也在酒店的大堂里销售;浴室里放置的爱瑞达护肤产品也在酒店温泉房里销售;菲利普·斯塔克的酒店设计明信片在该酒店的大堂里销售。

不仅旅游变得简捷了,安排旅游行程也同样变得简单起来。由于使用互联网和更多的与旅游相关的书籍,我们现在可以获得大量关于旅游景点的详细信息,不管它们有多远,获取这些信息都易如反掌。

通过互联网,顾客们不仅可以预定房间,更可以预览房间。同时,印有酒店的建筑书籍也大量涌现,例如 Design Destinations International 所出版的读物。其他的书籍有《时尚的城市酒店》(泰晤士和哈德逊)、《时尚酒店安全出口》(泰晤士和哈德逊)、《酒店设计》(劳伦斯·金)等等。

因此,顾客们在抵达酒店之前就可以预览到酒店客房,以便在多个酒店中做出选择。在网上展示出

酒店内部环境,对推销酒店也起着重要作用。

### 章节内容简介

本书前四章介绍了城市里现代酒店的建筑以及每一个酒店怎样运用新的设计理念来表现自己的风格。第一章当代城市,介绍了最精美最豪华的酒店建筑设计;接下来的一章介绍了最端庄的几种类型的酒店;剧院酒店这一章介绍了建筑师菲利普·斯塔克为酒店经营者伊恩·史亥革设计的作品;在品牌店和精品店这章里,介绍了打破酒店设计的陈规,塑造时尚设计的新理念。

从“城市”转移到“非职业建筑师的作品”,该章介绍了一位非专业性设计师的三幅作品,他发展了酒店室内设计,这三个方案无论从哪一方面都是大相径庭,但是它们都有一个共同的特征,那就是代表了酒店经营者正在寻求的非典型、非品牌的酒店设计。时装和电影场景设计师也在该章当中向人们展示了不同风格的不同作品。

在旧工程翻新这一章中介绍了三个方案,这三个方案都是将旧建筑改建成新型酒店。那些曾经作为监狱、修道院和汽车厂的建筑,它们原来的用途在整个室内设计中占有支配地位,为酒店室内设计提供了现成的方便条件。这三个方案向我们展示了建筑师们怎样在旧建筑的基础上发挥自己丰富的创造力。

然后,我们进入另一方天地——拉斯维加斯,在这里没有一个建筑师的风格是一样的。本章介绍的四个酒店中有三个以“复制”为设计思想——复制地区、城市、世界,剩下的一个在设计中扮演着“天堂”的角色,内容是古怪奇异的度假区,本章详细地描述

了以古怪奇异的内容设计的酒店。

紧接下来的一章是一个非常有说服力的城市旅游胜地的酒店。这个酒店是以建筑师兼室内设计师迈克尔·格雷夫斯命名的，在这众多设计相似的酒店中表现出了他与众不同的个性。

在“中庭”这一章里，介绍了四个绝妙地利用酒店正厅结构的例子，这项工程是由外而内进行的，而不是像其他章节的工程从内向外进行。这些方案展示了室内设计师们是怎样将空旷而冷冰冰的空间“人性化”的。

最后一章介绍了两例新古典主义酒店，它们分别坐落于世界上最具国际性的两座城市——纽约和伦

敦。建筑手法如此鲜明地综合运用现代和古典相结合的风格，以至于“新古典主义”在这里得到了充分的证明。这种风格在各个方面都有体现，从装饰材料到轮廓、饰品以及基本色调。

本书的每一项工程标题下面都附有竣工时间、客房数量、楼层数目、建筑类型，这些要点便于通过目录快速查找，还附有从各个酒店发行报刊或宣传册上直接摘下来的一句评语，归纳了每个酒店的特点，这些观点也许会给我们带来帮助，也许不会，或者仅仅是趣味。

在介绍方案之前，主题访谈这章将引用酒店经营者和建筑师的观点。

# 主题访谈

## 21 世纪酒店

采访美国摩根酒店、美仑酒店、派拉蒙酒店、迪拉诺酒店、曼德里安酒店、圣马丁·雷恩酒店的经营者兼企业家伊恩·史亥革

伊恩·史亥革是20世纪80年代早期在纽约建立精品酒店的开山鼻祖。他所建立的酒店大都闻名遐迩。他花费了大量的精力研究酒店细部的主题和设计，对传统的酒店空间设计做出了贡献。伊恩·史亥革和法国建筑师安德列·普特曼共同合作设计摩根酒店之后，又和享有国际声誉的设计师菲利普·斯塔克一起设计了“意识酒店群”，目的在于引进酒店设计以及有关酒店在地区和国际社会中扮演的角色方面的新理念。

### 开 端

当我在1982年开创酒店业的时候，酒店业完全是另一番景象。那个时期已经有腰缠万贯的开发商经营酒店业，他们将酒店大量地投入到市场当中，用橡皮制作酒店设计模型，简单得让人一看就知道如何实际建造。这种大规模的促销以及对酒店业的独占，使酒店室内空间设计失去了创作灵魂。



纽约摩根酒店的大堂，该酒店是伊恩·史亥革的第一个酒店

我想给酒店输入新鲜的血液，使它变得幽默、诙谐、庄严、富有灵魂，并且使每一个酒店都有它自己独特的风格，我想让酒店从一个仅仅是睡觉的地方变成一个能够振奋人心、丰富生活，并且物有所值的地方。实现这些理念是通过视觉效果来完成的。

从1985年开始我就和菲利普·斯塔克合作，我们的关系不断发展，作为一个团队，我们的目标就是创作不同凡响和激动人心的作品。这些处在尖端的作品将经得起时间的考验，而不会在伴随着流行趋势而产生的低级品位中褪色。

当我们回顾历史，领略那些最先出现的酒店、酒吧、旅馆的风格，我们就会发现在那些典型的大城市里，酒店是用来举办城市里的大型活动（如婚典、庆祝、典礼）的场所，它们在当地扮演着重要的角色。

### 旧空间的新用途

我们设计的第一个酒店（纽约的摩根酒店）里没有大堂。该酒店强调的是安静、祥和、自由。我们有意识地对它进行保守的，但是却非常精密而复杂的设计。在后来的几个方案里，我们开始利用公共空间来延伸酒店的内部空间。每一个方案都好像是从另一个新起点开始，我们越来越努力使主题和设计个性化。

当你在参观一个陌生城市的时候，你呆在一个从未居住过的地方，你可以参观当地居民常去的地方，这就是我们所追求的酒店创建的风格。例如，大堂好比一个蜂巢，是你所在城市的一个缩影，在没有本地人居住的地方建立一个当地风情浓郁的意境。这个地方如此地令人兴致高昂，以致于使人们忽视它们顶棚上的一百多个房间。这是一个社交场所，提供食物饮料和令人兴奋的视觉感受。

### 21 世纪酒店

今天，互联网的引进使卖方市场转变为买方市场，消费者有更多的选择。我们为了能够给顾客提供更多的选择，努力宣扬自己的酒店在拓展现代生活新领域方面的成就。例如，根据客人的品位变换客房内灯光的色彩（圣马丁·雷恩酒店），在遵循弹性理念设计的同时，努力使灯光色彩的变化人性化。

我们在伦敦的下一个项目——桑德森——是我们设计的第一个城市温泉场，目的在于将大城市和“疗养地”融合。为什么不能在参观了像伦敦这样的大城市后，使回家的感觉比来时更好呢？城市里拥有高度发达的文化，却远离山川、河流和新鲜的空气。城市温泉场将两者融为一体，让你在城市里有一个健康的心情。