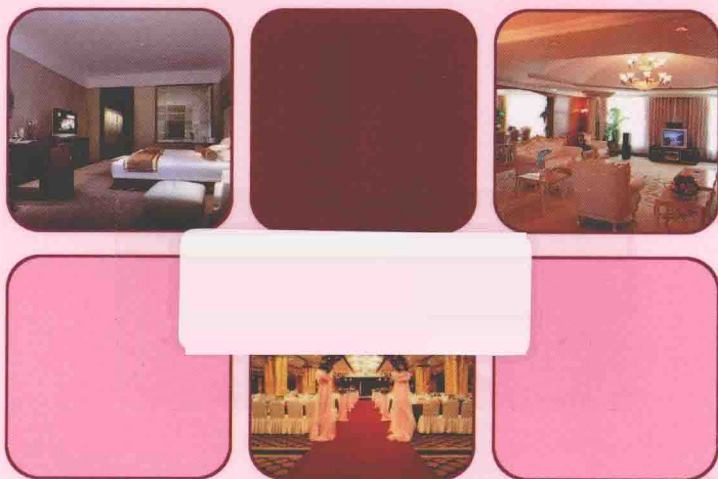




职业教育“十二五”规划教材
旅游服务类专业系列教材

酒店布置与装饰

主 编◎林 静
副主编◎杨秀丽



科学出版社

职业教育“十二五”规划教材
旅游服务类专业系列教材

酒店布置与装饰

林 静 主 编

杨秀丽 副主编

田雅莉 主 审

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书以轻松、活泼的形式展开内容编写,通过“想一想”创设学习情境,“智慧岛”将酒店布置与装饰的核心知识与案例分析相结合,给予学生丰富的学习资源,“能量吧”则拓宽了学生的知识面,“练一练”有助于学生巩固提高。

本书主要内容有酒店布置与装饰概述、酒店环境与空间设计、酒店不同功能区域的布置、酒店装饰的表现手法、酒店装饰风格等。

本书有助于提高旅游类专业学生的审美意识、艺术品味和鉴赏能力,可作为五年制、三年制酒店服务与管理专业的教材,也可供本科学生学习参考还可供相关培训单位选作参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

酒店布置与装饰 / 林静主编. —北京: 科学出版社, 2014
(职业教育“十二五”规划教材·旅游服务类专业系列教材)
ISBN 978-7-03-039251-0

I. ①酒… II. ①林… III. ①饭店-室内装饰设计-中等专业学校-教材 IV. ①TU247.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第289246号

责任编辑: 毕光跃/责任校对: 马英菊

责任印制: 吕春珉/封面设计: 艺和天下

版式设计: 鑫联必升

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

北京京华虎彩印刷有限公司 印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2013年12月第 一 版 开本: 787×1092 1/16

2013年12月第一次印刷 印张: 9

字数: 213 000

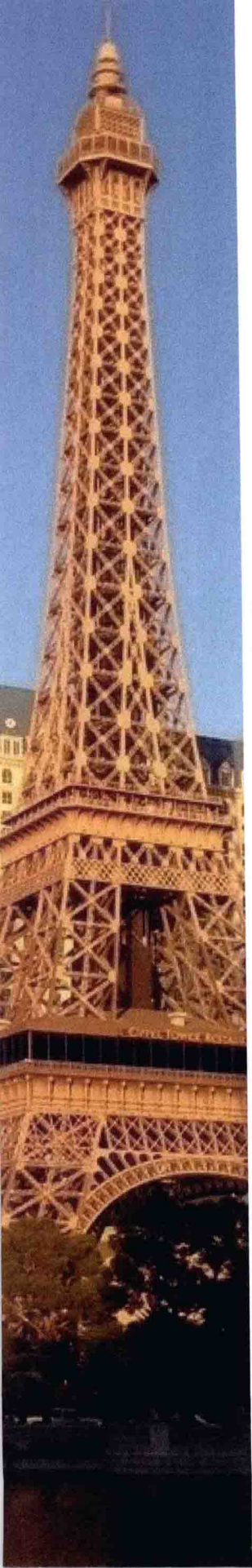
定价: 36.00元

(如有印装质量问题, 我社负责调换〈京华虎彩〉)

销售部门电话 010-62134988 编辑部电话 010-62138978-2004

版权所有, 侵权必究

举报电话: 010-64030229; 010-64034315; 13501151303



前言

酒店提供的产品是服务，由服务项目、服务质量、服务设施及服务环境等因素构成。如果将服务项目和服务质量称为软实力的话，那么服务设施与服务环境则是酒店的硬指标。服务质量的优劣决定了酒店品质的高低，酒店设施与环境的布置、装饰水平则能彰显其品位和特色。个性化的布置与装饰艺术能让酒店魅力大增，是打造酒店核心竞争力的重要指标。

布置与装饰艺术兼具实用性和观赏性，造型创作、表现形式、环境绿化、装饰材料的使用、色系的选配、灯光的设置及饰品的摆放等因素对于酒店是否拥有完美的室内空间起着决定性的作用，尤其是近年来各类主题酒店的兴起，使布置与装饰的作用日益凸显。酒店服务与管理相关人员掌握酒店布置与装饰的基本知识是非常必要的，基于这样的考虑，编者编写了本书。

本书各单元体例一致，易教易学，突出实用特色。“单元概览”针对本单元的学习方向给出了概况性介绍，帮助读者对即将展开的内容了然于胸；“本节聚焦”则是对单元中此节重点内容的提炼，方便读者对所学知识的掌控；通过“想一想”设置情境问题，引发读者的兴趣，导入新课内容；“能量吧”作为补充学习材料，帮助读者开阔思路，拓展视野；“练一练”旨在帮助读者在掌握相关知识的基础上，能够亲身实践，体现“做中学”、“学中做”的教育改革理念。

本书由林静担任主编，杨秀丽担任副主编。林静负责大纲的撰写和审定，杨秀丽负责全书的统稿和校对工作。具体编写分工如下：魏苹负责编写第一单元；杨秀丽负责编写第二单元；林静负责编写第三单元；王曦负责编写第四单元第一节、第二节、第四节和第六节；高文负责编写第四单元第三节；曾艳负责编写第四单元第五节；曲小毅负责编写第五单元。田雅莉对本书进行了审读，提出许多建设性意见，为本书确定了基调和方向。

在本书编写过程中，编者参考了大量的文献资料，在此向所有的原作者表示感谢。主观上，编者本着精益求精的态度力求完美，但客观上不可否认，由于编者的经验和水平有限，本书难免有疏漏和不妥之处，恳请各位读者提出宝贵意见。



目 录

第一单元 酒店布置与装饰概述	1
第一节 酒店布置与装饰的作用	2
第二节 酒店文化及酒店风格的发展趋势	6
第二单元 酒店环境与空间设计	11
第一节 环境与空间	12
第二节 空间的合理运用	20
第三节 酒店装饰设计与材料	25
第四节 酒店空间的设计风格	29
第三单元 酒店不同功能区域的布置	34
第一节 大堂的布置	35
第二节 客房的布置	41
第三节 餐厅的布置	47
第四节 咖啡厅、酒吧、茶艺馆的布置	54
第五节 休闲娱乐中心的布置	61
第四单元 酒店装饰的表现手法	70
第一节 环境景观	71
第二节 室内绿化	82
第三节 色彩在酒店装饰中的运用	92
第四节 光线的运用	100
第五节 背景音乐的运用	107
第六节 装饰物的摆放	110
第五单元 酒店装饰风格	118
第一节 汽车旅馆	119
第二节 商务酒店	123
第三节 会议酒店	128
第四节 度假酒店	132
主要参考文献	138

第一单元



酒店布置与装饰概述

单元概览

本单元将重点介绍布置与装饰在酒店经营管理工作中的重要作用、酒店文化及其发展趋势的基本常识，帮助读者理解有意识地关注酒店的布置与装饰的重要性。



第一节 酒店布置与装饰的作用



通过本节的学习，了解酒店布置与装饰在酒店经营管理工作中的重要作用，以便更充分地发挥其作用。



观察图1-1-1，哪一幅场景更吸引你的注意力？请说明理由。



图1-1-1 不同装饰风格的酒店餐厅

一、酒店的内涵与发展

酒店，也被称为旅馆、宾馆、饭店、度假村、大厦等。它是在一定时段内，向顾客提供食宿及相关服务的综合性公共建筑物，是为离家出行的人们建立的一个具备“家”的各项宜居条件的场所，也是人们社交聚会的重要场合，还可以承担城市的部分社会功能。简而言之，酒店就是基于私人居留空间的公共场所。

酒店的发展历史，可追溯到远古时代，古巴比伦王国时期的《汉谟拉比法典》中已为客栈老板规定了制度。而真正意义上的酒店雏形，则应从公元1400年左右英国出现的客栈算起，距今已有600多年的发展历程。在欧洲，随着工业革命和资本主义商品经济的高速发展，19世纪末期客栈发展进入黄金时代。历经近两个世纪的发展，酒店不仅成为旅行者的家园，而且扩展为城市社交活动的场合之一。星级酒店的概念也在西方逐步发展为评价酒店经营范围、接待能力、规模档次的社会标准。中国酒店的雏形最早可以上溯到2000多年前的古代客栈，其功能简单，建筑狭窄，给过往客商提供基本的食宿处所。由于农耕社会的自给自足经济模式，中国的客栈一直没有摆脱传统的家庭式经营模式和小型的规模，甚至连名称也一直是沿用客栈、客店的称谓。“酒店”从名称到经营理念实质上是一种舶来之物。改革开放以后，星级酒店的概念也传入中国，在20世纪80年代开始兴旺，之后蓬勃

发展,至今越发精彩。历经时代的变迁,酒店作为旅客停歇地的功能始终没有改变,但其规模、外观、设施却发生了令人难以置信的变化。

经济和旅游业的繁荣带动了酒店业的极大发展,我国的星级酒店已经超过了12 000家。相应地,消费者对酒店消费的需求也在不断变化:他们在对旅居空间的生活环境提出更高要求的同时,更希望酒店能提供一种具有“生活格调和品位”的文化享受,消费者对酒店文化的诉求越来越高。因此,现代酒店在形成自己的产品时,除了酒店内部不断提高功能的综合性和设施的现代化、人本化,也越来越多地关注酒店的文化内涵与品位。现代酒店在考虑人文地理、民俗风情、生态环保等诸多因素的基础上,需要在规划设计、管理经营中不断开发出浓郁而独到的主题化风格,从而打造酒店深厚的文化底蕴和独具意境与美感的旅居空间。酒店的布置与装饰艺术作为文化表现的重要载体,在酒店管理中的作用日益凸显,这些对酒店的从业人员也提出了更高的要求。

酒店的布置与装饰随社会生产力的不断发展而逐步发展,与时代背景息息相关,其中的结构、造型、色彩等要素都会深深打下时代的烙印,帮助人们理解这个时代,理解这个时代人们隐藏于内心深处的希望和向往。所以,酒店的布置与装饰不仅是技术标准和功能需要,它还表达了社会的哲学思想、意识形态和复杂的文化现象,它以物质的方式来表现人类文明的进步。

二、酒店布置与装饰艺术的影响与作用

随着旅游业的发展,酒店的服务对象都是怎样的群体?他们在酒店做些什么?他们对酒店的期望是什么?酒店的布置与装饰怎样才能满足他们的不同需求和品位?

1. 布置与装饰直接影响顾客体验

现代酒店不仅是提供休息的场所,还应是一种文化、一种思想、一个有趣的传奇故事。所以,酒店是集建筑和人于一体的舞台,如果要吸引观众,建筑与室内的布置与装饰就要产生一种诱人的戏剧效果,创造出新奇感,达到留住客人的目的。图1-1-2为美国拉斯维加斯的凯撒酒店。

现代酒店业的服务对象更有知识、更有求知欲望,同时也更挑剔,他们入住酒店,无论是出于商务或是旅游动机,都希望通过酒店体验当地文化、生态环境,以获得不同的风俗人文知识,增长见识,培养素质。由此可见,酒店应该是一个“文化艺术殿堂”,将文化艺术融入酒店空间中,使之具有独特的文化韵味,吸引更多的宾客。



图1-1-2 美国拉斯维加斯的凯撒酒店

2. 布置与装饰体现民族文化、地域风情

酒店的基本服务对象是不同国度和地区的旅游人群,不同的文化背景、经济条件、生活状况、风俗习惯等,构成了建筑使用者的多样性。在酒店的布置与装饰中,如何体现从每一位旅客出发,给他们带去宾至如归的感受和异国风情的体验,是首要目标。酒店的整体空间环境,一方面应当舒适安全、方便合理;另一方面也要强调环境的风格特征,在以时代、地域、民族文化为基础的大文化背景中,通过空间语言和装饰手段带给人们或传统或现代、或乡土或国际、或纯粹或变异的诸多建筑文化和艺术表现信息,以期让旅客在不同的环境中获得丰富的精神体验。如图1-1-3及图1-1-4所示,不同风格的酒店设计,或宁静安谧、或深邃悠远、或富丽华贵、或热情浪漫,在特定环境的特定设计主题之下,求得多样性效果,使酒店的布置与装饰成为高层次旅游文化活动过程中的精品艺术。



图1-1-3 英国伦敦萨沃伊饭店

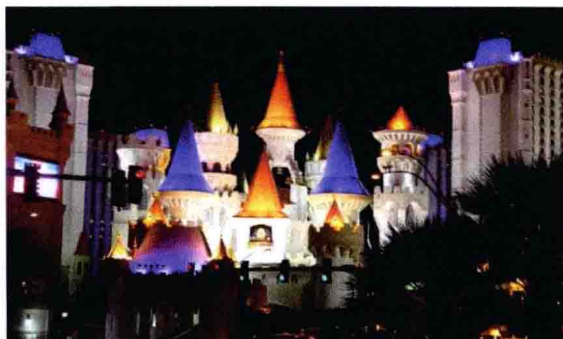


图1-1-4 美国拉斯维加斯城堡酒店

要通过布置与装饰艺术来实现酒店的文化主题,体现情调氛围、文化内涵与精神品格,这给现代酒店装饰设计提出了更高的要求。酒店布置与装饰不仅构思力求新颖独特、手法丰富多样,更重要的是要通过主题提炼、装饰整体设计、环境艺术设计等方式,将表现形式、色彩选配、材料选用、灯光配置、环境绿化、造型创作等要素有机而艺术地组合成一个整体,对文化主题做出全面诠释的同时,体现空间视觉美感。也就是说,通过装饰要素的组合来营造文化的氛围和激活整个酒店的灵魂。

3. 布置与装饰可以提高酒店的竞争力

1829年,世界上第一座现代化的酒店——特里蒙特饭店的建立,成为了世界酒店历史的里程碑,世界酒店业进入一个高速发展的阶段。为确保自己在激烈的市场竞争中处于有利地位,各具特色的造型、装饰艺术风格成为酒店互相竞争的有效手段。中式传统的造型艺术,乡土风格,欧式风格,后现代主义风格的顶部造型、裙房造型等都各具特色,借此酒店才能确保自己的独特性和不可替代性。

如图1-1-5所示,大连银帆宾馆的建筑造型,以现代几何体为特征,应用了梯状的斜面造型,象征三角形的白帆,风格独特。饭店外观造型及装饰既要突出自身个性,又要考虑周围环境的文脉及传统,和谐又有突破。

图1-1-6所示为秦皇岛市的天华大酒店，依托渤海物流，以商城为裙楼，20余层高耸主体，楼顶外墙采用蓝白砖镶砌，东西两侧与南北两侧相异，并由半圆形突起，重复中有变化，最大限度地扩展内部空间，成为顾客休闲娱乐的极佳场所。鸟瞰市容，居于此，碧海金沙、帆影点点、巍巍雄关、长城蜿蜒的美丽景观尽收眼底。裙楼入口以雕塑小品、喷水池、壁挂为装饰，令人耳目一新，墙面是表达建筑块体的造型语言，将客房窗分割成窗间墙，远望与湖水相称，天光水景中的饭店显出极佳的审美效果。它以“天朝集贤地，华夏温馨园”为理念，构筑了自己独特的建筑风格，又处于商业中心，成为了秦皇岛特有的景色。



图1-1-5 大连银帆宾馆



图1-1-6 秦皇岛天华大酒店

能量吧

世界最佳酒店的10条标准

1. 最佳酒店要有一流的服务员，一流的服务标准。
 2. 最佳酒店客房、餐厅、大堂、公共卫生、会议厅都要清洁、卫生、舒适、高雅、怡人。
 3. 最佳酒店应能提供富有特色的美味佳肴。
 4. 最佳酒店应设有多种不同的服务项目，并同时注意细节的服务和陈设。
 5. 最佳酒店应该使客人有“宾至如归”之感。
 6. 最佳酒店的地理位置要十分恰当。
 7. 最佳酒店应是独具特色、独具风格的一流水平的宾馆。
 8. 最佳酒店一定要注意细节服务和装饰，做到服务的细致、周到，为客人提供理想的服务。
 9. 最佳酒店的另一标志是要有名人曾经在此下榻和就餐。
 10. 最佳酒店是举办历史上最重要的宴会的场所，这也是成为最佳酒店的一个标志。
- 通过以上标准不难发现，酒店布置与装饰具有重要的作用。



练一练

搜集三个在布置与装饰方面有特色的酒店，并详细说明其成功之处。

第二节 酒店文化及酒店风格的发展趋势



通过本节的学习，了解酒店文化在酒店定位中的重要性及酒店的发展趋势。



观察图1-2-1，通过图片猜测酒店想要表现的文化内涵。



图1-2-1 不同风格的酒店

酒店是人类文明进步的产物。随着经济和社会的发展，人们的消费需求不断提高，酒店从古老、简陋、单纯到现代化、多样化、产业化、规模化，它也经历了一个漫长的演变过程。由此形成的酒店文化正在创造时尚，引领潮流，用浓墨重彩把现代社会点缀得更加绚丽多姿、充满活力。

一、酒店文化的内涵

酒店文化是指酒店自成体系的思想观念、文化观念、价值标准、管理模式、经营理念和物质文化环境的总和。每一个成功的酒店，都具备反映自己特色、个性和精神面貌的酒店文化。

酒店的文化定位要基于酒店本身的自然环境、民族历史渊源、人文环境、时代特征、政治和经济背景、艺术色彩、经营特色等因素。了解酒店各因素背后的文化背景，才能决定酒店的主题。

民族文化、历史文化、文学艺术等都可以作为酒店布置与装饰的主题，从而反映酒店文化，吸引各地游客。通过酒店的名字、主题景点、摆设、设计元素，均能让人体味到文化艺术的魅力，酒店也将由于主题的鲜明而扬名于世。图1-2-2和图1-2-3为主题鲜明的汽车旅馆。



图1-2-2 德国汽车旅馆（一）



图1-2-3 德国汽车旅馆（二）

酒店所处城市或地区的自然环境也可以决定布置与装饰的风格，如周边为现代都市海滨、山林景区或草原等，可以随着这些自然环境的不同而修改它的设计主题，让酒店融入周围环境，让客人从酒店的氛围到建筑的视觉都感受到地理环境给人的启迪。文化艺术元素的加入，可以帮助增强酒店的个性特征，使其更具有地域特色，如图1-2-4和图1-2-5所示。



图1-2-4 台北圆山酒店外观



图1-2-5 英国伦敦萨沃伊饭店内部装饰

二、酒店布置与装饰的未来发展趋势

酒店的发展经历了从当初的单纯住宿功能到现在集住宿、餐饮、会议、购物、娱乐、健身等功能为一体的过程，使其成为24小时运转的有机体。不同时代的社会观念会导致思维方式存在差异；不同国度、地域和民族，其取向各异；不同酒店的经营目标 and 价值理念不同。这些都要求酒店在布置与装饰方面具有更强的人情味和文化意识。从整体上看，酒店的布置与装饰会呈现以下发展趋势。

1. 混合化趋势

酒店的风格无非单一风格和混合风格两种，混合风格是世界酒店业发展的共同趋势，是世界各地域文化融合、交汇的产物。如图1-2-6所示，罗马的Empire Palace 酒店设计了115间（套）完全不同风格的客房，并且它有着巴洛克的建筑风格，有格调柔亮的现代家具、威



图1-2-6 罗马Empire Palace酒店

尼斯的金箔和东方情调的种种点缀。随着我国改革开放政策的实施，国外的建筑风格已经从单纯的建筑欣赏发展到现实的建筑设计中，其中中西合璧的混合式风格是中西方建筑文化碰撞后产生的新建筑风格，在实践中也体现为整体建筑与装饰设计两个方面的混合趋势。如图1-2-7所示，广州碧桂园凤凰城酒店设计豪华典雅，独具东西方文化底蕴和民域风情，引进了美国拉斯维加斯酒店的意念与不凡品位，给人一种气派超凡的尊贵之感。此外，装饰细节上往往也反映混合的趋势，如美式酒吧里有着高靠背的沙发，餐厅上方的丝绒帘有花饰等。

此外，装饰细节上往往也反映混合的趋势，如美式酒吧里有着高靠背的沙发，餐厅上方的丝绒帘有花饰等。



(a)



(b)

图1-2-7 广州碧桂园凤凰城酒店

2. 主题化趋势

从1982年我国第一家星级酒店开业到现在，中国酒店市场一度只有标准化酒店这一单一的产品形态，即“一统江山”的标准化酒店——统一的标准、统一的规范、统一的产品、统一的服务模式。如今伴随着旅游业的发展，酒店消费主体日益多样化和复杂化，一般意义上的标准化酒店已经不能满足各类客源群的多元需求。主题酒店作为一种个性化酒店模式，以其独特的专业市场细分、产品和文化特色冲击着现有酒店标准化的格局，并成为我国酒店业研究的热点问题和发展趋势。主题酒店的产生和发展客观上要求酒店装饰设计适应其变化，即酒店装饰设计的主题化趋势，如图1-2-8所示。

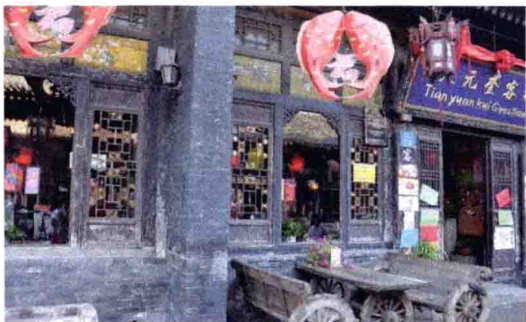


图1-2-8 别具特色的平遥古城酒店

3. 异化趋势

异化酒店是一种极端化的酒店模式，是一种专门为满足少数消费者的需求而产生的酒店模式。随着竞争的发展，市场的划分越来越趋向超细分化，因此出现的相应产品模式具有小而专、小而精的特征，异化酒店就是酒店市场超细分化的产物，是细分市场的末端产品。海底酒店、监狱酒店、马桶酒店、宠物酒店（图 1-2-9）、树屋（图 1-2-10），还有 2017 年将投入使用的由美国希尔顿酒店建造的太空酒店等都是异化酒店的典型例子。需要说明的是，异化酒店不是现代酒店的主流产品，它迎合了一部分顾客群体的需求，这种需求可能在一定时期内不具有广泛性的特征，是一种狭隘的需求，但是，我们也应该看到消费需求的时间性特征与潮流性特征，少数的需求很可能发展成为拥有一定顾客群体的需求，即部分异化酒店的消费需求是一种潜在的消费趋向，从长远角度讲，它将有可能会发展成为一种具有规模化意义的细分市场，因而是未来酒店业发展的一个重要趋势。



图1-2-9 宠物酒店



图1-2-10 树屋

4. 居家化趋势

居家化趋势的特征是家的感受。酒店是为消费者提供食、住、行、游、购、娱等产品的综合性企业，是消费者的家外之家。除了要给消费者带来安全、舒适、美妙、新奇的感受外，酒店还应该给疲惫的顾客以家的感觉，应该给顾客人性的关爱和呵护，应该让顾客感觉亲切、和蔼、其乐融融，而不是陌生、孤独、寂寞……例如，很多酒店客房床上用品的选择就摒弃了白底无花的布料，而选择彩色印花的居家式风格。

5. 智能化趋势

科学技术的发展，改变了世界的面貌，也改变了世界酒店业的面貌。新材料、新设备、新技术赋予酒店业新的观念和新的感觉，智能化酒店是当前酒店设计的主流趋势之一。具体而言，酒店智能化一般包括智能化的楼宇控制系统、计算机经营管理系统、卫星接收系统、

程控交换系统、银行与票务终端系统、办公自动化系统等。新技术将引发酒店的变革，传统的酒店模式将逐渐被淘汰，科技含量高的智能化酒店将发展成为现代酒店的主流。

能量吧

确定酒店文化，布置与装饰有特色的酒店，需注意的问题包括以下几点：

1. 酒店形象的个性化，以独特的视觉效果感染环境。
2. 强调酒店的人文氛围，感情色彩浓厚。
3. 艺术和功能更完美的结合，注重艺术与管理的关系。
4. 挖掘历史和传统民俗，跨越时代，将空间和时间有机地结合。
5. 跳出酒店自身的思维范畴，融合周围环境，与城市规划、环境因素整体协调。
6. 以装饰设计为手段，体现酒店的精神主题。
7. “本土化”和“异城化”的热衷，不同民族、区域式的风格再现。

总之，在筹备酒店时，规划、设计、功能布局等都必须服从经营需求，一切以客人需要为核心。提高客人的满意率，吸引客人，能让客人留下深刻印象，只有这样，酒店才能有生命力，才会成功。



练一练

根据熟悉的地域、民族、文化（选取一种），为一家酒店设定主题，结合主题谈谈布置与装饰的亮点。

第二单元



酒店环境与空间设计

单元概览

本单元将重点介绍酒店的环境因素及合理运用酒店空间的方法。通过学习，掌握酒店装饰与布置过程中对于空间的分隔和装饰手段，了解相应的美学法则和酒店空间设计的发展与趋势。



第一节 环境与空间



本节聚焦

通过本节的学习，掌握酒店空间的基本分隔方式，了解我国酒店空间设计的发展，能够对酒店环境进行简单的处理。



想一想

如图2-1-1所示，一家具有国际水准的酒店，首先要有舒适安全并能吸引客人居住的客房，具有能提供地方风味特色美食的各式餐厅，还要有商业会议厅、客人所需要的康乐中心等。对酒店来说，如何合理利用酒店建筑所提供的空间来实现这些功能区域的划分呢？



(a)



(b)



(c)



(d)



(e)



(f)

图2-1-1 酒店外观及各功能区