

【建筑文化】

DOI: 10.15986/j.1008-7192.2016.04.010

# 高档酒店特色化发展的四种趋势研究

王耀武, 孙 宇, 余 磊

(哈尔滨工业大学(深圳) 建筑与规划学院, 广东 深圳 518055)

**摘要:** 社会经济发展和多元文化趋势, 推动了高档酒店向特色化方向的转变。具有文化、地域特征或独特艺术魅力的特色化酒店, 以其个性鲜明的品味, 正逐渐成为人们酒店消费的重要方向。通过统计分析国内外的发展现状, 发现我国高档酒店的特色化发展还相对滞后。文章通过解读酒店特色化发展的内涵, 归纳总结出四种特色化发展趋势, 并且对比分析了它们之间的相似性和差异性, 最后从起源、发展状况、特征和营造要点等方面分别对这四种趋势进行了较深入的探讨。

**关键词:** 现代高档酒店; 发展趋势; 主题化; 精品化; 奢华化; 艺术化

**中图分类号:** TU 247 **文献标志码:** A **文章编号:** 1008-7192(2016)04-0055-06

长久以来, 酒店一直是人们进行商务、娱乐、休闲和度假活动的场所<sup>[1]15-17</sup>。一般高档酒店是指 4 星级以上, 具有一定的硬件设施标准和服务标准。随着经济的发展, 高档酒店越来越普遍。高档酒店的普遍拉动了酒店市场的激烈竞争, 同时经济发展带动了社会文化日趋多元、人们品味日趋个性化, 酒店投资商和运营商为了市场逐利去迎合消费者的喜好, 因而促使高档酒店向特色化的方向发展。高档酒店的特色化发展, 往往突破酒店常规理念、注重差异性经营, 它虽然定位较高, 但为了吸引特定的服务人群, 可以不完全依据星级标准建设, 更注重顾客特色化的消费体验。随着社会经济、文化的进步, 特色化必将成为高档酒店发展的主要趋势。

## 一、我国特色化酒店的现状

特色化酒店最早产生于西方发达国家, 在上世纪 80、90 年代发展较为成熟。随着本世纪世界经济向东方转移, 特色化高档酒店在亚洲逐渐盛行。特别是在我国, 随着经济的快速发展, 也呈现出了欣欣向荣的局面。在上海、北京、深圳等经济比较发达的城市, 高档酒店特色化发展趋向非常明显, 但由于在我国发展时间较短, 因此还不太成熟。由

图 1 可以看出, 在欧美国家的代表性城市, 特色化酒店占高档酒店的数量比例高达 30%~40%, 而在我国的一线城市仅为 10%~20%。我国高档酒店特色化的发展与国外相比还存在较大差距, 同时也存在较大的潜力和发展空间。

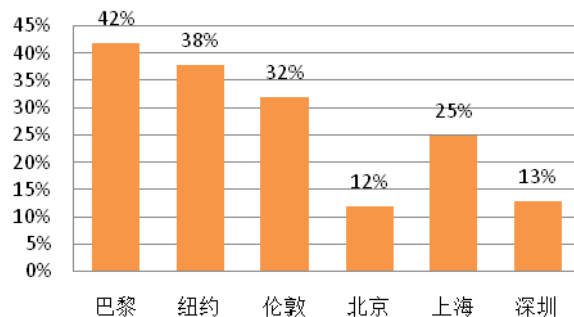


图 1 主要城市特色酒店数量占高档酒店比例

## 二、特色化酒店的内容

目前高档酒店的特色化发展主要呈现出四种主要趋势, 即主题化、精品化、奢华化和艺术化。总结这四种趋势的特征(表 1): 从表达方式来看, 它们的生成逻辑十分类似, 都是通过对特定素材的分析, 来确定酒店的发展方向并制定相关策略, 并通过酒店的设计、运营等方面来实现。但这四种趋向的侧重点又有所不同: 主题化酒店倾向于主题氛

收稿日期: 2016-05-09

**作者简介:** 王耀武(1968-), 男, 哈尔滨工业大学(深圳)建筑与规划学院教授, 博士, 研究方向为生态城乡规划、新区城市设计、产业地产规划、城市规划思想; 孙 宇(1982-), 男, 哈尔滨工业大学(深圳)建筑与规划学院博士研究生, 研究方向为生态城市设计。E-mail:17026205@qq.com

围的营造;精品化酒店有小而精的特点;奢华酒店讲究内部装潢的华丽、考究,侧重于奢华生活的营建;而艺术化酒店则强调艺术的原创性和小众化的特点,可复制性较弱。

表 1 高档酒店的特色化趋向类型

趋向类型	主要特征	主要素材来源	典型案例	表达方式
主题化	重视主题性表达	文化、典故、传说、故事等	MGM Las Vegas 酒店 Wynn Las Vegas 酒店	
精品化	小而精	创造精致生活的独特元素	香港置地文华东方酒店	
奢华化	极端奢华	以创造奢华尊贵的生活为中心	丽兹·卡尔顿酒店 (巴黎旺多姆)	建筑造型、 立面设计、 室内装潢、 家具陈设、 酒店经营、 管理服务等
艺术化	设计化	设计师个人创造性表达	Puerta America Hotel (西班牙马德里)	
	时尚化	时代感强烈 设计手法独特 原创性设计	Josef 酒店 (捷克布拉格)	
	简约化	极少主义艺术	半山酒店 (土耳其安塔利亚)	

三、主题化趋势的高档酒店

主题化酒店兴起于美国,以加州玛利亚客栈<sup>①</sup>为早期代表,世界上最著名的主题酒店群在美国拉斯维加斯<sup>②</sup>。据笔者统计,欧美国家主题酒店在特色化酒店中所占的比例约为 5%~10%,这一比例在我国略高,约为 10%~20%。结合上文,我国特色化酒店发展总体水平低于欧美国家的数据来看,目前我国主题酒店的发展速度快于其它特色化酒店。

主题性是主题酒店的显著特征,也是该类型酒店能否成功的关键因素。为了给顾客创造特定的文化生活体验,从建筑风格到艺术装饰以及各项服务功能,都要彻底贯彻并体现主题。因此,如何挖掘主题中的素材并将之运用到酒店的功能与形式、运营和管理之中,共同构成主题特色,是高档酒店主题化发展中的重要问题。以下三方面是主题化酒店塑造的要点。

1. 主题确定要恰当

确立主题的关键在于要选择有持久生命力的主题要素,不能昙花一现。酒店所在地的历史、文化、自然、传说、典故等等都可以作为主题选择的对象。但要素的选择要与酒店所处的地域条件、文化背景以及时代环境相协调,比如在历史底蕴丰厚、文化特色突出的地方,过于另类的主题就与所处环境的氛围不协调,不宜拿来做酒店设计的主

题。我国比较成功的主题化酒店有以生态低碳为主题的上海 URBN 酒店、以“道家文化”为主题的四川鹤翔山庄、以三国文化为主题的成都京川宾馆<sup>[2]76-77</sup>、以及香港的迪士尼酒店等案例。另外,市场导向和消费群体的特征也是主题选择需要考虑的因素,不能因为主题受众面过于狭窄而将顾客拒之门外,例如杭州的梦幻城堡酒店就是因为主题脱离了市场的定位而导致失败。

2. 主题诠释要深入

酒店的设计如建筑空间形态、内部装修和家具陈设等要依据所选的主题来确定,要把主题元素融入到设计的全过程当中。例如上海 URBN 酒店是由旧工厂改造而来的,基于生态低碳主题的需要,大量利用旧建筑原有材料,既环保又使空间富有质感(图 2),酒店每个客房都采用类似竹管的装置,既保证了冬季采光和夏季遮阳的需要,又可以用来收集屋顶雨水,此外酒店还有其它设施和服务理念,比如“碳中和”,都对主题进行了深入的诠释<sup>[3]</sup>。

另外,在功能空间方面也要重视主题概念的植入,因为功能空间是满足顾客基本需求的场所,特别是客房、餐饮等空间,利用主题的植入创造特殊的文化体验十分重要<sup>[4]32-33</sup>。成都京川宾馆就专门打造了“三国宴”、“蜀宫乐宴”等主题餐饮,并在经营服务方面设置文化专员,将酒店的功能服务与三国文化有机结合<sup>[2]76-77</sup>。

### 3. 主题内涵要延伸

如果说建筑和设施是酒店的骨架,那么活动与服务就是其血肉,通过主题活动与服务为顾客提供难忘的主题体验,不仅可以强化酒店在顾客心中的主题概念,更能增加酒店产品在主题化方面的附加值。比如鹤翔山庄把道教文化融入到酒店的血液中,创造了与道教文化相关的养生月饼、青城道茶、根雕艺术馆等一系列主题活动,既强化了主题内涵,又延伸了主题的附加值<sup>[5]41-43</sup>。



图2 URBN 酒店材料利用示意图

## 四、精品化趋势的高档酒店

酒店精品化趋势最早出现于欧洲,以伦敦布雷克斯酒店<sup>③</sup>为代表,随后便很快传到美国,以纽约 Morgans 酒店<sup>④</sup>为标志。精品化趋势是高档酒店特色化发展的主流趋向之一,纽约、伦敦和巴黎的精品化酒店占到特色化酒店总量的 20%~35%,在我国以上海、北京相对较多,基本上可以占特色化酒店总量的 20%以上,而其它城市相对较少,都在 10% 以下。

酒店精品化的概念源于法语“Boutique”,原意是指那些销售极富创意和个性的精品店,可见“小而精”便是精品酒店的基本内涵<sup>[6]27-29</sup>。精品酒店虽然规模不大,设施精简,但为顾客提供服务和照顾的精细化程度是其它酒店无法比拟的。目前高档酒店在我国的精品化发展状况良莠不齐,很多人对精

品化酒店的认识还存在误区,市场发展还不规范,缺乏相应的标准,但通过经典成功案例分析,也可归纳出一些精品化酒店的塑造要点。

### 1. 规模虽小但要精细别致

精品化酒店建设规模不宜过大,客房数量大都不得超过 100 间,每间客房的面积要比标准酒店的客房宽敞、豪华许多。虽然附属设施的配置规模与标准酒店相比略显欠缺,但由于一般不直接对外经营,所以也能很好地满足顾客需求,同时也保证了酒店的私密性。另外,酒店设计规模虽小,但必须精细别致,酒店外观一般低调而不失品味,内部空间要精心塑造,并且要和室内装饰的精细布置相得益彰。比如香港置地文华酒店则通过法式餐厅的浪漫情怀和客房的别样设计彰显其与众不同的精致(图 3、图 4),上海环球柏悦酒店利用当今艺术家的前卫作品,显示出自己高品位的格调和对时尚的敏锐。

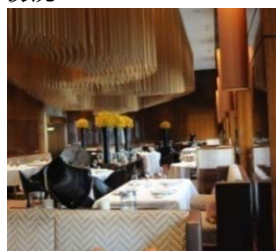


图3 香港置地文化酒店法式餐厅

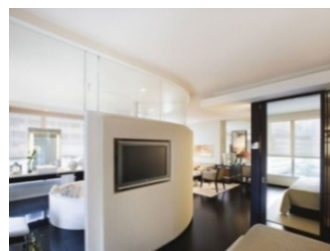


图4 香港置地文华东方酒店客房

### 2. 客户定位要高端精准

精品化酒店一般拥有比较稳定的顾客群体,这类群体大都具有较高的文化修养和殷实的经济基础,针对这类群体的个性化要求,酒店会提供量身打造的功能配置。精品化酒店的资源配置特点,决定了它的平均房价要比普通星级酒店高。比如同在香港,置地文华东方精品酒店的客房平均价位就比 5 星级标准的文华东方酒店房价高。

### 3. 酒店服务要体贴入微

提供人性化、细微化的服务是精品化酒店打造的必要条件,亲切、真诚、专属的服务是精品化酒店服务水平的基本要求。为了保障服务质量,酒店服务员的配置人数往往要比标准星级酒店高很多。一般五星级酒店的客房数与服务人员人数的比例在 1:1 或 1:1.5 之间,而精品酒店可以达到 1:3 甚



至1:5,同时还要配备足够数量的专职管家<sup>⑤</sup>。例如香港置地文华酒店采取了“随时/随需”专人礼宾服务来最大限度地满足每位客人的不同需求;W酒店推出的“烛光服务”和“安眠枕菜单”体现出精细入微的服务水平。

总的来说,精品化酒店虽然规模较小,但由于其设计布置精致、具有较强的私密性和较高的服务品质,往往成为许多社会名流选择入住的重要原因。

## 五、奢华化趋势的高档酒店

奢华酒店最早产生于法国和美国。据资料记载,1898年,位于巴黎旺多姆广场的丽思·卡尔顿酒店,以凡尔赛宫作为创作设计蓝本,开创了奢华酒店的先河。1893年,威廉姆·沃尔道夫·阿斯特在纽约曼哈顿建起了当时最豪华的酒店,也是第一家华尔道夫酒店。奢华酒店在特色化酒店中的占比比较高,欧美国家主要城市中的巴黎、纽约和伦敦均可以达到30%~40%,我国的北京、上海可以达到20%左右。

奢华酒店的特征和目标性非常鲜明直接。正如沃尔道夫的父亲曾要求他建一座“为富人服务”的酒店那样,奢华酒店的宗旨是为顾客创造奢华的生活环境,让顾客体验到尊贵、华丽的生活品质。因此,酒店设计、装饰、陈设都追求极致的华贵,提供的服务也会更加的专业、贴心、细致和全面,甚至要针对客人的心理,满足顾客极致的精神需求。奢华酒店的塑造都要以此目标为核心展开。

### 1. 市场定位要高贵

如果说精品酒店的客群都是“社会精英”,那么奢华酒店的客群则是金字塔顶端的“精英”,并且大多还有一定的阶层地位。比如巴黎旺多姆丽思·卡尔顿酒店,在其开业的100多年来,有数不清的皇亲贵戚、政贾要人和世界名流曾下榻于此。而美国的华尔道夫酒店,更是见证了美国和世界的许多重要事件,清朝大元李鸿章也曾在此入住。因此,奢华酒店为了稳定客户群体,必须要拥有世界级的高端人脉和强大的品牌效应。

### 2. 地理位置要优越

奢华酒店一般处在地理位置非常优越的地段,

这些地段主要有两种类型:一是城市型<sup>[7]105-107</sup>,多位于城市中心地段,并且多为著名老建筑改造而来,有丰厚的历史和文化积淀。比如旺道姆广场的丽思·卡尔顿酒店和位于上海外滩2号的华尔道夫酒店。位于市中心黄金地段的上海璞丽酒店,虽为新建,但也依托了静安寺的文化底蕴,创造出闹中取静、大隐于市的氛围(图5)。二是度假型,要拥有得天独厚的自然环境资源,一般由实力强大的财团或者酒店集团建设,在这种情况下,交通不是考虑问题的主要因素,创造极端奢华的氛围才是重点,如迪拜的帆船酒店。

### 3. 酒店设计要奢侈华丽

为了创造高贵、华丽的氛围,奢华酒店的设计必须非常讲究,一般都要出自名家之手,从创意、选材到做工等全过程都必须经过精挑细选、精雕细琢,其精细和挑剔程度,往往会让普通人叹为观止。上海璞丽酒店大堂地面就选用了同紫禁城修复工程相同的地面材料(图6),为了减少水印而采用做砚台的石头作为卫生间、洗手台的主要材料(图7),另外酒店还采用珍珠鱼的皮来装饰书廊的墙面(图8),这些都体现出其内敛的奢华情调。上海华尔道夫酒店的每个细节也都颇讲究,所用餐具均为特别定制,墙面用烤漆来代替喷漆。



图5 璞丽酒店入口前导空间



图6 璞丽酒店大堂地面及陈设

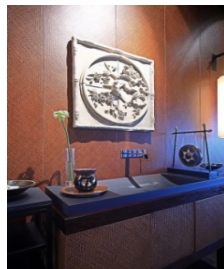


图7 璞丽酒店卫生间

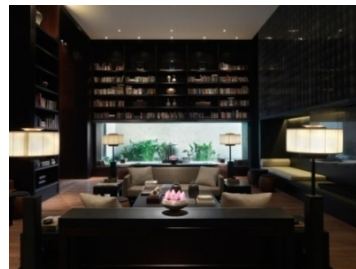


图8 璞丽酒店书廊

### 4. 酒店服务要高端专业

奢华酒店所面对的客人,会比一般消费者对服

务的要求更加苛刻。所以这就要求奢华酒店的服务更加专业和高端,这已经打破了服务仔细所涵盖的内容,而上升到服务过程要具有高级美感和多级情感,服务内容具有历史性和文化性、独特性和稀缺性的范畴<sup>[8]</sup>。比如上海璞丽酒店就聘请了国际著名的 URC 管理团队。而巴黎雅典娜广场酒店拥有 5 家米其林三星餐厅,并提供 24 小时送餐服务。

## 六、艺术化趋势的高档酒店

艺术化酒店是 20 世纪末产生的崭新概念,最早源于世界著名设计师 Phillippe Starck 设计的纽约派拉蒙酒店。经过 20 多年发展,已衍生了设计化、时尚化和简约化等不同方向。高档酒店艺术化趋势的产生和发展,与所在城市的文化艺术氛围有很大关系。目前欧美国家主要城市的艺术化酒店数量,占特色化酒店总数的 25%~30%。我国的北京和上海基本上达到了这个比例,深圳的艺术化酒店相对较多。

艺术化趋势的酒店具有鲜明的设计感和强烈的时代感,以独特的设计手法和独创的设计风格展现与众不同的个性,因此艺术性和原创性是这类酒店的显著特征。具有设计特征的艺术化酒店主要依靠设计师的设计来定位风格,如西班牙马德里的 Puerta America 酒店由哈迪德、皮亚诺等著名大师共同打造完成。具有时尚特征的艺术化酒店则紧跟当前潮流,蕴含敏锐而流行的时尚元素,其目标是吸引喜爱新潮和追求时尚的人士,如米兰 Straf 酒店所展现的那样。而简约特征的艺术化酒店与极少主义艺术息息相关,它排斥多余的装饰和表现,追求纯粹的抽象和艺术逻辑,土耳其安塔利亚的半山酒店就充分展示了对简约的追求。虽然高档酒店的艺术化趋势呈现出了不同的发展倾向,但它们的塑造的要点却有共同之处。

### 1. 要具有颠覆性与灵活性

艺术化酒店主要体现设计师对传统酒店的批判性思考,会突破常规酒店的标准和设计范式,通过突出鲜明个性使酒店不再有雷同复制的感觉。如香港蒂乐文娜酒店大堂的设计弱化了传统大堂的功能,通过颇具东方韵味的华丽入口、设计师专门

设计的座椅、地面上的巨型时钟和指南针图案等,强调超现实主义艺术的神秘气氛。正因为艺术化酒店对传统酒店的颠覆,为了酒店艺术氛围的营造而不循规蹈矩,不拘泥于酒店的规模和设施完善,甚至为了艺术性可以牺牲一定的舒适度,这恰恰体现出其灵活性的一面。

### 2. 要保持原创性和统一性

从某种意义上来看,艺术化酒店应该是一件艺术作品,具有无法复制的特点,即便是连锁品牌的艺术化酒店,每一家的特点也应该均不相同,正是这种独特的唯一性才是此类酒店的魅力所在。艺术化酒店在进行原创设计的同时,也要保证艺术风格的统一,从建筑、室内、家具、识别系统等各方面都以设计师的艺术表达为主体。客人住在酒店,就像住在设计师个人艺术品陈列室一样。如果这些艺术品是可以出售的,那么会大大延伸酒店的产品线,从而形成以酒店为主业的复合业态。例如派拉蒙酒店从大堂的桌椅到房间的床柜,甚至浴室的牙刷,里里外外都是由 Starck 本人专门设计的,很好地保证了酒店的原创性和统一性特点,另外还专门设立了可售卖用品的展示区域,为酒店带来了经济利益。

## 七、结 语

通过对高档酒店特色化发展的四个趋势的分析,阐述了当前高档酒店业发展的新方向。高档酒店的特色化发展,突破了标准星级酒店的统一模式,呈现出多元化和追求满足顾客精神层面需求的路线。这些酒店注重自身文化的差异性,重视为顾客带来身心双重体验,以差异化艺术和文化魅力吸引不同的顾客群体。

高档酒店的特色化发展方向,是伴随着社会经济、技术、文化等多方面的发展而产生的,与当代人们的生活理念和消费观息息相关。随着人们生活水平的不断提高,这种特色化趋势必将呈现日新月异的发展势态。不可否认的是,虽然高档酒店的特色化发展具有广阔的空间,但它不可能成为高档酒店发展的唯一方向。另外,特色化是个开放概念,并不限于本文所论述的四种趋向,其内涵和外延必

将随着社会物质和精神文化的提升而不断扩大。

### 参 考 文 献

- [1] 孙佳成. 酒店设计与策划[M]. 北京:中国建筑工业出版社,2010.
- [2] 王一丹. 主题酒店创意设计实录[M]. 成都:四川大学出版社,2009.
- [3] 王洪辉,朱晓明. 基于低碳生活引导的上海设计酒店 URBAN HOTEL 改造[J]. 华中建筑,2011,29(3):36-41.
- [4] 房亮. 主题酒店文化氛围营造研究[D]. 兰州:兰州大

学,2009.

- [5] 魏小安,赵准旺. 主题酒店[M]. 广州:广东旅游出版社,2005.
- [6] 胡爱华. 精品酒店空间设计研究[D]. 厦门:厦门大学,2008.
- [7] 王奕. 酒店与酒店设计[M]. 北京:中国水利水电出版社,2006.
- [8] 卢晓, PHAN M C T. 奢华酒店业服务创新成功决定因素研究:基于巴黎雅典娜广场酒店案例[J]. 研究与发展管理,2012,24(5):34-41.

## A Research on Four Trends of Characteristic Development of Upscale Hotels

WANG Yao-wu, SUN Yu, YU Lei

(School of Urban planning and Management, Harbin Institute of Technology (Shenzhen), Shenzhen 518055, China)

**Abstract:** The diversified tendency of social economic development and social culture promotes the change of upscale hotels to the characteristic development. Such hotels, which are distinctive in culture, regional features and unique artistic fascination, lead the trend of the hotel consumption. By analyzing the development of hotels home and abroad, the paper finds that the characteristic development of upscale hotels in China is relatively lagging behind and there are four kinds of trends of characteristic development. With the analysis of the similarity and difference, the paper discusses the development trend further from the perspectives of the origin, the development, the characteristics and the key points of construction.

**Key words:** upscale hotel; trend; theming; boutique; luxury; artistic

【编辑 程广平 高婉炯】

### 注释:

- ① 1958年,美国加州玛利亚客栈开业。
- ② “赌城”拉斯维加斯,被业界认可为“主题酒店之都”,其中包括凯撒宫大酒店、美高美大酒店、金字塔酒店等。
- ③ 布雷克斯酒店是由演员、设计师 Aouska Hempel 于1981年在伦敦南肯辛顿(South Kensington)创办。
- ④ 1984年,精品酒店业巨头艾恩·夏仁杰(Lan Schrager)在美国纽约麦迪逊大街创办了 Morgans 酒店。
- ⑤ “专职管家”是时下高档酒店兴起的概念,英文称 butler,起源于英国皇室的贴身管家式服务,它能最大限度地满足客人个性化的需求。