

第2章

酒店设计的基础知识

随着生产力的发展,酒店行业也逐渐发展起来,现如今,酒店作为商业性的活动空间,不仅为住客提供了休息、居住的场所,还提供了餐饮、游戏、娱乐、购物、商务中心、宴会及会议等场地与设施。因此酒店设计也成为一门综合性的科学与艺术。

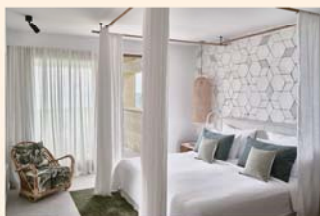
酒店设计的四点设计要素如下。

◆ 酒店设计色彩:色彩作为氛围渲染的主要构成元素之一,能够直击受众的内心情绪,通过常识性的联想,使氛围的渲染更加浓郁直接。

◆ 酒店设计布局:合理的功能布局和流程设计是一个酒店盈利的基石,在确定酒店内的空间定位后,进行合理的空间布局,提高空间的使用率,增强空间的合理性。

◆ 视觉引导流程:当某一视觉信息具有较强的视觉冲击力时,就会比周遭环境的其他元素更容易吸引受众的注意力,通过这种吸引注意力的方式引导视线和行进路线的顺序,使受众按照设定好的路线依次接受信息。

◆ 环境心理学:环境心理学是支撑环境建造的基础理论。通过对环境心理学的研究与应用,创造出安全、舒适、宜人和富有美感的酒店环境。





2.1

酒店设计色彩

我们生活在由色彩所组成的世界里，在酒店设计中，不同的色彩会为空间呈现不同的氛围，因此，明确色彩的属性与特点，注重色彩之间的组合与搭配，是酒店设计的基础知识，通过合理的色彩设计与搭配，打造出合理、美观且充满风格气质的空间效果。

在设计中，我们大致可将色彩分为冷与暖、轻与重、进与退、华丽与朴实等风格与特点。



2.1.1

酒店设计的冷色调和暖色调

色彩的冷与暖是人们长期生活经验的总结，具有联想性。通常我们将红色调、橙色调和黄色调的色彩看作暖色调色彩，会让人们联想到温暖、热情、甜蜜的事物，如：太阳、火焰、橙子、收获等；而冷色调色彩通常为绿色调、青色调和蓝色调，能使人们联想到冷静的大海、寒冷的冬天和具有科技感的电子产品等。

冷色调的酒店设计赏析：



暖色调的酒店设计赏析：





2.1.2

酒店设计色彩的“轻”“重”感

明度是指色彩的明暗程度，是决定色彩轻、重感的重要因素。高明度的色彩相对较“轻”，在空间中能够营造出清凉、柔和、淡然的空间氛围；而低明度的色彩相对较“重”，给人一种踏实、稳重、深邃的视觉感受。

视觉效果“轻”的酒店设计赏析：



视觉效果“重”的酒店设计赏析：

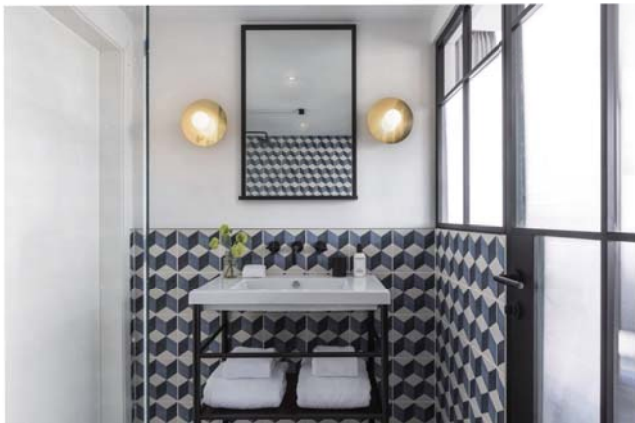


2.1.3

酒店设计色彩的“进”“退”感

色彩的“进”与“退”是相对而言的。在酒店设计中，采用低明度或是冷色调的色彩会使区域产生向后退的视觉效果，而高明度或是暖色调的色彩通常情况下会产生向前进或是相对抢眼夺目的视觉效果。

进退感的酒店设计赏析：





2.1.4

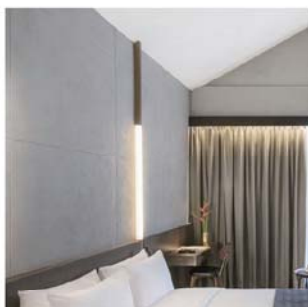
酒店设计色彩的“华丽感”“朴实感”

“明度”与“纯度”是决定色彩“华丽感”与“朴实感”的关键要素，明度和纯度相对较高的色彩相对而言更加华丽鲜明，而明度和纯度相对较低的色彩相对而言更加平和朴实。

华丽感的酒店设计赏析：



朴实感的酒店设计赏析：

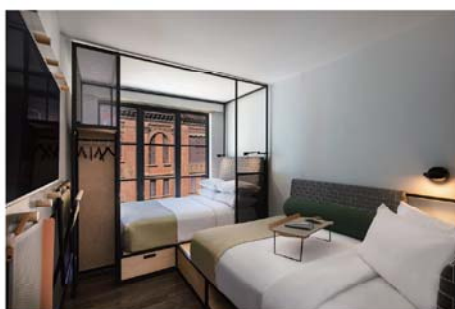


2.2

酒店设计布局

酒店布局是决定酒店档次的一个重要的决定性标准。好的酒店布局效果能够使空间的规划更加合理，提升空间的利用率，使整体空间具有安全性、舒适性和私密性。

从特定角度来讲，我们可以将酒店的布局方式分为直线型、曲线型、独立型和图案型四种。



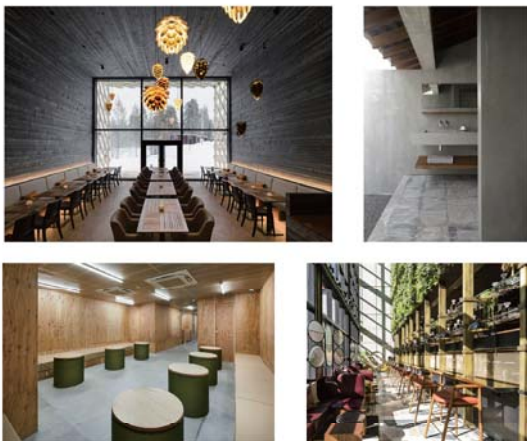


2.2.1

酒店设计直线型布局

直线型：直线型的酒店设计布局是将酒店空间内的元素进行直线型陈列。我们可将直线型布局方式分为两种，一种是有序型直线布局，另一种是无序型直线布局，两种布局方式所呈现的视觉效果各不相同。

直线型酒店设计布局赏析：



2.2.2

酒店设计曲线型布局

曲线型：酒店的曲线型布局方式，会根据曲率的不同营造出不一样的空间效果，曲率越大，就说明曲线的弯曲程度越大，氛围就更加灵活、欢快；而曲率越小，曲线的弯曲程度就越小，酒店的空间氛围就更加优雅、温馨。

曲线型酒店设计布局赏析：

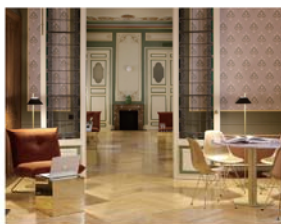


2.2.3

酒店设计独立型布局

独立型：酒店的独立型布局方式更加注重空间的私密性，通过人性化的设计理念使酒店空间充满人情味。

独立型酒店设计布局赏析：

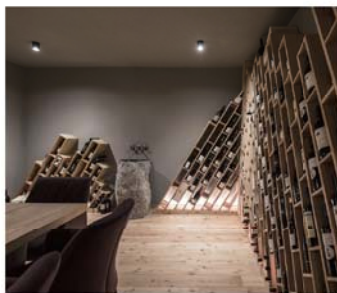


2.2.4

酒店设计图案型布局

图案型：图案型的布局方式会根据不同的图案形状为空间营造出不同的视觉效果，并通过图案形式的塑造，增强空间的个性化效果。

图案型酒店设计布局赏析：





2.3 视觉引导流程

视觉引导流程是通过一系列元素对空间进行装饰的同时，对受众进行视觉和行进路线等的引导。由于受众视野的局限性，在设计的过程中可以通过装饰元素引导、符号引导、颜色引导和灯光引导等方式，使空间达到最佳引导效果。



2.3.1

通过空间中的装饰元素进行视觉引导

在酒店设计中,将装饰元素作为空间的视觉引导,既能够对空间起到装饰作用,提升空间的美观性,又能够作为空间的视觉引导,提升空间的实用性与说明性。



这是一款酒店内餐厅就餐区域的空间设计。在天花板上借助半透明薄纱材料对

空间进行装饰,在暖色调灯光的映衬下使空间更显神秘、浪漫。将餐桌设置在装饰元素的正下方,使其起到了正确的引导作用。



RGB=68,21,31 CMYK=65,93,78,56
RGB=191,160,137 CMYK=31,40,45,0
RGB=71,57,44 CMYK=70,72,81,43
RGB=207,230,235 CMYK=23,4,9,0



这是一款酒店入口区域的空间设计。采用层次丰富、结构饱满的植物对空间进

行装饰,并在前方设置了一个实木材质的指示牌,采用手写字体刻画出酒店的名称,使其在对空间进行装饰的同时,也起到了解释说明和视觉引导的作用。



RGB=80,95,60 CMYK=72,56,85,19
RGB=213,200,177 CMYK=21,22,31,0
RGB=130,89,57 CMYK=54,67,84,15
RGB=64,69,80 CMYK=80,72,60,24

2.3.2

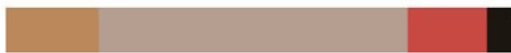
通过符号进行引导

符号是酒店设计中常见的引导元素,在设计的过程中,可以通过各种各样的符号对空间的方位、属性等进行正确的引导。

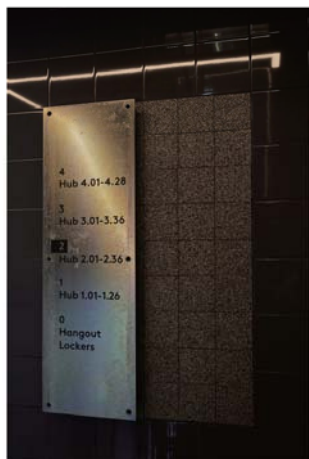


这是一款酒店内客房入口处的空间设计。在门口的左侧采用带有民族风情

的挂件对空间进行装饰,与地面上的地毯风格形成呼应,并配有文字对空间进行说明,简洁易懂的文字能够瞬间引起受众的共鸣。



RGB=189,132,69 CMYK=33,54,79,0
RGB=183,156,135 CMYK=34,41,46,0
RGB=207,56,44 CMYK=23,91,88,0
RGB=22,17,13 CMYK=84,82,86,72



这是一款酒店内的指示牌设计。将刻有文字标识的指示牌悬挂在墙壁之上，金属光泽的指示牌通过灯光的照射使其在空间中更加突出，增强了指示牌的可见性。



RGB=23,18,14 CMYK=84,82,86,72
 RGB=59,46,37 CMYK=72,75,82,51
 RGB=212,194,142 CMYK=22,24,49,0
 RGB=93,108,115 CMYK=71,56,51,3

2.3.3

通过颜色进行引导

色彩具有先声夺人的作用，在酒店设计中，通过不同的色彩之间的区分与对比，来增强空间区域的视觉冲击力，起到一目了然的引导作用。



这是一款酒店内餐厅区域的空间设计。空间以白色为底色，通过浪漫而又甜

蜜的紫色调，将功能区域进行凸显，大胆的造型配以对比鲜明的色彩，使其能够瞬间抓住受众的注意力。



RGB=213,94,147 CMYK=21,76,18,0
 RGB=237,221,205 CMYK=9,16,20,0
 RGB=172,186,215 CMYK=38,24,8,0
 RGB=139,76,88 CMYK=53,79,58,7



这是一款酒店内餐厅区域的空间设计。空间以实木材质为主，营造出温馨、

厚重的空间氛围。利用蓝色的圆形地毯将休息座椅以组的形式进行划分，在装饰空间的同时，也通过色彩的对比增强了空间的视觉冲击力。



RGB=76,112,178 CMYK=76,56,10,0
 RGB=171,120,95 CMYK=41,59,63,1
 RGB=95,68,61 CMYK=64,73,72,29
 RGB=24,21,20 CMYK=84,82,82,69

2.3.4

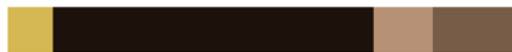
通过灯光进行引导

灯光是酒店设计中可塑性极强的应用元素，除了将空间进行照亮以外，还可以起到装饰空间、划分区域、突出重点等作用。



这是一款酒店内餐厅就餐区域的空间设计。灯光主色调沉稳复古，在中心区域，

设置亮黄色的灯光将酒柜区域进行凸显，通过灯光强烈的明暗对比和色彩对比，增强了空间的视觉冲击力，使其在空间中尤为突出。



RGB=234,204,58 CMYK=15,21,82,0

RGB=30,20,15 CMYK=80,82,87,70

RGB=197,155,113 CMYK=29,43,57,0

RGB=127,93,65 CMYK=56,65,78,13



这是一款酒店通往码头的走廊设计。在台阶左右两侧设置小射灯，黑色的灯体将空间的区域进行明确划分，并与天花板上的灯光元素相呼应。暖色调的灯光在照亮行进路线的同时也作为视觉引导，一举多得。



RGB=196,161,109 CMYK=29,40,610,0

RGB=195,176,156 CMYK=26,32,38,0

RGB=91,69,55 CMYK=65,70,77,31

RGB=125,124,47 CMYK=60,48,99,4



这是一款酒店客房内的餐厅设计。在

展示区域每一个置物框架的下方都设有白色的灯带，使该区域在暖色调的空间中更加显眼。天花板上内置的暖黄色射灯向下进行照射，形成扩散式的光照效果，引导受众的视线。



RGB=192,164,126 CMYK=31,38,52,0

RGB=108,75,55 CMYK=59,70,80,25

RGB=98,96,101 CMYK=69,62,55,7

RGB=251,243,229 CMYK=2,6,12,0



2.4

环境心理学

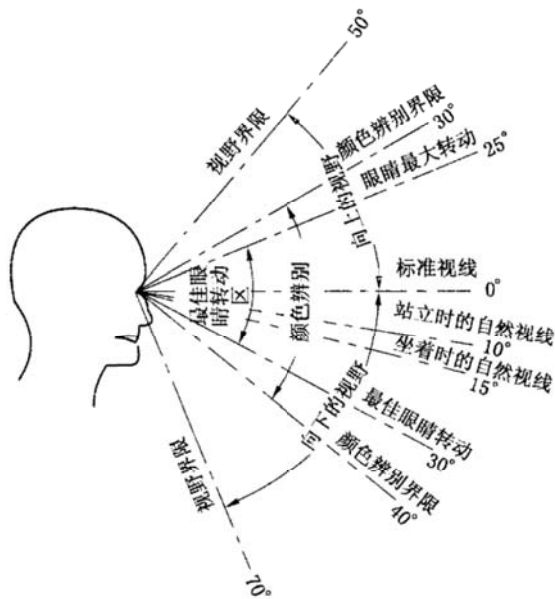
环境心理学是心理学的一个分支，用于研究环境对于人的心理和行为的关系、影响等因素。将环境心理学应用于酒店设计中，是通过对酒店内各种空间合理化的利用与设计，打造出更加完善、更加人性化的空间效果。



2.4.1

受众在环境中的视觉界限

人眼的视觉范围是有限的。在酒店设计中,要想使空间更加美观化,装饰元素的应用更加合理化,首先要明确受众在空间中的视觉范围,根据人眼对周遭环境的感受能力,合理地规划元素的陈列方式与位置,使空间的整体效果更加得体。



2.4.2

注重酒店设计的系统性

随着酒店行业的不断发展,主题酒店、民宿行业层出不穷,但无论酒店客房等区域的内部风格如何多元化,酒店的整体风格还是需要统一规划的。在酒店设计的过程中,风格的系统性可以通过若干个子系统的统一设计来体现,使空间更加统一化、整体化。





2.4.3

图形与形状传递给受众的视觉印象

图形与形状是酒店设计中常用的装饰元素，不同属性的图形与形状元素会为空间营造出不一样的风格与氛围。如：

矩形、三角形、直线等：使空间更加平稳、坚固、规整。



圆形、曲线、浪线等：使空间更加生动、浪漫、温馨。



不规则图形：使空间更具变化效果，增强空间的设计感。



2.4.4

空间环境对受众心理的影响

不同风格的空间效果会为受众带来不同的心理感受，通过视觉、听觉、嗅觉、触觉等元素直击受众内心，使其内心跟随空间的不同效果而产生变化。

