

酒店创意设计策略探析

张闪闪

(商丘学院 河南 商丘 476000)

【摘要】从酒店设计的角度进行分析,概括出酒店创意设计的发展过程,创意类型、手法、途径,进而在面对新的消费文化理念下,从新的视角来剖析酒店创意设计中的空间艺术效果,最终为酒店设计师们从事设计活动提供一个较为系统、合理的实现方法。

【关键词】酒店建筑设计; 创意建筑设计; 方法策略; 空间设计形式; 元素符号; 个性化

酒店概念规划与设计于20世纪80年代中期,出自全球知名设计师Phillippe Starck,其建筑设计宗旨为:we have tore place beauty which is a cultural concept with goodness, which is a human is tconcept(将一个传统文化定义的优美上升为人类文化定义的优美)。而对酒店自然与人文科学的重视则是Phillippe Starck的主要风格,其典型代表优秀作品是法国人巴黎圣母院爱丽舍宫,此外还有后来作为新表现主义建筑艺术的法国人巴黎圣母院高级艺术学校、法兰西波尔多机场指示塔等。随着中国民族经济的持续发展和人民消费的不断增长,人们对于文化上的体验和休闲旅游的意识不断提高,促使酒店业偏向于精神层次的改革。消费者对日趋多元和个性化的要求,也使得酒店设计朝着高度创意化的发展趋势,除了“豪华奢侈”以外,还必须给予消费者比一般的视觉感受。所以,酒店设计要以其独到的设计效果为人类留有深深的印记,要使酒店设计的创新与亮点变成旅行中挥之不去的感受。

1 酒店设计的市场分析

在当今社会消费要求多元化的大背景下,酒店业获得了快速的发展,并进而推动了酒店概念设计向多样化、多元化、多维度的转型。针对高度创意化的客房设计,尽管目前中国酒店业的发展已经具有了巨大的发展空间与社会需要,但面临着巨大的抄袭性和市场容量的问题,同质化严重等问题。设计是需要灵感的,设计者运用自己灵动的人文思想可以对酒店设计产生一种巨大的改变。由此而言,虽然对于酒店的创意与设计来说似乎带来了一个巨大的市场,但摆脱酒店设计的同质化发展已经迫在眉睫,而差异化竞争的开展更是酒店业不得不面临的问题。所以,为防止业已饱和的酒店概念规划设计与市场的无序竞争,酒店设计应该偏向于个性化、差异化和创新性的概念创意设计。

2 酒店设计的创意类型

2.1 设计思维创意型酒店

对酒店设计而言,新的意识形态重点即酒店设计思想的革新,需要分为渐变式创新与颠覆型创新二类。渐变式革新又可理解为一个徐徐渐变的创新;颠覆型创新即颠覆固有的一种建筑设计变革方式,其代表人物是扎哈哈迪德。她遵循结构至上主义和新构成主义,相信建筑是无重量的、可悬浮的物质存在,利用全新的结构方式和创新视野,能够将传统建筑思想形式实际化,同时利用新的建筑思想将传统常规工程设计元素加以重建、溶解,并通过创新的思想方式使传统建筑回归原位,从而冲击了所有的建筑思想形式,从而使人类用视、听能力产生心理互动,进而再次认知自身的存在。

2.2 设计文化创意型酒店

对于酒店来说,价格或者品质的竞争已经不能满足现有的市场需要,文化竞争逐渐变得越来越有竞争力。从地理、人文、历史、自然环境等多个方面的立意,在深入挖掘酒店

设计历史背景下,以人文思想和元素为基础,在融合了建筑形态、空间设计形式、装修艺术、陈设产品中,整体的设计氛围与中传统文化求同,但对文化差异也有所反映,也不是设计元素的搬运,从而反映出了酒店企业的自身价值,并且人文因素给予了酒店企业的文化精神附加值。表现出了中国文化的原始性、独特和无可重复性,而表现附加值价值是最顺理成章的方法与策略。

2.3 技术工艺创意型酒店

在现代商务酒店概念规划设计中,除了利用组成建筑空间内在构造与装饰风格元素的颜色、材料、花纹等传统建筑设计要素对房间加以革新建筑设计外,也能够运用新科技、新材料打破传统建筑酒店建筑设计,比如:在玻利维亚乌尤尼的盐宫客房中,墙面和家具均使用了全新的材质,给人一个新颖和舒服的感受;伦敦的凯莱奇宾馆中,为圣诞节专门用了一百把金黄或银色的各种金属布料所做成的伞和重光,保护伞在灯光的影响下反射产生不同的光影变化,以反映出节日氛围与欢快场面,并添加了适量的伦敦气候元素,使每个人在看到这种圣诞树的时候,也会很自然而然地联系到自己所生存的大自然,从而缩短了客人们和宾馆之间的距离。

3 酒店设计的创意途径

酒店设计的革新一定要在思维模式上加以变革,唯有思维的革新才可以为现代酒店设计奠定理论基石与实际依据。突破了传统的、保守的思维固定模式,不局限于条条框框的束缚,也突破了对已有事物的错误认知。

酒店设计思维,主要有逆向思维模式、发散思维模式、置换思维模式三种类型。逆向思维,是指一个人大胆创新的思考方法,也指在正向思考中没有达成目的或是没有理想时的另一个尝试;而扩散思维则是指从各个视角展开思维,逐步拓展思考的范围,最后集中产品要点,并以此寻找新的产品技术突破口,通过这个方式就能够打通酒店方案项目设计的思路,并充分利用扩散思维模式来寻找酒店设计的创意,比如在成都云镜花园火锅店餐厅中,产品就是以“云雾”为出发点,从云雾的形态联想起餐厅建筑形态。最后发散到一个特定的情感表达;置换思考就是对各种事物的思考,既要使物质间彼此联系,要保留其中一种物质形态的基本特征,使另一种被其他物质形式所取代。例如北京皇家驿站酒店的会议室,为迎合大堂空间质地粗狂的石材,将与石材肌理相似的布料进行整合联系,用布料置换石材,不仅解决了石材不适合窄小空间的问题,而且还产生了新奇的体验效果。

4 酒店设计的创意手法

4.1 空间形态创意设计

酒店的空间形态通常包括自然形式、偶然形态和几何形式三个类别。自然形式,设计概念来源于大自然,或者从自然界中寻求设计灵感,能够具象到一个石头的自然造型,甚

至抽象到一个奇特的天然现象,当然还有一些看不见摸不到的可以让人直接感受到的空间设计形式;而偶然形态,从某些偶然生成的空间设计形式中得到设计灵感,因为它们都是很随意的并未经人的控制,会形成一切富有创造性的事物和有趣的效果,又或者有些偶然形式并不太被人所认可,但经过了精心的创造产品设计后,会保持住偶然形式中不可重复的特性,又或者能够表达各种含义的空间结构设计形式;几何学形式,是理性与有序的代称,建筑依据不同形式的综合演化,给人一种高贵冷漠的审美体验与感受,虽然三角形、方块、曲面等这种几何型学形式也经常被使用在空间设计中,但往往都很少具有整体的设计感,因此设计师往往会先将它精简为最基本的几何学形状,再进行进一步地综合演化,使酒店空间结构的形式更加具有多变性与多样性。

在传统客房空间形态设计中,通过创造的思考方式,根据上述三种空间形体特征,可以使用分解与重构、无序与扭曲、连续与延展等设计手段,突破了传统客房空间整体统一的思想定式,不但能够产生耳目一新的空间效应,更可以让人产生愉悦的心灵影响。拆解和重构,也就是通过把饭店空间结构彻底的分割、变形和破坏,从而通过再次结合形成了一种全新的空间形态设计形式,当然,这种通过再次结合的空间形态并非随便堆砌出来的,而是通过对创意设计的再次加工,使空间形态形成了更加新颖的形式,从而将不同空间结构巧妙地糅合到一起;无序与扭曲,所谓无序从字面理解就是毫无秩序、没有规则可遵守,相比较于传统的空间设计想要突破当下的思维状态,利用弯曲的线条和断裂的构造突破传统空间设计的规则形式,给人一个更自然、新颖的空间设计形式,以适应现代酒店设计中的创新、夸张、无法重复的要求,比如在台湾DN酒店设计创意料理餐厅的空间设计,利用扭曲的水流形屋顶与墙面,表现出动与静、残缺与扭曲的交错美感,这样流畅的空间设计形式在视觉上具有强烈的冲击力,让不规则有序与动态平衡地相互共存,提供空间设计给人美的体验;持续性和延伸,表现在它的工作时间持续性与空间设计上的延展性,在酒店空间设计中主要分为墙壁、屋顶与地板,通过利用持续性和延伸对三个界面进行创意设计,就能够形成各种类型的空间设计形态。此外,对传统酒店空间设计方式加以夸张的变化设计,突破规矩的空间布局,进而呈现一种创新的酒店空间设计形态,虽然这些空间处理上的改变看起来非常突兀,毫无头绪的改变,但实际上却是颠覆了原来的空间设计思维模式,从而形成了一种相互对立而统一的空间设计形态,这是一个很重要的空间艺术处理手段。

4.2 元素符号创意设计

元素符号是指酒店的一个形体或者灵魂上的特征表达,由于酒店创意大多从中国传统文化或者设计元素中提炼而来,所以为了实现对酒店的标志、建筑物、室内设计等的创新效果,可采用相对简单、高贵、易于辨认的图像和文字,来实现创意。酒店设计中一些细部的基本元素和各种文化字符的创意,具有十分重大的理论研究含义和现实价值。元素符号运用主题造型的确定,可以分具象形和抽象形二个类别,其中抽象符号在酒店方案创意设计中具有重要的含义。而具

体文字,也就是自然形状的文字,在酒店方案创意设计中通常来作为指示性或者图示性的文字,虽然具体文字并没有在酒店中一眼就可以关注到,比如一些火灾避难标志、酒店号码牌等,以及一些与用途服务功能密切相关的文字,在酒店创意设计中也需要考虑如何才会让人轻易的识别;抽象主义字符,也并非客观含义上的字符形态,任何的抽象主义字符在酒店创意设计中都有着相应的形态特点,比如设计中所形成的几何学形体,是一个单纯的遵循形式美原则的几何学形体,又或者是无法确定的原始形体,则是象征意义或者隐喻性质的字符。可以发现,在酒店创意设计中的抽象主义几何学形体,主要包含着点、线、面三个基本元件,他们都是运用最基本的几何学单元,按照特定的结构设计原则所加以合理的编排组成,以取得良好的几何学形体效应。

5 结语

酒店是最能反映人类精神社会关怀的地方,对酒店业的服务需求也日益复杂与多元,在实现最基本的住房功用之间,传统酒店设计除了突出以宾客为上帝的服务理念,还必须符合消费者的情感需要与酒店地理历史人文特征。在今天,创意设计成为一个企业核心竞争力必须参与到酒店的运营管理,按照现代酒店结构的使用特性,利用物质手段和创造手段,突破了传统宾馆空间形式之间的老套关系,造出具有时代特色和创意内涵的原创性酒店空间,才能满足人们的物质和精神需求。由于更多的消费者希望选择别具一格、独特匠心的酒店产品,因此,在酒店设计中,既要满足符合相关酒店设计的规章制度,以及对科学、合理、经济的商务酒店产品销售特定的运营要求,还必须充分体现酒店的市场定位,将酒店设计的个性化表现与周边环境形成有机融合,特别是要认识到酒店经营过程中其空间形态和功能属性的不可变更特点。

参考文献:

- [1] 石鑫.设计酒店室内设计的创新性研究[D].华北理工大学,2017.
- [2] 王菲儿.“设计师酒店”的设计战略探析[D].北方工业大学,2016.
- [3] 田天沐.我国酒店业核心竞争力研究[D].湖南农业大学,2005.
- [4] 徐继彩.中国传统建筑装饰语言在设计酒店中的运用[D].青岛大学,2011.
- [5] 蒋正杨.中国设计酒店的特点与设计趋势[J].家具与室内装饰,2010(07):14-15.
- [6] 崔龙雨,徐钊.酒店陈设艺术与空间品质[J].现代装饰(理论),2015,08:241.
- [7] 崔龙雨,徐钊,赵婉.现代酒店设计的时代性与创新性研究[J].家具与室内装饰,2016,06:60-61.
- [8] 崔龙雨.美丽乡村建设背景下皖南特色民宿室内设计研究[D].西南林业大学,2017.

作者简介:

张闪闪(1988.12-),女,汉族,籍贯:河南省商丘市,商丘学院艺术学院,硕士学位,专业:设计学,研究方向:室内设计。