

高端酒店客房设计：看上去很美 vs 住进去很“美”

今年清明节假期，酒店又一次成了游客热捧的主角。不难看出，当“宅酒店”成为人们休闲度假的一种新趋势时，有设计感的高端酒店也站上了风口。“我们现在选择入住一家高端酒店，很多时候是被它的‘颜值’吸引。虽然这些酒店的特色设计在入住前已被小红书、抖音等分享平台‘剧透’过了，但是，当我拿着房卡，拖着行李，穿过走廊，刷开房门的那一瞬间，心中依然充满着期待。”酒店体验爱好者小薇告诉记

者，很多对某家酒店“一见钟情”的人，都是在“滴”的一声开门声响起，推门而入时，被那第一眼的空间设计所打动的。然而，遗憾的是，有的高端酒店的客房只是看上去很美，由于设计上的一些疏忽，让客人在体验过程中遇到种种问题。在高端酒店设计风劲吹的当下，如何让客房空间在保有设计感的同时也能兼顾客人的舒适度、安全性和隐私感，值得业界思考。

痛点问题需要解决

基础功能，保护客人的安全和隐私应该被放在第一位。”在默思建筑设计事务所合伙人夏梦看来，酒店客房让客人入住不舒适，很可能是设计方案没有更全面、更周到地考虑到这些问题。“事实上，每位客人在入住酒店的时候都有自己的喜好，比如，有的人喜欢浴缸放在落地窗前的设计，可以在泡浴时欣赏窗外的风景，而有的人却认为这种设计可能泄露自己的隐私。面对这样的局面，其实只要设计师考虑周全，众口难调的问题就会迎刃而解。比如，可以安装可移动的格栅，或是不同透光度的窗帘，让客人自由选择泡浴时的隐秘程度。”

“当然，如果酒店的窗外没有风

景，只有林立的写字楼，那么将浴缸摆放在窗前就没有意义了。对于一些设计，酒店不能任意跟风，还是要看自己的实际情况来确定方案。”星硕酒店管理咨询首席咨询官补充道。但是，对于一些“扎”在都市“钢筋混凝土”中的酒店来说，因为楼间距的问题，保护客人隐私是很重要的，不能只为了设计美观或考虑成本，让客人在客房里的一举一动都被一览无余。一家高端酒店的客房造价在120万元至200万元之间，价格高低，可能意味着客人的体验会有所不同。

事实上，在高端酒店的客房中，卫生间已不局限于某个固定的位置，它以开放的姿态向起居区、睡眠区、

室外休闲区渗透，与其他区域相融合。比如，宁波柏悦酒店的客房是把交通式走道功能弱化，整个卫生间开放式布置。虽然盥洗区、坐便区、淋雨房、更衣室等功能区是分散的，但都是“开门”面对实墙的设计，相当于每一个区域都有影壁墙，保护了客人的隐私。其实，如果布局合理，在相同开间与进深的客房中，卫生间分散布置，不但不会让客人感到尴尬，还会有各功能空间宽敞、舒适之感。

朱周空间设计创始人周光明认为，现代人在酒店客房做的最重要的三件事情是休息、沐浴、工作，所以酒店客房必须满足以上三种基本需求。高端酒店只是让客人在体验程度上不同而已，而且前提是以好用的功能切入，而不是背道而驰地为了悦目或独特而改变房间的基础布局。

好的设计因人而异

动他们的设计点当然也不一样。如何设计出让客人感到舒适和惊喜的客房空间，不论是细节设置，还是整体布局都需要设计师在整体方案中仔细考量。

周光明分享道：“如果是一家商务酒店，我在设计时就会考虑到客人在房间里面可能需要长时间工作或是开视频会议，我会放大工作区域，给他一张很舒适的椅子跟桌子，减少工作中的疲劳。越高端的客房设计，越应该在基础设计上下功夫，让舒适度叠加，讲究细节，而非违背客房基础功能。如果我设计的是一家度假酒店，室内与室外的关系是我的重点考量。比如，我们在上海外滩花间堂·愉园的设计上，透过看台将客房与户外连接，客人可见到城市中难得一见的自然花园。

未来之风吹向哪里

和舒适性。

在宁波高源文旅首席执行官徐恒勇看来，文化、生活、美学、品质的融合是未来高端酒店设计的趋势。酒店会更加关注客人的习惯和生活品位，同时将文化更加自然地植入到客房设计中。当然度假酒店的本质就是休闲放松，商务酒店的本质就是品质便捷，不过万变不离其宗的还是空间使用的舒适度。

“酒店和酒店之间的可识别性其实是一个很重要的问题。”夏梦认为，未来酒店会更加注重为客人构建一个完整的、可识别性强的设计，让客

人对酒店的亲密感加深。一家酒店简单地去模仿一种风格，例如东南亚风、日系风等，已经无法满足当下客人的审美需求。设计师应该放下对某种特定风格的执念，而从实际情况出发形成更具创新力的设计。

“未来，高端酒店的客房也不会离开休息、沐浴、工作这三个基本功能。但是设计作品可能会更精准地将不同酒店品牌的特质演绎出来。如果设计作品可以跟品牌无缝对接，把品牌理念准确地传递给消费者，那么客人的忠诚度就会不断提高。”周光明说。

论点

警惕片面追求“设计感”而毁掉客房基本品质

□ 李原

近日，一家3000元一晚的顶级奢牌酒店除了被媒体曝光客房卫生问题外，还被曝出客房设计存在巨大隐私缺陷，夜晚客房里发生的一举一动如同电影屏幕一样被反光投射到隔壁的玻璃窗上，楼上阳台还能清楚看到楼下卫生间的浴缸。面对不断出现的卫生门、隐私门，不得不让我们对酒店客房给予更多的关注。

客房是酒店的主体，更是衡量酒店档次和服务质量的主要内容。随着消费的“碎片化”，酒店越来越重视体验感，客房空间的场景塑造也成为酒店产品创新的重要内容。长期以来，围绕客房产品存在着两种对立的观点，一种观点认为，作为时尚类消费性产品，客房应该与时俱进，不断给宾客带来新奇与不一样的感受；另一种观点则认为，客房是宾客的旅途之家，应该尽量减少变化，给消费者一种熟悉的环境与氛围。理念可以交锋，创新更应鼓励，但是我们必须清醒地意识到，所有创新与尝试的前提都必须首先遵循和服从客房安全、舒适、方便的基本属性要求。

重视设计语言，强化空间特色是潮流，但需要注意的是，万事有一个“度”，必须警惕片面追求所谓的“设计感”而牺牲客房的基本品质。

客房是消费者的“个人空间”，隐私保护是消费者对客房最基本的要求。安全是酒店的第一属性，酒店安全性是指对消费者生命安全、健康安全、财产安全与隐私安全的保护程度，涉及建筑空间、设施设备、清洁卫生、空气质量、环境空间等各个环节，但隐私保护并非酒店安全性的原始内容。回顾酒店历史，从20世纪20年代斯塔特勒先生将管道技术引进客房，实现“一个房间一个浴室”的变革开始，客房才逐渐形成目前这种基本的空间布局形态。可以说正是这种变化，让住宿业由传统客栈实现了向酒店的华丽变身，而其中最大的变化正在于客房由“公共空间或多人空间”向“个人空间”的转变，空间的个人化让宾客隐私保护成为一种刚需，隐私保护成为酒店环境空间建设的重要内容。因此从设计的角度出发，在建筑造型、装修风格、空间调性等体验要素设计表达中，客房与建筑外部之间、客房与廊道之间、相邻客房之间、上下楼层之间的关系，尤其是

隔断方式、门窗角度、装饰材料等关键环节的处理至关重要。风格不能牺牲安全，调性不得侵犯私密，因此对消费者隐私保护是客房设计的前提条件，没有隐私保护，酒店安全性无从谈起，也更没有设计感、体验感可言。

客房是消费者的“生活空间”，舒适度是客房的灵魂。舒适度是人与环境交互作用而形成的刺激与反应，客房舒适度则是指客房空间与宾客相互作用刺激形成的一种良好的生理与心理反应。舒适度包含行为舒适度和知觉舒适度，所谓行为舒适度是顾客在客房空间中行动的舒适程度，主要包括消费者在客房中活动目的、活动方式、活动流线与生活轨迹等等；所谓知觉舒适度是指客房空间刺激引起的知觉舒适程度，主要包括客房视觉环境、听觉环境、嗅觉环境与触觉环境的舒适程度等等。客房的生活属性决定了客房不是博物馆，也不是教室，客房设计必须高度重视消费者的舒适度建设，在强调设施设备与装修装饰的艺术性及品味的时候，更需要关注空间尺度、家具体量与位置及灯光、开关、噪音、温度、空气清新度、布草柔软性等细节的设计与处理，不能因为风格而牺牲细节的舒适，更不能因为场景营造而抹杀产品的温馨。

客房是消费者的“休闲空间”，可控、松弛甚至慵懒的状态是消费者希望形成的一种客房“休闲”生活方式，营造方便而不受干扰的环境氛围便成为客房设计的基本要求。设计中需要重视家具、开关插座、冷热水、电器操作、空调控制等环节的使用方便性。尤其在智能化技术飞速发展的今天，客房智能化设备的运用更需要重视“傻瓜性”与“一键式”操作方式设计。密密麻麻的按键、厚厚的说明书、不明就里的闪光点，给消费者带来的不是惊艳，而是挫败与焦躁。科技含量越高，一旦处理不当，干扰性越强，因为“熟悉”是消费者可控心理生成的前提，方便是消费者身心松弛的基本条件。智能化设备进入客房是为了消费者更方便、快捷地获得服务，而不是装饰品，更不是噱头。

客房设计直接关系到酒店的经济效益和社会效益，也直接影响到消费者在酒店的需求满足和心理感受，因此我们需要警惕片面追求所谓“设计感”而影响了酒店产品的基本品质。



上海陆家嘴禧玥酒店客房 酒店供图

“领略河源万绿湖”系列宣传（一）

天上瑶池水，人间万绿湖

万绿湖风景区坐落广东省河源市东源县，因处处皆绿而得名，为河源首个国家4A级旅游景区。近年来，万绿湖将生态优势转化为旅游产业发展优势，成果显著，并全面启动国家5A级旅游景区创建工作，持续推动景区提质升级。



在一个“绿”字，置身其中，那苍莽中的妩媚，雄浑中的明秀，宛如一位恬静秀美的客家少女，落落大方，令人赏心悦目，恰如李清照诗中所说的“水光山色与人亲，说不尽，无穷好”。

万绿湖是人们善用大自然而结出的智慧之果。20世纪50年代，新丰江

沿岸389个村庄、1.2万公顷农田被淹没，10余万人口告别了世代生息的故土，换来了一座伟大的城市精神丰碑——新丰江水电站，自此解决了珠江水患、平均东江水位。“高峡出平湖”，拦坝蓄水形成了如今闻名遐迩的万绿湖。

雾抑或是随湖水远近、山峦岛屿疏密之别，有淡绿、碧绿、苍绿、蓝绿、幽绿、黛绿之分。若问世上有多少种绿，唯有到万绿湖一探究竟。朝夕阳晖下，金黄色的阳光跳跃在波浪之间，鱼跃的光涟散溅着灿烂的绿；艳阳高照，风平浪静的水面愈发绿得深沉、绿得凝重；落日余晖，满湖氤氲着一片胭脂色，直至一缕月华的清辉洒在湖面，透映在墨绿色水纹的光影里，绿便沉寂下来了。凡是到过万绿湖的人，无一不为这壮阔的美而深深折服，被这荡心涤虑的绿而征服，当代著名作家梁晓生和李国文也曾赞誉：“此乃瑶池水，缘何在河源。”

一湖深沉的绿，隐喻生命，细诉苍穹无尽无垠。山间不见鸟，啁啾鸣啾回荡山间，和在微颤的叶音间，轻啜的浪语里，萦绕环山。湖水转过桂山十八里花溪，游至山间奔泉，流过水月湾，醉在镜花岭，滋生芳馨馥郁、秀林翠竹，以山为骨、以湖为体孕育出镜花缘、龙凤岛，让李汝珍笔下的镜中花、水中月有了生命，让人们走入仙境美景、体验奇闻趣事，在热情好客的民族歌舞中感受浓郁的客家风情。

无论何时，万绿湖都是那样波澜不

兴、处变不惊，博大的静默让人不由得心生感慨：“长恨人心不如水，等闲平地起波澜。”在这里有听不够的松之声、竹之语，有看不完的花之色、波之光，还有白云苍狗，野鹤长鸣……嗅着幽悠、飘逸的山川灵气，望着绿得透彻、绿得纯净的湖泊，人们的心平静而澄明、超脱而隽永。在这里，连梦境也是绿的。

如此丰美的绿是河源人得天独厚骄傲的“珍视水，就是珍视生命”，勤劳、善良的河源人几十年如一日的细心呵护，换来了万绿湖醉人的绿，让“养在深闺无人知”的瑶池仙境走出河源，得世人赏识，迎来送往着八方游客，沉寂的绿鲜活起来了。

如今，万绿湖景区贯彻“绿水青山就是金山银山”理念，坚守环保底线与提优战略，致力发展生态旅游经济，绘就国家5A级旅游景区创建蓝图，将生态优势加快转化为发展优势，扬帆起航打造全国知名湖滨生态休闲旅游胜地。

这片宽广的绿，如同一块璞玉正待游客发掘，眼看峰峦叠秀、飞瀑扬波，倾听松涛拍案、鸟语蝉鸣，感受碧波荡漾、浩浩汤汤，沉醉在这绿色的梦里。

（张宝析）