度假酒店的设计思维变迁

蒋倩
上海骏地建筑设计事务所股份有限公司

摘　要：近年来，全球受新冠影响，酒店业遭受了巨大冲击，特别是度假酒店的设计变迁，成了一个备受关注的话题，如何提高度假酒店的设计质量和吸引力，也成了一个亟待解决的问题，消费者希望能够获得更加丰富的住宿和生活体验，也更加注重获得多元化的消费体验。本文旨在分析和总结近几年，度假酒店市场各个维度的变化，从而探讨度假酒店设计的改进方法和理念，为未来度假酒店设计的发展提供有价值的参考。

关键词：度假酒店；市场变化；设计转变
【DOI】10.12254/j.issn.2096-6539.2023.02.104

一、引言

酒店的起源是“伴随贸易产生出现的副产品，为来往商队提供休憩的场所”，酒店的发展历史就是一个不断地变迁和跨越的过程，发展至今，每一次的变迁都是因为遇到瓶颈促使业内突破现行发展短板，实现跨越式的变迁：从普通住宿发展出商务型和度假型，从经济型往高端型跨越，城市型往郊区型跨越[1]。度假酒店作为酒店类别中的一个主要类型，它的核心在于让客人获得不同于日常生活的全新体验，特别是近几年，大家对度假的需求日益增长，对度假酒店设计的要求也逐步提高，对所谓全新体验的定义也在发生改变，度假不再是待在一个物理空间内的活动，人们有更多接近自然的愿望，参与户外活动的需求，艺术审美方面和文化教育意义的加成意愿等。

二、度假酒店市场的背景变化

2019年以来，世界各方各面发生了很多没法预测的事情，度假酒店的市场各个维度也在发生重大的改变，有好多是从未被预知和没有可借鉴的历史经验的，面临这些突发事件，除了负面的影响，它是否有积极的一面，这是值得思考的，与其置身于负面的阴影中，不如来到它的反面，去探究更多的可能性，在这种时候，未知的远比已知的更有意义。

（一）消费者和消费模式的变化

消费者本身在进化，从X世代，到千禧世代，到Z世代，他们的消费理念关注重点都不同，横向存在差异；同时，纵向来说各代人的消费观念也在不断升级，尤其是最年轻的一代，虽然普遍收入紧缩，消费比过去更谨慎，但他们对自己认为有价值且值得的产品，更愿意买单，因为他们更多地去关注自己的真实需求和产品的价值，不甘于被消费引导。因此针对性地分析各个世代的消费群体及其消费模式，有利于我们更好地去思考文旅和度假市场的方向。

（二）出国度假游的消费积累很大一部分转化成了国内度假游

近几年的度假酒店市场，因出国度假的时间和金钱成本代价太高，消费者有在国内寻找异域文化和异域风情的需求，有对地方文化进一步挖掘和深入感知的需求，以及对一些架空主题的追求等。以地方文化为例，以往我们对度假的关注更多在迷人的风景，而现在更多的人关注他们所去到的地方它的文化底蕴，且希望在度假放松身心的同时，能够在短暂的时间通过各种方式去沉浸式的感受当地的人文风情。

（三）对度假酒店或度假产品的价格敏感度降低

近几年，民众对度假生活的向往加强了，度假目的地的距离也在不断缩短，从国外到国内，从省外到省内，从城外到城内，因此城市酒店也逐渐转型，转化为城市度假酒店，房间售价也步步攀高；以往低端市场顾客对酒店价格的敏感度最高，而高端市场顾客对价格不太敏感，但近几年，中端市场的顾客对价格敏感度也降低了，价格曾经是影响客户入住的最重要因素之一，但现今，它的权重降低了。这个时候很多酒店的定价原则更多是基于市场需求，而不主要是基于成本和竞争。另一方面客户在面对不同价格情境下的购买意愿是有变化的，在实际运营中，关注客户的价格敏感度，能帮助酒店经营者更好地理解客户的需求，让定价策略和推广策略更具有针对性。

（四）从传统对室内硬件的追求转化成对户外活动的追求

以往民众对度假酒店更多追求的是室内的装潢、设施的舒适度，但现在大家在硬件基本没有太大差异的情况下，更多地被户外活动场地，户外活动内容所吸引；主打亲子和户外活动度假酒店的热销就是很好的证明，极致的表现就是露营热，相关数据显示，露营相关产品（住宿、出游）预订量是去年的3倍，可以露营的公园门票销量同比去年涨幅超四成。露营的火热，成为社交圈的主流话题。

露营最大的吸引力在于户外生活，户外生活不只是生活的一种延续，更是对城市生活的补充，它让人从繁忙的日常生活中抽离出来，享受宁静和自然，同时在自然环境下，有许多需要解决的问题和挑战，这大大地增进了家庭成员和朋友间的互动，也是在大自然的体验和探索中，结交新的朋友。因此露营对度假酒店是非常有借鉴作用的，而酒店对于露营来说有着最大的优势就是服务，如何将两者结合在一起是度假酒店设计可以思考的方向，比如现在发展出的精致露营，就可以认定成

是某种意义上的度假酒店，因为它在提供良好的自然环境，丰富的户外活动的同时，还兼顾了餐饮服务，客房服务等常规酒店的服务内容，让客人在享受自然的同时又可以享受便捷的服务。

（五）物联和智能的渗透

物联和智能已经开始渗透到酒店设计的方方面面：在经营决策端，不再能单凭主观和过往经验来做决策，更多需要借助基于大数据的智能化决策；而在客人使用端，电梯控制，无接触门控，无感体控，智能管家，智能场景系统越来越普及；在后台维护端，预测维护和集中监控，能大大地减少资源和能源的浪费，物联网通过提供电器和设备运行状态的实时信息，既能延长设备的使用寿命，也可以减少顾客的投诉，比如，传感器可以识别用水量异常高的房间，通常可以判断有漏水的情况产生，电力使用的差异也可以判断电器运行异常的情况。无论问题出在哪里，都可以精准定位，及时维修；这不仅为酒店节省了时间和金钱，也提高了顾客的满意度。

（六）外部运维的改变

对酒店设计来说，外部运维环境也发生了很大的改变，包括运维主体的改变和运维方式的改变：运维主体来说主要指的是投资方和酒店管理公司，近几年投资方慢慢地从民营为主开始向国营倾斜，那么民营和国营对酒店项目的诉求是有差别的，民营以投资回报率为主要诉求，国营投资除了一定的投资回报率，更多地去关注项目对周边和对整个城市的影响；从酒店管理公司来说，在酒店项目上的话语权也在发生变化。

运维方式来说，除了传统的三个运营方式（线上模式，线上+线下模式，顾问模式），目前数字化运营的方式，私域引流的方式越来越多地被使用。

三、度假酒店设计的改进方法

面对日新月异的文旅市场变化，度假酒店设计应该如何脱颖而出，总的来说，不能再用传统的设计思维，因为如今的设计不仅仅指的是狭义的设计，更多的是回溯到上位整体，乃至在策划中前置很多设计的想法，前后端形成一个闭环的系统。

（一）首先在策划端，设计需要前置思考

1.跨界、多元深度融合创新已经成为趋势

越来越多的酒店设计在做新体验和新消费的有机融合：比如把奢侈品和酒店设计结合，把奢侈品行业独到的美学和构想运用到酒店设计上，像蒙特卡洛大都会酒店、巴黎瑰丽酒店、新加坡索菲特酒店等等；或者把零售业和酒店设计结合，比如MUJI酒店，为住户提供住宿之余，还为住户创造了购物体验；还有酒店结合互联网，酒店结合运动，酒店结合游戏等等。

2.场景的打造和引流，标签的树立

利用人文IP打造复合型的场景，创造高价值的，独特能量的文创场景，成为高复游率目的地，同时发挥绝对记忆标签的传播力和印象沉淀。

比如现在社会媒体不断升温宣传的网红打卡景点，已经成为大众特别是年轻人追逐时尚的重要方式，对于度假酒店来说，网红打卡点既是新的灵感来源也是很大的挑战。一方面，酒店通过网红打卡点来吸引自己的客群，为自己的品牌增加曝光度和知名度；另一方面，酒店需要规划设计更独特，更具有记忆点和吸引力的网红景点，以应对迅速变化的市场竞争。

为了应对这个潮流，度假酒店可以通过不同的方式来创造网红打卡景点。首先可以考虑和先锋艺术家、摄影师、设计师等合作，创造独特的建筑形象，艺术品，同时可以结合本地的风土人情，更贴近当地特色；其次，酒店可以和其他的品牌合作，共同研发，相互赋能；最后值得关注的是，打造度假酒店的网红打卡景点并非只是简单的营销手段，需具备更高的品质和记忆点，创新和质量并存，才能成为推动度假酒店复游的重要动力之一。

（二）在设计端，挖掘设计的潜力和创新

度假酒店设计有几条基本的原则，首先要人性化，这部分是满足客人度假的需求和心理，包括合理的功能布局和服务内容；其次是空间设计，包括各种不同空间功能的尺度把控，包括层高，空间比例等；再来是建筑风格色彩与环境，营造出舒适，放松身心且赏心悦目的室内外环境。而近几年的度假酒店设计，在这些最基本的设计原则上，增加了一些新的关注重点：

1.紧密联结和大自然以及环境的关系

现今这个时代，人们对于人与自然，人与社会，社会与城市等关系有了更多的思考；在度假酒店设计中，如何处理和大自然以及环境的关系，如何带给客人全方位服务的同时，增加对于自然的尊重，对疾病传播的防控，对身体和心灵的放松；通过酒店度假，修养身心，增加能量。

2.可持续发展，新能源的利用

现今，节能环保在酒店设计中是一个非常重要的理念：首先要考虑气候的因素，来决定采用集中还是分散的布局，尽可能地因势利导，在寒冷地区采用集中式的布局减少热量散发，在炎热的地区采用分散式的布局，增加外表面，保证良好的自然通风和散热；其次采用更自然的构建方式，优先使用环保材料和当地盛产的材料，减少对环境的影响；可持续技术的应用也可以帮助酒店减少对环境的影响，让碳排放量尽可能减少，同时也降低酒店运营所需的能源和资源。

与此同时，度假酒店还需推广可持续的理念，传达给度假的游客，在度假的过程中，提高环保意识，从而产生环保和可持续的共同理念。比如不主动提供一次性的酒店用品，并在酒店房间内增加环保的标牌，提醒客人节约能源，减少对环境的影响。且现今好多亲子度假类的酒店，都开始倡导对儿童的环保可持续的教育，通过很多小朋友感兴趣的活动内容，寓教于乐。

从运用的范围来说，一方面在新建的酒店项目里，

可以植入可持续的设计理念，比如太阳能，地源热泵，生态水池系统等；另一方面，对更多现有的酒店项目做设计改造本身也是一种可持续的方式，同时结合新的管理理念，用新的方法来进行设计改造。

3.对防疫和环境卫生的加强

比如在公共区域增加自动感应的洗手消毒设备，客房内部增加消毒用品和一次性用具的自动分配等；在空调系统上，增加空气净化功能和新风系统，以及避免各个客房的空调系统有交叉感染的风险，并通过系统监测关注室内空气质量；在非寒冷地区的度假酒店里，增加自然通风的面积。

4.一体化设计

目前的度假酒店设计，从传统的建筑设计先行，其他专业再逐步介入的流程，需要转换成多专业同步工作，一体化设计的方式。在项目设计之初，建筑，景观，室内乃至设备等就能同步工作，把空间，功能，环境和酒店的后场运维同步考虑，专业间尽早头脑风暴，在方案前期就避免专业间的矛盾，从多个维度得出最优方案，且综合效率最高[2]。

5.复核空间的倡导

酒店内各功能空间尽量从单一往复合发展，不变往灵活多变转换，提高酒店的坪效和收益率的同时，也带给客人更丰富的感受。比如传统的大堂功能，可以结合阅读空间、品茶品咖啡的空间，儿童活动的空间，甚至办公的空间等，让客人在办理入住的时间段内，各种人群的需求都可以被满足，让客人到达酒店的瞬间，在这个复合空间内，五感被激发，营造酒店到达的立体感受。

6.建筑室内外材料的选择和运用

度假酒店的外墙材料可以选择当地盛产的自然材料，既环保，又降低建造成本，且酒店外观效果能反应当地的特色，融合度好；而度假酒店的室内材料在考虑实用和品质外，更要考虑安全和卫生。比如地面材料要防污和方便清洁，家具类要避免使用容易滋生细菌的材料，比如纤维板，墙面材料也是选择不易潮湿和耐久，易清洁的材质。总之，材料的选择和运用要从材料的根本性质入手，有效控制其卫生和安全上的隐患。大原则是建筑室内外的材料既体现美感，又实用安全。

7.设计时考虑淡旺季经营的多种可能性

面对市场的急剧变化，设计师在设计之初考虑到未来经营者的灵活需求，提出合理的设计建议；比如说气候特征明显的炎热或者寒冷地区的酒店，必然有时令的差异，所以通常公区需要排布的相对集中，减少能源损耗；客房楼可以按照淡旺季流量的预测，切分成不同客房数比例的几栋或者几段，淡季可以灵活地关闭，减少不必要的设备运行和能源浪费，同时又不影响整个酒店的运行，让酒店做到淡旺季的灵活切换。

8.智能化，数字化的运用

智能数字化技术给酒店设计带来很多可能性和革命性的变化：它既能运用在酒店管理端，包括预订、客房管理和入住离店系统等；也能为客人提供便捷、快速和安全的服务，比如无接触门锁解锁，卫生间自动消毒等；还可以通过人工智能控制设备的开关、灯光以及空调的调节，甚至拥有对客人使用习惯的记忆功能等。这些对提高度假酒店的服务和舒适感以及度假客人的满意度非常有帮助。举个例子，酒店可以采用自助登记的方式，客人通过下载手机应用，获得房间钥匙码，不需要通过人工渠道，就可以前往房间，提高入住效率，减少等待和拥堵，房间内的空调灯光调节也可以在手机上预设，客房服务也可以用手机操作，并且可以通过机器人配送，减少接触的风险。甚至酒店可以利用虚拟现实技术在旅行之前，就提供预览服务，为顾客提供更感性，真实的体验，通过手机就能虚拟感受酒店所在地的文化和历史。

结束语

近几年，度假酒店设计面临纷繁复杂的市场和社会需求的变化，首先要分析变化的各项因素和趋势，然后针对这些变化，积极地应变出新的设计手段和设计策略，做到与时俱进。

总的来说，有几个重要的方向和趋势：

（1）自然与人文的结合

未来度假酒店设计更加注重自然与人文的结合，创造出独特的体验和文化氛围设计将度假酒店的建筑与周围的环境相互融合，利用当地文化元素，打造别具一格的度假场所，让客人在度假酒店中享受自然之美。

（2）科技力量的介入

随着科技的不断进步，未来度假酒店设计更加注重科技的应用，以提供更便捷，智能的服务，以方便客人的使用，提高客户满意度。

（3）健康与安全的保障

在未来度假酒店的设计中，健康与安全成为非常重要的因素，酒店需要配备更完善的通风消毒设备和安全设备，为客人提供降低疾病传播风险的空间。

（4）数字化的服务

随着互联网和智能设备的发展，未来酒店的服务更趋向于数字化，通过手机即可预约酒店，查看信息，预订服务等，通过数字化服务，给客人更好的用户体验。

总之，现今和未来度假酒店的设计更加注重顾客体验和满足度。设计师将会把顾客的需求和互联网技术、智能硬件相结合，创造出更加个性化、智能化、可持续、多元化的度假酒店产品。

参考文献

[1]陈一峰.精品度假酒店规划与设计[M].北京：清华大学出版社，2019.

[2]肖永.肖永.度假酒店建筑·景观·室内一体化设计研究[D].北京工业大学，2019.

作者简介：蒋倩，1984年4月，女，汉，浙江宁波人，硕士研究生，工程师，研究方向：酒店设计。