

<<2009中国室内设计年鉴（下）>>

图书基本信息

书名：<<2009中国室内设计年鉴（下）>>

13位ISBN编号：9787560958156

10位ISBN编号：756095815X

出版时间：2010-1

出版时间：华中科技大学出版社

作者：深圳市创扬文化传播有限公司 编

页数：319

字数：160000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

酒店自2005年西班牙马德里由多名当红建筑大师主刀的HOTEL PUERTAAMERICA问世，国际酒店界刮起了设计酒店之风，中国酒店设计也紧跟国际潮流，这几年国内也相继开业了不少设计酒店，我们的设计团体也做过一些设计酒店的案例，所以我想谈谈我个人对设计酒店的一点薄见。

设计酒店顾名思义，即相对于星级酒店设计感比较强的酒店，其实我觉得“设计酒店”这个词本身就有问题，难道星级酒店商务酒店就没有设计吗？

只是设计取向不同而已，暂且不谈对错！

前不久我刚刚参加国内某个权威设计杂志关于设计酒店的论坛，几乎一窝蜂的批评设计酒店，我本来印象中设计酒店是一种时尚先锋的东西，一夜之间变成了一个贬义词，的确设计酒店在中国面临着一个很尴尬的处境，主要表现为以下几方面，麻木照搬照抄国外设计酒店的形式，施工粗糙，只求形式不求工艺。

服务不到位，感觉有了设计就可以忽视服务，价格昂贵，入住设计酒店变成一种奢侈，结果人们一提起设计酒店就和“形式夸张，施工粗糙，服务不佳，价格昂贵”联系起来！

问题是固然存在，但我个人觉得我们应该站在一个比较高的位置很客观的看待设计酒店，酒店从古代的客栈到近代的旅馆招待所再发展到今天的酒店，随着社会的发展，酒店也悄然发生着变化，今天的酒店已不仅仅满足旅客睡觉的功能了，入住星级酒店享受高品质的环境和服务，同时也是身份的象征；商务酒店方便快捷经济实惠；随着生活的日趋个性化，人们已经厌倦了商务酒店的泛味和枯燥，这时设计酒店出现了，一个新生事物的诞生到完善总是需要一个过程的，目前国内包括国际上流行的设计酒店多数也只是通过标新立异的形式吸引追求新奇的客人，我个人觉得设计酒店应该不仅仅是设计一个形式，其实要想突破传统酒店的程式化可以有很多方面去设计，例如从传统的酒店功能上推敲，由荷兰Concrete建筑事务所设计的CitizenM是个很成功的案例，他们提出了“可负担的豪华旅店”的概念，把客房一些商务会客的功能都放到了一楼大堂，客房只剩下了一些必备的功能，所以每个房间只有14平方米，自然费用也比较实惠。

再如从环保的角度去设计，由3Meta design division设计的德国SuperBude酒店很有意思，酒店用了很多日常生活废弃的材料，如大厅的沙发用了很多人募捐的旧牛仔裤.....所以我个人觉得与其叫设计酒店还不如称主题酒店，我们可以根据不同地方的风土人情设计出不同主题的设计型酒店。

总之今天人们更希望酒店能给旅行带来不同的期待和体验，在满足的功能的前提下不同主题的酒店将是未来酒店发展的方向！

内容概要

人类的商业行为从最早的“集”、“市”、“店”、和“铺”发展到现在具有一定规模的商业大厦和大型购物中心、超大型购物广场,商业空间类型不断丰富。

购物是人的基本社会活动,当人们的生活富裕之后,购物已经不仅只是为了满足简单的生活需要,更是一种消遣,一种舒缓压力的方式。

人们不仅需要购买到生活用品,更希望于购物中享受到生活的乐趣。

购物中心在发达国家发展日趋成熟,已经朝着生态化、娱乐个性化等方向发展。

随着中国进入WTO以后,整个社会逐步走向汽车化,交通方式的改变使购物公园的普及发展成为可能,通过自身所具有的舒适性和生态化的购物娱乐、观光旅游、休闲集会等功能,把商业空间变成娱乐休闲的场所,作为提高购物公园自身集客能力的一种战略。

随着今后日益激烈的商业竞争,大型综合商场也是目前国际上非常流行的一种新型购物公园形态。

购物中心无论在规划还是室内设计方面越来越显得重要。

然而购物中心无不体现出其平面功能的规划布置、水平与垂直交通系统的规划、商业灯光照明、导向系统、商场的配套设施等。

如在各个楼层、功能区域、主要通道,建立一个明显的导向系统,让顾客可以有目的、有效的选择消费区域,很容易就能买到自己所需要的物品。

又如宽敞舒适的通道设计,巧划动线引导人流通过主、次通道的配合,功能设计中为了实现人流、物流等高效流通的需要,在通道设计中分主通道与辅通道提升了商铺的商业价值与使用价值,也更大程度地提升购物中心的档次。

不但可以给经营商家与消费者营造一个舒适的经营与购物环境,而且可以更大程度地提高商铺的商业价值。

如情景主题概念设计的出现也是购物中心实行文化营销、增加竞争力的一种手段。

利用丰富多变的色彩、富有幻觉的灯光效果、生机勃勃的花草等不同的材料和独特建筑手法,通过改变建筑物的单调的外立面,营造购物公园内不同区域的独特环境的设计、布置,把各种各样的娱乐文化和地域民族文化融合到购物消费体验中,使情景主题商场更具有生动的形象性、情趣性和概念性,打破了人们对购物环境的一般设想,使人们在购物消费的同时,体验着商场与众不同的文化营销,从而留下深刻的印象,流连忘返……这些只是购物中心设计的冰山一角,随着时代的发展、社会的进步,购物中心设计也需要与时俱进,需要更科学的、更全面的知识和更好的创意、更多的创新。

创新的设计须有商家的需求和能够被消费者接受。

利用项目本身所具有的优势,打造出独树一帜、别出心裁但又能够与现代商业融合于一体的具有独特风格的购物公园。

书籍目录

商业 港惠新天地 X-plus购物中心 台北行天宫玄空书院 佛山森美橱柜展厅 李宁第5代专卖店
杭州钻界(钻石)体验中心 TOYLAND华百乐园 AzonaA02, 北京 福州喜盈门雁归来壁纸展厅 昆
明佳艺时尚橱柜店 Romano鞋店 工商银行闽都支行财富中心 巴迈隆服装 鸚鵡地板展示空间
黑白经典的后现代欧式——FZL形象店 潘怡良服饰 余仁生中药连锁店 SQGO百货BIF 旺角楼上
燕窝庄 Mikiki 德国净水器专卖店 Staccato澳门威尼斯专卖店 中友百货8F 香港铜锣湾Vinh
ZEROBE睛店 FW酒窖会所 Coneco台北店 Coneco台中店 李宁上海店 MLB迷你屋 抽象水墨
, 解构大堂会所办公

章节摘录

插图：

编辑推荐

《2009中国室内设计年鉴(下册)》是由华中科技大学出版社出版的。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>