

P R O F E S S I O N A L
酒店职业经理人HOTEL
EXECUTIVE



世博酒店 “高烧”

2010年07期 · 总第67期

ISSN 1009-1858



9 771009 185043

07 >

A NEW EXPERIENCE FOR CONSUMERS SPIRITUAL JOURNEY

给消费者一次 新体验 心之旅 —— 体验式酒店的意境营造

文 | 毕路德国际建筑顾问有限公司总设计师 杜昀

所谓体验性酒店，即酒店以环境为重心，以文化为素材，为消费者创造出值得回忆的感受及氛围。在体验经济时代，氛围的营造让酒店从歇脚的物质场所演变为独特的精神乐园，在此的到的更多是心灵层面休憩同感悟。



消费产生体验式酒店

随着中国酒店行业的不断发展成熟，各大酒店都在标榜自己的设计理念和经营特色。酒店运作理念的不断演进，服务标准的不断提升，管理方式的日益完善，在提高了行业的整体水平的同时也极大的提高了竞争难度。如何在激烈的角逐中找到自身的发展路径，酒店环境的设计创新则被视为开启未来酒店发展的金钥匙。

在需求日益多样化和个性化的今天，服务型酒店向体验型酒店发展的趋势已经显露，创造出能够提供顾客独特体验的空间已经成为国际和国内酒店设计的趋势。所谓体验性酒店，即酒店以环境为重心，以文化为素材，为消费者创造出值得回忆的感受及氛围。也就是在我们的视觉感受、身体享受之上让心灵接受。

传统酒店主要将重点放在产品的功能、服务、价格等实实在在的物质层面。酒店是以盈利为目的的商业性场所，经营者通过满足消费者的需求来获取最大的利润，消费过程中所体现的消费文化的转变决定了酒店设计的重点转移和发展。现在的趋势则是在人们物质生活得到满足的基础上，文化消费需求不断扩大，商品消费与文化体验消费混合在一起，也就意味着体验式酒店的发展时机成熟了。

自诞生以来，体验型酒店以其良好的市场表现和消费发展趋势，赢得了众多投资者和管理者的青睐。在体验经济的大背景下，它从生活与情境出发以取得消费者感官的舒适和认同，通过意境的营造和文化的烘托以赢得消费者的身心愉悦，以此改变消费行为，为酒店找到新的生存利基与空间。

设计满足感官体验

一个体验型酒店外在表现为体验式的服务和营销，但其本质却在于“艺术化的生活态度”的创造，即体验感的设计。设计作为艺术是建筑在这件消费品基本价值上的增量，酒店的价值已经



中华资本项目网
WWW.ZIBEN5.COM
全球最大的资本门户

逐步脱离了硬件设施的简单提供，更多体现在生活文化内涵的体验感受。

人们对一项新事物的设计，总是通过三个程序来感觉的，首先是视觉上的认识和评价，继而是使用时的感受，最后是使用后的印象，这也从一定角度上阐释了人们需求不断升级的过程。

客人对于酒店的第一感觉来源于设计，我们选择酒店的时候往往会看它整体建筑的风格、设计、服务、餐饮等方面，然而最初的印象是由设计来奠定的。独一无二的视觉体验便是关键所在，这种直观体验吸引着注重生活方式的旅者，并通过艺术符号显示着强烈的品牌风格。

一个好的酒店不是眼睛觉得新奇的，不是入住感觉舒适的，是在离开之时感到精神满足的，深层次的文化韵味和意境便是体验酒店持续发展的支撑点。

在体验经济时代，创造魅力的视觉印象仅仅是初级的，相比之下提供个性化、人性化的消费氛围更为重要。金碧辉煌的酒店大堂、气派高雅的大床、规矩的家具摆放……这些看上去大同小异的设置都将被每个房间自己独特的“气场”所取代，并将每一处细节赋予设计师对生活方式的理解、追求和阐释。酒店可以结合不同地域的历史、文化、民族风情等元素创造独特体验环境。

一个好的酒店不是眼睛觉得新奇的，不是入住感觉舒适的，是在离开之时感到的精神满足的，深层次的文化韵味和意境便是体验酒店持续发展的支撑点。服务模式可以模仿、经营方法可以套用，但是酒店赋予人们的文化内涵和体验感受是无以复制的。有这样一个真实的故事，也许更能让我们理解体验经济的妙处：一个以色列企业家开了一家咖啡店，名为“真假咖啡店”，店里没有任何真正的咖啡，但是穿戴整齐的侍者仍有模有样地装作为客人倒咖啡、送糕点，让消费者体验到咖啡厅交朋友、谈天的社交经验。

酒店最初的目的是用一块闲置的住所赢得消费者的口袋里的钱；当消费者的住宿条

件提高和酒店经营意识提升后，酒店的目的是用服务赢得消费者的口碑；当人们的精神需求发生变化和酒店品牌意识树立后，酒店的目的就该是用特色设计赢得消费者的心了。

意境打造心灵体验

意境的流淌，让酒店的文化气质与消费者形成共鸣，诱发对自然之美的联想。

中国人把对一个环境氛围的审美重点放在意境上面，不像西方艺术创造，是一种入木三分的细腻肌肉块状和骨骼关节灵活的直观再现。因而东方艺术善于充分利用外在条件的包裹意象映射人体内在的那种气质和想象。比如中国绘画是在一张白纸上充分利用虚幻而简略的手法概括具象和景深。它托物言志、状物寄情、借景抒情，表达的是一种精神、一种意识、一种理想。可见，中国古代文人的审美，是一个联想和诗意化的过程，这种审美观的影响一直延续至今，并且发展到当今艺术设计的各个领域。“夫意以曲而善托，调以香而弥深。始读之则万萼春深，百色妖露，积雪缟地，余霞绮天，一境也。再谈之则烟涛烦洞，霜飙飞摇，骏马下坡，泳鳞出水，又一境也。卒读之而皎皎明月，仙仙白云，鸿雁高翔，坠叶如雨，不知其何以冲然而澹，倚然而远去。”以上对于诗歌、书画三境的描写，可以概括为：始境，情胜也。又境，气胜也。终境，格胜也。“情”是心灵对于印象的直接反映，“气”是“生气运出”的生命。“格”是映射着人格的高尚格调。

意境的流淌，让酒店的文化气质与消费者形成共鸣，诱发对自然之美的联想。

在酒店中，对意境的感受是消费者与设计进行对话的过程，氛围的营造让酒店从歇脚的物质场所演变为独特的精神乐园，在此得到的更多是心灵层面休憩同感悟。意境的流淌，让酒店的文化气质与消费者形成共鸣，诱发对自然之美的联想。艺术因众人的体验而接近心灵，体验产品因艺术的融合而提升价值。（责任编辑 盛莉）HPE

企业大联盟 让您的企业成功 从产品运营 走向资本运营

企业大联盟的定位是什么？

- 企业网上展示服务的平台；
- 企业软硬广告推广宣传的平台；
- 企业结识朋友，拓展人脉的好地方；
- 企业网络营销推广的全方位服务平台；
- 企业从产品运作到资本运作的一系列服务；
- 企业发布产品信息，提高成单量，带动销售的藏宝库；

我们能为企业带来哪些服务呢？

- ★ 直接带来
 - 品牌形象的提升；
 - 更多投资；
 - 更多创业群体的关注；
- ★ 间接带来
 - 忠诚的合作伙伴；
 - 品牌诚信形象及市场口碑；
 - 优质的市场合作伙伴；
 - 灵活的产品渠道；
 - 更多的市场份额；

只要你有热情有决心，对事业有不懈的努力和追求，想成就自己成就公司的发展，那么就来我们的企业大联盟吧！

我们的网址
WWW.ZIBEN5.COM
咨询电话
(010) 84871159