

# 品牌酒店设计研究及发展趋势探析

张双庆

基准方中建筑设计股份有限公司 四川 成都 610000

**摘要：**为了解现代品牌酒店的设计情况，笔者从国内外排名靠前的品牌酒店出发，从设计角度深入研究；同时调查跨界品牌酒店设计的进展情况，旨在探析品牌酒店设计的发展趋势。

**关键词：**品牌酒店；设计研究；发展趋势；探析

## 引言

世界旅游业的兴衰变迁，亦使得酒店业随之经历波动。作为领军者，品牌酒店的设计哲学及其风格，既对消费者的决策产生显著影响，同时又深受消费者偏好之反作用。

品牌酒店的设计不仅仅是其外观形象的展现，更是品牌理念与文化深度的综合反映。面对市场竞争的白热化以及消费者需求日益多元，各品牌酒店正致力于在设计上进行不断的探索与创新，力求在激烈的市场角逐中显现头角，彰显个性。

本研究致力于深入剖析国内外品牌酒店的设计，同时调查跨界品牌酒店设计的进展情况。通过详细审视这些酒店在设计上的独特性、创新亮点及对酒店业带来的影响，旨在阐释品牌酒店设计的未来走向。研究成果将为设计师、投资者以及消费者群体提供极具价值的指引和见解。

## 1 品牌酒店设计研究

国际知名酒店品牌凭借其独树一帜的设计哲学和遍布全球的经营策略，获得了世界各地的高度认可。在设计方面，这些酒店往往巧妙地将全球审美潮流与本土文化特色相结合，致力于营造既接轨国际水准，又不失本地风情的住宿环境。

全球知名的五大国际酒店集团，涵盖了希尔顿、万豪、洲际、雅高以及凯悦这些闻名遐迩的品牌。

### 1.1 希尔顿（Hilton）酒店集团

希尔顿酒店集团在全球酒店业中享有盛誉，始终是行业内的焦点所在。该集团在设计中不仅赋予了品牌独特的尊贵气质，更深入地洞察了市场的需求，充分考虑了客户的体验感受。

希尔顿酒店秉持“客户为尊”的宗旨，其设计哲学旨在通过独特且富有创意的建筑与室内设计，塑造一种奢华、典雅、物有所值的品牌形象。设计过程中，希尔顿注重空间的实用性与舒适度，注重对每一处细节的打

磨和品质的执着。从大厅的精心构思、公共空间的配备到客房的布局，无一不映射出希尔顿对优质生活境界的深刻诠释与不懈追求<sup>[1]</sup>。

希尔顿酒店特别强调在现代设计理念中，巧妙地融入地方独特风情，使得酒店不仅仅是潮流前沿的休憩之所，更成为展现地域文化特色的明亮窗扉。

希尔顿集团精心打造了涵盖不同消费层次的一系列酒店品牌，包含了从顶级奢华到经济实惠的五大类别：豪华型、高端型、生活风尚型、分时度假型以及经济型，旨在满足广泛消费者的多元化住宿需求。

华尔道夫酒店为世界级的豪华住宿典范，致力于为贵宾奉献极致的奢华感受与周到细致的尊宠服务。该酒店主要针对高端商务旅客和身处顶层财富阶层的客户群体。

希尔顿嘉悦里酒店等中高端品牌，致力于营造“温馨、安逸、卓越”的氛围，倾力打造高品质的服务体系、一流的设施以及优雅的住宿空间，重点服务于商务出行与休闲度假的中高端客户群体。

希尔顿惠庭酒店作为经济型品牌的代表，以其卓越的性价比和亲民的价格定位，广受普通消费者的青睐。该品牌着重服务于家庭游客以及那些在商务出行中需严格控制成本的商务人士。

希尔顿酒店在设计方面紧扣其市场定位。旗下各品牌根据自身的市场定位，展现出独特的设计理念。

在设计上，奢华品牌注重营造一种奢华与雅致的视觉盛宴，其设计理念依托于选用上乘材质与专属定制，旨在构筑出一份尊贵非凡的居住环境。此外，品牌致力于提供贴心独特的服务，让每位顾客尽享量身打造的尊崇住宿体验。

设计中高端品牌时，关键在于采纳简约现代的美学，同时着重空间的实用性与舒适度。在细腻的工艺处理与上乘的设施、服务中，营造出一种整体上的雅致与温馨住宿体验。

在设计经济型品牌的策略上，关键在于融合实用性

与美观，主打简约而时下流行的设计理念。重点强调产品的功能性与经济性，为家庭游客及商务人士提供既适宜又物有所值的房型与服务配置。

希尔顿酒店这一闻名遐迩的全球酒店品牌，在面对市场动荡与客户结构演变之际，亦对其发展战略进行了相应的调整。品牌口号由“我们辐射全球，我们是希尔顿”更新为“我们诠释款待，我们是希尔顿”。在客房设计的迭代过程中，希尔顿展现了从前卫设计美学至舒适度升级的全面创新。从变化到增长，再到平衡与未来，希尔顿作为国际酒店集团的代表，将在中国市场，开启自己的下一段征程。

## 1.2 其他品牌酒店

作为在全球范围内享有盛名的酒店企业，雅高集团在欧洲酒店业界占据了重要地位，并持续受到业界的瞩目。雅高集团的产品线层次丰富，从豪华品牌至性价比品牌一应俱全，各个品牌在市场定位与设计风格上各具特色，精准满足了广泛消费者的多元化需求<sup>[2]</sup>。

奢华品牌如莱佛士和悦榕庄，其核心理念在于奢华与细腻，设计上致力于打造别具一格的体验与氛围，以此迎合那些追求顶级品质的消费者群体。

中高端品牌如索菲特和美居等，强调营造舒适的环境及提供周到的多样化服务。在设计中，它们精益求精，讲究个性化特色，同时保持价格水平相对亲民。

宜必思等品牌致力于为商务旅客及私人旅行者提供简洁而实用的住宿选择，其价格策略充分考虑了普通消费者的经济承受能力。

国内酒店品牌3巨头，包括：锦江、华住、首旅如家酒店集团。国内本土品牌酒店在设计方面展现出特有的风采。相较于国际酒店品牌，这些国内酒店更偏重于融合传统的历史文化特色。它们深入探索并提炼出传统建筑室内设计的精粹元素，打造出浓厚的东方风情。这样的设计理念，不仅让国内客人感受到强烈的归属与认同，同时也为国际游客提供了独特的旅行经历。

国内酒店品牌在设计独创性与全球化进程中尚需不断精进，其设计思维、服务品质及品牌号召力与国际知名酒店相比，仍略显不足。鉴于此，国内品牌酒店亟需深化与海外同行的互动与合作，以此提升设计才能，增强在国际市场上的竞争力。

众所周知，雅高与华住在2014年达成合作，开启了一段美好的“中法奇缘”。这种深度的战略协作，对于各自品牌的成长壮大极为有利，它不仅促进了资源共享和互相补充彼此的竞争优势，同时也为双方带来了前所未有的发展机遇以及新的考验。

在双方的合作进程中，雅高集团得以在中国市场进一步扩大其份额及增强影响力；与此同时，华住集团依托雅高品牌的卓越声誉及全球管理经验，有效提升了自身的品牌形象与服务标准。这种互动合作还共同致力于为顾客提供更优质的住宿感受和个性化服务，合力促进了中国酒店设计业的繁荣进步。虽然，截止2023年3月，华住和雅高互持股份清零。但雅高酒店集团近年来不断引入新品牌，与更多中国本土企业合作，丰富品牌矩阵。

## 2 跨界品牌酒店设计研究

新兴的设计理念正引领品牌酒店迈向跨界融合之路。这些酒店通过与时尚界、艺术领域及科技产业等多元化领域的合作，致力于为住客提供别开生面的住宿感受。诸如，部分品牌酒店携手著名设计师或艺术家，把艺术元素巧妙地散布于酒店的每一个角落，打造出浓郁的艺术风情。同时，也有酒店与著名时尚品牌携手，共同打造独具特色的联名客房与个性化服务，为顾客带来前所未有的体验。

随着跨领域合作的蓬勃发展，不少闻名遐迩的品牌纷纷试水酒店业务，为该领域注入了独树一帜的设计思维与革新元素。

跨界酒店设计通常以其突破性及创新性吸引年轻与高端消费者，迎合其对个性化的追求。与此同时，这种跨界联手亦为酒店品牌带来更广泛的知名度与商业契机。

### 2.1 阿里未来酒店

阿里巴巴，作为国内科技业的领军企业，凭借其卓越的技术能力和敏锐的市场觉察，跨界涉足酒店业，推出了一系列极富创意与前瞻性的酒店项目。

阿里未来酒店堪称智能型住宿的典范。该酒店秉持着以智能化为轴心的设计哲学，融合尖端的AI科技与智能化设施，致力于向顾客奉上更智能化、更便捷、更具个性化的服务感受。

在当今智能技术普及的背景下，顾客得以通过移动端或智能设备实现自主选房、办理入住及退房手续等操作。此外，酒店内配备的智能机器人能够向住客提供包括客房管理、餐饮配送在内的多样化服务，这不仅极大地提升了服务效率与品质，还实现了人力成本的优化控制。

在深入挖掘大数据的基础上，酒店业者能够精准把握住顾客的消费习性及其偏好，进而量身打造专属服务。例如，依据宾客的偏好与住宿历史，推荐恰当的房间类型和餐饮选择；此外，酒店亦能够为顾客量身定作旅行安排和购物建议，以此增强顾客的居住品质。

阿里未来酒店的问世，不仅令酒店业焕然一新，引入了前卫的设计理念与革新服务方式，为行业注入了生

机与挑战,也为传统酒店的转型及升级指明了路径与思考;同时,借助智能化与定制化等先进技术,提升了服务品质与效率,迎合了消费者需求的日益多样化。更进一步,该酒店通过线上与线下资源的深度融合,为酒店业的拓展和经营模式创新开辟了新的天地。

## 2.2 其它跨界品牌酒店

亚朵集团与网络科技巨头联手打造了网易云音乐亚朵轻居以及亚朵知乎酒店,这两大酒店项目成为艺术、文化元素与现代化酒店设计完美融合的标杆。

在国内网络音乐领域独树一帜的网易云音乐,凭借其独具匠心的音乐推送服务,收获了大批粉丝的青睐。该平台与亚朵轻居携手合作,共同打造了一所别具一格的主题酒店,将音乐艺术与住宿空间巧妙结合,为顾客提供了一个洋溢着艺术气息的居住体验。此举无疑为传统酒店业带来了勃勃生机与无限创意。

酒店特意打造了多个音乐主题客房,涵盖了古典乐、爵士、电子音乐及民谣四大风格。每间客房均依据其音乐主题进行了精心的个性化设计,无论是在装饰造型、色彩搭配还是在家具选用上,皆力图凸显各自的风格特色。入住客人可以根据个人音乐偏好,挑选心仪的房间,沉浸于别具一格的音乐情境之中。

酒店公共空间中,音乐元素的设计独树一帜。除了客房布局之外,大厅特设了音乐展览区,四壁装饰着引人入胜的乐评摘要,且酒店还不时地策划各类音乐盛宴,为宾客创造了与音乐亲密接触的场合。此举不仅增添了酒店的艺术气息,更使宾客的住宿感受愈加丰富多彩。

酒店巧妙融合智能化元素,以增强宾客的音乐享受。住客得以在客房内,借助于先进智能装置,轻松掌控音响设备,随心所欲地聆听心爱的网易云音乐列表。此外,酒店亦能依据住客的音乐偏好及住宿历史,智能推送匹配其品味的音乐风格与曲目。

亚朵知乎酒店致力于将文化、艺术与情感完美交融。其设计哲学紧紧围绕知乎的核心理念——“知识”。酒店汲取知乎的灵感,巧妙地将知识元素贯穿于设计之中,透过空间安排与细节处理,全方位彰显知识的深邃吸引力。

在亚朵知乎酒店的独特设计中,知识元素的巧妙渗透显而易见。该酒店充分展现了知乎的特色,诸如散布各处的吉祥物形象和互动问答卡片,打造出一个充满学术气息的环境。此外,酒店特意划分了一块阅读空间,住客在此可尽情浏览各类书籍,享受一段沉浸在知识海洋中的住宿体验。

上海亚朵酒店旗下已运营的「有问题」主题酒店,

设有两种风格的客房共120间,分别是汲取灵感于电影的「知乎电影主题房」以及融入旅行元素的「知乎旅行主题房」。

此外,世界各地纷纷展出了以品牌镜头、品牌服饰以及品牌化妆品为主题的酒店,各式精彩纷呈。

## 3 品牌酒店设计发展趋势

在汇总相关研究成果的基础上,我们发现品牌酒店在设计层面,在坚持环保与可持续性的共性原则之上,正逐步呈现出几大趋势。这些趋势旨在迎合愈加多样化的顾客需求,致力于提供独具特色、别具一格,乃至量身定制的服务体验<sup>[3]</sup>。

### 3.1 文化融合与本土化

无论是海外品牌的跨国文化交流,还是本土酒店品牌,均日益重视将地域文化特色融入其设计理念,以此打造别具一格、易于辨认的品牌标识。这些酒店凭借其独到的功能性、建筑与室内设计风格,以及服务宗旨,塑造出鲜明的品牌个性与市场定位,旨在赢得更多顾客的关注与青睐。

### 3.2 跨界合作与创新

品牌酒店设计领域,跨界携手之势日显重要,其通过与多元产业的联动,或吸引其他品牌行业共谋合作,以此策略扩大品牌的影响力,增强市场的竞争能力,并为消费者带来别开生面的住宿新感受。

### 3.3 科技与智能化

科技进步日新月异,为品牌酒店的创意设计开启了无限可能。展望未来,酒店业将更倾向于融合先进科技,借助智能化的手段来增强服务的品质与效率。诸如智能客房控制系统、高科技安防体系等现代技术的运用,旨在为住客打造既方便又安心的居住环境。

## 结束语

通过研究国际和国内品牌酒店的设计,以及跨界品牌酒店的发展状况,我们可以看到这些品牌酒店在设计上不断创新和突破。创新设计不仅提升了酒店的品牌形象和竞争力,也给消费者更为丰富的住宿体验。未来,随着市场消费者需求的日益多元化,酒店设计将继续朝着更加个性化、智能化和绿色化的方向发展。

## 参考文献

- [1]王明凯.品牌酒店设计的审美特征探析[J].建筑与文化,2020,(12):48-49.
- [2]陈琳,李磊.品牌酒店设计的用户体验研究[J].酒店管理,2021,(3):55-57.
- [3]李明,张磊.品牌酒店设计与可持续发展[J].建筑学报,2020,(2):78-80.