

酒店灰空间对客人行为心理的影响

冯小桐

(四川师范大学, 成都 610101)

摘要: 以建筑学中灰空间理论为依据,分析酒店空间设计中灰空间不同类型,总结出酒店灰空间从纯粹的职能任务中分离,不用肩负重要的角色,却可以起到调节和缓解职能空间压力的作用。在此基础上,提出了酒店灰空间是职能空间表现的辅助手段,其从属的地位中有助于酒店职能的发挥,对客人行为心理产生了积极的影响。

关键词: 酒店; 灰空间; 过渡; 行为心理

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)24-0127-04

Effects of Hotel Grey Space on Guest Behavior Psychology

FENG Xiao-tong

(Sichuan Normal University, Chengdu 610101, China)

Abstract: According to the grey space in architecture theory, it analyzed grey space hotel interior design in different types, summed up the separation hotel grey space from purely functional task, need not undertake the important role, but can rise to regulate and relieve the function space pressure. On this basis, it put forward the hotel gray space was auxiliary means of function space, help the hotel to function its subordinate position, and had a positive impact on customer behavior psychology.

Key words: hotel; grey space; transition; behavior psychology

众所周知,酒店设计是设计行业里最具难度和挑战性的类别,是一个复杂的系统工程,这主要是因为其功能性、复杂性、专业性要求高。一个五星级酒店几乎囊括了所有室内设计的范畴,这里仅对酒店空间中的灰空间进行讨论。“灰空间”的概念是由日本建筑师黑川纪章提出。原指建筑中室内外的过渡空间^[1],后引申为各职能空间的过渡空间。灰空间是酒店中的重要空间形态^[2],但又常常被设计师所忽略,成为酒店室内设计的一个盲点。对酒店灰空间设计的关注和重新认识,将是提升酒店整体设计的一个重要方面,同时,酒店中每位客人都有自己独特的行为方式和心理体验。酒店中的一些过渡、边界、角落、临时、闲置等灰空间为客人提供了停顿和交流的场所,也使他们在酒店的生活中有了更丰富的情感体验。从客人行为心理的角度对酒店灰空间的解读,也为酒店空间设计提供了更多的可能性。

1 交通动线中的附生空间

酒店空间设计中,大量存在连接两个空间的交通动线,如走廊、过道等。走廊是连接

两个空间的过渡区域,由于建筑或室内设计的原因,很多时候走廊会有很长的空间距离。人在这种空间中行走,最容易产生疲惫和单调感,但酒店中的走廊既不能过于华丽,又不能过于简陋。因此,会在走廊周围延伸出一些非职能空间来调节和缓冲狭长空旷的走道。这在酒店设计中是一种重要的灰空间形式,见图1。

在北京某酒店客房走廊中,走廊进深距离14 m,左右对称的房门和低矮的空间,会让客人在寻找自己房号的同时感到枯燥乏味。在设计中,客房入口处退入一定的尺度,相对于走廊形成灰空间。此处,加以

收稿日期: 2013-06-14

作者简介: 冯小桐(1978—),男,四川人,硕士,四川师范大学讲师,主要研究方向为艺术设计。

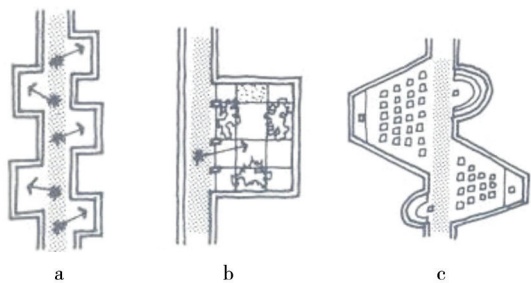


图1 交通动线的拓展形成的不同灰空间

Fig.1 Different gray space formed by the development of traffic moving lines

宽厚的木质阳角装饰和走廊的墙纸形成材料的对比,门头上方,以射灯照明加以强化,形成局部照明,在冗长的动线中加以停顿。这样的处理手法使走廊在视觉上富有节奏变化,使入住的客人能轻松地找到自己的房间,同时,也消除了走廊在心理上的压抑感,见图2。



图2 照明强化酒店走廊的附生空间

Fig.2 Lighting strengthening the hotel corridor

在酒店设计中,电梯厅是酒店中的等待区域,也是人流动线的端点。因为它不担负重要职能,只起到等候和停顿的作用,属于另一类灰空间。它位于大堂后部的空间,所以在室内设计上一般都得不到应有的重视。但是在等候电梯时也给了人们足够多的时间来对周围的一切进行评价。在南京维景国际大酒店的电梯厅中,设计师用大理石作电梯门套,同样材质的墙裙与之呼应,见图3。电梯门扇装饰以及照明都



图3 南京维景国际大酒店电梯厅

Fig.3 Nanjing Grand Metropark Hotel elevator hall

精心设计,部分电梯厅设置了长镜子,以方便客人调整着装,丰富的视觉语言使客人在等待中慢慢品味周围的环境。

2 色彩分割衍生灰空间

在绘画艺术中,灰色是介于黑白之间的过渡色彩,常常起到调节过渡的作用。在室内设计中,通过材料、色彩对灰空间的界定,也给设计师提供了更多的选择和发挥的空间。色彩在酒店灰空间的运用中,不但起到调和气氛,有时还起到空间分割的作用。在雅加达阿里拉斯酒店大厅的设计中,见图4,褐色的地板和深紫色的地毯把整个大厅分割成3个部分^[9],两柱之间形成过渡空间,为客人等候交流提供场所,把入口、等候、休息等不同功能区自然加以区分,同时也营造了大厅高雅的情调。优雅的色彩搭配,也为旅客和酒店深刻的情感联系提供纽带。



图4 雅加达阿里拉斯酒店大厅

Fig.4 Jakarta Alilasi Hotel lobby

3 室内外过渡的灰空间

灰空间概念的提出为空间设计提供了新的思路,它改变了把各职能空间割裂开来设计的状态,开始从整体性、系统性的角度去思考空间之间的关系。正是由于灰空间具有不确定性的特质,才使其出现了很强的包容性:它既不割裂相邻空间,也不独立于相邻空间,而是二者的一个媒介结合区域。它表明室内空间设计正在由封闭转向开放、由确定转向模糊、由单一转向综合,在一定程度上抹去了界限,使空间连贯为一个整体。现代建筑师和空间设计师普遍推崇通过空间的开放与多功能的体现,来尽量为人提供更多彼此观察、相互留意、增进交往的机会,于是灰空间被高度认可。灰空间没有简单地把事物区分成非“是”即

“否”,非“室内”即“室外”或者非“精神”即“躯体”,就使这两个极端之间边缘地带上的那份温情油然而生,带来了感性因素。美国迈阿密海滩度假酒店中,酒店、露台、沙滩的层层过渡自然地把建筑与大海连成一片,见图5。酒店室内空间通过露台、檐下空间、遮阳篷等自然过渡到室外的海边。难怪每年有数百万人来这里享受沙滩、阳光和海水带来的舒畅。度假的客人把这片中间灰色地带作为放松身心的场所。这样的设计也正契合了黑川纪章提出的室内外过渡的檐下空间的内涵,而从人的生活方式看,“过渡”显然不是目的,只是一种空间形式和人在这一空间形式中的行为表现。换言之,灰空间是以过渡性空间为形式,真正意义在于空间形式的变化给人带来的心理上的变化和精神上的影响^[4]。



图5 美国迈阿密海滩度假酒店外景

Fig.5 The United States Miami Beach Resort Hotel

4 剩余空间与角落空间

楼梯是酒店空间连接上下交通的重要建筑要素,而由于建筑设计的缘故,楼梯下部常常会产生大量剩余空间。楼梯的造型千变万化,所以其下部剩余的负空间也常常呈现出不同的形态。这种由建筑设计必然产生的剩余空间,是灰空间的重要形式,对二次的空间设计也有很大的发挥余地。曼谷东方酒店是举世公认的世界最佳酒店之一,曾连续10年被纽约《机构投资者》杂志评为“世界最佳酒店”和“最佳商务酒店”,见图6。设计师对楼梯下部的空间进行再次设计,处理成一个酒廊,空间的功能被延伸,它引导了人们休息等待的行为,反之又形成了一定的制约因素,让上下楼梯的客人不得不参与其中,同时也促进了酒廊的消费。

环境心理学的研究发现:逗留则更偏向于“隔离与边界效应”,包括小坐、聆听、观看与交谈^[5],场所的边缘为人们观察空间提供了最佳的条件,并具有安全



图6 楼梯下部的剩余空间影响客人行为

Fig.6 The remaining space affects guest behavior stair lower

感和稳定感,从而受到欢迎^[6]。前文,笔者提到角落空间是酒店灰空间的一种重要形式,角落也常常成为被遗忘的代名词。而在酒店空间设计中,对角落的重新设计将对客人的心理舒适起到积极的影响。在南京维景国际大酒店SPA入口处,见图7,简洁的陈设和人工光源把单调的角落营造得温馨而自然,单人沙发、玻璃茶几和Logo软化了90°角形成的两个职能空间的生硬过渡,短暂的停留引导客人进入下一个场所,使客人能有充分的心理准备感受下一个空间带来的不同体验。酒店的工作目标就是为客人服务,就是要创造使客人身心舒适的环境。“心理舒适”是“身体舒适”和“感官舒适”的综合和升华,是最终吸引客人的因素。而恰好,酒店中的灰空间用它独有的性质为心理舒适环境创造条件,为大众提供更好的公共交往、休闲和艺术欣赏的场所^[7]。

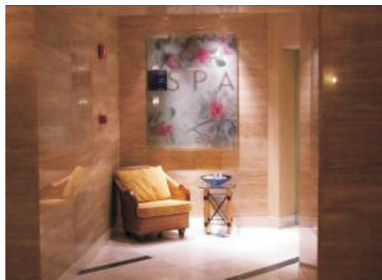


图7 南京维景国际大酒店SPA入口

Fig.7 Nanjing Grand Metropark Hotel SPA entrance

5 结语

酒店提供给旅客暂时的膳宿,来体验一种另类的生活方式,有时甚至是实现一种梦想。不同的旅客可以选择不同的酒店,它们都像是一个内部设施齐全的当地王国的一个缩影。随着未来人们对生活品质需求的不断提高,酒店室内空间也将由越来越多的职能空

间组成。与此同时,不同的职能空间又由若干非职能的灰空间相连接,它们虽不如职能空间那样引人注目,功能明确,但却是不可或缺甚至是非常必要的。这里从灰空间的起源谈起,拓展了灰空间的涵义,主要从酒店灰空间的空间形态和客人行为心理方面加以论证,说明了酒店灰空间对客人行为心理的影响。从属的地位不仅有助于酒店职能的发挥,而且在空间形态学和环境视觉心理学方面起到了积极作用。作为主导空间的第三声部,对酒店的空间营造以及文化格调的完美和声中也起到了举足轻重的作用。

参考文献:

- [1] 詹和平.空间[M].南京:东南大学出版社,2006.
ZHAN He-ping.Spatial[M].Nanjing: Southeast University Press,2006.
- [2] 韩巍.形态[M].南京:东南大学出版,2006.
HAN Wei.Form[M].Nanjing:Southeast University Press,2006.
- [3] 王奕.酒店与酒店设计[M].北京:中国建筑工业出版社,2002.
WANG Yi.Hotel and Hotel Design[M].Beijing: China Architecture Industry Press,2002.
- [4] 赵江洪.设计心理学[M].北京:北京理工大学出版社,1998.
ZHAO Jiang-hong.Design of Psychology[M].Beijing: Beijing Institute of Technology Press,1998.
- [5] 常怀生.环境心理学与室内设计[M].北京:中国建筑工业出版社,1997.
CHANG Huai-sheng.Environmental Psychology and Interior Design[M].Beijing: China Architecture Industry Press,1997.
- [6] 林玉莲,胡正凡.环境心理学[M].北京:中国建筑工业出版社,2003.
LIN Yu-lian, HU Zheng-fan.Environmental Psychology[M]. Beijing: China Architecture Industry Press,2003.
- [7] 王丽梅.四川旅游景区导视系统特色化设计探析[J].包装工程,2013,34(4):1—12.
WANG Li-mei.Sichuan Tourism Signage System Design Features[J].Packaging Engineering,2013,34(4):1—12.

“从制造到设计——20世纪德国设计展”在深圳开幕

“从制造到设计——20世纪德国设计展”定于2013年12月7日在何香凝美术馆开幕。本次展览由中国美术学院与何香凝美术馆联合主办,作为双方在2010年包豪斯及欧洲现代设计收藏落户杭州中国美术学院后的一次专题合作,将展示德国制造经验对中国设计的启示。恰逢深圳市创意12月之际,展览将为深圳设计之都注入新的内涵。

在20世纪的100年中,“德国制造”逐渐发展成为卓越设计与高端品质的代名词,其设计思想及推动制造发展的方式,对现代设计制造所产生的影响都是源头性的。本次展览系统全面地回顾了德国设计制造在20世纪的发展历程,并从设计师、制造商与使用者等多个角度来解读设计史上的经典,以当代中国的视角重新理解德国设计与制造互动的历史经验与现实意义。展览通过学术梳理,将藏品及其设计制造过程的翔实史料相结合,通过“手工艺与制造”、“理想与实验”、“设计与政治”、“系统化与国际化”4个版块,以德国设计制造中的历史案例,来揭示20世纪现代设计制造与艺术、教育、政治经济和全球化的关系。此次展品中,小到首饰,大到桌椅家具,涵盖了茶器、台灯、墙

纸、挂毯等日常起居的设计,还包括书籍、海报等平面设计,以及建筑和城市规划。展览汇集了中国国际设计博物馆收藏的德国设计史的代表作品近百件,从19世纪末新艺术运动的杰作到20世纪中后期的现代设计经典,其中还包括极为稀有的设计原型,如手工锻造的巴塞罗那椅、红蓝椅和康定斯基的版画等。

本次展览将文献和实物结合展示,期望展览变成一部既有趣又耐读的“活的设计史”。为了让历史研究更加形象和普及,展览中穿插了德国历史上的7个设计故事和7个制造案例。设计故事从德国设计制造与当代生活的关系来解读经典设计;制造案例从历史中德国的设计师和制造商的合作互动的角度,为专业观众提供启示。同时,展览中还会展播《20世纪德国设计制造》、《包豪斯进中国》两部介绍性影片。

配合此次展览,还将开展一系列公共教育活动,包括讲座、专场导览,互动体验区将开展适合小观众参与的动手体验活动。同时,特邀香港著名文化人、设计师赵广超制作的重点藏品互动视频,将与藏品实物一同在展览中呈现。

摘自《视觉同盟》