

近年来,在我们的周围生活中,可以感受到越来越多传统文化的氛围。从文化到文创,从品牌到演绎,我们不仅可以看到东方文化的魅力,还可以看到国潮文化的市场空间。当这股拉力席卷到酒店行业,为当代酒店提出了全新的理念:酒店或许不仅仅是个居停场所。

## 用文化打破酒店定义 再塑空间理念

◎ 记者 王珏

前几日,在杭州蝶来雅谷泉山庄酒店举办了一场书会。这场书会是雅谷泉山庄酒店即将开幕的雅泉书院第一场公益书会。这场书会结合了端午的传统文化与读书会,给酒店的VIP客户以及住店的客人带来了一段以文化为基底的闲暇时光。

雅谷泉山庄总经理王立平说,酒店可以不被定义,就像生活不被定义一样。



### 不被定义的 酒店空间

一直以来,酒店作为现代城市集旅、居、宿、游多元需求合一的商业空间。在大多数人的眼里,暂时居住的空间这个概念几乎定义了酒店全部内容。“空间具有独特性,但更有普遍性。”王立平认为,“雅谷泉山庄作为一家以中式美学为底色的高端酒店,它与中国传统文化有天生的契合度。同时,我们试图打破对于酒店空间的定义,空间是我们生活的场景,酒店应该传递的是一种生活方式。”

这样的生活方式有很多种形式,围绕着这样的形式,可以展开多样化的生活场景。雅泉书院是雅谷泉山庄酒店空间运营的一次探索,也是他们对于酒店传递生活方式的一次探索。



这种探索是双向的。一方面针对住店的客人,另一方面针对周边的居民:对于住店的客人而言,是如何拉近旅客与所在城市的距离,让旅客充分的了解城市的文化;对于周边的居民而言,是如何把生活方式传递出去,达成生活理念的共识,共建共创美好生活。

走进雅泉书院,旅客可以参加公益书会、音乐雅集、传统节日文化等,不仅仅是形式上的参与,更是让每一个旅客真正的融

入,使其成为传统文化的认同者、传播者,在其沉浸式的实践中,感受传统文化的魅力。

这样的空间与内容,更是向城市的居民开放。定期的国学课堂、传统礼仪培训、东方美学实践……让酒店成为城市生活风景的一幕,成为城市旅游的一部分,更是成为城市居民的好邻居。

### 从酒店空间到 公共空间

当然,如果抛开酒店狭隘的定义,我们可以赋予它公共空间的概念。那么对于公共空间里的内容,会有更多的可能。著名雕塑艺术家戴耕教授曾提到过:“公共艺术所指向的不只是单独作品的概念,更是一种行动的、空间的、整体的、生成的艺术实践状态。”这种状态是人与物相交感应、相互塑造的,是让更多人彼此心灵沟通的,是促成社区、城市更大心理认同的一种艺术,而这种认同是实实在在的、可感、可触、可共享的。

从这样的角度来看,酒店与传统书院的结合,无疑是一种以文化为凝聚力的场景共生实践。一方面作为城市居民的书院,它是城市生活风景的场景之一,另一方面,作为外来的旅客,它是传统文化沉浸式体验的空间。

可以想象,当我们抵达一座城市,入住一间酒店,暂停如常的节奏,把身心交付于偶然相处的空间场景。我们想要感受和经历的不仅仅是一场休憩或停留,而是期待身处一个共情、共感的空间,探寻生活的相似与不同体验旅居时光的曼妙。这样的体验是不可能脱离城市文化以及城市生活独立存在的。一家酒店只有根植于一种生活方式,才能使空间成为生活的场境。这样的生活方式,需要城市中的一个群体共植、共生、共创。

### 酒店与空间的 独立与融合

由此,书院与酒店相互独立,又相互促进。城市居民可以在这里以书院的形式得到日常生活以



外的文化学习体验。旅居客人可以在这里以酒店的渠道感受当地的城市文化生活。这远比起此一游具有更广阔的意义。

其实,这几年以传统文化作为酒店提升“拉力”的案例并不少。例如,位于杭州邮电路上的仁和饭店,以浙江省打造宋韵文化为契机,打造了一系列宋韵文化体验场景。再例如很多中式特色酒店,紧抓国潮文化的流量,以

创新的形式与传统文化结合,吸引了新一代的消费主力军。

以文化的形式输出,为IP塑造与沉淀的同时,凝聚起有共同生活理念的人,从而实现私域流量的运营。毋庸置疑,有品质、有体验、有故事的酒店产品,才能使品牌在文化酒店领域难以被复制与替代。而雅谷泉山庄酒店更近了一步,它打开空间定义的枷锁,以空间塑造空间,以场景打造场景。酒店实现了从功能空间到空间功能的转变。由此,从定义到功能再到方向都有了本质的不同。

无论是酒店也好,书院也罢,它是一个小型的生活综合体,其中会有柴米油盐酱醋茶,也会有琴棋书画诗酒茶。让旅居更有生活的诗意,让生活更有远方的畅享。

跳出文化与酒店的框架,或许我们可以视其为行业与行业的碰撞与融合。这是空间功能的再生,是打破到再造的过程。

酒店通过文化的途径与越来越多的行业相融合,并以此架构新的空间定义,从而形成自身稳定的流量池。这是市场需求变化下的产业生长,也是产业前行的过程中行业再造,更是文旅融合中一道突出的风景线。

