

浅析行为心理学在快捷酒店公共空间设计中的应用

高婷 宋佳诺

长春理工大学，吉林长春，130000；

摘要：随着消费升级与体验经济的兴起，快捷酒店公共空间的设计已从单一的功能性需求转向对用户心理体验的深度关注。本文基于行为心理学理论，结合空间布局、功能分区、视觉引导及用户行为特征，探讨其在快捷酒店公共空间设计中的应用策略，旨在通过科学的设计方法提升用户舒适度与满意度，增强酒店品牌竞争力。

关键词：行为心理学；快捷酒店；公共空间；用户体验

DOI：10.69979/3041-0673.25.12.051

引言

在消费升级与体验经济驱动下，快捷酒店公共空间设计正从功能导向转向优化心理体验。如年轻群体追求社交化与趣味性，家庭用户注重安全性，商务人群则强调效率与私密性，而传统的标准化设计难以满足分层化需求，大量用户因公共空间体验不佳而放弃复购。行为心理学揭示了动线、色彩、光线等环境要素与用户行为的深层关联，但现有研究多集中于高端酒店，缺乏对快捷酒店低成本场景的适配策略。本研究旨在基于行为心理学理论，从用户动线规划、情感需求及体验优化等维度，探索快捷酒店公共空间的设计策略与方法。

1 行为心理学理论基本概述

1913年，美国心理学家华生发表了《一个行为主义者眼中所看到的心理学》，宣告了行为主义心理学（Behavioral Psychology）的诞生，其理论主张通过研究观察人类外显的客观行为，并对其进行提炼分析出行为的模式与客观的环境因素相联系，找出其本质与一般规律。它是一种对于传统心理学的反叛，行为心理学认为由人类的行为是由内省产生的心理内容所主导的，在一定程度上可以被客观的预测，在进行客观分析时可以从中得到一般规律。行为主义心理学的主张中最重要的有以下四点：①强调科学心理学所研究者只是能够由别人客观观察和测量的外显行为。②行为是由人类对外在环境因素的反应产生的，是反应的集合体。③个体行为不是与生俱来的，不是由遗传决定的，而是受环境因素的影响被动学习的。④由研究动物与儿童综合得出的行为规律，即可推论出人类的一般行为。

心理学家 Shill 和社会学家 Parson 从社会学和生物学的角度，共同研究了人类行为学的一般理论体系：

即人类的行为是外部环境和自身内部环境共同的作用下，通过其变化使自身得以存续，使集团得以维持和发展的活动的总体。通过对于中国台湾大学沙依仁教授所著的《人类行为与社会环境》，行为的定义是：主体在受到外界环境所刺激时而产生的应激反应，可以分为广义的行为与狭义的行为。狭义的行为：我们在生活中所表现出的能够被外界或他人所觉察到的行为的集合；广义的行为：我们受到外界环境的刺激而产生的某些心理变化。人的行为呈现出多样性的特点，在同一个环境中，环境所对应的行为表现出不一样的特点，在不同的环境中，行为的表现也可能会相同。根据社会学研究，人类行为有如下特质：①多样性，②适应性，③动态性、发展性的，④可控制的、可训练的，⑤生理、心理与社会的有机组织的表现。

2 快捷酒店公共空间

2.1 快捷酒店公共空间功能及特点

快捷酒店公共空间的构成以功能复合化为核心，通常包含大堂接待区、简餐吧或早餐区、走廊、电梯间、多功能共享区与儿童乐园、书吧等休闲娱乐模块，近年来部分酒店还将新零售展区、咖啡吧等“第三空间”融入大堂，形成“一站式”复合体验空间。快捷酒店公共空间的核心特点在于功能复合化与体验导向的平衡：大堂不仅是接待区，更通过共享办公桌、咖啡吧等多功能模块转型为社交与临时办公的复合场景，例如将书吧融入大堂，满足年轻群体对灵活性的需求；动线设计强调高效性，还要考虑到酒店内部的交通动线是否以中央大堂为中心彼此相连，不要给顾客造成错综复杂的感觉，同时可通过暖色调照明与原木材质营造“家外之家”的温馨氛围，缓解旅途压力。

2.2 快捷酒店用户分层及行为心理分析

快捷酒店公共空间的用户群体呈现显著的分层化特征,不同人群在行为模式与心理需求上存在本质差异。

18至35岁的年轻客群作为快捷酒店的主力消费群体,普遍追求高效与社交化体验,其行为逻辑带有鲜明的“场景切换”特征,例如在共享办公区快速处理工作学习后,随即转向网红打卡点拍照分享,也隐含对个性化身份认同的渴望。大堂设计中植入艺术装置或互动屏幕,正是为了满足其“即时参与感”与社交传播需求,而暖色调照明与模块化家具则通过降低环境压迫性,缓解其因快节奏生活累积的心理疲劳。

商务人群的需求则更趋理性,其行为核心在于“最小化干扰”与“最大化私密性”。他们对公共空间的停留时间较短,但要求动线绝对高效,同时需要半封闭的临时办公区以隔绝外界干扰。这一群体对噪音极度敏感,若儿童游乐区与商务区未有效分隔,可能直接导致其复购意愿下降。

家庭用户的行为重心在于安全性与空间包容度。父母倾向于选择设有独立儿童活动区的酒店,因其能通过软包隔断与监控设备降低安全隐患,同时分散孩子注意力以减少对公共秩序的干扰。此类用户对空间的“可视性”要求极高,例如早餐区与儿童区的视线贯通设计,可使家长在用餐时同步关注孩子动态,避免因信息阻断产生的焦虑。此外,家庭用户对卫生标准的敏感度远超其他群体,若公共区域存在清洁死角或用品消毒不彻底,可能直接触发信任危机。

老年群体及特殊需求用户则更关注空间的易用性与包容性。他们对复杂动线和智能化设备适应性较弱,倾向依赖明确标识与人工服务。例如,无障碍通道的坡度设计需严格遵循规范,否则可能引发使用挫败感。部分酒店通过适老化改造提升老年用户的安全感知。

2.3 当今快捷酒店公共空间所面临的问题与挑战

酒店公共空间是在酒店中除居住空间外,使用者使用频率最多、使用时间最久的空间,它能够承担多种多样的人群交往活动、休闲活动、娱乐活动等。尽管当今的设计理念不断升级,当今快捷酒店设计在用户体验中仍存在许多不足。

(1) 部分酒店动线设计不合理,前台与电梯距离过长或路径混乱,导致用户决策疲劳与时间浪费,环境复杂性会给用户带来焦虑。

(2) 功能分区失效,动态区与静态区有效隔离与噪音干扰,隔断高度不足或材质隔音差,社交边界感丧失。

(3) 标准化设计导致“伪社交疲劳”,网红打卡墙、艺术装置等同质化严重,分享欲望降低。

(4) 智能设备与适老化缺失,无人前台、机器人引导等设计对老年用户不友好,操作复杂性引发老年人群挫败感。

(5) 缺少引导性服务设施,人性化设计在设计之初考虑较少,忽略了人的情感,与大众的情感背道而驰。

(6) 公共空间的盲目商业化,为了所谓的经济效益,越来越多本该属于公共空间的部分划给了商业空间,真正的公共空间日益减少。真正的公共空间应该是可以使人放松,无拘无束地进行日常活动、交流的地方;应该是享受生活、体验酒店各项服务、彰显酒店个性的空间。

随着生活质量提升,传统快捷酒店公共空间设计已无法满足需求,高质量空间需兼顾社交、休闲及用户行为心理需求。引入行为心理学理论,从动线规划、功能分区、色彩材质等方面针对性调整,成为优化体验的关键。设计者需基于用户行为模式分析,通过环境要素主动引导积极心理反馈,最终实现从功能供给到情感共鸣的体验升级,解决标准化设计导致的同质化疲劳与心理适配不足问题。

3 行为心理学在快捷酒店公共空间设计中的应用

基于行为心理学理论干预,使快捷酒店公共空间设计实现从功能满足到情感共鸣的体验升级。以下从动线规划、功能分区、视觉管理、安全设计、分层群体适配及智能化技术六个维度,结合用户分层需求,系统阐述具体应用策略及其心理学依据。

(1) 优化大堂动线,提升入住效率,缓解用户焦虑,动线设计需更加人性化便捷,同时通过环境刺激引导行为路径。可采用对角线布局缩短物理与心理距离,如前台与电梯厅呈斜线分布,结合绿植、水景、装饰架等装饰分散用户对路径长度的感知。尽可能的缩短餐厅等使用频率较高区域与核心大堂区域的距离,并在路径中设置景观节点分散注意力,较少焦虑。

(2) 霍尔的个人空间理论与德克·德·琼治的边界效应指出人们偏好公共空间中靠墙、窗或隔断的区域,

因其兼具开放视野与半私密安全感。这也为空间设计提供科学依据,酒店休息区需保持适当人际距离,边缘卡座或绿植隔断区可满足用户“观察-被保护”的双重需求,通过物理与心理边界划分动态与静态区域,满足用户对私密性与开放性的双重需求。大堂边缘设置矮墙或绿植屏障隔断,形成半私密卡座。动态儿童区采用软胶地面与吸音屏风,静态商务区铺设降噪短绒地毯,通过材质差异实现声学隔离。

(3) 通过对色彩与材质的干预,进行视觉与情绪管理的心理干预,色彩心理学优化情绪体验,通过环境刺激可以直接影响用户的情绪状态,缓解焦虑。采用浅木色、米白等低饱和度暖色调搭配柔光照明,可在一定程度上缓解压力。将如原木纹理墙面、水磨石地面与花草香型香氛等元素进行组合,通过触觉、视觉与嗅觉的协同作用,唤醒用户对自然环境的联想,可使用户感到舒适放松。

(4) 基于马斯洛需求层次理论,安全需求是用户体验的底层逻辑,需通过显性标识与无障碍设计构建信任感。除去常规的逃生通道、标识与消防栓外,无障碍与适老化改造,设置低位服务台高度适配轮椅用户。

(5) 不同用户群体的行为心理差异需通过定制化设计精准响应。例如打造适合年轻客群的共享办公区,配备 USB-C 快充接口,设置打卡区等设施,激励社交分享,带动社交媒体曝光量;为家庭出游用户设置儿童活动区与早餐区视线贯通实时关注孩子的动向;为商务人群提供动态隔音设施隔绝外界干扰。

(6) 在有限预算内,运用模块化设计,用标准化、可灵活组合的部件来搭建空间。比如,家具选可拆卸的沙发或桌子,可以适应不同区域,如大堂休息区随时改成临时办公区的布局需求,又能批量生产降低成本。

4 结语

行为心理学视角下的快捷酒店公共空间设计,本质是一场“以用户行为为脚本”的空间叙事。通过动线规划、功能适配与环境干预,酒店空间从冰冷的物理载体转化为情感联结的媒介——对角线布局与绿植引导化解效率焦虑,暖色调与半围合设计重构安全感,动静分区与距离控制则精准回应不同群体的核心诉求。这种设计逻辑不仅验证了“环境塑造行为”的心理学规律,更揭示了酒店行业从功能供给转向体验增值的必然趋势。未来,随着智能化技术与绿色理念的深度融合,公共空间设计或将进一步突破成本与功能的传统框架,成为连接用户情感记忆与品牌价值的核心纽带,而如何在个性化服务与隐私安全之间寻求平衡,仍将是行业持续探索的命题。

参考文献

- [1]戴婷婷.基于行为心理分析的小型度假酒店公共空间设计策略探究[D].重庆:重庆大学,2018-05-01
- [2]姚舜禹.基于行为心理的儿童医院候诊空间设计研究[D].苏州:苏州科技大学,2017-06-01
- [3]徐强,李晨阳.浅析环境行为学在酒店公共空间的应用[J].建筑与文化,2023-08-15
- [4]李洋.基于行为模式的老年公寓公共空间设计研究[D].山东:山东建筑大学,2020-06-01
- [5]陈曦.从行为主义到认知神经科学——受众心理研究方法论的建构与演变[J].东南传播,2020-07-20

作者简介:高婷,副教授/副主任,研究方向:环境设计。

宋佳诺(2001.01-),研究生在读,研究方向:环境设计。