

# men's

# no

TAIWAN

men's no

11

www.mensno.asia

[男人誌] NOVEMBER 2015

NT\$180

旅行／藝術

NO.195 NOVEMBER 2015

## GUY & DOLL

蔡健雅 失語者的意念

練武即練心  
張震

# 旅行 藝術

ART IN VOYAGE

## FASHION

周柏豪的紀梵希之旅  
獸毛冬戀  
學院風致青春

## LIFESTYLE

有Audi才翬張  
專業沙龍級毛髮養護

Watches & Wonders  
再現奇蹟



子時集團  
chic group



# Will stay, Only if there's art.

## 設計至上

隨著脈絡，看看已從創始人易主之Morgans Hotel Group，一樣是設計師個案，於2014年創始於倫敦的Mondrian Hotel London At Sea Containers，則祭上一時之選Tom Dixon，這光臨都能有愉悅快感的名字，也確實讓此飯店顯得非常一般。運用設計師摯愛之黃銅材質，帶有工業未來感的金屬溫度，逛逛一樓Lazarides Editions Gallery，周末在內設小型放映廳Curzon看看電影，更是將其藝術感配合高人一等。

而來自法國的雅高酒店集團 (AccorHotels)，2011年在本家Sofitel品牌下加入的Sofitel So，則是以與設計師配合的方式，將品牌對於生活藝術的執著加味，就第一間於Mauritius開設的Sofitel So Mauritius Bel Ombre，即是泰裔室內設計師Lek Bunnag跟日本設計師Kenzo Takada的天作之合。而以金、木、水、火、土五行為主題的Sofitel So Bangkok及Sofitel So Singapore，則分別由Christian Lacroix、Karl Lagerfeld助其一臂之力。



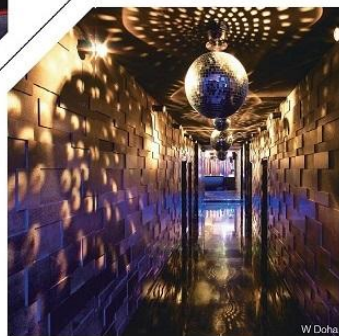
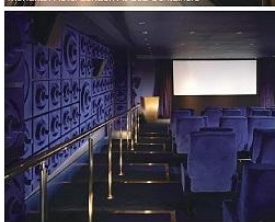
Andaz London Liverpool Street



Mondrian Hotel London At Sea Containers



W London Leicester Square



W Doha



Morgans Hotel New York



The London Edition Hotel



Andaz Tokyo Toranomon Hills



W Bangkok

## 跟藝術睡一晚

文字 / Adrian Chen 圖片提供 / 各品牌

旅行是個興奮的念頭，但能打開每個人的開關各異（似乎跟敏感帶有相同道理），對某些人而言飛機引擎聲很重要，對某些人而言逛小巷內選物店是必須，就編輯私心觀，大言不慚下定論，跟誰睡覺才是高潮點。自認不像Alain de Botton有那樣博學的體悟，有時候也只想充其量找個地方紓解一下生活在固定城市裡累積的束縛感，如果說好的藝術可以帶你神遊，那有藝術的飯店，就該是通往極樂世界的入口。

## 連鎖效應

原意指處於都會區，房間數介於10到100之間的小型飯店，現在也可以泛指所有擁有此種風格類型的酒店，就連大型跨國飯店集團也紛紛趕上這股熱潮。令人印象深刻的，不得不提喜達屋酒店集團 (Starwood Hotels & Resorts Worldwide) 旗下的W Hotel。1998年發跡於紐約的W Hotel，特點在於其切合都會潮人的時尚需求，前衛、新意的室內空間，釋放弛放能量，將各空間融入「W」開頭的小巧思（例如游泳池叫做WET，門房服務叫做Whatever/Whenever），創造十足整體驚喜感。

接續成功經驗，洲際酒店集團 (InterContinental Hotel Group) 接棒，Hotel Indigo於2004年開立於亞特蘭大。以飯店所在地之區域文化為優先，用壁畫及藝術品等方式帶入客房及公共空間之中，在飯店餐食的選擇上亦加入了當地菜譜，強力灌注住客本地精神。充分了解各路看官們對於事物的好奇（怕膩）程度，品牌亦使出小心機，透過不定期更換背景音樂、音樂等方式，讓顧客也能永久保鮮。

將上述均視為良性競爭對手（公開的祕密），凱悅酒店 (Hyatt) 送上Andaz應戰。以古波斯文中「獨特風格」一詞為名，Andaz聚集了所謂藝術的號召力，2007年以倫敦的The Great Eastern Hotel作為溫牀，酒店標誌性的Andaz Salon一系列活動，合併文化體驗及創意的靈力激盪，增加市場能見度。

不遑人後的萬豪酒店集團 (Marriott International)，使出不忘初衷大招，聘請MHG開國元老Ian Schrager獻計，Edition Hotel就之誕生。薑是老的辣，早知Schrager有這種魔力，能不著痕跡將人們很舒適地擺置於這樣的環境當中，也難怪要叫各路時尚人士趨之若鶩。除了倫敦、紐約、洛杉磯等大城市，2018年品牌也將正式入主海南島三亞及曼谷，讓亞洲住民也有品嘗機會。

## 飯店藝術精品化

有種感覺，現在似乎什麼東西冠上藝術名號，都能有個賣點，工藝技巧上，展現情感上，總之如果背景情緒有感染力，也倒不違背大英百科全書中對其落落長的定義。說起飯店搞藝術，原因多少參雜點現代人對美感要求的不断提升，除討好異地/本地駐訊客，也滿足想24小時密集在眾名設計師及藝術家的作品中打滾的可能。

以上均屬冠冕堂皇說詞，換個頭腦，學習總裁們快狠準勁，抓住自己的特定客層，才有大鳴大放出頭天。既然著眼點已放在藝術，勢必主要拉攏的不是帶著7歲小孩或是有70歲老母在上的客群（是說也很歡迎他們沒錯），順理成章，該是手上熟錢燒不死，更有自我享樂主義的這群80、90一代。

首先釐清個名詞，boutique hotel，這個由Steve Rubell於1984年提出，用來比較當時自己在紐約與Ian Schrager成立之Morgans Hotel（後來更成立了Morgans Hotel Group, MHG）與其他連鎖集團之飯店，就有如精品店與百貨公司的天壤之別，靠著其品味極佳的室內裝潢（當時由知名設計師Andrea Putnam操刀）及當時獨樹一格的氛圍，也奠立了精品飯店的基石，而這樣有態度的想法，正巧與現在新興世代不謀而合。