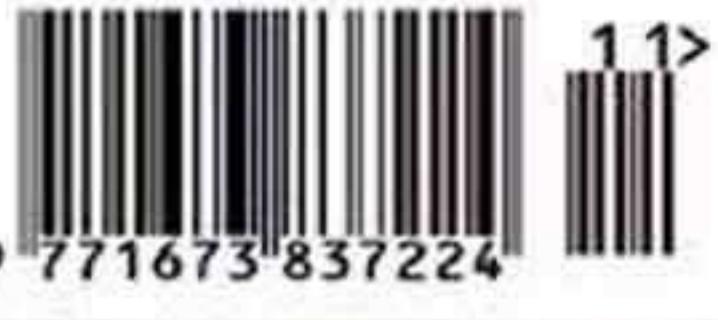


尚流 atelier

殷桃：来去自由

November 2022人民币80元

ISSN 1673-8373



9 771673 837224

来到城市的 安缦

安缦纽约开张了，这是所有酒店控都会关注的大新闻。严格意义上来说，这是安缦在全球的第二家城市酒店。第一家安缦东京广受好评，第二家安缦纽约必然备受瞩目。作为度假酒店品牌的标杆，进入城市之后到底还是不是安缦？第一个作品的成功有没有偶然因素？第二个作品又拿出了怎样的答案？

编辑：范力

纽约安缦的房价是让人惊讶的 4000 美元，妥妥的全球最贵酒店之一，价格比东京安缦贵了不止一倍。这个起步价哪怕是放在纽约曼哈顿的房租几近翻倍的大背景下，也显得明晃晃的刺眼，进一步加剧了我们的好奇心，值吗？

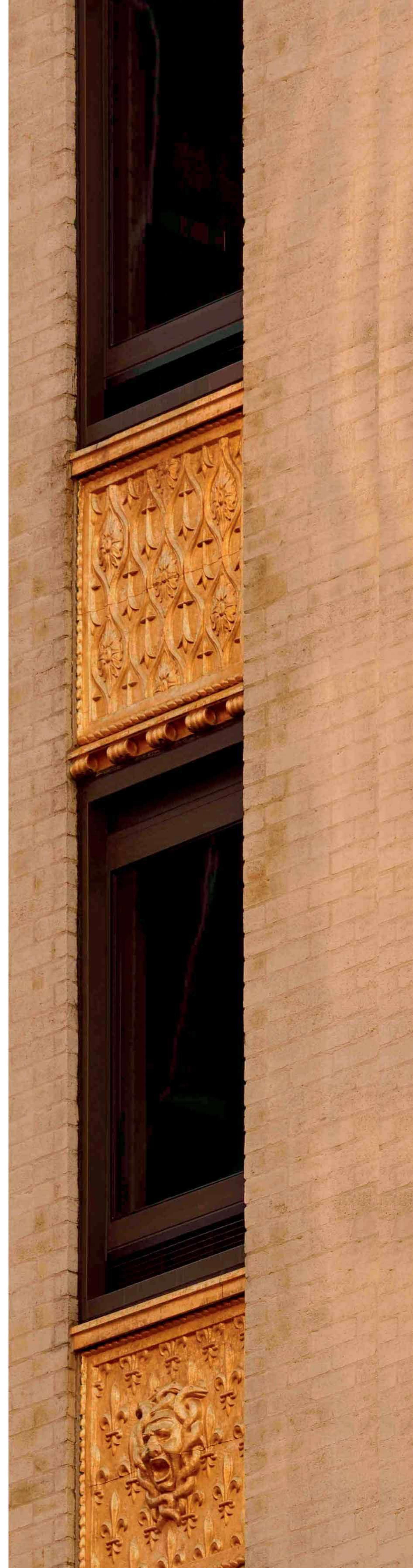
这次《来到城市的安缦》专题，我们带来了 3 篇文章，尝试解答上面的几个疑问。


第一篇文章是我们的香港编辑 Coco Maret 对安缦集团一把手的专访，弗拉迪斯拉夫·多罗宁 (Vladislav Doronin) 分享了他对纽约安缦最重要的几点思考，以及为

什么建立酒店帝国不仅仅是一场数字游戏。

第二篇文章是资深旅行专栏作者马晗应我们的邀约带来的一篇安缦纽约的一手体验。他最近开始的环球旅行，正好在安缦纽约住了 3 晚，而且在 4 年前他就到访过还是工地的安缦纽约。作为一个标准的 Aman Junkie，他的一手感悟，正逢其时。

第三篇文章是我和 Tatler 中国的两位副主编 Ana 和 Suki 在 2019 年 11 月对安缦东京进行的一次品鉴之旅后写成的文章，我们尝试用自己的观察和总结，对安缦来到城市之后的造梦思路，归纳出自己的答案。





安缦纽约用将近 40 公斤的 23 克拉金箔，将纽约地标建筑皇冠大厦外立面上的浮雕恢复到学院派风格的最佳形态。



安缦纽约角落套房





安缦东京客房



A Man, Aman

安缦背后的男人

撰文：可可·马雷特 (Coco Maret)



对酒店所在地抱有敬畏之心

“我们对酒店的所在地始终抱有敬畏之心，而不仅仅是将它们纳入麾下。”

几周后安缦纽约 (Aman New York) 就要开业了，我正通过视频与安缦酒店及度假村首席执行官弗拉迪斯拉夫多罗宁 (Vladislav Doronin) 进行交谈，这位目前居住于迈阿密的俄罗斯商业大亨承诺安缦纽约将成为“世界上最好的酒店之一”。

作为一名报道旅行的编辑，我经常听到各种关于酒店品牌与所在地之间关系的描述，而且我已经学会了对这些美好的表述持保留态度，但平心而论，安缦确实有底气这样说。

包括坐落在斯里兰卡加勒港的 17 世纪加勒古堡城墙内的安缦加勒 (Amangalla)；周围环绕着受联合国教科文组织保护的伯罗奔尼撒半岛遗址的安缦卓熠 (Amazoe)；距离日本京都的金阁寺仅几步之遥的安缦伊沐 (Amanemu)；坐落在吴哥古迹公园内的柬埔寨暹粒安缦萨拉 (Amansara)。

多罗宁坚信安缦品牌扮演着守护每个目的地独特性的重要角色。例如，位于印度尼西亚中爪哇的安缦齐和 (Amanjiwo) 就有一名常驻人类学家，为客人提供有关该地区风俗、历史和灵性的深入见解。“将当地文化、周围自然环境和设计与每家酒店联系起来十分重要。”他说，“我们从环境中汲取灵感，采用天然材料，并与了解安缦品牌灵魂的有远见的建筑师们开展合作。”

慷慨的空间、优美的环境和强大的设施

刚刚买下安缦品牌的时候，安缦的第一家城市酒店东京安缦已经在规划建造过程中了，所以在选址方面还没有严格贯彻多罗宁的思路，这次到了纽约，就不一样了。

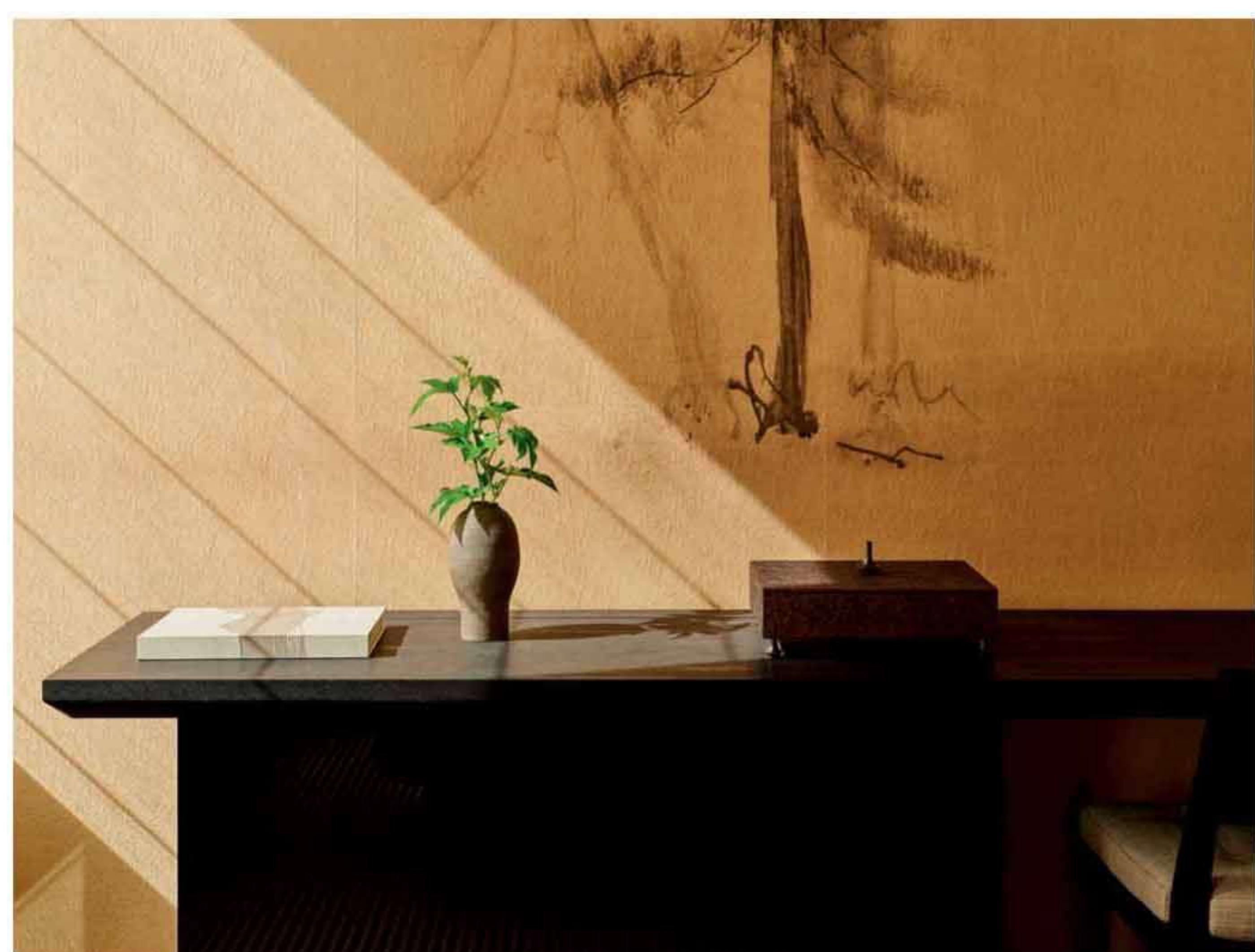
安缦纽约置身于具有传奇色彩的皇冠大厦(Crown Building)之中，该大厦建于1921年，就在第五大道和第57街拐角处，由建筑师沃伦和韦特莫尔(Warren & Wetmore)设计。这两位设计了众多纽约的地标建筑，如大中央总站(Grand Central Station)和汉姆斯利大厦(Helmsley Building)。皇冠大厦曾是美国最昂贵的零售和办公地点之一，这次费心费力的修复花费了安缦13亿美元。

“这不仅对品牌来说是一个里程碑，对我个人来说也是一个非常重要的项目。”这位59岁的首席执行官说，“这是一段历史。你随时可以建造新的摩天大楼，但像皇冠大厦这样的有历史的标志性建筑是不可替代的。”

第一步是选择可遇不可求的历史建筑，第二步依然很关键：“重要的是，我们在大城市中提供没有人尝试过的如此宽敞的空间，并为客人奉上优美的环境和强大的设施。”

空间方面，尽管有25层楼可供使用，但酒店只设置了83个房间，以及属于安缦公馆品牌下的22套公寓。“对于像纽约这样的地方，拥有83间客房的酒店被认为是精品酒店。”多罗宁说，并强调他扩展安缦城市酒店的目标不是增加数量，而是“把我们在度假村中拥

“把我们在度假村中拥有的东西应用到城市酒店中，并非横向扩张，而是更突出纵向深度”



有的东西应用到城市酒店中，并非横向扩张，而是更突出纵向深度”。

疫情期间，安缦在2020年和2021年的表现优于2019年。“这让我们感到十分惊讶。”多罗宁说，他将这一成功归功于安缦致力于为每位客人提供充足的空间和隐私。他说：“在疫情期间，很多客人常居于安缦，有些人一次住几个月，远程工作，让酒店照顾他们和家人的健康。”

说完空间再说设施，安缦纽约包括一个上下三层占地2300平米的水疗中心、一个私人会员俱乐部，一个图书馆，一个雪茄室和一个爵士乐俱乐部。“我喜欢爵士乐。”多罗宁说，他热衷于将高端爵士晚餐俱乐部的文化带回纽约——想想凯雷咖啡馆(Café Carlyle)之类的场所。他还对安缦纽约778平米的环绕式露台及其引人注目的景观、倒影池和火盆自豪不已。

狂热的安缦痴

“在酒店业中，安缦客人的重复入住率最高。”多罗宁告诉我。事实上，它的狂热追随者们令业内同行羡慕不已。这些忠实拥护者甚至还有一个非官方的头衔——安缦痴(Aman Junkies)，代表至少在五六家安缦酒店住过的旅行者。

志同道合方可为友，没有比多罗宁本人更狂热的安缦痴了。

他与安缦的渊源始于1990年，当时他作为贸易商在香港生活和工作，酷爱旅行。一位朋友建议他去普吉岛的一家名为安缦璞瑞(Amanpuri)的新酒店入住，这是安缦的第一家度假村。

“我以前从未有过这样的酒店经历。它非常私密，拥有非凡的空间、设计和个性化的服务。”多罗宁说，“在梵文中，Amanpuri的意思是‘和平之地’，这恰恰就是当你在造访这个旖旎的酒店时心里的所想所感，它今天仍然是我在安缦众多酒店中最喜欢的地方之一。”

从那以后，多罗宁的旅行计划开始围绕在有安缦度假村的目的地，从印度尼西亚爪哇和印度拉贾斯坦邦到不丹。

2014年，多罗宁以3.58亿美元的价格从印度尼西亚酒店经营者和安缦度假村创始人阿德里安·泽查(Adrian Zecha)手中收购了该集团当时旗下的26处酒店。

现在，安缦在20个国家拥有34家酒店和度假村，而且还在不断增加。曼谷奈乐安缦(Aman Nai Lert Bangkok)计划于2023年开业，同时推出安缦的新姊妹品牌Janu，其目的地位于东京、黑山和沙特阿拉伯欧拉(AlUla)。洛杉矶的安缦比佛利山庄(Aman Beverly Hills)也宣布了开业计划，该酒店将建在占地3.25公顷的植物园中。

如此迅速的扩张，安缦品牌的完整性是否会受到损害？多罗宁并不担心这一点。

“我们拥有对品牌忠诚的客人，现在，他们的孩子也来到我们身边，甚至他们的孙辈。人们仍旧喜欢与品牌建立联系。不管是度假村还是城市酒店，入住安缦的人都心知肚明，他们总能找到私密、宁静和无与伦比的服务。”



两家餐厅和双层高的酒吧都通向那个硕大的、绿意葱茏的 L 形户外露台。这个露台置身于曼哈顿的林立高楼和车水马龙之中，但却相当好用。露台上的水景阻挡了 14 层楼下方的都市交通噪音，部分水景中心燃烧着篝火。受摩洛哥 mouscharabieh 屏风启发的穿孔式青铜制隔板能让客人向外看，但附近高楼的陌生人却无法窥得其中。伸缩式的玻璃天幕和地暖意味着这个露台在冬天也可以舒适地使用，“优美的环境和强大的设施”，这个曼哈顿独一无二的露台的确体现了这两点。





水疗中心横跨三层楼，包括一个 20 米长的游泳池，泳池周围的躺椅之间点缀着壁炉。两间水疗屋一间带私人土耳其式浴室，另一间带桑拿房，还有各自的双人理疗室和配备冷热瀑布池的露台。健身房配备可以在锻炼时发射红外线的 VacuTherm 踏步机和跑步机，以及位于更衣室内的可以设置不同程序用“极地薄雾”包裹全身的淋浴设备，这套淋浴设备甚至能模拟大西洋风暴或带有闪电效果的加勒比风暴。健身房通向一间冷冻治疗室，适合那些想要将自己暴露在零下 110 摄氏度的人。康体养生的设施已经很强大了，但占据两层楼的饮酒俱乐部，是另一个设施方面的杀手锏。通过暗门进入，预约评估，这里可以安排一系列高科技诊断工具，一款扫描系统用于“全身优化分析”，另一款则用来测量“生物电阻抗”，还有 Nutrisense 以监测血糖水平，这里甚至可以安排血液检查以及各种注射和输液。多罗宁口中的“强大设施”，让人叹为观止。



治愈大都会的安缦纽约

整整四年前，我被邀请来参观过安缦纽约的样板房。当时走进这个曼哈顿 Landmark 大楼，一个高鼻梁皮肤黝黑的亚洲人接待了我，他叫 Lobzang，不丹人，留给我的印象是黑色西装、得体的口音、有力的大手和矮小的身躯。四年后的今天又在酒店遇到他，如果说那时候他还带着一丝不丹松林的清新，那现在的他已经是个 concrete jungle 中标准的纽约客了。

我在出发前一周开始计划这次环球旅行的时候，不假思索地把纽约放到了行程中。这个我住过三年多的城市，也是塑造了我成年后的主要价值观和世界观走向的城市，我想看看“大流行”开始后的第三年这个城市会不会有什么改变？

又或者，安缦最新的海岛酒店（曼哈顿算不算海岛？）安缦纽约在两个月前的开业，是值得把我环球之旅放一站在纽约的，我会把安缦比作米其林三星餐厅，值得专程前往。

撰文：马晗

或许这就是纽约酒店的特点，住宅和酒店的依存

中央公园周边已经很难有地段可以容下安缦这个品牌，也只有被认证为纽约 Landmark 的大楼才能符合安缦落地纽约的定位，刚过 100 岁生日的 Crown Building 皇冠大厦算是合格。那几年逛 Bergdorf Goodman 的时候没想到对面大楼的上半部分办公室楼层如今变成了纽约最贵的酒店。落地 JFK 的时候我还在想，另一家安缦都市酒店，安缦东京，那种极简的枯山水应该不会是纽约安缦的风格体现，毕竟安缦纽约的设计师 Jean-Michel Gathy 的风格和安缦东京的设计师 Kerry Hill 还是大有不同，作为唯一在世的安缦设计三杰，Jean-Michel Gathy 的东方奢华应该更适合安缦纽约，毕竟纽约曾经的头牌酒店文华东方也来自亚洲。

纽约给人的第一面印象总是耐人寻味的，肮脏的街道，没有信号的地铁，乱窜的行人和机动车……还有，脚手架。对，脚手架，无处不在的脚手架，安缦纽约那个融入 art-deco 设计的大门入口就掩映在一个脚手架下方（虽然曼哈顿的脚手架已经起到骑楼的作用可以躲避风雨），有一种施工未完成的感觉。

被安缦的门童迎接一进去就是一面墙的壁炉，第五大道的寒风

马上就被起到屏风作用的壁炉抵御过去。很诧异门童能叫出我的名字，在别的安缦酒店都好理解，但是能在曼哈顿 57 街一辆普通的黄色出租车下来的亚洲人中准确识别出是我，还是不容易。

一楼接待厅真就是传统曼哈顿高级公寓住宅的配置，或许这就是纽约酒店的特点，住宅和酒店的依存。如果谁有一辈子住酒店的愿望，我认为纽约一定是不二之选。安缦只拥有皇冠大厦的上半部分，空中大堂在 14 楼，酒店前台灯光昏暗，但边上居然也有一个壁炉。作为 Aman Junkie 入住，in room check-in 是标配，昏暗的过道和逼仄的前台区域，实在很难让你燃起对这个酒店的好感，但当房门打开的时候，我知道我错了。

设计师在城市环境中打造出度假体验的目的达到了

Jean-Michel Gathy 标志性的屏风转门直接把我的视野引导到远处窗外，Bergdorf Goodman 的顶楼，以及窗边的壁炉。对，又是一个壁炉，而且是真火的壁炉。挨着这扇窗的是安缦的日间榻，香槟欢迎信都已经布置在那里。也是这个屏风转门，继续以 Jean-Michel Gathy 模糊着浴室和起居空间的界限…电视机隐藏起来以后，可以看到墙上日本当代艺术家 Ryoko Adachi 致敬 16 世纪长谷川等伯





安缦纽约基本在你能到达的任何区域都布置了壁炉, 对我来说是一种真正的治愈, 一种不管你在山野还是 concrete jungle 都需要的那一堆火。

代表作《松林图屏风》的完整壁画, 整面墙都是来自日本纤薄的米纸。在日间榻上坐下来, 探头到窗口就能看到曼哈顿最繁忙的街口之一, 第五大道和 57 街交会处, 到过纽约的人都会对纽约街头噪声摇头, 但是安缦纽约房间“录音室水平”的隔音是我没想到的, 从我第一晚的睡眠质量就可以看得出这个隔音对时差的治愈程度。

9 点以前就来到酒店的意大利餐厅 Arva 吃早餐, 酒店的另一家餐厅是从东京来的 Nama 日餐, 只做午餐和晚餐, 好像安缦东京的早餐是有 Nama 的食盒; Arva 乏善可陈的早餐真的特别“纽约”, 9 点半以后坐满了开早餐会的金融人士(9.11 以后金融区从曼哈顿下城华尔街也搬了一部分到中城), Jean-Michel Gathy 在接受采访的时候就把银行家签合约的情景形容到了他的内装修设计理念中。本想在接下去的两天体验一下纽约的 Nama 是怎样的 Omakase , 无奈餐厅周日周一两天都休息, 毕竟 Arva 和 Nama 两家餐厅现在都只能由酒店住客预订, 生意应该没那么饱和。

我已经瘫坐在房间那一对 Flexform 的 TOSCA 扶手椅上划手机一个小时了, 这和在沙滩上躺着的区别在哪里? 我也已经有那么一会儿忘记身处都市的感觉, 也就是说, 设计师在城市环境中打造出度假体验的目的达到了。以前, 酒店只是你去放松的地方, 而现在, 我想要在酒店做的事情层次更丰富: SPA、美食、会客、购物, 想要有事情填满我在酒店的时间。只是让住客瘫坐沙滩就能满足的度假酒店已经成为过去时, 为什么你喜欢这个地方, 没有为什么, 只要你想再次回来就够了。

一周前在曼谷已经见识过 Jean-Michel Gathy 的另一间新作品, 曼谷湄南河四季酒店, 奢侈的把湄南河畔的空间都打造成水景绿洲的酒店公共空间, 而不是能让你拍网红照片的高翻台率河景餐厅。近 80 平米的安缦纽约基础房也显出这份奢侈, 异曲同

工的是 14 楼环绕整个大楼的露台的摇曳着火焰的水景, 很安缦, 设计师评价这个露台“*I don't want them to say, 'Oh, it's beautifully designed,'*”, “*I want to make sure that people enjoy the terrace and come back. If they do that, my project is successful.*”

请放下汇率换算器, 这是安缦, 这是曼哈顿

我对壁炉有一种近乎原始的偏好, 住在松赞, 都会特意要求要有壁炉的房间, 一定亲手点燃, 关掉灯光享受一刻。安缦纽约基本在你能到达的任何区域都布置了壁炉, 对我来说是一种真正的治愈, 一种不管你在山野还是水泥森林里都需要的那一堆火。

但是治愈这个城市的, 或许还有安缦纽约的水疗。从 11 层开始占据 3 层楼的超过 2300 平米的 SPA, 比当年纽约文华东方一战成名的水疗中心大了近 1000 平米, 如果你不是住客, 可以用会员的形式来到这里。当然 20 万美元的会费也很让人咋舌, 会员也被安缦纽约称为 founders。

Jean-Michel Gathy 说每一间安缦都必须有一个“*sence of place*”, 他觉得纽约的特点很容易找: “*What makes New York New York City is energy.*”

虽然看不到中央公园, 安缦纽约依然坐到纽约奢华酒店之巅。是安缦需要在纽约落地巩固地位还是纽约需要安缦来证明世界之都不倒? 纽约的消费水平、纽约人的收入水平加上近年来的通胀, 这间纽约最贵酒店的房价注定会引来争议, 但请放下汇率换算器, 这里是安缦, 这里是曼哈顿, 如果你真的了解这个水泥森林, 那你就释怀了。



安缦东京， CBD 上空的隐世宫殿

安缦是度假酒店的顶级品牌，擅长于在人迹罕至的地方打造奢侈的避世感。

北京和杭州的安缦，算是安缦选址从荒野到城郊的巨大变化。虽然颐和园外的安缦当年也被称为全球第一家城市里的安缦，但身处城市郊区，紧挨着皇家园林，这种避世感还是可以想象的。

安缦东京，在我们眼里才算是真正的城市里的安缦。在寸土寸金的东京CBD核心区，置身于一栋很标准很常规的玻璃幕墙办公大楼里，窗外是车水马龙的都市景观，在这样的地方如何打造避世感，这是我们最大的兴趣所在。这也是安缦设计师Kerry Hill第一次以一个室内设计师的身份，在一个别人设计的塔楼里，设计一间安缦酒店。

亲身体验后，我们不禁感叹，安缦东京对于“如何在闹市区演绎避世感”这个命题，完成度高得惊人。

撰文：范力、Suki、Ana

在市中心，用上野外度假酒店的尺度

所有第一次来到酒店大堂的人都会在心里 wow 一声的，哪怕来过多次，这种震撼还是会在。这是一个漂在东京上空、尺度巨大的宫殿。

具体有多大，酒店占据了 38 层的大手町大厦的顶上 6 层，而这个大堂，把酒店能用到的所有高度全用上了，贯通 6 层。中央地带的头顶，是一个 30 米深、40 米长、11 米宽的巨型和纸灯笼，透着柔和的光。身处这样的大堂，人是有一种渺小感的。

客房方面，最小房型 71 平米，这根本就是度假酒店的房间尺寸，也是整个东京最大的基础客房。

有面积打底，空间规划就特别从容了。玄关很大，是一个独立的小房间，像是一个停顿，进门、脱鞋、转换心情。浴缸也大，大到可以用小浴池来形容，这在一定程度上弥补了安缦没有温泉的遗憾。就连客房的走道，也比其他城市酒店宽不少。

因为受到物理条件的限制，闹市区的酒店是不可能有野外的度假酒店那种宽裕的空间配置的，但东京安缦在尺度上做到了向度假酒店看齐，做到这点肯定会有许多其他方面的妥协，比如客房数量的减少。从常常一房难求的现状来看，这种取舍思路得到了该有的回报。

用肃穆感给整体氛围打底

安缦东京有一种弥漫在酒店各个角落的氛围，可以说是一种隐隐的宗教感，也可以说是一种禅意，我们会用另外一個词来形容：肃穆。

肃穆感主要来自两方面，第一是只用直线条。大堂和客房的视觉语言都由各种各样的直线条构筑。尤其是这个震撼的大堂，门洞、廊柱、中央水池、沙发、灯、桌椅、隔断，视线之内几乎没有任何曲线。大量冷静、笔直、高耸的线条，配合巨大的空间尺度，形成了宫殿般的庄重氛围。

肃穆感的第二个因素来自材质和颜色。整个安缦从大堂到房间，都只有 3 种主要的材质，以及由这些材质带来的 3 种颜色：深灰色的玄武岩石、原木色的柏木，和暖白色的和纸。

接近黑色的玄武岩被大量使用，占据了视野里很大的面积，让人感到沉静。巨型和纸灯笼下是中央花坛，长方形的水面平静得像一面镜子，水中央是有枯山水意味的超大盆栽。

虽然大堂在 33 层，但在一层的迎宾处，行李员就把客人的行李都拿走了，从另外的通道送到房间，这就带来了一个很少见的场景：酒店大堂里基本没有人拖着箱子来回走动。这样的安排消除了软性的随意感，也对肃穆感有所贡献。背景音乐缓缓地，让人放松，那种隐约觉得不能懈怠的放松。

强化置身都市高空的俯视感

33 层高空，落地窗外是林立的高楼和皇居所在的大片绿地，在肃穆的大堂俯瞰，有一种与繁华都市近在咫尺、但又有所抽离的感觉。

不难想象，客房也一定是最限度地利用窗外的绝佳景色，整面落地玻璃窗是必然。但安缦的处理也有几个高招。

首先，设计师并没有按常规思路把盥洗区放在进门处，盥洗区被设计成一个长条，放到了与起居空间并行的一侧，这就为起居空间赢得了最大化的进深，有了超大面积打底，房间显得更加开阔通透。这还带来另一个好处，浴室和起居室共享一面横贯的落地玻璃窗，泡澡时也能享受无敌的东京景色。

不仅如此，房间里还做了下沉式的高低地面设计，从放床的睡眠区到靠窗的休闲区、从洗手台到石头砌成的大浴缸，都需要下两级台阶，强化了俯视的感觉。

起居空间采用了完全居中的布局，而且所有家具都控制了高度，保证了视线的贯通。床没有靠墙放，而是位于屋子正中，因为房间够宽，所以床的左右两边离墙都很远，床头正对着俯瞰东京风景的整面落地窗，高低地面设计让床显得很高，躺在床上时有一种坐拥东京的豪气。

用一片杂树林改变抵达气场

所有客人都需要从大手町大厦一层坐电梯上到 33 层的大堂，这是一栋典型的玻璃幕墙办公大楼，外观毫无特色。但大楼旁边，有一片很小、但是很野的杂树林，完全改变了这栋商务大楼入口处的气场，甚至成为了我们眼中安缦东京避世感的核心组成部分。

这片半个足球场大小的杂树林走不进去，也没有粗大的树木，但它却给了都市绿地中罕见的野生感。

这种野生感来自林子里植物种类的繁多，以及错落丛生。安缦官网上显示，这片小小的林子里有超过 56000 棵植株，种类超过百种。

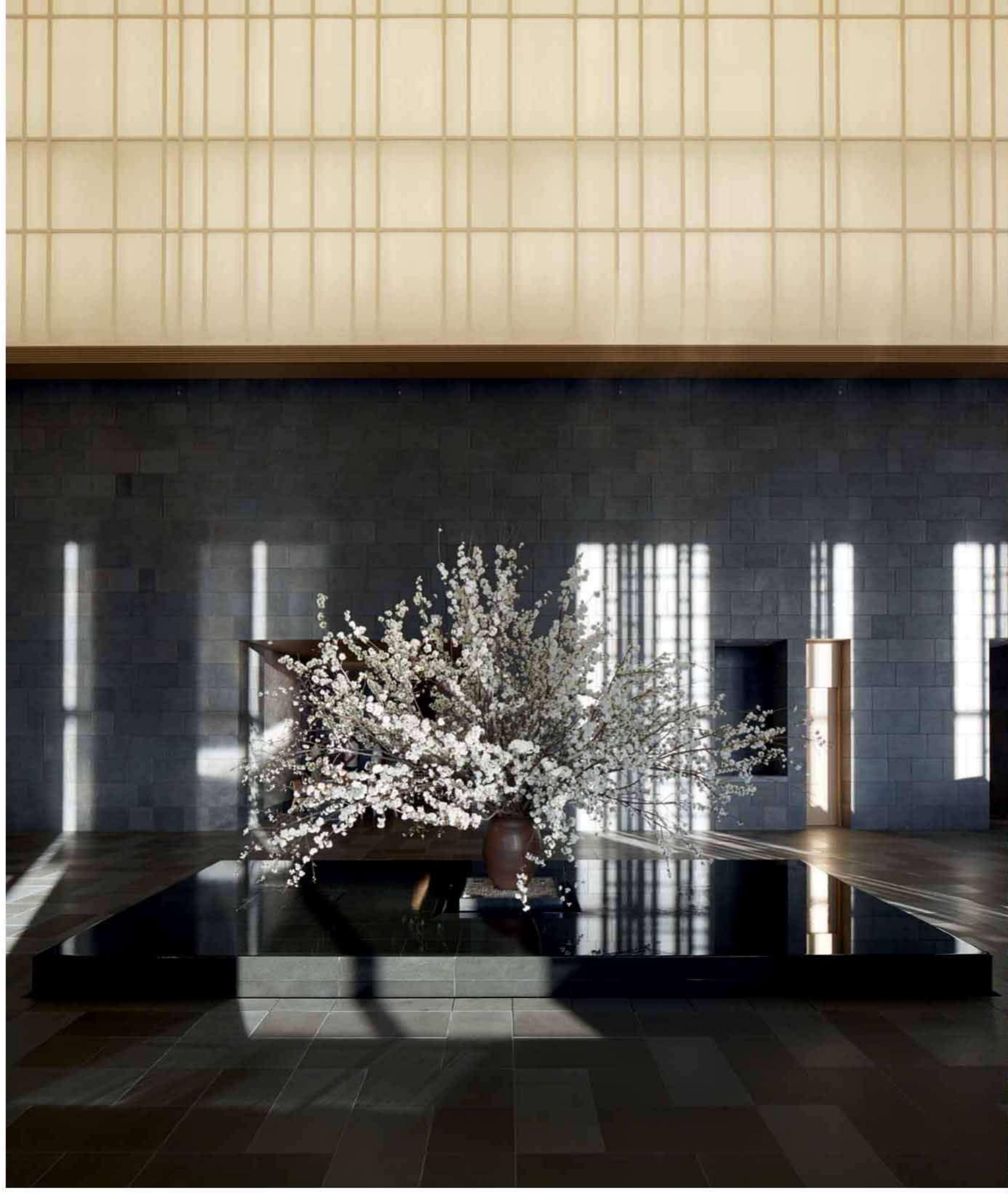
这种野生感，只要出现在闹市区，就一定是引人入胜的。它有一个正式的名字：大手町之森，应该是安缦和大厦业主共同努力的结果。

为了打造出有自然感的森林，设计团队先是对于多种类型的绿地进行了实地考察，记录树木的密度、高度、平均直径、布局形式，然后花了 3 年时间进行模拟种植。

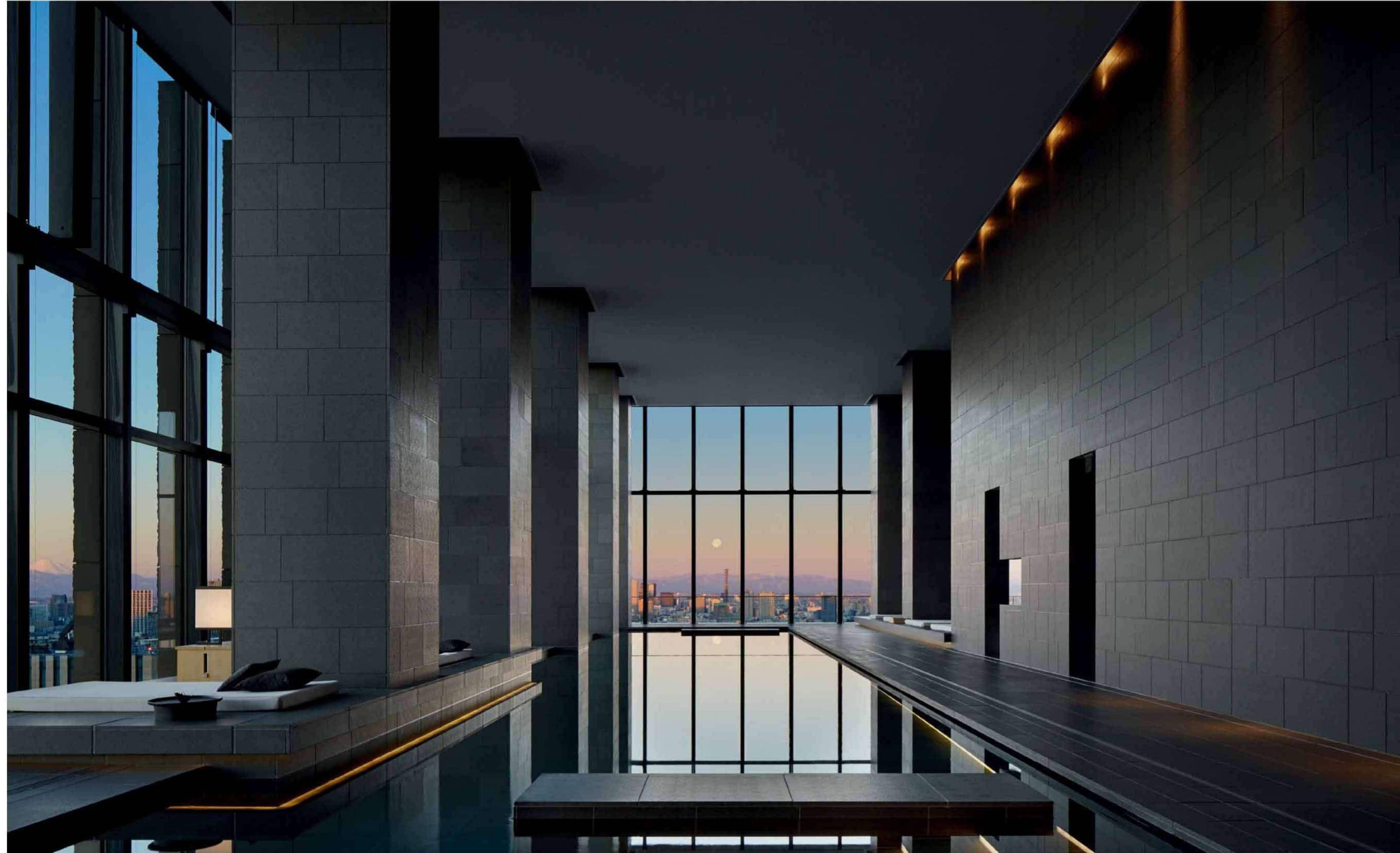
土壤厚度 90 厘米至 160 厘米，这是精心计算的结果，用来营造起伏和自然坡度；树种全部来自日本关东，避免基因污染；栽种采用了疏密、异龄、混交等方式，而不是单一的手法。植物之间的相互竞争和自然更替是营造自然感的关键。

林子建成后，这片土地的气温平均下降了 1.7℃，周边的气温平均下降了 0.3℃，有效缓解了热岛现象，还形成了小型的生态系统，成为许多鸟类的栖息地。

这里就像桃花源的入口，没有这片林子，安缦的避世感会大打折扣。

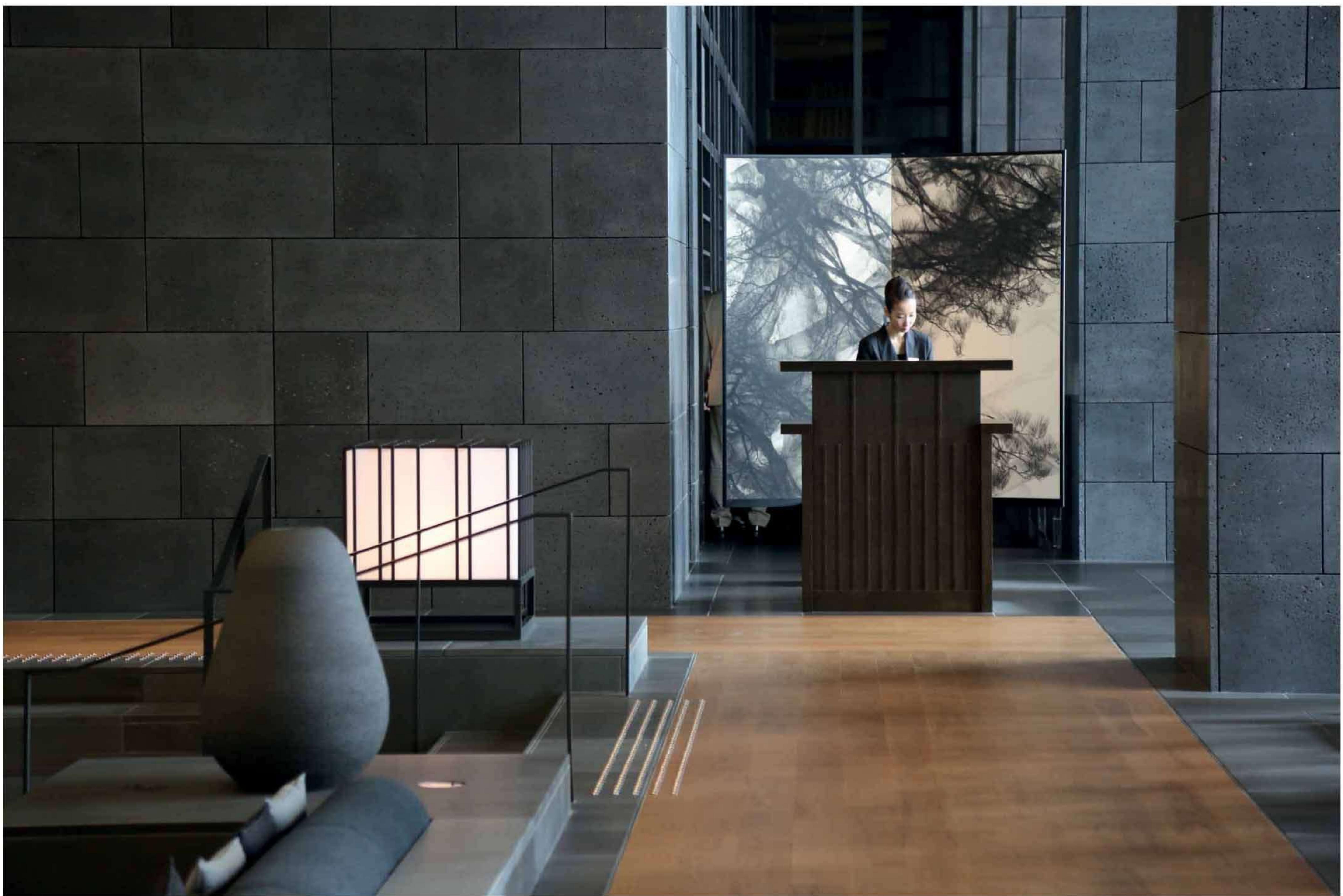


左起顺时针：安缦东京的大堂，除了中心水池上那盆不断更换的巨型花艺，其他的一切几乎都是直线条；拥有高差的房间地面，加强了对城市的俯视感；野生感极强的杂树林中，掩映着安缦东京的咖啡厅；夕阳下的泳池，同样弥漫着一种肃穆感。





落地窗有个朦胧效果的窗帘，东方意境。木凳和木桶带来了房间缺少的柔软和日常感，加上地暖效果，踩在温暖的石头上，好像置身传统温泉旅馆。在室内看到柔和阳光照射下的石头，有一种奢侈的感觉。下两级台阶再到洗澡的地方，这个设计也很妙，感觉“空间就是大啊”。



下图：还有一点让我们留下印象的是通过查资料看到的，就是这个大堂通过一圈窄窄的木质地板，隐隐地回应了日式庭院宅邸的传统日本传统庭院。宅邸中，花园和房间之间那段屋檐下的走廊，被称为侧缘。侧缘是个半室内半室外的空间，跟房间齐平、比庭院要高，是室内外的过渡，也是日本房子的精华。安缦的整个大堂就是四周高中间低的设计。所有的功能性设施（餐厅、酒吧、图书馆、雪茄室等）都在高的地方，环绕着巨型纸灯笼下方的低的地方，需要下两级台阶的，中央花园。而高处的内沿，环抱中央花园的三面，就是那条仿佛“侧缘”的木制地面。

上图：大堂一角的餐厅，入口处的“前台”与“背板”，都是典雅肃穆的美学。

