# 现代医疗美容医院的设计哲学与筹建指南

## 一、医疗美容医院设计新论：从功能治疗到身心体验的空间塑造

伴随着社会的进步和医疗美容行业的日新月异地发展，人们对健康水平的追求和对院方设施、环境的需求也发生了迅速的变化，医疗美容会所的功能已不再简单是单纯追求治疗疾病的唯一手段，还需要兼顾病人心理和社会方面的需求而为之营造一个方便、安静、祥和、温馨的环境。近年来，医疗美容医院的发展异军突起，与此相适应的有关医疗美容医院的设计也得到了业内的广泛关注，尽管医疗美容医院在设计发展上尚处于迈向成熟的发展阶段，然而在国内医疗美容医院设计领域已然涌现出一批资深设计人士及经典建设项目。医疗美容医院的设计不仅要满足医院的功能需求即院感标准，更要兼备视觉的美感标准，设计师的实力与水准尤其体现在人性化的细节方面。

任何一家美容医院的装修设计，均应注意功能使用性和会所定位要符合，比如一个主打身体整形美容的医院就应该注意在装修设计上的私密空间布局。要充分合理运用空间，在颜色搭配、材料选择上注意打造一个温馨、私密的环境用来给顾客服务。设计师在设计之初变需要充分了解某部分的具体功能和作用，如不清楚基本功能与定位，哪怕你设计的再唯美大气，也是没有任何实际临床价值的。无法满足顾客体验需求，则违背顾客需要的设计。

城市空间的演进变化使人们生活的空间发生了微妙变化，这些变化主要体现在以下方面：

（1）空间功能

首先，大型美容院装修设计的空间并不一定具有固定的空间形式，美容院更多的是一种功能性场所。由于大型美容院装修设计的规模与其开发成本和市场定位有关，其形式即可以是独立的建筑或一系列建筑，也可以镶嵌于某一建筑之内。其次，美容院的实体性使其成为城市空间的组成部分，并与酒吧、咖啡馆、购物中心等空间共同构成城市集合空间。再次，美容院是延伸第一场所家庭、第二场所办公室和学校的第三场所，为人们在家庭和工作之外发展基于共同兴趣爱好、非功利性的社会关系提供交往场所。

（2）商品功能

首先，美容院的商业模式是体验经济的一种，其会所功能的维系依靠于向顾客提供的娱乐、教育及审美的体验。大型美容院装修设计通过硬件设施、软件服务和配套管理为会员提供体验服务。美容院的空间是为了向消费者更有效的提供服务和体验，是与顾客沟通的一种媒介。与消费或娱乐场所单纯提供物质商品有所不同，美容院通过对会员展开服务，是会员体验到美容院的宗旨，进而转化成会员的凝聚力，并为企业创造收益。其次，美容院提供价值。商品的使用价值是通过有用性予以体现，同样消费者在接受服务和体验的同时，实现了凝结在商品和服务的人类劳动即商品的价值。最后，美容院提供附加值，美容院的附加值是在其会员互动、发展商业安排的各种活动与社会形成的互动过程中形成的。美容院是通过提供这样一种沟通的平台来增进人们的日常交往活动，并且达到资源整合，构成其附加值。

（3）精神功能

虽然今天的美容院由于其商业的本性而而并不成为公共领域的一种表现形式，但其也在一定程度上为消费者提供精神价值。首先，通过美容院的交往活动可以获得轻松感，这种轻松感是通过会员之间的匿名和无社会利害冲突的交往活动，脱离社会规则或潜规则束缚的社会较色而获得的，是人作为自由个体的休闲状态。其次，由于美容院的会员制和消费级别的限制，这种差别性的服务本身象征着一种身份和荣誉，尤其是在消费社会，当消费逐渐实现它的符号意义时，这种认同感受将进一步加强。

（4）文化功能

大型美容院装修设计文化功能来源于以下方面：首先，体验经济具有文化属性，体验经济所描述的体验类型与文化空间的功能基本相同。体验经济不只是一种经济形态，更深层次的是传播文化，并且美容院均致力于提供差别性的文化概念以突出自身的经营特色。其次，美容院在向各社会群体提供交往功能的过程中，也行成了文化交流的契机，既汇集了不同社会群体的文化概念，又创新出代表美容院标志性的文化形式。

## 二、现代化医疗美容机构建设四要素

随着改革开放的推进，我国人民的思想观念发生了巨大变化，人们爱美和崇

美心理的发展，审美观念的提升，整形美容业也得到理解和宽容。但是医疗美容医院不同于传统综合医院，它的建设面临巨大难题，如何才能建造一个现代化专业服务型医疗美容机构呢？现为大家收集了一些观点：

一、选好专家

民营医疗机构医生的流动性大，已经成为行业重点关注的问题，正如第三军医大学西南整形美容医院院长李世荣教授在 2014 年的华山论剑，医学美容论坛上明确指明的那样-“人才流动性大是民营医疗美容机构面临的最大的问题”。

“山不在高，有仙则灵”，专家是民营医疗美容机构的灵魂，选择核心的专家对于医院筹建的成功起到了关键性的作用。一名在行业内出类拔萃的专家，能够给新建的医院带来良好的口碑，也对医院后续的媒体宣传与广告投入提供了便利，对医院初期树立品牌、打造口碑有着重要意义。如今，求美者对专家的要求除了超高的技能外，还要有良好的沟通能力及服务意识。

二、选好地点

李嘉诚先生在被问起他的成功诀窍时，毫不犹豫地说，第一是地段，第二是地段，第三还是地段。医疗美容机构的选址环节也同样至关重要。医疗美容与其他行业不同的是具有很高的隐私性，如何选择既方便到达，又不显眼和过分暴露的地点就很关键了！更加重要的是，作为医疗行业随时都要面临一些突发情况。因此，交通就不能成为应急时的障碍，而且还要靠近大型医院，有良好的照应来保证医疗安全。

三、选择专业的医院设计公司

在选择医院设计公司时，很多投资者不习惯找专业的公司，而是到处参观、找熟人，拼凑方案，最后不但拖延了工期，还弄得“四不像”。显度医院设计在辅助客户筹建医院时，反复强调“专业事情专业人士做”，利用公司资源为投资者搭桥，参与投标，选出最优方案。所以，只有具备医疗美容机构筹建的经验，才能真正了解筹建的流程与方法，才能保障筹建有条不紊的进行。另外，还要与设计充分沟通，参考其过去的经验，知晓其设计理念是不是符合自己机构的定位。优秀的形象设计是一个品牌的折射，是将医院理念、文化、规范等抽象语言转换为具体事物进而提升医院形象。

四、施工方案

有了好的设计方案，不等于就万事俱备。寻找有经验善沟通的施工公司和项目经理，也非常重要。我们显度有专业的施工团队，监理及时到位，制定周密的工序验收与质量管理检查办法，严把工程建设材料质量关。作为工程监理人员要明确分工，确保工程质量与工程进度，对不合理、不合格的工程设计与施工方案应及时提出并作出调整。

在完成施工和监理布局工作之后，医疗美容机构要筹建以专家为核心的领导班子，以市场为参考，确定医院的核心项目，购置先进医疗设备，提升医疗美容机构的专业技术水平，是医疗美容机构实力的直接体现。

深圳市锦悦医疗工程有限公司