

在一般人的想象中,旅馆无非就是为客人提供休息的地方。房间里有一张舒适的大床,客房内部其他服务设施一应俱全,环境幽雅干净,服务温馨,就可以吸引顾客。

但是,在德国法兰克福,一名叫弗利的小伙子却开创了旅馆的全新理念——要“睡出健康”,更要“睡得时尚”。

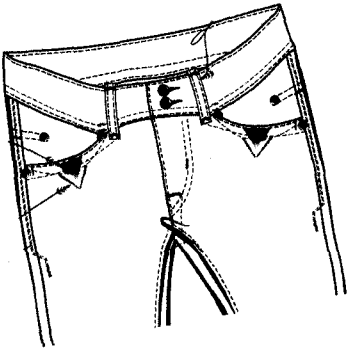
几个月前,弗利感到随着旅馆业的蓬勃发展,在高度竞争的环境之下,每一家旅馆为了吸引顾客,内部设施及服务水平都已经做到了星级标准。但是,光是砸钱在内部装饰上恐怕还不够,再美的卧房也不过是为了睡一觉而已,如何才能让客人从旅馆主体的外观就能看出独具一格来呢?如何在激烈的市场竞争中争取顾客的回头率,成了弗利每天绞尽脑汁思考的问题。

一天,旅馆来了一位拖着一大纸箱 Levi's 品牌牛仔裤的外籍游客,弗利非常好奇地问:“为什么买这么多牛仔裤?”游客微笑着回答:“这个品牌的牛仔裤设计前卫时尚,潮味十足,深受同事和亲友们的喜欢。这次来柏林除了欣赏到了德国富丽堂皇的宫殿般建筑外,最大的收获莫过于 Levi's 品牌的牛仔裤了。”

顾客几句无心的回答,使弗利突然冒出一个大胆的想法:既

然游客对 Levi's 品牌的牛仔裤如此喜爱,我何不把它作为旅馆的设计主题呢?

说干就干,弗利马上找来装修人员。很快,装修队按照弗利的设计要求展开施工,以德国最著名的牛仔裤品牌 Levi's 作为主题,旅馆的外观侧面墙壁被设计成了惊人的装牛仔裤的大纸箱,墙壁的颜色、黑色标志、各种注意事项等完全仿照运送牛仔



法兰克福的牛仔裤旅馆

◎朱秀云

裤的纸箱模式。面向大街一面巨大的墙面上,精心选择了德国经典的牛仔裤系列图片作为装饰。为了突出牛仔裤这一主题,弗利索性来了个颠覆性的改造,把旅馆原来的招牌打造成牛仔裤的轮廓。

旅馆的内部则采用了很舒服的蓝色系,旅店里每间房都展

示了不同的限量型号的牛仔裤。许多陈列的细节不仅充满了 Levi's 的年轻精神,也可以看到牛仔裤与历年来 Levi's 周边商品回收再利用的创意。另外,房间的大小,弗利按照像牛仔裤的型号一样,以“S、M、L”作为区分的代号。

经过一个多月的筹备,一个“潮”味十足,结合经典牛仔裤品牌的旅馆重新开业。

从外观上来看,旅馆大楼就像

一般 Levi's 牛仔裤的店面,不特别注意的人大概真的会以为这里是卖牛仔裤的地方,并非可供过夜的旅馆。

弗利的奇思妙想不仅让商务人士、游客愿意到这里留宿,就连当地许多路过的市民也会拍照留念,这一另类旅店也一时成为新闻媒体争相报道的“香饽饽”。

回家,李书杭就来到家附近的理发店,想去找那个红毛小伙子理论。

可是,等他一进店,却发现理发师已经换了一张面孔。这也太奇怪了。李书杭按捺住心里的气愤问:“上周日的理发师呢?”

那人看了一眼他,冷冷地回答:“已经走了。”

已经走了,这可真是跑得比兔子都快啊。

没办法,李书杭只能回那家被他看不起的理发店,店主就是那个自己的发型都不时尚的胖小伙。李书杭让小伙修理一下自己的头发。

小伙子憨憨厚厚地对他笑,动作娴熟。

剪完后,李书杭笑了,这才是自己想要的发型嘛。他笑着问:“你剪了多少年了?”

小伙子骄傲地笑着回答:“我都剪了好多年了哦。”

李书杭谢了他之后离开。哎,谁让他以貌取人呢。他的头发被好好地折腾了一回。