



林轶：以快乐为舟 用戏剧重构城市度假

泳池灯光次第亮起,晚风裹挟着轻快笑语漫过草坪,G.O(全称 Gentle Organizer)穿梭在宾客之间,组织游戏、畅谈趣事,为一场近郊度假铺就温柔底色。在 Club Med 地中海白日方舟·南京仙林度假村,总经理林轶被所有人亲切称作“村长”。深耕酒店行业二十余载,见过国际连锁酒店的标准化体系,亲历甲方开发端的战略思考,他踏上这艘名为“白日方舟”的心灵港湾,跳出传统酒店运营的固有框架,用一价全包、暖心陪伴与戏剧跨界,重新定义属于当代人的度假时光。

深耕酒店二十载 重新定义“轻松度假”

近些年地产开发节奏调整、疫情重塑大众出行观念,当代人不再单纯追求住宿、游玩,愈发渴求能够治愈情绪、释放压力的度假体验。林轶在第一次接触到复星旅文旗下 Club Med,这个源自法国、拥有75年历史的度假品牌时,瞬间契合他心中对未来文旅的构想。

Club Med 是全球首个落地一价全包模式的度假品牌,独树一帜的 G.O 文化更是品牌灵魂。G.O 全称 Gentle Organizer,译为和善的组织者,区别于传统酒店服务人员,他们是度假活动的策划者,也是宾客朝夕相伴的朋友。

过往出差游历海外多家 Club Med 度假村,林轶早已深深记住品牌刻在基因里的“快乐”内核。项目名称为“白日方舟”,在林轶心中,这三个字从不只是建筑与场地的代名词,更是一座城市近郊的精神庇护所、现代人身处喧嚣之外的世外桃源。撑起这一切的,正是 Club Med 两大核心优势:全覆盖式一价全包体系,以及以真诚为底色的 G.O 团队。

拒绝套路服务 把省心陪伴做到位

大众对一价全包普遍存在刻板印象,认为只是客房、餐饮、娱乐项目简单打包,林轶却想引导客人读懂更深层的内核:度假村售卖的从来不是食宿玩乐,而是一段无拘无束、无需规划烦恼的完整度假时间。远途长线条度假拥有充足闲暇,城市近郊短途度假时间有限,如何让短短一两日的时光饱满丰盈,是团队首要攻克的难题。为此,团队打造贯穿全天的沉浸式体验内容,填满宾客从入住到离店的每一

段闲暇,让短暂假期也拥有满满的仪式感。

G.O 的定位早已跳出传统“服务人员”框架,核心身份是陪伴者与组织者,主打零距离相处。度假村设有专属机制,允许 G.O 与宾客同桌用餐,饭桌上没有主客之分,大家像老友一般闲谈,倾听游客的需求与心事。若是客人想要体验南京本土风味小吃,无需自行做攻略,G.O 会提前约好行程,陪同外出探店,相关消费由度假村承担。不必纠结去哪吃饭、不用费心规划行程,所有琐碎琐事皆有人兜底,宾客才能彻底改变紧绷的状态,真正享受松弛度假。

引入戏剧跨界 破解度假村淡季难题

城市近郊度假村,天然存在难以规避的经营痛点:淡旺季差距悬殊。度假村主打亲子度假标签,暑期、法定节假日一房难求,客流爆满;可一旦步入淡季,客房入住率便大幅下滑,经营压力陡增。如何填补淡季客流缺口,平衡全年经营状况,林轶一直在寻找破局之路。一次观剧契机,让他结识新锐青年导演丁一滕,二人理念一拍即合,一场“戏剧+城市度假”的跨界实验就此落地。

这场融合绝非简单的业态叠加,而是戏剧与文旅的双向奔赴。当下戏剧市场受众相对小众,丁一滕希望打破剧场围墙,让戏剧走出封闭舞台,走进大众日常;而度假村需要高品质文化内容,丰富度假体验、拉高品牌格调,同时依靠戏剧吸引亲子、文艺爱好者、中老年休闲群体,填补淡季客流空白,二者需求完美契合。

“白日方舟戏剧季”应运而生,它区别于短期限时的传统戏剧节,是持续更新、不断生长的长期文化项目。戏剧不再局限于固定剧场,而是散落于度假村每一处空间:室内泳池上演沉浸式剧目,草坪、餐

厅、林荫道皆是天然舞台,专业戏剧演员与度假村 G.O 同台演绎,艺术褪去高高在上的距离感,变成伸手可触的日常体验。演出穿插大量互动环节,演员随时与台下宾客交流,让观众不再只是旁观者,而是戏剧的参与者。

戏剧季共推出11部剧目,其中重磅大戏《西诺》《一日三秋》是丁一滕重点打造的代表作,吸引戏剧爱好者专程前来打卡。除此之外其余9部剧目,团队采用“内容切片”模式,提炼剧中经典桥段、故事内核,打散融入度假村日常体验,宾客无需专门观演,散步、用餐、戏水时,都能偶遇戏剧片段,沉浸式浸润艺术氛围。团队还以南京四季为脉络,打造分季特色剧目,秋季推出贴合金陵风情的《梧桐》,借戏剧诉说民国浪漫往事,四季轮换,体验常换常新。

这场跨界融合,也充分挖掘南京六朝古都在地文化底蕴。戏剧化作一扇窗口,游客在度假间隙,透过剧目触摸城市历史文脉。项目还针对活力老年群体、小型团建团队打造定制化体验:开设戏剧疗愈、剧本朗读活动,邀请老人换装登台,与 G.O 同台演绎;演出结束后组织梧桐大道实景游览,结合剧目讲解南京历史、美食与民俗,短途旅行兼顾休闲与文化熏陶,形成无可复制的差异化竞争力。

为持续拔高内容质感,团队持续邀约行业名家合作,知名作家刘震云也参与指导,让 G.O 的舞台表演跳出以往歌舞、亲子互动的浅层模式,整体文化层次与品牌格调大幅升级。依托戏剧季,度假村覆盖客群不再局限于亲子家庭,文艺青年、中老年休闲团体、小型文旅团建纷纷成为新客源,淡旺季失衡的经营难题得到有效缓解。

打造行业样板 让艺术度假模式走向全国

在 Club Med 整体运营逻辑中,



一直奉行“一村一策”发展思路。品牌统一服务标准、运营体系,但每家度假村都会结合属地特色打造专属核心内容。南京仙林度假村锚定六朝古都文化,以戏剧为特色标签;太仓度假村依托室内冰雪资源,打造阿尔卑斯冰雪主题体验。标准化基底搭配在地化特色,形成多元化产品矩阵,让全国每一座 Club Med 度假村都拥有独一无二的记忆点。

对于林轶而言,南京白日方舟戏剧季,仅仅是行业创新的起点。不少法国总部高管专程前来考察,沉浸式体验后,纷纷被这套文旅融合模式打动。团队计划将南京项目打造为标杆样板,把“戏剧+近郊度假”的创新模式复制推广至全国已运营、待开发的所有度假村,让艺术成为重塑度假体验的核心力量。

当商业不再只追求流量营收,当艺术不再依附商业沦为附属,二者深度融合,便完成了度假行业价值的重新书写。二十余年酒店从业之路,林轶从国际连锁标准化运营者,转变为全新度假模式的探索者。这艘停泊在南京近郊的白日方舟,承载着游客短暂逃离生活的闲暇,也承载着一位资深酒店人对文旅行业未来的思考。以快乐为底色,以陪伴为桥梁,以戏剧为笔墨,林轶持续探索城市度假更多可能性,让每一次奔赴方舟的入住,都成为一场独一无二、无法复刻的治愈旅程。

都市频道《财富+》播出时间:每周二、周三、周四20:15;经济广播《财富+》播出时间:每周六20:00。

理财漫谈

让“保险”护航家庭财富安全

随着大众理财意识不断升级,越来越多的人开始重视家庭风险规划。但很多人对保险的认知仍停留在“消费、理财、储蓄”的层面,忽略了它具备法定金融工具的核心属性。作为泰康 HWP 健康财富规划师,今天带大家读懂保险真正的财富价值。

保险和股票、基金、存款有着本质区别,它是唯一受《保险法》专项保护的民生金融工具,具备明确的法律契约效力。每一份合规保单,都是投保人与保险公司签订的合法合同,保障

责任、赔付规则,权益归属全部白纸黑字、受法律约束,稳定性、安全性是普通理财工具无法替代的。保险的核心价值,就是用极低的杠杆,对冲人生不确定风险,守住家庭财富底盘。

从家庭保障层面来说,基础保险组合是普通人的财富防火墙。百万医疗险以小额保费撬动百万医疗保障,覆盖社保外用药、大病治疗费用;意外险低成本覆盖意外受伤、交通风险;重疾险一次性赔付保额,弥补患病后的收入损失与康复开支,三者搭配,就能搭建起完整的基

础防护体系,有效避免风险返贫。

除了基础保障,保险独特的法律属性,是高净值家庭与普通家庭的财富利器。根据法律规定,合规保单可实现资产隔离、债务规避、定向传承。明确指定受益人后,保险理赔金无需参与遗产分割、无需债务抵扣,能够按照投保人意愿,精准、安全地将财富传递给家人,有效规避家庭纠纷与资产流失风险。



本文作者:
袁金鑫
泰康人寿星
享家族办公室高
级合伙人、理财师
大赛选手。