生态筑基，山水为媒，文化赋魂，武夷山探索以“康养+文旅”产业引领生态产品价值实现的“武夷路径”——

打造康养旅居“金名片”

□张筱惜 文/摄

游人在福雀来庄园溯溪、泡茶的亲子友好场景

“康养，是养居、养心、也养生。”

“武夷山的资源太好了，面对不同群体，可多开发些小而美、小而精的产品。”

“康养是嫁接文旅最好的产业，已成为文旅产业中的‘超级赛道’……”

崇阳溪畔，晚风轻拂，茶烟袅袅。不久前，一场以“康养”为主题的“夜话”在武夷山度假区人文武夷工夫茶馆进行，来自当地旅游、茶业、文化、民宿、研学及康养等行业代表和主理人以茶会友，共话康养产业发展新蓝海。

近年来，武夷山立足得天独厚的自然、文化、生态资源优势，持续布局康养产业，培育具有当地特色的新业态、新场景，开发年轻化、多元化体验产品，打造高品质康养旅居“金名片”。

武夷山丰富的户外休闲康养场景

山水相依 打开双遗产地『康养密码』

在武夷山，随处都能闻到清新的植物气息。

“这里的山不必攀登，只用拜访，或者漫游。风偶尔带来些许水雾，恍若仙气环绕。”探访青龙大峡谷时，同行的伙伴走山掬水，拍下山石与林木的剪影，发布在社交媒体上，话语间透着惬意的慨叹。

这一幕，是许多选择“山系生活”的游人旅居生活的缩影。他们住进山的怀抱，枕着月色与溪流入眠，在蝉鸣松涛中让自己“慢下来”，治愈快节奏生活带来的疲惫。

桐木村龙渡，一团团云朵慢悠悠地飘浮，几间古朴的民宿散落山野间，南瓜藤爬上院墙，四周野茶葱茏生长。“八月以来每天都满房，现在已有客人预订国庆的房间了。”半山茶宿主人罗辉介绍说，这两年，来此旅居避暑的中老年人群日益增长，“不少客人是‘老朋友’，一住便是半个月。”

从福莲茶庄园茶修研学，到青龙瀑布瑜伽疗愈；从燕子窠古道徒步，到九曲溪畔菜园采摘……在武夷山国家公园1号风景道沿线，康养旅居正以多元化体验成为众多游人“新宠”，构筑起文旅消费新场景。

去年1月底，星村镇红星村不问山居民宿开业，以茶道、音声疗愈、禅舞、旅修等主题课程，吸引不少年轻群体前来感受山居生活。“希望找到对的人群，分享一种自然的生活方式。”从寻茶、旅居，到扎根长住，不问山居主理人墨浛为这方山水所吸引，成了武夷山的“新乡人”。

值得一提的是，随着细分市场发展，“因人而异”的康养产品不断涌现，不仅有面向银发族、白领精英和亚健康群体的解决方案，针对亲子家庭的康养产品也受到相关从业者的关注。

“我们常常带着孩子们走进桐木，寻找昆虫、植物，认识土壤，体验岩彩画。”作为美术教育与研学领域的从业者，洪菲菲是一家少儿美育机构的主理人，她发起自然研学项目，为来自杭州、上海等地的亲子游客群提供个性化体验服务。

“康养不是建一个园子，而是走到自然里去，武夷山资源丰富，无疑是个中佼佼者。”洪菲菲毫不吝啬对武夷山的赞美，也希望当地培育更多自然类讲师，一起打造儿童友好型康养目的地。

茶景相融 解锁旅居武夷『流量密码』

清晨，爬一座山，看一场日出云海，让沾衣欲湿的茶香唤醒身心；

午后，寻一溪畔铺陈一方茶席，在汲水烹茶的意趣里共饮山色；

黄昏，到崇阳溪漫步道骑行，或是在烟火气满满的老街品尝特色小吃，沉浸于沁凉如水的晚风中……

武夷山麓，水绕山行，随处都能遇见大片的茶园、松涛与竹海。“走进山里，能量源源不断地从毛孔涌入身心，缝补着生命力，太适合修身养性了。”跟着四季茶事的节奏，小红书旅行博主徐媛媛今年已是第三次来到武夷山。

今年初，武夷山打造“春到武夷喊茶醒、夏到武夷制茶趣、秋到武夷斗茶忙、冬到武夷煮茶乐”四季茶事，逐步形成全季全域“旅居式”消费热点，使“康养”这一赛道成为当地文旅经济新的增长极。

今年上半年，武夷山接待旅游总人数1687万人次，同比增长14%；其中，过夜游客占比近52%，散客比重约65%。

“我们倾向于把旅游目的地打造成生活目的地。”从业多年，武夷山市建发国际旅行社有限公司副总经理吴丽英见证着文旅市场的嬗变，“比如‘跟着朱子过日子’的沉浸式体验产品，带着青少年住在村里，逛兴贤古街，读朱子家训，到田间劳作，感受‘耕读’的意义所在，这样的生活有一种‘同吃同住同劳动’的精神康养。”

山路蜿蜒，丹崖湿润。在洋庄乡浆溪村，武夷山红山文化发展有限公司打造的福雀来庄园以“山谷中的社区”定义自己。依山而建的屋舍被山谷环抱，梅花鹿、山羊、萤火虫不时出没，从山涧、草坪、沙地到各类研修教室，居住于此的旅客、志愿者，可参与溯溪、露营、调香、观星、农耕等活动，在宁静的山野中，重启对自然的感知。

“我对康养的理解是，以人为本。”在福雀来“村长”王志旭看来，打造人与自然和谐共处的社群，是对康养旅居最好的诠释。

“我们是康养的服务者，也是康养的服务对象。”武夷山市茶艺师协会会长范霞建议，面对愈发庞大的康养群体，应当深挖本地特色资源，打造儒释道茶一体的康养体系，在完备的交通、餐饮、住宿等基础上，做好“康养+”文章，提升核心竞争力。

闲趣相伴 破题康养赛道『发展密码』

《中国康养产业消费趋势报告（2025）》显示，2025年，我国康养市场规模预计达9.5万亿元。依托无与伦比的生态人文资源，如何推动茶文旅医体康融合，建设高质量康养旅居目的地？

“我们思考最多的两件事：产品本身做什么？在武夷山做这些，有何独特之处？”福建深业投资有限公司总经理徐志强告诉笔者，带着“问号”破题，思路愈发清晰。

两年前，深业公司在武夷山布局度假、公寓、康养、酒店等产品线。今年5月，武夷山深业生命健康中心项目的憬居度假酒店暨云水堂康养中心正式开业，以非医疗愈、中医疗愈、健康评估和管理等高端康养服务，为当地“康养+文旅”产业创新发展提供实践样本。

“武夷山是我们最大的背书。”徐志强分析，从碧水丹山奇秀风光，到岩骨花香馥郁滋味，从朱子理学文脉流长，到国家公园生态优越，这里有着任何地方都无法复制的康养“底气”。

数据给出最好的回答：截至8月底，深业生命健康中心项目总收入逾650万元，接待游客约3.85万人次。

近年来，武夷山不仅有吴屯“问稻社”民宿、五夫“不觉晓”露营地、武夷东方养心谷等项目相继落地，布局旅居空间；山径赛、音乐节、篝火晚会及各类茶事活动同样层出不穷，构建研学、越野、露营、徒步等多维体验场景。

与此同时，当地成立康养工作专班，探索以产业引领生态优势转化为发展优势的实现路径——

今年6月，武夷山清新康养有限公司正式投入运营，邀请中国人民大学健康中国研究院教授王俊编制《大武夷“多元一体”康养体系构建框架与实践路径白皮书》，并联合发布“中国康养指数”，谋划建立行业标准体系；

结合南平“武夷百村”，推出“康养+乡村振兴”特色项目，开发“酒店+康养+旅居”全天候疗愈场景，面向细分市场，提供不同类型定制服务，构建差异化、多层次的产品生态；

推动服务标准化、品牌化，上新康养主题线路，打造“森氧觉醒”“茶修悟道”“本草秘境”等特色IP，着手认证首批本地康养文旅服务商，还将与云南昆明等地共同策划“城市互访”疗养产品……

“要立足在地文化，着眼长期主义，在创新中走好可持续发展之路。”武夷东方养心谷项目负责人李英铭满怀期待，“流水不争先，争的是滔滔不绝。”

◀武夷山康养资源丰富，月亮湾生态优越

▲武夷山岩骨花香漫游道

在武夷山水间的清新康养体验重启人们对自然的感知

后记

以人为本 产业向新而行

随着健康理念不断延展，“银发”群体日益壮大，康养旅居作为一种融合了健康、养生、旅游、居住的新型生活方式，正逐渐走红。

培育康养旅居产业，武夷山底气十足。首批国家公园、世界文化与自然双遗产地、城村汉城国家考古遗址公园、世界红茶与乌龙茶发源地、“万里茶道”起点、朱子理学摇篮……一块块“金字招牌”，共同绘就武夷山无与伦比的生态人文资源长卷。

面对康养旅居市场持续升温，当地应如何立足优越的资源禀赋，以康养产业引领生态优势转化为发展优势？“要让用户表达，以需求为导向，为不同群体提供解决问题的方案。”正如武夷山清新康养有限公司总经理王一帆所言，“康养+”为文旅等多元产业融合发展提供了新的思路。

在“从0到1”的过程中，需要摸清市场现状，直面客观差距与问题，例如资源碎片化、产品同质化、缺乏品牌化等困境。

“问号”是思考的起点，让前路更加清晰。我们欣喜地看到，当地政府以实际行动与政策回应着市场需求。成立于今年初的国企清新康养公司不久前已投入运营；以高校团队“智库”为支撑，挖掘特色资源、策划创新产品、强化招商推介、打造产业集群、编制产业白皮书等一项项举措有条不紊；认证武夷康养服务商、构建行业标准体系正纳入规划……每一步，都在推动康养服务走向标准化、品牌化。

向新求变，“人”是核心。在采访中，多位采访对象提及“以人为本”。他们来自不同行业、地域，有原乡人、归乡人，也有新乡人，有康养企业、健康项目负责人，有民宿、研学、卫健、自媒体等领域从业者，也有茶业、旅游、文艺等行业协会代表。一致的是，大家话语间，无一不透露着对这片土地的热爱——我们有理由相信，随着“以人为本”的服务理念深入人心，随着越来越多人才要素在武夷山聚拢，武夷山破题康养赛道“发展密码”正当时。

五夫“不觉晓”露营地的研学、露营活动