

创新发展模式 助力乡村振兴

弥勒·东风韵探索康养文旅融合发展之路

谭雅竹 文/图



绘制“文旅+康养融合发展”战略蓝图

文旅、康养、旅居，这些沉浸式体验所带来的时尚感；艺术展览、艺术演艺、艺术交流所带来的仪式感；各具特色的民风民俗，周边村民手工制作的地产风物所带来的生活感；年轻化、IP化、智慧化、社群化所带来的未来感……这些看似个性鲜明，但又相辅相成的文旅产品，在东风韵实现了巧妙融合；题材丰富、层次分明的体验式经济在东风韵释放了最大的张力。这一切无不透露着东风韵创建者们真挚的人文关注、前瞻性的产业布局、探索和创新的勇气和魄力。

过去的东风韵艺术小镇，如今已焕新成为集高端健康修复、温泉水疗、颐养舒心、文化艺术、原乡田园、运动休闲于一体的中国·弥勒东风韵国际康养旅游度假区，在云南省建设投资控股集团有限公司进驻东风韵7年之后，这个有着“滇中普罗旺斯”之称的特色小镇正迎来新的一次蝶变。

2022年的“五一”节，恰似东风韵文旅康养融合发展全新模式的啼声初试。游客在东风韵不但可以徜徉于万花筒、半朵云、国际艺术中心之间，还可以乘上热气球俯瞰红土地上的万亩葡萄园，或是驾驶山地越野车呼啸于田野花海释放自我，与火噜噜、土小满等4个新IP形象嬉戏合影留念；在刚刚亮相的“红物集市”，游客们买到了当地的新鲜葡萄、葡萄酒和竹园红糖，以及各种丰富的属地特产，在沐心谷健康生活体验馆，健康管理、运动康复更是带给现代都市人全新的健康体验……

打造“世界一流 独具特色”健康生活目的地

要成为“世界一流 独具特色”健康生活目的地，康养产业则是继文旅产业后，东风韵复合性发展的最新发力点。2021年12月4日，原红河州兴旺农业开发有限公司正式变更为云南东风韵文旅康养产业发展有限公司。更名后，公司将致力于东风韵“文化+旅游+康养”产业多业态的融合发展。

今年2月，东风韵的康养项目沐心谷甫一亮相，就显示出了它在云南产业结构调整中的带动价值和示范意义，沐心谷的建设与“云南康养产业发展步入快车道”联系在了一起。

弥勒本地游客崔女士感受到了东风韵的变化。“五一”节这天，她享受了景区本地游客免费入园的福利。园区里的漫咖啡、π书吧及非遗创业体验馆都让她感到欣喜。当然，最令她感到新鲜的还是东风韵全时康养中心——沐心谷。在这里的健康生活体

验馆，她用“智慧健康管理”更新了自己的健康理念，还试用了一体化自助体检设备，体检完毕后，健康报告可通过互联网直接传送到数据库，建立长久个人档案。

除了艺术欣赏、文化游赏外，东风韵正在为人们提供一种引领健康的生活方式。

云南“十四五”规划明确了将云南建成人们向往的健康生活目的地，东风韵敏锐地将自身优越的康养资源匹配到了云南发展的大背景中。在沐心谷，你可以看到“国际健康旅居生活目的地”的愿景，以及以综合健康管理为核心的天然养生抗衰度假小镇，打造“全时康养”新模式的雄心。

在沐心谷的蓝图上，建设健康管理、心理睡眠、温泉水疗、乐养运动、禅茶文化五大中心，以养生环境、养生项目、养生服务、养生居住四大养

生体系，精心打造集健康养生、抗衰修复、温泉疗愈、休闲度假、艺术体验等为一体的国际健康旅居生活目的地。

事实上，东风韵在打造康养项目时经过了审慎的市场调研，并最终与中国知名的小镇开发运营商蓝城集团合作开发沐心谷，它所要对标的康养目标，则是著名的美国峡谷牧场度假村、瑞士青草地疗养院、泰国南部的奇瓦颂健康生度假村。

东风韵要思考的是，如何利用自己独特的优势，高标准高起点高定位策划打造沐心谷。东风韵的康养是做旅居康养、低龄康养，而非养老。“我们面对的是全年龄段人群，这里的自然条件和人文气息适合年轻人、中年人和老年人，他们都可以选择在东风韵停留一段时间，找回自己的健康生活，学会一套适合自己的健康生活方式。”



创新营销方式，为乡村振兴注入艺术活力

一位游客在“红物集市”上买了两包竹园红糖，村民袁焕梅熟练地介绍，载入《中国土特产大全》的红糖只有两家，竹园红糖就是其中之一。

家住东风镇的袁焕梅家里有4口人，她还把自家酿的葡萄酒带到了“红物集市”上，她家种了20多亩葡萄，从事酿酒已有6年时间，每年能产5吨左右的葡萄酒，收入20多万元。东风韵景区新开设了专门针对周边村民增加收入的“红物集市”，袁焕梅成为第一批参与者，她预计“红物集市”每年能为家里增加近3万元的收入。

经过两个月的筹备，“红物集市”于“五一”期间正式与游客见面。云南东风韵文旅康养产业发展有限公司总经理王贞尧介绍，“红物集市”摊位都是免费的，深受周边村民欢迎。村民们在这里出售自家生产的葡萄和葡萄汁，还出售弥勒特产楂柑、黄金梨、冬瓜蜜饯，以及大名鼎鼎的弥勒卤肉。

在鸡街铺村民李文清的摊位上，一位女员工正在葫芦上作画。李文清高兴地说，他家种的葫芦直接提供给厂家最多卖到几十元，但是经过艺术加工后，一个可以卖到260元。未来，“红物集市”将为村民们提供100余个摊位，同时，还会开设小程序在线上进行销售。初步估算，“红物集市”每年可为周边村民增收200万元左右。

东风韵康养示范区一直利用原创艺术与属地农特特产进行有机结合的模式，邀请著名艺术家、设计师参与当地农特产品的包装设计。在产品标准定制的过程中，累计开发了40余款属地农特产品，包括葡萄汁、卤鸡、红糖等，并利用东

风韵的品牌优势和渠道优势进行销售，累计销售额突破400余万元，切实帮助属地村镇实现创收、增收。

早在前几年，东风韵就与东风农场管理局、新哨镇、弥阳镇的农户开展合作。它们都是弥勒主要的酿酒葡萄产区，东风韵每年都要上门收购农户的葡萄，再送至合作的酒厂制成葡萄汁，葡萄酒向全国销售。东风韵还利用项目运营的优势，参与到乡村产业规划中，在乡村建设、产业布局上给予周边村镇建议，利用产业帮扶、联合运营等方式，直接在乡村民宿、餐饮配套等方面给予帮助，更为有效地帮助农户实现共同富裕。

随着景区从“陪你做生活的艺术家”向“文旅康养融合发展”转型升级，东风韵正在尝试深化与周边乡镇的合作。以景区作为平台，依托入园人流，在社区的沉浸感与场景消费中达成交易，将弥勒特产与风物通过客群带至四面八方，从而增加当地农户收入。

实现乡村振兴的关键是产业振兴，东风韵正是沿着这一思路开发属地特色产业助力乡村振兴。

未来，东风韵还将继续探索文化、旅游、农业、康养四位一体的全产业链融合发展模式，通过实现供应链融合、营销链融合、创新链融合、技术链融合、人才链融合等，进而形成一个分工协作、相互促进、互利共赢的全产业链，跨产业链发展模式，将东风韵的发展充分融入文化强国、乡村振兴、健康中国、绿色发展等国家发展部署中，把握时代脉搏，找准发展机遇、赶超发展潮流，最终实现生态效益、经济效益、社会效益的全方位发展。

政策引领，为提升发展注入强劲动力

云南“十四五”规划中明确，将根据各地发展基础和特色优势，打造10个业态集聚、特色鲜明的省级健康产业示范区，形成较强的聚集效应和示范效应，以点带面推动全省健康产业加快发展。

东风韵的转型升级，正是贴合国家“健康中国2030”和“乡村振兴”要求，把资源优势转化为产业优势，按照“立足云南，面向世界，中国唯一，世界一流”的标准全面推进大健康产业的高质量发展。

东风韵以其粗犷惊艳的独特设计，将自然山水与历史人文进行了有机结合，开启了“陪你做生活的艺术家”的艺术小镇之路。2017年云南建投进驻后，不断将小镇做大做强，并在此过程中根据市场变化，结合自身资源禀赋，果断对艺术小镇升级，由旅游向旅居转型，将资源优势变为产业优势，将小镇变身

为全龄旅居目的地，吸引省内外、国内外追求健康生活的人来到东风韵享受健康生活。

5月2日，两位昆明游客在万花筒外拍了照，在半朵云吃了当地美食，还在创业中心体验了非遗手工制作。当天他们并不打算走，住在了美憬阁酒店，晚上还要到水边的星空剧场看演出。他们说：“我们感受到了东风韵的变化，过去它是一个景区，看完就走。可能以后，它是一个可以住上几天或者更长时间的地方，东风韵也可能是一种生活，一段健康无忧的时光。”

“东风何处不芳华”，可以想见，在云南这片发展的热土上，红河弥勒这个创业的摇篮里，东风韵必将以一个崭新的姿态、一个全新的面貌，向游客发出最诚挚、最温暖的邀约。