

一颗海盐的文化之旅

莺歌海盐场『盐产品+盐文化』变身文旅基地

文海南日报记者 赵优

它引得郭沫若先生泼墨挥毫写下“驱遣阳光充炭火，烧干海水变银山”的妙句；它是中国三大盐场之一，曾创下年产32万吨的历史最高生产记录；它拥有62年历史，昔日的厂房已经摇身一变成为文旅基地，向人们诉说着一代又一代“盐场人”艰苦奋斗的故事……它就是位于乐乐黎族自治县的莺歌海盐场。

盐田静谧如天空之境，盐山雪白如皑皑雪山，在飘着咸味的海风里，我们寻觅着一座盐场的精神财富。



盐场曾经的盐仓成为游客打卡点。海南日报记者 武威 摄

一颗盐的光辉历程

莺歌海，名有诗意。莺歌海因盐，载入教科书，闻名东南亚。

《中国盐法通志》记载，“盐之质味，海盐为佳，井盐池盐次之，海盐之中，滩晒为佳，煎盐板晒又次之。”海南岛沿海皆能产盐，却唯乐东莺歌海晒盐条件最优渥。

以海水为原料生产的食盐叫海盐。大海天然与阳光联系在一起，海盐生产也普遍采用盐田天然晒制法。具备纯净海水、充足阳光等天然优势的海南岛，海盐生产大多采用天然晒制法，儋州千年古盐田就是最有利的佐证。而莺歌海盐场，巧妙地将气候、地理环境与制盐相结合，将古老、传统与大规模生产相结合，成为一片独具特色的南国盐场。

这里有山的拥抱。海南岛中部山脉向西延伸，如张开臂膀拥莺歌海入怀，阻挡了来自东北的湿冷水汽和来自东南的湿热水汽，莺歌海临北部湾与南海一侧，则被越南的高原挡住了来自西侧的风雨。

这里有水的恩赐。盐场周围没有排注大量淡水的河流，因此海水常年保持在3.5波美度左右的较高浓度，加之海水清洁含沙量少，为制盐提供了优越的原料。而一条长约300米的纳湖道使海水无需增加动力，随潮汐自然流入贮水库，为海盐生产提供了便利。

这里有阳光的作用。莺歌海及周边这片开阔的区域，终年高温，年均温度为25.2摄氏度，平均年日照约2354小时，常年蒸发量大于降水量，连晴天长，常年盛行东南风且风力大，有力促进海水蒸发和海盐晒制。

占尽了海盐生产的天时地利，莺歌海盐场的开发历程充满传奇：日本侵华时期，计划开发莺歌海盐场为“东亚第一大盐场”，但只建到纳潮口就战败了；上世纪四十年代，国民政府最终以“此地尚在原始时代，为蛮荒之区”“边疆开发，备极艰辛，且

冒危险”为由对建设盐场作罢；上世纪五十年代，新中国成立初期，在共产党的领导下，一支年轻的勘探队伍踏进莺歌海，用短短几年时间就完成了勘探任务，为万人建设盐田奠定了坚实基础……

一颗海盐，历经纳潮、制卤、结晶、采盐、堆坨、过滤等多种环节，不仅是与时间的约定，更窥见了智慧与奋斗。

一群人的热血青春

莺歌海人，有骨子里的自豪和骄傲。

1955年，一支年轻的勘察队伍来到海岛西隅，踏进莺歌海这片荒原，终于在1957年底，全面完成了勘察设计任务。

当年，在原广东省琼山县检察院工作的吴坤新接到上级命令，政府将对莺歌海盐场进行开发，要组建前期勘测队，他义无反顾地加入到“先遣队”中。今年86岁的莺歌海盐场老职工吴坤新，依然清晰地记得，1955年他第一次到莺歌海时的情景。

“全是沼泽地，一大片，沼泽地里的芦苇比人还高。”吴坤新说，勘察队员们在满是芦苇和淤泥的蛮荒之地，发挥“以一人当十人，以十人当百人”的精神，用自己的双脚丈量着大地，仅用两年时间就向上级提交了盐场勘测资料。

1957年底，莺歌海盐场正式开始施工，那是一段激情燃烧的岁月。

1958年初，为了解决人力不足的问题，加快莺歌海盐场的建设，政府从各部门抽调干部和招募民工2000多人；当年3月，经中央批准，部队转业及退伍官兵5600多人开赴莺歌海参加开发建设，广东省公路局工程队也相继进场……“盐场建设高峰期的施工人员接近一万人。”吴坤新说。

他们动手修路、挖井、建茅房安营扎寨，提口号、下战令、搞竞赛、夺红旗，向着这块荒原开战。吴坤新回忆，当年的工程量很大，光开挖土方量就超过2000万立方米，那时缺少机械化设备，几乎纯靠人力建

设，“可以说是一个肩膀、一个土筐、一把铁锹，就是这么干出来的。”条件艰苦，大家吃野菜、吃糠饼，但硬是两年多时间就建成了总面积达38平方公里的大盐田。

著名诗人郭沫若1962年到访莺歌海盐场时，醉心于万亩盐田银光闪耀的景观，留下“盐田万顷莺歌海，四季常春极乐园。驱遣阳光充炭火，烧干海水变银山。”的豪迈诗句。

莺歌海盐场有过辉煌过去：曾创下年产32万吨的历史最高生产记录，产品广销中南多个省份。但后来随着生产设备老化、生产面积减少、生产能力降低等原因，年产量逐年下降。在盐业体制改革后，海南省发展控股接管莺歌海盐场，莺歌海盐场迎来了新的历史机遇。

一片滩的华丽变身

如今，在莺歌海盐场销售公司的产品陈列柜里，二十余种形式多样、功效不一的盐产品琳琅满目。多个类别的“海颐”系列产品，“银山”牌纯臻盐、亚清盐等产品更凸显出莺歌海盐场做实莺歌海地理标志盐品牌，进行产品创新的决心。

为全面优化和升级莺歌海盐主题旅游商品，海南海控莺歌海旅游产品销售公司，从品牌建构、市场定位、营销策划、宣传推广、提高产品附加值出发，结合莺歌海的基地优势、独特的产品属性，进行产业链策划，形成线下流量端口，打造线上销售平台，促成双渠道良性互动。

在淘宝，麻布小袋包装的“银山”莺歌海老盐备受消费者喜爱。“想念海南的老盐柠檬、老盐黄皮，刚收到就迫不及待做了一大杯，好喝！”买家评论中满是对莺歌海盐场老盐的认可。

“莺歌海盐场生产的海盐不仅有极优的品质，还有丰富的文化内涵和历史底蕴。”莺歌海盐场总经理陈旭表示，深厚的“盐文化”也让新一代莺歌海人找到发展着力点，盐场积极推进“盐产品+盐文化”两条腿走路，做大盐文章，让文旅融合成为莺歌海盐场发展的第二个增长极。

2020年，海南控股莺歌海党建文旅基地投入使用，打造出集红色精神、民宿、培训教育等为一体的盐文化旅游项目。在这里，昔日的厂房变身展示馆，老式大型发电机向游客展示盐场的奋斗史，充满年代感的红色标语虽然褪色，但仍依稀可见老盐场人的艰苦岁月。另一边，拥有全智能化家电的木屋和餐厅、能够拍出大片的打卡点，让游客在感受盐场历史的同时，享受不一样的文化之旅。通过参观盐文化馆、重走盐工路、老盐场人访谈、收盐体验教学等活动，游客们能切身感受到开拓进取、自强不息、艰苦奋斗的莺歌海精神。

如今，“盐三代”杨美娟也回到了莺歌海，担任盐文化馆的讲解员。从用短短时间背熟几十页讲解词，到现在对游客侃侃而谈盐场的历史，她的身上仿佛也显现着当年盐场“开荒者”的精神……



莺歌海的盐山如雪山。海南日报记者 封烁 摄