



2月25日,乐东莺歌海盐场,盐池水平如镜倒映晴空,盐池阡陌纵横,游人行走其间感受盐田风光。本报记者 王程龙 摄

# 莺歌海盐场·打造「新盐值」,挖掘新卖点,培育新业态

## 老盐场奔向「新赛道」

3月22日,正在莺歌海盐场党建文旅基地餐厅内忙着接待客人的廖风达,坦言自己从未想到有一天还会回到盐场,和父辈一样又吃上了“盐业饭”。“过去,长期烈日暴晒的工作环境,繁重的制盐作业,加之收入低,这里对本地年轻人普遍没有吸引力。”因此,早在学生时代,廖风达就离开了莺歌海。

然而,在广州、北京等大城市读书工作多年后学到的烹饪和餐厅管理技能,却促成他回到盐场工作——3年前,当时莺歌海盐场新打造的党建文旅基地,正好需要餐饮方面的专业人才。专业技能对口、对盐场怀有深厚感情的廖风达,应聘回到了这里。

这个选择没有让他后悔。随着横穿莺歌海盐场的环岛旅游公路于去年底建成通车,如今已是餐厅经理的廖风达,愈发感受到这座拥有60多年历史的盐场,每天都在发生新变化:

老盐场打造“新盐值”,盐田风光成为一道独特风景,打卡的游客越来越多;老国货有了新卖点,老盐系列产品越来越受欢迎;老品牌培育新业态,老盐场里建起了全省规模最大的光伏基地,盐场发展的新路越走越宽……

### A 从“没啥看点”到成为网红打卡点——老盐场颜值焕新

3月12日,海南日报记者驾车从环岛旅游公路乐东段经过,行经莺歌海盐场时,只见沿线一望无际的盐田波光粼粼,雪白的盐山与蓝天白云相互映衬,仿若“天空之境”。很多人被盐场奇特的美景吸引,停车下来驻足眺望。

“盐场的景色很美,走在其中让人心旷神怡,值得一游。”广东东莞游客苏先生被盐场上的盐库房遗址吸引,拍了不少“老”照片。

除了自然风景,莺歌海盐场的海盐文化馆也吸引着络绎不绝的人群,在这里,游客能体验一场别开生面的海盐文化之旅:原来,一颗颗粗砺的海盐,要经过纳潮、制卤、结晶、采盐、堆坨、晒干等工艺环节,才能成为人们舌尖上的调味品。

古朴的老盐晒制技艺,正是莺歌海盐场的“绝活”。事实上,建于1958年的莺歌海盐场,占地约5万亩,至今已有66年的食盐生产历史。经过岁月的洗礼,生产设施逐渐老化,加上盐业体制改革影响,莺歌海盐场生产规模早已不复曾经的辉煌。

“地方虽大,但以前看点可没这么多。”曾经有很长一段时间,偶有朋友过来盐场玩,廖风达等在盐场工作生活的人们也不知该带朋友怎么玩。

可喜的是,在划归海南省发展控股有限公司管理后,在“盐+文旅”转型发展方面,莺歌海盐场的步子迈得越大。

2020年,海南控股莺歌海党建文旅基地建成投入使用,成为一个集盐田观光体验、民宿餐饮、盐文化展示宣传等于一体的盐文化旅游项目,老盐场有了“新盐值”。

如今,伴随着去年12月18日海南环岛旅游公路的全线通车,该文旅基地也成为沿线美景中的一颗耀眼明珠,被越来越多游客发现、喜欢。相关观光体验点的完善,也让大家能停下来,更好地感受莺歌海盐场的魅力。

在距离文旅基地约5公里的海边,一座以“盐文化”为主题,占地195亩、总投资近8亿元的环岛旅游公路莺歌海踏浪驿站拔地而起。目前该驿站一期工程已基本建成投入营业。

“整个驿站里各个建筑体现的就是海盐的生成过程,比如银山礼堂的外形就像是盐堆,游客中心外的水池模仿的是盐池的‘天空之境’效果,而盐文化中心四周做了‘结晶池’的效果,将为游客体验盐文化提供更全面周到的服务。”莺歌海踏浪驿站建设负责人乔先生介绍说。

老盐场打造的文旅新场景,吸引了众多游客。莺歌海党建文旅基地负责人叶健说,春节假期文旅基地和莺歌海踏浪驿站的民宿都是满房状态。“今年春节假期,莺歌海党建文旅基地接待的游客创下了历史新高,初一至初八每天都有3000人左右。”

### B 从单一调味品到30多种高附加值衍生品——老国货卖点上新

文旅基地建设,为莺歌海盐场带来了人气,但是要真正将这波流量接住,转化为实实在在的发展效益,还得在深耕盐产品、拉长产业链上做文章。

老盐产品,正是莺歌海盐场的“独家绝技”。在文旅基地的餐厅里,廖风达告诉记者,日常最受游客喜欢的产品就是他们用老盐制作的柠檬水以及在货架上销售的系列老盐产品。

“老盐福袋很好看,送礼很合适”“有了老盐饮品专用盐、老盐冻干果茶,我自己在家也能做好喝又正宗的老盐饮料了”……今年春节假期,来自全国各地的游客十分青睐老盐产品,老盐福袋甚至卖到脱销。

莺歌海老盐有什么特殊之处呢?今年初,“莺歌海老盐晒制技艺”成功入选海南省第六批“省级”非物质文化遗产名录,“莺歌海老盐晒制技艺”非遗传承人、莺歌海盐场“老盐公”赖清海介绍,莺歌海老盐是有生产资质、有产品标准的,并非非想生产多少就能生产多少,晒老盐讲究天时、地利、人和。

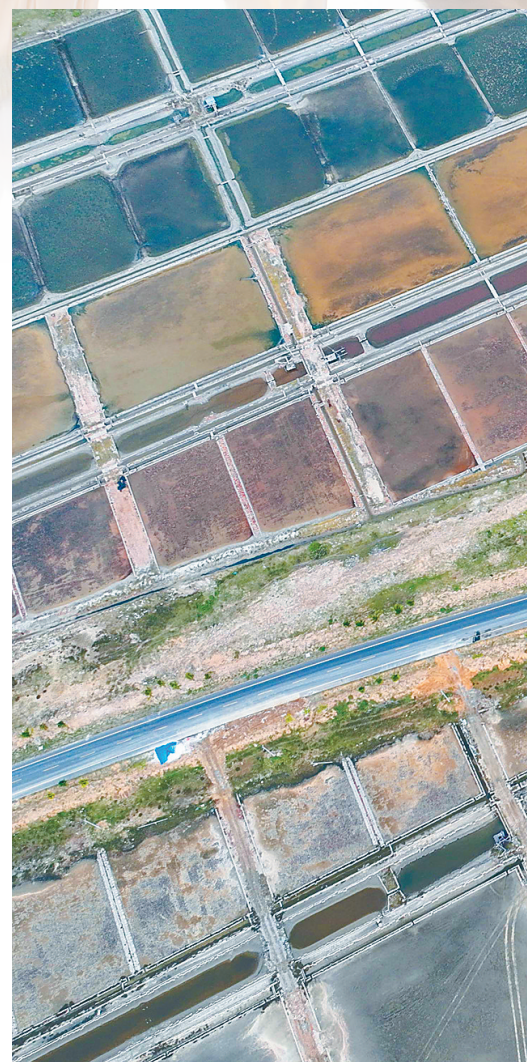
天时,就是老盐晒制需历时100天以上(一般食盐晒制30天左右即可),而且整个过程不能下雨,莺歌海盐场区域满足这样的气候条件;地利,即老盐的生产需要高纯度和高盐度的海水才行,莺歌海的海水浓度高于一般海域,且矿物质和微量元素丰富,占老盐生产之地利;人和,即老盐的晒制需

要经验丰富的“老盐工”准确把握卤水的新鲜度、饱和度、深度,以及每天动卤(松盐)的最佳时间和次数,才能确保结晶成为大颗粒的盐。

赖清海介绍,在盐池里将大颗粒的盐晒制成了之后,还需在室外堆坨,让盐经过雨水冲刷、阳光暴晒等大自然的洗礼后,再转入至天然高温仓库中存储5年以上,才能使其成为真正的莺歌海老盐。

来自市场一线的反馈,让莺歌海盐场重新审视了老盐的市场价值,聚力于打造高附加值的产品。根据不同消费者的需要,莺歌海盐场或采用特色的包装、或采用不同的技术加工,已研发生产了多达30多种的高附加值老盐衍生品,比如“老盐福袋”等精心包装的不同年份老盐产品,盐焗海鲜调料包、老盐饮品专用盐、老盐冻干果茶等专门打造的特色老盐食品等,以及深加工研发出来的老盐益生菌牙膏、老盐益生菌漱口水等老盐日护产品。

海发控旅游产品销售有限公司总经理、莺歌海盐场市场部负责人赖雅琴说,他们正努力把莺歌海“老盐”系列产品打造成为游客喜爱的海南特色旅游商品,目前莺歌海盐场的“老盐福袋”、老盐冻干果茶、老盐日护礼盒3件产品已荣获“海南100件最爱伴手礼”旅游商品称号。



俯瞰海南环岛旅游公路莺歌海盐场段。本报记者 王程龙 摄



盐工在莺歌海盐田中劳作。本报记者 张杰 摄



俯瞰海南环岛旅游公路莺歌海踏浪驿站。本报记者 李天平 摄

### C 从“盐+文旅”到“盐+电能”——老品牌业态添新

不止于老盐新产品的探索,莺歌海盐场正在培育更多的新业态,旨在发展形成新质生产力。

“驱遣阳光充炭火,烧干海水变银山”,是郭沫若在看到莺歌海万亩盐田盛景时留下的豪迈诗句。如今“驱遣阳光”在莺歌海,又有了绿色发展赋予的新含义:在数千亩的盐场纳潮湖上,数十万块光伏组件正在阳光下闪烁,源源不断将光能转换为绿色电能。

“我们莺歌海盐场最大的资源就是土地,虽然这些土地不能用于建设开发,但我们通过资源重组,引进海控能源天能电力有限公司建设盐光互补项目,实现了闲置资源的增值增效。”莺歌海盐场资产经营管理部负责人王先生告诉记者。

记者了解到,随着去年底莺歌海盐场的纳潮湖200兆瓦光伏项目并网后,莺歌海区域光伏装机总容量达430兆瓦,成为海南省最大的光伏基地,每年可发电约7亿度。这意味着,这块最高曾年产32万吨海盐的老盐场,现在正源源不断地为海南提供清洁低碳的绿色电能,助力经济高质量发展。

在采访中,赖雅琴还告诉记者一个好消息。“去年,我们莺歌海盐场的食盐产品,已成功打开了广东、广西、贵州、四川4个外省市场,并形成了复购,全年销售量达1511.955吨,实现了海南整体盐业行业食盐产品省外市场规模化销售的历史性突破。”赖雅琴说,随着海南控股与海南盐业整合重组,未来“海南岛盐”的道路将越走越宽。

海南控股党委书记、董事长周军平表示,海南控股将围绕盐产业上下游产业链的固链、增链、延链、补链,建立更加系统性、整体性、协同性的海南盐业体制机制,并充分发挥海南控股在资本运营、资源整合、战略合作、品牌塑造等方面的优势,努力把海南盐业打造成为在原盐、食用盐等传统产品领域“专而优”,在高端盐、老盐等特色产品领域“精而美”的现代盐业企业,进一步提升海南盐业在省内外市场的影响力和竞争力。

海南大学国际旅游与公共管理学院副教授、博士生导师刘刚说,莺歌海盐场是海南很有市场号召力和文化历史底蕴的品牌,乘着环岛旅游公路建成通车的东风,其更受游客欢迎并不奇怪,而且不仅是“盐+文旅”,莺歌海盐场可以做的产业链很长,好好谋划创新,借助新业态、新技术,确实能让盐业这一传统产业,培育发展新质生产力。乐东莺歌海盐场的这种发展思路,对环岛旅游公路沿线的其他市县也有借鉴意义,但关键是大家要体现出差异化发展的思路,不要同质化。

而面对环岛旅游公路开通后激增的游客,廖风达十分期待餐厅引入新的业态:“我们正准备扩大餐厅面积,同时再引进一些小吃等新业态,更好地将流量转化为销量。”老盐场的下半场,值得期待。

(本报由3月24日电)

## 深读

总策划:曹健 张杰 齐松梅  
执行总监:刘乐蒙  
主编:李萌  
版面设计:张昕  
校核:叶健升 符发  
视频文案:李萌  
视频剪辑:陈海冰  
视频拍摄:张茂  
视频配音:李璇

游遍打卡莺歌海盐场盐池包



莺歌海盐场  
建于1958年  
占地约5万亩  
是海南最大盐场

环岛旅游公路莺歌海踏浪驿站  
位于乐东黎族自治县  
是环岛旅游公路首批8个重点驿站之一

占地 195亩  
总建筑面积 7.8万平方米  
总投资额 近8亿元

## 深读 | 视界

看惯了碧海?  
今天来看点不一样的“海”:  
白色的“盐海”  
扫码看视频  
老盐是如何“炼”成的?  
了解“莺歌海老盐晒制技艺”

