



潍坊盐文化研学项目策划方案

2021年11月

■ 指导教师：[李凡 魏建国]

■ 小组成员：[刘军帅 郭亚慧 李园卉 宋羽晨 杨雪晴 傅伟佳]

目 录

第一章 总论	4
第二章 潍坊的盐文化资源	5
一、盐区条件介绍	5
(一) 盐田	6
(二) 卤水资源	7
(三) 气候	7
二、盐生产介绍	8
(一) 生产原理	8
(二) 生产设施	8
(三) 生产工序	9
1. 纳潮	9
2. 制卤	9
3. 结晶	9
4. 收盐	10
三、生产技术地方性差异	10
(一) 长芦、山东与辽宁盐区	10
(二) 两淮、两浙盐区	10
(三) 福建与两广盐区	11
四、盐文化	11
(一) 潍坊盐文化的历史演进	11
1. 夏	11
2. 春秋战国	12
3. 汉代	12
4. 魏晋	12
5. 宋	12
6. 元	12
7. 明	13
(二) 盐神信仰	13
(三) 盐工	14
(四) 潍坊盐文化遗址	14
1. 2003 年夏至 2009 年 4 月	15

2. 2009年10月至11月	15
3. 2009年11月至2010年4月	15
第三章 盐文化研学项目策划的原则	15
一、保护性开发原则	15
二、以游客为中心原则	16
(一) 以游客为中心的互动	16
(二) 把握顾客差异, 突出其灵活性	16
(三) 合理融合旅游者、旅游服务从业者和旅游设施	17
三、体验性原则	17
(一) 旅游目的地形象塑造	17
(二) 旅游商品创意化和活动多样化	17
四、因地制宜原则	17
第四章 盐文化研学项目策划的实施	18
一、研学项目运营模式	18
二、研学项目实施流程	18
三、研学项目活动形式	19
(一) 参观盐文化展馆	19
(二) 供盐仪式体验历史	20
(三) 参观盐田	21
(四) 体验晒盐、收盐过程	22
(五) 盐塑馆俱乐部	22
(六) 互动小实验	22
第五章 营销策划	23
一、线下户外广告投放	23
二、在旅游网站上线产品	23
三、针对目标客户宣传	23
四、社交媒体宣传	24
五、制作宣传短片	24
六、礼品宣传	24

第一章 总论

2014年4月19日国家教育部司长王定华在基础教育论坛中，首次将研学旅游进行定义，指出研学旅行就是将研究性学习和旅游实践和体验相结合，从而达到一种有组织、有目的、有计划的培养学生的实践教育活动。将研究性教育理念渗透到学生素质教育的当中去。

研学旅行作为我国近几年新兴的育人途径，很好地结合了旅行体验和探究学习，符合当下所倡导的素质教育内涵，即促进学生的全面发展、重视培养其创新精神和实践能力，市场需求巨大。研学旅行因其形式丰富等特点，可以更加有效地利用社会各界资源，根据研学基地的性质设置符合学生身心发展特点的主题研学课程，让学生在旅行中观察体验、思考学习，有利于更好地促进学生良好道德品质的培养和全面发展。

盐文化作为中华优秀传统文化的一个构成部分，提供了具有浓厚地域特色的文化旅游资源。潍坊市地处渤海莱州湾南岸，自古以来就是中国制盐业最为发达的地区之一，盐产量占全国海盐的半壁江山。其制盐历史起源于原始社会时期，影响深远的海盐神话传说、咸地名、双王城遗址群等海盐文化符号、成熟的制盐流程与技艺、盐工与盐文化信仰等共同构成了悠久的制盐历史，为潍坊留下了灿烂的海盐文化。文化是研学旅游的灵魂，潍坊在历史中积淀的盐文化催生了独具特色的旅游资源，为研学旅游提供了坚实的载体，具有良好的研学旅游开发价值。



图 1. 潍坊盐场

第二章 潍坊的盐文化资源

文化是旅游的灵魂和归宿，也是文旅融合的基础。潍坊开发海盐文化旅游资源的基础可谓牢固、雄厚。这里的海盐生产已经有四五千年的历史，数千年来，盐官、盐商、盐工及居民在盐务管理、制盐、售盐、用盐的过程中积淀了深厚的海盐文化，留下了诸多海盐文化符号，潍坊盐业至今仍然发达。诸多海盐文化“符号”是潍坊发展海盐文化旅游的“活化石”；持久、发达的盐业为旅游和研学的融合发展提供了动力和条件。

潍坊具有得天独厚的地下卤水资源，是全国最大的盐及盐化工生产基地，现有产品 60 余种，主要产品原盐生产能力 1500 万吨/年，占全国总量的五分之一；盐化工生产能力 28 万吨/年。其中溴素生产能力 12 万吨/年，占全国总量四分之三。

一、盐区条件介绍

历史上的境内盐区，地处北纬 $36^{\circ} 58'$ — $37^{\circ} 07'$ 和东经 $119^{\circ} 05'$ — $119^{\circ} 15'$ 之间，东到虞河和昌邑县东利渔盐场隔河相望，西至丹河与寿光县岔河盐场接壤，北靠渤海浅滩，南与泊子潍北农场相邻，东西宽 20 公里，南北长 17 公里。白浪河纵贯南北，河东有崔家央子、烽台和西利渔产盐区；河西有固堤场、蔡林央子和其北部产盐区，可利用的产盐面积共 240 万公顷(如图 2 所示)。

潍坊市盐区，位于渤海莱州湾南岸，东经 $118^{\circ} 47'$ ~ $119^{\circ} 33'$ ，北纬 $36^{\circ} 51'$ ~ $37^{\circ} 19'$ 。海岸线长 140 公里，滩涂属淤泥沙质平原。面积为 1472 平方公里，其中地下卤水带面积 1100 平方公里，占莱州湾沿岸卤水带面积的 76.7%。至 2011 年底，全市盐田总面积 492.6 万公顷，其中生产面积 422.7 万公顷。原盐产量 1514.9 万吨，占全省海盐年产量的 93.39%；溴素生产能力达到 10 万吨。盐区滩涂广阔，土质良好；蒸发量高，降水量少；卤水充裕，地下卤水浓度高，质量好，储量大，埋藏浅，易开发，海盐生产条件优越。且交通便利，基础设施配套齐全，是全国重要的海盐及盐化工生产基地。



图 2. 潍坊盐区概况图

(一) 盐田

明末清初潍县盐业由煎制逐渐转向晒制。1634 年（明崇祯七年）始辟盐田 1 顷 18 亩 4 分。1651 年（清顺治八年）盐田增加到 15 顷 48 亩 4 分。1908 年（清光绪三十四年）盐田增至 108 副 270 亩。民国期间两次增辟。1942 年，沿海地区由民主政府领导，修复盐田 165 副。建国初期，盐业一度转产。1958 年恢复盐业，修建盐田 3800 公亩，此后全靠机井提卤，结束了大口土盐井和人工提卤的历史。70 年代，先后发展起两个部队盐场、一个农场盐场和 5 个生产大队盐场，新建盐田 3 万公亩，同时压池、集坨、运输全部实现机械化。1988 年，全区盐田计有 72193 公亩。截至目前，潍坊市盐田面积达 4.2 万公顷，年生产能力 600 多万吨，占全国的五分之一，盐业产品发展到 60 多种，纯碱年

生产能力 100 万吨，产量、质量、出口量均居全国第一。

（二）卤水资源

盐区含盐量一般在 100—150 克 / 升，最高达 190 克 / 升，是海水含盐量的 5—6 倍。盐卤分三层垂向分布在 80 米深度的粉砂层中，由南向北，厚度和浓度增加，分布面广，埋藏浅。储量多，浓度高，宜于开发利用，发展盐业有广阔前景。

潍坊盐区地下 80 米以上土层中蕴藏着丰富的高浓度卤水，卤水带面积达 1100 平方公里。据山东省制盐工业科学研究所（现为海科院）1983 年的《研究报告》大于 5°Be' 的地下卤水总储量为 58.33 亿立方米，山东第四地质矿产勘察院 2005 年对潍坊沿海地下卤水进行勘察，勘察结果表明：大于 7°Be' 地下卤水总储量为 43.5 亿立方米，为盐业生产提供了得天独厚的资源条件。

（三）气候

春季偏南风猛烈，气温上升快，月平均 13.3℃ 以上；蒸发量增大，月平均 233.6 毫米；降雨量少，月平均 28 毫米；因天气干旱，是晒盐的最好季节。夏季多东南风，天气湿润多雨，月平均气温在 25℃；蒸发量相对降低，平均在 195.3 毫米左右。秋季，多为晴好天气，蒸发量比春季低，仍可晒盐，有的年份阴雨连绵，对秋晒影响很大。冬季，寒冷干燥、西北风多，月气温平均在零下 2.2℃，降水量平均在 9.3 毫米，蒸发量平均在 56.7 毫米以下。夏、冬季，现用薄膜覆盖，也可晒盐（如图 3 所示）。



图 3. 夏季晒盐

二、盐生产介绍

（一）生产原理

海水制盐的方法，主要有三种：即太阳能蒸发法（亦称盐田法）、电渗析法和冷冻法。

一是太阳能蒸发法，太阳能蒸发法是很古老的制盐方法，也是目前仍沿用的普遍方法。这种方法是在岸边修建很多像稻田一样的池子，用来晒盐。制盐的过程包括纳潮、制卤、结晶、采盐、贮运等步骤。纳潮，就是把含盐量高的海水积存于修好的盐田中。制卤就是让海水的浓度逐渐加大，当水分蒸发到盐田中时，这时的盐水就是卤水，俗称“泡淹”母液。这种盐水要及时转移到下一个池子——结晶池中。卤水在结晶池中继续蒸，食盐就会渐渐地沉积在池底，形成结晶，达到一定程度就可以采集了。盐田制盐受环境影响很大，海水的盐度、地理位置、降雨量、蒸发量等等因素，都会直接影响盐的产量。这种方法占用的土地和人力资源也比较大，需要加以改进。

二是电解析法，电渗析法制盐的基本原理是水中的阴、阳离子，在外加直流电场的作用下，向一定方向进行迁移，利用阴、阳离子交换膜对水中离子的选择透过性，使一部分水中的离子转移到另一部分水中去，从而达到制盐的目的。

三是冷冻法，冷冻法制盐是地处高纬度国家采用的一种生产海盐的技术，像俄罗斯、瑞典等国家，多用此法制盐。这种方法的原理是，当海水冷却到海水冰点（ -1.8°C ）时海水就结冰。海水结成的冰里很少有盐，基本上是纯水。去掉水分，就等于晒盐法中的水分蒸发，剩下浓缩了的卤水就可以制盐了。

（二）生产设施

防潮坝。为区属第二盐场防潮所建。1980年，国家投资15万元，县府调集1万多人施工。该工程东起白浪河西堤，西至寿光县岔河盐场防潮坝，高2.5米、顶宽3.5米，全长7公里。

输卤工程。在烽台村南1公里处，1974年冬至1976年秋，建成12眼机井，建贮水池1个，可存卤水9600立方米，建输水管道3公里（其中地下管道1250米），日供第一盐场卤水2500立方米。全部工程投资9.38万元。

气象设施。1974年10月，投资1500元，购买气象设备，成立盐业气象站，

配备气象观测员。11 月份进行气温、蒸发、降水等 3 个项目的气象观测。1976 年，增加风向、风速、日照、气压、冻土等 5 个观测项目，并作出盐区气象预报。1979 年，投资 4 万元，建成 42 平方米的气象观测楼 1 座，辟有 320 平方米的观测场地。1980 年，新添 3000 元的气象仪器，配备专业气象员 2 名，及时发布长期和近期天气预报。

（三）生产工序

海盐的生产我国的海盐生产，一般采用日晒法，也叫“滩晒法”，就是利用滨海滩涂，筑坝开辟盐田，通过纳潮扬水，吸引海水灌池，经过日照蒸发变成卤水，当卤水浓度蒸发达到波美 25 度时，析出氯化钠，即为原盐。日晒法生产原盐，具有节约能源，成本较低的优点，但是受地理及气候影响，不可能所有的海岸滩涂都能修筑盐田，所有的季节都能晒盐。空气干燥，日照长久，蒸发量大，盐的产量就高，反之，产量就低。在我国的北方盐场，只有 3 月至 11 月才是晒盐季节。日晒法生产原盐，其工艺流程一般分为纳潮、制卤、结晶、收盐四大工序（如图 4 所示）。

1. 纳潮

实际上是生产原盐的原料提取过程。海水是盐业生产的原料，为确保生产的正常进行，必须千方百计地保证原料的供应。目前，采用的纳潮方式有两种，一是自然纳潮，二是动力纳潮。自然纳潮是在涨潮时让海水沿引潮沟自然流入；动力纳潮一般采用轴流泵将海水引入，其特点是不受自然条件限制。

2. 制卤

制卤是在面积广阔的蒸发池内进行的，根据每日蒸发量适当掌握蒸发池走水深度，使卤水浓度逐步提高，最后浓缩成饱和卤。

3. 结晶

海水在不断蒸发浓缩过程中，各种盐类浓度不断增大，当盐类浓度达到饱和时，将以晶体形式析出，在过饱和溶液中，不断维持溶液过饱和度，晶体就能继续生长。

4. 收盐

就是将长成的盐，利用人工或机械将盐收起堆坨。



图 4. 晒盐生产工序概况

三、生产技术地方性差异

(一) 长芦、山东与辽宁盐区

北方沿海地区，特别是渤海湾南部沿岸，应该是我 国最早大量出现淋卤煎盐法的地区。淋卤煎盐法可能早在商周时期的鲁北沿海已经大规模使用，但至 13 世纪渤海湾盐场仍普遍为淋卤煎盐法。渤海沿岸最早出现滩晒盐约在 16 世纪，包括海丰（山东无棣县）、深州（河北沧州）等地。约 16—17 世纪，各盐区逐渐采用晒卤晒盐法。到 19 世纪中后期才大规模开展晒卤晒盐。因此，比较而言，直到 18 世纪中叶北方的渤海南岸（山东）、西岸（长芦）与北岸（辽宁）各场才完成推广滩晒法，进入晒卤晒盐阶段。

(二) 两淮、两浙盐区

两淮盐区包括淮北、淮南盐场，两浙盐区包括浙西（包括今属上海地区的盐场）、浙东与浙南诸盐场。淮南与浙西等盐场在 4 世纪已有用于淋卤煎盐的盐田。16 世纪中叶两淮盐区南煎北晒，但直到 20 世纪前期淮南诸盐场及两浙大部分盐场仍主要采用淋卤煎盐法。其中，尽管浙西盐场在 17 世纪后期已有部分淋卤晒盐，

但 19 世纪前期仍主要采用淋卤煎盐法生产，直到 19 世纪后期才开始推广板晒盐，进入淋卤晒盐阶段。到 20 世纪 50—60 年代，浙东盐场经过技术改进才全部改为滩晒盐，舟山一带的盐场才由传统的板晒改为晒卤晒盐，进入晒卤晒盐阶段，且蒸发池底仍利用缸瓦片铺底，未直接利用泥池。整体上，20 世纪 70 年代两浙诸盐场才基本结束淋卤晒盐，转入晒卤晒盐阶段（滩晒盐）。

（三）福建与两广盐区

福建诸盐场在 14 世纪初淋卤煎盐法、淋卤晒盐法并存，闽江口以南的诸盐场采用的就是淋卤晒盐法。诸盐场在 16 世纪末仍主要为淋卤晒盐法。福建盐区“埕坎晒盐”实际上就是淋卤晒盐。到 20 世纪初闽江口以南诸盐场开始进入晒卤晒盐阶段。到 1950 年代，福建盐区诸盐场都采用了晒卤晒盐法，闽江口北盐场（今宁德地区）仍刮泥淋卤。整体上看，15—20 世纪两广与福建盐区长期处于淋卤晒盐阶段。

四、盐文化

（一）潍坊盐文化的历史演进

《吕氏春秋·用民篇》载：“夙沙氏之民，自攻其君而归神农。”南宋郑樵《通志》卷二十六《氏族略·以国为氏·夙沙》条引《英贤传》曰：“炎帝时侯国。”同书卷一《三皇纪》称：“夙沙为诸侯，不用命，箕文谏而杀之。神农退而修德，夙沙之民，自攻其君而来归。”近年研究证明，夙（宿）沙氏是大汶口文化中晚期活动在寿光弥河以西滨海地带的一个古老部族，长期与海为邻，首创海盐生产工艺，故被后世尊为“盐宗”之一。“宿沙作煮盐”不仅是山东海盐业开端，也是中国海盐业的开端。

1. 夏

夏朝的潍坊盐业已经初具规模，并且是全国重要的海盐产地。《尚书·禹贡》记载的“海岱惟青州……厥贡盐絺”。其中大体的意思是，夏朝，潍坊的第一贡品是盐，第二贡品是“絺”（即细葛布）。商代虽曾多次迁都（商代的王都遗址，至今已发现偃师商城、郑州商城和安阳殷墟三座），但都离海盐产地古青州不远。

2. 春秋战国

《古今姓氏书辩证》载：“訾，其先齐大夫，食邑于纪之訾城。北海都昌县西訾城是也。后人因以为氏。”“訾城”即“鄆城”。其故址位于今昌邑龙池镇东利渔村东约 2 公里处，南北宽 200 余米，东西长 300 余米，面积约 6 万平方米，周边即是东利渔古代盐业遗址群。

3. 汉代

汉代以来，潍坊盐业持续发展。西汉政府于都昌(今昌邑)、寿光设盐官，南燕于乌常泽(今寿光营里镇黑冢子村附近)设盐官。

元狩四年(前 119)，为增加国家赋税，汉武帝任命大盐商东郭咸阳与大铁商孔仅为大农令，兼领盐铁事，进行盐铁改革，使得潍坊盐区作为齐国食盐官营制度的实践区对中国盐政发展史的又一贡献。

4. 魏晋

魏晋以来，潍坊海盐业继续发展。《晋书·慕容德载记》载：“南燕慕容德曾“置盐官于乌常泽(今寿光营里镇黑冢子村附近)，以广军国之需”。《魏书·食货志》载：东魏孝静帝天平元年(534)，“于沧、瀛、幽、青四州之境，傍海煮盐……青州置灶五百四十有六……军国所资得以周贍矣”。

5. 宋

宋朝加大了潍坊区域的盐业开发力度。北宋皇祐五年(1053)，渤海曾发生过一次风暴潮灾害，从青州通判黄庶记录此次灾害的诗中得知，寿光、千乘(今淄博高青北)的海滨居民基本放弃了农耕生产，专致于盐业煎制，专业化程度极高。

6. 元

元代，山东设盐场 19 所，官台、固堤两场设在今潍坊寿光、寒亭海滨。官台场以寿光中疃村为中心，西至乐安(今滨州广饶)的王家岗场，向东直达北海(今潍坊)固堤场，东西长达 100 公里。固堤场则辖今寒亭产区及昌邑潍河以西产区，潍河以东产区属海沧场(设掖县，今烟台莱州)。

昌邑县姚瓦街村(今龙池镇姚徐邓村)人姚用，曾于元中统四年(1263)受委差巡检勾当，至元十七年(1280)受本县保举，充昌邑县盐局官勾当。宋元以来巡检虽为治安而设，但凡有盐场处皆置巡检，姚瓦街地处滨海，邻近昌邑产区及固堤

场，故姚用所任巡检职责主要为缉查私盐。

7. 明

明代，山东维持着元代 19 所盐场建置的基本格局，下辖盐场 19 个：“曰信阳、曰涛雒、曰石河、曰行村、曰登宁、曰西繇，曰海沧、曰王家冈、曰官台、曰固堤、曰高家港、曰新镇、曰宁海、曰丰国、曰永阜、曰利国、曰丰民场、曰永利、曰富国。” 19 个盐场中，属于莱州湾区域的就占据 1/3。由此可见，当时鲁北地区海盐业的发达。

（二）盐神信仰

盐是生活必需品，作为日常生活七件事之一，在人们生活中扮演着十分重要的角色，因而盐神在中国各地也是一位广受尊崇的神灵，不过因我国地域风俗和文化历史的差异性，各地供奉的盐神形象可谓千姿百态。潍坊当地盐民祭拜的主要对象是管仲。相传，农历正月十六日是管仲的生日，这一天，在渤海湾沿海地区的寿光、昌邑、滨海经济开发区等地、盐民和从事盐业生产的人们都要祭拜管仲，俗称过盐神节。

盐神节的活动内容大体有：祭拜盐神、放鞭炮庆贺、在盐垛上插小旗测风向，预测原盐收成年景。旧时还有测量月影预测年景的仪式，现在已经消失。节日这天，乡邻相聚饮酒。与其他地方过节不同的表现形式是饮酒不在家中，而是男人们走出家门与乡邻相聚饮酒庆贺，表现出盐民的豪放之气，也是古代“乡饮”风俗的遗风表现，同时，家家户户包饺子改善膳食。

在已落成的北海渔盐民俗文化馆中，重建了盐神殿，满足了潍坊北部盐民祭拜盐神管仲的夙愿（如图 5 所示）。



图 5. “盐神庙”管仲像

（三）盐工

1644 年（清顺治元年），潍县有灶户 60 户，灶丁 207 人（灶户、灶丁、系制盐户和制盐人称），经营横里路、林家央子、崔家央子三处盐滩。1940 年，有盐户 65 户，盐民 125 人。1958 年复滩后，有盐工 132 人。1971 年建成潍北农场盐场、54960 部队盐场，增加 61 人。1974 年新建 55085 部队盐场，增加 151 人。1978 年计有县盐场 1 处、部队盐场 2 处、乡镇盐场 2 处、潍北农场盐场 1 处，共有盐工 828 人。1979 年，潍县各公社在盐区的稻田改为盐场，此时全县村镇盐场达 20 个，盐工 360 人；同时，烽台、崔家央子、蔡家央子、林家央子、固堤场等村，都有单户或联户农民集资兴建盐场，面积三五百亩不等，年产量三五百吨。连同其他盐场盐工到达 1023 人。后因限产，大多数村镇盐场和户办盐场于 1981 年撤销。1988 年村镇盐场发展到 15 处，即：泊子乡盐场、萧家营乡盐场、央子镇盐场和崔家央子，蔡家央子一、二村、林家央子、韩家庙子、横里路、北辛庄、邵吕店、烽台一、二村、固堤场、西利渔盐场，有盐工 1500 人。再加部队盐场 2 处，农场盐场 1 处，区属盐场 2 处，共有盐工 2211 人。

（四）潍坊盐文化遗址

2003—2010 年间，经过三次考古工作，在潍坊发现商周时期的 3 5 8 处盐

场遗址，宋元时期的 4 2 处盐场遗址，具体情况如下：

1. 2003 年夏至 2009 年 4 月

地点:寿光羊口镇双王城周围 30 平方公里范围内。

次数:7 次

发现:商末至西周盐业遗址 76 处、东周 4 处、宋元 6 处。

2. 2009 年 10 月至 11 月

地点:潍坊市寒亭区央子街道沿海地带东西长 16 公里、南北宽 3 公里。

发现:韩家庙子、固堤场、丰台和西利渔 4 处大型古代盐业遗址群，其中商末至西周盐业遗址 13 处、东周 81 处、宋元 9 处。

3. 2009 年 11 月至 2010 年 4 月

地点:昌邑下营、龙池两镇沿海地带。

发现:火道——廐里和东利渔两处古代盐业遗址群，其中西周盐业遗址 8 处、东周 176 处、宋元 27 处。

第三章 盐文化研学项目策划的原则

一、保护性开发原则

对旅游资源的保护性开发是旅游目的地可持续发展的前提，是实现旅游可持续发展的根本保障和战略措施。保护性开发将旅游开发与保护并重，旨在通过深入了解区域内旅游资源的类型构成、敏感度和利用现状，结合旅游资源开发条件（如区位条件、交通条件、经济条件），合理确定出资源环境敏感区、限制区、设施建设区的发展方向和持续发展对策，是一种以环境为向导、注重人文关怀的开发模式。保护性开发讲求在不破坏区域传统特色的前提下更好地进行保护，同时促进区域特色景观的发展，实现被开发地区自然、经济、社会、文化的整体协调发展。其中，保护是核心，开发为外在表现。

对潍坊滨海盐业旅游资源文化内涵发掘时，尤其要注重潍坊滨海的生态环境。潍坊滨海有大片的盐碱地，盐碱地是盐类集积的一个种类，土壤里面所含的盐分影响到作物的正常生长，盐碱地严重的区域甚至没有植物可以生长，对此，潍坊的盐碱地绿化应该是潍坊盐业旅游资源开发的一个重要突破点。

针对潍坊滨海的环境特点，要强化沿海湿地、近海海域与岸线生态保护和修复，继续推进盐碱地绿化的“滨海模式”。此模式通过培育耐盐碱植物，打造风景优美、生态良好的滨海环境，保护好野生动物的栖息环境，来保护好潍坊滨海的生物多样性，使其转化为优秀的旅游资源。潍坊滨海盐业的开发需要保护好滨海的湿地滩涂，在保护的前提下开发，在开发的过程中保护，贯彻以人为本的科学发展观，统筹兼顾保护与开发的关系。

潍坊旅游资源开发过程中不能脱离可持续发展原则，在发展的实际过程中，不能只注重市场效益而忽略了环境的保护，政府及有关部门对此要严格履行监管职能，对市场进行有效的管控，来保障潍坊滨海的环境质量。此外加强对滨海环境保护的教育与宣传，培养环境保护的专业人才，为潍坊滨海的盐业开发提供保障与支持。

二、以游客为中心原则

旅游项目是面向游客的，旅游项目的设计需坚持游客中心原则，了解游客需求，满足游客需要，以游客为主。在进行旅游项目的设计时，必须认真考虑率旅游者的个性化需求，了解游客的特点、偏好和需要，满足旅游者多样化的个性需求，提高旅游者的满意度，增强旅游体验。潍坊滨海盐文化研学旅游项目的设计中要以旅游者为中心，围绕旅游者进行开发规划

（一）以游客为中心的互动

旅游工作者在给旅游者服务的过程中应当融入盐文化旅游的氛围中，热心给游客讲解、为游客服务。因此培养旅游从业人员的能力很重要，服务人员应当保持积极的心态、良好的仪容、行为和态度以及良好的业务能力，给予游客优质的服务。旅游设施的设置也应当以游客为中心，为游客提供完整的旅游服务，来让游客通过盐文化研学旅游学到更多、有满意的体验。另外，也要注重旅游者与旅游者之间的互动。为旅游者提供良好的交流环境，避免旅游者之间的摩擦和冲突。

（二）把握顾客差异，突出其灵活性

项目的设计要把握顾客的个性化需求，根据盐文化研学旅游的特点，研究游客的需求、心理特点，分析其偏好，分析旅游者在旅游项目中可能发生的行为和多样化需求，灵活设计旅游设施，灵活的提供服务。

（三）合理融合旅游者、旅游服务从业者和旅游设施

在充分了解顾客的前提下，将旅游者和旅游从业人员以及旅游设施结合起来，使他们相互协调，使旅游者的体验和旅游服务都达到高的质量。建立以游客为中心的服务的体系，为游客提供完整的服务。建立旅游服务质量评价体系和检测机制，提高服务的质量，满足游客的多样化需求。

三、体验性原则

景区旅游项目的设计应考虑游客的参与体验，除了游客参观游览的项目，还应当设计出能让游客体验并真正有文化内涵的项目。围绕游客身心体验和全方位感受进一步完善景点、景区的建设，提升景区主题形象和吸引力。集合潍坊滨海盐文化的特点，要设计出游客参与体验的研学项目，丰富游客旅游体验。

创意和创新是旅游项目吸引游客和满足客人多样化需求的一个要点。创意需要追求差异，差异产生特色，特色产生吸引力，吸引力提升竞争力，不管资源条件如何，产品上做成精品，而精品主要是体验，从而提高旅游产品的体验性。

（一）旅游目的地形象塑造

建筑是旅游目的地的外在表现，建筑尽可能采用与本地文化相一致的特色，同时与游客求新求异的需求相契合，通过本地文化与建筑创新，形成与已有旅游景区的视觉反差，形成独特的建筑景观从而吸引旅游者，将区域文化的深刻内涵贯穿于建筑之中，满足旅游者的研学需求。

制定主题，塑造旅游形象。打造鲜明的旅游目的地主体形象，把本地特有的文化底蕴挖掘，形成项目旅游新名片，以此来吸引游客游玩和研学。

（二）旅游商品创意化和活动多样化

通过对旅游产品的创新，来提高旅游者的旅游体验；通过对旅游活动的多样化创新，满足不同游客的旅游需求。对旅游产品的创新，丰富旅游活动的体验性。

四、因地制宜原则

潍坊盐文化研学旅游项目的规划要结合潍坊滨海当地实际情况，进行合理规划、科学设计。具体来说，就是依据潍坊滨海当地地理地形、气候生态、生物群落以及人文历史等方面情况，来制定相对应的措施。根据现有的材料进行适

当选择，利用现有条件，对不利的环境因素进行改造，使之能营造出宜人的景观特色。因地制宜的核心宗旨是根据当地的不同条件制定不同的措施，在进行改造当中，充分利用潍坊滨海的风能以及植物等自然资源进行有效的改善。

第四章 盐文化研学项目策划的实施

一、研学项目运营模式

研学是主题，基地是载体。在文化旅游业发展的大时代下，研学与科技旅游、文化旅游、乡村旅游及户外拓展等结合，呈现四类研学旅游地产，成为文化旅游开发运营商发展研学旅游的重要的产品选择（如图6所示）。



图6. 研学旅游产地4大产品模式

以学校“研学旅行”主题为主导，与潍坊龙威盐文化研学基地合作为基础，依赖国家政策保障、学校领导小组审查保障、第三方执行资质规范保障、社会保险保障等条件保障，展开具体研学项目活动。

二、研学项目实施流程

宣传发动→考察调研→确定“研学旅行”主题→交予潍坊龙威盐文化研学基地制定活动策划案→学校审批→申报教育局审批备案→交予潍坊龙威盐文化研学基地执行→活动开始→活动结束→活动总结与评价

三、研学项目活动形式

在拥有如此雄厚的盐文化资源的基础上，依据其得天独厚的区位条件、气候条件等，根据研学项目策划的保护性开发、因地制宜等原则，进行一系列盐文化研学项目的设计，在亲身体验中感受盐文化的魅力，具体项目如下。

（一）参观盐文化展馆

在盐文化展馆，伴随着哗哗的海浪声与深蓝色的光影领略先祖“煮海为盐”的历史文明，全方位展现了盐文化的发展历史和文化遗产；在讲解员的讲解中认识到此盐场位置选择的重要性，了解盐场的发展进程。展馆以大量的史料、逼真的历史场景、高科技手段等，如虚拟现实技术、全息投影等数字展示技术，通过艺术创意设计，让前来的参观者身临其境（如图7所示）。



图7. 参观盐文化展览馆

盐文化展馆除了常规项目的展示，还有许多体验性设计——含碘体验区、互动展项等，让参观者感受了丰富有趣的文化享受。各项目选址（如图8所示）。

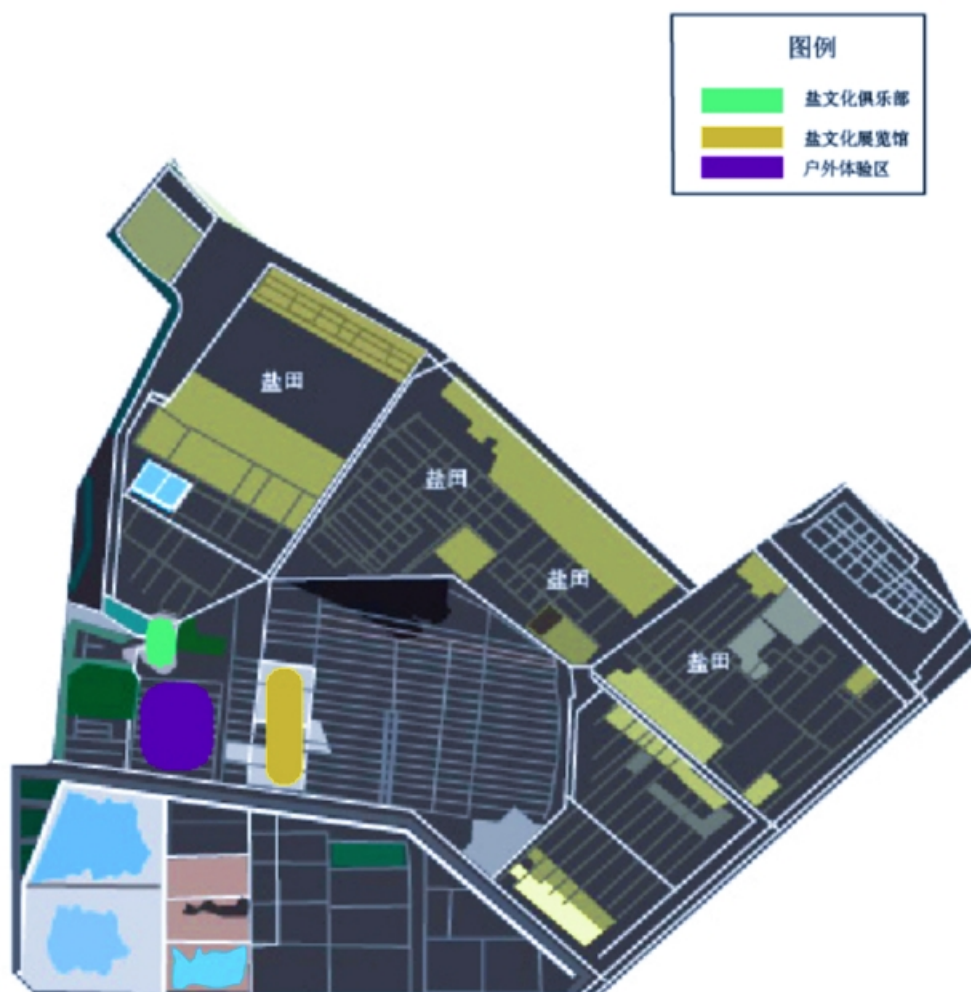


图8. 研学项目选址

（二）供盐仪式体验历史

潍坊是中国最大的海盐生产基地，盐神崇拜由来已久。管仲是春秋时期齐国的贤相，提出“唯官山海为可耳”的渔盐改革，大力发展盐业。后来管仲实行“煮沸水以籍天下”，得以让齐国发展壮大，造福了沿海百姓。后人感念他的恩泽，于是，便将他奉祀为“盐神”。

潍坊滨海的盐业摇篮地位，无疑是经过了千万年的历史积淀，形成了悠久的海洋盐业文化。如今，潍坊沿海地区的盐民和从事涉盐行业的人们，仍旧沿袭着当地古老的传统，在每年特定的节日里祭祀盐神，虔诚地向海洋洒下深深的感激

之情。

馆前竖立起夙沙、胶鬲、管仲三位盐宗的画像，宣读祭文，人们在文字中感受盐业的兴衰（如图 9 所示）。



图 9. 宣读祭文

（三）参观盐田

走进龙威盐田，龙威盐田是山东潍坊龙威实业有限公司下属的现代化原料盐生产基地，盐田占地大约十五六亩，平均每年产盐 200 万吨，主要销往山东以内的纯碱和氯碱等工业用盐。

观赏盐田风光，迎着咸咸的海风，沿着一块块盐池，近距离观察晒盐、收盐的过程，亲眼见证海盐滩晒的规模、海水成盐的真实画面以及一颗颗小小的盐晶所折射出来的智慧与汗水（如图 10 所示）。



图 10. 晒盐实际场景

（四）体验晒盐、收盐过程

在工作人员的引领下，参观早期的盐滩、制作盐的盐滩，了解盐的制作工序等；亲自体验晒盐、收盐的过程，体验晒盐的艰辛；收集观察原盐的形状，品尝体验海盐的味道。在追忆往昔岁月中感受勤劳的盐民们遵循古法、守望盐田的艰辛与不易（如图 11 所示）。



图 11. 学生体验晒盐过程

（五）盐塑馆俱乐部

在俱乐部“盐塑馆”中，学生们可以将盐作为雕塑材料，通过触摸盐的质感，用可食用色素制成的彩色颜料手绘图案，或者直接可以用盐和面粉塑造各种各样的造型，学生们现场有专门的老师来进行指导，学生制作的盐塑产品既可以选择自己带走，也可以交由老师，由老师进行后续的加工完善展示出来或邮寄给学生。

（六）互动小实验

研学老师还可以现场为孩子们做有关盐的小实验，并讲解其中的原理，让学生仔细观察其中的一些变化，从而更直观的了解盐的作用（如图 12 所示）。



图 12. 给学生教授盐知识

第五章 营销策划

作为集盐知识普及、盐文化传承、盐项目体验等于一体，是具有体验性、娱乐性、趣味性和知识性的综合性研学基地。并且当前属于互联网时代，网络信息传播速度快、新媒体资源丰富，所以在做营销时可采用互联网工具为主、传统的媒体为辅的营销方式进行精准营销。

利用多种营销方式与渠道，提升品牌产品曝光率，扩大影响力，让更多的消费者了解盐文化研学旅行，从而对不同的消费者进行针对性宣传，进而树立良好的盐文化研学旅行品牌形象，营造良好的盐文化研学旅行市场氛围。

一、线下户外广告投放

制作高速沿线广告、市区主要路灯杆直幅广告、路牌广告、宣传海报等。通过制作高速沿线广告，吸引路上行驶的人的注意，使他们成为来潍坊龙威盐田进行盐文化研学旅行的潜在客户。通过市区的广告和宣传海报，让潍坊人民了解盐文化研学旅行，并且在海报上设置二维码，让他们可以用通过扫描二维码的方式获取研学旅游项目的详细信息。

二、在旅游网站上线产品

在携程、飞猪、去哪儿等旅游网站上上线旅游产品信息，当用户以盐文化研学、潍坊盐文化或其他相关关键词搜索时可以搜到，将具体研学项目上线，并配以具体图片，使用户充分了解盐文化研学项目，激发他们的旅游动机。

三、针对目标客户宣传

针对研学主要群体——中小學生，与学校相关部门联系（或与教育局相关部门联系），到学校进行实地宣传讲解，让他们了解盐文化研学及其意义，争取与学校达成合作，定期组织学校学生来潍坊龙威盐田进行盐文化研学旅行，使该地成为青少年盐文化科普教育基地。

四、社交媒体宣传

首先，可以充分利用微博、微信公众号、抖音等自媒体进行宣传与推广，扩大宣传范围，还可以通过直播等创新的交流方式，组织针对性的营销活动，进行体验式营销等。

其次，注册微博、微信公众号、抖音号等账号，并进行日常维护，发布景区相关内容和活动图片。如进行抖音视频打卡活动，选择热度高的前三名赠送礼品；还可以进行微博抽奖，说说自己对潍坊盐文化研学的认识，进行转发评论，抽取幸运用户赠送体验门票等等，扩大宣传范围并加强游客对景区的了解，吸引游客前往。在微博、微信公众号、抖音等自媒体上放上景区门票购买链接以及景区地址 以方便游客。

五、制作宣传短片

首先，拍摄一部宣传短片，将潍坊海盐文化浓缩展示，并将景区盐田景观场景及活动进行拍摄，通过剪辑、增加文字等，将时间控制在六分钟左右，最终将宣传片在微博、抖音等网站进行投放，同时可以选取城市大屏投放，提高宣传力度。

其次，可以在微博选取一个广告位，如名字为晒晒你对潍坊盐文化的印象，让用户充分讨论，引起热度，同时在官方微博账号上发布这部宣传短片，随机抽取有趣的评论赠送潍坊盐文化文创产品，点赞评论高的随机赠送体验门票。同时在抖音还可以发出潍坊盐文化研学项目的卡点视频，制作有趣的文字与图片相结合，形成热点，获取关注度。

六、礼品宣传

在室内设计一个类似于展览的地方，既可以参观好的盐塑作品，也可以自己亲手体验怎么进行盐塑（即用盐捏东西），会有专业人员进行指导，自己完成的作品可以选择带走或者经过工作人员加工放展览馆里或邮寄给学生。