

南華大學管理學院文化創意事業管理學系

碩士論文

Department of Cultural & Creative Enterprise Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

傳統鹽業文化發展與推廣之研究 - 以洲南鹽場為例

A Study on The Development and Promotion of Traditional
Cultural Industry of Salt--A Case of Jou-nan Saltfield

蕭仁維

Jen-Wei Hsiao

指導教授：趙家民 博士

洪林伯 博士

Advisor: Chia-Min Chao, Ph.D.

Lin-Bao Hung, Ph.D.

中華民國 107 年 6 月

June 2018

南 華 大 學
文化創意事業管理學系
碩士學位論文

傳統鹽業文化發展與推廣之研究-以洲南鹽場為例

A Study of the Development and Promotion of Traditional
Cultural Industry of Salt- - A Case of Jou-nan Saltfield

研究生： 葉仁維

經考試合格特此證明

口試委員：謝品瑛
施能木
魏以仁
趙家民

指導教授：魏以仁 趙家民

系主任(所長)：李長生 157

口試日期：中 華 民 國 107 年 6 月 16 日

南華大學管理學院文化創意事業管理學系 106 學年度第 2 學期

碩士論文摘要

論文題目：傳統鹽業文化發展與推廣之研究－以洲南鹽場為例

研究生：蕭仁維

指導教授：趙家民 博士

洪林伯 博士

論文摘要內容：

台灣的鹽業據可考史料推測約有三百多年的歷史，發展至近代，台鹽公司因全球化貿易及成本考量，將鹽田全面廢曬，數年後經由地方文化團體的多方努力，於布袋鎮龍江里重建了現今的洲南鹽場，保留了鹽田原始的地情地貌，並致力於傳統鹽業文化的保存，在推廣上以環境教育及特色鹽產品為永續經營的核心，順應了現今產業文化資產保存、活化與再利用的風潮。

本研究以此為研究背景，在確立研究動機後，所訂定研究目的為：一、探討洲南鹽場發展的歷史及目前生產的概況；二、分析洲南鹽場目前推廣的情形；三、提出洲南鹽場推廣方法及推廣方式之建議。並以質性研究的訪談法與文獻分析法作為研究方法，經由訪談所得資料與所蒐集之文獻，進行整理與比對，再藉由 SWOT 分析洲南鹽場推廣的優勢、劣勢、機會與威脅，得到洲南鹽場發展歷史與目前推廣情形之研究結果。研究結論是，洲南鹽場以環境教育與深度旅遊及特色鹽品的推廣為永續經營的核心，並致力於鹽業文化資產保存與發展的工作，最後綜合受訪者與研究者的看法，提出洲南鹽場在鹽業文化推廣上的建議與後續研究建議。

關鍵詞：傳統產業、文化產業、洲南鹽場、環境教育、台灣鹽業史

**Title of Thesis: A Study on The Development and Promotion of
Traditional Cultural Industry of Salt--A Case of
Jou-nan Saltfield**

**Name of Institute: Department of Cultural & Creative Enterprise
Management, Nanhua University**

Graduate date: June 2018 Degree Conferred: M.B.A.

**Name of student: Jen-Wei Hsiao Advisor: Chia-Min Chao, Ph.D.
Lin-Bao Hung, Ph.D.**

Abstract

The salt industry in Taiwan speculates about 300 years of history based on historical data. In the modern era, TAIYEN Company completely set aside all salt fields because of the global trade and the cost considerations. Several years later, it reconstructed the present-day Jou-nan Saltfield in Longjiang Village, Budai Township through various efforts of local cultural groups. It retained the original landform of salt fields and committed to the preservation of traditional salt culture. In the promotion, environmental education and specialty salt products became the core of sustainable management. It also accomplished the trend of preservation, activation and reuse of industrial cultural assets.

Based on this research background and after establishing the motivation for the study, the research objectives are as follows: (a) to discuss the development history and the current production situation of Jou-nan Saltfield. (b) to analyze the current promotion of Jou-nan Saltfield. (c) to provide the suggestions on promotion methods and promotion methods of Jou-nan Saltfield. In addition, qualitative interviews and literature analysis methods were used as research methods to collate and compare the data obtained through the interviews and the collected literature. And then, the

advantages, disadvantages, opportunities, and threats of the promotion of Jou-nan Saltfield were analyzed by SWOT. Thus we can get the research results of the development history and current promotion of Jou-nan Saltfield. The conclusion of the study is that the environmental education, in-depth tourism, and the promotion of specialty salt products are the core of sustainable development in Jou-nan Saltfield. And they are committed to the preservation and development of cultural assets in the salt industry. Finally, the opinions of respondents and researchers are comprehensively proposed. Then the suggestions and follow-up research suggestions for the promotion of salt culture in Jou-nan Saltfield are provided.

Keywords: Traditional Industry, Cultural Industry, Jou-nan Saltfield, Environmental Education, Taiwan Salt Industry History



目 錄

中文摘要	i
英文摘要	ii
目 錄	iv
表目錄	vii
圖目錄	viii
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	4
1.3 研究對象與範圍	5
1.4 研究流程	9
第二章 文獻探討	11
2.1 台灣鹽業史	11
2.2 布袋鹽場歷史	19
2.3 洲南鹽場歷史	20
2.4 洲南鹽場重建歷程	22
2.5 關於「鹽」	25
2.6 傳統產業	35
2.7 文化產業	37
2.8 環境教育	39
2.9 生態旅遊	42
2.10 文化觀光	44
2.11 社區總體營造	46
2.12 觀光旅遊	50
第三章 研究方法與執行	54
3.1 研究方法	54
3.1.1 質性研究	54
3.1.2 深度訪談法	55

3.1.3	文獻分析法	56
3.2	研究設計	57
3.2.1	設定訪談對象	57
3.2.2	設計訪談大綱	58
3.3	研究執行	60
3.3.1	深度訪談執行過程	60
3.3.2	訪談資料編碼說明	61
第四章	資料分析與結果	63
4.1	洲南鹽場發展的歷史及生產的概況	63
4.1.1	就您所知，請概述洲南鹽場的歷史	63
4.1.2	就您所知，請描述洲南鹽場自廢除曬鹽後重建的歷程	65
4.1.3	您對政府單位在傳統產業文化的保存上有何建議	69
4.1.4	請說明洲南鹽場目前鹽生產的概況	70
4.1.5	您覺得傳統的日晒鹽與現代的精鹽有何不同	71
4.2	洲南鹽場目前推廣的情形	75
4.2.1	請問台鹽實業股份有限公司在洲南鹽場的經營及管理上扮演什麼角色	75
4.2.2	就您所知，擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場目前以何種方式推廣及推廣的情形如何	75
4.2.3	依您的觀察，來洲南鹽場參訪的遊客數如何，又以何種型態的遊客居多	80
4.2.4	您覺得遊客參訪的期間對在地的環境、交通及社區上有何影響	81
4.3	洲南鹽場如何推廣及推廣的方式	82
4.3.1	請問貴單位在洲南鹽場的推廣上扮演什麼角色，又以何種方式協助推廣	82
4.3.2	您能舉出有哪些傳統產業文化推廣成功的例子，有何值得學習之處	84
4.3.3	您覺得洲南鹽場在推廣上有何優勢及劣勢	86
4.3.4	您認為擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場要如何推廣，以何種	

方式推廣.....	89
4.3.5 在產業轉型上，您認為台鹽生技的轉型如何，是否有使用過台鹽生技的產品，又使用過後的感覺如何.....	92
4.4 研究結果.....	93
第五章 結論與建議.....	101
5.1 研究結論.....	101
5.2 研究建議.....	111
5.2.1 未來發展與推廣之建議.....	111
5.2.2 後續研究建議.....	113
參考文獻	115
附錄一 各相關重要人士訪談大綱.....	119
附錄二 訪談逐字稿.....	124
附錄三 洲南鹽場場區照片.....	182

表目錄

表 2.1	清代初期台灣主要出現之鹽場開闢表	14
表 2.3	洲南鹽場歷史沿革表	21
表 2.6	傳統產業之定義	36
表 2.7	文化產業之定義	38
表 3.2.1	本研究訪談對象表	58
表 3.2.2	本研究訪談大綱一覽表	59
表 4.1.5	台灣市售鹽品演進過程表	73
表 4.3.3	洲南鹽場推廣之優劣勢表	87
表 4.4	洲南鹽場發展與推廣之SWOT分析	94



圖目錄

圖 1.3-1	布袋鎮行政區域圖	6
圖 1.3-2	洲南鹽場位置圖	8
圖 1.3-3	洲南鹽場場區圖	9
圖 1.4	研究流程圖	10
圖 2.1	七股青鯤鯓的扇形鹽田	18
圖 2.4	重回鹽田，看見洲南場	24
圖 2.5-1	鹽燈	27
圖 2.5-2	羅氏鹽膚木	28
圖 2.5-3	裸花鹼蓬	28
圖 2.11-1	洲南鹽場的入口意象	49
圖 2.11-2	洲南鹽場入口步道的再造意象	49
圖 2.11-3	洲南鹽場場區內的地景意象	50
圖 2.12-1	近十年國人國內旅遊總旅次變化	53
圖 2.12-2	近十年觀光外匯收入及國人國內旅遊收入及觀光總收入	53
圖 4.1.5	鹽品市場開放後，大賣場貨架上琳瑯滿目的鹽品	74
圖 5.1-1	2008 年第一屆謝鹽祭活動，祈佑鹽田整建順利平安	103
圖 5.1-2	謝鹽祭活動	104
圖 5.1-3	在地生態產業導覽的小旅行	105
圖 5.1-4	洲南晚宴	106
圖 5.1-5	環境教育活動	107
圖 5.1-6	洲南鹽場 2016 年獲得國家環境教育獎優等獎	108
圖 5.1-7	洲南鹽場的三種主要鹽品	110

圖 5.1-8 期間限定的日曬鹽牛奶糖..... 111



第一章 緒論

本研究的研究目的在探討傳統鹽業文化發展與推廣之研究-以洲南鹽場為例，其中本章 1.1 為研究背景與動機，1.2 為研究目的，1.3 為研究對象與範圍，1.4 為研究流程。

「鹽」是個讓人又愛又恨的東西，有了鹽，食物變得美味；沒有鹽，五味中少了一味，食物也就食之無味，但食用過多的鹽卻又會讓健康衰退，讓人視之為健康的殺手，導致鹽承受了萬惡這個罪，它從不是餐桌上的那個主角，但卻是不可或缺的那位最佳配角。然而，看似平凡無奇的鹽，是種太陽吻過的美味，過程非常辛苦且具技術，從來就不是簡單的事，而是汗水、淚水、土地、風雨與陽光，共同譜出的美妙旋律，也是人與自然環境互動的結晶(陳靜宜，2016)。「鹽」除了可以食用外；也可以是經濟的一環；也可以是文化的一部分；也可以是一個旅遊景點的主角；它還是台灣傳統產業糖、鹽、酒的一員。現在!就讓我們來揭開它神秘的面紗吧!

1.1 研究背景與動機

本研究之研究對象-洲南鹽場，是塊有歷史的文化鹽田，本研究將分為”發展”的歷史與重建後的”推廣”兩個面向來論述。發展的歷史簡述於本章本節做為研究背景，詳細的台灣鹽業史另述於第二章之文獻探討；至於重建後的發展與推廣方面，以順應這股文化潮流，做為另一個研究背景，分段簡述。最末段則為研究者之研究動機。

一、台灣鹽業發展歷史

綜觀台灣鹽業史，台灣的氣候條件相對而言並不適合曬鹽，然而，台灣的鹽業發展卻持續超過300年，追尋其發展進程，彷彿是台灣過往凝結而成的歷史結晶。台灣最早的天日曬鹽應始於明鄭時期，當時鄭經的參軍陳永華引進大陸沿海的曬

鹽方法，開啟了台灣天日曬鹽史的一頁；爾後歷經清代陸續闢建了七大鹽場，最早的洲南場即闢建於此時期，位於今台南市永康區，但清代的鹽場常因天災洪水不斷的遷移，洲南場也因此經過數度的遷移，最後由當時的鹽商吳尚新受命新闢洲南場於現今的布袋鎮新厝地區；台灣的鹽業史再經歷了日據時代，開啟了天日曬鹽最輝煌的時代，不僅技術進步產量大增，因應戰爭也大量生產工業用鹽；之後來到了日本戰敗國民政府時期，鹽務機關數度變更，台鹽獨佔市場且管制鹽品；最後發展至近代出現了機械化鹽田，鹽業日漸的式微，台鹽公司的轉型，步入裁廢鹽廠、鹽工，最終全面廢曬鹽田。

台灣的鹽業直至民國 90、91 年台鹽公司宣布全面廢除曬鹽後，成了所謂的「無鹽的結局」，時下的台灣，已完完全全沒有曬鹽這個勞苦的行業了。然而，當時國家的產業部門，在追求成本及利潤的資本考量下，放棄了原本就勞力密集、生產較無效率、成本較高且不具市場競爭力的傳統天日曬鹽，反而數年後，政府的文化與觀光部門、縣市的地方政府及許多的文史團體，卻陸續的投入與投資傳統鹽業的文化復興、鹽場重建及鹽田再生產，這似乎在宣告「文化」崛起的時代來臨。在這種情形下，出現「文化」兩字的名詞蔚為一種風潮，諸如：文化創意、文化觀光、文化推廣、文化產業、產業文化等等，甚至文建會也改制為文化部，還有各地如雨後春筍的文化中心、文化館，這些都是這股文化風潮的最佳詮釋。

二、文化潮流

行政院於 1981 年 11 月 11 日成立了文化建設委員會（簡稱文建會），以作為統籌規劃國家文化建設施政之最高機關，在全國性及地方性的文化發展工作上，扮演政策規劃者及推動者之角色。之後，為配合中央政府實施組織改造的啟動，及全球文化風潮的崛起，文建會在 2012 年 5 月 20 日改制為文化部，其賦予的任務在於解決文化相關業務長久以來面臨的人力、資源及事權不一之困境，因此將政府組織當中原本分散在各單位的文化事務重新整合，更重要的是能營造出更為豐富的文化生活環境，激發保存文化資產的意識，提昇國民文化參與的意願，讓所有

國民不分階級、不分族群，皆能成為臺灣文化的創造者及享用者，以展現出臺灣在文化上的國力(文化部網站，2018)。

台灣政府從 1981 年成立文建會開始，已順應世界的文化潮流而漸漸重視到文化的保存與發展這一塊，同時推行了許多相關的政策，亦訂定了許多相關的法規，且於 2012 年將文建會改制為文化部，更提升了該會的層級，來整合全國文化相關的事宜，以利推行各種文化事務。

「文化」是一種不斷撞擊、融合、吸納、再生之過程。世界各地的文化透過全球化不斷地撞擊、融合，形成全球文化經濟的一環。在全球化的潮流下，經濟活動已然受到文化的驅動，促使文化成為大眾化的消費品，因為在全球化架構下，藉由日新月異的通訊與資訊科技來傳播知識、新聞、文化與藝術，幫助突破了國家與文化的藩籬，也減少了人與人之間之隔閡，使得深藏於人類內心深處共有的向上提升力量被激發出來，一起追求、建構超越種族和國家與文化界限的普世價值。然而，台灣在文化發展上主要仍是受到全球化的影響及導引，這對文化之影響是多方面的而且複雜的，以正面的角度來說：全球化對世界所造成主要的影響大致有兩方面，一個是全球共同價值的建立，另外一個是文化經濟的興起，這兩者是相互影響的。文化透過經濟活動傳遞、建構某些共同價值，而人類對共有價值如美好生活的追求也帶動了文化經濟的發展，所謂文化經濟的興起，是因全球消費主義的盛行，所帶來文化大眾商品化的結果(林正二，2017)。

在這股文化風潮下，台灣的產業文化資產在過去因為是著重生產力的年代，所以甚少受到關注，直到許多國營事業民營化的政策推行，台灣產業文化資產的重要性浮現後，才多方面的開啟了產業文化資產的議題，促使政府、學者、文史團體進行一連串的產業文化資產清查、登錄、保存與再利用的工作。然而，今日台灣對於產業文化資產再利用及保存的工作已推行十數年，大部分產業文化資產活化與再利用的方式，多傾向於文化觀光及文化商品，結合觀光與商品來向外推展，藉由辦理活動、文化與藝術節慶、或者展演的方式，吸引觀光人潮以匯聚人氣及提升知名度，最直接的做法便是推出各種的文化商品，與台灣近幾年盛行的體驗及 DIY 互動式的文化活動商品。可見從地方節慶乃至於國際級的藝術展演形

式，及文化活動、文化創意商品的研發與推廣，往往是最能吸引參與者的目光和參與意願之方式(廖怡雯，2010)。

一般常看到的傳統產業文化推廣(即所謂的產業文化資產活化與再利用)的方式包含:文化觀光、文化活動商品與文化商品等大方向，但當中仍可細分為多種的施行方式。至於洲南鹽場的傳統鹽業文化發展與推廣，亦可以此等方式來推行，但仍可激盪創意，創造出屬於洲南自己的特色，與大眾市場做出區隔。

然而，本論文以「傳統鹽業文化發展與推廣之研究-以洲南鹽場為例」為題，實為以現今最為熱門且興盛的議題「文化與觀光」，做為「發展與推廣」論述的重點。洲南鹽場雖是一塊文化鹽田，但本質上仍是有觀光景點的基因，亦可發展觀光旅遊面向，因此，洲南鹽場勢必順應現今的趨勢，將發展與推廣的重點放在觀光旅遊、生態旅遊與環境教育之上，以及由一般的大眾旅遊進化到文化觀光的潮流下，當然還有該鹽場的特色鹽品亦可為推廣之重點，將於本論文第四章加以論述，此章暫不贅述。另外，目前全台灣皆朝向社區總體營造的面向發展，洲南鹽場位在新厝的龍江社區內，亦屬於社區總體營造的適用範圍，當然也可以社區總體營造的模式來發展及推廣鹽業文化。

鹽是人們每天都會食用到的東西，它除了是調味品、也可以是工業原料、也可以是神聖的象徵、更可以是多種功能的用品。然而，有多少人知道鹽如何而來?有何歷史?如何產曬?生產現況?這些問題都必須下工夫去研究。此外，研究者有感於傳統產業的日漸式微與傳統曬鹽文化已不復保存，試圖找出能將鹽業文化推廣且得以保存的方式，但從事鹽業相關的研究屈指可數，文獻亦付之闕如，爰此，洲南鹽場在將傳統鹽業文化復興之後，接下來如何將鹽業文化保存、發展、推廣與再利用，這便是研究者想深入探究的研究動機。

1.2 研究目的

近代機械化與自動化取代了傳統產業人力生產的模式，並且在全球化的衝擊之下，導致台灣的傳統產業已無競爭力而漸漸被淘汰，致使許多的傳統產業與產業文化資產日漸消失且無人傳承，此一窘境，恐造成後代子孫遺忘了早期的台灣

曾有過這些傳統產業與其文化。本研究最後以SWOT分析法分析研究所得之結果，希冀能透過各種方式，如產業轉型、結合觀光、發展文創、開發市場等，將傳統鹽業與鹽業文化推廣、活化與再利用，並使傳統鹽業文化與文物得以保存。爰此，本研究之研究目的如下：

- 一、探討洲南鹽場發展的歷史及目前生產的概況。
- 二、分析洲南鹽場目前推廣的情形。
- 三、提出洲南鹽場推廣方法及推廣方式之建議。

1.3 研究對象與範圍

本研究意在探討台灣傳統產業糖、鹽、酒之中的鹽業，也就是研究傳統鹽業文化發展與推廣的情形，以嘉義縣布袋鎮-洲南鹽場為研究對象。本節先將洲南鹽場所坐落的布袋鎮(龍江里)其行政區域圖(如圖 1.3-1)、地理環境及歷史背景加以說明，再將洲南鹽場的位置圖(如圖 1.3-2)、場區圖(如圖 1.3-3)、地理位置及歷史背景也加以說明，以期能清楚且完整的表示出研究對象。

一、布袋鎮的地理環境及歷史背景

布袋鎮位於嘉南平原的西南隅，瀕臨台灣海峽，鎮內多屬平地，為八掌溪歷次改道沖積而成，土地面積大約 59 平方公里，北面接東石鄉；東北面臨朴子市，東南面有義竹鄉，西南面隔著八掌溪與台南市北門區相望，西面則為臺灣海峽，為一傳統濱海的漁港鄉鎮，亦為嘉義縣二個濱海鄉鎮之一。布袋鎮沿海地區在清代初期為倒風內海的一部分，因狀似布袋，布袋嘴庄又位於出口，故得名布袋嘴，因此舊稱為「布袋嘴」，當時漢人開發的時間與程度不一，除了明朝萬曆年間即擁有港口機能的魴港（好美里），以及康熙年間因為八掌溪改道經由冬港出海，才使得冬港（東港里）、大坵田（內田里）等地逐漸開發，其餘地區直到倒風內海逐漸堆積形成海埔地才陸續有移民進入開墾，因此對於嘉義縣的開發史而言，布袋鎮大部份聚落是屬於較晚開發的區域。布袋鎮目前共有 23 個里劃分為 375 個鄰，依人口聚集程度主要可分為四個聚落，分別為過溝庄、布袋庄、大寮庄以及新塹庄(李昕哲，2017)。布袋自明末起即與大陸、澎湖間通航頻繁，又因與福建、

廈門距離最近，故光復初期台灣與大陸間的商業行為及文化交流全仰賴此管道，也因此風光一時，有了「小上海」之稱，可以想見當時繁華的盛況。轄內地形除漁港外便是商港及遊艇港等海灣地形，另有一處國家級的紅樹林生態保育區，已配合中央政策劃歸為「濱海國家生態公園」，除此之外鹽田(山)風光、觀光漁市、人工沙灘、海景公園、濱海森林、好美里自然生態保護區、廟宇、古厝、漁村風光及遊瀉湖、觀野鳥...等活動更是遊客週休二日流連忘返的魅力所在。今日的布袋鎮週遭漁蝦養殖豐富，尤其以虱目魚及牡蠣最負盛名，故相關的產業文化與自然的生態景觀為本鎮的主要特色，也為國人提供了一處良好的沿海生態教育場域(嘉義縣布袋鎮公所網站，2018)。



圖 1.3-1 布袋鎮行政區域圖(資料來源:嘉義縣布袋鎮公所網站，2018，

<https://budai.cyhg.gov.tw/>)

二、洲南鹽場的地理環境及歷史背景

台灣西南部沿海因地屬沙岸且平直；日照強烈且乾季較為明顯，自古以來即為台灣島上主要的鹽場，本研究對象洲南鹽場所在地-布袋鎮即位處西南沿海，擁有得天獨厚的環境與地理條件，造就了當地悠久的晒鹽歷史（嘉義縣文化觀光局網站，2018）。

位於布袋鎮龍江里新厝仔社區的洲南鹽場，鄰近百年校史的布袋國小及台鹽的布袋鹽山，且台17線與台61線交錯而過。起源1824年清代大鹽商吳尚新受命於現今的新厝仔開闢「洲南場」鹽田，自此奠定了布袋百年鹽業的基礎。台鹽公司宣布全面廢曬後，2001年布袋鹽場廢曬，直到2006年8月文建會公佈「產業文化資產再生計畫」補助要點，當時的布袋嘴文化協會與嘉義縣政府達成合作共識，由縣政府向國有財產局辦理土地撥用，再委託布袋嘴文化協會負責鹽田的整建與經營管理，之後向當時的文建會提出「布袋心鹽村、文化新鹽業」計畫書，經過漫長的14個月，終於收到文建會正式核准的公文，又花了將近半年的時間進行空間與活動的整體規劃，終於在2008年5月正式進入洲南鹽場實地施作。協會定調重新整建復曬的洲南鹽場是一塊「文化鹽田」，而鹽場緊鄰的新厝仔社區（含龍江里、新厝里）則是有歷史的「文化鹽村」，正好可以從人文與日常生活的角度，來呈現布袋鹽業的歷史縱深、地方脈絡與生活情境，於是，造就了現今的洲南鹽場（江佩蓉，2017）。

布袋街道



圖 1.3-2 洲南鹽場位置圖(資料來源:痞客幫, 布袋嘴-洲南鹽場, <http://budai.pixnet.net/>)



圖 1.3-3 洲南鹽場場區圖(資料來源:由洲南鹽場提供)

經由鹽業相關文獻研究得知台灣鹽業的歷史之後，進一步的探究布袋鹽場的歷史發展，乃至於本研究的研究對象-洲南鹽場的歷史發展與重建的歷程。瞭解了上述的鹽業歷史脈絡後，把研究的重心放在重建與復曬後的洲南鹽場，來探討其發展與推廣之情形，及後續之建議，此為本研究之研究範圍。

1.4 研究流程

本研究首先選定研究對象，再依研究背景與動機，訂定研究目的，據此確立本研究之研究主題，藉由閱讀相關的文獻資料來了解研究主題的歷史發展與現況，經整理相關研究文獻並與指導教授進行討論後，選擇質性之研究方法並設計出訪談大綱與選擇訪談對象，隨後進行深度訪談並錄音，在取得深度訪談資料後加以整理分析出結果，最後作成結論並提出個人建議。本研究之研究流程圖如圖 1.4

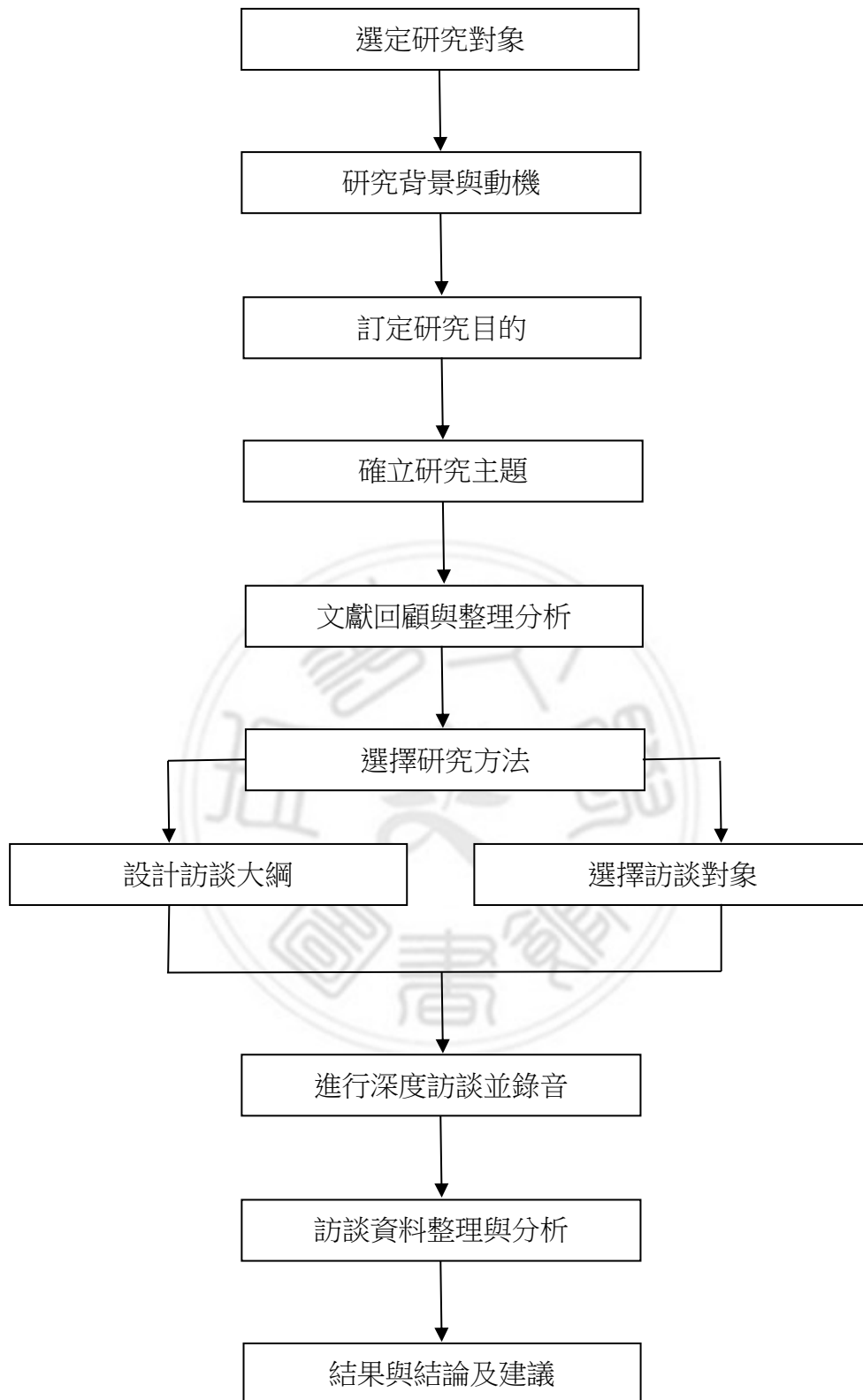


圖 1.4 研究流程圖

第二章 文獻探討

本章基於第一章所確立之研究背景、動機及目的，執行蒐集與本研究相關的文獻資料，透過文獻分析法來探討有助於本研究之各項資料，完成文獻回顧與探討。本章共分為 12 節，分別為 2.1 台灣鹽業史，2.2 布袋鹽場歷史，2.3 洲南鹽場歷史，2.4 洲南鹽場重建歷程，2.5 關於「鹽」，2.6 傳統產業，2.7 文化產業，2.8 環境教育，2.9 生態旅遊，2.10 文化觀光，2.11 社區總體營造，2.12 觀光旅遊。

2.1 台灣鹽業史

島嶼台灣，四面環海，當然有海就會有鹽，三百多年來，先民在這海洋與陸地交會的瀉湖沙岸墾築鹽田，產曬粒粒晶鹽，成就一段閃亮的白金歲月(蔡炅樵，民 102)。關於台灣從何時開始有「鹽的生產」，在現有的歷史文獻中並無明確的記載，但事實的確是如此，因為有關鹽的記載文獻並不多且鹽史非主流文史，故很難有明確的考證可查。由於鹽是人類生活之中所不能缺乏的一種必需品，在漢人來到台灣拓墾之前，島上的先住民當然也會使用鹽，僅將文獻中所得之台灣鹽業史略述如下：

一、荷據時期：

荷蘭人於西元 1624 年~1662 年遠渡重洋佔領台灣，那時候台灣島上的平埔族與渡海而來的漢人，除了依土法熬煮海水成鹽食用，也使用直接從大陸沿海城鎮或從澎湖轉運來台灣交易的鹽，甚至，也可能已經開始嘗試在台灣曬鹽了。荷蘭佔領的初期，台灣島上的食鹽多是由福建沿海以海運交易鹽來供給，之後，來台的漢人漁民才依先住民土法就地熬煮海水的方法來製鹽。但相關文獻中並無一個確定已有曬鹽之說法，多數學者與研究者僅是推論或猜測，莫衷一是，不過卻是現有文獻當中最先提到疑似有曬鹽的史料(蔡炅樵，民 102)。

二、明鄭時期:

西元 1661 年清初，鄭成功率軍從金門佔領澎湖再前進台灣，沿著鹿耳門溪於北汕尾附近登陸台灣，隔年驅逐荷蘭人離開台灣，就此佔領台灣為反攻基地，同年，鄭成功過世後其子鄭經繼位，由諮議參軍陳永華主內政。參軍陳永華輔佐鄭經治理台灣，致力於島上的經濟建設與殖產政策，例如，改良當時製鹽的方法就是其中之一。由於原來島上先住民的製鹽方法太過於簡陋，煎煮出來的鹽味道苦澀，於是在西元 1665 年，鄭經的參軍陳永華為教民改良曬鹽的方法，便引入大陸沿海的曬鹽方法，在當時台江內海的瀨口海岸開闢鹽埕，以潑海水為鹵、就日曝曬的方法(即淋鹵法)來製鹽，製成的鹽運銷台灣各地販售。

關於文獻上台灣明確有曬鹽之記載，大多數的鹽業相關研究者或者鹽業相關文史的研究文章，都認定是陳永華於 1665 年在台南開闢瀨口鹽埕曬鹽，為台灣天日曬鹽的開端，若以 1665 年為台灣天日曬鹽開端算起，直至台鹽公司於 2002 年全面廢除天日曬鹽為止，便有了台灣天日曬鹽 338 年歷史的說法。只不過，當時的曬鹽方法稱為「淋鹵法」，與後來台灣曬鹽主要的瓦盤、土盤鹽田的「曬鹵法」，仍是有差異的(蔡炅樵，民 102)。

三、清領時期:

台灣島西南沿海早年均為沙洲、瀉湖地形，因河川夾帶山上沖下的泥砂不斷堆積，逐漸形成陸地且所形成之陸地不斷向西延伸出去。由於各地鹽場為了方便引入海水，故幾乎都設在海岸邊，每當颱風暴雨過後，很容易發生海水暴潮淹沒鹽場，或河川因大量泥沙沖下造成下游淤積甚至整個改道，導致鄰近海岸邊的鹽場就毀了，形成清代時期台灣各地的鹽場幾乎不斷地在播遷，一旦這裡的鹽場毀了，如果不是乾脆放棄曬鹽，就是整批鹽工遷到其他地方也適合曬鹽的地方，再重新開闢新鹽田。

七大鹽場陸續闢建且不斷遷移

(一)三大鹽埕(明末清初，約 1684~):

依據各種可考的文獻中可推論出，當時清朝初期在康熙時代出現的鹽埕，應有瀨口鹽埕、洲仔尾鹽埕及打狗鹽埕，這三處鹽埕。

(二)四大鹽場(約 1726~):

乾隆 6 年(1741 年)，在『重修福建台灣府志』的「鹽課」一條中，提及當時的鹽場共有四處:包括當時鳳山縣的瀨北場(原瀨口埕)、瀨南場(原打狗埕)；台灣縣的洲北場及洲南場(原洲仔尾鹽埕以新港溪〈今鹽水溪〉南北兩岸分設)；並清楚的敘明諸羅縣與彰化縣無鹽埕。依此志終於給予台灣四處鹽場正式的名稱，並且為以後的文獻所沿用。

(三)六大鹽場(約 1756~):

另於『重修鳳山縣志』的「雜餉」附「鹽課」一則中清楚的提到，到了乾隆 21 年(1756 年)，當時的鳳山縣除了原有的瀨北場、瀨南場，還增闢了瀨東場及瀨西場兩處新鹽場，不過原先的瀨南場毀於洪水，於是遷往他址。故此時期新增了瀨東場及瀨西場，加上毀於洪水而遷址的瀨南場，及先前的瀨北場、洲北場、洲南場，共計有六大鹽場同時並存。

(四)七大鹽場(約 1784~):

清朝官方志書中可考的僅出現六大鹽場，但有研究者卻意外發現還有另一處曇花一現的-大田場。經其考究之下，大田場應位於現今嘉義縣布袋鎮，建於乾隆 49 年(1784 年)，但卻毀於乾隆 51 年(1786 年)的「林爽文事件」，僅短短出現數年而已。綜觀此時期的鹽場共有，先前的瀨北場、瀨南場、瀨東場、瀨西場、洲北場及洲南場之六大鹽場，以及曇花一現的大田場，故共為七大鹽場。

清代初期(康熙~乾隆)台灣島上陸續出現過的鹽場(埕)，從三大、四大、六大到七大鹽場的開闢情形，如表 2.1。然而，值得注意的是，這些鹽場並非一直都是在同一個地方，只要一有嚴重的颱風豪雨侵襲，每每都會造成這些鹽場的毀損，受損較輕微者還可以修復，但如果泥沙淤積的太多或鹽埕本身受損的太嚴重，導致完全無法修復時，只能另外再找尋更適合曬鹽的地方來開闢新鹽場。但因曬鹽也是有其技術性，所以一旦開闢新鹽場時，原來這些擁有曬鹽技術的鹽工也必須一併遷徙過去，曬鹽的人與曬鹽的技術就隨著適合的海灘地而四處移動，來進行鹽場的闢建及鹽的生產，而新的鹽場不管遷徙到多遠的地方，在當時鹽課的管理需求下，也通常是沿用舊的名稱(蔡炅樵，民 102)。本研究的對象-洲南鹽場亦是如此，

從臺南市一路搬遷至現今的嘉義縣布袋鎮，一直沿用「洲南鹽場」這個名稱，直到台鹽廢曬後布袋嘴文化協會重建了這個鹽場，亦沿用舊稱「洲南鹽場」。

表 2.1 清代初期台灣主要出現之鹽場開闢表

約略年代 文獻出處	該時期出現之鹽場(埕)							備註
康熙 23 年(1684 年) (台灣府志)	洲仔尾鹽埕		瀨口 鹽埕	打狗 鹽埕				三大 鹽埕
雍正 4 年(1726 年) (重修台灣府志)	洲北場	洲南場	瀨北場	瀨南場				四大 鹽場
乾隆 21 年(1756 年) (重修鳳山縣志)	洲北場	洲南場	瀨北場	瀨南場	瀨東場	瀨西場		六大 鹽場
乾隆 49 年(1784 年) (明清史料戊編)	洲北場	洲南場	瀨北場	瀨南場	瀨東場	瀨西場	大田場	七大 鹽場

資料來源:蔡炘樵(民 102)，大臺南的鹽業，由研究者自行整理。

四、日治時期:

明治 28 年(1895 年)，日本人從基隆澳底登陸台灣，於進入台北城後，隨即成立了「鹽政取調委員會」，意在了解清代鹽業舊制及社會運作狀況，隨後便將清代的鹽專賣制改為食鹽自買自賣，此舉卻讓台灣既有的食鹽產銷現況崩解，導致鹽品滯銷、鹽工轉行、鹽田廢曬的窘境。當時為了解決此一窘境，日本農商務省水產調查所技手林庸介，於明治 30 年(1897 年)受命來台，進行全台各地鹽田的面積、構造、製鹽法、鹽產量、製鹽經濟之調查，隔年完成了『鹽業調查復命書』，成為台灣第一本鹽業的專書。

(一)殖民初期，滄海闢建新鹽田(西元 1899 年~1935 年)

1.第一期，明治 32 年~38 年(1899 年~1905 年)，政策引領復原再出發:

明治 32 年陸續公布了「台灣食鹽專賣規則」及其施行細則；「台灣鹽田規則」及其施行細則，有了新的食鹽專賣規則及鹽田規則的政策性鼓勵下，日治初期的鹽業萎縮只花了 2 年時間就復原了。其中，台人陳中和與日人野崎，以其雄厚的財力投資鹽田開闢，堪稱第一期的兩大主角，另外，民間 1 至 3 人集資闢建鹽田則是另一種模式，此時期似乎闢建鹽田人人有機會。

2.第二期，明治 39 年~大正 7 年(1906 年~1918 年)，台資投入廣闢鹽田:

此時期 1 至 3 人單打獨鬥闢建鹽田的僅是少數，反而是集合眾人資金來開闢鹽田成為主流模式，因此，台灣商人有了新的投資管道，於是在台資大量投入後，各地鹽田便如雨後春筍般的出現。

3.第三期，大正 8 年~昭和 10 年(1919~1935)，台灣鹽業由高峰轉趨保守:

日本在第一次世界大戰期間(1914 年~1918 年)全力發展工業，造成工業用鹽量遽增，但卻面臨日本國內工資高漲、鹽業萎縮的困境，轉而急需台灣鹽的供應，在這樣急需用鹽的趨勢下，由日人與台人集資於大正 8 年(1919 年)在安平成立「台灣製鹽株式會社」。大正 11 年(1922 年)，台灣鹽業在各種利多下出現前所未有的榮景，鹽田面積與產量俱佳，但卻在鹽業高峰的 1923 年，日本發生關東大地震，影響所及造成經濟危機、百業蕭條，台灣正如日中天的鹽業也受此波及，擴張政策因而被迫停止轉趨保守。

(二)戰事起，工業用鹽量遽增(西元 1935 年~1945 年)

1.台灣製鹽株式會社成立，資金密集成趨勢(1935 年):

先前台灣製鹽株式會社的成立，其實已經預告台灣的鹽業將進入資金更加密集、面積更大規模開發的趨勢，同時，日本在西元 1920~1930 年代，各種現代化學工業突飛猛進，迫使必須開闢更多的鹽田來滿足需求，

2. 南日本鹽業株式會社續成立，漁與鹽的恩怨糾結(1938 年):

昭和 12 年(1937 年)，日本侵華-中日戰事爆發，為獲取鹼氣工業所需的工業用鹽遽增，由三個會社共同投資的「南日本鹽業株式會社」在台南創立，投入開闢

新式的工業鹽田，這種鹽田配置整齊合理，生產效能與品質均較舊式高，但本來開闢新鹽田以官有海埔地為原則，卻轉而強制徵收民有魚塢，讓許多人一生的心血一夜間化為烏有，造成一波民怨與不平。

3. 台灣鐘淵曹達株式會社成立，三大會社鼎立(1942年):

台灣鐘淵曹達株式會社也在昭和 17 年(1942 年)創設於台南。台灣鹽業在日治末期發展迅速，此時期陸續於台南設立了台鹽會社、南鹽會社、鐘淵會社之三大會社，將台灣的鹽業產曬三分天下。

(三)日治末期到日本投降，鹽業產運設備毀壞殆盡

因受到戰爭影響，日本政府對台灣的鹽業發展計畫雖未能百分之百完成，但整體來說仍是欣欣向榮，反而因戰爭對化學工業的需求，鹽用於工業發展走向更多元化，需求量亦更大。惟隨著戰事擴大，再加上台灣受到盟軍飛機猛烈的轟炸，使鹽場及工廠許多的產運設備隨之癱瘓，造成生產劇降，直至日本投降時，各處鹽田多有水路淤塞、坵埕失修、堤防破壞、產曬停頓、鐵道殘缺等諸多慘況，使日人四十多年的鹽業經營面臨崩潰(蔡炅樵，民 102)。

五、戰後時期

1945 年日本戰敗後，國民政府派員接收台灣，正式光復台灣，但因政治與軍紀敗壞，造成當時的經濟、民生及社會失序混亂，更導致了通貨膨脹，鹽業的生產設備也因戰爭而破壞，及整個社會大環境情勢動盪不安而受到影響。戰後初期，台灣的天日鹽供過於求，故仍外銷日本做工業用，之後，國民政府採行「進口替代」與「出口擴張」策略，經過連續三期的四年經濟建設計劃，民國 50 年代初期工業快速成長，工業用鹽量急速增加，導致台灣工業用鹽漸感不足，而首次准許廠商自行從國外進口，之後，民國 60~61 年由台灣製鹽總廠統籌進口鹽採購及配銷事宜，隨後開放廠商自行進口。

民國 50 年代初期，台南七股的第一、二工區，為了提高鹽的產量並解決鹽村人力短缺等問題，其鹽灘結構設計採大面積分區集中式來雇曬製鹽，並以機械操作為目標，當時第一工區(即台南市七股區的青鯤鯓)因其特殊配置結構，又稱為「扇形鹽田」(如圖 2.1)，形成特殊的鹽田地景。

民國 69 年台鹽決定加速推動機械化鹽灘，立即請法國米第公司派員前來布袋第三工區考察評估，確認執行的可行性，作為台灣鹽灘機械化試驗的先驅。民國 73 年米第公司收鹽機空運抵台，在布袋的壽島場務所初次試收，效能僅勉強符合要求，隨後洗鹽設備也從法國運抵台灣，兩年後收鹽機於布袋再次試收，機械的收鹽效率符合約定要求，此後，各鹽場配合政策改造鹽灘，布袋、七股、與台南陸續動工。不過，法國式的深鹵厚曬法及機械化收鹽，受限於台灣特有的氣候條件，鹽層結晶厚度經常不足標準，且法式收鹽機水土不服，台鹽只好自行開發改良收鹽機，但曬鹽品質與生產成本仍無法與進口的鹽相抗衡。另一方面，台鹽同時輔導鹽工轉業離業，以降低人事成本，並宣布鹽公厘業不補。在精製鹽方面，民國 64 年苗栗通霄電析精鹽廠設立完成，隔年精鹽量產上市，成為國人主要的食鹽生產廠及來源。

此時期整體來說，面對國內經濟起飛及工業用鹽激增的市場需求，台鹽除了將產能不佳的鹽田停曬，並配合都市發展釋出土地外，同時也積極在海埔地闢建新鹽田，並改善食用精鹽製程與廠房設備，頗有去蕪存菁且放手一搏的氣勢，然而，面對國際鹽價低廉、國內市場自由化趨勢及機械化鹽灘成效有限等種種現實因素，台鹽正面臨如何轉型尋找新出路的嚴厲考驗(蔡炅樵，民 102)。



圖 2.1 七股青鯤鯓的扇形鹽田(資料來源:雲嘉南濱海國家風景區網站，2017，<https://swcoast-nsa.travel/>)

六、近年時期

在市場自由化的潮流下，民國 84 年時，經濟部「台灣製鹽總廠」順應潮流改制為「台鹽實業股份有限公司」，且在經濟部國營事業委員會的要求下，台鹽開始積極展開民營化的腳步，採取的策略是:產品多樣化、組織公司化及經營多角化。隔年，民國 85 年台鹽公司與澳洲丹皮爾公司簽訂合資協議，共同於澳洲成立麥克勞湖鹽業公司，亦於同一年裁廢台南鹽場，鹽田土地歸還國有並提供開發為台南科技工業園區，然而，這一海外簽約與一國內廢場之舉，彷彿是壓垮台灣天日曬鹽的最後一根稻草，此時期台灣曬鹽業的式微已隱約浮現。

民國 89 年北門鹽場裁廢併入七股鹽場，90 年布袋鹽場裁廢改稱台鹽嘉義廠，同年年底，台灣最後一批在業承攬的鹽工 180 人辦妥離業程序，這也代表傳統人工曬鹽歷史的結束。民國 91 年台灣加入世界貿易組織(WTO)，同時七股鹽場機械化鹽灘最後一次採收後，台鹽全面關閉所有的鹽場，台灣的天日曬鹽也因此走入了

歷史，就此結束了台灣 338 年的天日曬鹽史，而國內農工業用鹽全仰賴國外進口，食鹽則由通霄鹽廠供應。

民國 92 年 11 月 18 日，台鹽股份有限公司釋出官股，股票以 19.28 元的股價掛牌上市，順利完成民營化轉型為民營企業，隔年年初『鹽政條例』廢止，隨後『鹽政條例施行細則』亦於同年廢止，宣告台灣的鹽產銷特許制度從此終結，回歸到自由產銷體制，台灣政府不再管制鹽品的產製與運銷，鹽品市場完全開放自由進出口買賣，價格也回歸市場機制，只要符合食鹽衛生標準的法定規範下，任由人民自由產製銷售及進口，民眾終於可以買到台鹽以外的食鹽，可以品嚐各國各地的不同鹽品，增加料理風味與口味的豐富性。民營化的同時台鹽公司的英文名稱，也從「Taiwan Salt」改為「TAIYEN」，以面對全新的市場挑戰。本時期的台灣鹽業，因產能低落及配合國家公共建設而大量廢曬鹽田，產量也日漸萎縮，台灣鹽業已至末路(蔡炅樵，民 102)。

七、小結

台灣鹽業的興廢歷程，從荷蘭與明鄭時期開始闢墾鹽埕，清代各鹽場不斷在海岸移築，日治時期是大規模的滄海闢建鹽田，如今廢曬後則是鹽田退回滄海。這個過程除了受到國家發展政策與政府專賣或徵稅等制度的影響，也面臨社會發展的嚴格考驗，以及產業經濟以逐利為目的之現實面，政治、社會、經濟這三股力量交叉運作，在不同時期以不同力量牽引鹽業發展，讓先天氣候條件不適合曬鹽的台灣，竟能開展出一頁悠久的滄海鹽田史(蔡炅樵，民 102)。

2.2 布袋鹽場歷史

嘉義縣布袋鎮因位於台灣的西南沿海，自清代即是一個鹽業重鎮，是個有歷史的古鹽場擁有悠久的鹽業發展歷史。因本研究的對象-洲南鹽場，所在位置亦是屬於布袋鹽場的一部分，且有一部分的歷史是相同的，故以此一小節來敘述其發展及演進的歷史。

布袋這個地方清代時舊稱布袋嘴，位於當時倒風內海北側的出海口，最早有出現鹽的生產之相關文獻記載，依據學者研究應是於『明清史料戊編』內。原本

在清朝官方志書中僅出現六大鹽場，但有學者根據上述文獻中發現，有一處短暫出現在布袋的鹽場-大田場，這是在目前僅有的文獻中，最早出現布袋有鹽場的記載。該文獻記載指出，乾隆 51 年(西元 1786 年)，台灣在林爽文反清叛亂中有多處鹽場遭焚搶，當中有一處就是大田場，經過學者考究出該處原為魚塭，約位在現今嘉義縣布袋鎮見龍里內田，於乾隆 49 年(1784 年)闢建為鹽埕，亦如其他鹽場一樣已進行鹽的生產，但卻因林爽文事件被焚搶損失殆盡，這樣算來，大田場僅短短出現 2、3 年，可算是目前可考的史料中台灣壽命最短的鹽場。然而，在目前的文獻記載裡，大田場在毀壞後，依據『台灣鹽專賣志』各地鹽田沿革之「布袋鹽田」中載道，直到道光 4 年(1824 年)，大鹽商吳尚新受命由台南前來布袋開設鹽埕，才又繼續布袋鹽場的歷史(蔡炅樵，民 102)。因下節即是敘述吳尚新前來布袋開設的洲南鹽場，而此節後續的鹽史發展與下節重複，故另述於下節。

2.3 洲南鹽場歷史

依『台灣府志』內記載:康熙 23 年(1684 年)，台灣縣有洲仔尾鹽埕；又於乾隆 6 年(1741 年)『重修福建台灣府志』中有提到:台灣縣的洲仔尾鹽埕以新港溪(今鹽水溪)南北岸，分設洲北場及洲南場，故最早的洲南鹽場依目前可考的史料與學者的研究，可能闢建於康熙 23 年(1684 年)。再於『台灣志略』中明確指出:雍正 4 年(1726 年)，當時台灣的鹽場分設四處，分別為洲南、洲北兩場及瀨南一場、瀨北一場，故要直到雍正 4 年(1726 年)才正式稱為「洲南場」，約在今台南市永康區鹽行一帶，是為第一代洲南場。

乾隆 53 年(1788 年)間，原洲南場因天災遭洪水淹沒而毀棄，不得不遷往第二代場址來另闢新鹽場，其位置大約在今台南市七股區鹽埕地一帶。然而，道光 3 年(1823 年)，第二代洲南場又因曾文溪改道遭洪水沖毀，再依『台灣鹽專賣志』中各地鹽田沿革之「布袋鹽田」內提道，道光 4 年(1824 年)，經營鹽務且一手掌握台南到嘉義食鹽配銷的鹽商吳尚新，受台南府的命令，將原本遭洪水沖毀的洲南場遷場至乾隆年間的大田場舊址北邊，即為第三代洲南場，約在今嘉義縣布袋鎮新厝里一帶，由其出資開設鹽埕，其鹽埕是異於當時台灣島所行的泉州市鹽埕，僅

以磚瓦埕及土埕所組成，新設有水埕及鹵缸，吳尚新等人當時所關加設水埕與鹵缸的新式鹽田，後來成為台灣鹽田的主流(蔡炅樵，民 102)。

自此之後，洲南鹽場便一直都在嘉義縣布袋鎮，未曾再遷移。直至民國 90 年，台鹽股份有限公司因當時世界貿易的潮流，且國內鹽的產能低落成本也高，品質與價格皆不如國外，在諸多原因下便宣布全面關閉鹽場廢曬，布袋鹽場即於民國 90 年 7 月裁廢，形成了所謂的「無鹽的結局」。然而，在廢曬 7 年之後的民國 97 年(2008 年)，經由布袋嘴文化協會的奔波與多方努力下，終於在過去洲南場的舊址，亦沿用洲南場的舊稱，重建了現今的洲南鹽場。因下節即是詳述布袋嘴文化協會重建洲南鹽場的歷程，故此節不再贅述。洲南鹽場的歷史沿革如表 2.3。

表 2.3 洲南鹽場歷史沿革表

年代	西元年	事件紀事	備註
康熙 23 年	1684 年	『台灣府志』中紀載著台灣縣關建洲仔尾鹽埕。	最早關建
雍正 4 年	1726 年	『台灣志略』中紀載鹽場分設四處，分別為洲南、洲北、瀨南、瀨北，正式開始有洲南場之稱。約在今台南市永康區鹽行一帶。	第一代洲南場
乾隆 53 年	1788 年	第一代洲南場遭洪水淹沒而毀棄，因而遷往今台南市七股區鹽埕地一帶。	第二代洲南場
道光 4 年	1824 年	道光 3 年時因曾文溪改道沖毀第二代鹽場，隔年由吳尚新受命承辦遷場，遷往大田場舊址北邊，即在今布袋鎮新厝里一帶。	第三代洲南場
民國 90 年	2001 年	台鹽公司宣布全面廢曬。	廢曬
民國 97 年	2008 年	布袋嘴文化協會重建洲南鹽場，復曬鹽田。	復曬

資料來源:蔡炅樵(民 102)，大臺南的鹽業，由研究者自行整理

2.4 洲南鹽場重建歷程

洲南鹽場的歷史於上節中已提到，最早可追溯至西元 1684 年(康熙 23 年)，當時闢建於今台南市永康地區，擁有長達三百多年悠久的日曬鹽歷史，後來於 1824 年(道光 4 年)輾轉北遷至現址的嘉義縣布袋鎮，也已有百餘年歷史，最終結束在台鹽公司的廢曬，直到布袋嘴文化協會的重建，才又「鹽」續了洲南鹽場的生命，此節即為探討洲南鹽場的重建歷程。

一、是結束也是重生

時至近代，台鹽公司在世界的潮流及成本的考量等諸多原因下，決定放棄在台灣歷史上有著輝煌一頁的天日曬鹽，在 2001 年頒佈了廢曬台灣所有鹽場的政策，位在布袋的洲南鹽場也於此時結束了百年的曬鹽史。最後在 2002 年 7 月，當時的台南縣政府與台鹽公司在尚未開幕的台灣鹽博物館旁，舉辦「再會吧!咱的鹽田!」紀念活動，由官方正式為台灣的天日曬鹽，舉辦了一場隆重的結束儀式。雖然，這是一種結束，但結束的是產業鹽的歷史；反而重生的是文化鹽的脈絡，因 2001 年全面廢曬後，隨即在 2003 年有北門井仔腳鹽田與安順南寮鹽田分別進行整建，推動鹽業文化保存、教育與地方觀光(蔡炅樵，民 102)。然而，歷經了這場無情的廢曬後，使得曾經風光一時的洲南鹽場因廢曬而逐漸閒置荒棄，驅使當地的布袋嘴文化協會決心重啟洲南鹽場，經過了一番努力與奔走後，直到 2007 年該協會認養也承租了這片鹽田，並且於 2008 年開始著手重建鹽田，同時將復興後的洲南鹽場定義為文化鹽田。

二、從廢曬後到進場重建

洲南鹽場自 2001 年廢曬後，布袋嘴文化協會的地方文化工作者們便開始思索著，到底可以為這個地方的鹽業文化做些什麼呢？有許多人會認為，曬鹽是地方特色更是地方文化，應該要保留跟傳承，於是將想法轉為行動，在 2004 年起陸續組團隊，承接了台鹽公司委託的「台灣鹽業口述歷史影像紀錄與研究」，雲嘉南濱海國家風景區管理處的「臺灣鹽業遺址史料回溯與潛力景點開發規劃」、「台灣鹽業 338 年歷史廊道文獻彙整及先期規劃」，文化部的「台鹽實業股份有限公司產業文

化資產清查計畫」、「鹽業文化資產保存再利用—以布袋鹽場為例」及「轉動海水的生命—鹽田風車、水車製作技術保存紀錄與研究」。透過這些相關計畫的研究與充實，也陸續出版了當時文建會的『白金歲月台灣鹽』、雲管處的『台灣。鹽』及台南市文化局的『大台南的鹽業』這三本鹽業文化專書，加上布袋鹽場及鹽田風車的故事這兩部紀錄片。

直到 2006 年，當時的文建會文化資產局推出「產業文化資產再生計畫」，該協會被徵詢是否有意願重建一處鹽田，這件事經過一波三折與一年多的溝通協調之後，於 2007 年，嘉義縣政府向國有財產局取得土地無償撥用，撥用布袋鎮龍江社區西側面積約 20 公頃的廢曬鹽田，簽約交給布袋嘴文化協會承租及公益認養。同年文化協會獲得文建會「產業文化資產再生計畫」核准，補助該協會所提出的「布袋新鹽村、文化新鹽業」計畫，文化協會當時提出的願景是「快樂鹽田心鹽村」，覺得應該將洲南鹽場（生態與生產）與緊鄰的龍江社區（生活）結合在一起，同步重建鹽田與鹽村的人文關係，除此之外，嘉義縣政府也以文化生活圈的計畫資源來支持(沈錡美，2015)。2008 年 5 月，文化協會邀請龍江社區的老鹽工及民眾一起「重回鹽田，看見洲南場」(如圖 2.4)，同時在幾位老鹽工的協助下，該協會開始進場整建復曬，但是洲南鹽場是目前台灣本島的五處復曬鹽田中，唯一在嘉義縣境內、廢曬最久、復曬最晚、鹽田水土基礎結構最困難、幾乎由民間團體主導一切的鹽田(蔡炅樵，民 102)(蔡炅樵，2006)。



圖 2.4 重回鹽田，看見洲南場(資料來源:由洲南鹽場提供)

三、核心價值與產曬方程式

在鹽田的整建模式上，洲南鹽場採取的是軟體經營管理規劃與硬體鹽田整建，兩種模式同步並行，並以人與環境的友善互動、人文地景產的轉化與新生、鹽村文化的生活實踐、手工頂真精神的產曬體驗，做為核心價值(蔡炅樵，民 102)。

而「人與自然環境的友善互動」，不僅落實在環境教育課程設計裡，也成為洲南鹽場對鹽業文化資產的核心詮釋，重新定義新時代的產曬意義與社會意義，也從鹽田實作的過程中聚焦確認了(海水+土地+季風+陽光) \times 人=鹽，這條「產曬方程式」，也就是水、地、風、光、人、曬、鹽這個晒鹽文化的核心價值，在海水緩緩流動的土地上，海風吹拂、陽光照耀，勤奮勞動的鹽人，以技術曬出粒粒結晶的白鹽。再將這條「產曬方程式」轉譯，成為「風和日粒、天手合晒」這個洲南鹽場系列鹽品銷售的定位(沈錡美，2015)。

四、未來目標

重建之初，布袋嘴文化協會原本是以社區營造與文化資產為提案核心，但從規劃到進入鹽田勞動實作後，反而以環境教育與活動產業，作為永續經營的策略，並發展出預約式的鹽田導覽體驗、環境教育活動、主題營隊等等。然而，從 2008 年文化協會以非政府組織(NGO)的身分，憑藉著公部門的資源進場整建洲南鹽場，經過數年的文化行動後，為了達到永續經營，及凝聚出致力鹽業文化、發展環境教育、活化地方產業的願景，洲南鹽場企圖從非政府組織(NGO)逐步朝向經濟更獨立、行動更自主的非營利組織(NPO)，期待能漸漸擺脫對公部門的依賴，以達永續發展的目標。又恰好「社會企業」這個概念近幾年開始受到關注，洲南鹽場內在主觀的期許竟然與外在客觀社會趨勢，不謀而合，但要讓洲南鹽場成為 100% 自主營運的社會企業，或許還有幾年的路要打拼，路上等著의 困難與坎坷應該也不會少(蔡炅樵，民 102)。

再換個角度來說，現階段的洲南鹽場在鹽文化與鹽產品上，大致能找到並且滿足分眾消費者喜愛與認同的價值，但下一個十年，他們希望能創造並且引領當代社會的新價值，以多面向的文化行動為策略，建構「新台灣鹽文化」的知識典範，形塑洲南鹽場不只是「價值品牌」，而且是台灣鹽的「領導品牌」，並產晒更多元風味的天日海鹽，代表臺灣鹽業文化迎向全世界!

2.5 關於「鹽」

一、何謂鹽

鹽是一種存在於自然界的礦物，鹽的主要成分是氯化鈉(NaCl)，而其他的成分則來源於生產過程中的殘留物質，或是有意添加的其他物質，其他成分如鈣、鎂、鐵、鉀等等礦物質或稱微量元素，還有防止結塊的抗結劑。人們生活中常說的鹽指的是食鹽，而食鹽是一種調味劑，能產生人類味覺感知上的鹹味，其中氯化鈉是鹹味的主要來源，常在烹飪和享用食物時用作調味品，常見的餐桌鹽是一種含有 97%至 99%氯化鈉的精製鹽，鹽中的鈉也是人體必需的营养素之一，另外市面

上還有未經提純的粗鹽、以氯化鉀取代氯化鈉的低鈉鹽、加入了碘化合物以防止使用者出現碘缺乏的碘鹽等等。

鹽在化學中，是指一類金屬離子或銨根離子與酸根離子或非金屬離子結合的化合物，亦即是由鹼性的正電荷離子與酸性的負電荷離子組成，為不帶電的離子化合物，如硫酸鈣，氯化銅，醋酸鈉等。一般來說鹽是複分解反應的生成物，如硫酸與氫氧化鈉生成硫酸鈉和水，也有其他的反應可生成鹽，例如置換反應。鹽分為單鹽和合鹽，單鹽分為正鹽、酸式鹽、鹼式鹽，合鹽分為複鹽和錯鹽，其中酸式鹽除含有金屬離子與酸根離子外還含有氫離子，鹼式鹽除含有金屬離子與酸根離子外還含有氫氧根離子，複鹽溶於水時，可生成與原鹽相同離子的合鹽；錯鹽溶於水時，可生成與原鹽不相同的複雜離子的合鹽。

通常在標準狀況下，不可溶的鹽會是固態，但也有例外，例如熔鹽及離子液體，可溶鹽的溶液及熔鹽有導電性，因此可作為電解質，包括細胞的細胞質、血液、尿液及礦泉水中都含有許多不同的鹽類。強鹼弱酸鹽是強鹼和弱酸反應的鹽，溶於水呈鹼性，如碳酸鈉，而強酸弱鹼鹽是強酸和弱鹼反應的鹽，溶於水呈酸性，如氯化鐵。以上大略簡述鹽的各種特性(魏明通，2006)。

二、鹽的來源

地球上為什麼會有鹽?從地球科學的角度來說，鹽是存在於自然界的礦物，主要指供食用或農工業使用的鹽。鹽的成因眾說紛紜，有一說是來自地殼岩石受風化崩解後，鹽類被釋出，再由雨水與河水帶到海洋裡，所以才會形成海水是鹹的；而另一說是，地球形成的初期，頻繁的火山活動造成大量氣體從岩石中釋出，氣體中的氯(Cl)與岩石中的鈉(Na)，在高溫的環境下接觸而形成氯化鈉(NaCl)；此外，亦可能來自海底的火山活動直接釋出於海裡。

依照人類目前食用鹽的來源，主要分為海鹽、湖鹽(池鹽、泉鹽、地下鹵水等)、與礦鹽(井鹽、岩鹽)等三大類。其中，海洋是最大的鹽庫，總量約有 47000 兆公噸(在海洋裡，96%是水、3%是鹽、1%是鈣鎂鉀鐵及硫酸鹽類等微量元素)，但由於鹽的生產成本較高，目前全世界每年鹽產量約 2 億 2000 萬公噸，只有 6% 供人類食用，

其中以岩鹽佔全球鹽產量約 41%最多，湖鹽及地下鹵水約佔 29%，而海鹽只占約 26%，另外還有其他鹽種約占 4%。

但不管來源為何，分布於內陸湖泊或地層下大量的鹽藏，其實都是來自海洋，且與地殼變動有關，例如鹹水湖，即為漂移的板塊經地殼變動與擠壓，將海水封閉於內陸所形成的鹹水湖，其中最著名的死海即是(因經過長期的蒸發濃縮，鹽的濃度高達 30%之譜)。而岩鹽則是古代的海洋或鹽湖，由於地殼隆起或水分蒸發及長時間的沉積而固化的鹽礦，且因混雜不同的礦物質(如鐵、鈣、鎂、鉀等微量元素)，而呈現顏色的差異，近幾年流行的鹽燈(如圖 2.5-1)標榜可以釋出負離子，就是經由乾式採礦法取得鹽礦中的岩鹽而來的。

另外，許多的植物中也富含鹽份，例如台灣高山的原住民，會取用山區向陽坡地上的羅氏鹽膚木(如圖 2.5-2)，剝取其果皮作為食鹽的替代品；而台灣海邊常見的裸花鹼蓬(俗稱鹽定，如圖 2.5-3)，也曾經是貧民攝取鹽份的一種來源(蔡炅樵，民 102)。



圖 2.5-1 鹽燈(資料來源:網路擷取)



圖 2.5-2 羅氏鹽膚木(資料來源:網路擷取)



圖 2.5-3 裸花鹼蓬(俗稱鹽定)(資料來源:網路擷取)

三、鹽的取得

鹽在地球上蘊藏多且分布廣，感覺上似乎很容易取得，但事實不然，想要就近取得海鹽、湖鹽或岩鹽，還是得靠人類的智慧，藉著順應當地的自然環境、相關資源的限制或優勢等條件，發展出在地取鹽的適當技術，即是俗話說得：天時、地利、人和，而用在鹽業的生產過程中，指的就是氣候、設備、勞力等三大條件，備齊以上條件才能順利取得所需的鹽。

人類取鹽的方式，基本上皆不離蒸發與結晶兩個步驟，「蒸發」是將海水或鹹水透過各種方式濃縮成更高濃度的鹵水，「結晶」便是讓高濃度的鹵水結晶成鹽。而其過程所需要的能源，不外乎藉自然的天日及人為的煎煮兩種模式。不論是海鹽、湖鹽或地下鹵源，通常是藉由陽光及風力來蒸發水分使鹽結晶，這些取鹽的方式與技術皆須有蒸發量高、降雨量低、乾季明顯的氣候條件，及寬廣平坦的地形，至於潮濕多雨的地方則一般只有煎煮一途，但面貌卻十分多元。至於台灣的鹽業亦屬於天日曬鹽，雖然未達上述的氣候條件，但靠著智慧與順應自然環境開發出一套在地的適當技術，仍可開創出一段數百年的曬鹽史。

東漢許慎所著『說文解字』中紀載，中國早在四千多年前神農氏的時代，就有夙沙氏採用煮鹽的技巧取鹽；西元前 255 年時，秦朝李冰在都江堰施工的過程發現了地下鹵水，並開鑿文獻上中國的第一口鹽井，此後四川地區均以木材或煤來煮鹽，直到十七世紀才逐步改用當地發現的天然氣為燃料；另外，韓國的竹鹽也是運用煎煮的概念，先將鹵水或海水注入竹筒並以黃土封口，再放入窯中以松木燃燒，直到竹筒燒盡便會留下管狀的竹鹽。

岩鹽的取得方式常見的有兩種，一種是以十字鎬、炸藥等工具來直接開採，稱為乾式採礦法，另一種則是利用鑽井將淡水注入地下鹽層以溶出鹵水，汲出地面後再透過煎煮的方式製鹽，此種稱為溶解採礦法，不過煮鹽必須耗費大量的柴薪，往往造成許多後遺症與資源的耗損。目前已列為世界文化遺產的波蘭維利奇卡鹽礦，在十七世紀前便是採用溶解採礦法，後來用於煮鹽導致森林砍伐殆盡才改為乾式採礦法，就是最好的例子(蔡炘樵，民 102)。

四、鹽的用途

鹽中的鈉是人體必需的營養素之一，可作為人體所需的電解質和滲透溶質，但過度食用食鹽會增加心血管疾病的風險。早已有以鹽對健康的影響作研究對象，根據這些研究的結果，世界許多衛生機構及已開發國家的專家們，都建議人們少吃那些常見的高鹽食物，世界衛生組織建議，成年人每天應攝取少於 2,000 毫克的鈉，相當於 5 公克食鹽。雖然，全球鹽的年產量約 2 億噸，但其中只有 6% 用做供人類食用的食鹽，其餘用途包括水處理、公路除冰、農業用途等。由於食鹽稀少、取得不易，而且人們對鹽有廣泛的需求，因此歷史上就有眾多國家開徵鹽稅，做為增加國庫的稅收之一。

然而，看似平凡的鹽其實約有 14000 多種用途，基本上可分為食品、農業、漁業、工業、醫療及其他用途，其中供人們食用及食品工業只占約 19%，用來道路融冰占約 11%，鹼氣工業則高達約 60%，因為電解食鹽水的產物可以得到苛性鈉與氯氣，這兩者都是現代化學、塑膠、造紙、石化、玻璃等工業的重要原料。若從醫療的觀點來看，鹽能維持體內水分及酸鹼值的平衡、調節滲透壓、傳達肌肉與神經的刺激感、形成胃酸並幫助消化等等的作用，所以為人體所必需。在食品方面而言，鹽在食用及農漁產品醃製等加工功能，也運用的很廣泛，從古至今仍一直有此功用。再從文化面來看，古今中外，鹽一直有著神聖、避邪與永恆的象徵，各國各地幾乎如此。甚至提及鹽在政治、經濟上許多非物質性的功能，就如在那些鹽取得不易的年代，一旦國家與商人掌握了鹽的生產、銷售、運輸，就等於擁有了財富與權力，所以鹽在人類歷史上一直佔有重要的一頁(蔡炘樵，民 102)。

五、台灣天日曬鹽的氣候與地理條件

整理出清代台灣西南沿海七大鹽場的遷徙狀況後，不難了解鹽場為何一遷再遷的原因。當時台灣西南沿海大大小小的潟湖內海，由北而南有倒風內海、台江內海、蟯港內海、彌陀港內海、萬丹港內海及打狗澳，然而在內海關建鹽田，雖然可以避開海浪侵襲，卻仍無法逃過颱風與河流氾濫之災，所造成的溪流改道、內海淤塞，每次成災都會造成鹽田損毀，但由於這一系列的內海在台灣非常適合

曬鹽，以致鹽場只能被迫一再遷移且不斷闢建，新鹽場及舊鹽場遺址幾乎遍及嘉義、台南、高雄整個台灣西南沿海(蔡炅樵，民 102)。

其實天日曬鹽的條件，需要日照強、風力大、降雨少，還要濕度低、溫度高、海水濃度高、潮差小，而且最好是內海潟湖、遠離河流出海口等條件(趙敏夙，2015)。在氣候條件上，台灣乾季不明顯，加上梅雨鋒面、西南氣流、午後雷陣雨及颱風等多雨且潮濕的氣候皆不利於天日曬鹽，但是以全台而言，西南海岸則相對乾季較明顯；在地理條件上，台灣東海岸多為岩岸，西海岸則多為沙岸及潟湖地形，且地形寬廣平坦，利於天日曬鹽。故台灣天日曬鹽的氣候與地理條件，在氣候上乾季不明顯並不利於曬鹽，但是地理條件卻很適宜。

若從自然條件的相關因素來分析台灣鹽場選址的成因，選擇規劃鹽場的自然條件如下，在氣象條件上，台灣是位於不適合天日曬鹽的中緯度地區，雨量、日照與風力等因素影響了曬鹽操作的時間；在海岸地形上，台灣西南沿海因潟湖是穩定的海水來源，加上灘地廣大而成為優良的鹽場，主要是影響到鹽場坐落的位置與鹽場的規劃；在土質上，台灣西南沿海則是符合鹽灘地所需，屬於富含鹽份的土質；在海水上，則因潟湖地形而有海水濃度與穩定供給的優點；再加上潮汐的升降，確定鹽場的操作效能與品質。綜合氣候與地理條件來說，台灣四周環海，舉凡北回歸線以南的海岸氣候皆適合曬鹽，使得台灣西南沿海自古以來皆成為主要鹽場的原因(陳柏志，2007)。

最後在季節上，台灣農業生產基本上是以 24 節氣做為時序依歸，每一年有春夏秋冬四季，但台灣鹽業則是依雨量、氣候條件對產曬的影響，來將一年劃分為三季，其中每年的 10 月至隔年的 2 月是小汛季，這段時間日照雖弱而且短，但是東北季風風力較大，所以仍可曬鹽；而 3 到 5 月是大汛季，此時節適逢春夏陽光充足，是主要的產鹽季，幾乎天天都可以收鹽；不過 6 到 9 月是雨季與颱風期，這時候鹽田工作多半停擺，鹽工只能從事副業，要等颱風期過了才能進行鹽田整修，恢復產曬，如此年復一年即為台灣鹽業之時序(蔡炅樵，民 102)。

六、天日鹽的產曬過程與適當技術

(一)名詞解釋

1. 鹵水:海水在鹽田裡慢慢蒸發濃縮，成為濃度較高的鹹水，鹽業的術語稱之為「鹵水」。
2. 鹵缸:當小蒸發池的鹵水濃縮到 25 度時，鹽工會先將濃鹵儲存在鹵缸，等到結晶池的鹽採收完了，再將鹵缸內的鹵水舀入結晶池繼續曬鹽，要是遇到下雨時，就得趕快將結晶池裡的鹵水導回鹵缸，由於鹵缸就像蓄水池般會向下挖深，而且面積也很小，這樣下雨時滴入的雨水會比較少，而且雨水的比重較鹵水輕會浮在鹵缸上層，下雨過後鹽工只要將表層的雨水舀掉，底下的鹵水仍保有一定的濃度，如此一來，鹵缸就好像鹵水的銀行，在小蒸發池鹵水有多的時候存入鹵水銀行，當結晶池要用鹵水時就舀出來使用，這真是一個很聰明的設計(蔡炅樵，2005)。
3. 波美計:是一種利用浮力來測量液體濃度的比重計，單位即為波美，海水鹹度、鹵水濃度也是以波美計來測量。
4. 粗鹽:在原有的生產脈絡下只有一種樣貌，即是不斷追求氯化鈉純度達到 90%以上、水份 7%以下、雜質 3%以下的一等高級鹽。
5. 瓦盤鹽田與土盤鹽田:鹵水結晶階段因鋪面材料的不同，可分為瓦盤與土盤鹽田。瓦盤鹽田指的是結晶池埤面鋪有甕瓦碎片，其材料大多是向窯廠及酒廠收集來的破磚、破瓦及廢酒甕，敲成較小塊後使用來鋪面，並以格子板與竹釘間隔結晶池，成為一大特色地景，其優點是，埤面不僅可以承受經年累月的鹵水流動與耙鹽動作，而且鹵水也較不易滲漏，此外瓦片較易吸收陽光短波輻射熱能，鹽結晶速度雖快但質地不夠堅實、含水份也較高，導致品質較差，不過因為瓦片隔離了砂土，反而曬出來的鹽較為細白。土盤鹽田則是結晶池鋪面為蓋面土，並以小土堤做分池區隔，內部結構配置整齊合理，給排水路分明，結晶池與蒸發池比例適當，鹵源供應也較均衡，便於操作管理且較具科學性。如再以蒸發池及結晶池的差異，則又可分為集中式與分副式的差別。

台灣各地鹽田樣貌的差異，來自於鹽田 DNA:蒸發取鹵、結晶池鋪面、土地配置及勞動力等不同序列組合而來，在時間的進程中因為各項社會、政治條件的運作，而有著多元的基因遺傳與突變的差異，有些鹽田的基因遺傳很類似，如大部

分的瓦盤及土盤鹽田皆是如此；有些則是完全突變，像戰後的機械化鹽田，甚至還夾雜著外來的法國血統(蔡炅樵，民 102)。

(二)產曬過程

在鹽複雜的產曬過程中，首先是由鹽廠的水門管理員，隨時注意海水濃度、潮位、潮流動態及附近河川水流的變化，來決定開關水門的時間，而開啟水門通常會在滿潮前後一小時，以納入濃度最高、最新鮮的海水。當海水引入鹽田後，控制鹵水的流動俗稱過鹵、過鹵水，這是鹽工們最重要的工作，鹵水流動由大蒸發池至小蒸發池，各坵、各段之間，依序降低約 3 寸的落差，鹽工只要啟閉控制各坵段分隔堤上的小閘門，即可讓鹵水順勢往下流動，最後流送到結晶池成鹽。但在大、小蒸發池銜接之處，小蒸發池第一段的地勢卻比大蒸發池的尾坵，高出 80 至 100 公分，因此便需要借助其他動能來揚鹵，揚鹵工具因時代不同有龍骨水車、風車及馬達。最後海水經由逐段的蒸發到結晶形成鹽的過程，依序為：海水(波美 2~3 度)→給水溝→大蒸發池(濃縮至波美 11~12 度)→集鹵溝→揚鹵→小蒸發池(濃縮至波美 25 度)→儲鹵池(鹵缸)→結晶池(波美 25 度)→結晶鹽粒→排鹵溝(波美 29 度，濃度過高，是為苦鹵)。在風日甚佳的大汛季，整個曬鹽時程約需要 10~12 天，但問題是每天的氣候條件不同，一旦下雨，就必須將各坵段淡化的鹵水排至迴水溝，依淡化後的濃度導回前面幾個坵段，重新再跑濃縮的流程，或者如瓦盤將結晶池上的濃鹵排入鹵缸儲存，雨過後再舀除鹵缸上層的淡水，重新將濃鹵導回結晶池曬成鹽(蔡炅樵，民 102)。

收鹽的流程大致上是：先把結成硬塊的鹽耙鬆、敲碎→使用鹽收仔或大耙、小耙將鹽耙成一長壟→用畚箕盛裝入鹽籠→挑鹽上堆→用木拍將鹽堆拍平使其紮實，再以草片或帆布半遮掩，如果大雨來就全部覆蓋，並用輪胎、木條、磚頭等重物壓緊，避免鹽遭雨淋造成鹽粒溶失(蔡炅樵，民 102)。

洲南鹽場目前仍保留清代鹽田的格局，其不規則的紋理是為了順服自然，依地勢的高低來引海水進入鹽田，在結晶池上有烈日曝曬，底有瓦片集熱，把陽光的溫度蓄留在鹵水裡，讓水氣一點一滴慢慢的蒸發逸散，使鹽分逐漸濃縮而提高，當鹵水的濃度到達波美 25 度以上時，氯化鈉開始沉澱、凝結，先在水面形成軟綿

的薄膜，再結晶後會出現第一層的鹽花，約莫一公分且薄透如冰，必需靠人工手持濾網來採收，如果未收鹽花則會越來越厚，最後沉到鹽田底部形成結晶鹽，再換成較大的工具來收鹽。最後，愛惜鹽田的鹽工收鹽的動作其實很細膩，會先把沉在底部的結晶鹽輕輕踏鬆，再施以適當的力道把鹽推成堆，這個動作不能過於用力，否則會把瓦片與土刮起來而破壞鋪面，接著把推成小堆的鹽裝進畚箕裡，瀝去多餘的水分，再以扁擔挑至平地堆成鹽丘，接下來的工作便交給老天爺，必需多日的陽光曝曬才能形成粗鹽(趙敏夙，2015)。

(三)適當技術

鹽田曬鹽的工作，說複雜，確實是千言萬語說不盡，而真正能落實到鹽田裡的產曬技術，卻是鹽工記憶及經驗裡頭那銘刻在身體的勞動技術，並因時因地因人而制宜所發展出來的適當技術。

例如，為何鹽田要分坵、分段來流動?這有幾個原因，第一點，海水若是一直靜置，則不易受陽光的照耀與風的吹拂，會導致蒸發的速度較慢。第二點，是為了克服台灣多雨的天氣，讓鹵水隨著蒸發的程度一段一段前進，而越來越鹹，如果鹵水遇雨水而淡化了，只需導回前幾段即可，不致因為一場大雨而導致一大池的鹵水淡化到同一個濃度，白費功夫，這是一種風險層級管理的經驗與智慧。第三點，海水中的各種礦物質會在不同濃度而析出，若氧化鐵未在大蒸發池階段析出而沉澱，則鹽會略帶酸味；若硫酸鈣未於小蒸發池階段析出，則鹽會略帶澀味；最後結晶池裡的氯化鈉是鹹味，而白鹽析出後剩下波美 29 度以上的鹵水稱為苦鹵，則是因為含有微量的氯化鎂。另外還有一點，為何小蒸發池頭段要比銜接的大蒸發池尾坵，提高約 1 公尺?為何不順著下來?這是因為如果一直往下降低，一旦下雨，雨水就會積在地勢最低的結晶池裡，會淡化好不容易才濃縮的鹵水，甚至溶化已經結晶的鹽。這種分池曬鹽與抬高地勢的做法，更能說明台灣鹽工的產曬技術，是為了因應氣候及地理條件而發展的適當技術。平心而論，這是一套充滿智慧與經驗的在地適當技術，用來對應台灣不利於天日曬鹽的氣候條件，更是生活在台灣的歷代鹽工所彙集的智慧總成。然而，後來天日曬鹽的結束，並不是技術欠佳，而是整體社會環境改變、國際鹽價低廉及國家政策不斷改變所造成的結果。

鹽工常說，「曬鹽先曬水；曬水先曬土」，就是說沒有好的鹵水就不可能曬出好鹽，但是要曬出好的鹵水，則必需先將鹽田的埤土整理到最佳狀態。而整修鹽田的埤土是需要時間與在地智慧的勞動，其過程依序為翻耕、踩漿、蓋平、滾壓、拼瓦及再滾壓。鹽田的整修工作說穿了，就是靠鹽工的經驗與智慧，在風日的自然條件下，將水與土的互動協調至最佳的狀態，真正的技術細節與眉角，全都銘刻在老鹽工勞動數十年的身體裡，很難說出來但卻很容易做出來(蔡炅樵，民 102)。

七、台鹽實業股份有限公司的轉型

民國 84 年 7 月，經濟部「台灣製鹽總廠」順應潮流改制為「台鹽實業股份有限公司」，且在經濟部國營事業委員會的要求下，台鹽公司開始積極展開民營化的腳步，採取的策略是：「產品多樣化、組織公司化及經營多角化」。隔年，民國 85 年台鹽公司與澳洲丹皮爾公司簽訂合資協議，共同於澳洲成立麥克勞湖鹽業公司，亦於同一年裁廢台南鹽場，鹽田土地歸還國有並提供開發為台南科技工業園區。台鹽公司在產品多樣化方面，積極開發精緻食用鹽品，如：如意精鹽、健康低鈉鹽、健康美味鹽、複方料理鹽等；清潔沐浴系列產品，如：沐浴鹽、鹼性牙膏、鹽皂、藻皂、洗面乳、洗髮乳、沐浴乳、防曬乳等；及海藻產品，如：藻精飲料、藻益錠、藻醬油等。組織公司化方面，如上述已由台灣製鹽總廠改制為台鹽實業有限公司，並於民國 92 年 11 月 18 日官股釋出且掛牌上市，轉型為民營企業。最後在經營多角化方面，除投資籌建有機光導體科技，還有生產膠原蛋白生醫材料的生技一廠，初期產品因銷售不佳，後來才以綠迷雅系列美容保養產品創下佳績而大賣，另外還有專門產製微生物製劑的生技二廠，及漸漸打響知名度的七股鹽山，也朝著鹽業休閒文化園區發展。而那些廢曬的鹽場，多數已陸續複曬，現今的台灣鹽業，已由產業鹽的時代轉化為文化鹽的時代了(蔡炅樵，民 102)。

2.6 傳統產業

何謂傳統產業?具有何種樣態或功能類型之產業得稱為傳統產業?一般也許認為技術或創產時期較為久遠、傳統，或者非現代新興之產業均屬之，但以此為定義似乎過於草率且欠周延(曾彬吉，2016)。由於傳統產業因全球化、機械化、資訊

化等等因素，已漸漸為時代所忽略甚至淘汰，為求生存與傳承，無不尋求文化資產保存或轉型的途徑，為目前台灣的主流模式。然而，台灣的傳統日曬鹽業在民國 90、91 年以前，也就是台鹽公司尚未全面廢除曬鹽之前，在那個「產業鹽時代」裡，台灣的鹽業亦屬於傳統產業的一種，故此節以何謂傳統產業?在傳統產業的定義上來加以說明。研究者於參考各種文獻後，彙整了各界對傳統產業的定義，如下表(表 2.6)

表 2.6 傳統產業之定義

資料來源	傳統產業之定義
行政院(2018)	新興重要策略性產業以外之其他產業，包括:數位 3C、精密機械設備、精密電子元件、生醫及特化、航太、綠色技術及高級材料工業等七大行業外，均屬於傳統產業的範圍。
經濟部(2018)	傳統製造業分為化學製品、化學材料、石油及煤製品、塑膠製品、橡膠製品、食品、紡織、菸草、皮革毛衣、成衣及服飾、木竹製品、家具及其裝飾品、印刷、紙漿及紙製品、金屬製品、金屬基本工業、非金屬礦物及其他，等十八項中之行業。且將傳統產業定義為製造業之民生工業、化學工業、金屬機械業，也排除了資訊電子業。
行政院主計總處 (2018)	在製造業裡區分為傳統產業、基礎產業與技術密集產業，而「傳統產業」包括紡織業、食品業、菸草業、木竹製品業、成衣及服飾業、皮革毛皮及其製品業、家具及裝飾品業、印刷及有關事業、紙漿及紙製品業、非金屬礦物製品業、雜項工業。
台灣經濟研究院 (2018)	與民生工業有關的傳統製造業:如食品業、菸草業、成衣及服飾業、木竹製品業、家具及裝設品業、非金屬礦物製品業和雜項工業。

MBA 智庫百科 (2015)	傳統產業是指在歷史上曾經高速增長，但目前發展速度趨緩，進入成熟階段，資源消耗大和環保水平低的產業。
朱正中(民 85)	以高勞力密集度或低技術密集度的產業，找出學理上比較利益可能會下降的產業，再以其所設定的進出口比例標準，將其因其他因素未在國內有特別發展，甚而高度依賴進口，或未有某一程度出口的產業排除，所剩產業為所定義的傳統產業。
蔡宏明(民 89)	產品的生命週期中之成熟期與衰退期，亦即該產業的市場份額將不再增加甚至已開始衰退之產業稱之。
王健全(民 90)	傳統產業須具備兩項特質，一是產業的產量、產值及利潤呈現長期遞減；二是衰退的原因與景氣循環無關。

資料來源:曾彬吉(2016)碩士論文，由研究者自行整理

2.7 文化產業

傳統產業的產業鹽時代，台鹽公司自民國 90.91 年廢除曬鹽後，隨即在 92 年就有北門的井仔腳鹽田與安順的南寮鹽田，陸續進行整建復曬，推動鹽業文化保存、教育與地方觀光，另外七股的台灣鹽博物館也接續著開幕，正式宣告台灣的鹽業已由傳統的「產業鹽時代」進入到復曬後的「文化鹽時代」，不再以鹽的產量為訴求而是以鹽的文化為重心，台灣的鹽業轉化為文化鹽後亦屬於文化產業的一種，故於此節簡述文化產業的定義，以期更符合鹽業現階段的情境。

文化產業原本是翻譯為「文化工業」，” cultural industry” ，此字最初見於由法蘭克福學派的阿多諾與霍克海默於 1940 年代所著『啟蒙的辯證』(Dialektik der Aufklärung)的其中一章節。雖然 cultural industry 的字眼並不是他們首創，但他們的批判卻引起廣大的注意。他們認為，藝術能讓生活更加美好，但文化工業卻將文化商品化，任人隨意買賣。二十世紀中葉，法國社會學家米亞基(Miège, Bernard) 等人，提出了” cultural industries” ，以複數取代單數，比較符合現在我們使用的「文化產業」此一翻譯詞。他們認為文化產業的運作方式是多元的，並非單一型態。

其次，承認文化商品化會造成藝術的膚淺化，但同時也帶來令人激賞的創新方向。事實上，文化產業本來就具有複雜、爭議性與矛盾的本質(劉新圓，2009)。研究者同樣於參考各種文獻後，彙整了各界對文化產業的定義，如下表(表 2.7)

表 2.7 文化產業之定義

資料來源	文化產業之定義
文化部(2018)	藝術與創意活動應一併列入，稱為文化創意產業，定義為:源自創意或文化累積，透過智慧財產的形成與運用，具有創造財富與就業機會潛力，並促進整體生活環境提升的行業。
聯合國教科文組織(UNESCO) (2018)	結合創作、生產與商業的內容，同時這內容的本質，具有文化資產與文化概念的特性，並獲得智慧財產權的保護，而以產品或服務的形式呈現;從內容上來看，文化產業可以被視為是創意產業，包含書報雜誌、音樂、影片、多媒體、觀光，及其他靠創意生產的產業。
英國(DCMS) (2018)	那些源自個人創意、技能和才幹的活動，通過知識產權的生成與利用，有創造財富和就業機會的潛力。
林宜容(2003)	係指將具有魅力、獨特的地方文化透過行銷概念予以商品化，賦予其實體與心理價值，經營做為產業，因此較著重於文化的市場與經濟價值的強化，亦即文化經由企業化經營方式創造市場的新氣象，提昇市場的價值
劉新圓(2009)	英國學者 David Hesmondhalgh 所定義的文化產業:文化產業的製品都是文本，可以任人加以解讀。文本包括歌曲、敘事或表演等，它主要是為了引起心智反應，充滿豐富的表徵意涵，藉此達成溝通的目標。根據這個定義，Hesmondhalgh 提出了「核心文化產業」一詞，內容包括廣告及行銷、廣播與電視產業、電影產業、網際網路產業、音樂產業、印刷及電子出版業、影視與電腦遊戲產業。

黃世輝(2009)	廣義的「文化產業」只要是在地歷史文化的發揮與活化所成的產業，都可以計算在內，因為即便其利潤未必回饋社區，也有波及效應的可能。但狹義的「文化產業」如果以操作型定義來看，可以說是：以社區居民為共同承擔、開創、經營與利益回饋的主體，以社區原有的文史、技術、自然等資源為基礎，經過資源的發現、確認、活用等方法而發展出來的，提供社區生活、生產、生態、生命等社區文化的分享、體驗與學習的產業。
-----------	--

資料來源:由研究者自行整理

2.8 環境教育

本研究之研究對象洲南鹽場，是塊有歷史有文化的鹽田，他們不趨炎附勢於大眾旅遊，而是致力於環境教育、生態旅遊與鹽業文化的保存，這種小眾市場的發展與推廣模式，並且以環境教育做為永續經營的核心之一，故以此小節來闡述環境教育的相關事項。

因全球暖化導致氣候變遷，加上對生物特性與環境之破壞；能源與糧食嚴重短缺，惡化的情形已經嚴重威脅人類及環境，為解決這些相當棘手之環境問題，除尋求科技方法外，治本之道還是需靠長期且深入的推動環境教育，讓全國人民從認知、態度上及價值觀來落實環境保護之行為(環境教育法總說明，2000)。中華民國環境教育法業已於2010年公布，並於2011年實施，立法目的為推動環境教育，促使國民瞭解個人及社會與環境之間的相互依存關係，以增進全民了解環境倫理與自身責任，進而尊重生命、維護環境生態平衡、促進社會正義，並培養環境學習社群與環境公民，以達到環境教育之永續發展。該法所定義的環境教育，是指運用教育的方法，培育國民了解自身與環境之間的倫理關係，以增進國民保護環境之態度、知識、價值觀及技能，促使國民重視所在生活環境，採取行動來達到自然環境永續發展之公民教育的過程。

一、環境教育重要意涵：

- (一)全球環保的思潮與行動:環境教育的起源與發展,緊扣著國際環保的思潮和行動而走。1972 年因聯合國人類環境會議發表一篇「人類宣言」,促使人類注意所生存環境的問題,開啟了人類與自然環境良性互動的新紀元。隨後在 1983 年國際上成立了「世界環境與發展委員會」,其目的在關切如何同時兼顧環境保護與經濟發展兩個議題,象徵了環保的內涵已不僅僅是對自然環境的關懷,而是已擴充到對人類生存與發展的關懷。世界環境與發展委員會同時在 1987 年發布了「我們共同的未來」宣言,呼籲全球各國應提高對自然環境與弱勢族群的認同與關懷。1992 年聯合國召開地球高峰會,更通過了舉世矚目的「二十一世紀議程」,強調對未來世代的關懷與對自然環境資源有限性的認知,及對弱勢族群的扶助,把永續發展的理念規劃為更具體的行動方案。
- (二)含括個人發展、社會正義與環境保護的豐富內涵:國內九年一貫課程的課程目標包括:人與自己,強調個體身心的健全發展;人與社會,強調社會與文化;人與自然,強調自然與環境,等三個層面,而國內環境教育的內涵也包含人與自己、社會及自然三個層面。環境教育藉由個人對環境問題所應負責任的覺知,積極正面的養成對環境之態度,然後主動的參與環境行動,以瞭解並促進自我的發展,此外環境教育不僅侷限在自然生態的保育,包括人文社會與自然環境的互動也屬於環境教育的範疇,尤其是最近國際所關切的環境正義與社會正義的議題,更將環境教育的目標導向社會層面,至於人與自然的層面,自然環境的資源保育、汙染防治與維護管理更是環境教育最根本的關切。
- (三)符合教育改革的理念:環境教育的融入,是國內近年來在課程改革上一個重大特色:就教學的內涵而言,環境保護議題是國內外所關注的焦點,學校的課程上與教學上應作適度的回應,國內九年一貫課程中保留環境教育融入的空間與彈性,正可以顯現此課程的國際觀與現代性。對學生的認知學習而言,環境教育除了具獨特的概念架構,更擁有一個整體性與豐富性的內涵,且具跨科際連結的知識體系;對學生的情意學習而言,藉由對環境的關心,拓展到關懷社會中的弱勢族群與自然環境中的弱勢物種,進而關懷整個地球環境生態,可成全學生高尚的人格情操;對學生的行為學習而言,環境教育重視日常生活中具體呈

現的現象或問題，經由生活中議題的探討與解決，達成生活能力的落實與實踐；最後對學校與教師而言，環境教育為新興的領域，其內涵概念仍持續發展，需要學校與教師主動關切與合作學習，因而可藉由科際整合與教學自主，提升教育體制內的活力(行政院環保署網站，2018)。

二、環境教育的定義

行政院環保署曾於 1994 年指出:環境教育是，以達到改善環境為目標的教育過程。是一種澄清觀念與形成價值的教育過程，是發展人們了解和體認人與文化及生物、物理環境間相互關係時所必須的知識、技能與態度，環境教育也教導人們在實際面對有關環境品質課題時，如何做決定暨發展自我行為依據準則。

九年一貫的課程綱要對環境教育之定義為:環境教育是概念認知和價值澄清的過程，藉以發展了解和讚賞介於人類、文化和及其生物、物理環境相互關係所必須的技能和態度。環境教育也需要應用有關環境品質問題的決策及自我定位的行為規範(曾秀菊，2017)。

我國環境教育法對環境教育的定義為:指運用教育方法，培育國民了解與環境之間的倫理關係，以增進國民保護環境之態度、知識、價值觀及技能，促使國民重視所在環境，採取行動來達到永續發展之公民教育的過程(環境教育法，2000)。

周秀蓮也於其論文中，綜合國內學者團體對環境教育的定義，指出環境教育是一種教育的過程，透過適當的策略，以增加人們對環境知識的了解，及改變對環境的思考模式，最後經由整合的歷程，而在行為上有所改變；也就是透過環境行動，讓人們在生活中具體實踐而對自我有所規範，進而維護自然環境，成為環境公民，以達到永續發展之目的(周秀蓮，2015)。

三、我國環境教育的發展過程

我國環境教育的開端，始於行政院為順應全球對環並保護的重視，故於 1987 年成立環境保護署，並下設置環境教育宣導科。1991 年教育部針對學校環境教育與社會環境教育，實施推動加強環境教育計畫。行政院於 1992 年核定環境教育要領，當時國內據此來推動環境教育。但由於環境教育的推行，需要有統一的主管機關來統合其所涉及的各政府機關，此外，為了廣泛、持續地推行環境教育，深

化民眾的環保意識和行為，亦須要穩定的預算及經費。及考量環境保護、永續發展是目前國際上的潮流趨勢，許多國家都已制定了環境教育的專法，因此，我國決定順應潮流制定環境教育法，以法律的位階，來賦予政府機關施行環境教育之義務與權力，確保環境教育的推行，以實現環境教育永續發展的終極目標(環保署，2018)。台灣的「環境教育法」最早於 1993 年初擬提出，後於 2010 年公布，並於 2011 年實施，2013 年修正部分條文(黃子芸，2014)。且在該法第十九條中明文規定，政府機關、公營事業、學校教職員工及學生，每人每年均應參加四小時以上的環境教育(曾秀菊，2017)。

基於上述的環境教育法第十九條之規定，每年都有大批的人員必須接受四小時以上的環境教育，而洲南鹽場以環境教育為永續經營的核心，並且致力於這方面的發展，順應了這個環境教育推展趨勢，勢必能得到各界青睞，政府機關、各級學校及團體便會提供源源不絕的參訪人潮，是一個相當合理且具發展性的經營定位，也是一個等待開發的市場。

2.9 生態旅遊

近年來，生態旅遊逐漸受到國人所重視，傳統的觀光旅遊所考量的是遊客數量，但生態旅遊考量的則不同，著重的是旅遊者的生態保育、環境教育和保存當地文化資產的思維。目前，傳統觀光遊憩區的樣貌已逐漸被生態旅遊的新思維所取代，並朝著永續發展的自然生態之方向發展(方偉達，2010)。「生態旅遊」一詞，若單純就字面上的意義來看，可被定義為自然環境與觀察動植物生態的一種旅遊方式，也可解釋為增進生態保育且具有生態觀念的一種遊憩行為。然而，生態旅遊一詞涵蓋了模糊且很廣泛的概念，導致容易讓大眾產生誤解，甚至被刻意的扭曲真正的涵義。因此，在國際自然保育聯盟(IUCN)與國際生態旅遊協會(The Ecotourism Society)兩者的全面推動下，將生態旅遊明確的定義為：「生態旅遊是一種負責任的旅遊，顧及環境保育，並維護地方住民的福利」，之後終於逐漸改變人們對生態旅遊型態所認知的樣貌。而在台灣，行政院所屬的永續發展委員會將國內、外學者的意見綜合了以後，於 2003 年底提出的「生態旅遊白皮書」之中更

進一步的將生態旅遊定義為：「一種在自然地區所進行的旅遊形式，強調生態保育的觀念，並以永續發展為最終目標」。以國家公園的發展與保育同時兼顧的前提下，教育遊客秉持著尊重當地居民與尊重自然的態度，並且提供遊客有機會參與環境保育行動，在積極參與與貢獻的過程中，能夠從大自然獲得知識、喜悅、與啟發(台灣國家公園網站，2009)。

為了讓大眾更容易明瞭生態旅遊的定義，「生態旅遊白皮書」中提出了關於辨別生態旅遊的 8 項原則，當中有任何一項答案如果是否定的，便不能算是所謂的生態旅遊了。如下：

- 一、必須採用低環境衝擊之營宿與休閒活動方式。
- 二、必須限制到此區域之遊客量。
- 三、必須支持當地的自然資源與人文保育工作。
- 四、必須儘量使用當地居民之服務與載具。
- 五、必須提供遊客以自然體驗為旅遊重點的遊程。
- 六、必須聘用瞭解當地自然文化之解說員。
- 七、必須確保野生動植物不被干擾、環境不被破壞。
- 八、必須尊重當地居民的傳統文化及生活隱私(台灣國家公園網站，2009)。

於了解生態旅遊的各種定義後，生態旅遊於推動時仍需將以下五個發展面向整合，才能夠完全體現出生態旅遊的精神。

一、基於自然

以自然區域內的資源作為核心，把當地具有生態教育價值的自然、人文風貌與生物等特色，透過完善的遊遊行程規劃與服務，使遊客能夠於當地深入體驗。因此，自然區域獨有的資源，為經營及規劃各項生態旅遊的必要條件。

二、環境教育與解說

以欣賞、體驗、瞭解、與享受大自然為活動重點，透過營造遊客與自然環境互動的過程，並對旅遊地區之自然及文化資產提供專業且深入的解說，藉由行前及途中適時的給予遊客正確資訊，再透過解說員的引導來融入環境教育活動，提供遊客不同深度與層次的鑑賞、識覺、知識及大自然的體驗。

三、永續發展

生態旅遊地區的永續經營及發展方法，以朝向自然資源的永續保存、保護當地生物多樣性的自然資源及其棲地為發展之原則，不但必須將人為所造成的衝擊降至最低，並能透過旅遊活動所得到的收益，用在加強旅遊地區的自然環境與文化資產之保育方面，因此生態旅遊的最終目標即是達到永續發展。

四、環境意識

結合了對自然環境的使命感、與對社會道德的責任感，且積極發揚此等理念的認同來擴及遊客，期望藉由環境教育與解說服務，啟發遊客對於地方傳統文化與生活方式的尊重，鼓勵來訪遊客與當地居民均建立環境倫理，以提升環境保護的觀念與意識。

五、利益回饋

生態旅遊的策略是將旅遊所得的收益轉化成為當地社區的保育基金，操作方式包括鼓勵社區居民的參與，及透過不同機制協助社區籌措環境保護、研究及教育基金，以對當地生態與人文資源之保育提供直接的經濟助益，並使社區能獲得來自生態保育及旅遊發展的實質效益。

由上述可知，生態旅遊是一種負責任的旅遊，強調人與環境間的倫理相處關係，透過解說教育引導遊客主動學習並體驗生態之美，進而瞭解生態的重要性，且以負責任的態度與回饋行為，保護自然生態與文化資源，以達到兼顧自然保育、生態旅遊與地方發展創造三方共贏的局面。(台灣國家公園網站，2009)。

2.10 文化觀光

以往文化觀光的定義被侷限在藝術或遺產觀光的形式，直至 Greg 在 1996 年出版「歐洲的文化觀光(cultural tourism in Europe)」，才給予廣義的定義為：人們離開平常的居住地，到有文化氣息的地方吸收新的資訊和體驗，以滿足他們對文化的需要。文化觀光涵蓋了各式各樣的旅遊，讓人們得以去學習不同文化的想法和生活方式。一個國家的文化景點除了要以知識、創新的方式來呈現外，更需要鼓勵文化上的差異化和獨特性。文化觀光由以下四個要件所組成：

- 一、觀光:文化觀光是一種觀光的形式。
- 二、使用文化遺產的資產:文化遺產包含有形及無形的資產，有形的包括自然和文化環境、歷史景點、器具等；無形的包含過去及持續在進行的文化策略、知識、生活經驗等。
- 三、體驗及實質產品的消費:所有的觀光都包含體驗和產品的消費，為了讓旅客體驗不同的文化，讓旅客親自嘗試動手參與，也可將文化資產轉成產品。
- 四、觀光客:文化觀光一定要考慮旅客欲深度學習、體驗、自我察覺的旅遊動機。(陳首翰，2016)

任何觀光活動在本質上均脫離不了廣義的文化範疇。因此，在理想的情況下，文化與觀光兩個的關係可以成為相輔相成、互惠互利的合作伙伴；反之，如果未經過妥善的規劃，文化與觀光同時也可能淪為勢不兩立而彼此掣肘的敵對狀態。時至今日，觀光產業現階段已然躍昇為全球最大的服務業，全球各地湧入的觀光客所帶來的經濟效益與產生的龐大商機，舉世皆有目共睹。如今國際上不論民主先進國家也好，甚至是共產獨裁政權也罷，沒有任何一個國家可以忽略掉甚至放棄掉發展觀光的重要性。至於如何積極拓展該國在國際上及國內的觀光產業，已成為許多國家的執政者最為重要施政方針。然而，觀光產業事實上是把兩面刃；發展觀光也絕非是一種一本萬利之事，發展觀光對一個地區的社會、文化、經濟與環境生態甚至國家安全等各方面，皆會帶來種種利與弊及廣泛而長遠的影響(劉以德，2010)。但就觀光的本質上仍是利多於弊，洲南鹽場是否應朝向觀光產業靠攏，得靠經營者的智慧與經營策略，畢竟現階段的世界潮流無非”觀光”兩字莫屬，誰也無法置身事外。

然而，臺灣政府為求多元發展，創造下一波產業的契機，行政院於2009年公告「臺灣六大新興產業」為未來施政積極發展之重點，其中包括了醫療照護產業、精緻農業產業、觀光旅遊產業、生物科技產業、綠色能源產業及文化創意產業等；其中尤以文化創意產業、觀光旅遊產業被認為是可以行銷臺灣的美好價值(行政院全球資訊網，2018)；然而，如何提升台灣在觀光產業上的競爭力，政府早已將其列為施政的重大措施，近年來，不管是中央、地方政府或民間團體，在積極以

地方文化特色為推動主軸的觀光活動上，實在可謂不遺餘力，但就活動的精緻度與深度來說，國內的文化觀光產業仍有相當大的一個進步空間(劉以德，2010)。可見地方文化產業的發展，是一項極具開發力的經濟資源與文化資源，且有延續地方傳統文化與凝聚社群認同感、領域感及共識等功能，並值得發展成為無可取代的文化觀光資源。

時至今日，文化觀光已經發展成為文化產業與觀光產業中最重要的一環，文化觀光亦成為全球觀光產業當中發展最為迅速且最重要的一個部分，根據「世界觀光組織」的調查，對文化觀光之需求每年約成長 15%，而且約有 37%的國際觀光旅遊是以文化觀光為動機。同時，文化觀光也可以在許多情況下用來作為各種行銷和發展之媒介，更可當作各種不同文化及觀光政策的目標 (劉以德，2010)。文化觀光強調深入另一種文化與場域的旅行，以便學習不同民族、生活型態、文化資產與藝術(Craik，1995)。再者，文化觀光景點為一種結合在地的特色及在地的文化，由傳統、產業、習俗、建築物、地理景觀等等吸引人們前往觀光，所建構而成的文化活動風貌，舉凡當地的風俗習慣、傳統產業、宗教儀式、民俗技藝等，為的是讓遊客體驗不同的民情與文化。

2.11 社區總體營造

布袋嘴文化協會(洲南鹽場的催生者)對於洲南鹽場在文化鹽田發展的定位上，定調為「快樂鹽田新鹽村」，是希望結合社區營造的精神與鹽業文化的再發展，強調將鹽業的生產、鹽田的生態與鹽村的生活三者結合再一起，目的在實踐土地倫理的精神(沈錕美，2011)。因此，本研究亦將社區總體營造納入研究背景來加以論述，以期更符合該協會經營洲南鹽場的理念。

近年來在氣候、生活環境及經濟均持續發生劇烈變化的困境下，政府更必須要凝聚公私部門及民間的力量，才能一同面對以解決目前的社會問題，因此，文建會自 1994 年提出「社區總體營造」這項政策，除為了促進國民自主性的參與公共事務外，也希望藉此可以整合臺灣民間社會的力量，使之成為政府在施政上強而有力的後盾。也為因應時代的腳步與外在環境的改變，文化部(文建會)於 2002

年至 2007 年配合行政院在推動「挑戰 2008-國家發展重點計畫」中所提出的「新故鄉社區營造計畫」，目的在結合地方特有的文化傳統、在地產業與空間環境，以積極發展地方的魅力。2005 年行政院擴大提出的「臺灣健康社區六星計畫」之中，對於社區營造上施行的政策提出更為具體之分工，除含文建會本身外，更包括內政部、教育部、經濟部、農委會、客委會及原民會等 11 個部會，分成產業發展、人文教育、社區治安、社福醫療、環境景觀及環保生態等六個大面向，成功地促使政府各部門重視「社區營造」之理念，並從各自的業務權責上積極推動民眾共同參與之意願，以符合社區全面性目標的需求，落實「總體營造」的精神，讓「臺灣最美的風景在於人」成為社區總體營造的最佳代言寫照，也一併帶動政府機關與民間協力合作的一種社會風潮(文化部網站，2018)。

所謂「社區總體營造」即是一種由下而上且自發性推動社區的營造工作，帶動社區發掘在地的資源，及運用發揮在地文化的特色，與發展在地文化的產業，促使地方產業與文化創意之結合，進而活絡地方經濟繁榮。所以「社區總體營造」的精神，是希望透過凝聚社區居民的互動與共識，達到認同自身社區的文化，來尋找自身社區文化的特色，進而使文化與創意結合，可創造就業機會，並促進經濟成長(謝沛錡，2010)。「社區總體營造」一詞是以凝聚社區共識、建立社區文化、建構社區生命共同體之概念，來作為文化行政上的一種思維與政策，以此作為主要目標。而主要的目的是為了加以整合所謂的「人、文、地、景、產」這五大社區發展面向，所產生出來的政策性名詞(文化部網站，2018)。

政府這二十餘年來致力於推動社區營造，從理念推廣上、文化保存上與人才培育上，結合政府各部會、地方各級政府、學術界及民間團體投入到社區營造的工作，雖然已成功引發臺灣民眾對於公共事務上共同關注之社會風氣，但因民主觀念推及社區的培育工作如同基礎教育一般，需要不間斷地在各年齡階層來推廣及引動，才能真正融入在每一位國民的生活價值內及行為中(文化部網站，2018)。

「社區總體營造」對於臺灣現階段而言，不僅僅是一項文化政策，也是提倡公民參與社會活動最重要的基礎建設。二十多年來，民眾透過社區營造的各種機制參與多種社會公共議題，從認識自己與了解在地，乃至於學習如何去解決地方

性的問題，及落實文化上的平權，到重視台灣各族群在文化表現形式之多樣性，使臺灣社會素質整體向上提升。鑑此，為持續厚植在地特色、強化文化競爭力，未來將透過行政院常態的文化會報機制，共同打造跨部會協力合作方案，以持續建構各地多元文化特色，與強化其參與廣度及深度。因此，不論是傳統文化保存及技藝傳承、環保生態或產業創新，均可發掘於各地社區或村落，以呼應全球化所產生的「永續經營」及「在地發展」之相關議題，更進一步的讓參與者透過實際參與社區營運、活用數位資訊科技及連結跨域資源，而積極面對當前社區或社會問題，並主動的參與協助解決。政府未來也將持續透過「由內而外」及「由外而內」的雙向輔導策略，促使「公民參與深度」及「藝文推展廣度」兩方面達到相互加乘、互利互惠之效果，並擴大整合各部會相關資源、文化部所屬機關、各縣市政府、民間團體、青年及第二部門（含基金會）等資源共同協力，以延續推動文化藝術向下扎根，藉由引進國內新文化的力量來強化交流，更可提升創新能量，並持續累積台灣的文化智慧資本及跨領域合作成果，豐富地方文化多元性及展現文化治理之民主精神(文化部網站，2018)。

然而，隨著現代網路資訊的全球化，旅遊資訊的取得不再僅是透過電視、報章、雜誌及親朋好友的介紹和分享等這些方式，相信大多數人是透過網站與網友的分享如部落格或旅遊打卡，來獲得資訊並當做日後出遊的參考。所以在社區總體營造的過程中，「意象」的建立除了是一種凝聚在地認同感的重要手段，也是社區營造的過程當中不可或缺的一項執行工具，例如，目前最常見的社區意象、裝置意象、入口意象、文化意象等等（林錫霞，2010）。加上意象本身極具有宣傳、行銷與表徵的功能，所以意象才能成為市場的主流目標，憑藉著明顯意象，不僅能夠定位出市場的核心價值，並且能提昇遊客對目的地或該社區的印象（蔡郁芬，2005）。至於形塑地方的意象，應由五感綜合融入而成，而非僅憑一種感官便可塑造令人印象深刻之意象（林煦華，2013）。

有鑑於此，洲南鹽場不僅有醒目且令人印象深刻的「入口意象」(如圖 2.11-1)；還有入口步道的「再造意象」(如圖 2.11-2)；甚至場區內也有「地景意象」(如圖 2.11-3)；一直到所在的龍江社區內亦有多個藝術與造景意象，這都是洲南鹽場在發展與推

廣上的與眾不同一個亮點，更能顯現出該鹽場所欲表達的核心價值，正等待有緣人來細細體會與品味。



圖 2.11-1 洲南鹽場的入口意象(由研究者拍攝，拍攝時間 107 年 1 月 14 日)



圖 2.11-2 洲南鹽場入口步道的再造意象(由研究者拍攝，拍攝時間 107 年 1 月 14 日)



圖 2.11-3 洲南鹽場場區內的地景意象(由研究者拍攝，拍攝時間 107 年 1 月 14 日)

2.12 觀光旅遊

旅遊是時空的轉換、視野的開拓、身心的位移、靈魂的追尋與感官的刺激。而觀光可以是休憩的手段、夢想的實現、異國的召喚、現實的逃避、身份的表徵或財富的炫耀，無論旅人基於何種因素踏上旅途，觀光儼然已成為許多現代人生活中不可或缺的一環。然而，隨著資訊與交通科技的日新月異，促使全球化的腳步日益加速，地球村似乎已經成形，跨國旅遊的移動更是現代生活的一大特色(劉以德，2010)。

回顧時代的變遷與國際化的潮流，台灣政府從 2001 年全面實施週休二日制度之後，使得國人生活品質因此而提升，也帶動全台各地觀光景點的旅遊熱潮，國人開始傾向前往異地旅遊與消費，更為注重休閒娛樂與放鬆心情，政府也逐漸重視到觀光休閒產業的崛起，因而制定多項的政策與補助計畫以順應潮流(江佩蓉，2017)；例如，行政院為推廣並加速台灣西南沿海地區的觀光事業發展與開發，於 2003 年公告核定雲嘉南濱海國家風景區設立，其所含範圍從北至雲林縣的牛挑灣溪，南至台南市的鹽水溪，並於同年 12 月 24 日正式成立「雲嘉南濱海國家風景區管理處」，以加強國家的觀光旅遊建設及提升遊憩活動品質（雲嘉南濱海國家風景區網頁，2016）。

國內旅遊在定義上指的是一國的居民以愉悅身心及增廣見聞做為目的，而離開日常生活的居住地，在國內從事人為景觀設施與自然風景的欣賞、文化的體驗、美食的品嚐與購物之非例行性地點往返活動。然而，國內旅遊市場的發展與一國經濟的表現息息相關，當國家經濟發展良好時，國民所得必然隨之提升，人民有更多的收入可使用於旅遊消費；當國家經濟發展不佳時，國民所得亦會受到影響，民眾便會考量民生必需的基本消費需求，因而旅遊可能受到排擠導致減支出的減少(陳宗玄，2012)。

然而，隨著休閒旅遊風氣日漸興盛，以及交通建設與交通工具日趨便利，國人國內旅遊活動的意願大幅提升。交通部觀光局觀光策略的「Tourism2020—臺灣永續觀光發展方案」中提到，台灣的國民旅遊市場：

- 一、現況：依據觀光局統計，105年國人至少在國內旅遊1次的比率約為93.2%，雖與104年相當，惟較100年減低了2.2個百分點，至於旅遊平均停留天數約為1.44天，雖然與104年相當，惟較100年亦減低了0.06天。近5年(101~105)國人國內旅遊的需求與次數增加，自101年的1.42億人次，穩定成長至105年的1.9億人次規模(如圖2.12-1)，年平均成長率約7.55%；觀察國人國內旅遊的支出金額自102年起逐年遞增，至105年已有3,971億元，相較104年增加10.3%，每人每次旅遊平均的費用約2,086元，亦較104年增加3.4%也就是69元。國人國內旅遊的收入(支出)也由101年的約新臺幣2,699億元成長至105年的約新臺幣3,971億元(如圖2.12-2)，年平均成長率將近10.14%，可見國內觀光服務產業的市場之規模正迅速成長。
- 二、課題：國內旅遊市場的產品可複製性偏高，旅遊業者之間常模仿或主打低價行銷的策略，反而注重在參與人數，卻忽視了活動品質的現況，導致極少開發較有深度、較多元與具有在地特色的旅遊產品，且各地旅遊景點之風貌、特色及國際化程度明顯不足，觀光活動更常有內容互相模仿、偏向短期操作、同質性高之情事。
- 三、提升作為：政府應建立完善的輔導機制，以跨區域合作為理念，協助地方打造在地遊憩亮點、扶植節慶活動、包裝特色產品及提升服務品質等方式；另應

建立觀光服務整合平臺，統籌中央與地方所轄之觀光資源，並以各自發展、統合推廣的方式，持續推展平日時段、跨區、過夜的旅遊與在地深度的體驗，並且運用國際年會在臺灣舉辦之契機，加強城市的行銷等作為，挹注我國國民旅遊市場能量，來傳達臺灣觀光豐富多樣化之特色(觀光局行政資訊系統-Tourism2020－臺灣永續觀光發展方案，2017)。

同時，參考交通部觀光局官方網站內也提到，台灣觀光服務產業吸引投資的理由如下：

- 一、在政府的政策及推展下，台灣國際觀光的競爭力持續上升。
- 二、台灣的觀光服務產業市場成長快速，2011 年觀光總收入之統計達新台幣 6,363 億元(如圖 2.12-2)。
- 三、國人 2011 年國內旅遊的總費用(國內旅遊收入)成長為新台幣 3,103 億元(如圖 2.12-2)，成長率達 30.3%。
- 四、政府於四年內投入在觀光部分共計新台幣 174 億元，以期打造台灣成為千萬國際旅客觀光大國。
- 五、國內多家旅行社將朝向大型化及品牌化發展，日前相繼有雄獅、燦星等旅行社成功走向上櫃或即將上櫃。
- 六、旅館的投資需求隨著陸客自由行後將朝兩極化發展，形成高價優質與平價連鎖的旅館需求成為投資新趨勢。
- 七、創新型態的觀光服務業近來發展蓬勃，逐漸成為投資上的亮點(觀光局行政資訊系統，2014)。

近十年國人國內旅遊總旅次變化

單位:千人次

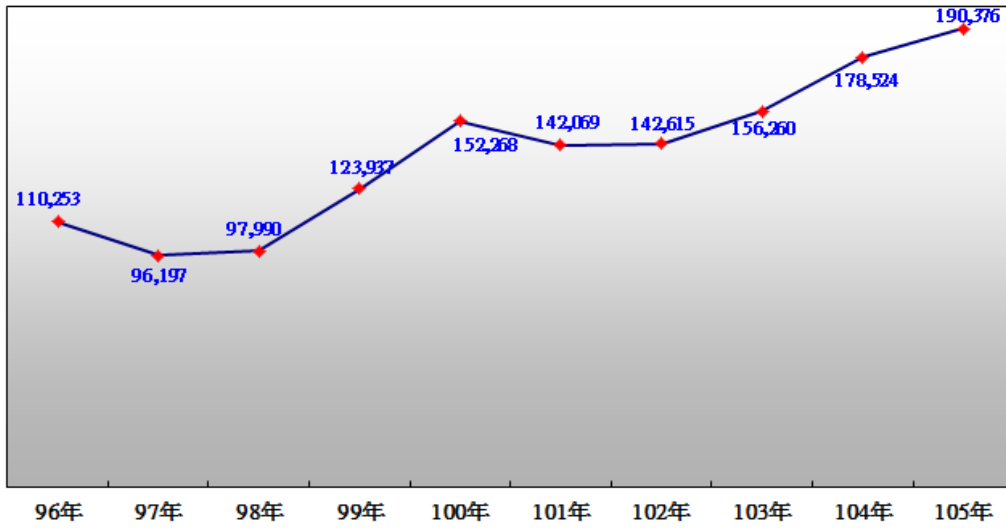


圖 2.12-1 近十年國人國內旅遊總旅次變化(資料來源:交通部觀光局, 2017)

近十年觀光外匯收入及國人國內旅遊收入及觀光總收入 單位:新台幣億元

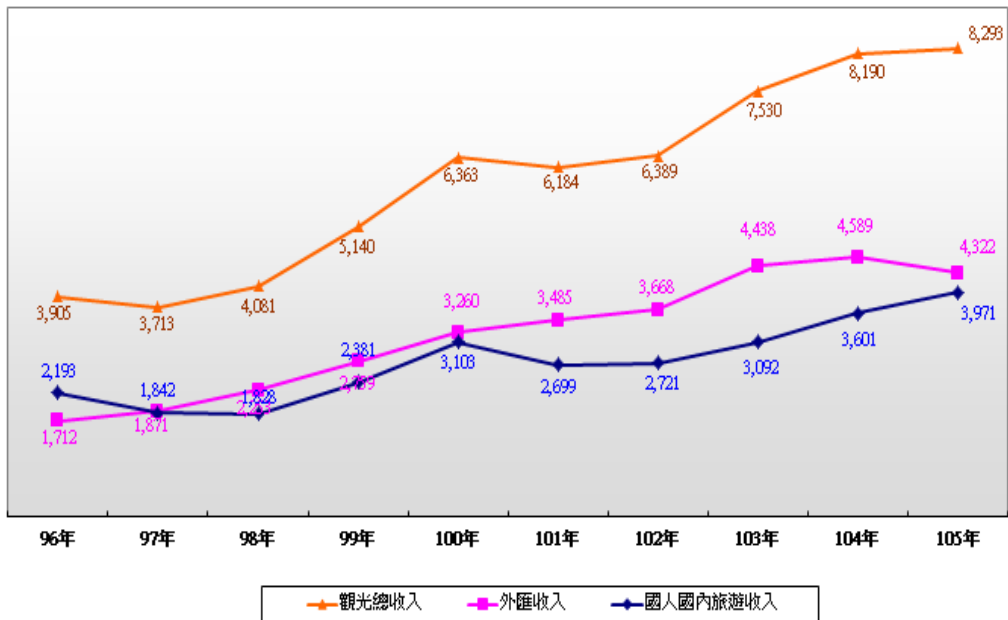


圖 2.12-2 近十年觀光外匯收入及國人國內旅遊收入及觀光總收入(資料來源:交通部觀光局, 2017)

第三章 研究方法與執行

本研究係採用質性研究，藉由對受訪者進行深度訪談及以文獻分析的方式，整理出洲南鹽場推廣的情形與台灣鹽業相關的歷史，主要目的在於探討傳統鹽業文化發展與推廣之情形，並執行相關之研究，且以洲南鹽場為進行本研究之對象。本章共分 3 節，分別為 3.1 研究方法，包含以質性研究進行深度訪談法及文獻分析法；3.2 研究設計，包含訪談對象設定、訪談大綱設計；3.3 研究執行，包含深度訪談執行過程、訪談資料編碼說明。

3.1 研究方法

本研究採質性研究的深度訪談法與文獻分析法。在深度訪談方面，對於訪談對象一一提出有助於本研究的問題，如對傳統鹽業的推廣有何看法及建議等，進而將訪談結果整理出結論與建議；在文獻分析方面，經由將各方蒐集而來的文獻，透過閱讀後加以整理並分析，進而得到與本論文相關且可用之文獻。茲將研究方法分述如下：

3.1.1 質性研究

質性研究主要是用來獲得量化研究方法所無法獲知的主觀知覺、態度、感受與價值判斷，經由質性研究探索內在心理歷程或經驗世界。所以質性研究是以「探索」和「發現」為主要之目的，對於所要研究的人類經驗和情境，產生全面的與統整的描述，以深入理解人類經驗或現象的意義，及了解人類對其經驗賦予的主觀意義(吳芝儀，2000)。質性研究方法的特性是注重整個過程的發展，強調研究要接近日常生活，且其關心的範圍是涵蓋整個事件的歷程，而非只是最後的結果(胡幼慧，2000)。

質性研究方法的適用時機，一般用於：1.研究問題的性質是探索性或是發現性的問題；2.研究問題的焦點在於互動與過程；3.關心個別化的經驗與結果；4.對描

述性資料感興趣或有其深入的需要；5.對於可能最重要的互動歷程或變項尚不明確時；6.當運用自然取向的策略較符合研究目標時(高淑清，2008)。

3.1.2 深度訪談法

訪談是指二個人以上的交談，其要件是至少有一位以上的訪談人，以及一位以上的受訪者。訪談人透過語言溝通來獲取受訪者的某些訊息，即如同對話一樣，在提話與回答的互動過程中，用來收集訪談人所需的資訊(萬文隆，2004)。透過訪談，由研究者引導研究對象有目的的談話，藉著談話內容蒐集資料並了解研究對象的想法(黃瑞琴，1997)。

質性研究的訪談方式通常可分為「結構式訪談」、「非結構式訪談」與「半結構式訪談」。其中結構式訪談又稱標準化訪談、導向式訪談或控制訪談，有累積分類、排序法等進一步的研究技術輔助。非結構式訪談往往由受訪者的日常生活閒聊方式，或與知情人士以及專家訪談來取得相關研究資料。至於半結構式訪談則以訪談大綱做輔助，訪問者針對特定議題，向受訪者發問一系列結構性問題，然而為深入起見，採用開放性問題，以期獲得更完整的資料(丁珮玉，2003)。

基於針對特定問題所擬定之訪談大綱，本研究方法採用「半結構式訪談法」。而半結構式訪談的特點為：1.有一定主題，提問問題的結構雖然鬆散，但仍有重點和焦點，而不是漫無邊際的；2.訪問前先擬定訪談大綱或訪談要點，但所提問題可以在訪問過程中隨時邊談邊形成，提問的方式和順序也可依受訪者的回答隨時提出，有相當之彈性；3.訪談者不需使用特定文字或語意進行訪問，但訪問過程以受訪者的答案為主(袁方，2002)。

深度訪談，顧名思義係以人為本的研究取向，其主要是從受訪者的角度來詮釋個人的行為或是態度，俾利了解對參與者之有意義的人、事、物。深度訪談法有別於單純訪談，深度訪談目的在於透析訪談的真正內幕、真實意涵、衝擊影響、未來發展以及解決之道。一般而言，深度訪談能比一般訪談要花費更多的時間，但是其所得到的結果更具能深入描述事物的本質，以做為進一步的分析依據(萬文隆，2004)。深度訪談是透過訪談發現一些重要因素，而這些重要的因素不是普通

訪談可以獲得的，研究者須探索每個問題的深層意義，以便獲得更多的資料與理解。而訪談法主要是依照訪談所獲得的資料為依歸，因此，對於訪談的人、事、物應事先做好計畫，以作為整理架構的基礎資料(詹素娥，2013)。所以深度訪談法能為研究者蒐集其研究主題更為深入的資料，經由預先的題目規劃，以深入訪談的方式俾獲取必要資料，經記錄整理、分析、比較，以達到對該研究主題的研究成果(葉至誠、葉立誠，2011)。

3.1.3 文獻分析法

「文獻」指的是將人類知識經由文字、圖形、符號、聲頻、視頻等手段紀錄下來，並且有長遠歷史價值及當前實用價值的任何資料，其來源與種類眾多。常用的文字形式的文獻有：圖書、報紙、辭典、期刊雜誌、各類學術會議論文集、學位論文集、各種機關團體的統計報告，及至個人書信都涵蓋其中(黎斌儷，2012)。

文獻分析法是指蒐集他人所做的研究，分析其結果與建議，指出需要驗證的假設，並說明這些建議性的假設是否有價值拿來應用，其範圍與來源大約可分為以下三種：

- 一、類似學科、學說與理論。
- 二、相關學科的研究報告、定期刊物與學位論文。
- 三、一般著作、民間通俗典故、具創造性或思考性的文章。

文獻分析法是尋找歷史資料、檢視歷史紀錄並客觀地分析、評鑑些資料的研究方法，由於常需要大量的歷史資料與文獻，因此亦稱歷史文獻法。當研究者對歷史資料進行蒐集、檢驗與分析後，便可從了解與重建過去所獲得的結論中，解釋社會現象的現況，甚至預測將來之發展。採取文獻分析法進行資料的分析時，必須先對文獻進行檢閱，不論是第一手或是次級資料，均應確定其可靠性及可信度。而不同的文獻，對於研究會有不同的助益或侷限，當符合研究主旨與可供解答的文獻蒐集、檢證完畢後，接下來便是重要的分析工作。而文獻資料分析法的應用具有幾項特點，包括：其研究的事件與使用的資料是過去的紀錄與遺跡；是種間接而非直接的觀察；分析的結果可用以解釋現況、預測未來等(葉至誠、葉立誠，

2011)。

而「文獻分析法」也是指對文獻進行查閱、分析、整理並力圖找尋事物本質屬性的一種研究方法，在社會科學及行為科學研究中經常被廣泛應用。其優點在於可以進行縱貫分析，而且資料本身因為「無反應性」，所以不會產生改變，研究者比較不會受到干擾，但缺點是，文獻仍是前人的著作或研究成果，經常隱瞞著編製者的偏見，若不謹慎檢視與反省，很有可能會影響到研究者本身對於事實的判斷。

3.2 研究設計

本研究之研究設計採用質性深度訪談之半結構式訪談法及文獻分析法。在深度訪談方面，先設定訪談對象，再設計訪談大綱，同時多方面搜集相關文獻資料，進行資料彙整與比對分析，最後得到結果與結論。

3.2.1 設定訪談對象

本研究在探討洲南鹽場的傳統鹽業文化發展與推廣情形之相關研究，因所涵蓋的研究範圍包括鹽業的歷史、鹽的生產、洲南鹽場的重建與復曬、洲南鹽場目前推廣的情形與後續的建議。因此，訪談對象的設定共包含五位，分別代表產、官、學界。受訪者名單及編碼如下表(表 3.2.1):

表 3.2.1 本研究訪談對象表

編號	代表類別	編碼	受訪者	受訪時間	受訪地點
1	學界+產業界	A	布袋嘴文化協會總幹事	2017.12.05 2018.01.18 2018.02.13 2018.03.14	布袋嘴文化協會辦公室(洲南鹽場辦公室)
2	產業界	B	在地老鹽工	2018.01.10	老鹽工家裡
3	公部門(官)	C	布袋鎮公所主管	2017.12.05	布袋鎮公所
4	公部門(官)	D	雲管處主管	2017.12.06	布袋站辦公室
5	公部門(官)	E	當地里長	2018.01.13	里長家裡

資料來源:由研究者自行整理

上表中將布袋嘴文化協會總幹事列為學界及產業界，因該協會為地方文化工作者，且經其多方努力下重建了現今的洲南鹽場，是為洲南鹽場之催生者，並有著許多有關鹽業的著作及鹽業史相關的研究，故列為受訪者之學界代表。此外，洲南鹽場實際的經營者亦是該協會，並且從事鹽的產曬與銷售，故亦列為受訪者之產業界代表。

3.2.2 設計訪談大綱

本研究確定研究方向後，研究者即著手蒐集並閱讀相關的文獻資料，並針對研究目的擬定訪談大綱，且與指導教授討論訪談大綱的適切性和可能性，經過不斷修正後最後定稿。

承上節 3.2.1，因研究範圍包括鹽業的歷史、鹽的生產、洲南鹽場的重建與復曬、洲南鹽場目前推廣的情形與後續的建議，故在設計訪談大綱上，為求周延依本研究之訪談對象設計五份訪談大綱，而訪談內容分為三大部分，再依此三大部分設計訪談問題，但因受訪者的專長領域和對問題的熟悉度、能力及經驗並不相同，所以針對訪談對象不同則訪談問題略有差異。

訪談內容分為三大部分，第一部分:洲南鹽場發展的歷史及生產的概況；第二部分:洲南鹽場目前推廣的情形；第三部份: 洲南鹽場如何推廣及推廣的方式。本研究設計的訪談大綱如下(表 3.2.2):

表 3.2.2 本研究訪談大綱一覽表

訪談大綱	訪談對象				
	A	B	C	D	E
第一部分:洲南鹽場發展的歷史及生產的概況					
1.就您所知，請概述洲南鹽場的歷史?	√	√	√	√	
2.就您所知，請描述洲南鹽場自廢除曬鹽後重建的歷程?	√	√	√	√	
3.您對政府單位在傳統產業文化的保存上有何建議?	√		√	√	√
4.請說明洲南鹽場目前鹽生產的概況?	√				
5.您覺得傳統的日晒鹽與現代的精鹽有何不同?	√	√	√	√	
第二部分:洲南鹽場目前推廣的情形					
1.請問台鹽實業股份有限公司在洲南鹽場的經營及管理上扮演什麼角色?	√				
2.就您所知，擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場目前以何種方式推廣及推廣的情形如何?	√	√	√	√	

3.依您的觀察，來洲南鹽場參訪的遊客數如何?又以何種型態的遊客居多?	√	√	√	√	√
4.您覺得遊客參訪的期間對在地的環境、交通及社區上有何影響?	√		√	√	√
第三部份:洲南鹽場如何推廣及推廣的方式					
1.請問貴單位在洲南鹽場的推廣上扮演什麼角色?又以何種方式協助推廣?	√		√	√	√
2.您能舉出有哪些傳統產業文化推廣成功的例子?有何值得學習之處?	√		√	√	
3.您覺得洲南鹽場在推廣上有何優勢及劣勢?	√		√	√	
4.您認為擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場要如何推廣?以何種方式推廣?	√	√	√	√	
5.在產業轉型上，您認為台鹽生技的轉型如何?是否有使用過台鹽生技的產品?又使用過後的感覺如何?		√	√	√	√

資料來源:由研究者自行整理

3.3 研究執行

以下將從深度訪談的執行過程與深度訪談所得資料之編碼方式進行說明。

3.3.1 深度訪談執行過程

本研究使用半結構式的深度訪談方式，在確定研究方向與目的之後，隨即擬定訪談大綱。同時在擇定訪談對象後，於實施訪談之前，研究者先以電話聯繫或親自造訪受訪者，說明研究目的與主題並且詢問受訪意願，待受訪者同意接受訪談後，再以親送或寄送電子信件的方式，將訪談大綱先行給予受訪者知悉，同時為顧及訪談內容之完整性及避免遺漏訪談內容，亦先行詢問受訪者於訪談過程中是否接受錄音。俟受訪者了解訪談內容與進行方式並一切準備就緒後，再與受訪

者約定訪談時間與地點，最後如期準時前往約定地點進行訪談。

本研究依照訪談大綱所擬定之問題進行訪談，於訪談過程中會機動性的提出問題或調整問題的方向，以獲得更詳盡且豐富的資訊，並在訪談過程中全程錄音，將有利於訪談資料的後續整理與增加資料之完整性，最後以編碼的方式進行訪談資料的整理與分析，進而得出結果做成結論。

在訪談過程中，訪談大綱提供了一個脈絡，也是本論文的研究目的，藉由訪談大綱可以使研究者有個依循而不致遺漏問題，亦有助於受訪者先行了解訪談內容，便能事先準備與調閱資料，才不至於在訪談過程中有答非所問之情形。在實際實施訪談時，研究者可依訪談當時的情況調整訪談題目之順序，受訪者也可根據本研究的訪談大綱，決定回答的深度與廣度，期望在安全、信任及愉悅的氛圍中，給予受訪者暢所欲言、分享心得與經驗的空間。

3.3.2 訪談資料編碼說明

研究者在完成訪談後，務必明確記錄每次訪談的日期、時間與地點，並將訪談內容加以整理化為文字資料，訪談錄音內容以逐字稿方式整理，儘可能呈現當時訪談的完整內容。而訪談逐字稿編碼的方式為：將逐字稿分為左右兩欄，左欄是原始的訪談內容所做成的逐字稿，右欄是將原始的逐字稿內容整理過後的訪談重點，作為分析出後續結果的參考依據。

本研究訪談對象分為產、官、學界，共擬定五位訪談對象，分別以 A、B、C、D、E 作為編碼代號(如圖 3.3.1)。針對訪談內容的各部份以及細目做資料編碼，以下列出其編碼方式所代表的意義：

第一部分：洲南鹽場發展的歷史及生產的概況

1-1 代表第一部分的 1.就您所知，請概述洲南鹽場的歷史？

1-2 代表第一部分的 2.就您所知，請描述洲南鹽場自廢除曬鹽後重建的歷程？

1-3 代表第一部分的 3.您對政府單位在傳統產業文化的保存上有何建議？

1-4 代表第一部分的 4.請說明洲南鹽場目前鹽生產的概況？

若是第二部分的第一細目則為 2-1，第二細目為 2-2，第三細目為 2-3，編碼方式以此類推。假如在文中引用到受訪者 A，其談到有關「第一部分:洲南鹽場發展的歷史及生產的概況」中的第一細目「1.就您所知，請概述洲南鹽場的歷史?」時，就以 A-1-1 表示；第一部分中的第二細目「2.就您所知，請描述洲南鹽場自廢除曬鹽後重建的歷程?」，就以 A-1-2 表示，後續以此類推。



第四章 資料分析與結果

本章將藉由訪談大綱所對受訪者實施訪談後做成之逐字稿，與所蒐集來的文獻資料加以分析、比對之後得出結果，並作為研究結論與建議之依據，共分為四節，前三節即為訪談大綱的三大部分做資料整理與分析，第四節為前三節分析出之結果。此章分別為 4.1 洲南鹽場發展的歷史及生產的概況；4.2 洲南鹽場目前推廣的情形；4.3 洲南鹽場如何推廣及推廣的方式；4.4 研究結果。

4.1 洲南鹽場發展的歷史及生產的概況

4.1.1 就您所知，請概述洲南鹽場的歷史？

依據受訪者 A 所提到：「台灣曬鹽實屬不易，因為台灣乾季不明顯，加上梅雨鋒面、西南氣流、午後雷陣雨及颱風等多雨潮濕的氣候皆不利於天日曬鹽，自古鹽場多分布在西南岸。」(A-1-1-1)

根據本研究第二章文獻探討中得知，曬鹽需要日照強、風力大、降雨少，還要濕度低、溫度高、海水濃度高、潮差小，最好是內海潟湖、遠離河流出海口等條件。但是台灣的氣候與地理條件，在氣候條件上就如受訪者 A 所言，並不適合天日曬鹽，而在地理條件上西南沿岸多為沙岸與多潟湖地形，且乾季較台灣其他地區明顯，故自古以來鹽場多分布在西南沿岸。雖然種種的天候條件皆不利於天日曬鹽，但是台灣歷代刻苦耐勞的鹽民、鹽工為了養家活口，以智慧及經驗來順應自然環境，因而發展出一套在地的「適當技術」，拚出了台灣三百多年的曬鹽史。

依據受訪者 A 所提到：「台灣的鹽業有 338 年(1665~2002)天日曬鹽歷史，約略始於 1665 年明鄭時期，鄭經的參軍陳永華引入大陸沿海的淋鹵法曬鹽。爾後歷經清領時期，七大鹽場陸續闢建。日治殖民時期，台灣鹽業在日治末期迅速發展。直到日本投降的戰後初期，台灣天日鹽供過於求。爾後，台灣經濟建設推行，工業用鹽急速增加而漸感不足，於是開放鹽的進口。民國 70 年代台鹽決定推動機械

化鹽灘。2001 年北門、布袋鹽場陸續裁廢，傳統人工曬鹽結束，到了 2002 年七股鹽場機械化鹽灘最後一次採收，台鹽全面關閉鹽場，台灣天日曬鹽就此走入歷史。」(A-1-1-2)

關於台灣鹽業的發展史，已於本研究第二章文獻探討中有詳盡的論述，且與受訪者 A 所敘述的雷同，故本段不再贅述。

依據受訪者 A 所提到：「布袋鹽場有 218 年(1784~2001)歷史，從 1784 年清代的大田場開始，但只經過短短 2、3 年毀於林爽文事件而變成魚塢，之後 1824 年吳尚新受命來現今的布袋闢建洲南鹽場，歷經日治時期與國民政府時期直到現代，台鹽公司於 2001 年放棄了天日曬鹽生產，台灣天日曬鹽的「白金歲月」於此畫上句點。」(A-1-1-3)

關於布袋鹽場的發展史，亦已於本研究第二章文獻探討中有詳盡的論述，且與受訪者 A 所敘述的雷同，故本段不再贅述。

依據受訪者 A 所提到：「洲南鹽場這個名稱自 1726 年從台南永康開始，也就是第一代的洲南鹽場，到了 1788 年因天災毀棄而遷到今七股一帶，最後到 1824 年鹽商吳尚新受命來現今的布袋闢建洲南鹽場，才搬到今日的布袋。自清朝以降即是台灣重要的鹽場，過去鎮上有 1/3 的人口從事與鹽相關的行業，鹽業活動活躍且發達，直到 2001 年台鹽公司廢曬為止。廢曬 7 年之後，2008 年經由布袋嘴文化協會多方的努力下，重建了現今的洲南鹽場(續用古鹽場名稱)，而目前復曬的洲南鹽場占地約 20 公頃，產曬區僅有 2 公頃。」(A-1-1-4)

依據受訪者 B 所提到：「這片鹽田從我阿祖的阿祖清朝那個時代就有了，以前住在我們新厝這邊的人大多都是曬鹽維生的。我那個時代布袋這邊的鹽場聽說是全台灣最大場的，那時候布袋這邊就有掌潭、壽島、新厝、中區、新塭五個場務所，五個場務所加起來曬鹽的面積大曬鹽的人也多，現在的洲南這一塊是新厝場務所的範圍。日本投降了以後，國民政府就過來接收台灣，來的時候發布了很多命令還有政策，鹽務總局也改成了台鹽公司，還有鋪設了載鹽的機關車，台灣的

鹽是到民國 90 年 10 月就整個結束沒曬了。」(B-1-1)

依據受訪者 C 所提到：「洲南鹽場是很有歷史的，在清朝時期布袋新厝這個地區就已經有鹽場，而且是在那個時期的台灣數一數二大的鹽場，布袋沿海這一帶的人民也幾乎都是曬鹽維生，算一算鹽業的歷史也應該有兩三百年了。」(C-1-1)

依據受訪者 D 所提到：「洲南鹽場這個名稱最早是出現在清代，位置大概在現今的台南市永康區內，後來清代時期接連被洪水破壞，被迫遷徙了幾個地方，最後才整個搬到現在的布袋鎮新厝這個地區，少說也有兩百年的歷史了。」(D-1-1)

根據受訪者 A、B、C、D 所言，布袋鹽場的歷史乃至於洲南鹽場的歷史，約有兩百多年的歷史，不過依第二章文獻探討中得知，布袋這邊的鹽場與洲南鹽場其實開端並不同，布袋最早的鹽場始於清代的大田場(乾隆 49 年，1784 年)，闢建兩年後即因林爽文之亂而毀棄，之後未再出現鹽場，須至吳尚新闢建新一代洲南鹽場，才又重啟布袋這邊的鹽場歷史；而洲南場這個名稱最早亦始於清代(雍正 4 年，1726 年)，當時的洲仔尾鹽埕分設為洲南場及洲北場，但因天災不斷遷徙，直到道光 4 年(1824 年)因前一代的洲南場毀於洪水，大鹽商吳尚新受命前去大田場舊址(布袋鎮內田)北邊，即現今的布袋鎮新厝地區闢建新一代的洲南鹽場，此時布袋鹽場與洲南鹽場的歷史才會重疊。由此得知最早的洲南鹽場早於布袋鹽場(大田場)，且曾同時存在於當時的台灣(1784~1786 年)，直至吳尚新闢建新一代洲南鹽場時，才讓布袋鹽場=洲南鹽場，於此小段將此段歷史釐清，而廢曬後重建的洲南鹽場，為布袋嘴文化協會沿用舊稱而來。

4.1.2 就您所知，請描述洲南鹽場自廢除曬鹽後重建的歷程?

依據受訪者 A 所提到：「我在 2004 年起陸續組團隊，承接台鹽公司委託的「台灣鹽業口述歷史影像紀錄與研究」，雲嘉南濱海國家風景區管理處的「臺灣鹽業遺址史料回溯與潛力景點開發規劃」、「台灣鹽業 338 年歷史廊道文獻彙整及先期規劃」，文化部的「台鹽實業股份有限公司產業文化資產清查計畫」、「鹽業文化資產保存再利用—以布袋鹽場為例」及「轉動海水的生命—鹽田風車、水車製作技術

保存紀錄與研究」，透過這些相關計畫跟研究，也出版了《白金歲月台灣鹽》、《台灣。鹽》、《大台南的鹽業》三本鹽業文化專書及兩部紀錄片。」(A-1-2-2)

由受訪者 A 的此段敘述可得知，布袋嘴文化協會在重建洲南鹽場前，其實已接受了許多公部門委託與鹽業相關之研究與計畫，甚至也出版了許多鹽業文化的專書，顯見已具備了與鹽業相關的專業能力與歷史知識，經過了這個充實自己與培養能力的階段，此時期文化協會重建洲南鹽場的想法與意識似乎已漸漸萌芽，也是促成後來重建行動的開端。

依據受訪者 A 所提到：「一直到 2006 年，文化部文化資產局(原文建會文化資產總管理處籌備處)推出「產業文化資產再生計畫」，我們被徵詢是否有意願重建一處鹽田？雖然當初我們是希望嘉義縣政府來做這件事，但經過一年多的溝通協調之後，事情一波三折，結局是縣府向國有財產局取得土地無償撥用，撥用龍江社區西側面積約 20 公頃的鹽田，2007 年 4 月再簽約交給我們協會來承租跟公益認養，我們也以古鹽場的名稱「洲南鹽場」來命名，將近 20 公頃的土地中，我們以人工重新整闢了將近 2 公頃的鹽田產曬區，其餘 18 公頃則保留原始與大自然共存的風貌，兼做海水的淨化池來用。2007 年 10 月得到文建會「產業文化資產再生計畫」核准補助「布袋新鹽村、文化新鹽業」計畫，我們提出的願景是「快樂鹽田心鹽村」，覺得應該將洲南鹽場(生態與生產)與緊鄰的龍江社區(生活)結合在一起。2008 年 5 月縣政府也以文化生活圈計畫的資源來支持我們。」(A-1-2-3)

依據受訪者 B 所提到：「洲南這邊民國 90 年沒有曬鹽了以後，民國 97 年經由布袋嘴文化協會這群年輕人去向政府申請，請下來了現在這片鹽田地，再開始去重建跟開發。」(B-1-2-1)

依據受訪者 C 所提到：「廢除曬鹽後，直到袋嘴文化協會自己寫計劃書去跟中央申請復曬這片有歷史的鹽田，並且透過嘉義縣政府文化觀光局去跟國有財產署申請，撥用了這片土地給該協會代管，就是撥龍江社區旁邊這片 20 幾公頃的鹽地給他們去規劃，做成一個示範區，也有請一些老鹽工來恢復這片廢曬很久的鹽田，不然這項技術沒人傳承會失傳的。」(C-1-2)

依據受訪者 D 所提到：「那時全台灣的鹽業都全面停曬了，布袋嘴文化協會的蔡總幹事等人出於對鄉土文史保存的熱情，寫了計畫書送到當時的文建會去申請經費來重建鹽田，最後透過縣政府向國有財產局申請，撥了現在布袋嘴文化協會在管理的那片土地給他們規畫使用，才有現在的洲南鹽場。」(D-1-2)

綜上所敘述，民國 90、91 年當時台鹽公司宣布全面廢除曬鹽後，鹽田便閒置而荒廢了，身為地方文化工作者的布袋嘴文化協會，有感於傳統鹽業文化保存與傳承的重要性，決定將洲南鹽場重建而且復曬，同時公部門也有意將鹽業文化資產保存甚至活化與再利用，於是透過了公部門的協助與自身的熱情，在多方努力下，取得了現今洲南鹽場的這片鹽田地，這與第二章文獻探討所蒐集來的資料相符。布袋嘴文化協會經過了這場文化復興的過程，緊接著面臨的將是困難重重的重建與復曬之路。

依據受訪者 A 所提到：「洲南鹽場廢曬 7 年後，我們重回到這個荒蕪的鹽場整建，但是重建跟復曬的過程土地公給我們出了三張考卷。原本具足產曬條件的大地變的陰陽失調，根本曬不出鹽來，所以該如何以傳統工法、最少的人為介入及最適當的整體規劃，來整建出何種面貌的鹽田，這是土地公出的第一張考卷，依老鹽工的建議，我們跟台鹽買了 300 噸的鹽重新灑回荒廢的鹽田地化作鹵水，來養鹽氣、培地力，整整歷經了三年才能正常的產曬。如何在鹽田整建的過程中，同步營造「以滿足產晒為前提的溼地生態環境」，如何掌握生態工法的精神且尊重土地倫理與歷史紋理的前提下，打造出水域、陸域、草澤等多樣性棲地，所以要如何兼顧生態環境與產曬，這是土地公出的第二張考卷。透過這塊鹽田的產曬與生態，到底要分享怎樣的故事與感動？該如何在環境教育活動與導覽體驗過程中，傳達產晒文化的「水·地·風·光·人·晒·鹽」這個核心價值呢？又該如何透過系列鹽品的銷售，傳達「風和日粒，天手合晒」的精神呢？最重要的是，該如何創造更高的自有營收來達到永續經營呢？這些都是土地公出的最困難的第三張考卷。」(A-1-2-4)

依據受訪者 B 所提到：「所以就請我們這些老鹽工去幫忙規劃跟技術指導。他們也很有心跟著在大太陽下一起做，還請了一群打工的大學生來幫忙。回想那時候重建的過程很辛苦而且不順利，鹽田荒廢了太久都已經變成水堀還長滿了雜草，更麻煩的是地已經淡掉了沒有鹹氣了曬不出鹽，所以只好去跟台鹽買了 300 噸的鹽來撒在鹽田裡面當鹵，而且地底會湧出水來還蓄不住水，變成整個埕底都要重新掘土夯實再鋪過，花了很長的時間最後才成功的曬出鹽來。」(B-1-2-2)

洲南鹽場這片鹽田從廢曬到布袋嘴文化協會進場整建，期間已整整閒置了 7 年，因為廢曬太久經過日曬雨淋而導致土地龜裂、淡化、雜草叢生而且蓄不住海水，鹽田低處還會湧出地下水，原本具足產曬條件的大地變的陰陽失調，根本曬不出鹽來。所以文化協會便聘請多位當地老鹽工參與規劃與技術指導，實際帶領著工作團隊整建荒廢的鹽田，另外，還透過兩天一夜工作假期的方式，讓大學生學員參與重建鹽田的工作。除了向台鹽買 300 噸的鹽撒回鹽田，且在老鹽工的帶領下將整個鹽埕重新翻修，已解決了土地淡化與無法產曬的問題，同時也冀望以傳統的工法、最少的人為介入及最適當的整體規劃，來整建出富有傳統與大自然面貌的鹽田，達到人與土地及大自然共存的目的。雖然鹽可以正常產曬了，生態環境也營造的不錯了，看似一切都已正常穩定的運作了，不過緊接著面臨的將是最重要也是最困難的挑戰，就是如何達到永續經營與如何傳承鹽業文化，這個棘手的問題。

依據受訪者 A 所提到：「到了 2012 年，運作稍微穩定，我們在這個階段重新討論洲南的願景，凝聚出「致力鹽業文化、發展環境教育、活化地方產業」的目標。2017 年我們把第三個願景「活化地方產業」修正為「永續經營管理」，用意是能更專注聚焦在鹽場的核心業務上，努力的朝完成土地公的第三張考卷前進。」(A-1-2-5)

現階段的洲南鹽場，鹽的產曬跟生態環境已不是問題，而目前所面臨的則是最重要的永續經營與如何傳承的挑戰，不過洲南鹽場已將永續經營的核心，放在發展特色鹽品與環境教育及在地小旅行，畢竟要達到永續經營還是得回歸現實面，

就是不能免俗的傾向商業化的經營方式，否則一旦入不敷出勢必得結束經營，洲南鹽場終將又回到廢曬與關場的命運，這也不是各界所樂見。

4.1.3 您對政府單位在傳統產業文化的保存上有何建議?

依據受訪者 A 所提到：「文化有分有形的文化，像古蹟、器具、書本、文獻、地景等等；及無形的文化，像人的技術、知識、語言、舞蹈等等，分成這兩方面來保存，然而，不同的部會機關各有其不同的政策目標，也常各自為政不相為謀。多年來公部門在對於我們的申請還有協助有很多，這之中包含嘉義縣文化觀光局、文化部、環保署、教育部、勞動部、青發署、國科會等等，林林總總有這些公部門的協助及補助，也算是變相對於傳統產業文化的保存上貢獻一些作為。當然，如果單純論述公部門在文化保存上應有的作為，不外乎就是政策、法規、經費、土地、人力、物力等這些方面的交互作為，並且以致力、持續的心態，才能有真正有所幫助。」(A-1-3)

依據受訪者 C 所提到：「文化部層級更高了，既然層級提高勢必會有較多的經費跟人力可以來推動文化的相關事宜。文化保存的工作要全靠政府是很難的，所以必須靠很多的民間團體、文化協會、法人等等的來協助推動，因為這些團體裡面有的有這方面的專業，有的是文化工作者，有的則是對這方面很有熱忱，甚至很多是各個領域的老前輩。政府必須將這些人凝聚起來，讓他們有可以發揮的空間，協助、輔導他們來做這些文化保存的工作，像是給予他們資金、土地、法源、人才等等的協助。」(C-1-3)

依據受訪者 D 所提到：「台灣在地傳統產業的糖、鹽、酒雖然已經不是這個時代的重點產業，而且大多已經停擺不生產了，但是有些政府單位跟很多民間團體，卻漸漸的重視到這些快要消失的傳統產業它的文化保存。個人覺得文化的保存需要大量的財力、人力跟物力甚至是土地、政策跟法規面的東西，這相關到很多部會的權責，要通盤的來規劃跟跨部會的合作才行。我是覺得應該由一個部會出來主導，例如文化部，再訂出相關的法條跟執行規則，責由各權責單位來執行，最後再由文化部來將這些成果彙整完成。」(D-1-3)

依據受訪者 E 所提到：「如果沒把這些古早的文物保存下來的話，以後我們的後代根本就不知道台灣有曬過鹽這件事了，這個必須靠政府這邊來做，結合民間團體的力量一起多方面來進行。我能配合的就是結合這邊的居民，絕大多數都有曬過鹽，請他們提供過往曬鹽的工具、文物甚至是技術、歷史，我想他們都會很願意的，這些都是台灣曬鹽的活歷史啊！」(E-1-1)

近年來國際上吹起了一陣文化風，同樣的，台灣也不能置身事外，例如文建會升格為文化部；公部門漸漸重視文化資產的保存與再利用；各地如雨後春筍的博物館、文化館；越來越多的文創商品與商機等等，在在都顯示這已是一波無法抵擋的潮流，而且正在你我的身邊發酵著。

然而，綜上所敘述，台灣在地傳統產業的糖、鹽、酒雖然已經不是這個時代的重點產業，而且大多已經停擺不生產了，反而是有些政府單位跟很多民間團體，卻漸漸的重視到這些快要消失的傳統產業它的文化保存。但是，文化保存的工作要全靠政府是很難的，所以必須藉著許多的民間團體、文化協會、法人等等的來協助推動，因為這些團體裡面有的有這方面的專業，有的是文化工作者，有的則是對這方面很有熱忱，甚至很多是各個領域的老前輩，就如受訪者 E 所說的：這些都是台灣曬鹽的活歷史啊！所以，結合政府與民間的力量才能創造雙贏的局面。而公部門在文化保存上應有的作為，不外乎就是政策、法規、經費、土地、人力、物力等這些方面的交互作為，並且以致力、持續的心態，才能真正有助於傳統產業文化的保存。

4.1.4 請說明洲南鹽場目前鹽生產的概況？

依據受訪者 A 所提到：「我常說曬鹽需要水地風光人曬鹽，這是核心價值，也就是(海水+土地+季風+陽光)×人=鹽，這個產曬方程式，在海水緩緩流動的土地上，海風吹拂、陽光照耀，勤奮勞動的鹽人，以技術曬出粒粒結晶的白鹽，並且現在我們以「風和日粒，天手合曬」來作為我們推出產品的訴求。洲南鹽場主要的鹽產品有粗鹽、霜鹽跟鹽花，而台灣對於鹽的年需求量約 9 萬公噸，但是洲南鹽場的年產能大約只有 9 公噸，差不多 0.01%而已，所以走向精緻化是我們唯一的出路，

推出特色鹽也是唯一的手段。2013 年鹽商品正式推出，2014 年在主婦聯盟上架，2016 年霜鹽產量約 8 千公斤，但 2017 年因為霸王級寒流與冬雨影響，年產量降到 3 千多公斤，2018 年再努力將產量拉回 7 千公斤，產量受氣候影響而不穩定。」(A-1-4)

根據洲南鹽場實際從事產曬且身為管理者的受訪者 A 所言，洲南鹽場目前鹽的產量因氣候影響而不穩定，且產能亦不足以供應市場需求，所以只能走向精緻化與特色化一途，但是鹽產品多元，例如有粗鹽、霜鹽、鹽花及沐浴鹽等周邊產品，並已有固定通路且銷量穩定，這是洲南鹽場目前生產的概況。同時，受訪者 A 亦談到，曬鹽需要水、地、風、光、人、曬、鹽，這是核心價值，也就是(海水+土地+季風+陽光)×人=鹽，這個產曬方程式，在海水緩緩流動的土地上，海風吹拂、陽光照耀，勤奮勞動的鹽人，以技術曬出粒粒結晶的白鹽，並且現在以「風和日粒，天手合曬」來作為洲南推出鹽產品的訴求，以上為受訪者 A 自訂的一套洲南鹽場專屬的產曬論述。

4.1.5 您覺得傳統的日晒鹽與現代的精鹽有何不同?

依據受訪者 A 所提到：「現在吃的台鹽精鹽是民國 64 年以後才有的，在那之前吃的都是天然的海鹽，目前台灣的精鹽是在苗栗通霄精鹽廠用引進日本的離子交換膜電透析製鹽法製鹽，氯化鈉的純度在 99.9% 以上，海水中所有的礦物質都在電離子透析過程中被過濾掉了，所以精鹽的味道就是死鹹並沒有其他的風味，但是相對的乾淨無雜質。」(A-1-5-1)

「我在鹽田導覽現場被點問率最高的問題是：洲南海鹽跟臺鹽的精鹽，吃起來有什麼不一樣？就跟你這個問題一樣。精鹽比較死鹹，天然海鹽比較回甘。」(A-1-5-3)

依據受訪者 B 所提到：「日曬鹽的話，一般從海水引進來大概都 2~3 度，再一步一步過水經過太陽曬慢慢的蒸發，然後曬到 25-28 度才會結成鹽，而 25-28 度這個範圍的鹽最乾淨品質也最好。因為曬鹽的技術也是很多，所以每個人曬出來的鹽口味都不太相同，技術在於大家過水的時間跟進水的深度與勤惰的態度等等都有一些不太一樣，所以有的人曬出來的鹽就會濁濁的，顆粒大小也不一樣，甚至有些會略帶苦味還會澀。日曬鹽的味道會比較多元，會鹹、會帶點苦味、會回

甘、甚至會有種海的味道，商店買的包裝鹽就不會有這種感覺，那些精鹽就是鹹鹹的而已，不過看起來比較白比較乾淨就是了。現在的人一定會喜歡天然的鹽，像洲南曬出來的這個鹽就是人家喜歡的天然的鹽，會比化學的精鹽不知道什麼做的好多了。」(B-1-3)

依據受訪者 C 所提到：「傳統的日曬粗鹽有殺菌的效果，而且用在醃漬上比較有好味道，日曬粗鹽帶點苦味及甘味但感覺上比較天然，現代的精鹽多半都是進口的，口味比較多但是不知道有沒有亂添加，不過感覺起來是比較乾淨衛生，在食安問題很嚴重的時代，傳統的日曬鹽還是比較可以信賴的。」(C-1-4)

依據受訪者 D 所提到：「日曬粗鹽有其特色而且比較天然，我覺得除了顆粒的大小外就是鹹味上的差別，粗鹽除了會鹹外還覺得會有種苦甘苦甘的感覺，還外帶有一種海的味道但是我不會形容那是什麼滋味，拿來醃東西也特別對味。精鹽感覺就是正常的鹽而已沒什麼特別的，不過到處都買的到比較方便，連雜貨店都有，泡在水裡也很快就化掉了，洗蔬果很方便。」(D-1-4)

依據受訪者 A 所述，在民國 64 年苗栗通霄精鹽廠尚未設廠以前，當時台灣吃的都是傳統的日曬海鹽，沒有其他的選擇，所以在那個只有唯一選項的年代裡，並不存在研究者所擬訪談大綱裡此題的問題產生。

然而，在當時的台灣製鹽總廠(在市場自由化的潮流下，民國 84 年時，經濟部「台灣製鹽總廠」順應潮流改制為「台鹽實業股份有限公司」)開始生產精鹽後，食用精鹽漸漸成為主流，傳統日曬海鹽已逐漸被大眾所遺忘，根據受訪者 A、B、C 所述，因精鹽相對較為乾淨、無雜質、取得方便等因素，較為當時社會大眾所接受，不過，在早期台灣的鹽品只能有台鹽的時代裡，並不會出現有其他家鹽品的選項，雖有多種台鹽鹽品可選擇，但仍僅此一家別無分號。

根據本研究第二章文獻探討 2.1 台灣鹽業史小節中提到，台鹽公司民營化的腳步來到民國 92 年 11 月 18 日，台鹽股份有限公司釋出官股，股票以 19.28 元的股價掛牌上市，順利完成民營化轉型為民營企業，隔年年初『鹽政條例』廢止，隨後『鹽政條例施行細則』亦於同年廢止，宣告台灣的鹽產銷特許制度從此終結，回歸到自由產銷體制，台灣政府不再管制鹽品的產製與運銷，鹽品市場完全開放

自由進出口買賣，價格也回歸市場機制，只要符合食鹽衛生標準的法定規範下，任由人民自由產製銷售及進口，民眾終於可以買到台鹽以外的食鹽，可以品嚐各國各地的不同鹽品(如圖 4.1.5)，演進過程如表 4.1.5。此一時期，研究者本小節的問題，便會隨著時代的演進促使鹽品的開放而自然產生，哪一種鹽品比較好?有什麼差別?何者較健康?等等的疑問。但隨著崇尚天然的健康風與近年來的食安問題，鹽品的選擇，漸漸的從化學加工的精鹽又回歸到最天然的日曬海鹽了。

最後，綜合受訪者 A、B、C、D 所述，傳統日曬鹽與現代精鹽有何不同?大致不離日曬鹽口味較為多元，會微苦微澀但會回甘，富含礦物質微量元素，帶有海的風味，還有用來醃漬、鹽烤、殺菌效果等功用，且未經加工較為天然；而精鹽方面，較潔淨無雜質且較為衛生，種類上選擇較多，但不知有無亂添加，口味較為死鹹無其他風味，顆粒細較快融化烹煮、洗蔬果方便，市面上購買較方便，等等的差異。

表 4.1.5 台灣市售鹽品演進過程表

年代	市售鹽品	特色
民國 64 年以前	僅有天然日曬海鹽，無其他鹽品可選擇。	未經加工 無其他鹽品可選
民國 64 年~93 年	民國 64 年苗栗通霄精鹽廠設廠生產以後，精鹽已成為食用鹽主流，雖有特級精鹽、加銨鹽、美味鹽、健康低鈉鹽等多種品項可選擇，但仍僅有台鹽一家。	化學加工 多種品項可選 僅有台鹽一家
民國 93 年後	民國 93 年鹽政條例與施行細則廢止，鹽品市場完全開放自由進出口買賣，價格也回歸市場機制。	世界各地的鹽品 可供選擇 口味更多元

資料來源:由研究者自行整理

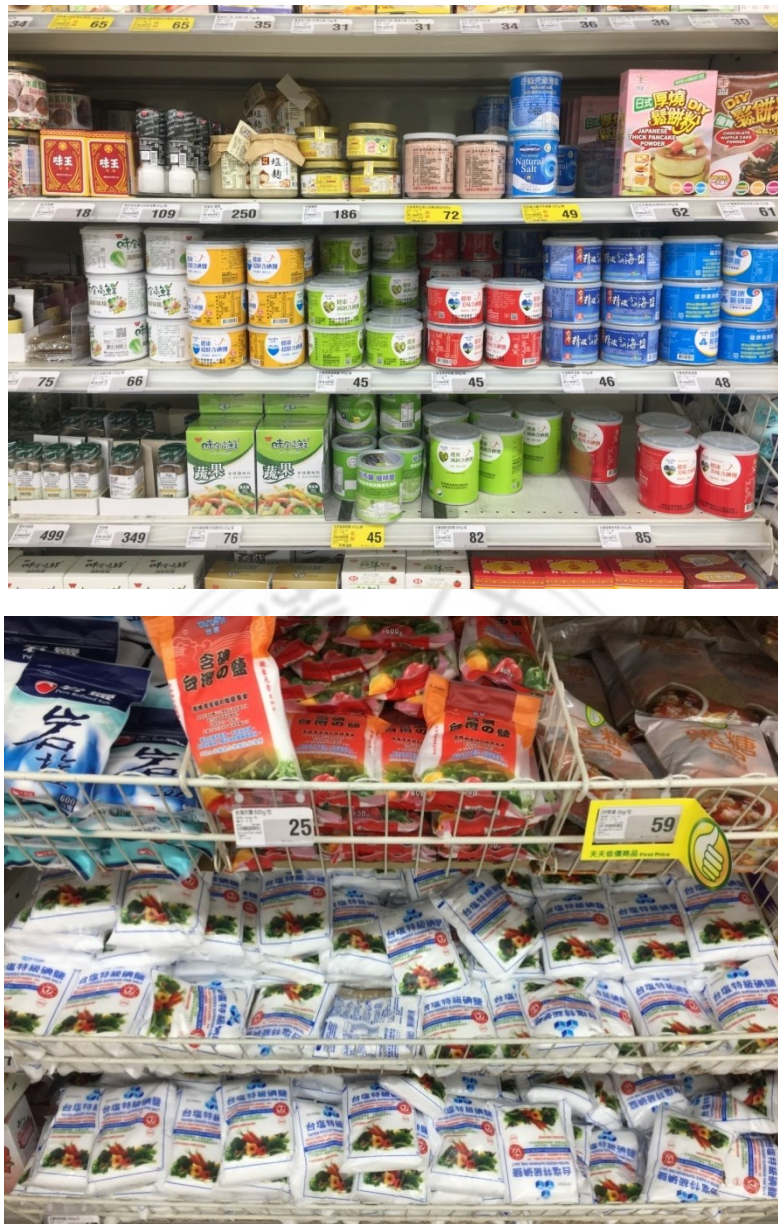


圖4.1.5 鹽品市場開放後，大賣場貨架上琳琅滿目的鹽品(資料來源:由研究者拍攝，
拍攝時間 107 年 3 月 18 日)

4.2 洲南鹽場目前推廣的情形

4.2.1 請問台鹽實業股份有限公司在洲南鹽場的經營及管理上扮演什麼角色?

依據受訪者 A 所提到：「當然已經沒有關係啦!台鹽實業股份有限公司在民國 91 年全面廢曬後，已將現今的洲南鹽場這片土地繳回國庫，為國有財產局所管理，目前的洲南鹽場這片鹽田，是縣府向國有財產局取得土地無償撥用而來的，再簽約交給我們協會承租及公益認養。」(A-2-1)

受訪者 A 係為洲南鹽場實際經營者，由其所述當然為實際之情形，當年台鹽公司於廢曬後為減資已將洲南鹽場現今這塊土地繳回國庫，所以在經營及管理上已無關係，洲南鹽場已是獨立經營。

4.2.2 就您所知，擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場目前以何種方式推廣及推廣的情形如何?

依據受訪者 A 所提到：「2008 年我們以 100%公部門的資金進場，2011 年嘗試以環境教育來發展固定收費的文化服務活動，緊接著在 2013 年正式推出自產的鹽品上通路，也因此重建 5 年多之後，終於讓商業營運有了雛形，2014 年我們的特色鹽品在主婦聯盟上架銷售，總算有了穩定配合的通路，2015 年的自營商業營收達到 54%，越過公部門補助與自營收各一半的黃金交叉點。」(A-2-2-1)

洲南鹽場自重建後，本全由政府補助的資金維持營運，但僅靠此一資金來源並無法長久，經過了經營團隊思索永續經營的方向後，逐步的開發商機與推廣的方式，從自營商業營收達到 54%已看到的成效，未來在傳統鹽業文化的推廣上更具有能力，也更無後顧之憂。

依據受訪者 A 所提到：「推廣方面我想分兩個部分來說，分別是深度旅遊的推廣及產品的推廣，深度旅遊方面我又分為文化觀光、環境教育、在地生態產業導

覽，因為我們不做大眾旅遊，不做那種打卡的熱門景點打完卡就走，這類的淺碟式的大眾旅遊，我們致力的是分眾市場、是深度旅遊、是生態旅遊、更是一種有特色的社區小旅行。像我們之前推的布袋真食館行程與洲南晚宴活動，及用身體五感來設計鹽田裡的環境教育活動，經過了這麼多的努力，終於，我們在2016年得到國家環境教育獎優等獎的肯定，這使我們更加堅定的往環境教育這條路走。回顧這些年我們前前後後辦的推廣活動有：環境教育導覽、客製化企劃活動、小旅行、海洋學堂、寒暑假營隊、工作假期、淨灘，謝鹽祭的鹽村迎神繞境、甚至迎永康鹽行媽祖來坐鎮、還請舞蹈團來表演、請樂團來表演、請歌仔戲來表演、電音三太子表演，在鹽場裡面辦野餐趴、曬鹽體驗、各種DIY(炒冰、煮鹽、摔土杯、鹽滷豆腐、鹽滷豆花、料理)，還有剛剛說的洲南晚宴等等。」(A-2-2-2)

「產品推廣的部分，我們的鹽花與台中宮原眼科合作製作了三款成品，與台灣森永製菓股份有限公司合作推出季節限定的「日曬鹽牛奶糖」，也在各大通路上架販售。我們也以子午水的概念，收成端午節中午的鹽花來製成「子午鹽」，用來避邪、避凶。主力產品就是洲南鹽場的特色鹽，霜鹽、鹽花，另外還有一般的粗鹽，透過剛剛所說的很多通路來販賣。除了系列鹽品外，我們也曾經嘗試以有機、友善、在地、生態等理念，開發過幾種加工加值產品，如用自己的鹽來加工製作菜脯，最後卻因產量太少根本無法上通路；也曾嘗試以300尾生態級養殖的虱目魚製作一夜干，結果因為鹽水鹹度、用法等製作技術沒掌握好，全軍覆沒；以東石鄉十甲農場的有機黃豆及洲南海鹽，委託布袋四代相傳超過60年的新來源醬園，製作了5大缸的傳統手工豆豉，在地、有機、手作、古早味等特色都有了，但因為我們現有通路的消費者特性，並不習慣在料理中使用豆豉，變成只能在洲南小舖慢慢賣。心得是：讓專業的來，讓洲南團隊更聚焦在「製鹽專業」以滿足客戶的「加工專業」，讓洲南海鹽成為客戶產品中不可或缺的最佳配角，與家中廚房多一種鹽的選擇，成為餐桌上不可或缺的最佳配角。」(A-2-2-3)

依據受訪者B所提到：「要讓那些學生跟旅客來到這裡知道鹽的歷史、鹽如何曬跟做一些體驗，把這裡有關鹽的東西推廣出去。像很多學校的校外教學都是過來這裡體驗的，以接團的方式為主，還有一些大學生來打工跟來幫忙的，經過他

們的創意來推廣洲南，還有請一些藝術家來設計很多的藝術品、牆壁、外觀等等，每年辦的謝鹽祭也有請很多人來表演跟迎神繞境等等的活動，新聞、報紙上也有看到洲南鹽場活動推廣的報導，連電視節目都有來這裡拍攝，還有經過網路的方式。還有導覽跟曬鹽體驗的推廣。洲南也慢慢在賣他們曬的鹽跟自己開發的產品，聽說賣的很不錯，產品推廣的很成功。」(B-2-1)

依據受訪者C所提到：「每年都會有一個活動主軸，在每年固定時間都會舉辦”謝鹽祭”活動，透過發放文宣、把活動資訊放上網站、網路徵才、跟學校合作等等的方式推廣宣傳邀請民眾來參觀。像從台南永康迎請鹽行天后宮的媽祖、鹽村迎神繞境活動、學校的環境教育課程、研發各種可以跟鹽搭配的美食、把曬出來的特色鹽放到網拍上去賣、跟森永公司合作開發出新口味的牛奶糖、還有一些導覽的活動用接受預約的方式，我個人覺得推廣的滿成功的。」(C-2-1)

依據受訪者D所提到：「重建洲南鹽場的目的，是要將洲南塑造成一塊有歷史文化的鹽田，所以堅持不做大眾旅遊，只朝比較著重文化的小眾旅遊跟特色旅遊這方面走。目前著重在環境教育這一塊，他們也會為遊客做導覽解說，還有一些體驗跟DIY的活動，甚至帶遊客到布袋這邊的舊漁村小巷去做參觀導覽。鹽產品的行銷推廣上，他們有透過網路來行銷自己曬出來的鹽商品，也有在發展異業結盟，有布袋這邊的新來源醬園用洲南的鹽來做醬油，內田那邊的菜園工廠用來醃菜圃，好像還有聽說其他外地的廠商用洲南的鹽來生產產品。」(D-2-1)

綜上所述，洲南鹽場目前的推廣方式與情形，不外乎分為深度旅遊、文化觀光方面的推廣，及各種與鹽相關的產品方面的推廣，這兩個層面的推廣方式。若將受訪者所敘述的推廣方式與情形，以這兩個層面來歸納的話，可以整理出以下結果：

一、在深度旅遊與文化觀光方面：

此方面的推廣又可細分為，文化觀光、環境教育、在地生態產業導覽等方式。因為重建洲南鹽場的目的，是要將洲南塑造成一塊有歷史文化的鹽田，所以不做那種打卡的熱門景點打完卡就走，這類的淺碟式的大眾旅遊，而致力的是分眾市場、是深度旅遊、是生態旅遊、更是一種有特色的社區小旅行。例如，陸續邀請

多位藝術家來駐村創作，設計出許多的藝術品、牆面、入口意象、甚至歌曲等等，希望透過不同的視野與媒材，發展鹽田環境與鹽村生活的多元性；還有每一年的重頭戲-謝鹽祭活動，每年都會有不同的活動主軸，就像請舞蹈團來表演、請樂團來表演、請歌仔戲、布袋戲來表演、還有電音三太子表演，甚至迎台南市永康區鹽行(洲南場最早的發源地)媽祖來坐鎮，及規劃各種活動做為主力文化商品等等，這類的「文化觀光」內容。

在「環境教育」的推廣方面，洲南鹽場的經營團隊將其定為永續發展的核心，希望透過這類的環境教育活動，創造人與土地友善互動的難忘經驗，以嘗試發展鹽業生產、鹽村生活與鹽田生態，凸顯回到鹽田尋找海水、土地、季風、陽光，給人最初的感動，所以用身體五感來設計鹽田裡的環境教育活動。例如在解說導覽時，試著引導小朋友聆聽鹽田裡幾種不同水鳥的叫聲；踩踏過鹽田裡深淺、軟硬不一的泥土時，嘗試讓孩子們用腳底感受爛泥穿越腳趾縫的酥癢快感；走過濱水菜攀爬的土堤時，邀請大家細嚐一口肥嫩綠葉裡飽含的微鹹汁液；也試著要求體驗者必須以勞動者的認真態度，收完一整格結晶池的白鹽，而不是僅是隨意玩弄工具或拍照留念而已，目的是要讓那些學生跟旅客來到這裡知道鹽的歷史、鹽如何曬跟做一些體驗，把這裡有關鹽的東西推廣出去。此外，還有海洋學堂、淨灘活動、各種 DIY 等等有關於環境教育推廣上的活動。經過了這麼多的努力，終於，洲南鹽場在 2016 年得到國家環境教育獎優等獎的肯定，這使經營團隊更加堅定的往環境教育這條路走。

而「在地生態產業導覽」方面，洲南鹽場還推出兩天一夜的工作假期、小旅行，讓學員來鹽田實際參與勞動體驗，也就是受訪者 B 所說的，來打工的大學生，同時走訪這個曾是「漁鹽滿布袋」的小鎮，騎著單車遊鹽村、到漁港採買海鮮、自己動手剝鮮蚵仔、走訪生態養殖魚塭、體驗生態種植、10 分鐘快樂玩北管等，透過這些體驗最在的的生活。此外，他們也會為遊客做導覽解說，還有一些體驗跟 DIY 的活動、客製化企劃活動、寒暑假營隊，甚至帶遊客到布袋這邊的舊漁村小巷去做參觀導覽。還有布袋真食館行程與洲南晚宴活動，將在地生態農法耕種的農產，加上生態養殖的白蝦、虱目魚等食材，搭配洲南鹽場的天然海鹽，結合

百分之百在地的食材，就是純正且天然的布袋風味，再經過在地社區爸爸、媽媽以最簡單最有家的味道的手藝，烹煮出在地的洲南晚宴分享給遊客。

二、在產品推廣方面:

在產品的推廣上，洲南鹽場可說是下足了功夫絞盡了腦汁，就如同受訪者 A 所述，他們曾嘗試開發多種與鹽相關的產品，例如:自製加工菜脯、虱目魚一夜干、委託新來源醬園製作傳統手工豆豉，但結論是:讓專業的來，這讓洲南經營團隊更聚焦在「製鹽專業」以滿足客戶的「加工專業」，讓洲南海鹽成為客戶產品中不可或缺的最佳配角，與家中廚房多一種鹽的選擇。

另外，依據受訪者 A 所提到:「就洲南鹽場的特色鹽(就是傳統的日曬鹽)來說，冬天產的鹽-霜鹽，是一種顆粒比較結實、礦物質含量也較高、品質很好的鹽；鹽花則是春夏之際在鹽田結晶池上，浮在表層最初的結晶，量少珍貴且甘甜，在法國料理是一種很高級的調味品，另外還有一般的粗鹽，就是最主要生產的鹽，大多用來醃漬及鹽烤，所以不同季節曬出來的鹽風味都不一樣。」(A-1-5-2)

綜上所述，洲南鹽場目前市售主力的特色鹽品有:粗鹽、霜鹽、鹽花。每年的三月至五月為大汛期，此時期產的粗鹽結晶快所以含水量多，適合用來做成沐浴鹽及鹽烤用；而十月至隔年二月為小汛期，此時期日照少風力強，所以鹽結晶慢但顆粒結實，產的鹽稱作霜鹽，作為烹飪用的海鹽；還有在春夏季的午後，鹽田結晶池水面上，浮在表層最初的結晶，稱之為鹽花，量少珍貴且甘甜，是法國料理中一種很高級的調味品。另外，洲南的鹽花曾與台中宮原眼科合作製作了三款產品，於市面上販售；也曾與台灣森永製菓公司合作推出期間限定的日曬鹽牛奶糖；洲南鹽場還有一款「午時鹽」，是端午節當天正午採收的鹽，取其意用來避邪、避凶。以上為洲南鹽場目前在產品上推廣的情形。

最後，依據受訪者 A 所提到:「2017 年才慢慢發展成一套比較完整的論述:從鹹味到風味，海鹽的五種風味 DNA:1. 礦物質: 海鹽中有豐富的礦物質(微量元素)能在味覺上帶來不同的風味。2. 微生物: 海水中有許多微生物(藻類與菌類)會在不同鹹度中孳生與死亡，這也會為海鹽帶來不同的風味跟口感。3. 氣候風日: 不同的氣候與風日條件因為生成條件不同曬出來的鹽也就不同，風味上當然就不同。

4. 產曬技術:就是指我們製鹽人,有的曬出來的鹽會偏苦,有的會透白,也有的會含泥砂,這在風味上也是有差別的。5. 料理人:料理人的技術最直接影響到鹽的風味,這就是一門料理美學啦!神奇的事情是,當我開始以5項DNA來論述鹽的風味之後,遊客進到洲南小舖的購買率明顯提昇了。」(A-1-5-3)

洲南鹽場的經營團隊,為區別一般鹽品跟洲南海鹽的差異,開發了一套風味上的論述:從鹹味到風味,海鹽的五種風味DNA,分別為:1.礦物質 2.微生物 3.氣候風日 4.產曬技術 5.料理人。這套論述確實也讓洲南的海鹽,在銷售量上與被接受度上有明顯的提升,無疑在產品的推廣上更是成功的一步。

4.2.3 依您的觀察,來洲南鹽場參訪的遊客數如何?又以何種型態的遊客居多?

依據受訪者A所提到:「遊客數從前幾年大約1~2千人的來客數到現在將近5千人的來客數,每年都有成長到這幾年都很穩定的情形,其中,回流團客仍是佔有相當大的比例。遊客的形態方面,是以預約接團的模式為主。校外教學各種學生族群都有,但以國小所佔比例較高,一般團客以公司企業比例較高。所有來參訪的遊客中還是以位居嘉義縣市的佔大宗,其他外縣市比例相對較少,這也是我們未來要努力開發的方向。」(A-2-3)

依據受訪者B所提到:「觀光客是不多,學生卻是很多。遊客的型態幾乎都是學生為主,大人不多,家庭的也不多,來的車子也不多。」(B-2-2)

依據受訪者C所提到:「以這種小規模的景點來說,數量算不少,常常會看到有遊覽車或者校車幾台停在門口,有時候是看到路邊停了一堆車。最常看到有些爸媽帶小孩來參觀,或者老師帶學生來戶外教學,多數還是以家庭、學生跟團體遊客居多。」(C-2-2)

依據受訪者D所提到:「洲南鹽場這邊只做小眾旅遊跟特色旅遊,而且是用預約接團的方式為主,所以遊客的型態就是以團客跟學生居多散客較少,那當然遊客數就不比大眾旅遊的大批人潮來的多。」(D-2-2)

依據受訪者 E 所提到：「遊客數依我來看不算多，都是一團一團的大約幾十個人左右。遊客的型態就是團客為主，大部分看到的都是學生，偶爾會看到大人帶小孩的，有遊覽車也有私家轎車過來的。」(E-2-1)

綜上受訪者所述，洲南鹽場為了不破壞鹽田的生態環境與保持自然風貌，所以實施來客數的總量管制，畢竟不是走向大眾旅遊的景點，自然帳面上的遊客數就不會多。但根據受訪者 A 所述，依經營團隊的統計數據來看，從前幾年的 1~2 千人來客數，每年都有成長一直到趨於穩定的情形，來客數已將近 5 千人之譜。

至於遊客的型態上，是以預約接團的模式為主，散客並不多，且以校外教學跟環境教育的學生為大宗，一般家庭旅遊跟公司旅遊的遊客居次，另外在參訪遊客的所在地上以嘉義縣市居多，至於其他縣市的遊客市場，這是洲南鹽場未來要努力開發的方向。

4.2.4 您覺得遊客參訪的期間對在地的環境、交通及社區上有何影響?

依據受訪者 A 所提到：「我覺得是沒什麼影響。對在地的環境並不會造成影響，交通這點也是沒有影響，社區方面沒有人跟我們反映過不滿的情形，對社區也沒有什麼影響。」(A-2-4)

依據受訪者 C 所提到：「在地居民與遊客之間的想法不同，遊客希望車停離景點越近越好可以少走很多路，但是居民希望遊客把車停遠不要影響到他們通行，洲南這邊基本上不會湧入太多遊客，這個交通問題因該不會產生。環境上我覺得倒是沒什麼影響，也沒造成什麼垃圾的問題。對社區這邊的影響我想也是沒有，沒聽過新厝社區有居民抱怨。」(C-2-3)

依據受訪者 D 所提到：「景點對在地最大的影響不外乎就是交通、停車、垃圾跟環境這些問題。洲南鹽場這邊是少量接團並沒有塞車的困擾，洲南是接小團客而且路邊都可以停車，所以停車問題也不大。垃圾也是一個很大的問題，這點當然洲南有在控制遊客量就不會有這個問題。洲南鹽場的位置也不是在社區裡面，它剛好在社區的外圍，比較不會影響居民的安寧。所以綜觀這些景點常有的困擾，洲南這邊並沒有。」(D-2-3)

依據受訪者 E 所提到：「遊客都是直接進到洲南鹽場裡面去參訪，把車停在洲南鹽場入口的路邊，那條路基本上出入的車輛並不多，沒有造成交通上的困擾，也沒有塞車的問題。遊客比較少進到社區裡面，里民沒有跟我反映過有垃圾或安寧的問題。整體上沒對社區這邊造成什麼不好的影響。」(E-2-2)

綜上受訪者所述，遊客參訪洲南鹽場的期間，因遊客都是直接進到鹽場的場區裡面，所以並不會對在地的環境造成影響，也沒有帶來垃圾、噪音的問題；在交通上，遊客多搭乘遊覽車或校車，私家車僅少數，而且採預約接團總量管制的方式，所以不會同時湧入太多遊客，故不會造成塞車與停車的困擾。最後在對社區影響上，如上所述遊客並未進到社區內或僅是騎單車拜訪，經過社區時也相當有秩序，居民亦並未向場方、各單位反應過觀感不好的問題。所以整體來看，在各方面皆未造成負面的影響。

4.3 洲南鹽場如何推廣及推廣的方式

4.3.1 請問貴單位在洲南鹽場的推廣上扮演什麼角色?又以何種方式協助推廣?

依據受訪者 A 所提到：「廢曬之初，我是一個關心地方過去的「產業文資研究者」，進場整建洲南之後變成「產業文化行動者」，然後在一路摸索的過程中將行動角色定位為「文化產業轉譯者」，而當新的產業模式建立後，又因永續經營的需要成為「文化志業 CEO」。這是我個人認為在推廣上所扮演的角色與定位。協助推廣上，其實你說協助不如說是主導，因為布袋嘴文化協會就是洲南鹽場的根；洲南鹽場就是布袋嘴文化協會的一部分，所有的推廣策略都是我們來擬訂，我們自己去實行。我們先推廣到社區這個面向，從早期的與社區做連結，進而發展到去與整個布袋的社群做連結，跟社群合作才能夠開展更大的面向。」(A-3-1)

因受訪者 A 為地方文化工作者亦是洲南鹽場的實際經營者，所以如其所述在推廣上扮演的角色與定位之轉變，由最初的「產業文資研究者」，到整建洲南鹽場後變成「產業文化行動者」，再從新定位為「文化產業轉譯者」，最後又因永續經

營的需要成為「文化志業 CEO」。這是受訪者 A 所代表的布袋嘴文化協會，在洲南鹽場的推廣上扮演的角色之轉換過程。

在協助洲南鹽場的推廣上，就如受訪者 A 所言，與其說協助不如說是主導，因為該協會即是洲南鹽場的經營者，其所施行與計畫的推廣方式是，先推廣到社區這個面向，從早期的與社區做連結，進而發展到去與整個布袋的社群做連結，跟社群合作才能夠開展更大的面向。

依據受訪者 C 所提到：「我想是站在一個輔助者的角色吧！因為主要的規畫跟執行都是布袋嘴文化協會一手包辦，如果他們有什麼需求才會請我們公所來協助。公所及縣府網站上的旅遊資訊，都會刊登洲南鹽場的相關位置及資訊來供民眾參考利用。洲南在辦活動的時候像謝鹽祭等等，我們鎮長也會到現場參與，並且提供活動所需的協助。曬鹽需要引進海水，公所這邊來協助開水門跟水門的維護，還有跟水門管理員引海水進來的時間上的配合，這點由公所協助他們能引進海水來曬鹽，才能推廣傳統的日曬鹽。洲南鹽場舉辦活動的時候，協助他們在各個公佈欄跟場所張貼宣傳海報，讓更多人知道這個資訊。」(C-3-1)

受訪者 C 所代表的是官方也就是公部門，是站在地方鎮公所的立場，在洲南鹽場的推廣上做為一個輔助者的角色，因主要的規畫跟執行仍是由布袋嘴文化協會主導。就協助推廣方面，公所會在官方的旅遊資訊上協助刊登及提供資訊；還有洲南鹽場每年舉辦謝鹽祭時，提供活動所需的協助；並在舉辦各種活動時協助張貼宣傳海報等等；另外曬鹽需要引進海水，公所協助開水門跟水門的維護，以利於推廣傳統的日曬鹽。

依據受訪者 D 所提到：「洲南鹽場是以自己發展自己開發客源的方式經營，所以跟我們較無合作的關係。目前僅有協助洲南結合地區的觀光，還有配合他們辦活動這樣而已，不過我們現在開始慢慢在跟他們接洽怎麼來合作，包括我們這方面如何來協助他們行銷，或者在鹽場周邊做一些建設之類的，但是我們做的不見

得是他們所要的，走的方向不同這點也是我們比較難著力的地方，所以目前雙方暫時比較沒有什麼合作的契機。」(D-3-1)

受訪者 D 亦是代表公部門，所任職的是雲嘉南濱海國家風景區管理處，因洲南鹽場是獨立經營，目前在推廣上雙方較無合作關係。但仍可以提供結合地方觀光、配合辦理活動、協助行銷推廣及周邊建設等等的協助。

依據受訪者 E 所提到：「我覺得在推廣上扮演的是協助者的角色。洲南鹽場重建的初期，我們這邊就出人出力出技術來協助布袋嘴文化協會，大家動起來慢慢的重新找回這片鹽田，這是我們協助推廣的其中一項。還有社區的這些媽媽跟志工們，在洲南鹽場辦活動的時候去幫忙，展現手藝跟創意，還有的去協助導覽跟幫忙曬鹽等等的。有時候辦謝鹽祭一些表演或迎神繞境的活動，都會在庄裡跟卿雲廟前的廣場來進行，那我里長這邊可以做的就是找人來增加陣容，讓場面看起來更熱鬧，或者協調一些器材跟道具之類的。」(E-3-1)

受訪者 E 也是代表公部門，其身分為當地里長，在推廣上亦是扮演協助者的角色。在洲南鹽場重建之初，社區出人出力動員起來協助整建鹽田及周邊景觀；另外有的活動，社區媽媽跟志工也會去幫忙展現手藝跟創意；還有舉辦謝鹽祭活動時，社區也會提供場地、人力、器材等等的協助。

4.3.2 您能舉出有哪些傳統產業文化推廣成功的例子?有何值得學習之處?

依據受訪者 A 所提到：「觀察到一種趨勢，每一個傳統產業在推廣上一定會有 DIY 這個項目，因為時下最流行的就是親子旅遊，現在家庭旅遊都是以小孩為主，DIY 的模式可以讓大人跟小孩一同去完成一項作品或體驗。南投的車埕，我個人覺得它推廣的很成功。他們將已經沒落木材產業結合鐵道文化，開發出許多木製的生活用具跟木桶型鐵路便當盒等等，還有車埕酒莊融入車埕的鐵道文化，我覺得很有意思很有創意。現在的車埕把在地的傳統木業文化、鐵道文化、電力產業文

化、酒莊產業文化和觀光休閒農業，匯集成一個結合古蹟懷舊、傳統產業及創意產業的車埕聚落，讓車埕地區變成一個具有親子旅遊、教育功能、文化創意與產業轉型的聚落，是一個很值得我們學習的點。九份金瓜石的金礦產業、新港的板陶窯、雲林的毛巾工廠、三義的木雕等等的都是這一類的例子。」(A-3-2)

受訪者 A 觀察到一種趨勢，似乎傳統產業在推廣上一定會有 DIY 這個項目，因為現在家庭旅遊都是以小孩為主，DIY 的模式可以讓大人跟小孩一同去完成一項作品或體驗。至於傳統產業文化推廣成功的例子，受訪者 A 提供了南投的車埕這個點。南投的車埕把在地的傳統木業文化、鐵道文化、電力產業文化、酒莊產業文化和觀光休閒農業，匯集成一個結合古蹟懷舊、傳統產業及創意產業的聚落，讓車埕變成一個具有親子旅遊、教育功能、文化創意與產業轉型的聚落，是一個很值得學習的點。

依據受訪者 C 所提到：「三義的木雕就推廣得很成功，讓人講到三義就會想到木雕；講到木雕就會想到三義，把從事傳統木雕的產業都集中在一個區域，利用地方的特色產業發展出一個地區性的產業，這點規畫得很成功，而且還成立了木雕博物館，把木雕的器具、製程、藝術品等等的都收藏在館內。鶯歌的陶瓷，也是形成一個地區性的特色產業，裡面不僅陶瓷商品應有盡有還有很多文創的商品，那邊一樣也是有個陶瓷博物館。還有像苗栗大湖的草莓，如果講到草莓絕不做他想就是苗栗大湖。這些傳統產業的復興都有一些值得學習之處。」(C-3-2)

受訪者 C 覺得三義的木雕、鶯歌的陶瓷、大湖的草莓，都是傳統產業文化推廣成功的例子。值得學習之處在於推廣成功打響了名號，讓人提到某種物品便會直覺的聯想到那個地方，而且都是物以類聚的將該種產業聚集，形成一個區域性的特色產業。

依據受訪者 D 所提到：「就像一樣是傳統鹽業的北門井仔腳鹽田跟舊埕鹽田，在我們雲管處接手以後重新規劃下，保留了傳統產業文化也做一般的大眾旅遊，同時操作並行，這也算是值得學習之處。像雲林虎尾的台灣興隆毛巾也是已經沒

落的夕陽產業，經過轉型為觀光工廠，開放民眾參觀讓大家了解毛巾的製作過程，並結合創意研發出這幾年很夯的各種可愛造型毛巾，成功吸引了女性及小孩的主力消費族群，是一個很成功的切入點。有些景點的行銷手法也值得學習，好比在景點設立的初期，都會有意讓它形成交通阻塞、或者一票難求、或者遊客數管制等情形來製造話題，也是一種另類的飢餓行銷。」(D-3-2)

受訪者 D 認為，一樣是傳統鹽業的北門井仔腳鹽田跟舊埕鹽田，保留了傳統產業文化也做一般的大眾旅遊，同時操作並行，這也算是值得學習之處。還有雲林虎尾的台灣興隆毛巾，轉型為觀光工廠後結合創意研發出各種商品，成功吸引了女性及小孩的主力消費族群。另外也推薦另類的飢餓行銷方式。

4.3.3 您覺得洲南鹽場在推廣上有何優勢及劣勢?

依據受訪者 A 所提到：「劣勢，洲南鹽場的年產能，差不多能供應台灣 0.01% 而已，價位換算起來是台鹽的 26.7 倍。鹽品的產能太小，產量因氣候因素而不穩定，也沒有能力進入大眾市場，價位又偏高，就家庭主婦日常的廚房每日用品來講，CP 值不高也不是個好選擇。遊客數沒有大眾旅遊的高，也沒有熱門打卡景點來的夯。沒有財團或企業的支持，無法大興土木做大型的工程來改造跟建設，也無法大規模的量產我們的鹽品跟拓展通路。優勢，洲南鹽場有著與眾不同的傳統日曬海鹽，它不僅有鹽的鹹味而已還有很多的風味，就像剛剛講的海鹽的五種風味 DNA。洲南的客戶群中，目前大概 99% 以上的客戶都是自己送上門來的，而不是我們主動去跑業務開發的，而且鹽品還供不應求呢！我們分析客戶群的特性後發現，大致上反映這幾年因食安等議題而興起的「手工好」、「天然好」、「健康好」、「台灣好」、「文創好」等「市場趨勢五好」。並且著力在環境教育這一塊，我們強調人與大自然共存，以不破壞生態的方式產曬，終於在 2016 年榮獲國家環境教育優等獎的肯定。還有深度旅遊，結合各種地方特色而推出的行程。所以有風味的特色鹽品、環境教育及深度旅遊就是我們最大的優勢。」(A-3-3)

依據受訪者 C 所提到：「優勢方面，布袋這邊的洲南鹽場應該是發展歷史最悠久的鹽場之一，它是有歷史背景的，利用歷史的文化背景來推廣我想也是個賣點。

汙染較少，海水曬出來的鹽品質也會來的比較好，可以滿足時下社會大眾對食安的訴求，所以優質的而且有特色的鹽產品，也是一個有別於其他地方推廣的優勢。這邊的交通相當便利，都不會塞車，停車也方便。這邊保留了很多傳統鹽業的地情地貌，甚至曬鹽的工法工具等等，環境也很天然沒經過太多人工的雕琢，很適合做生態教育、環境教育的導覽。劣勢方面，這邊的規模比較小，只有發展在一個小小的區域，所以發展就會比較有限。洲南鹽場這幾年才由布袋嘴文化協會爭取到，然後才開始做規劃跟推廣，發展觀光也比較晚，所以要能做出區隔跟自己的特色才能吸引遊客，不然實在很難跟它們競爭。」(C-3-3)

依據受訪者 D 所提到：「優勢方面，洲南這邊保留了很多傳統的鹽田風光，剛好現在也吹起了一股復古風、懷舊風，可以搭上這個順風車，所以就適合像我這種四、五年級懷舊的人來走走。洲南鹽場是這些復曬鹽田裡面，唯一有在自己曬鹽來推出專屬的特色商品，而且行銷得不錯的點，現在食安意識抬頭，我覺得這是洲南鹽場在推廣上一個很大的優勢。劣勢的話，就是比較沒亮點導致比較沒名氣，所以一般講到鹽場，人家會直覺地想到七股鹽場，並不會直接聯想到洲南鹽場；還有這邊幾乎都是自己發展，其他人或政府單位很難介入，所以規模較小發展也比較有限；還有在宣傳方面也不太夠。」(D-3-3)

綜合以上三位受訪者所述，將其所認為洲南鹽場的優劣勢整理成下表(表 4.3.3)，以便清楚的看出差異之處。

表 4.3.3 洲南鹽場推廣之優劣勢表

受訪者	優勢	劣勢
A	1.有著與眾不同的傳統日曬海鹽，它不僅有鹽的鹹味而已還有海鹽的五種風味 DNA。 2.客戶群中目前大概 99%以上都是自己送上門來的，不是主動去跑業務開發的，而且鹽品還供不應求。	1.年產能，差不多只能供應台灣 0.01%而已，鹽品的產能太小，產量因氣候因素而不穩定，也沒有能力進入大眾市場， 2.價位換算起來是台鹽的 26.7 倍，價位偏高，就家庭主婦日常的廚房每日

	<p>3.因食安議題而興起的「手工好」、「天然好」、「健康好」、「台灣好」、「文創好」等「市場趨勢五好」，海鹽因而受到肯定。</p> <p>4.著力在環境教育這一塊，強調人與大自然共存，以不破壞生態的方式產曬，在 2016 年榮獲國家環境教育優等獎的肯定。</p> <p>5.推廣深度旅遊，有著生態種植、養殖與海鹽的在地食材，並結合各種地方特色而推出的行程。</p>	<p>用品來講，CP 值不高也不是個好選擇。</p> <p>3.遊客數沒有大眾旅遊的高，也沒有熱門打卡景點來的夯。</p> <p>4.沒有財團或企業的支持，無法大興土木做大型的工程來改造跟建設，也無法大規模的量產鹽品跟拓展通路。</p>
C	<p>1.是發展歷史最悠久的鹽場之一，它是有歷史背景的，利用歷史的文化背景來推廣也是個賣點。</p> <p>2.沿海汙染較少，海水曬出來的鹽品質也會比較好，優質且有特色的鹽產品，可以滿足時下社會大眾對食安的訴求。</p> <p>3.交通相當便利，都不會塞車，停車也方便。</p> <p>4.保留很多傳統鹽業的地情地貌，甚至曬鹽的工法工具等等，環境也很天然沒經過太多人工的雕琢，很適合做生態教育、環境教育的導覽。</p>	<p>1.規模比較小，只有發展在一個小區域，所以發展就會比較有限。</p> <p>2.起步較晚，這幾年才開始做規劃跟推廣，發展觀光也較晚，要能做出區隔跟自己的特色才能吸引遊客，不然實在很難競爭。</p>

D	<p>1.保留了很多傳統的鹽田風光，剛好現在也吹起了一股復古風、懷舊風，可以搭上這個順風車，很適合四、五年級懷舊的人來走走。</p> <p>2.是在這些復曬鹽田裡面，唯一有自己曬鹽來推出專屬的特色商品，而且行銷得不錯，現在食安意識抬頭是一個很大的優勢。</p>	<p>1.較沒亮點導致較沒名氣，所以一般講到鹽場會直覺地想到七股鹽場，並不會直接聯想到洲南鹽場。</p> <p>2.幾乎都是自己發展，其他人或政府單位很難介入，所以規模較小發展也較有限。</p> <p>3.在宣傳方面也不太夠。</p>
---	--	---

資料來源:由研究者自行整理

4.3.4 您認為擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場要如何推廣?以何種方式推廣?

依據受訪者 A 所提到：「我們利用在洲南鹽場的環境教育活動中，去凸顯「水地風光人曬鹽」這個觀念，也在鹽商品的行銷中，傳達「風和日粒，天手合曬」的理念。透過提供文化服務、商品營收、政府委託案、一般捐款的方式，來獲取我們的目標才能繼續推廣洲南鹽場，我更希望可以傳承這個得來不易的鹽業文化。如何從文資核心價值出發，勇敢面對商業市場的競爭來達到永續發展？如何在分眾市場建構一套能引起共鳴的「新台灣鹽文化」？我們希望創造、並且引領當代社會的新價值，以多面向的文化行動為策略，建構「新台灣鹽文化」的知識典範，形塑洲南鹽場不只是「價值品牌」，而且是台灣鹽的「領導品牌」。因此，我為未來的推廣方向訂下了三個願景：1. 致力鹽業文化：生產特色風味的天日海鹽，代表台灣鹽業文化迎向全世界。2. 發展環境教育：營造以產曬為前題的濕地生態，建構優質的環境教育基地。3. 永續經營管理：以社會企業精神實踐永續經營，發展當代社會超連結網路。讓洲南鹽場不僅僅可曬出高品質的鹽，更以曬出台灣特有的風味鹽為目標，讓鹽的風味進到我們日常生活中，使家中的廚房多一種鹽的選擇，成為不可或缺的最佳配角。並且致力於推廣產業文化之旅，設計用五感去體驗的

環境教育活動，同時也必須跟上時下消費者的喜好-符號意象跟繽紛的文創商品，另外還有各種創意的行銷活動也是不可或缺的，這些都是以各種活動跟商品來推廣的方式。」(A-3-4)

洲南鹽場經營者受訪者 A 談到，他們利用在洲南鹽場的環境教育活動中，去凸顯「水地風光人曬鹽」這個觀念，也在鹽商品的行銷中，傳達「風和日粒，天手合曬」的理念，這是一個理念上的推廣。再透過提供文化服務、商品營收、政府委託案、一般捐款的方式，來獲取所需的經費才能達到永續經營，繼續推廣洲南鹽場及傳承鹽業文化。因此經營團隊致力於推廣鹽業文化，設計用五感去體驗的環境教育活動，同時也跟上時下消費者的喜好-符號意象跟繽紛的文創商品，另外還有各種創意的行銷活動等，這些都是以各種活動跟商品來推廣的方式。然後以多面向的文化行動為策略，建構新台灣鹽文化的知識典範，形塑洲南鹽場不只是價值品牌，而且是台灣鹽的領導品牌，為推廣上的最終目標。最後為未來的推廣方向訂下了三個願景:1.致力鹽業文化:生產特色風味的天日海鹽，讓鹽的風味進到我們日常生活中，使家中的廚房多一種鹽的選擇，並代表台灣鹽業文化迎向全世界。2.發展環境教育:營造以產曬為前題的濕地生態，建構優質的環境教育基地。3.永續經營管理:以社會企業精神實踐永續經營，發展當代社會超連結網路。

依據受訪者 B 所提到:「傳統的粗鹽倒是可以朝醃東西用的鹽這方面來推廣看看，像醃菜圃醃醬瓜這類的，如果用那種進口的粗鹽，顆粒太大很難溶化，等過了好幾天溶化的時候東西早都壞掉了，所以必須先磨碎才能使用，而我們洲南的這個瓦盤式鹽田曬出來的鹽又細又白又乾淨，品質很明顯就高過進口的一截，那如果用台鹽的精鹽又太鹹，醃出來的東西又沒有特別的滋味，所以我覺得還是傳統的日曬鹽好，這是一個值得推廣的優點。」(B-3-1)

受訪者 B 身為老鹽工，從事曬鹽已數十年，故較傾向務實面的以鹽的功能做推廣的方式，如其所言，可以朝醃東西用的鹽這方面來推廣，依其經驗天然海鹽為醃漬用鹽的上選，甚為推崇。

依據受訪者 C 所提到：「每個地區性的特色產業似乎都有一個那個產業的博物館，雖然七股那邊已經有一個台灣鹽博物館，但是我們可以再以不同的鹽業文化內涵來設立我們洲南鹽場自己的鹽業博物館，可以做比較有深度的知性之旅。將以前那些鹽業輝煌歷史的史料、器具、工法等等的收存在館內，再配合整個園區的導覽、天然的環境、實作 DIY 體驗、鹽的特色產品、鹽的美食等等，整個做一個完整的園區規劃，我想是可以做出自己的特色的。再配合學校的校外參觀跟畢業旅行；還有經由文宣傳單的發放，像透過學校發給學生、夾報紙、擺在店家；或者經由時下最流行網路的方式，像成立專屬網站、FB、粉絲團、官方網站的旅遊指引、旅遊住宿網站、部落客等等的方式；甚至電視媒體、新聞、廣告之類的方式來推廣推撥，都是一些不錯的推廣方式。」(C-3-4)

受訪者 C 認為，每個地區性的特色產業似乎都有一個那個產業的博物館，雖然七股已有一個台灣鹽博物館，但是建議可再以不同的鹽業文化內涵來設立洲南鹽場自己的鹽業博物館，將以前那些鹽業輝煌歷史的史料、器具、工法等等的收存在館內，再配合整個園區的導覽、天然的環境、實作 DIY 體驗、鹽的特色產品、鹽的美食等等，整個做一個完整的園區規劃，做比較有深度的知性之旅。

經由文宣傳單的發放，或者經由時下最流行網路的方式，甚至電視媒體、新聞、廣告之類的方式來推廣推撥，都是一些不錯的推廣方式。現在的景點重宣傳，尤其是現代人看網路推薦挑旅遊景點的習慣，所以透過上述的那些宣傳方式，都是不錯的選擇。

依據受訪者 D 所提到：「說到推廣，亮點就很重要，有亮點才能吸引關注跟報導，也才能快速的吸引大量的遊客進而帶動周邊的商業發展。如果來發展鹽村老街應該有亮點，目前台灣還沒有這類型的老街景點，然後再做出一些古早的東西來跟七股那邊做出差異性，再透過與在地社區連結達到鹽村再造的可能，並結合附近的景點，發展成地區性整體的觀光，讓遊客可以待上兩三天。現在布袋這邊如雨後春筍的民宿，就可以提供遊客一個在地深度旅遊住宿的地方，也可以把地區旅遊景點訊息的 DM 委託他們發放，利用結合旅宿業者搭配行銷推廣的方式，才

能一條龍式的發揮整合的功能，這樣多元化的拓展地區旅遊才有發展性。洲南鹽場內其實也可以多一些小孩的遊樂設施。」(D-3-4)

在推廣方面，受訪者 D 為雲嘉南濱海國家風景區管理處管理階層，故其業務上本來就是以推廣風景區為主要任務，洲南鹽場所在地亦是該管理處所轄範圍。其認為在推廣層面亮點很重要，有亮點才能吸引關注跟報導，也才能快速的吸引大量的遊客進而帶動周邊的商業發展。另外，也提供了一些建議，洲南鹽場如果來發展鹽村老街應該有亮點，目前台灣還沒有這類型的老街景點，然後再做出一些古早的東西來跟七股那邊做出差異性，再透過與在地社區連結達到鹽村再造的可能，並結合附近的景點，發展成地區性整體的觀光，加上現在布袋如雨後春筍的民宿，就可以提供遊客一個在地深度旅遊住宿的地方，讓遊客可以待上兩三天。最後也建議，洲南鹽場內其實也可以多一些小孩的遊樂設施，因為大人可以接受知性、深度之旅，但小孩恐怕沒辦法，畢竟小孩待不住大人勢必也不能久留，就無法促進當地的觀光跟消費，甚至連重遊也機會渺茫了。

4.3.5 在產業轉型上，您認為台鹽生技的轉型如何?是否有使用過台鹽生技的產品?又使用過後的感覺如何?

依據受訪者 B 所提到：「那還用說，當然是成功啊!以前台鹽都是只收鹽、洗鹽、賣鹽而已，現在很厲害什麼都賣，一堆生活用品連保養品都有了，所以家裡的東西都是買台鹽的產品，醬油、鹽巴、肥皂、牙膏、礦泉水等等的都是。用過當然就是讚啊!自己的台鹽的東西那有說不好的。」(B-3-2)

依據受訪者 C 所提到：「我個人是覺得台鹽轉型的很成功，一個老產業經過轉型的方式從新站起來，而且搭上時下很流行的生技產業。我家裡是有在用台鹽的肥皂、牙膏跟醬油，用過那些產品的感覺都很不錯。」(C-3-5)

依據受訪者 D 所提到：「基本上我覺得是成功的，至少台鹽不是只有賣鹽了，而是有很多吃的用的商品，可見傳統產業轉型的比較多元化了。我家是有在吃健

康低鈉鹽，也有用過台鹽的沐浴乳跟洗髮乳這些產品。健康低鈉鹽剛好可以符合現代人健康的訴求，洗髮乳跟沐浴乳洗起來我是沒什麼特別的感覺。」(D-3-5)

依據受訪者 E 所提到：「轉型當然是成功啊!台鹽除了鹽以外，副廠那邊生產了很多生活的用品，聽說生產線一直都很穩定，市場反應也都很不錯。我們家吃的用的幾乎都是台鹽的產品。至於用過的感覺當然就是都很棒啊!給人就是很天然不黑心的感覺。」(E-3-2)

綜上所述，所有受訪者皆一致認同台鹽生技轉型很成功，且產品日趨多元化。四位受訪者也皆有使用過台鹽生技的產品，可見其產品被接受度也高，而使用後的心得也皆給予正面的評價。雖然台鹽公司放棄了天日曬鹽，但為謀出路而企圖轉型，轉型後也算做得有聲有色。

4.4 研究結果

本研究的研究主題在探討「傳統鹽業文化發展與推廣之研究-以洲南鹽場為例」，關於洲南鹽場的發展歷史與過程之研究結果，已於本研究第二章文獻探討中有詳細的論述，故本節綜合以上受訪者的訪談資料經過整理後，加以分析跟比對，得到研究之結果。

一、以受訪者訪談資料之研究結果，針對發展與推廣上的優勢、劣勢、機會與威脅進行 SWOT 分析，分析表如下(表 4.4)：

表 4.4 洲南鹽場發展與推廣之 SWOT 分析

內部環境	
S(Strength): 優勢	W(Weakness): 劣勢
1.擁有傳統鹽業文化，是個歷史悠久的鹽場 2.保留許多傳統鹽業的地情地貌，曬鹽的工法工具 3.保留自然生態環境，適合生態旅遊、環境教育 4.以傳統天日曬鹽工法，生產特色鹽品，海鹽的五種風味 DNA	1.鹽品產能小，產量因天候而不穩定 2.鹽品價格偏高 3.規模小、區域小，發展有限 4.發展與推廣上起步較晚
外部環境	
O(Opportunity): 機會	T(Threat): 威脅
1.推廣環境教育，曾獲國家環境教育優等獎 2.海水汙染少且鹽品天然，順應食安問題的興起 3.客戶都是自己找上門來的，而且鹽品還供不應求 4.結合地方特色、生態農漁業，推出深度旅遊 5.交通便利，不會塞車，停車方便	1.遊客數少，也非熱門景點 2.無財團或企業的支持，無法擴增規模與產能 3.較沒亮點導致較沒名氣，不如七股鹽場有名 4.自主發展，外援難介入 5.宣傳方面不夠

資料來源: 由研究者自行整理

(一)優勢(Strength)

1.擁有傳統鹽業文化，是個歷史悠久的鹽場:

由第二章文獻探討中研究得知，自清代初期已有洲南場這個名稱，而洲南鹽場現址(布袋鎮新厝地區)亦於清代便已搬遷至此，是個歷史悠久的古鹽場，可見它是有歷史文化背景的，如果利用歷史文化背景來推廣也是個賣點，就如一座有歷史典故的古城或建物往往都能吸引遊客前往探究，這也是一項優勢。

2.保留許多傳統鹽業的地情地貌，曬鹽的工法工具:

洲南鹽場重建之初，即以尊重土地倫理、保留原始風貌的原則來整建，因此將從前鹽業生產時期的地情地貌保留了下來，且由當地鹽村與老鹽工收集到許多的傳統工具，並依循傳統工法來曬鹽，剛好現在也吹起了一股復古風、懷舊風，可以搭上這個順風車來行銷推廣，很適合四、五年級懷舊的人來走走。

3.保留自然生態環境，適合生態旅遊、環境教育:

洲南鹽場取得土地無償撥用後，重建時在取得的將近 20 公頃土地中，僅以人工重新整闢了將近 2 公頃的鹽田產曬區，其餘 18 公頃則保留原始與大自然共存的風貌，兼做海水的淨化池之用，保留了天然環境未經過太多人工的雕琢，有水鳥、魚蝦、水草、蘆荻等生態，環境很天然，很適合做生態旅遊、環境教育的導覽場域。

4.以傳統天日曬鹽工法，生產特色鹽品，海鹽的五種風味 DNA:

洲南鹽場是在目前五處復曬鹽田裡面，唯一有以傳統天日曬鹽來推出專屬特色鹽品的鹽場，而且透過網路平台與各種通路行銷，因為有著與眾不同的傳統日曬海鹽，它不僅有鹽的鹹味而已，還有海鹽的五種風味 DNA，而且透過這套海鹽的五種風味 DNA 之論述，也明顯增加了鹽品的銷售量。

(二)劣勢(Weakness)

1.鹽品產能小，產量因天候而不穩定:

洲南鹽場因產曬面積僅有 2 公頃，而且產曬人手不足，所以年產能大約只有 9 公噸，僅能供應台灣 0.01%的用鹽而已，因此，鹽品的產能太小，產量因氣候因素而不穩定，也沒有能力進入大眾市場。

2.鹽品價格偏高:

洲南鹽場鹽品的價位換算起來大約是台鹽精鹽的 26.7 倍，價位上明顯偏高，就家庭主婦日常的廚房每日用品來講，CP 值不高也不是個好選擇。

3.規模小、區域小，發展有限:

因場區面積 20 公頃，產曬面積也僅有 2 公頃，多為天然的自然環境，且較無人工造景與建物等遊憩空間，所以規模比較小，也只有發展在一個小區域，導致發展就會比較有限。

4.發展與推廣上起步較晚:

洲南鹽場為目前五處復曬鹽場中(南寮鹽田 2003 年；七股鹽場 2006 年；北門井仔腳鹽田 2003 年；北門舊埕鹽田 2006 年)，最晚重建與復曬的鹽場，自台鹽公司全面廢曬後(2001 年)歷經 7 年才由布袋嘴文化協會入場重建(洲南鹽場 2008 年)，但其他四處復曬鹽場皆已規畫成景點，也已吸引遊客前往參觀，所以洲南鹽場在發展與推廣上起步較晚。

(三)機會(Opportunity)

1.推廣環境教育，曾獲國家環境教育優等獎:

洲南鹽場經營團隊將推廣環境教育定為永續經營的核心之一，並且基於環境教育法第十九條之規定，每年都有大批的人員必須接受四小時以上的環境教育，而洲南鹽場以環境教育為永續經營的核心，並且致力於這方面的發展作為推廣的重心，順應了這個環境教育推展的趨勢，勢必能得到各界青睞，政府機關、各級學校及團體便會提供源源不絕的參訪人潮，是一個相當合理且具發展性的經營定位，也是一個等待開發亦值得開發的市場。並且該團隊在 2016 年獲得國家環境教育獎優等獎，無疑的是對推廣環境教育上的一種肯定。

2.海水污染少且鹽品天然，順應食安問題的興起:

因布袋沿海污染較少，而且洲南鹽場也利用 18 公頃的土地做為海水淨化池，所以海水曬出來的鹽品質也會比較好，所生產優質且有特色的鹽產品，可以滿足時下社會大眾對食安的訴求，順應近年來因食安議題而興起的「手工好」、「天然

好」、「健康好」、「台灣好」、「文創好」等「市場趨勢五好」，洲南海鹽因而受到肯定，在現在食安意識抬頭的年代是一個很大的優勢。

3.客戶都是自己找上門來的，而且鹽品還供不應求:

根據洲南鹽場經營團隊表示，其客戶群中，目前大概有 99%以上的客戶(銷貨+活動)都是自己找上門來的，而不是主動去跑業務開發的，而且鹽品還供不應求銷貨量也穩定，也就是說洲南海鹽的品牌形象，在這個不大不小的分眾市場中，具有一定的知名度與吸引力，而且在「同溫層」中的口碑推薦率頗高。

4.結合地方特色、生態農漁業，推出深度旅遊:

洲南鹽場結合地方特色，如鹽田風光、舊漁村小巷、布袋漁港、慶和軒北管、新來源醬園古法釀造、好美里防風林等等，並將在地生態農法耕種的農產，加上生態養殖的白蝦、虱目魚等食材，搭配洲南鹽場的天然海鹽，結合百分之百在地的食材，純正且天然的布袋風味，烹煮出在地的洲南晚宴分享給遊客，透過導覽、體驗與兩天一夜的行程規劃，帶遊客體驗在地有吃有玩有知性的深度旅遊。

5.交通便利，不會塞車，停車方便:

洲南鹽場所在地鄰近台 61 線，下台 61 線 3 分鐘左右即可抵達，且台 17 線由旁邊經過，故交通相當便利，因布袋是小漁村遊客也不多，所以並沒有塞車的問題，相對的停車也方便。

(四)威脅(Threat)

1.遊客數少，也非熱門景點:

因為布袋嘴文化協會重建洲南鹽場的目的，是要塑造成一塊有歷史文化的鹽田，所以不做熱門景點這類淺碟式的大眾旅遊，而致力的是分眾市場、深度旅遊、生態旅遊及社區小旅行。因為怕大量遊客進入會破壞自然生態與原始地貌，所以採預約接團的方式，並實施遊客數的總量管制，當然遊客數也就不會多。

2.無財團或企業的支持，無法擴增規模與產能:

一個景點若沒有財團或企業的支持，僅靠一群有理想的文化人，是無法大興土木做大型的工程來改造跟建設的，也無法大規模的量產特色鹽品跟拓展通路，

畢竟要把規模做大把鹽量產，勢必需要大量的財力跟人力才有辦法達成，就如七股鹽場整個風景區就是最好的例子。

3.較沒亮點導致較沒名氣，不如七股鹽場有名:

景點往往是需要有其特別之處，也就是有它的亮點，有亮點才能吸引關注跟報導，也才能快速的吸引大量的遊客進而帶動周邊的商業發展，而洲南鹽場因為經營理念不同，並未特別去營造這個方面，所以一般講到鹽場，人家會直覺地想到七股鹽場，並不會直接聯想到洲南鹽場。

4.自主發展，外援難介入:

洲南鹽場的經營團隊以獨立經營、自主發展為目標，目前藉由環境教育與鹽產品的營收朝向永續經營邁進，試圖擺脫靠政府補助的經營模式，要讓洲南鹽場成為 100%自主營運的社會企業，因為若全靠政府的資源勢必會受到約束，無法自主地發揮理想與願景。但此一情況卻會讓政府、社會各界、企業財團無法支援發展與推廣，甚至擴大營運規模，關係到利弊間的權衡問題。

5.宣傳方面不夠:

洲南鹽場雖有利用網路、文宣、新聞媒體、部落格等方式宣傳，但要成為一個知名景點，勢必還要透過更大規模的宣傳才行，就像同為布袋鎮景點的高跟鞋教堂，曾紅極一時，雖然經營理念不同，但就宣傳方面這點仍稍嫌不足。

二、受訪者在推廣上的建議

依據受訪者 A，B、C、D 在推廣上的建議，分述如下:

(一)根據受訪者 A 的建議，洲南鹽場將會用他們的優勢去推廣，畢竟那是他們的優勢也是理念，再加上一些商業化的行銷推廣方式，這樣才能達到永續經營跟傳承。實際行動上，利用環境教育活動中，去凸顯「水地風光人曬鹽」這個觀念，也在鹽品的行銷中，傳達「風和日粒，天手合曬」的理念，來致力於推廣鹽業文化，設計用五感去體驗的環境教育活動，同時也跟上時下消費者的喜好-符號意象跟繽紛的文創商品，另外還有各種創意的行銷活動等，這些都是以各種活動跟商品來推廣的方式。然後以多面向的文化行動為策略，建構新台灣鹽文

化的知識典範，形塑洲南鹽場不只是價值品牌，而且是台灣鹽的領導品牌，做為推廣上的最終目標。也為未來的推廣方向訂下了三個願景：1. 致力鹽業文化：生產特色風味的天日海鹽，讓鹽的風味進到我們日常生活中，使家中的廚房多一種鹽的選擇，並代表台灣鹽業文化迎向全世界。2. 發展環境教育：營造以產曬為前題的濕地生態，建構優質的環境教育基地，成為台灣環境教育的最佳選項。3. 永續經營管理：以社會企業精神實踐永續經營，發展當代社會超連結網路，並以環境教育與特色鹽品為核心。因受訪者 A 為洲南鹽場實際的經營者，故未來勢必因循其建議之事項來執行，此亦即洲南鹽場未來發展的目標。

(二) 根據受訪者 B 的建議，可以朝醃東西用的鹽這方面來推廣，像用來醃菜圃醃醬瓜這類的，其覺得還是傳統的日曬鹽好，依其經驗天然海鹽為醃漬用鹽的上選，這是一個值得推廣的優點。

(三) 根據受訪者 C 的建議，其認為每個地區性的特色產業幾乎都有一個那個產業的博物館，雖然七股已有一個台灣鹽博物館，但仍可以不同的鹽業文化內涵來設立洲南鹽場自己的鹽業博物館，畢竟七股是比較偏向觀光旅遊類型的，洲南則可以做比較有深度的知性之旅。如果在園區內設立一個鹽業歷史博物館，將以前那些鹽業輝煌歷史的史料、器具、工法等等的收存在館內，再配合整個園區的導覽、天然的環境、實作 DIY 體驗、鹽的特色產品、鹽的美食等等，整個做一個完整的園區規劃，是可以做出自己的特色的。再經由文宣傳單的發放，或者經由時下最流行網路的方式，甚至電視媒體、新聞、廣告之類的方式來推廣推撥，都是一些不錯的推廣方式，現在的景點重宣傳，尤其是現代人看網路、書報雜誌的推薦資訊，來挑選旅遊景點的這種習慣很普遍，所以透過上述的那些宣傳方式，都是不錯的選擇。

(四) 根據受訪者 D 的建議，其認為在推廣層面亮點很重要，有亮點才能吸引關注跟報導，也才能快速的吸引大量的遊客進而帶動周邊的商業發展。另外，也提供了一些建議，洲南鹽場如果來發展鹽村老街應該有亮點，目前台灣還沒有這類型的老街景點，然後再做出一些古早的東西來跟七股那邊做出差異性，再透過與在地社區連結達到鹽村再造的可能，並結合附近的景點，發展成地區性整體

的觀光，加上現在布袋如雨後春筍的民宿，就可以提供遊客一個在地深度旅遊住宿的地方，讓遊客可以待上兩三天，這樣多元化的拓展地區旅遊才有發展性。最後也建議，洲南鹽場內其實也可以多一些小孩的遊樂設施，因為大人出門一定是要帶小孩的，有時候大人來到這個景點也都是為了小孩而來的，但是大人可以接受知性、深度之旅，但小孩恐怕沒辦法，畢竟小孩待不住大人勢必也不能久留，就無法促進當地的觀光跟消費，甚至連重遊也機會渺茫了。



第五章 結論與建議

本研究主要在探討傳統鹽業文化之發展與推廣，藉由擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場為研究對象，進行相關的文獻蒐集與整理，再透過產官學界的訪談對象所得之訪談資料，兩者進行整理、比對與分析得出研究結果，最後依據研究結果做成本章之研究結論與建議。本章 5.1 為研究結論，將第四章訪談資料之研究結果進行分析，再將所分析之結果與文獻探討成果做成研究結論；5.2 為研究建議，綜合受訪者與研究者對洲南鹽場在推廣上提出有利的建議，並為後續研究者提出後續研究建議。

5.1 研究結論

本研究之研究目的為：一、探討洲南鹽場發展的歷史及目前生產的概況，二、分析洲南鹽場目前推廣的情形，三、提出洲南鹽場推廣方法及推廣方式之建議，針對研究目的，經由文獻探討與質性深度訪談得到研究結果，再由所得之研究結果做成最後之研究結論。

一、探討洲南鹽場發展的歷史及目前生產的概況

關於洲南鹽場發展的歷史，最早闢建於清代康熙 23 年(1684 年)，由當時的洲仔尾鹽埕以新港溪(今鹽水溪)南北岸，分設洲北場及洲南場。直到雍正 4 年(1726 年)才正式稱為「洲南場」，約在今台南市永康區鹽行一帶，是為第一代洲南場。乾隆 53 年(1788 年)間，原洲南場因天災遭洪水淹沒而毀棄，不得不遷往第二代場址來另闢新鹽場，其位置大約在今台南市七股區鹽埕地一帶。道光 3 年(1823 年)，第二代洲南場又因曾文溪改道遭洪水沖毀，最後由當時的鹽商吳尚新受命新闢洲南場於現今的布袋鎮新厝地區，自此之後，洲南鹽場便一直都在嘉義縣布袋鎮，未曾再遷移。然而，台灣的鹽業史再經歷了日據時代，開啟了天日曬鹽最輝煌的時代，不僅技術進步產量大增，因應戰爭也大量生產工業用鹽；之後來到了日本戰

敗國民政府時期，鹽務機關數度變更，台鹽獨佔市場且管制鹽品；最後發展至近代出現了機械化鹽田，鹽業日漸的式微，台鹽公司的轉型。直至民國 90 年，台鹽公司因當時世界貿易的潮流，且國內鹽的產能低落成本也高，品質與價格皆不如國外，在諸多原因下便宣布全面廢曬鹽田關閉鹽場，布袋鹽場即於民國 90 年 7 月裁廢，形成了所謂的「無鹽的結局」。然而，在廢曬 7 年之後的民國 97 年(2008 年)，經由布袋嘴文化協會的奔波與多方努力下，終於在過去洲南場的舊址，亦沿用洲南場的舊稱，重建了現今的洲南鹽場。

至於詳細的發展歷史已於本研究第二章文獻探討:2.1 台灣鹽業史，2.2 布袋鹽場歷史，2.3 洲南鹽場歷史，2.4 洲南鹽場重建歷程，之中有詳盡的敘述。並根據第二章的文獻探討，得知台灣鹽業的歷史發展及洲南鹽場的歷史演進，進而對鹽業文化的保存與推廣，能有更明確的目標及努力的方向。

而洲南鹽場目前生產的概況之結論，於下節 5.1.2 洲南鹽場目前推廣的情形中說明。

二、分析洲南鹽場目前推廣的情形

茲將本研究在洲南鹽場目前推廣的情形與推廣的方式之研究結論分述如下:

(一)推廣的現況

洲南鹽場由布袋嘴文化協會爭取來以至重建，就已捨棄產業鹽的追求而定位為文化鹽田，並沿用洲南鹽場這個古鹽場的舊稱，為保有鹽田的原貌與已進駐的自然生態環境，不向以追求遊客數為目的的大眾旅遊靠攏，所追求的是人與自然環境共存、尊重土地倫理及鹽業文化的保存，怕大量的遊客會破壞鹽田自然景觀與生態環境，所以實施來客數的總量管制，以預約接團的模式為主，據此，洲南鹽場所致力的是分眾市場、是深度旅遊、是生態旅遊、是文化觀光、更是一種有特色的社區小旅行。

目前洲南鹽場所做的推廣層面與項目頗多，主要分為深度旅遊、文化觀光方面的推廣，及各種與鹽相關的產品方面的推廣。在深度旅遊與文化觀光方面，就如陸續邀請多位藝術家來駐村創作，設計出許多的藝術品、牆面、入口意象甚至

歌曲，及規劃各種活動做為主力文化商品等等，還有謝鹽祭活動、洲南晚宴與布袋真食館配合社區小旅行等深度旅遊、環境教育，這些文化與活動層面的推廣。另外，還有各種與鹽相關的產品方面的推廣，就如銷售主力的多種特色鹽品等，產品層面的推廣。

(二)謝鹽祭活動

洲南鹽場的謝鹽祭活動，為每年定期舉辦之大型活動，最早為 2008 年第一屆(如圖 5.1-1)，活動內容因每年的主軸不同而異，歷年來活動的內容大致有，規劃鹽村生活市集、鹽田闖關活動及環境劇場三大主軸，曾邀請慶和軒北管、歌仔戲、布袋戲與現代舞等四支嘉義縣傑出的演藝團隊，一起演出戲說洲南鹽場的文創活動；也邀請過樂團表演、電音三太子表演、舞團表演還有創作歌手演唱等等；甚至迎台南市永康區鹽行(洲南場最早的發源地)媽祖來坐鎮謝鹽祭活動；及符合地方風俗的鹽村總動員迎神繞境、國小舞龍陣與跳鼓陣表演；在鹽場裡面辦野餐趴，曬鹽體驗、闖關活動；還有邀請許多機關、單位、攤商擺攤宣導、體驗與販賣商品；手工藝及文創商品的體驗與觀賞等等，營造出熱鬧滾滾的景象(如圖 5.1-2)。



圖 5.1-1 2008 年第一屆謝鹽祭活動，祈佑鹽田整建順利平安(資料來源:由洲南鹽場提供)



圖 5.1-2 謝鹽祭活動(資料來源:由洲南鹽場提供)

(三)洲南晚宴與布袋真食館

在這方面的推廣有很多種名稱，如在地生態產業導覽、在地農漁鹽村小旅行、深度之旅，最後再導向吃的洲南晚宴與布袋真食館方面，其實本質上就是一連串的在地體驗活動行程，所以洲南鹽場是將遊客帶入鹽田進行導覽，或以鹽村作為文化活動的場域，再帶遊客至布袋各個特色參訪點導覽跟體驗。藉著騎單車從鹽場出發遊鹽村、沿途經過充滿特色的舊漁村小巷、到布袋漁港採買海鮮、體驗自己動手剝鮮蚵、走訪邱家兄弟的生態養殖魚塭、體驗江山社區的生態種植農產、到慶和軒 10 分鐘快樂玩北管體驗傳統廟會的文化、新來源醬園體驗傳統工法釀造的白蔭油、感受好美里如黑森林的大片防風林，整個行程也會為遊客做導覽解說。透過每一站行程的安排設計裡面，體驗最在地的生活，讓來到布袋的旅人，可以認識真正在地的私房景點與天然的美味(如圖 5.1-3)。此外重建初期，洲南鹽場還推

出過兩天一夜的工作假期，讓學員來鹽田實際參與勞動體驗，同時走訪這個曾是「漁鹽滿布袋」的小鎮。另外還有一些體驗跟 DIY 的活動、客製化企劃活動等等。

至於布袋真食館行程與洲南晚宴活動(如圖 5.1-4)，是將在地生態農法耕種的農產，加上生態養殖的白蝦、虱目魚等食材，搭配洲南鹽場的天然海鹽，結合百分之百在地的食材，就是純正且天然的布袋風味，洲南晚宴的食材九成以上採友善環境的生產方式，這些都沒有化肥與農藥，再經過在地社區媽媽以最簡單最有家的味道的家常菜手藝，烹煮出在地的洲南晚宴分享給遊客，在星空下享用最在地的味道。例如以鹽花來鹽烤白蝦，不但讓蝦子的肉質緊實 Q 彈也讓蝦肉更甘甜，是主打的料理，另一道則是薄鹽煎虱目魚背鰭，讓油脂豐富但卻最容易被當骨頭丟棄的部位，重新被大家認識的新美味，還有生態種植的江山米與超甜與米筍，配上用洲南海鹽醃漬的菜脯，結合漁村、農村、鹽村的道地布袋口味。除了鹽烤海鮮大餐外，龍江社區的媽媽們還研發出鹽花巧克力，入口後，會出現甜鹹苦三種層次混合的味覺感受，是個結合海鹽的創意甜點。



圖 5.1-3 在地生態產業導覽的小旅行(資料來源:由洲南鹽場提供)



圖 5.1-4 洲南晚宴(資料來源:由洲南鹽場提供)

(四)環境教育

在環境教育的推廣上，因循著環境教育法等相關法令的實施，洲南鹽場的經營團隊將其定位為永續發展的核心，希望透過這類的環境教育活動，創造人與自然環境友善互動的難忘經驗，而不是一句口號而已，以嘗試發展鹽業生產、鹽村生活與鹽田生態，凸顯回到鹽田尋找海水、土地、季風、陽光，給人最初的感動，所以用身體五感來設計鹽田裡的環境教育活動(如圖 5.1-5)。例如在解說導覽時，試著引導小朋友聆聽鹽田裡幾種不同水鳥的叫聲；踩踏過鹽田裡深淺、軟硬不一的泥土時，嘗試讓孩子們用腳底感受爛泥穿越腳趾縫的酥癢快感；走過濱水菜攀爬的土堤時，邀請大家細嚐一口肥嫩綠葉裡飽含的微鹹汁液；也試著要求體驗者必須以勞動者的認真態度，收完一整格結晶池的白鹽，而不是僅是隨意玩弄工具或拍照留念而已，目的是要讓那些學生跟旅客來到這裡知道鹽的歷史、鹽如何曬跟做一些體驗，把這裡有關鹽的東西推廣出去。此外，每年的寒暑假會邀請小朋友

來參與為期數天的冬、夏令營，讓小朋友放下課本、走出教室、脫掉鞋子，踩進鹽田的泥土裡，放收尖叫、無憂歡笑、盡情玩樂，期待孩子們帶著親身體驗土地與海水後的感動，留下難忘的童年回憶。另外還有海洋學堂、淨灘活動、各種DIY(炒冰、煮鹽、摔土杯、鹽滷豆腐、鹽滷豆花、料理)等等有關於環境教育推廣上的活動。經過了這麼多的努力，終於，洲南鹽場在2016年獲得國家環境教育獎優等獎的肯定(如圖5.1-6)，這使經營團隊更加堅定的往環境教育這條路走，期盼能帶來永續經營的正能量。



圖 5.1-5 環境教育活動(資料來源:由洲南鹽場提供)



圖 5.1-6 洲南鹽場 2016 年獲得國家環境教育獎優等獎(資料來源:由洲南鹽場提供)

(五)產品的推廣

在產品的推廣上，洲南鹽場可說是下足了功夫絞盡了腦汁，為了讓產品更多元化，他們嘗試去開發更多與鹽相關的產品，例如：布袋鎮見龍里的菜脯產量約佔全台 9 成，是個典型的地方特色產業，因此洲南鹽場使用自己的鹽來加工製作菜脯，最後卻因產量太少根本無法上通路，所以只好放棄。也曾以 300 尾生態級養殖的虱目魚，嘗試製作一夜干，結果因為鹽水鹹度、用法等製作技術沒掌握好，兩天後約有一半發臭，一週後幾乎全軍覆沒剩不到 10 尾，只能再次宣告放棄。還曾以東石鄉十甲農場的有機黃豆及洲南海鹽，委託布袋相傳超過六十年的新來源醬園，製作了五大缸的傳統手工豆豉，這次在地、有機、手作、古早味等特色都有了，但因為我們現有通路的消費者特性，並不習慣在料理中使用豆豉，變成只能在洲南小舖慢慢賣，推展行動又再次鎩羽。自行研發加工品有技術門檻與市場銷售風險，且食品加工規範越來越嚴格，消費者對加工食品的要求也越高，另一方面，我們有客戶購買海鹽製作鹽麵、味噌、餅乾、糕點、虱目魚香絲……等，東西都很好吃，我們試著回購他們的產品在洲南小舖販售，消費者反應也都很好。

經過了這麼多的嘗試，結論是：讓專業的來，這讓洲南鹽場經營團隊更聚焦在「製鹽專業」上，以提供優質鹽品滿足客戶的「加工專業」，讓洲南海鹽成為客戶產品中不可或缺的最佳配角，與家中廚房多一種鹽的選擇。

由上述的不斷嘗試中，最終還是得回歸到以鹽品為重心，作為永續經營上除了環境教育外的另一個核心，以提供客戶原料及自售特色鹽品為銷售主力。洲南鹽場目前主要的市售特色鹽品有：粗鹽、霜鹽、鹽花(如圖 5.1-7)。每年的三月至五月為大汛期，此時期產的粗鹽因陽光強且日照時間長，鹽結晶快所以含水量多，適合用來做成沐浴鹽及鹽烤、醃漬用；而十月至隔年二月為小汛期，此時期日照少、風力強仍可曬鹽，所以鹽結晶慢但顆粒結實，產的鹽稱作霜鹽，主要作為烹飪用的海鹽；還有在春夏季的午後日照強，鹽田結晶池水面上，會生成浮在表層最初的結晶，稱之為鹽花，量少珍貴且甘甜，是法國料理中一種很高級的調味品，也是最天然無化學加工的低鈉鹽。另外，洲南鹽場產的鹽花曾與台中宮原眼科合製了三款產品，已於市面上販售；也曾與台灣森永製菓公司合作推出期間限定的日曬鹽牛奶糖(如圖 5.1-8)，有時學生來參訪，洲南鹽場會贈送給小朋友；洲南鹽場還有一款「午時鹽」，是將端午節當天正午採收的鹽放入鹽袋，取其意用來避邪、避凶。以上為洲南鹽場目前在產品上推廣的情形。

洲南鹽場的經營團隊，為區別一般鹽品跟洲南海鹽的差異，開發了一套風味上的論述：從鹹味到風味，海鹽的五種風味 DNA：1.礦物質：海鹽中有豐富的礦物質(微量元素)能在味覺上帶來不同的風味，例如，鈣有略澀的甜味，鎂會有一點苦味，鐵跟鉀帶有酸味，鈉會有鹹味，這些礦物質帶來海鹽的第一層風味。2.微生物：海水中有許多微生物(藻類與菌類)會在不同鹹度中孳生與死亡，結束生命後會分解成蛋白質、醣類與脂肪，所以將海鹽送八大營養標示檢驗會有熱量，這也會為海鹽帶來不同的風味跟口感。3.氣候風日：不同的氣候與風日條件，因為生成條件不同曬出來的鹽也就不同，風味上當然就不同，就像冬天日照短、溫度低，鹵水蒸發與結晶速度慢，因此鹽的結晶體顆粒比較結實，礦物質含量也較高，這款稱為霜鹽，適合炒菜煮湯；到了春末 5、6 月因陽光漸強，高溫的午後結晶池會出現鹽花浮在池面上，必須以人工撈起，是種天然的低鈉鹽也是種高級的調味品，適

合輕撒食材，簡單提味。4.產曬技術:就是指製鹽人在過去三百多年來，因應台灣獨特的氣候風日條件所發展而來的一套「適當技術」，不斷精益求精的認真鹽工與輕忽怠惰的鹽工，晒出來的鹽當然會有不同品質，有的曬出來的鹽會偏苦，有的會透白，也有的會含泥砂，這在風味上也是有差別的。5.料理人:是最後一項也是最重要的一項 DNA，因為料理人的技術最直接影響到鹽的風味，這就是一门料理美學啦!然而，這套論述至少包含了「產曬技術」、「料理美學」、「食品科學」、「飲食文化」等四個不同的知識領域，洲南鹽場表示目前比較能掌握的僅有「產曬技術」，其餘三個領域的知識累積才剛起步。經過時間證實，這套論述確實也讓洲南的海鹽，在銷售量上與被接受度上有明顯的提升，無疑在產品的推廣上更是成功的一步。



圖 5.1-7 洲南鹽場的三種主要鹽品(資料來源:由洲南鹽場提供)



圖 5.1-8 期間限定的日曬鹽牛奶糖(資料來源:由研究者拍攝，拍攝時間:107 年 1 月 14 日)

三、提出洲南鹽場推廣方法及推廣方式之建議

關於洲南鹽場推廣方法及推廣方式之建議，於下節 5.2 研究建議中提出。

5.2 研究建議

5.2.1 未來發展與推廣之建議

本節研究建議以參考受訪者之建議與研究者本身之看法，綜合歸納而提出以下之建議：

- 一、運用第四章 SWOT 分析中的那些優勢與機會去推廣，畢竟那是洲南鹽場現階段的優勢也是經營的理念，再加上一些商業化的行銷推廣方式，這樣才能達到永續經營跟文化傳承。
- 二、依受訪者 C 所提之建議研究者亦甚為認同，同樣觀察到一個現象，在台灣每個地區性的特色產業似乎都有一個那個產業的博物館，此現象幾乎是台灣傳統產業文化推廣常見的模式，雖然七股地區已有一個台灣鹽博物館，但是洲南鹽場可再以不同的鹽業文化內涵，來設立屬於洲南特色的鹽業博物館，而七股鹽場及台灣鹽博物館是比較偏向大眾觀光旅遊類型的，多以遊樂設施為主，洲南鹽場則可以做比較有深度的、有文化的知性之旅。洲南鹽場現有場區約 20 幾公頃，如果在場區內設立一個鹽業歷史博物館，將以前那些鹽業輝煌歷史的史料、器具、工法等等的收存在館內，再配合整個場區內復曬鹽田的導覽與產曬體驗、天然的生態環境、實作 DIY 體驗、鹽的各式特色產品、在地的生態農漁鹽產美食等等，並結合在地龍江社區的傳統鹽村風情與景觀，整個做一個完整的園區規劃，是可以做出自己的特色的。
- 三、研究者認為以下受訪者 D 所提之建議，有其可行性也值得嘗試。目前以老街為主題的景點充斥整個台灣，每個縣市幾乎都有各種類型與背景的老街，雖然如此，但是台灣還沒有以鹽為主題這類型的老街景點，而且與洲南鹽場相鄰的龍江社區，本身就是一個傳統的鹽村，居民早期也多為鹽工且仍保有產曬技術，甚至保存著當年的產曬工具，如果結合龍江社區加上原本洲南鹽場本身的特色來發展鹽村老街，然後再做出一些古早的東西顯現特色，並發展與鹽相關的文創商品，及招攬一些特色店家進駐，這應該有亮點。但因老街需大規模的規劃與建設，就必須藉由公部門或企業財團的援助，才有推展的可能。
- 四、洲南鹽場結合布袋鎮內的特色景點與地方特色，像高跟鞋教堂、布袋漁市場、好美里 3D 彩繪、布袋港、布袋濕地生態園區、海風長堤、觀光漁筏、漁村小巷、慶和軒北管、新來源醬園、好美里防風林等等，發展成地區性整體的觀光，

搭配現在布袋這邊如雨後春筍的民宿，就可以提供遊客一個在地深度旅遊住宿的地方，讓遊客可以待上兩三天。把洲南已推出的在地小旅行將範圍與規模再擴大，視野放到整個布袋鎮的所有景點，不拘泥於只做分眾市場，將大眾旅遊與分眾市場的深度旅遊、生態旅遊結合，才能涵蓋所有的客群與各個年齡層，畢竟年齡層不同喜好也就不同，各種類型的景點才能滿足各客層的喜好，讓 3 歲到 90 歲的遊客皆能參與的行程。使遊客來到布袋可以品嚐海鮮、美食、導覽體驗、賞鳥賞海景、特色景點照相留念、海釣、參觀濕地、坐漁船漁筏、吹海風等等，滿滿的收穫離開布袋。

五、在特色鹽品方面，除了繼續行銷鹽花、霜鹽與粗鹽外，也可將這些特色鹽品包裝成禮盒的伴手禮，讓遊客來必買還可以送人，禮盒上再加上一些文創標語，例如：再續前鹽、鹽定今生、鹽訂三生、鹽而有信、鹽來如此、無鹽的結局等等，還可以再設計一個代表洲南鹽場的可愛吉祥物或 LOGO，印在包裝上或做成布偶、公仔、鑰匙圈等等，可以吸引小孩也可以讓女性朋友喜愛，願意掏錢購買，畢竟小孩與女性朋友才是真正的消費主力。

六、在推廣方式上，經由文宣傳單的發放，像透過學校發給學生、夾報紙、擺在店家；或者經由時下最流行網路的方式，像成立專屬網站、FB、粉絲團、官方網站的旅遊指引、旅遊住宿網站、部落格等等的方式；甚至電視媒體、新聞、廣告之類的方式來推廣推撥，都是一些不錯的推廣方式。還可利用結合旅宿業者搭配行銷推廣的方式，把地區旅遊景點訊息的 DM 委託他們發放，才能一條龍式的發揮整合的功能，這樣多元化的拓展地區旅遊才有發展性。還有利用時下最流行的通訊軟體，以手機的 line 軟體傳送旅遊訊息或優惠訊息，現在台灣許多的遊樂場與景點多用此種方式，達到一傳十、十傳百的功能；或以 QR code 掃描即可得到旅遊資訊，及線上預約報名等方式，洲南鹽場不妨也可跟上潮流增加曝光度。

七、最後，建議洲南鹽場內其實也可以多一些小孩的遊樂設施，雖然這不是洲南重建的初衷也不是經營理念，但現實是現在走的是親子旅遊風，大人出門一定

是要帶小孩的，有時候大人來到這個景點也都是為了小孩而來的，如果小孩待不住馬上就會吵著要走了，勢必就會待不久，就沒辦法促進觀光跟消費了。

5.2.2 後續研究建議

本研究題目「傳統鹽業文化發展與推廣之研究-以洲南鹽場為例」，採用質性研究的方式，利用文獻蒐集與分析探討，及針對部分產官學界的訪談對象做深度訪談，加上研究者個人的看法與建議，並無法代表所有人的想法與理念，因此，建議後續研究者可訪談不同的對象，例如地方耆老、台鹽公司幹部、鄰近學校、洲南鹽場導覽員等等，以期能有更完整的資訊。另外，也可採用量化研究的問卷調查方式來探討遊客的想法，或附近居民、商家與機關的看法，使相關研究能更具完整性更全面。或者以不同的題目、不同的研究方向，來做鹽業相關的研究，皆是有助於鹽業文化資產的保存、發展與再利用。

參考文獻

一、參考書籍

1. 方偉達(2010)，生態旅遊，台北:五南出版社。
2. 王健全等著(民 90)，再造傳統製造業競爭優勢，台北:中華經濟研究院。
3. 吳芝儀(2000)，生涯輔導與諮商：理論與實務。嘉義市:濤石文化。
4. 胡幼慧(2000)，質性研究-理論、方法及本土女性研究實例(二版)，台北市:巨流圖書股份有限公司。
5. 袁方(2002)，社會研究方法，台北:五南出版社。
6. 黃瑞琴(1997)，幼兒讀寫萌發課程，臺北:五南圖書公司。
7. 葉至誠、葉立誠(2011)，研究方法與論文寫作，台北:商鼎文化。
8. 蔡炅樵(民102)，大臺南的鹽業，臺南市:臺南市政府文化局。
9. 蔡炅樵(2005)，白金歲月台灣鹽，台北市:行政院文化建設委員會。
10. 劉以德(2010)，文化觀光：觀光與文化遺產管理，台灣:桂魯出版社。
11. 魏明通(2006)，普通化學，台北:五南圖書出版股份有限公司。

二、期刊、雜誌、新聞文獻、網路文章

1. 朱正中(民 85)，依比較利益強化產業競爭力，臺灣經濟月刊，第 19 卷第 3 期，頁 23~28。
2. 沈錕美(2015)，水地風光人曬鹽-洲南鹽田濕地的里海經驗，台灣濕地專題報導。
3. 林正二(2017)，觀點投書:解嚴後全球化潮流下的台灣文化發展，網路文章。
<https://tw.news.yahoo.com/>
4. 高淑清(2008)，質性研究的 18 堂課，麗文文化，95~132 頁。
5. 陳靜宜(2016)，太陽吻過的美味，今周刊 1039 期，美食旅遊類。
6. 陳宗玄(2012)，我國國內旅遊概況與發展趨勢分析，臺灣經濟金融月刊，48 卷 1 期，14-31 頁。
7. 黃世輝(2009)，文化產業與居民參與，社區產業，文化部臺灣社區通。

8. 萬文隆(2004)，深度訪談在質性研究中的應用，生活科技教育月刊。
9. 趙敏夙(2015)，來自大海訊息 布袋海鹽的故事，料理台灣，21 期。
10. 蔡宏明(民 89)，由產業演化看傳統產業競爭力的提升，經濟情勢暨評論期刊，第 5 卷第 4 期，頁 37~64。
11. 蔡炅樵(2012)，布袋洲南鹽場在水地風光中學習，台灣環境資訊協會-環境資訊中心。
12. 劉新圓(2009)，什麼是文化創意產業，國政研究報告，財團法人國家政策研究基金會。

三、學位論文

1. 丁珮玉(2003)，廣告獎·獎什麼，國立政治大學廣告研究所碩士論文。
2. 江佩蓉(2017)，文化觀光景點對地方發展影響之研究-以嘉義縣布袋鎮為例，南華大學文化創意事業管理學系研究所碩士論文。
3. 沈錕美(2011)，產業文化資產再利用的勞動實作意義-以洲南鹽場為例，國立雲林科技大學文化資產維護系碩士班碩士論文。
4. 李昕哲(2017)，以資源基礎觀點探討布袋鎮過溝之文化資產與文創策略，南華大學文化創意事業管理學系研究所碩士論文。
5. 林錫霞(2010)，客家文化意象的想像與建構：以勝興國際桐花村為例，國立聯合大學經濟與社會研究所碩士論文。
6. 林煦華(2013)，苗栗銅鑼客家文化園區文化意象之研究，國立聯合大學客家語言與傳播研究所碩士論文。
7. 林宜蓉(2003)，地方政府舉辦節慶活動之經營策略與行銷活動之研究，國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
8. 周秀蓮(2015)，環境教育融入國民中學視覺藝術課程之研究，國立彰化師範大學藝術教育教學碩士論文。
9. 陳首翰(2016)，地方特色產業文化觀光行銷策略之研究-以台南鹽業文化觀光為例，中國文化大學商學院觀光事業學系觀光休閒事業碩士論文。

10. 陳柏志(2007)，台灣鹽業文化景觀之研究-以七股鹽場為例，中原大學文化資產研究所碩士論文。
11. 曾彬吉(2016)，全球在地化下臺灣傳統產業的轉型與創新-以家具產業為例，國防大學政治作戰學院政治學系政治研究碩士班碩士論文。
12. 曾秀菊(2017)，都會型完全中學推動環境教育之個案研究-以曉明女中為例，逢甲大學公共政策研究所碩士論文。
13. 黃子芸(2014)，我國環境教育法施行後公務人員環境教育成效之分析-以高雄市政府為例，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
14. 詹素娥(2013)，在地文化特色活動對地方觀光發展之研究-以南投縣清境社區為例，南華大學文化創意事業管理學系研究所碩士論文。
15. 廖怡雯(2010)，產業文化資產觀光體驗活動之探討:布袋洲南文化鹽田表演者之劇場分析，南華大學旅遊事業管理學系研究所碩士論文。
16. 蔡炅樵(2006)，鹽業後生產情境的文化建構，國立雲林科技大學文化資產維護研究所碩士論文。
17. 蔡郁芬(2005)，城市觀光意象對旅遊選擇意願影響之研究—以四大都會區為例，南華大學旅遊事業管理學研究所論文。
18. 黎斌儷(2012)，文化特色活化地方觀光產業發展之研究—以嘉義縣板頭社區為例，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。
19. 謝沛錡(2010)，文化產業群聚之地域鑲嵌發展研究-以桃米生態村為例，南華大學出版與文化事業管理研究所碩士論文。

四、網路資料

1. 交通部觀光局雲嘉南濱海國家風景區管理處行政資訊網(2016)。
<http://admin.swcoast-nsa.gov.tw/>
2. 行政院全球資訊網(2018)。 <https://www.ey.gov.tw/>
3. 觀光局行政資訊系統(2014)。 <http://admin.taiwan.net.tw/>
4. 觀光局行政資訊系統-Tourism2020—臺灣永續觀光發展方案(2017)。

<http://admin.taiwan.net.tw/>

5. 文化部網站(2018) 。 <https://www.moc.gov.tw/>
6. 中華民國經濟部(2018) 。 <https://www.moea.gov.tw/>
7. 台灣國家公園網站(2009) 。 <http://np.cpami.gov.tw/>
8. 行政院主計總處(2018) 。 <https://www.dgbas.gov.tw/>
9. 嘉義縣布袋鎮公所網站(2018) 。 <https://budai.cyhg.gov.tw/>
10. 嘉義縣文化觀光局網站(2018) 。 <https://www.tbocc.gov.tw/>
11. 雲嘉南濱海國家風景區網站(2017) 。 <https://swcoast-nsa.travel/>
12. MBA 智庫百科(2015) 。 <http://wiki.mbalib.com/zh-tw/>
13. 行政院環保署網站(2018) 。 <https://www.epa.gov.tw/>
14. 台灣經濟研究院(2018) 。 <http://www.tier.org.tw/search/>

五、其他

1. 環境教育法總說明，2000。

六、英文文獻

1. United Nations Education, Scientific and Cultural Organization(UNESCO)(2018) 。
<https://en.unesco.org/>
2. Department for Digital, Culture, Media and Sport(DCMS)(2018) 。 <https://www.gov.uk>
3. Craik, J.(1995) ， Is Culture Tourism Viable. Smart. ， P6-7 。

附錄一:各相關重要人士訪談大綱

◎訪談對象:布袋嘴文化協會總幹事(訪談編號 A)

◎訪談日期:

◎訪談地點:

◎訪談內容:

△第一部分:洲南鹽場發展的歷史及生產的概況

- 1.就您所知，請概述洲南鹽場的歷史?
- 2.就您所知，請描述洲南鹽場自廢除曬鹽後重建的歷程?
- 3.您對政府單位在傳統產業文化的保存上有何建議?
- 4.請說明洲南鹽場目前鹽生產的概況?
- 5.您覺得傳統的日晒鹽與現代的精鹽有何不同?

△第二部分:洲南鹽場目前推廣的情形

- 1.請問台鹽實業股份有限公司在洲南鹽場的經營及管理上扮演什麼角色?
- 2.就您所知，擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場目前以何種方式推廣及推廣的情形如何?
- 3.依您的觀察，來洲南鹽場參訪的遊客數如何?又以何種型態的遊客居多?
- 4.您覺得遊客參訪的期間對在地的環境、交通及社區上有何影響?

△第三部份: 洲南鹽場如何推廣及推廣的方式

- 1.請問貴單位在洲南鹽場的推廣上扮演什麼角色?又以何種方式協助推廣?
- 2.您能舉出有哪些傳統產業文化推廣成功的例子?有何值得學習之處?
- 3.您覺得洲南鹽場在推廣上有何優勢及劣勢?
- 4.您認為擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場要如何推廣?以何種方式推廣?

◎訪談對象:在地老鹽工(訪談編號 B)

◎訪談日期:

◎訪談地點:

◎訪談內容:

△第一部分:洲南鹽場發展的歷史及生產的概況

- 1.就您所知，請概述洲南鹽場的歷史?
- 2.就您所知，請描述洲南鹽場自廢除曬鹽後重建的歷程?
- 3.您覺得傳統的日晒鹽與現代的精鹽有何不同?

△第二部分:洲南鹽場目前推廣的情形

- 1.就您所知，擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場目前以何種方式推廣及推廣的情形如何?
- 2.依您的觀察，來洲南鹽場參訪的遊客數如何?又以何種型態的遊客居多?

△第三部份: 洲南鹽場如何推廣及推廣的方式

- 1.您認為擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場要如何推廣?以何種方式推廣?
- 2.在產業轉型上，您認為台鹽生技的轉型如何?是否有使用過台鹽生技的產品?又使用過後的感覺如何?

◎訪談對象:布袋鎮公所主管 (訪談編號 C)

◎訪談日期:

◎訪談地點:

◎訪談內容:

△第一部分:洲南鹽場發展的歷史及生產的概況

- 1.就您所知，請概述洲南鹽場的歷史?
- 2.就您所知，請描述洲南鹽場自廢除曬鹽後重建的歷程?
- 3.您對政府單位在傳統產業文化的保存上有何建議?
- 4.您覺得傳統的日晒鹽與現代的精鹽有何不同?

△第二部分:洲南鹽場目前推廣的情形

- 1.就您所知，擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場目前以何種方式推廣及推廣的情形如何?
- 2.依您的觀察，來洲南鹽場參訪的遊客數如何?又以何種型態的遊客居多?
- 3.您覺得遊客參訪的期間對在地的環境、交通及社區上有何影響?

△第三部份: 洲南鹽場如何推廣及推廣的方式

- 1.請問貴單位在洲南鹽場的推廣上扮演什麼角色?又以何種方式協助推廣?
- 2.您能舉出有哪些傳統產業文化推廣成功的例子?有何值得學習之處?
- 3.您覺得洲南鹽場在推廣上有何優勢及劣勢?
- 4.您認為擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場要如何推廣?以何種方式推廣?
- 5.在產業轉型上，您認為台鹽生技的轉型如何?是否有使用過台鹽生技的產品?又使用過後的感覺如何?

◎訪談對象:雲嘉南濱海國家風景區管理處主管(訪談編號 D)

◎訪談日期:

◎訪談地點:

◎訪談內容:

△第一部分:洲南鹽場發展的歷史及生產的概況

- 1.就您所知，請概述洲南鹽場的歷史?
- 2.就您所知，請描述洲南鹽場自廢除曬鹽後重建的歷程?
- 3.您對政府單位在傳統產業文化的保存上有何建議?
- 4.您覺得傳統的日晒鹽與現代的精鹽有何不同?

△第二部分:洲南鹽場目前推廣的情形

- 1.就您所知，擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場目前以何種方式推廣及推廣的情形如何?
- 2.依您的觀察，來洲南鹽場參訪的遊客數如何?又以何種型態的遊客居多?
- 3.您覺得遊客參訪的期間對在地的環境、交通及社區上有何影響?

△第三部份: 洲南鹽場如何推廣及推廣的方式

- 1.請問貴單位在洲南鹽場的推廣上扮演什麼角色?又以何種方式協助推廣?
- 2.您能舉出有哪些傳統產業文化推廣成功的例子?有何值得學習之處?
- 3.您覺得洲南鹽場在推廣上有何優勢及劣勢?
- 4.您認為擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場要如何推廣?以何種方式推廣?
- 5.在產業轉型上，您認為台鹽生技的轉型如何?是否有使用過台鹽生技的產品?又使用過後的感覺如何?

◎訪談對象:當地里長(訪談編號 E)

◎訪談日期:

◎訪談地點:

◎訪談內容:

△第一部分:洲南鹽場發展的歷史及生產的概況

1.您對政府單位在傳統產業文化的保存上有何建議?

△第二部分:洲南鹽場目前推廣的情形

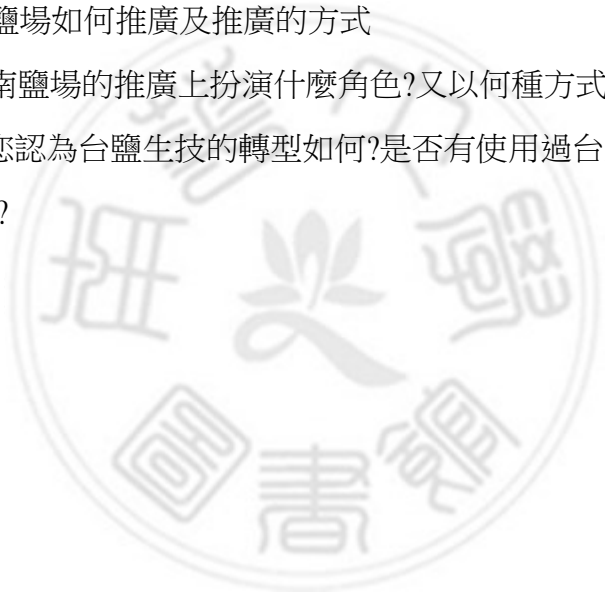
1.依您的觀察，來洲南鹽場參訪的遊客數如何?又以何種型態的遊客居多?

2.您覺得遊客參訪的期間對在地的環境、交通及社區上有何影響?

△第三部份: 洲南鹽場如何推廣及推廣的方式

1.請問貴單位在洲南鹽場的推廣上扮演什麼角色?又以何種方式協助推廣?

2.在產業轉型上，您認為台鹽生技的轉型如何?是否有使用過台鹽生技的產品?又使用過後的感覺如何?



附錄二:訪談逐字稿

訪談編號：A

訪談對象：布袋嘴文化協會總幹事

訪談日期：2017.12.05、2018.01.18、2018.02.13、2018.03.14

訪談地點：布袋嘴文化協會辦公室

訪談方式：深度訪談並錄音

訪談之逐字稿內容	編碼分析
<p>第一部分: 洲南鹽場發展的歷史及生產的概況</p> <p>1.就您所知，請概述洲南鹽場的歷史?</p> <p>我先概述一下台灣鹽業的歷史好了，<u>台灣曬鹽實屬不易，因為曬鹽需要日照強、風力大、降雨少，還要濕度低、溫度高、海水濃度高、潮差小，最好是內海瀉湖、遠離河流出口等條件，但是台灣乾季不明顯，加上梅雨鋒面、西南氣流、午後雷陣雨及颱風等多雨潮濕的氣候皆不利於天日曬鹽。</u>然而，台灣東海岸多為岩岸，西海岸則多為沙岸，其中西南海岸乾季較明顯且多瀉湖地形，因此，<u>自古鹽場多分布在西南岸的布袋、北門、七股、台南、高雄一帶。</u>台灣夏秋多雨，僅有春與冬兩季才能曬鹽，<u>綜觀台灣的鹽業有 338 年(1665~2002)天日曬鹽歷史，</u>雖然種種的天候條件皆不利於天日曬鹽，但是刻苦耐勞的鹽民、鹽工為了養家活口，以智慧及經驗，學習適應環境與環境合作，發展出一套「適當技術」，仍拚出了台灣三百多年的曬鹽史。台</p>	<p>1-1</p> <p>台灣曬鹽實屬不易，因為台灣乾季不明顯，加上梅雨鋒面、西南氣流、午後雷陣雨及颱風等多雨潮濕的氣候皆不利於天日曬鹽，自古鹽場多分布在西南岸。(1-1-1)</p> <p>台灣的鹽業有 338 年(1665~2002)天日曬鹽歷史，約略始於 1665 年明鄭時期，鄭經的參軍陳永華引入大陸沿海的淋鹵法曬鹽。爾後歷經清領時期，七大鹽場陸續闢建。日治殖民時期，台灣鹽業在日治末期迅速發展。直到日本投降的戰後初期，台灣天</p>

灣的天日曬鹽約略始於 1665 年明鄭時期，鄭經的參軍陳永華引入大陸沿海的淋鹵法曬鹽。爾後歷經清領時期，因鹽場經常毀於颱風暴雨後，所以清代台灣各地鹽場幾乎不斷的播遷，七大鹽場陸續闢建。接下來進入了日治殖民時期，日資與台資大舉的闢建鹽場，將滄海闢建新鹽田，之後因戰爭，工業鹽田便大規模發展，「臺鹽會社」、「南鹽會社」、「鐘淵會社」將台灣鹽田產曬三分天下，致使台灣鹽業在日治末期迅速發展。後來，二次大戰爆發且戰事擴大，台灣遭盟軍飛機猛烈轟炸，使鹽場及工場產運設備形同癱瘓，直到日本投降的戰後初期，台灣天日鹽供過於求，仍外銷日本做工業用，爾後，台灣經濟建設推行，工業用鹽急速增加而漸感不足，於是開放鹽的進口。到了民國 70 年代台鹽決定推動機械化鹽灘，於是從法國米第公司進口機械化設備，陸續在布袋、七股、台南改造鹽灘及動工，但曬鹽品質與生產成本仍無法與進口鹽相抗衡，同時開始輔導鹽工轉職離業。2001 年北門、布袋鹽場陸續裁廢，傳統人工曬鹽結束，到了 2002 年七股鹽場機械化鹽灘最後一次採收，台鹽全面關閉鹽場，台灣天日曬鹽就此走入歷史，2003 年台鹽公司轉型為民營企業，不再管制鹽品的產製與運銷，鹽品市場完全開放自由進出口且回歸市場機制。至於布袋鹽場有 218 年

日鹽供過於求。爾後，台灣經濟建設推行，工業用鹽急速增加而漸感不足，於是開放鹽的進口。民國 70 年代台鹽決定推動機械化鹽灘。2001 年北門、布袋鹽場陸續裁廢，傳統人工曬鹽結束，到了 2002 年七股鹽場機械化鹽灘最後一次採收，台鹽全面關閉鹽場，台灣天日曬鹽就此走入歷史。

(1-1-2)

布袋鹽場有 218 年(1784~2001)歷史，從 1784

(1784~2001)歷史，從 1784 年清代的大田場開始，但只經過短短 2、3 年毀於林爽文事件而變成魚塭，之後 1824 年吳尚新受命來現今的布袋關建洲南鹽場，歷經日治時期與國民政府時期直到現代，布袋這裡的鹽田發展蒸蒸日上，但最後國家政策在全球貿易的資本計算追求中，因生產成本太高，台鹽公司於 2001 年放棄了天日曬鹽生產，台灣天日曬鹽的「白金歲月」於此畫上句點。

再來聚焦洲南鹽場的部分，洲南鹽場這個名稱自 1726 年從台南永康開始，也就是第一代的洲南鹽場，到了 1788 年因天災毀棄而遷到今七股一帶，最後到 1824 年鹽商吳尚新受命來現今的布袋關建洲南鹽場，才搬到今日的布袋。自清朝以降即是台灣重要的鹽場，過去鎮上有 1/3 的人口從事與鹽相關的行業，鹽業活動活耀且發達，1960~1970 年是布袋鹽場(因當時已不稱洲南場)天日曬鹽的高峰期，當時的布袋是全國最大的鹽場，面積約 2000 公頃，鹽場的員工就有一、兩千人，直到 2001 年台鹽公司廢曬為止。廢曬 7 年之後，2008 年經由布袋嘴文化協會多方的努力下，重建了現今的洲南鹽場(續用古鹽場名稱)，而目前復曬的洲南鹽場占地約 20 公頃，產曬區僅有 2 公頃。

2.就您所知，請描述洲南鹽場自廢除曬鹽後重

年清代的大田場開始，但只經過短短 2、3 年毀於林爽文事件而變成魚塭，之後 1824 年吳尚新受命來現今的布袋關建洲南鹽場，歷經日治時期與國民政府時期直到現代，台鹽公司於 2001 年放棄了天日曬鹽生產，台灣天日曬鹽的「白金歲月」於此畫上句點。(1-1-3)

洲南鹽場這個名稱自 1726 年從台南永康開始，也就是第一代的洲南鹽場，到了 1788 年因天災毀棄而遷到今七股一帶，最後到 1824 年鹽商吳尚新受命來現今的布袋關建洲南鹽場，才搬到今日的布袋。自清朝以降即是台灣重要的鹽場，過去鎮上有 1/3 的人口從事與鹽相關的行業，鹽業活動活耀且發達，直到 2001 年台鹽公司廢曬為止。廢曬 7 年之後，2008 年經由布袋嘴文化協會多方的努力下，重建了現今的洲南鹽場(續用古鹽場名稱)，而目前復曬的洲南鹽場占地約 20 公頃，產曬區僅有 2 公頃。(1-1-4)

1-2

建的歷程?

自從台鹽公司宣布全面廢曬後，台灣的天日曬鹽就成了「無鹽的結局」，雖然說是句點，但結束的是「產業鹽」的歷史，反而「文化鹽」的概念在文化觀光脈絡下新生了。當時的我，曾經自己沈思作為一個地方文史工作者，而且我們經常被問也問自己，到底可以為這個地方的鹽業文化做些什麼事情呢?因緣際會下，我在 2004 年起陸續組團隊，承接台鹽公司委託的「台灣鹽業口述歷史影像紀錄與研究」，雲嘉南濱海國家風景區管理處的「臺灣鹽業遺址史料回溯與潛力景點開發規劃」、「台灣鹽業 338 年歷史廊道文獻彙整及先期規劃」，文化部的「台鹽實業股份有限公司產業文化資產清查計畫」、「鹽業文化資產保存再利用—以布袋鹽場為例」及「轉動海水的生命—鹽田風車、水車製作技術保存紀錄與研究」，透過這些相關計畫跟研究，也出版了《白金歲月台灣鹽》、《台灣。鹽》、《大台南的鹽業》三本鹽業文化專書及兩部紀錄片。直接進入田野及大量文獻的調查研究計畫，讓我與團隊重新認識台灣鹽業文化，空間視野從布袋拓展到全台灣，時間拉開三百多年的縱深，議題關注則從單純的地方文史進入多元的產業文化。然而，文化研究與紙本上雖有豐富成果，卻總覺得還缺少了一些什麼，不夠踏實。一直到 2006 年，文化部文

台鹽公司宣布全面廢曬後，結束的是「產業鹽」的歷史，反而「文化鹽」的概念在文化觀光脈絡下新生了。(1-2-1)

我在 2004 年起陸續組團隊，承接台鹽公司委託的「台灣鹽業口述歷史影像紀錄與研究」，雲嘉南濱海國家風景區管理處的「臺灣鹽業遺址史料回溯與潛力景點開發規劃」、「台灣鹽業 338 年歷史廊道文獻彙整及先期規劃」，文化部的「台鹽實業股份有限公司產業文化資產清查計畫」、「鹽業文化資產保存再利用—以布袋鹽場為例」及「轉動海水的生命—鹽田風車、水車製作技術保存紀錄與研究」，透過這些相關計畫跟研究，也出版了《白金歲月台灣鹽》、《台灣。鹽》、《大台南的鹽業》三本鹽業文化專書及兩部紀錄片。(1-2-2)

一直到 2006 年，文化部文化資產局(原文建

化資產局(原文建會文化資產總管理處籌備處)推出「產業文化資產再生計畫」，我們被徵詢是否有意願重建一處鹽田？坦白說，當時的心態是，地方鹽業文化的「保存」理應由公部門（文化部、嘉義縣政府）來負責，我們是沒錢沒人但有理想的議題倡議者，如今有機會可以兼差進場玩一下，感覺挺有趣的，卻不知能撐多久，因此也不是很在意是否真的能再發展。雖然當初我們是希望嘉義縣政府來做這件事，但經過一年多的溝通協調之後，事情一波三折，結局是縣府向國有財產局取得土地無償撥用，撥用龍江社區西側面積約 20 公頃的鹽田，2007 年 4 月再簽約交給我們協會來承租跟公益認養，我們也以古鹽場的名稱「洲南鹽場」來命名，復曬以來，將近 20 公頃的土地中，我們以人工重新整闢了將近 2 公頃的鹽田產曬區，其餘 18 公頃則保留原始與大自然共存的風貌，兼做海水的淨化池來用。2007 年 10 月我們這群有著社造基因的地方文化工作者，當時得到文建會「產業文化資產再生計畫」核准補助「布袋新鹽村、文化新鹽業」計畫，我們提出的願景是「快樂鹽田心鹽村」，覺得應該將洲南鹽場（生態與生產）與緊鄰的龍江社區（生活）結合在一起，心態是反正今年、明年、後年都應該都會有補助，如果沒有補助就大

不了收手，對習慣付出時間心力義務當志工

會文化資產總管理處籌備處)推出「產業文化資產再生計畫」，我們被徵詢是否有意願重建一處鹽田？雖然當初我們是希望嘉義縣政府來做這件事，但經過一年多的溝通協調之後，事情一波三折，結局是縣府向國有財產局取得土地無償撥用，撥用龍江社區西側面積約 20 公頃的鹽田，2007 年 4 月再簽約交給我們協會來承租跟公益認養，我們也以古鹽場的名稱「洲南鹽場」來命名，將近 20 公頃的土地中，我們以人工重新整闢了將近 2 公頃的鹽田產曬區，其餘 18 公頃則保留原始與大自然共存的風貌，兼做海水的淨化池來用。2007 年 10 月得到文建會「產業文化資產再生計畫」核准補助「布袋新鹽村、文化新鹽業」計畫，我們提出的願景是「快樂鹽田心鹽村」，覺得應該將洲南鹽場（生態與生產）與緊鄰的龍江社區（生活）結合在一起。2008 年 5 月縣政府也以文化生活圈計畫的資源來支持我們。(1-2-3)

的文化人來說，腦子裡根本不曾、不敢也不願認真去想要以文化來賺錢，甚至也不好意思以文化資產來賺錢，那未免有點俗氣了。2008年5月縣政府也以文化生活圈計畫的資源來支持我們。在洲南鹽場廢曬7年後，2008年我們用地方文化團體「非政府組織/NGO」的身分重回鹽田，重回到這個荒蕪的鹽場，憑藉著公部門的資源進場整建，但是重建跟復曬的過程土地公給我們出了三張考卷。取得入場券了以後我們才發現，因為廢曬太久經過日曬雨淋而導致土地龜裂、淡化、雜草叢生而且蓄不住海水，鹽田低處還會湧出地下水，原本具足產曬條件的大地變的陰陽失調，根本曬不出鹽來，所以該如何以傳統工法、最少的人為介入及最適當的整體規劃，來整建出何種面貌的鹽田，這是土地公出的第一張考卷，依老鹽工的建議，我們跟台鹽買了300噸的鹽重新灑回荒廢的鹽田地化作鹵水，來養鹽氣、培地力，整整歷經了三年才能正常的產曬。再來，鹽田廢曬後，人走了，但是大自然的生命與力量卻慢慢的回來了，這裡草長、魚蝦游、野鳥飛，所以如何在鹽田整建的過程中，同步營造「以滿足產晒為前提的溼地生態環境」，如何掌握生態工法的精神且尊重土地倫理與歷史紋理的前提下，打造出水域、陸域、草澤等多樣性棲地，所以要如何兼顧生態環境與產曬，這是土地

洲南鹽場廢曬7年後，我們重回到這個荒蕪的鹽場整建，但是重建跟復曬的過程土地公給我們出了三張考卷。原本具足產曬條件的大地變的陰陽失調，根本曬不出鹽來，所以該如何以傳統工法、最少的人為介入及最適當的整體規劃，來整建出何種面貌的鹽田，這是土地公出的第一張考卷，依老鹽工的建議，我們跟台鹽買了300噸的鹽重新灑回荒廢的鹽田地化作鹵水，來養鹽氣、培地力，整整歷經了三年才能正常的產曬。如何在鹽田整建的過程中，同步營造「以滿足產晒為前提的溼地生態環境」，如何掌握生態工法的精神且尊重土地倫理與歷史紋理的前提下，打造出水域、陸域、草澤等多樣性棲地，所以要如何兼顧生態環境與產曬，這是土地公出的第二張考卷。透過這塊鹽田的產曬與生態，到底要分享怎樣的故事與感動？該如何在環境教育活動與導覽體驗過程中，傳達產晒文化的「水·地·風·光·人·晒·鹽」這個核心價值呢？又該如何透過系列鹽品的銷售，傳達「風和日粒，天手合晒」的精神呢？最重要的是，該如何創造更高

公出的第二張考卷。最後當鹽田可以產晒了，生態環境也營造得不錯了，在一切都已經正常穩定的運作了以後，我們面臨更大的挑戰是：透過這塊鹽田的產曬與生態，到底要分享怎樣的故事與感動？該如何在環境教育活動與導覽體驗過程中，傳達產晒文化的
「水·地·風·光·人·晒·鹽」這個核心價值呢？又該如何透過系列鹽品的銷售，傳達「風和日粒，天手合晒」的精神呢？最重要的是，該如何創造更高的自有營收來達到
永續經營呢？這些都是土地公出的最困難的第三張考卷。結論是，復曬重建不是工程，是過程也是讓老鹽工帶領新鹽工、孩子們及民眾一起參與的見學課程，然而，走過鹽田復興的艱辛之路，布袋嘴文化協會的青壯子弟，正把握與老鹽工共同勞動的珍貴時光，慢慢摸索土地、海水與陽光鹹苦中帶回甘的鹽味。當年我們重回洲南鹽場整建的心路歷程，面對的不只是技術傳承，更重要的是如何找出鹽業文化資產最核心的價值，然後轉譯成當代社會生活可以接受並且喜愛的故事。一直到了 2012 年，洲南鹽場在我們起初業餘的心態下，竟然還真的撐過了 4、5 年，鹽可以晒出來了，環境教育活動參訪機制也建立了，運作稍微穩定，但因為工作範圍越來越大，各項人事、營業成本越來越高，在這種處境下我們被逼也不得不下定決心商業

的自有營收來達到永續經營呢？這些都是土地公出的最困難的第三張考卷。(1-2-4)

到了 2012 年，運作稍微穩定，我們在這個階段重新討論洲南的願景，凝聚出「致力鹽業文化、發展環境教育、活化地方產業」的目標。2017 年我們把第三個願景「活化地方產業」修正為「永續經營管理」，用意是能更專注聚焦在鹽場的核心業務上，努

<p>化，但不能只是賺心爽，還要更專業的以文化來賺錢。所以<u>我們在這個階段重新討論洲南的願景，凝聚出「致力鹽業文化、發展環境教育、活化地方產業」的目標，組織定位也順勢轉型為「非營利組織/NPO」</u>，但緊接而來的是進銷存、稅務、會計、行銷等全新的挑戰，不再只是以前對公部門的寫計劃書、寫結案報告書、補助款核銷如此而已，這真是兩種不同的經營邏輯，我們也因此慢慢調整對各公部門的心態。當我們面對公部門的態度，從地方 NGO「申請補助」，逐漸調整為以文化績優股來「爭取投資」，而 2015 年洲南鹽場自主營收的比例第一次超過補助款，來自市場銷貨數字的肯定及實地拜訪通路與餐廳客戶之後的好口碑，讓我們越來越有信心去面對真正的商業市場，又恰好「社會企業」這個概念近幾年開始受到關注，我們內在主觀的期許竟然與外在客觀的社會趨勢，正好對接在一起。然而，要讓洲南鹽場成為 100% 自主營運的社會企業，或許還有幾年的路要打拼，路上的坎坷應該也不會少，基於此，<u>2017 年我們把第三個願景「活化地方產業」修正為「永續經營管理」</u>，用意是能更專注聚焦在鹽場的核心業務上，努力的朝<u>完成土地公的第三張考卷前進。</u></p> <p>3.您對政府單位在傳統產業文化的保存上有</p>	<p>力的朝完成土地公的第三張考卷前進。 (1-2-5)</p> <p>1-3</p>
---	---

何建議?

文化有分有形的文化，像古蹟、器具、書本、文獻、地景等等；及無形的文化，像人的技術、知識、語言、舞蹈等等，分成這兩方面來保存，然而，不同的部會機關各有其不同的政策目標，也常各自為政不相為謀。就如，當國家的經濟部門，在全球貿易資本計算追求中，放棄了沒有市場競爭力的天日晒鹽，相反的，中央政府觀光與文化部門，以及縣市地方政府、民間組織，卻陸續投入鹽業的再生產與文化保存。為什麼會這樣呢？我在洲南鹽場經營這 10 年中慢慢領悟到：產業的需求存在於社會生活的多元需求之中，當社會情境不斷在改變，傳統鹽業從當年的「生產情境」進入廢晒的「後生產情境」，同時也面對「再生產情境」的挑戰，我們該如何重新在人、土地與當代社會生活的情境中，找到新的意義關聯與理解方式，然後開創「鹽業/文化/資產」的時代新價值。其實，多年來公部門在對於我們的申請還有協助有以下這些：如 2008 年藉由文化部(文建會)的產業文化資產再生計畫申請補助，這也是我們重建洲南的開端；2009 年向文化部(文建會) 提出地方文化館計畫申請；2010 年配合勞動部就業啟航計畫申請中高年勞動力及補助；2011 年因應「環境教育法」實施，我們嘗試跨出文化領域的補助，配合教育部推廣環境教育學

文化有分有形的文化，像古蹟、器具、書本、文獻、地景等等；及無形的文化，像人的技術、知識、語言、舞蹈等等，分成這兩方面來保存，然而，不同的部會機關各有其不同的政策目標，也常各自為政不相為謀。

多年來公部門在對於我們的申請還有協助有很多，這之中包含嘉義縣文化觀光局、文化部、環保署、教育部、勞動部、青發署、國科會等等，林林總總有這些公部門的協助及補助，也算是變相對於傳統產業文化的保存上貢獻一些作為。

習中心計畫來申請補助，另外，也申請教育部青年發展署的大學生工讀與壯遊台灣的青年加入；2012年因為積極產業化而有迫切的人力需求，於是向勞動部申請經濟型多元就業開發方案的補助及獲得人力資源，同年也獲得環保署金秋環境季的補助；2014年申請勞動部培力就業計畫補助。這之中包含嘉義縣文化觀光局、文化部、環保署、教育部、勞動部、青發署、國科會等等，林林總總有這些公部門的協助及補助，也算是變相對於傳統產業文化的保存上貢獻一些作為。也就是說，我在這幾年的實踐中體認到，如果要跨越不同公部門領域，在差異中尋求更多的共鳴與認同，那就必須將鹽業文化資產「轉譯」成不同領域可以接受的價值。當然，如果單純論述公部門在文化保存上應有的作為，不外乎就是政策、法規、經費、土地、人力、物力等這些方面的交互作為，並且以致力、持續的心態，才能有真正有所幫助。

4.請說明洲南鹽場目前鹽生產的概況?

我常說曬鹽需要水地風光人曬鹽，這是核心價值，也就是(海水+土地+季風+陽光)×人=鹽，這個產曬方程式，在海水緩緩流動的土地上，海風吹拂、陽光照耀，勤奮勞動的鹽人，以技術曬出粒粒結晶的白鹽，並且現在我們以「風和日粒，天手合曬」來作為我們

當然，如果單純論述公部門在文化保存上應有的作為，不外乎就是政策、法規、經費、土地、人力、物力等這些方面的交互作為，並且以致力、持續的心態，才能有真正有所幫助。

1-4

我常說曬鹽需要水地風光人曬鹽，這是核心價值，也就是(海水+土地+季風+陽光)×人=鹽，這個產曬方程式，在海水緩緩流動的土地上，海風吹拂、陽光照耀，勤奮勞動的鹽人，以技術曬出粒粒結晶的白鹽，並且現在我們以「風和日粒，天手合曬」

<p><u>推出產品的訴求。至於目前洲南鹽場主要的鹽產品有粗鹽、霜鹽跟鹽花，而台灣對於鹽的年需求量約 9 萬公噸，但是洲南鹽場的年產能大約只有 9 公噸，差不多 0.01%而已，所以走向精緻化是我們唯一的出路，推出特色鹽也是唯一的手段。其實 2008 年我們剛進入洲南鹽場的時候根本曬不出鹽來，歷經了 3 年才有辦法產曬，2013 年鹽商品正式推出，但是還要煩惱鹽要賣給誰啊?通路在哪裡?終於，2014 年在主婦聯盟上架，目前有供應主婦聯盟等網路通路，還有餐廳及加工業。然而，2016 年霜鹽產量約 8 千公斤，但 2017 年因為霸王級寒流與冬雨影響，年產量降到 3 千多公斤，不得不限制供貨量，2018 年再努力將產量拉回 7 千公斤，產量受氣候影響而不穩定，真的是看天吃飯的最佳寫照。</u></p>	<p>來作為我們推出產品的訴求。</p> <p>洲南鹽場主要的鹽產品有粗鹽、霜鹽跟鹽花，而台灣對於鹽的年需求量約 9 萬公噸，但是洲南鹽場的年產能大約只有 9 公噸，差不多 0.01%而已，所以走向精緻化是我們唯一的出路，推出特色鹽也是唯一的手段。</p> <p>2013 年鹽商品正式推出，2014 年在主婦聯盟上架，2016 年霜鹽產量約 8 千公斤，但 2017 年因為霸王級寒流與冬雨影響，年產量降到 3 千多公斤，2018 年再努力將產量拉回 7 千公斤，產量受氣候影響而不穩定。</p>
<p>5.您覺得傳統的日晒鹽與現代的精鹽有何不同?</p> <p><u>關於不同點的話大致上來說，現在吃的台鹽精鹽是民國 64 年以後才有的，在那之前吃的都是天然的海鹽，目前台灣的精鹽是在苗栗通霄精鹽廠用引進日本的離子交換膜電透析製鹽法製鹽，那這種精鹽氯化鈉的純度在 99.9%以上，海水中所有的礦物質都在電離子透析過程中被過濾掉了，所以精鹽的味道就</u></p>	<p>1-5</p> <p>現在吃的台鹽精鹽是民國 64 年以後才有的，在那之前吃的都是天然的海鹽，目前台灣的精鹽是在苗栗通霄精鹽廠用引進日本的離子交換膜電透析製鹽法製鹽，氯化鈉的純度在 99.9%以上，海水中所有的礦物質都在電離子透析過程中被過濾掉了，所以精鹽的味道就是死鹹並沒有其他的風</p>

是死鹹並沒有其他的風味，但是相對的乾淨無雜質。而就洲南鹽場的特色鹽(就是傳統的日曬鹽)來說，冬天產的鹽-霜鹽，是一種顆粒比較結實、礦物質含量也較高、品質很好的鹽；鹽花則是春夏之際在鹽田結晶池上，浮在表層最初的結晶，量少珍貴且甘甜，在法國料理是一種很高級的調味品，另外還有一般的粗鹽，就是最主要生產的鹽，大多用來醃漬及鹽烤，所以不同季節曬出來的鹽風味都不一樣。其實坦白說，我在鹽田導覽現場被點問率最高的問題是：洲南海鹽跟臺鹽的精鹽，吃起來有什麼不一樣？就跟你這個問題一樣。尷尬的是，我根本無法回答這個在遊客日常生活中再直接不過的問題，原因其實很簡單，在鹽還是國營獨家壟斷市場的年代，這個問題根本不存在，其次，鹽業文獻大多是鹽的官制或產晒技術議題，並不處理鹽與料理的議題。我從一開始只能支吾其詞說「精鹽比較死鹹，天然海鹽比較回甘」，但確實是如此，後來開始讀書找知識、上網找常識，努力講成能讓人心服口服且聽得懂的答案。直到 2017 年才慢慢發展成一套比較完整的論述：從鹹味到風味，海鹽的五種風味 DNA:1.礦物質: 海鹽中有豐富的礦物質(微量元素)能在味覺上帶來不同的風味，例如，鈣有略澀的甜味，鎂會有一點苦味，鐵跟鉀帶有酸味，鈉會有鹹味，這些礦物質帶來海鹽

味，但是相對的乾淨無雜質。(1-5-1)
就洲南鹽場的特色鹽(就是傳統的日曬鹽)來說，冬天產的鹽-霜鹽，是一種顆粒比較結實、礦物質含量也較高、品質很好的鹽；鹽花則是春夏之際在鹽田結晶池上，浮在表層最初的結晶，量少珍貴且甘甜，在法國料理是一種很高級的調味品，另外還有一般的粗鹽，就是最主要生產的鹽，大多用來醃漬及鹽烤，所以不同季節曬出來的鹽風味都不一樣。(1-5-2)

我在鹽田導覽現場被點問率最高的問題是：洲南海鹽跟臺鹽的精鹽，吃起來有什麼不一樣？就跟你這個問題一樣。精鹽比較死鹹，天然海鹽比較回甘。(1-5-3)

2017 年才慢慢發展成一套比較完整的論述：從鹹味到風味，海鹽的五種風味 DNA:1.礦物質: 海鹽中有豐富的礦物質(微量元素)能在味覺上帶來不同的風味。2.微生物: 海水中有許多微生物（藻類與菌類）會在不同鹹度中孳生與死亡，這也會為海鹽帶

的第一層風味。2.微生物:海水中有許多微生物(藻類與菌類)會在不同鹹度中孳生與死亡,結束生命後會分解成蛋白質(胺基酸)、醣類(碳水化合物)與脂肪,所以我們的海鹽送八大營養標示檢驗,會有熱量,這也會為海鹽帶來不同的風味跟口感。3.氣候風日:不同的氣候與風日條件因為生成條件不同曬出來的鹽也就不同,風味上當然就不同,像冬天日照短、溫度低,鹵水蒸發與結晶速度慢,因此鹽的結晶體顆粒比較結實,礦物質含量也較高,這款我們稱為霜鹽,適合炒菜煮湯;到了春末5、6月因陽光漸強,高溫的午後結晶池會出現我們所稱的鹽花浮在池面上,必須以人工撈起,是種天然的低鈉鹽,適合輕撒食材,簡單提味。4.產曬技術:就是指我們製鹽人,如何在過去三百多年來,因應台灣獨特的氣候風日條件所發展而來的一套「適當技術」,不斷精益求精的認真鹽工與輕忽怠惰的鹽工,晒出來的鹽當然會有不同品質,有的曬出來的鹽會偏苦,有的會透白,也有的會含泥砂,這在風味上也是有差別的。5.料理人:是最後一項也是最重要的一項DNA,每次當我在鹽田裡導覽時跟遊客說:各位!你們的料理技術決定了我們海鹽的命運,語畢,總會聽到一陣會心的笑聲,這時候我就知道,這樣的表達方式已經打動了他們,所以料理人的技術最直接影響到鹽的風

來不同的風味跟口感。3.氣候風日:不同的氣候與風日條件因為生成條件不同曬出來的鹽也就不同,風味上當然就不同。4.產曬技術:就是指我們製鹽人,有的曬出來的鹽會偏苦,有的會透白,也有的會含泥砂,這在風味上也是有差別的。5.料理人:料理人的技術最直接影響到鹽的風味,這就是一門料理美學啦!神奇的事情是,當我開始以5項DNA來論述鹽的風味之後,遊客進到洲南小舖的購買率明顯提昇了。(1-5-4)

<p>味，這就是一門料理美學啦!然而，這套論述至少包含了「產曬技術」、「料理美學」、「食品科學」、「飲食文化」等四個不同的知識領域，我們目前比較能掌握的僅有「產曬技術」，其餘三個領域的知識累積才剛起步。神奇的事情是，當我開始以 5 項 DNA 來論述鹽的風味之後，遊客進到洲南小舖的購買率明顯提昇了，所以我常說，海鹽真是一種太陽吻過的美味啊!</p> <p>第二部分:洲南鹽場目前推廣的情形</p> <p>1.請問台鹽實業股份有限公司在洲南鹽場的經營及管理上扮演什麼角色?</p> <p>當然已經沒有關係啦!台鹽實業股份有限公司在民國 91 年全面廢曬後，已經將現今的洲南鹽場這片土地繳回國庫，為國有財產局所管理，目前的洲南鹽場這片鹽田，是縣府向國有財產局取得土地無償撥用而來的，撥用龍江社區西側這邊面積約 20 公頃的鹽田，再簽約交給我們協會承租及公益認養，況且，以前台鹽是以商業目的的大量生產為主，但現今的洲南鹽場是塊文化鹽田，強調人與土地共存的方式，產曬已轉型為精緻生產，當然不可同日而語。</p> <p>2.就您所知，擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場目前以何種方式推廣及推廣的情形如何?</p>	<p>2-1</p> <p>當然已經沒有關係啦!台鹽實業股份有限公司在民國 91 年全面廢曬後，已將現今的洲南鹽場這片土地繳回國庫，為國有財產局所管理，目前的洲南鹽場這片鹽田，是縣府向國有財產局取得土地無償撥用而來的，再簽約交給我們協會承租及公益認養。</p> <p>2-2</p>
---	---

推廣的情形說來話長，就聽我慢慢道來，2008年我們以100%公部門的資金進場，2011年嘗試以環境教育來發展固定收費的文化服務活動，緊接著在2013年正式推出自產的鹽品上通路，也因此重建5年多之後，終於讓商業營運有了雛形，2014年我們的特色鹽品在主婦聯盟上架銷售，總算有了穩定配合的通路，2015年的自營商業營收達到54%，越過公部門補助與自營收各一半的黃金交叉點。所以這一路走來在推廣方面我想分兩個部分來說，分別是深度旅遊的推廣及產品的推廣，深度旅遊方面我又分為文化觀光、環境教育、在地生態產業導覽，因為我們不做大眾旅遊，不做那種打卡的熱門景點打完卡就走，這類的淺碟式的大眾旅遊，我們致力的是分眾市場、是深度旅遊、是生態旅遊、更是一種有特色的社區小旅行。像我們之前推的布袋真食館行程與洲南晚宴活動，因為洲南鹽場復曬後，布袋就成為同時擁有農、漁、鹽生產，可以端出百分之百在地食材的地方，透過在地產業的串聯，結合許多友善土地生產的夥伴，一同推出在地的特色小旅行，除了參觀景點，還結合農村(謝鵬程)、漁村(邱經堯)、鹽村(我本人)三村的幸福真體驗行程，真心誠意帶人體會充滿濃厚的土地味及人味與美味，在洲南晚宴上我們使用最新鮮最天然的在地食材，端出最家常的菜色，

2008年我們以100%公部門的資金進場，2011年嘗試以環境教育來發展固定收費的文化服務活動，緊接著在2013年正式推出自產的鹽品上通路，也因此重建5年多之後，終於讓商業營運有了雛形，2014年我們的特色鹽品在主婦聯盟上架銷售，總算有了穩定配合的通路，2015年的自營商業營收達到54%，越過公部門補助與自營收各一半的黃金交叉點。(2-2-1)

推廣方面我想分兩個部分來說，分別是深度旅遊的推廣及產品的推廣，深度旅遊方面我又分為文化觀光、環境教育、在地生態產業導覽，因為我們不做大眾旅遊，不做那種打卡的熱門景點打完卡就走，這類的淺碟式的大眾旅遊，我們致力的是分眾市場、是深度旅遊、是生態旅遊、更是一種有特色的社區小旅行。像我們之前推的布袋真食館行程與洲南晚宴活動，及用身體五感來設計鹽田裡的环境教育活動，經過了這麼多的努力，終於，我們在2016年得到國家環境教育獎優等獎的肯定，這使我們更加堅定的往環境教育這條路走。回顧這些年我們前前後後辦的推廣活動有：環境教育導覽、客製化企劃活動、小旅行、海洋學堂、寒暑假營隊、工作假期、淨灘，謝鹽祭的鹽村迎神繞境、甚至迎永康鹽行

也讓社區媽媽們有二度就業的機會，也能藉此一展好廚藝。在環境教育方面，我們進場幾年之後，因循環境教育法的實施，突然發現可以發展這個有潛力的分眾市場，但這個市場要求更高的專業與視野，於是我們必須讓自己去學習全新的知識與能力，並且努力從環境教育的觀點來詮釋鹽業文化資產。因此，我們用身體五感來設計鹽田裡的環境教育活動：在解說導覽時，試著引導小朋友聆聽鹽田裡幾種不同水鳥的叫聲；踩踏過鹽田裡深淺、硬軟不一的泥土時，嘗試讓孩子們用腳底感受爛泥穿越趾縫的酥癢快感；走過以濱水菜攀爬來取代紅磚與水泥固化的土堤時，邀請大家細嚐一口濱水菜肥嫩綠葉裡飽含的微鹹汁液；我們也試著要求體驗者必須以勞動者的認真態度，收完一整格結晶池的白鹽，而不僅是隨意玩弄工具或拍照留念而已；我們也將鹽田整建勞動的過程轉化為環境學習活動，讓小朋友來鹽田踩土漿、拼貼瓦片、推石輪，透過這些來體驗整個洲南鹽場。經過了這麼多的努力，終於，我們在 2016 年得到國家環境教育獎優等獎的肯定，這使我們更加堅定的往環境教育這條路走。回顧這些年我們前前後後辦的推廣活動有：環境教育導覽、客製化企劃活動、小旅行、海洋學堂、寒暑假營隊、工作假期、淨灘，謝鹽祭的鹽村迎神繞境、甚至迎永康鹽行媽祖來

媽祖來坐鎮、還請舞蹈團來表演、請樂團來表演、請歌仔戲來表演、電音三太子表演，在鹽場裡面辦野餐趴、曬鹽體驗、各種 DIY(炒冰、煮鹽、摔土杯、鹽滷豆腐、鹽滷豆花、料理)，還有剛剛說的洲南晚宴等等。(2-2-2)

坐鎮、還請舞蹈團來表演、請樂團來表演、請歌仔戲來表演、電音三太子表演，在鹽場裡面辦野餐趴、曬鹽體驗、各種DIY(炒冰、煮鹽、摔土杯、鹽滷豆腐、鹽滷豆花、料理)，還有剛剛說的洲南晚宴等等。

至於產品推廣的部分，日前，我們的鹽花與台中宮原眼科合作製作了三款成品，包括巧克力和餅乾。還曾與台灣森永製菓股份有限公司合作推出季節限定的「日曬鹽牛奶糖」，也在各大通路上架販售。我們也以子午水的概念，收成端午節中午的鹽花來製成「子午鹽」，用來避邪、避凶。而我們的主力產品就是洲南鹽場的特色鹽，就是剛剛介紹的霜鹽、鹽花，另外還有一般的粗鹽，透過剛剛所說的很多通路來販賣。也曾有某大型連鎖通路來洽談鹽品上架，但最後因對方開的條件是以售價的四成左右出貨，根本無利可圖，只好放棄，但歷經這一次，我們雖不得不拒絕誘惑，卻也更確定洲南鹽品的市場定位。除了系列鹽品外，我們也曾經嘗試以有機、友善、在地、生態等理念，開發過幾種加工增值產品，例如，布袋鎮見龍里的菜脯產量約佔全台9成，算得上地方特色產業，因此讓我們躍躍欲試，我們使用自己的鹽來加工製作菜脯，最後卻因產量太少根本無法上通路，所以只好放棄。我們也曾經嘗試以300尾生態級養殖的虱目魚製作一夜干，結果因

產品推廣的部分，我們的鹽花與台中宮原眼科合作製作了三款成品，與台灣森永製菓股份有限公司合作推出季節限定的「日曬鹽牛奶糖」，也在各大通路上架販售。我們也以子午水的概念，收成端午節中午的鹽花來製成「子午鹽」，用來避邪、避凶。主力產品就是洲南鹽場的特色鹽，霜鹽、鹽花，另外還有一般的粗鹽，透過剛剛所說的很多通路來販賣。除了系列鹽品外，我們也曾經嘗試以有機、友善、在地、生態等理念，開發過幾種加工增值產品，如用自己的鹽來加工製作菜脯，最後卻因產量太少根本無法上通路；也曾嘗試以300尾生態級養殖的虱目魚製作一夜干，結果因為鹽水鹹度、用法等製作技術沒掌握好，全軍覆沒；以東石鄉十甲農場的有機黃豆及洲南海鹽，委託布袋四代相傳超過60年的新來源醬園，製作了5大缸的傳統手工豆豉，在地、有機、手作、古早味等特色都有了，但因為我們現有通路的消費者特性，並不習慣在料理中使用豆豉，變成只能在洲南小舖慢慢賣。心得是：讓專業

<p>為鹽水鹹度、用法等製作技術沒掌握好，兩天後約有一半發臭，一週後幾乎全重覆沒剩不到 10 尾，只能留著當員工福利。2014 年我們以東石鄉十甲農場的有機黃豆及洲南海鹽，委託布袋四代相傳超過 60 年的新來源醬園，製作了 5 大缸的傳統手工豆豉，在地、有機、手作、古早味等特色都有了，但因為我們現有通路的消費者特性，並不習慣在料理中使用豆豉，變成只能在洲南小舖慢慢賣，雖然釀造醬物是放越久越香陳，但能夠早點賣完當然可以早點了結一樁心事。自行研發加工品有技術門檻與市場銷售風險，且食品加工規範越來越嚴格，消費者對加工食品的要求也越高，另一方面，我們有客戶購買海鹽製作鹽麩、味噌、餅乾、糕點、虱目魚香絲……等，東西都很好吃，我們試著回購他們的產品在洲南小舖販售，消費者反應也都很好。這幾年跌跌撞撞的經驗累積下來，心得是：讓專業的來，讓洲南團隊更聚焦在「製鹽專業」以滿足客戶的「加工專業」，讓洲南海鹽成為客戶產品中不可或缺的最佳配角，與家中廚房多一種鹽的選擇，成為餐桌上不可或缺的最佳配角。其實我們所做推廣的面很多，一時間也講不完。</p> <p>3.依您的觀察，來洲南鹽場參訪的遊客數如何?又以何種型態的遊客居多?</p>	<p>的來，讓洲南團隊更聚焦在「製鹽專業」以滿足客戶的「加工專業」，讓洲南海鹽成為客戶產品中不可或缺的最佳配角，與家中廚房多一種鹽的選擇，成為餐桌上不可或缺的最佳配角。(2-2-3)</p> <p>2-3</p>
--	--

<p><u>遊客數</u>的話，這幾年我統計下來的情形，在環境教育、小旅行、淨灘等等的這些加總起來，給你一個數據參考，<u>從前幾年大約 1~2 千人的來客數到現在將近 5 千人的來客數，每年都有成長到這幾年都很穩定的情形，其中，回流團客仍是佔有相當大的比例。</u></p> <p>那<u>遊客的形態</u>方面，我們是以<u>預約接團的模式為主</u>，其中，<u>校外教學的有幼兒園、國小、國中、高中職、大學、研究所，甚至特教資源班，各種學生族群都有，但以國小所佔比例較高</u>，交通工具幾乎都是校車、遊覽車前來。至於<u>一般團客</u>有社區、親友揪團、民間團體、公司企業、機關團體、一般散客，裡面以<u>公司企業比例較高</u>，交通工具有遊覽車、小巴跟私家車。另外，<u>所有來參訪的遊客中還是以位居嘉義縣市的佔大宗，其他外縣市比例相對較少，這也是我們未來要努力開發的方向。</u></p>	<p>遊客數從前幾年大約 1~2 千人的來客數到現在將近 5 千人的來客數，每年都有成長到這幾年都很穩定的情形，其中，回流團客仍是佔有相當大的比例。</p> <p>遊客的形態方面，是以預約接團的模式為主。校外教學各種學生族群都有，但以國小所佔比例較高，一般團客以公司企業比例較高。所有來參訪的遊客中還是以位居嘉義縣市的佔大宗，其他外縣市比例相對較少，這也是我們未來要努力開發的方向。</p>
<p>4.您覺得遊客參訪的期間對在地的環境、交通及社區上有何影響?</p> <p>基本上，<u>我覺得是沒什麼影響。</u>因為遊客都是進到鹽場內來參加導覽、體驗跟活動，我想對居民不會有噪音、垃圾、干擾等等的困擾，所以<u>對在地的環境並不會造成影響。</u>至於交通影響方面，我們是採預約接團的模式，而且對遊客數有總量管制來維護環境跟</p>	<p>2-4</p> <p>我覺得是沒什麼影響。對在地的環境並不會造成影響，交通這點也是沒有影響，社區方面沒有人跟我們反映過不滿的情形，對社區也沒有什麼影響。</p>

生態，不會同時有大量的遊客湧進這個地區，交通工具當然也就不會多，所以交通這點也是沒有影響。最後社區方面，我們是有騎腳踏車進到社區來參觀跟介紹，但是人數都不多，頂多十來個，而且我們都有顧慮到秩序跟環境，也沒有人跟我們反映過不滿的情形，不過大部分是以車輛來載送到各點為主，所以對社區也沒有什麼影響。

第三部份: 洲南鹽場如何推廣及推廣的方式

1.請問貴單位在洲南鹽場的推廣上扮演什麼角色?又以何種方式協助推廣?

說到當年廢曬之初，我是一個關心地方過去的「產業文資研究者」，進場整建洲南之後變成「產業文化行動者」，然後在一路摸索的過程中將行動角色定位為「文化產業轉譯者」，而當新的產業模式建立後，又因永續經營的需要成為「文化志業 CEO」。文化行動角色的轉換，並不是一開始就能清楚設定的，當我從自己文資理念的實踐出發，走向無法預知的未來，必然要面對社會情境的挑戰與契機，然後考慮組織發展的階段性需求，不斷彈性調整最佳行動策略，但我對鹽業文化資產的核心價值與終極關懷，始終不曾改變。如果你問我，那下一個十年呢？嗯，我立志要成為台灣最認真的鹽工！產晒多元風味的天日海鹽，代表臺灣鹽業文化迎向全世界！

3-1

廢曬之初，我是一個關心地方過去的「產業文資研究者」，進場整建洲南之後變成「產業文化行動者」，然後在一路摸索的過程中將行動角色定位為「文化產業轉譯者」，而當新的產業模式建立後，又因永續經營的需要成為「文化志業 CEO」。這是我個人認為在推廣上所扮演的角色與定位。

這是我個人認為在推廣上所扮演的角色與定位。

再來協助推廣上，其實你說協助不如說是主導，因為布袋嘴文化協會就是洲南鹽場的根；洲南鹽場就是布袋嘴文化協會的一部分，所以所有的推廣策略都是我們來擬訂，然後我們自己去實行的，就像剛剛講很多的推廣面，都是我們自己來的不假他人之手。當初，因為洲南鹽場位在新厝的龍江社區，所以在推廣上我們先推廣到社區這個面向，從早期的與社區做連結，進而發展到去與整個布袋的社群做連結，比方說與藝術家社群做連結；與有機生態養殖業者、有機生態種植業者社群做連結，跟社群合作才能夠開展更大的面向，也許三年、五年、十年當我們更有能量之後，我們就可以回饋給社區更多，發展上會有階段性的。

2.您能舉出有哪些傳統產業文化推廣成功的例子?有何值得學習之處?

仔細想想在臺灣這類的例子還不少，不過大多走的是大眾旅遊的路線，你有沒有觀察到一種趨勢，每一個傳統產業在推廣上一定會有DIY 這個項目，因為時下最流行的就是親子旅遊，現在家庭旅遊都是以小孩為主，DIY的模式可以讓大人跟小孩一同去完成一項作品或體驗，所以說對小孩子有沒有吸引力就

協助推廣上，其實你說協助不如說是主導，因為布袋嘴文化協會就是洲南鹽場的根；洲南鹽場就是布袋嘴文化協會的一部分，所有的推廣策略都是我們來擬訂，我們自己去實行。我們先推廣到社區這個面向，從早期的與社區做連結，進而發展到去與整個布袋的社群做連結，跟社群合作才能夠開展更大的面向。

3-2

觀察到一種趨勢，每一個傳統產業在推廣上一定會有DIY 這個項目，因為時下最流行的就是親子旅遊，現在家庭旅遊都是以小孩為主，DIY的模式可以讓大人跟小孩一同去完成一項作品或體驗。

決定了一個旅遊景點的命運。

至於例子的話，我先說說南投的車程，我個人覺得它推廣的很成功。早期車程是台灣很重要的木材集散地，也是振昌興木材場所在地，現在的車埕當地許多木工廠都已經變成廢墟了，不過他們將已經沒落木材產業結合鐵道文化，開發出許多木製的生活用具跟木桶型鐵路便當盒等等，天然的木材總比化工的塑膠好，所以很受到民眾的歡迎。還有車埕酒莊融入車埕的鐵道文化，把主要推銷的酒品取名為鐵道公主、車埕老站長、烈車長等三種名稱推出，我覺得很有意思很有創意。現在的車埕把在地的傳統木業文化、鐵道文化、電力產業文化、酒莊產業文化和觀光休閒農業，匯集成一個結合古蹟懷舊、傳統產業及創意產業的車埕聚落，讓車埕地區變成一個具有親子旅遊、教育功能、文化創意與產業轉型的地方，是一個很值得我們學習的點。其他還有像鶯歌的陶瓷傳統產業，同時結合老街、博物館、DIY、文化創意等等，在台灣也是一個著名的觀光景點。另外，九份金瓜石的金礦產業大致也是相同模式，傳統產業+老街+博物館，不過九份老街發展成一個國際觀光景點，這點比較厲害。其他像新港的板陶窯、雲林的毛巾工廠、三義的木雕等等的都是這一類的例子。

南投的車程，我個人覺得它推廣的很成功。他們將已經沒落木材產業結合鐵道文化，開發出許多木製的生活用具跟木桶型鐵路便當盒等等，還有車埕酒莊融入車埕的鐵道文化，我覺得很有意思很有創意。現在的車埕把在地的傳統木業文化、鐵道文化、電力產業文化、酒莊產業文化和觀光休閒農業，匯集成一個結合古蹟懷舊、傳統產業及創意產業的車埕聚落，讓車埕地區變成一個具有親子旅遊、教育功能、文化創意與產業轉型的地方，是一個很值得我們學習的點。

九份金瓜石的金礦產業、新港的板陶窯、雲林的毛巾工廠、三義的木雕等等的都是這一類的例子。

3.您覺得洲南鹽場在推廣上有何優勢及劣勢?

先講劣勢好了，就像剛剛鹽的生產情形那題講的，台灣對於鹽的年需求量約 9 萬公噸，但是洲南鹽場的年產能大約只有 9 公噸，差不多能供應台灣 0.01%而已，所以走向精緻化是我們唯一的出路，而且台鹽的精鹽 1 公斤約 15 元，洲南鹽場的主力商品霜鹽 200 克就要 80 元，價位換算起來是台鹽的 26.7 倍。很明顯我們鹽品的產能太小，產量因氣候因素而不穩定，也沒有能力進入大眾市場，價位又偏高，就家庭主婦日常的廚房每日用品來講，CP 值不高也不是個好選擇，因此，價差很大如何能打動消費者的心來購買，也是一個必須突破的難題。還有我們做的是深度旅遊、是分眾市場，而且是採預約接團的方式，遊客數當然就沒有大眾旅遊的高，也沒有熱門打卡景點來的夯。另外，我們背後沒有財團或企業的支持，無法大興土木做大型的工程來改造跟建設，也無法大規模的產我們的鹽品跟拓展通路，我們靠的是雙手跟勞力還有自己的巧思，僅能以現有的來推廣，朝著我們自己的理想跟目標前進。

再來談談優勢，我們洲南鹽場有著與眾不同的傳統日曬海鹽，它不僅有鹽的鹹味而已還有很多的風味，就像剛剛講的海鹽的五種風味 DNA，雖然我們的產能不高，價格也沒比較便宜，但是洲南的客戶群中，目前大概 99%

3-3

劣勢，洲南鹽場的年產能，差不多能供應台灣 0.01%而已，價位換算起來是台鹽的 26.7 倍。鹽品的產能太小，產量因氣候因素而不穩定，也沒有能力進入大眾市場，價位又偏高，就家庭主婦日常的廚房每日用品來講，CP 值不高也不是個好選擇。遊客數沒有大眾旅遊的高，也沒有熱門打卡景點來的夯。沒有財團或企業的支持，無法大興土木做大型的工程來改造跟建設，也無法大規模的產我們的鹽品跟拓展通路。

優勢，洲南鹽場有著與眾不同的傳統日曬海鹽，它不僅有鹽的鹹味而已還有很多的風味，就像剛剛講的海鹽的五種風味 DNA。洲南的客戶群中，目前大概 99%以上的客戶都是自己送上門來的，而不是我

以上的客戶(銷貨+活動)都是自己送上門來的，而不是我們主動去跑業務開發的，而且鹽品還供不應求呢! 也就是說洲南海鹽的品牌形象，在這個不大不小的分眾市場中，具有一定的知名度與吸引力，而且在「同溫層」中的口碑推薦率頗高。我們進一步分析發現，通路會選擇洲南鹽品，最主要是因為我們的品牌形象符合其通路的經營理念，這些通路或店家的出貨量通常不大（主婦聯盟除外），消費者往往是先信任、喜愛或認同了這個通路，才會去購買該通路所推薦的商品。可見我們的通路依自己的理念、興趣、專業，經營特定理念的消費者族群，而我們透過通路讓產品到消費者手上，因此，洲南-通路-消費者這三角關係的交集，就是理念的分眾共鳴。我們分析客戶群的特性後發現，大致上反映這幾年因食安等議題而興起的「手工好」、「天然好」、「健康好」、「台灣好」、「文創好」等「市場趨勢五好」，那是消費者主觀的喜好現象，也是社會潮流客觀的映像，我們只是剛好掌握到「對的時機」進場，因緣際會受到肯定。但鹽的本質是料理的調味品，終究得回到廚房以風味來一決勝負，才能讓消費者持續回流購買，這就是我們切入市場的機會，雖然如此，我們還是必須思索如何更有創意如何增加行銷。另外，我們協會除了推廣鹽業文化以外，並且著力在環境

們主動去跑業務開發的，而且鹽品還供不應求呢! 我們分析客戶群的特性後發現，大致上反映這幾年因食安等議題而興起的「手工好」、「天然好」、「健康好」、「台灣好」、「文創好」等「市場趨勢五好」。並且著力在環境教育這一塊，我們強調人與大自然共存，以不破壞生態的方式產曬，終於在 2016 年榮獲國家環境教育優等獎的肯定。還有深度旅遊，結合各種地方特色而推出的行程。所以有風味的特色鹽品、環境教育及深度旅遊就是我們最大的優勢。

教育這一塊，我們強調人與大自然共存，以不破壞生態的方式產曬，經過了這麼多的努力，終於在 2016 年榮獲國家環境教育優等獎的肯定，這對我們來說是一個重要的里程碑啊!此外，還有剛剛在推廣那題講了很多的深度旅遊，結合各種地方特色而推出的行程。所以有風味的特色鹽品、環境教育及深度旅遊就是我們最大的優勢。

4.您認為擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場要如何推廣?以何種方式推廣?

3-4

經常有人問我，洲南鹽場是如何做創意(文化)行銷?也就是你問的推廣面的問題。當然我們會用剛剛你問到的那些優勢去推廣啊!畢竟那是我們的優勢也是我們的理念，再加上一些商業化的行銷推廣方式，這樣才能永續經營跟傳承。事實上，我們在過去十年的鹽業文化復興行動中發現，曬鹽就是人跟自然環境友善的互動，因為這樣，我們利用在洲南鹽場的環境教育活動中，去凸顯「水地風光人曬鹽」這個觀念，也在鹽商品的行銷中，傳達「風和日粒，天手合曬」的理念。當年，我們布袋嘴文化協會，本來以 NGO(非政府組織)的身分進場，幾年後，慢慢轉型為 NPO(非營利組織)的型態，透過提供文化服務、商品營收、政府委託案、一般捐款的方式，來獲取我們的目標才能繼續推廣洲南鹽場，我更

我們利用在洲南鹽場的環境教育活動中，去凸顯「水地風光人曬鹽」這個觀念，也在鹽商品的行銷中，傳達「風和日粒，天手合曬」的理念。透過提供文化服務、商品營收、政府委託案、一般捐款的方式，來獲取我們的目標才能繼續推廣洲南鹽場，我更希望可以傳承這個得來不易的鹽業文化。

希望可以傳承這個得來不易的鹽業文化。不過，要讓洲南鹽場成為 100% 自主營運的社會企業，或許還有幾年的路要打拼，路上的坎坷應該也不會少，至於如何從文資核心價值出發，勇敢面對商業市場的競爭來達到永續發展？如何在分眾市場建構一套能引起共鳴的「新台灣鹽文化」？我想，現階段我們大致能找到、並且滿足分眾消費者喜愛與認同的價值，但下一個十年，我們希望創造、並且引領當代社會的新價值，以多面向的文化行動為策略，建構「新台灣鹽文化」的知識典範，形塑洲南鹽場不只是「價值品牌」，而且是台灣鹽的「領導品牌」。因為這樣，我們在 2017 年把第三個願景「活化地方產業」修正為「永續經營管理」，目的是更專注聚焦在鹽場的核心業務上。未來，洲南鹽場還有很多困難與挑戰要自我超越，因此，我為未來的推廣方向訂下了三個願景：1. 致力鹽業文化：生產特色風味的天日海鹽，代表台灣鹽業文化迎向全世界。2. 發展環境教育：營造以產曬為前題的濕地生態，建構優質的環境教育基地。3. 永續經營管理：以社會企業精神實踐永續經營，發展當代社會超連結網路。讓洲南鹽場不僅僅可曬出高品質的鹽，更以曬出台灣特有的風味鹽為目標，讓鹽的風味進到我們日常生活中，使家中的廚房多一種鹽的選擇，成為不可或缺的最佳配角。並且致力於

如何從文資核心價值出發，勇敢面對商業市場的競爭來達到永續發展？如何在分眾市場建構一套能引起共鳴的「新台灣鹽文化」？我們希望創造、並且引領當代社會的新價值，以多面向的文化行動為策略，建構「新台灣鹽文化」的知識典範，形塑洲南鹽場不只是「價值品牌」，而且是台灣鹽的「領導品牌」。因此，我為未來的推廣方向訂下了三個願景：1. 致力鹽業文化：生產特色風味的天日海鹽，代表台灣鹽業文化迎向全世界。2. 發展環境教育：營造以產曬為前題的濕地生態，建構優質的環境教育基地。3. 永續經營管理：以社會企業精神實踐永續經營，發展當代社會超連結網路。讓洲南鹽場不僅僅可曬出高品質的鹽，更以曬出台灣特有的風味鹽為目標，讓鹽的風味進到我們日常生活中，使家中的廚房多一種鹽的選擇，成為不可或缺的最佳配角。並且致力於推廣產業文化之旅，設計用五感去體驗的環境教育活動，同時也必須跟上時下消費者的喜好-符號意象跟繽紛的文創商品，另外還有各種創意的行銷活動也是不可或缺的，這些都是以各種活動跟商品來推廣的方式。

推廣產業文化之旅，設計用五感去體驗的環境教育活動，同時也必須跟上時下消費者的喜好-符號意象跟繽紛的文創商品，就像目前推出的五彩平安鹽、鹽咖啡、夫妻鹽、精油沐浴鹽、365 生日彩鹽，還有鹽焗蛋、鹽焗虱目魚、鹽巧克力等等鹽的食品，另外還有各種創意的行銷活動也是不可或缺的，像台南市鹽埕的媽祖誕辰活動；七股鹽山的鹽雕藝術季跟白色海洋音樂祭；北門的平安鹽祭跟白色聖誕節；還有我們洲南鹽場的謝鹽祭，這些都是各鹽區以各種活動跟商品來推廣的方式。

訪談編號：B

訪談對象：在地老鹽工

訪談日期：2018.01.10

訪談地點：老鹽工家裡

訪談方式：深度訪談並錄音

訪談之逐字稿內容	編碼分析
<p>第一部分: 洲南鹽場發展的歷史及生產的概況</p> <p>1.就您所知，請概述洲南鹽場的歷史?</p> <p><u>這片鹽田從我阿祖的阿祖清朝那個時代就有了，以前住在我們新厝這邊的人大多都是曬鹽維生的，像你阿公還有很多庄內的老人大家都是曬鹽的，以前的人都說曬鹽好過在做什麼，因為只要付出勞力就有錢賺不用擔心虧錢的問題，不像魚塭養魚的或種田的都是需要先支出成本，還不見得能夠回收。我那個時代布袋這邊的鹽場聽說是全台灣最大場的，那時候布袋這邊就有掌潭、壽島、新厝、中區、新塭五個場務所，五個場務所加起來曬鹽的面積大曬鹽的人也多，現在的洲南這一塊是新厝場務所的範圍，還有像中區所那裡的鹽田一格一格很整齊的，就是日治時代規劃開發的，那時候收成的鹽都是運過去日本當工業原料，結果變成私鹽的價格跟賣給公的差了大概 10 倍，所以不管男男女女很多人都在偷鹽來賣(就是私鹽)，也有人因為這樣被鹽警開槍打死的，現在回想起來好多好多</u></p>	<p>1-1</p> <p>這片鹽田從我阿祖的阿祖清朝那個時代就有了，以前住在我們新厝這邊的人大多都是曬鹽維生的。我那個時代布袋這邊的鹽場聽說是全台灣最大場的，那時候布袋這邊就有掌潭、壽島、新厝、中區、新塭五個場務所，五個場務所加起來曬鹽的面積大曬鹽的人也多，現在的洲南這一塊是新厝場務所的範圍。日本投降了以後，國民政府就過來接收台灣，來的時候發布了很多命令還有政策，鹽務總局也改成了台鹽公司，還有鋪設了載鹽的機關車，台灣的鹽是到民國 90 年 10 月就整個結束沒曬了。</p>

的故事，就像剛剛才發生過一樣。然後日本投降了以後，國民政府就過來接收台灣，來的時候發布了很多命令還有政策，鹽務總局也改成了台鹽公司，還有鋪設了載鹽的機關車，最後我們台灣的鹽是到民國 90 年 10 月就整個結束沒曬了，因為台鹽宣布整個台灣都不曬鹽了，我們只好把鹽田全都還給台鹽，所以全都荒廢了，才會變成你現在看到的那些鹽田都不像鹽田了。

2.就您所知，請描述洲南鹽場自廢除曬鹽後重建的歷程?

洲南這邊民國 90 年沒有曬鹽了以後，我們這些鹽工跟鹽田就成了人家講的「無鹽的結局」，沒鹽曬、鹽田也荒廢了，一直到民國 97 年經由布袋嘴文化協會這群年輕人去向政府申請，請下來了現在這片鹽田地，再開始去重建跟開發。但是說到要重建這個荒廢的鹽田，文化協會有想法但是沒有人會曬鹽，所以就請我們這些老鹽工去幫忙規劃跟技術指導，本來一開始是請我姊夫過去協助跟規劃，後來他沒有做了才叫我過去幫忙。那時候文化協會這群年輕人說要重建鹽田，我們幾個老鹽工心裡也是百感交集，想不到還會有這麼一天可以回到鹽田，所以就一步一步的教他們希望可以傳承，也希望再現以前曬鹽的情景，讓台灣曬鹽的歷史可以延續，他

1-2

洲南這邊民國 90 年沒有曬鹽了以後，民國 97 年經由布袋嘴文化協會這群年輕人去向政府申請，請下來了現在這片鹽田地，再開始去重建跟開發。(1-2-1)

所以就請我們這些老鹽工去幫忙規劃跟技術指導。他們也很有心跟著在大太陽下一起做，還請了一群打工的大學生來幫忙。回想那時候重建的過程很辛苦而且不順利，鹽田荒廢了太久都已經變成水堀還長滿了雜草，更麻煩的是地已經淡掉了沒有鹹氣了曬不出鹽，所以只好去跟台鹽買了 300 噸的鹽來撒在鹽田裡面當鹵，而且地底會湧出水來還蓄不住水，變成整個埤底都

們也很有心跟著在大太陽下一起做，還請了一群打工的大學生來幫忙。回想那時候重建的過程很辛苦而且不順利，鹽田荒廢了太久都已經變成水堀還長滿了雜草，更麻煩的是地已經淡掉了沒有鹹氣了曬不出鹽，所以只好去跟台鹽買了 300 噸的鹽來撒在鹽田裡面當鹵，而且地底會湧出水來還蓄不住水，變成整個埤底都要重新掘土夯實再鋪過，花了很長的時間最後才成功的曬出鹽來，現在的洲南鹽場重建的過程大概是這樣。

3.您覺得傳統的日晒鹽與現代的精鹽有何不同?

兩種鹽有何不同喔!日晒鹽的話，一般從海水引進來大概都 2~3 度，再一步一步過水經過太陽曬慢慢的蒸發，然後曬到 25-28 度才會結成鹽，而 25-28 度這個範圍的鹽最乾淨品質也最好。因為曬鹽的技術也是很多，所以每個人曬出來的鹽口味都不太相同，技術在於大家過水的時間跟進水的深度與勤惰的態度等等都有一些不太一樣，所以有的人曬出來的鹽就會濁濁的，顆粒大小也不一樣，甚至有些會略帶苦味還會澀。從這些原因來看我覺得日晒鹽的味道會比較多元，會鹹、會帶點苦味、會回甘、甚至會有種海的味道，商店買的包裝鹽就不會有這種感覺，那些精鹽就是鹹鹹的而已，不過看起來比較白比較乾淨

要重新掘土夯實再鋪過，花了很長的時間最後才成功的曬出鹽來。(1-2-2)

1-3

日晒鹽的話，一般從海水引進來大概都 2~3 度，再一步一步過水經過太陽曬慢慢的蒸發，然後曬到 25-28 度才會結成鹽，而 25-28 度這個範圍的鹽最乾淨品質也最好。因為曬鹽的技術也是很多，所以每個人曬出來的鹽口味都不太相同，技術在於大家過水的時間跟進水的深度與勤惰的態度等等都有一些不太一樣，所以有的人曬出來的鹽就會濁濁的，顆粒大小也不一樣，甚至有些會略帶苦味還會澀。

日晒鹽的味道會比較多元，會鹹、會帶點苦味、會回甘、甚至會有種海的味道，商店買的包裝鹽就不會有這種感覺，那些精鹽就是鹹鹹的而已，不過看起來比較白比

就是了。現在什麼東西都會有黑心的，也不知道什麼能吃什麼不能吃，因為這樣現在的人一定會喜歡天然的鹽，像洲南曬出來的這個鹽就是人家喜歡的天然的鹽，會比化學的精鹽不知道什麼做的好多了。

第二部分:洲南鹽場目前推廣的情形

1.就您所知,擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場目前以何種方式推廣及推廣的情形如何?

文化協會那一群有理想的年輕人，他們把鹽田重建起來的目的並不是要做觀光的，是要讓那些學生跟旅客來到這裡知道鹽的歷史、鹽如何曬跟做一些體驗，把這裡有關鹽的東西推廣出去。說到這個推廣嘛，那時候搞了很多活動很熱鬧，像很多學校的校外教學都是過來這裡體驗的，以接團的方式為主，也有一些是遊覽車載來一團一團的遊客，以前還有一些大學生來打工跟來幫忙的，經過他們的創意來推廣洲南，還有請一些藝術家來設計很多的藝術品、牆壁、外觀等等，每年辦的謝鹽祭也有請很多人來表演跟迎神繞境等等的活動，新聞、報紙上也有看到洲南鹽場活動推廣的報導，連電視節目都有來這裡拍攝喔!我老婆還有看到我上電視，哈哈!還有經過網路的方式，但是我老灰啊不懂那

較乾淨就是了。現在的人一定會喜歡天然的鹽，像洲南曬出來的這個鹽就是人家喜歡的天然的鹽，會比化學的精鹽不知道什麼做的好多了。

2-1

要讓那些學生跟旅客來到這裡知道鹽的歷史、鹽如何曬跟做一些體驗，把這裡有關鹽的東西推廣出去。像很多學校的校外教學都是過來這裡體驗的，以接團的方式為主，還有一些大學生來打工跟來幫忙的，經過他們的創意來推廣洲南，還有請一些藝術家來設計很多的藝術品、牆壁、外觀等等，每年辦的謝鹽祭也有請很多人來表演跟迎神繞境等等的活動，新聞、報紙上也有看到洲南鹽場活動推廣的報導，連電視節目都有來這裡拍攝，還有經過網路的方式。還有導覽跟曬鹽體驗的推廣。洲南也慢慢在賣他們曬的鹽跟自己開發的產品，聽說賣的很不錯，產品推廣的很成功。

<p>個，推廣的方式講起來一大堆。我還記得重建的初期，我在那裡協助<u>導覽</u>的時候，雖然不太會表達，但都會幫忙解說及表演如何曬鹽給遊客看，教他們海水怎麼引進來，如何一格一格的移動把海水曬成鹽，再用一些工具來收鹽、挑鹽、堆鹽，這應該也算<u>曬鹽體驗的推廣</u>吧!現在洲南也慢慢在賣他們曬的<u>鹽</u>跟自己開發的產品，聽說賣的很不錯，<u>產品推廣的很成功。</u></p>	
<p>2.依您的觀察，來洲南鹽場參訪的遊客數如何?又以何種型態的遊客居多?</p> <p>我感覺來的<u>觀光客</u>是不多啦!不會說很大一群出現在鹽場，但是<u>學生</u>卻是很多，有時候還會看到三四台遊覽車來，那應該就有上百人了，但是實際上的情形我就不清楚了。那<u>遊客的型態</u>我看幾乎都是學生為主，大人不多，家庭的也不多，來的車子也不多，大概就是這個樣子。</p>	<p>2-2</p> <p>觀光客是不多，學生卻是很多。遊客的型態幾乎都是學生為主，大人不多，家庭的也不多，來的車子也不多。</p>
<p>第三部份: 洲南鹽場如何推廣及推廣的方式</p> <p>1.您認為擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場要如何推廣?以何種方式推廣?</p> <p>其實，那時候我在洲南幫忙的期間只知道要多生產些鹽，所以我建議的都是如何增加產量，但是他們跟我說要走的是文化不求產量的，那時候理念真的很不同，所以要如何推</p>	<p>3-1</p>

廣喔!這個就要靠文化協會那群年輕人去傷腦筋了，我老灰啊不太懂這個，我知道可以推廣的就是剛剛講的那些了。不過我覺得這種傳統的粗鹽倒是可以朝醃東西用的鹽這方面來推廣看看，因為現在沒人曬鹽，粗鹽就越來越難取得了，像醃菜圃醃醬瓜這類的，如果用那種進口的粗鹽，顆粒太大很難溶化，等過了好幾天溶化的時候東西早都壞掉了，所以必須先磨碎才能使用，而我們洲南的這個瓦盤式鹽田曬出來的鹽又細又白又乾淨，品質很明顯就高過進口的一截，那如果用台鹽的精鹽又太鹹，醃出來的東西又沒有特別的滋味不會甘，所以我覺得還是傳統的日曬鹽好，這是一個值得推廣的優點。

2.在產業轉型上，您認為台鹽生技的轉型如何?是否有使用過台鹽生技的產品?又使用過後的感覺如何?

那還用說，當然是成功啊!以前台鹽都是只收鹽、洗鹽、賣鹽而已，現在很厲害什麼都賣，一堆生活用品連保養品都有了，真的是時代不同了。台鹽以前就好像我們的老闆一樣，裡面的廠務員就像是長官，自己曬的鹽也通通交到台鹽去，一直到現在我還是很信賴台鹽對它有一份感情在，所以家裡的東西都是買台鹽的產品，醬油、鹽巴、肥皂、牙膏、礦泉水等等的都是。用過當然就是讚啊!自己

傳統的粗鹽倒是可以朝醃東西用的鹽這方面來推廣看看，像醃菜圃醃醬瓜這類的，如果用那種進口的粗鹽，顆粒太大很難溶化，等過了好幾天溶化的時候東西早都壞掉了，所以必須先磨碎才能使用，而我們洲南的這個瓦盤式鹽田曬出來的鹽又細又白又乾淨，品質很明顯就高過進口的一截，那如果用台鹽的精鹽又太鹹，醃出來的東西又沒有特別的滋味，所以我覺得還是傳統的日曬鹽好，這是一個值得推廣的優點。

3-2

那還用說，當然是成功啊!以前台鹽都是只收鹽、洗鹽、賣鹽而已，現在很厲害什麼都賣，一堆生活用品連保養品都有了，所以家裡的東西都是買台鹽的產品，醬油、鹽巴、肥皂、牙膏、礦泉水等等的都是。用過當然就是讚啊!自己的台鹽的東西那有說不好的。

的台鹽的東西那有說不好的，雖然現在的鹽都是進口的已經不是我們曬的了，但是就是已經有感情了。



訪談編號：C

訪談對象：布袋鎮公所主管

訪談日期：2017.12.05

訪談地點：布袋鎮公所

訪談方式：深度訪談並錄音

訪談之逐字稿內容	編碼分析
<p>第一部分: 洲南鹽場發展的歷史及生產的概況</p> <p>1.就您所知，請概述洲南鹽場的歷史?</p> <p>就我所知<u>洲南鹽場</u>是很有歷史的，印象中在布袋地方誌裡好像有看過，<u>在清朝時期布袋新厝這個地區就已經有鹽場，而且是在那個時期的台灣數一數二大的鹽場，布袋沿海這一帶的人民也幾乎都是曬鹽維生，算一算鹽業的歷史也應該有兩三百年了。</u>但實際相關的歷史跟發展還是得去請教布袋嘴文化協會的蔡總幹事，他對這方面有特別去研究，鹽的歷史問他就對了。</p>	<p>1-1</p> <p>洲南鹽場是很有歷史的，在清朝時期布袋新厝這個地區就已經有鹽場，而且是在那個時期的台灣數一數二大的鹽場，布袋沿海這一帶的人民也幾乎都是曬鹽維生，算一算鹽業的歷史也應該有兩三百年了。</p>
<p>2.就您所知，請描述洲南鹽場自廢除曬鹽後重建的歷程?</p> <p>因為我也是布袋這邊的在地人住了 50 幾年，以前曾聽那些老鹽工說台鹽後來在十幾二十年前開始<u>廢除曬鹽</u>，結果那些鹽田就荒廢了，雖然這個時代曬鹽的人已經不多了。<u>一直到蔡總幹事等人成立的布袋嘴文化協會，自己寫計劃書去跟中央申請復曬這片有歷史</u></p>	<p>1-2</p> <p>廢除曬鹽後，直到袋嘴文化協會自己寫計劃書去跟中央申請復曬這片有歷史的鹽田，並且透過嘉義縣政府文化觀光局去跟國有財產署申請，撥用了這片土地給該協</p>

的鹽田，並且透過嘉義縣政府文化觀光局去跟國有財產署申請，撥用了這片土地給該協會代管，就是撥龍江社區旁邊這片 20 幾公頃的鹽地給他們去規劃，做成一個示範區，而且聽說每年都有經費給他們去運用，所以重建洲南鹽場裡面的硬體及軟體設備差不多都是跟政府申請來的，不過他們也很努力做的也很不錯，當中當然他們也有請一些老鹽工來恢復這片廢曬很久的鹽田，不然這項技術沒人傳承會失傳的。

3.您對政府單位在傳統產業文化的保存上有什么建議?

我覺得文化是一個國家很重要的資產，也是一個國家人文的象徵，從前有文建會來從事文化保存跟文化推廣這類的工作，文建會後來也改成文化部層級更高了，既然層級提高勢必會有較多的經費跟人力可以來推動文化的相關事宜。當然文化保存的工作要全靠政府是很難的，所以必須靠很多的民間團體、文化協會、法人等等的來協助推動，因為這些團體裡面有的有這方面的專業，有的是文化工作者，有的則是對這方面很有熱忱，甚至很多是各個領域的老前輩。所以政府必須將這些人凝聚起來，讓他們有可以發揮的空間，協助、輔導他們來做這些文化保存的工作，像是給予他們資金、土地、法源、人才

會代管，就是撥龍江社區旁邊這片 20 幾公頃的鹽地給他們去規劃，做成一個示範區，也有請一些老鹽工來恢復這片廢曬很久的鹽田，不然這項技術沒人傳承會失傳的。

1-3

文化部層級更高了，既然層級提高勢必會有較多的經費跟人力可以來推動文化的相關事宜。文化保存的工作要全靠政府是很難的，所以必須靠很多的民間團體、文化協會、法人等等的來協助推動，因為這些團體裡面有的有這方面的專業，有的是文化工作者，有的則是對這方面很有熱忱，甚至很多是各個領域的老前輩。政府必須將這些人凝聚起來，讓他們有可以發揮的空間，協助、輔導他們來做這些文化保存的工作，像是給予他們資金、土地、

<p>等等的協助，例如我們這邊的布袋嘴文化協會，經過他們的努力把洲南的鹽業傳統文化保存了下來，就是個最好的例子。</p>	<p>法源、人才等等的協助。</p>
<p>4.您覺得傳統的日晒鹽與現代的精鹽有何不同?</p> <p>以前老人家都說<u>傳統的日曬粗鹽有殺菌的效果，而且用在醃漬上比較有好味道，食物也比較不會腐敗，就像古早時代的冰箱一樣。</u>我個人覺得<u>日曬粗鹽帶點苦味及甘味但感覺上比較天然，我還覺得粗鹽做的「鹽焗蛋」特別好吃，因為喜歡這個懷舊的口味，而現代的精鹽多半都是進口的，口味比較多但是不知道有沒有亂添加，不過感覺起來是比較乾淨衛生，在這個食安問題很嚴重的時代，傳統的日曬鹽還是比較可以信賴的，所以我覺得是各有優缺點啦!</u></p>	<p>1-4</p> <p>傳統的日曬粗鹽有殺菌的效果，而且用在醃漬上比較有好味道，日曬粗鹽帶點苦味及甘味但感覺上比較天然，現代的精鹽多半都是進口的，口味比較多但是不知道有沒有亂添加，不過感覺起來是比較乾淨衛生，在食安問題很嚴重的時代，傳統的日曬鹽還是比較可以信賴的。</p>
<p>第二部分:洲南鹽場目前推廣的情形</p> <p>1.就您所知,擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場目前以何種方式推廣及推廣的情形如何?</p> <p>我知道洲南鹽場<u>每年都會有一個活動主軸，在每年固定時間都會舉辦”謝鹽祭”活動，然後透過發放文宣、把活動資訊放上網站、網路徵才、跟學校合作等等的方式推廣宣傳邀請民眾來參觀。像從台南永康迎請鹽行天后宮的媽祖來坐鎮，接著就神明祈福踩街等</u></p>	<p>2-1</p> <p>每年都會有一個活動主軸，在每年固定時間都會舉辦”謝鹽祭”活動，透過發放文宣、把活動資訊放上網站、網路徵才、跟學校合作等等的方式推廣宣傳邀請民眾來參觀。像從台南永康迎請鹽行天后宮的媽祖、鹽村迎神繞境活動、學校的環境教</p>

等的鹽村迎神繞境活動，還有很多學校的環境教育課程也是都來這裡參觀體驗，透過實地地下鹽田去操作各種工具跟流程來體驗曬鹽的辛苦跟樂趣，我看那些小朋友都玩得很開心。洲南也很用心的在研發各種可以跟鹽搭配的美食，我最喜歡的鹽焗蛋也是其中一種，甚至還有把曬出來的特色鹽放到網拍上去賣，但是賣得怎麼樣我就不曉得了。前陣子還有跟森永公司合作，開發出新口味的牛奶糖，而且產品已經在市面上賣了，有小朋友來玩的時候還會送給他們吃，我這邊也有好幾盒，呵呵!而且他們還有一些導覽的活動，我沒記錯的話是用接受預約的方式，聽說常常預約到爆滿，那些都市的小孩就喜歡玩這種鄉村體驗的，所以我個人覺得推廣的滿成功的，就我知道洲南鹽場目前推廣的情形大概就這一些，因為接收到的相關資訊有限。

2.依您的觀察，來洲南鹽場參訪的遊客數如何?又以何種型態的遊客居多?

遊客方面我覺得以這種小規模的景點來說，數量算不少，常常會看到有遊覽車或者校車幾台停在門口，有時候是看到路邊停了一堆車。最常看到有些爸媽帶小孩來參觀，或者老師帶學生來戶外教學，多數還是以家庭、學生跟團體遊客居多。不過我覺得雖然路邊

育課程、研發各種可以跟鹽搭配的美食、把曬出來的特色鹽放到網拍上去賣、跟森永公司合作開發出新口味的牛奶糖、還有一些導覽的活動用接受預約的方式，我個人覺得推廣的滿成功的。

2-2

以這種小規模的景點來說，數量算不少，常常會看到有遊覽車或者校車幾台停在門口，有時候是看到路邊停了一堆車。最常看到有些爸媽帶小孩來參觀，或者老師帶學生來戶外教學，多數還是以家庭、學生跟團體遊客居多。

<p>都可以停車，但是還是有個停車場會比較理想，以後如果規模做比較大了就不會有停車問題，而且這條路也不大，如果太多遊覽車也是會影響交通，畢竟現在的景點交通跟停車都是一個很嚴重的問題，間接影響到遊客的重遊意願。</p>	
<p>3.您覺得遊客參訪的期間對在地的環境、交通及社區上有何影響?</p> <p>就像上面講的交通問題，這是每一個景點的通病，<u>在地居民與遊客之間的想法不同，遊客希望車停離景點越近越好可以少走很多路，但是居民希望遊客把車停遠不要影響到他們通行，不過洲南這邊基本上不會湧入太多遊客，這個交通問題因該不會產生。至於環境上我覺得倒是沒什麼影響，因為遊客都是直接進到洲南鹽場的區域內活動，也沒造成什麼垃圾的問題。對社區這邊的影響我想也是沒有，沒聽過龍江社區有居民抱怨，而且洲南鹽場他們自己也應該滿注重這些的，所以這幾點我覺得並沒有什麼影響。</u></p>	<p>2-3</p> <p>在地居民與遊客之間的想法不同，遊客希望車停離景點越近越好可以少走很多路，但是居民希望遊客把車停遠不要影響到他們通行，洲南這邊基本上不會湧入太多遊客，這個交通問題因該不會產生。環境上我覺得倒是沒什麼影響，也沒造成什麼垃圾的問題。對社區這邊的影響我想也是沒有，沒聽過新厝社區有居民抱怨。</p>
<p>第三部份: 洲南鹽場如何推廣及推廣的方式</p> <p>1.請問貴單位在洲南鹽場的推廣上扮演什麼角色?又以何種方式協助推廣?</p> <p>在推廣上扮演的角色，<u>我想是站在一個輔助者的角色吧!因為主要的規畫跟執行都是布</u></p>	<p>3-1</p> <p>我想是站在一個輔助者的角色吧!因為主要的規畫跟執行都是布袋嘴文化協會一</p>

<p>袋嘴文化協會一手包辦，如果他們有什麼需求才會請我們公所來協助，最主要還是縣府那邊的經費、計畫跟活動等等的協助會來的比較大，畢竟公所在財力、物力、人力上會比較短缺，你也知道能做的實在很有限。至於在協助推廣方面，我們公所及縣府網站上的旅遊資訊，都會刊登洲南鹽場的相關位置及資訊來供民眾參考利用。另外洲南在辦活動的時候像謝鹽祭等等，我們鎮長也會到現場參與，並且提供活動所需的協助。還有曬鹽需要引進海水，但是公所為了防止颱風天跟梅雨季造成的海水倒灌、淹水的問題，都會設置很多的水門來防止海水灌入，但是曬鹽又偏偏必須引海水進來，就變成一個讓海水進不來一個又需要海水進來，所以這方面就需要公所這邊來協助開水門跟水門的維護，還有跟水門管理員引海水進來的時間上的配合，這點由公所協助他們能引進海水來曬鹽，才能推廣傳統的日曬鹽。再來就是洲南鹽場舉辦活動的時候，協助他們在各個公佈欄跟場所張貼宣傳海報，讓更多人知道這個資訊，我想以公所的立場能協助他們推廣的大概就這些方面了。</p> <p>2.您能舉出有哪些傳統產業文化推廣成功的例子?有何值得學習之處?</p> <p>像三義的木雕我個人覺得就推廣得很成功，</p>	<p>手包辦，如果他們有什麼需求才會請我們公所來協助。公所及縣府網站上的旅遊資訊，都會刊登洲南鹽場的相關位置及資訊來供民眾參考利用。洲南在辦活動的時候像謝鹽祭等等，我們鎮長也會到現場參與，並且提供活動所需的協助。曬鹽需要引進海水，公所這邊來協助開水門跟水門的維護，還有跟水門管理員引海水進來的時間上的配合，這點由公所協助他們能引進海水來曬鹽，才能推廣傳統的日曬鹽。洲南鹽場舉辦活動的時候，協助他們在各個公佈欄跟場所張貼宣傳海報，讓更多人知道這個資訊。</p> <p>3-2</p> <p>三義的木雕就推廣得很成功，讓人講到三</p>
--	--

讓人講到三義就會想到木雕；講到木雕就會想到三義，就我知道的，他們把從事傳統木雕的產業都集中在一個區域，利用地方的特色產業發展出一個地區性的產業，這點規畫得很成功，而且還成立了木雕博物館，把木雕的器具、製程、藝術品等等的都收藏在館內，我以前有去參觀過感覺像經歷了一場木雕之旅，讓人印象深刻。另外像鶯歌的陶瓷，也是形成一個地區性的特色產業，裡面不僅陶瓷商品應有盡有還有很多文創的商品，印象最深刻的是可以讓人用胚土 DIY 再把自己親手做的成品寄到你手裡，相當的有紀念性，他們那邊一樣也是有個陶瓷博物館，你覺不覺得似乎地區性的特色產業都會有那個產業的博物館，我感覺鶯歌也是個推廣得相當成功的例子。還有像苗栗大湖的草莓，我不知道這算不算是傳統文化產業，但是如果講到草莓絕不做他想就是苗栗大湖，很多草莓類的商品也是都打著大湖的名號，他們也是有做出特色才能聞名的。這些傳統產業的復興都有一些值得學習之處。

3.您覺得洲南鹽場在推廣上有何優勢及劣勢?

在優勢方面，布袋這邊的洲南鹽場應該是發展歷史最悠久的鹽場之一吧!所以它是有歷史背景的，相對的也會形成一種很有歷史的鹽業文化，利用歷史的文化背景來推廣我想

義就會想到木雕；講到木雕就會想到三義，把從事傳統木雕的產業都集中在一個區域，利用地方的特色產業發展出一個地區性的產業，這點規畫得很成功，而且還成立了木雕博物館，把木雕的器具、製程、藝術品等等的都收藏在館內。鶯歌的陶瓷，也是形成一個地區性的特色產業，裡面不僅陶瓷商品應有盡有還有很多文創的商品，那邊一樣也是有個陶瓷博物館。還有像苗栗大湖的草莓，如果講到草莓絕不做他想就是苗栗大湖。這些傳統產業的復興都有一些值得學習之處。

3-3

優勢方面，布袋這邊的洲南鹽場應該是發展歷史最悠久的鹽場之一，它是有歷史背景的，利用歷史的文化背景來推廣我想也是個賣點。汙染較少，海水曬出來的鹽品

也是個賣點。再來嘉義布袋沿海這邊的汙染較少，海水曬出來的鹽品質也會來的比較好，應該可以滿足時下社會大眾對食安的訴求，所以優質的而且有特色的鹽產品，我想也是一個有別於其他地方推廣的優勢。另外以目前洲南這邊的交通來看，我覺得算相當便利，台 61 線下來馬上就到了而且離東西向也近，不管是要走高速公路接東西向或者東西向接台 61 線下布袋，都很好走也很快，而且一路到洲南這邊都不會塞車，停車也方便，現在許多景點的通病都是塞車不然就是難停車，這會嚴重影響到遊客來玩的意願，所以交通跟停車是個很重要的課題。還有這邊保留了很多傳統鹽業的地情地貌，甚至曬鹽的工法工具等等，環境也很天然沒經過太多人工的雕琢，很適合做生態教育、環境教育的導覽，這些是我想到的優勢。

至於劣勢方面，我覺得洲南這邊的規模比較小，只有發展在一個小小的區域，沒有像七股鹽場那種比較大規模或像鶯歌那樣整體區域的規劃，所以發展就會比較有限。還有在台灣僅存的鹽場裡面，像七股、北門、通霄這些都是比較有名的，因為洲南鹽場這幾年才由布袋嘴文化協會爭取到，然後才開始做規劃跟推廣，發展觀光也比較晚，所以要能做出區隔跟自己的特色才能吸引遊客，不然實在很難跟它們競爭。

質也會來的比較好，可以滿足時下社會大眾對食安的訴求，所以優質的而且有特色的鹽產品，也是一個有別於其他地方推廣的優勢。這邊的交通相當便利，都不會塞車，停車也方便。這邊保留了很多傳統鹽業的地情地貌，甚至曬鹽的工法工具等等，環境也很天然沒經過太多人工的雕琢，很適合做生態教育、環境教育的導覽。

劣勢方面，這邊的規模比較小，只有發展在一個小小的區域，所以發展就會比較有限。洲南鹽場這幾年才由布袋嘴文化協會爭取到，然後才開始做規劃跟推廣，發展觀光也比較晚，所以要能做出區隔跟自己的特色才能吸引遊客，不然實在很難跟它們競爭。

4.您認為擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場要如何推廣?以何種方式推廣?

就我知道的，洲南他們自己已經有在做很多推廣的工作，也做了很多層面的推廣，如果還要我再作建議的話，就像剛剛說到的，每個地區性的特色產業似乎都有一個那個產業的博物館，雖然七股那邊已經有一個台灣鹽博物館，但是我們可以再以不同的鹽業文化內涵來設立我們洲南鹽場自己的鹽業博物館，七股那邊是比較偏向觀光旅遊類型的，我們則可以做比較有深度的知性之旅。我沒記錯的話，目前的洲南這邊佔地有 20 幾公頃，如果在園區內設立一個鹽業歷史博物館，將以前那些鹽業輝煌歷史的史料、器具、工法等等的收存在館內，再配合整個園區的導覽、天然的環境、實作 DIY 體驗、鹽的特色產品、鹽的美食等等，整個做一個完整的園區規劃，我想是可以做出自己的特色的。再配合學校的校外參觀跟畢業旅行；還有經由文宣傳單的發放，像透過學校發給學生、夾報紙、擺在店家；或者經由時下最流行網路的方式，像成立專屬網站、FB、粉絲團、官方網站的旅遊指引、旅遊住宿網站、部落客等等的方式；甚至電視媒體、新聞、廣告之類的方式來推廣推撥，都是一些不錯的推廣方式。目前想到的大概就這些，如果等等

3-4

每個地區性的特色產業似乎都有一個那個產業的博物館，雖然七股那邊已經有一個台灣鹽博物館，但是我們可以再以不同的鹽業文化內涵來設立我們洲南鹽場自己的鹽業博物館，可以做比較有深度的知性之旅。將以前那些鹽業輝煌歷史的史料、器具、工法等等的收存在館內，再配合整個園區的導覽、天然的環境、實作 DIY 體驗、鹽的特色產品、鹽的美食等等，整個做一個完整的園區規劃，我想是可以做出自己的特色的。再配合學校的校外參觀跟畢業旅行；還有經由文宣傳單的發放，像透過學校發給學生、夾報紙、擺在店家；或者經由時下最流行網路的方式，像成立專屬網站、FB、粉絲團、官方網站的旅遊指引、旅遊住宿網站、部落客等等的方式；甚至電視媒體、新聞、廣告之類的方式來推廣推撥，都是一些不錯的推廣方式。

還有想到的話再補充。

5.在產業轉型上，您認為台鹽生技的轉型如何?是否有使用過台鹽生技的產品?又使用過後的感覺如何?

我個人是覺得台鹽轉型的很成功，一個老產業經過轉型的方式從新站起來，而且搭上時下很流行的生技產業，還有在台灣人的觀念裡，一般民眾都會覺得國營事業的產品比較有保障，所以產品也賣得很不錯有一定的口碑。至於台鹽生技的產品喔!我家裡是有在用台鹽的肥皂跟牙膏啦!我老婆也很愛用台鹽的醬油，每次都一箱一箱的在買，雖然比較貴但是她覺得吃起來比較安心。就我用過那些產品的感覺都很不錯，像肥皂跟牙膏我已經洗了很多年用到都ㄉㄟㄟ~咧啊!醬油也是吃的很習慣了，關於台鹽生技這方面大概就這樣。

3-5

我個人是覺得台鹽轉型的很成功，一個老產業經過轉型的方式從新站起來，而且搭上時下很流行的生技產業。我家裡是有在用台鹽的肥皂、牙膏跟醬油，用過那些產品的感覺都很不錯。

訪談編號：D

訪談對象：雲嘉南濱海國家風景區管理處主管

訪談日期：2017.12.06

訪談地點：雲嘉南濱海國家風景區管理處布袋站辦公室

訪談方式：深度訪談並錄音

訪談之逐字稿內容	編碼分析
<p>第一部分: 洲南鹽場發展的歷史及生產的概況</p> <p>1.就您所知，請概述洲南鹽場的歷史?</p> <p>我先提一下雲管處跟鹽業的淵源，我們雲嘉南濱海國家風景區管理處於民國 92 年 12 月在北門成立，後來接手了當時台南縣政府委託管理的北門井仔腳鹽田跟舊埕鹽田，過了幾年後，為了呈現傳統鹽業的歷史跟文化，陸續委託布袋嘴文化協會的蔡總幹事等人做了「臺灣鹽業遺址史料回溯與潛力景點開發規劃」的專案；及出版了「台灣-鹽」這本鹽業文化的專書。至於洲南鹽場的歷史，我印象中在文獻裡有看過<u>洲南鹽場</u>這個名稱最早是出現在清代，位置大概在現今的台南市永康區內，後來清代時期接連被洪水破壞，被迫遷徙了幾個地方，最後才整個搬到現在的<u>布袋鎮新厝</u>這個地區，少說也有兩百年的歷史了，但是確切的時間我不清楚，還要再去查資料。</p>	<p>1-1</p> <p>洲南鹽場這個名稱最早是出現在清代，位置大概在現今的台南市永康區內，後來清代時期接連被洪水破壞，被迫遷徙了幾個地方，最後才整個搬到現在的布袋鎮新厝這個地區，少說也有兩百年的歷史了。</p>
<p>2.就您所知，請描述洲南鹽場自廢除曬鹽後重</p>	<p>1-2</p>

建的歷程?

關於洲南鹽場廢曬後的重建歷程喔!我記得那個時候台鹽因為人工曬鹽的成本比較高而進口的鹽相對便宜很多，所以那時全台灣的鹽業都全面停曬了，但是在哪一年我不清楚。然後是布袋嘴文化協會的蔡總幹事等人出於對鄉土文史保存的熱情，寫了計畫書送到當時的文建會去申請經費來重建鹽田，因為台鹽那時民營後把土地都繳回國有財產局了，最後透過縣政府向國有財產局申請，撥了現在布袋嘴文化協會在管理的那片土地給他們規畫使用，才有現在的洲南鹽場，不過聽說重建的初期很不順利，是一個很辛苦的重建過程。

3.您對政府單位在傳統產業文化的保存上有什么建議?

其實在傳統產業文化的保存上這個業務相關的單位很多，像是文化部、教育部、縣市政府還有我們交通部觀光局的雲管處也是，甚至是剛剛說到的國有財產局，很多政府單位都可以為傳統產業文化的保存及推廣上盡一份心力，或者說是盡一點責任吧!而我們常說的台灣在地傳統產業的糖、鹽、酒雖然已經不是這個時代的重點產業，而且大多已經停擺不生產了，但是有些政府單位跟很多民間團體，卻漸漸的重視到這些快要消失的傳統

那時全台灣的鹽業都全面停曬了，布袋嘴文化協會的蔡總幹事等人出於對鄉土文史保存的熱情，寫了計畫書送到當時的文建會去申請經費來重建鹽田，最後透過縣政府向國有財產局申請，撥了現在布袋嘴文化協會在管理的那片土地給他們規畫使用，才有現在的洲南鹽場。

1-3

台灣在地傳統產業的糖、鹽、酒雖然已經不是這個時代的重點產業，而且大多已經停擺不生產了，但是有些政府單位跟很多民間團體，卻漸漸的重視到這些快要消失

產業它的文化保存，慢慢的也有在做這方面的努力。不過我個人覺得文化的保存需要大量的財力、人力跟物力甚至是土地、政策跟法規面的東西，這相關到很多部會的權責，要通盤的來規劃跟跨部會的合作才行。我是覺得應該由一個部會出來主導，例如文化部，再訂出相關的法條跟執行規則，責由各權責單位來執行，最後再由文化部來將這些成果彙整完成。這些是我的一個看法啦!!

4.您覺得傳統的日晒鹽與現代的精鹽有何不同?

現在市面上看的到的鹽種類很多，大賣場調味料那一區光鹽就讓人看到眼花撩亂了，像吃牛排就會撒的玫瑰鹽，吃燒烤用的岩鹽，還有什麼湖鹽、結晶鹽、加碘鹽，我們家是用健康低鈉鹽，還有很多名稱我記不得了。如果單就台灣傳統的日晒鹽跟現在常吃的精鹽比的話，日晒粗鹽有其特色而且比較天然，我覺得除了顆粒的大小外就是鹹味上的差別，以前小時候吃的粗鹽除了會鹹外還覺得會有種苦甘苦甘的感覺，還外帶有一種海的味道但是我不會形容那是什麼滋味，拿來醃東西也特別對味。而現在吃的精鹽感覺就是正常的鹽而已沒什麼特別的，不過到處都買的到比較方便，連雜貨店都有，泡在水裡也很快就化掉了，洗蔬果很方便，這些是我

的傳統產業它的文化保存。個人覺得文化的保存需要大量的財力、人力跟物力甚至是土地、政策跟法規面的東西，這相關到很多部會的權責，要通盤的來規劃跟跨部會的合作才行。我是覺得應該由一個部會出來主導，例如文化部，再訂出相關的法條跟執行規則，責由各權責單位來執行，最後再由文化部來將這些成果彙整完成。

1-4

日晒粗鹽有其特色而且比較天然，我覺得除了顆粒的大小外就是鹹味上的差別，粗鹽除了會鹹外還覺得會有種苦甘苦甘的感覺，還外帶有一種海的味道但是我不會形容那是什麼滋味，拿來醃東西也特別對味。精鹽感覺就是正常的鹽而已沒什麼特別的，不過到處都買的到比較方便，連雜貨店都有，泡在水裡也很快就化掉了，洗蔬果很方便。

覺得兩者之間的差別。

第二部分:洲南鹽場目前推廣的情形

1.就您所知,擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場目前以何種方式推廣及推廣的情形如何?

因為布袋嘴文化協會重建洲南鹽場的目的,是要將洲南塑造成一塊有歷史文化的鹽田,因為怕遊客多會破壞這邊天然的環境,所以堅持不做大眾旅遊,只朝比較著重文化的小眾旅遊跟特色旅遊這方面走。我是聽說他們目前著重在環境教育這一塊,很多學校的校外參觀、環境教育及生態課程都是來洲南鹽場這邊,洲南他們也會為遊客做導覽解說,還有一些體驗跟 DIY 的活動之類的,甚至帶遊客到布袋這邊的舊漁村小巷去做參觀導覽,裡面有很多舊式建築,還有咕佬石砌牆的房子,也有像摸乳巷的那種,古色古香的充滿人文氣息,我們雲管處也是有意來發展那一塊,做成一個景點。再來鹽產品的行銷推廣上,他們有透過網路來行銷自己曬出來的鹽商品,也有在發展異業結盟,印象中就有布袋這邊的新來源醬園用洲南的鹽來做醬油,內田那邊的菜圃工廠用來醃菜圃,好像還有聽說其他外地的廠商用洲南的鹽來生產產品,但是我不是很清楚詳細的情形。整體看來洲南鹽場在推廣上有推旅遊也有推產品,也算是把這傳統的鹽業推廣的不錯了!

2-1

重建洲南鹽場的目的,是要將洲南塑造成一塊有歷史文化的鹽田,所以堅持不做大眾旅遊,只朝比較著重文化的小眾旅遊跟特色旅遊這方面走。目前著重在環境教育這一塊,他們也會為遊客做導覽解說,還有一些體驗跟 DIY 的活動,甚至帶遊客到布袋這邊的舊漁村小巷去做參觀導覽。

鹽產品的行銷推廣上,他們有透過網路來行銷自己曬出來的鹽商品,也有在發展異業結盟,有布袋這邊的新來源醬園用洲南的鹽來做醬油,內田那邊的菜圃工廠用來醃菜圃,好像還有聽說其他外地的廠商用洲南的鹽來生產產品。

<p>2.依您的觀察，來洲南鹽場參訪的遊客數如何?又以何種型態的遊客居多?</p> <p>因為洲南鹽場這邊只做小眾旅遊跟特色旅遊，而且是用預約接團的方式為主，所以遊客的型態就是以團客跟學生居多散客較少，那當然遊客數就不比大眾旅遊的大批人潮來的多，雖然遊客數是旅遊景點做得好不好最直接的指標，但就像吃東西有人喜歡吃到飽有人喜歡吃精緻的一樣，各有所好啦!實際的遊客數還是必須問洲南那邊，他們或許會提供統計數據給你參考。</p>	<p>2-2</p> <p>洲南鹽場這邊只做小眾旅遊跟特色旅遊，而且是用預約接團的方式為主，所以遊客的型態就是以團客跟學生居多散客較少，那當然遊客數就不比大眾旅遊的大批人潮來的多。</p>
<p>3.您覺得遊客參訪的期間對在地的環境、交通及社區上有何影響?</p> <p>一個景點對在地最大的影響不外乎就是交通、停車、垃圾跟環境這些問題。洲南鹽場這邊是少量接團並沒有塞車的困擾，不會像高跟鞋教堂剛蓋的初期一樣大塞車。還有像我們的另一個景點好美里的 3D 彩繪村，因為它村莊裡面的道路普遍都比較狹小，停車問題就形成一個很大的困擾，所以我們只好在入口規畫停車場，讓遊客徒步進去，至於洲南是接小團客而且路邊都可以停車，所以停車問題也不大。不過像這些遊客爆量的景點，除了交通跟停車問題外，<u>垃圾也是一個很大的問題</u>，就曾經有居民跟我們投訴說，</p>	<p>2-3</p> <p>景點對在地最大的影響不外乎就是交通、停車、垃圾跟環境這些問題。洲南鹽場這邊是少量接團並沒有塞車的困擾，洲南是接小團客而且路邊都可以停車，所以停車問題也不大。垃圾也是一個很大的問題，這點當然洲南有在控制遊客量就不會有這個問題。洲南鹽場的位置也不是在社區裡面，它剛好在社區的外圍，比較不會影響居民的安寧。所以綜觀這些景點常有的困擾，洲南這邊並沒有。</p>

他家門口用來放蚵殼的籃子都會被當成垃圾桶，每天傍晚就變得跟垃圾堆一樣，不清都不行，這點當然洲南有在控制遊客量就不會有這個問題。另外，也有居民跟我們反映常常都會有遊客去他家借廁所，不然就是在他家外面探頭探腦，感覺很沒隱私，關於這點，洲南鹽場的位置也不是在社區裡面，它剛好在社區的外圍，比較不會影響居民的安寧。所以綜觀這些景點常有的困擾，洲南這邊並沒有。

第三部份: 洲南鹽場如何推廣及推廣的方式

1.請問貴單位在洲南鹽場的推廣上扮演什麼角色?又以何種方式協助推廣?

洲南鹽場是以自己發展自己開發客源的方式經營，不隨便接外客只採預約的方式接團，再帶遊客去體驗跟導覽，做的跟我們是不一樣的路線，他們走的是深度旅遊、是環境教育，屬於比較小眾的旅遊，而我們走的是大眾旅遊，重點是在遊客數跟地方觀光帶來的發展，所以跟我們較無合作的關係。目前僅有協助洲南結合地區的觀光，還有配合他們辦活動這樣而已，不過我們現在換處長後思維又不同了，開始慢慢在跟他們接洽怎麼來合作，包括我們這方面如何來協助他們行銷，或者在鹽場周邊做一些建設之類的，但是我們做的不見得是他們所要的，走的方向

3-1

洲南鹽場是以自己發展自己開發客源的方式經營，所以跟我們較無合作的關係。目前僅有協助洲南結合地區的觀光，還有配合他們辦活動這樣而已，不過我們現在開始慢慢在跟他們接洽怎麼來合作，包括我們這方面如何來協助他們行銷，或者在鹽場周邊做一些建設之類的，但是我們做的不見得是他們所要的，走的方向不同這點也是我們比較難著力的地方，所以目前雙方暫時比較沒有什麼合作的契機。

不同這點也是我們比較難著力的地方，所以目前雙方暫時比較沒有什麼合作的契機。

2.您能舉出有哪些傳統產業文化推廣成功的例子?有何值得學習之處?

因為傳統產業在現代漸漸的被機器或者進口所取代，所以幾乎無不尋求轉型，轉型的模式也幾乎都是朝向觀光或文創靠攏，這之間當然就會有很多轉型後推廣成功的例子。就像一樣是傳統鹽業的北門井仔腳鹽田跟舊埕鹽田，在我們雲管處接手以後重新規劃下，來客數都很固定，也算做得有聲有色，我們保留了傳統產業文化也做一般的大眾旅遊，同時操作並行，這也算是值得學習之處。另外，像雲林虎尾的台灣興隆毛巾也是一個例子，毛巾業原本在台灣也是已經沒落的夕陽產業，讓曾經有毛巾王國之稱的虎尾也不敵大陸大量且低價的傾銷，不過在下一代年輕人的創新思維與努力之下，經過轉型為觀光工廠，開放民眾參觀讓大家了解毛巾的製作過程，並結合創意研發出這幾年很夯的各種可愛造型毛巾，成功吸引了女性及小孩的主力消費族群，是一個很成功的切入點。還有像有些景點的行銷手法也值得學習，好比在景點設立的初期，都會有意讓它形成交通阻塞、或者一票難求、或者遊客數管制等情形來製造話題，也是一種另類的飢餓行銷，讓

3-2

就像一樣是傳統鹽業的北門井仔腳鹽田跟舊埕鹽田，在我們雲管處接手以後重新規劃下，保留了傳統產業文化也做一般的大眾旅遊，同時操作並行，這也算是值得學習之處。像雲林虎尾的台灣興隆毛巾也是已經沒落的夕陽產業，經過轉型為觀光工廠，開放民眾參觀讓大家了解毛巾的製作過程，並結合創意研發出這幾年很夯的各種可愛造型毛巾，成功吸引了女性及小孩的主力消費族群，是一個很成功的切入點。有些景點的行銷手法也值得學習，好比在景點設立的初期，都會有意讓它形成交通阻塞、或者一票難求、或者遊客數管制等情形來製造話題，也是一種另類的飢餓行銷。

你千辛萬苦來了卻看不到吃不到，下次就還會想再來，這是運用人性的一面，不然如果讓你簡單輕鬆的到了，讓你隨便就看的到吃的到，你就會覺得那沒什麼啊!下次就不會想再來了，這種手法新聞上常常都看的到。

3.您覺得洲南鹽場在推廣上有何優勢及劣勢?

我覺得在優勢方面，洲南這邊走的是文化路線，所以保留了很多傳統的鹽田風光，剛好現在也吹起了一股復古風、懷舊風，可以搭上這個順風車，所以就很適合像我這種四、五年級懷舊的人來走走。還有洲南鹽場是這些復曬鹽田裡面，唯一有在自己曬鹽來推出專屬的特色商品，而且行銷得不錯的點，就是所謂的自產自銷啦!現在食安意識抬頭，只要掛上天然兩個字的幾乎都會得到民眾的歡迎，所以我覺得這是洲南鹽場在推廣上一個很大的優勢。

如果硬要說劣勢的話，我想就是比較沒亮點導致比較沒名氣，所以一般講到鹽場，人家會直覺地想到七股鹽場，並不會直接聯想到洲南鹽場，可見名氣也是很重要的一環，所以如何塑造出名氣便是一個重要的課題。還有洲南鹽場這邊幾乎都是自己發展，其他人或政府單位很難介入，所以規模較小發展也比較有限，不過經營的理念與願景不同，訴求的當然也就不同。還有在宣傳方面也不太

3-3

優勢方面，洲南這邊保留了很多傳統的鹽田風光，剛好現在也吹起了一股復古風、懷舊風，可以搭上這個順風車，所以就適合像我這種四、五年級懷舊的人來走走。洲南鹽場是這些復曬鹽田裡面，唯一有在自己曬鹽來推出專屬的特色商品，而且行銷得不錯的點，現在食安意識抬頭，我覺得這是洲南鹽場在推廣上一個很大的優勢。

劣勢的話，就是比較沒亮點導致比較沒名氣，所以一般講到鹽場，人家會直覺地想到七股鹽場，並不會直接聯想到洲南鹽場；還有這邊幾乎都是自己發展，其他人或政府單位很難介入，所以規模較小發展也比較有限；還有在宣傳方面也不太夠。

夠，現在的民眾都是靠網路、媒體、通訊軟體來選擇旅遊的，這點我想也是可以再努力的。

4.您認為擁有傳統鹽業文化的洲南鹽場要如何推廣?以何種方式推廣?

說到推廣就是所謂的「行銷策略」了，進入到行銷階段的話就有很多手段，剛剛說到的亮點就很重要，像我們雲管處推的北門的鑽石教堂、布袋的高跟鞋教堂、好美里的3D彩繪村，它就是一個亮點，有亮點才能吸引關注跟報導，也才能快速的吸引大量的遊客進而帶動周邊的商業發展。我是有一個想法啦!如果來發展鹽村老街應該有亮點，目前台灣還沒有這類型的老街景點，然後再做出一些古早的東西來跟七股那邊做出差異性，因為七股那邊走的是比較市場化的大眾旅遊，所以比較偏向遊樂設施為主。最後再透過與在地社區連結達到鹽村再造的可能，並結合附近的景點，像高跟鞋教堂、布袋漁市場、好美里3D彩繪、布袋濕地生態園區、觀光漁筏等等，發展成地區性整體的觀光，讓遊客可以待上兩三天。而且現在布袋這邊如雨後春筍的民宿，就可以提供遊客一個在地深度旅遊住宿的地方，也可以把地區旅遊景點訊息的DM委託他們發放，利用結合旅宿業者搭配行銷推廣的方式，才能一條龍式的發揮整

3-4

說到推廣，亮點就很重要，有亮點才能吸引關注跟報導，也才能快速的吸引大量的遊客進而帶動周邊的商業發展。

如果來發展鹽村老街應該有亮點，目前台灣還沒有這類型的老街景點，然後再做出一些古早的東西來跟七股那邊做出差異性，再透過與在地社區連結達到鹽村再造的可能，並結合附近的景點，發展成地區性整體的觀光，讓遊客可以待上兩三天。現在布袋這邊如雨後春筍的民宿，就可以提供遊客一個在地深度旅遊住宿的地方，也可以把地區旅遊景點訊息的DM委託他們發放，利用結合旅宿業者搭配行銷推廣的方式，才能一條龍式的發揮整合的功能，這樣多元化的拓展地區旅遊才有發展性。洲南鹽場內其實也可以多一些小孩的遊樂設施。

合的功能，這樣多元化的拓展地區旅遊才有發展性。另外，我建議洲南鹽場內其實也可以多一些小孩的遊樂設施，大人出門一定是要帶小孩的，有時候大人來到這個景點也都是為了小孩而來的，如果小孩待不住馬上就會吵著要走了，勢必就會待不久，就沒辦法促進觀光跟消費了，我知道這不是洲南的風格，但是這是我的一點看法啦!

5.在產業轉型上，您認為台鹽生技的轉型如何?是否有使用過台鹽生技的產品?又使用過後的感覺如何?

台鹽的轉型喔!基本上我覺得是成功的，至少台鹽不是只有賣鹽了，而是有很多吃的用的商品，之前綠迷雅不是還賣到嚇嚇叫嗎?可見傳統產業轉型的比較多元化了。再來用過台鹽生技的產品這項，我家是有在吃健康低鈉鹽，也有用過台鹽的沐浴乳跟洗髮乳這些產品。那用過之後的感覺，健康低鈉鹽剛好可以符合現代人健康的訴求，鈉太多本來就對身體不好會造成腎臟的負擔，而且現在還有推出加碘鹽呢!洗髮乳跟沐浴乳洗起來我是沒什麼特別的感覺，可能我比較沒神經吧!哈哈~

3-5

基本上我覺得是成功的，至少台鹽不是只有賣鹽了，而是有很多吃的用的商品，可見傳統產業轉型的比較多元化了。我家是有在吃健康低鈉鹽，也有用過台鹽的沐浴乳跟洗髮乳這些產品。健康低鈉鹽剛好可以符合現代人健康的訴求，洗髮乳跟沐浴乳洗起來我是沒什麼特別的感覺。

訪談編號：E

訪談對象：當地里長

訪談日期：2018.01.13

訪談地點：里長家裡

訪談方式：深度訪談並錄音

訪談之逐字稿內容	編碼分析
<p>第一部分:洲南鹽場發展的歷史及生產的概況</p> <p>1.您對政府單位在傳統產業文化的保存上有什么建議?</p> <p>關於傳統產業的文化這方面我實在是沒什麼研究，但是如果說是鹽業文化的保存上我倒是有些看法，畢竟也是在這鹽村長大的特別有感情，<u>如果沒把這些古早的文物保存下來的話，以後我們的後代根本就不知道台灣有曬過鹽這件事了，也不知道他們的祖先曾經是這塊土地上辛勞的鹽工，我想這個必須靠政府這邊來做，結合民間團體的力量一起多方面來進行。那我能配合的就是結合這邊的居民，我們新厝仔本來就是個很有歷史的鹽村，所以像我們這邊比較老一輩的里民絕大多數都有曬過鹽，請他們提供過往曬鹽的工具、文物甚至是技術、歷史，我想他們都會很願意的，這些都是台灣曬鹽的活歷史啊!</u>不過要怎麼保存就必須靠政府單位來傷腦筋了，執行方式跟行政程序方面我外行，基層的里長能做的很有限。</p>	<p>1-1</p> <p>如果沒把這些古早的文物保存下來的話，以後我們的後代根本就不知道台灣有曬過鹽這件事了，這個必須靠政府這邊來做，結合民間團體的力量一起多方面來進行。</p> <p>我能配合的就是結合這邊的居民，絕大多數都有曬過鹽，請他們提供過往曬鹽的工具、文物甚至是技術、歷史，我想他們都會很願意的，這些都是台灣曬鹽的活歷史啊!</p>

<p>第二部分:洲南鹽場目前推廣的情形</p> <p>1.依您的觀察，來洲南鹽場參訪的遊客數如何?又以何種型態的遊客居多?</p> <p>來鹽場的<u>遊客數依我來看不算多，都是一團一團的大約幾十個人左右</u>，除了謝鹽祭會比較熱鬧人比較多以外，團數跟人數倒是都很固定。至於<u>遊客的型態就是團客為主</u>，大部分看到的都是學生，偶爾會看到大人帶小孩的，有遊覽車也有私家轎車過來的，我在這邊出入看到的大致上是這個樣子。</p> <p>2.您覺得遊客參訪的期間對在地的環境、交通及社區上有何影響?</p> <p>平常<u>遊客都是直接進到洲南鹽場裡面去參訪，把車停在洲南鹽場入口的路邊</u>，那條路基本上出入的車輛並不多，大概也都是摩托車、腳踏車而已，所以對我們這邊沒有造成交通上的困擾，車不多也沒有塞車的問題。環境上，因為<u>遊客比較少進到社區裡面</u>，而且我們這邊也沒什麼商店讓遊客進來消費，所以里民沒有跟我反映過有垃圾或安寧的問題。我記得以前偶爾會有一些大學生騎腳踏車來庄裡拜訪，這些學生的規矩很好也很有趣，為我們不是老人就是小孩的社區帶來了一股年輕的氣息，<u>整體上沒對社區這邊造成什麼不好的影響</u>。</p>	<p>2-1</p> <p>遊客數依我來看不算多，都是一團一團的大約幾十個人左右。遊客的型態就是團客為主，大部分看到的都是學生，偶爾會看到大人帶小孩的，有遊覽車也有私家轎車過來的。</p> <p>2-2</p> <p>遊客都是直接進到洲南鹽場裡面去參訪，把車停在洲南鹽場入口的路邊，那條路基本上出入的車輛並不多，沒有造成交通上的困擾，也沒有塞車的問題。遊客比較少進到社區裡面，里民沒有跟我反映過有垃圾或安寧的問題。整體上沒對社區這邊造成什麼不好的影響。</p>
--	--

<p>第三部份: 洲南鹽場如何推廣及推廣的方式</p> <p>1.請問貴單位在洲南鹽場的推廣上扮演什麼角色?又以何種方式協助推廣?</p> <p>關於這個問題的話，<u>我覺得在推廣上扮演的是協助者的角色</u>，因為洲南鹽場位在我們社區旁邊，這一片又是以前老一輩的在曬的鹽田，當初說要重建鹽田的時候，那些里裡面的老鹽工都紛紛贊同，畢竟再回到當初這片熟悉的鹽田，滿滿曾經勞動流汗的過往記憶。<u>洲南鹽場重建的初期，我們這邊就出人出力出技術來協助布袋嘴文化協會，大家動起來慢慢的重新找回這片鹽田</u>，現在洲南這邊經營的的很不錯，而且看到令人懷念的鹽田也已經有在生產，<u>這是我們協助推廣的其中一項</u>。還有社區的這些媽媽跟志工們，在洲南鹽場辦活動的時候去幫忙，展現手藝跟創意，還有的去協助導覽跟幫忙曬鹽等等的，我們這邊協助他們卻也得到很多的成就感跟快樂。<u>有時候辦謝鹽祭一些表演或迎神繞境的活動，都會在庄裡跟卿雲廟前的廣場來進行，那我里長這邊可以做的就是找人來增加陣容，讓場面看起來更熱鬧，或者協調一些器材跟道具之類的</u>，大概就這些方面。</p> <p>2.在產業轉型上，您認為台鹽生技的轉型如何?是否有使用過台鹽生技的產品?又使用過</p>	<p>3-1</p> <p>我覺得在推廣上扮演的是協助者的角色。洲南鹽場重建的初期，我們這邊就出人出力出技術來協助布袋嘴文化協會，大家動起來慢慢的重新找回這片鹽田，這是我們協助推廣的其中一項。還有社區的這些媽媽跟志工們，在洲南鹽場辦活動的時候去幫忙，展現手藝跟創意，還有的去協助導覽跟幫忙曬鹽等等的。有時候辦謝鹽祭一些表演或迎神繞境的活動，都會在庄裡跟卿雲廟前的廣場來進行，那我里長這邊可以做的就是找人來增加陣容，讓場面看起來更熱鬧，或者協調一些器材跟道具之類的。</p> <p>3-2</p>
---	---

後的感覺如何?

轉型當然是成功啊!現在台鹽除了鹽以外，副廠那邊生產了很多生活的用品，聽說生產線一直都很穩定，市場反應也都很不錯，應該是大家對國營事業的產品都很有信心吧!像我們家吃的用的幾乎都是台鹽的產品，鹽啦、肥皂啦、洗髮乳沐浴乳啦、牙膏啦，連我孫子吃的冰棒也都是去鹽山旁邊那個販賣門市買的。至於用過的感覺當然就是都很棒啊!給人就是很天然不黑心的感覺，不然怎麼會家裡都是台鹽的產品。

轉型當然是成功啊!台鹽除了鹽以外，副廠那邊生產了很多生活的用品，聽說生產線一直都很穩定，市場反應也都很不錯。我們家吃的用的幾乎都是台鹽的產品。至於用過的感覺當然就是都很棒啊!給人就是很天然不黑心的感覺。

附錄三:洲南鹽場場區照片(由研究者拍攝)(拍攝時間 107 年 1 月 14 日)



洲南鹽場導覽 DM-1

洲南鹽場導覽 DM-2



洲南鹽場入口意象-1

洲南鹽場入口意象-2



洲南鹽場入口步道意象-再轉風車-1



洲南鹽場入口步道意象-再轉風車-2



洲南鹽場的催生者-布袋嘴文化協會



洲南鹽場場區景觀-懷舊建築-1



洲南鹽場場區景觀-懷舊建築-2



洲南鹽場場區景觀-風雨教室



洲南鹽場場區景觀-創意拼貼-1



洲南鹽場場區景觀-創意拼貼-2



洲南鹽場場區景觀-創意拼貼-3



洲南鹽場場區景觀-鹽史簡介-1



洲南鹽場場區景觀-鹽史簡介-2



洲南鹽場場區景觀-鹽史簡介-3



洲南鹽場場區景觀-車廂廁所-1



洲南鹽場場區景觀-車廂廁所-2



洲南鹽場場區景觀-吳郭魚烤台



洲南鹽場場區景觀-創意造景



洲南鹽場場區景觀-地景意象(高蹺鴿)-1



洲南鹽場場區景觀-地景意象(高蹺鴿)-2



洲南鹽場場區景觀-洲南小舖牆面 1



洲南鹽場場區景觀-洲南小舖牆面 2



洲南鹽場場區景觀-觀山望水平台 1

洲南鹽場場區景觀-觀山望水平台 2



洲南鹽場場區景觀-生態環境-1

洲南鹽場場區景觀-生態環境-2



洲南鹽場場區景觀-鹽田風光-1



洲南鹽場場區景觀-鹽田風光-2



洲南鹽場場區景觀-大蒸發池 1



洲南鹽場場區景觀-大蒸發池 2



洲南鹽場場區景觀-小蒸發池 1

洲南鹽場場區景觀-小蒸發池 2



洲南鹽場場區景觀-結晶池 1

洲南鹽場場區景觀-結晶池 2



洲南鹽場場區景觀-鹵缸 1



洲南鹽場場區景觀-鹵缸 2



洲南鹽場場區景觀-壁畫



洲南鹽場場區景觀-全區圖