

# 盐文化产业视角下“龚扇”的保护与开发利用

梁利辉

(四川理工学院 经济与管理学院,四川 自贡 643000)

**摘要:**被誉为“中华第一扇”的自贡“龚扇”是我国珍贵的民间艺术品,被列为国家级非物质文化遗产。“龚扇”是盐业经济和盐文化发展的产物。其多以盐史古迹、盐商会馆、“盐都”风土人情为主题,是盐文化的重要内容之一。自贡“龚扇”工艺技术在世界竹编工艺中处于领先地位,在国内也是首屈一指,具有珍贵的艺术价值、经济价值和社会价值。但是,“龚扇”在其整个发展历史中始终以龚氏家族子承父业的方式嫡传,以家族作坊式制作为主,重技术轻产业,导致其传承与保护、开发与利用面临诸多困境。转变观念,加强保护,促进“龚扇”与其它盐文化的整合,整体打造盐文化产业,提高企业营运能力是实现“龚扇”保护与传承,促进盐文化产业发展的关键。

**关键词:**盐文化;“龚扇”;文化产业

**中图分类号:**G124

**文献标志码:**A

**文章编号:**1672-8580(2013)01-0058-05

## 一、引言

自贡是我国历史文化名城,具有 2000 年的盐业历史,是全国井盐最早的生产地。该市因盐而建,因盐而兴,被誉为“盐都”。自贡的井盐生产力获得高度发展,创造了历史上最为辉煌的凿井和制盐技术。其中,以该市自流井为代表的中国古代深井钻凿技术,被誉为“世界钻井之父”、“西方石油工业之父”,以及继中国四大发明之后中国古代第五大发明。自贡还是全球最早的背斜式构造定位找卤技术的发祥地。该市井盐股份制经营方式构建了具有中国特色的契约股份制,在世界股份制度史上占有重要地位。当今的自贡仍以制盐业、盐化工企业为主,以盐帮菜为特色佳肴,盐井和天车遗址四处可见,盐场盐古道盐商会馆比比皆是。先进的制盐和盐业管理技术、发达的盐业经济,悠久的盐业历史孕育了深厚而灿烂的盐文化<sup>[1-2]</sup>。盐文化是自贡城市文化的灵魂,盐文化产业是自贡文化产业的核心。自贡盐业和盐文化的发展促进了“龚扇”、“扎染”和“剪纸”等艺术品的发展。

自贡“龚扇”被誉为“中华第一扇”,是我国非物质文化遗产和珍贵的民间艺术品。该艺术品多以“盐都”特有的盐文化为主题,呈现着自贡盐业发展的历史与现状,散发着浓郁的盐文化气息,是自贡盐文化的重要内容之一。玲珑剔透的“龚扇”竹编工艺品,以细如头发的竹丝编织,用象牙或玉石做扇柄再饰以丝制“流苏”,多呈桃形,扇面光滑如镜、柔似绸绫、质薄如绢。自贡“龚扇”技术精湛绝伦,享誉中外,曾作为珍贵艺术品馈赠给毛主席和英国女王等,在国内外的各种大赛中多次赢得大奖,深受国内外人士青睐。但是,“龚扇”当前的传承与保护、开发与利用面临诸多困境。本研究首先追溯“龚扇”的发展历史,然后剖析“龚扇”的现状和存在的问题,最后从自贡盐文化产业视角探索“龚扇”的保护与开发利用。本研究的意义主要是:第一,“龚扇”是珍贵的非物质文化遗产,本研究有助于非物质文化遗产的保护与传承;第二,本研究从盐文化产业发展视角探寻“龚扇”的开发与利用问题,丰富了文化产业的内涵和外延;第三,本研究有助于促进“龚扇”的发展,更好地发挥“龚扇”的精神价值、经济价值和社会价值,

收稿日期:2012-11-20

基金项目:四川省哲学社会科学重点研究基地中国盐文化研究中心资助项目(YWHY12-02)

作者简介:梁利辉(1974-),女,四川自贡人,副教授,硕士生导师,研究方向:公司治理、盐文化。

网络出版时间:2013-02-04 网络出版地址:<http://www.cnki.net/kcms/detail/51.1676.C.20130204.0931.004.html>

丰富人们的物质文化生活。

## 二、“龚扇”的发展历史

古云“以史为鉴,可以知兴替”。追溯“龚扇”的发展历史以探寻其发展途径。“龚扇”发源于四川省自贡市,产于清朝同治年间,迄今已有一百三十多年的历史。“龚扇”发明人系龚爵五,现已传至第五代。龚家世代务农,龚爵五自幼心灵手巧,除作农活外,常编些篾箕、竹烘笼、篾巴扇之类竹制品售卖。一次偶然的机,龚爵五见到一种竹编烘笼上编出的“福禄寿喜”等字样,大受启发,并琢磨如何用竹丝编制图文。经过龚爵五潜心钻研,用竹丝编制各样图形文字,以玉石或牛骨作扇柄,以竹条为外圈的“龚扇”终于问世。当时,一把“龚扇”售价1吊,盐商、乡绅太太以及小姐们争相购买,“龚扇”声誉渐盛。光绪末年,四川劝业道道台周孝怀为振兴工商业在成都建劝业场举办劝业会、赛宝会,征集各州县手工艺品。龚爵五以竹丝编制一床重仅几两的蚊帐,连同竹编团扇参加赛会,周孝怀将团扇转呈慈禧太后,慈禧大悦,并奖给“金牌”一枚,赐名《宫扇》,从此“龚扇”(亦称“宫扇”)闻名遐迩。1919年龚爵五老艺人病故,“龚扇”技艺传至第二代。

“龚扇”的第二代传人龚玉章将“龚扇”工艺发展到了出神入化的境地,不论是山水人物、花鸟鱼虫,还是行草书法、蝇头小楷,都能编制在仅有6寸圆的小团扇上,而且不失原作之韵,时人叹为“此扇只应天上有”。龚玉章以娴熟的技巧、精深的造诣编制出了不少团扇神品。“护国运动”的发起人唐继尧曾找龚玉章编就一把3尺长、8寸高,以四季花卉为主题的竹丝屏风赠给英国女王。1928年,四川军阀刘湘以1200块现大洋向龚玉章订做了12扇根据文天祥书法《正气歌》编制的长7尺,宽3尺的竹丝屏。1944年秋,龚玉章编制的一把山水竹丝“龚扇”被人送给蒋介石作为见面礼,蒋介石赞不绝口,喜爱至极。这把竹丝扇至今被存于庐山博物馆。1953年,“龚扇”参加莱比锡国际博览会展出,荣获蓝色纪念章。1954年,龚玉章编就了一把“白鹤闹松”的团扇送给毛泽东主席。

龚玉章于1966年病逝后,“龚扇”由其长子龚长荣和次子龚玉文继承发扬,兄弟两分别被评为四川省和全国工艺美术大师。龚长荣所编的《马尾松石》扇获得“斯大林艺术奖章”1枚。1982年,龚长荣编制的《嫦娥奔月》等作品在美国费城展销,被誉为“中国第一扇”。“龚扇”参加25个国家和地区博览会,被誉为“天下第一扇”。

“龚扇”的第四代传人为龚玉文长子龚道义和次子龚道勇及龚长荣之女龚菊芬,第四代传人将竹丝直径

从0.025毫米缩小到0.01—0.015毫米。龚道义不仅全面继承了祖辈技艺,而且大胆创新突破。1984年,他用了4个月时间成功编制出一面是天女散花图案,另一面是奔马图案的双面“龚扇”;他还在微雕艺术的启迪下,编出了直径只有1寸,内有唐诗一首的微型扇。这些都是“龚扇”珍品中的新品种。龚道义亦荣获四川工艺美术大师的称号。但是,龚道义艺人因病早逝,其弟龚道勇对“龚扇”工艺更是精益求精。其作品《梅花仙子》2000年获西湖博览会首届中国工艺美术大师作品暨工艺美术精品博览会银奖(系竹编类最高荣誉);2001年,其作品《茶花仕女》获该会铜奖;《筵篋图》于2007年被中国国家博物馆收藏。龚道勇凭着其精湛的艺术荣获全国工艺美术大师称号。

“龚扇”的第五代传人为龚道义之女龚倩和龚道勇之女龚瑶好以及龚菊芬之子龚平。年轻的“龚扇”第五代传人继承并发扬“龚扇”技艺,精品不断。龚倩17岁时已编出了成名之作《芭蕉侍女》;为了完成父亲的嘱托,2001年,年仅19岁的龚倩在市、区政府的扶持下创办了龚扇竹编工艺厂(又称“天宫堂”),承担起传承“龚扇”民间工艺绝技的重任。龚倩将传统“龚扇”由几个品种增加到镜框、软体、平面等三十多个品种。“龚扇”工艺技术得到进一步提高。其作品《洛神》、《弥勒佛》以及《飞天》等分别获得首届中国竹工艺精品创作大赛“银奖”、中国“金凤凰”原创大赛“铜奖”和四川省旅游纪念品“金奖”等。2008年,其作品《红线盗盒》在世界手工艺大会暨第16届世界手工艺理事会大会中荣获亚太地区青年手工编制技艺大赛二等奖。龚倩也荣获四川省工艺美术大师荣誉称号和四川省非物质文化遗产项目“龚扇”的代表性传承人。“龚扇”第五代传人中的龚瑶好和龚平也全面继承并发扬“龚扇”技术,龚瑶好的《昭君》在中国工艺美术大师作品展示上获铜奖,龚平的《飞天》获四川省旅游商品设计大赛银奖。

## 三、“龚扇”发展中存在的问题

从“龚扇”的发展历史可见,“龚扇”工艺技术在世界竹编工艺技术中处于领先地位,在国内也是首屈一指。但是,“龚扇”生产规模小,在其整个发展历史上以家族作坊式制作为主,技术未能有效地转化为产业。这是“龚扇”发展中存在的突出问题。这一问题影响了“龚扇”的传承与保护,也严重地影响“龚扇”经济和社会价值的发挥。这充分证明了文化资源并不等于文化资本的道理<sup>①</sup>。不论有多么丰富的文化资源,如果不开发应用,这些文化资源不会自动转化为文化资本。这也是自贡市这座历史文化名城乃至中国这个东方文明大国所共同面对的问题,就是如何使文化产业化,将文化资源

转化为文化资本<sup>[4]</sup>。笔者认为“龚扇”所面临的具体问题主要表现为以下几个方面。

#### (一) 家族嫡传发展模式导致“龚扇”技术人才奇缺

从“龚扇”的发展历史可见,“龚扇”技术以龚氏家族子承父业的方式嫡传。“龚扇”作工精细,技术要求高,研习困难,仅靠龚氏家族每代传人承袭力量薄弱,难度大。因为每代传人的人数极为有限,并且并非每代传人都爱好并愿意传承这一技术,加之有的传人功成名就之后就失去了继续研究的动力而懈怠下来。“龚扇”经过五代家族嫡传,对工艺精益求精发展到现在已极为不易。但是,如果继续以子承父业方式传承,其发展的可持续性令人担忧。

#### (二) 重视程度不够

“龚扇”除了其历史文化价值和艺术价值外,还具有丰富的经济社会价值,具有转化为文化资本的基础和产业化的条件。但是,“龚扇”的经济社会价值在其整个发展历史中未得到充分重视和肯定,这是“龚扇”没有得到充分保护与开发利用的一个重要原因。尤其是政府重视程度不够。“龚扇”不仅是一类精美的产品,更是一种珍稀的艺术与精神文化遗产,这一宝贵的文化遗产是全人类共有的精神财富,需要政府和社会各界共同保护和传承。一种文化仅靠一个家族来传承和保护是不够的,也是不可能的。“龚扇”的发展不仅是龚氏家族的责任,也是政府和社会各界的责任。

#### (三) 重技术轻产业影响了“龚扇”的发展

在“龚扇”一百多年的发展历史中,龚氏家族重视提高“龚扇”技术,但忽视了技术向产业的转化。在“龚扇”创始初期,也就是光绪末年,四川劝业道道台周孝怀就在其所办的劝工局里组织五十多人跟从龚爵五学艺,这是“龚扇”最早扩大生产规模的机会。遗憾的是,五十多人学艺两三年,仅有一人得其真传,但此人不久即病亡。龚爵五只得回到自贡,悉心向儿子龚玉章授其“龚扇”绝艺。经过第二至第四代传人继承发扬,“龚扇”技术达到炉火纯青的地步。但是这期间都是以家庭编制方式进行。直至第五代传人,年仅19岁的龚倩在2001年才创办了龚扇竹编工艺厂。这是“龚扇”发展史上的一次重要创举,为“龚扇”的规模化发展带来了曙光。经过十年不懈努力,龚扇竹编工艺厂取得了一定的成绩。该厂于2003年以“龚倩”牌注册的商标得到国家商标局的获准;2007年“龚扇”技艺被评为第一批国家级非物质文化遗产名录;同年《“龚倩”牌百年龚扇》被评为“四川旅游纪念品”金奖;荣获首届“四川特色旅游商品”品牌称号;2008年荣获“国家级非物质文化遗产保护单位”;2010年“龚倩”牌商标被评为全国第二批“中华老字号”。尽管龚扇竹编工艺厂取得了诸多殊荣,

但是其发展面临诸多问题:第一,企业规模小,产量低,技术人才有限。“龚扇”纯属手工艺品,精细的做工、原始的制作,以及有限的技术人才是导致其产量低下的主要原因;第二,企业经营的“龚扇”产品与其它竹编产品不论是文化价值、实用价值和技术含量都有显著差别,二者兼容不足。第三,企业运营能力较低。销售渠道狭窄,广告宣传力度不够,缺少专业市场策划;第四,企业未形成龙头产品,投资渠道也比较窄,发展处于举步维艰的境地。

#### (四) 孤立发展,缺乏整合效应

任何一种文化都有其区域性,不同的区域有不同的区域特色和文化特点。同一区域中的各种文化各具特色,同时又有其共同的特点,有共享的资源,各种文化相辅相成,共同发展促进整个区域文化的发展。“龚扇”将其个体文化特色发挥的淋漓尽致,但是,缺乏与其它盐文化资源的有机结合。在文化发展战略,营销管理等多方面,“龚扇”是需要并且能够与其它盐文化有机结合,更好地发展。

### 四、“龚扇”的保护与开发利用

“龚扇”是经济和文化发展的产物,其发展反过来又促进经济和文化的发展。因此,“龚扇”的保护与开发有重要意义。盐文化是自贡文化的核心,也是“龚扇”文化的特色和精髓。“龚扇”在国内外赢得诸多殊荣,倍受青睐,不仅因其精湛的工艺技术,更重要的是其展现的东方文明特有的文化内涵。在现代各种高科技下,技术极易被复制,但是,经过时间沉淀的文化内涵和底蕴却是无法被复制的。“龚扇”展现的独有的盐文化底蕴、“盐都”人民的聪明智慧和风土人情是最具有竞争力,也是不能被如法炮制的。“龚扇”的保护与开发利用是自贡盐文化产业的重要内容之一,应纳入盐文化产业框架下进行,更好地将技术转化为产业,不断做大做强,促进自身发展,也促进盐文化产业的发展。

#### (一) 转变观念

企业、政府和社会各界应该转变观念,认识到,“龚扇”这一宝贵的民间艺术品是重要的文化资源,是人类共有的精神财富,值得珍惜和保护;“龚扇”的传承与发展不是某一个家族或企业的责任。就生产“龚扇”的家族而言,要转变保护祖传秘诀的狭隘观念,勇于打破子承父业的家族嫡传方式,利用法律保障商标权、专利技术权的前提下将“龚扇”技术向社会推广,凝聚更多爱好这一工艺的各类人员。近年来,我国将发展文化产业提到战略发展的高度,各级政府非常重视<sup>[5]</sup>。但是,各地发展文化产业不能舍近求远,忽视各地现有文化资源的充分利用开发,而应该结合各地特点,充分发挥已有

文化资源潜力<sup>6</sup>。“龚扇”文化的发展亦是如此。“龚扇”这一独特而宝贵的文化资源应该得到足够重视和充分开发利用,促进经济社会发展,更好地造福人类。同时,社会各界也要提高文化资源保护意识,保护文化资源就是保护我们的文明,也是保护我们自己。

### (二)保护是开发利用的前提

文化资源需要保护。如历史遗迹等,若不被保护,天长日久的日晒雨淋可能使其被侵蚀以致消失。“龚扇”技术保护是开发与利用“龚扇”的前提。与盐井、天车遗址、盐场、盐古道和盐商会馆等盐文化资源的保护不同,“龚扇”的保护重在技术传承与发展。“龚扇”的制作技术难度大,且需要极大的耐心与细心,同时还要有创意。历史上这一技术以家族嫡传方式承袭,真正掌握这一技术的人屈指可数。为了更好地弘扬这一技术并发展“龚扇”企业,应该打破家族传承方式,鼓励社会上更多爱好这一工艺技术的人参加学习和制作,让这一技术得到可持续应用和发展。同时,也加大文化产品商标权、专利权等的法律保障力度,打击假冒伪劣产品,保护合法权益,为“龚扇”及整个盐文化企业健康发展,公平竞争保驾护航。

### (三)与其它盐文化融合,打造整体盐文化产业

“龚扇”文化是盐文化不可缺少的一部分,与其它盐文化(如“扎染”、“剪纸”、“灯”等)之间相得益彰。因此,“龚扇”的开发利用应该和其它盐文化相结合,打造整体盐文化产业。在自贡盐文化产业的发展中,灯文化的发展是成功的典范。自贡灯贸公司在2002年初由原国有自贡市灯贸公司改制、承接主体资产、并由原公司主要骨干组建而成,完全按照市场规律运作。经过十余年的发展,自贡彩灯产业已经处于全国领先地位,占有90%以上的国际灯会展出市场,打造了彩灯行业中的强势品牌——“东方彩灯”,被列为国家文化出口十大品牌,2010年自贡彩灯产品出口约占四川省文化产品出口额的50%。目前,自贡彩灯文化企业已达到一百多家。灯文化是自贡盐文化产业中的奇葩。它的成功不仅促进了盐文化产业的发展,而且为“龚扇”和其它文化的保护与开发利用提供宝贵经验。“龚扇”文化的发展要着眼于盐文化产业,不能固步自封,单打独斗,要与“扎染”、“剪纸”、“灯”等文化相结合,资源共享,整体打造。这样既可实现规模效应,降低费用,又能丰富完善各自的内容,各种文化得到长足发展的同时促进整个盐文化产业的发展。

### (四)政策支持

文化产业是进行文化产品销售与服务的活动。文化产业的发展与文化企业经营管理能力及竞争力息息相关。当前,“龚扇”仅靠一个竹编工艺厂支撑是不够

的。因此,发展“龚扇”文化需要培育更多的市场主体。政府应该创造条件,采取必要的政策扶持,借鉴国外的一些做法如降低税费等<sup>7</sup>,促进企业的培育和发展。其次,改革投资体制,拓宽融资渠道。融资困难是制约“龚扇”及其它盐文化企业经营与壮大的重要因素,改革投资体制,拓宽融资渠道是解决这一问题的关键。鼓励多种所有制经济资金进入“龚扇”产业领域,鼓励、支持和引导文化企业的发展,逐步形成以多种所有制经济共同参与、多元化投资主体、社会化融资渠道,多样化投资方式、市场化的文化产业发展新格局,为“龚扇”及其它盐文化企业的保护与开发利用创造良好的融资、投资环境,解决资金瓶颈问题。再次,建立外贸激励机制。鼓励“龚扇”文化产品面向国际化市场,充分利用国际和国内两个市场。“龚扇”曾赴美国、英国、德国、法国、日本、香港、台湾等国家和地区展销,在外贸方面已经打下了一定基础,取得了一定的成就。但是,总体来看,“龚扇”的国际市场销量非常有限,需要继续开拓。同时,应该打破“龚扇”、“剪纸”、“彩灯”等盐文化产品在国际市场上各自为阵的方式,在自身获得国际市场的同时也为其它盐文化产品提供契机,相互促进。除了企业的努力外,政府应创造条件帮助文化产品进一步打开国际市场,向全世界出口优秀的具有民族特色的创意文化艺术产品,弘扬中国文化,丰富世界文化产品和精神生活。

### (五)提高“龚扇”企业的运营能力

企业成为市场主体后,其生产、分配、流通及销售等环节都必须按照市场规律运作。要积极开拓市场,满足市场需求,抢占市场份额,实现效益最大化。结合当前“龚扇”企业的状况,在此主要针对“龚扇”企业的营销管理和人力资源管理进行分析。

第一,加强“龚扇”企业的营销管理。随着经济不断发展,人们的精神生活水平也不断提高,对文化产品的需求也将不断增加,导致文化产品需求市场扩大。在现今以消费者为主导的供求市场上,不管是文化企业还是非文化企业都需要变被动为主动,积极进行营销管理。对于一个尚未形成优势品牌的文化产品更是如此。然而,“龚扇”文化产品的市场营销活动非常缺乏,营销能力低下。应采取各种途径加强“龚扇”的广告宣传,提高营销能力,让更多的人了解其历史价值、文化价值、欣赏价值,共享这一文化遗产所带来的丰富的精神文化生活。就企业而言,将电视广播报纸等常用的宣传方式与其它有效的营销方式相结合,充分利用各种节庆会展活动加强宣传和促销。打破单一的专卖店销售方式,让这些产品走进商场,尤其是那些国际大商场。现有“龚扇”产品主要针对艺术品味和消费能力较高的消

费人群,然而,这一类人群消费量有限。对于众多的普通消费人群,常因为“龚扇”较高的价格望而却步。如何开发适合不同消费水平的产品,赢得更多消费市场也是“龚扇”发展需要解决的问题。“龚扇”的营销活动可以与其它盐文化企业有机结合。例如,近年来,自贡每年春节期间的灯会旅游观光超过百万人次,各种展销会订货会纷至沓来,这也是进行营销和展示“龚扇”的契机。总之,笔者认为,转变营销理念,加大对“龚扇”文化艺术品的宣传力度,拓宽销售渠道和消费市场,对当前“龚扇”发展至关重要。

第二,加强“龚扇”企业人力资源管理。企业竞争终归为人才竞争。员工的知识结构、综合素质、信息接受能力等对企业发展起着决定作用。“文化创意”是文化企业的核心,技术是关键,从业人员的艺术修养和创新能力对企业的发展尤为重要。因此,人力资源管理观念要创新,重视人才,唯才是举是首要的。其次,用人机制创新。树立“双赢”管理理念,使得员工与企业共同成长。建立有效的人力资源激励机制。著名的马斯洛需求层次理论(Maslow's hierarchy of needs)认为,人的需求构成是一个从低级向高级发展的阶梯,当一种需求得到满足之后,更高层次的需求才会占据主要地位成为人行为的激励因素。企业建立用人激励机制应遵循人的需求规律,以薪酬激励为基础,同时辅以多样化的激励方式,留住并用好现有人才,激发其忠诚和潜力。同时,创立良好的用人环境,吸引优秀人才。再次,建立良好的育人机制。市场需求在不断变化,要求理念、技术及产品不断更新。因此,企业应该以各种方式加大创新型艺术和管理人才的培训,更新员工的理念、技术,提升员工的工作能力和潜力。

## 五、结 语

盐是“百味之祖,食肴之将”。盐文化随着盐的开采和应用而产生和发展。因此,盐文化历史悠久,可以说有了人类文明就有了盐文化。中国盐文化内容丰富,异彩纷呈,独具特色,具有重要的历史价值、经济价值和社会价值。保护和开发盐文化资源,将盐文化资源转化为文化资本,打造盐文化产业,促进产业升级和经济发展是当前发展盐文化产业亟待解决的问题。“龚扇”是盐文化构成之一,本文从盐文化产业视角研究“龚扇”的保护与开发利用,丰富了盐文化产业研究。但是,盐文化产业的内涵、外延、内容、框架,发展路径等众多内容还有待不断丰富和完善。

### 参考文献:

- [1] 成尧.我国盐业管理体制深化改革探析[J].商业文化,2010,(11):75-75.
- [2] 游建军,康璐.井盐文化:自贡城市文化软实力建设的核心[J].四川理工学院学报:社会科学版,2011,(6):41-44.
- [3] 飞龙.国外保护非物质文化遗产的现状[J].文艺理论与批评,2005,(6):59-66.
- [4] 傅才武,陈庚.文化产业作为城市支柱产业的可行性及类型选择.大国策略——文化产业发展战略[M].北京:人民日报出版社,2009.
- [5] 姜丽.文化软实力:大国争雄的重要之维[J].重庆邮电大学学报:社会科学版,2012,(2):83-87.
- [6] 苏宝芳.文化产业:金融危机下中国经济新的增长点[J].西北农林科技大学学报:社会科学版,2011,(2):63-67.
- [7] 郭玉军,李华成.欧美文化产业税收优惠法律制度及其对我国的启示[J].武汉大学学报:哲学社会科学版,2012(1):5-10.

责任编辑:梁 雁

## Protecting and Exploiting the “Gong-fan” of Zigong from Salt Culture Perspective

LIANG Lihui

(School of Economic & Management, Sichuan University of Science & Engineering, Zigong 643000, China)

**Abstract:** Zigong's “Gong-fan”, known as “China's First Fan”, is precious folk art of China. The “Gong-fan” is listed as a national intangible cultural heritage. It is one of the important contents of the Zigong salt culture for it reflects the salt history monuments, salt merchants' halls and the customs of people. The technique of the “Gong-fan” is in a leading position in the world, and it is the best technique in China. The “Gong-fan” has precious artistic value, economic value and social value. However, “Gong-fan” is inherited by the Gong's family, and is woven mainly in the family workshop in its entire development history. Emphasizing technique but ignoring the scale industry leads to many difficulties of its heritage, protection, development and utilization. It is very important to change concepts, enhance the protection, promote the “Gong-fan” culture integration with other salts cultures, to build an overall salt cultural industry, and to improve ability of business operations for the protection, inheritance of “Gong-fan”, and the development of salt cultures.

**Key words:** salt culture; “Gong-fan”; cultural industries