

# 择笔一生守文脉 匠心逐光续新章

## ——访中国文房四宝协会副会长、中国文房四宝制笔艺术大师马志良

□ 本报记者 贾洵文

当“Z世代”成为消费市场核心力量,其审美偏好、消费逻辑与生活诉求的迭代,正深刻重构传统行业发展轨迹。曾经局限于专业圈层的文房领域,在年轻化消费需求牵引下,突破“小众艺术”边界,迈入兼具生活温度与格调质感的“大文房”时代。市场需求的深刻变革,正倒逼文房四宝行业从“产品导向”向“用户导向”转型,在守正创新中实现传统文脉与现代生活的有机融合。

“大文房”时代的核心转折,是书画创作从“专业艺术”向“生活方式”的下沉延伸,年轻消费群体的诉求重构了文房领域的价值内核。据京东消费及产业发展研究院数据显示,当前文房四宝消费持续年轻化,26岁至35岁消费者成交额占比达22.5%,年轻一代已成为传统文化消费的新生力量。与传统消费群体不同,“Z世代”面临职场内卷、情绪内耗等多重压力,书画创作对他们而言,不再是追求艺术成就的途径,而是舒缓情绪、抚慰心理的“精神疗愈方式”。

“年轻人拿起毛笔、铺开宣纸,核心需求不是成为书画家,而是在笔墨间获得松弛感,找到与自己对话的角落。”中国文房四宝协会会长陈建国表示,文房四宝是中华优秀传统文化的重要载体,当前行业正推动产业从传统制造向品质创造、从产品经营向品牌运营转型,而年轻化消费需求正是转型的核心驱动力之一。这种“重过程、轻结果”的消费导向,打破了传统文房的专业壁垒,让书画创作从“小众艺术行为”转变为“大众生活选择”。

消费升级与品质化诉求的深化,推动了文房场景从“单一创作”向“氛围营造”升级,传统文房道具也迎来场景化延伸。随着年轻一代消费能力提升,其需求已超越实用性,转向品质感与仪式感,“出圈出片”成为许多年轻人接触文房四宝的初心。京东文房四宝类负责人黄坤介绍,过去三年,京东文房四宝品类用户数年均复合增长率超30%,徽墨、篆刻等非遗与文创产品销量实现翻倍,其中兼具颜值与场景感的产品最受年轻人青睐。

曾经“一支笔、一张纸”的简单创作场景,如今已升级为香炉焚烟、清供点缀、茶道相伴的雅致空间,这种场景化延伸,推动文房用品从“实用工具”向“氛围套装”拓展。在中国文房四宝协会举办的2026文房新品发布会上,南浔善琏松柏湖笔厂推出的“百福具臻文房套装”“汴梁盛景文房四宝礼盒”、湖州善琏永和凤笔斋推出的“汉韵臻选文房四宝套装”、浙江六品堂文化创意有限公司推出的“兰亭雅集典藏文房套装”以及墨小机智能研墨机、华翎数字篆刻机、问心堂系列线香、六品堂文房第六宝等新品,将笔墨纸砚与辅助道具结合,为年轻人提供“一站式”氛围解决方案,既保留传统底蕴,又贴合现代生活需求。

市场需求的迭代,正推动文房四宝行业进入转型关键期,倒逼行业实现从“做好产品”到“做对产品”的跨越。长期以来,文房行业多以“专业导向”为主,专注打磨产品实用性,却忽视了年轻消费者的情感与场景需求。如今,行业正逐步跳出“产品思维”,建立“用户思维”。在产品设计上,摒弃“老气感”,融入现代审美,推出颜值高、格调低的年轻化产品;在产品形态上,突破单一产品局限,打造系列化、场景化组合;在情感价值上,绑定年轻群体情绪需求,推出治愈系、可定制化产品,让文房用品成为情绪“抚慰者”与精神“寄托物”。

陈建国表示,行业的转型绝非脱离传统的盲目创新,而是在“守正”基础上的“创新”。文房四宝的核心价值在于千年传承的精湛技艺,无论是毛笔制作、宣纸熬煮还是墨锭炼制,都是行业不可替代的核心竞争力,必须牢牢守住这份“根”与“魂”。同时,行业与工匠要主动拥抱年轻化需求,推动传统工艺与现代科技、现代生活深度融合。各大文房特色产区也应积极推动产业向品牌化、高端化、集群化发展,通过保护非遗技艺、深化产学研合作、培育年轻人才等方式,实现传统技艺与市场需求的精准对接,为行业转型提供有益借鉴。

随着年轻消费者对于“大文房”产品的热捧,也促使产业在传播方式与用户体验层面,开始主动适配年轻群体的习惯。众多企业开始借助短视频、直播等年轻人喜爱的渠道,解读文房文化、展示产品魅力,成为行业“破圈”的重要路径。通过打造沉浸式体验文旅项目、推出个性化文创产品,让传统的文房四宝产品以更为年轻化方式走进“Z世代”生活,为传统非遗技艺的传承与传播提供了参考范式。

年轻化消费需求的崛起,不仅重塑了文房领域的消费逻辑与场景形态,更推动文房文化从“小众传承”走向“大众普及”。对此,陈建国指出,年轻化表达不是消解文化,而是让核心精神更容易被接受,唯有读懂年轻人的真实诉求,才能让文房四宝真正走进他们的日常生活。未来,文房行业需始终坚守传统技艺之“正”,紧跟年轻化需求之“变”,持续优化产品与服务,兼顾情绪价值与社交价值。随着“品牌兴业工程”的全面实施,以及行业与电商平台、年轻群体的深度互动,文房行业将在守正创新中焕发新活力,实现传统文化与现代年轻生活的共生共荣、薪火相传,让千年笔墨书香滋养更多年轻人的精神世界。



### 大师简介

马志良,1960年2月生于浙江湖州,湖州市工艺美术大师、浙江省工艺美术大师、毛笔制作工一级技师、浙江省非物质文化遗产传承人,现任中国文房四宝协会副会长、湖州市行业协会副会长、南浔区善琏湖笔协会会长、湖州市善琏湖笔厂董事长兼总经理,是GB/T 34854—2017《文房四宝 毛笔》国家标准制定主要起草人、《浙江省地方标准DB/T327—2011《湖笔制作工艺及技术要求》》标准起草人。

马志良大师1979年1月进入湖州市善琏湖笔厂学习制笔技艺,拜著名老艺人沈锦轩为师,专学高档兼毫择笔技术,经过多年的努力学习,精心钻研,他的制作技艺在实践中不断提升,全面掌握了制作高档湖笔的技艺,荣获南太湖工匠、中国文房四宝制笔艺术大师等多项荣誉称号。

□ 本报记者 贾洵文

江南善琏,青石板路被晨露浸润,空气中弥漫着羊毛的湿润与墨汁的醇静。善琏湖笔厂的工房里,阳光透过窗棂,在案几上投下斑驳光影。鬓角染霜的马志良大师端坐案前,左手轻握一束羊毫,右手持小巧的择笔刀,指尖翻飞间,几缕无锋毫毛被精准挑出,落在案头白纸上。他的动作舒缓而坚定,指腹因长年握刀择毛,布满细密薄茧,那是四十余载与湖笔相伴的印记。

看到记者的到来,马志良大师放下择笔刀,起身迎接。“四十多年了,一天不碰笔,心里就不踏实。”一句平和而真挚的话语,藏着他对湖笔刻入骨髓的热爱,也让我们真切感受到老一辈制笔匠人的坚守与赤诚。

“我生在笔厂,这辈子就该守着笔、守着这门艺”

马志良大师与湖笔的缘分,是深深刻在生命里的文化基因。生于湖笔世家的他,童年时代就浸润在湖笔厂的文化氛围与匠心晕染中,传承的种子在心底悄然扎根。“我生在湖笔世家,父亲马步青是1956年善琏湖笔厂成立后的第一任厂长。我小时候就在笔厂长大,听着工人师傅们择毛、水盆的声响,闻着羊毛的淡淡气息长大,湖笔早就成了我生活里离不开的一部分。”马志良的眼神渐渐坚定,语气也多了几分厚重。“1979年,我19岁,主动拜著名老艺人沈锦轩为师,正式踏入制笔行业。那时候条件艰苦,学徒工月工资微薄,每天重复着择笔、理毛的枯燥活儿,很多一同入行的年轻人,没坚持多久便离开了。那时候师傅常跟我说‘制笔先做人,心不静,笔不精’,这句话我记得了一辈子,也守了一辈子。我觉得,制笔和做人一样,急不得、浮躁不得,唯有沉下心来,一步一个脚印,才能做好。”

四十余载风雨兼程,马志良大师亲眼见证了善琏湖笔的起起落落。从最初“双羊牌”湖笔只能贴牌出口,到如今自主品牌远销日本、韩国、德国等国;从市场低谷期的举步维艰,到原材料上涨、传承断层的双重考验,他从未有过放弃的念头。

“我生在笔厂,这辈子就该守着笔、守着这门艺”。在我的从艺之路上,始终伴随着迷茫与焦虑,但我从来没想过放弃。因为,我坚定地认为,湖笔是中华优秀传统文化根脉,是老祖宗传下来的宝贝,绝不能在我们这代匠人的手中失去了传承与发展的动力。湖笔是历代工匠与文化名人共同创作的文化之宝,其技艺的核心就是在不断地适应时代发展的前提下,逐步完善、改变并成熟的。因此,湖笔并不是一成不变的‘老古董’,而是能够立足时代文化沃土,不断生长、壮大的‘活宝贝’。现在很多人觉得湖笔行业是‘夕阳产业’,但我并不这么认为,当前产业面临的困境并不在于技艺本身,而在于我们是否找到了传承与市场的结合点。过去



大师手作湖笔《至美 至乐 至达》套装

我们只懂做笔,在水盆前‘一人一桌一天地’一干就是几十年,只想着用好手艺、好产品去赢得市场认可,却不懂如何讲好新时代的湖笔故事,也没有真正思考过如何打造全新应用场景,才让这门好技艺逐渐暗淡。而真正的传承,从来不是闭门造车,而是应该主动让老技艺适配新时代,让湖笔从‘书房’走进更广阔的生活场景,让‘湖笔之技’承载着的中华传统文化,走向世界的舞台。”

在坚守匠心、深耕技艺的同时,马志良大师始终秉持创新理念,不愿固守传统、墨守成规,而是用技术赋能湖笔产业升级,让老手艺焕发新活力。他主持设计并改造的新型梳毛机和砂皮纸磨杆机,成功获得国家实用新型专利授权,大幅提升了基础工序的效率与精度;带领技术团队创新突破,采用激光扫描、电脑雕刻等现代技术,对笔杆和笔盒进行艺术设计与加工,累计获得国家外观设计专利近百项,让湖笔更具艺术价值。在原料制备与工艺创新上,他主持研发的免毫制备工艺,不仅获得实用新型专利,更斩获国家发明专利,进一步提升了湖笔的品质与核心竞争力。

谈及协会对行业的引领作用,马志良大师的语气中满是感激:“说到行业发展,我打心底里感激中国文房四宝协会,协会就像我们制笔人的‘主心骨’,为我们办实事、谋发展、助创新、开市场。这些年,协会每年两次牵头举办全国文房四宝博览会,为我们搭建起技艺交流、产品展示的大平台,让善琏湖笔能走出湖州,也让更多人了解湖笔的魅力。这对我们小产区的匠人来说,是莫大的支持,也让我们少走了很多弯路。”

“匠心不是口号,是毫厘间的较真,是一辈子的坚守”

采访间隙,马志良主动起身,热情地为我们展示湖笔制作的核心工序。只见桌上整齐摆放着羊毛、择笔刀、笔杆等工具,他随手拿起一束羊毛,对着阳光轻轻展开,语气里满是自豪:“你看,这就是湖笔的原料,必须选用山羊腋下或肩胛的毛,才能保留完整的锋颖,这便是老辈人所说的‘千万毛中拣一毫’,差之毫厘,笔的质感便会大打折扣。”他的动作细致入微,眼神专注而认真,仿佛手中握着的不是普通羊毛,而是一件稀世珍宝,每一个细微动作里,都藏着对技艺的敬畏。

“匠心不是口号,是毫厘间的较真,是一辈子的坚守。善琏湖笔的制作工序有120多道,每一道工序都至关重要,没有多余之分,少了任何一道,都做不出一支好湖笔。但要说最考验功力,最能体现匠心的,还是水盆和择笔。”马志良大师指着身旁一盆清水,继续说道,“水盆工序中,工人的双手常年泡在水里,无论寒冬腊月还是酷暑盛夏,从未停歇,即便手上布满冻疮也不叫苦,而择笔则更凭真本事,凭经验,用择笔刀剔除无锋、弯曲的毫毛,每一刀都需精准无误,不多别一根,也不漏别一根,必须让每一支笔都达到‘尖如锥,齐如切、圆如柱、健如筋’的‘笔有四德’标准,容不得半点马虎。”

如今,机械制笔效率极高,马志良大师却坚持纯手工制作。面对记者的采访,马志良大师讲出了心里话:“我不反对机械制笔,但坚决反对‘以机代手、以量代质’,更不能为了追求利润,用机械批量生产、粗制滥造,不仅砸了善琏湖笔的招牌,也让大众对湖笔产生了‘性价比低、实用性差’的误解。我的观点是,机械可作为辅助,用于笔杆打磨、包装等基础工序,但水盆、择笔等核心工序,必须坚守手工。这不是守旧,而是守住湖笔的‘魂’。湖笔之妙,在于匠心、匠心之要,在于较真。机械可以模仿湖笔的外形,提升效率,却模仿不了手工的温度,模仿不了毫厘间的精准,更模仿不了制笔人心中那份敬畏与坚守。湖笔行业的核心竞争力,从来不是产量,而是技艺的精湛、品质的过硬,这也是我们与其他毛笔产区拉开差距的关键。”

也正因为这份对品质的极致追求,马志良大师格外重视湖笔检测环节。长期以来,湖笔检测依赖企业内部检测,没有专业的湖笔质检机构,只能委托浙江省钢木家具检测中心进行质检,检测精度和专业性难以保障。为改变这一现状,马志良带领技术中心潜心研发,创建了一整套湖笔检测设备,包括羊毫检测显微镜、笔头拉力测试仪、笔杆弯曲检测设备、笔头耐磨度检测设备,其中笔头耐磨度检测设备和笔杆弯曲检测设备均属国际首创,已成功获得国家实用新型专利,填补了湖笔专业检测领域的空白。

“我常对徒弟们说,只有选料考究,工艺精湛,才能让湖笔坐稳文房四宝之首的位子,这是我们制笔人的底气与担当。面对竞争日益激烈的市场环境,匠心绝不能成为一句给‘脸面贴金’的广告词。匠心,就是一辈子只做一件事,一辈子把一件事做好,不贪快、不浮躁,在毫厘之间反复打磨、反复推敲,方能不负老祖宗传下来的技艺,不负‘善琏湖笔’这四个字。”言谈间,水盆的光影闪耀在马志良大师的脸上,专注而虔诚的模样,展现出他内心对技艺的敬畏,也折射出了“匠心”二字的真正内涵。

“传承不是守旧,要让千年湖笔活在当下”

如今,传统非遗的传承普遍面临年轻学徒稀缺的困境,这一点也同样影响着湖笔制作技艺的发展。谈及这个话题,马志良大师的眼中泛起一丝忧虑。他说:“现在湖笔产业发展面临的难题,就是年轻人不愿投身这一行。一方面是制笔工序繁杂、耗时耗力,且学徒期长、薪资微薄,确实难以吸引年轻人。另一方面是很多人做传承,只想着‘教技术’,却忽略了‘留人才’。传承不是单向的‘灌输’,而是双向的‘成就’。我们既要毫无保留地传授技艺,也要为年轻人搭建平台、创造收益,让他们觉得做制笔人有尊严、有



大师手作湖笔《梅兰竹菊》套装



大师手作湖笔《纯紫毫》



大师创新设计的《文房四士》套装

奔头、有钱挣。如今,善琏湖笔协会也在多方联合,尝试探索“A+数字化”发展模式,助力校企融合、文旅融合、新媒体运营等全新发展新模式,让湖笔产业发展与时俱进、与时偕行,让越来越多的年轻传承人既能领悟到湖笔的文化魅力,更能够获得丰厚而稳定的经济效益。”

为破解传承难题,马志良打破老匠人的守旧思维,秉持“传承不是守旧,创新不是忘本”的理念,走出了一条属于善琏湖笔的创新传承之路。“传承不是守旧,要让千年湖笔活在当下,得有新招数、新方法。看着湖笔文化的传播范围有限,我一直想找一种新方式,让更多人了解这门老手艺。后来,我儿子跟我说,现在年轻人都喜欢看直播,不如试试直播带货,既能卖出笔,又能传播湖笔文化,我便想着不妨一试。”马志良大师坦言,“刚开始面对镜头时,我显得十分局促生疏,不知该说些什么,后来慢慢熟练,开始在直播间里向网友讲解湖笔鉴别技巧、展示制笔过程。我还进驻善琏镇‘银发工厂’直播间,创下半个小时销售额达3万元的佳绩。直播不仅能卖出笔,更让更多年轻人了解湖笔,喜欢湖笔,让千年湖笔走进年轻人的生活。这便是我最大的收获。”

在创新传承的同时,马志良大师始终坚持新品研发,每年都会精心打磨,开发十多个湖笔新品种,凭借精良的工艺和新颖的设计,深受广大用户好评,不仅有效提高了产品附加值,也让企业取得了较好的经济效益。而他亲手设计制作的湖笔作品,更是凭借深厚的技艺功底和独特的艺术审美,屡获殊荣,先后斩获国家、省、市多项奖项。他用实力诠释了老匠人的创新功力与艺术造诣。他说:“我一直认为,湖笔的创新,不能脱离本质、盲目跟风。如今有些文创产品,把湖笔做得花里胡哨,却丢了‘笔’的核心功能,这不是创新,而是本末倒置。真正的创新,是在坚守‘笔有四德’的基础上拓展全新应用场景。比如,我们现在也在探索湖笔与美妆、文旅的跨界融合,让湖笔走出书房,成为承载文化的日常用品,这才是让湖笔‘活起来’的关键。”

除了直播带货,马志良大师还积极开展“师徒结对”活动,毫无保留地向青年学徒传授毕生所学的制笔技艺;带领老技工党员走进校园,开展湖笔文化研学活动,让孩子们亲身体验制笔乐趣,在心中播下传承的种子。更让他欣慰的是,儿子也被他的坚守与热爱打动,放弃外地工作,返乡投身湖笔行业,成为年轻一代的传承人。

采访接近尾声,马志良大师拿起一支刚做好的湖笔,对着阳光细细端详,笔锋的锋颖晶莹剔透,在阳光下泛着温润光泽。他语气平和而坚定地说:“择一笔终其生,守一心传文脉。我这辈子,能与湖笔相伴、守护这门技艺,便足够了。我最大的期待,就是有更多年轻人愿意投身这一行业,静下心来学习制笔技艺,把老祖宗传下来的传统技艺好好传承下去,让千年湖笔的墨香,在新时代表依然芬芳,让这门非遗技艺,代代相传、生生不息。湖笔行业的未来,不在于‘规模多大’,而在于‘特色多亮’;不在于‘产量多高’,而在于‘文化多深’。只要我们守住匠心,找对路径,让湖笔既保留传统底蕴,又适配现代需求,这门千年技艺就永远不会过时。我相信,在一代代善琏湖笔匠人的不懈努力与匠心坚守下,湖笔这支光华灿烂的中华传统文化之花,一定会在新时代表焕发出更强的生机,绽放出更为绚烂的时代华彩。”

夕阳西下,余晖洒在善琏湖笔厂的工房里。马志良拿起择笔刀,指尖翻飞,继续打磨着他手中的笔。他的身影,在余晖中显得格外坚定挺拔。四十余载择笔一生,他用匠心守护文脉,用创新延续薪火,让千年湖笔在新时代表焕发生机。他也用一生的坚守,诠释了一位老匠人的家国情怀与责任担当。

公告栏	
注册公告	梅河口市茶业协会(统一社会信用代码:51220581M00965078,经研究决议,拟向社会团体登记机关申请注销登记,现已成立清算小组。请各相关债权人、债务人自本公告见报之日起45日内向本清算组申报债权债务,逾期视为放弃。联系人:李翠敏,联系电话:13674457537,特此公告。
遗失声明	贵州耀鑫铅锌矿业科技有限公司(统一社会信用代码:915206287501713512)遗失营业执照正、副本,公章:5206281084206,财务章:5206281084207,合同章:5206281084445,法人章(李群印):5206281084446,声明作废。
遗失声明	天津硕鼎科技有限公司(统一社会信用代码:91120111MACX11FB1K)遗失公章、财务章、法人章(于文佳)各一枚,声明作废。
遗失声明	杞县大富豪娱乐中心遗失公章,编码:410221035155,声明作废。
遗失声明	杞县其元电缆桥架有限公司遗失公章,编码:4102210022680,声明作废。
遗失声明	江西时来运转企业管理有限公司宜春分公司遗失公章,编码:3609020697005,声明作废。
遗失声明	宜春雅德餐饮有限公司遗失公章,编码:3609020603719,声明作废。
遗失声明	高县沙河镇雪顶村民委员会(统一社会信用代码:54511525345813242J)遗失高县沙河镇雪顶村民委员会公章一枚,声明作废。
遗失声明	柳林县孟门镇薛家坪村民委员会(统一社会信用代码:54141125ME2872575)遗失原法人章(刘小琴),编码:1411253011991,声明作废。
遗失声明	慈溪市明锐橡胶制品厂遗失公章一枚,编码:3302820268235,声明作废。
遗失声明	深圳市双庆餐饮管理有限公司(统一社会信用代码:91440300MA5F0MQT28)遗失公章一枚,声明作废。
遗失声明	天津百诚房地产经纪有限公司(统一社会信用代码:91120101MABPE2A01N)遗失财务专用章一枚,声明作废。
遗失声明	乌兰察布市鹏城安全生产检测检验有限公司集宁分公司(统一社会信用代码:91150902MA0C68646C)遗失财务章一枚,特此声明。
遗失声明	修水县同泰实业发展有限公司遗失法人章(杨文生印),印章编号:3604240137499,声明作废。
遗失声明	甘南县祺快捷速限有任公司(统一社会信用代码:91230103MADU68MF5L,法定代表人:刘延泽,声明作废。
遗失声明	天津品创美家房地产经纪有限公司(统一社会信用代码:91120103MACGCBN0U0Y)遗失公章、财务专用章、法人章(高红文)各一枚,声明作废。
作废声明	北京中惠通泰建筑工程有限公司(统一社会信用代码:91110229722681530X)作废法定名称章一枚,特此声明。
遗失声明	不慎将霍州市小丑鸭理发店(个体工商户)公章丢失,编号:1410823015603,统一社会信用代码:1410823015603,法定代表人:刘延泽,声明作废。
遗失声明	不慎将霍州市小丑鸭理发店二店公章丢失,统一社会信用代码:92141082MA0J2E3W7X,法定代表人:刘延泽,声明作废。
遗失声明	浙江桑宝门业有限公司遗失公章:33088110065865,财务章:33088110065866,声明作废。
作废声明	北京盈祥商贸有限公司(统一社会信用代码:91110105MA0034Y5PL)作废公章一枚,特此声明。
遗失声明	章贡区中利精密仪器商行(统一社会信用代码:92360702MA35R9NEXQ)遗失公章壹枚,备案号:3667030903575,声明作废。
遗失声明	清徐县喜林动物养殖场(注册号:140121600099062)遗失公章一枚,声明作废。
遗失声明	新班班(安徽)网络科技有限公司沧州分公司(统一社会信用代码:91130901MAEAF8K7X2)遗失财务章:1309025015177,遗失法人章:1309025015178,声明作废。
遗失声明	开远市晨希小吃(统一社会信用代码:5235023006444)遗失营业执照正、副本,声明作废。
遗失声明	广东省遂溪县岭北镇田塘村关塘经济合作社遗失财务章,编码:4408230001157,声明作废。
作废声明	湖北杰思建设工程有限公司公章不慎损坏,编码:4206820003336,声明作废。

年轻化消费引领中国文房产品升级转型 「大文房」时代加速到来