



英國人多米尼克帶着產自蘭考的古琴在世界各地演奏。

一把淺雕越王劍輪廓的「劍膽琴心」古琴，從河南蘭考堯陽鎮徐場村墨武琴坊啟程，最終以二十餘萬元人民幣被香港收藏家收入囊中。早年為治沙種下的泡桐樹，如今為這裏帶來生態與文化產業的雙重收穫。新一代手藝人們在遵循製琴古法的基礎上，運用互聯網為傳統民樂探索新的傳播方式。



掃碼購片



香港收藏家向徐亞沖定製的古琴。

# 蘭考古琴線上開花 中國民樂遇海外知音

「那個香港客戶通過網絡主動聯繫我們，我們線上溝通各種定製細節，前後大約花了兩年時間將這把古琴製作完成。」墨武琴坊負責人徐亞沖告訴香港文匯報記者，「通過網絡也認識了好多外國朋友，其中有一位叫做多米尼克的英國朋友特別喜歡古琴，現在已經是我們的『古琴大使』了，幫我們把古琴

推廣到了比利時、挪威、冰島等二十多個國家。」

## 手藝成熟 匠心築牢產業根基

「90後」徐亞沖的古琴事業，深深扎根於河南蘭考這片有着樂器製作基因的土地。作為全國知名的民族樂器之鄉，蘭考有着深厚的產業根基——這裏的泡桐木質地疏鬆、共振性好，是製作民族樂器的優質原料。「我們村幾乎人人都會做琴，父輩們的創

木、打磨、上漆手藝，是從小耳濡目染的技能。」徐亞沖告訴香港文匯報記者，蘭考的民族樂器製作早已形成規模化的產業生態，從原材料選材、木材處理，到琴身雕琢、琴弦裝配，每個環節都有成熟的手藝支撐，這為後續的品質升級與品牌推廣打下了堅實基礎。

在很長一段時間裏，蘭考民族樂器都處於「酒香不怕巷子深」的狀態。依託扎實的製琴工藝，當地作坊主要為線下琴行、琴館代工，或是給音樂院校的演奏家、藝考生供貨，線下銷售佔比一度高達80%。徐亞沖坦言，最初他也遵循着這樣的模式，「只想着把琴的音色、外觀、手感做到業內一線水平，覺得只要手藝過硬，就不愁銷路」。但近年來，經濟下行的壓力逐漸傳導至小城產業，線下流通變慢，琴行訂單銳減，庫存積壓等問題接踵而至，讓不少製琴作坊陷入困境。

## 線上破局 賣琴兼顧文化傳播

就在同行們一籌莫展時，徐亞沖率先嗅到了線上轉型的機遇。「大環境變了，傳統的線下模式走不通了，自媒體的普及讓全世界都成了潛在市場，這是蘭考民族樂器走出

去的好機會。」2023年，墨武琴坊正式開啟線上直播，走出了一條「賣琴+教學+文化傳播」的創新路徑。不同於單純的直播帶貨，徐亞沖的直播間裏，既有民族樂器的工藝展示、音色品鑑，也有免費的民族樂器文化講解、基礎演奏教學，「我們不僅要賣琴，更要讓大家知道古琴不是高不可攀的樂器，普通人也能懂、也能彈。」

這種兼具實用性與文化性的推廣模式，迅速收穫了市場認可。開播僅半年多，墨武琴坊就躋身某社交平台民族樂器品類頭部，積累了大批忠實粉絲。徐亞沖始終信奉「吃虧是福」的服務理念，遇到快遞運損、使用磕碰等問題，一律由琴坊承擔損失，全力做好售後保障。「很多客戶都是因為服務貼心，自己買了之後又推薦朋友來，粉絲粘性特別強。」線上轉型徹底改寫了銷售格局，如今墨武琴坊的線上銷售額佔比已飆升至70%至80%，線下僅佔20%左右，成功實現了從「依賴線下渠道」到「直面終端客戶」的轉變。

## 國潮揚帆 琴音越洋響徹世界

網絡的力量不僅激活了國內市場，

更讓蘭考的琴音跨越國界。徐亞沖團隊在抖音、小紅書、視頻號等平台持續發布古琴的製作過程、演奏視頻與文化科普內容，吸引了全球範圍內的傳統文化愛好者。除了定製「劍膽琴心」的香港客戶，還有新加坡、馬來西亞的華人華僑，歐美多國的音樂愛好者，都通過線上平台找來。目前，墨武琴坊的海外銷售額已佔10%至20%，再過兩天，還有一把古琴將發往瑞士。「以前想都不敢想，咱們蘭考農村的琴，能賣到這麼多國家去。」徐亞沖感慨道。

就在香港文匯報記者採訪時，英國人多米尼克打來電話，告訴徐亞沖他準備近期前往蘭考拜訪。「古琴關乎中國的傳統文化，想要演奏好，必須要多了解中國、多了解河南、多了解黃河。」

徐亞沖說，目前團隊正在研究TikTok海外版的運營模式，計劃對海外華人達人和國潮博主，借助國潮出海的海風，進一步拓展國際市場，「漢服、瓷器等傳統文化產品在海外很受歡迎，古琴這樣的民族樂器作為中華禮樂文化的核心載體，一定能獲得更多認可」。

上海民族樂器一廠有限公司河南蘭考生產基地。



產自蘭考的「敦煌」樂器融合非遺技藝，兼顧藝術價值與市場吸引力。

中州民族樂器有限公司內，工人正在刷漆。



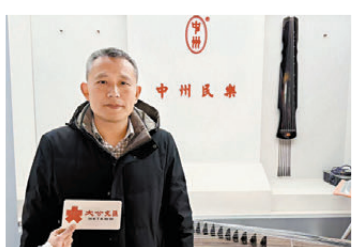
位於蘭考堯陽鎮的徐場村，幾乎家家都在從事民族樂器的生產和銷售。

目前，蘭考當地民族樂器產業年產值超過30億元（人民幣，下同），在激烈的市場競爭中，不少企業都將目光瞄準了年輕消費群體。「國潮熱風勁吹與文化出海浪潮湧動雙向賦能，讓定製款、聯名款民族樂器成了海內外市場的『香餡餅』。」河南韶韻樂器有限公司總經理汪冬告訴香港文匯報記者，2000年，上海民族樂器一廠入駐蘭考，不僅帶來先進技藝與科學管理模式，更培養了近百名本地技術骨幹。2024年，新廠房順利投產，進一步豐富了產品品類、提升了產能。汪冬表示：「Z世代對傳統文化的認同感與消費熱情持續攀升，直接帶動融合非遺技藝的定製款、聯名款樂器需求激增，我們的高端定製與聯名產品，既覆蓋國內收藏市場，也成為海外文化交流的優選載體。」不止龍頭企業發力，當地規模較小的製琴企業也積極探索海外市場，貼合年輕需求。真泰樂器負責人郭愛玲告訴記者，通過官網及中介渠道對接，目前已接到300至500把來自越南客戶的訂單。同時，她敏銳洞察到年輕人對「定製款」樂器的偏好，在生產端持續迭代創新：將傳統手工刻字升級為激光雕刻工藝，推出挖箏、摺面箏等特色型號，選材愈發考究——採用老房樑木材打造的高端箏，售價可達數萬元至十餘萬元，還可提供肖像定製服務，精準契合多元消費需求。

## 定製Z世代最愛 聯名款成「香餡餅」

## 三代守藝承桐音 創新研發不停步

「這是你家生產的琴啊！」在新加坡一所高校音樂教室，當同學指着印有「中州」商標的古箏驚喜呼喊時，代陽光滿心自豪。這台跨越國境的樂器，不



中州民族樂器的代勝民一家三代都在守護傳承民族樂器。

僅承載着「中州」三代人的民樂情懷，也深深鐫刻着蘭考民族樂器產業的發展印記。

代陽光的爺爺代士永，是蘭考民族樂器產業的拓荒者。上世紀70年代，在改革開放的春風裏，代士永從銷售泡桐木材起步，頂着創業的壓力，先後八次奔赴上海聘請樂器製作大師，創辦了蘭考第一家民族樂器廠，並在1988年的廣交會上打響名聲。

## 改良技術實現自然擴音

父親代勝民接過傳承的接力

棒，始終恪守「質量不打折扣」的鐵律：「浸板、挖腔、噴漆、鑲嵌、調音，幾十道工序容不得半點馬虎。」在堅守傳統工藝的同時，他與客商聯合研發的文琴，集二胡、古琴、三弦、笙篪等樂器特質於一體，不僅斬獲專利，更被美國國會圖書館永久收藏。近些年，他與上海音樂學院合作研發蝶式箏，持續推動蘭考民樂向高端化邁進。

目前仍在中國音樂學院深造的代陽光，將蘭考民族樂器作為研究課題。她時常與導

師、同學深入探討：如何讓民族樂器的音色更適應現代音樂廳；如何通過技術改良實現自然擴音，打破傳統民樂「音量小、需依賴音響」的局限等。目睹「中州」樂器走進海外高校、亮相國際舞台，她愈發堅定了推廣家鄉民樂的決心。

斯里蘭卡學生在音樂工作坊活動現場感受中國民樂魅力。網上圖片

