

海派繪畫跟隨市場經濟的腳步

薛達衛*

摘要 海派繪畫的出現與發展，揭示了藝術發展的其中一個特點，即是跟隨市場經濟發展而變化，並創造一個時代的新風。海派繪畫藝術的大眾化和市場化，順應了當時社會經濟發展的客觀趨勢。海派繪畫藝術中，色彩作為一種重要的藝術語言形式，受到高度的重視。

關鍵詞 海派繪畫；市場經濟；商品中國畫

海派繪畫的出現與發展，揭示了藝術發展的其中一個特點，即是跟隨市場經濟發展而變化，並創造了一個時代的新風。

1843年的11月17日，因應着鴉片戰爭的失敗、《南京條約》的簽訂，上海正式對外開埠通商，各類商貿活動瞬間繁榮。各國列強攜帶着經濟資本大量湧入，紛紛設立了享有治外法權的租界、洋行、銀樓。一時之間，上海埠內商號林立，人口劇增，由漁農社會在短時間內轉變成了一個以金融和工商業為主體的社會。上海這個昔日中國區域性的“江海之通津，東南之都會”，一躍而成了國際之通津、都會。上海人口也隨之劇增，有當時的統計資料顯示，在開埠前，上海人口僅有兩萬餘人，隨着經濟繁榮以及1860年太平軍戰事引致的外來人口湧入，滬上人口已達五十餘萬。經濟之繁榮瞬間超越當時南方的廣州，士、農、工、商包括各類藝人、工匠雲集，使得上海這個昔日長江邊上淞滬灘地的小漁村一躍而起，成為近代中國最為繁華也是最具吸引力的地方。黃協瑛在1889年的《淞南夢影錄》寫道：“上海本彈丸蕞爾地，而富商大賈雲集麟從，以佻達為風流，以奢豪為能事，金銀氣旺……”。正因如此，在上海居住、生活的中外商賈，窮極奢侈的生

活引起了新的文化觀念和價值觀念的改變，衝擊了在上海和周邊生活的文人的傳統思維觀念。也勢必使得當時在該地區的繪畫藝人因應生存背景、作品市場的改變，帶來了作品內容的改變。

傳統中國繪畫在清代，是一個傳承明代傳統卻又走向微衰的特殊時期。從歷史角度看，在康、乾二朝，正是清代的典盛時期。這期間文人畫家活躍，宮廷畫工興盛，皇家花費大量的財力和調動頗多的人力，作畫編書，文化興盛乃歷朝之鼎，一派欣欣榮盛景象。“四王”“八怪”名氣大爆發，就連清初那批遺民畫家，也因此而安身立命，靜心於書畫，“遊藝於筆墨”。但歷史的發展，總是波浪型前進，螺旋形上升。高潮過後總會有一個低谷接踵而來。到了嘉慶朝的社會，已顯現出了封建社會漸趨沒落敗象，皇室經濟大不如前，並因此而衝擊了藝術的發展！當時雖有各派林立，名人迭出，但卻為宮廷畫院所累，重傳統乏創意。受皇室扶持的“四王”（王時敏、王鑑、王翬、王原祁）成為畫壇正統派，以摹古為主，講究筆墨技巧卻缺乏創意生氣。究其原因，這是因為宮廷中的皇室統治者，為維護岌岌可危的政治、經濟局面，沿用滿漢文化差異的思維，鉗制並打壓了“非正統畫派”的創作思想，把繪畫作為為統治者服務的工具，強調體現皇權精神，維護皇室尊嚴，而強硬抑制了畫家的創作思維。同時也把繪畫藝術的欣賞，局限在文人官僚之間、皇室宮廷之中。在這種環境下，就

*薛達衛：自由撰稿人，澳門藝文評論交流協會會長，澳門書法篆刻協會理事，澳門文化藝術發展協會理事，資深藝術導賞員。

連名噪江南、力主創新的非“正統”的“揚州八怪”也在這股壓力下，漸行漸弱，昔日的生氣消失了。大膽設想一下，若非如此的環境改變，或許“揚州八怪”“金陵畫派”，他們也能創一代新風，畫出繪畫史上更大的篇章。這也為後來的“海派畫風”的出現，創造歷史的客觀條件和滋養土壤。值得提出的是，清末乃至更久遠的歷朝歷代，文人畫家們的作品，或出自對自然景物的觀察描寫，獨樂自娛之餘，也與他人共享；或借物喻情寄託個人的思緒，隱晦地表達自己的入世觀念或人生思考，鮮有將自己的作品化作商品交易所用，更談不上大規模批量化地創作迎合市場需求的書畫作品。對市場經濟的意識考慮極少。

而在這個時期的上海以及周邊的江南地區，因當時社會的這種大變化，給傳統生活環境中的文人們，造成了極大的困擾。昔日賴以生存的幾分薄地，多數在城市擴大化的過程中化為烏有，過去那種門客與金主的關係也在慢慢地發生變化。畫家既要面對舊時生存環境的改變所帶來的影響，又要面對城市中大量新興市民和工商階層對繪畫的商品性的需求誘引，使得當時文人畫家無意再用書畫以自娛，冶情養性，或作為一種體現自修養及文化交流應酬的手段。他們需要於筆墨之中討生活，以謀生存之需，“各省書畫家以技鳴滬上者不下百餘人”，他們應時而出，勇以創新，衝擊陋習，衝出低谷，打破了清末畫壇一度冷寂的局面，漸漸形成海派繪畫文化，譜寫了中國近代繪畫史上的嶄新一頁。

程十髮老先生曾經說過，上海無派，有文化。可以這麼說，所謂“海派”，不能算是一種流派，只能是一種在轉型期中的一股熱流，或者說是眾多在上海或在周邊生活的畫家們，因應客戶訂購要求而畫的新穎內容、風格。中國畫的流派形成，往往帶有師承關係或者是地域因素，例如“松江畫派”“吳門畫派”，例如“黃山畫派”及“華亭畫派”等等，都有鮮明的地域特徵、筆墨風格、內容特徵，並且具備一種可供後學宗法的法則。而“海上畫派”

或稱之為“海派”，畫家之間師友同修、借鑑、影響，亦師亦友。雖是在上海組織畫會行會，共訂潤金，但彼此之間並無特定筆墨痕跡，他們只是相互探討交流、切磋，使自己的作品更能滿足當時的客人需求，如何雅俗共賞，甚至議定書畫作品的價格。這實在是一種文化，而難以稱之為“流派”。故宮博物院的單國強，曾在文章之中表述：“至於‘海派’，其定派原則已非單純的按照地域、傳承風格，而是從地域文化類型的視角來命名的，是近代‘都市型’的文藝思潮在繪畫領域的反映”。而這批聚集在上海討生活的畫家工匠們在創新的道路上的努力，也常被注重傳統的“正統派”譏諷，“海派”一詞的出現，也是出於嘲諷。光緒二十五年（1899年），張祖翼（1849-1917，字遯先，號磊鑫，安徽桐城人，因寓居無錫，又號梁溪坐觀老人，近代書法篆刻名家和金石收藏家）在題吳宗泰的畫中就曾說過“江南自海上互市以來，有所謂上海派者，皆惡劣不可暫注目，宗泰獨能取資古人，不隨流俗，精進不已，何患不如倪黃耶？”他提到“上海派者”，充滿貶意，認定為“惡劣”“流俗”。民國時期的方若（1869-1954）在《海上畫語》中也是充滿貶意：“以霸氣而雜市氣，別成怪家”來稱海上畫家。這當然不是指上海地區的所有畫家，他們是專注某些創新畫風的畫家。由此可見，這種對“海派”的定位，恰恰不是傳統意義上對“流派”的定位，而是對一種文化現象的定位。更細分的話，也僅是指“海派繪畫”的定位。

當時的傳統畫家，對中國畫的商品化，是嗤之以鼻的。歷代中國畫家，都是儒生氣味極重，自視清高，寫字作畫一則自娛，二則相互贈送以寄情懷。作畫而沽則是偶以為之，大都是在急難之時以作糊口度日之資。鮮有以買家要求附庸流俗度身而寫，為商人而作畫的。這是因為在封建社會的觀念中，士、農、工、商，四分人等，商人是社會中等級較低層的，“罷黜百家，獨尊儒術”，儒家也對商人極之看輕。然而，在近代的上海，市場對商人的依賴日益強烈，商人地位隨着上海商業經濟的發

美術與音樂

展而抬升。在這個過程中，他們或附庸風雅自賞，或籠絡贈送他人，因此商品化的書畫市場也應運而生。而對海派畫家來說，卻正是受城市商業化的影響，順應了城市經濟的大環境，將所謂清高風雅的文人畫家概念置之腦後，順應市場的審美觀念雅俗共體，力求風格、色彩、內容的變革創新，並且堂而皇之高談闊論，將自己的書畫明碼叫價。當時的《西泠藝叢》曾刊出吳昌碩的字畫潤金：“缶廬潤格。衰翁今年七十七，潦草塗鴉慚不律。倚醉狂索買醉錢，酒滴珍珠論賈直。”吳氏列出筆墨尺寸之價格，“堂匾三十兩。齋匾二十兩。楹聯三尺六兩，四尺八兩，五尺十兩。橫直整幅三尺十八兩，四尺三十兩，五尺四十兩。憑條三尺八兩，四尺十二兩，五尺十六兩。山水視花卉例加三倍，點景加半，金箋加半，篆與行書一例。刻印每字四兩。題詩跋每件三十兩。磨墨費每件四錢。每兩作大洋一元四角。”吳昌碩也自言是“一耕夫來自田間”，“生計仗筆硯”。上述潤格可謂是明碼標價非常詳細。他已將藝術作品轉化成了市場商品，可以雅俗共體的題材，“福”“祿”喜慶的內容，令畫作在商品市場大為暢銷。其在致沈石友的信札中說道：“缶為畫件所累，每日做三件，大約做到三月杪方可將去年所（欠）了卻。書畫本樂事，而竟入苦境，衰年之人如何當之，還乞石友先生教我。”由此亦可見吳昌碩為生計的商品化作金石書畫數量繁多，已使他由樂事而成苦事。而同一時期的揚州畫派的畫家們，也對鬻書畫維生，將書畫作品商品化的這一現實，毫不忌諱。紛紛制定了自己作品的市場價格，以求生存自保。“揚州八怪”之一的鄭板橋，也不再自命清高而定下潤格：“大幅六兩、中幅四兩、小幅二兩，條幅對聯一兩，扇子斗方五錢。凡送禮物、食物總不如白銀為妙”，又稱“公之所送未必弟之所好也。送現銀則心中喜樂，書畫皆佳。”所言直白，其情也真。

鄰近上海的江浙一帶乃至各地的畫家，在短時期內迅速聚集滬上，或長居或短住，人數達三百餘人。他們的目的非常清晰：就是因為市場經濟的吸引，力爭為自己的書畫在市場上

佔據一席鬻畫之地。而且當時的書畫社團也由往日無經濟功利性質的雅集，添加了經紀功能，除了聚集書畫家們切磋交流之外，也承擔了買賣的中介身份。

潤格的公開表明，為當時的海派畫家提供了經濟上的保障，也為海派畫家的發展奠定了社會地位和保障，由此可見，商人買家的需求，催生了海派繪畫文化的形成和發展，經濟利益則是其中最大的推動力。

後來成為“海派繪畫”領軍人物的任頤（任伯年），就是順應時代的需求，挾勢而來，應勢而行。這位傳統功底扎實，一生鬻畫為生的畫匠，由此而名噪滬上成為大家。當時廣幫商人最是喜歡任氏畫作，其由風雅高貴至市俗民風，由花卉禽鳥至神話人物，幾乎樣樣精湛且又靈活變通，以市場經濟的需求而作。他客居滬上時期，因購畫者紛至沓來，不得不由家人把守門口，收取潤資，約定取件日期，任氏方能在屋內安心作畫。可惜的是儘管訂購者眾，收入也算可觀，卻因染上鴉片且肺疾纏身，大熱天時仍要裹着棉被作畫，在1895年56歲時悵然離世。幸而他在“煙不離口”的狀況之下，着眼點仍在大眾市民這一邊，以筆作劍撻伐了混沌世界，如《酸寒尉》《飢看天圖》。更順應大眾民意，寫出了許多為大眾喜聞樂見的繪畫題材。他的職業畫家生涯及他明確的市場經濟意識，使他在市場與藝術、物質與精神的關係處理上，取得了雙贏。他首先是滿足出錢購畫者為主要，再以傳統筆墨根底為主旨，融以設色艷麗的民俗趣味，作品大多是大眾喜聞樂見的內容：梅蘭竹菊、雞鴨魚鵝，乃至飛禽走獸。畫面無一不是色彩淋漓，墨色翻飛，內容亦多是富貴吉祥、升官晉階，或是商號啓市、壽喜婚慶。這一類市場經濟作品數量頗巨。但是，他在這個為鬻畫而作的同時期，仍保持了自律自省的藝人品德，內心始終保持了傳統畫家必須有的個人藝術風格和底線。在如此繁重的數量壓力之下，又隨友人學習西洋畫派的素描技巧，隨時在街頭、酒肆、煙館、茶樓，臨寫各種生活中的景致。使自己的作品貼近生活

又拔高形象。畫人像以傳神為目的，寫禽獸以靈動為主旨。他是“一代明星而非學究，是抒情詩人而未為史詩，此則為生活職業所限”（徐悲鴻語）。他在挖掘民俗審美意識的同時，贏得了市場的佔有率，又保留了自己鮮明個性。

任伯年在滬上市場經濟引導下的海派藝術中的領軍形象，無疑也為當代的藝術和藝術家，如何走向市場，如何在迎合市場經濟的同時，不一味求媚俗怪異吸人眼球，而必須保留傳統保持個性，作出了一個跨時代的表率。

任伯年在當時的滬上海派藝術市場上的成功，印證了市場導向影響了藝術發展，市場經濟催生了“海派繪畫”風格。

趙之謙與朋友六皆間的書信往來，更透露出他為官的收入還不及賣畫為佳：“弟候補一年昏忙為事，虧空大加，轉不如賣畫為活，不畏之甚。在屬目者尚以為飛天手段也，不哀也”。又在給益齋（商舖）的信中說“來紙及番錢三十二均收到，容即為之。前件已書而未印，明後日取。此次十件當於二十日前趕為。緣第二十後即赴湖洲也。凡屏福大者須倍價，此次盡可通融，後有求者，謝之可耳。蓋例一開，則貪便宜者踵之，實憚勞苦，非居奇也。”益齋曾為趙之謙收訂件、潤金。

從趙之謙的信札中，可以見到，彼時已有商號為畫家們作買賣中介了。從早年的“平遠山房書畫會”“吾園書畫雅集”到“海上題襟館金石書畫會”“豫園書畫善會”，前後近十個這樣的書畫會，將畫家們的“個體戶”經營形式，集結成“合作社”式的商業經營模式，為畫家們訂立潤格，代理買賣，而不僅僅是一種藝術交流、文人雅集的作用。而且當時供應便於攜帶、商賈幾乎人手一件的折扇店號“箋扇店”林立，它也起到了中介人的作用。《申報》《點石齋畫報》也頻頻為書畫家們刊登廣告，代收潤格定金。由此可見，在這樣的氛圍中，海派畫家作品的商業味已十分濃厚。

以任伯年、吳昌碩為代表的這一批人，已經由市場對他們作品的需求多寡，釐定了他們在社會上的地位成功與否。聚集滬上的畫家也紛紛捨去過往的傳統文人的清高面孔，轉而尋求實質利益。吳昌碩亦在給蒲華的信件中，談及潤格：“作英老哥大人閣下：讀示收到潤筆三洋，來伴塗鑑，計開冊葉，每開二兩，共四兩，琴聯三元，共潤須八元六角，除收應找補五元六角。潤單二紙奉上，檢入為荷。”只可惜的是蒲華率性而為“有索輒應”：“大畫鋪於地，小畫置於几，飯前畫冊頁十二幅，飯後揮立幅數十”，他雖然筆墨功夫佳而沽畫價格卻低，生活是滬上畫家中最拮据的一個，相應而說，也是社會地位較低的一個，可以說是當時海派畫家中的例外。姚燮在給世叔蓀湖的信中，為朋友直言“敝友萬個亭兄工畫能書，仰閣下大名，輒斐言為介紹，相晤時當愛好如夙晤也。一切筆墨生路，乞廣為吹噓之。”上述幾人的情況可以見到，當時的畫家們已經走進了市場經濟的範圍之內了，產生了商業行為。

還有一個人也要特別提到的，就是虛谷。他的作品當時在上海也頗受歡迎，畫紫藤金魚必題“紫授金章”取其加官晉階吉祥之寓意。但他卻沒有定居在滬。缺錢時來滬上小住，“來滬時流連輒數月，求畫者雲集，畫倦即行”，他在滬作畫，既為謀生手段，也為自娛自樂。“閒時寫出三千幅，行乞人間作飯錢”！可以說，他和蒲華二人，是當時滬上鬻畫者中的兩個異類。

海派繪畫藝術的大眾化和市場化，順應了當時社會經濟發展的客觀趨勢。以艷麗的色彩迎合了市場需求，推動了近代中國繪畫史上的一次有深遠意義的改變和飛躍，是從古代到現代的中國繪畫史中值得大書的一頁。更值得提出的是，“海派繪畫”者們並沒有摒棄傳統繪畫藝術，而一味求異求新。上海的商業氛圍和外來文化，並沒有改變他們維護傳統文化的心態和傳統的審美理念，他們只是體現和承應了現代經濟市場，對傳統文化的一種需求而作出的進步，以及繪畫與市場之間的相互認同，開

美術與音樂

始了現代特徵下的藝術創作。傳統的墨色山水畫面被色彩明朗的畫面分割，色彩鮮明活潑的畫面，將繪畫藝術從官府富商的狹小天地，推向了一般商賈普通市民的闊寬市場。

由此而言，當代中國繪畫藝術中，色彩作為一種重要的藝術語言形式，受到高度的重視，與清末民初海派繪畫的商業掘起，有着千絲萬縷的連帶關係。他們在繼承了傳統中國畫對色彩的追求之外，揉進了迎合市場需求的艷麗特徵。

“海派繪畫”隨着市場經濟的腳步，由初起時的疲軟之勢，漸行漸強而成為一股影響至今的強大潮流。並對包括嶺南派及其它中國畫派的時代敷色，起了一定範圍的表率作用。

