

A Study on the Art Market of Calligraphy and Painting in Jiangnan in Ming and Qing Dynasties

—Take Qiu Ying's "Qing Ming Shang He Tu" and Xu Yang's "Gu Su Prosperity Tu" as an example

SUI Chenglong^{1 2}

1Yantai Institute of Science and Technology, Penglai,256600, China

2Kangwon National University, Chuncheon,24341, South Korea

ABSTRACT

[Background] During the Ming and Qing dynasties, with the prosperity of the commodity economy, the art of calligraphy and painting in the Jiangnan region gradually became commercialized. The citizen class increasingly participated in art collection and consumption, driving the flourishing of the art market and the widespread dissemination of cultural capital.

[Objective] This study analyzes Qiu Ying's Qingming Shanghe Tu and Xu Yang's Gusu Prosperity Tu to explore the phenomenon of commercialization and marketization of calligraphy and painting during the Ming and Qing dynasties and to reveal its impact on the popularization of cultural capital.

[Method] Using these two works as primary texts, the study employs iconographic analysis and literature review methods to elaborate on the representation of the art trade in the Jiangnan region depicted in the paintings. By combining visual and historical evidence, it examines the complex interactions between art and the market, and discusses the evolving trends of calligraphy and painting under the influence of commercialization.

[Results] The findings show that Qingming Shanghe Tu and Gusu Prosperity Tu vividly depict the prosperity of the Jiangnan region during the Ming and Qing dynasties, reflecting a close connection between visual culture and material culture. The artworks illustrate how the sanctity and sublimity of calligraphy and painting gradually eroded under commercial influences, transforming into art forms appreciated by both the elite and the common people.

[Conclusion] This research deepens the understanding of the art market in Jiangnan during the Ming and Qing dynasties, highlighting the profound impact of commercialization on art forms and the dissemination of cultural capital, offering new perspectives for contemporary studies of the art market.

Keywords: "Qing Ming Shang He Tu"; "Gu Su Prosperity Tu"; Ming and Qing Dynasty Painting and Calligraphy Art Market; Commercialization

ORCID: 0009-0001-3125-171

DOI: 10.23112/jgas24123102

Received: 15. Oct.2024

Reviewed: 15. Dec. 2024

Accepted: 31. Dec. 2024

明清时期江南地区书画艺术市场研究

—以仇英《清明上河图》与徐扬《姑苏繁华图》为例

随成龙^{1 2}

1 烟台科技学院，蓬莱，265600，中国

2 韩国国立江原大学，春川，24341，韩国

摘要

【背景】明清时期，随着商品经济的兴盛，江南地区的书画艺术逐渐走向商业化，市民阶层日益参与艺术收藏与消费，推动了书画市场的繁荣及文化资本的广泛传播。

【目的】本文通过分析仇英的《清明上河图》与徐扬的《姑苏繁华图》，探讨明清时期书画艺术的商业化与市场化现象，并揭示其对文化资本大众化的影响。

【方法】研究发现，《清明上河图》与《姑苏繁华图》生动描绘了明清时期江南地区的繁荣景象，反映了视觉文化与物质文化的深刻联系。两幅作品揭示，在商业化影响下，书画艺术逐渐丧失原有的神圣性与崇高性，演变为雅俗共赏的艺术形式。

【结果】仇英与徐扬在《清明上河图》《姑苏繁华图》之上描绘了明清江南地区世俗繁荣景象，作为明清视觉文化与物质文化、历史文化的见证，二图表明在商业化因素的冲击下，书画艺术的神圣性与崇高性逐渐丧失从而走向雅俗共赏。

【结论】本研究进一步加深了对明清江南书画艺术市场的理解，展示了商业化对艺术形式及文化资本传播的深远影响，为当代艺术市场研究提供了新的视角。

关键词：《清明上河图》；《姑苏繁华图》；明清书画艺术市场；商业化

ORCID: 0009-0001-3125-1713

DOI: 10.23112/jgas24123102

Received: 15. Oct.2024

Reviewed: 15. Dec. 2024

Accepted: 31. Dec. 2024

1 引言

明清之际，生产繁荣发展，工农业逐渐分工，城镇人口增多，市场与商品流通不断扩大。在工商业发达的基础上，出现了规模较大的城市，如苏州、松江、扬州，这些兴盛的城镇使得市民大量参加工商业活动，商品市场兴盛。正如仇英、徐扬二位画家笔下所绘之苏州，“阊门内外，居货山积，列肆招牌，烂若云锦，行人摩肩接踵（李，2004）。”

作为明清江南地区社会生活场景的表现，正如中国国家博物馆研究员朱万章与南京大学历史系教授范金民所言，仇英版《清明上河图》是仇英所目及的苏州地区人物形象的折射，画中大多呈现的是南方地区，尤其是仇英主要艺术活动的吴门地区的特征（朱，2017）；徐扬《姑苏繁华图》绘录了诸多市招，把清朝强盛时期苏州这一全国最为著名的工商都会之地的繁盛市容全方位、直观式地展示了出来（范，2003）。其中，在二者的画面内容描述上，画面场景展现了明清苏州书画市场的买卖交易现况，此类绘画信息为研究明清时期江南地区书画业发展与绘画艺术商业化现象提供了绘画史实。

关于仇英《清明上河图》与徐扬《姑苏繁华图》的研究现状，可以大致分为三个角度：首先，从美术学角度，对于这两幅作品的艺术特色进行分析阐述。如从构图、内容细节、笔墨等角度分析仇英《清明上河图》与张择端《清明上河图》的异同（胡，2018）（刘，2020）；从画面景观、叙事性研究、构图技法等方面对徐扬《姑苏繁华图》进行阐述（毕，2019）（彭，2021）。其次，从多学科视角出发，分析这两幅作品城市建筑、市民服饰、市井风俗等情况，如以仇英《清明上河图》为蓝本，分析其中的“明式家具”（文等，2016）；以徐扬《姑苏繁华图》为研究素材，探析清代苏州的桥文化（朱，2021）。再次，则是从明清政治、经济、文化背景出发，探析这两幅作品所反映的明清社会政治因素、商业经济因素等，如以徐扬《姑苏繁华图》为对象，研究画面中所反映的清代苏州城市各种工商业发展情况，书画艺术市场只是其中一部分（范，2003）。

通过以上分析，关于这两幅作品的研究现状是将这两幅作品分开探析其艺术特色与画面内容，缺乏将这两幅作品联结起来，从而忽略了二者在表现明清时期江南地区书画艺术市场的继承性与发展性。本文通过对仇英《清明上河图》与徐扬《姑苏繁华图》的时代背景与画面内容切入，从美术史角度出发，考察二者画面内容中所描绘的明清江南地区书画艺术买卖交易场景，并对明清时期以江南地区为代表的文人书画艺术商业化现象进行研究。在明清时期经济、文化、思想等因素的影响下，面对商业化冲击，传统的文人书画艺术开始雅俗共赏。基于仇英《清明上河图》与徐扬《姑苏繁华图》的视觉分析，结合相关文献资料，图史结合，探究在商业化背景下明清书画艺术之发展，为当代书画艺术市场研究提供参考。

2 跨越两百余年的对话：仇英《清明上河图》与徐扬《姑苏繁华图》

2.1 仇英《清明上河图》与徐扬《姑苏繁华图》概述

宋徽宗年间，画师张择端以汴京、汴河自然风光与繁荣景象为题材，绘鸿篇巨制《清明上河图》，画中物景曲尽仪态莫可数记，影响画坛甚远。后四百余年至明中叶，社会结构发生显著变化。随着商业和手工业的繁荣，社会上涌现出富裕的市民阶层，他们成为文化和艺术赞助者，推动了绘画市场的兴盛。“吴门四家”之一仇实父，以张择端“清明上河”为母题，以明代苏州城社会生活场景为依托，绘制明代版《清明上河图》，是明中期苏州社会的生活写照。仇版《清明上河图》版本众多，目前国内外有诸多版本流传，如辽宁省博物馆、台北故宫博物院、弗利尔美术馆等皆有仇英款《清明上河图》，其中辽宁省博物馆馆藏版本据学者考究“是仇英真迹或最接近仇英风格者”（朱，2017）（图1），本文也以此版本为研究对象。

辽宁省博物馆馆藏仇版《清明上河图》青绿设色，典雅清丽，反映这一时期以苏州为代表的江南地区文化繁荣的一面，实乃风俗巨作。而后两百余年，清代宫廷画家徐扬，依例采用长卷形式与散点透视方法，绘《姑苏繁华图》一卷，描画清乾隆时期苏州“商贾辐辏，百货骈阗”的风俗市井，图写太平。



图1 仇英《清明上河图》局部，辽宁省博物馆藏，绢本设色，31.3x1045 厘米

图片来源：中华珍宝馆

清中叶，江南地区的城市如苏州、杭州和南京成为商业和手工业中心，形成了繁华的城市文化。在乾隆帝驻足江南苏州之际，命宫廷画师徐扬摹写苏州盛景，《姑苏繁华图》（图2）由此而来。在《姑苏繁华图》左侧，有徐扬文字题跋“钦惟我国家，治化昌明，超轶三代，幅员之广，生齿之繁，亘古未有。臣幸遭逢之盛，图写太平，为盛世滋生图一卷……耕织纷纭，商贾云屯，市廛鳞列，为东南一都会……臣执事内廷，能不益加观感以摹写帝制光昌于万一乎。图成于乾隆乙卯九月，臣徐扬敬跋。”通过题跋内容可知画面描述之主题，即在商业写实的基础之上歌颂盛世。《姑苏繁华图》亦由此称为《盛世滋生图》，画面生动呈现了清代江南地区的生活景象，包括繁荣的商业活动、精致的建筑和市民生活。此图实乃继仇英《清明上河图》之后，描绘江南地区的又一瑰丽长卷。



图2 徐扬《姑苏繁华图》局部，辽宁省博物馆藏，纸本长卷设色，35.8x1225 厘米

图片来源：中华珍宝馆

明代仇英的《清明上河图》和清代徐扬的《姑苏繁华图》反映了明清社会变迁和不同时期绘画之间的联系，同时也揭示了以绘画为代表的高雅艺术与明清社会背景、商品经济和书画艺术市场的紧密关系。在明清时期，绘画作为一种商品，不仅仅是艺术创作，更是社会文化中的一种交流和价值传递。明清时期富裕的市民阶层成为绘画作品的赞助者和收藏家，推动了绘画市场的兴盛。随着商品经济的发展，绘画艺术逐渐成为一种投资和文化资本。富有的商人和文人雅士开始收藏绘画作品，以展示他们的社会地位和文化品位。这也催生了裱褙匠、墨商、古董商等书画经纪人，从而促进绘画艺术市场的发展。

2.2 明清江南地区书画艺术市场的画面呈现——基于“二图”的视觉分析

绘画作品不仅是古时文人画家抒发内心情感的产物，更是历史文化与物质文化的见证者。图画与古籍相结合，可以图证史，图史结合，再现古时文明。仇英《清明上河图》与徐扬《姑苏繁华图》，二者作为明清时期江南地区苏州商业文化的绘画呈现，以绘画形式刻画了明清江南地区书画艺术市场商业化景象。

明清江南地区书画艺术市场的繁荣与社会风气的变化、商品经济的繁荣息息相关。江南地区不仅交通位置便利，而且自古以来便是文化兴盛之地。至明中期，苏州、松江、杭州等地是明代城市化程度最高、消费文化最盛行的地区。其中，苏州是明中期以后时尚文化的发源地，如明王士性《广志绎》卷二“两都”所载：姑苏人聪慧好古，亦善仿古法为之，书画之临摹，鼎彝之冶淬，能令真贋不辨。又善操海内上下进退之权，苏人以为雅者，则四方随而雅之，俗者，则随而俗之，其赏识品第本精，故物莫能违（刘，2014）。在仇英版《清明上河图》中可使以上文字记载复现眼前。

仇版《清明上河图》以当时苏州现实生活为描绘对象，将明中期苏州城“翠袖三千楼上下，黄金百万水东西。五更市贩何曾绝，四远方言总不齐”（冯，1992）的景象纳入画中。明代新兴的裱画店、古玩瓷器店等均可在画面中找到，字画、笔墨纸砚、古董花瓶、象牙珠宝等物品充斥着整个交易市场，各个行业均悬挂着属于自己的“店肆招牌”，如“精裱诗画”“瓷器”“书坊”等。依图寻之，可见书画交易买卖之景：在一家“诗画古玩”店里（图3），一名员工正向两位顾客展示一幅绘画作品，似为“竹石图”，货架之上另有八件卷轴作品以及书籍。店铺货架之上堆满了各种古玩，如各式各样的瓷器、青铜觚、青铜鼎、一扇山水砚屏等。另外可见“集贤堂书坊”（图4）、“重金雅扇”“精裱诗画”等店铺，亦向世人证明明代书画艺术市场的繁荣。



图3 仇英《清明上河图》局部

图片来源：中华珍宝馆



图4 仇英《清明上河图》局部

图片来源：中华珍宝馆

《姑苏繁华图》是为宫廷画家徐扬进献乾隆皇帝而作，此图从构思到定稿耗时24年之久，乃歌颂康干盛世之佳品。画面“十分细腻地刻画出了江南的湖光山色、田园村舍、闾胥城墙、古渡行舟、沿河市镇、流水人家、民俗风情、官衙商肆，描绘了苏州城郊百里的风景和街市的繁华景象（熊，2020）。”画面之中，关于书画艺术市场之描绘可见12处：如关于绘画作品售卖之景，其中一处在于街道房屋的外墙上，可以清晰地看到六幅字画正在售卖，涉及花卉、山水、书法等（图5），另外两处则为“名人字画”店，店内可见各式书画作品，店员在门外招揽顾客；关于书画用材买卖场景可见五处，如“笔”店、“法帖”店，有一处买卖场景在于拱桥之上的摊位上（图6），摊铺之上摆有笔墨纸砚等，卖主正向顾客展示一纸质作品。此外还可见“雅扇”售卖之店铺以及书画装潢店。这意味书画完全作为商品投入市场，而非单纯作为文人阶级文化特权的物化象征（贾，2023）。



图5 徐扬《姑苏繁华图》局部

图片来源：中华珍宝馆



图6 徐扬《姑苏繁华图》局部

图片来源：中华珍宝馆

从《姑苏繁华图》可知，江南地区书画艺术市场发展至清代，其繁荣之景比起往昔有过之而无不及，其中苏州自身的书画业文化积淀是其书画艺术市场繁荣的重要原因。除之前所述江南地区经济的繁荣之外，以苏州为代表的江南地区文化亦盛。明清时期，吴地风流辈出，书香世家众多，在绘画方面出现了如“吴门画派”“松江画派”“常州画派”“虞山画派”等。画派名家辈出，经济繁荣发展，士农工商阶级观念淡化，科举之风兴盛，种种原因促成了明清时期江南地区书画市场的发展。

3 “文化资本”的下沉：明清书画艺术的商业化发展

文化资本概念由法国社会学家布迪厄提出。他把资本概念从经济学领域引入社会学领域，认为社会资源可分为3种资本形式：社会资本、经济资本和文化资本（孙，2022）。文化资本指的是个体或社群在文化领域积累的资源，包括知识、技能、审美品位等。随着明清时期书画艺术的商业化，艺术品逐渐演变为一种文化资本。这种文化资本不仅仅是物质财富，更是社会地位和文化认同的象征。收藏和拥有书画作品原为社会精英——文人士大夫的身份标志，他们通过展示自己的收藏品来彰显自身的品位和教养。但随着商品经济的繁荣，此时的商人阶级以及普通市民亦开始追求书画艺术等具有高雅品位的物品，以此附庸风雅。原属于文人士大夫阶级的高雅“文化资本”伴随着明清社会文化、经济、思想等因素的冲击，逐渐“下沉”至底层市民，逐渐进入商业化时期。

明清之际，“士农工商”的阶级地位发生了变化，依托于地方特色经济的发展，下层市民有了一定的资金积累，生活逐渐富足，甚至产生了商业性团体，如徽商、晋商等，这是商业化进程不可逆转的结果。商品经济的迅速发展，使得逐渐富裕起来的市民在思想、生活等方面产生了一系列的变化，传统的等级秩序逐渐受到冲击，奢侈享乐之风兴盛起来。

在明代初期，《明史》“舆服志”言“市民庶人，则不得潜用金绣、锦绣、里宣丝、绩罗，止许袖、绢、素纱；其靴不得裁制花样、金线装饰。首饰、钗、钿不许用金玉、珠翠，止用银。”但是随着经济的发展，“代变风移，人皆志于尊崇富侈，不复知有明禁，群相蹈之。……男子服锦绮，女子饰金珠，是皆靡拟无涯，瑜国家之禁者也。（王，1993）”商品经济的繁荣发展，商人对上层社会地位的冲击，带有下层市民特色的文学思想随之出现，如李贽的“童心说”、汤显祖的“唯情说”等理论范畴均对传统的教条主义和复古主义产生了强烈的冲击。像小说逐渐将下层市民的日常生活作为表现对象，且作为文人高雅身份象征的书画艺术也走向了世俗化、商品化。下层经济影响了上层思想，上层思想又反作用于下层社会，明清时期的艺术思想带上了“俗”的文化特征。

原属于最底层的商人有了资金的积累开始追求上层士人阶级的文雅生活，此时的文艺思潮也进一步产生了变化，象征文人的高雅艺术在此时逐渐大众化、商业化、世俗化，“堂前无字画，不是旧人家”，市民也总将字画悬挂于家庭之中以增强“文化底蕴”，因此而出现的买画卖画现象层出不穷。仇英的《清

明上河图》和徐扬的《姑苏繁华图》描绘了明清时期绘画市场的繁荣，随处可见的关于书画古玩买卖交易，向我们展示了之前象征文人贵族身份的高雅艺术，在这时变成了一件为了商业交易而制作的物品。

为了适应逐渐增多的市场需求，明清时期出现了从事图像生产的行会组织，如徽州的“画场”，苏州的“画帮”，正如《清明上河图》和《姑苏繁华图》所描绘的一样，这些组织有着专门的字画店、古玩店等对绘画作品公开进行买卖，当然这种交易方式更多的是针对普通的市民，而且作品质量不一，基本上是职业画家所绘，价格更多是满足下层市民的需求。像商贾名流，他们所追求的则是文人画家的艺术作品，明代沈周、文徵明、唐寅，清“四王”“扬州八怪”等有名气的文人画家书画是他们追捧的对象。但是文人有着自己的气节与操守，文人画家进行书画交易更多的是以比较含蓄的方式，如“雅债”“润笔”“赞助”等。商人为了获取文人字画，大多都与文人进行结交，如结社游乐、雅集交友等，比较有名的像项元汴、华夏、王世贞等人，他们礼待文人，将“养士”作为自己附庸风雅的一个方面。

商贾的加入，使得书画艺术逐渐沾染了商业性，他们对士人的赞助通过绘画交易的方式进行，受市民文化的影响，文人绘画“取之于民”从民间艺术中吸取营养，又反作用于民间艺术的趣味走向，士与商的互动带来了雅俗文化的合流，明清的文人如仇英、徐渭、“扬州八怪”之流，其艺术作品雅俗共赏，商品化了的绘画艺术将“自娱”与“娱人”完美结合在了一起，正如郑板桥所说“吾画兰画竹画石，用以慰天下之劳人，非以供天下之安享人也。（宋，1994）”

明清江南地区书画艺术的商业化发展是中国绘画史上的一大转折点，它深刻影响了当时社会结构、文化传承和社交关系。商业化使得书画艺术作为一种文化资本更加广泛的流通，它不再仅仅是少数精英的专属领域。文化资本的下沉推动了书画艺术发展的多样性，原本以文人画为主导的江南书画艺术市场，开始包容更多不同风格和流派的艺术作品。这使得书画艺术在当时社会中呈现出多元化的趋势，不再受限于传统的文人画风格。传统文人画家为了维持自身身份进行“护魅”以坚守传统，而部分画家面对冲击投入商业化浪潮，使得书画艺术逐渐跌落“神坛”，走向大众化，书画艺术在此时雅俗共赏起来。

4 “护魅”与“失魅”：明清书画艺术的“神坛跌落”

明清时期是中国书画艺术发展的关键时期，这一时期的书画作品既充满了创新与多元，又面临了审美传统与商业化挑战。在此背景下，“护魅”与“失魅”成为明清书画艺术的重要特征，反映了艺术家在传统与现代、文化与商业之间的探索与抉择。

中国传统文人书画与文人息息相关，其艺术产生便是文人士大夫标榜身份之“工具”。宋代以苏轼为代表的文人画家推崇唐代王维“诗画结合”的艺术传统，以“梅兰竹菊”四君子题材入画，崇尚绘画艺术与高雅情操、心性修养相结合，赋予了文人画艺术精神之“魅”。至元代，以黄公望、吴镇、王蒙、倪瓒为代表的“元四家”以“平淡天真”“自娱”“高逸”的艺术形式与追求再次为文人画赋“魅”，奠定了文人画不可攀越之高峰。至明清，此时的文人画家面对前代先贤赋予的文人画之“魅”的高峰，而无法逾越，他们将前人绘画母题与形式进行挪用并重组，最终化古为我，形成自家面貌，如董其昌、“清初四王”等文人画家。然而，明清之际的文化环境、社会背景等注定了此时的书画艺术场域无法保证传统文人绘画的纯粹性。与坚守传统进行“护魅”的文人画家相比，明清书画艺术面临着严重的“失魅”现象，传统文人书画艺术也逐渐跌落“神坛”，从而折射出传统文人画家身份之“魅”的趋散，文人精英身份渐失。

如前所述，仇英《清明上河图》与徐扬《姑苏繁华图》书画交易之景反映了传统文人书画艺术的商业化现象。富有的商人和士绅阶层对书画艺术的需求增加，使书画作品成为一种投资和社会地位的象征，原属于文人身份象征的高雅艺术逐渐走向平民百姓之家。在仇英《清明上河图》中，可见市民阶级使用“山水画”装饰民宅，其中一处似可看出为元四家之一倪瓒的“一江两岸式”山水画形式（图7）；此外，在一处居所内，可见一画师正为一男性进行绘制肖像（图8）。这几处场景点明了明代江南地区绘画艺术的平民化趋势。而在徐扬的《姑苏繁华图》中，亦有相似场景：在一家人参店内，一男性身后墙壁之上悬挂一“树图”（图9）；在一家饭馆内，墙壁之上悬挂一“竹图”（图10）。明清之际，苏州地区如

此场景表明书画艺术消费已下沉至普通群众，正如《桐桥倚棹录》中指出：“鬻者多外来游客与公馆行台，以及酒肆茶坊，盖价廉工省，买即悬之，乐其便也。（顾，1980）”

书画艺术的消费者原属文人精英阶级，他们借书画“聊以自娱”，视书画以陶冶性情之手段。但随着经济的迅速发展市民阶级崛起，商人为了抬高自己的身份地位而附庸风雅，书画等高雅艺术也逐渐扩散至底层社会中，甚至专属于文人的字画也逐渐“跌落神坛”“个人化”的物品变得“大众化”起来。文人精英之身份面对商业化冲击而逐渐“失魅”。此外，明清文人画家精英身份之“魅”的渐失也与社会背景息息相关。从政治方面讲，有明之际，人口数量增多书院大量兴办致使科举艰难，另则党争频仍，文人士大夫易受牵连。清朝则为少数民族统治时期，文人士大夫地位低下，且统治者实施文字狱，文人动辄亦有杀身之祸。在社会经济方面，传统的士、农、工、商四民制度社会秩序已经因为商业发展遭到扭曲和破坏，政治仕途的不顺使得一批文人纷纷投入商业之中，商人的地位得到大幅度改善。“他们打破了两千年来士大夫对于精神领域的独霸之局，不仅将传统的儒家思想移入商业活动，同时也积极地介入各种艺术欣赏甚至是创作之中。这些都表明了新兴的商人阶层是用一种文化的手段提高自身的地位。（孙，2010）”

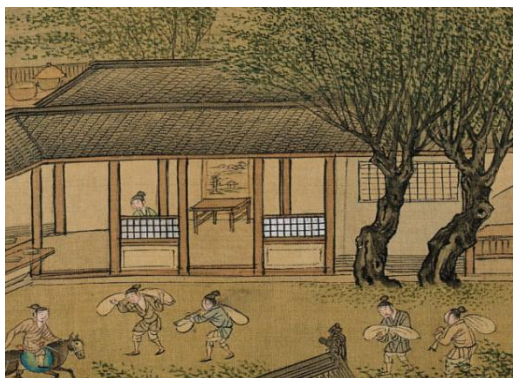


图 7 仇英《清明上河图》局部

图片来源：中华珍宝馆



图 8 仇英《清明上河图》局部

图片来源：中华珍宝馆



图 9 徐扬《姑苏繁华图》局部

图片来源：中华珍宝馆



图 10 徐扬《姑苏繁华图》局部

图片来源：中华珍宝馆

面对明清商业化冲击导致的文人画“失魅”现象，江南地区仍有文人画家坚持传统审美和文化价值，坚守古代文人画的精髓，继承其情感、意境和审美情怀。这一传统的延续在当时的书画作品中表现得淋漓尽致。文人画家强调高尚道德情操的表现，将书画视为一种自我表达和内心追求的载体，这些观念贯穿了他们的艺术创作，在坚守传统的同时寻求创新从而维持自身身份以求“护魅”。其中最典型的代表便是松江画派董其昌，其“南北宗论”的提出试图重新确立文人画传统，从而纯化商业化影响下的文人

书画。在南北宗论中，董其昌提出文人画家与职业画家的区别，也正是维护文人精英身份之“魅”的举措。与其他投入艺术市场进行卖画的文人画家相比，仍有很多文人画家拒绝此种行为，维持自身节操。如清代“扬州八怪”之一的李鱣在其《花鸟十二屏》题跋中写及“以画爲娱则高，以画爲业则陋。”袁启潮也曾言到“鬻画之资，虽非造孽，然订画例较锱铢，余不屑爲也（徐，2018）。”

“护魅”与“失魅”对于明清江南地区画坛乃至整个明清画坛来讲并不是对立的观念，而是相互关联。此时的画家在“护魅”与“失魅”的漩涡之中挣扎，在商业化因素的冲击下，书画艺术的神圣性与崇高性逐渐丧失从而走向雅俗共赏。总的来说，明清书画艺术的“护魅”与“失魅”现象反映了当时社会的多样性和复杂性。它们代表了文人画家与职业画家在传统与现代、文化与商业之间的挣扎与平衡。明清时期的书画艺术虽然在商业化浪潮中神坛跌落，但也在这一过程中产生了独特的审美风貌，以市民审美为趋向成为绘画艺术的一种选择，二者相互影响，共同构建了艺术商业化新的征程。

5 结论

明清时期书画艺术的商品化趋势是历史之必然。仇英、徐扬作为明清时期有名的画家，其传世作品《清明上河图》与《姑苏繁华图》蕴含着丰富的文本信息，是研究明清书画艺术市场的重要文本。通过对这两幅作品的分析，可使观者多方位了解明清时期社会发展之概况。将其从图像学、社会学视角进行研究，可一窥明清书画艺术市场之概况，从而图史结合，进一步探索中国古代书画艺术市场。

绘画艺术作品是见证文化发展演变之瑰宝，蕴含着丰富的物质文化与精神文化。从仇英的《清明上河图》到徐扬的《姑苏繁华图》，两位画家通过绘画描述了中国明清时期跨越两百余年以苏州为代表的江南地区书画艺术市场之盛景。此二图在反映明清社会文化、经济和政治变革的同时，也见证了明清书画艺术市场的发展。在商业化影响下，传统文人画艺术乃至其他象征文人身份的高雅之物不再仅仅是文人的专属领域，它吸引了更广泛的参与者与消费者，使书画等艺术成为一种文化资本，流通于各个阶层社交、商业等诸多领域。这一变革使传统的文人艺术更加与社会、市场和大众生活相互交织，成为文化传承和社会交流的载体。本文以仇英《清明上河图》与徐扬《姑苏繁华图》爲文本，从而对明清江南地区商业化进程影响下书画艺术发展进行研究有利于使观者了解明清书画艺术市场发展及历史审美风尚转变。

参考文献

贾育仁.(2023).《姑苏繁华图》与清代苏州书画业.艺术研究(01),16-19.

DOI:10.13944/j.cnki.ysyj.2023.0038.

孙丽君.(2022).文化资本理论视域中的文旅产业融合动因及路径.深圳大学学报(人文社会科学版)(03),44-51.

DOI: 10.3969/j.issn.1000-260X.2022.03.005.

彭迪.(2021).盛世图景—徐扬《姑苏繁华图》研究.硕士学位论文,青岛科技大学.

URL:https://link.cnki.net/doi/10.27264/d.cnki.ggdhc.2021.001112doi:10.27264/d.cnki.ggdhc.2021.001112.

熊探贻.(2020).徐扬《姑苏繁华图》的写实与虚构.书画世界(10),71-72.

DOI: 10.3969/j.issn.1673-6109.2020.10.014.

毕继敏.(2019).徐扬《姑苏繁华图》的视觉叙事性研究.硕士学位论文,江南大学.

URL:http://62.234.89.99:8085/kcms2/article/abstract?v=UjEBX92ALNEWUfh0-Tii9nK_AquVu9RJmx7rkSwOpO_utBaUQy5l7aXGuDM1n5ukF1xJPF4F5ToTBOBc3GciMDnsTq__iQj7wzNiSrORubGn-aEHx9nKEpGDKfiZ5ySsBN8o9dlghqZP4w9Tpe9dKA4yD3ghbmJ9xZAKI2z2221T92UM9BPFb6PCUCMRpUIGsyfDArWYs=&uniplatform=NZKPT&language=CHS

徐永斌.(2018).文士治生视野下的明清江南文艺市场.南开学报(哲学社会科学版)(01),91-101.

URL:<https://d.wanfangdata.com.cn/periodical/ChlQZXJpb2RpY2FsQ0hJTmV3UzIwMjQwNzA0EhJua3hiLXp4c2gyMDE4MDEwMDkaCDV5YW1zeXY2>

胡蓉.(2018).论仇英《清明上河图》的摹古与创新.宁波教育学院学报(01),118-120.

DOI:10.13970/j.cnki.nbjxyxb.2018.01.031.

朱万章.(2017).仇英绘画的摹古与创新——以《清明上河图》为例.美术研究(05),16-22.

DOI:10.13318/j.cnki.msyj.2017.05.006.

文阳,袁进东 & 黄亚.(2016).仇英版《清明上河图》中的明式家具浅析.家具与室内装饰(02),22-23.

DOI:10.16771/j.cnki.cn43-1247/ts.2016.02.011.

刘明杉.(2014).仇英《清明上河图》中的商业文化.形象史学研究(01),113-136.

URL:http://lishisuo.cssn.cn/xsyj/gdwhs/202001/t20200116_5078662.shtml

刘玉菊.(2012).仇英《清明上河图》绘画语言分析.硕士学位论文,山东理工大学.

URL:http://62.234.89.99:8085/kcms2/article/abstract?v=UjEBX92ALNHA7771ITNXqv4BXrE3PRcg_x5u2P5UIQdlW9Bjh92CjrR9k3GE2O6cn9ZPTqxbGD4M-ogQVV00wCaGgDLwZTx4XA4nV6VdBB-4D7nhTcLhhVAWtNc--20LCloOcwMzrdWsRPqN-wYtpd0IDJ1GUG3ZQR8DJmKGkh1MQYwj6PbWrW0krTO9wMJ&uniplatform=NZKPT&language=CHS

孙童.(2010).“艺术场”视域下的文人画.硕士学位论文,山东师范大学.

URL:<http://62.234.89.99:8085/kcms2/article/abstract?v=UjEBX92ALNHI6JddJXwTr4pc42Q0nCG0d69gzN2W0m3QzaNDpEdTHebnfjM4tq-cqMvzky2pyIK7rSny4By4Cc6vYvgsm-qrBL9xJu37E0GhE-pWHv1iH97iM8vjTqhMhrnLLu8zUDbIjhlErj9d49IJJclDMybXB0QdzU0VaLxXoA4GPHJun6BQcKYrd5FZ&uniplatform=NZKPT&language=CHS>

李晓燕.(2004).明清时期吴地商品经济的繁荣及市民文化的发展.漳州师范学院学报(哲学社会科学版)(01),89-91.

DOI:10.16007/j.cnki.issn2095-7114.2004.01.020.

范金民.(2003).《姑苏繁华图》:清代苏州城市文化繁荣的写照.江海学刊(05),153-159.

DOI: 10.3969/j.issn.1000-856X.2003.05.024

徐茂明.(2002).江南的历史内涵与区域变迁.史林(03),52-56+123.

DOI: 10.3969/j.issn.1007-1873.2002.03.007.

宋致新.(1994).明清性灵小品,湖北辞书出版社,411.

王翔.(1993).明清商品经济与江南市民生活.苏州大学学报(03),97-103+140.

DOI:10.19563/j.cnki.sdzs.1993.03.021.

冯梦龙.(1992).唐解元一笑姻缘,警世通言卷 26.人民文学出版社,415.

顾禄.(1980).桐桥倚棹录.上海古籍出版社.

免责声明：所有出版物中包含的声明、观点和数据仅代表个人作者和贡献者，而非 JGAS 和/或编辑。JGAS 和/或编辑对因内容中提及的任何想法、方法、说明或产品而造成的任何人身伤害或财产损失不承担任何责任。