

■本报记者 范昕

首次全景式深度梳理海派美术研究脉络，“何谓海派”艺术系列大展首展“历史的星空——二十世纪前期海派绘画研究展”昨天在上海美术馆(中华艺术宫)开幕。来自近现代海派美术史“最强阵容”的百余件原作，叠加丰富的文献资料，尝试以更高的层面、更广阔的视野来追问“海派”究竟是个什么样的“派”？

在此次展览的总策展人、上海美术馆(中华艺术宫)馆长陈翔看来，“海派何以为海派”之问，其实也正是“上海何以上海”之问。他告诉记者，海派绘画最大的价值在于开启了中国绘画现代化的进程，而其本身正是上海城市现代化进程的产物。市文旅局局长方世忠指出，一个城市的美术馆折射出的是城市软实力，而海派“最强阵容”集结呈现，也标志着上海“大美术馆计划”迈出了扎实而坚定的一步。

海派“最强阵容”集结，“大美术馆计划”迈出坚实步伐

此次“历史的星空”展汇聚上海博物馆、朵云轩、上海市文物交流中心、上海中国画院、刘海粟美术馆以及上海美术馆(中华艺术宫)的珍贵馆藏，不仅一次集齐“海派四杰”(虚谷、任伯年、吴昌硕、蒲华)、“四任”、“沪上三熊”等海派“豪华首发梯队”之作，亦有徐悲鸿、刘海粟、潘天寿、吴湖帆、林风眠、张大千、黄君璧、陈师曾、黄宾虹、赵之谦等大家手笔令人目不暇接。其中，部分作品为近年来首次公开亮相。

以“最强阵容”追问何谓海派何以上海

上海美术馆(中华艺术宫)推出二十世纪前期海派绘画研究展

中，部分作品为近年来首次公开亮相。

海派绘画很难用通常的流派概念去理解，这一流派没有一个可以统领全局的领袖，多是各擅胜场的大师；也没有一种大体趋同的风格，多是灵苗自探的个性。如虚谷独爱淡墨，通过提按、顿挫、行止、徐疾等动作来加强线条的力量感与审美内涵。此次展出的《白猫》，寥寥数笔就把一只趴在石头上的白猫画活了，这种用笔影响了后世的花鸟画技法。赵之谦以深具金石意味的线条、饱满鲜亮的色彩开创出海派绘画的先河，他笔下的《玉堂富贵》中青铜鼎轮廓和遒劲花枝显出深厚的书法功底。林风眠则是“中西融合”这一艺术理想的倡导者、开拓者；他亮相展览的《仕女》，以简洁凝练的线条与色块体现对抽象构成图式的探索。

甚至，海派绘画没有一个相对固定的群体，多是川流不息的过客。或许正因如此，“海派”精神随“海派”画家的移居扩散到东西南北。吴昌硕的弟子陈师曾、陈半丁到北京后成为“京派”画坛的奠基人物，并称“二陈”。陈师

曾《山居图》、陈半丁《天竹图》在此次展览的现身，即让人们窥见这样一重影响。

读懂了上海这座城市的现代化进程，便读懂了海派绘画的逻辑

集结名家名作之余，展览尝试从历史学和社会学的视角梳理海派绘画的源流、内涵及影响，以作品与文献资料双线交织的展陈形式，阐述海派绘画的形成和崛起何以与上海这座城市的现代化进程有着不解之缘。

海派绘画的艺术生态系统，与城市经济背景和城市生活之间有着紧密关联。因而，“繁盛多元的艺术市场”成为展览浓墨重彩展开的一个维度。开埠之后的上海，孕育了一批来自民间的新兴消费群体，而部分“海派”创作满足了这种商业环境下的大众审美。例如展出的吴友如《大富贵亦寿考》，即为迎合吉利喜庆市场偏好的风俗人物画。以文献形式呈现的20世纪初流行于上海的月份牌绘画，更应商业繁荣而生，

可谓当时的艺术家们在力倡中西文化交融和设计文化本土化过程中进行观念传达的新媒体创造。展览也揭示，彼时以《申报》为主要媒介的多种报刊，为画家润格即出售作品价目标准的订立宣传起到重大作用；钱扇庄则承担起作品交易经纪人的角色，润例中不同的收件地址可见书画交易市场的需求之大、行业之盛。

“和而不同的社团组织”则在展览中为人们打开海派绘画另一重值得关注的面向。上海中国画院理论部主任王欣指出，经过五四新文化的洗礼，上海的艺术社团兼具了救亡图强的责任。从画会、学校到刊物、展览，在海派画家社团组织推动下，艺术大众化、公共化逐步取代了传统绘画的私人性和精英化。

“海派绘画是中国绘画由传统进入现代的分水岭，或者说，海派绘画开启了中国绘画现代化的进程。”据陈翔透露，“何谓海派”艺术系列大展明年将分别携手北京、广州的学术研究机构，举办海派与京派、海派与岭南画派的比较研究展。



虚谷的《白猫》(上海中国画院藏),寥寥数笔就把一只趴在石头上的白猫画活了。(主办方供图)

越剧好声音：重新丈量传统和时代的距离

■本报记者 柳青

25岁的袁派花旦怀抱吉他自弹自唱《断肠人》的四工腔“月朦朦月色昏黄”；评委茅威涛在点评中回忆创作《西厢记》时如何借鉴川剧，忍不住当场上台示范，其实当年的她和此刻舞台上的大部分选手是同龄的，只是29岁的年轻演员。

目前播出两期的《中国好声音·越剧特别季》，并不是包装或推广传统戏曲的噱头，戏曲和选秀遇合的化学反应，激发行业人和观众对“中国好声音”的全新思考：什么样的声音是“好声音”？什么样的“好声音”是“中国”的？通过这些20多岁青年演员的吟唱，钩沉百多年越剧传承与兴替的痕迹，敏锐的观众也许能意识到，面对戏曲当代化这个议题，年轻一代传承不易，更难的则是突破表演惯性，重新丈量传统和时代之间的距离。

传统中国的好声音，是另一种更持久的流行

开播十年的《中国好声音》在这一季陷入选曲争议时，“越剧特别季”的出现，是对音乐综艺节目的及时有效的拓展。看起来，节目组是小心翼翼地向着传统戏曲的方向迈出了一步，这一步之遥，开拓了大量观众对“声音表演”的感知。对比冷门的当代歌曲，在剧场里反复上演、具有极高票房号召力的戏曲剧目，以及这些剧目中被广为传唱的选段，是具有民间基础的“中国好声音”。

53岁的穆桂英在沙场点兵时唱出“辕门外三声炮，如同雷震”，这段《穆桂英挂帅》的名场面，是考验越剧花旦的唱功戏。其实这段内容存在于中国南北各地的地方戏剧中，其中，豫剧和梆子在当地传唱范围更胜越剧在江南，以至中原地区有种夸张的说法——会说话的都能唱“辕门外三声炮”。如果一代人有一代人的流行音乐记忆，那么存在于各剧种的《穆桂英挂帅》可以视为跨越了代际的戏剧和音乐记忆。

1942年，袁雪芬立志改革越剧，第二年，她演出了第一部具有完整唱、念文本的越剧《断肠人》，改编自陆游词作《钗头凤·红酥手》和作家本人的婚姻悲剧。剧中一段四工腔“月朦朦月色昏黄”从1943年传唱至今。

《胭脂》是另一部在越剧发展过程中不可绕过的新经典。1960年，周恩来在杭州看了两遍《胭脂》，评价“这是可以和《十五贯》媲美的好戏”。而《十五贯》是被称为“一部救活一个剧种(昆剧)”的神作。《胭脂》和《十五贯》的共同点是在情爱戏和公案戏的双线结构中，淡化生旦离合的传奇戏份，把叙事、表演的重心转移给主动追求真相和公义的司法人员。“高官厚禄何足论，志在水火救黎民”，《胭脂·慎思》的这段唱成就了越剧小生不同于传统“多情公子”的全新风貌。

在“好声音”的舞台上，存在于越剧戏迷记忆里的粉墨登场的戏份，以一种洗尽铅华的面目出现，“听声选人，闻师转身”这种观众熟悉的综艺模式，其实歪打正着地回归了戏曲演出对演唱品质和声音表演的追求。通过年轻演员的竞演，节目在一个新的维度展开了对“中国好声音”的挖掘和梳理。



▲越剧《梁祝》。
▲越剧《二泉映月》。
▲茅威涛主演的越剧《陆游与唐婉》。
制图：李洁

就像侧幕和上场门之间的几步路，距离不长，但走起来不轻松。

节目开播前，茅威涛提到，她从艺40多年，在剧场里看她演出的观众累计超过100万，而综艺节目的一次播出，点击量和观看人次达到千万级别。持续了十年的“好声音”综艺品牌拥有的观众基础，评委之一的郑云龙具备的个人号召力，以及视频传播的优势，这些因素促成“越剧选秀”是一条与戏曲剧场完全不同的赛道，这条“赛道”也成了越剧(以及更多戏曲剧种)与数量庞大的年轻观众群相关联的通道。经过最初两期的收视高峰和社交网络的热议，不仅节目高开以后的走向面临挑战；还有，这些让导师激情拍灯的青年越剧演员，能否让戏迷之外的观众在现实中“激情拍灯”——走进线下的越剧剧场？茅威涛几乎是带着乡愁地回忆1980年代的浙江小百花剧团引发万人空巷的盛况，她那一代人20出头的年纪到上海人民大舞台演出，剧场在九江路上，票房的长队直排到三条马路外的西藏中路。回望更早的1940年代，越剧十姐妹名满上海，当时她们也只是二十五六岁的姑娘。这个时代的越剧新秀以选秀的方式被曝光于千万计的观众群，他们是否有足够的能把综艺观众“兑现”成新的越剧观众群体，以不输前辈的自信，充满辨识度地确立这个时代传统戏曲的文化身份？

破圈的不仅是越剧，更是传承越剧的年轻人

上海越剧院总共11个姑娘和小伙参与了《中国好声音·越剧特别季》，这些年轻人本以为自己对后场到上场门之间的这段路已经十分熟悉了，没想到在节目现场，从候场到上场门的这段路，他们每走一步都“压力山大”。上海越剧院院长梁弘钧说，演播厅上场门打开的一刹那，被推上了全新的、充满未知数的大舞台的不仅是越剧，更多是这些年轻的越剧演员们。戏以人传，年轻演员走向更大的观众群，

就像侧幕和上场门之间的几步路，距离不长，但走起来不轻松。

节目开播前，茅威涛提到，她从艺40多年，在剧场里看她演出的观众累计超过100万，而综艺节目的一次播出，点击量和观看人次达到千万级别。持续了十年的“好声音”综艺品牌拥有的观众基础，评委之一的郑云龙具备的个人号召力，以及视频传播的优势，这些因素促成“越剧选秀”是一条与戏曲剧场完全不同的赛道，这条“赛道”也成了越剧(以及更多戏曲剧种)与数量庞大的年轻观众群相关联的通道。经过最初两期的收视高峰和社交网络的热议，不仅节目高开以后的走向面临挑战；还有，这些让导师激情拍灯的青年越剧演员，能否让戏迷之外的观众在现实中“激情拍灯”——走进线下的越剧剧场？茅威涛几乎是带着乡愁地回忆1980年代的浙江小百花剧团引发万人空巷的盛况，她那一代人20出头的年纪到上海人民大舞台演出，剧场在九江路上，票房的长队直排到三条马路外的西藏中路。回望更早的1940年代，越剧十姐妹名满上海，当时她们也只是二十五六岁的姑娘。这个时代的越剧新秀以选秀的方式被曝光于千万计的观众群，他们是否有足够的能把综艺观众“兑现”成新的越剧观众群体，以不输前辈的自信，充满辨识度地确立这个时代传统戏曲的文化身份？

第一期节目中，上海越剧院的花旦赵心瑜吉他弹唱“月朦朦月色昏黄”，方亚芬的眼睛

笑成花，夸“小姑娘居然能这么唱”，茅威涛也不吝赞美，肯定她“唱得正工正调”。同学少年都不差，同台唱功难分伯仲时，这段弹唱能成亮点，在于表演者输出新颖的直观印象时，也维持着“移步不换形”的庄重。“吉他配越剧”在节目播出当晚火爆社交网络，梁弘钧颇为感慨，他说，年轻演员传承不易，然而更难的是突破表演惯性，在节目录制过程中，他们私下更多和他交流“离开了习惯的舞美和服装，差点不知道该怎么唱”。今天的老戏迷和新观众惊奇于吉他替代了鼓板和越胡，而袁派唱曲的灵魂仍在。其实时光倒退80年，袁雪芬在创作《断肠人》的唱段时，以四工腔为主腔，但在原基础上，旋律向低音区伸展，唱腔更添呜咽低回的情韵，渲染悲剧色彩。作出这番大胆变革实践的袁雪芬，当时只有21岁，此后，这种在甩腔前大量利用低音的曲调成为袁派唱腔的特色。

80年前，20岁的袁雪芬痛苦于“我自己也看不起越剧”，终于决绝地拉开越剧改革的帷幕，她以文学改编的路径(《祥林嫂》)提升越剧作品的格调，也坚持“不抛弃以家庭妇女为主的旧观众”，因为“她们会带着孩子来看戏，要让她们当孩子成为新一代观众”。24年前，36岁的茅威涛改编《孔乙己》，自此开创“诗化越剧”，超越生旦离合的惯性传奇，探索越剧文本的崭新边界。今天，在“好声音”的舞台上轮番登场的年轻人们，他们依次推开上场门时，能否为越剧和更多传统戏曲推开一扇门呢？

■本报记者 卫中

“2022年一部国创作品突破千万播放量的需要天数，从3个月缩短至41天。”日前举办的哔哩哔哩(以下简称“B站”)2022-2023国创动画作品发布会上，副董事长兼COO李旻透露的这个数字，真实反映了国创动画作品在互联网上的热度。截至2022年8月，国创动画区月活跃用户数量达到9600万；25岁以上用户人群一年内增加了700万人……这些亮眼的数据都见证着国创动画市场的蓬勃生长。

优秀的动画作品以及其衍生产品被誉为国家文化重要的视觉符号之一。中国动漫文化促进会会长郑绪涛对国创动画新作表示“满满的期待”，他相信未来将有更多优质动画内容，为全球观众提供独具魅力、引发共鸣的文化产品。

国创动画市场为创作者提供尽情发挥的空间

近年来多部优秀的国创动画作品取得良好的口碑，投身国创作品创作的创作者数量也水涨船高。据悉，2017年能完整做中国动画的公司不超过30家，今天中国有接近1000家内容链条公司活跃在一线，其中有120家能做出高质量的动画。此外，B站已经实现了300余个国创动画授权项目的落地，预计今年国创作品总收入将累计超过20亿元。即便如此，但“产能不足仍是国创动画市场的主要矛盾”，《汉化日记》制作人李妹洁认为，“这也为创作者提供了很大的发展空间”。

《汉化日记》是一部相当接地气的作品：普通上班族苏莫婷，某天突然被父母告知其实她俩是神仙和妖怪，现在要回天庭了，而苏莫婷今后将独自闯荡。被赶出家门的苏莫婷正在独自凄凉，眼前伸来一只温暖的大手：“那么，就让我带你回家的温暖吧”——原来对方是房屋中介。《汉化日记》用这种夸张搞笑的风格，写照了许多年轻人离开家乡在外打拼的经历，让观众感到“这是一部懂我的作品”。自2019年首播以来，《汉化日记》在B站上连载到第四季，累计播放量两亿左右。李妹洁坦言，最初对于这种轻松搞笑风格作品能否被接受也没有很大把握，但后来的播放量证明对于蓬勃的国创动画市场来说不存在“有价无市”的动画类型，各种题材的作品都有自己的观众空间。

更大的市场空间为创作者提供了更广阔的创作空间，让创作者可以在自己喜欢的题材类型上尽情发挥，打造出优质作品。李妹洁总结《汉化日记》的成功经验时说道：“跟观众产生共鸣，是身为创作者最开心的时刻。”

国创动画作品不断孵化原创IP，并连接其他产业

“全体起立！”不要回答！不要回答！不要回答！”随着《三体》动画定档12月3日的消息公布，满屏的弹幕瞬间“爆炸”。《三体》是IP衍生作品的成功代表，众多业内人士认为，国创动画领域很有可能是下一个国IP孵化池。

“吾皇猫”作者白茶认为，一个优秀的IP形象必须具备三个“过目不忘”——外型、性格和故事，其中“好故事是打造国IP过程必不可少的”。满脸不高兴表情的“吾皇猫”形象早已通过绘本、漫画、短视频、表情包在年轻人中广泛流传，“就喜欢你看不惯我又干不掉我的样子”也是广为流传的“金句”。但白茶仍然决定为“吾皇猫”制作一部动画《关喵什么事》，“动画作品的形式能更好地展现吾皇猫的故事和世界观，给观众带来欢乐和感动，以此加强与观众的情感连接。”

近年来国创动画作品不断孵化原创IP，并以此为抓手连接其他产业的合作伙伴。例如同里古城成为《两不疑》的故事场景，引来众多粉丝打卡；《时光代理人》被改编为主题密室和剧本杀；《灵笼》与汽车企业进行了深度合作。中国传媒大学动画与数字艺术学院黄心渊认为：“动画已经跨出传统的影视领域，与生活的方方面面相结合。动画不仅是一种内容消费形式，更与旅游、教育等融合发展，推动消费市场的快速升级。”

触屏快时代，让我们慢下来体悟纸质“悦”读

年度“最美的书”揭晓，25种图书获奖

本报讯(记者许畅)2022年度“最美的书”评选结果昨天在沪揭晓，《大美汉字》《古地图上的长城》《北桥船拳》《造园记》等来自全国各地23家出版单位的25种图书榜上有名。

谈起书籍装帧艺术，它的定义早已不止于做个好看的封面，或是给文本添上插图。拿起一本书，书籍的各个部分——封面、护封、函套、环衬、目录、版面、插图、字体，要与图书主题、架构默契融合，才能予人有温度的“悦读”慢享受。

梳理本年度“最美的书”，不少作品将传统文化题材融入特色编排中，令人耳目一新。比如，《大美汉字》讲述汉字演变与发展，全

书朴素雅致，封面采用特种纸专色印刷，并以竹筒的抽象图形做击凸，点与线的结合呈现出浮雕效果，纹理与函套相呼应；古典纸与水纹纸的运用增加了本书的古籍韵味……从色调到排版，无不从读者从视觉和触觉上感受汉字之美。

“最美的书”注重材质与文本内容的相得益彰，提升书籍的人文内涵和阅读温度。比如，非遗书籍《北桥船拳》从船拳的阅读视角，体例清晰，节奏明朗，书中1600多幅图片尽显叙事的视觉变化魅力，渔网、船桨等元素处处点睛，不乏江南画意。线描插图绘制精美古朴，有武林“秘笈”之感，封面应用草席材质，草香扑面而来。

《鸟语四季》则是将二十四节气、鸟与中国古诗相结合，排列方式轻松有趣、随性自然，犹如二十四节气在一年当中自然划过。代表二十四节气的24种颜色艳而不俗，以不同的鸟的形态贯穿始终，手工拼贴插画富有特色，让小读者直观了解二十四节气的特点和规律。

越来越多出版人和设计师意识到，互联网触屏时代的到来，给予了书卷艺术绝佳机会，有巧思有温度的书籍设计更亲近读者，有助于精准演绎书的故事，使其传递出独特气质。比如，《乡村与木刻》以专黑油墨来印刷，表现出木刻版画的视觉冲击，整体设计言简意赅，平易近人，体现了有温度的美学内涵。

不少获奖图书创新书籍设计语言，传统与现代融合，趣味与创意兼备，吸引读者“全感官参与”。比如，《豆腐》为主题的图书《豆腐》，收录了与豆腐有关的诗歌、文章、谚语、戏曲、灯谜、专访等，邀请200多位作家、画家、书法家、表演艺术家、手艺人、诗歌爱好者分享感悟中国人吃的智慧，使书变成了一块好玩、好看又好吃的“豆腐”。《环设计》展现了12位设计创作者十年的成长与变化，全书排版看似随意散乱，但设计语言却有逻辑。封面文字随层叠的纸张或突出或消解，内文字体运用具有跳动性，看似漫不经心，却贴合了“坏设计”概念。书中带有浓郁生活气息、状似弹幕的彩色便签条，让阅读的观点层次更加丰富，也强调了设计师的主观表达——对时代、对审美的态度。

据悉，“最美的书”(原“中国最美的书”)创立于2003年，是上海市新闻出版局主办的书籍设计年度评选活动，并持续选送优秀作品参评“世界最美的书”评选。中国的书籍设计者在立足本民族文化特质和精髓的基础上，正融合世界设计潮流，不断展开创新和探索。