

十三行外销画中的中国形象构建与西方视角的再现

王镜皓¹, 贺景卫^{1*}

(¹ 广州大学 美术与设计学院, 广东 广州 510006)

摘要: 本文以十三行外销画为研究对象, 探讨其在中西文化交流中的作用及对中国形象的构建与西方视角的再现。论文从历史背景、艺术特征、形象构建机制及西方视角四个层面展开分析, 结合具体案例揭示外销画如何通过视觉语言影响西方对中国的认知。研究指出, 十三行外销画不仅反映中国文化的多样性, 也体现了西方文化立场与审美取向。通过对图像与文本的解读, 本文阐明了外销画在文化传播中的双重性, 既传播中国文化, 也受制于西方的想象与偏见。研究有助于深化对中西文化互动的理解, 并为相关领域的进一步研究提供参考。

关键字: 十三行外销画; 中国形象; 西方视角; 文化再现; 跨文化比较

DOI: <https://doi.org/10.71411/rwxk.2026.v2i1.1192>

The Construction of Chinese Images in Thirteen Factories Export Paintings and Their Representation from a Western Perspective

Wang Jinghao¹, He Jingwei^{1*}

(¹ Guangzhou University, School of Fine Arts and Design, Guangzhou, Guangdong 510006, China)

Abstract: This paper takes the Canton trade paintings as the research object, exploring their role in Sino-Western cultural exchange and the construction of the Chinese image as well as the representation of the Western perspective. The thesis analyzes from four aspects: historical background, artistic features, mechanisms of image construction, and the Western perspective. By combining specific cases, it reveals how these trade paintings influence the Western perception of China through visual language. The study indicates that the Canton trade paintings not only reflect the diversity of Chinese culture, but also demonstrate the Western cultural stance and aesthetic preferences. Through the interpretation of images and texts, this paper clarifies the duality of these paintings in cultural transmission, which both spread Chinese culture and are constrained by Western imagination and prejudice. The research contributes to a deeper understanding of Sino-Western cultural interactions and provides references for further studies in related fields.

基金项目: 国家社科基金艺术学一般项目《南岭民族走廊瑶族服饰文化研究》(项目编号: 23BG127)

作者简介: 王镜皓(1990-), 男, 广东广州, 博士, 研究方向: 图像叙事

贺景卫(1969-), 男, 广东广州, 硕士, 研究方向: 民族民间艺术研究

通讯作者: 贺景卫, 通讯邮箱: jingwei.he@gzhu.cn

Keywords: Canton trade paintings; Chinese image; Western perspective; Cultural representation; Cross-cultural comparison

引言

十八至十九世纪广州十三行外销画是中西物质文化交流的重要载体，蕴含深厚历史文化内涵。清代“一口通商”政策下，广州成为西方观察中国的首要窗口，外销画师融合中西技法，创作出符合西方审美的视觉文本。这些作品记录中国社会生活、生产场景与自然风貌，是西方认知东方文明的重要媒介。江滢河指出，外销画作为文化商品，其生产受国际贸易体系与跨文化审美需求双重影响^[1]。照相术未普及时代，这些画作承担图像志功能，为西方提供直观“中国风情”认知渠道^[2]。王怡文等学者认为，外销艺术品通过视觉叙事构建多元中国形象，对女性阶层、商馆建筑及手工业场景的描绘，形成西方视野中的东方主义图景。

当前学术界对十三行外销画研究存在局限，多集中于艺术风格或贸易史，缺乏图像符号学与跨文化传播理论的整合运用。陈锦触及文化表征问题，但未深入解构西方认知框架；付雨桃揭示学术话语对委托者审美偏好等关注不足；牛晓笛实证分析透视法本土化改造，折射文化权力博弈；曾国桢强调形象建构需结合受众接受机制，但现存文献对欧洲不同群体差异化解读尚未系统展开。这些盲点导致难以全面把握外销画如何通过视觉修辞参与西方中国想象的建构，这也正是本文试图突破的理论空间。

1 文献综述

国内对十三行外销画的研究不断深化。早期以梁嘉彬《广东十三行考》为代表，聚焦行商制度与贸易体系考证。21世纪后，研究视角转向艺术史与文化传播领域，江滢河揭示了外销画作为跨文化媒介的复合性特征；李思晨指出外销画构建了选择性呈现的“全景式中国”形象；陈锦分析了画作中商人形象如何被塑造为“东方财富象征”；彭晓云通过对国家博物馆藏外销瓷器的图像学分析，为理解外销画的艺术杂交性提供了重要参照^[3]。

国际学界研究理论多元、方法交叉^[4]。欧洲汉学研究将外销画置于启蒙运动思想背景中考察；奥斯曼德·泰凡尼通过量化分析证实西方市场对“中国奇观”题材的持续需求；柏林艺术史研究所的技术考古学研究修正了普鲁士蓝传入中国的时间结论；邱秋燕引入性别视角，指出画作强化了东方女性的“艺伎化”想象。

现有研究存在局限。理论应用上，后殖民理论虽被广泛采纳，但多数研究简单套用东方主义，未能深入辨析生产者与消费者之间的权力博弈，中国匠人的文化抵抗也未得到充分阐释。方法论方面，过度依赖视觉分析，缺乏跨学科技术考证，物质性维度普遍缺席。

本文拟突破现有研究局限：结合海关档案与画作物质分析，建立“技术传播链”模型；引入“双重凝视”理论框架，既解析西方视角的想象建构，也探究中国画工的文化调适；借鉴空间分析方法，对外销画中的商馆建筑进行符号解构。通过这种多维度整合研究，揭示十三行外销画作为文化协商场域的本质特征。

2 研究内容与方法

十三行外销画的创作背景与艺术风格，是研究其在中国形象构建中功能的重要基础。广州作为清代特定通商口岸，在乾隆二十二年“一口通商”政策下，十三行垄断对外贸易，商业繁荣催生了外销画这一特殊文化商品。其创作与经济环境紧密相连，海上丝绸之路畅通，清政府开放政策，刺激本土匠师迎合西方市场创作^[5]。欧洲巴洛克与洛可可风格交替时期的审美，影响了外销画兼具写实性与装饰性的风格形成。

外销画艺术风格中西融合，魅力独特。技法上，结合中国传统国画工笔与欧洲透视技法，如广雕工艺，将中国开光技法与西方徽章图案结合，精致华美。随着英国人来华增多，其风格还逐渐向英国风转变，反映西方市场审美偏好变化。这些作品通过线条、色彩、构图等实现东西方艺术对话，成为中国对外传播文化的重要载体。

十三行外销画在中国形象构建中功能显著，体现在文化传播、贸易促进和形象塑造三方面。作为图像史料，外销画题材广泛，涵盖多领域，是西方了解中国社会风貌的重要窗口，具体描绘使西方对中国有直观认知^[6]。作为贸易商品，它满足外商需求，推动中外贸易。更重要的是，外销画所展现内容参与西方对中国形象构建，其高度写实与细腻刻画，让西方观众感受到既陌生又熟悉的中国形象，这既是文化互动结果，也是跨文化传播中的重构与再创造。

3 十三行外销画的历史背景

1757年乾隆皇帝颁布“一口通商”政策后，清代广州成为中西方贸易往来的唯一合法口岸，直至1842年《南京条约》签订，垄断对外贸易长达85年。依托珠江口的优越地理位置，广州形成以十三行为核心的全球性贸易网络，闽、粤、徽籍海商聚集于此，推动丝绸、瓷器、茶叶等商品大规模出口。据海关档案记载，18世纪末广州年出口茶叶量达3000万磅，白银流入量占全球三分之一。繁荣的贸易生态催生了记录中国风物的视觉需求，为外销画提供了物质基础与市场空间。

西方绘画技法的传入是外销画形成的关键^[7]。东印度公司商船与传教士的涌入，使广州画师接触到透视法、明暗处理等技术。本土画家关乔昌（林呱）通过临摹欧洲版画、与英国画家乔治·钱纳利交流，掌握了油画、水彩等媒介技术，并建立画室分工协作，批量生产通草纸水彩画、玻璃画等外销艺术品。这种技法融合在林呱1835年创作的《广州商馆》中尤为明显：作品以西方焦点透视法表现珠江沿岸建筑群，同时保留中国传统界画的线性勾勒，形成独特视觉语言^[8]。

18世纪欧洲的“中国风”浪潮直接刺激了外销画生产。西方商人、旅行者订购风俗画、人物肖像等题材，满足对东方异域情调的想象。现存大英博物馆的《制茶图》系列水彩画，详细描绘茶叶加工过程，兼具商品宣传与文化展示功能。值得注意的是，画师常按雇主主要求强化某些中国元素，如美国商人亨特在《广州番鬼录》中记载^[9]。

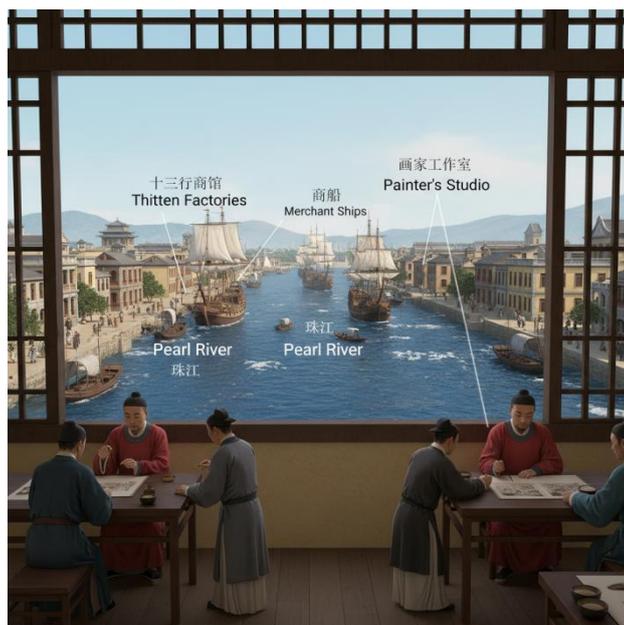


图1 十三行外销画历史背景示意图

4 十三行外销画的艺术特征

表1 外销画艺术特征表

内容概要	详细真实数据
绘画技法	1. 扇面雕刻技法与布局: 扇面采用浅浮雕技法, 装饰内容分为四层。扇头区域相间雕刻人物场景与自然花鸟, 扇骨之间联通成几组小景, 是多题材组合构图的典型范式。以丝带为界, 二层装饰多种吉祥寓意的花果纹, 承载着中华民族祈愿乐生的精神态度。中部主体装饰层采用拉丝浅浮雕技法装饰文人雅士图, 共雕刻有三十余个姿态不一的人物, 画面中心为一组文人于树下闲谈饮茶, 四周散布着几组或小桥漫步, 或泛舟赏景的人物, 画面远景穿插雕饰耆亭台松柳, 呈现祥和雅致的乡野之景。底部可细分为四层, 装饰高度依次递减, 以简单的花卉纹样为饰, 最低一层则保留素面, 不着雕饰。
色彩运用	2. 扇面整体特征: 扇面整体布局疏朗有致、雕刻细腻, 以牙丝纹铺地, 以浮雕柳亭人物为主体装饰, 充分展示了该时期十三行外销骨扇雕刻细腻精致, 画面通达透气的视觉特征和雅韵文人审美对手工艺装饰的深厚影响。
构图方式	3. 装饰风格形成原因: 在工艺造物发展历程之中, 受到技术进步、生产力发展和消费竞争的影响, 工艺逐渐发展形成雕饰镂削之风, 追求华贵的富丽之美。在传统手工艺技术高峰与清代商品经济萌芽、西方商业市场等综合作用的影响下, 十三行外销骨扇的装饰风格相应地呈现出精雕细镂、繁缛奢华的视觉特点。手工艺匠人通过运用不同的雕刻技巧, 合理布局装饰纹理, 在繁杂的雕刻中营造出空间景深, 使得骨扇的视觉呈现繁而不紊, 疏密有致的和谐关系。
西方视角再现	4. 透视法和光影法的应用: 透视法和光影法的应用, 是18世纪末至19世纪前期广州外销画采用西画技法最显著的特征, 透视法被应用于人物五官造型的描绘上, 并且有了光影的表现。但同时, 外销画家也沿袭了中国绘画中对韵律感的表达, 色彩与线条一样拥有节奏。他们用深色颜料像画线描一般画出衣纹等处的褶皱波浪线, 用笔有顿挫和起承转合, 这样的上色方式就完全异于西方画家用块面表现明暗体积的画法。
文化传播作用	5. 广州外销画的特色: 广州外销画的特色可以概括为“中国题材, 西洋趣味”。这些画作采用西方透视法、明暗法以及彩色颜料绘制, 内容和风格与西方艺术大异其趣, 同时又有别于中国本土文人画, 既不属于中国画也无法纳入西洋画的范畴, 被称为“欧洲标准的中国艺术”。

十三行外销画艺术风格独特, 融合中西绘画技法, 有丰富文化内涵。技法上, 线条运用高度灵活, 既保留中国传统书法笔意, 又融入西方透视感。描绘人物时, 用细腻流畅线条勾勒轮廓, 借助透视线条增强空间深度, 使人物生动立体, 赋予作品跨文化视觉张力。笔触技巧也极为丰富, 能依物体质感调整。表现丝绸、瓷器等光滑表面, 用细腻流畅笔触展现光泽纹理; 刻画树木、岩石等粗糙质地, 则用粗犷豪放笔触凸显真实感与力量感。

色彩运用方面, 外销画搭配策略多样, 兼具装饰性与象征意义。常用暖色调表现人物肤色及服饰质感, 冷色调描绘自然景观, 形成对比, 增强画面层次感与感染力。其色彩融合中西文化, 金色作为西方常用装饰色, 被巧妙用于画面细节, 结合中国红色寓意吉祥繁荣、蓝色象征

宁静深远等传统色彩象征意义，使作品在国际视野下仍保有浓厚中国文化特质，构建出独特艺术语言^[10]。

构图上，外销画注重整体布局和谐与空间感营造。画家善用远近、虚实手法，使画面富有层次感与动态美。如广州港口场景，前景船只、人物细致入微，远处山峦、天际模糊简化，形成远近对比，营造深远空间意境。光影效果应用强化立体感与真实感，画家依光源方向合理安排明暗区域，突出物体形态质感，如室内场景中窗户光线的精心描绘，形成光影交错效果，提升作品艺术价值，给观者身临其境之感。



图2 十三行外销画艺术特征示意图

5 中国形象的构建机制

十三行外销画以独特视觉元素构建出特定中国形象。它融合中国传统绘画与西方技法，在细节描绘上极为精准，像广州商业街道手工业场景，每个环节都细致入微。这种细腻手法既保留传统精髓，又借助西方透视法增强画面空间与立体感，极具视觉冲击力。其题材广泛，涵盖市井生活、手工业制作、自然景观等，形成对中国社会的全景式展现。多样化的画种形式，如通草水彩画、象牙画，强化了艺术表现力，满足不同观众审美需求。

叙事方式是外销画构建中国形象的另一维度。这些画作面向西方市场，采用易被西方观众理解的叙事策略，突出西方人感兴趣的异域风情与发达手工业，迎合其文化好奇心^[11]。在表现上，强调细节真实丰富，通过精准刻画人物服饰、表情和动作，传达浓厚文化氛围^[12]。部分作品还记录重要历史事件，如1822年广州大火灾，成为西方了解中国社会变迁的窗口，成功将神秘生动的中国形象呈现于国际视野。

十三行外销画中的中国形象构建受特定社会文化背景影响。西方“中国潮”推动对外销画的需求，观众审美偏好影响画家选择与表达。从中国内部看，清代广州作为对外贸易中心，决定了外销画主题聚焦商业活动与社会风貌。中西文化交流的互动效应也不容忽视，西方技法引

入促使中国画家创新，中国传统文化魅力吸引西方关注，双向作用下，外销画呈现的中国形象既体现跨文化融合，又反映特定历史时期的社会现实与文化特征。

6 西方视角下的中国形象再现

十三行外销画深刻映射了18至19世纪西方社会的认知框架。画作聚焦茶叶、丝绸等手工业场景，以精细化描绘强化工艺神秘感，却刻意回避技术革新背景，契合了西方“技术停滞论”的预设。建筑景观呈现符号化特征，珠江商馆与亭台楼阁被简化为东方奇观，通草水彩的轻盈质感剥离了广州的商业实质。人物形象类型化突出，女性小脚、男性长辫成为固化符号，这种分类法既满足西方猎奇需求，又暗合殖民话语中的文明等级叙事。题材“去政治化”倾向明显，鸦片战争等历史事件缺席，暴露出西方将中国定位为无害文化标本的心理。

这些视觉文本在跨文化传播中经历意义重构。进入维多利亚阿尔伯特博物馆等公共空间后，其商业属性被学术话语覆盖，1790年组画常被阐释为“中国社会史实证”，却忽视了中国画师为迎合市场的自我东方化调适。铜版画复制技术导致符号极端简化，《中国图志》等出版物将多元文化压缩为“园林-茶叶-丝绸”刻板印象，催生出脱离历史语境的“中国风”消费潮流。这种传播机制与汉学研究共谋：艾田蒲援引外销画佐证中国思想影响时，选择性忽略画作隐含的文明等级观念；孔佩特对十三行变迁的解读强化了“冲击-反应”单向叙事。视觉传播本质是东方主义认知框架的具象化，通过将中国建构为永恒的他者，西方得以在文化霸权与自我认同间建立平衡。

7 结论与展望

本研究聚焦十三行外销画，考察其作为中西文化互动视觉媒介，在中国形象构建与西方视角再现中的双重作用^[13]。这些外销艺术品以高度类型化的题材与技法融合，构建复杂视觉表征系统：画师运用西方透视法与写实主义技法，呈现广州口岸市井生活、商贸活动及工艺制作场景，塑造繁荣开放的东方商埠形象；但受西方订单审美偏好影响，画面强化异域情调、遮蔽社会矛盾，形成被西方凝视规训的“文化他者”。这揭示了早期全球化进程中视觉权力运作机制——外销画既是中西艺术交融的物质载体，也是西方建构东方主义想象的文化工具^[14]。画作中西方商人形象塑造，折射出中国画师对异文化主体的认知策略，为跨文化研究提供珍贵案例^[15]。

当前研究存在局限：史料挖掘偏重通草画等主流类型，对油画、壁纸画等载体研究不足；理论框架多局限于艺术风格分析，缺乏物质文化研究、视觉人类学等跨学科视角；海外收藏机构原始档案利用不足，全链条考察存在断层。未来研究应拓展三个维度：将外销画置于更广阔外销艺术体系，与纹章瓷、牙雕等工艺品比较，揭示中国形象建构的跨媒介一致性；运用数字人文技术建立多模态数据库，量化分析题材演变与市场偏好关联性，深化对文化消费驱动力的理解；引入后殖民理论审视画作权力话语，结合商行档案、旅行手记等文献，解构“东方主义”叙事背后的政治经济学逻辑。这些探索将助力构建平等互视的中西文化交流史观，为当代国家形象传播提供历史参照。

参考文献：

- [1] 王怡文, 贺景卫. 十三行外销艺术品传播对中西艺术与文化的影响[J]. 美术教育研究, 2025, (19): 13-16.
- [2] 李思晨. 十三行时期跨文化传播语境下中国形象解构——基于英国随行记录画的研究[D]. 广州: 华南理工大学, 2026.
- [3] 陈锦. 跨文化传播视角下“十三行”行商形象建构[D]. 广州: 华南理工大学, 2021.
- [4] 贺景卫, 王怡文. 当代视觉语境下十三行外销艺术品元素解构与重构[J]. 新美域, 2024, (08): 101-103.
- [5] 郭心昱. 广州十三行外销艺术品设计研究[D]. 无锡: 江南大学, 2024.

- [6] 曾国桢. 中国形象的海外建构路径探析[D]. 杭州: 杭州电子科技大学, 2025.
- [7] 单依依. 文化传播视角下十三行时期外销纹章瓷涵化研究[D]. 广州: 华南理工大学, 2022.
- [8] 张儒麟. 十三行时期外销陶瓷包装设计与现代应用研究[D]. 广州: 广东工业大学, 2019.
- [9] 孔荣荣. 十三行时期外销刺绣工艺包装设计与现代应用研究[D]. 广州: 广东工业大学, 2022.
- [10] 肖杏瑶. 17-18 世纪中国外销瓷上“女性图像”研究[D]. 景德镇: 景德镇陶瓷大学, 2025.
- [11] 聂超. 18 世纪欧洲“东方信札”的中国形象研究[D]. 上海: 上海师范大学, 2023.
- [12] 伍辉. 跨文化交流视域下西方的中国形象变迁研究(公元前 5 世纪至 17 世纪) [D]. 济南: 山东大学, 2023.
- [13] 王毛子. 明清外销瓷器中的“航海图像”与中西视觉交流[J]. 丝网印刷, 2025, (20): 67-69.
- [14] 彭晓云. 17 至 19 世纪中国外销瓷东西方图像符号的融合——基于中国国家博物馆藏几件外销瓷器的解读[J]. 收藏家, 2025, (07): 52-59.
- [15] 向紫颖. 对外汉语分级读物中的中国形象研究[D]. 济南: 山东师范大学, 2022.