

# 棋务维新 之二 续茶马古道，探茗棋新途

中国茶文化和象棋文化在德国巴符州斯图加特市的联合推广

## 目录

一、茶和茶叶在西欧的历史和变迁.....	1
1.1 西欧茶历史概述.....	1
1.1.1 最先接触并记录茶文化的葡萄牙.....	2
1.1.2 最先将茶叶运往西欧各个港口并掀起“中国风”的荷兰.....	2
1.1.3 最先缔造西欧茶文化和世界茶叶种植的日不落帝国.....	2
1.2 德国茶叶市场和文化现状.....	3
1.2.1 2015 年德国茶叶调查报告.....	3
1.2.2 缺失的茶叶知识和茶文化.....	3
1.2.3 德国人眼里的茶和茶文化.....	4
二、中国茶文化在斯图加特的推广.....	4
2.1 太极茶馆的成立.....	5
2.2 太极茶馆的中国茶叶和茶文化传播实践.....	5
2.2.1 一套成熟的荐茶模式.....	5
2.2.2 全新的中国茶叶和茶文化的互动模式.....	6
2.2.3 梯队建设给茶客们提供更全面的服务.....	6
2.2.4 一些很有特色的主题茶会:.....	6
2.3 以茶文化为主，兼顾水和养生，为其他中国文化推广提供平台。.....	7
2.3.1 水知识和养生知识交流平台.....	7
2.3.2 中国文化推广平台.....	7
三、中国象棋在斯图加特的推广.....	9
3.1 见缝插针的棋摊文化.....	9
3.1.1 常驻太极茶馆的象棋摊.....	9
3.1.2 跟着茶摊闯社会.....	9
3.2 千锤百炼，厚积薄发，棋摊文化的收获.....	10
3.2.1 中国象棋海外爱好者的评定.....	10
3.2.2 如何定义象棋入门.....	10
3.2.3 中国象棋海外推广人群的确定.....	11
3.3 从棋摊迈向成人大学和博物馆.....	12
3.3.1 成人大学讲座.....	12
3.3.2 中国象棋的“两地三展”.....	13
3.3.3 中国象棋博物馆讲座.....	15
3.4 中文学校和德国学校的国象社团是最后的归宿.....	17
四、茶文化和棋文化的合作推广.....	18
4.1 用泡茶的观点来看棋.....	18
4.2 用棋理来看茶.....	19
4.3 棋茶并进的中国文化传播与培训之路.....	19
引用文献.....	20

当一个中国人，进入一个陌生的国度，如何开始进行中国文化的传播？

当一个喜欢喝茶的中国人，进入已经喝着各种茶的德国人圈子，如何和他们分享中国人的饮茶习惯和文化？

当一个喜欢下棋的中国人，进入已经拥有浓厚国际象棋文化底蕴的德国，如何开展中国象棋的推广？

当局者迷。除了在棋类文化之间比较以外，笔者想通过一个中立的第三方视角，带着如何在海外推广中国象棋的疑问，在其他中国文化领域的推广中寻求新的突破口。另外借用中国茶文化推广平台，笔者试图更进一步地接触和了解德国人，从而更准确地寻找和确认专属于中国象棋文化推广的对象人群，以期提高推广的效率，更有效地分配推广时间和精力。

本文将通过研究和分析欧洲和德国的茶文化简史以及中国茶道文化在德国斯图加特市的成功推广，寻找可以为中国象棋文化在斯图加特市推广所借鉴的模式，资源和平台。

瓦格纳夫妇的中国茶道文化推广之旅始于 2003 年，先从影响力很广的斯图加特各个地区的成人大学文化推广平台出发，到 2011 年太极茶馆的成立；如今茶艺课从各成人大学的定期课程，以及公司，文化团体及个人的茶体验课，到孔子学院的座上宾；从传播茶文化和茶艺理念到培训茶艺爱好者和德语茶艺师；从兼职到全职。在文化推广和传播的同时完成了职业，事业和梦想的三级跳。探其究竟，因地制宜用德国人能够接受的方式推广中国茶文化是制胜关键。

同样从成人大学文化平台开始，中国象棋进入德国博物馆，参加各种文化体育活动，扎根斯图加特汉语学校，辐射整个斯图加特公立幼儿园，小学和中学的国象社团。以建立海外第一所中国象棋道场为目的的旅程已经开启。

## 寻着香茗入茶馆，沿着古道拓棋途

电视剧里或者印象中，洋人总是喝着咖啡下着西洋棋。到了德国，发现他们是边喝啤酒边下棋。我们中国人呢？那自然应该是边喝茶边下棋。在斯图加特市中心的西侧，位于施瓦本大街 18 号的太极茶馆，给了在斯图加特下象棋的朋友们一个回家的感觉。欧洲象棋联合会于 2015 年 6 月，正式授予太极茶馆“棋友之家”的称号。太极茶馆的名字受杭州西湖畔一茶楼“太极茶道”之启发，也因创始人之一爱民·瓦格纳修习太极拳二十多年之缘而得名。经营茶馆的瓦格纳夫妇，不仅仅给棋友们提供了一个温馨的下棋场所。他们在德国 27 年的生活经历和 13 年的中国茶文化推广实践，给中国象棋的海外推广提供了新的线索和途径。

## 一、茶和茶叶在西欧的历史和变迁

茶和棋都起源于中国。在进入欧洲，进入德国后，都各自结合当地习俗产生了更加适合当地的茶文化和棋文化传统。对于茶的认识，德国人更多受英国人的影响。印度红茶，袋装红茶在各种场合随处可见。用装有刻度瓶的容器冲泡，置入茶包，倒入沸水，泡上固定时间以后，将茶包丢弃，加奶加糖，趁热饮用。这样纯机械化的流程，简单明了，符合德国人一贯的严谨思维。柠檬茶，花草茶，薄荷茶也是在德国商店和饭店里经常能喝到的茶。这些看上去司空见惯的现象，背后究竟是怎样的一段传奇故事呢？

### 1.1 西欧茶历史概述

浏览西欧茶叶史，葡萄牙，荷兰和日不落帝国是三个对茶和茶文化的传播影响最大的国家。葡萄牙人发现和记录了茶叶和茶文化。荷兰人运送茶叶并承袭了茶文化。而日不落帝国

则抢来了茶叶自创了茶文化。[1]

### 1.1.1 最先接触并记录茶文化的葡萄牙

葡萄牙的传教士们用最真实的笔触，详实记录了亚洲的茶文化，这为后人认识和了解茶和茶文化打下了坚实的基础。葡萄牙人对于“茶”字的标准发音却没能助推茶文化在欧洲的推广。[2]缺乏军事保障，缺乏商业运作的葡萄牙人虽然创造了各项欧洲关于茶和茶文化的纪录，却最终淡出了人们的视线。

### 1.1.2 最先将茶叶运往西欧各个港口并掀起“中国风”的荷兰

荷兰人建立的东印度公司在运输技术和商业运作上取得突破，将茶叶传遍了几乎整个西欧。荷兰人对于茶叶的药用研究，对于由茶文化到中国文化的实践，追崇和探索，开启了茶叶在欧洲的第二个篇章。通过医学家，文学家的努力，为茶打开了进入上层贵族的大门。民间百姓受贵族影响，通过尝试和实践，真正的喜欢上了中国的茶文化。作为海上马车夫，荷兰人对种植方面没能引起足够的重视。在缺乏军事保障后，这一切繁荣渐渐散去。在战争和革命的年代，成王败寇使荷兰失去了茶叶霸主的地位。取代荷兰垄断茶叶贸易并最终将茶叶介绍给世界的正是日不落帝国。

### 1.1.3 最先缔造西欧茶文化和世界茶叶种植的日不落帝国

英国时代，一场政治婚姻带来了一位喜欢喝茶的皇后。来自葡萄牙的皇后正是葡萄牙人为茶和茶文化传播埋下的种子，却没想到最后在英国生根发芽。贵族们纷纷效仿，越来越多人的一个小习惯带来了一股全新的文化热潮。为茶叶而走私犯罪持续了一个多世纪。两场因为茶引发的战争，鸦片战争带来了巨大的利益，美国独立战争则让英国人损失惨重。为了降低风险和成本，在建立三角贸易的基础上，拥有独立的茶叶种植园成为唯一的途径。英国在亚洲，非洲以及欧洲不断尝试和推广茶叶种植和加工[3]。为了满足国内的大规模需求，茶叶制作的工业化势在必行。为了改善茶叶的运输状况，船舶行业突飞猛进。由于运输不及时以及运输条件的缺陷，绿茶被硬生生放成红茶。这段故事是不是隐隐让人想起了普洱茶的产生呢？估计由于不知道正确的茶叶冲泡方式，红茶往往被过度冲泡，汤色发黑，才会在英语里被翻译成黑茶。茶包的产生也是那样的神奇而有趣。作为商人和侵略者，他们几乎没有任何文化的输入。无论是战乱时期的中国，还是后来的殖民生产基地，都很难有传播文化的平台。只有相对处于和平年代的日本才有了茶道实践和茶文化传播的场所。即使没有外来文化作为参考，经年累月的实践积累之后，茶叶在英国依然成了不可替代的国饮。二战期间，更成为英军最需要的精神支柱。常年的和平稳定，各种外来物种的相互融合，相对安逸的英国本土自行“研究”出了往茶叶里加糖，来弥补冲泡技艺上的缺陷。这种习俗，又逐渐传播到每一个和平接受英国文化的地方。从傍晚茶到早茶，英国人凭着一股执着找到了属于自身的茶文化。以茶为荣，为茶而战，为茶而改良运输，为茶在全世界寻找新的种植基地，这是茶叶原产地中国没有想到和做到的。

细细比较三段欧洲茶叶史，不禁让笔者想到，我们要传播的是茶叶还是茶文化？要推广的是中国象棋还是中国象棋文化？文化传播或许至少要经过至少三个阶段，记录，传播和融合。用传教士的精神谦逊而如实地学习和记录。要像商人一样追求高起点，用贵族来打造明星效应，用公司来运作。推广要借助文学家，艺术家和科学家们的研究和创作，尤其是大量宣传那些对于茶叶的正面描述。通过坚船利炮可以抢来茶叶，但是抢不来茶文化。茶叶的魅力就在于可以自发和当地人形成属于自己的茶文化。茶文化的传播也从来都不孤单，往往伴随着中国风，如瓷器，建筑，服饰等等。外来物种和文化的推广与传播最终依靠的还是当地人。要以当地人认可的模式，用当地人的模式，完成与当地人的融合。

看完西欧茶和茶文化的主角们，我们再来看看茶叶在德国的情况。

## 1.2 德国茶叶市场和文化现状

德国的茶史就是一场蚂蚁和大象的较量。东弗里西亚人向世界证明了，当德国人真正爱上一种文化时的那种狂热和痴迷的状态。但是更多的德国人，延续了普鲁士人的传统，严谨和保守。利益不能让高傲的日耳曼人低头！只有能够被证明的健康和与精神的交流会让他们侧目倾心。在德国经济和中国经济比翼双飞的时代，中德茶文化交流这块空缺的拼图是否可以被弥补上？在这片没有硝烟的文化战场上，群雄逐鹿的大好时机已经来临。

### 1.2.1 2015 年德国茶叶调查报告

自 2000 年以来，德国茶业联合会每年对德国的茶叶生产和消费总量进行统计。以下所有数据都是由位于汉堡的德国茶业联合会自主调查统计完成。此外，还参考了德国联邦统计局和位于伦敦的国际茶业联合会（年度统计简报）的数据。文中涉及的茶叶，专指由茶树（*Camellia sinensis*）上获得的茶叶。数据只涵盖了红茶和绿茶。

根据德国茶叶联合会的数据显示，2015 年，德国人均年平均饮茶量达到 28 升。这是自有统计数据以来达到的最大值，德国人还从来没有喝掉过那么多的茶，这相当于 19376 吨茶叶。德国总共从世界 61 个省市地区进口了 57171 吨茶叶，同时向全球 110 个国家出口了 25102 吨德国本土生产的茶叶。

与 10 年前 2005 年的数据相比，德国人均年饮茶量增加了 3 升。其中绿茶的消耗量显著上升。德国年轻人对于绿茶的喜爱，以及对各种由茶叶制造的饮品和食品的创新产物产生了浓厚的兴趣。十年前绿茶和红茶的消耗比例为 2 比 8。在过去的一年，绿茶消耗的比例已经达到了三成。德国人最喜欢的茶依然是红茶。德国的东弗里西亚人是世界上“最能喝茶的人”。他们每年人均要喝掉 300 升茶。这个数据要比英国人多出了 100 升。英国是欧洲人均饮茶最多的国家。[4]

喝茶正在从传统成为新的流行。

### 1.2.2 缺失的茶叶知识和茶文化

德国人对于茶已经不陌生，但是大多数人都缺乏茶的知识。他们对于中国茶文化还很陌生。很多德国人对茶的了解仍停留在袋泡茶喝本土花草茶上，认为茶是人生病了或天气冷了才喝的饮料。关于喝茶，德国最大的茶叶公司总结了 37 个德国人最需要知道的有关茶的知识。[5] 结合了网上的其他最常见的有关茶的提问，以及德国茶叶协会列出的关于茶的 ABC，我们来看一下，关于茶德国人最关心的是什么？

茶从哪里来？

茶叶怎么生产？

绿茶红茶有什么区别？

茶怎么泡？容器，多少茶叶，什么水，什么水温，泡多久，怎么喝？

茶叶怎么储藏？

严谨的德国人显然对于这个外来的东西（真正的茶）还没有上心。百科全书里的一笔，实在无法抵过历史上无端的各种评论和证明。那些抹黑茶的文章，并不完全都是错误的，但是却给人们留下了更深的印象。那些赞美茶的文章，离人们的视线已经非常遥远。而且药理方面的正面报道，反而帮了倒忙。南德人是德国人中最傲慢和保守的一波。他们的谚语中有一句话叫做，人们不吃农民不认识的东西。德国原来可是一片森林，在这样的一片土壤上，连土豆都需要经过大量宣传才能成为主食。当现在的德国人和 200 年前刚刚接触茶时的德国人提出同样问题的时候。在茶叶知识传播和文化传播上，就已经有足够的工作需要立即着手去开展了。当然，相比于英国人，德国人的独立思考和批判性阅读的能力确实让人眼前一亮。

面对新的陌生事物时，他们居然可以提出几乎相同的问题。面对英国人的不合理泡茶方法，他们一方面毫不客气的指出，另一方面向日本虚心学习。德国人的主观能动性也无需被证明，他们之所以没有着手展开自我研究的原因只有两个，一是真的不感兴趣，二是资源不够充分。德国人眼里，茶依然是一种药。所以即使铺天盖地宣传喝茶对于健康有什么益处，对于崇尚自然的德国人来说也是枉然。如果论证里面还有什么缺失，那立马会引起反感。比如说，德国人在得知茶叶含有类似于咖啡因的茶碱成分后，就基本禁止了儿童饮茶。亲近自然才是唯一的养生方式。健康自然的个体，不需要用药来维持。要让德国人喜欢上茶，真的是一个技术活。但是德国人一旦喜欢上了茶，那就立马诞生了喝茶世界冠军东弗里西亚人。

### 1.2.3 德国人眼里的茶和茶文化

目前的德国茶文化市场开始逐渐进入一个群雄并立的时代，传统的英国茶文化，来自本国的东弗里西亚人茶文化，独具一格的日本茶道文化分庭抗礼。中国茶文化在德国的传播何时开始？如何开始呢？

德国人眼里的茶很奇妙。对于这个工程师的民族，几乎把任何花草水果投入水里都可以称为茶。德国的中小学生对果茶的茶干直接当做餐后甜点吃。玉泉自动泡茶仪可以说是德国人和中国茶道结合以后产生的最极致产物。自动化茶道仪将德国的工匠精神发挥得淋漓尽致。但很可惜，对于茶道，他们还是忽略了什么。茶叶是大自然的馈赠，它本身是个变量。泡茶用的水也是一个变量。对于各种追求精确的德国人，哪里是传播中国茶文化的突破口呢？



图 1 称重，烧水，一体化泡茶仪[6]

## 二、中国茶文化在斯图加特的推广

在详细了解西欧和德国茶叶知识与茶文化背景之后，在德国西南施瓦本文化的腹地斯图加特市，瓦格纳夫妇带着中国茶叶和茶文化开始了他们的冒险和探索。

## 2.1 太极茶馆的成立



图 2 太极茶馆的瓦格纳夫妇  
中西合璧，水与茶的完美邂逅

瓦格纳夫妇因茶结缘。赵爱民女士是茶艺师，诺伯特是水处理工程师，他和水打了整整 45 年的交道。女人像茶叶，男人像水，这或许是上天对于中国茶文化在斯图传播的最大馈赠。赵爱民女士精通德语，四川外国语大学德语系毕业，柏林大学汉语系完成进一步深造。她是一名拥有法院认证资格的中文翻译官。同时非常热爱中国传统文化。中德翻译，汉语老师和太极拳，太极剑老师是她在德国一直坚持从事的职业。闲暇时间，她和他的先生会积极利用德国的各种文化宣传平台，与德国人分享她一生最大的兴趣和爱好——茶。作为一名云南人，拥有一间自己的茶室，始终是赵爱民女士最大的梦想。她一方面利用回国时间，学习茶艺，寻访茶农，联系茶叶供货渠道。另一方面积极在德国积累文化圈的人脉，寻找企业的赞助。她的先生诺伯特用德国人的技术和思维，精心维护并共同为实现这一梦想而努力。为中国最好的茶叶提供德国最好的水，是瓦格纳先生一直挂在心头的座右铭。通过德国的成人高校教育平台，中德文化协会，孔子学院以及大使馆文化部的活动，他们夫妻俩渐渐拥有了自己忠实的粉丝和听众。2011 年，太极茶馆在多年准备之后正式成立。

## 2.2 太极茶馆的中国茶叶和茶文化传播实践

### 2.2.1 一套成熟的荐茶模式

太极茶馆为德国人提供了全新全方位的茶文化体验。从用全部感官选择自己喜欢的茶，到通过中国茶道了解茶叶的正确冲泡和品尝过程，使茶客们学到与茶相关的各种知识与文化。既可以享受品茶服务，也可以增长知识，还能亲自动手尝试泡茶。

当一名陌生的德国茶客走进中国的茶店的时候，如何为他推荐茶叶呢？经过多年的实践和摸索，太极茶馆拥有了一套完整的客人茶饮推荐模式：

是否有喝茶习惯？

喜欢喝什么样的茶，纯天然的还是带香味的？

喜欢喝浓郁的，还是清淡的？

茶汤的颜色有讲究吗？

不带香味的淡茶：大白芽，白牡丹，

带香味的淡茶：铁观音，西湖龙井，

带浓郁香味的浓茶：大红袍，凤凰单枞，

带香味的浓茶：橘普，

不含咖啡因的茶：竹叶茶，绞股蓝，菊花枸杞茶，



偏西方的口味：奶香味乌龙茶，  
较浓的绿茶：绿宝石，  
全新的体验：普洱茶，东方美人，凤凰单枞。

## 2.2.2 全新的中国茶叶和茶文化的互动模式

一走进太极茶馆就能看见一桌茶叶展示。各种茶叶被分装在带透明盖的金属小茶罐中。打开罐盖，可以闻到茶叶的香味，看到茶叶的形状。这对于德国人来说完全是一种全新的体验，他们常常惊讶，原来茶叶是这个样子的，叶片竟会如此漂亮，大多数德国茶客从未见过芽茶，一芽一叶，一芽二叶。他们通常看到的茶叶都是非常碎的，完全无法辨别叶片的形。相比于德国人印象里的茶，那些不经分装，一股脑儿被装在锡罐里的茶叶从进店开始就在无端的燃烧着生命，消耗着精华亦或者已经被碾压装袋的茶末，只能经得起一次冲泡的快餐式茶文化，太极茶馆里这样的感受更加直观。通过调动德国人的眼睛和鼻子，抓住了德国人好奇的心。他们通过茶叶的外观和香气，挑选喜欢的茶以后，可以请瓦格纳夫妇为他们冲泡品尝。这是一整套色，香，味俱全的茶饮享受。太极茶馆想传递给客人这个信息，当他们在选择适合的茶的时候，茶也在寻找着合适的人。

## 2.2.3 梯队建设给茶客们提供更全面的服务

随着茶室的发展，为了更好地为客人们服务，太极茶馆还培养了两位专职茶艺师和多名茶艺爱好者。两位茶艺师中一位是国内的茶艺培训师。她主要接受的是德语培训。另一位则是非常有经验的柜台销售。她接受的是茶道培训。在茶道中，赵爱民女士特别强调让德国人得到尽量多的感官体验。不同的茶艺师，也会有不同的侧重点，客人们可以根据自己的喜好选择自己偏爱的茶艺师。闻香杯的使用可以让德国人更好的体验茶的香气。对于茶叶种植，采摘，制作的讲解，让德国人消除对于茶的陌生感。2015年，总共有2273人次的德国人参加了中国茶道，平均每天有6个人在太极茶馆参与和体验中国茶道。截至2016年6月，已经有1541人次的德国人参加了中国茶道，平均每天有8个人在太极茶馆参与和体验中国茶道。增长速度虽然缓慢，但是趋势明显。

## 2.2.4 一些很有特色的主题茶会：

### 新年无我茶会

以德国的中国园林和古典建筑为背景，为德国友人展现中国的无我茶会。向他们传递一种分享的快乐。



组图3 德国当地媒体对于茶会的报道

## 七碗茶会

向德国人介绍中国唐朝诗人卢仝的诗



组图 4 茶室内的主题茶会一瞥

## 茶与茶的传说

向德国人介绍神农的故事，大红袍的故事，以及茶马古道普洱茶的故事



组图 5 老幼咸宜的茶道宣传（左图为老年人专场，右图为青少年专场）

最有纪念意义的是一次为德国当地的幼儿园组织的幼儿品茶实践。全国总共 44 名学生和 6 名教教职工分两批次参加。

## 2.3 以茶文化为主，兼顾水和养生，为其他中国文化推广提供平台。

### 2.3.1 水知识和养生知识交流平台

由茶叶和茶文化自然而然可以联想和引申到的水知识与水文化以及健康和养生主题。瓦格纳先生发挥自己水处理技术工人的特长，积极为德国人普及饮用水的知识。再好的茶叶，没有合适的水，也无法达到最佳的饮用状态。对于水的认识，瓦格纳先生坚持，在目前营养丰富甚至过剩的前提下，最好的水应该是不给身体带去任何负担，而尽量将毒素从体内运走。从饮用水知识出发，他又进一步引申出养生和保健的知识。茶室每周一和每周五晚上通常都是水之夜和养生之夜。中国养生，中医保健以及印度养生通常也是茶客们非常关心的话题。

### 2.3.2 中国文化推广平台

太极茶馆自成立以来，积极为中国文化推广做着力所能及的贡献。到目前为止，太极茶馆中已经举办过民乐，昆曲和民族服装的表演。书法课程，中国故事读书会，德中商务会谈和中国旅游也是固定的活动项目。“象棋之夜”也作为每周的固定节目在茶馆如期进行。太极茶馆对于中国象棋在斯图加特推广的支持和帮助将在第三章中进行具体阐述和分析。





组图六 周二活动现场，鹤发垂髫棋中乐，斯图早是韩信村——陈月华

太极茶馆还积极参加各种德国社会的活动。只要主题和中国，文化以及养生有关，诸如中德友谊协会新年庙会，春节联欢晚会，市国际斯图加特大学中国开放日，国际文化节，健康宣传日等，就经常能看见太极茶馆的身影。斯图周边的各地成人大学（Volkshochschule）和孔子学院如今几乎每一季度都至少要请太极茶馆做一至二次茶道。大使馆文化部也会在合适的场合下，邀请瓦格纳夫妇为大家展现中国茶道文化的魅力。2015年慕尼黑世锦赛开幕典礼上，太极茶馆也有幸受邀参加。



图七 2015年法兰克福孔子学院

摆开四方桌，迎来八方客。茶馆从古直至，无论东西都是信息和人流交汇和集中的中心。融入德国社会，积极推广中国文化的太极茶馆成了中国象棋海外推广斯图加特地区的孵化和培育中心。

### 三、中国象棋在斯图加特的推广

中国象棋在德国的推广可以追溯到大约 30 年前[7]。但是在斯图加特的大力推广只有短短 5 年。斯图加特在 5 年之内成长为德国中国象棋活动的主要活动中心之一。在全球、欧洲、德国和地区各大赛事中都有斯图加特的选手和工作人员的身影。这五年，我们在没有政府和企业的赞助下，几乎完全依靠民间力量茁壮成长。通过与太极茶馆 3 年的合作尝试，2015 年 2 月，全德国首个将中国象棋推广纳入中德文化协会章程的民间非营利性协会，Aivita 协会(ai=爱, vita=生活)正式在斯图加特正式成立。如果可以将这个推广模式进行系统的分析和总结。那么这很有可能成为一种有效的棋类文化海外输出的样板，可以为象棋的海外推广，甚至于围棋的海外推广提供理论依据和实践证明。

#### 3.1 见缝插针的棋摊文化

##### 3.1.1 常驻太极茶馆的象棋摊

5 年前，在日本将棋的赛场，笔者和马丁相识。一个德国人对于中国象棋的热爱和对中国文化推广的不懈努力打动了笔者。做为一名国际象棋基层教练，日本将棋海外推广一线实践人员，中国象棋推广确实是一个更能让笔者打起精神的话题。马丁带给笔者的是一种对于中国象棋的全新理解和体验。在他的引荐下，笔者认识了德国象棋协会的各地主要负责人。当年的斯图加特，既没有如薛忠先生这样成功的商人和策划人，也没有像濮方尧，耐格勒那样的华裔或者非华裔特级大师。加之 2010 年斯图国象协会的努力未果[8]，更使得这项使命雪上加霜。如何展开中国象棋的推广，真的是一个无从着手的命题。

马丁坚持穿着他的象棋 T 恤穿梭于斯图往返的人流中。各种种类的象棋比赛赛场，国际象棋俱乐部，几乎你能想到的所有场合，他都努力进行人盯人推广。在网站上发布信息，在各个亚超和中餐馆张贴字条和海报，希望能找到对于中国象棋有兴趣的爱好者。由于德国的俱乐部都是民间非营利性组织。几乎没有固定活动场所。当年的联系方式还仅限于电话和邮箱。马丁的宣传虽然吸引了足够的眼球，但是爱好者们往往因为地点和时间因素，缺乏与我们有效的沟通手段。我们就带着第一个问题，如何解决固定活动场所，开始了一次全新的探索。太极茶馆在这个时候进入了我们的视线。瓦格纳先生对于象棋的热爱，使我们终于解脱了漂泊之苦。斯图加特周二晚的象棋之夜主题活动就这样诞生。一办就是四年。2014 年茶室总共组织了 44 次活动。2015 年增长到 56 次。2016 年截至 7 月份，茶室已经举办了 29 次活动。整整四年时间，笔者和瓦格纳先生总计缺席了不到 10 个星期二。茶室有非常完善的联系和沟通系统。从传统的电话，电邮，上门联系，到新兴的 Facebook 和微信平台。棋友们可以在茶馆营业的任何时间以任何形式联系到我们。太极茶馆还为我们精心布置了一个象棋角，用以展示中国象棋棋盘棋子以及陈列相关的书籍。

##### 3.1.2 跟着茶摊闯社会

随着合作的逐渐深入，我们了解到参与各类文化节活动，是茶馆市场推广的主要手段之一。发挥象棋占地面积小的优势，从 2012 年开始，只要条件允许，太极茶馆都会在他们宣传的场地，为我们预留一张小桌子。基本的思路很简单，展会现场通常比较拥挤。茶摊生意络绎不绝。而茶往往对于德国人来说太烫，没法及时带走或饮用。他们如果滞留茶摊，会影响后续客人买茶。所以在茶摊附近，往往会安排或者“违章”摆设一个小茶桌，原意是为了分流客人。而笔者和马丁，就带着象棋，点上两杯茶，在那里借机等候。

## 3.2 千锤百炼，厚积薄发，棋摊文化的收获

走马观花的人群，看热闹的一次性买卖为主。人流多也带了更多的信息交流途径和机会。可惜由于展示和宣传手段的匮乏，最终的转化率很低。

### 3.2.1 中国象棋海外爱好者的评定

经过多年的训练，笔者已经可以在茶客喝完一杯茶的时间里完成对茶客的分类和筛选。有无棋类知识背景和有无中亚文化背景尤其是中日文化背景成为笔者判断如何对他们进行中国象棋推广的首要依据。由于多数茶客没有计划较长的逗留时间。笔者几乎不可能在那么短的时间内，对一个完全没有任何知识背景的陌生德国人介绍中国象棋行棋规则。或者换一种说法，这样无法引起他们足够的兴趣。所以笔者决定把介绍象棋分解成四个步骤，既认字与文化，棋类战略文化，走法和杀法。正是不断地和不同人的反复真诚交流，让笔者最终寻找和摸索出一套有效的推广手段。在无数的尝试之后，当一个德国人决定选择来了解象棋的时候，笔者和马丁也设立了一套相应的评价模式。

有没有玩过任何棋盘类游戏？

有没有国际象棋基础？

有没有围棋或日本将棋基础？

有没有汉字基础？有没有学过中文或日文？

一般在哪儿下棋？

有没有在网络上下过棋？

有没有在社团里下过棋？

有没有参加过比赛？

有没有在俱乐部里下过棋？

有没有等级分？等级分多少？

拥有了这套详细的评价模式，中国象棋推广还需要一套具体的应对入门宣传方式。

### 3.2.2 如何定义象棋入门

根据初学者的不同反馈，我们会为初学者进行不同程度的推广方式。经过五年的实践，对于海外象棋爱好者来说，要想完成象棋入门总共有 4 个阶段。

认识汉字（象棋连连看）

熟悉心算（象棋暗棋游戏，三个级别，完成空间想象能力即计算力的练习，形成等级制度和擒贼擒王的思路，熟悉正规棋子的走法，行棋空间缩小一半，行棋紧凑，以培养习惯和意识为主）

学习走子

学习杀法

只有完成这四个步骤的初学者，才能称得上一名合格的象棋入门级爱好者。之前任何阶段，都可以认为是热血级象棋爱好者。德国人对于汉字到底有很大的畏惧心理，年龄越大问题越严重，如何帮助他们建立起文字图形和含义的桥梁非常重要。众多的中国文化爱好者为什么无法成为中国象棋爱好者？一辈子不喜欢下棋的人，没接触过棋的人，很难想象会突然一下子想下棋了。有国际象棋基础对于行棋的学习利大于弊。棋理相通，棋道相同。运用国际象棋知识辅助学习中国象棋，虽然偶有混淆，但是总体更快入门。虽然能吃光也能赢，但是杀法依然是象棋中最优雅的胜利方式。中国象棋的开局节奏非常之快，初学者很难掌握领会。从精彩的杀法入手，欣赏象棋，仔细品味各个子力的特点，更容易吸引初学者的目光。



Xiangqi ist ein dem Schach verwandtes chinesisches Brettspiel, in dem es bei hoher Konzentration darum geht, den gegnerischen Feldherrn matt oder pat zu setzen.

Bilder: Schaeffler

## Fernöstliche Exotik zum Jahr des Affen

Chinesischer Neujahrsmarkt in der Volkshochschule mit Wissensvermern über Land und Leute, Kunst und Kultur

VON UNSEREM MITARBEITER  
THOMAS MILZ

**Schorndorf.** Zur Feier des chinesischen Neujahrsfestes lud traditionell der Schorndorfer Förderverein für Deutsch-Chinesische Freundschaft mit einem bunten Programm in die VHS. Zu Beginn des Jahres des Affen erleben die zahlreichen Besucher herzliche chinesische Gastfreundschaft und den Zauber fernöstlicher Exotik mit Tee, Tanz und Oper.

Ein ausstrahlendes festliches Haarstrahlen herrschte da samstagsvormittags im großen Saal der VHS. Begrüßt wurde man schon am Treppenaufgang durch knallrote Papierlampions, die ein östlich-asiatisches Flair ausstrahlten. Und an vielen Ständen präsentierten sich dann das Land der Mitte mit besonders typischen Beispielen seiner großen und alten Kultur.

Gleich hinter dem Stand mit verführerisch glänzenden Kisten, eine Art chinesischer Dampfmaske mit ohne Füllung, war ein Mann am Werk, der mit wissender und großer Konzentration vielen Besuchern den Nacken dorart bearbeitete, dass sie zuerst ganz völlig in der Kopftitanz hingen und danach stützelnd entspannt und gelöst wieder aufstanden. Ein Beispiel für die lange Tradition chinesischen Körperwissens und östlicher Heilkunst.

**Beim chinesischen Schach namens Xiangqi gewinnt man durch Pat!**

Zwar ist China für seine Tee-Zeremonien bekannt, aber vom Pu-Eich-Tee haben wohl noch nicht alle gehört. Jedenfalls wurden Proben dieses Tee vom Singen-Strauch aus der Provinz Yunnan mit seinen Fähigkeiten als „Ferkeller“ und schnellen Alkoholabbau ausprobiert.

Xiangqi nennt sich ein dem Schach verwandtes chinesisches Brettspiel. Spielkonzeption und in sich vereinzelt waren einige Punkte des Spiels dabei, den gegnerischen Feldherrn matt oder pat zu setzen. Im Gegensatz zum westlichen Schach gewinnt man hier aber durch ein Pat, wenn kein Zug mehr möglich ist.

Bei der Arbeit studierten konnten die Besucher an diesem Neujahrsmarkt auch einige Kalligraphien, wie sie mit großer Sorgfalt auf Papiermalen. Tuschmalerei gab es zu bestaunen und am Kunsthandwerkertisch gab es Schmuck und kleine Glücks-Schüßeln zu erleben.



Ein entspannendes Erlebnis: Sich auf chinesische Weise den Rücken massieren zu lassen.

Knifflig auch die hohe Kunst des Papierfaltens, die im Moment des Entstehens bestaunt werden konnte.

In China gibt es insgesamt 40 Schichten und Sich-Strecken eines Bandhockiers mit dünner Qualität als eine Art Plaster aus blau glitzernden Kristallen nachempfunden wurden. Fascinierend vor allem die aromatischen, harmonischen Ge-

图八 2016 年中德友好协会猴年庙会中的象棋摊

### 3.2.3 中国象棋海外推广人群的确定

怎样的人群可以坚持完成这四个步骤？

来棋摊的人当中，女性是比较少的，多半都在茶摊。陪伴的男士和儿童还是很多的。真正愿意玩的，当然还是儿童。而且很有趣的现象是，一旦有两个儿童玩的入神了，就会聚集起一群儿童。

#### 成年人

成人推广为什么难，笔者觉得主要有两大原因。第一效益，第二文字障碍。中国象棋不是一个能够很快收获的项目。如果投入大量时间和精力，那就容易本末倒置，不务正业。笔者目前还在证明这是一个伪命题的道路上。对于大学生或者中年人来说，就业成家养家的压力使他们很难长期大量投入象棋运动。国际象棋都不能幸免，德国象棋人口年龄的分析[8. 棋务维新之一]已经很明确的显示，中小学生和中老年人是国家运动中的中坚力量。由于中老年人对于汉字的莫大畏惧心理，那么只剩下了中小学生是最为合适的中国象棋推广人群。中国象棋可以争取成年人，但是效果不会太大。对于事业有成，或者退休的成年人，汉字绝对是一大障碍。咱就先不说棋本身了。对于没有国象基础的成年人，他们最多尝个鲜，也不会再做什么长期规划。围棋略有优势由于没有汉字，或许在这方面更有优势。笔者争取成人，更多的是为了得到他们孩子的教育权。当然没有子女的成人，或许时间多些。

#### 青少年

青少年则不同。学习是他们的任务。学甚么都可以也都会有收获。所以象棋推广从这个年龄就要开始做铺垫。埋种子，护火种，无他。只有从娃娃抓起，才能永保推广道路的持久和活力。英国的张国涵对笔者说过一句话，使笔者感慨良多。推广的目的不是要让这帮孩子能下得有多好，而是他们在成为家长以后，是否还愿意让他们的子女继续学习象棋。我们追求的可能是下一代的幸福。比赛人数只是一个推广人数的小缩影。推广的成果很难立杆见影，只能潜移默化，厚积薄发。

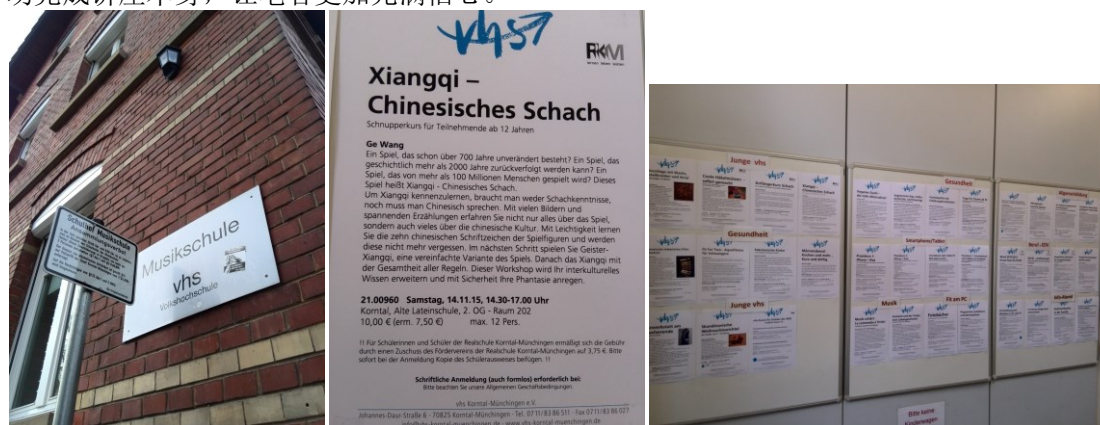


### 3.3 从棋摊迈向成人大学和博物馆

经过无数“游击战”以后，如何完成一场正规的“歼灭战”逐渐成为了笔者最近两年推广的重心。如何把初学者们聚到一起，定时定点定量的完成初步推广，以期节约推广的时间，降低推广成本，提高推广的效果？中国象棋从德国成人高校起步，经过德国“两地三馆”的展出（详见 3.3.2），最终落实到中文学校的模块化教学以及中国象棋十校推广计划。

#### 3.3.1 成人大学讲座

在瓦格纳夫妇的推荐下，一所位于斯图加特北部的成人高校课程负责人克拉尔(Klare)女士对中国象棋讲座产生了兴趣。由于是首次合作，中国象棋又是一个全新的话题。笔者花了整整一上午的时间和他们一起商定讲座形式和内容。总结了多年的摆摊经验，笔者决定将讲座分成两个部分。第一部分以图片为主，介绍中国象棋的部分历史文化背景和有趣的故事及玩法。第二部分则是实践部分，使用中国象棋的替代玩法，让参与的学员可以首先学会区分和确认象棋棋盘上的汉字。通过多媒体手段，为所有学员展现一盘完整的九尾龟对阵动画，让他们模仿动画的行棋模式，完成一盘中国象棋的对弈。整个讲座一共吸引了 8 位参与者。其中 5 男 3 女。五位男性都有国际象棋基础。其中三位已经完全掌握了中国象棋的规则。三位女性中，一位是曾经去过中国的传教士，认识中国的麻将，知道中国象棋并且随身携带了一副。一位是当地的意大利语老师，喜欢中国文化。最后一位是陪伴父亲前来的家庭成员，有国际象棋基础。这样的参与群体，进一步佐证了笔者对象棋爱好者的判断。同时成功完成讲座本身，让笔者更加充满信心。



组图九:上课地点(左) 音乐学校和成人高校

上课通知(中), 时间周六 15 年 11 月 14 日, 14:30-17:00, 上课地点老的拉丁语学校, 3 楼 202 室, 费用成人 10 欧, 未成年人和退休等 7.5 欧, 最多人数 12 人  
成人高校宣传栏(右)



组图十: 讲座中(左) 合影(右)



### 3.3.2 中国象棋的“两地三展”



组图十一：为两位馆长在茶馆做的准备讲座。

成人高校讲座的顺利完成带来了下一次推广的黄金机会。在成人高校负责人的引荐下，笔者认识了当地的博物馆馆长拉特格伯（Rathgeb）博士。她同时也将临近城市的博物馆馆长莱布勒（Raible）博士一并介绍给了笔者。两个博物馆都将在同一时期举办多场以中国为主题的大型展览会。中国象棋很荣幸成为其中的一员。

科尔恩塔尔-明欣根（Kornthal-Münchingen，人口 18701 人）一共举办了两场展览。第一场在市政厅，第二场在博物馆。两次展览都受到场地的制约，中国象棋仅仅得到了成列的机会。在盖林根（Gerlingen，人口 19151 人）博物馆的展览取得了更加显著地成果。

组图十二：科尔恩塔尔市政厅展览 10.19-11.20



科尔恩塔尔-明欣根市政厅外景

市政厅展区全景



中国人在当地展墙（左），介绍笔者和马丁（中）世锦赛棋具展览（右）

组图十三：明欣根博物馆展览 2015.11.21-2016.2.20



博物馆外景（左），故乡博物馆铭牌（右）



课程宣传，名片，当地公司 Fashy 热水袋介绍（左），  
中国象棋展台（中），世锦赛棋具（右）

组图十四：盖林根博物馆展览  
2015.11.29-2016.2.29 “来自远近的玩具”主题展



博物馆外景





组图十五：上海世博会 3D 象棋及德语介绍

主展览的名称叫“中国关系”，主要展示了当地传教士在中国，德国企业在中国和中国人在当地三个主题。象棋属于中国人在当地的范畴。主要参加了“远近玩具”主题展。盖林根当地主要企业博世（Bosch 在华百年展）为整个展览提供了赞助。



组图十六：博物馆里的棋摊讲座

为传教士们讲述中国象棋确实是一次让笔者非常难忘的体验。他们多数在中国出生并且长大。1943 年后被迫强制返回德国。他们中的许多人在出生以后，首先认识了中国，然后才认识了德国。会说潮州话，会打麻将还知晓许许多多中的传统文化。他们很愿意听笔者给他们讲象棋背后的文化故事，却也非常明确地表示，对于他们，汉字实在是太难了。他们当年在中国，是文化和教义的传播者。回到德国以后，只要机会合适，依然会积极投身到两国的文化交流中去。

### 3.3.3 中国象棋博物馆讲座

博物馆的宣传属于平行宣传。在我进行正常工作的同时，平行增加了一个宣传平台。属于低投入而有产出的推广方式。博物馆馆长在当地利用报纸，电台等传统手段进行宣传后，吸引到了一位当地午托园的负责人 Gasser 女士的注意。（午托园，斯图加特地区依然有许多半日制学校，下午放学后，来自不同学校的许多孩子会被集中到一个固定的地方托管，德语单词为 Holt）如果不是她的出现，笔者认为博物馆宣传的效果也不会那么显著。



图十七：第一次预讲，4个孩子，5个成人

仅仅依靠普通的宣传，零零星总也能聚集起来一些人。5个成人多数是陪同来的。本来报名的有6个。临了，一个忘了一个病了。四个孩子中，有两个有国际象棋基础，两个孩子是亚洲人。另一个是陪着最好的朋友来的。整个讲座依然延续对成人讲座的思路。在图片讲座中，孩子们的反应程度基本相差无几。都能积极参与和互动。对于象棋背后的文化和故事，很显然他们并不感兴趣。进入游戏环节后，有国象基础的孩子，很快就体现了更高的理解力和更快的反应力。对于汉字，没有一个表现出陌生和恐惧感。在战略战术的理解和应用上，没有国象基础的孩子，对于兑子的概念显得陌生，非常害怕失去自己的棋子。在空间想象能力方面，也显得相对薄弱，无法在脑海中完成行棋的预判。但是成人和孩子们一起，还是渡过了一个愉快的下午。

第二次讲座的规模是笔者自己也无法预判的。笔者需要在3个小时内与38个陌生的儿童和5个成人一起完成中国象棋的认识与体验。吸取第一次预讲的经验，笔者将文化和历史故事部分基本略去。将听讲时间缩短到半个小时。最后五分钟着重介绍汉字。通过肢体语言，孩子们还是可以很快找到每个汉字的特点并且通过联想进行记忆。由于人数较多，在游戏环节，为了达到更好的体验效果，笔者将儿童分成五组，分别由他们熟悉的老师和家长进行指导。通过连连看，加强他们对汉字的区分和辨识。将兵卒，相象和帅将进行配对。另外着重强调車与卒的区别。每个小组的进度不同，这和孩子们的年龄以及是否有国象基础有直接的联系。辅导老师的作用并不明显。在完成连连看的练习后，进行了简单的暗棋游戏。在结束阶段，依然通过九尾龟动画的播放，让孩子们跟着电影完成一次中国象棋的全盘对局。讲座结束以后，笔者和园方负责人相互交换了联系方式。下一个假期，笔者将可以直接进园宣讲。负责人也表示，儿童在汉字学习中的表现，尤其是汉字的发音上，明显超过了在场的辅导老师。





组图十八：43人博物馆讲座

### 3.4 中文学校和德国学校的国象社团是最后的归宿

象棋经过了多年棋摊文化的摸索，从2015年底开始扎根德国社会。尤其在融入德国社会方面，借助茶文化的探索道路，打开了社区大学的大门。通过社区大学，进入德国博物馆。通过德国博物馆请来了德国当地的教育机构。完成了一次创纪录的43人讲座。用游戏，动画和图片的方式先把象棋介绍给德国人，相当于把茶叶先介绍给德国人，把文化放一放。这样做属于往茶里面加糖的行为。象棋真正的玩法也好，提高方式也好，都可以慢慢调整。棋摊的经历给笔者创造了各种各样的条件，增加了与形形色色的人打交道的机会，也可以做各种各样的尝试和突破。这在外来文化海外推广的初期是非常重要的过程和手段。要在社会上把人聚集起来真的不容易，只有学校和教育机构具有这方面的先天优势。海外华人学校和德国当地教育机构，注定是支撑中国象棋海外推广的最重要根据地。具体的操作方法和理论实践依据将在《棋务维新之三》中做详细阐述。



## 四、茶文化和棋文化的合作推广



图十九：斯图加特代表队参加15年慕尼黑象棋世锦赛。

### 4.1 用泡茶的观点来看棋

象棋文化源远流长，不妨将其比作泡茶用的水。每一位象棋爱好者就像无意间漂入河流的茶叶。而象棋文化推广，就是找机会让茶叶和水相遇。象棋文化在海外进行推广的时候，能否也在原有的形式上进一步丰富它的展现方式。美观的棋盘和棋子，清脆的敲击声，着法的朗读，丰富的色彩等等。先要竭尽全力地吸引参与者，再在互动中进行陪伴和引导。静静地等待和欣赏每一次美的相遇。

水和茶叶在接触后的准时分离是保证泡茶质量的关键。每一片茶叶和水接触以后，都会产生不一样的茶汤。茶叶本身是一个变量，水本身也是一个变量，接触时间也是一个变量。茶道是想我们在无穷的变化中寻找一个永恒。不仅仅是最后产生的茶本身，还有茶的整体。茶道给德国人带去的是全身心的体验。既有色，香，味的全方位基础感官体验，也有使之产生的身心放松和愉悦。笔者相信，每一个德国人在遇见中国象棋以后，也会给他们带来别样的惊喜。

笔者目前的推广思路是想将成年人市场暂时放在一边，集中精力推广青少年市场。或许正是借鉴了喝茶“回甘”的灵感。分享一段在国际象棋的教学中回甘的感受。俱乐部培训的第一批孩子已经成年。他们在九岁的时候夸我们是世界上最好的教练。在十四岁的时候通过做教练助理挣到第一笔零花钱。在十八岁的时候，不仅考了驾照还考了教练证。高中毕业以后，选择做国象的基层教练员来完成一年的社会服务。虽然目前没有一个大师，但是通过学棋丰富了他们的童年，给他们带去了快乐，也带去了不一样的人生。

孩子们在学完棋后一定会去寻求一个展现自己新技能的机会。他们回家会向父母和亲属介绍，平时会与朋友们同学们分享。这样的推广效果或许才更加有效。孩子们就像抹茶粉，无论是添加到任何饮料和食品中，只要细细品尝，一定会发现他们的踪迹。他们会带着水分子，去冲撞每一个味蕾。

如果下棋果然是他的爱好，那真是天赐良缘。棋道本身是和孩子天性天然是有抵触的事情，动静相左。通过对不容易喜爱的项目，投入半年时间，学习入门途径，掌握自我提升的方法，以期从被动加入转为主动投入。实在坚持无果，趁早在厌恶前选择放弃，也未尝不是一个明智之举。可以让孩子在各个阶段都尝试和接触棋类。不一定要一鼓作气。泡茶也可以泡几次，学棋也不用一鼓作气。茶泡久了，才会苦口，学棋如果一直是被迫的，那么时间久了自然会厌恶学棋。

泡茶用水的温度就好比学棋的氛围。笔者碰到了好多成年人之所以想了解中国象棋，是因为他们在中国旅游或者工作时期，经常在公园和马路上看到人们在下象棋。国内埋下的种子，到国外来发芽，也是真心没有想到的。如何为海外学棋的朋友们创造一个良好的氛围，值得思考和探索。

你们将要成为的人啊，要承担的事，我不知道。  
我无法给你定下一个目标路  
我想做的只有陪伴着你一起在寻找的路上  
——卢安克的歌《留守》

## 4.2 用棋理来看茶

知识必须能够在你的大脑中自如运行，有一套完整的思维体系。这个体系至少应该包括：观察、分析、预判、行动、矫正、结果与反馈这么7个步骤。那笔者也试着，用棋的知识和视角来理解茶。

从普洱茶的冲泡过程来看，第一泡要被弃掉，让笔者联想到了象棋中先弃后取的思路。许多德国人没有领会到这么做的意义。弃掉第一泡，不仅仅对于身体健康有好处，更对茶的口感有直接影响。

只顾着喝茶，不顾茶叶的量，不顾水的质量，加糖加奶，这样的阶段正应了学棋的第一个阶段，物质阶段。反正喝下去的是茶。开始注意到对于茶叶的选择，水的温度，冲泡的时间，但是依然是机械的重复着这个动作。是不是有点像学棋的第二个阶段，空间阶段。守住要径，之后再议。可以对于随机的茶叶品种和重量，不同的水温进行自主判断，以茶汤颜色或者是个人口感随性地冲泡出更加个性化的茶。这让我想到了学棋的第三个阶段，时间阶段。时机成熟，先机为重。

## 4.3 棋茶并进的中国文化传播与培训之路

茶道和棋道的未来方向都是走培训的道路。棋道培训可以借鉴茶道培训，只要能泡出合口的茶，形式方法其实不那么重要。学员当然是第一步，茶艺师和教练员的培训更为重要。棋类属于竞技体育，一比赛就会有胜负，有胜负，就会有人员流失。对于目前刚刚起步的中国象棋海外推广来说，这样的流失是可以避免的。象棋很可能需要在很长一段时期内回避这个残酷的现实，更多宣传象棋脑力运动和娱乐项目的一面。作为比赛的替代手段，一个完整的中国象棋海外选手评估的体系可以很好的助推中国象棋海外推广。让象棋爱好者们可以更加明显的看到自身的成长。也希望他们自由寻找棋中的乐趣。海外华人象棋爱好群体并不少，他们中很多都更喜欢破残局，看对局。对于下一代的成长，他们的希望更加现实，能够系统地入门和成为一个兴趣爱好是更为实际的目标。

斯图加特作为德国的经济重镇，由于没有一所汉语专业的大学，而没能成立孔子学院。有经济利益的的地方，就有文化需求。是否有可能考虑建立一个综合性的棋茶合作室，以茶饮和培训作为生存运营的根本，为中国文化传播打造一个长久性的驻外交流平台。茶室作为象棋传播的一个实体广告，一个信息交换的平台，可以在白天创造收益。棋室作为一个活动场所和培训机构，可以在晚上节假日聚集人气。围棋和日本将棋的活动小组也会偶尔来茶室光顾。

笔者能找到的最早欧洲人对于杭州茶文化的记载如下：

17世纪中叶以后，欧洲人已经把对茶本身的关注，转移到茶背后所蕴含的文化上来。1663年，葡籍耶稣会士曾德昭（*Álvaro de Semedo*），在其《大中国志》（*Relatione della Grande Monarchia della China*）里写道：“然后客人各自入位……就座后，马上端来叫做茶的饮料，这也是按先后次序递送。在有些省份，频频上茶被认为是一种敬意，但在杭州，如果上第三次茶，那就是通知客人离开的时候了。”

很多德国人知道龙井，但是不喜欢喝绿茶。年轻人正在慢慢转变。杭州的茶叶博物馆已经成为了德国人去杭州必去的旅游景点之一。去年回杭州，笔者带着马丁夫妇去参观茶叶博

物馆，他们在介绍茶叶分类的那个展厅，足足观看了 2 个小时。一个按钮一个按钮的点击，一种茶接着一种茶细细观赏。当德国人对于国饮咖啡渐渐表现出疲惫和厌倦的时候，茶叶是否可以趁虚而入。如果有机会来斯图加特，欢迎大家来感受一下，地道的德国人在下棋的时候喝茶，在品茶的时候赏棋。

谨以此文纪念“不忘初心，方得始终”这句话。纵观欧洲和德国茶叶史，以商业运作为核心，寻找有利的政策扶持，大范围的播种和移植或许正是中国象棋海外推广可以借鉴的思路。太极茶室是笔者实践和实验的第一线平台。哪里有机会？哪里有资源？哪里有平台？这些都主要通过茶室收集。学校是笔者的大后方，保证象棋火种生生不息。希望尽早建立一所专门的棋类培训机构，含活动室，展览室和图书馆。它必定会成为未来中国象棋斯图加特实地推广的最主要战场。

## 引用文献

1. 恩斯特闫森(Ernst Janssen)，韦斯特兰（Westerland）  
<http://www.ernst-janssen.com/34303/34963.html>
2. 葡萄牙与茶在欧洲的传播、种植 吴宏岐 赵超 农业考古 2012 年第 2 期 298-301
3. <https://www.tea-exclusive.de/Teegeschichte,2015>
4. Tee als Wirtschaftsfaktor, Deutscher Teeverband e.V.,  
[http://www.teeverband.de/wirtschaft/pdf/WFT\\_2016\\_DE.pdf,2016](http://www.teeverband.de/wirtschaft/pdf/WFT_2016_DE.pdf,2016)
5. 37 Dinge, die Sie schon immer über Tee wissen wollten,  
[http://mytime.de/tcontent/fileadmin/adventskalender\\_2015/calendar/Tuer7-Teewissen.pdf,2015](http://mytime.de/tcontent/fileadmin/adventskalender_2015/calendar/Tuer7-Teewissen.pdf,2015)
6. <http://www.jadequell.de/der-jadequell/jadequell-teestation-weiss,2016>
7. 象棋在德国的发展，莱德(Rudolf Reinders)，2014
8. 棋务维新 西学东鉴中用，王各，2015