

斯图传“棋”

浅论中国象棋海外推广的意义

斯图传“棋”记录的，是笔者与成百上千在德国生活和工作的人们共同经历的有关中国象棋的故事。围绕着中国象棋及其背后的中国文化，大家展开了频繁的交流 and 探索。在异域的土壤里从事中国象棋活动会收获怎样的果实？

麻雀虽小，五脏俱全。本文将尝试以小见大，通过对在德国生活的不同人群从事中国象棋活动的分析，来寻找在海外下中国象棋的缘由、目的和意义。希望这份报告可以对棋类文化在异域传播提供有价值的参考，同时为将棋类作为一个文化载体，在异域传播的思路和方法上，寻求新的突破。

当笔者加入中国象棋海外推广这项工作的时候，觉得这会是一件单向宣讲的工作。只是突然有一天，笔者恍然大悟，是这批在海外的棋友们用他们的投入和付出，向国人展现着中国象棋从未被展示过的全新面貌。是他们在引导笔者，去感受别样的象棋之乐。中国象棋海外推广不仅仅是一个单向的文化输出，更多的是文化层面的交流和融合。在社会层面，为更多的海外热爱中国象棋运动的朋友们提供展现自己的舞台，同时为全球的棋友们提供了彼此认识和交流的平台。

一、德国象棋人口调查简报

1.1 调查的初衷和准备

为了更好地集中有限的资源、精力和时间，更有效地在海外推广中国象棋，笔者投入了大量的时间和经历，收集了现有中国象棋海外（尤其是德国）人群的信息。意在通过整理和分析，制定一份更加符合各地现状的象棋海外推广对策。

什么样的人会在海外下象棋？他们为什么要下象棋？尤其是非华非越裔，他们如何能接触到象棋，认识到象棋并且开始参与象棋的活动？

从 2015 年开始，笔者就抓住各种机会，对身边能够接触到的德国棋友和支持方负责人提出三个问题：

您什么时候、如何认识的象棋？Wann und wie haben Sie Xiangqi kennengelernt?

您感兴趣的是象棋的哪些方面？Was gefällt Ihnen?

如何让象棋更有吸引力？Was fehlt noch?

通过对海外棋友，国象俱乐部负责人、幼儿园园长、学校校长和博物馆馆长等社会各界人士的一对一交流初步制定调查问卷的框架。

1.2 调查问卷介绍

1.2.1 完整版调查问卷

2017 年新年伊始，德文和英文的两份完整版调查问卷在本课题组的共同努力下初具雏形。完整版问卷共包含 5 个方面，37 个问题。预计完成时间为 10 分钟。调查对象为出现在中国象棋比赛现场或多次参与中国象棋活动的人群。

调查内容为：

基本信息：年龄、出身国、国籍

象棋：何时开始，下棋频率，棋艺水平，是否参加比赛，是否在线上下棋，为什么下象棋，如何接触到象棋，对象棋最大的兴趣
国际象棋：是否下国际象棋，下棋频率，棋艺水平，是否参加比赛，是否在线上下棋
日本将棋和围棋的调查内容同国际象棋
最后一个问题：是否还有其他的棋类爱好。

1.2.2 简化版调查问卷

简化版问卷共 10 个问题。预计完成时间为 3 分钟。调查对象为初次接触中国象棋或者还未参加过中国象棋比赛的人群。

调查内容为：
中国象棋是什么？选项：A 武术 B 类似于国际象棋 C 不知道
从 7 张图（国象，围棋，国跳，麻将，将棋，象棋，军旗）中选择中国象棋
下国际象棋吗？A 认识 B 经常下但不比赛 C 在俱乐部下（等级分）
有何中国的联系？A 婚姻 B 学习中文 C 去过中国 D 其他
还玩其他的策略类游戏吗？
哪里出生？现居何处？年龄？性别？受教育程度？

1.3 调查问卷线下测试

从 2017 年 3 月至 6 月，通过多次尝试和反馈，线下两个版本的调查问卷有了第一批测试的初步结果。总计收到 15 份简化版和 29 份完整版调查报告。

线下调查问卷的发放场合为：
太极茶馆象棋活动夜（斯图加特）
德国象棋个人锦标赛南区慕尼黑分站赛（慕尼黑）
德国国际象棋青少年个人锦标赛（魏灵恩）
德国象棋个人锦标赛（汉堡）
斯图加特 DJK 国际象棋俱乐部日本将棋假期训练营（斯图加特）
菲尔巴赫第 42 届国际文化节（菲尔巴赫）

1.4 线下调查问卷分析

1.4.1 参与者的现居地，国籍，性别和年龄分布

调查者中 42 人居住于德国，其中 1 人为华人，3 人为西班牙人。另外有一名来自俄罗斯和一名来自瑞士的受访对象。在 44 名调查者中只有 2 名女性。

表 1.1 调查者年龄分布

年龄	1-18	19-30	31-40	41-50	51-60	61-70	>70
人数	10	6	4	11	7	3	1

1 到 30 岁和 40 到 60 岁的人群是相对积极的海外中国象棋活跃人群。在人体机能的成长期，拥有相对充裕的时间开展兴趣爱好。在达到中年以后，事业发展和家庭相对平稳的时期，也能安排出一定的时间从事兴趣活动。随着人体机能的逐渐下降，德国人在 60 岁以后再开始中国象棋活动的可能性大幅降低。

1.4.2 调查者的棋艺水平

在 44 个调查对象中，参与象棋比赛的只有 6 人选择了经常参加比赛，15 人不经常参加

比赛，2 人曾经参加过比赛，19 人从未参加过象棋比赛。在参与调查的 44 人中，有 4 人只下一种棋，其中一人为海外华人。在剩下的 40 人中，有 10 人下围棋，13 人下日本将棋，32 人下 3 种及以上的棋类。

从等级分来看，44 人中有 13 人拥有中国象棋等级分，25 人拥有国际象棋等级分。拥有中国象棋等级分的调查对象无一例外全部拥有国际象棋等级分。

表 1.2 调查者等级分分布

调查编号	象棋	国象	将棋	围棋
04	1440	1866		
09	1825	1750		
11	Ja	1628		
12	1888	1800		
14	1600	2200	4Kyu	5Kyu
15	1680	1900		
17	1323	2056		
19	1000	1700	5Kyu	
20	1692	2005	6Kyu	
22	1580			5D
23	1440	1500		
24	1636	1699	6Kyu	8Kyu
29	1600	1930		
吾	1553	1503	2Kyu(1528)	

1.4.3 认识象棋的途径

1) 如何认识中国象棋

在 29 份完整版调查者中，有 14 人是通过朋友认识的中国象棋，有 13 人是通过在参与其它棋类活动中认识中国象棋的。比如说在国象比赛发放的奖品中有中国象棋的书籍，在国际象棋俱乐部、教练班、比赛或日本将棋的赛场遇到象棋选手等等。在 44 人中有 6 人是在去中国的旅行中认识到中国象棋的，有 5 人拥有中国的亲人。

2) 从事中国象棋的乐趣在哪里

在 29 人中，有 14 人选择了就是这样玩玩。有 12 人提及了象棋之夜：既每周固定的活动场所和一群人面对面的下象棋。有 12 人提及了象棋书籍和相关物品，而且年龄越长的象棋爱好者越偏向于这项爱好。有 9 人提及象棋的历史。有 7 人提及愿意为象棋协会或者活动小组提供服务。有 7 人提及了近期兴起的中国热潮。有 6 人提及在线对弈可以带来乐趣。有 2 人提及通过象棋了解中国文化后，有助于去中国旅游。

3) 象棋最吸引你的地方

在 29 人中，有 24 人留下了文字。与国象类似而又独具特色，很好玩，很灵活，更具技战术，炮以及文化体验是出现相对最多的字眼。

1.4.4 调查小结

- 1) 德国非华非越裔中的国象爱好者，是中国象棋海外推广在德国的主要发展对象。
- 2) 与其他的中国相关元素相比，国际象棋的基础更加可以左右一名德国的非华非越裔是否想下象棋。
- 3) 有陪伴，能参与，有体验，能互动的象棋线下推广，更能吸引在德的非华非越裔。

- 4) 象棋上的文字和棋子以及独有的技战术活力是吸引在德非华非越裔爱好者的元素。
- 5) 比赛不是在德象棋爱好者参与中国象棋的目的，也不是检验推广成果的有效手段。
- 6) 一名成熟的国际象棋业余棋手，理论上也能达到相应的象棋水平。

1.5 思考与展望

1.5.1 线上问卷的常态化

2017年6月18日父亲节，伴随着象棋国际特级大师蒋川成功挑战1对26的盲棋世界纪录诞生，第一份英德双语的针对非华非越裔中国象棋海外人群的调查报告上线发布。感谢方浩鉴先生的大力支持，通过facebook向全世界所有的象棋讨论小组和境外最知名的中国象棋网站（Xiangqi in English）的宣传，短短6小时内，收获来自全球9个国家和地区的33份调查报告。希望我们的课题组将来能到到各方面更有力的资金和技术支持，为每一个参与者建立一个成长账号，有利于长期观察和追踪一名海外象棋爱好者从事棋类活动的更多细节。
<https://www.soscsurvey.de/xiangqi/>

1.5.2 棋类交叉和棋文化的多元化

中国棋牌管理中心是一个具有中国特色的智力运动统筹机构，能够对棋牌进行统一的管理和协调。这在海外几乎没有可以类比的相应政府职能或民间机构。以德国为例，德国国际象棋协会、德国围棋协会、德国将棋协会和德国象棋协会等各自为营，没能形成一个统一有效的合作团体。中国象棋的德国爱好者几无例外，都是国际象棋的爱好者，有些甚至是接近大师水平的半专业运动员。他们已经在各项赛事中崭露头角。参照国际象棋在中国的成长轨迹，中国象棋和国际象棋的相似性更加可见一斑。依葫芦画瓢，中国象棋海外推广应该更多地借助国际象棋的力量，利用国际象棋的影响力和号召力进行中国象棋的推广，起到事半功倍的效果。

同样值得关注的是，越来越多的中国象棋非华非越裔爱好者开始加入德国将棋的比赛中，同样多的日本将棋爱好者，也开始从事中国象棋。以白俄罗斯为例，拥有将近300个日本将棋注册会员，其中大部分为青少年棋手。他们于前年成立了象棋活动组织，并连续每年举办象棋比赛。主席是拥有欧洲将棋“幽灵”之称的、将棋等级分第一人柯棋斯基。17年慕尼黑黑象棋公开赛，成功吸引到前德国日本将棋冠军濮尼尔的参与。这些都是具有号召力的其他棋类的领军人物。德国象棋的第一代崛起，正式源于胡荣华的德国访问。前世界排名第三的国际象棋特级大师胡博纳在这次访问中认识中国象棋，并与胡荣华切磋了国际象棋棋艺。他在第一届世锦赛上，取得了最佳非华非越裔棋手的称号。他的影响力直至如今还未消退。

二、调查报告在实践中的分析运用

2.1 传播：中国象棋海外推广为“一带一路”添砖加瓦

当年的丝绸之路只把物品传递给了西方。通过象棋，如今的一带一路，站在象棋海外推广第一线的同仁们誓要把中国文化留在西方，融入到西方的文化中去。当年的西方对于东方的了解，或许主要依赖传教士、船员和商人。如今的我们，可以直接用他们的语言，站在他们的领土上，更加精确和自豪地展示和传播我们的中华文化。

2.1.1 以竞赛为前提的推广

纵观全球，中国象棋海外推广30年。各项赛事，通过荣誉、称号和奖金等等，不断巩固和深化推广的成果。但很可惜，考场和战场，不是考生和战士的出生地，而是考生和战士的筛选场所。在海外，比赛之于推广，是一种相对门槛较高，成本较大且容易造成负面效果

的推广手段。尤其在没有中华文化基础的欧美各国，这个弊端将更加严重。在不适当的时间，举办不适当的比赛，不仅不能起到服务推广人群的效果，反而会导致很多人因为各种负面情绪而停止这一项活动。每一次比赛，都会残酷地筛选出 50% 平均水平以下的棋手。在没有人口基数的海外，这是一个非常大的风险。毕竟将一个门外汉培养成一名最终愿意勇敢走上赛场的选手，双方都付出了极大的努力。一场失意的比赛，很可能让一切努力付诸东流。简单套用一下毛泽东思想，初学者追求的就是初战必胜的信念，当然这个胜的定义可以再商榷。但是很显然，一场让初学者都有胜利感觉的比赛，以目前的赛制很难做到。或许相对简单的水平等级考试，是一个可行的替代方针。让初学者更直观地体验到，有付出，就有收获。

各种国际大赛当然有它重要的一面。它为海外华人和留学生们提供了展现自我，继续象棋生命的平台。世界各地的华人特级大师和大师们也得到了梦寐以求的证明自身实力的千载良机。以德国为例，以翁翰明、濮方尧、薛涵第为代表的一众德国留学生们脱颖而出，得以在海外再续童年的辉煌。支持和搭建相应的竞赛平台，创造了大量为竞赛服务的工作机会，这一点同样难能可贵。然而国际大赛在当地的影响力远远低于在中国的号召力。中西文化之间的差异，在调查问卷中，基本可以找到答案。以德国为例，德国非华非越裔对于象棋的诉求并不能仅仅通过比赛而得到满足。不能为服务对象提供对方所需求的服务，那么自然达不到相应的推广效果。除了各种各样的比赛以外，还有怎样的推广形式和手段呢？



一盘棋，两个人，看得懂的围一圈；看不懂的，如何参与呢？

2.1.2 以普及为前提的推广

象棋海外推广真正的推手是什么？哪里是象棋爱好者和象棋学员的真正场所？虽然不在聚光灯下，确是真正润物细无声的所在。答案也在调查报告中可以找到端倪。来自汉堡的学生和老师们同时提到了中国象棋选修课这个话题。在德国，目前有三座城市，15 所中小学及中文学校中有中国象棋选修课。而且德方院校全部都是在国际象棋社团中展开。这样的推广最终能取得怎样的效果呢？我们透过国际象棋来大胆展望一下。

2017 年 5 月 9 日，4240 名男女学生参加了自 1958 年开始举办的传统国际象棋校际赛“左岸对阵右岸”。http://www.sohu.com/a/139561324_495631 这一参赛人数创造了新的世界纪录！说是比赛，其实更像是嘉年华。比赛赞助商巴克莱银行从 2013 年开始，积极赞助汉堡各大中小学开展校内国象社团。国际象棋已经成为汉堡这座城市的标志。当天加上观众人数，整个汉堡有将近 1 万人聚集在巴克莱卡体育馆中。比赛一共只安排了两轮，且不计时。开幕式总计两个小时，赛场内布置了各种国际象棋相关的活动，和生动而丰富娱乐项目。能让参与者体验和互动的推广形式才是真正有效的推广。常年的坚持和日常的不断接触才是让推广最终落地生根的关键。学生们在认识和了解象棋以后，可以根据自己的自由意志来决定，是否去经受胜负的捶打和考验。



创造参赛人数世界记录的左岸右岸赛



参加德国国际象棋青少年总决赛的青年顶尖棋手，通过简单的阅读就可以纵横象棋世界。赛事主办方连续在杂志和刊物上登载中国象棋的相关报道。

德国国际象棋赛事规模空前。象棋如果能够借势而发，势必事半功倍。象棋人口直接从成熟的国象队伍中开发，宣传直接依靠主办方。有一定基础的国象棋手，读一下行棋规则，略微讲解一下，就能自主开始探寻象棋的乐趣。

建立在国际象棋基础上的以普及为目的的推广模式是转化率最高的象棋海外（德国）推广途径。学校课堂，象棋之夜，教练班和文化节等是有效的推广平台和主要手段。大型国象赛事，国际交流活动是传播的有效途径，是促进和巩固推广成果的辅助手段。

2.2 传承：中国象棋海外推广成就年青人的“中国梦”

在文化的传播过程中，几乎一定会随着地点，时间等因素发生转变。最终呈现出的新文化，若与旧文化之间，如果总体上还是一脉相承，那就是一次美妙的传承。

2.2.1 弃工从棋

中国象棋海外推广能否成为一份职业？要以棋为生，就要创造稳定的经济来源。以普及为前提的推广，说穿了就是要增加参与者的基数，为参与者提供个性化知识服务，并逐渐将参与者培养成为消费者的过程。2012 年，笔者硕士毕业，同时持有工科硕士文凭和国际象棋教练证，迫于德国的外国人居留法，不得不做出一个二选一的决定。2013 年正式以专职棋类教练外国人自由职业者的身份得到德国的工作签证。从此开始了人生第一个阶段——以棋为生的尝试。

2.2.2 “立足国象，推广中象，中德并济，以棋为生。”

德国的许多国际象棋协会都提供给青少年免费学习国际象棋的机会。大多数公立学校的国际象棋课程，也是接近半公益性质的在提供棋类教学服务。这样的收入水平在德国只能处于贫穷状态，是无法取得工作居留的。如何脱贫，并达到最低居留标准，是以棋为生的第一步。通过对于斯图国际象棋培训市场的分析，活动时间单一，路程不便，学校没有国象社团，成为儿童学习国际象棋的主要阻碍。国际象棋上门服务，成为第一个消费者认可的服务项目。对于有中国背景的家庭来说，中文语境或者双语语境成为家长们非常重视的一个环节，国象双语教学确立了笔者目前在市场上独一无二的稀缺性，成为首个个性化定制服务的特色。在拥有接近 1 万华人的斯图加特，在笔者之前，无人从事或开展过中国象棋的普及入门服务。而华人对于双语双棋的知识服务需求，为笔者提供了最为现实和可行的工作机会。同时，通过参与各项赛事的赛务和服务工作，尤其是重大国际赛事，新闻及书籍翻译项目，文化峰会等活动，可以进一步拓宽业务。

从 2017 年开始，斯图每周有至少一所德国公立中小学，开展中国象棋模块教学。中文学校象棋班人数稳定在 12 人以上，前后总计 30 余人参加授课。全校有近百人参与过超过两小时的中国象棋体验活动。中国象棋每月至少参与一次文化活动。仅今年上半年就已经两度登上地方报纸。6 月，中国象棋展台首次进入德国国际象棋青少年总决赛现场。该项赛事和伴随赛共吸引了 600 多名棋手，共近 1200 名参与者。通过中国象棋卡通电影的播放，吸引参与者。在卡通电影播放之余，展台共设置 4 个互动环节，认识汉字（连连看），体验象棋（翻翻棋），象棋入门（炮的杀法）和完成一局棋（正规象棋）。只要参与其中任何一个环节，都会获得一份由德国青少年国际象棋联合会主席亲自签名的参与证书。证书上会标明参与了哪些环节，填入参与者的中国名字并盖上一枚传统的中国红印。在四小时的活动时间内，一共发放了 33 张证书。可谓收效甚佳。

在年初尝试的中象围棋联合推广受到阻力后，今年的推广策略调整为中象国象的联合推广以及中象书法和中象汉服或旗袍的联合推广。围棋入门更快，不受汉字困扰，且日式风格显著，和中国象棋一起推广时，会让中国象棋遇上前所未有的阻力。国象和中象，一脉相承，中象的那一丝异域风情，更容易吸引眼球。书法，汉服作为中国文化的重要组成元素，可以为中国象棋海外推广吸引足够的关注度。



斯图加特推广小团队：马丁，马库斯，萧安迪，诺伯特，王各，奥利弗

元宵节，斯图茶馆，大学推广，文化节推广

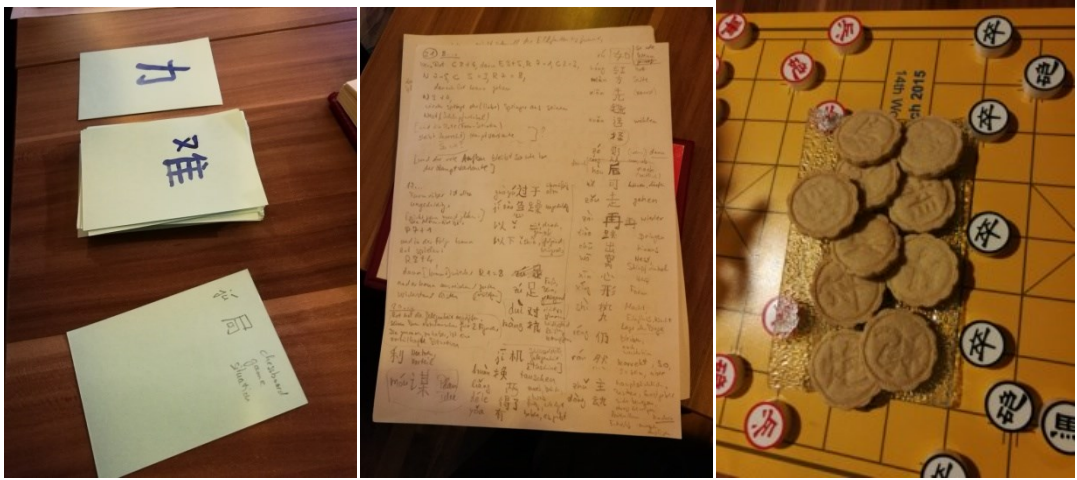
2.2.3 以棋为桥，促成海外华侨的寻根之旅及外国有志青年的中华体验

2017 年德国象棋个人总决赛，吴松月逼平薛忠大师，创下了海外非华非越裔，最年轻逼和大师的纪录。2015 年的世锦赛上，他成功弈和德国非华非越裔领军人物耐格勒博士，取得非华非越裔的第四名。他是第一个因为象棋而开启了“寻根之旅”的异域少年。

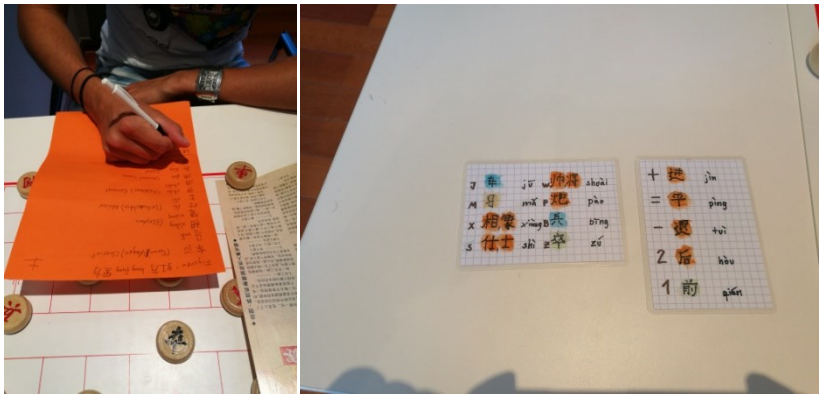
2016 年 5 月陈家锡回到中国，通过在深圳的集训，在上百人参与的“谁是棋王”的选拔赛中取得第三名的佳绩并于同年 8 月代表德国，参加了首届世界象棋青少年锦标赛，挤进 10 强。2017 年 4 月，再次回国，参与到西藏象棋公益推广的活动中。他的“象棋寻根之旅”刚刚启航。2017 年 8 月，陈家锡将再赴成都棋院，继续深造。

帕斯卡，2017年6月，在中国辉南“龙湾杯”蒋川 1VS26 盲棋吉尼斯世界纪录挑战赛中，利用棋规战胜蒋川特大。在早些结束的德国象棋个人总决赛中，同样发挥出色，弈和吴松月，与第四名同分的情况下因对手分屈居第六。他的本科专业是汉学。或许他会成为第一个用中文教授中国象棋的外国人。

更多海外成长起来的华侨青少年们，都在渴望回到中国，看一下自己父母出生的地方。中国象棋如果能够围绕这个主题，更好地开展推广活动，势必可以顺应民心，在海外华人圈中打开新的局面。同时，通过中国象棋的学习和体验，让更多的外国人克服因为不了解汉字而对汉字产生的莫名恐惧。进一步，甚至于喜爱上中国文化，想到中国来走走看看，生活和工作。这不正展现了中华文化独具魅力的一面呀！



从字卡到词汇表到象棋饼干，外国人对于汉字的喜爱一步一步加深



前一天学习拼音，觉得很难。那就用颜色来标记拼音。蓝色一声，绿色二声，粉色三声，橘色四声。加上进退平三个方向以及前和后。中文象棋谱招尽在掌握。

2.3 传棋：棋类文化历经千年如何为人工智能时代锦上添花

2.3.1 中国象棋海外推广的机遇与挑战

随着中国综合国力的提高，外国人对于中国文化的认可度增加，求知度也迎来了新的高峰。尤其是在阿尔法 Go 的影响下，越来越多的外国人也了解到围棋是起源于中国的事实。但是颇为耐人寻味的是，笔者在越来越多的文化节上，遇到热情的德国人，指着中国象棋，大声地叫着“Go,Go,Go”。很显然，即使宣传力度如此之大，最高端的比赛依然没法准确地将围棋传递到最底层的百姓眼中。他们的求知欲被调动起来了，但是没有学习围棋的场所，没有适合的围棋活动夜，没有围棋教练，他们甚至于都无法区分中国象棋和围棋。围棋在海外遇到的尴尬，应该足以为中国象棋海外推广所借鉴。国际大赛，国际展览的宣传度再

大，没有落地的以普及为目的的推广，最终都只能是昙花一现，过眼烟云。也许等到海外象棋人口基数比例达到国内水准的时候，才能逐渐将目标调整为以竞赛为目的的推广。最让人遗憾的或许是人工智能时代来临的时候，目前无人将这项技术运用于中国象棋这项运动。

对于外国人下中国象棋，最先要克服的就是对于汉字的恐惧。如果中国象棋能够让外国人不仅仅可以攻克心魔，最后还能捎带着传递一些孙子兵法及三十六计，那就可以为他们接触中国文化创造一个很好的平台。认识汉字和学习着法在普通中国人家家庭里根本不是个事儿。但是在没有中国文化根基的国外，如何细化这个过程，将他拆解成一个外国人可以迅速掌握并且乐于接受的事物，是摆在每一个象棋海外一线推广的从业人员面前的最大挑战。在笔者认识的国际象棋爱好者里，有一位虔诚的基督教徒。他随身带着一张折叠的象棋棋盘。这是他作为一名棋士和中国人交流的破冰之法。他们真的想认识中国人，这是千载难逢的机会。上一股中国风，已经是几百年以前，主要带来了丝绸，茶叶和瓷器。中国象棋能否随着这股中国风，吹入欧洲人的平常百姓家？

2.3.2 象棋海外推广需要进一步的细化分工

两位专业从事中文理论书籍翻译的新生力量方浩暨和黄金龙先生相继在一年内发布了4本全新的全英象棋书籍。为象棋海外推广拉开了新的一幕。6月底，首本中国象棋英文辞典面世。德国象棋协会副主席乌韦在回复作者的信中提到，他突然感觉到无比神清气爽。针对海外非华裔的象棋英语书籍如雨后春笋般不断涌现。6年的辛勤劳动，在Xiangqi in English网站的策动下，Facebook上出现了意大利，白俄罗斯，德国，新加坡和加拿大等越来越多的象棋活动团体。白俄罗斯更是利用这个平台，才和欧象联取得联系，并且最终成立协会，加入欧象联的大家庭。教学，翻译，办赛，宣传等等，象棋海外推广需要进一步明确分工，尽可能做到专人专项专款专事。如果可以，以契约和合同为保障，维护双方的利益，促进更加紧密的合作，共建可持续化的海外推广市场和平台。

三、从传“棋”到传奇

中国武术，美食，书法，茶叶，瓷器，中医等等已经可以逐渐在欧洲的大街小巷慢慢被接受和发现。美食和茶叶根据当地人的口味，发生了较为大的变化。瓷器的制作工艺，则基本被全盘照搬。武术，书法和针灸，尽可能地保留了中国的原汁原味，但是难免也会有所转变。参与者能够体验，能够给参与者的生活带去便利，是所有这些中国元素被接受的重要缘由。那么多中国元素的成功推广足以为棋类的海外推广提供各种成功的经验和启示。

同样是竞技，武术的推广方式，主要就是打着强身健体的口号。所有人都能参与其中，但是学员们可以根据自由意志，是否要参与真正的对抗。他们通常可以通过相对平和的水平等级考试，取得成就感和满足感。

在推广中国象棋的时候，笔者几乎完全遵照德国象棋协会主席耐格勒博士的德式说文解字法，为初次接触中国象棋的德国象棋爱好者们，讲述每一个汉字的有趣故事。通常还以游戏的模式，打着5分钟认识10个中国汉字这样的旗号，让大人和儿童在连连看中，用最快的速度克服对于汉字的恐惧。而对于海外华人的后裔，他们最大的诉求是双语语境和互动交流。同城棋友，象棋线上培训，回国度假培训，大型国际交流赛事，可以满足他们的需求。充分考虑两大人群各自的利益和诉求，尽可能的创造条件，才能最大程度地达到推广的目的。

在各方面条件都受到制约的时候，利用国际象棋搭建的成熟和完善的平台，在国际象棋的基础人口上开发象棋人口，应该是一个相对稳妥和高效的对策。

植根于民，从娃娃抓起。借力国策，大力宣传。一带一路不仅仅是文化输出，更重要的是文化融合。在最快的时代里体会慢的艺术，我们不仅仅要传播，更要注重传承，要能够包容变化，并且发现变化的美妙。我们不仅仅要鼓励棋友们成为大师，更要鼓励他们成为分享

棋趣的棋师。希望最后能从传“棋”变成一段真正的传奇。



中文学校象棋班，中象国象双棋推广



公立学校推广，孩子们自己的创意，华人圈活动小组（难得的女子团体，一半混血）



象棋汉服联合推广，华裔孩子为自己的朋友讲解象棋以及报纸宣传