

# “东风日进，以点带面”——象棋文化俱乐部在欧洲推广的可行性研究

王龙佳课题组

专业名称：象棋

研究方向：棋类运动的文化学

**摘要：**象棋，是中国的国粹，也是世界文化的瑰宝，象棋的推广归根结底还要依托于中国文化。随着东西方文化交流的深入，象棋成为了解中国文化的重要窗口。中国逐渐强大的今天，文化的输出成为必然，棋文化的输出这几年尤为迅猛，象棋作为中国传统文化的代表首当其冲，且在文化传播中占据很重要的位置。基于此，一直对象棋及象棋文化在欧洲的推广特别热忱。本课题笔者想通过自身实践得出相应数据，从而以点带面，投石问路，让更多人关注让项目更广泛推广

本文的内容共有以下七章：

第一章为导论，笔者在研究范围和相关概念进行说明的前提下，详细阐述象棋文化俱乐部在欧洲推广的相关问题，总结了以往的研究成果和不足，进而引出本文的研究目的，介绍研究方法。

第二章为理论分析，全面考察俱乐部尤其象棋文化俱乐部

存在的理论支持，为后面问卷的展开制作提供便利。

第三章介绍了象棋文化俱乐部的实践意义，向外推广象棋的现状，推广的演变和由来，俱乐部的特点以及象棋文化俱乐部如何展开，包括象棋文化俱乐部的优劣分析。

第四章主要是收集掌握了解欧洲各年龄段对象棋文化俱乐部的参与度调查，对象棋文化俱乐部的认同感，从而在数据中提炼出正向的作用，为象棋文化俱乐部的推广提供佐证。能够为高层决策者，提供一些数据性内容。

第五章为结论及对策建议。罗列本文的主要收获和结论。提出自己的观点和对策。

关键词： 象棋 象棋文化 俱乐部 欧洲

## 目录

### 一 导论

#### 1.1 选题的背景和意义

#### 1.2 文献回顾

#### 1.3 研究思路、研究方法及创新点

#### 1.4 论文结构和篇章安排

### 二 理论分析

2.1 基本概念

2.2 理论依据

2.3 对象棋推广的影响和作用

三 象棋文化俱乐部的实践意义

3.1 象棋文化推广的演变和由来

3.2 俱乐部的特点以及象棋文化俱乐部如何展开

3.3 象棋文化俱乐部的优劣分析

四 象棋文化俱乐部参与度

4.1 实例收集（不局限线上问卷形式）

4.2 主体分析

4.3 方式分析

4.4 数据带来的正向作用

五 结论及对策建议

5.1 结论

5.2 对策建议

附件 A/B

研究方法/研究的难点和可能的创新之路

(1) 文献研究法：通过检索国内外各种数据库与相关文献，

在阅读、分析文献的基础上得出研究主题的研究现状，为论文的研究提供学术基础；同时对相关的文献资料进行归纳、演绎和比较分析，得出相关结论，和提建议做理论依据。

(2) 调查研究法：通过欧洲的助手进行访问、实地交谈、线上问卷等方式收集第一手资料，样本总分数计划 600 份(年龄跨度 16 岁以上，年龄太小的局限性不利于俱乐部展开)详细问卷设计题目成文后可见。视疫情情况调整问卷数量。

(3) 个案研究法和实证研究法、经验总结法：通过成熟俱乐部有关棋文化相关的个案进行研究，如有可能自行开设俱乐部做大胆尝试提供实证，此项研究法不做最终确定，先从理论出发而后推广实践。

## 附件 B 研究的难点和可能的创新之路

研究难点：

(1) 目前关于此课题的文献资料较少，数据不足、象棋文化俱乐部更是不曾听闻。可借鉴的内容有限，只能摸着石头过河。从无人处趟一条路。

(2) 限于笔者自身水平不免缺漏之处，可能产生资料准确，结论不符；结论相符，资料真实可能设计偏差。

(3) 收集数据过程中，因为国外政治、社会环境的不确定，加之疫情影响，助手和留学生同学们虽常年在欧洲本土开展工作不免有所掣肘。线上内容比较有确定性，线下实调，可

能要付出惊人的工作量和毅力，才能推动。

创新之路：

(1) 理论创新：通过实例访谈，问卷等调查，甚至于自开实证的方法得出全新的认知。继而提出独立的理论依据。

(2) 研究视角的创新：国内一直是通过交流开展活动的形式进行推广，从自己想，到受众想的转变调研，有可能会更直面象棋推广项目中存在的诸多切合实际内容的问题。

致谢

xiangqi is the quintessence of China and the treasure of world culture. In the final analysis, the promotion of xiangqi depends on Chinese culture. With the deepening of cultural exchanges between the East and the west, xiangqi has become an important window to understand Chinese culture. Today, with China becoming stronger and stronger, the export of culture has become inevitable. The export of xiangqi culture has been particularly rapid in recent years. xiangqi, as a representative of Chinese traditional culture, bears the brunt and occupies a very important position in cultural communication. Based on this, he has always been particularly enthusiastic about the promotion of

chess and chess culture in Europe. The author of this topic wants to get the corresponding data through his own practice, so as to lead the way from point to area, ask for the way, let more people pay attention to the project and promote the project more widely

## 第一章 导论

### 1.1 选题的背景和意义

从 1978 年亚洲象棋联合会成立到 1993 年世界象棋联合会成立，象棋走出去的动作从来没有停止过。如果从 1978 年算起来的话，至今已经 43 年了，可以说象棋多种类多形式的推广已经初见成效。随着国力经济的提升，文化输出也成为当下最热门的话题。新华社文章“让文明交融之光照耀未来——习近平主席的文明观启迪世界”配图是白俄罗斯大中小学象棋比赛。可见我们在推广的路上是不孤单的。大环境的优越使得我们有信心想加快些步伐，“东风日进，以点带面”恰逢其时，象棋文化俱乐部的推广必然为文化输出提供助力。从而为走出去提供一手的数据支持，以期能为决策层提供些许参照。这是本文笔者团队的共同心愿，也是成文研究的意义及价值所在。

## 1.2 文献回顾

搜罗相关文献时，包括期刊、简报、内部文件等内容综合起来，也非常有限，为本文在学术上找到前人指引产生了不小的困扰。经团队商议，索性在无人处走出一条路，做第一个吃螃蟹的人。俱乐部在欧洲早已司空见惯，可是象棋文化俱乐部却鲜有听说，国内的情况大多停留在棋馆酒楼的基础上，专门的象棋文化俱乐部也不多见。我们照着成熟的俱乐部模式展开类别，探讨象棋文化俱乐部开展的实践性，从而为推广的可能性得出准确结论

## 1.3 研究思路、研究方法及创新点

### (1) 研究思路

通过对问卷精心设计，找出 16 岁以上各个年龄段对象棋文化的认知，对象棋文化俱乐部的认可，从而得到客观公允的样本，通过收集、归总最后分析，从错综复杂的内容中找到有价值的结论，得出最终篇。如偏差过大，则考虑加大样本量，运用大数法则再次求证。不局限于线上问卷，可实地问卷。大原则是亚裔问卷总数控制在 10%以内，中国籍不作样本统计。思路是尽量使偏差降低。样本计划量是 600 份有效，总量发出 1000-1500 份。受制于疫情问题，灵活安排线上线下结合问卷。

### (2) 研究方法及创新点

A 文献研究法：通过检索国内外各种数据库与相关俱乐部、文化、象棋文化的文献，在阅读、分析文献的基础上设计出调查问卷的相关问题，为问卷的有效性、实用性提供学术、理论基础；同时对相关的文献资料进行归纳、演绎和比较分析，得出佐证为结论和建议做理论依据。

B 调查研究法：通过欧洲资料收集助手实地交谈、线上问卷等方式收集第一手资料，样本有效数计划在 600 份，总数发送计划在 1000-1500 份（年龄跨度 16-70 岁）详细问卷设计题目后面章节可见。

#### 1.4 论文结构和篇章安排

详见摘要

## 第二章 理论分析

### 2.1 基本概念

#### （1）象棋文化

象棋源远流长，可是提到象棋文化，却各有不同。笔者团队理解的象棋文化是深邃的，包含了古人精深智慧，暗合天时地利人和的攻守之法，相生相克的无穷智慧，是无数人思想的结晶和优秀品质的延续

#### （2）俱乐部

俱乐部（又称会所；英文名：Club）单从字面上理解就是人们聚集在一起进行娱乐活动的组织团体或者其场所，俱乐部是具有某种相同兴趣的人进行社会交际、文化娱乐等活动的团体和场所，从而让有兴趣的人在一起聚集活动，演变成俱乐部。另有俱乐部专属域名.CLUB，可译为俱乐部、驿站、平台、汇、会；内容概念涵盖商业企业、中心社团、组织机构、爱好圈子。俱乐部，现多指社会团体所设的文化娱乐场所。所谓俱乐部（Club），就是由企业经营者出面组织，会员在自愿、互助、互惠的基础上自主参加，并有相应的权利和义务的协会或团体。“俱乐部”这个词是日本人对英文 Club 的音译

## 2.2 理论依据

古今中外的典籍中很多关于象棋的记载，要上升到理论去证实，好像又不是很贴切的。按着西方人信奉的物竞天择、适者生存来讲应该是很有说服力的，象棋传承了上千年甚至更早，有着最广泛的群众基础。还是喜闻乐见的娱乐项目，可见传统文化象棋这块瑰宝是吸引人的，是容易引起共鸣的。推己及人，姊妹篇论文中，得到了欧洲青少年对象棋文化的认知度，本篇想得到更多年龄阶段对象棋文化对象棋文化俱乐部的接受度。

## 2.3 对象棋推广的影响和作用

搞清楚欧洲各年龄段非华裔对象棋文化的认可接受度，对象棋推广影响是巨大的，会从纷繁复杂的现象中剥离出本质，怎么去把各个年龄段认知结合，吸引更多人进入象棋文化俱乐部为这一课题书写新的篇章。会使推广更加顺畅，更能把脉痛点，从而产生正向积极的作用。

## 第三章 象棋对外推广的现状

### 3.1 象棋文化推广的演变和由来

象棋真正对外推广应该是在改革开放以后，生活水平经济文化发展后给行业带来了巨大的机遇。如果溯源而上，早在上个世纪上半页，包括谢侠逊等前辈已经有下南洋的诸多事迹，且为当时的社会政局贡献了不少力量，只是并不能代表当时官方意志，尚属民间自发，那个阶段我们称其为雏形阶段。真正发展的阶段是在亚洲象棋联合会和世象联先后成立，亚象联 1978 年成立于马来西亚。鉴于此我们把对外推广的时间认定到改革开放后是比较有说服力的。

亚裔对于象棋的认识具体时间不可考，往来通商朝贡密切，且文化接近相互渗透，很难准确把握具体时间。而传到欧洲搞正式比赛大致能追溯上世纪 80 年代，由越南裔法国人组织举行。所以客观讲离开亚裔的“走出去”才是真正意义的走出去。

随着时间的推移，在欧象联领导的努力下，金发碧眼的非亚裔欧洲人渐渐参与进来。加之中象协近些年一直有政策倾斜，各地活动不断。疫情前迎来了喜人的局面。经过雏形阶段、发展阶段，通过数十年的努力隐隐展露出遍地开花的前鼎盛阶段。这边是象棋文化推广的演变和由来。

### 3.2 俱乐部的特点以及象棋文化俱乐部如何展开

其他项目的俱乐部在欧洲可谓遍地开花，但是都避不开以下几个特征：

- 1、以营利为目的；
- 2、以提供体育服务作为俱乐部的核心产品；
- 3、以较长时间营业作为满足顾客的主要方式；
- 4、以有效营销作为俱乐部生存发展的基本条件

那么象棋俱乐部如何展开呢？我们拟定了以下几个步骤

#### (1) 引入俱乐部会员管理办法

无规矩不成方圆，享受权利必然提供义务。和其他项目一样，根据人数制定完善的会员管理办法，严格执行。异国他乡一定要结合当地特色，适应多年龄多阶段。

#### (2) 加大象棋文化赛事/活动的开展力度

很多项目都是从无到有，横在象棋当前的难点是识字，因为有中国字的标签，但可以化危为机，趁着“中国文化热”以此为噱头，开展更多赛事或活动，让街头充斥着象棋。

### (3) 吸引留学生团体，开展卓有成效的“大带小”

留学生在欧洲是个很大的团体，天然起到翻译作用，又如一道桥梁，架起项目的两头，如何吸引他们进入到象棋文化俱乐部，是重中之重。在开展象棋活动中，让留学生到低年级的青少年中去，带着青少年参与到象棋中。形成卓有成效的“大带小”

## 3.3 象棋文化俱乐部的优劣分析

优势分析：

- (1) 不可替代性
- (2) 唯一性
- (3) 趣味性

劣势分析：

- (1) 文字--天然的壁垒
- (2) 文化的差异性

### (3) 深耕的持续性

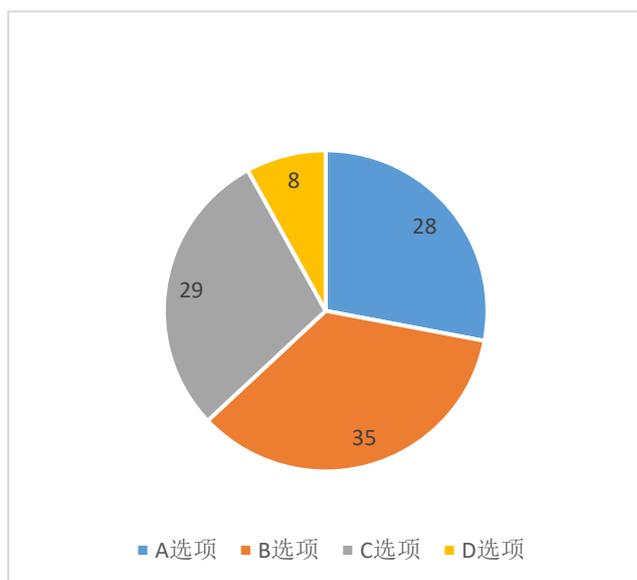
## 第四章 象棋文化俱乐部参与度

### 4.1 实例收集（不局限线上问卷形式）

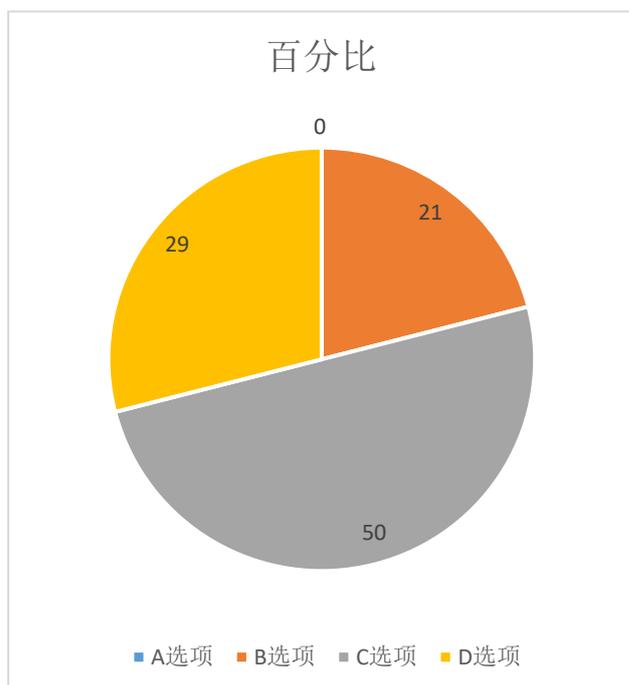
原计划通过邮件、现场采集、随机问卷等形式进行欧洲多国多城多形式的问卷调查。受外围疫情等非人为因素影响，很多国家陆续“躺平”放开于4月份左右，问卷收集才得以展开，所以样本数量不多，且只在收集员方便收集资料的比利时、丹麦两国进行，其中发放线上问卷1000份，线下实采180份，共计1180样本量，有效问卷213份（欧洲籍107份，非欧104份；）问卷问题10个，以选择和打分为主。为保持公正准确，只对年龄段的范围填写。具体姓名、联系方式、实际年龄的隐私问题，不做记录。原则上是取未参加过象棋培训的在欧非华裔。原汁原味呈现课题的题旨。总体数据结论平稳，个别项略有偏差。为了方便成文，课题中有关问卷内容全部采用中文进行书写。

### 4.2 主体分析（受于篇幅，尽进行结果展示，不做其他补录）

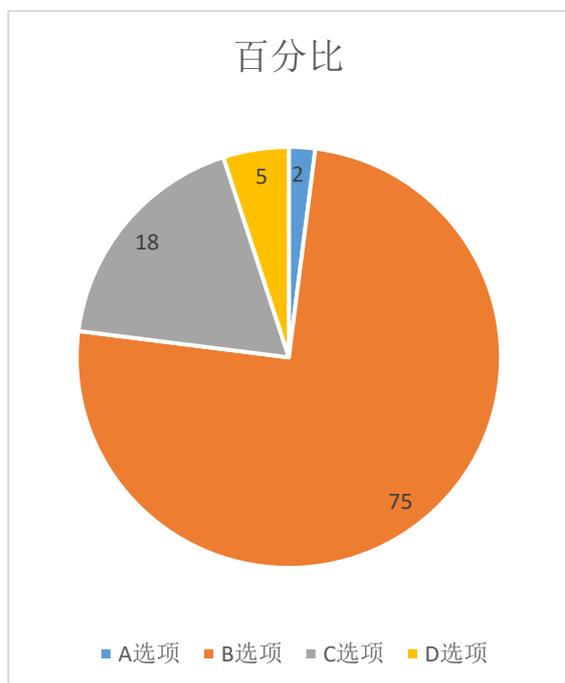
(1) A 28% B 35% C 29% D 8%



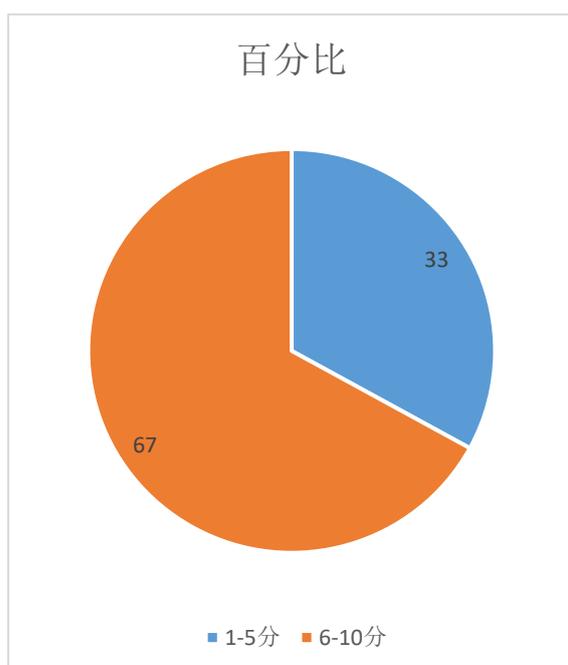
(2) A 0% B 21% C 50% D 29%



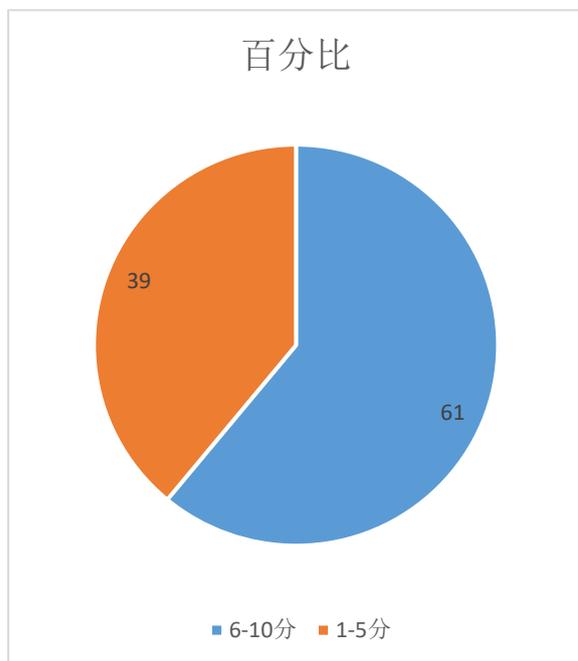
(3) A 2% B 75% C 18% D 5%



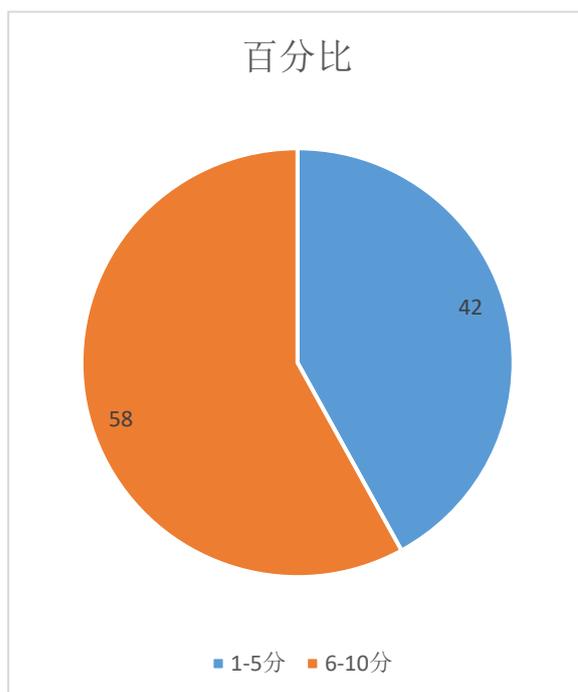
(4) 6-10分 67%; 1-5分 33%



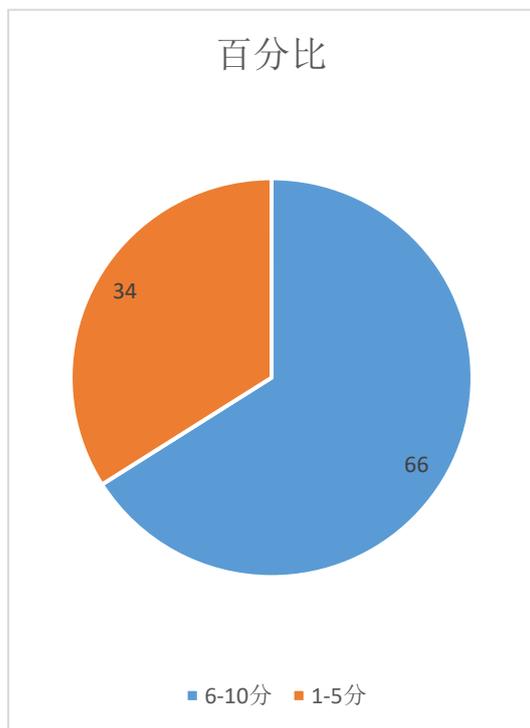
(5) 6-10分 61% 1-5分 39%



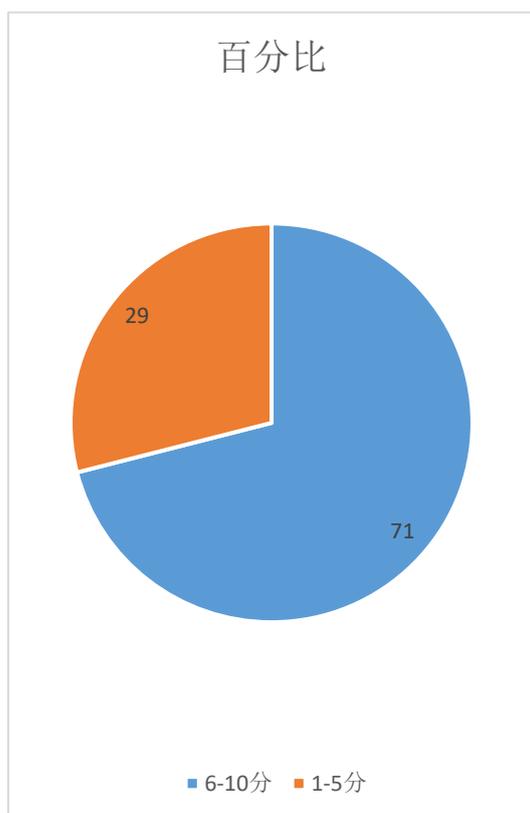
(6) 6-10分 58% 1-5分 42%



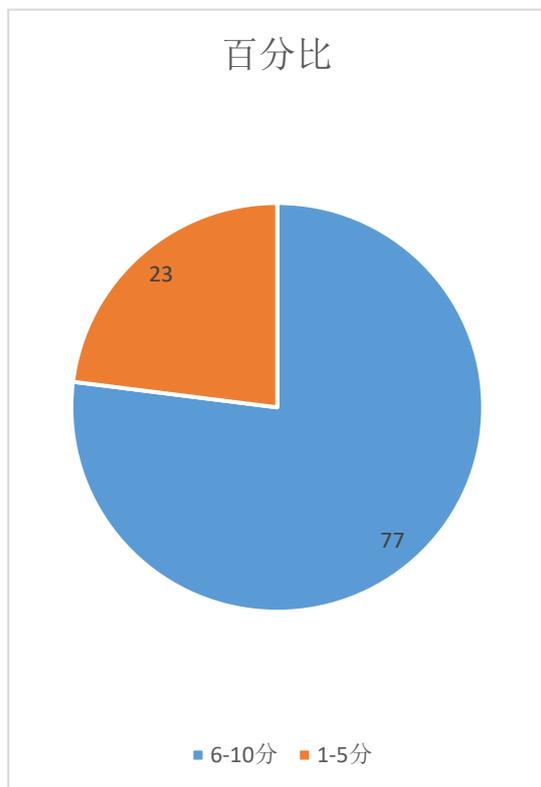
(7) 6-10分 66% 1-5分 34%



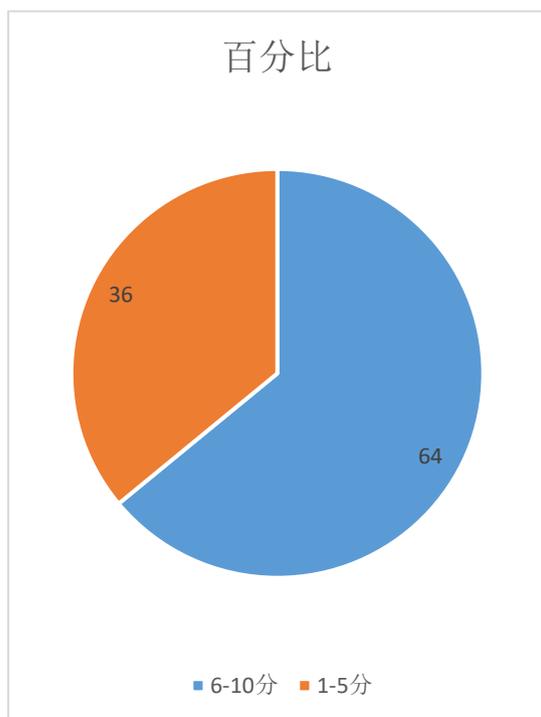
(8) 6-10分 71% 1-5分 29%



(9) 6-10分 77% 1-5分 23%



(10) 6-10分 64% 1-5分 36%



#### 4.3 方式分析：

- (1) 年龄分布
- (2) 国籍分布
- (3) 认知度考察
- (4) 象棋熟识度考察
- (5) 唤起共鸣
- (6) 引入俱乐部概念考察
- (7) 俱乐部收费定位
- (8) 参与度
- (9) 推荐指数
- (10) 选址参考

#### 4.4 数据带来的正向作用

数据带来的正向作用是显而易见的，虽然受疫情影响样本量总体偏少，数据全部调出来后，进行汇总分析的时候，还是从生动的图表中，得到了慰藉。从数据上来看。虽然在比、丹两国象棋活动的基础不太深厚，我们在完全没有借助辅助的情况下，对样本采

取无记名问卷模式中，依旧在关键考察的几个点上，得到了有效反馈。说明“象棋”这么多年的推广是卓有成效的，

## 第五章 结论及对策建议

### 5.1 结论

通过几个月的课题研究，和团队成员，业界内的前辈、老师们广泛接触，充分讨论研究调整问卷，通过旅欧同学、朋友和师长们帮助进行资料收集。再进行最后的汇总分析，相互佐证，最终进行成文。通过收集的 213 份有效问卷，加之数据反馈，得出以下结论：

(1) 象棋文化俱乐部在欧洲开展是有基础的。

与其说是对象棋文化俱乐部的接受，更多的还是对中国传统文化的兴趣所在。随着国家的日益富强，世界上更多的国家和地区，对中国重视度不断提高，首当其冲的是中国元素中国文化的吸引和相互融合。作为文化传播的媒介，象棋又有其独特的魅力，有突出特性，有意识品质修养的展现，可以说是恰逢其时。正好在时代发展的潮流中，脱颖而出。在此大环境的基础下，欧洲很多人对于象棋表现出的兴趣是顺理成章的，是有着极其深远意义的。所以俱乐部开展是有

基础的。

### (2) 空白市场需要更多人深耕

世象联和欧象联，和中象协的领导们一直在推广的问题上给予了巨大的帮助。已经开展活动的欧洲国家现在正是如火如荼。并没有因为不可抗力的影响而发生变化。既然同属欧洲大陆，在有基础的地区可以展开特别快，相信还没有融入进来的国家和地区也如空白市场般，大有可为。只是象棋项目是个长周期深耕的事业，前期投入相对多，见效成果相对慢。需要有专门的人才进行深耕。不需要很高的水平，需要很擅长交际，能把各方面安排好，能做最基础的普及。由点及面，逐步推进。

### (3) 象棋文化俱乐部在欧洲推广开展的时间有待商榷

虽然有基础，也是空白市场，但是大环境造就的经济情况不容忽视，象棋文化俱乐部开展还有待商榷，数据反应出来的兴趣存在但不迫切。

## 5.2 对策建议

海外推广的几十年，欧洲对于象棋文化俱乐部推广而言，是有无尽的想象，也有巨大的限制。很多优秀的组织者推广项目付出了很多。虽然未曾谋面，或者匆匆而过，也

为他们的付出致敬。各地发展不均衡，所以想要万灵方是不存在的。放之四海而皆准的铁律或许不少，而完全照搬能解决存在问题的对策和建议是极其难开具的。本课题既然是研究象棋文化俱乐部在欧洲推广的可行性研究，那就不揣冒昧，大胆开方。尽量表述出合理、高效、可行的方案。以期能得到决策层重视，能让有识之士加以完善运用。最终更好的服务于象棋，把我们传统文化象棋推广更加顺畅。

### （1）多人深耕，深挖出石油

文化的推广绝不是几个人的事情，是一个行业几代人的大事情，在欧洲开展象棋文化俱乐部推广，是需要更多的有人脉有资源有文化有见识的棋友参与进来，共同出谋划策才能做好。

### （2）多点开花形成明星效应

在欧洲开展较好的国家模式进行引荐，对尚未开展象棋活动的国家加大普及力度。形成多点开花的喜人局面，营造一种“明星效应”加入象棋文化俱乐部是时尚的有趣的有价值的。

### （3）顺应趋势

全球面对的最大挑战是后疫情时代带来的相关问题，欧洲开展象棋文化俱乐部推广也要顺应趋势。

### （4）理论研究结合实践

中国棋院杭州分院组织的 4+X 课题就是理论的汇总，让更多同仁通过谨慎务实的态度，对各自课题展开研究，提出对策，找出理论依据和实践的可操作性。作为“东风日进、以点带面”象棋文化在欧洲推广的可行性研究一课题，笔者团队深深感到资料的匮乏，现有的数据和成文的著述都少之又少，几无参考价值。或只言片语或文不符题。为学术化研究参考带来了诸多的不便利。没有一手的资料，没有前人的研究成果，总感觉课题扎根不深，很多地方反复推敲，亦无法确定最终成果。只能把所遇问题提出，在实践中求得真知，等更多有识之士加以补充，逐步完善。

## 参考文献

人民日报：象棋文化属性重于竞技 应回归传统

新华社：让文明交融之光照耀未来——习近平主席的“文明观”启迪世界

2021 “4+X 课题”欧洲青少年对象棋文化属性的认知研究

附录 A 采用方法及样本问卷

样本问卷：

## 欧洲青少年对象棋文化属性的认知研究

### 1 年龄阶段

- A 16-25
- B 26-40
- C 41-55
- D 56-70

### 2 本人国籍

- A 华裔
- B 亚裔
- C 欧洲
- D 以上都不是

### 3 象棋有多少个棋子

- A 16 个
- B 32 个
- C 2 个
- D 52 个

### 4 对象棋的熟识度。听说过象棋吗？

10 分表示非常熟悉，1 分表示非常不熟悉。

5 象棋文化会带来正向的助益?

10 分表示认同, 1 分表示非常不认同

6 参与象棋文化俱乐部的可能性?

10 分肯定会参与, 1 分肯定不会参与

7 象棋文化俱乐部收费的标准定在 80 欧元/月一下认为合理吗? 10 分非常合理, 1 分非常不合理

8 对于象棋你会向朋友、同学、家人推荐的可能性有多大。

10 分极有可能, 1 分完全不可能。

9 象棋活动参加的可能性 10 分是一定会参加, 1 分是一定不会参加。1-10 分你打几分?

10 象棋俱乐部选址在市区临街的认同度?

10 分非常认同, 1 分非常不认同

## 附录 B 研究的难点和可能的创新之路

研究难点：

(4) 目前关于此课题的文献资料较少，尤其是数据方面，几乎是真空地带。理论内容倒是有一些，第一手的资料着实太少了。可借鉴的内容有限，只能摸着石头过河。从无人处趟一条路。

(5) 问卷设计的科学性关乎结论的准确性，能否得到科学有价值的资料，限于笔者自身水平不免缺漏之处，可能产生资料准确，结论不符；结论相符，资料真实可能设计偏差。

(6) 收集数据过程中，因为国外政治，社会环境的不确定，助手虽常年在欧洲本土，今年上半年欧洲疫情严重开展工作不免有所掣肘。线上内容比较有确定性，线下实调，可能要付出惊人的工作量和毅力，才能推动。

(7) 掌握资料后的结合实践，可行性如何验证？能否带来正向的助力，这是困扰笔者的一个方面。

创新之路：

(3) 理论创新：鉴于此论题的真空地带，有可能通过实例访谈，问卷等调查，得出全新的认知。继而提出独立的理论

依据。

(4) 研究视角的创新：国内一直是通过交流开展活动的形式进行推广，从自己想，到受众想的转变调研，有可能会更直面象棋推广项目中存在的诸多切合实际内容的问题。

## 致谢

经过几个月的忙碌和整理，本次课题论文设计已经接近尾声，由于经验的匮乏，难免有考虑不周的地方，如果没有几位老师和国外友人的指导和鼎力相助，想要完成此课题是难以想象的。自身的进步是离不开大家的帮助和支持的，我要向为课题提供指导，给予帮助的老师，为课题设计、研究、成文的团队成员们致以最诚挚的谢意。

感谢为课题研究思路和问卷设计提供指导的王聚群老师、申晓东老师，以及为问卷数据分析提供建议的苑玉洁老师。

老师们渊博的知识、严密的逻辑、认真负责的态度给予了我极大帮助。

感谢具表的各位团队成员的辛苦付出。

感谢海外没有具名默默为课题奉献的几位国际友人。

愿一切美好与大家环环相扣。

