

德国

玩全指南

郑伊雯等/编著

特制20幅
超好用
分区地图

GERMANY Guide & Map

网罗德国200景点 当地记者第一手情报

★德国当地中国人连线报道，披露最好玩、必须一游的热门景点！

★主题玩法：游遍德国，搭火车、坐巴士、乘游艇尽览山光水色！

★罗曼蒂克街道探访浪漫城堡，童话街道追寻格林兄弟的脚步，体验梦幻的小城生活。

★德语简单学，看懂菜单不求人。

★交通指南、城区地图、行前规划，游德资讯一网打尽。



速览！本书重点级城市

【德国门户】法兰克福

【国际都会】柏林、汉堡、杜塞尔多夫

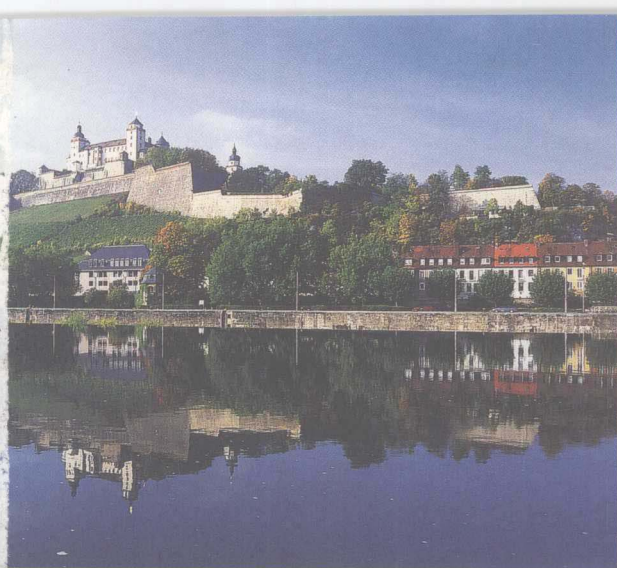
【学术古城】科隆

【南德大城】慕尼黑、斯图加特

还有魏玛、莱比锡、德累斯顿、纽伦堡、波茨坦、迈森、特里尔、不来梅……绝无冷场30城

中国旅游出版社





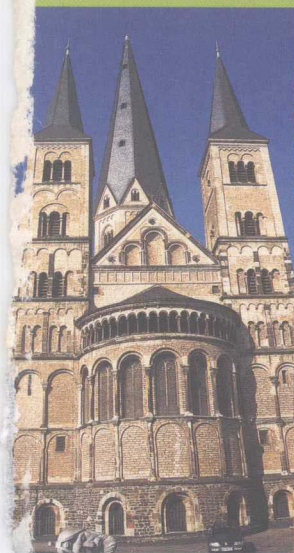
K 98.69/3

TasteE01032

德国玩全指南

GERMANY GUIDE & MAP

郑伊雯等 编著



中国旅游出版社



德国

玩全指南

GERMANY GUIDE & MAP

责任编辑：高 瑞 刘姗姗

责任印制：冯冬青

图书在版编目 (CIP) 数据

德国玩全指南/郑伊雯等 编著. —北京：中国旅游出版社，2008.7

ISBN 978-7-5032-3420-0

I. 德… II. 郑… III. 旅游指南-德国 IV. K951.69

中国版本图书馆CIP数据核字 (2008) 第036803号

北京市版权局著作权合同登记号：图字：01-2007-5072

书 名：德国玩全指南

编 著：郑伊雯 等

出版发行：中国旅游出版社

(北京市建国门内大街甲9号 邮编：100005)

<http://www.cttp.net.cn> E-mail: cttp@cmta.gov.cn

发行部电话：010-85166507 85166517

排 版：北京中文天地文化艺术有限公司

经 销：全国各地新华书店

印 刷：北京翔利印刷有限公司

版 次：2008年7月第1版 2008年7月第1次印刷

开 本：720毫米×970毫米 1/16

印 张：10.25

印 数：1-6000册

字 数：152千

定 价：28.00元

I S B N 978-7-5032-3420-0

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

本书由台湾宏硕文化事业股份有限公司授权出版

本书所提供地址、电话、营业时间、费用、套餐活动等变动资讯，如有变更，以实际店家、景点提供资讯为准。

GERMANY

目录 德国玩全指南

Contents



2 认识德国

146 旅游锦囊

154 全书景点索引

Part 1 德国魅力初体验



食玩买赏完整公开 揭开德国的另一面

6 必尝当地美食 香肠 / 面包 / 特殊料理 / 蛋糕 / 啤酒

10 必赏国际名牌 奔驰 / 宝马 / 保时捷 / AIGNER / 莱卡 / JOOP! / JIL SANDER

罗森泰 / KPM / 迈森瓷器

14 必买特色礼品 咕咕钟 / 泰迪熊 / 胡桃夹子 / 啤酒杯 / 双立人牌刀具 / WMF / 瓶装香肠 / 樱桃酒巧克力

16 必玩德国节庆 嘉年华会 / 圣马丁节 / 中古市集&骑士节 / 圣诞节

Part 2 城市导览



驻德记者推荐15城

24 法兰克福

30 汉堡

36 慕尼黑

46 斯图加特

50 科隆

58 杜塞尔多夫

62 波恩

跟着当地人聪明玩

66 柏林

74 德东七城——

波茨坦 / 魏玛 / 莱比锡 /

德累斯顿 / 迈森 / 德绍 /

爱尔福特

Part 3 经典线路



掌握观光五大重点
美景城堡尽收眼底

94 童话大道

104 罗曼蒂克大道

114 古城大道

132 莱茵河





→ 本书使用指南

★城市导览图示解读原则

旅游重点

景点或商店的功能指示，此处有赏玩买食宿五种，提供读者参考。

景点特色

景点或商店的说明。

DATA

景点或商店的基本资讯，如地址、电话等。



景点名称

景点或商店名称。

地图坐标

景点或店家位置的地图所在页码与索引坐标。

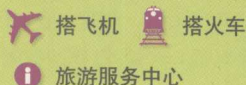
介绍文

关于景点或店家的重点介绍。

★旅游重点图示



★如何前往交通图示说明



★DATA图示解读原则

地 景点或店家的地址。

电 景点或店家的联络电话，括号内为当地区码。

时 景点或店家的营业开放时间。

网 景点或店家可供查询的网址。

交 前往景点或店家的交通方式。

消 指商家或景点的吃喝玩乐等消费费用。

票 标示景点或店家的门票、入场费用。

注 标示景点或店家的特别注意事项。

→ Area Map分区地图检索

- | | |
|-------------|---------------|
| 3 德国全国 | 76 魏玛市区图 |
| 25 法兰克福市区图 | 78 莱比锡市区图 |
| 30 汉堡全国 | 83 德累斯顿市区图 |
| 31 汉堡市区图 | 86 迈森市区图 |
| 37 慕尼黑市区图 | 88 德绍市区图 |
| 46 斯图加特市区图 | 90 爱尔福特市区图 |
| 51 科隆市区图 | 95 童话大道示意图 |
| 58 杜塞尔多夫市区图 | 105 罗曼蒂克大道示意图 |
| 63 波恩市区图 | 115 古城大道示意图 |
| 67 柏林全国 | 133 莱茵河之旅示意图 |
| 69 柏林东区图 | 149 德国铁路图 |
| 72 柏林西区图 | 150 欧洲巴士线路图 |
| 75 波茨坦市区图 | |



认识德国



历史上的德国

德意志 (Deutsch) 这个词约在 8 世纪首先出现, 刚开始仅指在法兰克帝国东部地区使用的日耳曼语系方言, 对长期处于民族融合和政治分裂过程的德意志地区来说, 民族、国土、国家常是相互分离的, 直到 1871 年, 铁血宰相俾斯麦统一德国后, “Deutschland” 这个词才包含国土和国家政权的双重含义。

德国在第一次世界大战战败后成立魏玛共和国, 建国之初即忙于处理接连发生的叛乱与严重的通货膨胀, 后来才渐渐恢复秩序与繁荣。1930 年的经济大萧条又引发大规模失业潮, 加上凡尔赛条约严酷的条款, 使得国内民族主义者趁机为乱, 希特勒与国家社会主义工人党 (NSDAP, 简称纳粹) 就在此时崛起。1933 年希特勒执政, 上台后即展开对犹太人的种族压迫, 接着从政治、经济、军事方面着手, 将德国导向战争的轨道。1939 年 9 月 1 日, 德国闪电进攻波兰, 第二次世界大战正式开始, 此后一路横扫欧洲。战争末期进攻苏联失利, 成为战势的转折点。1945 年 5 月 8 日, 德军宣布无条件投降。战后根据《雅尔塔协定》, 苏、美、英、法分区占领德国, 柏林则由四国共管。1949 年 5 月, 美、英、法 3 国占领区合并, 成立德意志联邦共和国, 通称西德; 同年 10 月, 苏联占领区宣布成立德意志民主共和国, 通称东德, 德国分裂。1989 年 11 月 9 日, 象征分裂的柏林围墙倒塌, 在 11 个月后, 分裂 40 年的德国再度统一。

德国假日一览表

官方语言	德语 (Deutsch)
首都	柏林 (Berlin)
货币	欧元 (Euro), 欧分 (Cent)
时差	比中国慢 7 个小时, 3~10 月为夏季时间, 此时比中国慢 6 个小时。
电话代码	49

今日德国

统一后的德国, 因东、西德分隔许久, 在社会、经济、工业发展各层面略有落差, 但在全德人民齐心协力下, 各项建设陆续完成, 呈现朝气蓬勃的面貌。除了闻名全球的汽车与重工业, 悠久的历史、典雅的宫殿城堡、优美的自然风光, 以及便捷的交通, 也让它成为不可错过的旅游景点, 像是沿途坐落美丽城堡与自然美景的罗曼蒂克大道, 或集秀丽容姿与运输交通于一身的莱茵河, 都是来访的必玩线路。此外, 每年举办的国际性书展与各领域商展, 以及艺术文化展演, 更大大增加了旅游深度。德国统一迄今已十多年, 正以蜕变后的新生姿态, 迎接每位到访的游人。

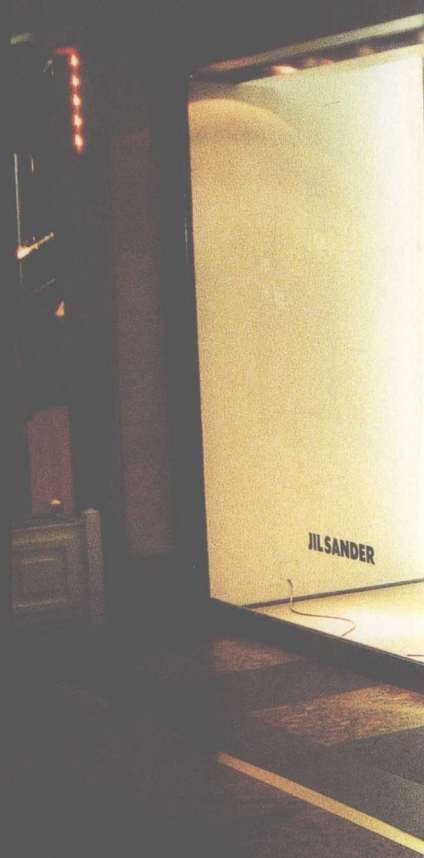




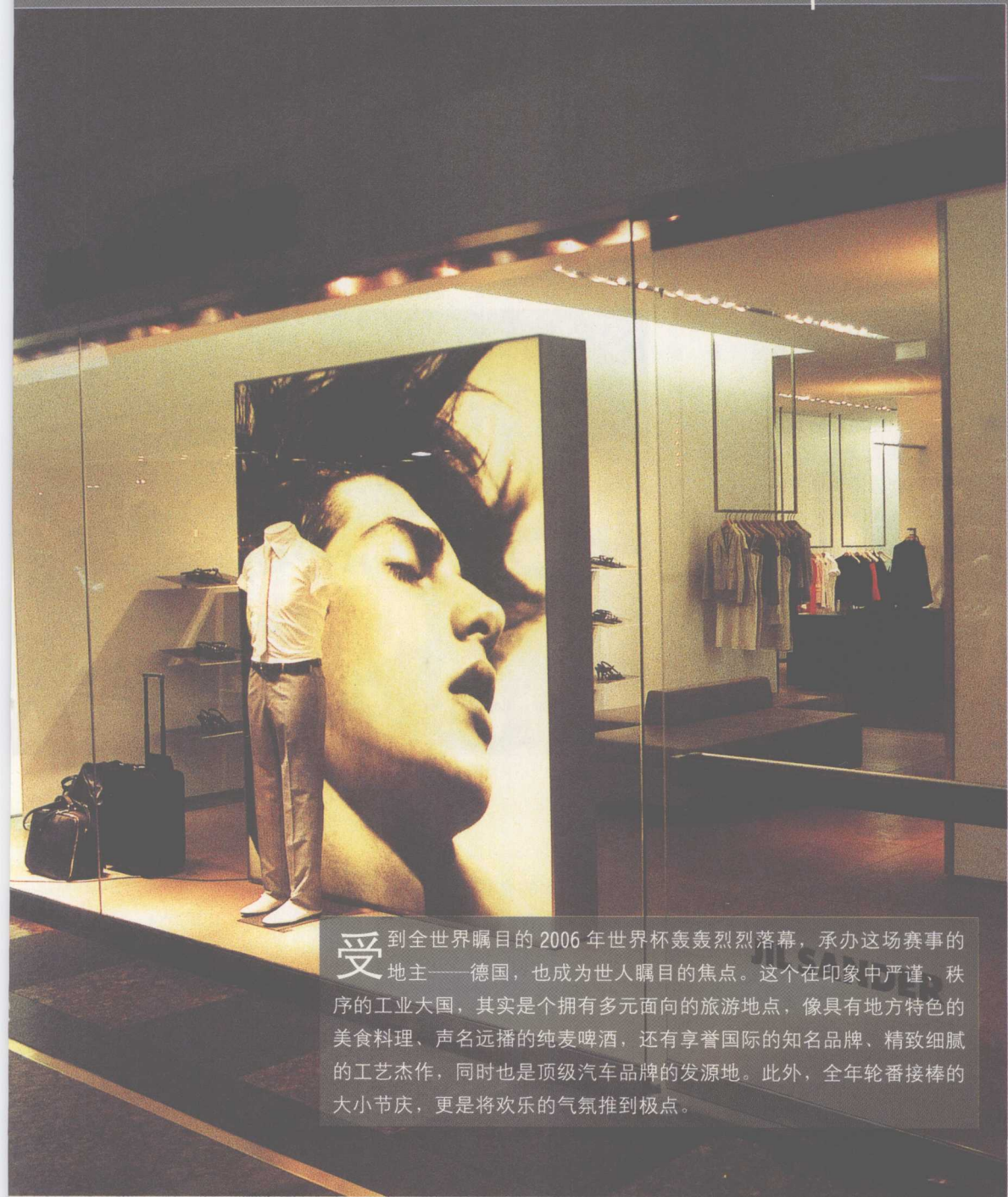
Part 1

德国魅力 初体验

- 必尝当地美食 P6
- 必赏国际名牌 P10
- 必买特色礼品 P14
- 必玩德国节庆 P16



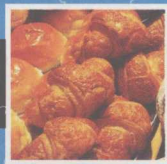
First Impression



受到全世界瞩目的 2006 年世界杯轰轰烈烈落幕，承办这场赛事的地主——德国，也成为世人瞩目的焦点。这个在印象中严谨、秩序的工业大国，其实是个拥有多元面向的旅游地点，像具有地方特色的美食料理、声名远播的纯麦啤酒，还有享誉国际的知名品牌、精致细腻的工艺杰作，同时也是顶级汽车品牌的发源地。此外，全年轮番接棒的大小节庆，更是将欢乐的气氛推到极点。



★用味蕾周游德国



必尝当地美食

摄影 / 郑伊雯、陈秀琦、
陈多明
撰文 / 郑伊雯、罗善宥

位于中、西欧交界的德国，一般人对它的食物印象不外是啤酒、香肠、德国猪脚。其实，全德各地都有极具特色的地方料理，以北方来说，因邻近海洋，主食以马铃薯和海鲜类为主；至于南方，则以麦类制品如面食、面包和肉类为主。但若是提到全德国人的基本主食，首推多达数百种的面包！

到德国一游，究竟有哪些必尝的料理呢？像是常被当做主食的库奴的尔（马铃薯面团 Knödel）、四方形的德国水饺，以及不可错过的啤酒与黑森林蛋糕，在出发之前，先认识这些盘中美味！



▲德国人主食之一的马铃薯

Travel Info



藏在地下室的传统美食

在德国，有些城市的旧市政厅地下室（Keller），还保有自中古世纪沿袭至今的“议政餐馆”（Ratskeller），或直接沿用原名称为“Keller”餐厅。这里原本是用来酿造啤酒及葡萄酒，并提供给一般市民使用的餐馆，几经沿革，每个城市的议政餐馆都发展出不同的特色，如汉堡的市政厅地下室餐馆，属于较高级的用餐场所；不来梅的市政厅地下室，则是专门用来储藏、销售葡萄酒的场所；慕尼黑市政厅地下室，则是价位平民化的大众餐厅。旅途中若想寻找德国传统风味的食物，不妨到各城的老城区内的旧市政厅寻宝！

1 香肠

远近驰名的德国香肠，种类多达上百种，依据制作方法，可简单分为两大类，一种是用各种绞肉灌制，另一种则是将肉类与面粉混合制成，看起来比较像热狗。

置身德国大街小巷或是节庆活动，绝对少不了香气四溢的“烤香肠”(Bratwurst)摊贩，每个地区依调味料、烤法不同，而创造出各具特色的烤香肠，成为旅行中难以忘怀的滋味。



► 咖喱香肠 Currywurst

产地 柏林

这款在柏林常见的小吃，是将猪肉灌制的香肠煎过后切成小块，再淋上咖喱酱汁，通常搭配薯条或一个小面包吃，当地人买了就站在路边吃起来，相当豪迈随性。



▲ 白香肠 Weißwurst

产地 慕尼黑

这是巴伐利亚特产，1857年由一位慕尼黑的肉贩发明，传统习惯在中午12点以前食用。白香肠用水烫过再去除外皮，搭配甜芥末酱及纽结饼(Brezel)一起享用，便是地道的巴伐利亚式早餐。



► 法兰克福香肠 Frankfurter

产地 法兰克福

这种红皮香肠从前多用烧烤方式烹调，现在则用水煮。常见的吃法是淋上芥末酱，再搭配酸菜或马铃薯沙拉、扁豆一起食用。

▼ 图林根香肠 Thüringen

产地 图林根邦一带

这种图林根出品的烤香肠，其特殊之处除了添加该地特有的香料调味外，还使用图林根森林里的松木枝烧烤，让香肠增添了松枝的香气，更加诱人。



► 纽伦堡香肠 Nürnbergerwurst

产地 纽伦堡

享有盛名的纽伦堡香肠，长度比其他香肠短一些，大小只比手指粗一点，调味更为浓郁，可煎可烤，主要有两种吃法：一种是夹在小面包(Semmel)里，淋上绿色辣芥末酱，一次夹三条；另一种是搭配酸菜及主食。



2 面包

德国人习惯早餐和晚餐吃面包，因此创造出灿烂缤纷的“面包王国”。对于这项重要的主食，德国人展现出个性严谨的另一面，每位面包师的培训过程，必须学习各种面包“正确”的制作程序，才能取得合格执照，为大家制作可口的面包。

面包的口感，取决于小麦、裸麦的比例，再加上各式谷类、牛奶、酸乳酪及奶油等添加物，组合出口感丰富、种类众多的面包。



◀ 纽结饼 Brezel

这种形状颇像童军绳结的“称人结”的咸面包，名为纽结饼（Brezel）。由于烘烤前会在表面抹盐水，因此烤好之后外皮上会有粗盐颗粒，有点像是馒头没发起来的口感，咬起来韧性十足，搭配啤酒或是当小点心都非常合适。在德国常常是人手一圈，边走边吃。

▶ 德式小餐包 Brötchen

这种在早餐餐桌上最常见的面包，约只有手掌般大，除了最典型的小餐包（外表是松脆的金黄皮，内为发酵的白面包）外，依添加物不同，还有罂粟子小餐包（Mohnbrötchen）、白芝麻小餐包（Sesambrotchen）、荷兰芹子小餐包（Kümmelbrötchen）、南瓜子小餐包（Kürbiskernbrötchen）以及麦芽小餐包（Weizenkeimbrötchen）等。



3 特殊料理

除了面包与香肠，德国人的餐桌上还有些什么花样呢？幅员辽阔的德国，除了普遍的主食——面包外，各地都发展出不同的饮食特色，同样的食材也有千变万化的做法，在出发品尝前，先在纸上想象它们的滋味。



◀ 德式水饺 Maultaschen

在德国南部的餐馆中，也可以吃到“水饺”呢！德国的水饺是四方形，与印象中元宝造型的水饺大相径庭，不过馅料也是绞肉、青菜、香料与德国品种韭菜，味道也相当不错。

▶ 库奴的尔 Knödel

这项从字面上完全看不出所以然的料理，做法是将马铃薯捣碎后，加上蛋与面粉捏成球状，水煮而成，过去是德国南部的传统主食之一，如今全德都可以吃到。为了因应各地的饮食传统，有些“库奴的尔”内会加入培根、绞肉、洋葱、香菜等，不管是做成汤，或是淋上肉汁，都是地道德国菜！超市也可买到一盒6粒装的“库奴的尔”，通常纸盒上就有做法图案可供参考，只要用水煮熟就可享用。



▶ 德国猪脚 Schweinshaxe/Eisbein

这道菜几乎是中国人对德国料理的第一印象。常见的做法是将猪脚以德式香料腌渍一周，水煮去油再淋上德国啤酒烘烤而成，德文为 Schweinshaxe。在德国还有水煮的烹调方式，德文则是 Eisbein。

4 蛋糕

蛋糕也是深获德国人喜爱的点心，与面包师一样，德国的糕饼师傅也得经过三年的学徒训练过程，再通过严格的资格检定考试，拥有正式资格证书才能开业，让顾客吃进嘴里的每一口蛋糕，都有品质保证。



▶ 黑森林蛋糕 Schwarzwälder Kirschtorte

说到黑森林蛋糕，浮现的画面不外是一层巧克力蛋糕、一层樱桃与樱桃汁的酸甜夹层，不过，根据德国糕饼业者的规定，樱桃与樱桃汁的分量与比例才是关键所在，与巧克力一点关系也没有！其实，更精确的译名应为“黑森林樱桃奶油蛋糕”，其中，Kirsch是“樱桃”的意思。即使夹层是鲜奶油蛋糕，只要符合规定的樱桃分量，就是货真价实的黑森林蛋糕！



5 啤酒

德国啤酒向来以“纯”（Reinheit）著名，早在1516年，巴伐利亚公国的威廉四世公爵（Bayerischer Herzog Wilhelm IV.）就颁布了“德国纯啤酒法令”，规定只能使用大麦芽（Gerste）、啤酒花（Hopfen）和水这三种原料，其他添加物绝对禁止。数百年来，当地啤酒业一直遵守这项规定，为品质作了最佳保证。

在数千种德国啤酒品牌中，大概可以分为色泽全黄微透、酒精成分较低、口感清新的“重发酵啤酒”（Lager），以及酒精含量较多、气泡较少、颜色更深的“轻发酵啤酒”（Ale）。若以颜色来分，则有色泽澄黄的“Hell”生啤酒，以及色泽褐黑的“Dunkel”黑啤酒。



▶ 老啤酒 Altbier

可别被名称误导，以为它是储存很久的啤酒，其实是依循传统古法酿造，比一般啤酒更为香醇，明显的苦味烘托出饮后的回甘。主要产地为杜塞尔多夫，在当地老城区有一条绵延数公里的酒吧街，不难想象此款啤酒风靡的程度。

▶ 柏林啤酒 Berliner Weisse

为颜色略带混浊且有酵母沉淀的一种啤酒，“酸”是入口后的第一个感觉，但这种啤酒可是柏林人的最爱。



▶ 皮尔森啤酒 Pilsner

这可算是世界上最流行的啤酒类型，最早由17世纪巴伐利亚酿酒师Josef Groll研发，啤酒呈现现金黄色，有股浓郁的酒花香及协调的麦芽香，顺口、干爽为最大特色。



啤酒花园 Biergarten

德国的啤酒花园，指的就是在室外用餐的地方，它可以是在餐厅院子的绿荫下，也可以是在酿酒厂旁的草地上，只要摆着长排桌椅，能让来客点菜喝酒，就是名副其实的“啤酒花园”。凡是见到餐厅有Biergarten字样，或是栗子树下有一排排挤满人潮的长形黄色桌椅，便是可以享受美酒佳肴的好去处。





★欣赏德国设计的魅力



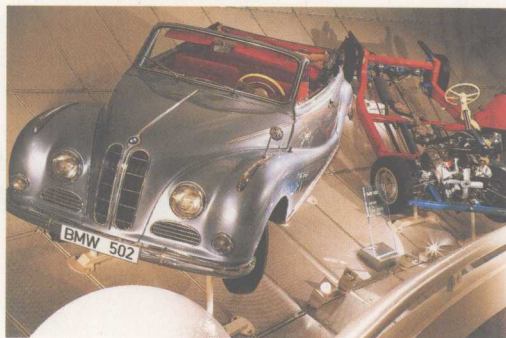
必赏国际名牌

摄影 / 郑伊雯、卢铃如
撰文 / 汪雷、郑伊雯

给人沉稳、务实印象的德国，拥有许多世界知名的品牌，不论是结合实穿与创意的时装，或做工精致、造型典雅的瓷器，还是象征品味与身份的高级汽车，都创造出风格独特的一方天地，而它们对品质的要求，更是无可比拟。以下提出各方面品牌的佼佼者，一窥它们深受欢迎的原因。

1 奔驰 Mercedes-Benz 高级品味的象征

开奔驰车可以说是身份与品味的象征：一般人所熟悉的奔驰汽车，早是由两家汽车公司合并的。1890年设立的戴姆勒汽车公司（Daimler-Motoren Gesellschaft）与发明二冲程引擎速控装置的卡尔奔驰（Benz & Cie）公司，在1924年首度开始携手合作，建立统一生产系统，1926年正式合并，改名为戴姆勒奔驰汽车公司（Daimler-Benz AG）。至于它的品牌象征——三星标志，则是在两家公司合并后，戴姆勒的三角星结合了奔驰的桂冠圈饰，逐渐演变为今日所使用的三星标志，代表着陆地、水上以及空中交通的现代化。（目前的奔驰汽车，隶属于戴姆勒·克莱斯勒公司）



2 宝马 BMW 从制造飞机到汽车名牌

世人印象中的BMW，绝对是顶级车的代表，不过，它可是以制造飞机起家的！但因第一次世界大战后签署的《凡尔赛和约》，明令德国不得再生产飞机，于是BMW转向研发机车、汽车，同时不断改良、研发高效能低耗能的引擎，甚至开发出传承自航空科技的抬头显示器（Hand-up Display），将各种行车资讯虚拟投影在挡风玻璃上，让驾驶员可专注前方路况，不需低头看仪表板，这些努力都是为了让车主享受舒适、安全的驾驶乐趣。从早期开始就以运动精神作为品牌诉求，现在也组织车队参加F1赛车，继续营造年轻与动感的形象。

3 保时捷 Porsche

顶级跑车的代名词



德国的顶级汽车品牌。总部位在斯图加特 (Stuttgart) 的保时捷 (Porsche) 汽车，一直都是市场上的亮眼明星，如同 20 世纪 70 年代欧洲赛车场上流传的说法：“唯有保时捷才能胜过保时捷。”保时捷在车坛树立起优越性能的标杆，同时不断挑战、寻求展现更卓越的性能，几乎成为人们心中跑车的代名词。

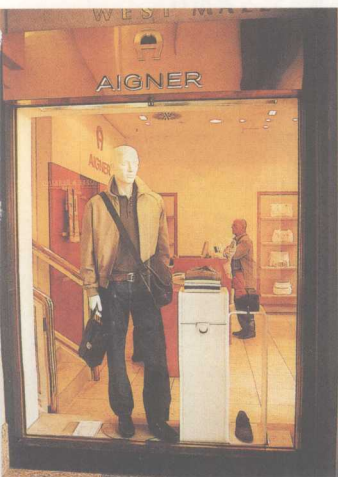
历代车款除了拥有引领潮流的摩登外形与优越性能外，更与时尚结合，将实用、精致、格调的概念延伸到关上车门后的生活中，因此也开发一系列车主专属精品，来丰富保时捷车迷的日常生活品味。

4 AIGNER

讲究品质的时尚首选

AIGNER 以象征幸运的马蹄铁作为识别标志，创立于 1950 年，一开始为皮件品牌，至今依旧维持一线地位，凭恃的就是优越品质与聚焦的产品定位。德国人讲究细节、挑剔品质的民族性，都具体地表现在 AIGNER 的每一只皮包中，甚至骄傲地宣称制作出来的皮包是“可以使用一辈子的”。为摆脱过去稍嫌老气的形象，近年来悄悄向年轻化靠拢，色彩与素材的运用上愈见活泼，常出现令人惊喜的作品。尽管它的产品已扩充至男女服饰、手表等其他配件，皮件仍是最受青睐的主力商品。

<http://www.aignemunich.de/>



5 莱卡 Leica

顶级的光学仪器品牌

摄影师心目中的梦幻机种——

莱卡，自 1849

年创立至今，

已有近 160 年

的历史，一直稳

坐相机及光学镜片的王者宝

座，维持其他光学仪器品牌难以企及的水准，这都要归功于百余年来聚焦本业的深耕精神。使用莱卡相机拍出来的效果，颜色鲜明、线条锐利，对总是需要抓住瞬息万变的摄影师而言，莱卡永远是不二选择。

<http://www.leica-camera.com/>



6 JOOP !

天马行空的创意设计

自 1987 年创立至今，短短不过 20 年，“JOOP !” 便已风靡全世界。创办人兼首席设计师 Wolfgang Joop 与 Karl Lagerfeld 被誉为德国当代最卓越的两大设计师，

Lagerfeld 以经典款式著称，而 Joop 的作品却充满了天马行空的创意，就像它的品牌“JOOP !”必须要加上这个重要的惊叹号，让人在欣赏它的设计之后发出会心一笑。把传统与前卫风格调和得恰到好处，便是“JOOP !”成为当今时装界的主流之一的

<http://www.joop.com/>



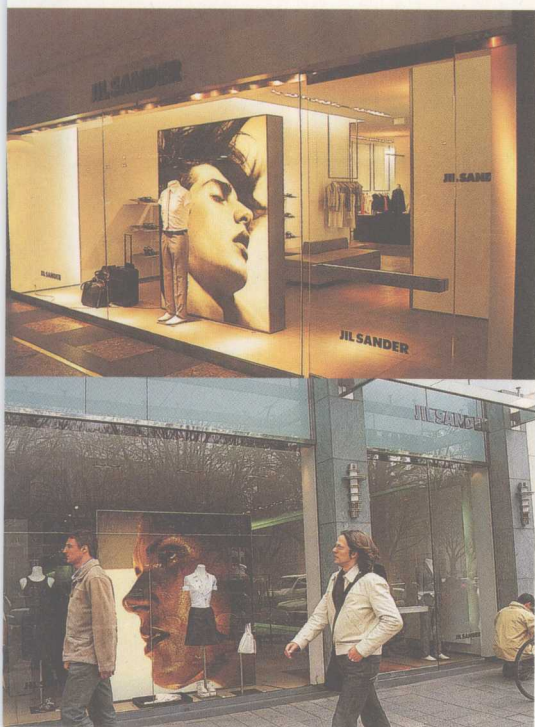
7 JIL SANDER

从极简中创造完美线条

纵观时装界，“JIL SANDER”堪称是最有气质的品牌。自1973年创立至今，一路坚持“极简”的设计理念，从来没有被流行左右，除了黑、白、灰、米、深蓝，连颜色都不曾增加过。

展售店里永远呈现干净、清爽、冷静的气息，除了款式简单，颜色更是少得可以，不过，标价却高得令人惊叹；然而它的魔力，其实是来自对人体每条曲线的掌握，加上极为精准的剪裁，穿上 JIL SANDER 的衣服，身体马上感受到完全的释放，因为穿上一件衣服而能产生舒适的感动，不禁叹服 JIL SANDER 大师级的功力。

<http://www.jilsander.com/>



8 罗森泰 Rosen Thal

设计感与小细节并重

创立于1879年的罗森泰（Rosen Thal），从仅仅数种瓷器款式，发展到现在至少有六十个子品牌、数以百套的餐具瓷器及玻璃产品，仍然不断推出吸引世人眼光与赞叹的精品。

罗森泰最为人熟知的品牌线有 Studio-line、Classic、Vasace、Thomas、DiVino，其中又以 Studio-line、Vasace 最受市场喜爱。近年开始在亚洲市场推出饮用绿茶的茶具组以及中式餐具，款式与配色都极为典雅，令人爱不释手。在功能设计上，甚至要求每只茶壶倒完茶后，壶口都绝不会漏出一滴茶水，这种巨细靡遗的精神，也说明了它屹立百余年的确其来有自。

<http://www.rosenthal.de/>



9 KPM

简单中蕴涵大气

全名为 Koenigliche Porzellan Manufactur，意为“王室瓷器工坊”，迄今已有 260 年历史，称得上是德国瓷器界的老大哥。从品牌名不难想象它的身价，即使只是一只白色无花纹、高不过 10 厘米的小花瓶，看到标价绝对会以为多了一个零，件件证明了 KPM 高贵的王室血统。

KPM 大部分的作品都是纯白色，从来不去卖弄釉色，成套的款式也不多，手绘盘算是其中色彩选择最多的了，不过，若能体会造型简单的器皿中所蕴涵的深厚美学，并喜爱它温润雅致的象牙白色泽，整体搭配出来的“大气”，就会明白即使是 10 厘米高的小花瓶，标价再贵也有其经典珍藏价值。



10 迈森瓷器

Meissen

欧洲瓷器的发源



论及德国瓷器的威名，第一名的宝座绝对属于迈森（Meissen）瓷器，除了精美的纯手工绘图外，皇家御用品的名气与悠久的历史传统，更是它享誉欧洲的重要原因。

迈森不只是瓷器品牌的名称，实际上迈森这座古城就以生产瓷器闻名。虽然中国早从 13 世纪就已有瓷器的生产，但对当时的欧洲来说，瓷器的制作方式却完全是谜，欧洲各国虽然透过丝路交易中国瓷器，但还是无法自行制作。

17 世纪后期，欧洲仍分属臣服于神圣罗马帝国的大小公国统治，当时的萨克森选侯兼波兰国王——强者奥古斯特（Augustus II the Strong, 1670-1733）在一连串的征伐与建设后，打造出德勒斯登城的盛况，但国库也濒临困窘，于是他便捉拿潜逃的炼金术士，原是想提炼出黄金，改善财政困境，没想到却阴错阳差地“炼”出瓷器，成为欧洲第一个瓷器制造者。1710 年，他为了保有瓷器制作方法的秘密，将生产事业迁到迈森，以限量与精致手工为最大号召。时至今日，古董迈森瓷器，早已成为上流社会的传家之宝，贵重性不可言喻。