



李连杰现身功夫大会 望“功守道”成“世界功夫”

“功守道”表演精彩连连



李连杰为“功守道”代言



“功守道”城市大会比赛现场



国外太极拳弟子集体表演

►9月16日,第十届中国焦作国际太极拳交流大赛暨2019云台山旅游节(简称“一赛一节”)在焦作市拉开帷幕,而作为焦作国际太极拳交流大赛“重头戏”的2019中国功夫之旅品牌推广协作体年会(2019中国功夫大会)和2019“功守道”城市功夫大会在太极拳发源地温县陈家沟举办,为中外观众带来了一场难得的功夫盛宴。

□东方今报·猛犸
新闻记者 耿彩霞
通讯员 高昕/文图

【切磋】11个功夫流派同台竞技

9月17日,2019中国功夫大会在温县陈家沟召开。作为中国功夫的盛会,少林拳、太极拳、咏春拳、峨眉武术、八段锦、跆拳道等11个国内外著名的功夫流派大师齐聚一堂,上演了一场精彩绝伦的功夫大片。

本次协作体年会是“一赛一节”的重要活动之一,以中国功夫为主题,以协作体年会、功夫研讨、功夫比赛、功夫寻根为内容,探讨“功夫之旅”特色文化旅游的未来发展道路。

“河南孕育了太极和少林两大功夫流派。温县陈家沟被誉为太极拳发源地,全球150多个国家和地区数亿人习练;每年到陈家沟学拳的达5万余人次,其中外籍学员达8000余人次。少林寺被称为中国功夫发源地,每年有10万学生到登封习练少林拳,

少林寺连续6年代表国家接纳非洲学员学习功夫,每年到少林寺学拳的达到12.8万人次。”河南省文化和旅游厅厅长姜继鼎表示。

2017年11月,为加大功夫旅游市场开拓和推广力度,河南、河北、江苏、福建、山东、湖北、广东、四川八省共同发起成立了中国功夫之旅品牌推广协作体,为中国功夫品牌推广搭建平台。

近年来,河南以功夫旅游产品为核心,以国内国际市场联动为支撑,邀请全球合作伙伴,探讨全球功夫旅游目的地可持续发展战略,加快发展河南入境旅游,打造河南全球“功夫旅游胜地”品牌,把河南功夫打造成继长城、熊猫之后的第三张中国旅游名片,通过功夫品牌推广让中原更加出彩。

【代言】李连杰现身陈家沟

9月17日晚,温县陈家沟太极拳国际交流中心灯光璀璨。2019“功守道”城市功夫大会在这里举行,作为“功守道”创始人之一的李连杰亲临现场,引得众多粉丝尖叫与呐喊。

记者在现场看到,擂台上,身穿黑白比赛服的“功守道”运动员,首先拱手行礼,然后在活步推手技术上展开攻防。近身对抗中体现出太极沾、连、粘的特色,以採、捩、肘、靠的技

法,将对手打倒在地或打下擂台。最终,16名选手经过激烈角逐,决出了60kg和65kg两个重量级的冠亚军。

李连杰向记者介绍,创立“功守道”来自太极,除了武术外,他希望“功守道”能成为一个适合全世界运动爱好者的健康养生项目,从而创立一个具有中华文化传承的体育品牌,更希望通过一代代爱好者的传承,争取把“功守道”推进奥运。

【创新】“功守道”成全新体育IP

温县委书记毛文明表示,“功守道”蕴含着“用功夫守住自己家园之道”的处世哲学,这与太极拳发源地陈家沟的发展理念,有着异曲同工之妙。未来,温县将以“武太极”引爆“文太极”,让更专业、更精深的“武太极”衔接世界太极拳习练者、爱好者,让更潮流、更时尚的“文太极”衔接大社会、大市场,推动实现太极文化品牌价值最大化,让更多人享受太极带来的社会效益和经济效益。

据介

绍,“功守道”是阿里巴巴集团创始人马云和著名功夫巨星李连杰共同创立的一个集竞技活动、体育赛事及衍生产品于一体的全新体育IP。它是以中国传统武术太极拳为基础发展起来的较智、较力、较技的推手对抗运动项目,由太极推手演变而来。

经过近10年的发展,“功守道”已发展成集竞技活动、体育赛事及衍生产品于一体的全新体育IP,并且把太极拳与现代体育竞技相结合,在吸收传统推手比赛规则的基础上,力求突破和创新,使之成为更适合年轻人参与的一项全球性体育赛事。

