

叫响“潮太极”品牌 为非遗传承插上“云”翅膀

本报记者 李晓军

国潮兴起，太极助力。

近一个月来，“潮太极”品牌持续叫响，为非遗传承插上“云”翅膀——

91家分布于全国各大城市的太极拳馆加入“潮太极·云连锁”大家庭，标志着太极文化传承进入新天地；一系列“潮太极”非遗联名产品借助“互联网+”全新营销手段正在走进千家万户……

在中国非遗协会太极拳专委会的大力推动下，在相关新媒体平台的支持下，我市相关部门、社会团体、非遗传承人等积极响应，以打造“潮太极”IP品牌为载体，在推广传承人类非遗太极拳的同时，也带动相关非遗联名产品的推广与销售，为非遗传承与产业发展注入新动能。

传承太极文化——

“潮太极·云连锁”拳馆遍布全国

10月1日，温县陈家沟，“潮太极·云连锁”拳馆授牌仪式举行。

中国非遗协会太极拳专委会副主任、陈式太极拳第十二代嫡宗传人、省级非物质文化遗产代表性传承人陈炳，双手接过“潮太极·云连锁”拳馆品牌牌匾。

“‘潮太极·云连锁’品牌的出现，不仅为广大太极爱好者提供更加便捷、高效的学习和交流平台，也为

推动太极文化的普及和发展作出积极贡献。”陈炳说。

陈炳已在美国、瑞士、以色列、巴西、新加坡等20多个国家开设30多家陈炳太极院，在国内110多个城市开设130家太极拳教学场所。

通过加入“潮太极·云连锁”品牌，他将进一步利用抖音大数据推广太极拳。

陈炳只是加入“潮太极·云连锁”品牌的代表拳师之一。目前，“潮太极·云连锁”拳馆已达91家，分布于北京、上海、广州、深圳、杭州等地。通过线上引流推广与线下习练体验相结合的新模式，对“潮太极”授权拳馆开展短视频、直播、达人探店、达人brief内容策划、直播营销场景策划等活动，全面提升品牌形象影响力，从而引导太极拳师贴近现代、贴近时尚，让更多的年轻人习练太极拳。

据悉，“潮太极”是中国非遗协会太极拳专委会大力推广的新兴太极文化品牌，以其独特的云连锁模式，将传统太极与现代科技相结合，实现线上集中曝光数据化、百城千馆连锁标准化、“潮太极”传承普及全民化，为太极文化的传承与发展注入新活力。

其实，“潮太极”的“潮”，不仅在传承方式上，还在于更多方面。

“‘潮’有很多种含义，服装、音乐、造型、场景等都可以很‘潮’，传承人要坚持守正创新！”来自温县陈家沟的陈式太极拳第十三代传承人、28岁女拳师李晨露说。近日，她在短视频平台上，展示的一段“潮太极”，行云流水，动感十足，人民日报、中国青年报等国家级媒体纷纷对其进行报道。

记者采访中了解到，来自我市的太极拳师们不仅积极加入“潮太极·云连锁”品牌，还围绕太极拳“年轻化、时尚化、数字化、国际化”发展目标进行多方位创新，在推广“潮太极”中做表率，展现太极拳发源地的担当。

推广非遗产品——**“潮太极”联名产品走进千家万户**

10月5日，抖音平台再次联系到我市“福盛坊”绞胎瓷创始人司福源，决定利用抖音平台、借助网红达人等线上手段，推广“潮太极”的联名非遗产品——绞胎瓷。

将绞胎瓷纳入“潮太极”联名非遗产品，源于司福源的一个创新产品——绞胎瓷竹编系列产品。绞胎瓷与非遗竹编工艺结合制作的茶具，一是品茶不烫手，二是两种非遗相融，文化碰撞，相得益彰。该

创新产品引起省文旅厅的关注，省文旅厅相关领导联系司福源，推荐其作品加入“潮太极”联名非遗产品中。

近年来，司福源作为绞胎瓷烧制技艺省级非遗传承人、河南非遗新青年、中原（轻工）大工匠，通过产品创新、渠道创新、体验创新、推广创新，在传承发源于我市的国家级非遗绞胎瓷上持续发力。其中，产品创新中，竹编系列产品只是“非遗1+1”尝试之作之一，他还以绞胎工艺融合苏州明式家具制作技艺研发绞胎瓷新品，制作茅盾文学奖获奖长篇小说《宝水》（焦作走出的著名作家乔叶作品）绞胎瓷联名款……以文化创意打造具有地域文化特色的“焦作礼物”。

除绞胎瓷之外，能量咖啡、铁棍山药粉、铁棍山药麻花、老粗布床单、艾草贴、足浴包、木梳……截至目前，“潮太极”的联名非遗产品已达五十种。

为整合更多力量帮助“潮太极”联名商品进行定向支持，助力非遗产品走入千家万户，9月26日，“抖音豫见太极 非遗点亮温县”2024年文旅促消费活动在我市举行。未来，我市通过抖音官方平台赋能、探访源头产地、网红大咖直播带货等形式，推动太极拳文创产业发展，进一步叫响“潮太极”品牌IP。



绞胎瓷“潮太极”产品。

(本组图片均由本报记者李晓军摄)

第十一届中国·焦作 和式太极拳交流大赛将举办

本报讯（记者李晓军）第十一届中国·焦作和式太极拳交流大赛，将于10月18日至21日在焦作市太极体育中心举办。截止10月9日，大赛报名工作已结束，来自全国16个省市的近1000名选手报名参赛。

本次大赛在中国老年人体育协会太极拳专委会、河南省武术体操冰雪运动中心指导下，由市体育局、市文化广电和旅游局主办，活动主题为“共享太极 共享健康”。

和式太极拳由温县赵堡镇太极拳名家和元创于清末。2014年11月，该拳经国务院批准列入第四批国家级非物质文化遗产代表性项目名录。和式太极拳交流大赛已成功举办十届（九、十两届因疫情在线上），每两年一届。

本届大赛将分为个人赛和团体赛，参赛项目达1600多项。比赛期间，同步举办和禄老师弟子联谊发展大会。当前，选手们已开始积极备战，期待在比赛中展示自己的技艺，与高手交流切磋。

大赛期间是我市红叶最佳观赏期，我市将充分发挥本次赛事活动综合效益，推动文化体育旅游深度融合，助力打造“跟着赛事去旅行”活动品牌。

中国日报网报道 太极拳推动中国文化向外传播

本报讯（记者李晓军）近日，中国日报网以《太极拳推动中国文化向外传播》为题，报道了太极拳活动在海外传播中国文化的情况。

24岁的彼得·奥尼扬戈，从肯尼亚来到温县陈家沟村，遇到了一位75岁的老妇人，她向他挑战，让他用尽全力推她。尽管奥尼扬戈有些犹豫，但他惊讶的是，未能推动她。

“在陈家沟看到人们经常锻炼，这是我在其他任何地方都从未见过的景象。这真的激励我更多地习练太极拳。”他说。

奥尼扬戈是最近在陈家沟参加由商务部组织、河南工业大学承办

的太极拳交流活动的31名参与者之一，他对这一沉浸式体验赞叹不已。

“我们正在向他们展示我们的文化。太极拳具有包容性，强调阴阳、刚柔之间的平衡，激励着个人。”陈家沟太极拳协会会长陈炳表示，这些学员不仅可以学习太极拳动作，还能获得中国传统文化和智慧。

61岁的伊娃·库夫尔来自捷克共和国，她说这是一次全新的体验。“尽管我练习太极拳已经超过了25年，但我在这里获得了无数新的信息。这里的拳师非常出色，作为一名老师，他们对我来说是一个巨大的鼓舞，我相信在未来的教学生涯中，会遵循他们的一些教学方法和沟通方式。”她说。

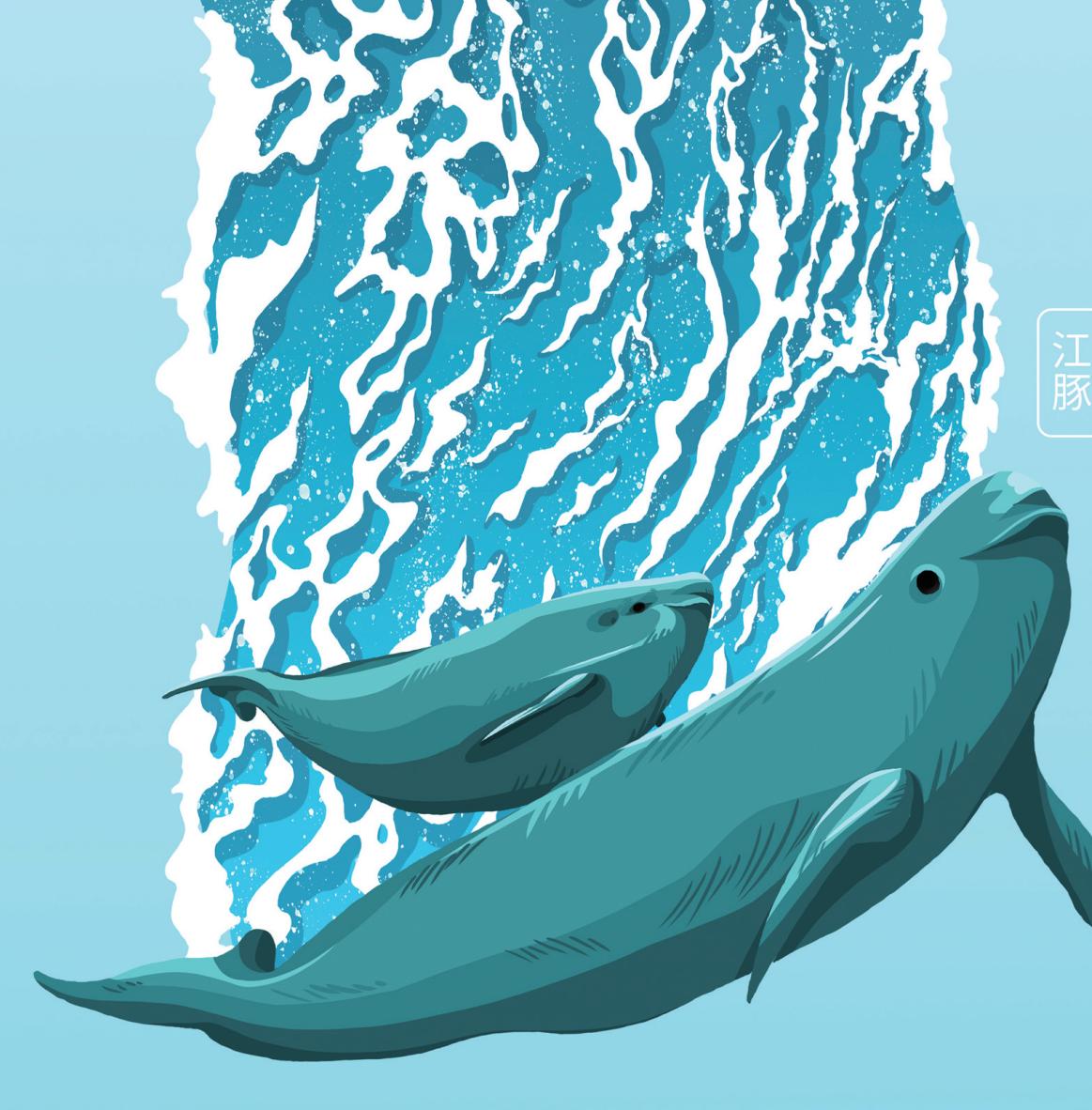
河南工业大学教育培训学院院长刘克非介绍，许多参与者在回到自己的国家后，喜欢专注于建立武术协会和俱乐部，以推广和传播中国传统武术文化。

司福源展示绞胎瓷与竹编融合的“潮太极”产品。

推广非遗产品—— “潮太极”联名产品走进千家万户

10月5日，抖音平台再次联系到我市“福盛坊”绞胎瓷创始人司福源，决定利用抖音平台、借助网红达人等线上手段，推广“潮太极”的联名非遗产品——绞胎瓷。

将绞胎瓷纳入“潮太极”联名非遗产品，源于司福源的一个创新产品——绞胎瓷竹编系列产品。绞胎瓷与非遗竹编工艺结合制作的茶具，一是品茶不烫手，二是两种非遗相融，文化碰撞，相得益彰。该



大自然该有的样子

把保护环境
写进我们的DNA