

焦作云台山

河南
旅游
文化
丛书

河南 旅游 武术文化

丛书主编 王玉宝
本书主编 乔凤杰

中国
旅游
出版
社

陈家沟太极拳

河南旅游文化丛书

丛书主编 王玉宝
本书主编 乔凤杰

河南 旅游 武术文化

中国旅游出版社

责任编辑：殷 钰

责任印制：闫立中

图书在版编目 (CIP) 数据

河南旅游武术文化 / 乔凤杰主编. —北京: 中国旅游出版社,
2007. 12

(河南旅游文化丛书)

ISBN 978 - 7 - 5032 - 3356 - 2

I. 河… II. 乔… III. 武术 - 文化 - 河南省 IV. G852

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 193710 号

书 名: 河南旅游武术文化

丛书主编: 王玉宝

本书主编: 乔凤杰

出版发行: 中国旅游出版社

(北京建国门内大街甲 9 号 邮编: 100005)

http: //www. cttp. net. cn E-mail: cttp@cnta. gov. cn

排 版: 北京中文天地文化艺术有限公司

经 销: 河南经典旅游图书销售有限公司 0371 - 65908865

设 计: 河南经典旅游文化传媒有限公司 0371 - 65908158

印 刷: 北京新魏印刷厂

版 次: 2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷

开 本: 720 毫米 × 970 毫米 1/16

印 张: 11

印 数: 1 - 10000 册

字 数: 160 千

定 价: 20.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 3356 - 2

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

河南旅游文化丛书编委会

主 任 杨盛道

副主任 邹文珠 何 琳 李亚白 周保建 王玉宝

成 员 张 稳 岳西平 潘进军 余火川 周耀霞

张毅兵 李宗军 张建州 李鹏举 李文彬

陈跃进 李延庆 崔益铭 焦红波 郭新华

杨万山 王九位

主 编 王玉宝

《河南旅游武术文化》编写组

主 编 乔凤杰

成 员 陈春娣 胡同庆 万会珍

序 言

旅游是文化的载体，文化是旅游的灵魂。河南旅游最大的特色是文化。河南的地下文物、馆藏文物、重点文物保护单位数量均居全国第一。中国的八大古都中河南独占其四(安阳、洛阳、开封、郑州)，河南现拥有7座国家级历史文化名城，两处“世界文化遗产”，四处“世界地质公园”；中国100个大姓中，源于河南者达73个；洛阳牡丹花会和世界传统武术大会等大型的节庆活动在国内外都享有盛誉。游中原者知中华，中原历史文化、古都文化、名人文化、寻根文化、宗教文化、武术文化、民俗文化、红色文化等魅力独特，异彩纷呈，为河南文化旅游提供了得天独厚的资源基础和条件。

为依托资源优势，特别是文化旅游资源优势，推动河南旅游业的更快更好地发展，2005年10月，河南省委、省政府召开了旅游产业发展大会，河南省委书记徐光春、河南省长李成玉、国家旅游局局长邵琪伟出席会议并作重要讲话。会议动员全省进一步解放思想、提高认识、深化改革、加快发展，努力把旅游产业培育成为河南省重要的支柱产业，推动河南省由旅游资源大省向旅游经济强省的跨越。徐光春书记在会议上深刻地指出，要真正树立起“抓旅游就是抓经济”、“抓旅游就是抓发展”的思想观念，努力实现“五个转变”，即由事业型向产业型转变，由副业型向主业型转变，由孤军奋战型向多业并举转变，由单一的观光型旅游向休闲度假型旅游转变。李成玉省长在会上提出，要进一步提高对旅游业发展新阶段的认识，要整合旅游资源，打造旅游精品，要以郑州、开封、洛阳的沿黄旅游带，以嵩山文化旅游区、太行山山水生态旅游区、伏牛山休闲度假旅游区、桐柏—大别山红色旅游区和豫东平原文化旅游区为重点，加大资源整合力度，优化旅游产品结构，形成布局合理、特色鲜明、优势突出的旅游产业格局。

但是利用文化搞旅游我们以前并没有做好。这个问题的症结所在，除了社会经济大环境制约以外，就是缺少用现代的理念去发展旅游，用旅游新兴产业理念去做好文化。所以文化旅游要做精，山水旅游要做雅，不断挖掘特色文化，打造出一批文化景观和山水景观相互交融的旅游精品。我们应该用现代理念，按照“感悟历史、体验文



化、融入自然、放松休闲”的方向，在山水景区的规划和开发上突出特色文化，挖掘文化内涵，在不违背国家法律的前提下开发旅游，这样“文化旅游看河南”才能够真正成为世人的向往。

为适应河南旅游产业快速发展的新形势，提升人才素质，提高服务水平，满足广大旅游从业人员学习业务知识、提高专业技能的需要，河南省旅游局组织有关专家编写了一套“河南旅游文化丛书”。该丛书内容丰富、详略适宜地介绍了河南旅游文化的方方面面，很大程度上弥补了河南省旅游书籍的不足，不仅可以作为河南省广大旅游从业人员必备的业务参考书，而且也来河南旅游或对河南历史文化和当代文化有兴趣的海内外人士提供了一套丰厚的旅游指南。

愿“河南旅游文化丛书”为您铺就学习旅游业务的坦途，开启了解河南旅游的窗口。

杨盛道

2007年3月

目 录

序 言	1
第一章 导 论	1
第一节 概念界说	1
第二节 关系阐释	4
第二章 少林拳文化	10
第一节 发展简史	10
第二节 理论特色	16
第三节 技术要求	20
第四节 道德观念	24
第五节 文化渊源	27
第六节 名人名家	29
第七节 故事传说	38
第八节 影剧作品	47
第九节 旅游景点	51
第三章 陈氏太极拳文化	66
第一节 发展简史	66
第二节 理论特色	74
第三节 技术要求	77
第四节 道德观念	82



第五节 文化渊源	85
第六节 名人名家	89
第七节 故事传说	101
第八节 影剧作品	111
第九节 旅游景点	115
 第四章 苕家拳文化	 127
第一节 发展简史	127
第二节 理论特色	133
第三节 技术要求	137
第四节 名人名家	140
第五节 旅游景点	143
 第五章 其他武术文化	 146
 参考文献	 164
 后 记	 167

第一章 导 论

第一节 概念界说

人是理性的存在,是反思性的存在,他常常用理性的反思去理解与之打交道的对象。然而,人并非每时每刻都生存在自觉的理性反思之中,实际上,在很多时候,与人关系最密切的东西往往正是人们最为陌生的东西,因为,它已经成为人们习以为常、不假思索的生活内容。我们常常发现这样的现象:对于一些艰涩复杂的东西,人们却能清楚地说出个所以然来,而对一些非常熟悉的事物反而无法用语言来表达。熟悉的并非熟知的。对于本文要讲的文化、武术文化、旅游武术文化、河南旅游武术文化等概念,在生活中,虽然也被反复提及,可是当我们去反问自己到底什么是旅游武术文化时,我们当中的大部分人可能都会一时语塞。正因为如此,笔者认为,在论述河南旅游武术文化之前,我们首先必须能够理解河南旅游武术文化的真正含义,而要理解河南旅游武术文化的真正含义,又必须沿着文化、武术文化、旅游武术文化、河南旅游武术文化这条线索来论证。

一、文 化

文化,显然是现代人使用频率较高的词语之一。在媒体中,在生活中,在工作中,我们无时无刻不以某种方式触摸着文化,而且,我们每时每刻都在以各种各样的文化方式而存在着。人总是生活在文化中,文化现象在人的现象世界中无处不在。当我们用筷子或刀叉进食时,当我们穿上旗袍或西装时,当我们在宴席上举杯劝酒时,当新郎伴着新娘出现在婚礼仪式上时,当武术家坐禅自修时,当徒弟拜谢师父时,等等,都会体现出一种文化来。虽然人们世代代、每日每时每刻都生活在文化之中,创造着丰富多彩的文化,又不断地为文化所塑造,但是,在相当长的历史进程中,对于文化,人们却并没有清楚的认识和阐释。直到现在,当我们静下心来思索文化这一概念时,也常常会有一种茫然失措、无从下手的感觉。人们张嘴就可以说出众多的文



化来，如“茶文化”、“酒文化”等，但却并不知道它们的确切含义。于是，一方面是丰富多彩、活生生的文化以其顽强的生命力和内在精神支撑着这悲欢离合、酸甜苦辣的红尘人生，另一方面则是人对自己的文化的漠然和无知。

那么，到底什么是文化呢？

在古代，“文”通“纹”，“化”通“花”，“文化”即“纹花”。“纹”首先是一个动词，也就是在皮肤上，在岩石上，或者其他什么东西上刻画的动作，类似于文身行为；它同时又是一个名词，即刻画动作留下的印痕和图案。“花”就是图案，也就是“花纹”，它就是“纹”这一动作的结果（考古学所发现的文化，几乎都是一些花纹和图案），是人类实践符号化的结果。社会实践（纹、刻）留下的结果（纹，图案、花纹，符号）成为一个“社会事实”之后，就使社会与个人之间有了关联。个体通过对“花纹”或者“符号”的识读和关联性想象，认知到社会整体的意义，于是，就出现了“文化”的另外的含义。此时的“化”，也就是“教化”的意思。

《易经》说：“观乎天文，以察时变；观乎人文，以化成天下。”所谓“天文”即“天象”，也就是“自然之象”，它是宇宙造化留下的可见的“花纹”。所谓的“人文”，就是人的实践活动留下的“花纹”、“符号”，也就是“文化”。“文化”是人的实践活动的结果，反过来又能够影响、规范、制约后人的实践活动。

“文化”一词的含义十分广泛，读书、写字、修养、文学、艺术、文博、图书、考古、民俗、礼仪、民族、宗教等都可称做文化。如此说来，“文化”的含义似乎有些不可捉摸，但有趣的是，模糊的语言往往同样能够准确地表达事物。就概念而言，文化的种类，可谓名目繁多，如史前文化、神龙文化、政治文化、圣贤文化、思想文化、名流文化、英雄文化、农耕文化、商业文化、科技文化、医学文化、汉字文化、诗文文化、宗教文化、戏曲文化、民俗文化、姓氏文化、武术文化，等等。人们对于这些名目繁多的文化的概念，虽然常常并不能给出一个非常准确的界定，但却都基本能够理解这些概念本身所蕴涵的真实意义。

文化的种类繁多，分类方式也多种多样：有的按地域来划分，其名字是以地域来命名的，如所谓的中原文化、吴越文化、燕赵文化等；有的按国家来分，其名字是以国家来命名的，如所谓的中国文化、印度文化、美国文化、英国文化等；有的按民族来划分，其名字是以民族来命名的，如所谓的汉族文化、回族文化等；有的按宗教信仰来分，其名字是以宗教来命名的，如所谓的基督教文化、儒家文化、道家文化、佛教文化等；有的按性质来划分，其名字是以性质来命名的，如所谓的阴性文化、阳性

文化、男性文化、女性文化；有的按核心概念来划分，其名字是以核心概念来命名的，如所谓的茶文化、酒文化、烟文化、武术文化等。

综上所述，从较为宽泛的意义上讲，文化即“人化”。如果我们可以把世界万物分为两类的話，那么，文化，其实就是与天然物相对立的对所有人化物的称谓，是一个包括所有的人化物在内的集合概念。与每一个具体的人化物相比，文化是一个集多种具体人化物于一体的集合概念，而非某一种具体的人造物或人造物中的某一个层面。

二、武 术 文 化

旷文楠在《中国武术文化概论》中指出，尽管中国武术的称谓多种多样，其含义也不尽相同，但从符号学意义上来说，都表达了中国武术的文化性质，即武术文化既不属于那种纯粹“精神理念”的文化，也不属于那种“物态化”或“制度化”的文化，而是一种“技”、“艺”、“术”的文化，并且是围绕“武”的本质属性和内涵价值而存在和延伸的。也有学者认为，武术文化是中华民族经过悠久的历史选择而形成的优秀的精神创造物。在他们看来，武术技巧、武术器械、训练手段、武术规则、理论思想等诸要素，都是人的精神创造物，都是物化为动作程式的符号标志。

学者们对武术文化的概念界定，可谓是仁者见仁，智者见智。对于武术文化，笔者的理解可能更为宽泛，是完全建立在对于文化概念的宽泛理解的基础上的。在我们看来，武术文化，就是以武术为核心为代号的、包括武术在内的与武术有关的多种文化的集合。简单地说，所谓的武术文化，就是与武术有关的文化，一个以武术这一核心概念来命名的与武术有关的多种文化的集合。武术文化是一个集合概念，而不是对某种特殊文化的特指。

武术文化，是核心概念类文化的一种，是以这一文化集合中的核心概念武术来命名的。我们平常所说的茶文化，绝不是仅仅指茶本身，也不是特指某种茶，更不是特指茶的某个方面或层面，而是对茶、茶的历史、茶的品种、茶的功能价值、茶的故事、茶的饮用方法、茶的养护方法等诸多具体的与茶有关的所有具体文化的统称；同样，武术文化，也不是仅仅指武术，也不是特指某种武术形态，更不是特指武术的某个方面或层面，而是对武术以及与武术有关的各种文化形态的统称。

三、旅游武术文化

正像理解武术文化概念是建立在理解文化概念的基础上的一样，我们对旅游武术



文化概念的理解,是建立在对于武术文化概念的理解的基础之上的。粗略地讲,所谓的旅游武术文化,其实就是能够服务于旅游的武术文化。确切地说,所谓的旅游武术文化,其实就是人类过去和现在创造的与旅游关系密切的、跟武术有关的所有文化形态的总和。凡能使旅游者舒适愉悦、能够提高旅游者的身心素质、能够增长旅游者的文化知识等的与武术有关的所有文化形态,都属于旅游武术文化的范畴。

旅游武术文化的功能,应该可以使人们在旅游过程中充分享受到中国武术所蕴涵的民族精神、文化哲理,也应该可以使人们在畅游于中国武术的旅游圣地时,能够聆听到一些神奇的中国武术传说,学习到一些与中国武术有关的理论知识,陶醉于中国武术的历史气息中。旅游武术文化有两个关键点,一个是武术文化,一个是旅游,它是对中国历史上所有的能够服务于旅游的与武术有关的文化形态的总称。

四、河南旅游武术文化

从文化到武术文化,从武术文化到旅游武术文化,从旅游武术文化再到河南旅游武术文化,应该是比较容易理解了。简单地说,所谓的河南旅游武术文化,就是在河南省境内的旅游武术文化。稍详细一点讲,所谓的河南旅游武术文化,就是在河南省境内的、人类过去和现在创造的、能够服务于旅游的、跟武术有关的所有文化形态的总和,也就是在河南省境内的能使旅游者舒心愉悦、能够提高旅游者身心素质、能够增长旅游者文化知识等的与武术有关的所有文化形态的总和。

作为一种多种文化的集成,河南旅游武术文化的具体内容,其实就是以河南的各种拳种流派为核心、为代号所形成的包括各种拳种流派的发展史、风格特色、名家逸事、道德、民间传说、艺术作品、旅游景点等在内的许多文化形态。

第二节 关系阐释

一、文化与旅游

旅游和文化的关系非常密切。20世纪80年代初,我国就有人指出,在一定意义上,旅游也是一种文化事业。旅游虽然是一种社会经济现象,但其本质上是一种文明所形成的生活方式,是一种文化现象,属于文化的范畴,是文化的一个方面的内

容。文化在旅游的过程中起着极其重要的作用。

1. 文化与旅游的关系

旅游是一种文化性的社会行为,是满足人的精神生活的一种积极活动。我们知道,只有当人们既有物质生活的富裕,又有精神生活的充实时,才可以被称得上是享受到了真正的人生幸福。精神生活的贫乏,会使一个人苦闷和哀怨,甚至会使人郁闷至死,如《红楼梦》中的林黛玉就是这样一个鲜明的例子。精神生活是人的生活中不可缺少的重要部分,而旅游活动的可贵之处,就在于它既是一种较高的物质消费行为,又是一种积极的精神生活方式。

旅游活动从它产生的第一天起,就与各种文化的交流紧密地联系在一起。最早的旅行,除官员、使节互访或各级官员巡视外,主要是贸易往来、宗教传播和文人雅士的游历。例如宗教徒的四方云游,自觉或不自觉就宣扬了宗教、哲学及天文、地理、建筑学和文化艺术等。从事经济贸易的商人旅行,也不仅限于经济行为,而具有同样的文化传播行为。这足以说明,旅游活动总是同本国各族人民之间、同世界各国人民之间的思想、文化交流联系在一起的。对一个国家来说,旅游是民族文化走向世界的桥梁,是让世界了解本国的窗口。

文化与旅游的关系,说明了旅游活动是社会环境中多种现象的综合反映。旅游者外出旅游的重要目的之一,便是要体验异乡风情,了解异地文化。无论出于何种目的而外出旅游,无论是何种类型的旅游者,都不可避免地要接触旅游地的社会文化,因为文化范围之广,在旅游者的活动环境中几乎无处不见。例如旅游地所处社会的民族历史、生活方式、风俗习惯等,都会使旅游者自觉或不自觉地耳濡目染甚至亲身经历体验。就旅游供给一方而言,旅游业的发展依赖于社会文化的支持,旅游地可以利用甚至在某种程度上“加工”一些文化资源以增强对旅游者的吸引。旅游虽然受制于文化,但它毕竟是一种独立的社会活动,它受制于文化,又游离于文化,反过来还会给文化以影响和作用,推动着文化的创造。

2. 文化在旅游中的作用

首先,从旅游者的角度来说,求奇、求知、求美、求新等文化方面的追求,是其最主要的旅游动机,而这种求奇、求知、求新、求美的文化动机则是出自于人类的天性,出自于人类的“远方崇拜”意识。随着旅游行业的逐渐成熟、经济发展的步入正轨、市场动作的日趋规范化,人们赚钱变得越来越“难”了。对于旅游行业的从业人员来说,他们之间的竞争,已经开始由硬件的较量向软件的较量转化。在此,文化的



地位更加凸显出来。现实生活的乏味、环境的压抑,已经让人们窒息难耐,而“蜻蜓点水”式的旅游行程往往又会赋予人们另类的疲惫。于是,游客在出游时就愈加追求旅游消费中的文化含量,愈加注重旅游产品的品质和个性,希望在有限的时间内得到精神上的放松和享受,获得最佳的体验和最大的人生感受。这种精神上自由的起归点都是文化。正是在这个意义上,我们才说,文化是旅游和旅游业的灵魂。

其次,从旅游资源的角度来说,文化是旅游资源的主要内涵。旅游资源不外乎自然旅游资源和人文旅游资源两大类。人文旅游资源既包括有形的旅游资源,也包括无形的旅游资源。在有形的旅游资源中,又可区分为历史遗产和今人有意识建造的当代人造旅游资源等。一般来讲,人文旅游资源主要包括历史文物古迹、民族文化及有关场地、重大节庆活动、有影响的国际性体育和文化盛事、现代人造旅游资源和经济建设成就等。这些都是一个国家和民族文化的形象体现。中国的人文旅游资源,是中华五千年文化的结晶。文化底蕴越深厚、越独特,旅游资源的价值就越高。自然旅游资源虽然是大自然赋予的,但一般又必须经过人类的开发利用。在这一开发过程中,人们总是以自己的审美意识来对它进行整治、修饰、美化,从而烙上自己所处社会的文化印记。构成我国自然旅游资源精华的名山大川,如佛教四大名山、五岳名山、长江三峡、黄山、武当山等,实际上都是“人化”了的自然,它们与华夏民族的传统文化和审美观念已是水乳交融、密不可分。

再次,从旅游业的角度来说,其完全是依靠文化来做依托的。因为旅游不仅是一种文化性很强的经济产业,同时又是一种经济性很强的文化事业。旅游是一种高级的消费活动,它包括物质消费和精神消费两部分。在旅游过程中,精神消费是更为重要的。旅游者之所以出高价购买旅游产品,就是为了寻求美的享受,获得精神上的愉悦和满足。就拿旅游餐饮来讲,游客要求不仅能吃饱、吃好,还要享用具有异国他乡情调的接待和服务。游览时,旅游者已不满足于走马观花到此一游,而是要增长知识,丰富阅历,了解历史文化和民族风情。所以,旅游消费基本上就是文化消费,文化消费构成了旅游消费的主体。

总之,旅游与文化有着密不可分的血肉联系:文化是旅游者的出发点和归宿点,是旅游资源的魅力源泉,是旅游业的灵魂,没有文化的旅游是没有灵魂的旅游。旅游事业促进了文化事业的发展,而旅游事业的发展又依赖于文化事业的支持,有赖于全社会文化素养的提高。国内外越来越多的人意识到,旅游作为一种社会性的活动,已经超出了纯经济的范畴,而具有文化活动的意义。这一观念已愈来愈多地反映在旅游

市场的需求上。

二、武术文化与旅游

文化是旅游者的出发点和归宿点,是旅游资源的魅力源泉,是旅游业的灵魂。这足以证明文化在旅游的发展过程中起着举足轻重的作用。当作为文化特殊载体的武术文化渗透进旅游这一领域时,其文化作用就更凸现了出来,它成为旅游文化中不可缺少的一部分。

1. 武术的文化性

武术文化是以中国文化为背景发展起来的,母体文化的博大精深与源远流长,赋予了武术文化重要的精神力量。它所蕴涵的道德精神、艺术精神、生命精神都体现了要求个体、社会、自然协调发展的终极思想。也正因为这些丰富的人文精神内涵,使其成为东方体育文化的代表。

中国武术作为一种中国文化,近年来受到全球越来越多的关注和热爱。与其他所有的文化的传播一样,武术文化的传播与接受,首先是从其形式开始的。在这个尚处于“传播初期”的时代,武术的传播更多地集中在“竞技”、“表演”、“艺术”等方面。这就造成了部分外国人甚至很多国人都只是了解武术“打”的一面,而忽视武术的内在文化含义的不良现象。一种文化的形式、载体是短暂的、易变的,而其象征的精神却是长远的、永恒的。正是武术负载的精神文化,使其成为现代旅游业的焦点。其典型的表现如郑州国际少林武术节、世界传统武术节、中国焦作国际太极拳交流大赛,等等。这一系列的大型武术节、会,使武术与旅游、武术文化与旅游的关系愈加紧密。

2. 武术与旅游的联姻

旅游是个常做常新的事业,它需要不断出现一些有“特色”的环节来链接自己可持续发展的生命链。武术文化作为极具中国特色的项目,正在、也必将会在这特定的历史时期被连接到文化旅游的发展链之中,成为闪光的一环。当然,这种连接不是单方的一相情愿,而是像磁石一般相互吸引的。

武术要发展,就必须走“武术产业化”之路。既然是一种产业运作模式,就离不开消费主体和营销环节,而现在的事实是,武术产业的生产者和消费者都还不成熟,经营方式和市场开发都存在缺陷。有识之士已经看到这种滞后的态势,他们正在力求探索出新的领域,正在千方百计寻找将武术作为文化产品推向市场的契合点。机会当然很多,切入市场的通道也不少,但目前真正最易于操作且行之有效的,莫过于与旅



游的结合。旅游是文化传播的天然媒介，是营销运作中难得的载体，旅游者更是潜在的武术文化的消费大军。对于旅游业来说，旅游产品的特色与特性是影响其效益的核心因素，是事业发展、企业生存的生命线。个性化发展的趋势与不断推新的行业要求，使之在努力寻求新的旅游资源，希望有新的加盟者，共同的利益，使二者一拍即合。

当然，除了市场经济这个共同的结合点外，武术与旅游还存在着共同的文化结合点。二者结合的意义符合它们的共同发展目标：一方面，作为人们的文化消费活动，武术与旅游业都会通过参与者的消费，刺激和拉动社会经济的增长；另一方面，武术文化与旅游的结合，既可以促进不同文化间的交流和传播，又在一定程度上起到了保护文化资源的作用。因为对任何一种文化来说，传播就是最好的保护。保护了文化特色，也就保护了旅游自身可持续发展的金链条。可以说，武术文化旅游的出现，是水到渠成，天时已具。

旅游武术文化属于旅游文化的范畴，但绝不是简单的旅游 + 武术 + 文化。旅游武术文化本身就是一个内涵丰富的概念，是一种文化现象。武术文化旅游也绝不是局限于武术文化这一范畴之内的旅游活动，而是可以扩展到综合中国特有的历史资源和自然资源的大旅游模式中的旅游活动。在中国的武术文化中，许多有名的武术种类、门派无不与名山名寺水乳交融，如少林拳与嵩山、武当功夫与武当山、峨眉派武术与峨眉山等。这些地方，不但有著名的自然风光，还有不少闻名遐迩的人文景观。它们不但是绝妙的旅游景点，而且有的还是世界文化遗产。如果武术文化旅游只局限于狭义的武术文化，而不结合其他的旅游资源，是既不科学也不利于武术文化旅游开发的。

三、河南武术文化与河南旅游

河南地处中原，是中华民族和中华文明的重要发源地。诞生于这块沃土上的武术文化，始终保持着原始古朴的风貌，凭借其丰富的内涵、厚重的积淀，呈现出独特的风韵，成为中华民族文化的重要组成部分。以中原文化为底蕴诞生的少林拳系、太极拳系、形意拳系与苌氏武技，是中原武术文化的重要表现形式，是中华武术文化的核心代表。

武术文化又称功夫文化，是中原文化的鲜明特色。中原武术文化技冠天下，德播神州。“天下功夫出少林”之说，形象地表明了少林武术在中国武术文化中的重要地