



国家武术七段老拳师陈晋元:

习武70载 一柄大刀写春秋

自幼习武 创编陈氏混元春秋大刀

陈晋元今年76岁,出生于牡丹区一个武术世家,祖父、父亲、母亲均习武,受家人的熏陶,陈晋元从6岁起就开始学习武术。起先,他跟随梅花拳第十一代传人、著名拳师吴体胖师傅学习梅花拳,4年之后吴师傅离开菏泽,陈晋元又陆续学习了洪拳、八卦拳、形意拳、心意六合拳等,打下了深厚的武术功底。1955年,陈晋元开始参加工作,由于体育老师的身份,陈晋元得以继续练习拳。

后来在北京的一次偶遇让陈晋元结识了太极泰斗、一代宗师冯志强。陈晋元喜出望外,在经过重重考验之后,1983年,陈晋元成功拜师冯志

强,并因此成为陈氏混元太极第十一代传人。而现在陈晋元练的混元太极拳是由恩师冯志强以几十年练拳体会,集近代陈式太极拳名家陈发科老先生和心意六合拳传人胡耀贞老先生毕生武学之精粹,根据天地阴阳、混元运转的易理,结合中医养生之道创编的一个优秀拳种。

为了将这一拳种发扬光大,在冯志强的指导下,陈晋元苦心钻研,认真探索,创编了陈氏混元太极拳春秋大刀一路、二路和陈氏混元太极枪一路,填补了陈氏混元太极拳器械的不足。

勤学苦练 一柄春秋大刀写春秋

在多年的习武生涯中,陈晋元参加过全国、国际性的武术比赛,和全国众多的“武林高手”切磋拳术,取长补短,在不断学习中进步。陈晋元多次参加国际及省市区太极拳比赛,依靠自己创编的陈氏混元太极拳春秋大刀一路、二路,分别于2006、2007、2008年连续获得山东省太极拳锦标赛混元太极春秋大刀冠军;2008年在邯郸举办的第十一届国际太极拳运动大会上获得一等奖;2009年第六届浙江国际传统武术比赛中获得6枚金牌

因为热爱,陈晋元自习武后就再也没有放下;因为执着,他凭着一股钻劲儿将传统的武术举一反三发扬光大;因为能吃苦,他不断提高自己的武学修为,成为“武林高手”,为国争光。在陈晋元看来,这些都是中国的传统瑰宝,是什么时候也不能丢下的。如今,他的两个儿子和女儿以及孙子都在练习陈氏混元太极,并都取得了不错的成绩。

文/片 本报记者 邢孟

习武70载,受多位名师教诲,苦心钻研,自己创编了陈氏混元太极春秋大刀和陈氏混元太极枪。他获国家武术七段,并凭借一柄春秋大刀,多次荣获太极拳类省市、全国乃至世界冠军。精育弟子,286名入室弟子遍布中外各地,将传统的中国武术瑰宝广传世界,他就是陈氏太极拳第十一代传人、陈氏混元太极拳第二代传人陈晋元。



◆陈晋元演示陈氏混元春秋大刀。

精育弟子

入室弟子遍布中外

2013年12月21日,经过几个月的考察、考验,来自本地及外省的16名学员终于过关成为陈晋元的入室弟子。至此,陈晋元的入室弟子已达280多名,遍布全国各地乃至海外。

然而,徒弟并不是随便收的。陈晋元说,他收徒弟有着极严的门规,想要学习陈氏太极拳、陈氏心意混元太极拳,必须要遵守门规戒律。

“今年夏天,一个内蒙古的武术爱好者专门站了10多个小时的火车找到我拜师学艺,虽然天气酷热,但他丝毫没有退却,坚持了两个多月,最后被收入门下。还有一个加拿大人,在菏泽医专当外教的时候找到我学艺,回国后他特地再次赶来专门向我拜师学艺。”陈晋元告诉记者。

尽管收徒条件严格,陈晋元教授徒弟却十分尽心,都是一对一教授,因人制宜,循序渐进,根据每个人的身体条件及喜好选择适合的方式方法,保证每个徒弟都能正确地掌握拳法套路,有时一个人一个招式甚至要教上几十遍。陈晋元却从不嫌辛苦,“如果方法不当,练武不但不会强身健体还会适得其反。”

陈晋元教授弟子从不收取半分钱。他认为,中国的传统武术是国粹,是中国人的瑰宝,“只为将中国的传统国粹继承下去并发扬光大。”

ISUZU
国际品质 传承经典

五十铃国四 全面换型升级

动力提升 油耗下降 性价超值 继续领先



五十铃100P轻型商用车

最低售价 8.78 万元起(底盘)

五十铃600P轻型商用车

最低售价 10.9 万元起(底盘)

五十铃700P中型商用车

最低售价 15.3 万元起(底盘)

车辆价格随规格、配置不同将发生变化

庆铃汽车菏泽4S店

地址: 菏泽市黄河路3188号 服务热线: 400 6060 916 18653082266

庆铃汽车股份有限公司 地址: 重庆市九龙坡区中梁山协兴村1号 电话: 023-65263570 网址: //www.qingling.com.cn

“良心产品” 最需要以心换心

格力重拳整肃净水机空气净化器行业环境
消费者纷纷“点赞”

格力净水机空气净化器“免费使用两个月,半年无条件退货”活动已进行了半月有余,消费者对格力“出绝招下猛药”净化行业环境,“以心换心”维护消费者利益的诚意所打动。在山东格力官方微信的公共平台上,每天都有近千条信息聚焦格力的这次活动。人们对格力的“赊信”营销模式给予了极大的兴趣和高度评价。一位来自山东潍坊的用户留言:“赊”、“信”、“净”三字承前启后,它是当今中国商业社会正能量的核心。一位济南消费者感慨地说,“赊”、“信”、“净”这三个字,不仅在净水机和空气净化器行业适用,也是当今中国商业新文明的“普世”价值。格力此举对消费者一诺千金,对行业影响意义深远。

净水机和空气净化器从某种意义上来说是一种“良心”产品。——统一的国家标准暂时缺位,偷工减料不会马上被甄别,消费者对它们的认知还处于懵懂状态。正是因为如此,当今这两个行业才出现了鱼目混珠、鱼龙混杂的散乱局面。如何在这样的环境中拨云见日,迅速净化行业,强力撬动行业升级?格力给出的答案是:将心比心,以心换心。

有了这样的认识,一个字跳到了山东格力负责人的心头——“赊”。承载着人们对商业信誉的眷恋,包含着买卖双方坦诚无猜的真情。以赊促信,以信释赊,只有凝聚起买卖双方强大的正能量,才能扩大共识,共同净化行业。如此,一个萦

绕在中国传统商业数百年的老信条,经过山东格力的创新整合,挖掘出了它的新价值。赊,信,净——成为格力今天整合净水机空气净化器行业的利器,也必将成为当今商业竞争中最高明的“绝招”。

山东格力电器负责人自信地说:“不管最后的销售数据如何,我们的这个活动都应该是成功的。格力与时代互动,充分激发格力品牌和消费者两方面最闪光的一面。”

从社会环境上讲,当前的中国社会正在发生着前所未有的深刻变革,人们对各层面的信心重燃,正能量正在成为全民追求。格力的本次活动无疑给越烧越旺的民间信心又添了一把火,当然也会得到社会广泛的积极相应;从格力自身的品牌影响力来讲,20多年的不懈坚持和务实创新,让格力积累了大量宝贵的“诚信资源”,格力已经成为品质的代名词,每当行业升级的关键阶段,格力总是走在行业的最前列,可以说,格力是行业整合最合适的旗手和领导者。格力此番出手挑战新行业可谓众望所归,众心所盼。

业内人士指出,“免费试用”作为一种营销手段,不止一家品牌在用,但只有真正理解了其背后的商业规律和内涵,并自觉将高度的责任感来指导商业行为的举动,才能走出单纯“促销秀”的误区,赢得消费者发自内心的响应,实现社会价值、行业价值和品牌自身价值的最大化。格力即属此类。