



英语表明彼此是朋友，还提及东方大国与美国亦是朋友，强调功夫让他们相识，朋友之间无需付钱，若 Speed 坚持要付钱的话，就拿去给孩子们买零食。梁师傅的这番话尽显大气与真诚。

之后 Speed 学习“开棍”时痛苦倒地，梁师傅将其扶起，并道出一番颇有哲理的话：“这是痛苦，这也是生活，这就是少林，这就是功夫，这就是你”。寥寥数语，通俗地将中华文化与少林功夫结合起来，即便对方肤色国度与自己不一样，但彼时彼刻少林文化已经变得更具象。

互联网增进了信息交流交往，过往的千年古寺正在当代的国际传播中逐渐退去神秘面纱，但仍然有许多和文班亚马与 Speed 一样的海外访客，因少林功夫慕名前来。从这些各界顶流的反馈看，少林寺没让他们失望，而少林寺本身也借助顶流与直播找到一条国际化的新路径。

线上线下，与时俱进

根据少林寺 2022 年提供的数据显示，分布于世界各地的海外少林文化中心有 200 多个，据有关机构统计，全世界演练少林功夫超 6000 万人，全世界有少林文化机构数百家，遍布 50 多个国家和地区。

少林寺的国际化，与少林文化的国际传播紧密相连。

少林寺“走出去”的过程，大体上可以被视为两个层面。一方面，国内少林寺吸引大量海外功夫爱好者，包括文班亚马这样的体育明星来此参观、修行；另一方面，由寺院师父到其他国家建立海外少林文化中心，为海外训练者提供学习空间与机会。

此外，少林寺在国际化的道路上可谓与时俱进。上述借助国际顶流互动是新路径，而根据中国侨网报道，早在 1996 年，少林寺在中国寺院中率先建立了中文网站，随后又在网站上公布了《易筋经》、《洗髓经》、七十二绝技等少林武功秘笈。据统计，2004 年少林寺网站的点击率达 15 万人次。



2024 少林考功总决赛决出十位“世界少林功夫之星”。

2001 年 7 月，“少林俗家弟子”戴勒在德国柏林开办了少林文化中心，他也是德国少林寺股份有限公司的总经理。

随着海外少林文化中心数量增长，少林寺找到了一些方便操作的方式，在推广少林文化的同时，不断提升其国际化。“考功”这项活动由来已久，是少林寺每年都要举行一次的“年终大考”，旨在考察少林弟子、少林功夫习练者、少林文化爱好者的学修成果、技艺成就、心性智慧、社会担当等素养，鼓励其勤学不怠。

作为一项重要文化传统，随着近年来少林寺对外交流互动增强，考功也开始走出国门。2012 年 9 月，首届“欧洲少林文化节”在德国柏林和奥地利维也纳两地盛大开幕。其间，来自英国和欧盟 21 个国家的 37 个少林文化组织派出 443 名代表参加“考功大会”。海外考功，自此破冰。

随后的十余年间，少林考功大会的影响力逐渐扩大，从欧洲延伸到美洲、亚洲、大洋洲乃至非洲，已经成为一项真正意义上的国际化盛事，吸引着全球各地的少林弟子和爱好者踊跃参与。

后来，少林寺把“考功”从线下办到了线上。2022 年初，少林寺联合五大洲少林文化中心发起“少林功夫网络考功大赛”，吸引了来自世界各地 90 多个国家和地区的 5000 余名少林功夫爱好者“云比武”。

华东师范大学社会学系李向平教授在其研究中提出，