

详细讲述人物取名的方法、技巧和禁忌
重点阐述商业取名的原则、思路和方法



命名 创意

为什么有人不厌其烦地多次易名？
什么样的名字才算是好名字？
名字背后又蕴藏着怎样的玄机？

一个吉利、响亮、新颖、独特的名字，
不仅能激发人的斗志，
还能帮助人在商业中开创辉煌的业绩。

述任 / 著

国学易道大师
北京易道书院院长
中国风水设计研究院院长



中国时代经济出版社



命名 创意



张述任 / 著

国学易道大师
北京易道书院院长
中国风水设计研究院院长



◆ 中国时代经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

命名创意 / 张述任著. —北京: 中国时代经济出版社, 2011.8

ISBN 978-7-5119-0439-3

I. ①命… II. ①张… III. ①姓名-研究-中国 ②命名法-研究-中国 IV. ①K810.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 229640 号

书 名: 命名创意

出 版 人: 王鸿津

作 者: 张述任

出版发行: 中国时代经济出版社

社 址: 北京市西城区车公庄大街乙 5 号鸿儒大厦 B 座

邮政编码: 100044

发行热线: (010)68320825 68320484

传 真: (010)68320634

邮购热线: (010)88361317

网 址: www.cmepub.com.cn

电子邮箱: zgsdjj@hotmail.com

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京画中画印刷有限公司

开 本: 787 × 1092 1/16

字 数: 240 千字

印 张: 18

版 次: 2011 年 8 月第 1 版

印 次: 2011 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5119-0439-3

定 价: 32.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误,请与本社发行部联系更换

版权所有 侵权必究

序

敬賜芳名堪传世，端正雅号可通灵。

——唐明邦

敬賜芳名堪传世
端正雅号可通灵

唐明邦



捧诵《离骚》，屈原吟道：“皇览揆余祁度兮，肇锡余以嘉名”，译成白话：“父亲仔细端详我的生辰，于是赐给我相应的美名”。欲得嘉名，自古已然。美好的名号，赋有双重内涵：一是寄托祝福与期望，盼

一生平安，幸福吉祥，身强志坚，成为社会栋梁；二是表明崇高理想，努力进取，自立自强，崇德广业，为国争光。美好的名号，无异人生座右铭，长鸣警钟，催人奋进。述任常说：“好名相伴一生，好名伴君天下行”，诚警语也。

如今，不止个人追求美好的名号，企业、集团，名牌产品，大自汽车轮船、家用电器，小至熊猫、宠物、饮料、玩具，莫不竭尽全力追求名牌效应。企业、集团之雅号，巨细品物之名牌，意味信誉承诺，蕴含无形资产。追求名牌，既成时尚，策划名牌，急需名家。前所未闻的取名策划行业，应运而生，肇自通都，遍及城镇，方兴未艾。

张述任先生，起自通化，移驾北京，创设名人轩，撰著《取名策划》，先为名牌设计专家。此人博览群书，酷爱书法艺术，身居京华闹市，心似闲云野鹤，不为名利缰锁羁绊，摆脱官场应酬烦恼，一杯茶，一枝笔，一架书，名人轩中逍遥自在，谈笑有雅士，往来多嘉宾，平时书不离手，茶不离口，闲与二三知交谈诗论画，时同易坛好友鱼雁道书。有人称许他：智若银狐之机灵，胸似平湖之澄彻。“白发渔樵江渚上，惯看秋月春风”多少名牌雅号，出自笑谈中。不是神仙，胜似神仙超逸，未入禅关，先得几分禅意，独创禅意书法，名闻遐迩。董子云：“名，则圣人所发天意”，邵康节颇有同感。余嘉述任之行，有如康节之洒脱，特录康节诗一首相赠：

尧夫非是爱吟诗，诗是尧夫可爱时。
已着意时仍着意，未加辞处与加辞。
物皆有理我何者？天且不言人代之。
代了天工无限说，尧夫非是爱吟诗。

唐明邦

2001年4月8日

前 言

我国正在建设一个创新型国家、创新型社会时，大力提倡文化创意产业。文化创意经济在迅速发展，命名创意也属于文化创意产业之一，所以我的《命名创意》就应运而生了，意在达到文化时代，创意无限。

《命名创意》的写作至今已经历时十七个年头了，我深入研究中国传统文化及创新理论，多年探索，数易其稿，意在增加一些新的文化思想和新的创新案例，以感谢多年来诸多读者的厚爱。

大言希声，大象无形，每一次的创意都让我有一种心花怒放的感觉，这些来自大自然的语言，今天必须告诉读者。

大自然有很多秘密，一直未被破译，只是我们过于追求数术，处心积虑，没去参悟大道，所以很难开悟。

如果，我们去看看蝴蝶怎么飞，花怎么开，云彩怎么飘，鱼儿怎么游，我们就会从大自然中悟到很多秘密。你也就会有非常好的创意出来。

中国的传统文化，源远流长，历经五千年，伴随着中华民族创造了无数个辉煌。易道文化作为中华的国粹，记载了多少风流人物、多少朝代的更迭。这十几年来我潜心研读了一些儒、释、道、纵横论等中国传统文化经典，做为创意的厚度，意在提高自己的文化素养，与时俱进，既继承了中华太古思维，又与现代的文化经济相结合，创意出了许多精品案例来奉献给大家。

书中将创意思维总结成和天、和地、和人、和文化、和道德、和玄机、和奇格，供大家启发学习。在这里您既可以看到个人修身、养性、

齐家、治国、平天下的宏愿；又可以看到企业德治、法治、中正、仁义的战略风采，尽收眼底。此书的出版必将为文化创意产业增加光彩，为中国文化创意产业走向世界推波助澜。

路漫漫其修远兮，吾将上下而求索！

让我们打开文化创意的思维大门：

文化是特定人群在当下普遍的自觉的观念和方式系统。文化消费从经历、体验、觉悟、信仰到达经济境界。文化经济也是文化产业经济，更是文化创意经济。文化创意经济是以人的文化精神创造力来生产心能的经济。

文化创意产业，是一个心满意足的产业，它包括十四项：广播、电视、电影、娱乐、广告、出版、建筑、视觉艺术、工艺、设计、时尚、音乐、网游、动漫等。那么，如何把文化变成经济呢？关键是把文化化为生命，让我们动人、动情、动心，让我们有故事、有传奇，让我们心满意足、神定气闲、深受感动！

这是个觉悟的时代，觉悟胜于能力，智慧胜于知识！动手不如动人，动人不如动情，动情不如动心！变文化为经济，就是要心满意足，为天下心！

文化创意需要：

需要我们无中生有，形式胜于内容，为天下智！

需要我们心满意足，人心所向，动人、动情、动心！为天下心！

需要我们得意忘形，物境，心境，是心能之境，为天下境！

需要我们利达天下，认同即价值，不管自然和历史，认可是一种价值。变资源为资本，为天下根。

需要我们道法自然，有意味样式，有个性适意、个性精神和道德，为天下式。

不管明日如何，

今夜清风明月下，

我仍愿在心中种满莲花。

莫忧我花几时开，

回首快将已花植。

资源是能够满足人们心理和精神感觉的天然来源，文化创意是来满足人们心灵的需要，即心理和精神的需要。

资源、文化、经济是我们这个时代的主流，在这个文化创意的时代，资源胜于资本，无形胜于有形，菩提胜于树。愿我们都能在这个文化创意的时代，把握资源，赢在未来！

张述任

2010年10月18日于北京名人轩命名创意机构

目 录

上篇 姓名创意篇

第一章 姓名创意方法

一、好名贵在和自然万物	5	目
二、好名贵在和道德	7	录
三、好名贵在和人气	8	
四、好名贵在和民俗文化	13	
五、好名贵在和奇格制胜	14	

第二章 姓名文化创意案例

一、邝真诚 (男)	20	
二、李怡祺 (女)	22	
三、康永铭 (男)	25	
四、汪正道 (男)	27	
五、杨子墨 (女)	30	
六、尹上明 (男)	32	
七、于玄龙 (男)	35	
八、张敬乾 (男)、张敬坤 (女) (双胞胎)	37	



下篇 商号、品牌创意篇

第三章 商号、品牌创意方法

一、符合行业性质	44
二、符合汉字原理	45
三、符合文化内涵及创意性	47
四、符合太极原理	51
五、符合人文地理	55
六、符合国际化	56
七、符合市场定位	58
八、符合法律有效性	64
九、符合法人五行平衡及环境磁场的要求	67

第四章 商号文化创意案例

一、出水莲化妆品品牌	70
二、天健龙建材	72
三、万达集团	76
四、圣瑞 SUNRISE 物业管理	78
五、第一好吃网 (www.1okeat.com)	81
六、善驭 SEAYES 汽车配件	84
七、紫康源美容院连锁	87
八、圣泽堂保健	89
九、元基源生物工程	93
十、尚者 SACRED 服装	96

十一、欧道 OSHEDO 服装	99
十二、磁坤 CIKUN 国际投资	101
十三、欧维 OWISE 贸易	103
十四、蓬莱生辉 PEPRISE 神像连锁店	106
十五、报国斋红木家具	109
十六、唯普 VOOPOO 服装	111
十七、爱力维 AILIWEI 涂料	114
十八、鼎恒管理咨询	117
十九、人参园东北特产店	120
二十、华鑫集团	122
二十一、瑞宸嘉业	124
二十二、鸿安恒业消防门	127
二十三、众森环保能源	128
二十四、恒均混凝土	131
二十五、正索科技	134
二十六、福宽植物油	136
二十七、迷任正名所 OKNAME 取名策划公司	137
二十八、标志轩 OKMARK 设计	139
二十九、保民祥大药房	141
三十、和众联实业	143
三十一、有面子娱乐	145
三十二、中基建和建筑工程	148
三十三、时代财智教育	150
三十四、易道书院国学院	151
三十五、元慧通商贸	153
三十六、得顺泉酒业	156
三十七、龙世铭服装	158

三十八、千骄马牛仔裤	161
三十九、正和药业	165
四十、爽然葡萄酒	168
四十一、威铭轴承	170
四十二、易鑫海洋科技	172
四十三、中华好名网“okname.cn”	174
四十四、我的网全球网上商城“www.wodenet.com”	177
四十五、巷网购物“www.xangwang.com”	178

第五章 品牌文化创意案例

一、菇娃实用菌	182
二、缚雷电器	183
三、永呈祥国学院	185
四、圣煌床上用品	187
五、养乐尊饮品	190
六、好事成伞业品牌	191
七、名人轩 NAMEOK 命名公司	193
八、毕肯 BEACON 服装品牌	195
九、大车店餐饮	197
十、海西植物油	199
十一、家急办家政服务	200
十二、东蒙山珍	202
十三、美颜纯美容院	204
十四、引路者 GPS 定位	207
十五、清水丽人化妆品	208
十六、驰铭特 CHARMIGHT 服装服饰	212

十七、安和 ANHE 茶叶	214
十八、草原牧鹅食品	217
十九、阳光庄园农业	222
二十、圣祥集团	225
二十一、鑫哈特鞋业	226
二十二、驭威 YOUWELL 汽车配件品牌	228

附篇

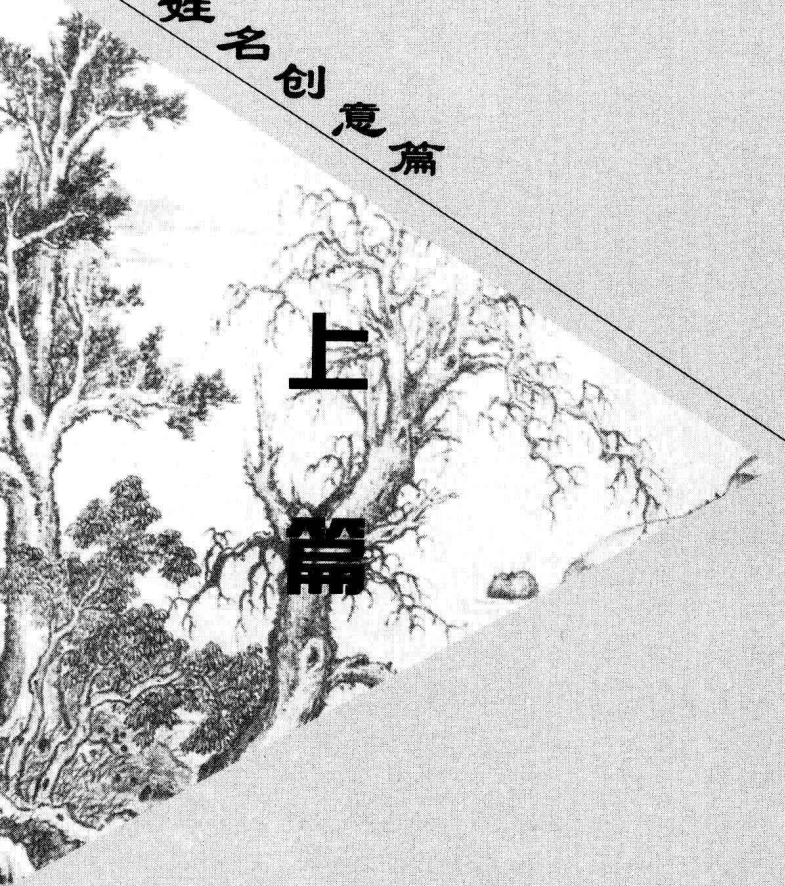
第一章 签名设计	232
第二章 嵌名联创意	236
第三章 开运印鉴	238
第四章 标志设计	240
第五章 企业品牌口号创意	242
第六章 企业环境布局创意	244

附录

五变策划	256
后记——易道禅修	268

姓名创意篇

上
篇



1

姓名创意方法

第一章

孔子说：“名正言顺，名不正则言不顺。”

这里的“顺”，是指命运的顺利畅通。

我说：好名伴一生！好名伴君天下行！

别小看我们的姓名，简简单单的两三个汉字，作为人生的符号，它是有密码存在的。

我们天天叫名字、写名字、想名字，不经意中你的名字就与天、地、人、万物相通灵。名字和谐就会助你，不和谐就会有反作用力。

因为你名字是由汉字组成的，而汉字有音、形、义。而这些音、形、义都与天、地、人、万物相通灵。

用佛、道来形容：

名字中的字音，相当于“咒语”；

字形，相当于“画符”，

字义，相当于“意念”。

叫名字的时候，等于是在念咒，

写名字的时候，等于是在画符，

思考名字的时候，同时又在无形中给名字增加了意念。

根据古人：“万物可类象，万物皆有灵，万物能通灵”的观点，名字潜藏着很多奥妙和信息，值得我们去研究和应用。

古人说：“天地自然运，圣人自然用”。说出了名字的奥妙在于天人合和。

怎样和呢？

我的姓名创意观点是以人为本，天人合一，道法自然。

好名贵在五和。