

盛世太平

国  
度  
报  
长  
安

# 楹联美

—对联规范与别样对联

人  
民  
期  
大  
顺



郑安奎 / 著

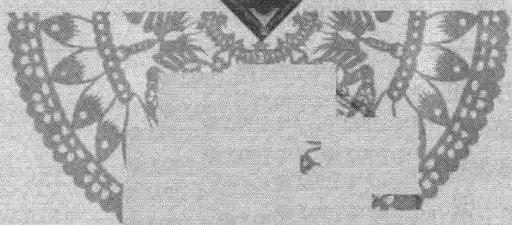


贵州出版集团  
贵州人民出版社

平大世

# 楹联美


——对联规范与别样对联



国  
度  
报  
长  
安

人  
民  
期  
大  
顺

郑安奎 / 著

 贵州出版集团  
贵州人民出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

楹联美: 对联规范与别样对联 / 郑安奎著. — 贵阳:  
贵州人民出版社, 2014. 12

ISBN 978-7-221-12408-1

I. ①楹… II. ①郑… III. ①对联—文学研究—  
中国 IV. ①I207.6

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第002164号

## 楹联美: 对联规范与别样对联

作者 郑安奎

---

责任编辑 张良君 代 勇  
封面设计 熊 锋  
出版发行 贵州人民出版社  
地 址 贵阳市中华北路289号  
电 话 0851-6829604(邮购)  
邮 编 550004  
版 次 2015年2月第1版  
印 次 2015年2月第1次印刷  
规 格 787×1092毫米 1/32  
印 张 5  
字 数 90千字  
书 号 ISBN 978-7-221-12408-1  
定 价 16.00  
印 刷 贵州兴隆印务有限公司

---

如有印装质量问题, 请与本社发行部联系

电话: 0851-6828477 6828390



## 出版者的话

在我国众多的文学形式中，骈文、律诗和对联最能体现汉字的方块结构和表意特性，而对联的广泛性、灵活性、兼容性、实用性又是其他文学形式难以相比的。对联可谓是最能为广大群众接受、欣赏，最具有民族特色的一种文学形式。

对联起源于桃符。我国远在周代就有用桃木来镇鬼驱邪的风俗。桃符是挂在大门两旁的长方形桃木板，上面写字或画郁垒、神荼两个神像为符。后来，每年春节到来之时，人们总要用新的桃符换下旧桃符。再后来，又逐渐用纸代替桃木板。至五代时，蜀主孟昶令学士辛寅逊提桃符板于寝门，以其词非工，自命笔云：“新年纳余庆，佳节号长春。”从这时开始，对联得到官府的重视，逐步由俗变雅，不断发展。宋代已有关于对联用于祝寿和挽吊及将对联提于出斋寺庙等处的记载。明清时代，对联十分兴盛。

而现今真正懂得对联和能创作真对联的人已经不多见了，假联泛滥严重（包括一些对联书）。张贴对联的人家也越来越少。有幸的是在民间，有一些传统文化的爱护者，他们喜欢对联，还乐于为需要的街坊

邻居写对联，他们是传统文化保留和传播的使者和功臣。郑安奎先生就是其中的一位。我们乐意将他几十年学习对联的知识积累推介给大家，您从中一定能学习到写对联的基本常识和方法，体会对联的意蕴和美妙。具体来说，本书有以下三方面的特点：

第一，本书有对联写作必备知识的论述，对学生和爱好对联的人迅速提高文化知识素养与对联创作能力有很好的帮助。

第二，本书中有不少独到的见解，对于楹联的研究有一定的参考价值。

第三，本书交流了规范化最新通俗示范对联若干副（多配横联），文辞精炼、篇幅短小，适合各种阶层的人阅读或参考。特别是普通老百姓要使用规范的春联、婚联、寿联和商用店面联等都可以在本书中找到；而商家在其间可以找到别具特色、完全规范的组列式、系列式的最新实用对联，并且可以对抗假联；高质量对联用于练习书法亦可获一举多得之功；本书将是您的良师益友，您一定会有所收获！

# 目 录

前言 .....	(1)
第一章 浅析对联规范 .....	(6)
一、对联要素及其规范 .....	(7)
二、门联书写和张贴规范论 .....	(16)
附录1 词类属性的常规划分和界定 .....	(19)
附录2 第一、二声中的部分入声字 .....	(23)
第二章 新编大众实用系列化春联 .....	(25)
一、关于大顺春联文化 .....	(26)
2.11 大顺春联(五言系列) .....	(27)
2.12 大顺春联(七言系列) .....	(41)
二、关于普通话春联 .....	(65)
2.21 普通话春联(五言式) .....	(69)
2.22 普通话春联(七言式) .....	(75)
2.23 普通话春联(多言式) .....	(80)
第三章 十二生肖对联 .....	(83)
思想与作品交流说明 .....	(84)

3.1 十二生肖对联(大顺联) .....	(85)
3.2 十二生肖对联(附录联) .....	(97)
第四章 行业对联 .....	(99)
思想与作品交流说明 .....	(100)
4.01 经营门面通用联 .....	(101)
4.02 饮食店对联 .....	(102)
4.03 小吃店对联 .....	(103)
4.04 烟酒店对联 .....	(104)
4.05 酒馆对联 .....	(105)
4.06 茶馆对联 .....	(106)
4.07 水果店对联 .....	(107)
4.08 糖果店对联 .....	(108)
4.09 糕点铺对联 .....	(109)
4.10 缝纫店对联 .....	(110)
4.11 服装店对联 .....	(111)
4.12 鞋业店对联 .....	(112)
4.13 百货店对联 .....	(113)
4.14 影像馆对联 .....	(114)
4.15 美发店对联 .....	(115)
4.16 美容店对联 .....	(116)

4.17 化妆品店对联·····	(117)
4.18 浴室对联·····	(118)
4.19 花木店对联·····	(119)
4.20 灯具店对联·····	(120)
4.21 玩具店对联·····	(121)
4.22 文体店对联·····	(122)
4.23 图书店对联·····	(123)
4.24 打字复印店对联·····	(124)
4.25 装潢店对联·····	(125)
4.26 邮电局对联·····	(126)
4.27 电信局对联·····	(127)
4.28 电视站对联·····	(128)
4.29 供电站(办)对联·····	(129)
4.30 供水站(办)对联·····	(130)
4.31 政府用对联·····	(131)
4.32 学校用对联·····	(132)
<b>第五章 婚、寿对联·····</b>	<b>(133)</b>
思想与知识交流·····	(134)
一、婚联·····	(135)
5.11 通用婚联·····	(135)



5.12 嫁女·····	(136)
5.13 娶媳·····	(137)
5.14 招婿·····	(138)
5.15 复婚·····	(139)
二、寿联·····	(140)
5.21 做寿通用联·····	(140)
5.22 祝寿通用联·····	(141)
5.23 为男性祝寿·····	(142)
5.24 为女性祝寿·····	(143)
5.25 贺友朋生日·····	(144)
第六章 无题对联·····	(145)
思想与作品交流·····	(145)
6.11 对联诗和无题对联·····	(146)
6.21 试对几副世间“绝对”·····	(150)

# 前 言

## 一、背景、动机与构想

对联是我国特有的一种文化艺术。相传，对联源于秦代的“桃符”。那时，人们常在两块红色桃木板上（后来发展到在门上）画“郁垒”和“神荼”二位神的神像来镇邪、祈福；许多年后，这二神的名气越来越大，一些人干脆在两扇大门或门框上写“郁垒”和“神荼”二神的名字来镇邪、祈福。就这样，对联的雏形问世了——对联源于秦代之“俗”也。后来，又经过许多年的演变和发扬光大，对联逐步脱去一层层“俗”衣，换上“雅”装，形成了高雅的对联文化，获得了楹联之雅名。楹联在唐诗中被用得尤甚尤妙。

我酷爱对联。从20世纪90年代初开始，我就几乎每年都写春联卖，但也只是一年一次的短暂的粗糙的劳动，一直没有时间认真地去研究它。不过，我已经深知大众家庭在内容选择上最喜欢什么样的对联，也了解对联文化在大众家庭中的基本走向。

我通过相关的调查，基本了解了大众的需求情况：

第一类情况，最喜欢贴对联的用户是农民和一些普通的做买卖的人家。他们一般不懂对联，多不问对联创作质量的



高低，也不懂对联的格律要素，只要是明显喻好财运、好前程和鼓舞人心的就好。否则，就不贴春联或乱写假联。但是，这些人也盼望从实用书中获得规范易懂的好春联。

第二类情况，表现在有一定中学文化水平之人的家庭。他们多认为家门所贴对联至少应该由家里的“秀才”动手写。由于学校没有重视过这类课，他们中绝大多数也不懂对联，只好从对联书中或其他渠道抄来，而他们选联的标准首先也是自己看得懂，二是不过分暴露自身的私欲。这些人需要获得所期待的对联书（最好含对联写作知识），若无这样的书，他们多选择放弃贴春联。

第三类情况，表现在中、高级知识分子家庭。他们多认为自己家所贴的对联不能随随便便，如果闹出笑话来是很没面子的，抄对联书不妥，自己撰写又心犯嘀咕，加上别的考虑，最终选择往往是找个借口不贴或回避写对联。其实，他们作为中国人，骨子里很不愿意成为对联的盲夫。

第四类情况，由于现代社会某些潮流对传统文化的冲击，一部分家庭已经不重视张贴对联这种文化了，还有不少家庭正在淡化这种文化。因此，这非常有必要对楹联文化加强保护和倡导。

从另一类情况来看，近些年来，不但商家投放市场的春联里有不少假联，而且，在一些正规对联书中，也发现不少假联或病联。因此，我们必须足够地重视在对联创作中，努力遵循格律规范，不断注入新的内容，进而将我国的楹联文化推向新的高度。

综上所述情况，如果不加以重视和调整，中国在100年以后的楹联文化将会是怎样的情形呢？

弘扬国粹是我们的责任，牢记“发展才是硬道理”，我们必须把楹联知识及其功能发扬光大，决不能让它走向衰落，更不能让它被假联抹黑。因此，我希望凡是中华后裔都应当为弘扬楹联文化做出一点实际的贡献，特别是学校的语文教学建议设置其专题篇；并希望楹联文化的关心者、爱好者、传播者和捍卫者迅速地多起来。这样，我中华民族的这种独领风骚的传统楹联文化就一定能大放光彩！永放光彩！我想，自我水平虽然有限，但起码可以向社会呼吁一下！因而，我尝试着编写了这本《楹联美——对联规范与别样对联》的小书供大家参考。

这本书的写作原则为：(1) 重视适应大众知识水平，争取能供不同阶层的人学习或参考；(2) 重视传达撰写对联的格律规范和基本知识；(3) 重视传达常用对联的一些写作示例，使初学者既能“吃上饭”，也能“获得稻种”；(4) 对于大众用的春联和某些贺联等，要重视他们所需要的易懂的吉祥元素；(5) 对于较高文化层面的，要重视趣味性和感染力等。

## 二、内容设置

全书内容分六章（不设伤心类对联）。


第一章，题为“浅析对联规范”。主要让读者了解对联要素及其具体规范。分两部分阐述：第一部分主要围绕8条



规范（含张贴门联的），逐条介绍对联的基础知识及其思想，提出作者的看法和一些建议。第二部分是“附录”内容：简介词性知识，还收录了现代汉语第一、二声中的部分古入声字，供某些对联创作者在某种条件下参考。

第二章，题为“新编大众实用系列化春联”。内容分两部分。第一部分题为“关于大顺春联文化”，在讲解大顺春联及其相关知识的同时，介绍作者的大顺春联之五言系列和七言系列，都带有系列化横批。在描述上，多用大众白话型，但也遵循严格律、富思想、贴时代、重韵势的指导思想。另外，还设同步助读内容。第二部分题为“关于普通话春联”，不设助读内容。这里，展示一组古韵式大顺春联供君先睹为快（其助读内容详见第 58 页）：

	方针导向乾坤大	} 平仄 相对		
	科技开元事业新			
仄拈仄	} —— 连通古镇	} 平仄 相对	} 平仄相对	
				院落泥缸生海味
	楼台土罐长山珍			
平拈平	} —— 占领雄关	} 平仄 相对	} 平仄相对	
				家添一代除贫汉
	党赐千年致富灯			
仄拈仄	} —— 腾飞智慧	} 平仄 相对	} 平仄相对	
				鸟对南歌三月柳
	琴传北调四时春			
	—— 震撼山川			



第三章，题为“十二生肖对联”。设“大顺联”和“附录联”两部分。大顺联按十二生肖排序分组，附录联是补充性质的，多是自由式生肖对联，即多为非“顺”字号规格的。

第四章，题为“行业对联”。它是针对一些经营门面和服务门面的需要所设置的。对于本章对联的写作，将加重笔墨，力争从构思的新颖性、意域的宽广性和词语的精妙性入手，写出特色和味道来，因为行业很需要体现文化性和影响力。

第五章，题为“婚、寿对联”。第一部分介绍婚联，按“通用”、“嫁女”、“娶媳”、“招婿”和“复婚”分组列出。第二部分介绍寿联，按“做寿通用”、“祝寿通用”、“为男性祝寿”、“为女性祝寿”、“贺友朋生日”等分组列出。

第六章，题为“无题对联”。它是作者在不同时段中，在不同心境下，由不同题材和不同手法所撰辑的联语。另外，也试对了几副世间流传的“绝对”。本章与第四章对联的文化艺术性较强。

我希望广大读者能喜欢这本书。同时，也希望能提出宝贵的建设性意见。

于此，我谨向朋友们致礼！

追是否 对天辰 行戊子 新题正句  
述门窗 联郑氏 见安奎 小唤长春

2008年7月24日



## 第一章

# 浅析对联规范

前边说过，对联是我国特有的一种文化现象和文化艺术。大致在秦代，就产生了对联的初级模型。经过两千多年的演变和发展，逐步形成了对联的完整构架和表现形式，在中华文化的宝库中，它像钻石般璀璨夺目。对联艺术是汉文字语言的骄傲，是中华儿女的骄傲，是龙的传人的骄傲。我们应当让对联艺术在中华大地的每一个角落发光发热，在有中国文化的每一个角落大放光彩，永葆青春活力。希望每一个中华后裔都懂得对联艺术。撰写对联是磨练意志、提高文学知识修养的最好和最简便的途径之一。对联知识极为丰富，但入门并不甚难，应该说人人能学。

下边，我们一起来剖析和学习对联基础知识。

## 一、对联要素及其规范

一副对联分为上下两句，分别称为上联和下联。

**对联的核心是：**上联和下联的组成结构成对应性关系，上、下联共同表达一个思想主题。下边，我们从其核心问题来具体分解对联的要素。

1. **上、下联内容：**意义相关、相似、相对或相反，存在必然联系

2. **上、下联字数相等，句式基本结构相同**

例： 齐放\百花//头等\画

奔腾\万马//一流\人

上例中“齐放百花”与“奔腾万马”都是由成语变化而来的，并且都是“AB+CD”式结构的词组；“头等画”与“一流人”都是“AB+C”式结构的词组。可见，其上联和下联的句式基本构型都是：“（AB+CD）+（EF+G）”式。

3. **上、下联中对应词的词性需对应相同，且构成规格需对应相同或基本相同。**

在上、下联中，词和词组的构成规格主要指其词法结构和语法结构的规格要对应相同（至少相近）。通常表现为名词对名词（有时还需同类名词对同类名



词,如:地名对地名,人名对人名,方位名词对方位名词;其他同理,如颜色对颜色等),代词对代词,动词对动词,形容词对形容词,数量词对数量词,副词对副词,叹词对叹词,连词对连词,助词对助词,同规格词组对同规格词组(如:名动式对名动式、连动式对连动式、动形式对动形式等)。这条规格对实词来说,不能不严,要不,这还叫国粹吗?我们来分析下面这副对联:

国振江山俏  
家兴岁月红

从词法结构看,“国振”与“家兴”皆名动式结构;“江山”与“岁月”皆属合成式结构的名词,且构成“江山”的“江”和“山”都属名词性词素,构成“岁月”的“岁”和“月”也都属名词性词素;“俏”与“红”在此皆属形容词;看其语法结构也相同,而且都是因果关系的逻辑句式。但是,必须说明,构成词的词素,如果性质表现有一定摇摆性——似乎可定位于A又似乎可定位于B时,或构成词的结构表现似乎可定位于A又似乎可定位于B时,可以只管词的整体性,不必去细究它,因为这种微观细小的元素本身就具有替身功能和中介功能,在对联的撰写艺术中是可以允许的。