

起名的学问

姚继荣等/编著

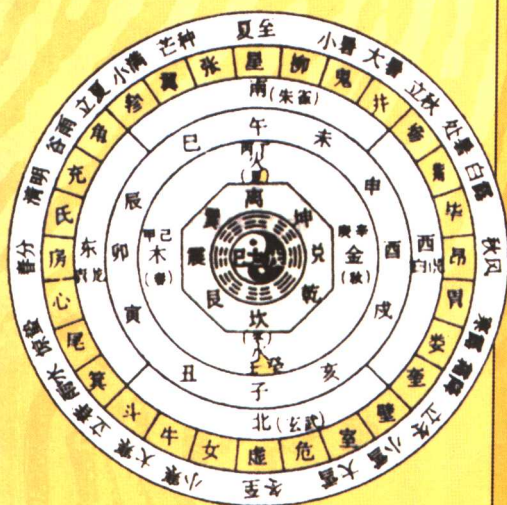
巧取佳名三十八法

商家取名的方法

商品名称的起命技巧

金字招牌的结构类型

品牌的策划与设计



哈尔滨出版社

20
34

起名的学问

姚继荣等/编著

图书在版编目(CIP)数据

起名的学问/姚继荣等编著. — 哈尔滨: 哈尔滨出版社,
1999. 12

ISBN 7-80639-262-9

I. 起… II. 姚… III. 姓名学—通俗读物 IV. K810.

2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 76579 号

起名的学问

作者 / 姚继荣

责编 / 宋玉成 刘丽奇

封面 / 黄明波

出版 / 哈尔滨出版社

地址 / 哈尔滨市南岗区贵新街 170 号

电话 / 6225161

印刷 / 哈尔滨新路印刷厂

发行 / 哈尔滨出版社

开本 / 850 × 1168 毫米 1/32

印张 / 10.25

字数 / 246 千

版次 / 2000 年 1 月第 1 版

印次 / 2000 年 1 月第 1 次印刷

印数 / 1 ~ 6000 册

书号 / ISBN 7-80639-262-9/G·44

定价 / 16.80 元

(本书如有印装质量问题, 请与印刷厂调换)

序

起名，亦称制名、命名、取名。自有史以来，辨物取名与人类创造文明相始终。《礼记·祭法》说：“黄帝正名百物。”《易经·系辞》说：“其称名也小。”孔颖达《疏》云：“言《易》辞所称物名多细小。”是说亘古洪荒时代的先人们非常重视识物、辨物和名物。所以，老子在《道德经》中也强调说：“无名万物之始，有名万物之母。”其实，物需有名，人更需有名。在远古的原始生活中，人们朝夕相聚，同食共居，出措御敌，采集耕作，娱乐游戏，自然也需彼此辨认。随着社会的进步和人口的增多，人际联系交往日益密切，自然也就更需相互区分。于是，为了把一群人与另一群人区分开来，便出现了某一群人的共同标志，即后来人们常说的“姓”、“氏”或“姓氏”；为了把一群人中的各个个体区分开来，便出现了只属于某个人的特有标志，亦即后来人们常说的“名”、“字”或“名字”。当今世界，众生芸芸，人际联系交往更强更广，区分彼此，相互辨识便尤显迫切和紧要了。自古及今，宗姓起名成为人们日常生活

中的一项重要内容。

“姓”、“名”、“字”说到底都是符号，但却不是一般意义上的符号，而是用特殊的语言文字表述具体族源姓氏和具体人的特殊标志符号。就名字而言，起名之后，用于名字的语言文字就不再只是原有的语言文字意义了，它同时也成为获得此名字的那个具体人的特定语言文字符号，这个符号不仅将伴随它所指代的那个具体人的一生，而且即便它所指代的那个具体人已经离世，它对所指代的那个具体人的指代意义依然存在。从这个意义上说，人生毕竟有限，而人名万世长存。譬如李白、杜甫虽作古千岁，却名传万代。即使是平民百姓撒手人寰，同族同宗、挚友亲朋亦能由其姓名回忆它所指代的那个具体人的物质和精神内容。

起名是一种文化现象，表现了人们对自身生存与发展的愿望。起名也是一种文化传统，广泛涉及到家庭家族、姓氏族源，乃至我们整个中华民族的历史与文化，也涉及到人们的物质和精神世界，包括人们形体、相貌、思想、品德、性格、情感、习惯、才学、技艺、言行、职业以及对真假、善恶、美丑的认识等诸多方面。历史上不同地域的不同民族，各有其不同的起名习惯，反映着异彩纷呈的民族文化特征。因此，认识了解和研究中国人的起名，实际上是从一个重要的侧面认识、了解和研究中国的传统文化。

生活在市场经济的时代，人们每天都在跟公司、厂商或店铺打交道，每天更要和形形色色的产品或商品打交道。对于客户和消费者来说，公司名、厂商名、店铺名、产品名或商品名，是刺激他们与公司、厂商、店铺、产品或商

品是否发生业务、生意或买卖关系的重要因素。因而,工商活动中的名字起命的好坏,往往直接关系到公司、厂商、店铺、产品或商品命运的沉浮。可见,公司、厂商、店铺、产品或商品,似乎也要服从“名不正则言不顺,言不顺则事不成”的古训。

起名也是一门有趣的学问,是一门不大不小的实在学问。说其不大,是说它不过是给人、或给公司、厂商、店铺、产品或商品起个名;说它不小,是说它毕竟牵涉到一个具体的人并将影响他一生,它毕竟关系到公司、厂商、店铺、产品或商品的命运,亦是说它必然要涉及到历史与现实的诸多方面,因而要求起名者必须具备与之相关的多方面知识素养。客观地说,取个名字不难,善起佳名不易。古往今来,欲起佳名,不知难倒了多少殷殷父母、长辈家人乃至文墨先生。本书正是应家长、家庭和社会之急而成编的。

本书名为学问,自然要系统介绍相关知识,重点不在研究,而着重强调其实用性,力求深入浅出,雅俗共赏。果能对起名者有些启发和帮助,那正是本书编者的目的和心愿。

编者

主 编	姚继荣	刘丽奇	靳会新
副主编	韩春雪	曹焱红	李迎佳
编 者	王晓伟	张春风	丁海燕
	徐 冲	鲁 俊	周秀红
	林 琳	吕朋全	吴朝霞

目 录

序	1	刘姓	35
		陈姓	36
一、起名的意义	1	杨姓	36
		赵姓	37
二、姓氏古今谈	16	黄姓	37
1. 说姓	16	周姓	38
2. 说氏	20	吴姓	38
3. 姓氏合一	24	徐姓	39
4. 姓氏结构	25	孙姓	39
5. 赐姓与改姓	27	胡姓	39
6. 姓氏演变趋势	30	朱姓	40
		高姓	40
三、中国大姓录		林姓	41
王姓	34	何姓	41
李姓	34	郭姓	42
张姓	35	马姓	42
		罗姓	42

梁姓.....	43	薛姓.....	55
宋姓.....	43	叶姓.....	55
郑姓.....	44	阎姓.....	56
谢姓.....	44	余姓.....	56
韩姓.....	45	潘姓.....	57
唐姓.....	45	杜姓.....	57
冯姓.....	46	戴姓.....	57
于姓.....	46	夏姓.....	58
董姓.....	46	钟姓.....	58
萧姓.....	47	汪姓.....	59
程姓.....	47	田姓.....	59
曹姓.....	48	任姓.....	60
袁姓.....	48	姜姓.....	60
邓姓.....	49	范姓.....	61
许姓.....	49	方姓.....	61
傅姓.....	49	石姓.....	62
沈姓.....	50	姚姓.....	62
曾姓.....	50	谭姓.....	62
彭姓.....	51	廖姓.....	63
吕姓.....	51	邹姓.....	63
苏姓.....	52	熊姓.....	64
卢姓.....	52	金姓.....	64
蒋姓.....	53	陆姓.....	65
蔡姓.....	53	郝姓.....	65
贾姓.....	53	孔姓.....	65
丁姓.....	54	白姓.....	66
魏姓.....	54	崔姓.....	66

康姓	67
毛姓	67
邱姓	68
秦姓	68
江姓	69
史姓	69
顾姓	69
侯姓	70
邵姓	70
孟姓	71
龙姓	71
万姓	72
段姓	72
雷姓	73
钱姓	73
汤姓	73
尹姓	74
黎姓	74
易姓	75
常姓	75
武姓	75
乔姓	76
贺姓	76
赖姓	77
龚姓	77
文姓	77

四、话说名字号

1. 说名	79
(1) 小名	84
(2) 大名	85
(3) 学名	87
(4) 笔名	87
(5) 艺名	89
(6) 法名	90
(7) 道名	91
(8) 洋名	93
2. 说字	94
(1) 小字	96
(2) 表字	97
3. 说号	100
(1) 别号	102
(2) 诨号	103
(3) 称号	105
(4) 封号	105
(5) 尊号	106
(6) 谥号	109
(7) 庙号	112
(8) 年号	113
(9) 代号	114

五、取名观风俗

1. 取名风俗与文化意蕴	117
--------------	-----

2. 汉民族取名风俗	123	10. 忌趋时髦	208
3. 少数民族取名风俗	131		
4. 传统男性起名	144		
5. 传统女性起名	163		
6. 双多胎子女起名	173		

六、制名言规矩

1. 制名人选	179
2. 适时取名	181
3. 用字明切	183
4. 声韵谐畅	184
5. 字形配达	186
6. 寓意高雅	187
7. 特征典型	189
8. 构思奇巧	190

七、命名讲禁忌

1. 宜避家讳	195
2. 谐音不雅	196
3. 分辨性别	198
4. 提防雷同	200
5. 远离生僻	202
6. 避免多音	203
7. 名姓重复	204
8. 减少稚气	206
9. 力戒洋味	207

八、巧取佳名三十八法

1. 以感生取名	211
2. 以祖业取名	213
3. 以父母取名	215
4. 以梦兆取名	216
5. 以时令取名	217
6. 以生辰取名	218
7. 以性别取名	219
8. 以姓氏取名	223
9. 以状貌取名	224
10. 以干支取名	225
11. 以生肖取名	226
12. 以五行取名	228
13. 以阴阳取名	230
14. 以字辈取名	231
15. 以排行取名	233
16. 以天象取名	234
17. 以色彩取名	237
18. 以山水取名	238
19. 以地名取名	241
20. 以方位取名	243
21. 以鸟类取名	243
22. 以畜兽取名	245
23. 以鱼虫取名	247
24. 以林木取名	249

25. 以花草取名	251	1. 品牌名称的策划	291
26. 以师友取名	255	2. 品牌名称的设计	293
27. 以前贤取名	256	(1) 简洁醒目, 朗朗上口 ..	293
28. 以志向取名	258	(2) 构思巧妙, 突出特点 ..	295
29. 以品节取名	259	(3) 注意内蕴, 情深意重 ..	296
30. 以愿望取名	261	(4) 避免雷同, 超越时空 ..	297
31. 以宗教取名	262	(四) 如何为公司、厂商起名	
32. 以谐音取名	264		299
33. 以器物取名	265	1. 公司、厂商名字的结构类型	
34. 以数字取名	266		299
35. 以成语取名	267	2. 公司、厂商起名的方法与技巧	
36. 以典故取名	270		301
37. 以诗文取名	271	(1) 以产权起名	301
38. 以拆字取名	273	(2) 以地名起名	302
		(3) 以虚词起名	303
		(4) 以产品和行业起名	304
		(5) 以类属词起名	305

九、厂名、商名及品牌

(一) 金字招牌话价值

1. 中国著名商业街	278
2. 中外品牌论短长	278
(1) 外国品牌排行榜	278
(2) 中国品牌排行榜	279

(二) 品牌及名称效应

1. 品牌、商标的意蕴美	281
2. 品牌、商标的形式美	283
3. 品牌及名称效应实例 ..	284

(三) 品牌名称的策划与设计

.....	291
-------	-----

(五) 如何为产品起名

1. 产品名称的结构类型 ..	306
2. 产品名称的起命方法 ..	307
(1) 以材料起名	307
(2) 以用途起名	307
(3) 以产地起名	308
(4) 以内部结构起名	308
(5) 以功效起名	308
(6) 以产品外观起名	309
(7) 以时尚起名	309

(8)以西文起名·····	309
(9)以暗示起名·····	309
(10)以商标起名·····	309
3. 产品名称的起命技巧···	311
(1)名牌效应法·····	311
(2)名人效应法·····	313
(3)名胜效应法·····	314
(4)出奇制胜法·····	314
(5)逆取恶名法·····	315
后记·····	317

一、起名的意义

有则流传甚广的谜语说：

一物怪不怪，由人随身带；

尽管别人用，自用更实在；

认它有人在，不认它人也在。

谜底是打一种与每个人都有关系的虚物。这个谜语自然并不难猜，谜底就是人名。

大千世界，物有物名，地有地名，书有书名，人有人名。就人而言，谁都有自己的名字，谁也都珍视自己的名字。“金榜题名”谁都向往；“名落孙山”谁都怨艾。“名垂史册”、“驰名宇内”谁都羡慕，谁都敬仰；“名声扫地”、“臭名昭彰”谁都痛恨，谁都唾弃。婴儿降临人世，在每一个家庭都是件喜事。世界各地各民族的人们，都会用各种语言和仪式来恭贺新生的儿女，表达美好的祝愿。给孩子起名，就是其中受到广泛关注的一项重要内容。

人们为各类事物取名，也为人自身取名，二者间既有普遍性，又有特殊性。其特殊性在于人是“一切社会关系的总和”。对具体的处于一定文化环境中的人给以适当的命名，本身不能不是文化意义上的创造。其普遍性在于，凡是取名都是用语言文字符号对一定对象赋予可供交往、传播的信息源。《荀子·正名》认为命名是

“约定俗成”，目的是“足以相通”。但“名闻而实喻，名之用也。累而成文，名之丽也。用丽俱得，谓之知名”。荀子由此确信：“彼名辞也者，志义之使也”。可见，“相通”的名、“俗成”的约的背后，是人的“志义”。取名，不能不是一种文化的体现。为有关事物的命名，都是有关学科的组成部分。取命人名是人生常见的民俗现象，而其中体现了人的“志义”和“用丽俱得”的理性追求，又使其成为民俗、人生、仪礼中体现人们自身认识、道德、审美情趣及各种涉及“志义”内涵富有创造特征的部分。

对于一个具体人来说姓名是专指符号。对社会生活中许许多多人在交往、传播中不可缺少的姓名符号来说，姓名又是社会文化现象。起名是社会文化的产物，不断涌现出的姓名产品，又在社会文化中发挥着自己的作用。

人名是人们与他人、与社会交流、沟通的首要符号。取名、报名、签名、提名、署名、成名、垂名、驰名、美名、臭名、骂名……人名联系着历史，联系着社会，联系着文化。人名伴随人一生，也影响人一生。人生是有意义的，与人相伴一生的人名也是有意义的。起命名字，怎能不高度关注这种意义呢？

1. 个人必须拥有私名

名字是一种符号。名者，是以语言译述人的标志符号；字者，是以形迹描述人的标志符号。名与字结合，即用语言、形迹共同译描人，进而成为代替人的标志符号，这就是名字。

每个人各自所有的名字，就是个人的私名。所谓“私名”，是相对于“公名”而言的。自原始社会以来，出自一个共同祖母的人群，组成氏族和部落。同一个氏族和部落的人群，为与其他氏族和部落相区别，于是取性命氏。因而，姓氏就是具有共同血亲祖缘人群的“公名”。每个具体的人，为与其他具体人相区别，则既要具有表示血缘所属的特殊标志符号，即“公名”，也要拥有表示具体自身的

特殊标志符号,即“私名”。如姬发,就是周武王的私名;嬴政,就是秦始皇的私名;李世民,就是唐太宗的私名等。

没有具体人的私名,人类就不能开展社会性的劳动,甚至无法进行群体性的生活。所以生活于人类社会中的每个人都必须拥有各自的私名。无论是帝王圣贤,还是黎民百姓;无论是良将忠臣,还是匪首贼子;无论是美男倩女,还是丑陋之徒;无论是老人、孩童、妇姑,还是壮汉、残弱、佛子、道士、侠客……是人都得具有“私名”这个特殊的识别符号。

总之,人生免不了要取名。人名,是指特定个人的专用名词。广义地说,姓也是名的一部分,是历史形成的一定群体所选用的共同符号,即属于共同血亲祖缘人群的共同名字:姓氏。在中国姓名文化中,通常以姓氏作为姓名结构前置的限定符号。因为姓比较固定,虽然群体或个人变换姓的称呼或文字笔画的事也偶有发生,但确定一个姓,总是大体上维系着相当多的个人去以它作为姓名结构前置的依据。而平常人们所说的起名,主要是指姓名结构中用于表示个人专称的部分。这个意义上的“名”,就是己名,或说是私名。己名或私名,有单纯与多称的不同。单纯的己名或私名,就是紧随着姓名而表达的己名或私名。有的人从生下来就有乳名,稍长有学名或大名,也称冠名、官名,一般是后取者代替前者,在亲密者之间才仍然称呼前者,对外使用则称呼后者。也有的人从生下来就叫小名,终生不变。这大概出于生活条件差、文化层次低,对姓名结构的完备形态无暇顾及的原因。多称的己名或私名,情况要复杂得多,是姓名文化发展得较充分的标志,也使得姓名的称呼与书写呈现为较完备的形态。如随着姓之后的己名,还要演化出表字、别号等。从事宗教、写作和艺术活动的人,还要在别号中又演化出法名、道名、教名、笔名、艺名等,以及他人依据某人的特征而起命的外号或绰号。因此,姓名结构的完备结构是:

姓 + 名 + 字……别号等

其中“名”通常指大名,“字”通常指表字。一般说来,姓、己名、表字俱全,是姓名文化体现得较充分的形式,是姓名完备形态的基本结构。别号的变动性则较大,只有己名而无表字者多属文化层次较低者所采取的姓名结构的不充分的形式。时至今日,情况已发生了很大的变化,人们已失去了对姓名结构的完备形态的追求兴趣,而是讲究简单明了。姓名结构一目了然,多数人都是姓氏加己名,表字和别号至少在普通老百姓那里几乎是绝迹了。换句话说,今天人们普遍采用的姓名结构中的“名”,不是多称己名,而是单纯己名。

人们为什么要有姓名?为什么在有了广义的“名”所包含的姓氏分别之后,还要特别着重于己名的选取和创造呢?概括地说,就在于作为社会一分子的人,是不能离开与他人、与社会的交往而生活的。人们用语言文字给各种事物以名称,也给人们自身起命特定的名称,以便达到足以实现相互辨识与交往的目的。

马克思强调指出:“个人是社会存在物”,同别人的交往是社会的,甚至“语言本身”也是“作为社会的产品给予我的”。由此可见,语言及书写的文字,使姓名成为人作为社会存在物的必要条件。有了姓名这种专指特定个人而且是有特定涵义的符号,在社会交往中才能分清不同姓氏的群体,才能更进一步分清以具体行为、思想、情感、意志生活着的个人。人的受动、主动、责任、权利等,都要由此去辨识、记载、称呼、检索和传播等等。为了这种实践的用途和为了促进这种用途取得更好的成效,人们在名字中也不断融入更多的价值追求,“用丽俱得”这样的包含审美意义的命题也就应运而生。

拥有私名,是个人的需要,亦是社会的需要。

2. 人名及其价值意义