



(英) 阿德里安·鲁姆 编著
梁国弢 颜景林 编译
商振永 审校

国外商标及商品 名称出处词典

 **valor**

**DICTIONARY
OF TRADE NAME
ORIGINS**



专利文献出版社

国外商标及商品名称 出处词典

Dictionary of Foreign Trade Name Origins

(英) 阿德里安·鲁姆 编著

梁 国 弢 编译
颜 景 林
商 振 永 审校

专利文献出版社

国外商标及商品名称出处词典

阿德里安·鲁姆 编著

梁国弢 颜景林 编译

专利文献出版社出版

新华书店北京发行所发行

北京外文印刷厂印装

开本787×1092 1/32

印张 10.25 字数26万字 印数 **3,000**

1989年11月北京第一版

1989年11月北京第一次印刷

ISBN7—80011—020—6/Z·19

定价：4.86元

前 言

广告信息是商品经济高度发展的产物，而商标及商品名称则是广告信息中最重要的组成部分。商标和商品名称不仅是某一特定厂商生产出售某种商品的标志和称谓，而其本身大都具有对商品的广告宣传作用。正因如此，各国厂商在设计商标和商品名称时，无不精心考虑，力求清新典雅，简捷引人。其中大多数都有自己的寓意和出处。在广告信息发达的国家中，随着广告无孔不入的宣传，许多商标和商品名称已经渗透到社会生活的各个方面。它们已不再是单纯的商业语汇，而成为一种社会文化现象。因而，它们也不再仅是市场营销学的研究范畴，而且涉及到了社会学、语言学、文学等其它方面。

随着对外开放政策的贯彻执行，我国与世界各国的经济贸易关系日益密切，对外文化交流日趋广泛。在对外交往中，我们越来越多地接触到种类繁多的商标及商品名称。外贸工作者需要了解某些商标所代表的商品及生产厂家。商标设计人员希望从国外商标设计中获得有益的经验 and 借鉴。商业工作者则渴求从一些著名商标的成功中窥探到商品推销的某些法门。由于一般外语工具书都不收入商标及商品名称，翻译工作者也希望有一本专门介绍这方面内容的辞书。为满足社会各界的需要，我们编译了这本《国外商标及商品名称出处词典》。

本书是以英国Routledge & Kegan Paul出版公司1982年出版的《Dictionary of Trade Name Origins》一书为蓝本编译而成。原书作者Adrain Room是语言学家，英国专有名称协会副主席。该书收集了许多国家、主要是发达国家的

700余条商标和商品名称，涉及到日常生活用品、服装鞋帽、食品饮料、常用药物、家用电器、工程机械、汽车飞机以及著名商店等方面。作者依据商标注册厂家提供的第一手资料，对这些商标及商品名称的定名方式，由来以及含义或喻义做了明确而翔实的解释，因而具有很高的权威性。考虑到社会文化背景的差异和我国的实际情况，我们参阅了有关资料对原书略作增删，并增补了1982年后出现的、以及在我国流行较广的一些商标，编译成书。

本书涉及行业门类较多，原书中出现的外语国别达十余种。此外，不少商标、商品名称以及公司名称在我国尚无确定译法。由于编译者水平有限，经验不足，虽对译文多方查核校正，但错误和疏漏之处仍在所难免，诚望广大读者和专家批评指正。本书编译过程中，曾得到山东经济学院基础部、科研处领导和外语教研室同志们的支持，在此一并表示感谢。

编译者

1988年7月

使用 说明

一、本词典选收国外商标及商品名称700余条，按英语字母顺序排列。

二、每个条目一般包括三部分：商标或商品名称及其中文译名；所指代的商品及其经营厂商；对商标及商品名称出处、构成和寓义的解释。

三、商标或商品名称的译名，除实义词汇（如Camel骆驼牌）以外，均采用音译。中文译名尽量采用我国流行译法（如Chevrolet雪佛兰）。由字母缩写构成的商标，因其读音即各个字母的读音，故不再有中文译名（如AJW）。凡一名多译的，较流行的为首，其它则列在括号内。

四、凡具有传统书写格式或图标的商标，其书写格式或图标均附在该条目的右上角。

商标知识简介

一、什么是商标

象专利一样，商标也是一种工业产权。它是生产者或销售者用以标识他所生产或出售的商品的一种标志。这种标志可以由一个或多个具有特色的单词、字母、数字、图案或图片组成。

商标大体上可分为三类：制造商标、商业商标和服务商标。

制造商标属于制造该项产品的工厂企业所有，由该企业标示在他所制造的产品上，用以表明他是该产品的生产者。

商业商标是由推销商品的商业企业标示在他们出售的商品之上的，其目的是表明他们所经销的商品都是经过精心挑选的。资本主义国家的大百货公司都有自己的商业商标，这种商标有时又称为推销商标。同一商品可以同时贴有制造商标和商业商标，而且这两种商标可以分属不同的企业所有。

服务商标也称营业商标，是服务性行业使用的标志，如运输业、旅馆业的招牌标志，在旅客行李上加贴的标签，汽车修理行在修好的汽车上加盖的标志，银行在支票本及存折上加印的标志等。

若按商标的构成来划分，则有文字商标、图形商标及组合商标。文字商标是指由文字或数字构成的商标。图形商标指仅由图案组成的商标。由文字、图形相互结合构成的商标则称做组合商标。此外，近年来在国外还出现了其它一些商标形式，如立体商标和音响商标。

商标通常具有以下三方面的作用：

1. 表示商品的出处，便于确定生产者的责任。由于每一种产品都贴有不同的商标，因此，凡是贴有同一商标的产品就表示它们的出处相同，是由同一个生产者制造或销售的，这就使生产者或销售者对其出售的产品承担应尽的责任。

2. 做为识别产品的标志。由于在市场上同一商品其花色、品种、质量、规格可能千差万别，因此，就有必要采用不同的商标来加以区

别。凡使用同一商标的商品就意味着它们具有统一的品质或规格，这样就便于消费者根据商标来挑选他们所属意的商品。

3. 可以起到广告宣传作用。商标本身对消费者就是一种广告，同时又是生产者和销售者进行广告宣传的核心内容。通过对商标的广泛宣传，可以在消费者心目中留下深刻的印象，吸引消费者购买带有这种商标的商品，以达到打开市场，扩大销路的目的。

二、商标注册制度

商标是一种工业产权，各国为了保护商标所有人的利益，都制定了有关商标的法律，并设立了专门机构主管商标注册事宜。按照大多数国家商标法的规定，商标的所有人必须把商标向政府主管部门登记注册，并经批准注册后，才能获得商标权，受到国家有关法律的承认和保护。凡经此法批准注册的商标，该商标的所有人就取得了在一定期限内对该商标的专用权。除了该商标的所有人外，任何人都不得使用这个商标，也不得使用与其相类似的以至会在公众中混淆视听的商标。否则就构成假冒他人商标的侵权行为。被假冒的商标的所有人有权向法院或商标主管机关提出申诉，请求依法对仿冒者追究法律责任。

对商标的保护同对其它工业产权的保护一样，都具有地域性和时间性。所谓地域性是指在一个国家注册的商标，只在它注册国的国境内受到保护。商标所有人如果要使其商标在其它国家取得法律上的保护，就必须向有关国家的主管部门另行办理商标注册手续，否则任何国家对外国商标都没有保护的义务。同时，各国对商标的保护都有一定的期限，在法律规定的期限内给予商标的注册所有人以专用权。在法定保护期限届满以后，如果商标的注册所有人没有按期办理续展手续，该商标就不再受到法律上的保护，任何人都可以自由使用。

各国的商标注册制度虽不尽相同，但大体上可分以下三种情况：

1. 以使用在先来决定商标的所有权。也就是说，商标的首先使用人有权取得商标的所有权，而不论其是否办理了商标注册手续。只要存在着首先使用的事实，即使商标所有人没有办理商标注册手续，法

律亦予以承认和保护。由于这种制度对商标的首先使用人有利，而对商标注册人不利，使商标注册人的权利处于不确定的状态，随时有遭到异议和被撤消的可能，这实际上使商标的注册徒具虚名。因此，目前只有极少数国家采取这种做法。

2. 以注册在先来确定商标的所有权。在采用这种制度的国家里，商标的注册是取得商标权的必要的法律程序。商标权属于该商标的首先注册人所有。首先注册人的权利可以压倒任何其它人的权利，包括首先使用人的权利。目前，日本、大多数西方国家及东欧和苏联都采用这种制度。

3. 以在规定期间内无人对已注册的商标提出指控来决定商标的所有权。这种制度实际上是上面两种制度的折衷。根据这种制度，一个人只要首先使用了某个商标，即使未经注册，也受到法律保护。他可以阻止别人注册同样或相类似的商标，如果别人已将该商标注册，他可以对此提出异议，要求宣告该项注册无效。但是，如果在法律规定的期限内，无人对业已注册的商标提出异议，则该商标的注册人就可以取得无可辩驳的商标权。目前采用这种制度的有美国、英国及大多数英联邦国家等。

各国商标法对申请商标注册的手续都有具体的规定。一般都要求申请人提交书面申请，具体说明申请人的名称、国籍、居住地址和使用该商标的商品名称及商品分类的类别等。在提出申请时，还要提交一定尺寸的商标图样和印版一式数份，并须按规定交纳申请费用。主管部门接到商标注册申请后，要对申请进行审查。有些国家只对申请进行形式审查，即审查申请文件和手续是否完备；有些国家除进行形式审查外，还要进行实质审查，即审查商标的内容是否具有新颖性，以及是否符合该国家的法律要求。如经审查确认申请人有资格取得商标注册，即将该项申请在官方的商标公报上予以公布，让公众进行审查，时间一般为三个月。在此期间内，任何人认为该商标不符合法律要求或与已注册的商标相同或相类似，可向商标主管部门或有管辖权的法院提出异议。如在规定时限内无人提出异议，即可准予注册，并由商标主管部门发给注册证书。

各国商标法对于不准作为商标注册的事项都有详细规定。如果申请注册的商标（文字或图形）与其相抵触，就不能获准注册。其中主要有以下几项：

1. 本国或外国的国旗、徽章、勋章、军旗、军徽，以及其它官方标志、名称或图形；

2. 红十字标章或“红十字”及日内瓦“红十字”的字样；

3. 违反公共秩序或道德的文字、图形或标记；

4. 通用的名称、文字、图形、数目、记号、图画或图象，除非它们与识别商品有关，并且具有明显的特色；

5. 通常用来表示类别、品种、性质、来源、原料、用途、重量、尺码、价值、质量的通用词汇和图形，就是说，商标不能采用直接描述商品的词汇和图形；

6. 含有他人的商号、姓名、艺名或肖像的商标，未经本人或其合法继承人的书面同意，不得使用；

7. 地理行政区划的名称或图形；

8. 与已经注册的商标相同或类似的商标。

此外，有些国家由于政治、宗教上的原因，还有一些特殊的规定。例如阿拉伯国家规定，为了反对以色列，凡与以色列的标志、象征或徽章相同或类似的图案或文字，均不准作为商标注册。违反伊斯兰教传统、教义的标记，回教寺院的圣堂或教坛的图案等，也不得作为商标进行注册。

三、商标设计应注意的问题

商标是广告宣传的重要内容，也是进行市场竞争的手段之一，同时还是企业的一份财产。因此，各个企业在设计确定所用商标时，无不认真考虑，精心设计。为了达到广告和促销目的，商标的设计和选择必须考虑到市场行销、消费者心理、购买习惯、民情风俗、爱好习惯等有关因素。尤其应注意下列各点：

1. 商标是通过一定的艺术形象表现的。它不仅要便于广告宣传，而且可美化商品。商标设计应该简洁新颖、便于拼读、书写和记忆，易于引起消费者的注意，并使其留下美好而深刻的印象。

2. 商标须有特别的标识力，足以使本企业产品与 其它企业的产品有明显的区别。

3. 设计商标要事先做出 调查研究，不要同有关国家商标法的规定和禁忌相抵触。商标的设计选择还要符合商品 销售地区的销售特点和风俗习惯。商标所采用的词语，包括书写和读音，在不同国家可能会有不同含义，如不注意，可能会引起误解，使某一语言中褒义的商标在另一语言中则变成贬义，甚至令人啼笑皆非。

4. 由于商标不能直接描述商品的品质和性能，因此，为了宣传商品，就须多采用间接暗示的方法。如运用 缩略语、变移拼写、拉丁语和希腊语等古典语言，以及采用明喻、隐喻、类比、借代等修辞手段。

5. 商标设计还要考虑到商品的销售对象，根据对象的不同选择不同的词语和图形。

6. 必须要便于使商标受到法律的保护。文字或图形的设计不要过于一般化，以免被相似商标所利用或受到相似商标的排斥。

7. 为了便于商标的注册，缩短注册审查周期，国外目前 流行由电子计算机辅助设计商标。这种商标是由计算机将英语 字母按一定规则排列组合而成的（其规则一般是：辅音字母+元音字母+辅音字母+元音字母，例如BABA，DAMY，FIGO等）。这种商标不含任何文字意义，也就不存在被误解的问题。这样排列组合出来的商标，数量极大，一般不会与业已注册的商标撞车。因此，这种商标很容易通过商标主管部门的审查注册，使企业的产品尽快推向市场赢利。

四、商标策略

商标策略是企业根据自己产品经营的特点正确选用商标，以达到促销目的而运用的策略。通常有四种情况：

1. 对质量不同的商品给予不同的商标。这种策略可把质量与价格联系起来，便于顾客选购自己中意的产品，能为次质产品的推销打开方便之门。但这种策略由于商标较多，人们不易记忆，而且企业为宣传每种商标，要分别支付高昂的广告费用，从而会增加产品的成本。

2.采用统一商标策略。这样企业就能使整个产品线使用共同的销售网络,采用统一的广告宣传,声势浩大地把产品介绍给消费者,使消费者具有强烈的识别性和深刻的印象。这种策略不仅有利于创立名牌,而且有利于降低生产成本。但是,采用这种策略,企业必须具有较高的经营管理水平和质量控制标准。否则某一项产品的质量达不到标准,就会影响整个企业的信誉。

3.同质同类商品采用不同的商标。这种策略是为适应或迎合不同地区市场的不同情况,或不同消费者的不同偏好而采取的,有利于产品在不同情况下的销售。

4.质量不同的产品采用同一商标。这种策略实质上是一种利用消费者对企业的信任来推销次质产品的手段。采用这种策略的企业,由于其商标很快在市场上失去信誉,不得不经常变换商标,但最终会使本企业的信誉丧失殆尽。这种不道德的营销方法为绝大多数企业所不齿。

总 目

商标知识简介.....	1
词典正文.....	1—273
附录一 商标名称索引.....	274
附录二 各国公司名称一览表.....	294



Abbey National 爱比国民房屋互助协会

爱比国民房屋互助协会系英国最大的一家为其会员造房或买房提供贷款或筹款的社会互助团体。其前身分别为伦敦寺庙街互助协会 (Abbey Building Society) 和国民房屋互助协会 (National Building Society)。1944年两协会合并，成立爱比国民房屋互助协会。在两协会英文会名中各取一词，组成Abbey national，做为该会简称及广告宣传的标记。

Acrilan 阿克利纶

丙烯酸系合成纤维的商品名称。

该名称最早由美国斯特兰德化工公司于1950年启用。当时，出于竞争的需要，该公司在为其生产的这种纤维定名时，决定：第一，只用三个音节以便于上口；第二，不得以-on结尾，以别于聚酰胺类纤维（如nylon—耐纶）。公司最后为产品定名为Acrilan，因为这个名称不仅符合上述两原则，而且在读写上与生产这种纤维的化工原料丙烯酸（acrylic）十分相近。

Adamsez 阿达姆塞茨

英国阿达姆塞茨公司 (Adamsez) 生产的一种卫生设备。

商标和商号大概均取自公司创始人的姓氏。这一姓氏在英国极为罕见。据说，仅在诺森伯兰地区有这样一户人家。

Addis 艾迪斯

英国艾迪斯公司 (Addis) 生产的牙刷及其它塑料制品。



1780年, 该公司创始人威廉·艾迪斯 (William Addis) 以其姓氏做为公司名称和产品商标。

Adidas 阿迪达斯

联邦德国阿迪达斯公司 (Adidas) 生产的运动服装和体育器械。



该公司始建于本世纪20年代。商标和商号是由公司创建人阿道夫·达斯勒 (Adolph Dassler) 姓名中的几个字母稍加改动拼凑而成的。该公司的产品在英国由安布罗跨国公司 (Umbro International) 经销。

Aero 爱乐

英国朗特里·麦金托什公司 (Rowntree Mackintosh) 生产的威化巧克力食品。

因为这是一种中空食品, 内部有许多小小的气泡, 故取名 Aero (空气)。此外, 该词兼有“飞机”、“飞行”的含意。自从人类进入20世纪以来, 经历了从飞越英吉利海峡到太空喷气飞行的时代。因此, 这个商标还意图使人产生“爱乐食品伴随时代前进”的联想。可见该公司在为其产品设计商标时 的确是 颇费心机。

Aeroflot 爱洛弗洛特

俄文ЭЛОФЛОТ的英文译音。原系苏联民用航空部队的缩写, 现用来专指苏联航空公司。它是苏联最大的、也是唯一的 国营航空公司。该公司成立于1923年, 最初叫多勃罗航空公司。其英文名称为

Dobrolyot, 是全苏民用航空部队俄文缩写的英文音译。1932年1月, 多勃罗航空公司改名为苏联航空公司, 其英文名称也由Dobrolyot改为Aeroflot。

Aertex 埃尔特克斯

英国威廉·霍林斯公司 (William Hollins & Co.) 生产的一种网眼织物以及用该织物生产的衬衫、罩衫等。

这种棉织品于1888年发明投产。用它制作的服装质地蓬松, 布满通气小孔, 故采用英文单词 *airst* (通气的) 和 *texture* (织物结构) 的部分字母构成商标 **Aertex**。该词目前已成为此类网眼织物的商品名称。

Aga 阿加

英国格林韦德家用炊具公司 (Glynwed Domestic and Heating Appliances) 生产的煤气罐。

这种煤气罐最早是由瑞典煤气罐公司发明生产的。该商标前两个字母分别是瑞典语和英语中“煤气”一词的首字母 (*Aktiebolaget* 和 *Gas*)。第三个则是英语“存储器” (*Accumulator*) 的首字母。凑巧的是, 这三个字母连在一起正好是伊朗、土耳其等伊斯兰国家对君主、统帅或贵族的称呼, 如 **Aga Khan** (阿加·汗)。这种巧合为这种牌号的煤气罐平添了一种显赫的味道。

Agfa 阿克发 (矮克发)

联邦德国阿克发—热韦尔集团 (Agfa—Gevaert) 生产的照相或显影器材。



1867年, 阿克发染料有限公司在柏林附近的鲁梅尔斯堡建立商号。1873年采用公司德文全称的首字母缩写, 即 **Agfa** 为公司称谓和产品商标。1908年, 在沃尔芬 (现在民主德国) 建立工厂, 从事生产直到1945年。第二次世界大战后, 阿克发公司在联邦德国的勒弗库森

Ajax

和慕尼黑重建新厂。1964年，它与热韦尔公司合并，称阿克发—热韦尔集团。

Ajax 埃阿斯（大埃阿斯或埃杰克斯）

美国科尔盖特—帕尔莫利夫家庭日用品公司
(Colgate Pal-molive) 生产的清洗器和除垢剂。



该商标出自希腊神话中的典故。埃阿斯是特洛伊战争中的希腊英雄，曾率领战船去特洛伊与赫斯托尔鏖战。阿喀琉斯死后，他与奥德修斯争夺阿喀琉斯的武器。奥德修斯智取了阿喀琉斯的盔甲，埃阿斯气得发疯而自杀身亡。该商标显然同这一情节没有太大的联系。不过，埃阿斯自杀前曾疯狂地杀死一群羊。该公司以此做为产品商标，想必是要表示它的清洗器和除垢剂具有古希腊英雄那种横扫一切和强力无比的特性。

AJW

英国钦伍德公司 (Chinwood) 生产的摩托车。

该商标是公司创始人阿瑟·约翰·惠顿 (Arthur John Wheaton) 的姓名首字母缩写。他于1926年创建了这家公司。

Alcan 阿尔肯

加拿大铝制品公司 (Alcan Aluminium) 生产的铝箔和其它铝制品。

商标由英文Aluminium (铝) 和Canada (加拿大) 的前几个字母组合而成。商标结尾部分的-can或许会使人们误认为是罐头或制造罐头用的马口铁 (can 在英文中有此意)，而想不到是指加拿大。这不能不说是该商标的一种缺憾。加拿大铝制品公司建于1928年。