

中国起名

实用大全

巨天中 / 编著

长征出版社

弘揚
优秀传统文化
振奋
民族精神

中国优秀传统文化促进会会长

杨和明

目 录

第一编 名与中国文化

第一章 古人改名趣闻

- 乐乐乐,临考改名荣登榜首 (3)
- 常知命,名字一改好运来 (8)
- 卫知命,改名不成官无份 (10)
- 夏步实,改了名字享大福 (12)
- 正名改名内含机变 (15)
- 公司、店铺、个人在什么情况下要改名 (17)
- 正名从业人员应懂得“生命全息律” (17)
- 澳籍华人夏先生 (19)

第二章 汉字与八卦

- 寻根认祖 (22)
- 八卦是宇宙的“八大件” (24)
- 八卦的排演是研究原子的序列 (25)
- 八卦其实是宇宙的“软件” (27)
- 汉字与八卦的关系 (28)
- 汉字的神秘与玄妙 (30)
- 汉字的强大生命力 (32)
- 汉字是输入电脑最快的文字 (33)
- 凶恶的鳄鱼怕汉字 (33)

- 话说仓颉庙 (34)
- 过去有“惜字会”的组织 (34)
- 用字、惜字、敬字到神话汉字 (36)
- 一字退敌的由来 (40)
- 动一笔,白银五百两 (42)
- 汉字中的时代信息 (43)

第三章 名字的字音与五脏六腑相对应

- “频呼小玉原无事,只要檀郎认得声” (47)
- 某一声音可以杀人,某一声音可以救人 (47)
- 同声相从物之自然 (48)
- 共鸣与和声 (48)
- 神奇的“剑鸣”现象 (49)
- 人籁、地籁、通天籁 (50)
- 正名书中 81 数暗示导理的经典依据 (50)
- 安徽有洞通长江,全长 300 里 (51)
- 鲁迅说懂得中国道教者,懂得中国大事 (52)
- 杀人的琴声 (53)
- 琴声引来仙鹤 (54)
- 琴声引来大风雨 (54)
- 五音关系到五脏的病变 (55)
- 声音怎么能对人起这么大的作用呢 (56)
- 通过科学实验,证明应声现象的存在 (58)
- 运用技巧可以让四大天王弹琴 (59)

第四章 取名要以经典为论据

- 有感而发 (60)
- 敬业精神是取名公司之魂 (60)
- 勿以今日论短长 (61)
- 牟其中的名字仍有人在研究 (61)

●用“五格剖象法”好好剖剖牢其中	(62)
第五章 依据什么理论来取名改名	
●众说纷纭,莫衷一是 皇帝下诏,独取五行	(64)
●五行乃物理之自然	(65)
●五行学在历史上曾有过光辉一页	(66)
●论五行之生克制化	(67)
●话说“五格剖象法”	(69)
●穷则变,变则通	(69)
●不重视姓氏者,不懂得人文科学	(70)
第六章 好名字逢凶化吉的历史见证	
●宋朝大臣羊玄保,好名字赢来好命运	(72)
●埃及总统因拥有好名而逢凶化吉	(72)
●子弹难道长着眼睛	(72)
●“沃尔沃公司”因名字吉利而不断壮大	(74)
●龙虾晚宴上“走”下来的“沃尔沃”	(74)
●寓教育于正名、改名之中	(75)
●汉朝皇帝赐的美名,至今还在起着作用	(76)
第七章 姓名是中国传统文化的一部分	
●传统文化与民族共存	(77)
●姓名是传统文化的“宠儿”	(78)
●《吕氏春秋》谈“正名”	(78)
●管子论“正名”	(79)
●荀子论“正名”	(79)
●荀子对于改名的指导意见	(80)
●《史记·孔子世家》论“正名”	(80)
●老子论“名可名,非常名”	(81)
●佛家更重视名	(82)
●名字在谈恋爱中的妙用	(83)

- 名字的威力 (84)
- 名字的厉害 (84)
- 将计就计,巧用名字赢皇帝 (86)

第二编 人名

第一章 取名改名的策略

- 第一节 话说姓名 (89)
 - 名字超出了符号的范围 (89)
 - 名字对于人的影响 (90)
 - 名字的社会意义 (91)
- 第二节 取名改名遵循的原则 (93)
 - 用字简洁易懂 (94)
 - 寓意丰富高雅 (95)
 - 读音铿锵响亮 (96)
 - 字形和谐美观 (97)

第二章 乳名、学名、笔名、艺名、印章

- 第一节 乳名 (99)
 - 乳名的概念 (99)
 - 乳名的特点 (99)
 - 了解婴儿来到人间的时空点 (100)
 - “刻舟求剑”所引起的思考 (101)
- 第二节 学名 (102)
 - 学名的概念 (102)
 - 老年、中年人的改名 (103)
 - 且看《荀子》书中怎么说 (104)
 - 古代老年人改名范例 (104)

●当代中年人改名范例	(112)
第三节 笔名、艺名、字号、印章、名片	(113)
●笔名	(113)
●艺名	(114)
●字号	(117)
●印章	(118)
●名片	(119)

第三章 26 种取名改名艺术方法

●时间取名法	(121)
●地名取名法	(123)
●个性特征取名法	(125)
●暗寓取名法	(127)
●谐音取名法	(130)
●汉字特点法	(132)
●巧用修辞取名法	(133)
●理想式取名法	(136)
●诗文格言取名法	(137)
●期望取名法	(140)
●职业取名法	(143)
●自励取名法	(144)
●仰慕取名法	(145)
●物景启示法	(146)
●排行取名法	(149)
●双胞胎取名法	(149)
●美誉取名法	(150)
●“名”“姓”联系法	(151)
●“名”“姓”求通法	(153)

- 偏旁相同法 (155)
- 整体形象表达法 (156)
- 美辞取名法 (157)
- 五行取名法 (159)
- 八卦取名法 (161)
- 十二属相取名法 (163)

第四章 取名改名禁忌

- 忌用字粗俗 (167)
- 忌自吹自贱 (168)
- 忌拗口晦涩 (170)
- 忌用生僻字词 (171)
- 忌随意拼凑 (172)
- 忌字义消极 (173)
- 忌用浅薄之字 (173)
- 忌一字多音 (174)
- 忌男女不分 (175)
- 忌用字脏恶不洁 (177)
- 忌用嫌疑之字 (180)
- 忌用伤残之字 (181)
- 忌用字贬义 (182)
- 忌取名不逊 (183)
- 忌用伟人、先贤之名取名 (184)
- 忌用字“俗气” (185)
- 忌重名 (185)
- 忌顾此失彼 (187)

第五章 姓名与趣闻

- 吸烟三十载 一朝陋习改 (190)
- 姓名带桃花 多得女人缘——32岁娶妻50位 (190)

●王小姐改名,小动物改变敌对态度	(191)
●书法家吴先生英年早丧	(192)
●落水不死——休·威廉	(193)
●名中带驿马 年年都搬家	(193)
●乾隆皇帝与老百姓	(194)
●李白名字的由来	(194)
●诗人戴望舒	(195)
●女诗人柯岩	(196)
●艺术家齐白石	(196)
●著名画家徐悲鸿	(196)
●国画家石鲁	(197)
●作家巴金	(197)
●武侠小说家梁羽生	(197)
●人民音乐家冼星海	(197)
●教育家陶行知	(198)
●文学评论家金圣叹	(198)
●革命家王若飞	(198)
●地质学家李四光	(199)
●大诗人苏东坡	(199)
●现代诗人徐志摩	(199)

第六章 姓名与健康

●姓名与健康	(201)
●谈谈姓名意识能量	(202)
●从姓名推算健康	(204)
●姓名与健康范例	(205)

第七章 宏名轩取名公司取名改名范例

●范例——史童缙(女 幼儿) 编号1	(215)
●范例——史麒良(男 成年) 编号2	(219)

- 范例——刘怡东(女 成年) 编号 3 (221)
- 范例——王冠智(男 幼儿) 编号 4 (223)
- 范例——王俊杰(男 幼儿) 编号 5 (225)
- 范例——王贝宏(男 幼儿) 编号 6 (227)
- 范例——王美萱(女 幼儿) 编号 7 (229)
- 范例——郑骐昊(男 少儿) 编号 8 (231)
- 范例——戴贝奇(女 幼儿) 编号 9 (233)
- 范例——戴明达(男 幼儿) 编号 10 (234)
- 范例——鲁炳尧(男 成人) 编号 11 (236)
- 范例——龙政宇(男 幼儿) 编号 12 (238)
- 范例——阎修衡(男 成人) 编号 13 (240)
- 范例——马歆喆(女 幼儿) 编号 14 (242)
- 范例——霍奕荣(男 幼儿) 编号 15 (244)
- 范例——马悦钧(男 青年) 编号 16 (246)
- 范例——方铭伟(男 青年) 编号 17 (247)
- 范例——刘子嘉(女 少年) 编号 18 (249)
- 范例——孟伊晨(女 少年) 编号 19 (252)
- 范例——吴易衡(男 幼童) 编号 20 (253)
- 范例——章圣迪(女 青年) 编号 21 (255)
- 范例——董芳宏(女 幼儿) 编号 22 (257)
- 范例——陈楷林(男 幼童) 编号 23 (259)
- 范例——高圣智(男 青年) 编号 24 (261)

第三编 商用名称

第一章 商业取名的要领

第一节 商业取名要登入科学殿堂、叩开艺术之门 (265)

● 企业取名改旧貌,换新颜 (266)

● 产品名称发音响亮,过目不忘	(266)
● 商标名称设计新颖显著,合法与传播兼顾	(268)
第二节 商业取名的原则	(269)
● 易读易记	(269)
● 别出心裁	(270)
● 气贯长虹	(272)
● 名副其实	(273)
● 合理合法	(273)
● 以奇制胜	(275)
第三节 选准商业取名角度	(276)
● 着眼于产品和服务	(276)
● 着眼于消费者	(276)
● 着眼于经营者	(277)
第二章 企业名称设计策略	
第一节 企业名称概述	(278)
● 企业名称的意义	(278)
● 名称专用权与名称权	(278)
● 巴黎公约中关于企业名称的规定	(279)
第二节 企业名称的基本构成	(279)
● 构成企业名称的基本要素	(279)
● 企业名称的规范要求	(281)
● 使用“中国”等字词的企业名称	(282)
● 企业名称的其他规范	(282)
第三节 选择响亮易记的企业名称	(283)
第四节 企业取名的规则	(284)
● 音义俱佳	(285)
● 功能齐全	(286)
● 全球意识	(287)

●移情别恋	(287)
第五节 企业取名的方法	(288)
●姓名结合法	(288)
●雅字取名法	(289)
●俗语取名法	(289)
●谐音取名法	(289)
●特色取名法	(290)
●标志取名法	(290)
●品牌取名法	(290)
●专用字取名法	(291)
●吉语取名法	(291)
●巧妙迎合法	(291)
●求洋取名法	(292)
第六节 企业取名的途径	(293)
●自己动手取名	(293)
●请专业取名公司、取名专家取名	(297)
●国内外知名的取名公司(机构)简介	(299)
第七节 国际化企业品牌设计策略	(303)
●企业名称战略设计	(303)
●品牌企业名称战略选择	(304)
●企业名称变更	(305)
●企业更名导入 CI 企业识别系统	(308)
第八节 企业标识设计	(309)
●企业标志简洁明快	(309)
●企业标志色彩的运用	(310)
●企业标识设计怎样才能吉祥	(311)
第九节 让网站域名的设计更符合时代步伐	(312)
●网站取名	(313)

●中文域名注册	(314)
●网站名称注册的有关知识	(319)
第三章 产品和服务取名策略	
第一节 产品名称与品牌名称	(321)
第二节 产品取名的方法	(322)
●采用企业名	(323)
●采用人名	(324)
●采用动植物名	(324)
●采用地名	(325)
●采用数字	(325)
●采用具有明喻意义的名称	(326)
●采用具有暗喻意义的名称	(326)
●采用吉祥词语	(326)
●采用外来语	(326)
●巧借东风	(328)
●借用词语	(329)
第三节 产品取名时注意的因素	(330)
●语音简洁	(330)
●名称简短	(331)
●语意丰富	(331)
●品牌国际化,名称“雅、信、达”	(332)
●不落俗套	(334)
●体现产品特性	(335)
第四节 产品取名策略	(335)
●目标市场策略	(336)
●产品定位策略	(337)
●本土化名称和全球化名称的选择策略	(338)

第四章 商标概述

- 第一节 商标的概念与商标的产生 (340)
 - 商标的概念 (340)
 - 商标的产生 (340)
- 第二节 商标的特征 (341)
 - 商标是区分商品或者服务的特殊标志 (341)
 - 商标是区分不同生产者或者经营者的标志 (342)
 - 商标反映商品或者服务的质量和生产者、经营者
的商品或者服务声誉、商业信誉 (342)
- 第三节 商标的重要作用 (343)
 - 区分商品的不同来源 (344)
 - 促进生产经营者的竞争 (344)
 - 宣传产品、宣传企业 (345)

第五章 商标名称设计策略

- 第一节 商标名称设计的规则 (346)
 - 符合法律规定 (346)
 - 思想健康 (346)
 - 不落俗套 (347)
 - 音意俱佳 (348)
 - 名副其实 (349)
 - 一目了然 (349)
 - 巧用寓意 (351)
 - 注重消费心理 (352)
 - 联系企业 (353)
 - 与国际接轨 (354)
 - 体现民族精神 (355)
 - 以总带分 (356)
- 第二节 商标名称设计的方法 (357)

●信息启迪法	(358)
●寓意取名法	(361)
●渊源取名法	(363)
●迎合心理法	(364)
●奇异取名法	(365)
●美言取名法	(366)
●借用诗词典故	(367)
第三节 商标名称的设计技巧	(368)
●商标占位于消费者	(369)
●巧妙传递商品信息	(370)
●巧用卡通艺术化商标	(372)
●适时调整商标	(374)
第四节 品牌商标的个性设计	(376)
第五节 商标名称设计的禁忌	(377)
●忌用冷僻字	(377)
●忌字义不吉	(378)
●忌字义隐晦	(379)
●忌用雷同字	(379)
●忌违反法律	(380)
●忌随意更换	(382)
●忌违背消费心理	(383)
●忌将商标演化为商品的通用名称	(385)
●忌产生近似商标	(386)
第六章 商标品标的设计	
第一节 商标品标设计的原则	(390)
●营销原则	(390)
●创意原则	(391)
●设计原则	(392)

●情感原则	(393)
●吉祥原则	(393)
第二节 商标品标设计的方法	(394)
●文字和名称的转化	(394)
●图形象征与寓意	(395)
●品标标准字设计	(396)
●品标色彩选择	(397)
第三节 品标设计的注意事项	(400)
●防止雷同	(400)
●大小修正	(400)
●错觉改正	(400)
●各国禁忌	(400)
●符合法律规定	(401)
第四节 吉祥标识设计范例	(402)

第七章 商标名称设计策略的运用

第一节 让中国商标品牌走向世界	(407)
●国外对商标品牌的研究	(408)
●国内对商标品牌的研究	(408)
●宝洁公司的商标品牌国际化的发展历程	(410)
第二节 一元化及多元商标策略	(412)
●一元商标策略	(412)
●多元商标策略	(414)
第三节 创建驰名商标	(417)
●驰名商标的认定	(417)
●驰名商标的创建	(418)
●驰名商标的作用	(418)
●驰名商标的保护	(419)
第四节 商标名称设计的程序	(420)

● 商标品牌塑造准备	(420)
● 商标品牌市场调查	(421)
● 商标品牌研究分析	(421)
● 商标品牌前景预测	(421)
● 商标品牌创作与初步决策	(421)
● 找专家、专业机构评估	(422)
● 一锤定音、排序注册	(422)
● 英特尔(Intel)品牌设计策划	(422)
● 及早联系,时间充裕	(425)
● 沟通思想,介绍企业	(425)
● 认真调查,提供资料	(425)
● 填写商标品牌设计表格资料	(425)
● 取名公司推荐名称方案	(427)
● 名称的再沟通	(427)
● 最后作出决定	(427)
● 排序注册	(427)
后 记	(428)