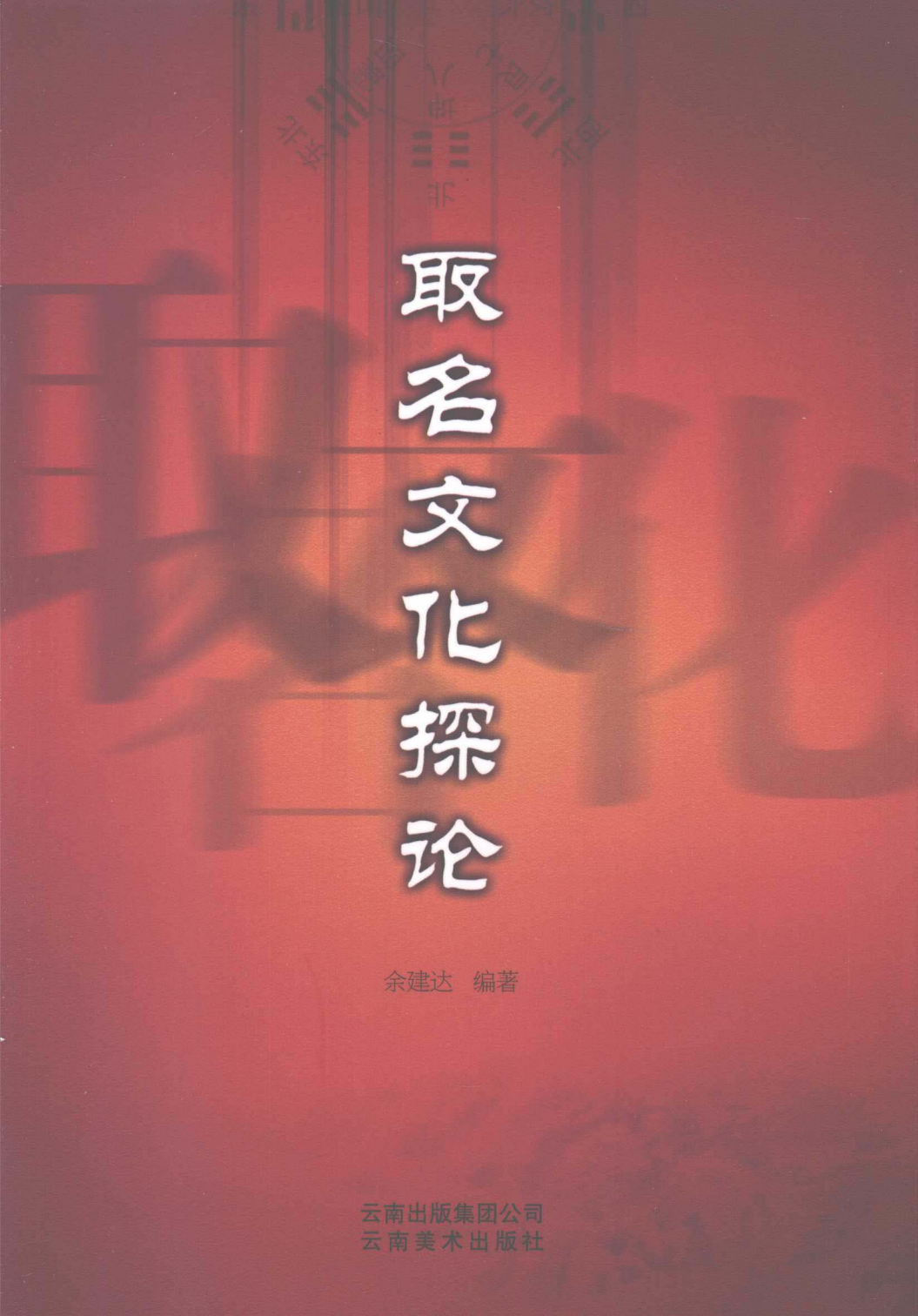




取名文化探论

余建达 编著

云南出版集团公司
云南美术出版社

取名文化探论

余建达 编著

云南出版集团公司
云南美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

取名文化探论 / 余建达编著. —昆明: 云南美术出版社, 2008.9

ISBN 978-7-80695-741-7

I. 取… II. 余… III. 姓名—研究—中国 IV. K810.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 151555 号

责任编辑: 杨旭恒 杨朝晖

校 对: 梁 红

取名文化探论

余建达 编著

出版发行: 云南出版集团公司 云南美术出版社
(昆明市环城西路 609 号)

制版印刷: 昆明锦润印刷有限公司

开 本: 850 × 1168 1/32

印 张: 10.25

字 数: 260 千

版 次: 2008 年 9 月第 1 版 2008 年 10 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-80695-741-7

定 价: 36.00 元

前 言

人是历史舞台上的角色，人名是他们的标志。离开了人名，一部二十四史，真是无从说起！因此，人名的研究亦是治史的一把钥匙，在西方正盛行 Terminology（术语），作为治学的引导，人名的探讨，亦属它的范围。

我国一向有重视“正名”的传统：“名不正则言不顺。”这主要是应有一个正大、光明的“名义”，正式、恰当的“名分”，才觉得理直气壮，说话时方便，办起事来顺利。这与给一个人，一件事，一本书，一家店铺、公司，一个地方以至一条路，一处楼台亭阁等命个名的情况有所不同，但也有相同处，即都希望和要求命个好的名。至于怎样才算“好”，由于给人家命名和给自己命名的人的修养、要求、审美眼光，以及时代、社会、政治形势、价值观念等存在差异的原因，就有种种差别了，但要求“好”还是具有共性的。

好的名字就像人生或事业的一个好的开始，或者也表现了周围很多人的一种美妙的理想与愿望。尽管许多理想与愿望往往难以真正实现，难道连一个好的开始，连美妙的理想都不能有吗？鲁迅笔下的赵太爷连阿 Q 想姓赵都不许，历史证明，这种气焰早已只能使人觉得特别可笑，即便是阿 Q，他真要是姓赵的话，赵太爷之流终归禁不住，谁也不可能总有这种本领。

随着社会经济的发展，人民生活水平的日益提高，取名作为

一种民族文化随之被社会认可。

此书中所谈取名文化，涉及企业组织，也涉及个人，不是取了名就能事事如意，一帆风顺，天上掉下馅饼，只不过让企业组织、个人有了响亮的名字，好的品牌、形象和第一印象罢了。中国有句俗话，叫“打铁要靠本身硬”，自身努力才是硬道理。

不可否定的是，人的姓名不仅仅是一个代号，一个符号，而且是一种信息，名字取得好，有字之内涵，形之美观，音之响亮，意之博大，那对人则产生一种积极向上进取的感觉，反之，会产生自卑等。另外，一个好的名字容易让人记忆深刻，让人记住，不好的名字让人遗忘。

这是一部探讨人名、公司名、商标名取名文化和实际运用的一本书稿。书中对人名的创生、发展及其价值意义作了别开生面的论述，描述了古今名字现象，不仅让更多的人认识取名这一文化现象，而且还会让读者从中获得丰富的姓名文化知识。

此书的编写得到社会各界，佛教协会、道教协会以及多名藏传佛教活佛、住持的支持和鼓励，得到“取名轩”的顾问佛扬居士和诸多老师、朋友、家人以及众多弟子的支持，在此诚挚地感谢他们。

序

余音（蒙古族）

当我捧读罢这份洋洋几十万言的《取名文化探论》打印稿后，复又掩卷沉思，默默地把这本书稿，从头到尾循诵一遍。

首先，我由衷地为我们镇雄郭家河铁改余姓蒙古族胞中，有建达这样出类拔萃、卓尔不群的后辈感到高兴与自豪，并同样由衷地祝贺他商、文并茂双丰收。

与集居和散居在云南一些地方的铁改余姓蒙古族一样，郭家河一带为数不多的余姓蒙古族，属“一代天骄”成吉思汗的后裔，其脉管中流淌着这个英雄祖先的血液。

之所以迁徙至云南边陲，事情发生在元朝末年。

先人在元王朝中的位高权重，难免有佞臣嫉妒生非，这在中国历朝历代，司空见惯。为逃避家族面临的危机，祖上率众南移。越过天堑长江后，弟兄十人吟诗为记，插柳为证，接着各自东西，情势极其悲壮！

面对滔滔江流，先人们决定铁改余姓，但每隔一、两代，必须指定后辈复蒙古籍姓，记得我一位堂兄叫铁金鳌，这名字还同当年的动人传说有关，此不赘言。

流落至郭家河的这一支系，明、清之际，曾人才辈出，盛极一时。有“九子十进士，一女打金棺”的灿烂与辉煌。

由于族人繁旺，只凭三伙头的几处居所及大食堂开餐，已容纳不下，于是，从余建达祖上起，便分散开来，移至居高临河、

背上面水的宝地德重湾，建达也就在这物华天宝、人杰地灵的环境中降世和成长。

他的几位祖辈都是我的族兄，我因而从三伙头到德重湾之间，常来常往。建达他们家有宽敞的四合院、石碉楼，并有广袤的田地，但我的族兄们严格坚守祖训，勤俭节约，耕读传家。

据年前来昆明的建达母亲对我讲，这孩子自幼聪敏好学，在镇雄县中学的几年中，品学兼优，考入云大中文系后，成绩一直顶尖。其时，他写的诗已收编于校刊上，可见才华已露端倪。

不说龙养龙，凤养凤，余建达今日的成就便来源于家庭的良好教育，以及他对那充满建树并努力达于胜利的彼岸的雄心壮志营造的结果。

几年前，在我们祖、孙于昆明“他乡遇故知”后，我明显地发觉这郭家河的余姓蒙古族后人，还带着浓浓的乡土气息，其家庭朴实无华、强力进取的精神，也在他的言谈举止中掩盖不住，更重要的是他身上保存着成吉思汗、忽必烈这个大漠的英雄祖先光辉灿烂的遗风。

有人对我说建达属于儒商，我认为不足以概括他的真谛与全貌。余建达对从商具有清醒的头脑及高屋建瓴的品位，他的“取名轩”并其他商业行为，是他做学问的需要，是服从于他的高尚大观的理念及目标的。

尝云知子莫若父，我与建达是知孙莫如祖。

他的异峰崛起的成就，不说光宗耀祖，也堪称余姓蒙古族胞的风光，并且是对曾经妄自菲薄望先人的丰功伟业而兴叹的同辈族胞的鞭策与鼓励。

涵泳于这部巨著之中，真是一种难得的知识收获与同样难得的情趣享受。

其内容的庞大、全面，论述的严密、周到，视野的开阔，所用材料的广泛，个人见解的深度与广度，厚积薄发的学识，令我

叹服，并令我如行山荫道上，应接不暇。

在表述命名文化这一中国人传统的观念上，作者旁征博引，学贯中西，加上文从字顺的语言信息，读来引人入胜，毫无单调乏味之感。

据此，我的看法是，即便不急于要取一个美名的朋友，读一读这部书，绝不会心生懊悔，反会因没有细细品读而倍感遗憾。

在平素的接触中，在我多次到他开设在文林街的“取名轩”的闲聊中，得知余建达为了替各人各方取一个完美的名字，除继承发扬整理查阅古今有关命名的经典、资料外，还从《易经》中吸取知识，加以光大。

对这部“六经”之一的经典，我只略知一二。

先是伏羲画八卦，后又文王演义，叫“周易”。

“易”从自然，即“易”。穷天地万物，变化无尽，都属于自然宇宙的客观规律及永无止息的运行幻化的法则。

一旦把握了《易经》同名字的联系，这名字便富有无限生机，便深刻而富于情味哲理。人生离不开趋利避害，离不开情与理，名正言顺，合情合理，“天行健，君子以自强不息”，修德立事。人类的活动，本于大千世界，人依生，生赖人，自然和谐，水乳交融，无为而治，天不变，道亦不变。

无论人名地名物名，都具有审美价值。

天，让我们联想到澄兰美；地，让我们联想到“气之重浊，下凝者为地”的美；河，让我们联想到波澜壮阔、涓涓细流的美；山，让我们联想到崇高嵯峨的美；花卉，让我们联想到绚丽多姿的美；草木，让我们联想到绿叶青秀的美；凡此种种，不一而足。人名呢，当我们一提起陈圆圆，便联想到她那温柔款缓、惠质纨心的美；当我们提起常山赵云，便联想到他那百战不殆，单骑于百万军中救主的阳刚与力量的美，赵云这个名字，便成了英雄的符号；当我们提到诸葛亮，便联想到他那运筹帷幄、决胜

千里的谋略，诸葛亮这个名字，也便成了智慧的化身；当我们提到潘安，便联想到他那风流倜傥的魅力……

还有来源于大自然花鱼草虫，河流山川的命名，女性则令我们联想到花枝招展，郁馥芬芳；男性亦令我们联想到汹涌澎湃，坚如磐石，摧枯拉朽或固若金汤……

至于别种事物的名字，不论茶寮、酒肆、商号、钱庄并公司种种，让我们历经沧桑仍记忆犹新的就有“悦来”、“如归”、“古楼”、“汇丰”、“吉庆祥”、“福林堂”、“永安”、“先施”、“三友”、“美孚”等等，数不胜数，真是名副其实的千古流芳。所以，人们常说：“行不更名，坐不改姓”。

而且，不论自然的物名，人自身的命名，乃至居室家私、摆设这类的命名，都会对人的心理产生或明或暗的影响。

这部论述详实精辟，知识面广的长篇大论的出炉，实在令人惊喜与欣慰，实在堪称我们这片土地上一朵鲜艳夺目的奇葩，而他的培植、哺育、浇灌者余建达，则是一位必然留名于世的园丁。

作为他的族胞的长辈，我为有这位如此有为的后辈而深感荣幸，并祝他在事业上不断成功。

2007年11月4日到5日

于江岸云大泮苑

目 录

前 言

第一篇 取名文化探论

- 第一节 概 论 /3
- 第二节 取名文化纵横谈 /6
- 第三节 中国传统取名方法简介 /19
- 第四节 符号学中的名字 /24
- 第五节 取名的当代社会功用 /28

第二篇 公司取名及商业企划

- 第一节 概 论 /33
- 第二节 企业取名文化浅谈 /36
- 第三节 名字在商业运营中的重要性 /45
- 第四节 公司取名传统方法 /49
- 第五节 传统文化下数理吉凶 /59
- 第六节 中外商业命名实例精选与参考 /63

第三篇 个人取名浅析

- 第一节 姓氏浅谈 /119
- 第二节 中国古代取名概况 /135
- 第三节 话说名人取名 /156
- 第四节 怎样使用五格剖象法 /158

附 录

- 传统数理对名字的推测 /168
- 配合十二生肖的命名 /214
- 传统文化中个人名字数理吉凶 /226
- 中国古代取名格局表 /248
- 取名用字简化速查表 /260
- 汉语拼音音调表 /276

后 记 /315

第一篇

取名文化探论



第一节 概 论

取名文化是和社会历史发展、人、社会、事件紧密相连的。人类取名，应该是从有了语言开始的。人类对世界万物的认识，从语言开始有了界定，有了概念，反过来，人类的语言也在历史的长河中重叠了太多的语义和寓意。早期人类，对事物的命名肯定是同样一个事物有多种名称，尔后才从大的事物起逐渐有了固定的名字、固定的含义。东西方文化都不约而同地对取名有很深的研究，大概地说，东方文化的取名着重在表意，而西方文化着重表音。在这个方面，笔者个人认为东方文化，特别是中国传统文化对此有更广泛的研究，中国人历来注重天人和谐，因而对取名、名字、名称等，运用了各种手段来探讨，从天地之中寻求一种和谐，一种协调，以达到人类适应自然、天地的美好愿望。在西方，现代社会经济发展到一定阶段，作为信息传播的一个工具——名字，成为研究者的关注对象。从名字的研究出发，20世纪70~80年代首先在广告、营销领域形成了定位理论，而后扩展到了社会各个方面。本书即是以营销定位理论结合中国传统文化中取名文化精髓，来探讨取名文化在当今商品经济社会中个人、企业单位活动中之运用的文化现象，以及品牌形象的树立和传播、个人交往方式等的成功战略谋划之策略。

名字、名称、取名，这只是语言文化中的很小的一个领域，但是，它涉及到了人的个人活动和社会活动，进入了历史，或多或少都留下了痕迹。很多人喜欢关注大的历史，而历史是由人来

创造和演绎的，历史深处的个人和社会究竟是怎样的一种状态，真实情况还不能完全清晰。在社会历史研究中，除了已经有所研究的事件、人物的成果外，专门研究东西方文化名字、取名的并不多见，特别是东西方文化对比看，是一件很有意义的事情。

在取名这个文化研究中，我们还要注意到一点，即我们传统的取名文化当中涉及大量的数、术数、阴阳、五行等概念。这些中国传统文化的概念，其实不应该包括在科学范畴，而是一种文化现象。数、数类，一种中国人认识世界的方式；阴阳，一种认识世界、宇宙的图形方式，这是中国文化特有的概念，属于中国哲学的一个基本范畴；五行，有元素、能量、德行的涵义，从产生到发展，都是中国文化的框架构建基础。因而，很多历史学家、文化学家都始终将这些概念、理念归于文化中讨论，本书同样如此，这些经常在我们中国文化中出现的身影，更多是感性的文化，是中国文化的特有文化现象，而不是精确的科学计算和推断，是研究中国文化的一个切入点。这一点，请各位读者要明白，不能和我们所了解、所学的自然科学相混淆，以免产生各种偏差。

取名作为一种文化，深深植根于中国的历史文化。取名文化，源于中国商周、战国时代，并随着历史的发展而融入了各个历史时期的时代特色。

在古代，人们立名是用以自呼，表示谦谨；立字是让别人叫的，表示客气与亲近；立号是求美称，本人自称，他人呼唤均可。号，主要是求美称，虽含尊敬之意，但不为此而设名。对“号为尊其名”的说法，明代著名书法家、文学家祝允明（号枝山）曾有过异议：“道号别称，古人间自寓怀，非谓敬名设也。”明清时期，取号已成世风，上自君王，下至乡民，不识丁者，莫不有号。

明太祖朱元璋曾降旨要他的朱氏子孙一律遵从五行名称命名，由此可见明太祖非常重视取名。清康熙至乾隆年间，姓名文化得到一定的提高。近现代后，东南亚取名文化也兴起，并广为

流传。中国台湾地区的高山翁先生写了《姓名与人生》，日本的熊崎健翁教授也根据中国传统民俗文化写了《姓名预测学》。

改革开放以来，我国社会经济发展迅速，同时也引入了一些新的思维方式和新的方法论。广告营销业中，定位理论是20世纪80年代以来，营销学中最重要理论，成为营销战略的理论构架中的一个核心概念，成为整个营销专业知识中最富价值的战略思想之一，其意义已超出了营销之专业范畴，上升为具有普遍适用的广义的社会性的成功之道。而对名字的分析、取舍则是定位理论，即是特劳特在《定位》和《新定位》所论述的核心部分。

当中国传统的取名文化与西方的商业营销相碰撞，将产生我们意想不到的文化现象。这就是本书想要探讨的主题，但愿这个小小的探索能给我们的文化发展提供一点参考，或者最好成为有用的一块铺路碎石，为笔者最大的快慰。

第二节 取名文化纵横谈

一 取名作为一门学科的产生

取名，即命名，取名的过程。国内外都或多或少地对取名、命名语有所研究，名字和取名也成为了一门古老而新兴的研究领域。我们国内就不必多说，数千年的历史上都或隐或现出现他的身影。而且在国外确实有“命名学”这样一门学科，叫Onomastics，研究各种事物起名的缘由。我们国家从历史上看，对事物得名缘由的研究起步很早，东汉时期（公元25~220年）就有了专门著作《释名》，对人名地名的研究除了在历代正史和方志上都有记载之外，晚期又出现了规模颇大的人名、地名专门辞典，但取名作为一种文化现象的研究却还十分年轻，只是自现代以来才逐步有人涉及。

1. 取名的开端

取名学虽然年轻，取名这个行为本身却十分古老，可以说与人类使用语言的历史一样长久。命名的本质就是制造区别。人类在认识世界的时候，要把一事物同它周围的事物区别开来，最简单的做法就是给它取一个特有的名字。人们对事物的认识越深刻、越细致，对命名的要求也就越高。这样，开始是大类事物的名称：人、树、山、马……后来就越来越精细，男人、女人、大人、小人，桃树、柳树、松树、柏树，高的山、低的山、圆顶的山、尖顶的山、公马、母马、黑马、黄马，甚至一岁的马、两岁的马、黑尾巴的红马、黑尾巴的白马，都有了专门的名称；再到