



名字是时代的标志。
中国自古就有用名字表达自我价值取向的传统。

中国

取名文化

何跃青◎主编



外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS



中國

何跃青◎主编

取名文化



外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS

图书在版编目(CIP)数据

中国取名文化 / 何跃青主编. — 北京: 外文出版社, 2013
(辉煌的中国)

ISBN 978-7-119-08212-7

I. ①中… II. ①何… III. ①姓名学—中国 IV. ①K810.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 070301 号

出版策划:  金略达文化

责任编辑: 杨春燕

内文设计: 刘敬伟

装帧设计: 周 飞

印刷监制: 冯 浩

辉煌的中国——中国取名文化

何跃青 主编

© 2013 外文出版社有限责任公司

出版发行: 外文出版社有限责任公司

出 版 人: 徐 步

总 编 辑: 徐 步

地 址: 中国北京西城区百万庄大街24号 邮政编码 100037

网 址: <http://www.flp.com.cn> 电子信箱: flp@cipg.org.cn

电 话: (010) 68320579 (总编室) (010) 52100403 (发行部)
(010) 68327750 (版权部) (010) 68996190 (编辑部)

印 制: 北京世纪雨田印刷有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16 字数: 100千字

印 张: 10

版 次: 2013年5月第1版 2013年5月第1版第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-119-08212-7

定 价: 23.80元

版权所有 侵权必究 如有印装问题本社负责调换 (电话: 52100403)

长河回荡，岱岳独尊。

浩瀚青史，宛若不绝长卷。

中国文化源远流长，不但流传年代久远，而且影响范围广阔，不但在本土根深叶茂，而且波及周边国家，成为亚洲文化的中心。早在旧石器时代的早期，中华大地上已经有了人类文明的痕迹。至公元前两千年，中国已经出现了高度繁荣的文明——部落联盟性质的国家夏王朝。此后，殷商至西周，冶炼金属的水平大大提高，形态各异的青铜器登上历史舞台，成就了一段青铜文明。

周王朝末期，天子的共主地位逐渐衰弱，五霸争雄，七雄崛起，最终被兴起于西北的秦国所统一，建立了中国历史上第一个中央集权制的统一王朝。秦风终衰，群雄逐鹿，汉高祖刘邦起于草泽之中，再度建立统一的政权——汉王朝。汉王朝是中国历史上第一个拥有持久影响力的王朝，民族融合空前发展，对外交流频繁，奠定了华夏文明两千年来的基础。

汉王朝到汉武帝时期达到全盛，此时的汉王朝不但开疆拓土，而且高举儒家文化的大旗。儒家文化将人的最高修为理想化——圣人境界。知识分子期望通过自己的努力成为圣人，普通民众则期望获得圣人的教诲。儒家思想被国家的领导者宣布为知识分子的立身与治世信条，这不是偶然的，是一个王朝需要一个系统的理论基础。实际上，早在先秦时代，中国已经出现了诸子百家，而且都曾各领风骚，那么，为何汉武帝会“独尊儒术”呢？梁漱溟先生这样解释儒家思想：

儒家之所谓圣人，就是最能了解自己，使生命成为智慧的。普通人之所以异于圣人者，就在于对自己不了解，对自己没办法，只往前盲目地机械地生活，

走到哪里是哪里。儒家所谓“从心所欲不逾矩”，便是表示生命已成功为智慧的——仿佛通体透明似的。

很显然，无论是理想化的，还是世俗化的诉求，儒家文化都有其不可超越的地方。自汉代之后，历代统治者均不同程度的尊儒家思想为国家统治的基础。至隋唐，更是开科取士，将儒家经典视为储备人才的基础教材。

这种传统延续到宋元明清等王朝，发展出新的理论。其中，宋明理学是儒家思想的又一波高峰，不同的是，在中国知识分子的世界中，儒家思想并非唯一之思想源泉。道家、佛家等思想兼收并蓄，形成了独特的中国文化的结构。以王夫之、顾炎武、黄宗羲三大家为例，他们是典型的儒家教育下的知识分子，但其思想并不完全属于儒家范畴，而是自成一家，大开学术风气。在某种意义上，他们重新确立了知识分子的使命感，进而开掘出新的文化生命力。

到了清末，西学东渐之后，作为儒家思想的守护者（同时也是官方正统的守护者）曾国藩、张之洞等人提出了改造性的理论，尤其是张之洞的“中学为体、西学为用”更加凸显出文化保守主义者的孤傲与苍凉。在这种没落与冲撞中，中国的知识分子并非一力的否定自己的文化。反之，他们一方面接收外来文化，一方面从自己的文化母体中寻找新的出路。魏源、康有为、梁启超等开一时之风气的人物，虽则积极鼓吹西方文化，但自身无不受到中国传统文化的濡染。即便是高歌猛进的新文化运动中，其重要人物也都是兼善中西文化的大师，如章太炎、胡适、蔡元培、陈独秀、鲁迅……几乎都是深入到传统文化的脉络之中。这些伟大的知识分子明白，只有正视中国文化的魅力，乃至缺点，才能汲取其养分。中国文化本身是复化的，多元性的，博采众长的，自身具有其强大的突破能力。

以中国文化为代表的东方文化一直未停息过与西方文化的交流，无论是早期东方文化的西传，还是19世纪晚期西方文化的强势来袭，都说明文化的交流是世界的主流。在这个交流的过程中，中国文化自身的特性展现出一种特质，它既不

自高自大，同时也不妄自菲薄。以中国古代史上最具开放性的唐王朝为例，它一方面将中国先进的教育、管理理念传播到了朝鲜、日本，另一方面又吸取了西域的艺术。从西域传播而来的音乐、舞蹈不但深受民间喜爱，而且在宫廷里演出。由此可见，中国文化自身具有强大的自信力，同时又有其包容、谦逊的特点。

对比古代欧洲文化的没落，尤其是陷入中世纪教廷的统治，梁漱溟先生说：

当古代西洋文明没落以后，于中世纪的黑暗时代，历史的本流出于干涸状态的期间，中国文明的大湖反而现出了最汪洋的全盛时期。

古代中国曾为全世界贡献了其辉煌成就，改变了整个世界的发展进程。现代中国要继续进步，就不得不审视自身所背负的古老文化。

中华文化不但是一个民族崛起的“软实力”，更是构成一个民族共同文化心理的基础。《尚书》曰：冕服华章曰华，大国曰夏。先贤注疏说：中国有礼仪之大，故称夏；有服章之美，谓之华。这种重视社会秩序，构建最高审美的命名，意味着一个民族坚实、廓大的胸怀。是中华文明稳健、多元化，旺盛生命力的预兆。

中华文明犹如一条奔涌不息的大河，从巍巍雪山奔流而来，起初是涓涓细流，其后百川汇聚，万壑竞流，凝聚成一条涛声如雷，响彻云霄的大江，九曲萦回，直奔世界文明的大洋。朱相远先生在《中华世纪坛序》中赞美道：

大风泱泱，大潮滂滂。洪水图腾蛟龙，烈火涅槃凤凰。文明圣火，千古未绝者，唯我无双；和天地并存，与日月同光。

.....

圣贤典籍，浩如烟海；四大发明，环球共享。缅怀漫漫岁月，凝聚缕缕遐想。

.....

登坛远望，前有古人，星光灿烂；后有来者，群英堂堂。看乾坤旋转：乾恒动，自强不息之精神；坤包容，厚德载物之气量。继往开来，浩浩荡荡。

中国文化历久弥新，在经过了五千年的沉淀后，仍然焕发着光辉。在政治、经济、军事、科技、教育、文学、哲学、宗教、历史、经济、绘画、音乐、雕刻、建筑、医学等各个领域均有巨大的成就。

作为一个中国人，面对如此浩瀚的历史文化，能不心生敬畏？国学大师钱穆先生在其《国史大纲》序中说：

当信任何一国之国民，尤其是自称只是在水平线以上之国民，对其本国以往历史，应该略有所知。所谓对其本国以往历史略有所知者，尤必随附一种对其本国以往历史之温情与敬意。所谓对其本国以往历史有一种温情与敬意者，至少不会对其本国以往历史报一种偏激的虚无主义，亦至少不会感到现在我们是站在以往历史最高之顶点，而将我们当身种种罪恶与弱点，一切诿卸于古人。当信每一国家必待其国民具备上列诸条件者比数渐多，其国家乃再有向前发展之希望。

以此种态度审视自己国家的民族历史和文化，方算得上第一等的大国民。

站在历史文化的画卷前，面对灿烂文化、壮美河山，能不思量做些什么？翻文献，写学术文章固然是妙事，但做一些普及性的工作，对于普通读者来说也是极重要的。我与邓占平、何跃青、周广宇等诸位老师多次磋商，最终决定分门别类筹编一套中国历史文化的书。这套书的编者中多有俊彦，照王羲之《兰亭集序》中的话说：“群贤毕至，少长咸集，此地有崇山峻岭，茂林修竹。”资料搜集、审定、编改、增删的工作是非常繁杂的，但诸位同道多能一丝不苟，苛求其精，最终编成这套丛书。但因资料浩繁，所涉专门知识杂，时间有限，难免有错误疏漏之处，还望读者不吝赐教。

是为序。

尚论聪

2012年11月5日



凡是能被看到、能被感觉到的存在物，人们总会呼之以“名”。名字以特定对象为基础，通过特别符号来体现人们的特殊意志。它既承载着对象的信息，又蕴含着对象的价值。一个美丽的名字，正如一首诗，会在一个人的周围洋溢出一种诗意，渲染出一片美丽的氛围，它点缀了人们的生活，丰富了一个民族的语言。

对于人类社会和经济生活来说，有了名字，才有了自我，才有了经济主体的区分。名字是代表事物的符号，是一种最权威的、最精良的信息载体。在个人社会生活方面，名称除了代表人本身外，还与这个人的人生及其性格、健康状况甚至生命有着隔不断的联系；在经济领域，名称对企业同样起着重要作用，不仅表达了企业文化，更传递了产品和公司的形象。

正所谓“千秋新字号，万古好名声”。自古以来，名气、名望、名誉、名声倍受世人重视。功成名就，名扬四海是多少人所渴求的；名落孙山，臭名昭著，是多少人一生所顾忌的。时至今日，取名仍被很多人当作人生的头等大事看待，人们宁愿挖空心思，也要为孩子或企业取个吉祥如意的名字。

有一个吉利、响亮、新颖、独特的名字，不仅能激发人的斗志，而且能帮助人在商业中开创辉煌的业绩。

本书不仅集中阐述了姓名的起源和沿革史，而且从现代心理学的角度深入分析了名字对人生的潜移默化的影响，更为可贵的是，考虑到读者对取名实用性的要求，本书详细讲述了取人名的方法、技巧以及禁忌，同时介绍了商业领

域的取名原则、思路、方法等。为了增强本书的可读性，避免单纯理论说教的枯燥乏味，本书在叙述中引用了大量鲜活、古今结合、有史可查的例子，以飨读者。



追踪溯源话姓氏——姓氏文化综述

- ◎ 姓从哪里来/2
- ◎ 氏是怎样产生的/4
- ◎ 姓分化出氏，姓氏统一/6
- ◎ 《百家姓》及排序/8
- ◎ 古人的择“字”习惯/10
- ◎ 生命力旺盛的“号”/12
- ◎ 取号、赠号的特点/14
- ◎ 名字的潜移默化作用/16



传统文化演绎——取名学原理

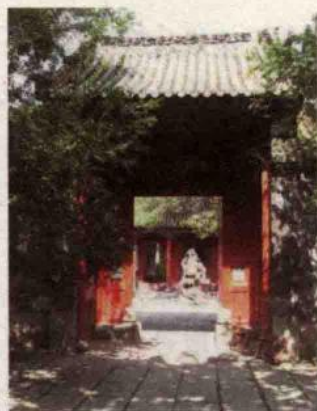
- ◎ 属相与名字的关系/20
- ◎ 子鼠、丑牛、寅虎取名/22

- ◎卯兔、辰龙、巳蛇取名/24
- ◎午马、未羊、申猴取名/26
- ◎酉鸡、戌狗、亥猪取名/28
- ◎《易经》“象”、“数”取名/30
- ◎《周易》八卦取名/32
- ◎生辰八字取名/34
- ◎五行相生取名/36
- ◎五行偏缺补救/38



有些名字不宜取——取名用字禁忌

- ◎取名思路忌轻率，思想忌陈旧/42
- ◎忌盲目求洋，盲目跟风/44
- ◎忌肤浅庸俗，忌过于直白/46
- ◎忌讳使用生僻字，忌用过繁字/48
- ◎慎用多音字，忌用“拼盘”字/50
- ◎忌用“丑陋”字，忌用“恶劣”字/52
- ◎忌组合混乱，搭配不当/54
- ◎忌谐音不雅，拗口晦涩/56
- ◎忌生理缺陷词，忌消极萎靡词/58



没有规矩，不成方圆——商务起名原则

- ◎汉字易符学起名原理/62
- ◎汉语美学起名原理/64
- ◎什么样的名字才算好/66

- ◎ 阴阳五行起名原理/68
- ◎ CI起名原理/70
- ◎ 企业、产品取名原则/72
- ◎ 古语法、专用字法起名/74
- ◎ 吉语法、姓名吉语结合法起名/76
- ◎ 雅字、俗语、谐音起名/78
- ◎ 含蓄法、自夸法起名/80
- ◎ 标志法、别名法、品牌法起名/82



企业命名有学问——企业名称命名

- ◎ 名实相合，名副其实/86
- ◎ 易读易念，易听易记/88
- ◎ 超群脱俗，灵活多变/90
- ◎ 字义和谐，搭配得当/92
- ◎ 讲究韵律，富有美感/94
- ◎ 标明自身特色/96
- ◎ 迎合客户的喜好/98
- ◎ 如何取与众不同的名字/100
- ◎ 名字如何打动顾客心/102



好产品要有好名字——品牌命名技巧

- ◎ 蕴涵深厚的文化背景/106
- ◎ 有祝福寓意并尊重文化差异/108

- ◎ 简洁，易于记忆和传播/110
- ◎ 具有合法和可保护性/112
- ◎ 彰显产品个性，命名别出心裁/114
- ◎ 内涵丰富，富于联想/116
- ◎ 突出特点，合理设定品牌基调/118
- ◎ 地域法、时空法命名/120
- ◎ 怀旧法、引导潮流法命名/122
- ◎ 忌崇洋风、盲目跟风/124



行业不同，名各有异——商业用名方法

- ◎ 店铺命名：不拘一格、避免雷同/128
- ◎ 旅游业命名：从类型出发，立足内涵/130
- ◎ 家电产品命名：区分级别，融入生活/132
- ◎ 汽车命名：诠释特点、编织想象/134
- ◎ 楼盘命名：传达价值、优缺互补/136
- ◎ 食品命名：使用通俗语和吉祥语/138
- ◎ 食品命名：依据产地和特色原料/140
- ◎ 茶业命名：自然属性结合人文情怀/142
- ◎ 医药品命名：命名原则与方法/144
- ◎ 体育用品命名：具有运动精神和国际性/146





追踪溯源话姓氏——姓氏文化综述

姓从哪里来

“姓”产生于原始氏族社会。若干氏族组成一个原始部落，部落内各氏族又独立存在，同时，各氏族之间有着密切的婚姻联系，姓就作为识别和区分氏族的特定标记符号应运而生。

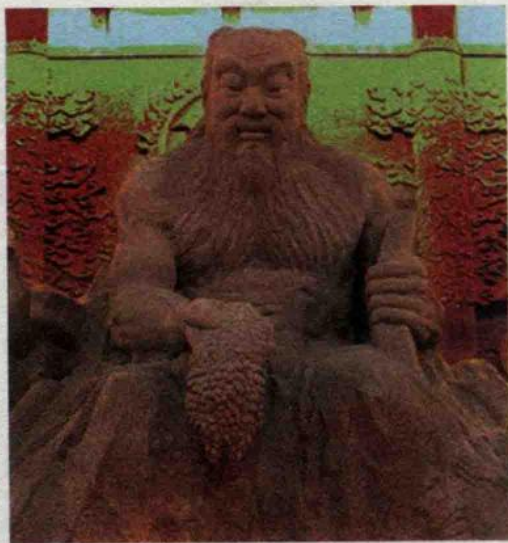
姓是源于同一女性始祖的族属共有的名称。在远古时代，女性是生产生活的主导者，在亲子关系的认定上，人们往往是只知其母，不知其父，自然也就随母为姓了。中国最早的姓都带有“女”字，如姬、姜、姒、嬴、妊、妃、姚等，可以推断早在母系氏族时期，姓已经形成，是由母权制社会中妇女的地位所决定的，其作用是便于通婚与鉴别子孙后代的归属。同姓内部禁止婚配，异姓氏族之间可以通婚，子女归母亲一方，以母姓为姓。

在远古时代，血缘关系较近的人居住在一起，形成部落；部落与部落之间的血缘关系则较远，各个部落为了相互区别，有各自的名称，这种名称也就是姓的雏形。从古至今，姓都不归哪一个人所独有，而是归一个群体共有。

在“姓”出现之初，它仅仅是某一个母系群体的“公名”。而在上古时代人们的心目中，自身群体的公名的最便捷来源主要有两个。

一是源于自己生于斯长于斯的地名，据《国语·晋语》记载，黄帝的姬姓源于其氏族居住区内的姬水，而炎帝的姜姓则源于姜水。

二是源于群体崇拜的图腾的名称。在混沌初开的上古时代，人类不了解自身的起源，不了解人与自然的关系，认为每个氏族都与某一自然物或自然现象（如鸟



◆ 炎帝雕像

		
王 姓	张 姓	刘 姓
		
杨 姓	赵 姓	黄 姓
		
吴 姓	徐 姓	孙 姓

◆ 中国古代姓氏图腾

兽、林木、土石、雷电等)存在特殊的亲缘关系,从而将它们认作本氏族的祖先和保护神,作为图腾来崇拜。每个氏族都有一种图腾,这个图腾就发展为后来的姓。

总之,中国远古时代的居民,在氏族名称或标记方面,有着自己的特点,这就形成了姓这个形态。它是氏族的标志,却不包含氏族祖先这个含义,也没有对它的禁忌和崇拜。

作为某一群体的公名,姓的数量起初并不多。相传黄帝之子共25人,《国语》中记载“其得姓者十四人,为十二姓,姬、酉、祁、己、滕、箴、任、荀、僖、佶、攸、依。”

明末清初思想家顾炎武认为,“言

姓者,本于五帝,见于《春秋》者得二十有二”,即:妫、姁、子、姬、风、嬴、己、任、姑、祁、牟、曹、坛、董、姜、偃、归、曼、熊、隗、漆、允。

当今学者统计,周代见于文献的姓有34种,依其来源,可分为原生姓(如风、姜、姬、嬴、偃等)、分化姓(如姚、姁、妫等)和尚未考证出其起源的姓(如曼、归、熊、隗、怀、允、漆等)三组。

先秦古姓约50个,是各代学者公认的。目前我们正在使用的和曾经在历史上出现过的姓,多达上万。这么多的姓,是怎么来的呢?这就不得不提到“氏”的出现。

延伸阅读

姓与图腾

据史料记载,在我国氏族社会末期,各部落都有自己的图腾。东南沿海一带,各部落多以鸟为图腾,史称“鸟夷”,如少昊部落以凤鸟为图腾,殷商先祖以玄鸟(燕子)为图腾;在中国原始各部落中,蚩尤族以泥鳅为图腾;西北高原则以野兽为图腾。史载炎帝“宏身而牛面”,表明炎帝部落有以牛为图腾的;也有人认为,方姓是獐子变来的;杨姓是绵羊变来的;范姓是水牛变来的;张姓是绿斑鸠变来的等等。还有学者考证出《百家姓》中的熊、马、牛、羊、乌、风、龙、梅、花、李、叶、林、山、水、方、石、毛、皮、冯、风等姓都与上古氏族图腾直接关联。

氏是怎样产生的

从大的趋势上看，姓与氏，经历了一个由分立到合一的发展变化过程。少量的姓分化出众多的氏，而众多的氏又与姓相统一。

在现代人眼里，姓与氏似乎是同一的，没有区别。但是，在上古时代，姓与氏却有着严格的区别。宋代学者郑樵说：“三代之前，姓氏分而为二：男子称氏，妇人称姓。氏所以别贵贱，贵者有氏，贱者有名无氏。……故有同姓、异姓、庶姓之别。氏同姓不同者，婚姻可通；姓同氏不同者，婚姻不可通。”

从文字学的角度分析，“氏”属于象形字。甲骨文和金文中都有这个字，而且

写法基本一致。许慎认为这个字是像山岸崩塌之形，“氏崩声闻数百里”。清代朱骏声认为氏字的本义应为木本，即植物的根。林义光指出氏字“不象山岸胁之形，本义当为根柢。姓氏之氏，亦由根柢之义引申。”简言之，人有姓氏，正如树有根本。

氏出现于史前，“五帝之前无帝号，有国者不称国，惟以名为氏。”

上古时代的姓与氏，既有联系，又有区别。简单地说，一姓可包括若干氏，这就是《通鉴·外纪》所谓“姓者统其祖考之所自出，氏者别其子孙之所自分”。换言之，姓是大宗的族号，氏是由大宗分出的支系小宗的族号。大约到旧石器时代晚期，人们逐渐察觉近亲之间发生性关系所生后代的人口素质十分低下，认识到“男女同姓，其生不蕃”的规律，开始奉行族外婚的原则，“同姓不婚，恶不殖也”。郑樵说“姓所以别婚姻”，就是对此的总结。

随着社会生活的进化，人口的繁衍，



◆ 古代甲骨文