

論房產命名的動物符號與語法結構

邱順應*

摘 要

本文對品牌命名文本的研究，主聚焦在其動物符號的引用上，首先針對房產建築之語料樣本作擇用系譜之類型歸整，其次再細究與結論這些符號在引用上有何特定偏好之詞素擇選與語法結構。

研究擇定房產建築之命名為語料樣本，施以符號彙整及詞彙結構分析。研究結果顯示，房產命名在引用動物符號時，在系譜軸的符號擇定上，引用前三名依序為龍、鳳凰、麒麟，且明顯呈現偏頗現象（三者佔了九成），儘管仍有些命名走簡化路線，單用動物符號為定語來組構主從式複合詞；但更多的動物命名透過詞組緊縮化、動態化、利益並列化的三大趨勢，以及強化綴詞、添增系譜或強化利益與調性來幫符號有效代表與闡釋其意義。不僅讓動物符號的詞素結構變得更繁複與多元，命名素材與解讀意涵也隨之繽紛豐沛起來。

關鍵詞：品牌命名、詞素、動物符號、語法結構

* 朝陽科技大學視覺傳達設計系助理教授

論房產命名的動物符號與語法結構

邱順應

壹、緒論

一、研究動機

從東方至西方，動物崇拜一直關係著人類的生活，例如東方有十二生肖，西方有十二星座（吳裕成，1993：16）。無論是西方寓語或是東方俗諺，都常有動物身影穿梭其間。動物跟人相當親近，加上生動可察的個性與表情，因而常被人們引用來做諸多意涵譬喻引伸的符號。

而符號及其蘊含的象徵正好提供了訊息創作端與解讀端更多的運用素材與解讀籌碼，例如當要強調一種權威尊貴的感覺、訴諸一種氣勢高揚的格調表現時，獅子、老虎或老鷹很容易就被考量擇用進來。因而，這類「動物符號」到處存在著，也被到處創造著與消費著。行銷鏈裡的消費者，在後端以符號接收者或解碼者（decoder）的角色在消費符號；相對地，在前端的行銷文宣創製人員，也是以符號發出者或製碼者（encoder）的角色在選擇著與運用著這些具有權威尊貴象徵的「動物符號」。

在一定程度上可以說，一個藝術家是否擅長運用藝術符號，標誌著他藝術本能的強弱（余秋雨，2006：188）。同樣地，一位創意撰文人員（copywriter）是否擅於透過符號來發揮意義聯繫與形象描摹，也是鑑定其除了商用銷售角色之外，亦有文學與美學內蘊身段之依據。

更何況，符號象徵始終是修辭創作中相當重要的素材與資產，正因為符號的意涵發揮常比一般空泛的形容詞更具識別度與想像空間，本文旨在探究品牌命名創作與動物符號象徵之間的關連性，期能從語料樣本中，歸納出此類符號被應用的現況，以及大致歸整出符號書寫的字詞結構原則。

二、研究目的

符號象徵始終是修辭創作中相當重要的素材與資產，正因為符號的意涵發揮常比一般空泛的形容詞更具識別度與想像空間，本文旨在探究品牌命名創作與「動物符號」之間的關連性，期能從語料樣本中，歸納出此類符號被應用的系譜趨勢，並進而大致歸整出此類符號書寫的詞素結構與序列原則，例如詞根與詞綴的組合方式。分析成果不僅增闢命名文案上的符號和語法研究，亦期能提供命名創作時之實用模式參照。

三、研究範圍

文案工作絕對跑不了的重頭戲之一，就是命名，幫客戶的商品或活動命名。這件差事不簡單。不僅要走策略、守調性，還要講究修辭，甚至考慮吉祥筆畫、和諧音韻等（邱順應，2008：276）。亦即，文案的後端書寫，其實是依循著前端的策略而來；換言之，後端會有怎樣的符號引用，是因為前端早已設定好、期許好某個象徵意涵，例如某個命名需有珍奇甚至神話般的象徵，於是引用了「麒麟」此神話動物符號來呼應、塑捏此前端策略欲達成之形象與質感（見圖 1）。而且，符號在文案裡的呈現，有時不只是單一的詞素，有時是聯合、連串出現，且有賓主從屬關係，例如再以綴詞「御」來修飾「麒麟」。因而本文的研究範疇除了彙整此類符號引用之系譜軸系統外，範疇與重點更擺在符號被引用在命名裡的呈現序列結構，期能對詞素的成員與組合形式做進一步的剖析。至於符號與意義（明示義、隱含義、迷思等）之間的探索，則非本文之研究重點。

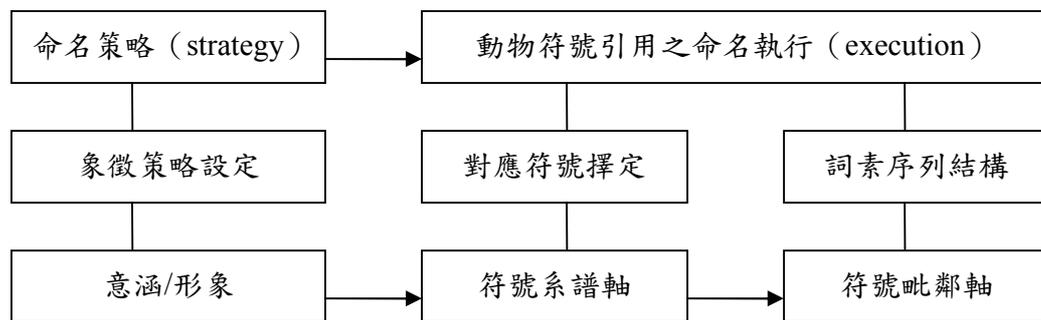


圖 1 命名之象徵策略與對應之符號表現

資料來源：本研究整理

撇開符號與策略，或符號與意義之間的關係，光是符號本身就有詞素構成與排序語法的異同。一個符號有三種必要的特性：必須有物質的形式，它所指的必須是本身以外的，還有，它必須被人當成是一種符號去使用和認知(楊祖珺,1997:362)。例如有個房產建案命名為「鳳凰君悅」，我們試著以上述之三個必要特性來做檢定。首先，「鳳凰」此動物符號具備了不少物質形式與具象元件(例如珍奇稀有、尊貴華麗等)；此外，命名還鑲嵌了「君悅」進來，這等於同步採納了「帝王君侯」此類角色符號，額外添增了領先的氣勢與質感。其次，此建案名稱對應的物件本身也有其本有的特質，例如是寶虹建設公司在礁溪推出的大樓式居家建案。最後，這包括「動物符號」在裡頭的命名被建設公司與其廣告代理商引用、操作、散佈，進而成為大家熟識、認知的新建案品牌象徵連結。

命名裡的符號應用其實並不如想像中單純，訴諸符號表現時至少就可分兩大策略類型：單一型與複合型。例如「宏龍新鑽」兼用了「龍」與「鑽」兩個符號，即屬複合型符號策略；相對地，「龍莊」則單一以「龍」此神話動物符號為主要訴求，即為單一型符號策略。當然，符號的各類款素材來源代表的是索緒爾所謂的「系譜軸」，本文即想探究與歸類這些系譜軸的分配境況；當然，符號詞彙如何組合與排列，意即「毗鄰軸」的部份亦同步加以探討。

四、研究限制

房產命名算是同一時間間距、同一產品類別命名數量夠大的唯一樣本，本研究只擇定「房產建案」此單一產業類別的命名為語料樣本，雖便於歸整分析；但卻有無法作全面性客觀性通則類推的缺憾，特別是迥異於房產類別之低涉入產品。另一個研究限制則因為只挑選動物符號為研究對象，分析歸整的符號引用趨勢原則除了排除了符號交集引用的問題，亦無法直接類推到其他類項的引用符號(例如植物符號、角色符號等)。

貳、文獻探討

一、廣告文本與符號研究

(一) 符號、象徵與意義

要研究是什麼使得文字、圖像或聲音能變成訊息，就必需研究符號；而研究符號和符號的運作的學問就是符號學（張錦華，2003：60）。

造型文化符碼的擷取，理論上說並不是只擷取「符碼」本身，同時也要擷取符碼的「意義」，另一方面也要擷取「此部份」在整體中的位置關係，以及「符碼」結合（或操作）的規則，否則就容易引喻失義（楊裕富，1998：147）。例如本文探究「動物符號」被引用時，透過次數分配，可測知各類符號素材的優先位置關係。此外，亦同步探討符號呈現時詞素的結合與排序原則。

（二）符號學定義與起源

符號學是一門綜合性學科，以非常廣泛的符號現象做為研究對象（俞建章、葉舒憲，1990：23）；換言之，其研究對象與應用網絡皆甚為廣泛，從語言符號到非語言符號，從藝術、建築、民俗、文學、音樂、到電影、廣告等，都是其研究與涉及之對象。本文主聚焦在文本分析此類符號之系譜分布與詞素組合，並在此概要引介兩位符號學基本理論的奠基者：瑞士語言學家索緒爾（Ferdinand de Saussure）以及美國邏輯學家皮爾斯（Charles Sanders Peirce）。

1. 索緒爾的符號系統

瑞士語言學家索緒爾感興趣的是語言，認為語言的問題主要就是符號學問題，其分析重點在文本，從結構性的關係裡找尋符號意義，且偏重於在相同體系下，某個符號與其他符號之間的關係。例如他認為符號是由符號具與符號義共同組構而成。

此外，索緒爾以系譜軸與毗鄰軸的觀點來看待符號的擇定與組成關係，有助清晰釐清文本與符號的關係。所謂的系譜軸是指一個可以選擇各種元素的地方。舉個簡單的例子：字母。字母是書寫語文的系譜軸。至於一個元素從系譜軸裡被選出來後，會與其他的元素組合，這樣的組合就叫做毗鄰軸（張錦華，2003：82-83）。

本文研究即奠基於索緒爾的理論觀點，期能探究房產命名語料樣本的「動物符號」此類系譜軸有哪些更細分的系譜分配（亦即其細目系譜軸），以及順勢探究此類命名在符號引用時的毗鄰軸組之詞素分配與語法原則。

2. 皮爾斯的符號系統

素有美國符號學之父美譽的皮爾斯主要提出「意義的元素（elements of

meaning)」此符號之意義模型，以符號 (sign)、客體 (object)、解釋義 (interpretant) 的三角關係來說明符號與使用者及外在實體之間的互動網絡 (見圖 2)。並強調三端的元素都不能任意缺席，他說，因為每一個意義要素只有在與另外兩個要素相連時，才能被理解。

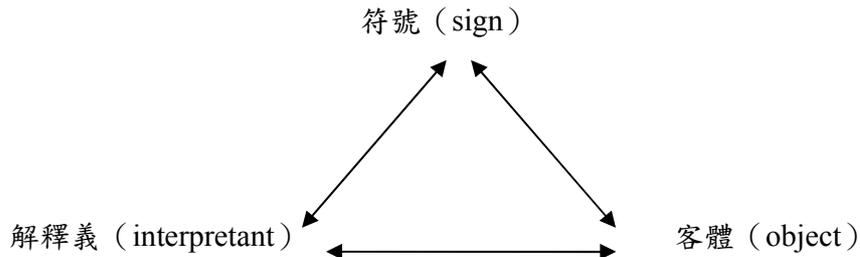


圖 2 皮爾斯之意義的元素

資料來源：Fiske, John (1990:42)

而對照本文，研究旨在分析命名語料樣本之引用符號 (sign)，進而透過這些「動物符號」之解釋義 (interpretant) 來塑捏客體 (object)，意即我們擇定之房產建案。只不過，本文語料樣本的研析主要針對符號的系譜擇選，以及詞素構成與序列結構部份，至於意義與符號對應的探討，甚或客體與符號間之指涉關係等則較無著墨，例如探知某個建案名稱「龍鳳學院」，本文並不追究其以龍鳳為名之因是否在於該建案鄰近一個私立明星學校，或是因該建案擇定成龍與林鳳嬌兩位名人共同代言。

二、品牌命名與符號素材

廣告撰文者的任務是確立廣告主題，考慮消費者的購買動機、訴求與表達方式，並負責加以適當的選擇 (蔡恪森，1977:4)。此處撰文者的任務當然包括了品牌命名；而“適當的選擇”動作，主要則包括了文案素材，特別是象徵符號的擇定與應用。且這擇定動作包括系譜軸與毗鄰軸兩個面向，前者是符號素材擇定的主要來源與優先次序；後者則是針對詞素與語法結構而來，例如單詞、複詞，甚至詞素對名詞、形容詞之偏好擇定等。

只不過，關於品牌的符號探究，諸多分析皆多集中在圖像、造型，色彩甚至材

質上，是較廣義且偏視覺化的符號範疇。即使廣告文本的相關分析，例如探究廣告裡的政治符號或童話象徵符號等，都是以圖像表現為分析主體，較少專注探究文字裡，特別是命名裡的符號應用境況。

鑑於命名之引用符號，旨在借力於其象徵意涵；然而，不同屬性的產品因應不同的行銷任務與對象，文案裡符號與象徵之對應關係必非絕對。例如引用符號時是否直接點明象徵意義，命名裡的象徵便可分為兩種，一種是明徵，一種是暗徵，前者直接點明了象徵意義，後者則沒有一個字點明象徵了什麼（李裕德，1985：212）。亦即以象徵義的隱現來分，象徵體、象徵義一起出現的，叫做「明徵」；只出現象徵體，不直接點明象徵義的，叫「暗徵」。以房產品牌命名「龍鳳學院」為例，此命名以「龍鳳」之吉祥尊貴象徵來拉拔建案的質感，但只出現「龍鳳」此象徵體，至於此字之含意與想像則並未標明而是留待讀者自己去聯想（例如暗喻子女成龍成鳳），因而為「暗徵」。

當然，明徵與暗徵各有優劣，例如前者的訊息較清晰精準，後者則不僅用詞省潔，且富想像空間，擇定之間其實飽含著跟文案落定相關之策略思維甚至情境脈絡，本文因而也將之納入一併檢定。

三、文案詞素與語法結構

語法和修辭各自研究的對象不同而彼此又具有密切的關係。語法研究語言的組織法則。任何一種語言都有自己的組織法則，都是由各種大小不等、性質不同的語法單位按照一定的結構關係組織起來的（張志公、劉蘭英，1993：9）。這裡要先補充說明的是，本文所謂的「語法結構」其實包括了構詞學與句法學的兩個面向。因為命名語料可能是一個構詞（例如「金鳳凰」是定語「金」與主體詞「鳳凰」的結合），也可能是構句（例如「龍觀天下」，N+V+N，卻是主詞謂詞皆有的句子結構），只是因命名用字甚少，構句機率甚低，本文遂將具有句子結構的命名也歸類為構詞之一，即「造句式複合詞」。

（一）單字、單詞與複詞

1. 單字與單詞之別

首先需釐清的是本文研究的構詞單位，是單詞與複詞，但不包括單字。理由正如謝國平（2008：153）所言，我們中文的方塊字每一個確實有其獨立的字形，但

是每一個單字卻不一定都具有意義的。比方說「葡萄」、「蚯蚓」等詞語，任何獨立的一個單字（例如「葡」、「蚯」）都不具有語意。

換言之，傳統的「字」這個用語似乎不能表示語言系統中最小具有語意的單位。因此，語言學把具有語意或語法功能的最小語言單位稱為詞位（謝國平，2008：154）。而這詞位（morpheme，又稱詞素）正是本文研究的最小構成單位，不能單獨表義的單字不在本文探究之內。

2. 單音詞與單純詞之別

單純詞絕大多數是單音詞，亦即一個音節組成一個詞，例如東、京。但單純詞也有兩個以上音節的，例如東京。為了區別，前者稱為單音節單純詞，後者為多音節單純詞。然而，多音節詞的組構大都不是那麼單純。正如竺家寧所言，多音節都有一定的結構方式，分析起來，不外「衍聲」和「合義」兩大類型（竺家寧，2008：212）。

3. 多音節複詞的細目類型

第一類的複詞為「衍聲複詞」。這類詞又可細分為三類：連綿詞、音譯詞、擬聲詞（竺家寧，2008：21）。什麼是連綿詞呢？其音節和音節之間，並無意義上的關聯，而是只有聲音的關係，好比「葡萄」、「蜻蜓」等以雙音節組成一個詞即為衍聲複詞。音譯詞則是外來移入的新詞彙，例如「紐西蘭」。至於擬聲詞則是模仿大自然聲響的詞彙，例如「叮噹」。

第二類複詞為「合義複詞」，該複合詞的特色在於其組成成分在意義上具有一定的關聯性。合義複詞還可細分為好幾個細目複詞：（1）「並列式複合詞」：由兩個詞素以平行的關係組合而成，兩個詞素的作用是相等的，誰也不附屬於誰。例如「學習」，「學」與「習」幾乎完全同義；也例如「朋友」或「國家」，「朋」與「友」以及「國」與「家」前後兩個構詞單位皆具有相同或相似的意涵或概念。（2）「主從式複合詞」：此類複詞又稱「偏正式複合詞」。組成的兩個詞素，前一個是修飾成分，後一個是主體詞。二者間有主從之分。例如「西瓜」與「南瓜」、「溫泉」與「冷泉」、「粉筆」與「毛筆」、「螢火蟲」與「毛毛蟲」等，都是以後頭的詞為主，前頭的詞則負責做區別與修飾的動作。（3）「動賓式複合詞」：這類複合詞的兩個詞素，前一個是動詞，後一個是其實語。例如「吃驚」、「出力」等。（4）動補式複合詞：這一類複詞的兩個詞素是由動詞和其補語組成的。例如「提高」、「改良」等。（5）主謂式複合詞：這一類的複詞具有句子形式，兩個

詞素分別擔任主語和謂語。例如「地震」、「月蝕」等（竺家寧，2008：54-153）。

（二）詞類的語法功能

詞類依語法功能大致可分為「開放性的詞類」與「封閉性的詞類」。名詞、動詞、形容詞及副詞這四大類往往佔了詞彙中的大部分，這四大類是屬於「開放性的詞類」；介詞、連詞、人稱代名詞、冠詞等詞類則稱為「封閉性的詞類」（謝國平，2008：154-155）。前者語意分量較重，也常添增新詞進來；相對地，後者較少新添詞彙。

但若以詞彙的意義來分，又可分為實詞與虛詞。實詞是指具有比較實在的詞彙意義，可以表示一種概念，能夠單獨充當語句的成分，名詞、動詞、形容詞、副詞、數量詞、代詞等皆屬之（楊如雪，2001：19）。虛詞則是指缺乏實際的詞彙意義，意義比較空虛，只能作為語句結構或句子之間的工具，或是表示某種語氣與情感，介詞、連詞、助詞、嘆句等則屬之（楊如雪，2001：23）。

參、研究設計

一、研究方法

研究方法主採文本符號歸整及詞彙結構分析，並輔以簡單的次數分配。首先，先探究系譜軸之構成，檢視動物符號引用之概括分配；其次，再從構詞元素與句法原則的對應，分類歸整此類語料樣本詞組之詞素型態與序列結構。

這裡要補充說明的是，在符號彙整之外，文本分析同時動用到辭彙學與句法學之因在於命名的詞素組合，可能仍只是詞的組合，但也可能形成句子。例如「九龍城堡」是個複合名詞，但「龍觀天下」，則是主詞「龍」與謂詞「觀」兼備，已是句子型態，而非單一的詞彙結構而已。不過，為了類項整理之方便，本文將具有句子型態的命名歸類為造句式複合詞，也當作詞素來對待。

至於詞素的構成，亦即本文語言研究之主要對象單位則可分為單純詞（單詞）與合成詞（複詞）兩大項。本文詞彙的類型歸整主要是參照竺家寧的多音節結構分析方法，亦即多音節詞應分為幾層來分析，例如「胃下垂」，第一層結構是「胃」、「下垂」，屬主謂式。第二層再分析「下垂」，「下」修飾動詞「垂」，屬偏正式

(竺家寧, 2008: 153)。然而, 為了類型能確切與清晰落定, 主要是單以第一層結構為分類標準。

此外, 鑑於命名幾乎都是三至四個音節以上的多音節詞, 底下便以最常見的三個命名結構-二一結構、一二結構與二二結構來示範類型歸整的方法:

(一) 二一結構分類範例

例如「鳳凰墅」(二一結構: 鳳凰+墅), 第一層結構是「鳳凰」與「墅」, 前者為定語, 屬主從式。第二層再分析, 「鳳凰」是雌雄統稱, 雄為「鳳」, 雌為「凰」, 兩個構詞「鳳」與「凰」意涵相近且同時出現應屬(同義或類義)並列式。但本文只取決於第一層, 故最後歸類為「主從式複合詞」, 而非「並列式複合詞」。

(二) 一二結構分類範例

例如「御麒麟」(一二結構: 御+麒麟), 第一層結構是「御」與「麒麟」, 前者為動詞, 後者為其實語, 故屬動賓式。第二層再分析, 儘管「麒麟」是雌雄統稱(雄者稱為麟, 雌者稱為麒)應為並列式; 但因本文只取決於第一層, 故最後歸類為「動賓式複合詞」, 而非「並列式複合詞」。

(三) 二二結構分類範例

例如「九龍城堡」(二二結構: 九龍+城堡), 第一層結構是「九龍」與「城堡」, 前者為定語, 屬主從式。第二層再分析, 前段「九龍」之「九」修飾主語「龍」, 亦屬主從式; 但後段之兩個詞素「城」與「堡」作用相等且並無主從關係, 應屬並列式。但本文只以第一層分析為判準, 故歸類為「主從式複合詞」。

需注意的是在為符號之系譜類型分類時, 需確保類別之間完全互斥, 亦即要求做到絕對的分類, 在進行語料樣本編碼歸類時, 需審慎定義與對待。整體細目類項之歸類原則與對應樣本整理如表 1。

表 1 詞素構成類型與語料對應表

詞素類項	細目類項		語料樣本範例	歸類原則（對應理由）
單純詞	單音節單純詞		「龍」 ¹	該詞只有一個音節
	多音節單純詞（衍聲複詞）	連綿詞	「蝴蝶」 ²	聲音相近且分割會失去原意的疊字
		音譯詞	「沙丁魚」 ³	外來新詞彙（由 sardine 音譯而來）。
		擬聲詞	「嗡嗡嗡」 ⁴	模仿蜜蜂自然聲響的詞。
合成詞（合義複詞）	主從式複合詞		「鳳凰墅」	「鳳凰」是修飾定語，「墅」是主體詞，前者修飾後者，二個詞素之間有主從或偏正關係。
	造句式複合詞	動賓式複合詞	「御麒麟」	「御」是動詞，「麒麟」是其賓語，V+N 實屬動賓式。
		動補式複合詞	「翔隱」 ⁵	「翔」是動詞，「隱」是其補語，V+Adj 實屬動補式。
		主謂式複合詞	「龍騰」	主詞「龍」+謂語「騰」。騰為動詞，N+V 實屬主謂式。
	並列式複合詞	同義並列複合詞	「麒麟」	「麒麟」是雌雄統稱（雄者稱為麟，雌者稱為麒）應為並列式。
		類義並列複合詞	「龍鳳學院」	「龍」與「鳳」不僅同屬動物符號系譜，且皆喻意吉祥，兩個同類系譜並列呈現。
		利益並列複合詞	「鳳凰亞都」	「鳳凰」為動物符號，「亞都」為品牌符號（知名飯店品牌），兩個不同的符號系譜一起出現，營造雙重利益。

儘管分類編碼時，有語料對應表參照，命名文案的多元面貌仍有其系譜分類或詞素拆解上的限制，此為本文研究不足之處。例如「高鐵天鵝堡」此建案命名，可以說是引用了「天鵝」此動物符號；亦可說是引用了「天鵝堡」此地理景點符號；

換言之，遇見無法絕對分類的問題。此外，語料樣本「龍築金典」則是遇見詞素認定客觀與否的問題，因無法精準判視此命名之「築」字是名詞或動詞。若是名詞，為「龍築」（意喻巧工精雕之建築）修飾「金典」之二二結構，此命名應歸屬具有偏正關係的「主從式複合詞」；但若認定「築」為動詞，其結構為「龍」＋「築」＋「金典」，是完整的句型結構，則應歸屬「造句式複合詞」。

二、研究語料

本文之研究語料選擇房產命名，主因其為命名之最大宗，其他產品類別不易在同一時間軸上有足夠數量的語料樣本。房產命名語料樣本取自 2009 年份之 7 至 12 月份《住展》購屋雜誌，共分兩段式取樣，首先擇取 650 個具有符號象徵引用之房產建築命名（見表 2），之後再抽出共 52 個以動物符號為主要象徵之命名為最終語料樣本（見表 3）。

表 2 本文第一階段語料樣本；引用符號類別次數分配表

象徵類型	語料樣本範例	次數
地理符號	「瑞士風情」、「現代巴黎」、「中悅維也納」等	148
角色符號	「天喜領袖」、「太原公爵」、「老朋友的家」等	102
品牌符號	「市政 LV」、「冠德遠見」、「御薇閣」等	78
自然符號	「山河戀」、「陽光小鎮」、「先得月」、「銀河星光」等	70
珍石寶器符號	「首璽」、「中正國璽」、「自在琉璃」等	52
動物符號	「龍鳳學院」、「鳳凰墅」、「麒麟山莊」等	52
植物符號	「櫻花賞」、「松竹梅」、「楓之墅」等	48
數字符號	「八園」、「九野」、「九間堂」等	48
其他符號	「金色大地」（色彩符號）、「上城」（方位符號）等	52
總體語料樣本		650

這裡要補充說明的是，第一層取樣 650 個房產命名裡，出現頻率最高（次數：148）的是「地理符號」，例如「瑞士風情」（國家地理符號）、「現代巴黎」（城市地理符號）等。第二高（次數：102）的是「角色符號」，例如「天喜領袖」（領導角色符號）、「老朋友的家」（親近角色符號）等。排名第三（次數：78）的是

「品牌符號」，例如「LV 之星」（引用時尚品牌符號）。排名第四（次數：70）是「自然符號」，例如「銀河星光」（日月星辰符號）、「山河戀」（山川江河符號）。排名第五的有兩類（都是次數：52），一個是「珍石寶器符號」，例如「首璽」；另一個才是本文擇定的語料樣本「動物符號」。

以簡單的次數分配來看，房產命名文本對動物符號的引用未臻熱門氣候，這應是人們優於動物的本能反應，畢竟人類的房子當然要優於一般動物的巢穴。若真要引用動物，似得喻意夠尊貴大器的龍鳳等傳奇動物，或至少該動物能隱喻喜氣吉利等正面意涵才行。畢竟，要形容一個建案，命名為「領袖藝墅」（角色符號）或「巴黎藝墅」（地理符號）的機率似真的會高過把一個四腳動物鑲嵌在「藝墅」之前，例如「麒麟藝墅」或「麒風藝墅」。

肆、研究分析

一、系譜軸分析

依次數分配的多寡排序，由多至少依序為龍（21 次）、鳳凰（16 次）、麒麟（4 次），接下來則是次數為 2 的天鵝、喜鵲、蝴蝶等。令人意外的是超多動物，例如獅子、老虎、老鷹、駿馬、鴛鴦等在命名裡完全缺席，連一些常帶有吉祥象徵之動物，例如吉祥如意的羊、一馬當先的馬或都未受青睞。唯有年年有餘的魚掙得唯一的一票：「大智若魚」。從偏頗的次數分配，可以看出人們把動物分為兩類，神秘動物類與一般動物類。看來，若某種動物被打入凡間，亦即歸類為一般動物類，要在命名裡搶得一席嶄露頭角之地似蠻有難度。

二、毗鄰軸（詞素結構）分析

（一）單詞與複詞

這毗鄰軸的單詞（或稱單純詞）與複詞（或稱合成詞）對待，主在檢視整個命名結構共用了多少音節與詞素。52 個語料樣本中（見表 3）並沒有單用一個單詞的案例（例如建案命名就只有一個字「龍」），最多的命名組合為四個字（63%），其次為五個字（21%）、三個字（7%），至於兩個字的只有 2 個語料樣本（3%）。特別的是，命名貴在字數簡短，「鳳凰」此符號本身即佔了個音節，理應多找機會

在仍能表意之下來刪減字數，例如「峰景鳳翔」與「順天敦鳳」是各以「鳳」或「凰」單音詞出現。但事實上，16 個引用「鳳凰」之語料樣本中，14 個仍以雙音詞出現。這也許是因兩詞為同義或類義並列之慣用；亦可能是人們已習慣諸多「鳳」與「凰」兩字相連的詞彙用法（例如「鳳凰衛視」、「鳳凰花開」、「鳳凰城」、「麻雀變鳳凰」等）所致。

至於其細節組合整理如下：

1. 單純詞

此類詞彙完全沒有出現（次數 0），不僅單音節單純詞完全缺席，連多音節單純詞也都完全未受青睞。對照另一組群（地理符號）的語料樣本，該類命名卻仍有不少多音節單純詞之引用，且都是一樣的結構「建設公司名稱＋衍聲複詞（音譯詞）」，例如「麗寶紐約」（「麗寶」為建設公司）、「太子紐約」（「太子」為建設公司）等命名。理由應是地理符號甚多外來音譯詞，然而受命名青睞的動物都無音譯詞。此外，儘管動物雖有叫聲，會有擬聲詞，例如「汪汪」（狗叫擬聲），應也不適合當房產命名。

額外發現，引用動物符號的命名甚少同步鑲嵌建設公司名稱進來，舉引用最多的「龍」為例，竟只有一個建案命名「太子龍邸」有鑲嵌建設公司名稱（「太子」建設）進來。理由猜是身處此消費者導向時代，把「龍」跟廠商自己一起掛名，似乎過於顯威誇耀，畢竟「龍」有一定的威嚴性與不親民性。當然，若命名策略就是要營造王室皇殿或威風神秘的氛圍則應不在此限。

2. 主從式複合詞

以次數分配而言，出現頻率最高（46%）的是「主從式複合詞」。以「龍」為例即佔 62%，「龍威」、「龍寶」、「龍池」、「龍泉」、「龍門」、「尊龍」等皆是此類有主從、偏正關係的主從複詞。

另以細目類型而言，24 個「主從式複合詞」裡，17 個語料是以動物符號為修飾定語，例如「麒麟山莊」（麒麟為定語）；7 個則是以動物符號為主體詞，例如「美術鳳凰」（美術為定語）。

大多數的「主從式複合詞」其偏正結構都是前面的定語修飾後面的主詞，例如「鳳凰墅」就是以「鳳凰」來從屬修飾「墅」，「鳳凰之星」、「鳳凰交響曲」等都是此類有主從關係、先後位置的「主從式複合詞」。不過，也有特例，例如「喜

鵲 No.1」卻應是以後方的次序量詞修飾前者。

若對照皮爾斯的意義模式，本文「主從式複合詞」之兩大類型各有不同表現模式。第一類以動物符號為主體詞之命名，因已擇定動物為主體，幾乎不再將指涉的客體 (object) 列入表述中；相對地，另一類以動物符號為修飾定語之命名，則多是符號與客體同時呈現。至於客體當然最多的是「房屋」的近似語或進階美化形容之替代詞，例如「莊」（命名「龍莊」：「龍」修綴「莊」）、「邸」（命名「龍邸」：「龍」修綴「邸」）、「山莊」（命名「麒麟山莊」：「麒麟」修綴「山莊」）等。

3. 並列式複合詞

這是「動物符號」引用次多（次數 17）的類型。是一種雙重修飾的複和型態，亦即除了動物的符號意涵之外，還有其他可獨立表意的詞素，若以細目類型的組成來看，「利益並列複合詞」，特別是系譜並列的複合詞最多，例如「鳳凰玫瑰園」與「鳳凰亞都」，此二命名引用之「鳳凰」雖為主體詞「玫瑰園」或「亞都」之修飾定語，但「鳳凰」本身亦能獨立表意，等於並列兩個具有獨立象徵意的符號。其中，「鳳凰玫瑰園」之「鳳凰」是動物符號，「玫瑰」則是植物符號；「鳳凰亞都」則是添增了品牌符號「亞都」（知名飯店品牌）進來，因而皆歸屬於「並列式複合詞」，或因同時擁有兩個不同的符號系譜，而更細稱為「系譜並列複合詞」。

另一類「利益並列複合詞」雖只單一引用了動物符號而已，但透過字音雙關也增添了額外的利益進來，例如「京燕」此命名不僅引用了「燕子」動物符號，更透過字音雙關而有「驚艷」的額外氛圍，且「京」字還夾帶著文質大器而來，此乃另一型態的複合利益並列。

4. 造句式複合詞

命名字數限制嚴苛，要有句子之結構型態實屬不易，但本文動物符號引用之語料樣本中出現的卻不少（次數 14），其中只有 1 個語料「御麒麟」（V+N）是屬於「動賓式複合詞」；其餘都是「主謂式複合詞」（次數 6），例如「龍騰」（龍是主語，騰是謂語）；以及「完整式複合詞」（次數 7），例如「龍翔隱園」（「龍」（N）+「翔」（V）+「隱園」（N）。

這不容易，一般命名貴在字數簡潔，但引用動物的命名竟有 27% 是句型結構，而且還有不少是完整句型結構。句型要能成立，關鍵至少需有動詞，而動物具有可動性、互動性，加上動物似乎需有動態方能映射其“動物”本質，這些應都是「造句

式複合詞」引用頻率高之因。

額外的觀察是，「造句式複合詞」裡的主詞幾乎都是動物，且動作看似都來自動物，而非房子或房子主人（消費者），例如「龍騰」，主詞是龍，謂詞（動詞）是騰；另一個語料「峰景鳳翔」動作的主詞也是動物「鳳」。然而，動物當主詞總有雙關隱喻之功能，亦即動作的主人除了動物本身，其實還指涉著、隱喻著房產建築案的主人。例如「龍觀天下」，看似描述一條龍在高處鳥瞰天下，其實更隱喻著主人（龍之指涉）高高在上的優勢掌握位階。另一個例子「龍翔隱園」也是，似在描述一條翩然但低調的龍，其實更在隱喻一種成就高翔但謙和隱逸的主人風範。

5. 動補式複合詞

此類複詞結構是動詞加上形容補語，但本文之語料樣本並未有此類引用情形。原因應是動作本身若脫離了動物，意義就不在了，即使該動作還額外加補語綴飾，也無濟於事。例如鑑於鳳凰飛翔的姿態飄逸，於是想出「翔逸」此命名，「翔」為動詞，「逸」為該動詞之補語，雖可歸屬「動補式複合詞」，但也同步告別了動物符號。

（二）明徵與暗徵

因為命名用詞的嚴苛限制，所有的語料樣本幾乎全是「暗徵」。亦即當藉助符號之力，就無須再註明此符號代表之意涵，例如儘管「鳳凰」具有珍貴意涵，卻無須在命名裡點明其象徵意義，如「珍稀鳳凰」⁶。整個語料樣本，除了「尊龍」之「尊」字是明白點出「龍」符號之尊貴意涵，其他 51 個樣本都是以符號來間接表意，因讀者對這些熟悉符號的解讀應不難，無須擔心象徵迷濛偏失之處，而且「暗徵」的優點不僅可以省減說明用字，有時亦能添增解讀的多元性，延展更多語意涉入之可能。

（三）實詞與虛詞

語序和虛詞是漢語中兩種主要的語法手段（胡裕樹，1992：324）；然而，命名貴在簡短有力，意義較空虛的「虛詞」被引用的機率應不高，而本文的語料樣本剛好呈現了絕對偏頗的引用狀況虛詞只有出現一次：「鳳凰之星」。

（四）封閉與開放

本文之語料樣本畢竟只是詞組結構，大多尚未成形為句子，即使成句，亦是一

面倒地大量引用名詞、動詞、形容詞及副詞等這些「開放性詞類」，甚至極大量只集中於名詞加名詞，例如「龍莊」乃「龍」(N) + 「莊」(N)；或者名詞加動詞，例如「龍翔隱園」為「龍」(N) + 「翔」(V) + 「隱」(Adj) + 「園」(N)等。至於介詞、連詞、人稱代名詞、冠詞等「封閉性詞類」幾乎完全沒有出現。

表 3 動物符號的詞素類型與次數分配表

詞素類型	細目類型		語料樣本	個數	累計
單音詞				0	0
衍聲複詞	連綿詞			0	0
	音譯詞			0	
	擬聲詞			0	
合義複詞	主從式 複合詞	動物主體	「尊龍」、「九龍城堡」、「九龍世第」、「金鳳凰」、「美術鳳凰」、「喜鵲 No.1」	7	24
		動物定語	「龍莊」、「龍邸」、「太子龍邸」、「龍宇大觀」、「龍寶臻邸」、「鳳凰墅」、「鳳凰之星」、「鳳凰交響曲」、「陸大鳳凰城」、「太子鳳凰城」、「全球鳳凰城」、「鳳凰未來城」、「麒麟花園」、「麒麟山莊」、「喜鵲花園別墅」、「彩蝶逸品」、「新天鵝堡」	17	
	造句式 複合詞	動賓式 複合詞	「御麒麟」	1	14
		主謂式 複合詞	「龍騰」、「龍威新天地」、「龍威別墅」、「峰景鳳翔」(峰景建設)、「麒麟御」、「山妍蝶舞」	6	
		完整式 複合詞	「龍觀天下」、「龍翔隱園」、「龍門如園」、「龍築金典」、「龍躍藝花園」、「龍騰首席」、「大智若魚」	7	

(續下頁)

詞素類型	細目類型		語料樣本	個數	累計
	動補式 複合詞			0	0
	並列式 複合詞	同義並列 複合詞		0	16
		類義並列 複合詞	「龍鳳天地」、「龍鳳學院」	2	
		利益並列 複合詞（含 系譜並列複 合詞）	品牌符號並列：「鳳凰亞都」、「鳳凰君悅」、「鳳凰喜來登」。地理符號並列：「龍泉居」、「順天敦鳳」（諧音敦煌）、「高鐵天鵝堡」。珍石寶器符號並列：「宏龍新鑽」、「龍銀寶鎮」。角色符號並列：「鳳凰新富」、「鳳珈大第」（珈登建設）。植物符號並列：「龍鳳玫瑰園」。自然符號並列：「龍池翠洲」。雙關利益：「京燕」（字音雙關；驚艷）	14	

伍、結論與建議

一、結論

1. 策略端的訴求設定：在所有引用動物符號的命名語料裡，詞素結構呈現三大勢力，這些勢力背後似代表著此類訊息策略目前的三大趨勢方向。方向一：「極簡策略」。被引用最多的「主從式複合詞」，例如「龍莊」、「龍邸」等命名，其最常見的詞素結構就是「動物」+「指涉物」，其中，指涉物多為房子之近似語，非命名之特殊焦點；換言之，像「龍莊」這種命名，等同只以一個動物名稱來逐鹿天下，可見相當倚重與信賴動物符號的力量，期能光靠一個動物符號取代諸多形容綴詞。方向二：「複合策略」。這是與方向一絕對相反的策略路徑，此類策略最常落實於「利益並列複合詞」（總次數第二），該命名語料皆會鑲嵌複合的

利益或調性進來。例如「鳳凰亞都」不只是單純引用動物符號，而需添增其他系譜符號（「亞都」為知名飯店名稱，屬品牌符號）、利益等來打動這些符號接收者。方向三：「動能策略」。這是專屬於動物符號的發揮強項。本文語料樣本共有 12 個（23%）造句式複合詞，動物的動能、動態演出優勢讓命名充滿鮮活動態與視覺形容。特別是很多動物符號是單音節（例如「龍」），或雙音節可單音詞代表呈現（例如以「鳳」代表「鳳凰」），無論前後只要加上一個動詞，即能鮮活表意，例如「龍翔隱園」此命名就像一條龍一下翔飛一下又潛隱於園中，動態與臨場感十足，應是其他符號難以匹敵之處。

2. 系譜軸的擇選趨勢：在系譜軸的擇定上，動物符號的引用主在「龍」、「鳳」與「麒麟」此類非“真實可見”的動物，且比例超過總體語料樣本之九成，舉 12 生肖為例，只有「龍」被引用。「龍」的符號出現頻率居首位並不意外，因為在東方，龍象徵靈界及塵世中強大的力量，讓人聯想到智慧、力量及自然界的創造能量（李時芬、林淑媚，2009：79）。排名第二的「鳳凰」本與「龍」齊名，且常相伴出動，例如「龍鳳呈祥」、「成龍成鳳」等。按我們傳統的說法，鳳凰是很珍貴的鳥，它一出現就表達「國泰民安」（陳原，2001：57）。亦即當房產建築引用此類神話動物時尚有加分效果，例如「鳳凰居」，雖人是最高等動物，但鳳凰仍有其珍稀神秘之質感；但若換成其他家禽野獸，反有降級之嫌，例如引用「狗」，反成狗屋之笑柄。當然，除了珍稀神奇的動物之外，人們凡是入新厝、搬新家總希望漂亮裝扮、喜氣臨門，因而擇定動物符號時總不脫隱喻珍貴與吉祥之意象，也難怪「喜鵲」、「蝴蝶」等漂亮或吉祥的動物也會受青睞，只是引用比例仍不高罷了。而且，其角色較像是喜事的傳遞者、象徵物，而不像「龍」或「鳳凰」不僅常在命名裡動態演出，且甚至隱喻購屋主人之化身。亦即，透過房產命名對動物符號系譜的類別擇選，可概窺當下之房產觀或居住觀。例如喜鵲、蝴蝶等因其喜氣或美感之隱喻而獲選，但又不像龍、鳳、麒麟那樣能擁有優勢位階，甚至不可高攀的形象與氣勢，因而有引用頻率上之落差。至於諸多動物中，只有少數幾類動物受命名青睞，呈現相當偏頗的引用現象（龍加鳳即占 77%），實因人類本比一般動物高等，實無需將自己的住所與這些家禽放獸作牽連。
3. 毗鄰軸的序列結構：動詞或形容詞與名詞並置的並列架構為符號命名之大宗，亦即命名用字相當簡潔有力，幾乎每個命名都是連結好幾個身兼單詞與詞根一身的動詞、形容詞與名詞，而甚少副詞、助詞等虛詞，相當節約省潔。若分層來看結構，單詞串連的現象更是鮮明。例如「龍泉居」，第一層結構是「龍泉」（N）+「居」（N）、第二層結構「龍泉」又可拆分為「龍」（N）+「泉」（N）；也例如「宏龍新鑽」的第一層結構為「宏龍」（N）+「新鑽」、第二層結構之

「宏龍」是「宏」(Adj) + 「龍」(N)，以及「新鑽」是「新」(Adj) + 「鑽」(N)，而額外發現的是，因動物本身具有動作能力，因而在引用動物符號，特別常出現動詞，例如「龍(N) + 騰(V)」、「龍(N) + 躍(V)」、「龍(N) + 翔(V)」、「鳳(N) + 翔(V)」、「蝶(N) + 舞(V)」等。這用字省潔且一詞多義的趨勢現象提供了命名另一個取徑，例如雙音節詞「喜鵲」與「蝴蝶」被引用在命名裡，因「喜」字是重要的喻義，所以並不需刪減字；但相對地，「蝴蝶」之「蝴」意義不大，即可刪減，進而有空間放另一具有綴飾功能之詞素進來，例如「彩蝶逸品」。至於「京燕」則是透過字音雙關，單靠兩個字就帶出「京城」、「燕子」、「驚艷」等眾多優勢意涵進來，值得稱許與效仿。此外，「龍騰」此命名則是巧妙的透過藏尾修辭(「虎躍」刪藏起來)，把「龍騰虎躍」之成語做最精簡的撰文示範，這也開闢了我們廣大語詞庫之可能，想想，太多動物相關的四字成語皆可以類此運用。特別是動物符號有其隱喻侷限，例如較多只能形容房子本體，而無法像地理符號，例如「歐洲」或「巴黎」能整體隱喻居家之周遭與氛圍環境，似更需精簡用詞以便添增進階修綴的詞素進來，例如「龍翔隱園」就反利用動物的動作優勢，不僅有龍的尊貴象徵，還同步鑲嵌翔飛與逸隱的處事作為進來，命名的靈活性與生動性更優於其他符號。

二、建議

對有意從事後續研究者之建議有三：

1. 本研究因只擇定單一產品類別(房產建案)的命名以及單一的「動物符號」，較難作全面性的通則類推，建議語料樣本蒐集的涵蓋範圍盡量更廣泛。理想上產品類別至少分高涉入與低涉入產品，至於符號類型也應納入更多細目類項一併檢測，例如同時檢視植物符號、自然符號、角色符號、地理符號等。此外，若有前後時間對照，語料樣本的演進趨勢方能予以釐清。
2. 後續研究可進階追究命名文本在讀者端解讀、解碼時的真正效果或意涵(例如隱含義和迷思)，舉「龍翔隱園」此命名為例，讀者解碼的路徑與層次未必雷同，例如未必人人皆能領會「翔」與「隱」是兩種相對的調性在裡頭，甚至解讀時斷句都不同，有人解讀節奏是二二結構：「龍翔」+「隱園」；有人卻能領會是句型結構：「龍」+「翔」+「隱」+「園」，亦即有人會把「隱」當形容詞(隱密的)，有人卻將之視為動詞(隱藏、潛伏)之別。
3. 本研究因只聚焦在表現端、訊息呈現面向的符號表現，前端訴求策略之影響，甚或創作者或創作文化脈絡的關連等若也能同步探究，將可避開過於片面的文本觀

察與主觀揣測。

對品牌命名撰文者之建議有三：

1. 符號愈是熱門，雷同性便愈高，不僅必需進階謹慎處理命名詞素的系譜軸，在語法結構上，更要善於利用合義複詞，特別是利益並列式複合詞，額外增添的系譜、調性或利益常是命名的優勢所在。
2. 符號詞組是否夠新穎獨特，不僅在詞素的選擇，也在詞素之排列組合。建議命名之前，一定要先彙整分析競爭者的命名，以及確定自己訊息訴求的方向重點，不僅可避免雷同，更可清晰掌握脫穎而出的呈現內容與形式。
3. 本研究雖因語料樣本的擇選及符號檢定類項不夠周全，但研究結果大致整理之命名系譜類型與詞素結構仍具有命名創作上的參考價值。特別是當動物符號愈常被引用時，加上房產是高單價高涉入的產品，單一倚賴感性訴求或理性訴求似已不足以說服潛在讀者，正因為其多為複合利益或調性的策略訴求方向，本文研究結果之各項次數分配自然明顯趨向擁有複合利益或調性，「主從式複合詞」與「複合式合義複詞」即占了多數，而且加上造句式複合詞通常也都夾帶複合利益或調性而來，例如「龍翔隱園」，「翔」是高調的；相對地，「隱」卻是低調。所以，若遇到高涉入產品且剛好訴諸複合訴求時，以及命名藉助符號時，知悉符號可能有引用雷同或解碼疲乏之嫌，就要強化綴詞或強化利益與調性來幫符號有效代表與闡釋其意義。正因為一直堆疊詞素能強化訊息說明；但相對地，容易造成詞素過多、命名過長，也所以詞素可擇定單一出現，或一詞二用（透過雙關表達雙義，例如「京燕」、「敦凰」）盡量以最簡短扼要的名詞、動詞等開放性詞素來組構此命名。

三、後記

為產品命名時，命名人員（例如廣告公司的文案人員）主要有兩端的考量與擔心，首先，是製碼端創作者自己思路阻塞、詞彙短少以致表現雷同的問題，另一則是解碼端讀者解讀疲乏的問題。圖3是筆者從創作者的角度藉助此文語料樣本隻歸整心得整理之詞素變換組合路徑圖，命名時只要覺得有雷同之慮或不新穎之失，即可參照此圖，進而嘗試各種其他創作路徑，特別是透過「位置變換」、「近似詞（包括近音）」、「雙關詞」及早已豐沛存有的「成語詞」或與其他符號系譜共襄盛舉之助力，定能讓命名走到對的甚至妙的路徑。

例如當做「龍」的聯想時，首先想到臥龍先生，而有「臥龍」之命名，「握」是動詞、「龍」是其賓語，此為「動賓式複合詞」。但也可改為二一結構，多個字改為「臥龍軒」，則變成了「主從式複合詞」；然後又可透過近似詞，將「臥龍」修綴之主體詞「軒」改為「臥龍先」、「臥龍仙」甚或改製成完整句型，例如「臥龍遊園」：「臥龍」(N) + 「遊」(V) + 「園」(N)。另一個發想方向是把「龍」當定語，後面的主體詞可以是「岩」，於是命名為「龍岩」，以近音詞聯想，還可變成「龍簷」，當然可以更明白的以龍來修飾住所，例如「龍苑」，只是這樣似乎太單薄且該定語太容易跟其他命名重複，於是可在前面再添增一綴飾詞，成為一二結構，例如「芙龍苑」，是芙蓉與龍之結合，兼有龍之神氣與芙蓉之清美，此時命名已是「利益並列複合詞」。當然，也可以直接引用另外的系譜符號進來做加分動作，例如想添增人文氣息進來，便催生了「誠品芙龍」此命名出來，透過近音關係，又近親繁殖出「澄品芙龍」、「橙品芙龍」、「橙蘋孵龍」等命名。

不過這裡要提醒的是，命名之詞素簡單，較易有雷同困擾；但過於繁複，一次擠塞太多利益或調性進來也有其弊端，就像雙關隱喻，過於曲折繞彎，有時反失去了識別與初衷意涵。舉「橙蘋孵龍」此命名為例，「橙蘋」+「孵」+「龍」，不僅是造句式結構，且動用了兩款系譜符號——植物符號與動物符號，似是不賴的作品；但仔細推敲，句子本身玩的結構與意義過於複雜且反超過其對房子的指涉意涵，實為不妥。另舉「寶儷龍」此命名為例，其創意來自字音雙關「保力龍」，雖這「龍」又「寶」（寶貴）又「儷」（美麗）的，似是不賴形容；但符號與指涉之符義到了解碼端未必如願，當有人看到房子用「保力龍」來隱喻象徵時，是否擔憂買到的房子是否就如「保力龍」一樣，不牢靠而且又不環保。（註：以上命名為筆者自行試寫。）

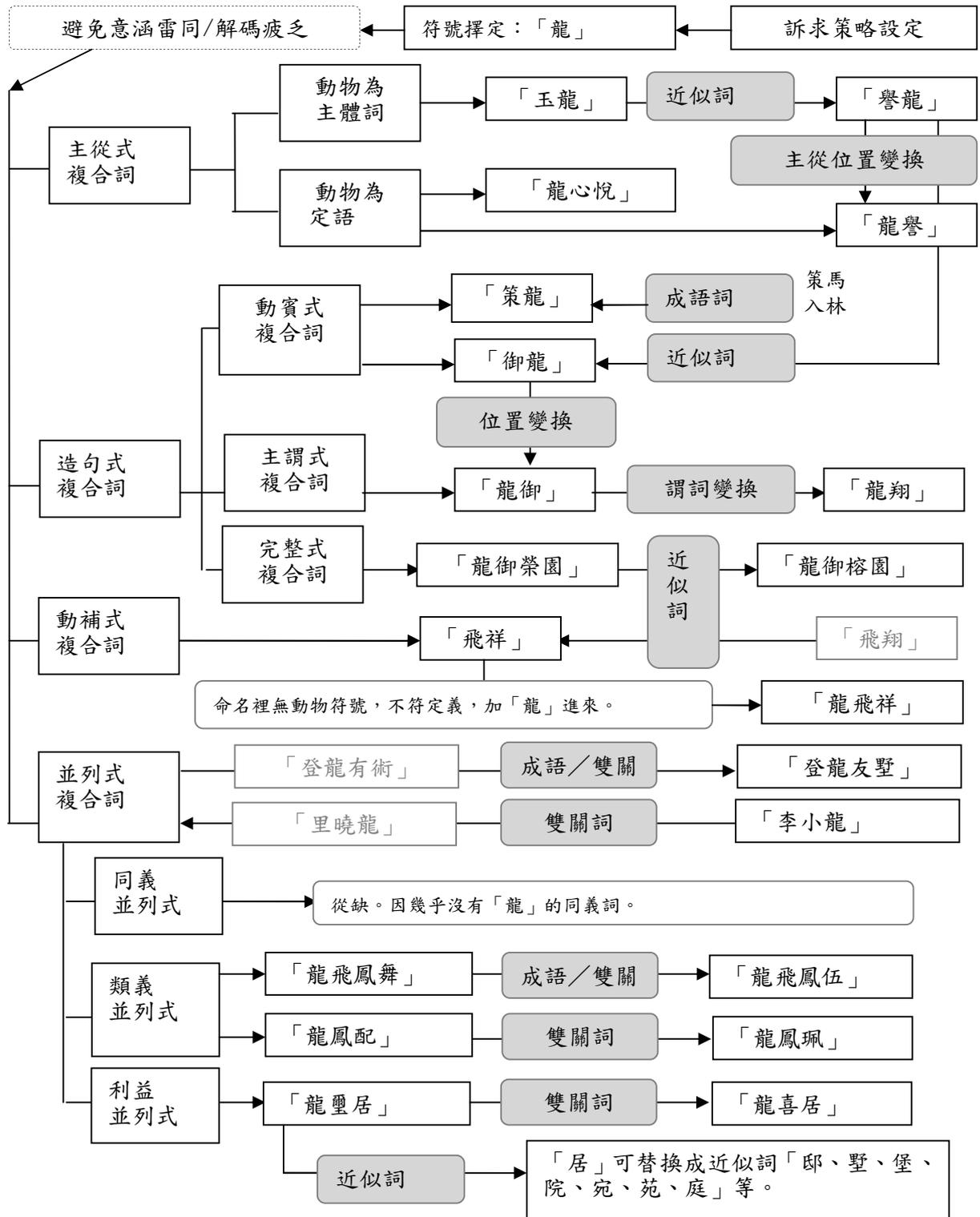


圖 3 命名創作方向與詞素變換參照圖 (註：以上命名為筆者自行試寫)

註 釋

1. 「龍」非屬本文之 52 個語料樣本。
2. 「蝴蝶」非屬本文之 52 個語料樣本。
3. 「沙丁魚」非屬本文之 52 個語料樣本。
4. 「嗡嗡嗡」非屬本文之 52 個語料樣本。
5. 「翔隱」非屬本文之 52 個語料樣本。
6. 「珍稀鳳凰」非屬本文之 52 個語料樣本。

參考文獻

- 李時芬、林淑媚(譯)(2009)。**符號與象徵：圖解世界的秘密**(原作者：B. M. Miranda & W. Philip)。臺北市：時報文化出版企業股份有限公司。(原著出版年：2008)
- 李裕德(1985)。**新編實用修辭**。北京：北京出版社。
- 余秋雨(2006)。**藝術創造論**。臺北市：天下遠見出版股份有限公司。
- 吳裕成(1993)。**十二生肖與中華文化**。臺北市：百觀出版社。
- 邱順應(2008)。**廣告文案-創思原則與寫作實踐**。臺北市：智勝文化事業有限公司。
- 竺家寧(2008)。**漢語詞彙學**。臺北市：五南圖書出版股份有限公司。
- 胡裕樹(1992)。**現代漢語**。臺北市：新文豐出版公司。
- 俞建章、葉舒憲(1990)。**符號：語言與藝術**。臺北市：久大文化股份有限公司。
- 張錦華(譯)(2003)。**傳播符號學理論**(原作者：Fiske)。臺北市：遠流出版事業股份有限公司。(原著出版年：1990)
- 張志公、劉蘭英(1993)。**語法與修辭(上)**。臺北市：新學識文教出版中心。
- 陳原(2001)。**語言與語言學論叢**。臺北市：臺灣商務印書館。
- 楊如雪(2001)。**文法與修辭(上)**。臺中市：大同資訊企業股份有限公司。
- 楊裕富(1998)。**設計的文化基礎**。臺北市：亞太圖書有限公司。

楊祖珺（譯）（1997）。**傳播及文化研究主要概念**（原作者：T. O. Sullivan, J. Hartley, D. Saunders, M. Montgomery, & J. Fiske）。臺北市：遠流出版事業股份有限公司。（原著出版年：1997）

蔡恪森（譯）（1977）。**廣告文案研究**（原作者：S. F. Milton）。臺北市：聯經出版公司。（原著出版年：1969）

謝國平（2008）。**語言學概論**。臺北市：三民書局。

Fiske, J. (1990). *Introduction to communication studies*. New York: Routledge.

Animal Symbol and Grammatical Structure of Real Estate's Naming in Taiwan

Shun-Ying Chiou *

Abstract

The main purpose of the study is to find out how animal symbols (such as dragon, tiger, fish etc.) are utilized in naming. This paper not only tries to find the reflected application of symbols in the real estate field. Moreover, the style and grammatical structure of the utilized in the naming statement is also analyzed. The method used for this study is documentary analysis and morphology. It's found through this research that the selection of animal symbol in brand naming tends to be simple (dragon, phoenix and kylin occupy 90% of total samples), but the grammatical structure tends to be complicated.

Key words: Brand Naming, Morpheme, Animal Symbol, Grammatical Structure

* Assistant Professor, Department of Visual Communication Design, Chaoyang University of Technology