

古称新韵里的文化气象

张鹏瀚

《人民日报》(2026年01月12日 第08版)

“朱雀”，古代神话中的灵兽，也是我国新型可重复使用火箭的名称。

“夸父”，神话故事里不懈逐日的巨人，也是我国自研大科学装置“人造太阳”的名字。

有“四不像”之称的我国特有物种麋鹿曾因列强入侵在本土绝迹，近年来在我国实现“物种重生”，有关方面更推动权威国际组织以中文音译“Milu”取代西方惯称的“大卫神父鹿”。

从神话意象到生物名称，每一个“中国名”的背后，都承载着中华民族的历史记忆、价值理念和精神追求。以“中国名”为桥梁，将历史传承、文化根脉和发展成就巧妙地融入其中，中国故事便更具感染力和传播力，世人就更容易感知中华文化的独特魅力。

名称，不只是事物的标签，还是认知的基石、意义的编码，更是展开叙事的话语原点、形成文化认同的情感触发器。某种意义上，名字是理解事物的第一扇门，能在不经意间勾起人们对历史的追忆、对文化的认同。抽象的概念因此变得具体可感，宏大的叙事因此拥有细腻的情感链路。由此而言，立足本土、扎根本源，取好“中国名”，能为讲好“中国事”织牢情感共鸣的纽带。

“中国名”受到欢迎，体现出文化自信的不断增强。“鲲鹏”凌空、“北斗”引航、“鸿蒙”开元，将文化符号转化为现代标识，为硬核科技注入古典神韵，承载雄心壮志与浪漫想象。“麋鹿”中文音译获得国际认可，彰显出对中国动物保护成就的肯定、对中国历史文化的尊重。古称新韵的“中国名”，延续中华文脉，激发文化自信。中华文化要在世界文化之林立得住，就必须不断巩固文化主体性，让文化意义上的自我更加坚定、更加凸显。

名称背后有解释权、定义权，其价值不仅在于塑造认知，还能

①指出现象：中国名走向世界

②分析原因：文化魅力

分析原因：情感共鸣

纽带：指能够起联系作用的人或事物。

分析原因：文化自信

深入社会肌理形成广泛影响。猕猴桃原产中国，《诗经》中“隰有苕楚，猗傩其枝”的“苕楚”，就是一种类似猕猴桃的植物。猕猴桃被引入新西兰后，又以“奇异果”之名返销中国市场。如今，陕西的“秦美”、贵州的“弥你红”等众多本土品牌崛起，并将文化哲学、生态理念融入其中，赢得国内消费者青睐。可见，取好“中国名”对于赢得发展舞台、市场声量，具有独特意义。

无论是国之重器，还是消费产品，“中国名”已沉淀为无形资产，在一次次“破圈”“出海”中转化为文化软实力。以“中华思想文化术语传播工程”为例，梳理发布“大同”“小康”等1200条核心术语，多语种、系统性阐释中华思想精髓，将中国理念更好推向世界，为国际交流提供新的“话语基石”。越来越多包括“中国名”在内的中国符号，被打造成为具有亮色的文化标识，打开了一扇扇触摸中华文脉、读懂中国发展的窗。

当“中国名”与时代发展同频共振，与人民心声深度契合，每一个听到或看到这些名字的人，都会从中感受到中华文化的生命力与创造力。期待更多生动、可感的文化符号涌现出来，连缀成一座座信心之桥、理解之桥，让可信、可爱、可敬的中国形象更加深入人心。

分析原因：赢得市场

青睐：青眼。指人高兴时眼睛正着看，黑色的眼珠在中间。比喻对人的喜爱或重视。

分析原因：文化软实力

中华思想文化术语传播工程：2014年经国务院批准设立的国家级文化项目。旨在系统整理中国传统文化核心术语并通过政府机构、社会组织、传播媒体等对外交往渠道开展国际传播。

③展望未来

连缀：联结。