

# 1. 前言

## 1.1 研究起緣

顏色是一種自然的現象，它存在於人類生活的各種環境角落裡。而顏色是通過人類的眼睛和大腦所共同引起的一種視覺經驗；人們對顏色的認知反映在語言上，就稱為「顏色詞」。

顏色詞是現代語言詞匯系統中一類特殊的詞群，始終吸引著學者們的目光，語言學界也從未停止對顏色詞的研究。但可發現，近年來學者大多以傳統的顏色詞作為研究對象；對於「幻影黑」、「衝刺藍」、「火焰紅」、「冰川白」、「紫水晶」等代表的顏色詞卻鮮少有人關注。然而不論人們關注與否，這類新詞語的出現，其內部數量之大、增加速度之快、應用範圍之廣都已成為不爭的事實。似乎在一瞬間，就出現了數以萬計的此類顏色詞，而這類顏色詞也逐漸地佔據著現有的顏色詞領域。

這類新造詞剛開始是用來表示某種產品的顏色，如 MP3 播放器、手機、相機等 3C 電子產品又或衣服、鞋子、包包等日常用品。實例如：

MP3 Sony Walkman 搖滾粉、銀河藍、熱焰紅、龐克黑

手機 APROGEE 傳奇黑、時尚白、迷戀紅

按摩 OSIM 時尚紫、沉穩褐、珊瑚紅、拿鐵白

由上述的例子，可以清楚地瞭解這類顏色詞在日常生活裡被廣泛的使用。那麼，這類顏色詞是何時產生，又是如何形成今日之盛況呢？由於語料考證困難，對於這類新造詞最初出現的時間讓人很難定論；可以肯

定的是，隨著市場的經濟繁榮、人們期望有著更高的生活品質，其使用的範圍也由附加價值較低的數位產品，擴張至汽車這一類的昂貴商品上。汽車是顏色的載體，不管是台灣或是德國的消費者在購車時都會將顏色列入為重要考量。看似單純的汽車漆色詞，不僅是汽車外在的包裝，更包含了汽車漆色顏色命名的方式、消費者心理等等的因素。汽車漆色詞是有著巨大影響的新造顏色詞，對它的研究是有其必要性的。

## 1.2 研究對象

本論文研究的對象是漢、德語的汽車漆色詞。從概念上看，這類新造顏色詞是有別於傳統的顏色詞。首先，本人認為這類特殊的顏色名稱是詞而非詞組。一般認為，詞是具有固定的語音形式、必須表示一定的意義，並能夠自由運用最小的語言單位。本文所定義的「漢德汽車漆色詞」能符合上述的條件，如：

「衝刺藍(Sprintblau)」：

	漢語
語音形式	chongcilán
一定意義	表示速度的一種顏色
定型結構	動詞 + 基本顏色詞
獨立運用	形容汽車顏色
最小單位	以「衝刺藍」的形式出現，不能插入 任合成份

可見，本文所述的漢德語汽車漆色詞，它們是一定具備語義與字詞完整性跟結合性的性質，而在具體的語境中，它們的結構是不予許增字與擴張的，所以應該是詞而不是詞組。

### 1.3 研究現況

#### 漢語語法學界對顏色詞的研究

近年來，漢語語法學界許多學者致力於漢語顏色詞的探討，學者們各自從不同的角度出發，已經發表了大量的成果。如：劉鈞杰《顏色詞的構成》<sup><1></sup>(劉鈞杰，1985)就從詞的角度出發，將漢語顏色詞分為純顏色、物體顏色詞、物純顏色詞、純顏色詞的生動形式四類；張旺熹《色彩詞聯想意義出論》<sup><2></sup>(張旺熹，1988)是對顏色詞聯想義的研究；周秀娟《顏色域隱喻義初探》<sup><3></sup>(周秀娟，2000)對顏色的聯想及隱喻的研究，比較全面性的探討顏色詞詞義複雜性的深層原因；李紅印《漢語色彩範疇的表達方式》<sup><4></sup>(李紅印，2004)是從詞匯和句法兩個層面上來分析漢語色彩範疇的表達方式和規則，有助於對外漢語教學和漢語學習辭典編寫。

楊永林所著的《中國學生漢語色彩語碼認知模式研究》及《中國學生英語色彩語碼認知模式研究》<sup><5></sup>，被認為是漢語學界顏色詞認知領域

<1> 劉均杰:顏色詞的構成，北京:語言教學與研究，1985，第 85 頁。

<2> 張旺熹:色彩詞聯想意義出論，北京:語言教學與研究，1988，第 30 頁。

<3> 周秀娟:顏色域隱喻義初探，吉林:延邊大學學報，2000，第 60 頁。

<4> 李紅印:漢語色彩範疇的表達方式，北京:語言教學與研究，2004，第 75 頁。

<5> 楊永林:中國學生漢語色彩語碼認知模式研究，北京:清華大學出版社，2002，第 105 頁。

的代表作品。此二書中，作者採用實驗調查方法，從社會語言學和認知心理學的角度，分析中國大學生對漢語及英語這兩種語境下的色彩編碼能力，以及性別因素、社會文化因素等對顏色詞認知的影響，是漢語學界對顏色詞認知研究領域的一大突破。<sup><6></sup>

## 德語語法學界對顏色詞的研究

不只是漢語顏色詞，德語顏色詞同樣也吸引了不少德國學者注目。如：大文豪 歌德(Johann Wolfgang von Goethe) 所著作的「顏色論」<sup><7></sup>(Zur Farbenlehre, 1810)。這本書主要是反對牛頓的光和顏色理論，並試圖運用自己的理論取而代之。有一些學者是從生理學、心理學和化學的角度來探討，像是 赫爾曼·亥姆霍茲(Hermann von Helmholtz)，他在《生理光學手冊》<sup><8></sup>(Handbuch der Physiologischen Optik, 1867)中用假設性主義的理論基礎提出了空間視覺(Raumwahrnehmung)、色彩視覺(Farbwahrnehmung)及行動視覺(Bewegungswahrnehmung)，造成十九世紀後半期有關顏色的書籍都以此書為重要的參考依據。但 埃瓦爾德·赫林(Ewald Hering)在空間和色彩的視覺觀點上卻與 赫爾曼·亥姆霍茲持著相反的意見，他認為人的眼睛跟三原色是有關聯的，所謂的三原色是指：rot(紅色)、grün(綠色)、blau(藍色)。他更進一步在《反色彩理論》(Gegenfarbtheorie, 1878)一書中指出基本的顏色有六個，分別是 rot(紅色)、grün(綠色)、gelb(黃色)、

---

<sup><6></sup> 王成晶：《手機顏色詞探析》，碩士論文，湖南：湖南師範大學漢語言文字學研究所，2007，第9頁。

<sup><7></sup> Goethe, Johann Wolfgang: Zur Farbenlehre, Frankfurt am Main: Deutscher Klassiker Verlag, 1991, S.108。

<sup><8></sup> Hermann von Helmholtz: Hand der Physiologischen Optik, Leipzig: Leopold Voss, 1867, S.94。

blau(藍色)、weiß(白色)、schwarz(黑色)此種說法也較被現代學者接受。

但在一九一六年時，佛里德里希·威廉·奧斯特瓦爾德(Friedrich Wilhelm Ostwald)卻認為 埃瓦爾德·赫林所提出的六個基本顏色是錯誤的。在他的著作《色彩指南》<sup><9></sup>(Farbfibel, 1916)中，他認為基本的顏色應該是 gelb(黃色)、rot(紅色)、blau(藍色)、meergrün(海綠色)、orange(橙色)、lila(紫色)、türkisgrün (松石綠色)、blattgrün (葉綠色)。但此理論較不受現代的德國學者所接受。

有些學者或是科學家則是由醫學的角度來描述顏色，例如克里斯塔－穆絲(Christan Muths)寫的《色彩處方》(Farbetherapie1989)：透過色彩來治療，溫柔的對待你的健康－顏色是靈魂的鑰匙，以及哈洛德－布鯨思(Harald Braems)的《顏色的力量》(Die Mächte der Farben 2003)等。有些學者則是由社會學以及心理學的角度來探討典型的顏色對人所造成的影響，例如依娃－海勒(Eva Hellers)的《顏色是如何影響人類的理智與情感》(2000)。在心理學層面的影響中，幸運色，有害顏色，女性色彩，男性色彩，象徵性的影響，語言中顏色所代表的象徵意義，創新的顏色主體以及顏色在不同文化差異所帶來的影響都屬於這個已被大家所認同的主題之中。

---

<sup><9></sup> Friedrich Wilhelm Ostwald:Farbfibel, Berlin : Unesma 16. Unveränderte Aufl., 1944, S.308。

## 1.4 研究方法

不同時代有著不同的社會生活形式，同時也決定了不同的語言內容而語言的內容也反映在社會生活的各個層面上。新造詞的產生，也就是社會變化和時代發展在語言上的反映。

本論文在現有的研究基礎上，運用語音學、構詞學、語義學等相關理論，對所蒐集的漢、德語汽車漆色詞的語料進行分析研究。首先，從語音學中音節構成的角度來，分析漢語和德語的汽車漆色詞在音節形式上有何差異；在構詞學部分，主要是比較漢語和德語的汽車漆色詞之複合式結構的相同處與相異處；從語義學的角度來分析台灣汽車市場與德國汽車市場在色彩使用上的差別，並分析顏色詞構詞的心理基礎。而本論文選擇漢、德語汽車漆色詞做為研究主題，主要是為了記錄真實的社會生活情況，同時也是對這特殊的現象進行剖析。

## 2. 顏色詞的概述

### 2.1 顏色和顏色詞

在五光十色、絢爛繽紛的世界中，是顏色使宇宙萬物充滿著情感，然後顯得生氣蓬勃。顏色是最普遍的審美形式，也是一種自然現象，它存在人類環境的各個角落裡；換言之，人類的生活與顏色有著密不可分的關係。

人為的世界有各式各樣的顏色，它們可以被匯集而成為複雜的色塊，也可以精確的被當成單純的色調，但這都是基於人類高科技的輔助把顏色進一步的分類。自然界的顏色是互相延伸且連續性存在，像一條長長的彩帶，顏色與顏色間的過渡地方有時是難以劃分。顏色是通過眼、腦和人類生活經驗所產生的一種對光的視覺效應，它原本是一種抽象的概念，籠統的感覺。但隨著文明進步，人類把這種視覺的現象給分段切開，使宇宙萬物各具有獨特的顏色。進而把對顏色的認知反映在語言上，因而發展出「顏色詞」，隨即人們就可在這姹紫嫣紅、色彩繽紛的世界，用顏色詞來表達千色萬彩。

## 2.2 顏色詞的概況

### 2.2.1 顏色詞產生的動因

語言符號與實物間的任意性關係在人類的社會下，被約定俗成為相互制約的關係<sup><10></sup>。而語言中用來描寫事物各種顏色的詞，就是顏色詞。顏色詞是人類文化進步下的產物，但它本身並無法表現思想及呈現情感；然而卻可經由人類的認識及改造，在人類的心理留下各種的影響，產生不同的感受。換言之，顏色詞產生的原因是多方面因素共同作用的結果。

顏色是自然萬物屬性的一種表現，而宇宙萬物都有著自己的專屬顏色，這些豐富的色彩，對顏色詞的產生提供了源源不絕的「意指」材料；讓人們利用語言對顏色的命名上，始終呈現在進行式的狀態。人類眼睛上的視網膜佈滿著可以感受的視覺神經，這些視覺神經合使人的眼睛具備有高度的辨光、辨色的能力。因此，在人眼對顏色的高分辨能力下，自然界普遍存在的顏色原本是沒有意義，進一步轉化成人類最原始的色彩視覺經驗。人類大腦的思維活動具有高度的囊括性，也正因如此，當人類面對繁多複雜的顏色世界時，會將其顏色從所附著的具體事物中抽離，成為獨立的認知對象，然後再進入人類大腦的認知範圍，而後形成了顏色的概念。換言之，顏色詞是由於人眼對顏色的高度辨識能力與人類大腦的認知所產生的結果。

---

<10> Bußmann, Hadumod (Hg.): Lexikon der Sprachwissenschaft. Stuttgart: Kröner, 2002, S.699. Unter: „Sprache“.



## 2.2.2 顏色詞詞義的發展

語言是一種社會現象，它隨著社會的發展而發展<sup><11></sup>。而在語言三要素之一的詞匯對社會生活的變動及人類思想理念的更新又最為敏感；社會的發展變化會最先反映到詞匯上來，換言之，語言中的詞匯可以當作是社會發展的指標，而顏色詞當然也不例外。顏色詞的發展，不僅包括顏色詞數量的增多，也包含顏色詞詞義的擴展與縮小。例如古漢語：青包括藍色與綠色(青天，青草)或黑色。現代漢語的日常用語多用其綠色詞義(比較，論文第 12、13 頁)。

詞義不是一成不變的，它可以因為人類的政治意識、哲學思想等等的介入，而被改變。簡單來說，它始終處於不斷發展演變的過程裡。顏色詞詞義的擴張有兩種情況：一種是本身民族語言在固有的顏色詞詞義基礎上增加了新的顏色詞義，但基本上新的顏色詞詞義並不會脫離原始顏色詞的文化的內涵；而另一方面是，當與不同的民族的不同文化接觸時，必然會受到這些民族文化的影響，進而被引進一些新事物、新概念，而這些新的因素，理所當然的也會創造出新的顏色詞詞義來。人們運用顏色詞也會因為不同地區和不同的民族文化而有所不同，甚至產生特定的意義。隨著時代的變遷與發展，顏色詞的詞義會越來越複雜細緻，越來越多元化。

---

<sup><11></sup> Bußmann, Hadumod (Hg.): Lexikon der Sprachwissenschaft. Stuttgart: Kröner, 2002, S.699. Unter: „Sprache“.

### 2.2.3 顏色詞的文化意義

語言與文化有著十分密切的關係。人類之所以擁有文明是因為產生了語言，然後再對它加以利用，而促使文化得以產生和存在<sup><12></sup>。語言與文化之間是相互影響及相互制約的；簡單來說就是任何民族的語言都負荷著該民族深厚的文化，但文化對語言的影響程度是不均等的，它反映在語音和語法上面較少，多反映在詞匯上。因此，不同文化的詞匯比較就常為研究之主題。

顏色詞，顧名思義是指語言中用來描述事物顏色的詞。<sup><13></sup>；在言語交際中，顏色不僅表示色彩，每個顏色詞都有其隱含的價值觀<sup><14></sup>與象徵的意義。以「紅」、「白」兩色為例，因為這兩個顏色在文化的意味上最為濃厚，且歷史悠久也較根深蒂固。「紅色」在中國民俗中象徵著喜慶的顏色，常用於婚嫁、生子、過年過節等喜慶的日子；而在中國的觀念裡，「白色」則被視為凶色，是悲哀的象徵，容易使人聯想到凶離喪葬等不祥之事。但若在不同的歷史文化、政治意識、社會風俗等等因素影響之下，同一個顏色詞卻可以產生出不同的象徵意義。在西方世界裡「紅」是有著貶意的詞，是「火」、「血」的聯想，它象徵著殘暴、流血，但也有熱情積極意涵；而「白」則有著美好、幸福、快樂的涵義。聖經故事裡，天使總是長著一對潔白色的翅膀，頭頂上懸浮著銀白色的光環。從這裡可以得知，在人們的文化心理上，很容易造成顏色詞的特定文化涵義。

---

<sup><12></sup> 唐振華，《符號學與顏色在跨文化交際中應用》載《深圳大學學報》，1996年，頁11-14。

<sup><13></sup> 同上。

<sup><14></sup> 張淑琦，《俄漢語顏色詞之對比研究》，碩士論文，台北：政治大學俄國語文研究所，2006年，頁45。

但人們對顏色既有的觀念，卻會隨著文化交流的日益頻繁而有所改變。人們接受、引進異國文化，使得原有的文化因而更加的豐富充實。白色在西方代表著純潔、聖潔，但在中國卻是孝服的顏色；近年來卻受到西方文化的影響，年青人在婚禮上，新娘也穿白色的婚禮服、肩披白紗，用來表示愛情的純潔。而西方人穿著中國傳統的紅色唐裝時，也不會把它與血腥，暴力聯繫起來。所以，顏色詞作為一種符號系統在不同語言裡具有不同的用途及文化價值，然後透過跨文化的交流，產生新的文化涵義；從而可以使人們了解，顏色詞的產生及發展與民族文化與社會物質文明息息相關，也可以說顏色詞是文化的折射<sup><15></sup>，而顏色詞也就成為詞匯系統中反映民族文化的一個重要詞群。



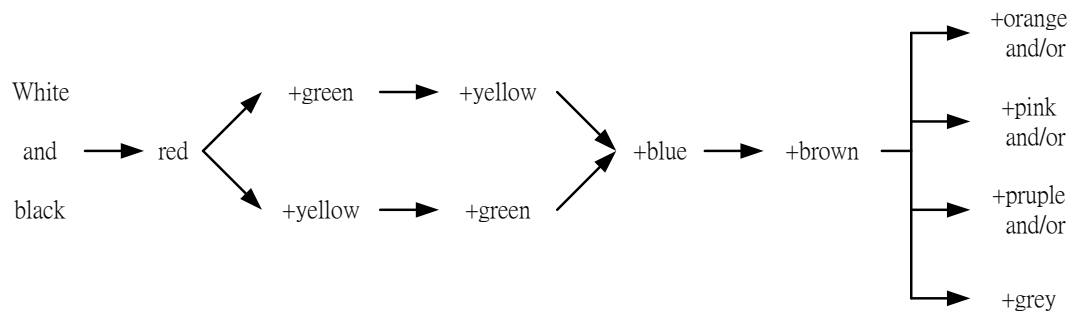
### 3. 漢德語基本顏色詞描述

#### 3.1 漢德基本顏色詞確定標準

顏色詞是按詞匯的概念意義所劃分出來的一類詞，每個顏色詞都具有相同的地位，在漢、德兩種語言中，它們的數量十分的豐富。現代語言學家關於基本顏色詞的概念研究是由美國人類學家的學者 爾林(Berlin)和凱(Kay)於 1969 年所提出來的，他們調查了 98 種語言，透過翻譯把這些語言的顏色和英語顏色詞進行了跨文化的比較後，發現了其規律性。基本顏色詞的發展是進化式，儘管人類語言的顏色詞的數量不一，不過它們所表示的顏色範疇都不出這十一個：white(白色)、black(黑色)、

<sup><15></sup> 張淑琦，《俄漢語顏色詞之對比研究》，碩士論文，台北：政治大學俄國語文研究所，2006，頁 52。

red(紅色)、green(綠色)、yellow(黃色)、blue(藍色)、brown(褐色)、purple(紫色)、pink(粉紅色)、orange(橙色)、grey(灰色)，並以如下的序列出現：<sup><16></sup>



這一序列表示出：這十一個基本顏色詞在不同語言階段出現時都是按照從左列到右列的順序出現，有著嚴格的演變順序，但卻沒有前後順序的差別：

- (1) 任何語言至少都有兩個基本顏色詞，也就是黑色和白色；
- (2) 如果有一種語言有三個基本顏色詞，它必定是加上了表紅色的名稱；
- (3) 如果有一種語言有四個基本顏色詞，第四個詞不是表示綠色範疇就是表示黃色範疇；
- (4) 如果一種語言有五個基本顏色詞，那麼它就有了分別表示綠和黃的名稱；
- (5) 如果一種語言有六個基本顏色詞，一定有表示藍的名稱；
- (6) 如果一種語言有七個基本顏色詞，這第七個詞必定是棕色；
- (7) 如果一種語言有八個(或更多)基本顏色詞，就有了表示紫、粉紅、橙、灰中的任一種(或幾種)顏色名稱。

那麼到底什麼樣的詞，才能被稱作是基本顏色詞呢？爾林和凱曾提

<sup><16></sup> Berlin, B und Kay, P. Basic Color Terms: Their Universality and Evolution. Berkely: University of California Press, 1991(1969). S.406。

出過確定基本顏色詞的四個標準<sup><17></sup>，漢、德語言學界主要就是根據這四條標準對各自語言中的基本顏色詞進行界定的。

(1) 單一詞素：即詞義無法從詞的組成部分推知。如：

- i. 漢語中的「駝」+「色」必帶詞素「色」才能成為顏色詞，凡含有兩個詞素，並不是基本顏色詞。
- ii. 德語中，“bläulich,,由表示「藍」的詞根詞素即表示「微帶...色」的詞綴詞素“-lich,,所構成的，並不是基本顏色詞。

(2) 有獨立的顏色詞義：即所指顏色不屬於其他色域。如：

- i. 漢語中的「縹」指稱的顏色是帶紅的黃色，屬黃色域。因此「縹」不是漢語中的基本顏色詞。
- ii. 德語中“purpurrot,,指稱的顏色是紫紅；或是“scharlachrot,,指稱的顏色是猩紅，皆屬紅色域。因而“purpurrot,,、 “scharlachrot,,不是德語中的基本顏色詞。

(3) 可廣泛運用，不能限指某一類的事物。如

- i. 漢語中的「翠」，指玉、鐺的顏色，不是基本顏色詞。
- ii. 德語中的“flieder,,限於植物名稱的顏色，不是基本顏色詞。

(4) 心理上具有穩定性，即使在不同的語境中，所指稱的顏色在人心理上應該是同一個顏色領域。如：

- i. 漢語中的「青」在不同的語境中指稱的顏色可以分別屬於三個不同的色域：在《詩經·衛風·淇奧》<sup><18></sup>：「瞻彼淇奧，

<sup><17></sup> Berlin, B und Kay, P. Basic Color Terms: Their Universality and Evolution. Berkely: University of California Press, 1991(1969). S.423。

<sup><18></sup> [http://www.yasue.cc/wei\\_fung.html](http://www.yasue.cc/wei_fung.html)

綠竹青青」，這裡的「青」是用來形容綠竹和樹葉的顏色，顯然所指稱的顏色是綠色域。其它如：青草、青山等等；「青」還可以表示在藍色領域，在《田子方》<sup><19></sup>：「上窺青天，下潛黃泉」的中「青」是來形容晴空的顏色，表示藍色。「青」除了表示藍、綠兩色域之外，還能表示黑色領域，如「青髻」就是形容黑髮。因而「青」不能作為漢語中的基本顏色詞。

- ii. 德語中的“blond,,也有相似的情況，當指稱頭髮時，它指稱的顏色是“zwischen gelblich und kastaniebraun,,(介於金黃色和淺栗色的一種顏色)，屬栗色領域；當修飾其它不同的物品時，則是“gelblicher heller Farbe,,(金黃色、淺色)，是屬於黃色領域。因而“blond,,不是德語中的基本顏色詞。

除了上述的四個基本標準外，李紅印(2001)<sup><20></sup>認為要確立一種語言的基本顏色詞，還應該參考顏色的歷史發展、使用頻率和構詞能力等因素。德國學者安德烈·梅爾澤(Andre Melzer (2007)也有類似看法，他認為要確定基本顏色詞，除了要考慮光譜的切分，還應該考慮民族的文化因素等等。

---

<19> <http://www.sophia.net.cn/gu/folder9/2007116/2066.Html>

<20> 李紅印:漢語色彩範疇的表達方式。北京：語言教學與研究，2001，頁 15。

### 3.2 漢語中的基本顏色詞

到目前為止，漢語學界對現代漢語基本顏色詞的範圍界定仍有分歧，如下列所列：

- (1) 《同義詞詞林》<sup><21></sup>收錄十一個基本顏色詞：白、黑、紅、綠、黃、藍、褐、赭、青、紫、灰。
- (2) 劉鈞杰 (1985) 鑑定於：黑、白、紅、黃、綠、藍、棕、褐、紫、橙、灰、青。
- (3) 《現代漢語分類辭典》<sup><22></sup>：紅、黃、橙、綠、青、藍、靛、紫、赭、褐、白、灰、黑。
- (4) 姚小平 (1988)<sup><23></sup>：今天人們使用的“黑、白、紅、黃、綠、藍、紫、灰、棕、褐、橙”10個單音顏色詞可以確定為現代漢語的基本顏色詞。
- (5) 劉丹青 (1990)<sup><24></sup>從詞的形式、語義、詞的型態等綜合研究，認為現代漢語的基本顏色詞是：白、黑、紅、黃、綠、藍、紫、灰。
- (6) 李紅印 (2002) 把現代漢語的基本顏色詞歸納為八個：紅、黃、綠、藍、紫、灰、黑、白。

各家列舉的基本顏色共有「紅」、「黃」、「橙」、「綠」、「青」、「藍」、

<sup><21></sup> 梅家駒、高蘊琪、殷鴻翔：同義詞詞林。台北：東華，1993，頁 230。

<sup><22></sup> 董大年(主編)：現代漢語分類辭典。上海：上海辭書出版社，2008，頁 390。

<sup><23></sup> 姚小平：基本顏色詞理論述評。北京：外語教學與研究，1988，頁 26-30。

<sup><24></sup> 劉丹青：現代漢語基本顏色的數量和序列。南京：南京師範大學，1990，頁 48。

「靛」、「紫」、「赭」、「褐」、「白」、「灰」、「黑」十三種。其中「黑」、「紅」、「綠」、「藍」、「白」這五個是大家公認的基本顏色詞。另外「黃」、「紫」、「灰」，這三色大多數的人也認為是基本顏色詞。因為它們符合爾林與凱提出的判定基本顏色詞的四條標準外，也具備了穩固性和常用習慣性的特點。對於分歧的「橙」、「青」、「褐」、「棕」，本人的觀點與李紅印及劉丹青兩位學者相同，認為不應該將它們列在漢語中的基本顏色詞裡。

將「橙」、「褐」、「棕」排除在外，是因為在現代漢語中，它們表示顏色詞時不能以單純詞的形式出現。漢語的「橙」這字的意義，可能是從歐洲語言相當於漢語「橙」的詞借譯過來的；英語裡的基本顏色詞“orange,, 相當於漢語的「橙色」或是「橘色」。「橙色」可以細分為「橙黃」和「橙紅」，「橘色」也可以細分為「橘黃」或是「橘紅」。所以「橙色」和「橘色」是介於在「紅色」、「黃色」之間的混合色，這就不符合柏林與凱的所提出的單語素和所指的顏色不屬其它色域的兩項標準，固不宜作為基本顏色詞。

將「青」排除的原因就像前文所敘述的，主要是在不符合判定基本顏色詞標準的第四條；在不同的語境中，基本顏色詞所指稱的顏色在人的心理上應該是同一個顏色域領裡。

而「褐」是指「紅褐色」是介於紅色和褐色之間的混合色，也違反了基本顏色詞標準的第一條單語素標準，因此「褐」不宜作為基本顏色詞；至於「棕」的顏色用法在明清文獻中已不多見，而在現代漢語中通常把「褐色」視為「棕色」的一種。

另外，根據爾林和凱的理論，人類的語言中應該還有著 pink(粉紅) 這個顏色的範疇。其實，粉紅這個顏色範疇在古代的漢語中曾經出現過。



在西周時期，紅色色域和粉紅色域是嚴格加以分區的，其基本的顏色詞分別是「赤」和「紅」。但隨著「紅」的廣泛使用，在漢代的時候就有著紅色的意義。逐漸的「粉紅」也被「紅」給取代，並在唐朝時使粉紅一意消失。至此，「紅」成了紅色色域的顏色詞，並逐漸的取代了「赤」的基本顏色詞定為。<sup><25></sup>

各家對於基本顏色詞的看法，綜合上述本論文把現代漢語基本顏色詞確定為八個：「黑」、「紅」、「綠」、「藍」、「白」、「黃」、「紫」、「灰」。

### 3.3 德語中的基本顏色詞

在德國，大多數的語言學家談到德語基本顏色詞(Die grundlegenden Wortschatze der Farbe)時是指：“schwarz(黑色),,、“weiß(白色),,、“rot(紅色),,、“grün(綠色),,、“gelb(黃色),,、“blau(藍色),,、“braun(褐色),,、“lila(紫色),,、“rosa(粉紅色),,、“orange(橙色),,、“grau(灰色),,等十一個詞。

當然，也有其他的語言學家提出異議，如埃瓦爾德·赫林(1978)就主張提出德語基本顏色只有六個，分別是：“rot(紅色),, - “grün(綠色),,、“gelb(黃色),, - “blau(藍色),,、“weiß(白色),, - “schwarz(黑色),,。佛里德里希·威廉·奧斯特瓦爾德(1916)認為基本顏色詞有：“gelb(黃色),,、“rot(紅色),,、“blau(藍色),,、“meergrün(海綠色),,、“orange(橙色),,、“lila(紫色),,、“türkisgrün(松石綠色),,、“blattgrün(葉綠色),,這八個基本

<sup><25></sup> 姚小平，《基本顏色詞理論述評》載《外語教學語研究》，1998年第1期，頁26。

顏色詞。

但本論文談到德語基本顏色詞時，皆採納德國語言學界的主流觀點。

若將漢德這兩種語言中的基本顏色詞作比較，可以在下表發現存在他們之間的對應關係：

	漢語	德語	
基本顏色詞	白	weiß	
	黑	schwarz	
	紅		rosa(粉紅)
			rot
			orange(橙)
	黃	gelb	
	綠	grün	
	藍	blau	
	灰	grau	
	紫	lila	
	-	braun(褐)	

從上列表可看出漢語和德語共有的基本顏色，共有八個：「白- weiß」、「黑- schwarz」、「紅- rot」、「黃- gelb」、「綠- grün」、「藍- blau」、「灰- grau」、「紫- lila」。但德語卻多出了，褐色範疇(braun)、粉紅色範疇(rosa)及橙色範疇(orange)。

由此知構詞類型的角度來看，漢、德語基本顏色詞都屬於單語素詞。

## 4. 汽車漆色詞產生及流行原因

隨著市場經濟的蓬勃發展，人民生活水準的不斷提高，使得越來越多人可以成為有車一族，逐漸讓汽車家庭化、大眾化，也因此讓汽車銷售商之間的競爭越來越激烈。但如何吸引顧客、迎合客戶購買的心理等，各種銷售手段也就層出不窮的出現，例如幫汽車取一個動聽的名字。有些汽車經銷商想要有別於其他的競爭者，會在汽車顏色的命名上給一個較前衛、時尚的名字，藉以令消費者印象深刻。因此也就出現了許多形形色色、新穎別致的汽車顏色詞語。下段文章，將具體探討汽車顏色詞產生及流行原因。



### 4.1 汽車漆色詞產生原因分析

#### 4.1.1 語言內部原因

結構主義語言學家認為語言是社會約定俗成所流傳下來的，因為語言規則的連接所以組成了嚴密符號系統<sup><26></sup>。但實際上，語言系統卻是兩面性的，一面是嚴密有序的組織性系統，但另一面卻是無序的創造性系統。<sup><27></sup>語言是一種特殊的社會現象，它會隨社會的變遷而有所改變或是發展。但它必須滿足人們在社會生活等方面上的需要，它的變化會反映

<sup><26></sup> Bußmann, Hadumod (Hg.): Lexikon der Sprachwissenschaft. Stuttgart: Kröner, 2002, S.699. Unter: „Sprache“.

<sup><27></sup> 王成晶:手機顏色詞探析。碩士論文，湖南:湖南師範大學漢語言文字學研究所。2006，頁 29。

在政治、經濟、文化、心理等多方面的變化；人類會按其交際的需求，去無窮盡的創造這些變化。另外，語言是人類用於把握認知及最重要的交際工具，但人類多種多樣的交際言語現象對語言規範有所改變，甚至衝擊，因而破壞了語言的系統性。所以，語言既有序、嚴密性的一面，又有開放創造、發展性的一面<sup><28></sup>，而這種雙重性則造就了語言的複雜性。

因為語言有創造性的一面，所以不管哪一種語言是多麼的發達，都無一例外的還是存在著許多的空缺，而這些空缺一旦因為語用環境的改變，就會激起人類挖掘及發展語言的能力，進而創造出新的詞彙來代替這些空缺，汽車漆色詞也是在這樣的環境下產生。

汽車在製造的起步階段時，汽車是一種奢侈品，能夠買得起汽車的人是寥寥無幾，相對市場的競爭力也較小。但隨著市場經濟的蓬勃發展，生活水準的提高，越來越多人買得起汽車，汽車早已從早年的奢侈品轉變成一種普及的消費品，汽車的普及同時也帶動了汽車行業激烈的市場競爭。而想要在這種激烈的市場競爭環境之下佔有一席之地，顏色無疑成了汽車的一大賣點。有的人會為了自己喜歡的顏色而延遲購買的時間，有人也會為了自己喜歡的顏色而放棄購買某種汽車品牌。所以，汽車的生產商在將其產品推向市場的同時，也會同時思考如何尋求語言的途徑讓產品的顏色更具有吸引力。在這個時候，當代現有存在的顏色詞就不敷使用了，人們必須創造出有別於傳統顏色的新詞來標示汽車的顏色，汽車漆色詞就適時的填補了這種特殊語境下色彩所表達的空缺符號。

---

<sup><28></sup> 王成晶:手機顏色詞探析。碩士論文，湖南:湖南師範大學漢語言文字學研究所，2006，頁 29。

#### 4.1.2 語言外部原因

汽車漆色顏色詞的產生不是偶然的現象，而是有其一定的社會、心理等方面的因素。在空前發達的現代文明當中，人們的視野逐漸寬廣，越來越多的人不滿足舊有的形式，因此銳意創新的形式就成為一種時代的精神。<sup><29></sup>現代的人越來越強烈的追求個性的心理需求和反傳統的現代意識，這些化成一股強大的作用力，影響著社會生活等方面，也包括了人們的語言活動，一方面，落伍的舊詞語、舊用法會被人們捨棄，另一方面，充滿了時尚氣息的新詞語、新用法就會層出不窮的出現。

因為想要傳遞產品顏色的信息，所以讓商家和消費者的關係有如語言學上發話者和受話者的關聯，這樣的語言交際行為構成在汽車商品的顏色命名上，必須要表現出商家的創新，以及彰顯消費者氣質，利用新穎的顏色詞來喚起消費者在情感上的共鳴，如此一來無疑會增加消費者對產品的認同感。<sup><30></sup>所以，汽車漆色顏色詞產生的原因，追根究底就是商家對人們各種心理的迎合，具體如下探討。

##### (1) 個性心理需求，追求時尚

觀察時下的年輕人，都有著極強的個性心理需求，他們雖然追求時尚，但也崇尚個性，強調自我，往往也存在著很強大的反傳統意識。因而在語言上的使用，不願意循規蹈矩、不喜歡陳腔濫調，想要與傳統劃清界線，力圖不斷的創造新的詞來表達自我特有的語言風格。於是精明的商家就會在汽車的漆色命名上想辦法與眾

---

<sup><29></sup> 王成晶:手機顏色詞探析。碩士論文，湖南：湖南師範大學漢語言文字學研究所，2006，頁 35。

<sup><30></sup> 邱莉芹:廣告中新興顏色詞初探。北京：術語標準化與信息技術，2009 年，頁 51。

不同，別出心裁，以此來取悅消費者，進而刺激消費者購買慾望。

### (2) 生活水準提高，審美觀念提升

隨著人們的生活水準提高及審美觀念的提升，人們對產品所帶來的精神層面的需求也大大增加。<sup><31></sup>高貴、優雅等等是人們普遍心理的渴望，而傳統的顏色詞因為用的太過於普遍及氾濫，而讓人覺得俗氣。所以，這些傳統的顏色詞無法反映出他們內心對色彩的高層次品味的要求；他們希望產品的顏色不僅能帶給他們視覺上的享受，還能夠滿足他們心理上的需求。因此汽車經銷商業者為了滿足顧客心理上的需要，會在產品色彩上多加生動描述，以此讓消費者除了獲得物質上的滿足，還可以得到心靈上的愉悅感。正是因為這些心理上的因素，讓業者拋棄傳統的顏色，如：白、黑、藍；而用「糖果白」、「帝王黑」、「海洋藍」等顏色詞，以此來提升產品在消費者心目中的價值，獲得消費者的青睞。

### (3) 時代進步，新元素注入

隨著社會的發展，時代的進步，新的事物及新的現象層出不窮的出現；外來西方的時尚前衛流行元素不斷的湧入人們的生活中，影響著人們的生活型態，改變人們的生活習慣。而這樣的形態也間接著影響了人們的言語行為，顏色詞當然也不例外，在我們收集到的眾多汽車漆色詞中這種時尚前衛的流行氣息隨處可見。如德國品牌的奧迪汽車用「炫目紅」、福斯汽車用「極酷綠」等顏色詞，正是利用當下流行的字眼「炫」、「酷」

<sup><31></sup> 邱莉芹：廣告中新興顏色詞初探。北京：術語標準化與信息技術，2009年，頁54。

等來修飾顏色語而產生的<sup><33></sup>新詞，這樣的字眼會令年輕族群難以招架。

#### (4) 女性主義提升

近年來女性主義的提升，女性在家庭購車決策影響力越來越大，讓商家也特別針對女性的心理需求，設計出一些顏色詞；藉而女性消費者可以透過這些顏色詞，具有認同感及青睞感。

<34>

很多人會將顏色作為購車的重要參考依據。人們對汽車顏色的選擇多是從美感的角度考慮；而看似簡單的汽車顏色，不僅是汽車外表包裝和品牌識別標誌，其中更包含著消費者心理、文化背景、個性風格等諸多因素。以恰當而又獨特的語言表達汽車顏色，就會讓消費者在心理上產生親切感及認同感。

## 4.2 汽車漆色顏色詞流行原因分析

汽車漆色詞之所以會流行決非偶然，而是有著社會、心理等多方面因素所結合而成的。汽車漆色詞會隨著時間越來越流行，不斷被創造出，而這一類的詞已被廣泛的運用在手機、服裝、美容等新興產業的廣告中。但為何汽車漆色詞會越來越趕流行，而且數量有增無減，又與其他的新詞不相同？這是因為汽車漆色詞有些是被即興式地創造出來的。這也就說明出，汽車漆色顏色詞的產生和流行是有別於一般的流行新興詞。

---

<33> 同上。

<34> 何建:汽車顏色命名分析。黑龍江：黑龍江史志，2009年，頁103-104。

眾所皆知的是，流行總是會借助於一定的途徑而實現。以現在最流行的一些「外來語」為例，比如：T-Shirt 同等於 T 恤、E-mail 同等於伊媚兒，就是以「語音」這樣的流行型式為途徑；而風靡網路的「火星文」，流行的途徑就是以字的方式呈現，<sup><35></sup>那麼漢、德語汽車漆色詞到底是為什麼會流行呢？從附錄(一)上的語料可以得知漢、德語汽車漆色詞大部分都是由「修飾成份＋顏色詞素」所組成的複合詞，如中文的「雪山白」、德文的“Alpinweiß,; 中文的「炫亮黑」、德文的“Brillantschwarz,; 中文的「深海藍」、德文的“Tiefseeblau,等等。而其構成這樣的組合關係是修飾與被修飾的關係<sup><36></sup>，而中心詞是基本顏色詞；修飾語則可以是名詞或是形容詞，這主要是在傳遞訊息或是表達某種特徵。而選擇什麼樣的修飾語來與某一種的顏色語素做結合，這讓語言的使用者有很高的自由度，可以根據自己的心理需求去搭配及組合。新奇的求知感人人都會有，所以人們就會不斷的突破，超越常規的創造新的詞和表達方式，所以漢、德語汽車漆色詞的數量會呈現不斷增加的趨勢，而它的流程度就表現在數量的增長上。

---

<sup><35></sup> 馮彬:汽車顏色詞探究。碩士論文，河北：河北大學語言學及應用語言學研究所，2010，頁 27。

<sup><36></sup>馮彬:汽車顏色詞探究。碩士論文，河北：河北大學語言學及應用語言學研究所，2010，頁 30。



## 5. 漢德語汽車漆色詞音節分析

隨著汽車消費者群體的轉變，使得汽車功能多樣化、款式新潮化、顏色詩意化等等，而這些變化也成為眾汽車經銷商的首要追求，而其中又以顏色名的詩意化最為引人矚目。下面的章節根據本文 25-32 頁所附錄的語料，來探討漢、德語汽車漆色詞的語音。

### 5.1 漢德語汽車漆色詞音節語料整理

從音節的角度來看，漢、德語的基本顏色詞都是單音節，古代漢語更是以單音節的詞語來表示顏色，如：表示紅色意義的「丹」、「絳」，表示綠色意義的「翠」、「碧」等等，但使用單音節詞語表示顏色詞的現象，如今卻已不多見。從另一個角度來看，傳統顏色詞大多是雙音節的形式，如：漢語「青綠」、「藏紅」，或是德語“Blutrot,、“Weinrot,等，這就比較符合現代漢德語雙音節化的發展趨勢。

觀察現今的汽車廣告詞會發現，汽車銷售業者為了表示更多種類的顏色，就會不斷地新造出多音節顏色詞的語音形式，如：三音節詞、四音節詞、有些甚至是超過四個音節的詞。在本章節中，先以附錄中的德國五大知名汽廠牌的汽車漆色詞共 126 條語料作為研究對象，並依照音節的不同加以分組歸類；接下來的章節，就會進一步的探討分組歸類後的漢語、德語汽車漆色詞語音，分析彼此之間的相似處與相異處。

下列各表是漢、德語汽車漆色詞的分組表，按音節及顏色作為分組

依據如下：(表(1)至表(5))

(1)漢語、德語單音節汽車漆色詞

	漢語漆色	德語漆色
單音節		Grau
		Schwarz

(2)漢語、德語雙音節汽車漆色詞

	漢語漆色	德語漆色
雙音節	灰色	
		Deep Black
		Nachtschwarz
		Eisblau
		Sprintblau
		Shark Blau
		Night Blau
	赤褐	Rotbraun
		Teakbraun
	淡棕	Light Brown
	棕色	Umbra
	鐵灰	
		Spacegrau
		Quarzgrau

	漢語漆色	德語漆色
雙 音 節	墨黑	Tiefsschwarz
	墨綠	Tiefsgrün
	深綠	Tiefsgrün
		Jetgrün
		Speedgelb
	沙黃	Sandgelb
		Candy-weiß
	沙白	Sandweiß
		Perlbeige
		Amethyst
		鈮銀
		銻銀 衛色

(3) 漢語、德語三音節汽車漆色詞

	漢語漆色	德語漆色
三 音 節	隕石灰	Meteorgrau
	紫晶灰	Amethystgrau
	熔炎灰	Lavagrau
	雄鷹灰	Kondograu
	石英灰	
	石墨灰	Graphitgrau
	太空灰	

	漢語漆色	德語漆色
三	雲灰色	Stratusgrau
	開羅灰	Cairo Grey
	聯合灰	
	柏金灰	
	天山灰	Mountain Grey
	流星灰	Meteorgrau
		Iron Grey
		Daytongrau
		Peridot
		Brillantschwarz
音	炫亮黑	Brillantschwarz
	幻影黑	Phantoschwarz
	炫風黑	Pantherschwarz
	寶石青	Saphirschwarz
	宇宙黑	Komossschwarz
	帝王黑	
	尊爵黑	
	時尚黑	
	魔力黑	Black Magic
	深邃黑	
節	夜鷹黑	
	摩卡黑	
	礦石黑	
	曜岩黑	

	漢語漆色	德語漆色
三 音	深栗色	
	深海藍	Tiefseeblau
	玻璃藍	Sepanblau
	天空藍	Sphärenblau
	印度藍	Indienblau
	旭日藍	Rising Blue
	冰海藍	Eismeerblau
	幻影藍	Shadow Blue
	鐳射藍	Laser Blau
	天際藍	Islandblau
	蓮花藍	Lotosblau
	暗夜藍	Dunkelblau
	衝刺藍	
	水藍色	
	炫青藍	
節	午夜藍	
		Mondscheinblau
		Tasmanblau
	柚木棕	
	草原棕	Steppenbraun
	極炫綠	Viperngrün
	北歐黃	Nordischgold
	向日葵	Sunflower

	漢語漆色	德語漆色
三		Sonnengelb
	極速黃	
	朱鷺白	Ibisweiß
	冰川白	Gletschwerweiß
	雪山白	Alpinweiß
	卷雲白	Zirrusweiß
	鑽石白	Diamantweiß
	乳白色	cremeweiß
	糖果白	
	細花白	
	音	
炫亮紅		Brillanrot
火山紅		Vulkanrot
石榴紅		Granatrot
騷莎紅		Salsa-Red
原野紅		Wild Cheery Rot
寶石紅		Rubinrot
朱砂紅		
緋紅色		
火焰紅		
艾瑪紅		
節	木星紅	
	冰晶銀	Eissilber

	漢語漆色	德語漆色
三 音 節	炫目銀	Cool Silber
	GT-銀	GT-Silber
	泰坦銀	
	礦石銀	
	蒙扎銀	
	反射銀	
	蛋白銀	
	極地銀	
	白金銀	
	經典銀	
	北極銀	

(4)漢語、德語四音節汽車漆色詞

	漢語漆色	德語漆色
四 音 節	達科他灰	Dakotagrau
	代托納灰	
	哈瓦那灰	Havannagrau
		Berylliumgrau
		United Grey
		Platinum Grey
	玄武岩黑	
		Dark Maroon Black
		Obsidianschwarz





	漢語漆色	德語漆色
四 音 節		Monzasilber
		Titansilber
		Orionsilber
		Reflexsilber
		Opalsilber
		Polarsilber
		Platinsilber
		Klassiksilber
		Arktissilber
		薩哈拉銀

(5) 漢語、德語四音節以上汽車漆色詞

	漢語漆色	德語漆色
四 音 節 以 上	巴塔哥尼亞綠	Patagoniagrün
	保時捷競速綠	Porsche Racinggreen
		Campanellaweiß
	火蛋白石紅	
		Mineralsilber
		Palladiumsilber
		Iridiumsilber
		Saharasilber
		獵戶星座銀

## 5.2 漢德語汽車漆色詞語音特點分析

汽車是這時代極其重要的交通工具，由於普及的程度和實用價值的不斷提升，使得汽車漆色詞有如雨後春筍般的湧現出。

根據上列汽車漆色詞的語料歸類及整理，可知漢、德語汽車漆色詞大致分成：單音節、雙音節、三音節、四音節以及四個以上的音節漆色詞，共有五種語音形式。經過分析後，發現漢、德語汽車漆色詞這五種語音形式的比例，存在著很大的差異性。

根據統計，(1)單音節：漢語的比例則為零，而德語也僅僅只有 1.5%；(2)雙音節：漢語的比例為 11%，德語的比例則有 19%；(3)三音節：漢語的比例高達至 64%，而德語的比例則是 40.5%；(4)四音節：漢語及德語的比例分別為：15%及 25.4%；(5)四個以上的音節：漢語的比例為 3.2%，德語的比例是 4.8%。由上述的數據得知，三音節的漆色詞在漢語及德語上竟然高達全語料的 40%以上，其次是四音節，而單音節及四音節以上的音節僅僅只有零星的百分比。

雖然三音節漆色詞在漢語及德語上都有著相當的比例，但從個別數據上來比較，會發現德語的三音節比例比漢語的比例少了至 20%以上。但原因為何呢？其一，是漢德語的三音節漆色詞，以「雙音節+單音節」或是「單音節+雙音節」的形式構成的奇數組合；不過，從語料上來看，知名的五大汽車廠牌都有推出漆色為黑的汽車；但不同的是，德國卻是只以“schwarz, 這樣單音節的顏色詞作為汽車顏色的命名。相反之，台灣卻不以「黑」這樣單音節形式的顏色詞為汽車命名；卻以語料中的「帝王黑」、「尊爵黑」、「時尚黑」等詞來代替，這提升了漢語三音節漆色詞

的比例。其二，在語料中的德國汽車廠牌為汽車漆色詞命名時，有很多都以英語或是「英語＋德語」的方式來命名。如：“Deep Black,,、“Dark Maroon Black,,、“Rising Blue,,、“Shark Blau,,、“Night Blau,,等等，在這漆色詞中有的歸屬於雙音節、有的是四音節或是四音節以上的範圍，但卻在漢語的翻譯上都以三音節漆色詞的形式出現，如：「深邃黑」、「深栗色」、「旭日藍」、「炫青藍」、「午夜藍」等等，此點也增加了漢語三音節漆色詞的比例。

其三，漢語和德語的基本顏色詞很相似，也都是以單音節的形式出現。但本人發現除了基本顏色詞之外的顏色，還增添了很多非基本顏色詞，如：銀。在漢語中「銀」是單音節詞，但德語卻是以「雙音節詞(Sil-ber)」來呈現；舉例來說，如“Reflexsilber,,在德語漆色詞上分屬於四音節的部分，但卻在漢語漆色詞命名為「反射白」，而變成三音節的漆色詞。其它的還有德語的“Opalsilber,,，漢語則為「蛋白銀」、德語的“Polarsilber,,，漢語為「極地銀」等等，這也提高了漢語三音節漆色的比例。

綜合上述的三點原因，可以清楚知道漢語三音節漆色詞的比例，為何高於德語三音節詞。

在語料的數據上，同樣的也發現到，德語汽車四音節漆色詞的比例高於漢語汽車四音節漆詞的比例 10%。上文提及到漢語三音節漆色詞比例較高的原因，而在其三也提及德語的“Silber(銀),,是雙音節的詞。所以，在德語漆色詞音節上就容易構成所謂的四音節漆色詞；有些則甚至會成為超過四個音節的漆色詞。這樣的結果，造成了德語汽車四音節漆色詞在比例上高於漢語汽車四音節漆色詞。不過在此也發現，漢語、德語四音節汽車漆色詞幾個特色；它們是由國名、地名、食物名、人名等

所組成的四音節詞，如：漢語「摩納哥藍」，德語“Monacoblau,,、漢語「大西洋藍」，德語“Atlanticblau,,、德語“Barberarot,,，漢語則翻為「巴貝拉紅」、德語“Tasmanblau,,，漢語「塔斯曼藍」等等；亦或者用直譯的方式，如：德語“Arubablau,,漢語就直譯為「阿魯巴藍」等。此直譯特點也同等於漢德語四音節以上的汽車漆色詞的特點，如：漢語「巴塔哥尼亞綠」，德語則為“Patagoniagrün,,。

從語料的數據，也觀察出漢語汽車漆色詞沒有以單音節的方式呈現，除了上文所提及的，漢語用三音節漆色詞來代替了單音節漆色詞的原因之外；其實，漢語也會在基本顏色詞後面添加「色」字，以雙音節的形式呈現，目的則是代替單音節。如：德語“Grau,,，漢語為「灰色」。也根據雙音節汽車漆色詞的語料，從中也發現，在德語部分的雙音節汽車漆色詞大都是以「英語」或是「英語+德語」的方式來呈現雙音節，如：“Light Brown,,、“Shark Blau,,等等。

以語料比例的數據來說明，可以推斷漢語、德語的汽車漆色詞，皆是以三音節的漆色詞為主要的呈現方式。因為三音節漆色詞在 126 條的漢、德語汽車漆色詞語料中總共佔了 50%，這同時也說明，「三音節化」成為了汽車顏色詞的發展趨勢，而這樣的變化是與社會的變革，科技的發展，人類思維的縝密化以及語言表達精確化密不可分的。

## 6. 漢德語汽車漆色詞構詞分析

上個章節是從音節的角度，探討漢語及德語這兩種語言在汽車漆色詞之間的相同處與相異處。而此章節則是要以構詞的角度，去探討構詞學中的複合詞形式，是如何在漢、德語汽車漆色詞被使用的。

在上段文章提及，汽車已從身份象徵和實用工具逐漸轉變成大眾的，甚至是時尚的產品，因此使得顏色的重要性越來越突出。換句話說，色彩用法的呈現在汽車的銷售手法上也就成為關鍵。從所蒐集的汽車漆色詞語料中可以發現，汽車銷售商除了在汽車漆色詞的音節上做了變化之外，他們也用創新的顏色詞，比如：漢語「深海藍」，德語“Tiefseeblau„來取代傳統且單調的顏色，比如：漢語「藍色」，德語“Blau„。但這之中，也發現出被創造的新漆色詞，大都採用複合式的結構。

所謂「複合」(Komposition)是指：由兩個或多個獨立詞素或詞所結合成一個複合詞(Kompositum)，而複合詞則是複合結構的結果，至少由兩個獨立詞素或詞素結構構成的<sup><37></sup>。但用複合式的方法來創造新的汽車漆色詞，其主要的目的是為了更精確、傳神、生動地描繪顏色來刺激消費者，讓他們在心靈層面上產生認同感、青睞感，然後達成購買慾望的目標。

而下個小節中，將以蒐集在附錄中的 126 條汽車漆色詞語料作為研究對象，並分別把漢語和德語的複合式汽車漆色詞做分組歸類；在接下來的小節中，則是對歸類後的結果，進一步探討分析。

---

<37> 張威廉主編：德語語法辭典。台北：建宏，1994，頁 279，見“Komposition”條

## 6.1 漢德語複合式汽車漆色詞語料整理

所謂複合式顏色詞，是指在結構上由兩個或兩個以上表示概念意義的詞素所構成的顏色詞。若根據顏色詞構成詞素的組成方式，可將漢、德語的新造汽車顏色詞劃分作三類，分別為：

1. 名詞性成份 + 基本顏色詞素，如：火山紅（Vulkanrot）、柚木棕（Teakbraun）、石榴紅（Granatrot）等；
2. 形容詞性成份 + 基本顏色詞素，如：炫亮黑（Brillantschwarz）、幻影黑（Phantomschwarz）、經典銀（Klassiksilber）等；
3. 動詞性成份 + 基本顏色詞素，如：反射白（Reflexsilber）、衝刺藍（Sprintblau）、極速黃（Speedgelb）等。

但進一步觀察分析發現出，若根據構成詞素的組成方式來分類的話，這根本無法觸及複合式型的汽車漆色詞的本質，也不能給它們帶來新的啟示，因此這樣的劃分依據和方法並不理想。

因為從認知的角度來看，根本無法直接從光譜上找到對應區域的複合式汽車漆色詞。它們與傳統顏色詞最大的差異在於汽車漆色詞往往是沒有具體顏色的，它們是屬於抽象顏色詞，這就表示用物理學角度的分類法根本無法將汽車漆色詞給區分開來。所以，為了對複合式的汽車顏色詞有更深入的研究，有必要尋求一種更為有效和合理的分類方式。

任何一個詞都類是由形式和內容這兩部分所構成的；透過觀察，不難發現上述所提及的汽車漆色詞分類都是建立在其形式上的分析研究，並無針對內容涵義做探討，因此下面將要從複合式漆色詞的內容，進行

分類並探討。這裏所蒐集的參考文獻資料中，有：王成晶在 2007 年湖南師範大學漢語言文字學系的碩士論文《手機顏色詞初探》以及馮彬 2010 年河北大學語言學及應用語言學系的碩士論文《汽車顏色詞探究》；這兩本論文中，分別都有針對其研究對象的詞義內容來進行分類探討。綜合兩本論文的顏色詞分類觀點，並依據詞義的內容，把語料中的漆色詞劃分為實物類的複合式汽車漆色詞和抽象類的複合式汽車漆色詞這兩大類，並分漢語和德語兩組，進行分組歸類。

### 6.1.1 漢語複合式汽車漆色詞語料整理

奧迪(Audi)共有 28 個漢語複合式汽車漆色詞。將這些汽車顏色詞分為實物類及抽象類，其中實物類來源可細分，基本情況如下：

#### (1) 複合式實物類汽車漆色詞

動植物名稱（4 個）：朱鷺白、雄鷹灰、石榴紅、柚木棕

金屬、礦物名稱（4 個）：紫晶灰、石英灰、冰晶銀、玻璃藍

化學名稱（1 個）：石墨灰

自然現象（6 個）：冰川白、火山紅、熔岩灰、隕石灰、深海藍、  
天空藍

人名、地名、品牌、慣用名稱（5 個）：米薩諾紅、達科他灰、代  
托納灰、阿魯巴藍、撒哈  
拉銀

## (2) 複合式抽象類汽車漆色詞

形容詞性	名詞性	動詞性
炫亮黑	幻影黑	衝刺藍
炫風黑		
炫亮紅		

寶馬(BMW)共有 28 個漢語複合式汽車漆色詞。將這些汽車顏色詞分為實物類及抽象類，其中實物類來源可細分，其基本情況如下：

### (1) 複合式實物類汽車漆色詞

金屬、礦物名稱 (3 個)：雲灰色、寶石青、礦石銀

化學名稱 (2 個)：朱砂紅、鉑青銅色

食品名稱 (1 個)：巴貝拉紅

自然現象 (3 個)：太空灰、深海藍、獵戶星座銀色

人名、地名、品牌、慣用名稱 (12 個)：帝王黑、雪山白、泰坦銀、  
蒙特哥藍、塔斯曼藍、摩納哥藍、大西洋藍、塔斯提綠、  
哈瓦那灰、巴塔哥尼亞綠、  
馬拉喀什棕色

### (2) 複合式抽象類汽車漆色詞

無，上述 28 例中無任何一符合抽象原則

福斯(Volkswagen)共有 30 個漢語複合式汽車漆色詞。將這些汽車顏色詞分為實物類及抽象類，其中實物類來源可細分，其基本情況如下：



### (1) 複合式實物類汽車漆色詞

動植物名稱 (3 個): 深栗色、向日葵、艾瑪紅

金屬、礦物名稱 (5 個): 鐵灰、翠玉灰、柏金灰、大理石白、蛋白銀

化學名稱 (1 個): 鐳射藍

食品名稱 (2 個): 摩卡黑、糖果白

自然現象 (5 個): 原野紅、印度藍、旭日藍、冰海藍、火焰紅

人名、地名、品牌、慣用名稱 (2 個): 、開羅灰、加州陽光

### (2) 複合式抽象類汽車漆色詞

形容詞性	名詞性	動詞性
魔力黑	幻影黑	反射銀
深邃黑	炫青藍	極炫綠
炫目銀	天際藍	
炫亮紅	午夜藍	

賓士(Mercedes Benz)共有 17 個漢語複合式汽車漆色詞。將這些汽車顏色詞分為實物類及抽象類，其中實物類來源可細分，其基本情況如下：

### (1) 複合式實物類汽車漆色詞

動植物名稱 (2 個): 夜鷹黑、蓮花藍

金屬、礦物名稱 (8 個): 鈮銀、鉍銀、礦石黑、曜岩黑、鑽石白、珍珠白、方解石白、火蛋白石紅

自然現象 (4 個): 宇宙黑、木星紅、卷雲白、草原棕

人名、地名、品牌、慣用名稱（2個）：天山灰、極地銀

## （2）複合式抽象類汽車漆色詞

形容詞性	名詞性	動詞性
	尊爵黑	

保時捷(Porsche)共有 26 個漢語複合式汽車漆色詞。將這些汽車顏色詞分實物類及抽象類，其中實物類來源可細分，其情況如下：

### （1）複合式實物類汽車漆色詞

金屬、礦物名稱（7個）：寶石紅、細花白、白金銀、紫水晶、孔雀石綠、橄欖石綠、玄武岩黑

食品名稱（1個）：乳白色

自然現象（5個）：冰藍、水藍、沙白、沙黃、流星灰

人名、地名、品牌、慣用名稱（4個）：北歐黃、北極銀、馬卡達姆、保時捷競速綠

### （2）複合式抽象類汽車漆色詞

形容詞性	名詞性	動詞性
經典銀	時尚黑 暗夜藍	極速黃

## 6.1.2 德語複合式汽車漆色詞語料整理

奧迪共有 26 個德語複合式汽車漆色詞。將這些汽車顏色詞分為實物類及抽象類，其中實物類來源可細分，基本情況如下：

### (1) 複合式實物類汽車漆色詞

動植物名稱（3 個）：Ibisweiß、Granatrot、Teakbraun

金屬、礦物名稱（2 個）：Amethystgrau、Quarzgrau

化學名稱（1 個）：Graphitgrau

自然現象（6 個）：Gletscherweiß、Vulkanrot、Lavagrau、Meteorgrau、

Eissilber、Mondscheinblau

人名、地名、品牌、慣用名稱（5 個）：Misanrot、Dakotagrau、Daytongrau、

Arubablau、Saharasilber

### (2) 複合式抽象類汽車漆色詞

形容詞性	名詞性	動詞性
Brillantschwarz	Phantomschwarz	Sprintblau
Brillantrot		

寶馬共有 25 個德語複合式汽車漆色詞。將這些汽車顏色詞分為實物類及抽象類，其中實物類來源可細分，基本情況如下：

### (1) 複合式實物類汽車漆色詞

金屬、礦物名稱（3 個）：Saphirschwarz、Vermillionrot、Mineralsilber

化學名稱（1 個）：Platinbronze

食物名稱（1 個）：Barberarot

自然現象（4 個）：Spacegrau、Stratusgrau、Bluewater、Orionsilber

人名、地名、品牌、慣用名稱（11 個）：Alpinweiß、Titansilber、

Montegobla、Tasmanblau、

Tasmanblau、Monacoblau、

Atlanticblau、Tahitigrün、

Patagoniagrün

Havannagrau、

Marrakeschbraun

## （2）複合式抽象類汽車漆色詞

無，上述 28 例中無任何一符合抽象原則

福斯共有 30 個德語複合式汽車漆色詞。將這些汽車顏色詞分實物類及抽象類，其中實物類來源可細分，其情況如下：

### （1）複合式實物類汽車漆色詞

動、植物名稱（4 個）：Amaryllirof、Shark Blue、Vipergrün、Sunflower

金屬、礦物名稱（5 個）：Iron Grey、Opalsilber、Berylliumgrau、Platinum

Grey、Campanellaweiß

化學名稱（1 個）：Laser Blau、

食品名稱（2 個）：Dark Maroon Black、Candy-weiß、

自然現象（4 個）：Tornadorot、Rising Blue、Eismeerblau、Sonnengelb

人名、地名、品牌、慣用名稱（3 個）：Indienblau、Island、Cairo Grey

(2) 複合式抽象類汽車漆色詞

形容詞性	名詞性	動詞性
Light Brown	Black Magic	Reflexsilber
Deep Black	Shadow Blau	
Cool Silber	Night Grau	

賓士共有 17 個德語複合式汽車漆色詞。將其汽車顏色詞分實物類及抽象類，其中實物類來源可細分，情況如下：

(1) 複合式實物類汽車漆色詞

金屬、礦物名稱 (8 個) : Palladiumsilber、Iridiumsilber、Magnetitscharz  
Obsidanschwarz、Diamantweiß、  
Perbeige、Calcitweiß、Feueropal

自然現象 (1 個) : Zirrusweiß

人名、地名、品牌、慣用名稱 (3 個) : Jupiterrot、Mountain Grau、  
Polarsilber、

(2) 複合式抽象類汽車漆色詞

形容詞性	名詞性	動詞性
	Nachtschwarz	

保時捷共有 26 個德語複合式汽車漆色詞。將這些汽車顏色詞分為實物類及抽象類，其中實物類來源可細分，情況如下：

### (1) 複合式實物類汽車漆色詞

金屬、礦物名稱(7個): Rubinrot、Carraraweiß、Platinsilber、Amethyst、  
Malachitgrün、Peridot、Basaltschwarz

食品名稱(1個): Cremeweiß

自然現象(5個): Eisblau、Quablau、Sandweiß、Sandgelb、Meteograu

人名、地名、品牌、慣用名稱(4個): Indischrot、Nordischgold、  
Artisilber、Porsche racinggreen

### (2) 複合式抽象類汽車漆色詞

形容詞性	名詞性	動詞性
Dunkelblau		Speedgelb
Klassiksilber		

## 6.2 漢德語複合式汽車漆色詞之特點分析

上文所述的實物類複合式汽車顏色詞，其實是由「表物詞素+基本顏色詞」素所構成的，它們直接將人們思維中的顏色概念與現實生活中的實物相互作聯繫。但這樣的聯繫，並不是隨意胡亂組合而成的，而是用真實世界的實物體的相關顏色詞與要表達的實物去做結合，用具體可以感受的事物去表現空洞及可想像實物的顏色，如「冰海藍」(Eismeerblau)、天空藍(Sphärenblau)等詞，就以冰海和天空直接指稱藍色。

具體來說，自然界絢爛繽紛的色彩是一種看得見卻摸不著的物質現象，它是不能被孤立存在的，必須要有一定的物體作為依託的對象。但依託的對象和顏色本身之間的界限，在人的主觀世界裡，是非常的模糊

的；換言之，當提到「紅色」這個顏色詞時，人們並不會想到它在光譜上是分屬於哪塊區域或是它的波長該為多長？有時會把它和太陽、火焰或是血等可以表達紅色的實物為其指稱結合起來。這種以「像什麼就叫什麼的」作為認知的基礎，在具體指稱抽象的比喻造詞法中是帶有一定的普遍性；因此，人們在創造新的顏色詞時，也採取這樣的方法。理所當然的，實物類的複合式汽車漆色詞的數量也就遠遠超過抽象類的複合式汽車漆色詞。下段文章內容先將漢、德語的實物類的複合式漆色詞數量分別做統計，依特點作分析。其列表如下：

漢語複合式汽車實物類漆色詞數量-表 6-2-1

廠牌 來源	奧迪	寶馬	福斯	賓士	保時捷	總數
	(Audi)	(BMW)	(Volkswagen)	(Mercedes Benz)	(Porsche)	
	20	21	19	16	15	91
動、植物	4	3	3	2	0	12
金屬、礦物	4	2	5	8	7	26
化學	1	0	1	0	0	2
食品	0	1	2	0	1	4
自然現象	6	3	4	4	5	22
人名、地名、慣用語	5	12	4	2	4	28

德語複合式汽車物質類漆色詞數量-表 6-2-2

廠牌 來源	奧迪	寶馬	福斯	賓士	保時捷	總數
	(Audi)	(BMW)	(Volkswagen)	(Mercedes Benz)	(Porsche)	
	17	20	19	12	17	85
動、植物	3	0	4	0	0	7
金屬、礦物	2	3	5	8	7	25
化學	1	1	1	0	0	3
食品	0	1	2	0	1	4
自然現象	6	4	4	1	5	20
人名、地名、慣用語	5	11	3	3	4	25

從表 6-2-1 及表 6-2-2 中可以看出，漢語及德語的複合式汽車實物類漆色詞的數量都是以人名、地名、慣用名稱為冠；為次則是金屬、礦物名稱，而再為自然現象名稱，其原因可以從以下幾方面來考察：

- (1) 以傳說中、歷史中的人物作為表物語素，在與基本顏色詞作搭配，使得這樣的複合式汽車顏色詞顯得更有文化內涵。例如，「塔斯曼藍」(Tasmanblau)中的，「塔斯曼」是荷蘭的一位航海家、探



險家，全名為亞伯·塔斯曼(Abel Tasman)<sup><38></sup>。他在荷蘭航海界擁有絕對的權威，並有著高貴的地位；用這樣的歷史人物來作為複合式汽車顏色的修飾語，使得顏色詞具有深層的歷史內涵，這不僅讓此款汽車被視為有著歷史傳承的形象，更可突顯選購此商品車主的獨特品味，更滿足了消費者的心理需求。

- (2) 金屬、礦物，它是大自然之下的產物，是不容易被破壞的。當它們做為汽車顏色詞中實物的指稱詞時，就會讓消費者產生堅固、強韌的感覺，也藉此可以打造出此款汽車是不易被破壞，是耐用的，例如：礦石黑 (Magnetischwarz)、鐵灰 (Iron Grey)。若修飾語是採用稀有的、珍貴的、其經濟價也值高的金屬礦物，就代表此款汽車是有種罕見、珍貴、不易人工造作的，例如：珍珠白 (Perbeige)、鑽石白 (Diamantweiß)。而這些也是根據消費者的心態，所進行命名的。
- (3) 若是以自然現象為其命名或指稱，這類複合式的實物類汽車漆色詞，則可以讓消費者對此款汽車產生渾然天成的印象，因為它是上帝創造的，擁有了它，就好比世界的一切在自己手中，是可以被掌控的，例如：獵戶星座銀 (Orionsilber)。

本章節在一開始就提出把複合式的汽車漆色詞分為實物類及抽象類這兩大類；而在上文，已分析過實物類的複合式汽車漆色詞，接下來將要對抽象類的複合式汽車漆色詞進行分析：

抽象類的複合式汽車漆色詞，是由「修飾詞＋基本顏色詞」兩種詞素所構成的。這樣的修飾成份，外觀上完全表述不出顏色，不具有傳遞

---

<sup><38></sup>馮彬:汽車顏色詞探究。碩士論文，河北：河北大學語言學及應用語言學研究所，2010，頁 24。

顏色訊息的能力，它僅止於表現某種抽象的意境。上章節，根據抽象類的複合式汽車漆色詞構成的方式，分為形容詞性、名詞性以及動詞性這三大類。而下表則分別是漢語及德語在複合式的抽象類汽車漆色詞的統計表：

漢語複合式汽車抽象類漆色詞數量-表 6-2-3

廠牌 詞 性	奧迪	寶馬	福斯	賓士	保時捷	總數
	(Audi)	(BMW)	(Volkswagen)	(Mercedes Benz)	(Porsche)	
	5	0	10	1	4	20
形容詞	3	0	4	0	1	8
名詞	1	0	4	1	2	8
動詞	1	0	2	0	1	4

德語複合式汽車抽象類漆色詞數量-表 6-2-4

廠牌 詞 性	奧迪	寶馬	福斯	賓士	保時捷	總數
	(Audi)	(BMW)	(Volkswagen)	(Mercedes Benz)	(Porsche)	
	4	0	7	1	3	15
形容詞	2	0	3	0	2	7
名詞	1	0	3	1	0	5
動詞	1	0	1	0	1	3

若以百分比作統計分析，漢語抽象類複合式汽車漆色詞中，形容詞

性佔了 40%，名詞性佔了 40%，動詞性則為 20%。德語的抽象類複合式汽車漆色詞三大類百分比則為：形容詞性 47%，名詞性為 33%，動詞則為 20%。綜合兩語言的複合式抽象類的漆色詞的百分比可以發現，形容詞性語素的數量最多，占全語料的 44%，名詞性語素次之，占全語料的 37%，而數量最少的則是動詞性語素，僅僅只占有全語料的 20%。透過仔細研究也可發現到，在漢、德語抽象類的複合式漆色詞中表修飾成份的形容詞性，通常都有著表達心理的狀態、傳達積極情緒的特質；而動詞性的語素大都則有正面的色彩涵義存在。

歌德曾說「顏色對於人的心靈有一種作用，它能夠刺激感覺，喚起那些使人激動、使人痛苦或使人快樂的情緒」<sup><38></sup>。從這句話可以說明，顏色是具有激起人的情感和情緒的功能。而不同的顏色會給人冷暖不同的感覺，如紅色、黃色會使人感覺到溫暖，在色彩學上被稱為暖色；藍色、黑色使人感覺到清涼，則被稱為冷色；灰色、紫色、白色則為中間色。暖色給人有種溫暖、柔和的感覺；冷色則給人堅強、剛硬；中間色則為過度色。這些顏色語素如果再與修飾語做搭配，如：火焰紅、深邃黑等詞，就適切地傳達了顏色詞這種冷暖的心理效應。

顏色是通過眼睛、腦和人類的生活經驗所產生對光的一種視覺效應因為有人類的生活經驗參與其中，所以一種顏色對某人來說是溫馨的，但對另一個人來說卻是壓抑的；對某人來說也許是快樂的，但又對另一個來說卻是鬱卒的，這樣的情形代表著顏色具有強烈的主觀性。因此，在抽象類的複合式汽車漆色詞表非色彩性的「修飾語」的選擇也具有一定的主觀性。這也就是為什麼「炫亮紅」( Brillantrot )、「炫亮黑」( Brillantschwarz ) 會同時出現在複合式汽車漆色詞中的原因。

---

<sup><38></sup> 轉引自李琳，《家電需要轉動色彩魔方》。北京：現在家雜誌，2006，頁 59。

在所蒐集的語料中，也發現，不管在漢語或是德語，同樣有些複合式汽車漆色詞是無法被歸類於實物類及抽象類的。但透過觀察後，這些無法被歸類的複合式汽車漆色詞也可以劃分為三種類型：

(1) 漢語「深黑」/德語“Tiefsschwarz,, ; 漢語「深海藍」/德語“Tiefseeblau,, ; 漢語「深綠」/德語“Tiefgrün,, ; 漢語「淡棕」/德語“Light Brown,,

(2) 漢語「赤褐」; 德語“Rotbraun,, ; 漢語「緋紅色」

從(1)可以判別出，此類型是表程度的詞與基本顏色詞連用；類型(2)則是兩種基本顏色詞的相互結合。

這樣的劃分，得知漢、語及德語在汽車漆色詞上相同之處，一是源於語言的共同特點，都要求要簡明、表達明確；其二是因為人類都有共同的認知能力。例如，漢、德兩種語言在複合式漆色詞上都不約而同的採取借實物體來呈現顏色的方法，而這樣的方法也是上文所提及的「實物類」分類，此分類使得抽象的顏色變得生動而有所依托。這種方法也反映出漢、德兩民族在人類早期發展階段的思維、心靈等深層的特質及文化內涵。另一方面兩種語言也大量的運用通過視覺感官的方式。所謂的「通過感覺」就是把虛有的感覺轉化成實際的語言；也就是把抽象的顏色轉化為可以直接觀察和直接可以感受的實體，這也是上文所說的「抽象類」。它可以使人們展開聯想，對這樣的複合式汽車漆色詞進行多層次地琢磨、品味，因而獲得實際的感受，並巧妙的融入了人們的情緒。

但不管是哪種分類方法，漢德語的複合式汽車漆色詞其主要的目的，無非就是希望消費者能夠從這些漆色詞之中，進行聯想，然後依照

自己的喜好，產生購買的慾望及行為。

## 7. 台德汽車市場流行色彩分析

在不同廠牌汽車外型的设计愈来愈接近的今天，顏色已經成為區別汽車造型的重要因素之一。而現代的消費者在購車時，除了考慮汽車的性能、品牌、價格、外觀設計、油耗等，顏色也是影響消費者購車的因素之一。汽車色彩設計開始引起人們的重視，是因為個性化時代的到來，汽車逐漸變成大眾化、時尚的商品，所以消費者當然在購買汽車時，就會開始考慮汽車的顏色。因此，本章節針對台德汽車市場的流行色彩這方面來做分析探討；下個小節裡，則是以台灣銷售的德國汽車，在銷售色彩的使用上與德國汽車在德國境內銷售色彩之間的差別來做分析，再與兩國消費者喜愛的汽車色彩來做交叉比對。

### 7.1. 台德汽車市場色彩使用與消費者喜愛汽車色彩比較

本節是取附錄(二)、(三)中的德國汽車廠牌來進行對比分析，分別出口至台灣及在德國當地銷售的車輛，汽車廠牌分別為奧迪(Audi)、寶馬(BMW)、福斯(Volkswagen)、賓士(Mercedes Benz)及保時捷(Porsche)。經過統計整理，台灣及德國在 2005 年到 2011 上半年中，共有 110 款相同的汽車車款，從中卻發現，兩地相同的汽車車款在顏色的數量上卻有所差異。在台灣銷售的這 110 款的汽車共有 157 種顏色，而德國則有 171 種顏色。以下的圖表則是兩國相同的 110 款車型的色彩統計圖以及分析

圖：

表 7.1-1 台灣 110 款德國進口汽車顏色統計圖

廠 牌 顏 色	奧迪 (Audi)	寶馬 (BMW)	福斯 (Volkswagen)	賓士 (Mercedes Benz)	保時捷 (Porsche)	總數
		35	29	31	36	21
黑	5	3	2	5	2	17
白	2	2	1	3	2	10
紅	3	6	4	6	2	21
藍	9	8	9	7	3	36
黃	0	0	1	1	2	4
紫	0	0	1	0	1	2
綠	2	0	1	1	3	7
銀、灰	12	7	9	10	5	43
棕	0	1	2	2	0	5
其它	2	2	1	1	1	7

表 7.1-2 德國當地 110 款汽車顏色統計圖

廠牌 顏色	奧迪 (Audi)	寶馬 (BMW)	福斯 (Volkswagen)	賓士 (Mercedes Benz)	保時捷 (Porsche)	總數
		45	42	35	29	20
黑	7	9	2	3	2	23
白	3	3	2	2	2	12
紅	5	4	5	6	3	23
藍	12	10	8	8	3	41
黃	0	0	0	0	2	2
紫	0	0	0	0	1	1
綠	0	1	2	0	2	5
銀、灰	14	11	9	7	4	45
棕	1	2	4	1	0	8
其它	3	2	3	2	1	11

表 7.1-3 台灣進口 110 款車型的色彩主色分析圖

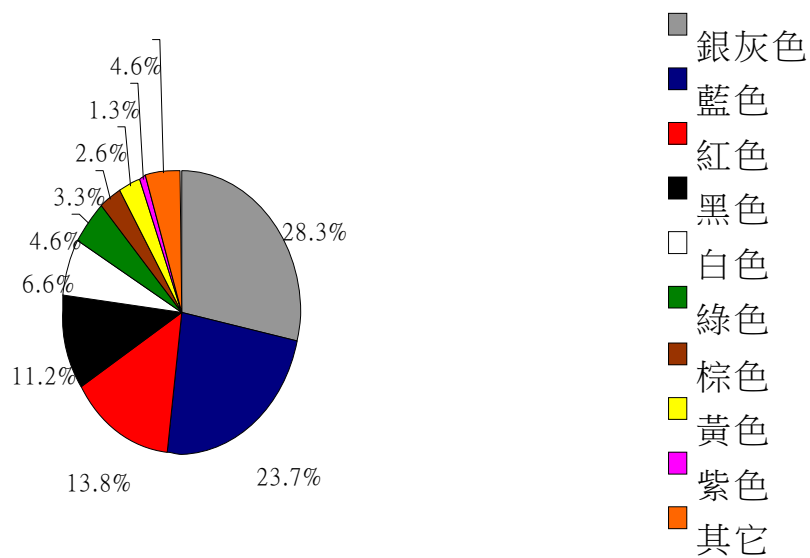
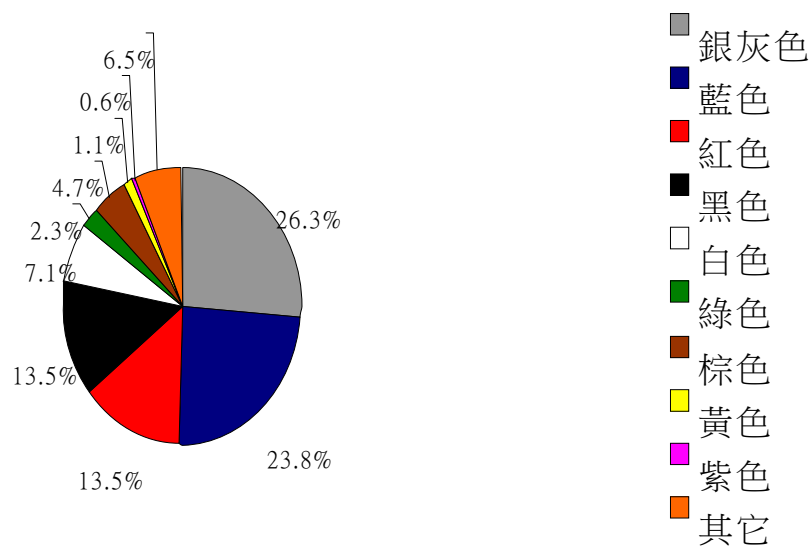


表 7.1-4 德國當地 110 款車型的色彩主色分析圖





根據以上的統計表圖及分析圖所示，在對台灣及德國相同的汽車車款的色彩進行分析和研究後，得出以下的結論：

(1) 近五年來，在台灣及在德國境內的五大德國汽車廠牌銷售的汽車顏色依舊是以銀灰色為主流。由以上的兩個統計圖表中，可以清楚的看出，台灣及德國平均都有六種以上的銀灰色汽車，這顯示出銀灰色佔絕對優勢的市場份額。而在未來的幾年裡，也將繼續受到關注。在附錄(二)、(三)中的銀灰色汽車，甚至會加上「金屬」這二字，這使得銀灰色的汽車具有金屬質感的外觀，以及有鍍鉻和鏡面般的效果，這是由於塗料技術的發展和消費者日趨成熟所造成的原因。

(2) 根據 2008 年 PPG(龐貝捷工業塗料有限公司)發布一項關於未來車型流行色趨勢的調查報告<sup><39></sup>，結果顯示，藍色系列汽車將取代銀灰色汽車為熱門的首選顏色汽車。而這份報告的結果，也同時符合圖表 7.1-3 及圖表 7.1-4 的數據結果；藍色色調的汽車在台灣及德國的汽車市場上的排名皆為第二，藍色將成為今後幾年汽車行業最看好的顏色，甚至有呈上升的趨勢，因而也有可能取代銀灰色色調汽車在市場上的地位。其主要的的原因是，隨著汽車開始大規模進入家庭，其功能形象已轉變，因此以銀灰色為主的色調將不再「壟斷」汽車的市場；又加上汽車個性化消費時代的來臨，才會使得各種車型五光十色，令人眼花撩亂。

上段文章，是以台灣、德兩國在汽車市場色彩使用上做比較及分析，本文採用消費者對汽車色彩的問卷調查及官方統計數據來做比較分析。

---

<39><http://www.chilicity.com/cgi-bin/bigate.cgi/b/x/g/http@www.chilicity.com/publishhtml/10/2008-10-27/20081027074441.html>

可惜的是國內，目前並無針對國人喜愛的汽車色彩做過相關的正式統計，因此無法精確得知，國人最喜愛的汽車顏色為何。但在搜尋參考文獻的過程中，發現楊明璋在 2005 年國立台灣科技大學設計研究所的碩士論文《台灣汽車市場色彩趨勢之探討》中以問卷的方式來調查台灣消費者最喜愛的汽車色彩，在論文裡有台灣汽車喜好調查的結果，此結果正好為本論文的數據統計所需，並可作為此節的台灣消費者汽車色彩的數據資料；而德國數據資料則以聯邦汽車管理局 KBA（Kraftfahrt-Bundesamt）在 2009 年針對 1986 年至 2010 年的德國消費者最喜愛的汽車色彩做統計調查為根據。兩份調查結果，都有包含 2005 年，因此可作為此節文章的數據語料，並以此做為台德兩國的比較資料。

在楊明璋的調查結果顯示，台灣人最喜愛的汽車色系前三名依序為：黑色(22%)、白色(20%)、銀灰色(18%)；較不受歡迎為：綠色(0%)及紫色(2%)<sup><40></sup>。德國聯邦汽車管理局認為最受歡迎汽車色彩數據的前三名分別為：銀灰色(32.6%)、黑色(30.4%)、白色(11.5%)<sup><41></sup>。從這兩份數據的統計資料，我們可以發現到，台灣消費者與德國消費者對於汽車喜愛的顏色皆為銀灰色、黑色及白色；不同的是，兩國消費者對這三種顏色的喜愛比例上卻不一樣。

此結論在與文章開頭所提及的台德汽車市場色彩使用的分析圖來做交叉性的比對，會發現：潛在顧客喜愛，不見得會購買，與市場真正銷售出的汽車顏色卻大不相同。汽車市場的色彩前三名為：銀灰色、藍色以及紅色。除了銀灰色之外，藍色及紅色都不在喜愛的汽車顏色排名中。

---

<40> 楊明璋:台灣汽車市場色彩趨勢之探討。碩士論文，台北:國立台灣科技大學設計研究所，2005，頁 105。

<41> [http://www.kbashop.de/wcsstore/KBA/pdf/Fachartikel\\_Farbe\\_der\\_Fahrzeuge.pdf](http://www.kbashop.de/wcsstore/KBA/pdf/Fachartikel_Farbe_der_Fahrzeuge.pdf)

這結論顯現出，兩國消費者喜愛的汽車顏色，都是偏向沉穩厚重的顏色。因為對消費者而言，這三種顏色不管運用在哪種車款上，都是可以互相做搭配，也不會有突兀感；況且這三種色彩都是經典的流行顏色，並不會隨著時代的改變，因而被淘汰。

根據美國杜邦在 2008 年「全球汽車顏色流行指數」的報告，消費者越來越注重個性、具有設計感、輕巧和省油的車款；因為這樣的發展，未來更需要創新色彩的技術<sup><42></sup>。換言之，汽車經商業者在設計汽車顏色時，必須要兼顧時代潮流及趨勢，要不斷地推陳出新新色彩，使得汽車色彩使用變得多元，同時注入許多鮮豔的色彩，如：由於人類對環境保護日益關注，汽車經銷業者把此議題注入在汽車顏色裡。比如：運用藍色；代表著純淨，且幾乎沒有什麼負面的內涵，可以讓人聯想到乾淨的生態，例如：湛藍的天空、澄澈的海水等等，這些詞彙也都會讓人與零污染做結合的聯想。

汽車色彩的推出絕對不是根據設計者的喜好，而是有他們各自的色彩方案。如：汽車塗料公司，他們會透過調查去了解不同國家汽車市場的色彩傾向，然後把這些情報整理之後，做出一些色彩的產品方案，提供給商家作為參考的依據。除此之外，汽車的經銷商業者還需要清楚的理解顏色在人類心理層面的影響，以及所代表的歷史文化涵義。因此，在下個小節中，將探討汽車業者所使用的色彩，對人類的情感和情緒有著什麼樣的影響。

---

<sup><42></sup>[http://www2.dupont.com/Taiwan\\_Country\\_Site/zh\\_TW/Media\\_center/taiwan\\_press\\_releases/2009/20090112.html](http://www2.dupont.com/Taiwan_Country_Site/zh_TW/Media_center/taiwan_press_releases/2009/20090112.html)

## 7.2 漆色詞的心理基礎分析

在色彩研究上，可劃分兩大類來研究，分別為色彩象徵及色彩心理。所謂「色彩象徵」是指文化是如何將顏色用作符號，以代表某個特殊的意義，但此部分不在本文這節探討的範圍裡。本節主要探討色彩心理，「色彩心理」則是專指某種顏色會對人造成什麼樣的特殊影響。在心理學上，對於一種感覺兼有另一種感覺的心理現象，稱做聯覺現象。人們對顏色的感覺容易引起聯覺，因此，顏色容易對人的心理產生這樣或那樣的影響。經過蒐集整理發現，不同顏色會讓人有著不一樣的感受，這些感受都是可以被捕捉到的。以下表格所示來自馮彬(2010)碩士論文《汽車顏色詞探究》，他的研究方法為顏色心理學的理論，所以下圖也代表著這些顏色適合哪些消費族群。

表 7.2-1 顏色涵義對照表<sup><43></sup>

顏色	顏色帶來的不同感受
黑色	— 代表：深沉、莊重、權力、穩重、崇高、威嚴 — 象徵：夜晚、高雅 — 表達效果：氣魄、尊貴、嚴肅
白色	— 代表：純淨、暢快、無辜、透明、純真、簡潔 — 象徵：正直、光明、純潔、樸素 — 表達效果：清爽、乾淨

<sup><43></sup> 馮彬:汽車顏色詞探究。碩士論文，河北：河北大學語言學及應用語言學研究所，2010，頁 19。

紅色	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 代表：喜慶、興奮、熱烈、激情、高貴、吉祥</li> <li>— 象徵：自由、火焰、夕陽、勝利</li> <li>— 表達效果：刺激、興奮、強烈煽動</li> </ul>
藍色	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 代表：恬靜、開朗、理性、深遠、傷感、永恆</li> <li>— 象徵：天空、海洋、自由、信念</li> <li>— 表達效果：冷靜、智慧、開闊</li> </ul>
黃色	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 代表：希望、動感、歡樂</li> <li>— 象徵：陽光、黃金、收穫</li> <li>— 表達效果：華麗、醒目、富麗堂皇</li> </ul>
紫色	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 代表：高雅、迷幻、奢華、美麗</li> <li>— 象徵：柔美、魅力、女性</li> <li>— 表達效果：神秘感、女性化</li> </ul>
綠色	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 代表：安逸、新鮮、舒適、青春</li> <li>— 象徵：自然、生命、春天、安全</li> <li>— 表達效果：友善、舒適</li> </ul>
銀灰色	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 代表：謙遜、寂寞、平凡、中庸</li> <li>— 象徵：質樸、陰天</li> <li>— 表達效果：普通、平易</li> </ul>

以上的表格說明，顏色具有激起人的情感和情緒的獨特功能。除此之外，汽車顏色還可以彰顯個性，區分消費族群。由於人的職業、性別、年齡、生活環境的不同，所以不同的人對色彩會有不同的感受，在強調個性化時代的今天，有越來越越多的人選擇與自己個性符合的顏色。如上文表格所分析的各個色彩涵義：黑色在上文的敘述代表著權力、威嚴，

具有嚴肅、剛韌的效果；其主要的消費族群是中年人，並且以男性為主，其中企業老闆、國家機關等是這個群體中的忠誠追隨者。透過這些不同的色彩涵義，運用在市場細分化的今天，對汽車公司劃分銷售群是很有幫助的。



## 8. 結論

色彩是商品外部重要的特徵之一，它也是影響消費者是否有意願購買的關鍵因素，而汽車的色澤及光彩則會讓人們對汽車的質感做出一定程度上的評判。因此，汽車經銷商者就會在車身的顏色上做改變，並設計出多樣而又新潮的色彩，從視覺上讓人賞心悅目。也因為如此，所以幾乎每一個汽車品牌都大力地推銷自家車身的顏色；得到的結果就是，各式各樣的汽車漆色詞被創造出來，而這樣的目的則是為汽車披上了一層美麗的語言外衣，用來贏得消費者的青睞。

透過本文的漢、德語汽車漆色詞探討，可以發現這兩種語言的汽車漆色詞都具有以下三個特徵：

### (1) 音節的改變

過去漢、德語的顏色詞都是以雙音節的形式出現，如：漢語的「青綠」、「藏紅」，德語則是“Blutrot,、 “Weinrot,等。可是從目前所蒐集到的汽車漆色詞語料來看，卻是三音節的漆色詞數量佔有絕對的優勢。根據語料統計，三音節漢、德語的漆色詞都佔有超過全語料的 40%以上，四音節次之，還有少量的單音節及四音節以上的汽車漆色詞。這說明，新興的汽車漆色詞已不再遵循雙音節化的發展形式，反而是三音節的漆色詞成為這類顏色詞的發展趨勢<sup><45></sup>。而在音節的變化裡，也發現一個很有趣的特點：在語料中的四音節及四音節以上的汽車漆色詞都是由「慣用名詞」所組成的，如：漢語「摩納哥藍」/德語“Monacoblau,, —以國名的方式；德語 “Barberarot,,/漢語「巴貝

<sup><45></sup> 邱莉芹:廣告中新興顏色詞初探。北京:術語標準化與信息技術, 2009, 頁 32。

拉紅」－以食物名稱的方式；還可以用人名的方式，如：德語“Tasmanblau,,/漢語「塔斯曼藍」。或是直接用直譯的方式構成，如：德語“Arubablau,,漢語就直譯為「阿魯巴藍」等。可以說這樣的變化是因為社會的改變、科技的進步、人類的思考模式越來越縝密化、在語言表達上也越來越精確等等因素所結合而成的。

## (2) 修飾成份的變化

漢、德語的汽車漆色詞是以複合式的方式所結合而成的，而所謂的複合式漆色詞就是「修飾詞素+基本顏色詞素」<sup><46></sup>。但從語料中可以得知，複合式漆色詞中的修飾詞素除了可以是表示具體事物的名稱之外，也可以是表示抽象意義和概念的名詞，如：漢語「天際藍」、「時尚黑」，德語“Phantomschwarz,,、“Nachtschwarz,,等詞。還有一部份的汽車漆色詞的修飾詞素則是形容詞及動詞來充當的，如漢語「炫亮黑」、「極炫綠」，德語“Brillantschwarz,,、“Sprintblau,,等詞。

若把漢、德語的汽車漆色詞與傳統的顏色詞做比較，會發現前者的修飾成份不僅在詞性、詞義上有很大的轉變外，而且在訊息的傳達上也和後者有著不同。傳統的顏色詞只能單純的表達事物顏色的特質，無法提供任何額外的訊息；但漢、德語的汽車漆色詞中的修飾詞，除了修飾所要表達的顏色詞素之外，還可以具備時代涵義、社會特質，而有的甚至更可以表達出汽車的屬性，例如：保時捷競速綠（Porsche Racinggreen）。這漆色詞中的「保時捷」，並不能以傳統顏色詞的理解成「像保時捷

<sup><46></sup>邱莉芹:廣告中新興顏色詞初探。北京:術語標準化與信息技術，2009，頁 33。



一樣的快速綠色」；這裡的修飾詞素「保時捷」指的是德國知名的汽車產牌。<sup><47></sup>通過這詞得到的訊息不止是這輛汽車是綠色的，還可以理解它的具體品牌。這類的汽車漆色詞中的漢、德語修飾語素還可以表現出汽車速度的特點，如：漢語「衝刺」/德語“Sprint”、漢語「極速」/德語“Speed”。但在所蒐集的語料中，卻只有漢語才可以表現出消費者氣質的修飾詞素，如：「帝王」、「尊爵」等。

### (3) 外來詞參與造詞

在漢、德語汽車漆色詞中，出現大量的外來詞素充當構詞成份。外來法，就是指用意譯、音譯、音譯兼意譯等方法衍生出來的顏色詞。如：漢語「摩卡黑」/德語“Mocca-Anthrazit”，漢語「騷莎紅」/德語“Salsa-Red”等等。德語的“Mocca”英語為“Mocha”，而漢語則音譯為「摩卡」，它是最早是指葉門摩卡港出口的一種咖啡豆，後來指咖啡壺。而用這種壺煮出來的咖啡是加倍強勁的咖啡。所以當漢語「摩卡」/德語“Mocca”用在汽車漆色詞當中時，很容易讓人聯想到一種古老有強勁生命力的事物。

除此之外，在語料中也發現到，有許多的漢語漆色詞都直接採取德語的發音來進行命名，如：德語“Mondscheinblau”，漢語則翻譯為「穆杰夢藍」。從這個漢語漆色詞中只可知漆色詞的名字，卻無法得知這名字以外的相關訊息，比如：它是否存在深層的文化涵義、是否具有歷史意義等等訊息。所以汽車經銷商業者應該把德語“Mondscheinblau”這漆色詞翻譯為「月光

<sup><47></sup> 馮彬:汽車顏色詞探究。碩士論文，河北：河北大學語言學及應用語言學研究所，2010，頁 19。

藍」；因為德語“Mondschein”是指「月光」的意思，而「月光」在漢語則解釋為「月亮的光線，是由太陽光照在月球所反射出來的」。用意譯的方式，則較可符合原意詞的涵義也可以讓消費者有個實際的聯想。再如，德語漆色詞「Tasmanblau」，漢語則譯為「塔斯曼藍」如上述的情況一樣，消費者也無法得知此漆色詞具有甚麼樣的涵義或有其他相關訊息。而在第六章時，解釋過「Tasman（塔斯曼）」是荷蘭的一位偉大的航海家、探險家；用這樣的歷史人物作為修飾語是可以滿足消費者某種需求，但對於我國大部分的國民來說，對此歷史人物並不熟悉及瞭解，所以無法對此漆色詞進行想像及聯想。所以，用意譯取代音譯，把「塔斯曼藍（Tasmanblau）」翻譯成「航海藍」，這樣就可以和大海裡的藍來進行聯想，而也可以讓我國消費者對此漆色詞產生深刻的印象或是青睞感。

在上段文章中，是針對語料中的漢語翻譯成德語的漆色詞進行探討，但在蒐集的語料中可以發現，有不少的複合式德語汽車漆色詞中的修飾詞素都是用英語來形容的，如：“Candy-weiß,,、“Deep Black,,、“Black Magic,,等等。大家都知道英語已是世界強勢語言，而德國的汽車業者用英語來取代德語，主要是想要表達，自身的汽車產牌是銷售到全世界，並且是國際性的企業，這會讓消費者覺得保固或是售後服務等等都是具有相當的規模性，可以安心讓人購買。除此之外也可以看出英語對德語的滲透與影響是無所不在的。因為任何一種語言都不是可以被孤立存在，而有參雜外來語的漢、德語汽車漆色詞，則豐富了汽車顏色詞的詞匯，也滿足人們的交流需求。

商家為了滿足人們的消費心理，所以在語言形式上的創新是可以被

理解的。不過，如果為此刻意求新、不知所云，只是一昧的玩弄文字遊戲，以新奇搞怪的方式，反而造成華而不實之嫌，而且也違背了語言文字的規範。綜觀所蒐集到的漢、德語汽車漆色詞，本文認為主要存在以下兩個方面的問題：

(1) 造詞的任意性大

為了滿足人們的標新立異、避俗求雅、時尚前衛的等心理需求。漢語及德語的汽車銷售商在產品顏色的描述上可以說是費盡心機，因而造就了漢、德語汽車漆色詞的產生。在本論文的文章中提及漢、德語的汽車漆色詞分為「實物類汽車漆色詞」及「抽象類汽車漆色詞」。但不論是哪種分類，它都存在著大量的「隨機造詞」這現象。所以從這現象可以看到漢、德語汽車漆色詞在造詞這方面都具有極大的任意性。

這樣的任意性表現在同一個修飾詞素可以修飾很多種顏色詞素。比如：漢語「鑽石」、德語“Amethyst, 一這一類實物詞素就可以與「白(weiß)」、「紅(rot)」、「黑(Schwarz)」之中的任一顏色詞素相結合，出現了「一個配多個」的搭配關係；而抽象類的汽車漆色詞中也存在著「一個配多個」的搭配，如：漢語「炫亮黑」、「炫亮紅」，德語“Brillantschwarz, 、“Brillantrot, 等。而這種語素搭配的隨機性正是汽車漆色詞造詞任意性的有力表現。

(2) 模糊性強

這裡的模糊性，是指詞義上的模糊性造成消費者無法明確的認知所選購的色彩。在蒐集的漢、德語汽車漆色詞語料中的抽象類複合式汽車漆色詞，其修飾成份的修飾語是由表示抽象事物

的詞所構成的。而這些修飾詞素再與顏色詞詞素做個結合，則會對所要表達的顏色的範圍更加寬廣，以及讓所要表達顏色的涵義變得更加的模糊而不明確。比如：漢語「深邃」、「經典」或德語“Brillant,、 “Klassik,等類表性質、狀態的形容詞；或是表示動感的動詞，如：漢語「衝刺」、「極速」，德語“Reflex”、“Sprint”等。這些詞本身就帶有著很強的模糊特性，用它們來取代具體事物的名稱，來充當做修飾限定成份。這樣會使得人們更不能精準的理解出漆色詞所要表達的具體顏色。此外，這樣的漆色詞無疑地增強了顏色詞的語義模糊性<sup><48></sup>，從而使原本就具有模糊性的色彩詞的表意更加的虛無、模糊和捉摸不定，因而造成消費者一方面理解顏色上有著極大的困難，另一方面及提升了神秘浪漫與自信的心理色彩。

不可否認的是，漢、德語汽車漆色詞確實都存在著一些新穎而不失生動形象的詞語。而從以上的分析可以看的出來，漢、德語汽車漆色詞在音節上、構詞上、語義上都有著自己的特點。但倘若它們可以經得起時間的考驗，又可以符合語言發展的規律，被現代語言的詞匯吸收，豐富現代語言顏色詞的詞匯系統。但那些任意性、模糊性、隨意性很強的汽車漆色詞，則不利於現代語言詞匯的健康發展，有損詞匯系統的純潔性，它們肯定會逐步地被淘汰掉。

限於個人的能力，本文對漢、德語汽車漆色詞的分析，還只是一種提綱和描述式的分析，還有許多地方不夠健全、也不夠全面性。關於這類的語言現象，尚有許多待繼續探索的空間，如：對漢、德語汽車漆色

---

<sup><48></sup>馮彬:汽車顏色詞探究。碩士論文，河北：河北大學語言學及應用語言學研究所，2010，頁。

詞的發展，對今後的語言生活是否有影響？對漢、德語汽車漆色詞這類的新造的顏色詞，在當前研究的基礎上，還可以用怎樣的分析方式再細化地做分析？這些等等的問題都值得再進行深層地探討及分析。

