ĐẶC ĐIỂM NGÔN NGỮ TRONG TÊN DOANH NGHIỆP TRUNG QUỐC

Lê Thị Minh Thảo[1], Nguyễn Minh Phương[1], Trần Thị Ngọc Mai[1]
Email: thaoltm@hou.edu.vn, ORCID: 0009-0001-2475-9367

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 15/06/2026
Ngày phản biện đánh giá: 15/08/2026
Ngày bài báo được duyệt đăng: 28/8/2026
DOI: 10.59266/houjs.2026.1409

Tóm tắt: *Tên doanh nghiệp là một tiểu loại tên riêng chịu sự chi phối đồng thời của quy định pháp lí về đăng kí và của các quy luật nội tại trong hệ thống ngôn ngữ, song đặc điểm ngôn ngữ của lớp tên này còn ít được mô tả một cách định lượng. Trên ngữ liệu 1.574 tên doanh nghiệp thu thập từ cơ sở dữ liệu đăng kí công khai tại Bắc Kinh, Thượng Hải và Quảng Đông, bài viết khảo sát ba bình diện ngữ âm, từ vựng và ngữ nghĩa, trong đó thành tố ngành nghề được dùng làm đối chứng nội bộ cho thành tố tự hiệu (字号). Về ngữ âm, thanh 1 và thanh 2 xuất hiện nhiều ở tự hiệu còn thanh 4 xuất hiện nhiều ở thành tố nghề; thanh 3 có tần số thấp ở cả hai thành tố và âm tiết cuối của tự hiệu song âm tiết có xu hướng vừa mang thanh 1 vừa là vận mở. Về từ vựng, 362 hình vị tạo ra 543 tổ hợp song âm tiết trên 131.044 tổ hợp theo lí thuyết (0,414%). Phần lớn hình vị có vị trí ổn định và năng lực kết hợp hạn chế. Về ngữ nghĩa, trường nghĩa của tự hiệu ít có liên hệ với lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp. Ba kết quả cùng cho thấy sự phân tầng chức năng trong tên doanh nghiệp Trung Quốc: các thành tố quy phạm đảm nhiệm chức năng thông báo, còn tự hiệu trở thành đơn vị định danh thuần tuý, được lựa chọn theo đặc trưng ngữ âm và nghĩa liên tưởng.*

Từ khóa: *tên doanh nghiệp, tên riêng, thanh điệu, định danh*

I. Đặt vấn đề

Danh xưng học truyền thống tập trung vào hai lớp lớn là nhân danh và địa danh, trong khi lớp danh xưng thương mại (commercial name), gồm tên doanh nghiệp, tên thương hiệu, tên sản phẩm được quan tâm muộn hơn nhiều. Đây là lớp tên có chủ sở hữu pháp lý và được sử dụng vì mục tiêu kinh tế (Sjöblom 2016: 453). Cùng với sự mở rộng của khu vực kinh tế tư nhân Trung Quốc trong bốn thập niên qua, số lượng tên doanh nghiệp đã tăng lên đến hàng chục triệu đơn vị, tạo thành một hệ danh xưng có quy mô và tốc độ biến động chưa từng có trong lịch sử tiếng Hán.

Khác với nhân danh và địa danh, tên doanh nghiệp có cấu trúc đa thành tố: một yếu tố cá thể hoá, một yếu tố mô tả lĩnh vực hoạt động và một yếu tố chỉ loại hình

[1] Trường Đại học Mở Hà Nội, Hà Nội, Việt Nam

pháp lý (Sjöblom 2006; Ainiala, Saarelma & Sjöblom 2012). Ở Trung Quốc, mô hình này được luật hoá triệt để. Điều 6《企业名称登记管理规定》(Nghị định Quốc vụ viện số 734, hiệu lực từ 01/3/2021) quy định tên doanh nghiệp gồm bốn thành tố: tên đơn vị hành chính, tự hiệu (字号), ngành nghề hoặc đặc điểm kinh doanh và hình thức tổ chức; Điều 8《实施办法》(2023) buộc bốn thành tố phải xếp đúng thứ tự, còn Điều 10 đòi hỏi tự hiệu phải có tính hiển trứ (显著性) và do từ hai chữ Hán trở lên hợp thành.

Khuôn cấu tạo tên doanh nghiệp theo luật định đặt chủ thể định danh vào một mâu thuẫn: ba trong bốn thành tố đã bị quy định sẵn, trong khi tên doanh nghiệp lại bắt buộc không được trùng hoặc gây nhầm lẫn với tên của doanh nghiệp cùng ngành trên cùng địa bàn. Do đó yêu cầu khu biệt chủ yếu nằm ở tự hiệu (字号), một đơn vị chỉ dài hai đến bốn chữ Hán. Vấn đề cần làm rõ là chủ thể định danh đã dùng những phương tiện ngôn ngữ nào để bảo đảm tính khu biệt trong khuôn khổ đó và các phương tiện ấy vận hành theo những quy tắc nào. Do đó, mục tiêu của bài viết là chỉ ra những đặc điểm về ngôn ngữ trong tên doanh nghiệp Trung Quốc.

II. Cơ sở lý thuyết

2.1. Cấu trúc tên doanh nghiệp và vấn đề nghĩa của tên riêng

Về cấu trúc, tên doanh nghiệp Trung Quốc gồm bốn thành tố sắp xếp theo một trật tự cố định như đã nêu ở Mục I, chẳng hạn, tên 北京安邦工业集团有限公司 được phân tách thành 北京 (địa danh hành chính), 安邦 (tự hiệu), 工业集团 (ngành nghề) và 有限公司 (hình thức tổ chức). Trong bốn thành tố, địa danh chỉ nơi đăng kí, ngành nghề chỉ phạm vi hoạt động và hình thức tổ chức chỉ chế độ trách nhiệm pháp lí. Cả ba thành tố đó đều được lấy từ những tập hợp đơn vị có sẵn và bị quy định chặt chẽ về nội dung. Tự hiệu là thành tố do chủ thể định danh tự tạo, đồng thời đảm nhiệm chức năng khu biệt giữa các doanh nghiệp cùng địa bàn và cùng ngành nghề. Do đó, bài viết tập trung vào thành tố này là chủ yếu.

Giới nghiên cứu Trung Quốc xếp tự hiệu vào cùng phạm trù với tên người và địa danh. Chen (2011) khẳng định tự hiệu giống như tên người và tên địa danh, cùng là danh từ riêng và chỉ ra rằng tự hiệu một khi đã đi vào sử dụng thì trở thành một kết cấu cố định, biểu đạt một ý nghĩa chỉnh thể. Theo cách hiểu này, nghĩa của từng hình vị sẽ bị trung hoà trong nghĩa chỉnh thể và liên hệ giữa nghĩa của tự hiệu với đặc điểm hoạt động của doanh nghiệp sẽ ở mức thấp.

2.2. Vấn đề ngữ âm trong hoạt động định danh

Về độ dài của đơn vị định danh, Chen (2011) giải thích rằng tự hiệu phải từ hai chữ trở lên, mà song âm tiết lại chính là bước âm chuẩn của tiếng Hán nên tự nhiên trở thành hình thức ngữ âm lí tưởng. Tuy nhiên, khi số doanh nghiệp tăng, các từ song âm tiết phù hợp dần không đủ dùng, xuất hiện hiện tượng trùng lặp tự hiệu doanh nghiệp trên quy mô lớn.

Về thanh điệu, Tong và Ma (2009) tổng thuật mô hình quy tắc ngữ âm thương hiệu Trung Quốc với bốn nguyên tắc: ưa thích thương hiệu phức song âm tiết, kết cấu phức theo mô hình định ngữ - danh từ, âm tiết thứ hai mang thanh cao và thương hiệu phức phải có nghĩa tích cực. Khảo sát 932 thương hiệu ngành công nghệ

thông tin của Tong và Ma (2009) cho thấy tỉ lệ song âm tiết giảm từ 90,5% xuống 54,72%, còn tỉ lệ bốn âm tiết tăng từ 0,95% lên 19,74%.

2.3. Hình vị và tính khu biệt

Ở bình diện từ vựng, câu hỏi đặt ra là làm thế nào một kho hình vị hữu hạn sinh ra đủ số tên gọi khác biệt. Kim (1999) khảo sát hơn 5.200 tên gọi thương mại và lập danh sách tên được ưa dùng, dẫn đầu là 华 (3,5%), 达 (2,9%), 金 (2,6%), 利 (2,0%), 龙 (1,7%), 新 (1,6%). Kết quả này cho thấy hoạt động định danh tập trung vào một số hình vị có tần số cao, song chưa xác định quy tắc kết hợp giữa các hình vị đó.

III. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết đã sử dụng nguồn ngữ liệu gồm 1.574 tên doanh nghiệp thu thập từ cơ sở dữ liệu đăng kí doanh nghiệp công khai tại Bắc Kinh (532 tên), Thượng Hải (542 tên) và Quảng Đông (500 tên), kèm thông tin về lĩnh vực hoạt động. Mỗi tên được phân tách thành bốn thành tố theo mô hình trình bày ở mục 2.1.

Nghiên cứu sử dụng thành tố ngành nghề và tự hiệu để làm đối sánh. Hai thành tố này cùng nằm trong một tên gọi, cùng thuộc hệ thống tiếng Hán hiện đại và cùng chịu ràng buộc của thủ tục đăng kí, nhưng khác nhau về chức năng: thành tố ngành nghề gồm những đơn vị từ vựng có sẵn dùng để miêu tả phạm vi hoạt động, còn tự hiệu do chủ thể định danh lựa chọn nhằm bảo đảm tính khu biệt.

Ở bình diện ngữ âm, mỗi âm tiết trong tự hiệu và trong thành tố ngành nghề được chuyển tự sang phiên âm Hán ngữ bằng pinyin rồi tách thành thanh mẫu, vận mẫu và thanh điệu, làm cơ sở tính phân bố bốn thanh ở hai thành tố, phân bố thanh theo vị trí âm tiết, các mô hình phối thanh, tỉ lệ song thanh và điệp vận.

Ở bình diện từ vựng, phân tích giới hạn trong các tự hiệu song âm tiết để bảo đảm tính so sánh được, với ba chỉ số: xu hướng vị trí của từng hình vị, đo bằng tỉ lệ số lần hình vị đứng ở âm tiết đầu trên tổng số lần xuất hiện; năng lực kết hợp, đo bằng số hình vị khác nhau từng đi kèm và tỉ lệ hiện thực hoá, tức tỉ số giữa số tổ hợp thực có và số tổ hợp lí thuyết.

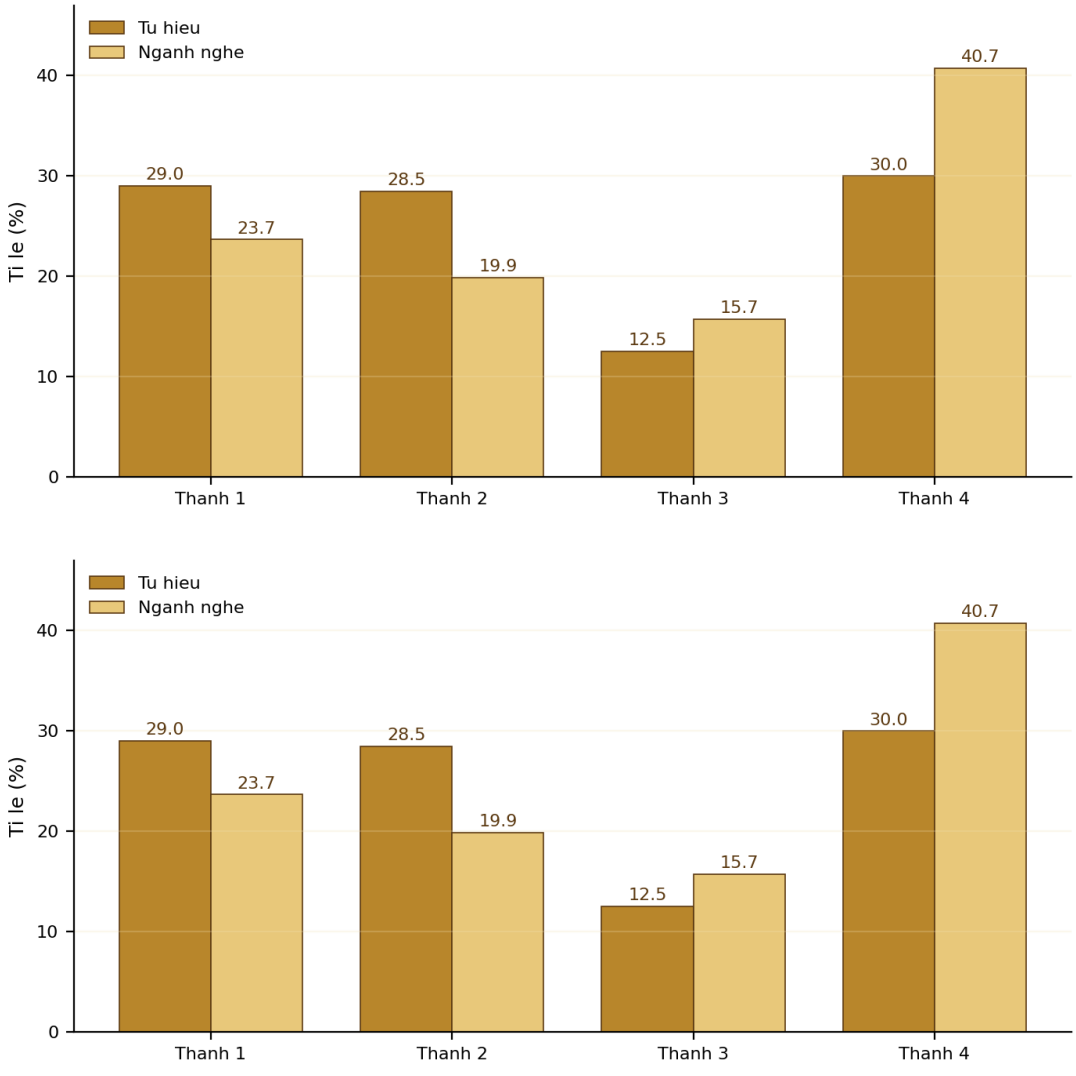
Ở bình diện ngữ nghĩa, mỗi tự hiệu được đối chiếu với bốn bảng hình vị chủ đề thiết lập từ kết quả của Kim (1999) và Chen (2011): không gian - địa lí, cầu chúc phồn thịnh, phẩm chất - công nghệ, tự nhiên - linh vật.

IV. Kết quả nghiên cứu

4.1. Bình diện ngữ âm: phân bố thanh điệu

Kết quả phân tích 3.804 âm tiết trong tự hiệu và 6.090 âm tiết trong thành tố ngành nghề cho thấy hai thành tố có phân bố thanh điệu khác nhau.

Kết quả phân tích cho thấy khác biệt tập trung ở thanh 4. Trong thành tố ngành nghề, thanh 4 chiếm 40,74%, gần gấp đôi thanh 2 và bỏ xa ba thanh còn lại. Nhưng trong tự hiệu, tỉ lệ thanh 4 chỉ còn 29,99%, ngang bằng thanh 1 (29,02%) và thanh 2 (28,47%). Đồng thời hai thanh 1 và 2 đều tăng so với thành tố ngành nghề, lần lượt từ 23,66% lên 29,02% và từ 19,87% lên 28,47%. Kiểm định khi bình phương xác nhận khác biệt có ý nghĩa thống kê (χ^2 = 191,46; df = 3; $p < 0,001$; Cramér's V = 0,139).



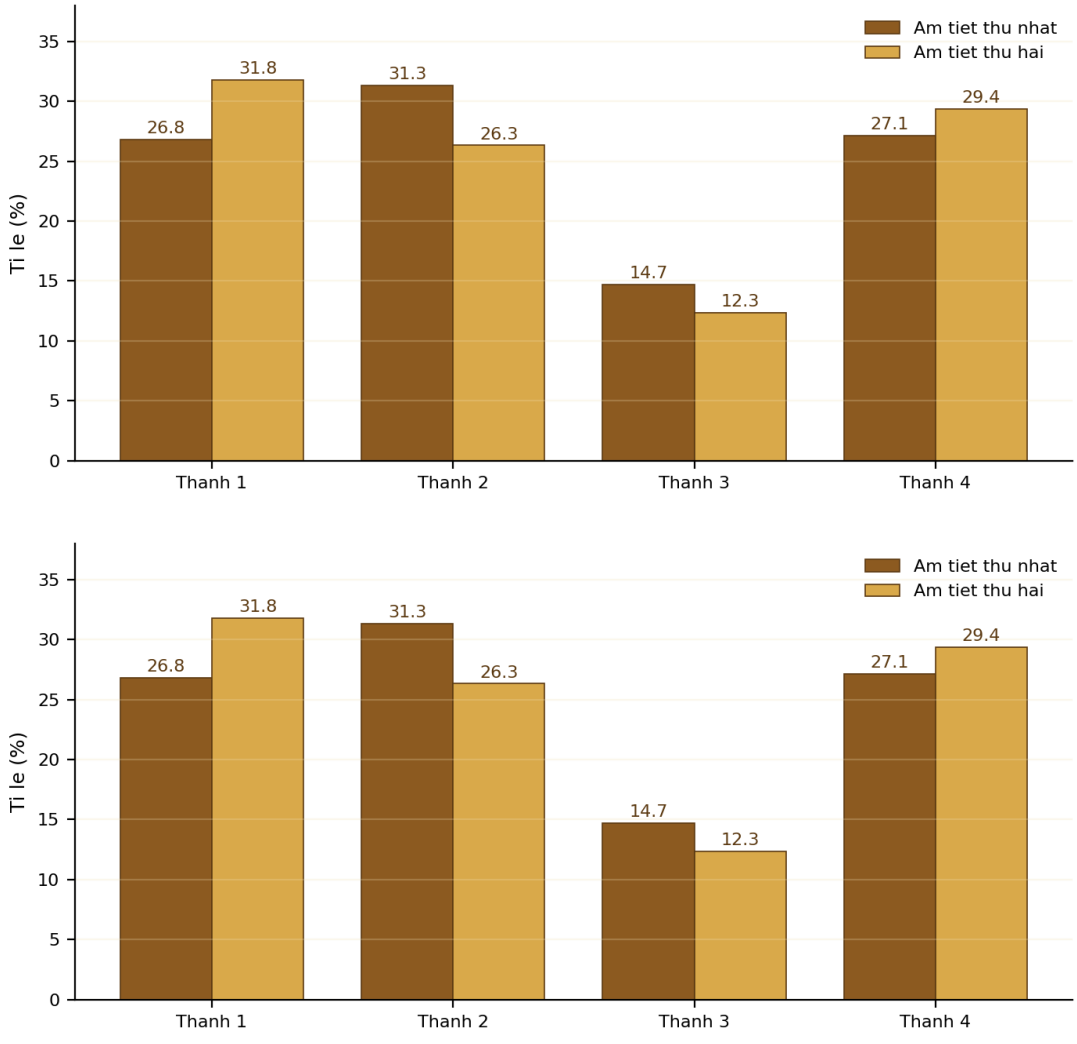
Hình 1. Phân bố thanh điệu trong tự hiệu và trong thành tố ngành nghề

Nguồn: tác giả tổng hợp

Do hai thành tố cùng nằm trong một tên gọi, chênh lệch này có thể quy về hoạt động lựa chọn của chủ thể định danh. Ở thành tố ngành nghề, chủ thể định danh sử dụng những đơn vị từ vựng có sẵn nên phân bố thanh điệu phản ánh phân bố của vốn từ. Ở tự hiệu, chủ thể định danh có quyền lựa chọn, do đó phân bố thanh điệu trở nên đồng đều hơn giữa ba thanh 1, 2 và 4.

Phân bố của thanh 3 là một trường hợp riêng: ở tự hiệu, thanh 3 chiếm 12,51%, thấp hơn so với ba thanh còn lại; ở thành tố ngành nghề, tỉ lệ này là 15,73%. Có thể lí giải hiện tượng trên bằng đặc trưng ngữ âm của thanh thượng, vốn có đường nét khúc khuỷu, trường độ lớn hơn và chịu quy tắc biến điệu khi hai thanh 3 đứng liền nhau. Tần số thấp của thanh 3 ở cả hai thành tố là biểu hiện của nguyên lí tiết kiệm trong phát âm.

4.2. Bình diện ngữ âm: vị trí âm tiết và hoà phối âm



Hình 2. Phân bố thanh điệu theo vị trí âm tiết trong tự hiệu song âm tiết

Nguồn: tác giả tổng hợp

Kết quả phân tích ở Hình 2 cho thấy, nếu gộp thanh 1 và thanh 2 lại thì tỉ lệ ở hai vị trí bằng nhau, cùng là 58,14%, nghĩa là không có xu hướng dồn thanh cao về cuối như nguyên tắc đã nêu. Nhưng khi tách riêng từng thanh thì có dịch chuyển rõ: thanh 1 tăng từ 26,82% ở âm tiết đầu lên 31,81% ở âm tiết sau, còn thanh 2 giảm từ 31,32% xuống 26,33%. Kiểm định cho $\chi^2 = 14,06$; df = 3; p = 0,003. Điều đó cho thấy có xuất hiện quy luật về vị trí âm tiết nhưng bản chất là sự phân công giữa thanh 1 và thanh 2 chứ không phải sự nâng cao độ nói chung: thanh 1 vốn bằng và ổn định được ưu tiên cho vị trí kết thúc, vị trí mà âm tiết thường được kéo dài khi phát âm.

Kết quả về cấu trúc âm tiết cũng theo hướng tương tự: tỉ lệ vận mở trong tự hiệu nói chung là 48,79%, nhưng ở âm tiết kết thúc tăng lên 55,46%. Như vậy, âm tiết cuối của tự hiệu có xu hướng vừa mang thanh 1 vừa là âm tiết mở.

Về các mô hình phối thanh, kết quả cho thấy mức độ phân tán cao.

Bảng 1. Mười mô hình phối thanh phổ biến trong tự hiệu song âm tiết

Mô hình	Số lượng	Tỉ lệ (%)	Ví dụ	Mô hình	Số lượng	Tỉ lệ (%)	Ví dụ
2 - 1	130	10,63	华丰	1 - 2	100	8,18	天成
2 - 2	130	10,63	南洋	2 - 4	94	7,69	华泰
4 - 1	118	9,65	汇丰	3 - 1	72	5,89	浦发
1 - 4	111	9,08	安邦	1 - 1	69	5,64	东方
4 - 4	100	8,18	现代	4 - 2	64	5,23	盛华

Nguồn: tác giả tổng hợp

Kết quả cho thấy không mô hình nào chiếm quá 11% và mười mô hình có tần số cao chiếm khoảng 81%. Quy luật ghi nhận được chỉ ở mức xu hướng luân phiên: tỉ lệ hai âm tiết trùng thanh là 26,57%, so với 73,43% khác thanh.

Các phương thức hoà phối ngữ âm cũng có tần số thấp, phù hợp với nhận xét của Wang (2014): trong 1.223 tự hiệu song âm tiết, tỉ lệ song thanh là 2,62%, điệp vận là 3,35% và trùng cả âm tiết là 0,41%.

4.3. Bình diện từ vựng: vị trí hình vị và năng lực kết hợp

Nếu ở bình diện ngữ âm tự hiệu thể hiện sự linh hoạt thì ở bình diện từ vựng lại bộc lộ tính khép kín. Trong 543 tự hiệu song âm tiết khác nhau, chúng tôi ghi nhận 362 hình vị. Số tổ hợp về lý thuyết có thể tạo ra của 362 hình vị là 131.044, trong khi số tổ hợp thực có chỉ là 543, tỉ lệ hiện thực hoá 0,414%. Kho hình vị đủ sức sinh ra số tên gọi lớn gấp hàng trăm lần thực tế, nhưng phần lớn khả năng ấy không được dùng đến. Nguyên nhân là các hình vị không kết hợp tự do mà có xu hướng phân bố vị trí ổn định.

Bảng 2. Xu hướng vị trí của một số hình vị trong tự hiệu song âm tiết

Hình vị	Âm Hán Việt	Tổng số lần	Đứng đầu	Đứng sau	Tỉ lệ đứng đầu (%)
中	Trung	39	39	0	100,0
南	Nam	26	26	0	100,0
万	Vạn	21	21	0	100,0
欧	Âu	28	26	2	92,9
正	Chính	22	16	6	72,7
泰	Thái	39	8	31	20,5
丰	Phong	49	9	40	18,4
达	Đạt	33	0	33	0,0
洋	Dương	23	0	23	0,0
和	Hoà	18	0	18	0,0

Nguồn: tác giả tổng hợp

Các hình vị 中, 南, 万 chỉ xuất hiện ở âm tiết đầu, không ghi nhận trường hợp nào ở âm tiết sau; ngược lại, 达, 洋, 和 chỉ xuất hiện ở âm tiết sau. Một số hình vị khác có xu hướng phân bố lệch rõ nhưng không tuyệt đối: tỉ lệ đứng đầu của 丰 là 18,4%, của 泰 là 20,5%. Như vậy, tự hiệu không phải là tổ hợp ngẫu nhiên của hai hình vị mà tuân theo một trật tự ổn định, phản ánh chức năng cú pháp và nghĩa gốc của từng hình vị. Các hình vị chỉ phương vị và phạm vi giữ vai trò định ngữ đứng trước, các hình vị chỉ trạng thái và kết quả giữ vai trò trung tâm ngữ đứng sau.

Bên cạnh ràng buộc về vị trí, khả năng kết hợp của các hình vị cũng ở mức thấp.

Hình vị có khả năng kết hợp cao hơn cả là 欧, đi cùng 24 hình vị khác nhau; 华 tuy xuất hiện 70 lần nhưng chỉ kết hợp với 15 hình vị.

Phân bố tần số của hình vị có nhiều biến động: một số ít hình vị có tần số cao và tham gia vào các tổ hợp lặp lại, trong khi phần lớn hình vị có tần số thấp. Đây là cơ chế dẫn tới hiện tượng trùng lặp tự hiệu mà Chen (2011) đã nêu, đồng thời cho phép lí giải mâu thuẫn trình bày ở mục 2.3: khó khăn trong việc tạo tên gọi vừa có tính mới vừa đáp ứng được những yêu cầu đăng kí kinh doanh. Lí do theo Yin (2011) không xuất phát từ sự hạn chế về số lượng hình vị mà hạn chế từ các ràng buộc kết hợp.

4.4. Bình diện ngữ nghĩa: tự hiệu và lĩnh vực hoạt động

Hai bình diện trên liên quan đến tiêu chí hình thức của việc lựa chọn tự hiệu. Vấn đề còn lại thuộc bình diện nội dung: xác định mức độ liên hệ giữa nghĩa của tự hiệu và lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp. Chúng tôi lập bảng chéo giữa bốn trường nghĩa và bốn lĩnh vực có số lượng lớn nhất trong ngữ liệu.

Bảng 3. Trường nghĩa của tự hiệu theo lĩnh vực hoạt động (%)

Lĩnh vực hoạt động	Không gian - địa lí	Cầu chúc phồn thịnh	Phẩm chất - công nghệ	Tự nhiên - linh vật
Khoa học - công nghệ thông tin	36,5	22,7	18,0	11,1
Chế tạo - công nghiệp	33,1	27,4	16,6	10,1
Tài chính - đầu tư - tư vấn	32,5	22,9	14,0	10,8
Văn hoá - giáo dục - truyền thông	32,6	11,6	14,0	16,3

Ghi chú: một tự hiệu có thể thuộc nhiều trường nghĩa nên tổng hàng không bằng 100%.

$\chi^2 = 13,90$; df = 9; p = 0,126.

Nguồn: tác giả tổng hợp

Kết quả kiểm định cho $\chi^2 = 13,90$; df = 9; p = 0,126, tức là liên hệ giữa hai biến không đạt mức ý nghĩa thống kê. Tỉ lệ tự hiệu chứa yếu tố thuộc trường nghĩa *không gian - địa lí* dao động trong khoảng 32,5% đến 36,5% ở cả bốn lĩnh vực. Tỉ lệ hình vị thuộc trường nghĩa *phẩm chất - công nghệ* ở nhóm doanh nghiệp khoa học - công nghệ - thông tin (18,0%) không cao hơn nhiều so với nhóm chế tạo - công nghiệp (16,6%). Nhóm văn hoá - giáo dục - truyền thông có chênh lệch lớn nhất với tỉ lệ hình vị mang nghĩa "cầu chúc phồn thịnh" thấp hơn, song chưa đủ để toàn bảng đạt mức ý nghĩa thống kê.

Kết quả cho thấy, nếu tự hiệu giữ chức năng miêu tả thì phải thấy một liên hệ rõ giữa nghĩa của chúng và ngành nghề, nếu không xuất hiện liên hệ đó cho thấy tự hiệu đã không còn mang nghĩa biểu vật: tức là tự hiệu đó về bản chất không liên quan đến doanh nghiệp mà chỉ dùng để gọi tên doanh nghiệp. Nghĩa từ vựng của các hình vị cấu tạo vẫn còn, nhưng đã chuyển thành nghĩa liên tưởng khái quát - tốt lành, rộng lớn, vươn xa. Đây là nhóm nghĩa hợp với mọi ngành nghề nên khó có thể không phân biệt được ngành nghề nào qua những tên thuộc nhóm nghĩa này.

4.5. Thảo luận

Kết quả khảo sát ở ba bình diện thống nhất với nhau. Về ngữ âm, tự hiệu có phân bố thanh điệu khác với vốn từ

miêu tả và có xu hướng kết thúc bằng âm tiết mang thanh 1, vận mở. Về từ vựng, tự hiệu hoạt động trong một hệ thống khép kín với trật tự vị trí ổn định và khả năng kết hợp hạn chế. Về ngữ nghĩa, tự hiệu không còn liên hệ với đặc điểm của đối tượng được định danh. Ba đặc điểm này là đặc trưng của đơn vị định danh thuần tuý.

Ba đặc điểm trên có quan hệ nhân quả với nhau. Khi một đơn vị ngôn ngữ không còn chức năng miêu tả, tiêu chí lựa chọn chuyển từ tính chính xác về nội dung sang đặc trưng ngữ âm và nghĩa liên tưởng. Chênh lệch về phân bố thanh điệu giữa hai thành tố là biểu hiện định lượng của sự chuyển dịch này. Tính khép kín ở bình diện từ vựng là hệ quả: khi tiêu chí lựa chọn quy về một số giá trị chung, các chủ thể định danh sẽ hướng tới cùng một tập hợp hình vị.

Kết quả này cung cấp cứ liệu cho nhận định của Nguyễn (2023) về việc tên riêng bị lược bỏ sẽ thoát nghĩa biểu vật và biểu cảm. Số liệu khảo sát cho thấy đối với tên doanh nghiệp Trung Quốc, quá trình mất nghĩa biểu vật đã diễn ra trong nội bộ tiếng Hán và xảy ra trước khi dịch thuật. Từ đó có thể rút ra một hệ quả ứng dụng: khi chuyển dịch, việc dịch nghĩa tự hiệu không bổ sung thông tin về đối tượng mà còn tạo ra thông tin không tương ứng với thực tế. Phiên âm là giải pháp phù hợp hơn với đặc điểm ngôn ngữ của thành tố này, trong khi thành tố ngành nghề cần được dịch nghĩa.

So với Tong và Ma (2009), kết quả của chúng tôi vừa có tính xác nhận vừa có tính bổ sung. Xác nhận ở chỗ tồn tại một quy luật phân bố thanh điệu theo vị trí trong đơn vị định danh song âm tiết. Bổ sung ở chỗ nội dung của quy luật là sự phân công giữa thanh 1 và thanh 2, chứ không phải sự tăng cao độ ở âm tiết sau. Chênh lệch giữa hai kết quả có thể do khác biệt về ngữ liệu: hai tác giả khảo sát thương hiệu ngành công nghệ thông tin, còn ngữ liệu của chúng tôi thuộc nhiều lĩnh vực.

V. Kết luận

Bài viết đã mô tả đặc điểm ngôn ngữ của tên doanh nghiệp Trung Quốc trên ba bình diện, dựa vào ngữ liệu 1.574 tên và dùng thành tố ngành nghề làm đối chứng nội bộ cho thành tố tự hiệu.

Ở bình diện ngữ âm, tự hiệu nghiêng về thanh 1 và thanh 2 trong khi thành tố ngành nghề bị thanh 4 chi phối, khác biệt có ý nghĩa thống kê ($\chi^2 = 191{,}46$; $df = 3$; $p < 0{,}001$); thanh 3 ít xuất hiện ở cả hai nhóm. Ngoài ra, thanh điệu phân bố khác nhau giữa hai vị trí âm tiết: thanh 1 nghiêng về vị trí cuối và thanh 2 nghiêng về vị trí đầu. Các thủ pháp song thanh, điệp vận đều dưới 3,5%.

Ở bình diện từ vựng, 362 hình vị chỉ tạo ra 543 tự hiệu song âm tiết khác nhau, tương ứng tỉ lệ hiện thực hoá 0,414%. Nhiều hình vị có vị trí gần như cố định, năng lực kết hợp cao hơn cả cũng chỉ đạt 24 tổ hợp và 31,2% số hình vị chỉ xuất hiện một lần. Ở bình diện ngữ nghĩa, trường nghĩa của tự hiệu không liên hệ có ý nghĩa thống kê với lĩnh vực hoạt động ($\chi^2 = 13{,}90$; $df = 9$; $p = 0{,}126$).

Từ các kết quả trên có thể xác định tên doanh nghiệp Trung Quốc có sự phân tầng về chức năng ngôn ngữ: các thành tố quy phạm đảm nhiệm chức năng thông báo, còn tự hiệu đảm nhiệm chức năng định danh thuần tuý, với tiêu chí lựa chọn là đặc trưng ngữ âm và nghĩa liên tưởng.

Về ứng dụng, kết quả này ủng hộ chủ trương phiên âm thành tố tự hiệu và dịch nghĩa các thành tố còn lại. Trong giảng dạy tiếng Trung thương mại, sự phân tầng nói trên là cơ sở để hướng dẫn người học xác định thông tin ở thành tố ngành nghề và hình thức tổ chức thay vì suy luận từ tự hiệu.

Lời cảm ơn: Nghiên cứu này được tài trợ bởi đề tài khoa học và công nghệ cấp Bộ Giáo dục và Đào tạo, mã số B2026-MHN-04.NNS

Tài liệu tham khảo

Ainiala, T., Saarelma, M., & Sjöblom, P. (2012). *Names in focus: An introduction to Finnish onomastics*. Finnish Literature Society.

Chen, L. M. (2011). 含”和”企业字号语言学研. Đại học Sư phạm Hà Bắc.

Kim, M. C. (1999). 汉语商业名称的语义探讨. 汉语学习, (6), 20-24.

Nguyễn, T. H. H. (2023). Yếu tố văn hóa ẩn trong dịch tên riêng từ tiếng Việt sang tiếng Anh. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở Hà Nội, 110*. https://doi.org/10.59266/houjs.2023.340

Tong, Y. M., & Ma, N. N. (2009). IT产业汉语品牌命名的语音规则初探 [Bước đầu khảo sát quy tắc ngữ âm trong định danh thương hiệu tiếng Hán ngành công nghệ thông tin]. *Journal of Dalian University, 30*(2), 55-58.

Sjöblom, P. (2016). Commercial names. In C. Hough (Ed.), *The Oxford handbook of names and naming* (pp. 453-464). Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199656431.013.56

Wang, L. J. (2014). 浅谈词汇学中的企业名 [Bàn về tên doanh nghiệp trong từ vựng học]. 青年文学家, (12), 149.

Yin, Z. P. (2011). 中外企业汉语品牌命名的现状与趋势-语言学视角分析. 营销科学学报, *7*(2), 132-147.

中华人民共和国国务院. (2020). 企业名称登记管理规定 (国务院令第734号).

国家市场监督管理总局. (2023). 企业名称登记管理规定实施办法 (国家市场监督管理总局令第82号).

LINGUISTIC CHARACTERISTICS OF CHINESE ENTERPRISE NAMES

Le Thi Minh Thao[1], Nguyen Minh Phuong[1], Tran Thi Ngoc Mai[1]

Abstract: *Enterprise names constitute a subtype of proper name shaped simultaneously by the legal requirements of business registration and by the internal regularities of the language system, yet the linguistic properties of this class remain little described in quantitative terms. Drawing on a corpus of 1,574 enterprise names collected from public registration databases in Beijing, Shanghai and Guangdong, this paper examines three levels: phonological, lexical and semantic, using the industry constituent as an internal control for the trade name (字号). Phonologically, the first and second tones are frequent in trade names whereas the fourth tone is frequent in industry constituents; the third tone is infrequent in both, and the final syllable of bisyllabic trade names tends to carry the first tone and an open rime. Lexically, 362 morphemes yield 543 attested bisyllabic combinations out of 131,044 theoretically possible ones (0.414%), with most morphemes showing a stable position and limited combinatory capacity. Semantically, the semantic fields of trade names bear little relation to the firm's actual sector. The three findings converge on a functional stratification within Chinese enterprise names: the regulated constituents carry the informative function, while the trade name becomes a purely nominative unit selected for its phonological properties and associative meaning.*

Keywords: *enterprise names, tone, naming*

[1] Hanoi Open University, Hanoi, Vietnam