



用礼物搞定全世界的成功哲学



礼物的哲学

THE PHILOSOPHY OF GIFTS

康海波 甘平 / 编著

南方出版社



礼物的哲学

THE PHILOSOPHY OF GIFTS

康海波 甘平 / 编著

南方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

礼物的哲学/康海波, 甘平编著. —海口: 南方出版社, 2011.5

ISBN 978-7-5501-0227-9

I. ①礼… II. ①康…②甘… III. ①人际关系学—研究—中国 IV. ①C912.1

中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第 081899号

书 名: 礼物的哲学

编 者: 康海波 甘平

出 版 人: 赵云鹤

出版发行: 南方出版社

地 址: 海南省海口市和平大道70号

邮 编: 570208

电 话: (0898) 66160822

传 真: (0898) 66160830

经 销: 新华书店

印 刷: 北京京都六环印刷厂

开 本: 165×230 1/16

印 张: 13

字 数: 180千字

版 次: 2011年7月第1版 2011年7月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5501-0227-9

定 价: 28.00元

该书如出现印装质量问题, 请与本社北京图书中心联系调换
电话: (010) 65068303-622

>>> 序言

送礼不需要理由，只需要礼物

中国人向来是讲究礼尚往来的。所谓“礼尚往来”，不仅点出了礼物的有来有去，也隐含了更深层次的一种意义，那就是谁先谁后的问题。后者其实更重要，明白了这一点，我们才有可能意识到礼物的重要性。

求人办事的时候要送礼，这是不争的事实。但是你怎么能确定别人收了你的礼之后就会让你如愿以偿呢？甚至说，别人就一定会收你的礼物呢？所以说，谁先送礼看上去很简单，但是没有无缘无故的礼物，每份礼物后面都有一份不言自明的求援。

一个身居高位的人，不会动辄向别人送礼；一个日进斗金的成功商人，只会向少数人送礼；而很多普通人，有求于人的时候相对较多，但事到临头，送出去的礼物要么被拒收，要么即使被对方收了也不能发挥应有的作用。那是因为临时抱佛脚，目的性太过明显，往往会让受礼者有所抵触。

所以说，当遇到求人办事的时候，才仓促送出礼物，是不明智的行为。真正的送礼高手，都是润物细无声的。也就是说，他在不知不觉中利用礼物牵线搭桥、预设埋伏，等到需要对方帮助的时候，不显山不露水的，对方就帮他把事情办好了。

如果平时不烧香，临时抱佛脚，说不定粗壮的佛脚早被别人抱上了，甚至会踏上你一脚，让你吃不了兜着走。

所以说，送礼还是大有学问的。如果有心，千里送鹅毛，礼轻情义重；如果有方法，那么他人就会放下提防戒备的心理，欣然接受，顺带着还交你这个朋友；如果掌握时机，在对方有困难时雪中送炭，那么别人就会感激涕零，视你为知己。

有一年，早已从乡下读书人混成官场红人、一品大员的曾国藩，在战火纷飞的军营中，给家乡的弟弟写了一封信，嘱咐他莫忘给某个乡下的亲戚送礼，而且一定要亲自登门送，万万不能礼到人不到，那样的话就失去了诚意。他还说，亲友之间，送礼不宜过重，以免往来加码，变成不堪重负的人情债。

很多人会觉得，送礼一定需要理由，其实当理由出现的时候，送礼已经晚了。送礼而已，不要让自己的功利心太过明显，没有人愿意被人当棋子，被人利用。只要有一颗随时准备送礼的心，礼物的筹备工作都会变得相对容易，不会像临时抱佛脚那样捉襟见肘。例如可以不送实物，而是送话语、送关心，而且礼物也不能只用金钱来衡量，因为有人见钱眼开，也有人视金钱为粪土。

礼物轻重的权衡，不能只凭送礼人的一厢情愿，而应该从对方的实际需求出发，帮助别人解决一个棘手的问题，或者投其所好，送别人梦寐以求的物件。这些物件未必是奇珍异宝，可能只是寻常之物，但一样会打动受礼人的心。

总之，送礼这回事，千万不要受制于礼物本身和送礼的理由，要该出手时就出手；同时把礼物打成人情牌，不仅要有来有往，而且要常来常往，才能让礼物具有非凡的魔力。这就是现代社会人人应该讲究的送礼哲学。

序言 送礼不需要理由，只需要礼物

第一章 解决送礼动机——为什么我们要送礼？

人们为何热衷送礼？	3
礼物是无谓的损失，抑或会产生积极价值？	10
好礼物终会得到好回报	16
礼物可以改善人际关系	20
礼物让我们获得帮助，并且用以感恩	24
东西方关于礼物认识的区别	28

第二章 关于礼物本体的思考——选择合适的礼物

你为什么送礼被拒？（一）没有选择合适的礼物	35
礼物的轻重要得当	42
善解人意，好礼相送	47
“爱”和“诚意”是礼物的“内核”	54

精选礼物的附属物和包装	59
人情是“大礼”	64

第三章 不可忽略的时机因素——送礼也要看时机

你为什么送礼被拒？（二）没有利用合适的送礼时机	69
事前送礼，事后也要送礼	72
锦上添花，雪中宜送炭	75
送礼间隔要掌握	78
借助重要日子，利用礼物表心意	80
公开还是私下？送礼要分清场合	83

第四章 方法论至上——如何将礼物送出去？

你为什么送礼被拒？（三）没有掌握正确的送礼方法	89
送礼前要有周密筹划	94
送礼动机越明朗，他人收礼越爽快	99
巧妙利用“回礼”	103
送礼更要多讲“客套话”	107
送礼兵法	111

第五章 具体情境中的送礼哲学 1——身在职场要有“礼”

给同事送礼要分门别类	117
------------------	-----

给上司送礼要慎重	120
给老板送礼要有平常心	124
同事有喜事，礼物要得体	127
出差归来，要准备给大家的礼物	130
异性同事之间，送礼不逾矩	133

第六章 具体情境中的送礼哲学 2——用礼物打造自己的人脉

打造人脉，礼物是先锋	137
一生二熟“礼为媒”	140
不可轻视小恩小惠，笼络人心就靠它	143
齿轮需要润滑油，合作伙伴常有礼	146
礼物能缓和关系	150
给贵人准备一份“忠心+能干”的大礼	152

第七章 具体情境中的送礼哲学 3——亲朋好友“礼”不断

记住亲朋好友的“送礼日”	157
人情纸一张，全靠礼物有来往	160
“目有尊长”勤问候	164
情侣礼物要有“心”	167
享受赠送礼物的乐趣	171
传统节日送佳礼	173

第八章 送礼者不可不知的送礼禁忌

谨防礼物“黑洞”给受者带来麻烦·····	179
礼物的数字和象征禁忌·····	182
礼物的包装图案和色彩禁忌·····	185
礼物的宗教和习俗禁忌·····	190
礼物的语言禁忌·····	193
送礼的时间禁忌·····	195



第一章

解决送礼动机——为什么我们要送礼？

礼物的产生是一种必然，送礼与人类的发展史息息相关。发展到今天，很多人形成了“无礼寸步难行，有礼走遍天下”的观念，这彰显了人们为什么要送礼，也就是送礼动机的问题。有求于人的时候要送礼，表情达意的时候要送礼，受人滴水之恩的时候要涌泉相报——这同样是送礼。送礼的动机在现实生活中无处不在、无时不在，已经深深烙进了中国人的内心。

人们为何热衷送礼？

天下熙熙皆为利来，天下攘攘皆为利往。心中既然存在“利”字，手中就要有礼品。路上行色匆匆的可能都是送礼客，他们心中都有一本送礼经。当然，“礼物”之所以不是“利物”，说明开始的时候礼物并没有体现“利”字，而是体现了“礼”字。也就是说，最初“送礼”并没有现在的功利性质，那时候可能只是表情达意，而现在求人做事的成分更多。不过，只要不是暗室中的肮脏交易，送礼依然是正常的社会行为，人们通过礼物达成所愿也无可厚非。

在探究人们热衷送礼的原因之前，不妨先了解一下什么是礼物，以及它的由来和演变过程。

礼物是社会关系的纽带，送礼是人类历史上普遍存在的社会现象。一件理想的礼物对赠送者和接受者来说，都能表达出某种特殊的情感，传递出某种特殊的信息。礼物既能体现赠送者与接受者原有的关系，也能建立新的关系并加以巩固。

英国著名社会学家蒂特马斯说：“在一些社会，无论是过去还是现在，礼物馈赠都旨在换取和平，表达情感、尊重或高贵，联合群体，联系代际情感，实现契约上的义务和权利，表达忏悔、羞愧、丢脸以及象征着人类的其他感情。”也就是说，礼物是在社会交往中，为了表达祝

福和心意或表示友好，人与人之间互赠的物品。礼物最初、最大的功效就是表达内心的某些情感，因此，要懂得送出最能恰如其分地体现心意的礼物。即使在现在，礼物还是体现着这一功能。

如果让我们将目光投向最远古的社会，就可以推测出礼物的由来，以及它的功效渐渐明确的过程。开始的时候，礼物肯定是情感的衍生。例如，在法国纪录片《智人》中，一个男性初民喜欢女性初民，由于女性初民喜欢吃鸟蛋，男性初民就经常爬树攀崖为其掏鸟蛋。在这一情境中，鸟蛋就是礼物的雏形，因为它是额外的食物，是仅提供给女性初民的，而不是大家共享的。

后来发生了意外，男性初民在一次掏鸟蛋的过程中，被蝎子蜇伤，失足落下悬崖而死。几年之后，这支原始部落又回到这里，女性初民还记得从前男性初民为她掏鸟蛋的情景，就开始寻找男性初民的尸体。最后，他们找到了他的尸首，并且意外地发现他的头颅里长出了一种结着果实的植物，那就是水稻，因此原始人类掌握了水稻种植术。这可以视为死掉的男人为部落贡献的礼物。

再后来，这支部落与另一支部落偶遇，部落首领之间就开始互相赠送礼物、表示和平。这个时候，礼物就体现了一种互相尊重、期望和平的心态。此外，在影片中，穴居人教会驯鹿族使用火把，驯鹿族则教会穴居人使用长矛，他们一起合作，捕猎了猛犸象。而他们各自的巫师则交换了祖先图腾和原始的治病药物。

等到这些部落继续发展壮大，内部形成贫富分化后，礼物也就体现出送礼双方的地位差异，并且富者的礼物在价值上超过了贫者。等到物物交换出现，礼物除了情感的属性之外，还具有价值属性，礼物的社会属性也进一步确立。所以，19世纪一位酋长给伊丽莎白女皇送上

举世无双的宝石，也就在情理之中了，因为大家都会觉得，这样的礼物符合双方的身份。

然而，对于礼物的解读，我们还不能仅仅停留在这个初级层次上。事实上，很多人类学专家甚至将礼物纳入了自己的研究范畴，将它解读为社会集体心理机制的一种反映。

例如，礼物反映了送礼者对自己在别人心目中的形象的一种期望。更重要的是，礼物对受礼者也是一种认可：受礼者过去的某些言行得到了送礼者的认可，简而言之，他值得用相应的礼物来表示感谢。

不管我们承认与否，礼物对双方都有社会意义，它在双方之间扮演着重要角色。礼物承载着送礼人精神或灵魂的一部分，或者至少寄托了送礼者的心意，这样的礼物才是有意义的。正如不用来交换的商品就不能称之为商品一样，当物品成为礼物时，最重要的的不再是它的实际价值，而是通过这种赠予体现出全新的价值。当一个普通物品成为一个承载心意的礼物，并送到对方手中时，可以激励他人、教育他人，可以取得控制、获得补偿，可以显示知识和修养、表达友善和爱心，也可以扩大个人的影响。总之，它已成了为人处世、融入社会所不可缺少的社交形式。

因此，人们更为重视礼物的文化意义。比如送礼人在礼物上花费时间与精力越多，付出的代价越重大，礼物就越会受到收礼人的重视。北欧神话中，奥丁为了成为大神，想得到智慧泉水。看守泉水的老人向他索取一只眼睛作为交换。这实际上也是一种礼物的交换。奥丁的眼睛对于守泉老人并没有什么用，也谈不上贵重，却是奥丁宝贵身体的一部分。如果奥丁愿意割舍，那么这份厚礼就是无与伦比的，收下礼物的老人也才会回赠一份重要性相当的礼物，也就是智慧泉水。在这里，礼物

的魔力不仅仅是经济学上的“交换价值”，以及人与人之间利益的“互惠”，更是灵魂的交往与结合。

中外历史中都有因送礼不及时或不周到而引发惩罚的记载。如春秋时期，因楚国没有按时向周天子送一车茅草，而引发了中原各国联合起来大举伐楚的战争。在《伊利亚特》中，为了平息神的愤怒，阿伽门农在率领远征军出发前不得不献祭自己的爱女。

当我们了解到礼物的历史成因之后，再来看看礼物的互惠性。正因为互惠性的存在，人们才热衷于送礼，将送礼进行到底。人类学家波兰尼认为互惠是礼物的核心，是非物质、非赢利性的。后来随着私有制的确立和商品社会的发展，礼物才具有越来越明显的功利性意味。

互惠的送礼在原始社会中最常见，一般发生在部落内部，特别是在有互相“赠予”的义务的亲属和朋友之间，它多表现为以“礼物”为媒介的义务性“赠予”关系。波兰尼强调，人类的经济是浸没在他们的社会关系之中的，互惠的动机并不在于对物质财富的占有欲望，而在于维护其自身的社会地位和社会权利。有关礼物的属性研究不一而足，但基本上可以归纳的是，传统礼物是以互惠为基础的，互惠是礼物交换的基本原则，后来才渐渐演变为动机明显的社会行为。

但不管是互惠互利，还是单向有求于人，送礼都关乎个体在社会中的生存。

当然，也不能把送礼仅仅理解为一种个体“自私”的行为表现。因为在原始社会，送礼并不具有明显的利己性，利己动机的明朗化是商业社会造成的。社会学家经过研究发现，人类之所以热衷于送礼，似乎和人类与生俱来的“给予”精神有关。也就是说，人类之所以“好礼常

相伴”，这是由其本性决定的。

研究证实，当一个人无偿地、没有任何动机地送礼，其脑内“奖励区域”就会活跃起来。不仅如此，研究还发现，与那些一毛不拔的守财奴相比，乐善好施之人要更为健康和长寿一些。总而言之，送礼这种行为能让人健康长寿，因为这有助于人们振奋精神、提高自信。最重要的是，能让受礼方对于送礼方的示好心存感激，在送礼方危难之时，便会自愿挺身相助。加州大学洛杉矶分校的进化生物学家杰·菲兰指出，人际关系中重要的一点便是“多送礼物给别人”。

菲兰说：“送礼有助于帮助人们应对未来的不确定性，你永远不知道自己何时需要帮助。身边有朋友，情况将会好很多。”这也是礼物给送礼者带来的积极暗示。他在最近的几项研究中发现，互惠利他主义有助于人类生存，从而演化出人们慷慨大方、乐善好施，并为此感觉良好的本能倾向。

而美国《公共科学图书馆·综合》杂志所刊登的一项研究指出，人们之所以表现出慷慨大方是受“脑垂体后叶激素”（即催产素）的影响。假如给一个人注射此类激素，他就会表现得比平时更为慷慨。在该研究当中，几十名男性受试者被分成若干个两人小组。研究人员向其中一个人派发 10 美元并要求他分一些给另一个人。假如另一个人接受了对方给予的钱财，表示双方都愿意分享这 10 美元；但是如果另一个人拒绝了对方的给予，则证明双方都是吝啬鬼。因为，给予者从自己的利益出发，给出了他认为对方所能接受的底线；而同时，在接受者看来给予太少了。结果表明，那些接受脑垂体后叶激素注射的受试者最终所给出的钱财，要比没有接受注射的人多 21%。

这是什么原因造成的呢？原来，脑垂体后叶激素是一种神经传递

素，当一个人受到触动或者获得他人信任时，就会分泌这种激素。人与人之间的关系互动就是靠这种激素推动的，它就像是维系社会关系的纽带，并帮助个体适应团队生活。

脑垂体后叶激素可能与人类的乐善好施的行为有关。研究人员在对慈善人士进行研究后发现，乐于给予确实好过接受施舍。乐于给予的人，其脑部的“膝下皮层”（即脑垂体后叶激素受体）区域的活动也会更加活跃，由此证实赠送礼物的确是一种重要的社交行为。而选择拿钱的人，其“膝下皮层”却不会有反应。这些研究证明，乐善好施的人虽然会付出代价——他们剩下的钱势必要少于那些捐得少的人，但至少在某种意义上，他们得到的回馈远胜过所付出的金钱代价。

在中国民间故事中，经常出现被认为是“为富不仁”的守财奴，即使他们经常做善事，例如施粥和馒头，但也会被怀疑背地里不安好心。其实，有钱人出钱出力做善事，其动机可能并不仅仅是沽名钓誉，也有可能他确实是在享受“奖励区域”带来的满足感。

而那些在这些布施面前认为其中“有鬼”而拒绝接受的人，可能反而是自己有问题的。最近不乏这样的报道，当出现灾情的时候，捐款救助本身是一种馈赠行为，属于送礼的范畴。然而，那些慷慨解囊者却受到了质疑。例如，在汶川地震发生后，在美国打球的姚明第一时间认捐，但由于当时只是报道发生了一场地震，尚未公布具体的受灾情况，身在海外的姚明并不知道灾情的严重性，所以捐款的数额并不大。这个时候就有不冷静的网民指责姚明，虽然姚明后来很快追加了捐款，但这些指责对于姚明显然是不公平的。另外，也有所谓的“裸捐门”事件，也受到了网民的质疑。这些“裸捐门”主角们的动机如何暂且不论，捐款总是招致非议这种现象本身就是值得反思的。不过如果是“口惠而实