

『礼上』往来的玄机奥妙

LITAILIWANG

马腾◎编著

庆典礼物要应景，社交礼物当应情，
一本超实用的送礼指南，
一本礼尚往来学问的秘籍。

来

礼

往



- 让送礼者，送得恰到好处。
- 让受礼者，受得心满意足。

人际关系的润滑剂，
活学活用社交达人的送礼技巧。

生日礼物送**贴心**
婚庆礼物送**爱心**
社交礼物送**真心**

中国铁道出版社





智慧丛书

礼来礼往『礼上』往来的玄机奥妙

马腾◎编著

中国铁道出版社

CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

礼来礼往:“礼上”往来的玄机奥妙/马腾编著. --
北京:中国铁道出版社,2011.1

ISBN 978-7-113-12047-4

I. ①礼… II. ①马… III. ①礼品—风俗习惯—中国
IV. ①K892.26

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 196137 号

书 名: 礼来礼往——“礼上”往来的玄机奥妙
作 者: 马腾 编著

策划编辑: 王晓罡
责任编辑: 王晓罡
编辑助理: 王灏睿
封面设计: 安 心
责任印制: 郭向伟

出版发行: 中国铁道出版社(100054, 北京市西城区右安门西街8号)

网 址: <http://www.tdpress.com>

印 刷: 三河市华丰印刷厂

版 次: 2011年1月第1版 2011年1月第1次印刷

开 本: 700 mm×1 000 mm 1/16 印张: 16 字数: 185 千

书 号: ISBN 978-7-113-12047-4

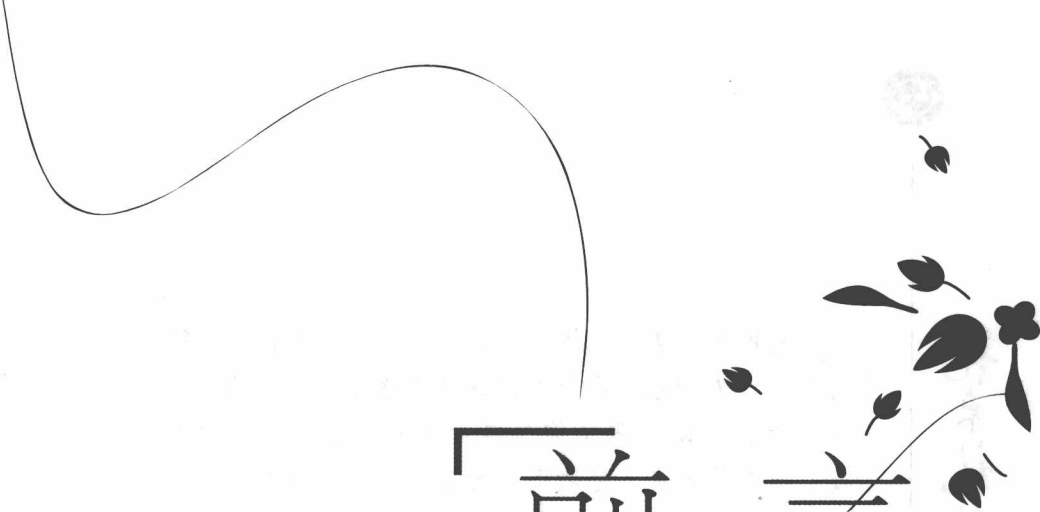
定 价: 29.80 元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版的图书,如有缺页、倒页、脱页者,请与本社读者服务部联系调换。

电 话: 市电(010) 51873170 路电(021) 73170(发行部)

打击盗版举报电话: 市电(010) 63549504 路电(021) 73187



前言

REFACE

“礼”是中国文化的核心，它在我们的日常交往中扮演着重要的角色，“礼尚往来”更是我们从小熟知的礼节。因此，送礼也就成了人们日常生活不可或缺的一个组成部分。既然送礼成为人们表达意愿的一种方式，也算是一门艺术，自然也有一定的讲究。

俗话说得好，人在江湖，关系最重要。我们生活在一个讲“礼”的环境里，如果你不讲“礼”，那就寸步难行，被人唾弃。求人要送礼，联络关系要送礼，“以礼服人”、“礼多人不怪”，这是古老的中国格言，它在今天仍然十分实用。

如今商品社会，“利”和“礼”是连在一起的，往往是“利”、“礼”相关，先“礼”后“利”，有“礼”才有“利”，这已经成了商务交际的一般规则。

时下，逢年过节送礼这一传统没有变，可送礼的内容却大不相同。提着水果篮儿、点心匣子走亲访友的着实不多了。人们送礼越来越趋向于实用化、个性化。这是现代人消费观念的转变，也是社会的一种进步。

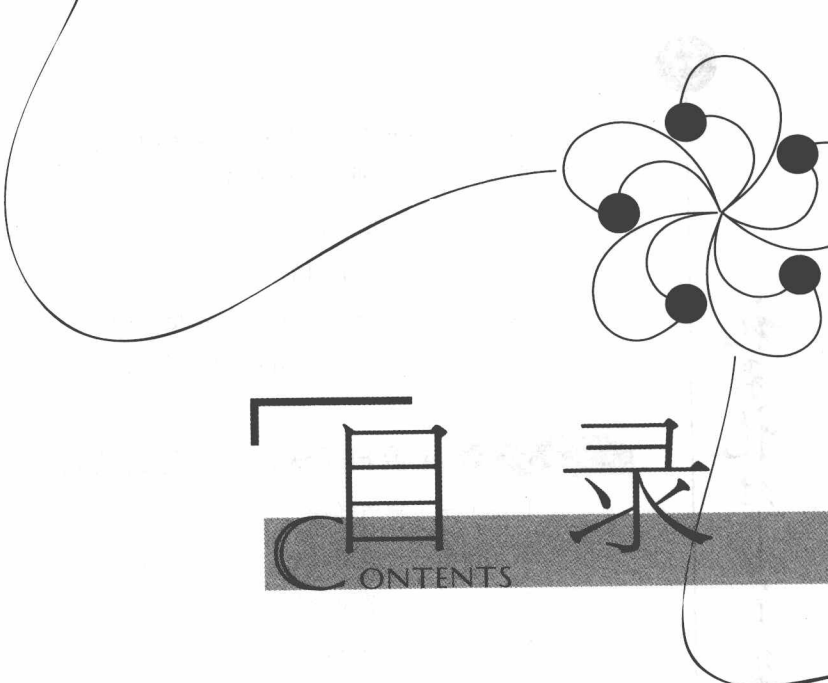


礼物是感情的载体。任何礼物都表示送礼人的特有心意，或酬谢、或求人、或联络感情等。礼品是一个宣言，它既宣告了你与接受者的关系：普通的朋友、友善的亲戚、感激下属的老板或是一位热心的崇拜者。它也反映了你希望自己在别人心目中树立怎样的形象，一位能赞赏别人的人，一位情趣高雅的人，抑或是一位知道如何用微笑来终止关系的人。更重要的是，它对接受者也是一个宣言：他的忠诚得到了你的认可，他的坚忍精神值得赞扬，他的领导才能对本部门至关重要，他的健康令人牵挂，他使得做买卖成为一件乐事。简而言之，他值得感谢。

一件理想的礼品对赠送者和接受者来说，都能表达出某种特殊的愿望，传递出某种特殊的信息。富有意义、耐人寻味、品质不凡却不显山露水的礼品通常较为理想。

送礼既然是一门艺术，自有其约定俗成的规矩，送给谁、送什么、怎么送都很有奥妙，绝不能瞎送、胡送、滥送。

用“真心”去思考该怎么送礼，就会是最到位的送礼。更好表达心情的绝妙建议，才能把礼送到对方心坎儿里！



「目 录」

CONTENTS

1/ 第一章 中国人的“礼”，选好礼，送好礼

- 1. 解读历代皇帝送礼的潜规则..... 002
- 2. 洗夫人“送礼”袭击叛军..... 006
- 3. 一代伟人是如何送礼传情达意的..... 009
- 4. 投桃报李的送礼行销学..... 013
- 5. 官场送礼奇遇——送礼别“失”礼..... 016
- 6. 送礼的故事——连续服务效果加倍..... 019
- 7. 懂礼数，才能摆脱左右为难的“困局”..... 021

23/ 第二章 送给不同受礼对象的礼物

- 1. 女性——女性礼品多上心..... 024
- 2. 领导——把握送礼的尺度..... 027
- 3. 同事——给同事送礼讲求真诚..... 030
- 4. 下属——厚礼获得下属的好感..... 033
- 5. 客户——怎样送礼加强合作..... 035
- 6. 爱人——爱是最好的礼物..... 039
- 7. 孩子——看名人如何给孩子送礼..... 043



- 8. 朋友——可爱伴手礼，友谊随手伴 047
- 9. 老师——老师，您辛苦啦 050
- 10. 长辈——我爱你，妈妈 052
- 11. 同学——同窗之情，礼应到位 055
- 12. 老乡——以礼待老乡，关系更密切 058
- 13. 邻居——合适礼物才能加强联系 061

63/ 第三章 重要日子送，小心思大回报

- 1. 春节——喜气洋洋过春节 064
- 2. 元宵节——送出心意，送出健康 067
- 3. 端午节——健康食品是最佳选择 069
- 4. 七夕节——浪漫得可怕的礼物 072
- 5. 中秋节——送礼送实惠 076
- 6. 重阳节——送“长寿”礼品表祝福 079
- 7. 元旦——新春送礼，怎能少了它们 082
- 8. 圣诞节——圣诞节送礼的故事 086
- 9. 感恩节——礼物里的爱与希望 089
- 10. 父亲节——“孝子”给父亲的礼物 092
- 11. 母亲节——送给母亲的亲情礼 095
- 12. 儿童节——“爱”也是一种礼物 098
- 13. 劳动节——你的辛苦我知道 100
- 14. 教师节——小小礼物表达尊重之情 103

105/ 第四章 各种情境下的送礼窍门

- 1. 初涉职场——送什么礼物能获得更多的支持 106
- 2. 他人晋升——送什么礼物表示祝贺 109
- 3. 公关需要——居身在四川，济南送礼物 112
- 4. 出差归来——送什么礼物能够笼络人心 115
- 5. 旅游归来——旅行中的土特产 118
- 6. 追求他人——显真心，表诚意是关键 120
- 7. 婚宴庆典——礼物厚薄贵贱有说道 123

8.生日寿诞——生日送礼，永远话题的新启示	126
9.乔迁之喜——送些家居用品	128
10.庆祝开张——主求大吉大利	130
11.孩子满月——让孩子牢记父母的养育之恩	132
12.探病慰问——巧妙的慰问礼物	135
13.前去赴宴——送多少才是好礼	137
14.答谢他人——简洁而又直接的礼品	139
15.化解矛盾——礼物的特殊含义	141
16.初次见面——适当送礼，才能创造和谐关系	143
17.送行离别——礼物最好起到“睹物思人”的作用	145
18.涉外场合——正确送礼的启示	147
19.结婚纪念——给爱人浓醇的爱	150

153/ 第五章 有“礼”更要有礼有节

1.与时俱进——礼物也有新招	154
2.动机明确——看似“不经意”，实际是“有意”	157
3.语言得体——说对话，送礼“实至名归”	159
4.时机得当——送得有“理”，才不会遭遇尴尬事儿	161
5.把握尺度——薄厚有度，送千金还是鹅毛	164
6.符合身份——送出身份，送与身份适宜之礼	166
7.注重包装——不让礼物“赤身裸体”	168
8.分清对象——不同对象，不同的送礼“妙方”	171

173/ 第六章 送礼应知的人情世故与禁忌

1.投其所好——寻找机会发现需求	174
2.轻重得当——以“礼”近人与以“礼”求人	177
3.将心比心——花足心思为对方想一想	180
4.尊重风俗——选择适当礼物，尊重当地送礼禁忌	182
5.说说“客套话”——客套中突出的低调	186
6.会引起歧义的礼物	188
7.礼品的数字禁忌	191



8. 礼品的品种禁忌 194
9. 礼品的宗教禁忌 197
10. 礼品的色彩禁忌 199
11. 送礼的时间禁忌 201
12. 送礼的语言禁忌 203
13. 送礼的礼节禁忌 205
14. 还礼禁忌 207

209/ 第七章 社交达人的送礼技巧

1. 最大的礼物是真诚的心——小小纪念品表心意 210
2. 送礼不要图回报——能心甘送礼就少在意结果 213
3. 别等事到临头才抱佛脚——“门前冷落鞍马稀”时的热情 216
4. 给上司送礼要平静——“送”而无形，善打“边缘战” 218
5. 礼物尽量达到效果——包子的肉在褶上要看出来 221
6. 困难时的资助显得格外温暖——雪中送炭胜于锦上添花 223
7. “舍不得孩子套不着狼”——少数人才懂的“投资”智慧 225
8. 给对方家人送礼加强好感——在默契中把事情办成 228

231/ 第八章 活学活用，顺利把礼物送出

1. 师出有名，送酒升职 232
2. 不亲自出面，应附上自己的名片和祝福 234
3. 恰当得体的说辞让生日礼物更出彩 236
4. 给客户送礼，钢琴师促成百万签单 239
5. 看准时机送天然，绿色蔬菜胜过名烟好酒 242
6. 暗度陈仓，中大奖与智力投资 244
7. 曲线救国，从他心爱的人身上出发 246
8. 雪中送炭，不可不知的送礼经 247



礼来礼往

『礼上』往来的玄机奥妙

中国自古有“礼仪之邦”之美誉，传统上很注重礼尚往来。“仁、义、礼、智、信”，其中“礼”是中国儒家思想最经典、最辉煌的一页。因此，送礼也就成了最能表情达意的一种沟通方式。在古代文化中，古人对于如何送礼、送什么礼都有着深刻、独到的理解。

【第一章】
中国人的『礼』，
送好礼，
选好礼，



解读历代皇帝送礼的潜规则

在古代，皇帝是九五之尊，即便如此，皇帝也要送礼，目的是为了拉拢人心，为了巩固朝政。如果皇帝不懂得送礼之道，便不会得到臣子的拥护，大臣们为皇帝出谋划策，争夺天下才有了皇帝坐拥天下的机会。如果皇帝没有使大臣们得到好处，那么谁还会愿意为皇帝卖命呢？所以说能坐上皇帝宝座的，无不精通送礼之道。

皇帝送礼是送给臣子，他不像普通人送礼只为了巴结逢迎，皇帝送礼有一定的潜规则。所谓潜规则，也就是明而不宣的不成文规定。哪个大臣立了功，皇帝便会赏赐一些东西，或升职或赐给土地金银甚至美女。其实这都可以说是皇帝所送出的“礼”，也就是说在古代地位高的人都借“赐”来代“送”。皇帝送礼自然没有人能够拒绝，只要皇帝高兴，愿意慷慨解囊，不管送什么，做臣子的都得高高兴兴地接下这份大礼。但是皇帝的礼物也不是那么容易接受的。有时候看似送，其实让收礼的人有苦难言，有时候皇帝的礼物也能要人命。

话说赵匡胤陈桥兵变后，当上了皇帝，但是他却一直不敢高枕无忧。通过这次兵变，他深刻地认识到，武将们在废立皇帝、改朝换代方面有着非常大的能量。他自己可以以武将的身份和实力去推翻国军，难保其他将领不会用同样的方式推翻自己。为了防患于未然，他决计拿那些手握重兵为他打天下的武将们开刀。他将他们请到后花园设宴相待，



拿了一杯酒，先请大家干了，然后说：“我要不是有你们相助，也不会有现在的地位。但是你们哪儿知道，做皇帝也有很大难处，还不如做个节度使自在。不瞒各位说，这一年来，我就没有一夜睡过安稳觉。”将军们听了问是什么缘故。赵匡胤说：“这还不明白？皇帝这个位子谁不眼红啊？”这时将军们算是听出来了，忙跪在地上说：“陛下为什么这样说，现在天下安定了，谁还敢对陛下有二心？”赵匡胤摇摇头说：

“对你们几位我还信不过吗？只怕你们的部下将士中，有人贪图富贵，把黄袍加在你们身上，你们想不干，能行吗？”那些将军们听到这里感觉大祸临头了，连连磕头含着眼泪说：“我们都是粗人，没想到这一点，请陛下指引一条出路。”赵匡胤便说：“我赏赐你们一些田地和财产，你们把兵权交出来，这样你们可享清福，又为子孙积下一份大的产业，这样不是很好吗？”

第二天，这些曾立下大功劳的大将们纷纷请求辞去兵权，宋太祖便很高兴地答应，并赏赐给他们大笔的钱财。

对于这些将军们来说，当初跟着赵匡胤打天下，是为了功成名就封官封侯的，但是皇帝却硬用钱财换取他们的兵权。皇帝不会无缘无故给大臣们送礼，而一送礼便是大手笔，这礼有时是大臣求之不得的，也有些却令大臣们有苦难言。皇帝送礼的潜规则是众所周知的，但是作为大臣就算是再不情愿，也得慌忙跪地“收礼”谢恩。

吴三桂引清兵入关，联合清兵打败李自成，受封为平西王，镇守云南。当时朝廷中传言吴三桂要造反，康熙皇帝为了稳住吴三桂，决定把建宁公主下嫁给吴三桂之子吴应熊。但是，康熙皇帝的这份恩赐并没有达到他的目的。康熙十二年下令撤藩，吴三桂联合平南王世子尚之信、靖南王耿精忠以反清复明为号召反清，并自称周王，史称三藩之乱。但最终在清政府的镇压下以失败告终，其子吴应熊被杀，建宁公主



被接回宫内，后来郁郁而终。

吴三桂拥兵自重，纵使接收了皇帝的这份“大礼”，却没有像康熙皇帝希望的那样安分守己。可见最主要的是因为这份礼不合他的心意。

自古以来皇帝把公主下嫁给臣子都是从政治的角度出发，其目的便是为了使臣子更加忠心，说白了也就是笼络人心。怕其造反，把公主嫁给他，以证明自己对他的信任，把他看成是自己人。赐其宅邸或钱物，都无非是使其更加忠心。

如果皇帝对谁不满，却念其德高或者是功大，怕引起满朝文武怨言，便会赐予“礼物”暗示。也许这份礼物受了便是死路一条，但是却不可不受。皇帝送礼你敢不要，那便是大不敬，更是死罪。建安十七年，董昭等人劝曹操称帝，谋臣荀彧公开表示反对，遭到了曹操的嫉恨。但是荀彧跟着曹操屡建奇功，功劳很大，曹操怕公开杀他会遭到天下人的责骂，便派人送给他一盒果品，荀彧打开盒子却发现里面是空的，于是不得已便自杀了。曹操的这份礼无疑送得十分巧妙，既达到了目的，也让众人认为他依然是那个爱惜人才的曹孟德。

乾隆在位时提倡节俭。一天上朝，他对文武百官说：“众位爱卿，朕今天要送你们一份礼物。”接着让侍卫拿来很多便器，这时大臣们面面相觑，不知道皇帝到底是何用意。此时乾隆说：“这可是朕亲自让人用铜打造的，你们以后每天都要用它方便。”

虽然百官都不知皇帝有何用意，但是他们还是用了。几个月后的一天，大臣们几乎都忘了这件事，乾隆却突然提起，并让文武百官明天上朝时把便器都带过来。第二天殿前放了很多便器，有的完好无损，有的却被腐蚀得不成样子了。大家都在议论纷纷，此时，乾隆皇帝说：

“谁是真正节俭，谁是装的，一看就明了了呀！”原来皇帝用铜打造便

器，是因为铜容易被酸性腐蚀，如果人们每天大鱼大肉的吃，那么排出的便呈酸性，便会把便器腐蚀掉。相反如果每天是粗茶淡饭，那么便器就不会被腐蚀。

可见皇帝送礼必有其原因，其暗藏的规则更是让人琢磨不透。所谓潜规则大家虽是心知肚明，但有时也难免猜错。他是整个国家的老大，不用巴结讨好谁，赏你金银珠宝，只是为了让你更加忠心地为国效力，反正这些宝物皇帝多的是。



2

洗夫人“送礼”袭击叛军

送礼最主要的是要抓住收礼人的心理，只有能够猜透对方的心思，才能够使自己所挑选的礼物起到应有的作用，从而达到自己的目的。

洗夫人是南朝时梁朝高凉冼氏之女，自幼聪明，通晓谋略，善于用兵，她就是中国历史上大名鼎鼎的女豪杰樵国夫人。她于20岁嫁给高凉太守冯宝，并和他一起处理政事。

公元548年，梁朝河南王侯景反叛，占据大皋口（今江西吉安南）。高州刺史李迁仕蠢蠢欲动，并劝高凉太守冯宝和他一起反叛。冯宝见侯景气势正盛，便有些动心，欲迁往李迁仕那儿去。这时他的妻子洗夫人笑着劝道：“李迁仕谋反助纣为虐，是不会有好下场的，夫君千万不能同上贼船，自取灭亡。”接着她又详细地分析了当今天下的形势，说得头头是道，入木三分。冯宝被妻子说动了心，但又担心李迁仕那儿不好应付。

洗夫人参谋道：“夫君可先派一个使者到李迁仕那骗他说高凉局势不稳，冯宝太守脱不开身，准备派洗夫人前来商量军国大事，这样，他一定会放松警惕。我再领一千多个精壮将士，每个人挑一些破烂儿，然后假称去给李迁仕送礼，我们只要能够顺利到达他的军营寨栅栏下，就可以马上把他收拾掉了。这样做，一可以解夫君之忧，二可以为朝廷



解愁，为民除害。”冯宝听了夫人的一番高见，非常高兴，忙伸出大拇指啧啧称赞：“夫人您家世代为南越首领，真可谓将门出虎女。刚才一席话，使为夫茅塞顿开，拨云见日啊！”

之后，洗夫人便带着一千多伪装好的壮士浩浩荡荡地担着“礼物”上了路。李迁仕早得知冯太守使者来报，现在又听说洗夫人果真亲自来，心花怒放，“今日总算可以一睹洗夫人风采”，忙率兵出帐迎接。他远远望见洗夫人随从挑的都是礼物，更是高兴，哪里还想得到去防备呢？洗夫人见部下都已走近李迁仕的寨栏，突然一声令下：“打进去！”众壮士都扔下担子，拿起各式武器，猛攻而入，李迁仕此刻防备不及，片刻间便被洗夫人所带的壮士全部歼灭。

洗夫人之所以能够成功地打败李迁仕，和她所送的礼物不无关系。李迁仕急于得到冯宝的支持，见是洗夫人亲自来，已是欢喜不已，又看见洗夫人带来了那么多的礼品，自是不会设防。因此他被这些礼品所迷惑，从而完全放松了戒备，被洗夫人打了个措手不及。洗夫人正是抓住了对方“贪”的心理，从“礼品”作为出发点，使李迁仕没有对送礼之人设防。

所以说，送礼一定要抓住对方的心理，只要能够送到对方的心上，自然就能够达到自己的目的。

在我国历史上像洗夫人这样用“礼物”做掩饰袭取叛军的人不在少数，究其原因都是因为被对方“礼物”诱惑放下了戒心而被袭击。也有因为送礼物送得不及时而引发战争的，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盟大举伐楚的战争。固然伐楚的战争不仅仅只是因为这一车茅草，但这却是一个导火索。因为没有按时，周天子觉得是楚国违约甚至是对大周的不尊重，当然也可能拿这份迟到的“礼物”做借口而伐楚。



由此来说，礼物似乎决定着是战还是和，这也不难理解为什么在古代都崇尚和亲政策了。两个打仗的国家，停止打仗的条件可能就是因为“礼”。由弱小的一国每年都送给强大的国家许多“礼物”，强大的一国便会遵守几年之内绝对不会去侵犯的约定。这就是最原始的“礼尚往来”，实质上就是用“礼品”换取和平。

送“礼”的重要性不言而喻，送什么、怎么送也同样重要。比如说在现实中，要给同事、上司、朋友、亲人、情侣等送礼，你要考虑的肯定是不一样的，因为对方和你的关系、喜好都不一样。这样送礼之前你必须要先了解对方的喜好，然后才能够选择一个对方喜欢的礼物。选择了礼物之后，并不是直接给他就好了。你还要考虑要怎么给他，在什么时间、什么地点等。如果你选的时间、地点不对，给对方造成了一定的不良影响，那么你的礼物非但不会起到效果，还可能惹恼对方。

洗夫人之所以能够使李迁仕看到礼物高兴地忘记了防备，那是因为她把握住了送礼的最佳时机。那时冯宝刚派使者向对方通报过，并且说的是洗夫人要亲自来，对于早就想见识洗夫人风采的李迁仕来说自然是格外高兴，但是此时他也许还有一些不太相信，当他看到来的确实是洗夫人时就十分相信了，再加上洗夫人本身是一介女流，纵然是出身将门，李迁仕也觉得没有太大的威胁，于是他肯定不会有什么怀疑的。所以说送礼也要讲求时机。