

有“礼”走遍天下
无“礼”寸步难行
一部实用有效
的人际交往秘笈

送礼术

中国人“礼”上往来的
常识与范例大全

古 格 / 编著

让送礼者，送得恰到好处
让受礼者，受得心满意足

中国商业出版社

送礼术

中国人“礼”上往来的
的——大全

古 格 / 编著

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

送礼术:中国人“礼”上往来的常识与范例大全 / 古
格编著. —北京:中国商业出版社, 2009. 9

ISBN 978-7-5044-6634-1

I. 送… II. 古… III. ①礼品—通俗读物②公共关
系学—通俗读物 IV. K891.26—49 C912.3—49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 170357 号

责任编辑 常 勇

*

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c-cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所

北京柯蓝博泰印务有限公司

* * * * *

787×1092 毫米 1/16 19.25 印张 235 千字

2009 年 11 月第 1 版 2009 年 11 月第 1 次印刷

定价: 38.00 元

* * * * *

(如有印装质量问题可更换)

前言

礼物，是人与人之间的亲情与友情的载体。赠送的时间不固定——节日盛典、婚丧嫁娶、生日寿诞、开张乔迁等皆可赠送；赠送的对象广泛——同事、同学、老师、领导、长辈、晚辈等皆是目标；赠送的种类繁多——烟酒糖茶、古玩字画、工艺品、鲜花、生活用品等数不胜数。

然而，送什么礼，怎么购买，什么时候送及怎样送，送去的礼物能否让对方称心，能否让对方愉快地接受，能否派上用场，或者让受礼者觉得你的礼品非同寻常，从而倍感珍贵……这些都是经常困扰人们的问题，尤其是送礼的效果如何？

当然，不论礼品本身价值大小或意义如何，体现的是一份心意，表达的是一份感情，带去的是一份祝福。只是许多时候应该更注重一些送礼上的细节，才能更有效地表示出送礼者的心意。

每个人都想让自己送的礼物能够博取对方的欢心，然而人们往往总是在送礼的诸多环节中遗忘很多重要的部分，让送礼的效果大打折扣，也让自己把送礼这件事当成了一种心理负担。久而久之，就会对送礼产生心理恐惧，自然就更加送不出好礼了。

不用怕，你想让送礼变得轻松吗？想让你的礼物送得非比

寻常，让对方一见倾心吗？你想让你的礼物在众多礼物中脱颖而出吗？本书就是你最好的选择。本书从现阶段送礼的情景出发，分三篇来阐述有关送礼的方方面面——上篇重点讲述的是送礼的常识，能够让你对现阶段送礼的情况有个详细的了解；中篇主要讲的是送礼与受礼的心理策略，让你在送礼受礼之前做足充分的心理准备；下篇为送礼的技巧与操作，它详细地阐述了如何将礼物以最完美的方式送出去的操作技巧。

这是一本很实用的送礼指南，它是一本满载“不可不知的礼尚往来的学问”的秘籍。通过阅读本书，相信送礼对于你来说会变成一件信手拈来的事情，让你送出的礼物更是非同寻常，送出心想事成的效果，使你成为一个送礼高手！

送礼术

上篇 有“礼”走遍天下

第一章 送礼是人际交往中不可或缺的手段

礼物能够拉近感情	3
送礼让社交更顺利	9
用礼物增强自身形象	12
礼品是人品的延续	14
“送礼”是一种交际艺术	17
办事需重“礼”节	21
送礼是维系情感最有效的方式	24

第二章 礼物的选择与包装

送给孩子的礼物选择与包装	28
送给长辈的礼物选择与包装	33
送给男性的礼物选择与包装	37
送给女性的礼物选择与包装	40
送给领导的礼物选择与包装	44
送给同事的礼物选择与包装	48
送给爱人的礼物选择与包装	53

送给朋友的礼物选择与包装	57
送给师长的礼物选择与包装	61

第三章 不同的对象送不同的礼物

送给品位高雅朋友的礼物	64
送给爱好音乐朋友的礼物	67
送给爱好文学朋友的礼物	70
送给嗜好美食朋友的礼物	73
送给爱好旅行朋友的礼物	76
送给爱好运动朋友的礼物	79
送给有车一族朋友的礼物	83
送给爱好绘画朋友的礼物	85
送给有收藏嗜好者的礼物	88

第四章 不可不知的送礼常识

送礼是一门很有讲究的学问	91
健康送礼，才能创造和谐关系	95
送礼的特点	97
送礼前的筹划	100
赠送礼品的场合和时机	102
如何受礼和答谢	105
送礼要尊重受礼者的风俗习惯	108
赠送礼物的禁忌	111
通晓各类礼物所代表的不同含义	114
误犯礼金数目上的禁忌	118

中篇 送礼要懂心理学

第一章 送礼要送到位

送礼要与对方贴心	125
送礼的玲珑心	128
摆脱“送礼焦虑症”	131
给送礼一个好理由	133
送喜欢之礼	136
礼物轻重得当	138
送礼也要“对症下药”	140
精选礼品的附属物	143
化平凡为惊奇	145
别忘了说说“客套话”	148

第二章 有“礼”更要有礼有节

送礼要符合时代的需求	150
送礼时动机要明确	153
送礼语言要得体	155
送礼间隔适宜	157
把握送礼的尺度	159
花草传情勿乱用	162

女性礼品多上心	165
关系密切的人礼物要私下送	167

第三章 礼物是拉近关系的纽带

礼品价值高低，取决于双方的意图	169
给客户送礼要摸清他的心理	171
巧用小礼物征服意中人	174
有事送礼更有利	176
一生二熟“礼做媒”	177
“舍不得孩子套不着狼”，重礼才能请动人	180

第四章 投桃报李的智慧

人在困难时，接受少量的资助会觉得格外感激	182
道谢致歉礼物不能少	185
将心比心送人情	187
拿人钱财，与人消灾	189
“爱”也是一种礼物	191
送些个性化的礼品更显心意	194



下篇

各种情境下的送礼窍门



第一章 合理巧妙地公关送礼

平静地给上司送礼	199
以礼待老乡，关系更密切	202
赠送厚礼给部下，将会获得对方的好感	204
赠送商业礼品有讲究	206
小赠品，宜精不宜贵	209
宣传推广礼品重策划	212
如何给外国人送礼	216

第二章 用礼物打造你的人脉

初涉职场，送什么礼物能获得更多的支持	218
出差归来，送什么礼物能够笼络人心	221
旅游归来，送什么礼物给亲戚以表心意	223
新婚燕尔，送什么礼物答谢他人	225
他人晋升，送什么礼物表示祝贺	227
邻里之间，送什么礼物才能加强联系	229
合作伙伴之间，送什么礼物加强合作	232
向“敌人”送什么礼物才能化干戈为玉帛	234
赴宴时送什么礼物方显诚意	237

第三章 重要日子的送礼技巧

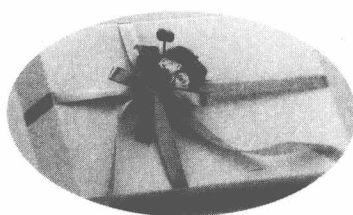
如何馈赠春节礼物	239
如何馈赠端午节和中秋节礼物	242
如何馈赠情人节礼物	244
如何馈赠“庆开张”礼物	248
如何馈赠“母亲节”礼物	251
如何馈赠“父亲节”礼物	254
如何馈赠生日寿诞礼物	258
如何馈赠结婚礼物	261
如何馈赠生子礼物	264
如何馈赠“探病慰问”礼物	267
如何馈赠“乔迁之喜”礼物	270
如何馈赠“丧失殡葬”礼物	273
如何馈赠“送行离别”礼物	276

第四章 活学活用馈赠法则

“醉翁之意”法则	279
“借花献佛”法则	282
“暗度陈仓”法则	284
“移花接木”法则	287
“借路搭桥”法则	290
“锦上添花”法则	293
“雪中送炭”法则	296
“以借代送”法则	298

❖ 上 篇 ❖

有“礼”走遍天下



第一章

送礼是人际交往中不可或缺的手段

礼物能够拉近感情

送礼物语 在反复的送礼、回礼中，礼物让人与人之间的距离更近了！

只要稍微懂点足球的人都知道，在比赛开始之前，两队的队长都会交换礼物和队旗，然后说上两句友好的话才开始比赛。

为什么踢球前要互换礼物和队旗呢？这既是两队相互间的尊重，也是连结友谊的高雅细节。这就是礼物的意义所在，以这种方式能够先让两队的队长进行初次的交流，这样的话，一旦场上有什么不和谐的事情发生，双方队长也会看在先前的礼节上妥善处理争端！

从这么小的地方就能体现馈赠礼物的重要性，可见，馈赠礼物已经成为了一种最有效的交流手段之一。

古往今来，凡是拜访陌生人或者初次见面的人都会带上一份礼物，因为礼物犹如一个盛装情感的器皿，表达的是一种亲

情和友情。通过它能使情感得以更好地建立、传递和保存。有人将它称为“敲门砖”！是的，这块敲门砖，不但能够敲开对方的门，还能敲开对方的心！

为什么礼物这块“敲门砖”如此有效呢？

因为礼物能够代表一种诚意，不管是首次拜访还是后来登门，带上一份精心准备的礼物，首先，能够说明你对待对方的态度是积极的、是比较重视的，这样从开始就能给对方一个好的印象，为下一步的交流奠定了基础。

另外一点就是带着礼物上门还能够化解见面时的尴尬气氛，哪怕对方原本不愿接待你，也很难在你的热情之中冷面打发你。

当然，礼物作为最有效的交流方式还不止如此，简单来说，它作为礼节行为的规范物能使人与人之间的关系得到良好的推动。为此还有什么事不好办呢？

就拿三国时代的众多案例来说，“关云长义释曹操”这其中就有礼物的作用，当然这个礼物不是当时给的，而是先前埋下的伏笔。就是在关羽被俘之后，曹操因为爱惜人才，不但没有杀他，而且还听从了谋士的话，将从吕布处缴获的赤兔宝马送给了关羽，并且赐予了关羽爵位，这些礼物尽管在当时没有打动关羽，然而在曹操危难的时候，他不但斩颜良诛文丑，而且在华容道更是饶了他一条命。即赤壁之战时，曹操兵败，落荒而逃，在华容道遇到了被诸葛亮派往把守的关羽。此时曹操身边仅剩几员大将和几个随从，早已是人困马乏，只要关羽一声令下，立刻会束手就擒。结果关羽念着昔日曹操对他的赐予

之恩，而把他放跑了。这正是礼物作为交流方式所起的作用。

将礼物作为一种交流方式在更高层次上是一种心灵的交流与沟通。心灵的沟通，被认为是社交生活的最高境界；心灵的撞击，是现实生活中宝贵的精神享受，正是如此，才更能够显示出礼物所起到的非同寻常的作用。

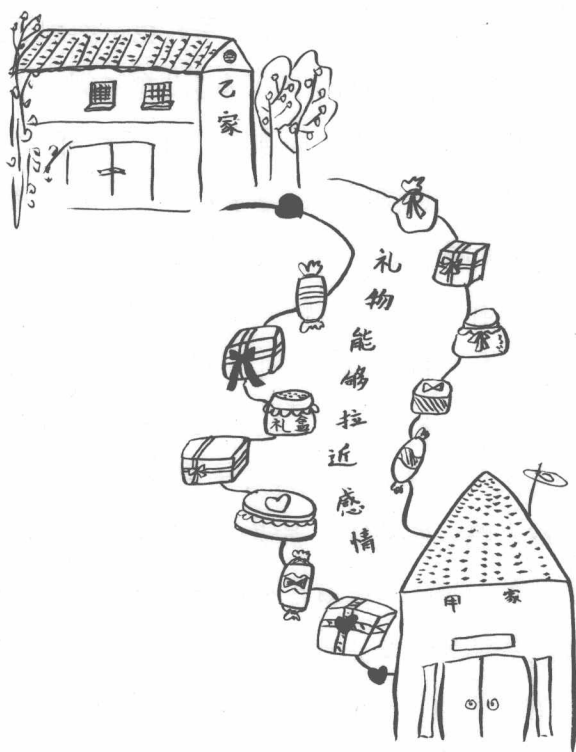
春秋时，吴王寿梦有一个儿子，名叫季札。他是一个贤良、重情义的人，深受当时列国的不少贤士大夫甚至国君的敬重。有一次，吴王派他出使列国，在途经一个小国——徐国时，他专程去拜会了徐国的国君。徐君很敬慕季札，他特别喜欢季札的那把佩剑，但他没有明说。季札也觉察到了徐君的心思，但考虑到还要出使其他国家，不能没有佩剑，所以暂时把剑留着。当他出使完毕，再专程到徐国时，徐君已经死了。季札非常悲痛，找到了徐国国君的墓冢，拜祭过后，便把宝剑解下来，挂在墓旁的树上，然后离去。

可以说，季札和徐君的友情，显示出朴实与纯厚，这种真诚之情足以打破生死的间隔。季札宁愿舍弃宝剑，以慰亡友之灵，由这把宝剑所折射出的友情义同样是令人感叹的。

礼物作为交流方式，能够很好地表达人们内心的思想感情。不过，能够赠送的礼物，需要有两方面的价值：一方面是礼物本身的价值，另一方面就是礼物所寄托的情感价值。有时候礼物所寄托的情感的交流意义，要远远重于礼物本身。

当相应的价值物品被冠以“礼品”、“礼物”这个名字的时候，它就不再是普通的价值物品了，而代表着一种具有特殊意义的符号，也就是用来拉近关系的桥梁了。

而这种“礼”最讲究的就是“往来”，正如《礼记·曲礼》中所说的一样：“礼尚往来，往而不来，非礼也；来而不往，亦非礼也。”这也是“礼尚往来”最浅显的解释了。然而，这样的“往来”又是为了什么呢？我们从礼物的流动中可以看到生人变熟人，熟人变得更熟，这也是生活中我们都知道的一个道理：“一回生，二回熟！”——来往的频繁度往往决定了两个人的感情距离的远近程度。



送礼术