第一图书网, tushu007.com

<<送礼的艺术>>

图书基本信息

书名：<<送礼的艺术>>

13位ISBN编号：9787511319814

10位ISBN编号：7511319815

出版时间：2012-2

出版时间：中国华侨

作者：穆秋月

页数：232

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

<<送礼的艺术>>

前言

序　　中国自古就是礼仪之邦，传统上很注重礼尚往来。
“仁、义、礼、智、信”，其中，“礼”是中国儒家思想比较经典、比较辉煌的一页。
发展到今天，送礼也成为人们日常生活中不可或缺的一个重要组成部分。
　　送礼作为社交活动中的重要手段之一，无论是在中国还是世界上其他国家，都受到人们的普遍肯定。
庆典送礼、办事送礼、过节送礼、见面送礼、开会送礼、促销送礼、喜事送礼、丧事也送礼。
得体的送礼，恰似无声的使者，通过这一方式把你所需表达的感情送到对方的心坎里，给交际活动锦上添花，给人们之间的感情和友谊注入新的活力，从而达到增进友谊、互相关怀、生活愉快、事业顺利的目的。
　　“礼多人不怪”，这是古老的中国格言，在今天仍有十分实用的效果。
然而，并不是每个人都能真正地领会礼物的意义，自如地运用礼物表情达意，将礼物的作用充分发挥。
　　礼物是千百年来人们司空见惯的东西，是人际交往中必不可少的情感媒介。
一件理想的礼品对赠送者和接受者来说，都表达着某种特殊的愿望，传递着某种特殊的信息。
礼品是一个宣言，它宣告了你与接受者的关系：亲密的朋友、友善的亲戚、感激下属的老板或是一位热心的崇拜者。
　　现如今，在馈赠礼物的时候，有些人认为礼物价格越高才越有意义，越能表达送礼者的深情厚谊或者感恩戴德之心。
其实，这样做是把馈赠的礼物商品化了，与送礼的真谛相悖。
其实，价格高昂的礼物，不见得能表达送礼者的真情，再说了动不动送高档的礼物，只会使得收礼者感到“受贿”的尴尬，这样的礼物恐怕很多人都不想要。
　　古人说“千里送鹅毛，礼轻情义重”。
在物质极大丰富的今天，礼物的意义在于加固沟通的桥梁，表达的感谢之情要重于礼物本身。
当然，并不是说轻微的薄礼必显情意，贵重的厚礼一定是为了功利，关键看礼品是否真正成为心灵的媒介、情谊的象征。
“礼轻情意重”的另一层含义就是礼轻、礼重都是相对的，再贵重的礼品，和人与人之间的情意相比都是轻微的。
　　送礼，关键是一个“送”字。
这是整个礼物馈赠的最后一环，送得好，方法得当，会皆大欢喜，境界全出；送得不好，受礼者不愿接受，或严词拒绝，或婉言推却，或事后退回，都只会令送礼者十分尴尬，弄得钱已花，情未结，当真是赔了夫人又折兵。
　　与此同时，当人送来一份自己不喜欢的礼物，却仍要装出一副极欣慰感激的神态时，个中滋味，自非笔墨所能形容。
己所不欲，勿施于人。
不管你送礼的目的是什么，总是要送一些对方喜欢的东西，但在送礼的过程中要注重表达礼轻情重的中心思想。
其实，很多时候我们送礼不仅仅是提升自己在对方心中的形象和地位，而且还要让这个礼物不白送，充分地表达出我们的心意，增强彼此间的好感，才是一个聪明人明智的做法。
　　送礼作为一种特有的文化现象，自有其约定俗成的规矩，送给谁，送什么，怎么送，都很有讲究，绝对不能瞎送、胡送、滥送。
只有巧妙掌握送礼的技巧，用一颗诚挚的心去思考，才能把整个送礼的过程画上一个漂亮的句号。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《送礼的艺术》中国自古就是礼仪之邦，传统上很注重礼尚往来。“仁、义、礼、智、信”，其中，“礼”是中国儒家思想比较经典、比较辉煌的一页。发展到今天，送礼也成为人们日常生活中不可或缺的一个重要组成部分。

<<送礼的艺术>>

书籍目录

第一章 有“ 礼 ”走遍天下
人们为什么要送礼
礼尚往来的奥妙玄机
礼物让社交更顺畅
礼品是人品的延续
情意是礼物的核心
历代皇帝的送礼之道
礼物赠送的十戒律
第二章 礼轻情意重，关键要会送
送礼前要做好功课
如何让人安心纳礼
送礼切勿急功近利
送礼要注意场合
把握好送礼的时机
利用特殊时机实现意愿
既要锦上添花，更要雪中送炭
打好亲情牌，走老人孩子路线
懂些送礼经济学，别让礼物无谓损失
百试不爽的送礼方法
第三章 如何让你的礼物“ 与众不同 ”
精美的包装让礼物脱颖而出
给礼物找一个好搭档
写上留言让礼物会说话
多花心思，化平凡为惊奇
礼物本身具有特殊意义
让礼物打动人心
鲜花是最佳应急方案
第四章 用礼物织好人脉网
一回生二回熟，让礼物做红娘
用礼物结交朋友
将心比心送人情
巧礼让你得贵人
保持联络，人走茶不凉
礼物为友情保鲜
以礼待老乡，关系更密切
巧用礼物征服意中人
物换景移，礼物有别
第五章 职来职往的送礼艺术
职场有礼人缘好
同事之间送礼拿捏好分寸
新人初涉职场要有礼
加深感情不等于讨好上司
给老板送礼要淡定
领导也“ 送礼 ”
出差回来备一份礼物

第一图书网, tushu007.com

<<送礼的艺术>>

职场礼物宝典
第六章 商务来往中如何送礼最给力
无礼不成商
礼物能够让你化敌为友
知己知彼，才能礼到成功
赠品宜精不宜“贵”“重”
合作关系需要礼物来增色
得体地接受和拒绝礼物
如何挑选合适的商务礼品
涉外商务送礼礼俗
第七章 重要的日子礼数要周到
传统节日礼来礼往
婚嫁生子锦上添花
情人节送礼俘获芳心
父母寿诞要及时祝贺
孩子生日礼物要有“新”
结婚纪念日给婚姻加点料
探病慰问有讲究
第八章 有“礼”更要有节
把握馈赠与送礼的尺度
送礼要区分类型
礼多人也怪
一定要尊重受礼者
选择恰当的语言
送礼间隔要适宜
一来二去有讲究
慎选礼物，避免尴尬
面子重要，里子更重要
附 录 国外的礼物常识
日本：送礼讲究多
美国：轻松务实
欧洲国家：礼节胜于礼物

章节摘录

礼尚往来的奥妙玄机 礼物交换有一套自己的规则和仪式，人们通过参与礼物的交换来学习、 实践这些规则和道德原则，也是一种社会化的进程。
礼物在发展演变中始终遵循着这样一个原则——好心会有好报或者一份 好礼总会换来另一份更好的礼物。
这就是所谓的“ 互惠利他主义 ”，也是人 们互赠礼物的深层动力。
菲兰说：“ 这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。
”在最 近的几项研究中他发现，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。
毛利人的礼物交换是普遍存在的，是非契约的、自愿的、表达性的行为 。
同时，毛利人认为礼物有灵魂，礼物具有一种精神——豪。
“ 豪 ”是一种 存在于某个人送给另一个人的贵重物品中的神秘力量。
“ 豪 ”总是希望返回 它的原地，是“ 豪 ”迫使受礼者作出回报。
一个人送出的礼物实际上是这个 人精神、灵魂的一部分，接受某人的礼物也就是接受送礼者的一部分精神实 质。
接受他人的礼物而不作出回报，也就等于保留他人的“ 豪 ”，这样做不 仅有悖道德、规则，而且是很危险的，甚至是致命的，因为礼物中的“ 豪 ” 会控制你。
法国著名社会学家莫斯认为，正是礼物中的“ 豪 ”迫使受礼者要作出回 报，他把这称为“ 礼物之灵 ”，认为人们是迫于“ 礼物之灵 ”的压力，而进 行回礼的。
礼物中“ 豪 ”的存在和保留“ 豪 ”的危险l生，以及由此产生的 压力使得回礼成为一种义务。
赠与——接受——回礼作为礼物交换的三个环 节，也都成为一种义务。
莫斯在指出是“ 礼物之灵 ”迫使人们作出回报后，他还专门分析了安德 曼群岛、美拉尼西亚社会、苏格兰、美洲印第安人，古罗马、印度、中国等 社会的礼物馈赠文化。
尽管这些社会都有其特有的贵重物品，社会的礼物馈 赠文化的规则也各不相同，但莫斯通过不同社会礼物交换文化的分析反映了 共同主题，发现处在不同文化下的人们都有一个共同的认识，那就是礼物中 包含一种神秘力量，是礼物中的神秘力量迫使受礼者作出回报。
俗话说“ 来而无往非礼也 ”。
人与人之间的感情交流也是如此。
你欠了 别人的情，总是要找机会想法回报，而别人欠了你的情时，内心深处也有同 样的想法和愿望。
对方也是一个通情达理的人，你给他送的礼物，绝对不会 像打出去的子弹似的一去不回，他一定会用别的方式来回报你。
三国时期“ 关云长释曹操 ”就是典型的还礼的故事。
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留住关羽，然而在曹操危难的时候，他在华容道还是饶 了他一条命。
赤壁之战时，曹操兵败，落荒而逃，在华容道遇到了把守的关 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，把他放 跑了。
社会学家认为礼物交换之所以能够持续，是因为送礼总会产生回礼，回 礼又是新一轮送礼的开始，这样不断反复循环，将人们纳入礼物交换之中。
也就是说礼物通常不是白送的，它总是能做好铺垫，即礼物暗示了一套权利 与义务的体系，收到礼物的一方不用送礼者说出来就心知肚明自己应当在将 来的某些时候作出回报。
如果一个人只收取礼物，却没有相应的回赠或者回 报，就会遭到别人的批评和疏远。
很多时候，求人办事都会让人很为难，不是张不开口，就是怕被对方拒 绝。

你不妨利用人们无功不受禄的心理，先不着痕迹地给对方送一份礼，等 着对方回礼。
有时候因为你“ 不经意 ”的一件礼物打动了别人，也许就会收 到意想不到的大礼。
 然而，礼物交换的目的并不是工具性，而是情感性。
礼物的实际价值不 是最重要的，它的价值在于礼物及礼物交换所具有的文化意义，在于它所象 征的权力、声望和荣誉。
所以，当我们给对方送礼物的时候，对方更为看重 的是礼物的象征意义，而不是礼物的实际价值，而对方的回礼也必须着眼于 象征意义，而不一定是等价交换的物品。
P7-9

编辑推荐

购买其他相关产品请点击： 中国式饭局宴会全规则 中国式人脉 《送礼的艺术》“ 礼多人不怪 ”，这是古老的中国格言，在今天仍有十分实用的效果。
然而，并不是每个人都能真正地领会礼物的意义，自如地运用礼物表情达意，将礼物的作用充分发挥。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com