

# 2023年现代诗读后感 现代心理学史读后感 (通用6篇)

当观看完一部作品后，一定有不少感悟吧，这时候十分有必要要写一篇读后感了！如何才能写出一篇让人动容的读后感文章呢？下面是小编为大家带来的读后感优秀范文，希望大家可以喜欢。

## 现代诗读后感篇一

躺在洁白无垠的雪地上，渡边博子屏气凝神，任由雪花在苍茫的天空中簌簌飘落，试图在忘我中寻获与往生的零星触碰，她站起身，抖落着大衣上的雪花，再一次仰面闭目，好像是在整理思绪，重新感受冥冥之中游荡的气息，为自己无法看到终点的感情，找一个方向。这就是小说《情书》的经典开场。

一对同名同姓的恋人，两个容貌相同的女人，仿佛是宿命和人生的一场游戏。渡边博子的一封信，引起了令人措手不及的情感交织，仔细想来倒是像极了爱情的汹涌回潮——当爱情带给人无尽的浪漫和让人头脑昏涨地感到幸福，同时也带来了内心深处的不安与惶恐。

男井藤树的三周年祭作为小说的开场，从一开始就将小说环绕在了死亡的淡淡忧伤之中。这种环绕是淡然的，有些黯然神伤，却并不撕心裂肺。人们哀而不伤，在肃穆的仪式和僧侣的经文中更多的是对生命的敬重和缅怀。死亡会给人们带来伤痛，但它终会在时光的流逝下存储到人生的记忆库中，当我们再次提取那些往事的片段，伤痛早已不是我们的主要话题，更多的是惋惜和不舍，以及对于生的无尽期盼，其间出现的大量冰雪的描写，印证了万事万物纯粹得都像雪花一样，美丽而易化，携带着即将消失的哀伤。生命、死亡和情感，像融化的雪水，汇成了一股涓涓的溪流，悠长着伤感，

但又沁人心脾地生长。

故事的最后，女井藤树无意间发现了男井藤树的借书卡，卡的背面是男井藤树画的她中学时的画像。她一面佯装平静，一面想把卡片揣到兜里。然而不凑巧，她喜欢的围裙，上下没有一个兜。此时，她的泪珠在眼眶里打转，终究还是没忍住，无声滑下脸庞。故事也戛然而止，给人无尽的遗憾和感伤。

男藤井树对渡边博子的一见钟情是不容置疑的，即使那是因为曾经爱恋的痕迹，但这至少证明了爱的纯粹。博子对男井藤树的一往情深也是不容置疑的，他不曾开口挑明，却把所有人不会接的书统统借一遍，就是为了光明正大地在借书卡上写下心爱的名字：临别之前，擅长绘画的他，把书交给她，希望她能够看一看借书卡背后的图画，明了自己的心意。然而这份感情终究是阴差阳错，直到多年才明了这份爱情的真相，可惜此时已时过境迁。

拨开不确定和羞涩的迷雾，显露出沉淀下来的美好。一封意外的来信，解开了多年沉寂在冰雪中的浪漫情感。他们谈不上伟大，他们都有过往，也许，这才是经得起岁月侵蚀的情书。

## 现代诗读后感篇二

一般认为，现代心理学是从德国学者冯特的研究开始的。在冯特之前，关于人类的心理有诸多的探讨，但大多以哲学的形式出现，并没有出现独立的心理学科。在15世纪，随着物理学的发展，人们折服于完美的数学和物理学理论模型，并且认为宇宙万物都可以由机械原理解释，心理学也不免染上了机械决定论的色彩。有代表性的是笛卡尔，笛卡尔认为，心理是身体对于刺激的反射活动，反过来心理也会作用于身体，即所谓的身-心二元理论。

后来，在批判形而上学的诸多作家中，洛克、休谟和穆勒为代表的经验主义学派对于心理学产生了深远的影响。他们共同的特点是把意识经验分解成元素，复杂的意识是多个元素的组合，组合的过程就是联想，这种组合十分类似于机械的组合。这些观点为后来冯特的研究做了一些铺垫。也有从生理角度研究心理学的学者，比如赫尔姆霍兹测量了身体的反应时间和神经传动时间，韦伯则测量了身体感觉的两点阈值，也叫最小可觉差。比如，我触碰你的肩胛和腰，你肯定可以分辨这是两个地方，但是如果我触碰了你肩胛的两个点，只要这两个点足够近，你就分辨不出来这是两个点，这个足够近的距离就是最小可觉差。

总之，在冯特之前，心理学并没有成为一个独立系统的学科。冯特被誉为现代心理学之父，冯特和经验主义学派一样，也把意识经验分解成了元素，包括感觉和感情，其中感情又分为三个维度：愉快/不愉快，紧张/松弛以及兴奋/抑制。这些元素组合以后就是意识经验，冯特不同于经验主义学者的是，他提出了统觉的概念，他认为这种组合不是机械的、静态的组合，而是有机的、积极的组合。一个人要想仔细分析他的意识经验，他就必须能够把意识经验再分解成元素，分解的过程就必须用到“内省法”，这是一个对于心理学科产生了深远影响的方法，同时也是一个争议很大的方法。

同时期，艾宾浩斯研究了人的学习过程，并发现了遗忘曲线，这个遗忘曲线一直到现在还被反复证明是正确的。另外三位学者则从不同角度批判了冯特的理论，布伦塔诺认为冯特的研究集中于心理活动的结果（比如看到了什么），而忽视了心理活动的过程（比如为什么这么看），而这个过程才应该是心理学研究的内容。斯顿夫则反对冯特把意识分解成元素，他认为心理学的基本数据是现象，是什么就是什么，不需要人为的、抽象的分解，这个分解过程不仅无益而且有害，损坏了心理活动的自然过程。屈尔佩则扩展了内省法，冯特的内省法力求让被试者客观的、可量化的描述意识，而屈尔佩则鼓励被试者更多的描述主观感受，并通过一系列的问题引

导被试者体验复杂的心理活动过程，屈尔佩认为心理学是依赖于经验者的经验事实的科学，而不是冯特理解的不依赖于经验者的客观事实的科学。

后冯特时代的集大成者非铁钦纳莫属，铁钦纳不再关注冯特所关注的元素，而是关注元素的组织过程，或者说构造过程，所以也称为构造主义。为了研究元素的组织过程，就需要更加精确的界定元素，这进而也就需要更加规范的内省法，铁钦纳试图通过标准的提问来规范内省法，但这一试验方法使得受试者刻板的回答问题，遗失了大量的具有心理学意义的信息。铁钦纳的理论受到了学界的普遍批评，以至于铁钦纳本人晚年也不再坚持构造主义，转向维度研究（愉快/不愉快）和斯顿夫倡导的现象学。

不管是前冯特时代还是后冯特时代，心理学研究仍然有意无意的把人看成机械。一直到机能主义的出现，心理学才真正的不再把人看成机械，但机能主义也只是把人拔高到动物的层次，还没有到人的层次。机能主义深受达尔文进化论的影响，机能主义关心的是心理如何发挥它的机能，以使得有机体能够更好的适应环境。机能主义发扬光大的背景是斯宾塞的社会达尔文主义对于各个人文学科的渗透。机能主义的先驱詹姆斯所着《心理学原理》对冯特和铁钦纳理论形成了较为决裂的对抗。詹姆斯认为心理生活是一个整体，是一个变化着的总体经验，意识是连续流动的，任何把意识分成独立暂时的尝试注定是扭曲的，并强调意识是机能和目的，是为了有机体能够适应环境，是进化的产物。安杰尔的《心理学》对于机能主义的进一步阐释使得机能主义逐渐获得普遍认可，到1930年，在与冯特和铁钦纳的争论中，机能主义完全取得了胜利。

机能主义的遗产是应用心理学的兴起：在第一次世界大战中，心理测试被普遍用于征兵活动中；威特默将心理学用于变态行为的治疗和评估；希利建立第一个儿童指导中心，心理学被用于临床；霍桑则把心理学拓展到工业组织中，发展出了

工业—组织心理学；闵思特伯格进一步发展了工业心理学。

无论如何，在华生倡导的行为主义心理学之前，心理学更像是一种人文科学，而华生试图将心理学纳入自然科学的范畴。行为主义认为心理学应该聚焦于可以观察的客观行为，而不是对于心理活动的主观臆断，只有这样，才能纳入自然科学的研究范围。行为主义肇始于动物心理学的研究，比如巴普洛夫研究狗的条件反射，就是行为主义心理学的典范。爱德华托尔曼发展了行为主义心理学的研究方法，也称为操作主义，顾名思义，操作主义关注的是心理学研究方法的可操作性，行为必须能够客观观察和操作定义，这有这样才能像自然科学那样精确的研究。行为主义心理学的应用，则主要是斯金纳的行为矫治，通过奖励强化一种行为，通过惩罚抑制一种行为，以此来达到对于不良行为的矫治。以上的这些行为主义仍然有一种倾向，就是把人看成一种机器，或者至多看做一种动物，以此来假定人对于环境的刺激表现出的行为上的反应。而班杜拉开始关注人与人之间的互动对于个体心理的影响，也就是社会对于个人行为的影响，也称为社会行为主义。

通过前面的分析，我们知道，心理学最初是把人看成一部机器去研究，后来机能主义和行为主义阶段，心理学终于不再把人看成机器，但也只是把人看成一种高级的动物，只有到了弗洛伊德的精神分析阶段，心理学才真正的把人看成人，开始关注人的痛苦、恐惧和困惑。精神分析领域，弗洛伊德、阿德勒和荣格的理论既统一又区别，弗洛伊德是精神分析的先驱，弗洛伊德关注人的潜意识，并且认为潜意识才是人格的驱动力，而在弗洛伊德所确定的潜意识里，只有“性”，再无其他。弗洛伊德认为人的精神问题主要是潜意识与意识的冲突，或者说主要是有关潜意识中的性欲与意识中的性欲被压抑的矛盾问题。不可否认，弗洛伊德的理论不是完全没有道理的，问题是对于潜意识中性欲的地位过于绝对和唯一。阿德勒认为潜意识中不仅有性欲，还有权利欲，权利欲也是人格的驱动之一，而荣格认为弗洛伊德和阿德勒都是片面的，

潜意识中不仅仅有性欲和权利欲，人类的各种欲求不满都可能成为潜意识中埋下的隐患，并且潜意识在不同的人种中、人类进化的不同时期、个体发育的不同阶段，都有不同的内容，而且荣格认为潜意识很可能有预示作用，这使得荣格的理论有点神秘主义。不论是弗洛伊德、阿德勒还是荣格，他们都承认，联接意识和潜意识的桥梁是梦境，所以，通过对于梦境的分析是研究潜意识和精神问题的重要手段。

马斯洛的需求理论也许是现代心理学的最高成就，按照马斯洛的理论，人有五个等级的需求，由低到高分别是：生理的需求、安全的需求、爱和归属的需求、尊重的需求和自我实现的需求。每一个低等级的需求达到满足，人就会追求更高等级的需求。弗洛伊德和阿德勒的人性论中，对于人性充满了失望，每个人都是追求性欲和权利欲的可悲个体，他们的精神问题以及由此引起的痛苦是不可避免的，这是由肮脏的人性决定的。荣格对于人性稍稍有一些信心，他认为人性不是肮脏和破坏性的，人性也可以是建设性的。而到了马斯洛，则认为人性不仅仅是建设性的，简直就是光辉的，每个人都有自我实现的潜力。弗洛伊德只注意到了人的生理需求，阿德勒注意到了安全的需求、爱和归属的需求和尊重的需求，而马斯洛认为人性远远不止于此，自我实现的需求才是人性的光辉所在。

[现代心理学史读书笔记]

## 现代诗读后感篇三

不论是商业礼物还是个人礼物，都能巩固关系及联络友谊，所以馈赠礼物也很重要，但他也有很多礼仪。让我们来看哈。

礼品不可太贵重，应强调“礼轻情意重”，注重纪念意义。可选择有纪念意义的、有特色的东西作为礼品，如能馈赠即使有钱也难买到的特制纪念品则更佳。另外，还要考虑到客人的情趣，如对方是文化人，可以送张国画，对方较高雅，

可以送音乐盒等。总之，应使礼品价值大于其物质价值，切不可将送礼变成行贿。

喜礼一般在婚前送到。对于深交的朋友，即使对方请贴未到，也可先行送礼。开张答谢礼必须在揭幕或剪彩之前数小时送到，以送花篮最为普遍，也有送镜屏或镜画的。问候礼在得知朋友、同事可以送水果或鲜花。朋友帮过你的忙，为了表示谢意，送对方一些酬劳礼也是应该的。凡这类送礼，非寻常可比，所送的礼物，第一要投对方所好，第二要适合对方使用，要因人而异。赴宴礼品可在宴会开始前送到主人家，以表恭敬。如赴私人家邸访问，应注意为女主人带些小艺术品、土特产等。如果有小孩，可带些糖果玩具。吊丧赠礼通常以花圈、挽联为多。

礼品最好有彩色包装。

送礼时一般应当面赠送，可附上祝词和名片。收礼时最好当面打开包装欣赏礼品，并握手致谢：“我非常喜欢”、“好漂亮”、“谢谢”等。

收到寄来的礼品，应及时回复短信或名片致谢。

### 1、 人多的场合如何赠送礼品：

首先要考虑礼品的数量、礼品发放的范围、礼品的种类。在人多的场合发放礼品，往往可能会漏掉一些人，因此，要格外小心礼品的数量。宁可多备一些，不可少发，否则会导致一些尴尬。

也可双方协商好，只赠主宾，其他客人的礼品另择机赠送。另外，人多场合赠送的礼品不宜过于贵重或具有针对个人的倾向。

### 2、 选择礼品要考虑赠礼的对象：

选择不同的礼品给不同的人是很多国家的习俗，特别是不同身份的人给不同的礼品非常重要。如果给主人和陪同人员的礼品完全相同，在一些国家会被认为是一种不尊重。

把受礼人的单位或姓名刻在礼品上的某个位置，注明赠礼的理由，会使礼品具有更大的珍藏价值。

同一个人在前后几次见面时要尽可能分送不同的礼品，否则说明赠礼人欠缺诚意。

### 3、 送花小常识：

世界各地都有送花的习俗，但要注意的是：

西方人送花只送单数，但不能送13枝；西方人送花一般用玫瑰代表爱情，用菊花代表哀思；很多地方的人都认为黄色的花不太好，所有送黄色花要慎重；日本人送花不送荷花，因为荷花经常被画在棺材上；每个国家基本都有自己的国花，送国花一般都会受欢迎。

### 4、 不适宜赠送的物品：

药品。药品与疾病、不健康或死亡相联系。但保健品在很多国家受到欢迎；

动植物活体、生鲜食品、种子不宜送外国来访客人。许多国家有很严格的动、植物检疫法，不允许此类东西进入国门。

### 5、 赠送礼品的包装：

包装礼品前一定要把礼品的价格标签取掉，如果很难取，则应把价目签用深色颜料涂掉；

如果礼品的托人转交，或者为了保证受礼人知晓礼品的来源，可以在礼品包装好后，把送礼人的名片放在一个小信封中，



粘贴在礼品纸上。

## 6、 赠礼的时机：

赠送礼品没有严格的时间限制，一般习惯是：

送花可以在迎送初期；

会谈会见时一般在起身告辞时赠送；签字仪式一般在仪式结束时互赠礼品；

祝贺欢庆：一般是开始或者提前赠送。

## 7、 赠礼的方式：

如果是会谈会见等活动，一般由最高职位的人代表本方向对方人员赠送礼品；赠送应从地位最尊的人开始；同一级别的人员中应先赠女士后赠男士，先赠年长者后赠年少者。

赠送礼品应双手奉送，或者用右手呈交，避免用左手。

有些国家的人在接受礼品时有推辞的习惯，但这只是一种礼节，并不代表拒绝。如果赠送的礼品确实没有贿赂之意，则应大胆坚持片刻。如果对方坚持拒收，则可能确实有不能接受的理由，不能一再强求。也不应表现出不高兴的情绪。

## 8、 接受赠礼：

接受礼品看起来很简单，但其中也有一些需要注意的方面。比如：

西方的习惯一般在收到礼品一周之后，会写一封信表示感谢。

## 9、 回礼的时机与方式：

一般而言，来客应该赠送礼品，主人则应回礼。回礼的方式可以有很多种，既可以回赠一定物品，也可以用款待对方的方式来回礼。如果是回赠礼品，应注意以下几点：

不超值。回礼的价值一般不应超过对方赠送的礼品，否则会给人攀比之感。

收到私人赠送的礼品，回礼时应该有一个恰当的理由和合适的时机，不能为了回礼而不选时间、地点地单纯回送等值的物品。

分别时是最好的回礼时机之一。

常与外国客户打交道的公司不免要赠送礼品，如探望病人或参加婚礼、生日的时候，送上一束鲜花。相处较长的外宾离别时，赠送一两件小纪念品等，则是一种友好、祝愿或者感谢的表示。

涉外文秘要学会挑选礼品。礼品的价值不在于是否名贵，而在于适宜。一份适时宜人的礼物就会赢得友情。选择礼品时，宜选一些物美价廉、具有纪念意义，有民族特色并有一定艺术欣赏价值的物品，例如受礼人喜爱的小艺术品、小纪念品、食品、花束、书籍、画册或一般日用品等。

赠送的礼品一般要用礼品纸(花色、彩色纸)包装。即使礼品本身装在盒子里，也要另加包装，然后用彩带系上漂亮的蝴蝶结、梅花结等。

礼品一般应当面赠送(参加婚礼或送别可预先送去)。祝贺生日、赠送年礼，可派人送上门或邮寄，并随礼品附上送礼人的名片，也可书写贺词，装在大小相当的信封内。信封上写清楚受礼人姓名(不写地址)。

## 现代诗读后感篇四

这学期我们学了广告学这门课，在此期间，我读了一本朱海松教授的《国际4a广告公司品牌策划方案》。读了这本书，我深刻感受到了品牌对一个企业的重要性。

朱海松教授是当代杰出的广告人，中国无线营销理论的开创者，手机媒体专家，第五媒体、无线营销和无线广告应用学说的创始人，中国本土广告营销实践经验的总结者。他的“国际4a广告公司”系列的书一共有4本，分别是《国际4a广告公司基本操作流程》《国际4a广告公司媒介策划基础》《国际4a广告公司媒介策划摘要》以及《国际4a广告公司品牌策划方案》。不得不说，朱海松教授在广告反面是很有造诣的。而在他的书中我也对品牌和广告有了更深的认识。

关注一下日常生活中的广告我们可以发现，许多众所周知的广告介绍的产品都是国外的，很少有我们中国的产品，不仅如此，中国的产品很少有能登上国际舞台的，我一直在想这是为什么呢？通过这学期学习的课程，我认为这是中国产品的品牌意识太弱了，以至于无法走到国际大舞台。

那么一个公司的产品得靠什么来增强它的品牌或是创造它的品牌呢？我想除了产品本身的质量、公司的精神文化之外，广告也是一种不可或缺的方法。

这本书中朱教授就详细的讲解了很多方法，而且比较使用的是举了很多案例有助于我们理解。

广告业的人都知道，国际4a广告公司原是美国广告代理商协会的简称，该协会呼吁媒介保证支付广告刊登费15%的佣金个广告公司作为媒介代理费，以促进广告主雇佣广告公司提供专业服务，所有的4a广告公司均为规模较大的综合性跨国广告代理公司，协会成员承担着全美70%--80%的广告业务量。

显而易见□4a广告公司绝对是广告业中的翘楚。

书中第一章朱教授就给我们介绍了品牌，包括了品牌的本质、形式、象征、关系和品牌的营销。朱教授认为品牌的品质是“产品的人化”，产品的品质离不开人的本质，品牌与消费者是不可分的，品牌的价值需要从消费者中体现出来，而产品人化的过程就是产品上升为品牌的过程，也是消费者使用产品的主观实践和客观感受的过程。品牌管理是20世纪30年代营销领域最重要的贡献。这理念源自宝洁公司，在宝洁公司推出的两款香皂“佳美”和“象牙”的竞争中。宝洁公司职员哈佛毕业生尼尔麦克尔罗提出了品牌管理思想，从而使宝洁公司又取得了突破性的胜利。在此之后，许多公司都引入了品牌管理模型，如花王公司、杜邦公司、联合利华等。

要注意的是，品牌产品在做产品延伸线时也必须考虑品牌的保护。比如说欧洲高级时装品牌皮尔卡丹把产品线延伸到了电饭煲，这是就会出现适得其反的效果。非但电饭煲卖不出去，连带着对其本身已是名牌的时装都产生了不利影响。品牌印迹是一种能迅速反映产品内涵的东西。比如李白意味着浪漫主义诗人，其个性恣意洒脱，杜甫诗现实主义诗人，其个性稳重忧伤等等。当科龙电器定义自己为专业制冷领导者时，他的整合营销既有了明确的范围，从冷柜到空调再到冰箱，他的产品概念的产生就是品牌概念的形成。

第三章朱教授又从销售策略上阐述了品牌他所说的销售策略是一种不同与营销意义上的销售策略，也就是说不是营销意义上的促销、价格、产品、渠道，而是传播层面上、广告宣传层面上、与消费者进行沟通层面上来研究的沟通策略，它可以替品牌创造竞争的优势。而品牌印迹与销售策略之间的关系，就想一个人穿着打扮和语言表达，要是说穿着打扮是印迹，那么语言表达就是销售意念。

际4a广告公司品牌策划的方法，比如科龙集团、龙胜集团的

多品牌战略、太阳神多补钙、广发证券等都是国际4a广告公司麦肯的策划方法。

在看完整本书之后，我深刻认识到了品牌的重要作用，中国的企业要想走到国际舞台上品牌的塑造是必不可少的。

[现代广告学读后感]

## 现代诗读后感篇五

前几日看了《国医》这本小说，书中虽有艺术的升华、夸张、神奇，但也让人联想很多。书中人物赵焯是长天大学应届毕业生，在附属医院实习期间，由于机缘巧合，有三位传奇式老师带他：一位是三代御医江海老人、一位是柳氏刀法创始人柳青、一位是知名医生李杰。

李杰医生对医术的精益求精、对患者的责任、对学生赵焯的传帮带无懈可击，他不但帮助赵焯完成了从理论到实践的成长，还鼓励他超越前人。

书中另一位传奇人物柳青，创造了独一无二的柳氏刀法。都说大脑是上帝的领域，柳青却闯入了这个神奇的世界，且在上个世纪九十年代他的开颅手术的研究已领先世界，他的成就是他汗水和生命换来的，书中有这样一段写的很好，“表面光鲜荣耀的人在背后总是吃了更多的苦，特别是那些看起来很天才的人，其实他们流的汗水比谁都多。”可是他的成就过于超群，他很不幸的遭到了同行的羡慕、嫉妒、仇视，他们指使打手将柳青打成了植物人。柳青在经历这惨剧人寰的遭遇后，并没有愤世嫉俗，而是凭借强大的毅力，借助药物清醒了两天（看似传奇），在有限的两天时光中，他用了一天的时间向赵焯毫无保留地传授了自己的绝技，使赵焯成为柳氏刀法不二传人。在这个看似传奇的过程中有着不传奇的事实，赵焯从上大学开始，就夜以继日地观看柳青的教学录影带，不断模仿、练习，这位他日后在有限的一天

中掌握柳氏刀法，并成功手术打下了良好的基础。机遇总是留给有准备的人！

书中还写了中西医结合问题，中医是中华文明古国的一支奇葩，是千百年来老祖宗智慧的结晶，如治病依据对五脏六腑变化的了解，四季和节气对人的影响，阴阳的平衡，药材相生相克的调整等。通过望闻问切诊断，一人一方，奇妙而高深。从药方说到药材，中药材是大自然对人类的恩赐，由于人口激增和对自然环境的破坏，使很多药材从源头失去了自然野生条件。有些药材被人为的糟践，疗效也大打折扣。在家乡小药材站里，我也曾亲眼看到晾在土地上的药材被雨水冲洗，药汁混着泥水流淌在土地里，真是让人心疼。

书中还写了医患关系问题、医闹问题、普通百姓看不起病问题、边远地区医疗水平问题、医药代表问题、钱权交易问题、医生资历和专业成长问题、民营医院面临的问题等，林林总总的问题让人深思。

书中虽然写了很多问题，但现实生活中还是有很多医务人员，为了仁心仁术的信条而坚守，为了治病救人而忘我工作。随着科学的发展，高科技的进步，很多疑难杂症都被攻克了。由于医疗保险的普及，广大患者受惠，看病难、看病贵的问题得以缓解，医药分开问题、民营医院职称评定问题也引起了有关部门的重视，很多问题都在解决和逐步解决中。

写到这里，我要为这本书点个赞，是这本书写出来很多人所共知和人所不知的医药细节，这本书也让我见证了御医、名医的人格魅力，思绪已经打开，一时之间难以停笔了。

## 现代诗读后感篇六

不论是商业礼物还是个人礼物，都能巩固关系及联络友谊，所以馈赠礼物也很重要，但他也有很多礼仪。让我们来看哈。

礼品不可太贵重，应强调“礼轻情意重”，注重纪念意义。可选择有纪念意义的、有特色的东西作为礼品，如能馈赠即使有钱也难买到的特制纪念品则更佳。另外，还要考虑到客人的情趣，如对方是文化人，可以送张国画，对方较高雅，可以送音乐盒等。总之，应使礼品价值大于其物质价值，切不可将送礼变成行贿。

喜礼一般在婚前送到。对于深交的朋友，即使对方请贴未到，也可先行送礼。开张答谢礼必须在揭幕或剪彩之前数小时送到，以送花篮最为普遍，也有送镜屏或镜画的。问候礼在得知朋友、同事可以送水果或鲜花。朋友帮过你的忙，为了表示谢意，送对方一些酬劳礼也是应该的。凡这类送礼，非寻常可比，所送的礼物，第一要投对方所好，第二要适合对方使用，要因人而异。赴宴礼品可在宴会开始前送到主人家，以表恭敬。如赴私人家邸访问，应注意为女主人带些小艺术品、土特产等。如果有小孩，可带些糖果玩具。吊丧赠礼通常以花圈、挽联为多。

礼品最好有彩色包装。

送礼时一般应当面赠送，可附上祝词和名片。收礼时最好当面打开包装欣赏礼品，并握手致谢：“我非常喜欢”、“好漂亮”、“谢谢”等。

收到寄来的礼品，应及时回复短信或名片致谢。

### 1、 人多的场合如何赠送礼品：

首先要考虑礼品的数量、礼品发放的范围、礼品的种类。在人多的场合发放礼品，往往可能会漏掉一些人，因此，要格外小心礼品的数量。宁可多备一些，不可少发，否则会导致一些尴尬。

也可双方协商好，只赠主宾，其他客人的礼品另择机赠送。

另外，人多场合赠送的礼品不宜过于贵重或具有针对个人的倾向。

## 2、 选择礼品要考虑赠礼的对象：

选择不同的礼品给不同的人是很多国家的习俗，特别是不同身份的人给不同的礼品非常重要。如果给主人和陪同人员的礼品完全相同，在一些国家会被认为是一种不尊重。

把受礼人的单位或姓名刻在礼品上的某个位置，注明赠礼的理由，会使礼品具有更大的珍藏价值。

同一个人在前后几次见面时要尽可能分送不同的礼品，否则说明赠礼人欠缺诚意。

## 3、 送花小常识：

世界各地都有送花的习俗，但要注意的是：

西方人送花只送单数，但不能送13枝；西方人送花一般用玫瑰代表爱情，用菊花代表哀思；很多地方的人都认为黄色的花不太好，所有送黄色花要慎重；日本人送花不送荷花，因为荷花经常被画在棺材上；每个国家基本都有自己的国花，送国花一般都会受欢迎。

## 4、 不适宜赠送的物品：

药品。药品与疾病、不健康或死亡相联系。但保健品在很多国家受到欢迎；

动植物活体、生鲜食品、种子不宜送外国来访客人。许多国家有很严格的动、植物检疫法，不允许此类东西进入国门。

## 5、 赠送礼品的包装：



如果礼品的托人转交，或者为了保证受礼人知晓礼品的来源，可以在礼品包装好后，把送礼人的名片放在一个小信封中，粘贴在礼品纸上。

## 6、 赠礼的时机：

赠送礼品没有严格的时间限制，一般习惯是：

送花可以在迎送初期；

会谈会见时一般在起身告辞时赠送；签字仪式一般在仪式结束时互赠礼品；

祝贺欢庆：一般是开始或者提前赠送。

## 7、 赠礼的方式：

如果是会谈会见等活动，一般由最高职位的人代表本方向对方人员赠送礼品；赠送应从地位最尊的人开始；同一级别的人员中应先赠女士后赠男士，先赠年长者后赠年少者。

赠送礼品应双手奉送，或者用右手呈交，避免用左手。

有些国家的人在接受礼品时有推辞的习惯，但这只是一种礼节，并不代表拒绝。如果赠送的礼品确实没有贿赂之意，则应大胆坚持片刻。如果对方坚持拒收，则可能确实有不能接受的理由，不能一再强求。也不应表现出不高兴的情绪。

## 8、 接受赠礼：

接受礼品看起来很简单，但其中也有一些需要注意的方面。比如：

西方的习惯一般在收到礼品一周之后，会写一封信表示感谢。

## 9、回礼的时机与方式：

一般而言，来客应该赠送礼品，主人则应回礼。回礼的方式可以有很多种，既可以回赠一定物品，也可以用款待对方的方式来回礼。如果是回赠礼品，应注意以下几点：

不超值。回礼的价值一般不应超过对方赠送的礼品，否则会给人攀比之感。

收到私人赠送的礼品，回礼时应该有一个恰当的理由和合适的时机，不能为了回礼而不选时间、地点地单纯回送等值的物品。

分别时是最好的回礼时机之一。

常与外国客户打交道的公司不免要赠送礼品，如探望病人或参加婚礼、生日的时候，送上一束鲜花。相处较长的外宾离别时，赠送一两件小纪念品等，则是一种友好、祝愿或者感谢的表示。

涉外文秘要学会挑选礼品。礼品的价值不在于是否名贵，而在于适宜。一份适时宜人的礼物就会赢得友情。选择礼品时，宜选一些物美价廉、具有纪念意义，有民族特色并有一定艺术欣赏价值的物品，例如受礼人喜爱的小艺术品、小纪念品、食品、花束、书籍、画册或一般日用品等。

赠送的礼品一般要用礼品纸(花色、彩色纸)包装。即使礼品本身装在盒子里，也要另加包装，然后用彩带系上漂亮的蝴蝶结、梅花结等。

礼品一般应当面赠送(参加婚礼或送别可预先送去)。祝贺生日、赠送年礼，可派人送上门或邮寄，并随礼品附上送礼人的名片，也可书写贺词，装在大小相当的信封内。信封上写清楚受礼人姓名(不写地址)。