

商务送礼最头疼的事,莫过于对方不愿接受或严辞拒绝,或婉言推却,或事后回礼,都令送礼者十分尴尬,真是赔了夫人又折兵。

以“礼”服人 你懂多少

□ 慧聪

我们生活在一个讲“礼”的环境里,如果你不讲“礼”,简直就是寸步难行,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,它在今天仍有十分实用的效果。调查研究指出,日本产品之所以能成功地打入美国市场,其中最秘密的武器就是日本人的小礼物。换句话说,日本人是用小礼物打开美国市场的,小礼物在商务交际中起到了不可估量的作用。如今的商品社会,“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。

商务送礼其实已成了一种艺术和技巧,从时间、地点一直到选择礼品,都是一件很费人心思的事情。很多大公司在电脑里有专门的储存,对一些主要关系公司、关系人物的身份、地位以及爱好、生日都有记录,逢年过节,或者什么合适的日子,总有例行或专门的送礼,巩固和发展自己的关系网,确立和巩固自己的商业地位。

商务送礼是一门艺术,有其约定俗成的规矩,送给谁、送什么、怎么送都很有奥妙,绝不能赠送、胡送、滥送。下面,我们先来看一个奥康集团的案例:

当奥康总裁王振滔得知意大利著名制鞋企业 Geox (健乐士)在中国寻找合作伙伴时,已有 7 家知名鞋商向 Geox 表明了合作意向。

尽管如此,王振滔还是向 Geox 老板保利加图递交了合作意向书,成为第 8 家。奥康是 Geox 考察的最后一站。Geox 先前考察过的 7 家企业无论名气、规模还是实力都比奥康强。Geox 一行甚至已基本达成共识,对所要选择的企业已有了初步定论。

明知希望渺茫,王振滔还是决定全力以赴。他对员工说:“只要有 1%的希望,我们就要用 100%的努力去争取。”他早早地候在了温州机场,保利加图一行刚下飞机,他马上让员工展开意大利文的欢迎条幅,并亲手将一束鲜花送到保利加图手里。Geox 对奥康的考察只用了一个多小时,完全只是走走场而已。

告别时,王振滔没有盛情挽留,他对意大利客人说:“为了表达奥康对你们的欢迎,我们为各位准备了一份小礼物留作纪念。”说着就让把人把礼物呈了上来,不是什么贵重礼品,而只是个小小的水晶相框。保利加图愉快地接过相框,旋即脸上露出惊喜的神色,因为相框里夹的竟是自己刚下飞机和王振滔谈笑风生的照片,人物的神态举止抓拍得恰到好处。

保利加图曾无数次和合作伙伴合影,照片曾被刊登在各类媒体,但在短短一个小时里,自己的照片就被冲洗出来,镶嵌进相框,当作礼物送给自己,还真是第一次。保利加图被深深地震撼了。回到意大利后,他力排众议,选择了奥康作为合作伙伴。



还有什么能比在好似穿越时空的酒窖里,开启尘封的美酒与友人分享来得更有意韵呢?

私家酒窖 隐秘的“财富挥霍”

□ 冯都

一种更为隐秘浪漫的“财富挥霍”,就是拥有存满稀世珍藏的私家酒窖。正如《福布斯》杂志所预言:未来显示生活品质的不是私家游泳池、私家豪宅,而是私家酒窖。

在酒窖里品酒与在西餐厅相比别有一番玩味和风情。在葡萄酒沉睡的世界里,暗沉柔和的灯光,潮湿的空气,经过的一排排整齐排列的木质酒架中,不同年份、产地、酒庄的葡萄酒在酒瓶里闪着暗哑的光芒。还有什么能比在好似穿越时空的酒窖里,开启尘封的美酒与友人分享来得更有意韵呢?

置身酒窖中,每一瓶酒都可能有一个故事,有着一个传奇。每瓶葡萄酒酒标上的年份除了是自身的历史见证,或许正是自己人生值得纪念的时刻,是某个伟大历史事件的记录。最终与它有缘亲密接触的人也有着传奇般的人生。每忆及杯酒人生尘事,不饮也醉了。这样看来,无论是在名利场还是社交场上,拥有私家酒窖不仅成为一个阶层的通行密码,而且在私人品位空间中绝对是独具神秘和魅力。

值得注意的是,当私家酒窖在彰显财富、身份与品位的同时,那些储藏在酒窖里的顶级佳酿们也成为一项另类“液体资产”。据统计,如果投资储藏法国波尔多产区的 10 类葡萄酒,在过去 3 年的回报率为 150%,5 年回报率为 350%,10 年回报率为 500%,大大超过同期道琼斯和标准普尔指数成分股的增值速度。酒窖除了能保证葡萄酒的历久弥香外,也为窖主积累着可观的财富。而在地产业市场上,私家酒窖也成为豪宅升值的砝码。据英国标准人寿银行公布的报告,在英国,一所价值 15 万英镑的房子,如果附带了一个私家酒窖,这所房子就会升值 1 万到 1.5 万英镑,也就是平均升值 7%。而在中国,有些楼盘部分配备私家酒窖的顶级别墅虽然售价最高,但却是最快被抢购一空。

营造私家酒窖完全手册

虽然法国人说“通往酒窖的台阶越多,酒窖就越好”,但在现实生活中,去寻找一个天然的深入地下的洞穴来

它的身价多变,在高级珠宝店、私人珠宝定制店、抑或是路边个性首饰店,遍布它的踪迹;它的价格从几百块到十几万,足以令你瞠目,想知道它真正的面目吗?

珠宝界新势力 顶级石榴石

□若兮

当你站在高级珠宝品牌 Chaumet 的橱窗前,欣赏着那些被设计成惟妙惟肖的华丽蜘蛛造型、鸡尾酒造型的漂亮戒指,赫然发现那些浓彩艳丽的的大颗主石居然是石榴石,每只戒指的售价在十几万人民币!这说明我们不能再小看顶级石榴石在珠宝界的地位。

如果你喜爱发掘深巷内的个性首饰店,你会发现,镶嵌着石榴石的首饰只要几千块甚至几百块?!这时你脑海

心情驿站 | Xinqin Yizhan

□ 钟丽

选择的前提是学会放弃,当所有诱惑的门都打开会很困惑,而只进一个门就不困惑了,但是最大的风险是,进门之后所有的后果要自己承担。所以,每个人的决策是对自己一生的挑战。——冯仑

“我就只有一个选择,做自己喜欢的事情,如果成功了我就分享成功,如果失败了就咽下苦果,只有这样。”在做生意前面对父母的各种担心等问题,冯仑如是说。

冯仑的经典语录部分整理:

认准目标做单一的选择,不要做复杂的选择,这样你内心很平衡,当选



储藏葡萄酒的想法是遥不可及的。不过可以建立恒境控制系统来满足葡萄酒的储藏指标,这样可以将酒窖设计在任何地方,还可将酒窖的专业配置与艺术设计合一起来,将储藏葡萄酒的功能性机智地融入起居环境,并充分体现酒窖主人的个人风格。

私家酒窖的建造

正确选址:远离热源,并利用地下空间节约能源。

保温措施:墙体和顶面及地面必须做保温处理。墙体需要测量、计算得到一个比较准确的数值来满足各个空间的储藏要求。内墙面一般使用的是冰箱食品级保温材料聚氨酯。

酒窖门:门是整体酒窖中保温最薄弱的环节。可采用双层隔热中空玻璃门和实木门。最常用的木材是橡木和国内的一些硬杂木。

照明部分:照明最好选用冷光源。这是由于白炽灯会产生热能;荧光灯会产生大量的不可见紫外线,紫外线会严重破坏葡萄酒的酒体结构,所以

都不能作为酒窖的照明光源。

酒窖空调:推荐选用欧美进口设备或选用低能耗、高配置的国内空调产品。因进口产品售后保障比较麻烦,所以在选用前一定要慎重考虑;国产酒窖空调产品的选择很多,每个厂家的原理和系统都有较大的差异,售后服务和质量保证期是要考虑的重要因素。

酒架的定做:将私家酒窖所有构成部分花费算做 100%,那么作为主体的酒架大概能占据 60%的份额。根据存放葡萄酒的数量、酒瓶规格,可以选用不同的材质,定做满足预期风格和预算的酒架。现在酒架通常采用实木材质,最好要有天然木质细腻纹理,紧致密实,防潮耐压,避震,最佳材料是橡木。

陈列搭配:在酒窖设计中,为了突出私人酒窖的华丽与尊贵,通常会搭配艺术浮雕、风光油画、仿古装饰品、品酒桌等等,让专业与艺术完美结合,创造出尊贵经典的私人酒窖。

私家酒窖日常管理

众所周知,石榴石是代表爱情的灵石之一。在这充满爱意的季节里,谁不想拥有一块可以守护感情的宝石呢?当你面对可望而不可及的红宝石、望尘莫及的完美钻石、必须咬碎银牙下狠心的红珊瑚的时候。其实,你大可不必这样纠结,一串小小的石榴石帮你解决掉所有入侵者,为你甜蜜的爱情世界筑上一道坚固的防火墙。

这可不是信口胡说的,从古希腊神话到古犹太帝国、从斯坎蒂诺维亚人到信仰穆斯林宗教的人们、从欧洲最伟大的诗人歌德到法国玛丽·安托

当选择多的时候,内心不会平静,很多时候苦恼来自于自己要的东西太多。

选择前要学会放弃

择多的时候,内心不会平静,你的苦恼来自于你要的东西太多。

我做生意前,父母给我写了十几个为什么,为什么作为一个干部不好好工作、以后怎么办等等一大堆问题,我所做的决定确实要面对这些问题,包括没房子、没有职称、没有户口、没有档案、没有单位、没有人给你负责,那我就只有一个选择,做自己喜欢的事情,如果成功了我就分享成功,如果失败了就咽下苦果,只有这样。

选择的前提是学会放弃,当所有诱惑的门都对你打开,如果每个门都进,你会很困惑,这个时候你只进一个门就不困惑了,但是最大的风险

虽然酒窖的内装饰风格因人而异,但除了好看,还要考虑取放和管理方便。

换季时要慎重,做到换气通风,避免葡萄酒发霉。为避免室外空气骤变会影响室内的小气候,建议设一个缓冲区,也就是社交会客区。而且进入酒窖要遵循一些规则,比如,一下子不能进太多的人,以免影响室内温度;进酒窖及品酒区一定不能喷香水,避免干扰影响酒体;进酒窖以后一定要关门等等。只有做到这些才算得上是真正有品质的私家酒窖。

对大多数葡萄酒来说,酒窖的温度控制在 10-16℃,而且要恒温,因为温差过大将导致软木塞热胀冷缩降低密封性使得酒液加速氧化。而且如果酒窖温度超过 18℃,酒的陈年速度就会过快。

一般私家酒窖的造价是一平方米 12 万元左右。从某种程度来说,如果选择的设备基本一样,面积越小,单位费用越高。



相关链接

房间里的任何大小地方都能改造成酒窖。比如 3 平方米楼梯口杂物间,可以根据楼梯的高低走势设计错落有致的酒架,通过风景壁画、灯光渲染使空间显得小巧精致;4 平方米的狭长走廊能选用阶梯形酒架,局部墙面留白,墙体单侧暖色着漆,高位安装射灯等烘托出幽深宁静之感;25 平方米的地下室运用高大石材拱门、粗方石木横贯天花板、复古吊灯创意古罗马废墟印象;35 平方米的客厅,还能以大面积连排红木壁柜、吊顶错层处理、冷光顶灯等的艺术加工,打造一个精致大气的欧式豪华私家酒窖……不要小看这些面积不大的酒窖,它们的“肚量”可都不小,3 平方米酒窖能摆 450 瓶酒,4 平方米可容纳 600 瓶,15 平方米可放 1600 瓶,25 平方米能从容“吞”下 3000 瓶。



瓦内特皇后都享受过石榴石带来的神奇魔力。有了古人的亲身尝试,多多少少会为石榴石在爱情道路上的保卫工作加分不少。

读书吧台 | Dushu Batai



《杜老师的沟通》

作者:詹文明
出版社:东方出版社

本册书《杜老师的沟通》专门从上下级之间的沟通、组织内部的沟通出发,指出什么才是有效的沟通的。沟通最大的力量,是带来改变。沟通不是一门艺术,因为若说是艺术,那么这将是一场灾难。理由之一是艺术需要天分、需要被发掘,且加以培养的;理由之二是艺术无法靠后天的刻意栽培,或自行培训而得。

沟通更不是一门科学,因为若说是科学,那么这将是一门可传授的学科。但事实不然,我们对沟通依然停留在几乎无知的阶段。虽然有些号称为“沟通大师”的名人,但其所认知的沟通极其肤浅。

原来沟通不是问题的核心,关系的有效建立才是主因。

推荐理由:
本套书适合于在地铁上、旅行中、睡觉前、部门内部会议时学习、研讨,对于杜老师的粉丝来说,是一套值得珍藏的书籍。此外本套书特别适合上级馈赠年轻的下属。



《性感的公司》

作者:赫苏斯·维加·德拉法雅
出版社:浙江大学出版社

本书提供了一种从时装产品的特质去看公司经营的角度。作为国际服装连锁销售品牌,Zara 公司在某种程度上和它所销售的产品一样,性感。性感的公司往往在对待产品、经营、文化、员工甚至是客户上,都展现出一种令人愉悦和高认知度的正面情感。而作者认为,只有通过展示这种“性感”,才能在今后的商业社会中获得更大的成功。

“性感”和“公司”这两个看起来毫不相干的字眼,要如何联系在一起?

本书阐述了一个崭新的企业管理理念,即让企业成为人,成为一个兼具美貌、智慧与个性的人,去诱惑它的股东、员工和客户,让他们坠入爱河,魂牵梦萦。

推荐理由:
我们都知道,成功需要信任、智慧、良好的意识和努力。我们也知道,成功的真正秘密是奉献精神和热情。而能够综合这些要素的,是诱惑的才华。此书告诉我们,这是、也将是公司之间的重要差异。