

如何与 老外做生意

郭志新
[美]约翰·亚瑟 著



跨越文化的交往艺术 涉外商务的必备锦囊

浙江出版社

郭志新 著
[美]约翰·亚瑟

如何与 老外做生意

BEST PRACTICES
FOR DOING
BUSINESS WITH
WEST



鹭江出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

如何与老外做生意/郭志新, [美] 亚瑟 著. —厦门:

鹭江出版社, 2008. 8

ISBN 978 - 7 - 80671 - 965 - 7

I. 如… II. ①郭…②亚… III. 对外贸易—基本知识—中国
IV. F752

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 117833 号

如何与老外做生意

郭志新 [美] 约翰·亚瑟 著

责任编辑 / 黄新英

特约编辑 / 刘 华 孟秋君

出 版 / 鹭江出版社

地 址 / 厦门市湖明路 22 号 ,

邮 编 / 361004

电 话 / 0592 - 5046666 0591 - 87539330 010 - 62376499

印 刷 / 北京富生印刷厂

规 格 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 10.75

字 数 / 155 千字

版 次 / 2008 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 80671 - 965 - 7 / I · 190

定 价 / 30.00 元

(如有印刷错误, 请寄印刷厂调换或致电鹭江出版社)

Preface 序

我喜欢中国，不单单是因为中国的美食，也不单单是因为中国人的真诚与善良，更重要的，是她无处不在的商业机会。我也知道，中国很多企业家并不满足于国内市场，他们整装待发，欲在国际市场上占有一席之地。越来越多的、有实力的中国企业正积极地与西方进行商贸往来，有的甚至在积极寻求海外并购。这便是这个正在崛起的国家的魅力所在。

但是，我也发现，大多数西方人并不了解中国，他们了解中国的途径仅限于西方媒体的报道和一些旅游人士所著的书籍。而一些西方媒体对中国往往是有偏见的，旅游人士所著的书籍所反映的也只是他们对中国只光片影的印象。做了25年外交官的吴建民先生有一个很深的感受：到过中国的外国人和没有到过中国的外国人差别很大。“到过中国的外国人很多事情比较融通，而没到过中国的对中国成见比较深”，其中一个很重要的原因是：媒介信息误导着人们对中国的判断。与此同时，很多中国人对西方国家也缺乏应有的了解。他们因不了解西方人的思维习惯和文化风情，双方之间无法很好地沟通，这给对外商业活动带来了一些不必要的麻烦，甚至造成了不必要的损失。

一切源于缺乏沟通的桥梁，那架桥的人呢？

我与希蒙（郭志新先生）正在做这样一种努力，我们试图架起一座东西方商业文化沟通的桥梁。他代表中国，我代表美国，用对话的形



式来帮助人们更为全面地了解东西方文化的差异以及不同文化环境中人们的商务往来。我们对话的内容，小到中西方在问候、称呼、肢体语言、饮食习惯方面的差异，大到中外法律和政治环境的不同。我们试图通过这种形式，发现彼此的不同，并告诉中国的企业家，在与外国人做生意时，需要注意什么、避免什么、坚持什么……

需要说明的是，在目前中国的对外贸易中，美国是中国最主要的贸易合作伙伴；再加上我是美国人，希蒙亦有在美国长期生活的背景。所以我们在对话中，谈及其他一些国家的同时，会更多地侧重于谈及与美国人做生意的情况。

但愿对你有所裨益。

USCBS 总裁 约翰·亚瑟

目录 Contents

第一章 东西方文化比较

- 东西方文化精神 3
- 老外眼中的中国 8

第二章 商务礼仪

- 说好第一句话 15
- 身体也会说话 19
- 穿衣穿对场合 23
- 上餐桌 下酒馆 26
- 中国的手机文化 30

第三章 商务接待

- 鲍鱼还是咕鲁肉 39
- 红酒还是二锅头 45
- 酒店还是招待所 49
- 蹲着还是坐着上 53
- 京剧还是天鹅湖 56
- 送礼送对路 59

热情 37 度	63
女士优先 男士靠边	67

第四章 生意实务

如何写招商书	73
如何进行商务介绍	78
如何筹划商务洽谈会	82
如何签订与跟进意向书	86
如何参观工厂	90
如何与外商进行商务谈判	95
涉外翻译要注意什么	99
如何举办海外招商会	102
如何拜访欧美企业	109
如何到海外融资上市	113
学会理解美国式幽默	116

第五章 商务环境

中外法律环境的差异	121
美国政府官员的作用	124
官员出访还是商人出访	128

第六章 商务合作

如何识别“国际大忽悠”	133
招商引资的渠道有哪些	138

第七章 国际销售

打开产品的国际销路 143

寻找海外客户的金牌方法 145

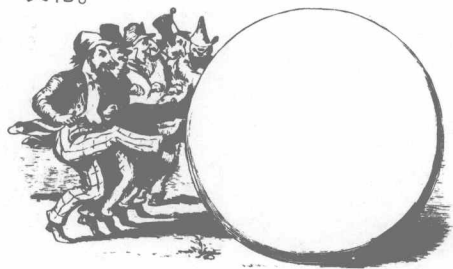
打造高绩效的销售团队 148

后记

附 CPQ 销售潜能测评简介

东西方文化比较

文化是一种普遍的社会现象，与人类的活动密切相关。从广义上说，文化就是人类生活的总和，《易经》讲：“观乎人文以化天下。”然而，文化就像沉默的屏障，阻隔在不同的民族之间，而本民族单方面也很难超越文化上的限制，来客观估测自身的状况以及用一种更为广阔的视野去看待本民族之外的文化。在商业交往中，这种文化理念上的冲突将直接影响到国际贸易的顺利开展。比较东西方文化的异同，能让我们更深刻地理解对方的文化。



东西方文化精神

东西方文化既有共同之处，又存在着巨大的差异。文化上的差异使得东方人和西方人，尤其是中国人和西方人，在语言、思维、习惯、爱好、行为方式等方面风格迥异。所以，与来自不同文化背景的人交往时，一不小心就会闹出笑话。

希蒙：如今在中国，文化几乎成了一个无所不包的名词。酒文化、茶文化、服饰文化、出版文化、语言文化……应有尽有，有人还把吸烟也叫做文化，似乎一切与人的生活有关的东西都可以叫做文化。这是一种泛文化观。而东方与西方、中国与外国，由于气候、地理环境、生活方式、历史背景的不同，形成了不同的文化形态。但就人的本质来讲，东方与西方是相同的。不管是东方人还是西方人，都对美好生活有着强烈的追求，都把善良、诚信视为人的优秀品质。你同意这一点吗？

约翰·亚瑟（以下称 John）：我非常赞同你的观点。任何一种文化都是与某种社会环境相适应的，这说明没有一种文化是不合理的，也说明没有一种文化是不好的。对于它所适应的周围的环境而言，它肯定是最好的。所以，我们对待不同的文化，应本着兼容并包、求同存异的精神，宽容地对待每一种文化。虽然不同的文化在基本特质上有共同之处，但生活在不同文化背景中的人，在语言、思维、喜好、行为方式等方面总会有这样或那样的差异。如果文化之间没有沟通和交流，可能会引起严重的文化冲突和碰撞。

希蒙：是的。就拿语言文字来说吧，中国的汉字是象形文字，是从图画抽象而来的，因此中国人在理解事物的时候习惯于从形象入手，有



一种整体的观念；而西方的语言文字和语法非常繁复、非常精细，单数、复数、物主代词、反身代词等，分得很清楚，这种精细的语言有助于培养人的逻辑思维。

John：我虽然不太懂中文，但我在中国生活了一段时间后发现，中国人做事喜欢模棱两可，“好像”“大约”“似乎”是中国人经常用的词。中国人做事情很喜欢给自己留退路，总想事先把各种可能性都预测到。我们西方人就不是这样，我们喜欢精确，喜欢数字，我们相信，真理只有一个。

希蒙：思维方式的不同直接影响到人们的行为方式，所以，在日常生活方面，东西方也有很大差异。比如中国传统文化讲究谦虚、客套、礼让，当受到他人赞美的时候，虽然内心感到愉快，但不应喜形于

西方人喜欢公开化、台面化，把一切摊开来，有话明讲，是非十分明确，对就是对，错便是错，没有什么好隐瞒的；中国社会的道理大多是相对的，看待事物的角度不同，出发点不同，得出的结论往往也不相同。

色，而应答以自谦之词。通过自己的这种态度，表示对他人的尊重，使他人不因自己的“亮点”而有所难堪。因此，当受到他人的夸奖时，中国人往往会说“过奖，过奖”或者“哪里，哪里”。

很多人可能都听过这样一件趣事：20世纪40年代，有一天，一位中国军官偕夫人去机场，迎接来自美国的顾问。双方见面后，美国顾问出于礼貌，说：“你的夫人真漂亮！”这是一句西方人常用的交际语，军官却感到有些尴尬，不免客套一番：“哪里，哪里！”在中国，这也是一句很普通的客套话，可是蹩脚的翻译却把它翻译成：“Where, where?”美国顾问听了莫名其妙，心想：“我只是礼貌地称赞一下他的夫人，他居然问起我他的夫人哪里漂亮了。”于是他只好说：“从头到脚都是漂亮的！”这就是因为中西方文化差异而闹出的笑话。

类似的趣事不但会发生在中国人身上，在不了解中国文化的外国人身上也常常发生。有一次，几个做灯饰外贸生意的外国人在中国参加展

览时，见服务小姐热情地给他们倒茶，并双手递过水杯，感到非常不理解：水杯很轻，为什么要用一双手？令他们不解的事情还在后面。在逛展厅的时候，每到一个展厅，服务小姐都热情地给他们上茶。每次茶一端来，他们就给喝光，喝完后又有服务小姐给添满，然后他们又很快喝光……几番如此，这几个外国人急了，问身边的中国朋友：“为什么到中国每个地方都要喝很多水呢？可以不喝吗？”朋友听了乐不可支，便告诉他：给客人上茶是中国人的礼节。如果你喝了，就会再加满；不喝表示你口不干，就不会给你加了，不是一定要喝的。你一下子喝完了，我们会以为你还需要呢。

John：这个例子非常有意思。在美国，如果有客人来我家，我会很自然地问他喝水吗，或者问他想喝什么，如果客人说不渴，我就不用给他倒水了。

说到生活方面，我也听到过很多有趣的故事。比如，有一家中国企业在法国收购了一个企业，这家中国企业的总裁非常高兴，亲自到法国召集所有高级业务主管开会。会议一直从早上开到下午五点，当时总裁兴致正浓，便决定晚上请这些业务主管吃饭。他本以为主管们会毫不犹豫地接受他的邀请，然而令他意想不到的是，他们没有一个人答应与他共进晚餐，而是找借口说晚上有私事，纷纷离去。在西方，员工下班之后的私人时间一般来讲是受到老板的尊重的。

会议一直从早上开到下午五点，当时总裁兴致正浓，便决定晚上请这些业务主管吃饭。他本以为主管们会毫不犹豫地接受他的邀请，然而令他意想不到的是，他们没有一个人答应与他共进晚餐，而是找借口说晚上有私事，纷纷离去。在西方，员工下班之后的私人时间一般来讲是受到老板的尊重的。

希蒙：要是在中国，主管们一定高兴坏了，因为老总请客表示他对下属的信任和器重啊！说白了，还是要归结到文化差异上来。因此，在

有一位外企的员工在加班时，上司对他说了句“You work like a dog”（你是一个工作狂）。当时他还有点不高兴，以为上司把他比喻成“dog”（狗）。向人请教后他才知道，这是上司在表扬他工作努力。“狗”在汉语里一般是含有贬义的，常用来比喻卑劣而丑恶的形象，如“狐朋狗友”“狗头军师”“狼心狗肺”“丧家之犬”“走狗”“狗仗人势”“狗眼看人低”等。而西方人大多非常喜欢狗，将其视为“忠诚、可靠的朋友”。



与外国人做生意时，一定要时时刻刻注意避免因文化差异带来的种种误会。

表 1-1 中西方思维方式的差异

中国	西方
天人合一的整体思维	二元对立思维
主观联系的直觉思维	细剖精析的逻辑分析
实践理性	思辨理性



知识拓展

美国人与亚洲人的思维差异

美国人与亚洲人分析问题的角度不同。美国人关注的是突出的物体和明显的差别；而亚洲人习惯于全面地看问题，注意的是物质与意识之间的关系。研究人员对成年的美国人、日本人和中国人进行了测试。他们向被测试的对象展示了一幅鱼在水底游动的电脑图片，要求他们在看后对所看到的画面进行描述。结果，大多数美国人都只描述了图片上最大、最亮的物体——一条大鱼。而日本人和中国人则描述了超过 70% 的图片内容，包括河床、鱼和植被，并详细地描述了各物体之间的关系。

在另一个实验中，研究人员首先发表了两段表面上很对立的陈词，然后询问被测试的对象他们更相信哪一段陈词。多数美国人都对其中一段陈词加以肯定，同时否定另一段陈词。而中国人却在努力寻找一个“中间位置”，使得两段陈词都具有正确性。研究人员认为：“东亚人看到的是一片森林，而美国人看到的是一些树木。”

——资料来源：二十一世纪管理培训网

有趣的请帖

西方人请客，帖子上印得十分清楚：6月6日敝人生日，欢迎各位光临我家吃蛋糕、参加生日舞会。中国人请客，帖子上简单明了八个大字：敬备菲酌，恭请光临。内容非常不透明，不知道为何宴客。接到帖子的人要是打电话去问请客的理由，主人会笑着说：“没什么啦，大家聚一聚，真的没什么。”这样一来大家全都明白：一定有事，不然为什么一直说“真的没有什么”。主人笑的意思也很明显：你还问我，叫我怎么说呢？难道你不可以自己去打听，还来问我，岂不是叫我为难？

西化的中国人，帖子上也印得十分清楚：6月6日敝人生日，敬备水酒、蛋糕，恭请光临寒舍。收到帖子的中国人多半会将其摔在地上：请就请好了，为什么要说生日，摆明了要我送礼！我最讨厌借故发帖、收礼图财！

——引自曾仕强的《中国式管理》

案例链接

被冷落在一旁的凯瑟琳

1998年凯瑟琳从美国来到北京，在一所外语学院教英语。不久，她发现学生们对她的课并不感兴趣，而且有好几个学生经常不来上她的课。她感到很不安，心情也很压抑，因此决定找系主任谈谈，以求获得帮助。

她找到系主任王教授并告诉他想和他谈谈自己所遇到的问题。系主任看了看他的时间表，问星期四上午10点可不可以，凯瑟琳同意了。到了星期四，她按照约定的时间准时来到系主任办公室，发现王教授正在和另一位老师谈话。见她到来，王教授笑着用手指着旁边的座位示意她坐下。她坐下后，王教授向她表示了歉意并继续与那位老师交谈。5分钟以后，他们的谈话结束了，王教授再次向凯瑟琳深表歉意并开始询



问她遇到了什么问题。王教授对凯瑟琳的事非常关心。然而正当凯瑟琳向王教授说明情况时，另一位中国老师又走了进来，手里拿着表格要王教授签字。王教授又笑着向凯瑟琳道了歉，并转过身和那个老师用中文谈了起来。凯瑟琳开始有些不耐烦，心想事先已经有约定了，为什么还有这么多人来打扰呢？更令她生气的是，他们竟然当着她的面用中文交谈，仿佛无视她的存在。后来，虽然她和主任的谈话仍进行了下去，但她对这样的事情感到很气愤。

这是中国人和英、美等西方国家的人在相互交往过程中时常会发生的文化碰撞事件。中国人和英、美等国家的人对于“约定”这个概念在理解上的差异，以及对“约定”所采取的不同态度，就是导致凯瑟琳气愤的根源。此外，在进行跨文化交往时，人们最忌讳的就是别人使用他们听不懂的语言交谈。

老外眼中的中国

初到中国的老外，心中总是忐忑不安，因为他们对中国的了解往往是极端滞后的。一些在中国司空见惯的事情，老外却怎么都不明白。

希蒙：中国改革开放已经有三十年了，取得了举世瞩目的成就，中国和平崛起的势头有增无减。尽管如此，很多老外对中国并不了解，没有来过中国的老外仅能从新闻媒体和电影上了解中国。而多数西方的媒体对中国的报道少得可怜，即使提到也多半是对名胜古迹、风土人情等的介绍，而且往往负面报道多于正面报道。有些报道甚至有意丑化中国人，比如，把中国的饮食文化歪曲成“吃宠物”。很多美国人甚至以为中国的稻谷在城区或工业区发了芽、街道被汽车堵塞、城市被污染笼

罩……John, 你初次来中国时是不是也带着类似的误解呢?

John: 说实话, 刚开始, 我对中国的了解也主要来自于美国的新闻媒体。那时候, 我以为中国就是一个穷苦的

著名的美国汉学家、哈佛大学教授费正清博士曾在他的《美国与中国》一书中, 这样归纳美国人对中国的四种看法: 离奇的、理想化的、幻灭的及社会学的。美国不少研究中国的专家都有一个同感, 即美国人心目中的中国形象始终是一种混和体, 在两个极端间摇摆, 这种情结在当前依旧是美国主流文化里中国形象的基本架构。

第三世界国家, 人们都吃不饱饭。但到了中国之后, 我发现我错了。

近几年, 随着中国经济的突飞猛进, 在美国的市场上随处可见中国制造的产品, 再加上美国某些制造企业陷入不景气的状态, 使得美国的很多新闻媒体对中国做了带有偏见的报道, 这些报道所反映的基本上是以下内容: 充斥美国市场的中国货抢占了美国人的工作机会; 中国国内的环境污染以及日趋强大的中国力量对世界的威胁等。特别是在商务方面, 有很多媒体报道有关中国的仿造及伪劣产品、知识产权的侵占及盗版, 等等。一系列的负面报道给初次来华的老外心理上蒙上了一层阴影。所以, 很多外国人首次来中国时都会带有一种防范感, 甚至是强烈的恐惧感。

希蒙: 西方媒体对中国一贯存有偏见。例如, 2008年, 以CNN为代表的西方媒体用刻意歪曲事实的手段对中国进行歪曲报道, 使中国的国家形象在西方降至最低点。CNN的做法激起了中国网民的极大愤怒, 有的大学生专门创立了反CNN网站与其进行针锋相对的斗争, “做人不要太CNN”甚至成为中国的网络流行语。

从另一个角度看, 一个国家被其他国家了解的程度与该国的国际影响力密切相关。当前, 美国是一个超级大国, 任何一个国家对美国的了解都超过了美国对这个特定国家的了解。这在世界上无一例外, 可以说是一个普遍规律, 就如同中国对越南的了解也少于越南对中国的了解一样。所以, 努力提高综合国力, 再加上积极开展经贸往来和文化交流,