

外贸的第一堂课

左眼 右眼

看华人

符策勤 著

A Different Chinese



马来西亚中小型工业谘询中心 推荐



大众科技出版

www.mybook.com.my



书 名 左眼右眼看华人

作 者 符策勤

美术编辑 陈爱云

版面构成 严淑芳

出 版 大众科技出版有限公司

PEOPLE PUBLICATIONS SDN. BHD. (543028-X)

No. 15, Jalan Seri Sentosa 2B, Taman Sri Sentosa,

Jalan Klang Lama, 58000 Kuala Lumpur, Malaysia.

Tel : (603) 7783 0380 Fax : (603) 7783 0381

E-mail : info@mybook.com.my

Website : www.mybook.com.my

印 刷 PERCETAKAN ADVANCO SDN BHD (45169-K)

23, Jalan Segambut Selatan, 51200 Kuala Lumpur.

分 色 UG GRAPHIC SERVICE SDN BHD (270540-P)

64, Jalan Hujan Rahmat Dua, Overseas Union Garden, 58200 KL.

版 次 2003 年 11 月 吉隆坡第一版第一次印刷

定 价 西马 RM 20 东马 RM 22

ISBN 983-2555-51-5

Copyright © 2002 by People Publications Sdn.Bhd.

大众科技出版有限公司版权所有。

本书所有内容未经公司等书面通知，不得以任何方式

（包括储存于资料库或任何存取系统）翻译、抄袭或节录。

本书如有缺页、破损或装订错误，请寄回本公司更换。

版 权 所 有 ● 盗 版 必 究

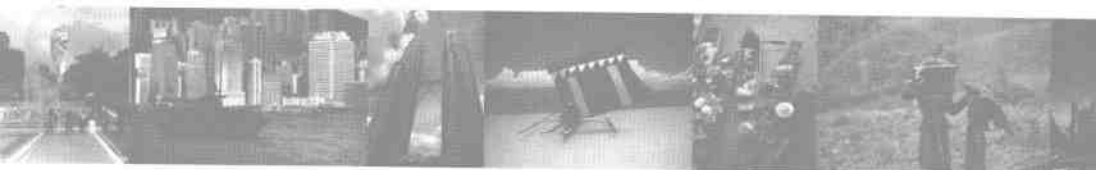
¥61.92

外贸的第一堂课

左眼 右眼

看 华 人

A Different Chinese



序：阅后感言

陈运涛

马来西亚中小型工业咨询中心——执行董事

首先得感谢李得民先生介绍符策勤先生给我认识，后来更推荐本中心与符先生一起刊印这本书《左眼右眼看华人》。

过去看书，是“消遣”或获得“资讯”（know what）；现在看书，更多的是想“知道为甚么”（know why）和“如何做到”（know how）。符先生这本书以深入浅出的方式，把这四点都做到了。

我为了需要预先构思如何推荐这本书，特别要求在印刷之前先得以过目。怎知一下子就被符先生的巧妙文笔、编排方式及生动内容吸引住了。个别找到动人的题材不难，但需要把全世界各主要地区的华人和他们的特色一连串地勾划出来，肯定不是一件容易的事；这说明了符先生除了多年来奔走各地，经验所累积之外，也将深入的观察和体会默记心中，反复思索、探测……现在则借《左眼右眼看华人》将之一一细腻地呈现在读者眼前。

符先生的文笔有其独特之处：简洁、明快之余，也十分有代表性，如“北京烤鸭——外表取悦之文化”，道出中国目前的硬体设施一流，软体却待改善。其他如“台湾式的资本主义，中国人有智慧，没制度，而英国统治过的印度——有制度，没智慧”。形容大马华人懂得三种语文，但不精通，称之为“三言两语”。其他在“各国特色看华人”，只要用七、八句话，就勾划出各国各地的华人特色，更是一绝！

不过，最重要的是，符先生最终的期望还是在于鼓励这些华人摒弃恶习、建立制度，由商到族，族到国，……以建立一个足以与美国、欧盟匹比的“跨国界”集团。

在现在的社会，书刊能够仗义执言，或揭露不足之处的，而又能够获得流通的已经少之又少。《左眼右眼看华人》有如一注清流，淙淙流过，带来凉意，带走污秽！虽然不是做到100%，但已经很不容易了！

人生只有一次，用心去想去做，自己知道读者也一定会感受到那股暖意！激励著我们，向前走去！

5-10-2003



NASMIC (National SMI Consultative Center)

马来西亚中小型工业谘询中心

Suite 17.01, Peti Surat 36, Wisma MCA, No. 163, Jalan Ampang, 50450
Kuala Lumpur, Malaysia. Tel: 03-21627140 Fax: 03-21645739
E-mail: pusatsmi@yahoo.com
Visit us at : www.sminet.com.my

前言

在祖父南来时所开创的餐饮业，有如‘龙门客栈’的环境成长，我在如此的‘人事’环境中磨练，与人相处，揣摩人性的自然感应。那时代大马风行的华人私会党之殴斗不时的在这上演过。群起共打是司空见惯的事。往后，凭感觉告知，来者不善，善者不来的道理，所以我们对将来要发生的事已能领略一二。家族的近三十年的各种事情的变迁更能提升对人的敏感触觉，更明白什么事情是锦上添花与落井下石的区别。有如家长之善言，做人要懂得低调处理，这样看到对角的人会更清楚！

我曾经在首都吉隆坡学院，它让我结识了更多来自全国各地的学子。我记得与北部的朋友谈论各地的小食与方言口音，争得面红耳赤，因此开始察觉到有关马来西亚（大马）各地人文差异的情况。

在澳洲留学，我下他乡“看外人”。在那里我碰上了来自世界各国的留学生。课余外，我在中餐馆做兼职侍应生时；偶而又摆摊摆地摊，善用与各式各样的澳洲平民交流与交往的机会。

重踏入社会后的第一份工作，为日本人打工。这家日本公司可是当时营业额排名世界第一的商社。这份差事让我有机会向世界各国的商人学习，更可以还让我深刻的了解日本人。

天下不散之宴席，接下来的差事便是进入了板材的专业领域。从此，每月出差“周游”各国，使我“看”到更多的人。从远东到东南亚、西亚；看遍、吃遍；机场成为我经常出入的“转站点”，见识了中国、香港、大马各地送旧迎新的机场。

在物色代理的经验中，给我在高层次水平与各种冲向利益来的人交手。领悟商场上的各种人性冷暖与利害上的残酷。犹如置身于布满著魑群的咸淡水沼泽！近三年来，行业经过无数次的变化，让公司与我个人在求存的意识下不断的思索，寻找新的商业元素拓展新业务。频密的出差计划，小住中国上海，有机会接触到区域内不同的人源，从中也感慨世俗在变。中国入世贸，东南亚AFTA，全球化之趋势使世人开发新思路！



就因为这样的局面出现，身为大马人有幸亲身经历了这些精彩的过程，身在国际间穿梭，了解大环境的紧迫变化，开始替大马感到焦虑，决定鼓起勇气借这本书以最通俗方式来剖析各国华人的背景、意识形态，给大家做观察；再以大马人作为中心做个比较，看看我们在国际间简单的“人与人”的定位。希望我这个个人的拙见可以为大马将来的生存方向做点启发。

这本书是以轻松的方式、讽刺的写实风格，用自创的“WESET”方程式，一一道出各国特色华人，有批评，有赞美，有揶揄，有搔到痒处，更有建议如华人经济圈，更有倡议如青年商联会的理念！

目录

序：阅后感言 / 2—3

前言 / 4—5

目录 / 6—7

第一章 华人看透透

- 1.1 中国 / 8—27
- 1.2 台湾 / 28—45
- 1.3 香港 / 46—63
- 1.4 大马 / 64—79
- 1.5 新加坡 / 80—87
- 1.6 菲律宾 / 88—97
- 1.7 越南 / 98—109
- 1.8 泰国 / 110—117
- 1.9 印尼 / 118—127
- 1.10 日本 / 128—145

第二章 各国华人特色

- 2.1 各国特色看华人—WESET 概念 / 146—148

第三章 华人经济比比重

- 3.1 海外华人之简史 / 149—154
- 3.2 各国华人经济概况 / 155—159

第四章 华人经济圈的意识型态

4.1 全球化与东盟+1之概念 / 160—166

4.2 撒出去的种子 / 167—171

4.3 海外华人组织概况 / 172—175

4.4 世界恳亲会与现实点滴 / 176—182

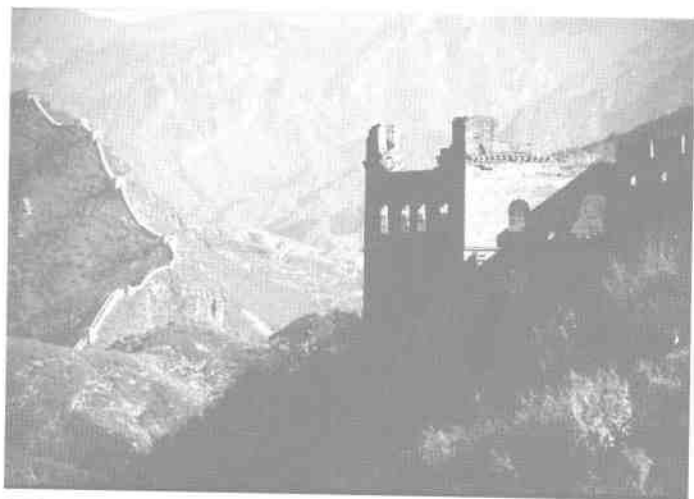
结论 / 183—184

后记 / 185—186

第一章

华人看透透

• 中国人



北京烤鸭 — 外表取悦之文化。



一种以其脆鸭皮为主的中华佳肴，驰名中外，以其皮取悦宾客的好奇与食道，犹如中国当今的摩天楼与硬体设施，以外表示众。

睡醒的巨人、五千年的历史、孙子兵法、五十年的社会主义、中国威胁论等等的措辞形容日益强大的中国。中国五十年的社会主

义与海外华人的成长过程有极大的区别。背负著五千年历史文化的中华子弟，一群是闭门造车，一群受到移民国的薰陶培养出不同价值的中华民族。

中国自改革开放以后，吸引了全球的关注，睡醒的龙震撼了世人。开放时期的个体户，到如今强而大的企业理念，印证了中国与市场经济的极度演变。13 亿人口代表了大而有潜力的将来市场。目前阶段只以 10% 的可消费市场，已可媲美其他已成熟的资本主义市场。

早在一九九零年初的板材业，中国市场已经开始向国际供应商伸出触角，采购材料。台商工厂是主要的买家。九零年中，香港工厂冒起成台商以后，为主要的对外采购者。紧接下来是中国内地地板商初试啼声成为国际板材采购的一份子。

敝公司大举进军与开发中国市场，拟定了一套完整的市场开发计划书寻找切入点。先了解物流的概况是计划书中的一个“始”。所以，敝公司一行人决定参观崭新的中国深圳蛇口码头。它给我留下深刻的印象。虽然当时的空空荡荡的感觉，我已意识到终有一天此码头将门庭若市。

深圳蛇口码头离开深圳市大约四十五分钟之遥。它的对岸就是香港。据说当年蛇口是中国人游奔自由香港的起聚点。投奔者要有一定的泳术游过分隔蛇口与香港的海峡。

深圳蛇口码头报关行是我最早接触到的中国企业。报关行的负责人，极积与友善的安排了我们一行人会见码头有关当局之领导层及参观码头运转的细节。主人家表露了极度的热诚与尽其地主之宜。他们抓紧商机，与我们大事交流。

会议是安排在一间 150 平米的现代化的会议厅。会议厅里排好了长型桌子，整齐的高椅背式的椅子，桌面上也摆好了白纸与铅笔，桌子两端插立了中国五星红旗与大马星月蓝条旗，还有会议厅

的两侧墙上挂满了企业活动照片，人物写照。整个环境给人一种管理得井井有条的印象。

在楼梯口处有一张欢迎牌坚立著题“深圳蛇口码头欢迎马来西亚板材公司驾临！”当时，我的感觉有如以使节身份出席有关会议。会议的过程顺利，双方营造温馨气息而且真诚的交换彼此的企业意向。多谢大家拥有共同的语言沟通，同宗同种同语的双方流露出大家在这一片土地上的期许。

午餐的时候，主人家安排我们到一楼的食堂用午餐。其实这也是我的意思——吃饭解其景！我们与有关员工一起列队取得三菜一汤的快餐。菜式丰富而且菜量多。

午餐以后，我们一行人被“送回”酒店休息。在中国，午餐时间是两个小时——用餐与午睡。午饭以后，一般员工伏在办公室桌上睡上一觉，而办公室的灯是熄上的。

下午 1.30 再“上班！”我们乘上码头当局的面包车（七人车）参观了整个码头的设备与实际运作。在海风阵阵的夏天，码头呈现在阳光活力底下。对岸的香港清晰可见。当时香港与深圳的对比有显著的差别。

晚上，码头领导人设宴于蛇口码头附近的一家粤菜馆。

粤菜馆的建筑屋别具一格，新颖的设计与气派，使我们不敢置信眼前的景物。

大夥儿欣赏与环顾之际……

欢迎光临！充满热诚的招呼音波传到我们的耳里。

六位漂亮又年轻的待应生已在门口等候。他们声调是那么的清淅与温和，给人一种宾至如归的感觉。

一夥人就座以后，待应生把餐巾放到客人腿上，再递来热毛巾，再端上一盘盘的花生小菜，齐齐上座。啤酒杯，红酒杯，茶杯，瓷器餐具……一样不漏的排在餐桌上。那种帝皇式的招待是

那么的特别与难想象到的。更不用说，精致的菜肴与明确的粤式烹饪法，使人大动食指。

这家酒楼是国家领导曾经光顾的地方，墙壁上有照片为证。

大马的众土包子也当了一晚的“领导”——“领略”——“被教导”有关待发展国家可有如此的服务品质！

在中国，我所接触到的日常而且切身的活动如上酒楼用餐，酒店服务都比大马来的好。他们那种热毛巾文化使客人有种受尊重的感觉，还有从开始就座到结束前用甜品，不断的换盘子的服务，使客人有种“存在”的意义。有人会质疑因为中国工资便宜，所以有此服务。但是，我可以这样说中国餐馆可以做到价廉物美，还有就是人的态度，正确的培训系统比大马管理来得更好，总的来说物有所值。五星级的服务，三星级收费！

大马一般的五星级酒楼水平都达不到这种真正宾至如归的水平。真的，我敢以四十分的分数的打给大马的酒店与服务素质。虽说大马的酒店房价是亚洲其中最便宜的，就好像房价与其服务水平，真的是物“只”有所值，是成正比的。所以大马只能以小吃讨人欢心，因为无能登大雅之堂，唯只有求次，居安于比较通俗的服务水平与地位。五星级设备，三星级服务！

除了美好的菜肴，黄汤是少不了的应酬“工具”。当晚主人家以“珠江牌”啤酒，一种广东省酿的啤酒，招待客人。醉翁之意不在酒，大家以酒为其中的话题。

在中国，晚餐是在五点半开始（我才了解华人夜宵习惯的由来）。

在广东省的酒楼餐馆呈现的是特色动物园式饮食业模式。几乎每一间酒楼大门前都有一个爱心小动物特区。上酒楼用午餐前，我与鬼佬同事都得经过“爱心小动物特区”。他们脸上露出温馨的笑脸。特区里有山鸠，鸡，鸽，水鸭（有鸟字边几乎都有）；果子

狸（各种狸也有）；过江龙，蟒蛇（其他爬虫类也有）；山猫；兔子等等。还有各式各样的生猛海鲜。还有蜂蛹，壳米沙虫。

一夥儿坐下以后，众人偶偶细语论点菜事宜……。又有人对爱心小动物特区抛媚眼。这时的鬼佬意识到这般中华子弟好像各怀鬼胎似的。他脸色一沉……。

不久，待应生一位接一位端上新鲜出炉的菜。有蒸，煮，炒，炸，沙煲等等的山珍……海味。经待应生一一介绍各菜式以后，我给老外做翻译。不得了，生成脸长鼻高的鬼佬，脸显得更长还发青。一脸不可思议的样子。这时他才领悟到中国人的真正爱心了。

一般初到贵境的鬼佬他们搞不清在中国路上为什么很少见到野狗，但是又看到很多贩卖土狼狗的路边个体户。我又好气的建议，要与他下一站到沈阳，他可开开眼界北方人对狗的爱心又是怎么回事。

众人正品尝沙煲果子狸，蜂蛹炒蛋，蛇羹，芹菜炒蛇皮，豆付蒸壳米沙虫……，海胆还有药材鳄鱼肉。

在中国，吃的稀奇古怪讲心得的！日本人说过，只要是四脚的中国人都吃，唯桌椅不吃。

除了各码头代表，其中的座上宾还有小关与小莫。因此，少不了与关，莫碰酒，交换了新兴中国的商业心得。

大约七点半了，众人皆尽兴！大家在互敬最后一轮“珠江牌”啤酒以后，再做个总结。然后主人家安排了宾士 600 号送我们一行人回到南海酒店。

时间还早，小关，小莫建议大家一起去泡脚（洗足浴）。

泡脚就是把两只脚泡在已有中药材汤的特制木桶里，大约五分钟，男师傅就把脚抹乾，再检查是否有脚气，然后就应用他的中指关节做足底指压按摩。这种是一种新兴行业，供保健用。尤其出差累坏以后，它是恢复精神与体力的一种方式。

小关与小莫是代表一家板材进口公司出席当晚的宴请。主要是经码头当局的引介成为本公司潜在生意伙伴。小关与小莫是代理公司的销售经理与销售员。此二宝是代理商的是冲锋陷阵人物。

小关这位广州佬，说了一口类似香港式广东话。一副“醒目”青年的形象。三十出头，带著一副眼镜，斯文淡定，富有自信心。他的优点是能掌控顾客与供应商的需求与期望。他不论在报告有关业务上的进展或处理问题都是非常清晰与成熟的。与他共事，不看他的脸孔，只听他说话，还以为他是香港人。（香港人的口音接近广州人）

小关曾经在北京做个体户，经营了多年以后，没赚到钱而转为替人打工做销售。他娶了个北京太太。小关，这人的素质在我见到这么多的中国人是其中最佳的人选。他领导东莞销售办公室，生意蒸蒸日上。以我辨识人的经验，觉得他的信用“还可以”（中国人爱用的不表态口头话），脾气好，不顶嘴，万事可商量的积极态度，是他与老板和顾客相处之道。他也掌握了基本英语与面面俱圆的技能，绝对是受众人爱戴的条件。

小莫是小关的反面，一位来自西安的汉族，也有三十几岁。

有一次春节过年时，小莫回西安老家乡过年假。那一次的新年对小莫最有意思。事缘父母安排了个老婆给他。小莫在相看了以后，盲婚哑嫁之下娶了小他十岁的新娘子。他在家里摆了几围酒席举行婚礼。以后，把老婆留在家乡，他本人再回到深圳继续生活。据小莫说，他先结婚，再来谈恋爱，这也是他家人的意思。他是百分百的孝顺儿。

小莫长得一表人才，像老师。我如此说是因为觉得他非常适合这神圣的工作。在样貌上也好，在行动上也好，在思维上也好，他应该为人师表。毕竟商场是个大染缸。与小莫相处了八年，我还是不明白，他为什么浸在这缸里。不只这样，他染错了缸。我觉得

他不只入错“商”行，更糟的是他入销售行业。他缺乏一名商人所应有的敏锐，待人与商业思维。

记得有好几次，大夥在谈论业务时，小莫他，要嘛，不是喃喃自语，要嘛，就不时插嘴。我知道他有慢人半拍的习惯，我不时还留空间与时间供他发言的。言是发了，但，总觉得他词不达意。他经常被老板在人前受训示或责骂。因为他不断在工作上所犯的错，所以在公司里他只有做些不起眼的角色的份儿了。

小关离开了！在中国，人材不容易留得住。像小关这种稀贵品，众人皆欲争宠！

老板为了填空，把小莫提升坐“首席”销售员，主要任务是开拓木地板生意。那一次是提供小莫表现的黄金机会。有如大家所料，菸泥不上壁，他没法把握好，最后他也只好离职了。

小关与小莫的故事代表了中国人的素质参差不齐的现象！

妙的是，因情势所逼，小莫却当上小老板，干上买卖板材的生意。他向周围的亲戚朋友借钱几十万打本。听说，出来了三年，三餐温饱还不是问题。而反观，小关还是继续打工，但生活也过得好！

小关，小莫的老板是曾经移民澳洲的香港人。老板娘是广东省乡下来的大陆妹。她曾经在澳洲定居。中国经济起飞以后，两夫妇又回到东莞立门户办起废铁的国际贸易商。在重回神州以后，他“重新”赚回了第一桶金。他们把美国的旧大型电脑废铁入口到中国，赚起卖“臭铁”的生意。偶然之中，他们也发现这旧电脑里有金属片可卖到更多的钱，这些材料还可以重新再用于电脑里头当配件。加速了两老在中国赚钱的机会！

在中国电脑业飞黄腾达，而且也赶上先进的行列，中国不再兴趣买“垃圾回收的”材料。在偶然的缘份下，他们渐渐的转行经营板材生意。

老板娘在意气风发的时后，是女强人一位，不时还看不起自己的中国人。印象中，她爱以香港人自居。但据了解，她只不过移民到澳洲而已，不曾是香港公民。一般员工对她的为人感觉不怎么好。她乡下的亲戚听说有权势，所以在生意上或危机处理时，都是由她一手包办解决。靠人事经营生意与处理问题。

甫开发的中国充满著商机，很多冷门行业往往成为识时物为俊杰的人发掘财路！

在神州扎根

一九九八年公司有意设上海分公司，开拓新业务。一切准备就绪，请来了一位女销售经理。此女年轻貌美，聪明伶俐，口才一流，充满自信，而且在大学是优秀生。虽然当时



芳龄只有二十几，她曾经在上海一家著名集团公司当总经理助理。在本业有一定的知名度，尤其是生产设备与装饰纸行业都有专业的知识。当时，公司以开发新产品计划全面进军华东与华北（中国东部与北部）区。所以聘请这位销售小姐恰恰可发挥其长。

且说这位上海销售小姐！

在面试时，我曾经问了她的有关女性与太太身份做销售的可行性的课题。她很有自信的回答说：