

★ 中国招商引资系列丛书

韩梅青 著

中国企业如何同欧洲人做生意



沈阳出版社



中国企业如何同欧洲人做生意

韩梅青 著

Zoujin
Ouzhou



沈阳出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

走进欧洲：中国企业如何同欧洲人做生意 / 韩梅青
著. —沈阳：沈阳出版社，2005. 6

ISBN 7-5441-2848-2

I. 中... II. 韩... III. ①对外贸易—概况—欧洲
②双边贸易—中国、欧洲 IV. ①F755②F752.75

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 071944 号

出 版 者：沈阳出版社

(地址：沈阳市沈河区南翰林路 10 号 邮编：110011)

印 刷 者：辽宁省印刷技术研究所

发 行 者：沈阳出版社

开 本：880mm×1230mm 1/32

印 张：9.75

字 数：280 千字

印 数：1—8000 册

出版时间：2005 年 8 月第 1 版

印刷时间：2005 年 8 月第 1 次印刷

责任编辑：赵 敏

特约编辑：苗 进

封面设计：守 哲

版式设计：周 森

责任校对：霍明相

责任审读：刘大鹰

责任监印：杨 旭

定 价：25.00 元

联系电话：024-24112933

邮购热线：024-24112836

E — mail: sysfax_cn@sina.com

前言

随着招商引资和实施“走出去”战略工作的深入开展，近年来我应各地商协会和企业邀请，根据长期在基层一线同欧洲国家的企业、商协会和政府官员打交道的亲身经历，以“如何同欧洲人做生意”为题，讲过几场较大规模的专题讲座，引起企业听众强烈反响，纷纷致电来函索要讲稿。为满足各方面的需求，现将讲课内容整理出来，结合我在欧洲巡回演讲《如何同中国人做生意》的底稿及其反馈，仔细核对了其中的各种细节，编辑成此书。

“如何同欧洲人做生意”这个题目讲好是有一定难度的。我听过一些面向企业的讲课，大多数的印象是理论性强，但听众普遍抱怨太宏观、很抽象、实例少。企业实际工作中特别需要具体操作指导的细节没有讲。企业涉外合作项目经理和一线的谈判人员，十分关心日常工作中同国外客商打交道的各种小节怎么妥善处理。根据同中欧双方企业家的交流，在中外多方专家的启发下，我结合实际工作中的见闻和实践，确立了本书内容选材和行文的原则。

第一，重视文化差异、减少沟通误解，增强克服差异、成功交流的必胜信心。

本书通过比较详细的描述和分析，帮助读者克服因为不熟悉有关细节可能会产生的担忧和误解，提高同欧洲人打交道的信心。强调中欧双方的各种差异，是为了引起企业关注，以便利用有利的因素，回避不利的因素，做到事半功倍。

第二，提倡以自尊自信的正常心态对欧交往。普通的欧洲企业对中国和中国企业的了解很少，与此伴随的情况是对我们的误解较多。本书全部内容的写作过程，就是联系实际、开

思路的思考过程，在客观、平和的心态下观察细节和分析细节。

第三，坚持使用通俗易懂的语言。我极力避免使用难懂的学术名词和只有专家才用的行话，不谈论理论假设和复杂的逻辑思辨，多用形象化描述，多举实践中的案例，加强轻松愉快的学习体验。为方便读者，本书末尾列有参考文献供参考。

本书是以原欧盟地区为主作为研究对象，欧盟扩大后新加入的十国没有包括。

最后，我要感谢辽宁省贸促会的苗进女士，没有她不断的鼓励和支持，我在繁忙的日常工作之余坚持两年多时间写完本书是不可能的。我还要感谢湖南省贸促会的王玉立先生，他对我面向企业的讲演提出的要求既简单又充满挑战：“讲企业爱听的实际案例”。

韩梅青

2005年7月16日于北京

目 录

Mulu

前 言	001
-----------	-----

第一章 中欧商务交流近年来遇到的典型问题

第一节 欧洲企业向商会最经常抱怨的

三个为什么	003
-------------	-----

中国企业为什么老是同我们谈不到一块儿去？

.....	003
-------	-----

中国企业为什么在谈判或者项目执行中做不了主？

.....	008
-------	-----

中国企业为什么特别喜欢签订没有约束力的合作

意向书？	010
------------	-----

第二节 中国企业最经常向商会提出的三个怎么样

.....	013
-------	-----

中方怎样提高请客吃饭的效果？

怎样树立中方给人的第一印象？

怎样提高欧洲企业对我方陈述的兴趣？

第三节 对中国企业的八大忠告

怎样应对同欧洲人的冲突对抗

怎样讨价还价	027
如何区别对待不同时间观念	029
对欧洲人普遍缺乏了解中国的情况	
做好充分思想准备	034
如何进行成功的语言交流	036
正确使用手势和其他身体语言	047
为什么要重视同欧洲人打交道的办法	049
怎样积累经验、有效学习	053

第二章 知己：理解我们自己

第一节 西方人眼中中国人的性格特点	061
人际关系	061
时间和风险观念	063
处事之道	064
第二节 欧洲人如何看待中国企业	065
报告问题	066
相处时的平等态度	067
来中国办企业采用什么形式、喜欢什么样的地方	
合作伙伴	067
欧洲企业在中国市场最关心的问题	070
对中国企业知识管理的看法	071

第三章 知彼：理解欧洲人

第一节 欧洲的多样性	076
第二节 欧洲人的宗教信仰	087
第三节 欧洲的民族和文化	090

第四章 百战不殆：理解欧洲主要民族商业文化

阅读指南	101
第一节 英国	104
民族性格	104
为人处事	108
身体语言	113
衣着装束	114
聊天	115
做客	117
商务洽谈	117
决策过程	119
合同签署	119
等级制度	120
请客吃饭	120
送礼	121
第二节 德国	122
民族性格	122
为人处事	125
相互称呼	129
身体语言	130
衣着装束	130
聊天	131
做客	132
商务洽谈	132
文件准备	133
决策过程	134
合同签署	134
等级制度	135

请客吃饭	135
送礼	135
第三节 法国	136
民族性格	136
为人处事	139
相互称呼	142
身体语言	143
衣着装束	144
聊天	144
做客	145
商务洽谈	145
文件准备	146
决策过程	147
合同签署	147
等级制度	147
请客吃饭	148
送礼	149
第四节 意大利	150
民族性格	150
为人处事	153
相互称呼	156
身体语言	157
衣着装束	157
聊天	158
做客	159
商务洽谈	160
文件准备	161
决策过程	161
合同签署	161
等级制度	161
请客吃饭	162

送礼	163
第五节 西班牙	164
民族性格	164
为人处事	165
相互称呼	169
身体语言	169
衣着装束	170
聊天	171
做客	172
商务洽谈	172
文件准备	173
决策过程	174
合同签署	174
等级制度	174
请客吃饭	175
送礼	176

第五章 百战不殆：理解欧洲其他主要民族 商业文化

第一节 奥地利	179
民族性格	179
为人处事	183
语言和非语言交流方式	184
商业习惯	185
服饰和其他	186
第二节 比利时	187
民族性格	187
为人处事	189
语言和非语言交流方式	191

商业习惯	191
服饰和其他	192
第三节 卢森堡	193
民族性格	193
为人处事	194
语言和非语言交流方式	194
商业习惯	195
服饰和其他	196
第四节 荷兰	196
民族性格	196
为人处事	198
语言和非语言交流方式	199
商业习惯	200
服饰和其他	201
第五节 瑞典	202
民族性格	202
为人处事	204
语言和非语言交流方式	205
商业习惯	206
服饰和其他	208
第六节 丹麦	209
民族性格	209
为人处事	210
语言和非语言交流方式	211
商业习惯	212
服饰和其他	212
第七节 芬兰	213
民族性格	213
为人处事	214
语言和非语言交流方式	215
商业习惯	216

服饰和其他	216
第八节 葡萄牙	217
民族性格	217
为人处事	219
语言和非语言交流方式	220
商业习惯	221
服饰和其他	222
第九节 希腊	224
民族性格	224
为人处事	225
语言和非语言交流方式	227
商业习惯	228
服饰和其他	229
第十节 爱尔兰	230
民族性格	230
为人处事	231
语言和非语言交流方式	233
商业习惯	234
服饰和其他	236

第六章 走进欧洲 备查材料

第一节 赴欧商务旅行指南	239
欧盟地区统一货币：欧元	239
欧盟地区入境许可：申根签证	241
购物和付款	242
开车和主要交通工具	243
打电话	245
各地气温	247
夏令时和时差	248

电压和电源插座	248
商务访问注意事项	249
第二节 西装常识	254
男西装	255
女西装 (套裙)	258
香水	259
第三节 西餐常识	263
用餐的一般习惯	263
西餐酒类和食品的饮用和吃法	265
如何点菜	266
如何点酒	268
第四节 欧洲部分国家对动物、植物和颜色的感觉	
.....	270
动物	271
植物	272
颜色	274
第五节 2005、2006年欧盟地区各国主要节日	
.....	275
参考书目	291
后 记	298

第一章

中欧商务交流近年来遇到的

典型问题

- ◆ 欧洲企业向商会最经常抱怨的三个为什么
- ◆ 中国企业最经常向商会咨询的三个怎么样
- ◆ 中国和欧洲企业交往中需要注意的八个方面

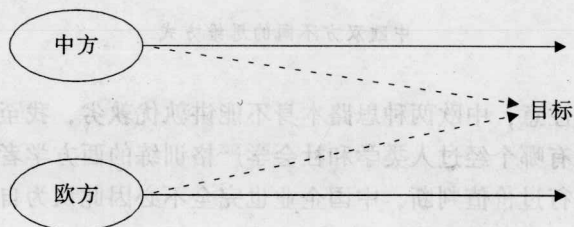
Zoujin Uuzhou



第一节 欧洲企业向商会最经常抱怨的三个为什么

中国企业为什么老是同我们谈不到一块儿去？

在许多中欧商务谈判中，欧洲企业代表经常抱怨中国企业代表思路有问题，双方好像怎么也谈不到一块儿去。欧洲就有人形容说，同中国人谈判，各按各的思路走下去，好像是两条平行线，永远没有交点。



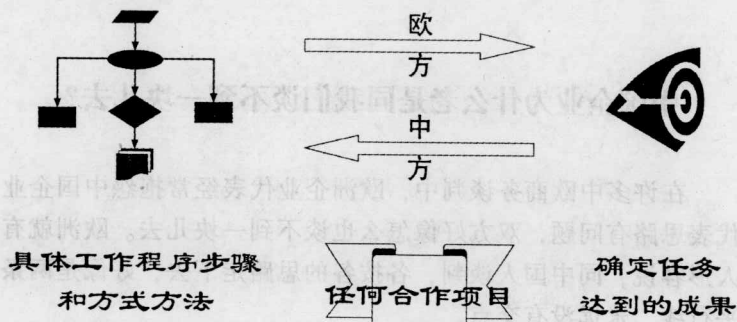
双方老是谈不到一块儿去，好像各走各的路

为什么思路互不一致？很多情况下，这同双方的思路走向有关；另一些情况下是相互之间彼此“不知所云”或者谈话“节奏”掌握不一致。

大多数欧洲人的思路是，按照时空关系、逻辑关系从具体细节一步步推演到具体目标和结果。他们制定和达到最终目标，需要满足方方面面的前提条件，并且喜欢把这些条件分得很细，各个条件之间存在时间、空间上的先后顺序关系，同时

把各种条件一块一块拼凑搭建起来。总之，他们喜欢严丝合缝的计划和建议。

中国人的思路是从目标确认到具体落实、方案细化。中国人是从整体和根本上入手，一般从确认任务和待达到的目标结果开始考虑问题，然后再考虑实现目标需要的具体操作和方式方法，思考习惯上同欧洲人从小到大、从细到粗、从程序到目标正好相反。



请注意，中欧两种思路本身不能讲孰优孰劣，我至今没有听说过有哪个经过人类学和社会学严格训练的西方学者对两种思路进行过价值判断，中国企业也完全不必因此认为自己的思路有什么天生缺陷。

但是有两种情况倒是需要我们中国企业改进的，它们不能与欧洲人思路不同当做借口和挡箭牌。

一种情况源于历史上计划经济体制的惯性。比如说，我们企业先到政府某归口管理部门，经层层审批，拿到个批件，再搞个什么配额之类的东西，具体谁去干、怎么干等各种细节有个大概轮廓和框架，等到任务和目标确认后，再集中自己的力量具体计划和落实。对中国企业，这是比较明智的做法，因为在计划经济体制下，没有国家下达的指令和批准，自己根本无法决定很多具体操作细节。于是同外方谈判的时候，有个