

ITP

★ 顶级管理经典系列

商战法则

全球商务礼仪透析

(美) 南·利普托特 著 李卫军 等 译



东北财经大学出版社

顶级管理经典系列

商战法则

全球商务礼仪透析

[美]南·利普托特 著

李卫军 张小峰 译

姚香泓 王鹏涛

东北财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

商战法则:全球商务礼仪透析/(美)南·利普托特(Leaptrott, N.)著;李卫军等译. —大连:东北财经大学出版社,1998.12

(顶级管理经典系列)

ISBN 7-81044-338-0

I. 商… II. ①利… ②李… III. 商务规则-概论-世界 IV. F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 02426 号

辽宁省版权局著作权合同登记号:图字 06-1998-43 号

Nan Leaptrott: Rules of the Game: Global Business Protocol

Copyright © 1996 by Thomson Executive Press, a Division of South-Western Publishing Co., an ITP Company

Simplified Chinese Translation Copyright © 1998 by Dongbei University of Finance & Economics Press, Published by arrangement with International Thomson Publishing Inc.

All Rights Reserved. No Part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or any information storage and retrieval system, without permission, in writing, from the Publisher.

本书简体中文版由东北财经大学出版社在中国境内独家出版、发行,未经出版者书面许可,任何人均不得复制、抄袭或节录本书的任何部分。

版权所有,侵权必究。

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

网 址: <http://www.dufep.com>

读者信箱: reader@dufep.com

大连海事大学印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

开本: 850 × 1168 毫米 1/32 字数: 398 千字 印张: 15 7/8 插页: 2

1998 年 12 月第 1 版

1998 年 12 月第 1 次印刷

责任编辑: 任丽莉

责任校对: 李海斌

封面设计: 曲 子

版式设计: 王 莉

定价: 28.00 元

谨以此书献给拉威尼·詹森

我们碰到的每个人在我们的生命中都会留下痕迹,其中少数几个人会给我们以特别的、富有意义的撞击。在所遇见的人中,拉威尼·詹森给我留下了深刻的印象。她一直是我的朋友,我的良师益友,并且长时期以来一直支持着我。没有她毫无保留的爱,没有她的关心和她的慷慨,这本书根本就不能写成。所以,我把这本书深情地奉献给她。

出版者的话

送走一个世纪,迎来一个千年。站在世纪的门口,窥探未来的秘密,是一件让人兴奋、使人激动、令人神往的事情。21世纪是一个全球趋向大同的世纪,是一个信息充斥社会的世纪,是一个由人力资源、智力资本主宰的世纪,是一个管理精英云集的世纪,是一个金融工具创新、管理方法创新、道德观念创新的世纪。在政言政,在商言商。21世纪的管理人员、营销人员应当掌握哪些知识,应当具备什么素质,如何适应时代变化,这是每一个跨世纪管理人才、营销人才需要认真思索的问题。为此,我们为您奉献一套“顶级管理经典系列”丛书(含“市场营销姊妹篇”)。

首先,请您翻开《管理宝典:开创管理新纪元的36部经典著作集粹》,这是一本世界管理经典著作的集大成者,她能教您《走出混乱》、《追求卓越》,助您适应《大趋势》,掌握《Z理论》,运用《管理秘诀》,实现《先锋管理》,成为《变革的主宰者》。

其次,请您看看《管理宗师:世界一流的管理思想》。百余年来,泰勒、法约尔、马斯诺和彼得斯等人提出过哪些管理思想?为什么这些思想如此受欢迎?他们成功的秘诀究竟是什么?我们能仿效吗?本书将帮您解开心中的谜团,助您摘取“管理宗师”的桂冠。

《创业之路:自己当老板所面临的76项抉择和26种结果》是

一本创业者的必读书籍。她以独特的方式向您展示了告别“打工”生涯、自己当老板所面临的重重困难,以及由此引起的种种难以预料的结果,同时揭示了成功地开办和管理公司的奥秘。走上“创业之路”,您会获得前所未有的自信心和满足感。

《商战法则:全球商务礼仪透析》提供了理解今日文化沟通的一种简单、实用的方法,使您超越国际商务惯例中“做什么”和“不做什么”的简单思维方式,在任何一种文化背景下的商战中都能游刃有余,助您在所有的商务活动中都能硕果累累。

《第三资源:智力资本及其管理》提出了一种全新的管理理念:利用智力资本获得真正的竞争优势。脱颖而出的“第三资源”能使您学会如何记录、管理、控制和审计企业中的智力资本。

《超越数字:成功企业的取胜之道》对美国不同行业的 25 家企业的行政主管和财务总监进行了独家采访,揭示了企业获得强有力竞争优势的奥秘。借助资深专家的专业建议,重新审视企业的实力和优势,帮助您建立起具有美好前景和强大竞争优势的“企业帝国”。

《企业万能:面向企业能力理论》是当代管理学与经济学相互交融的最新成果。作为预示企业发展前景的最新理论,本书揭示看不见、摸不着的知识和技能在企业发展中的重要作用,总结了各国工商企业的重要发展趋势、世界范围的企业集团化浪潮和大批成功企业的经营之道。

《协作制胜:成功的团队管理》通过实例和个案研究,阐明了团队管理成功的必备条件与深层原因,探讨了团队高效运作的机理和方式,分析了团队工作对组织的影响,有助您了解组织中团队工作和团队管理赖以成功的心理运行机制。

《会计精要:管理者必读的教程和案例》是一本针对管理者而

非财会人员编写的教科书,是哈佛商学院 **MBA** 核心教材。本书阐述了管理者在会计控制中的作用,分析了会计信息对于实现管理目标的重要性和局限性,并以实例方式详细说明了管理者如何如同专业会计师般内行地在商战中成功地运用会计信息。本书有助于管理者、分析家、投资者和工程技术人员快速掌握会计方法和技巧,熟练使用会计语言。

《经营透视:企业分析与评价》通过对四家国际著名公司的系列案例剖析,从财务战略的高度系统讲述了企业分析与评价的体系、方法和策略。本书是由哈佛、麻省理工等一流大学知名教授合编的 **MBA** 教材,是美国最受欢迎的分析教材。

《营销秘诀:顶尖高手的倍增法则》是营销成交艺术方面的头号畅销书,本书通过对 53 项成功营销范例的详尽分析,总结了最新的简单而有效的营销技巧和策略,描述了营销商与顾客之间的新型关系,并就挑剔式销售、团体销售、电话销售、战略营销、顾问式销售、概念式销售、心灵式销售以及关键账户销售等新型销售方式进行了详尽讲解。

《营销戒律:致命的 172 条营销神话》作为营销领域的传世之作,曾久居世界各地的畅销书排行榜榜首。她集作者数十年的营销实战经验,以独特的逆向思维方式,详尽地分析了 **IBM**、百事可乐等世界知名企业的营销实例,揭示了营销领域各种各样的陷阱与盲点。她将引导您重新透视和反思您的营销策略,摒弃错误的营销思想,确立全新的营销理念。

东北财经大学出版社

1998 年 12 月

致 谢

特别感谢

大量的手稿一个人不可能处理完。从开始写作到写完最后一个字,菲莉斯·诺德斯托姆一直和我在一起。她整理了我的研究资料,给予我技术方面的支持,并与我共享她写作方面的独创性才能、她的思想以及她在国际商务方面的亲身经历。

菲莉斯和我既是同事又是朋友,我希望她能继续成为我写作中的良师益友。

谢谢你,菲莉斯!

难以忘怀

我的父母——戴维和阿伦·希尔,他们教会了我如何独特地利用自己的才能。从他们那里我学习和理解了人们之间的不同,因为他们在一生中对所有遇到的人都非常尊重。

戴维·希尔博士——我的哥哥,很小的时候就能应付各种挑战。他真诚地告诫我,要真实地对待自己,要追逐自己内心的梦想。

乔·诺思若普——我的作家朋友,教我发现平凡乐趣中的美。她很有写作才能,她的智慧能在黑暗中给人带来光明,她对我说的最后的话是,“南,千万别忘了自己写书的梦想。”如今,她肯定在九

泉之下向我微笑。

家庭很重要

理查德(迪克)在参与本书编写工作的日日夜夜里做出了不可估量的贡献。他校对标点并就怎样才能更具有可读性提出了许多宝贵意见。当我的思维开始发散并出现过多的头绪时,他喜欢细节的特点恰好能帮助我集中于一条线索。迪克,独一无二的你一直是我的后盾。谢谢你的帮助。

我的三个儿子——本、蒂姆和杰夫——对我来说代表了深奥、心灵、远见、创造、实践、幽默和伟大的爱,他们给我带来了极大的乐趣。我真有福。

我的儿媳们——苏珊和卡罗——以她们内在的美给了我力量,她们使我的每一天都充满了快乐。她们在我身边或者我看到她们时都是一种快乐,她们从来不会想像到她俩对我意味着更多的东西,她们每天都触动着我的心灵。

我的七个孙儿——戴维、伊丽莎白、露丝、琼、赞其、安那和詹姆,有这些孩子实在是我生命中的运气。我情愿只与他们在一起而不是其他什么人。仅仅听到他们的声音就能吸引着我,使我的生活充满乐趣。他们真了不起。

我的姐姐尼娜是我忠实的听众,她始终毫不厌倦地听我谈论书中的每一个观点。她和丈夫比尔给了我很大的支持。谢谢你们。

感谢以下工作人员——

对所有委托人以及阅读原始材料从而丰富了我的资料来源的读者,我表示衷心的感谢。

海克·科林肯勃格,她是我的同事、朋友,还是记者、作家、写作领域的专家。她以多种方式表扬、倾听、指导我的写作。她是一位一流的实干家。

玛丽·伊丽莎白·诺德斯托姆花费了很多时间阅读和修改我的手稿。她确保把不恰当的词去掉并且改正了许多其他方面的错误。玛丽·伊丽莎白,菲莉斯·诺德斯托姆的母亲,经常鼓励我,给予我恰如其分的表扬,并且照顾我。多谢。

帕特·沃森把我的研究资料一次又一次地归档。她使我的工作井井有条、运行自如。当我感到工作单调、乏味时,她陪我出去打网球。谢谢你,帕特,我的朋友、同事,而且是我家庭中的一员。

鲍勃·里斯曼,我的代理人,把我引荐给汤姆森出版公司。我会终生感激不尽。

吉姆·西特灵顿,副总裁、出版商,是一位很好的人。他总是耐心地接听我的电话,他告诉我自身的优势,所以我才可能写出最好的书。

贝西·博瑞、霍利·特里和玛格利特·特里优——汤姆森公司的职员,用创造性的方法处理本书。他们真了不起。

劳内尔·约翰逊阅读了本书并提出了富有价值的建议。他是一位富有智慧的作家。谢谢你,劳内尔。

比尔·兰姆比,日本礼仪方面的专家,花费了好几天时间回忆并与我分享了他记忆中的好多事情,在实践性和幽默方面他给予了我许多帮助。

唐和琼·玛歇尔,西班牙文化方面的专家,以他们自身的跨国经历,给我提供了相当丰富的信息。他们都是热情、肯帮忙的朋友。

韦思和米尔·韦思顿,南美和日本文化方面的专家,他们都是

我的朋友,花费了很多时间来告诉我他们的想法和经历。米尔还是最好的剪辑人员,他保证让我得到关于我工作方面的最新文章。

唐·麦肯泽,一位有才干的摄影师,以最专业的手法反映了全世界用餐方面的精华,同时他也捕捉到了我的精华。

马里恩·约翰逊教导我如何为自己的优势而欢呼。

布伦达·帕克,快河店的所有者,非常仁慈地请我吃她做的菜和使用她的古泰国陈设用品。她还做了大量工作以保证照片完美无缺。

卡罗琳·罗若在各个方面的帮助我,尤其是有关世界各国葡萄酒的知识。

吉恩·埃里,室内设计师,让我使用她日本式样的陈设品,这些艺术品艺术性都很强。

埃得·埃里,风景画艺术家,为“美丽之星——玫瑰”这幅画而种植玫瑰,这些玫瑰极其美丽,散发着芳香。

贝尔克百货商店,借给我其他照片所需的精美摆设。商店在各个方面都尽可能地帮助我。

琳达·考克斯,G&P公司的经营者,保证适时地为我供应可口的咖啡,使我总是头脑清醒、精力充沛。

西多西亚·托马斯,与我们家一直和睦相处。我非常重视他与我的友谊。

还要感谢——

我的好朋友们一直在生活中的各个方面鼓励我,有太多的朋友需要写在这里。他们知道他们是谁,他们知道我爱他们,并且感激他们。

前言

礼节在商务中有多重要？我想以另外一个问题来说明：你曾经玩过没有规则的游戏吗？每笔商务交易都至少需要两个人，他们知道自己想达到的最终目的以及达到这个目的所需要的技术方面的步骤。但是，就像是在玩游戏，他们知道约束每步行动的规则吗？对许多商人来说，这些规则是不可见的。我们都习惯于一定的行为并且不会去问为什么或者如何做。把商人从他们自己的文化中转移出来，那么“交流需要规则”这个道理就变得显而易见了。

礼节并非随意演变而来，在礼节背后既有逻辑也有目的。当懂得了礼节的含义之后，运用礼节就变得更清晰、更灵活机动。举个例子来说，日本人依照仪式交换名片的行为使许多像玩扑克牌那样随意甩出名片的美国人感到迷惑不解。假如美国人懂得日本人把他们所有的身

份特征都印在了那张小卡片上,那么,美国人就不会轻视这种仪式了,他们就会直到把每个字母都仔细认真地看完后才把名片放进口袋。他们也会知道,反过来,日本人可能把美国人随意出示名片的行为理解成缺少自尊。《商战法则》这本书不仅要告诉你有关的国际惯例,而且会让你懂得这些惯例背后的原因。获得的这些知识将成为你成功地进行跨文化商务交流的强有力的工具。

我宁愿把礼节这个主题放在全球背景中来看待。本书试图用一种统一的、全球公认的方法来解释礼节和礼仪在世界各地的运用。大部分同类的书籍仅是简单地列一下做什么和不做什么,却根本不提隐藏在这些规则后面的基本原理。本书所采用的方法和关于这个主题的其他教科书所采用方法的不同,就如同学习一门外语和仅买一本旅游者用语手册之间的不同。你或许能根据发音规则来读一些句型,但如果有人问你一个课本之外的问题,你就不知所措了,因为你根本就没有得到关于这门语言的真正指导。就礼节来说,道理是一样的。仅仅读关于在一个国家该做什么和不该做什么这样的清单不能使你有足够的信息来发展采取统一和有效行动的能力。在跨文化的商务交易中,这种能力是至关重要的。

当某公司决定将业务扩展到全球市场时,经营管理者通常要把目标定位在几个特定的国家。更经常的情形是,公司不把这些目标国家定位在一个能够受到更多方面影响的区域内。例如,某公司或许定位泰国,但他们不懂得华裔泰国人对泰国的巨大影响。一家比利时公司的总经理或许是在法国出生的,而公司总工程师或许是土

生土长的巴基斯坦人。极少有国家能够免受外来文化的影响。

当今世界,经济的相互依存导致文化既相互重叠又相互影响。几乎每个国家都或多或少、或主动或被动地受到了西方文化——主要是美国文化的影响。电视、电影、计算机技术以及日用消费品把美国文化带到世界各地。随着这些国家更加西化,我们自认为他们已经更像我们那样去想事情和做事情,而且以为由于他们熟悉我们的文化,他们就会理解和接受我们的文化。这是一种误解。或许那些国家的年青一代穿着工装裤,听着西方音乐,但是这种习惯不能改变隐藏于他们文化之中的根本信仰,其文化只是处于适应西方技术和日用消费品的过程中,要使他们的文化适应我们的价值观却是一个艰苦的历程。读了这本书,你就会明白这是为什么。

《商战法则》这本书给出一种简化的、实用的方法论来理解文化的交互作用。这种方法论建立在一种独特的世界文化模式基础之上。这个模式考察隐藏于每种文化内部的、根本的动机因素,同时考察源于这些基本信念的行为准则。这个模式允许我们由此推导出国际商务的原则——这是一种交互影响而且在世界各地都适用的入门方法。这种方法解决了关于形成一种统一的、指导国际商务关系的方针这个问题。并且这个模式能够使读者们与生活和工作在美国、但具有不同文化背景的人们有效地交流。

读过这本书,你将学会:

◎ 特定国家的礼节要点及其目的所在。

- ◎ 当遇到新情形时如何演绎出得体的礼节。
- ◎ 如何为商务交流制定计划。
- ◎ 三种基本文化类型及如何识别。
- ◎ 每种文化的基本动机因素。
- ◎ 如何给即将会面的人描绘性格特征。

第1章介绍游戏规则的基本概念。在本章你将学会为商务目的而探究文化所应遵循的基本方法。若时间太紧,你可以直接翻到第10章找到所需目标国家的特定信息。以下是本书其余章节的概要。

第2章详细论述了世界上三种基本文化的概念,即便是有丰富经历的世界旅行家也会发现这些信息新鲜而有用。读完本书后,你会懂得特定文化中的人们为什么那样做而不这样做。本章解释了礼节和礼仪的区别,并且论证了礼节和文化的联系。

第3章把三种文化概念延伸扩展到你将与之交流的人们,讨论了基于文化之上的理解方法,并且用这种方法描绘游戏者的肖像。本章用一个假设的例子来说明如何应用这些概念,并以此作为这一章的结束。使用从第1章到第3章所学到的方法,你就可以理解世界各地的文化。

第4章和第5章详细介绍了世界主要国家和地区的信息。用游戏这个比喻来帮助说明礼节的价值,这样做比消化一大堆事实更有趣。第3章描述了如何玩游戏——即如何从已知的文化演绎出正确的礼节以及如何制定恰当的游戏策略。第4章和第5章说明了世界上大部分地区的商务游戏是如何进行的。随着每种游戏的进

展,对一些问题解释了为什么对或为什么错的原因。你不仅学习了做什么,而且还学习了在特定文化背景中这种行为为什么是得体的和必要的。

第6章不仅写给女性读者,很多男性也觉得“第三性”的概念很有启发意义。本章讨论了性别问题,并提出了一种如何做出成功举动的方法。

第7章对任何做海外生意的人都是绝对不可缺少的。在做跨文化工作时,一些词的意义会因为翻译而造成一定程度的偏差。

第8章对于你无论在何时作为东道主接待外国客人时都非常有价值。这一章不仅探讨了你自己应当知道的事情,而且探讨了你的随员所应知道的事情。

第9章比你想像的更重要。你说“我知道怎么使用刀子和叉子”,但你是否知道当同时面对四把叉子和三把刀子时该怎么办?如果根本就没有刀子和叉子时又该怎么办?当你发现只有美国人才吃美国风味的饭菜时,你感到吃惊吗?你知道其他文化中的人怎样看待美国人饭桌上的样子吗?

第10章是一个按字母顺序排列的部分国家和地区信息的总括。我建议把本章作为快速参考指南。

对本书中的一些基本规则应该了解。第一,在多数情形下使用了阳性代词。这是因为,国际商务中涉及的多是男性,而不是说本书对女商人没有益处,女性熟知其他文化中的商务惯例,并且知道何时以及如何调整自己的行为也势在必行。第6章集中讲述国际商务中西方女性所面临的挑战(这个主题另用一整本书来讲述,即将出

版发行)。

第二,本书假设读者是美国人并且对美国商务和社会习俗有个总体的了解。如果不是这样的话,本书的姊妹书《游戏计划:美国商务礼节入门》对你将有帮助。

第三,作者承认商务伦理是非常重要的,仅仅这本教科书并不能充分地涵盖。第7章中讲述这个主题是提醒读者警觉可能引发冲突的地方,并不是为读者解决此类问题。否则,就变成了法律忠告,超出了本书的范畴。

并非世界上的所有国家都直接包括在本书中,但是它们都属于不同的文化类型。针对美国商人最可能与之打交道的国家,附有包含特殊信息的附录。本书将教会读者推演出可能去的世界上偏远地区的礼节的方法。

作为从事商务礼节和礼仪培训的专业人员,我目睹了公司对商务中人员交往的重要性认识的长足提高。公司愿意花钱培训他们的员工,使他们在一起共事时更富有成效,相互交流时更明白无误,行为举止更具职业特征。这表明公司意欲通过提高大部分员工的能力来发挥出全部潜力。要达到这个目的,你所应知道的就是商战法则。

南·利普托特