



高职高专国际商务类“十二五”规划系列教材
浙江省重点教材



国际商务文化与礼仪

◎ 主编 蒋景东 刘晓枫

GUOJI SHANGWU WENHUA YU LIYI



中国金融出版社

浙江省重点教材

浙江金融职业学院“985”工程建设成果

高职高专国际商务类“十二五”规划系列教材



国际商务文化与礼仪

GUOJI SHANGWU WENHUA YU LIYI

主编 蒋景东 刘晓枫

 中国金融出版社

责任编辑：张 超 葛莲芳

责任校对：张志文

责任印制：陈晓川

图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务文化与礼仪 (Guoji Shangwu Wenhua yu Liyi) / 蒋景东, 刘晓枫主编. —北京: 中国金融出版社, 2012. 1

高职高专国际商务类“十二五”规划系列教材

ISBN 978 - 7 - 5049 - 6256 - 0

I. ①国… II. ①蒋…②刘… III. ①国际商务—文化—高等职业教育—教材
②国际商务—礼仪—高等职业教育—教材 IV. ①F740②F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 013500 号

出版

中国金融出版社

发行

社址 北京市丰台区益泽路 2 号

市场开发部 (010)63266347, 63805472, 63439533 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010)63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010)66070833, 62568380

邮编 100071

经销 新华书店

印刷 保利达印务有限公司

尺寸 185 毫米 × 260 毫米

印张 13.5

字数 295 千

版次 2012 年 1 月第 1 版

印次 2012 年 1 月第 1 次印刷

定价 23.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 6256 - 0/F. 5816

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010) 63263947

本书编写主要成员

主 编 蒋景东 刘晓枫
副主编 张 敏 张 帆 王娟萍
编 委 刘仿强 王慧盛 蔡颖华 王晴岚
洪 伟 唐小波 张淑霞 武俊梅

前 言

文化在《汉语大词典》里的解释：第一，文治教化；第二，运用文字的能力及具有的书本知识；第三，人们在社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。

费孝通认为“文化”是一个民族共有的精神家园，它深深地打上了民族的烙印。文化具有民族性、多样性和差异性的特点。文化的多样性和差异性在宏观层面上可导致经济、政治乃至军事的冲突，在微观层面上可直接影响不同文化间的人际交往和企业的国际商务活动。

商务文化是人类为社会生存和发展在设计、生产、经营和消费商品的实践活动中形成的物质和精神成果的总和。商务文化是人类社会商务实践的产物，脱离了具体的商务运作环境，其文化功能就无从谈起。人类的文化传统、生存的文化环境和文化模式等，都会对商务文化产生深刻的影响。

中国和西方国家有着不同的历史发展道路、不同的环境、不同的文化底蕴，因此，在思维、个性、价值观、言谈举止和风俗习惯等方面有着极大的差异。

中西方的文化差异导致了截然不同的商务礼仪。当今世界全球化程度日益加深，商务人士要想成功地进行国际商务交往，就必须从文化层面理解和认识国际商务礼仪，及时调整自己的礼仪行为，避免产生不必要的误会，最终促进国际商务活动的顺利开展。

礼仪是一种文化现象，文化现象往往是诸多文化因素相互作用而产生的一种综合现象。礼仪在人际交往中最基本的功能就是规范人的各种行为，它始终如一地以一定的、约定俗成的程序和方式来表现律己敬人的完整行为。西方人称其为“人际关系的通行证”。

在国际商务活动中，要达到有效交际的目标，就必须从文化差异的角度去了解国际商务礼仪，去了解跨国商务礼仪的差异。礼仪在细节上体现出了一个国家和民族文明程度的高低，体现了一个民族的文化教养和道德水平。

国际商务文化与礼仪具有很强的可操作性。为了实现高职教育培养出合格的高质量的新型实用型高等职业从业人员的目标，浙江金融职业学院组织我们编写了这本教材。

本书共分为六篇。第一篇：国际商务文化与礼仪导论；第二篇：国际商务基本礼仪；第三篇：国际商务沟通文化与礼仪；第四篇：国际商务谈判文化与礼仪；第五篇：国际营销文化与礼仪；第六篇：国际商务企业管理文化与礼仪。

本书主要根据高职院校人才培养定位以及商务行业服务人员的实际需要来设置教材内容，以整个大商务为背景，既强调了文化的重要性，体现了一定的理论高度，又重点

突出了礼仪的实用性和可操作性以及针对性强和注重技能训练的特点。在具体内容的编写过程中,通过案例和能力实训驱动教学,使理论和实践有机地结合起来,并通过思考和练习进行强化。本书在五个方面实现了突破,具体如下。

1. 教学理念上的突破。以学生为本,凸显“导”字,通过案例和能力实训驱动参与式教学,教师从主讲人、管理者变为导演者、导游者、导航者,学生全面参与教学设计,并成为自我管理的课堂主人,体现“教、学、做”合一的理念。

2. 教学内容上的突破。本书主要内容是在大商务的背景下,以礼仪是文化的体现为主线,通过案例分析和能力实训,引出所要学习的任务和知识链接,以商务环境下工作项目为导向,内容任务化,每个任务内容以能力培养为主导,以职业技能需求细化分析为根据,以满足岗位技能要求为目标,构建“教、学、做”一体化的内容体系,培养学生的交际能力,以适应社会对商贸从业人员的素质要求。

3. 教学方式上的突破。由学生组建学习团队,创建教学系统,自主学习、集体学习和相互学习;通过各种生动活泼的方式构建互动式课堂;创造学生全面参与式的亲验教学;把教学的时空视野从课堂内扩大到课堂外,实现教学渠道与空间的多元化与立体化。

4. 教学目标上的突破。注重三维目标,即知识与技能、过程与方法、情感态度与价值观,体现了显性教学和隐性教学相结合的原则。

5. 教学链条上的突破。建立学生全面参与的集成式教学系统,从教学理念、教学组织形式到多媒体教学和实训、全过程的开放式考核,构建了由学生参与的立体化和系统化的集成系统。

本书主编由浙江金融职业学院的蒋景东副教授和哈尔滨职业技术学院的刘晓枫副教授担任,副主编由浙江金融职业学院的张敏、张帆和王娟萍三位老师担任,编委由浙江金融职业学院的副教授刘仿强和王慧盛、蔡颖华、王晴岚、洪伟、唐小波五位老师以及温州职业技术学院的张淑霞和武俊梅老师担任。

本书在编写过程中得到了浙江金融职业学院教务处长郭福春教授和科研处长王华教授的指导和帮助,同时国际商务系副主任章安平教授也为本书的编写提供了建议,在此表示衷心的感谢!本书在编写过程中参考了大量文化和礼仪方面的文献和资料,在此也向相关专家和作者表示衷心的感谢!

由于时间有限,加上编者的知识水平有限,本书难免存在不足和欠妥之处,敬请读者批评指正。

编者

二〇一一年十月

目 录

1	第一篇 国际商务文化与礼仪导论
1	模块一 国际商务文化与礼仪概述
1	项目一 国际商务文化与礼仪概述
10	项目二 国际商务礼仪通则
15	模块二 国际商务的文化环境
15	项目一 国际商务礼仪的文化基础
21	项目二 世界各国礼俗与禁忌
28	第二篇 国际商务基本礼仪
28	模块一 国际商务礼仪与职业形象塑造
28	项目一 国际商务个人仪表形象塑造
36	项目二 国际商务个人仪态形象塑造
44	模块二 国际商务客户服务礼仪
44	项目一 国际客户服务电话礼仪
49	项目二 国际客户服务见面礼仪
55	项目三 国际客户服务会议礼仪
62	项目四 国际客户服务送别礼仪
67	第三篇 国际商务沟通文化与礼仪
67	模块一 国际商务沟通文化与礼仪概述
67	项目一 国际商务文化与沟通
75	项目二 欢迎词与答谢词
81	项目三 开幕词与闭幕词
87	模块二 国际商务礼仪活动
87	项目一 国际开业典礼
99	项目二 国际剪彩仪式
106	项目三 国际新闻发布会
117	第四篇 国际商务谈判文化与礼仪
117	模块一 文化差异与商务谈判

117	项目一 文化差异对商务谈判的影响
123	项目二 国际商务文化与谈判战略选择
131	模块二 国际商务谈判礼仪
131	项目一 国际商务谈判中的洽谈礼仪
136	项目二 国际商务谈判中的签约礼仪
141	项目三 国际商务谈判中的宴会礼仪
147	第五篇 国际营销文化与礼仪
147	模块一 国际营销与文化
147	项目一 国际服务业的市场营销与文化
153	项目二 国际文化营销的优势
161	模块二 国际营销礼仪
161	项目一 国际营销与礼仪
167	项目二 国际营销组合礼仪
177	第六篇 国际商务企业管理文化与礼仪
177	模块一 国际企业管理文化与礼仪概述
177	项目一 国际企业文化与管理
183	项目二 国际企业文化与激励
189	项目三 国际企业文化与领导
195	模块二 国际企业公关礼仪
195	项目一 国际企业公关活动礼仪
200	项目二 国际企业形象管理礼仪

第一篇

国际商务文化与礼仪导论

GUOJI SHANGWU WENHUA
YU LIYI DAOLUN

模块一 国际商务文化与礼仪概述

项目一 国际商务文化与礼仪概述

一、学习目标

能力目标：通过所学内容提升跨文化交际能力，理解文化与礼仪的含义，提高学生对国际商务文化与礼仪重要性的认识。

知识目标：了解国际商务文化与礼仪的内涵；熟悉国际商务文化与礼仪的作用；掌握国际商务文化与礼仪之间的关系。

二、学习内容

任务1：国际商务文化的内涵与作用。

任务2：国际商务礼仪在国际商务活动中的内涵与重要性。

任务3：国际商务文化与礼仪之间的关系。

三、操作示范

第一步：根据该项目中的任务1，解读案例“回答的方式”，完成下列要求。

1. 通过学习、讨论和分析，让学生充分理解文化的内涵，提高学生学习国际商务文化知识的兴趣和积极性。

2. 通过典型案例分析，提高学生的分析能力、与人沟通能力、团队协作能力；提升学生对国际商务文化内涵的理解能力。

3. 通过班级活动组织策划, 让学生充分了解国际商务文化在商务活动中的重要作用。

【案例 1】

回答的方式

飞利浦照明公司某区人力资源副总裁(美国人)与一位被认为具有发展潜力的中国员工交谈, 想听听这位员工对自己今后五年的职业发展规划以及期望达到的位置。中国员工并没有正面回答问题, 而是开始谈论起公司未来的发展方向、公司的晋升体系, 以及目前他本人在组织中的位置等。讲了半天也没有正面回答副总裁的问题。副总裁大惑不解, 没等他说完已经有些不耐烦了, 因为同样的事情之前已经发生了好几次。“我不过是想知道这位员工对于自己未来五年发展的打算, 想要在飞利浦做到什么样的职位罢了, 可为何就不能得到明确的回答呢?” 谈话结束后, 副总裁忍不住向人力资源总监甲抱怨道。“这位老外总裁怎么这样咄咄逼人?” 谈话中受到压力的员工也向甲诉苦。作为人力资源总监, 甲明白双方之间不同的沟通方式引起了隔阂, 虽然他极力向双方解释, 但要完全消除已经产生的问题并不容易。

一、请谈谈本资料的总体分析思路。

二、根据资料, 谈谈你对文化的认识。

第二步: 根据学习任务 2 和案例内容, 完成国际商务礼仪在国际商务活动中的内涵与重要性的学习。

1. 通过学习、讨论和分析, 让学生充分理解礼仪的内涵和作用, 提高学生学习国际商务礼仪知识的兴趣和积极性。

2. 通过典型案例分析, 提高学生的分析能力、与人沟通能力、团队协作能力; 提升学生对国际商务礼仪内涵的理解能力; 通过记录稿的整理, 让学生学会倾听, 提高信息收集和整理能力。

3. 通过班级活动组织策划, 让学生充分了解国际商务礼仪在商务活动中的重要作用。

【案例 2】

撩头发

张小姐长着一头乌黑漂亮的秀发, 她总是舍不得将它盘起, 而是让头发垂于腰际。为确保仪容整齐, 她不时地用手去撩起头发, 以免挡着自己的眼睛和脸。许多人也许会认为不时地用手抚弄自己的头发会有一种说不出的风度和气质。你怎么看?

一、请谈谈本资料的总体分析思路。

二、根据资料，谈谈你对国际商务礼仪以及重要性的认识。

第三步：根据任务3，完成国际商务文化与礼仪之间关系的学习，主要学习目的如下。

1. 通过学习、讨论和分析，让学生充分理解国际商务文化与礼仪之间的关系，提高学生国际商务文化与礼仪之间关系的兴趣和积极性。

2. 通过典型案例分析，提高学生的分析能力、与人沟通能力、团队协作能力；提升对国际商务文化与礼仪之间关系的理解能力。

3. 通过记录稿的整理，让学生学会倾听、提高信息收集和整理能力。

【案例3】

王先生是国内一家大型外贸公司的总经理，为一批机械设备的出口事宜，携秘书韩小姐一行赴伊朗参加最后的商务洽谈。王先生一行在抵达伊朗的当天下午就到交易方的公司进行拜访，然而正巧遇上主人在祷告。主人示意他们稍作等候再进行会谈，以办事效率高而闻名的王先生对这样的安排表示出不满。

东道主为表示对王先生一行的欢迎，特意举行了欢迎晚会。秘书韩小姐希望以自己简洁、脱俗的服饰向众人展示中国妇女的精明、能干、美丽、大方。她上穿白色无袖紧身上衣，下穿蓝色短裙，在众人略显异样的眼光中步入会场。为表示敬意，主人向每一位中国来宾递上饮料，当习惯使用左手的韩小姐很自然地伸出左手接饮料时，主人立即改变了神色，并很不礼貌地将饮料放在了餐桌上。令王先生一行不解的是，在接下来的会谈中，一向很有合作诚意的东道主没有再和他们进行任何实质性的会谈。

一、你认为王先生作为“国内一家大型外贸公司的总经理”，其谈判失败的原因是什么？

二、请分析中国与伊朗的文化差异导致的礼仪差异表现在哪里。你会给王先生什么建议？

四、知识链接

【知识链接1】

国际商务文化与礼仪概述

1. 国际商务文化的内涵与作用。

(1) 对文化的理解。《汉语大词典》对文化的解释是：第一，文治教化；第二，指运用文字的能力及具有的书本知识；第三，人们在社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。

“文化”是一个民族共有的精神家园，它深深地打上了民族的烙印。文化具有民族性、多样性、差异性的特点。文化的多样性和差异性在宏观层面上可导致经济、政治乃至军事的冲突，在微观层面上可直接影响不同文化间的人际交往和企业的国际商务活动。

(2) 对国际商务文化内涵的理解。中国和西方国家有着不同的历史发展道路、不同的环境、不同的文化底蕴。因此，在思维、个性、价值观、言谈举止、风俗习惯方面有着极大差异。

(3) 对国际商务文化在商务活动中重要作用的理解。商务文化是人类为社会生存和发展在设计、生产、经营和消费商品的实践活动中形成的物质和精神成果的总和。商务文化是人类社会商务实践的产物，脱离了具体的商务运作环境，其文化功能就无从谈起。人类的文化传统、生存的文化环境、文化模式等，都会对商务文化产生深刻的影响。

2. 国际商务礼仪在国际商务活动中的内涵与重要性。

(1) 对礼仪的理解。对礼仪的理解包括礼仪的发展历史、礼仪的内涵及其重要性、礼仪的表现形式和礼仪的功能。

①礼仪的发展历史。中华民族素以“礼仪之邦”著称于世。“礼”原是远古时期宗教祭祀仪式上的一种仪态，人类由于氏族部落社会群居而形成了统一、规范的社会习惯，逐步演化成后来我们说的礼俗。许慎在《说文解字》中就说：“礼，履也，所以事神致福也。”中国最早、最重要的“三礼”即《周礼》、《仪礼》、《礼记》是儒家思想的精髓和重要支柱，“制礼作乐，以礼治天下”的观点一直延续了2000多年。经历历史更迭，“礼”一直伴随人类文明发展而不断变化，且与时俱进，它对我们日常生活的影响也越来越深刻，到了今天我们说的“礼”表达的意思也更为宽泛了，并由此衍生细分出了“商务礼仪”。

②礼仪的内涵及其重要性。礼仪是整个社会文明全面的直接和间接的表现，几乎包括了个人行为和社会行为的所有方面；礼仪是人类社会内部交流的基本语言，是人类与自然界交流的重要内容；礼仪规范了基本的社会秩序和规则，是人们生活、工作和交往的基本工具和重要内容。礼仪解决了交往（如问候、道别等）、信仰（如宗教仪式和礼节等）、公共活动（如会议、舞会、典礼等）等交流和秩序问题。礼仪是整个社会文明和社会秩序的基础。创建和谐社会，必须先从礼仪开始。

要尊重文化发展的自身规律,保持传统礼仪历史沿革的连续性,充分发挥传统礼仪礼俗作为沟通理论与大众生活的载体作用,发挥其对民众生活的提升与引导作用。

③礼仪的表现形式。依照运用对象、适用范围及使用目的不同,礼仪可以分为以下几种表现形式:个人礼仪、公务礼仪、社交礼仪、商务礼仪、习俗礼仪、宗教礼仪、服务礼仪、涉外礼仪、礼仪文书等。

④礼仪的功能(见表1-1)。

表1-1

礼仪的功能

沟通的功能	人们在社会交往中,只要双方都能自觉地遵守礼仪规范,就容易沟通感情,从而使交往容易成功。
协调的功能	在社会交往时,只要人们注重礼仪规范,就能够互相尊重,友好合作,从而缓和避免不必要的冲突和障碍。
维护的功能	礼仪是社会文明发展程度的反映和标志,同时也对社会的风尚产生广泛、持久和深刻的影响。讲礼仪的人越多,社会便会越和谐稳定。
教育的功能	礼仪通过评价、劝阻、示范等教育形式纠正人们不正确的行为习惯,倡导人们按礼仪规范的要求协调人际关系,维护社会正常生活。讲究礼仪的人同时也起着榜样的作用,潜移默化地影响周围的人。

(2)对商务礼仪内涵的理解。“商务礼仪”特指商务活动中的礼仪规范和准则,是“礼”在商务活动中的运用和体现。它是经济社会商务交往中为了互相尊重而约定俗成、共同认可的行为规范、准则和程序,是礼貌、礼节、仪表和仪式的总称。

在商务场合当中,礼节、礼貌都是人际关系的“润滑剂”,能够非常有效地减少人与人之间的摩擦,最大限度地避免人际冲突,使商务场合的人际交往成为一件非常愉快的事情。良好的商务礼节能营造良好的商务交往氛围,为企业的合作奠定良好的基础。商务礼仪能展示企业的文明程度、管理风格和道德水准,塑造企业形象。良好的企业形象是企业的无形资产,无疑可以为企业带来直接的经济效益。一个人讲究礼仪,就会在众人面前树立良好的个人形象;一个组织的成员讲究礼仪,就会为自己的组织树立良好的形象,赢得公众的赞誉。现代市场的竞争除了产品竞争外,更体现在形象竞争上。一个具有良好信誉和形象的公司或企业,会更容易获得社会各方的信任和支持,也更易于在激烈的市场竞争中处于不败之地。所以,商务人员时刻注重礼仪,既是个人和组织良好素质的体现,也是树立和巩固良好形象的需要。

3.国际商务文化与礼仪之间的关系。礼仪是一种文化现象,文化现象往往是诸多文化因素相互作用而产生的一种综合现象。在国际商务活动中,要达到有效交际的目标,就必须从文化差异的角度去了解国际商务礼仪,去了解跨国商务礼仪的差异。概括来讲,造成商务礼仪差异的原因主要是中西方不同的价值观、时间观、饮食观以及语言习惯等,也就是说,中西方的文化差异导致了截然不同的商务礼仪。当今世界全球化程度日益加深,商务人士要想成功地进行国际商务交往,就必须从文化层面理解和认识国际商务礼仪,及时调整自己的礼仪行为,避免产生不必要的误会,最终促进国际商务活动的顺利开展。

【知识链接 2】**文化差异对国际商务交流活动的影响**

随着经济日益全球化,国际商务正向多元化方向深入发展,由此导致国际商务中的客户,包括外部客户(用户、政府机关、社会)和内部客户(同事、领导、下属、股东),也随之跨越国境而向多元化方向发展。在这种情况下,国际商务面临的情况是,同国内贸易不同,多元化的市场中客户受各自文化背景的影响而表现各不相同,因此在一个地方适用的策略在多元化的国际商务中不能一成不变地用于其他市场。文化对在其中成长、生活、工作的人的影响非常大。所以,研究国际商务中不同客户应对策略前,首先要研究各客户的文化背景。国际商务中的文化有三方面的内容:信仰和价值观、风俗习惯、商务习惯。其中,信仰和价值观与商务习惯对于国际商务而言尤为重要。因此,从事国际商务的人员应了解世界不同地区的文化差异,掌握在不同文化间进行商务活动的原则和方法。一个好的商务人员在全球性的环境中,在面对来自不同文化背景的客户时,应充分了解各种不同文化背景的特点,知道哪些话题对于来自特定的文化背景的客户是禁忌,只有在这样的基础上才能深入交流并探寻商务合作的机会。

【知识链接 3】**中外文化差异与国际商务礼仪**

1. 价值观差异。在中国的文化观念中,人生的价值往往体现在其社会价值之中,总是把个人或者自我放在社会关系中去考察,否定个体的自我主体性,人生意义常常与“忘我”或者“牺牲”相联系。它追求的是一种群体和谐的、稳定的伦理道德社会,个人可以弘扬个性,但不能将自我置于国家和集体之上。西方则不然,其主张以自我为核心的个人主义价值观念。个人是社会的核心,追求个人利益的主观能动创造性是社会进步的内在动力。因此,应将个人利益置于高于一切的位置,实行利己主义和自由主义,个人有满足自己物质利益和精神享受的权利,有自己生活上的隐私。这种价值观的差异可以说是根本性的,它是决定中西方商务礼仪差异的根本因素。

2. 时间观差异。在中国的传统领域,人们推崇一种环形的时间观念。因此,中国人利用时间比较随意,比较灵活。西方人奉行的则是线形的时间观念,认为时间是一去不复返的。因此,他们的时间观念非常强烈,做任何事都有严格的日程安排,时刻保持“紧张”的时间观念。这种差异表现在国际商务礼仪中,主要导致以下两个方面的中西差别。首先,在国际商务活动中,中国人不重视预约,有时候即使预约,也不严格遵守预约时间;而西方人则注重预约,且严格按照预约时间安排活动。其次,在商务谈判中,西方人喜欢开门见山,且在谈判中不喜欢停下或者保持沉默,而是习惯于速战速决;中国人则喜好感情投资,喜欢宴请或者送礼物,在交杯换盏中达成一致,商务活动进程一般比较缓慢。

3. 饮食观差异。在中国,饮食已经上升到一种几乎超越其他一切物质形态和精神形态的举足轻重的东西,“民以食为天”是其最好的表达。中国的菜肴讲究“五味调和”和“色、香、味、形、器俱佳”,追求美味,而忽略营养均衡。西方人饮食追求搭配、营养均衡,菜肴的“色、香、味”是次等要求。他们喜欢清淡少油、原料新鲜的食物,只是将饮食当做一种摄取营养的手段,吃得比较简单,不会过分地追求口味。因此,在商务活动中,中方喜欢安排圆桌筵席,美味佳肴置于中心,与客人相互敬酒让菜、热闹非凡,在形式上形成一种团结、礼貌、共趣的气氛;西方的宴会则讲究优雅温馨,富有情趣和礼仪,通过与邻座客人之间的交谈,达到交际的目的。在宴请礼仪方面,中国从古至今大多都以“左”为尊,要将地位很尊贵的客人安排在左边的上座,然后依次安排。西方则以“右”为贵,“女士优先、尊重妇女”是人们宴会排座位的标准。宴席中,男女间隔而座,夫妇也分开而座,女宾客的席位比男宾客的席位稍高,男士要替位于自己右边的女宾客拉开椅子,以示对女士的尊重。此外,西方人用餐时要坐正,认为弯腰、低头、用嘴凑上去吃很不礼貌,但是这恰恰是中国人通常吃饭的方式。吃西餐的时候,主人不提倡大肆饮酒,而中国的餐桌上酒是必备之物,以酒助兴,有时为了表示对对方的尊重,喝酒的时候都是一杯一杯地喝。

4. 语言习惯差异。在中国,谦虚被奉为一种美德。所以,在得到别人的赞扬时,中国人常以“哪里”、“不好”、“不行”、“还不够”等来回应。这不符合西方传统,尤其是美国。西方人会对别人对自己的夸奖作出积极的回应,常说“Thank you”。另外,中国人讲究贬己尊人,称自己的家为“寒舍”,称自己的作品为“拙作”,称对方为“您”,称对方的意见为“高见”、“宝贵意见”。而英语中的敬语和谦词则非常少见,在英语环境里,不管谈话的对方年龄多大、辈分多长、地位多高, you 就是 you, I 就是 I,用不着像汉语那样用许多诸如“您”、“您老”、“鄙人”等敬谦语。所以,在国际商务活动中,中国人的谦虚与贬己常常让西方人感到不礼貌。行为语言差异也是语言习惯差异的一个重要方面,包括手势语、身势语、目光语、体距等。在国际商务活动中,举手投足之间往往都能反映出不同的文化特性。比如,商务礼仪中最常见的非语言习惯首推握手。在西方国家,两人握手后马上松开,两人的距离也随即拉开;而中国人为了表示热情和尊重对方,常常握住对方的手久久不放,还十分满足于闲谈消磨时光,有时还往往拍打对方的肩和背,对此西方国家的人会觉得窘迫不堪,他们认为体距太近会显得过于亲密。

总之,从上述几个方面的对比可以看出,中西方的文化差异导致了截然不同的商务礼仪。当今世界全球化程度日益加深,商务人士要想成功地进行国际商务交往,就必须从文化层面理解和认识国际商务礼仪,及时调整自己的礼仪行为,避免产生不必要的误会,最终促进国际商务活动的顺利开展。

五、能力实训

【实训背景】

根据工作需要,大连某公司任命职员小张为客户经理。一天在谈判结束后,小张陪同来自英国的客户 William 先生进行观光旅游,他们去大连的老虎滩公园玩了整整一天,回来后,William 先生感觉累了,于是告诉小张说他需要早点休息,小张便回到了自己的公司。第二天,小张又陪 William 先生购物,整整一天,小张带 William 先生逛了几家大商场,下午 5 点多的时候,小张带 William 先生进了一家具有大连特色的餐馆吃了大连的海鲜,William 先生非常高兴,并告诉小张他非常满意,想回去早点休息,于是小张又回到了公司。经过这两天的交往,小张觉得已经和 William 先生比较熟悉了。William 先生于次日上午打电话告诉小张,他想自己一个人出去走走,不需要小张做向导陪同了。这天结束后的第二天上午,小张来到了 William 先生下榻的地方。见到 William 先生后,他不假思索地问 William 先生前一天是怎么度过的,都去了哪些地方。此刻 William 先生非常生气,他给公司打了电话,要求公司把派来陪同他的小张带回去,并声称这笔生意不想做了。为此,小张受到了公司的严厉批评。

【实训要求】

1. 分析 William 先生在第四天对小张的热情询问为什么反而非常生气。
2. 要求通过工作环境来演示练习并分析。

【实训提示】

1. 中西方文化的差异。
2. 中西方文化差异下的礼仪原则。

【讨论问题】

1. 你认为小张作为客户服务经理,其失败的原因是什么?
2. 请分析小张被批评的原因。你会给他什么建议?
3. 你认为作为一个为外宾客户服务的经理哪些素质是最为重要的?试加以分析。

六、思考与练习

(一) 判断题

1. 礼仪和文化所表达的是同一个概念。()
2. “商务礼仪”特指社会活动中的礼仪规范和准则,是“礼”在社会活动中的运用和体现。()
3. 礼仪即礼节与仪式。礼仪的本质是治人之道,是鬼神信仰的派生物。()
4. 文化差异必然导致行为差异,不同的文化环境下也会形成不同的商务礼仪。()
5. 商务礼仪差异主要是由于中西方不同的语言习惯造成的。()

(二) 选择题

1. 关于“文化”的内涵,《汉语大词典》的解释是()。
A. 文治教化
B. 指运用文字的能力及具有的书本知识
C. 人们在社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和
D. 指社会活动中的规范和准则
2. 中国和西方国家有着不同的历史发展道路、不同的环境、不同的文化底蕴。因此,在()和风俗习惯方面有着极大的差异。
A. 思维 B. 个性 C. 价值观 D. 言谈举止
3. 礼仪是整个()全面的直接和间接的表现,几乎包括了个人行为和社会行为的所有方面;礼仪是人类社会内部交流的(),是人类与自然界交流的重要内容;礼仪规范了基本的(),是人们生活、工作和交往的基本工具和重要内容。礼仪是整个社会文明的基础,是社会文明最直接最全面的()。
A. 社会文明 B. 基本语言
C. 社会秩序和规则 D. 表现方式
4. “商务礼仪”特指商务活动中的礼仪规范和准则,是“礼”在商务活动中的运用和体现。它是经济社会商务交往中为了互相尊重而约定俗成、共同认可的行为规范、准则和程序,是()、()、()和()的总称。
A. 礼貌 B. 礼节 C. 仪表 D. 仪式
5. 诸子百家的政治主张尽管千差万别,但在言行关系上却相当一致,说明这种言行观来自一个更早的文化传统,这个传统就是()。
A. 礼乐文明 B. 河姆渡文化 C. 半坡氏族文化 D. 红河文化

(三) 简答题

1. 什么是文化?根据客观的(Objective)、综合的(Synthetic)、交叉的(Crossed)多层结构的文化科学特点,对文化的概念(Concept)应作怎样的解释?
2. 怎样理解礼仪的含义?
3. 什么是国际商务礼仪?它应该有怎样的特点?
4. 礼仪的功能是什么?
5. 怎样理解国际商务文化与礼仪之间的关系?

(四) 案例分析题

20世纪60年代,美国总统约翰逊访问泰国。在受到泰国国王接见时,约翰逊竟毫无顾忌地跷起了二郎腿,脚尖正对着国王,而这种姿势,在泰国是被视为具有侮辱性的,因此引起泰国国王的不满。更为糟糕的是,约翰逊在告别时竟然用得克萨斯州的礼节紧紧拥抱了王后。在泰国,除了泰国国王外,任何人都不得触及王后,这就使泰国举国哗然。约翰逊的举动产生了不小的遗憾,也成了涉外交往中的典型笑话。

请结合案例内容,分析约翰逊的举动成为涉外交往中典型笑话的原因。