



环球缤纷录

# 外国人的 现代生活



山东文艺出版社

K99 81

环球缤纷录

● 山东文艺出版社

# 外国人的现代生活



» 国际部

张健 赵丹鹰 选编

环球缤纷录

## 外国人的现代生活

《经济参考报》国际部编

出版者：山东文艺出版社

（济南经九路胜利大街）

发行者：山东文艺出版社发行部

电话：615710

印刷者：山东新华印刷厂临沂厂

•

787×1092毫米32开本10印张2插页212千字

1991年3月第1版 1991年3月第1次印刷

印数1—10,000

ISBN7 — 5329 — 0622 — 1

I · 551

定价4.50元

## 前 言

朋友,你想周游世界吗?本书可以使你如愿以偿,不出国门便可周游列国。这是新华社驻外记者对读者的奉献。

本书分购物、服装、待客、住房、交通五大主题,内容贴近生活,向读者展示近30个国家的不同生活画面,为读者喜闻乐见,使读者可以跟随记者“踏访”异国,领略一番他国的风土人情。每一主题都有30篇左右的报道,每一篇报道都有不同的乐趣和特色,令人读不生厌。读者通过主题可以跟随记者去“逛”世界有名的超级市场和颇具特色的街头地摊,发达国家和一般国家那形形色色的商店;“目睹”多姿多彩的服装世界,世界各国不同季节的五彩缤纷、式样繁多的服装色调和款式,不仅为服装设计者提供了丰富的养料,而且使广大读者开阔了眼界,读者还可以领略世界各国那千姿百态的楼群、别墅,了解外国人的居住环境,还可以“乘坐”不同的交通工具在异国他乡兜一兜风,体验“出门”的甘苦。

本书的内容曾在《经济参考报》的“环球一月游”专栏连载,在读者中引起了热烈的反响,本书的编者应广大读者汇编成册的要求,精心挑选整理了知识性、趣味性强,生动活泼、引人入胜的文章编辑成书。它不仅对将要出国和学习的朋友具有实用价值,而且对一般读者也具有指导工作和收藏、欣赏的价值。由于时间仓促、水平有限,书中一定有疏忽和不当之处,欢迎批评指正。

编者 1990年10月

# 目 录

## 前 言

## 购物篇

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 讨不尽的便宜吃不完的亏(加拿大).....    | 1  |
| 美国纽约购物观感.....            | 2  |
| 行商逐利亦关情(美国).....         | 4  |
| 叫我如何不买它(巴西).....         | 7  |
| 中国货不该受委屈(秘鲁).....        | 9  |
| 相依又相欺 抱怨又难离(澳大利亚) .....  | 11 |
| 投我以桃 报之以李(新西兰) .....     | 13 |
| 狮城购物多情趣(新加坡) .....       | 15 |
| 都市里赶集乐融融(巴基斯坦) .....     | 17 |
| 小店称雄大市场(印度) .....        | 19 |
| “幸”得你舒舒服服(孟加拉国) .....    | 21 |
| 科伦坡市场漫步(斯里兰卡) .....      | 23 |
| 买不用篮子卖不用秤(日本) .....      | 25 |
| 来时道声“请”走时说“拜拜”(埃及) ..... | 26 |
| 眼观六路 耳听八方(阿尔及利亚) .....   | 28 |
| 洋货应有尽有(多哥) .....         | 30 |
| 多姿多彩的阿比让市场(科特迪瓦) .....   | 32 |
| 雾都购物触情怀(英国) .....        | 34 |
| 巴黎街头话广告(法国) .....        | 35 |

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 既想花得少 又想过得好(德国) ..... | 37 |
| 瑞士商人的推销术 .....        | 40 |
| 芬兰的露天市场 .....         | 42 |
| 希腊的“巴扎利”市场 .....      | 45 |
| 葡萄牙的超级市场 .....        | 47 |
| 莫斯科市场漫步(苏联) .....     | 49 |
| 顾客真正是“皇帝”(瑞典) .....   | 51 |

## 服装篇

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 宽松飘逸的巴基斯坦服装 .....       | 54 |
| 绿色岛国话服装(斯里兰卡) .....     | 56 |
| 纱丽添风韵(印度) .....         | 58 |
| 着装难以分贫富(新加坡) .....      | 60 |
| 纱龙纱丽百姓服(孟加拉国) .....     | 62 |
| 谈谈日本人衣着的变化 .....        | 63 |
| 衣着打扮自由化(新西兰) .....      | 66 |
| 多姿多彩的美国服装 .....         | 68 |
| 衣着无主流 艳丽皆喜好(墨西哥) .....  | 70 |
| 男士衣冠楚楚 女性无拘无束(巴西) ..... | 72 |
| 花布围成的彩裙(肯尼亚) .....      | 74 |
| 科特迪瓦人喜穿“巴涅”服 .....      | 76 |
| 艳丽多彩的多哥“波波”服 .....      | 78 |
| 运动服装独风流(芬兰) .....       | 80 |
| 瑞士大学生着装见闻录 .....        | 82 |
| 不拘一格争风采(南斯拉夫) .....     | 84 |
| 老少中青各显风姿(希腊) .....      | 86 |
| 美观舒适两相宜(德国) .....       | 88 |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 严寒锁不住 春到万花开(瑞典) .....   | 90  |
| 瞬息万变求时尚(苏联) .....       | 91  |
| 着装稳重显高贵(德国) .....       | 94  |
| 服装王国苦乐谁人知(法国) .....     | 96  |
| 上松下紧时髦服(奥地利) .....      | 98  |
| 单调古朴换新颜(葡萄牙) .....      | 100 |
| 绅士装与大众服(英国) .....       | 103 |
| 智利服装领导南美潮流 .....        | 105 |
| 西服长袍各领风骚(埃及) .....      | 106 |
| 肥大宽松的“布布”服(塞内加尔) .....  | 108 |
| <b>待客篇</b>              |     |
| 共度“除夕夜”(法国) .....       | 110 |
| 烤肉款客舞助兴(巴西) .....       | 112 |
| 鞠躬频频 敬语串串(日本) .....     | 114 |
| 迎新友非洲风味奇(科特迪瓦) .....    | 116 |
| 鲜花一束表客意(新西兰) .....      | 119 |
| 远方来客受大礼(土耳其) .....      | 121 |
| 富豪宴请掷“千金”(塞浦路斯) .....   | 124 |
| 初次见面握手为礼(阿尔及利亚) .....   | 127 |
| 家宴酒丰菜简 晚会名目繁多(希腊) ..... | 128 |
| 待客以诚 主随客便(德国) .....     | 130 |
| 有朋自远方来 不亦乐乎(芬兰) .....   | 132 |
| 把最好的留给朋友(苏联) .....      | 135 |
| 不事奢华 有礼有节(德国) .....     | 137 |
| 无拘无束 友情为重(保加利亚) .....   | 139 |
| 接客上门 盛情难却(多哥) .....     | 141 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 热乎乎的“恰巴蒂”(印度).....     | 144 |
| 喜庆节日大宴宾客(巴基斯坦).....    | 145 |
| 礼仪从简 主随客便(美国).....     | 147 |
| 简简单单的家宴(孟加拉国).....     | 150 |
| 亲朋相聚重在情谊(南斯拉夫).....    | 152 |
| 礼轻情意重(瑞士).....         | 153 |
| 双手合十迎客来(泰国).....       | 156 |
| 好客尽在坦诚中(墨西哥).....      | 157 |
| 国事活动男女有别(伊朗).....      | 159 |
| 来客何需都相识(喀麦隆).....      | 161 |
| 烛光美酒待宾客(瑞典).....       | 163 |
| 待人坦荡荡 款客义浓浓(塞内加尔)..... | 165 |
| 宴席必有“乌加利”(肯尼亚).....    | 167 |
| 宴请从简 重在感情(奥地利).....    | 169 |
| 丰宴款宾客 主人一片心(葡萄牙).....  | 171 |
| 礼仪隆重国宴清淡(英国).....      | 173 |

## 住房篇

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 购房如揽胜 定夺难煞人(加拿大).....  | 176 |
| 青年得新居 全凭花力气(保加利亚)..... | 178 |
| 苦干十年盖住房(希腊).....       | 180 |
| 巴黎蜗居多(法国).....         | 183 |
| 室内陈设朴素高雅(德国).....      | 185 |
| 陈设巧安排 房小亦生辉(南斯拉夫)..... | 188 |
| 叩开英国人的“城堡”.....        | 190 |
| 建房难填“需求洞”(苏联).....     | 192 |
| 别墅千姿百态 公寓平淡无奇(瑞士)..... | 194 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 辛苦三十年全为“安乐窝”(日本).....  | 196 |
| 狮城“居者有其屋”(新加坡).....    | 198 |
| 园林住宅多(斯里兰卡).....       | 201 |
| 飞沙走石筑高楼(朝鲜).....       | 203 |
| 红瓦绿地 斗艳争奇(巴基斯坦).....   | 205 |
| 不求奢华重洁净(新西兰).....      | 207 |
| 简便公寓一常人居(瑞典).....      | 209 |
| 巴西住房的特色.....           | 211 |
| 无房盼有房 有房怕修房(美国).....   | 213 |
| 建成“安乐窝” 苦干二十年(智利)..... | 216 |
| 庭院深深 苦乐不均(墨西哥).....    | 218 |
| 贫富住宅区域分(埃及).....       | 221 |
| 省吃俭用 攒钱盖房(多哥).....     | 223 |
| 租房嫌价高 买房又犯难(肯尼亚).....  | 225 |
| 青山密林有洞天(阿尔及利亚).....    | 226 |
| 几家欢乐几家愁(印度).....       | 229 |
| 房中有房 别有洞天(芬兰).....     | 231 |
| 土耳其的“一夜屋”.....         | 234 |
| 住房千篇一律 陈设各有千秋(德国)..... | 236 |
| <b>交通篇</b>             |     |
| 行车未必总有路(法国).....       | 239 |
| 舒适经济 方便快捷(瑞士).....     | 242 |
| 行车难 停车也不易(希腊).....     | 245 |
| 车多人少旅行乐(德国).....       | 247 |
| 四通八达的地下交通(英国).....     | 249 |
| 驾车人不迷路 残疾人犯愁(芬兰).....  | 252 |

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 车难开 证难拿(南斯拉夫).....    | 254 |
| 开罗出门不犯难(埃及).....      | 256 |
| 行车在外怕怕怕(肯尼亚).....     | 259 |
| 车多、路窄难前行(塞内加尔) .....  | 261 |
| 金沙萨行车历险记(扎伊尔).....    | 264 |
| 车多为患处处堵(伊朗).....      | 266 |
| 牛车拉火箭大象当道行(印度).....   | 268 |
| 三轮车大行其道(孟加拉国).....    | 270 |
| 新加坡治理交通的三件宝.....      | 272 |
| “汽车社会”对快的追求(日本).....  | 274 |
| 有糟心的也有称心的(泰国).....    | 276 |
| 岛国出门多烦恼(斯里兰卡).....    | 279 |
| 千里行程一日还(阿根廷).....     | 282 |
| “巴士”设备尽善尽美(加拿大).....  | 285 |
| 火车方便出门人(葡萄牙).....     | 287 |
| 出租汽车挑大梁(多哥).....      | 290 |
| 智利的交通命脉.....          | 292 |
| 车藏家中为哪般(巴西).....      | 294 |
| 人不叫车车唤人(科特迪瓦).....    | 297 |
| 音乐城的“交通乐章”(奥地利).....  | 299 |
| 令人叫绝的一流服务(塞浦路斯).....  | 302 |
| 乘客礼让 情感交融(阿尔及利亚)..... | 304 |
| 天涯海角无穷途(美国).....      | 305 |
| 立体交通 优质服务(德国).....    | 308 |
| 票价便宜真便宜(苏联).....      | 311 |

# 购物篇

## 讨不尽的便宜吃不完的亏(加拿大)

驻渥太华记者 袁荣生

为分社买车,我已事先作了些调查,跑了两家车行,这次来到渥太华最大的一家车行。年轻的推销员马上笑脸相迎,递名片,问要求,送上咖啡,接着带我们去车场选购,然后让我坐进看中的那辆车,开出车场上了公路,跑了一阵后又让我试开。不满意,再换一辆。这既是让顾客实际体验一下车的性能,也是引“鱼”上钩。

我是要在这家买新车,同时把分社那辆破旧不堪的旧车卖给它。这叫“旧车换新车”,好处是可以省掉自己卖旧车时的许多麻烦。新车明码标价,各车行大同小异,就看谁给你的折扣高。旧车价由双方商定。

出面谈判价格的,是位中年经理,不仅同样热情,还一脸的诚恳。但开出的新车折扣和旧车价格,却低得使我吃惊。可我心中有数,现在是汽车销售最不景气的时候,离谱太远我就走人。对方也最怕你走,几次三番地留,反反复复地请示上司,一点一点地让。最后,负责新车销售的总经理亲自出马,“忍

痛”要做成这笔买卖，终于拍板成交。新车折扣由 6% 提到 10%，这是当时渥太华的最高限度。旧车由 800 加元增到 1800 加元，若自卖，先得花这么多钱修理，然后售价也不会超出这个数。这次总算没有花钱买亏吃。

在加拿大购物，真是讨不尽的便宜吃不完的亏。有时以为很合算，后来一了解，大叫上当。这不是人家坑你，而是你不了解行情。所以无论是花公款购公物，还是自己掏腰包买私人物品，要避免吃亏，不花冤枉钱，首要的一条是要了解行情。

了解行情并不难。首先要多注意广告信息，这些广告到处都有。其次买东西时，尤其是买较贵重的物品，要货比三家。再有某些大件物品虽是明码标价，但是可以要折扣讨价还价。

加拿大市场完全是买方市场，货物充盈，品种齐全，只是价格比美国要贵一些。这里有各种档次的商店，迎合各种收入层次顾客的需要。同样的商品，在不同档次的商店出售，价格有时相差很大。因此绝大多数人都愿到中等偏下的商店购物，在那里花钱实惠些。

## 美国纽约购物观感

驻联合国记者 薛力敏

在纽约市曼哈顿区一家食品商场的收款处，一位上了年岁的妇女买了一推车食品、饮料和日用品，收款员把每件商品的价格一项一项地用条码扫描机输入电脑。最后一件物品是

一桶玉米油，条码扫描机上显示出的价格比老妇人预料的高出四角钱。老妇人往扫描机的荧光屏上看了一眼说：“原来这种玉米油没有减价，我还以为减价了呢。那么，我不要了。”收款员没有说什么，把油桶放到了一边。

荧光屏上显示出的货款总数是 54.36 美元。老妇人掏出钱包，从钱包里翻出厚厚的一叠减价优待券，找出其中有效的一部分交给收款员。扣除优待券的面值，老妇人最后交了 46.5 美元。

这家食品商场出售的商品，一般比其他店便宜，老妇人买的东西当中，有些已经减过价了。象老妇人这样买东西仔细计算的人，在纽约这个大都市里绝非少数。

纽约是富人比较集中的地方，也是穷人聚居之地，更有成千上万的中产阶级住在城里或附近的地区。由于贫富悬殊，各种商品的价格差异也大得惊人。

高档商店里的东西贵得出奇。在菲律宾前总统马科斯的夫人以前喜欢光顾的布卢明代尔商场，一件普通女衬衣售价达 100 美元以上，有的甚至卖到数百美元乃至上千美元。在派克大道上的沃尔道夫旅馆，一套针织套裙售价 1460 美元，男子用的一条皮带标价 280 美元，一个钱包也要近 300 美元。高级商店里的商品有的是商标上标着商店名字的独家货，有的则是其他商店也卖的商品。同样的商品到了中级商店就便宜多了，有些东西的价格比高级店里低一半还不止。

另外，纽约还有许多低档商店，这大概是穷人集中的原因吧。沃尔沃斯等销售网在市里有多处商店，这里卖的东西对美国人来说很便宜，许多日用品的价格只相当于中档店的 1/3。亚历山大连锁店在纽约有好几家分店，它们出售的衣服等各

种东西价格很低，许多衬衣和裤子只卖十多美元一件。当然，这些东西的质量比起高级店里的商品要差一些，有的要差得多。

美国人不太注意攒钱，但多数人也并不铺张，他们买东西时根据自己的收入量力而行。比较富裕的人自然是到高级商店去购物，至于特别阔气的人，就更讲究了。两个店里卖同样的衣服，他们非要多花一倍以上的钱，到高级商店去买，要的就是衣领里面的那块牌子，要的就是与其身份相称的标志。

属于中产阶级的人，一般到中上等商店去买东西。他们一般不买特别奢华的东西，但也不买低档货。简单说起来，就是既讲究而又不浪费。

花钱最讲实惠的，要算是穷人了。他们的工资一般比较低，在这个阶层当中，黑人、拉美人和华人居多。他们喜欢买便宜货，经常光顾十四街、唐人街和其他地方的便宜商店。一有大减价的消息，他们便蜂拥而至。

## 行商逐利亦关情(美国)

驻华盛顿记者 魏国强

美国的商店与中国商店不同，它们往往都集中在城市的某一地段，或城郊的某一地区。人们把这些地方称为“购物中心”。这些中心占地面积有数十亩，甚至数百亩，三面为商店，一面临公路，中间为停车场。在这些中心里，往往都有几家大

型副食商店、百货店和杂品店，也就是人们常说的超级市场。由于这些大大小小的市场里商品十分齐全，因此当你驾车来到这里购物时，几乎可以在这里买到任何生活用品。

值得一提的是，美国的超级市场几乎都是连锁商店。以美国最大的以经营服装、鞋帽和床上用品为主的西尔斯商店为例，它在全国有 500 多家分店。连锁店的一个显著特征是，外表、店内货架布局和经营的商品全都一模一样，甚至连价格也相差不大。这样做对习惯购买某一连锁店商品的消费者来说，确实提供了极大的方便，因为他无论走到哪里，很快就可找到这家商店，并可以用几乎同样的价格买到所需的商品。

此外，这些连锁店还为消费者提供预订或保留某种商品的服务。记得前不久，笔者帮助一位友人去买照相机，来到一家叫梅西的大商场，服务员告诉我们，现在商店里没有这种照相机，不过他可以从“兄弟店”调一台来。于是我们按照他的指导填写了一张订单，留下了电话和地址。几小时以后，这位服务员就打电话告诉我们可以去付款提货了。

美国的商店无论大小，在售货方式上一般分为两大类型：开架自选型和营业员服务型。购买贵重物品一般属后一类型，顾客进店后，营业人员会主动上前招呼，热情地询问你需要买什么，然后把你引导到某个柜台前。柜台后的营业员拿出商品供你挑选，同时还向你介绍这些商品的性能和特点，其热情、耐心的程度，往往使你难于启口说“我不想买”。当然，有些商品未必都能引起顾客的购买欲，即使如此，在你表示不想买的意思以后，营业员也会满面笑容地说一句“没关系”。笔者曾有过多次这样的经历，但从未见到过一位营业员面露愠色。

在美国，消费者除了直接到商店选购物品外，还可以用邮

购和电话订货的方式采购物品。许多商店和公司为了扩大销售,除了在广播、电视、报刊杂志乃至街头做广告外,还千方百计地收集居民住址的电话,把广告直接寄给消费者,有的还把订单和回信用的信封一并寄给收信人。这样,收信人只要把订单填好寄回,就可以收到所购的物品。

电话采购就是消费者给供货单位打电话,说明所需物品的型号并告之地址、电话和收件人姓名即可。前不久,记者为单位的电传机购买一台转换器,供货单位在远离华盛顿 400 多公里的匹兹堡,如果开车去,来回需一天时间。于是,笔者根据广告上提供的电话号码打了个电话,第二天上午转换器就由快运公司送到了笔者手中,其效率之高,令人叹服。

在美国,消费者买东西最感满意的大概就是可以退货或换货了。一般说来,收录机、电视机、录相机等电器产品以及照相机可以在出售后一周至一个月内退换。服装、鞋等日用品的退换似乎没有期限,消费者只要持有购物单据,随时都可以到商店退换,而且无须说明理由。许多商店在接受退换时甚至都不检查被退的物品,对顾客表现了充分的信任。至于因退换产品而在顾客和营业员之间引起口角的事,似乎从来不曾发生过。笔者对此不解,曾向一位美国朋友请教。这位朋友说:“商店店员没理由不给你退换,因为他们认为,你在对他们的服务感到满意以后,就会再次到他们那里花钱。”

## 叫我如何不买它(巴西)

驻里约热内卢记者 耿秋战

我这个喜欢“爬格子”的人,对逛商店并无多大兴趣。来到巴西后,无奈妻子不懂当地语言,有时她上街采购,我只得陪同前往。在众多的商店中,我对巴西皮鞋店的印象颇深。

巴西的皮鞋店,除了门口橱窗内陈列的皮鞋顾客不能触摸外,店里的皮鞋一律开架出售。每一种样式的鞋都有若干个号码和不同的颜色,其样品都整齐地摆放在货架上,明码标价,供顾客挑选试穿。几乎每家鞋店都备有椅子和落地衣镜,为试鞋提供方便。

当顾客一走进店门,售货员便满面笑容地迎上来。他们热情地向顾客介绍店里的商品,并耐心地陪着顾客挑选。一旦顾客看中某双鞋,准备试穿时,售货员便又伴随着来到椅子旁,站在一边随时听候吩咐,有时甚至还蹲下身来帮助顾客试穿。如果不合适,售货员便会不厌其烦地替顾客调换,直到顾客满意地买下,道声“谢谢”后离店为止。

一次,当我们在一家鞋店买鞋时,一位步履蹒跚的老太太走进鞋店。售货员立即迎上前去,将她搀扶到椅子上,随后便和蔼地询问她要买的式样、颜色和号码。老太太面带难色地说:“天气太热,我想买双皮凉鞋。可是,你看我这双脚,一只大,一只小。这只大的有病,已肿成这种样子。我这双脚啊,不