

ZEN YANG TONG
WAI GUO REN
TAN SHENG YI

介 和编

怎样同外国人

谈生意



中国商业出版社

怎样同外国人谈生意

介 和 编

2011/2/25



中国商业出版社

怎样同外国人谈生意
介 和 编

中国商业出版社出版

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售
北京顺义县印刷厂印刷

787×1092毫米 32开 7.125印张 160千字

1988年7月第1版 1988年7月北京第1次印刷

印数1—15,000册 定价：1.60元

ISBN 7-5044-0106-8/F·61

编者的话

随着我国社会经济的飞跃发展，国际商业活动也迅速增多，怎样同外国人洽谈生意，什么是成功的洽谈策略与技巧，如何培养优秀的国际行销人才，适应各种社交场面需要注意什么问题，企业家之间人际关系如何妥善处理等，已成为每一个富有远见的企业家、经营者关注的问题。这本主要以日本工业新闻編集局的材料，结合其它有关材料编写的书，以大量真实的在各国从事商业活动中的事例和宝贵资料，生动地回答了这些问题。这是一本比较全面的国际贸易活动小百科，是一本有趣的世界知识手册，是当代企业家和经营者应备的案头读本。

本书通过多种实例指出：仅精于外国语言和贸易实务，加上聪明和干劲，也不足以确保洽谈的成功。更重要的是对当地国民和文化的了解，并能与当地打成一片。本书将告诉你，世界各主要贸易国家及地区的一些基本知识，如国情、民情、风俗习惯、洽谈技巧、企业社会形态、商业惯例、企业家性格、私下应酬等。这是日本工商界向国际市场进军的成功秘诀。

他山之石，可以攻玉。本着去粗取精，去伪存真的要求所编辑的这本书，不仅可以作为从事或将要从事国际贸易的厂商培训人才、拓展行销业务之用，而且对于从事国内贸易的厂商也有裨益。同时，本书还可作为想了解世界各国风土人情、社会状况、学习国际社交礼仪和谈判技巧的各界读者的知识性读物。

向世界进军，在国际贸易活动中取得成功，愿本书做你的得力助手。

编者

目 录

编者的话

如何招待外国来客..... (1)

1. 迎接..... (1)

2. 参观工厂..... (2)

3. 洽谈时的谈吐..... (5)

4. 招待..... (10)

5. 礼物..... (14)

出国洽谈生意时..... (18)

1. 服装..... (18)

2. 名片..... (20)

3. 旅社..... (23)

4. 餐桌规矩..... (26)

5. 约会、电话、介绍..... (30)

6. 在外国参观工厂..... (33)

7. 酒会、庆典..... (35)

8. 礼貌..... (36)

世界各主要贸易国家及地区情况..... (38)

1. 美国及诸商圈..... (38)

2. 加拿大及诸商圈..... (58)

3. 中南美诸国..... (62)

4. 大洋洲诸国..... (72)

5. 东南亚诸国..... (75)

6. 中近东诸国..... (90)

7. 非洲诸国	(100)
8. 西欧诸国	(106)
9. 北欧诸国	(153)
10. 东欧诸国	(159)
11. 香港	(171)
工商谈判策略与技巧荟萃	(181)
1. 从容不迫	(181)
2. 理想的让步模式	(182)
3. 打铁趁热	(183)
4. 苛求的功效	(184)
5. 面子的补救	(186)
6. 切忌预付款项	(188)
7. 场外交易	(188)
8. 无声的谈判	(189)
9. 利用僵局, 反客为主	(190)
10. 知己知彼	(191)
11. 谈判的原则	(192)
12. 如何推销自己的观点	(193)
13. 妥协的范围	(194)
14. 说服的技巧	(195)
15. 电话洽谈的原则	(196)
16. 适当的让步	(197)
17. 财务策略	(198)
18. 买主的基本谈判资本	(199)
19. 卖主的基本谈判资本	(201)
20. 不可理喻的要求	(202)
21. 了解对方真正的权威	(203)

22. 备忘录.....	(204)
附录：日本六家卓有成效的大公司国际营销人才培 养法.....	(207)
1. 东芝电气公司.....	(207)
2. 日立制作所.....	(208)
3. 松下电器产业.....	(210)
4. 富士全禄.....	(211)
5. 理光.....	(213)
6. 三井物产.....	(214)

如何招待外国来客

1. 迎接

首先，是安排好住宿。最好在对方尚未来华以前先问清楚。假如是受托安排住宿，即代为预订旅社房间。如果对方是初次来华，或者不常来华而对中国的情形较为生疏，最好是代为预订闻名国外的旅社；如果弄不清哪些旅社闻名国外，既省事又安全的办法，就是预订一流的旅社，这保证不会错。

其次，是否需要到机场或火车站迎接的问题。假如对方是重要的客商，又是初次来华，而且事先曾经要求我方前往迎接，那么当然是要前往迎接的。除此而外，就不必前往迎接了，这是不会失礼的。这是因为欧美的商人大都习惯旅行，是会自行叫出租车直奔旅社的。

提起迎接外国客商，就会联想起在国际机场常常会看到的情景：公司总经理带领着一大群随员，在出口处举行盛大的欢迎仪式，而那位外国人则好不自在地站着，勉强应付这意外的场面。其实，与其如此，倒不如派出和对方身份相称的人，带领少数几个适当的人员前往迎接，使来访者自然轻松地走出机场，这是顺呼情理的。

在外国客商尚未到达旅社以前，预先将花篮送到旅社的房间，给他们一个意外的惊喜，倒是很得体的做法。但是请注意，送花篮只能限于夫妇同来，或者是只有女性的场合。假如对方是男性，那么送花篮反而是失礼的。若对方是夫妇同

来，那么送花篮的人也要夫妇联名；若对方只有女性，送花篮的人就只能用太太的名字了。这些细微之处，稍有疏忽，就会弄巧成拙的。

至于应该送那一种花，也是颇有讲究的。可以翻阅有关的书籍，或是向别人请教。

接到来华的外国客商之后，头一件必须马上办的事是，安排在华的日程。这时，应体谅对方旅途之劳累，尽快让对方休息。所以，来华的当天，最好只谈翌日的计划，翌日再详细商量其余的日程。

2. 参观工厂

外国客商参观工厂的目的是想了解工厂的生产经营情况。所以，只要在预定的时间内，能够有秩序地、全部仔细地参观完毕，对方就会心满意足了。但是事实上，参观的行程往往总是难以顺利进行，甚至使对方坐立不安的例子也很多。

分析产生这种现象的原因，一般是把“参观”与“招待”混在一起了。在“招待”上浪费了太多的时间，没有足够的时间参观工厂的全部情形。必须了解的是，外国客商参观工厂，只是想亲眼观察工厂的全部生产情形，而根本未期待在工厂接受不合时宜的招待，更不希望这种招待占去太多的时间。因此，对于参观的客商只考虑“安排有效的参观”就可以了。

在未接到外国客商以前，必须备妥英文的“公司简介”。专做出口生意的公司，应把英文手册当做不可缺少的生意工具，而且务必避免短缺。有些公司，可能根本就没有准备印制英文说明书的打算，而在外国客商来到工厂参观时，就拿着中文的说明书，向他们解释说：“很抱歉，英文

说明书正在赶印中。所以，请先看这个吧。”这是完全没有意思的。必须记住，不管这种中文说明书色彩印得多么好看，人家看不懂，终究会被抛弃在旅社的字纸篓内。

此外，更应注意说明书的内容，必须具备外国客商所急切知道的参考资料，否则还是不能避免被丢进字纸篓的厄运。那么，应该具备些什么资料呢？最重要的，不要忘了列出“关于员工的项目”（人数、男女比例、平均年龄、服务年限、平均工资等）。外国客商是急需了解这些数据的。相反，对公司的沿革或者现状的冗长说明是不感兴趣的。所以，这些事项的说明，就得尽量简明扼要，并巧妙地作出结论。然后，加强有关产品方面的说明。这样，才算得上是一本“好的说明书”。

为了表示欢迎，应该在工厂的适当地方，竖起参观客人国籍的国旗和我国国旗。旗子的正确竖法是，从外面向内看时，外国国旗在左边，我国国旗在右边。

在外国客商尚未到达以前，工厂内的布置和准备应着重实际而避免夸张。比如，在会客室时，不要为了招待茶点、致欢迎词和聊天而花费太多的时间，而应使外国客商有充分的时间参观工厂。总之，简朴而温暖的欢迎，比过分豪华的装饰更可给参观者以深刻的印象。

当然，在接待与引导参观客商的人员中，应该加入能够回答技术问题的人员。这时，如技术主任或总工程师能够出席，是最好不过了。

此外，担任引导参观的人，应注意以下的细节：

由于参观者对工厂内的情形生疏，所以引导的人，必须走在参观者的左前方。为了表示敬意让参观客商走在前面，反而会使他们觉得不知如何走才好。上下楼梯时，引导的人应

该靠扶手走，而让参观客靠墙壁走。这里有一点必须提醒的就是谈话时的态度，我们和友人交谈时，自然而然地会注视对方的眼睛，通过翻译人员和客商交谈时，礼貌上也应该注视对方的眼睛。

但是，很少和外国人接触的人，由于不习惯，总会只顾面向翻译人员讲，而不看外国客商——真正的交谈对象的脸。这种无意间对客商的忽视，也是很礼貌的。

担任引导的公司经理或干部，可以从正面看着外国客商的眼睛，大大方方地用中国话说明，而让跟在旁边的翻译人员，随后紧接着翻译。

翻译人员的选任也很重要。偶尔会看到多嘴的翻译人员唱“独脚戏”，自己讲个不停。这是很不应该的。这是因为，他们虽然会讲外国话，但不见得就精通外国的情况，言多必失，也不合时宜。因此，事先取得默契，妥为约束翻译人员，尽量少讲无关紧要的事也是重要的礼貌之一。

在工厂区转了一圈之后，参观客商是会感到疲劳的。所以，趁此机会稍作休息，一边端出饮料，一边问“有何疑问？”，可说是很巧妙的安排。当然，这时应有能够回答问题的人在场。不要等到被问到了问题，才说：“叫某科的谁来”，更不要让负责人抱着卷宗在外面走来走去。必要的资料，应该和前面所提到的“公司简介”一样，预为备妥。

在参观途中，如果碰巧到了午餐时间，不必特意从外面叫好菜来，也不必到工厂外面的高级餐厅去招待。在工厂内的餐厅聚餐就很好了。招待过于豪华，只会使对浪费经费很敏感的外国客商产生这样的感觉：“可能就是因为招待这么阔绰，才会使价格变得偏高。”所以说，过分的热情反而招致了不妙的印象与相反的效果。

要紧的是，事先要充分了解外国参观客商来访的目的。

最后，也是最容易疏忽的，就是参观完毕我们容易只注意参观客商到达的时间，以及事前的准备和有关在本厂的参观事宜。至于在参观完毕之后，应该在何时接送参观客商到何地，常常被疏忽。我们应该为参观客商着想，考虑他们的日程和交通情况，照应他们能在参观之后，尽快地往下一个目的地去。不要把他们视同禁脔，故意拖延时间，减少他们与别的厂家接触的机会，这样反而会使客商反感。

曾经有一个日本的访问团，到美国某工厂访问时，因受到了极为妥贴的招待而觉得很愉快。简单地说，其过程是这样的：

工厂的技术主管人员出来迎接到达工厂的访问团一行，随即引导访问团巡视了工厂一周，然后，在工厂内的来宾俱乐部，一边进餐，一边作质疑问答。最后，厂方给访问团一行各分发了工厂简介一份（而非礼品），结束了参观活动，欢送了访问团。

这种简朴而有条理的款待法，是很值得模仿的。

3. 洽谈时的谈吐

洽谈时，最重要的一件事是，“可”与“否”都要明白地表示出来。无论是买或卖的任何情况下，都要坚持这个原则。

我们不能因为“不便刺伤对方的感情”而含糊其词。尤其是在应该说“否”时，言词暧昧，使对方误认为是“可”，结果，事后还得忙于解释。

因此，不能接受时，就应该明白地说“否”。

有过这样的例子：

在纽约设有办事处的日本某公司，在和美国客商磋商付款办法时，就对方所提议的付款日期，未明白地表示“否”。结果，到了付款日期，筹不出货款而不知所措，闹得很尴尬。

这就充分说明了，“暧昧”的言词不能用在和外国人谈生意的场合。

我们来华外国客商谈生意时，如对方说：“这个产品不坏，不过，这个地方能不能再加工一下，这样会增加商品价值……”而你如果一直是，“是，是”，或者“是这样的”，唯唯诺诺，未表示反对的意见，那么，对方就会认为是“可”了。往往就是因为给了对方这样的错误印象，以为你能够照他的意见加以修饰，结果因产品与约定不符，出现拒收或索赔等一系列麻烦。

在这类洽谈中，切不可碍于情面。不便当面反对而唯唯诺诺。相反，明白地告诉对方，不能照他的意思做，才是善待了对方，也才不会有日后的纠纷。

必须记住，唯唯诺诺地说：“是”、“对”、“不错”等语，常会被误认为“可”；而“大概可以吧”之类的顺从之词，也容易被曲解。若是想顺从对方的期望，顶多可以说：“你的意思我了解了，我会记住你的话。”这样，日后要采取措施时，就容易多了。

另外，和来华的外国客商谈生意时，还必须注意如下事项：

首先，在进入洽谈之前，必须调查清楚来访者的身份和权限，据以决定洽谈时能达到的目的，否则，可能会导致意想不到的失败。

其次，在洽谈时，绝对不可以自惭不会外国话以致为对方所乘，否则，洽谈起来就不利了。

外国客商之中，有的会伪装阔绰吓唬人，有的则会不停地盘诘，使你疲于应答。

在洽谈中，必须尽量多留些回旋余地，以示弹性，否则，恐怕会越谈越僵，终致无法继续谈下去。

老练的商人是会造成有利于自己的情况的。所以，在自惭外国话说不流利，或者不惯于和外国商人交往时，吞吞吐吐，则往往会在不知不觉之中上了对方的当，而盲目认为对方真的是重要的客商。

例如，你可能觉得，万一应付不妥当，便会失去机会。因而坐立不安，以致明知不利而接受，草草结束洽谈，事后后悔莫及。

不过，洽谈的技巧千变万化。有预留回旋的余地以便继续交涉者，也有一开始就步步为营进行洽谈的。

外国公司中，半官半民的公司的谈判方法，常常是直截了当。所以，和这种公司谈生意时，就老老实实、开门见山地明谈较好。当然，采取先谈到某一程度，而于日后的洽谈中再作折中的手法，这类成功例子也不鲜见。

因此，如前所述，调查来华洽谈的人员的性格与权限，更要彻底地调查洽谈对象之公司的背景，此外，在心理上要有随机应变的准备，才能在商务谈判中不致于轻易地为对方所乘。

和某些发展中国家交易时，尤需小心。事先必须研究一下对方国家的政治情况，否则，难免到了实际成交阶段时，才悔之晚矣。

曾经有过这样的例子。在洽谈中，对方政权权柄易主，

因而，我方虽然和外商谈得很顺利，终于泡汤了。

当然，调查对方国家的政情，并不容易。不过，还是有一个原则可资遵循。那就是对一些发展中国家总统选举前后的一段时间，应特别注意。因为，这些国家的政治组织不稳固，政府的官员会随着总统的更迭而全部变动，而变动前所作的洽谈也就无效了。

在政权变动之前，常会有大宗的洽谈找上门来。其中，就有骗取货物式的洽谈。因此，在这段期间的洽谈，必须把握其背景的可靠性，否则会蒙受损失。

洽谈时，不管你的外语能力多强，还是通过翻译人员进行较好。

下面所介绍的插话，可以说明其中的理由。

有一个日本大公司的美国分公司，经理是美国出生的日侨，讲一口流利的英语，但是在洽谈时，却从来不讲英语，而完全用日本话，通过同席的翻译人员交谈。相反，在洽谈后的宴席上，却用英语和对方谈笑风生。分公司的职员觉得奇怪，便问：

“为什么刚才洽谈时，不用英语直接和他们交谈呢？”

分公司的经理这样答道：

“在一宗买卖洽谈中，包藏着许多微妙的问题。往往事后才发觉讲错了话，然而，已无法挽回了。若通过翻译人员进行商谈，就可以减少这种失误，万一受到对方的攻击也容易避开。比如，对方觉得奇怪而责问：

‘这不是矛盾了吗？’

这时，你便可以装糊涂而反问：

‘翻译人员是这么讲的嘛！’

就这样，简单的一句话就可以解围。因此，遇到重要的

洽谈时，一定要使用翻译人员。

此外，翻译人员在给对方解释的时候，有思考的时间，也可以观察对方的反应。这是有种种优点的……

照这位分公司经理的讲法，通过翻译人员进行洽谈，也可算是一种洽谈的技巧了。

关于翻译人员的选任，看似简单，实则不然。这是因为有的翻译不能完全准确地表达谈判者的意思。有时候看起来翻译得很起劲，但仔细一听，只翻译了1/3，而且漏掉的又偏偏是重要的部分。这样就会为日后的纠纷埋下伏笔。

那么，选任翻译人员时，应该注意些什么呢？最重要的，还是要看翻译人员有没有这种能力。

从公司内部选任翻译人员时，不要以为这个职员在大学时对外国语言下过很大的功夫，也留学过外国，就仅以学习经历为中心作为取舍的依据，是不妥的。

事实上，最适当的人选，是那种在洽谈中不可缺少的“数字的观念”强的人。如果公司内无此人才，就只好委托翻译服务社代劳。但是，为适应国际化的需要，应以对语言有兴趣的职员为对象，给予培养翻译技巧与加强数字观念锻炼的机会。

最后，也是很重要的一件事是，就是在洽谈中，对于同意的事项，最好不用客气，而应该明白无误地请客商签字。

问题在于，我们都觉得这样对待外国客商是不礼貌的。结果，这种想法反而害了自己，事后双方去争论“讲过”或“没有讲”，就会演变成讲不清的纠纷，损伤彼此的感情，可能洽谈也因此破裂而前功尽弃。所以，对于双方确认的事情，还是要有经过双方签字的契约为好。要紧的是，这个契

约双方必须过目。这是因为，弄得不好有被愚弄的可能。我们往往都是疏于防范、懒得认真过目，等到发现被作了手脚时才提出异议，结果已为时太晚了。

4. 招待

提起招待，我们总想端出满桌的山珍海味，觉得这样才够意思。其实，这种想法是错误的。不管你花多少钱，办得多热闹，如果不能使客人高兴，那也是毫无用处。所以，在迎接一个与我国风俗习惯、风土人情都不同的外国客商时，切忌如此的招待。

事实上，我们常常统称的外国人，随着国家的不同，其语言及生活习惯也有很大差异。因此，首先必须熟悉客商的国情。比如水果，在日本，美龙瓜是很贵的，但是对南美的人来讲，美龙瓜就不过是一种很“便宜的水果”，了解这种知识对于招待很有用处。其次必须弄清楚客商是初次来华，还是已经来过好多次了。如果对方已经走过中国的标准观光路线，而再度招待他们去游览同样的名胜古迹，那就是笨拙的了。当然，如果对方对某地有特别的喜好要求旧地重游，那就另当别论了。

此外，最好能够预先问清楚，客商留华期间的日程以及其团体行动之外的自由活动时间，以便作出妥贴的安排。

总之，必须以对方的方便为优先，绝对不可以强行加上我方所拟定的日程。

在同一个客商由好几个公司分别招待的情形下，各个公司若各行其是，就有可能使客商对重复或类似的招待感到索然无味。这时，可以事先问清楚，客商将接受那几家公司的招待，然后，由各公司负责招待的人互相联络，编出富于变幻的日程和形式。