

高职高专商务英语系列教材

总主编 曾用强 袁 洪

The cover features a vibrant, abstract design with large, colorful shapes representing faces in various colors (green, orange, blue, purple, yellow). In the center, there is a silhouette of a caravan with two camels and a person riding one, set against a yellow background. The title is prominently displayed in white and yellow text on a red background.

跨文化商务英语交际 第2版

INTERCULTURAL  
COMMUNICATION  
IN BUSINESS CONTEXT

主 编 詹作琼 王济华



重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

跨文化商务英语交际 / 詹作琼, 王济华主编. --2 版. --重  
庆: 重庆大学出版社, 2021.11  
高职高专商务英语系列教材  
ISBN 978-7-5689-2889-2

I. ①跨… II. ①詹… ②王… III. ①商务—英语—高等职业  
教育—教材 IV. ①F7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 141689 号

高职高专商务英语系列教材

跨文化商务英语交际

(第 2 版)

主 编 詹作琼 王济华

责任编辑:陈 亮 牟 妮 版式设计:牟 妮

责任校对:邹 忌 责任印制:赵 晟

\*

重庆大学出版社出版发行

出版人:饶帮华

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023) 88617190 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

重庆市正前方彩色印刷有限公司印刷

\*

开本:889mm×1194mm 1/16 印张:10.5 字数:394千

2016 年 3 月第 1 版 2021 年 11 月第 2 版 2021 年 11 月第 7 次印刷

ISBN 978-7-5689-2889-2 定价:59.00 元

---

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书  
制作各类出版物及配套用书,违者必究

# 再版前言

近年来,各高职高专院校相继开设了跨文化交际的相关课程,该课程具有很强的实用性,对于提高学生在涉外交际中的跨文化意识和跨文化交际能力具有重要作用。本书编写紧贴高职高专院校的教学实际,以建构主义、任务教学法和案例教学法为编写依据,探索适合高职高专学生的跨文化交际教材。

本教材通过对具有代表性意义的国家文化进行描述、阐述和讨论,培养学生主动分析、批判地理解文化差异的能力,使得学生能够客观地认识不同国家之间的文化差异,提高跨文化敏感度,得体合理地解决跨文化冲突。本书具有以下优点:

(1)结构清晰,设计合理。教材设计了学习目标、引文、章节导读、案例,还配备了丰富的练习、影片赏析、主题国家介绍、思维训练、小组活动、学习效果检测等环节。

(2)编写内容上采用模块的形式,每章节以国家文化为主线,将交际理论与文化结合,显示文化的差异性,尤其侧重介绍“一带一路”沿线国家文化内容。

(3)模块练习形式多样,包括案例分析、问卷调查、文化访谈、资料搜索等,旨在培养高职高专学生的沟通能力、信息处理能力和批判思维能力,有利于提高学生的综合素质。

(4)针对零零后学生的学习特点,设计影片欣赏环节,突显学习内容的立体性和趣味性。影片内容重点关注体现国家文化,通过对电影的批判赏析增强学生对跨文化冲突的分析和处理能力,进而提高学生的文化理解能力和文化感知力。

(5)教材配套课件、动画微课、课堂测试等拓展资源丰富,方便教师备课和学生自主学习,能够很好地支持并助力使用线上线下混合式教学。

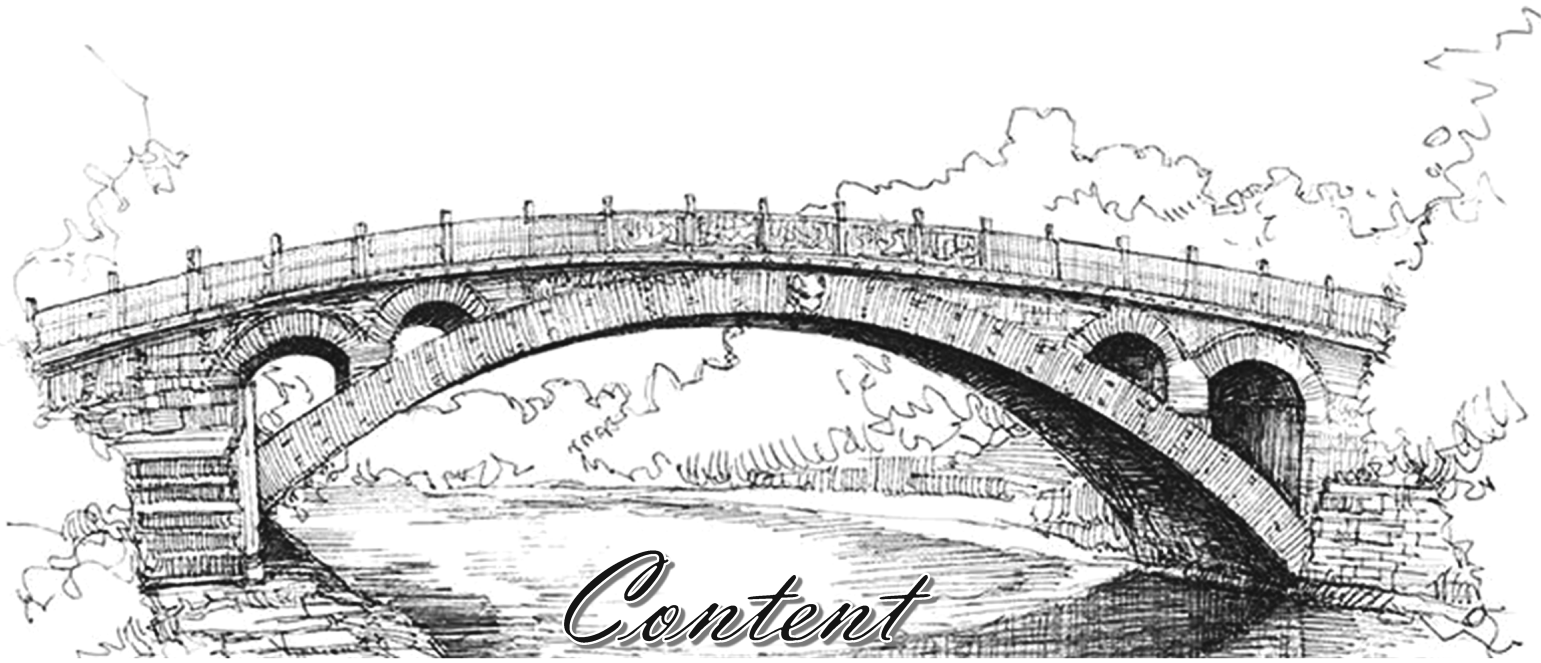
本次再版修订对原来的章节进行了调整,将全书内容分成国家文化和跨文化交际理论两个模块,其中国家文化模块中增加了“一带一路”沿线国家文化内容,凸显“一带一路”沿线国家文化特色。新增模块总共10章,涵盖了跨文化交际各方面的主要内容,包含了10个主要国家和周边区域国家的文化介绍,而且侧重选择中国企业在该国的管理和业务拓展方面的跨文化商务交际案例。与第一版相比,第二版内容商务特点更为突出,通过丰富的商务案例,让学生直观地了解掌握跨文化交际理论。

《跨文化商务英语交际(第2版)》一书编写团队如下:广东外语艺术职业学院詹作琼、王济华、陈秋红、梁熳、陈懿、伍发泉和苏旋,广东开放大学(广东理工职业学院)赵翠芳,广东工贸职业技术学院辛燕清,广州新华学院赖宁艺。

本书编写力求适合高职高专教学实际需求,鉴于编者经验有限,编写过程中的不当及疏漏之处,恳请专家、师生和其他读者批评指正,以便我们不断修订完善。

编者

2021年7月



Chapter 1	Mexican Culture .....	1
Chapter 2	Brazilian Culture .....	9
Chapter 3	French Culture .....	16
Chapter 4	Spanish Culture .....	25
Chapter 5	Russian Culture .....	31
Chapter 6	Polish Culture .....	39
Chapter 7	Iranian Culture .....	46
Chapter 8	Indian Culture .....	53
Chapter 9	Thai Culture .....	60
Chapter 10	Nigerian Culture .....	68
Chapter 11	An Introduction to Intercultural Communication .....	76
Chapter 12	Metaphors of Intercultural Communication .....	83
Chapter 13	Verbal Communication .....	90
Chapter 14	Nonverbal Communication .....	99

Chapter 15	High Context and Low Context .....	109
Chapter 16	Hofstede's Cultural Values .....	116
Chapter 17	Culture Shock .....	125
Chapter 18	Business Etiquette and Social Customs .....	133
Chapter 19	Intercultural Business Negotiation .....	144
Chapter 20	Intercultural Marketing .....	153

# CHAPTER 1

## MEXICAN CULTURE

### Learning Objectives

Upon completion of this chapter, you will be able to:

- Understand Mexican culture.
- Know how to deal with intercultural conflicts in Mexico.
- Understand the culture of Latin America.

*In Mexico you have death very close. That's true for all human beings because it's a part of life, but in Mexico, death can be found in many things.*

—Gael Garcia Bernal

### 本章导读

墨西哥是人口最多的西班牙语国家,也是拉丁美洲人口第二大国,仅次于巴西。它是多个美洲文明的发源地,孕育了玛雅文化、托尔特克和阿兹特克等文明。由于拥有劳动力成本低廉、北美自由贸易协定以及与美国相邻等优势,许多国际汽车大厂如福特、大众、尼桑和丰田等皆在墨西哥设立工厂,使得墨西哥成为全球第七大汽车生产国与第四大出口国。本章介绍了尼桑(Nissan)公司在墨西哥的成功案例以及在墨西哥出差工作、学习生活或旅游等人员的见闻。本章有助于学习者了解墨西哥文化以及拉丁美洲其他国家的文化特点。

### Warm-up

1. What does Mexico remind you of?
2. Can you name some cultural symbols of Mexico?

### Case Study

#### Case 1

##### Cheapness Is the Real Key to Win in Mexico

If you've ever been to Mexico, you'll know that Nissan Tsuru is everywhere. In fact, until 2011, the Tsuru was Mexico's best-selling car. The Mexicans use the Tsuru as a police car, taxi cab and a reliable family car. It represents Mexican culture better than Taco Bell.

With so many famous car manufacturers such as Ford, Volkswagen and Toyota entering the Mexican market, how did Nissan Tsuru stand out and become so important?

Continued

The company investigated the locals' consuming abilities and made their car producing strategies. Money is a little tighter in Mexico than most developed nations, so a cheap, tough, and simple to fix car—Tsuru came into existence. The people there are willing to accept bare-bones packaging just so that they can afford to get on the road. It became ubiquitous in Mexico. Tsuru became a part of daily life in the nation since it was produced. Indeed, Tsuru itself was in constant production from 1992 until 2016, receiving very few changes along the way. This allowed it to be ridiculously cheap—the brand-new final edition sold for less than £ 7,000 in 2017.

Of course, for that price, you shouldn't expect a lot in the way of standard features. Remote keyless entry, for instance, would be considered high luxury on a Tsuru. We take things like air bags, ABS and traction control for granted on modern cars, yet they aren't available on the Tsuru. Your best safety feature on the Tsuru, in reality, is not crashing. But that's just fine in Mexico, where no-frills motoring is extremely popular.

Unfortunately, there are some pretty big drawbacks to driving a 25-year-old economy car. Without the air bags, it causes a big problem of safety. And this is exactly the reason why Nissan decided to discontinue the Tsuru in 2017. In terms of safety, it's just not acceptable anymore.

Though Tsuru stopped being produced now, it is no doubt the best-selling car of Nissan in Mexico, defeating Ford and Volkswagen.

### Discussion

1. How do you understand "Cheapness is the real key to win in Mexico"?
2. Why could Nissan produce such a best-selling car in an overseas market?

## Case 2

### Why Bottled-water Is So Popular in Mexico?

David went to Mexico City for business last year. His business partner picked him up in the airport and sent him to the hotel. Before his Mexican partner left, he told David to shut his mouth tightly when taking a bath and never drank the tap water. David felt confused but followed the advice. He found the hotel offered two bottles of water for free.

The next evening, he bought a dinner for his partner and the wife. The wife told David local people talked of tap water constantly—how it smells, what color it is, or whether it carries sand, mud or unspecified insect life. David realized that Mexico is the world's largest per capita consumer of bottled-water.

### Discussion

1. Why did David's business partner tell him to shut his mouth tightly when taking a bath?
2. What can you learn from this case about the tap water in Mexico and will that be helpful and why or why not?

## Case 3

## Mercado Experience

Meg went to the Mexico City for a trip with her friends. They felt very excited. Before they left, they surfed the Internet and learnt that things were cheap in Mexico.

At their free time, they visited some supermarkets and shopping malls for souvenirs. Things have fixed prices there which surprised them a lot. In fact, things are rather expensive. They felt confused. They talked to a local who was very friendly. He advised them to visit the local smaller mercados. They found that locals sell traditional food and souvenirs at a much lower price in the local market. Plus, bargaining is an acceptable part of the shopping process.

They found it was a really fun experience.

Discussion

1. *Seeing is believing. What can you learn from this case?*
2. *Have you experienced a bargaining before? Is it fun? Why or why not?*

## Case 4

## Street Dogs

“Look! I come back with a dog,” Michelle joked to her partners as they packed their things for one month on Mexico’s Pacific coast.

When you think of Mexico, dogs probably aren’t the first thing that comes to mind. But outside of the resorts and villas that most tourists associate with Mexico, things are different. You’ll meet wild dogs in a restaurant, at the beach, in the sea, in the park, etc.

But it is normal to Mexicans. The locals get used to the street dogs. The country has the largest number of street dogs in Latin America. The National Institute of Statistics and Geography estimates that about 70 percent of the 18 million dogs in Mexico live on the street, born as strays or simply abandoned.

Discussion

1. *Why do Mexicans allow the dogs roam about on the street?*
2. *What can a traveler help the street dogs?*

## Case 5

## Mexicans Love Death?

Mr. Zhong is an overseas student studying Spanish in Mexico. Once, he had a chance to his local classmate’s grandma’s funeral.

The view toward death is not as solemn as his country. In the funeral, a vigil was held with family and friends for 24 hours without rest. The relatives and friends ate and drank together, sharing food along with laughter and memories of the deceased.

Mr. Zhong was surprised to see laughter in a funeral.

In Mexico, death is not feared as much but rather just part of life and the art and culture reflect a fascination with it.

## Discussion

1. Do you think death is fascinating?
2. What kind of gift will you bring to a funeral in Mexico?

## Movie Maniac

### Movie Review

*Coco* is a 2017 American computer-animated fantasy film produced by Pixar Animation Studios and released by Walt Disney Pictures. The concept for *Coco* is inspired by the Mexican holiday Day of the Dead.

*Coco* is the sprightly story of a young boy who wants to be a musician and somehow finds himself communing with talking skeletons in the land of the dead. Directed by Lee Unkrich and veteran Pixar animator Adrian Molina, and drawing heavily on Mexican folklore and traditional designs, it has catchy music, a complex but comprehensible plot, and bits of domestic comedy and media satire.

## Discussion

1. What have you observed about Mexican's traditional holiday Day of the Dead?
2. What are the differences of funeral or death between Mexico and China?
3. Do you agree with the line "The real death is that no one in the world remembers you" in the movie *Coco*?

## National Culture

### 墨西哥文化

#### 一、墨西哥简介

墨西哥合众国简称“墨西哥”，位于北美洲，是南美、北美两洲陆路交通的必经之地。它的北部与美国接壤、南与伯利兹、危地马拉接壤，国土面积 196.44 平方千米，人口 1.28 亿（2020 年），是美洲面积第五、世界面积第十四的国家，也是世界第十一人口大国，拉丁美洲第二人口大国。墨西哥为联邦国家，包括 32 个州，其首都和最大城市墨西哥城亦为一州。墨西哥的官方语言为西班牙语。墨西哥是一个自由市场经济体，经济实力排名美洲第四，世界第十三，是拉美经济大国和世界重要的矿业大国，而且银储量世界第一。同时，墨西哥是美洲历史和自然景观最丰富的国家，这里孕育了玛雅和阿兹特克文明。墨西哥南部尤卡坦半岛的奇琴伊察玛雅金字塔被誉为世界七大奇迹之一，周边的图卢姆、梅里达、帕伦克等地也有宏伟的玛雅遗迹。

#### 二、墨西哥的宗教信仰

墨西哥是世界第二大天主教国家，罗马天主教为其主要宗教，约有 1.1 亿天主教徒，占总人口的 88%，仅次于巴西。每年 12 月 12 日，瓜达卢佩圣母节是该国最重要的宗教节日。

墨西哥人从小的生活和教堂紧密相关，他们每天要去教堂做弥撒，而且社区很多的聚会活动也都在教堂，从出生后的受洗，到成年礼、结婚等。

#### 三、墨西哥人的基本礼仪和性格特点

墨西哥是美洲的文明古国之一，交际应酬、待人接物比较有讲究。在人际交往之中，墨西哥人总是表现得既热情活泼，又不失文雅礼貌。不管与什么样的人打交道，墨西哥人总能笑脸相迎，并且总是表现得积极主动而友好。因此，有人曾经评论说：“墨西哥人是最容易与之相处的，而且也是最容易与之交上朋友的。”

墨西哥熟人见面时一般采用的礼节是亲吻礼和拥抱礼。不过，跟陌生人初次相见时，墨西哥人绝对不会这么做。在一般情况下，尤其是与不熟悉的人打交道时，墨西哥人采用的见面礼节是或与对方握手，或报

之以微笑。

热情好客的墨西哥人,一般都很喜欢邀请亲朋好友们上门做客。不过,要是打算前去拜访墨西哥人的话,最好要事先预约,否则是不会受到对方欢迎的。赴约时,墨西哥人一般都不习惯准时到达约会的地点,这点要有耐心。通常,他们的露面总要比双方约定的时间要晚上 15~30 分钟,这在墨西哥人看来是一种待人的礼貌。

墨西哥人忌讳用中国人惯用的手势来比画小孩的身高。因为对他们来说,用手心朝下、与地面平行的动作进行比画,只可用来表示动物的高度。如果用这一手势在小孩头部的位置进行比画,他们会认为这是在侮辱人。

#### 四、与墨西哥商人交往应注意的忌讳

##### 1. 饮食习俗与禁忌

墨西哥的传统食物是玉米、菜豆和辣椒,被称为墨西哥人餐桌上必备的“三大件”。

墨西哥乃是玉米之乡。墨西哥人不仅爱吃玉米,而且还可以用它制作各式各样的风味食品。其中最有趣的是玉米面饼、玉米面糊、玉米饺子、玉米粽子等,所以有人将玉米称作“墨西哥人的面包”。

墨西哥菜以辣为主,有人甚至在吃水果时,也非要加入一些辣椒粉不可。内地居民常以龟、蛇、斑鸠、松鼠、石鸡入菜,家常蔬菜要数炒仙人掌、仙人掌球最富特色,因为墨西哥有仙人掌之国的美称。当地人喜食仙人掌,并把它与菠萝、西瓜并列,当作一种水果食用,还用它配制成各种家常菜肴。

在墨西哥,许多人都有以昆虫做菜的爱好。蚂蚱、蚂蚁、蟋蟀等都可以成为墨西哥人享用的美味佳肴。

他们在饮食上不喜欢油腻的菜品和用牛油烹调的菜肴,也不愿意吃用鸡油做的点心。

墨西哥人还以嗜酒闻名于世。在墨西哥,人们最看重的酒是一种用龙舌兰酿成的名为“台基拉”的酒,有人甚至将其称为墨西哥的国酒。宾客上门,习惯先以酒招待。在墨西哥人所举行的迎宾宴会上,主人通常会首先向来宾敬酒,并且大都会主动提议宾主采用手臂交叉的“伊达尔戈”方式饮酒。在一般情况下,墨西哥人是不劝酒的。但是墨西哥的阿兹特克人却把酒视为邪恶的源泉。他们认为只有老人才能开怀畅饮。这大概是因为他们的年岁较大,经验丰富,有同邪恶斗争并战胜它的能力。如果青年人喝酒,定会被看成是大不道的行为,必然会受到严厉的惩处。

##### 2. 服饰的习俗与禁忌

墨西哥的现代服装是印第安式样与西班牙式样混合的结果,既有强烈的现代气息,又具有浓厚的民族特色。

大城市居民的服饰已基本欧化,各种款式都有,但仍可看到传统文化的印记。在墨西哥人的传统服装中,名气最大的是“恰鲁”和“支那波婆兰那”。居民们偏好色彩鲜艳的衣着,据说这和当年玛雅人的习俗是一致的,他们认为色彩对比强烈的衣服能吓退妖魔,保佑众生平安。墨西哥妇女的头发喜欢梳得很高,常常插上花朵装饰,有的还用五颜六色的羊毛线编头发。

墨西哥人非常讲究在公共场合着装的严谨与庄重。他们认为在公共场所男子穿短裙、女子穿长裤有失体面。他们认为男子穿西服,女子穿长裙才合情理。如果穿紫色系的衣服出席商务活动或招摇过市,一样也不受欢迎。

##### 3. 语言行为与禁忌

在对人的称呼上,墨西哥人比较保守。在正式场合,他们从不主张直接称呼交往对象的名字。只有彼此之间十分熟悉的人,才会有例外。通常在墨西哥上流社会的交际中,男士们往往还会温文尔雅地向女士们行吻手礼。通常墨西哥人最惯用的称呼就是在对方姓氏前加上先生、夫人或小姐之类的尊称。对可以体现出交往对象社会地位的头衔,诸如博士、教授、医生、法官、律师、议员、工程师之类,墨西哥人是极爱使用的。许多墨西哥人会说英语,但他们却更希望你能说西班牙语。他们忌讳“13”“星期五”等字眼,觉得这些

都是不吉利的或可怕的数字和日期。他们不愿意在谈话中提到相关的内容。对谈论政治、历史方面的问题,墨西哥人一般都兴趣不大。

### 五、商务活动应注意的事项

在政治上和经济上,墨西哥算是一个非常稳定的拉丁美洲国家。世界上各国商人都和他们做生意。与墨西哥人进行商务活动,要注意哪些商务礼仪及禁忌呢?大家一起来看看吧。

#### 1. 语言的准备

西班牙语是商务活动中建议使用的语言。虽然许多墨西哥人会说英语,但他们却希望你能说西班牙语。如果你接到对方用西班牙文写来的信,而你用其他文字回信,这在墨西哥会被视为失礼。

#### 2. 礼品的准备

墨西哥人的友好、宽厚以及随和使商业气氛和谐融洽,外国人接到邀请去做客时,带上一束花、一瓶酒就可以了,如果带上一件有本国特色的工艺品,主人往往会高兴不已。送花要记住,黄花暗示死亡,红花表示诅咒,白花则可驱邪。谨记给墨西哥商人送礼不能送紫色类的物品或以紫色包装的礼品,因为紫色是不吉利的棺材色。

#### 3. 找到关系

在墨西哥是否有本地关系这一点很重要。在贸易开始前,避免以直接的方式来联系潜在的商业伙伴,应该通过参加贸易展览会或加入贸易代表团来接触感兴趣的贸易方。或者通过商会、贸易协会、政府机构或银行的引荐来接触墨西哥相关的公司。墨西哥人很看重密切而持久的关系。想要生意成功,私人接触和相互之间的关系起主要作用。你需要通过相关的人帮忙才能使事情快速完成。

#### 4. 耐心

与墨西哥人打交道,你不能急,得有耐心。墨西哥人谈生意的习惯就是不慌不忙,所以和其打交道,你得做好打持久战的准备。只要赢得了他们的信任,那就是长久的合作伙伴了。

#### 5. 不要太准时

“时间就是金钱”,把时间看作是一种不应被浪费的有限的宝贵资源的观念,在墨西哥不太行得通。墨西哥人迟到,但他们却将这种行为视作礼貌和尊重。墨西哥联邦政府在过去五年间,每年花费数十亿比索奖励政府公务员,仅仅是因为他们准时上班。可见,守时概念对于墨西哥人来说是不好控制的。最好比约定时间推迟 15~30 分钟,这样不会给对方带来太大的压力。

## Major Countries along the Belt and Road

### 哥伦比亚

【国名】 哥伦比亚共和国(The Republic of Colombia)。

【面积】 1 141 748 平方千米。

【首都】 波哥大(Bogota)。

【人口】 5 034 万人(2019 年)。其中印欧混血种人占 60%,白人占 20%,黑白混血种人占 18%,其余为印第安人和黑人。官方语言为西班牙语,多数居民信奉天主教。

【主要节日】 独立日:7 月 20 日。

【体育】 滑轮、自行车、跆拳道等。

【经济】 哥伦比亚共和国在拉丁美洲属中等发展水平,近 10 余年经济保持连年增长。2019 年哥伦比亚国内生产总值 3 366 亿美元,人均国内生产总值 6 975 美元,经济增速 3.3%,通货膨胀率 3.8%,失业

率 10.5%。

【资源】 哥伦比亚自然资源丰富,煤炭、石油、绿宝石为主要矿藏。储备有:天然气 4 920 亿立方米、石油 1.84 亿桶、煤 1 850 亿吨、铁 4.3 亿吨、铝土 7 400 万吨,还有大量的铬矿、大理石和宝石。森林覆盖率 4.8%。

【工业】 哥伦比亚共和国工业以制造业为主,矿业是哥伦比亚支柱产业之一,以开采石油和煤为主。制造业有水泥、造纸、制碱、钢铁、纺织等门类。2019 年,石油和天然气日均产量分别为 88.58 万桶和 3 024.23 万立方米。

【农业】 农业是哥伦比亚共和国支柱产业之一,主要农产品是咖啡、香蕉、鲜花,其中咖啡和香蕉出口量居世界第三位,鲜花出口量居世界第二位。2019 年,咖啡生产量和出口量分别为 1 475 万袋、1 370 万袋(每袋 60 公斤),牛肉出口量 1.98 万吨。

【对外贸易】 哥伦比亚共和国主要出口产品有石油和石油产品、化工产品、煤炭、咖啡、农副产品和纺织品等,主要进口机械设备、化工产品、农副产品、纺织品和金属材料等。主要贸易对象为美国、中国、墨西哥和日本等。2019 年,哥伦比亚外贸总额为 922.05 亿美元,其中进口 527.03 亿美元,逆差 132.01 亿美元;外国直接投资为 103.66 亿美元,外汇储备为 531.67 亿美元。

【文化禁忌】 哥伦比亚共和国保留有大量西班牙的习俗,表现为穿着正统,男人在公共场合穿上衣,打领带;妇女外出不穿短裤,甚至不穿便裤。天气炎热时,主人会请客人脱去上衣;但旅客决不能在参加商务会议或社交活动时不穿上衣。晚间赴宴,宜穿白色衬衫和一套深色的衣服。

在哥伦比亚参与各种场合的商务活动,须穿着保守式样的西装。但在小城市只需穿衬衫、长裤,打领带即可。日常生活中的主要问候方式是握手、拥抱和亲吻脸颊等。喜欢他人称呼自己的学位(博士、硕士)或职衔。社交场合穿西服套装或白色民族服装——瓜亚佩拉。哥伦比亚人喜欢数字“7”,忌讳“13”。哥伦比亚人绝大多数信奉天主教,少数人信奉基督教。

## 阿根廷

【国名】 阿根廷共和国(The Republic of Argentina)。

【面积】 278.04 万平方千米。

【首都】 布宜诺斯艾利斯(Buenos Aires)。

【人口】 约为 4 537.7 万(2020 年)。白人占 95%,多属意大利和西班牙后裔。印第安人口 60.03 万,其中人口最多的少数民族为马普切人(Mapuche)。官方语言为西班牙语。76.5% 的居民信奉天主教,9% 的居民信奉新教。

【饮食】 阿根廷是一个移民国家,其饮食文化也掺杂了欧陆西餐的成分,肉食方面主要以牛、鸡、驴为主,甚少吃猪肉,而炭烤肉是当地的特色。马黛茶也是阿根廷的特色,据说这种茶被阿根廷誉为“国宝”“国茶”,在当地语言中“马黛茶”代表着“仙草”“天赐神茶”。

【重要节日】 国庆节:5 月 25 日;独立日:7 月 9 日。

【体育】 足球、篮球、马球并称为“阿根廷三大运动”。

【经济】 阿根廷是拉美第三大经济体,具有规模相当大的国内市场和增长中的高科技产业份额。2019 年国内生产总值约 4 487.83 亿美元。

【资源】 矿产资源丰富,是拉美主要矿业国之一。主要矿产资源有石油、天然气、铜、金、铀、铅、锌、硼酸盐、黏土等,大部分位于与智利、玻利维亚交界的安第斯山脉附近。但矿产开发水平较低,预计约有 75%

的资源尚未得到勘探开发。现已探明蕴藏量:石油 3.94 亿立方米,天然气 3 325.11 亿立方米,可开采页岩气 22.71 万亿立方米,可开采页岩油 270 亿桶,煤炭 8.25 亿吨,铁 3 亿吨,铀 7 080 吨。水力、渔业资源丰富。森林面积 125.3 万平方千米,森林覆盖率 45.06%。

【工业】 阿根廷工业较发达,主要有钢铁、汽车、石油、化工、纺织、机械、食品加工等,门类齐全。核工业发展水平居拉美前列,现拥有三座运行中的核电站,正在筹建第四座核电站。食品加工业较先进,主要有肉类加工、乳制品、粮食加工、水果加工、酿酒等行业。

【农牧业】 阿根廷农牧业发达,是世界粮食和肉类重要生产和出口国,素有“世界粮仓和肉库”之称。全国大部分地区土壤肥沃,气候温和,适于农牧业发展。东部和中部的潘帕斯草原是著名的农牧业区。

【对外贸易】 阿根廷对外贸易在国民经济中占有重要地位,主要出口产品为油料作物、石油、天然气、汽车、谷物、牛肉、皮革、奶制品、钢铁、渔产品和林产品等;进口核反应堆及机械设备、汽车、电子产品、燃料、有机化学品、塑料及其制成品、钢铁、医药产品等。主要贸易伙伴为欧盟、巴西、中国、美国、智利、墨西哥、日本等。2019 年,阿对外贸易总额约为 1 182.11 亿美元。

【文化禁忌】 由于阿根廷人多为西班牙和意大利人的后裔,在一定程度上受欧洲文化影响。政界和工商界人士普遍衣饰讲究,言行举止规矩大方。服装是他们据以进行人物评价的基础。因此到公司或机关访问,或到客商家做客,你都需要西装革履。西装的颜色也要注意,一般说来,穿灰色的颜色最不受欢迎。在社交场合,当地男士之间要一一握手,而与女士见面则施贴面礼。阿根廷人见面的称谓与问候较讲究,通常需在姓氏前冠以先生、小姐、夫人或头衔等尊称,而在亲密的朋友之间则用名字或昵称。阿根廷人守时观念不强,如果你的商业伙伴迟到不必惊讶。阿根廷人饮食习惯以西餐为主,以吃牛肉、羊肉和猪肉为主,尤其喜欢各式各样的烤肉,也喜欢吃中餐(不喜欢吃辣)。拜访阿根廷人时,可赠送一些小礼品,如鲜花、糖果或威士忌等。但是送菊花、手帕、领带、衬衫等是不适当的。在阿根廷,人们交谈忌讳打探个人收入、年龄、宗教信仰、情感等隐私。适于谈论的话题有足球及其他体育项目、烹饪技巧、家庭陈设等。

## Self-assessment

1. What are the major features of Mexican culture?
2. What are the major differences between Chinese and Mexican cultures?

# CHAPTER 2

## BRAZILIAN CULTURE

### Learning Objectives

Upon completion of this chapter, you will be able to:

- Understand Brazilian culture.
- Know how to deal with intercultural conflicts in Brazil.
- Understand the culture of South America.

*Enthusiasm is everything. It must be taut and vibrating like a guitar string.*

—Edson Arantes do Nascimento

### 本章导读

巴西文化具有多重民族的特性,巴西是一个民族大熔炉,有来自欧洲、非洲、亚洲等地区的移民,这使得巴西的人文艺术文化具有鲜明的特点。同时,举国上下对足球的喜爱及其男女国家队在世界大赛中取得的成绩,使巴西有“足球王国”之美誉。本章介绍了华为技术有限公司在巴西发生的文化冲突案例以及巴西出差工作人员和留学生的见闻。本章有助于学习者了解巴西文化,掌握在巴西工作或旅行过程中该如何处理跨文化冲突,并知道南美其他国家的文化特点。

### Warm-up

1. What does Brazil remind you of?
2. Can you name some cultural symbols of Brazil?

### Case Study

#### Case 1

##### Overtime and Mattress

Huawei Technologies Co., Ltd. was founded in 1987. Huawei has been operating in Brazil for more than twenty years. The company has a factory in Sao Paulo that produces telecom infrastructure equipment with about 2,000 employees.

Huawei Brazil's employee conflicts are particularly prominent, especially the overtime problem. Chinese employees like to put mattresses in the office to rest and work overtime all night, which is not conducive to keeping the office clean and tidy, but also makes Brazilian employees think that Chinese employees are rude and lack of public morality, and can't distinguish work from life.

Besides, for Brazilian employees, moderate overtime is acceptable, but long-term overtime will affect family harmony and physical and mental health.

### Discussion

1. *Why can't Brazilian employees accept Chinese employees to put mattresses in their offices?*
2. *How should managers solve this cultural conflict?*
3. *Do you accept work overtime? Why or why not?*

### Case 2

#### Brazilian Time

Antonio and Miguel, two international students from Brazil, prepared their Chinese speech contest. Chen was invited to comment on them in the classroom at 8:30 a.m. on Saturday. Chen arrived there at 8:30 a.m., but much surprised to note that there was no one in the classroom. She waited for them for an hour and lost her patience. At about 9:30 a.m., Antonio and Miguel arrived and at a leisurely pace, entered the classroom. Having seen Chen waiting in the classroom, they just waved to her as a greeting without apologizing for the delay or showing any sense of remorse for arriving one hour after the appointed time.

### Discussion

1. *Why did Chen lose her patience?*
2. *Do you agree that there is always an appropriate time for a certain thing? (For instance, going out on a date, making a phone call, etc.) Why or why not?*
3. *How do you personally view and handle time?*

### Case 3

#### Why Are They So Lazy?

Mr. Zhang, who runs a foreign trade company in Rio de Janeiro, often complains that Brazilian employees are too difficult to manage and lack professionalism. Mr. Zhang's foreign trade company has a high intensity of work, but the Brazilian employees have a loose attitude towards work. Mr. Zhang once said to Brazilian employees, "With such a good salary and money for overtime, why are you still reluctant to work?" The employee said, "You don't understand that for Brazilians, many things are more important than money."

### Discussion

1. *Why are the Brazilian employees so lazy?*
2. *Do you agree that many things are more important than money? Why or why not?*

### Case 4

#### Interruption

Mr. Wang is the leader of a medical device company. He and his team met with customers in Brazil to discuss business cooperation. During the negotiation, Brazilian customers always poured him coffee, and they often interrupted them, which made him feel very embarrassed.

He discovered that Brazilians are normally more tolerant on interrupting someone who is speaking. People, rather than companies, are who Brazilians negotiate with. Therefore, it is not advisable to change the negotiating team. This would mean starting from zero. It is important to highlight that normally the people you negotiate with do not have decision-making authority.

**Discussion**

1. *Why did the Brazilian customers always pour coffee during the negotiation?*
2. *What shall we pay attention to when we negotiate with Brazilian customers?*

**Case 5****Birthday Cake**

In Brazil, Li Ming was invited to attend Miguel's birthday party. When all the toasts were finished, the candles were blown out, and the celebration was coming to an end, Li Ming immediately ate a piece of birthday cake, which made Miguel a little embarrassed.

There is such a tradition in Brazil: the first cake is considered the most noble, to be given to the person closest to the birthday party. Therefore, if you are not the closest person to the birthday party, you should wait for your turn.

**Discussion**

1. *Why was Miguel embarrassed?*
2. *What shall we pay attention to when we attend Brazilian's birthday party?*

**Movie Maniac****Movie Review**

*Central Station* (Portuguese: *Central do Brasil*) is a 1998 Brazilian-French drama film set in Brazil. It tells the story of a young boy's friendship with a jaded middle-aged woman. The film was adapted by João Emanuel Carneiro and Marcos Bernstein from a story by Walter Salles, who directed it. It features Fernanda Montenegro and Vinícius de Oliveira in the major roles. The film's title in Portuguese is the name of Rio de Janeiro's main railway station. Montenegro's performance earned her critical acclaim and an Academy Award for Best Actress nomination. The film itself was nominated for the Academy Award for Best Foreign Language Film.

**Discussion**

1. *What have you observed about Brazilian's food, language, living habits, religion and marriage customs from the movie *Central Station*?*
2. *In the movie *Central Station*, what is the relationship between Josué and Dora?*
3. *What cultural issue does the movie tell us?*

## National Culture

### 巴西文化

#### 一、巴西简介

巴西联邦共和国(简称“巴西”)是南美洲最大的国家。国土总面积 851.49 万平方千米,居世界第五,总人口 2.1 亿(2020 年)。巴西位于南美洲东部,地跨西经 35 度到西经 74 度,北纬 5 度到南纬 35 度。东临南大西洋,北面、西面和南面均与南美洲任意一个国家接壤(智利、厄瓜多尔除外)。北邻法属圭亚那、苏里南、圭亚那、委内瑞拉和哥伦比亚,西界秘鲁、玻利维亚,南接巴拉圭、阿根廷和乌拉圭。海岸线长约 7 400 千米。领海宽度为 12 海里,领海外专属经济区 188 海里。巴西共分为 26 个州和 1 个联邦区,州下设市。

巴西拥有丰富的自然资源和完整的工业基础,国内生产总值位居南美洲第一,为世界第七大经济体,金砖国家之一,是南美洲国家联盟成员,也是里约集团创始国之一,南方共同市场、二十国集团成员国,不结盟运动观察员,是重要的发展中国家,航空制造业强国。铌、锰、钛、铝矾土、铅、锡、铁、铀等 29 种矿物储量位居世界前列。铌矿储量已探明 520 万吨,产量占世界总产量的 90% 以上。已经探明铁矿储量 333 亿吨,占世界 9.8%,居世界第五位,产量居世界第二位。石油探明储量 153 亿桶,居世界第 15 位,南美地区第二位(仅次于委内瑞拉)。2007 年底以来,在沿海陆续发现多个特大盐下油气田,预期储量 500 亿至 1 500 亿桶,有望进入世界十大储油国之列。森林覆盖率达 62%,木材储量 658 亿立方米,占世界 1/5。水力资源丰富,拥有世界 18% 的淡水,人均淡水拥有量 2.9 万立方米,水力蕴藏量达 1.43 亿千瓦/年。

此外,由于举国上下对足球的喜爱及其男女国家队在世界大赛中取得的成绩,巴西有“足球王国”之美誉,足球是巴西人文化生活的主流运动。

#### 二、巴西宗教信仰

巴西种族和文化差异显著。南部居民多有欧洲血统,可溯源到 19 世纪初来自意大利、德国、波兰、西班牙、乌克兰和葡萄牙等国的移民。而北部和东北部的居民部分是土著,部分具有欧洲或非洲血统。东南地区是巴西民族分布最广泛的地区,该地区主要有白人(主要是葡萄牙后裔和意大利后裔)混血人、非洲巴西混血以及亚洲和印第安人后代。

巴西总人口 2.1 亿,白种人占 53.74%,黑白混血种人占 38.45%,黑种人占 6.21%,黄种人和印第安人等占 1.6%。64.6% 的居民信奉天主教,22.2% 的居民信奉基督教福音教派。

#### 三、巴西人的基本礼仪

巴西人在待人接物上主要体现出两方面的特点:一方面,巴西人喜欢直来直去,有什么就说什么;另一方面,巴西人在人际交往中大都活泼好动,幽默风趣,爱开玩笑。巴西人在社交场合通常都以拥抱或者亲吻作为见面礼节。只有十分正式的活动,他们才相互握手为礼。除此之外,巴西人还有一些独特的见面礼。其一,握拳礼;其二,贴面礼;其三,沐浴礼。

#### 四、与巴西商人交往应注意的忌讳

##### 1. 饮食习俗与忌讳

巴西饮食文化以麻辣出名。大多数巴西人都爱吃红辣椒,常吃欧式西餐。因为畜牧业发达,巴西人所吃食物之中肉类所占比重较大。

巴西是欧、亚、非移民荟萃之地,饮食习惯深受到葡萄牙、非洲、意大利、日本和土著巴西人的共同影响,所以各地习惯不一,极具地方特色。巴西南部土地肥沃,牧场很多,烤肉就成为当地最常用的主菜;东北地区人们主食是木薯粉和黑豆;其他地区的主食是面、大米和豆类等。

巴西人喜欢喝咖啡、红茶和葡萄酒。饮食上习惯以吃欧式西餐为主,但有的人也喜欢吃中国菜。过去,