



Western Business Culture Guide 法鼎国际有限公司 西方商业文化指导

与法鼎一起共同研究“一带一路”的商业环境和社会标准

在未来十年之内，将有超过 15,000 个中国企业成为真正的跨国公司。然而，要想成功，这些企业将需要跳出习惯了的中国国内市场文化，并适应不同的外国文化。

在西方国家（美国，欧洲，澳大利亚和新西兰）做生意和在中国做生意模式不全相同。因此，把你所熟悉的中国特色搬到这些国家，是非常不科学的。

一般的差异

是否真的有“西方文化”？虽然在这篇文章里，我们会提到西方文化，但是，其实并没有统一的西方文化这回事儿。美国和欧洲之间存在巨大的文化差异，例如，美国和欧洲，最明显的差异可以说就是一个国家的幽默感。如果我们比较一下英国与美国（两个不同的“英文语系”国家），幽默感差异非常明显：美式幽默比英国更为明显，而且更多“打闹”感。整体而言，美国人不喜欢讽刺性的幽默。

信任：在业务关系的初期阶段，西方商务人士倾向于发展并保持较高水平的信任度。银行系统和工业革命早早地来到了西方国家，许多早期的企业家都是笃信宗教的人，践行着强大的道德准则。这使得人与人之间的信任快速发展，比起相互怀疑，始于相互信任的商业交易进行得更迅速。大多数情况下，公司高管在同意与你会面之前，大多已经研究过你的公司。除非他们有相当程度的信心可以与你合作，不然不会轻易同意与你会面。



中国跨国公司的企业高管也在逐渐走出舒适区。与过去取得信任的方式不同，跨国公司开始以各种各样更快速的方式得到信任。他们的许多主要客户可能几个星期前还是陌生人，这其中很多联系人是由“陌生电访”所得来的，而不是通过现有联系人所介绍的。

对外国人的态度：一般来说，中国企业在西方做生意，相对于当地的企业，并没有很大的不利。但是可能会考虑到一些物流和进口成本亦或是知识产权和企业机密的事宜。西方有一个对中国企业非常不合理的普遍说法，也就是中国企业在商业机密以及竞业禁止协议上不值得信赖。不得不说，这种情况是由于在 60、70 年代的时候，很多西方技术被日本企业抄袭后，再返销回西方国家。

中国企业人员对外企高管和其他企业人员的态度也许有一定的偏见，尤其是较年长的人，在他们成长的背景中，外国人是被视为国家的敌人。然而，许多老一辈的人现在已经退休。中国的年青一代知道，要与任何一个国家的人相处，必须先从对方的优点入手。

资历：在西方国家，老一辈的商务人士并没有拥有特殊的地位，资历完全取决于个人的职位的高低。这可能意味着，一个 35 岁的商务人士也许比 50 多岁的商务人士更有资历。而且，商务会议是不分等级的，人人平等。人们普遍地还是与他们的上级畅所欲言，太多的尊重反而令人不悦。

个人主义：西方商业人士一般都非常个性化，他们可能是很好的“团队成员”，但在公司外，很少会以两个人以上的团队行动。与之相反，中国企业高管倾向于形成以高层人士（一般是年长者）为首的代表团进行集体行动。集体行动增加了做生意的成本，但它确实为制定有关未来前景的判断提供更好的基础和现场支持，这也给未来的客户或供应商显示了很严肃认真的意图。

代表团：一般西方国家的高管都很乐意下放决策给基层员工。更多的决策权会加快商业进程，提升个人发展空间。这也使得高管决定着更多的基层员工的竞争力，对于那些可以被高管信任的，或者行动果断的人，高层给他们增加决策力水平的信心。年轻的工作人员可以通过这样的方式迅速成长，并给公司带来更大的活力和新的想法。

通信方法：在西方国家，用电话或电子邮件做“陌生电访”的方式比在中国平常。国外的公司一般都是通过及时地回复公司邮件来取得联系。通信的最好方法通常是拨打电话，以便找到合适的人来



进行沟通。联络的方式，可以用邮寄信件，甚至传真的方式，但短信还不能普遍接受。信件最好用英文或者对方国家的语言，且避免使用在线翻译软件进行语言翻译。

“丢面子”（丢脸）：大多数西方国家对“良好信誉”看的很重。个人骄傲感最明显的是南欧，拉丁美洲，和在美籍非裔人和穆斯林社区之间。在其它地方，很多人采取非常宽松的、经常自嘲的方式来生活。但是，这与中国自我谦虚式的“礼”（基于社会地位）的方式是不同的。不要指望西方国家的商业伙伴会了解什么样的行为有可能会把你卷进潜在的“丢脸”中，或者，任何一个同事犯了错他们会互相遮掩、保护（除了政府官员或在公共事业公司中，因为他们都是“连结”的关系）。西方的幽默也可能导致无礼的评论，使你感到羞辱。但在背后，这样的评论也许并无意以任何方式侮辱你。

礼貌：礼貌在中国和西方文化之间一般相差不大。然而，西方的人，一般都很懂得保护他们的个人生活隐私，因此问太多关于他们的家庭，工作，或直接问他们能赚多少钱或驾驶什么样的汽车是不明智的。西方人见面的时候，他们经常会问其他人怎么样，或者谈论天气。相比之下，中国人常问的是否吃饭了，为什么会在这里，准备去哪里。对于“客气”的行为，西方人普遍反应良好，虽然他们可能误以为是害羞或软弱。

在西方国家，没有约定介绍人的顺序。一般倾向于先介绍地位较高者，但在大多数公司这不是一个严格的规定。一般他们会先介绍站在你身边的人（从左到右）或坐在餐桌旁的人。在某些情况下，个人将被邀请做自我介绍，并介绍他们在公司从事的工作。

在社交场合，通常不需要向其他人鞠躬。看着对方的脸是适宜的。除非你已经认识对方，直接盯着异性的眼睛看一般不太合适。

如果你被邀请到西方朋友家做客，通常的做法是带一瓶红酒(除非对方家庭是禁酒的)作为见面礼。主人亲手做的一些家庭菜肴，适宜地给予赞美。在西方国家，用“我简直不敢相信”恭维某人的成就，是不恰当的做法。这很有可能理解为“我不认为你能够取得这样的成就” -- 这等同于一种侮辱。地位在西方是很重要，但人们假装它不是，这样不会显得“物质主义”。



西方人很喜欢正面赞美主人为朋友或客人做的东西。中国人一般会抱歉地说“真是对不起，给你添麻烦了”。

在西方高管的办公室里，阅读、拾取或询问他们办公桌上或货架上的文件是不礼貌的，除非是一些艺术品或家人的照片。

年龄问题在大多数西方文化中是非常敏感的，最好是避免此类问题，尤其是女性。西方没有特殊禁忌的词语，例如“死亡”，尽管人们还是倾向于避免这样的字眼。

外出就餐：在西方国家，在吃饭前洗餐具的行为是不被理解的。在一个时尚的餐厅就餐前洗餐具会被认为非常无礼。

一般情况下，西餐厅不会给你主动提供筷子，除非它提供的是中国菜。有必要的話，你最好自己带上筷子。西方国家“所谓的”中餐馆，许多为了迎合西方口味，在菜肴中添加很多糖，菜的品种多是粤系菜或马来西亚菜。

与西方人吃饭的时候，给对方盘子添加食物以显示关怀和诚意是不常有的事。用餐时，从嘴里取出骨头、鱼刺等食物，西方人通常会觉得不文雅。中国人烧菜时会将切碎的肉和骨头一起煎炒或烹煮，而在大多数西方文化里，骨头在烹饪之前已经去掉。西方人也常常会用自己的双手拿起食物来吃，而在类似的情况下，中国人会用筷子挑起来吃。

在大多数西方国家，商务餐时喝酒一般是适量的（除了俄语国家和巴尔干地区）。某些宗教团体不允许喝酒。

在圣诞节，感恩节，或者新年，除非你能获得邀请，到别人家吃午餐或晚餐，否则西方国家在这个时候可能是一个寂寞的地方。如果能接到这样的邀请，对你和你的单位而言，这意味着商业关系做得特别好。如果你要拜访某人，记得带上小礼物给家庭成员（不建议送花），通常一盒巧克力就足够了。



对西方人士而言，公开抱怨服务或食品质量是很正常的。但是，出于礼貌，还是不要当面跟客人抱怨。

西方的大多数餐馆是禁止吸烟的，因此，在拜访某人时，除非邀请你的主人抽烟，并且也给你开一根香烟或雪茄，一般不建议抽烟。

在西方，当在一个餐厅吃饭付款时，朋友之间，甚至是建立了商业关系的伙伴之间平分账单，各自付款是很常见的一件事，这并不是一个表明别人没钱，或者他们不友好的象征。事实上，它往往是亲密友谊的象征。

对于中国高管，为他们的商业伙伴付账单是一种显示“礼节”的方式。除非他们自己是客人，或着是对方将来的潜在客户，那么中国高管会很乐意接受另一方付账。在中国，有的时候双方抢着为另外一方付账的行为是很常见的。然而，这样的方式在西方是不被接受的，而且这样的行为会让西方人士感觉不自在。

拉关系：在中国进行的拉关系式的商务方式，在西方国家是行不通的。商务人士在私下很少有时间与潜在的客户进行社交，西方人的生活方式或水准使得他们很不喜欢“吃饭喝酒类的应酬”。在西方，企业的成功不是你认识谁，和谁关系好，而是公司的产品质量和服务水平如何。只要有足够的决心，和能满足顾客需要的产品规格和诚信价格，这扇成功之门自然就会打开。

尽管社交是有用的，但不是必须的。社交一般是通过会议，展销会，特殊半正式社交宴会，当地设立的非正式团体，或网络上鼓励商业出差期间使用的一对一会议的社交工具，比如 but-n.com。社交活动可以在高尔夫球场进行，或者通过更高级的运动，如马球，射击，赛马比赛等，促进了解。如果人们已经互相认识并希望保持联系，便可以相邀一起吃午餐或晚餐。

在西方，“人情”“礼尚往来”的传统并没有中国如此之强，因此，“人情”在西方不是很好的投资，因为西方人会接受美好的事物，但感觉没有义务回报。相较于个人的慷慨，西方商业人士普遍更尊重高效、快速、物有所值、第一时间获得正确的信息这些规则。



在爱尔兰、新西兰和欧洲小国，企业间都很熟识，尤其是高层之间。你可能会发现某次与一个公司的会议消息不经意间已经传到另一个公司。这样的社交是数年定期互动的结果，特别是通过商业组织形式。

到达目的地

当地交通：在中国，会遇到无证驾驶的出租车司机在地铁车站或机场外积极推销他们的服务。我们建议你始终与靠近的人保持距离，且搭乘正规出租车。最好的做法是，事先用你将要访问的国家的语言写上你将入住的酒店或要拜访的企业名称。确保旅程开始时，出租车司机已经开始打表。通常正规出租车司机熟知城市地形，且会安全驾驶。然而，在某些国家，如匈牙利和葡萄牙，司机驾驶的速度很危险，提前知道用当地语言如何表达“请慢点儿开”就显得很有必要了。在纽约，有的出租车司机往往不知道除主要车站，机场或酒店以外的任何地方，他们还经常只说西班牙语。

城市和城镇：许多中国游客来到西方国家，感到很吃惊的是，除了所有大的市中心以外，大多街道都是空的，尤其是在晚上9点以后。在美国，人们慢跑健身，但几乎没人散步，去哪儿都是以车代步。大多数西欧城市夜间行走是安全的，但也有几个例外的地方。要了解情况，最好问当地的居民，他们或许会建议你避开某些危险地带。美国是一个持枪自由的国家，最好避免在夜间单独行走。另外，相对安全的街道几乎等同于“不安全”的街道，也就只有当地人真的知道哪条街道是相对安全的。

夜晚行走在城市街道上，最好的方法是遵循以下一些简单的规则，尤其是相对冷清的街道：

1. 看起来好像总是知道你要去哪里；
2. 不要站在大街上看地图；
3. 绝不能把随身携带的钱包拿出来让别人看见，贵重物品（如首饰和电脑）请放好；
4. 避免与人目光接触；
5. 如果你认为被人跟踪，快速走到街道的另一侧；如果你担心身后还是有人跟踪，你可以去附近餐馆、酒吧或到其它人多的公共场所。



酒店：西方国家有很多高品质的酒店，但这些酒店都非常昂贵，四星酒店甚至可能无法提供中国四星酒店所提供的服务。订酒店时，最好是避免位于火车站附近的酒店，因为质量大多差强人意，而且还招“不光彩女性”的青睐。旅行前最好先查阅好酒店位置，浏览之前入住客人的评价。你可以参考 Trip Adviser 或 Bookings 网站上的信息，仔细阅读预订条款和避免不含早餐的客房，因为额外的早餐预订通常会比较贵。许多网站上提供便宜的酒店客房，但很多配备设施不全或条件差，比如说房间位于地下室或者是靠近很嘈杂的楼道、街道。如有必要，跟前台了解清楚退房时间，以确保及时退房。

小费：在世界各地，经过几个世纪的传播，小费在许多国家生根发芽。在餐馆的小费通常含在整体服务费中，小费用在出租车司机上很常见。在美国，餐厅工作人员工资非常低，所以小费一般会达到 20% 的比例。中国没有小费文化，服务行业没有小费这一说。传统上给小费很容易被视为贿赂。

经商

商业代理：建立自己的销售办事处前，代理是一个有用的中间步骤。但是，与代理签定协议获得他们服务之前，强烈建议你聘用一个当地律师先拟定与代理合作的合同。这是因为一些国家的商业代理身份拥有特定的法律权利。这可能意味着，一旦你终止他们提供服务，在代理将客户还给你之前，会先向你要求相当大的损失赔偿。

政府官员：虽然在中国，企业经常向中央或省级政府寻求帮助和支持，发展自己企业，但在大多数西方国家，政府很少给私营企业提供支持。不可否认，确实存在政府给外国公司提供财政补助、激励情况，旨在建立企业生产业务，提供新的工作岗位，尤其是在经济不景气的地区。但是，外来投资企业应避免寻求通过企业招待拉关系，或其它任何方式影响决策。

营销：在中国，“营销”的定义比西方的更窄。很多时候，与整个商业活动相比，它只是相关的销售推广，这就很容易导致必要营销的错误预算，或不明智的花销预算。重要的社交和建立盟友关系，特别是在政界，容易导致公司只专注于建立更广泛的关系，而不是品牌管理。这种做法的结果在西方可能是一场灾难。比如饮料制造商健力宝，进入美国市场时，在纽约购置昂贵地产，然后花巨额



招待美国政客，结果发现这根本没有促进他们的发展，而拓展市场目标也没有达到，结果它从美国撤退才发现自己的国内市场份额已萎缩。

商务着装和仪容：男性领带和二、三件套的西装，或女士套装不仅没有在西方的办公环境完全消失，而且仍然流行于各种零售银行业，保险业和管理咨询业中。

在中国，男士们普遍是梳整齐的短发。在西方，胡须，头发下垂到肩膀的长度，以及故意不梳理成扁平线的做法是不规范的，但在文化上可以接受（特别是对地位高的高管，例如维珍集团 CEO 理查德德·布兰森），像是佩戴有色眼镜或是男士珠宝配饰等也是可以接受的。这样的“外观”可能会冲击那些没有去过中国以外地方的人，但他们并不是古怪，或表示某种特定的或不能接受的生活方式。

语言障碍：汉语是一种非常简洁和经济的语言，用任何给定的上下文均可以做高水平的沟通。其它大多数语言更为广阔、复杂，而且实用性不强。在自己语言社区内，中文拥有潜在的优势，但在外界这种优势则就丧失。

尽管汉语无疑将最终成为世界霸主的语言，但现在必须与英语和西班牙语的全球霸主地位竞争。世界上第二流行语言，“商业语言”仍是英语。除非中国高管的英语足够流畅，否则他们会很难与西方公司进行详细谈判。中国公司高管通过翻译来谈判完全可以理解和接受，这也给了他们与外籍公司谈判时一个站在后面观察的机会，并能做出更客观的判断。

名片：名片通常在会议开始时派发。递名片的时候最好双手呈上。如果会议顺利，没有名片的话，可以在结束时交换联系方式。

礼品：会议结束后，通常并不需要给西方企业负责人或者客人礼物，如果硬要送也可能不会得到回报。西方商人们没有准备礼物的习惯。

好处费：所有形式的好处费，给个人而不是他们的公司（除“标记”的小赠品等，一次性餐或个人邀请到文化或体育赛事），在大多数西方国家是一个非常严肃的问题，而且可能是非法的。建筑行



业一直坚持给好处费，一些东欧国家如保加利亚，罗马尼亚和希腊历来也有这种传统（虽然现在政府正在积极取缔）。如果有人要求你提供这些好处，尤其是现金，你就要提防了，这是因为你也许正在与犯罪团伙伪装的企业做生意（意大利南部常有这种情况）。

慷慨的招待形式，尤其是对政治家和政府官员，可以理解为不当行为。同样，提供“经费”出国旅游一般会认为是行贿，除非它涉及到的是技术专家需要在合作之前，评估产品或服务是否合格并用之判断合作是否可以继续。

同样值得注意的是，要避免涉及避税交易。“现金”支付是实现避税的一种方式。建议跟本地会计师沟通，做到所有的交易对应相应的文件要求。

产品质量和企业形象：对许多西方人而言，中国的第一印象是廉价服装中“中国制造”的标签。对一个国家而言，需要一个相当长的时间才能将自己国家和高品质的产品、服务的关系连结在一起。要做到这一点，也只是一步一个脚印地获得。日本和德国通过 20 多年的努力才得到他们的国际声誉。

商务会议

筹备会议：最常见的是通过信函、电子邮件或电话进行初步接触，通过一个共同的朋友或同事介绍也可行。所有会议应安排在工作日的上午 9 点到下午 4、5 点半之间。然而，有些高管可能会建议更早的时间，来个早餐会议。在晚上（尤其是周五），或在周末安排会议不太可能被接受，除了某些行业，如公用事业、交通运输和酒店业。

会议的性质：西方的会议讨论一般会从一个简短的序言开始，再到会议。除非有一个正在发展中的完善的业务关系，与会者讨论他们的个人或家庭生活的任何方面都是不适宜的。如果会议上别的企业有业务员自我介绍，则可以稍微提及，但简要阐述就好。



会议在开始的阶段，参与者会重申会议目的，所以“卖家”应提供某种形式的展示。如果会议是在用餐时进行，通常是口头上的介绍。但如果在办公室里，展示通常可以借助 PPT 幻灯片，模式取决于人数规模。如果只有两、三个人则可以直接在电脑上展示。

商业讨论中，西方的人会用“是”来表示同意。同样地，如果西方人不同意你说的或不希望接受你提供的条件，说“不”也相当容易。他们一般不使用委婉的词表达不同意，例如，“不方便”，“太难了”，或者不明确的话，如“也许”。

商务礼仪：西方的名字都是个人名先放前面，姓放后面（与中国的姓名相反）。虽然在北美直呼名字可以接受，在欧洲国家，除非对方同意你可直呼他们的名字，称呼别人时，最好是加上先生，女士、博士头衔等等。在德国和奥地利，头衔尤为重要，所以给他们公司打电话或写信之前，确认使用什么样的头衔是非常重要的。

传统礼仪的形式也普遍遵循性别原则，尤其是男士让女士先通过一扇门。谈话的时候轻声点也是很得体的做法。

会议期限：初始会议延长的时间不应该超过一个小时，最好控制在 20-40 分钟以内，而后续涉及谈判内容的会议将需要更长的时间。事实上，最初较短的会议，并不一定是一个消极的信号。西方的企业高管通常工作强度高，每天都要参加很多会议，最好提前确定他们什么时候有空会面。

跟进：离开会议室前，先试着获得跟进下一步会议的承诺。最起码要知道还需要与谁进行协商，再继续展开下一阶段工作，不要给新客户压力。如果一个星期后你还没有听到对方的任何回复，你可以打电话或发邮件给他们试着跟进。

灵活性：与西方公司打交道需要一定的灵活性。一下把价钱降低，即便获得了市场准入，其实是不明智的，除非已经获得了特别好的利润率或者客户可以提供需求的实质性增长。制造、销售产品，无论是在生产和运输环节，都需坚持质量监控。



商标：商标是品牌的关键。假冒产品在西方没有在亚洲那么普遍，但仍然是一个实实在在的威胁。一个独特、实惠的注册商标现在可以覆盖整个欧盟国家。

常见缺陷

文化多样性：西方文化环境非常多元，但任何形式的偏见或差别待遇都不能被接受。严格的平等机会的法规，存在于就业、商品和服务条文中的方方面面。

一些汉语单词在其他语言听起来很敏感，尤其是“那个”（谐音“非洲裔人”）。

开玩笑：在商业交流中避免开玩笑是可取。与任何人打交道时，反应度和灵敏度非常重要的，因为人们很可能会因距离、面部表情为敌意或缺乏同情心时，误读肢体语言。

礼仪：一般西方高管更愿意以正式的方式做生意。第一次会面的时候，常见的仍然是的称呼某某先生或女士。

在法国和其他法语地区，很难区分夫人和小姐的称呼。写信的时候，直呼女士为“Ms”为正常的英语表达。

在西方，没有使用“小+姓”或“老+姓”的表达。在俄罗斯，保加利亚和高加索部分地区有对人们如何称呼对方视乎情况而定的复杂规则。同样在西方，如果有人是提到他们的“兄弟”或“阿姨”，这意味着是有血缘关系的亲戚，而不是简单的朋友或家人的朋友这样的关系。

在中国，人们常常称呼对方的职位，比如说出租车的师傅，医生或老师。在美国东北方的各州通常也会叫门卫和出租车师傅“先生”。

问候一般是握手（右手对右手）。在法国，比利时和一些南欧国家的问候可能是彼此亲吻脸颊（甚至男性之间），但也只有在很熟识的同事伙伴之间。通常不会是明显的亲吻，而只是好像表现得亲



吻对方脸颊的动作一样。当商务人士彼此很了解对方时，这种接触是可能的，尤其是男人和女人之间。

谈生意的时候，面部表情表示的意思很多。如果一个西方人向你微笑，他们希望你也以微笑回应他们；当他们同意你的看法，他们会点头。

任何情况下，打喷嚏或咳嗽都必须拿着手帕捂着你的鼻子或嘴。吐痰是很不文明的行为。在西方，除了骑自行车的人，没有人会因为保护自己免受传染，或者因为自己感冒了而佩戴口罩。在法国，变相掩盖你的面部特征是非法的。

谈合作时，话音音量是一个要值得注意的地方。最好先感受一下客户声音的音量，并尽量让自己的音量和对方差不多。除非关系很好，拍企业高管的后背也是不可取的。当然也有例外，比如在保加利亚和罗马尼亚，商务人士走路时甚至将他们的双臂放在他们的同事或客人肩膀上。

会后，不要指望你的外国客户会送你一起走出大楼，或者一起送你到车旁。他们通常会步行到接待处或电梯口，但不会走得更远了。在离开的时候，中国人经常会说：“我得走了”，而另一方会说“保重”和“有空再来”。在西方，人们往往会说他们需要去赴另外一个约会或者已经占用你很多的时间。回应的时候其他人会说“很高兴见到你”或“再见”。

收购整合：美国或日本的典型方式是，企业收购时委托派出为期两到三年内的高级外籍管理人员整合。在这个阶段，基于当地的管理意见，高度地集中决策，并逐步将决策移交给子公司的管理团队和监测行动的外籍高管，以确保达到目标。本地高级管理人员被邀请到母公司进行为期数周的培训，以了解总部的工作人员，并熟悉公司的政策和方法。

如果把中国的管理方法或做生意的方式强加给西方公司，很难成功地收购、整合企业。西方管理者期望高度的自主性和个人尊重。若对团队要求过高，只会产生阻力，导致员工业绩不佳和忠诚度较低。

就业：最大的挑战

雇用员工：到目前为止，在中国以外地区经营，最大的障碍是不尽相同的劳动法、相关的社会保障和税收管辖权。

大多数西方国家的就业法明确界定规定权利，人们理解并严格遵守着。员工维护自己的权利而不怕诉讼，已是司空见惯的，尤其是在美国。然而，美国以外的欧洲国家就业法法规繁冗，比如法国，如果雇主被员工诉至法院，人们对雇主会有很大成见。

在西方，工会已经非常成熟，且经常以工作委员会或其它工业民主的形式发挥着强大作用。虽然工会组织在欧洲很多国家正在逐渐减少，但在比利时和斯堪的纳维亚国家工会依旧很强大。在法国，即使工会密度低于全国劳动力的 20%，工会通过极端的斗争或社会主义政党的赞助，依然维持着他们的权力。

相比总的薪酬水平，北美和西欧高出中国 6-8 倍，员工福利确实很好。欧洲福利国家提供相当丰厚的国家退休金和失业救济金。另外，公司还视情况提供带病休假方案。在荷兰，公司福利政策是非常丰厚的，因病休假可达两年，同时获得的补助是他们正常工资的 70% 左右。许多国家还提供慷慨友好的家庭政策，如自由工作时间，延长产假，特殊情况下的假期，如结婚，儿童患病或者吊唁。

所有的员工都享有书面劳动合同的权利。通常公司会针对不同类型的员工制定不同的合同模板。大多数员工会签长期合同，尽管短暂的试用期合同也是允许的。只有在西班牙，固定期限工作岗位往往比长期的要多，这是因为永久雇员被解雇时有要求获得丰厚遣散费的权利。在美国，有一种“雇用和解雇随意”制度；在英国两年工作保障豁免制度，这使得雇主更容易在永久合同的基础上招工。

欧盟国家的兼职人员享有与全职工人相同的权利，时薪的获得也与之相同。



大多数西方国家通行的工作时间规定，是为了把控每周最长工作时间、休息时间和节假日待遇。在中国，私营和国有部门的员工既可以休公共假期，也可以单独确定个人休息时间。个人休假可有 8-14 个公众假期，高级私人部门主管每年休假时间高达五六周。

与西方国家建立商务联系之前，审查法律义务，税务、社会保障和劳动力价格是非常重要的。在许多国家，企业雇主都要求有自己的工作条例，制定包含健康和安全、隐私、培训、辞退、福利、公司秘密泄露和 IT 使用等领域的公司手册。

培训：在西方公司，员工培训往往被认为是一个终身学习过程的一部分。大多数培训课程以说教的方式（通过培训者讲话），部分通过圆桌讨论会进行。专注学习时间一般不超过 30-50 分钟，中途会有休息。在会议开始前，进行热身运动训练或期望参与者喊出口号，是不常见的（或不被接受的）。主讲人使用大分贝音响试图将理念灌输参与者也是不可以的。西方公司不提供早上健身课程或周期性激励员工的演讲。

人员管理：西方企业员工期待礼貌和尊重，他们实现目标的关键是说服，而不是命令和警告。西方管理者通常有高度协商精神，不求奉承或愚忠。

一个通过霸凌或者威吓的管理风格，是不会符合员工意志的，反而会慢慢遭到员工的反抗和不服从。如果员工受到“不良待遇”，他们会放弃自己的工作，甚至一纸诉讼将雇主告上法庭。

若需进一步指导，请联系法鼎国际有限公司 (FedEE)，电话：0044 203 608 4412 或电邮至 Membershipservices@fedee.com。