

2. 黄先生报的是什么价格？包括什么？
 - a. 到岸价格，包括包装费
 - b. 船上交货价，不包括包装费
 - c. 船上交货价，包括包装费
 - d. 到岸价格，不包括保险费

3. 对玛丽来说什么是至关重要的？
 - a. 价格和质量
 - b. 价格
 - c. 及时交货
 - d. 及时交货和质量



认识中国，了解中国人 **Conoscere la Cina e i cinesi**

La Cina, una cultura relationship-focused

Nel campo della condotta negli affari, distinguiamo culture fondate sul business (*deal-focused*) e culture fondate sulle relazioni interpersonali (*relationship-focused*). Quelle appartenenti al primo gruppo, nel corso di trattative d'affari focalizzano l'attenzione sul conseguimento dell'obiettivo, e quindi sulla buona conclusione dell'accordo commerciale; esse attribuiscono la fiducia al sistema azienda della controparte e non alla persona che, in quell'occasione, è incaricata di rappresentarla e discutere i termini dell'accordo. A questo gruppo appartengono la Gran Bretagna, i Paesi dell'Europa settentrionale e dell'America settentrionale, tra cui in particolare gli Stati Uniti.

La Cina, insieme a molti Paesi asiatici, arabi, latinoamericani e africani, appartiene a quel gruppo di culture per cui il rapporto interpersonale instaurato con la controparte gioca un ruolo fondamentale in una trattativa d'affari: la fiducia viene attribuita in primo luogo alla persona che in quel momento è incaricata di negoziare e, quindi, attraverso di lei, all'azienda che rappresenta. In Cina le relazioni interpersonali (关系) costituiscono un mezzo efficace non solo per condurre a buon fine trattative d'affari, ma più generalmente per risolvere svariate incombenze della vita quotidiana, in ambito lavorativo e privato: dal disbrigo di pratiche burocratiche di ogni tipo all'accesso privilegiato a determinati servizi. Il concetto di *guanxi* o "rapporti" è fondamentale per comprendere le logiche relazionali interne alla società cinese: si tratta di una rete di contatti ed eventualmente amicizie che ciascun individuo tesse fin dalla più tenera età e che si fonda sulla reciproca fiducia e su un continuo reciproco scambio di favori. La rete delle *guanxi* ha una trama vasta e intricata, che include non solo le proprie conoscenze dirette ma si estende indirettamente attraverso le *guanxi* di coloro che fanno parte del nostro *network*: è possibile per esempio utilizzare le *guanxi* di un conoscente per velocizzare il disbrigo di una determinata pratica burocratica. È evidente che un sistema di questo genere è a forte rischio di parzialità e di poca trasparenza. Tuttavia, per penetrare nel sistema Cina è necessario imparare a orientarsi al suo interno, senza mai dimenticare che una relazione di business non può prescindere dalla costruzione di una adeguata rete di *guanxi*. Sarà quindi fondamentale dedicare del tempo a visite e a occasioni di varia natura che permettano la conoscenza reciproca, poiché proprio in questo modo si riuscirà a costruire questa essenziale rete relazionale. Questo meccanismo risulta estraneo a uomini d'affari dei Paesi appartenenti a culture focalizzate

sul business, per cui il sistema azienda fornisce già tutte le credenziali necessarie e pranzi e cene possono essere considerati come una "perdita di tempo"; tuttavia, questo non è estraneo agli uomini d'affari italiani e alla nostra cultura. L'Italia, insieme ai Paesi dell'Europa orientale e latina e della regione mediterranea, appartiene a quel gruppo di culture che si situano a metà fra i due poli, cosiddette *moderately deal focused*, per cui la conoscenza interpersonale, se non è considerata assolutamente indispensabile, viene comunque percepita come un fattore facilitante la buona riuscita della negoziazione.

再帮你一下 Un ultimo aiuto

BANCHETTI: ISTRUZIONI PER L'USO

Posti a tavola. Di norma i banchetti si svolgono in salette private all'interno dei ristoranti. La disposizione delle persone a tavola, così come durante le riunioni e le negoziazioni, deve segnare la posizione gerarchica relativa: la persona più importante siederà rivolta verso la porta d'ingresso, quindi le altre accanto sui due lati in ordine via via decrescente. Fa eccezione l'interprete, che dovrà occupare una posizione strategica nelle vicinanze dell'ospite principale. Attenzione! È molto importante che vi sia un bilanciamento fra le relative posizioni gerarchiche dei partecipanti a una riunione o a un banchetto: una delegazione cinese valuterà l'accoglienza ricevuta in base al livello gerarchico delle persone designate a incontrarla. L'assenza di dirigenti di livello pari e/o superiore a quello dei delegati cinesi fra le fila della controparte sarà quindi considerata un segno evidente di disinteresse, se non addirittura, in alcuni casi, un affronto.

Brindisi. In Cina i liquori vengono serviti durante tutto il pasto, durante il quale gli ospiti cinesi propongono svariati brindisi in onore dei visitatori, che saranno tenuti non solo a partecipare ma anche a ricambiare. La capacità di reggere l'alcol è sempre molto apprezzata dagli ospiti cinesi.

Di seguito, alcune formule per il brindisi adatte a pranzi d'affari:

- ◆ 祝您身体健康, 生意兴隆: "Auguri di buona salute e affari prosperi!".
- ◆ 祝您谈判成功, 合作顺利: "Per il successo della trattativa e per una collaborazione priva di intoppi!".
- ◆ 为我们之间的共同利益, 干杯! : "Un brindisi ai nostri profitti futuri!".
- ◆ 为双方公司的共同发展, 干杯! : "Un brindisi al nostro cammino insieme!".
- ◆ 为中意人民的友谊, 干杯! : "Un brindisi all'amicizia tra il popolo italiano e il popolo cinese!".
- ◆ 为中意双方的合作愉快, 干杯! : Un brindisi per una lieta collaborazione fra italiani e cinesi!.

TERMINOLOGIA MERCANTILE/1

实盘 - 虚盘

Le offerte commerciali (报盘 o 报价) possono essere di due tipi.

- a. Offerte impegnative **实盘**: queste offerte indicano con precisione e in via definitiva tutte le clausole inerenti la compravendita; se la controparte accetta l'offerta, tali condizioni non potranno più essere modificate o negoziate. Dato il carattere vincolante di questo tipo di offerte, hanno di norma un periodo di validità, scaduto il quale il venditore ha la possibilità di rinegoziare l'offerta sulla base degli eventuali cambiamenti intervenuti sul mercato.
- b. Offerta non impegnativa **虚盘**: queste offerte elencano le usuali condizioni applicate per la fornitura di una data merce, allo scopo di informare la controparte circa le procedure correnti e i costi usuali fissati dall'azienda. Tali condizioni sono "di riferimento", e non sono vincolanti per il venditore. In questo tipo di

offerte i prezzi vengono indicati come "prezzi di riferimento" 参考价, alcune informazioni/condizioni (come tempi di consegna, specifiche dell'imballaggio, quantità minima per ogni lotto ecc.), sono mancanti, e si chiudono con una frase del tipo 以我们最后确认为准 "previa nostra ultima conferma", vale a dire che le condizioni elencate non sono definitive, ma sono soggette a una ulteriore conferma da parte del venditore.

INCOTERMS – International Rules for the Interpretation of Trade Terms

国际商会贸易术语解释通则

Gli Incoterms costituiscono un insieme di regole internazionali, aventi carattere facoltativo, che permettono una precisa interpretazione dei termini commerciali più comunemente usati nella compravendita internazionale, al fine di evitare, o perlomeno ridurre considerevolmente, l'incertezza dovuta alle diverse interpretazioni date agli stessi termini nei vari Paesi. Elaborati dalla Camera di Commercio Internazionale (CCI, 国际商会) nel 1936, quindi rivisti, modificati e integrati più volte nel corso degli anni, gli Incoterms definiscono le rispettive responsabilità di venditore e compratore in modo semplice e sicuro, eliminando la possibilità di malinteso e le successive controversie.

I nuovissimi Incoterms 2010, in vigore a partire dal 1/1/2011, aggiornano la versione precedente Incoterms 2000 adeguandola alle attuali esigenze del commercio internazionale e dei mezzi di trasporto merce più utilizzati. La nuova classificazione divide i termini in due gruppi, in base al mezzo di trasporto a cui essi possono essere applicati:

1) termini applicabili a qualsiasi mezzo di trasporto (适用于各种运输方式术语)

EXW: Ex Works	Franco fabbrica	工厂交货价
FCA: Free Carrier	Franco vettore	货交承运人
CPT Carriage paid to (named place of destination)	Trasporto pagato fino a (luogo di destino convenuto)	运费付至(指定目的地)
CIP Carriage Insurance paid to (named destination)	Trasporto e assicurazione pagati fino a (luogo di destino convenuto)	运费和保险费付至 (指定目的地)
DDP Delivered Duty Paid	Reso sdoganato	完税后交货
DAT Delivered at Terminal	Reso al terminal	目的地或目的港的集散站交货
DAP Delivered at Place	Reso a destino	目的地交货

2) termini applicabili al trasporto marittimo (适用于水运术语)

FAS: Free Alongside Ship	Franco lungo bordo	船边交货
FOB: Free on Board	Franco a bordo	船上交货; 离岸价格
CFR: Cost and Freight (named port of Destination)	Costo e nolo (porto di destino convenuto)	成本加运费到 (指定目的港)
CIF: Cost, Insurance and Freight (named port of Destination)	Costo, assicurazione e nolo (porto di destino convenuto)	成本, 保险费加运费到 (指定目的港) 到岸价格

Ci pare utile segnalare che la lettera iniziale delle sigle inglese degli Incoterms fornisce indicazioni sul punto di consegna.

- E (EXW): consegna alla partenza. Il venditore mette la merce a disposizione del compratore nei propri locali, per esempio nello stabilimento 厂房, nella fabbrica 工厂, nel deposito 仓库, ecc.
- F (FCA, FAS, FOB): trasporto principale non pagato. Il venditore rimette la merce al vettore (承运人, 运输公司) designato dal compratore.

- C (CIP, CPT, CFR, CIF): trasporto principale pagato. Il venditore rimette la merce al luogo/porto di destino convenuto.
- D (DDP, DAT, DAP): consegna della merce all'arrivo.

I termini più comuni e ricorrenti nelle trattative commerciali con aziende cinesi con cui, fatte salve particolari situazioni di urgenza o di deperibilità della merce, i trasporti avvengono via nave, sono FOB, CIF e CFR. Gli acronimi inglesi sono comunemente usati in italiano, dove vengono letti secondo la pronuncia italiana delle singole lettere (p.e. prezzo CIF Genova); negli ultimi anni, essi vengono utilizzati anche in cinese, nello scritto e nel parlato, con le singole lettere pronunciate secondo l'alfabeto inglese. Nel sito della CCI si possono trovare le definizioni dettagliate di obblighi e responsabilità di compratore e venditore nei singoli casi (www.cciitalia.org). Si noti come i termini cinesi siano composti da una prima parte che descrive il punto di consegna della merce + 交货 "consegna".

