

“十三五”高职高专市场营销专业创新规划教材

# 商务沟通与谈判

Business Communication And Negotiation

主 编◎邢 乐 副主编◎韩蓉卿 陈 思



 中国财富出版社  
CHINA FORTUNE PRESS

“十三五”高职高专市场营销专业创新规划教材

# 商务沟通与谈判

主 编 邢 乐

副主编 韩蓉卿 陈 思

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商务沟通与谈判 / 邢乐主编. —北京: 中国财富出版社, 2016. 1

(“十三五” 高职高专市场营销专业创新规划教材)

ISBN 978 - 7 - 5047 - 5934 - 4

I. ①商… II. ①邢… III. ①商务谈判 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①F715. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 275098 号

策划编辑 寇俊玲

责任编辑 于 森 李彩琴

责任印制 方朋远

责任校对 饶莉莉

责任发行 敬 东

---

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼

邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部)

010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部)

010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 5934 - 4/F · 2510

开 本 787mm × 1092mm 1/16

版 次 2016 年 1 月第 1 版

印 张 15.75

印 次 2016 年 1 月第 1 次印刷

字 数 364 千字

定 价 38.00 元

---

版权所有 · 侵权必究 · 印装差错 · 负责调换

# 前 言

生活时时有沟通，人生处处有谈判。

沟通与谈判是社会需要和社会交流的产物，自从有了人类社会，产生了语言，人们有了相互交往的需要，于是也就有了沟通与谈判活动。小到家庭纠纷，大到国际争端，都需要通过沟通与谈判来解决问题。你的事业的如愿、生意的成功、理想的实现、家庭关系和社会关系的和谐、生活的美满和幸福，都与沟通谈判密切相关。沟通与谈判对于我们每个人都有极其重要的意义。

沟通是一门艺术，沟通的作用更是显现在社会生活的方方面面：一场智斗，能免除刀兵之祸；一段犀利的言辞，可获得亿万财富的合同；几句呼喊，可使群情激奋；一席谈话，可使庸人立志、浪子回头。商务沟通可分为“有声沟通”和“无声沟通”两大类。电话沟通、演讲、面谈等都为有声沟通，而倾听、文书、身体语言等为无声沟通。我们平时的沟通都是以“有声沟通”为主，“无声沟通”为辅进行的。有声沟通中，有效的口头表达是很重要的。它包含准确、清晰两个要素，最终表现为说服力的效果。这就要求表达者在确定好谈话目的后展开技巧性的、吸引人的谈话，动之以情、晓之以理、诱之以力等都是常用的方法。商务沟通能力在每个人的职业生涯中都扮演着重要的角色，特别是在当今信息爆炸、瞬息万变的环境下，人们更需要依赖商务沟通以在多变的商界取得成功。

本书对于商务沟通部分，抓住“技巧”这个中心，从倾听、说话、提问、回答、非语言、与领导沟通、商务演讲、应聘八个方面入手，运用简洁的形式、生动的案例向读者传达现实世界中有关商务沟通的诸多细节，深入分析影响商务沟通实现的种种原因，启发读者有意识地改变传统的思维方式，从而顺应形势、提高自身的竞争优势。

谈判是双方或多方观点互换、情感互动、利益互惠的人际交往活动。人类在认识世界和改造世界的过程中，与外界的事物及他人发生接触，在这些接触当中产生自己的观点。但这些观点，别人是否理解，是否允许其存在，是否接受？如果别人不理解或不允许或不接受这些观点，那么应如何做呢？商务谈判就是指商务活动的双方或多方为了实现他们各自的商务利益，为了实现他们的商务交换活动，为了能够取得一致性意见而进行的沟通与磋商活动。在现代市场经济中，流通即买和卖，实际上就是商务问题。而商务问题，首先又是一个商务谈判的问题。因为任何商务活动都只能并必须借助这样或那样的商务谈判才

能成为现实。例如，货物的买卖，其品种、规格、品质、数量、价格、支付、交货、违约责任等，都要通过商务谈判来确定，只有当事各方经过认真的谈判就上述一系列交易条件达成协议，货物的买卖才能进行。其他如技术贸易、合资、合作等更广泛意义的购销交易，也只能通过相应的商务谈判与沟通达成协议才能实施。

本书对于商务谈判部分，以谈判流程为主线，仍然强调各环节的技巧，全面而系统地阐述了谈判与沟通的基本原理、方法、策略和技巧，主要章节包括：商务谈判概述、商务谈判准备、商务谈判开局、商务谈判磋商、商务谈判让步、商务谈判僵局的处理、商务谈判结束七个方面。

本书在重点编写沟通与谈判两个模块后，又列谈判礼仪与禁忌、商务谈判实践两个模块，将策略技巧和操作实务较好地结合起来，促进受训者沟通谈判技能的有效提升。本书始终贯彻案例教学的思想，编写和选用诸多案例材料并注重案例训练，各类实训性的案例讨论等占了较大篇幅。

与其他同类书籍相比，本书更侧重实用、易读和简练。编者以深入浅出的手法展示了高效商务沟通的各个环节，将复杂的沟通理念以案例的形式进行解析，以增加趣味性和易懂性。另外，书中还针对时下商界较为流行的多种沟通形式和手段，从对象选择、材料组织、注意事项等多方面作出了详细说明。全书案例丰富、逻辑严谨，具有较强的实用性与前瞻性。

本书分为四大模块，由天津国土资源和房屋职业学院编写，具体分工如下：邢乐负责编写模块一中的项目三至项目七，模块二中的项目五至项目七，模块三及模块四中的项目一；韩蓉卿负责编写模块一中的项目八、项目九及模块二中的项目一、项目二；陈思负责编写模块一中的项目一、项目二，模块二中的项目三、项目四及模块四中的项目二。

本书适合作为高职院校的营销、商务及经济管理类专业的教材，也可以用作职业培训或相关人员学习参考用书。在编写过程中，本书总的定位是强化应用、身临场景、提升技能，努力将商务沟通与谈判的知识以新思想、新体系、新面孔呈现在读者面前。然而，由于编者学术水平有限，加之时间仓促，书中不当之处在所难免，敬请读者批评指正，不吝赐教。

编者  
2015年8月

# 目录

---

## 模块一 沟通技巧

项目一 商务沟通概述 .....	3
一、沟通的含义及性质 .....	4
二、有效沟通的原则 .....	5
三、有效沟通的程序 .....	6
项目二 倾听的技巧 .....	9
一、倾听的作用 .....	10
二、倾听的障碍 .....	11
三、有效倾听的方法 .....	13
项目三 叙述和说服的技巧 .....	16
一、叙述 .....	18
二、说服 .....	26
项目四 提问的技巧 .....	29
一、提问的类型 .....	30
二、提问的要领 .....	32
项目五 回答的技巧 .....	34
一、回答的类型 .....	35
二、回答的技巧 .....	36

项目六 非语言沟通技巧 .....	39
一、非语言沟通概述 .....	40
二、非语言信息解析技巧 .....	41
项目七 与领导沟通技巧 .....	53
一、与上级沟通之前的五项准备 .....	55
二、与上级有效沟通的四个要领 .....	56
三、赢得上级信赖的五个沟通技巧 .....	61
四、向上级进谏要谨记五个方面 .....	64
五、对上级说“不”的五种情况 .....	66
六、缓解与上级矛盾的五大原则 .....	67
项目八 商务演讲技巧 .....	70
一、商务演讲的概念 .....	70
二、商务演讲的主要类型 .....	71
三、商务演讲的特点 .....	72
四、商务演讲的基本技巧 .....	73
五、商务演讲禁忌 .....	81
六、商务演讲中临场应变技巧 .....	84
项目九 应聘技巧 .....	85
一、准备求职材料 .....	86
二、面试求职 .....	92
三、面试结束后的工作 .....	97
四、面试失误补救建议 .....	98

## 模块二 商务谈判技巧

项目一 商务谈判概述 .....	103
一、商务谈判的概念及特征 .....	104
二、商务谈判类型 .....	106

三、商务谈判的原则 .....	109
四、商务谈判者的素质和能力 .....	112
<b>项目二 商务谈判准备 .....</b>	<b>116</b>
一、谈判背景调查 .....	117
二、收集谈判信息 .....	120
三、确定谈判目标 .....	122
四、确定谈判的议程 .....	123
五、确定谈判场所 .....	124
六、确定谈判班子组成 .....	124
七、制定商务谈判计划书 .....	126
<b>项目三 商务谈判开局 .....</b>	<b>131</b>
一、导入 .....	132
二、交换意见 .....	132
三、商务谈判开局策略 .....	133
四、策划开局策略应考虑的因素 .....	139
<b>项目四 商务谈判磋商 .....</b>	<b>141</b>
一、报价 .....	142
二、还价磋商 .....	150
<b>项目五 商务谈判让步 .....</b>	<b>165</b>
一、让步的概念 .....	166
二、让步的基本原则 .....	166
三、让步的方式 .....	167
四、迫使对方让步的方式 .....	169
五、阻止对方进攻的方式 .....	171
<b>项目六 商务谈判僵局的处理 .....</b>	<b>176</b>
一、僵局的含义及对谈判的影响 .....	177
二、商务谈判僵局产生的原因 .....	178



三、商务谈判僵局的处理原则 .....	181
四、商务谈判僵局的利用和制造 .....	181
五、打破谈判僵局的策略 .....	182
<b>项目七 商务谈判结束 .....</b>	<b>187</b>
一、谈判结束的契机 .....	188
二、结束谈判的技术准备 .....	190
三、结束谈判的技巧 .....	191

### 模块三 谈判礼仪与禁忌

<b>项目一 商务谈判中的礼仪 .....</b>	<b>197</b>
一、商务谈判中礼仪的重要性 .....	198
二、商务谈判的基本礼仪与礼节 .....	199
<b>项目二 世界主要国家商务谈判风格与禁忌 .....</b>	<b>204</b>
一、美洲主要国家的谈判风格 .....	204
二、欧洲主要国家的谈判风格 .....	206
三、亚洲主要国家谈判风格与禁忌 .....	210

### 模块四 商务谈判实践

<b>项目一 商务谈判实例精选 .....</b>	<b>217</b>
谈判精选 1 销售代理权的明争暗斗 .....	217
谈判精选 2 农机设备谈判中的竞争与合作 .....	224
谈判精选 3 中日汽车索赔谈判 .....	226
<b>项目二 商务谈判综合模拟 .....</b>	<b>229</b>
模拟商务谈判案例 1 加密 U 盘经销关系及价格磋商 .....	229
模拟商务谈判案例 2 长期客户价格波动的谈判 .....	230
模拟商务谈判案例 3 加工费价格磋商的谈判 .....	231

模拟商务谈判案例 4	出口产品出现质量问题后的索赔谈判 .....	232
模拟商务谈判案例 5	绿茶投资项目合作谈判 .....	233
模拟商务谈判案例 6	出口产品价格上涨谈判 .....	235
模拟商务谈判案例 7	合资生产矿泉水项目谈判 .....	235
模拟商务谈判案例 8	出口货物被退回的争议 .....	237
模拟商务谈判案例 9	破产清偿与抵押冲突的谈判 .....	237
模拟商务谈判案例 10	延迟交货引发的索赔谈判 .....	238
模拟商务谈判案例 11	化工磨料索赔案 .....	239
参考文献 .....		240



模块一

沟通技巧

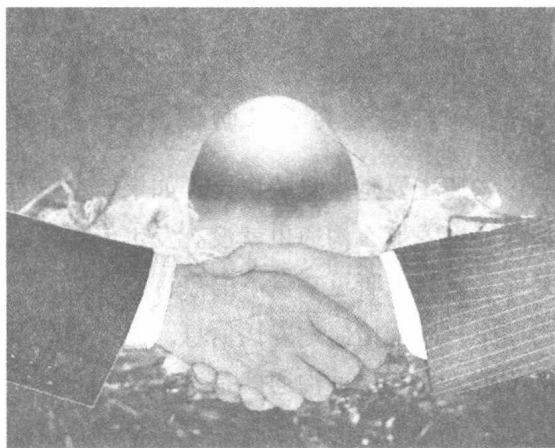




## 项目一 商务沟通概述

### 案例导入

一个老人坐在小镇郊外的一条马路旁边乘凉，一位陌生人开车来到这里，看到了老人，便停下车向老人询问：“请问这是一座什么样的小镇？这里的人怎么样？我正想搬到这里来居住呢。”老人抬起头看了一眼这个陌生人，回答说：“你要离开的那个地方是什么样的？那里的居民怎么样？”“我要离开的那个地方糟糕透了，那里的居民既不友好也不和善，都是些让人讨厌的人。”陌生人激动地回答。老人回答：“很抱歉，先生，恐怕要让你失望了。因为我们镇上的居民也跟他们完全一样。”



不久之后，又有一个陌生人向这位老人询问同样的问题：“这是一个什么样的小镇？镇上的居民怎么样？”老人同样也反问他：“你要离开的那个地方是什么样的？那里的居民怎么样？”这个陌生人回答说：“我要离开的地方是一座美丽的小城镇，住在那里的人都是非常友善的，我们一家人在那里度过了一段很美好的时光。只是我的公司搬到了另外一个城市，所以我只能重新选择居住的地点了。”老人说：“你很幸运，年轻人。居住在这里的人也跟你以前居住的小镇上的人一样，你将会喜欢他们，他们也会很喜欢你的。”



### 工作任务

掌握商务沟通相关知识。



### 技能目标

★掌握商务沟通的定义。

- ★熟悉商务沟通的类型和特点。
- ★掌握有效沟通的基本原则。



## 任务分析

### 一、沟通的含义及性质

沟通是指在一定的社会环境下，人们借助一定的媒介，如语言、文字、图像、记号及手势等，以直接或间接的方式将信息发送给既定接收者，并寻求得到积极反馈的过程。它包含以下性质。

#### （一）沟通具有双向性

沟通主要是信息的传递，如果信息没有传递到既定对象，或者信息的传递没有得到任何的反馈，那么沟通也就没有发生。就像那个著名的哲学命题，森林里有一棵树倒了，但是没有任何人听见它倒下的声音，那么，我们能说这棵树发出了什么声音吗？如果我们在沟通中只一厢情愿地发送信息，而没有注意到信息是否已经送达给对方，对方是否有任何的反馈，那么这种沟通就是没有意义的，严格意义上来说，只注重信息的发送而并不关注信息是否有反馈的沟通只能算作自言自语而已。

有人认为，既然我们每天都在与别人沟通，那么沟通并不是一件难事。是的，我们每天都在进行沟通，但这不表明我们是一个成功的沟通者，正如我们每天都在工作并不表明我们每天都能获得工作上的成就一样。沟通不是一个纯粹单向的活动。或许你已经告诉对方你所有表达的信息，但这并不意味着对方已经与你实现了沟通。沟通的目的不是行为本身，而是在于结果。如果预期结果并未产生，接收者并未对你发出的信息作出反馈，那么就没有形成沟通。完美的沟通，如果它存在的话，那么经过传递后，接收者所感知到的信息应与发送者发出的信息完全一致。

#### （二）沟通的媒介是多元化的

沟通通常以语言为媒介，也可以采用非语言为媒介。以语言为媒介的沟通包括口头语言信息和书面语言信息，这是相对于具有确定性的信息传递媒介而言。语言沟通是指通过对语言的处理，从语言的文化环境、记录、行为、方式等方面进行分析和筛选，以减小交流障碍，协调关系，使信息被目标受众传播和理解。在语言交流中可以获得很多我们需要的信息，而且语言可以反映一个人的道德修养、学识水平、思辨能力，通过语言沟通，很多难题可以找到解决的办法。语言沟通有灵活而不失原则、创新而又不忘记规范、内容与形

式并重的特点。

非语言沟通包含的内容非常广泛，包括我们的动作、表情、眼神、身体姿势，等等。实际上，在沟通过程中，语言信息和非语言信息是相辅相依的。如果没有语言信息的支撑，非语言信息的表达就会带有很多不确定性。比如一个人攥紧了拳头，我们无法推断他是因为紧张还是因为愤怒，只有结合他说的话才能确定。而相反，只有语言没有非语言的注释，我们也无法体会说话者真正的本意。比如一句简单的“你真坏”可以理解为生气时的咒骂，也可以理解为情人间的娇嗔，如果没有非语言的诠释，也就无法确定。所以，沟通者如想获得对方更多真实信息以改进沟通效果，就不能忽略对方的非语言信息表达，这些非语言信息有时候是无意识的，但却能帮助沟通者获得更多有用的信息。

### （三）有效的沟通以信息充分被理解为依据

许多人认为，有效沟通就是使别人接受自己的观点。实际上，你可以明确地理解对方所说的意见但不一定同意对方的看法。沟通双方能否达成一致意见，对方是否接受你的观点，往往不是沟通有效与否这个因素决定的，它还涉及双方利益是否一致、价值观念是否相似等其他关键因素。例如，在谈判过程中，如果双方存在着根本利益的冲突，即使沟通过程中不存在任何噪声干扰，谈判双方的沟通技巧也十分纯熟，往往也不能一次达成的协议，但在这个过程中双方都充分了解了对方的要求和观点。

## 二、有效沟通的原则

### （一）信息传达应具有明确性

当信息沟通所用的语言和传递方式能够被接收者所理解时，就可以认为它是明确的信息。明确的信息才能实现沟通的目的，所以，沟通过程中要使用通俗易懂的语言。发布信息时用别人能够理解的文字、语言、口气来表达，是信息发布者的责任。它要求发布者有较强的语言表达能力和文字表达能力，并熟悉沟通对象的语言习惯。在企业，有各层次的管理人员，也有普通工人和专业技术人员，在信息发布中应根据不同的对象采用不同的语言。面向普通员工的信息沟通要注意将各种专业术语和技术语言通俗化。

### （二）沟通信息应具有真实性

真实性原则要求有效沟通必须传递有意义的信息需求。没有实际意义的信息即使在沟通过程中逐步完善，沟通也会因为没有任何实质内容而失去其价值和意义。无效沟通是对沟通资源，包括时间和精力、渠道、金钱的一种浪费，不仅沟通本身毫无意义与价值，有

时甚至还会产生负效益，即沟通成本大于沟通的收益。有效沟通的内容与过程必须具有真实性，沟通的信息必须是至少对其中一方有用、有价值。

### （三）选择沟通渠道应适当

选择沟通渠道适当性原则要求信息传达者应该将有意义的信息，通过适当和必要的沟通渠道，由一个主体送至另一个主体。不同的信息对于传递渠道的选择有不同的要求。真实的信息，选择了不恰当的渠道进行传递，就会产生信息误读或扭曲，导致沟通受挫或受阻，有时候甚至产生沟通灾难。如上司对下级表示友好的方式就因人、因场合而异，如果方式选择错误，则可能引起沟通问题。

### （四）共时性原则

共时性原则要求有意义、真实的信息必须由适当的发送者发出，并通过适当的渠道传递给适当的接收者。人们要想达成有效的沟通，信息的发出者和接收者都应该是而且必须同时恰好是应该发出和应该接收的沟通主体。沟通主体的适当性和共时性这两者缺一不可。如信息虽由适当的发送者发出，但接受者不对；或者接收者对了，但发送者身份或地位不适当，都会导致沟通失败。只有有意义的信息从适当的主体发出，并准确地传送给了适当的接收者，且接收者及时接收，沟通才可能是有效的。

### （五）完整性原则

完整性原则要求有效沟通必须由适当的主体发出，并通过适当的渠道，完整无缺地传送给适当的主体。信息由适当的发送者发出，通过适当的渠道传递，并且也由适当的接收者接收了，沟通是否就一定能保证有效完成呢？答案是不一定。由于各种因素的影响和各种因素的干扰，被传递的信息，有可能在被传递过程当中，人为或自然地损耗或变形。如果这种情况发生，那么，接收者接收到的信息，已经不是发出者所发出的严格意义上的同一信息，有可能发生沟通失误或者误解信息。因此，信息在传递结束时必须保持其内容的完整性，应该就是有效的信息，完全符合上述所有原则的沟通是很少的。

## 三、有效沟通的程序

### （一）识别沟通风格

我们在不同的沟通场景中会接触到不同职业和不同性格的人，每一个人都有自己独特的沟通习惯和风格。想要进行成功有效的沟通，首先要了解不同人的沟通风格，并用对方能够接受的方法与其沟通。根据控制性和敏感性的强弱程度，沟通风格可以分为表现型、控制型、亲和型和分析型四种。



### 1. 表现型

表现型的人外向、热情、幽默、活泼、朝气蓬勃、干劲十足、想象力丰富、面部表情丰富、动作多、节奏快。在与表现型的人进行沟通时，要尽快融入对方的情绪，让对方感觉你是与他共鸣的，让对方感受到他的热情已经感染了你，你很享受与他的沟通。

### 2. 控制型

控制型的人比较务实，有明确的目标。说话果断、坦率。他们往往以解决问题为中心，从而容易忽略他人的感受。在和控制型的人进行沟通时应注意尽量少说多听，多给予对方积极的反馈，回答对方问题时要答案明确、声音洪亮，与对方讨论时要有详细的计划，直奔主题。

### 3. 亲和型

亲和型的人善于与人合作，友好、耐心、支持他人、助人为乐、富有同情心、对人真诚、说话慢条斯理、态度和蔼可亲。与亲和型的人进行沟通时要注意态度和蔼，多了解其内心的真实想法并加以赞赏，从而快速建立互信关系。在沟通中多注意目光接触，多谈主题内容。

### 4. 分析型

分析型的人严肃认真、一丝不苟、语调单一，具有完美主义倾向、严于律己、对人挑剔、喜欢单干、动作慢、注意细节、面部表情好、有计划。在与分析型的人进行沟通时，应该注意表达准确，内容突出，注重细节，逻辑性强，遵守时间，使用准确的专业术语，多使用具体数字。

## （二）为沟通做准备

在不同的沟通场合，每个人的沟通目的是不同的。有的人沟通是为了建立友谊，有的人沟通是为了销售产品，还有的人只是为了闲聊。而不同的沟通目的需要采用不同的沟通手段。在为沟通进行准备时，首先，应该明确沟通的目标、制订详细的计划、对可能出现的情况进行分析。其次，在制订沟通计划时，要列出沟通的目的、主题、时间、地点、方式、对象，确定先说什么，后说什么。如何在一定的时间内把自己的主要观点表达清楚是有很大学问的，计划越充分，沟通的效果也会越好，机遇总是偏爱那些有准备的人。最后，还应该对沟通的情况进行一定的预测，这将有助于把握沟通中可能出现的问题。

## （三）倾听理解

倾听是指接收信息的人把全部注意力都集中在倾听信息、阐述自己的观点以及及时提问上。要做到这一点就必须保证接收信息的人在沟通过程中专心致志，而不是三心二意。否则信息沟通的有效性就无从谈起。

理解是指沟通对象对你所发出的信息的真实含义能够明确地了解。要做到这一点，发出信息时应以对方真正理解为标准，而不应以自己是否发出为标准。