

谈判桌上靠的是智慧

要怎么做，才能成为一流的谈判专家、顶尖的沟通高手？

# 突破对手

## 心理防线的谈判

要怎么做，才能让不同国家、不同价值观的对手，无条件相信你，点头说YES？  
要怎么做，才能培养无法抗拒的个人魅力，成为一个令对方印象深刻并尊重的人？

尹大卫◎著



# 突破对手

心理防线的谈判

尹大卫◎著



 中华工商联合出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

突破对手心理防线的谈判 / 尹大卫著. -- 北京:  
中华工商联合出版社, 2015. 8  
ISBN 978 - 7 - 5158 - 1351 - 6

I. ①突… II. ①尹… III. ①商务谈判IV.  
①F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 143514 号

---

突破对手心理防线的谈判

---

作 者: 尹大卫

责任编辑: 吕 莺 郑承运

封面设计: 信宏博

责任审读: 李 征

责任印制: 迈致红

出版发行: 中华工商联合出版社有限责任公司

印 刷: 北京高岭印刷有限公司

版 次: 2015 年 9 月第 1 版

印 次: 2015 年 9 月第 1 次印刷

开 本: 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

字 数: 160 千字

印 张: 14

书 号: ISBN 978 - 7 - 5158 - 1351 - 6

定 价: 32.00 元

---

服务热线: 010 - 58301130

工商联版图书

销售热线: 010 - 58302813

版权所有 侵权必究

地址邮编: 北京市西城区西环广场 A 座

19 - 20 层, 100044

http: //www. chgslcbs. cn

凡本社图书出现印装质量问

E - mail: cicap1202@ sina. com (营销中心)

题, 请与印务部联系。

E - mail: gslzbs@ sina. com (总编室)

联系电话: 010 - 58302915

# 谈判桌上凭的是智慧

## 代序

不管你喜欢不喜欢，愿意不愿意，你每天总是在不知不觉中与别人谈判，比如你和爱人商量去哪里吃饭；或者与孩子商定他们何时熄灯睡觉；或者与律师协商解决公司之间的财务诉讼……

大到关于国际问题的争议，小到家庭夫妻之间的家务分配商讨。谈判，无处不在，无时不有，世界就是一张巨大的谈判桌，人们常常是通过谈判来解决问题、做出决定的。

虽然谈判每天都在发生，但要谈出好的结果却不容易。几乎所有的人在谈判时都存在着困惑，感觉这世界越来越难以应付。难缠的交涉者、隐藏的决策者、背信毁约、僵化的政策，等等。同时，人们对通常的谈判技巧不是感到不满意，就是敬而远之。

要怎么做，才能成为一流的谈判专家、顶尖的沟通高手？

要怎么做，才能让不同国家、不同价值观的对手，无条件相信你，点头说“YES”？

要怎么做，才能培养无法抗拒的个人魅力，成为令人尊敬，让对方印象深刻的人？

我们所面对的每一场谈判都是一场心理博弈，我们总是想预测对方的意识、同时思考着自己该如何应对，以求在博弈中得到最大收益。而谈判者的心理活动是由自身的认识、水平、修养等素质所决定的，一名普通谈判人员与资深谈判高手的差别就在于后者更能够洞察对方的心理，能一步步地改变对方的思想，引导对方的情绪，并将自己的意志灌输给对方，使谈判向有利于己方的方向发展。





本书介绍了关于谈判的新理念、新观点和新方法——根据价值来寻求双方的利益而达成协议，并不是一味通过讨价还价来定胜负；当双方利益发生冲突时，坚持使用某些客观的标准来做决定，而不是用双方意志力来比拼；要把人与问题分开，要着眼于利益而不是立场。

当然，谈判没有放之四海皆准的方法，即使面对同一个人，在不同时间、不同场合，谈同一件事，结果也可能完全不同，这就要求我们必须因地制宜，把焦点放在特定情境、特定的人以及特定的目标上。

所以，当我们要与老板商量涨薪，要与肇事者一起解决交通事故引发的纠纷，要与陌生人商定买房的价格时，并没有一成不变的方法可供参考。方法有千百种，因此本书强调，在不同阶段、不同情况下运用的谈判技巧是各不相同的。比如谈判双方处于平等地位时，与己方处于被动地位时运用的策略自然有所差别，再如在贸易谈判中，开局、报价和签约时的谈判策略更是大相径庭。

本书的主要目的是把理论概念变成实用知识，让你在现实世界中活用谈判技巧，提高谈判能力，把看似不可能的事变成可能。

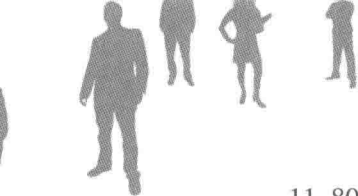
我们的“谈判大使”，你准备好了吗？



Contents

<b>第一章</b>	<b>双赢——各自利益的最大化</b>	001
1.	最好的结局是双方都觉得自己赢了	001
2.	不但要赢得现在，还要赢得未来	003
3.	着眼于利益，而不是立场	006
4.	公平合理建立在客观标准之上	008
5.	问自己，对方“为什么”会这样想	010
6.	不是我们“卖”，而是使之“买”	012
7.	让不同利益变成共同利益	014
8.	分割“馅饼”之前先把“馅饼”做大	015
9.	先做朋友，后谈生意	019
<b>第二章</b>	<b>一切方法都是为了成交</b>	022
1.	多一分主动，就多一分胜算	022
2.	“扮演”一个不情愿的卖主	027
3.	一个简单的事实胜过10倍的道理	028
4.	让第三方来当“证人”	030
5.	多一个角度，多一次机会	033
6.	巧用关键时刻的“催化剂”	035
7.	把意向及时变成合同的技巧	038
8.	成败之间的差距是——2毫米	040
9.	“七分软中藏着三分硬”	042
10.	要有让一切归零的勇气	046





11. 80%的让步是在最后20%的时间内做出的 .....	048
12. 陷入困境时不妨休息一下 .....	051
13. 把谈判拖延到最后一分钟 .....	053

### 第三章 用语言打动对方的心 .....

1. 最佳结果是谈出来的 .....	057
2. 运用谈判语言的基本原则 .....	058
3. 三言两语, 和陌生客户一见如故的方法 .....	060
4. 问题是有力的说服工具 .....	062
5. 好的答案来自好的问题 .....	065
6. 记住, 你的回答是一种承诺 .....	067
7. 谈判是一个双向的过程 .....	071
8. 用“心”去倾听对方 .....	072
9. 把话说到人的心坎里 .....	075
10. 是委婉表达还是直言相告 .....	077
11. 成也词汇, 败也词汇 .....	079
12. 让人理解自己说出那个“不”字 .....	083

### 第四章 让你的对手说“YES” .....

1. 为什么对方不说“YES”呢 .....	086
2. 拒绝, 既是障碍, 也是成交信号 .....	088
3. 连续肯定彼此的共同点——“苏格拉底说服法” .....	090
4. 在两者之中做出选择——“惠勒说服法” .....	094
5. 谈判中的魔力句式——假设说服法 .....	097
6. 假定自己会成交——认定说服法 .....	099
7. 让请求以问题的形式出现——接近说服法 .....	103
8. 先踏一脚入门——渐进说服法 .....	104
9. 先大后小的心理——渐退说服法 .....	106
10. 言与行的一致性——承诺说服法 .....	108
11. 优点和缺点列举法——“富兰克林说服法” .....	110
12. 自我暴露不利因素——缺点说服法 .....	112
13. 让对方自己说服自己——“安东尼说服法” .....	114
14. 给对方一个美好远景的框架——情境说服法 .....	116

15. 进入一种入神的状态——催眠说服法	118
16. 有种似曾相识的感觉——模仿说服法	119
<b>第五章 “讨价还价” 中的“虚虚实实”</b>	122
1. 多谈价值，少谈价格	122
2. 谈判中报价的潜规则	124
3. 底线——心理上最后的承受力	126
4. 有时对第一次出价一定要“故作惊讶”	129
5. 最低价格往往是比较出来的	132
6. 人们常常难以说出第二次“NO”	134
7. 只有“一句话”——“你得再加点”	137
8. 淡化对方的“一口价”	139
9. 以“隐形老板”为武器	140
10. 偶尔“黑脸白脸”唱“双簧”	142
11. 结束讨价还价的“绝招”之一——“反悔”	145
12. 装作很为难地让步	146
13. 最合理的让步幅度	148
14. 折中并不是公平的做法	151
15. 谈判桌上的“幸运钱”	152
16. “最后一分钱”的安慰	153
<b>第六章 弱势谈判的筹码是智慧</b>	156
1. 如何利用弱势的力量	156
2. 弱者往往在交涉中达到目的	158
3. 装装“糊涂”又何妨	161
4. 退让是一种能力，而不是无能	165
5. 最后一退——拒绝谈判	167
6. 要积极，但千万别着急	169
7. 人人都希望得到别人的尊重	170
8. 名人是生意人，我也是生意人	172
9. 谈判，要“看人下菜单”	176
<b>第七章 聪明人与聪明人的心理较量</b>	180
1. 僵局并非死局，定有破冰之道	180







2. 凡事都有另一种可能 .....	184
3. 发挥谈判资源的最大效用 .....	186
4. 换个角度别有洞天 .....	188
5. 发出“最后通牒”，逼对方就范 .....	191
6. 打碎对方心中的五彩球 .....	193
<b>第八章 最高级的谈判是无形的 .....</b>	<b>197</b>
1. 不打无准备之战 .....	197
2. 做谈判者先要做调查者 .....	200
3. 渊博的产品知识是成交的基础 .....	202
4. 做一名谈判桌上的“演员” .....	203
5. 商务关系说白了就是人际关系 .....	206
6. 遇到问题，对事不对人 .....	208
7. 给自己的情绪安一个“开关” .....	210
8. “心中无剑”是最高谈判境界 .....	212

# 第一章 双赢——各自利益的最大化

你不但要赢得现在，还要赢得将来。

## 1. 最好的结局是双方都觉得自己赢了

什么是谈判？

谈判是一种以自己已有的社会地位与力量作为基础，通过沟通来影响他人或集体的行为，从而达到自己目的的活动。谈判是社会生活中不可缺少的交往方式。

什么是最好的谈判结果？

最好的结果是当你和对方离开谈判桌的时候，你们双方都觉得自己赢了。

在美国，有这样一个经典的谈判小故事。

有一个女人把一个橙子给了邻居的两个孩子，这两个孩子便开始讨论如何分这个橙子。两人吵来吵去，最终达成了一致意见：由一个孩子切橙子，而另一个孩子选橙子。结果，这两个孩子按照商定的办法各自取得了一半橙子，高高兴兴地拿回家去了。

第一个孩子把半个橙子拿到家，把皮剥掉扔进了垃圾桶，把果肉放到榨汁机里榨果汁喝。另一个孩子回到家把果肉挖掉扔进了垃圾桶，把橙子皮留下来磨碎了，混在面粉里烤蛋糕吃。





我们可以看出，虽然两个孩子各自拿到了看似公平的一半，然而，他们各自得到的东西却并未物尽其用。这说明，他们事先并未做好沟通，也就是两个孩子事先没有申明各自利益所在，只是盲目追求形式上的公平，结果，双方各自的利益并未在谈判中达到最大化。

试想，如果两个孩子充分交流各自所需的东西，或许会有多种方案可选。两个孩子可以想办法将皮和果肉分开，一个拿到果肉去榨汁，另一个拿皮去做烤蛋糕。

当然，如果恰恰有一个孩子既想要皮做蛋糕，又想喝橙子汁。这时，如何处理呢？这时，想要整个橙子的孩子可以提议将其他的问题拿出来一块谈。他可以说：如果把这个橙子全给我，你上次欠我的棒棒糖就不用还了。其实，他的牙齿被蛀得一塌糊涂，父母上星期就不让他吃糖了。另一个孩子想了想，很快就答应了。他刚刚从父母那儿要了5元钱，准备买糖还债。这次他可以用这5元钱去打游戏，才不在乎橙子呢。

两个孩子的谈判思考过程实际上就是不断沟通，创造价值的过程。双方都在寻求对自己最大利益的方案的同时，也满足对方的最大利益的需要。

商务谈判的过程实际上也是一样。好的谈判者并不是一味固守立场，追求寸步不让，而是要与对方充分交流，从双方的最大利益出发，创造各种解决方案，用相对较小的让步来换得最大的利益，而对方也应是遵循相同的原则来取得交换条件。也就是说，在满足双方最大利益的基础上，如果还存在达成协议的障碍，那么就不妨站在对方的立场上，替对方着想，帮助扫清达成协议的一切障碍。

谈判的目的是达到一个双赢的结果。最好的结局是当你和对方离开谈判桌的时候，你们两人都觉得自己赢了。

20世纪伟大的数学家约翰·凡·诺曼创立了一种二进制概率游戏。在这种游戏中，所有的活动被分成两种形式或两种类别。若其中一种行动（或一方）的推进是以另一方的后退为代价，这被称作“零和游戏”（意味着一方得“零”，另一方得“一”或更多）；若其中两种行动（双方）同时向双方均有利的方向推进，就称为“非零和游戏”。流行术语将“零

和游戏”称为“胜对负”，将“非零和游戏”称为“胜对胜”。

一个人要想成为凡·诺曼游戏的赢家，必须掌握三种技巧：零和对弈（因为许多情况要求如此），非零和对弈（当然许多情况也要求这种游戏模式），以及哪种情况下选择哪种模式。

在体育运动中，大多数都属于一方胜一方负的情形，如乒乓球、羽毛球、百米赛跑等。一个人不可能在一个项目中做到在自己不失利的情况下帮助对方。这些都是“零和游戏”或“胜对负”的游戏。

“非零和游戏”说明：一方若以击倒另一方为游戏主旨，则会造成双方皆输的结果。赢得均胜游戏的唯一途径是帮助另一方获得使其满意的收益。

谈判是一种涉及买卖双方的活动，即买卖双方都期望从交易中得到好处，并且双方经过权衡，认定必能从交易中得到好处，交易才能够实现。也就是说，所谓的双赢谈判应是“胜对胜”的游戏。对谈判者来说，他的最大职责不是考虑如何使自己获胜——卖出更多的产品、赚到更多的钱，而应考虑如何协助、支持对方获胜。

高明的谈判活动是一种双赢活动，我们得到利润，客户得到了产品的使用价值，买者欢喜，卖者得意。

## 2. 不但要赢得现在，还要赢得未来

我们说的双赢的意义是什么？真的意味着双方都赢吗？或者意味着双方都输了才公平？如果每一方都认为自己赢了而对方输了呢？那还是双赢吗？

如果你拿着一个大订单离开了，心里在想：我赢了！如果买主是个更有经验谈判者我本来还可以把价格再降一点儿。而买主会怎样想呢？他心里想的是他赢了，如果对方是一个更高明的谈判对手，他还可以给更高的价格。所以，双方都觉得自己赢了，而对方输了。这是双赢吗？

是的，我相信是，如果他们一直有上面所述的那种感觉的话。只要第





第二天早晨醒来，双方没有人会想：“我现在才明白被他们的花言巧语给欺骗了……”

如果这次你把对方“打得很惨”，那么，很可能就意味着，下次对方会想尽一切办法，用尽一切手段，“以牙还牙”，加倍奉还。如果你占了另一方的便宜，而对方知道了，那么对方最终将不再愿意与你合作。

在美国，一位客户通过阅读行业杂志上的文章，发现他的一位供应商向他收取比同行价格高15%的费用，还向他保证这是最低价。可以想象出当时客户发现几年来被当成傻子愚弄的感觉。他气坏了，不是因为被多收15%费用本身，而是因为有了被欺骗的感觉。于是，客户撤走了好几百万美元的资金，并起诉该供应商要求退还多收的费用和赔偿损失，还采取措施使整个行业对该供应商产生不信任感。该供应商虽曾因客户的损失而“获利”，但最后却造成两败俱伤的结果。

谈判的结果一定要让对方心甘情愿地认可，也就是令人产生“与你合作真好”的感觉。任何买卖只有出现双赢的局面才能保持长久的业务往来。其实，这是个简单的常识，我们之所以在这里一再重申，是因为每天都会会有许多谈判者一再犯这类错误。

谈判的目的在于，双方基于某种程度的妥协，寻求一个彼此都能接受并满意的共同点。因此，达成协议之后，双方仍然要以生意伙伴的关系继续合作。即使是最极端的谈判手段——战争，在兵戎相见之后，彼此仍要和谈，战争永远无法最终解决问题。

若以结果而言，谈判所求的结果并非挑战或对立，而是一种“竞争合作”。这种“竞争合作”的概念，是站在双方意图“长期合作”的立场上产生的。“我们在这里谈判的目的是为了合作，而不是要你死我活。”我的朋友，美国谈判学会会长尼伦伯格曾如此说。

在商业买卖的谈判场合中，你过度贪婪、压榨对方的后果，可能是最终得多花一点时间去寻找其他买家，或在极度不悦的情况下达成妥协，甚至有可能引起其他严重后果。许多企业会由合作状态演变成撕破脸的结局，这都是因为谈判时过度贪婪引起的。

即便面对的是一场占尽优势的谈判，或是一个实力较弱的谈判对手，



也不能赶尽杀绝，丝毫不留余地。也就是说，即使成功地迫使对方接受我方的条件，但对方心怀不平或是觉得受辱的话，最终失去的东西往往会比得到的要多得多。

商业谈判并非只交手一次就告结束。如果不好好处理，下一次碰面时，对方就会产生戒心，甚至发起强烈的反击。如此一来，原本是彼此都可获利的双赢，对方也可能会为了“报上次的一箭之仇”而抗拒合作，最后导致谈判陷入僵局。

更糟糕的情况是，对方要是提出“如果不撤换谈判代表，和贵公司就没什么好谈”的要求，你就连对方公司的大门都进不去了。

亏本的买卖没人做，这是商业规则。你必须用双赢的心态去处理你与企业之间的、企业与商家之间的、企业与消费者之间的关系。你不能为了自身的利益去损害企业的利益。没有大家哪有小家？企业首先是一个利润中心，企业都没有了利益，你也肯定没有利益。同样，你也不能破坏企业与商家之间的双赢规则，只要某一方失去了利益，就必定会放弃合作。消费者满足自己的需求，而企业实现自己的产品价值，这同样也是一种双赢。

关键在于，我方在谈判获胜之际，必须让对方产生一种“其实自己也没有输”的印象。所以，成功的谈判可被定义为：你可以从中获得你想要的一切东西，并且对方很愿意继续与你合作。对于双方而言，只有构筑长远的、可持续发展的合作关系，才是真正有“价值”的事情，才是实现“双赢”的关键。

我个人更喜欢这样为“谈判”下定义：“达成与对方完美合作，创造双赢的过程。”特别在竞争激烈的现代社会里，“双赢”的概念尤其难能可贵，因为它可以同时兼顾多方的利益。

总之，谈判不是一锤子买卖，而是要和客户建立长期关系。如果企业与客户建立了长期的业务关系，在企业景气时，会把企业的成功推向巅峰；在企业不景气时，则会维持企业的生存。遵守双赢的原则，是谈判成功的前提。



### 3. 着眼于利益，而不是立场

有这样一个例子：两个人在图书馆吵架，一个要把窗户打开，另一个要把窗户关上。他们俩为了窗户应该开多大争执不休，是留条缝、半开还是打开四分之三？没有一种方案能让两人都满意。

这时图书馆管理员走了进来，她问其中一个人为什么要开窗户，回答说：“为了呼吸新鲜空气。”她又问另一个人为什么要关窗户，那人说：“怕有穿堂风。”管理员想了一下，把隔壁房间的一扇窗户敞开了，这样既有新鲜空气流过来，又避免了穿堂风。

这个例子在谈判中颇具代表性。表面上看起来，这两个人问题在于他们的立场发生了冲突。既然双方的目标是想在立场上达成共识，谈判就不可避免陷入僵局。

如果管理员只注重他们俩的立场——一个要开窗，一个偏要关窗，她就不可能找到解决问题的办法。但是她注意到双方的真正利益，是呼吸新鲜空气和避免穿堂风。

这说明一个道理，在谈判中把立场与利益区别开来是解决问题的关键。明智的办法是协调双方利益而不是立场。谈判的根本问题不在于双方立场上的冲突，而在于双方需求、愿望和想法等方面的冲突。

谈判的一方可能会说：“我们谈不拢。他的房子开价 100 万元，我只能出 90 万元，多 1 分都不行。”

但问题的实质是，买方至少需要 10 万元与前妻了断婚姻，而且他告诉过家人，他最多花 90 万元买的房子。

利益驱动人的行为，是立场争执背后的动机。你的立场就是你已做的决定，而利益是导致你做出这一决定的原因。

调和双方的利益而不是立场，这种方法之所以奏效有两个原因。

首先，利益可以通过多种方式得到满足。如果你能从对立的立场背后寻找利益动机，也许就能找到既满足自己的利益，又能满足对方利益的新

立场。

其次，对立的立场背后既有相互冲突，也有共同利益。我们通常会这样认为：对方的立场与我们的立场背道而驰，对方的利益也一定与我们的利益格格不入。如果我们的利益是要保护自己，那对方一定想攻击我们。如果我们希望房租尽可能便宜，对方一定会使劲地把房租往高抬。其实在大多数谈判中，只要能仔细考虑潜在的利益需求，就能发现双方共同或可调和的利益要远远多于相互对立的利益。

有时，正是因为存在不同的利益，才可能达成协议。你与鞋店老板可能都对钱和鞋子感兴趣，但相比之下，鞋店老板对500元的价格的兴趣高于对鞋的兴趣，而你的情况则相反，500元钱和鞋比较起来，你更喜欢鞋。买卖就这样做成了。

立场可能是具体明确的，而它背后的利益却可能不那么明显，不易捉摸，甚至互相矛盾。同时，我们还要认识到双方都有多重利益。在几乎所有的谈判中，每一方都有多种利益，而不只是一种。比如，你在租房的时候，也许你既想获得一份对自己有利的租约，又想不费力气地尽快达成协议，还想和房东保持良好的合作关系。当然，你追求的利益中既有你个人的利益，也有双方共同的利益。

在许多谈判中，我们习惯性地认为金钱是唯一的利益所在。即使是有关金钱的谈判，比如确定离婚协议中的赡养费，往往也涉及钱以外的更多方面。妻子要求每月500元赡养费的真正目的是什么呢？当然，她对自己的经济状况非常关心，但有没有其他原因呢？她也许是为了获得心理上的满足感，是想获得别人的认同，觉得自己受到了平等、公正的待遇；也许她并不需要那么多钱，只是为了报复……所以只有通过其他方式满足妻子的心理要求和获得自己认可的利益之后，她才有可能降低赡养费的标准。

对个人是这样，对集体、国家也是如此。只要一方认为自己的基本利益得不到满足，谈判就不会取得进展。比如，当年美国希望通过谈判以低廉的价格从墨西哥进口天然气。美国能源部长错误地认为这是一场关于钱的谈判，于是否决了美国某石油财团同墨西哥达成的关于提高价格的协议。由于当时没有其他可能的买主，所以美国能源部长认为对方会降低报







价。但墨西哥人不仅希望天然气能卖个好价钱，他们更希望得到尊重和平等相待。美国的行为似乎是对墨西哥的又一次要挟，令墨西哥人非常生气。结果，墨西哥政府不但不卖天然气，还把天然气烧掉。从政治角度而言，任何降低价格的协议都是墨西哥不可能接受的。最后双方不欢而散。

由于双方坚持各自的立场讨价还价，本来可以双方合作解决的问题，却成了一场你死我活的斗争。每一方都试图用自己的意志力使双对方退却。

还有时会有好几方坐在谈判桌旁，而且每一方都包括普通谈判成员、高层管理人员、董事会成员，这些都是谈判中要打交道的对象。谈判涉及的人越多，立场式谈判带来的弊病也越多

我所要强调的是，有些谈判不要陷入立场上的争执，而是要从立场背后的利益入手，解决了利益上的分歧，也就免去了立场上的争执。

#### 4. 公平合理建立在客观标准之上

在谈判中，不论你多么理解对方利益，不论你多么善于协调双方的利益，也不论你多么重视双方目前的关系，你总要面对一个残酷的现实，那就是双方利益的冲突。即便讨论实现“双赢”的策略也无法掩盖这一事实。你希望房租再便宜些，房东则希望能抬高一些；你希望明天到货，而供应商则更愿意下周送货，等等。这些分歧都是无法掩盖的。

通常为了解决这些分歧，在谈判过程中大家注重的往往是各方愿意接受什么，常常是拿自己的意愿与对方的意愿一比高下。这样的谈判既无效率可言，也不友善，其结果不是你让步就是他妥协。我认为，任何谈判如果不引入脱离个人意愿的客观标准，就无法达成符合标准的协议。

假设你已经签了一份定好价格的房屋建筑合同。你的房子要求有钢筋混凝土地基。问题在于合同中没有标明地基的深度。承包商建议是0.6米，而你认为这种房子的地基要1.5米才接近正常标准。

如果承包商说：“我答应了你提的房顶用钢梁的要求，该你同意我的