



【市场营销系列】

高等职业教育经济管理类“十一五”规划教材

SHANGWU TANPAN

Gaodeng Zhiye Jiaoyu Jingji  
Guanlilei Shiyi-wu Guihua Jiaocai

# 商务谈判

■ 陈爱国 主编

郑州大学出版社



【市场营销系列】

高等职业教育经济管理类“十一五”规划教材

# 商务谈判

■ 陈爱国 主编

郑州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判/陈爱国主编. —郑州:郑州大学出版社,  
2008.8

(高等职业教育经济管理类“十一五”规划教材)

ISBN 978 - 7 - 81106 - 879 - 5

I. 商… II. 陈… III. 贸易谈判 - 高等学校:高等学校 -  
教材 IV. F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 102673 号

郑州大学出版社出版发行

郑州市大学路 40 号

出版人:邓世平

全国新华书店经销

河南新丰印刷有限公司印制

开本:787 mm × 1 092 mm

印张:18

字数:370 千字

版次:2008 年 8 月第 1 版

邮政编码:450052

发行部电话:0371 - 66966070

1/16

印次:2008 年 8 月第 1 次印刷

---

书号:ISBN 978 - 7 - 81106 - 879 - 5

定价:32.00 元

本书如有印装质量问题,由本社负责调换

## 编委会名单

顾 问 王文广 郑州大学升达经贸学院

朱永明 郑州大学管理科学与工程学院

周修亭 郑州大学商学院

主 任 卢克平 河南财税高等专科学校

副主任 (排名不分先后)

王金台 河南经贸职业学院

王志电 郑州航空工业管理学院信息统计职业学院

张贯一 河南工程学院

赵 敏 河南商业高等专科学校

杨惠贞 漯河职业技术学院

张 辉 黄河水利职业技术学院

刘建民 许昌职业技术学院

编 委 (排名不分先后)

吴玉霞 中州大学

刘厚均 鹤壁职业技术学院

丁永琦 开封大学

张国鼎 洛阳理工学院

万久玲 河南职业技术学院  
褚素萍 郑州牧业工程高等专科学校  
李 刚 郑州经贸职业学院  
王火平 郑州电力高等专科学校  
宗国恩 安阳工学院  
乔 红 黄淮学院  
高传华 郑州华信学院  
王自寻 郑州科技职业学院  
付子顺 濮阳职业技术学院  
杨紫元 商丘职业技术学院  
孙德营 济源职业技术学院

## 作者名单



主 编 陈爱国

副主编 付春雨

编 委 陈爱国 付春雨 杨 瑞

李 静 赵高送 吴 潇

沈河清

# 内容提要

本书系统深入地阐述了商务谈判的理论、策略和方法,对商务谈判的基本知识、商务谈判前的准备、商务谈判的开局、商务谈判的报价、商务谈判的议价、商务谈判的僵局及让步、商务谈判的结束、商务谈判的风险规避、商务谈判的沟通技巧、商务谈判的礼仪礼节与禁忌,以及国际商务谈判的相关内容进行了全面介绍,并结合每章内容,给出了实例练习和案例分析,以提高读者谈判的实际技能。

本书的主要特点是系统、务实、简明。全书从实践出发,以必要的商务谈判理论为依据,以培养商务谈判的实际技能为重点,借鉴了大量的文献和资料,力求系统务实;同时,本书在内容取舍及章节安排上,力求简明扼要。

本书可作为高职高专经济管理类专业教材,亦可供商务人士学习参考。

# 总序

面对我国经济政策、市场状况、企业经营环境以及在校大中专学生结构的变化,一场漫卷全国的经济管理类专业技术教育课程改革浪潮正在涌动,为新时期中国教育改革与发展带来了生机,为中华民族重新崛起注入了活力。课程改革和教材的完善是全球性趋势,从某种意义上讲,学校教育功能主要是通过课程体系和教材规范来实现的,因此,对任何国家或地区来说,课程改革都不是简单、局部、操作层面的问题,而是从教育思想、教育内容、教育方法、教育技术到教育评价的一系列变革,其核心是贯穿于一系列变革之中的教育理念变革和教材体系的完善。

我国正在进行的高职高专教学课程改革是全面推进专业技术教育和素质教育的一项浩大工程,这一工程试图通过课程体系变革,教材体系改进,课堂教学结构、模式和方法的变革来实现,是集基础性、多样性和选择性于一体,统一促进全体学生和谐发展的重大改革。因此对教材编写要求高质量、多样性,要充分运用信息技术和信息资源开发,调动广大教师的积极主动性和资源潜能,建构适应高职高专层面学生学习和教师讲授特点的教材体系。

郑州大学出版社组织了本套教材的编写出版工作,明确提出作者在编写过程中要贯彻以科学发展观为指导、以课程改革为依据、以读者为中心、以创新为导向的原则。不仅如此,在教材作者的遴选方面,要求也十分严格,主要编写人员应有副高以上职称,要有多年的教学经验,最好还要有实践经验。教材用语也力求准确、简明、易懂。

经过一年多的努力,本套教材即将完成,综合来看,本套教材主要有这样几个特点:

一是前沿性。本套教材是河南省 30 余所高职高专学校和部分本科院校有较强责任心的近百名教师总结近年来教学经验与实践心得的产物。从长期的教学工作中得到的反馈信息来看,现代学生的个性化特征越来越明显,时代感也越来越强,高职高专学生已不再满足于初级的经济管理知识,希望能够接触一些更为深入的课题,或者是与时代经济紧密相连的话题。这就要求我们

的教材必须站在时代的前沿,把握时代的脉搏,使学生以新的视角和思路来思考问题。

二是适用性和操作性。经济管理类专业学生的学习与企业管理实践是息息相关的,本套教材在内容的选择上,既考虑了学科本身的系统性和完整性,也考虑了适用性。教材体系的安排首先突出了经济管理类基础系列,进而又延伸出了公共基础、财务会计、市场营销、物流管理等几个系列,以适应不同学校、不同专业教学的需要。本套教材在行文上力求深入浅出,这样安排的另一个好处是使授课教师有更大的选择余地,可以根据所教学生的层次调整授课内容;在内容的安排上,强调实践操作规程,以体现出高职高专学生动手能力的培养要求。

三是思考性。本套教材除为学生提供已经我国改革开放过程中管理实践确认和验证的知识以外,还增加了一些有一定理论深度的问题,一方面可以使学有余力的学生拓宽思路,深入思考一些问题;另一方面也突出地表达出经济管理类学科教学的基本原则,即向学生传授一种面对新问题时要结合我国经济发展特点思考的方法,以此来驾驭纷繁复杂的社会经济现实。

四是编写体系的多样性。从某种意义上说,教材的编写有一定之规,但作为大学教材,也应体现出大学教师各自的特色。因此,本系列教材既有统一规划和基本要求,以保持系列教材的整体性,每本教材又各有特色,体现出不同教师的授课风格,如由案例引入教学、由设问引出理论探讨、由现实社会现象的解决方案引出不同理论体系等。

“质量第一,开拓创新”是我们编写这套教材的指导思想,出版精品是我们的共同奋斗目标。历史总是在不断推陈出新,教材的编写也应根据时代的发展和环境的变化而不断改革。我们在组织编写本套系列教材时,做了一些新尝试,希望能够取得良好的效果。但高职高专教材建设是个新生事物,同时也是一项庞大的系统工程,任何一项改革都不是一蹴而就的,需要不断修改和完善。

毋庸讳言,这套教材还存在一些不足之处,希望读者批评指正,以便于我们在后续出版中加以改正。

最后,对郑州大学出版社在本套教材的出版组织方面的全力支持表示诚挚的敬意,同时对他们的出色工作表示由衷的钦佩,对他们的辛勤工作表示谢意。

顾平

2008年5月

# 编写说明

随着近年我国经济的快速发展,社会对高职层次人才表现出强烈的需求,高等职业教育的重要作用日益凸显,从中央到地方都对职业教育予以高度的重视,这无疑也对职业教育的发展提出了更高的要求。其中,经济管理类专业因其更贴近经济发展前沿和对发展经济的重要意义尤其被予以重视,加之国内外有关经济管理学科的新的理论成果层出不穷,学科发展日新月异,如何解读新理论新成果,如何把这些新理论应用于我国的经济实践当中,培养适用于我国经济建设的亟需的经济管理类专业人才,是对经济管理类专业高职教育提出的新的课题与挑战。

众所周知,教材建设是高等教育专业建设的重要内容,而我国的高等职业教育起步较晚,高职教材建设与高职教育快速发展的要求存在很大的差距,经济管理类高职教材尤其如此。尽管目前市场上此类高职教材种类繁多,但普遍存在着缺乏高职特色、实用性实践性不强、体系不清、内容陈旧等这样或那样的问题。另外,教材选用和出版也存在随意性和趋利性等问题。这些问题不同程度地影响了高职教育的健康发展和学科建设。

经过近一年的调研和准备,由郑州大学出版社、河南省会计学会、河南省营销学会联合发起的河南省高等职业教育院(系)领导联席会暨高等职业教育经济管理类“十一五”规划教材编写会于2007年7月8~9日在郑州召开。来自全省30余所高职高专院校的50余名代表参加了会议。

针对当前高职教材的现状,编委会认真分析高职教材建设中存在的问题,在广泛听取一线教师和高职学生的意见建议的基础上,确立了本套教材编写的基本原则和教材体系,力争编写出适合高职层次教育特色的适用的教材。

本套教材分公共基础、财务会计和市场营销三个系列,其中财务会计系列还专配了实训类教材。参编人员皆为具有高职一线丰富教学经验的教师。本套教材和以往同类教材相比,具备以下几点鲜明特色:

1. 突出“高职”特色,强调教材的适用性。高职教育培养的学生是应用型人才,因而教材的编写一定要注重培养学生的实践能力与操作技能,对于基础理论则贯彻“实用为主、必需和够用为度”的教学原则,基本知识采用广而不深、点到为止的写作手法,基本技能如一条主线贯穿教材内容的始终。在教材的编写中,文字叙述力求简明扼要,通俗易懂,饶有趣味。

2. “融理于例、以例释理”的编写风格,彰显教材的可读性。基础理论结合大量精彩

的案例,案例点评穿插在理论叙述中,这是本套教材各主编贯彻的编写风格。对复杂难懂的知识,分解开来,一步一步地讲述,循序渐进,将复杂问题简单化,以便学生理解。通过举例阐明概念,将基础理论融入大量的案例中,使学生学习理论知识感到轻松。同时,每章内容中有案例,文后辅以案例分析题,充分体现了“以例释理、融理于例”的编写风格。

3. 贯彻板块式编写思路,突出使用教材的自主性与可选择性。高职学生自身素质参差不齐,其学习能力也有很大差距。鉴于此,本套教材采用板块式的编写思路,一些课程的教材以富有弹性的板块式内容结构,对知识与能力进行了科学的、有目的的综合。每个板块既是教材的有效组成部分,本身又是相对完整、独立的,具有一定的可剪裁性和拼接性。对以前学过的板块内容,有些学生就可以免修,留出时间学习其他感兴趣的知识,使学生的学习更具主动性,同时也避免了资源浪费。另一方面,为了解决“综合性”与“专门化”之间的矛盾,老师可根据学校的特点并结合学生的实际将内容板块裁剪、拼接,使前后课程互相衔接,浑然一体。这一点极大地方便了学习或授课的自主性和选择性。

4. 基础理论结合实训教材配套编写,体现了教材的实用性与目的性。本套教材对于有些专业课程采取基础理论教材和实训教材配套编写的原则,比如财务会计系列教材即是如此,符合高职层次财会专业教育的实际要求。本套教材中的实训教材力争站在专业的最前沿,紧密结合本地本职业的要求,强调与工作实际紧密相连,与相关专业的就业市场接轨,同时突出专业特色,渗透职业素质的培养;在内容上注意与专业理论课的衔接和照应,把握两者之间的内在联系,突出各自的侧重点。使学生学完基础理论课后,通过实习实训,训练实践技能,提高自己的职业能力。

另外,本套教材中的实训教材注重与职业技能证书的相关知识配套,与劳动部门颁发的技能鉴定标准衔接。力争使学生在实训之余,能顺利拿到相应专业的技能证书,为就业做好准备。

5. 汲取最新知识和案例,内容具有前瞻性和科学性。本套教材汲取了大量国际国内最新的理论知识,提供了最新最具代表性的案例分析,并兼顾了经济实践一线的活生生的发展现实,增加市场迫切要求的新知识,有效地防止了脱离实际和知识陈旧的问题,具有科学性和前瞻性。

不能否认的是,由于一些条件的限制,本套教材还不可能做到尽善尽美,但我们希冀本套教材的出版能为目前我国经济发展现状下的高职教材改革作出自身的贡献,本套教材编写思路与特色的尝试能为高职高专经济管理类专业的学科建设尽一些心力。

郑州大学出版社的领导和社科编辑部员工为本套教材的出版付出了辛勤的汗水和智慧,在本套教材即将付梓之际,谨表示深深的谢意。

高等职业教育经济管理类“十一五”规划教材编写委员会  
2008年5月

# 前言

荷伯·科恩先生曾说过“世界是张谈判桌,万事均可谈判”。谈判作为人类一种普遍的社会活动,自古就有。如今,谈判作为解决分歧的一种有效手段,已经渗透到现代社会政治、军事、外交、经济、文化等各个领域之中,成为人与人之间,机构与机构之间,国家与国家之间沟通、协调、合作必不可少的工具。

我国高等院校自20世纪80年代开设“商务谈判”课程以来,经过20多年的理论研究和教学实践,在谈判理论、实务、策略等方面进行了许多开拓性的探索。目前,“商务谈判”作为一门新兴的边缘学科已成为经济管理类专业学生的必修课。随着我国市场经济的推进,商务活动日益频繁,对谈判人才的需求也日益增强,但高水平、高素质谈判人才的匮乏依然是不争的事实。谈判是一种科学性和艺术性紧密结合的知识和技能,既需要相关的理论功底,又需要大量的务实性经验。为了使更多的人在商海中成为令人赞赏的谈判高手,我们编写本书时,在借鉴、参考前人大量著作、文献的基础上,结合高职高专学生的特点和教学要求,全面系统地对商务谈判的理论以及实务进行了详细的论述。

全书共分十二章,由河南财税高等专科学校陈爱国任主编并撰写第一、二章,鹤壁职业技术学院付春雨任副主编并撰写第三、四章。第五、九章由河南财税高等专科学校杨瑞撰写,第六、十二章由黄河水利职业技术学院李静撰写,第七、八章由郑州华信学院赵高送撰写,第十章由河南省信息管理学校吴潇撰写,第十一章由河南省政法管理干部学院沈河清撰写。最后,由陈爱国教授负责全书的修改、总纂,杨瑞协助主编做了大量工作,耿娜对全书文字校对亦有贡献。

本书力求全面系统、务实简明,注重理论联系实际。既详细介绍了谈判的基本理论、基本技巧和基本策略,又精选了一些经典案例,以避免空洞的理论说教。同时,又给出了练习题、实训题和案例分析题,目的在于使读者能够更好地将谈判理论与实践有效结合,快速提升读者的谈判能力和谈判水平。

书稿编著过程中,参阅了大量国内外有关商务谈判的专著、文献和资料,郑州大学出版社的编辑也付出了很多心血,在此一并深表谢意!由于作者学识、水平以及经验有限,书中偏颇、疏漏在所难免,诚请专家、读者提出宝贵意见。

编者

2008年5月

# 目 录

|                    |    |
|--------------------|----|
| <b>第一章 商务谈判概论</b>  | 1  |
| 第一节 商务谈判的概念、特征及类型  | 1  |
| 一、商务谈判的概念          | 1  |
| 二、商务谈判的构成要素        | 2  |
| 三、商务谈判的特征          | 4  |
| 四、商务谈判的类型          | 7  |
| 第二节 商务谈判的基本形态及原则   | 11 |
| 一、商务谈判的基本形态        | 11 |
| 二、商务谈判的原则          | 12 |
| 第三节 商务谈判的评价标准与成功模式 | 16 |
| 一、商务谈判的评价标准        | 16 |
| 二、商务谈判的基本模式        | 18 |
| 三、成功的谈判模式          | 19 |
| 第四节 商务谈判的阶段与方式     | 22 |
| 一、商务谈判的阶段          | 22 |
| 二、商务谈判的方式          | 23 |
| <b>第二章 谈判学理论简介</b> | 27 |
| 第一节 谈判需要理论         | 27 |
| 一、马斯洛的需要层次理论       | 27 |
| 二、谈判需要理论           | 29 |
| 第二节 谈判“三方针”理论      | 32 |
| 一、谋求一致             | 32 |
| 二、皆大欢喜             | 34 |
| 三、以战取胜             | 35 |
| 第三节 哈佛谈判理论         | 36 |
| 一、原则式谈判            | 36 |

|                 |    |
|-----------------|----|
| 二、哈佛谈判理论观点      | 37 |
| 第四节 博弈论与谈判      | 39 |
| 一、博弈论           | 39 |
| 二、以博弈论解释谈判      | 40 |
| 三、在博弈论基础上建立谈判程序 | 41 |
| 第五节 公平理论与谈判     | 42 |
| 一、亚当斯的公平理论      | 42 |
| 二、“公平”的判定标准     | 43 |
| 第三章 商务谈判前的准备    | 49 |
| 第一节 商务谈判背景调查    | 49 |
| 一、商务谈判背景调查的内容   | 49 |
| 二、商务谈判背景调查的手段   | 54 |
| 第二节 商务谈判组织准备    | 56 |
| 一、商务谈判人员的选择     | 56 |
| 二、商务谈判组织的构成     | 59 |
| 第三节 商务谈判计划制订    | 61 |
| 一、制订商务谈判计划的必要性  | 61 |
| 二、商务谈判计划的内容     | 63 |
| 第四节 商务谈判管理      | 66 |
| 一、谈判现场的布置与安排    | 66 |
| 二、谈判活动的管理       | 68 |
| 第四章 商务谈判的开局     | 72 |
| 第一节 商务谈判开局概述    | 72 |
| 一、谈判开局阶段的作用与任务  | 73 |
| 二、谈判开局的方式与原则    | 74 |
| 三、营造良好开局气氛      | 75 |
| 四、开局阶段的注意事项     | 80 |
| 第二节 商务谈判开局策略    | 81 |
| 一、谈判开局策略        | 81 |
| 二、开局策略选择因素      | 85 |
| 三、开局策略选择要求      | 87 |
| 第三节 谈判开局技巧      | 88 |
| 一、以逸待劳法         | 88 |
| 二、盛情款待法         | 89 |
| 三、先声夺人法         | 90 |
| 四、以静制动法         | 92 |

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| <b>第五章 商务谈判的报价</b>    | 95  |
| 第一节 商务谈判价格概述          | 95  |
| 一、影响价格的因素             | 95  |
| 二、价格谈判中的价格关系          | 97  |
| 三、价格“昂贵”的确切含义         | 100 |
| 四、价格谈判中应注意的问题         | 101 |
| 第二节 报价的策略和技巧          | 101 |
| 一、报价的基础和原则            | 101 |
| 二、报价的方式               | 104 |
| 三、报价的策略与技巧            | 105 |
| 四、对待对方报价的策略           | 108 |
| 第三节 价格解评              | 109 |
| 一、价格解释                | 109 |
| 二、价格评论                | 111 |
| <b>第六章 商务谈判的议价</b>    | 117 |
| 第一节 讨价策略              | 117 |
| 一、讨价的含义               | 117 |
| 二、讨价的作用               | 118 |
| 三、讨价策略                | 118 |
| 四、讨价技巧                | 121 |
| 第二节 还价策略              | 122 |
| 一、还价的含义               | 123 |
| 二、还价策略                | 123 |
| 三、还价技巧                | 125 |
| 第三节 拒绝的技巧             | 129 |
| 一、确定谈判中应拒绝的问题         | 129 |
| 二、拒绝的方式               | 131 |
| 三、应对拒绝的技巧             | 133 |
| <b>第七章 商务谈判的僵局及让步</b> | 137 |
| 第一节 商务谈判的僵局           | 137 |
| 一、商务谈判僵局及其产生原因        | 137 |
| 二、商务谈判僵局的种类           | 139 |
| 三、商务谈判僵局处理原则          | 140 |
| 四、商务谈判僵局的利用           | 141 |
| 五、打破谈判僵局的策略           | 142 |
| 第二节 商务谈判的让步           | 149 |
| 一、商务谈判常见的让步方式         | 149 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 二、商务谈判主要的让步策略       | 151 |
| 三、迫使对方让步的策略         | 151 |
| <b>第八章 商务谈判的结束</b>  | 158 |
| 第一节 商务谈判结束的方式       | 158 |
| 一、商务谈判结束的判定标准       | 158 |
| 二、商务谈判结束的方式         | 161 |
| 第二节 有效结束谈判的策略       | 162 |
| 一、商务谈判结果            | 162 |
| 二、促进交易达成的条件         | 163 |
| 三、有效结束谈判的策略         | 164 |
| 第三节 结束谈判的技术准备和谈判后管理 | 166 |
| 一、全面检查交易条件          | 166 |
| 二、确保交易条款准确无误        | 167 |
| 三、谈判后管理             | 167 |
| <b>第九章 商务风险的规避</b>  | 170 |
| 第一节 商务活动风险分析        | 170 |
| 一、风险的概念与特征          | 170 |
| 二、商务活动非人员风险分析       | 172 |
| 三、商务活动人员风险分析        | 174 |
| 第二节 商务风险的预测与控制      | 175 |
| 一、商务风险的识别           | 175 |
| 二、商务风险的预测与控制        | 176 |
| 第三节 规避商务风险的措施与策略    | 177 |
| 一、规避商务风险的措施         | 177 |
| 二、规避商务风险的策略         | 178 |
| <b>第十章 商务谈判沟通技巧</b> | 187 |
| 第一节 商务谈判语言沟通技巧      | 187 |
| 一、商务谈判语言的类型         | 187 |
| 二、商务谈判语言沟通技巧        | 188 |
| 第二节 商务谈判行为语言沟通技巧    | 193 |
| 一、商务谈判行为语言的作用       | 193 |
| 二、商务谈判行为语言的观察与运用    | 194 |
| 第三节 商务谈判文字处理技巧      | 201 |
| 一、商务谈判文字处理的特征和原则    | 201 |
| 二、商务谈判文字处理技巧        | 202 |
| 第四节 示范与电话沟通技巧       | 205 |
| 一、示范技巧              | 205 |

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 二、电话沟通技巧                 | 206 |
| <b>第十一章 商务谈判礼仪、礼节与禁忌</b> | 209 |
| 第一节 商务谈判礼仪               | 209 |
| 一、迎送礼仪                   | 209 |
| 二、会见礼仪                   | 211 |
| 三、会谈礼仪                   | 215 |
| 四、宴请礼仪                   | 218 |
| 五、签约礼仪                   | 219 |
| 六、其他礼仪                   | 221 |
| 第二节 商务谈判礼节               | 223 |
| 一、日常交往礼节                 | 223 |
| 二、交谈礼节                   | 224 |
| 三、电话联系礼节                 | 226 |
| 四、服饰礼节                   | 228 |
| 五、出席活动礼节                 | 234 |
| 六、其他礼节                   | 235 |
| 第三节 不同谈判对手的禁忌            | 237 |
| 一、与不同类型对手谈判的禁忌           | 237 |
| 二、欧美国家日常交往禁忌             | 238 |
| 三、亚洲大洋洲国家日常交往禁忌          | 241 |
| 四、其他地区和国家日常交往禁忌          | 244 |
| <b>第十二章 国际商务谈判</b>       | 247 |
| 第一节 国际商务谈判概述             | 247 |
| 一、国际商务谈判的内涵与意义           | 247 |
| 二、国际商务谈判的特征与要求           | 249 |
| 第二节 不同国家商务谈判风格比较         | 251 |
| 一、商务谈判风格的特点和作用           | 251 |
| 二、欧美商人的谈判风格              | 252 |
| 三、亚洲商人的谈判风格              | 257 |
| 四、其他地区和国家商人的谈判风格         | 260 |