

[高等院校国际经贸专业规划教材]

国际商务谈判

第三版

■ 刘园 主编

N^{INTERNATIONAL} BUSINESS negotiation

本书将为读者全景式展示：

- 谈判技巧的出神入化
- 商海实战的精彩对决
- 企业往来的拼杀博弈
- 国家之间的利益相争

本书将为你指引谈判高手的成长路径，

本书将为你诠释：

什么是一切皆有可能



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

[高等院校国际经贸专业规划教材]

(第三版)

国际商务谈判

N INTERNATIONAL
BUSINESS
egotiation

主 编 刘 园

副主编 孙美丹



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press



图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务谈判/刘园主编. —3 版. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2008

高等院校国际经贸专业规划教材

ISBN 978-7-81134-097-6

I. 国… II. 刘… III. 国际贸易 - 贸易谈判 - 高等学校 - 教材 IV. F740.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 059655 号

© 2008 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

国际商务谈判 (第三版)

刘 园 主编

责任编辑: 姜 勇

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

唐山市润丰印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 230mm 21.25 印张 427 千字

2008 年 4 月北京第 3 版 2008 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-097-6

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 32.00 元

总 序

奉献在读者面前的这套教材,由对外经济贸易大学国际经济贸易学院教师根据多年的教学科研经验精心编写,从我国加入世界贸易组织五年过渡期结束后的2007年初开始陆续出版,是一项重要的教材建设工程。它与我国改革开放的新时代同步发展,标志着我院为国家培养创新型高等人才所作出的一份特殊贡献。

我院历来重视教材建设,秉承50多年学科建设的经验积累,在国际经济与贸易、金融、国际运输与物流、经济学等专业领域先后出版了大量教材,在全国产生了较大的影响。如《国际贸易实务》、《国际贸易》等累计发行近150万册,先后被评为国家级精品课程。本系列教材的出版,是对我院近十年来学科建设成果的一次检阅。自“九五”以来,以“211工程”建设为契机,我院对本科和研究生教育进行了认真全面的梳理和课程体系优化,以面向新世纪、面向全球化、面向提升学生职业生涯竞争力为导向,在课程建设和教材建设方面视野开阔、目标明确、标准严格、工作扎实,老中青三代学者共同努力,基本完成了学院所开设专业课程的教材和教学辅助资料的编写工作。回顾我院“九五”以来课程体系建设,我们走过了一条清晰的发展之路。首先是课程群的界定和建设,我们抓住20世纪90年代中期我国全面推进改革开放所带来的对外向型经济人才的需求急速增加的机遇,围绕着我院长期积累的在国际经济与贸易、国际金融、国际运输与物流等专业所形成的专业优势,借鉴国际上高水平大学的课程建设经验,设定了培养学生具有国际竞争力所需要的课程群。在此基础上狠抓师资队伍建设和通过海内外招聘和支持现有教师在国内攻读博士学位,以国际化的高标准打造了一支高水平的师资队伍,凝聚了学科建设的核心力量。然后以国际高水平大学的科研和教学标准评价师资队伍,以高水平科研促进高水平教学,实现科研与教学的相互促进。随着学科建设的不断进步,我院的专业领域和课程覆盖面均有了很大的突破。

进入21世纪,我院的国际贸易学学科被教育部列为在本领域惟一的国家重点学科,为我院的学科群建设和课程建设提供了巨大的推动力。通过“十五”、“211工程”建设,我院以国际上先进的研究群(Research Cluster)的模式,开展了学科建

设，涌现了大量的研究成果，对课程建设和教材建设产生了直接的推动作用。本套系列教材的问世，得益于“211工程”建设所带来的师资队伍水平的提高、科研成果的丰富和国际学术交流的经验分享。这些教材的作者，都是我院教学科研第一线的骨干教师，他们积累了丰富的教学经验，对本课程的核心问题都有深入的研究，对教学中的疑点和难点问题有着深刻的理解，并将其体现在教材的体例安排和知识点的表述之中。我们在组织这套教材的编写过程中，一直坚持建设精品教材、方法与国际接轨、内容面向我国全面对外开放新时代的原则，相信使用这套教材的教师和学生会有切实的体会。

本套教材的出版得到了对外经济贸易大学出版社的大力支持，从社长、总编辑到责任编辑都倾注了大量的心血，这也见证了我院和出版社长期的精诚合作关系。

使用这套教材的国内各高校教师和学生将最有资格发表评论，我们也真诚地欢迎你们建设性的批评意见和建议，使这套教材再版时日臻完善，随岁月的流逝和中国的崛起而成为经典。

对外经济贸易大学国际经济贸易学院

院长、教授

赵忠秀

2007年1月25日

改版前言

与许多学科具有明显不同的是，国际商务谈判既是一门科学，又是一门艺术，在人类的经济生活中几乎无处不在。

国际商务谈判作为国与国之间、企业与企业之间经济交往的重要环节，在很大程度上决定着交易的成败、企业的兴衰和国家的富强。商场如战场，谈判桌上的风云变幻、波澜起伏，不仅会使缺乏谈判经验的谈判者穷于应付，即使老练的谈判工作者，有时也难免束手无策。而谈判本身，特别是国际商务谈判，更成为浩瀚商海甚至是国家利益输赢博弈的“战略制高点”。

在当代，商务谈判理论越来越受到重视。欧美等西方发达国家对谈判理论的研究起步较早，经过不断探讨和实践，已逐步使谈判理论发展成为一门学科。美国早在20世纪60年代初就成立了全国性的谈判学会，其中哈佛大学谈判中心不仅负责政府部门、公司和企业高级谈判人员的培养，而且常常参与重大的国际谈判活动。而我国在谈判方面的研究起步较晚，在相当长的时间内，对谈判理论的研究在我国几乎都是空白。

中国加入世界贸易组织后，作为WTO的一名重要成员，面对与其他成员国之间的利益相争，谈判已经比以往任何时候都更加深入地走进了中国建设社会主义市场经济的进程，走进了人们的日常生活。历史上从未有过任何一个时代像今天的中国这样迫切需要谈判的高手，这样讲究谈判的技巧。

尽管从2005年到2008年只有短短三年的时间，但在这三年里国际经济环境和中国经济的发展都发生了巨大变化。本书在第一、二版的基础上，根据国内外形势的新变化、新特点和广大读者提出的建议和希望，调整了章节结构设置，补充了国际商务谈判实践中遇到的更深层次的问题，尤其是对谈判者自身修养的礼仪等方面的知识，更新了大量中外驰名的新的成功谈判案例。第三版较之第二版的结构更加合理和更具

有实践指导意义。本书可作为高等院校国际贸易、市场营销、公共关系、企业管理等专业的本科和研究生教材，也可作为政府部门和企业培训高级谈判人才的参考用书。

本书由对外经济贸易大学博士生导师刘园教授担任主编，孙美丹任副主编。此外，孙彦亭、李志斌、郭君、范畅、刘晓、李魁、郑毅、冯琳琳都对本书的最后成稿作出了贡献，在此一并致谢。

书中疏漏之处，恳请业内专家和广大读者不吝赐教。

目 录

第一章 国际商务谈判概述	1
第一节 国际商务谈判的概念及特点	2
第二节 国际商务谈判的形式	4
第三节 我国国际商务谈判的基本原则	9
第二章 国际商务谈判的主要类型	14
第一节 国际货物买卖谈判	14
第二节 国际技术贸易谈判	20
第三节 国际补偿贸易的谈判	27
第四节 国际融资租赁业务谈判	37
第三章 国际商务谈判人员的组织与管理	44
第一节 商务谈判人员的个体素质	45
第二节 商务谈判人员的群体构成	49
第三节 商务谈判人员的管理	56
第四章 国际商务谈判前的准备	62
第一节 国际商务谈判前的信息准备	63
第二节 谈判目标与对象的确定	80
第三节 谈判方案的制定	86
第四节 模拟谈判	94
第五节 确定谈判中各交易条件的最低可接受限度	97

第五章 国际商务谈判各阶段的策略 103

第一节 国际商务谈判策略	104
第二节 开局阶段的策略	106
第三节 报价阶段的策略	111
第四节 磋商阶段的策略	117
第五节 成交阶段的策略	128
第六节 处理僵局的策略	131

第六章 国际商务谈判中的技巧 150

第一节 国际商务谈判技巧概述	151
第二节 国际商务谈判中“听”的技巧	158
第三节 国际商务谈判中“问”的技巧	165
第四节 国际商务谈判中“答”的技巧	170
第五节 国际商务谈判中“叙”的技巧	174
第六节 国际商务谈判中“看”的技巧	180
第七节 国际商务谈判中“辩”的技巧	185
第八节 国际商务谈判中“说”的技巧	187

第七章 博弈论在谈判中的运用 193

第一节 囚徒困境与谈判者的困境	193
第二节 谈判者的三种风格	198
第三节 竞争转向合作	202
第四节 应对红色博弈者的策略	205

第八章 各大洲文化差异对谈判的影响 209

第一节 影响国际商务谈判风格的文化因素	210
第二节 美洲商人的谈判风格、礼仪与禁忌	216
第三节 欧洲商人的谈判风格、礼仪与禁忌	223
第四节 亚洲商人的谈判风格、礼仪与禁忌	240
第五节 大洋洲商人和非洲商人的谈判风格、礼仪与禁忌	257

第九章 国际商务谈判礼仪 261

第一节 国际商务谈判礼仪惯例 261

第二节 日常交往礼仪 268

第十章 国际商务谈判经典案例分析 279

案例一 谈判是这样完成的 280

案例二 世界气候谈判 289

案例三 温商收购中东卫视揭秘 293

案例四 中、日、俄角力石油管道 295

案例五 美日半导体谈判 304

案例六 克莱斯勒公司起死回生记 310

案例七 强强合作 利益至上 313

案例八 将计就计 有勇有谋 319

案例九 三强争“魁” 能者胜出 322

案例十 积极应诉 通力协作 327

参考书目 330

第一章 国际商务谈判概述

✓ 本章摘要

作为国际商务活动的关键环节之一，国际商务谈判对企业的微观利益和国家的宏观利益起着举足轻重的作用。本章主要介绍了国际商务谈判的概念和特点，以及进行谈判的主要方式。由于国际商务谈判既具有一般贸易谈判的共性，又具有国际商务谈判的特殊性，因此本章重点强调了国际商务谈判工作者在谈判过程中，必须遵守国际惯例和我国的外交外贸政策的基本原则。

✓ 本章关键词

国际商务谈判 国际商务谈判的形式 国际商务谈判的基本原则

✓ 学习完本章，你需要掌握：

- 国际商务谈判的基本概念
- 国际商务谈判的主要形式
- 我国国际商务谈判工作者必须遵循的基本原则

中国加入 WTO 之后，我国企业参与世界分工、开展国际贸易的格局在深度和广度上都迅速扩展。不论是进行国际间的货物买卖、技术引进还是外资引进，都不可避免地需要经过一个中外双方就所拟进行的业务进行磋商，以求达成协议的过程，这就是我们所说的谈判过程。

实践证明，谈判是我们进行对外经济贸易活动的一个极其重要的环节。凡是涉及有关交易的价格和其他交易条件，都要通过谈判予以确定。也就是说，买卖双方在一笔交易中的权利及义务将通过谈判确定下来，双方在这方面所达成的决议具有法律的约束力，不得轻易改变。所以，谈判的结果直接关系着国家的宏观利益和企业的微观利益。

第一节 国际商务谈判的概念及特点

国际商务谈判是指在对外经济贸易活动中，买卖双方为了达成某笔交易而就交易的各项条件进行协商的过程。谈判是对外经济贸易工作程序中不可缺少的一环。在整个对外经济贸易活动中，每一次进出口贸易活动能否通过谈判达到自己的目的，怎样谈判并提高谈判效率，作为一门学问已引起了买卖双方的普遍关注。

一、国际商务谈判的定义

（一）谈判（Negotiation）

所谓谈判是指参与各方基于某种需要，彼此进行信息交流，磋商协议，旨在协调相互关系，赢得或维护各自利益的行为过程。

美国谈判协会会长、著名律师杰德勒·I·尼尔龙伯格（Gerard·I·Nierenberg）在《谈判的艺术》（The Art of Negotiating）一书中所阐述的观点非常明确：“谈判的定义最为简单，而涉及的范围却最为广泛，每一个要求满足的愿望和每一次要求满足的需要，至少都是诱发人们展开谈判过程的潜因。只要人们为了改变相互关系而交换观点，只要人们为了取得一致而磋商协议，他们就是在进行谈判。”

谈判是一个过程，在这个过程中，利益双方就共同关心或感兴趣的问题进行磋商，协调和调整各自的经济、政治或其他利益，谋求妥协，从而使双方都感到是在有利的条件下达成协议，促成均衡。谈判的目的是协调利害冲突，实现共同利益。

谈判作为协调各方关系的重要手段，广泛应用于政治、经济、军事、外交、科技等各个领域。

（二）商务谈判（Business Negotiation）

商务谈判主要集中在经济领域，指参与各方为了协调、改善彼此的经济关系，满足贸易的需求，围绕标的物的交易条件，彼此通过信息交流、磋商协议达到交易目的的行为过程。这是市场经济条件下流通领域最普遍的活动之一。

具体包括商品买卖、投资、劳务输出输入、技术贸易、经济合作等。

(三) 国际商务谈判 (International Business Negotiation)

国际商务谈判是指在国际商务活动中,处于不同国家或不同地区的商务活动当事人为了达成某笔交易,彼此通过信息交流,就交易的各项要件进行协商的行为过程。国际商务谈判是国际商务活动的重要组成部分,是国际商务理论的主要内容,是国内商务谈判的延伸和发展。可以说,国际商务谈判是一种在对外经贸活动中普遍存在的、解决不同国家的商业机构之间不可避免的利害冲突、实现共同利益的一种必不可少的手段。

由于谈判双方的立场不同,所追求的具体目标也各异,因此,谈判过程充满了复杂的利害冲突和矛盾。正是这种冲突,才使谈判成为必要。而如何解决这些冲突和矛盾,正是谈判人员所承担的任务。

二、国际商务谈判的特点

国际商务谈判既具有一般贸易谈判的共性,又具有国际商务谈判的特性。

(一) 国际商务谈判具有一般贸易谈判的共性

1. 以经济利益为谈判的目的

人们之所以要进行各种谈判是因为需要一定的目标和利益得到实现。国际商务谈判的目的集中而鲜明地指向经济上的利益,虽然参与商务谈判的双方要受政治、外交因素的制约,但他们考虑的却是如何在现有政治、外交关系的格局下取得更多的经济利益。

2. 以经济利益作为谈判的主要评价指标

商务谈判本身就是经济活动的组成部分,或其本身就是一项经济活动,而任何经济活动都要讲究经济利益。不仅要核算从谈判中能获得多少经济利益,还要核算谈判的三项成本,即谈判桌上的成本、谈判过程的成本和谈判的机会成本。

3. 以价格作为谈判的核心

虽然商务谈判所涉及的项目和要素不仅仅是价格,价格只是谈判内容的一个部分,谈判者的需要和利益也并不仅仅表现在价格上,但在几乎所有的商务谈判中其价格都是谈判的核心内容。这不仅是因为价格的高低最直接、最集中地表明了谈判双方的利益切割,而且还由于谈判双方在其他条件,诸如质量、数量、付款形式、付款时间等利益要素上的得与失,在很多情况下都可以折算为一定的价格,并通过价格的升降而得到体现或予以补偿。

（二）国际商务谈判的特殊性

1. 国际商务谈判既是一笔交易的商洽，也是一项涉外活动，具有较强的政策性

谈判双方之间的商务关系是一国同别国或地区之间的经济关系的一部分，并且常常涉及到一国同该国或地区之间的政治关系和外交关系。国际商务谈判必须贯彻执行国家有关的方针政策和外交政策，还应注意国别政策，执行对外经济贸易的一系列法律和规章制度。

2. 应按国际惯例办事

国际商务谈判商讨的是两国或两个地区的企业之间的商务关系，因此在适用的法律方面就不能完全以任何一方所在国家或地区的经济法为依据，而必须以国际经济法为准则，按国际惯例行事。当需要仲裁时，仲裁地点与仲裁所适用的规则直接相关。一般说来，规定在哪一国仲裁，往往就要适用该国的有关仲裁规则和程序。

3. 国际商务谈判涉及面很广

由于受供求关系的影响，加之国际市场价格变化多端，竞争十分激烈，因此必须特别重视调查研究工作。通过调查研究，了解国外的经济情况和市场情况。出口业务要了解市场的需求，进口业务要了解国外的供应。对不同国家和地区，还应根据国别政策，区别对待。

4. 影响谈判的因素复杂多样

由于谈判者来自不同的国家和地区，有着不同的社会文化背景和政治经济体制，人们的价值观念、思维方式、行为方式、语言及风俗习惯各不相同，从而使影响谈判的因素大大增加，导致谈判更为复杂。

5. 谈判的内容广泛复杂

由于谈判结果导致有形或无形资产的跨国转移，因而要涉及到国际贸易、国际金融、会计、保险、运输等一系列复杂的问题。这就对从事国际商务谈判的人员在专业知识方面提出了更高的要求。

第二节 国际商务谈判的形式

根据谈判的实际需要，国际商务谈判可以多种方式进行。

一、按参加谈判的人数规模来划分

从参加谈判的人数规模来划分,可以将谈判分为谈判双方各只有一人参加的一对一的个体谈判,以及各方都有多人参加的集体谈判。一般来说,关系重大而又比较复杂的谈判大多是集体谈判。

谈判的人数规模不同,则在谈判人员的选择、谈判的组织与管理上都有很大的不同。例如,在人员的选择上,如果是一对一的个体谈判,那么所选择的谈判人员必须是全能型的。也就是说,他必须具备本次谈判所涉及的各个方面的知识和能力,如国际金融、国际贸易、商品、技术和法律等方面的知识。因为在谈判中只有他一个人独立应付全局,难以得到他人的帮助。虽然在谈判前的准备工作中,他可以得到同事的支持和协助,在谈判过程中也可以得到领导的指示,但整个谈判过程始终是以他一个人为中心来进行的。他必须根据自己的经验和知识做出分析、判断和决策。个体谈判尽管有谈判人员不易得到他人帮助的不足,但它也有有利之处,这就是谈判人员可以随时有效地把自己的谈判设想和意图贯彻到谈判中去,不存在集体谈判时内部意见协商困难,以及某种程度上的内耗问题。

二、按参加谈判的利益主体的数量来划分

根据参加谈判的利益主体数量的不同,可以将谈判分为双方谈判(两个利益主体)以及多方谈判(两个以上的利益主体)。

很显然,双方谈判的利益关系比较明确具体,也比较简单,因而容易达成一致意见。相比之下,多方谈判的利益关系则要复杂得多,难以协调一致。例如,在建立中外合资企业的谈判中,如果中方是一家企业,外方也是一家企业,两家企业之间的意见就比较容易协调。如果中方有几家企业,外方也有几家企业,谈判将困难得多。这是因为中方几家企业之间存在着利益上的不一致,需要进行协商谈判;同样,外商几家企业之间也存在利益上的矛盾,需要进行谈判,然后才能在中外企业之间进行协商谈判。这样,矛盾的点和面就大大增加了,关系也就更为复杂。

三、按谈判双方接触的方式来划分

从谈判双方接触的方式,可以将谈判划分为面对面的口头谈判与间接的书面谈判两种。口头谈判是双方的谈判人员在一起,直接地进行口头交谈协商。这种谈判形式

的好处是便于双方谈判人员交流思想感情。双方谈判人员随着日常的直接接触，会由“生人”变为“熟人”，产生一种所谓的“互惠要求”。因此，在某些谈判中，有些交易条件的妥协让步完全是出于感情上的原因。在一般情况下，在面对面的谈判中，即使实力再强的谈判人员也难以保持整个交易立场的不可动摇性，或者拒绝作出任何让步。面对面的谈判还可以通过观察对方的面部表情、姿态动作，借以审查对方的为人及交易的诚实可靠性。书面谈判是谈判双方不直接见面，而通过传真、电报、互联网、信函等方式进行商谈。这种谈判方式的好处在于：在阐述自己的主观立场时，用书面形式比口头形式显得更为坚定有力；在向对方表示拒绝时，书面谈判要比面对面的谈判方式方便得多，特别是在双方人员已经建立起个人交往的情况下更是如此。这种谈判方式还比较节省费用，缺点是不便于谈判双方的相互了解，信函、电报、传真、电子邮件等通信媒介所能传递的信息量有限。因此，这种谈判方式只适用于交易条件比较规范、明确，内容比较简单，谈判双方彼此比较了解的情况。对一些内容比较复杂多变，而双方又缺少必要了解的谈判是不适用的。随着现代通信事业的发展，通过电话进行谈判的形式也逐渐发展起来。不过，在涉外商务谈判中，因国际电话费用太高而很少运用，一般只在特殊情况下使用。

四、按谈判进行的地点来划分

根据谈判进行的地点不同，可以将谈判分为主场谈判、客场谈判、中立地谈判三种。

所谓主场谈判是指对谈判的某一方来讲谈判是在其所在地进行，他就是东道主；相应地，对谈判的另一方来讲就是客场谈判，他是以宾客的身份前往谈判的。所谓中立地谈判是指在谈判双方所在地以外的其他地点进行的谈判。在中立地进行谈判，对谈判双方来讲就无宾主之分了。

不同的谈判地点使得谈判双方具有不同的身份（主人身份和客人身份，或者无宾主之分）。谈判双方在谈判过程中都可以借此身份和条件，选择运用某些谈判策略和战术来影响谈判，争取主动。

五、按谈判中双方所采取的态度与方针来划分

根据谈判中双方所采取的态度，我们可以将谈判划分为三种类型：让步型谈判（或称软式谈判）、立场型谈判（或称硬式谈判）、原则型谈判（或称价值型谈判）。

（一）让步型谈判

让步型谈判者希望避免冲突，随时准备为达成协议而让步，希望通过谈判签订一个皆大欢喜的协议。采取这种谈判方法的人，把对方不是当作敌人，而是当作朋友。他们的目的是要达成协议而不是获取胜利。因此，在一场让步型的谈判中，一般的做法是：提议、让步、信任对方、保持友善，以及为了避免冲突对抗而屈服于对方。

如果谈判双方都能以宽大及让步的心态进行谈判，那么达成协议的可能性、达成协议的速度以及谈判的成本与效率都会比较令人满意，并且双方的关系也会得到进一步的加强。然而，由于利益的驱使，加上价值观及个性方面的不同，并非人人在谈判中都会采用这种谈判的方法。而且，这种方法并不一定是明智的、合适的，在遇到强硬的谈判者时，极易受到伤害。因而在实际的商务谈判中，采取让步型谈判的人是极少的，一般只限于双方的合作关系非常友好，并有长期的业务往来的条件下。

（二）立场型谈判

立场型谈判者把任何情况都看作是一场意志力的竞争和搏斗，认为在这样的竞赛中，立场越强硬者，最后的收获也就越多。

在立场型谈判中，双方把注意力都投入到如何维护自己的立场、否定对方的立场上，而忽视双方在谈判中真正需要的是什麼，能否找到一个兼顾双方需要的解决方法。

立场型谈判者往往在谈判开始时提出一个极端的立场，进而固执地加以坚持。只有在谈判难以为继、迫不得已的情况下，才会作出极小的松动和让步。在双方都采取这种态度和方针的情况下，必然导致双方的关系紧张，增加谈判的时间和成本，降低谈判的效率。即使某一方屈服于对方的意志而被迫让步、签订协议，其内心的不满也是显然的。因为在这场谈判中，他的需要没能得到应有的满足。这会导致他在以后协议履行过程中的消极行为，甚至是想方设法阻碍和破坏协议的执行。从这个角度来讲，立场型谈判没有真正的胜利者。

总之，立场型的谈判因双方陷入立场性争执的泥潭而难以自拔，不注意尊重对方的需要和寻求双方利益的共同点，所以很难达成协议。

（三）原则型谈判

原则型谈判要求谈判双方首先将对方作为与自己并肩合作的同事对待，而不是作为敌人来对待。也就是说，首先要注意与对方的人际关系。但是，原则型谈判并不是像让步型谈判那样只强调双方的关系而忽视利益的获取，它要求谈判双方尊重对方的