

高等院校经济学管理学系列教材
GAODENG YUANXIAO JINGJIXUE GUANLIXUE XILIE JIAOCAI

商务谈判

SHANGWU TANPAN

毛晶莹 ⊙ 主编

北京大学出版社



商务谈判

SHANGWU TANPAN

毛晶莹 ◎主 编
徐世腾 ◎副主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判/毛晶莹主编. —北京:北京大学出版社, 2010.7

(高等院校经济学管理学系列教材)

ISBN 978 - 7 - 301 - 17440 - 1

I. ①商… II. ①毛… III. ①贸易谈判 - 高等学校 - 教材
IV. ①F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 125103 号

书 名: 商务谈判

著作责任者: 毛晶莹 主编

责任编辑: 刘秀芹 朱 彦 王业龙

标准书号: ISBN 978 - 7 - 301 - 17440 - 1/F · 2559

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 电子邮箱: law@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752027

出版部 62754962

印 刷 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销 者: 新华书店

730 毫米 × 980 毫米 16 开本 22.5 印张 428 千字

2010 年 7 月第 1 版 2010 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 38.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010 - 62752024 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

谈判的历史非常悠久。早在原始社会末期,出现了私有财产,并出现了简单的商品交换,这时就出现了谈判。谈判广泛应用于政治、经济、军事、外交、科技、文化等领域,而经济谈判是现代经济生活中一个不可缺少的重要组成部分。商务谈判是经济谈判的一种,是目前国内外发生频率最高、范围最广、与人们日常生活联系最密切的人类活动。

商务谈判既是一门科学,也是一门艺术。在当代,商务谈判理论已越来越受到重视。欧美等西方发达国家对谈判理论的研究起步较早,并不断深入,逐步使谈判理论发展成为一门学科。当谈判人员参与商务谈判活动时,既需要精通商务谈判的理论知识,也需要掌握谈判的谋略与技巧,这就需要谈判人员进行谈判知识的积累和谈判实践的磨炼。谈判实践表明,谁掌握了谈判的要领并能熟练运用谈判谋略与技巧,谁就能在商战中占据有利的地位。一次成功的谈判能使陷入困境的企业绝处逢生,而一次失败的谈判也可能会令企业陷入破产的困境。本书致力于使更多的人了解商务谈判,也使更多的人成为谈判高手。

本书较全面地介绍了商务谈判的基础知识、谈判的程序、商务谈判人员的素质要求、谈判前的准备、谈判各个阶段的策略、商务谈判谋略、商务谈判中的技巧、商务谈判中僵局的处理、商务谈判礼仪、国际商务谈判中各国商人的谈判风格等内容。本书的特色在于理论与实践相结合,引入实际的案例深入浅出地介绍商务谈判相关理论。

本书由华东师范大学毛晶莹任主编,徐世腾任副主编。具体分工如下:毛晶莹编写第一章至第六章,徐世腾编写第七章至第九章。本书既可以作为高等院校经济学、工商管理、国际贸易、市场营销等专业的本科生教材;也可以作为企业营销人员、中高层管理人员的专业培训书籍;还可以作为 MBA 营销研究和国际商务方向学生、营销部经理、商务部经理、企业管理人员以及对商务谈判感兴趣人士的阅读书籍。

本书是在借鉴众多专家和学者的研究成果的基础上写成的,在此表示衷心的感谢。

毛晶莹

2010 年 4 月

目 录

第一章 商务谈判概述	(1)
第一节 商务谈判的概念及特征	(1)
第二节 商务谈判的类型	(12)
第三节 商务谈判的基本原则	(32)
第四节 商务谈判的程序	(38)
第二章 商务谈判人员的素质要求	(44)
第一节 商务谈判人员的个体素质	(46)
第二节 商务谈判人员的群体构成	(53)
第三节 商务谈判人员的管理	(61)
第三章 商务谈判前的准备	(66)
第一节 环境因素的分析	(66)
第二节 商务谈判前的信息准备	(79)
第三节 谈判方案的制订	(96)
第四节 模拟谈判	(103)
第五节 确定谈判中各交易条件的最低可接受限度	(106)
第四章 商务谈判各阶段的策略	(111)
第一节 开局阶段的策略	(111)
第二节 报价阶段的策略	(120)
第三节 讨价还价阶段的策略	(126)
第四节 成交阶段的策略	(140)
第五节 合同的签订及变更的策略	(143)
第五章 商务谈判谋略	(153)
第一节 商务谈判谋略概述	(153)
第二节 商务谈判常用谋略	(156)

第六章 商务谈判中的技巧	(191)
第一节 商务谈判中的语言与非语言技巧概述	(191)
第二节 商务谈判中叙述与提问的技巧	(198)
第三节 商务谈判中回答与拒绝的技巧	(210)
第四节 商务谈判中辩论与说服的技巧	(221)
第五节 商务谈判中倾听与观察的技巧	(233)
第七章 商务谈判中僵局的处理	(251)
第一节 商务谈判中僵局的种类	(251)
第二节 商务谈判中形成僵局的原因	(253)
第三节 商务谈判中应对僵局的方法	(259)
第四节 处理谈判僵局应注意的几个问题	(274)
第八章 商务谈判礼仪	(283)
第一节 商务谈判中的礼仪	(284)
第二节 日常交往中的礼仪	(303)
第三节 各国日常交往中的禁忌	(311)
第九章 世界各地商人的谈判风格	(315)
第一节 谈判风格概述	(316)
第二节 美洲商人的谈判风格	(318)
第三节 欧洲商人的谈判风格	(325)
第四节 亚洲商人的谈判风格	(340)
第五节 其他地区商人的谈判风格	(348)
第六节 中西方商务谈判风格比较	(350)
参考文献	(354)

第一章 商务谈判概述

【本章学习目标】

- 了解商务谈判的概念、内容及特征；
- 了解商务谈判的分类；
- 掌握商务谈判的基本原则；
- 了解商务谈判的程序。

谈判既是一门科学,又是一门艺术。在谈判实践中,既要用科学的方法指导谈判,又要善于运用具有说服力的语言艺术,向对方说明自己的观点和意见,通过沟通与妥协寻求自己利益的最大化。谈判是人类生活中普遍存在的活动,谈判的历史可以追溯到古代。古代社会的部落相争、君位禅让、皇权世袭、两国修好和民间纠纷等都离不开谈判活动。如今,谈判作为解决分歧的一种有效手段,已经渗透到政治、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。谈判学作为一个专门的学科,从20世纪70年代开始建立,并逐渐发展成为一门集政治性、技术性、艺术性为一体的综合性学科。在谈判领域中,商务谈判占据非常重要的地位。商务谈判主要集中在经济领域,是企业经营业绩的重要影响因素。随着我国货物经济的发展,以及国际经济地位的不断上升,具有商务谈判能力的人才越来越受到社会的青睐。商务谈判课程从无到有,已经成为管理学、经济学等专业重要的必修课程。

第一节 商务谈判的概念及特征

谈判,从字面上理解,就是“谈”和“判”的总和,就是既有谈又有判的沟通活动。在谈判活动中,谈就是表达己方的意愿和所要追求的目标;判就是对对方的意愿和目标作出分辨和断定,选择接受还是拒绝。显然,谈与判是两个可以拆分的不同概念,但两者是有联系的,判是根据谈作出的,谈的目的是要得到对方相应的判。商务谈判是谈判的一种,是指经济组织在经济活动中,以经济利益为目的,因各种业务往来而进行的谈判,包括一切国内经济组织间的商务谈判和国内经济组织与国外经济组织间的涉外商务谈判。本小节将重点介绍商务谈判的概念以及商务谈判的特征。

一、商务谈判的概念

(一) 谈判(Negotiation)

谈判的历史非常悠久,早在原始社会末期,出现了私有财产,并出现了简单的商品交换,这时就出现了谈判。但谈判一直没有形成一门系统的学科,直到1968年,美国谈判学会会长、著名律师杰德勒·尼尔伦伯格(Gerard I. Nierenberg)写了《谈判的艺术》一书,从而使谈判学成为一门独立的学科。此书出版后被翻译成多种文字,各国学者以此书为基础纷纷开创了适合本国国情的谈判理论和实务体系。

尼尔伦伯格在《谈判的艺术》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。”

我国国内对谈判理论的研究始于20世纪80年代末,在已出版的著作中较典型的定义有:

“谈判是双方或多方为了消除分歧、改变关系而交换意见,为了取得一致、谋取共同利益和契合利益而磋商协议的社会交往活动。”^①

“谈判是人们为了各自的利益或责任,通过交换意见,谋求一致协议的交往活动。”^②

“谈判就是人们基于一定的需求而彼此进行信息交流、磋商协议的一种过程,是人们旨在确立、强化、发展或消除其相互关系而进行的一种积极行为。”^③

“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。”^④

综上所述,可以概括出谈判的定义:谈判就是指人们为了协调彼此之间的关系,满足各自的需求,通过协商而争取达到意见一致的行为和过程。简言之,谈判是人们为了改变相互关系而交换意见,为了取得一致而相互磋商的一种行为和过程。

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、文化等领域。商务谈判是经济谈判的一种,是目前国内外发生频率最高、范

① 《实用文库》编委会编:《实用谈判技法大全》,电子工业出版社2008年版,第4页。

② 同上。

③ 同上。

④ 同上。

围最广、与人们日常生活联系最密切的谈判活动,下面将重点介绍商务谈判的概念。

(二) 商务谈判(Business Negotiation)

商务谈判主要集中在经济领域,是参与各方为了协调、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。商务谈判是一项集政策性、技术性、艺术性于一体的社会经济活动,是市场经济条件下流通领域最普遍的活动之一。商务谈判作为一种主要的谈判类型,既具有一般谈判的质的规定性,又具有商务活动的本质特性。随着经济的发展,商品概念的外延不断扩大,商务活动的领域不断扩展。商务活动已涵盖一切有形与无形资产的交换与买卖活动,不仅包括一般的消费资料和生产资料商品,而且包括劳务、技术、资金、信息、房地产等经济要素货物。商务谈判具体包括货物买卖、工程承包、技术转让、融资、投资、信息咨询、劳务输出输入、经济合作等。

综上所述,商务谈判的定义为:商务谈判是经济谈判的一种,是指不同利益群体或个体之间,以经济利益为目的,就双方或多方的商务往来关系而进行的谈判。

二、商务谈判的内容

商务谈判的内容非常广泛,既包括货物、技术、劳务的贸易谈判,也包括工程项目、投资和经贸合作谈判。其中,货物贸易谈判是最为基本和普遍的商务谈判活动,这里具体介绍货物贸易谈判的一般内容。货物贸易谈判是谈判各方就与货物贸易有关的各项交易条件所进行的洽谈。就商务谈判合同基本条款而言,它一般包括以下基本内容:

(一) 货物品质

货物品质是指货物的内在质量和外观形态。它们由货物的自然属性决定,具体表现为货物的化学成分、物理性能和造型、结构、色泽、味觉等特征。进行货物品质谈判的关键是要掌握货物品质构成的有关内容以及品质表示方法的通用做法。不同种类的货物,有不同的品质表示方法。常用的表示方法如下:

1. 规格

货物的规格是反映货物品质的技术指标,如成分、含量、纯度、大小、长短、粗细等方面的指标。各种货物的品质特征不同,其规格也不相同。买卖双方用规格表示货物的品质,并作为谈判的条件,称为凭规格买卖。一般来说,凭规格买卖是比较准确的,所以大多数货物交易都采用这种方法。

2. 等级

货物的等级,是同类货物规格差异的分类。根据生产和商务的实践,通常用

一、二、三或甲、乙、丙或大、中、小等数码、文字或符号来表示,以反映同类货物中的品质差异。在制定了货物等级的情况下,买卖货物只要说明货物的级别,就可以表达买卖双方对货物品质提出的要求。这种表示方法是以规格表示法为基础的。

3. 标准

商品标准是对商品质量以及与质量有关的各个方面(如商品的品名、规格、性能、用途、使用方法、检验方法、包装、运输、储存等)所作的统一技术规定,是评定、监督和维护商品质量的准则和依据。凡正式生产的各类商品,都应制定或符合相应的商品标准。商品标准由主管部门批准、发布后,就是一种技术法规,具有法律效力,同时也具有政策性、科学性、先进性、民主性和权威性。它是生产、流通、消费等部门对商品质量出现争议时执行仲裁的依据。

我国现行的商品标准主要分为国际标准(如 ISO9000)、国家标准、行业标准和企业标准。在有商品标准的前提下,交易谈判时,只需说明商品的标准,就可以表达谈判双方对商品品质提出的要求。这种表示法也是以规格表示法为基础的。应该注意的是,在标上标准名称的同时,还需注明制定标准的年份。在我国出口业务中,以往多采用我们国家自己的国家标准、行业标准或企业标准,近几年来已越来越多地采用国际标准或外国先进标准。

4. 样品

样品是最初设计加工出来或者从一批货物中抽取出来的,能够代表交货货物品质的少量实物。无论样品由哪一方提出,只要双方确认下来,买卖供应的货物必须同样品一致。为了处理样品与实物品质不一致而引起的纠纷,如果是由买方提出样品,卖方在收到来样后可以按照来样复制或提供品质相近的样品供买方确认;如果是由卖方提出样品,买方应留存备查。由于这种方法容易引起日后交货时的纠纷,所以实践中单凭样品成交的情况不多,一般是规定货物的某几个方面的品质指标作为样品的依据,如“色彩样品”、“形式样品”等。货物其他方面的品质指标,则采用其他方法表示。

5. 牌名或商标

牌名是货物的名称,商标是货物的标记。牌名和商标之所以能被用来表示货物的品质,是因为它们所表示的货物在品质上稳定,规格上统一,并在市场上树立了较为可靠的信誉,为广大购买者所熟悉。在货物贸易谈判中,只要说明牌名或商标,买卖双方就能明确货物的品质情况,不必再说明标准或提出样品。但是,在采用这种方法进行交易时,要注意这些货物是否因其他原因造成损坏或变质,还要注意同一牌名或商标的货物是否来自不同的工厂,以防止货物品质与牌名或商标所代表的品质不一致。

6. 说明书

大型的专用设备或精密仪器由于构造复杂,无法用几项指标来反映其全貌,又无标准可依,必须凭详细的说明书来说明,必要时还要辅以图样或照片,即为凭说明书的买卖。

上述表示品质的方法可以结合使用,也可以单独使用,谈判中应根据具体的交易情况进行选择。

(二) 货物数量

货物的数量是指货物贸易双方对具体货物的交易实物数量,主要由数字和计量单位构成。

1. 货物的计量单位

货物的计量单位一般可采用重量、长度、体积、容积、面积和个数等单位表示。货物的性质不同,采用的计量单位也不同。例如:粮食、矿石、钢材、茶叶等通常使用重量单位;机器设备、服装、家电等通常采用个数单位;棉布通常使用长度单位;木材通常使用体积单位等。有些货物如石油,既可以使用重量单位,也可以使用容积单位,具体如何选用,要视实际交货的情况而定。在选择采用计量单位时,还要特别注意有关的度量衡制度。国内贸易按国家的有关制度规定,应采用公制单位;如果是国际贸易,则会有公制、英制、美制等多种度量衡制度,谈判中应予以明确,并掌握各种度量衡之间的换算关系。

2. 货物重量的计算

货物的重量分毛重和净重两种。毛重是货物本身重量加包装物重量之和;净重是货物本身的重量。采取毛重还是净重,谈判中应当予以明确。例如:玉米,采用麻袋包装,在实际交货时,带包装测量会更容易一些,但如果规定是净重,则需要在毛重中扣除麻袋的重量。皮重(即包装物的重量)有多种计算方法,可以按实际皮重计算,也可以按约定皮重或抽检皮重计算,或者以毛作净,无论采用何种方法,谈判中均应明确作出规定。

根据惯例,应该规定“溢短装条款”,即对有关货物的数量规定合理的机动幅度,以防止日后产生纠纷。

(三) 货物包装

除少数货物因其本身特点无需包装外,大多数货物都需要有符合其特点的包装。货物按是否需要包装可以分为三类,即散装货、裸装货和包装货。包装分为运输包装和销售包装两种。货物是否需要包装以及采用何种包装主要取决于货物的特点和买方的要求。对于货物的包装,谈判中主要应当明确以下一些问题:

1. 包装材料

包装材料涉及采用何种物质对货物进行包装,如纸箱、木箱、麻袋、塑料袋、

钢瓶等。包装材料直接关系到包装成本,应尽量选择资源丰富、价格低廉的物质作为包装材料。

2. 包装形式

包装形式即如何对货物进行包装,如筐装、外包麻布、麻绳捆扎等。包装形式具体可分为纸类、塑料类、玻璃类、金属类、木材类、复合材料类、陶瓷类、纺织品类、其他材料类等包装。

3. 包装费用

按照一般的交易惯例,包装所涉及的费用是包含在货价之中的,不再向买方另行收取。但如果买方有特殊要求,双方可另行商定,或提高货物的价格,或另外收取包装费。

除此之外,双方在谈判中还应就运输标记,包装物的循环使用、是否回收以及包装物的供应方法等进行商谈或确定,在合同中明确予以表述。

在国际贸易中,要了解国内外对包装装潢的要求以及图案和色彩等方面的习俗和禁忌,注意满足其特殊要求。世界各国(地区)通常对一些货物的标签、贴头、印记、文字、图案、色彩都有不同的规定。例如,加拿大规定:凡进口到加拿大的食品必须以英文和法文标明品名,并标明货物的重量、用法、保质期以及外国生产者或加拿大进口商的名称与地址,否则,不准进口。我国香港地区对食品的包装要求是:包装需准确反映货物形象,构图要层次分明、突出重点以及有恰当的色彩和文字说明等。因此,货物的包装必须符合货物输入国(地区)的要求,以避免不必要的麻烦、纠纷或索赔事件。

(四) 货物价格

价格是谈判中的核心问题。买方希望为买进货物所支出的货币越少越好,卖方则希望价格在补偿成本的基础上越高越好。在许多交易中,价格的高低是影响双方利益分配的重要因素。因此,有关价格的谈判往往是整个谈判进程中最为重要、最为敏感也最为艰巨的一环。价格的确定与其他交易条件有密切联系,双方在确定最终价格时必须考虑一些因素,如货物品质、交易数量、交货期限、支付条件、运输方式、交货地点等。

价格由单价和总值构成。单价即单位货物的价格,包括计量单位、计价货币、单位金额和价格术语四个部分。总值是单价与数量的乘积。下面介绍单价的构成:

1. 计量单位

即计算货物数量的单位。

2. 计价货币

即计算货物价格使用的标准货币。在国内贸易中,人民币是法定的计价货币;在对外贸易中,使用何种货币计价,要由双方协商确定,一般出口贸易要争取

选用“硬通货”^①,进口贸易争取使用“软通货”^②。

3. 单位金额

即货物每一计量单位以计价货币表示的金额。

4. 价格术语

价格术语也称价格条件,在国际贸易中代表不同价格构成,表示买卖双方各自应负担的责任、费用、风险以及划分货物所有权转移界限的一种术语。依据有关国际贸易惯例,较常用的价格术语有:FOB(装运港船上交货价)、CFR(成本加运费价)、CIF(成本、保险费加运费价)等。

此外,双方还应就货物的作价方法进行商讨。一般情况下,双方对所交易的货物都要确定一个固定价格,但如果货物的价格市场波动较大,交货期又比较长,也可以采用后定价格或滑动价格来对货物进行作价。

(五) 支付方式

在货物交易中,付款的方式也很重要。从表面看,不论以什么方式付款,用什么支付工具付款,买方的付出和卖方的收入都是合同中规定的总额。但实际上,在不同的支付条件下,尽管支付的价格总额不变,但买卖双方实际的支付和收入水平可能会有很大差异。

1. 预付款和最终付款

预付款是指买方在订货时预先付给对方的款项;当产品制造完成并经买方检验合乎合同确定的标准时,买方可最终付款。双方协商的内容包括预付款的比例,最终付款的期限、方式,延期支付的赔偿,提前支付的折扣,产品在制造加工期间的其他付款等。

2. 支付金额和支付货币

支付金额一般是指合同规定的总金额。但在有些情况下,支付金额与合同金额会不一致。例如,分批交货、分批付款;采用滑动价格;品质优劣浮动价格或数量溢短装规定;谈判时一些附加费用暂难确定等。

支付货币在国内贸易中统一规定使用人民币。在国际贸易中情况就比较复杂,可能会涉及汇率风险的问题,一般应选择兑换比较方便、币值相对稳定的币种作为支付货币。

3. 支付方式

支付方式包括支付时间、支付地点和支付方式。国内贸易中,贷款的结算通常有现金结算和转账结算两大类,其中又包括多种具体方式;国际贸易一般多采用信用证结算。在支付方式中较为关键的是支付时间,时间不同,对双方利益会

① 硬通货是指国际信用好、币值稳定、汇价呈坚挺状态的货币。

② 软通货是指币值不稳、汇价呈疲软状态的货币。

有较大影响,谈判中应予以重视。

案例分析

支付方式影响交易双方的利益

我国曾有一个水电工程项目面向全世界招标。我方从国外争取到一笔数额很大的优惠贷款,就水电设备采购选择供货商时,为便于统一标准以利于评估,按照国际惯例,我方同意由各国厂商用信用证支付方式报价(由我方开证),最后 A 公司中标。在供货合同将要签字时,我方内部就付款方式产生了分歧。在通常情况下,利用这类国外贷款我方都是以托收方式付款的,因为采用信用证方式付款我方没有审单权(只有银行有审单权),风险较大;另外,开立信用证要支付较高的开证费,所以我方提出改用托收方式付款。但是 A 公司对此表示强烈反对,他们提出原来的报价是基于信用证方式付款而计算的,若我方一定要改为托收方式,则合同价格要增加 110 万美元。经了解,情况是, A 公司若以托收方式收款,其间隔时间比信用证方式收款要长 10 天左右,这就意味着要多占用其资金 10 天,等于其要承担大致相当于向银行借款 10 天所需支付的利息的资本成本,整个供货合同分 8 次付款,那么累计起来 A 公司差不多要多承担 110 万美元的银行利息。我方为此请教了银行专家,设法做到了开立信用证的费用与托收方式支付的银行费用相同。同时,为了减少风险,我方与 A 公司谈判商定,并得到双方开户银行确认,有关信用证方面的条款将确保把真正的支付地点放在我国。在这样的条件下,我方内部很快统一了思想,一致同意采用信用证方式向 A 公司付款,由此加快了向对方付款的时间,避免了对方所要承担的额外费用,同时又使我方避免了因合同价格提高带来的损失。从这个案例可以看到,不同的支付方式对交易双方的利益会带来极大的影响。因此,交易双方必须在交易前明确支付方式。

(六) 装运与交付

在合同中,对货物的装运和交接问题作出明确的规定,可以维护双方的利益。

1. 运输方式

货物的交接必须借助于空间的转移来实现,运输方式不同,运费差别很大。双方应在明确由谁支付运费的基础上,规定运输方式及各方应负的责任。运输方式包括:海洋运输、铁路运输、公路运输、航空运输、管道运输和联合运输等。双方应根据时间的要求和运输成本选择合适的运输方式。

2. 交货时间

在经济活动中,许多合同纠纷起因于装运和交接货物的时间规定比较模糊。

为尽可能避免纠纷,谈判人员应在切实可行的基础上,力求把装运和交接货物的时间定得明确合理。通常情况下,卖方谈判人员应在充分考虑货源情况、运输条件、市场供应情况及货物本身状况等因素的基础上决定装运时间或交货时间。双方在确定交货日期后,应明确卖方延期交货或买方不能按期接货所应负的责任,以及由此给对方带来损失的赔偿。

3. 交货地点

交货地点的选择关系到运费和结算价格的高低,同时也与交接双方所承担的责任有关。地点规定必须明确具体,谨防因规定过于笼统或重名问题引起合同履行中的麻烦。

(七) 运输保险

货物运输保险是被保险人或投保人在货物装运以前,估定一定的投保金额(即保险金额),向保险人或称承保人(即保险公司)投保货物运输险。被保险货物若在运输过程中遭受自然灾害或意外事故造成经济损失,保险人负责对保险别责任范围内的损失,按保险金额及损失程度赔偿保险利益人。

在国内贸易谈判中,谈判人员应当根据实际情况,把保险条件与交货地点联系起来考虑,即如果在卖方所在地交货,可由买方办理货物运输保险;如果在买方所在地交货,可由卖方办理货物运输保险。无论是何方办理保险,都应将保险费用计入经营成本。

在对外贸易谈判中,货物运输保险较为复杂,应在了解中国人民保险公司有关保险条款、对方国家的有关保险条款及国际通用做法的基础上,根据货物的性质、金额、包装情况、装载条件及赔偿及时与否,合理确定保险金额、险别以及按何种保险条款办理保险等事宜。

(八) 货物检验

货物检验是指对货物的品质、数量和包装进行的检验,以确定其是否符合合同规定以及违约的责任归属。货物检验的洽谈应注意以下几个方面的问题:

1. 货物检验的内容和方法

检验的内容一般涉及货物的品质、数量等。检验的方法有视觉、味觉、嗅觉、触觉及科学仪器的检验。谈判中还应明确规定是抽样检验,还是全部检验。

2. 货物检验的时间和地点

对于货物检验的时间和地点,可根据货物的性质和港口、车站、码头的情况争取对己方有利的时间和地点。

3. 货物检验的机构、检验标准和检验证明

应根据我国及国际上的有关规定,以及检验机构的权限、信誉、检验设施等,确定合法、合格的检验机构,结合各方所商定的检验标准、方法、时间、地点等条件,向有关检验部门提出申请,并从指定的检验机构取得检验证明,作为办理货

物交接、结算、计费、处理争议的依据。我国对外贸易的货物检验,均由国家质量监督检验检疫总局和其委托的检验部门、检验机构进行。

(九) 索赔、仲裁与不可抗力

1. 索赔

索赔是指一方认为对方未能全部或部分履行合同规定的责任时,向对方提出索取赔偿的要求。双方在谈判时,一般就索赔问题事先进行约定,避免日后产生纠纷。有关索赔问题的谈判,通常涉及以下内容:

(1) 索赔依据。在什么情况下可以提出索赔要求。

(2) 索赔期限。要求赔偿的一方应在什么时间内提出索赔要求才为有效。双方对此应事先作出约定,过期可不予受理。

(3) 索赔金额。要求赔偿的数额,包括违约金和赔偿金。违约金具有惩罚性质,只要确认是违约,违约方就需向对方支付。赔偿金具有补偿性,如违约金不足以弥补对方的损失,还应进一步赔偿。赔偿金的计算一般以给对方造成的直接损失为限。

2. 仲裁

仲裁是指双方当事人谈判中商定,在双方发生争议时,如果通过协商不能解决,自愿将有关争议提交给双方所同意的第三者进行解决。有关仲裁问题的谈判主要包括仲裁地点、仲裁机构、仲裁程序和仲裁效力等内容。

(1) 仲裁地点。可以是卖方所在地、买方所在地或是双方约定的第三国(地区)。

(2) 仲裁机构。国内贸易的仲裁一般由国家工商行政管理局和地方各级工商行政管理部门设立的经济合同仲裁委员会进行仲裁。国际贸易的仲裁可由中国对外贸易仲裁委员会或其他国家的仲裁机构进行仲裁。

(3) 仲裁程序。一般按仲裁机构规定的程序办理。

(4) 仲裁效力。它是指仲裁裁决对双方当事人有无约束力,裁决是否具有终局性,当事人如果不服裁决,能否向法院起诉等。一般在谈判时,可以对此作出一些限制性的规定。

3. 不可抗力

不可抗力是指在合同签订后,发生了当事人不能预见、不能避免、不能克服的客观事件,以至于影响到合同的顺利履行,甚至导致合同完全不能履行。不可抗力事件的发生,一种是由自然力量引起的,如地震、水灾、火灾等,另一种是由社会力量引起的,如战争、政策禁令等。

各国法律均认可不可抗力,但对不可抗力究竟应包括哪些内容、不可抗力事件发生后合同的履行问题应如何处理等没有共同的解释。有关不可抗力问题的谈判应主要解决的问题是:

(1) 不可抗力事件的范围。认可哪些事件属不可抗力事件。

(2) 不可抗力事件的后果。规定在出现不可抗力事件后,哪些情况下可以延迟履行合同,哪些情况下可以中止履行合同等。

(3) 出证机构及事件通知。一旦出现不可抗力事件,应由什么机构出具证明,应在多长时间内通知对方等。

三、商务谈判的特征

商务谈判是一项十分复杂的综合性经营管理活动,虽然集中于经济领域,但融合了政治、经济、技术、法律、文字、心理、社交等诸多因素。同其他所有类型的谈判一样,商务谈判也是一个彼此相互交流和沟通的过程,是彼此为实现各自的利益而与对方协商、讨论以获得一致意见的过程。另一方面,商务谈判也有其不同于其他类型谈判的特征,主要体现在以下几个方面:

(一) 商务谈判以获得经济利益为目的

人们之所以要进行各种谈判,是因为有一定的目标和利益需要得到实现。参与谈判的各方都希望自己的利益最大化,而不同的谈判所追求的利益是不同的。如外交谈判追求的是国家利益;政治谈判追求的是政党、团体的根本利益;军事谈判追求的是关系敌对双方的安全利益;商务谈判追求的是经济利益。虽然,在商务谈判过程中,谈判者可以调动和运用各种因素,各种非经济利益的因素也会影响谈判的结果,但其最终目标仍是经济利益。与其他谈判相比,商务谈判更加重视谈判的经济效益。在商务谈判中,谈判者都比较注意谈判所涉及的货物或技术的成本、效率和效益。所以,人们通常以获取经济效益的好坏来评价一项商务谈判的成功与否。不讲求经济效益的商务谈判就失去了价值和意义。

(二) 商务谈判以价格作为谈判的核心

商务谈判涉及的因素很多,谈判者的需求和利益表现在众多方面,但价格几乎是所有商务谈判的核心内容。这是因为在商务谈判中,价格最直接地反映了谈判各方的利益。谈判各方在其他利益上的得与失,在很多情况下或多或少都可以折算为一定的价格,并通过价格升降而得到体现。诸如货物的质量、数量、付款方式、交货时间、包装、运输、保险等交易条件,都可以折算为一定的价格。

(三) 商务谈判的内容具体明确

商务谈判的内容一般比较具体明确,而且通常有量化的指标。例如,在合资企业谈判中,谈判的项目包括合资的方式和规模、合资各方的出资方式和作价、合资的期限和清算方式等;在工程承包谈判中,谈判的项目包括合同的种类、作价方式、工程范围、工程师和工程师代表的职责权利、工程的保护、工程推迟或停工、竣工和维修、工程变更、违约和仲裁等;在贸易谈判中,谈判的项目一般包括货物的价格、支付方式、货物品质、交货日期、包装、运输、保险、索赔等。商务谈