



经济管理高等教育“十一五”部委级规划教材



国际商务谈判学

International Business Negotiations

陈岩 ◎主 编
董楠楠 姚琼巍 ◎副主编



中国纺织出版社



经济管理高等教育“十一五”部委级规划教材

国际商务谈判学

陈岩◎主编

董楠楠 姚琼巍◎副主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

国际商务谈判成功与否,是决定国际商务活动成败的关键。本书在构建国际商务谈判学学科体系上做了全新的尝试,指出国际商务谈判学是研究国际商务谈判概念、特征、分类、原则及内在规律等的科学。与此同时,本书确定了国际商务谈判的概念、动因;提出了国际商务谈判的十大原则和十大特征;提出了国际商务谈判的理论体系;提出了国际商务谈判中全面的谈判内容、两种谈判过程模式、多种谈判战略与战术、沟通与礼仪、与各国商人谈判的要点以及国际商务谈判者类型与谈判能力的测试。

本书适合高等院校广大师生以及从事相关工作的人员阅读、参考。

图书在版编目(CIP)数据

国际商务谈判学/陈岩主编. —北京:中国纺织出版社, 2010. 1

经济管理高等教育“十一五”部委级规划教材

ISBN 978-7-5064-6143-6

I. ①国… II. ①陈… III. ①国际贸易—贸易谈判—高等学校—教材 IV. ①F740.41

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第217628号

策划编辑:祝秀森 责任编辑:陈芳 责任印制:陈涛

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010-64168110 传真:010-64168231

http://www.c-textilep.com

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社印刷厂印刷 各地新华书店经销

2010年1月第1版第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:18

字数:299千字 定价:36.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

国际贸易实务丛书编辑委员会

总 主 编 钟昌标

副 总 主 编 王启仿

编委会成员(以姓氏笔画为序)

王启仿	叶劲松	卢群英	李 菁	汪 婷
汪 琦	陈 岩	周 琴	钟昌标	黄 晖
陶 菁	董楠楠	蓝振峰	楼朝明	

全面推进素质教育，着力培养基础扎实、知识面宽、能力强、素质高的人才，已成为当今本科教育的主题。教材建设作为教学的重要组成部分，如何适应新形势下我国教学改革要求，与时俱进，编写出高质量的教材，在人才培养中发挥作用，成为院校和出版人共同努力的目标。2005年1月，教育部颁发了教高〔2005〕1号文件“教育部关于印发《关于进一步加强高等学校本科教学工作的若干意见》”（以下简称《意见》），明确指出我国本科教学工作要着眼于国家现代化建设和人的全面发展需要，着力提高大学生的学习能力、实践能力和创新能力。《意见》提出，要推进课程改革，不断优化学科专业结构，加强新设置专业建设和管理，把拓宽专业口径与灵活设置专业方向有机结合。要继续推进课程体系、教学内容、教学方法和手段的改革，构建新的课程结构，加大选修课程开设比例，积极推进弹性学习制度建设。要切实改变课堂讲授所占学时过多的状况，为学生提供更多的自主学习的时间和空间。大力加强实践教学，切实提高大学生的实践能力。区别不同学科对实践教学的要求，合理制订实践教学方案，完善实践教学体系。《意见》强调，要加强教材建设，大力锤炼精品教材，并把精品教材作为教材选用的主要目标。对发展迅速和应用性强的课程，要不断更新教材内容，积极开发新教材，并使高质量的新版教材成为教材选用的主体。

随着《意见》的出台，教育部组织制订了普通高等教育“十一五”国家级教材规划，并于2006年8月10日正式下发了教材规划，确定了9716种“十一五”国家级教材规划选题，我社共有103种教材被纳入国家级教材规划。在此基础上，中国纺织服装教育学会与我社共同组织各院校制订出“十一五”部委级教材规划。为在“十一五”期间切实做好国家级及部委级本科教材的出版工作，我社主动进行了教材创新型模式的深入策划，力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应，充分体现教材的适用性、科学性、系统性和新颖性，使教材内容具有以下三个特点：

（1）围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设置特点，从

提高学生分析问题、解决问题的能力入手，教材附有课程设置指导，并于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能，增加相关学科的最新研究理论、研究热点或历史背景，章后附形式多样的思考题等，提高教材的可读性，增加学生的学习兴趣和自学能力，提升学生的科技素养和人文素养。

(2) 突出一个环节——实践环节。教材出版突出应用性学科的特点，注重理论与生产实践的结合，有针对性地设置教材内容，增加实践、实验内容。

(3) 实现一个立体——多媒体教材资源包。充分利用现代教育技术手段，将授课知识点制作成教学课件，以直观的形式、丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展的重要组成部分，为出版高质量的教材，出版社严格甄选作者，组织专家评审，并对出版全过程进行过程跟踪，及时了解教材编写进度、编写质量，力求做到作者权威，编辑专业，审读严格，精品出版。我们愿与院校一起，共同探讨、完善教材出版，不断推出精品教材，以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社
教材出版中心

国际商务谈判学的研究对象就是国际商务的谈判。它是研究国际商务谈判的概念、特征、分类、原则及内在规律等的科学。它的研究方法包括定性、定量、实证、实验等。在全球化时代，国际商务谈判成为当今国际商务活动中的重要环节，国际商务谈判成功与否，往往直接决定着国际经营与国际商务活动的成败。

我们先看一个小故事。有一位母亲把一个苹果给了邻居的两个孩子，这两个孩子便讨论起如何分这个苹果来。两个孩子吵来吵去，最终达成了一致意见，由一个孩子负责切苹果，而另一个孩子先选苹果。结果，这两个孩子按照商定的办法各自得到了一半苹果。第一个孩子把半个苹果拿到家，把皮削掉扔进了垃圾桶，把果肉放到榨汁机中榨果汁喝；另一个孩子回到家把果肉吃完后，把苹果皮留下来磨碎了，混在面粉里烤蛋糕吃。

同样的故事，可能的选择如下。

小孩子说：“如果把这个苹果全给我，你上次欠我的棒棒糖就不用还了。” 大孩子答道：“可以。”

大孩子力气大，威胁说：“你给我大的一半，不然我就打你。” 小孩子眼里含着泪说：“你会后悔的。”

这个故事告诉我们什么？谈判是一种生活方式！谈判是人类行为的一部分！地球就是谈判桌！

陈 岩

2009 年 10 月

第一章 国际商务谈判的概念、动因、原则与特征	(1)
第一节 国际商务谈判的概念与动因	(1)
一、国际商务谈判的概念.....	(1)
二、国际商务谈判的动因.....	(3)
第二节 国际商务谈判的原则与特征	(3)
一、国际商务谈判的十大原则.....	(3)
二、国际商务谈判的十大特征	(6)
案例分析	(8)
思考题	(10)
 第二章 国际商务谈判的要素与类型	(11)
第一节 国际商务谈判的要素	(11)
一、国际商务谈判的主体	(11)
二、国际商务谈判的客体	(13)
三、国际商务谈判的信息	(13)
四、国际商务谈判的时间	(13)
五、国际商务谈判的地点	(14)
六、国际商务谈判的关键术语	(14)
第二节 国际商务谈判的类型	(16)
一、按参加谈判的当事方多少划分：双边谈判、多边谈判	(16)
二、按商务交易地位划分：买方谈判、卖方谈判、代理谈判	(17)
三、按谈判双方接触的方式划分：口头谈判、书面谈判、电话谈判、网络谈判	(18)
四、按参加谈判的人员规模划分：小型谈判、中型谈判、大型谈判或一对一谈判与小组谈判	(18)

五、按政府的参与程度划分：民间谈判、官方谈判、 半官半民谈判	(20)
六、按谈判地点划分：客座谈判、主座谈判、客主座 轮流谈判、第三地谈判	(21)
七、按谈判中双方所持态度和方针划分：让步型谈判 (或称柔性谈判)、立场型谈判(或称硬式谈判)、 原则型谈判(或称价值型谈判)	(22)
八、按谈判中主要成员的政治经济社会地位的高低划 分：高级谈判、一般谈判、低层次谈判	(23)
九、按谈判有否预期性划分：定期谈判、不定期谈判、 马拉松式谈判	(23)
十、按谈判方式不同划分：纵向谈判与横向谈判	(23)
十一、按谈判中利益分配的结果划分：零和谈判和双 赢或多赢谈判	(24)
案例分析	(26)
思考题	(27)

第三章 国际商务谈判的理论	(28)
第一节 国际商务动态博弈谈判理论	(28)
一、博弈论的涵义与发展	(28)
二、博弈的要素与类型	(29)
三、博弈的最小—最大定理与纳什均衡	(29)
四、“智猪博弈”与“囚犯陷阱”	(30)
第二节 需要谈判理论	(32)
一、需要层次理论	(32)
二、发现需要的谈判	(34)
三、谈判需要理论	(35)
第三节 谈判的利益合作理论	(35)

一、谈判的利益合作理论要点	(35)
二、谈判的利益合作理论的展开	(36)
第四节 谈判实力理论	(37)
一、谈判实力与策略	(37)
二、谈判实力下的谈判原则	(37)
三、谈判实力差异下的选择	(38)
第五节 原则式谈判理论	(39)
一、原则式谈判的由来	(39)
二、原则式谈判的基本原则	(39)
三、原则式谈判与软式谈判、硬式谈判的比较	(40)
案例分析	(41)
思考题	(42)

第四章 国际商务谈判的谈判内容 I	(43)
第一节 国际货物贸易谈判	(43)
一、商品标的谈判	(43)
二、商品品质谈判	(43)
三、商品数量谈判	(44)
四、商品包装谈判	(44)
五、价格和支付方式谈判	(45)
六、商品运输和保险谈判	(46)
七、商品检验谈判	(47)
八、不可抗力、索赔与仲裁谈判	(47)
第二节 国际服务贸易谈判	(48)
一、国际服务贸易谈判的背景	(48)
二、国际工程承包谈判	(51)
三、国际劳务输出谈判	(51)
四、国际租赁业务谈判	(52)

五、“三来一补”谈判	(53)
六、国家的国际服务贸易谈判	(53)
思考题	(54)

第五章 国际商务谈判的谈判内容 II	(55)
第一节 国际技术贸易谈判	(55)
一、国际技术贸易谈判的背景	(55)
二、国际技术贸易谈判	(58)
第二节 国际投资谈判	(61)
一、外商独资经营企业谈判	(61)
二、中外合资经营企业谈判	(62)
三、中外合作经营企业谈判	(62)
第三节 国际反倾销贸易争端谈判	(63)
一、国际反倾销贸易争端的背景	(63)
二、国际反倾销贸易争端谈判	(64)
第四节 国家的贸易谈判	(66)
一、关税减让谈判	(66)
二、非关税措施谈判	(67)
三、“乌拉圭回合”谈判	(69)
四、多边贸易谈判给世界贸易的格局带来的变化	(70)
五、多哈贸易谈判破裂后陷入无限期中止状态	(71)
案例分析	(71)
思考题	(72)

第六章 国际商务谈判的过程模式 I	(73)
第一节 国际商务谈判开局阶段	(73)
一、营造国际商务谈判开局气氛	(73)
二、申明本方意图	(77)

三、了解对方意图	(79)
第二节 国际商务谈判实质性磋商阶段	(80)
一、明示与报价阶段	(80)
二、讨价	(82)
三、还价	(83)
四、交锋与评估阶段	(83)
五、谈判的妥协	(84)
第三节 国际商务谈判签约阶段	(85)
一、谈判结束的信号	(85)
二、最后一次报价	(86)
三、谈判记录整理和最后的总结	(86)
四、真性败局、假性败局与谈判和局	(87)
五、签订书面合同	(87)
案例分析	(89)
思考题	(90)

第七章 国际商务谈判过程模式 II	(91)
第一节 国际商务谈判探询	(91)
一、做法	(91)
二、原则	(93)
第二节 国际商务谈判准备	(96)
一、知彼知己	(97)
二、知头知尾	(97)
三、通过预审	(97)
四、准备的原则	(98)
第三节 国际商务谈判	(99)
一、书面谈判	(99)
二、面对面对谈判	(101)

三、谈判规则·····	(114)
第四节 国际商务谈判小结·····	(118)
一、目的·····	(119)
二、内容·····	(119)
第五节 国际商务再谈判·····	(120)
一、再谈判基础·····	(120)
二、再谈判目标·····	(121)
第六节 国际商务谈判签约·····	(122)
一、谈判协议的签订·····	(122)
二、谈判协议的法律效果·····	(122)
第七节 国际商务重建谈判·····	(123)
一、签约前重建谈判·····	(123)
二、签约后重建谈判·····	(124)
案例分析·····	(126)
思考题·····	(127)

第八章 国际商务谈判战略 I ·····	(128)
第一节 国际商务谈判战略的含义·····	(128)
第二节 国际商务谈判战略思维的特性与过程·····	(129)
一、国际商务谈判战略思维的特性·····	(129)
二、国际商务谈判战略思维的过程·····	(130)
三、国际商务谈判战略制订程序·····	(131)
第三节 国际商务谈判战略的转换·····	(132)
一、依据谈判主体特征进行转换·····	(133)
二、依据谈判阶段的战略转换·····	(134)
案例分析·····	(134)
思考题·····	(136)

第九章 国际商务谈判战略 II	(137)
第一节 国际谈判的儒道佛兵型战略	(137)
一、国际商务谈判的“中道”战略	(137)
二、国际商务谈判的“适度宽容”战略	(137)
三、国际商务谈判的兵家战略	(137)
第二节 国际商务谈判的阶段性的战略	(138)
一、国际商务谈判开局阶段的战略	(138)
二、国际商务谈判实质性磋商阶段的战略	(139)
三、国际商务谈判签约阶段的战略	(140)
第三节 国际商务谈判应对个人与小组的战略	(141)
一、应对个人谈判的战略	(141)
二、应对小组谈判的战略	(143)
案例分析	(144)
思考题	(145)
 第十章 国际商务谈判的战术 I	(146)
第一节 国际商务谈判的亲和性战术	(146)
一、攻心战术	(146)
二、擒将战术	(148)
三、“和盘托出”战术	(149)
四、“只求得到百分之六十的利益”战术	(149)
五、“高尔夫球俱乐部”战术	(149)
六、“成立特别研究小组”战术	(150)
第二节 国际商务谈判的扰乱性战术	(150)
一、影子战	(150)
二、蘑菇战	(152)
三、运动战	(152)
四、外围战	(153)

第三节 国际商务谈判的施加压力战术·····	(154)
一、“走钢丝”战术·····	(154)
二、强攻战术·····	(154)
三、出其不意战术·····	(156)
案例分析·····	(156)
思考题·····	(157)

第十一章 国际商务谈判的战术Ⅱ····· (158)

第一节 国际商务谈判关键时刻的战术·····	(158)
一、谈判开始的战术·····	(158)
二、让步的战术·····	(158)
三、谈判止步不前或陷入僵局时的战术·····	(160)
第二节 国际商务谈判中针对不同谈判人的战术·····	(163)
一、针对犹豫不决型谈判人的战术·····	(163)
二、针对眷恋不舍型谈判人的战术·····	(163)
三、针对爽快同意型谈判人的战术·····	(164)
四、针对悲观失望型谈判人的战术·····	(164)
五、针对自高自大型谈判人的战术·····	(165)
六、针对蓄意敌对型谈判人的战术·····	(165)
第三节 欺诈性国际商务谈判战术的破解·····	(166)
一、欺诈性国际商务谈判战术的内涵与特点·····	(166)
二、制造错觉的欺诈性国际商务谈判战术·····	(166)
三、攻心夺气的欺诈性国际商务谈判战术·····	(167)
四、诡辩逻辑的欺诈性国际商务谈判战术·····	(167)
案例分析·····	(168)
思考题·····	(169)

第十二章 国际商务谈判的沟通艺术	(170)
第一节 国际商务谈判内部沟通	(170)
一、国际商务谈判内部沟通的含义.....	(170)
二、国际商务谈判内部沟通的方法.....	(171)
第二节 国际商务谈判中的外部非语言沟通	(172)
一、非语言沟通在谈判中的作用.....	(172)
二、眼睛非语言沟通方法.....	(172)
三、眉毛非语言沟通方法.....	(173)
四、头部非语言沟通方法.....	(174)
五、手的非语言沟通方法.....	(174)
六、体态的非语言沟通方法.....	(175)
七、身体距离的非语言沟通方法.....	(175)
第三节 国际商务谈判中的外部语言沟通	(176)
一、国际商务谈判语言的含义和类型.....	(176)
二、国际商务谈判语言的特点.....	(177)
三、国际商务谈判的倾听沟通方法与运用要求.....	(178)
四、国际商务谈判的叙述沟通方法与运用要求.....	(180)
五、国际商务谈判的提问沟通方法与运用要求.....	(181)
六、国际商务谈判的回答沟通方法与运用要求.....	(184)
七、国际商务谈判的辩论沟通方法与运用要求.....	(187)
八、国际商务谈判的说服沟通方法与运用要求.....	(190)
九、国际商务谈判的拒绝沟通方法与运用要求.....	(191)
案例分析	(194)
思考题	(194)
 第十三章 国际商务谈判的礼仪	 (195)
第一节 国际商务谈判准备时的礼仪	(195)
一、服装礼仪.....	(195)

二、迎送礼仪·····	(195)
三、国际商务会谈室的礼仪安排·····	(197)
第二节 国际商务谈判之初的礼仪·····	(198)
一、见面时的一般礼仪·····	(198)
二、见面时的其他礼仪·····	(200)
三、名片的使用礼仪·····	(201)
第三节 国际商务谈判中的礼仪·····	(202)
一、谈判中的交谈礼仪·····	(202)
二、谈判实质环节的礼仪·····	(203)
三、谈判宴请礼仪·····	(203)
第四节 国际商务谈判后签约的礼仪·····	(207)
一、谈判后签字的位次排列仪式·····	(207)
二、谈判后签字仪式的基本程序·····	(208)
三、签字后的宴请仪式和纪念品·····	(208)
案例分析·····	(209)
思考题·····	(209)

第十四章 与各国人跨文化谈判·····	(210)
第一节 国际商务谈判的跨文化·····	(210)
一、文化渗透在谈判中·····	(210)
二、文化在谈判中的作用·····	(210)
三、国际商务谈判中的跨文化问题·····	(210)
第二节 与美国人的国际商务谈判·····	(213)
一、美国人的文化习俗·····	(213)
二、与美国商人谈判的要点·····	(214)
第三节 与日本人的国际商务谈判·····	(215)
一、日本人的文化习俗·····	(215)
二、与日本人谈判的要点·····	(216)