

21 世纪跨国企业管理规划教材

国际 商务谈判

曲扬 编著

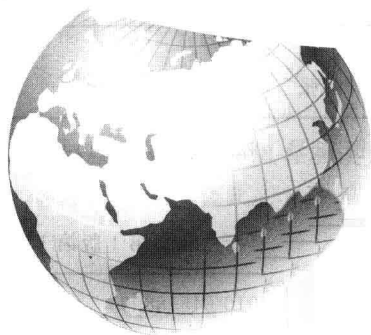


化学工业出版社

21 世纪跨国企业管理

国际 商务谈判

曲扬 编著



化学工业出版社

· 北京 ·

国际商务谈判是国际商务知识、沟通能力、谈判技能以及复杂语言文化背景的交叉学科。本书内容共分为三大模块：第一为理论篇，是国际商务谈判的基础理论部分，系统阐述有关国际商务谈判的基本概念、原理、原则和类型；第二为实务篇，介绍国际商务谈判具体的实务操作，包括国际商务谈判的准备、国际商务谈判的进程以及谈判各个阶段中策略的应用；第三为艺术篇，分析国际商务谈判心理、国际商务谈判的沟通技巧、国际商务谈判礼仪以及各国商人的谈判风格，并分析不同国家的文化及其对谈判风格的影响。

本书每个章节均配有针对本章内容设计的思考题和案例分析题，部分章节配有模拟谈判案例。模拟谈判是对实践中的各类国际商务谈判场景进行的模拟，方便读者根据给定条件进行实训，增强对谈判策略和技巧的把握。这些对于分析问题、解决问题的能力及实际沟通和谈判能力的提高均会有所帮助。

本书可作为高等学校国际经济与贸易等经济管理类专业的教材或教学参考用书，也可供政府、工商企业管理人员、外贸人员等参考。

图书在版编目(CIP)数据

国际商务谈判/曲扬编著. —北京：化学工业出版社，2011.6

21 世纪跨国企业管理规划教材

ISBN 978-7-122-12295-7

I. 国… II. 曲… III. 国际商务-商务谈判-教材 IV. F740.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 186670 号

责任编辑：唐旭华
责任校对：吴 静

文字编辑：李 曦
装帧设计：张 辉

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011）

印 刷：北京云浩印刷有限责任公司

装 订：三河市宇新装订厂

710mm×1000mm 1/16 印张 15½ 字数 325 千字 2011 年 6 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询：010-64518888(传真：010-64519686) 售后服务：010-64518899

网 址：<http://www.cip.com.cn>

凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：35.00 元

版权所有 违者必究

新世纪以来,在经济全球化和信息技术革命的强烈冲击下,跨国企业管理与国际化经营已经成为管理领域的热点问题。面对迅速扩展的全球市场,跨国企业必须进行经营理念与经营战略的调整或转变。过去在单一区域内的经营活动,必须要积极向在全球范围内围绕多个经营重心而实施的经营模式转变,不论是组织架构、营销渠道、企业文化,都需要进行前所未有的转变。从目前的发展情况来看,国际大型跨国企业已经通过内外部管理体制的变革,借助直接投资、兼并收购、战略联盟与战略性外包等多元化手段,在全球范围内进行了有目标、有重点的战略布局和经营管理。当代跨国企业这种新的发展趋势,将会对世界的未来经济格局产生深远的影响。而来自于新兴国家的代表——中国的企业将无可避免地面对这一新的竞争形势。

自改革开放以来,中国凭借着成本优势和巨大的市场潜力,大力引进海外跨国企业进入中国市场,同时也实施强度较大的出口鼓励措施,积极参与经济全球化,在新一轮全球产业分工中赢得了一席之地。然而,应该看到,中国对外贸易中的比较优势仍然集中在充足的廉价劳动力供应上,低附加值的产品仍是中国的主要出口产品,缺乏一定的规模经济优势和以高科技所反映的技术创新优势,尤其是缺乏自主技术创新和自主品牌开发。因此,中国企业如何应对新的竞争环境,如何通过行之有效的措施提升自身竞争优势,从而在国际化竞争中占据有利地位,是目前国内管理学界所共同关注的研究议题。

中央财经大学商学院在跨国企业管理与国际化经营方面拥有丰厚的研究基础。商学院已经在跨国企业的战略、组织、文化等方面进行了大量的研究,并且致力于发掘和考察外商对华直接投资的决定因素,总结典型跨国企业在中国投资的经验,以及利用外资与国家经济安全等问题,为中国企业“走出去”提供理论依据和实践经验。目前,商学院的跨国企业管理和国际化经营方向在国内处于领先地位。同时,商学院还开设了“跨国企业管理”、“国际市场营销”等相关课程,将理论研究的成果与教学活动相结合,取得了优秀的成果,相关课程相继获得北京市精品课程的荣誉称号。本套教材就是商学院的最新科研和教学成果展示。

同目前市场上已有的同类书籍相比,这套教材拥有如下几个方面的特点。

(1) 定位较高,旨在从总体战略发展层面指导企业跨国化经营活动,同时又注重提升企业在具体经营管理中的执行力。全球化发展首先是一种世界意识。中国企业走出国门,面临比过去复杂程度大大上升的竞争环境,要扭转中国企业在全球产业价值链中受制于人的被动局面,首先需要在总体战略意识上进行蜕变,本套教材就是要借助系统的分析和诠释,为中国企业实施战略转型提供总体思路。同时,中国企业要想成功地走出去,除了具备俯瞰全球的战略意识与眼光、切实可行的国际化战略外,还需要具备高效执行力。本套教材也将立足于企业经营实践,注重在具

体的管理环节执行力的加强和提升。

(2) 选题角度新颖,体现跨国企业管理和国际化经营方面的前沿问题。在过去的数十年中,伴随着企业活动边界的不断扩大,跨国企业管理和国际化经营领域出现了很多创新的研究方向,这些研究方向是企业实施跨国经营活动中所遇到的新问题,而现有的研究资料和教材对于这些问题的关注还比较少。本套教材将立足于目前的研究前沿和管理实践,集中论述跨国营销战略、跨文化管理、跨国企业运作管理、中小企业跨国管理、国际商务谈判等方面的问题,力图对这些跨国企业管理中的竞争重点进行阐释。

(3) 注重理论价值与实践操作性的结合。本套教材力图把握目前跨国企业管理和国际化经营领域的理论前沿,同时又针对企业国际化经营中的实际问题,尤其关注中国企业在国际化经营中的重点和难点问题,因此,具备很强的实际借鉴价值。编者将借助大量的跨国经营案例来佐证书中所提到的观点和命题,从而力争实现理论性和实践性的较好结合。

总而言之,本套教材适用于国内经济管理相关专业的高年级本科生、研究生、MBA,可作为“跨国企业管理”、“中小企业跨国化管理”、“跨国企业运作管理”等课程的主要教材,也可以作为“企业战略管理”、“企业管理”等课程的辅助教材。目前国内很多高校都开设了跨国企业管理相关课程,这一类课程甚至已经成为工商管理、企业管理等专业的主要专业课程之一,因此,本套教材应当拥有较大的市场需求。

王巾英
2010年6月

前言



谈判无处不在。每个人每天都会面临大大小小的问题、冲突，乃至一些至关重要的人际关系问题，即使是生活在孤岛上的鲁滨逊也要和仆人“星期五”打交道。只要有冲突需要去解决，就一定需要谈判。美国著名谈判专家荷伯·科恩说：“你的现实世界是一个巨大的谈判桌，不管你愿意与否，你都是一个谈判者。”

谈判不是论战，也不需要分出胜负。恰恰相反，谈判应该是一场利己的合作，谈判各方在谋求自身利益的同时，也应该照顾到对方的利益需求。共赢的结果是令各方都会满意，同时也必将带来更长久的合作和更积极、健康的关系。本书对哈佛原则谈判法进行了较为详尽的阐述，并在全书中秉承这一理念，认为谈判首先建立在双方互信的基础上，以共赢和长期合作为目标。然而，现实中的谈判难免会遇到形形色色的对手，他们会使用各种所谓的谈判技巧和谋略以谋求其单方面的利益，因此本书又将谈判中常用的战略战术技巧辅以介绍，以供读者参考。

随着我国市场经济的不断发展和融入经济全球化的进一步深入，国际商务谈判在我国社会经济活动中扮演了愈加重要的角色，发挥了愈加重要的作用。我国已经加入了WTO，国际商务谈判对许多经济组织而言，将会变得日益普遍。因而，如何认识谈判，怎样进行谈判，以及如何成功谈判，成为人们渴望了解和迫切需要掌握的一门新知识和新技能。国际商务谈判涉及国际商务知识，更重要的，涉及不同的文化和语言背景。这些都对谈判人员提出了更高的要求。

本书是在作者多年教学和实践经验的积累上完成的。书中案例和模拟谈判均在教学课堂上经过多年实践，学生反响良好。由于案例分组作业，激发和培养了学生的合作愿望和合作精神，而这些也正是国际商务谈判的精神实质。

本书内容共分为三大模块：第一为理论篇，是国际商务谈判的基础理论部分，系统阐述有关国际商务谈判的基本概念、原理、原则和类型，即书中第一章至第四章内容；第二为实务篇，介绍国际商务谈判具体的实务操作，包括国际商务谈判的准备、国际商务谈判的进程以及谈判各个阶段中策略的应用，即书中第五章至第七章内容；第三为艺术篇，分析国际商务谈判心理、国际商务谈判的沟通技巧、国际商务谈判礼仪以及各国商人的谈判风格，并分析不同国家的文化及其对谈判风格的影响，即书中第八章至第十一章内容。

通过本书的学习，可以对国际商务谈判的基本知识、基本概念和基本理论有一个较为全面的理解和认识，对国际商务谈判的实务有一个初步的体验，对国际商务谈判的艺术和技巧有一个较为系统的把握，从而提高在社会科学方面的素养、社会交往方面的能力，以及在谈判活动中的技能。

本书每个章节均配有针对本章内容设计的思考题和案例分析题，部分章节配有模拟谈判案例。模拟谈判是对实践中的各类国际商务谈判场景进行的模拟，方便读者根据给定条件进行实训，增强对谈判策略和技巧的把握。这些对于分析问题、解

决问题的能力、实际沟通和谈判能力的提高均会有所帮助。

在经济全球化、一体化与区域集团化迅猛发展,以及在我国加入 WTO 的大背景下,涉外专业的高级管理人才和国际化人才的培养,迫在眉睫。与此同时,人才市场也呈现出对国际商务谈判人才的强烈渴求态势。许多企业,尤其是正在或是计划发展国际业务的企业,急切地需要一批熟悉世界贸易组织规则并能够直接参与国际谈判的高级人才。本书作为教材或参考书籍,主要面向高等学校国际经济与贸易等经济管理类专业的学生,为培养 21 世纪高素质的管理人才提供更全面和完善的知识体系。另一方面,无论是大学在校学生的求职过程中,还是已在工作岗位的职员、经理人员或销售代表的日常工作中,均对如何提高自身沟通能力和谈判技巧有着强烈的求知欲。因此,本书同时也可供政府部门工作人员、工商企业管理人员、外贸人员等参阅。而作为普通读者,书中介绍的诸多沟通技巧也可提供有益的启示。

本书相关电子教案可免费提供给采用本书作为教材的院校使用,如有需要请登录教育资源网(www.cipedu.com.cn)。

本书的编写参阅了大量国内外专著,借鉴了众多国内外专家、学者的研究成果,在此表示感谢!遗漏未列出的文献,敬请原作者谅解,并在此一并致谢!由于知识水平和时间所限,书中仍存在不足及疏漏之处,敬请读者批评指正。

编者

2011 年 6 月

目 录

第一编 理论篇——国际商务谈判的基础理论

第一章 国际商务谈判的基本概念	2
【开篇小测试】 你是什么样的谈判者?	2
第一节 谈判的产生	3
第二节 有关谈判的基本术语	5
第三节 国际商务谈判的基本要素	14
第四节 谈判理念	17
【思考题】	19
【案例分析】 了解自己的 BATNA 的国王	19
第二章 国际商务谈判理论	21
【导入案例】 范蠡错派使者害子	21
第一节 博弈论	22
第二节 公平理论	26
第三节 信息论	30
第四节 黑箱理论	33
【思考题】	34
【案例分析】 “嗯，我不知道……”	34
第三章 国际商务谈判的基本原则	36
【导入案例】 哈佛原则谈判法的诞生	36
第一节 对事不对人	36
第二节 关注利益而非立场	40
第三节 开发共赢方案	43
第四节 引入客观标准	45
第五节 国际商务谈判的原则	47
【思考题】	53
【案例分析】 武汉野生动物园的“砸奔”事件	53
第四章 国际商务谈判的基本类型	54
【导入案例】 WTO 与两个人打架	54
第一节 双方谈判与多方谈判	54

第二节	小组谈判与个人谈判	56
第三节	横向谈判与纵向谈判	57
第四节	主场谈判与客场谈判	59
第五节	软式谈判、硬式谈判与原则式谈判	63
第六节	两分法谈判与整合型谈判	65
第七节	国际商务谈判的内容类型	68
【思考题】		74
【案例分析】	松下电器公司与飞利浦公司的谈判	74
【模拟谈判】	丝绸销售	75

第二编 实务篇——国际商务谈判的策略

第五章	国际商务谈判的准备	78
【导入案例】	中国、日本农机设备贸易谈判	78
第一节	谈判人员准备	78
第二节	谈判信息收集	86
第三节	谈判方案的制订	93
第四节	谈判物质准备	99
【思考题】		104
【案例分析】	联想并购 IBM	104
【模拟谈判】	旅馆销售	107
第六章	国际商务谈判的进程	109
【导入案例】	美丽的亚美利加	109
第一节	谈判开局阶段	109
第二节	谈判磋商阶段	114
第三节	谈判结束阶段	126
第四节	国际商务谈判签约	131
第五节	国际商务谈判的成功模式	136
【思考题】		138
【案例分析】	关于中国“构成整车特征的汽车零部件进口管理办法”的争议	139
第七章	国际商务谈判的策略	140
【导入案例】	中国民航购买波音 787 型客机	140
第一节	报价策略	141
第二节	讨价还价策略	142
第三节	打破僵局的策略	159
第四节	扭转劣势的策略	162

第五节 情感控制策略	165
【思考题】	171
【案例分析 1】 荷伯·科恩的日本之旅	171
【案例分析 2】 汤姆的二手车交易	172
【案例分析 3】 塑料编织袋厂长的策略	172
【模拟谈判】 二手车销售	173

第三编 艺术篇——国际商务谈判的艺术

第八章 国际商务谈判心理	178
【导入案例】 墨西哥市历史上以最低价格购买毛毯披肩的人	178
第一节 谈判的心理基础	179
第二节 谈判者的气质类型	183
第三节 个性与谈判风格——谈判 AC 模型	185
第四节 谈判中的心理挫折	187
【思考题】	192
【案例分析】 留学生小王的购物经历	192
第九章 国际商务谈判沟通技巧	193
【导入案例】 倾听改善客户关系	193
第一节 国际商务谈判中“听”的艺术	193
第二节 国际商务谈判中“说”的艺术	198
第三节 国际商务谈判中“问”的艺术	200
第四节 国际商务谈判中“答”的艺术	202
第五节 国际商务谈判中的非语言沟通技巧	203
【思考题】	210
【案例分析】 感谢上帝，我终于明白了！	210
第十章 国际商务谈判礼仪	211
【导入案例】 蒂凡尼的丝带	211
第一节 初次见面礼仪	211
第二节 宴请活动的礼仪	217
第三节 国际商务谈判的仪表服饰礼仪	220
【思考题】	223
【案例分析】 美国 AW 公司与中国某助听器企业的初次见面	223
第十一章 各国商人的谈判风格	225
【导入案例】 美国、日本广播公司谈判	225

第一节 各国商人的谈判风格	225
第二节 东西方文化差异对谈判风格的影响	234
【思考题】	237
【案例分析】 澳大利亚与日本的砂糖谈判	237
参考文献	238

第一编

理论篇——国际商务谈判的基础理论

国际商务谈判的基本概念

国际商务谈判理论

国际商务谈判的基本原则

国际商务谈判的基本类型

第一章 国际商务谈判的基本概念

【学习目标】

- ☆ 掌握国际商务谈判的基本概念。
- ☆ 理解谈判的内涵。
- ☆ 理解和谈判有关的术语。
- ☆ 了解谈判的起源。
- ☆ 比较现代与传统两种不同的谈判理念。

谈判是当今世界上最为常见的社会活动之一。它所涉及的领域十分广泛，从经济、政治、军事、外交直到日常生活，时时处处都有谈判行为贯穿其中。美国著名谈判专家荷伯·科恩说：“你的现实世界是一个巨大的谈判桌，不管你愿意与否，你都是一个谈判者。”

【开篇小测试】

你是什么样的谈判者？

下面句子中，你赞同哪一些话？如果你同意某一句话，就把它后面的字母记下来；如果不同意，就什么也不用做。最后统计一下，四个选项中你所选的哪一项最多，你即是属于哪种类型的谈判者。注意：必须快速浏览，不要花费太多时间，不要去计算正确答案应该是什么或者什么样的选择使你看上去更完美。

1. 谈判前我喜欢看看谈判的焦点问题。(B)
2. 为了保持双方的合作关系，我常在某些问题上作出让步。(D)
3. 我善于咨询别人去发现他/她真正想要的东西。(B)
4. 我不惜任何代价以避免冲突。(C)
5. 我尽量避开那些容易引发争论的问题。(C)
6. 我经常保持中立。(D)
7. 我从不愿意使别人感到有不安的情绪。(D)
8. 我努力用各种方法说服与我有共同利益的对方。(B)
9. 我喜欢当众把那些有争议的问题尽可能地解决掉。(A)
10. 我希望双方对此协议都满意。(D)
11. 我认为，如果你着力于主要的问题，次要的问题也要细心解决。(A)
12. 我喜欢以友好、非敌意的方式进行谈判。(C)
13. 我有时感到自己说不出真正关心的事。(C)

14. 我感到如果自己很诚实，也会感染到别人。(B)
15. 我相信我明白对方所关心的问题。(D)
16. 我不喜欢和那种盛气凌人的人打交道。(C)
17. 我认为这次我就某些问题作出让步，下次谈判会相对容易些。(D)
18. 我最关心的问题不是别人是否喜欢我，而是我能否把事情尽可能做好。(A)
19. 我相信，当我对某些问题作出些让步之后，我将得到别人相应的回报。(A)
20. 人们不会去评价倘若做不成某事将会带来多大的损失。(A)
21. 我喜欢有充足的时间去考虑某一决定的含义。(B)
22. 如果你给别人太多时间去考虑事情的话，他们可能会改变主意。(A)
23. 在谈判之前我喜欢先了解对方。(D)
24. 你不得不把个人的友情同事务分开。(B)

测试评价——你的谈判方式。

A：大部分答案是 A。你可能是一个非常倔强的谈判者，并且很可能以此为骄傲。你清楚自己要得到什么，并做好充分的准备去争取你想得到的一切。你很善于结束交易，从来不考虑对方的要求和感受，迫使对方不得不随着你走。对你来说，谈判最可能的结局就是“我赢，你输”。然而如果这种关系继续持续下去，冲突很容易就会产生。

B：大部分答案是 B。谈判前你可能准备得很好。你能分清楚问题的主次，而且你注重分析对方的环境，采取适当的方式，圆满完成协议的签署。然而，人们会觉得你处理问题太正式，有点形式主义。他会感觉到被你牵着鼻子走，以至于不愿意说出他真正关心的事情。

C：大部分答案是 C。为了避免在谈判中发生冲突，你可能会做出许多让步，而且在交涉中习惯使用试探性的语言或者是不坚定的口气讲话。其结果往往不尽如人意——“你赢，我输”。

D：大部分答案是 D。许多人可能愿意同你这种性格的人打交道，因为你在同别人相处时总是很友好，很随和。然而，这种性格也同样存在着一些弊端，你很可能为了双方的关系而牺牲得太多，甚至放弃了原则性的问题。

(选自：[英] 朱丽娅·蒂普勒，成功谈判，北京：中国社会科学出版社，2001.)

第一节 谈判的产生

人类为什么要谈判呢？从本质上说，是因为每个人都有自己的需要和满足这一需要的欲望，而这种需要的满足有可能涉及或影响到其他人的需要的满足。因此，谈判中任何一方都不能无视他方的需要。美国哈佛大学教授约克·肯说：“生存，就是与社会、自然进行的一场长期谈判，获取你自己的利益，得到你应有的最大利

益，这就看你怎么把它说出来，看你怎样说服对方了。”可以说，只要人类之间有交往，就会有谈判。

提起谈判，人们总会联想到这样一些画面：要么是各国的政治首脑会聚某处就世界局部战争与和平问题进行斡旋和磋商；要么就是各国商业领袖就某个领域的跨国合作谈判。看上去，谈判似乎离我们很远。事实上，谈判存在于我们每一天的生活中。你可能正在家里与你的伴侣争抢电视遥控器；你可能正与女友商量周末是一起看足球还是看电影；你的孩子可能在为谁来收拾房间与你讨价还价；在公司你早就准备和老板谈谈升职的问题了；你最近看中了一套二手房，今晚就要和中介一起与房主面谈了；你的邻居每晚大宴宾朋、夜夜笙歌，你觉得必须要和他好好谈谈了……人们日常生活中的所有矛盾、冲突或不同的意见，都可以通过谈判的方式来解决。这个世界上，几乎每一天，几乎每个人都在自觉或不自觉地扮演着谈判者的角色。每个人都希望参与与自己有关的决策，没有人天生就愿意接受他人的安排和独断专行。人本来就是不同的，不同人会有不同的喜好，但社会的发展又往往要求人们最终达成和谐、一致，因此谈判成为解决矛盾和冲突的有效途径。

谈判之所以能够作为解决争端的有效工具，是有其存在的必然性的。

一、物质资源的稀缺性

地球上的自然资源有三大类：无限资源、可再生的有限资源和不可再生资源。由于过度的开采和利用，人类不得不面对自然资源短缺的危险。从分布来看，一方面地球上自然资源的地理分布极不平衡，处于资源短缺劣势的国家和地区面临的危机日益加重。而另一方面，随着工业化和城市化的发展，人类生活方式的改变，对环境造成的污染日益加剧，使得原本稀缺的物质资源更为短缺。

人类很早就有了谈判的历史。当原始的人类为了一处水源、为了一块牧场，或是为了其他某种生存目标而展开殊死斗争的同时，谈判也就由此产生了。自然资源的稀缺性导致了人类为了争夺有限资源的冲突加剧。中东地区由于水资源而引发的冲突就是无数此类冲突中的一个例证。此外，中东的石油、南非的钻石、印度与巴基斯坦之间的克什米尔高地等，都相继成为了国家或地区之间冲突乃至战争的真正诱因。纵观历史，人类解决冲突的方法无非两种，即：武力的方式或和平的方式。从古至今，人类历经了无数的战争，大到全球范围内的世界大战，小到局部冲突、边界之争。战争必将导致恶果，由于不愿意看到家园被摧毁，生灵被涂炭，人们开始尝试用非武力的形式解决争端。作为武力的替代方式，谈判应运而生。历史上，谈判的方式也时常与武力方式交替使用，谈判破裂即导致战争，而战争中止又开始新一轮的谈判。对于向往和平的人类来说，谈判无疑是最佳选择。

二、人类欲望的无限性

人类生活在一个资源有限的世界里，但是人类的欲望却是无限的。人类在食不果腹、衣不覆体的时候幻想着只要过上温饱的生活即可；当衣食无忧之后，又想要过更富足的生活。这是人类的本性，本无可厚非。但毕竟人类所处的资源环境是有

限的，很多是不能再生的资源。世界人口在不断增长，单个人可以分得的资源越来越少，而人的欲望却并没有因此而减少，人类不断膨胀的、从本质上讲无限的物质需求导致人类与有限的、稀缺的自然资源之间的矛盾冲突不断。为了解决这一无限和有限之间的矛盾，以达到利用有限的资源更好地为人类服务的目的，谈判产生了。

三、冲突的产生与解决

归根结底，人类所面对的冲突还是来自供需的矛盾。面对无限需求与有限供给的矛盾，经济学主要围绕解决“生产什么、怎样生产和为谁生产”这些基本的问题展开，以期解决物质资源的稀缺性和人类欲望的无限性之间的矛盾。在现实世界中，人们为争夺有限资源的冲突不断。古今中外，人类解决冲突的方式只有和平与战争两种，而谈判是其中的关键环节，谈判成功带来和平；反之，谈判破裂则导致战争。

由政治、经济、社会、宗教、文化和种族等方面的原因引发的冲突中，经济原因是最常见的。经济谈判的历史和人类的文明史一样久远。早在原始社会末期，随着生产力的发展，出现了私有财产，并出现了偶然的、简单的商品交换。当一个原始社会的人牵着一头羊与另一个人交换多少只鸡时，双方就要通过讨价还价才能确定两种商品的交换比率。到了奴隶社会和封建社会，随着私有制的确立和私有财产的增多，交换的商品种类和地理范围得到扩大，谈判变得普遍。如今，经济社会由产品经济转向商品经济，为达成某种契约的谈判活动日益增多，商品经济的原则几乎渗透到人们生活中的一切领域，比如：劳资双方之间就工时和薪酬的谈判；供应商和厂商就原材料价格、质量、交货期和付款条件的谈判；批发商和零售商就商品价格和数量的谈判等。

第二节 有关谈判的基本术语

一、谈判

1. 中外学者对谈判的定义

关于谈判的定义，美国谈判学会会长杰德勒·尼仑伯格在其所著的《谈判的艺术》（The Art of Negotiation）中写道：“谈判的定义最为简单，而涉及的范围却最广泛，每一个要求满足的愿望和每一项寻求满足的需要，至少都是诱发人们展开谈判的潜因。只要人们为了改变相互关系而交流意见，为了取得一致而相互磋商，他们就是在进行谈判。”

美国哈佛大学教授费雪和尤里在他们合著的《通往成功之路》（Getting to Yes）中指出：“谈判是为达成某种协议而进行的交往”。

美国谈判专家威廉·巴罗则认为：“谈判是一种双方都致力于说服对方接受其

要求时所运用的一种交换意见的技能，其最终目的是达成一项对双方都有利的协议”。

英国谈判专家马什从经济贸易的角度将谈判定义为：“谈判是指有关贸易各方为了自身的目的，就一项涉及各方利益的标的物在一起进行磋商，并通过调整各自提出的条件，最终达成一项各方较为满意的协议的不断协调的过程”。

法国谈判学家克里斯托弗·杜邦全面研究了欧美许多谈判专家的著述后在其所著的《谈判的形成、理论与应用》中这样描述谈判：“谈判是使两个或多个角色处于面对面位置上的一种活动。各角色因持有分歧而相互对立，但他们彼此又互为依存。他们选择谋求达成协议的现实态度，以便终止分歧，并在他们之间（即使是暂时性的）创造、维持和发展某种关系。”

香港中文大学企管系邓东滨先生侧重于对谈判特征的分析，他认为：“谈判是指人类为满足各自的需要而进行的交易。”

我国学者对谈判的定义，总结起来有以下观点：

“谈判是谈判双方（各方）观点互换、情感互动、利益互惠的交往活动。”（田志华，1991）；

“谈判是人们为了协调彼此之间的关系，满足各自的需要，通过协商而争取达到意见一致的行为和过程。”（张祥，1995）；

“谈判是指人们为各自的利益动机而进行相互协商并设法达成一致意见的行为。”（许晓明等，1998）；

“谈判是指参与各方出于某种利益的需要，在一定的时空条件下，采取协调行为的过程。”（李品媛，2000）；

“谈判是各方为化解冲突而进行沟通的过程，目的是使各方达成一项协议、解决一个问题或做出某种安排。谈判是在各方拥有共同利益和冲突利益的情况下，为达成一项协议而进行的相互间的交谈。”（白远，2003）。

2. 如何理解谈判的内涵

虽然中外学者对于谈判的定义表述不尽相同，但分析其内涵却有着许多相近和相通的基本观点，其中大致观点如下。

（1）谈判建立在人们不同的利益需要的基础上 谈判各方均有各自的愿望、需求或利益目标，否则各谈判方不会坐到同一张谈判桌上来。谈判桌往往成为各方为满足己方利益提出并讨论交换条件的场所。在谈判中，各方既有共同的利益，也有各自不同的、甚至是相冲突的利益。因为共同的利益，各谈判方走到一起来；因为冲突的利益，各方在谈判中倾向于捍卫各自的立场和维护各自的利益，增加了谈判的难度。

（2）谈判的目的是解决冲突和达成协议 冲突导致谈判，而合作使得谈判得以顺利地进行并取得满意的结果。谈判各方既有共同利益，也有不同利益，各方的利益需求一定会有相冲突的领域，因此需要谈判各方去了解不同的利益需求，处理冲突、协调行为，并最终达成协议。