



普通高等教育国际经济与贸易专业规划教材

国际商务谈判

刘向丽 主编



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

F740.41

9

普通高等教育国际经济与贸易专业规划教材

国际商务谈判

主 编 刘向丽

参 编 (按姓氏笔画排序)

王丽军 王厚双 王韶玲 冯 鸣

张 弛 姜 卉 胡 波 崔日明



机械工业出版社

本书较为全面地介绍了国际商务谈判的各个阶段、程序及应注意的问题,包括谈判前的准备、谈判的进行以及谈判各个阶段的技巧、谋略等。本书的特色在于理论和实践相结合,大量地借鉴了心理学、行为学等学科的研究成果,而且每章开头都有一段案例导读,可以提高读者学习和阅读的兴趣。

图书在版编目(CIP)数据

国际商务谈判/刘向丽主编. —北京:机械工业出版社, 2005.7
普通高等教育国际经济与贸易专业规划教材
ISBN 7-111-16992-1

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(2005)第080499号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑:常爱艳 责任校对:王欣

封面设计:鞠杨 责任印制:杨曦

北京机工印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2005年8月第1版第1次印刷

1000mm×1400mm B5·9.5印张·365千字

定价:24.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线电话(010)68326294

封面无防伪标均为盗版

前 言

随着经济全球化的深化和我国对外贸易的迅速发展，我国对外贸易在世界贸易中的地位不断上升，对外贸易在我国国民经济发展中的作用也有所加强。随着经营对外贸易的企业和个人数量的增加，社会对外贸人才的需求也愈益旺盛。其中，能熟练掌握对外贸易谈判技巧、熟练应用外语与外商谈判并从事业务的人才受到了各种公司、企业的热烈欢迎，在人才需求榜上名列前茅。鉴于此，我们编写了本书。本书既可供高校作教材和参考书，又可供那些有志于从事国际贸易业务、开展国际商务谈判的人才学习和使用。

本书较为全面地介绍了国际商务谈判的基本理论、各个阶段的程序及应注意的问题，包括谈判前的准备、谈判的进行以及谈判各个阶段的技巧、谋略等。本书的特色在于理论和实践相结合，大量地借鉴了心理学、行为学等学科的研究成果，而且每章开头都有一段案例导读，既可供教师教学使用，又可以提高读者学习和阅读的兴趣。

本书是集体智慧的结晶。参编人员的分工如下：刘向丽撰写第一、二、六、八、十章，张弛撰写第三、十一章，冯鸣、崔日明撰写第四章，姜卉撰写第五章，胡波、王厚双撰写第七章，王丽军、王韶玲撰写第九章。全书由刘向丽拟订提纲并担任主编，崔日明、王厚双、王韶玲不仅亲自参与了书稿的写作，而且也提出了很多好的建议和指导。

本书是在借鉴众多专家、学者和实际工作人员的研究成果的基础上写成的，在此表示衷心的感谢。同时，由于知识水平的限制，再加上时间仓促，本书还存在着不少不足乃至疏漏之处，全体编写者希望得到各界有识之士的批评指正。

编 者

目 录

前言

第一章 国际商务谈判导论	1
【案例导读】	1
第一节 国际商务谈判概述	2
第二节 国际商务谈判的类型及其特点	5
第三节 我国对外商务谈判的基本原则	17
第四节 国际商务谈判的构成要素	20
复习思考题	22
第二章 国际商务谈判的基本理论	23
【案例导读】	23
第一节 结构理论及其在国际商务谈判中的应用	24
第二节 需求理论及其在国际商务谈判中的应用	27
第三节 行为学理论及其在国际商务谈判中的应用	32
第四节 心理学理论及其在国际商务谈判中的应用	34
第五节 博弈论及其在国际商务谈判中的应用	39
复习思考题	43
第三章 国际商务谈判的人员构成和素质要求	44
【案例导读】	44
第一节 国际商务谈判的人员构成及其素质要求	45
第二节 谈判人员的培养和管理	53
复习思考题	56
第四章 谈判环境因素的分析 and 信息收集	57
【案例导读】	57
第一节 环境因素的分析	58
第二节 我国对外商务谈判面临的新环境	65
第三节 谈判信息的收集	70
第四节 谈判双方工作关系的建立	81
复习思考题	83
第五章 谈判方案的制定	84

【案例导读】	84
第一节 谈判项目的可行性研究	86
第二节 确定谈判的主题、目标、议程和地点	88
第三节 确定谈判中各项主要交易条件的最低可接受限度	94
第四节 模拟谈判	97
第五节 制定方案时的禁忌	99
复习思考题	101
第六章 国际商务谈判各阶段的策略	102
【案例导读】	102
第一节 开局阶段的策略	106
第二节 报价阶段的策略	109
第三节 讨价还价阶段的策略	123
第四节 成交阶段的策略	137
第五节 合同的签订及变更的策略	139
第六节 谈判经验与教训的总结	144
复习思考题	146
第七章 国际商务谈判谋略	147
【案例导读】	147
第一节 谈判谋略的策划	149
第二节 国际商务谈判常用谋略	150
复习思考题	177
第八章 国际商务谈判的语言和非语言沟通技巧	178
【案例导读】	178
第一节 国际商务谈判的语言特征	179
第二节 国际商务谈判的语言沟通技巧	182
第三节 国际商务谈判的非语言沟通技巧	205
复习思考题	223
第九章 国际商务谈判中特殊问题的处理	224
【案例导读】	224
第一节 自然条件差异带来的问题	225
第二节 主观缺陷造成的问题	230
第三节 外界干预引起的矛盾	236
第四节 时间问题	240
第五节 风险的规避问题	242
第六节 谈判僵局的处理	247
复习思考题	252
第十章 国际商务谈判礼仪	253
【案例导读】	253

第一节 谈判中的礼仪	254
第二节 日常交往中的礼仪	262
复习思考题	268
第十一章 世界各地商人的谈判风格	269
【案例导读】	269
第一节 谈判风格概述	270
第二节 美洲商人的谈判风格	272
第三节 欧洲商人的谈判风格	277
第四节 亚洲商人的谈判风格	285
第五节 其他地区商人的谈判风格	290
第六节 中西方商务谈判风格比较	291
复习思考题	292
参考文献	293

国际商务谈判导论

随着经济全球化的不断发展和我国市场经济体制的逐步完善,在平稳地度过入世过渡期的条件下,我国对外贸易必将获得合理有序的发展。与此同时,由于国际贸易的竞争越来越激烈,了解和掌握国际商务谈判知识也越来越重要。一个公司的成败,不仅取决于其技术水平、产品质量、价格,在很大程度上还取决于谈判人员的能力。实践证明,谈判是进行对外经济贸易活动的一个极其重要的环节,交易中涉及到的品质、数量、价格、支付等所有交易条件都通过谈判予以确定。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,双方在这方面签署的协议具有法律的约束力,不得轻易改变。所以,谈判的结果如何,直接关系到国家的宏观利益和一个企业的微观利益。深谙商务谈判的奥秘,游刃有余于其中者,往往能在谈笑间获取大量的经济利益。不谙此道者,往往会被拖得精疲力竭、无所适从。因此,对于已经和即将从事国际贸易业务的公司、个人来说,学习国际商务谈判知识具有重要的现实意义。

【案例导读】

下面这则案例,说明了我国对外商务谈判中应遵循平等互利、友好协商、灵活机动、合理合法和适当使用谋略等原则以争取自身利益。

某年,我国某大型钢铁公司曾先后引进两套大型轧钢机,同两个国家的四家公司进行了接触,他们都报了价,其中,D国的X公司的技术对我国来说最适用。可是这家公司的报价最高,而且该公司自恃在中国的交往甚多,与官方往来密切,神通广大,以为可以稳操胜券。该公司谈判代表的态度十分傲慢,立场十分强硬。

这两台轧钢机是国家急需的成套设备,费用昂贵,事关重大。中方主谈人从多方面考虑,主动找了D国的X公司的谈判代表,希望他能降低报价,以便坐下来谈判。可这家伙鼻子一哼,对中方主谈人说,现在不是降价的问题,而

是升价的问题。他特别提醒中方主谈人，他们公司的报价有效期是3月15日晚上12点，过了这个时间，他们就将涨价15%。

经验丰富的中方主谈人一看这家伙如此蛮横，心想，咱们走着瞧！为了争取主动，打开谈判的局面，中方主谈人采用了“货比三家”的谋略，撇开D国的X公司，转向其他三家公司。经过同R国的B公司多次谈判，B公司的谈判代表一再让步，价格已经比X公司低了很多。足智多谋的中方主谈人，又通过某种渠道，把与B公司谈判的情况捅给了X公司的上层人物，说X公司的谈判代表要价太高，而B公司的报价比较优惠，X公司将失去这笔大买卖。

X公司的总经理一听急了，马上通知该公司的谈判代表，把他臭骂了一顿，要他无论如何也要谈成这笔大生意。

X公司的谈判代表再也坐不住了，他放下了架子主动来找中方主谈人，说接到了新的指示，愿意降低价格同中方进行新一轮谈判。这回轮到中方主谈人收拾这个狂妄自大的家伙了，中方主谈人正告对方：“你们等着吧！到了‘3月15日’，我会给你答复的。请注意，这是贵公司规定的最后时限。”

X公司的谈判代表急得跳了起来，中方主谈人抓住对方急于谈判的心理，以其人之道，还治其人之身，狠狠地报了一个低价，比B公司的报价还要低2000万美元，并且也来一个最后时限，限他在3月15日晚上12点以前答复。理由很简单，因为中方和B公司的谈判有了一定的成果，如果要撇开B公司与X公司达成协议，除非X公司的价格比B公司还低，否则中方将失去信誉。此时离3月15日已经没两天了，所以，X公司的谈判代表勃然大怒，指责中方主谈人存心不和他做生意，他要向有关方面控告，要打官司，要中方赔偿他来华谈判所花的费用！中方主谈人义正词严地把他顶了回去。

到了3月15日晚上11点45分，离最后时限还有15分钟，垂头丧气的X公司的谈判代表敲开了中方主谈人的房门，无可奈何地同意了中方的还价。中方主谈人不仅为国家引进了急需的、技术先进的大型轧钢设备，而且为国家节约了好几千万美元的外汇，更重要的是，维护了国家的尊严和个人的人格。

第一节 国际商务谈判概述

一、国际商务谈判在国际贸易业务流程中的位置

国际商务谈判是一门实践性较强的学科，它是国际贸易业务流程中非常重要的一个环节。

具体地说，一笔完整的国际贸易业务包括交易准备阶段、签约阶段、履约阶段，如果出现争议，还要有违约处理阶段。其中，交易准备阶段的工作主要包括确定交易的货物和货源、市场调查、寻找交易对手和建立客户网络、交易

对手资信调查。签约阶段的工作主要包括交易磋商和签订书面合同。在履约阶段,卖方应按合同或信用证的规定,按期、按质交货并收取货款;买方则要履行付款义务并收取货物。违约处理阶段则是或有阶段。

国际商务谈判在整个业务流程中的位置是处在交易准备阶段的后半段和签约阶段的前半段,即从交易对手的确定到资信调查开始,重点研究交易磋商阶段,最后以签约结束。总的来看,国际贸易业务的各个阶段是有机联系、相辅相成的,前一阶段的工作是下一阶段的铺垫和基础。前一阶段的工作完成充分,会使后一阶段的工作更加顺畅。所以,研究国际商务谈判,不能仅仅关注谈判过程本身,还要树立相互联系、相互依赖的观念,综观整个业务过程的全局,保持清醒的头脑,不仅完成好本阶段的工作,而且要为下一阶段的履约工作打下良好的基础。

二、国际商务谈判的概念和特点

(一) 谈判的含义、产生与发展

什么是谈判?一般来说,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。美国谈判学会的会长、著名律师杰德勒·尼尔伦伯格在其《谈判的艺术》一书中写到:“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项寻求满足的需要,至少都是诱发人们展开谈判过程的潜在原因。只要人们为了改变相互之间的关系而交换观点,只要人们为了取得一致而磋商协议,他们就是在进行谈判……可以把谈判看作是人类行为的一个组成部分,人类的谈判史同人类的文明史同样长久。”哈佛大学教授约克·肯曾经说过:“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。随着国际分工和专业化的发展,协调和谈判在维持人类合作中所起的作用将会越来越大。

人类为什么要谈判呢?从本质上说,是因为参与谈判的各方有自己的需要,或者是自己所代表的某个组织有某种需要,而一方需要的满足有可能会涉及和影响他方需要的满足,在谈判中任何一方都不能无视他方的需要。因此,参加谈判的双方就不能仅仅以只追求自己的需要为出发点,而是应该通过交换观点进行磋商,共同寻找使双方都能接受的方案。

谈判的历史可能和人类的文明史一样长久。早在原始社会末期,由于生产力的发展,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牛与另一个原始人交换鸡蛋时,双方就要通过讨价还价才能确定两种商品的交换比率,即一头牛换多少个鸡蛋。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逐渐扩大,

各奴隶制国家之间的交换当然也少不了谈判。当然，由于奴隶社会和封建社会属于自给自足的自然经济，商品交换在社会发展中所起的作用还比较有限。

尽管谈判的历史非常悠久，但一直没有形成一门系统的学科，谈判的知识一直都作为国际贸易实务的一个组成部分而存在。直到1968年，美国谈判学会会长杰德勒·尼尔伦伯格写了《谈判的艺术》一书，从而使谈判学成为一门独立的学科。此书出版以后被翻译成多个国家的文字，得到了非常广泛的传播，各国学者以此为基础纷纷开创了适合本国国情的谈判理论和实务体系。

在分析了什么是谈判、为什么要谈判以及谈判的简史之后，接下来有必要对商务谈判作一简单说明。

（二）商务谈判

谈判的种类很多，有外交、政治、军事、经济谈判等。什么是商务谈判呢？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，就双方的商务往来关系而进行的谈判。一般包括：货物买卖、工程承包、技术转让、融资谈判等。

（三）国际商务谈判

国际商务谈判是国际商务活动中不同的利益主体，为了达成某笔交易，就交易的各项条件进行协商的过程。谈判中利益主体的一方，通常是外国的政府、企业或公民；另一方是我国的政府、企业或公民。国际商务谈判是对外经济贸易工作中不可缺少的重要环节。在现代国际经济活动中，许多交易都要经过艰难繁琐的谈判，尽管有不少人认为交易的商品是否优质、技术是否先进或价格是否低廉决定了谈判的成败，但事实上交易的成败往往在一定程度上取决于谈判的成功与否。对谈判的作用应客观地对待，既不能夸大，也不能贬低。

比如，发展中国家与发达国家谈判建立一个合资企业，由发展中国家提供生产场地，发达国家提供先进技术。兴办这样一个合资企业，发达国家的目的和需要可能是：利用技术上的优势，通过设立合资企业，绕过直接贸易的障碍，开拓发展中国家广阔的市场或扩大原有市场份额，以获得长期丰厚的利润。而发展中国家的目的和需要可能是：利用先进技术，提高本国的生产率，积极争取扩大出口，开拓国际市场，并带动国内经济的整体健康发展。显然，双方的目的和需要是既统一又矛盾的。统一性表现在，如果双方都要达到各自的目的，就必须通过建立合资企业才能实现。其矛盾性表现在，发达国家提供技术的目的，是要开拓市场和获取利润；发展中国家的目的是吸收外国先进技术来提高国内的技术水平，积极发展出口，而不是单纯让出国内市场。总之，没有市场，拥有先进技术的发达国家就不感兴趣；同样，没有先进技术，发展中国家也难以接受。对发展中国家来讲，是以市场换技术，发达国家则是以技术换市场。这是双方既统一又矛盾的利益关系。双方就是带着这种既统一又矛盾的需要和

目的来参加谈判的。通过谈判,寻找双方都能接受的方案,使矛盾在一定条件下缩小,最后获取对双方都有利的结果。

(四) 国际商务谈判的特点

国际商务谈判既具有一般贸易洽谈的共性,又具有对外经济贸易谈判的特殊性。

共性体现在以下三点。首先,国际商务谈判的目的集中而鲜明地指向经济上的利益。其次,国际商务谈判本身就是经济活动的组成部分,或直接就是一项经济活动,任何经济活动都要求讲究经济利益。最后,价格在几乎所有的国际商务谈判中都是谈判的核心内容,占据最显赫、最重要的地位。

特殊性也体现为三点。首先,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。其次,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,应按国际惯例办事。最后,由于国际商务谈判涉及面很广,因此,对从事外贸商务谈判的人员在专业知识方面提出了更高的要求。

总的来说,国际商务谈判集理论性、政策性、知识性、艺术性于一体。从理论上讲,它的综合性强,涉及经济学、市场学、营销学、管理学、心理学、行为学、语言学、人类学等多种学科的内容,运用了多种学科的基础知识和科研成果。从实践上看,国际商务谈判讲求实用,重在解决实际问题。它既有其规律性和原则性,又有灵活性和创造性。

第二节 国际商务谈判的类型及其特点

国际商务谈判可以按目标、交易地位、所属部门、谈判地点和谈判标的等不同的标准分成不同的类型。

一、按目标分类

(一) 不求结果的谈判

不求结果的谈判主要表现为:一般性会见、技术性交流、封门性会谈。从这三种表现形式看,有不求结果的情况,也有准备未来结果的情况。

1. 一般性会见

一般性会见是谈判的初级阶段或是准备阶段。会见可以是高级,也可是中低级的;可在行政人员之间进行,也可在技术人员之间进行。在同高级行政人员会见时,旨在确定方向性或可能性,气氛大多热情友好,注意培养友谊和连续性。与中低级行政人员的会见,则具有较强的探询性与表述性,要注意礼貌,并力争会见对方高级领导,以求得到更多的信息。与技术人员的会见,则应较注重商品的性能与市场考察,或者介绍自己的商品优点,此时要注重第一印象,

时间上视对方方便。无论同什么类型的人员会见，均应重视信息的传递，努力创造具有吸引力的形象。

2. 技术性交流

这是交易的前奏。它的表现形式也较丰富，如报告会、讨论会、演示或展示等。不管其表现形式如何，突出的特点是：①广告性强，即大力宣扬自己的商品在质量、性能方面的优越之处；②审视性强，对交易方的技术能力充分地提问或讨论。若不是合作性技术交流，而是赢利性、交易性的技术交流，必然具有保守性，许多时候技术人员的技术解释与介绍，要听从领导的意见或按在场领导的意图行事；为了保证交易的价值，交易人也会在广告性上做些文章，保守技术秘密，隐藏商品缺陷。

3. 封门性会谈

无论是主动约请还是应约会谈，只要是想封门，即堵死某项交易的可能性，或了结正在进行中的谈判，它就具有一个明显的特点，即“外交上的委婉性”，找出各种貌似客观、合理的理由和条件，对方达不到这样的要求，只能知难而退。另一特征是开“远期空头支票”。为了不伤害与对方的友谊，谈判人在封门时，常常做远期、有条件的许诺，使对手可望不可及，可气不可恼。若是封谈判中的某项交易的门，还会伴有“卸责陈述”，即要罗列、分析不能继续谈判的责任在对方，以减缓情绪上的压力；甚至在自我批评时，仍会转嫁到与己无关的客观上，做到有错而无过，“请见谅了”，而溜之大吉。优秀的谈判者，从不在封门的尴尬的谈判中，刺激对方的情绪。

【案例分析】

1985年，某国家的工业贸易代表团来华谈判，该国大使事先找到了我国有关领导，要求促成贸易合作。有关领导指示，在可能的前提下，尽量与对方达成协议。

谈判的主要项目之一是对方向中国出口矿山设备，对方的矿产设备比不上先进国家的水平，而且要价高，并坚持要用外汇结算。中方谈判代表认为，如果按对方的要求达成协议，中方的损失太大了，谁也承担不起；而考虑到两国之间的关系，又不便直截了当地拒绝对方的要求。真是大大地为难了中方谈判代表。

在苦思冥想之际，中方主谈想起了让对方知难而退的好办法。经过周密研究，中方提出一项新提案，要求对方拿出一台矿山设备，到我国北方某严寒地区的矿山进行一定时间的试验。如果在 -40°C 的严寒中，工作性能可靠，我方就可以留购，并批量购买。至于不能经受 -40°C 严寒的考验，那该怎么办之类的话，就不必多说了。

对方谈判代表表示他们要回去研究研究。两个月后，对方答复说，他们的

这些设备虽然经过工业试验和一定时间的使用，但他们国家的最低温度才达到 -20°C ，要适应我国 -40°C 的工作条件，目前在技术上还有一定的困难。所以，对方放弃了向我国出口矿山设备的要求。

在这个实例中，由于双方政治上的关系密切，对对方提出的贸易要求，中方无法接受，但又无法直截了当地拒绝。而当中方代表巧妙地运用客观条件和事实，提出一个对方无法实现的条件来拒绝对方时，对方只好知难而退，主动放弃原先的谈判要求和目标了。

封了谈判的门、拒绝了别人，又让对方不朝你发火，这就是委婉推脱的威力所在。

（二）意向书与协议书的谈判

为了明确双方交易的愿望，保持谈判的连续性、交易的可靠性，谈判双方提出要求签订意向书或协议书。这可以是一场谈判的目标，也可能是结果。这两种文件有许多共同的特点。

从法律的角度来讲，这两种文件作为初步谈判结果的记录时，具有同样的效果：起到总结与展望的作用，但无约束力。但如文件中包括了“明确的许诺”，即对合作或交易标的、价格条件、实施期限比较具体地予以了规定时，文件就具有契约性，且具有约束力。尤其协议书，更具有两重性，是意向书、备忘录或准合同，还是合同，主要取决于写法。

从谈判的角度来讲，只要不涉及交易细节——合同要件，一般谈判气氛轻松、态度坦诚，地位平等，不以优势压人。但如果谈判内容为已知，即预定项目的一部分时，这种文件的谈判，不是以“结果”的形式，而是以“目标”的形式出现时，谈判气氛会出现紧张，甚至针锋相对的局面，双方均为以后的谈判留余地。

不过，应提醒的是，协议书有时亦具有契约的法律约束力，关键在于写的内容。有时谈判双方以达成协议为目标进行谈判，一旦达成协议并在协议书上签字，该协议书对日后双方的义务有一定的法律约束，这时双方要慎重对待谈判，达成协议的内容要求准确无误。

（三）准合同与合同的谈判

准合同是带有先决条件的合同。该先决条件是指决定合同要件成立的条件，如许可证落实问题、外汇筹集、待律师审查或者待最终正式文本的打印、正式签字（相对草签而言）等。合同的谈判，是为实现某项交易并使之达成契约的谈判。所谓合同，即应具有最基本的要件，包括商品特性、价格、交货期。倘若不是商品买卖，那么广而概之，可理解成：标的、费用、期限。一旦就这几个要件达成协议，合同的谈判也就基本结束。

准合同与合同从形式上无根本区别，内容格式均一样，只是有时定为草本

或正式本之别。但从法律上说，有根本的区别。准合同可以在先决条件丧失时自动失效，而无需承担任何损失责任；而合同则必须执行，否则叫“违约”。因为这二者均是在诚意交易下所进行的谈判，所以从谈判的角度讲，二者无本质区别，它们所表现的谈判特征也相似。其特点如下：

1. 谈判直冲目标

双方谈判人是就上级或自己多次慎重考虑以后选定的交易目标进行谈判，因此会谈的议题十分明确。有经验的谈判人员，事先已知道应做什么或不应做什么，从哪儿谈起，彼此也会相互关照，共同努力。

2. 谈判争议力强

商务交易是以利益贯穿其中，更何况商业的主旨就是获利。所以在合同的谈判中，必然要围绕责任与义务、给予与收益、风险与利益之类的问题争论。

3. 谈判中手法多变

因为合同的谈判，是围绕“权利与义务”、“利益与风险”等具体利益问题进行，对双方均十分敏感。整个谈判过程，虽说是在“诚实光明”的旗帜下进行，但双方人员决不会简单从事，他们会采取各种攻防措施，如“攻心战”、“强攻战”、“蚕食战”等谈判中的谋略，来赢得尽可能多的利益。

4. 多以“批准”手续为回旋

在合同类的谈判中，除了商品简单或交易涉及面窄外，多在谈判结束时明确留有“申请批准”的余地。尤其是复杂的、大型的交易，即便谈判人地位较高，也常留此条件作为保护手段。当时间紧迫、谈判人地位较低时更用此“法宝”以防大意失误。

（四）索赔谈判

索赔谈判，是在合同义务不能或未能完全履行时，合同当事人双方进行的谈判。在众多的合同履行中，因种种原因违约或部分违约的事件屡见不鲜，因此，就给商务谈判形成了一种特定的谈判——索赔谈判。无论是数量、质量、期限、支付，还是生产、运输等的索赔谈判；均有以下特点：

1. 重合同

违约是相对于守约而言，违与守均以“约”即合同为依据。合同是判定违约的惟一基础条件。

2. 重证据

违约与否除了依照合同判定外，许多时候需要提供相应的证据来使索赔成立。如质量问题，需技术鉴定证书；数量问题，要商检的记录；还有些索赔问题需要电传、传真、信件、照片等证据。当然，索赔情况多种多样，所需证据难以一一罗列。证据是确立索赔谈判的重要法律手段。

3. 重时效

不论是什么商品或什么服务或合作项目，索赔的权力均不是无限期的。出于公平、安全或减少风险的目的，交易双方在合同谈判时均订有“有效索赔期”。任何索赔都要在有效索赔期内提出，过期则不负责任。展开索赔谈判之前，要检查合同的有关保证与索赔权限的规定，以确定该索赔谈判的必要性。

4. 重关系

索赔总不是件令人愉快的事。谈判双方均处在问题的两端，十分难受。所以在谈判时，关系的影响也不可忽视。这里的关系表现为两种情况：签约人的关系及索赔后的关系。签约人之间互相理解，且在过去的交易中具有信誉，那么对偶尔发生的索赔事件将会易于处理。

二、按交易地位分类

(一) 买方地位的谈判

买方是指一切求购商品、证券、服务、不动产的一方。在国际商务谈判中，业务员以“卖方”的身份承担谈判任务时，应注意买方谈判者的特点。

1. 情报性强

大凡买主采购的谈判，首先要大量搜集情报：技术水平与市场价格，以确定自己的谈判目标。这种“搜集情报”的工作主要反映在谈判的准备阶段、开始阶段，甚至贯穿整个过程中。

2. 压价狠

没有买方在谈判中不压对方价格的，即使是老商品、老客户，买方也会以“新形势下”、“新的时代”或“新的用途”等词语来压倒相异点，追求更优惠的价格。若是初次交易就更难了。这个特点既普通，又为人所习惯。

3. 度势压人

因为买方不想或不愿轻易掏大钱。谈判中总会通过度量双方的地位强弱，来调整自己谈判的态度和压力的强度。人们常说：“买主是皇帝”，从市场销售的角度来讲，也总是“顾客第一”。虽然“皇帝女儿不愁嫁”的情况也存在，但前者在国际商务谈判中居多，以皇帝身份评论卖方较多。尤其是当市场上有多个供货渠道时，更会“品头论足”，施加压力。倘若面对市场短缺或卖方垄断的商品，也偶尔会“称臣”。所以，“度势”要根据自己的所处地位，压对手降价的事屡见不鲜，可谓买方谈判的鲜明特征。

(二) 卖方地位的谈判

卖方是指所有提供商品、证券、服务、不动产的一方。作为卖方谈判者，主要有以下特点：

1. 虚实相映

在谈判时，诚恳与强硬（态度诚实、交易心切与持价软中带硬的两种表现）态度并用；介绍的情况真真假假，似明若暗（为了拉拢对方，介绍些真情，可

又掺着水分，让人感到说不清实际价值，而退到自己权衡“有用否？”的立场上来)。

2. 紧疏结合

为了应付买方谈判者的重压，克服客场谈判的不便，卖方的谈判常表现为一时“紧锣密鼓”，似急于求成，一时又“偃旗息鼓”，但又留下“再见的可能”，待观察一阵买方动静后，再返回客场或恢复谈判。采取这种形式，对卖方来讲，可以加强谈判地位，也利于考虑各种方案或结果的细节。“紧疏结合”作为一种形式，常常被卖方谈判者采纳，自然也形成了他们自身参加谈判的必然特色。

3. 主动性强

由于卖方总是高度关注公司和个人利益、市场占有率、收益、投资回收等问题，所以谈判的主动性较强。日本出口商出口谈判主动性极强，自不待言。美国人为推销其电话交换机，公司派大型专家团进行技术交流，派高级职员进行上层活动，构成一幅主动性极强的卖方谈判图。

(三) 代理地位的谈判

代理谈判，是指受人委托参与某项交易或合作的谈判。代理有两种情况：一种是只有谈判权而无签约权，另一种是全权代理资格。两者在谈判中有其相同点也有其不同点。

1. 相同点

(1) 姿态超脱。因为是代理，财产不是自己私有的，谈判中较为超脱、“客观”。代理谈判人的一种策略是：“貌似公允”，以迷惑、说服对手，常以“第三者身份”来评论买卖双方条件。

(2) 谈判权限观念强。代理人的谈判十分注重自己的授权范围。因为代理不是交易的主人，一旦超过授权范围而应允什么，今后合同也无法兑现，他也负不起责任。所以绝大多数有见识的代理人，总是谨慎地、准确地、在委托范围内行事。

(3) 态度积极。由于代理人地位居中，是受某一方委托，不是物主，客观上决定其态度进取、积极。因为若代理人不采取进取、积极的态度，就不可能让委托人产生信心，从而给予他更大谈判余地，也不可能让对方感到他的实力地位（至少心理上感觉）和易于接近的态度。

2. 不同点

最根本的区别是谈判目标不同。有签约权的代理人谈判，目标是成交签字。无签约权的代理人谈判，目标则是仅到成交为止。由于两者谈判的能动性和冲击力不同，谈判中要区别两者，并采取不同的谈判策略。

(四) 合作者地位的谈判