



中等职业教育“十二五”规划教材
中职中专市场营销专业系列教材

商务谈判

叶会秋/主编



科学出版社

中等职业教育“十二五”规划教材
中职中专市场营销专业系列教材

商务谈判

叶会秋 主 编

彭太瑞 副主编

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书共分为八个项目,包括认识商务谈判、商务谈判中的礼仪、商务谈判中的有效沟通、谈判前的准备、谈判中的磋商技巧、谈判结束阶段的策略、商务谈判的常见形式和商务谈判中的常见业务,内容较为全面、系统。

本书既可作为市场营销、工商管理及其他经济管理类专业的教材,也可作为相关从业人员及对商务谈判有兴趣的人士的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判/叶会秋主编. —北京:科学出版社, 2014

(中等职业教育“十二五”规划教材·中职中专市场营销专业系列教材)

ISBN 978-7-03-039576-4

I. ①商… II. ①叶… III. ①商务谈判-中等专业学校-教材
IV. ①F715.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第008174号

责任编辑:毕光跃 殷晓梅 / 责任校对:王万红

责任印制:吕春珉 / 封面设计:艺和天下

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

新科印刷有限公司印刷

科学出版社发行

各地新华书店经销

*

2014年2月第 一 版 开本:787×1092 1/16

2014年2月第一次印刷 印张:9 1/2

字数:220 000

定价:22.00

(如有印装质量问题,我社负责调换<新科>)

销售部电话 010-62142126 编辑部电话 010-62135397-8004 (HF02)

版权所有,侵权必究

举报电话:010-64030229; 010-64034315; 13501151303

前 言

商务谈判是谈判的一种重要形式，也是社会经济生活中不可缺少的一种形式。商务谈判是一种专业谈判，它既是一门科学，也是一门艺术。商务活动的成功与否，除与经理人员的专业知识密切相关外，还主要取决于其谈判水平。

本书作为中等职业学校的特色教材，本着“基础理论够用，注重实践能力培养”的原则构建知识体系。同时，结合具体的学习项目，采用任务驱动式教学模式，注重实践，以实训为主，注重操作技能和综合素质的培养，力图实现商务活动的需要、专业特点和学生实践能力发展三者的有机统一。本书在编写体例和编写方法上的创新主要体现在以下三个方面。

1. 体例新颖，突出实践性

本书打破了传统教材篇章结构的模式，采取项目任务式的编写体例，围绕工作任务组织教学，每个任务或项目后都安排了模拟实践或综合实训，让学生边学边练，突出实践性，有利于培养学生的实践能力。

2. 案例丰富，富有可读性

每个任务下都有任务导入，并进行了点评，通过案例分析和综合实训，将枯燥的理论和复杂的商业事务通过浅显、生动的案例展现出来，既增加了趣味性和可读性，又便于学生理解，使学生能更好地掌握商务谈判的实践技巧。

3. 理论精练，以够用为原则

根据中职教育培养目标和学生的特点，以够用为原则，力争使理论部分精练、通俗易懂，便于学生理解和掌握。

本书由八个项目组成，各个项目的建议课时见下表。

项 目	项目一	项目二	项目三	项目四	项目五	项目六	项目七	项目八	总计
建议课时	6	6	6	10	14	8	10	12	72

本书的编写人员均为教学一线教师。本书由中山市中等专业学校叶会秋担任主编，由中山市中等专业学校彭太瑞担任副主编，具体编写分工如下：彭太瑞编写项目一，河南科技学院陈转青编写项目二，河南科技学院李玲编写项目三，河南省济源职业技术学校卫艳娜编写项目四，河南科技学院王杰芳编写项目五，石家庄工程技术学校黄颖静编写项目六，河南省三门峡中等专业学校王晓娟编写项目七，叶会秋编写项目八。

编者在编写本书的过程中参阅了大量书籍和网络资料，在此向这些资料的作者表示由衷

的谢意,同时向给予本书大力支持的中山市中等专业学校、河南科技学院经济管理学院领导和老师表示衷心的感谢。

由于编写水平有限,加之时间仓促,书中难免有不妥之处,敬请广大读者批评指正。

编者

2013年6月11日

《商务谈判》一书,是作者根据多年从事商务谈判教学、科研工作的经验,结合商务谈判的最新理论、方法和案例编写而成的。本书力求做到概念清晰、重点突出、由浅入深、循序渐进,力求做到理论与实践相结合,力求做到知识、能力、素质三位一体。本书可作为高等院校商务谈判课程的教学用书,也可作为从事商务谈判工作的实际工作者的参考书。

本书在编写过程中,参考了国内外许多优秀的商务谈判教材和文献,并得到了许多同仁的帮助,在此表示衷心的感谢。由于时间仓促,书中难免有不足之处,敬请广大读者批评指正。

本书在编写过程中,参考了国内外许多优秀的商务谈判教材和文献,并得到了许多同仁的帮助,在此表示衷心的感谢。由于时间仓促,书中难免有不足之处,敬请广大读者批评指正。

本书在编写过程中,参考了国内外许多优秀的商务谈判教材和文献,并得到了许多同仁的帮助,在此表示衷心的感谢。由于时间仓促,书中难免有不足之处,敬请广大读者批评指正。

姓名	性别	出生年月	民族	籍贯	学历	学位	职称	职务	备注
1	男	1980	汉	广东	本科	硕士	讲师	系主任	

本书在编写过程中,参考了国内外许多优秀的商务谈判教材和文献,并得到了许多同仁的帮助,在此表示衷心的感谢。由于时间仓促,书中难免有不足之处,敬请广大读者批评指正。

目 录

项目一 认识商务谈判	1
任务一 商务谈判概述	1
任务二 商务谈判人员的素质和能力	8
综合实训	16
项目二 商务谈判中的礼仪	18
任务一 个人基本礼仪	18
任务二 商务活动礼仪	26
综合实训	34
项目三 商务谈判中的有效沟通	36
任务一 有声语言的沟通	36
任务二 无声语言的沟通	48
综合实训	53
项目四 谈判前的准备	55
任务一 分析谈判背景	55
任务二 组建谈判队伍	60
任务三 制订谈判计划	66
综合实训	69
项目五 谈判中的磋商技巧	71
任务一 报价技巧	71
任务二 还价技巧	77
任务三 让步技巧	79
任务四 处理僵局的技巧	87
综合实训	93
项目六 谈判结束阶段的策略	95
任务一 促成签约的策略	95
任务二 谈判的收尾工作	104
综合实训	111

项目七 商务谈判的常见形式·····	113
任务一 面对面对谈判·····	113
任务二 电话谈判·····	116
任务三 网上谈判·····	121
综合实训·····	125
项目八 商务谈判中的常见业务·····	127
任务一 与经销商的谈判·····	127
任务二 与工业品采购商的谈判·····	134
综合实训·····	143
参考文献·····	144

项目一 认识商务谈判



【项目导读】

技能目标	知识目标
① 能分析生活中的商务谈判	① 了解商务谈判的含义与特征
② 会运用商务谈判原则及评价标准	② 掌握商务谈判的基本要素和原则
① 能掌握对谈判人员的素质要求	① 了解商务谈判人员应具备的素质要求
② 能应对不同性格心理的谈判对手	② 了解商务谈判人员应具备的职业能力
	③ 了解不同个性商务谈判人员的性格特征

任务一 商务谈判概述



案例导入

美国通用汽车公司曾经起用了一位名叫罗培兹的采购部经理，他刚上任半年就帮公司增加了净利润 20 亿美元。他是如何做到的呢？原来汽车是由许多的零部件组成的，其大多数是外购件，罗培兹在上任的半年时间里只做了一件事，就是把所有的供应配件的厂商请来谈判。他说：“我们公司信用好，用量大，所以我们认为，现在要重新评估采购配件的价格，如果你们不能给出更好的价格，我们就打算更换供应配件的厂商。”在采取这样的谈判之后，罗培兹在半年的时间里就为公司增加了 20 亿美元的利润。

点评：商务谈判是企业实现经济目标的手段，罗培兹采用与供应商谈判重议价格的做法达到了节省购货成本的目的。在企业经营中，这种现象屡见不鲜，广为人们效仿。

■ 相关知识

一、商务谈判的含义、构成要素及特征

（一）商务谈判的含义

“商务”一词是指商业事务，即涉及经济活动主体经济利益的各项事务，如商品买卖、

2 ■ 商务谈判

劳务合作、货物运输和保管、资金借贷等。因此商务谈判是指为实现商品或劳务的交易目标，而就交易条件进行相互洽谈协商的经济活动。

商务谈判是一门研究如何进行商务谈判、如何在商务谈判中最大限度地获取自己所需要的利益而又不使谈判破裂的，涉及哲学、数学、心理学、思维学、语言学、法学、地理学、历史学及专业知识等多学科知识的综合性学科，具有广泛的适用性。本书主要从商品买卖角度探讨商务谈判的知识与技巧。

(二) 商务谈判的构成要素

商务谈判由谈判主体、谈判议题和谈判背景三个要素构成，三者缺一不可。

1. 谈判主体

所谓谈判主体就是指参加谈判活动的双方人员，即商务谈判当事人。谈判主体由谈判双方派出，可以各是一人，也可以是一个谈判群体。谈判主体是整个谈判活动中最主要的关键因素，处于整个谈判活动的主导地位。

2. 谈判议题

谈判议题即谈判内容，是商务谈判的具体问题，是谈判的核心。谈判议题是指谈判中双方所要协商解决的问题。

谈判议题展开来说就是谈判的交易条件，如商品的质量、数量、包装、运输、检验、价格、支付、保险、不可抗力，等等。

3. 谈判背景

谈判背景是指谈判所处的客观条件。谈判背景对谈判的发生、发展、结局均有重要的影响，是谈判中不可忽视的要件，主要包括环境背景、组织背景和人员背景三个方面。

(三) 商务谈判的基本特征

商务谈判除了具有一般谈判的共性外，还有其个性特点，主要表现在以下四个方面。

1) 主体的多层次性。小到个人、企业或其他组织，大到国家甚至国际组织，都可以成为商务谈判的主体。

2) 对象具有可选择性。交易双方在买卖的谈判中，可自由选择对象，权利相对自由。

3) 以经济利益为目的。商务谈判以实现交易目标的经济利益为目的，这是与其他谈判所不同的。

4) 以价格为谈判核心。商务谈判的过程也就是价值转换的过程，价值的货币表现就是价格，商务谈判的核心是价格的谈判。

二、商务谈判的原则

在商务谈判中，谈判的双方虽不是敌对的关系，但是也存在利益的矛盾和冲突。在没有任何技巧与原则的谈判中，谈判者往往会陷入困境，要么谈判陷入僵局，要么双方在达成协

议后自己的目标都没有达到,或者谈判一方认为输掉了一场谈判。

(一) 自愿原则

自愿原则是指谈判双方不是屈服于某种外来的压力和受其他人的胁迫,而纯粹是出于自身利益的追求和互利互惠的意愿参加谈判,寻求共识和谋求合作。只有自愿,才有能力按各自的意愿就谈判中的权利和义务作出决定;只有自愿,谈判双方才会有诚意互补互助、互谅互让,也才能最终促成谈判的成功。

(二) 平等原则

平等是商务谈判得以顺利进行和取得成功的重要前提。在经济往来中,企业间的洽谈协商活动不仅反映着企业与企业的关系,还体现了国家与国家的关系。平等原则要求企业间在尊重各自权利和国格的基础上,平等地进行贸易与经济合作事务。在商务谈判中,平等原则要求包括以下三个方面的内容。

1. 谈判各方地位平等

企业不论实力强弱,个人不论权势高低,在经济贸易谈判中的地位一律平等,不能盛气凌人,把自己的观点和意志强加给对方。谈判各方要尊重对方的主权和愿望,根据彼此的需要和可能,在自愿的基础上进行谈判。对于有利益、意见分歧的问题,应通过友好协商加以妥善解决,而不可强人所难。切忌使用要挟、欺骗的手段来达到自己的交易目的,也不能接受对方带强迫性的意见和无理的要求。如使用强硬、胁迫手段,只能导致谈判破裂。

2. 谈判各方的权利与义务平等

在商务往来的谈判中,企业的权利与义务是平等的,既应平等地享受权利,也要平等地承担义务。谈判者的权利与义务具体表现在谈判各方的一系列交易条件上,包括涉及各方贸易利益的价格、标准、资料、方案、关税、运输费用、保险条款等。

3. 谈判各方签约与践约平等

商务谈判的结果是签约贸易及合作协议或合同。协议条款的拟订必须公平合理,有利于谈判各方目标的实现,使各方利益都能得到最大程度的满足。签约与践约要使“每方都是胜者”。谈判合同一经成立,谈判各方须“重合同,守信用”,“言必信,行必果”,认真遵守,严格执行。签订合同时,谈判各方不允许附加任何不合理的条件,履行合同时不能随意违约和单方面毁约,否则,就会以不公平的行为损害对方的利益。

然而,在现实谈判中,由于双方各自实力不均,往往会出现“客大欺店”或“店大欺客”现象。可见,平等只是相对的,在商务谈判中没有绝对的平等。

(三) 互利原则

在商务谈判中,平等是互利的前提,互利是平等的目的。平等与互利是平等互利原则密切联系、有机统一的两个方面。商务谈判不能以胜负而告终,要兼顾各方的利益。为此,应做到以下三点。

1. 投其所需

在商务活动中进行谈判,就是为了说服对方进而得到对方的帮助和配合,以实现自己的目标,或通过协商从对方那里获取己方所需要的东西。首先,应将自己置身于对方的立场上设身处地地为对方着想。谈判虽为论理之“战”,但谈判桌上为人所动的是“情”,常常是“情”先于“理”。其次,要了解对方在商务谈判中的利益要求是什么。要了解对方的需求,应巧妙地暗探、策略地询问,敏锐地体味“话中之话”,机智地捕捉“弦外之音”。最后,在对对方有所了解的基础上有的放矢地满足其需求。这是行为的目的,是最重要的一环。莎士比亚说:“人们满意时,会付高价钱。”高明的谈判者自然明白其中的奥妙。

2. 求同存异

若谈判各方的利益要求完全一致就无须谈判,因而谈判的前提是各方利益、条件、意见等存在着分歧。商务谈判实际上是通过协商弥合分歧,使各方利益目标趋于一致而最后达成协议的过程。如果因为争执升级、互不相让而使分歧扩大,则容易导致谈判破裂。而如果使一切意见皆求得一致,在谈判上既不可能也无必要。因此,互利的一个重要要求就是求同存异,求大同,存小异。谈判各方应谋求共同利益,妥善解决和尽量忽略非实质性的差异,这是商务谈判成功的重要条件。

3. 妥协让步

在商务谈判中,互利不仅表现在“互取”上,还表现在“互让”上。互利应包括促进谈判各方利益目标共同实现的“有所为”和“有所不为”两个方面。既要坚持、维护己方的利益,又要考虑、满足对方的利益,兼顾双方利益,谋求共同利益,是谓“有所为,有所不为”。谈判中的得利与让利是辩证统一的。妥协能避免冲突,让步可防止僵局的产生,妥协和让步的实质是以退为进,促进谈判的顺利进行并达成协议。

(四) 求同存异原则

求同存异原则就是寻求共同的利益,可以保留各自的不同观点,不强迫对方改变。

(五) 立场服从利益原则

人们习惯在谈判中表现出自己是坚持立场的人,尤其是在集体谈判中,希望自己在团队中有特殊的表现,树立特殊的形象。其实这种心理活动对谈判业务的成功是非常不利的。因为在商务谈判桌上要得到的是利益而不是立场,立场必须服从利益,当让步或妥协时要抓住时机作出姿态,当然也不能忘记合作互惠的大前提、大原则。

(六) 合作原则

双方正是因为需要合作才可能走到谈判桌前,不可把谈判对手看作敌人,把谈判看成一场纯粹的竞技或战斗,一定要争出输赢。即使自己成了谈判桌上的赢家,对方作为输者在合同履行过程中也会寻找各种理由和机会,拖延合同的履行,以挽回自己的损失,结果两败俱伤。

坚持合作的原则,首先,要明确谈判是为了满足双方的利益;其次,要坚持以诚相待、信誉为本,努力取得对方的信任是谈判成功的基础;最后,要互相理解,求同存异,彼此作出适当让步,在维护各自根本利益的前提下,适度牺牲局部利益。

(七) 合法原则

合法原则就是指在商务谈判及合同签订的过程中,必须遵守国家法律法规和政策。与法律法规和政策相抵触的商务谈判,即使出于双方自愿而达成协议,也只能说是一场失败的谈判。合法原则体现在以下三个方面:一是谈判主题合法,具备有效的谈判资格;二是谈判议题合法,其内容、交易项目具有合法性;三是谈判手段合法,谈判应通过正常的手段达到目的,而不能采用行贿、暴力、威胁等不正当手段。

(八) 诚信原则

诚信即诚实守信。中国自古就有“货真价实,童叟无欺”之说。在人际交往中,人们都喜欢与诚实、爽直、表里如一的人打交道。因此,在人际交往中应切记诚实守信的原则。孔子说,言必信,行必果,“与朋友交,言而有信”。信用是处理人际关系的必守信条,在商务谈判中,双方是否有信用,是否诚实可靠,决定了谈判能否成功。在谈判中贯彻这一原则,谈判者应做到以下三个方面。

1. 守信

守信是指遵守谈判中的诺言,实践诺言,即“一诺千金”,此乃取信于人的关键。但也不要轻诺寡信,否则最终将失信于人。

2. 信任

信任是守信的基础,也是取信于人的方法,只有信任对方,才能得到对方的信任。

3. 诚恳

诚恳即以诚相待,这是取信于人的积极方法。例如,犹太民族是历史上最会经商的民族,以精于谈判而闻名于世,他们的诚信、对协议的尊重与守信举世闻名。犹太人做生意的要诀是“失去诚信,钱袋子就立不住;缺少谋算,钱箱子就永远装不满”。

【案例 1-1】

2001年9月3日,中央电视台《新闻30分》报道了南京冠生园食品有限公司(以下简称南京冠生园)在生产月饼的过程中竟然对上一年没有卖完的过期变质的月饼进行去皮取馅,重新炒制,用陈馅制作新月饼。这一事件曝光后,南京大街小巷到处都是散落的“南京冠生园”月饼,一时间令环卫工人头痛。南京冠生园的月饼和其他产品从此无人问津,由此亏损严重,一蹶不振。2001年,南京冠生园因资不抵债向南京市中级人民法院申请破产。

讨论:“冠生园”品牌创建于1918年,发展至今,倾注了几代人的心血,而如今出现这样的结局,给人们留下了颇多的思考:百年名牌毁于谁手?

三、谈判成败的评价标准

(一) 谈判目标

谈判目标的实现是衡量商务谈判成功的首要标准,根据谈判各方的具体情况不同,应重点考虑如何使既定目标得以实现。

(二) 谈判效率

谈判的方式必须有效率。效率高的谈判使双方都有更多的精力拓展商务机会。

(三) 人际关系

成功的谈判应该可以改进或至少不会伤害谈判各方的关系。谈判的结果是要取得利益,然而,利益的取得却不能以破坏或伤害谈判各方的关系为代价。从发展的眼光看,商务上的合作关系会带来更多的商业机会。

【案例 1-2】

美国约翰逊控制有限公司(以下简称约翰逊公司)的研究开发部经理从 A 公司购买了一台分析仪器,使用几个月后,一个价值 2.95 美元的零件坏了,约翰逊公司希望 A 公司免费调换一个。A 公司却不同意,认为零件是约翰逊公司使用不当造成的,并特别召集了几名高级工程师来研究,寻找证据。双方为这件事争执了很长一段时间,几位高级工程师花费了很长时间终于证明了责任在约翰逊公司一方,取得了谈判的胜利。但此后 20 年的时间,约翰逊公司再未从 A 公司购买过一个零件,并且告诫公司的职员:“今后无论采购什么物品,宁愿多花一些钱,多跑一些路,也不要与 A 公司有业务交往。”

(资料来源: <http://zhidao.baidu.com/question/440096304.html>.)

讨论: A 公司这一谈判究竟是胜利了还是失败了? 原因何在? 假设你是 A 公司的负责人,你会如何处理?

四、商务谈判的常见类型及成功模式

1. 商务谈判的常见类型

商务谈判按谈判主体的国别分类,可分为国内商务谈判与国际商务谈判;按谈判参与方数量分类,可分为双方谈判与多方谈判;按谈判地域分类,可分为主座谈判、客座谈判与中立地谈判;按谈判内容的透明度分类,可分为公开谈判与秘密谈判;按谈判内容分类,可分为商品贸易谈判与非商品贸易谈判;按谈判的信息交流方式分类,可分为口头谈判与书面谈判。

2. 商务谈判的成功模式

商务谈判的成功模式主要由五部分构成,如图 1-1 所示。

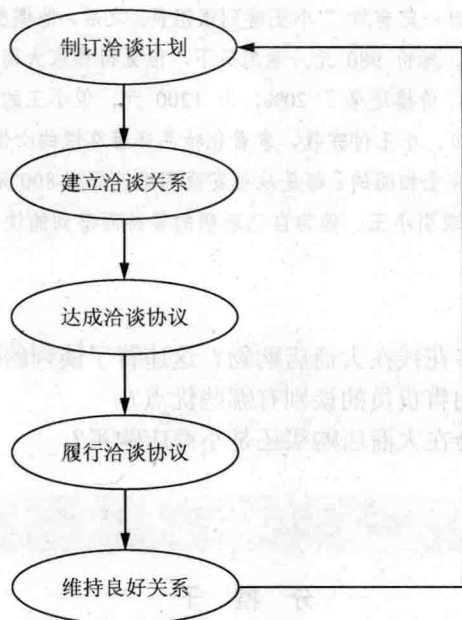


图 1-1 商务谈判的成功模式

任务练习

一、选择题

- 在商务谈判中，谈判双方以（ ）为谈判核心。
A. 需求 B. 利益 C. 价格 D. 价值
- 商务谈判最为基本的要素不包括（ ）。
A. 谈判主体 B. 谈判议题 C. 谈判时间 D. 谈判背景
- （ ）是商务谈判的基本原则。
A. 全盘让步 B. 坚守立场 C. 平等互利 D. 唯利是图
- 在商务谈判中，双方地位平等是指双方在（ ）上的平等。
A. 实力 B. 经济利益 C. 法律 D. 级别
- （ ）不属于衡量一场商务谈判是否成功的评价标准。
A. 谈判目标是否实现 B. 谈判效率的高低
C. 谈判后的人际关系是否有所改善 D. 对方的需要是否得到满足

二、案例分析

小王与售货员的谈判

小王想为他的女朋友买一套高档的化妆品作为新年礼物。离新年还有一个半月他已准备了1000元。一天，他被一家大商店化妆品柜台的一套标价1500元的化妆品吸引住了。他很想买，但是钱不够。售货员说：“你

可以新年前来买,但不能保证那时一定有货。”小王感到很沮丧。之后,他偶然进入另一家规模较小的商店,看到一套与前一家相同的化妆品,标价 980 元。他想买下,但觉得那家大商店的那套更好。新年前,他又去了那家大商店,发现仍然有货,价格还降了 20%,为 1200 元。但小王的钱仍然不够,售货员又给了他 5% 的现金折扣,现付 1140 元即可。小王付完款,拿着化妆品怀着喜悦的心情离开了。

其实,两家商店的化妆品是完全相同的,都是从批发商那里以每套 800 元进的货。但大商店获纯利 340 元,而另一家标价虽低,却未能吸引小王。他为自己聪明的等待而感到愉快,还为与售货员讨价还价后得到 5% 的优惠而高兴。

问题:

- 1) 为什么小王会选择多花钱在大商店购物?这违背了谈判的什么原则和要求?
- 2) 你认为那个大商店的售货员的谈判有哪些优点?
- 3) 如果你是小王,你会在大商店购买还是小商店购买?



【模拟实践】

分 橙 子

有一位妈妈把一个橙子给了邻居的两个孩子,这两个孩子便讨论起来如何分这个橙子。

角色扮演:每组找两位代表分别扮演两个孩子,进行现场演示,对如何分橙子进行谈判。

任务二 商务谈判人员的素质和能力



案例导入

上海某文物进出口贸易公司与一位日本文物商就一批中国文物的出口贸易进行谈判。这位日本商人带来一位男翻译。上海公司使用的日语翻译是一位女青年。谈判进行得很艰苦,因为日本商人开价很低,几个回合下来,双方的差距仍然很大。

在谈判过程中,这位日本商人观察到,中方翻译对作为日商翻译的男青年十分羡慕。于是,日本商人就要求男翻译在谈判休息时主动接近这位女翻译,表示他愿意为女翻译到日本学习提供担保,并承担路费、学费、生活费等费用,条件是女翻译必须把中方文物的底价全部透露给他。最后,这位女翻译经不起出国的诱惑,出卖了全部机密。

在接下来的谈判中,日商完全掌握了谈判的主动权,用中方内部开的底价买下了这批文物,狠狠地赚了一笔,而上海这家公司却损失惨重。女翻译也因为事情败露,断送了自己的前程。

点评:这是一个典型的因谈判人员道德素质问题而导致一方在谈判中受损失的案例,所以在商务谈判中,道德素质是谈判成功的重要保证。

■ 相关知识

一、谈判人员应具备的素质

所谓素质，是人的品质与技能的综合，它是人们在先天因素的基础上，通过接受教育和客观实践锻炼形成的，经过有选择、有目标、有阶段的努力训练而产生的。谈判人员是谈判行为的主体，因此谈判人员的素质是谈判成功与否的决定因素。一般来说，胜任谈判工作的人员应具备以下五项基本素质。

（一）较高的政治素质

较高的政治素质是谈判者必须具备的重要素质，也是谈判成功的首要条件。政治素质是指政治主体在政治社会化的过程中所获得的，对他的政治心理和政治行为发生长期稳定的内在作用的基本素质，它是指人们从事社会政治活动所必需的基本条件和基本品质，是个人的政治方向、政治立场、政治观念、政治态度、政治信仰、政治技能的综合体现。

谈判人员要有维护国家、民族和本企业利益，以及为此而努力奋斗的信念。特别是对于涉外的谈判人员，更要忠于祖国，坚决维护国家的主权和利益，坚决维护民族尊严，严守机密，坚持国家利益至上的原则。

（二）良好的职业道德

由于商务谈判人员的工作性质比较特殊，对企业的内外部情况了解甚多，因此，更需要具有严格的纪律性、原则性和高度的信任感。商务谈判人员对自己的组织要忠诚；对于自己所从事的谈判工作要尽心、尽力、尽职、尽责。谈判职业道德可以概括为三个字：礼、诚、信。

1. 礼

礼即礼貌待人、与人为善。荀子说：“人无礼则不生，事无礼则不成，国无礼则不宁。”作为一个谈判人员，言谈举止都应讲礼，与人握手、向人致意都应真诚大方、温文尔雅。

2. 诚

诚即光明正大、诚心诚意。谈判不是竞争而是合作。因此，合作在谈判中尤其重要，若合作，则必须以诚相待。历史上，谈判曾经被作为一种政治手段而使用。它是以非暴力的手段战胜对方的一种形式。而如今，谈判已经成为人际交往的重要手段之一。谈判的成败更多的不是取决于谈判者是否具有好的智慧和计策，而是在于是否具有谈判的诚意。即便是一项很容易达成的协议，如果缺少了诚意，也可能失败。具体来说，诚表现在以下两个方面。

1) 谈判者要有诚意。即在谈判过程中始终以坦诚之心对待谈判对手，并注意倾听对方的各种意见，不应有不可告人的目的。

2) 谈判者要主动了解事实、正视事实，从行动上回应对方合理的意见和要求，纠正或放弃过分的要求，促使谈判顺利进行。

3. 信

信即言而有信，绝不食言，说话前后一致。“言必信，行必果”，在谈判中忌信口开河。相互信任是双方进行谈判的前提条件。任何谈判若没有信任，是不可能达成任何协议的。如果对方信任己方，谈判就会在轻松和谐的气氛中顺利进行；反之，如果对方顾虑重重，就会使谈判气氛紧张，不仅会达不成协议，甚至会导致谈判破裂。

（三）合理的知识结构

知识结构包括基础知识和专业知识。其中，基础知识是一个人智慧和才能的基石，专业知识则决定了一个人知识的深度和从事本职工作的能力。一个优秀的谈判人员应该是“全能”的，既要在横向方面有广博的基础知识，又要在纵向方面有较深的专业知识，两者共同构成一个“T”形知识结构。

（1）基础知识

作为现代谈判人员，知识面越宽，应变能力就越强；专业知识越深，就越能适应谈判的需求。一个优秀的商务谈判者应学习公共关系学、经济学、民俗学、心理学、经济法等基础知识，更需要精通各国、各个地方的文化习俗和商务礼仪；熟悉政策，从而能够顺利进行商务谈判、解决贸易争端。

（2）专业知识

专业知识是指某个特殊性行业的知识。商务谈判人员除必须具备广博的基础知识外，还需要具备必要的商贸理论和经济理论知识，掌握商贸谈判的有关理论和技巧，熟悉商品学、市场营销学、经营策略、商品运输、贸易知识、财务经营管理等方面的知识，熟悉并了解本行业范围内的产品性能、维修服务、成本核算等专业知识。

【案例 1-3】

2011年3月，为了使商业照明产品顺利打开上海市场，某照明总公司特派了一名产品工程师帮助销售人员做产品方面的解说工作。当经销商再次说“价格贵”的时候，工程师开始了他的专业谈判：“贵？你有什么根据？你了解我们的材质吗？你了解我们的工艺流程吗？”“你知道我们的铝材采购成本是多少吗？”“产品从外观看产品都差不多，你知道我们的损耗功率是多少吗？”从光源的使用寿命、显色性，到照明设计的照度、光束角、防眩光，一系列的专业术语和专业问题，使经销商哑口无言，最后心悦诚服地竖起了大拇指。只一个回合，一位屡攻不破的经销商就被专业的产品工程师轻松搞定。谈判的结果可想而知，因为这位经销商和大多数人一样相信专家。

讨论：为什么工程师能轻松搞定经销商？我们从中能得到什么启示？

（四）良好的心理素质

在谈判过程中，谈判人员不仅会遇到各种阻力和对抗，也会发生许多突发情况。谈判人员只有具备良好的心理素质，才能承受住各种压力和挑战，取得最后的胜利。他们所需要的心理素质主要包括以下四个方面。