



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

当代商务英语

丛书主编 张立玉

实用商务英语谈判

——策略与技巧

BUSINESS ENGLISH

(第3版)

张立玉 王红卫 编著



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

当代商务英语

Contemporary Business English

丛书主编 张立玉

实用商务英语谈判

——策略与技巧

Practical English for International Business Negotiation
——Tactics and Skills

(第3版)

张立玉 王红卫 编著

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

实用商务英语谈判: 策略与技巧 / 张立玉, 王红卫编著.
—3版. —北京: 北京理工大学出版社, 2007.8 (2011.7 重印)
(当代商务英语 / 张立玉主编)
普通高等教育“十一五”国家级规划教材
ISBN 978-7-5640-0146-9

I. 实… II. ①张… ②王… III. 贸易谈判 - 英语 - 高等学校 - 教材 IV. H31

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第105194号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(办公室) 68944990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 天津紫阳印刷有限公司

开 本 / 787毫米×1092毫米 1/16

印 张 / 18.5

字 数 / 385千字

版 次 / 2007年8月第3版 2011年7月第9次印刷

印 数 / 39001~42000册

定 价 / 32.00元

责任校对 / 陈玉梅

责任印制 / 王美丽

《当代商务英语》丛书编委会

总策划 刘小亦 张立玉

主 编 张立玉

编 委 (按姓氏笔画排列)

王红卫 邓 俊 石定乐 刘小亦

齐求兵 李培娥 何康民 张立玉

杨小云 陈高春 贺 娜 赵永峰

翁昌铭 彭春萍 蔡 蔚 欧阳琼

丛书序

顾名思义,商务英语专业就是培养具有较强的国际商务活动能力和英语实际运用能力、能适应国际市场激烈竞争的国际化应用型人才的专业。这里,对人才的要求,突出了“应用”和“国际化”。这样的人才,我国改革开放以来十分短缺,尤其是加入 WTO 以来,需求量更大。也正因如此,我们的教学和训练的内容就势必加以改革,而改革的着眼点应是以用人市场为依据,着重在“应用”二字上下功夫。张立玉同志主编的《当代商务英语》系列丛书,正好在这方面做了一些成功的尝试。

这套丛书包括《实用商务英语谈判》、《实用商务英语写作》、《实用商务英语阅读》、《实用商务英语情报技术》和与《实用商务英语情报技术》一书配套使用的《实用商务英语情报技术指南》五种书,全面系统,且各具特色。

《实用商务英语谈判》除介绍了商务谈判活动背景常识及其程序变换的知识外,还针对如何提高谈判能力和谈判分析处理能力做了精心编排,同时提供了七个完整的谈判流程案例。内容系统、编排新颖是该书最大的特点。

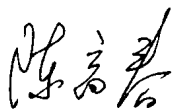
《实用商务英语写作》较之传统的商务函电教材,首先,在内容上作了科学的增删:增加了在当代商务活动中频繁使用的备忘、广告、报告、合同等文体;删去了电报、电传等不太常用的内容。其次,在写作技巧训练的设计上既考虑到操作性要强,同时照顾到循序渐进。

《实用商务英语阅读》融商务知识、商务活动背景、商务英语阅读技巧、BEC (Business English Certificates 商务英语证书)考试阅读解题技巧为一体,加以系统讲解,同时配备了大量具有时代特征的典型的商务活动书面材料,对学生进行有针对性的有效的阅读训练。并附有 BEC 考试题型汇编和题型分析,以提高读者的应试能力。

《实用商务英语情报技术》则立足于介绍最新商务情报技术,结合商务活动动态分析,重点讲析了商务情报的搜集、分析、整合、储存、应用等理论和知识。

《实用商务英语情报技术指南》为读者学习《实用商务英语情报技术》一书提供了参考和学习指南,书中为《实用商务英语情报技术》一书的原文配备了中文译文以及为该书的练习题配备了答案,重点难点处配有解析。

通观整套丛书,不难看出,作者既具有深厚的英文功底,同时具有较强的国际商务活动实践能力。不仅如此,作者在动笔之前还做了大量市场调查和案头工作,所以才有案例的科学精选、实践训练的合理设计,而且是中英文对照,各书冠以“实用”二字,也毫不虚言。其读者对象虽定位于高等院校商务英语专业高年级的学生,但对外贸工作人员、商务管理人员、外企文员等,读来亦会大有裨益。相信这套丛书的出版,定会受到读者欢迎。



2003 年 5 月 28 日于武昌

丛书前言

随着改革开放的不断深入,中国正以日新月异的速度赶超世界先进水平,21 世纪的世界将是一个经济全球化的高科技时代,将在交际中竞争,在竞争中交际。我国加入世界贸易组织以后,竞争的焦点离不开经济、金融、贸易,而这些大多是以英语作为交际语言来进行的。所以,培养和造就一大批懂英语的高级商务人才已成为当务之急。

为了满足商务工作者希望短时间内掌握好商务英语的要求,特编写了这套实用性很强的《当代商务英语》系列丛书。

本套丛书包括《实用商务英语谈判——策略与技巧》、《实用商务英语写作》、《实用商务英语阅读》、《实用商务英语情报技术》和与《实用商务英语情报技术》一书配套使用的《实用商务英语情报技术指南》五种书。丛书具有体例新颖、实用性强的特点,注重掌握商务活动全过程,把商务内容贯穿其中,重点突出,使读者一目了然;本套丛书以实用为原则,在实际商务活动的基础上精心设计出各种典型的案例,可读性强,有一定的学术水准,不仅可供高等院校本、专科商务英语专业或相关专业作教材,而且不失为一套可供广大经贸工作者参考和借鉴的较为理想的读物。

编撰本套商务英语丛书是一种新尝试,丛书中肯定会存在一些不足,恳请广大的读者和同仁批评指正。

张立玉

2003 年 5 月于武昌珞珈山

前 言

国际商务谈判是一门理论与实践并重的学科,集政策性、知识性、艺术性于一体。当前,我国全面掌握这门学科的人才相当缺少,谈判人员的理论水平、谈判能力有待提高。随着我国加入世贸组织(WTO),对外商务活动日益频繁,对外商务谈判也迅速增多。商务活动离不开商务谈判,商务谈判既是商务活动的重要内容,又是商务活动的必要手段。商务谈判关系到商务活动的成败以及企业的生存和发展。成功的商务谈判可以产生出极大的经济效益和社会效益。因此,要顺利地开展商务活动首先要能够成功地进行商务谈判。为了使商务进展顺利,要求谈判简单、清楚、具体、完整,才易于为对方领会、吸收,从而做出相应的反应。掌握国际商务专业英语及其表达方式是从事国际商务活动必备的基本技能。为了帮助从事国际商务谈判人员或有志于商务谈判的人士尽快熟悉和掌握运用这些基本技能,我们编撰了这本《实用商务英语谈判——策略与技巧》。

本书的特点是简明、易懂、实用,将商务谈判与英语学习有机地结合起来,是为从事外贸和国际商务人员而撰写的,并可作为高等院校商务英语专业学生商务英语谈判课程的教材,还可供外贸工作人员、商务管理人员、外企人员以及准备参加 BEC 和各类商务英语考试的广大考生自学使用。本书旨在帮助读者掌握商务基本用语,熟悉各种商务活动,了解商务活动背景、常识及程序变换等,扩充商务知识,扩大专业词汇,训练谈判基本技巧及提高谈判能力和商务谈判分析处理能力。

本书以实用、适用为原则,提供各种实用商务活动内容,取材真实,内容新颖,信息丰富,有助于进行有效的谈判训练;系统讲解各种商务活动特点及谈判技巧。

本书由两大部分组成,共分为十四章。第一部分“国际商务谈判知识与技巧”,该部分有七章,重点介绍国际商务谈判知识和语言技能,内容包括首席谈判代表的角色、谈判队伍、地点选择、日程安排、谈判风格、谈判策略、协议签订等,使读者能充分把握国际商务谈判的来龙去脉;第二部分“商务谈判业务流程”,共有七章,该部分配备了一些反映外贸活动全过程的实例,目的是向读者展示实用商务活动谈判的概貌,引导读者顺利地跨入国际商务谈判领域的大门。为了方便读者,本书重点、难点部分在书的后半部配有中文译文。书后配有教学多媒体有声课件光盘,内容包括:本书的概要、部分对话内容的配音(由美籍教师朗读)及练习与参考答案等。

在编写过程中,作者参考了大量国内外有关书籍和资料,个别地方引用了原始资料,在此特向原作者致以衷心的感谢!由于诸种原因,我们未能与书中所选资料及插图的原作者一一取得联系,希望原作者见到本书后能主动与我们联系,以便按《中华人民共和国著作权法》支付相关报酬。

由于作者水平有限,不足之处在所难免,敬请读者批评指正。

张立玉 王红卫
2003年5月14日于武汉

再版说明

承蒙广大读者厚爱,《实用商务英语谈判——策略与技巧》一书再版了。在使用本书过程中,读者和教师给我们提出了中肯的意见和宝贵的建议。在此,我们表示衷心的感谢。

这次再版除了对书中出现的错误进行修改之外,我们还在该书附录中增添了“各章练习总汇”,以备课堂教学时进行互动练习之用;同时,为了方便读者自学查阅,附录中还增加了各章的“Glossary(生词与短语汇编)”。

恳请广大读者和专家学者不吝赐教,使本书不断完善。

作者

2004年8月17日

第3版说明

承蒙广大读者厚爱,《实用商务英语谈判——策略与技巧(第3版)》一书与大家见面了。在使用本书过程中,读者和教师们给我们提出了中肯的意见和宝贵的建议。在此,我们表示衷心的感谢。

本书于2006年8月被教育部高教司评选为“普通高等教育‘十一五’国家级规划教材”。本次再版除了对书中出现的错误进行修改之外,我们对相关背景知识进行了增补和更新。

恳请广大读者和专家学者不吝赐教,使本书不断完善。

编著者

Content

Part One Knowledge, Strategies and Tactics on International Business Negotiation

Chapter One The Overview on International Business Negotiation	(3)
1.1 Some Basic Concepts of Negotiation	(3)
1.2 An Overall Framework of International Business Negotiation	(4)
1.3 Features of International Business Negotiation	(6)
1.4 Basic Rules of International Business Negotiation	(8)
1.5 Stock Phrases	(9)
1.6 Some Tips for Trade Delegation	(10)
Chapter Two The General Procedures of International Business Negotiation	(12)
2.1 Preparing Stage	(12)
2.2 Contacting and Materially Negotiable Stage	(15)
2.3 Agreement Concluding and Executing Stage	(21)
Chapter Three Five Links of International Business Negotiation	(23)
3.1 A Brief Introduction	(23)
3.2 Enquiry	(24)
3.3 Offer	(26)
3.4 Counter-offer	(29)
3.5 Acceptance	(30)
3.6 Conclusion of a Contract	(33)
Chapter Four Cross-cultural Problems in International Business Negotiation	(37)
4.1 The Foundation of a Culture	(37)
4.2 The Role of Culture in International Business Negotiation	(38)
4.3 Cross-cultural Negotiation	(40)
4.4 Case Study on Culture Clash	(41)
4.5 Some Tips	(44)
Chapter Five Basic Qualities for Negotiators	(46)
5.1 Character Traits	(46)
5.2 The Role of the Chief Negotiator	(48)
5.3 The General Structure for Negotiators	(49)
5.4 The Importance of Teamwork	(50)

Chapter Six	Some Styles in International Business Negotiation	(52)
6.1	Some Personal Styles	(52)
6.2	Some Team Styles	(60)
Chapter Seven	Tactical Expressions in International Business Negotiation	(66)
7.1	Euphemistic Presentations	(66)
7.2	Fuzzy Wording	(69)
7.3	Merit Demonstrations	(72)
7.4	Polemic Statements	(74)

Part Two Business Negotiation Process

Chapter Eight	Preparation for Exporting	(81)
8.1	Marketing	(81)
8.2	Selection of Customers	(86)
8.3	The Promotion Mix	(87)
8.4	Setting the Promotion Mix	(90)
8.5	Pricing Strategies	(92)
Chapter Nine	Preparation for Negotiation	(95)
9.1	General Introduction	(95)
9.2	General Introduction of Courtesy	(95)
9.3	Discussing the Itinerary	(96)
9.4	Background Information	(99)
9.5	Useful Expressions for Negotiation Skills	(103)
Chapter Ten	Business Negotiation I	(105)
10.1	General Introduction of the Establishment of Business Relations	(105)
10.2	Pre-negotiation Work	(105)
10.3	Price Haggling	(107)
10.4	Background Information	(109)
10.5	Useful Expressions for Negotiation Skills	(112)
Chapter Eleven	Business Negotiation II	(113)
11.1	General Introduction of Payment	(113)
11.2	Negotiation of Payment Terms	(115)
11.3	Background Information	(117)
11.4	Useful Expressions for Negotiation Skills	(121)
Chapter Twelve	Business Negotiation III	(123)
12.1	General Introduction of Insurance	(123)
12.2	Introduction of Packing and Shipment	(124)
12.3	Introduction of Transportation	(125)
12.4	Background Information	(127)

12.5	Useful Expressions for Negotiation Skills	(129)
Chapter Thirteen	Business Negotiation IV	(131)
13.1	General Introduction of Complaints and Claims	(131)
13.2	On Making Complaints	(131)
13.3	On Lodging Claims	(133)
13.4	On Setting a Claim	(134)
13.5	Background Information	(136)
13.6	Useful Expressions for Negotiation Skills	(137)
Chapter Fourteen	After the Negotiation	(139)
14.1	The Signing of a Contract	(139)
14.2	Shopping	(140)
14.3	Background Information	(142)
14.4	Useful Expressions for Negotiation Skills	(147)

第一部分 国际商务谈判知识与技巧

第一章	国际商务谈判概论	(151)
1.1	谈判的基本概念	(151)
1.2	国际商务谈判框架	(151)
1.3	国际商务谈判特点	(153)
1.4	国际商务谈判基本规则	(153)
1.5	常用表达方式	(154)
1.6	对贸易访问团的特别提示	(155)
第二章	国际商务谈判步骤	(156)
2.1	准备阶段	(156)
2.2	接触和实质谈判阶段	(157)
2.3	协议阶段和执行阶段	(161)
第三章	国际商务谈判的五个环节	(162)
3.1	(国际商务谈判环节)概述	(162)
3.2	询价	(162)
3.3	报盘	(164)
3.4	还盘	(166)
3.5	接盘	(167)
3.6	合同的议定	(168)
第四章	国际商务谈判中的跨文化问题	(171)
4.1	文化的基础	(171)
4.2	国际商务谈判中的文化角色	(172)
4.3	跨文化谈判	(173)
4.4	文化冲突案例分析	(173)

4.5 特别提示	(175)
第五章 谈判人员基本素质	(176)
5.1 性格与特征	(176)
5.2 首席谈判的角色	(177)
5.3 谈判人员组织结构	(178)
5.4 团队工作的重要性	(178)
第六章 国际商务谈判风格	(180)
6.1 个人(谈判)风格	(180)
6.2 团队(谈判)风格	(184)
第七章 国际商务谈判常用语言表达策略与技巧	(187)
7.1 委婉表达	(187)
7.2 模糊表达	(188)
7.3 得体表述优势	(190)
7.4 论辩表达	(191)

第二部分 商务谈判业务流程

第八章 出口前的准备工作	(197)
8.1 市场营销	(197)
8.2 挑选客户	(200)
8.3 促销组合	(201)
8.4 促销组合的确定	(203)
8.5 定价策略	(204)
第九章 谈判前的准备工作	(207)
9.1 (国际商务谈判的程序)简介	(207)
9.2 礼仪简介	(207)
9.3 讨论日程安排	(208)
9.4 背景知识	(209)
9.5 常用谈判技巧表达方式	(211)
第十章 商务谈判流程之一	(213)
10.1 商务关系的建立	(213)
10.2 谈判前期准备	(213)
10.3 讨价还价	(214)
10.4 背景知识	(215)
10.5 常用谈判技巧表达方式	(217)
第十一章 商务谈判流程之二	(219)
11.1 国际支付概述	(219)
11.2 支付条款谈判	(220)
11.3 背景知识	(222)

11.4	常用谈判技巧表达方式	(224)
第十二章	商务谈判流程之三	(226)
12.1	保险简介	(226)
12.2	包装和装运简介	(227)
12.3	运输简介	(227)
12.4	背景知识	(228)
12.5	常用谈判技巧表达方式	(230)
第十三章	商务谈判流程之四	(231)
13.1	申诉与索赔概述	(231)
13.2	提出申诉	(231)
13.3	提出索赔	(232)
13.4	进行理赔	(233)
13.5	背景知识	(234)
13.6	常用谈判技巧表达方式	(235)
第十四章	谈判之后	(237)
14.1	签订合同	(237)
14.2	购物	(237)
14.3	背景知识	(239)
14.4	常用谈判技巧表达方式	(241)
附录		(243)
	谈判人员综合素质测试	(243)
	各章练习总汇	(249)
	Glossary	(265)
参考文献		(275)

Chapter 1

The Overview of International

Part One

1.1 Some Basic Concepts of Negotiation

1.1.1 What Is Negotiation?

The word "negotiation" is derived from the Latin adjective "negotium" (negotium), meaning "to deny" and "negotium" (negotium), meaning "leisure". Thus, the businessperson would "deny" or "refuse" the offer, and the business has been settled. Negotiation is a human activity, and it is a process of communication between two or more parties, such as a buyer and a seller, a company and its customers, or a company and its suppliers. These negotiations are not only a process of communication, but also a process of decision-making. The outcome of these negotiations is often a decision, and the decision is often a result of a process of negotiation. Therefore, negotiation is a process of communication and decision-making. In this chapter, we will explore the basic concepts of negotiation, including the definition of negotiation, the types of negotiation, and the process of negotiation.

KNOWLEDGE, STRATEGIES AND TACTICS ON INTERNATIONAL BUSINESS NEGOTIATION



Chapter One

The Overview on International Business Negotiation

1.1 Some Basic Concepts of Negotiation

1.1.1 What Is Negotiation?

The word “negotiation” derives from the Latin infinitive “negotari” (做贸易或生意) which means “to trade or do business”. This word itself is from another word, “negare” (拒绝), meaning “to deny” and a noun, “otium” (休闲), meaning “leisure”. Thus, the ancient Roman businessperson would “deny leisure” until the business has been settled. Negotiation is a common human activity as well as a process that people undertake everyday to manage their relationships such a buyer and a seller, a husband and wife, children and parents. As the stakes in some of these negotiations are not very high, people need not have to get preparations for the process and the outcome. But in international business negotiations, the stakes are usually high, people cannot ignore this fact, and they have to get preplans in a more careful way. Both parties in this kind of negotiation should contact each other so that they can get a better deal rather than simply accepting or rejecting what the other is offering. The whole process of negotiation is based upon the premise that both parties are interdependent, that is, one side cannot get what he/she wants without taking the other into consideration. In the process of negotiation, there are no rules, tradition, rational methods or higher authorities available to resolve their conflict once it crops up. Negotiation is a voluntary process of giving and taking where both parties amend their offers and modify their expectations so as to come closer to each other and they can quit, at any time.

1.1.2 Why Do People Negotiate?

Negotiation is at the heart of every transaction and, for the most part, it comes down to the interaction between two sides with a common goal (profits) but divergent methods. These methods (the details of the contract) must be negotiated to the satisfaction of both parties. As we will see later that it can be a very trying process that is full of confrontation and concession. Whether it is trade or investment, one party will always arrive at the negotiation table in a position of greater power. That power (the potential for the profits) may derive from the extent of the demand or