

教育部推荐教材

21世纪高职高专系列规划教材

商务谈判

主 编 陈 锋 汤 洪

副主编 邓朝晖 李蕊婷 李苹绣

陈能浩 王 悦



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社



教育部推荐教材

21世纪高职高专系列规划教材

商务谈判

主 编 陈 锋 汤 洪

副主编 邓朝晖 李蕊婷 李莘绣

陈能浩 王 悦

常州大学图书馆
藏书章



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社



图书在版编目(CIP)数据

商务谈判/陈锋, 汤洪主编. —北京: 北京师范大学出版社, 2010.8

ISBN 978-7-303-11075-9

I. ①商… II. ①陈… ②汤… III. ①贸易谈判—高等学校: 技术学校—教材 IV. ①F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 100688 号

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印 刷: 北京嘉实印刷有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 184 mm × 260mm

印 张: 23.75

字 数: 517 千字

版 次: 2010 年 8 月第 1 版

印 次: 2010 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 35.50 元

策划编辑: 周光明

责任编辑: 周光明

美术编辑: 高 霞

装帧设计: 华鲁印联

责任校对: 李 茵

责任印制: 李 啸

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

前言

近年来,我国高等职业教育蓬勃发展,为现代化建设培养了大量高素质技能型专门人才。商务谈判是经济类和管理类专业的一门集经济性、技术性、艺术性为一体的核心技能课程,是一门理论和实践密切结合的课程。商务谈判理论涉及的知识领域十分广阔,融合了市场营销、国际贸易、金融、财务、公共关系、法律、科技、文学、艺术、地理、心理、演讲、交际礼仪等多种学科。商务谈判实践,虽然不见刀光剑影,却充满了智慧与胆略的较量。正是由于该门课程具有知识面广、实践性强的特点,所以目前基于职业能力开发和培养的适合高等职业教育的教材较少。

为进一步落实《国务院关于大力发展职业教育的决定》精神,以科学发展观为指导,促进高等职业教育健康发展,我们几位从事商务谈判教学和研究的同行共同编写了这本《商务谈判实务》教材。

本书特色

本书一改传统商务谈判教科书的风格,以职业能力形成为导向,结合职业技能发展的社会需求,着重突出“用项目和任务驱动教学”的特点。

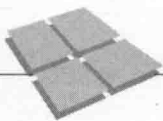
按职业技能模块编排内容

将商务谈判技能的学习掌握,具体分解到知识点和技能点的学习掌握,并根据职业资格标准以及职业能力构成要素,将相关的知识点和技能点组成一个个技能模块,代替单纯按知识的系统性对教材内容和结构进行章节编排的传统结构。

技能模块不仅是整个技能构成的一部分,也是教师组织教学的一个相对独立的教学单元。每一个技能模块有明确的职业技能目标要求;理论阐述简明扼要,使学生清晰了解商务谈判的基本原则;大量精彩的开章引论和案例直击,使学生理解谈判技巧的运用;丰富的谈判广角知识,使学生开拓视野、引发思考;根据几位编者亲身经历改编的模拟实训,使学生进入一个近似真实的环境,练习并验证自己所学。

让学生喜欢

根据多年的教学经验,并结合学生技能学习的特点,在内容编排上我们特别注



意“新”、“奇”、“真”三个方面的要求。“新”指我们的观点和案例一定要新，这次编书我们采用全新全球视角，把许多过时的观点和老掉牙的案例都予以排除或换新；“奇”指我们的内容一定要能引起学生的兴趣，为此我们相应地减少概念性解释和理论性分析，多用鲜活生动的例子去说明问题；“真”指我们的内容一定要与学生的真实生活密切联系，在案例直击和模拟实训中，我们不仅要采用真实的企业案例，还尽量联系学生的日常生活，用所学的商务谈判技能去解决身边的问题。

给教师支持

多年的教师工作，让我们感觉到教师工作的严谨，教师在进行一门课程教学前，要阅读大量的资料，去伪存真，然后经过反复淬炼，升华自己的教学内容。为方便教师迅速了解我们编写该教材的思路和观点，减轻教师去伪存真的工作量，我们将该教材大纲、教学组织、PPT课件以及多媒体案例等教辅资料跟各位教师共享，并请各位教师提供宝贵意见。

联系邮件：peaky_chen@tom.com

我们预计在今年下半年，还将推出商务谈判研究方向的专业网站，方便大家相互交流。

编者主要信息

陈峰，硕士，暨南大学毕业，SAP（R3）高级认证顾问师，国家高级营销师。国内著名销售谈判、渠道建设和客户管理方面专家，先后于数家咨询公司、跨国公司、大型集团公司任高管多年，现任教于南海东软信息技术职业学院。负责全书的架构策划、审编及第一章的编写工作。

汤洪，硕士，西北工业大学毕业，现任职于西安外事学院。主要担任《商务谈判》《谈判与推销技巧》《推销技术》《广告学》《领域知识》等专业课的教学工作。曾在数家咨询公司、跨国公司、大型集团公司任高管或顾问师职务，具有丰富的企业经营管理、商务谈判、市场运作策划及咨询、培训等工作经验。负责本书第二章、第六章的编写工作。

邓朝晖，硕士，曾任企业营销总监，咨询公司的咨询师、项目经理等职；现为东莞南博职业技术学院市场营销教研室主任、东莞南博职业技术学院工商管理类教学指导委员会委员、广东高职高专院校市场营销类专业协作委员会委员。负责本书第三章、第八章的编写工作。

李蕊婷，经济师，曾供职于天伦集团，是琶洲大桥项目的主要负责人之一，多次组织参与工程项目的招投标工作，有相当丰富的商务谈判工作经验。现任广州华南商贸职业学院物业管理专业负责人，教学经验丰富，多次被评为优秀教师。负责本书第九章、第十一章的编写工作。

李莘绣，英国斯特林大学（University of Stirling）市场营销硕士，曾担任英国 Aberfeldy Cottages 项目负责人，Dunblane Hydro 酒店主管，广东经济投资促进会社区经济研究委员会项目助理，曾与爱丁堡大学等院校合作参与英国 MATCH 项目的市场研发。现为南海东软信息技术职业学院市场营销专业教师，具有丰富的国际商务谈判经验和消费市场运营经验。负责本书第七章、第十章的编写工作。

陈能浩，广东社会科学大学教务副主任。主要研究管理学、组织行为学，曾在企业担任商务策划主任，在商务谈判的策划和管理方面具备丰富的实践经验。负责本书第四章、第五章的编写工作。

王悦，硕士研究生，暨南大学经济学院毕业，经济师，国际物流师。现为广东科贸职业学院商贸系专任教师，主要担任《国际商务谈判》、《商务洽谈》、《国际贸易实务》、《外贸单证实务》等专业课的教学工作。曾在银行、大型的外贸企业恒丰集团担任高管及外贸业务培训高级顾问，具有丰富的企业经营管理、商务谈判、外贸业务技能培训等工作经验。负责本书第一章的模块一和模块二编写工作。

本书特别注重商务谈判技能的实用性和可操作性，在编者自己研究分析的基础上，借鉴并糅合了国内不少谈判方面专家和前辈们的观点和成果，力求做到全面系统、客观科学，以满足高等院校经济类和管理类专业的学生，以及广大企业界人士和其他读者的需要。但是由于编者水平有限，本书难免存在结构或语言的欠缺之处，恳请读者指正。

编者

2010年4月3日

第二篇 商务谈判的基本过程

第三章 谈判准备 74

模块一 进行科学的项目评估 75

一、获取谈判评估信息 75

二、审时度势，确定谈判目标 76

模块二 制订谈判计划 76

一、确定谈判策略 76

目 录

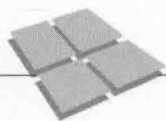
第一篇 商务谈判基础理论

第一章 商务谈判概述	2
模块一 认识谈判	3
一、人类社会充满谈判	3
二、什么是谈判	5
三、谈判的四个基本构成要素	7
四、谈判的阶段	10
五、谈判的一般评价标准	11
模块二 认识商务谈判	13
一、什么是商务谈判	13
二、商务谈判的基本特征	14
三、商务谈判对企业的职能作用	15
模块三 商务谈判的类型	17
一、两种最基本的谈判类型	17
二、让步型谈判、立场型谈判、原则型谈判	19
三、个体谈判、集体谈判	20
四、双边谈判、多边谈判	20
五、口头谈判、书面谈判	22
六、主场谈判、客场谈判、主客场轮流谈判、中立地谈判	22
七、纵向谈判、横向谈判	23
八、正式谈判、非正式谈判	23
九、公开谈判、秘密谈判、半公开谈判	24
十、货物买卖谈判、技术贸易谈判等	25

十一、不求结果的谈判、意向书与协议书的谈判等	27
十二、买方地位的谈判、卖方地位的谈判等	31
第二章 商务谈判的原则	34
模块一 利益性原则	35
一、谈判中的人与事分开原则	36
二、重利益轻立场的原则	39
模块二 坚持客观标准的原则	44
一、坚持客观标准原则的含义	44
二、客观标准的选择和制定	46
三、建立公平的利益分割程序	47
四、客观标准与公平标准的区别	48
模块三 竞争性原则	50
一、谈判利益的对抗性	50
二、谈判信息的保密原则	53
模块四 商务谈判的双赢原则	60
一、如何理解双赢	60
二、“单赢”谈判与“双赢”谈判的选择	62

第二篇 商务谈判的基本过程

第三章 谈判准备	74
模块一 进行科学的项目评估	75
一、获取谈判评估信息	75
二、审时度势，确定谈判目标	80
模块二 制订谈判计划	86
一、决定谈判策略	86



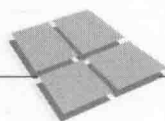
二、制订谈判方案,拟定谈判 议程	92
三、模拟谈判	101
模块三 谈判资源准备	104
一、谈判人员的准备	104
二、谈判场地及其他谈判资源 准备	111
第四章 谈判开局	118
模块一 商务谈判开局的意义和 主要思路	119
一、商务谈判开局的意义	119
二、商务谈判开局的主要思路	120
模块二 谈判双方见面 与介绍——谈判破冰	121
一、谈判开局的见面安排	121
二、谈判开局的互相介绍	124
模块三 谈判意向及议程的 明确——触水	130
一、谈判意向的概述及其方法	130
二、谈判议程的确定	134
模块四 谈判开局的气氛 把握——定调	135
一、高调气氛	135
二、低调气氛	137
三、自然气氛	138
四、松弛缓慢、旷日持久的谈判 气氛	138
五、合理运用影响开局气氛的 各种因素	138
模块五 谈判开局的信息 把握——摸底	140
一、多听	141
二、观察	144
三、慎言	145
模块六 谈判开局的策略 运用——把握主动	145
一、营造适宜谈判气氛的 策略	146
二、刺探摸底策略	149
三、策划开局策略时应考虑的 因素	150
第五章 谈判明示	153
模块一 谈判明示的内容	154
一、谈判明示的内容	154
二、谈判明示的步骤	155
三、谈判明示的作用	156
四、谈判明示阶段的礼仪	157
模块二 报价的主要原则和报价 前的准备	157
一、报价的主要原则	157
二、报价前的准备	160
模块三 报价的主要方式	163
一、高价报价和低价报价	163
二、价格分割法	164
三、差别报价法	165
四、“假出价”法	166
模块四 报价的时机与技巧	169
一、谁先报价	170
二、先报价的技巧	171
三、后应价的技巧	174
第六章 谈判磋商——价格谈判	179
模块一 谈判磋商阶段概述	180
一、磋商阶段主要内容和 步骤	180
二、磋商的基础和双方的 角色	181
三、磋商的准则	182
模块二 谈判磋商阶段的进攻	183
一、先例控制策略	183
二、制造竞争策略	184
三、积少成多策略	185
四、软硬兼施策略	185

五、逐个击破策略	186
六、借题发挥策略	187
七、以攻为守策略	187
八、脑际风暴策略	187
九、最后通牒策略	188
十、穷追不舍策略	189
十一、吹毛求疵策略	189
模块三 谈判磋商阶段的防守	191
一、限制性因素是阻止进攻的上策	191
二、以攻对攻阻止进攻的策略	193
三、攻心为上	193
四、移花接木策略	194
模块四 谈判磋商阶段的让步	195
一、为什么要让步?	195
二、让步的分类	196
三、磋商中让步的原则和要点	197
四、让步的主要策略	201
模块五 洞察对方核心意图	207
一、多问少答	207
二、洞察对方核心意图的主要技巧	209
第七章 谈判僵局	212
模块一 谈判僵局概述	212
一、谈判僵局的内容和作用	213
二、谈判僵局的形成	214
模块二 谈判僵局的避免	220
一、面对僵局的原则	220
二、避免观点僵局的方法	221
三、避免情绪僵局的方法	224
模块三 谈判僵局的破解	226
一、破解利益僵局的策略与技巧	227
二、严重僵局的处理方法	233

三、暂无法解决僵局的处理	240
第八章 谈判签约	242
模块一 把握谈判结束的时机	243
一、识别对方发出的成交信号	244
二、判断交易时机是否成熟	247
三、谈判结束前的准备	251
模块二 选择促成签约的策略	252
一、期限策略	252
二、提供选择	253
三、分段决定	253
四、利益诱导	253
五、结果比较	254
六、行动策略	255
模块三 谈判签约工作	255
一、商务合同的主要内容	256
二、拟定合同的注意事项	259
三、签订合同或协议	261
四、让对手满意离开谈判桌	261
五、谈判总结	262

第三篇 商务谈判策划与管理

第九章 商务谈判策划与管理	265
模块一 商务谈判策划	266
一、商务谈判策划及其主要内容	266
二、商务谈判策划案例：修建新体育馆谈判	267
三、商务谈判策划书的要求	272
模块二 资源管理	275
一、谈判信息的管理	275
二、谈判环境的管理	283
模块三 过程管理	285
一、谈判关键点控制	286
二、谈判时间管理	288



第四篇 国际商务谈判

第十章 国际商务谈判概述 294

模块一 国际商务谈判与国内商务

谈判的共性与区别 295

一、国际商务谈判及其基本

要求 295

二、国际国内商务谈判的共性

与差异 297

模块二 国际商务谈判礼仪 301

一、着装礼仪 301

二、介绍礼仪 301

三、握手礼仪 302

四、交谈礼仪 302

模块三 世界各地的谈判风格 303

一、美国商人的谈判风格 304

二、日本商人的谈判风格 306

三、德国商人的谈判风格 309

四、英国商人的谈判风格 311

五、法国商人的谈判风格 312

六、意大利商人的谈判风格 314

七、北欧商人的谈判风格 315

八、俄罗斯商人的谈判风格 317

九、东欧商人的谈判风格 318

十、阿拉伯商人的谈判风格 319

第十一章 国际商务谈判实务 324

模块一 国际货物买卖谈判 325

一、什么是国际货物买卖

谈判 325

二、国际货物买卖谈判的

特点 326

三、国际货物买卖谈判的主要

内容 326

四、国际货物买卖合同实例 ... 328

五、联合国国际货物买卖合同

公约 332

模块二 国际技术贸易谈判 339

一、国际技术贸易谈判 339

二、技术贸易谈判的基本

内容 339

三、国际技术贸易的主要

形式 341

四、国际技术贸易合同主要

条款 345

模块三 中外合资、合作经营

谈判 348

一、中外合资合作经营企业

状况 348

二、中外合资、合作谈判的

主要特点 350

模块四 商务代理谈判 353

一、商务代理概述 353

二、商务代理谈判主要内容 ... 354

模块五 涉外保险谈判与三来

一补谈判 356

一、涉外保险概述 356

二、涉外保险谈判 357

三、三来一补谈判 358

四、三来一补谈判策划方案

实例 359

主要参考文献 367

第一篇 商务谈判基础理论

谈判直击

别忘记了你还有谈判的机会

持续数十年的美越之战，使越南人耗尽了一切，资源设备均遭受严重破坏，民不聊生，越南人想尽快结束战争。但在怎样结束的问题上，他们却使实力雄厚的美国人着实吃了一惊。越南政府放出消息：“我们要把这场战争打627年，如果我们再打128年的话，那有什么要紧的呢？打32年战争对我们来说只是一场快速战。”

越南人之所以这样做，就是利用美国国内大选，竞选人急于结束旷日持久的战争，以换取美国民众拥护的心理。越南人这种无所谓，不在意的态度，越发使美国人着急，本来主动权在美国，但却变得十分被动，费了九牛二虎之力才使越南人坐到谈判桌上来。

在巴黎和谈时，以黎德寿为首的越南代表团，没有住旅馆，而是租用了一栋别墅，租期是两年半。而以哈里曼为首的美国代表团则是按天交付旅馆的房费。结果怎样呢？越南在最不利的条件下，取得了最理想的谈判结果。

在实际谈判中，无数事例证明，如果你感到你的优势不明显，或局势对你不利的话，千万别忘记了你还有谈判的机会。

本书一共分为四篇：商务谈判基础理论、商务谈判的基本过程、商务谈判策划与管理、国际商务谈判，共十一章。其中后三篇为强化提高读者的谈判实战水平，列举并介绍了许多现实商务谈判中常用的策略和技巧，读者在学习并运用这些策略和技巧时，一定要认真理解并掌握第一篇中介绍的谈判基础理论，它将为我们的学习铺下基石，为我们的策略和技巧运用提供指导。

本篇共两章，分别是商务谈判概述和商务谈判的原则。

第一章 商务谈判概述

开章引论

商务谈判的三步曲为我们掌握商务谈判进程提供了可以遵循的基本框架。申明价值可以使我们了解谈判双方的各自需求；创造价值可以使我们达到双赢的目的；克服障碍使我们顺利达成协议。这里，我们给大家讲一个在谈判界广为流传的经典小故事来诠释该基础知识。

有一个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。两个人吵来吵去，最终达成了一致意见，由一个孩子负责切橙子，而另一个孩子选橙子。结果，这两个孩子按照商定的办法各自取得了一半橙子，高高兴兴地拿回家去了。

第一个孩子把半个橙子拿到家，把皮剥掉扔进了垃圾桶，把果肉放到果汁机上打果汁喝。另一个孩子回到家把果肉挖掉扔进了垃圾桶，把橙子皮留下来磨碎了，混在面粉里烤蛋糕吃。

从上面的情形，我们可以看出，虽然两个孩子各自拿到了看似公平的一半，然而，他们各自得到的东西却未物尽其用。这说明，他们在事先并未做好沟通，也就是两个孩子并没有申明各自利益所在。没有事先申明价值导致了双方盲目追求形式上和立场上的公平结果，双方各自的利益并未在谈判中达到最大化。

如果我们试想，两个孩子充分交流各自所需，或许会有多个方案和情况出现。可能的一种情况，就是遵循上述情形，两个孩子想办法将皮和果肉分开，一个拿到果肉去打汁，另一个拿皮去做烤蛋糕。然而，也可能经过沟通后是另外的情况，恰恰有一个孩子既想要皮做蛋糕，又想喝橙子汁。这时，如何能创造价值就非常重要了。

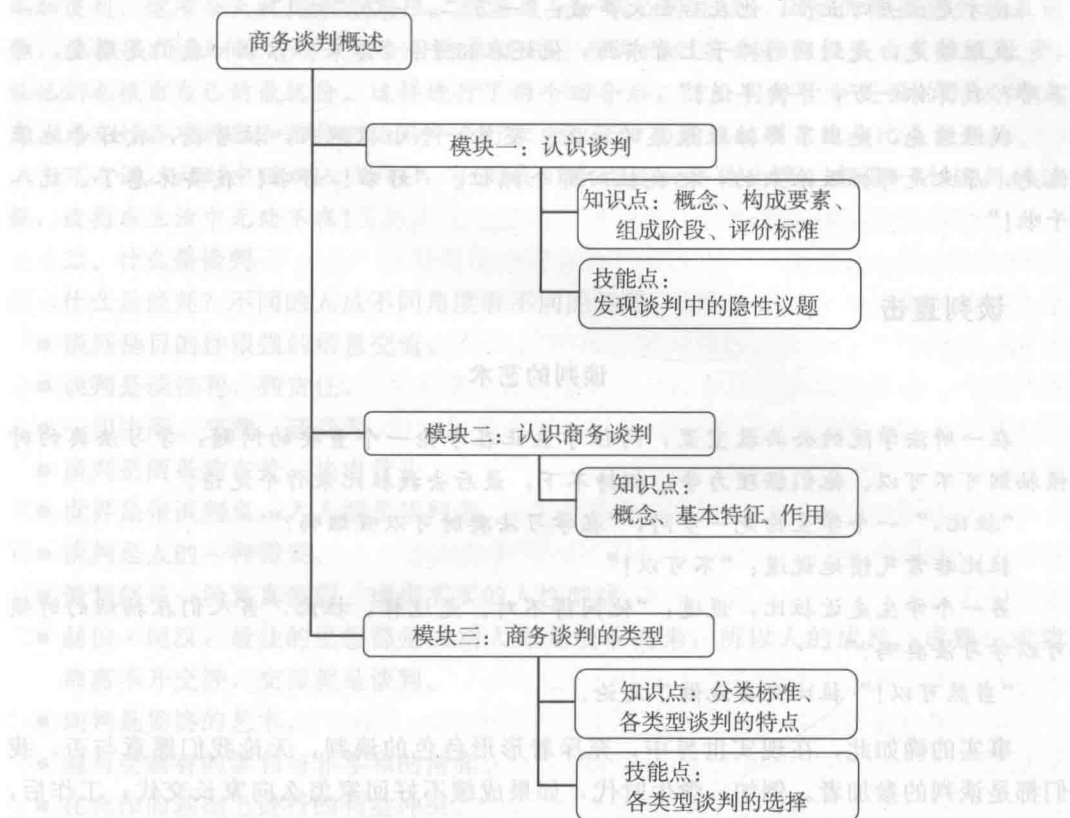
结果，想要整个橙子的孩子提议可以将其他的问题拿出来一块谈。他说：“如果把整个橙子全给我，你上次欠我的棒棒糖就不用还了。”其实，他的牙齿被蛀得一塌糊涂，父母上星期就不让他吃糖了。

另一个孩子想了一想，很快就答应了。他刚刚从父母那儿要了五块钱，准备买糖还债。这次他可以用这五块钱去打游戏，才不在乎这酸溜溜的橙子汁呢。

两个孩子的谈判思考过程实际上就是不断沟通、创造价值的过程。双方都在寻求对自己最大利益的方案的同时，也满足对方的最大利益的需要。在满足双方最大利益的基础上，如果还存在达成协议的障碍，那么就不妨站在对方的立场上，替对方着想，帮助扫清达成协议的一切障碍。这样，最终的协议是不难达成的。

然而，我们许多谈判人员都不知道这些谈判的基础知识及其在谈判中的运用，所以第一章我们准备从最基础的认识谈判开始学习，慢慢了解商务谈判的要素、步骤和类型方面的知识，从而为后面的谈判技巧运用，打下良好的理论基础。

学习纲要



模块一 认识谈判

一、人类社会充满谈判

谈判直击

印尼巴厘岛的木雕

当我在印尼巴厘岛的时候，有一次逛摊子，看上了一个木雕。

“多少钱？”我问。

“两万卢比。”

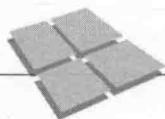
“八千！”我说。

“天哪！”小贩用手拍着前额，做出一副要晕倒的样子，然后看着我，“一万五。”

“八千。”我没有表情。

“天哪！”他在原地打了一个转，又转向旁边的摊子，对着那摊子举起手里的木雕喊，“他出八千！天哪！”又对着我，“最低了，我卖你一万三，结个缘，明天你带朋友来，好不好？”

我笑着耸耸肩，转身走了，因为我口袋里只有九千，就算我出到九千，距离一万



三，还是差太远。

我才走出去四五步，他在后面大声喊：“一万二，一万二啦！”

我继续走，走到别的摊子上看东西，他还在招手：“你来！你来！我们是朋友，对不对？我算你一万，半卖半送！”

我继续走，走出了那摊贩聚集的地方。突然一个小孩跑来，拉着我，我好奇地跟他走，原来是那摊贩派来的，把我拉回那个摊位。“好啦！好啦！我要休息了，就八千啦！”

谈判直击

谈判的艺术

在一所法学院的公共教室里，两位学生正在争论一个重要的问题：学习法典的时候抽烟可不可以。他们据理力争，相持不下，最后去找拉比来作个定论。

“拉比，”一个学生抢先一步问，“在学习法典时可以吸烟吗？”

拉比非常气愤地说道：“不可以！”

另一个学生走近拉比，说道：“他问得不对。是这样，拉比，当人们在抽烟的时候可以学习法典吗？”

“当然可以！”拉比兴奋地做了定论。

事实的确如此，在现实世界中，充斥着形形色色的谈判，无论我们愿意与否，我们都是谈判的参加者。例如：学生时代，如果成绩不好回家怎么向家长交代；工作后，如何从领导那儿得到更重要的任务，如何使自己的薪资待遇有更大的提升机会，如何与客户、竞争对手进行沟通；甚至连上农贸市场的讨价还价、谈恋爱怎么得到对方家长的首肯、说服妻子买台超大屏幕彩电、教导儿子要听老师的话都可能是一个谈判的过程。在不知不觉之中，我们已卷入各式各样的谈判。这是因为我们有许许多多的需求，而这些需求很多只能通过谈判从别人那里获得。

如果我们将目光仅仅集中在商场上，情形也是一样。商场是一个巨大的谈判桌！商家要获得自身的生存和发展，就不得不进行各种各样的谈判：需要招聘人才，就得到人才市场上去谈判；需要筹措资金，就得同银行等金融机构谈判；需要采购原材料或成品，就得同供应商谈判；需要推销产品，就得同用户或消费者谈判；需要扩大产品知名度，提高企业的声誉，就得同广告公司谈判；需要引进投资，需要引进技术……都得通过谈判。即使是生意往来中出现了问题，向对方提出索赔，也必须通过谈判解决。精明的商家首先必须是一个出色的谈判者！

谈判直击

某公司与四家公司的成功谈判

20世纪90年代，某企业前期经过接触和考察，发现可以从德国S公司，美国的H公司和F公司，日本的T公司四家公司中选择一家质量好、服务好、价格合理的公司

提供扩建项目所需的控制系统。在最后的谈判时刻，该企业领导人通知四家公司都来参加谈判，宣布今天就是最后期限，然后通知一家公司先谈，让他们报出他们的最优价，接着每次通知剩下的一家公司进来谈判，告诉他们某公司已经做出了很大让步，让他们也报出自己的最优价。这样进行了两个回合后，该公司终于和美国的 H 公司成交，成交的各项内容和价格与近两年全行业企业进口的相似控制系统相比是最优的。

可以说，大到中国加入 WTO，小到我们身边的一件件小事，都是一个谈判的过程，谈判在生活中无处不在！

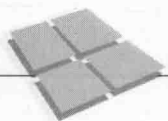
二、什么是谈判

什么是谈判？不同的人从不同角度有不同的解释：

- 谈判是目的性很强的信息交流。
- 谈判是谈权利，判责任。
- 一切协商、交涉、磋商等。
- 谈判是两条狗在抢一块肉骨头。
- 世界是张谈判桌，人人都是谈判者。
- 谈判是人的一种需要。
- 谈判就是一场真真假假、虚虚实实的人性游戏。
- 赫伯·柯汉：最佳的思想都是从别人那儿吸取而来，所以人的成长、成熟、成功都离不开交涉，交涉就是谈判。
- 谈判是妥协的艺术。
- 施与受兼有的零和与非零和的博弈。
- 在合作的基础上进行的利益冲突。
- 最后达到非均等的互惠。
- 打倒对方一瓜分利益—共同或互补性利益。
- 杰勒德·尼尔伦伯格：谈判不是一场棋赛，不要求决出胜负；谈判也不是一场战争，要将对方消灭或置于死地。相反，谈判是一项互惠的合作事业。

谈判，由“谈”和“判”两个字组成，“谈”是指双方或多方之间的沟通和交流，就是谈各自需要解决的问题和有关的合作意向。“判”就是决定一件事情，就是对由合作而引起的责任承担、风险分担、亏损或盈利的分配、权利分享等，做出数字、范围、界限标准和时限等方面的判定。也就是说，谈判是为达到某一目的，两个或两个以上有关的组织或个人，在双方之间沟通和交流的基础之上，了解对方的需求和意向，对涉及切身权益的有待解决的问题充分交换意见，进行反复磋商，以寻求解决的途径，最后做出相应的决定，并达成协议的合作过程。

美国谈判学会会长、著名律师、《谈判的艺术（The Art of Negotiation）》作者尼尔伦伯格（Gerard I. Nierenberg）认为，谈判是人们为了改变相互关系而交换意见，为了取得一致而相互磋商的一种行为，是直接影响各种人际关系、对参与各方产生持久利益的一种过程。他还认为：“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，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因。只要人们是为了改变相互关系而交换观点，只要人们是为了取得一致而磋商协议，他们就是在进行谈判。”



谈判有广义与狭义之分。广义的谈判是指除正式场合下的谈判外，一切协商、交涉、商量、磋商等，都可以看做谈判。狭义的谈判仅仅是指正式场合下的谈判。

要给谈判下一个准确的定义，并不是件容易的事情，因为谈判的内容极其广泛，人们很难用一两句话准确、充分地表达谈判的全部内涵。因而我们试图从谈判的形式、内容和特征等方面入手，对谈判的内涵进行分析，描绘出谈判比较清晰的轮廓，以便把握谈判的基本概念。

谈判总是以某种利益的满足为目标，是建立在人类需要的基础上的，这是人们进行谈判的动机，也是谈判产生的原因。尼尔伦伯格指出，当人们想交换意见、改变关系或寻求同意时，人们开始谈判。这里，交换意见、改变关系、寻求同意都是人们的需要。这些需要来自于人们想满足自己的某种利益，这些利益包含的内容非常广泛：有物质的、精神的，有组织的、个人的等。当需要无法仅仅通过自身而需要他人的合作才能满足时，就要借助于谈判的方式来实现，而且，需要越强烈，谈判的要求越迫切。

谈判是两方以上的交际活动，只有一方则无法进行谈判活动。而且只有当参与谈判的各方的需要有可能通过对方的行为而得到满足时，才会产生谈判。比如，商品交换中买方卖方的谈判，只有买方或者只有卖方时，不可能进行谈判；当卖方不能提供买方需要的产品时，或者买方完全没有可能购买卖方想出售的产品时，也不会有双方的谈判。至少有两方参与是进行谈判的先决条件。

谈判是寻求建立或改善人们的社会关系的行为。人们的一切活动都是以一定的社会关系为条件的。就拿商品交换活动来讲，从形式上看是买方与卖方的商品交换行为，但实质上是人与人之间的关系，是商品所有者和货币持有者之间的关系。买卖行为之所以能发生，有赖于买方与卖方间关系的建立。谈判的目的是满足某种利益，要实现所追求的利益，就需要建立新的社会关系，或巩固已有的社会关系，而这种关系的建立和巩固是通过谈判实现的。但是，并非所有的谈判都能获得积极的社会效果，失败的谈判可能会破坏良好的社会关系，这可能会激起人们改善社会关系的愿望，产生又一轮新的谈判。

谈判是一种协调行为的过程。谈判的开始意味着某种需求希望得到满足、某个问题需要解决或某方面的社会关系出了问题。由于参与谈判各方的利益、思维及行为方式不尽相同，存在一定程度的冲突和差异，因而谈判的过程实际上就是寻找共同点的过程，是一种协调行为的过程。解决问题、协调矛盾，不可能一蹴而就，总需要一个过程。这个过程往往不是一次，而是随着新问题、新矛盾的出现而不断重复，意味着社会关系需要不断协调。

任何一种谈判都选择在参与者认为合适的时间和地点举行。这是区分狭义的谈判和广义的谈判的一个很重要的依据。谈判时间与地点的选择实际上已经成为谈判的一个重要组成部分，对谈判的进行和结果都有直接的影响。

综上所述，我们认为谈判是参与各方出于某种需要，在一定时空条件下，采取协调行为的过程。

谈判的本质是人际关系的一种特殊表现，其核心任务在于一方企图说服另一方理解、允许或接受自己所提出的观点。谈判的产生基于谈判双方在观点、利益和行为方

式等方面既相互联系又相互冲突或存在差别,并且谈判双方在物质力量、人格、地位等方面都相对独立或对等。也就是说,并不是双方在观点、利益等方面出现了不一致,就会产生谈判;也不是双方在观点、利益等方面既存在相互联系又存在相互冲突就一定会产生谈判现象。例如,奴隶与奴隶主之间虽然存在对立和矛盾,但由于社会制度的原因,造成奴隶与奴隶主地位的不对等,奴隶没有谈判的权利,所以他们之间就只有奴役与被奴役,而不存在所谓的谈判。

一般而言,人类社会的语言交流大致可以分为说话、沟通、演讲、辩论、谈判五个层次。说话是最低层次交流,主要是从自身角度考虑出发,强调说话的内容和表达能力,好比我们把双手放在裤兜里,不用太在意我们说话的对象;沟通则可能要求我们把两只手从裤兜里面拿出来,一只手紧握对方的手,一只手亲切地搭在对方的肩上,用情感去梳理并保持信息沟通的顺畅;演讲由于受众较多,无法用肢体进行一对一的接触,因此主要依靠内容的新奇和深度,并配以生动的表情和手势,从而打动听众;辩论则好比一个全副武装的斗士,无论从内容还是形式上都以打击、打败对方为目的,说得上是双手齐攻;谈判则是人类交流的最高层次,我们一方面要一只手紧握对方的手,像沟通那样,跟对方进行感情交流,并且要像演讲一样以内容服人,另一方面还要像辩论一样,一只手在狠狠地攻击对方。所以说谈判融合了前面四个层次所有的技巧,从而达到人类交流的最高境界。

三、谈判的四个基本构成要素

谈判作为一种协调相互关系的沟通交际活动,它是一个有机联系的整体。为了完整地认识和把握谈判活动,很有必要较为深入地分析一下谈判的构成要素。

一般而言,谈判由四个基本要素构成,即谈判主体、谈判议题、谈判背景(约束条件)和谈判方式。

(一) 谈判主体

所谓谈判主体,是指参加谈判活动的双方人员。谈判活动归根结底是谈判人员立足于各自的利益或需要而进行的一场语言心理战。古今中外,成功的谈判不胜枚举,失败的谈判也数不胜数。有的谈判在轻松的气氛中就达成了互惠互利的协议,有的谈判则在紧张压抑的状态中马拉松式地拖延着……所有这些,一方面固然与谈判议题有关,但另一方面,与谈判人员的素质和修养也是息息相关的。或许很多人都经历过谈判,但成功的谈判家毕竟为数不多,在现代社会生活中,为了实现成功圆满的谈判,谈判人员应当具备多方面的良好素质与修养,充满自信,刚毅果断,有理有节,精明机智,豁达大度,深谙专业,知识广博,能言善辩……如此等等,是每个优秀的谈判人员都需要具备的。

(二) 谈判议题

所谓谈判议题,是指在谈判中双方所要协商解决的问题。这种问题,可以是立场观点方面的,也可以是基本利益方面的,还可以是行为方面的。

一个问题要成为谈判议题,大致上需要具备如下性质:

(1) 共同性。即这一问题是双方共同关心并希望得到解决的,如果不具备这一特性,就不能成为谈判议题。

(2) 可谈性。也就是说,谈判的时机要成熟。我们不难看到,在现实生活中,许