



21世纪高职高专规划教材
通识课系列

主编 ◎ 李昆益 姬忠莉

商务谈判实务

Business Negotiation
Practice



21世纪高职高专规划教材
通识课系列

主编 © 李昆益 姬忠莉

商务谈判实务

Business Negotiation
Practice

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

商务谈判实务 / 李昆益, 姬忠莉主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2014. 6
21 世纪高职高专规划教材, 通识课系列
ISBN 978-7-300-19475-2

I. ①商… II. ①李… ②姬… III. ①商务谈判-高等职业教育-教材 IV. ①F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 116668 号

21 世纪高职高专规划教材·通识课系列

商务谈判实务

主编 李昆益 姬忠莉

Shangwu Tanpan Shiwu

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 中煤涿州制图印刷厂北京分厂

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

印 张 18 插页 1

字 数 362 000

邮政编码 100080

010-62511770 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2014 年 8 月第 1 版

印 次 2014 年 8 月第 1 次印刷

定 价 33.80 元

前言

Preface

商场如战场，虽然不见刀光剑影，却充满了智慧与胆略的较量，商场角逐常常体现在商务谈判中，它已成为现代企业日常经营中不可或缺的一部分。商务谈判既是一门有着丰富内涵、融合多方面知识于一体的综合性学科，又是一项充满艺术和科学的人类活动，要在谈判中取胜或避免陷于被动，就必须掌握一定的谈判策略和技巧。因此，商务谈判是职业人士必备的一种职业素质，是各种商务活动中必备的一种重要能力。

本教材按照教育部教学模式转型的要求编写，以培养学生的应用性技能为主要指导思想，按照“项目引领，任务驱动”的思路，通过对商务谈判职业活动的实际调查和分析，以三个人物——张华、刘瑞和王丽的真实工作为项目背景，以商务谈判活动过程为主线进行结构设计和内容组织，充分体现项目化、任务化和教学做一体化的特征，力求实现学生校内学习与实际工作的一致性，提高学生的职业能力，解决理论与实践结合难的问题。

本教材内容主要分为三篇：第一篇是商务谈判概述，主要包括商务谈判相关的基本知识和影响商务谈判的主要因素；第二篇是商务谈判过程，主要是以谈判过程为线索，介绍谈判各阶段的主要内容和应用策略；第三篇是商务谈判实用技巧，总结了商务谈判的沟通艺术和处于不同地位下的谈判技巧，以及商务谈判中的文化礼仪，最后介绍国际商务谈判。为了便于教学和学生学习的，在内容的组织上，做到章前有“学习目标”、“知识结构图”、“任务引入”，章中有“案例”、“任务实施”、“任务拓展”，章后有“知识检测”、“项目实训”和“扩展阅读”，形成了“教学做结合”的模式，突出了本书的实用性。

本教材的创新点如下：

1. 贴近学生工作实际，按职业升迁由浅入深组织教学案例

本教材围绕常州祥和家具销售公司和三个人物——张华、刘瑞和王丽的工作展开。前后案例相互连贯，公司在发展，三位的谈判能力在提升，业绩越来越好，职位也随之晋升，分别成为市场部经理、策划部经理和店长。这样更贴近学生工作实际，同时对于

学生也是一种激励。

2. 融合国家职业标准，系统化知识体系与前沿实战案例相结合

本教材的教学内容一方面来自于人力资源和社会保障部国家职业标准和行业协会职业标准，另一方面来自于岗位调研和毕业生信息反馈，实现了职业标准与社会职业需求的融通。另外，本教材注意对传统教学内容的更新，吸收了最新理论和教学研究成果，同时涵盖了来自各个行业真实的、最新的前沿实战案例，充分体现了未来商务活动需要、专业特点和学生实践能力发展三者的有机统一。

3. 学中做，做中学，实现理论教学与实践教学一体化

当前商务谈判教材大多通过商务谈判案例来理论联系实际，学生较难深入其中，依然感觉脱离实际。本教材结合三个刚毕业的大學生的工作现状，按照实际工作岗位的操作程序、步骤、内容和要求组织教学内容。采用团队化项目实训模式，将知识、方法、过程与具体的任务联系起来，加强学生在过程中的体验，在调动学生的积极性、主动性的同时，最大限度地达到“工学结合”的要求。

本教材由李昆益、姬忠莉担任主编。李昆益负责总体设计，姬忠莉编写大纲并最终定稿。本教材编写的具体分工如下：李昆益（常州轻工职业技术学院）编写项目一、项目十，姬忠莉（常州轻工职业技术学院）编写项目三、项目四、项目五、项目六、项目八，吴烽（常州轻工职业技术学院）编写项目二、项目七、项目九。

在本教材的编写过程中，编者参考和引用了大量国内外有关商务谈判的文献，在此向原作者致以诚挚的谢意。由于编写时间仓促，水平有限，书中不足及疏漏之处在所难免，敬请广大读者提出宝贵建议，以便进一步修订完善。

编者

2014年3月

目 录

Contents

第一篇 商务谈判概述

项目一 认识商务谈判	003
一、商务谈判的概念与特点	005
二、商务谈判的类型	010
三、商务谈判的基本原则和作用	017
四、商务谈判的基本模式	021
项目二 提升商务谈判人员素质	036
一、商务谈判人员的心理素质	037
二、商务谈判人员的思维素质	043
三、商务谈判人员的业务素质	045

第二篇 商务谈判过程

项目三 商务谈判前期准备	059
一、商务谈判组织准备	060
二、商务谈判信息准备	066
三、商务谈判方案制定	073
四、模拟谈判	079
项目四 商务谈判开局定调	088
一、商务谈判气氛营造	090
二、商务谈判意图陈述	095
三、商务谈判议程协商	098

项目五 商务谈判报价磋商	105
一、商务谈判报价	107
二、商务谈判价格磋商	113
三、商务谈判僵局突破	126
项目六 商务谈判签约收尾	143
一、商务谈判成交促成	144
二、商务谈判协议签订	159
三、商务谈判收尾管理	164

第三篇 商务谈判实用技巧

项目七 商务谈判沟通艺术	175
一、商务谈判中的有声语言	177
二、商务谈判中的无声语言	188
三、商务谈判中的文字处理	193
项目八 商务谈判技巧运用	205
一、优势下的商务谈判技巧	207
二、劣势下的商务谈判技巧	213
三、均势下的商务谈判技巧	219
项目九 商务谈判文化礼仪	231
一、服饰礼仪	232
二、举止礼仪	235
三、谈吐礼仪	237
四、迎送礼仪	238
五、会谈礼仪	239
六、其他礼仪	241
项目十 国际商务谈判	253
一、认识国际商务谈判	255
二、不同国家和地区的谈判风格	259
参考文献	282

第一篇

商务谈判概述





项目一

认识商务谈判



学习目标

知识目标

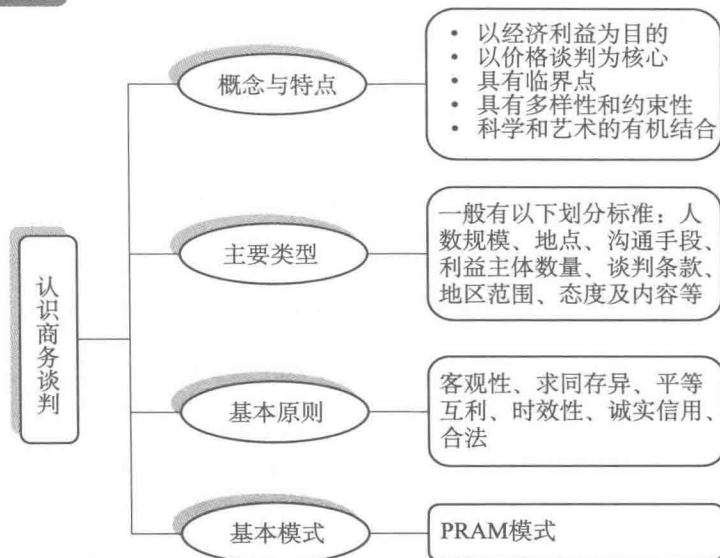
- 了解商务谈判的含义、主要类型及其特点
- 理解商务谈判的基本原则及在市场经济中的作用
- 掌握商务谈判的基本模式和基本过程

能力目标

- 能够利用商务谈判基础知识分析案例
- 能够结合具体商务谈判工作提出建设性建议



知识结构图





任务引入

• 任务描述

常州祥和家具销售公司是一家经营中高档家具的大型连锁销售企业，在长三角地区的红星美凯龙、月星家居广场等大型家具销售中心设有卖场，该公司凭借区域优势以及品牌优势，赢得了广大消费者的信赖，近年来销售量居同类行业前列，在本地区有一定的知名度。张华、刘瑞和王丽都是刚毕业的大学生，他们都喜欢销售工作并且希望在家具行业有所发展。经过应聘，三位大学生先后加入了常州祥和家具销售公司，并且都从事家具销售工作，他们满怀信心，希望通过突出的销售工作开启自己的职业生涯。张华负责办公家具销售，刘瑞负责小区销售推广，而刘丽是卖场的导购员。三位年轻人在大学里都学了一定的营销知识并且做过些兼职，入职后也参加过2周的业务培训，凭着这些知识和技能，他们很快熟悉了公司的业务流程并且有了很好的开端。但随着业务的深入，他们慢慢感受到了销售工作的挑战性，开始有些不太适应，尤其在跟客户洽谈业务时经常感到无所适从。下面是他们的岗位职责及工作内容（见表1—1）：

表 1—1 张华、刘瑞和王丽的岗位职责及工作内容

姓名	岗位	岗位职责及工作内容	主要客户类型
张华	大客户销售代表	1. 通过拜访、沟通或其他销售方式开发新客户，向目标客户宣传、销售本公司产品 2. 做好老客户的维护，挖掘潜在需求，进行产品需求交流并解答客户常见问题，从而达成销售订单 3. 组织对外报价、投标、合同谈判及签订等工作 4. 和客户建立长期良好的合作关系，保持密切沟通联系能为公司创造持久的客户关系 5. 回款情况的跟进及应收账款催收	主要客户是企业、政府或者学校等，多为企事业单位
刘瑞	小区推广专员	1. 负责小区进驻、小区广告、现场布置、接待客户、推广宣传等 2. 了解客户家装风格及进展，把握客户需求心理，为客户提供家具布置方案，参与销售谈判及合同签订 3. 维护现有客户群，提升客户满意度并在此基础上促成老客户转介绍新客户，达成更好的销售业绩 4. 与物业、其他行业等相关部门建立良好关系，联合销售或组织针对小区业主的家具团购活动 5. 定期回访客户并有针对性地开展市场调查和销售分析，向公司提出现场销售商品组合建议	多为家庭用户

续前表

姓名	岗位	岗位职责及工作内容	主要客户类型
王丽	导购员	1. 负责客户接待、产品咨询及服务 2. 依据客户需求,帮助客户作出最佳选择,针对有购买意向客户拟定家具搭配方案、价格洽谈,促进销售 3. 搜集、整理客户信息,按客户分类跟单、下单、定期售后电话回访等 4. 维护客户关系,接受和处理客户投诉 5. 负责销售开单和销售统计、实物盘点,制作报表	光临店铺的所有顾客,客户类型不固定

学习任务：张华、刘瑞和王丽在各自销售工作中，分别会遇到哪些主要商务谈判？分别属于什么类型？各有什么特点？

• 任务分析

谈判无所不在，尤其在商业活动中更是离不开谈判。在本案例中就工作性质而言，张华、刘瑞和王丽三位从事的都是销售工作，只是工作内容、工作场所及所面对的客户类型不同，在工作中都会遇到大量的商务谈判，涉及具体的商务谈判就要分析谈判对象、参与人及谈判环境。所以要完成本任务，首先要了解家具行业背景，还要清楚张华、刘瑞和王丽的工作内容，特别是所面对的客户类型及其购买特点，然后再分析不同商务环境下的谈判类型及其特点。

知识平台

一、商务谈判的概念与特点

（一）谈判的概念

“谈判”这个词听起来很神秘、玄妙，有时甚至令人生畏，其实，我们每个人每天都在接触谈判，只不过没有明确地意识到而已。无论是在政治、文化、教育、经济活动中，还是在涉及战争、领土、民族等重大问题的矛盾、冲突中，时时处处都有谈判发生。当你买东西时，跟小商小贩讨价还价；当你组织协调一次春游活动时，与同伴商谈旅游路线；在单位里与同事、领导就工作上的问题进行协商等；当你翻开报纸，打开电视时可以看到一条条新闻：以色列与巴勒斯坦矛盾再度激化，各国政要积极斡旋；美欧农产品贸易纠纷再度升级，数轮谈判毫无结果；朝核六方会谈等，这些都可以归入谈判的范畴。可以说，谈判活动无时无刻都会发生在我们身边，我们或亲身参与其中，或可以耳闻目睹。

然而，关于“谈判”的概念，却众说纷纭，至今没有一致说法。我们先看看不同专

家学者对谈判的几个定义：

◇ 谈判就是人们为了达成某项协议而进行的交往。

◇ 谈判是一种在不同利益、甚至对立状况下应采取的战略，但各方在这一点上（谈判）却互为依存，达成一项协议对任何一方都有好处。

◇ 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，是能够深刻影响各种关系和对参与各方产生持久利益的过程。

◇ 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，其最终目的就是要达成一项对双方都有利的协议。

以上定义反映了谈判活动的各个方面，之所以谈判，是因为各方在观点、利益上存在着冲突，但各方都愿意通过谈判解决这一冲突。谈判过程就是各方协调、分配利益，逐渐达成一致、妥协的过程。在这期间，既有各方的直接冲突，也有各方的彼此合作，各方努力运用多种手段，谋求最终结果的达成。

其实，谈判包括“谈”与“判”两个紧密联系的环节。谈就是讲话，双方或多方针对所承担和享有的权、责、利等方面进行讨论、交涉、洽谈和磋商。判就是确定和认可，就是分辨和评定，当事各方通过努力，寻求各项权、责、利划分的共同一致的意见，并用相应的协议正式予以确认。谈是判的前提、基础和条件，判是谈的结果、目的和意愿。

谈判是双方或多方为了实现各自的某些需求，彼此就感兴趣的问题进行协商、沟通，交换意见，消除分歧，改善关系，从而达成妥协或一致意见的过程。

谈判具有四个方面的内涵（见表 1—2）：

表 1—2

谈判的内涵

1	谈判发生在双方或多方之间	谈判各方在其物质力量、人格、法律地位等方面都相对独立或平等，这样才有可能构成谈判关系，这是实现谈判途径的一个重要条件。如果彼此间力量悬殊或地位不平等，利益的严重冲突或不一致有可能就会通过其他方式（如威胁、战争、暴力等）来解决
2	包含“合作”与“冲突”两种成分	参与谈判的各方为达成协议，均须具备一定程度的合作性，但为了满足自身的最大需求，又势必处于利益冲突的对抗状态，这时各方通过协商寻找一个解决方案，以解决冲突
3	谈判最终目标是达成一致的协议	从这一点来看，谈判是谈判者实现各自目标的有效手段。谈判者在利益方面存在分歧，但这种分歧并不是完全对立的，通过其他方式又无法获得圆满解决，从而促使各方通过谈判协商解决，进而实现自己的部分或全部利益需求
4	谈判的结果是一种妥协	谈判既是“不平等”的，又是“公平的”。由于谈判各方拥有的地位、实力与技巧的差别，谈判的结果很难达到完全平等，各方取得的利益也不会完全相同。但只要参与谈判的各方，对谈判的结果能够接受，且对谈判结果均具有否决权，那么，无论结果多么“不平等”，该谈判都是“公平的”。一场成功的谈判，从一定意义上讲，双方都是胜利者

案例 1—1

对于成功的谈判，人们常常用这样一个例子来描述：某一家庭有两个男孩，有一天兄弟俩为吃一块蛋糕而争吵起来，谁都想多吃一点，甚至独吞，而不愿平分，为此闹得不可开交。他们的父亲向他们建议：由一个人先来切蛋糕，他愿意怎么切就怎么切，另一个人则可以先挑自己想要的那一块。也就是说：一个孩子可以拥有操刀切的权力，另一个则拥有优先挑选的权力。两个孩子都觉得这个建议挺公正，就接受了，结果，兄弟俩高兴地分完了蛋糕，这样，既满足了双方的需要，又维护了双方的关系，同时又毫不费事地解决了矛盾，所以谈判的效率很高。

（二）商务谈判的概念

1. 商务谈判的含义

商务谈判中的“商务”一词是指商业事务，是指经济领域内，一切有形与无形资产的交换或买卖事宜。按照国际惯例的划分，商务行为可分为以下几种：

- ◇ 直接的商品交易活动，如商品买卖，批发、零售商品等。
- ◇ 直接为商品交易服务的活动，如运输、仓储、加工整理等。
- ◇ 间接为商品交易服务的活动，如金融、保险、信托、租赁等。
- ◇ 具有服务性质的活动，如饭店、商品信息、咨询、广告、劳务等服务。

商务谈判是指在经济领域中，两个或两个以上从事商务活动的组织或个人，为了满足各自的经济利益，进行意见交换和磋商，谋求取得一致和达成协议的行为过程。

商务谈判是在商品经济条件下产生和发展起来的，它已经成为现代社会经济生活必不可少的组成部分。可以说，没有商务谈判，经济活动便无法进行，小到生活中的购物还价，大到企业法人之间的合作、国家与国家之间的经济技术交流，都离不开商务谈判。

商务谈判是交易双方为最终取得互惠协议而做的努力。商务谈判的每一方都应是胜利者，最终达成的协议必须对双方都有利，即各方都满足了自己的需要。因此，一场成功的商务谈判不应该是你输我赢，胜者为王、败者为寇的对决，而应该是双方互利合作的过程，否则，谈判就不会成功。

2. 商务谈判的六要素

（1）谈判主体。谈判主体就是谈判当事人。一般来讲，谈判当事人常常具有双重性：一是谈判的代表者，即谈判的个体或团队；二是谈判组织，即谈判者所代表的组织。在谈判中，既要重视谈判组织的需要，又要重视谈判代表的需要，两者不可偏废。

（2）谈判客体。谈判活动要有谈判标的和议题，即谈判客体。谈判标的就是指谈判的事物，如贸易型谈判的标的是买卖的货物，服务型谈判的标的是服务的内容等。谈判

议题是指谈判的具体内容或交易条件,如价格、数量、质量、付款方式等。

(3) 谈判目的。只有谈判主体和客体,而没有谈判目的,就不能构成真正的谈判活动,而只是闲谈。正因为谈判各方鲜明的目的性,才会使得谈判活动具有较强的冲突性和竞争性,而闲谈则不涉及各方的利害关系,也不会导致双方的对立或竞争。

(4) 谈判行为。谈判活动是通过谈判双方的谈判行为来进行的,有谈判的主体、客体和目的,而没有谈判行为,显然只是谈判的构想,而不是谈判的现实。谈判行为是指谈判主体的言行举止或具体活动,是决定谈判结果的主要因素。

(5) 谈判环境。谈判活动都是在特定的环境下进行的,受到环境的具体制约,脱离了具体的环境去谈论谈判没有任何意义。这种环境既包括了外部的大环境,如政治、经济、文化、市场、竞争等,也包括了谈判的小环境,如时间、地点、场所、交往空间等。

(6) 谈判结果。一项完整的谈判活动必须要有谈判结果,并对谈判结果进行评估。无论谈判成功与否,都需要有相应的结果,没有结果,则意味着谈判活动还没有结束。有些谈判旷日持久或相持不下,但只要没有明确的谈判结果,那么谈判就有继续的可能。谈判活动不了了之,只能称为“不完整的谈判”,应尽力避免。

(三) 商务谈判的特点

商务谈判作为现代经济社会中重要的商务活动,具有以下特点:

1. 商务谈判是以经济利益为目的

不同的谈判者参加谈判的目的是不同的,外交谈判涉及的是国家利益;政治谈判关心的是政党、团体的根本利益;军事谈判主要是关系敌对双方的安全利益。虽然这些谈判都不可避免地涉及经济利益,但常常是围绕着某一种基本利益进行的,其重点不一定是经济利益。而商务谈判则十分明确,谈判者以获取经济利益为其基本目的。虽然,在商务谈判过程中谈判者可以调动和运用各种因素,而且其他非经济利益的因素也会影响谈判的结果,但其最终目标仍是经济利益。人们通常以经济效益的好坏来评价一项商务谈判的成功与否,而不讲求经济效益的商务谈判就失去了它的价值和意义。

2. 商务谈判是以价格谈判为核心

商务谈判所涉及的因素众多,谈判者的需求和利益表现在许多方面,但价格则几乎是所有商务谈判的核心内容,占据重要地位。因为双方经过谈判达成的利益划分,可直接通过价格表现出来。谈判各方在其他利益因素上的得与失,拥有的多与少,在多数情况下均能折算为一定的价格,通过价格的升与降得到体现。

对于一个谈判人员来讲,了解价格是商务谈判的核心,价格在一定条件下可与其他利益因素折算,这一点很重要。因为有时在其他利益因素上要求对方让步可能比从价格上争取让对方让步更容易做到,并且自己的行动具有隐蔽性。例如:对方在价格上不肯

让步，那么就可以要求对方在售后服务等方面提供优惠条件，以此让对方易于接受。

因此，在商务谈判中，我们一方面要以价格为中心，坚持自己的利益，另一方面又不要仅仅局限于价格，可以拓宽自己的思路，从其他利益因素上争取利益。

案例 1—2

从质量因素考虑：一辆一等品的山地自行车售价 900 元，而同样牌号、规格的二等品的山地自行车的售价为 700 元，这个差价就把质量差折算表现出来了。

从数量因素考虑：买一盒磁带需 5 元钱，而购买三盒的总价却为 12 元。这种价格差就把数量差折算表现出来了。

从付款时间因素考虑：即期付款比 120 天的远期付款可以给予 2% 的折扣优惠。这就通过价格差把时间差折算表现出来了。

当然，并非在任何时候，任何情况下都能够进行这样的折算，即谈判者并不一定都能接受这种折算。例如：改革开放后，我国某企业从国外卖方那里引进一套谈判商定为具有 80 年代末技术水平的新产品，结果到货后发现，这种设备只具备 60 年代的技术水平，根本不具备 80 年代的技术水平。后来，尽管外商提出愿意折让 50% 的价格，但我方不愿意接受。因为其技术价值太低，已不能靠价格来补偿。

3. 商务谈判具有临界点

商务谈判具有一个临界点，即达成协议的最低要求。一旦越过了这个临界点，谈判就难以进行下去。所以谈判双方既要争取自己的经济利益，还要站在对方的立场上，考虑对方的经济利益，己方提出的利益要求，应在对方所能接受的临界点利益范围之内，这样才有可能促使谈判成功。无视商务谈判的临界点，只想要对方让步而自己不想做丝毫妥协，是不可能达成协议和取得谈判成果的。当然，这并不是说在商务谈判中双方在利益的分配上是绝对平均的，而是要达到利益上的相对平衡。

4. 商务谈判具有多样性

商务谈判的多样性，不仅指谈判内容的多样性，而且指商务谈判的当事人是多种多样的。既有企业或其他经济组织之间的各种商务谈判，也有个人之间进行的谈判，还有各层次之间相互交叉进行的商务谈判。就商品的买卖而言，买者可以货比百家，与商品质量好、价格合理的卖者建立谈判关系和买卖关系；卖者可以面向千家，与结算形式、信用好的用户或经销商建立协作关系。

5. 商务谈判具有约束性

商务谈判在内容和结果上受外部环境的制约，这就是商务谈判的约束性。政治、法律环境对商务谈判影响最大；经济环境中的市场供求变化和竞争情况对商务谈判的约束性最强；社会环境如风俗习惯、宗教信仰、教育程度等因素制约着商务谈判者的沟通和交流。因此，商务谈判人员不仅要掌握商务知识、谈判策略和技巧，而且要掌握政策、

法规、社会文化等方面的知识，这样才能控制复杂的谈判局势，实现谈判目标。

6. 商务谈判是科学和艺术的有机结合

一方面，谈判作为人们协调彼此之间的利益关系、满足各自需要并达成一致意见的一种行为过程，人们必须以理性的思维对涉及的问题进行系统的研究分析，并根据一定的规律、规则来制定方案和策略。整个谈判活动涉及专业知识，如贸易、金融、企业管理、商法、市场营销等知识，同时又涉及社会学、心理学、语言学、公共关系学、运筹学、逻辑学等广泛的知识领域。这是谈判科学性的体现。

另一方面，谈判是人们的一种直接交流活动，谈判人员的素质、能力、经验、心理状态、感情等富于变化的因素和临场发挥，对谈判过程和结果又有着极大的影响，使谈判的结果往往表现出很大的不确定性。同样的谈判内容、环境和条件，不同的人参加会取得不同的结果，这是谈判艺术性的体现。

所以，对于一个谈判者来说，在谈判中既要讲究科学，又要讲究艺术。在涉及谈判双方实力的认定、谈判环境的分析、谈判方针方案的制定以及交易条件的确定等问题时，更多地应考虑其科学性的一面；而在具体的谈判策略、战术的选择、运用上，则应较多地思考其艺术性的一面。“科学”能帮助我们在谈判中把握住正确的决策方向，而“艺术”则能使我们把事情做得更加圆满。

二、商务谈判的类型

商务谈判涉及的内容和范围相当广，而且在现实生活中存在的大量商务谈判行为也是各不相同的。人们可以按照一定的标准把商务谈判划分为各种不同的类型，这些不同类型的商务谈判活动各有其特点，也有其所适用的范围。

（一）个体谈判与团队谈判

按参加谈判的人数规模划分，商务谈判可分为个体谈判与团队谈判。若双方都只有一个人参加，一对一地进行协商谈判，就是个体谈判；若各方都有两个或两个以上的人员参加谈判，就是团队谈判。在团队谈判中的各方参加谈判的人数并不一定要完全相同，往往较为重要且关系复杂的谈判多为团队谈判。

1. 个体谈判的特点

（1）谈判者可以随时有效地把自己的设想和意图贯彻到实际的协商行为中。但由于个体谈判只有一个人独立应付全局，因此易出现决策失误，而且无法得到及时而必要的帮助。

（2）由于整个谈判始终是以个人为中心的，谈判者必须根据自己的知识和经验，对协商中出现的各种问题，必须及时地进行分析，予以处理，独立地作出决策。因此要求