

SHANGWU TANJIYUANLI YU SHIWU



21 世纪高职高专规划教材
高等职业教育规划教材编委会专家审定

商务谈判原理与实务

宾 敏 刘建高 编著



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com



世纪高职高专规划教材

高等职业教育规划教材编委会专家审定

商务谈判原理与实务

宾 敏 刘建高 编著



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

内 容 简 介

商务谈判是一门实战性极强的课程。商务谈判前的准备以及谈判过程中对谈判人员心理、语言、表情、肢体表现等方面的洞察,在教学过程中难以用语言加以描述,因此,本教材选择以视频的方式作为每个项目的先导案例,通过视频欣赏、视频思考,然后穿插理论知识,最后通过“判断题”、“不定项选择题”、“案例分析”、“情景模拟”等课后练习巩固所学知识。

本书按照商务谈判的程序,由浅入深、由易到难共分为5个模块24个项目进行编排,主要包括的内容有:商务谈判概述、商务谈判程序、商务谈判策略、商务谈判礼仪和礼节、商务谈判实训。其最大的特色在于丰富多彩的视频能更好地缓解教学的难度,也便于学生更直观地掌握理论知识。

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判原理与实务 / 宾敏, 刘建高编著. -- 北京: 北京邮电大学出版社, 2015.2

ISBN 978-7-5635-4253-6

I. ①商… II. ①宾…②刘… III. ①商务谈判—教材 IV. ①F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 295750 号

书 名: 商务谈判原理与实务

著作责任者: 宾 敏 刘建高 编著

责 任 编 辑: 马晓仟

出 版 发 行: 北京邮电大学出版社

社 址: 北京市海淀区西土城路 10 号(邮编:100876)

发 行 部: 电话:010-62282185 传真:010-62283578

E-mail: publish@bupt.edu.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京源海印刷有限责任公司

开 本: 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张: 9.25

字 数: 237 千字

版 次: 2015 年 2 月第 1 版 2015 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5635-4253-6

定 价: 20.00 元

• 如有印装质量问题,请与北京邮电大学出版社发行部联系 •

序

改革开放打开了中国市场经济的大门,这既为我国的企业创造了空前的生存和发展空间,也把我国企业置身于国际市场经济的考验当中。面临这样的大环境和时代带来的严峻挑战,中国企业要成为赢家就必须尊重科学,不断地接受新知识。在经济交流越来越多、经济关系越来越复杂的今天,商务谈判不仅是企业利益争夺的战场,还是企业与企业之间、个人与个人之间、组织与个人之间沟通的场所。

目前,我国商务谈判教材设计的状况是:一方面多得汗牛充栋,一方面又难以找到更合适的教材使用,缺乏一套让学生声文并茂的教材。宾敏老师从事商务谈判教学工作近10年,治学严谨,经验丰富,能根据课程知识结构的特点,很好地将理论和实践相结合。业余时间,肯钻研、勤努力,积极参与学院“六位一体”课程教学改革,并在世界大学城建设了网络空间数字教学资源。通过多年教学经验的总结而编写的这本《商务谈判原理与实务》校本教材,尽力做到内容丰富而不繁杂,信息量大而不累赘。特别是该书选入了大量的视频,突破了传统书籍的案例模式,视频教学的引入,既不空谈理论,也不专谈技法,观念更新又不脱离实际,一旦进入课堂,让整个教学过程耳目一新,老师用了方便教学,学生用了顿感开卷有益。

高等职业教育以培养高等技术应用型专门人才为根本任务,以适应社会需要为目标,以培养技术应用能力为主线,构建课程和教学内容体系。该教材紧扣全国职业教育工作会议精神,围绕“五个对接”要求,以“应用”为主旨,以视频分析为特征,以学生为主体的体系来进行编制。

该教材主要有以下创新之处:

(1)教材的编写以学生为主体,以项目为驱动。编著者以真实场景模拟互动,采用了创新性的项目模块,按照现实的工作过程要求来编写教材。

(2)以人为本,强调视听讲一体化教学,对人们学习新知识的最佳途径进行有机组合。采用大量的生动视频让学习者能更深入、更形象化地接受新知识。

(3)教材编写是编著人员多次行业的实践经验的总结,把行业的新理念、新标准引入到教材中,使教材的质量得到充分保证。

我相信,本课程以职业能力需求为导向,以课程目标构建教学模块,以生动的视频体验为实训素材的项目式结构给职业教育带来新的教学改革思路,将成为我院一部十分适用的专业教材。趁此付梓之际,乐为之序。

前 言

伴随着经济全球化进程的加快,越来越多的企业认识到企业经营的重要性和紧迫性,也感受到商务活动在交往过程的频繁性,因此,一支优秀的商务谈判团队在企业管理中是必不可少的。

本书主要针对职业教育的学生,重在培养学生的动手能力和实践能力,同时也为了能让学顺利达到湖南省市场营销专业技能抽查及营销师职业资格鉴定的要求而编写。在编写的过程中纳入了部分市场营销专业技能抽查的题库和营销师职业资格鉴定的考试内容,通过学习和训练,学生能顺利通过各种考试获得相应的职业资格证书以及掌握市场营销专业方面的技能。本书可用作高职高专院校工商管理类课程的教材或参考书,也可作为企业培训用书。

在本书的编写过程中,借鉴了许多专家学者的研究成果,并且得到了郴州职业技术学院的大力支持,得到了谢平楼教授、彭石普教授的悉心指导,本书视频资源选取和剪接由刘建高老师负责,在此对他们表示衷心的感谢。

为方便教学,本书配有教学电子课件和视频资源包,也可登录世界大学城 <http://www.worlduc.com/SpaceShow/index.aspx?uid=178084> 进行资源下载。

本书在编写过程中由于时间仓促,编者水平有限,难免有错误和遗漏之处,恳请读者批评指正,以利于我们今后的修改。

编 者

目 录

模块一 商务谈判基础	1
项目一 商务谈判概述	1
一、商务谈判的含义	1
二、商务谈判的特征	2
三、商务谈判的要素	2
项目小结	5
项目二 商务谈判类型及程序	5
一、商务谈判的类型	6
二、商务谈判程序	8
三、商务谈判的评价标准	9
项目小结	12
项目三 商务谈判的心理理论	12
一、研究商务谈判心理的意义	12
二、谈判的需要	13
三、商务谈判理论	13
项目小结	16
项目四 商务谈判人员的素质与能力	17
一、商务谈判者的素质和能力	17
二、商务谈判者的能力	18
项目小结	22
项目五 商务谈判计划制订	22
一、谈判目标	23
二、谈判策略	23
三、谈判时间	23
四、谈判人员	23
项目小结	29
模块二 商务谈判程序	30
项目一 商务谈判的准备阶段	30
一、商务谈判班子的组建	30
二、谈判背景的调查	32

三、谈判对手的调查	33
四、己方谈判信息收集	34
项目小结	37
项目二 商务谈判开局阶段	37
一、开局气氛的含义	38
二、开局的方式与原则	38
三、开局气氛的营造	39
项目小结	45
项目三 商务谈判报价阶段	45
一、报价解释	46
二、价格的影响因素	46
三、价格的分类	47
四、报价解释的原则及技巧	47
项目小结	50
项目四 商务谈判磋商阶段	51
一、价格磋商的一般过程	51
二、讨价	52
三、还价	52
项目小结	55
项目五 商务谈判让步阶段	55
一、八种常见的让步策略	56
二、影响让步策略的因素	61
三、采用其他可能的让步策略	61
项目小结	65
项目六 商务谈判僵局处理阶段	66
一、僵局的含义	66
二、分析谈判僵局的种类	66
三、确定谈判僵局成因	67
四、僵局对谈判的影响	68
项目小结	71
项目七 商务谈判结束阶段	71
一、判断谈判是否进入收尾成交阶段的标准	71
二、结束时机的把握	72
三、商务谈判结束的结果	73
项目小结	76
模块三 商务谈判策略	77
项目一 商务谈判开局策略	77

一、商务谈判的开局策略	77
二、引起谈判对手注意与兴趣的技巧	78
项目小结	83
项目二 商务谈判报价策略	83
一、报价的原则	84
二、报价策略	84
三、常用的报价方法	84
项目小结	88
项目三 商务谈判磋商策略	88
一、进攻策略	89
二、阻止对方进攻的策略	96
项目小结	102
项目四 商务谈判处理僵局策略	103
一、商务谈判僵局的处理原则	103
二、商务谈判僵局的利用和制造	104
三、突破谈判僵局的策略	104
项目小结	107
项目五 商务谈判结束策略	108
一、商务谈判结束的准备	108
二、有效的结束技巧	109
项目小结	113
模块四 商务谈判礼仪	114
项目一 基本社交礼仪	114
一、社交的基本原则	114
二、仪表庄重	115
三、寒暄	115
项目小结	118
项目二 交际礼仪	118
一、谈判地点和座次的礼仪	119
二、宾主相见礼仪	120
三、谈判中的语言礼仪	120
项目小结	122
模块五 实训项目	123
项目一 视频模仿	123
项目二 谈判开局模拟	124
项目三 讨价还价模拟	125

项目四 商务谈判结束的模拟·····	126
项目五 综合实训·····	127
附录1 一代大商孟洛川·····	129
附录2 2010年版《国际贸易术语解释通则》中的两类11个术语·····	132
附录3 原产地相关知识·····	133
参考文献·····	136

模块一

商务谈判基础

项目一 商务谈判概述

学习目标

【能力目标】

- 能运用商务谈判专业术语分析商务谈判的一般活动。
- 能树立正确的谈判观念。

【知识目标】

- 正确理解商务谈判的内涵及特征。
- 正确理解商务谈判各个要素。

【视频欣赏】

请欣赏视频《亮剑》

背景介绍：

国共合作、共同抗日时期，国民党军队 358 团楚云飞协助共产党军队独立团在褐阳沟之战大捷后，派出一个炮兵营和一个步兵营迅速占领了大孤镇，该镇给独立团造成了威胁。共产党军队先委派独立团副团长邢志国前去 358 团谈判收回领地，但国民党军队以索要 2 天军费为由，拒绝其要求，谈判破裂。独立团团团长李云龙只能亲自出马解决。

观后请思考：

1. 该视频中描述的是一件什么事情？
2. 这件事情具有什么特征？
3. 这件事情的要素有哪些？

【理论教学】

一、商务谈判的含义

商务谈判是指不同利益群体之间，为了寻找和达到自身的经济利益目标，围绕涉及双方利益的标的物，借助于思维、语言、策略、技巧进行的沟通和协商，最终达成一项双方都能接受的协议的行为和过程。

其内涵:

- (1) 商务谈判的目的是经济利益;
- (2) 商务谈判产生的前提是不同经济主体之间既相互联系又有冲突或差别的需要;
- (3) 商务谈判的实质是谈判各方为互利互惠而进行的沟通和协商;
- (4) 商务谈判的内容是涉及买卖双方利益的标的物,即与交易有关的各项交易条件;
- (5) 商务谈判的手段是说服。

二、商务谈判的特征

商务谈判是谈判双方或多方通过协商和采取协调性行为,寻求实现一定商业利益的互动过程。商务谈判是谈判的一种形式,它必然具备谈判的基本要素,同时也具有谈判的一般特征。

- (1) 商务谈判的交易性;
- (2) 商务谈判的利益性;
- (3) 商务谈判的价格性;
- (4) 商务谈判的平等性;
- (5) 商务谈判的多样性;
- (6) 商务谈判的组织性;
- (7) 商务谈判的严密性和准确性;
- (8) 商务谈判的约束性。

三、商务谈判的要素

1. 商务谈判当事人

谈判当事人,是指谈判活动中有关各方的所有参与者。一般有两类人员:台上的谈判人员和台下的谈判人员。

台上的谈判人员:指参加谈判一线的当事人,即出席谈判、上谈判桌的人员。一线的当事人,除单人谈判外,通常包括谈判负责人、主谈人和陪谈人。

台下的谈判人员:指谈判活动的幕后人员。他们在谈判中虽然不出席、不上桌,但是也对谈判发挥着重要的影响和作用。他们包括该项谈判主管单位的领导和谈判工作的辅助人员。

2. 商务谈判的议题

谈判议题,是指谈判需商议的具体问题。谈判议题是谈判的起因、内容和目的,并决定当事各方参与谈判的人员组成及其策略,是谈判活动的中心。商务谈判议题是指谈判双方所共同关心并希望解决的问题。

商务谈判议题的解决可能有三种情况:一种是谈判取得成功,在谈判中消除了分歧,达成了能为双方接受的协议,订立了经济合同;一种是谈判双方在某一分歧上争执不下,但都认为有必要进行进一步磋商,从而使谈判暂时中止或谈判时间延长;一种是一方或双方都没有谋求到最低限度的经济利益或双方都不肯做出妥协和让步,从而退出谈判,使该商务谈判破裂。

3. 商务谈判的背景

主要包括环境背景、组织背景和人员背景三个方面。

环境背景一般包括政治背景、经济背景、文化背景以及地理、自然等客观环境因素。

组织背景包括组织的历史发展、行为理念、规模实力、经营管理、财务状况、资信状况、市场

地位、谈判目标、主要利益、谈判时限等。

人员背景包括谈判当事人的职级地位、教育程度、个人阅历、工作作风、行为追求、心理素质、谈判风格、人际关系等。

在商务谈判中,商务谈判的当事人构成了谈判的主体,商务谈判的议题构成了谈判的目的,而任何谈判都离不开环境背景的制约。这三个要素是相互结合、缺一不可的,缺少任何一个都不能构成商务谈判。

【实训教学】

一、判断分析训练

1. 商务谈判的目的不仅包括获得经济利益,也涉及自我尊重的需要。
2. 商务谈判的实质是谈判各方为互利互惠而进行的沟通和协商。
3. 商务谈判的当事人一般包括台上和台下的谈判人员。
4. 商务谈判的背景主要包括环境背景、组织背景、经济背景和人员背景。
5. 商务谈判的议题是指谈判需商议的具体问题。
6. 在商务谈判中,商务谈判的议题构成了谈判的主体,商务谈判的当事人构成了谈判的客体,而任何谈判都离不开环境背景的制约。

二、混合选择训练

1. 商务谈判是指不同利益群体之间,为了寻找和达到自身的经济利益目标,围绕涉及双方利益的标的物,借助于()进行的沟通和协商,最终达成一项双方都能接受的协议的行为和过程。
A. 思维 B. 语言 C. 策略 D. 技巧
2. 商务谈判的手段是()。
A. 说服 B. 沟通 C. 倾听 D. 理解
3. 商务谈判中组织的背景包括()等。
A. 组织的历史发展 B. 行为理念 C. 规模实力 D. 经营管理
E. 财务状况
4. 谈判议题是(),并决定当事各方参与谈判的人员组成及其策略,是谈判活动的中心。
A. 谈判的结果 B. 谈判的起因 C. 谈判的内容 D. 谈判的目的
5. 商务谈判议题的解决可能有()种情况。
A. 1 B. 2 C. 3 D. 4

三、案例分析训练

案例1 布鞋索赔谈判

甲方:上海华实制鞋厂

乙方:日本某株式会社

2010年12月,上海华实制鞋厂与日本一家株式会社签订了一份布鞋买卖合同,共计价值

200 万元人民币。总共是 2 万双布鞋,合同规定这批布鞋分两批,每批 1 万双,分别于 2011 年 3 月 15 日和 4 月 15 日,由上海华实负责以船运方式送达日本福岛口岸。由于日本 2011 年 3 月 11 日发生了巨大地震海啸,并且引起福岛核电站发生了核泄漏事故。上海到日本的货轮因为地震原因无法在原定口岸靠岸。日本这家株式会社在地震中受到重创,商铺在海啸中全面冲垮,无法正常经营。日本株式会社电告上海,要求第一批布鞋退货,因为遇到不可抗力,企业无法经营。第二批推迟到 5 月 15 日发货。上海华实按原来合同规定已经做好了生产计划,第一批布鞋已经于 3 月 10 日从上海外滩装船,准备 11 日出发,接到对方通知只能卸货,并将布鞋存放在码头仓库。第二批布鞋生产计划已经下达,4 月初就可以生产完成,但现在要推迟到 5 月 15 日运送,至少要积压在仓库 1 个月。4 月中旬,日本地震后情况基本平稳,中方就布鞋推迟送货,第一批退货和装船、卸货造成的损失向日方索赔 100 万元人民币。中日双方在上海就赔偿问题进行了谈判,最终经过充分协商达成了协议。

思考:

1. 该案例中谈判的议题是什么?
2. 如果你是甲方的谈判代表,在谈判前,需要了解哪些方面的资料?

案例 2 啤酒经销谈判

甲方:A 经销商(买方)

乙方:B 啤酒生产厂(卖方)

A 经销商是主要经营烟、酒类及副食品的知名品牌,由于经销理念先进,销售队伍实力雄厚,加上经营管理得力,在几年内迅速发展成为当地烟、酒经销商中的老大。许多的知名烟、酒厂家都希望与其合作,借助这一销售平台打入该地区的市场。B 啤酒生产商的产品目前在全国有一定知名度,但上市时间比较短,各地市场还没有全面开发,准备来到 A 经销商所在城市,选择 A 经销商作独家经销,打开市场。B 厂一行 5 人于 2011 年 10 月 9 日来到 A 经销商所在地准备与 A 经销商谈判。本次谈判的主要内容是确定独家经销关系,明确 B 厂啤酒经过 A 经销商要达到的年销量、供应价格、啤酒质量、B 厂为 A 经销商提供的促销支持等。双方希望通过本次谈判达到强强联合,实现双赢目标。

思考:

1. 该案例中谈判的议题是什么?
2. 如果你是乙方谈判代表,你将如何安排商务谈判的当事人?

四、情景模拟训练

推销智利松木

南美某公司(卖方)欲向中国某公司(买方)推销智利松木原木。在中国某城市的谈判中,买方向卖方详细询问了智利松木原木的规格、直径、疤节以及虫害等情况,卖方一一作了解答。双方就港口装运、码头吃水情况等进行了反复讨论。结合上述因素,双方就原木的价格进行了谈判。

由于买方不了解(没有使用经验)智利松木,对价格心里没底,因而提出的要求趋于保守。卖方则认为条件过于苛刻,一再说其原木质量很好,码头现代化,两万吨的船停靠不成问题。但买方仍不松口,坚持要卖方将价格放到市场同类松木价格之下,而且要保证码头装车,否则

还要承担延误造成的滞期费。

卖方咬牙同意考虑买方意见,但比市价低多少仍是问题。是5%、10%,还是更多?双方争论得十分激烈。这时,卖方提出:“别争了,不妨先定个原则,细节问题待贵方赴南美考察智利松木和相关码头后再定。看贵方是否有时间?”买方一听卖方的建议正合其意,就答应了这个安排。可考察组的人数、时间、费用又引起了争论,这些问题与合同价相关联。卖方又提出,买方可以去3人,时间为一个星期,往返机票由买方承担,在考察现场的交通、食宿费用由卖方承担。这个条件让买方迅速定下了日程。于是谈判的僵局化解了,双方拟定了谈判备忘录。

买方人员到了南美之后,经过参观考察,增加了对原木的认识。卖方尽了地主之谊,接待热情周到,让买方很满意。最终双方在现场敲定了价格条件,签了合同。

请根据案例内容,安排双方的谈判人员,找出谈判的背景和谈判的议题。模拟开始……

项目小结

- 理论教学由商务谈判的含义、商务谈判的特征、商务谈判的要素三部分内容构成。商务谈判是指不同利益群体之间,为了寻找和达到自身的经济利益目标,围绕涉及双方利益的标的物,借助于思维、语言、策略、技巧进行的沟通和协商,最终达成一项双方都能接受的协议的行为和过程。商务谈判的特征包括交易性、利益性、价格性、平等性、多样性、组织性、准确性和约束性。商务谈判的要素包括了商务谈判当事人、商务谈判议题和商务谈判背景三个内容。
- 实训教学由判断分析训练、混合选择训练、案例分析训练、情景模拟训练四个部分内容构成。在实训教学过程中要体现五个有利于原则,即有利于发挥学生的主体作用,有利于培养学生的学习能力,有利于培养学生的动手能力,有利于培养学生的创新精神,有利于学生个性和潜能的发展。

项目二 商务谈判类型及程序

学习目标

【能力目标】

- 能运用理论知识对商务谈判的类型进行正确的分类。
- 能熟练掌握商务谈判的基本程序。

【知识目标】

- 正确区分商务谈判的各种类型。
- 熟悉商务谈判的程序和评价标准。

【视频欣赏】

请欣赏视频《谈判专家》

背景介绍:

香港寮屋居民不满政府清拆寮屋的安排,群起抗议,进而演变成暴乱,激进居民阿力及其

同党更胁持一名孕妇与警方对峙,警方遂传召谈判小组组长彭国栋及资深谈判专家简洁到场协助。国栋等抵达现场后,发挥专长缓和阿力等人情绪,但孕妇企图挣脱时险酿成悲剧,有幸在千钧一发之际,扩声器传来阿力女儿的声音,事件终告平息。

观后请思考:

1. 该谈判小组由几名人员组成?他们是如何分工的?
2. 该视频中反映的事件属于哪种谈判的类型?
3. 谈判双方的需求分别是什么?

【理论教学】

一、商务谈判的类型

(一) 以商务谈判参与方的数量为标准划分

1. 双方谈判

优点:涉及的责、权、利划分较为简单明确,谈判也比较易于把握。

缺点:不利于竞争比较,争取最优方案。

2. 多方谈判

优点:有利于听取多方的方案,从而从中选择最佳交易条件。

缺点:谈判条件错综复杂,需要顾及的方面较多,谈判难度加大。

(二) 以商务谈判的人数规模为标准划分

1. 个体谈判

优点:可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。

缺点:孤军奋战,容易出现决策失误。

2. 集体谈判

优点:能充分发挥每个人的长处,形成整体优势。

缺点:协调困难,配合不当将影响谈判的效率。

(三) 以商务谈判的地点为标准划分

1. 主场谈判

优点:主场心理优势,可以以礼压客,减少旅途的疲劳和同时在谈判场内外两个领域开展活动的辛苦。

缺点:谈判成本高,容易被对方了解虚实。

2. 客场谈判

优点:深入了解对方情况,集中精力谈判,可采用金蝉脱壳之策。

缺点:容易水土不服,受谈判期限的限制。

3. 中立地谈判

优点:避免了其中的某一方处于客场的不利地位,为双方平等地进行谈判创造了条件。

缺点:不利于双方实地考察、了解对方的状况等。

4. 双方轮流交叉谈判

优点:对谈判双方比较公平。

缺点:谈判成本高,时间跨度大。

(四) 以商务谈判的态度和方法为标准划分

1. 软式谈判(又称关系型谈判)

这种谈判,不把对方当成对手,而是当成朋友;强调的不是要占上风,而是要建立和维持良好的关系。一般做法是:信任对方——提出建议——做出让步——达成协议——维系关系。

2. 硬式谈判(又称立场型谈判)

这种谈判,视对方为劲敌,强调谈判立场的坚定性,强调针锋相对;认为谈判是一场意志力的竞赛,只有按照己方的立场达成的协议才是谈判的胜利。一般适用于谈判双方互不信任,在一次交往后而不考虑今后合作、在对方思维天真并缺乏洞察利弊得失的能力等场合。

3. 原则式谈判(又称价值型谈判)

这种谈判,最早由美国哈佛大学谈判研究中心提出,故又称哈佛谈判术。强调公正原则和公平价值,主要有以下特征:

- (1) 谈判中对人温和、对事强硬,把人与事分开;
- (2) 主张按照共同接受的具有客观公正性的原则和公平价值来取得协议,而不简单地依靠具体问题的讨价还价;
- (3) 谈判中开诚布公而不施诡计,追求利益而不失风度;
- (4) 努力寻找共同点、消除分歧,争取共同满意的谈判结果。

(五) 以商务谈判的内容为标准划分

1. 货物买卖谈判

指买卖双方就货物本身的有关内容,如质量、数量、货物的转移方式和事件、买卖的价格条件与支付方式以及交易过程中双方的权利、责任和义务等问题所进行的谈判。

2. 投资项目谈判

指谈判的双方针对共同参与或涉及双方关系的某项投资活动,就投资目的、投资方向、投资形式、投资内容与条件、投资项目的经营与管理以及投资者在投资活动中的权利、义务、责任及相互关系所进行的谈判。

3. 技术贸易谈判

指技术的接受方(即买方)与技术的转让方(即卖方)就双方在转让技术的形式、内容、质量规范、使用范围、价格条件、支付方式等技术转让的权利、义务和责任关系等方面进行的谈判。

4. 劳务贸易谈判

指双方就劳务提供的形式、内容、时间,劳务的价格、计算方法等有关买卖双方的权利、责任和义务关系所进行的谈判。

5. 索赔谈判

指在合同义务不能或未能完全履行时,合同当事双方进行的谈判。在众多的合同履行中,因种种原因违反或部分违反合同约定的事件屡见不鲜,也给商务谈判提供一种特定的形式——索赔谈判。

6. 租赁业务谈判

指我国企业从国内或国外租用机器和设备而进行的谈判。它主要涉及机器设备的选择、交货情况、维修保养、租期到后的处理、租金的计算及支付方式以及租赁期内租赁者与承租者双方的责任、权利、义务关系等问题。

(六) 以商务谈判的沟通手段为标准划分

1. 面对面对谈判

优点: 具有较大的灵活性, 谈判方式规范, 谈判内容细致, 便于建立长久的贸易伙伴关系。

缺点: 容易被对方了解己方的谈判意图, 决策时间短, 费用高。

2. 电话谈判

优点: 快速、方便、联系广泛。

缺点: 易被拒绝, 有风险。

3. 书面谈判

优点: 省时、低成本; 方便、准确, 有利于谈判决策; 思考从容, 利于审慎决策。

缺点: 易造成理解上的不一致, 难以运用语言与非语言的技巧, 讨论问题不够深入、细致。

4. 网上谈判

优点: 降低了成本, 加强了信息沟通, 有利于慎重决策。

缺点: 商务信息公开化导致竞争对手的加入和互联网的故障病毒影响商务谈判的开展。

二、商务谈判程序

1. 准备阶段

商务谈判前的准备阶段, 主要应当包括以下几项工作。

(1) 选择对象

就是选择合适的谈判对象。

(2) 背景调查

(3) 组建谈判班子

抓好三个环节: 一是人员个体素质优化; 二是班子规模结构适当; 三是实现队伍有效管理。

(4) 制订计划

谈判计划, 是谈判前预先对谈判目标、谈判方略和相关事项所作的设想及其书面安排, 它既是谈判前各项主要工作准备的纲要, 又是正式谈判阶段的行动指南。

(5) 模拟谈判

模拟谈判, 是正式谈判前的“彩排”。它是将谈判班子的全体成员分为两部分, 一部分人员扮演对方角色, 模拟对方的立场、观点和风格, 与另一部分己方人员对阵, 预演谈判过程。

2. 开局阶段

在开局阶段, 谈判者的工作重点主要有两个: 首先是建立良好的谈判气氛; 其次, 谈判者应在开局阶段注意察言观色。

3. 明示与报价阶段

明示是实质性谈判开始, 谈判各方通过各种信息传递方式, 明确地表示各自的立场、观点, 提出明确的交易条件, 以便于启动后面的谈判。