



现代经济与管理类规划教材

商务谈判实务

潘马琳 编著

清华大学出版社 · 北京交通大学出版社

◇现代经济与管理类规划教材

商务谈判实务

潘马琳 编著

清华大学出版社
北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书共 10 章, 分别从不同的方面讲述了商务谈判的相关理论和实务, 具体内容包括商务谈判概述, 商务谈判的艺术, 各国及各地区的商业文化、风俗与礼仪, 商务谈判的程序, 商务合同条款的谈判, 谈判成交点预测的方法, 合同条款谈判预测方法的应用, 价格条件谈判成交点预测方法的应用, 商务风险的规避, 商务谈判队伍的组织。

本书可供高等院校各相关专业“商务谈判”课程的学生使用, 同时也可供企业谈判人员在工作实践中查阅和参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签, 无标签者不得销售。

版权所有, 侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目 (CIP) 数据

商务谈判实务/潘马琳编著. —北京: 清华大学出版社; 北京交通大学出版社, 2012. 8
(现代经济与管理类规划教材)

ISBN 978-7-5121-1163-9

I. ①商… II. ①潘… III. ①商务谈判-高等学校-教材 IV. ①F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 200805 号

责任编辑: 张利军 特邀编辑: 吕 宏

出版发行: 清华大学出版社 邮编: 100084 电话: 010-62776969 <http://www.tup.com.cn>

北京交通大学出版社 邮编: 100044 电话: 010-51686414 <http://press.bjtu.edu.cn>

印刷者: 北京瑞达方舟印务有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185×230 印张: 18.75 字数: 420 千字

版 次: 2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5121-1163-9/F·1080

印 数: 1~3 000 册 定价: 29.00 元

本书如有质量问题, 请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评, 我们表示欢迎和感谢。

投诉电话: 010-51686043, 51686008; 传真: 010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

前言

发展是人类社会永恒的主题，而物质财富和服务等使用价值的增长，则是经济和社会发展的根本。随着高科技时代和全球经济一体化时代的到来，发达国家的经济增长在迅速加快，世界上发达国家和发展中国家经济发展水平的差距在迅速加大，世界经济的竞争程度空前剧烈。和平与发展已经成为当今世界的潮流，发展经济已是国际社会的主旋律。当 21 世纪到来后，经济全球化、市场全球化的趋势已超出了任何政治、政府等因素的影响力。中国实行改革开放以来，对外经济贸易取得了举世瞩目的成就，中国经济已成为世界经济体系中不可缺少的重要组成部分。

随着对外经济贸易事业的蓬勃发展，各种层次、各种类型的对外商务谈判日益频繁，人们从大量实践中逐步领悟到国际商务谈判的重要性和复杂性。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。而目前，我国全面掌握这门学科知识的人才还相对缺乏，许多谈判人员的理论水平、谈判能力亟待提高。因此，我们应该根据我国的现实情况和文化背景，总结以往商务谈判的经验和教训，研究商务谈判的内在规律，并提高到理性认识层面上来。

发展经济是当今世界发展的主旋律。发展经济是振兴和发展中国经济的必由之路。

在中国的开放大潮中，一批批的外国商人涌入了古老的中华大地，寻找着一切交易的机会；一批批中国企业家在笑迎天下客的同时，也昂首阔步地跨入了国际市场的大门。“商务谈判”过去对我国的许多企业及从事此类工作的同仁们来讲是无缘的事，而如今却已与我们的许多企业家结缘。长期的封闭使我们许多的企业缺少国际商务谈判方面的知识和与外商打交道的经验，而我们面临的对手却往往是那些在竞争激烈、复杂多变的国际市场上纵横多年的跨国公司。跨国公司的商务谈判人员，大都是谈判方面的行家，在与他们的交往谈判中，我们的许多谈判人员虽然全力以赴，但吃亏上当，甚至是吃了亏还全然不知的事常有发生。所以，商务谈判并不只是握手、签字、鲜花和酒宴，也不是凭着

满腔豪情就能获得成功，凯旋而归的；它是知识、经验、艺术和技巧的完美结合。“谈判是一门科学，同时又是一门艺术，是科学与艺术的结合。”

如何进行商务谈判，怎样才能取得成功，这是从事涉外商务工作的人员及打算从事此类工作的在校大学生极其想了解的事。为了满足这部分人的需要，同时也为了促进和推动商务谈判的研究，本书的作者尽自己的绵薄之力编写了这本书，但由于知识水平所限，书中仍有许多不尽如人意之处，敬请广大读者谅解和批评指正。

本书作者曾任某国有大型企业科技情报室主任、刊物主编等职务，并曾从事科技情报信息、商务谈判、科技英语翻译、进出口贸易、海内外筹建分厂等企业管理工作，现在郑州轻工业学院经济管理学院从事管理学科的科研与教学工作。本书于2000年9月第一次印刷出版后即受到社会各行业广大读者的热烈反响，并于2001年6月第二次印刷出版，时至今日仍然在市场上畅销，并且远销至香港、澳门及台湾等地区。转眼10多年过去了，世界经济形势也发生了巨大的变化，中国也在2002年岁末加入了世界贸易组织，我国也正在或即将在经济、贸易、法律、货币等方面全面同国际经济接轨。商务谈判工作在我国的经济国际化进程中也将占有越来越重要的地位。因此，本书作者决定全面修订出版该书，以适应新时期我国经济发展形势的需要。在内容方面将继续保持以实用、通俗易懂为主的特点，在理论形式方面将进一步加强、加大难易跨度与幅度，并增加了课程测试题和参考答案等内容，以使其更加适应本专科学生、MBA、DBA学员课程学习与考试复习的需要和任课教师的教学需要，同时也可供企业谈判人员在工作实践中查阅和参考。希望本书有助于相关专业学生熟练地掌握商务谈判的各项技能，并且能够有效地应用于将来的商务谈判实践中去。

此外，本书内容还属于国家社科基金“十二五”规划国家一般课题《信息技术促进区域教育均衡发展的实证研究》（课题批准号：BCA110020）之子课题《基于信息技术的大学商务谈判课程体系与教学内容的改革与实践研究》（课题批准号：教科协[2011]G223）的核心研究内容和2011年度郑州轻工业学院教学改革与研究项目《商务谈判课程体系与教学内容的综合优化改革与实践研究》（课题批准编号：128）的重点研究内容。

作者

2012年9月

目 录

第 1 章 商务谈判概述	1
1.1 商务谈判的概念和特点	1
1.1.1 对谈判的认识	1
1.1.2 谈判的特点	5
1.1.3 商务谈判的概念与特点	8
1.1.4 涉外商务谈判的概念与特点	9
1.2 商务谈判的基本模式	11
1.3 商务谈判的种类	13
1.4 商务谈判的具体类型	18
1.5 正确谈判意识的树立	20
1.6 商务谈判的基本原则	22
1.7 运用“谈判议题整合法”达到“双赢”效果	27
案例分析	28
复习思考题	29
第 2 章 商务谈判的艺术	31
2.1 需求理论在商务谈判中的应用	31
2.1.1 生理需求在商务谈判中的具体体现	33
2.1.2 安全和寻求保障的需求在谈判中的具体体现	35
2.1.3 爱与归属的需求在谈判中的具体体现	35
2.1.4 获得尊重的需求在谈判中的具体体现	36
2.1.5 自我实现的需求在谈判中的具体体现	38

2.2 商务谈判中的思维艺术·····	39
2.2.1 人类的思维方法·····	39
2.2.2 对概念的理解和把握·····	40
2.3 思维的程序·····	41
2.4 各种思维方法的运用·····	42
2.4.1 比较、抽象和概括方法的运用·····	42
2.4.2 归纳与演绎方法的运用·····	43
2.4.3 分析和综合方法的运用·····	44
2.5 思维的艺术和技巧·····	45
案例分析·····	47
复习思考题·····	50

第3章 各国及各地区的商业文化、风俗与礼仪 ·····	51
3.1 各国及各地区的商业文化·····	52
3.1.1 美国人·····	52
3.1.2 德国人·····	54
3.1.3 法国人·····	54
3.1.4 英国人·····	55
3.1.5 斯堪的纳维亚人(北欧人)·····	56
3.1.6 东欧人·····	57
3.1.7 非洲人·····	58
3.1.8 阿拉伯人·····	58
3.1.9 日本人·····	60
3.1.10 中国香港人·····	64
3.2 商务谈判的礼仪与修养·····	64
3.2.1 服饰·····	65
3.2.2 谈判中的经常性礼仪·····	67
3.2.3 举止·····	71
3.2.4 言行·····	73

3.2.5 礼物	75
3.2.6 日常礼貌	76
3.3 正式商务洽谈时待客与出访的礼节	76
3.3.1 迎来送往的礼节	76
3.3.2 会谈的礼节	78
3.3.3 会务活动的礼节	79
3.3.4 签字仪式的礼节	79
3.3.5 住宿安排的礼节	80
3.3.6 设宴款待的礼节	80
3.3.7 电话联络的礼节	82
3.3.8 偶遇交谈的礼节	83
3.4 一些国家或地区的习俗与禁忌	83
3.4.1 日本	83
3.4.2 美国	83
3.4.3 英国	84
3.4.4 法国	84
3.4.5 德国	84
3.4.6 中东	85
案例分析	85
复习思考题	86
 第4章 商务谈判的程序	 87
4.1 准备阶段	87
4.1.1 自身分析	88
4.1.2 对手分析	91
4.1.3 谈判队伍的组织	92
4.1.4 谈判地点的选择	93
4.1.5 谈判目标、策略、计划的制订	93
4.1.6 模拟谈判	94

4.2 接触阶段·····	95
4.2.1 营造谈判气氛 ·····	95
4.2.2 摸底 ·····	96
4.2.3 修正谈判计划 ·····	98
4.3 实质性阶段·····	98
4.3.1 正确报价 ·····	98
4.3.2 反复磋商 ·····	99
4.3.3 善于运用沟通与说服技巧 ·····	101
4.3.4 技术谈判 ·····	103
4.4 协议阶段 ·····	103
4.4.1 交易的促成·····	103
4.4.2 签约 ·····	104
4.5 执行阶段 ·····	105
4.6 谈判中经常运用的技巧 ·····	106
案例分析·····	111
复习思考题·····	112

第5章 商务合同条款的谈判·····	113
5.1 涉外商务合同概述 ·····	114
5.1.1 涉外商务合同的概念、特点与种类 ·····	114
5.1.2 涉外商务合同的基本内容 ·····	115
5.1.3 涉外商务合同的结构 ·····	116
5.2 商务合同条款谈判的原则 ·····	117
5.3 商务合同条款的构成 ·····	119
5.4 商务合同条款谈判实务 ·····	126
5.4.1 字斟句酌 ·····	126
5.4.2 前后呼应 ·····	127
5.4.3 公正实用 ·····	128
5.4.4 随写随定 ·····	128

5.4.5 贯通全文	129
5.5 商务合同的履行	130
案例分析	131
复习思考题	134
 第6章 谈判成交点预测的方法	135
6.1 预测对象基量的选择	135
6.1.1 预测对象基量的确定	136
6.1.2 预测对象基量选择的原则	136
6.2 测定成交点的模式	137
6.2.1 单因素预测模式	137
6.2.2 复合(组合)因素预测模式	139
6.2.3 基础计算加调节的预测模式	141
6.2.4 加权平均预测模式	144
6.3 预测模式的原则内涵	145
6.3.1 预测原则内涵的意义	145
6.3.2 预测原则内涵的指导作用	146
案例分析	146
复习思考题	148
 第7章 合同条款谈判预测方法的应用	149
7.1 合同条款的结构和特征	149
7.1.1 合同条款的结构	149
7.1.2 合同条款的特征	154
7.2 合同条款谈判的预测	156
7.2.1 正文条款谈判的预测	157
7.2.2 附件条款谈判的预测	166
案例分析	171
复习思考题	173

第 8 章 价格条件谈判成交点预测方法的应用	174
8.1 单项商品交易价格谈判的预测	174
8.1.1 橡胶产品交易价格谈判的预测	174
8.1.2 水泥交易价格谈判的预测	176
8.2 技术商品交易价格谈判的预测	177
8.2.1 专有技术交易价格谈判的预测	177
8.2.2 专利技术交易价格谈判的预测	182
8.3 商标或标牌许可证交易价格谈判的预测	185
8.3.1 从受让方的角度预测	186
8.3.2 从许可方的角度预测	187
8.4 服务价格谈判的预测	188
8.4.1 技术指导费谈判的预测	188
8.4.2 咨询费谈判的预测	190
8.5 成套工程价格谈判的预测	192
8.5.1 成套工程谈判成交点预测的特征	192
8.5.2 成套工程谈判成交点预测的方法	192
案例分析	193
复习思考题	197
 第 9 章 商务风险的规避	 198
9.1 商务活动的风险分析	199
9.1.1 政治风险	199
9.1.2 市场风险	200
9.1.3 技术风险	204
9.1.4 素质风险	206
9.2 商务风险的预见与控制	207
9.3 规避风险的手段	209
案例分析	213
复习思考题	214

第 10 章 商务谈判队伍的组织	216
10.1 商务谈判人员的素质	216
10.1.1 知识素质	217
10.1.2 心理素质	219
10.1.3 仪态素质	220
10.1.4 谈判技能素质	221
10.1.5 礼仪素质	222
10.1.6 身体素质	222
10.2 谈判领导人员的素质	223
10.3 翻译人员的素质	224
10.4 谈判队伍的组织与管理	227
10.4.1 组织规模	227
10.4.2 授权	229
10.4.3 协调与控制	230
10.4.4 激励	231
案例分析	231
复习思考题	233
附录 A “商务谈判”课程测试题及参考答案	234
附录 B 商务谈判常用词汇英汉对照表	273
参考文献	288

第1章

商务谈判概述

本章学习要点

- 1 商务谈判的概念与特点
- 2 谈判是“合作”与“冲突”的对立统一
- 3 谈判利益界限分割图
- 4 商务谈判的基本模式 APRAM
- 5 商务谈判的种类
- 6 原则式谈判
- 7 树立正确的谈判意识
- 8 如何尽量扩大总体利益
- 9 商务谈判的基本原则
- 10 谈判议题整合法

1.1 商务谈判的概念和特点

1.1.1 对谈判的认识

时代的车轮已经驶入 2012 年。由于信息化时代的到来，世界正变得越来越小，国际间的交往日益频繁。我国的改革开放政策和现代化建设所取得的巨大成就及其广阔的市场吸引着各国的商人纷至沓来，中国人也越来越多地走出国门，把生意做到了世界各地。在如今的商务活动中，不论是政府组织的建设项目，还是企业开展的技术引进或者是跨国投资、货物买卖、金融保险、国际运输、咨询服务等，都不可避免地需要中外双方对所筹划进行的业务进行磋商，以求达成双方都能接受的协议，这种磋商就是我们常说的商务谈判。

商务谈判是我们进行商务活动的一个极其重要的环节。它涉及有关项目合作和交易的内容、价格、义务、责任和其他的条件，都必须通过谈判来确定。双方通过谈判取得的协议具有法律约束力，不能轻易改变。所以谈判的结果如何，将直接关系到双方的利益。因此，总

结商务谈判的经验教训,研究商务谈判的规律,探讨谈判技巧的正确运用,妥善处理谈判中出现的各种问题,是开展商务活动的一个重要方面。了解和掌握商务谈判的原则、方法,善于运用谈判技巧、谈判艺术处理复杂的商务活动,这是从事商务经济工作的基本要求。

1. 什么是谈判

“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到有关谈判的活动,只不过没有明确地意识到而已。谈判是一项充满智慧、勇气、艺术和技巧的人类活动,并不一定非得发生在政治圈和商场上。你可能没有想到,家庭主妇在菜市场上和小贩讨价还价是一种谈判;当你谈恋爱摆平情敌时也需要谈判;当某学生在考试不及格,想找老师求情时,也需要掌握一些谈判技巧,只有这样胜算才会比较大。所以,谈判并不只是那些高高在上的官员的义务,也不再只是那些在商场上打拼的大老板们的权利,每个人在生活中或多或少都会碰到需要和人家“谈一谈”的时候。

比如,当你要买一辆漂亮的山地自行车的时候,你希望用最低的价钱买到最漂亮的车子,而自行车店的老板却想尽办法要从你口袋中掏出尽可能多的票子来。这时,你应该怎样解决你们之间的利益冲突呢?能否既让自己不吃亏,又让商店的老板把最好的车子卖给你呢?

在国际贸易中,美国动不动就骂日本人以不公平的非关税壁垒限制美国商品在日本销售。日本人则反过来怪美国人自己没有本事制造优良产品,还把自己的无能怪到别人的头上。近几年,中国的商品在美国及欧洲市场上也屡遭限制销售。例如,2011年9月11日美国总统奥巴马决定,对从中国进口的所有小轿车和轻型卡车轮胎实施为期3年的惩罚性关税。对从中国进口轮胎实施的惩罚性关税税率第一年为35%。另外,截止到2011年8月22日,由于配额已满,中国纺织品无法进入欧洲市场。总共有7500万件中国纺织品滞留在欧洲各国海关;其中包括87万件T恤衫,5900万件羊毛衫,1700万条裤子,41万件女衬衫,124万件内衣,1.5吨亚麻,这些无法清关的商品总价值约为5亿美元。在北京饭店顶层的宴会厅里,中国商务部部长和欧盟贸易委员举行了秘密会晤。经过长时间的谈判后,双方签署了“中欧纺织品贸易协定”。根据协定中国10类纺织品继续按照配额限制出口欧盟。然而协议刚刚生效70多天,就出现了7000多万件中国纺织品压港欧洲。如果你是其中一方的代表,那么又应该如何解决你们之间的纷争呢?

我们所处的世界充满了冲突和竞争,没有一个人能够避开这些冲突竞争。然而有的人能处理得很好,有的人却无能为力。有的人在冲突之中往往放弃争取自己权益的机会,自动缴械投降,成为牺牲品;有的人却能利用环境借力使力,占尽优势;有的人拼命地想要规避冲突,却仍然逃不掉;有的人则信心十足地面对冲突,并且成功地满足了自己和他人的需要。

处理冲突的能力不但决定了我们能否解决纷争、渡过危机,也决定了我们能否在每天的生活中满足自己的需求。更重要的是,成功解决冲突可使我们更能敏感地体察自己和别人的需要,以更富创造力的心灵来提供解答,更具信心地面对难关与挑战,使我们有一个更有尊严,更强有力,更加活泼激昂的生命!

但是,要怎样才能成功的化解冲突,成为一个冲突的赢家呢?

通常,解决冲突的方法有两种。一种是使用暴力,古今中外的成千上万场战争即是如此。现代人为了争取选票,用拳头在立法院比大小。或是商场为了争取顾客而进行的价格大战,等等。这种硬碰硬的暴力手段虽然有时可以迅速分出胜负,暂时解决问题,但是它的代价却很高昂。而且,就算胜利的一方最后终于把冲突压了下去,落败者的怨恨和耻辱却不易消除,随时可能掀起另一场冲突。例如,莎士比亚《王子复仇记》的故事和20世纪90年代全国著名的郑州商城之间的价格大战等都是典型的事例。

1990—1997年,以二七纪念塔为中心的亚细亚、紫百、郑百、商城、商业大厦(以下简称商业)、华联展开了狂热的价格大战。亚细亚的超前经营模式给其他商场带来了巨大的压力,于是五大商场的老总当年扯起了“联谊”大旗。面对实力大过自己几倍对手封杀,亚细亚最终选择了鱼死网破的决斗。其所发动的一次让利50万元的大销售,引发惨烈的价格激战。当时,亚细亚商场总经理王遂舟手持对讲机发出命令,同类商品只要发现其他对手价格低,马上调价。而后,紫百也出奇招,实行同类商品比价退差。紧接着,商业、华联等全部卷入了价格漩涡,从单一商品到单一品类商品,再到所有商品。激战结果是全体崩盘,任何事物的发展定律都是由“起因、高潮、结果”这三部分组成的。郑州商战也不例外,第一次商战的结果是十分惨烈的。1997年亚细亚遭遇了资金链断裂,大门被供货厂家代表围堵,要求清偿货款。而其余五大商场的日子也好不到哪里,都遭遇过不同程度的围堵。紫百为新建的大楼背负了3亿元巨债,至今也没能剥离;其余四大主力商场也已全部退出主流市场,几乎全是靠租赁在艰难度日。2005年春,亚细亚与来自南京的五星电器签下租赁合同,出租最后两层经营场所。至此,中国现代商战的挑起者和里程碑——亚细亚,终成历史。

所幸的是,人类寻找出了另一种解决冲突的方法,那就是本书的主题——谈判。

当然,谈判是需要勇气,需要学习和训练的。但是,踏出第一步并非像你所想的那么困难,那么可怕。通过学习,你将会发现谈判就发生在我们的周围,俯拾即是。所以,竖起你的耳朵,睁大你的眼睛,通过努力学习、观察和思索,你会发现自己不知何时也变成谈判高手了。好好地享受它吧!

2. 谈判的概念

那么什么是谈判呢?

按照最一般的认识,谈判是指人们为了协调彼此之间的关系,满足各自需要,通过协商而争取达到意见一致的行为和过程。

美国谈判学会会长,著名律师杰勒德·I·尼尔伯格(Gerard I. Niernbeg)在《谈判的艺术》一书中所阐明的观点更加明确,他说:“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和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。只要人们为了改变相互关系而交换观点,只要人们为了争取一致而磋商协议,他们就是在进行谈判。”“谈判通常是在个人之间进行的,他们或者是为了自己,或者是代表着有组织的团体。因此,可以把谈判看作人类行为的一个组成部分,人类的谈判史同人类的文明史

同样长久。”

谈判大师赫伯·寇恩（Herb Cohen）说：“人生就是一大张谈判桌，不管喜不喜欢，你已经置身其中了！”就连初生的婴儿在肚子饿了时也会用哭声谈判寻求果腹。

在古代社会，当国际间、民族间发生各种冲突时，古人首先还是寄希望于和平解决相互之间的争端，即使以武力来解决，在这之前也往往有外交接触和谈判。如古代印度的《摩奴法典》就主张：“国际生活中最复杂的问题，应首先经外交途径求得解决，武力则应退居第二位。”我国的《战国策》也说，处理国际争端，应该“式与政而不式于武”。三国时期蜀国丞相诸葛亮说服东吴联合抗魏的历史故事非常生动地记载了一个优秀谈判家的一席话往往可以胜过千军万马，左右数国的局势。在当代，以色列和埃及之间武力冲突也是靠着多次谈判，最后终于在戴维营的协议中，将和平带到那曾经饱受战乱的土地上。在两伊战争中，最后也是通过谈判取得和平的。

3. 谈判的作用

人类社会进入近代以后，由于资本主义制度的确立，生产力迅速发展，国际交往日益密切，国际贸易不断扩大，各种领域里的磋商谈判越来越多地发挥了十分重要的作用。例如，在美国独立战争时期，杰出的外交家富兰克林出使法国，利用英法之间的矛盾，与法国进行了将近 10 个月的谈判，签订了同盟条约和通商条约，法国开始向英国宣战，在国际上孤立了英国。如果没有富兰克林的出使谈判，就不会有美军的迅速胜利，这场谈判对美国独立战争的最后胜利所起的作用是难以估量的。现代一些著名政治家、外交家往往同时也是谈判大师，由于他们的谈判艺术高超，使谈判在处理复杂政治事务中发挥了重要的作用，如丘吉尔、罗斯福、基辛格都留下了脍炙人口的谈判佳话。我国的周恩来同志，一生中主持了无数次谈判，如：西安事变、重庆谈判、和平共处五项原则谈判、中日中美恢复外交关系的谈判等，都表现了极其高超的谈判艺术，为世人所传颂。由此可见，人类的谈判史同人类的文明史同样长久。

然而，人类为什么要谈判呢？从本质上说，谈判的直接原因是参与谈判的各方都有自己的需要，或者是自己所代表的某个组织有某种需要，一方需要的满足可能会涉及和影响他方需要的满足，任何一方都不能无视他方的需要。因此，谈判双方参加谈判的主要目的就不能仅以追求自己的需要为出发点，而是应该通过交换观点进行磋商，共同寻找使双方都能接受的方案。例如，由发展中国家提供生产场地，发达国家提供先进技术，开办一个合资企业，发达国家方面的目的和需要可能是：利用技术上的优势，通过开办合资企业的形式，绕过世界贸易的障碍，开拓发展中国家广阔的市场或扩大原有市场份额，以期获得长期丰厚的利润。而发展中国家方面的目的和需要可能是：利用先进技术，提高本国的生产水平，获得丰厚利润从而积极争取出口，开拓国际市场。显然，双方的目的和需要既统一又矛盾。其统一性表现为双方要达到各自的目的，必须通过建立合资企业才能实现。其矛盾性表现为，发达国家方面提供技术的目的是要开拓发展中国家的市场，获得高额利润；发展中国家的主要目的是吸收外国先进技术，提高国内技术水平，积极发展出口，而不是单纯让出国内市场。由

此可见,没有市场,拥有先进技术的发达国家就不感兴趣,同样,没有先进技术,发展中国家就难以接受。对发展中国家来讲,是以市场换技术;对发达国家来讲,则是以技术换市场。这是谈判双方既统一又矛盾的利益关系。双方就是带着这种既统一又矛盾的需要和目的来参加谈判的。通过谈判,寻找双方都能接受的方案,使矛盾在一定的条件下达到统一。

因此,善于谈判的人可以运用机会和技巧,使冲突成为助力,化干戈为玉帛,在人生这张谈判桌上收获丰盛。而拙于谈判的人,则在人生这张谈判桌的边缘载浮载沉,沉溺在被环境或别人欺压的无尽苦海之中。

对谈判的定义我们可以从以下几方面来理解和把握。

(1) 谈判双方之间必须有一定的关联。因为这种联系促使他们走到一起来进行谈判。彼此毫无关系肯定不会、也不需要谈判。

(2) 谈判的直接原因是谈判双方都有自己的需要。并且,满足一方的需要会涉及和影响他方需要的满足,任何一方都不能无视他方需要的满足。谈判双方之间各自的需要既统一又矛盾。

(3) 谈判双方之间各自需要的这种既统一又矛盾的关系,使得双方必须通过协商的方法来解决问题并求得一致意见,满足各自的需要。

(4) 谈判作为人的一种行为和活动,必然要涉及有关人的许多方面和领域。作为一个合格的谈判人员,不仅要精通谈判内容所涉及的专业知识,还要很好地认识和了解有关方面的各种知识。比如,政治、经济、外语、文化、社会习俗,等等。

(5) 谈判是一个过程,不仅指双方达成一致意见的一时一刻,还包括为谈判所做的准备与双方达成协议后的贯彻实施。因此,谈判是需要时间的,大型复杂的谈判更是如此。

1.1.2 谈判的特点

谈判作为人类社会的一种行业,具有以下几方面的特点。

1. 谈判是通过协调而达到一致的过程

谈判不是单纯追求自身利益需要的过程,而是双方通过不断的调整各自的需要而相互接近,最终达成一致意见的过程。这就是说,谈判是提出要求、作出让步、最终达成协议的一系列过程。例如,你在一个个体服装屋内买一件上衣,服装屋老板报价1 000元,而你却出价500元。老板将价格降到800元,而你却将价格提高到600元,最终双方以700元成交。在这场谈判中,双方都通过不断调整各自的报价而接近一致,最终在700元这一价格点上达成利益的平衡,即达成一致意见的过程。

利益上的平衡不等于利益上的平均。单方面的“让”与“取”都不能看做是谈判。

2. 谈判是“合作”与“冲突”的对立统一

通过谈判达成的协议应该对双方都有利,各方的基本利益从中都得到了保障,这是合作性的一面;双方积极维护自己的利益,希望在谈判中获得尽可能多的利益,这是谈判冲突性的一面。了解和认识谈判是合作与冲突的矛盾统一,对一名谈判者来说是非常重要的。这