

全国高等职业教育“十二五”规划教材·国际贸易专业



国际商务谈判 (第2版)

International Business Negotiation

(2nd Edition)

田玉来 主编 尚英奇 王芸 李玉华 副主编



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

全国高等职业教育“十二五”规划教材·国际贸易专业

国际商务谈判

(第2版)

田玉来 主 编

尚英奇 王 芸 李玉华 副主编

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书以培养应用型人才为目标,从国际商务谈判者的工作背景出发,在编写体例上采用任务驱动模式,把国际商务谈判设计了谈判基础知识、国际商务谈判概要、国际商务谈判准备、国际商务谈判过程、商务合同的签订、国际商务谈判主要技巧、国际商务谈判主要策略、国际商务谈判语言沟通、国际商务谈判礼仪和商务谈判风格十个任务。

本书理论精练,突出国际商务谈判实务,注重学生的操作能力和实践能力的培养。可作为高等职业院校国际经济贸易专业和工商管理类各专业的教学用书,也可作为企业营销与管理人员学习谈判知识的参考用书。

本书还配有教学参考资料包(包括电子课件、电子教案、配套试题、相关案例、参考答案),详见前言。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

国际商务谈判/田玉来主编. —2版. —北京:电子工业出版社,2013.1

全国高等职业教育“十二五”规划教材·国际贸易专业

ISBN 978-7-121-08786-8

I. ①国… II. ①田… III. ①国际商务—商务谈判—高等职业教育—教材 IV. ①F740.41

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第264149号

策划编辑:刘元婷

责任编辑:郝黎明 文字编辑:裴 杰

印 刷:北京天宇星印刷厂

装 订:三河市鹏成印业有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本:787×1092 1/16 印张:16 字数:409.6千字

印 次:2013年1月第1次印刷

印 数:3000册 定价:28.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 zlt@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010)88258888。

出版说明

高等职业教育是我国高等教育和职业教育的重要组成部分,在我国现代化建设中具有重要的战略地位。近年来,我国高等职业教育迅速发展,为社会培养了大批高等应用型专门人才,满足了社会和经济发展的需要。

为了贯彻和落实教育部 16 号文件精神,适应我国职业教育对“国际贸易专业”新型教材的需要,电子工业出版社于 2007 年 11 月在上海召开了“全国高等职业教育国际贸易专业规划教材编审研讨会”,确定了本套国际贸易专业系列教材。

本套教材的主编多是所在院校的领导和业务骨干,其中不乏国家级和省、市级科研或教研项目的负责人和参与者,全国性或地区性专业学会会员以及既有丰富教学经验又有丰富实践经验的“双师型”教师,教材出版后受到了广大师生的认可和好评。

近年来,随着各个高职院校教学及课程的深入改革所取得的成就,对高等职业教育教材提出了新的要求,在此情况下,电子工业出版社再次对本套教材进行全面修订,修订后的教材有以下特点。

(1) 教材内容和体系力图体现教育部 16 号文件“工学结合”精神,突出教学过程的实践性、开放性和职业性,强化对高职学生职业能力的培养。

(2) 教材内容兼顾学历课程与职业资格应试要求,融“教、学、做”为一体,以“工学交替”、“任务驱动”、“项目导向”的形式,按岗位工作流程和需要进行编写,以便有职业资格证书专业的毕业生在毕业时顺利取得“双证书”。

(3) 教材中适当引用与教材内容贴切的实际案例,通过案例教学和实训操作,缩短学生校内学习与实际工作的距离,提升高职学生的岗位竞争能力。

(4) 教材配有丰富的教学资源,为高职师生的教和学提供方便和帮助。教学资源主要包括教学所需的电子教案、课程教学建议和习题参考答案等。利用教学资源,可为课程教学安排提出指导性意见,减轻教师的备课负担,解决教师在组织教学资料方面遇到的困难;精美、形象的电子教案也有利于学生更好地理解教材内容,提高学生的学习兴趣。

我们相信,修订教材的出版对于高等职业教育的改革与发展以及高等职业专业人才的培养将起到积极的推动作用。对于教材中所存在的不尽如人意之处,将通过今后的教学实践不断地进行修订、完善和充实,以便更好地服务于高等职业教育事业。

电子工业出版社 职业教育分社

2012 年 11 月

第2版前言

国际商务谈判是商务知识、谈判知识以及复杂语言文化背景的交叉学科，是一门科学性与艺术性有机结合的实用性很强的学科。

本书此次修订在编写体例上采用任务驱动模式，力求使学生通过综合学习和训练，掌握谈判基础知识，并具备一定的谈判能力，为毕业后从事商务工作奠定基础。本书此次修订突出了以下特色。

1. 能力培养体系。本书作者在多年丰富的教学实践基础上，结合高等职业教育的特点和培养学生的模式，通过丰富的教学内容，形成了以培养学生能力为主的综合性内容结构体系。具体包括：

- ◆ 项目目标——包括学习目标和技能目标，使学习和训练的重点更具有针对性。
- ◆ 任务引入——通过对任务的思考，激发学生探索知识的欲望。
- ◆ 相关知识——根据任务要求介绍谈判知识。其中穿插了案例链接、实践活动和资料，引导学生进行思考，提高其分析问题的能力和动手能力，并拓展视野。
- ◆ 任务总结——通过简短的语言叙述，帮助学生提高语言概括能力。
- ◆ 思考与讨论——精心设计一些问题，巩固学习的内容。
- ◆ 案例分析——根据每一任务要求而设计的综合案例，在强化知识的同时，训练学生分析问题和解决问题的能力。
- ◆ 综合实训——通过这些实训，使学生在掌握本任务的同时，提高其谈判能力。
- ◆ 项目综合练习——在每个项目后设置了综合型习题，包括名词解释、单项选择题、多项选择题、填空题、简答题和案例分析。通过大量的习题升华所学的知识内容，提高谈判能力。

2. 内容通俗实用。考虑到学生阅读特点，编者从学生的实际需求出发，在文字表述上做到语言深入浅出，在编写过程中运用了大量的实例和表格说明问题。

3. 教学资源丰富。本次修订后为了方便教学，可以向授课老师提供丰富的教学资源，包括电子课件、电子教案、配套试题、相关案例和参考答案，请有此需要的教师登录华信教育资源网（www.hxedu.com.cn）下载。

本书由齐齐哈尔大学田玉来担任主编，尚英奇、王芸、李玉华担任副主编，曲世卓、王学宝和孙玉琢老师参与了编写。编者具体分工为：李玉华编写了项目一，王芸编写了项目二中的任务一和任务二，曲世卓编写了项目二中的任务三，王学宝编写了项目三中的任务一，田玉来编写了项目三中的任务二，孙玉琢编写了项目三中的任务三，尚英奇编写了项目四。全书由田玉来编写提纲并负责统稿，于翠华老师主审。

本书融入了编者多年的教学经验和成果，在教材编写中还参阅了大量的文献资料、经典著作和学者们的专著、教材，特附参考文献于后，谨对作者表示诚挚的谢意！同时对第一版的编写者李玉萍、王江山和李福刚等老师对本教材所作出的贡献表示衷心的感谢！由于编者的水平有限，本书的不足和缺点在所难免，我们恳请各位专家和读者们的批评和指正。

编 者

2012年8月

第1版前言

随着我国在国际市场上的地位与作用日益扩大,国际交往和国际贸易的不断增多,国际间的谈判行为逐渐增加,如何掌握国际商务谈判的基本知识已经成为社会各界人士的迫切要求。毫无疑问,对国际商务谈判知识的了解和应用,是高职高专院校国际贸易专业和工商管理类专业学生的基本要求。我们根据高职高专的教育特点和培养学生的模式,并结合编者多年的教学经验编写了本书。在编写过程中对于国际商务谈判内容的取舍与安排上,力求理论联系实际,博采众长,并注意知识更新,充分吸收国内外实际的经验和最新成果。

国际商务谈判是商务知识、谈判知识以及复杂语言文化背景的交叉学科,是一门科学性与艺术性有机结合的实用性很强的学科。本书在编写内容的安排上,不但考虑到了学科的特点,而且注重对学生技能的培养。本书编写的特点如下。

1. 结构安排独具特色。全书共分三个部分,共10章。第一部分共4章,包括第1~4章,介绍了国际商务谈判原理;第二部分共5章,包括第5~9章,介绍了国际商务谈判艺术;第三部分为案例分析,包括第10章,精心选编了一些具有典型意义的案例,供读者选用。

2. 通俗实用。我们从读者的实际需求出发,在文字表述上做到语言深入浅出,在编写过程中运用了大量的实例和表格说明问题。

3. 突出能力培养。同时为了便于读者的学习和理解,在每个项目后设置了习题,包括名词解释、单项选择题、多项选择题、填空题、简答题和案例分析。每一章安排了实训题目,可供教师教学参考和学生锻炼谈判能力所用。通过大量的习题与实训来检验和实践所学的内容。

本书由齐齐哈尔大学应用技术学院田玉来担任主编,安徽工商职业学院李玉萍和丽水职业技术学院王江山担任副主编。上海中华职业技术学院的李福刚和齐齐哈尔大学的曲世卓、王学宝、孙玉琢参与了编写。编者具体分工为:田玉来编写第1、4、7章;李玉萍编写第3章;王江山编写第6章;李福刚编写第2章和第9章;曲世卓编写第8章;王学宝编写第5章;孙玉琢编写第10章。全书由田玉来编写提纲并负责统稿,由于翠华主审。

本书融入了编者多年的教学经验和成果,并参阅了大量的文献资料和经典著作,以及学者们的专著、教材,特附参考文献于后,谨对作者表示感谢!

由于编者的水平有限,本书的不足和缺点在所难免,我们恳请各位专家和读者们的批评和指正。

编 者

2008年4月

目 录

项目一 认知国际商务谈判	(1)
任务一 谈判基础知识	(1)
任务引入	(1)
相关知识	(2)
一、谈判的含义与特点	(2)
二、谈判的要素和类型	(4)
三、现代谈判理论	(11)
任务总结	(23)
思考与讨论	(23)
案例分析	(24)
综合实训	(25)
任务二 国际商务谈判概要	(25)
任务引入	(25)
相关知识	(26)
一、国际商务谈判的概念与特征	(26)
二、国际商务谈判的程序与模式	(28)
三、国际商务谈判的原则与风险	(32)
四、国际商务谈判的功能和评价标准	(37)
任务总结	(39)
思考与讨论	(40)
案例分析	(40)
综合实训	(42)
项目综合练习	(43)
项目二 把握国际商务谈判步骤	(47)
任务一 国际商务谈判准备	(47)
任务引入	(47)
相关知识	(48)
一、国际商务谈判的背景调查	(48)
二、国际商务谈判的组织准备	(57)
三、国际商务谈判的时空准备	(64)
四、国际商务谈判方案的制定	(67)
五、模拟谈判	(71)
任务总结	(73)
思考与讨论	(73)
案例分析	(73)
综合实训	(74)

任务二 国际商务谈判过程	(75)
任务引入	(75)
相关知识	(76)
一、开局阶段	(76)
二、报价阶段	(82)
三、磋商阶段	(88)
四、终结阶段	(93)
任务总结	(95)
思考与讨论	(96)
案例分析	(96)
综合实训	(99)
任务三 商务合同的签订	(99)
任务引入	(99)
相关知识	(100)
一、合同的形式	(100)
二、国际商务合同条款	(103)
三、商务合同的拟订和撰写	(108)
四、商务合同的履行和变更	(110)
五、商务合同陷阱	(111)
任务总结	(116)
思考与讨论	(116)
案例分析	(116)
综合实训	(118)
项目综合练习	(119)
项目三 运用国际商务谈判艺术	(127)
任务一 国际商务谈判主要技巧	(127)
任务引入	(127)
相关知识	(128)
一、排除障碍技巧	(128)
二、处理僵局技巧	(133)
三、价格谈判技巧	(137)
四、谈判成交技巧	(144)
任务总结	(149)
思考与讨论	(150)
案例分析	(150)
综合实训	(150)
任务二 国际商务谈判主要策略	(151)
任务引入	(151)
相关知识	(153)
一、国际商务谈判策略概述	(153)

二、常见的商务谈判策略	(155)
任务总结	(171)
思考与讨论	(171)
案例分析	(171)
综合实训	(172)
任务三 国际商务谈判语言沟通	(173)
任务引入	(173)
相关知识	(174)
一、商务谈判语言概述	(174)
二、商务谈判中有声语言的运用	(177)
三、商务谈判中行为语言的运用	(185)
四、商务谈判交往空间	(190)
任务总结	(191)
思考与讨论	(191)
案例分析	(191)
综合实训	(192)
项目综合练习	(193)
项目四 规范商务谈判人员行为	(200)
任务一 国际商务谈判礼仪	(200)
任务引入	(200)
相关知识	(201)
一、会面礼仪	(201)
二、商务谈判过程礼仪	(206)
三、宴请礼仪	(210)
四、馈赠礼仪	(215)
五、日常礼仪	(218)
任务总结	(220)
思考与讨论	(220)
案例分析	(220)
综合实训	(221)
任务二 商务谈判风格	(221)
任务引入	(221)
相关知识	(222)
一、谈判风格概述	(222)
二、部分国家商人的谈判风格	(227)
任务总结	(238)
思考与讨论	(238)
案例分析	(238)
综合实训	(240)
项目综合练习	(241)
参考文献	(246)



项目一 认知国际商务谈判

学习目标

- ▲ 掌握谈判的内涵
- ▲ 掌握谈判的构成要素
- ▲ 熟悉谈判的类型
- ▲ 熟悉国际商务谈判的特征

技能目标

- ▲ 会灵活运用谈判的需要理论分析谈判活动
- ▲ 深刻领会国际商务谈判的原则

任务一 谈判基础知识



任务引入

某大型食品公司准备建新产品线向某银行融资，双方代表已接触过几次，这次是在食品公司的会议室进行最后洽谈。公司代表说：“为了引进设备，我们以公司大厦作为抵押，希望以6.5%的年利率贷款1亿元，3年后一次性清偿本息。”

“根据我方估价，这个大楼不足以抵押贷款1亿元。”银行代表提出异议。

“我公司是你的老客户，一向信誉好，前几次贷款不是都如期归还了吗？”公司代表解释说，“这一次是因为要引进设备，资金不足，还请你给予照顾。”

银行代表终于妥协了，说：“只是这次贷款利率太低，时间太长，能否每年还一次，3次还清，利率按7.5%计算。”

公司代表说：“就按3次偿还，但是利率折中，按7%计算，好吗？”

又经过一番具体的讨论，双方终于达成了协议。

思考：

1. 谈判双方讨论了哪几项议题？你是如何看待谈判要素的？
2. 他们之间的谈判属于什么谈判类型？其特点是什么？



一、谈判的含义与特点

人类世界充满了谈判,人们通过谈判来寻求某种平衡,推进人类的文明和社会的发展。谈判涉及众多领域,其中随着商品经济的发展和经济活动的日益频繁,商务谈判已成为与人们日常生活及工作联系最紧密的活动之一。

(一) 谈判的含义

谈判有广义和狭义之分。广义的谈判,包括各种场合和各种形式下的交流、洽谈和协商;狭义的谈判,一般仅指正式场合下经专门安排而进行的谈判。

给谈判下一个准确定义是比较困难的,但是学者们还是从多个角度对谈判进行了描述和概括,世界著名学者对谈判的描述如表 1.1 所示。

表 1.1 世界著名学者关于谈判的描述

观点代表者	观点内容
美国谈判学会主席 杰勒德·I. 尼尔伦伯格	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,为了取得一致而磋商协议,他们就是在进行谈判
英国学者 P. D. V. 马什	所谓谈判是指有关各方面为了自身的利益,在一项涉及各方利益的事务中进行磋商,并通过调整各自提出的条件,最终达成一项较为满意的协议的一个不断协调的过程
法国谈判学家 克里斯托夫·杜邦	谈判是使两个或数个角色处于面对面位置上的一项活动。各角色因特有的分歧而对立,但他们彼此又互为依存。他们选择谋求达成协议的实际行动,以便消除分歧,并在他们之间创造、维持、发展某种关系
美国著名谈判咨询顾问 威恩·巴罗和格莱恩·艾森	谈判是一种双方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。其最终目的是要达成一项对双方都有利的协议
美国《哈佛谈判学》丛书主编罗杰·费希尔和副主编威廉·尤瑞	谈判是你从别人那里取得你所需要的东西的基本手段,你或许与对方有共同利益,或许遭到对方的反对,谈判是为达成某种协议而进行的交往

尽管学者们对谈判的文字表述不尽相同,但其内涵却包含了以下一些相近或相通的基本点。这些基本点是:

1. 谈判的目的性

谈判是建立在人们需要的基础上,只有各方的需要能够通过对方的行为满足时,才会产生谈判。需要包括的内容极为广泛,既有物质的,也有精神的。同时需要不仅是显现的,有时也是潜在的,许多情况下,需要发现、发掘。



2. 谈判的相互性

谈判是一种双边或多边的社会交往和互动过程,这种活动是一种交际活动,这就需要运用交际手段、交际策略来实现满足各自利益的目的。谈判中的沟通与交流是十分重要的,事实证明,许多谈判的失败或没有达到预期的效果,主要原因是沟通或交流不当。

3. 谈判的协商性

谈判是通过协调相互关系实现各自目标的行为方式。谈判不是命令或通知,不能由一方说了算。所以在谈判中,一方既要清楚地表达其立场和观点,又必须认真地听取对方的陈述和要求,并不断地调整对策从而增进了解、缩小分歧、达成共识,这就是彼此之间的协商或磋商。



案例链接

格蒂是美国的一位大富豪,是格蒂石油公司的老板。密勒是他手下的一名主管,负责监督洛杉矶郊外的一片油田。此人勤奋、诚实、懂行,在格蒂眼中,“他的薪水跟他所负责的责任相符”。但格蒂每次到油田查看钻探现场时,总会发现工作效率不高,如经费失控、工序脱节、后勤保障不到位等。格蒂认为,症结在于密勒热衷于坐在洛杉矶的办公室里进行遥控指挥,很少亲临现场监督作业情况,没有很好地行使监督人员的职责。于是,他决定跟密勒进行“男人与男人的谈话”。

为使谈判达到预定的目的,格蒂做了认真的准备,自以为对密勒了如指掌,便气势夺人地跟他摊牌:“我认为你的工作方式还有不少需要改进的地方,我只在现场待了一个小时,便发现有好多地方需要改进,坦率地说,我不懂你为什么看不出来?”密勒回答说:“先生,您忽略了一点,脚下踩的是你自己的油田,油田的一切都跟您有直接的利益关系,这就使您眼光锐利,容易发现问题,至于解决办法当然多的是!可是工地上有谁会像您一样认为呢?”格蒂没有想到密勒另有理由,他只得说“让我考虑考虑”,暂停了谈话。

第二次,格蒂干脆利落地亮出底牌说:“假如我把这片油田交给你,利润按9:1分享,不再给你薪金,你看怎么样?”

密勒考虑了一会儿说:“我会同意这种分配方式,但我想得到我应得的利润。”“那么请你开个价。”格蒂谨慎地说。“格蒂,你做了基础投资,但管理是我一个人做的,所以,至少应按8:2分享利润。”密勒坚定地说。“好吧,让我们共同来做一个实验。”格蒂边说边伸出了手。“你不会吃亏的。”密勒也伸出了手。

协议达成,变化立即出现。密勒开始真正关心降低费用和提高产量等问题。用一种不同的眼光看待油田作业,以前的工作效率低、人浮于事的现象有了根本的改观。经过密勒的不断努力,油田的产量不断提高,费用在逐渐下降。

格蒂嘴上说做个试验,心里却想“吃小亏占大便宜”。他耐着性子等了两个多月之后,带着挑剔的目光来到油田。他仔细查看了作业情况,却找不出什么毛病,最后,他信服地对密勒表示,油田状况令他十分满意。就此开始了两个人长久的合作。

综上所述,所谓谈判是指各方当事人在一定的条件下,为了满足各自需要而相互协商的过程。

(二) 谈判的特点

从前面关于谈判定义的叙述,我们可以归纳出谈判具有下列特点。



1. 谈判具有普遍性

谈判广泛存在于各个领域。从国家、政党之间的政治、军事活动,到民间经济主体之间的商业交往,到家庭成员之间的纠纷,谈判遍及社会的各个角落。参与谈判也不只是国家领导人和企业主管的专利,各种组织及个人都有可能参与谈判活动。

2. 谈判具有行为性

谈判是人的理性行为。谈判无论在国家之间、组织之间进行,还是在个人之间进行,参与谈判活动的都是具体的人。人都有自己的思想、情感、爱好、性格、价值观、欲望、需要等,这些因素可以引发人的动机,而动机又支配和影响人的行为。谈判就是各方不断调整各自需要,最终达成一致的过程。

3. 谈判既有合作性,又有竞争性

谈判的前提是参与者都有尚未被满足的欲望和需要,而需要和渴望需要得到满足正是谈判的基础,要想通过对方使自己的需要得到满足,就必须把谈判当做参与各方合作的过程。谈判的目标不是一方得到所有利益,而是参与各方都感到自己有所收获,这样才能达成协议。同时,谈判还具有冲突性,即谈判各方希望在谈判中获得尽可能多的利益,为此各方要进行积极的讨价还价,交换条件,采取恰当的谈判技巧,因此谈判也是各方实力的较量,具有很强的竞争性。了解和认识谈判的双重性,对于谈判者制定谈判的战略方针,以及选择和运用谈判策略和技巧有十分重大的意义。

4. 谈判是一种信息交流过程

谈判各方由于各自的条件不同,所掌握的信息也不相同。在现代信息社会中,谈判本身就是一种“信息战”,是通过信息的“进攻”和“防御”来完成的。可以说信息活动贯穿于整个谈判过程。

5. 谈判成功的标志是达成协议

谈判的结果可能是协议达成,也可能是协议未达成。我们一般称协议达成的谈判是成功的谈判。一个成功的谈判所达成的协议必定是互惠的,但不一定是对等的。



实践活动

要求学生收集,整理日常的社会联系中所遇到的有关“谈判”的实例,了解谈判的特点,老师组织学生交流。

二、谈判的要素和类型

(一) 谈判的要素

谈判的要素是指构成谈判活动的必要因素。没有这些要素谈判就无法进行。不论何种谈判,谈判通常由谈判当事人、谈判议题、谈判背景三个要素构成。

1. 谈判当事人

谈判当事人又叫谈判主体,是指谈判活动中有关各方的所有参与者。谈判主体具有主观能动性和创造性,在谈判中起着至关重要的作用。谈判的主体可以是自然人,也可以是一个团体;他们可以代表谈判人员的自身利益,也可以代表一个组织、一个地区或一个国家的利益。从谈判组织的角度看,谈判当事人一般有两类: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，也就是出席谈判、上谈判桌的人员。一线当事人，除单兵谈判外，通常还包括谈判负责人、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，但是对谈判起着重要的影响。他们一般包括该项谈判主管单位的领导和谈判工作的辅助人员。

2. 谈判议题

谈判议题又叫谈判客体，它是指在谈判中双方要解决的问题，是谈判者利益要求的体现。谈判议题是谈判活动的中心，没有谈判议题，谈判活动就无法进行。可以构成谈判议题的对象极为广泛，一切涉及利益的问题都可能成为谈判议题。谈判的客体必须受以下三个基本条件的约束：

(1) 具有共同性。谈判的议题必须是谈判各方共同关心并希望得到解决的，否则就不能成为谈判的议题。

(2) 具有可谈性。对谈判各方来说应解决的问题要时机成熟，如果时机不成熟，即使各方都关心并希望解决的问题，也不能拿到谈判桌上讨论。

(3) 具有合法性。谈判议题应符合有关的法律规定。有些贸易活动是各国法律明文禁止的，如走私弹药、毒品、国家保护文物等，不能就这些活动进行谈判，所以谈判的议题必须在法律所允许的范围内。

3. 谈判背景

谈判背景是指谈判所处的客观条件。任何谈判都不可能孤立地进行，必然处在一定的客观条件下并受其制约，谈判的背景对谈判的发生、发展、结局都有重要的影响，是谈判不可忽视的要件。谈判背景主要包括：谈判信息、谈判时间、谈判地点。

(1) 谈判信息。谈判信息是进行谈判决策的重要依据。离开了全面、准确、及时的信息，谈判者便无法制定谈判策略，主谈者便无法找准最佳切入点，就难以取得谈判的成功。知己知彼是任何谈判者必备的。

(2) 谈判时间。谈判时间也是构成谈判活动的重要因素。它对谈判活动的影响有以下两个方面：一是谈判时限。谈判有无时间限制，对参加谈判的人员造成的心理影响是不同的。如果谈判有严格的时间限制，即要求谈判在短时间内完成，会给谈判人员造成很大的心理压力，会影响谈判的结果。二是谈判时间。一般来说，谈判者应当以能使自己取得最佳谈判结果作为选择谈判时间的标准。例如，身体不适时不宜安排谈判，连续工作或过度疲倦时也不宜安排谈判。

(3) 谈判地点。谈判地点会对谈判者的心理环境产生影响，因此对谈判的效果也有一定的影响。有利的地点、场所能够提高己方的谈判地位和增强谈判力量；不利的地点、场所则会影响谈判者的情绪和能力的发挥。

上述是构成谈判活动的三个基本要素。对于任何谈判来说，这三个要素都是不能缺少的。三个基本要素的关系见图 1.1。

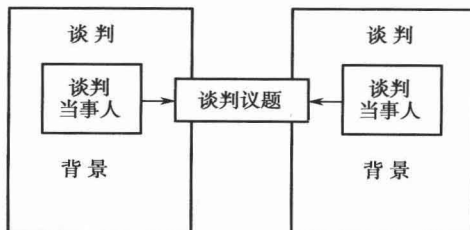


图 1.1 谈判要素示意图



案例链接

美国著名谈判大师荷伯·科恩,年轻时曾受一家经营外贸业务公司雇用。他记述了初次到日本谈判时因时限泄露而任人摆布的经过。

上司终于同意了我的请求。一周之后,我乘上去东京的飞机,参加为期14天的谈判。我带了介绍日本人的精神和心理的方面书籍,我一直对自己说:“一定要把这桩买卖做好。”飞机在东京着陆了,我快速地走下舷梯。舷梯下有两位日本代表热情地迎接我,并向我客气地躬身敬礼,我很高兴。两位日本人帮我顺利地通过了海关,然后陪我坐上一辆大型豪华轿车,舒舒服服地倚在锦绒座背上,我非常感激他们。在轿车行驶途中,其中一位主人用英语问道:“请问,你懂这儿的语言吗?”我答道:“你是指日语吧?”他说道:“对,就是我们日本语言。”我说:“噢,不懂,但是我想学几句,我随身带了一本字典。”他的同伴问道:“你是否关心你返回的乘机时间?我们可以安排车子送你到机场。”我心里想:“多么体谅别人呀!”我从口袋里掏出返程机票给他们看,以便让他们知道什么时间开车送我到机场。当时我并不知道他们因此而了解了我的截止期,而我却不知道他们的截止期。他们没有立即开始谈判,而是先让我领略一下日本的文化,我的游览花费了一周多的时间,从天皇的宫殿到京都的神社,他们甚至给我安排了一次坐禅英语课,以便学习他们的宗教。每晚他们都会用4个半小时的时间陪着我进餐和欣赏文艺节目。每当我要求开始谈判时,他们总说:“有的是时间,有的是时间,别着急。”直到第12天,谈判总算开始了,但又提前结束,以便打高尔夫球。第13天又开始谈,又是提前结束,因为要举行告别宴会。最后在第14天的早上,我们才恢复了认真的谈判,正当我们深入到问题的核心时,轿车开来了,要接我去机场。我们全部挤进车里,继续商谈条款,正好轿车到达飞机场时,我们达成了交易协议。

这次谈判谈得怎么样?显而易见,匆忙中签订的协议,自然是对日本人有利。多少年来,科恩的上司一直把这次谈判看作“日本人自从珍珠港事件后的第一个重大胜利。”

(二) 谈判的主要类型

谈判客观上存在着不同的类型。认识不同的谈判类型目的是根据其不同特征和要求更好地参与谈判和采取有效的谈判策略。对谈判类型的正确把握是谈判取得成功的起点。

1. 按参加谈判的人数划分

按参加谈判的人数划分,可以将谈判分为单人谈判和小组谈判。

(1) 单人谈判。也称一对一谈判,是指谈判各方只派一名代表出席的谈判活动。单人谈判有以下优势:一是谈判规模小,在谈判工作的准备、地点和时间的安排上可以灵活变通;二是谈判双方既利于沟通,也有利于保密、封锁信息;三是谈判方式可以灵活选择,谈判气氛也比较活跃;四是谈判者就是全权代表,拥有较大的决策权力,给谈判人员协调解决各种问题提供了便利。不过单人谈判有以下缺陷:一是单独做出决策,谈判者面临的压力较大;二是一个人要同时应付多方面的问题,尤其是一些复杂的谈判,谈判者会力不从心;三是无法使用小组谈判的某些策略。因此,许多谈判专家认为,单人谈判是最简单,同时也是最困难的谈判。



(2) 小组谈判。小组谈判是指谈判各方由两个以上的人员参加谈判的形式。它适用于正式的、较大规模的谈判场合。小组谈判有以下优势：一是小组成员各司其职，取长补短；二是小组成员可以集思广益，寻找更好的对策和方案；三是可以运用各种谈判策略和技巧，发挥团队优势；四是分散谈判对手的注意力，可以大大减轻个人的压力。但小组谈判的内部协调是一个需要注意的问题，要防止内部出现意见和策略的分歧。

2. 按参加谈判的利益主体数量划分

按参加谈判的利益主体数量不同划分，可以将谈判划分为双边谈判和多边谈判。

(1) 双边谈判。双边谈判是指谈判中参与的利益主体数量为两个，比如两个公司之间的贸易谈判等。双边谈判中因为双方利益关系比较明确具体，也比较简单，所以比较容易达成一致意见。

(2) 多边谈判。多边谈判是指参与的利益主体数量在两个以上，比如多国间的贸易谈判以及多个公司之间的贸易谈判等。显然，在多边谈判中，各方之间的利益关系较为复杂，意见难以协调一致。

3. 按谈判举行的地点划分

按谈判举行的地点划分，可以将谈判分为主场谈判、客场谈判和中立地谈判。

(1) 主场谈判。主场谈判是指某一谈判方以东道主身份在自己所在地进行的谈判。主场谈判有以下优势：一是己方谈判人员对于主场的环境较为熟悉，不会存在对语言、气候、饮食、文化等方面的不适应；二是己方可以通过谈判议程的安排来掌握谈判的主动权；三是己方沟通信息相对便利，比如针对谈判出现的问题，谈判人员可以及时向上级请求汇报并取得指示。当然主场谈判也有不足，如要接待客户就要支付较大的谈判成本，或容易被对方了解虚实、攻破防线等。

(2) 客场谈判。客场谈判是指谈判人员到对方所在地进行的谈判。客场谈判在天时、地利、人和方面不拥有优势，因此会面临较大的困难。这就要求参加客场谈判的谈判人员具有较强的适应能力和应变能力，以应对客场谈判中出现的复杂局面。

(3) 中立地谈判。中立地谈判也叫第三地谈判，是指在谈判双方所在地以外的其他地点进行的谈判。

在中立地进行谈判，对谈判双方来说没有主宾之分，为双方平等地谈判创造了条件。当然，采用中立地谈判也有不足，主要是不利于双方实地考察、了解对方的状况等。

4. 按谈判的透明度划分

按谈判的透明度划分，可以将谈判分为公开谈判和秘密谈判。

(1) 公开谈判。公开谈判是指谈判的议题、地点、时间、参加谈判人员及谈判过程都向外界公开的谈判。当然公开谈判不是说谈判双方的信息全部公开，没有一点秘密。实际上谈判双方各自获取的“情报”和各自的策略都是向对方保密的。

(2) 秘密谈判。秘密谈判相对公开谈判而言，是指谈判的议题、地点、时间、参加谈判人员及谈判过程不向外界公开的谈判。

小资料

下面几种情况发生时可以考虑采用秘密谈判：

(1) 有关谈判的信息和结果会对双方或其中一方的现状和利益构成冲击或引起混乱。
例如有关企业兼并的谈判常采用秘密谈判方式。



(2) 公开谈判信息会给谈判过程带来不必要的干扰。例如国际上曾对某国实施贸易制裁, 该国为了本国的利益不得不与一些国家进行秘密的贸易谈判。

(3) 谈判参与方对谈判过程和结果比较难于把握, 为避免谈判万一破裂引起不利影响。

(4) 公开谈判信息和结果会影响与其他交易伙伴的关系。例如在商务谈判中, 有时候对某一个客户给予一定的价格优惠, 而又不希望其他客户照此仿效, 常采用秘密谈判方式。

5. 按谈判的方式划分

按谈判的方式划分, 可以将谈判分为口头谈判和书面谈判。

(1) 口头谈判。口头谈判是指当事人各方直接用口头语言方式进行的谈判方式, 它分为面对面对谈判和电话谈判。

面对面对谈判就是谈判各方直接地、面对面地就谈判内容进行的沟通、磋商和洽谈。在所有谈判类型中, 面对面对谈判是最古老、应用最广泛、最频繁的一种方式。面对面对谈判的优点是: 具有灵活性; 谈判的方式比较规范; 谈判的内容比较深入细致; 有利于双方建立长期的贸易伙伴关系。面对面对谈判也有费用高、决策时间短和容易被对方了解谈判意图的缺陷。

电话谈判就是借助电话通讯手段进行沟通信息、协商、寻求达成交易的一种谈判方式。电话谈判的优点有: 成本低; 可以控制信息流量; 容易避免尴尬的场面等。缺点有: 重要的事情往往被忽略; 有马上被结束通话的压力; 容易分神。

(2) 书面谈判。书面谈判是指当事人各方运用函电、互联网等方式进行的谈判。最常见的两种书面谈判是函电谈判和网上谈判。

函电谈判是指通过邮政、电传、传真等途径进行磋商, 寻求达成交易的书面谈判方式。它的优点有: 方便、准确; 有利于谈判决策; 材料齐全、有据可查; 省时、成本低; 双方精力集中等。它的不足是: 有文字沟通可能出现词不达意的情况, 容易造成谈判各方产生不同的解释, 引起争议和纠纷; 无法通过观察对方的语态、表情及习惯动作来判断对方的心理活动, 从而难以运用谈判技巧; 双方缺少情感交流。

小资料

函电谈判中的五个环节

询盘 (Inquiry): 又称询价, 是指交易的一方为购买或出售某种商品, 向对方发出的探询交易条件的过程。其内容可繁可简, 可只询问价格, 也可询问其他有关的交易条件。询盘对买卖双方均无约束力, 接受询盘的一方可给予答复, 亦可不做回答。但作为交易磋商的起点, 商业习惯上, 收到询盘的一方应迅速做出答复。

发盘 (Offers): 也称报盘、发价、报价。法律上称之为“要约”。发盘可以是应对方询盘的要求发出, 也可以是在没有询盘的情况下, 直接向对方发出。发盘一般是由卖方发出的, 但也可以由买方发出, 称其为“递盘”。根据《联合国国际货物销售合同公约》第 14 条规定, “向一个或一个以上特定的人提出的订立合同的建议, 如果十分确定并且表明发盘人在得到接受时承受约束的意旨, 即构成发盘。一个建议如果写明货物并且明示或暗示地规定数量和价格或规定如何确定数量和价格, 即为十分确定”。发盘可分为实盘和虚盘。实盘 (Firmoffer) 是对发盘人有约束力的发盘, 也就是发盘人在一定期限内愿意