

高 职 高 专 规 划 教 材

外贸英语谈判

WAIMAO YINGYU TANPAN

李丹 朱香奇 编著



7-740.41
20131

P1

高职高专规划教材

外贸英语谈判

李 丹 朱香奇 编著



机械工业出版社

本书是针对商务英语专业外贸业务方向、国际贸易类专业“外贸英语谈判”课程而编写的。本书立足外贸业务领域所涉及的外贸谈判能力要求,以典型外贸谈判任务为载体,以工作过程为导向,将“外贸知识+谈判方法与技巧+英语口语”三者相结合,切实培养高职学生外贸谈判能力。

本书适合高等职业院校商务英语专业外贸业务方向、国际贸易类专业作为谈判课程教材,也适合外贸业务工作者以及外贸业务爱好者作为参考资料。

图书在版编目(CIP)数据

外贸英语谈判/李丹,朱香奇编著. —北京:机械工业出版社,2012.8
高职高专规划教材
ISBN 978-7-111-38989-7

I. ①外… II. ①李… ②朱… III. ①对外贸易—贸易谈判—英语—
高等职业教育—教材 IV. ①H31

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第178098号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:张亮 责任编辑:张亮

责任印制:张楠

北京振兴源印务有限公司印刷

2012年8月第1版第1次印刷

184mm×260mm·9.75印张·240千字

0001-3000册

标准书号:ISBN 978-7-111-38989-7

定价:21.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

电话服务

社服务中心:(010) 88361066

销售一部:(010) 68326294

销售二部:(010) 88379649

读者购书热线:(010) 88379203

网络服务

教材网:<http://www.cmpedu.com>

机工官网:<http://www.cmpbook.com>

机工官博:<http://weibo.com/cmp1952>

封面无防伪标均为盗版

前 言

现在国内许多高等职业院校,纷纷设立商务英语专业,而商务英语属于专门用途英语,内容涉及国际贸易、国际金融、国际会展、国际旅游、国际货运、国际证券、涉外文秘等领域。多年的教学实践证明,商务英语专业人才培养不能求大求全,各个高职院校只能根据自身学院特点以及地域优势有所侧重。也就是说,高职商务英语专业人才培养不能同时把商务英语专业涵盖的所有领域作为人才培养内容,必须在专业下面分专业方向,按方向设置课程体系。

湖南铁道职业技术学院 1999 年开设外贸英语专业,2004 年根据国家高职英语专业设置要求,更名为商务英语专业,人才培养以及课程体系也随着发生相应的变化,逐步采用各大出版社推出的商务英语类系列教材。经过几年的教学实践发现,在短短的三年内,要完成商务英语涵盖的各大领域教学任务,不但老师教得辛苦,学生学得辛苦,而且无法实现专业人才培养目标。2010 年经过社会调查和行业专家论证,结合我院专业教学特点以及人才需求,我们决定在商务英语专业后增设外贸业务方向,以外贸业务为主线构建人才培养目标以及课程体系。新的课程体系需要新的教材体系来支撑,而目前国内这种以外贸业务为主线的系列教材较少。为此,我们特组织校内外优秀教师以及外贸行业专家编写一套高职商务英语专业外贸业务方向系列教材。

《外贸英语谈判》一书是针对商务英语专业外贸业务方向“外贸英语谈判”课程而编写的一本完整的教材。本书立足外贸业务领域所涉及的外贸谈判能力要求,以典型外贸谈判任务为载体,切实培养高职学生外贸谈判能力,以工作过程为导向,将“外贸知识+谈判方法与技巧+英语口语”三者相结合。本书从外贸英语谈判的角度,作者首先结合自身多年的教学经验,博采众家之长,向学生(读者)介绍各种实用的外贸谈判方法并附以相应的实践练习;然后,以典型工作任务为载体,让学生进行强化性的外贸谈判实践,训练岗位谈判实践能力。

本书适合高等职业院校商务英语专业外贸业务方向作为谈判课程教材,也适合外贸业务工作者以及外贸业务爱好者作为参考资料。本书作者参考并借鉴了国内外出版的有关著作和资料,在此谨致谢意!由于作者水平有限,不妥之处在所难免,敬请读者批评指正。

注:本书是教育部高职高专英语教指委第三期研究课题“基于工作过程高职外贸英语专业人才培养和核心课程标准研究与实践”研究成果之一。

为方便教学,本书配备电子课件等教学资源。凡选用本书作为教材的教师均可索取,请发送邮件至 cmpgaozhi@sina.com, 咨询电话:010-88379375。

编 者

目 录

前言

第一章 绪论	1
学习目标	1
背景知识	1
实战演练	14
第二章 业务建交谈判	16
学习目标	16
背景知识	16
案例讲解	19
知识拓展	21
实战演练	22
第三章 订货数量谈判	24
学习目标	24
背景知识	24
方法介绍	27
案例讲解	28
知识拓展	30
实战演练	31
第四章 价格条款谈判	33
学习目标	33
背景知识	33
方法介绍	45
案例讲解	46
知识拓展	49
实战演练	50
第五章 质量条款谈判	52
学习目标	52
背景知识	52
方法介绍	56
案例讲解	57

知识拓展.....	58
实战演练.....	60
第六章 付款条款谈判.....	62
学习目标.....	62
背景知识.....	62
方法介绍.....	69
案例讲解.....	69
知识拓展.....	71
实战演练.....	73
第七章 包装条款谈判.....	75
学习目标.....	75
背景知识.....	75
方法介绍.....	81
案例讲解.....	82
知识拓展.....	84
实战演练.....	86
第八章 物流运输谈判.....	88
学习目标.....	88
背景知识.....	88
方法介绍.....	110
案例讲解.....	111
知识拓展.....	113
实战演练.....	114
第九章 保险条款谈判.....	116
学习目标.....	116
背景知识.....	116
方法介绍.....	123
案例讲解.....	124
知识拓展.....	126
实战演练.....	128
第十章 投诉索赔谈判.....	130
学习目标.....	130
背景知识.....	130
方法介绍.....	133
案例讲解.....	134
知识拓展.....	137

实战演练.....	139
第十一章 产品代理谈判.....	141
学习目标.....	141
背景知识.....	141
方法介绍.....	143
案例讲解.....	144
知识拓展.....	147
实战演练.....	148
参考文献.....	150
1. 外贸英语谈判.....	150
2. 外贸英语谈判.....	150
3. 外贸英语谈判.....	150
4. 外贸英语谈判.....	150
5. 外贸英语谈判.....	150
6. 外贸英语谈判.....	150
7. 外贸英语谈判.....	150
8. 外贸英语谈判.....	150
9. 外贸英语谈判.....	150
10. 外贸英语谈判.....	150
11. 外贸英语谈判.....	150
12. 外贸英语谈判.....	150
13. 外贸英语谈判.....	150
14. 外贸英语谈判.....	150
15. 外贸英语谈判.....	150
16. 外贸英语谈判.....	150
17. 外贸英语谈判.....	150
18. 外贸英语谈判.....	150
19. 外贸英语谈判.....	150
20. 外贸英语谈判.....	150
21. 外贸英语谈判.....	150
22. 外贸英语谈判.....	150
23. 外贸英语谈判.....	150
24. 外贸英语谈判.....	150
25. 外贸英语谈判.....	150
26. 外贸英语谈判.....	150
27. 外贸英语谈判.....	150
28. 外贸英语谈判.....	150
29. 外贸英语谈判.....	150
30. 外贸英语谈判.....	150
31. 外贸英语谈判.....	150
32. 外贸英语谈判.....	150
33. 外贸英语谈判.....	150
34. 外贸英语谈判.....	150
35. 外贸英语谈判.....	150
36. 外贸英语谈判.....	150
37. 外贸英语谈判.....	150
38. 外贸英语谈判.....	150
39. 外贸英语谈判.....	150
40. 外贸英语谈判.....	150
41. 外贸英语谈判.....	150
42. 外贸英语谈判.....	150
43. 外贸英语谈判.....	150
44. 外贸英语谈判.....	150
45. 外贸英语谈判.....	150
46. 外贸英语谈判.....	150
47. 外贸英语谈判.....	150
48. 外贸英语谈判.....	150
49. 外贸英语谈判.....	150
50. 外贸英语谈判.....	150
51. 外贸英语谈判.....	150
52. 外贸英语谈判.....	150
53. 外贸英语谈判.....	150
54. 外贸英语谈判.....	150
55. 外贸英语谈判.....	150
56. 外贸英语谈判.....	150
57. 外贸英语谈判.....	150
58. 外贸英语谈判.....	150
59. 外贸英语谈判.....	150
60. 外贸英语谈判.....	150
61. 外贸英语谈判.....	150
62. 外贸英语谈判.....	150
63. 外贸英语谈判.....	150
64. 外贸英语谈判.....	150
65. 外贸英语谈判.....	150
66. 外贸英语谈判.....	150
67. 外贸英语谈判.....	150
68. 外贸英语谈判.....	150
69. 外贸英语谈判.....	150
70. 外贸英语谈判.....	150
71. 外贸英语谈判.....	150
72. 外贸英语谈判.....	150
73. 外贸英语谈判.....	150
74. 外贸英语谈判.....	150
75. 外贸英语谈判.....	150
76. 外贸英语谈判.....	150
77. 外贸英语谈判.....	150
78. 外贸英语谈判.....	150
79. 外贸英语谈判.....	150
80. 外贸英语谈判.....	150
81. 外贸英语谈判.....	150
82. 外贸英语谈判.....	150
83. 外贸英语谈判.....	150
84. 外贸英语谈判.....	150
85. 外贸英语谈判.....	150
86. 外贸英语谈判.....	150
87. 外贸英语谈判.....	150
88. 外贸英语谈判.....	150
89. 外贸英语谈判.....	150
90. 外贸英语谈判.....	150
91. 外贸英语谈判.....	150
92. 外贸英语谈判.....	150
93. 外贸英语谈判.....	150
94. 外贸英语谈判.....	150
95. 外贸英语谈判.....	150
96. 外贸英语谈判.....	150
97. 外贸英语谈判.....	150
98. 外贸英语谈判.....	150
99. 外贸英语谈判.....	150
100. 外贸英语谈判.....	150

第一章 绪 论

An Overview of Business Negotiation



学习目标

通过本章的学习，了解外贸英语谈判的意义及外贸活动中的国际惯例，掌握外贸英语谈判的程序，熟悉谈判的前、中、后三大过程中应做好哪些工作，及各个基本环节的主要内容和注意事项。



背景知识

随着经济发展的全球化进程不断加快，国际贸易的规模迅速扩大，国际投资的领域空前拓展，国际间的合作正以前所未有的速度增加。这就迫切需要具有较强能力的谈判人员参与外贸英语谈判，可以说，没有谈判，就没有合同，交易便无法完成。

对外贸易交易的成败，不仅取决于企业技术水平、产品质量、价格，在很大程度上还取决于谈判人员的能力。实践证明，谈判是进行对外经济贸易活动的一个极其重要的环节，交易中涉及的品质、数量、价格、支付方式等所有交易条件都是通过谈判予以确定的。一般来说，国际贸易买卖双方在一笔交易中的权利及义务将通过谈判确定下来，双方在这方面签署的协议具有法律约束力，不得轻易改变。所以，谈判的结果如何，直接关系到国家的宏观利益和一个企业的微观利益。熟练掌握外贸谈判技巧，游刃有余于其中者，往往能在谈笑间获取巨大的经济利益。不谙此道者，往往会被拖得精疲力竭、无所适从。因此，对于已经和即将从事国际贸易业务的公司、个人来说，学习外贸谈判知识具有非常重要的现实意义。

一、外贸谈判意义

外贸谈判是一门实践性较强的学科，它是国际贸易业务流程中非常重要的一个环节。具体地说，一笔完整的国际贸易业务包括交易准备阶段、签约阶段、履约阶段，如果出现争议，还要有违约处理阶段。其中，交易准备阶段的工作主要包括确定交易的货物和货源、市场调查、寻找客户和建立客户网络和交易对手资信调查。签约阶段的工作主要包括交易磋商和签订书面合同。在履约阶段，卖方应按合同或信用证的规定，按期、按质交货并收取货款；买方则要履行付款义务并收取货物。违约处理阶段则是或有阶段。

外贸谈判在整个业务流程中的位置是处在交易准备阶段的后半段和签约阶段的前半段,即从交易对手的确定到资信调查开始,重点研究交易磋商阶段,最后以签约结束。总的来看,国际贸易业务的各个阶段是有机联系、相辅相成的,前一阶段的工作是下一阶段的铺垫和基础。前一阶段的工作完成充分,会使后一阶段的工作更加顺畅。所以,研究外贸谈判,不能仅仅关注谈判过程本身,还要树立相互联系、相互依赖的观念,综观整个业务过程的全局,保持清醒的头脑,不仅要做好本阶段的工作,而且要为下一阶段的履约工作打下良好的基础。

外贸谈判是对外经济贸易工作中不可缺少的重要环节。随着全球经济一体化程度的不断加深,国际贸易活动越来越多,作为世界贸易大国,我国政府、企业或公民同其他国家之间的贸易谈判活动也越来越频繁,而且随着社会的发展,谈判活动的方式方法也在不断变化,学好外贸谈判技巧能为国际贸易及相关专业的学生适应未来工作奠定良好的基础。

二、外贸谈判特点

外贸谈判具有一般贸易谈判的共同特点,也具有国际贸易活动跨文化的特点。总的来说,有以下几方面:

1. 经济利益性

所有谈判活动的原因都是为了实现一定的目标和利益。一切外贸活动的目的都指向经济效益,外贸谈判的目的自然也不例外,外贸谈判的核心是“价格”。虽然外贸谈判的政治、经济和社会环境比较复杂,但是谈判双方主要考虑的仍然是经济利益,有所不同的是,谈判者要在种种约束下,通过谈判实现经济利益的最大化。

2. 法律性

谈判的主体、目的、方式以及结果的达成都有严格的法律要求。外贸谈判也不例外,同样受到法律的约束,所不同的是,谈判者的活动不仅要受本国法律的制约,同时还要遵守对方国家的法律法规。

3. 政策性

外贸谈判人员必须严格遵守国家、地区或行业的政策性规定,才能保证外贸谈判的正常进行。外贸谈判涉及不同的国家和地区,常常会受到该国与地区之间的政治和外交关系的影响,所以,谈判双方要充分考虑和执行双方国家的方针政策、外交政策和国别政策。

4. 惯例性

每个行业都有行业内部特定的惯例性要求。有些惯例可能发展为行业规则甚至法规。外贸谈判双方磋商的是不同国家和地区经济主体间的外贸内容,因此在使用法律时就不能完全以单方国家的为准,必须以国际经济法律法规为依据,即按国际惯例行事。国际贸易活动常用的国际公约是《联合国国际货物销售公约》,国际惯例是《国际贸易术语解释通则》。

目前,影响力较大,已为大多数国家的银行、进出口商接受和运用的国际惯例有以下几种:

(1) 关于信用证方面

《跟单信用证统一惯例》(Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, ICC

Publication No. 600), 即国际商会第 600 号出版物, 简称 UCP 600, 于 2007 年 7 月 1 日起在全世界实行。

(2) 关于托收方面

《托收统一规则》(Uniform Rules for Collections), 国际商会第 522 号出版物, 简称 URC 522。

《托收业务指南》, 国际商会第 561 号出版物

(3) 关于保函方面

《见索即付保函统一规则》(The Uniform Rules for Demand Guarantees, ICC Publication No. 458, 1992 Edition), 即国际商会第 458 号出版物, 简称 URDG 458。

《开立见索即付保函示范格式》, 国际商会第 503 号出版物。

《见索即付保函统一规则指南》, 国际商会第 510 号出版物。

《合约保函统一规则》(Uniform Rules for Contract Guarantees), 即国际商会第 325 号出版物。

1998 年的《国际备用信用证惯例 (ISP98)》, 国际商会第 590 号出版物。

(4) 其他

2000 年国际保理商联合会制定的《国际保理业务惯例规则》。

《跟单信用证项下银行间偿付统一规则》, 国际商会第 525 号出版物。

《2010 国际贸易术语解释通则》(INCOTERMS 2010)。

5. 复杂性

不同国家的谈判者由于文化和政治环境差异, 价值观、思维方式和风俗习惯有所不同, 使影响谈判的因素增多, 导致谈判的复杂程度更高, 成功的难度增大, 语言和行动上稍有不慎, 就会导致对方不满, 使谈判破裂。同时, 受国际贸易跨国经贸活动的影响, 涉及的谈判内容比较复杂, 如国际金融、会计、保险和运输等, 这就对谈判者在专业知识方面的要求相对较高。

三、外贸谈判原则

在外贸活动中, 谈判的双方或多方都有着一定程度上的共同利益, 同时他们之间也存在着利益上的冲突。应该正视的是: 在国际贸易的往来中有时充满着矛盾或冲突, 那么, 面对时刻存在的矛盾, 作为贸易活动的主体, 我们要运用什么样的方法来化解这些矛盾和冲突呢? 在化解这些矛盾的过程中, 是否有一些我们要特别注意的方法或原则使我们的谈判能够顺利进行, 达到自己最终的目的呢? 谈判的基本原则, 谈判的指导思想、基本准则, 决定了谈判者在谈判中将采取什么谈判策略和谈判技巧, 以及怎样巧妙地运用这些策略和技巧。作为一名谈判人员, 需要了解掌握外贸谈判原则、方法, 善于运用谈判技巧、谈判艺术处理复杂的外贸活动。要想在谈判中取得成功, 就要学会灵活运用谈判原则, 这是对外贸谈判工作者的基本要求。

1. 合作原则

谈判的目的就是为了双方或者多方的谈判成员经过协商达到各自期望的目的或者得到各自想取得的利益。既然是这样, 它就和比赛或者是战争区分开来了, 它不是建立在你死

我活、有你没我的立场之上，而是建立在认定各自所需利益之后，找到利益的结合点，在合作的基础上，使各方都能得到满足。在谈判中既考虑己方的利益，同时又要考虑对方的利益，只有双方都得到满足，谈判才能达成共识，达成共识的谈判才能取得最终的成功，否则，就是各方利益的均失。有这样一个案例：伯特伦·波尔斯作为印刷工会的前领导人，为了争取工人们的工资和防止工人失业，在与报社进行谈判的时候，不顾报社的客观情况和长远利益，强硬地坚持自己的立场，甚至号召工人以罢工相威胁，报社迫于无奈满足了他们的要求，不仅大幅提高了工人的工资，为了防止工人失业还答应不使用自动化的排版和生产技术。结果可想而知，报社在被合并之后仍然没有躲过破产的命运。在这一案例中我们可以看出伯特伦·波尔斯作为工会代表在谈判中取得了单方面的胜利，但是最终却导致了双方利益的完全损失。谈判其实是一种合作，每个谈判者都应该树立一个观念，那就是谈判对方是我的合作伙伴而非敌手，和他进行谈判是为了通过双方的协商和沟通实现各自所需的利益。并且在谈判过程中从满足双方的实际利益出发，着眼于发展长期的贸易合作关系，从而创造更多的合作机会。只有心中树立这样一个观念，才能使谈判者本着合作的态度，积极与对方合作，达到长久发展的目的。

2. 注重利益

把谈判重点放在双方的利益上而不是立场上，那么我们首先就要明确二者存在怎样的微妙关系。立场是谈判者在利益上的要求的外在表现或依据想要得到的利益而作出的某种决定。由此看来促使谈判者作出决定的是利益，利益是隐藏在立场背后的真正的动机。单纯地站在立场上磋商问题，其结果只能使谈判破裂，谈判双方不欢而散，其后果对于谈判双方都是消极的。就像消费者要购买商品，商家想要把商品推销给消费者，此时商家和消费者在立场上就是对立的，消费者的立场显然是花最少的钱买最好的东西，商家的立场通常是把现有的东西以更高的价钱销售出去。如果双方都站在各自的立场上不肯让步，那么购买行为势必会无法进行下去，此时立场服从利益原则就显得尤为重要。作为谈判主体的商家可以采取主动，将立场的对立转移到产品的质量等利益方面，商家通过提高产品的质量得到期望中的利益，而消费者则可以通过多付出金钱得到较高质量的产品，这样就将双方立场对立转移到了利益得失；反之，如果双方都不肯让步，其结果只能是消费者拒绝购买，商家商品积压，双方都会消极面对买卖行为，以致造成恶性循环。虽然坚持立场都是为了维护各自的利益，但过于坚持立场往往事与愿违，谈判双方只有在立场服从利益的原则下灵活变通各自的利益出发点，才能使谈判顺利进行下去。

3. 互惠互利

谈判中的互惠互利是各方认定自身的需要、探寻对方的需要，然后与对方共同寻找满足双方需要的条件和可行途径。外贸谈判以获得经济利益为目的，是基于双方（或多方）的需要，寻求共同的最大利益的过程，在这一过程中，谈判的每一方都渴望自己的需要得到满足，但同时谈判者也很清楚地知道，也要顾及对方的需要，只有顾及双方（或多方）的利益、需求，这样的谈判才能成功。从某种意义上讲，成功的谈判应该是共赢，即谈判的每一方都是胜者，每一方都在谈判中得到了想要的利益，双方（或多方）的关系是互惠互利的。大家都听说过两个小孩分橘子的故事：两个孩子将一个橘子分成了两半，一个孩

子扔了皮，将果肉榨成汁喝了，而另一个孩子扔了果肉将皮处理后烤制成蛋糕吃了，如果当时他们能够彼此沟通一下，就会各取所需使资源达到最大程度的利用了。从这个小故事我们可以看出，人们在一件事上的利益不一定是矛盾、对立的，当双方的目标利益有差异存在，一个想要果肉，另一个想要果皮时，那么双方会更容易取得双赢的结果。反之当谈判的双方目标利益相同时，都想要果肉或者果皮时，则双方分歧会较大，但是，谈判人员的利益目标往往会有多个，此时就需要谈判人员协调双方的利益，提出一个能够互惠互利的选择，这也正是“己所不欲，勿施于人”的将心比心的原则。

4. 良好心态

在现实生活中我们常常会遇到这样的问题，比如一个人上班常常迟到，我们就会认为这个人懒散或者是不守规矩，那么在遇到其他事的时候，我们就会用这个思维模式去判断这个人，这样做容易产生偏见、导致判断失误。在谈判中也是这样，也许谈判的一方会事先打听对方的人品或者处世态度，或者在第一次见面的时候根据第一印象下结论，常常影响了谈判。应把人的关系与问题的实质分开，把双方的关系建立在正确的认识、明朗的态度、恰当的情绪上。有误解，要进行思想交流，而不是用否定人的做法来对待谈判。不要用自己的心思来推断别人的意思或者行为，保持一个良好的心态，从积极的一面去看待问题：他经常迟到也许是因为路远，或者是照顾卧病在床的老人和年幼的孩子。把人和问题区分开，迟到这件事本身是不好的，但是允许人有正当的理由和解释的机会。在谈判中也是一样，要从积极的一面去看待别人，对方也许会提出比较过分的要求，但是不能因此就否定谈判对手，使谈判陷入僵局。既要坚持自己的立场，又要考虑对方的要求。

5. 客观公正

所谓“客观公正”就是独立于谈判各方主观意志之外的、不受情绪影响的合乎情理而切实可行的标准。这就是说，在外贸谈判中要依照客观标准，而不是凭压力来进行谈判，这就要求谈判人员同时具有公平公正的态度。在谈判中可能会经常出现因为谈判双方坚持不同的标准或原则而产生分歧的情况，此时就需要双方努力沟通，寻求共同点，寻找适合双方互惠共赢的合理标准。比如在外贸业务中，买方认为产品价格过高，希望产品能再便宜一点，而卖方则希望买方能够将货款一次性付清，利于己方的资金周转。此时在谈判中可能就会出现双方因为坚持各自不同的标准而产生分歧的情况。这就需要谈判双方在谈判中了解双方的需要，探讨满足双方需要的各种可行途径，据此制定公正、独立于各方主观意志之外的客观标准，给双方以平等的机会。制定客观标准的目的就是给双方以平等的机会。在谈判的过程中如果坚持使用客观的标准，则有利于双方冷静而又客观地去面对和处理问题，有助于双方达成共识，由于客观性的存在不会让谈判双方在心理上留下被对方占便宜的阴影，因而会使双方贸易往来产生积极、正面的效果。

6. 扬长避短

在谈判中，谈判的双方还应该学会突出自己的优势，学会扬长避短。这就首先要求谈判人员对公司、对产品以及对自己有一个清醒的认识，克服盲从心理。这个认识就包括认识公司的特色在哪里、希望达到什么程度的贸易往来等，在谈判时，谈判人员可以重点突出以往成功的谈判和贸易经验，一来可以让对方清楚自己是一个成功的谈判人员，二来可

以通过沟通,分析并找出此次谈判与其他谈判的不同,或者在这次谈判中有什么是值得对方注意的,这就可以在谈判中发挥自己的优势,从而吸引谈判对手达成理想的谈判目的。

我们都知道田忌赛马的故事,战国时的齐国大将田忌很喜欢赛马。有一次他和齐威王约定,在赛马中把各自的马分成上、中、下三等,对等比赛。由于齐威王每个等级的马都很强悍,所以比赛了几次,田忌都失败了。这时,孙臧给他出了一个主意:在新的比赛中,以下等马对齐威王的上等马,以上等马对齐威王的中等马,再以中等马对齐威王的下等马,结果以二比一取胜。这就是我们所熟悉的田忌赛马的故事。孙臧的谋略在于:不与强者争一时的长短,而是依据自己的实际,避开强者的优势,以自己的优势应对强者的劣势,因此取胜。这就是我们所说的扬长避短。在谈判中,我们常常会遇到这样的情况,明知道自己在这方面比不过人家,可是还是要硬着头皮去做,为什么不能换一种思路呢?

7. 沉稳耐心

不可否认,在人与人的交往中有些人喜欢针锋相对,无论别人说什么,总要加以反驳。在谈判桌上,这种针锋相对的局面就更加屡见不鲜了。事实上,这种反驳是没有什么用处的,因为我们之所以会反驳对方,无非是想要对方持有与自己相同的意见,但与其与那些与自己唱反调的人针锋相对,倒不如冷静思考,什么是自己所希望的,什么是对方所需要的,用耐心和机智找出一个能使对方同意自己的意见和看法的出路。当和对手坐在谈判桌上的时候,必须注意一点,那就是展开谈判的时候,不要情绪激动,或者是采取比较激烈的态度,因为那样做不仅不能够让对方接纳自己的观点,而且很有可能会使谈判破裂,在以后的谈判中影响自己的思维。为了要说服对方,或者改变他的意见或行为,最有效的方法就是冷静、客观地把事实摆给对方看,让他能够心悦诚服地接受意见。有两个教授历时7年进行了一项研究,那就是调查处于争论状态中的人,例如争吵中的夫妻,售货员与顾客之间的讨价还价,甚至还调查了联合国的讨论会,研究的结果表明,凡是主动去攻击对方的人,是绝不会再在谈判中获胜的,相反,那些能够沉着冷静,能够尊重对方人格的人,则往往能够改变对方的观点和看法,甚至能够使自己的观点成为对方的观点。其实,无论是粗暴的性格或是针锋相对的态度对于谈判双方来说都是大敌,在谈判中培养沉稳的性格和善于倾听分析的习惯,将会在谈判中取得积极的效果。

四、外贸谈判准备

谈判前应做好准备工作。“凡事预则立”就是这个道理,谈判各方为谈判进行一系列筹划、酝酿工作的过程就是我们所说的谈判的准备阶段。谈判的准备阶段不应忽视,因为有谋才有成。谈判能否获得满意的成果,往往取决于准备阶段的筹措谋划工作是否充分。任何一个优秀的谈判者,都会注意谈判准备阶段的每一项细微的工作,而谈判的整体方案也是在这一个阶段中就已经开始运筹了。

1. 信息准备

由于外贸谈判的复杂性和风险性,要求谈判者在开始谈判之前必须做好相关的准备工作,即市场调研和谈判对手情况调查,了解谈判的必要性和可能性,分析谈判对手的各种情况,并在此基础上合理制订出谈判计划,选择恰当的谈判策略,拟订各种风险防范措施,

制订出多种谈判方案。

(1) 市场调研

国际市场瞬间万变,如市场对产品的需求发生变化,市场行情发生变动,当地政府的经济政策改变等,如果不进行市场调研,就不可能及时了解市场变化情况和谈判对方购销意图,制订的谈判计划就可能不切合实际,所以在外贸谈判之前,必须进行充分的市场调研,通过各种途径广泛收集市场信息,了解国内外市场供求关系、客户需求和交易目的等情况,然后对这些信息进行分析整理,结合自己的购销意图得出谈判的必要性和可能性。

1) 谈判的必要性

在谈判之前,必须通过市场调研了解磋商过程中是否会存在无法解决的利益冲突,是否可以达到利益最大化,是否存在强大的竞争对手。通过这些信息来确定是否有必要进行谈判。

2) 谈判的可能性

国际贸易活动中,交易双方存在的不同需求,使得谈判成为可能,所以在谈判前,需要通过国际市场调研了解供求双方的交易目的和需求,以便确定谈判的可能性。

(2) 知己知彼:

1) 本企业的产品及经营状况

知己也就是要了解本企业的产品及经营状况,其目的在于正确估计自己的力量,根据形势来确立自己在谈判中的地位 and 相应的对策。本企业的产品及生产经营状况涉及的内容很广泛,它包括产品的规格、性能、主要用途、质量、品种、数量、销售情况、在市场上的竞争状况、供需情况及经营手段、经营效益、经营策略等多方面内容。

2) 谈判对方的情况

在谈判准备过程中,在对自身情况做全面分析的同时,谈判者还要设法全面了解谈判对手的情况,主要包括对手的实力(如资信情况),对手所在国(地区)的政策、法规、外贸习俗、风土人情,以及谈判对手的谈判人员状况等。

2. 组织准备

(1) 谈判小组人员构成的原则:

1) 知识具有互补性

一是谈判人员各自具备专长,都是处理不同问题的专家;二是谈判人员书本知识与工作经验互补。谈判队伍中既有高学历的青年学者,也有身经百战具有丰富实践经验的谈判老手,这样就可以实现知识和能力方面的互相补充。

2) 性格具有互补性

谈判队伍中的谈判人员性格要互补协调,将不同性格的优势发挥出来,互相弥补不足。

3) 分工明确,配和协调

谈判小组每一个人都要有明确的分工,每个人都有自己的特殊任务,不能工作越位。当然,分工明确的同时要注意大家都要为一个共同的目标而通力合作,协同作战,相互补台。

4) 社会地位对等

己方谈判小组人员的社会地位与对方出场人员的级别相等,做到至少不低于对方人员的级别。

(2) 谈判小组的规模

从实践经验来看,之所以主张谈判小组的规模一般设定在3~7人左右为宜,这主要出于以下几个原因:

1) 人数少,决策效率就高

一个集体能够高效率工作的前提不仅是内部必须进行严格的分工和协作,还要保持信息交流的畅通;如果人数太多,成员之间的交流和沟通就会发生障碍,需耗费更多的精力统一意见,从而降低工作效率。

2) 要考虑最佳的管理幅度

管理学研究表明,一个领导能够有效地管理其下属的人数是有限的,即存在有效管理幅度。管理幅度的宽窄与管理工作的性质和内容有关,尤其对于外贸谈判这种紧张、复杂多变的工作,既需要充分发挥个人独创性和独立应变的能力,又需要内部协调统一、一致对外,故其领导者的有效管理幅度要坚持窄而精。

3) 3~7人左右能覆盖一般谈判所需的知识范围,形成良好的专业结构

多数外贸谈判涉及的业务知识大致是下列几个方面:外贸、技术、财务、金融、法律、翻译等。参加谈判的主要是这些方面的人员,如每个人是某一方面的专家,3~7人就足够了。

4) 人数少而精便于小组成员调换

参加谈判的人员不是一成不变的。随着谈判的不断深入,所需专业人员也有所不同。如在洽谈摸底阶段,生产和技术方面的专家作用大些,而在谈判的签约阶段,法律方面的专家则起关键性作用。这样,随着谈判的进行,小组成员可以随时调换。

(3) 谈判小组负责人的职责:

1) 负责挑选谈判人员,组建谈判小组,并就谈判过程中的人员变动与上层领导进行协调。

2) 负责管理谈判小组,协调谈判队伍各成员的心理状态和精神状态,处理好成员间人际关系,增强队伍凝聚力,团结一致,共同努力,实现谈判目标。

3) 负责组织、制订谈判执行计划,确定谈判各阶段目标和策略,并根据谈判过程中的实际情况灵活调整。

4) 负责己方谈判策略的实施,对具体的让步时间、幅度,谈判节奏的掌握,决策的时机和方案做出安排。

5) 负责落实交易磋商的记录工作。

6) 负责向上级或有关的利益各方汇报谈判进展情况,获得上级的指示,贯彻执行上级的决策方案,圆满完成谈判使命。

(4) 谈判小组内部成员的配合

在谈判小组中要确定不同情况下的主谈人和辅谈人的位置、责任与配合关系。主谈人作为谈判的某一阶段或针对某方面议题的主要发言人,称为首席谈判代表。除了主谈人以外的小组成员处于配合位置,称为辅谈人或助手。

主谈人的责任是实现己方确定的谈判目标和谈判策略,助手的责任是配合主谈起到参谋和支持的作用,主谈和助手的密切配合是非常重要的,一般主谈人表明了己方的意见、观点后,助手必须与之一致,必须支持和配合。当主谈人需要修改已表述的观点而无法开

口时助手可作为过错的承担者,维护主谈人员的声誉。助手还可以作为难言之言的代言人,帮助主谈人度过难关。

3. 谈判方案的制订

在正式进行激励谈判交锋前,了解了谈判环境、谈判对手和自身的情况,初步判断谈判双方的实力,这时,我们应该制订一个周全而明确的谈判计划,即谈判方案。

谈判方案是谈判人员在谈判前预先对谈判目标等具体内容和步骤所作的安排,是谈判者行动的指针和方向。有了谈判方案,就会使参加谈判的人员做到心中有数,明确努力方向,打有准备之仗。

(1) 谈判方案制订的要求

由于谈判的规模、重要程度不同,因此外贸谈判内容有所差别。内容可多可少,要视具体情况而定,但其要求都是一样的。一个好的谈判方案要求做到以下几点:

1) 简明扼要

所谓简明就是要尽量使谈判人员很容易记住其主要内容与基本原则,使他们能够根据方案的要求与对方周旋。

2) 明确具体

谈判方案要求简明、扼要,也必须与谈判的具体内容相结合,以谈判具体内容为基础,否则,会使谈判方案显得空洞和含糊。可见,谈判方案的制订也要求明确、具体。

3) 富有弹性

谈判过程中各种情况都有可能发生突然变化,要在复杂多变的形势中取得比较理想的结果,就必须使谈判方案具有一定的弹性。谈判人员在不违背根本原则的情况下,可以根据情况的变化,在权限允许的范围内灵活处理有关问题,以取得较为有利的谈判结果。谈判方案的弹性表现在:谈判有几个可供选择的目标;有多种方案可供选择;指标有上下浮动的余地;还要把可能发生的情况考虑在计划中,如果情况变动较大,原计划不适合,可以实施套备选方案。

(2) 谈判方案的内容

谈判方案主要包括谈判目标、谈判策略、谈判议程、谈判地点以及谈判人员的分工职责等内容。其中比较重要的是谈判目标的确定、谈判策略的布置和谈判议程的安排等内容。

1) 确定谈判目标

谈判目标是指谈判要达到具体目标,它指明谈判的方向和要求达到的、企业对本次谈判的期望水平。外贸谈判的目标主要是以满意的条件达成一笔交易。确定正确的谈判目标是保证谈判成功的基础。谈判目标可以分为以下三个层次:

① 最低目标

最低目标是谈判必须实现的最基本的目标,也是谈判的最低要求。若不能实现,谈判者宁愿谈判破裂放弃外贸合作项目,也不愿意接受比最低目标更低的条件。因此,也可以说最低目标是谈判者必须坚守的最后一道防线。

② 可以接受的目标

可以接受的目标是谈判人员根据各种主客观因素,经过对谈判对手的全面估价,对企

业利益的全面考虑、科学论证后所确定的目标。这个目标是一个诚意或范围，即己方可努力争取或做出让步的范围。谈判中的讨价还价就是在争取实现可接受目标，所以可接受目标的实现，往往意味着谈判取得成功。

③ 最高目标

最高目标，也叫期望目标。它是本方在外贸谈判中所要追求的最高目标，也往往是对方所能忍受的最高程度。如果超过这个目标，往往要冒谈判破裂的危险。因此，谈判人员应充分发挥个人的才智，在最低目标和最高目标之间争取尽可能多的利益，但在这个目标难以实现时是可以放弃的。

2) 制定谈判策略

制定外贸谈判的策略，就是要选择能够达到和实现己方谈判目标的基本途径和方法。谈判不是一场讨价还价的简单过程。实际上是双方在实力、能力、技巧等方面的较量。因此，制定外贸谈判策略前应考虑如下影响因素：

- ① 对方的谈判实力和主谈人的性格特点；
- ② 对方和我方的优势所在；
- ③ 交易本身的重要性；
- ④ 谈判时间的长短；
- ⑤ 是否有建立持久、友好关系的必要性。

通过对谈判双方实力以及以上影响因素的细致而认真的研究分析，谈判者可以确定己方的谈判地位，即处于优势、劣势或者均势，由此确定谈判的策略，如报价策略、还价策略，让步与迫使对方让步的策略、打破僵局的策略等。

3) 安排谈判议程

谈判议程的安排对谈判双方非常重要，议程本身就是一种谈判策略，必须高度重视这项工作。谈判过程一般要说明谈判时间的安排和谈判议题的确定。谈判议程可由一方准备，也可由双方协商确定。议程包括通则议程和细则议程，通则议程由谈判双方共同使用，细则议程己方使用。

① 时间安排

在确定谈判时间时，要考虑以下几个因素：谈判的准备情况；谈判人员的身体和情绪状况；谈判的紧张程度；谈判议题的需要和谈判对手的情况等。具体内容包括谈判在什么时间举行、时间的长短、各个阶段时间如何分配、议题出现的时间顺序等。谈判时间的安排是议程中的重要环节。如果时间安排得很仓促，准备不充分，匆忙上阵，心浮气躁，就很难沉着冷静地在谈判中实施各种策略；如果时间安排得很拖沓，不仅耗费大量的时间和精力，而且随着时间的推延，各种环境因素都会发生变化，还可能会错过一些重要的机遇。

② 谈判议题

所谓谈判议题就是谈判双方提出和讨论的各种问题。

谈判议题可理解为谈判的具体目标，是指一次谈判所要实现的战略目标的具体化。整个谈判活动都要围绕这个主题进行，都要为表现主题服务。所以谈判主题的确定不能主观臆造，最好能一两句话概括出来，比如：“争取以最优惠条件购进某某型号的设备等，谈判的主题既要具体，又要明了。”