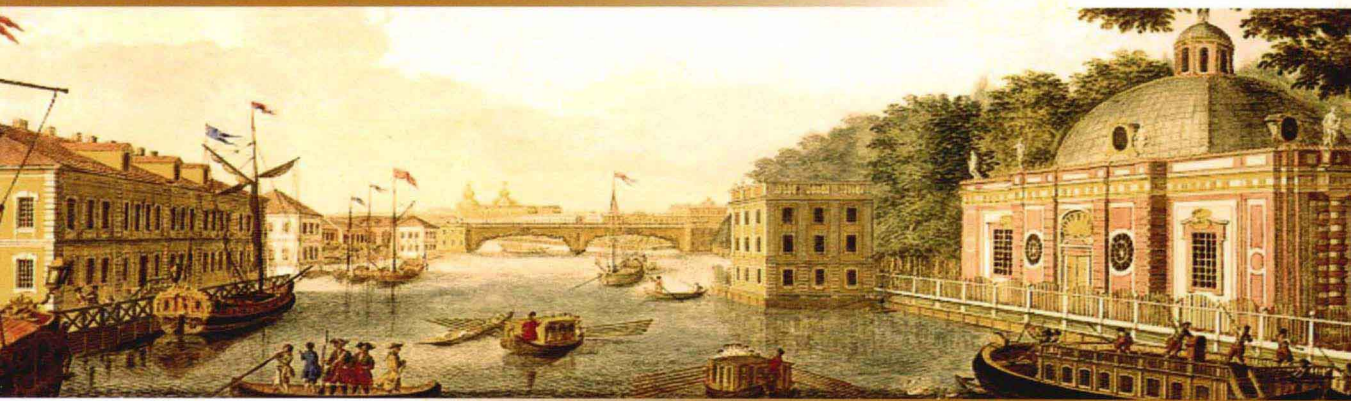


国际商务谈判

理论与实务

Theory and Practice of International Business Negotiation



白远 编著



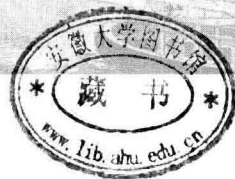
机械工业出版社
China Machine Press

高等院校国际经济与

国际商务谈判 理论与实务

Theory and Practice of International Business Negotiation

白远 编著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务谈判理论与实务/白远编著. —北京: 机械工业出版社, 2013.5
(高等院校国际经济与贸易系列精品规划教材)

ISBN 978-7-111-42333-1

I. 国… II. 白… III. 国际商务-商务谈判-高等学校-教材 IV. F740.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 090567 号

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书是在作者多年实践教学的基础上编著而成的。教材突出国际化和实用性的特点, 各章都坚持从“国际”角度讲解商务谈判的知识, 使教材更加名副其实。谈判案例具有时代感和针对性, 模拟谈判的编排更具操作性和实战性。特别是对中国谈判文化的介绍成为本教材的一个新亮点。

本教材适用于国际贸易、世界经济、MBA、商务英语等专业本科和研究生层次学生学习。

机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 左 萌 版式设计: 刘永青

北京京师印务有限公司印刷

2013 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

185mm × 260mm · 12.25 印张

标准书号: ISBN 978-7-111-42333-1

定 价: 29.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

投稿热线: (010) 88379007

读者信箱: hzjg@hzbook.com

PREFACE

前言

随着中国成为世界第一大贸易国家，中国产品已经走向世界各个角落，而中国市场也成为世界市场最重要的组成部分。商务始于交流，交流就是谈判。国际商务谈判课程随着中国国际贸易的发展在过去十几年间也经历了从边缘课程到成为核心课程，从只在少数本科院校开课到成为涉及高职高专、本科、研究生和博士等不同学生层次开设的课程。国际商务谈判教材也在吸收和借鉴国内外教材的基础上不断发展，形成了理论与案例、理论与模拟谈判相结合，适合中国学生学习的教材体系。下面就本书的编写框架和主要特色做一个简要介绍。

本书共九章，可分为三个部分，第一部分包括前四章，侧重点是商务谈判理论，强调国际商务谈判的特点、环境、利益格局和文化等因素对国际商务谈判的影响。第一章的重点是国际商务谈判与国内商务谈判的不同；第二章进一步强调国际商务谈判环境的复杂性，包括政治、法律、文化、经济等及其应对；第三章论述了国际商务谈判中的利益格局及利益群体，如个人、集体、国家、国际，以及外部利益集团对谈判结果的影响；第四章则从文化角度论述了不同文化与谈判之间的关系。第二部分包括第五章~第八章，重点是国际商务谈判实务，内容涉及谈判策略、谈判方式、价格谈判以及国际商务谈判类型。第五章的内容涉及从谈判开始到谈判结束的策略；第六章介绍了谈判的五种方式及其选择以及与谈判方式相关联的谈判者性格；第七章的重点是价格谈判，内容涉及定价机制、价格谈判的区间以及国际商务谈判中必须涉及的外汇问题。第八章主要介绍了国际商务谈判中常见的和特殊的谈判类型，例如商品买卖、技术贸易、合资企业、国际租赁以及互联网谈判等。第三部分是第九章，主要介绍了中国人的谈判哲学，但重点是从外国人的角度谈如何与中国人谈判，这对于中国学生了解中国的谈判文化有很大的帮助。

本教材有以下几个特点：第一，突出教材的“国际性”。全书各章都坚持从“国际”角度讲解商务谈判的知识。第二，突出实用性。这个特点从两方面得到体现，一是教材内容，这点前文已有陈述；二是每章都以案例导入开始，而在每章结束后都有扩展学习，包括与本章内容密切相关的案例研究和问题与思考，以及模拟谈判。模拟谈判的编排更具有实战性，不仅有背景介绍，还有谈判目标、对谈判双方的提示等内容。谈判案例都取自经典的真实案例，对于学生理解和掌握教材内容有很好的帮助。第三点是介绍外国人对中国谈判文化的看法，特别是该章结束后的案例研究生动真实地介绍了外国商人在中国谈判的体会，这对中国学生更好地认识自己，了解自己民族的谈判行为、心理与表现方式有特殊意义。

本教材适用于国际贸易、世界经济、MBA、商务英语等专业本科和研究生层次学生学习。

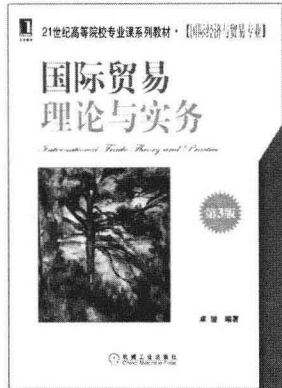
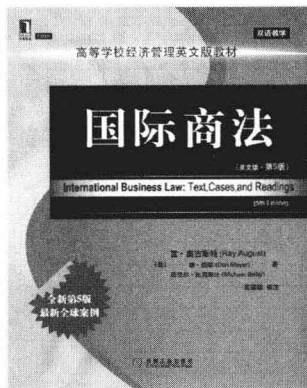
编者

2013年2月于北京

经济管理类精品规划教材系列

课程名称	书号	书名、作者及出版时间	定价
管理控制系统	978 7 111 22174 6	企业管理控制系统(“十一五”国家级规划教材)(汤兵勇)(2007年)	35
财务管理(公司理财)	即将出版	财务管理原理(第2版)(王明虎)(2013年)	35
财务管理(公司理财)	978 7-111 31468 4	公司财务管理(吴立范)(2010年)	48
财务管理(公司理财)	978 7-111-27810-8	公司理财(楚义芳)(2009年)	36
财务管理(公司理财)	978 7-111-33229-9	公司理财(周复飞)(2011年)	38
财务分析	978 7-111-17048-8	财务分析(第2版)(“十一五”国家级规划教材)(鲁爱民)(2008年)	30
财务分析	即将出版	财务分析(第3版)(鲁爱民)(2013年)	35
战略管理	978 7-111-30855 3	战略管理:获取竞争优势之道(张文松)(2010年)	38
运营管理	978 7-111-27177 2	生产与运作管理(陈志祥)(2009年)	32
运营管理	即将出版	生产与运作管理(第2版)(陈志祥)(2013年)	35
运营管理	即将出版	生产运作管理(张祥)(2013年)	35
商业伦理学	978 7-111-34868 9	企业伦理与社会责任(曾萍)(2011年)	29
领导学	即将出版	领导学:方法与艺术(第2版)(作风清)(2013年)	36
管理学	978 7-111-35399 7	管理学(李彦斌)(2011年)	35
创业管理	978 7-111-36622 5	创业学(张文松)(2011年)	29
质量管理	978 7-111-41192 5	质量管理(第2版)(马凤才)(2013年)	30
项目管理	978 7-111-32042-5	项目管理(孙新波)(2010年)	39
项目管理	978 7-111-40259 6	项目管理概论(第2版)(宋伟)(2012年)	30
经贸英语	978 7-111-40348-7	经贸英语阅读教程(第3版)(潘忠)(2012年)	25
国际投资	即将出版	国际投资学(胡朝霞)(2013年)	39
国际商务	即将出版	国际商务(王玮翰)(2013年)	39
国际商法	978 7-111-28962 3	国际商法(宁烨)(2009年)	29
国际贸易英文函电	978 7-111-30151 6	国际贸易英文函电(田野青)(2010年)	24
国际贸易英文函电	即将出版	外贸函电(王美玲)(2013年)	35
国际贸易学	即将出版	国际贸易学(孔庆峰)(2013年)	36
国际贸易实务	978 7-111-22202 6	国际贸易实务操作(胡俊文)(2007年)	26
国际贸易实务	978 7-111-38375 8	进出口贸易实务教程(宫焕久)(2012年)	39
国际贸易理论与实务	978 7-111-38549-3	国际贸易理论与实务(陈岩)(2012年)	39
税务会计	即将出版	税务会计(王红云)(2013年)	29
会计学	即将出版	基础会计(郭雪萌)(2013年)	35
管理会计	即将出版	管理会计:理论·模型·案例(第2版)(精品课)(温素彬)(2013年)	39
投资银行学	978 7-111-33063 9	投资银行:理论与案例(马晓军)(2011年)	32
投资管理	978 7-111-29977 6	投资管理(李雪峰)(2010年)	36
金融市场营销	978 7-111-30588 0	金融市场营销(唐小飞)(2010年)	35
金融客户关系管理	978 7-111-31384-7	金融业客户关系管理(付晓蓉)(2010年)	30
金融服务营销	978 7-111-30999 4	金融服务营销(周晓明)(2010年)	30
金融分析	978 7-111-31108 9	金融分析:原理及应用(曹华)(2010年)	45
国际金融学	978 7-111-37659-0	国际金融学(刘闯)(2012年)	38
国际财务管理	978 7-111-26975 5	国际财务管理(“十一五”国家级规划教材)(崔学刚)(2009年)	35
固定收益证券	978 7-111-32258 0	固定收益证券分析(潘席龙)(2010年)	38
(证券)投资学	978 7-111-35146-7	投资学原理及应用(贾慧南)(2011年)	29
经济法	978 7-111-21783-1	经济法(郭懿美)(2007年)	36
经济法	即将出版	经济法(刘大洪)(2013年)	39
计量经济学	978 7-111-29842 7	计量经济学及其应用(杜江)(2010年)	29
国际经济合作	978 7-111-25923-7	国际经济合作(赵永宁)(2009年)	30
博弈论	978 7-111-30394 7	博弈论及其应用(李悟文)(2010年)	25
组织行为学	978 7-111-27494 0	组织行为学(肖余春)(2009年)	38
营销工程	978 7-111-30904-8	营销工程(翁智刚)(2010年)	32
营销策划	978 7-111-38329-1	营销策划:方法、技巧与文案(第2版)(孟盾)(2012年)	39
销售管理	即将出版	销售管理(2013年)	29
消费者行为学	978 7-111-22034-3	消费者行为学(李东进)(2007年)	32
市场营销学(营销管理)	即将出版	市场营销管理:需求的创造、传播和实现(第3版)(精品课)(钱旭潮)(2013年)	35
市场营销学(营销管理)	978 7-111-24623 7	市场营销学(兰琴)(2008年)	32
市场营销学(营销管理)	即将出版	市场营销学(李怀斌)(2013年)	39
市场调研与预测	978 7-111-41102 4	市场研究:方法与应用(唐小飞)(2013年)	39
商务谈判	978 7-111-23176 9	商务谈判实务与案例(石永恒)(2008年)	28
零售营销(管理)	978 7 111-38292 8	零售营销(管理)(李桂华)(2012年)	39
客户关系管理	978 7-111-39847-9	客户关系管理:概念、技术与策略(苏朝晖)(2012年)	32
国际市场营销学	978 7-111-39277 4	国际市场营销学(第2版)(精品课)(李威)(2012年)	38
广告策划	即将出版	广告策划:实务与案例(第2版)(吴柏林)(2013年)	35
广告策划	978 7-111-30271-1	广告策划:实务与案例(精品课)(吴柏林)(2010年)	30
物流经济学	978 7-111-28386 7	物流经济学(舒解)(2009年)	32
物流管理	978 7-111-38308 6	物流学(徐剑)(2012年)	39
物流管理	978 7-111-26880 2	现代物流管理(彭云飞)(2009年)	28
物流方案策划	978 7-111-34995 2	现代物流方案策划与设计(李学工)(2011年)	36
国际物流学	978 7-111-38579 0	国际物流学(逮宇锋)(2012年)	39
供应链(物流)管理	978 7-111-38674-2	供应链管理(邓明荣)(2012年)	39
管理信息系统	978 7-111-22795 3	管理信息系统(王旭山)(2008年)	30
管理信息系统	978 7-111-35417-8	管理信息系统(庄玉良)(2011年)	39
管理系统工程	978 7-111-35038 5	管理系统工程:方法论及建模(王新平)(2011年)	32

国际经济与贸易



课程名称	书号	书名、作者及出版时间	版别	定价
国际商务	978-7-111-27326-4	国际商务 环境与运作 (英文版·第11版) (丹尼尔斯) (2009年)	外版	78
国际商务	978-7-111-35144-3	国际商务 (第7版) (钦科陶) (2011年)	外版	79
国际商务	978-7-111-29107-7	国际商务 (英文版·第7版) (钦科陶) (2010年)	外版	75
国际商务	978-7-111-39699-4	国际商务: 环境与运作 (第13版) (丹尼尔斯) (2012年)	外版	109
国际商务	即将出版	国际商务: 环境与运作 (英文版·第13版) (丹尼尔斯) (2012年)	外版	78
国际商务	978-7-111-40466-8	现代国际商务 (第7版) (希尔) (2012年)	外版	69
国际商务	978-7-111-40190-2	现代国际商务 (英文版·第7版) (希尔) (2012年)	外版	75
国际商法	即将出版	国际商法 (第5版) (奥古斯特) (2013年)	外版	59
国际商法	978-7-111-29687-4	国际商法 (英文版·第5版) (奥古斯特) (2010年)	外版	68
中国对外贸易概论	即将出版	中国对外贸易概论 (黄晓玲) (2013年)	本版	36
经贸英语	即将出版	经贸英语阅读 (杨伶俐) (2012年)	本版	30
经贸英语	978-7-111-40348-7	经贸英语阅读教程 (第3版) (潘忠) (2012年)	本版	25
国际投资	即将出版	国际投资学 (胡朝霞) (2013年)	本版	39
国际商务	即将出版	国际商务 (王玮翰) (2013年)	本版	39
国际商法	978-7-111-28962-3	国际商法 (宁焯) (2009年)	本版	29
国际商法	978-7-111-20474-9	国际商法 (徐康平) (2007年)	本版	30
国际贸易英文函电	978-7-111-30151-6	国际贸易英文函电 (田野青) (2010年)	本版	24
国际贸易英文函电	978-7-111-35441-3	国际商务函电双语教程 (董金铃) (2011年)	本版	28
国际贸易英文函电	即将出版	外贸函电 (王美玲) (2013年)	本版	35
国际贸易学	即将出版	国际贸易学 (孔庆峰) (2013年)	本版	36
国际贸易实习	978-7-111-36269-2	国际贸易实习教程 (宋新刚) (2011年)	本版	28
国际贸易实务	978-7-111-37322-3	国际贸易实务 (陈启虎) (2012年)	本版	32
国际贸易实务	978-7-111-30529-3	国际贸易实务 (第2版) (精品课) (胡丹婷) (2011年)	本版	32
国际贸易实务	978-7-111-27751-4	国际贸易实务 (精品课) (程进) (2009年)	本版	29
国际贸易实务	978-7-111-37558-6	国际贸易实务 (精品课) (张孟才) (2012年)	本版	36
国际贸易实务	即将出版	国际贸易实务 (孟海樱) (2013年)	本版	35
国际贸易实务	978-7-111-22202-6	国际贸易实务操作 (胡俊文) (2007年)	本版	26
国际贸易实务	978-7-111-38375-8	进出口贸易实务教程 (宫焕久) (2012年)	本版	39
国际贸易理论与实务	978-7-111-38549-3	国际贸易理论与实务 (陈岩) (2012年)	本版	39
国际贸易理论与实务	978-7-111-39640-6	国际贸易理论与实务 (第3版) (卓骏) (2012年)	本版	39
国际贸易理论与实务	978-7-111-29587-7	国际贸易理论与实务 (精品课) (孙勤) (2010年)	本版	32
国际贸易理论与实务	978-7-111-38578-2	国际贸易理论与实务 (吕靖烨) (2011年)	本版	29
国际经济	即将出版	国际经济合作 (卢进勇) (2013年)	本版	35
国际经济	3-7	国际经济合作 (赵永宁) (2009年)	本版	30
国际服务	即将出版	国际服务贸易 (徐林清) (2012年)	本版	38
当代世界	即将出版	世界经济概论 (李晓) (2013年)	本版	38

CONTENTS

目 录

前言

第一章 国际商务谈判导论	1
第一节 谈判与商务谈判	2
一、谈判的含义	2
二、商务谈判	4
第二节 国际商务谈判	5
一、国际商务谈判场景的巨大差异	5
二、国际商务谈判对手的巨大差异	7
三、国际商务谈判结果的不确定性	7
四、国际商务谈判的高风险	7
扩展学习	
案例研究 1-1	
中海油收购美国优尼科石油公司	8
案例研究 1-2	
眼前利益与长远利益	12
模拟谈判	
支付问题的谈判	13
第二章 国际商务谈判环境	14
第一节 国际商务谈判的宏观环境	14
一、什么是国际商务谈判环境	14
二、政治环境	15
三、法律环境	16

四、文化环境·····	17
五、经济综合环境·····	18
第二节 国际商务谈判的微观环境·····	20
一、谈判地点的选择·····	20
二、谈判场所的选择与布置·····	23
三、谈判间歇服务·····	24
扩展学习	
案例研究 2-1	
华为公司海外并购谈判受阻的政治原因·····	25
案例研究 2-2	
美日汽车及汽车零部件谈判·····	26
模拟谈判	
合资企业谈判中的法律问题谈判·····	33
第三章 国际商务谈判中的利益格局·····	35
第一节 利益与利益得失·····	35
一、什么是利益·····	36
二、获取利益的谈判成本·····	37
第二节 国际商务谈判中的利益格局·····	37
一、谈判者个人的利益·····	37
二、集体利益·····	38
三、国家利益·····	38
四、国际利益·····	38
五、外部利益群体·····	39
扩展学习	
案例研究 3-1	
《中美农业合作协议》体现的利益格局·····	40
案例研究 3-2	
铁矿石谈判中的利益分析·····	41
模拟谈判	
铁矿石买方在谈判中的博弈·····	42
第四章 文化差异与国际商务谈判·····	44
第一节 文化对谈判的影响·····	44

一、文化的组成部分	45
二、文化对谈判决策的影响	47
三、文化对谈判进度的影响	48
四、不同文化影响下的谈判形式	49
五、协议的表达	49
六、谈判中的性别问题	49
七、国际交流	51
八、人际关系与交往形式	51
九、举止和习俗	52
十、风险偏好	53
第二节 应对文化差异	53
一、理解文化差异	53
二、学习文化差异	54
三、应对文化差异	55
第三节 在世界各地谈判	56
一、西欧国家	56
二、北欧国家	58
三、俄罗斯	58
四、美国	59
五、拉丁美洲	59
六、亚洲国家	59
七、阿拉伯国家	60
扩展学习	
案例研究 4-1	
欧洲迪士尼主题公园	60
案例研究 4-2	
在墨西哥谈判——生意与社交并行	63
模拟谈判	
刘明与他的新老板	64
第五章 国际谈判策略	65
第一节 采取双赢策略	66
一、双赢理念的来源	66
二、如何实现谈判中的双赢	67

三、双赢策略与竞争策略	68
第二节 国际谈判的实施策略	69
一、国际谈判前的准备	69
二、谈判初始地位的确定	70
三、让步策略	70
四、多提问多倾听	71
五、建立巩固的关系	75
六、保持耐心	77
第三节 国际谈判的结束策略	77
一、结束谈判的方式	77
二、选择结束谈判的方法与时机	79
扩展学习	
案例研究	
由买方变卖方——以利益最大化为导向的谈判	81
模拟谈判	
工程项目中标后的合同谈判策略	82

第六章 谈判方式与谈判者性格类型	83
第一节 谈判方式类型	84
一、回避型	84
二、幻想型	85
三、讨价还价型	85
四、竞争型	85
五、问题解决型	86
六、谈判方式选择	88
第二节 谈判者性格类型	90
一、谈判者的性格类型	90
二、性格类型及其相关的环境背景	93
扩展学习	
性格测试	94
案例研究	
亚当森的攻心术	97
模拟谈判	
商标侵权赔偿谈判	98

第七章 国际商务谈判中的价格谈判	101
第一节 价格谈判要素与定价机制	102
一、价格谈判要素	102
二、国际定价机制	107
第二节 价格谈判区间与价格谈判	110
一、价格区域与价值分配	110
二、策划价格谈判	112
第三节 国际商务谈判中的货币选择与风险	116
一、浮动汇率风险	117
二、不易兑换的外国货币	119
扩展学习	
案例链接	
不变成本价与可变成本价	120
案例研究 7-1	
房地产建设项目的货币支付问题	121
案例研究 7-2	
生产制造技术与装备成交价谈判	122
模拟谈判	
中德技术贸易谈判	123
第八章 国际商务谈判类型	125
第一节 商品买卖谈判	126
一、商品的品质	126
二、商品数量	127
三、商品包装	127
四、收付货款	128
五、商品的装运和交接	129
第二节 国际技术贸易谈判	130
一、技术贸易谈判的特点	130
二、技术贸易谈判的主要内容	130
第三节 成立合资企业的谈判	134
一、合资企业的战略合作安排及谈判的特点	134
二、建立合资企业谈判的主要内容	136

第四节 国际租赁谈判	140
一、国际租赁业务的特点	140
二、国际租赁业务谈判的当事人	141
三、国际租赁业务基本程序	142
四、国际租赁合同谈判内容	144
五、租金的构成与计算方式	146
第五节 电子商务谈判	147
一、互联网谈判的优势	148
二、互联网谈判的劣势	149
三、互联网谈判策略	150
扩展学习	
案例研究	
广东本田劳资纠纷谈判	152
模拟谈判 8-1	
合资企业出资方式与作价谈判	154
模拟谈判 8-2	
融资租赁谈判	156

第九章 与中国人谈判	158
第一节 中国人的谈判哲学	159
一、对立统一论	159
二、分合往复论	160
三、知彼知己	160
四、攻心为上	161
第二节 中国人的谈判文化	164
一、中国是一个关系社会	164
二、讲面子	164
三、有耐心	165
四、讨价还价	165
五、中国人的低成本观念	166
六、政府的作用	166
第三节 与中国人谈判攻略	166
一、派遣合适的团队到中国	166
二、确定真正的中方谈判者	167

三、使用当地中国人	167
四、保持稳定的谈判团队	168
五、助中国伙伴一臂之力	168
六、邀请中国人在国外谈判	168
七、为中国设计有“八”字的产品	169
八、将中国看做“中国联邦”	169
扩展学习	
案例研究 9-1	
“给面子”如何“酝酿”谈判的成功	169
案例研究 9-2	
外国人眼中的中国人	174
模拟谈判 9-1	
与中国进口商的技术谈判	177
模拟谈判 9-2	
市政供水谈判	180
参考文献	182

CHAPTER 1

第一章

国际商务谈判导论

案例导入

A: 这种真丝衬衫现在的报价是多少?

B: 每打成本加运费, 纽约的到岸价格是 260 美元。

A: 我算算。哎呀, 这么贵! 比我去年向你们订购的贵了 10%。

B: 我认为这个价格是很公道的。您知道, 去年以来, 我国国内的生丝价格上涨, 工人工资也在上涨, 成本提高了, 因此利润下降。所以这个价格一点都不贵。

A: 如果我按这个价格买进, 就没什么赚头了。我希望能便宜点儿。25 美元怎么样?

B: 什么? 你是说 25 美元? 25?

A: 啊……, 对不起, 我说错了, 我的汉语真糟糕, 我的意思是 250 美元。

B: 吓了我一跳! 25 美元只能买一打衬衫领子。

A: 那么 250 美元可以买一打完整的衬衫了吧?

B: 恐怕不行。不过, 如果订货超过 10 万打的话, 我方可以考虑给你们一些折扣。

A: 你也知道, 受金融危机的影响美国的消费力在下降, 我们现在的销售市场也不确定, 所以订 6 万打已经不少了。

B: 如果您能接受我们的交货条件, 我可以打一点折扣, 255 美元一打, 怎么样?

A: 好吧, 为了我们的合作就 255 美元一打吧。

B: 一言为定!

这是一次十分普通的商务谈判, 但它涵盖了谈判、商务谈判和国际商务谈判的基本要素。同学们可以先尝试做个分析, 并回答它涉及了谈判、商务谈判和国际商务谈判的哪些基本要素。大家可以结合下面课文的内容寻找合适的答案。

第一节 谈判与商务谈判

谈判是人类最早开发的智力活动，是人类解决相互交往过程中产生矛盾的重要手段。谈判也是各国、企业、组织和个人解决政治、经济、文化、宗教等各类冲突的和平手段。特别是在当代，随着经济全球化和一体化的发展，世界各国各地区之间的经济交往和经济协调不断密切，经济上相互联系和依存、相互渗透和扩张、相互竞争和制约方面不断向更高的程度发展，形成了世界经济从资源配置、生产到流通和消费的多层次、多形式的交织和融合，使全球经济形成一个不可分割的有机整体。这种“你中有我，我中有你，一荣俱荣，一损俱损”的局面使得人们认识到在经济相互依赖的世界里，不能简单地以输赢论英雄，而必须寻求通过合作来取得双赢的结果。这种认识使人们越来越多地通过和平的方式，在平等互利的基础上解决一切冲突，特别是经济领域内的冲突，达到利益共享、共同发展的结果，而毫无疑问获得这一结果最主要的手段就是谈判。那么什么是谈判，什么是国际商务谈判？

一、谈判的含义

尽管中国自古就有诸多著名的谈判家和脍炙人口的谈判案例，但是“谈判”一词却在古代浩渺的典籍中隐而不现。与谈判一词最为接近的词汇是“说”，意即解释、解说、告诉等，更有劝说他人接受或采纳自己意见的意思，这在中国古代称为“游说”。“游说”一词与现代词汇“谈判”的释义可以说十分接近，然而两者之间又有截然不同的方面。古代所说的“说客”事实上与谈判对手，多为当权者或君主，处在完全不平等的地位，这些说客主要是凭着自己的聪明才智和“三寸不烂之舌”说服对方接受自己的观点，而且说客的工作常常具有很大的风险，特别是代表一方向其敌方游说时则可能付出生命代价。现代意义上的谈判双方，无论其实力大小都应当是平等的谈判主体，例如联合国无论国家大小每个国家在联大投票时都具有平等的权利。

对现代意义上的谈判一词的解释有几种说法，其中有代表性的如尼尔伦伯格认为，“人们为了改变相互关系而交换观点，或为某种目的企求取得一致，并进行磋商，即是谈判”^①。虽说对谈判一词的定义没有一个统一的说法，

① 尼尔伦伯格. 谈判的艺术 [M]. 上海: 上海翻译出版公司, 1986.

但它们都包含这样一些基本成分，即谈判是双方为解决冲突而进行沟通的过程，目的是使双方达成一项协议、解决一个问题或做出某种安排；谈判是从对方获取自身利益的基本方式；谈判是在双方拥有共同利益和冲突利益的情况下，为达成一项协议进行的相互间的交谈。上述有关谈判的定义中包含了如下几个要点：

(1) 谈判是参与谈判的各方相互沟通、相互交流的互动的过程。沟通的目的是使原本存在意见分歧的双方解决存在的问题，形成一个一致的意见，或为此做出相应的安排。

(2) 参与谈判的各方之间存在着相互依赖的关系，即双方之间虽然存在着利益的冲突，但彼此只有通过对方才能使自身的利益得以实现，因此谈判是一个既矛盾又统一的结合体。在我们生活中最常见的商品买卖活动中，买方和卖方各自有不同的利益。卖方希望以尽可能高的价格成交，而买方则希望以尽可能低的价格成交。尽管双方的利益存在着冲突，但是为了各自的利益的实现——买方通过成交获得商品的使用价值，而卖方通过卖出商品获得经济效益，买卖双方都十分明智地做出一些让步，并最终达成交易。

(3) 谈判的双方之间即有各自不同的利益——这是谈判发生的原因，同时又有相同的利益。如果谈判双方之间只存在不同的利益，那么双方就缺少了谈判所需的共同的基础和出发点；而如果只存在相同的利益，则谈判就没有必要发生了。在旷日持久的巴以和谈中，巴勒斯坦和以色列之间在领土问题、耶路撒冷地位问题和犹太人居住点问题上存在着严重的对抗，其矛盾似乎根本无法调和，然而巴以为何还能够坐到谈判桌前，关键还在于双方之间还存在着共同的利益，并且两国之间的人民希望得到和平。

虽然从定义上说具有以上特征的活动都可称作谈判，但是并非所有谈判都属于真正意义上的谈判。真正意义上的谈判应当至少符合以下三点要求：

(1) 谈判是“给”与“取”兼而有之的过程。谈判协议应当是在双方共同让步的基础上达成的条约，谈判中的给予与获取是共同的，单方面的让步和妥协不是真正意义上的谈判。

(2) 双方利益的冲突导致谈判的发生，然而如果没有谈判双方的合作，谈判就不可能顺利地进行并取得满意的结果。

(3) 由于政治、经济、体制、自然条件、社会条件、管理经验、财务状况、人才条件、生产能力等方方面面的因素，参与谈判各方的实力有着或大或小的差异，这是客观事实。尽管实力不同，但双方的谈判地位和权力是相等的。这种公平性的一个体现是实力较弱的一方有权否决它认为不公平的决议。如果没有这种权利，实力较强的一方就有可能利用有利的形势将自己的