

实用英语系列 · Practical English Series

约瑟芬·克林顿 ◎ 编著

商务谈判英语

谈判技巧, 商战锦囊,
快速沟通, 事半功倍。



北京大学出版社
Peking University Press

H317.9

K47-3.

实用英语系列 *Practical English Series*

商务谈判英语

Business Negotiating English

约瑟芬·克林顿 编著

罗竹茜 译

北京大学出版社

北 京

DV33/25

著作权合同登记 图字:01-1999-1559

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判英语/约瑟芬·克林顿编著. —北京:北京大学出版社, 1999.9

(实用英语系列)

ISBN 7-301-04224-8

I. 商… II. 克… III. 商务-谈判-英语-口语

IV. H319.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 24710 号

本书中文简体字版由远流出版公司授权北京大学出版社出版

书 名: 商务谈判英语

著作责任者: 约瑟芬·克林顿 编著 罗竹茜 译

责任编辑: 张文定

标准书号: ISBN 7-301-04224-8/H·0467

出版者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村北京大学校内 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn/cbs.htm>

电 话: 出版部 62752015 发行部 62754140 编辑室 62752036

电子信箱: zpup@pup.pku.edu.cn

排 版 者: 北京大学印刷厂

印 刷 者: 北京大学印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787 毫米×960 毫米 32 开本 5.75 印张 110 千字

1999 年 9 月第一版 1999 年 9 月第一次印刷

定 价: 10.00 元

出版说明

英语是世界上的主要语言之一。由于历史的原因和政治、经济、文化、科技发展的结果以及英语本身所具备的条件,英语已在世界上起到国际语言的作用。在改革开放的中国,英语也是中国人学习外语的第一选择。但是,对于掌握了一定单词、有一定英语语法基础的成人,每当要用英语进行口头表达或文字表达时,常常会不知所措:人家说的自己听不清,自己说的别人听不懂,写出来的人家不明白。要在较短的时间内,能做到学以致用,适应对外交际的需要,就应该选一本实用的好教材。

“实用英语系列”将针对人类学习语言的自然本能,结合中国人学习外语的方式以及思维习惯,发挥长处克服弱点,让您在学习中得到乐趣,学后能脱口而出,下笔而就。

“实用英语系列”有以下两个特点:

一是各册所涉及的内容广泛而实用。实用是本系列的基本出发点。人们在工作、学习、生活以及其他活动中所遇到的各方面的内容,本书均将按主题分册涉及,不同的读者可以根据不同的需要,选择不同主题的分册学习、实践。

二是力求简单易学,强调口语作用。本系列中,口语类图书占的比重较大。这是因为学习外语主要是为了交际,而要交际,首先要学好口语,只有通过口语,才能有足够的练习与实践的机会,来获得新的技能和养成另一种语言的思维习惯。各册的句型、语法、词汇都是最基本的。即使是零起点的读者也可由浅入深,循序渐进,有英语基础的读者更可以温故而知新,巩固和提高自己的英语听说写的能力。

为了给读者提供纯正、地道的英语,本书各册力求做到由中外语言专家合作编写,并且将配制录音带。

“实用英语系列”为多辑系列丛书,分辑推出。第一辑 8 种由美国 AA. Bridgers 公司编写,内容包括办公室日常用语、生活美语、旅行自助、文法句型会话、流利英语词汇等。第二辑 10 种由台湾远流出版公司编写,以商务交际活动为中心,包括国际商展、贸易、谈判、接待、礼仪、商务报告等方面的英语口语、书面语言等。这二辑书中出现的重要单词短语,依照当代美国人发音、以标准 K.K. 音标注音。为方便读者自学,各册均由语言教学专家精心录制了学习磁带,使读者既可阅读本书,还可以训练听力,以掌握纯正的语音语调,达到自然学习的效果。本书附有国际音标(Jones)和 K.K. 音标对照表,供读者查阅。

热忱欢迎读者对“实用英语系列”编写中的疏漏和缺点提出批评建议。

北京大学出版社

1999 年 8 月

编写报告

从开始接触 ABC 的那一刻起,在英语学习这条漫长路上,我们绝大部分的时间是要以个人的努力自助走过。也就是说,我们可以借镜,却无法夺取分食他人桃李满园的成果;我们也无法出租自己的学习园地,请他人代劳耕种。而欲有丰收的成果,除本身的努力外,尚有两项不可或缺的基本要件:一是沃土;即学习的内容——充分配合学习者的需求以达到学习目标;二是得当的栽培方法——教学法能引领学习者迈向学习目标。以下即针对取材的内容与编排的方法,说明本书《商务谈判英语》,是如何在这方面求取突破,丰富语言自耕农的学习园地。

语言的首要目的在于沟通,而有效的沟通则有赖所用语言能否正确地表情达意,吻合真实情境所需。《商务谈判英语》之语言内容的选取标准,着重这种“真实性”(authenticity)。而且不仅语言本身完全是以英语为母语者使用的,又能有效地达到谈判的目的,而且会话的情境也于实有据。

从与专业从事国际生意人士的访谈、参考相关谈判的书籍文章等所得,我们归纳出四种国际商场谈判的情境分类:买卖交易(Buy and Sell)、工厂加工

(OEM)、争取独家代理权(Sole Agency)与合资(Joint Venture)。透过分析,更进一步地发现(1)买卖交易的谈判重点,是落在价钱、交货时间与数量;而(2)应允代工的关键条件,则围绕在技术转移、投资报酬率与合约条件;至于(3)独家代理权的谈判,双方则是在数量与代理权保障上,互相较劲;最后(4)合资方面,首重双方财力、技术与产销能力的门户相对与否。这些宝贵的经验所得,皆成了编辑群设计谈判情境与语言内容及语言技巧的根据。

正如前述,语言的形式若要能成功地表情达意,惟有以实际情境为基础,才能使得读者学习到以英语作谈判的实际语言技巧。此外,由于谈判英语的基础是建筑在以谈话沟通之上,口语化的英语才能有效地使得两位商务代表的谈话,鲜活地原音重视。反之,以死硬的文法公式造就出来的人工化句子,虽主词、动词一应俱全,却有如失真的塑胶花。有鉴于此,参与本书工作的外籍编辑特别根据谈判情境,重新创作会话语句,以符合实际、道地口语化的原则。

编辑方法

本书编排的方式,相当于课堂老师的教学法。每单元的开头是以楔子拉开序幕,一如教师的开场白。一方面用以提示学习重点,一方面借以激起学生的学习兴趣与学习动机。凡有经验的教师都深知学习者的注意力有限,控制学习内容于一定的范围之内,是项重要的教学策略。因此本书的会话内容极力控制在十句

左右,除了考虑到读者对长篇英语的恐惧外,亦顾及读者注意力持续的限度。这种“十句左右”的设计,可促使读者一口气读完会话。而本书的主要课文全部以会话的方式出现,主要因为谈判乃是以谈话沟通为基础,惟有借对话的形式才能展现谈判现场中,双方一来一往的互动脉络与过程。而这种商界谈判场合中的表达能力与听话能力,即是本书的语言学习目标。

除此之外,为达到同步翻译的效果,会话的内容采取中英并排的对照方式,将中文排在原文的右方而非下方。此一安排主要是便于读者一气呵成地读完英语会话部分,避免在上下两句英文衔接处受到中文翻译的干扰。这种使中文翻译处于备而不用的编排方式,意在引导读者遇到生难字时,能先凭上下文揣测含意,因为猜测思考的行为将有助于语言的学习。我们要提醒读者,过度地仰赖中文翻译会牺牲进步的速度。

在解释部分,则包含字汇、句型与短语的说明。单字以注脚的方式,出现在会话页底部,方便查阅。而学习重点的“实用句型”,原则上是从特定会话情境规划出三个最关键的句型。为彰显要点,在关键句型一开头特别以粗黑体标示出“四字箴言”,表明本句型的“功用”(function)——说这句话的用意或目的。解释句型功用的部分,不仅包括句子的字面意义,更具体地根据说话者的身份角色来解析,便于读者全盘掌握运用的时机。至于情境短语的选定标准,除了本身要切合该谈判情境的主题,也力求达到使谈话生色的水准。往往在字面之下,每个用语都隐藏了文化、生活的深意,

举例来说“get the ball rolling”——(开始)就是源自西方人的最爱——足球运动。因此在解释短语方面,编辑们通常要深入字面底层挖掘出更深的涵义,展现给读者,以一明究理。

本书另外的一个特色——谈判锦囊,主要在分析语言所暗藏的玄机,告诉您如何选定谈判策略,如何分辨文化差异,以及怎么样来以英语作身段、拉开距离、摆姿态、拒绝或允诺等。整个单元最后以动动脑划上句点,一方面使读者有机会验收学习成果,一方面在参照答案时,矫正错误,强化学习成果。此书这种“呈现内容→说明→举例→练习”的编排法,无异于课堂老师的教学法。

阅读建议

语言能力基本上是很难以冷藏食物的方式,容许我们暂时将食品搁在冰箱中保鲜;比较接近事实的说法,就是“不进则退”。因此选定语言教材之后,贵在使用,因为这也是语言教材的真正目的所在。

关于如何使用本书,我们鼓励一种“学习套装软件”(package)的观念,换言之要将录音带与书互相配合视为一体,此作法之目的是要读者放弃以阅读文字的传统学习法划地自限。本书系强调口语的沟通能力,若能使自己进入语言的有声世界,才是一个完整的“听、说、读、写”学习环境。

在此针对读者的程度,提供两种不同的学习方式。程度好、听力较强的读者,宜先从录音带入手。在听课

文部分,要先全部听完之后,再翻开书本详阅文字;对于较陌生的字,多花时间学习。然后阖上书本,倒带再听一次。而程度较浅、听力较弱者,我们建议先从书本看起,一则先熟悉内容,二则去除听英文的恐惧,之后配合书本,播放录音带,边听边读。然后阖上书本,倒带将录音带再放一次,训练听力。

最后提醒各位三点注意事项:(一)随着录音带,跟在外籍老师之后,练习发音。(二)阅读会话内容时,先将英语部分从头到尾读一次。遇到有困难处,莫急于对照中文翻译,宜先根据上下文,猜测生难字含意。(三)务必动手做练习,确实评估自己的学习成果。

《商务谈判英语》虽是以谈判作为取材的范畴,以提升谈判的英语为短期的目标。但在谈判的实用效应之外,亦不忘以奠定语言基础作为终极的目标。我们冀望能丰富学习者整个学习园地,而非一、二棵挂上谈判牌子的果树而已。

(罗竹茜执笔)

CONTENTS

目 录

出版前言	1
编写报告	1

Chapter 1 Buy and Sell 买卖交易

Unit 1 买卖过招第一回	3
Unit 2 你来我往价格战	16
Unit 3 把手言欢定合约	29

Chapter 2 OEM 来料加工

Unit 1 远来贵宾谈加工	45
Unit 2 谈判得失细思量	58
Unit 3 技术转移互获利	71

Chapter 3 Sole Agency 独家代理

Unit 1 争取产品代理权	87
----------------------	----

Unit 2	先决条件谈得拢	100
Unit 3	期限佣金好商量	113

Chapter 4 Joint Venture 合资事业

Unit 1	运筹帷幄转颓势	129
Unit 2	进退分寸拿捏准	142
Unit 3	二分天下谈行销	155

附录:	国际音标与 K.K. 音标对照表	168
-----	------------------------	-----

Chapter **1**

Buy and Sell

买卖交易

Unit **1** *Buy and Sell*

买卖过招第一回

Dan Smith 是一位美国的健身用品经销商,此次是 *Robert Lia* 第一回与他交手。就在短短几分钟的交谈中, *Robert Lia* 即感到这位大汉粗犷的外表下,藏有狡黠如脱兔的心思——他肯定是沙场老将,自己绝不可掉以轻心。双方第一回过招如下:

谈判现场

D: I'd like to *get the ball rolling* by talking about prices.

我想就从价钱方面开始谈吧!

R: *Shoot*. I'd be happy to answer any questions you may have.

洗耳恭听! 我很乐意答复任何问题。

D: Your products are very good. But I'm a little worried about the prices you're asking.

贵公司的产品很出色;但对于你们开的价码,我觉得有点困难。

R: You think we should be asking for more? (laughs)
你是觉得我们应该把价钱开高一点啰?(笑)

D: (chuckles) That's not exactly what I had in mind. I know your research costs are high, but what I'd like is a 25% discount.

(莞尔)我不是这个意思。我知道你们投入很高的研究经费,但是,我想要的是七五折。

R: That seems to be a little high, Mr. Smith. I don't know how we can *make a profit* with those numbers.

Smith先生,这个折扣似乎多了点。这样的价格,我真怀疑我们公司怎么能有利润可赚!

D: Please, Robert, call me Dan. (pause) Well, if we promise future business—*volume sales*—that will *slash* your *costs* for making the Exec-U-Ciser, right?

Robert, 请叫我 Dan 好了。(稍停) 这样吧! 若我们答应以后继续和你们合作, 而且是大笔的生意, 就可以使你们大幅降低“健身乐”的制造成本, 对不对?

R: Yes, but it's hard to see how you can place such large orders. How could you *turn over* so many? (pause) We'd need a guarantee of future business, not just a promise.

嗯! 不过, 我实在看不出您怎能下这么大笔的订单?! 贵公司如何销售这么多的货呢? (略停) 我们要的可是继续做生意的保证, 而不是随口答应就算数的哦!

D: We said we wanted 1000 pieces over a six-month period. What if we place orders for twelve months, with a guarantee?

我们说过半年内订货 1000 件。如果现在我们保证一年内都会跟你们订货, 你意下如何?

R: If you can guarantee that on paper, I think we can discuss this further.

如果你们能以书面作保证, 我想我们可以再详谈下去。