

国际贸易谈判技巧

袁 革 主编



中国财经出版社

国内贸易部教育司推荐中等专业学校教材

国际贸易谈判技巧

袁 革 主编

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际贸易谈判技巧 / 袁革主编. — 北京: 中国财政经济出版社, 1996

国内贸易部教育司推荐中等专业学校教材

ISBN 7-5005-3248-2

I. 国… II. 袁… III. 国际贸易—贸易谈判—专业学校—教材 IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (96) 第 17674 号

中国财政经济出版社出版

社址: 北京东城大佛寺东街 8 号 邮政编码: 100010

河北涿州新华印刷厂印刷 各地新华书店经销

787 × 1092 毫米 32 开 12.5 印张 256 000 字

1996 年 11 月第 1 版 1996 年 11 月北京第 1 次印刷

印数: 1-10 050 定价: 12.00 元

ISBN 7-5005-3248-2/F·3020

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

推 荐 说 明

为了适应社会主义市场经济发展的新形势，按照建立社会主义现代企业制度和“建立大市场、搞活大流通、发展大贸易”的要求，结合我国当前大、中型企业开展科学管理企业活动的实际，国内贸易部教材信息服务中心组织有关专家、学者和长期在教学第一线任教的教师，编写了这本《国际贸易谈判技巧》。经审定，可作为国内贸易部系统中等专业学校教材，也可作为各类中等成人学校、在职干部业务岗位培训教材和广大企业职工自学读物。

本书由袁革任主编。参加编写的有袁革、陈潮珠、唐威，最后由袁革总纂定稿。

由于编写时间仓促，水平有限，缺点疏漏在所难免，请广大读者提出宝贵意见，以便进一步修订完善。

国内贸易部教育司

1996年6月

目 录

第一章 国际贸易谈判概述	(1)
第一节 国际贸易谈判的概念与特征	(1)
第二节 国际贸易谈判的结构、类型与方式	(10)
第三节 国际贸易谈判的过程	(24)
第四节 国际贸易谈判的基本内容	(32)
第二章 国际贸易谈判准备	(41)
第一节 资料准备	(41)
第二节 决策准备	(58)
第三节 人员准备	(64)
第四节 其他准备	(73)
第三章 开局技巧	(86)
第一节 国际贸易谈判技巧概述	(86)
第二节 控制开局目标策略	(90)
第三节 确定谈判议程策略	(110)
第四节 谋取谈判主动权策略	(120)
第四章 探测技巧	(130)
第一节 对对方意图的探测策略	(130)
第二节 对己方意图的陈述策略	(165)
第三节 对对方窥测己方意图的防御策略	(171)

第五章 磋商技巧	(177)
第一节 发盘策略	(177)
第二节 还盘策略	(190)
第三节 冲突调解策略	(200)
第四节 僵局缓解策略	(214)
第五节 让步策略	(238)
第六章 成交技巧	(246)
第一节 成交意图表达策略	(246)
第二节 成交信号接收策略	(258)
第三节 成交促成策略	(269)
第四节 成交签约策略	(279)
第七章 谈判礼仪	(288)
第一节 谈判者的仪表与修饰	(288)
第二节 谈判者的仪态与风度	(303)
第三节 谈判交际礼仪	(323)
第八章 谈判风格	(344)
第一节 亚洲谈判风格	(344)
第二节 美洲谈判风格	(358)
第三节 欧洲谈判风格	(370)
第四节 非洲、大洋洲谈判风格	(384)

第一章 国际贸易谈判概述

国际贸易谈判是不同国别的经济主体为谋求一定经济利益而展开的一种交往活动。随着各国生产和交换的日益国际化，国际贸易谈判越来越显示出其重要作用，并越来越要求商人们具备国际贸易谈判的知识和技巧。本章主要分析国际贸易谈判的概念与特征，阐述国际贸易谈判的原则与过程，概括国际贸易谈判的类型和内容。

第一节 国际贸易谈判的概念与特征

一、国际贸易谈判的概念

谈判，译为“Negotiation”，即商谈、协商、磋商等；亦译为“Discussion”，即洽谈、讨论、争议等。谈判一般是指人们为满足各自的需要，为妥善解决某些问题所进行的协商活动。谈判广泛地存在于人类活动的各个方面。在社会经济、政治、外交、军事和日常生活中，随时随地都在发生各种各样的谈判。国际贸易谈判是其中一种，它具有以下诸方面的内涵。

国际贸易谈判的基本动因，是某一国别的经济主体的某

种未满足的需要。如果交易的一方或双方认识到有可能从对方获得需要的满足，就可能萌发谈判的动机。“需要”是一个心理学概念，它指个体和社会生活中必需的事物在人脑中的反映。人类有种种复杂的需要，它们同人的活动相联系，是人的活动的基本动力，也就是说人的活动的目的，总是为了满足某种需要。例如，在国际贸易谈判中，买方希望在最有利的条件下购买货物或服务，以满足自己的消费需要；而卖方则希望在最有利的条件下出售货物或服务，以满足自己对货币的需要。因此，需要和对需要的满足是谈判的共同基础和动力。

国际贸易谈判产生的前提，是国家间不同经济主体的双方在观点、利益和行为方式等方面既相互联系又发生冲突或差别。国际贸易谈判双方都期望从对方获得某种需要的满足，这就构成了它们之间的相互联系。但是，谈判双方又都希望能在己方最有利的条件下实现自身的需要，因此彼此间在观点、利益和行为方式等方面必定发生冲突或差别。如果不存在这种冲突或差别，双方就用不着进行谈判。正是这种冲突或差别，才使谈判成为必要。

国际贸易谈判关系构成的条件，是谈判双方必须在物质力量、人格、地位等方面都获得了相对独立或对等的资格，即必须是法人或法人代表或其代理人。法人，是指有一定的组织机构和独立支配的财产，能够以自己的名义进行经济活动，享受权利和承担义务，依照法律程序成立的企业、国家机构、社会团体等。商品交易是实现一定经济目的的经济活动，凡是从事这种活动的社会组织必须是经国家审查批准

并注册登记的法人。只有这种法人代表人或其委托的代理人才有资格对外进行谈判签约，也就是说，只有当交易双方都有法人资格时，才能构成现实的国际贸易谈判关系。

国际贸易谈判的内容，是涉及买卖双方利益的标的物，即与商品交易有关的各项交易条件。主要的交易条件有商品的品质、数量、包装、价格、支付、保险、商检、索赔、仲裁和不可抗力等。国际贸易谈判就是对商品的交易条件所进行的协商活动。

国际贸易谈判的核心任务，是一方企图说服另一方或理解、或允许、或接受自己所提出的观点，所维护的基本利益以及所采取的行为方式。谈判双方是在相互联系又相互冲突的前提下进行谈判的。由于各方的主客观条件的差别和待实现的需要不同，对这项交易就产生了各自的观点、所追求的基本利益和行为方式的差别或冲突。谈判是解决双方冲突的有效途径。通过谈判，有可能使一方理解、允许或接受另一方的观点，可能使双方的需要和基本利益得到协调和适应，可能使双方在行为方式方面取得谅解和协调。

国际贸易谈判的手段，是说服。谈判是借助于思维、语言、文字及态势进行磋商并达成一致的过程。国际贸易谈判始终是信息双向沟通的过程，在此过程中，双方都站在某种角度上表明自己的立场、观点、意图和要求，并进行不断的磋商，争取使双方的想法和意见趋于一致。为此，谈判者必须借助于思维、语言、文字、态势来传递和交流信息，通过摆事实、讲道理、以理服人的说服活动来实现谈判目标。当然，说服不是乞求，也不是欺骗，而是要讲究策略和运用技

巧。一般来说，谈判者的思维能力和运用语言、文字、态势的能力越强，其谈判能力也就越强。

国际贸易谈判的结果，是使谈判者部分或全部需要得到实现，或取得实现的基础。交易双方之所以要进行谈判，都是为了从对方那里满足自己的某种需要，因此，双方不仅都要有所“取”，而且都要有所“给”，也就是各方在满足自身需要的同时，使对方的需要也得到满足。可见，国际贸易谈判的结局表现为互利互惠。一场成功的国际贸易谈判，每一方都是胜者。

国际贸易谈判的实质，是签定双方都能接受的协议。国际贸易谈判的成果，必须如实反映在具有法律效力的书面协议中，国际贸易谈判的过程，实际上就是订立协议的过程。协议是双方意志的体现，是双方履约义务的依据，也是一方一旦违约时追究其法律责任的根据。

可见，国际贸易谈判是指具有法人资格的不同国别的经济主体双方，为了实现各自的目的（需要），围绕涉及双方利益的标的物（商品或劳务）的交易条件，借助于思维、语言、文字、态势进行的沟通和协商，最后达成一项双方都能接受的协议的行为和过程。

二、国际贸易谈判的特征

国际贸易谈判作为谈判的一种，具有一般谈判所表现出来的基本特征。同时，作为国际贸易谈判，还具有其自身的特征。

（一）谈判对象的广泛性和不确定性

随着国际分工的发展，国家之间的经济依赖性不断增强，一方面它使各国经济程度不同地成为开放性的经济，另一方面又使生产和交换国际化，许多国家的对外经济联系在国民经济中所占的地位显著提高，都把对外贸易当作国民经济发展的动力，把世界市场当作重要原料、燃料和先进技术的来源和本国产品的售出地。因此，各国的经济主体作为卖者，其商品销售范围具有广泛性，作为买者，其采购商品的选择范围也十分广泛。国际贸易谈判的对象遍及世界各国，为了使交易更加有利，也需要广泛接触交易对象，使谈判对象表现出广泛性的特征。同时，不论是卖者还是买者，每一笔交易都是同具体的交易对象成交的，而具体的谈判对象在国际市场竞争和多变的条件下又是不确定的，使谈判对象表现出不确定性的特征。

（二）所遇环境的多样性和复杂性

国际贸易谈判的参加者主要是各个国家及地区的各种工商企业，工商企业是现代经济的细胞，是经济活动的主体，而处在现代经济条件下，不同国别的经济主体双方进行国际贸易谈判，所遇到的环境是多种多样和复杂变化的。例如谈判前要考虑的环境因素，就涉及某一国家或地区的经济情势、政治状况、法律制度、社会文化、商业习惯、财税金融情况及基础设施条件等多方面；分析市场因素也包括国内外市场分布情况、市场商品需求情况、市场商品供应情况、市场商品销售情况及市场竞争情况等多层面。加上由于受供求关系的影响，国际市场价格变化多端，交易竞争十分激烈，制约国际贸易谈判的因素很多，使谈判环境表现出多样性和

复杂性的特征。

(三) 谈判条件的原则性和可伸缩性

国际贸易谈判的目的在于不同国别或地区的经济主体双方都要实现自己的目标和利益，这些谈判目标或利益是经济主体自身确定的，并具体体现在各种交易条件上。由于谈判各方都希望能在对己方最有利的条件下获得自身需要的满足，各方都以自身的目标和利益作为“底线”，坚持谈判的原则，追求谈判的高目标；又由于买方希望卖方提供货物以满足消费等需求，卖方希望买方购买货物以满足对货币的需求，为了使谈判能达成协议，谈判各方必须具备一定的合作性，交易条件是可以谈判的，具有一定的伸缩性。受这两方面因素的影响，使谈判条件表现出原则性和可伸缩性的特征。

(四) 语言表达和文字表达的一致性

国际贸易谈判有口头谈判和书面谈判两种形式。在口头谈判过程中，双方的意愿和交易条件的讨价还价，施展谈判技巧等等，都是通过口头言语表达的。谈判语言要求中心突出、条理清楚、用词恰当、逻辑性强、有说服力。当谈判成功，交易达成时，一般都要通过签定具有法律效力的书面合同或协议来确认。因此，合同中的文字表达要与谈判中的语言表达相一致，并且具有准确性、完整性和逻辑性。加上由于不同国别及地域语言及文字的差异，为避免语音错误、语调失真、语境误解、翻译差错以及歧义产生，语言表达和文字表达的一致性至关重要。所有这些，使谈判中语言表达与文字表达表现出一致性的特征。

三、国际贸易谈判的原则

遵循必要的国际贸易谈判原则，是取得国际贸易谈判成功的基本保证。国际贸易谈判原则，是指导国际贸易谈判活动的行为准则，它反映了商品经济关系的运动规律，具有普遍适用性。

（一）平等原则

平等原则，要求国际贸易谈判双方坚持在地位平等、自愿合作的条件下建立国际贸易谈判关系，并通过平等协商，公平交易来实现双方权利和义务的对等。

在现代经济条件下，作为国际贸易双方的经济实体，都是具有独立法人资格的商品生产者和经营者。因此，国际贸易谈判双方的法律地位完全平等，不论国家大小，经济实体实力强弱，都要平等相待。同时，商品交换客观上要求自愿让渡，不自愿，双方就洽谈不起来。在国际贸易谈判过程中，双方在观点、利益或行为方式等方面的分歧，是客观存在的，存在的分歧只能通过平等协商来解决，不应该也不可能违背任何一方的意愿，将自己的意志强加给对方。

（二）互利原则

互利原则，要求国际贸易谈判双方在适应对方需要的情况下，互通有无，使双方都能得利；在考虑己方利益的同时，要照顾双方利益，使交易谈判结果实现等价交换，互利互惠。

一项国际贸易谈判的结果有四种可能：我赢你输、你赢我输、你输我输、你赢我胜。前二种结果，实际上是一方侵

占了另一方的利益，即使在特定情况下出现，也往往是“一锤子买卖”；第三种结果是双方都不愿意看到的，因而应尽力避免；而第四种结果达到了互利互惠，这是双方通力合作的成果。等价交换是商品交换的客观规律，互利原则正是实现等价交换的前提，同时，坚持平等原则也要求交易双方在经济利益上互利互惠。当然，互利互惠不等于利益均分，谈判双方可能一方获得利益多一些，另一方获得利益少一些，这主要取决于双方各自拥有的实力和谈判技巧等因素。

（三）合法原则

合法原则，要求国际贸易谈判的内容及其所签订的契约必须遵守国际法则及尊重对方国家的有关法规。

根据国际法则和国际商业惯例，凡是违反社会公共利益的协议，或是通过强迫命令、欺诈、胁迫等手段所签订的合同和代理人超越代理权限签订的合同，都是无效合同。无效合同从订立时起，不仅得不到法律的承认和保护，而且还要承担由此引起的法律责任。因此，国际贸易谈判的内容及其最终签订的协议，只有遵循合法原则，才具有法律效力。为此，要求国际贸易谈判当事人的发言和双方签订的书面文字，一定要法律化，即具有双方一致承认的明确的合法内涵，必要时还应对用语的法定含义作出具体、明确的解释，一并写入协议中。

（四）信用原则

信用原则，要求国际贸易谈判双方都要讲信用，重信誉，遵守和履行诺言或协议。

信用是诚信无欺的职业道德，也是国际贸易谈判双方交

往的感情基础。诚意和信誉给人以安全感，使人愿意同你洽谈生意，还有利于消除疑虑，促进成交，进而建立较长期的国际贸易关系。如果谈判人员不讲信用，出尔反尔，言而无信，要取得对方的诚意与合作是不可能的。为此，国际贸易谈判人员及其经济实体要坚持信用原则，以信誉为本，实事求是，言行一致，取信于人；同时，在谈判中也要注意不轻易许诺，一旦承诺或达成协议，就必须严格履行。

（五）相容原则

相容原则，要求国际贸易谈判人员在洽谈中要对人谦让、豁达，原则性和灵活性有机结合，以便更好地达到谈判目的。

心理学研究表明，自信心越强的人，越善于与人相容。由于国际贸易谈判过程是一个调整双方利益，以求得妥协的过程，双方出于利益的不同，引起分歧冲突在所难免，问题是应用什么态度，根据什么原则，采用什么办法来妥善解决这些矛盾。在国际贸易谈判中，应既要坚持原则性，又要留有余地，对于关系己方根本利益的原则问题，寸步不让，但又要避免简单粗暴，要以不卑不亢的态度，从实际出发，耐心地、反复地说明立场，争取对方的理解和接受。对某些非原则性问题，则可以在不损害己方根本利益的前提下，必要时作某些让步。在整个洽谈过程中，应努力做到有理、有利、有节，以理服人。即使遇重大分歧几经协商仍无望获得一致时，也要注意互相谅解，生意不成友谊在。

第二节 国际贸易谈判的结构、 类型与方式

一、国际贸易谈判的结构

国际贸易谈判的结构，是指国际贸易谈判的构成要素及其联结方式。谈判的主体、客体和议题是国际贸易谈判的三项最基本的构成要素；先发制人式、后发制人式和对等式是国际贸易谈判的三种主要的联结方式。

(一) 国际贸易谈判的构成要素

国际贸易谈判的构成要素是指国际贸易谈判的构成因素和内部结构。一场完整的国际贸易谈判作为一个整体，它的构成要素是多方面的，包括国际贸易谈判主体、国际贸易谈判客体、谈判议题、谈判时间、谈判地点以及其他的物质条件等。这些构成要素缺一不可，但其中最基本的构成要素是国际贸易谈判的主体、客体和议题三项。

国际贸易谈判主体，是指在国际贸易谈判中通过主动了解对方并影响对方，从而企图使对方接受自己的交易条件的一方。作为国际贸易谈判主体，可以由一个人或两个人组成，还可以是一个代表某一经济实体的代表团。在国际贸易谈判中，谈判主体的最大特点，就在于它表现出充分的主观能动性和创造性。因此，国际贸易谈判主体往往可能首先取得谈判的主动权。

国际贸易谈判客体，是指在国际贸易谈判中，谈判主体

所要了解并施加影响企图使之接受自己的交易条件的一方。作为国际贸易谈判客体，也可以由一个人或两个人组成，还可以是一个代表某一经济实体的代表团。在国际贸易谈判中，谈判客体的最大特点，就在于它有一定程度的被动性。

国际贸易谈判主体和国际贸易谈判客体是相对而言的。在国际贸易谈判中，谈判双方都力争使自己成为谈判主体，并把对方作为谈判客体，但是，在谈判过程中，自己要去了解对方，自己也被对方了解，自己要去影响对方，对方也要影响自己，自己企图说服对方接受自己的观点或交易条件，对方也企图说服自己接受其观点或交易条件。这样，国际贸易谈判双方就各自都既是谈判主体又是谈判客体。

国际贸易谈判议题，就是谈判双方共同关心的并希望解决的问题。所有国际贸易谈判，不论它涉及什么商品，都包含某些共同的主要议题。这些主要议题，就是国际贸易谈判的基本内容，即商品的品质、数量、价格、装运、保证条款和仲裁等一系列交易条件。每一项具体的国际贸易谈判议题，尤其是主要议题不完全一样。但它们的共同的最大特点，就在于双方的共同性。如果不具备这一特点，就不能成为谈判议题。

任何一项国际贸易谈判，都要有国际贸易谈判主体、国际贸易谈判客体和国际贸易谈判议题。这三项基本要素缺少任何一项，就不能构成国际贸易谈判。

(二) 国际贸易谈判基本要素的联结方式

国际贸易谈判的三项基本要素是按照一定的方式联结起来的，主要有下面三种联结方式：