

高职高专多媒体系列教材



国际商务 洽谈

杨志强 编著

张爱民 制作

丛书主编 张洪定

dultedu.tj.cn

南开大学出版社
南开大学电子音像出版社

F740.4
97+16-20

高职高专多媒体系列教材

国际商务洽谈

南开大学出版社
南开大学电子音像出版社

天 津

名 称: 《国际商务洽谈》
标准书号: ISBN 7—900667—07—5 / F·07
出版发行: 南开大学出版社
南开大学电子音像出版社
地 址: 天津市南开区卫津路94号 邮编: 300071
营销部电话: (022) 23508339 23500755 23508542 (传真)
邮购部电话: (022) 23502200
技术支持: (022) 23504636 83310422
网 址: www.adultedu.tj.cn
出 版 人: 肖占鹏 总体策划: 张倍
光 盘 责 编: 尹建国 图书责编: 张恒
封 面 制 作: 大勇
图 书 承 印: 河北省迁安市鑫丰印刷有限公司印刷
光 盘 刻 制: 天津民族文化光盘有限责任公司
经 销: 全国各地新华书店、软件连锁店
版 次: 2005年1月第1版
印 次: 2005年1月第1次印制
开 本 规格: 787×1092 1/16
印 张: 10.125
字 数: 258千
定 价: 20.00 元

版权所有

翻印必究

序

情钟成人教育 躬耕网络教学

网络教育正在引发教育史上的革命，其速度之快、影响之大、范围之广，大家有目共睹。而与网络教学紧密相联的现代教育技术，以无限的容量、广阔的覆盖面、灵活交互的特色，迅速渗透到成人教育诸多领域。课件技术的支持、互联网平台的建立、多媒体的综合运用都为成人教育创造了全新的发展条件。天津市教育委员会在快速启动网络教学，全面提升成教水平，构建终身教育的“知识网络”中，做出了创新的实践。

在网络课程的建设 and 网络教育的实践中，天津成人高校的教师们立足于应用现代教育技术，改造原有的教学模式，开拓了新的教育手段，使网络教育这一新模式，在教学改革的实践中迅速普及并受到广泛欢迎。南开大学出版社出版的《高职高专多媒体系列教材》，以其严谨的学风、科学的体系、先进的技术、崭新的形式，成为培养经济建设中复合应用型人才的代表性教材。对研究成人教育改革的探索者来说，其欣慰之情是毋庸赘述的。在促进经济发展、社会进步的历程中，再一次留下了成人教育工作者的探索足迹。相信这套教材的出版，将进一步推进成人高等教育的课程体系改革，同时对构建高标准职教体系具有积极的借鉴意义。谨向老师们致谢。

龙德毅
2002年7月

高职高专多媒体系列教材

编委会主任 龙德毅

编委会副主任 叶 庆

主 编 张洪定

编委（以姓氏笔画为序）

王 宇 王发田 王丽雅 王晓明 王繁臻 丛文广

边 玲 刘志刚 安瑞威 阎常钰 吴 群 宋新力

张 蓓 张庆生 张洪定 李 刚 李全奎 杨学俊

杨聪柱 肖金庚 陈相文 岳腾伦 贺兰芳 贾晓华

黄金彪 蒋克己 韩 铃 靳 莹 魏秀双 解书明

工作人员（以姓氏笔画为序）

田金玲 任 鹏 刘 怡 刘福安 朱海彤 何 明

张爱民 张媛媛 和建明 赵秀荣 梁欣怡 教 琳

前 言

21 世纪是一个高度知识化、高度市场化与高度信息化三者紧密相结合的全球经济时代,随着中国加入世界贸易组织,国际贸易的规模飞速增长,国际商务合作的形势日益多样,我国各类企业和世界各国的商务往来日益增加,参与国际商务活动面临越来越激烈的国际商务竞争环境的挑战。为适应这一形势要求,劳动者要有较高的综合素质,具有从知识上、能力上、心理上全方位适应的素质,具有开拓进取、团结协作和主动适应环境不断调整自我的素质。因此掌握国际商务洽谈的基本知识已成为新型劳动者无法回避的现实和必备的基本能力。

基于以上的认识,为了适应高职高专的多媒体教学需要,我们编写了《国际商务洽谈》一书。

国际商务洽谈,是以国际商务洽谈的理论和技能为主要对象,研究有关国际商务洽谈的理论、内容、方法和技能的学科。

国际商务洽谈是一门应用型学科,它既介绍商务洽谈的内容,也介绍进行商务洽谈的方法、策略与技巧。同时它还是一门边缘学科,它同“国际贸易实务”、“国际经济合作”、“市场营销学”、“国际商法”等学科都有密切关系,部分内容还有一定的交叉。

本书的内容主要分成三个部分。第一部分,即第一章,主要介绍了国际商务洽谈的概念、特点、理论和原则等,使学生对该学科的全貌有一个基本的了解;第二部分,包含第二章至第七章的内容,主要阐述了影响谈判的各种因素、谈判前的准备工作、谈判的组织、谈判的程序、策略与技巧以及谈判的常用语言,使学生能初步掌握“如何谈”、“谈什么”、“怎样谈好”,以便在商务洽谈中取得较好的经济效益和社会效益;第三部分,包含第八章、第九章的内容,主要介绍了国际商务活动中的基本礼节和世界各地商人的谈判习惯与特点,使学生能初步了解如何与世界各地商人友好相处,如何尊重世界各地商人的风俗习惯,以便能取得更多的商机。本书体系完整、材料充实,便于教学,并方便学生自习与复习。每个章节之后,选配了大量的课后练习题,题型有名词解释、单选、多选、判断、问答题等多种形式。本书还配有光盘,其中在每一章之后,还选编了案例介绍与分析、补充阅读材料等,这些内容成为本书不可分割的一部分。

国际商务洽谈是一门不断发展的学科,由于本书内容涉及面广,加上编写时间仓促,水平有限,书中偏颇、疏漏之处,敬请指正,以便在今后的使用中不断改进和完善。

在本书的编写过程中,得到许多学者、专家的大力支持,在此表示衷心的感谢。

编者

2004 年 11 月

作者介绍

杨志强：副教授

长期从事教学工作，先后担任“市场调查与预测”、“管理系统工程”、“商务洽谈”、“计算机应用”等课程的教学工作，并在教学工作中积累了大量的实践经验，曾撰写多篇教学论文。

张爱民：网络管理

长期从事天津市成人教育网站的网上教学服务工作，先后参与制作了“国际税收”、“网络营销与策划”等多媒体课件教程。

目 录

第一章 国际商务洽谈的基础知识	1
第一节 国际商务洽谈的基本概念	1
第二节 国际商务洽谈的构成要素及分类	5
第三节 国际商务洽谈理论和原则	10
第二章 国际商务洽谈的筹划	19
第一节 谈判环境因素的分析	19
第二节 信息的收集和处理	23
第三节 国际商务洽谈的计划与方案制订	30
第三章 国际商务洽谈的过程	43
第一节 谈判的开始阶段	43
第二节 谈判的磋商阶段	46
第三节 商务洽谈成交阶段	53
第四章 国际商务洽谈的组织与人员管理	58
第一节 国际商务洽谈人员的组织构成	58
第二节 国际商务洽谈的人员管理	63
第五章 国际商务洽谈的策略	75
第一节 国际商务洽谈策略的概述	75
第二节 国际商务洽谈的策略	77
第三节 商务洽谈进程应对策略	83
第六章 国际商务洽谈中的技巧	92
第一节 国际商务洽谈中“听”的技巧	92
第二节 国际商务洽谈中“问”的技巧	96
第三节 国际商务洽谈中“答”的技巧	100
第四节 国际商务洽谈中“辩”的技巧	103
第五节 国际商务洽谈中“说”的技巧	104
第七章 国际商务洽谈中的用语	110
第一节 用语的分类	110

第二节 应用的条件·····	116
第八章 国际商务洽谈中的礼仪和礼节·····	123
第一节 国际商务洽谈的礼仪·····	123
第二节 国际商务洽谈的礼节·····	130
第九章 各国商务洽谈风格的介绍·····	137
第一节 国际商务洽谈风格的特点与作用·····	137
第二节 世界主要国家商人的谈判风格·····	139
第三节 中西方商务洽谈风格比较·····	146

第一章 国际商务洽谈的基础知识

在社会生产力高速发展的今天，全球经济一体化趋势日趋明显，随着加入 WTO，我国国际国内经济一体化的进程将加速实现，国际贸易的规模将迅速增长，国际商务合作形式也日益多样。大批国内企业走向国际市场，大批国外企业进入国内市场。在这种统一的大市场中，凡是涉及有关交易价格、交易规模、结算方式等交易条件，都会通过涉外谈判也就是国际商务洽谈予以确定。因此，了解、学习国际商务洽谈的基本知识，掌握谈判的技能是十分必要的。

第一节 国际商务洽谈的基本概念

一、国际商务洽谈的含义

（一）几种谈判定义的介绍

“谈判”对于人们来讲并不陌生，自从有了人类社会以后，谈判就出现了。在原始社会，人们有时为了处理部落内部一些公共事务或调解部落之间的一些利害关系，会聚在一起从事一些商谈活动，这就是谈判的最初形式。后来，随着人类社会生产力的发展，人们之间的交往越来越频繁，需要处理的关系越来越复杂，谈判也逐渐发展并渗透到了人类生活的各个领域。在现代社会中，谈判几乎无处不在，大到解决国际间的一些纠纷，小到处理个人之间的一些恩怨，人们都需要利用谈判予以解决。

谈判，实际上包含“谈”和“判”两个紧密联系的环节。谈，也就是说话或讨论，即当事人明确表述自己的意愿和要求，发表关于各方应当承担和享有的权利和职责的看法；判，就是分辨和评定，它是当事各方寻求关于各项权利和义务的共同一致的意见，以期通过相应的协议正式予以确认。因此谈是判的前提和基础，判是谈的结果和目的。

那么，什么是谈判？学者们的观点也是仁者见仁、智者见智，比较有代表性的观点可列举如下：

美国谈判学会主席杰勒德·I. 尼尔伦伯格（Gerard I. Nicrenbrg）1968 年在《谈判的艺术》中写道：“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，只要人们是为了取得一致而磋商协议，他们就是在进行谈判。”

美国著名谈判咨询顾问 C. 威恩·巴罗（C. Wayn Barlow）在《谈判技巧》一书中认为：“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，其最终的目

的就是要达成一项对双方都有利的协议。”

英国学者 P.D.V (P.D.V.Marsh) 1971 年在《合同谈判手册》中对谈判所下的定义是：“所谓谈判是指有关各方为了自身的目的，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，最终达成一项各方较为满意的协议这样一个不断协调的过程。”

法国谈判学家克里斯托夫·杜邦 (Christophe Dupont) 在《谈判的行为、理论与应用》中给谈判下的定义：“谈判是使两个或数个角色处于面对面位置上的一项活动。各角色因持有分歧而相互对立，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，以便终止分歧，并在他们之间（即使是暂时性的）创造、维持、发展某种关系。”

美国著名谈判咨询顾问 C. 威恩·巴罗 (C. Wayne Barrow) 和格莱恩·P. 艾森 (Glenn P. Eisen) 在合著的《谈判技巧》一书中指出：“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，其最终目的就是要达成一项对双方都有利的协议。”

我国学者为谈判所下的定义，主要有以下几种：

1. “所谓谈判，乃是个人、组织或国家之间，就一项涉及双方利害关系的标的物，利用协商手段，反复调整各自目标，在满足己方利益的前提下取得一致的过程。”
2. “谈判是谈判双方（各方）观点互换、情感互动、利益互惠的人际交往活动。”
3. “谈判是人们为了协调彼此之间的关系，满足各自的需要，通过协商而争取达到意见一致的行为和过程。”
4. “谈判是指人们为了各自的利益动机而进行相互协商并设法达成一致意见的行为。”

（二）谈判的定义

研究以上定义便可发现，虽然中外学者对谈判概念的文字表述不尽相同，但其内涵却包含着一些相近的或相通的基本点，这些基本点大致有：

1. 谈判的目的性

谈判各方均有各自的需求、愿望或利益目标，是目的性很强的活动。没有明确的谈判目的，不明白为什么而谈和在谈什么，至多只能叫做“聊天”或“闲谈”。因此，上述定义都强调谈判的目的性即追求一定的目标这一基本点，如：“满足愿望”和“满足需要”、“为了自身的目的”、“对双方都有利”或者“满足己方利益”、“为了各自的利益动机”等。

2. 谈判的相互性

谈判是一种双边或多边的行为和活动，谈判总要涉及谈判的对象。否则，自己和自己谈，就不成其为谈判，也达不到谈判的目的。因此，人们在谈判的定义中都指出谈判的相互性即谋求一种合作这一基本点，如：“为了改变相互关系”、“涉及各方”、“双方致力于说服对方”或者“谈判双方”、“协调彼此之间的关系”等。

3. 谈判的协商性

谈判是通过相互合作实现各自目标的有效手段。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，又必须认真地听取他方的陈述和要求并不断调整对策，以沟通信息、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。因此，谈判的定义不能不阐明谈判的协商性，即寻求一致意见这一基本点，如：“交换观点”、“进行磋商”、“说服对方”或者“观点互换”、“通过协商”等。

综合上述的基本点，我们可以把谈判理解为：谈判是人们为了各自的目的而相互协商的活动。

（三）国际商务洽谈的定义

所谓国际商务洽谈，是指跨越国界的当事人之间为实现一定的经济目的，明确相互的权利与义务关系而进行协商的活动。

它主要包含四层意思：行为的主体起码有一方是跨越国界的当事人，行为的客体是跨越国界的国际商务内容，行为的手段是当事人为了各自的目标利益而进行洽谈协商，行为的结果是明确当事人相互间的权利与义务。

二、国际商务洽谈的特点

国际商务洽谈作为一种跨国国际商务交往的法律行为具有鲜明的特点：

（一）谈判主体是跨越国界的当事人

在国际商务洽谈中，不管是双边谈判还是多边谈判，其利益主体起码有一方是国（境）外的当事人。当事人可以是法人或者其他经济组织，或者自然人，也可以是政府部门。由于当事人分处不同的国家（或者地区，下同），人们的价值观、思维方式、行为准则、道德规范、语言文化、风俗习惯和宗教信仰等有可能不同，从而会不可避免地增加影响谈判结果的因素，导致谈判行为的复杂化。

（二）谈判客体是跨越国界的国际商务内容

国际商务的内容十分广泛，它包括国际货物买卖、技术贸易、补偿贸易、租赁贸易、合资合作经营等一切国际经贸业务在内。因此，国际商务洽谈的客体所涉及的内容和范围要比国内国际商务洽谈复杂而又广阔得多。

首先，当事人之间的国际商务关系很可能会涉及到国与国（或者地区与地区，下同）之间的政治关系和外交关系，从而容易受到当事人所在国（或者地区，下同）政府的干预和影响。

其次，当事人在国际商务洽谈中所涉及的内容繁杂多变。比如，在一宗国际货物买卖谈判中，当事人不仅要洽谈货物本身的数量、质量、包装、价格、交货时间与地点、违约与索赔等问题，而且还须顾及或者涉及到当事人所在国的外贸政策、外汇政策、国际结算、国际货物运输与保险、进口或出口地的法律规范和商业习惯及宗教信仰等诸多问题。

最后，调整当事人在国际商务关系中的行为准则，往往需要国际经济法、国际惯例或国际条约，并且当事人的经济效益往往取决于国际市场上的行情和国家之间的双边或者多边关系。

（三）行为的结果是明确当事人相互间的权利与义务

国际商务洽谈本身是一项经济活动，它的目的无疑是为了获取经济利益。人们之所以要进行这种经济活动，是为了满足某种经济利益方面的需求，尽管当事人各方所追求的需求标的可能不一样，但均不会超出经济利益的范畴。比如，在货物买卖中，卖方就是为了获取货币，而买方则是为了获得标的物。在这里，虽然买卖双方所追求的需求标的不同，但不管是货币还是货物，均是一种经济利益。又比如，在合资经营谈判中，尽管当事人之间的投资标的可能不同，但当事人所追求的需求标的是相同的，即都是投资效益。因此，可以说在国际商务洽谈中，不管当事人之间所追求的需求标的是否相同，其最终目的是为了经济利益乃是不以人们意志为转移的客观事实。

（四）谈判手段是当事人相互协商

国际商务洽谈作为人们为实现一定的经济目的，明确相互之间的权利与义务关系所进行

的活动,有赖于谈判当事人在兼顾彼此之间的利益关系、尽量满足各自需求的前提下,根据一定的法律、原则和条件去制订谈判目标、对策和从事谈判活动。因此,在谈判过程中,凡试图通过高压手段、非法手段乃至违法手段去达到目的的行为,不仅必将徒劳无益,而且往往还要受到法律的惩罚。实践证明,国际商务洽谈本身乃是当事人之间通过不断调整各自的利益需求,使彼此利益相互接近最终达到一致的行为,在这一行为过程中,只有通过当事人相互磋商最终达成一致意见时,谈判才算告一段落。

总之,在制定国际商务洽谈的方针、方案和选择运用策略与技巧时,均应充分考虑到上述的各种特点,才能获得满意的效果。

三、国际商务洽谈与其他谈判的区别

在日常的经济、外交、人际交往中,谈判或洽谈无所不在,但与国际商务洽谈这个独特的领域相比是有明显差异的。为更深刻地认识国际商务洽谈,下面略作对比的描述。

(一) 国内商务洽谈与国际商务洽谈

从上述国际商务洽谈的定义出发,不难发现,国内商务洽谈在商品流通地域、支付、自主选择权、适用法律的限制性、政府的行政干预以及参与谈判的人等方面与国际商务洽谈存在着明显的差异。

1. 地域

国内商业活动涉及的商品不出国境。即使是出口商的供货人也只是将商品交到境内的海港、机场或车站。当供货人要将货物交到境外口岸时,出口商和供货人之间的交易就会产生新的变化,例如,供货人与出口商可能从买卖关系变成委托代理关系。

2. 支付

国内贸易的支付亦不出国境,而且使用本国货币。但也存在例外情况,例如,法定的外汇商店,也可用外汇支付。不过,货币在境内流通,仍属国内商业活动。

3. 适用的法律

国内贸易只受本国法律的管辖,当事人不能也无权选择别国的法律来适用于国内交易。对于国际贸易所适用的法律,一般均采用交易人所在国的法律。

4. 参与者

国内贸易的参与者一般为本国人,极少数为侨居的外籍人。因此,语言、文化、习俗较为相近,彼此之间容易了解。有的还有这样或那样的朋友、亲戚关系,对谈判影响很深。国际贸易的参与者,一般为国外企业代表、“洋倒爷”以及侨居中国的外交人员等。

5. 行政干预

在我国特定的体制下,国内贸易的交易人极易受同一省、市、地区行政主管的干预。同一行业系统交易人间互做买卖,就更易受到同一上司的干预。随着社会主义市场经济的发展经济成分的多元化,行政干预会逐渐弱化。

6. 随意性较大

由于同在一个体制,有的同在一个系统,一旦遇到客观情况变化,诸如政策变化、银根紧张、物价变化等,原来约定的价格、交期、数量就不能保证。轻则一改再改,重则干脆不履约,索赔也不怕。加之行政干预或地方保护主义,交易进行过程中风险也加大。这些现象随着法律、法规的完善逐步得到扼制,人们的思想认识也会随着社会主义市场经济建设的深

入而不断更新。

（二）外交谈判与国际商务洽谈

所谓“外交”，《辞海》上解释说：“外交系国家为实行其对外政策，由国家元首、政府首脑、外交部、外交代表机关等进行的诸如访问、谈判、交涉、发出外交文件、缔结条约、参加国际组织等对外活动。”那么，外交谈判就应理解为：为解决国际关系有关事务所进行的对话与协商活动。外交谈判其特征可归纳为：广义性、政治性、复杂性、官方性、机密性。与国际商务洽谈相比，它们之间的差异十分明显。

1. 广义性

与国际商务洽谈的内容相比，外交谈判所涉及的内容更加广泛。它包括政治、军事、经济、文化、科学、教育等。

2. 政治性

在国际商务洽谈中，只有当交易的规模大到足以影响两国关系或交易的内容敏感到触及交易者所在国之间或第三方的利害关系时，才会具有“政治”的特性。而外交谈判所涉及的任何事务均可能具有政治性并带来政治影响。

3. 官方性

由于外交谈判的政治色彩浓，涉及的问题大多关系到国家、民族、政党的政治与经济的利害关系，或涉及第三国的国家、政党的关系，所以，参加的人员多为国家、政府、政党的代表。而国际商务洽谈的代表多为企业代表，只有当交易具有政治影响时，政府代表才会参加谈判。

4. 复杂性

外交谈判涉及的问题很敏感，使谈判陷于极为复杂的境地。如巴勒斯坦与以色列的谈判就极其复杂。公开的、秘密的，小组式、个人式，直接的、中间穿梭式的谈判深为世界关注。波黑和解谈判涉及的人与单位就更多。联合国、北约、俄罗斯的加入，使谈判由双边变成多边谈判，由当事双方扩大到当事多方（直接当事方与间接当事方）。各方均有自己的立场，使谈判难度加大，复杂性增加。而国际商务洽谈中，其复杂性不如外交谈判那样大。只有在“货比三家”时，谈判工作量才增大，组织才较复杂些。

5. 机密性

由于外交谈判的内容敏感，人们从一开始就很注意保密。从谈判地点、时间、人员、议程、议题直至结果，无不如此。“外事工作无小事”，保密性就证明了这一点。国际商务洽谈虽也有其自身的秘密，然而有限。有时仅对成交条件保密，而对其他问题就较为开放。

综上所述，国际商务洽谈是谈判领域中的重要组成部分，它具有鲜明的特点。了解掌握这些特点，有利于加深对国际商务洽谈概念的理解，增强我们的实际运用能力。

第二节 国际商务洽谈的构成要素及分类

一、国际商务洽谈的构成要素

国际商务洽谈的要素是指构成国际商务洽谈活动的必要因素。它是从静态结构揭示国际

商务洽谈的内在基础。就一项具体的国际商务洽谈而言,国际商务洽谈由谈判当事人、谈判标的和谈判议题以及谈判背景构成。这些要素均有其特定的内容。

(一) 国际商务洽谈当事人

国际商务洽谈的当事人是指参与国际商务洽谈的所有人,分别由谈判双方派出。另外,有些商务洽谈是一种代理或委托活动,代理人充当卖方(或买方)的发言人,在买卖双方中起中介作用,在这种情况下代理人也成为国际商务洽谈的当事人。当事人是国际商务洽谈的主体。在正式的和规模较大的国际商务洽谈中,买卖双方参加国际商务洽谈的人员根据各自承担的任务,可分为两类:一类是在谈判桌上直接与对方进行面对面对谈判的人员,称为国际商务洽谈的台前人员;另一类是不直接与对方谈判而为己方谈判人员出谋划策、准备资料的人员,称为国际商务洽谈的台后人员。在这样的国际商务洽谈中,有一个如何发挥谈判小组效率的问题。因此谈判当事人只有熟悉业务、讲究策略,才能高质量地完成谈判任务。

(二) 国际商务洽谈标的

国际商务洽谈的标的是谈判双方当事人权利与义务共同指向的客观事物,是权利与义务的基础。

国际商务洽谈的标的可以是商品,可以是劳务;也可以是工程项目技术、资金等。国际商务洽谈的标的不同,决定了当事方的谈判参加人、各方所在企业、部门的态度,同时也决定了谈判的组织准备工作的方式及内容。国际商务洽谈的标的构成了国际商务洽谈的客体。国际商务洽谈标的是指一切国际商务洽谈活动的中心,既有普遍性,又有个别性。标的普遍性是指无论是什么标的,只要属于国际商务洽谈范畴,就都离不开“责、权、利”的划分。这是谈判人员都要遵循的基本规律。标的个别性是指某一具体的国际商务洽谈项目可能是商品买卖、投资项目或咨询顾问,内容不同,各有个性,如投资合作项目的谈判标的可能表现为“取长补短”特性。这样,谈判人员就要紧紧抓住平等、互补互惠的原则,有针对性地开展谈判活动,方能达到预期的目的。

(三) 国际商务洽谈议题

国际商务洽谈议题是指谈判双方所共同关心并希望解决的问题。虽然国际商务洽谈的议题可能非常多,但都有一个共同点,即都是既相互联系又相互冲突的问题,是双方共同面临的选择。解决国际商务洽谈议题是国际商务洽谈的目的。

国际商务洽谈议题的磋商,最终体现在双方是否达成协议方面。为了达成协议,使国际商务洽谈有一个可为各方接受的结局或结果,谈判双方当事人可能采取必要的妥协和让步,以谋求达成一致。但是,如果谈判中的一方在谈判中谋求不到最低的经济利益,就可能达成协议。因此,国际商务洽谈议题的解决可能有三种情况:一种是谈判取得成功,在谈判中消除了分歧,达成了能为双方接受的协议,订立了经济合同;一种是谈判双方在某一分歧上争执不下,但都认为有必要进行进一步磋商,从而使谈判暂时中止或谈判时间延长;一种是一方或双方都没有谋求到最低经济利益或双方都不肯做出妥协和让步,从而退出谈判。

商务洽谈中可谈判的议题几乎没有限制,任何涉及当事双方利益需要并共同关心的内容都可以成为谈判议题。正所谓:“一切皆可谈判”。谈判议题的类别形式,按其涉及内容分,有政治议题、经济议题、文化议题等;按其重要程度分,有重大议题、一般议题等。由于谈判议题的多样性,其谈判的复杂程度也就不同。

（四）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，而必然处在一定的客观条件之下并受其制约。因此，谈判背景对谈判的发生、发展、结局均有重要的影响，是谈判不可忽视的要件。谈判背景主要包括：环境背景、组织背景和人员背景三个方面。

在环境背景方面，一般包括政治背景、经济背景、文化背景以及地理、自然等客观环境因素。其中，政治背景在国际谈判中是一个很重要的背景因素，它包括所在国家或地区的社会制度、政治信仰、体制政策、政局动态、国家关系等。如，国家关系友好，谈判一般较为宽松，能彼此坦诚相待，充满互帮互助情谊，出现问题也比较容易解决；反之，国家关系处在或面临对抗与冷战状态，谈判会受到较多的限制，谈判过程的难度也较大，甚至会出现某些制裁、禁运或其他歧视性政策。

在组织背景方面，例如包括组织的历史发展、行为理念、规模实力、经营管理、财务状况、资信状况、市场地位、谈判目标、主要利益、谈判时限等。组织背景直接影响谈判议题的确立，也影响着谈判策略的选择和谈判的结果。

在人员背景方面，例如包括谈判当事人的职级地位、教育程度、个人阅历、工作作风、行为追求、心理素质、谈判风格、人际关系等。由于谈判是在谈判当事人的参与下进行的，因此，人员背景直接影响着谈判的策略运用和谈判的进程。

二、国际商务洽谈的分类

对国际商务洽谈进行分类是一件比较复杂的事情，根据不同的标准，可以将国际商务洽谈划分为各种不同的类型。

（一）按参加谈判的人数及谈判议题的规模划分

分为大型谈判、中型谈判、小型谈判，或者分为小组谈判、单人谈判

谈判规模，取决于谈判议题及其相应的谈判人员的数量。谈判议题越是结构复杂，涉及的项目内容越多，各方参加谈判的人员数量也会越多。这样，谈判自然有大型、中型、小型之分。但是，这种划分只是相对而言，并没有严格的界限。

1. 通常划分谈判规模，以各方台上的谈判人员数量为依据。大型谈判是指参加谈判的各方人员在12人以上，中型谈判是指参加谈判的各方人员在4~12人，小型谈判是指参加谈判的各方人员在4人以下。

一般情况下，大、中型谈判，由于谈判项目内容以及涉及的谈判背景等较为复杂，谈判持续的时间也较长，因而需要充分做好谈判的各方面准备工作。如，组织好谈判班子、了解分析相关的谈判背景和各方的实力、制定全面的谈判计划和选择有效的谈判策略、做好谈判的物质准备等。小型谈判，由于其规模较小，虽也应做好准备、认真对待，但谈判内容、涉及背景、策略运用等均相对简单。

2. 按照谈判各方参加人员的数量，谈判还可分为小组谈判、单人谈判。小组谈判，指各方出席谈判的人员在2人以上组成小组进行的谈判。谈判小组人员较多或职级较高，也称谈判代表团。单人谈判，也称单兵谈判，即指各方出席谈判的人员只有1人，为“一对一”的谈判。

小组谈判与单人谈判，其规模通常也由谈判议题决定，所以，同大、中型谈判与小型谈判相类似。规模大的谈判，有时根据需要也可在首席代表之间安排“一对一”的单人谈判，

以磋商某些关键或棘手问题。另外,单人谈判是独立作战,因而对谈判人员又有较高的要求。他必须具备本次谈判所涉及的各个方面的知识和能力,如国际金融、国际贸易、商品、技术和法律等方面的知识。因为在谈判中他只有一个人独立应付全局,整个谈判始终是以他一个人为中心来进行的。他必须根据自己的经验和知识作出分析、判断和决策。个体谈判尽管有谈判者不易得到他人帮助之不足,但也有有利之处,这就是谈判者可以随时有效地把自己的谈判设想和意图贯彻到谈判中去,不存在集体谈判时内部意见协商困难,以及某种程度上的内耗问题。

(一) 按参加谈判的利益主体的数量来划分

根据参加谈判的利益主体数量的不同,可以将谈判分为双方谈判(两个利益主体)以及多方谈判(两个以上的利益主体)。

1. 双方谈判,是指谈判只有两个当事方参与的谈判。例如,一个卖方和一个买方参与的交易谈判或者只有两个当事方参与的合资谈判均为双方谈判。在国家或地区之间进行的双方谈判,也叫双边谈判。

2. 多方谈判,是指有三个及三个以上的当事方参与的谈判。如,甲、乙、丙三方合资兴办企业的谈判。在国家或地区之间进行的多方谈判,也叫多边谈判。

双方谈判和多方谈判,由于参与方数量的差别而有不同的特点。双方谈判,一般来说涉及的责、权、利划分较为简单明确,因而谈判也比较易于把握。多方谈判,参与方越多其谈判条件越错综复杂,需要顾及的方面就越多,也就越难以在多方的利益关系中加以协调,从而会增加谈判的难度。很显然,双方谈判利益关系比较明确具体,也比较简单,因而较容易达成一致意见。相比之下,多方谈判的利益关系则要复杂得多,难以协调一致。

(二) 按谈判双方接触的方式划分

从这个角度来划分,可以将谈判划分为面对面的口头谈判与间接的书面谈判两种。

1. 口头谈判

口头谈判是指谈判双方在会谈时,不提交任何书面形式的文件,而是面对面地洽谈、协商,以口头方式提出交易条件,或是在异地以电话方式进行商谈。口头谈判形式包括:邀请外方来访,参加出口商品交易会或国际博览会,派出推销团组等。它较适合于首次交易谈判、长期谈判、大宗交易或贵重商品的谈判。口头谈判具有直接性、灵活性、广泛性以及可以利用感情因素等特点。

2. 书面谈判

书面谈判是双方利用文字或图表,比如通过信函、电报、电传等形式进行的谈判。书面谈判主要适用于:有经常性经济交往活动的谈判、产品批量大而供应范围广的购销谈判,以及远距离的谈判等。书面谈判具有准备充分、谈判成本低及间接性等特点。

由于以上两种谈判形式各有利弊,因此,在实际工作中,常把这两种谈判结合在一起使用。在一般情况下,采取书面谈判的交易,在特殊情况下,也可以改用口头谈判。经常有交往的双方在原先双方约定的交易条件不变时,具体一笔交易就可以用书面谈判,而当情况和交易条件发生变化时,就需要双方一起会晤,进行口头谈判。但不论采取哪种形式,只要是通过谈判达成的协议,一般都要签订书面合同。即使书面谈判也不例外。比如,与老客户采用电传的方式洽谈时,有的条件不一定一一列出,如不可抗力、仲裁、异议、索赔,甚至商检、包装、支付方式等。但在交易达成时,必须签订合同,而且所有的交易条件都要写入合