

XIANDAI SHANGWU GUANLIXUE CONGSHU SHANGWU TANPANXUE



现代商务管理学丛书

商务谈判学

姚小远
朱国定
康善招

主
编



华东理工大学出版社
EAST CHINA UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

现代商务管理学丛书

商务谈判学

姚小远 朱国定 康善招 主编



华东理工大学出版社
EAST CHINA UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判学/姚小远,朱国定,康善招主编. —上海:
华东理工大学出版社,2009.4

(现代商务管理学丛书)

ISBN 978-7-5628-2490-9

I. 商… II. ①姚…②朱…③康… III. 贸易谈判 IV.
F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 018170 号

现代商务管理学丛书

商务谈判学

主 编/姚小远 朱国定 康善招

责任编辑/严国珍

责任校对/张 波

封面设计/陆丽君

出版发行/华东理工大学出版社

地址:上海市梅陇路 130 号,200237

电话:(021)64250306(营销部)

传真:(021)64252707

网址:www.hdlgpress.com.cn

印 刷/上海展强印刷有限公司

开 本/787 mm×960 mm 1/16

印 张/16.25

字 数/309 千字

版 次/2009 年 4 月第 1 版

印 次/2009 年 4 月第 1 次

印 数/1-4 050 册

书 号/ISBN 978-7-5628-2490-9/F·207

定 价/30.00 元

(本书如有印装质量问题,请到出版社营销部调换。)

编写人员名单

主 编 姚小远 朱国定 康善招

副主编 蔡 炜 汤海燕 蒋荷新 余 敏

内 容 提 要

本书围绕商务谈判这一主题,全面系统地介绍了谈判的概念、职能与原则、评价与类型,谈判的主要理论及其发展,谈判的基本方法,谈判过程,谈判礼仪,谈判心理和人际关系,谈判的法律运用,谈判伦理道德,谈判策略,谈判技巧,谈判的逻辑艺术,谈判的语言艺术,以及世界各国和地区的谈判风格等。全书主要介绍了谈判学的基本理论,并侧重商务谈判的表述。本书适合各类高校管理类、经济类尤其是工商管理、行政管理、国际贸易、市场营销等专业学生作教材之用。

前 言

谈判有着悠久的历史,自从人类有了社会交往和物物交换,就有了谈判。从古代到现代,人们的交换关系已从简单的物物交换,发展成为社会再生产各种要素的错综复杂的运动,交换关系已从国内发展到国际。谈判也有了具体的分类,特别是商务谈判越来越丰富多样,商务谈判也从国内商务谈判发展到国际商务谈判,谈判从其形式、内容、程序到手段都发生了巨大的变化。谈判作为一种有效的协调手段,已越来越被广泛运用于社会生活的各个领域,受到越来越多人们的关注。

在当代,谈判理论知识越来越受到重视。谈判行为的普遍性及其过程与结果的重要性,也促使人们不断地去探讨和研究谈判的产生、发展的内在规律,从而把谈判成功的偶然变为必然。世界上处于领先地位的国家对谈判理论的广泛研究,逐步使谈判理论发展为当今的谈判学。有关谈判理论的系统研究,欧美等西方国家起步较早,在 20 世纪 60 年代就已取得了一定的成果。谈判课程自 80 年代进入大学课堂,成为许多专业尤其是经济类和管理类各专业学生的必修课程,而我国在这方面的研究起步较晚,在经济谈判、外贸谈判、外事谈判等应用领域,我国与发达国家的距离很大,因而与我国现代化建设、社会发展、对外交往和开放的需要显得十分不协调。随着我国改革开放的深化,有关谈判的实践越来越多,要求加强关于谈判理论的学习和研究的呼吁也越来越多。掌握谈判学尤其是有关商务谈判的基本知识,已成为从事商务活动的人们无法回避的现实和必备的基本能力。正是基于这样的背景,我们编写了这本《商务谈判学》教材。

参与《商务谈判学》这本教材编写的作者都是多年从事“谈判学”、“商务谈判”及相关课程教学的教师,有部分作者还有着丰富的谈判实践经验,是一支具有良好团结互助精神的教学和科研团队。本书由姚小远、朱国定、康善招担任主编,蔡炜、汤海燕、蒋荷新和余敏担任副主编。主编和副主编共同完成了全书的编写工作。

本书注重理论与实践相结合,较为全面、深刻地阐述了谈判学的基本理论、策略和方法。全书以商务谈判为主体,论述了谈判的职能、原则和类型;谈判理论的历史发展与基本方法;谈判过程;谈判礼仪;谈判心理和人际关系;谈判法律

运用与伦理道德;谈判策略与技巧;谈判的逻辑艺术与语言艺术;世界各国的谈判风格等。

本书的编写得到了许多专家学者和热心人士的帮助,在此我们向所有给予本书写作提供帮助的人员致以由衷的谢意。

本书的编撰参考了许多国内外的有关著作,我们在书后的参考文献中尽量作了注明,但难免会有疏漏,在此也表达我们的歉意,并力争有机会加以弥补。在本书的编写过程中,难免存在错误和不足之处,在此恳请专家、学者及广大读者提出宝贵的批评意见。

作 者

2009

目 录

第一章 商务谈判概述.....	1
第一节 谈判与商务谈判.....	1
第二节 商务谈判的职能和原则.....	9
第三节 商务谈判的评价和类型	13
第二章 谈判理论及其发展	21
第一节 谈判理论的历史发展	21
第二节 主要谈判理论简介	24
第三节 商务谈判的基本方法	30
第三章 谈判的过程	39
第一节 商务谈判的模式	39
第二节 准备阶段	40
第三节 开局阶段	52
第四节 实质阶段	58
第五节 协议阶段	63
第四章 谈判中的礼仪	68
第一节 谈判的正式场合礼仪	68
第二节 谈判过程中的礼仪	75
第三节 谈判的非正式场合礼仪	84
第四节 国际商务谈判礼仪	88
第五章 谈判心理和人际关系	93
第一节 谈判的心理需要	93
第二节 谈判人员的心理行为和心理素质.....	100
第三节 谈判信息的心理沟通.....	108
第四节 谈判的说服与心理和谐.....	111
第五节 谈判中人际关系的理性认识.....	115
第六章 谈判中的法律运用.....	119
第一节 法律在谈判中的地位和作用.....	119

第二节	谈判中的法律原则和依据·····	123
第三节	谈判协议和修改的法律依据·····	127
第七章	商务谈判中的伦理道德·····	136
第一节	商务谈判的伦理与道德·····	136
第二节	商务谈判伦理与法律·····	139
第三节	商务谈判伦理确立的过程·····	143
第四节	商务谈判伦理运用与处理·····	147
第八章	谈判策略·····	153
第一节	谈判的九战四十五策·····	153
第二节	谈判策略的选择与运用·····	173
第九章	谈判技巧·····	178
第一节	讨价还价技巧·····	178
第二节	妥协让步技巧·····	183
第三节	规避风险技巧·····	187
第四节	突破僵局技巧·····	190
第十章	谈判的逻辑艺术·····	196
第一节	谈判中的逻辑问题·····	196
第二节	谈判中的逻辑方法及其意义·····	202
第三节	签订合同中的逻辑技巧·····	206
第十一章	谈判的语言艺术·····	212
第一节	谈判中的语言类型及其艺术的要求·····	212
第二节	谈判中有声语言的具体运用·····	216
第三节	谈判中无声语言的具体运用·····	227
第十二章	世界各国的谈判风格·····	232
第一节	谈判中的文化差异·····	232
第二节	世界各地商人的谈判风格·····	237
参考文献	·····	252

商务谈判概述

谈判有着悠久的历史,最早的谈判只是作为解决争议的较为有限的手段之一,随着人类社会政治、经济的发展和文明的进步,战争被竞争所代替,对抗被对话所代替。交流、理解和协商逐步成为人类历史发展的必然趋势。谈判作为一种有效的协调手段,已越来越被广泛运用到社会生活的各个领域,受到越来越多人们的关注。当今和平与发展已成为时代的主旋律,在竞争愈益激烈的情况下,社会生活愈益强调合作。在竞争中合作,在合作中竞争,从而为商务谈判活动提供了更加广阔的空间。

第一节 谈判与商务谈判

谈判是现代社会无时不在、无处不有的现象。人们之间要相互交往、改善关系、协商问题,就要进行谈判。要了解什么是商务谈判,先要了解什么是谈判。

一、谈判的含义及要素

(一) 谈判的含义

谈判,有狭义和广义之分。狭义的谈判,仅指在正式专门场合下安排和进行的谈判。而广义的谈判,则包括各种形式的“交涉”、“洽谈”、“磋商”等。作为探讨谈判实践内在规律的谈判理论,主要以建立在广义谈判基础之上的狭义谈判为研究对象。

谈判,实际上包含“谈”和“判”两个紧密联系的环节。谈,即说话或讨论,就是当事人明确阐述自己的意愿和所要追求的目标,充分发表关于各方应当承担和享有的责、权、利等看法;判,即分辨和评定,它是当事各方努力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。

不过,给谈判下一个大家都认同的定义,可能也还需要一个“谈判”的过程。目前,出现在各类文献中关于谈判的定义,见仁见智、多种多样,比较有代表性的至少可列举如下。

(1) 美国谈判学会主席杰勒德·I·尼尔伦伯格(Gerard I. Nierenberg)1968年在其所著的《谈判的艺术》(*The Art of Negotiating*)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。”

(2) 英国学者 P. D. V. 马什(P. D. V. Marsh)1971年在《合同谈判手册》(*Contract Negotiation Handbook*)一书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。”

(3) 法国谈判学家克里斯托夫·杜邦(Christophe Dupont)全面研究了欧美许多谈判专家的著述后在其所著的《谈判的行为、理论与应用》(*La Negociation Conduite, Theorie, Applications*)一书中给谈判下了这样的定义:“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。”

(4) 美国著名谈判咨询顾问 C·威恩·巴罗(C. Wayne Barlow)和格莱恩·P·艾森(Glenn P. Eisen)在合著的《谈判技巧》(*Purchasing Negotiations*)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,主要有以下观点:

“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。”

“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。”

“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。”

“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。”

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。

1. 谈判的目的性

谈判均有各自的需求、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,至多只能称“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”、“利益互惠”、“满足各自的需要”、“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,自己与自己谈,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”、“使两个或数个角色处于面对面对位置上”、“双方致力于说服对方”或“个人、组织或国家之间”、“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而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,即寻求一致的意见这一基本点。如:“交换观点”、“进行磋商”、“说服对方”或者“利用协商手段”、“观点互换”、“通过协商”、“进行相互协商”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。

(二) 谈判的构成要素

谈判的要素是指构成谈判活动的必要因素,它从静态结构揭示谈判的内在基础。就一项具体的商务谈判而言,商务谈判由谈判当事人、谈判标的和谈判议题构成,这三个要素又有特定的内容。从一般意义的谈判而言,其构成的要素大致有六种。

1. 谈判主体

谈判主体即谈判当事人。谈判的当事人是指参与双方派出的人员。另外,有些商务谈判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商务谈判的当事人。当事人是谈判的主体。在正式的和规模较大的谈判中,买卖双方参加谈判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,称为谈判的台前人员;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,称为谈判的台后人员。在这样的谈判中,有一个如何发挥谈判小组效率的问题。在一些规模较小的商务谈判中,如单项采购或单项推销的谈判,谈判当事人只有单个业务员与对方谈判,对方也可能派出单个业务员进行谈判,这就要求谈

判当事人熟悉业务和讲究策略,这样才能高质量地完成谈判任务。

2. 谈判客体

谈判客体即谈判议题,也就是谈判需商议的具体问题。谈判议题是谈判的起因、内容和目的,并决定当事各方参与谈判的人员组成及其策略,所以,是谈判活动的中心。没有议题,谈判显然无从开始和无法进行。

谈判议题不是凭空拟订或单方面的意愿,它必须与各方利益需要相关,为各方所共同关心,从而成为谈判内容的提案。谈判议题的最大特点在于当事各方认识的一致性。如果没有这种一致性,就不可能作为谈判议题,谈判也就无从谈起。

谈判中可谈判的议题几乎没有限制,任何涉及当事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:“一切都可谈判”。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;按其纵向和横向结构分,有主要议题及其子议题(议题中的议题)、以主要议题为中心的多项并列议题、互相包容或互相影响的复合议题等。由于谈判议题的多样性,其谈判的复杂程度也就不同。

3. 谈判信息

谈判信息是在谈判前和谈判中都不可缺少的,离开了全面、准确、及时的信息,决策者便无法制订谈判策略,主谈者便无法找到最佳入题点及谈判表达方式。知己知彼是任何谈判者都想追求的,正确的信息是产生正确判断和决策的前提。信息的失真会导致决策的失误。应该把信息的获取、分析及综合视作整个谈判过程中一项十分重要的工作。

4. 谈判方式

所谓谈判方式,是指谈判人员之间对解决谈判议题所采取的态度或方法。谈判参与方有谈判的意愿是谈判方式中的首要问题。

5. 谈判时间

谈判时间的选择主要包括三个方面:第一,规定谈判时间。谈判有无时间限制,对参加谈判人员造成的心理影响是不同的。如果谈判有严格的时间限制,就会给谈判人员造成很大的心理压力,从而双方选择谈判的策略就会有所不同。第二,选择有利的谈判时机。时机选得好,有利于把握谈判的主动权,相反则可能丧失原有优势,甚至会在一手好牌情况下最后落个败局。第三,选择谈判时间。如选择恰当的生理时钟,避免在身心处于低潮时进行谈判。

6. 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。有时由于政治因素的干扰,即使谈判的当事人有诚意达成的某些协议,也可能成为一纸空文。此外,政局动荡,该方谈判者自然地位脆弱;政府人事更迭,有可能导致现行政策的某些变化等。经济背景也是很重要的背景因素,尤其对商务谈判有着直接的影响,它包括所在国家或地区的经济水平、发展速度、市场状况、财政政策、股市行情等。如经济水平反映了谈判者背后的经济实力;某方占有市场的垄断地位,他在谈判中就具有绝对的优势;市场供求状况不同,谈判态度及策略也会不同;财政政策与汇率,既反映了谈判方的宏观经济健康状况,又反映了支持谈判结果的基础坚挺程度;股市行情,则往往是谈判者可供参照和借鉴的“晴雨表”。文化背景同样不可忽视,它包括所在国家或地区的历史渊源、民族宗教、价值观念、风俗习惯等。在这方面,东西方国家之间、不同种族和不同民族之间,甚至一个国家内的不同区域之间,往往会有很大差异。

在组织背景方面,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,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。

上述是构成谈判活动的六大基本要素。对于任何谈判来说,这六大要素都是不能缺少的。

二、谈判的基本原理

谈判的本质是什么?谈判的核心任务是什么?谈判的产生条件与工具又是什么?诸如此类的问题构成了谈判的基本原理。

(一) 谈判的本质

谈判的本质是人际关系的一种特殊表现。人是人的自然属性和社会属性的统

一体,两者缺一不可。而正是人的社会属性,决定了地球上自从有了人的那一天起,人就不可避免地要为了物质或精神方面的需要而彼此打交道。这就是人与人之间的关系,简称人际关系。谈判是讨论、协商,因此,就不能只有一个人或一方,而必然至少有两个人或两方。那么,它就必然表现为一种人与人的关系。当然,人际关系多种多样,如师生关系、同学关系、血缘关系等,我们不能简单地把多种多样的人际关系都归结为谈判关系。谈判中呈现的人际关系乃是一种特殊类型的人际关系。

(二) 谈判的核心任务

谈判的核心任务在于一方力图说服另一方或理解或允许或接受自己所提出的观点。一个人生活在现实世界中,就要不断地与周围环境中的人和物发生各种接触,从而形成对周围环境中人和物的认识,产生自己的观点。但这些观点,别人是否理解,是否允许其存在,是否接受?如果别人不理解或不允许或不接受这些观点,那么应如何做呢?在这种情况下,可以考虑采取的一种办法就是谈判。通过谈判,使别人首先能理解自己的观点,更进一步,则要别人能允许和接受这些观点。

由于人们所处的自然环境和社会环境存在差别,以及人们的思维素质、文化素质、道德素质等的参差不齐,加上人们的心理发展状况呈现的不同层次等,都决定了人们在所追求和所维护的基本利益方面的不一致。一些人所要追求的基本利益,可能并不是另一些人所要追求的;一些人所要维护的基本利益,可能和另一些人想要维护的基本利益正好相反。存在差异的双方如想互相得到满足,可以考虑采取的一种方式就是在双方之间进行沟通,进行协商对话,而这也就是谈判。通过谈判,使双方在需要和利益方面能得到协调和适应。

(三) 谈判产生的条件

谈判产生的条件是双方在观点、利益和行为方式等方面既相互联系又相互冲突或差别。如前所述,谈判的核心任务是一方试图说服另一方或理解或允许或接受自己的观点、基本利益以及行为方式等。这就表明,谈判产生的前提条件,是人们在观点、基本利益和行为方式等方面出现了不一致。如果不存在这种不一致情况,人们也就无需进行谈判。但是,我们并不能由此而得出一个简单的结论,即只要人们在观点、基本利益和行为方式等方面出现不一致,就一定会导致谈判的产生。

谈判产生的重要条件之一,就是两个人或两方在观点、基本利益和行为方式等方面出现了既相互联系又相互差别或冲突的状况。例如,甲企业生产的产品急需推销,乙企业认为销售甲企业产品是企业急需的或认为急需甲企业产品作为本企业再加工的原材料。这就构成了它们之间的相互联系。然而,甲、乙两家企业又都是独立的商品生产经营者,它们各自所代表的基本利益不允许它们无偿调拨,这

就构成了它们之间的相互差别或冲突。如何才能在这种既相互联系又相互差别或冲突的局面中,既维护本身的利益,又考虑对方利益,从而求得两者的协调发展?这就需要借助于谈判。

在任何时候,每一种谈判的产生,都意味着谈判双方在观点、基本利益和行为方式等方面出现了既相互联系又相互冲突的情况。所以,双方及早意识到这种状况,对于促成谈判的发生是极其重要的。

(四) 谈判的关系构成

谈判的关系构成是双方在物质力量、人格、地位等方面都相对独立或对等。并不是人们在观点、基本利益和行为方式等方面出现了不一致,就一定会产生谈判现象;也不是人们在观点、基本利益和行为方式等方面存在着既相互联系又相互冲突或差别的状况,就一定会产生谈判现象。例如,奴隶与奴隶主,他们各自在观点、基本利益和行为方式等方面很不一致。不仅如此,他们在这些方面也是既相互联系又相互冲突的。但是在很多时候,他们之间不存在谈判这一现象,也不可能出现相互之间谈判事件。为什么?这是因为,奴隶主把奴隶看作会说话的工具。奴隶失去了人身的自由,奴隶主掌握着对奴隶生杀予夺的大权。奴隶主依靠强力压迫奴隶,使其服从自己。由此可见,在人与人之间构成谈判这种类型的关系中,还需要依赖于另一个重要条件,即作为谈判的双方,必须在物质条件、人格、地位等方面都获得(哪怕是暂时获得)相对独立或对等的资格。

在谈判过程中,谈判的一方,如果由于特殊原因而导致自己失去了与对方对等的力量或地位,那么另一方可能很快就不再把他继续作为谈判的对手,并且可能图谋采取另外的方式来解决。这时,谈判将转化为非谈判。因此,任何谈判者,要想使谈判正常进行,就必须发展和壮大自己的物质力量,保持自己独立的人格和地位。

(五) 谈判的工具

谈判的工具是思维——语言链。进行谈判,至少要有两个或两个不同方面的代表。他们都要阐述自己的想法或意见,也需要听取对方的想法和意见,然后不断地进行磋商,争取使双方的想法和意见趋于一致。于是,他们之间就有一个如何把己方的信息传递给对方,同时又把对方的信息接收过来的问题。如果没有双方之间的信息传递和交换,也就无所谓谈判。

根据一些科学家的研究结果,我们看到这一问题是在如下过程中解决的。

甲方首先在思想上产生了把自己的观点传递给乙方的想法(思维层面的活动),然后,需要选择恰当的语词和组成合适的语句或其他符号,把一定的想法或意见表达出来(语言层面的活动)。当一个人采用语言形式去表达自己的想法或意见时,由于语言形式可以有声的口头形式,也可以是无声的文字形式(包括图表和

其他符号),这就或者使声带、舌头、嘴唇等表现器官进行活动,或者使手、臂等生理器官进行活动(称生理层面的活动)。通过舌头、声带、嘴唇的活动而发出的有声语言,就要形成一定的声波;通过手、臂的活动而构成的文字,就要形成一定的光波(称物理层面的活动)。正是这种物理层面的活动,把声波或光波传达给乙方,刺激了乙方的耳朵或眼睛等生理器官,引起了乙方的生理层面的活动。生理层面的活动结果是把外界刺激输送到大脑,大脑再把它们转换为一定的语言层面的活动。最后,乙方又进行思维层面的活动,理解一定语言和语句,或其他符号所表示的思维内容,从而接收到了甲方所发来的信息。

我们将以上传递和交换信息过程中的各环节,称作思维——语言链。在这一链条中,任何一个环节上出现了障碍,都会使传送和交换信息的过程受到影响甚至中断。而这一切,最后又都会关系到谈判能否顺利进行下去。

正因为谈判是借助于思维——语言链这个工具来传递和交换信息的,所以,如果我们假定每个谈判者都具有正常的生理器官,那么在这一前提下,谈判者培养自身的思维能力,提高自己的语言能力,就具有突出的意义。

三、商务谈判

任何商务活动都只能和必须借助这样或那样的商务谈判才能成为现实。因此从事商务活动不可避免地要进行商务谈判,而要更好更有效地进行商务谈判,就必须了解并掌握商务谈判的基本知识。

(一) 商务谈判的含义

商务谈判是谈判的一种。概括地说,它是指在经济贸易中,买卖双方为了满足各自的一定需求,彼此进行交流、阐述意愿、磋商协议、协调关系、争取达到意见一致,从而赢得或维护经济利益的行为与过程。商务谈判中的“商务”一词含义是指商业事务,即企业的经济事务,以区别于政治事务和外交事务。商务谈判所涉及的知识领域极广,是融市场营销、国际贸易、金融、法律、科技、文学、艺术、地理、心理和演讲等多种学科为一体的综合性学科,是一项集政策性、技术性和艺术性于一体的社会经济活动。

(二) 商务谈判的特征

商务谈判除了具有一般谈判的共性外,还有其个性特点,表现在以下几个方面。

(1) 以经济利益为目的。人们之所以要谈判,是因为有一定的需求要得到满足。不同的谈判,谈判者的需求即目的是不同的,商务谈判的目的是要获得经济上的利益。虽然谈判者可以调动和运用各种因素来影响谈判,其中许多可以是非经济因素,但其最终的目的仍然是经济利益。