



“十三五”普通高等教育本科部委级规划教材


系统性 情景性 实用性

商务谈判与礼仪

SHANGWU TANPAN YU LIYI

李志军◎编著



 中国纺织出版社

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位




“十三五”普通高等教育本科部委级规划教材

商务谈判与礼仪

SHANGWU TANPAN YU LIYI

李志军◎编著



 中国纺织出版社

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

内 容 提 要

什么是商务？我们为什么要谈判？谈判如何开局？谈判中要注意哪些礼仪？国际商务谈判涉外礼仪的重要性如何？本教材从专业的角度，系统化地为读者一一解答。书中案例生动，课后习题针对性强，满足师生情景化教与学的需要。一本在手，谈判高手指日可待。

图书在版编目（CIP）数据

商务谈判与礼仪 / 李志军编著. —北京：中国纺织出版社，2018.6
“十三五”普通高等教育本科部委级规划教材
ISBN 978 - 7 - 5180 - 5270 - 7

I. ①商… II. ①李… III. ①商务谈判—高等学校—教材 ②商务—礼仪—高等学校—教材 IV. ①F715.4
②F718

中国版本图书馆CIP数据核字（2018）第171833号

策划编辑：陈 芳 责任印制：储志伟

中国纺织出版社出版发行
地址：北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 邮政编码：100124
销售电话：010—67004422 传真：010—87155801
<http://www.c-textilep.com>
E-mail: faxing@c-textilep.com
中国纺织出版社天猫旗舰店
官方微博 <http://weibo.com/2119887771>
北京通天印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销
2018年6月第1版第1次印刷
开本：710×1000 1/16 印张：17
字数：272千字 定价：48.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社图书营销中心调换



本书要研讨的主题是商业谈判和礼仪，但作为沟通管理方面的研究者，在落笔的第一时间里，笔者对商业谈判和礼仪的定位就是它是一种沟通形式，是在商业领域特殊场景下的沟通。因为从这一视角观察、思考有助于跳出就事论事的固有思维，给予这本书或者这个选题一个更大的空间。

谈判的核心只在于说服吗？

商业谈判是非常专业的谈判，但不意味着只针对所谓的一些专业人员。很多人一想到谈判就是正襟危坐，必是国家外交、企业权益之争。其实谈判无处不在，可能是买卖家的讨价还价，也可能是促成某件事的引导说服。记得当年有一部脍炙人口的电视连续剧——《细说乾隆》，里面有句话至今难忘，乾隆皇帝讲：“有人说这是个谈判的时代”。所以，并非坐在谈判桌的两边才叫做谈判，生活中无处不是谈判，说得更确切一些，谈判是一种思维方式，如果把谈判的理念和规则在生活中随时随地进行应用，那么思维方式就已经改变了。

谈判中最核心的能力就是说服力，也可以称为争辩力。也许是受儒家文化影响，很多人在对待“争辩”方面基本上是“让他一尺又何妨”，看似是宽容大度，但很多情况下未尝不是界限不清，是非不分，是一种自我价值感过低的表现。另一方面，当真正需要争辩时，又往往并不具备有效的争辩方法论。学校教育中基本不教口才、识人之术。相当多成年人的争辩力停留在“胡搅蛮缠”“有理声高”的阶段，这样的场面在生活中屡见不鲜。在现代职场和社会竞争中，很有必要学会有理有据有节的“争辩”。而“争辩”在谈判中也是少不了的。

如何理解说服力的真实内涵呢？

首先，说服力是赋予于人的，也就是说，决定谈判结果的是谈判者，而并非谈判的内容。在促使谈判双方达成协议的关键要素当中，专业知识所起的作用不足10%，人在其中所起的作用超过50%，双方是否互有好感，是否互相信任，是否愿意倾听彼



此的要求，将直接影响谈判的最终结果。

如果你认为谈判的关键是实质性问题，那么很遗憾，我不能说你的看法有错，但你却缺少了作为谈判者的说服力。在谈判当中，拥有真理和事实固然重要，但只是可能赢得谈判的筹码之一而已。人和谈判过程要更重要得多。很多人一直觉得谈判的成败取决于双方的诚意和筹码。但实际上这些策略放在一起展现出的可能是一种完全不同的对待谈判的思路。

其次，说服力并非体现在谈判要说服对方做自己想让他做的事情，也并非是要战胜对方，而是在实现自己目标的同时，帮助所有相关者达到他们的目标，实现整体利益最大化。所以，你要思考的是，你是想赢了对手，还是赢得对手。也就是谋求一种双赢局面的发生还是在进行一场零和博弈。

既往接受的很多教育和观点都推崇竞争，能在竞争中获胜的才是强者，竞争力是实现自我利益最大化的能力。谈判技巧、权力或手段的力量被过分高估了。大多数谈判教程以及影视作品中对谈判的描述，向人们灌输的是这样一种观点：只有获得超越对方的优势，才能迫使对方按照你的意愿去做事。这种观点存在很多问题。

随着时代的进步，能充分合作的人才是成功者。纳什用数学方法证明了瑞士哲学家让-雅克·卢梭（Jean-Jacques Rousseau）于1755年提出的理论，即当行动各方协同合作时，整体利益的规模几乎总是会越变越大，因此每一方都能分得比其孤军奋战时更多的利益。

试想，在一次谈判中，如果你为对方节约了一小时、一星期或让对方免于操心，或打消了对方对风险的后顾之忧——这其中会蕴涵多大的价值呢？如果你开始像这样思考了，一整套全新的选择将会豁然出现在你的面前。

提高争辩力绝不等于轻易树敌。很多时候，不应仅仅注重当时的胜负，还必须考虑过后是否会招人怨恨。如果当时赢了，却留下了积怨，那之后会遭到什么样的报复就不得而知了。

最希望看到的情形就是，在自己掌握主导权、对方正在为难的劣势状态下，由自己提出和解。如果可以做到这样，双方就不用决裂，而且很有可能以对自己非常好的条件达成协议。正如《孙子兵法》的精髓之一“不战而屈人之兵”。

但还有一点必须要强调，说服力并非总是有效，谈判也是如此。在实际生活中使用这些方法和规则，并不一定每次都能成功，需要经常使用，期待的是10次里有1次



能获得出乎意料的收获。即使是谈判高手，也只是成功率比普通人高一些而已。正如笔者在危机管理研究中所看到的一般，没有绝对的招数是保证能解决问题的，有时问题的解决可能是运气这次站在了你的一方。

礼仪构建沟通的和谐

礼仪同样也不是商业谈判所独有的，而是对文明社会生活的方方面面都很重要。荀子曾讲过：“人无礼则不生，事无礼则不成，国无礼则不宁。”就是说一个不讲礼仪的人，一定很难在社会上立足；一件不合礼仪的事，一定很难办成；一个不重视礼仪的国家，一定政局不稳，不得安宁。人们的礼仪是否周全，不仅显示其修养、素质的形象，而且直接影响到事业、业务的成功，因为他保证了人与人之间可能达到的和谐与有序。

在谈判中，双方是否互有好感，是否互相信任，是否愿意倾听彼此的要求，虽并非都是礼仪所及，但你却无法对此视而不见。我们希望礼仪所传达出的是真情相待，而并非权谋之举，并不鼓励那种通过所谓周到的服务而成为成功的拖延战术以逼对手就范，而是坚信礼仪是一种基本的为人处世的规范。对谈判对手注重礼仪，也是给自己行方便。

同时礼仪也是构成教养的一个重要部分。一个由有教养的人组成的社会，即使是陌生人之间也会获得一种默契。仅仅依靠私德建立社会默契非常艰难，但商业的规范可能建立起要容易些，所以希望社会规则的重建能够在商业中得以实现。

本书并不是单纯教人如何谈判，如何遵守礼仪，而是要让人从内心深处成为一名真正的谈判者，让这些谈判技巧和策略就像人的性格一样，成为人密不可分的一部分。一旦这些技巧实现了内化，几乎所进行的每一次谈判都会有所改善。谈判就是生活的一部分。而作为教材，除普及谈判基础知识之外，同样希望学生通过对该课程的学习建立一种恰当的“争辩”思维，知礼善谈，学以致用。所以希望读者以一种更为开阔的视角看待这一本书所传递的价值，也希望能够成为您生活中提高沟通能力的好帮手。

李志军

2018年2月



第一章 认识商务谈判

第一节 商务谈判的概念与特点	2
第二节 商务谈判的类型	4
第三节 商务谈判的基本原则	11
第四节 商务谈判的基本程序	15

第二章 商务谈判的准备

第一节 商务谈判的信息准备	22
第二节 商务谈判的组织准备	28

第三章 商务谈判各阶段的策略

第一节 商务谈判策略概述	44
第二节 开局与摸底阶段的策略	51
第三节 报价与磋商阶段的策略	56
第四节 成交与签约阶段的策略	64

第四章 商务谈判技巧

第一节 商务谈判的沟通技巧	74
第二节 处理谈判僵局的技巧	91
第三节 应对敌意性商务谈判的技巧	97
第四节 网络商务谈判技巧	102

第五章 商务谈判中的心理因素

第一节 商务谈判心理概述	106
第二节 商务谈判人员的心理素质	109
第三节 主要心理因素对商务谈判的影响	113



第四节 心理挫折与商务谈判	119
第六章 国际商务谈判	
第一节 国际商务谈判概述	126
第二节 影响国际商务谈判的文化因素	129
第三节 不同国家和地区商务谈判的风格	132
第七章 认识礼仪	
第一节 礼仪概述	142
第二节 中国文明礼仪	147
第三节 西方文明礼仪	150
第八章 商务礼仪之个人礼仪	
第一节 仪容仪表礼仪	156
第二节 服饰礼仪	166
第三节 仪态礼仪	176
第四节 交谈礼仪	186
第九章 商务礼仪之交际礼仪	
第一节 会面礼仪	192
第二节 往来礼仪	197
第十章 商务礼仪之娱乐餐饮礼仪	
第一节 娱乐礼仪	210
第二节 餐饮礼仪	219
第十一章 商务礼仪之涉外礼仪	
第一节 涉外商务交往的基本原则	238
第二节 涉外接待礼仪	247
第三节 国际出访礼仪	258
参考文献	263



第一章 认识商务谈判

本章学习目标

1. 了解、认识商务谈判和其特征。
2. 基本掌握商务谈判的主要类型。
3. 知晓商务谈判的基本原则与程序。

两个孩子分一个橙子，他们决定由一个孩子负责切橙子，而另一个孩子优先挑选，由此两人各得到一半橙子。回家后，一个孩子把皮剥掉扔进了垃圾桶，把果肉放到果汁机里做成果汁喝；另一个孩子则把果肉挖掉扔进了垃圾桶，而把橙子皮留下来磨碎，混在面粉里烤蛋糕吃。这个故事中，两个孩子虽然各自拿到了一半橙子，但都没有做到物尽其用。如果他们能够进行沟通协商，各自表达意愿，那么这一个橙子将得到充分的利用，两人都能实现利益最大化。这个协商的过程可以说就是谈判的过程。本章主要讨论的是商务谈判的概念、特征、类型、基本原则和程序。



第一节 商务谈判的概念与特点

“谈”是“讲、论，彼此对话”的意思；“判”是“评断”。结合起来就是对话双方明确阐述自己的意愿观点，努力寻求双方关于各项权利义务的一致意见。

一、认识谈判

（一）谈判的产生

首先是追求利益。因为谈判是一种具有明确目的性的行为，其最基本的目的就是追求自身的利益。其次是为了谋求合作。社会依赖关系的存在，不仅为相互间的合作互补提供可能，也成为一种必要方式。最后是达成共识。暴力并非处理矛盾的理想方式，应摒弃对抗，谋求互惠互利。

（二）谈判的概念

美国谈判学会会长尼尔·伦伯格在《谈判的艺术》中指出^①：每一项要求满足的愿望，每一项寻求满足的需要，都是诱发人们展开谈判的前因，只要人们为改变相互关系而交换观点，只要人们为取得一致而磋商协议，他们就是在进行谈判。广义的谈判是指除正式场合下的谈判外，一切协商、交涉、商量、磋商等，都可以视为谈判。狭义的谈判仅仅是指正式场合下的谈判。另外，比尔·斯科特在《贸易谈判技巧》^②中将谈判解释为“双方面对面会谈的一种形式，旨在通过双方共同努力，寻求互惠互利的最佳结果。”

（三）谈判的基本特征

1. 谈判各方具有依赖关系

人们的一切活动都建立在一定的社会关系基础上。参与谈判的各方可能是买卖关系、技术支持与被支持关系等，彼此具有依赖性。

2. 谈判是由各方当事人共同参与的

谈判是两方以上的交际活动，只有一方则无法进行谈判活动。而且只有参与

① (美) 尼尔·伦伯格著，《谈判的艺术》，上海翻译出版公司，1986年

② (英) 比尔·斯科特著，《贸易谈判技巧》，中国外贸出版社，1986年



谈判的各方需要有可能通过对方的行为而得到满足时，才会产生谈判。

3. 谈判的目的是平衡各方的需求和利益

尼尔伦伯格指出，当人们想交换意见、改变关系或寻求同意时，人们开始谈判。这里，交换意见、改变关系、寻求同意都是人们的需要。这些需要来自人们想满足自己的某种利益，这些利益包含的内容非常广泛：有物质的、精神的，有组织的、个人的等。当需要无法仅仅通过自身而需要与他人的合作才能满足时，就要借助于谈判的方式来实现，而且，需要越强烈，谈判的要求越迫切。

4. 谈判成功与否的标志是最终能否达成协议

由于参与谈判各方的利益、思维及行为方式不尽相同，存在一定程度的冲突和差异，因而谈判的过程实际上就是寻找共同点的过程，是一种协调行为的过程，而谈判成功就是找到共同点达成协议。

5. 谈判是一种信息交流过程

谈判需要解决问题、协调矛盾，不可能一蹴而就，需要不断地进行协商交流，它是一个信息交换的过程。

二、商务谈判的概念与特点

（一）商务谈判的概念

商务谈判是指不同的经济实体各方为了自身的经济利益和满足对方的需要，通过沟通、协商、妥协、合作、策略等各种方式，最后达成各方都能接受的协议的活动过程。

（二）商务谈判的基本特征

由于商务活动的特殊性和复杂性，商务谈判活动表现出以下特征：

1. 谈判对象的广泛性和不确定性

商务活动是跨地区跨国界的。就双方而言，无论是买者还是卖者，其谈判的对象可能遍及全国各地甚至全世界。同时，每一笔交易都是同具体的交易对象成交的，因此在竞争存在的情况下就会充满不确定性。

2. 谈判环境的多样性和复杂性

从某种意义上讲，只要具备了谈判双方及某个物理空间，即可进行谈判。因此谈判环境本身会具有多样性和复杂性的特征，并非只有所谓的标准配置。但谈判环境的确会对双方的心理和发挥产生某种影响，可能是正面的，也可能是负



面的。

3. 谈判条件的原则性与可伸缩性

商务谈判的目的在于各方面都要实现自己的目标和利益，但若达成这一结果，双方博弈的同时必然要达成某种妥协，这种妥协就具体体现在交易条件有一定的伸缩性，但不能以丧失自身的基本利益为代价，这即是谈判人员必须坚守的原则性。

4. 内外各方关系的平衡性

谈判结果最终达成的满意程度其实取决于两方面的认可程度。其一，谈判对手的接受；其二，自己阵营的评价。因此，这种满意还可以理解为来自谈判双方在构建彼此关系和内部关系时达成的平衡性程度。

5. 合同条款的严密性与准确性

商务谈判的结果是由双方协商一致的协议或合同来体现的。合同条款实质上反映了各方的权利和义务，合同条款的严密性与准确性是保障谈判获得各种利益的重要前提。切忌在拟订合同条款时，掉以轻心，不注意合同条款的完整、严密、准确、合理、合法，那么不仅会把到手的利益丧失殆尽，而且还要为此付出惨重的代价。

第二节 商务谈判的类型

商务活动的特殊性和复杂性导致商务谈判的对象、环境、时间、地点等都具有不确定性和复杂性。所以商务谈判的分类也呈现出多种方式。本节内容将从 10 个分类角度进行详细介绍。

一、按谈判时间划分

对于谈判时间长短的划分并没有统一的定论，但可做如下分类。

短期商务谈判：指时间在 3 个月以内的谈判。

中期商务谈判：指时间在 3 个月至 1 年内的谈判。

长期商务谈判：指时间在 1 年以上的谈判。



二、按谈判所在国度划分

国内商务谈判：是指商务谈判参与方均来自一个国家内部。

国际商务谈判：是指谈判参与方分属两个及两个以上的国家或地区。

国内谈判与国际谈判的背景存在较大差异。对于国际商务谈判，谈判人员首先必须认真研究对方国家或地区相关的政治、经济、法律、文化、气候、环境等背景。同时也要认真研究对方国家或地区谈判人员的个人阅历、谈判风格等。此外，对谈判人员在外语水平、外贸知识等方面也有相应的要求。这些内容会在商务谈判的准备与商务谈判的礼仪方面具体涉及，这里不做重点阐述。

三、按谈判地点划分

（一）主场商务谈判

主场商务谈判是在己方所在地进行的商务谈判，会给己方带来很多便利和优势。

1. 谈判信心足

由于谈判是在己方所在地进行，在谈判时间表、各种谈判资料的准备、突发情况的请示汇报等方面均比较方便，从心理上会给予谈判者一种安全感，在谈判的态度上也能表现出充满自信、从容不迫。

2. 礼貌待人，以德服人

作为东道主，必须懂得礼貌待客，在迎来送往、饮食住行方面都要安排妥当，使对方感受到如家的环境气氛，从而赢得对方的信赖。

3. 内外线谈判

如果谈判在己方所在地或附近进行，那么客方就有条件了解己方的内部情况，如工厂、企业等方面获取己方信息，为谈判增加筹码。

（二）客场商务谈判

客场谈判是在谈判对手所在地组织的商务谈判。客场谈判的好处是谈判可能更为主动，在企业和领导授权的范围内更好地发挥能动性。

1. 客随主便

到对方的地盘进行谈判，可能会遇到很多陌生的东西，在谈判开始时就会形成一些无形的障碍，在谈判地位上显得比较被动，表现出“客随主便”。



2. 主应客求

作为客人对主人的尊重应视为礼貌的表现，而不是示弱。对“主便”也要有客应，客场谈判也要学会在谈判过程中积极提出要求，使主方考虑客方的意见。

3. 易受冷落

客场谈判在逗留时间、授权范围、远距离通讯、经费限额等方面都会受到诸多限制，如果遇到不肯让步的对手，客场谈判将面临让步到底、坚持到底和一走了之三种选择。如果选择坚持谈判而对手又不肯妥协，往往会因对手“需要请示公司，请等待消息”等借口坐上“冷板凳”，进入到焦虑难耐状态。

（三）中立地谈判

中立地谈判是指谈判地点设在第三地的商务谈判，通常为关系不融洽、信任度不高的谈判双方所选用。这种选择比较适合双方进行非实质性接触谈判，而且在谈判中较少受到干扰，谈判的物质准备交于第三方，可以减少事务性工作。

四、按谈判参与人数和规模划分

（一）个体商务谈判（一对一）

是指双方只出一个主谈，只有一个人就一个问题进行磨合磋商，争取达到一致的商务往来。

因此一对一的谈判没有外力可借助，必须调动谈判人员自身的主观能动性，调动自己所掌握的谈判策略，全力以赴。虽然可以全力以赴，也有论题转换灵活性的优点，但一个人知识面再广，经验再丰富，在遇到多学科大领域边缘性交叉性商务领域时，依然很难胜任。所以一对一谈判应主要针对老客户老产品，小范围，低金额才较为适用。

（二）集体商务谈判

一个人以上、若干人在一起，以主要谈判人员为主，对某个话题某个商务往来进行磋商磨合，争取达成一致。

由于是集体谈判，就会有知识互补，经验交叉，同时可形成集思广益的优点，并可借助同伴形成思想碰撞以产生各种火花。除此之外，还有人多势众的优势。但集体谈判也有其弱点，即易发散，不易集中，甚至讨论时如在团队中有强势人物，大家思路通常也会跟着走，虽然强势人物的观点未必正确。

一般集体商务谈判分为三种类型：①小型谈判，一般4人以下；②中型谈判，一般4~12人；③大型谈判，一般12人以上。



五、按谈判的主体划分

（一）个人间的商务谈判

指以个体形式出现的商务谈判。既可以是代表私人商业利益的谈判，也可以是代表组织进行的谈判。

（二）组织间的商务谈判

是商务谈判中出现最多的一种类型。即组织以个体或团队的方式为谋求各自利益而进行的谈判。

（三）国家间的商务谈判

此种商务谈判一是规格高，二是涉及国家层面的利益，三是通常牵扯多个领域或行业，比如中国加入世界贸易组织的谈判就是如此。

（四）几者之间的交叉谈判

这一类型出现的情况比较少，涉及了前三类利益主体之间的利益博弈，因此内容复杂，谈判难度大。

六、按参加谈判的利益主体数量划分

（一）双边谈判

所谓双边谈判，是指谈判主体只有当事人彼此两方，而没有第三方作为正式利益主体参加的谈判。这种谈判利益关系比较明确具体，涉及谈判客体也较为简单，因而也比较容易达成一致意见。国际商务谈判大多是双边谈判。

（二）多边谈判

参与谈判的代表至少是三方利益代表，即谈判主体涉及三方或以上的谈判，又称“多角谈判”。多边谈判涉及的范围广，人员复杂，谈判之前的准备工作难度大。在实际谈判中，多边谈判往往演化为就某个问题意见相互对立的双方。由于参与方多、谈判条件错综复杂，需要顾及的方面也多，因此很难在多方利益关系中加以协调，从而增加了谈判的难度。

七、按谈判议题方式划分

（一）横向商务谈判

横向谈判是指在确定谈判所涉及的主要问题后，开始逐个讨论预先确定的问



题，在某一问题上出现矛盾或分歧时，就把这一问题放在后面，先讨论其他问题，如此周而复始地讨论下去，直到所有内容都谈妥为止。

这种类型的优点在于：① 议程灵活，方法多样。不过分拘泥于议程所确定的谈判内容，只要有利于双方的沟通与交流，可以采取任何形式。② 多项议题同时讨论，有利于寻找变通的解决办法。③ 有利于更好地发挥谈判人员的创造力、想象力，更好地运用谈判策略和谈判技巧。

这种谈判方式的不足之处在于：① 加剧双方的讨价还价，容易促使谈判双方做对等让步。② 容易使谈判人员纠缠在枝节问题上，而忽略了主要问题。

（二）纵向商务谈判

是指在确定谈判的主要问题后，逐个讨论每一问题和条款，讨论一个问题，解决一个问题，一直到谈判结束。

这种谈判方式适用于原则性谈判，其优势在于：① 程序明确，把复杂问题简单化。② 每次只谈一个问题，讨论详尽，解决彻底。③ 避免多头牵制、议而不决的弊病。

但缺点亦显而易见：① 议程确定过于死板，不利于双方沟通交流。② 讨论问题时不能相互通融，当某一问题陷于僵局后，不利于其他问题的解决。③ 不能充分发挥谈判人员的想象力、创造力，不能灵活地、变通地处理谈判中的问题。

八、按谈判者接触方式划分

（一）面对面谈判

顾名思义就是谈判双方（或多方）直接地、面对面地就谈判内容进行沟通、磋商和洽谈。日常生活中，大到每日媒体提及的国际国内各类谈判，小到推销员上门推销，售货员向顾客介绍商品，顾客与小商贩的讨价还价等，都属于面对面谈判。

（二）电话谈判

就是借助电话这一通信工具进行沟通信息、协商，寻求达成交易的一种谈判方式。它是一种间接的、口头的谈判方式。主要优势是快速、方便、联系广泛。特别是在经济迅速发展的社会，在经济洽谈、商务营销中，方便、快速更有决定意义。

（三）函电谈判

函电谈判是指通过进行磋商，寻求达成交易的书面谈判方式。该方式与电话



谈判有相似之处，两者都是远距离、不见面磋商，但前者用文字后者用语音。函电谈判方式在国际贸易的商务谈判中使用最普遍、最频繁，但在国内贸易的商务谈判中则较少使用。

（四）网络谈判

是指借助于互联网进行协商。对话的一种特殊的书面谈判。基于电子商务的出现和迅猛发展，网上谈判方式也被企业提上重要的议事日程。

九、按谈判双方采取的态度与方针划分

（一）软式谈判

软式谈判也称让步式谈判。这种谈判把对方视为朋友，强调的不是占上风，而是建立和维持良好的关系。软式谈判一般的步骤是：信任对方—提出建议—做出让步—达成协议—维系关系。如果当事双方都能够以“关系”为重，以宽容、理解的心态友好协商，谈判就会效率高、成本低，相互关系也能得到进一步加强。但是，对某些强硬者一味退让，最终往往只能达成不平等的协议。因此只有在长期友好关系的互信合作伙伴之间，或是在合作高于局部近期利益的情况下，软式谈判的运用才具有意义。

（二）硬式谈判

硬式谈判也称立场型谈判。这种谈判视对方为劲敌，强调谈判立场的坚定性，强调针锋相对。采用硬式谈判，往往双方互不信任，互相指责也为常态，因此谈判很容易陷入僵局，无法达成协议。而且，这种谈判即使达成某些协议，也会由于某方的履约消极，甚至想方设法撕毁协议，从而陷入新一轮的对峙，最后导致相互关系的完全破裂。在对方玩弄谈判技巧，其阴谋需要加以揭露，在事关自身利益而无退让余地、竞争性商务关系、一次性交往而不考虑今后合作、对方思维天真并缺乏洞察利弊得失之能力等情况下，运用硬式谈判是必要的。

（三）原则式谈判

原则式商务谈判是指视谈判为解决问题的手段，重点放在利益上，根据价值达成协议。这种类型的谈判既吸取了软式谈判和硬式谈判的优长，又避免了二者存在的不足。这种谈判方式强调公正原则和公平价值，其主要特点是人、事分开，重点放在利益而不是立场上。谈判中对人温和，对事强硬。在做决定之前，先构思各种可能的选择，坚持根据公平的客观标准来做决定，并以此为前提，争取最