

SHANGWU TANPAN YU GOUTONG SHIZHAN ZHINAN

商务谈判与 沟通实战指南

陈鹏 编著



化学工业出版社

SHANGWU TANPAN YU GOUTONG SHIZHAN ZHINAN

商务谈判与 沟通实战指南

陈鹏 编著



化学工业出版社

· 北京 ·

本书以必要的商务谈判理论和沟通技巧为依据,穿插了大量的实践案例,对商务谈判、商务沟通的基本理论和实践中的具体运用做了全面而详细的介绍,使理论与实践紧密结合。读者通过对本书的学习,可以轻松自如地掌握商务谈判与沟通技巧的基本概念、原理和方法,掌握商务谈判与沟通技能。

本书适合从事商务谈判、沟通工作的所有相关人员阅读参考,也可供喜欢沟通与谈判工作的大学生阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判与沟通实战指南/陈鹏编著. —北京:
化学工业出版社, 2018. 10
ISBN 978-7-122-32705-5

I. ①商… II. ①陈… III. ①商务谈判 IV. ①F715.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第161707号

责任编辑:蔡洪伟

文字编辑:李曦

责任校对:王素芹

装帧设计:王晓宇

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)

印装:天津画中画印刷有限公司

710mm×1000mm 1/16 印张11¼ 字数214千字 2019年1月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686)

售后服务:010-64518899

网址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 48.00元

版权所有 违者必究



本书是谈判技巧、沟通技能、销售管理类的实用性书籍，以必要的商务谈判理论和沟通技巧为依据，以培养商务谈判的实际技能为重点，对商务谈判、商务沟通的基本理论和在实践中的具体运用做了全面而详细的介绍，使理论与实践紧密结合。本书相关案例的选用充分考虑了国际国内情况、文化背景，侧重培养商务谈判能力及沟通技能，既易于理解掌握，又有利于指导商务谈判的具体实践。作者在广泛听取商贸行业人士、企业管理人士、教育专家意见的基础上，结合当前就业趋势以及市场经济的发展需要编写了本书。本书力求成为打造应用型商务人才和增强人们职场竞争力的有效工具，帮助读者全面学习谈判、沟通管理知识和技能，提高职业素质和就业能力。

读者通过对本书的学习，可以轻松自如地掌握商务谈判与沟通技巧的基本概念、原理和方法，掌握企业商务谈判与沟通技巧技能。相信经过学习，读者的谈判能力及沟通技巧一定会有所提高，并能在实践训练中提升职业素养，成为专业理论、岗位技能、职业素养兼备的合格人才。

本书由陈鹏编著，蒋小龙和黄瑞鹏等参与了资料的收集和整理工作。本书参考与引用了国际、国内相关著作和教材的资料与案例（详见参考文献），对相关作者表示感谢。在此对所有为本书付出努力的同志致以诚挚的谢意。

编著者

2018年6月



1.1	说说商务谈判 /	2
1.2	商务谈判的四大要素 /	5
1.3	商务谈判的具体特征 /	7
1.4	商务谈判的基本方式 /	8
1.5	多变的商务谈判内容 /	11
1.6	复杂的商务谈判内容 /	17
1.7	商务谈判中的制胜原则 /	19
1.8	商务谈判的“三大”价值评价标准 /	23
1.9	商务谈判的“五个”作用 /	25
	【本章回顾】 /	26
	【实战演练1】 /	26

2.1	谈判人员的最佳数量 /	29
2.2	谈判人员需具备的基本素质 /	29
2.3	谈判人员的组成及分工 /	33
2.4	如何选拔优秀的谈判人员 /	36
2.5	商务谈判的信息调查方法 /	38
2.6	实施信息调查 /	40
2.7	关注谈判对手值得关注的信息 /	42
2.8	了解己方实力 /	46
2.9	开展商务谈判各个阶段的管理工作 /	46
2.10	实施行之有效的商务谈判策略 /	53
	【本章回顾】 /	58
	【实战演练2】 /	59

第1章 认知商务谈判

001

第2章 商务谈判的高效管理

028

第3章

商务谈判“四步”曲

062

- 3.1 谈判流程第一步——开局 / 63
- 3.2 谈判流程第二步——报价 / 76
- 3.3 谈判流程第三步——磋商 / 84
- 3.4 谈判流程第四步——结束 / 100

【本章回顾】 / 104

【实战演练3】 / 104

第4章

商务谈判的关键技巧——语言的魅力

108

- 4.1 谈判语言的魅力 / 109
- 4.2 有效倾听 / 116
- 4.3 耐心询问 / 118
- 4.4 陈述得体 / 120
- 4.5 对答如流 / 122
- 4.6 能言善辩 / 124
- 4.7 头语能表意 / 125
- 4.8 眼睛会说话 / 126
- 4.9 眉毛会传情 / 127
- 4.10 嘴部动作有深意 / 127
- 4.11 上肢语较多变 / 127
- 4.12 下肢语须留意 / 130
- 4.13 腰腹语极丰富 / 131
- 4.14 其他姿势语须了解 / 131

【本章回顾】 / 133

【实战演练4】 / 133

- 5.1 内外谈判必有别 / 135
- 5.2 美国商人的谈判风格 / 140
- 5.3 加拿大商人的谈判风格 / 143
- 5.4 英国商人的谈判风格 / 144
- 5.5 德国商人的谈判风格 / 144
- 5.6 法国商人的谈判风格 / 145
- 5.7 俄罗斯商人的谈判风格 / 146
- 5.8 日本商人的谈判风格 / 147
- 5.9 韩国商人的谈判风格 / 149
- 5.10 东南亚商人的谈判风格 / 150

【本章回顾】 / 151

【实战演练 5】 / 151

- 6.1 认知商务沟通 / 154
- 6.2 构建商务沟通的模型 / 160
- 6.3 语言沟通传递信息 / 162
- 6.4 非语言沟通表达情意 / 164
- 6.5 剖析商务沟通障碍 / 168
- 6.6 商务沟通成功要领 / 172

【本章回顾】 / 174

【实战演练 6】 / 174

【实战演练】答案 / 177

第 5 章

详解国际商务谈判

134

第 6 章

解密商务沟通

153

附录

176

参考文献 / 179

第 1 章

认知商务谈判



Chapter

1





在现代商业活动中,谈判是交易的前奏,谈判是销售的主旋律。可以毫不夸张地说,人生在世,你无法逃避谈判;从事商业经营活动,除了谈判,你别无选择。然而,尽管谈判天天都在发生,时时都在进行,但要使谈判的结果尽如人意,却不是一件容易的事。怎样才能做到在谈判中挥洒自如、游刃有余,既实现己方目标,又能与对方携手共庆呢?从本章开始,我们一起走进谈判的圣殿,领略其博大精深的内涵,解读其运筹帷幄的奥妙。

1.1 说说商务谈判

(实战案例1-1)

2013年,广州某冶金公司要向美国购买一套先进的组合炉,派了一位高级工程师与美商谈判。为了不辱使命,这位高级工程师做了充分的准备工作,他查找了大量有关冶炼组合炉的资料,花了很多精力了解国际市场上组合炉的行情及美国公司的历史、现状、经营情况等。当谈判购买冶炼组合炉时,美方报价330万美元,经过讨价还价压到130万美元。中方仍然不同意,坚持出价100万美元。美方表示不愿继续谈下去了,把合同往中方工程师面前一扔,说:“我们已经做了这么大的让步,贵公司仍不能合作,看来你们没有诚意,这笔生意就算了,明天我们回国了。”中方工程师闻言轻轻一笑,把手一伸,做了一个优雅的“请”的动作。美方真的走了,冶金公司的其他人有些着急,甚至埋怨工程师不该抠得这么紧。工程师说:“放心吧,他们会回来的。同样的设备,去年他们卖给法国只要98万美元,国际市场上这种设备的价格为100万美元是正常的。”果然不出所料,一个星期后美方又回来继续谈判了。工程师向美方点明了他们与法国的成交价格,美方又愣住了,没有想到眼前这位中国商人如此精明,于是不敢再报虚价,只得说:“现在物价上涨得厉害,比不了去年。”工程师说:“每年物价上涨指数没有超过6%。一年时间,你们算算,该涨多少?”美方被问得哑口无言,在事实面前,不得不让步,最终以103万美元达成了这笔交易。

通过阅读上述案例,作为管理者或谈判人员我们需要思考谈判究竟有什么作用,人们为什么愿意乐此不疲地进行谈判呢?只要搞明白这两个问题,谈判就值得我们去学习和了解了。

1.1.1 谈判的由来

实际上,谈判有广义和狭义之分。广义的谈判包括一切磋商、交涉、商讨等;狭义的谈判是指正式场合下的谈判。谈判不仅是人类的普遍社会行为,更

需要我们理性、认真地去对待。谈判动机的选择、谈判计划安排、谈判进程、谈判结果,这些因素都可能导致我们的生活和工作发生改变。一次错误和失败的谈判可能给一个国家或一个企业带来重大危机,一次成功的谈判可能为国家带来新的发展,为企业带来新的机遇。

谈判到底有什么效果和意义?人们需要弄清楚什么是谈判。这个问题也同样是很多学者需要尝试解答的。

谈判是什么?谈判有什么作用?在谈判发展的初期,无论是在美国还是在中国,都曾有人对此做出了研究,对谈判是否存在规律性、科学性进行了研究。随着社会的发展和经济的进步,人们在工作实践和生活中发现谈判越来越需要理论指导,否定谈判的科学性和必要性的人越来越少。但是,由于文化背景、历史渊源、思维方式的不同,人们对谈判的定义仍然存在很大差异。

其实,关于谈判的定义,诸多学者都提出了自己的观点。要给谈判下一个准确的定义,并不是件容易的事情。因为谈判的内容极其广泛,人们很难用一两句话准确、充分地表达谈判的全部内涵。因而,我们试图从谈判的形式、内容和特征等方面入手,对谈判的内涵进行分析,描绘出谈判比较清晰的轮廓,以便把握谈判的基本概念。也有学者认为谈判就是一种技能,有的则认为谈判其实就是一种程序。总结以上观点,我们将谈判的定义归纳如下:

(1) 谈判就是指某些组织或个人为达到协调关系、缓解矛盾、化解冲突、实现利益等具体目的,通过磋商、沟通、协调等方式来达成一致性意见的行为过程。上述案例其实很明显地给出了结论,谈判的最终目的不外乎就是争取到较为优惠的组合炉的价格。为理解谈判这一具体定义,有必要掌握谈判所具有的主要特征:谈判总是以某种利益的满足为目标,是建立在人们需要的基础上的。这是人们进行谈判的动机,也是谈判产生的原因。

(2) 谈判是两方以上的交际活动,只有一方无法进行谈判活动,而且只有参与谈判的各方的需要有可能通过对方的行为而得到满足时,才会产生谈判。比如,商品交换中买方和卖方的谈判,只有买方或者只有卖方时,不可能进行谈判;当卖方不能提供买方需要的产品时,或者买方完全没有可能购买卖方想出售的产品时,也不会有双方的谈判。至少有两方参与是进行谈判的先决条件。

(3) 谈判是寻求建立或改善人们的社会关系的行为。人们的一切活动都是以一定的社会关系为条件的。就拿商品交换活动来讲,从形式上看是买方与卖方的商品交换行为,但实质上是人与人之间的关系,是商品所有者和货币持有者之间的关系。买卖行为之所以能发生,有赖于买方或卖方新的关系的



建立。

(4) 谈判是一种协调行为的过程。谈判的开始意味着某种需求希望得到满足、某个问题需要解决或某方面的社会关系出了问题。解决问题、协调矛盾,不可能一蹴而就,总需要一个过程。这个过程往往不止一次,而是随着新问题、新矛盾的出现不断重复,意味着社会关系需要不断协调。在特定的客观环境中,社会关系往往复杂多变,随着新问题、新矛盾的出现不断重复。本来是敌对的双方,在一定的谈判场合中,谈判双方本着共同的目的是完全可以化敌为友、实现利益转换的,这就需要谈判人员充分利用谈判技巧来改善彼此的关系。

(5) 任何一种谈判都选择在参与者认为合适的时间和地点举行。这是区分狭义的谈判和广义的谈判的一个很重要的依据。谈判时间与地点的选择实际上已经成为谈判的一个重要组成部分,对谈判的进行和结果都有直接的影响。购销谈判、项目谈判、外贸谈判等都对时间和地点的选择十分重视。尤其是军事谈判,更注重地点的选择。美越战争期间,双方选择在法国巴黎进行和谈;朝鲜战争期间,中美双方在朝鲜三八线上的板门店举行谈判,谈判桌一半放置在三八线的左侧,一半放置在三八线的右侧。

1.1.2 商务的起源

传统商务的概念,是企业在具体进行一个商务交易过程中的实际操作步骤和处理过程,由交易前的准备、贸易磋商、合同与执行、支付与清算等环节组成。简单来讲,商务指一切有形和无形资产的交换和买卖活动。商务行为分为四类:

- ① 大多时候我们直接进行有形商品的交易活动,可称为“买卖商务”,也称为“第一商务”,如批发、零售业直接从事商品收购与销售的活动;
- ② 为有形商品的交易活动直接服务的商业活动,可称为“辅助商务”,也称为“第二商务”,如运输仓储、加工整理等;
- ③ 间接为商业活动服务的项目,可称为“媒介商务”或“第三商务”,如金融、保险、信托、租赁、中介等;
- ④ 进行服务贸易的活动,可称为“润滑商务”或“第四商务”,如宾馆、饭店、理发店、影剧院,以及信息、咨询、广告等服务贸易。

1.1.3 商务谈判的发展

商务谈判,我们也可称之为商业谈判,是指在一定商务环境下,买卖双方为促进交易、实现自身利益、解决双方争端而进行的意见交流、磋商的一种方法和手段。其实任何一项协议和合约,都是因为各方利益不同才产生达成协议

和合约的愿望,进而通过谈判来达成一致性意见。在商品和贸易谈判中,卖主和买主都喜欢商品和货币,但彼此偏好、购买力的差异等导致双方存在分歧,但为各取所需,兴趣与爱好促使买卖双方最后放弃分歧和成见,交易反而达成了,这就是谈判的魅力所在。

因此,共同性的利益和可以互补的分歧性利益,都可能促进彼此为达成协议而进行谈判行为。商务谈判不是弱肉强食,不是瓜分剩余价值,也不是你争我抢,更不是为了打倒对方。谈判是一种竞争,但更是一种合作,必须求同存异、目标一致,才能使双方互惠互利。

商务谈判是现代市场营销、企业管理的重要内容,也是营销的关键环节和主要手段。在市场经济体制条件下,市场供求与合作越来越常见。各方面合作利益体通过谈判的手段来消除误会、分歧、矛盾,通过谈判来加强沟通与合作,进而寻求彼此的共识,商务谈判已成为社会经济生活中的普遍现象。从企业营销的角度来看,商务谈判不仅是企业市场营销活动的主要内容,而且成败与否,也在很大程度上影响着企业的可持续发展和外部的机遇。因此,了解和学习商务谈判的一些基本技能、知识、方法和技巧,对营销工作甚至对企业管理工作有着非常重要的指导意义。

1.2 商务谈判的四大要素

实战案例1-2

乐乐在“母亲节”来临之际,为表达对妈妈的爱,陪妈妈去商场买衣服。在某法国品牌服装店,妈妈看上了一件时尚风衣,然后向服装店销售人员询问衣服的价格。店员告知4800元,乐乐说贵了点,店员说今天搞促销活动,已经是促销价了,原价6800元。乐乐妈妈说上个月买的一件相似布料的衣服才3500元。店长走了过来,说:“如果真想买的话,就算4500元。”乐乐说:“啊,说了这么久,才便宜300元啊。”

在本案例中,我们需要思考人物进行的是什么类型的谈判活动,还需要了解本次谈判的构成要素是什么。这些内容是学习本案例的关键部分。

商务谈判要素是指谈判的构成因素和内部结构。一般来讲,谈判的基本要素有四个:谈判主体、谈判客体、谈判行为和谈判目标。

1.2.1 要素一——谈判主体

谈判主体一般是指参与谈判的当事人,主体必须具备相应的权力和科学知识能力,不是什么人都可以成为谈判主体。对谈判主体有关规定的认识很



有必要。因为谈判主体是谈判的前提，在谈判中要注意避免因谈判主体的不合格，而使谈判失败带来损失。如果谈判的主体不合格，便无法承担谈判的后果。如未经授权或超越代理权的谈判行为，谈判主体都不会承担相关责任。

在现实谈判中，由于忽视了事先考虑己方或对方的主体资格审查，从而使谈判归于无效并遭受经济损失的案例比比皆是。

实战案例1-3

2016年，湖北某知名中药厂与所在市经济开区的一个公司签订了代理出口名贵中药至澳门的合同。由于中药厂未审查对方能否按照合同内容承担履约的义务的主体资格，结果大批产品被海关扣押。这不仅使双方遭受经济损失，而且还招至澳门商人索赔的不良后果。

通过以上案例，我们可以确定的是谈判主体资格的确认对谈判结果的形成非常关键，这需要谈判人员在谈判开始之前对谈判主体资格进行认真审查，确保己方利益不会受损。

1.2.2 要素二——谈判客体

谈判客体是指进入谈判环节的议题、人和各种物质要素结合而成的内容。有属于资金方面的，如价格和支付条件；有属于技术方面的问题；也有属于商品本身的问题，如商品的标准、规格、数量、保险等；还有进入谈判主题的相关谈判人员。总之，涉及交易双方利益的一切问题，都可以成为谈判的议题。在一定的社会环境中，谈判的事项受到诸如法律、政策、道德等内容的制约。涉及对方人员时，我们首先需要说服对方接受我们的观点和意志。涉及的具体议题，我们需要磋商解决。

1.2.3 要素三——谈判行为

谈判行为是指谈判的主体围绕谈判事项进行的信息交流和观点磋商。我们把谈判主体看作是“谁来谈”，谈判客体是指“谈什么”，那么谈判行为则是指“怎样谈”。谈判行为主要包括信息交流、意见互换、谈判胜负评价标准、谈判技巧和方法、方式、策略等。

1.2.4 要素四——谈判目标

谈判的直接目标就是达成协议，间接目标可能是建立良好关系、促进长期合作等。往往谈判双方是对立的，需要不断协商。没有目标的谈判不是真正的

谈判。没有目标的谈判就像行驶在大海中没有方向的帆船一样，始终无法靠岸。所以，谈判目标是谈判双方努力和奋斗的一个方向。

1.3 商务谈判的具体特征

1.3.1 商务谈判的广泛性和不确定性

我们这里讲商务谈判的广泛性和不确定性，主要是指谈判对象的广泛性和客观情况的不确定性。广泛性是指参与的商务谈判活动可能是跨国籍、跨地区的，谈判中的谈判对象因此也具有区域的广泛性；谈判客观情况的不确定性是指具体的交易可能随着竞争而发生变化。因此，在谈判中需要我们掌握市场行情，维护老客户，发展新客户，树立良好形象，提高自身的知名度和美誉度。

1.3.2 谈判双方的排他性和合作性

谈判是双方合作和冲突的对立统一，彼此具有分歧和矛盾，但同时又有共同利益，需要达成一致意见形成协议。协议至少能最低限度地被谈判双方所接受，因此，对双方来说都是有利的。为了取得利益，双方必须力求合作，彼此不合作无法实现谈判成功，因此，双方必须学会换位思考，共同解决问题，彼此做出适当让步，以便最终达成某项对双方都有利的协议，这就是谈判的合作性的一面。与此同时，双方主体都希望在谈判中获得最大利益，谈判双方的目标始终存在差异。作为买方，当然要力求买价最低；作为卖方，当然希望商品的卖价最高。双方为此而积极地进行讨价还价，这是谈判主体双方相互排斥的一面。

1.3.3 谈判的多变性和随机性

谈判中，市场环境和经济活动在不断发生变化，有可能谈判活动跟不上市场行情的脚步。市场非常敏感，谈判的形势也会有所变化的，有时有利有时不利。谈判中容易出现偶然性，把握机会，当机立断，时时做出改变。

1.3.4 谈判的公平性与不平等性

谈判双方随市场变化总有不平等、不尽人意的地方，谈判的结果多多少少让双方感觉是不平等的。但是，从另一个角度来看，只要协议是谈判双方经过磋商、交流达成的，谈判双方对结果随时都有否决权。一旦协议达成，这说明权利和机会是均等的，谈判就是公平的。



1.3.5 谈判的目的性和经济性

在商务谈判中,谈判者以获取经济利益为基本目的,在满足经济利益的前提下才会涉及其他非经济利益。一般来讲,谈判双方在其他非经济利益上的得失,在很多情况下都可以转化为经济利益来补偿。谈判者都比较注意谈判所涉及的产品的价格、技术的成本、谈判的效率和效益。所以,人们习惯以获取经济利益的多少和好坏来评价谈判活动成功与否,不讲求经济利益的商务谈判就失去了其本身的意义和价值。

1.4 商务谈判的基本方式

1.4.1 软式谈判法

软式谈判法又称让步性谈判,为维护双方合作关系,谈判者总是力图避免冲突,随时准备让步,希望达成双方满意的协议。软式谈判的基本做法:提议、让步、信任、保持友善,以及为了避免冲突而屈服于对方。

软式谈判法的基本特征:①在无声无息中强化自身立场或原则。在商务活动中,杠杆原理指的是运用自己实际拥有的资产,获得大量利益的能力。这种能力体现在商务谈判中就是当你处于逆境或谈判气氛不融洽、游戏规则不利的时候,你能够审时度势、巧妙地借用对方的观点、立场或提案,在无声无息中强化你所持有的立场或原则,以便更好地处理谈判各方分歧。②借力用力是公平的。在商务谈判中,如果对方坚持强硬的立场或原则,即使你使用温柔的态度正面反驳的话,也有可能激化对方的情绪。如果把对方强硬的立场或原则比作一种“力量”的话,你就应该借用这一力量,克“敌”制胜。软式谈判法就是运用对手的力量为己谋利的一种方法。

软式谈判法的具体运用:①寻找立场背后的本质问题。在商务谈判中,当对方强硬地坚持他的立场时,你不必立即表态,应该寻找对方立场背后的真实意图、揣摩对方所表达的原则、制订因势利导的改良方法。②主动征求对方意见。在商务谈判中,谈判各方经常将时间耗费在彼此批评对方的提案或陈述上。但是,优秀的谈判者却不是这样,他们不对对方的提案或者观点进行正面批评,而是主动征求对方对己方方案的意见。要想成为一个谈判高手,面对不愿意配合的对手,不要拒绝对方对你提出的提案或客观标准的批评,应该对对方的批评持开放欢迎的态度,并且要学会引导对手转换双方的立场来讨论问题。③有效退让的方法。在商务谈判中,你经常会遇到自恃才高、争强好胜、我行我素的对手。如果你与对方正面抗衡,结果是于事无补的。相反,你应

该退避三舍，欲擒故纵，耐心倾听对方陈述，再不时地送对方几顶“高帽子”戴，以便满足对方的心理需求。一旦对方得以满足，就有可能以某种积极的态度配合你，共同促进谈判的进行。④对付人身攻击的方法。在商务谈判中，有时会遇到尴尬情形：当你的对手出言不逊，甚至出口伤害你时，你是否应该问一问原因呢？你可报之以微笑，听他宣泄完毕，或者提议休会10分钟。你利用休会时间，揣摩对方发火的原因。你可以采取冷静的方式，处理对方对你的人身攻击。这里有一个秘诀：沉默。因为你的沉默，将使对方感到不安。有时候，沉默不语反而是最巧妙的谈判方法。

1.4.2 硬式谈判法

硬式谈判法又称立场型谈判，是指谈判者在谈判开始即提出一个极端立场，只关心自己的利益，注重维护自己的立场，态度强硬，立场坚定，并极力维护、固守，只有在迫不得已的情况下，才会做出极小的让步的谈判。

硬式谈判法的最大特点表现在“硬”上面：①在观点认识上，谈判人员把发生在谈判中的任何情况都看成是一场意志力的较量。②在具体做法上，谈判人员在谈判中将注意力放在如何维护自己的立场、否定对方的立场上，迫不得已才肯做出让步。③结果会有3种可能性，a. 导致双方关系紧张，降低谈判效率；b. 很难达成协议；c. 即使达成协议，但也没有真正的胜利者。因此，在谈判中尽量不要采用硬式谈判法。

实战案例1-4

在欧洲某国监狱的牢房里，犯人通过门上那个瞭望小孔，看到走廊休息间里中午轮休的警卫正在那儿吞云吐雾。犯人凭着敏锐的嗅觉，立即断定那是他最爱抽的万宝路牌香烟。他想吸烟想疯了，于是用右手指轻轻地敲了一下门。警卫慢悠悠地踱过来，粗声叫道：“干吗？”犯人答道：“请给我抽一支烟吧，就是你抽的那种，万宝路牌的。”警卫没有理会犯人的请求，转身要走。犯人又用右手指敲门，这一次他的语言是命令式的。“你想干什么？”警卫从嘴里喷出一口浓烟，没好气地转过头来喊。犯人答道：“劳驾你给我一支香烟，我只等30秒钟。如果得不到，我就在水泥墙上撞脑袋，直到流血昏倒为止。若我苏醒，我就发誓说是你干的。当然，他们绝不会相信我。但请你想一想吧，你得出席听证会，在听证会前，你得填写一式三份的报告，你要卷入一大堆审讯事务。你想一想吧，所有这一切就是因为不给我一支不值几文钱的万宝路香烟？只要一支，保证以后再也不打搅你了。”结果不言而喻，警卫自然会从瞭望小孔里塞给他一支香烟。



在谈判中，我们如果强硬坚持自己的原则和标准，配合一定的策略方法，即使在谈判中处于不利的地位，也能化险为夷，取得谈判的成功。

1.4.3 原则性谈判法

原则性谈判法还被称作价值谈判法、满意谈判法、实质利益谈判法。最早由哈佛大学谈判研究中心提出，故又称“哈佛谈判术”。所谓原则性谈判法，是指谈判双方遵循一定准则来解决分歧意见、评价对方的立场或者观点、权衡彼此利益的准则。参与者既注重维护合作关系，尊重对方，又重视争取合理利益，既理性又富有人情味。没有规矩，不成方圆；有了规矩，贵在遵循。

原则性谈判法的基本特征：①客观准则，是解决所有分歧的准则。在商务谈判中应该遵循的客观准则，大体可以分两类：一类是具有客观性质的规则，也就是通常说的客观标准。另一类是在商务谈判实践中，人们约定俗成或经实践证明切实可行的惯例、案例、先例等，亦称游戏规则。②淡化主观意识在原则中的作用。商务谈判的无数实践证明，谈判的任何一方试图以主观意志来演绎原则，调整对立的利益，都会付出很高的代价，要尽量避免。一方的胜利，就意味着另一方的失败；一方的高兴，就意味着另一方的沮丧。在商务谈判中，你不要企图对有关惯例、案例、先例等进行主观意识的演绎，最好的解决方法就是淡化彼此对原则的破坏。在主观意识中，共同探寻或者遵循某种适宜的原则，作为双方谈判的行为准则或者形成共识的准则。③公正性特征。取多予少，是人性的一个弱点，总希望在交往中多占些便宜而少点付出。这种心态对谈判的负面影响是，要么一方得胜而归，则另一方自认吃亏；要么损害了谈判者之间的关系。能否避免出现这两种结果呢？这就需要双方共同遵循某种标准进行公正谈判。

原则性谈判法的注意事项：①坚定信心，锲而不舍。一旦你认为你选择的方法有助于实现谈判目标，就应该坚定自己的信心。②充分协商，切忌强制。如果各方都同意按照原则性谈判法进行谈判，但对选择的客观标准存在异议。无论是己方还是对方提出某种提案的标准，通常都需要对客观标准进行充分磋商。③坚持标准，富有弹性。不要试图先声夺人，不要一进入谈判就公开表示自己的原则。许多商务谈判新手在谈判一开始时，为了证实自己立场和观点的准确性，多方引用惯例、先例、案例或其他“游戏规则”，试图先声夺人。其实，这种想法和做法都是不可取的，其结果是堵塞自己的回旋余地，往往导致谈判陷入泥潭。