

商务谈判手册

刘 阳 主编

现代企业
经营实务
丛书

企业管理出版社

(京)新登字 052 号

责任编辑:李 军

封面设计:李 萌

版式设计:金 宁

现代企业经营实务丛书

商 务 谈 判 手 册

刘 阳 主编

* * *

企业管理出版社出版发行

北京北苑印刷厂印刷

787×1092 毫米 16 开 81 印张 1970 千字

1995 年 9 月第一版 1995 年 9 月第一次印刷

ISBN7-80001-600-5/F·598

定价:196.00 元

《商务谈判手册》编委名单

主 编：刘 阳

副主编：康春年 刘玉萍

编 委：（以姓氏笔划为序）

马志刚	方 军	田崇青	宁 勇	刘卫国
刘 红	刘 震	吕 兵	吕秀芹	李 兵
李乐萍	李瑞华	李明桥	江 川	邢 涛
严 瑛	张学武	张黎迎	陈宇清	罗 红
郑春山	郭 林	段 峥	赵 悦	胡陆军
胡建平	康晋涛	崔 勇	曹志伟	黄 梅
黄 岚	虞丽敏	蒋 丹	操仲春	魏全胜

前 言

谈判是一门古老的人类交流艺术，而商务谈判则是随着商品交换的产生而发展起来的一种人类经济活动工具。市场经济离不开商务谈判，商务谈判离不开谈判技巧。在市场经济高度发达的今天，商务谈判已发展成为一门边缘学科——商务谈判学。

商务谈判学做为一个新兴的边缘学科具有如下两个特点：一是它的综合性强，涉及到经济学、管理学、心理学、行为学、语言学等多学科的内容，运用了多学科的基础知识和研究成果；二是它的实践性强，是一门注重实践，讲求实用，重在解决实际问题的应用科学。商务谈判既有其规律性和原则性，更有其灵活性和创造性。一个真正的谈判高手绝不是死抱教条，顽固不化的书呆子，他（她）应该是目光敏锐，反应迅速，行动敏捷的一位智者。商务谈判是实力与智慧的较量，谈判场如拳击场；商务谈判是学识与口才的较量，谈判场如辩论场；商务谈判是魅力与演技的较量，谈判场如表演场。

生意人离不开商务谈判，生意人事业上的成功离不开商务谈判的成功，商务谈判是每一位生意人的必修课，《商务谈判手册》就是一部专门为生意人准备的特殊的工具书。

本书根据商务谈判的特点，结合我国工商界人士实际工作中的需要，由企业管理出版社组织国内数十位商务谈判领域的专家和学者执笔并编辑而成，全书共分八篇四十九章。第一篇“商务谈判概述”系统科学地介绍商务谈判的基础知识；第二篇“商务谈判与谈判策略”重点介绍商务谈判各阶段的成功战略；第三篇“商务谈判与谈判方法”侧重讲述各种谈判技巧，针对不同的谈判情况和对手特点共

介绍了183种谈判技法；第四篇“商务谈判与谈判口才”主要讲述口才在谈判中的作用及谈话方法；第五篇“商务谈判与谈判礼仪”介绍了在商务谈判过程中必不可少的谈判礼仪知识；第六篇“商务谈判与谈判禁忌”为读者指出了谈判过程中各种禁忌以及数十个引以为戒的失败案例；第七篇“国际商务谈判策略与技巧”侧重于国际商务谈判方法的介绍；第八篇“商务谈判实战100例”则精选出100个精采的商务谈判实例，内容涉及商务谈判的各个方面，既是前七篇商务谈判知识的归纳与总结，也是商务谈判复杂性与艺术性的杰出体现；为方便读者了解商务谈判的有关法律知识，书末附录重点介绍了经济合同法的内容。

做为国内第一部全面系统介绍商务谈判理论和技巧的大型工具书，本书具有以下几个特点：一是内容新颖，这不仅反映在本书是国内第一部商务谈判手册的创先河之举上，而且反映在书中内容充分体现九十年代国外商务谈判研究水平上。二是案例丰富，全书突出体现了商务谈判的艺术性，做到理论与实践相结合，全书共收录了500多个商务谈判案例，相信读者通过对谈判理论的掌握和对这500多个案例的体会，自会成为出色的谈判高手。三是文字平实，语言生动，各章节内容相对独立，特别适合于工商界人士在繁忙的紧张工作之余，见缝插针地学习体会。

由于编者水平有限，书中肯定会有缺漏之处，还请读者多多谅解并不吝赐教。

《商务谈判手册》编委会

一九九五年八月·北京

目 录

第一篇 商务谈判概述

第一章 商务谈判的原则和成功之路	(3)
一、商务谈判的特点	(3)
二、商务谈判的基本条件	(3)
三、商务谈判的原则	(4)
四、商务谈判的成功之路	(5)
第二章 商务谈判的类型	(6)
一、按目标分类	(6)
二、按交易地位分类	(10)
三、按所属部门分类	(14)
四、按谈判地点分类	(19)
五、按标的分类	(23)
第三章 商务谈判的构成	(53)
一、谈判的台前当事人	(53)
二、谈判的台后当事人	(56)
三、单兵谈判的谈判手	(57)
四、谈判的标的	(59)
五、谈判的背景	(61)
第四章 商务谈判的过程	(66)
一、探询	(66)
二、准备	(72)
三、磋商	(76)
四、小结	(109)
五、再磋商	(117)
六、终结	(129)

七、重建谈判	(140)
第五章 商务谈判的伦理观	(144)
一、社会道德观与商业谈判的道德观	(144)
二、法律与商业谈判伦理观	(149)
三、谈判伦理确立的过程	(153)
四、正确处理谈判伦理的积极性与消极性	(156)
第六章 商务谈判的心理	(163)
一、谈判者的感情	(163)
二、谈判者的追求	(171)
三、谈判者的需要	(179)
四、谈判者的个性	(181)
第七章 商务谈判的客观环境因素	(183)
一、政治环境	(183)
二、经济环境	(184)
三、法律环境	(184)
四、宗教、风俗和文化背景	(188)
五、注意事项	(189)
第八章 商务谈判的主持	(190)
一、主持谈判的依据	(190)
二、引导谈判的技巧	(199)
三、总结的技巧	(203)
第九章 商务谈判的工具	(207)
一、政策与法律知识	(207)
二、专业技术知识	(209)
三、谈判的策略知识	(217)
四、谈判的思维艺术	(219)
五、谈判的语言工具	(220)
六、谈判者的行为工具	(224)
七、谈判书写技巧	(230)

第二篇 商务谈判与谈判策略

第一章 商务谈判各阶段的成功战略	(239)
一、寻找对手	(239)
二、勇下战书	(240)

三、准备应战	(242)
四、初逢对手	(244)
五、展开战势	(246)
六、介绍自己的商品	(247)
七、价格谈判技巧与禁忌	(249)
八、交涉诀窍	(252)
九、买方的武器	(256)
十、卖方的策略	(258)
十一、双方的努力合作	(264)
十二、成功的范例	(267)
十三、胜利在望	(269)
十四、收兵回营	(272)
十五、正确对待谈判的失利	(275)
十六、巩固战果	(280)
十七、特殊战场,特殊战术	(280)
十八、胜战秘诀	(285)
第二章 吸引顾客的秘诀	(293)
一、圈套箱与 Closer	(293)
二、推销的“圣经”——“萨姆的秘诀”	(294)
三、案例——萨姆为我带来幸运	(294)
第三章 接近顾客的方法	(298)
一、问候时不可带小工具	(298)
二、要即时控制顾客	(298)
三、让我们靠近一些	(299)
四、使初见面的顾客变成“老朋友”	(300)
三、接近顾客的绝招 12 法	(301)
第四章 不让顾客跑掉的心理战	(303)
一、开动大脑去“打仗”	(303)
二、谈谈自己	(303)
三、把顾客本身的事问出来	(303)
四、寻找共同的话题	(304)
五、对夫妻同伴的顾客,应向太太多说一句	(304)
六、别让顾客说:“让我考虑一下”	(304)
七、说得快些	(305)
八、善于利用顾客的感情	(305)
九、心理战绝招 21 法	(305)

第五章 认清并抓住顾客的方法	(309)
一、按顾客性格分类	(309)
二、按顾客境遇分类	(313)
三、按顾客职业分类	(314)
四、观察顾客的一些要点	(318)
第六章 引起购买欲的商品介绍法	(320)
一、激发顾客购买欲的 11 个步骤	(320)
二、“量顾客的体温”	(324)
三、利用“愈不易获得的东西,愈希望得到”的心理	(325)
四、避免自己的顾客与其他顾客接触	(325)
五、对顾客设置圈套 11 法	(326)
六、如何让顾客第一次接触你就喜欢你	(328)
第七章 留住顾客的魔术	(330)
一、怎样知道顾客在想什么?	(330)
二、留住顾客的“围困三步曲”	(331)
三、使顾客陷入“围困”状态	(332)
四、把握劝买的时机	(333)
五、关于“围困”应注意的事项	(334)
六、成交以前应记住的注意事项	(336)
七、顾客的三种反应	(337)
八、应付在最初阶段“着迷于商品”的顾客	(338)
九、应付“有意购买”的顾客	(341)
十、应付“不喜欢那种东西”的顾客	(342)
十一、“达成协议”后聪明的追踪	(343)
十二、王牌推销员的信条	(344)
第八章 促使成交的王牌	(345)
一、借暗示围困顾客	(345)
二、借锋利的构想围困顾客	(346)
三、借宣传围困顾客	(346)
四、富兰克林式的围困	(347)
五、亲子式的围困	(347)
六、即决式的围困	(348)
七、威吓式的围困	(348)
八、谨慎式的围困	(349)
九、选择式的围困	(350)
十、竞赛式的围困	(350)

十一、飞机式的围困	(351)
十二、订单式及假定式的围困	(351)
十三、照会式的围困	(352)
十四、转变心情式的围困	(352)
十五、一揽子交易式的围困	(353)
第九章 与顾客交锋的应答方式	(354)
一、对于说“我要回去”的顾客	(354)
二、对于说“我必须与父亲商量”的顾客	(354)
三、对于说“我绝不会迫于当时的情势而买”的顾客	(354)
四、对于说“无法现在就决定”的顾客	(355)
五、对于说“我还要看别的”的顾客	(355)
六、对于说“对别的公司的商品较有兴趣”的顾客	(355)
七、对于说“我的年龄不适于买它”的顾客	(355)
八、对于说“另有开支”的顾客	(356)
九、对于说“已经在别处买过”的顾客	(356)
十、对于说“我需要考虑一下”的顾客	(356)
十一、对于说“不是贵一点吗”的顾客	(356)
十二、对于说“我怎么需要它”的顾客	(357)
十三、对于说“我没有那种余钱”的顾客	(357)
十四、对于说“因为我们刚结婚”的顾客	(357)
十五、对于说“我必须与律师、经纪人商量”的顾客	(358)
第十章 如何磨练自己	(359)
一、不能卖自己不满意的	(359)
二、不要为了佣金而卖	(359)
三、少说废话	(360)
四、不要悲观预测	(360)
五、不要灰心	(360)
六、责备自己	(361)
七、充分学习	(362)
八、心理上的巨人	(362)
九、保持轻松的心情	(362)
十、不断地燃烧自己	(363)
十一、应该有信心	(363)
十二、防止被人取代	(363)
十三、把自己赶进去	(364)
十四、适当休息	(364)
十五、推销员的 10 个心得	(364)

十六、再照照镜子	(366)
第十一章 谈判警句	(368)
一、谈判就是要求,谈判就是妥协	(368)
二、谈判桌上没有“一口价”	(368)
三、丑话在先不为丑,丑话在后人财丢	(368)
四、谈判需要舌头,也需要耳朵	(369)
五、有目的的重复也是聪明的谈判	(369)
六、谈判不总是说话,沉默也会使谈判内容丰富	(369)
七、“万一”和“如果”是谈判的向导	(370)
八、谈“一揽子交易”,不等于谈“估堆买卖”	(370)
九、谈“互相让步”,不等于谈“对等让步”	(371)
十、谈判要会说理,无理要挖理	(371)
十一、说理要始终如一,做戏不可半途而废	(371)
十二、以理评理,去伪存真,以价论价,打虚求实	(372)
十三、多运用角色,少固执个性	(372)
十四、发言权可以分散,决定权必须集中	(372)
十五、立据为凭、一字千金	(373)
十六、谈判条件可以苛刻,谈判态度不得刁横	(373)
十七、谈判要坚持到最后一分钟,审核要不漏过每一个字	(373)
十八、单枪匹马的谈判手容易被攻击	(374)
十九、不要把对手当傻瓜	(374)
二十、别怕对方眼泪流,谨防袋中钱被偷	(374)
二十一、不要忽视第一印象	(375)
二十二、关系是谈判的润滑剂	(375)
二十三、什么都答应,可能什么都没有	(375)
二十四、微笑既不多余,也不亏本	(376)
二十五、双方的诚意可使谈判绝处逢生	(376)
二十六、礼貌地“保留”,也是“以守为攻”	(376)
二十七、不论对方谈判道具如何,不能动摇自己的谈判立场	(377)
二十八、让步太快会助长贪欲	(377)
二十九、努力使对手感到处在被选择的地位	(378)
三十、心中可以波澜壮阔,外表最好风平浪静	(378)
三十一、明比质量与价格,暗斗意志和智慧	(378)
三十二、“三斧头”扬威,坚持一下得利	(379)
三十三、说谎、学舌者无罪	(379)
三十四、好的买主会挑刺,精的卖主会摆好	(379)
三十五、以“不同意”为矛,以“研究、研究”为盾,以“同意”为战利品	(380)

三十六、多次重复可促使对方与你谈判	(380)
三十七、先换汤后换药	(381)
三十八、“承认错误”可以转危为安	(381)
三十九、无论谈判什么,千万不要表现出急于求成	(381)

第三篇 商务谈判与谈判方法

第一章 商务谈判技巧(一)	(385)
一、打中靶心	(385)
二、以虚度实,跨越话题	(386)
三、少说多听	(386)
四、以退为进	(387)
五、蒙混视线制造烟雾弹	(388)
六、对症下药	(389)
七、用幽默来把僵局打破	(390)
八、激将法的妙用	(391)
九、沉着答复因势利导	(392)
十、旁敲侧击	(393)
十一、突破警戒线	(394)
十二、敲敲自己的商业脑瓜	(395)
十三、就得无事生非	(395)
十四、中庸之道真绝	(397)
十五、威逼利诱是必要的	(397)
十六、吹毛求疵击中要害	(398)
十七、俗语可亲	(399)
十八、要说得恰如其分	(400)
十九、温柔点会更可爱	(401)
二十、坚持自己有理	(402)
二十一、装聋作哑等待让步	(402)
二十二、避人耳目搅乱局面	(403)
二十三、亮出先例抑制对方	(404)
二十四、我不像你想象那么坏	(405)
二十五、见缝插针争取主动	(406)
第二章 商务谈判技巧(二)	(408)
一、引经据典借助名人	(408)
二、避开问题巧妙推塞	(408)

三、仗无把握切莫开战	(409)
四、促膝谈心分担困难	(410)
五、假痴真辨使对方平静	(411)
六、描绘一幅成功前景图	(412)
七、使对方恢复责任心	(413)
八、先顺后逆后发制人	(413)
九、三思而后行	(414)
十、开诚布公晓以大义	(415)
十一、诱敌深入引其入彀	(415)
十二、先恭维后陈述理由	(416)
十三、嬉笑怒骂皆成文章	(417)
十四、先肯定后要求	(418)
十五、夸大谬误削弱对方	(418)
十六、爱之深，责之切	(419)
十七、条条大路通罗马	(420)
十八、使对方接受	(421)
十九、隐瞒自身缺陷	(422)
二十、赢得主动权	(422)
二十一、最后摊牌	(423)
二十二、突然沉默	(424)
二十三、对失误若无其事	(424)
二十四、虚拟失败	(425)
二十五、善意批评对方而获信赖	(425)
二十六、注意说话神态	(426)
二十七、指桑骂槐	(426)
二十八、转移对方注意力	(426)
二十九、假设第三者来改变对方态度	(427)
三十、巧妙的自欺欺人	(427)
三十一、“套近乎”来缩短距离	(428)
三十二、使说服的对象成为说服者	(429)
三十三、减轻对方难堪	(429)
三十四、摧毁对方拒绝心理	(430)
三十五、让对方感到“欠人情”	(430)
三十六、不知不觉中提高参与意识	(431)
三十七、摆出让步姿态	(431)
三十八、以反面情报增加可信度	(432)
三十九、轻描淡写让对方良心受谴责	(432)

四十、让对方别无选择	(433)
四十一、化解对方防御心理	(434)
四十二、利用对方特长使之就范	(434)
四十三、使对方把“偶然”认作“命运”	(435)
四十四、制造共同的假想敌人	(436)
四十五、自言自语使对方察觉自己过失	(436)
四十六、故意道破自己缺陷	(437)
四十七、巧妙避开对方追究	(437)
四十八、先满足其生理需求,来减弱其攻击力	(438)
四十九、让对方发泄再轻易击倒他	(438)
五十、作过分称赞使其局促不安	(439)
五十一、把对方当作代言人来削弱抵抗力	(439)
五十二、粉碎整体意见	(440)
五十三、使对方认为其要求过分	(441)
五十四、用基本问题搪塞具体要求	(441)
五十五、故意否定己见让对方赞同	(442)
五十六、巧妙回避对方紧急要求	(442)
五十七、以道歉方式阻止对方抗议	(443)
五十八、先发制人取得心理优势	(444)
五十九、分散抨击目标	(444)
六十、二者择一使对方早作决断	(445)
六十一、时差攻击	(445)
六十二、利用对方一天中最脆弱的时刻	(446)
六十三、表面上服从对方	(447)
六十四、掩饰自己主观	(447)
六十五、站在对方立场来说服	(448)
六十六、降低身份松懈对方戒心	(448)
六十七、触及对方自尊以得到承诺	(449)
六十八、使对方速下决断	(450)
六十九、以选择为前提,拦断对方的举棋不定	(450)
七十、背离“阻止的期待”	(451)
七十一、压制对方怒气	(451)
七十二、抓住对方的“小辫子”	(452)
七十三、让对方别无选择	(452)
七十四、压制即将爆发的反抗情绪	(453)
七十五、测测你的说服力	(453)
第三章 商务谈判技巧(三)	(457)

一、以赞美引起人们好感	(457)
二、反客为主互换角色	(458)
三、虚拟失败鼓舞士气	(459)
四、迎合顾客需求心理	(460)
五、事先练习说话技巧	(460)
六、有的放矢雪中送炭	(461)
七、以愚掩智大智若愚	(462)
八、只问不说简单扼要	(463)
九、巧用电话增进感情	(463)
十、注意调整语气声调	(464)
十一、因人而异以礼相待	(465)
十二、避逆取顺变换角度	(465)
十三、以热忱赢得顾客赏识	(466)
十四、使对方联想促成生意	(467)
十五、巧妙运用赞美之辞	(468)
十六、善于运用巧妙说词	(469)
十七、语不惊人死不休	(470)
十八、不给对方太多考虑时间	(472)
十九、采取生米做成熟饭	(472)
二十、尽量避免电话商谈	(474)
二十一、电话商谈原则	(474)
二十二、以电话促成迅速交易	(475)
二十三、顾全顾客的面子	(476)
二十四、让对方一开始就说是	(477)
二十五、选择多种广告媒体	(478)
第四章 商务谈判技巧(四)	(479)
一、诱发冲动	(479)
二、以最小单位适时报价	(480)
三、以简短谈话谋成功	(480)
四、诚挚相待赢得顾客	(481)
五、避免激怒顾客	(482)
六、拐弯抹角间接说明	(483)
七、以廉价满足对方要求	(484)
八、将商品好处具体化	(485)
九、转换话题迂回变通	(485)
十、大胆向顾客作保证	(486)
十一、证明自己价格合理	(487)

十二、以开场白刺激顾客	(488)
十三、帮顾客出谋划策	(489)
十四、别让成交冲昏头脑	(489)
十五、暗示对方二者选一	(490)
十六、打消顾客疑虑困惑	(491)
十七、把销售可能变为现实	(492)
十八、先入为主引入开口	(493)
十九、善言一句三冬暖	(493)
二十、敌明我暗掌握主动	(494)
二十一、见什么人说什么话	(495)
二十二、以新奇引发顾客兴趣	(496)
二十三、掌握顾客购买意向	(497)
二十四、丁是丁卯是卯	(498)
二十五、推定承诺半推半就	(499)
二十六、从对方感兴趣话题入手	(500)
二十七、用肯定回答质询法	(501)
二十八、循序渐进水到渠成	(502)
二十九、表现销售员真诚	(503)
三十、看风使舵随机应变	(504)
三十一、诱导顾客决定购买	(505)
三十二、设计话题亲近顾客	(505)
三十三、善于利用顾客本性	(506)
三十四、妥善处理顾客意见	(507)
三十五、和顾客配合默契	(508)
三十六、把握用语唱作俱佳	(509)
三十七、消除顾客压迫感	(510)
三十八、增加访问客户时间	(511)
三十九、以具体行动表示诚意	(512)
四十、以诚挚关心博取好感	(513)
四十一、以语言柔道说服顾客	(513)
四十二、具备三个“热爱”	(518)
四十三、好鞍配骏马	(519)
四十四、精通 T.P.O 服装战术	(521)
四十五、打响第一炮	(522)
四十六、出其不意,攻其不备	(523)
四十七、射人先射马	(524)
四十八、谨防伏兵	(525)

四十九、制造紧张	(526)
五十、逐门逐户地推销	(527)
五十一、说好第一句话	(528)
五十二、让眼睛说话	(530)
五十三、破釜沉舟	(531)
五十四、添加润滑剂	(532)
五十五、成功的竞争	(533)
五十六、示范的妙用	(534)
五十七、不要坐失良机	(535)
五十八、趁热打铁	(536)
第五章 商务谈判中特殊问题处理	(538)
一、自然条件差异带来的问题	(538)
二、主观缺陷造成的问题	(542)
三、外界干预引起的矛盾	(549)
四、时间问题	(552)

第四篇 商务谈判与谈判口才

第一章 卓越的口才与成功的谈判	(557)
一、口才与人生	(557)
二、口才与社交	(559)
三、口才与说话	(563)
四、口才与宴会	(565)
五、口才与事业	(566)
第二章 说话的技巧	(571)
一、说话的秘诀	(571)
二、说话的技巧	(572)
三、说话的能力	(577)
四、说话的艺术	(578)
五、说话的难点	(580)
六、说话的姿态	(582)
七、说话的禁忌	(584)
八、说话的素材	(588)
九、说话的称呼与话题	(589)
十、说话的语病	(591)
十一、有口难言	(592)