

教育部推荐教材

21世纪高职高专系列规划教材

商务谈判

主 编 乔淑英 王爱晶

副主编 陈新华 王丽丽 王丽君 周建永



北京师范大学出版社
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

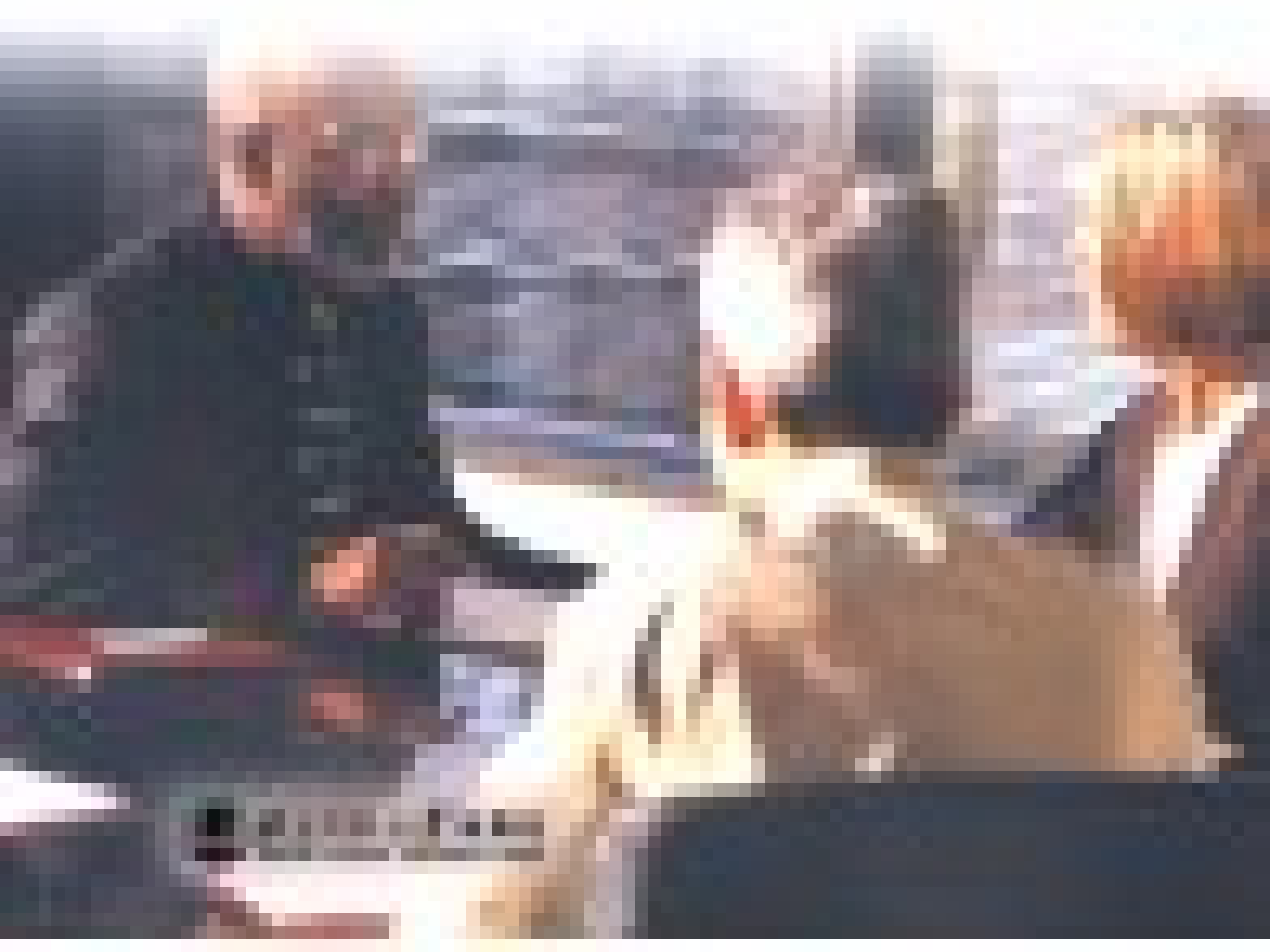
中国出版集团 商务印书馆

法律出版部 法律图书编辑部 法律图书编辑室

商务谈判

主 编 陈福海 张德胜

副主编 陈福海 张德胜 王德胜 王德胜 王德胜



教育部推荐教材

21世纪高职高专系列规划教材

商务谈判

主 编 乔淑英 王爱晶

副主编 陈新华 王丽丽 王丽君 周建永



北京师范大学出版社
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PRESS

内 容 提 要

本书围绕高职高专培养目标,在介绍商务谈判理论、策略与方法的基础上,重点突出对高职高专学生商务谈判能力和技巧的培养。本书内容丰富、实训扎实,可读性与实用性强;体例新颖,依次有学习目标、引入案例、思考与练习等,体现了丰富性、趣味性、实用性和延展性的特点。

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判/乔淑英,王爱晶主编. —北京:北京师范大学出版社,2007.2

(21世纪高职高专系列规划教材)

ISBN 978-7-303-08410-4

I. 商… II. ①乔…②王… III. 贸易谈判—高等学校: 技术学校—教材 IV. F715.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第017546号

出版发行:北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街19号

邮政编码:100875

出版人:赖德胜

印刷:唐山市润丰印务有限公司

经销:全国新华书店

开本:185 mm×260 mm

印张:18.75

字数:366千字

版次:2007年3月第1版

印次:2007年3月第1次印刷

定价:25.00元

责任编辑:姚贵平 美术编辑:李葆芬

责任校对:李 菡 责任印制:董本刚

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话:010—58800697

本书如有印装质量问题,请与出版部联系调换。

电话:010—58800825。

出版说明

随着我国经济建设的发展,社会对技术型应用人才的需求日趋紧迫,这也促进了我国职业教育的迅猛发展,我国职业教育已经进入了平稳、持续、有序的发展阶段。为了适应社会对技术型应用人才的需求和职业教育的发展,教育部对职业教育进行了卓有成效的改革,职业教育与成人教育司、高等教育司分别颁布了调整后的中等职业教育、高等职业教育专业设置目录,为职业院校专业设置提供了依据。教育部连同其他五部委共同确定数控技术应用、计算机应用与软件技术、汽车运用与维修、护理为紧缺人才培养专业,选择了上千家高职、中职学校和企业作为示范培养单位,拨出专款进行扶持,力争培养一批具有较高实践能力的紧缺人才。

职业教育的快速发展,也为职业教材的出版发行迎来了新的春天和新的挑战。教材出版发行为职业教育的发展服务,必须体现新的理念、新的要求,进行必要的改革。为此,在教育部高等教育司、职业教育与成人教育司、北京师范大学等的大力支持下,北京师范大学出版社在全国范围内筹建了“全国职业教育教材改革与出版领导小组”,集全国各地上百位专家、教授于一体,对中等高等职业院校的文化基础课、专业基础课、专业课教材的改革与出版工作进行深入的研究与指导。2004年8月,“全国职业教育教材改革与出版领导小组”召开了“全国有特色高职教材改革研讨会”,来自全国20多个省、市、区的近百位高职院校的院校长、系主任、教研室主任和一线骨干教师参加了此次会议。围绕如何编写出版好适应新形势发展的高等职业教育教材,与会代表进行了热烈的研讨,为新一轮教材的出版献计献策。这次会议共组织高职教材50余种,包括文化基础课、电工电子、数控、计算机教材。2005年~2006年期间,“全国职业教育教材改革与出版领导小组”先后在昆明、哈尔滨、天津召开高职高专教材研讨会,对当前高职高专教材的改革与发展、高职院校教学、师资培养等进行了深入的探讨,同时推出了一批公共素质教育、商贸、财会、旅游类高职教材。这些教材的特点如下。

1. 紧紧围绕教育改革,适应新的教学要求。过渡时期具有新的教学要求,这批教材是在教育部的指导下,针对过渡时期教学的特点,以3年制为基础,

兼顾 2 年制,以“实用、够用”为度,淡化理论,注重实践,消减过时、用不上的知识,内容体系更趋合理。

2.教材配套齐全。将逐步完善各类专业课、专业基础课、文化基础课教材,所出版的教材都配有电子教案,部分教材配有电子课件和实验、习题指导。

3.教材编写力求语言通俗简练,讲解深入浅出,使学生在理解的基础上学习,不囫圇吞枣,死记硬背。

4.教材配有大量的例题、习题、实训,通过例题讲解、习题练习、实验实训,加强学生对理论的理解以及动手能力的培养。

5.反映行业新的发展,教材编写注重吸收新知识、新技术、新工艺。

北京师范大学出版社是教育部职业教育教材出版基地之一,有着近 20 年的职业教材出版历史,具有丰富的编辑出版经验。这批高职教材的编写得到了教育部相关部门的大力支持,部分教材通过教育部审核,被列入职业教育与成人教育司高职推荐教材,并有 25 种教材列为“十一五”国家级规划教材。我们还将开发电子信息类的通信、机电、电气、计算机、工商管理等专业教材,希望广大师生积极选用。

教材建设是一项任重道远的工作,需要教师、专家、学校、出版社、教育行政部门的共同努力才能逐步获得发展。我们衷心希望更多的学校、更多的专家加入到我们的教材改革出版工作中来,北京师范大学出版社职业教育与教师教育分社全体人员也将备加努力,为职业教育的改革与发展服务。

全国职业教育教材改革与出版领导小组
北京师范大学出版社

参加教材编写的单位名单

(排名不分先后)

沈阳工程学院
山东劳动职业技术学院
济宁职业技术学院
辽宁省交通高等专科学校
浙江机电职业技术学院
杭州职业技术学院
西安科技大学电子信息学院
西安科技大学通信学院
西安科技大学机械学院
天津渤海职业技术学院
天津渤海集团公司教育中心
连云港职业技术学院
景德镇高等专科学校
徐州工业职业技术学院
广州大学科技贸易技术学院
江西信息应用职业技术学院
浙江商业职业技术学院
内蒙古电子信息职业技术学院
济源职业技术学院
河南科技学院
苏州经贸职业技术学院
浙江工商职业技术学院
温州大学
四川工商职业技术学院
常州轻工职业技术学院
河北工业职业技术学院
太原理工大学轻纺学院
浙江交通职业技术学院
保定职业技术学院
绵阳职业技术学院
北岳职业技术学院
天津职业大学
石家庄信息工程职业学院

襄樊职业技术学院
九江职业技术学院
青岛远洋船员学院
无锡科技职业学院
广东白云职业技术学院
三峡大学职业技术学院
西安欧亚学院实验中心
天津机电职业技术学院
漯河职业技术学院
济南市高级技工学校
沈阳职业技术学院
江西新余高等专科学校
赣南师范学院
江西交通职业技术学院
河北农业大学城建学院
华北电力大学
北京工业职业技术学院
湖北职业技术学院
河北化工医药职业技术学院
天津电子信息职业技术学院
广东松山职业技术学院
常州轻工职业技术学院
北京师范大学
山西大学工程学院
平顶山工学院
黄石理工学院
广东岭南职业技术学院
青岛港湾职业技术学院
郑州铁路职业技术学院
北京电子科技职业学院
北京农业职业技术学院
宁波职业技术学院
宁波工程学院

北京化工大学成教学院
天津交通职业技术学院
济南电子机械工程学院
山东职业技术学院
天津中德职业技术学院
天津现代职业技术学院
天津青年职业技术学院
无锡南洋学院
北京城市学院
北京经济技术职业学院
北京联合大学
大红鹰职业技术学院
广东华立学院
广西工贸职业技术学院
贵州商业高等专科学校
桂林旅游职业技术学院
河北司法警官职业学院
黑龙江省教科院
湖北财经高等专科学校
华东师范大学职成教所
淮南职业技术学院
淮阴工学院
黄河水利职业技术学院
南京工业职业技术学院
南京铁道职业技术学院
黔南民族职业技术学院
青岛职业技术学院
陕西财经职业技术学院
陕西职业技术学院
深圳信息职业技术学院
深圳职业技术学院
石家庄职业技术学院
四川建筑职业技术学院
四川职业技术学院
太原旅游职业技术学院
泰山职业技术学院
温州职业技术学院
无锡商业职业技术学院

武汉商业服务学院
杨凌职业技术学院
浙江工贸职业技术学院
郑州旅游职业技术学院
淄博职业技术学院
云南机电职业技术学院
云南林业职业技术学院
云南国防工业职业技术学院
云南文化艺术职业学院
云南农业职业技术学院
云南能源职业技术学院
云南省交通职业技术学院
云南司法警官职业学院
云南热带作物职业技术学院
西双版纳职业技术学院
玉溪农业职业技术学院
云南科技信息职业学院
昆明艺术职业学院
云南经济管理职业学院
云南农业大学
云南师范大学
昆明大学
陕西安康师范学院
云南水利水电学校
昆明工业职业技术学院
云南财税学院
云南大学高职学院
山西综合职业技术学院
温州科技职业技术学院
昆明广播电视大学
天津中德职业技术学院
天津职教中心
天津现代职业技术学院
天津师范大学
武警昆明指挥学院
天津工业大学
天津开发区职业技术学院

前 言

商务谈判是一门科学，也是一门艺术。它不是简单的友好握手、合同签订和宴席碰杯，而是智慧与谋略的较量。在长期的商务谈判实践中，人们积累了宝贵的商务谈判经验，留下了许多成功的案例，总结了大量的策略与技巧。

《商务谈判》为高职高专市场营销、国际贸易、工商管理及其他经济管理类专业的学生量身制作：一是在全面系统地阐述商务谈判理论、策略与方法的基础上，重点突出商务谈判能力与技巧的培养。二是在编排体例上，针对高职高专学生的特点，设置有“学习目标”，引导学生把握学习方向；“导入案例”，激发学生的学习兴趣；“参考阅读”，用一些小故事、小常识，开阔学生视野，增加教材的丰富性、趣味性；“本章小结”，帮助学生掌握学习要点；“思考与练习”，促进学生巩固所学内容，提升实践能力。三是在内容上，注重与商务谈判的实践活动相结合，突出实用性与可操作性。

参加本书编写的老师均是有多年《商务谈判》教学经验的骨干教师。具体情况如下：石家庄职业技术学院的乔淑英编写第一章、第十章，陈新华编写第六章、第九章，王丽君编写第二章；广州大学的王爱晶编写第四章、第五章，周建永编写第三章；河南经贸职业技术学院王丽丽编写第七章、第八章。全书由乔淑英和王爱晶担任主编，并统稿。

本书在写作过程中参考了大量的已出版的商务谈判领域中的相关著作，在此向相关作者表示衷心的感谢。由于受时间、水平所限，本教材可能还存在待完善之处，恳请读者批评指正。

编 者

2007年2月

目 录

第一章 商务谈判概述	(1)	二、商务谈判背景调查的手段	··· (35)
第一节 谈判、商务谈判及其特征	(3)	三、商务谈判背景调查的原则	··· (37)
一、谈判的含义	··· (3)	第二节 商务谈判人员的组织准备	(37)
二、谈判的构成要素	··· (6)	一、谈判人员素质的构成	··· (38)
三、商务谈判	··· (8)	二、谈判队伍的规模	··· (40)
四、商务谈判的特点	··· (8)	三、谈判班子的配备	··· (40)
第二节 商务谈判的原则	(10)	第三节 商务谈判计划的制订	(42)
一、合法原则	··· (10)	一、商务谈判计划的要求	··· (42)
二、诚信原则	··· (11)	二、商务谈判目标的确定	··· (43)
三、平等自愿原则	··· (12)	三、谈判议程的安排	··· (44)
四、互惠互利原则	··· (12)	四、商务谈判地点的选定	··· (45)
五、求同存异原则	··· (13)	五、商务谈判场景的布置	··· (48)
六、双方利益最大化原则	··· (14)	第三章 商务谈判心理	(51)
第三节 商务谈判的种类	(15)	第一节 商务谈判心理概述	(52)
一、按商务谈判涉及范围划分	··· (15)	一、商务谈判心理的概念	··· (52)
二、按商务谈判内容划分	··· (15)	二、谈判的心理动力	··· (52)
三、按商务谈判信息交流的方式划分	··· (16)	第二节 谈判者成功心理素质	(57)
四、按商务谈判人员数量划分	··· (22)	一、商务谈判中的成功心理	··· (57)
五、按商务谈判地域不同划分	··· (23)	二、谈判成功的行为标准	··· (59)
六、按商务谈判问题顺序划分	··· (24)	三、谈判者追求的成功目标	··· (61)
七、按商务谈判的态度与方法划分	··· (25)	四、谈判者成功心理类型	··· (63)
八、按商务交易的地位划分	··· (27)	五、成功谈判的心理策略	··· (67)
第二章 商务谈判准备	(29)	第三节 谈判心理禁忌	(71)
第一节 商务谈判背景调查	(30)	一、感情用事	··· (72)
一、商务谈判背景调查的内容	··· (30)	二、不冷静的失算	··· (72)



三、心理挫折感	(73)	三、打破谈判僵持的策略	(108)
第四章 商务谈判过程及策略 (上)		四、商务谈判僵持的利用和制造	(114)
.....	(78)	第二节 让步阶段的谈判策略	
第一节 商务谈判策略概述 ...	(80)		(115)
一、商务谈判策略的含义	(80)	一、让步的实施步骤	(116)
二、商务谈判策略构成要素	(80)	二、让步遵循的原则	(116)
三、制定商务谈判策略的步骤	(81)	三、商务谈判让步的方式	(117)
四、商务谈判策略的类型	(82)	四、促使对方让步的策略	(119)
第二节 准备阶段的谈判策略		五、阻止对方进攻的策略	(122)
.....	(86)	六、商务谈判拒绝的策略	(125)
一、谈判前与客户建立融洽关系的策略	(87)	第三节 达成阶段的策略 ...	(127)
二、赢得谈判对方兴趣的技巧	(88)	一、场外交易	(127)
第三节 开局阶段及其策略 ...	(90)	二、最后让步	(128)
一、在开局阶段,谈判者的工作重点	(91)	三、不忘最后的获利	(128)
二、谈判开局气氛的营造技巧	(92)	四、注意为双方庆贺	(128)
三、商务谈判开局的策略	(95)	五、慎重地对待协议	(129)
四、策划开局策略需要考虑的因素	(96)	第六章 价格谈判	(132)
第四节 摸底阶段谈判策略 ...	(98)	第一节 价格及价格哲学 ...	(133)
一、征询对方意见,诱导对方发言	(98)	一、影响价格的因素	(133)
二、旁敲侧击法	(99)	二、价格的哲学	(137)
三、话题激将法	(99)	第二节 报价	(139)
四、由表及里法	(99)	一、报价的形式	(139)
五、故意示错法	(100)	二、报价先后	(140)
第五章 商务谈判过程及策略 (下)		三、如何报价	(142)
.....	(103)	四、如何对待对方的报价	(145)
第一节 僵持阶段谈判策略		五、报价策略	(146)
.....	(104)	第三节 讨价还价	(150)
一、谈判僵持阶段产生的原因	(104)	一、讨价	(150)
二、僵持阶段处理的原则	(107)	二、还价	(152)
		第四节 价格谈判的策略	
			(158)
		一、投石问路策略	(158)
		二、抬价压价策略	(159)
		三、目标分解策略	(160)
		四、价格陷阱策略	(162)
		五、吹毛求疵策略	(163)

第七章 商务谈判语言技巧 (166)

第一节 商务谈判语言概述

..... (167)

一、商务谈判语言的表达 (167)

二、商务谈判语言的运用条件

..... (171)

三、商务谈判语言表达的技巧

..... (173)

第二节 商务谈判的陈述与

发问 (177)

一、商务谈判中的陈述 (177)

二、商务谈判中的发问 (179)

第三节 商务谈判中的“听”

..... (183)

一、学会倾听 (183)

二、倾听的技巧 (185)

三、倾听的障碍 (186)

第四节 商务谈判中的“答”

..... (187)

一、不要彻底回答 (188)

二、不要确切回答 (188)

三、不要马上回答 (188)

四、使问话者失去兴趣 (188)

五、有意安排打扰 (189)

六、婉言回答 (189)

第五节 谈判中的无声语言

..... (189)

一、眼睛的“语言” (189)

二、眉毛的“语言” (190)

三、嘴巴的“语言” (190)

四、颈部的“语言” (191)

五、上肢的“语言” (192)

六、腰、腹部动作“语言” (193)

七、腿部的“语言” (193)

八、背部动作表露的情绪 (194)

九、空间语言 (195)

第八章 商务谈判的礼仪与礼节

..... (199)

第一节 商务谈判礼仪 (200)

一、商务谈判礼仪的含义、原则

及作用 (200)

二、商务谈判的仪式 (202)

第二节 商务谈判的礼节 ... (209)

一、商务谈判中的礼节 (209)

二、会面时的礼节 (212)

三、商务谈判中的交谈礼节 ... (216)

四、参加宴请的礼节 (218)

五、电话礼节 (220)

六、电子邮件礼节 (222)

第九章 商务谈判文书 (226)

第一节 商务谈判文书概述

..... (227)

一、商务谈判文书的特点 (228)

二、商务谈判文书的材料 (229)

第二节 商务谈判方案 (231)

一、谈判方案的特点 (231)

二、谈判方案的结构 (232)

三、商务谈判方案的写作要求

..... (233)

第三节 商务谈判备忘录 ... (235)

一、谈判备忘录的特点 (236)

二、谈判备忘录的结构 (236)

三、谈判备忘录的写作要求 ... (237)

第四节 意向书 (238)

一、意向书的特点 (238)

二、意向书的结构 (239)

三、意向书的写作要求 (241)

第五节 商务谈判纪要 (241)

一、商务谈判纪要的特点 (242)

二、商务谈判纪要的结构 (243)

三、商务谈判纪要的写作要求

..... (244)

第六节 合同书 (245)

一、合同书的概念与作用 (246)

二、订立合同的基本原则	(246)
三、合同的种类	(247)
四、合同书的写作	(247)
五、涉外经济合同的写作	(250)
六、合同书的写作要求	(253)
第十章 国际商务谈判	(259)
第一节 国际商务谈判概述	
.....	(260)
一、国际商务谈判的含义	(260)
二、国际商务谈判与国内商务谈判	
的差异	(261)
三、国际商务谈判须知	(264)
第二节 亚洲国家和地区商人	
谈判风格	(265)
一、日本商人的谈判风格	(266)
二、韩国商人的谈判风格	(268)

三、新加坡商人的谈判风格 ...	(269)
四、阿拉伯商人的谈判风格 ...	(270)
第三节 欧洲国家商人谈判	
风格	(271)
一、英国商人的谈判风格	(272)
二、法国商人的谈判风格	(273)
三、德国商人的谈判风格	(275)
四、俄罗斯商人的谈判风格 ...	(277)
五、北欧商人的谈判风格	(279)
第四节 美洲国家商人谈判	
风格	(280)
一、美国商人的谈判风格	(280)
二、加拿大商人的谈判风格 ...	(282)
三、拉美商人的谈判风格	(283)
参考文献	(286)

第一章 商务谈判概述

学习目标

- 理解谈判和商务谈判概念的内涵
- 理解商务谈判的原则
- 掌握商务谈判的分类方式

导入案例

《财经》杂志专访龙永图：入世谈判是这样完成的

中国“复关”和“入世”谈判是在改革开放的历史进程中发生的。

1986年，改革开放使中国领导人觉得，再不加入世界贸易组织可能在经济上遭受很大损失。中国在正式提出恢复在关贸总协定的席位之前，也参加了关贸总协定的一些谈判，主要是关于纺织品的谈判。当时，全球纺织品协定要分配配额，中国的纺织品当时在整个中国的出口中占了1/3。如果不参加关贸总协定组织的全球纺织品谈判，中国就不可能在全球纺织品配额中拿到自己的一份。因此，中国在1983年参加了纺织品谈判，并拿到了一部分全球纺织品配额。中国纺织品出口在随后的五年里几乎翻了一番，尝到了甜头。

当时中央作出“复关”的决定，是出于中国对外开放的需要。

.....

在过往的谈判中，最主要的对手是美国。因为美国财大气粗，谈判地位非常强。美国在关贸总协定历年谈判中的方式和态度都是：我要求一、二、三、四，你必须做到一、二、三、四，而且，“在这些问题上没有谈判的余地”。美国人与我们谈判的时候，一开始口气也是这样的。美国这一套屡屡在关贸总协定谈判上得手，故他们认为，谈判就是这么一场游戏。

中国人不吃这一套。谈判一开始并不是所谓实质性的谈判，而是对谈判态度的谈判。美国人花了五六年的时间，才适应了中国需要平等谈判地位这种要求。我方谈判组这几年的一个很大的收获就是，让外国人知道：你与中国人相处需要平等的态度。这是经过了很大的努力才争取到的，很不容易。

美国在与我们进行谈判的时候，从某种意义上说，代表了世界贸易组织大多数成员在和我们谈。因此，对美国谈判的复杂和艰难也有其合理性。

1999年11月15日，中美达成协议之前六天的谈判，高潮不断。美国谈判代表的表演水平很高，美国人很善于作秀，特别是女谈判代表。当时我们确实也想达成协议。中央主要从中美关系大局来看。1999年5月我驻南使馆被炸事件后，中美关



系很紧张，双方都需要转机。中美关系对双方来讲，毕竟太重要了。而中美达成世贸协议，可能会成为中美关系的转机。

谈判进行了几天，很艰难，双方都很强硬。到了11月14日晚上7点钟以后，整个美国谈判代表团全部消失。中国代表团打他们的手机、饭店房间电话都找不到他们，打通的唯一一次电话，对方说他们现在都想休息，有些人到酒吧间去了，有些人逛商场去了，准备次日早上启程回国。他们还给礼宾部门打了一个电话，说是人很多，要求安排一个开道车，并在机场上给予一定的礼遇。一切迹象都表明，他们明天肯定是要走了。

11月14日晚上11点钟，龙永图打电话给美国的驻华使馆代表表示，作为常识，在经历这么一个世界瞩目的谈判以后，双方总得见一次面吧，至少需要商量一下如何对新闻界发布此次谈判的结果。大概一个小时以后，美国贸易代表的电话来了。她说，出发之前见一见是必要的，她说能不能4点半钟见。凌晨4点半，龙永图在心里就笑了：如果你们打算走，为什么要4点半钟见我们，你们不是10点钟的飞机吗？七八点钟见一下，半个小时不就解决问题了吗？龙永图问，是不是太早了？她说，不早，我们还习惯于美国的时间。

我方知道他们绝对是想要谈成的。4点半到7点半有3个小时的时间，足以把最后的文本全部“clear”，全部解决。谈判小组很快就将情况报告了上边，认为谈判成功的可能性很大。果然，我们谈判小组4点半钟去了以后，他们把谈判的协议文本全部准备好了。然后我们就开始一页一页地核对文本，最后剩下七个问题。美国谈判女代表表示，这七个问题，中方必须接受，如果不能接受，前面谈的上百页协议都不能作数，谈判还将以失败告终。龙永图也表态：很抱歉，如果要签订协议，就是这个东西，那七个问题免谈。这七个问题是他们在这几天谈判过程中施加强大压力一直想要解决的。

在最后关头，朱镕基总理出现在谈判第一线。朱镕基总理的谈判技巧非常高明。他到了以后，马上对龙永图说：“龙永图，你看看还有什么问题，把它写下来，不要多说；这些问题你都已经对我谈过很多次，我都已经知道细节了，但是我要知道是哪些问题。”朱总理接着说：“只用一张纸。”我把七个问题写下来。

朱镕基总理说：“如果他们决定改行程，我可以跟他们谈。”话一说完，美国人就来了，根本就不谈什么改行程的问题了——他们根本就没订那天的飞机。朱镕基总理也不与他们多说，就说，这七个问题，有两个问题我们可以让步，其他的你们必须让步。如果接受，马上可以签订协定。我不是来跟你们谈判的，我是来作决策的。五比二应该说是不错了，而且让的那两个问题也不是什么特别要害的问题。作为谈判代表，把这七个问题作为底线把了这么多年，所以一旦要让的时候，大家虽然心里也不太甘愿，但大家都知道谈判就是妥协的艺术。美方拿到这两个让步，喜出望外。这实际上是给了美国代表一点面子，给了一个台阶，使大家有了签订协议

的可能性。美方很快就答应了。朱总理以两个问题的让步，换来了五个问题的不让步，同时换来了整个中美协议。

.....

15 年的谈判是一个非常困难、艰苦的过程。“黑发人谈成了白发人”。

摘自胡舒立、胡野碧. 财经. 2001 (11) (有改动)

【想一想】

通过阅读本案例，你对谈判有什么认识？

第一节 谈判、商务谈判及其特征

在日常生活和工作中，到处都存在着谈判。在地摊上看中一个小玩具，与老板讨价还价；一名中学生说服家长购买心仪已久的笔记本电脑；国家与国家之间涉及政治、经济各类事端的交涉等，无论大小、无论时空，都是不同形式、不同内容的谈判。谈判在现代社会中无时不在、无处不有。正如美国著名谈判理论家荷伯·科思所说：“你的现实世界是一个巨大的谈判桌，不管你愿意与否，你都是一个谈判者。”

一、谈判的含义

谈判有狭义和广义之分。狭义的谈判，指在正式专门场合下安排和进行的谈判。广义的谈判包括各种形式的“交涉”“洽谈”“磋商”等。

谈判，由“谈”和“判”两个字组成。“谈”是指双方或多方之间的沟通和交流，“判”就是决定一件事情。

案例

某百货商场的采购员到一家服装厂采购一批冬季服装。采购员看中一种皮夹克，问服装厂经理：“多少钱一件？”“500 元一件。”“400 元行不行？”“不行，我们这是最低售价了，再也不能少了。”“咱们商量商量，总不能要什么价就什么价，一点也不降吧？”服装厂经理感到，冬季马上到来，正是皮夹克的销售旺季，不能轻易让步。因此，他很干脆地说：“不能让价，没什么好商量的。”采购员见话已说到这个地步，没什么希望了，扭头就走了。过了两天，另外一家百货商场的采购员又来了。他问服装厂经理：“多少钱一件？”回答依然是 500 元。采购员又说：“我们会多要你的，采购一批，最低可多少钱一件？”“我们只批发，不零卖。今年全市批发价都是 500 元一件。”这时，采购员不再还价，而是不慌不忙地检查产品。过了一会儿，采购员讲：“你们的厂子是个大厂，信得过，所以我到你们厂来采购。不过，你的这批皮夹克式样有些过时了。去年这个式样还可以，今年已经不行了。而



且颜色也单调。你们只有黑色的，而今年皮夹克的流行色是棕色和天蓝色。”他边说边看其他的产品，突然看到有一件皮夹克缝制得马虎，口袋有裂缝，马上对经理说：“你看，你们的做工也不如其他厂子精细。”他又边说边检查，又发现有件衣服后背的皮子不好，便说：“你看，你们这衣服的皮子质量也不好。现在顾客对皮子的质量要求特别讲究。这样的皮子和质量怎么能卖这么高的价钱呢？”这时，经理沉不住气了，并且自己也对产品的质量产生了怀疑。于是，经理用商量的口气说：“你要真想买，而且要得多的话，价钱可以商量。你给个价吧！”“这样吧，我们也不能让你们吃亏，我们购50件，400元一件，怎么样？”“价钱太低，而且你们买得也不多。”“那好吧，我们再多买点儿，买100件，每件再加30元，行了吧？”“好，我看你也是个痛快人，就依你的意见办！”于是，双方在微笑中达成了协议。

分析

第一个采购员之所以失败是因为他对谈判过程彼此沟通的重要性认识不够，而第二个采购员成功的秘诀就在于他头脑中树立了彼此沟通满足各自需要的谈判理念，同时还使用了一些商务谈判的理论和技巧。

由此谈判过程可以看出，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。

1. 谈判具有目的性

谈判双方均有各自的需求、愿望或利益目标，是目的性很强的活动。谈判具有特定的目的性，是为了“满足”双方“各自需要”。

在谈判中，谈判者的目的、意图各不相同。如果说甲方的目的在A点，那么乙方的目的必然在A点以外的某处，比如将之定为B点。之所以要进行一场唇枪舌剑的“战斗”，就是因为要使一方的目标点向另一方的目标点靠拢（从理论上讲，是不可能完全重合的）。比如，发展中国家与工业发达国家谈判建立一个合资企业，由发展中国家提供生产场地，发达国家提供先进技术。举办这样一个合资企业，发达国家方面的目的和需要可能是利用技术上的优势，通过举办合资企业的形式，绕过直接贸易的障碍，开拓发展中国家广阔的市场或扩大原有市场份额，以期获得长期丰厚的利润。而发展中国家方面的目的和需要可能是利用先进技术，提高本国的生产水平，获得丰厚利润，进而积极争取出口，开拓国际市场。双方都有需要和目的，谈判就可以产生并有可能成功。

2. 谈判是一种双向行为

一提起谈判，人们往往就会想到，两个人或两个团体在谈判桌上时而慷慨陈词，据理力争；时而对某个问题争论得面红耳赤，有时也会出现相互对视默默无言的僵局。的确，谈判是一种双边或多边的行为和活动，谈判要涉及至少两个谈判对象。谈判的双方或多方都为着不同的目的走到一起，并在双方切磋中力争实现自己的目的。