

● 高职高专经济类专业系列教材 ●

工商与流通企业系列培训教材

商务谈判与实务

朱凤仙 主 编
王吉方 副主编
赵 茜



清华大学出版社



● 高职高专经济类专业系列教材 ●

工商与流通企业系列培训教材

商务谈判与实务

朱凤仙 主 编
王吉方 副主编
赵 茜

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

三尺桌面风起云涌,八方英才唇枪舌剑,如何在谈判桌上不辱使命、稳操胜券?本书围绕着“开局、开局、对局、结局”这条主线,阐述了商务谈判的全过程;并对商务谈判礼仪、商务谈判沟通、商务谈判策略、商务谈判人员素质及商务谈判各类合同进行了详细的介绍。通过大量的“案例分析”开阔学生视野,通过“实践课堂”提高学生的商务谈判能力,通过“学以致用”巩固商务谈判知识、锻炼商务谈判能力。

本书既适用于高职高专国际贸易、市场营销等经济类相关专业的教学,又可作为商务谈判、企业营销、国际贸易、纠纷处理等各种形式的商务活动指南,对于广大社会自学者也是一本非常有益的参考读物。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判与实务/朱凤仙主编. —北京:清华大学出版社,2006.12
(高职高专经济类专业系列教材. 工商与流通企业系列培训教材)
ISBN 7-302-13994-6

I. 商… II. 朱… 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(2006)第 121811 号

责任编辑:束传政 刘士平

责任校对:李 梅

责任印制:孟凡玉

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn> 邮 编:100084

c-service@tup.tsinghua.edu.cn

社 总 机:010-62770175 邮购热线:010-62786544

投稿咨询:010-62772015 客户服务:010-62776969

印 装 者:山东鸿杰印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:18.75 字 数:423千字

版 次:2006年12月第1版 印 次:2006年12月第1次印刷

书 号:ISBN 7-302-13994-6/F·1661

印 数:1~4000

定 价:26.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:019857-01

编委会

主 任：牟惟仲

副主任：王纪平 吴江江 冀俊杰 杨福平 赵志远 郝建中

鲁瑞清 李红玉 储祥银 丁建忠 李 弘 王茹琴

宁雪娟 王 松 米淑兰 李大军

编 委：宋承敏 仲万生 孟震彪 周 平 刘长鑫 林 亚

付绪昌 张惠欣 马爱杰 李贵保 白文祥 冯仁华

栾茂茹 卫停战 孟乃奇 王伟光 李书胜 孙淑凤

李敬锁 阚晓芒 高光敏 王 凯 赵 茜 班丽冬

盛定宇 孟繁昌 武信奎 田世宏 董 铁 梁 露

吴 霞 石宝明 葛文芳 周 伟 卜小玲 邵海峡

李俊琪 王吉方 张 峰 李 辉 严晓红 李淑娟

王 丹 景 跃 许 玲 吴慧涵 孙肖丽 张晨辉

总 编：李大军

副总编：周 兵 延 静 李 洁 朱凤仙 崔晓文

PREFACE

序 言

随着我国改革开放的不断深入和扩大,随着我国社会主义市场经济的快速推进,中国经济生活进入了一个最为活跃的发展时期,其经济建设已经连续 27 年始终保持着持续高速增长的态势。近年来,随着我国加入 WTO 后有关承诺条款的逐步兑现,众多外资工商企业纷纷抢滩登陆、进军中国市场;市场竞争的压力和动力,不仅促进我国企业加快管理体制与运营模式的改革,而且也促使我国经济迅速地融入世界经济全球化的大潮中,中国经济国际化的特征日益凸显。

当前,内资、外资、中外合资等各类企业,在抢占市场份额、进军中国经济建设各个领域的激烈竞争中,不仅注重加强经营理念与管理方法的不断创新,而且更加注重企业发展的本土化策略,并对具有创新意识和掌握新专业知识的技能型人才展开了新一轮的争夺。特别需要强调,我国在经历了主要依靠廉价的资源和人力打拼、所谓中游经济建设发展阶段,目前已经迅速向上游自主创新研发和下游市场营销发展。随着我国经济建设发展策略的重大转变,对市场化经济管理类人才的需求不仅量大,而且素质要求也越来越高。

根据国家对重点省市人才需求与就业用工的调查统计,“市场营销”等 16 类专业人才市场紧俏,就业趋势明显增强。国家教育部根据我国经济发展对各类专业毕业生的实际需要,结合就业状况,对专业人才培养结构进行了重大调整,对专业设置、课程内容和教学方法进行了必要的整合和改造,更加注重突出实践技能的培养。

其表现为:一是明确高等职业教育就是职业与岗位技术教育,应为社会培养具有操作技能的实用型人才;二是明确高等职业教育的学制,从目前学制(脱产)3 年统一改为 2 年;三是高等职业教育教学必须单独设置专门的职业教育与岗位技术课程(实践课程),而且要单列教学计划、安排专用教学设施,并保证 1:1 的实践操作教学课时;四是高等职业教育教材其理论知识部分要适当压缩,相关专业要打通、知识要集成、要为实践教学服务。

需求促进专业建设,市场驱动人才培养。为适应市场对经济管理类专业人才多层次、多样化的需求,保证合理的人才结构,有必要开展多层次的经济管理技能培训与教育:一是加强学历教育,二是重视继续教育,三是开展有针对性的员工培训。经过大量的市场调研和认真的人才需求分析,我们组织了北京财贸职业学院、北京联合大学、北方工业大学、首钢工学院、北京城市学院、北京朝阳职工大学、北

京西城经济科技大学、北京石景山社区学院、北京宣武红旗大学、黑龙江商务技术学院、黑龙江工商职业技术学院、海南职业技术学院等 20 多所高职高专院校(或高职专业)的专家教授和北京西单商场及北京金三元连锁集团等多家工商与流通企业的业务经理,在多次研讨和深入企业实际调查的基础上,共同编写了这套适用于高职高专经济管理类专业教学的经济管理系列教材。

教材建设是高职高专教育教学改革重要的组成部分,也是体现职业技能培养特色的关键。本系列教材的编写,遵循科学发展观,根据学科发展需要、教学改革需要、专业设置和课程改革需要,尤其是市场对人才素质的需要,结合国家教育部教育教学改革精神、结合国家正在启动的大学生就业工程,面向社会、面向市场、面向经济建设、面向用人单位的具体工作岗位,不仅凝聚了一大批专家教授多年教学实践总结和最新科研成果及企业家丰富的实战经验,也反映了企业用工岗位的真实需求。

由于本套教材具有理论前沿性和实践操作性,注重实际应用和操作技能训练与培养,适应国家经济发展新形势的需要,因此既可作为高等职业教育经济管理类专业教学的必修教材,又可作为工商与流通企业在职员工的培训教材。

李大军

2006 年 4 月

FORWORD

前言

随着我国改革开放进程的加快和社会主义市场经济体系的逐步确立与完善,中国经济发展正处于经济发展最活跃的时期,并呈现出持续、高速增长的态势。随着我国加入 WTO 后有关条款的逐步兑现,我国流通市场已对外资企业全面开放,大量外贸外资工商企业正在快速进入中国市场,中国市场国际化的特征日益凸显。

加速商贸流通发展,既是拉动我国经济发展和促进社会文明发展的需要,又是全球经济一体化和市场国际化的需要。启动内需,内贸企业在经营运作和市场开拓中离不开商务谈判;发展外贸,外贸公司在进出口贸易和商务活动中同样离不开商务谈判,商务谈判已成为市场经济、流通行业发展的永恒主题。商务活动的活跃、进出口业务急剧增长,使得商贸企业对既懂业务,又具有贸易专业知识,还能够熟练掌握商务谈判操作的专业技能型人才呈现出急需的态势。本书的编写正顺应了这一社会需求。

本书作为高职高专的特色教材,结合模块化组合和体验式教学,注重基础、注重知识体系的完整、注重实践、注重操作技能和综合素质的培养;全书采取新颖的、统一的体例设计。本书具体有以下特点:

一是创意新颖,内容实用。通过大量案例分析,开阔学生的视野,汲取国内外商务谈判的新观念、新理论和新经验。在构思上始终围绕着商务谈判的“开局、开局、对局、结局”这条主线,阐述商务谈判的全过程;并且以全新的视角对商务谈判礼仪、商务谈判沟通、商务谈判策略及商务谈判人员所应具备的素质进行了详细的介绍。

二是体例完备,形式多样。每章以学习目标、技能要求、学习指导、案例分析、阅读资料、实践课堂、本章小结、课后作业、学以致用等几个方面贯穿全篇。实践课堂促进了师生间的良性互动,模拟演练帮助学生掌握商务谈判技巧,实践课堂有益于学生提高商务谈判能力,活学活用充分激发学生的开拓性思维,形成了“读、讲、思、练、演、创”的新型教学模式。

三是重在实训,操作性强。本书紧紧围绕“如何提高学生的谈判能力”,让学生在“四局”的实际演练中了解和掌握商务谈判的具体业务流程,使学生通过实际操作训练掌握谈判的必要礼节与运作技巧,学会与人沟通、学会制订策略、学会分析问题、学会处理问题和解决问题的方法。

由于本书具有定位准确、理论适中、知识面宽、内容翔实、案例丰富、贴近实际、通俗易懂、突出实用性、适用范围宽泛及便于学习掌握等特点,既适用于高职高专国际贸易、市场营销、工商管理、商务管理等经济类相关专业的教学,又可作为内贸、外贸企业从业人员的培训教材,对于广大社会自学者也是一本有益的参考读物。

本教材由李大军进行总体方案策划并具体组织编写;朱凤仙为主编,王吉方和赵茜为副主编;全书由赵茜统稿并修改;由我国著名国际贸易和商务谈判专家、中国中信集团公司中信贸易公司常务副总经理丁建忠(高级经济师)审定。参加编写人员有:李建军(第一章),赵茜(第二章、第三章、第十章),朱凤仙(第四章、第五章),石宝明(第六章),王吉方(第七章),史印花(第八章),高歌(第九章)。

本书在编写过程中,参考了大量国内外书刊资料和业界的研究成果,并得到了外贸公司和商业企业经理及经济贸易科研院所专家教授的具体指导与帮助;哈尔滨百货纺织品进出口贸易公司经理王殿相和黑龙江省远达进出口贸易公司总经理邢剑明为本书的编写提供了宝贵的真实案例资料,在此一并表示衷心地感谢。由于作者水平有限,难免存在疏漏,恳请各位专家和读者给予批评指正。

编 者

2006年8月

CONTENTS

目 录

第一章 商务谈判概述	1
第一节 商务谈判的内涵	1
一、谈判就在我们身边	1
二、商务谈判的含义	2
三、商务谈判的意义	5
四、商务谈判的基本要素	6
第二节 商务谈判的类型与特征	6
一、商务谈判的类型	6
二、商务谈判的基本特征	9
第三节 商务谈判的基本原则与方法	10
一、商务谈判的目的	10
二、商务谈判的基本原则	11
三、商务谈判的基本方法	12
第四节 商务谈判的程序	16
第二章 商务谈判备局	19
第一节 确定谈判目标	20
一、广泛收集信息	20
二、确定谈判目标与策略	21
三、选定谈判人员	24
四、了解文化背景	25
五、做好物质准备	25
第二节 拟订谈判方案	26
一、询价比价	27
二、方案制订	28
三、让步限度	29
第三节 制订双赢方案	30
一、各自利益的最大化	30
二、拟订双赢解决方案	33

第三章 商务谈判开局	36
第一节 开局前的礼仪	37
一、个人形象	37
二、谈判语言	38
三、谈判举止	39
第二节 谈判开局的环节	40
一、相互介绍	40
二、入座	41
三、开场白	41
四、创造气氛	42
第三节 掌握开局的主动权	43
一、耐心倾听以了解对方	44
二、巧提问题进行观察	44
三、谨慎对待对手的诚意	45
第四节 开局阶段的策略	46
一、开局方式	46
二、开场陈述	47
三、考虑因素	48
四、开局谈判技巧	50
第四章 商务谈判对局	53
第一节 谈判的报价	54
一、报价的基本原则	54
二、报价的原理	55
三、报价的方式	57
四、报价的策略	57
第二节 谈判的还价	61
一、还价的基本原则	61
二、还价的起点、次数与时间	62
三、还价的方式	63
四、还价的策略	63
第三节 谈判的让步	66
一、让步的基本原则	66
二、买卖双方让步的条件	67
三、让步的方式	68
四、让步的策略	71
第四节 排除谈判障碍	75

一、何时排除谈判障碍	75
二、打破僵局的策略	75
三、排除谈判障碍	76
第五章 商务谈判结局	82
第一节 谈判结果的确认	82
一、谈判结束的契机	82
二、接受者的心态分析	84
三、谈判中非原则性问题的磋商	84
第二节 签订书面合同	85
一、书面合同的形式	85
二、书面合同的构成	86
三、合同的最终形成——签字	86
四、签订合同应注意的问题	87
第三节 谈判总结	87
一、谈判记录的汇总与归档	87
二、谈判总结的内容	88
三、谈判结束后的其他工作	88
第四节 签约后的谈判	89
一、履约前的谈判	89
二、履约中的谈判	90
三、履约后的谈判	91
四、索(理)赔谈判	91
第六章 商务谈判礼仪	95
第一节 商务谈判惯用礼仪	96
一、服饰礼仪	96
二、社会交往礼仪	99
三、馈赠及收受礼品礼仪	104
四、一些国家的习俗与禁忌	107
第二节 谈判过程中的礼仪	109
一、谈判过程中的礼仪	109
二、谈判双方的位次	112
三、谈判双方的交谈	117
第三节 待客与出访礼仪	121
一、待客礼仪	121
二、参加宴请礼仪	124
三、出席文体活动的礼仪	126

四、商务交往中的涉外礼仪	127
第四节 世界各国谈判风格	130
一、认识各国商人谈判风格的重要性	130
二、亚洲商人的谈判风格	130
三、其他国家商人的谈判风格	134
第七章 商务谈判沟通	143
第一节 商务谈判沟通概论	144
一、商务谈判沟通的含义	144
二、商务谈判沟通的作用与类型	144
三、商务谈判沟通的准备与条件	146
四、商务谈判沟通的原则	147
第二节 商务谈判语言沟通	148
一、语言在谈判中的作用	148
二、谈判中有声语言的要求	148
三、谈判中有声语言的技巧	149
四、商务谈判书面语言的沟通	152
第三节 非语言沟通	158
一、非语言沟通的作用与分类	158
二、面部语言	161
三、肢体语言	162
四、非语言沟通的控制	164
第四节 谈判沟通技巧	166
一、提问的技巧	166
二、倾听的技巧	168
三、陈述的技巧	169
四、答复的技巧	169
五、说服的技巧	170
六、叫停的技巧	172
第八章 商务谈判策略	178
第一节 商务谈判策略概述	178
一、谈判策略的含义与作用	178
二、商务谈判策略的分类	179
第二节 势态下的谈判策略	180
一、优势条件下的谈判策略	180
二、劣势条件下的谈判策略	184
三、均势条件下的谈判策略	186

第三节 犹太式谈判策略	190
一、犹太人的谈判要点	190
二、犹太式谈判步骤	193
第九章 商务谈判人员素质	202
第一节 商务谈判人员的素质要求	202
一、优秀的品德素质	203
二、优雅的风度修养	205
三、杰出的综合能力	207
四、良好的心理素质	209
五、坚实的知识基础	211
第二节 商务谈判人员素质的培养与训练	212
一、塑造品德	212
二、提升修养	214
三、增强能力	218
四、丰富知识	223
五、锻炼心理	224
第三节 谈判能力及综合素质测试	228
一、谈判能力测试	228
二、谈判者综合素质测试	230
第十章 商务合同谈判	236
第一节 技术转让合同谈判	237
一、技术转让的特征	237
二、商标和专利	238
三、专有技术(Know How)	240
四、许可合同	240
第二节 外商投资合同谈判	244
一、合同内容	245
二、企业章程	245
三、合同文本	246
第三节 租赁合同谈判	260
一、租赁合同特征	260
二、法律条款	260
第四节 工程承包合同谈判	266
一、招标投标	266
二、合同种类	267
三、FIDIC 合同的主要内容	269

第五节 其他合同谈判.....	271
一、借款合同.....	271
二、信托合同.....	273
三、保理合同.....	275
四、担保合同.....	276
五、委托合同.....	279
六、销售合同.....	281
参考文献.....	284

商务谈判概述

〔学习目标〕

了解商务谈判的基本类型和特征；
理解商务谈判的重要意义，深刻地认识到谈判就在我们身边；
明确商务谈判的基本概念、基本要素和商务谈判的目的；
掌握商务谈判的基本原则。

〔技能要求〕

掌握商务谈判的基本方法；
学会用商务谈判的三种不同方法处理问题。

〔学习指导〕

本章是对全篇概括性的论述。商务谈判是综合性的学问和艺术，需要广博的知识、雄辩的口才、灵敏的思维和灵活的方法。

本章的重点是要求学生掌握商务谈判的含义和目的、商务谈判的基本原则和方法，深刻理解商务谈判的重要意义。

本章的难点是商务谈判的方法在实践中的应用。

第一节 商务谈判的内涵

一、谈判就在我们身边

当今时代，世界上充满着各种各样的谈判。不管你是否意识到，在现实生活中我们每个人每天都在进行谈判。在家里，夫妻双方为如何教育孩子争执不休，是谈判；在单位，为争取提高待遇与领导交换意见，是谈判；在商场，买卖双方为一种商品讨价还价，也是谈判。

当你拿起报纸,上面总会有中美就知识产权进行谈判、苏美就间谍案纠纷进行谈判、中国企业收购国际著名品牌进行谈判之类的内容。

当你打开电视,屏幕上就会出现中东谈判陷入僵局,美国同各国就9·11事件后的反恐怖行动进行谈判,印度同巴基斯坦就克什米尔问题进行谈判的信息。

让我们大胆设想一下,在同一分钟里,在世界的各个角落正在进行着多少种谈判呢?恐怕谁也说不清楚,谈判覆盖了人们生活的方方面面,人们需要谈判。

美国谈判协会会长尼尔伦伯格说:“只要人们为改变相互关系而交换观点,只要人们为了达成一致而磋商协议,他们就是在进行谈判。”

谈判是普遍存在的。有分歧、有矛盾、有利益冲突,就会有谈判。谈判是解决分歧、化解矛盾、平衡利益的必然选择。

翻开历史的画卷,在跌宕起伏的历史进程中,许多重大历史事件,无不闪烁着谈判者超人的智慧与谈判技巧。春秋战国时期,苏秦、张仪凭三寸不烂之舌,成合纵连横之功,开中国说家之先河,诸子百家中自成一家;晏子出使楚国,扬国威而不辱使命;蔺相如大义凛然,据理力争方能完璧归赵;诸葛亮舌战群儒,促成吴蜀联盟,才有赤壁大战,形成三国鼎立之势。

在经济发达的现代社会里,人们不知不觉地卷入形形色色的商务活动之中。因为人类种种复杂的需要,是人类活动的基本动力。人们众多的需要,需从周围的人们中间获得满足,构成一定形态下的交换关系。这种关系得以实现,是双方经过沟通互相满足了对方需要的结果,是谈判的结果。

时代的车轮已经驶入21世纪,由于信息时代的到来,世界正变得越来越小,国际间的交往日益频繁。我国的改革开放政策和现代化建设所取得的巨大成就,及其广阔的市场,吸引着各国商人纷至沓来,中国人也越来越多地走出国门,把生意做到了世界各地。

在如今的商务活动中,无论是政府组织的建设项目,还是企业开展的技术引进或是货物买卖、金融保险、国际运输、咨询服务等都需要商务谈判。

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。在商业领域,谈判更是商务人员的必修课。他们与贸易伙伴、竞争对手之间,为了达到一定的目的,形成某种共同的意愿,都需要谈判。

总之,现实世界就是一个巨大的谈判桌,不管你是否愿意,你都是一个参加者。人们为了适应生活、满足工作要求、处理冲突,都会坐到谈判桌边来,想方设法利用谈判来满足需要和欲望,以达到自己目的。如果没有需要和欲望,也就不会有谈判了。因此,为了事业的成功,为了谋求一个美好的生活氛围,我们每一个人都应学习和掌握谈判。

二、商务谈判的含义

(一) 商务的含义

按照我国上海辞书出版社出版的《辞海》(缩印本)上的解释,商务应理解为商业活动,即贸易或交易,指买卖行为。商务是法人在市场上从事的一切有形资产与无形资产的交

换或买卖活动的泛指和总称。即通俗意义上的“做生意”。

按照国际习惯划分,商务行为可以分为四种:

第一种,直接媒介商品的交易活动,如批发、零售商业,直接从事商品的收购与销售活动,成为“买卖商”。

第二种,为“买卖商业”直接服务的商业活动,如代理、经纪、运输、仓储、加工、整理等,成为“辅助商”。

第三种,间接为商业活动服务的行为,如金融、保险、信托、租赁等,成为“第三商”。

第四种,具有劳务性质的活动,如宾馆、旅行社、美容院、影剧院以及商品信息、咨询、广告等劳务,成为“第四商”。

(二) 谈判的含义

什么是谈判?美国谈判学会会长、著名律师杰勒德·I. 尼尔伦伯格在《谈判艺术》一书中指出:“谈判的定义极为简单,而涉及的范围最为广泛,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。只要人们是为了改变相互关系或交换观点,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。”

人们常常把“谈判”理解为“洽谈”。按照我国《辞海》的解释:洽,为协和、和睦之意。而对谈判的解释:谈是“讲论,彼此对话”;判则为“评断”,谈判意为评断性的讲论。一切有关“协商”、“交涉”、“商量”、“磋商”的活动都是谈判,这是就谈判广义而言。

狭义的谈判,是指在正式的场合下,两个或两个以上的组织或个人,对涉及切身权益的有待解决的问题进行充分交换意见和反复磋商,以寻求解决的途径,最后达成协议的合作过程。

理解谈判的内涵,要注意把握两点:一“谈”,就是谈各自的合作意向。谈其必要性,谈发展的前景,谈采取的措施和实施的手段。二“谈”,就是对合作而引起的责任承担、风险分担、亏损或赢利的分配、权利分享、义务贡献等,逐条逐句地做出数字、范围、界限标准和时限方面的判定。

(三) 商务谈判的含义

商务谈判是关于商业事务上的谈判,具体是指两个或两个以上从事商务活动的组织或个人,为了满足各自经济利益的需要,对涉及各方切身利益的分歧进行意见交换和磋商,谋求取得一致和达成协议的经济交往活动。所以也有人把商务谈判称为经济谈判。

商务谈判产生的前提是:

- (1) 双方(或多方)有共同的利益,也有分歧之处;
- (2) 双方(或多方)都有解决问题和分歧的愿望;
- (3) 双方(或多方)愿意采取一定的行动达成协议;
- (4) 双方(或多方)都能互利互惠。

随着我们社会主义经济体制建设的完善,企业作为独立法人的地位得到充分的体现,尤其是加入了WTO后,企业自主权越多,意味着活动的空间越大,而需要处理的与外界事物之间的关系也越多。