

HZ BOOKS  
华章教育

Mc  
Graw  
Hill  
Education

I

国际经典原版教材·注解版  
International Classic

Essentials of Negotiation  
**国际商务谈判**

(英文版·原书第6版)

罗伊 J. 列维奇 (Roy J. Lewicki)

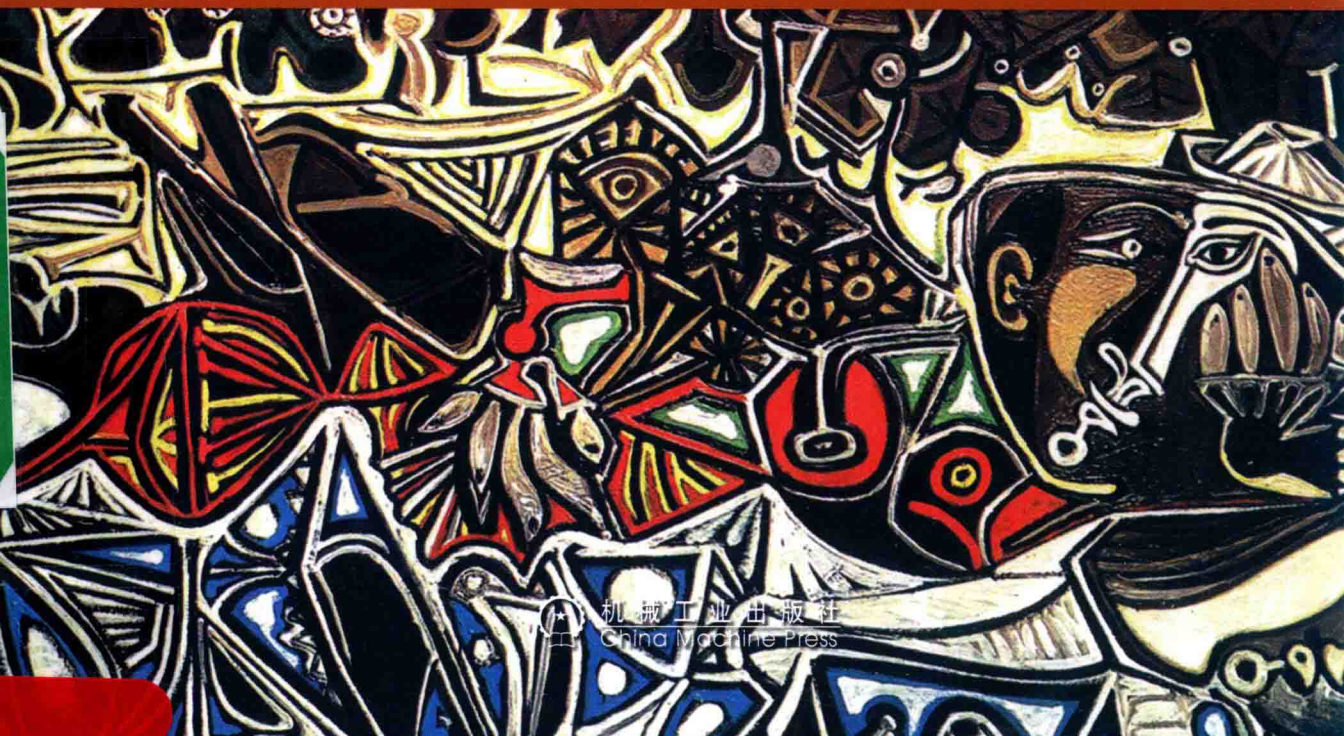
[美] 布鲁斯·巴里 (Bruce Barry) 著

戴维 M. 桑德斯 (David M. Saunders)

程德俊◎译注

6th Edition

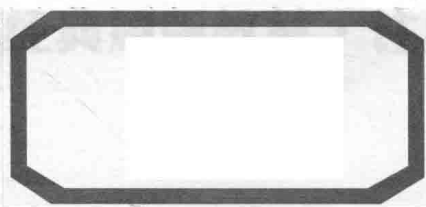
Essentials of Negotiation Essentials of Negotiation Essentials of Negotiation Essentials of Negotiation



机械工业出版社  
China Machine Press

国际

解版



Essentials of Negotiation

# 国际商务谈判

(英文版·原书第6版)

罗伊 J. 列维奇 (Roy J. Lewicki)

俄亥俄州立大学

[美] 布鲁斯·巴里 (Bruce Barry) 著

加拿大皇后大学

戴维 M. 桑德斯 (David M. Saunders)

范德堡大学

程德俊◎译注



6th Edition



机械工业出版社  
China Machine Press

## 图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务谈判 (英文版·原书第6版) / (美) 罗伊 J. 列维奇 (Roy J. Lewicki), (美) 布鲁斯·巴里 (Bruce Barry), (美) 戴维 M. 桑德斯 (David M. Saunders) 著; 程德俊译注. —北京: 机械工业出版社, 2017.1

(国际经典原版教材·注解版)

书名原文: Essentials of Negotiation

ISBN 978-7-111-55634-3

I. 国… II. ①罗… ②布… ③戴… ④程… III. 国际商务-商务谈判-高等学校-教材-英文 IV. F740.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 297501 号

本书版权登记号: 图字: 01-2016-7271

Roy J. Lewicki, Bruce Barry, David M. Saunders. Essentials of Negotiation, 6th Edition.  
ISBN 0-07-786246-5

Copyright © 2016 by McGraw-Hill Education.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Bilingual edition is jointly published by McGraw-Hill Education and China Machine Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2017 by McGraw-Hill Education and China Machine Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可, 对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播, 包括但不限于复印、录制、录音, 或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权双语版由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司和机械工业出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内(不包括香港、澳门特别行政区及台湾地区)销售。

版权 © 2017 由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司与机械工业出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill Education 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

现实生活中, 谈判无处不在。谈判能力是一种可以横向和纵向发展自己的能力, 这种能力可以通过漫长的社会经验来获得, 而且必须有一定的理性认识做基础。本书采用循序渐进、图形和案例相结合的方法, 对谈判的基本原理、过程、框架、谈判者的特征、跨文化的谈判过程以及冲突的解决等问题进行了透彻的阐述。

本书的适用人群很广泛, 包括高等院校工商管理专业和贸易类专业的师生、企业中高层管理者、商业人士、政府官员和行政管理人员, 以及希望提高自己谈判能力的各界人士。

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 冯小妹

责任校对: 董纪丽

印刷: 北京市荣盛彩色印刷有限公司

版次: 2017 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 185mm × 260mm 1/16

印张: 20.25

书号: ISBN 978-7-111-55634-3

定价: 49.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东





### 献 词

谨以此书献给所有在谈判、仲裁和冲突解决领域工作，  
并致力于创造一个和谐世界的专家们。

还要献给我的朋友、同事兼合作者：

约翰 W. 明顿 (John W. Minton, 1946—2007)。

# 出版说明

---

教育部在2001年颁布了《关于加强高等学校本科教学工作提高教学质量的若干意见》，明确要求高校要积极开展双语教学。为适应经济全球化的挑战，培养符合现代社会需要的高级管理人才，推进高校“教育面向现代化、面向世界、面向未来”的发展，双语教学逐渐在我国大学教育中推广开来。

机械工业出版社华章公司为了满足国内广大师生了解、学习和借鉴国外先进经济管理理论、经验，开展双语教学的迫切需求，与国外著名出版公司合作影印出版了“国际经典原版教材·注解版”系列。我公司出版的该系列教材都是在国际上深受欢迎并被广泛采用的优秀教材，其中大部分教材是在国外多次再版并在该领域极具权威性的经典之作。为了让该系列教材更好地服务于读者，适应我国教育教学的客观需求，我公司还专门邀请国内在该学术领域有一定研究的专家学者，结合国内教学的实际对这些教材中的重点内容精心加入中文注释，以方便读者快捷地把握学习重点，提高阅读和研究的效率。

在此我们需要提请广大读者特别注意的是，由于我公司所选择出版的该系列图书其原书作者均来自先进管理思想比较集中的欧美国家，他们所处国家的政治环境、经济发展状况、文化背景和历史发展过程等与我国社会发展状况之间存在着显著差异，同时作者个人人生观、价值观以及对各种问题的认识也仅仅只代表作者本人的观点和态度，并不意味着我们完全同意或者肯定其说法。敬请广大读者在阅读过程中，立足我国国情，以科学分析为依据，仔细斟酌，批判吸收，客观学习和借鉴。

为了更好地服务于读者，满足我国教学需求，我们对原版图书进行了删节，因此读者在阅读的过程中可能会发现跳页的现象，而且原文中提到的页码或内容有可能已被删掉而无法找到，由此给读者带来的诸多不便，我们深表歉意。

最后，这套中文注释版英文教材的出版，得到了清华大学、北京大学、南开大学、南京大学等高校很多专家学者的大力支持和帮助，对他们的辛勤劳动和精益求精的工作态度在此深表谢意！能为我国经济管理学科的理论教育与实践发展以及推动国家高校双语教学计划略尽绵薄之力是我们出版本套教材的初衷，也实为我们出版者之荣幸。

欢迎广大读者对我公司出版的这套教材和各类经济管理类读物多提宝贵意见和建议，您可以通过 [hzjg@hzbook.com](mailto:hzjg@hzbook.com) 与我们联系。

机械工业出版社华章公司经营出版中心

谈判是解决相互依赖的各方之间所具有的矛盾和冲突的一种方法。当然，解决冲突的方法还有武力、权威、调解和法律等其他方式。但无疑，谈判是一种能够达成双方利益要求、实现双赢的更有效的方法。在市场中处理企业之间的交易时，我们需要进行谈判，在组织中，依赖和矛盾也是无处不在的。时刻困扰着很多职业经理人的问题就是如何处理好相互依赖的同事之间的矛盾和冲突。作为一名有效的管理者，谈判和调解能力是领导能力的核心。正因为如此，谈判学是几乎所有美国著名大学 MBA 教育所开设的必修课程，也是最受学生欢迎的一门课。同时，法学院、政府管理学院、国际关系学院等其他一些院系也都开设了相关的谈判和冲突处理方面的课程。在美国康奈尔大学约翰逊商学院访问时，我发现 MBA 课程设置中组织行为学方向的必修课除了组织与领导以外，就是谈判学。当然，其著名的工业与劳动关系学院也开设了大量的谈判和处理管理方面的课程。除了一般意义上的谈判学，还开设了集体谈判、劳资冲突处理等方面的课程。我在参加哈佛商学院每年开设的“以参加者为中心的教学方法”培训项目时，也发现哈佛商学院 MBA 一年级的必修课程中包括了谈判学。二年级还有“决策”“新企业谈判”“权利与影响”以及“商谈复杂交易”等一系列以谈判为主题的课程。

为什么谈判学在美国商学院如此重要，而且如此受欢迎？我觉得，首先是由这门课的性质决定的。谈判是融合了决策理论、博弈论、社会心理学、团队过程等相关重要理论的一门课程。在这门课程的学习过程中，学生会看到大量经典而有趣的研究。同时，在这门课程的学习过程中，学生会面临各种痛苦的抉择和道德的判断，例如，如何应对价值创造和价值分配之间的矛盾，如何面对感情和利益之间的冲突，是否应该说谎，如何面对说谎者等。这些非常重要而有趣的问题，可以说困扰着我们每一个人。除了从当事人的角度出发，课程同时还指导第三方如何帮助化解冲突、居中调停、进行调查、仲裁并协助系统从争辩转化为冲突双方的均衡态势。另外，根据我们的教学经验，学生喜欢这门课程的主要原因还在于这门课程通常采取角色扮演和谈判模拟的教学方法。谈判模拟就是让学生在课程中直接扮演谈判中的某一角色，体验角色所面临的各种决策和冲突。然后，通过谈判结果的分析，让学生体验到谈判过程中出现的各种认知偏差，从而提高谈判的技巧和处理冲突的能力。不仅如此，还有许多谈判涉及各方之间的联盟行为，或者一些比较极端的情绪以及文化因素。从某种意义上讲，谈判课是一个实验室，学生既是实验员，又是参与实验

的对象。因此老师希望创造出一种课堂气氛，鼓励学生自我反省。在这个过程中，问与答同样重要。而这些模拟的谈判练习不仅为课堂讨论提供了丰富的讨论素材，而且也提供了大量的数据，可以进行有价值的研究。对这些数据的分析可以验证谈判理论的发展。在实际教学过程中，我们也努力将课程数据应用于研究，实现教学与研究的结合，教学相长。

从20世纪60年代开始，学术界出现了大量的针对谈判和冲突管理的研究。其中，托马斯·谢林(Thomas Schelling)所著的《冲突的战略》(*The Strategy of Conflict*)、罗杰·费希尔(Roger Fisher)所著的《达成一致：跳出立场之争》(*Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In*)、霍华德·雷法(Howard Raiffa)所著的《谈判的艺术与科学》(*Art and Science of Negotiation*)奠定了谈判科学的基础。最近十多年来，又出现了一些非常重要的谈判学研究成果，这些研究成果也是教师常常采用的教学辅导材料。例如，沃顿商学院理查德·谢尔(Richard Shell)所著的《优势谈判》(*Bargaining for Advantage*)、哈佛商学院麦克斯·贝瑟曼(Max Bazerman)所著的《理性谈判》(*Negotiating Rationally*)、西北大学凯洛格商学院利·汤普森(Leigh Thompson)所著的《谈判者心智》(*The Mind and Heart of the Negotiator*)等。当然，最经常被选的教材就是我们给大家推荐的罗伊J.列维奇等人所著的《谈判学》。列维奇教授是美国俄亥俄州立大学费雪商学院院长，管理学和人力资源教授，曾担任国际冲突管理协会主席。列维奇教授出版了其第7版《谈判学》教材，这套教材分为三个版本：完整本教材、简编本教材，以及既可单独使用又可配合使用的关于谈判学的论文、练习及案例合辑。相对于其他教材，列维奇教授的《谈判学》完整本教材体系更为完整、内容更加翔实、教学素材更为全面。但是由于篇幅过大，大部分老师常常只能选择这本教材中的主要章节进行讲授，然后再选择其他的基本教材作为辅导教材。相对于完整版本，简编本教材详略得当、重点突出。对于学生而言，价格也较为适中，因而本书得到越来越多的应用。

2009年从美国康奈尔大学访问回国后，我就开始从事谈判和冲突管理方面的教学研究工作。随着研究的深入，我越来越发现这是一个挖掘不尽的迷人宝藏。2011~2012年，我在南京大学人文社会科学高级研究院从事跨学科研究，我欣喜地发现，在公共管理学院、心理系、历史系等其他院系也有一批与我抱有同样研究兴趣的老师。我们组织了冲突和危机研究小组，希望对该领域进行跨学科研究，以解决国内日益出现的各种人际冲突和群体冲突。希望本书的出版，能够促进谈判和冲突管理领域教学和研究的兴起与发展。

程德俊

2016年1月

# 作者简介

---

## 罗伊 J. 列维奇 (Roy J. Lewicki)

美国俄亥俄州立大学费雪商学院院长，管理学和人力资源教授。曾主持和编辑 36 部著作，并发表了大量的学术论文。列维奇教授曾担任国际冲突管理协会主席，并在 2013 年获得终身成就奖。他以其在谈判和冲突解决教学领域所做出的贡献，在 2005 年荣膺美国管理学会杰出教育奖，并被组织行为学教育学会接受为会员。

## 布鲁斯·巴里 (Bruce Barry)

美国范德堡大学欧文管理研究生院教授，其关于谈判学、影响力、权力与公平的研究发表在大量的学术期刊和书籍上。巴里教授曾担任国际冲突管理协会主席和美国管理学会冲突管理分会主席。他还是《商务伦理》季刊的副主编和其他基本国际期刊的编委会成员。

## 戴维 M. 桑德斯 (David M. Saunders)

从 2003 年 7 月开始担任加拿大皇后大学商学院院长。在桑德斯教授领导下，皇后大学商学院经历了快速的发展，开设了两项独立的 MBA 项目和一系列的硕士课程。为了支持皇后大学商学院作为国际领先商学院的愿景，他极力促进商学院的国际化，与全球 80 多家商学院建立了战略合作伙伴关系。与人合著了若干有关谈判、冲突解决以及反映雇员心声和组织公平方面的著作和文献。桑德斯教授目前是中欧国际商学院以及欧洲管理发展基金会的董事会成员。



# 前言

---

欢迎阅读《商务谈判》(第6版),本书是《谈判学》(第7版)的简略版本。出版本书的目的在于以一种简明扼要的形式给读者呈现谈判的核心概念。在一些短期学术课程、执行性教育计划中,或者作为其他资源材料的参考,教师们迫切需要这样一本简略版的书。本书适用于谈判、劳资关系、冲突管理和人力资源管理等课程。

## 本书概述

本书结构大体上跟随《谈判学》(第7版)。最本质的差别在于本书只包含12个章节,而完整版本包含了20个章节。简略过程中前4章基本完整保留,原因是我们相信这些内容是什么谈判课程的必备要素(简略过程包括删除一些偏向于研究性的参考和描述,删除了许多专栏和工具条,以及少量的二级章节)。最后一章被完整地保留下来。其他来自《谈判学》的7章平均缩减了25%~50%。

对《商务谈判》之前的版本不熟悉的教师,需要了解本书的基本结构。本书的前5章为读者介绍了谈判的基本要素。本书的第1章介绍了谈判的领域和冲突的管理,描述了与他人发生交互作用的情境,简单探索了管理这种交互关系的挑战。第2章和第3章给出了谈判中的两种核心战略:第2章讨论了竞争性(输赢)的谈判过程;第3章讨论了整合式(双赢)的谈判过程。第4章描述了谈判者在准备谈判的过程中要做的预备工作:选取战略、分析问题、定义谈判目标以及计划达成这些目标所需的步骤。第5章讨论谈判过程中的道德标准和准则。优秀的谈判者必须能够鉴别出什么时候会与道德相关,以及要积极处理道德因素时该考虑哪些因素。

接下来的3个章节描述了谈判过程中的基本心理过程:谈判中的感知、认同和情绪,沟通,谈判力和影响,以及道德判断。在第6章,我们回顾了谈判中感知、认同和情绪的基本过程;我们特别检验了谈判者做出的普遍认知和判断偏差,以及情绪如何影响谈判。在第7章,我们研究了沟通的动态过程。我们观察了谈判者沟通自身兴趣、地位和目标的方式,以及这些信息是如何被他人所理解的。第8章集中于研究权力。我们观察了谈判者集中力量施压于谈判对手的能力,从而改变自身的感知或屈从于我们的理论。

接下来的两个章节检验了这些谈判发生的社会背景以及谈判发生的其他影响因素。在

第9章，我们检验了当谈判双方建立其一定的关系之后会如何影响谈判过程，以及关系的类型对谈判的不同影响。我们同样检验了在塑造谈判过程中由信任、公正和谈判者信念带来的核心作用。在第10章，我们关注了多方谈判，当多个个体必须作为一个团队进行合作时，团队力量是如何解决一个复杂的问题或是做出一个决策的。

在第11章，我们试图弄清国际和跨文化差异在谈判过程中如何塑造了不同的谈判方式。

最后，在第12章，我们做了一个总结，概括了本书的内容，为所有谈判者提供了10条“最佳实践”原则。

## 本书与第5版的比较

- 全书已经被修订和更新。作者检查了每一个章节，将来自使用本书先前版本教师的意见汇聚起来。本书部分章节已经被重新组织成更有效率的结构。
- 道德规范部分被并入“基本”模块作为第5章。
- 我们进一步提升了图表形式和页面排版，使本书显得更有趣味性和可读性。
- 我们在每章开头增添了学习目标。

## 感谢

如果没有大家的帮助，这本书是不可能完成的。我们要特别感谢：

- 我们的许多同事在谈判和争端解决领域有所建树，其研究工作使得这个领域有所发展，他们对我们以前的版本给予了及时的反馈，丰富了现有版本的内容。
- 后面的人回顾了之前的文章并给予了宝贵的建议。
- 约翰·明顿为本书的第2~4版进行了排版，他于2007年秋去世。
- 优秀的编辑助理 Steve Stenner，他专门帮助该本书的编辑、参考书目的设计等。
- 麦格劳-希尔的员工们，尤其是产品开发领导者 Laura Spell、高级产品开发人员和产品开发人员 Laura Griffin、管理与组织行为部门主任 Michael Ablassmeir、营销人员 Elizabeth Trepkowski 和 Liz Steiner。
- 我们的家庭为了我们学习有效的谈判和维持项目的持续运行，继续向我们提供时间、激励和机会。

罗伊 J. 列维奇

布鲁斯·巴里

戴维 M. 桑德斯



课程名称	书号	书名、作者及出版时间	定价
财务管理(公司理财)	即将出版	财务管理(刘淑莲)(2015年)	39
战略管理	978-7-111-32666-3	战略管理(第2版) (“十一五”国家级规划教材)(王方华)(2010年)	38
运营管理	978-7-111-42293-8	生产运作管理(第4版)(陈荣秋,马士华)(2013年)	49
企业文化	978-7-111-44522-7	企业文化(第2版) (“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材)(陈春花)(2013年)	35
管理学	978-7-111-37505-0	管理学原理(第2版)(陈传明)(2012年)	36
管理沟通	978-7-111-46992-6	管理沟通:成功管理的基石(第3版)(魏江)(2014年)	39
创业管理	978-7-111-42860-2	创业管理(第3版)(基础版)(张玉利) (“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材)(2013年)	29
创业管理	978-7-111-42833-6	创业管理(第3版)(张玉利) (“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材)(2013年)	39
会计学	978-7-111-46849-3	基础会计学(潘爱玲)(2014年)	35
统计学	978-7-111-31321-2	统计学(曾五一)(2010年)	35
数量经济学	978-7-111-26575-7	应用数量经济学 (“十一五”国家级规划教材)(张晓峒)(2009年)	45
管理经济学	978-7-111-39608-6	管理经济学(毛蕴诗) (“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材)(2012年)	45
产业经济学	978-7-111-49568-0	产业经济学(刘志彪)(2015年)	39
组织行为学	978-7-111-39625-3	组织行为学(第2版)(陈春花)(2012年)	39
供应链(物流)管理	978-7-111-45453-3	供应链管理(第4版)(马士华)(2014年)	39

# 国际经济与贸易

课程名称	书号	书名、作者及出版时间	版别	定价
国际商务谈判	978-7-111-38907-1	国际商务谈判(英文版·第5版)(列维奇)(2012年)	外版	39
国际商务谈判	978-7-111-39276-7	商务谈判(第5版)(列维奇)(2012年)	外版	39
国际商务	978-7-111-35144-3	国际商务(第7版)(钦科陶)(2011年)	外版	79
国际商务	978-7-111-39699-4	国际商务:环境与运作(第13版)(丹尼尔斯)(2012年)	外版	109
国际商务	978-7-111-46099-2	国际商务:环境与运作(英文版·第13版)(丹尼尔斯)(2014年)	外版	99
国际商务	978-7-111-40466-8	现代国际商务(第7版)(希尔)(2012年)	外版	69
国际商务	978-7-111-40190-2	现代国际商务(英文版·第7版)(希尔)(2012年)	外版	75
国际商法	978-7-111-44116-8	国际商法(第5版)(奥古斯特)(2013年)	外版	69
国际商法	978-7-111-29687-4	国际商法(英文版·第5版)(奥古斯特)(2010年)	外版	69
国际金融学	978-7-111-36555-6	国际金融(第12版)(艾特曼)(2012年)	外版	79
国际金融学	即将出版	国际金融(第2版)(贝克特)(2015年)	外版	49
国际金融学	978-7-111-30273-5	国际金融(精要版)(英文版·第3版)(莫菲特)(2010年)	外版	59
国际金融学	即将出版	国际金融(皮尔比姆)(2015年)	外版	69
国际金融学	978-7-111-34411-7	汇率与国际金融(第5版)(科普兰德)(2011年)	外版	62
国际金融学	978-7-111-47215-5	跨国金融管理(上册)(英文版·第2版)(贝克特)(2014年)	外版	49
国际物流学	978-7-111-48452-3	国际物流管理(许良)(2014年)	本版	35
国际物流学	978-7-111-38579-0	国际物流学(速宇铎)(2012年)	本版	39
国际投资	978-7-111-41737-8	国际投资学(胡朝霞)(2013年)	本版	35
国际商务谈判	978-7-111-42333-1	国际商务谈判(白远)(2013年)	本版	29
国际商务	978-7-111-42330-0	国际商务(王炜瀚)(2013年)	本版	45
国际商法	978-7-111-45452-6	国际商法(第2版)(宁焯)(2014年)	本版	35
国际商法	978-7-111-49679-3	国际商法(刘刚仿)(2015年)	本版	39
国际贸易英文函电	978-7-111-30151-6	国际贸易英文函电(田野青)(2010年)	本版	24
国际贸易英文函电	978-7-111-35441-3	国际商务函电双语教程(董金铃)(2011年)	本版	28
国际贸易英文函电	978-7-111-41657-9	外贸函电(王美玲)(2013年)	本版	35
国际贸易学	978-7-111-49060-9	国际贸易学(陶涛)(2015年)	本版	35
国际贸易实习	978-7-111-45087-0	国际贸易实务实验教程(李雁玲)(2014年)	本版	30
国际贸易实习	978-7-111-36269-2	国际贸易实习教程(宋新刚)(2011年)	本版	28
国际贸易实务	978-7-111-37322-3	国际贸易实务(陈启虎)(2012年)	本版	32
国际贸易实务	978-7-111-30529-3	国际贸易实务(第2版)(精品课)(胡丹婷)(2011年)	本版	32
国际贸易实务	978-7-111-37558-6	国际贸易实务(精品课)(张孟才)(2012年)	本版	36
国际贸易实务	978-7-111-49471-3	国际贸易实务(李雁玲)(2015年)	本版	30
国际贸易实务	978-7-111-42495-6	国际贸易实务(孟海樱)(2013年)	本版	35
国际贸易实务	978-7-111-38375-8	进出口贸易实务教程(宫焕久)(2012年)	本版	39
国际贸易理论与实务	978-7-111-38549-3	国际贸易理论与实务(陈岩)(2012年)	本版	39
国际贸易理论与实务	978-7-111-49351-8	国际贸易理论与实务(第2版)(孙勤)(2015年)	本版	35
国际贸易理论与实务	978-7-111-39640-6	国际贸易理论与实务(第3版)(卓骏)(2012年)	本版	39
国际贸易理论与实务	978-7-111-33778-2	国际贸易理论与实务(吕靖焯)(2011年)	本版	29
国际经济合作	978-7-111-45488-5	国际经济合作(第2版)(赵永宁)(2014年)	本版	35
国际经济合作	978-7-111-42603-5	国际经济合作(卢进勇)(2013年)	本版	45
国际经济合作	978-7-111-48644-2	国际经济合作(孙莹)(2014年)	本版	39
国际金融学	978-7-111-44188-5	国际金融(精品课)(韩博印)(2013年)	本版	39
国际金融学	978-7-111-37659-0	国际金融学(刘园)(2012年)	本版	38
国际金融理论与实务	978-7-111-39168-5	国际金融理论与实务(缪玉林 朱旭强)(2012年)	本版	32
国际服务贸易	978-7-111-41997-6	国际服务贸易(陈宪)(2013年)	本版	35
当代世界经济	978-7-111-48058-7	世界经济概论(刘文革)(2014年)	本版	35



# 目 录

导读	3.2 整合式谈判的主要步骤	63
作者简介	3.3 促成整合式谈判成功的因素	80
前言	本章小结	86
<b>第1章 谈判的本质</b>	<b>第4章 谈判：战略和计划</b>	89
学习目标	学习目标	89
1.1 关于本书的阐述形式和方法	4.1 目标：驱动谈判战略的核心	90
1.2 卡特夫妇	4.2 战略与策略	92
1.3 谈判情境的特征	4.3 战略实施准备：计划过程	93
1.4 互赖关系	本章小结	113
1.5 相互调整	<b>第5章 谈判中的伦理问题</b>	114
1.6 价值索取和价值创造	学习目标	114
1.7 冲突	5.1 伦理困境实例	114
1.8 有效的冲突管理	5.2 “伦理”的含义是什么， 以及为何伦理在谈判中 非常重要	116
1.9 本书各章概要	5.3 谈判中会出现何种伦理行为 问题	119
<b>第2章 分配式谈判的战略和战术</b>	5.4 为何要使用欺骗策略：动机 和效果	126
学习目标	5.5 谈判者如何应对对方的欺骗 策略	133
2.1 分配式谈判情境	本章小结	137
2.2 战略性任务	<b>第6章 感知、认知与情绪</b>	139
2.3 谈判中所持立场	学习目标	139
2.4 结束谈判	6.1 感知	140
2.5 硬式棒球法		
本章小结		
<b>第3章 整合式谈判的战略和战术</b>		
学习目标		
3.1 整合式谈判过程概述		

6.2 框架的确定 .....	142	10.1 多方谈判的本质 .....	220
6.3 谈判中的认知偏差 .....	150	10.2 管理多方谈判 .....	228
6.4 管理谈判中的错误感知和 认知偏差 .....	156	本章小结 .....	240
6.5 情绪、情感与谈判 .....	157	<b>第 11 章 国际谈判与跨文化谈判</b> .....	242
本章小结 .....	163	学习目标 .....	242
<b>第 7 章 沟通</b> .....	165	11.1 究竟是什么令国际谈判 如此不同 .....	244
学习目标 .....	165	11.2 概念化文化与谈判 .....	249
7.1 谈判中沟通些什么 .....	165	11.3 文化对谈判活动的影响： 管理角度 .....	254
7.2 人们在谈判中如何沟通 .....	169	11.4 谈判文化的影响：研究 前沿 .....	258
7.3 如何改善谈判中的沟通 .....	174	11.5 文化敏感度高的谈判 策略 .....	265
7.4 考虑谈判结束阶段的特别 沟通 .....	179	本章小结 .....	269
本章小结 .....	180	<b>第 12 章 谈判中的最佳实践</b> .....	273
<b>第 8 章 发现和运用权力</b> .....	182	学习目标 .....	273
学习目标 .....	182	12.1 准备充分 .....	273
8.1 为什么权力对谈判者如此重要 .....	182	12.2 对谈判的基本结构进行 分析 .....	274
8.2 权力的定义 .....	183	12.3 研究最佳替代方案 .....	275
8.3 权力的来源：人们如何获取 权力 .....	185	12.4 随时准备中止谈判 .....	276
8.4 与权力较强的一方谈判 .....	199	12.5 抓住谈判的主要矛盾 .....	276
本章小结 .....	201	12.6 牢记无形因素的存在 .....	278
<b>第 9 章 谈判中的关系</b> .....	203	12.7 积极管理联盟：反对你的、 支持你的、不确定的 .....	280
学习目标 .....	203	12.8 享用并维护声誉 .....	281
9.1 已有谈判研究在关系情景下 的适用性 .....	203	12.9 牢记理性与公正是相对的 .....	281
9.2 共同分享关系下的谈判 .....	207	12.10 不断汲取经验教训 .....	282
9.3 管理关系谈判的关键 要素 .....	208	本章小结 .....	282
本章小结 .....	218	<b>参考文献</b> .....	283
<b>第 10 章 多方谈判、群体谈判和     团队谈判</b> .....	220		
学习目标 .....	220		

# Contents

---

Foreword

About the Authors

Preface

## Chapter 1

### The Nature of Negotiation 1

A Few Words about Our Style and Approach 3

Joe and Sue Carter 4

Characteristics of a Negotiation Situation 6

Interdependence 10

*Types of Interdependence Affect Outcomes* 10

*Alternatives Shape Interdependence* 12

Mutual Adjustment 12

*Mutual Adjustment and Concession Making* 14

*Two Dilemmas in Mutual Adjustment* 14

Value Claiming and Value Creation 15

Conflict 18

*Definitions* 18

*Levels of Conflict* 19

*Functions and Dysfunctions of Conflict* 19

*Factors That Make Conflict Easy or Difficult to Manage* 21

Effective Conflict Management 21

Overview of the Chapters in This Book 25

Endnotes 27

## Chapter 2

### Strategy and Tactics of Distributive Bargaining 28

The Distributive Bargaining Situation 29

*The Role of Alternatives to a Negotiated*

*Agreement* 32

*Settlement Point* 33

*Discovering the Other Party's Resistance Point* 33

*Influencing the Other Party's Resistance Point* 34

Tactical Tasks 36

*Assess the Other Party's Target, Resistance Point, and Costs of Terminating Negotiations* 36

*Manage the Other Party's Impressions* 38

*Modify the Other Party's Perceptions* 40

*Manipulate the Actual Costs of Delay or Termination* 41

Positions Taken during Negotiation 42

*Opening Offers* 43

*Opening Stance* 44

*Initial Concessions* 44

*Role of Concessions* 45

*Pattern of Concession Making* 47

*Final Offers* 48

Closing the Deal 49

*Provide Alternatives* 49

*Assume the Close* 49

*Split the Difference* 49

*Exploding Offers* 50

*Sweeteners* 50

Hardball Tactics 50

*Dealing with Typical Hardball Tactics* 51

*Typical Hardball Tactics* 52

Chapter Summary 58

Endnotes 58

## Chapter 3 Strategy and Tactics of Integrative Negotiation 60

### An Overview of the Integrative Negotiation Process 60

- Creating a Free Flow of Information* 61
- Attempting to Understand the Other  
Negotiator's Real Needs and Objectives* 62
- Emphasizing the Commonalities between the  
Parties and Minimizing the Differences* 62
- Searching for Solutions That Meet the Needs  
and Objectives of Both Sides* 63

### Key Steps in the Integrative Negotiation Process 63

- Step 1: Identify and Define the Problem* 64
- Step 2: Surface Interests and Needs* 67
- Step 3: Generate Alternative Solutions* 70
- Step 4: Evaluate and Select Alternatives* 76

### Factors That Facilitate Successful Integrative Negotiation 80

- Some Common Objective or Goal* 81
- Faith in One's Problem-Solving  
Ability* 81
- A Belief in the Validity of One's Own  
Position and the Other's Perspective* 82
- The Motivation and Commitment  
to Work Together* 82
- Trust* 83
- Clear and Accurate Communication* 85
- An Understanding of the Dynamics of  
Integrative Negotiation* 86

### Chapter Summary 86

### Endnotes 87

## Chapter 4 Negotiation: Strategy and Planning 89

### Goals—The Focus That Drives a Negotiation Strategy 90

- Direct Effects of Goals on Choice of  
Strategy* 90
- Indirect Effects of Goals on Choice of  
Strategy* 91

### Strategy versus Tactics 92

### *Accommodation, Competition, and Collaboration* 92

### Getting Ready to Implement the Strategy: The Planning Process 93

- 1. Defining the Negotiating  
Goal* 97
- 2. Defining the Major Issue Related to  
Achieving the Goal* 97
- 3. Assembling the Issues, Ranking Their  
Importance, and Defining the Bargaining  
Mix* 99
- 4. Defining the Interests* 100
- 5. Knowing Your Alternatives  
(BATNAs)* 101
- 6. Knowing Your Limits, Including a  
Resistance Point* 101
- 7. Analyzing and Understanding the Other  
Party's Goals, Issues, and Resistance  
Points* 102
- 8. Setting One's Own Targets and Opening  
Bids* 104
- 9. Assessing the Social Context of  
Negotiation* 106
- 10. Presenting the Issues to the Other Party:  
Substance and Process* 110

### Chapter Summary 113

### Endnotes 113

## Chapter 5 Ethics in Negotiation 114

### A Sampling of Ethical Quandaries 114

### What Do We Mean by "Ethics," and Why Do They Matter in Negotiation? 116

- Ethics Defined* 116
- Applying Ethical Reasoning to  
Negotiation* 117
- Ethics versus Prudence versus Practicality  
versus Legality* 117

### What Questions of Ethical Conduct Arise in Negotiation? 119

- Ethically Ambiguous Tactics: It's (Mostly)  
All about the Truth* 120
- Identifying Ethically Ambiguous  
Tactics and Attitudes toward Their Use* 122
- Deception by Omission versus*



*Commission* 125  
*The Decision to Use Ethically Ambiguous Tactics: A Model* 126

Why Use Deceptive Tactics? Motives and Consequences 126

*The Power Motive* 126

*Other Motives to Behave Unethically* 128

*The Consequences of Unethical Conduct* 129

*Explanations and Justifications* 131

How Can Negotiators Deal with the Other Party's Use of Deception? 133

Chapter Summary 137

Endnotes 137

## Chapter 6

### Perception, Cognition, and Emotion 139

Perception 140

*Perception Defined* 140

*Perceptual Distortion* 140

Framing 142

*Types of Frames* 143

*How Frames Work in Negotiation* 144

*Another Approach to Frames: Interests, Rights, and Power* 145

*The Frame of an Issue Changes as the Negotiation Evolves* 147

Cognitive Biases in Negotiation 150

1. *Irrational Escalation of Commitment* 151

2. *Mythical Fixed-Pie Beliefs* 151

3. *Anchoring and Adjustment* 152

4. *Issue Framing and Risk* 152

5. *Availability of Information* 153

6. *The Winner's Curse* 153

7. *Overconfidence* 153

8. *The Law of Small Numbers* 154

9. *Self-Serving Biases* 154

10. *Endowment Effect* 155

11. *Ignoring Others' Cognitions* 156

12. *Reactive Devaluation* 156

Managing Misperceptions and Cognitive Biases in Negotiation 156

Mood, Emotion, and Negotiation 157

Chapter Summary 163

Endnotes 163

## Chapter 7

### Communication 165

What Is Communicated during Negotiation? 165

1. *Offers, Counteroffers, and Motives* 166

2. *Information about Alternatives* 166

3. *Information about Outcomes* 167

4. *Social Accounts* 167

5. *Communication about Process* 167

*Are Negotiators Consistent or Adaptive?* 168

*Does It Matter What Is Said Early in the Negotiation?* 168

*Is More Information Always Better?* 168

How People Communicate in Negotiation 169

*Characteristics of Language* 169

*Use of Nonverbal Communication* 170

*Selection of a Communication Channel* 172

How to Improve Communication in Negotiation 174

*The Use of Questions* 174

*Listening* 176

*Role Reversal* 178

Special Communication Considerations at the Close of Negotiations 179

*Avoiding Fatal Mistakes* 179

*Achieving Closure* 179

Chapter Summary 180

Endnotes 180

## Chapter 8

### Finding and Using Negotiation Power 182

Why Is Power Important to Negotiators? 182

A Definition of Power 183

Sources of Power—How People Acquire Power 185