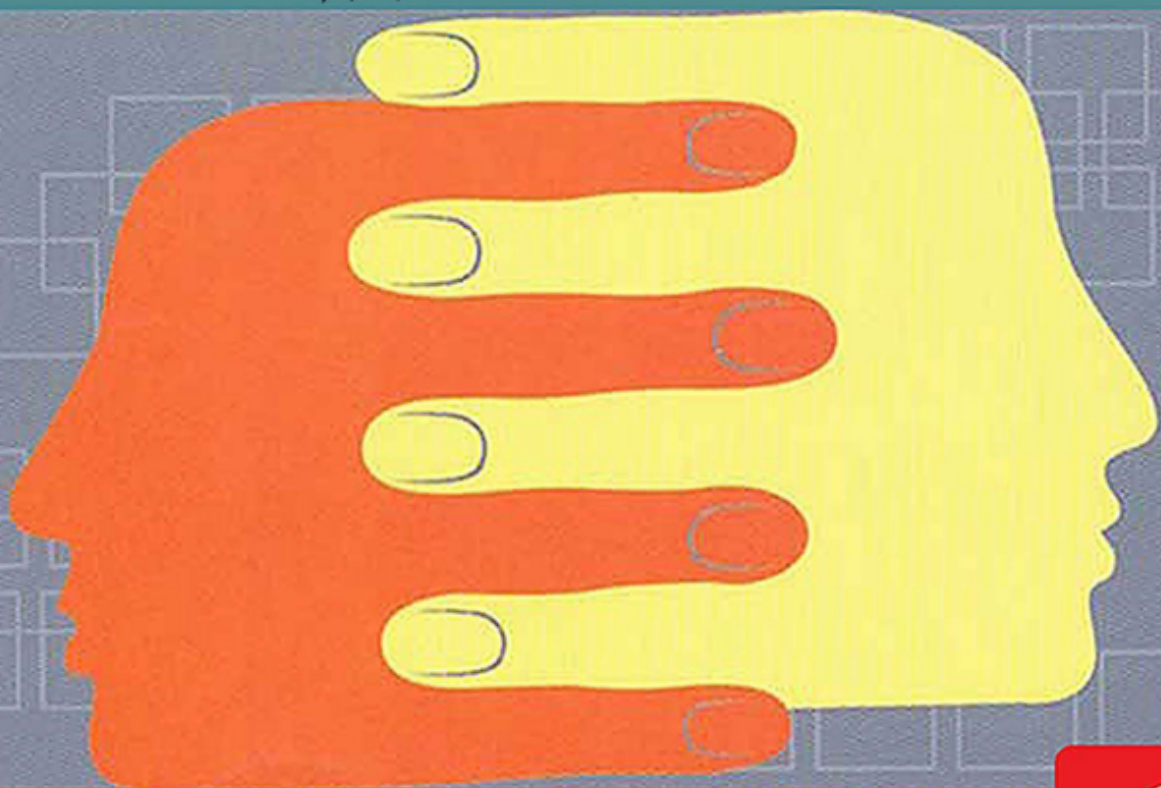


新编英语应用文写作

陈永国 欧阳咏梅 主编



江西高校出版社



图书在版编目(CIP)数据

新编英语应用文写作 / 陈永国, 欧阳咏梅主编. —2 版.
—南昌: 江西高校出版社, 2014.7 (2017.6 重印)
ISBN 978-7-5493-2670-9

I. ①新… II. ①陈… ②欧阳… III. ①英语—应
用文—写作—高等学校—教材 IV. ①H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 145316 号

出版发行	江西高校出版社
社 址	江西省南昌市洪都北大道 96 号
总编室电话	(0791) 88504319
销售电话	(0791) 88592575
网 址	www.juacp.com
印 刷	南昌市光华印刷有限责任公司
经 销	全国新华书店
开 本	787mm×1092mm 1/16
印 张	17.75
字 数	450 千字
版 次	2014 年 7 月第 2 版 2017 年 6 月第 2 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5493-2670-9
定 价	32.00 元

赣版权登字-07-2014-371

版权所有 侵权必究

图书若有印装问题, 请随时向本社印制部(0791-88513257)退换



主审的话

虽人人都会说话,却非人人都会写作。能说会道者或许会在纸上涂抹一二,而字斟句酌的遣词造句却非天赋之功。写作之旅,辛劳之途。磨勘淬砺,雕镌文辞,方可涉笔成趣、落墨生花。

陈永国、欧阳咏梅两位教授主编的《新编英语应用文写作》(第二版)为英语学习者提供了一部心慕手追、师法拟作的实用教本。该教科书自初版以来,以其定位准确、设计科学、内容实用等特点而受到使用者的欢迎。

随着时间的推移和新媒体形式的出现,应用文有了新的体裁,初版的部分内容亦显陈旧。陈永国教授再次领衔,此次修订更新了内容,扩充了篇幅,增编了履历、电子邮件等写作形式,使新版更具时代性、示范性和趣味性。

本教材最大特点在于收录了各种应用文体,应用范围广泛,选用了富有参考价值的资料和极有针对性的典型范例。选材新颖实用,内容生动有趣,符合时代需求。项目分类科学,循序渐进,查询方便。篇幅长短有度,短似方寸,长可成章;所用语言约定俗成,其趣各异;遣词造句、标点运用各有考究。



全书分为两个部分,第一部分系理论篇。第二部分系实战篇。理论篇从角色定位的写作准备,到条理分明的起稿,再到精雕细琢的定稿,从词汇、语句、段落、篇章、语用诸方面对英语应用文的写作基础知识做了简要介绍,并从信函格式和电子邮件两方面具体阐述当前英语应用文写作特点。文字通俗易懂,表述自然亲切,便于学习者理解、接受。实战篇遵循项目引领、任务驱动的原则,分为三个项目,各项目下又分为若干个任务,详细介绍了商务英语应用文、常用英语公务文、常用私人信函及履历英文信函的文体特点及写作要领,并以典型实例进一步说明和佐证,便于学习者学习和模仿,同时配以即时练习的形式达到巩固提高之目的。

随着经济全球化的进一步发展,我国与世界各国在外交、经济、科技、军事、文化、教育等领域的交往日益频繁,使用英语应用文的需求越来越多。因而,编写一部以高职高专院校国际商务、经济管理等专业的学生为主要对象的英语应用文写作教程自然是满足高职高专国际化人才培养的重要使命。相关专业的学生也迫切希望得到一本体裁新颖实用、内容切合实际的英语应用文写作读本以作日常参考手册。《新编英语应用文写作》(第二版)此时推出,可谓恰逢其时。

我认为,《新编英语应用文写作》(第二版)遵循了高职高专教育“实用为主、够用为度”的总体指导方针,体现了“明确对象、准确定位、精心选材、合理设计、科学编排、规范编纂”的编写思路。该教材符合“选材广泛、体裁新颖、选文经典、语言纯正、练习适量、易于使用”的高职高专英语教材的编



写原则,体现了我国高职高专院校英语写作教学实践的特点和中国高职高专院校国际商务、经济管理等专业学生英语写作学习的特点,正确处理了打好英语语言基础与培养英语语言应用能力的关系,强调了英语语言基本技能的训练与商务英语应用能力培养的并重。我相信,《新编英语应用文写作》(第二版)一定会受到高职高专院校师生的广泛欢迎。

是为序。

梅德明

2014 年元旦于上海外国语大学

再版前言

《新编英语应用文写作》(第一版)自2009年出版发行以来,由于它在体系、构架、选材、实用性等方面较为切合当前高等职业教育的教学实际,而被省内外多所兄弟院校所采用,并于2010年获得江西省高校优秀教材一等奖。本次修订,在不影响本教材原有体系和特色的情况下,除订正初版中的某些疏漏外,对一些内容进行了适当的调整和增删,对部分范例进行了更新,使体例上更符合高等教育的特点,内容上更符合时代的要求,以期满足各类学校师生的需要。

《新编英语应用文写作》(第二版)基本保持了第一版原有的结构和风格,具有理论性、实践性和实用性等特点,全书分为理论篇和实战篇,突出实战篇。实战篇在体例上采用了项目导向——任务驱动的模式,将本篇分为三个大项目,在每个项目下面分若干任务,且每项任务下都有相应的技能训练,凸显高职教育特色。在内容方面,本书增加了符合时代要求的英文电子邮件、外贸业务信函、商务合约、商务意向书、商务合同、商务报告、商务调查问卷、商务邀请函、商务招标书、会议文书、私人书信、社交书信、名片及履历等写作形式,补充了契合时代典型的典型实例,更新了练习的形式,并提供了模仿借鉴的写作模板。

在本教材再版时,我们很荣幸地请到了上海外国语大学的梅德明教授担任本教材的主审,他对本教材的编写提供了很多宝贵意见。梅德明教授渊博的学识、严谨的治学精神,精益求精的工作作风值得我们努力学习,在此对他的悉心指导表示衷心的感谢。

编者
2014年2月18日



前言

英文写作是英语教学和学习中的难点,它既是英语能力的综合表现,也是思维想象力和文化知识的综合展示。为使商务英语专业学生掌握一定的英文写作知识,结合高职高专学生的特点,特编写本书。根据学生的不同要求,本书尽量体现以下“三性”:

理论性:写作理论是人们写作实践的经验总结,能更好地指导和服务于写作实践。本书对写作理论方面的内容力求通俗易懂,使广大学生在没有教师指导的情况下也能有效地从书中获取信息,并做到学以致用。

实践性:要做好文字写作工作,大量的实践不可或缺,这对初学者尤为重要。本书备有大量练习,有利于学生边学边练,学练相长。

实用性:本书设计多种不同的文体,选材广泛,许多例文都是来自现实生活。除了作为教材使用外,本书还可以当作学生的英文应用文写作宝典,在日后的生活和工作中经常参考使用。

本书共分四个部分,基本上对日常生活中个人、社交、商务等方面的英文应用文的写作都有所涉及,适合高等学校英语专业学生使用,还可以作为社会上其他从事与英语有关的人员使用。大部分练习提供了答案或例文供学习者参考。

在本书的编写过程中,得到了江西高校出版社和省内外同行专家的指导和大力支持,也参考了其他专家的大量文献资料,再次一并致以诚挚的谢意。

编 者

2009 年 7 月 25 日



目录 contents

模块一 夯实商务谈判基础 / 001

- 任务一 感知商务谈判 / 002
- 任务二 选择合理的谈判类型 / 011
- 任务三 运用好商务谈判常用的手段 / 021
- 任务四 正确掌握商务谈判的模式 / 040
- 任务五 严格遵守商务谈判的原则 / 047

模块二 做好商务谈判前的准备 / 057

- 任务一 做好商务谈判前的人员准备 / 058
- 任务二 做好商务谈判前的信息准备 / 070
- 任务三 做好商务谈判的方案准备 / 083
- 任务四 做好商务谈判前的演练 / 095

模块三 巧妙运用商务谈判策略与技巧 / 103

- 任务一 巧妙运用商务谈判的策略 / 104
- 任务二 灵活运用商务谈判的沟通技巧 / 129



模块四 熟悉商务谈判合同 / 150

任务一 掌握商务谈判合同的基本知识 / 151

任务二 熟悉合同订立的程序 / 154

任务三 熟悉合同的形式与内容 / 164

模块五 熟悉各国商人的谈判风格 / 171

任务一 熟悉美洲商人的谈判风格 / 172

任务二 熟悉欧洲商人的谈判风格 / 179

任务三 熟悉亚洲商人的谈判风格 / 187

任务四 熟悉大洋洲商人和非洲商人的谈判风格 / 198

模块六 做好商务谈判的后续管理 / 204

任务一 审核与履行商务合同 / 205

任务二 总结商务谈判得失 / 210

任务三 管理商务合同档案 / 215

参考文献 / 221

新编商务谈判实务训练手册(另附)





模块一 夯实商务谈判基础

【模块设置与说明】

商务谈判是发生在经济领域的谈判活动,它本身也是一个系统工程。商务谈判活动要坚持一定的原则,要按照 PRAM 模式运作,并借助面对面、电话或互联网进行,其结果通常是“双输”、“非赢即输”或“双赢”。



任务一 感知商务谈判



【任务描述】

我们这个世界,是一个矛盾的世界;我们这个社会,也是一个矛盾的社会。国家与国家之间,组织与组织之间,人与人之间,都存在着矛盾。人类解决矛盾的方式,有时是非理性化的,如战争、暴力即是解决矛盾的极端形式,但无论怎样,战争之后通常还要开会协商,双方通过理性协商达成一致才是解决彼此冲突的最终形式——这就是谈判。从谈判内容来看,谈判分为政治谈判、军事谈判、外交谈判、经济谈判和文化谈判。经济谈判就是商务谈判,它是解决经济领域中矛盾的重要的和最终的形式。

从事商务谈判,首先要了解什么是谈判,什么是商务谈判,谈判和商务谈判有什么特征,商务谈判通常有哪些类型等。所以,我们要先认识谈判,进而深入认识商务谈判。



【学习目标】

一、知识目标

1. 理解谈判的概念和特点。
2. 理解商务谈判的概念和特点。
3. 了解商务谈判的基本功能。

二、能力目标

1. 能区分生活与工作中的行为是否属于谈判。
2. 能分辨谈判与商务谈判行为的特点。



【学习内容】



子任务1 认识谈判

【案例导入与参考分析】

下面的案例《安娜莉丝母女》出自世界著名谈判专家盖温·肯尼迪《谈判的真理》(第3版),请仔细阅读,并思考案例后面列出的问题。



【案例资料】

安娜莉丝母女

(安娜莉丝三岁的女儿)桑曼塔不肯吃盘子里的卷心菜,她说自己已经吃饱了。而安娜莉丝则认为吃卷心菜对平衡营养有好处,可是孩子又太小,听不懂营养学,她只好求助于谈判。孩子最爱吃冰淇淋,于是便对孩子说,不吃完卷心菜就不给冰淇淋。

孩子尽管眼里含着泪水,但还是坚持不吃卷心菜而只要冰淇淋。她说,肚子里只剩下了能装冰淇淋的地方。这种说法当然自相矛盾,但孩子却说得理直气壮,任凭妈妈又哄又劝,她只是不理不睬。妈妈被迫让步,说道:“好吧,你要是好孩子的话,就再吃四勺菜,妈妈给你盛冰淇淋。”

然而小桑曼塔把头摇得像拨浪鼓,干脆连面前的盘子也推开了。

安娜莉丝想,要是把冰淇淋摆到桌上,也许能刺激孩子吃菜,可是她这么做了,孩子却仍然不屈服。她只好再次让步:“好吧,只要你再吃两勺!”孩子还是不吃。安娜莉丝把盘子推回桑曼塔跟前,简直在求孩子了:“吃一勺总行吧,冰淇淋一点也不少你的。”

孩子以行动做出回答,用手遮住双眼,连正眼也不瞧一下面前的盘子。

妈妈没辙了,叹了口气说:“真拿你没办法,你哪怕看上一眼也不行吗?!”

问题:

1. 在这个案例中,母亲哄女儿吃卷心菜的过程是谈判吗?为什么?
2. 母女之间的交涉有什么特点?
3. 这个过程的结局怎样?为什么会有这样的结局?
4. 如果要出现另一种结局,安娜莉丝必须采取什么措施?

参考分析如下:

1. 在这个案例中,母亲安娜莉丝哄女儿桑曼塔吃卷心菜的过程是谈判。因为这是双方就女儿是否该吃卷心菜问题而展开的交涉。

2. 母女之间的交涉体现出如下特点:(1)目的性。安娜莉丝想要桑曼塔吃卷心菜,以便平衡营养;桑曼塔态度强硬,只想吃冰淇淋。(2)互动性。母亲安娜莉丝不停地说服桑曼塔吃卷心菜,桑曼塔不是回答吃饱了,就是流眼泪,或是摇头应对。(3)博弈性。母女间的对阵,母亲败下阵来。

3. 这个过程的结局是:孩子是赢家,家长是输家。有这样的结局,是因为“与孩子对阵,决无胜算”,这是盖特·肯尼迪的总结(见下面补充资料)。

4. 如果要出现另一种结局,那就是母亲必须硬起心肠,不向孩子做出让步,如冰箱内不藏冰淇淋。只有在她吃卷心菜时,才开始购买并允许她吃冰淇淋。

一、谈判的概念

谈判无时不在,无处不有,它是一种普遍的人类行为。可以说,人们在生活中几乎每天都在发生各种谈判行为,比如与家人讨论旅游度假计划,在商品市场购物时的相互还



价,为寻找工作职位而接受应聘公司负责人的面试,与同事协商分工合作等等。也许,我们平时没有把这些行为当作谈判,但是,它们确实是一种谈判行为。

那么,什么是谈判?谈判有广义和狭义之分。广义谈判的“谈”,指说话或讨论;“判”,指分辨、评定或判定。狭义的谈判,是指正式场合下,两个或两个以上有关组织或个人,为了协调彼此之间的关系,满足各自的需要,通过协商而争取达成一致意见的行为和过程。美国谈判学会会长杰勒德·I·尼尔伦伯格律师在《谈判艺术》中说:“谈判的定义最为简单,而涉及的范围却最为广泛。每一个要求满足的愿望和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。只要人们为了改变相互关系而交换观点,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。”

谈判在人们社会交往活动中起着越来越重要的作用,如今,谈判在我们的政治、经济、社会、文化生活中占据着非常重要的地位。据有关资料统计,在发达国家中每天有10%的人直接或间接从事谈判工作,其中职业性的商务谈判人员占其总人口的5%以上。随着经济全球化的推进,世界已经是一张巨大的谈判桌,不管人们是否愿意,喜不喜欢,都将作为一个谈判者出现在某个场合。这是因为今天的人们必须通过国与国、企业与企业、人与人之间的各种交换来满足自己的需要和欲望。作为21世纪的人们,应该了解谈判的作用,学会使用谈判的技巧与策略,使自己在谈判中掌握主动权。

二、谈判的特征

谈判具有以下几个基本特征:

第一,目的性。谈判各方均有各自的需求、愿望或利益目标,所以谈判是目的性很强的活动。谈判的目的性主要体现在:通过谈判,达成交易,获取各种利益,满足精神需要。没有目的的闲谈和聊天不是谈判。

第二,互动性。谈判既是一个说服与被说服、争取与妥协的过程,也是一个“给”与“取”、“施”与“受”兼而有之的过程。当然在谈判过程中,“给”与“取”、“施”与“受”是兼而有之的,纯粹的“给”或“取”都不是真正意义上的谈判。纯粹的“给”可理解为慈善行为(当然慈善在某种角度上讲也是一种有目的的行为),而纯粹的“取”则是一种掠夺或乞讨行为。

成功的谈判人员在谈判时把50%以上的时间用来聆听,他们边听、边想、边分析,并不断向对方提出问题,以确保自己准确地理解对方的真实用意。

第三,协商性。谈判是协调双方行为的过程,在这一过程中,谈判双方需要清楚地表明自己的立场和观点,同时认真倾听对方的发言,以便发现对方的需求,理解对方的意图,从而不断调整策略,缩小分歧,达成共识。谈判的过程实际上就是寻找共同点的过程。

第四,博弈性。谈判还是谈判者选择和运用谈判策略与谈判技巧的过程,而谈判策略与技巧的运用直接影响到谈判各方从谈判中所分蛋糕的大小,因而谈判是各方博弈的过程。谈判者收集和分析己方、对方和市场信息,有助于正确制定谈判策略,恰当运用谈判技巧,进而获取更多利益。

第五,公平性。由于谈判各方对谈判结果均有否决权,所以,不论谈判结果多么不平



等,谈判都是公平的。首先,对于谈判者而言,这是一项自愿进行的活动。谈判是一个互动过程,是一种自愿选择的行为,不管双方实力有多么悬殊,水平相差有多大,只要一方不愿再进行谈判,随时可以中止它,因为谈判各方均拥有同等的否决权。其次,谈判以达成(或部分达成)预期利益为目标,所以,谈判一方一旦发现双方协议的结果难以取得预期利益时,就可以选择放弃。

【补充资料】

与孩子对阵,决无胜算

孩子:

- 明白自己的要求
- 知道如何去得到它(还没上学时早就摸透了爹妈的脾气)
- 为一己之欲可以冷酷无情
- 不怕羞、不后悔,也没有负疚感
- 对妨碍他如愿以偿的人从不讲温情
- 没有长远打算

父母:

- 无尽无休地给予/也有不给予子女的
- 对每个人都给予
- 有责任感
- 爱面子
- 总吃后悔药
- 有负疚感(总觉得于心难安)
- 温情脉脉
- 并非什么都拿得出来的“聚宝盆”
- 爱做长远打算

总结:双方谈判时以孩子的胜算居多。

(资料来源:英国谈判学家盖特·肯尼迪所著《谈判真理》)

【学后思考】

1. 名词解释

- (1) 广义谈判 (2) 狭义谈判

2. 简答题

- (1) 谈判具有哪些基本特征?
(2) 为什么说谈判具有公平性?
(3) 你如何理解谈判的博弈性?



子任务2 初步认识商务谈判

【案例导入与参考分析】

分析案例《丽珠得乐的问世》，理解企业谈判的概念、特点和类型。

【案例资料】

丽珠得乐的问世

1987年,湖北医药工业研究所研制出一种胃药冲剂,经专家鉴定其具有80年代国际先进水平。当时,武汉某制药厂提出购买这项专利技术,研究所提出的条件是谁提供一台制剂干燥设备,谁即可获得生产权。围绕这台价值3万元人民币的设备,双方讨价还价。制药厂谈判人员犹豫不决,内部意见也不统一,最后导致谈判破裂。1990年,珠海市丽珠制药厂获知此信息后,即派人赶到武汉与研究所展开谈判。当即拍板成交,丽珠制药厂以40万元转让费获得专利技术,取名“丽珠得乐”。1991年,“丽珠得乐”以强劲攻势打入包括武汉在内的全国各地医药二级站,实现年产值亿元,利税3000万元。经过几年的努力,继而成为有名的上市公司。

(资料来源:http://wenku.baidu.com/link?url=EMXKQL8fneLNmvgrHNzV9J42zWhIQHEWeunfsJD_3zGSh15fmh4Qd1caaWwdzxK-vhLfbcxrai5_nhko1Oc2-4Up_1B4t86-hvQeu-Wcwj-G)

问题:

1. 湖北医药工业研究所与武汉某制药厂、珠海市丽珠制药厂的谈判属于什么类型?
2. 湖北医药工业研究所与武汉某制药厂的谈判属于什么模式?该研究所与珠海市丽珠制药厂的谈判又属于什么模式?
3. 湖北医药工业研究所与珠海市丽珠制药厂的谈判体现了商务谈判的哪些特点?
4. 试分别对武汉某制药厂和珠海市丽珠制药厂谈判行为做出评价。

参考分析如下:

1. 湖北医药工业研究所与武汉某制药厂、珠海丽珠制药厂之间的谈判是商务谈判。从国界范围看,是国内商务谈判;从交易的内容看,是专利技术贸易谈判。
2. 湖北医药工业研究所与武汉某制药厂的谈判属双输模式;该研究所与珠海市丽珠制药厂的谈判属双赢模式。
3. 湖北医药工业研究所与珠海市丽珠制药厂的谈判体现了商务谈判如下特点:首先,体现了商务谈判经济利益性、互利互惠性的特点。湖北医药工业研究所将胃药冲剂丽珠得乐的专利技术转让给珠海市丽珠制药厂,获得40万元的专利技术转让费,“丽珠得乐”以强劲攻势打入包括武汉在内的全国各地医药二级站,实现年产值亿元,利税3000万元。经过几年的努力,继而成为有名的上市公司。双方通过谈判达成协议,都获得了可观的经济效益,其行为在客观上是互利互惠的。其次,体现了商务谈判的复杂性。这



是因为技术贸易的研发成本难以准确计算。再次,体现了商务谈判的专业性。丽珠得乐是针对胃病研发的一种药品,其专业性很强。

4.“丽珠得乐”作为科研成果,诞生于武汉。“近水楼台”的武汉某制药厂因谈判人员犹豫不决而错失商机,但远在千里的珠海市制药厂的谈判代表眼光敏锐、决策果断,从而为企业创造了巨大的经济效益。同是谈判人员,两种不同的决策能力,导致两种不同的谈判结果,从而导致两种不同的经济效益。可见,谈判人员素质的差异是导致两种谈判结果的主因。

一、商务谈判的含义

商务谈判是最普遍的谈判类型。为了把握商务谈判的含义,首先要了解什么是商务。商务也称商事,即商业上的事务。它是指经法律认可,以社会分工为基础,以提供商品劳务、资金或技术等为内容的营利性的经济活动。

商务谈判也称为经济谈判,是指有关商业事务上的谈判。具体地说,是两个或两个以上从事商务活动的谈判双方或多方(组织或个人)通过协商和采取协调性行动,实现一定经济目的的相互作用的过程。总之,是指人们为了实现交易目标而相互协商的活动。

商务谈判是一种特殊类型的谈判,是集政策性、技术性、艺术性于一体的社会经济活动。商务谈判是企业进行经济贸易活动的重要手段,它关系到商品交易的成败,关系到企业的生存与发展。因此,现代商务人员必须深入学习商务谈判的基本要素,认真研究商务谈判的特点和作用,掌握商务谈判的主要规律和谈判技巧,这是商务谈判取得成功的保证。

二、商务谈判的特征

商务谈判作为商务活动方面的谈判,具有以下几个方面的特点:

1. 经济利益性

一般来说,谈判的类型不同,谈判的目的就会不同,如:外交谈判涉及的是国家利益;政治谈判追求的是政党、集团的根本利益;军事谈判关心的是敌我双方的安全利益。虽然这些谈判都不可避免地会涉及经济利益,但获取经济利益不是其直接目的。

与其他谈判相比,商务谈判是以获得经济利益为目的的。在商务谈判中,人们通常以获取经济效益的好坏来评价一项商务谈判的成功与否,不讲求经济效益的商务谈判没有任何价值和意义。商务谈判双方只有在满足经济利益的前提下才涉及其他非经济利益。在商务谈判过程中,商务谈判人员常常是以商业利益为基础,充分运用各种策略和技巧进行谈判,以追求经济利益的最大化。谈判者在谈判过程中会调动和运用各种因素——包括各种非经济的因素来影响谈判,以达成交易。达成交易的最终目标始终指向经济利益。

商务谈判的经济利益性决定了商务谈判是以价格为核心的谈判。因为价格最直接地表现了谈判双方的经济利益,谈判双方在利益上的得失及大小,常常可以折算成一定的价格,以价格的高低形式表现出来。当然,商务谈判者一方面以价格为核心坚持自己



的利益,另一方面,也可以从其他利益因素上赢得相应的利益,使双方达成协议。例如,对方在价格上不肯让步,那就可以要求对方在售后服务、维修等方面提供优惠条件,以此让对方易于接受。

2. 互利互惠性

商务谈判的各方不论组织大小还是实力强弱,在市场面前和相互关系上是平等的,这一事实决定了在商务谈判过程是在“互惠”“公平”的基础上进行的,即商务谈判是双方在遵循市场经济规律的前提下自愿互通有无的行为。商务谈判的双方只有“给出”,才能同时“取回”,这是由交换的基本条件决定的。不过,由于谈判者所在的组织实力和谈判实力上的差异,各方在商务谈判中分配的利益上不可能是绝对平均的,得到的满足程度也不可能一样,但是从各方都能通过谈判得到各自利益的满足这一点来看,商务谈判是互利互惠的,否则只有利他性或只有利己性,谈判是根本不可能成功的。

3. 环境制约性

商务谈判在内容和结果上都要受到外部环境的制约。一般来说,政治法律环境对国际商务谈判影响最大,而经济环境中的市场供求变化和竞争状况对商务谈判的约束性最强,社会环境如风俗习惯、宗教信仰、教育程度等因素则制约着谈判各方的交流与沟通。因此,作为商务谈判人员不仅要掌握大量的商务知识、谈判策略和技巧,更要了解国家的政策和法规、社会文化风俗,把握经济规律,才能控制复杂的谈判局势,实现谈判目的。

4. 内容多样性

商务谈判的内容多样性,主要是指商务谈判涉及贸易、金融、会计、保险、运输、争议与索赔等一系列的问题。这些问题十分复杂,专业性也很强。

三、商务谈判的基本功能

实践证明,一次成功的谈判能够救活一个企业,而一次失败的谈判可能葬送一个企业。商务谈判的基本功能是商务谈判产生与存在的基础,是其价值所在。具体包括:

1. 协调功能

一笔买卖或交易,其交易的程序,首先要进行询价或报价,并进行磋商,然后进行签订合同、履行合同等工作。从询价到报价再到签合同,买卖双方将就商品的数量、质量、价格、付款方式、交货日期等条件进行反复磋商,取得一致意见后,才能达成交易。而这些磋商,往往是通过谈判来较量和解决的。正因为谈判能更好地协调彼此的利益关系,因此谈判被视为“合作的事业”。

2. 沟通功能

商务谈判有利于加强企业之间的经济联系。商务谈判大多是在企业与企业之间、企业与其他部门之间进行的,企业通过与其他企业或部门之间的沟通与联系,才能完成生产经营活动。随着经济的快速发展,社会分工的细化,专业化程度的提高,企业之间的联系与合作越紧密,就越需要各种有效的沟通手段。但是,在市场经济条件下,企业作为社会的经济细胞,作为独立的商品生产者,企业之间的交往与联系,必须遵循市场经济的客观规律,在自愿互利的基础上实行等价交换、公平交易。所以,商务谈判就成为各种经济活动相互联系的媒介,成为企业间经济联系的桥梁和纽带。如企业可以通过商务谈判,