

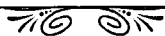
商务谈判概论

河南省经济管理类专业“十一五”规划系列教材

赵秀玲 主编

上海财经大学出版社

河南省经济管理类专业“十一五”规划系列教材



商务谈判概论

赵秀玲 主编

 上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判概论/赵秀玲主编. —上海:上海财经大学出版社, 2007. 12

(河南省经济管理类专业“十一五”规划系列教材)

ISBN 978-7-5642-0068-8/F · 0068

I. 商… II. 赵… III. 贸易谈判-高等学校-教材 IV. F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 175616 号

□ 责任编辑 李宇彤

□ 封面设计 钱宇辰

SHANGWU TANPAN GAILUN

商务谈判概论

赵秀玲 主编

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

同济大学印刷厂印刷

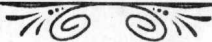
上海远大印务发展有限公司装订

2007 年 12 月第 1 版 2007 年 12 月第 1 次印刷

787mm×960mm 1/16 16.75 印张 337 千字

印数: 0 001—4 000 定价: 22.00 元

河南省经济管理类专业“十一五”规划系列教材



顾 问

陈佳贵	刘树成	谷书堂	吕 政	蔡 昉
李 扬	刘迎秋	王振中	李 周	林桂军
蔡继明	刘锡良			

编委会

(以姓氏笔画为序)

王金凤	王延荣	史保金	孙宏岭	张贯一
许圣道	李雄诒	苏晓红	赵秀玲	席升阳
郭 军	耿明斋	曹明贵	彭诗金	

执行策划

耿明斋

总 序

教材建设是高校学科专业建设的重要内容。广义上说,教材建设应该包括教材选择和教材编写两个方面。从教材选择层面来说,由于经济管理类专业各学科知识体系内容与国外对接的程度日益加深,所以,直接引入国外原版教材正逐步成为时尚。这样做的好处是不言而喻的:一是可以让任课教师和学生直接了解相关学科知识体系的前沿信息,二是可以使任课教师和学生的外语能力得到强化。但是,外语能力和思维习惯及语言表述方式的差异构成了大量使用国外原版教材的限制,更何况并不是所有学科专业的知识体系都能与国外直接对接的,这就决定了目前直接使用国外原版教材只能限制在少数专业和少数课程上。教材选择的另一个指向是国内有关权威机构指定或组织编写的“统编”教材,这也是目前很多高校及其相关院系和任课教师在选择教材时贯彻的一个重要原则。客观地说,这类教材中不乏吸纳了相关学科专业知识体系发展的前沿信息而又结构合理、语言精练的上乘之作。但是,此类教材中真正的精品往往只是那些基础性强、知识体系较为成熟、涵盖面宽、市场需求量大的少数课程,如《西方经济学》、《政治经济学》、《管理学》等,绝大多数知识体系不很成熟、专业涵盖面窄、市场需求量不大的课程教材并不为学界同行所认同。同时,由于各类“统编”教材名目繁多,十分庞杂,甚至真伪难辨,总让人有无所适从的感觉。

这就是说,目前国内出版的各种“统编”教材事实上并不能满足我们对教材选择的需要,或者说,在目前出版的各种类型的统编教材中,还不能选择出我们所需要教材的全部或大部分,这是我们之所以要自己组织编写一套经济管理类专业系列教材的基本原因。从发展的趋势来看,经济管理类专业各种课程要形成同行公认的权威教材,不应该是通过某些权威机构或权威部门的认定,而应该是通过市场的竞争和市场的选择。在市场竞争和市场选择的过程中,参与的供给方和需求方越多,竞争越充分,优胜劣汰机制越完善,精品教材就越容易脱颖而出。也是出于这种考虑,我们愿意将我们组织编写的这套教材拿到市场上来检验,并努力在市场选择的考验中逐步提升教材的质量和水平,期望能从中产生出若干种精品。即使不能如愿,也至少可以起到多提供一种选择,从而烘托竞争氛围的作用。

其实,除了对国内教材建设和教材供给现状的判断之外,我们之所以组织编写这套教材还有一个重要的动机,那就是培养和历练队伍。一个任课教师或许可以选择任何一本教材来讲授,但是,他(或她)要成为一个好的教师,就一定不能照本宣科,而是凭自己对知识体系的理解和把握,按照自己的思维习惯和表达方式,把相关的知识内容传播给学生。所以,再好的教材也要经过任课教师的加工整理,其知识才能更好地为学生所吸收。因此,一个好教师就一定能够按照自己的思维习惯和表达方式来编写教材,或者换句话说,一个好教师的成长过程一定不能少了根据自己对知识体系把握和按照自己的思维习惯及表达方式来编写教材这一过程。我们选择省内经济管理类专业各门课程最优秀的教师担任主编,并由主编来把各高校同类课程的任课教师组织在一起共同切磋和提炼,不但可以在教材中融进多位任课教师的知识和智慧,也会大大提升这些教师对相关知识体系的理解把握能力,从而促成一大批优秀教师的成长。

河南省高校经济管理类专业协作编写系列教材的计划,最早于2005年夏在河南大学召开的全省经济管理类专业教材建设研讨会上开始酝酿,于2006年6月在开封召开的河南省高校经济管理类院系院长(系主任)联席会议上达成共识,并于2006年7月在南阳召开了相关负责人和主要参编教师会议,确定了整个编写计划和第一批书目及各本书的主编人选。2006年12月在开封再一次召开相关负责人和主编会议,检查计划执行情况和各本书编写进度。按照计划,该系列教材将分批编写和出版,第一批编写书目共计24本,涉及省内河南大学、郑州大学、河南科技大学、河南师范大学、河南工业大学等主编或参编高校12家。

为保证质量和方便教师和学生使用,本系列教材努力贯彻如下几条原则:第一,编写书目尽可能在那些我们有过长时期的研究和学术积累、师资力量较强的学科专业领域选择;第二,各本教材的主编由相关专业领域最具优势高校的学术带头人担任;第三,尽可能吸收相关学科领域最新的研究成果和最前沿的发展信息;第四,体系力求完整,结构力求清晰,语言表述力求准确和简练;第五,在集体讨论确定编写书目的前提下,各本书的编写由主编负责,编委会审定,顾问把关。

本系列教材的编写得到了上海财经大学出版社的大力支持,出版社总编曹均伟、总编助理徐超、编辑谷雨、耿云等参与了从规划酝酿到规划实施的全过程,提出了很多有价值的意见和建议,在此,编委会向他们表示诚挚的感谢。

教材建设是一长期的过程,初版的系列教材肯定会存在这样那样的不足,我们寄望于选用本系列教材的广大师生在教授和研读教材的过程中发现问题,并提出相应的意见和建议,以便我们在再版时改正、完善和补充。由于经济社会发展日新月异,以总结和概括经济和管理活动规律为己任的经济管理类教材,其知识体系更新也异常迅速,为了能够把实际经济和管理过程中发生的变化及时地反映到教材中来,我们

计划在条件允许的情况下尽可能缩短再版周期,以加快教材内容更新的速度。

本系列教材适合大学本、专科经济管理类专业师生选用,也可作为政府各级经济管理干部及从事金融和实业经营的广大经济界人士系统学习经济管理专业知识的入门读物。

河南省经济管理类专业“十一五”规划系列教材编委会

2007年2月25日

前言

随着中国加入 WTO 和经济全球化步伐的加快,商务谈判越来越成为一种普遍的商务实践,国家之间、组织之间、个人之间以及国家、组织、个人之间的经济交往无不通过协商谈判来解决,商务谈判已经成为人们之间经济交往的重要手段。有关商务谈判的理论、实务和技巧也成为人们从事经济活动的必备学问。与此相关的大量书籍也不断问世,有的侧重于理论,有的侧重于实务,有的侧重于技巧,有的三者兼而有之。从教材内容的目标指向上看,有的重点指向理论研究人员,有的重点指向实践人员,有的则力求雅俗共赏;从教材内容涉及的范围看,有的是讲一般的商务谈判,有的专讲国际商务谈判等。笔者在教学实践中感觉到,在普通本科院校的经管类专业进行商务谈判课程的教学,需要一种能够涵盖所有商务谈判理论、实务与技巧的简明教程。这一教程应该以实用为目的,旨在培养经管类大学生和对商务谈判有兴趣的非经管类大学生进行商务谈判的一般能力。《商务谈判概论》一书,便是本着这一目的撰写的。本教材内容不求多但求够用,同时也考虑到为主讲教师的课堂讲授留有发挥的余地,以便于学生也从主讲教师对教材的阐发中受益。

本教材主体内容共十章,在逻辑关系上分为三部分:第一部分(一、二章)也是本书的特色之一,即对谈判、商务谈判和国际商务谈判的一般理论及这三个概念的内涵、外延、相互关系进行比较和分析,旨在廓清和理顺学生的学习思路;第二部分(三~七章),着重对商务谈判中必须掌握的一般知识如商务谈判的实务、过程、策略、技巧及国际商务谈判中的风险规避等进行集中阐述,旨在培养学生对相关知识的掌握和应用能力;第三部分(八~十章),重点讲解了商务谈判中必须注意的要素,这些要素伴随商务谈判的始终,是商务谈判人员必须高度重视的,旨在培养学生的谈判者素质,并提醒学生细节也能影响商务谈判的成败。

本教材的特色之二是每章开篇有引例,结尾有案例思考或分析。引例是撰写者的个人生活体验,目的在于接近生活,帮助学生更好地理解该章内容;案例部分又细分为案例分析和案例思考,主要是给学生留有思考分析的余地。

本书由赵秀玲担纲主编,褚晓飞、宋冬凌、吴洪刚为副主编。全书分工如下:赵秀

玲负责全书的内容框架设计及统稿、定稿,并负责第一章的撰写;宋冬凌负责第二、十章和附录部分的撰写及部分章节的内容审查;吴洪刚负责第三、四章的撰写及部分章节的内容审查;褚晓飞负责第七、八章的撰写和部分章节的内容审查;朱建负责撰写第五章,李霞负责撰写第六章,王景山负责撰写第九章。

本书在撰写过程中得到了南阳师范学院、河南科技大学、华北水利水电学院、河南工程学院、河南师范大学、河南工业大学、济源职业技术学院等学校相关学科老师的协助和支持,本书还借鉴和参考了不少专家学者的已有成果,在此一并表示感谢!

我们要特别感谢河南大学经济学院院长、博士生导师耿明斋先生给予的指导,同时感谢南阳师院鲍春生老师在书稿排版技术方面给予的帮助。

由于作者的能力所限,本书的缺陷和不足之处在所难免,敬请各位行家、同仁不吝赐教。

赵秀玲

2007年8月25日于卧龙岗上

目 录

总序	1
前言	1
第一章 谈判与商务谈判	1
第一节 谈判的内涵	2
第二节 商务谈判	7
第三节 商务谈判理论	13
本章小结	23
思考与练习题	24
第二章 国际商务谈判综述	26
第一节 商务谈判与国际商务谈判的关系	27
第二节 国际商务谈判的特征及基本原则	28
第三节 国际商务谈判的类型	31
第四节 国际商务谈判的基本内容	38
本章小结	50
思考与练习题	51
第三章 商务谈判实务	52
第一节 商务谈判的内容	53

	第二节 商务谈判的准备	63
	本章小结	69
	思考与练习题	70
第四章	商务谈判过程	71
	第一节 商务谈判开局阶段	72
	第二节 商务谈判报价阶段	77
	第三节 商务谈判磋商阶段	79
	第四节 商务谈判结束阶段	86
	本章小结	92
	思考与练习题	92
第五章	商务谈判的策略	94
	第一节 商务谈判的开局与摸底策略	95
	第二节 价格谈判策略	98
	第三节 讨价还价中的让步策略	105
	第四节 攻避御合策略	107
	第五节 签订协议中的策略	112
	本章小结	121
	思考与练习题	121
第六章	商务谈判技巧	123
	第一节 商务谈判技巧概述	124
	第二节 听的技巧	129
	第三节 谈的技巧	134
	第四节 肢体语言表达技巧	139
	本章小结	145
	思考与练习题	145

第七章	国际商务谈判中的风险规避	147
	第一节 国际商务谈判中的风险识别.....	148
	第二节 国际商务谈判中的风险规避.....	155
	第三节 国际商务谈判中的外汇风险规避.....	160
	本章小结.....	167
	思考与练习题.....	168
第八章	商务谈判礼仪	169
	第一节 国际商务谈判基本礼仪.....	170
	第二节 商务人士的个人礼仪.....	176
	第三节 宴请与签约的组织礼仪.....	182
	本章小结.....	191
	思考与练习题.....	191
第九章	商务谈判训练方略	192
	第一节 谈判人员的选择.....	192
	第二节 谈判方式的运用.....	199
	第三节 商品推销的基本方法.....	203
	本章小结.....	209
	思考与练习题.....	209
第十章	世界各国的谈判风格	211
	第一节 商务谈判风格的特点与作用.....	212
	第二节 世界主要国家和地区商人的谈判风格.....	214
	第三节 中西方商务谈判风格比较.....	234
	本章小结.....	236
	思考与练习题.....	237

附录 I	谈判经验总结.....	239
附录 II	谈判能力测验.....	241
第一章	绪论.....	
第一节	谈判的概念.....	
第二节	谈判的作用.....	
第三节	谈判的类型.....	
第四节	谈判的原则.....	
第五节	谈判的礼仪.....	
第二章	谈判的准备.....	
第一节	谈判前的准备.....	
第二节	谈判中的准备.....	
第三章	谈判的过程.....	
第一节	开局.....	
第二节	磋商.....	
第三节	成交.....	
第四章	谈判的策略.....	
第一节	竞争策略.....	
第二节	合作策略.....	
第三节	混合策略.....	
第五章	谈判的沟通.....	
第一节	谈判中的语言.....	
第二节	谈判中的非语言.....	
第六章	谈判的冲突.....	
第一节	冲突的概念.....	
第二节	冲突的类型.....	
第三节	冲突的管理.....	
第七章	谈判的谈判.....	
第一节	谈判的概念.....	
第二节	谈判的作用.....	
第三节	谈判的类型.....	
第四节	谈判的原则.....	
第五节	谈判的礼仪.....	
第八章	谈判的谈判.....	
第一节	谈判的概念.....	
第二节	谈判的作用.....	
第三节	谈判的类型.....	
第四节	谈判的原则.....	
第五节	谈判的礼仪.....	
第九章	谈判的谈判.....	
第一节	谈判的概念.....	
第二节	谈判的作用.....	
第三节	谈判的类型.....	
第四节	谈判的原则.....	
第五节	谈判的礼仪.....	
第十章	谈判的谈判.....	
第一节	谈判的概念.....	
第二节	谈判的作用.....	
第三节	谈判的类型.....	
第四节	谈判的原则.....	
第五节	谈判的礼仪.....	

第一章

谈判与商务谈判

学习目的与要求

了解谈判和商务谈判的含义以及二者之间的关系,掌握商务谈判的基本特征、原则及类型;熟悉马斯洛的需求层次论、冯·诺曼、摩根斯坦的博弈论及商务谈判沟通理论在商务谈判中的应用;明白网络谈判在现代商务活动中的作用和局限性。

引 例

某 A 有一建筑面积为 90 多平方米的房产急需出手;即将退休的老教师某 B 因十分看好这处房产依山傍水的幽雅环境而有意购买。于是,双方就该房产的价格问题进行磋商。某 A 强调该房产所处位置优越,适宜养老,且升值空间大,因此,欲以 30 万元人民币的价格卖出;某 B 强调该房产虽然外部环境很好,但内部结构不尽合理,且是旧房,面积也略嫌小了一些,升值空间十分有限,因此,愿出 25 万元购买。最后在中间人的协调下,以 26 万元成交,双方经过合法程序而各得其所。

上述买卖双方经过真诚的洽谈、协商和讨价还价,终于达成一致意见的过程就是谈判的过程。正如美国谈判学会会长杰勒德·I. 尼尔伦伯格(Gerard I. Niernberg)在《谈判的艺术》一书中所说:“谈判的定义最为简单,而涉及的范围最为广泛,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,只要人们为了取得一致而磋商协议,他们就是在进行谈判。”

可见,谈判是社会生活中不可缺少的交往方式。每个人都会不知不觉地成为谈判者,并经常参与这样或那样的谈判。谈判的形式多种多样,大到国家独立和民族统一的纷争,小到家庭夫妻之间的家务分配商讨,都要通过谈判解决。谈判作为一种普遍的人类行为,从古到今就是人类生活的组成部分,它与人类文明的发展一样,拥有久远的历史。当原始人开始意识到自己和他人的区别并开始尝试为满足自身需要而进行某种努力时,谈判这种行为和活动就在人类社会生活中萌芽了。我国古代的“纵横家”就是谈判专家的别称。时至今日,谈判更是协调、处理各种关系的重要手段。当今世界最大的谈判当属联合国的大会辩论,有 190 多个国家和地区参加,代表全世界几十亿人的利益进行谈判。

第一节 谈判的内涵

一、谈判有广义和狭义之分

广义的谈判是指人类解决问题的一种活动过程,是人类生活的组成部分。广义的谈判作为一种普遍的社会现象,大量存在于各种社会机构和人与人的交往中。只要是人类为了满足各自的某种需要而进行的交往活动就是谈判。即使是小孩游戏过程中的角色分配或者朋友们商量度假的方式也都是谈判。世界如同一张巨大的谈判桌,生活就是谈判的舞台,人的一生就是谈判的一生,我们正处于一个谈判的时代。

狭义的谈判是指在正式、专门场合下安排进行的谈判活动。狭义的谈判是建立在广义的谈判之上的。

谈判有“谈”和“判”两个环节。谈指洽谈、商议、会谈等,突出的是和睦与彼此间对话的形式,而“判”则指结果,谈判强调对话以后对分歧的评判和得到某种结果。因此,谈判是一个特定的词汇。

对谈判定义除杰勒德·I. 尼尔伦伯格的上述著名表述外,还有几种比较权威的表述。英国的谈判专家马什(P. D. V. Marsh)在《合同谈判》一书中认为:“所谓谈判,是指有关各方为了自身的目的,在每项涉及各方利益的事物中进行磋商,并通过调整各自提出的条件,最终达成一项各方较为满意的协议这样一个不断调整的过程。”美国哈佛大学教授罗杰·费希尔(Roger Fisher)和威廉·尤瑞(William Ury)在《哈佛谈判学》丛书中说:“谈判是你从别人那里取得你所需要的基本手段,你或许与对方有

共同利益,或许遭到对方反对,谈判是为达到某种需要协议而进行的交往。”从以上几种表述中可以看到,由于各自的文化背景、知识结构及思考问题的角度不同,他们对谈判的内在规定性也各有侧重。尽管如此,他们研究的基本核心是一致的,即谈判必须有两个或两个以上的参与者,人们一般都是为了满足某种需要,但在当事人之间却存在分歧的状况下才参与谈判活动。因此,谈判至少具有以下四个特点:

其一,谈判是互动过程,谈判各方都有自身内在的驱动力,都想通过谈判获得某种满足,单方面的施舍或承受都不算谈判。

其二,谈判是一个“合作”与“对抗”并存的过程。谈判如果不具有一定的合作性,就不能正常进行,但是谈判各方为追求各自利益的最大满足必然会出现利益的对抗。因此,合作和对抗就成了谈判过程中同时存在的一对矛盾,只是在不同条件下其合作程度和对抗程度有所差异而已。

其三,正常的谈判是互惠而公平的。互惠是指谈判各方均要获得一定的利益,即都要承担一定的权利和义务,否则谈判就无从谈起;公平是指参与谈判的各方都有否决权,任何一方都不能强迫对方。

其四,谈判结果不可能是完全平等的。因为谈判各方所拥有的地位、实力与技巧总会存在差异,因而谈判的结果不可能是利益的平均分配。

当然,谈判的上述特点在不同的视角下有不同的定义:在协调视角下,谈判是指参与各方在一定时空条件下为改变和建立新的社会关系,并使各方达到某种利益目标所采取的协调行为;在法律视角下,谈判是指参与各方根据规定的法律、政策和道德,论证自己的观点,说服对方,最终形成统一意志体现的协议,协议是对各方都具有平等约束力的法律行为;在需要的视角下,谈判就是两个或两个以上存在利益差异或利益互补关系的当事人为满足各自需要而进行的交易。虽然不同视角下对谈判的定义不同,但有一点是共同的,即谈判是人类解决问题的理性活动,一切谈判的基本动因是需要和对需要的满足。基于此,本书对谈判的探讨更多是在需求视角下进行的。

二、谈判的分类标准

根据一定的标准对形形色色的谈判活动进行规范分类,有助于我们更深入地了解不同类型谈判的特点,从而在分类的基础上帮助谈判者更好地针对特定类型的谈判,确定有效的应对措施,进一步提高谈判策略的原则性和灵活性。

(一)按谈判的性质分类是最基本的谈判分类标准

按谈判的性质可将谈判划分为政治谈判、军事谈判、经济谈判和文化、科技谈判等。

政治谈判是指政府、政党、社会团体等政治实体之间为了获取各自的政治利益,保持友好的关系以及为社会整体协调发展的需要而进行的处理国家和社会事务的谈

判活动。例如联合国及其他国际政治组织主持的各项国际政治事务的谈判;不同政党与政治组织之间,为执政权或在野党合法地位等问题的谈判;社会团体、社会组织为了改善相互关系,取得某种利益、地位而进行的谈判活动等。这其中又包括了国家机构之间运作工作的谈判,行政官员和非行政组织、社团及个人进行的公务谈判。尤其在现代社会,在对话代替对抗、和平和合作成为主流的趋势下,政治谈判在国家政权的维持以及国际交往中的作用和地位更加增强,成为解决政治纠纷、加强友好关系以及维护世界和平的重要手段。

军事谈判是指军事组织之间为了解决与战争相关问题的需要,为了协调武装冲突中的各方关系,限制武装力量等问题而进行的谈判活动。军事是政治的一部分,是一国或者集团、联盟用暴力手段达到自己目标和目的的方式,而目标和目的往往与利益有关。因此,政治谈判和军事谈判既有联系又有区别,是人类活动的重要组成部分,是现代社会解决政治分歧、军事冲突的主要手段。由于政治、军事的核心是国家政权,这就决定了政治军事谈判的环境条件比较复杂,它必然会受到社会制度、阶级关系、民族问题、宗教派别、法律法规、经济实力、自然条件甚至文化习俗、传统习惯的影响和制约。另外,政治、军事谈判所涉及的相关因素的复杂性,必然导致相关谈判的历程也比较艰难。

经济谈判是指人们为了解决经济利益的分歧、满足各自的经济利益目标、相互明确权利和义务而进行的谈判活动,也称商务谈判。经济谈判是社会经济发展的纽带,商品经济越发达,经济谈判的应用就越广泛。现代社会中经济谈判在谈判中的比重越来越大,已经成为社会经济活动中不可缺少的组成部分。经济谈判的形式也越来越多样化,成为人们开展经济活动的重要手段。经济谈判具有明显的经济特征,这是因为经济谈判的内容涉及面广且都具有一定的经济目标,同时由于市场运行的所有环节、全部经济活动主体的利益都受到法律的保护,因此,经济谈判的全过程以及所产生的结果,必须符合法律法规;又由于市场经济产权的明晰化和市场主体的平等化,决定了交易的自由化,从而也使得经济谈判充分表现了其协调性。如本章开篇所举例子,买方底价是25万元,卖方底价是30万元,那么从25万元到30万元之间的任何一个点都是可能成交的协议点。这就要看谈判目标的确定、谈判策略的运用和谈判者的谈判能力了。显然,同一场谈判,会由于谈判目标、谈判策略、谈判者的不同而带来不同的谈判结果。

经济谈判作为各种经济活动的联系媒介,广泛应用于社会生产、生活的各个领域,《商务谈判概论》便是围绕经济谈判而进行的较为全面、深入、简明而又概括的探讨。

文化、科技谈判是国家、地区之间为了促成和保障彼此间文化交流、科技合作顺利开展而进行的谈判活动。现代社会中,文化交流、科技合作已经成为各民族深入交