

谈判力

基础管理丛书

# 有效谈判

# 细则

Y O U X I A O  
t a n p a n o X i z e

曹伟 荀志强 / 著

别让冗长沉闷的谈判  
浪费你的时间  
学会有效谈判  
掌握细则  
让谈判成为双赢的开始

中国言实出版社

C912.3  
C153.1

# 有效 谈判 细则

Y o u x i a o  
t a n p a n o X i z e

别让冗长沉闷的谈判  
浪费你的时间  
学会有效谈判  
掌握细则  
让谈判成为双赢的开始

中国言实出版社

图书在版编目(CIP)数据

谈判力 / 曹伟, 荀志强著. —北京: 中国言实出版社, 2007.4(重版)

ISBN 7-80128-715-1

I. 谈…

II. ①曹… ②荀…

III. 谈判学

IV. C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 101773 号

出版发行 中国言实出版社

地 址: 北京市朝阳区北苑路 180 号加利大厦 5 号楼 105 室

邮 编: 100101

电 话: 64924716(发行部) 64963101(邮 购)

64924880(总编室) 64928661(编辑部)

网 址: [www.zgyscbs.cn](http://www.zgyscbs.cn)

E-mail: [zgyscbs@263.net](mailto:zgyscbs@263.net)

经 销 新华书店  
印 刷 四川省南方印务有限公司  
版 次 2007 年 4 月第 2 版 2007 年 4 月第 1 次印刷  
规 格 787 × 990 毫米 1/16 18.5 印张  
字 数 280 千字  
定 价 38.00 元

	<b>有效谈判细则</b>	
<b>第一章</b>	<b>这就是谈判 .....</b>	<b>1</b>
	谈判无处不在 / 1	
	“开门”与“关门”之间 / 3	
	谈判发生的条件 / 5	
	把自己变“大” / 8	
	谈判的本质 / 10	
	把握谈判的机会 / 11	
	确定谈判的目标 / 12	
	输,有时也是可取的 / 14	
	谈判谋略 / 16	
	谈判的时空选择 / 18	
	谈判的民族性差异 / 19	
	交谈的基本原则:少说多听 / 21	
<b>第二章</b>	<b>一流的谈判者 .....</b>	<b>24</b>
	个人谈判能力定位 / 24	
	表达能力的自我修炼 / 26	
	不言自明的谈判潜规则 / 31	
	积极的态度 / 33	
	虚假地解决问题 / 34	
	权力运用 / 35	
	以关系作要挟 / 36	
	打破僵局的方法 / 37	
	拒绝谈判 / 40	
	倾听,倾听,还是倾听…… / 41	
	目光,传递心灵信息的语言 / 43	
	双手泄露的秘密 / 45	
	幽默的力量 / 46	
	语言大师谈语言质量的十条标准 / 49	

UJUM

- 说不到点子上 / 50
- 说“谢谢”的六个规则 / 52
- 三思而后“言” / 52
- 满足对方的自尊心理 / 53
- 我在跟谁说话 / 54
- 谈判能力的测试 / 56

**第三章 谈判就这几招** ..... 66

- 营造良好的谈判气氛 / 66
- 正话反说与反话正说 / 69
- 弦外之音这样听 / 71
- 有底“摸”底,没底“磨”底 / 74
- “喂”反应,“吐”信息 / 75
- 如何取得谈判对手的信任 / 76
- 使你言谈成功的五种方法 / 77
- 成功交流的技巧 / 80
- 如何培养说服力 / 82
- 如何让对方让步 / 85
- 红脸、白脸 / 85
- 如何提高谈判能力 / 86
- 谈判中常见的诡辩及其破解 / 98
- 妙问与妙答 / 100
- 在提问中,如何牵制对方 / 102
- 威胁:谈判中的传统武器 / 105
- 如何应对盛怒的人 / 106
- 如何进行不平等的对话 / 107
- 欲擒故纵 / 108
- 帮他找台阶 / 109

**第四章 商务谈判细则** ..... 113

- 商务谈判的基本功 / 113
- 商务谈判礼仪 / 114
- 商务谈判的指导原则 / 116
- 商务谈判语言技巧 / 118

商务谈判语言禁忌 / 119

商务谈判中的探测技巧 / 122

商务谈判中的拖延战术 / 124

商务谈判中打破僵局的谋略 / 128

商务谈判妙招 / 129

先报价好,还是后报价好 / 136

适当地刺激对方 / 138

电话:谈判桌上的好道具 / 139

如何谈“我” / 141

老板最怕说的三句话 / 142

如何在谈判中获取最大利益 / 144

如何和世界各地的商人打交道 / 146

## 第五章 推销谈判细则 ..... 148

人人都是推销员 / 148

电话约见技巧 / 149

有人电话打进来 / 152

拒绝是推销的开始 / 153

如何与顾客打招呼 / 154

为什么要听你介绍商品 / 156

产品说明的技巧 / 159

倾听,无言的口才 / 163

赞扬就是推销 / 164

善于提问题 / 166

这个问题嘛,你听我说 / 167

若要人“买”,先让人“爱” / 170

赢得信任的捷径 / 171

在正确的时候提出正确的问题 / 173

如何化解顾客的价格异议 / 180

说服的技巧 / 184

见风使舵巧推销 / 184

诱导成交的语言技巧 / 186

推销谈判禁忌 / 189

推销失败后的商谈原因梳理 / 193

**第六章 求职谈判细则 ..... 196**

- 精心设计开头五分钟 / 196
- 应聘者常被问的问题 / 197
- 求职谈判语言技巧 / 199
- 求职面试, 别说这些话 / 204
- 如何巧答面试刁难题 / 206
- 如何坦然谈薪水 / 208
- 向老板讨个公道 / 210
- 世界五百强经典面试题 / 211
- 世界五百强面试题精解 / 225
- 如何结束面试谈话 / 247

**第七章 办公室谈判细则 ..... 249**

- 人在屋檐下, 如何不低头 / 249
- 老板, 我要加薪 / 252
- 你人红, 我眼红 / 256
- 吃亏就是占便宜 / 258
- 骑马找马, 越磨越香 / 260
- 如何向上司建言献策 / 262
- 如何说服上司 / 266
- 批评的艺术 / 268
- 怎样开头好 / 270
- 克服与领导交谈时的紧张心理 / 272
- 与领导、上司的谈话艺术 / 273
- 与副职上司的相处之道 / 282
- 如何争取上司的支持 / 283
- 与同事的谈话艺术 / 284
- 与老同志相处的艺术 / 285
- 与上司发生冲突后怎么办 / 286
- 上司给你“穿小鞋”怎么办 / 288

# 第一章 这就是谈判

## 谈判无处不在

有人说，人生就是一场谈判。

谈判无处不在。只要你生活着，只要你在事业中努力着，谈判将是你必需面对的。

你拒绝，你不理，你就会失败。同样，谈判中也蕴蓄着极大的生机，它可以让你从失败转化为成功，给你的成功锦上添花。

谈判无处不在。谈判是我们日常生活中必不可少的一部分，我们完全有理由对谈判密切关注。

如果回顾一下你的一天，可能你会发现有很多相似之处，或者这就是你的一天：

7: 30，与家人一起用早餐，同时商量今天谁接送孩子，买什么日用品。

8: 30，与上司讨论几个新计划，以及商谈其他工作事项。

9: 30，与客户商谈合作事宜。

10: 30，对下属的工作表现进行评审。

11: 30，有顾客气冲冲来访，她不满意某一件产品，要求你向她提供维修服务或更换其中的某个零件，甚至是要求你退货。

12: 30，去外面就餐，就价格与餐馆发生争执。

13: 30，朋友电话约你下午谈些事情。

14: 00，你向上司请假，外出会朋友。

15: 00，向朋友解释迟到的原因。



16: 00, 给妻子电话, 告诉她自己不能去接孩子回家, 让妻子去接孩子。

17: 00, 陪朋友请一位领导吃饭。

18: 00, 与领导、朋友共进晚餐, 就朋友之事与领导“沟通”。

.....

不知你是否同意, 以上这些交往中的任何一个细节其实都是谈判, 其中有一些是非常明显的谈判。比如, 几乎所有的人都会同意, 你和顾客的两次接触就是谈判。那么, 这一天中你与其他人的接触呢?

早上与家人共进早餐时, 商量谁去接送孩子、谁买日用品, 这其实也是“生活谈判”。

再说同上司的“讨论”与“商谈”, 如果你对上司分配给你的每项任务都唯唯诺诺, 那你同他的“会谈”就不是谈判, 然而, 如果你点头同意, 但要求回报, 那么仍然会有很多的谈判。同样, 你与其他人的会谈也是这样, 如果其间没有异议, 那你就不会认为这些会谈就是谈判。然而, 如果有人说: “好, 但是” 或者 “不, 因为”, 那就很显然, 你已经卷入了一场谈判了。如果你完全同意对方的观点, 那么, 这可能还算不上是非常典型的谈判。如果你试着在这一交往中, 增加条件或作些改变, 你就可以把这些会谈叫做谈判。

对于你一天中其他交往来说, 也是如此吗? 我们认为是这样的。向上司请假是一件简单的事, 但如果上司有很重要的事情要你去做, 那这个“请假”很快就会变成谈判的。再往前说, 朋友约你更是件常见的事情, 但如果你有要事实在走不开, 那这个“约请”也会变成谈判。如此等等。

其他交往中的大部分, 也为谈判提供了机会, 但你忽略了这些机会。仔细想一想吧, 再问一下自己: “我本来会做得更好吗? 谈得更好吗?” 如果答案是肯定的, 那你就已失去了一次谈判的机会。

你应该明白, 每当你与另一个人交往时, 你就有了一次改善自身处境的机会。你可能抓住了其中一些机会, 或是故意错过了一些机会, 或是根本就没有意识到一些机会。但每次你都有谈判的机会, 而且只有你自己才能决定是否一试。

这也就是你所关注谈判的最好理由。因为你所做的每一件事都涉及与

他人的合作，每当你与他人交往时，你就拥有一次为自己或他人，通过谈判使事情变得更好的机会。社会的飞速发展，更为我们提供了、增加了谈判的机会。有人甚至毫不夸张地说：谈判，是 21 世纪每个渴望成功的人的必备素质之首。

## “开门”与“关门”之间

因为工作关系，我们要举家迁到京城了，当务之急就是处理掉自己的房子。房子是我们前几年花 25 万元买来的。我们与某中介公司商定，只要不低于这个价就出手。

这一天，我不在家，妻子在家收拾东西。中介带来了一个年龄与我相仿的中年人。最让妻子难忘的是中年人见到我挂在书房的涂鸦时的吃惊样。后来中年人问了一些我的情况，才知道我们原来是中学同学。后来中年人与中介走了。

再后来，中介带话过来，我同学说：“那房子贵了一点，我大概买不起。可是如果降价的话，我也不好意思让自己的同学亏本，我看就算了吧。”结果谈判在这里根本就还没开始。

这不禁使我想起一位药业公司老总告诉我的故事。他说，他们生产了一种药到医院去卖，医生如果很会谈判也就罢了。如果不会谈判，问上一句：“你一定要这个价吗？”这就不好解决了。

如果回答“是”，那对方会说：“那我们买不起，你卖给别人吧！”

如果回答“不，其实少点儿也行”，说不定对方会白你一眼：“那你刚才报那么高干什么？”

对很多人来说，“能卖”、“不能卖”是二分的，要么能，要么不能，非白即黑。但谈判却不能这样，也远没有这么简单。

“全黑”或“全白”，就是“全赢”或“全输”，而谈判讲求的是：“赢者不全赢，输者不全输”。换句话说，我们要在黑白之间，找到另一种“色彩”，我们不妨说它是“灰色”的。所谓谈判，就是要我们开创出灰色的空间。

我们不妨以“开门”来比喻，谈判正是要我们在“开门”与“关门”

之间，找到第三条路。那么，第三条路又是什么呢？就是把门关起来，然后掏出钥匙，并告诉对方：“如果你能达成我的要求，我可以给你钥匙。”

也就是说，谈判要的不是肯定，也不是否定，而是“条件句”。只有掌握条件句的运用，才能掌握“开”与“关”之间的奥秘。我们常说的“纵横捭阖”，其中的“捭”、“阖”就是“关门”、“开门”的意思。

其实，整个谈判过程就是“开门”、“关门”串起来的。谈判时必须给对方一丝希望，并且一直操纵这个希望，让对方觉得谈比不谈好，这就是开门。谈判开始后，永远为对方留一个退路，让他没有压力，而且可以下台，这也是开门。当对方歇斯底里的时候，我们保持一个冷场，让他把话说完，并且在他的话里去捕捉他的内心，看他到底要什么，这种用冷场“引蛇出洞”的方式，也是开门。

另一方面，不该让的时候，充分运用各种客观数据、法律条文来坚守自己的立场，这就是关门。当然，门关了以后并不是绝对不能再開。在紧要关头，还是可以想个理由让点步，以换取最大的利益的。这种开关的运用，就是谈判的艺术。谈判不等于沟通，沟通只是谈判的一个阶段，但是并不包含开门与关门的“术”，也没有谈判的解题模型。

谈判是有解题模型的，而且有许多种。当大家都愿意各让一步的时候，还需要一些解题模型，来帮助我们思考，这就是美国人为什么说谈判不是打仗，而是一种思考方式的原因。常用的解题模型大致有以下几种：

一是“交集法”。找出双方利益的重叠处，用这个最大公约数做谈判的基础。交集法要成功，必须双方都确实为自己的要求下个定义，看看要的是什么，而不是死捧着纸面上的要求不放，这样一来，才能找到交集。

比如，我们因为国家银根紧缩而遇到了财务危机，必须向银行贷款。在这里，“贷款”是提出来的要求，但真正需要的是有“钱”来缓解财务危机，这是“定义”。只要财务危机能够得到缓解，贷不贷款其实并不重要。如果双方都能把这些心理要求写出来，交集就有机会逐渐浮现，问题也会容易得到解决的。

二是“联集法”。也就是用一些含糊的字眼来满足双方的要求，让大家都能获得一些，但是又不太多。

三是“水平谈判”。也就是把几个议题放在一起来谈，如果你让我这

个，我就让你那个。本来，按照议程应该谈完 A 再谈 B，循序渐进地进行，但是我们要交换的 A、D 先联在一起，要求两者一起谈，以取得借力使力的收效。

四是“切割法”。如果谈判桌上只摆了一个议题，那只是双方“斗牛”、“抬杠”。桌上摆的一定得是“一组”东西，这样才有交换谈判的空间。比如，单位讨论组织“学雷锋”活动，如果有很多不同意见，那么就可以把“地点”、“交通”、“经费”、“节目”等有关项目一一列出，然后再来谈。切得越细，中间交换的空间也就越大，达成协议的机会也就越大。记住，这是谈判的“铁律”哟。

商业谈判也是这样。每一个交易，都可以切成“货款”、“付款方式”、“交货条件”、“数量”、“服务”等数项，然后从中谈判、交换，也是一个道理。

此外，还有“偷换概念法”等。

如果你仔细地审视了上面的解题模型，你就会发现谈判有很多原理、原则都是相通的。比如，在谈判时，你只有把期限的压力摆在对方的肩上，绝对没有自己弄个期限压力扛在自己肩上的道理。这在哪一种谈判当中都是不变的铁律。

## 谈判发生的条件

谈判是每个人都需要学的。商界中人当然要学，因为数字谈判是最典型的资源分配谈判。而你的工作及生活，只要有立场上的不同，或利益上的差异，也都离不开各式各样的谈判，只要你生活着、工作着，你就离不开谈判。

而且这些谈判都是通的。不同类型的谈判，原理、原则其实都是一样的。

有人说，谈判是赤裸裸的权力游戏。但强者有强者的谈法，弱者也有弱者的谈法。我们也经常教导学生说，谈判不是逞口舌之快，一定要冷静分析双方强弱态势后，才能确定自己的谈判策略。美国人写的谈判书，其实对我们并不十分适用，因为他们的书通常一开始就作了这样的假定：对

方已经跟我们坐在了谈判桌前。可我们的问题是：对方根本就不跟我们谈怎么办？

那么，我们该如何把对方“逼”上谈判桌，与我们认真地“谈”呢？

任何一个谈判的发生都是有条件的。不管是哪一类型的谈判，从外交、生意、职场、家庭、两性等，想要让对方跟我们“谈”，大概都脱离不了下面三个条件：

其一，一个无法容忍的僵局。

僵局，其实是一个很宽泛的概念，它可以包括：制造的东西卖不出去、口角之争、互不相让等等。其实，谈判也就是为解决僵局而出现的。因为有了僵局，才有谈判的动力。试想，如果没有僵局，或者僵局尚可容忍，那谈判还有什么意义呢？又有谁会有闲心费那口舌呢？

因为立场的不同、利益上的差异，世上便有了僵局的矛盾，所谓矛盾自然是两方的事情。我们可以假设说他们双方分别是甲和乙，并假设甲比乙大，这种情况下，你认为甲会不会跟乙谈判？

正常情况下，应该不会。为什么呢？因为甲可以主宰全局。当甲可以主宰全局，谈判桌上的东西可以全拿的时候，它为什么要跟乙谈呢？但不谈判并不代表不给乙，它还是会给的，只不过给多少是由他决定的，而不是乙应该得到的。比如，乙觉得自己应该得 10 块钱，有主宰能力的甲却说：“你少废话，只给你 5 块。”乙又有什么办法呢？甲也许还是会坐在谈判桌上跟乙谈，但谈的时候他心里其实早就了自己的底限，这种“谈判”也只是有名无实罢了。猜想一下清政府与西方列强们的谈判吧，其实就是这样的。

当然，也有例外的情况。

第一种是甲想放长线钓大鱼。明明在这个问题上甲比乙强，但甲想以后也许还有求于乙，因此决定在这次先让些步，让乙觉得欠甲一份情，而在以后有所回报。要不就是他们双方旁边有一丙，甲想利用这个谈判演给丙看，让丙知道他是个“好人”。这样下一次他跟丙谈的时候会比较好谈。

第二种例外是甲“喜欢”乙。不要小看“喜欢”这两个字：当我可以给你，也可以给他的时候，我喜欢你，就给你；可以给、可以不给的时候，喜欢你，就给你。也就是说，当其他条件都相同的情况下，“喜欢”

就起了关键的作用。“喜欢”这两个字包括了很多复杂的内容，比如人缘（熟人好办事是也）、言谈、仪表、举止等，不一而足。

其二，双方都认为这是一个仅靠一己之力无法解决的问题。

在这里，最难的两个字就是“双方”。如果我认识到了，而你没认识到；或者你认识到了，我没认识到；或者我们双方都认识到了，但时间有先后，这些都不行。一定要双方都同时认识到才行。而一方之所以没有认识到这一点，多数情况是因为他过度的自信，认为他口袋里还有很多牌，为什么要跟你谈呢？但这种自信很可能只是一种幻觉。因此让没有认识到这一点的一方知道，他口袋里并不像他想像的那样，有很多的牌，就显得极为重要了。

怎么样做到这一点呢？这就要靠我们的本钱了，“焖”对方！

“焖”对方也就意味着僵局将会持续。而根据第一个条件，僵局对双方来说都是无法容忍的。既然我们自己也无法容忍，我们怎么“焖”人家呢？所以这里的关键，就在谁比较熬得住、熬得下去，这就是我们所谓的“本钱”了。

其三，谈判本身的吸引力。

谈判双方都必须感受到，通过谈判解决问题是可行的，是办得到的，通过谈判解决问题是比较好的。这一点是保证谈判双方坐上谈判桌的重要条件，而前两点只是把双方推到了谈判桌旁边。

我们可以举一个卖房子的例子：你有一套房子想卖，但你会不会就房价跟对方讨价还价？不一定。因为光有房子想卖——这可以算是“僵局”——不够，还要看你急不急着想卖，也就是说僵局可不可以容忍。如果不急，你可以慢慢熬，先把房子拿来出租，等房价最好时再卖。如果很急，也就说明你面临了一个“无法容忍的僵局”，这时你会谈判吗？也可能还不会。因为你过度自信，你认为现在房市很景气，是卖方市场，所以你可以等到条件再好一点再卖。也就是说，虽然有讨价还价的可能性，但你还会再抗拒一下。一直要到你发现你的房子并不像你想像的那么值钱，乏人问津时，你才会恍然大悟：原来并不是你想卖多少钱，就能卖多少钱的，你并不能主宰全局。这就是谈判发生的第二个条件了。所以这时你只有坐下来，跟好不容易上门的张三来就房价洽谈了。但这也并不表示从此

一切就一帆风顺了。你还会看第三个条件，那就是张三有没有加价的空间，这也就是谈判的可行性，以及跟张三谈判会不会比不谈要好。如果你发现张三很强硬，把价钱杀得很低，你经过一番比较，还没租出去划算，这时谈判也就不可能进行下去了。

可行性通常指的是给对方留一条路走，但也不能敞开大门，这也就是我们所说的“开门”与“关门”之间，否则，对方完全可以长驱直入了，还何必跟你费口舌呢？

应该说，完全不给对方路走，叫做“否定句”；而让对方长驱直入就是“肯定句”。而谈判需要的则是“条件句”：“如果你……，我就……”。

如果对方没做到我们的“如果”，那么刚才我们的那句“条件句”就可以不算。至于条件的严苛与否，那就看我们的解释了。如果我们不想谈，就对条件做狭义解释，一定要符合我们的要求的每一个要件，才“开门”让你进来。但如果我们想谈，那就把条件做广义解释，只要擦到一点边也就算数，就可让他“进门”了。

另外需谨记的是，要给对方一些甜头，让对方觉得“谈比不谈要好”，或“跟我们谈，比跟其他人谈要好”。甜头有虚有实，虚的是给对方一个“大饼”，一个远景；实则是给他一些小利。

我们可以拿购买期房为例：买期房时，虽然我们都知道，样板间只是一个“立体幻觉”而已，房子真盖起来了，也绝对和样板间不一样，可没有样板间的期房我们会买吗？答案是否定的。因为这样一来我们连幻觉都没有。在这里，样板间就是远景。但光有样板间还不够，对方还得给我们一些“小利”，比如送灶具啦、电器啦等等，这样才能把我们引诱上桌。

我们之所以拿样板间（房）作例子，是因为我们认为，所有的远景一定要“图像化”，让对方有个东西可以想像。而想像总是美好的。美好总能引来美满的结局。

## 把自己变“大”

如果不谈例外，回归谈判的本体，那么在甲大乙小的时候，甲当然不会跟乙谈判了。这时，乙只有一个方法，那就是设法把自己变“大”，逼

得甲来跟你谈。这也就了谈判学上一个很辩证的讲法：谈判的目的在解决僵局，但在解决僵局前，却必须有一个僵局，维持一个僵局，也就是说，要一定先把问题变成双方所共同面对的问题；这样，谈判才有发生的可能。因此，谈判的第一项工作，就是“小题大做”。

那么，乙怎么把自己变“大”呢？方法有以下三类：

### 一、增加“议题”

我们举一个最简单的例子：我们去商店买饮料，问老板：“买一瓶，老板能不能打折？”他说不行。问：“买十瓶呢？”或许就可以了。这就是增加“议题”，小题大做。好多商贩之所以有那么大的杀价能力，就在于他进货的量。

把“议题”增加，可以分为把议题的“数目”增加，或是把“项目”增加。上面这个买饮料的例子，是属于把议题的“数目”增加的类型。

而把议题的“项目”增加则是挂钩策略。例如我们跟对方谈“A 议题”，这是我们比较弱的议题，结果人家不跟我们谈。于是我们可以把自己比较强的“B 议题”挂起来，告诉对方，如果你在 A 议题上让给我，我在 B 议题上就让你。对方不理，我们还可以再“挂”C；如果对方还不让我，我还可以 D、E 都让你，你让不让步？

还有一点关于挂钩的战术必须说明，那就是我们挂上来的议题到底对谁有利、对谁不利？这也有很大的不同。比如，我们告诉对方：“如果你答应我 A，我就答应撤出这个市场，不和你竞争。”或者，“如果你答应我 A，我就答应退出，不与你竞争。”

“退出市场”和“退出竞争”都是对我们不利的、但对对方有利的事，所以这种挂钩也叫做“谄媚”，让对方相信我们是真诚的。我们是否有“信用”在这里非常重要，否则“人不为己，天诛地灭”，对方为什么会相信我们会做一件对自己不利的事？在“谄媚”的情况下，对方也会设法保持和我们的关系，让我们需要他的 A，这样他才可能用 A 来钓住我们，让我们去做那些对我们不利，但对他有利的事。

反过来，如果我们告诉对方：“如果你不答应我 A 的话，我就不卖石油给你。”或者，“如果你不答应我 A 的话，我就把你秘密公开，了不起同归于尽。”



“不卖石油”可能对我们也不利，因为我们少赚了不少利润。可是对他却可能绝对不利，因为他将立刻面临能源危机。“公开秘密、同归于尽”也一样，不一定真的同归于尽，但对他是一定不利的。这种对对方不利的挂钩战术叫做“勒索”。

在勒索战术下，我方一定要让对方相信我们是“不理性”的。只有不理性的人才会同归于尽。至于对方，他则会千方百计闪避我们，或减少对我们的依赖。例如我们拿石油禁运勒索对方，对方在被勒索一次以后，一定会设法分散石油的来源，下一次就不再会被我们勒索了。所以这种战术只能用一两次。

## 二、结盟战术

通过结盟来“膨胀”自己，是变“大”的一种方法。

## 三、把情势提高

带孩子逛街的时候，父母们经常会遇到这样一种尴尬的情形：孩子要买某种东西，而父母又觉得这个东西不需要或太贵，不想给孩子买。这时，孩子就知道吵闹，甚至哭闹，弄得父母左右不是，多数情况下，也只有缴械投降了。其实，孩子的“哭闹”便是在制造“僵局”，并把情势“激化”，如果做父母的无法忍受这个僵局，就只得跟孩子这个弱势一方“谈判”了。“这个东西不好，妈妈带你去吃肯德基，好不好？”或者想干脆点儿的，就一步退到底：“你不哭了，爸爸就给你买。”

## 谈判的本质

行文至此，我们觉得还是应该给谈判一个定义，这样才像是一本完整的、严肃的著作。

谈判的定义很简单，而涉及的范围却最为广泛。每一个要求满足的愿望、每一项寻求满足的需要，都是诱发人们展开谈判过程的源泉。只要人们是为了改变相互关系而交换观点、意见，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。简而言之，谈判其实就是一种相对双方，将自己的“观点”从“最理想”，调适到“最可行”的过程。

谈判有赖于信息交流。可以把谈判看成是人类行为的一个组成部分。