



财经管理系列“十三五”规划教材

商务谈判

主编◎寇明斌 孙会茹 付向阳



Business negotiation



西安电子科技大学出版社
<http://www.xduph.com>

财经管理系列“十三五”规划教材

商务谈判

主 编 寇明斌 孙会茹 付向阳
副主编 韩燕华 王书爽 梁 锐
陈海彬 颜 燕 佟艳芬
主 审 李俊峰 刘 畅

西安电子科技大学出版社

内 容 简 介

商务谈判是指从事商务活动的法人为了实现自己的交易目的而同交易对手就交易条件进行反复协商、达成双方满意协议的行为过程。本书尽量淡化枯燥的谈判理论,突出应用性的主旨,期望达到激发读者的学习兴趣、强化对商务谈判策略的理解和掌握沟通技巧的目的。全书共分十章:商务谈判概论、商务谈判组织、商务谈判语言与逻辑思维、商务谈判的文化背景、商务谈判方案策划、商务谈判的进程、商务谈判合同的签订、商务谈判策略、商务谈判中的礼仪和国际商务谈判。

本书既可以作为应用型本科院校、职业院校的教材,也可供从事商务谈判工作的商务人员参考阅读。

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判 / 寇明斌, 孙会茹, 付向阳主编. — 西安:
西安电子科技大学出版社, 2016.6

ISBN 978-7-5606-4132-4

I. ①商… II. ①寇… ②孙… ③付… III. ①商务谈判 IV. ①F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 119596 号

策 划 罗建锋 章银武

责任编辑 李 文

出版发行 西安电子科技大学出版社 (西安市太白南路 2 号)

电 话 (010) 56091798 (029) 88201467 邮 编 710071

网 址 www.xduph.com

电子邮箱 xdupfxb001@163.com

经 销 新华书店

印刷单位 三河市悦鑫印务有限公司

版 次 2016 年 6 月第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷

开 本 787 毫米×1092 毫米 1/16 印 张 14

字 数 336 千字

印 数 1~3000 册定 价 35.00 元

ISBN 978-7-5606-4132-4

XDUP 4424001-1

如有印装问题请联系 010-56091798

前言

谈判是智慧与实力的较量,是谋略与技巧的角逐;谈判更是一项合作事业,合则双赢,分则两伤;谈判也是解决冲突的重要手段,合作并非意味着没有冲突,而冲突的解决则需要把握施与受的基本原则。通过交锋与妥协,在谈判力的较量中寻找各方利益平衡的最佳结合点,这也是谈判的真谛所在。

作为谈判的一种重要形式,商务谈判在现代市场经济中无处不在,无时不有。从小商小贩到现代企业集团,从本土工商企业的供销活动到国际间的经济、技术贸易,都离不开商务谈判。尤其是在市场经济日益发展、国际竞争日趋激烈的今天,商务谈判更显示了其无法替代的地位和举足轻重的作用。

本书立足于近年来国内外商务谈判领域的研究进展和实践变革,借鉴了大量的相关研究成果和案例素材,在构建商务谈判学科框架的基础上,结合实务界在实际谈判工作中的经验和教训,系统阐释了商务谈判的相关理论和实际操作流程,并以基础理论为基本写作宗旨,注重实务性,突出实用性,以培养学生的应用型技能为主要指导思想。本书语言通俗易懂、选材实用生动,可读性强。

全书共分为十章。包括商务谈判概论、商务谈判组织、商务谈判语言与逻辑思维、商务谈判的文化背景、商务谈判方案策划、商务谈判的进程、商务谈判合同的签订、商务谈判策略、商务谈判中的礼仪和国际商务谈判。

本书由兰州文理学院经济与管理学院的寇明斌、吉林电子信息职业技术学院的孙会茹和内蒙古化工职业学院的付向阳担任主编,漯河职业技术学院的韩燕华、黄淮学院的王书爽、桂林理工大学南宁分校的梁锐、郑州旅游职业学院的陈海彬、钦州学院的颜燕和广州工商学院的佟艳芬担任副主编。寇明斌拟定写作提纲并统稿。兰州文理学院经济与管理学院的李俊峰和刘畅担任本书的主审,并在本书的写作过程中给予了很大帮助,提出了许多宝贵意见,在此表示衷心感谢。本书的相关资料和售后服务可扫封底的微信二维码或与QQ(2436472462)联系获得。

由于编写时间和编者经验所限,书中难免有不足之处,敬请广大读者批评指正。

编者

2016年5月

目 录

第一章 商务谈判概论	1
【本章学习目标】	1
第一节 商务谈判的基本知识	1
一、商务谈判的基本要素	1
二、商务谈判发展历程	3
三、影响商务谈判的因素	4
四、商务谈判的特征	4
五、商务谈判的现实意义	5
第二节 商务谈判的分类	6
一、国内商务谈判和国际商务谈判	6
二、商品贸易谈判和非商品贸易谈判	7
三、一对一谈判、小组谈判和大型谈判	8
四、主座谈判、客座谈判和主客座轮流谈判	8
五、软式谈判、硬式谈判和原则式谈判	10
六、口头谈判和书面谈判	11
第三节 商务谈判的原则	12
一、合法原则	13
二、平等互利原则	13
三、信实原则	14
四、事人有别原则	14
五、立场与利益分开原则	14
六、客观标准的原则	15
七、实事求是原则	15
八、时效性原则	16
九、最低目标原则	16
十、科学性与艺术性相结合的原则	16
第四节 《商务谈判》研究的内容和方法	17
一、《商务谈判》研究的内容	17
二、《商务谈判》研究的方法	17
本章小结	18



复习思考题	18
第二章 商务谈判组织	19
【本章学习目标】	19
第一节 商务谈判人员素质	19
一、一般谈判人员的素质	19
二、谈判领导人员的素质	21
第二节 商务谈判队伍的团队管理	22
一、建立科学有效的谈判组织	22
二、谈判人员的激励	23
第三节 谈判人员心理活动分析	25
一、谈判人员的心理活动	25
二、谈判人员的个性	26
三、谈判人员的心理评估	27
本章小结	28
复习思考题	28
第三章 商务谈判语言与逻辑思维	29
【本章学习目标】	29
第一节 商务谈判语言基本知识	29
一、商务谈判语言的形式	29
二、商务谈判语言的特点	30
三、语言在商务谈判中的作用	32
第二节 商务谈判中有声语言沟通技巧	33
一、叙述的技巧	33
二、提问的技巧	34
三、回答的技巧	37
四、辩论的技巧	38
五、说服的技巧	39
第三节 商务谈判中无声语言沟通技巧	39
一、无声语言的特点	40
二、倾听的技巧	40
三、观察的技巧	42
第四节 商务谈判逻辑思维	47
一、商务谈判逻辑的基本范畴	47
二、商务谈判的思维艺术	48

三、商务谈判中的诡辩术	49
本章小结	50
复习思考题	50
第四章 商务谈判的文化背景	51
【本章学习目标】	51
第一节 商务谈判者的文化差异与沟通	51
一、文化差异	51
二、文化差异对国际商务谈判的影响	53
三、应对国际商务谈判中文化差异问题的策略	53
四、中国文化对商务谈判的影响	54
第二节 各国商人的谈判风格	56
一、美国商人的谈判风格	56
二、英国商人的谈判风格	56
三、法国商人的谈判风格	57
四、德国商人的谈判风格	58
五、意大利商人的谈判风格	59
六、俄罗斯商人的谈判风格	60
七、日本商人的谈判风格	61
八、韩国商人的谈判风格	61
九、阿拉伯商人的谈判风格	62
十、华侨商人的谈判风格	62
本章小结	63
复习思考题	63
第五章 商务谈判方案策划	64
【本章学习目标】	64
第一节 商务谈判方案策划基本知识	64
一、商务谈判方案制定的要求	64
二、商务谈判方案策划的思路	65
第二节 商务谈判策划流程	65
一、确定商务谈判目标	66
二、搜集商务谈判所需的情报资料	67
三、确定商务谈判争议点	68
四、商务谈判双方的优劣势分析	69
五、估计商务谈判对手的低价及初始立场	72

六、制定商务谈判的战略、战术方案	72
七、确定商务谈判议程	77
八、商务谈判方案策划书编写	79
本章小结	80
复习思考题	80
第六章 商务谈判的进程	82
【本章学习目标】	82
第一节 商务谈判的开局	82
一、开局在整个谈判中的作用	82
二、形成良好开局的原则	83
三、开局的任务与内容	83
四、开局的方式	84
五、正确处理开局阶段的“破冰”期	85
六、建立良好的谈判气氛	86
七、开场陈述	89
八、报价	90
第二节 商务谈判的磋商	94
一、商务谈判的讨价	95
二、商务谈判的还价	95
三、商务谈判的让步	96
四、商务谈判的突破	101
五、商务谈判的最后通牒	104
第三节 商务谈判的结局	106
一、商务谈判结束的时间	107
二、谈判结束的标志	107
三、谈判结束的方式	109
四、谈判结束的原则	111
五、谈判结束前应注意的问题	112
本章小结	113
复习思考题	113
第七章 商务谈判合同的签订	114
【本章学习目标】	114
第一节 商务合同的基本知识	114
一、合同条款的特征	114

二、合同条款的谈判原则	117
三、合同有效的条件	122
四、合同的签字	123
第二节 商务合同的结构	123
一、合同正文的结构	123
二、附件的构成与内容要求	128
第三节 商务谈判的后续工作	133
一、合同的履行	133
二、合同的管理	134
三、争议的处理	135
四、索赔谈判	136
本章小结	137
复习思考题	137
第八章 商务谈判策略	139
【本章学习目标】	139
第一节 商务谈判策略的基本知识	139
一、商务谈判策略构成要素	139
二、商务谈判策略的特征	140
第二节 商务谈判各阶段策略	141
一、商务谈判开局阶段的策略	141
二、商务谈判报价的技巧	145
三、商务谈判磋商阶段（还价阶段）策略	150
四、商务谈判结局的策略	160
第三节 九战四十五策	162
一、九战四十五策的内容	162
二、九战四十五策略的执行	171
本章小结	172
复习思考题	172
第九章 商务谈判中的礼仪	173
【本章学习目标】	173
第一节 商务礼仪基本知识	173
一、商务礼仪的特征	173
二、商务礼仪的原则	174
三、商务礼仪的作用	175

第二节 商务谈判中各种场合礼仪	175
一、商务谈判中服饰礼仪	175
二、商务谈判者的谈吐礼仪	177
三、迎送礼仪	179
四、商务拜访礼仪	181
五、见面礼仪	182
六、会谈礼仪	185
七、宴请礼仪	187
八、舞会的礼仪	190
九、馈赠礼仪	192
十、庆典活动礼仪	195
第三节 主要国家商务礼仪与禁忌	196
一、亚洲地区的商务礼仪与禁忌	196
二、欧美地区的商务礼仪与禁忌	198
本章小结	200
复习思考题	200
第十章 国际商务谈判	201
【本章学习目标】	201
第一节 国际商务谈判基本知识	201
一、国际商务谈判的特点	201
二、国际商务谈判的原则	203
三、国际商务谈判重要性	204
第二节 国际商务谈判的风险防范	205
一、常见的国际商务活动的风险	205
二、国际商务谈判风险的规避	209
三、国际商务谈判风险的转移	212
本章小结	213
复习思考题	213
参考文献	214

第一章 商务谈判概论

商务谈判，是指从事商务活动的法人为了实现自己的交易目的而同交易对手就交易条件进行反复协商、达成双方满意协议的行为过程，表现和反映了交换双方的市场交换关系。商务谈判寓于交换活动中，成为交易活动的组成部分，属于商品交换和商品经济的范畴。

【本章学习目标】

- 了解商务谈判的基本知识；
- 掌握商务谈判的分类和商务谈判的原则；
- 了解《商务谈判》研究的内容和方法。

第一节 商务谈判的基本知识

从法律学角度来理解，商务谈判是指交易双方以一定的形式通过多次反复的发盘、还盘直到接受的程序，是就交易标的物及其他各项交易条件进行协商、达成协议的行为过程；这一定义强调，尽管谈判过程中双方的行为并不是最终交易的依据，是可以改变的，但是一旦发生即具有某种程度的法律约束力，当该行为更改撤销时就必须一定的条件下才能成立。虽然前者强调商务谈判所反映的经济利益关系，后者强调的则是交易双方通过商务谈判所形成的法律关系。但是有一点却是统一的，都说明了谈判的结果必须是交易双方完全一致性的认可。

一、商务谈判的基本要素

商务谈判的要素是指构成商务谈判活动的必要因素，它是从静态结构揭示经济谈判的内在基础。通常认为，任何谈判都是谈判主体和谈判客体相互作用的过程。因此，商务谈判的基本要素应该包括谈判的主体、谈判的客体（包括谈判意向和谈判标的）、协商行为三个方面。当然对于具体的谈判而言，还可以有其他要素，使该谈判具体化、明确化。

（一）商务谈判的主体

商务谈判的主体指的是交易双方或者双方合法的代理人。交易双方是交易过程中的行为主体，交易活动结果直接涉及到他们的经济利益和其他方面的利益，而谈判活动是交易

的前奏，为交易结果起定调的作用，所以在商务谈判活动中，谈判主体是主要因素，起着至关重要的作用。商务谈判活动的成效在很大程度上取决于谈判主体的主观能动性和创造性。谈判的主体可以是一个人，也可以是一个合理组成的群体。但不是什么人都可以成为主体，主体首先必须是交易双方或者他们合法的代理人，其次必须是具有商务谈判科学知识和能力、拥有相应权力的人。

（二）谈判意向

交易双方参与交易活动，必有其特定的需要和特定的目的，否则他们不会共同走到谈判桌前，这些谈判需要和目的共同形成谈判意向。并且根据谈判意向，双方必须向对方明确表示要求或者同意就某一商务事项与对方进行谈判。谈判意向的表示既是谈判活动的基础，又是谈判正式开始的标志。

（三）谈判标的

谈判标的是交易过程中的客体，是谈判的对象和主要内容。没有谈判标的，双方的交易目的是无法实现的。并且对标的的谈判还将极大地影响和作用于其他交易条件。现代商务谈判的标的，除了具有实体的商品外，还有具有价值的虚拟商品，如技术、劳务、资金借贷、信息等。

（四）协商行为

在整个谈判过程中，交易双方为了达成本方的意向，总是讨价还价、不断调整改变自己所提出的发盘条件、逼迫对方降低发盘条件，以谋求双方都可以接受的成交条件，这就是协商行为。即使在短短数秒中完成的极其简单的口头协商的交易活动中，协商行为也在悄然发生。

（五）谈判结果

不论谈判是促成交易还是破裂，都是谈判的结果。结果应该是一个由时间、地点、最后的结局等组成的一个复合体。

以上各种要素如彼此孤立存在，不是一个有机的整体，则商务谈判不可能存在。因此，各种要素必须通过若干的联系形式，或者说是结合媒体而形成有机整体，这些媒体主要是谈判者在谈判中所拥有的权力（Power）、时间（Time）和信息（Information）三要素。

（1）权力（Power）。权力是谈判者在谈判中能对谈判对手、谈判内容、谈判过程以及谈判者自己施加控制和影响的能力和条件。谈判者拥有权利，就等于自己能够掌握自己的命运，就有了实现谈判目标最可靠的依据。

（2）时间（Time）。时间的客观性告诉人们这样一个普遍的真理：时间不等人，时间的运动速度是恒定的，这对于每个人都是相同的，人们对它无能为力，没法改变。因而必



须注意时间进程对谈判过程的影响，在很多时候，谈判者看待时间的观念和使用时间的方式会成为成功的关键，这就是常说的抓住谈判机遇。

(3) 信息 (Information)。信息是与谈判活动有关的一切资料和情报的总和。谈判目标的制定、谈判战略和谈判策略的选择都依赖于谈判者所掌握信息的数量和质量，整个谈判过程始终都是信息的传递和交流的过程。

二、商务谈判的发展历程

(一) 商务谈判的产生

人是社会关系的总和，人类的活动总是体现为一种社会活动。人总是与他周围的人们发生关系，这种关系是多种多样的、复杂的，而且在不断变化发展。人们达成一致的情形是相当偶然的，完全的一致根本不存在，而大多数时候都处于相互矛盾的状态之中，有时隐蔽缓和，有时激烈尖锐。这些矛盾的解决必须通过各种方式和途径来完成，如竞争，甚至是诉诸武力和战争等，但这些方式往往造成双方两败俱伤。因此在采用某种方式和途径之前，双方都力图采用谈判的途径来谋求双方矛盾的解决。所以，谈判作为一种社会活动的产生，是由于它是一种协调人们之间关系，尤其是发生冲突关系时的基本而有效的手段。

当最初人们之间直接的经济关系并不复杂的时候，谈判多用于解决社会集团之间的政治、军事、外交等冲突，直至现代谈判也依然是解决这些领域问题的主要手段之一。

毫无疑问，人们之间的经济关系也同社会关系一样，时常产生冲突，于是谈判便移植于经济生活之中，用以调整人与人、经济组织与经济组织之间的物质利益关系，从而产生了经济谈判。随着社会化大生产以及商品经济的发展，经济关系集中体现在市场交换关系上，经济谈判主要表现为商务谈判。因而，商务谈判活动的产生乃是来源于交换关系的矛盾，并成为协调人们之间、经济组织与经济组织之间市场关系的手段。

(二) 商务谈判的发展

从历史发展的规律来看，商务谈判与商品经济之间有着内在、本质的联系。商务谈判随着商品经济的产生而产生，随着商品经济的发展而发展。商品经济的规模、范围、深度等特点，制约着商务谈判的规模、范围、深度等状况。反过来，商务谈判的科学化程度的提高又通过有效地协调好市场交换关系而促进商品经济的迅速发展。

(三) 商务谈判发展的规律性

随着交换关系范围的扩大、内容的复杂、程序的规范，商务谈判的发展呈现出以下规律性：

(1) 谈判行为的普遍化。由于利用谈判途径可以解决交易中的利益冲突具有许多方便之处，因此交易双方愈来愈愿意利用这一工具。



(2) 谈判策略的艺术化。交换双方经济利益冲突将日益复杂，并以新的方式反映和暴露出来。显然简单生硬的谈判方式已经不能达到解决这些冲突的目的，谈判者必须将谈判策略艺术化，力求通过精湛的谈判技巧缓解冲突情绪，满足对方谈判心理等各方面的要求，使得谈判成功。

(3) 谈判人员组织化。早期的商务谈判大多限制在货物贸易的谈判范围内，只需要一个人就可以完成，而现代商务谈判领域已经扩大到劳务、技术、资金借贷、信息等方面，交易条款多而复杂，给谈判增大了难度，尤其是大型的、综合性的、一揽子的谈判，持续时间长，必须成立谈判小组，由各方面专家组成，分工协作处理谈判中的有关事务。

(4) 谈判过程约束化。通过长期商务谈判实践的总结，许多国家以及国际组织都力求把成熟的经验、方法、程序、原则加以理论化、条文化、法律化，用以指导和约束越来越多的谈判顺利进行。

三、影响商务谈判的因素

任何一种谈判都可以按其冲突程度（或合作程度）从中找到一个合适的位置。决定谈判的因素很多，主要包括以下几点：

- (1) 谈判各方所希望取得的成果总和越是固定，则谈判越具冲突性。
- (2) 单一谈判主题往往比较多主题更具冲突性。
- (3) 谈判双方的依存性愈高，则谈判愈具合作性。
- (4) 谈判者的性格可以影响谈判的合作程度。
- (5) 谈判各方所能运用的时间长短。
- (6) 谈判双方实力的差别。

四、商务谈判的特征

商务谈判除了具有一般谈判的共性外，还有其个性特点，主要表现在以下几个方面。

(一) 以经济利益为目的

人们之所以要谈判，是因为有一定的需要要得到满足。不同的谈判，谈判者的需要即目的是不同的，商务谈判的目的是要获得经济上的利益。虽然谈判者可以调动和运用各种因素来影响谈判，其中许多可以是非经济因素，但其最终的目的仍然是经济利益。

(二) 讲求谈判的经济效益

谈判本身就是一项经济活动，而经济活动要讲求经济效益。商务谈判更是如此。在商务谈判中，人们时刻必须注意谈判的成本和效率，考虑效益问题。事实上经济效益是评价一场商务谈判是否成功的主要指标，不讲求经济效益的商务谈判本身就失去了价值和意义。



（三）以价格为谈判的核心

虽然商务谈判所涉及的因素不只是价格，谈判者的需要或利益也不唯一表现在价格上，但价格在几乎所有的商务谈判当中都是谈判的核心内容，这是因为价格最直接地表明了谈判双方的利益。谈判双方在其他利益因素上的得与失，拥有的多与少，在很多情况下都可以折算为一定的价格，通过价格的升降而得到体现。

对一个商务谈判者来讲，了解价格是商务谈判的核心，价格在一定条件下可与其他利益因素相折算，这一点很重要。在谈判中一方面要以价格为中心，坚持自己的利益，另一方面又不要仅仅局限于价格，也可以从其他方面争取利益。有时，与从价格上争取对方让步相比，在其他因素上要求对方让步可能更容易做到，并且行动也比较隐蔽。

（四）影响因素复杂多变

影响商务谈判的因素具体包括：政治因素、社会因素、文化因素、法律因素、政策因素、科技因素、市场因素、自身因素等。自身因素，譬如企业实力和竞争能力等；技术因素，它涉及经济学、语言学、心理学、法学、管理学、文化学、社会学、行为科学等多门学科。因此，商务谈判要求谈判者具备广阔的知识 and 信息，需要掌握胜人一筹的策略和技巧，它既是一门科学也是一门艺术。

五、商务谈判的现实意义

商务谈判的现实意义主要有以下几个方面。

（一）增强对谈判双方的现实了解（信息交流）

当谈判双方明确表示谈判意向时，一方所了解的仅仅是对方产生交易的需要，其他却一无所知，或者知之甚少。仅有谈判意向并不构成谈判行为，因此还需要通过谈判加强彼此的了解。当然，在正式谈判前，一方可能对对方的资信、经营等一般状况做过一些间接调查，但这只是一种抽象的了解，因为一项交易活动的内容和目的是具体的，对方在这次交易活动中的具体态度、实力等方面的情况必须在与对方发生联系的谈判中，面对面地观察、判断才能明确。

（二）约束谈判双方履行义务

在现货交易中，通过短暂的讨价还价，买卖双方即按照约定履行各自的义务，并获得相应的权利，极少发生纠纷，没有夜长梦多之忧。但是通过商务谈判而达成的交易活动大多数都是在未来某一时间进行，尤其是劳务、技术、资金等的转让，双方履行义务都有一个较长的时间范围，为了防止一方不履行义务，通过谈判及合同的签订加以约束。不仅如此，在正式谈判中，谈判任何一方的行为或表示都具有一定的法律意义，受到某种程度的

约束。询盘、发盘、还盘、接受等要按照一定的要求进行，并且对以后的谈判发生影响和作用。

（三）发展和开拓谈判双方的业务合作领域

从狭隘的谈判观念看，某次谈判活动成功的标志是自己一方从该项交易中获得尽可能多的现实经济利益。但真正的商务谈判成功者却不是这样看，他们所谋求的是通过每次谈判活动与对方形成长久、稳固、友好的合作关系，注重双方交易的长期利益，开拓双方的业务合作领域。

（四）平衡谈判双方的利益

商务谈判的结果——协议的执行，直接形成谈判双方经济利益的得失。成功的谈判常常使双方获得大体一致的利益，损人利己的“一锤子”买卖绝不是正直的谈判人员所为。在最初的谈判中，双方所提出的交易条件无不都是有利于自己一方的，或者说有意过分强调自己的利益，正所谓“买者喊低价，卖者喊高价”。但这只不过是一种策略，虚晃一枪而已，因为双方都清楚地知道，最后交易很难按照任何一方提出的初始条件来达成，这样做无非是为自己谈判中留有余地。双方这种共同的交易心理及其所形成的行为，导致交易利益的平衡，谁都不吃亏。

（五）提高和改进交易双方的管理水平

在企业管理中，应该树立这样的观点：商务谈判是企业管理活动的一部分和其职能之一，科学地进行谈判可以提高企业的管理水平。企业管理活动主要是对企业经营过程进行计划、组织、指挥、监督和控制，其中经营计划除了接受国家宏观计划的粗线条的指导外，与其他经济组织之间发生联系保证计划的执行，都是通过先谈判后签订合同达到的。通过谈判还可以发现和借鉴对方业务管理上的先进经验，分析寻找本企业管理中存在的问题，从而制定有效措施予以纠正。谈判除了协调行为以外，还是实力的对比，具体表现为业务活动上的竞争、管理能力上的较量，有竞争、有较量就能给自己的业务管理活动以启发和提高，也是学习和借鉴对方经验的好机会。

第二节 商务谈判的分类

一、国内商务谈判和国际商务谈判

按照谈判者所在的地区范围为标志分类，可将谈判分为国内商务谈判和国际商务谈判。

（一）国内商务谈判

国内商务谈判是国内各种经济组织及个人之间所进行的商务谈判。它包括国内的商品购销谈判、商品运输谈判、仓储保管谈判、联营谈判、经营承包谈判、借款谈判和财产保险谈判等。国内商务谈判的双方都处于相同的文化背景中，这就避免了由于文化背景的差异可能对谈判所产生的影响。国内商务谈判涉及的有形资产和无形资产无需从一国转移到另一国，双方当事人都是我国的法人；谈判过程和行为比较简单，谈判双方易于了解对方各方面的情报；在经济利益上双方无根本性冲突，大多体现为相互合作、共同促进的精神；而且由于双方语言相同，观念一致，所以谈判的主要问题在于怎样调整双方的不同利益，寻找更多的共同点。当然国内的有关经济法规自然成为谈判活动的受约法律；双方谈判行为较易受到行政因素的影响。因此，目前国内经济组织之间的交易往来中，还是存在不完全独立的谈判行为，法律对谈判行为的约束力还不具有普遍性。

（二）国际商务谈判

国际商务谈判是指本国政府及各种经济组织与外国政府及各种经济组织之间所进行的商务谈判。国际商务谈判包括国际产品贸易谈判、易货贸易谈判、补偿贸易谈判、各种加工和装配贸易谈判、现汇贸易谈判、技术贸易谈判、合资经营谈判、租赁业务谈判和劳务合作谈判等。不论是从谈判形式，还是从谈判内容来讲，国际商务谈判远比国内商务谈判复杂得多。这是由于谈判人员来自不同的国家，其语言、信仰、生活习惯、价值观念、行为规范、道德标准乃至谈判的心理都有着极大的差别，而这些方面都是影响谈判进行的重要因素。

二、商品贸易谈判和非商品贸易谈判

根据商务谈判的标的不同，商务谈判可分为货物贸易谈判和非货物贸易谈判。

（一）商品贸易谈判

商品贸易谈判是指货物买卖双方就货物的买卖条件所进行的谈判。货物贸易谈判。货物贸易谈判的标的是存在着客观实体、具有使用价值

（二）非商品贸易谈判

非商品贸易谈判是指除商品贸易之外的其他商务谈判，包括工程项目谈判、技术贸易谈判、资金谈判等。

工程项目谈判是指工程的使用单位与工程的承建单位之间的商务谈判。工程项目谈判十分复杂，这不仅仅是由于谈判的内容涉及广泛，还由于谈判常常是两方以上的人员参加，即使用一方、设计一方、承建一方等。