

21世纪全国高等院校国际经济与贸易专业精品教材

国际商务谈判

(第二版)

—— 理论·实务·案例
GUOJI SHANGWU TANPAN
—— LILUN·SHIWU·ANLI

主编 刘园 副主编 贾玉良



中国商务出版社

CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

【21世纪全国高等院校国际经济与贸易专业精品教材】

国际商务谈判

——理论·实务·案例

(第二版)

主 编 刘 园
副主编 贾玉良

中国商务出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际商务谈判：理论、实务、案例/刘园主编。—2版
(第二版)。—北京：中国商务出版社，2004.10(2006.1
重印)

21世纪全国高等院校国际经济与贸易专业精品教材

ISBN 7-80181-305-7

I. 国… II. 刘… III. 国际贸易-贸易谈判-高等学
校-教材 IV. F740.41

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第107238号

21世纪全国高等院校国际经济与贸易专业精品教材
国际商务谈判——理论·实务·案例(第二版)

主 编 刘 园 副主编 贾玉良

中国商务出版社出版

(北京市安定门外大街东后巷28号)

邮政编码：100710

电话：010-64269744(编辑室)

010-64220120(发行二部)

网址：www.cctpress.com

Email: cctpress@cctpress.com

新华书店北京发行所发行

三河汇鑫印务有限公司印刷

787×980毫米 16开本

23.625印张 437千字

2005年1月 第2版

2006年1月 第5次印刷

印数：11001—16000册

ISBN 7-80181-305-7

F·738

定价：30.00元

版权专有 侵权必究

举报电话：(010)64212247

读者意见反馈表

1. 姓名_____ 2. 性别_____ 3. 年龄_____ 4. 电话_____
5. 单位_____ 6. 职务/职称_____
7. 通信地址_____ 邮编_____
8. 电子信箱_____ 单位网站_____
9. 您的文化程度: 中专 大专 本科 硕士 博士
10. 您所学专业: 贸易类 金融类 英语类 管理类 法律类
会计类 文秘类 旅游类 会展类 物流类
11. 您所在行业: 贸易行业 金融行业 物流行业 制造行业 政府机构
12. 您的工作性质: 贸易实务 大学教学 平面设计 行政管理 学生
13. 您购买本书在: 经贸书店 新华书店 校园书店 网上书店 其他
14. 本书是《21世纪全国高等院校国际经济与贸易专业精品教材》系列丛书之一, 您认为本系列丛书好吗? 您阅读过其中几本?
- _____
- _____

15. 使用本书您认为有必要对师资进行培训吗? 有必要配教师参考书, 或教学大纲吗?

16. 您认为本系列丛书还有何不足? 您觉得还需要配套练习题和练习答案吗?

如果您对我们中国商务出版社有建议或有投稿意向请按照如下方式联系:

中国商务出版社组稿编辑部 李学新 吴小京 刘建昌 收

地址: 北京东城区安定门外大街东后巷 28 号

邮编: 100710

电话: 010-64242964/64269744

传真: 010-64220120

信箱: liujianchang@cctpress.com

网址: www.cctpress.com

出版说明

“选材”是师者完成“传道、授业、解惑”的前提条件。好的教材能方便教师的教学，同时有助于激发学生的学习兴趣。然而，综观如今教材市场，各类教材汗牛充栋，层出不穷，令人眼花缭乱。要想在这茫茫“书海”中找出精品，可谓“大海捞针”。

中国商务出版社（原中国对外经济贸易出版社）自1980年创社以来，一直承担着为商务部（原对外贸易经济合作部）人教司和各类经贸院校编写、出版教材的任务。二十多年来，中国商务出版社励精图治，已经成为商务教材领域的专业出版社。近十年中，中国商务出版社在中华人民共和国商务部主管部门的领导下，与各大高校、行业协会、学会等密切合作，开发了多套优秀教材，为商务人才的培训和各经贸类高校人才的培养作出了巨大的贡献。

“教材配合教学、出版社服务大学”一直是我们中国商务出版社开发教材的深植理念。现在，我们把我社二十年来所有出版、再版过的图书教材重新分类、挑选，编成《21世纪全国高等院校国际经济与贸易专业精品教材》系列向大家推荐，以期架起出版社与大学之间的桥梁，为教师的教学与学生的学习提供积极而富有成效的帮助。

我们在挑选此精品教材系列的标准是：

1. 列选精品教材的图书必须是我社经过时间检验，能够满足现代教学需要的再版教材。
2. 文章结构严谨，语言流畅，逻辑清晰，层次分明。
3. 作者阅历丰富，不但具有多年的教学经验，还具有相当的实践经验。

该精品教材的特色有：

1. 对老师来说，每本教材都有相应的教学大纲，在书的最后附

有本学科的考试试卷范本，有助于教师的教学以及对学生的学习检查。我们出版社为教师提供全方位的教材后续服务，定期组织教师培训，实时由专家解答各种疑问。

2. 对学生来说，我们的教材通俗易懂，实例丰富，详略得当。既有基础理论，又有一定的深度，可以满足各种层次学生的学习要求。学练结合，每学完一个单元，都有相应的练习思考题。

我们衷心地希望该“大浪”淘出的精品教材能在各学校“安家成长、开花结果”。同时如果您对我社或此书有意见或建议，请直接跟我们联系或寄回书后的《读者反馈表》。

中国商务出版社

《21世纪全国高等院校国际经济与贸易专业精品教材》编辑组

2004年12月

修 订 说 明

2001年，中国对外经济贸易出版社（现更名为中国商务出版社）出版了《国际商务谈判——理论·实务·案例》一书。由于该书体系清晰，内容翔实，理论与实务并举，因此一面世就受到广大读者的热烈欢迎，成为商务谈判领域的权威教材。

在这几年当中，中国的国际商务环境发生了巨大的变化，一个崭新的世界经济格局展现在中国面前。尤其随着中国加入WTO，我们在世界范围内获取了更广泛的商机，同时也面临着更激烈的挑战。而且国际商务谈判本身就是一门时效性很强的学科，紧跟世界经济变化的脚步，更新我们的谈判知识，是我们义不容辞的责任。为此，我们对原书进行了大幅的修订。

在新修订的《国际商务谈判——理论·实务·案例》一书中，我们按照新的体系将全书分为谈判基础、谈判技巧和案例分析三个部分，新增了“WTO框架下的国际商务谈判新环境”一章，同时对大部分章节进行了修订并增加了大量的经典案例，从而使本书内容更加严谨、充实。同时为了方便学生自测和教师考察，我们在本书最后附了两份综合练习试卷。

本书由原书作者对外经济贸易大学刘园教授任主编，贾玉良任副主编。此外，参加本书编写的人员还有彭程跃、杨晓平、朱江、冯琳琳、张鹏、房艳、赵丹丹等同志。

谨以此书献给那些在国际商战中顽强拼搏的人们！

刘 园

2004年12月

序 言

21 世纪是一个经济日益全球化的世纪。国际贸易的规模飞速增长，国际投资的领域迅速扩大，国际商务合作的形式日益多样。历史上从未有过任何一个时代像今天这样迫切需要谈判高手和谈判技巧。

商务谈判既是一门科学，又是一门艺术，在经济生活中几乎无处不在。国际商务谈判作为世界经济交往的重要环节，在很大程度上决定着交易的成败与企业的兴衰。商场如战场，谈判桌上风云变幻，波澜起伏，不仅会使缺乏经验的谈判者穷于应付，即使老练的谈判人员，有时也难免束手无策。而谈判本身，也成为浩瀚商海中输赢博弈、利益相争的“战略制高点”。

在当代，商务谈判理论也越来越受到重视。欧美等西方发达国家对谈判理论的研究起步比较早，并不断深入，逐步使谈判理论发展成为一门学科。美国早在 20 世纪 60 年代初就成立了全国性的谈判学会，其中哈佛大学谈判中心不仅负责政府部门、公司和企业高级谈判人员的培养，而且常常参与重大的国际谈判活动。而我国改革开放至今只有短短 25 年的时间，在这方面的研究也起步较晚。刚刚走向世界的我国企业界对国际商务谈判技巧感到陌生，运用不够纯熟。许多名声卓著的大企业常常因为谈判人员欠缺谈判知识和商务礼仪素养而痛失商机，给国家和企业造成不必要的损失。

当历史的车轮驶进 21 世纪的时候，一个崭新的世界经济格局展现在中国面前。中国加速走向世界，世界急切拥抱中国。尤其随着中国加入 WTO，中国与世界的经济交往日益深化，中国各类企业和世界各国的商务往来与日俱增。这意味着中国在世界范围内获取了更广泛的商机的同时，也意味中国参与国际商务活动面临着越来越激烈的国际商务环境的挑战，还意味着中国将在新的框架下，按照

国际惯例开展商务活动，进行国际商务谈判。这对我国参与国际商务谈判的人员也提出了更新更高的要求。

本书正是应时之需，向读者介绍国际商务谈判的过程和相关知识、主要贸易国家的风俗习惯和谈判禁忌，以及中国加入 WTO 之后参与国际商务谈判应遵守的国际惯例与规则。最后，我们精选并剖析了许多最新的国际商务谈判案例，具体分析了商务谈判的战略战术以及需要注意的问题。揭开商务谈判的神秘面纱，抢占先机，知己知彼，你——就是赢家！

本书适合作为大学本科及研究生国际商务谈判课程的教材，部分高职高专的学生亦可作为选修课程。建议授课时间为 54 学时。本书也可以作为国际经贸、国际商务谈判工作者的参考用书。

· 目 录 ·

第一编 谈判基础

第一章 国际商务谈判的基础知识	(1)
第一节 国际商务谈判的概念及特点.....	(1)
第二节 国际商务谈判的种类.....	(6)
第三节 我国国际商务谈判的基本原则.....	(12)
第四节 国际商务谈判的基本程序.....	(14)
第五节 商务谈判的 PRAM 模式.....	(20)
第六节 国际商务谈判中的法律因素.....	(23)
思考题.....	(29)
第二章 国际商务谈判人员的素质要求	(30)
第一节 商务谈判人员的个体素质.....	(30)
第二节 商务谈判人员的群体构成.....	(35)
第三节 商务谈判人员的管理.....	(41)
思考题.....	(46)
第三章 国际商务谈判前的准备	(47)
第一节 环境因素的分析.....	(47)
第二节 商务谈判前的信息准备.....	(54)
第三节 谈判目标与对象的确定.....	(72)
第四节 谈判方案的制定.....	(79)
第五节 模拟谈判.....	(87)
第六节 确定谈判中各交易条件的最低可接受限度.....	(90)
思考题.....	(93)

第四章 国际商务谈判各阶段的策略	(94)
第一节 国际商务谈判策略.....	(94)
第二节 开局阶段的策略.....	(96)
第三节 报价阶段的策略.....	(102)
第四节 磋商阶段的策略.....	(107)
第五节 成交阶段的策略.....	(119)
思考题.....	(121)
第五章 商务谈判思维	(122)
第一节 思维的含义和类型.....	(122)
第二节 商务谈判思维过程.....	(124)
第三节 商务谈判思维技巧.....	(129)
第四节 谈判中的思维艺术.....	(131)
思考题.....	(134)
第六章 各国文化差异对谈判的影响	(135)
第一节 礼仪与礼节.....	(135)
第二节 各国日常交往的禁忌.....	(151)
第三节 美洲商人的谈判风格.....	(154)
第四节 欧洲商人的谈判风格.....	(161)
第五节 亚洲商人的谈判风格.....	(176)
第六节 大洋洲商人和非洲商人的谈判风格.....	(190)
思考题.....	(192)
第七章 WTO框架下的国际商务谈判新环境	(193)
第一节 WTO对国际商务谈判环境的影响.....	(193)
第二节 加入WTO与国际商务谈判策略的调整.....	(196)
第三节 加入WTO对国际商务谈判人才的新挑战.....	(210)
思考题.....	(212)

第二编 谈判技巧

第八章 国际商务谈判中的技巧	(213)
第一节 国际商务谈判技巧概述.....	(214)

第二节 商务谈判中“听”的技巧.....	(221)
第三节 商务谈判中“问”的技巧.....	(228)
第四节 商务谈判中“答”的技巧.....	(233)
第五节 商务谈判中“叙”的技巧.....	(237)
第六节 商务谈判中“看”的技巧.....	(243)
第七节 商务谈判中“辩”的技巧.....	(249)
第八节 商务谈判中“说”的技巧.....	(251)
思考题.....	(255)
第九章 国际商务谈判中僵局的处理.....	(256)
第一节 谈判中僵局的种类.....	(256)
第二节 谈判中形成僵局的原因.....	(258)
第三节 谈判中僵局的处理方法.....	(261)
第四节 处理谈判僵局应注意的几个问题.....	(268)
思考题.....	(274)
第十章 国际商务谈判中风险的规避.....	(275)
第一节 国际商务活动的风险分析.....	(276)
第二节 国际商务风险的预见与控制.....	(283)
第三节 规避风险的手段.....	(285)
第四节 国际商务谈判中的外汇风险规避.....	(290)
思考题.....	(298)

第三编 案例分析

第十一章 国际商务谈判实例精选.....	(299)
第一节 商务谈判案例分析.....	(299)
第二节 具体案例分析.....	(300)
案例一 硝烟弥漫,各显神通 ——中日俄角力石油管道.....	(300)
思考题.....	(311)
案例二 巨人间的较量与妥协 ——美日半导体谈判.....	(311)
思考题.....	(318)

案例三 中欧谈判，一波三折	
——中国加入 WTO 谈判征程中的经典案例·····	(318)
思考题·····	(325)
案例四 三强争“魁”，能者胜出	
——百事可乐并购魁克的谈判案例·····	(325)
思考题·····	(330)
案例五 奇兵突出，妙手回春	
——克莱斯勒公司起死回生记·····	(330)
思考题·····	(333)
案例六 强强合作，利益至上	
——曼联队与沃达丰公司的球衣广告谈判·····	(333)
思考题·····	(340)
案例七 借力打力，反客为主	
——一条电气化铁路项目管理合同的谈判·····	(340)
思考题·····	(346)
案例八 原则性和灵活性的统一	
——中美知识产权谈判·····	(346)
思考题·····	(351)
案例九 知己知彼，百战不殆	
——宁波电容器厂技术引进谈判·····	(351)
思考题·····	(354)
案例十 据理力争，攻守兼备	
——一场中日间的索赔谈判·····	(354)
思考题·····	(356)
综合练习 卷一 ·····	(357)
综合练习 卷二 ·····	(362)

第一编 谈判基础

第一章 国际商务谈判的基础知识

随着对外开放政策的全面实施，对外贸易体制改革的不断深化，我国已经有越来越多的企业参与对外经济贸易活动，与外方的接触日益频繁。尤其在中国加入 WTO 之后，我国企业参与世界分工和开展国际商贸的格局，在深度和广度上都将不断扩展。在这些业务活动中，不论是进行国际间的货物买卖、技术引进还是外资引进，都不可避免地需要经过一个中外双方就所拟进行的业务进行磋商，以求达成协议的过程，这就是我们所说的谈判过程。

实践证明，谈判是我们进行对外经济贸易活动的一个极其重要的环节。凡是涉及有关交易的价格和其他交易条件，都要通过谈判予以确定。也就是说，买卖双方在一笔交易中的权利及义务将通过谈判确定下来。双方在这方面取得的决议具有法律的约束力，不得轻易改变。所以，谈判的结果如何，直接关系到国家的宏观利益和企业的微观利益。做好谈判工作，妥善处理在谈判过程中出现的各种问题，是我们贯彻对外开放政策，发展外向型经济，开展对外经贸活动的一个重要方面。

第一节 国际商务谈判的概念及特点

国际商务谈判是指在对外经济贸易中，买卖双方为了达成某笔交易而就交易的各项条件进行协商的过程。谈判是对外经济贸易工作程序中不可缺少的一

环。在整个对外经济贸易活动中，每一次进出口贸易活动能否通过谈判达到自己的目的，怎样谈判及提高谈判效率，作为一门学问已引起了买卖双方的普遍关注。在现代国际社会，任何交易都须经过艰难的谈判，尽管有时企业可以凭借商品的优质或价格的低廉取胜，但交易的成败往往取决于谈判。买卖双方，前者想买得尽量便宜些，后者却想卖得尽量贵些。双方博弈究竟谁能占得上风，最终要看谈判结果。首先，谈判的结果，关系到合同是否订立。一份完整的、正式的合同，不经过谈判便不能成立。由于买卖双方的国家制度不同，立场不同和目的不同，要在诸多不同的基础上达成交易，必须借助于谈判，才有可能了解双方的意见能否趋于一致，由此决定是否订立合同；其次，谈判的结果对于履行合同的全过程更是至关重要。所以说，谈判中“差之毫厘”，在实践中就会“谬以千里”，甚至给国家和企业造成重大的政治和经济损失。

一、国际商务谈判的定义

(一) 谈判 (Negotiation)

所谓谈判是指参与各方基于某种需要，彼此进行信息交流，磋商协议，旨在协调其相互关系，赢得或维护各自利益的行为过程。

美国谈判协会会长、著名律师杰德勒·I·尼尔龙伯格 (Gerard·I·Nierenberg) 在《谈判的艺术》(The Art of Negotiating) 一书中所阐述的观点非常明确：“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次要求满足的需要，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。”

谈判是一个过程，在这个过程中，利益双方就共同关心或感兴趣的问题进行磋商、协调和调整各自的经济、政治或其他利益，谋求妥协，从而使双方都感到是在有利的条件下达成协议，促成均衡。谈判的目的是协调利害冲突，实现共同利益。

谈判作为协调各方关系的重要手段，广泛应用于政治、经济、军事、外交、科技等各个领域。

(二) 商务谈判 (Business Negotiation)

商务谈判主要集中在经济领域，参与各方为了协调、改善彼此的经济关系，满足贸易的需求，围绕标的物的交易条件，彼此通过信息交流、磋商协议达到交易目的的行为过程。这是市场经济条件下流通领域最普遍的活动之一。

商务谈判：内容具体包括商品买卖、投资、劳务输出输入、技术贸易、经济合作等。

(三) 国际商务谈判 (International Business Negotiation)

国际商务谈判是指在国际商务活动中,处于不同国家或不同地区的商务活动当事人为了达成某笔交易,彼此通过信息交流,就交易的各项要件进行协商的行为过程。国际商务谈判是国际商务活动的重要组成部分,是国际商务理论的主要内容,更是国内商务谈判的延伸和发展。

可以这样说,国际商务谈判是一种在对外经贸活动中普遍存在的、解决不同国家的商业机构之间不可避免的利害冲突,实现共同利益的一种必不可少的手段。

由于谈判双方的立场不同,所追求的具体目标也各异。因此,谈判过程充满了复杂的利害冲突和矛盾。正是这种冲突,才使谈判成为必要。而如何解决这些冲突和矛盾,正是谈判人员所承担的任务。一项谈判能否取得成功,在于参加谈判的双方能否通过各种不同的讨价还价的方式或手段往返折中,最后取得妥协,得出一个双方都能接受的公平合理的结果。这就要求参加谈判的人员要具备高度的原则性和灵活性,具备广博的知识和丰富的想象力,既有远见卓识,又能适时而动,这样才能立于不败之地。所以,谈判本身是各种知识的综合运用,而运用本身则是一种艺术。

二、国际商务谈判的特点

国际商务谈判既具有一般贸易谈判的共性,又具有国际商务谈判的特殊性。

(一) 国际商务谈判具有一般贸易谈判的共性

1. 以经济利益为谈判的目的

人们之所以要进行各种谈判是因为有一定的目标和利益需要得到实现。国际商务谈判的目的集中而鲜明地指向经济上的利益。虽然参与商务谈判的双方要受政治、外交因素的制约,但他们考虑的却是如何在现有政治、外交关系的格局下取得更多的经济利益。

2. 以经济利益作为谈判的主要评价指标

商务谈判本身是经济活动的组成部分或其本身就是一项经济活动,任何经济活动都要讲究经济利益。不仅要注意从谈判中能获得多少经济利益,还要核算谈判的三项成本,即谈判桌上的成本、谈判过程的成本和谈判的机会成本。

3. 以价格作为谈判的核心

在几乎所有的商务谈判中,价格都是谈判的核心内容,占据最显赫、最重要的地位。这不仅是因为价格的高低最直接、最集中地表明了谈判双方的利益切割;而且还由于谈判双方在其他条件,诸如质量、数量、付款形式、付款时

间等利益要素上的得与失，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或予以补偿。

（二）国际商务谈判的特殊性

1. 国际商务谈判既是一笔交易的商洽，也是一项涉外活动，具有较强的政策性。

谈判双方之间的商务关系是一国同别国或地区之间的经济关系的一部分，并且常常涉及到一国同该国或地区之间的政治关系和外交关系。国际商务谈判必须贯彻执行国家有关的方针政策和外交政策，还应注意国别政策，执行对外经济贸易的一系列法律和规章制度。例如，我国政府的对外开放政策极大地推进了涉外商务谈判及其带来的商务交易活动；美国国会一年一度的关于是否保留中国最惠国待遇的辩论和投票以及西方国家实施或取消对中国的经济制裁等，都对中美之间和中西方国家之间的商务谈判产生着积极或消极的影响。因此，各类国际商务谈判的参与者，都通过各种渠道积极寻求我国政府以及有关的外国政府或地区当局的支持或认可。

2. 应按国际惯例办事

国际商务谈判商讨的是两国或两个地区的企业之间的商务关系，因此在适用的法律方面就不能完全以任何一方所在国家或地区的经济法为依据，而必须以国际经济法为准则，按国际惯例行事。当需要仲裁时，仲裁地点与仲裁所适用的规则直接相关。一般说来，规定在哪一国仲裁，往往就要适用该国的有关仲裁规则和程序。

3. 国际商务谈判涉及面很广

由于受供求关系的影响，加之国际市场价格变化多端，竞争十分激烈，必须特别重视调查研究工作。通过调查研究，了解国外的经济情况和市场情况。出口业务要了解市场的需求，进口业务要了解国外的供应。对不同国家和地区，还应根据国别政策，区别对待。

4. 影响谈判的因素复杂多样

由于谈判者来自不同的国家和地区，有着不同的社会文化背景和政治经济体制，人们的价值观念、思维方式、行为方式、语言及风俗习惯各不相同，从而使影响谈判的因素大大增加，导致谈判更为复杂，难度更大，稍有不慎，就会面临挫折和失败。

5. 谈判的内容广泛复杂

由于谈判结果导致有形或无形资产的跨国转移，因而要涉及到国际贸易、国际金融、会计、保险、运输等一系列复杂的问题。这就对从事国际商务谈判的人员在专业知识方面提出了更高的要求。