

100天——商务谈判口语脱口秀！

一天一场景 谈判英语

English for Business Negotiations

主编◎李丽君



山东科学技术出版社



赠MP3光盘+电子书

一天一场景 谈判英语

English for Business
Negotiations

主编◎李丽君



山东科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

一天一场景·谈判英语 / 李丽君主编. — 济南 :
山东科学技术出版社, 2009
(星火英语系列图书)
ISBN 978-7-5331-5218-5

I. 一… II. 李… III. 贸易谈判—英语—口语—自学参考资料
IV. H319.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 063359 号

一天一场景·谈判英语
李丽君 主编

出版者: 山东科学技术出版社

地址: 济南市玉函路 16 号

邮编: 250002 电话: (0531) 82098088

网址: www.lkj.com.cn

电子邮件: sdkj@sdpress.com.cn

发行者: 山东科学技术出版社

地址: 济南市玉函路 16 号

邮编: 250002 电话: (0531) 82098071

印刷者: 桓台县方正印务有限公司

地址: 桓台县荆家镇府驻地

邮编: 256406 电话: (0533) 8781440

开本: 880mm×1230mm 1/32

印张: 7.25

字数: 150 千字

版次: 2009 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

ISBN 978-7-5331-5218-5

定价: 22.80 元

前言

这是一个经济全球化的时代,中国与世界各国在经贸领域的合作日益频繁。这对于经贸领域的从业者以及即将或有志于进入该领域的人(如经贸类专业的大学生)来说,掌握娴熟的商务英语沟通技巧、精准的商务知识是他们必须迎接的挑战之一,《一天一场景》系列由此应运而生。

《一天一场景》系列的设计主旨是让读者每天学习一个场景,在循序渐进中完成商务口语的惊喜蜕变。整个系列共包括五本精品书:《演示英语》、《会议英语》、《谈判英语》、《公关英语》、《会展英语》。每本书约由 100 个场景组成,整个系列主要特色有:

1. 三大特色栏目:

商务实战对话 中英文左右对照,地道表达,更实战、更丰富;

商务热词抢先记 精选商务主题词汇、短语,巩固提高、方便快捷;

商务知识一分钟 提取商务实战中必不可少的商务礼仪与知识技巧进行讲解。

2. 内容编排上由易到难,层层深入,一天学习一个场景,循序渐进,在积累中进步;

3. 附赠光盘内既有由美籍专家朗读的 mp3 录音,又有精美的 E-book。E-book 为星火独创的情景互动学习软件,让读者拥有一张光盘就能获得视、听两种享受。

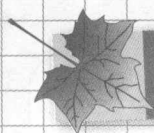
本书《谈判英语》以两条主线贯穿全书,全书第一主线是谈判完整流程,即从谈判前的准备工作到进入正式谈判,再到结束谈判。其中第二大部分“进入正式谈判”又嵌套了第二主线:三大谈判形式,即买卖谈判、其他种类谈判(如:代理谈判、专利权谈判、招投标谈判等)、新兴谈判(如:电话谈判、网络谈判)。将职场人士可能遇到的谈判场景一网打尽。全书共包括 107 个场景,涵盖了商务谈判过程中的各个环节,及各环节中所使用的语言表达方式和商务知识与技巧。

除此之外,我们特别设立了“咨询邮箱”与“网上论坛”,以期实现与读者的互动,方便读者之间的交流。

我们真切希望此书能够为读者谈判英语水平的提高尽一点绵薄之力。由于编者能力有限,难免有不足之处,敬请批评指正!

编者

2009 年 4 月 30 日



使用说明

每天10分钟，商务情景轻松学！

spark 星火英语

正标题

实用商务场景呈现

副标题

直击正文核心内容

Step1: 1分钟记 单词

在积累词汇过程中，回忆并巩固对话的学习



● 商务热词抢先记

market survey
市场调查

manufacturer
[ˌmænjuˈfæktʃərə(r)]
n. 厂商

state-owned
enterprise
国有企业

product information
sheet
产品说明书

finish [ˈfɪnɪʃ]
n. 成品

product performance
产品性能

1. 研究同类商品

Study on Similar Products

抢占先机

Vivian: Good morning, John. How about your **market survey**?

John: Yesterday I collected and analyzed the information of similar commodities at China World Center. I think I have got first-hand materials.

Vivian: That's good news. Tell in details.

John: There are about three big **manufacturers** at home. Besides us, one is in Heilongjiang Province. Another one is in Zhejiang Province. They are both **state-owned enterprises**. However, they all haven't explored international market.

Vivian: It means that we are the first enterprise to have international market. How about their commodities?

John: These are their **product information sheets** and some **finishes**. Their **product performance** and quality have been up to international standards. But their product design cannot reach our level. Additionally, they haven't got any professional technique development since 1990s.

Vivian: It seems that we do have more advantages than other competitors.

Step2: 8分钟学对话

地道商务对话，实战情景真实体验

中文导语

即时融入对话场景

薇薇安是北京中亚石油化工设备公司的职员，为了赢得与美国石油公司的谈判，她和同事们组成的专项小组正在开会讨论市场调查结果……

薇薇安：早上好，约翰。市场调查做得怎么样？

约翰：昨天，我在中国环球中心收集并分析了同类产品的资料，我想我拿到了第一手资料。

薇薇安：真是个好消息。具体说一说。

约翰：在国内有三个大生产商。除了我们，一个在黑龙江省，另一个在浙江省。他们都是国有企业，然而他们都没有开发国际市场。

薇薇安：也就是说我们将是第一家拥有国际市场的企业。那他们的产品怎么样？

约翰：这是他们的产品说明书和一些成品。产品性能和质量都达到了国际标准，但是他们的产品设计没有达到我们的水平。另外，从上世纪90年代起他们就组织过专业的技术开发了。

薇薇安：看起来我们与其他竞争对手相比还是有较多优势的。

市场调查 Market Survey



◆ 商务知识一分钟

◎ 市场调研报告由标题、目录、概述、正文、结论等几部分组成。

◎ 市场调查是指通过问卷、走访、座谈、组织活动等形式，获得反映市场行为和相关信息的真实数据。

◎ 市场调查内容包括产品销售、竞争情况、产品销售渠道、消费需求情况、商业形态状况、对手目前状况、市场发展空间等。

◎ 市场调查阶段包括如下几方面：设定调查范围、内容和方式；具体调查并且根据需要调整范围、内容、方式；整合调查数据，形成一个完整清晰的谈判概念。

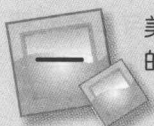
大场景标题

与目录对照，速查速学

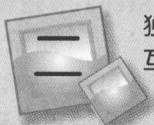
Step3: 1分钟学知识

常用商务知识，一分钟积累和升华

二合一的情景互动光盘



美籍专家朗读
的MP3光盘

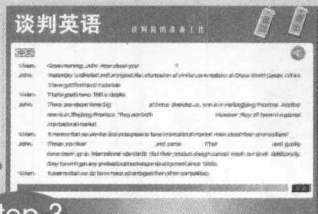


独具一格、视听
互动的学习软件



step 1

实战商务画面，让您及时融入商务情境，
从精选场景中点击您需要学习的主题。



step 3

来到实战的对话情景，你可以自由选择
是先熟悉中文还是先学习地道英文
对话。



step 2

先来记一记商务热词吧！通过主题名称
和词汇推测可能发生的对话情景。下方
的导语是对话轮廓的另一线索哦！



step 4

最后来一点巩固、补充知识吧，配合
商务情景图片，生动学习商务知识。

Part I

谈判前的准备工作

Preparation Work for Negotiations

★ 市场调查

Market Survey

- | | |
|-----------|---|
| 1. 研究同类商品 | 2 |
| 2. 研究客户需求 | 4 |
| 3. 分析产品优势 | 6 |
| 4. 供求状况 | 8 |

★ 了解对手

Research on Counterparts

- | | |
|---------------|----|
| 5. 了解对方惯用谈判策略 | 10 |
| 6. 分析对方优势 | 12 |
| 7. 分析对方劣势 | 14 |
| 8. 分析对方的价格底线 | 16 |

★ 自我分析

Self-Analysis

- | | |
|------------|----|
| 9. 分析合作空间 | 18 |
| 10. 分析自身优势 | 20 |
| 11. 分析自身劣势 | 22 |
| 12. 确定谈判成员 | 24 |
| 13. 商议谈判策略 | 26 |
| 14. 商议应急措施 | 28 |
| 15. 安排谈判任务 | 30 |

★ 约定谈判

Invitations for Negotiation

- | | |
|----------|----|
| 16. 电话邀约 | 32 |
| 17. 当面邀约 | 34 |

★ 初步接触

Initial Contacts

- | | |
|------------|----|
| 18. 接待谈判对象 | 36 |
| 19. 互相介绍 | 38 |
| 20. 客套寒暄 | 40 |
| 21. 参观公司 | 42 |
| 22. 介绍公司 | 44 |
| 23. 申明公司信誉 | 46 |

Part II

进入正式谈判

Formal Negotiation

买卖谈判

Sales Negotiation

CONTENTS

☆ 开始谈判 The Beginning of Negotiation	24. 直入主题 25. 伺机而发 26. 先发制人	50 52 54
☆ 介绍产品 Introduction of Products	27. 性能介绍 28. 产品优势 29. 能够带来的效益 30. 询盘与报盘	56 58 60 62
☆ 价格 Price	31. 讨价还价 32. 给予价格优惠 33. 附送赠品 34. 拒绝降价	64 66 68 70
☆ 付款方式 Payment	35. 信用证 36. 托收 37. 汇付	72 74 76
☆ 数量与质量 Quantity and Quality	38. 购买数量 39. 不同数量给予不同优惠 40. 承诺质量	78 80 82
☆ 包装 Package	41. 包装材料 42. 包装费用 43. 包装标识	84 86 88
☆ 保险 Insurance	44. 承保时间 45. 承保范围 46. 险别	90 92 94
☆ 装运 Shipment	47. 装运时间 48. 卸货地点 49. 装运费用	96 98 100
☆ 商检 Commodity Inspection	50. 商检条款 51. 复检 52. 检验报告 53. 报关 54. 海关稽查 55. 商谈关税	102 104 106 108 110 112

★ 售后服务 After-Sales Service	56. 维修	114
	57. 换货	116
	58. 退货	118
★ 合同适用条款 Applicable Contract Terms	59. 有歧义的条款	120
	60. 合同适用范围	122
	61. 合同有效期限	124
★ 违约 Defaulting	62. 调解	126
	63. 仲裁	128
	64. 诉讼	130

其他种类谈判 Other Types of Negotiation

★ 代理谈判 Dealership Negotiation	65. 代理优势	132
	66. 代理条件	134
	67. 代理权利	136
	68. 代理期限	138
★ 来料加工 Processing Trade	69. 劳动力资源优势	140
	70. 费用	142
	71. 加工技术	144
	72. 装配	146
★ 技术贸易谈判 Technology Trade Negotiation	73. 专有技术买卖	148
	74. 技术指导	150
	75. 技术支持	152
	76. 保密义务	154
★ 专利权谈判 Patent Negotiation	77. 专利权转让形式	156
	78. 专利权使用权限	158
	79. 专利权使用时间	160
★ 合资谈判 Joint Venture Negotiation	80. 双方资产评估	162
	81. 合资方式	164
	82. 股权分配	166
	83. 组织结构	168
	84. 律师声明结果	170
	85. 律师起草文书	172

CONTENTS

☆ 合作谈判

Cooperation
Negotiation

86. 技术合作	174
87. 生产合作	176
88. 合作范围	178
89. 合作时间	180
90. 权责划分	182
91. 利益分配	184

☆ 招投标谈判

Tender Negotiation

92. 前期洽谈	186
93. 讨论标书内容	188
94. 决定中标单位	190
95. 合作洽谈	192

新兴谈判方式 Oncoming Styles of Negotiation

☆ 电话谈判

Telephone Negotiation

96. 第一通电话——初步接洽	194
97. 切入谈判	196
98. 重复确认信息	198
99. 赢得电话谈判	200

☆ 网络谈判

Internet Negotiation

100. 视频谈判	202
101. E-mail 谈判	204

Part III 结束谈判

The End of Negotiation

☆ 谈判成功

Winning the
Negotiation

102. 陈述谈判结果	208
103. 签订合同	210
104. 履行合同	212

☆ 谈判失败

Losing the
Negotiation

105. 约定日后再谈	214
106. 直接拒绝对方	216
107. 遭到对方拒绝	218

Part I

谈判前的准备工作

Preparation Work for Negotiations

★ 市场调查

Market Survey

★ 了解对手

• Research on Counterparts

★ 自我分析

Self-Analysis

★ 约定谈判

Invitations for Negotiation

★ 初步接触

Initial Contacts



★ 商务热词抢先记

market survey

市场调查

manufacturer

[ˌmænʃʊˈfæktʃərə(r)]

n. 厂商

state-owned

enterprise

国有企业

product information

sheet

产品说明书

finish [ˈfɪnɪʃ]

n. 成品

product performance

产品性能

1. 研究同类商品

Study on Similar Products

抢占先机

Vivian: Good morning, John. How about your **market survey**?

John: Yesterday I collected and analyzed the information of similar commodities at China World Center. I think I have got first-hand materials.

Vivian: That's good news. Tell in details.

John: There are about three big **manufacturers** at home. Besides us, one is in Heilongjiang Province. Another one is in Zhejiang Province. They are both **state-owned enterprises**. However, they all haven't explored international market.

Vivian: It means that we are the first enterprise to have international market. How about their commodities?

John: These are their **product information sheets** and some **finishes**. Their **product performance** and quality have been up to international standards. But their product design cannot reach our level. Additionally, they haven't got any professional technique development since 1990s.

Vivian: It seems that we do have more advantages than other competitors.

薇薇安是北京中亚石油化工设备公司的职员，为了赢得与美国石油公司的谈判，她和同事们组成的专项小组正在开会讨论市场调查结果……

薇薇安：早上好，约翰。市场调查做得怎么样？

约翰：昨天，我在中国环球中心收集并分析了同类产品的资料，我想我拿到了第一手资料。

薇薇安：真是个好消息。具体说一说。

约翰：在国内有三个大生产商。除了我们，一个在黑龙江省，另一个在浙江省。他们都是国有企业，然而他们都没有开发国际市场。

薇薇安：也就是说我们将是第一家拥有国际市场的企业。那他们的产品怎么样？

约翰：这是他们的产品说明书和一些成品。产品性能和质量都达到了国际标准，但是他们的产品设计没有达到我们的水平。另外，从上世纪90年代起他们就没组织过专业的技术开发了。

薇薇安：看起来我们与其他竞争对手相比还是有较多优势的。



★ 商务知识一分钟

- ◎ 市场调研报告由标题、目录、概述、正文、结论等几部分组成。
- ◎ 市场调查是指通过问卷、走访、座谈、组织活动等形式，获得反映市场行为和相关信息的真实数据。
- ◎ 市场调查内容包括产品销售、竞争情况、产品销售渠道、消费需求情况、商业形态状况、对手目前状况、市场发展空间等。
- ◎ 市场调查阶段包括如下几方面：设定调查范围、内容和方式；具体调查并且根据需要调整范围、内容、方式；整合调查数据，形成一个完整清晰的谈判概念。



★ 商务热词抢先记

supplier [sə'plaɪər]

n. 供应商

a batch of

一批的

specification

[ˌspesɪfɪ'keɪʃn]

n. 规格

worth [wɜ:θ]

adj. 有(……的)价值,
值……

sales volume

销售额

2. 研究客户需求

Research on Customers' Needs

产品供需

John: I have got the news that the negotiation team of American Oil Company will come to China next month.

Sheryl: That's true. It is known that they are looking for a long-term product **supplier** in China. This time firstly they will visit several other Chinese petrol-chemical equipment factories. Then they will come to our company for negotiation.

John: Are there any research on their actual needs?

Vivian: First of all, they intend to purchase a **batch of** equipment from our company with different **specifications**, which are **worth** RMB30 million. Then they want to set up a branch office in Beijing.

John: This trading volume is extraordinarily large. We should pay more attention. If we win this negotiation, it would be a bigger step for us to develop international trade.

Sheryl: What's more, with this order, our **sales volume** of this quarter will be accomplished ahead of time.

为了做好充分准备迎接美国石油公司谈判团，专项小组正在会议上讨论客户的具体需求……

约翰：我得到消息美国石油公司的谈判小组将在下个月来华谈判。

雪儿：是的，美国石油公司一直想要在华寻求一个可长期合作的产品供应商。这次他们会首先参观国内其他几家石油化工设备生产厂，然后才来我们公司谈判。

约翰：调查过他们的实际需求吗？

薇薇安：首先他们打算从我们公司购置一批价值3000万人民币的不同型号的设备。其次，他们还想在北京设立一个办事处。

约翰：这次交易额相当大，我们要加倍用心。如果赢得此次谈判，这将是我們发展国际贸易更大的一步。

雪儿：另外，有了这个订单，我们这季度的交易额就能提前完成了。



★ 商务知识一分钟

◎ 客户需求有两种：“有声需求”和“沉默需求”。

◎ 有声需求是在任何一个行业中大多数商家试图满足的需求。客户的沉默需求则不易满足。

◎ 了解客户需求不能单依靠市场调研这一种方式，而是需要随时随地关注客户需求。行业变化会产生客户需求，日常的销售反馈也会产生客户需求，客户的抱怨也可能产生需求等。

◎ 客户需求显示了随着价格升降而其他因素不变的情况下，某个个体在每段时间内所愿意购买的某种货物的数量。



★ 商务热词抢先记

product design

产品设计

outweigh [ˌaʊtˈweɪ]

vt. 超过

latest technology

最新工艺

rational [ˈræʃənəl]

adj. 合理的

finely [ˈfaɪnli]

adv. 细微地, 美好地

checkout [ˈtʃekɑʊt]

n. 检测

3. 分析产品优势

Analysis of Product Advantages

质量优势

John: After the detailed market survey, we have found that our products have got more advantages to gain the big order back.

Sheryl: Of course. Compared with those products, the **product design** has **outweighed** theirs so far. Our products are all designed by **latest technology** with **rational** construction and various styles, and they are all **finely** processed.

Vivian: In terms of product quality, they are all stable and reliable. Before finished, every product must be checked by automatic quality **checkout** systems. In addition, we have organized a professional technique development team since last September. Our product performance and quality are both improved a lot. So to speak, our products are all A-1 quality.

Sheryl: Furthermore, the use of new technology makes our product cost lower than similar products. As much as I know, our selling price is 2% lower than the market price.