

21世纪高职高专规划教材·市场营销系列

SHICHANGYINGXIAOXILIE

商务谈判理论与实训

袁雪峰◎编著 笄秉宏◎主审



 中国人民大学出版社

21 世纪高职高专规划教材·市场营销系列

商务谈判理论与实训

袁雪峰 编著
笄秉宏 主审



NLIC2970801076

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

商务谈判理论与实训/袁雪峰编著. —北京: 中国人民大学出版社, 2012. 2
21 世纪高职高专规划教材. 市场营销系列
ISBN 978-7-300-15085-7

I. ①商… II. ①袁… III. ①商务谈判-高等职业教育-教材 IV. ①F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 003946 号

21 世纪高职高专规划教材·市场营销系列 商务谈判理论与实训

袁雪峰 编著

笄秉宏 主审

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京诚顺达印刷有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2012 年 6 月第 1 版
印 张	10	印 次	2012 年 6 月第 1 次印刷
字 数	222 000	定 价	22.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

前言

随着我国市场经济的深入及经济全球化的到来,商务谈判已经成为企业经营活动的重要内容。因此,商务人士需要掌握商务谈判的知识与技能,以适应企业和社会的需要。

这便为编写商务谈判教材创造了机会,使其成为一项有价值的、值得编写者为之付出时间和精力的工作。

本书的编写目标:

(1) 适用于高职高专商务谈判课程教学,为学生成才尽一份力量。
(2) 提供丰富资源,减轻教师负担(即降低任课教师的备课工作量)。

(3) 优化教学流程,提升教学效果。

(4) 为学生自学提供行文简洁流畅的商务谈判读本。

本书的编写特色:

(1) 行文简洁。时间是最宝贵的,浪费别人的时间等同于谋财害命。本书作者无意于此,故而行文力求简洁。

(2) 着力体现和践行学导式教学法和理实交叉教学法。

学导式教学是指学生在教师的指导下渐进自学的一种教学方法。其特点有:一是变以教授为主为以自学为主;二是变以教师为中心为以学生为中心;三是变注入为辅导。这种教学方法能够使学生在教师的指导之下,从被动接受知识转变为主动学习知识,真正实现“学生为主体,教师为主导”的教学理念和原则。遵循学导式教学法,作者拟定了包括开场、自学、解疑、精讲、演练等环节的教学流程,供任课教师参考。

受过高教学条件要求的限制,“理实一体”的教学模式在商务谈判教学中很难实现,比较现实和实用的做法是采用折中的“理实交叉”教学模式。本教材即体现了这种模式——教材在以讲授为主的理论教学中设计了一些实践性项目穿插其中。

这两种教学法的一个共性便是“学生参与”。参与作为管理中一种重要的激励手段,在教学活动中也必将会大大提高学生的学习热情。教师亦能因此获得一种极为美好的心理感受——成就感。

(3) 配备丰富的教学资源。教材配备有电子课件、习题参考答案、试题等教学资源。选用本教材的教师可以通过 <http://www.crup.com/jiaoyu> 下载,也可向作者索取。

本教材包括理论和实训两部分。理论部分包括12章,分别为课程综述、谈判概述、商务谈判的类型与原则、商务谈判的评价标准及成

功模式、商务谈判准备、商务谈判开局阶段、商务谈判磋商阶段、商务谈判终局阶段、商务谈判僵局的处理、商务谈判心理、商务谈判礼仪、国际商务谈判。实训部分包括五章的实训及模拟商务谈判综合实训指导书（供为期一周的商务谈判综合实训使用）。

本书由安徽机电职业技术学院袁雪峰编著。作为本书主审，安徽机电职业技术学院笪秉宏副教授审阅了全部书稿，在此向他表示由衷的感谢。

本书在编写过程中参考了大量教材及著述，在此向相关作者表示感谢。少数引用的资料因不能确认来源，所以未能注明出处，恳请相关作者谅解。

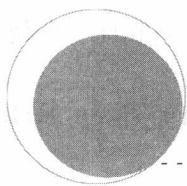
由于本书作者水平有限，因而在此恭拜求置——各位读者如在阅读中发现错误，烦请通过电子邮箱 yxf97@126.com 告知，作者将不胜感激。

袁雪峰

2012 年春

第1章 课程综述	1
1.1 认识商务谈判及商务谈判课程	1
1.2 为何要学习商务谈判	4
1.3 如何开展商务谈判教学	5
第2章 谈判概述	10
2.1 谈判的本质	10
2.2 谈判战略决策的方法	14
2.3 谈判的一般流程	16
第3章 商务谈判的类型与原则	19
3.1 商务谈判的类型	19
3.2 商务谈判的原则	21
第4章 商务谈判的评价标准及成功模式	30
4.1 商务谈判的评价标准	30
4.2 商务谈判的成功模式	31
第5章 商务谈判准备	34
5.1 收集谈判信息	34
5.2 设定谈判目标	41
5.3 成立谈判小组	42
5.4 拟定谈判计划	44
本章实训 拟定商务谈判计划	52
第6章 商务谈判开局阶段	54
6.1 商务谈判开局阶段概述	54
6.2 商务谈判开局阶段的事务	61
6.3 商务谈判开局阶段的策略	66
本章实训 商务谈判开局模拟	70
第7章 商务谈判磋商阶段	72
7.1 商务谈判磋商阶段概述	72
7.2 商务谈判磋商阶段的事务	73

7.3 商务谈判磋商阶段的策略	77
本章实训 商务谈判让步模拟	86
第8章 商务谈判终局阶段	88
8.1 商务谈判终局阶段的概念	88
8.2 商务谈判终局阶段的事务	88
8.3 商务谈判终局阶段的策略	91
第9章 商务谈判僵局的处理	94
9.1 商务谈判僵局的类型	94
9.2 引发僵局的原因	95
9.3 打破僵局的策略与技巧	98
本章实训 商务谈判僵局处理	104
第10章 商务谈判心理	105
10.1 商务谈判心理的内涵及研究意义	105
10.2 商务谈判需要与动机	107
10.3 商务谈判人员的个性心理特征	108
10.4 商务谈判中的感觉和知觉	111
10.5 商务谈判情绪	112
10.6 商务谈判中的心理挫折	114
10.7 谈判期望	115
第11章 商务谈判礼仪	120
11.1 商务谈判礼仪的一般要求	120
11.2 商务谈判过程中的礼仪要求	124
本章实训 商务谈判礼仪模拟	132
第12章 国际商务谈判	134
12.1 国际商务谈判概述	134
12.2 部分国家和地区商务谈判人员的谈判风格	135
模拟商务谈判综合实训指导书	147



第1章 课程综述



教学目标

了解商务的定义；了解谈判的定义；掌握商务谈判的定义；理解商务谈判所具有的特征；知晓商务谈判的构成要素；了解商务谈判课程的性质、地位及要求；理解学习商务谈判的意义；理解并认同教师为提升商务谈判教学效果而采取的教学策略。



教学内容

- 1.1 认识商务谈判及商务谈判课程
- 1.2 为何要学习商务谈判
- 1.3 如何开展商务谈判教学

1.1 认识商务谈判及商务谈判课程

1.1.1 商务谈判的定义

1. 商务的定义

商务是指商品的交易行为，主要包括以下四类活动：

- (1) 直接的商品交易活动，如商品的批发、零售等。
- (2) 直接为商品交易服务的活动，如运输、仓储、加工、整理等。
- (3) 间接为商品交易服务的活动，如金融、保险、信托、租赁等。
- (4) 具有服务性质的活动，如餐饮、娱乐、提供商品信息、咨询、广告等服务。

2. 谈判的定义

借助信息化，今天的人们见识了不少重大谈判。从旷日持久的多哈回合谈判，到让当事人绞尽脑汁的六方会谈，无一不在验证着谈判的普遍、必需与艰难。

现实中会出现各种各样的谈判事件，每个人在各自的工作、学习、生活中也经常会有意无意地成为谈判的一方。生活中谈判的例子可谓俯拾皆是：朋友们商量在哪里进晚餐；孩子们在观看什么电视节目的问题上各抒己见；有经济纠纷的双方通过协商解决赔偿或补偿问题；警察通过与恐怖分子谈判来解救人质；夫妻二人就家务活的分工进行商讨；一个小

男孩极力说服父母在儿童节前为其购买遥控直升机；顾客和营业员进行耐心的讨价还价……

许多谈判的研究者和实践者曾经从各自的视角对谈判的概念进行了界定，在此不再赘述。本课程为谈判下的定义为：

谈判是具有利害关系的双方或多方为了协调彼此之间的关系，满足各自的需要，通过协商洽谈以争取达到一致的行为和过程。



案例

“妈妈，今天我在学校里看到有人穿一种夹克皮装，看上去非常帅，你也给我买一件好吗？”孩子向母亲提出要求。

“可以，但是你必须读好书，这次考试如果每门课都在90分以上，我就给你买。”母亲也向孩子提出要求。

“妈妈，现在天气正好适宜穿皮装！考试以后天气变了，今年就没法穿了。”

“这倒是……”

“我读书一直很用功，这次一定考好，让你满意！你现在就给我买好吗？”

……

最后，母亲同意星期天带他上街去买。

资料来源：夏圣亭：《商务谈判技术》，1~2页，北京，高等教育出版社，2000。

3. 商务谈判的定义

谈判的种类很多，有外交谈判、政治谈判、军事谈判、经济谈判等。作为经济谈判的一种，商务谈判是指不同的利益主体为了协调彼此之间的商务关系，满足各自的商务需要，通过协商洽谈以争取达成某项商务交易的行为和过程。商务谈判是在商品经济条件下发生的，它已经成为现代社会经济生活必不可少的组成部分。

1.1.2 商务谈判的特征

商务谈判具有以下几方面的特征：

(1) 商务谈判以获得经济利益为基本目的。不同的谈判者参加谈判的目的是不同的，外交谈判涉及的是国家利益；政治谈判关心的是政党、团体的根本利益；军事谈判主要关注敌对双方的安全利益。

商务谈判中谈判者以获取经济利益为基本目的，人们通常以获取经济利益的多寡来评价一项商务谈判的成功与否。

(2) 商务谈判以价格谈判为核心。商务谈判中谈判者的需求和利益往往有很多方面，但价格几乎是所有商务谈判的核心内容，这是因为在商务谈判中价格最直接地反映了谈判双方的利益。

(3) 商务谈判注重合同条款的严密性与准确性。商务谈判的结果是由双方协商一致的协议或合同来体现的。合同条款实质上反映了各方的权利和义务，合同条款的严密性与准确性是保障谈判各方获得各种利益的重要前提。

1.1.3 商务谈判的构成要素

商务谈判的构成要素是多方面的,包括谈判主体、谈判客体、谈判目的、谈判时间、谈判地点以及其他物质条件。谈判主体、谈判客体、谈判目的是其中最为基本的要素。

1. 谈判主体

谈判主体是指在商务谈判中谈判的当事人,具体包括主持谈判、参与谈判以及与交易利益相关的人员。从谈判组织的角度来看,他们可以分为两类:台前的当事人和台后的当事人。他们均会对谈判的结果产生影响。

2. 谈判客体

谈判客体是指通过谈判要解决的问题或完成的事项。在商务谈判中,常见的谈判客体有买卖、合作、合资、租赁、兼并、特许经营、承包、BOT、咨询、招投标等。

买卖指通过对价转移商品所有权的活动。

合作即当事各方投入人力、财力、物力,共同开发、生产、销售商品的行为。

合资是为制造并经营某商品,双方出资组建新的法人企业的行为。

租赁是指为获得某商品的使用权而采取的一种租借或融资行为。

兼并是指通过产权的有偿转让,把其他企业并入本企业或企业集团中,使被兼并的企业失去法人资格或改变法人实体的经济行为。

特许经营是指特许经营权拥有者以合同约定的形式,允许被特许经营者有偿使用其名称、商标、专有技术、产品及运作管理经验等从事经营活动的商业经营模式。

承包是指企业与承包者间订立承包经营合同,将企业的“经营管理权”全部或部分在一定期限内交给承包者,由承包者对企业进行经营管理,并承担经营风险及获取企业收益的行为。

BOT (build-operate-transfer) 即建设—经营—转让,是指政府通过契约授予私营企业(包括外国企业)以一定期限的特许专营权,许可其融资建设和经营特定的公用基础设施,并准许其通过向用户收取费用或出售产品以清偿贷款,回收投资并赚取利润;特许权期限届满时,该基础设施无偿移交给政府。

咨询是指对某形态的商品的开发、生产、营销等提供建设性意见。

招投标是指以公开发包(发标)的形式竞买或竞卖商品。

3. 谈判目的

商务谈判是一种目的很明确的行为。商务谈判双方的共同目的通常是达成谈判协议,满足各自需要。当然,谈判各方的具体谈判目标往往是不同的,甚至相互对立,这既给谈判设置了“障碍”,同时也使谈判成为必要。总之,谈判目的是商务谈判最为基本的要素之一,没有谈判目的的商务谈判只能称为“闲谈”,不能称为“谈判”。

1.1.4 商务谈判课程简介

商务谈判课程是市场营销、工商管理、电子商务和国际经济与贸易等专业的专业课,是一门广泛吸收社会学、行为学、心理学、市场营销学、管理学等多学科知识的综合性很强的学科,具有很强的实践性和应用性。

随着经济全球一体化的深入和我国市场经济的不断发展,企业需要从事大量机遇与挑战并存的商业活动,包括大量的商务谈判活动。因此说,商务谈判在我国的经济生活中不

可缺少,而且作用愈来愈突出。

商务谈判是一门实践性非常强的课程。通过本门课程的学习,学生应能掌握商务谈判的基本理论,获得商务谈判的基本技能,具备一定的运用商务谈判策略及技巧的能力。

1.2 为何要学习商务谈判

1.2.1 商务谈判在现代经济社会中的作用

1. 能够促进商品经济的发展

交易主体间平等、自由地进行交换是商品经济的内在要求,商务谈判通过协商来谋求双方一致,恰恰符合这一要求,因而成为交易形成过程中的一种重要工具。可以这样讲,商品经济的发展,使谈判在经济生活中扮演了重要的角色;而商务谈判的广泛运用,又促进了商品经济的繁荣。

2. 有利于加强企业间的经济联系

每个企业要与其他企业进行协作,才能完成和改善生产经营活动。而商务谈判大多是在企业之间进行的,所以对于企业之间加强联系和协作能够起到促进作用。

3. 能够促进我国对外贸易的发展

经济全球化的大背景决定了任何一个国家都不可能用闭关锁国的方式发展自己。经过长达 15 年的艰苦谈判,中国于 2001 年 12 月 11 日成为 WTO 的第 143 个正式成员。加入 WTO,意味着我国将更多地引进国外的先进技术和设备,将进一步扩大对外出口。只有培养合格的和优秀的商务谈判人才,提升中国整体的商务谈判水平,才能适应我国国际商务交易数量增加的需要,使我国在国际商贸活动中掌握主动,获得成功。

1.2.2 商务谈判是商务人士必须掌握的一项职业技能

商务谈判是商务人士必须掌握的一项职业技能。以推销人员为例:推销过程包括推销准备、寻找准顾客、推销约见、推销接近、商品推介、处理异议、销售谈判和促成交易等环节。推销人员在销售谈判阶段技能的发挥,往往决定了推销活动的最终结局是半途而废还是获得圆满成功。

其他商务人士在工作中经常会参与或间接参与商务谈判,掌握商务谈判技能有助于他们提升个人的工作业绩。

1.2.3 商务谈判能力是现代人生存、生活的一项基本技能

商务谈判不是商家的专利。随着社会经济的日益发展以及人们交往范围、频率的增大,商务谈判可以说是无处不在,比如在商场购物时与营业员的讨价还价就是一种最常见的商务谈判。

此外,商务谈判的学习也可以培养一个人在其他领域的谈判能力。这种能力在很大程度上会影响到他的工作成效和生活状态。



案例

珍妮特和乔斯林是室友,她们合住一套一室一厅的公寓。珍妮特是一名会计师,在一

家很好的公司有着稳定的工作。但是,她决定回到学校继续攻读 MBA 学位。她已经被都市大学 MBA 晚班录取,目前正在上课。乔斯林在一家广告公司工作,发展势头很好。她的工作需要经常出差,而且要与客户打交道。问题在于珍妮特晚上不上课的时候需要在房间里安静地学习,可是当乔斯林在房间时却总是要打电话,要么就是带朋友来聚餐,或者随时准备出去,或者晚上很晚才回来。珍妮特已经对此感到很厌烦,正准备和乔斯林好好谈谈。

资料来源:[美]罗伊·J·列维奇等:《列维奇谈判学》,1页,北京,中国人民大学出版社,2008。

在日常工作和生活中,虽然人们会接触和参与很多谈判,但能称得上“谈判专家”的却少之又少,这是因为谈判的策略和技巧是不可能“无师自通”的。事实上,谈判能力的形成如同葡萄酒品质的提升,需要时间和经验的积累,需要理论与实践的结合。

1.3 如何开展商务谈判教学

为了提升本课程的教学效果,笔者特设计了较为系统的教学策略(包括教学方法、教学流程等)。教师可把这些教学策略告知学生,以得到学生的认可,和教师达成共识,因为只有达成共识,师生之间才有可能形成默契。针对这些教学策略,教师也可鼓励学生提出意见和建议。

以下列出的教学策略仅供任课教师参考。

1.3.1 使学生明确学习目标

商务谈判是现代商务人员必须掌握的一项职业技能。

随着我国社会主义市场经济的深入发展、企业制度改革的深化以及与世界经济对接度的提高,商务谈判已经成为各类工商企业合作与发展、经营与销售的重要商务活动,广大商务工作者也迫切需要掌握足够的商务谈判知识与技能,并在吸取以往经验教训的基础上不断提高谈判水平。

考虑到社会对商务谈判的需求及学生的营销、管理、经济等专业背景,笔者特为学生设定了以下学习目标:

(1) 知识教学目标。通过本课程的学习,学生能够掌握商务谈判的基础知识、技巧与理论,掌握商务谈判的程序与内容。

(2) 能力培养目标。通过本课程的学习,学生能够在实践中运用这些理论与技巧进行商务谈判,具备谈判者应有的素质和条件。

教师要使学生充分地理解、领会以上学习目标,这样才能使学生在学习时不致偏离方向,学生也才会有学习的动力——因为:第一,没有目标的学习,必然是盲目的、机械的学习;第二,按照目标设置理论,目标本身就是一种激励力量。

1.3.2 精心选择和组织教学内容

教师在选择和组织教学内容时需遵循以下原则:

(1) 教学内容要具有系统性,要贴近实际。很多国内和国外的教材,读者研读之后仍然不知道如何在谈判中操作和运用。为了解决这个问题,教师可加大谈判程序部分的比例,力争使学生在学习后对谈判的程序有非常明晰的理解和掌握。

(2) 考虑对象,内容选择上具有针对性。因为面向的教育对象是高职高专的学生,所以在选择和组织内容时要突出职业教育的特点,理论上只需做到“必需、够用”即可,具有可操作性的实训、实践环节则须加大比重。

(3) 课时分配上做到主次分明。本课程的教学包括 48 课时的课堂教学(见表 1—1)及为期一周的综合实训教学。课堂教学包括 34 课时的理论讲授教学、10 课时的实训教学、2 课时的视频观摩教学和 2 课时的考前复习。由这些安排可以看出,本课程在课时分配上突出教学重点和难点,为其分配了较多的课时;同时,课程也充分考虑理论与实训的均衡,以贯彻“理实交叉”的教学思想。

表 1—1 课堂教学课时分配表(参考)

序号	课题	课时	课时分配			
			讲授	实训	视频	复习
1	课程综述	2	2			
2	谈判概述	2	2			
3	商务谈判的类型与原则	2	2			
4	商务谈判的评价标准及成功模式	2	2			
5	商务谈判准备	6	4	2		
6	商务谈判开局阶段	6	4	2		
7	商务谈判磋商阶段	6	4	2		
8	商务谈判终局阶段	2	2			
9	商务谈判僵局的处理	6	4	2		
10	商务谈判心理	4	4			
11	商务谈判礼仪	4	2	2		
12	国际商务谈判	2	2			
13	视频观摩	2			2	
14	复习	2				2
合计		48	34	10	2	2

1.3.3 理实交叉,因材施教

受过高教学条件要求的限制,“理实一体”的教学模式在商务谈判教学中很难实现。笔者建议商务谈判教师采用折中的“理实交叉”教学模式。

“理实交叉”教学模式是指在以讲授为主的理论教学中,设计一些实践性项目穿插其中。这些实践性项目的形式可以是实训,也可以是辩论赛、演讲、小品、社会剧等。

在“理实交叉”教学模式下,学生能够在理论和实践相结合的过程中享受到学习的快乐,有助于他们技能的养成和能力的提高。

1.3.4 践行学导式教学法,设计学导式教学流程

学导式教学是指学生在教师的指导下渐进自学的一种教学方法。其特点有:一是变以教授为主为以自学为主;二是变以教师为中心为以学生为中心;三是变注入为辅导^①。这种教学方法能够使学生在教师的指导之下,从被动接受知识转变为主动学习知识,真正实

^① 孙显元:《高等学校教师教学科研方法》,63页,合肥,合肥工业大学出版社,2005。

现“学生为主体,教师为主导”的教学理念和原则。

遵循学导式教学法,笔者为每章拟定了下面的教学流程,仅供任课教师参考。

(1) 开场。本章学习开始之初,教师须用引言导入本章主题,向学生阐明本章的学习目标,明确教学内容及其进行时间安排,以使学生对本章要学习的内容和要完成任务做到心中有数,而这一点对激发学生的学习动机、提升学生的学习效果是非常必要的。

(2) 正文学习。正文学习采用逐节学习的方式。每一节(指“章”下的“节”)内容的学习包括以下三个阶段。

1) 自学。学生自学的内容是阅读本章教学内容。为保证效果,自学可以课堂上进行。视某一章内容多少,可为其安排15分钟~30分钟的自学时间。要求学生在自学时边学习、边思考,理解教材内容,找出疑难问题。

2) 自学效果检测。学生自学结束后,教师将向学生提一些简单的问题,作为自学环节的考核内容。

3) 解疑。解疑的工作由学生和教师共同完成。某学生遇到了疑难问题,既可以向同学求教,也可以举手发问,由教师尽“解惑”的责任。

4) 精讲。精讲是指教师针对教材的重点和难点,进行较为详尽的讲授。在精讲过程中,可以穿插示范、演示、操作、提问等教学环节。

(3) 演练。演练包括课堂练习、课后作业和学生天地三部分。

1) 学生完成课堂练习后,教师将抽取部分学生展示作业完成情况,展示时不仅要给出自己的答案,还要介绍自己的解题依据和思路。

2) 课后作业。孔子曰:“学而时习之,不亦说乎”。又曰:“温故而知新,可以为师矣。”学生课后应认真完成老师布置的作业,很多古圣先贤的成功学习经历也证明了这是一种很好的学习方式和学习习惯。

3) 学生天地。学生天地是学生在课堂上充当策划、演员等角色,教师充当欣赏者和协调者的教学环节。每次学生天地一般占用两课时,即一次课的时间。

1.3.5 有理有据,客观考核

考核时一般采用加权平均的方式为学生统计出最终成绩。这种方法需要事先为学生各方面的表现在最终成绩中的影响分配一定的权重,如:平时成绩占30%;期末考试成绩占70%。这种方法对于综合考量学生的表现无疑是有效的。

为了激发表现优异者的学习积极性,鞭策表现不佳者矫正其不良的学习行为,建议在平时成绩的考核中引入激励(包括正激励和负激励)机制。

1.3.6 推荐参考书

安贺新:《推销与谈判技巧》,北京,中国人民大学出版社,2006。

丁建忠:《商务谈判》,北京,中国人民大学出版社,2006。

方琪:《商务谈判——理论、技巧、案例》,北京,中国人民大学出版社,2008。

井润田,席西民:《国际商务谈判》,北京,机械工业出版社,2007。

[美] 罗伊·J·列维奇等:《列维奇谈判学》,北京,中国人民大学出版社,2008。

石永恒:《商务谈判实务与案例》,北京,机械工业出版社,2008。

孙健敏:《谈判技能》,北京,企业管理出版社,2004。

王方：《商务谈判实训》，大连，东北财经大学出版社，2009。

王国梁：《推销与谈判技巧》，北京，机械工业出版社，2007。

吴建伟，沙龙·谢尔曼：《商务谈判策略》，北京，中国人民大学出版社，2006。

徐文，谷泓：《商务谈判》，北京，中国人民大学出版社，2008。



课堂练习

[单项选择题]

1. 在商务谈判中，谈判双方以（ ）为谈判的核心。
A. 需求 B. 利益 C. 价格 D. 价值
2. 商务谈判客观存在的基础和动力是（ ）。
A. 目标 B. 关系 C. 合作 D. 需要
3. 商务谈判最为基本的要素不包括（ ）。
A. 谈判主体 B. 谈判时间
C. 谈判客体 D. 谈判背景
4. 在商务谈判中，要想做到说服对方，应当（ ）。
A. 在必要时采取强硬手段 B. 使对方明白己方从谈判中获利很小
C. 使对方明白其从谈判中获利很大 D. 寻找双方利益的一致性
5. 商务谈判追求的主要目的是（ ）。
A. 让对方接受自己的观点 B. 让对方接受自己的行为
C. 平等的谈判结果 D. 互惠的经济利益



课后作业

[简答题]

1. 什么是商务？商务包括哪些类别？
2. 商务谈判具有哪些特征？
3. 商务谈判的构成要素主要有哪些？
4. 为什么要学习商务谈判？

[案例分析]

案例一 价格磋商是谈判的需要

一对夫妻在浏览杂志时看到一幅广告中当作背景的老式座钟，非常喜欢。妻子说：“这个座钟是不是你见过的最漂亮的一个？把它放在我们的过道或客厅当中，看起来一定不错吧？”丈夫答道：“的确不错！我也正想找个类似的钟放在家里，不知道多少钱？”研究之后，他们决定要在古董店里找寻那种座钟，并且商定只能接受500元以内的价钱。

他们经过三个月的搜寻后，终于在一家古董店的橱窗里看到了那种座钟，妻子兴奋地叫了起来：“就是这种座钟！没错，就是这种座钟！”丈夫说：“记住，我们绝对不能超出

500 元的预算。”他们走近那个座钟。“哦！”妻子说道，“座钟上的标价是 750 元，我们还是回家算了，我们说过不能超过 500 元的预算，记得吗？”“我记得，”丈夫说，“不过还是试一试吧，我们已经找了那么久，不差这一会儿。”

夫妻私下商量，由丈夫作为谈判者，争取以 500 元买下。随后，丈夫鼓起勇气，对售货员说：“我注意到你们有个座钟要卖，定价就贴在座钟上，而且蒙了不少灰，显得有些旧了。”之后，又说：“告诉你我的打算吧，我给你出个价，只出一次价，就这么说定。想你可能会吓一跳，你准备好了吗？”他停了一下以增加效果，“你听着——250 元。”那个座钟的售货员连眼也不眨一下，说道：“卖了，那个座钟是你的了。”

那个丈夫的第一反应是什么呢？得意洋洋？——“我真的很棒！不但得到了优惠，还得到了我想要的东西。”不！绝不！他的最初反应必然是：“我真蠢！我该对那个家伙出价 150 元才对！”你也知道他的第二反应：“这个座钟怎么这么便宜？一定是有什么问题！”

然而，他还是把那个座钟放在了客厅里，看起来非常美丽，好像也没什么毛病。但是他和太太却始终感到不安。那晚他们安歇后，半夜曾三度起来，因为他们没有听到座钟的声响。这种情形持续了无数个夜晚，他们的健康迅速恶化，开始感到紧张过度并且都有了高血压的毛病。

资料来源：<http://www.doc88.com/p-186398974820.html>。

问题：这对夫妻以远低于预期的价格购得座钟，为什么却始终感到不安，以至于健康受到了严重的影响？

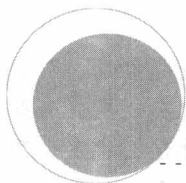
案例二

某县一饮料厂欲购买意大利固体橘汁饮料的生产技术与设备。派往意大利的谈判小组包括以下四名核心人员：该厂厂长、该县主管工业的副县长、县经委主任和县财办主任。

资料来源：<http://vtcdev.ctbu.edu.cn/a/jiaowuzaixian/kechengguanli/2010/0911/133.html>。

问题：

- (1) 如此安排谈判人员说明中国人的谈判带有何种色彩？
- (2) 如此安排谈判人员理论上会导致什么样的后果？
- (3) 如何调整谈判人员？



第2章 谈判概述



教学目标

认识并掌握谈判的本质；掌握谈判战略决策的方法；了解谈判的一般流程。



教学内容

- 2.1 谈判的本质
- 2.2 谈判战略决策的方法
- 2.3 谈判的一般流程

2.1 谈判的本质

谈判是具有利害关系的双方或多方为了协调彼此之间的关系，满足各自的需要，通过协商洽谈以争取达到一致的行为和过程。谈判之所以发生有这样一些原因：一是为了瓜分有限的资源，如土地、财产或者时间。二是为了创造一些新的产出，这些产出是谈判各方不可能独自创造的。三是为了解决各方之间的问题或争端。^① 不管出于哪种原因，谈判已经成为解决很多问题的重要手段。

下面结合案例就谈判的本质及其相关内容进行阐述。



案例

新的一天开始了。吃早餐时，苏·卡特问丈夫乔·卡特准备去哪里度暑假。苏想报名参加大学校友会组织的远东之旅，乔却不愿意。他不喜欢两周的时间都和一群素不相识的游客在一起，他希望远离人群，远离尘嚣，不受日程安排的限制，租用一艘游艇漫游在新英格兰海岸。两人虽然没有争吵，但是显然他们的想法实在难以统一。有些朋友通常采取分开度假的方式解决这样的问题，然而由于乔和苏都从事全职工作，他们认为还是应该在

^① [美] 罗伊·J·列维奇等：《列维奇谈判学》，2~3页，北京，中国人民大学出版社，2008。