

● 现代商业企业经营与管理知识丛书之十六

贸易谈判知识与技巧

MAO YI TAN PAN

● 邵明毅 张秀珍 主编



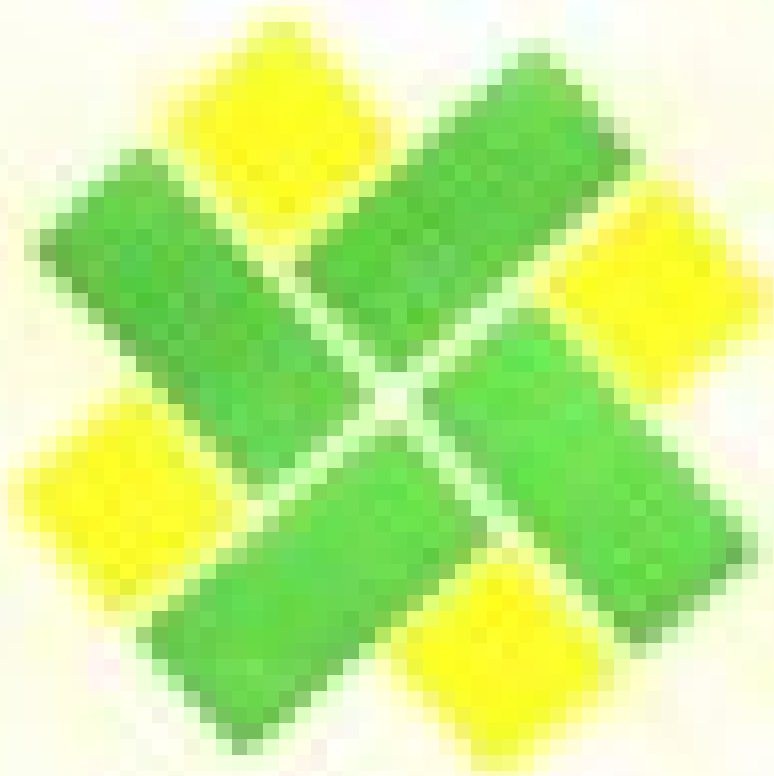
中国商业出版社

现代国际商务谈判与贸易知识问答(第16版)

贸易谈判知识与技巧

MAO TI TAN PAN

第16版 2020年1月



中国商务出版社

95
F715
98
三

现代商业企业经营与管理知识丛书之十六

贸易谈判知识与技巧

主 审 罗德明

主 编 邵明毅 张秀珍

副主编 国洪莲 王 敏

XA188/04

中国商业出版社

C

124127

登记证号：（京）073号

责任编辑：良言

封面设计：高学军

贸易谈判知识与技巧

邵明毅 张秀珍 主编

中国商业出版社出版发行

（北京复兴门内大街45号）

邮政编码：100801

新华书店总店科技发行所经销

山东汶上新华印刷厂印刷

787×1092毫米32开 7.625印张 159千字
1992年8月第1版 1992年8月第1次印刷
印数：1—5000册 定价：3.35元
ISBN7—5044—1450—6/F·952

丛书组编说明

在商品经济蓬勃发展，经营环境日趋复杂，企业竞争日益激烈的今天，商业企业要站稳脚跟并求得发展，就必须实现经营与管理工作的科学化和现代化；而要实现其科学化和现代化，则离不开现代经营与管理知识。鉴此，我们组编了《现代商业企业经营与管理知识》丛书。

该丛书，融理论性与应用性为一体，力求用新思想、新材料、新形式，较为系统地介绍有关现代商业企业经营与管理方面的知识，以培养学生，帮助广大商业职工开阔视野、更新知识、掌握科学的经营与管理方法，为繁荣社会主义商业服务。

本丛书由中商部商业中专教材委员会主任姜受堪、山东济宁供销学校校长石林、中商部供销中专教材委员会副主任向祖庚、中国商业经济学会和中国供销合作经济学会副会长杨培伦主审，山东供销职工大学的张新华主编，《当代企业家》杂志社主编耕夫、中华人民共和国商业部的姚重璞、山东省供销合作社的孟晓东任副主编。

由于我们水平有限，虽尽了极大努力，但丛书中还可能存有欠妥之处，恳请广大读者批评指正。

《现代商业企业经营与管理知识》丛书编委会

一九八九年六月于北京

现代商业企业经营与管理知识丛书

编 委 会

主 审	杨培伦			
	石 林	向祖庚	姜受堪	
主 编	张新华			
副主编	姚重璞	孟晓东	耕 夫	
委 员	孟晓东	向祖庚	滕荣祥	朱纬文
	杨培伦	姜受堪	景 荣	方修红
	石 林	曹正辉	郭呈祥	李兴华
	姚重璞	耕 夫	张新华	欧阳智
	许光启	丁方明	高 智	夏孝天

编写说明

该书是应广大读者要求和各类学校教学之需而编写的。它以贸易谈判理论、策略、方法与技巧为重点,从不同角度展示贸易谈判的秘诀,旨在将谈判技巧公布于众。它既是买卖双方沟通的桥梁,又是增强广大消费者谈判对策的智囊;它既能适合各类学校教学之需要,又能满足广大工商企业业务人员和消费者丰富谈判知识与技能之渴望。

本书由邵明毅同志起草大纲,经过山东、四川、湖北、浙江、广东、河南、福建、黑龙江省供销、商业学校的十四名教师和从事谈判的实际工作者,近三年的反复酝酿、讨论、共同编写。在编写过程中,始终遵循党和国家的一系列路线、方针和政策,力求结合改革开放的企业实际,吸收国内外贸易谈判理论研究的新成果;力求体系科学,观点新颖,内容准确实用,通俗易懂。

全书请高级讲师罗德明主审,由邵明毅、张秀珍主编。具体承担编写工作的有:邵明毅、张秀珍、国洪莲、王敏、宋瑞祥、庞绪明、黄孝山、吴光福、李竞荣、王爱民、肖现报、陈喜田、王跃、倪国等同志。

贸易谈判的知识和技巧是随着实践的发展而完善,我们虽然引用了大量资料并进行了探索,也很难反映这门学科的全貌,加之经验不足,水平有限,难免有误,敬请读者指正。

作者

1992年4月

目 录

第一章 引 论

- 第一节 贸易谈判的基本概念..... (1)
- 第二节 贸易谈判的构成要素..... (11)
- 第三节 贸易谈判的原则及作用..... (16)

第二章 贸易谈判的内容

- 第一节 商品的品质、数量、包装、检验及装运..... (23)
- 第二节 价格、支付和保险..... (39)
- 第三节 索赔、仲裁和不可抗力..... (48)

第三章 贸易谈判的组织和时间选择

- 第一节 谈判人员的基本素质..... (54)
- 第二节 谈判小组的组织..... (65)
- 第三节 谈判的时空选择..... (68)

第四章 贸易谈判前的准备

- 第一节 贸易谈判前的调查..... (71)
- 第二节 分析判断形势..... (84)
- 第三节 确定谈判目标..... (93)
- 第四节 制定谈判计划..... (99)

第五章 贸易谈判的程序

- 第一节 开局与探测..... (104)

第二节	报价与磋商·····	(113)
第三节	交易与达成·····	(122)
第四节	签订合同·····	(125)
第五节	违约及处理·····	(132)

第六章 贸易谈判策略

第一节	策略要素·····	(135)
第二节	价格策略·····	(141)
第三节	互利型谈判策略·····	(149)
第四节	对己方有利型谈判策略·····	(154)

第七章 贸易谈判技巧

第一节	价格谈判技巧·····	(172)
第二节	打破僵局技巧·····	(179)
第三节	语言交流技巧·····	(183)
第四节	无声谈判技巧·····	(191)
第五节	妙用幽默技巧·····	(197)

第八章 谈判对谈判者的要求

第一节	谈判者的基本特质·····	(202)
第二节	谈判者的修养和礼节·····	(206)
第三节	谈判者应避免的问题·····	(212)
第四节	附录·····	(217)
一、	世界各地谈判风格·····	(217)
二、	谈判人员能力测验·····	(221)

第一章 引 论

当今世界是开放的世界。当今的中国正在走向开放，走向世界。社会主义中国的商品经济正在迅速发展，特别是国内商品的生产、创新与流通，国际市场的开拓、发展与竞争，都离不开谈判，贸易谈判是沟通生产者和消费者的桥梁与纽带。我们研究贸易谈判的理论和技巧，其目的是研究总结谈判活动规律，探寻调节争端的秘诀，从而使它成为改善经贸关系的妙方，谈判活动的指南。本章作为全书的引论，主要研究贸易谈判的基本概念、贸易谈判的构成要素及贸易谈判的原则及作用。

第一节 贸易谈判的基本概念

一、谈判的历史发展

谈判是一门古老又年轻的学科。说它古老，是因为谈判学的产生和发展经历了一个漫长的历史过程，由来已久。如果从人类谈判意识的产生看，几乎可以与人类的起源一样古老。自从开天辟地，有了人和人类社会，必然也就有了谈判活动。有了商品生产和商品交换，也就产生了贸易谈判活动。

但是，谈判学说又是一门独立的学科，这是因为谈判学作为一门独立的学科，是近代才出现的。在此之前，尽管关于谈判理论的产生、形成、发展经历了数千年的历史，有着不少精辟的见解和丰富的内容，但毕竟还是零碎的，没有形成独立的学科体系。随着生产力的发展，人际关系的频繁，

商品经济的扩大，社会象一张巨大的谈判桌。无论是国家元首、军事首脑、金融巨头，还是经济采购乃至三教九流，都离不开谈判。人们从成功的经验和失败的教训中，逐步总结出独立的学科概念、学科原则和逻辑体系，也不过是近数十年的事情。因此，谈判学又是一门年轻的学科。

所谓谈判，就是指由涉及某个问题的各方之间进行交流思想、表达意愿相互进行的磋商活动。这是从最广义的角度给谈判下了一个定义，当然这里包括各种各样的谈判，有政治的、经济的、军事的、外交的等谈判内容。

谈判可以大至在国家之间、党政之间、社会集团之间进行，小至在个人之间进行，甚至在家庭成员如父母与子女、兄弟姐妹之间进行。

谈判无时不在，无处不有，事事都可以进行谈判。在交谈或讨论某些问题时，即使你自己不认为是谈判，实际上是正在谈判。例如，当你与交通警察发生争执是否该罚款时，当夫妻间讨论到哪个饭馆去吃饭时，当父母与孩子商量什么时候去旅游时，当买卖双方讨论还价时，都是谈判。一个人在生活中离不开谈判，当您与对方发生各种各样的关系时，你都要借助于谈判这个武器来达成某种协议以维护自己的合法利益。所以，谈判是你满足需要，取得利益或保护自己的基本手段。

在商品经济蓬勃发展的今天，本书着重探讨贸易谈判的基本理论和技巧。

二、贸易谈判的内涵及特征

贸易谈判是一项牵涉面广，并具有刺激性、挑战性的活

动。参予谈判的人都想成功，都想在谈判中取胜。然而并非人人都能在谈判中取胜，因为贸易谈判难以驾驭，只有那些精通业务，深知贸易谈判内涵，了解谈判特点，掌握谈判规律，熟谙其策略和艺术的人，才能在谈判的天地里自由驰骋，左右逢源，成为屡战屡胜，人人欢迎的谈判高手。为了便于理解和把握贸易谈判的内涵和特点，下面将分别叙述。

（一）贸易谈判的内涵

所谓贸易谈判，是指买卖双方（或称甲方乙方）为实现某种商品的交易就各种交易条件进行的协商活动。

首先，贸易谈判是为了买卖商品而进行的。商品买卖，随着我国有计划商品经济方针的实施，它是各种往来活动中，处于流通领域过程，最普遍、最大量的活动。因而贸易谈判的内涵和外延，随着商品概念的变化而改变，过去不认为是商品的东西，已成为身价百倍的商品。如当信息、技术、人才等都纳入了商品范畴后，其商品概念的内涵与外延扩大了，因而，贸易谈判的对象和内容也不断随着扩大和延伸。

其次，贸易谈判贵在沟通和协商。所谓沟通，就是谈判双方通过交流信息，表达意愿，为了共同目的，建立双方共同利益的基础和融洽的气氛，以表达双方的诚意，达到共识。协商，就是在沟通的基础上，通过交流有关条件、分析、调整、平衡双方的利益，以求双方互利互惠、皆大欢喜。决不是双方相互为敌，施展阴谋诡计，耍弄卑鄙手段，相互欺诈行骗，造成所谓一方全赢或全输的结果。因此讲贸易谈判经过沟通和协商，剔除不利于双方的因素，满足双方需求，维护双方利益，促成交易的达成。

再次，贸易谈判是有规律可循的动态活动过程，是人类

普遍长期的活动，就必然有它的运动规律。尽管贸易谈判形形色色，象一条坎坷、幽深、盘绕的道路，但通过大量的谈判实践和成功的实例，可以总结出一套适用的理论、原则、策略和技巧，以指导人们的谈判，推动商品交易的发展。它作为一门新兴的边缘学科，涉及到理论经济学、经营学、策略学、决策学、管理学、法学、心理学、行为科学、语言文字学等学科，是多种学科的综合运用和实践创造。当然它不是静止不动的，而是随着贸易谈判者的实践，在不断发展、提高和完善。只要人们经过谈判的千锤百炼，总是可以逐步真正地掌握其中规律的。

（二）贸易谈判的特点

人类社会的复杂性，必然决定贸易谈判工作和其它工作一样是十分复杂的，是一项跨学科的综合性经营工作，但它与一般的企业经营工作相比较，又具有自己的独有特点。

（一）谈判活动的客观性和目的性

贸易谈判活动不是虚幻的，而是活生生的客观现实活动，只要有商品生产必然有商品交换，交换也就伴随着贸易谈判，因此讲，谈判具有客观性。任何谈判都是有目的进行的，如一个企业同另一个企业进行谈判并签订合同，当然是为了自己企业的发展，经济效益的提高。再如一个谈判者四处推销自己的产品；采购自己企业需要的商品，其目的性也是十分明确的。根据谈判活动的客观性和目的性这一特点，要求谈判者面对企业的客观现实，市场的行情，企业的需求，扎扎实实的搞好调查研究，练好谈判的基本功，确立科学的目的，采取不同的方法和技巧，以争取谈判的主动权。

（二）谈判对象的广泛性和多变性

贸易谈判者为了自己的目的，总是广泛的寻找贸易伙伴，可以广至不受国界的限制；但每个谈判对象既是具体的，又是多变的。说具体是因为每一具体的买卖，总是同具体谈判对象成交，而不能同广泛的对象成交，而具体的谈判对象在各种竞争存在的条件下，总是不确定的、多变的。这不仅是谈判对象方面的要求和变化，也是自身各方面的要求和变化所决定的。谈判对象的广泛性和多样性这一特点，要求贸易谈判者不仅要充分了解市场行情，及时掌握价值规律和供求关系运动状况，而且要用不同的方式对待新、老客户。

（三）谈判环境的多样性和复杂性

谈判环境是谈判工作的客观外在条件，可以在本企业内部，也可以在企业外部，可以在条件优越的宾馆，也可以在较差的特定环境中，显然他们的工作环境是多样的和复杂的。这一特点要求谈判者要具有适应环境、改造环境的能力，具有广泛、深入地同社会各方面联系的本领，与企业外部保持经常、友好的关系，为企业开展购销活动创造良好的外部条件。

（四）谈判的对抗性和灵活性

谈判桌上尽管没有“刀光剑影”，但确有“唇枪舌剑”。因为谈判的双方都希望赢得胜利，对实质性问题，往往各不相让，千方百计地争夺利益，有时会措辞激烈，达到白热化的程度。谈判中的对抗并不意味着一定就是你死我活或军事冲突，且可包含不同利益、见解的调适。广义地说，谈判双方一坐上谈判桌就开始了对抗，这种对抗有时表现为友好协商，有时表现为激烈的交锋。谈判的灵活性是丰富多彩，有

时表现在运用原则、策略、技巧上的灵活，有时表现谈判语言的灵活，巧妙的对答“见好就收”适当让步，防止一味追求更多不实际的利益，结果“竹篮打水一场空”。这一特点，要求谈判者在对抗者面前，要有敢于坚持原则的勇气，不卑不亢，又要提高谈判语言的吸引力和说服力，唤起对方的购买欲望，灵活的处理好“进攻”与“让步”的统一，提高表达见解，驾驭文字和平衡各方关系的能力。

三、贸易谈判的类型和方式

在明确贸易谈判的基本涵义和特点之后，下面来进一步分析贸易谈判的类型和方式，以便更全面深刻的理解它。

（一）贸易谈判的类型

就贸易谈判的范围分类，一般有国际贸易谈判与国内贸易谈判。在国际和国内贸易谈判中又各自包含着企业间的贸易谈判。以上各种谈判又时常采取小组贸易谈判，一对一的贸易谈判。本书侧重于介绍小组贸易谈判和一对一的贸易谈判类型。

1. 一对一的贸易谈判

所谓一对一的贸易谈判，指的是指买卖双方各自一人参加，为解决贸易问题而进行的一种磋商活动。这种谈判类型的好处是双方代表少，各自意见便于表达、分析和磋商，不会造成谈判代表各自一方内部意见的分歧，谈判代表各自代表各方的利益，交流思想表达意愿，相互讨论，以使问题得到公平合理的解决。因此，这种谈判速度较快，在现有企业的购销谈判活动中被广泛采用。

任何事物有利就有弊。这种一对一的谈判类型有自身的

不足，因参加谈判人员少，对问题的分析和权衡因个人知识的局限，对于涉及较为广泛的业务和技术问题，难以都处理得恰到好处。所以，这种类型的谈判，一般只适用于小型的谈判，且谈判内容比较简单，技术不太复杂，数量单一或较少的业务。

一对一的谈判广泛适用于人们的日常生活中。如人们到集市贸易市场购买日用消费品，水果、蔬菜、鸡、鱼、肉、蛋都是采取这种类型的谈判，在简单的讨价还价之后，现金交易，又无需签订什么合同或协议之类的东西，一手钱一手货，即时即清，简便灵活。

在大中型的谈判特殊情况下，一对一的谈判也可以发挥作用。如谈判过程中，双方因目的利益存有重大分歧各执一词，僵持不下，很难在小组谈判中解决。在这种情况下，双方首席代表可进行私人接触，就某些问题进行磋商，达成谅解，以便促使谈判的成功。

2. 小组贸易谈判

所谓小组贸易谈判，就是指买卖双方各自选派一个谈判集体，为解决贸易问题而进行的磋商活动。小组谈判多用于国际或国内的正式的谈判，特别是事关重大和谈判内容比较复杂的谈判。

小组谈判，重要的问题是正确地选配小组成员。谈判小组的组成一般要求是：一是要有有关部门的代表或各方面的专业人员；二是具有一定的社会交往能力和贸易经营实际的工作人员。这样做的好处是，在听取对方介绍情况时，能分清真假，明辨是非，而不致于被对方介绍的虚假情况所迷惑。同时，由于各部门的代表参加，对签订合同及合同的实施能

保持连贯性和执行的积极性。

在小组谈判中，必须精心选定首席代表或谈判负责人。他的主要任务，一是谈判的主要发言人，二是谈判的最终决策者，三是担负领导整个谈判组的职能，控制和分配其它谈判成员的行动和任务，得心应手地驾驭整个谈判小组的每个成员，以取得整个谈判的圆满完成。

（二）贸易谈判的方式

贸易谈判的方式，是指交流谈判内容，表达相互意愿，达成交易的形式。一般可分为口头谈判和书面谈判两种方式，两种谈判方式各有自己的特点和利弊。为了便于把握、选择和运用谈判方式，将分别予以分析研究。

1. 口头谈判及其利弊

口头谈判，是指买卖双方面对面地用口语谈判，或通过电话异地商谈。这种方式在实际工作中一般采取“走出去”或“请进来”的形式，主要表现为这样三种具体形式：一是派出人员主动登门谈判，二是邀请客户到本企业或者在第三地谈判，三是参加交易会或举办洽谈会等形式。

综合口头谈判各种具体形式的特点，其优点主要表现为这样几个方面：

第一，口头谈判便于双方当面洽谈交易，可以看样品，对资料，增强了商品交易的真实性和透明度。双方提出的不同意见都可详尽的说明和解释，无论是出售滞销商品，还是购买紧俏商品，双方都有争取对方的余地。

第二，口头谈判，便于双方察言观色，掌握心理动态，以利施展谈判策略和技巧。谈判时间根据需要可以延长，也可缩短，对一些可能出现的争议，可以尽快协商解决。