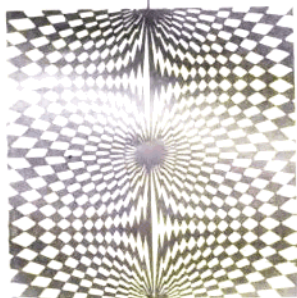


# 现代商贸谈判学

主编 卢自民 仵志忠  
陕西人民出版社



95  
F740.4  
55  
C

# 现代商贸谈判学

主编 卢自民 仵志忠

XAJ73/11



3 0106 4091 4



陕西人民出版社

C151432

(陕)新登字 001 号

现代商贸谈判学

主 编 卢自民

副主编 仵志忠

陕西人民出版社出版发行

(西安北大街 131 号)

陕西现代印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开本 16.125 印张 341 千字

1994 年 7 月第 1 版 1994 年 7 月第 1 次印刷

印数:1-3000

ISBN 7-224-03613-7/F·420

定价:15.50 元

## 序 一

党的十四大明确提出在我国要建立社会主义市场经济新体制,这意味着我国改革开入已进入了一个新的历史阶段。首先,社会主义市场经济体系正在形成和不断完善;国内市场形成了多方位、多层次发展的新格局;市场机制在整个国民经济中越来越多地发挥着优化配置资源的作用。其次,随着社会生产力的迅猛发展,生产社会化、专业化的程度越来越高,我国与国际间的经济联系与合作也越来越紧密,走向国际市场已成为历史的必然。

社会主义市场经济体制的确立,使商贸谈判在现代经济生活中占有重要的地位。生产经营者彼此之间的合作,生产经营者与消费者之间的交易,需要通过谈判来实现;各种合作与交易所形成的障碍需要通过谈判来消除;合作与交易后发生的矛盾,责任与风险的承担需要通过谈判来判定。这一切的一切,都说明了商贸谈判在社会经济生活中几乎无时不有,无处不在。“天下熙熙,皆为利往。”

为了适应市场经济发展和专业教学的需要,陕西财经学院副教授卢自民、件志忠等老师在总结经验、学习吸取前人先进成果的基础上,编写出版了《现代商贸谈判学》。这本教材,别开生面,为《现代商贸谈判学》新的体系建立开创了一条新的路子,为

今后理论如何联系实际提供了全新的思路。这本三十多万字教材的特点概括起来有两条：第一，理论性、知识性和实用性融为一体，便于学习，便于理解，便于掌握，便于操作。这本教材以马克思主义为指导，结合中国的实际，阐明了具有中国特色的社会主义的商贸谈判理论，同时，还系统地叙述了商贸谈判涉及的业务知识和商贸谈判的策略技巧。这无疑有利于财经类大专院校的教学科研，有益于广大读者掌握这门科学知识。第二，求新、务实是这本教材突出的特点。所谓求新是指体系新，结构新，内容新。所谓务实，是指这本教材从实用出发，理论联系实际，力求精益求精。《现代商贸谈判学》是一门涉及面很广的边缘学科，近几年，人们在这方面虽然进行了艰辛的工作，有益的探索，但把它所涉及到的学科有机地运用在商贸谈判学方面进行研究似乎不大多见。既然商贸谈判是人类长期普遍的经济活动，就必然有其自身的运动规律。尽管商贸谈判形形色色，五花八门，但通过认真地研究、分析，完全可以总结出一套普遍适用的理论、方法和技巧。该书作者正是出于这种目的，在此进行了大胆的尝试，即使这种研究还是初步的，但这种精神已是难能可贵的。

当然，今后随着我国市场经济的不断发展，《现代商贸谈判学》还有许多新的领域、新的问题需要研究解决。希望本书作者在今后的教学科研中，再接再厉，对《现代商贸谈判学》不断充实新的内容，为我国的社会主义建设和教育事业作出新的贡献。

闵宗陶

1994年6月

## 序 二

商贸谈判是研究商贸谈判活动及其规律性的学科。尽管谈判,包括商贸谈判古已有之,但真正现代意义上的商贸谈判只是在党的十一届三中全会以后,随着经济体制改革和社会主义商品经济的发展才产生和发展起来的。现在,我国社会主义市场经济体制的大环境及其迅猛发展,使我国起步晚的商贸谈判学发展很快。

卢自民、仵志忠副教授十余年来一直致力于商贸谈判学及其相关学科的教学和研究工作。最近他们将长期从事商贸工作实践的经验和理论研究加以总结提高,主编了这本《现代商贸谈判学》教材,全书共22章,依次论述了有关商贸谈判活动的基本理论、业务、策略、技巧等一系列问题。

从全书来看,这部教材主要有以下几个特点,也是它的优点。其一,吸收了前人已有的成就但并未拘泥于此,研究了商贸体制改革和对外开放的新情况、新问题。读之使人感到贴近现实,求实,创新,富有时代气息。其二,应用性强,注重实际操作。以往的有关谈判内容受客观环境的影响,多侧重于纯理论的阐述。近几年,情况已发生了很大变化,人们关于商贸谈判活动的实际操作方面的研究也愈来愈多,水平也在逐步提高。这本教材的一个重要特点是,它基本上做到理论完整,语言简洁流畅,立

论新颖,观点明确,分析透彻,论证有理有据,结构严谨,并侧重于指导实际操作和应用。因此,这本教材虽然是为高等院校和自学考试而编写,但其适用面广,亦可作为电大、夜大、刊授、函授,干部培训等不同形式的成人教育教材或商贸战线工作者的有益的参考书。其三,注重中西方商贸谈判共性规律的研究与揭示。中国和西方自古以来在习俗、伦理道德、生活方式、文化传统等方面的差别很大,反映在经济活动中其商贸谈判活动中也各有其特点。因此,如何将中国和西方的谈判艺术方式和方法相融通并有机地结合起来,也成为改革开放后中国涉外活动的重要课题。这部书在这方面也做了一些有益的探索,反映了中国特色社会主义经济的基本要求,充满了唯物辩证法的基本思想。当然,由于社会主义市场经济体制尚未发展成熟,作为反映商贸谈判活动及其规律性研究的该书,也要随着社会主义市场经济体制的建立而不断地补充、完善和提高。

李学智

1994年4月

# 目 录

|                        |        |
|------------------------|--------|
| 序一 .....               | 闵宗陶(1) |
| 序二 .....               | 李学智(3) |
| 第一章 商贸谈判的含义 .....      | (1)    |
| 第一节 谈判的概念 .....        | (1)    |
| 第二节 现代商贸谈判的涵义 .....    | (13)   |
| 第二章 现代商贸谈判的意义和要求 ..... | (24)   |
| 第一节 现代商贸谈判的意义 .....    | (24)   |
| 第二节 商贸谈判工作的特点与要求 ..... | (36)   |
| 第三章 商贸谈判的类型与方式 .....   | (46)   |
| 第一节 商贸谈判的类型划分 .....    | (46)   |
| 第二节 商贸谈判的形式与方式 .....   | (55)   |
| 第四章 商贸谈判的礼节 .....      | (64)   |
| 第一节 商贸谈判的仪表举止 .....    | (64)   |
| 第二节 商贸交往、洽谈的礼貌 .....   | (71)   |
| 第五章 商贸谈判的宴会与馈赠礼品 ..... | (88)   |
| 第一节 商贸活动中的宴会 .....     | (88)   |
| 第二节 礼品馈赠 .....         | (100)  |
| 第六章 商人习俗 .....         | (103)  |
| 第一节 发达国家外商的习俗 .....    | (103)  |



|      |                      |       |
|------|----------------------|-------|
| 第二节  | 欧洲及发展中国家商人的习俗·····   | (114) |
| 第三节  | 亚洲、大洋洲商人习俗·····      | (124) |
| 第七章  | 商贸谈判中的礼俗与禁忌·····     | (130) |
| 第一节  | 宗教习俗对商贸谈判的影响·····    | (130) |
| 第二节  | 一些国家的礼俗与禁忌·····      | (139) |
| 第八章  | 商贸谈判的内容·····         | (143) |
| 第一节  | 品质、数量和包装·····        | (143) |
| 第二节  | 装运、保险和检验·····        | (149) |
| 第三节  | 价格和支付·····           | (156) |
| 第四节  | 索赔、仲裁和不可抗力·····      | (163) |
| 第九章  | 商贸谈判的议程·····         | (182) |
| 第一节  | 商贸谈判议程的划分·····       | (182) |
| 第二节  | 询盘、发盘、还盘和接受·····     | (187) |
| 第三节  | 商贸合同签订·····          | (199) |
| 第十章  | 商贸谈判协议(合同)的主要类型····· | (203) |
| 第一节  | 购销协议·····            | (203) |
| 第二节  | 加工承揽与建筑安装工程承包协议····· | (207) |
| 第三节  | 货物运输、仓储保管协议·····     | (212) |
| 第四节  | 联营与科技协作协议·····       | (217) |
| 第十一章 | 涉外经贸谈判·····          | (225) |
| 第一节  | 涉外经贸合同签订的内容·····     | (226) |
| 第二节  | 对外贸易谈判经济效益的核算·····   | (240) |
| 第十二章 | 商贸谈判班子与谈判人员·····     | (246) |
| 第一节  | 商贸谈判班子的组建·····       | (246) |
| 第二节  | 商贸谈判人员的素质·····       | (257) |
| 第十三章 | 商贸谈判的动力与心理因素·····    | (265) |

|      |                     |       |
|------|---------------------|-------|
| 第一节  | 需要、动机、谋略与商贸谈判·····  | (265) |
| 第二节  | 商贸谈判中的心理因素·····     | (268) |
| 第十四章 | 商贸谈判前的调查·····       | (274) |
| 第一节  | 调查的内容·····          | (274) |
| 第二节  | 调查的方式与资料加工·····     | (287) |
| 第十五章 | 商贸谈判前的决策与计划的拟定····· | (296) |
| 第一节  | 谈判前的战略决策·····       | (296) |
| 第二节  | 商贸谈判计划的拟定·····      | (301) |
| 第十六章 | 商贸谈判的开局·····        | (315) |
| 第一节  | 创造友好和谐的开局·····      | (315) |
| 第二节  | 开局目标的设计与实现·····     | (324) |
| 第三节  | 争取谈判主动权·····        | (333) |
| 第十七章 | 讨价还价与达成协议·····      | (342) |
| 第一节  | 讨价还价的态度和立场·····     | (342) |
| 第二节  | 商贸谈判的报价·····        | (352) |
| 第三节  | 商贸谈判的还价·····        | (361) |
| 第四节  | 签订协议阶段的策略·····      | (372) |
| 第十八章 | 商贸谈判策略的制定与选择·····   | (380) |
| 第一节  | 商贸谈判策略制定的理论·····    | (380) |
| 第二节  | 商贸谈判策略的选择·····      | (391) |
| 第十九章 | 商贸谈判策略的选用·····      | (398) |
| 第一节  | 谈判作风和性格选用的策略·····   | (398) |
| 第二节  | 商贸谈判具体策略选用·····     | (414) |
| 第二十章 | 商贸谈判中的交易技巧·····     | (430) |
| 第一节  | 洽谈中的主要障碍·····       | (430) |
| 第二节  | 磋商、说服技巧·····        | (436) |

|        |                  |       |
|--------|------------------|-------|
| 第三节    | 掌握时间技巧·····      | (443) |
| 第四节    | 观察、让步技巧·····     | (446) |
| 第二十一章  | 商贸谈判的语言技巧·····   | (451) |
| 第一节    | 洽谈的语言要求·····     | (452) |
| 第二节    | 商贸谈判语言的基本技巧····· | (455) |
| 第三节    | 阐述技巧·····        | (466) |
| 第四节    | 问答技巧·····        | (475) |
| 第五节    | 促成交易的语言技巧·····   | (481) |
| 第二十二章  | 商贸谈判的后续工作·····   | (487) |
| 第一节    | 合同的管理·····       | (487) |
| 第二节    | 索赔的处理·····       | (490) |
| 第三节    | 保证与服务·····       | (495) |
| 第四节    | 谈判的总结·····       | (499) |
| 后    记 | ·····            | (504) |

## 第一章 商贸谈判的含义

自古至今,大凡商贸活动,无一不是凭借谈判的。当今的世界,是科技进步、经济发展、竞争激烈的时代。要使我国富强、经济繁荣,就必须“建立社会主义市场经济体制”,就必须加入到国际经济发展与竞争的体系中去。这一切的一切,已经把商贸谈判工作提高到了社会经济生活的主要地位。

### 第一节 谈判的概念

#### 一、谈判是人类社会交往活动最普遍的方式

谈判不是一个抽象的概念,它是人类社会的发展过程中,使用最普遍最多的方式。只要人们为了满足各自需要和维护各自的利益,当事的双方就有必要进行协商。谈判涉及的范围非常广泛,生活中处处、时时有谈判。有人认为,有待解决的重大问题才需谈判。所谓重大问题,往往是指具有严重影响的矛盾冲突,如战争、领土、党派等方面的问题。其实不仅在政治、军事、文化、教育、卫生、家庭、婚姻、社交等活动中需要有谈判,而且在大量的经济生活中更有谈判的存在。可以说每一个要求满足的愿望,每一项寻求满足的需要,都存在诱发人们开展谈判的潜在因素,只要人们为了改变相互关系而交换观点,只要人们为了取得某种

需要而相互之间进行磋商,就可以认为是进行某种形式和内容的谈判。

## 二、谈判不是舶来货,是人类社会发展的必然产物

有些人把谈判当作舶来货,这是不科学的。世界上凡是有人群聚居的地方,就都存在着谈判,世界生产力的发展史本身就包含了人类社会谈判活动的发展史。它不属于哪一个国家独有,而是人们进行交往活动的重要方式。

谈判在中国历史和现实生活中都有记载,可以说自从人类有了生产交换活动之后,就已经存在简单的谈判意识和谈判活动,相传“尧治天下也,水处者鱼。山处者木,谷处者牧,陆处者农,地宜其事,事宜其械,械宜其用,用宜其人。……得以所有而易其所无,以其所工而易其所拙。”<sup>①</sup>不难想象,这些农、工、渔、牧业之间产品交换的实现无不有讨价还价的行为。当人类社会进入奴隶社会、封建社会、资本主义社会,谈判活动更加广泛,更加频繁。春秋战国时期,张仪游说列国,就是出自政治的需要而进行的一种谈判活动。甘罗 12 岁出使秦国说服赵国割让城池,化干戈为玉帛亦属谈判活动。公元 208 年,曹操率雄兵 80 万南下,企图消灭刘备、孙权,统一中国,刘备派诸葛亮与孙权商讨联合抗曹大计。正是这次商讨,使孙刘组成联军,击败曹操,奠定了天下三分的格局。抗日战争胜利结束后,中国共产党为了巩固国内团结,保证国内和平,实现民主,改善民生,以便在和平、民主、团结的基础上,实现全国的统一,建立独立自由和富强的新中国,中共中央派出了毛泽东、周恩来、王若飞等人组成的中共代表团,飞抵重庆与蒋介石举行会谈,这就是有名的重庆谈判。

---

① 《淮南子·览冥训》

1972年2月,美国总统来华访问,会见了毛泽东主席,并与周恩来总理进行了会谈,2月27日双方发表了上海公报,恢复了两国之间的外交关系。改革开放以后,在商品经济迅猛发展的形势下,发生在国内的各种谈判活动更见繁多,北京市红旗厂为了适应社会对室内装饰品需求量的增大,与北京灯具厂、潞州木器厂等进行协商,最后签订了横向联合协议书。近年来在全国各地每年举办的贸易洽谈会、商品展览会、中外合资企业洽谈会、文化交流会等等无不是通过谈判完成一项又一项的协议。如1993年西安经贸洽谈会取得了丰硕成果。内贸总成交额20.6亿元;签订利用外资项目合同42项,总投资25192.06万美元。其中外资18994.96万美元;签订外贸出口合同52份,成交额2050.7万美元,这次洽谈会,厂商双方踊跃参与,商贸洽谈积极活跃。它既是一次规模空前的贸易洽谈会,也是西安市科技、旅游、商贸三大优势的展示会,对于进一步巩固和落实93香港经贸洽谈会成果起到了十分重要的作用。

### 三、谈判的要素与结构

任何一项谈判,不管是两人之间或者群体之间进行谈判,都应具备三项基本要素,即谈判主体、谈判客体和谈判议题,这三项要素只要缺少任何一项,就构不成谈判。

谈判主体的最大特点是在谈判中表现出充分的主观能动性和创造性。它通过主动了解对方并影响对方,促使对方理解、接受自己的观点、基本利益或者行为方式。作为谈判主体,既可以是一个人,也可以由两人组成,甚至还可以通过一个代表团代表某一个群体。谈判客体的最大特点是它在谈判中有一定的被动性。它是谈判主体所要了解并施加影响的一方。谈判主体通过一定的方式、方法,使谈判客体乐于接受自己的观点、基本利益

或者行为方式。所谓谈判客体,是指谈判主体对立的一方,它可以是一个人,也可以由两人组成,还可以通过一个代表团代表某一群体。

谈判主体与谈判客体是相对而言的。甲可以视乙为谈判客体,乙可以视甲为谈判客体。这是谈判双方在各自利益、观点、行为的促使下,都在自己力争成为谈判主体的结果。但在实际谈判中,自己要去了解对方,自己也被对方所了解,自己要去影响对方,对方也必然影响自己,自己试图说服对方,使其理解、接受自己的观点、基本利益和行为方式,而对方也要进行说服,让其理解、接受他们的观点、基本利益和行为方式。从整个谈判的角度看,谈判双方既是谈判主体又是谈判客体。

所谓谈判议题,就是谈判双方共同关心的并希望解决的问题,这种议题,既可以是理论观点方面的,也可以是基本利益方面的,还可以是行为方式方面的问题。谈判议题的特点,在于对谈判双方有共同性,即为谈判双方共同关心的问题。

谈判三要素在谈判中联结的方式主要有三种:

其一,先发制人式。这是指一方主动选择和邀请谈判对手,或者主动设定谈判议题和确立评价标准,从而使对方处于谈判客体地位,以使双方能够在自己所设定的议题和评价标准范围内进行会谈。

其二,后发制人式。这是指当一方主动选择和邀请了谈判对手,或主动设定了议题和确立了评价标准以后,作为谈判的另一方虽然暂时处于谈判客体的地位,但却通过各种手段,反客为主,转而占据了谈判主体地位,并使双方能够在已经改变了的谈判议题和评价标准的范围内进行会谈。

其三,友好协商式。这是指谈判双方互相以对方为客体,但

也互相承认对方拥有主体地位,主客地位平等,态度友好,谈判议题和评价标准完全由谈判双方友好协商确定。

从谈判的动态来分析,谈判的主客体之间的谈判要经历由交锋磋商时期到相互适应发展时期,最后进入产生结果时期。当谈判双方作为谈判主客体围绕着一一定议题展开谈判时,双方都希望自己的意图、意见能在谈判中完全实现。由于谈判双方的意图都是从自身利益出发的,难免在接触中发生这样的冲突和那样的不愉快。因此,在经过一个阶段的交锋和磋商之后,就必然发现双方的初始意图要完全实现是有困难的。如果双方坚持己见,互不相让,谈判就可能破裂。为了使谈判取得进展,其中的一方可能做出某种让步的决定或表示某种让步的意向。这时,如果另一方仍坚持原定意图,没有退让的意思,谈判依然无法再进行下去。作为谈判的另一方,要使谈判进行下去,就需要相应地做出一定的让步或表示一定让步的意向,这就促使了谈判跨入了相互适应和发展时期。这一时期可能在较短时间内结束,也可能要用较长的时间,这完全由谈判双方所谈议题的进展情况所决定。如果主客观条件已经具备或者成熟,谈判双方即将进入产生结果的时期,也就是在双方都可接受共同点上可以达成某种协议。

#### 四、谈判的特征

有人认为谈判是参与的各方通过协商的方式达成互利的过程。有人认为谈判是让对方接受自己的观点、基本利益和行为方式的行为。有人认为谈判是谈判的参与者进行的实力和智力的较量。这些认识不是没有一定的道理,问题在于它所揭示的是一个事物的一面或者若干个侧面,并没有把握属于谈判的全部内涵。按照谈判的特殊性,一般认为谈判是有关组织或者个人就涉



及切身利益的分歧和冲突,寻找解决的途径和达成协议的过程。如果再详细的解释,“谈判”就是指在物质力量、人格、地位等方面具有相对独立或对等资格的双方,由于在观点、基本利益和行为方式等方面存在着既相互联系又相互冲突或差别的现象,并且双方各自都试图说服对方让其理解、接受自己的观点、基本利益和行为方式,从而在双方之间展开一个借助于思维、语言达到传递、交换信息的目的的过程,这是争取实现双方协调一致的一种社会现象。

要认识谈判的实质,就必须揭示出谈判的基本特征。

(一)谈判是一种社会现象,是人际关系的一种特殊表现

人是自然界发展到最高阶段的产物。人不是生活在自然界之外的超自然物,而是自然界的一部分。人只有在自然界中才能生存和发展,这是人的自然属性。正因为人有其自然属性,所以决定了自从地球上有了人那天起,人就不可避免地时时处处要和自然界物质的东西打交道,这就是人和自然界的关系或是人和物的关系。

马克思关于人和自然界的关系有过深刻的论述。他说:“个人是社会存在物。因此,他的生命表现,即使是采取共同的,同其他人一起完成的生命表现这种直接形式,也是社会生活的表现和确证。”“甚至当我从事科学之类的活动,即从事一种我只是在很少情况下才能同别人直接交往的活动的时候,我也是社会的。因为我是作为人活动的,不仅我的活动所需要的材料,甚至思想家用来进行活动的语言本身,都是作为社会的产品给予我的。而且我本身的存在就是社会活动。”<sup>①</sup>可见,人并不是以孤立存在

---

<sup>①</sup> 《马克思恩格斯全集》第42卷,第122页。