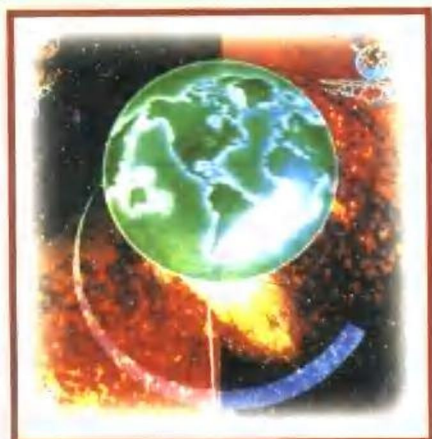


市场营销专业教材

国内贸易部教材



中等专业学校教材



贸易谈判

蒋德岗 主编

中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

贸易谈判/蒋德岗主编. — 北京:

中国商业出版社, 1998.5

(国内贸易部部编中等专业学校教材)

ISBN 7-5044-3640-2

I. 贸… II. 蒋… III. 贸易谈判 IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 05075 号

责任编辑: 刘洪涛

特约编辑: 张瑞琪

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京北商印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开 6.375 印张 158 千字

1998 年 4 月第 1 版 1998 年 4 月第 1 次印刷

定价: 8.30 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

编审说明

为适应社会主义市场经济体制的要求，我部于 1994 年颁发了财经理类 5 个专业和理工类 7 个专业教学计划，1996 年初印发了以上专业的教学大纲。《贸易谈判》一书是根据新编市场营销专业教学计划和教学大纲的要求，结合我国科技进步和财税、金融等体制改革的情况重新编写的。经审定，现予出版。它是国内贸易部系统中等专业学校必用教材，也可供职业中专、职工中专、电视中专等选用，还可以作为业务岗位培训和广大企业职工自学读物。

本书由广西商业学校蒋德岗主编并总纂，上海商业学校吴建国任副主编。参加编写的有：广西商业学校蒋德岗（第一、五章），上海商业学校吴建国（第二章），四川省商业学校陈又丁（第三、四章），无锡商业学校徐建峰（第六章），四川省粮食学校张友军（第七章）。最后由安徽财贸学院蒋玉珉教授审定。

在编写过程中，经国内贸易部市场营销专业教材编写委员会同意，根据学科特点和客观实际的变化，对《贸易谈判》的教学大纲进行了一定的修改，在此特作说明。

由于作者学识有限，时间仓促，且又众手成书，书中不足之处，恳请读者批评指正。

国内贸易部教育司

1997 年 12 月

目 录

第一章 贸易谈判概述	1
第一节 贸易谈判的含义.....	1
第二节 贸易谈判的类型.....	7
第三节 贸易谈判的基本内容	15
第四节 贸易谈判过程	26
第二章 贸易谈判的准备	30
第一节 信息准备	30
第二节 决策准备	38
第三节 其他准备	44
第三章 开局策略	57
第一节 开局阶段	57
第二节 开局策略	67
第四章 摸底阶段	80
第一节 摸底阶段	80
第二节 摸底策略	85
第五章 磋商策略	108
第一节 磋商阶段.....	108
第二节 报价还价策略.....	118
第三节 打破僵局策略.....	131
第四节 让步策略.....	137
第五节 磋商过程中一些不正常现象及其对策.....	140
第六章 成交签约策略	148
第一节 成交签约阶段.....	148
第二节 成交策略.....	158
第七章 谈判者的素质培养及其测评	166
第一节 谈判者的素质.....	166

第二节 谈判者素质的培养和提高.....	175
第三节 谈判能力测评.....	178
主要参考书目.....	182
附录.....	183

第一章 贸易谈判概述

第一节 贸易谈判的含义

一、贸易谈判的定义

(一) 谈判

谈判是社会生活中经常发生的事情，几乎每个人都在某一特定条件下成为一个谈判者。与小商小贩讨价还价；与单位领导讨论个人的工作调动；作为企业代表与其他谈判者磋商某一交易活动；作为外交人员与其他国家的官员商讨国际间的事务等。这些都是谈判。谈判是我们生活中不可缺少的一部分。谈判涉及的范围十分广泛，包括政治、经济、军事、外交、乃至日常生活领域等。只要是人们为了建立或改变相互之间的关系而交换观点，为了就某事取得一致的意见而磋商洽谈，他们就是在进行谈判。

由此可见，所谓谈判，就是指人们为了实现各自利益，就涉及谈判双方或多方共同关心的问题磋商，并谋求一致意见而进行的协商行为过程。

从上述概念看，谈判具有以下特点：

1. 谈判是建立在人们需要的基础上。人们的需要是多种多样的，有物质的需要和精神的需要；有生理需要和心理需要；有低级需要和高级需要。人们为了满足其内在需要，就会寻找另一方有同样需求的人进行意见交换，改变关系，或寻求同意。这种相互间的满足行为是谈判发生的根源。因此，人们的需要是谈判的基础。

2. 谈判是两方或多方的交际活动。要谈判就要有谈判对象，只有一方则无法进行谈判活动。从采购员与推销员的一对一谈判，到“乌拉圭回合”多边贸易谈判，无不说明了谈判至少要有两方以上的参与者。谈判就是一种交际活动，需要动用交际手段和策略。

3. 谈判是寻求建立或改善人与人之间的关系。国家与国家的关系最终体现为两国人民之间的关系。买卖关系就表象看是一种买卖行为，实际上体现了商品所有者和货币所有者的关系，人类社会关系不可能一成不变，通过谈判，人们在涉及自己的某一方面利益与对方达成一致，因而建立新的社会关系或改善人们的社会关系。

4. 谈判是一种协商行为的过程。没有达成协议，则是协商活动的失败。谈判的整个过程，就是提出问题和要求，进行协商，又出现矛盾，再进一步协商的过程。这个过程可能会重复多次，直至谈判终结。

（二）贸易谈判

1. 概念。贸易谈判是谈判的一种，它不同于国与国之间的外交谈判，政党之间的政治谈判，敌对双方之间的军事谈判以及生活领域中的工作调动和家庭事务纠纷解决等的谈判。所谓的贸易谈判是指贸易活动的双方或多方为了各自的经济利益，就双方的贸易往来进行磋商，并谋求一致意见的行为过程。

这里的“贸易”，主要是指有形的和无形的商品买卖，是流通领域中最普遍、最大量的经济活动，包括商品的买卖，货物运输和保管，财产保险，资金借贷，合资经营，劳务合作，债权清偿，经济纠纷以及技术信息、技术、房地产和有价值证券等。因此，贸易谈判包括了一切有形和无形商品买卖的谈判。

2. 贸易谈判的构成要素。贸易谈判作为一个有机整体，它的构成要素是多方面的，包括贸易谈判主体、贸易谈判客体、谈判议题、谈判时间、谈判地点等。其中贸易谈判主体、贸易谈判

客体以及贸易谈判议题是构成贸易谈判的最基本要素。

在谈判中，根据谈判双方在谈判中所表现出来的主观能动性。从哲学意义上，可把谈判双方称为贸易谈判主体或贸易谈判客体。

贸易谈判主体的最大特点在于能表现出充分的主观能动性和创造性。如，它能主动地选择和邀请谈判对手，或主动设定谈判议题和确定评价标准，以便双方在自己所设定的议题和评价标准范围内进行谈判，从而企图使对方理解或允许或接受自己的观点、基本利益和行为方式，在贸易谈判中处于主动地位。

贸易谈判中，一方处于谈判主体地位，另一方则是贸易谈判的客体，贸易谈判客体最大特点就在于他在谈判中有一定程度的被动性。

贸易谈判主体与贸易谈判客体是相对而言的，他们在贸易谈判中的地位是可以相互转化的。在贸易谈判中，谈判双方都力争使自己成为谈判主体，并能掌握控制的权力，而把对方作为谈判客体。他们在主观上都努力去了解对方，影响对方。同时他们也因此都处于被对方了解，被对方影响的地位。所以，从主观上，谈判双方都是谈判主体，事实上，他们既可能是谈判主体，也可能是谈判客体。

谈判议题是谈判双方共同关心的并希望解决的问题。这种议题，可以是属于理论观点方面的，也可以是属于基本利益方面的，还可以是属于行为方式方面的。谈判议题的最大特点，就在于它对于双方的共同性。如果不具有这一特点，就不成为谈判议题。

谈判时间，是指谈判主体选择并经参加各方协商一致的谈判日程，在选择谈判时间时，一定要把握好时机，不能在无准备或准备不充分时进行，力争取得“天时”之利。

谈判地点，是指贸易谈判主体所选择的地址及其环境。在选择谈判地点时，一定要制造良好的谈判环境。例如谈判场所的选择，谈判时座位的安排，环境的布置与装饰等，力争取得“地

利”之便。

二、贸易谈判的特点

（一）谈判对象的广泛性和不确定性

在市场经济条件下，商品按其交易的规律进行流通。如购销谈判中的商品，从理论上讲，可以出售给任何一个人。作为供方，其商品的销售范围具有广泛性；同理，作为需方，对所采购商品的选择范围也十分广泛。因此，无论是购还是销，其谈判交易对象遍及全国乃至全世界。同时，为了使交易更加有利，也需要广泛接触交易对象，但是，交易者总是同具体的交易对象谈判成交，不可能同广泛的对象成交。而具体的交易对象在各种竞争存在的情况下是不确定的。谈判对象的广泛性和不确定性这一特点，要求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方法对待新老客户。

（二）贸易谈判的多变性和随机性

谈判的多变性和随机性是贸易谈判中最普遍、最常见、最迷人的现象。市场经济条件下，企业的外部环境和内部环境变化多端难以捉摸，谈判议题、格局、环境和策略的变化，会表现出各种各样的谈判形式。由于谈判的多样性又引发各种偶然因素的出现，变量越多，随机性越大，可控性就变得越小，因而谈判又具有随机性。

针对这一特点，要求贸易谈判人员应具备较强的社交能力和随机应变能力。只有通过理论的研究和实践的锻炼，才能具备把握时机，临机处置的谈判能力。

（三）“合作”与“竞争”的统一性

贸易谈判既是合作，又是竞争。所谓谈判是一种合作，就是把谈判看成是一个对双方互利的事业，不能因为没有满足自己的苛刻条件和达到自己的最高目标，而表现出对抗情绪，应该在维护自己利益的同时，也考虑对方的利益，只有这样，才有可能达

到谈判双方各自的目标。

但是，合作并不是没有竞争。在合作的前提下，彼此竞争可能很激烈。在整个贸易谈判过程中，每时每刻都有竞争，但竞争只是一种抗衡的手段，通过这种手段，达到谈判成功（结果）。

针对这一特点，要求谈判者首先表现出合作的诚意，同时又不要害怕竞争等良好的心理素质，只有从实际出发，随机应变，把握好谈判条件，采取灵活多变的对策来实现谈判的目标。

（四）“语言”和“文字”的一致性

贸易谈判有口头谈判和书面谈判两种形式，在口头谈判过程中，双方的意愿和交易条件的讨价还价，施展谈判技巧等，都是通过口头语言表达的。谈判语言要求中心突出，条理清楚，用词恰当，逻辑性强，具有说服力。当谈判成功，交易达成时，一般都要通过签订具有法律效力的书面合同或协议来确定。因此，合同中的文字表达要与谈判中的语言表达相一致，并且必须具有准确性、完整性和逻辑性。否则，精心促成的谈判成果就会走样。

谈判的这一特点，要求贸易谈判人员要有较强的文字修养和语言表达能力，并且有较丰富的业务经验和法律知识。

三、贸易谈判的原则

（一）平等原则

要求贸易谈判双方坚持在地位平等，自愿合作的条件下建立贸易谈判关系，并通过平等协商，公平交易来实现双方权利和义务的对等。

在市场经济条件下，我国所有制形式发生了很大变化，有国有的、集体的、合资的、私有的和个体的等多种经济成分，它们是合法的商品生产者和经营者，其法律地位完全平等，在贸易谈判中，不论企业大小，经济实力强弱，公私程度高低等，都要平等相待。尽管双方在贸易谈判中表现出观点、利益或行为方式的分歧，但只能通过平等协商来解决，不应该也不可能违背任何一

方的意愿，将自己的意志强加给对方。一旦双方贸易谈判成功，双方享有的权力与承担的义务是对等的。

（二）互利原则

要求贸易谈判双方在适应对方需要的情况下，互通有无，使双方都能得利；在考虑己方利益的同时，要照顾对方利益，使贸易谈判结果实现等价交换，互利互惠。这是贸易谈判最终达成交易的前提，也是市场经济规律所决定的。市场经济讲求平等互利，自愿让步，凡是贸易谈判中只顾自身利益，不顾对方利益，作为卖方拼命抬价，作为买方拼命压价的谈判者绝不会取得应得的利益，最终必然以失败而告终。即使勉强成交，只能是“一锤子买卖”。但是，在贯彻互利原则时，谈判者应清醒地认识到，绝对的平等互利是没有的。平等基础上的互利只能是经过双方艰苦的谈判后，为双方当时利害状况下相互能接受的一种相对互利。

（三）相容原则

要求贸易谈判人员在洽谈中要对人谦让、豁达，原则性和灵活性有机结合，以便更好达到谈判目的。

心理学研究表现，自信心和相容度存在正比关系，自信心越强的人越善于与人相容。在贸易谈判中，双方利益的不同引起的分歧冲突在所难免，但关键是在遇到难题时，应主动退让，以退为进，当形势发生转机时，再主动进攻。这样以双方易于接受的方式，避开冲突而达到自己的目的。但是相容原则并不是无原则地一味退却、忍让，而应努力做到“有理、有利、有节。”即使遇到重大分歧几经协商仍无望获得一致时，也要注意互相谅解。

（四）信实原则

信实原则即信用与诚实的原则。在贸易谈判中，要求贸易谈判双方都要讲信用重信誉，诚实，遵守和履行诺言或协议。

信用与诚实，对于谈判者来说是非常重要的。只要做出了许诺，就要遵守它。如果能使对方消除疑虑，那么谈判将轻松愉快地进行下去。反之，若对方顾虑重重，使谈判的气氛很紧张，那

他可能退出谈判，或者变得难以对付。同时，在谈判中也要不轻易许诺，必须小心谨慎，考虑周到，一旦承诺或达成协议，就必须严格履行。

（五）守法原则

要求贸易谈判的内容及其所签订的协议必须严格遵守国家法律和政策，对外贸易谈判还应遵守国际法则以及遵守对方国家有关法规。

我国的经济合同法规定，凡是违反国家法律和政策，违反国家利益或者社会公共利益的合同，采取欺诈等手段所签订的合同和代理人超越权限签订的合同，都是无效合同。无效合同从订立时候起，不仅得不到法律的承认和保护，而且要承担由此引起的法律责任。因此，贸易谈判的内容及其最终签订的协议，只有遵循守法原则，才具有法律效力。为此要求贸易谈判当事人的发言和双方签订的书面文字，一定要合法。

第二节 贸易谈判类型

一、按贸易谈判方式分

（一）纵向谈判

纵向谈判是指在确定谈判的主要议题后，逐个讨论每一议题，讨论一个议题，解决一个议题，不解决一个议题就不谈第二个，一直到谈判结束。例如，一项产品交易谈判，双方确定出质量、价格、运输、保险、索赔等几项主要议题后，开始就质量进行磋商，只有质量谈妥以后，才依次讨论其他问题。

这种谈判的优点有：

1. 程序明确，把复杂问题简单化。
2. 每次只谈一个问题，讨论详尽，解决彻底。

3. 避免多头牵制，议而不决的弊病。

但是这种谈判方式也存在着不足，主要有：

1. 议程确定过于死板，不利于双方沟通、交流。

2. 人为割断议题的关联性，当某一议题陷于僵局后，不利其他议题的解决。

3. 不能充分发挥谈判人员的想象力、创造力，不能灵活、变通地处理谈判中的问题。

（二）横向谈判

横向谈判是指在确定谈判所涉及的主要议题后，开始逐个讨论预先确定的议题，在某一议题上出现矛盾或分歧时，就把这一议题放在后面，去讨论其他议题，如此周而复始地讨论下去，直到所有内容都谈妥为止。如在企业兼并贸易谈判中，谈判内容涉及兼并时间，债务偿还，闲置人员安排，厂房，设备估价等问题如果双方在债务偿还上意见不一，那么可先讨论厂房、设备估价及人员安排等问题，待这些问题解决后，再回过头来讨论债务偿还问题。

横向谈判的优点有：

1. 议程灵活，方法多样。

2. 多项议题同时讨论，有利于寻找变通的解决办法。

3. 有利于更好地发挥谈判人员的创造力，想象力，更好地运用谈判策略和谈判技巧。

但是横向谈判也有其不足之处：

1. 加剧双方的讨价还价，容易促使谈判双方做对等让步。

2. 容易使谈判人员纠缠在枝节问题上，而忽略了主要问题。

总之，在贸易谈判中，不是横向谈判，就是纵向谈判，至于采用哪一种形式，主要由谈判的内容复杂程度高低以及谈判的规模大小确定。一般来讲，大型谈判涉及两方以上人员参加的谈判大都采用横向谈判的形式。而规模较小，业务简单，特别是双方已有过合作历史的谈判，则采用纵向谈判的方式。

二、按参加谈判的人员来划分

(一) 一对一谈判

一对一谈判是指在一个卖主与一个买主之间的贸易谈判的方式，包括采购员与推销员的谈判，推销员与顾客的谈判，采购员与客户的谈判等等。

这种谈判方式的优点有：

1. 谈判规模小，利于谈判工作准备和时间地点的安排。
 2. 谈判双方人员都是自己所属公司或企业的全权代表，有权处理谈判中的一切问题，从而避免了会出现多头，无法决策的不利局面。
 3. 谈判的方式可以灵活选择，气氛比较和谐随便，特别是当双方谈判代表较熟悉时，谈判就更为融洽。
 4. 一对一谈判克服了小组谈判中人员之间相互配合不利的状况。
 5. 一对一谈判有利于双方沟通信息，也有利于双方封锁消息。
- 但是这种谈判方式也有其不足之处：

1. 容易主观武断。
2. 由于个人的经验、能力、精力等多种客观条件的限制，容易出现判断失误。
3. 容易造成不正之风现象。

(二) 小组谈判

小组谈判是指贸易谈判双方每一方都是由两个以上的人员参加的谈判形式。小组谈判大多数用于正式谈判，有些大型谈判还可以分几个小组进行，一些内容重要，问题复杂，关系重大的谈判，非小组谈判不行。

小组谈判的优点有：

1. 有利于发挥集体的智慧和力量。
2. 可以更好地运用谈判谋略和技巧，更好地发挥谈判人员

的创造性和灵活性。

3. 有利于谈判人员采用灵活的形式消除谈判的障碍。

4. 经小组谈判达成的协议或合同具有更高的履约率。

但小组谈判也有其不足之处：

1. 容易出现多头。

2. 由于谈判配合失误，容易出现僵局。

3. 容易泄漏谈判机密。

总之，在贸易谈判中，企业到底采用一对一谈判还是小组谈判，应根据企业具体情况而定，通常情况是，一对一谈判适用于供需双方有着长期的合作关系且比较熟悉；推销或采购员拜访顾客；续签合同。小组谈判适用于大型的贸易谈判。

三、从贸易谈判的语言交流渠道划分，可分为口头谈判和书面谈判

（一）口头谈判

口头谈判，是买卖双方在会晤时，不提交任何书面形式的文件，而是面对面地用语言谈判，口头提出交易条件，或在异地用电话商谈。这种谈判形式在实际工作中表现为派出推销员（或采购员）主动登门谈判，邀请客户到本单位或者在第三地谈判等。主要适用于首次交易谈判，同市和相近地区的贸易谈判等。

这种贸易谈判的优点主要有：

1. 具有很大的灵活性。谈判双方能广泛地相互了解各自的具体情况，并采取具体措施，调整自己的计划和策略。

2. 谈判双方可以广泛地选择谈判对象和谈判内容，有利于达成谈判双方较满意的结果。

3. 利用感情因素。面对面的口头谈判或多或少地会产生一些感情，谈判者可利用这种感情因素来强调本单位的谈判条件，并使对方不好意思提出异议。

4. 谈判人员的组成除了主谈外，科研、设计和生产人员还

可参加。

这种贸易谈判形式也有不足之处：

1. 谈判对手可以从本单位谈判人员的举手投足、语言态度、甚至面部表情来推测本单位所选定的最终目标以及追求最终目标的坚定性。

2. 在口头谈判中，谈判者很容易失去议题的头绪而转向枝节问题。

3. 在口头谈判中，如果没有任何书面条件，要把一些复杂的要点如统计数字、计划图表阐述清楚是比较困难的。

4. 在口头谈判中要支付往返差旅费和礼节性的招待费，费用开支较大。

（二）书面谈判

书面谈判是指谈判双方利用文字或图表进行谈判协商的谈判形式。一般适用于双方经常有贸易交往业务的谈判，产品批量大而供应范围广的购销谈判，以及双方相距较远的跨地区、跨国界的谈判等。在实际工作中常表现为：事先印好具有一定格式的表单寄给对方。表单上比较详细地反映所谈内容的名称、规格、价格、装运及要求对方的有效期限。

书面谈判具有以下优点：

1. 有利于慎重决策。谈判一方接到另一方的书面谈判材料后有较充分的时间消化，研究并作出相应对策，不象口头谈判那样当场决策而造成失误。

2. 具有权威性。书面谈判可以将本单位愿意承担的义务表达更清楚，比较严肃。

3. 谈判费用开支一般比口头谈判少。书面谈判只花通讯费用，不需花差旅费和招待费。

4. 可以避免因谈判者的级别、身份不等而影响谈判的开展和交易达成。

这种贸易谈判形式也存在不足之处：

1. 它将成为本单位言行的永久记录，因文件广泛分发，再想要作某些变更就比较困难。

2. 谈判双方发出的信函，电报及文件，文字可能会出现文不达意的情况，使谈判双方花费时间揣摩。

3. 书面谈判使谈判对方掌握了更多的本单位准备履行的义务，从而可以更好地制定他们自己的谈判策略。

4. 书面谈判所使用信函、电报、文件需要邮电、交通部门的传递，如果这些部门发生故障，往往会影响谈判双方的联系，甚至会失去合作的机会。

综合上述，两种谈判形式有利有弊。谈判双方应当根据交易的需要和各种谈判形式的特点加以正确的选择。在实际工作中，可以把两种谈判结合在一起采用，在一般情况下运用书面谈判的交易，在特殊情况下也可以改用口头谈判。在大多数场合下，两种形式是交替使用。

四、根据贸易谈判的内容不同，贸易谈判可分为有形商品贸易谈判和无形商品贸易谈判

(一) 商品贸易谈判

商品贸易谈判是指商品买卖双方就某种商品的买卖条件所进行的贸易谈判形式。商品贸易谈判在交易谈判中占很大比例，也是本书所重点探讨研究的。由于商品种类繁多，用途广泛，性能各异，因此各种商品的贸易谈判内容也有一定差别。但不论什么样的商品贸易谈判，其基本内容主要都是与商品交易活动有关的各项交易条件。

商品贸易谈判的基本内容，概括起来可归纳为以下几项：

①商品品质；②商品数量；③商品价格和支付方式；④商品包装；⑤商品运输；⑥商品保险；⑦商品检验；⑧索赔、仲裁和不可抗力。

(二) 无形商品贸易谈判