

BUSINESS NEGOTIATIONS
THEORY AND ART

商务谈判概论

理论与艺术

李扣庆 主编

东方出版中心

ORIENT PUBLISHING CENTER

说 明

经中央机构编制委员会办公室和中华人民共和国新闻出版署批准,原中国大百科全书出版社上海分社、知识出版社(沪),自1996年1月1日起,更名为东方出版中心。

商务谈判概论——理论与艺术

李扣庆 主编

出版:东方出版中心

(上海仙霞路335号 邮编200336)

发行:东方出版中心

经销:新华书店上海发行所

印刷:昆山市亭林印刷总厂

开本:850×1168(毫米) 1/32

印张:8.5

字数:196千字

版次:1998年9月第1版第1次印刷

印数:1-6,000

ISBN 7-80627-339-5/F·18

定价:13.00元

内 容 提 要

商务谈判是经济社会中普遍存在的人际交往活动。本书以商务谈判的基本理论和操作技巧为主线,第一部分概要介绍谈判发生原理、冲突管理以及谈判力的类型与来源;第二部分详述商务谈判过程、方法和技巧,并对谈判过程中的沟通、说明、调解等问题作专门讨论;第三部分则分别讲解商务谈判的一般内容和国际商务谈判的基本原则以及若干特点。本书由中、美学者合作而成,注重理论性和实践性相结合,具有切实的指导价值,可作经济管理院校有关课程的教材,也可供企业经营管理有关人员研究谈判问题时参考。

序 一

上海财经大学校长 汤云为博士

和平与发展正日渐成为整个社会发展的潮流。和整个社会的发展一样,在竞争越来越活跃的同时,包括企业经营活动在内的整个经济活动也越来越强调合作。一方面,企业之间为获得有限的市场份额和有限的生产资源而展开激烈的竞争;另一方面,为了更好地利用有限资源、开发扩大市场空间,实现各自的发展目标,企业之间又在不断谋求各种形式的合作。以竞争的方式谋求合作,在合作的过程中竞争,这正是谈判活动的一个重要特点。而通过合作更好地竞争,充实自身的竞争优势,往往也是商务谈判的最重要的目的。在摒弃了直接的对抗方式来谋求企业发展的时代,越来越多的企业家和学者们意识到谈判的重要性。

谈判是重要的,同时也是复杂的。当人们充分认识到这一活动的重要性时,往往也愈发感觉到其复杂性。现实生活中的谈判是那样的多姿多彩。人们不仅要面对各种各样的谈判对手,要就各种各样的问题进行谈判,更重要的是,在谈判过程中任何事情都有发生的可能,谈判的结果似乎带有很大的或然性,把握谈判成功的机遇也成了一件难上加难的事情。

值得庆幸的是,20世纪五、六十年代以来,在美国等西方国家,一些学者开始了对谈判活动的较为系统的研究,并取得了相当的成就。由哈佛学者所倡导的原则谈判法(Principle Negotiation)就是其中的代表之一。有关谈判的课程亦逐步成为西方国家商科

学生的必修课程。在中国,80年代中后期和90年代初期,也有些学者开始了对谈判的专门研究,谈判课程也逐步进入了大学的课堂。但总体上来说,对人类谈判规律的认识仍旧是远远不够的。基于这样一种认识,我很欣喜地看到了我校青年教师李扣庆副教授等与美国国际管理研究生院的两位教授合著的《商务谈判概论——理论与艺术》一书的初稿。一来是因为中美两国的学者通过校际交流项目从事精心合作,能够产生这样的成果。二来是因为作者们在较为系统地介绍谈判研究的主要成果的基础上,还展示了他们自己在谈判研究领域思索的若干结果,如对谈判双方之间辩证关系的认识、对双方之间利益差异及认识差异价值的理解、对谈判力来源及其运用的分析、对谈判过程中让步处理的讨论、对跨文化谈判(国际谈判)的理解等。相信广大读者和我一样,肯定会发现这本书所展示的理论和技巧对实际谈判的指导价值。三是随着我国社会主义市场经济建设的不断深入,谈判理论和技巧无疑将成为我们的大学生,特别是商科的本科生和研究生必须修学的课程之一。这本书的合作成功肯定会对这一课程的发展产生积极的作用。

据我所知,这项跨国性的合作耗费了合作者们大量的精力。在此,我在向他们表示祝贺的同时,也希望他们能在这一极有意义的领域继续探索。最近,我很欣喜地获悉,在美国《商业周刊》杂志最佳商学院的排名中,美国国际管理研究生院连续第三次在国际管理领域名列第一的消息,而上海财经大学也在1996年和1997年先后通过“211工程”部门预审和“211工程”重点建设项目论证。我期望两个学校之间的友好合作能够取得更为丰硕的成果。

1998年2月

序 二

美国国际管理研究生院院长 赫伯格博士*

《商务谈判概论——理论与艺术》一书的读者将会得出一个重要的结论,即世界上的很多事并不像看上去那样简单。有鉴于此,我注意到这本书的作者们已经成功地描述和勾画出了跨文化谈判战略中所存在的差异。从早年日本的贸易管制时代到当今企业之间的合资、合并和收购,历经年复一年的国际谈判后,人们应当看到更多成功的而不是失败的谈判。但遗憾的是,正如这本书所指出的,在国际商务谈判中,人们仍旧面临着由于语言、文化和谈判者个人特点与风格差异等引致的困难。在探索解决这些问题的方法、寻求克服成功谈判的障碍这一问题上,作者们所做的工作非常出色。由于调解正日渐成为国际间活动的一种标准模式,他们有关调解一章的阐述具有特别的价值。

随着整个世界贸易活动的全球化,一种文化与另一种文化相处能力的强弱变得至关重要。它不仅关系到经济的成败,也关系到地区本身的稳定。

李教授、沃琪教授与郭教授等向我们展示了谈判方法论、谈判战略及国际商务谈判的复杂多变。在解决国际商业活动中一个最为棘手的问题(谈判)方面,他们的著作具有很强的适用性。

雷鸟学院,即美国国际管理研究生院与上海财经大学于几年前开始了两校之间的师生交流合作,这本书就是两校间国际性合作的成果。向管理者传授谈判力、谈判过程及国际商业经营的成

功经验是两个学校共同努力的目标。这本合作而成的书本身即是作者们在书中所阐述的若干概念在实践中的良好表现。

1998年2月

* 赫伯格博士(Dr. Roy A. Herberger, Jr.), 美国国际管理研究生院院长, 美国商学院联合会(AACSB, American Assembly of Collegiate Schools of Business)主席。

前 言

当动笔写作这篇前言的时候,已是1998年3月初了。按照预定的计划,这项跨国性的合作应当在1997年10月底完成。因为各种意料之外的事务的不断介入,书稿的完成比预定的时间晚了4个多月。不过,尽管如此,我们还是为最终完成这项合作而感到十分高兴。1996年8月,根据上海财经大学与美国国际管理研究生院(也称雷鸟学院)(Thunderbird, The American Graduate School of International Management)之间的交流计划,我赴雷鸟学院进修一年。其间,在参与该校形式多样的教学活动的同时,我也旁听了该校的部分课程。由于商务谈判课程是我自1990年以来在上海财经大学教授的主要课程之一,而在以培养国际管理人才见长、近年来连续几次被《商业周刊》杂志评为全美乃至全球国际管理教育第一的雷鸟学院,谈判课程也是一门较为重要的课程,与“国际组织间营销”(International Business-to-Business Marketing)一起,“外交、谈判与讨价还价”(Diplomacy, Negotiation and Bargaining)自然就成为我首先选听的两门课程之一。与主讲该课程的凯伦·沃琪(Karen Walch)教授在课堂内外的讨论交流即成为合作写作此书的前奏。后来,对东西方文化交流有相当研究、同在雷鸟学院任教的郭珠美(Jane Kuo)教授的加入,更使我们相信能够成功地合作出一本高质量的谈判著作。通过协商,我们确定了这样的计划,即分工写作,在此基础上由我负责中文版,由对此书有兴趣的东方出版中心出版;在完成了中文版的工作后,再由郭教授和沃琪教授负责在美国出版本书的英文版。

本书的结构是在我提出基本框架后,与沃琪教授和郭教授三人共同商讨决定的。在最初考虑这本书的写作时,我们的基本思路是:谈判是一种普遍的人类行为,谈判学科带有很强的应用性,因此,与其他许多谈判著作一样,本书同样应具备较强的应用性。但与此同时,与其他任何人类活动一样,谈判本身同样也具有一定的规律,如果仅仅停留在技巧、技能的介绍上,本书难以显示出什么特色,缺乏对谈判活动内在必然性把握的谈判者也很难成为谈判桌上的常胜将军。为此,在强调应用性的同时,我们更重视理论性,不仅努力介绍近年来东西方理论界有关谈判研究的主要成果,也努力把我们自己近年来在谈判教学和研究中取得的一些心得介绍给读者。在体系设计上,我们作了这样的安排,第一部分由第一章、第二章和第三章组成,主要讨论了一些基本的理论问题,如怎样正确地理解谈判,如何辩证地认识谈判过程中冲突与合作的关系,如何科学地理解谈判力(Negotiation Power)等。具体的问题包括谈判与讨价还价、谈判过程中冲突的起因及类型、谈判过程中的冲突管理、谈判过程中差异的价值、谈判力的类型及来源等。第二部分由第四、第五、第六和第七章组成,主要讨论了谈判过程、方法及技巧,包括谈判准备、面谈过程、谈判过程中的沟通与说服、调解等。主要以谈判过程为线索展开对谈判实践中有关问题的讨论。第三部分由第八、第九两章组成,分别讨论了商务谈判的主要内容和国际商务谈判问题,是对商务谈判中有关问题分析的进一步细化。在“商务谈判的主要内容”一章中分别讨论了货物买卖谈判、技术转让谈判及组建合资企业谈判中的若干具体问题。“国际商务谈判”涉及到若干在国内谈判中不存在的问题,如谈判者文化背景的差异、适用法律的不同等。因此,“国际商务谈判”一章的重点放在对国际谈判所应遵循的原则的分析和不同国家谈判特点的介绍。三个部分的讨论顺序是从理论分析进入到一般的谈判实践活动过程和方法的讨论,进而转入到更为复杂具体的问题的处理。

本书由李扣庆担任主编,与凯伦·沃琪、郭珠美及楼尊合作完成。写作的分工如下:前言、第一章、第二章,李扣庆;第三章,李扣庆、Karen Walch;第四章、第五章,李扣庆;第六章第一、二节,李扣庆,第六章第三节, Karen Walch、Jane Kuo;第七章, Karen Walch、李扣庆;第八章,李扣庆;第九章第一节,李扣庆;第九章第二节, Karen Walch、楼尊;第九章第三、第四节, Jane Kuo;第九章第五至八节,楼尊、Karen Walch、Jane Kuo。在全部书稿完成后,由李扣庆和郭珠美翻译美国学者撰写的部分,并由李扣庆对整部书稿进行了修改,力求保证全书风格的统一。

作为跨国性校际合作的产物,本书的写作得到了多方面的支持。我们要感谢双方学校,正是由于中美两国两个著名的商科院校之间成功的校际合作,才会有这本书的合作。我们尤其要感谢美国国际管理研究生院院长、即将出任美国商学院联合会主席的赫伯格博士(Dr. Roy A. Herberger, Jr.)和上海财经大学校长汤云为博士,他们在百忙之中为本书作序,肯定了我们所付出的劳动,也使本书增色不少。我们还要感谢为本书写作提供了帮助和支持的美国国际管理研究生院高级副院长柯伟文博士(Dr. Melvyn R. Copen)、美国国际管理研究生院主管海外项目的助理副院长吉本斯博士(Dr. Earl F. Gibbons, Jr.)、美国国际管理研究生院现代语言系张教授(Prof. Andrew Chang)和约翰逊教授(Prof. Alice P. Johnson),上海财经大学外事处处长岳咬兴教授,上海财经大学工商管理学院副院长晁钢令教授和夏健民教授等。本书的写作也绝对离不开我们的家人们对我们工作的大力支持。郭教授要感谢她的先生、同在雷鸟学院任教的 Akutsu 博士,沃琪教授要感谢她的先生约翰(John)和他们的孩子,而楼尊和我也同样要感谢我们各自的亲人。当然,我们也要向以前所有在谈判领域进行耕耘的人们表示感谢,他们的成果给了我们很大的启迪。

与其他很多学科相比,谈判还是一门很年轻的学科。无论在

中国还是在美国,都是如此。人类文明的进步对这一学科的发展不断提出新的要求,全球商务往来的扩大则进一步加大了对这一领域知识的需求。在现有的若干谈判研究成果的基础上,包括我们过去在这一领域所开展的工作的基础上,我们完成了这本著作的写作。但是,由于时间关系,这本著作肯定有若干可推敲之处,尤其是在书中所提出的我们对某些问题的认识和理解,肯定还是很不完美的。我们衷心期望专家和读者们能不吝指教,以便我们不断修正、不断深化对谈判理论和实践问题的认识。

李扣庆

1998年3月

于上海财经大学

目 录

序一	汤云为 1
序二	[美]A.赫伯格 1
前言	1
第一章 谈判与商务谈判	1
第一节 什么是谈判	1
一、无法回避的现实	1
二、谈判的定义	4
第二节 谈判发生原理	6
一、寻求利益满足	6
二、相互依赖与谋求合作	7
三、避免或解决冲突	8
四、探求解决矛盾的有效程序	9
第三节 谈判与讨价还价	10
一、讨价还价的类型	10
二、谈判与讨价还价的关系	11
第四节 商务谈判的特点	13
一、商务谈判的特点	13
二、评价商务谈判成败的标准	17
第二章 冲突、合作与谈判	21
第一节 零和游戏与谈判者疑难	21

一、零和游戏	21
二、谈判者疑难	22
第二节 谈判过程中的冲突与合作	24
一、冲突起因及其类型	24
二、谈判过程中的合作	26
三、谈判过程中冲突与合作的关系	28
四、决定谈判过程中冲突与合作程度的因素	30
第三节 谈判过程中的冲突管理	35
一、冲突分析	35
二、应对冲突	37
第三章 谈判力	45
第一节 什么是谈判力	45
一、谈判力的基本含义	45
二、谈判力的相对性	48
第二节 谈判力的类型与来源	49
一、个人谈判力与组织谈判力	49
二、谈判力的主要来源	50
第三节 增强谈判力的途径	53
一、对自身谈判资源的评价	53
二、发现客观标准	54
三、寻求替代性方案	54
四、合理利用谈判资源	55
第四章 商务谈判的准备	57
第一节 谈判准备概述	57
一、做好最充分的准备	57
二、谈判准备价值链	58

第二节 谈判的可行性研究	60
一、政治法律环境分析	61
二、社会文化环境分析	62
三、市场供求状况分析	63
四、成本与效益分析	65
五、技术分析	67
六、潜在对手分析	68
七、谈判者的自我评估	76
八、可行性研究中几个值得注意的问题	81
第三节 谈判的人员准备	83
一、谈判人员的选择	83
二、谈判队伍规模的确定	86
三、谈判队伍的结构	90
四、谈判队伍的管理	91
五、代理人的使用	97
第四节 谈判计划的制定	98
一、谈判计划制定的作用及其要求	98
二、谈判计划的内容	99
三、谈判地点的选择	101
四、谈判策略的选择	103
第五章 面谈过程	110
第一节 面谈的开始阶段	110
一、开始阶段的基本任务	110
二、谈判气氛的建立	111
三、交易条件的提出	112
第二节 实质性磋商阶段	116
一、前续谈判的总结	116

二、对己方让步的决策.....	118
三、对对方让步的对策.....	126
第三节 谈判的结束阶段.....	128
一、各种可能的面谈结果.....	128
二、结束谈判的方式.....	129
三、结束阶段的“取”与“予”.....	130
第六章 沟通与说服技巧.....	133
第一节 谈判沟通的一般原理.....	133
一、促销沟通与谈判沟通.....	133
二、谈判沟通过程及其原则.....	136
第二节 谈判过程中的沟通技巧.....	141
一、谈判过程中的听.....	141
二、谈判过程中的写.....	145
三、谈判过程中的问与答.....	148
四、谈判过程中的非语言沟通.....	151
第三节 谈判过程中说服的技巧.....	152
一、谈判过程中说服的作用.....	152
二、谈判过程中说服的障碍.....	153
三、增强说服力的技巧.....	156
第七章 调解.....	160
第一节 调解及其功能.....	160
一、什么是调解.....	160
二、调解的功能.....	161
第二节 调解程序及其运用.....	164
一、调解程序.....	164
二、引入调解程序的过程中应当注意的问题.....	168

第八章 商务谈判的主要内容	170
第一节 货物买卖谈判	170
一、商品的品质	171
二、商品的数量	172
三、商品的包装	173
四、商品的价格	174
五、货款的收付	180
六、商品的装运和交换	182
七、商品的检验	183
八、不可抗力	184
九、索赔与仲裁	185
第二节 技术转让谈判	186
一、技术与技术转让	186
二、技术转让谈判的主要内容	187
第三节 组建合资企业的谈判	197
一、组建合资企业谈判的特点	197
二、组建合资企业谈判的主要内容	200
 第九章 国际商务谈判	 213
第一节 国际商务谈判原理	214
一、国际谈判与国内谈判的共性特征	214
二、国际谈判与国内谈判的区别	215
三、国际谈判成功的基本要求	221
第二节 美国人的谈判特点	222
一、谈判关系的建立	222
二、决策程序	223
三、时间观念	224
四、沟通方式	224

五、对合同的态度·····	226
第三节 日本人的谈判特点·····	227
一、谈判关系的建立·····	227
二、决策程序·····	228
三、时间观念·····	229
四、沟通方式·····	230
五、对合同的态度·····	230
第四节 俄罗斯人的谈判特点·····	231
一、谈判关系的建立·····	231
二、决策程序·····	232
三、时间观念·····	232
四、沟通方式·····	233
五、对合同的态度·····	235
第五节 英国人的谈判特点·····	235
一、谈判关系的建立·····	235
二、决策程序·····	236
三、时间观念·····	236
四、沟通方式·····	236
五、对合同的态度·····	237
第六节 德国人的谈判特点·····	238
一、谈判关系的建立·····	238
二、决策程序·····	239
三、时间观念·····	239
四、沟通方式·····	239
五、对合同的态度·····	240
第七节 法国人的谈判特点·····	241
一、谈判关系的建立·····	241
二、决策程序·····	241