

贸易洽谈技巧

机械电子工业部
机电行业专业管理人员岗位培训教材

张文敬 主编



机械工业出版社

机械电子工业部
机电行业专业管理人员岗位培训教材

贸易洽谈技巧

张文敬 主编



机械工业出版社

本书全面阐述了贸易谈判的全过程，并着重对谈判的策略和取胜技巧进行了详细介绍。全书共分六章，内容包括贸易谈判概述；谈判程序；谈判的基本策略；谈判的战略决策、谈判组织及人员管理；谈判心理学；涉外经济谈判。

本书可供从事营销工作的在职人员岗位培训之用，也可供大专院校管理工程系师生及企业实际工作人员参考。

贸易洽谈技巧

张文敬 主编

*

责任编辑：杨 燕 责任校对：贾立萍

封面设计：姚 毅 版式设计：王 颖

责任印制：尹德伦

*

机械工业出版社出版（北京阜成门外百万庄南街一号）

（北京市书刊出版业营业许可证出字第117号）

煤炭工业出版社印刷厂印刷

机械工业出版社发行·机械工业出版社书店经售

*

开本 787×1092¹/₃₂·印张 9³/₄·字数 214 千字

1991年2月北京第一版·1991年2月北京第一次印刷

印数 00,001—10,000·定价：4.70元

*

ISBN 7-111-02567-9/F·353

前 言

把提高从业人员本岗位需要的工作能力和生产技能作为重点，广泛地开展岗位培训，这是成人教育的一项重大改革，也是提高劳动生产率和工作效率的重要手段。

为了搞好机械电子行业的岗位培训，我们首先抓了岗位培训的基础建设工作，即制定和编写了机械电子行业企业生产经营系统十四类主管专业管理人员和一般专业管理人员的岗位规范（《机械工业企业专业管理人员岗位业务规格》机械工业出版社 1987年11月出版）

培训计划和教学大纲（《机电工业企业专业管理人员培训计划和教学大纲》机械电子工业部教育司 1989年7月印发）。

在此基础上，我们聘请了二百多位专家、教授及有丰富实际工作经验的同志编写了相应的培训教材。这套教材分中专（对应一般专业管理人员）、大专（对应主管专业管理人员）两个层次编写，共85种，其中基础课和专业基础课20种，专业课65种。

这套教材的编写体现了岗位培训直接有效地为经济建设服务的指导思想，突破了普教教材编写模式的束缚，符合成人教育的特点，突出了岗位培训的特色。

这套教材也可用于“专业证书”培训。

编写这套岗位培训教材是一项巨大的工程，值此教材出版之际，谨向参加这套教材编写、审稿工作的同志及为这套

IV

教材出版付出辛勤劳动的同志表示衷心感谢！同时，真诚地希望关心和应用这套教材的单位和同志提出批评和建议，以便今后修改时参考，使之更加适应岗位培训的需要。

机械电子工业部教育司

1989年5月

编者的话

本书是根据机械电子工业部教育司1988年制定的机械企业营销管理人员岗位业务培训计划,以及“贸易洽谈技巧”教学大纲组织编写的一本教材。主要对象是具有高中文化程度从事营销专业的在岗或即将上岗的在职人员,并兼顾到大专院校管理工程系师生以及企业实际工作人员的学习需要。

编写本书的基本指导思想是:①认真贯彻党的十一届三中全会以来的方针、政策,进一步体现改革的精神;②以总结我国工商企业洽谈经验为主,同时介绍国外资本主义企业间勾心斗角、尔虞我诈的反面谈判艺术,以便在生意谈判中预以警惕和识破;③内容兼备科学性、实用性及指导性,突出实用性;④按成人教育的特点尽量做到表达深入浅出、简明扼要、直观易懂。

本书共分六章,其中一至五章为一般营销人员和主管营销人员通用教材,第六章为主管营销人员用教材。本书较系统、深入地阐述了贸易谈判的全过程,并着重对谈判的策略和取胜技巧进行细致的介绍。每章后面附有思考题,以便于读者自学。

参加本书编写工作的为广东省机械工业厅供销公司李江建(第一、五章)、周晚朗(第二、四章)、中光(广东)机械工贸联合公司周光曦(第三、六章)。全书由广东省机械工业厅供销公司张文敬担任主编,负责全稿的整理和核对,对全书内容的前后联系、名词术语和单位的统一,文字和体

VI

例等的一致进行详细检查和修改。全书由广东省经济管理干部学院李荣锋任主审。本书在编写过程中还得到广东省经济管理干部学院郭军元副教授、广东工学院陈朝宝教授、广东社会科学大学温力虎教授的悉心指导，在此一并表示衷心感谢。鉴于编者经验所限，时间较紧，书中不足之处在所难免，恳请广大读者批评指正。

编 者

1989年12月

目 录

第一章 贸易谈判概述	1
第一节 贸易谈判的基本概念	2
第二节 谈判成功的基本要素	8
第三节 贸易洽谈的基本技巧	17
思考题	26
第二章 谈判程序	28
第一节 谈判前的准备工作	28
第二节 开局阶段	39
第三节 实质性谈判	51
第四节 谈判结束阶段	80
思考题	85
第二章附录 一组测试题	86
第三章 谈判的基本策略	93
第一节 价格的操纵策略	93
第二节 时间的控制策略	105
第三节 “兵不厌诈”策略	115
第四节 以退为进——巧妙的让步策略	121
第五节 “软硬兼施”策略	128
第六节 借权威、权力限制策略	134
第七节 巧妙的拒绝策略	142
第八节 利我型谈判策略	149
思考题	156
第四章 谈判的战略决策、谈判组织及人员管理	157
第一节 谈判的战略决策	157

Ⅶ

第二节 谈判组织	164
第三节 谈判人员的管理	175
思考题	182
第五章 谈判心理学	183
第一节 谈判的需要理论	183
第二节 谈判动机	194
第三节 谈判谋略	198
思考题	200
第六章 涉外经济谈判	202
第一节 涉外经济谈判的种类	202
第二节 涉外经济谈判的过程	216
第三节 涉外经济合同的执行	238
第四节 反行骗的策略	253
第五节 不同国家的谈判风格及礼节	267
思考题	286
第六章附录一 进出口业务合同履行程序图	287
第六章附录二 大型成套承包工程投标一般程序及组织实施 示意图	288
第六章附录三 机电产品标准销售合同	291
参考文献	304

第一章 贸易谈判概述

现代社会，国家与国家之间，企业与企业之间，个人与个人之间，协调利益对立的情况极为复杂和频繁，谈判也随之层出不穷。所以，不论你是否喜欢，谈判已成为我们生活和工作中不可避免的事情。从美、苏两国限制核武器的谈判，到买卖双方的协议磋商以及企业招聘人员，没有一项不属于谈判的范围。

在我国，随着对外开放和有计划的社会主义商品经济的深入发展，各企业、各经济单位之间的经济关系越来越密切、复杂、运用谈判方式来处理经济关系已日益频繁和重要。而且，随着我国对外经济技术合作交流的日益扩大，谈判也正在成为维护我国经济利益、促进对外经济关系发展的一种重要的交流协商手段。社会越是向前发展，谈判工作就越为重要。

贸易谈判本身是一个极其艰苦复杂的过程，一场谈判就象是一场激烈的较量。如何在谈判中取胜，这对每一个谈判者来说都是一个至关重要的问题。当你接受一项谈判任务，而且不久就须坐到谈判桌前与人对垒时，你应该如何为这次面对面的交锋做准备呢？你应如何预料对方的策略和筹划自己的对策呢？这一切都将取决于你对贸易谈判的了解和认识，取决于你在这方面的实践经验。本章将从理论上就贸易谈判的基本常识作概要介绍。

第一节 贸易谈判的基本概念

一、贸易谈判的概念和特性

(一) 贸易谈判的概念

什么是谈判？谈判就是双方的需要和愿望相互对立时，为取得一定协议所进行的沟通。美国谈判学会会长杰勒德·I. 尼尔伦伯格认为，谈判是人们为了改变相互关系而交换意见，为了取得一致而相互磋商的行为，是直接影响人际关系，对参与各方产生持久利益的过程。这个谈判概念是广义的，不仅包括一切正式场合的谈判，而且引伸到各种协商和交涉。

贸易谈判是指有关贸易双方为了各自的目的，就一项涉及双方利益的标的物进行磋商，通过调整各自提出的条件，最终达成一项双方满意的协议的过程。

(二) 贸易谈判的特性

一般来说，贸易谈判具有以下几个特性：

(1) 其标的物是可以谈判的。所谓可以谈判即必须合法，是法律允许买卖的商品。如不能是毒品、走私物品等。

(2) 它是谈判各方“给予”与“接受”兼而有之的一种互助过程。因此，单方面的给予或接受，不论是否自愿，均不能算作是贸易谈判。为使谈判能达成协议，双方均须具有一定程度的合作性。但是为了各自的利益，又会同时处于利害冲突的对抗状态。尽管在不同的谈判场合下，合作与冲突的程度各不相同，但可以肯定，任何一种谈判，不论是贸易谈判还是其它的协商交涉，均含有某种程度的合作与某种程度的冲突。优秀的谈判者在于能够适度地左右合作和冲突。

(3) 它是“互惠互利”的，但各方获利多少并不一定均等。如果一方只想达到自己的目的，从另一方捞取好处，那么谈判的双方就不可能坐在一起达成协议。

互惠互利不等于获利均等。例如，某加工厂调整产品结构需要转产，因需要大量资金购置新设备，不得不将原有设备出售。当卖方和购方一起坐下来议价时，对八成新的设备，购方仅肯出原价50%的价钱，并最终原价55%的价钱成交。从设备的价值看，卖方仿佛是吃亏了，买方占了较大的便宜。但是，这笔交易仍然可以看作是互利互惠的。因为从卖方的利益看，他卖出了无用的设备，换回了急需的资金，为其调整产品结构并尽快盈利创造了条件。

(三) 评价谈判的标准

评定一次贸易谈判是否取得成功，一般采用三个标准：其一，自身的需要是否因谈判而获得满足，即谈判的目标是否已经达成；其二，谈判的效率如何。如果谈判目标已达成，但因此花费的时间、精力和资金太多，则要重新权衡，以这样的代价来达到谈判的目标是否合算；其三，谈判之后与谈判对手之间的人际关系如何。现代社会的经济交往，常常需要同某个部门、某个单位进行长期的合作，即使是涉外交易也是如此。所以，要重视与谈判对手结成长期友好关系，不可因一次谈判而断送将来一系列的谈判机会。当然，一次成功的谈判，在“目标”、“效率”和“人际关系”三个方面，不可能获得圆满的结局，因为上述三者之间具有某种程度的冲突，它们很难同时都得到。所谓成功的谈判，是指在三者之间作出了适当的取舍，尽可能使三者处于某种均衡状态。正如英国哲学家培根指出的那样：“谈判是发掘事情的一个过程。它使人们各自活动的经济领域相互沟

通，从而开拓出一个新的领域。”

在现代商品经济社会中，贸易谈判是一个复杂的求同过程。在这个过程中，确定了双方各自的权利和义务。而这种权利和义务关系的确认，总是建立在一定的法律规范及特定的惯例和道德观念上。如国民经济管理在经济贸易活动中所发生的社会关系——纵向经济关系，即要通过计划法律制度、基本建设法律制度、金融法律制度、劳动法律制度等来确定其相互间的权利与义务关系；社会经济组织之间在经济活动中所发生的社会关系——横向经济关系，则要通过经济合同法律制度等来确定相互间的权利和义务。由此可以看到，有关法律制度在贸易谈判中也起着不可忽视的作用。

二、贸易谈判的方式

贸易谈判的方式，一般是由谈判的策略决定的。贸易谈判的策略是很多的，贸易洽谈的方式也是多样、灵活的。但是，从总体上划分，谈判的基本方式可以分为两种类型，因为本书第三章对此有专门论述，此处仅简要介绍如下：

（一）传统的谈判方式

传统的谈判方式表现为，谈判双方在谈判中极力维护自己的立场，设法让对方作出让步，最后在妥协的基础上达成协议。假若妥协不成，谈判便随之趋于破裂。这种传统方式有三点弊病：

（1）难以达成谈判的目标，因双方事先采取一定的立场，越要澄清立场，越要竭力维护自己的立场，双方就越会将精力集中于维护立场上来，而忽略了原定的谈判目标，致使原定的谈判目标难以实现。

（2）效率低。不论最后能否达成协议，这种方式都会显得既费时又费力。因为每一方为了能取得好的谈判结果，

一开始就会提出极端的要求，并全力维护它，甚至把每一点微小的让步都视为“失败”或“丢人”，致使让步成为一种极难采取的措施。

(3) 很难建立比较和谐的谈判双方的人际关系。这种方式的谈判，每一方都试图在不改变自己立场的前提下，令对方改变立场。倘若有一方不得不改变立场的迁就对方，就常常会认为自己的让步是一种屈辱，从而怨恨对方。经过这样的谈判之后，双方之间的人际关系就有可能变得恶化。

(二) 现代的谈判方式

现代的谈判方式是互惠互利（或称皆大欢喜）的。谈判各方首先认定自身的需要，其次探寻对方的需要，然后与对方共同探寻满足双方需要的各个途径，最后再决定是否接纳其中的一个或几个途径。力争满足自己的需要和准确预测对方需要应成为整个谈判的中心。以互惠互利方式进行谈判的谈判者，视谈判对方为问题的解决者，对对方温和，但对谈判的主题则采取强硬的态度，摆事实、讲道理，但又不屈服压力，探求共同追求的利益。由互相对立的局面，改变为同心协力的一体，在高效率、协调的人际关系条件下达成协议。

下面有这样一个例子值得我们借鉴：上海某鞋厂与日本A株式会社做成一笔布鞋生意。因日方预测失误，加上运期长，布鞋运到日本后错过销售季节，大量积压。日方提出退货，按惯例这显然是行不通的，但中方却原则上同意了。此事一传开，中方的有关部门立即哗然。那是价值160万日元的一笔货呀！

中方为什么会同意呢？

1) 日方说，如果不退货，我们就会破产。中方就少了一

个贸易合作伙伴。

2) 这笔货退回后，中方可以用同等货值的一批畅销货物替代。

3) 所有退货的运杂费由日方支付。

4) 这笔货退回后，在中方国内销售并不赔钱。因为“出口转内销”的商品在国内市场具有一定的吸引力。

5) 日方答应，以后再购进同样货物时，首先考虑这家厂家。

6) 更重要的是，日方一破产，必将在日方同行中产生不利反响，在某些方面损害我方的声誉。

基于上述六点，中方对出口替代的一批货物，不仅保质保量，且按时发运，使日方A株式会社大赚了一笔，救了他们，我方也由此名声大振。此事在日本立时见报，马上有几家客户来人来函要求与我上海厂家合作。中方厂家在这笔生意中，既使自己的商誉倍增，又因“诚”招来海外客，使产品供不应求。这家日本A株式会社，对中方合作十分满意，进而要求做中方在外销售的总代理，对该厂家的产品全部包销，一订就是五年的合同，并积极向中方提供国际市场的供求信息，两家合作关系不断发展。

从以上这个例子中可以看出，当谈判双方均采用互惠互利的谈判方式时，其结果显然比双方采用传统的谈判方式要好得多。

三、贸易谈判的基本守则

美国商业顾问机构的首席代表嘉洛斯，从其亲身经历的无数次经济贸易谈判的经验中总结，认为谈判人员要想控制好谈判，必须在谈判前先列出一些守则来。不好的守则会使自己陷入极其被动的境地，尤如搬起石头砸自己的脚。他提

出的十五条守则，为许多谈判人员所认同。这十五条谈判守则是：

- 1) 要预先安排好说话的顺序。
- 2) 选定要征询的专家。
- 3) 规定所要使用的证据和文件。
- 4) 应在何时提出问题，应向何人提出问题，由谁来提出问题。
- 5) 事先安排好打岔的机会。
- 6) 作好会议记录，最好能录音。
- 7) 规定仲裁者。
- 8) 规定某些安全措施。
- 9) 公布某些谈判规定。
- 10) 要划分休息和开会的时间。
- 11) 惩罚的规定。
- 12) 选定谈判地点。
- 13) 如何暂停讨论。
- 14) 列出上诉的程序。
- 15) 利用权威来解决某些事情。

嘉洛斯认为，不论对方提出哪一条守则，你都必须十分小心，务必探求出隐藏在这个守则后面的含义。最好的方法是询问对方建立这个守则的原因。只要有一个守则对你不利，就要有勇气起来反对。谈判毕竟不是刑事诉讼，守则永远是可以反复修正的。编者也认为，了解以上守则，对谈判人员是有帮助的，可以对谈判进行有益的指导。

四、贸易谈判的风格

受贸易谈判方式的影响，贸易谈判的风格也是多样的，不同地区、不同国家的谈判人员将有不同的谈判风格，本书

第六章对此会有专门介绍。这里仅就贸易谈判风格的分类及其概念作概要介绍。

贸易谈判风格从总体上分，可以分为合作性的谈判风格与竞争性的谈判风格。

合作性谈判风格，是指双方都具有达成协议的诚意，都不想支配对方，均采取合作的态度。这样的谈判是诚挚、坦率和富有建设性的，双方都乐于提供信息，提出积极的建议，以使谈判达成协议。

竞争性谈判风格，是指双方均以满足自己的需要为主，竭力为自己谋求最大的利益，以作出让步为耻辱。在这种谈判过程中，双方会为一系列的问题争持不下，最后以一方不得不作出让步而告终。谈判的气氛始终是紧张的、不和谐的。

第二节 谈判成功的基本要素

一、兼顾双方的利益

任何一项利益相关的谈判，最高的境界是同时兼顾双方的利益，谈生意尤其如此。第二次世界大战后，日本的一些企业家曾要求雇员把军事上的战略战术（据说是运用《孙子兵法》）作为对成功的商业经营的指南加以研究。但是，做生意同打仗毕竟有很大不同，一项成功的商业交易的目标，并不是置对方于死地，而是要达成互利的协议。实际上，在商品经济高度发达的今天，谈判作为一种经济交往的必要手段，不是以谈判桌为战场的战斗，而是已成为一条通向合作的必经之路了。比如，当买方以较低的价格买进时，卖方可能少赚取了一笔钱，但买方需要先进设备，出高价使生产条件得到改善，尽快生产出更多更好的产品。从这种结局来看，