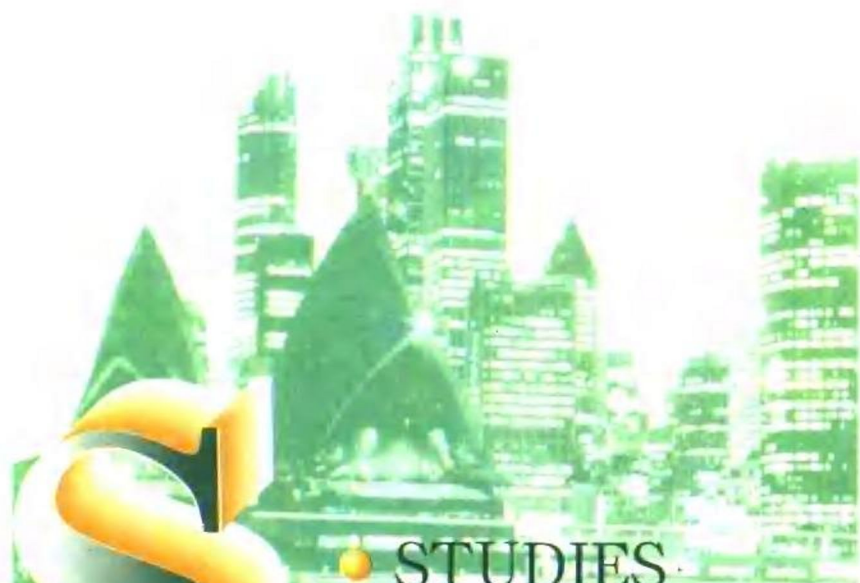


郭秀君 著

外贸谈判研究

STUDIES ON FOREIGN TRADE NEGOTIATION



● STUDIES
● ON
● FOREIGN
● TRADE
● NEGOTIATION

辽宁大学出版社

99
F740.4
228
2

XA578/2

外贸谈判研究

郭秀君 著

辽宁大学出版社
一九九八年·沈阳

图书在版编目 (CIP) 数据

外贸谈判研究/郭秀君著. - 沈阳: 辽宁大学出版社, 1998.12
ISBN 7-5610-3713-9

I. 外… II. 郭… III. 对外贸易-贸易谈判-研究 IV.F
740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 00273 号

辽宁大学出版社出版

(沈阳市皇姑区崇山中路 66 号 邮政编码 110036)
新民市印刷总厂印刷 辽宁大学出版社发行

开本: 850×1168 毫米 1/32 字数: 240 千字 印张: 8.625
印数: 1-1000 册

1998 年 12 月第 1 版 1998 年 12 月第 1 次印刷

责任编辑: 胡家诗
封面设计: 邹本忠

责任校对: 众 佳
版式设计: 李 成

定价: 19.80 元

序

中国自实行改革开放政策以来，作为对外开放重要标志的对外贸易取得了举世瞩目的成就。特别是随着中共十四届五中全会“两个转变”的提出，我国的经济发展开始进入一个新的时期。在新的形势下，外贸公司（企业）也必须实现从粗放经营到集约经营的转变，以提高自身的素质和效益。实现这种转变的一个重要环节就是要重视与加强外贸谈判，以此为契机，扩大产品出口，发展对外贸易，这已成为一项当务之急。

外贸谈判作为各国、各界组织与人士进行对外贸易活动的媒介和手段，在达成各种交易、获取经济效益、促进外贸发展方面确实起到了重要的作用。随着我国对外经贸事业的迅猛发展，不同层次、不同类型的对外贸易谈判频繁进行，人们从大量外贸谈判实践中逐步认识到外贸谈判的重要性和复杂性。外贸谈判是集科学性与艺术性于一体的一门理论与实践并重的学科。当前，我国全面系统掌握这门学科知识的外经外贸人才十分匮乏，许多外贸谈判人员的理论水平、谈判素质亟待提高。因此，我们应研究外贸谈判的内在规律、理论、方法与技巧，培养一批高素质的外贸谈判人员，以满足外贸谈判工作的需要。

本书的作者郭秀君同志在总结多年教学实践经验的基础上，经过刻苦钻研撰写了这本书。郭秀君同志1988年毕业于辽宁大学国际金融系，1993年获国际金融专业经济学硕士，1996年为辽宁大学经济管理学院博士研究生，现为辽宁大学国际经济学院教师。本书既有作者对外贸谈判理论的系统分析，又有对外贸谈判实务的翔

实阐释。该书的特点在于内容丰富，涉及面宽，行文流畅，语言简练，分析问题透彻、逻辑性强，便于理解掌握。相信这本书的出版，无论对满足外经贸教学研究的需要，还是为外经贸实际工作者提供必要的指导，都将起到有益的作用。

张今声

1998年9月

目 录

第一章 外贸谈判：对外贸易活动的重要环节	(1)
第一节 外贸谈判的基础知识.....	(2)
第二节 研究与学习外贸谈判的方法及意义	(11)
第二章 心理探寻：外贸谈判的心理因素	(15)
第一节 需要	(15)
第二节 动机	(20)
第三节 谋略	(22)
第四节 情感	(23)
第五节 行为	(25)
第三章 科学内涵：外贸谈判的决策理论	(28)
第一节 单一型外贸谈判决策理论	(28)
第二节 统筹型外贸谈判决策理论	(31)
第四章 知己知彼：外贸谈判前的准备	(43)
第一节 谈判目标的确立	(43)
第二节 谈判资料的收集	(46)
第三节 谈判组织的建立	(50)
第四节 谈判计划的制定	(58)
第五章 良性运作：外贸谈判的过程	(64)
第一节 摸底阶段	(64)
第二节 报价阶段	(75)
第三节 磋商阶段	(81)
第四节 成交阶段	(99)
第六章 不可或缺：外贸谈判的后续工作	(120)
第一节 合同的履行与管理.....	(120)

第二节	争议的处理·····	(124)
第三节	外贸谈判总结·····	(131)
第七章	致胜法宝：外贸谈判策略与技巧·····	(133)
第一节	中国谈判哲学与策略·····	(133)
第二节	基本外贸谈判技巧·····	(137)
第三节	实用外贸谈判技巧·····	(147)
第八章	纵横比较：世界主要贸易国家及地区的谈判风格	
	·····	(190)
第一节	亚洲·····	(190)
第二节	欧洲·····	(195)
第三节	美洲·····	(201)
第四节	大洋洲·····	(204)
第五节	非洲·····	(205)
第六节	东西方谈判风格比较·····	(205)
第九章	交往须知：外贸谈判的礼仪·····	(208)
第一节	“请进来”的注意事项·····	(208)
第二节	“走出去”的注意事项·····	(212)
第十章	五彩缤纷：外贸谈判大观园·····	(220)
第一节	国际货物买卖谈判·····	(220)
第二节	国际技术贸易谈判·····	(229)
第三节	国际合资经营谈判·····	(237)
附录：		
谈判能力量表·····		(251)
主要参考文献·····		(266)
后记·····		(268)

第一章 外贸谈判：对外贸易活动的重要环节

当今的世界是开放的世界，当今的中国是开放的中国。我国自1979年实行对外开放政策以来，随着外贸体制改革的不断深入发展，我国企业与公司的对外经济贸易活动日益频繁，各界人士同外商打交道的机会越来越多。例如，国际间的货物买卖、利用外资、引进先进技术、国际经济合作活动等，因此各种对外经济贸易谈判无时无刻不在进行着。谈判成为各种经贸活动交往的媒介、手段，它构成对外经贸活动的一个极其重要的方面。因此，从事外经贸活动的人员要对谈判活动予以应有的重视。

在对外经贸活动中，任何交易都必须通过谈判才能达成。为在谈判中获胜，提高谈判效率，取得有利于己方的谈判成果，谈判人员就要具备应有的谈判知识与技巧，才能更好地应付复杂多变的谈判过程。因为谈判是一种艺术，谈判的艺术性首先表现在要求谈判人员具有较高的素质，包括掌握各种知识，有一定的修养，善于与人相处，能灵活地处理各种问题。其次表现为语言表达艺术。谈判是一种交际活动，语言则是交际的工具。如何清晰、准确表达自己的立场、观点，了解对方的需要、利益，与谈判对方进行友好地沟通，巧妙地回答对方所提出的问题以及说服对方，都需要掌握一定的语言技巧。再次表现为谈判的策略与技巧。由于谈判是一种复杂的、需要多种技能与方法的专项活动，因此谈判成功与否也取决于谈判人员策略技巧的应用。

第一节 外贸谈判的基础知识

一、外贸谈判的概念

外贸谈判是指在对外贸易交易中买卖双方为了达成某笔交易，就交易的各种条件进行协商的过程。

(一)、外贸谈判的内涵与外延

为了更好地理解和把握外贸谈判的概念，我们有必要了解与掌握外贸谈判的内涵与外延。

从外贸谈判的概念，我们不难看出外贸谈判的实质就是交易双方为达到互惠互利的目的而进行的协商过程。在这个过程中，贸易双方就共同关心或感兴趣的问题（主要指交易条件）进行磋商，调整各自的利益，谋求在某一问题上取得妥协，从而达成满足双方利益的协议。交易双方之所以要谈判，原因在于都要从对方那里获得一种或几种需要的满足。双方都要有所给予，从而使双方的需要相互得到满足。谈判的目的是为了协调双方利益冲突，最终实现共同利益。因此，谈判结果一般都是要争取互惠互利、皆大欢喜。

外贸谈判概念的外延随着商品经济的不断发展，商品范畴的不断扩大，如信息、技术、咨询等也已经属于产品范畴。因此外贸谈判的范围日益扩大，不仅包括有形贸易谈判，而且包括无形贸易谈判。

(二) 外贸谈判的特点

对外贸易谈判既有一般谈判的共性，又有其特殊性。

一般谈判具有以下四个特点：

1. 谈判是“给”与“取”兼而有之的一种互惠过程。在谈判中，谈判双方既从对方有所得又要对对方有所予，做到互惠互利。但是，如果只是单方面的“给”或单方面的“取”，不管这种给或取是自愿的还是被动的，都不能被看作是谈判。

2. 谈判是“合作”与“冲突”兼而有之的一种互动过程。谈

判一般是建立在双方有某种需求而又期望得到实现的基础上。例如，买方希望卖方提供货物以满足消费等需求，而卖方则需要出售货物以满足对货币的需求。因此，为了达成协议，谈判双方在谈判过程中必须具备一定的合作性。同时，谈判双方又都希望达成的协议对自己更为有利即希望能在对自己有利的条件下满足自己的需要。这样谈判的双方又在谈判中存在着一定的利益冲突。一般地说，在不同的谈判场合中，由于存在着影响双方合作与冲突程度的因素，所以这种合作与冲突的程度各不相同。但是，有一点可以肯定，任何一种谈判都具有一定程度的合作与一定程度的冲突。

决定谈判合作与冲突程度的因素很多，其中比较主要的有：

(1) 谈判各方所需要取得的谈判成果总和越是固定，则谈判越具有冲突性。例如，定额的盈余越多，则分配越具冲突性。

(2) 单一的谈判主题要比多项的谈判主题更具有冲突性。例如，交易双方单独针对价格条款进行谈判，则谈判冲突性较高。因为对卖方越有利的价格，必定对买方越不利。但是，如果双方同时针对价格条款、付款条件、交货条件、售后服务等方面进行谈判，则谈判的冲突性被减少，因为交易双方对一些问题所产生的分歧，可以由其它问题的谈判予以缓和。例如，当买方要求降低价格时，卖方可要求买方以现金付款等，从而提高了谈判的合作性。

(3) 谈判双方的依赖度越高，则谈判越具有合作性。例如，买卖双方有较为长久的贸易合作往来关系，那么，他们在谈判时都不得不考虑对方的利益和意愿，从而保持长期的友好的合作关系。

(4) 谈判者的性格对谈判的合作与冲突程度的影响。例如，理智型的谈判者能使谈判具有合作性，而巧取豪夺的人则使谈判具有冲突性。

(5) 谈判各方的实力对谈判的合作与冲突程度的影响。例如，谈判实力相差悬殊时，实力较强的一方往往以以强凌弱的姿态进行谈判，从而使谈判具有冲突性；反之，当谈判双方势均力敌时，则谈判较具有合作性。

(6) 谈判各方所能运用的谈判时间。如果谈判各方所能运用的谈判时间越长，则越容易达成协议，此时谈判较具有合作性；反之，谈判各方所能运用的时间越短，则在时限的压力下，谈判较具有冲突性。

3. 谈判的结果是绝对的不平等和相对的平等。谈判的结果是绝对的不平等，是指谈判双方可能一方获利多些，另一方获利少些。导致谈判结果不平等的因素很多，但最主要的两个因素是谈判双方各自拥有的实力和所掌握的谈判技巧。

同时，谈判的结果又是相对的平等。在谈判过程中，双方对对方均有所需求，各自为了取得有利于己方的条件而相互角逐、讨价还价以维护己方的利益。但是，如果双方只为自己的利益着想或双方都太贪心，使谈判变成非互惠的，那么谈判将不能进行下去。因此，成功的谈判，双方都是胜者，因为谈判不是棋赛。令人满意的谈判目标是双方达成协议，均感到有所得，而不是一方独得胜利。在谈判过程中，即使谈判一方不得不做出重大让步，整个谈判格局也应该是双方各有所得。总之，通过双方的共同努力，选择最佳解决问题的方案，从而得到最佳的互惠互利的谈判结果。

4. 谈判是公平的。谈判的结果一般来说可能是不平等的，但是不管这个谈判结果是多么的不平等，只要谈判双方对谈判结果都具有否决权，则谈判便是公平的。

对外贸易谈判不仅具有一般谈判的特点，而且又具有其特殊性。主要体现在以下几方面：

1. 我国的对外贸易是建立在平等互利基础上的，要以和平共处五项原则为指导原则，积极加强与发展同世界各国的贸易往来。平等互利是我国对外贸易活动中的基本准则。

2. 对外贸易谈判是一项涉外活动，具有很强的政策性。外贸合同的签订及其履行不仅是一个经济问题，而且是关系到国家信誉的政治问题。因此，外贸谈判必须贯彻执行国家有关的方针政策和外交政策，还要注意国别政策以及执行对外贸易的一系列法律和规

章制度。

3. 外贸谈判涉及的范围极其广泛，因此要加强市场与商务的调研工作，以研究国外的经济、市场等动向，从而适应竞争激烈、变化剧烈的国际市场。例如，搞出口要了解国外市场的需求情况，搞进口要了解国外市场的供应情况。

二、外贸谈判的主体

外贸谈判的主体是外贸谈判活动的主要因素。任何一种外贸谈判都是在人与人之间进行的协商，外贸谈判活动不可能离开人而进行。因此，参加外贸谈判的人员构成外贸谈判的主体。作为外贸谈判的主体可以是一个人，也可以是由两个或两人以上组成的谈判小组。外贸谈判的成果与效率在很大程度上决定于外贸谈判主体的主观能动性和创造性。

在外贸谈判活动进行之前，谈判一方应对谈判另一方的主体资格进行审查，从而使各自所进行的谈判活动从一开始就建立在一个有合法保证的基础之上。

三、外贸谈判的客体

外贸谈判的客体包括参加谈判的人员和谈判议题，是外贸谈判活动必要的因素。

外贸谈判的第一类客体是指参加外贸谈判的人员。外贸谈判是为了达成某笔交易实现一定经济目的的谈判活动，是人与人之间的经济关系的一种特殊现象。在谈判中，外贸谈判主体总是试图通过某种影响去说服对方，促使对方能够或理解或允许或接受自己的观点、基本利益和行为方式，从而达到自己所定的谈判目标。作为外贸谈判的客体，可以是一个人，也可以是由两个人或两个人以上组成的谈判组。在谈判中，外贸谈判客体的最大特点就是具有可说服性和一定程度的被动性。

外贸谈判的主体和外贸谈判的客体是相对而言的。在外贸谈判

中，谈判双方都力争使己方成为谈判主体，去影响和说服对方，从而把对方作为谈判客体。但在实际外贸谈判中，谈判一方既要了解、影响和说服对方，同时又要被谈判对方所了解、影响和说服。因此，谈判双方在不同的时间、不同的问题既是谈判的主体又是谈判的客体。

外贸谈判的第二类客体是指谈判议题。所谓议题就是指外贸谈判双方共同关心并希望解决的问题。不同种类的外贸谈判有不同内容的谈判议题。例如，商品进出口谈判所涉及的谈判议题包括价格术语、支付条件、品质、数量、运输、保险、索赔、不可抗力等；工程项目谈判所涉及的谈判议题包括规格、检验、管理、价格、交货、付款方式；金融谈判所涉及的谈判议题包括货币、利率、贷款期限、担保、还款时间、宽限期等。谈判议题的最大特点在于双方认识的一致性，即谈判双方通过对谈判议题的相互协商最后达成一致意见。如果不具有这一特点，就无法作为谈判议题构成外贸谈判客体。

尽管在理论上外贸谈判的客体包括人和议题两种不同类型，但实际上二者是不可分割，缺一不可，他们作为一个具有内在联系的有机整体同外贸谈判主体发生联系和作用。任何一个成功的外贸谈判主体，都要把他们当作一个相互影响、相互制约的系统看待。在外贸谈判中，要坚持做到把人与问题分开，着眼于利益而不是立场。要知道，谈判是在向对方兜售你方的建议，而不是向对方攻击。

四、外贸谈判的种类

外贸谈判的种类繁多，按照不同的划分标准，有以下几种划分方法：

（一）按时间划分，外贸谈判有长期与短期外贸谈判、定期与不定期外贸谈判、一次性外贸谈判。

（二）按地点划分，外贸谈判有国内外贸谈判、国外外贸谈判。

(三) 按层次划分, 外贸谈判有个人间外贸谈判、组织间外贸谈判、国家间外贸谈判。

(四) 按保密程度划分, 外贸谈判有公开外贸谈判和秘密外贸谈判。

(五) 按内容划分, 外贸谈判有对外商务谈判、技术转让谈判和劳务合作谈判。

(六) 按参加方数目划分, 外贸谈判有双边外贸谈判和多边外贸谈判。

(七) 按谈判方式划分, 外贸谈判有横向外贸谈判和纵向外贸谈判。

(八) 按谈判态度划分, 外贸谈判有合作型外贸谈判和竞争型外贸谈判。

五、外贸谈判的原则

根据我国对外经济贸易的一贯政策, 在外贸谈判中应遵循下列一些原则:

(一) 平等互利原则

平等互利是我国对外政策的一项重要原则。平等互利, 是指国家不分大小, 不论贫富强弱, 在相互关系中一律平等。遵守平等互利原则, 要求谈判双方处于平等的地位, 根据双方的需要和可能、按照公平合理的价格达成交易, 从而达到互通有无的目的。在谈判中, 既不强加于人, 也不接受不平等的条件。在谈判结束时所签订的合同中, 谈判双方的权利与义务应符合对等的原则。同时又要做好合同的履行工作, 坚持重合同, 守信用, 这些都体现了平等互利的原则。

(二) 友好协商原则

在谈判中, 如果双方发生了争议, 应该采取友好协商的方式加以解决。但是, 有些谈判者甚至使用虚张声势、瞒天过海、故布疑阵、怒而扰之、逢场作戏、疲劳轰炸等手段来对付谈判对手, 这些

均不是解决问题的好办法。无论对方有无诚意，还是谈判中出现了僵局，只要有一线希望，友好协商总会促使谈判向好的方向发展。谈判往往是在冲突中实现共同的目标，切忌草率中止谈判和强制要挟对方。

（三）依法办事原则

谈判不仅关系到双方的利益，有时还涉及到国家、集体利益。只有依法办事，谈判双方的权益才能受到保护。在外贸谈判中及合同的签订都要遵守我国的法律政策、国际法则和对方国家的有关法律规定。例如，由于谈判双方所签订的贸易合同具有法律效力，因此在签订合同时，文字的运用一定要法律化，具有合法的内涵，必要时还要对用语的法定含义作出具体、明确的规定和解释，以避免执行合同时出现争议。此外，谈判负责人的重要发言，特别是协议文书，必须经由熟悉国际经济法、国际惯例和涉外经济法规的律师负责进行详细的审定。

（四）统一对外原则

我国的对外贸易是社会主义性质的，国家对对外贸易实行统制，这就要求我国的对外贸易活动实行统一计划、统一政策、统一对外的原则。只有遵循统一对外原则，才能使我国的外贸企业能够相互配合，谈判人员密切合作、统一对外，才有可能取得有利于我方的谈判结果。否则，多头对外就会造成对内高价竞购、对外低价竞销以致肥水流入外人田的局面。因此，只有遵循统一对外的原则，才能使我国的对外贸易符合国家和人民的利益，为“四化”建设服务。尤其是在国际市场上竞争激烈的情况下，外贸企业遵守这一原则显得更加必要。

（五）不卑不亢原则

在外贸谈判中，对外商既要予以尊重、热情招待、周到服务，又要讲究国格、人格，落落大方，绝不能卑躬屈膝，更不能靠贿赂来联系感情。对凡涉及我国对外经贸活动的政策法规及国家根本利益的原则问题时，要寸步不让。但又要避免简单粗暴，一定要以不

卑不亢的态度，从实际出发，耐心反复说明立场，以争取对方接受。对某些非原则性问题，则可以在不损害己方根本利益的前提下，必要时作出某些让步。

六、外贸谈判的形式

对外贸易谈判，一般分为口头谈判和书面谈判两种形式，但是两种形式各有特点和利弊。为了正确选择和运用谈判形式，促使交易顺利进行和最终达成交易，有必要对这两种形式加以分析研究。

（一）口头谈判

口头谈判，是指买卖双方面对面地用语言谈判，或者用电话商谈。这种谈判形式在实际工作中，一般表现为交易双方的谈判人员在约定的某个地点进行谈判，或者在某一方所在企业或公司进行谈判。

在口头谈判中，双方面对面地洽谈交易，各方提出的条件和各种不同的意见，都可详尽地作出说明，便于双方考虑是否成交，而且便于双方彼此察言观色，掌握心理，施展谈判技巧。不难看出，口头谈判便于交易双方更好地进行交流磋商。但是，口头谈判又有些不利之处。口头谈判一般要在谈判期限内作出成交与否的决定，不能有充分的时间进行思考，从而要求谈判人员有较高的决策水平。如果决策失误，会使本企业遭受损失或失去成交的机会。此外，派出谈判人员登门谈判，需要支付往返差旅费和礼节性的招待费，费用开支较大。通常口头谈判比较适用于首次交易谈判、长期谈判、大宗交易或贵重商品的谈判。

近年来，各外贸企业进行口头谈判，一般采取“走出去”或“请进来”的形式，或利用企业驻外代表处组织起推销网络，遍布世界各地、登门寻找客户。这种形式对实现企业外销任务，开拓销售渠道，及时调整产品的适应性都起到了较好的作用。但是，有时由于管理不利又会带来一系列问题。比如，外出谈判人员过多，大大增加了费用开支；到处盲目奔走，对客户情况掌握不清，往往吃

“闭门羹”，徒劳一场；路线长，周期长，信息反馈不及时，难以综合汇总情况，也不利于全面提高谈判人员素质。因此，不要把“走出去”这种口头谈判形式作为惟一的形式，而应与其他形式结合起来使用。

目前，交易会（包括广交会、小交会和各种国际博览会）被广大企业认为是一种比较好的口头谈判形式。交易会通常由对外经贸部或几个公司（企业）联合邀请若干客商，一起进行谈判成交。交易会可以定期，也可以不定期举行，有专业性交易，也有综合性交易。在交易会上，卖方一般备有现货或样品，买方可以通过观赏、评鉴实物与卖方直接面谈。这种谈判方式具有客户众多，可以当面就货物进行谈判的特点，因此，它最能发挥口头谈判的优点。

（二）书面谈判

书面谈判，是指买卖双方利用信函、电报、电传、传真等通讯工具洽谈交易。

书面谈判要求交易的一方以函件、电报、电传、传真等为载体，将交易要求和条件通知对方，一般要规定对方答复的有效期限。通过书面形式进行谈判，双方可以有比较充足的时间进行考虑，又可以同自己的助手和企业领导及决策机构进行充分的分析研究，有利于作出正确决策。书面谈判，一般不需要外出谈判，只是进行发出、收回、分析函电的工作，因此通常只支出通讯费用，不用支出差旅费和招待费，因而谈判费用开支一般比口头谈判少。但是，书面谈判也有一些不足之处。例如，双方发出的信函、电报、电传、传真，文字表达内容比较精炼，除有意玩弄文字以诓骗对方外，有时还会出现文不达意的情况，使对方花费时间揣摩，一旦双方认知和解释不同，还会引起争议和纠纷。此外，由于双方谈判人员不见面，就无法通过观察对方的言谈举止、面部表情来掌握对方的心理，从而难以运用行为、语言技巧。又如，书面谈判所使用的信函、电报等，在传递过程中有时会出现耽搁或遗失，这就会影响交易双方的联系以及交易的顺利进行。书面谈判形式是目前对外经