



SHANGWU TANPAN YUANLI YU JIQIAO

商务谈判原理与技巧

周忠兴 主编



东南大学出版社

高等职业教育经济管理类专业教材

商务谈判原理与技巧

主 编 周忠兴
参 编 (按姓氏笔画排序)
卜苏华 邱训荣
陶 莉 敬丽华

东南大学出版社

内 容 提 要

本书是在对商务谈判进行深入理论研究和大量经验总结的基础上编著而成,既有对谈判原理和规律的透彻描写,又有对谈判实务和技巧的详实介绍,同时加入了丰富而生动的案例分析和技能训练;尤其是在谈判的理念、原则及谈判的策略及战术等方面有了较大的创新和提高,使之更切合现代商务实践的要求。本书不仅在原理性、系统性方面有所增强,而且在实用性、趣味性等方面也有较大改善,相信对提高读者的谈判水平和技能将大有帮助。

本书既可作为高等职业院校及本科院校管理、营销、文秘、贸易等专业的教材,亦可作为企事业单位的商务人士的培训和自学用书。

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判原理与技巧 / 周忠兴主编. —南京:东南大学出版社,2003.12

ISBN 7-81050-903-9

I. 商... II. 周... III. 贸易谈判 IV. F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 104881 号

东南大学出版社出版发行

(南京四牌楼 2 号 邮编 210096)

出版人:宋增民

江苏省新华书店经销 常州市武进第三印刷有限公司印刷

开本:787mm×1 092mm 1/16 印张:18 字数:450 千字

2003 年 12 月第 1 版 2003 年 12 月第 1 次印刷

印数:1—4 000 册 定价:28.00 元

(凡因印装质量问题,可直接向发行科调换。电话:025-83795801)

高等职业教育经济管理类专业教材编委会

主 任 宁宣熙

副主任 (按姓氏笔画排序)

王传松 王树进 迟镜莹 杭永宝

钱廷仙 都国雄 詹勇虎

秘书长 张绍来

委 员 (按姓氏笔画排序)

丁宗红 王水华 邓 晶 刘葆金 孙国忠 祁洪祥

阮德荣 华 毅 吴玉林 张 军 严世英 张建军

张晓莺 张维强 张景顺 张 震 单大明 居长志

周忠兴 杨晓明 杨海清 杨湘洪 柳秀春 费 俭

洪 霄 徐汉文 黄宝凤 敬丽华 潘 丰 潘绍来

出版说明

高等职业教育经济管理类专业课程改革与建设研讨会于 2003 年 3 月 15 在南京召开,参加会议的有南京正德职业技术学院、南京工业职业技术学院、南京钟山职业技术学院、南京金肯职业技术学院、江苏经贸职业技术学院、南通纺织职业技术学院、无锡商业职业技术学院、常州纺织职业技术学院、南京商友资讯电子商务应用研究所、东南大学出版社等 22 所院校经济管理系的系主任和相关代表。

会议讨论了当前高等职业教育的现状、问题以及课程改革、教材编写等相关议题,通过了“高等职业教育经济管理类专业课程建设协作组和教材编委会组建意见”,同意成立“高等职业教育经济管理类专业课程改革与建设协作组和教材编委会”。协作组成员为各院校经济管理系的系主任,编委会成员由协作组成员和教材的主编组成,一致推举宁宣熙教授为“高等职业教育经济管理类专业课程建设协作组”组长和编委会主任,并决定编写高等职业教育经济管理类专业教材,首批出版教材 20 本。

“高等职业教育经济管理类专业课程建设协作组”首批会员单位名单:

南京正德职业技术学院	南京工业职业技术学院
南京钟山职业技术学院	南京金肯职业技术学院
江苏经贸职业技术学院	南通纺织职业技术学院
南京人口管理干部学院	镇江市高等专科学校
无锡商业职业技术学院	常州轻工职业技术学院
南京化工职业技术学院	常州信息职业技术学院
常州建东职业技术学院	常州纺织服装职业技术学院
常州工程职业技术学院	南京铁道职业技术学院
南京交通职业技术学院	无锡南洋职业技术学院
江阴职业技术学院	淮阴工学院
东南大学经济管理学院高职部	扬州职业大学
南京商友资讯电子商务应用研究所	东南大学出版社

本次教材建设,江苏省各高等职业技术学院领导给予了大力的支持,积极组织教师参加教材的编写。主编既有原本科院校的专家教授(现受聘于高等职业技术学院任教),也有长期从事高等职业教育的教师,在此向他们表示衷心的感谢!由于时间仓促,本次专业教材建设还有许多不足的地方,敬请广大高等职业技术学院同行提出批评意见,并欢迎加入“高等职业教育经济管理类专业课程建设协作组”,共同开展高等职业教育经济管理类专业课程改革与教材建设。

高等职业教育经济管理类专业教材编委会
2003 年 10 月

序

高等职业教育是整个高等教育体系中的一个重要组成部分。近几年来,我国高等职业教育进入了高速发展时期,其中经济管理类专业学生占有相当大的比例。面对当前难以预测的技术人才市场变化的严峻形势,造就出大批具有技能且适应企业当前需要的生产和管理第一线岗位的合格人才,是人才市场也是时代的需要。

为培养出适应社会需求的毕业生,高等职业教育再也不能模仿、步趋本科教育的方式,要探索适合高等职业教育特点的教育方式,就要真正贯彻高等职业教育的要求,即“基础理论适度够用、加强实践环节、突出职业技能教育的方针”。为此,有计划、有组织地进行高等职业教育经济管理类专业的课程改革和教材建设工作已成为当务之急。

本次教材编写的特点是:面向高等职业教育系统的实际情况,按需施教,讲究实效;既保持理论体系的系统性和方法的科学性,更注重教材的实用性和针对性;对理论部分实施为实用而设、为实用而教;强调以实例为引导、以实训为手段、以实际技能为目标;深入浅出,简明扼要。为了做好教材编写工作,还要求各教材编写组组织具有高等职业教育经验的老师参加教材编写的研讨,集思广益,博采众长。

经过近一年的努力,首批 20 本教材正式出版发行。这是在 20 多所高等职业院校支持下,几十位高等职业技术学院教师共同努力、上百位有高等职业教学经验的高校老师共同参与高效率工作的结果。

值此出版之际,我们谨向所有支持过本套教材出版的各校领导、教务部门同志和广大编写教师表示诚挚的谢意。

首批教材的出版,只是我们在高等职业教育经济管理类专业教材建设上走出的第一步。我们将继续努力,跟踪教材的使用效果,不断发现新的问题;同时也希望广大教师和读者不吝赐教和批评指正。我们将不断根据新的形势变化与发展要求对教材进行修订,期望它能在几番的磨炼中,成为一套真正适用于高等职业教育的优秀教材。

宁宣熙
2003 年 11 月

前 言

谈判作为一种弥合各方差异、促成共同一致利益的特殊交往活动,其最根本的特征是合作性与对抗性的辩证统一,即在谈判过程中既要注重合作、谋求双方的共同利益,亦要讲究对抗、争取己方尽可能大的利益,它们既有一致,也有矛盾。这种内在特性决定了谈判既需要规则与边界,亦需要谋略与技巧;既需要科学与原则,也需要艺术与分寸,这正是谈判活动的复杂性、可变性和微妙性所在。更进一步来看,谈判是一场心理战,是一种没有硝烟的心理战争,它具有战略、战术的一般特点,但与真正意义上的战争所不同的是,谈判的目的不是为了战胜或打垮对方,而是谋求双赢或多赢,这是我们学习谈判时首先要认识的。

商务谈判是谈判体系的重要组成部分,作为实现商业交易的基本方式和途径,它在人类交易的舞台上扮演着不可缺少的角色。随着商品经济的发展和市场竞争的加剧,商务谈判在商业交易中正显示出日益重要的作用,对企业经营成效的影响也越来越大。尤其是随着全球经济的一体化和我国加入 WTO,我们不仅在国内做生意,还要走出国门,与各国的组织和人们交往、交易,谈判亦显得更加重要,它不仅关系着企业和个人的形象和效益,也关系着国家和民族的形象和效益,这是我们当今要加强学习商务谈判的主要原因。

全书共分为 3 篇 10 章。第一篇谈判基础篇,着重阐述了谈判和商务谈判相关的基本理论基础,包括谈判学导论、商务谈判概论、谈判者、谈判思维与语言等章;第二篇谈判实务篇,着重阐述了商务谈判各阶段的具体任务与策略技巧的实施与运用,包括商务谈判准备、商务谈判开局与摸底、商务谈判报价与磋商、商务谈判签约与履约等章;第三篇谈判艺术篇,专门阐述了谈判的基本策略与技巧,包括商务谈判策略与技巧、商务谈判文化礼仪等章。

本书是集体智慧的结晶,其中第 1 章、第 2 章,第 5 章第 5 节,第 6 章第 1 节、第 4 节,第 7 章第 4 节及第 9 章第 1 节、第 2 节、第 3 节、第 7 节由周忠兴编写;第 3 章、第 10 章由邱训荣编写;第 4 章、第 6 章(除第 1 节、第 4 节外)由卜苏华编写;第 5 章(除第 5 节外)、第 8 章由敬丽华编写;第 7 章(除第 4 节外)及第 9 章第 4 节、第 5 节、第 6 节由陶莉编写。全书由周忠兴负责拟定提纲并修改审定。

本书在写作过程中,得到了江苏商业管理干部学院领导、工商管理系部分教师及企业界诸多朋友的真诚帮助与指正,江苏商业管理干部学院图书馆为本书提供了大量的参考资料,在此一并致以衷心的感谢。同时,还特向有关参考书的作者致意。

尽管我们做了相当大的努力,但由于受时间、资料和研究水平的限制,本书仍存在许多不尽如人意的地方,恳请各位读者的谅解与指正。欢迎提出宝贵意见与建议至 bonrev@sina.com,我们将不胜感激。

为了方便教学,我们制作了多媒体教学课件,并在课件中拱供了大量的教学案例,欢迎到 <http://www.syinfo.net> 下载。

编 者
2003 年 9 月

目 录

第一篇 谈判基础篇

1 谈判学导论	(1)
1.1 谈判的产生与意义	(1)
1.1.1 谈判的产生	(2)
1.1.2 谈判的意义	(3)
1.1.3 谈判的应用	(4)
1.2 谈判的内涵与特征	(4)
1.2.1 谈判的定义	(4)
1.2.2 谈判的基本特征	(4)
1.2.3 谈判与推销的区别和联系	(6)
1.3 谈判的构成与分类	(7)
1.3.1 谈判的构成要素	(7)
1.3.2 谈判的分类	(8)
1.4 谈判的主要理论体系	(11)
1.4.1 谈判需要理论	(11)
1.4.2 谈判结构理论	(12)
1.4.3 谈判技巧理论	(13)
1.4.4 谈判实力理论	(13)
1.4.5 原则谈判理论	(18)
1.4.6 谈判谋略理论	(19)
1.4.7 当代其他一些谈判观点	(22)
1.5 成功谈判的含义与理念	(22)
1.5.1 成功谈判的含义	(23)
1.5.2 成功谈判应具有的基本理念	(23)
1.5.3 谈判中常见的错误	(25)
1.6 谈判学的研究对象与方法	(27)
1.6.1 谈判学的研究对象	(27)
1.6.2 谈判学的研究与学习方法	(28)
练习题 1	(29)
2 商务谈判概述	(31)
2.1 商务谈判的概念与特点	(31)
2.1.1 商务谈判的概念	(31)
2.1.2 商务谈判的特点	(31)

2.2	商务谈判的作用与原则	(32)
2.2.1	商务谈判的作用	(32)
2.2.2	商务谈判的基本原则	(33)
2.3	商务谈判的伦理道德	(35)
2.3.1	商务谈判中的伦理观	(35)
2.3.2	商务谈判的道德基准	(37)
2.3.3	商务谈判的道德困惑	(38)
2.4	商务谈判的基本内容	(39)
2.4.1	合同之外的谈判	(39)
2.4.2	合同之内的谈判	(39)
2.5	商务谈判的基本程序	(40)
2.5.1	商务谈判的 PRAM 模式	(40)
2.5.2	商务谈判的基本过程	(41)
	练习题 2	(43)
3	谈判者	(45)
3.1	谈判者的素质与能力	(45)
3.1.1	谈判者的基本素质	(45)
3.1.2	谈判者的能力特征	(47)
3.2	谈判者的心理分析	(49)
3.2.1	谈判者的心理活动过程	(49)
3.2.2	谈判者的需要分析	(50)
3.2.3	谈判者的态度分析	(52)
3.2.4	谈判中的群体心理	(54)
3.2.5	3 种典型的谈判心理	(58)
3.3	谈判者的角色分析	(61)
3.3.1	谈判角色的含义	(61)
3.3.2	谈判角色的扮演与认知	(62)
3.4	谈判者的类型分析	(62)
3.4.1	气质类型	(62)
3.4.2	性格类型	(64)
3.4.3	风格类型	(66)
	练习题 3	(69)
4	商务谈判思维与语言	(70)
4.1	商务谈判思维	(70)
4.1.1	谈判思维的基本特点与模式	(70)
4.1.2	谈判思维障碍的主要原因	(73)
4.1.3	谈判思维的艺术	(74)
4.1.4	谈判思维的诡道	(76)

4.2	商务谈判语言	(77)
4.2.1	商务谈判语言艺术的重要性	(78)
4.2.2	商务谈判语言的类型	(78)
4.2.3	商务谈判语言的表达方式	(80)
4.2.4	商务谈判语言的一般要求	(85)
4.2.5	商务谈判语言的一般禁忌	(87)
4.3	商务谈判行为语言	(88)
4.3.1	行为语言概述	(88)
4.3.2	行为语言的认知	(90)
4.4	谈判中的个体空间	(94)
4.4.1	“气泡”——个体空间	(94)
4.4.2	个体空间的范围	(95)
4.4.3	谈判中的个体空间	(96)
4.4.4	谈判座位的布置与影响	(97)
4.5	商务谈判信息	(99)
4.5.1	商务谈判信息的作用	(99)
4.5.2	商务谈判信息的搜集	(99)
4.5.3	谈判信息的传递	(102)
4.5.4	谈判信息的保密	(104)
练习题 4		(105)

第二篇 谈判实务篇

5	商务谈判准备	(108)
5.1	商务谈判准备概述	(108)
5.1.1	商务谈判准备的目的	(108)
5.1.2	商务谈判准备的主要任务	(109)
5.2	商务谈判背景调查分析	(110)
5.2.1	环境调查与信息搜集	(110)
5.2.2	谈判对象调查分析	(110)
5.2.3	谈判实力的评价	(111)
5.2.4	谈判时机的选择	(111)
5.3	谈判方案与计划制定	(112)
5.3.1	谈判目标的设定	(112)
5.3.2	谈判方案的拟定	(112)
5.3.3	谈判计划的制定	(113)
5.4	谈判人员的组织与管理	(114)
5.4.1	谈判人员的选择	(114)
5.4.2	谈判团队的组织	(114)
5.4.3	谈判人员的管理	(115)
5.5	谈判前的谈判	(116)

5.5.1	谈判前的谈判概述	(116)
5.5.2	建立对方的期望	(117)
5.5.3	积聚谈判的力量	(117)
5.5.4	谈判前的接触	(118)
5.6	商务谈判的其他准备	(119)
5.6.1	谈判后勤准备	(119)
5.6.2	谈判准备工作的检验	(120)
练习题 5		(121)
6	商务谈判开局与摸底	(123)
6.1	商务谈判开局概述	(123)
6.1.1	开局阶段的主要任务	(123)
6.1.2	开局阶段的行为方式	(123)
6.1.3	谈判议程的协商	(124)
6.2	开局气氛的营造	(126)
6.2.1	开局气氛对谈判的影响	(126)
6.2.2	营造良好的开局气氛	(127)
6.2.3	开局气氛营造的策略	(128)
6.3	谈判意图的表达	(129)
6.3.1	谈判意图表达的方式	(129)
6.3.2	谈判意图表达的策略	(130)
6.4	商务谈判摸底	(131)
6.4.1	商务谈判摸底概述	(131)
6.4.2	摸底的主要方式	(132)
6.4.3	谨防对方窥测	(133)
6.4.4	审查	(134)
6.4.5	提议	(135)
练习题 6		(135)
7	商务谈判报价与磋商	(137)
7.1	报价	(137)
7.1.1	询价与报价	(137)
7.1.2	报价的依据	(138)
7.1.3	报价的基本要求	(139)
7.1.4	报价的时机	(140)
7.1.5	报价的基本策略	(141)
7.1.6	如何对待对方的报价	(144)
7.2	讨价	(144)
7.2.1	讨价的含义与作用	(145)
7.2.2	讨价的程序与方法	(145)

7.3	还价	(146)
7.3.1	还价的含义	(146)
7.3.2	还价的依据	(147)
7.3.3	还价的步骤	(147)
7.3.4	还价的方法	(148)
7.4	要求	(148)
7.4.1	谈判要求的作用	(148)
7.4.2	谈判要求的种类	(149)
7.4.3	如何提要求	(150)
7.4.4	如何坚持要求	(151)
7.4.5	如何放弃要求	(152)
7.4.6	如何对待要求	(152)
7.5	僵局	(153)
7.5.1	僵局的含义及影响	(153)
7.5.2	谈判僵局产生的原因	(154)
7.5.3	谈判僵局的利用	(155)
7.5.4	谈判僵局打破的一般方法	(156)
7.6	让步	(158)
7.6.1	让步的意义	(158)
7.6.2	让步的类型	(159)
7.6.3	让步的基本形态	(160)
7.6.4	让步的基本原则	(161)
7.6.5	防止对方进攻的基本方式	(161)
7.6.6	促使对方让步的基本方式	(164)
	练习题 7	(166)
8	商务谈判签约与履约	(169)
8.1	成交前的评价	(169)
8.1.1	成交前的回顾	(169)
8.1.2	谈判目标的检讨	(169)
8.1.3	最后的让步	(170)
8.2	成交的促成	(171)
8.2.1	成交时机的把握	(171)
8.2.2	成交意图的表达	(171)
8.2.3	促成成交的策略	(172)
8.2.4	争取最后的收获	(173)
8.3	合同的签订	(173)
8.3.1	商务合同的种类与内容	(173)
8.3.2	商务合同的书写与格式	(174)
8.3.3	合同的审核与签字	(175)

8.4	合同的履行	(176)
8.4.1	合同的执行	(176)
8.4.2	合同的变动	(177)
8.5	谈判后的管理	(179)
8.5.1	谈判总结	(179)
8.5.2	关系维护	(179)
8.5.3	资料管理	(179)
	练习题8	(180)

第三篇 谈判艺术篇

9	商务谈判策略与技巧	(182)
9.1	谈判策略与技巧概述	(182)
9.1.1	谈判策略与技巧的含义	(182)
9.1.2	影响谈判策略的主要因素	(183)
9.1.3	谈判策略的基本分类	(184)
9.2	商务谈判的总体策略	(184)
9.2.1	根据谈判的基本方针划分	(184)
9.2.2	根据谈判的基本姿态划分	(185)
9.2.3	根据谈判的基本方式划分	(186)
9.2.4	几种典型的谈判策略	(187)
9.3	谈判主动权的谋取策略	(188)
9.3.1	谈判人员策略	(188)
9.3.2	谈判时间策略	(190)
9.3.3	谈判信息策略	(191)
9.3.4	谈判权力策略	(193)
9.4	对付几类对手的谈判策略	(195)
9.4.1	凶悍派对手	(195)
9.4.2	逃避派对手	(196)
9.4.3	苛刻派对手	(196)
9.4.4	两极派对手	(196)
9.4.5	诡计派对手	(196)
9.5	商务谈判语言表达技巧	(197)
9.5.1	倾听的技巧	(197)
9.5.2	提问的技巧	(201)
9.5.3	陈述的技巧	(206)
9.5.4	回答的技巧	(208)
9.5.5	说服的技巧	(211)
9.5.6	辩论的技巧	(213)
9.6	商务谈判压力处理技巧	(214)

9.6.1	压力对谈判的影响	(214)
9.6.2	谈判压力的来源	(214)
9.6.3	实施压力的一般方法	(215)
9.6.4	缓解压力的一般方法	(217)
9.7	常见商务谈判战术的运用	(218)
9.7.1	情感战术	(218)
9.7.2	信息战术	(220)
9.7.3	时间战术	(222)
9.7.4	权力战术	(223)
练习题 9		(225)
10	商务谈判文化礼仪	(228)
10.1	商务谈判中的文化差异	(228)
10.1.1	文化及文化差异	(228)
10.1.2	文化差异对谈判的影响	(230)
10.1.3	东西方文化差异的主要表现	(234)
10.1.4	一些国家的习俗与禁忌	(235)
10.2	商务谈判礼仪与礼节	(239)
10.2.1	谈判礼仪与礼节概述	(240)
10.2.2	服饰礼仪	(242)
10.2.3	举止礼仪	(242)
10.2.4	谈吐礼仪	(243)
10.2.5	迎送礼仪	(244)
10.2.6	会谈礼仪	(245)
10.2.7	宴请礼仪	(245)
10.2.8	馈赠礼仪	(248)
10.2.9	日常礼节	(249)
10.3	商务谈判风格比较	(253)
10.3.1	谈判风格概述	(253)
10.3.2	中国商人的谈判风格	(254)
10.3.3	亚洲商人的谈判风格	(255)
10.3.4	欧美商人的谈判风格	(262)
10.3.5	其他地区商人的谈判风格	(271)
练习题 10		(273)
参考文献		(274)

第一篇 谈判基础篇

1 谈判学导论

本章要点

- ☐ 谈判的产生与意义;
- ☐ 谈判的内涵与特征;
- ☐ 谈判的构成与分类;
- ☐ 谈判的主要理论体系;
- ☐ 成功谈判的含义与理念;
- ☐ 谈判学的研究对象与方法。

1.1 谈判的产生与意义

[案例]

基辛格说媒

基辛格堪称本世纪的谈判大师。一次,基辛格主动为一位穷老农的儿子说媒,想试试自己的折中之技。他对老农说:“我已经为你物色了一位最好的儿媳。”老农回答说:“我从来不干涉我儿子的事。”

基辛格说:“可这姑娘是罗斯切尔德伯爵的女儿(罗斯切尔德是欧洲最有名望的银行家)。”老农说:“嗯,如果是这样的话……”

基辛格找到罗斯切尔德伯爵说:“我为你女儿找到了一个万里挑一的好丈夫。”罗斯切尔德婉言拒道:“可我女儿太年轻。”

基辛格说:“可这位年轻小伙子是世界银行的副行长。”“嗯……如果是这样……”

基辛格又去找到世界银行行长,道:“我给你找了位副行长。”“可我们现在不需要增加一位副行长。”基辛格说:“可你知道吗,这位年轻人是罗斯切尔德伯爵的女婿。”

于是世界银行行长欣然同意。基辛格功德无量,促成了这桩美满的婚姻,让穷老农的穷儿子摇身一变,成了金融寡头的乘龙快婿。

这则故事说明了什么?基辛格运用自己高超的谈判技巧把看似不可能的事变成了可能,说明了谈判技巧运用领域的广泛性和谈判所产生力量的巨大性,说明了谈判是由分歧到达成一致的过程。如何从分歧到一致?基辛格很好地运用了满足对方的心理需求和交易条件相当这一基本的谈判策略,同时也运用了谈判对手信息的有限性来达到了谈

判的目的。学习谈判原理和技巧,将帮助人们学会解决矛盾和困难,在工作和生活中获得更多的成功。

1.1.1 谈判的产生

1) 谈判的由来

“谈判”一词就其字面意义是指人们为了解决某一问题而进行商谈和决定,英文中把正式的谈判称为“negotiation”,把商业中的讨价还价称为“bargaining”。谈判的历史几乎和人类活动历史一样悠久,在原始社会,人们有时为了处理部落内部的一些公共事务或解决部落之间的一些冲突,往往需要聚在一起进行商谈和决定,以解决分歧,缓和矛盾,平衡利益,这就是谈判的最初形式。随着人类社会的发展,人们之间的交往越来越频繁,需要处理的各种关系或矛盾越来越多,谈判的事项和领域也就逐步扩大,谈判作为一项利害性和智慧性的活动也日益为人们所重视,谈判策略和技巧也越来越被人们所认识和运用。

历史上,许多重大事件无不闪烁着谈判者超人的智慧和精彩的谈判技巧。春秋战国时期,苏秦、张仪凭三寸不烂之舌,成合纵连横之功,开中国说家之先河;晏子出使楚国,扬国威而不辱使命;蔺相如大义凛然,据理力争,方能完璧归赵;诸葛亮舌战群儒,促成吴蜀联盟,才有赤壁大战,形成三国鼎立之势。

回顾中国近现代的历史,许多重要时刻无不与谈判活动联系在一起,无论是清末诸多丧权辱国的“条约”,还是抗战解放时期的“西安事变”、“重庆谈判”、“北平谈判”,以及改革开放以来中国长达 15 年的加入 WTO 的谈判等,都充分说明了谈判活动的重要性和智慧性,所谓“三寸不烂之舌,强于百万之师”。在现代社会,大到解决国际之间的纠纷,小到处理个人之间的恩怨,人们都需要利用谈判。

2) 谈判的产生条件

虽然谈判的历史由来已久,谈判的范围非常广泛,但谈判不是无缘无故产生的。谈判作为一项具有利害关系的特殊活动,需要具备以下条件才会出现:

(1) 谈判源于各自的需要 谈判产生的基本动因是需要,人们为了满足某种需要才去谈判,不存在需要就不需要谈判。这种需要与当事人有着利害关系,它可能是经济上的,也可能是政治上的,或者是其他方面的。总之,谈判带有某种动机和目的,这种动机和目的既催生了谈判,也制约着谈判。

(2) 交易条件的差异性、联系性和可调性 谈判产生的直接条件是谈判各方的交易条件存在着差异性、联系性和可调性。首先,谈判双方之间的交易条件存在着分歧或差异,所以才需要商谈,显然,没有需要上的分歧就不需要谈判,直接成交就可以了。其次,谈判双方的交易条件须存在一定的联系或相对接近才有可能谈判,如果条件相差太远或根本没有达成一致的可能性,就不可能也没有必要谈判,如“基辛格说媒”中穷老农的儿子与银行家的女儿几乎没有谈判的可能性,相反,世界银行的副行长与银行家的女儿就有谈判的可能性了。再次,谈判之所以能进行,是因为谈判双方的交易条件可以调整,存在着商谈的余地;相反,“一口价”、“明码标价”就无须谈判,命令或强迫对方接受自己的条件就不是谈判。

(3) 行为主体资格的独立性和对等性 谈判产生的重要前提是行为主体(谈判者)资格具有独立性和对等性,所谓独立性是指谈判者在谈判利益上是独立的,能分出己方和对方的利害,因此同一利益主体就不能视为谈判,如夫妻之间的家务事、单位同事之间的工作事项等;所谓对等性是指谈判主体资格具有对等性,有与对方谈判的地位和权利,因此,上级命令

下级、强者压迫弱者,就不可能有谈判。

1.1.2 谈判的意义

[案例]

工厂关闭,工人失业

一家位于苏格兰的小轮胎公司原来一周只开工4天,经理为了加强产品在市场上的竞争力,希望能将工作日改为一周开工5天。但是,工会拒绝接受,工会的理想目标是周五不开工。

在漫长的对抗过程中,公司一再表明,如果工会不肯合作的话,公司将可能被迫关闭。看来资方的决心挺大,可工会的决心更大,不肯做出任何让步。双方的斗争又持续了一段时间,最后公司只好宣布关闭,工人随之失业。

在上述案例中,因劳资双方缺乏谈判意识和谈判艺术,导致了两败俱伤,本来可以“双赢”,结果变成了“双输”——工厂关闭、工人失业;尤其是工会拒绝用谈判的思路来解决问题,一味以拒谈、对抗来迫使资方接受自己的条件,其结果是因小失大。这个案例充分说明了谈判在现实社会中的作用和意义。

1) 谈判是实现交换的重要手段

交换促进了人类社会的发展,但交换的实现离不开谈判。通过谈判,双方可以提出各自的需要,进行协商,讨价还价,调整条件,从而达成一致,实现交换。

2) 谈判是解决冲突的有效方式

自人类社会有史以来,就离不开冲突,国家与国家之间有争端,组织与组织之间存在分歧,人与人之间产生纠葛。解决这些矛盾,不外乎几种方式:一是武力;二是诉讼;三是谈判。而谈判无疑是首选和最佳方式,在谈判未果的情况下才会考虑采用其他两种方式。通过谈判,冲突双方可以探索多种方案进行合作,各取所需,从而消除分歧,化解矛盾,平息争端。可以说,和平时代谈判是解决两个利益主体之间冲突的主旋律。

3) 谈判可以充分反映各方的意愿和需求

与威胁、强迫、命令不同,谈判是在双方平等自愿的基础上进行的,谈判者可以充分提出自己的意愿和要求,充分交换意见,互相沟通,探讨合作,从而有利于最大限度地发现和满足各方的需要,实现互利、双赢。

4) 谈判有利于增进谈判各方的关系

基于谈判的平等自愿和充分沟通,谈判者通过谈判不仅满足了各自的需要,而且通过彼此交往和合作增强了双方的感情和信任,建立了良好的关系,从而有利于实现双方的长期合作和友好合作。

5) 谈判有利于促进平等与和平

人类社会演进至今,进入了一个和平与发展的时代,但世界并不安宁,不时能看到武力的争斗,乃至战争的硝烟。如果多一些谈判,那么就会多一些平等与和平;如果都用谈判的方法来解决矛盾和冲突,那么人类的步伐就会前进得更快,人类社会也就会变得更加美好。