

高等教育“十三五”规划教材·经济管理系列

商务谈判实务 与综合实训

主 编 王剑华 马军伟
副主编 杨 洋



北京交通大学出版社
<http://www.bjtup.com.cn>

商务谈判实务与综合实训

主 编 王剑华 马军伟
副主编 杨 洋



北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书分为上下两篇,上篇为商务谈判实务,包括商务谈判流程、商务谈判策划书、商务谈判心理和思维、商务谈判语言、商务谈判礼仪;下篇为商务谈判综合实训,包括合同文本谈判综合实训、索赔谈判综合实训、价格谈判综合实训、合资合作谈判综合实训、网络谈判综合实训。本书以商务谈判实务和模拟实训为主,通过不同类型的仿真模拟项目让学生参与其中,强调实践能力的培养,从而提高学生的积极性和专业综合能力。

本书可作为应用型本科院校及高职高专院校的商务、营销及经济管理类专业的教材,也可作为相关从业人员的参考书。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判实务与综合实训 / 王剑华, 马军伟主编. —北京: 北京交通大学出版社, 2017. 9

(高等教育“十三五”规划教材·经济管理系列)

ISBN 978-7-5121-3357-0

I. ①商… II. ①王… ②马… III. ①商务谈判-教材 IV. ①F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 220659 号

商务谈判实务与综合实训

SHANGWU TANPAN SHIWU YU ZONGHE SHIXUN

责任编辑: 吴嫦娥 助理编辑: 许啸东

出版发行: 北京交通大学出版社 电话: 010-51686414 <http://www.bjtup.com.cn>

地 址: 北京市海淀区高粱桥斜街 44 号 邮编: 100044

印 刷 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185 mm × 260 mm 印张: 9.25 字数: 231 千字

版 次: 2017 年 9 月第 1 版 2017 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5121-3357-0/F·1722

印 数: 1~1 500 册 定价: 32.00 元

本书如有质量问题, 请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评, 我们表示欢迎和感谢。

前 言

商务谈判是一门理论和实践紧密结合的应用性专业课程，其主要讲述商务谈判的有关知识、技巧和方法，具有知识面广、法律性强、实践性强、系统性强的特点，是应用型本科院校经管类专业的核心课程。商务谈判实务与综合实训课程主要通过不同类型的仿真模拟项目让学生参与其中、扮演各种角色，着力于培养和提高学生的综合运用能力及实践操作能力。

中国加入 WTO 后，国际商务谈判已成为现代企业同国际接轨的必要手段。同时，国际商务谈判作为现代企业经营体系中的重要因素，也加速产生了大量的商务谈判专业人才需求。然而，高校对商务谈判人才的培养却出现了不少“三类”和“四化”的现象，即学了外语不会说话的、学了经管不会谈判的、学了模型不会买菜的“三类”人，以及教师匮乏化、课程非专业化、教学模式传统化（灌输、闭门、分割）、模拟商务谈判辩论化的“四化”现象。商务谈判属于实用性、实践性很强的应用性学科，是专业活、智力活，更是情感交流的艺术。高校商务谈判专业人才的培养依然任重道远，相关课程的改革也一直在探索的路上。

本书的编写团队都是商务谈判、市场营销理论和相关实训课的教师，他们参加过中国管理现代化研究会国际商务谈判专业委员会关于商务谈判实践教学和大赛的专业培训。从 2006 年开始，常熟理工学院已经为市场营销、文化产业管理、酒店管理等专业的学生开设了商务谈判模拟实训课，并已成功实施，取得较好效果。此外，学生爱好者已经成立了校级社团——营销策划协会，主要组织商务谈判模拟比赛，至今已举办了十余届。同时，常熟理工学院也准备让学生参加全国大学生商务谈判竞赛，从而构建学生实训—参加协会社团组织的比赛—参加全国大赛的金字塔培养体系。

本教材早在 2014 年已由常熟理工学院经济与管理学院立项建设，本教材的编写得到了中国管理现代化研究会国际商务谈判专业委员会专家的指导，有些素材和案例也来源于学会的培训资料。同时，北京交通大学出版社的领导及编辑为本书的出版付出辛勤努力，在此一并向他们表示衷心的感谢。

目 录

上篇 商务谈判实务

第1章 商务谈判流程	3
1.1 商务谈判的准备阶段	4
1.2 商务谈判的谈判阶段	6
1.3 商务谈判的终结阶段	14
1.4 商务谈判流程实训项目	16
第2章 商务谈判策划书	20
2.1 商务谈判策划书的写作格式	22
2.2 商务谈判策划书实训项目	26
第3章 商务谈判心理和思维	29
3.1 商务谈判的心理	29
3.2 气质与谈判性格	34
3.3 商务谈判的思维	36
3.4 商务谈判心理和思维实训项目	39
第4章 商务谈判语言	43
4.1 商务谈判语言的分类及应用	43
4.2 商务谈判的沟通技巧	45
4.3 商务谈判语言实训项目	53
第5章 商务谈判礼仪	55
5.1 商务谈判礼仪的概述	55
5.2 商务谈判的着装礼仪	59
5.3 商务谈判的电话礼仪	62
5.4 商务谈判的会面礼仪	63
5.5 商务谈判的位次排序礼仪	67
5.6 商务谈判的宴请礼仪	69



5.7 商务谈判的礼品礼仪	71
5.8 商务谈判礼仪实训项目	72

下篇 商务谈判综合实训

第6章 合同文本谈判综合实训	79
6.1 合同文本谈判实务	79
6.2 合同文本谈判综合实训项目	85
第7章 索赔谈判综合实训	89
7.1 索赔谈判的基本技巧	89
7.2 索赔函格式及示例	92
7.3 索赔谈判综合实训项目	92
第8章 价格谈判综合实训	100
8.1 价格谈判的基本技巧	101
8.2 价格谈判综合实训项目	102
第9章 合资合作谈判综合实训	107
9.1 合资合作谈判的基本技巧	109
9.2 合资合作谈判综合实训项目	109
第10章 网络谈判综合实训	117
10.1 网络谈判的准备	117
10.2 软件模拟谈判操作及注意事项	118
10.3 网络谈判综合实训项目	119
参考文献	140

上篇 商务谈判实务

商务谈判流程

案例 1-1

商务谈判的三个问题

1. 商务谈判，你明白吗？

作为一个经营者，从你开始经营企业这天起，就踏上一个又一个谈判征途——组建团队、采购设备、销售产品、市场扩张、融资上市等。商务谈判是伴随着商品生产和商品交易产生和发展起来的一门新兴学科，它跨越了政治、经济、技术、法律、心理、社交等诸多学科，它融多学科、多方面的知识为一体，具有较强的科学性和艺术性。可现实中很多企业经营者并不懂得什么是商务谈判，不明白谈判能够给企业带来什么。在企业经营过程中，商务谈判无处不在，通过谈判所赚到的每一分钱都是净利润。复杂多变的谈判不是每个企业的经营者都能驾驭好的，你能掌控谈判过程获得额外利润吗？你发生过签约后才发现明显吃亏或者能够做得更好的情况吗？当你仍然没有把握时，你需要学习谈判知识并付诸多次实践，也可以请专家代你完成谈判。

2. 商务谈判，要做哪些准备？

商务谈判，就像对弈下棋。下棋是有规则的，而谈判也是有自己的内在规律。“知彼知己，百战不殆”。要想在谈判中取得优势，就必须做好充分的准备。你如果喜欢下棋，就会知道，几乎每一个棋手都有自己的一套策略。谈判也要讲究策略，好的开局策略，基本上可以决定一场谈判的成败。所以，在谈判前，一定要了解你的对手、当前的市场情况、谈判对手的基本情况，做出准确的评估。准备一个全面、具体、周密的谈判计划，要打有准备之仗。谈判计划至少应包括：谈判的总体思想、原则和战略，谈判各阶段的目标、准备和策略，谈判准备工作的安排、谈判技巧、各种突变情况的预测与对策，对谈判结局的分析与评估等。市场的信息，往往是很难把握的，信息的不对称、对手的消息封锁，使得很难对谈判前形势准确评估。如何制定一个完美的谈判计划和谈判策略？这时，我们需要谈判团队完成准备工作。

3. 商务谈判，优势资源的全面整合？

商务谈判是关于商业事务上的谈判，具体是指两个或两个以上从事商务活动的组织或个人，为满足各自经济利益的需要，对涉及各方面切身利益的分歧进行意见交换和磋商，谋求取得一致和达成协议的经济交往活动。商务谈判的目标，就是想要达到一个双



赢的结果。所谓双赢，就是说在离开谈判桌时，双方都会感觉到自己赢得了谈判。可现实中，这种情况并不多见。当你坐下来谈判时，对手想要的东西通常和你一样，所以根本就不会有什么神奇的结果。如果对方是买家，他们的目标就是要把价格压到最低，而你的目标就是把价格抬到最高。一句话，他们想把钱从你的口袋里掏出来，直接塞进自己的口袋。理想的结果是通过高超的谈判技巧和相互的妥协得到的。技巧必须建立在对企业优势资源的全面整合上才能发挥自己的优势，赢得谈判。企业有大量的专业人员，在专业领域有很多独特的优势。可很少有企业配备专业的谈判人员，把不同专业、不同领域整合到一起，发挥团队集体优势是很多企业的短板。面对复杂多变甚至事关企业发展大计的重要商务谈判，一定要做好优势资源的全面整合，才能赢得谈判。

资料来源：余光武. 商务谈判的三个问题. 价值中国网职业日志, 2015 (01).

1.1 商务谈判的准备阶段

1.1.1 商务谈判准备的内容

1. 知己知彼

知己知彼即探询信息与市场调查，需要了解己方和对方与交易相关的所有情况。

(1) 探询的作用。

- ① 探询是制定谈判策略的依据。
- ② 探询是控制谈判过程的手段。
- ③ 探询是谈判双方相互沟通的中介。

案例 1-2

有位名律师曾代表一家公司去参加一次贸易谈判，对方公司的总经理任主谈。在谈判前，这位名律师从自己的信息库里找到了一些关于那位总经理的材料，其中有这样一则笑话：这位总经理有个毛病，每天一到下午4—5时就会心烦意乱、坐立不安，并戏称这种“病”为“黄昏症”。

这则笑话使这位名律师灵感顿生，他利用总经理的“黄昏症”，制定了谈判的策略，把每天所要谈判的关键内容拖至下午4—5时。此举果真使谈判获得了成功。

(2) 探询的方法。

① 文案调查法，即收集公开的现有资料。这种调查方法投资少、见效快、简便易行、是进行商务谈判调查的首选方法。

案例 1-3

在某次交易会上，我方外贸部门代表与一客商洽谈出口业务。在第一轮谈判中，客商采取各种招数来摸我们的底，如罗列过时行情，故意压低购货的数量。我方立即中止谈判，并通过各种方法搜集相关的情报，了解到日本一家同类厂商发生了重大事故停



产，又了解到该产品可能有新的用途。在仔细分析了这些情报以后，谈判继续开始。我方根据掌握的情报后发制人，告诉对方：我方的货源不多，该产品的需求量又很大，而且目前日本厂商已不能供货。对方立刻意识到我方对这场交易背景的了解程度，甘拜下风。在经过一些细节方面的交涉之后，客商乖乖就范，接受了我方的价格，最终购买了大量该产品。

案例点评：在商务谈判中，口才固然重要，但是最本质、最核心的是对谈判的把握，而这种把握常常是建立在对谈判背景的把握上的，正所谓知己知彼，百战百胜。

② 购买法，即委托专门的信息咨询机构调查。

③ 实地调查法，即派出专门的人员前往调查。这是由谈判人员通过直接接触来收集、整理信息，进而研究分析谈判对手的方法。谈判人员向那些曾和对方有过交往的人员进行了解，也可以通过函电方式直接同谈判对方进行联系，然后安排非正式的初步洽谈。

2. 知头知尾

知头知尾主要是制定谈判方案。其基本内容包括谈判双方的公司背景、谈判主题、谈判目标、谈判程序、谈判时间、谈判组织、谈判策略、谈判风险及效果预测等。

商务谈判方案的写作格式见表1-1。

表1-1 商务谈判方案的写作格式

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">● 标题● 主体，一般包括谈判双方的公司背景、谈判主题、谈判目标、谈判程序、谈判时间、谈判组织、谈判策略、谈判风险及效果预测等● 落款 |
|---|

议一议：商务谈判方案事关机密，还需要考虑哪些注意事项？

3. 通过预审

通过预审是商务谈判准备阶段必不可少的程序，它强调程序观念，因此具有预警的作用。通过预审可以把谈判手的想法暴露出来，同时可以界定谈判权限，对谈判管理及谈判手个人均有益。

案例1-4

中国桂林风情旅行社邀请马来西亚一家旅行社洽谈一笔国际旅游业务，双方约定于某日上午十点在桂林榕湖饭店进行洽谈。风情旅行社派车接马来西亚旅行社代表来榕湖饭店进行洽谈，由于对方是第一次到桂林，对桂林的美景流连忘返，以致路上耽搁了时间，晚到了一个小时。随后在商讨价格时，因双方提出的交易条件与价格相差较大，中方代表有点不悦，谈判中失去耐心、来了情绪，说话声音过高，且在条件与价格方面不肯作出让步。而马方代表年纪较大，认为中方代表的言语举动对他们不礼貌、不尊重。在享用午宴过程中，中方代表为了增进双方感情，拿出接待贵宾专用酒并极力劝说马方



代表饮用，又由于中方忽略了马来西亚旅行社代表是穆斯林，中方在午宴中点了青菜，但忘记嘱咐厨师不要用猪油来炒，被马方认为没有诚意，马方生气地离开，致使谈判陷入了僵局。

案例点评：案例从反面论证了商务谈判准备工作的重要性，准备工作不足直接导致谈判陷入了僵局。这个案例还涉及了跨文化问题，比如时间观念的差异、非语言行为的差异、宗教观念的差异等方面。所以，谈判前要做好充分准备，运筹帷幄。

1.1.2 商务谈判准备的原则

商务谈判准备的原则包括客观性、统一性、自我性、兼容性和行政性。一是准备过程及结果应具有客观性。二是准备过程应具有统一性，即统一范围和统一方法。三是准备过程及结果应具有自我性，即应以己方为中心。四是准备过程及结果要考虑兼容性，考虑对方的立场与追求。五是准备过程及结果应具有行政性，特别是谈判涉及资金项目审批、许可证配额、国防安全、环保等方面。

案例 1-5

北方 C 公司与南方某市两个建筑公司产生了合同纠纷，诉诸法院。一审判决建筑公司胜诉，C 公司不服，上诉至某市所在省的高级法院。

由于 C 公司在异地，准备通过律师来实现上诉目标。请合适的律师便成了关键，C 公司主管分别询问了两个律师事务所，得到积极响应后准备谈委托条件。C 公司主管及其助手与 C 公司领导共同讨论并准备洽谈的方案。讨论中分别分析了两家律师事务所的实力，与某省高级法院的协调能力，对案子的看法，收费标准，主办律师个人学历、履历及与相关法官的人际关系等，同时他们对 C 公司在案子中的事实在法律上的利弊，以及该案子的压力和追求目标达成共识：有的一搏；诉讼目标是减少亏损或在拖延中寻找机会；在做法上，与两家律师事务所同时接触，谁的解决方案好即选取谁，如都不错，最后以价定人，价可以有差别，但应在一定限度内。

结果，一家律师事务所认为目标可以实现，另一家律师事务所认为可以努力。可以实现的律师事务所要价 16.5 万元，而另一家律师事务所收 6 万元代理费。从结果出发，C 公司压价 3.5 万元后选取了价高的一家律师事务所。

资料来源：丁建忠，商务谈判教学指引，北京：中国人民大学出版社，2003。

1.2 商务谈判的谈判阶段

1.2.1 书面磋商谈判阶段

书面磋商方式在国际贸易的商务谈判中使用最普遍、最频繁。

1. 书面磋商的步骤

- (1) 询盘。
- (2) 发盘。



(3) 还盘。

(4) 接受。

2. 书面磋商的原则

(1) 文字经过审核。

(2) 文笔流畅。

(3) 表达方式准确。

1.2.2 电话磋商谈判阶段

1. 电话磋商的步骤

(1) 做好准备。

(2) 集中精神。

(3) 听说有度。

(4) 把握节奏。

(5) 及时更正。

(6) 记录整理。

2. 电话磋商的原则

(1) 选择适当。

(2) 准备完善。

(3) 口说有凭。

3. 电话磋商的注意事项

(1) 电话磋商的结果靠协议备忘录作为保障。

(2) 电话磋商自始至终要做录音，经验证明：“君子协定无君子，口头协定不值钱。”

(3) 除非必要，否则不要用电话进行磋商。切记，你的准备一定要比对手的准备更加充分。

1.2.3 网上磋商谈判阶段

网上磋商是借助于互联网进行协商的一种特殊的书面谈判。

1. 网上磋商的特点

(1) 加强信息交流。

(2) 有利于慎重决策。

(3) 降低成本。

(4) 改善服务质量。

(5) 增强企业的竞争力。

(6) 提高谈判效率。

2. 网上磋商的注意事项

(1) 加强资料的存档保管工作。谈判交易条件、确认等资料要及时下载，打印成文字，以备存查。



(2) 必须签订书面合同。

1.2.4 面对面磋商谈判阶段

在所有谈判方式中，面对面磋商是最古老、应用最广泛、最常见的一种方式。

1. 面对面磋商的优点与缺点（见表 1-2）

表 1-2 面对面磋商的优缺点

优点	缺点
(1) 谈判具有较大的灵活性 (2) 谈判的方式比较规范 (3) 谈判的内容比较深入细致 (4) 有利于建立长久的贸易伙伴关系 (5) 谈判成功的概率比其他谈判方式高	(1) 容易被谈判对手了解我方的谈判意图 (2) 决策时间短 (3) 费用高

2. 面对面磋商的八个程序

1) 营造良好的开局气氛

开局阶段是谈判双方进入具体交易内容的洽谈之前，彼此见面、互相介绍、互相熟悉及就谈判内容和事项进行初步接触的过程。开局导入是指从步入会场到寒暄结束这段时间。开局导入的时间虽短，但其作用却很大。为便于谈判双方接触，一般以站立交谈为好。虽然每个人的行为方式、个性特征各不相同，但从总体要求上应注意以下几个方面。

- (1) 入场：径直走向会场，表情自然，以开诚布公、友好的态度出现。
- (2) 握手：应掌握握手的力度、时间与方式，亲切郑重。
- (3) 介绍：可以自我介绍，也可由双方的主谈人向对方介绍己方的谈判人员。

(4) 问候、寒暄：语言亲切、和蔼、轻松自如，为营造良好的气氛，可适当谈一些大家感兴趣的中性话题。

2) 报价

(1) 西欧式报价方式。

卖方首先提出留有较大余地的价格，然后通过给予各种优惠，如数量折扣、价格折扣、佣金和支付条件等方面的优惠，逐步接近买方的市场和条件，最终达到成交的目的。

(2) 日本式报价方式。

卖方报出最低价格，并列对卖方最有利的结算条件，如果买主要求改变有关条件，则卖主就会相应提高价格。因此，买卖双方最后成交的价格，往往高于开始的价格。

想一想：如何才能不陷入日本式报价的圈套？

3) 报价条件的解释

报价条件的解释是对报价之后的必要补充。这是指卖方就其商品特点及报价的价值基础、行情依据、计算方式等所做的介绍、说明或解答。在谈判中，必须把关于报价的每一个问题都谈深、说透，谈判双方明确各自立场，以避免造成不必要的麻烦；必须注意所使用概念的准确性，使对方一听就懂，不会产生歧义；同时注意纠正对方在使用概念方面的错误，尽量避免暗含圈套的错误发生。

(1) 卖方价格解释的技巧。

- ①有问必答。
- ②不问不答。
- ③避实就虚。
- ④能言勿书。

(2) 买方价格解释的技巧。

- ①善于提问。
- ②切中要害。

4) 报价条件的评论

报价条件的评论是指买方对卖方所报价格及解释的评析和论述。从买方看，可针对卖方价格解释中的不实之词指出其报价的不合理之处，先“挤一挤”水分，为之后的价格谈判创造有利条件。从卖方看，这是对报价及其解释的反馈，便于了解买方需求、交易欲望及最为关切的问题。

(1) 买方评论技巧。评论对方时，“两式两法”较为典型：印象式与梳篦式、比较法与分析法。

① 印象式评论，即买方凭感觉来谈论对报价资料及解释的看法，但必须有说服力。此方式对于信息量不足、不明确的情况或预先探虚实的谈判较为适用。印象式评论可分为两法，即比较法和分析法。

② 梳篦式评论，即买方逐项、逐点予以批评的方式，并一个不漏地进行评价。梳篦式评论也可分为两法，即比较法和分析法。

(2) 卖方评论技巧。做好防守，防中有攻。

- ① 防守手法：理解、说明、研究，以虚为主。
- ② 攻手法：反问与反驳，能问不答，合理反驳。

5) 讨价

讨价是指买方对卖方报价条件的各种说明进行批评之后，向其提出改善技术或商业条件要求的行为。

(1) 明确讨价的起始方向，是讨价步骤的首要问题。是从油水大、条件差的地方讨价，还是从油水小、条件较合理的地方讨价。在实务中，为了讨价效益，从油水大处开始进行讨价，更易于成功；为了增强谈判信心，从较合理处开始进行讨价，更易于达成协议。

(2) 讨价方式与选择。讨价方式的选择与信息掌握量及谈判策略有关，如表 1-3 所示。

表 1-3 讨价方式与选择

	笼统讨价	具体讨价
做法	从总体条件或从交易主要的构成上讨价	针对分项报价，逐一要求重报改善价格条件
适用范围	交易复杂，缺乏详尽资料	可比资料充足，报价条件存在问题较多
立足点	利用双方对成交的态度、关系或面子	做好准备工作，分析细致、排序科学



想一想：常见的讨价方法有哪些？

案例 1-6

律师科文的邻居是一位医生。有一次，这位邻居的房屋遭受台风的袭击，有些损坏。其房屋是在保险公司投了保的，可以向保险公司索赔。他想要保险公司多赔一些钱，但又知道保险公司很难对付，而自己没有能力做到这一点，于是去请科文帮忙。

科文问医生希望得到多少赔偿，以便有个最低的标准。医生回答说，他想要保险公司赔偿 300 美元，科文又问：“这场台风使你究竟损失了多少钱？”医生回答：“大约在 300 美元以上，不过，我知道保险公司是不可能给那么多的！”

不久，保险公司的理赔调查员来找科文，对他说：“科文先生，我知道，像你这样的大律师，是专门谈判大额数目的，不过，恐怕我们不能赔太大额的数目。请问，如果我们只赔你 100 美元，你觉得怎么样？”多年的经验告诉科文，对方的口气是说他“只能”赔多少多少，显然他自己也觉得这个数目太少，不好意思开口；而且，第一次出价后必然还有第二次、第三次。所以他故意沉默了半晌，然后反问对方：“你觉得怎么样？”

对方愣了一会儿，又说：“好吧！真对不起，请你别将我刚才所说的价格放在心上，多一点儿，比方说 200 美元怎么样？”

科文又从对方回答的口气里获得了情报，判断出对方的信心不足，于是又反问道：“多一点儿？”“好吧！300 美元如何？”“你说如何？”最后，科文以高于邻居希望金额的三倍多——950 美元了结。

(3) 讨价需要注意的问题。

① 以理服人，见好就收。在谈判初期、中期的讨价，应保持“平和、信赖”的气氛，充分说理，以求最大的效益，即使碰到漫天要价者，也不应为其所动。

② 揣摩心理，掌握次数。讨价次数既是一个客观数，也是一个心理数。对于水分大的部分，不能只讨两次就停止，至少要攻击两次以上。在每次讨价时不要忘了这次讨价的目标，对方每一次改善条件要量一下距离、评一次对方的态度，以改变讨价的攻击点。

③ 讨价力度的掌握。讨价力度应掌握的原则：虚者以紧、蛮者以硬、善者以温、有理务尽。

6) 还价

还价是在买方讨价后，应卖方要求，对卖方改善过的交易条件表明己方交易条件的行为。

许多商务谈判老手对还价都十分谨慎，若还价还的不妥，会把本意想尊重对方的态度误为侮辱人。在货物交易中，若买方还价低于成本价太多，会引起对方的愤怒。

(1) 还价的方式。

① 逐项还价。对每个项目如技术指导费、培训费、工程设计费等分项还价。

② 分组还价。根据划出的价格差距档次，分别还价。

③ 总体还价。把要成交货物或设备的价格集中起来仅还一个总价。



(2) 还价的起点。

还价的起点是还价成败的关键，也是此后继续谈判的基础。一般而言，该起点为成本线以上各点，因此成本线的判定尤其重要。可以从成本构成或从交易物的劳动工时判定成本，或者从市场价值分析成本，成本构成因素包括原料、工时、管理、折旧等。劳动工时指商品的平均社会劳动时间。按市场价值分析成本，指从市场价值倒推至销售环节，再从各环节习惯追求的利润测算出厂价，进而分析成本价。

(3) 还价时机的把握。

买方经过讨价后，看卖方价格改善了多少，改善的报价与买方拟定的成交方案之间还有多大的差距再决定还价。通常等卖方做了1~2次调价以后，并强烈要求买方还价，买方再进行还价。

(4) 还价方法。

① 暂缓还价法。这是针对对方报价与我方报价过于悬殊的一种做法，请对方重新考虑比较实际的报价。

② 低还价法。这是与高报价完全针锋相对的一种策略，可起到限制对方期望值，纠正讨价还价起点的作用。

③ 列表还价法。将不能让步的问题和交易条件及可以考虑让步的项目，分别列成两张表，并附上数字，表明让步的幅度和范围。这是针对双方关系较好而采用的冲突性较小的一种还价法。

④ 条件还价法，即以让步换取让步。如对方不肯在价格上再做变动，则在同意这种价格的同时，要求对方放宽其他条件。

7) 讨价还价

讨价还价是交易双方为解决尚存差距而在单位时间内同时进行讨价和还价的行为。讨价还价的过程及其结果将直接关系到谈判双方所获利益的大小，决定着谈判双方各自需要的满足程度。讨价还价的核心是条件准备和保密。实现它的手段因人、因事而异，但总体应该做到统观全局、谨记目标及笔记、言谈的保密措施等。

8) 让步

让步的一般原则。

① 谈判双方只有在最需要的时候才做让步，即当谈判无法继续下去时。

② 让步应有明确的利益目标，即让步可从对方那里获得利益补偿。无谓的让步会被对手视为无能。“没有交换、决不让步”是一个谈判者应该遵守的铁律。

③ 让步要分轻重缓急。一般不先在原则问题、重大问题，或者对方尚未迫切需求的事项上让步。

④ 把握“交换”让步的尺度。“交换”让步，是以利益和必要性为依据的，不能轻易承诺做同等幅度的让步。

⑤ 让步要使对方感到是艰难的。千万别让对手轻而易举地得到己方的让步。因为按照心理学的观点，人们对不劳而获或轻易得到的东西通常都不加重视和珍惜。

⑥ 严格控制让步的次数、频率和幅度。

- 让步次数不宜过多，一般为3~4次。过多让步不仅意味着损失较大，而且影响