

全国应用型本科商务英语系列规划教材

实用外经贸 **谈判** 英语教程 辅导用书

A Practical English Course for International
Business Negotiations (Reference Book)

廖瑛 主编



对外经济贸易大学出版社
FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS

全国应用型本科商务英语系列规划教材

实用外经贸谈判英语

教程辅导用书

**A Practical English Course for
International Business Negotiations**

主 编 廖 瑛

副主编 扶丽华 王晓成 周 慧

编 委 毛春华 廖越英 阳兰梅

周 炜 禹金林 胡志雯

对外经济贸易大学出版社

中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

实用外经贸谈判英语教程辅导用书/廖瑛主编. —
北京: 对外经济贸易大学出版社, 2010
全国应用型本科商务英语系列规划教材
ISBN 978-7-81134-808-8

I. ①实… II. ①廖… III. ①对外贸易 - 贸易谈判 -
英语 - 高等学校 - 教学参考资料 IV. ①H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 167617 号

© 2010 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

实用外经贸谈判英语教程辅导用书
A Practical English Course for International
Business Negotiations
(Reference Book)

廖 瑛 主编
责任编辑: 董 黛

对外经济贸易大学出版社
北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029
邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342
网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

北京市山华苑印刷有限责任公司印装 新华书店北京发行所发行
成品尺寸: 185mm × 230mm 10.5 印张 211 千字
2010 年 9 月北京第 1 版 2010 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-808-8
印数: 0 001 - 3 000 册 定价: 20.00 元

作者简介

廖瑛：教授，湖南师范大学英语语言文学专业毕业，现为湖南大学外国语学院语言学及应用语言学专业硕士研究生导师，院学术委员会委员、学位委员会委员，教育部和湖南省人文学科、学位评审专家，研究方向为应用语言学、文体学和商务英语。1987—1995 年任湖南省大学外语协会副会长，现任湖南省科技翻译工作者协会副会长兼学术部长。著有《实用公关英语》、《实用外贸英语函电》、《国际商务英语——商务理论、语言与实务》、《实用外贸谈判英语》、《国际商务英语语言与翻译研究》和《新编外贸英语口语教程》等共 33 本书籍，合计 900 多万字，在各类学术期刊上发表论文 20 多篇，主持和参与主持国家级、省级和校级科研四项，其中两项分获省级一等和三等奖。其著作和事迹已收入湖南省社会科学院主编的《当代湘籍作家大辞典》等多种辞书。



内容提要

《实用外经贸谈判英语教程辅导用书》包括两个部分共 18 课。第一部分包括谈判前的准备工作、谈判策略、文化差异对谈判的影响、谈判中的语言交际技巧、国际贸易实务简介等七课，第二部分包括会见美国贸易代表团、建立业务关系、询盘与报盘、还盘、递盘与反还盘、接受与订货、包装与装运、付款与交货、商检、保险与仲裁、投诉、索赔与理赔、代理与签约和合资办企业等十一课，融理论指导与实务操作为一体，实务操作部分含书面谈判和面对面的口头谈判，全文语言通俗流利，实用性强。

出版说明

经济贸易的蓬勃发展为我国高校商务英语专业建设提供了难得的机遇，也提出了更多的挑战。为了更好地推动商务英语本科专业的发展，对外经济贸易大学出版社组织编写了这套“全国应用型本科商务英语系列规划教材”。

面对经济全球化和中国加入 WTO 之后社会对人才需求的新形势，高等院校本科商务英语的人才培养应该定位在“培养德、智、体、美、劳全面发展，英语语言基础扎实，具有较强的英语交际能力，具备基本的商务与文秘知识和业务能力，知识面宽，具有创新精神，知识、能力、素质协调统一，面向经贸、外事、涉外企业、跨国公司、教育等行业，能从事国际商务策划、国际商务谈判、国际贸易、国际金融、国际市场营销、高级商务翻译、教学、科研及管理工作的应用型专门人才”。本系列教材从当前形势需求出发，力求培养具有扎实的英语基本功，掌握国际商务基础理论和知识，善于跨文化交流与沟通，能适应经济全球化，具备国际竞争力的复合型英语人才。

本套“全国应用型本科商务英语系列规划教材”适用于全国应用型本科院校商务英语专业、英语专业的商务/应用/外贸英语方向以及财经类专业的学生，内容包括《商务英语听说》、《商务英语阅读》、《商务英语写作》、《商务英语函电》、《商务英语翻译》、《国际商务制单》、《实用外经贸谈判英语教程》、《实用外经贸谈判英语教程辅导用书》等。

本系列的编撰者们不仅具有丰富的语言教学经验，而且具备商务活动的实践经验，他们集教学经验和专业背景于一身，这是本套商务英语系列教材编撰质量的有力保证。

此外，本套教材配有辅导用书或课件等立体化教学资源，供教师教学参考（请登陆 www.uibep.com 获取）。

对外经济贸易大学出版社
外语图书事业部
2009 年 3 月

前 言

中国加入世界贸易组织以来,其经济发展已融入全球经济一体化的进程。这就赋予世界各国人民更多的机遇,在科学技术和商贸经济各领域里进行广泛的国际合作与交流。英语在这种合作与交流中起着重要的桥梁作用。培养既有扎实的英语语言基础,又懂一定的商贸知识的复合型人才成了时代的需要。《实用外经贸谈判英语教程》一书是作者根据自己长期进行商务英语教学、外事工作和业余商贸谈判的实践经验和理论知识,为高等院校相关专业的学生和从事外贸工作者编著的一本实用外贸谈判英语教科书。

全书分两个部分,第一部分为谈判中应注意的事项(Points for Attention in International Business),包括谈判前的准备工作,谈判策略,文化差异对谈判的影响,外贸谈判中的语言交际技巧和国际贸易实务简介等共七课;第二部分为谈判实践(Practice on International Business Negotiations),从第八课会见美国贸易代表团到建立业务关系,询盘与报盘,还盘、递盘与反还盘,接受与订货,包装与装运,付款与交货,商检、保险与仲裁,投诉、索赔与理赔,代理与签约,合资办企业,贯穿外经贸谈判的基本过程。由于谈判双方所在国家相距遥远,面对面的谈判有很多不便之处,百分之九十以上的买卖都是由书信(包括传真和电子邮件)往来完成的。因此,针对同一谈判内容,每一课设有若干封信函,以适应书面谈判的需要。实际上,本教程将书面谈判和口头谈判交织在一起,是一部标准的“函电与谈判”教材,能适合不同读者在不同的情况下使用。无论是书面谈判还是口头谈判,均按谈判进展的程序,上下文相互衔接,宛如一幅完整的生活画卷。并且,本教程配有由外国专家录制的光盘和录音带,使读者一闻其声,如临其境。耳闻目睹者,易懂易学,便于记忆,收效更佳。全书根据两个部分的不同要求,配有相应的书面和口头练习,以达到巩固课文、扩展知识的效果。本教程有辅导用书,课文译文和练习答案均在该书之中,以方便教师备课和自学者参考。

本教程适用于高等学校(包括高职高专)的公关、文秘、外贸、旅游、商务英语、应用英语、酒店管理、涉外会计、涉外经济、国际金融、国际经济技术合作等专业作商贸谈判英语的口语教材和外贸英语函电写作教材,同时适用于外贸、银行、海关、进出口贸易公司、生产和出口产品的厂矿、企业、专业单位的公关文秘人员、外贸业务工作者、国际营销人员、口译工作者,海关业务员以及与外商打交道的厂长、经理、政府官员作外贸业务英语口语及应用文写作培训教材,同时适用于广大读者做自学教材,上述

人员若能熟读此书,运用自如,足以胜任本职工作。

本教程由湖南大学外国语学院商务英语系硕士研究生导师廖瑛教授编著,湖南商务职业技术学院的温雪梅副教授、湖南工业大学的扶丽华副教授协助进行,参加编著工作的还有李红、王晓成、周慧、邱飞燕、毛春华、禹金林、胡志雯、阳兰梅、廖越英、周炜、李碧萍等。在编著过程中,作者参考了国内外出版社的有关书籍和资料,从中获得了很大的启示,甚至少数地方还引用了其相关内容,在此谨致谢意。

由于编著者水平有限,书中不妥之处在所难免。欢迎同行专家和广大读者不吝赐教。

廖 瑛

2010年6月于湖南大学外国语学院

CONTENTS

目 录

Part I 国际商务谈判中应注意的事项 (Points for Attention in International Business Negotiations)	1
第一课 国际商务谈判的准备工作(The Preparations for International Business Negotiations).....	2
第二课 国际商务谈判策略(1) (Negotiation Strategies on International Business)(1)	9
第三课 国际商务谈判策略(2) (Negotiation Strategies on International Business)(2).....	13
第四课 国际商务谈判策略(3) (Negotiation Strategies on International Business)(3).....	19
第五课 文化差异对国际商务谈判的影响 (The Impact of Cultural Difference on International Business Negotiations).....	24
第六课 国际商务谈判中的语言交际技巧 (Techniques of Language Intercourse in International Business Negotiations).....	37
第七课 国际贸易实务简介 (Brief Introduction to International Business Practices).....	49
Part II 国际商务谈判实践 (Practice on International Business Negotiations)	59
第八课 会见美国贸易代表团 (Meeting a Trade Delegation of America).....	60
第九课 建立业务关系 (Establishing Business Relations)	67
第十课 询盘与报盘 (Inquiries and Offers).....	74
第十一课 还盘、递盘与反还盘 (Counter-Offer, Bid and Counter-Counter-Offer).....	80
第十二课 接受与订货 (Acceptance and Order)	87
第十三课 包装与装运 (Packing and Shipment)	95
第十四课 付款与交货 (Payment and Delivery)	104
第十五课 商检、保险和仲裁 (Inspection, Insurance and Arbitration).....	111
第十六课 抱怨、索赔与理赔 (Complaints, Claims and Adjustments)	119
第十七课 代理与签约 (Agency and Contract)	131
第十八课 合资办企业 (Joint Venture)	143

Part 9

国际商务谈判中应注意 的事项

第一课

国际商务谈判的准备工作

1. 概述

众所周知，在国际贸易中，出口商和进口商要消除分歧，达成一项公平的相互之间满意的交易，大多是通过谈判才能做到的。经过谈判后，如果说买卖双方达成协议，他们即将签订一项书面合同，作为确定双方权利和义务的依据。合同一经依法生效，有关当事人必须严格遵守。所以，我们可以说，商务谈判是合同签订的基础，它直接影响到合同的签订和履行，也关系到交易双方的经济利益。

国际商务谈判涉及到的国际商务活动的范围很广，就国际投资、商品、机械、设备、技术的进出口贸易而言，国际商务谈判是发生在政府、贸易组织、跨国公司、私人商行之间的磋商过程，简而言之，就是买卖双方之间的磋商过程。贸易谈判可以通过函电或面对面的洽谈进行。谈判内容涉及买卖合同的各项条款，主要包括商品的质量、数量、包装、装运、支付、保险、商检、索赔、仲裁、不可抗力等。谈判的过程一般包括询价、发盘、还盘和接受四个环节。其中发盘和接受是达成协议，成立合同的两个不可缺少的环节。关于某些特殊贸易的谈判，主要涉及下列内容，例如来料加工与装配贸易，补偿贸易，技术引进、合资经营等。

商务谈判可以通过面对面地进行，通过电话进行，或者通过信函和电子邮件进行。

2. 谈判前的准备工作

国际商务谈判涉及不同的方面，内容非常复杂，为了使谈判取得有利的结果，买卖双方的谈判人员应在谈判开始前做好充分的准备。谈判准备可分三个方面：

1) 确定谈判目的

所谓确定谈判目的,就是谈判人员应根据自己的实际情况,对谈判的预期目标做到心中有数,从而避免被对方任意操纵。

外贸谈判前,要设定的谈判目的有三种:即最佳目的、满意目的和可接受目的。最佳目的是最理想的目的,它最有益于你,能帮助你达到谈判开始前计划好的预期效果。如果国际市场有益于你,作为一个谈判人员,你应当抓住每一个机会维护预期目标,直到获得最佳目标为止。当你发现难于获得最佳目的,作为一个谈判者,你最好做好准备去实现你的第二目标——满意目标。尽管这一目标获利低于最佳目标,但对双方来说还是公平的。当你发现自己在国际市场上没有优势,或者遇上了商务活动中谈判的老手,或者不得不向对方出口或进口某些产品,那么,你只好面对现实,逐步接受第三目标,即可接受目标。但是,你得牢记,切勿将此举向对方泄露。

2) 获取必要信息

无论你是出口商,还是进口商,参加谈判前,你应当尽可能多地了解你所要进入的市场、潜在的客户和竞争的对手。这样,你将熟悉他们的情况,在谈判中采取主动。为了获取有关信息,市场调研很有必要进行,其内容如下:

(1) 充分利用大多数国家已公布的贸易统计数据弄清你的产品或劳务有多大的市场或市场潜力。

(2) 尽力掌握好目的市场国家的语言文化、风俗习惯、社会背景和政府的政策,特别是外贸政策。

(3) 务必了解目的市场国家的地理条件和特征、交通运输情况,以便推销某些产品。

(4) 务必了解目的市场的行情,如商品的需求与供应、价格的变化、竞争者的数量和能力等。

3) 制订切实可行谈判的计划

确定谈判目标和获取必要信息之后,制订切实可行的谈判计划就很重要了。当你草拟这一计划时,你得注意下列几点:

(1) 安排最适合你的议事日程,并让谈判人员对此十分熟悉。

(2) 当你知道对手的议事日程后,将自己的议事日程与之比较,并考虑好采用新的战略和策略,小心谨慎地使用。

(3) 选择有利于你的谈判地点,例如,选择主座谈判地点,这可便于你获得谈判资料,或者至少选择一个对双方都便利的中间地点。

(4) 谈判队伍的组成

谈判是一种集体项目,它需要其中的成员具有专业的技能、沟通的能力、团队协作的精神,以及克敌制胜的策略,这些在任何一个职业体育项目中均可找到。如果谈判队

伍组织得当,调配得有效、及时,这会对谈判的成功起到决定性的作用。

如果你希望有一个高效率的谈判队伍,就须尽早组织谈判队伍,最好将它作为准备交易的第一项工作来做。这样参加谈判的人员就能预测谈判的内容,并运用良好的专业知识来有效地解决问题。谈判人员的性情也应彼此相投。

① 谈判人员的选择和谈判队伍的规模

谈判人员应包括以下四个方面的专业人员:

- ★ 商务谈判人员:负责价格、交货条款和风险划分的磋商
- ★ 技术谈判人员:负责规格、程序和工艺的磋商
- ★ 财务谈判人员:负责支付方式、信用保险、保证金和资金担保的磋商
- ★ 法律谈判人员:负责合同文件、合同中各项条款、保险和法律解释的磋商

如果是重要的谈判,谈判队伍就应由负责上述4个方面的人员组成。其他人员还包括一些专家。谈判人员的任务是谈判,而专家则为谈判人员提供专业性的意见和信息。

对于不太重要的谈判,一个谈判人员在大致了解了他不熟悉的专业知识后,可身兼两职。例如,主管法律谈判的人员也可兼管金融方面的谈判。4人的谈判队伍可减为两人;但决不能减至一人,无论这个人资格多高,也不行。

然而,谈判队伍的阵容也不宜过大,一般不超过5人。否则,会非常难于控制,也难以保证小组的所有行动都围绕一个既定的目标进行;谈判期间,小组内部的成员之间也可能产生意见分歧。

主谈人谈判时,最好有一个助手进行记录和计算,提醒主谈人疏忽的问题。这样就不会让主谈人独自完成整个谈判过程。

② 谈判小组负责人

谈判小组负责人一般由销售部经理或采购部经理担任,但有时也可选择其他人来担任谈判小组领导人。

谈判小组负责人应掌握足够的知识,如:商务、技术、合同等方面的知识来应付谈判中遇到的各种问题,使他对所谈的每一个问题都能提出自己的见解,有效地指挥与协调专家的活动。

负责人的主要任务是选择谈判人员、准备谈判计划、进行谈判、决定让步(时间和幅度)以及交换条件的选择等等。他还要负责同对方进行讨价还价,落实磋商的记录工作,并且做好谈判的汇报工作。

此外,负责人还应起到更大的作用。他应激发谈判小组的热情,在各种情况下都应保持谈判小组的士气,并以身作则调动谈判人员的积极性。

③ 谈判人员的思想状况

在谈判时，谈判人员要记住：不论谈判对手多么友善，对手总归是对手。他们会抓住一切机会，在财务上和条款上占到便宜。

Key to Comprehension Exercises

1. Answer the following questions:

- 1) Because only through business negotiation can the exporter, importer bridge the difference and reach a fair and mutually satisfactory deal, and sign a written contract as basis for the performance of rights and obligation.
- 2) As far as international investment, import and export of the products, machinery, equipment, technology, etc. are concerned, international business negotiation is a consultative process between governments, trade organizations, multinational enterprises or private firms. In a word, it is a consultative process between the buyers and the sellers.
- 3) Business negotiation mainly refers to all kinds of terms and conditions of a sales contract including quality, quantity, packing, shipment, payment, insurance, inspection, claims, arbitration and force majeure, etc.
- 4) Business negotiation contains four steps: inquiry, offer, counter-offer and acceptance, among which offer and acceptance are two indispensable steps for reaching an agreement and concluding a contract.
- 5) Yes. I know some special trades, such as compensation trade, processing trade, assembling trade, barter trade, leasing trade technology importation, joint venture and so on.
- 6) Because negotiators should know their desired results well according to the own practical conditions so as to avoid manipulation by the counterparts.
- 7) Before business negotiation, the negotiators should establish three different aims — the best aim, the satisfactory aim and the acceptable aim.
- 8) When they find that they have no advantages in the world market or have to export or import some products, they have to face the reality — to accept the third aim, i.e., the acceptable aim gradually.
- 9) The negotiators should get as much information as possible about the market that they want to enter, the potential clients and the competitors they will deal with.
- 10) The market research involve:
 - ① Make use of trade statistics published by most countries to learn the size or potential size of the market for your products or service.

- ② Try to have a good command of the language and culture, local conditions and customs, social backgrounds and relevant government politics, esp. the policy to foreign trade of the countries of the target market.
 - ③ Be sure to know the geographical conditions and features, communication and transportation of the target market so that to push the sales of certain products.
 - ④ Be sure to know the target market conditions, such as the demands and supplies of the commodities, the changes of the prices, the numbers and ability of the competitors, etc.
- 11) It is very important to make a practical negotiation plan after establishing the aim for negotiation and getting necessary information.
 - 12) He should compare his own agenda with his counterpart's and consider how to adopt new strategies and tactics which should be used with caution.
 - 13) Perhaps, it means the domestic location of negotiation because only in his domestic location of negotiation can the negotiator get the information conveniently.
 - 14) It means a location or country which is convenient to both the buyers and the sellers.
 - 15) Negotiation is a team sport. It requires the specialized skills, communication ability, team spirit and gamesmanship found in any professional sporting event. If you expect your negotiating team to be effective, it must be organized at an early date, preferably as the first step in preparing for a transaction. The members can foresee the areas covered by the negotiations, and have the technical expertise to deal with the problems effectively. They should also be compatible in temperament with one another.
 - 16) The negotiation team should include members in each of the following areas:
 - commercial: responsible for the negotiation on price, delivery terms, and commercial policy of risk taking
 - technical: responsible for the area concerning specification, program and methods of work
 - financial: responsible for terms of payment, credit insurance, bonds and financial guarantees
 - legal: responsible for contract documents, terms and conditions of contract, insurance, legal interpretationIf it is an important negotiation, the negotiating team will be comprised of negotiators responsible for the above mentioned areas.
 - 17) The negotiator's function is to negotiate, while the functional specialists provide specialized advice or information.
 - 18) For negotiation of lesser significance, one negotiator would cover two areas after having been fully briefed on the subject with which he was less familiar. For instance, the legal

negotiator might cover the financial area. Team of four could be reduced to two; it should not be reduced to one, no matter how well qualified the negotiator is.

- 19) The negotiating team leader should possess sufficient knowledge of all the problems involved in the negotiation — commercial, technical and contractual to enable him to make an intelligent contribution to each item discussed and to direct and coordinate the activities of the functional specialists.
- 20) The duties of the team leader are to select the remainder team members, prepare the negotiating plan, conduct the negotiations and make decisions on (the timing and level of) concessions, selection of trade-off items (against the other), and etc. He is also to bargain with the other side, and ensure that the bargain is properly recorded and issue the negotiating report.

Additionally, a leader has more general functions to perform. He is the person who generates enthusiasm in his team, maintains the morale under all conditions and obtains the maximum contribution from each member by his own example.)

- 21) The team members must learn that the opponent and its representatives are adversaries although they may be friendly. They can and will seek to take financial and contractual advantage of your firm at virtually every opportunity.)

2. Translate the following sentences into Chinese:

- 1) 谈判是一个动态调整过程。在进出口贸易中，买卖双方就一共同感兴趣的问题进行磋商以达成令彼此满意的协议。这是因为交易双方各有自己的目标。例如：卖方欲以较高的价格出售自己的商品或服务，而买方则想以较低的价格购买同样的商品或服务。双方都想方设法达到自己的目的，这就需要双方之间有一些合作，否则就无法达成任何协议，从而丧失交易的机会。
- 2) 这里所说的是争议和合作两个要素：双方因彼此的利益需要而达成某种共识，这是合作的前提；然而，双方的利益截然不同又成为争议的基础。谈判者同时受两个方向的压力：一是冒着破裂的危险而坚持自己的高收益；一是同意对方的要求，达成交易，从而失去获得更高收益的机会。
- 3) 双方需要通过就共同的利益来交换意见从而调整各自的想，这样谈判就开始了。经过一段时间的磋商，达成最终协议。双方可能对此协议并不完全满意，但是他们都会意识到：与达不成协议相比，达成协议对双方更有利。谈判的最终结果建立在互利的的基础上。

3. Translate the following sentences into English:

- 1) Far too many business negotiations fail because of inadequate preparation on one side or the other. So it is important for the participants to make a good job of preparation before the negotiation begins. Preparation is necessary to achieve the highest level of success in business negotiation. In a word, there is no substitution for advance preparation in negotiation arena.
- 2) Emphasis on preparation in international business negotiation is due to its complexity. It involves activities that take place across national borders, and deals that might have to be transacted in foreign languages with constraints of foreign laws, customs and regulations. The negotiator has to take cultural differences into account. If foreign currency transactions are necessary, the negotiator must pay attention to exchange rate variations. Foreign/world market situation and the risks of international trade are also within the scope of study before the participants begin the negotiation with his foreign counterparts.