

中等职业教育国家规划教材配套教材

NEW EDITION

新版

商品经营专业

商务谈判操作

SHANG WU TAN PAN CAO ZUO

丁建忠 主编



中国财政经济出版社

中等职业教育国家规划教材配套教材



商务谈判操作

主 编 丁建忠

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商务谈判操作/丁建忠主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2002.8

ISBN 7-5005-5967-4

I. 商… II. 丁… III. 贸易谈判 IV. F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 057321 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com>

E-mail: cfeph@drc.gov.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100036

发行电话: 88190616 88190655 (传真)

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 16 开 12.75 印张 296 000 字

2002 年 8 月第 1 版 2002 年 8 月北京第 1 次印刷

定价: 16.00 元

ISBN 7-5005-5967-4/F·5235

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

此版权页用含有  图案的水印及红色、绿色、蓝色金属线的防伪水印纸印制, 有这种版权页的教材为正版图书, 版权所有, 翻印必究, 欢迎读者举报。举报电话: 010-88190653

中等职业教育国家规划教材配套教材 出版说明

自2001年6月，教育部职业教育与成人教育司组织编写的中等职业教育国家规划教材陆续出版发行，该系列教材涵盖了德育课程、文化基础课程、专业技术基础课程和80个重点建设专业主干课程，这些专业的非主干课程并未涉及。为适应中等职业教育课程改革，满足各类中等职业学校专业教学的实际需要，我们组织编写了会计专业、商品经营专业的非主干课程的教材，作为中等职业教育国家规划教材的配套教材出版，以供各类中等职业学校使用。

在本套教材的编写过程中，我们严格以教育部关于中等职业教育国家规划教材的编写要求和教育部最新颁布的中等职业学校会计专业、商品经营专业教学方案为依据，在教材内容的组织上，一是注意了与专业主干课程内容的相互补充与衔接；二是注意了以培养学生能力为目的，突出实践教学和技能训练。该套教材全面贯彻素质教育思想，从社会发展对高素质劳动者和中初级专门人才需要的实际出发，注重对学生创新精神和实践能力的培养，并且在理论体系、组织结构和阐述方法等方面均作了一些新的尝试。在此，我们真诚地希望各类中等职业学校在教材的使用过程中，能够总结经验，及时提出修改意见和建议，使之不断完善和提高。

中国财政经济出版社

2002年6月

前言

《商务谈判操作》一书，突出实际操作技巧，旨在通过教学之后，学生即可具备基本的谈判知识和操作能力。

为此，编者集多个实案于一体，编撰出既符合商务活动实际，又能从多个角度反映谈判客观规律的典型的、模拟案例，并通过该案的谈判进展形成一个可供教学用的“情景”，使学生尤如设身于真实的谈判环境之中，感悟其中的操作程序及其技巧。

为了克服案例的局限性，编者通过对该模拟案例的每个阶段操作的评析，使涉及的操作知识更加完整并更具有普遍意义。

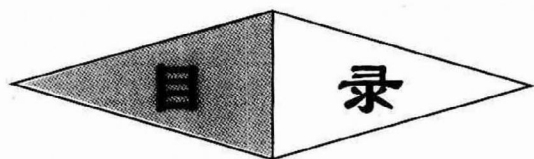
由于本书立足“中专”教学用，在内容与篇幅上均有明确的要求。因此，在编写过程中，对于该课程中重点内容，我们予以全面、深入地介绍。而作为扩大知识面的选学内容，则介绍得较简、较浅。鉴于本书编写时，主要参考的是中信出版社1996年出版的由丁建忠先生著的《国际商业谈判学》一书和该社2000年出版的由丁建忠先生著的《走出谈判雾区》一书，若欲更深地了解有关内容，可以参阅这两本书。

本书共十七章。其中，丁建忠编写了第一章至第十一章，顾全根编写了第十二章与第十三章，杨晓荣编写了第十四章至第十七章。丁建忠任主编，负责全书内容的总纂定稿。

由于编者的教学经验及专业知识所限，本书谬误或残缺之处，恳请业内同仁予以赐教。

编者

2002年5月



上篇 商业谈判的基本操作程序

第一章 谈判组织.....	(3)
第一节 太阳厂的谈判组织.....	(3)
第二节 月亮厂的谈判组织.....	(6)
第三节 谈判组织的评析.....	(7)
第二章 谈判的探询.....	(14)
第一节 太阳厂的探询工作.....	(14)
第二节 月亮厂的探询工作.....	(16)
第三节 技术交流.....	(17)
第四节 探询的评析.....	(20)
第三章 谈判的准备.....	(23)
第一节 卖方的准备.....	(23)
第二节 买方的准备.....	(26)
第三节 谈判准备的评析.....	(29)
第四章 谈判报价方案的解释.....	(33)
第一节 日 S 厂谈判组的价格解释	(33)
第二节 太阳厂谈判组的价格解释.....	(37)
第三节 美 K 厂谈判组的价格解释	(40)
第四节 价格解释的评述.....	(42)
第五章 谈判报价方案的评论.....	(45)
第一节 对日 S 厂报价方案的评论	(45)

第二节 对太阳厂报价方案的评论·····	(47)
第三节 对美 K 厂报价方案的评论 ·····	(50)
第四节 价格评论的评析·····	(51)
第六章 谈判的讨价·····	(58)
第一节 月亮厂向日 S 厂的讨价 ·····	(58)
第二节 月亮厂向太阳厂的讨价·····	(61)
第三节 月亮厂向美 K 厂的讨价 ·····	(63)
第四节 讨价阶段谈判的评析·····	(65)
第七章 谈判的还价·····	(71)
第一节 卖方的还价要求·····	(71)
第二节 买方的还价准备·····	(73)
第三节 买方的还价·····	(77)
第四节 还价阶段谈判的评析·····	(79)
第八章 谈判的讨价还价·····	(84)
第一节 买卖双方讨价还价的准备·····	(84)
第二节 买卖双方的讨价还价·····	(86)
第三节 讨价还价阶段谈判的评析·····	(92)
第九章 谈判的终结·····	(96)
第一节 太阳厂与月亮厂谈判的终结·····	(96)
第二节 终结阶段谈判的评析·····	(99)
第十章 重建谈判·····	(107)
第一节 月亮厂与太阳厂的重建谈判·····	(107)
第二节 重建谈判的评析·····	(112)
第十一章 索赔的谈判·····	(117)
第一节 太阳厂的索赔谈判·····	(117)
第二节 月亮厂的索赔谈判·····	(119)
第三节 索赔谈判的评析·····	(121)

下篇 商业谈判过程中的相关因素

第十二章 谈判人的行为准则·····	(129)
---------------------------	----------------

第一节 谈判人的礼仪·····	(129)
第二节 谈判人的个性·····	(135)
第三节 谈判中的做戏·····	(137)
第十三章 谈判人的心理 ·····	(140)
第一节 谈判人的感情·····	(140)
第二节 谈判人的追求·····	(143)
第三节 谈判中的心理战·····	(146)
第十四章 谈判人的伦理 ·····	(155)
第一节 谈判人的伦理标准·····	(155)
第二节 谈判伦理观的运用·····	(159)
第十五章 商务谈判用语 ·····	(163)
第一节 商务谈判用语种类·····	(163)
第二节 谈判语言的运用原则和技巧·····	(169)
第十六章 说理与妥协技巧 ·····	(175)
第一节 说服的理由·····	(175)
第二节 妥协的方式·····	(179)
第十七章 谈判目标的追求 ·····	(184)
第一节 谈判目标的定位·····	(184)
第二节 谈判成功标准·····	(187)
后 记 ·····	(191)

商务谈判
商务谈判

上
篇

商业谈判的基本操作程序

做任何一件事情，均应有一个程序。做好一件事，就应有一个正确的程序，商业谈判也不例外。作为一个合格的商务谈判人员，首先应掌握谈判的基本程序及各程序的操作技巧。本篇即通过案例向读者展示实务中的谈判进程，并从中感悟操作规则。

第一章

谈判组织



学习目标

通过本章的学习，掌握商务谈判的概念以及构成；学会区分不同的谈判及了解各类谈判的特征；理解商务谈判班子组织的要求。

哪儿有商务活动，哪儿就会存在谈判。谈判就是磋商、评判。谈判在哲学意义上是以理服人，在信息意义上是沟通。商务谈判是就交易进行的磋商与评判，从经济意义上讲，是争取交易利益最大化的过程。能否达到谈判目的，与谈判手的谈判能力有关，因此企业的管理者日益注意培养并提高经销人员的谈判素质。

下面我们将通过太阳厂与月亮厂的谈判活动，向大家介绍并展示商务谈判的一般程式和基本技巧。

第一节 太阳厂的谈判组织

小谭现在南方 A 市的一个显像管玻壳生产企业工作，该企业全称：太阳显像管玻壳厂，当地人简称：太阳厂。该厂近 20 年来发展迅速，技术先进，产品名气较响，在国内同行业中也算名列前茅的知名企业。小谭为此感到很庆幸，厂里效益不错，自己不仅能有一份稳定的工作，而且福利待遇也还可以。小谭很自足，也更加努力地工作。

早上，小谭早早地就离开家去厂里，因为昨天科长金峰和对他说，让他今天早一点来办公室，然后随同其一起参加厂里一个非常重要的会议。

一、组成谈判班子

在会上，太阳厂的刘厂长讲道：“目前，国家正在实施‘西部大开发’战略，西部各省市也抓住机遇，大力建设、发展西部。据我们了解，西部 B 市有计划引进显像管玻壳生产线，以满足日益富裕的西部城乡居民对电视机的需求。经厂领导会议研究决定，为了扩大我厂产品在国内市场的份额，占领西部市场，我厂将参加 B 市显像管玻壳生产线引进项目的

竞争，争取该订单。”听到这个消息，与会者十分兴奋。

刘厂长接着说：“这是一个非常艰巨的任务。为此，我们决定从厂里抽调人员组成一个谈判小组，专门负责该项目的谈判。今天，我将宣布成员名单。”会议室里肃静无声，人人都屏住呼吸，静听下文。

（一）点 将

太阳厂组成的谈判小组为：

谈判组组长：太阳厂负责技术的副厂长兼总工程师尹仁。尹先生年近 50 岁，是该厂的技术权威。

谈判组主谈：太阳厂供销科科长金峰和。金先生年近 40 岁，熟悉国内外市场，擅长营销、公关。

谈判组组员主要有：技术科科长宋彬，设备科副科长姚力方，动力科副科长何英华，市工程设计院代表、该院工艺室主任王克铮。

小谭和其他三位同龄人作为助手，也都参加了谈判组。

最后，尹仁副厂长提出，请厂常年法律顾问赵银华先生参加谈判组。

（二）定 责

太阳厂的谈判小组人选敲定之后，紧接着就向各位参加谈判的人员明示岗位职责、人员分工及所承担的工作，以便小组成员尽快熟悉自己的谈判角色，并进入相应工作的准备之中。

谈判组长尹仁：为谈判的总负责人，负责整个谈判组的活动。在礼宾场合，他是主要角色；在谈判桌上，以“旁听”身份出现，充分发挥主谈人的作用；在谈判出现僵局时，适时出面周旋，打破谈判僵持，推动谈判；紧密跟踪谈判全局，随时指导与调度，确保谈判进程。

主谈人金峰和：与谈判组长配合组织对外的谈判，在谈判桌上是主要发言人和主持者；负责交易的商务条件谈判，如价格、支付、交货、保险、保证等条件的谈判，并订入合同；配合技术人员谈判交易相关的技术条件，并订立相应的技术附件。

宋彬科长：负责产品设计和制作工艺的技术资料的准备及谈判，并撰写合同项目的产品大纲、工艺技术条件等附件，配合金科长谈判交易的技术价格。

姚力方科长：负责交易项目所需设备技术性能的谈判以及设备和备品备件清单的缮制，并负责所有货物交付的运输条件的谈判，配合金科长谈判设备及备品备件的价格。

何英华科长：负责交易项目所需动力（水、电、气）的制备系统性能的确认及文字撰写，以并入合同技术附件中；同时配合金科长谈判该部分供货的价格。

市工程设计院代表王克铮主任：负责工厂与设计院的联络，并负责组织交易项目有关工程方面所有工作：工艺流程图、工艺平面布置、工艺条件（上下水、采暖、通风、空调净化、三废一废水、废气、废渣处理）、动力条件（水、电、气）保证等工艺设计条件；厂址选择，厂房结构、取材、面积、施工图等土建设计条件；设计进度等方面的谈判。所有这些谈判均要形成相关文件成为合同条件的一部分。

厂法律顾问赵银华：负责核对所有合同正文和技术附件的文字表述反映的谈判协商的条件准确性、完整性。必要时，协助主谈和技术人员谈判合同、附件的条款并撰写成文。

二、谈判组的工作计划

尽管谈判过程中风云多变，谈判人员也要随机应变，依时改变原订具体方案，但万变不离其宗，谈判目标和为实现目标而确定的总体谈判计划和部署是不会改变的。因为，它是谈判小组的工作理想、行动纲领。

（一）主要负责人对谈判计划的思考

作为太阳厂谈判小组的主要负责人，尹仁和金峰和此时的压力最大，他们必须对总体谈判计划和部署深思熟虑、周密安排。

谈判计划主要是指优化配置交易人的所有资源以求谈判最佳结果。资源包括资金或毛利机动量、人力、时间、环境条件等。尹仁、金峰和在对谈判计划理解上的不谋而和为太阳厂的谈判工作打下了良好的基础。

接下来，他们俩逐一分析了目前的情况：

资金或毛利机动量：由于尚不知西部项目单位的需求细目，也不知道竞争对手的状态，目前难以做具体安排。

人力：成员的能力已知，谈判任务已明，可以调度所有成员进行必要的工作。有人可以调查市场动向，有人可与西部项目单位联系，有人可准备初次技术交流的内容和文件，把探询的工作内容明确并落实到人头上。

时间：为了相互配合，综合利用信息，对需要了解的信息均要明确时间限度，以提高时效。同时，把项目进展的阶段及时间长度也做初步安排，以对交易项目的谈判进展有一个总的时间进度要求和把握，也把可利用的时间做一评估。

环境条件：当前政府的政策动向，是鼓励还是限制该类项目的建议；西部项目单位有否预算，支付能力如何，有否立项；真上项目还是属于愿望；太阳厂与该地区有否老的关系，好还是坏的关系，有否人际之间的往来或有否太阳厂的朋友与该项目单位有良好关系可用。这些背景对谈判有影响，也是谈判组要掌握的信息。

经过二人的共同分析，基本上明确了谈判小组第一阶段——起步阶段的工作计划。于是，二人召开了第一次谈判小组工作会，征询谈判小组成员对谈判计划的意见，落实工作安排。

（二）谈判组对谈判计划的确立

会上，尹仁和金峰和首先谈了他们对谈判计划的想法和安排，让全组人员讨论。大家围绕谈判的环境条件交流了信息，并就如何去探询进行了讨论。最后，会议决定：

1. 由金峰和负责组织探询工作，争取西部项目单位能积极响应，同时核查该项目的真实性。

2. 其他人员通过各自的渠道去了解国家政策、市场竞争状态、人际关系、西部项目单位的技术与财力情况。

3. 所有人员的工作必须在一个月內完成。

4. 在第一阶段工作完成后，立即进入第二阶段工作——准备报价资料。

小谭很得意能与金峰和科长打头阵——首先与项目单位联络。会议一散，马上到金科长处请命。

第二节 月亮厂的谈判组织

小潘在西部B市月亮电子器件厂工作，B市人简称：月亮厂。该厂主要生产一些配套的玻璃器件，效益不好不坏。当小潘推开厂长办公室的门，看到彭健民厂长、杨扬总工程师、陈春晖总会计师三人坐在里面。见小潘到，彭厂长连忙招呼他坐下。然后，他简要地说明请各位来的目的。

“B市政府（工厂所在市）决定在西部开发的规划中，纳入家电生产的改造与扩建计划。由我厂承担其中彩色显像管玻壳生产项目的建设任务。这件事是我厂发展的好机会，想与你们商量怎么办。”

小潘马上说：“这是一件好事呀。”

杨总平静地说：“好事是好事。可眼前咱厂技术人才不足，现有技术急需改进，基础设施也需改造……。”

陈总接道：“厂里自有资金很有限，要完成这么大的项目任务，资金将成为严重问题。”

“是呀！老杨、老陈讲的均是实际问题，我也知道。但这千载难逢的发展机会绝不可错过！希望大家齐心协力克服困难，为咱厂闯出一条新路子。”

彭厂长坚定的态度感染了大家，激起众人的斗志。于是，会议进入对项目谈判组织问题的讨论。

一、组成项目谈判领导小组

四人均深切地感到项目谈判成败既关系到工厂自身的经济利益，又关系到地区经济发展的速度。其中经济与政治意义极为明显。他们必须审慎行事，精心组织。

（一）点 将

经商议，他们决定成立项目领导小组，是项目各项协调工作的权力机构，也是领导者和组织者。彭健民厂长任项目领导小组组长。下设三个工作组：技术组、资金组和商务组。

技术组：组长由杨扬总工程师承担。他在电子玻璃行业摸爬滚打20多年，是位技术精湛、作风严谨的专家。组员有技术科科长、设备科科长、质检科科长、动力科科长。

资金组：陈春晖总会计师任组长。他是个老会计，对厂里资产了如指掌，产品的成本核算更是一绝，其精明众人皆知。组员有财会科沈科长、核算组马组长两位女将。

商务组：小潘任组长。组员有供销科刘科长，情报室管主任。

三个组的成员基本上是按要求抽调了各对口部门的负责人员，集合了各方面骨干力量、专业人才，是月亮厂精华所在、权威所在。

（二）定 责

按预先分工，技术组负责项目的产品大纲的编制、立项报告、可行性报告的组织，所有项目技术部分的谈判及相关文件的撰写。

资金组负责办理相关立项、申报、可行性报告审批等手续；负责项目建设所需资金的筹措。

商务组负责对外联络、寻找项目的合作对象、组织对外的商务谈判，以及项目合同的建立。

在上述本职岗位的责任之外，还有各组之间的配合责任。技术组要及时向资金组通报产品大纲编制及预算情况，以便资金组筹措资金；要尽快把立项报告和可行性研究报告交资金组，以向有关部门报批；要协助商务组谈判合同价格。

资金组要协助技术组谈判供货范围，以控制资金总量；要协助商务组谈判支付条件，以控制资金成本。

商务组要协助技术组组织谈判，在技术组谈判遇到僵局时要及时支援，协助技术组编制合同的技术附件；协助资金组掌握准确的项目投资的总额，避免资金筹措量过大或过少的不利情况。

二、项目进展的计划

对于月亮厂来说，彩色显像管玻壳生产与原有产品生产组织差别很大，建新生产线的工作量、复杂程度无异于建设一个比现有工厂规模还要大的新工厂。因此，项目领导小组对项目建设工作进行了精心策划，周密部署。

（一）项目领导小组的要求

作为前期工作，一切工作的基础，应该立项^①。编制项目建议书，争取有关部门^②批准。而编制该建议书又需有基本信息：技术类型、设备构成、生产规模、土建条件、项目效益等。怎么取得这些信息呢？如果自己有技术，数据可随手而得；若没有，则要选定使用的技术后才能确定。月亮厂没有现成的技术，需引进。立项报告所需数据就依赖于对市场的调查、与潜在供应商的交流。为此，必须迅速开展对外的招商工作。

（二）各工作组的计划

总的工作要求订出后，各工作组的计划也就随之而定。

技术组应尽快确定技术类型，为此要马上展开对市场上现有技术的调研，要对各技术的所有者进行考察，确保引入先进、成熟、实用的技术。

商务组应配合技术组迅速展开对外联络，争取尽快与国内外拥有显像管玻壳生产技术的厂家接触，协助技术组安排双方技术人员之间的交流或参观考察。

出于时间上的考虑，必要时可兵分几路同时与国内外的生产厂进行接触，但基础信息（编制立项建议书所需的信息）应在2个月内搜集完毕交技术组。

小潘意识到自己肩上的担子的份量，整个项目工作的第一炮将由他首先打响，可千万不能哑。

第三节 谈判组织的评析

上述显像管玻壳项目引起的买家与卖家的谈判活动的描述中，反映了谈判实务中存在的

^① 立项，是指获得建设该项目的批准。

^② 有关部门，有权批准项目的行政管理部门。视情况，可以是政府部门，可以是行业主管部门，可以是企业的上级部门。

三个问题：谈判构成，谈判类别以及谈判组织。

一、谈判的构成

任何谈判均是由标的、当事人和谈判背景构成。忽略任一构成因素，就不可能完整认识面临的谈判任务，就不可能成功组织好谈判，更何言有效的谈判。为什么这样断言，答案就是“盲人摸象”，不可能认识象。对不认识的对象绝无针对性作为，既无针对性作为，何为理想效果？

（一）标的

谈判中的标的，即谈判交易的内容。从谈判角度看，标的有两个层次的含义：物的特征与谈判特征。

物的特征是指标的物是具有交易价值的有形物或无形物。该含义具广义性，如各种各样的固体、液体、气体状的货物，各种各样的金融票据，工业产权（专利、商标），知识产权（版权、著作权）以及网址、网站域名等都可以成为交易谈判的内容。然而，由于它们形态的相异性及其所属领域的巨大差异给谈判造成不同的难点和焦点，对谈判能力提出不同的要求，如若千篇一律地对待，谈判效果显然不会好。

谈判特性是指标的交易形式引起的谈判的多变性。如以代理、买卖、合作、兼并、咨询顾问、承包、租赁以及服务类的交易标的谈判，一定在谈判复杂性上、争斗性上使多种特征出现差异。像代理、咨询、服务业的标的谈判就会出现谈判地位倾斜性大、谈判条件伸缩性大的特征；像买卖、承包、租赁类的标的谈判就可能具有争斗性强、谈判中手法多变的特征；而合资、合作以及兼并类的标的谈判会出现地位平等、内容广、信息透明度高的谈判特征。

正是由于谈判标的多样性，使谈判变得多彩、刺激，也给谈判手提出谨慎区别、“对症下药”的要求。

上述案例中，标的为显像管玻壳生产线。从月亮厂的需求看，生产线可能含货物——设备、仪器、材料，技术——专有技术、专利技术、商标，服务——技术培训和技术指导，所以，该标的也是多层面的，具有相当复杂性。

（二）当事人

谈判的当事人是指主持谈判、参加谈判的人员以及与谈判利益相关的人员。从谈判实务角度看，这些当事人又可能是台上当事人——直接与对手谈判人员，台下当事人——在幕后指挥或支持的人员。道理很简单，没有当事人，谈判就不存在。与谁谈？没谈判对象，形不成谈判！既然一定要有人，就存在选什么人的问题；若一定要一班子人，就有定位协调问题。不解决这些问题，人就会起破坏作用，影响谈判效果。

1. 谈判人的条件

参加谈判的人选普遍的标准为十二个字：心明眼亮，胸有成竹，身强力壮。具体讲：

心明眼亮：遵守职业道德，志向远大，进取心强。

胸有成竹：专业精通，知识面广，善于学习。

身强力壮：体力（吃苦耐劳），脑力（神经健康），心力（心理健康），三力充沛。

主谈人和负责人的人选标准，在上述条件上还应具有其他条件。

主谈人：应具有良好的个人风度与较强的表达能力。根据对方的人员出阵情况，有时还

会有社会地位与年龄的要求。

负责人：应具有较强的组织协调能力，相应的权力与地位，善于团结各种人共同工作。

从太阳厂和月亮厂的谈判人员的调集看，基本上都遵循了上述条件要求，汇集了两个厂的精兵强将。他们的人员配置是正确的。

2. 谈判人员的定位

在以集体形式投入谈判时，参与谈判人员的定位就很重要。众多的谈判实践证明了定位的基本模式，或曰成功的定位模式。具体讲定位的模式为：

(1) 台上人员的定位：

谈判组长，为项目谈判班子的负责人，是台前工作人员的领导者，也是上级派到谈判一线的直接代表。他显然不是谈判桌上的主要发言人，但有发言权。其发言的主要内容可以是补充主谈人的论述，也可以独立回答或驳斥对方（这种情况较少，多以不干扰主谈人的发言为前提）。在主谈人出现与预案有明显偏差时，可以做出严肃的否定以维护谈判目标的实现。此时，在做法上要注意主谈人的面子和对外的影响。

主谈人，为谈判桌上主要发言人，也是谈判桌上的组织者。他（她）的任务是将会下（台下）研究的谈判目标和策略在谈判桌上予以实现。主要做法是亲自或组织参加谈判的助手与对方进行有理、有利、有节、有根、有据的讨论，或与对方进行坦率、诚恳的磋商，以说服对方接受自己的方案或与对方共同寻求双方能接受的方案。

参与谈判的助手，按谈判组长和主谈人事先布置好的角色、台词、态度与策略投入谈判。进退均听从主谈人的指挥，遇有意外事件发生时，不可草率表态，必须与主谈人磋商后方能依计而行。助手有权积极向组长和主谈人提供建议或提出不同意见，但均应讲究场合和方式。

(2) 台下的当事人：

谈判的支持人员，按谈判组长和主谈人的要求准备各种资料并提供参谋意见。根据主谈人安排走到前台时，应依预定的任务、台词发言，不可自行其事。在台下时，亦可提出谈判意见供组长和主谈人参考。

谈判利益相关者，多为项目主人和领导人。其定位为可参与谈判的布局，即组织谈判班子，提出谈判要求，审定谈判预案；可以跟踪谈判进程，听取谈判组的汇报；可以适当参与，尤其在礼宾场合，在出现谈判僵局时。但应注意：先调查，后发言；与谈判组保持沟通，防对手钻空子；参与谈判适度，严防即兴参与谈判；会见对手的次数与时机要恰当，避免贬低谈判组的作用。

台上人员与台下人员的协调：

应该做到：及时沟通，对谈判形势与需要彼此理解；对谈判中各自的任务及做法相互明确，配合默契；对彼此配合行动，及时予以评价，以利改进，确保谈判效果。

上述项目的当事人为：太阳厂和月亮厂的负责人和各自的谈判班子。

(三) 背景

谈判背景是指谈判进行时所处的客观环境条件。不同的客观环境条件会对谈判产生不同的影响。背景条件主要涉及：政治背景、经济背景和人际关系。

1. 政治背景

政治背景主要指交易各方所在国之间的外交关系的状态，以及谈判进行时所在国的政局