

G 国际商务

GUOJISHANGWU

袁其刚编著

谈判

guoji shangwu
tanpan

山东人民出版社

U' 国际商务
UOJISHANGWU

谈判
TANPAN

袁其刚 编著

山东人民出版社

guoji shangwu tanpan

图书在版编目(CIP)数据

国际商务谈判/袁其刚编著. — 济南: 山东人民出版社, 2003. 8

ISBN 7-209-03273-8

I. 国... II. 袁... III. 国际贸易 - 贸易谈判
IV. F740.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 061588 号

山东人民出版社出版发行

(社址: 济南经九路胜利大街 39 号 邮政编码: 250001)

<http://www.sd-book.com.cn>

新华书店经销 日照报业印刷有限公司印刷

*

850×1168 毫米 32 开本 14.75 印张 2 插页 340 千字

2003 年 8 月第 1 版 2003 年 8 月第 1 次印刷

印数 1—3000 定价: 25.00 元

序

从国民收入核算的角度看,对本国产品和劳务的总需求可分为居民的消费支出、企业的投资支出、政府购买和外国需求(净出口)^①。改革开放以来,外国需求在中国的国民收入核算中所占的地位越来越重要。过去的13年,是中国对外经贸史上发展最好最快的时期。中国已经成为世界贸易大国,在世界排名中,已由1989年的第15位跃居至2002年的第5位。中国全方位、多层次、宽领域对外开放格局已基本形成。在引进外国资本方面,13年来全国累计实际使用外资超过4000亿美元;吸收外资连续10年居发展中国家首位。

加入WTO是我国经济全面融入世界经济体系的标志。中国共产党第十六次全国代表大会的报告,提出了全面建设小康社会的经济社会发展目标。按这一目标测算,到2020年我国外贸进出口额应接近2万亿美元。为此,党的十六大报告也提出了具体的战略部署:坚持“引进来”和“走出去”相结合,全面提高对外开放水平。

宏观战略目标和战略部署是通过微观企业具体的国际交易来实现的。我们知道,交易创造外推了交易各方的福利曲线。

^① 张仁德、李建标:《扩大内需、宏观政策与制度建设》,载《理论与现代化》2000年第1期,第12页。

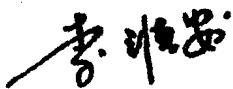
但是,每一笔特定的交易都是一些具体的商务活动,这些具体的商务活动大体上要从谈判(既包括传统的谈判,也包括e时代Internet式的谈判)开始,它是达成一项交易的重要环节。从交易的全过程来看,一项交易的成本大体包括这样几部分:信息搜寻成本、谈判成本、物流成本和履约成本(狭义上的)。所有的这些成本几乎都与谈判有关。信息搜寻就是甄别信息的过程;物流过程是众多人、财、物、组织的协调,几乎每个环节都是谈判的结果;谈判过程和狭义的履约过程也都是在具体的商务协调中完成。有效的商务谈判是降低交易成本、顺利完成交易、实现交易创新必不可少的内容,它是交易各方信号显示的平台。人们将繁琐的、具体的,花费了大量时间、精力、金钱的商务活动抽象为一般的理念和规则,就构成了商务谈判的学问。

商务谈判学是一门科学性和艺术性高度统一的学问。袁其刚同志出版的这本《国际商务谈判》具有以下几个特点:首先,它具有很强的时代性。它紧紧抓住了当代中国及世界经济微观活动的新特点,系统地介绍了目前有关国际商务谈判方面国际上最新、最通用的基本知识和操作规则。其次,本书着重描述了具体的操作方法和技巧。这些方法和技巧在国际经济活动中运用得极为广泛,因此也具有实用性。再次,具有较强的可读性。书中对企业开展国际商务活动的方方面面,进行了系统的讲述。作者在商务谈判学的知识框架上下了一番工夫,在繁琐的微观活动中,细化出本学科的知识框架。最后,书中的许多案例给读者增添了思考的空间。

从学科建设的角度来看,本书美中不足的地方也应指出来,留待作者以后修改时参考:①借鉴一下博弈论的理念会使谈判理论更加丰富。②Internet技术的发展开辟了新的交易方式①,

① 在马克思的理论中交易方式被认为经济形态的DNA。

网络经济时代的谈判相对于传统的工业经济时代的谈判会有很大不同。希望作者在今后的教学和研究中注重这方面的思考。

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of three characters: '李', '镇', and '安'.

(南开大学国际商学院院长、博士生导师)

前 言

谈判是一门科学,也是一门艺术。首先,谈判是人们协调彼此间利益关系、满足各自需求并达成一致意见的一种行为和过程。任何谈判必须以理性的思维对所涉及的问题进行系统的分析和研究,根据一定的规律、规则来制定方案 and 对策,这是谈判的科学性。其次,谈判是人们进行的一种直接交流活动,洽谈人员的素质、经验、心理状态以及思维方式,都会直接影响谈判的结果,使谈判具有难以预测性。同样的谈判内容、条件和环境,不同的人去谈判,其结果往往会不同,这便是其艺术性的体现。对任何谈判者来讲,在谈判中既要讲究科学性,又要讲究艺术性。

正是由于谈判是科学性和艺术性的统一,谈判作为一门新学科,经历了近半个世纪的历程。在谈判理论现状的问题上,人们的看法几乎是一致的:一方面是取得了明显的进步,主要表现在全面鉴别问题、评价比较方法、检验各种例证、澄清特殊观点、开创学习谈判的实际可能等等,但另一方面遗憾的是至今仍缺少统一的理论。谈判学理论研究的多样性可从以下不同流派看出:

I. 以斯蒂文斯、斯特劳斯、图札尔为代表的流派。该流派借鉴心理学、社会学的方法对谈判作了大量的前因后果分析式的论述。

II. 以纳什、巴托斯、谢林等为代表的经济理论与博弈论流

派。此流派主要吸收了纳什的观点,认为谈判的结局,基本取决于功利结构以及博弈结果。

Ⅲ. 以索耶—格兹科、沃尔顿—麦克西、札特曼、沃特肯斯为代表的谈判过程流派。该流派把谈判看作是一系列行动和挑战,认为在这些行动和挑战中力量对比的变化、双方让步、战略战术等构成了旨在缩小双方差距的各种解决办法,并论述了这些方法给谈判带来的影响。

Ⅳ. 以拉尔、尼尔伦伯格、津巴度和李佩等为代表的实用性研究流派。该流派分析的对象是谈判中坚定性与和解性之间的利弊,比较重视谈判理论与实务的结合。

人们对谈判现象进行系统研究之所以有这样的兴趣,主要是因为它涉及一种几乎无所不在的社会活动,并蕴含着极其丰富的社会情境。在过去很长的时间里,人们对它的研究只局限于外交间谈判^①。然而,通过实际观察可以发现,谈判适用于各种各样的社会活动,可以说个人在社会生活中的任何时候都离不开谈判。

谈判学研究之所以至今仍缺少统一的理论的原因在于:第一,谈判情境变化多端本身就构成了谋求谈判理论系统化的一个重要障碍。由于很多流派无法真正地克服这一障碍,采用了绕过而行的消极方式,从而削弱了谈判理论的有效性和全面意义。第二,人们普遍认为谈判“既然是门艺术”,就不大可能作为科学分析的对象。对于这种观点,无论是在国内还是在海外,都曾在公众中广为流传。此种观点认为,谈判效果取决于谈判

① 通常人们认为第一部关于谈判的著作出自俄国卡里叶(1714)之手,他从外交角度论述了这一活动。培根(1579)所写的小册子《论谈判》,往往被看成是一部哲学和心理学的随想录。20世纪60年代是谈判学研究的一个转折点。国际政治理论家谢林(1960)的研究方法对后人有关谈判问题产生了巨大影响。

者的判断能力和经验水平,仅此而已。从表面上来看,谈判理论研究至今只得到支离破碎的成果,这似乎可为上述观点提供有效的根据;但是不能因为一门学科尚未完成它的理论建设,就断定它缺乏实用价值。经过上个世纪 50 年代至 70 年代的努力,进入八九十年代以来,随着各种研究方法与成果的不断积累,距离建立统一理论的必要临界阶段已经相去不远了。本书正是本着严谨的治学态度在商务谈判学学科建设上做出的坚定尝试的结果。

谈判类型众多,如外交谈判、劳资谈判、商务谈判、企业内部沟通谈判等等。上述谈判类型间既有共同点,也有很大的区别。商务谈判是谈判的一种类型,国际商务谈判是跨越国界的商务谈判。同国内商务谈判相比,国际商务谈判者必须克服文化差异给谈判双方交流和沟通带来的各种困难。

改革开放以来,我国企业参与国际经济合作的机会越来越多,商务谈判特别是国际商务谈判变得越来越重要。进入 21 世纪,中国正以前所未有的胸襟,全方位、多层次、多领域、坚定地实施对外开放的战略。江泽民同志在党的“十六大”报告中提出:坚持“引进来”和“走出去”相结合,全面提高对外开放水平。这就要求我们,在国际商务谈判的教学和科研方面进行创新,把国际商务谈判研究推向新高潮。

正如台湾东吴大学刘必荣教授所指出的,学习商务谈判课程的目的是要学生建立起一个完整的框架,了解、掌握一定的谈判技巧。国际商务谈判是一门操作性、技术性强的应用学科,我们强调要将所学的知识运用到实践中去,并在实践中不断积累、丰富和发展。

袁其刚

2003 年 8 月 1 日于燕山园

目 录

GUOJI SHANGWU TANPAN

序.....	1
前言.....	1

第一编 国际商务谈判导论

第一章 国际商务谈判的概念、类型和作用	2
第一节 国际商务谈判的概念与特征.....	2
第二节 国际商务谈判的类型.....	7
第三节 国际商务谈判的作用	15
第二章 国际商务谈判的“需要理论”	18
第一节 需要的概念	18
第二节 国际商务谈判的“需要理论”	22
第三节 发现对方需要	28

第二编 国际商务谈判惯例

第三章 国际商务谈判前的准备工作	42
第一节 谈判前的探询工作	42
第二节 谈判准备工作的基本内容	50
第三节 谈判计划的拟订	60

第四节	谈判的组织管理工作	72
第五节	进行模拟谈判	85
第四章	国际商务谈判的结构和过程	91
第一节	国际商务谈判的结构	91
第二节	国际商务谈判的开始阶段	96
第三节	国际商务谈判的实质性阶段	109
第四节	国际商务谈判的交易明确阶段	127
第五节	国际商务谈判的结束阶段	132
第五章	国际商务谈判的法律规范	137
第一节	国际商务谈判的合同签订	137
第二节	国际商务谈判的合同格式	141
第三节	国际商务谈判的合同履行	151
第四节	国际商务谈判的合同违约处理	156

第三编 国际商务谈判技巧

第六章	国际商务谈判的策略	162
第一节	策略的含义	162
第二节	策略的类型	165
第三节	国际商务谈判策略的运用	176
第七章	国际商务谈判的战术	187
第一节	战术在若干谈判关键情境中的运用	187
第二节	谈判中常用战术类型	195
第三节	论证的战术运用	219
第八章	国际商务谈判中的权力、时间和信息	221
第一节	国际商务谈判者手中的权力	221
第二节	谈判过程中的时间战术	233
第三节	国际商务谈判中的信息战术	237

第四编 国际商务谈判的增效艺术

第九章 国际商务谈判者行为的分析及预测·····	240
第一节 人行为的分析·····	241
第二节 国际商务谈判者行为的分析及预测·····	251
第十章 国际商务谈判者的语言沟通·····	256
第一节 国际商务谈判者的语言类型·····	256
第二节 语言沟通的艺术·····	260
第三节 语言沟通的策略·····	266
第四节 辩论的艺术·····	271
第十一章 国际商务谈判的非语言沟通·····	279
第一节 非语言沟通的作用·····	279
第二节 非语言沟通的表现形式·····	283
第三节 国际商务谈判的个体空间·····	291
第十二章 国际商务谈判的礼仪与禁忌·····	294
第一节 服饰的礼仪与禁忌·····	294
第二节 不同活动中的礼仪与禁忌·····	297
第三节 世界各国风俗习惯与礼仪禁忌·····	306

第五编 国际商务谈判的国别比较

第十三章 文化因素对国际商务谈判的影响·····	314
第一节 影响在西欧谈判的文化因素·····	314
第二节 影响在北美谈判的文化因素·····	318
第三节 影响在中东谈判的文化因素·····	322
第四节 影响在拉美谈判的文化因素·····	326

第十四章 怎样同美国人进行商务谈判·····	330
第一节 美国的经济与市场概况·····	330
第二节 美国的商业习俗·····	333
第三节 怎样同美国人进行谈判·····	335
第十五章 怎样同日本人进行商务谈判·····	342
第一节 日本的经济与市场概况·····	342
第二节 日本的商业习俗·····	349
第三节 怎样同日本人进行谈判·····	352
第十六章 怎样同德国人进行商务谈判·····	356
第一节 德国的经济与市场概况·····	356
第二节 德国的商业习俗·····	360
第三节 怎样同德国人进行谈判·····	362
第十七章 怎样同俄国人进行商务谈判·····	366
第一节 俄国的经济与市场概况·····	366
第二节 俄罗斯的商业习俗·····	370
第三节 怎样同俄国人进行谈判·····	374
第十八章 怎样同英国人进行商务谈判·····	376
第一节 英国的经济与市场概况·····	376
第二节 英国的商业习俗·····	379
第三节 怎样同英国人进行谈判·····	384
第十九章 怎样同法国人进行商务谈判·····	387
第一节 法国的经济与市场概况·····	387
第二节 法国的商业习俗·····	390
第三节 怎样同法国人进行谈判·····	391
第二十章 怎样同阿拉伯人进行商务谈判·····	394
第一节 阿拉伯人谈判的特点·····	394
第二节 同阿拉伯人谈判应注意的问题·····	396
第三节 主要阿拉伯国家商业习俗·····	398

第二十一章	怎样同拉美人进行商务谈判·····	403
第一节	拉美人谈判的特点·····	403
第二节	同拉美人谈判应注意的问题·····	406
第三节	主要拉丁美洲国家的商务习俗·····	408
第二十二章	中国商务谈判人员特点·····	412
第一节	中国商务谈判人员特点·····	413
第二节	国外理论界对中国谈判人员行为 的研究·····	416
第三节	外国商人眼中的中国商务谈判人员·····	417
第二十三章	哈佛谈判法则·····	423
第一节	哈佛谈判法则与传统谈判方式的比较·····	423
第二节	哈佛谈判法则的内容·····	427
第三节	哈佛谈判法则的应用条件·····	444
 附录		
	选择并分析下列不同场景中的谈判方式·····	446
	谈判模拟训练练习·····	448
 主要参考文献 ·····		453

第一编

国际商务谈判导论

GUOJI SHANGWU TANPAN

国际商务谈判是一种跨文化的商务谈判,具有国际性。谈判的参加者来自不同的国家和地区,有着不同的价值观念,并代表着各自企业的利益。本编详细论述了国际商务谈判的需要理论,概述了谈判的类型和特征以及国际商务谈判学习的必要性,为以后各章的学习打下基础。

第一章 国际商务谈判的概念、 类型和作用

第一节 国际商务谈判的概念与特征

一、什么是国际商务谈判

美国南加利福尼亚大学派勒德(Lisa Hope Pelled)教授曾对谈判下过定义^①:“Negotiation is a process of joint decision making between people with different preferences. It has been studied by game theorists using an abstract mathematical approach and by other social scientists using a more real - life - orientated approach. The findings of both research streams have contributed to current knowledge about negotiaton skills. Each stage of the negotiation process - exploration, bidding and bargaining, and settling - calls for a distinctive set of skills. The exploration stage calls for information - gathering and planning skills. Binding and bargaining call for using either competitive tactics or collaborative tactics, depending on the

^① Edited By Malcolm Warner <THE POCKET INTERNATIONAL ENCYCLOPE-
DIA OF BUSINESS &MANAGEMENT > 1998 International Thomson Publishing Inc.
P211.

negotiation game plan. Key skills in the settling stage include recognizing when it is time to move towards agreement and controlling the drafting of the documents. Future work on the topics of negotiation skills is likely to include further investigation of how negotiation expertise is gained, how information processing influences negotiations, and how the effectiveness of various negotiation skills differs across cultures. ”

派勒德教授对谈判的理论基础、谈判的阶段进行了总结,对谈判领域将来研究的方向作了展望。那么,什么是国际商务谈判?国际商务谈判是不同国家利益相关的两个或两个以上个人之间、组织和团体之间,为解决特定贸易问题,沟通歧见,而各自提出方案,就特定议题或范围进行磋商讨论,最终达成一项双方满意协议的这样一个不断协调的过程。

既然国际商务谈判是谈判双方通过磋商讨论方式解决彼此间商务问题,并争取其最大利益或避免损失,那么在“扩大利益,减少损失的理性”(MinMax Rationality)的原则下,谈判当事双方只有在一定的需求上限和需求下限之间才愿意达成协议。如图1所示,X和Y轴分别代表甲、乙双方对特定谈判议题的结果所持的态度,其两端分别表示其对特定结果的正面或负面评价。在X—Y平面我们可以获得一条谈判曲线A'B',由A方(代表甲方)最大需求A'到B方(代表乙方)最大需求B'。而谈判的过程便是双方在其可接受的曲线上所形成的拉锯线,A"、B"分别代表A、B双方的最小需求。由于双方都极力争取本身利益,在保证己身利益前提下,为达成协议,尽量满足对方的需求;或者,为达成协议,谈判一方改变对方对谈判结果的评价标准,使双方得到同时的满足或同时的不满足;有时也会存在着谈判一方牺牲他方的利益来取得自己一方的胜利,虽然达成这种输赢谈判协议会为以后双方关系的维持或协议的履行带来很多麻