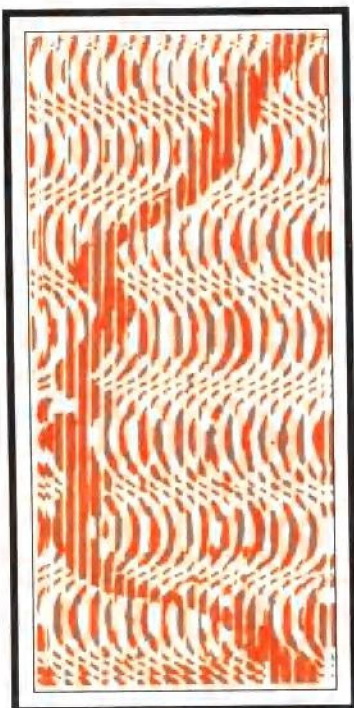


SHANGYE TANJI QIAO



●张隆华 编著●

商业谈判技巧

华文出版社

F715

Jm 71/20

商业谈判技巧

张隆华 编著



华文出版社

图书在版编目(CIP)数据

商业谈判技巧/张隆华编著.

-北京:华文出版社,1997.9

ISBN 7-5075-0489-1

I.商…

II.张…

III.贸易-谈判-方法

IV.F715

中国版本图书馆 CIP 数据核字(97)第 18281 号

商业谈判技巧

编 者：张隆华

出版发行：华文出版社

责任编辑：关淑芳

封面设计：冯光美

经 销：新华书店

社 址：北京市西城区府右街 135 号

电 话：63097990 63099271

邮 编：100800

照 排：北京京鲁排印部

印 刷：新源印刷厂

开 本：850×1168mm 1/32

字 数：240 千字

印 张：8

版 次：1997 年 9 月第 1 版 1997 年 9 月第 1 次印刷

印 数：0001~7000 册

书 号：ISBN 7-5075-0489-1/F·10

定 价：14.50 元

华文版图书, 版权所有, 盗印必究
华文版图书, 印装错误, 随时退换

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 谈判学的概念及研究对象	(1)
一、谈判的定义	(1)
二、谈判的性质及特征	(2)
三、谈判学及研究对象	(4)
第二节 谈判的类型	(4)
一、按参加谈判的人数规模划分	(5)
二、按参加谈判的利益主体的数量划分	(5)
三、按谈判双方的接触方式划分	(6)
四、按谈判内容的透明度划分	(7)
五、按谈判理论和意识划分	(8)
六、按谈判的内容划分	(8)
七、按谈判进行的地点划分	(9)
第三节 谈判的要素	(10)
一、谈判的主体	(10)
二、谈判的客体	(12)
三、谈判的议题	(13)
四、谈判的时间	(14)
五、谈判的地点	(16)
六、谈判的信息	(20)
第二章 谈判的原则	(24)
第一节 哈佛谈判原则	(24)

一、别在立场上讨价还价·····	(24)
二、把人与问题分开·····	(25)
三、重点应放在利益上而非立场上·····	(26)
四、构思互有收获的解决方法·····	(27)
五、坚持客观的标准·····	(27)
第二节 谈判的一般原则·····	(28)
一、谈判重点在双方的利益上而不是立场上·····	(28)
二、把人与问题分开·····	(28)
三、言而有信,以诚取人·····	(29)
四、互惠互利,将心比心·····	(30)
五、突出优势,扬长避短·····	(30)
六、底线界清,当止即止·····	(30)
七、沉着冷静,富有耐心·····	(31)
第三章 商业谈判的内容·····	(32)
第一节 商业谈判的特征·····	(32)
一、专业性很强·····	(32)
二、内容具有广泛性和多变性·····	(32)
三、具有随机性和灵活性·····	(33)
第二节 商业谈判的内容·····	(33)
一、生产技术协作谈判·····	(34)
二、产品购销谈判·····	(36)
三、工程建筑谈判·····	(48)
四、联营合作谈判·····	(49)
五、货物运输谈判·····	(50)
六、仓储保管谈判·····	(51)
七、借贷谈判·····	(52)
八、财产保险谈判·····	(56)

九、涉外经济谈判·····	(58)
第四章 涉外经济谈判 ·····	(59)
第一节 涉外经济谈判的内容及特点 ·····	(59)
一、涉外经济谈判的内容·····	(59)
二、涉外经济谈判的特点·····	(59)
第二节 投资谈判 ·····	(60)
一、举办独资经营企业的谈判·····	(61)
二、举办合资经营企业的谈判·····	(64)
第三节 技术贸易谈判 ·····	(74)
一、技术贸易的对象·····	(75)
二、技术贸易的交易方式·····	(77)
三、技术贸易的特点·····	(78)
四、技术贸易谈判的程序·····	(79)
五、技术贸易谈判的主要内容·····	(80)
第四节 国际货物买卖谈判 ·····	(82)
一、国际货物买卖谈判的内容·····	(83)
二、国际货物买卖谈判的程序·····	(87)
第五节 国际租赁与“三来一补”谈判 ·····	(88)
一、国际租赁谈判·····	(88)
二、“三来一补”谈判·····	(91)
第六节 货币汇价变动对涉外经济活动的影响 ·····	(94)
一、外汇汇率·····	(94)
二、影响汇率波动的主要因素·····	(94)
三、汇率变动对进出口业务的影响·····	(95)
四、汇率变动对进出口贸易交付的影响·····	(96)
第五章 商业谈判策略 ·····	(97)
第一节 商业谈判策略的制定 ·····	(97)

一、商业谈判策略是商业谈判的成功之路·····	(97)
二、商业谈判策略的制定·····	(98)
三、商业谈判策略·····	(100)
第六章 商业谈判的过程·····	(104)
第一节 谈判的准备阶段·····	(104)
一、谈判对象的选择·····	(104)
二、信息与资料的研究·····	(113)
三、谈判计划的拟定·····	(115)
四、模拟谈判·····	(117)
第二节 正式谈判阶段·····	(117)
一、开局阶段·····	(118)
二、报价阶段·····	(119)
三、还价阶段·····	(120)
四、磋商阶段·····	(123)
五、让步阶段·····	(124)
第三节 谈判的结束阶段·····	(125)
第七章 经济谈判的组织·····	(126)
第一节 经济谈判组织的含义及构成·····	(126)
一、经济谈判组织的含义·····	(126)
二、经济谈判组织的构成·····	(126)
三、谈判人员的分工·····	(129)
第二节 谈判人员的职责·····	(130)
一、主要负责人的职责·····	(130)
二、主谈人员的职责·····	(130)
三、工程技术人员职责·····	(131)
四、经济人员的职责·····	(131)
五、商务人员的职责·····	(131)

六、法律人员的职责	(131)
七、翻译人员的职责	(132)
八、谈判的记录人员	(132)
九、其他人员	(132)
第三节 谈判人员的素质要求	(133)
一、谈判人员的政治素质	(133)
二、谈判人员的能力素质	(133)
三、谈判人员的业务素质	(136)
四、谈判人员的兴趣爱好	(139)
五、谈判人员的身体素质和外表形象	(139)
第四节 谈判人员的选择与培养	(140)
一、选择谈判人员应坚持的基本原则	(140)
二、选择谈判人员的基本方式	(142)
三、谈判人员的选择方法	(143)
四、谈判人员的管理	(161)
五、谈判人员的培养	(162)
六、谈判人员的自我成长	(163)
第八章 商业谈判的语言艺术	(166)
第一节 商业谈判语言的特征	(166)
一、商业谈判语言应具有客观性	(166)
二、商业谈判语言应具有针对性	(167)
三、商业谈判语言应具有逻辑性	(168)
四、商业谈判语言应具有规范性	(168)
第二节 商业谈判语言的构成	(168)
一、外交语言	(168)
二、法律语言	(169)
三、文学语言	(170)

四、军事用语	(170)
第三节 商业谈判语言技巧	(170)
一、叙述技巧	(171)
二、提问技巧	(173)
三、答复技巧	(175)
四、说服技巧	(175)
第四节 商业谈判中的动作语言	(176)
一、动作语言的功能	(177)
二、动作语言的构成	(178)
第五节 商业谈判中的电话语言和书面语言	(178)
一、商业谈判中的电话语言	(178)
二、商业谈判中的书面语言	(179)
第九章 商业谈判心理分析	(180)
第一节 商业谈判与心理学的关系	(180)
第二节 心理学在商业谈判中的应用	(180)
一、从举止、表情、语言中掌握对方的心理变化	(180)
二、从人的需求动机去研究人的行为	(181)
三、从谈判人员的心理类型去分析谈判行为	(183)
四、从谈判心理的表现形式来分析谈判行为	(185)
第十章 商业谈判的相关问题	(188)
第一节 商业谈判中的沟通问题	(188)
一、沟通的形式	(189)
二、沟通的媒介	(189)
三、沟通的原则	(190)
第二节 商业谈判中的注意力问题	(191)
一、注意的概念	(192)
二、注意的功能	(192)

三、注意的分类	(193)
四、注意力问题在谈判中的应用	(194)
第三节 商业谈判中的公共关系问题	(197)
一、公共关系的概念	(197)
二、公共关系的对象	(198)
三、公共关系的基本原则	(201)
四、公共关系的工作程序及活动方式	(203)
第四节 商业谈判的风格问题	(204)
一、东方人的谈判风格	(204)
二、西欧人的谈判风格	(206)
三、阿拉伯人的谈判风格	(208)
四、美国人的谈判风格	(208)
五、犹太人的谈判风格	(209)
附录：谈判案例	(210)
一、列宁的一次商务会谈	(210)
二、美国谈判大师荷伯	(219)
三、女明星的聪明谈判	(224)
四、知己知彼的谈判技巧	(225)
五、撒切尔夫人的强硬谈判法	(233)
六、谈判不放弃最后机会	(237)
七、中国真丝印花绸向美国市场走去	(239)
八、江苏仪征工程索赔谈判	(242)
后记	(245)

第一章 绪 论

第一节 谈判学的概念及研究对象

一、谈判的定义

所谓谈判,就是人们基于一定的需求而彼此进行信息交流、磋商协议的一种过程,是人们旨在确立、变更、发展或消除某种相互关系而进行的一种积极行为。

谈判是在我们的社会生活中随处可见的一种社会现象,不论是在政界还是在外交场合中,不论是在企业内还是在市场上,不论是在家庭里还是在邻里间……可以说谈判行为是无处不在的。因此,从广义上讲,谈判是人类社会生活的一个构成部分。这是因为人们都是生活在现实社会中的,人作为一个既独立但同时又归属于一定社会环境的个体,在他的生活中必然要与周围环境发生各种各样的联系。在这些联系中,有些是与自我的生存目的一致、有利的,而有些则可能是相反的、矛盾的。人们能否实现自我的生存与发展,关键在于自我能否与周围关系协调与合作,使各方求大同存小异以求得共存,这就需要与周围的方方面面去进行沟通、协商、解释、说服等等,以便实现协调与合作。所以这种沟通、协商、解释与说服,就是谈判活动。

从严格的意义上讲,人们的谈判活动应该是在一定的理论指

导之下进行的。这样人们可以有意识地、自觉地通过一些具体的形式、手段、策略进行有计划的、有步骤的谈判,从而使谈判的结果能更完满,更有利于各方面的发展。如果进行的是一种无意识的,或只是出于一种自卫本能而进行的谈判,则可能是全无计划、无章法的谈判,这往往会导致事与愿违的结果。因此应加强对谈判的研究,总结人类谈判的经验,掌握规律,用理论去指导谈判。

二、谈判的性质及特征

如前所述,谈判应该是人类的一种有意识的、理性的活动,所以这种活动自然受到人的行为本质的影响,同时它又是人的行为本质的一个具体体现。

关于人的行为本质的研究,是一个内涵及外延都非常丰富的领域。人的行为本质具有普遍的社会性、明确的目的性、独特的能动性、勇敢的变革性,以及广泛的交往性。因此我们在分析人类的任何行为时,都不能忽略人的行为的这些最本质的特征。所以,深刻认识人类行为本质,对我们理解和把握谈判的特征是极有帮助的。

谈判作为人类行为的一个表现方面具有如下特征:

1. 谈判是人类行为社会性的具体体现

人是一种社会动物,他们共同生产,共同生活,在他们中间形成各种各样的,错综复杂的社会关系,当这些关系和谐时,人们社会会正常发展;当这些关系发生矛盾时,人们生活会受到极大影响。在人类历史上,解决人与人之间矛盾冲突的方法有两种:一是用武力压倒对方,迫使对方服从自己的意志,这可以带来一时的“和谐”,但人类发展历史告诉我们,这种“和谐”是虚假的,是暂时的,它潜伏和孕育着更大的危机,它将导致人们走向自相残杀,自

取灭亡。对此,人类已从错误和失败中得到惨痛的教训。另一种解决矛盾和冲突的方法是沟通、协商、说服、谈判,通过达成共识而放弃冲突,寻求双方都可以接受的协议,以求共存。随着人类自己一天天长大和成熟,人类越来越喜欢用第二种方法而放弃第一种方法。这是人与其他任何动物所不同的又一本质的区别,人们学会了用谈判来解决冲突,而不仅仅用武力。这给人类带来了光明。

2. 谈判的内在动力是需求

需求和对需求的满足是谈判的共同基础。如果不存在尚未满足的需要,人们就不会进行谈判。所以谈判的前提是,谈判双方都要求得到对方的某些东西;否则,他们就会彼此对另一方的要求充耳不闻,也就用不着谈判了。根据这一原则,就要求对对方进行谈判的各种需求加以重视,懂得如何选择不同的方法去顺应、抵制或改变对方的动机,以便能够控制谈判局势。

需求不同,则谈判目的不同;需求越是强烈,谈判的目的越明确。这一点是非常确定的,所以对需求的研究是谈判人员的一大课题。

3. 谈判是信息的传递和沟通

谈判不可能是单方面进行的,至少是在两方之间、甚至于是在多方之间进行的。他们需要彼此了解对方的想法和意见,以便不断进行协调和磋商,争取达成一致的协议。因此,谈判各方进行谈判的过程,大量的工作是处理如何把本方信息传递给对方,同时又把对方信息接收过来的问题。这实质上是一个信息的传递和沟通问题,所以可以说没有信息的传递和沟通,就没有谈判。从这点可以看出谈判人员必须有较强的信息处理能力,善于利用多方面的信息手段来做好信息的传递和沟通工作,以保证谈判工作的顺利进行。

4. 谈判是一种积极的进取行为

谈判的宗旨在于谈判各方都企图说服对方理解、允许或接受自己的观点。在谈判中各方在某些问题上出现意见分歧,是一种正常现象,正是由于有这样或那样的分歧,人们才需要用谈判来解决,所以谈判是为解决冲突和矛盾进行的。谈判中为了达成协议,各方都会作出适当的让步或妥协,但妥协不是谈判的目的,谈判的目的是要争取各方的理解、谅解,争取使对方接受自己的观点,否则就不需要谈判。可见谈判人员要有很强的进取精神。

三、谈判学及研究对象

谈判学是研究有关谈判的理论、方法和技巧的一门学说。由于谈判具有很强的艺术性,所以谈判学本身具有理论性和实践性的双重性,它不仅研究谈判的基本原理,也研究谈判的过程,行为和技巧;不仅研究谈判的程序、原则,也研究谈判的技术、策略;不仅研究影响谈判成败得失的主观因素,也研究影响谈判结局的有关客观因素。因此谈判学涉及的范围是非常广泛的,它积极地应用各学科的研究成果,使自己的内容更加丰富,体系更加完整,理论更加成熟,随着社会文明的发展,谈判将成为一种处理社会竞争与合作关系的最直接、最有效、最文明的手段,谈判学将更加深入人心。

第二节 谈判的类型

在现实生活中谈判无处不在,但不同的谈判活动其所蕴含的动机、行为和内容是不同的。为了更好地把握谈判的进程,取得圆满的成果,现将谈判活动按其不同的属性作出分类。

一、按参加谈判的人数规模划分

从参加谈判的人数规模划分谈判类型,一般分为个体谈判和群体谈判。由于谈判的人数规模不同,在谈判人员的选择、谈判本身的组织和管理上都有很大区别。

1. 个体谈判

个体谈判指的是谈判双方各自只出一人参加谈判,是一对一的谈判。这样对谈判者个人的素质要求是很高的。他必须是全能型的,也就是说,他必须具备很好的个人心理素质,能够独当一面。同时,他还要具备较丰富、全面的知识,能够从多方面进行磋商、权衡,并根据自己的知识和经验,作出分析、判断和决策。从管理的角度看,个体谈判是一个人独立进行的,所以谈判人员得不到其他人员的帮助和配合,必须自己审时度势,独立应付,所以使谈判有相当的难度。但个体谈判也可以省去一些组织、沟通、协调等方面的工作,减少谈判中的内耗问题,使谈判效率提高。

2. 群体谈判

群体谈判是指谈判各方都有多人参加的集体谈判。一般关系重大而又比较复杂的谈判项目多是采取集体谈判的形式。集体谈判由于是由多人参加,所以在人员的选择上可以遵循人才互补的原理,根据谈判内容的需要,选择具有各种专长和知识的人才,使他们互相配合,共同完成谈判任务。从管理的角度看,群体谈判中人员的分工、协调、沟通、配合是很重要的,搞不好会出现内耗。

二、按参加谈判的利益主体的数量划分

以参加谈判的利益主体的数量来划分谈判类型可以将谈判分

为双方谈判与多方谈判。

1. 双方谈判

双方谈判是指谈判活动中只有两个利益主体,不存在第三方。在这种谈判中双方的利益关系比较明确,也比较简单。双方在谈判过程中一般只注意明确本方及对对方的利益、意图,处理好双方的利益协调问题,就可以达成较理想的协议。

2. 多方谈判

多方谈判是指在谈判活动中有两个以上的利益主体参加谈判。在这种谈判中参加谈判的每一方都是一个利益主体,他们有自己的意图,有自己的利益,这时要想简单地去进行协商、处理,使各方利益都协调一致是非常困难的。所以多方谈判在实际进行中往往先形成利益阵营,即在谈判主体之间根据大原则,先分成派系,然后谈判在派系之间进行,而每一派系内部要本着求大同,存小异的原则,达成某种协议,互相配合,取得最后成功。因此多方谈判比双方谈判要复杂得多。国际间的外交谈判,国际政治、军事谈判,多属于这种谈判。

三、按谈判双方的接触方式划分

谈判双方接触的方式,分为口头谈判和书面谈判两种。

1. 口头谈判

口头谈判是指谈判双方面对面地用语言谈判,或者是用电话的形式商谈。在口头谈判中双方当面交谈,各方提出的条件和各种不同的意见,都可以详尽地作出说明,便于双方及时考虑对方的意见,效率较高。而且双方都可以对对方进行察颜观色,掌握心理,便于施展谈判技巧。同时,双方面对面交谈有利于沟通,减少误解,加强感情交流,形成较融洽的谈判气氛。

但是,口头谈判是在一定的时间和空间范围内进行的,这就要求谈判者有较高的语言、思维、决策能力。如果谈判人员个人素质不高,或是临场发挥不好,会出现失误,给谈判带来影响。

2. 书面谈判

书面谈判,是指双方利用信函、电报、电传、传真等通讯工具进行谈判的一种谈判形式。书面谈判一般要求谈判一方以函件、电报、电传或传真等为载体将谈判条件和要求通知对方,一般要规定对方答复的有效期限。在书面谈判中,谈判双方都有较充足的时间进行分析研究,可以同自己的助手、领导及决策机构进行充分的讨论,可以进行周密的思考,有利于慎重决策。但书面谈判也有不足之处,比如信函、电报、传真等,要求文字内容要精练,这样有可能出现文不达意,或错传信息的现象,这样就可能引起对方的误解,给谈判带来一些干扰,引起不必要的争议和纠纷。为了避免出现这些问题,在进行书面谈判时要求双方尽量使用较规范的书面格式和专业术语,书写内容要言简意赅,力求使对方能全面、清楚地了解己方的条件和要求,以避免因文字表达不清而引起的误解。

四、按谈判内容的透明度划分

按谈判内容的透明度划分,可以将谈判分为公开谈判和秘密谈判两种。

1. 公开谈判

公开谈判是指对谈判本身不保密,可以将谈判的时间、地点甚至要谈判的内容和结果对外公开。在这种谈判活动的进程中,可以有其他方面即局外人参加,如新闻界、政界或其他各界人士。这种谈判方式多用在一般性的商业谈判、友好协作关系等谈判中。

2. 秘密谈判