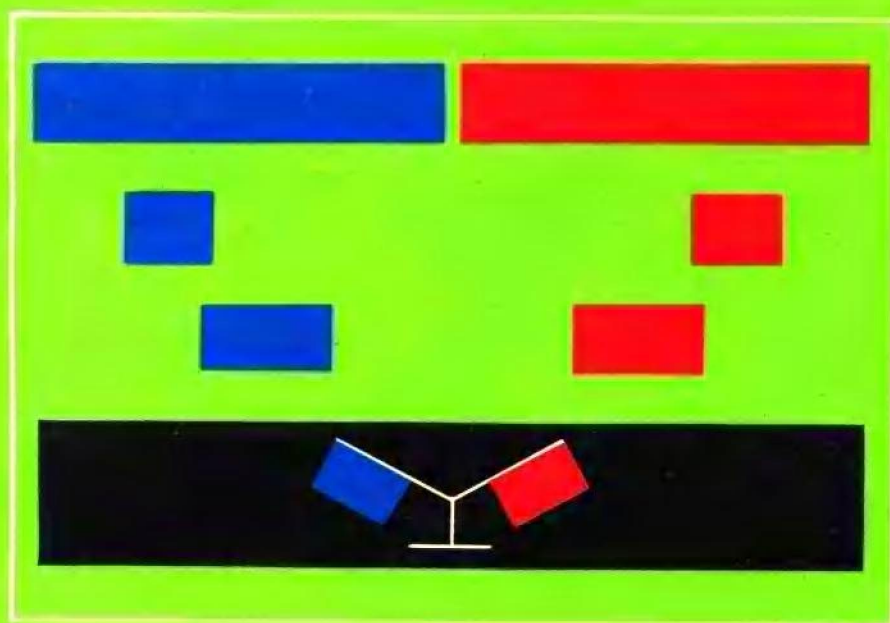


国际商务谈判业务与技巧

GUOJI SHANGWU
TANPAN YEWU
YU JIQIAO

邹建华 编著



中山大学出版社

国际商务谈判 业务与技巧

邹建华 编著

J1109/17

中山大学出版社

国际商务谈判业务与技巧

邹建华 编著

•

中山大学出版社出版发行

广东省新华书店经销

韶关新华印刷厂印刷

•

850×1168毫米 32开本 8印张 20万字

1990年6月第1版 1990年6月第1次印刷

印数：1—6000册

ISBN7-306-00326-7

F·48 定价：4.90元

内 容 提 要

商务谈判是商务工作中的一个重要环节，也是决定商务工作成败的关键。

本书从商务活动中的基本礼节开始，按照商务谈判的过程，系统介绍了商务调研的范围和方法、世界各地商人的习惯和特点、谈判策略的制订、谈判技巧的运用及相应破解之法，以及在签订货物买卖合同时应注意的事项。书中介绍的既是国际商务谈判方面的基本知识，也是从事涉外商务及外事人员的必备知识。

本书适合外贸人员、商业管理与外向型企业管理干部及公共关系人员的工作用书，也可作财经及外贸院校师生的参考用书，以及外贸企业岗位培训的试用教材。

前 言

近年来，我国各企业(特别是专业进出口公司)与海外企业和个人之间的商务活动不断扩大和发展。在国际市场上，随着科学技术的不断进步及流通渠道的日益扩大，市场竞争日趋激烈。在激烈的市场竞争中，价廉物美的产品只是争取优胜的前提条件，要想获得更大的经济效益还必须作好商务工作。商务谈判是商务工作中的一个重要环节，也是决定商务工作成败的关键。

商务谈判是一门专门学问，它带有很强的技巧性。

国际商务谈判涉及到市场营销学、价格学、心理学、社会学、行为科学、公共关系学、广告学、传播学、语言学、逻辑学、会计学、统计学、以及进出口业务和中外经济法学等许多方面的知识。就其内容来讲，商务谈判可以分为商务交际、商务业务和谈判技巧三个方面。其中，商务交际主要包括对世界各国商人的特点、风俗习惯、商业惯例以及商务交往中的基本礼节的了解；商务业务主要包括进出口业务和对中外法律以及国际公约方面知识的了解；谈判技巧主要包括谈判策略、程序的制订，谈判的方式方法，谈判人员的选择和分工等。

就商务谈判的过程而言，主要包括事前准备、正式谈判和终期拟写有关书面文件几个环节。任何一次国际商务活动都离不开谈判，任何一次国际商务谈判都离不开准备工作的落实、谈判技巧的运用和书面合同的签订。特别是谈判技巧的运用，它将直接关系到经济效益和社会效益的获取。俗话说，“商务谈判桌上是堆满金钱的”，但这些金钱不能用武力、诈骗、胁迫等非法手段取得，只能靠谈判者运用自己的才智去争取。具体来讲，谈判者

只有靠渊博的知识和高超的谈判技巧才能取得谈判桌上的优势，也只有这样，才能真正实现“平等互利、长期合作”这一目标。由此可见，在商务谈判中，谈判技巧的运用是很重要的。当然，谈判技巧的娴熟运用需建立在事前充分准备的基础之上，而且，在达到预定的谈判目标之后，还必须签订合同，用法律手段对谈判成果加以维护。这就是说，在整个商务谈判过程中，事前准备、正式谈判、合同签订三个环节是相辅相成，缺一不可的。

国际商务谈判没有(也不可能)有固定的模式可循，谈判者必须根据谈判对象的国家、民族和个人情况的不同，以及谈判时间、地点和谈判内容的不同来相应地制订谈判策略，而且，每个谈判环节中，都有需要特别注意的问题。比如，在考虑谈判技巧的运用时，就要考虑到对方的民族特点、风俗习惯；而在签订合同时，又必须注意到有关国家的法律、政策，以及与本次谈判事项有关的条约、规定等。

本书从商务活动中的基本礼节开始，按照商务谈判的过程，系统介绍了商务调研的范围和方法，世界各地商人的习惯和特点，谈判策略的制订，谈判技巧的运用及相应的破解之法，以及在签订货物买卖合同时的一些有关事项。本书所介绍的既是国际商务谈判方面的基本知识，也是从事商务活动人员的必备知识。希望本书能对我国各类从事商务活动的人士有所裨益。

本书稿完成于1988年，由于时间仓促，加上水平有限，难免有许多错漏之处，恳请各位专家和读者们给予赐教。

编者著

1989年5月

目 录

第一章 国际商务活动中的基本礼节	(1)
第一节 接待来华客商	(1)
一、住宿安排.....	(1)
二、迎接方式.....	(2)
三、设宴招待.....	(3)
四、参观访问.....	(5)
五、文娱活动及游览名胜古迹.....	(7)
六、礼品的准备及赠送.....	(8)
第二节 出国(境)洽谈商务	(8)
一、服装与仪表.....	(9)
二、名片的接递.....	(12)
三、投宿及各国(各地区)小费种种.....	(14)
四、进餐规矩及方式.....	(17)
五、介绍与初交之礼.....	(22)
第二章 谈判前的商务调研	(24)
第一节 商务调研的目的和作用	(24)
第二节 谈判中必备的资料	(25)
一、货物名称及品质规格.....	(25)
二、货物数量.....	(26)
三、货物的包装装潢.....	(28)
四、货物运输.....	(29)

五、货物保险.....	(30)
六、货物检验.....	(31)
七、货物价格及付款方式.....	(31)
八、市场信息.....	(33)
九、技术信息.....	(34)
十、金融信息.....	(34)
十一、交易对象的情况.....	(35)
十二、有关政策法规.....	(37)
第三节 收集资料的渠道和方法.....	(39)
一、收集资料前的准备.....	(40)
二、收集资料的渠道.....	(41)
三、收集资料的方法.....	(43)
四、资料的整理与分类.....	(48)
 第三章 世界各地商人的风俗习惯和特点.....	(52)
第一节 美洲商人的习惯和特点.....	(52)
一、美国商人的习惯和特点.....	(52)
二、加拿大商人的习惯和特点.....	(54)
三、中美洲诸国和墨西哥商人的习惯和特点.....	(55)
四、加勒比海诸国商人的习惯和特点.....	(55)
五、南美洲诸国商人的习惯和特点.....	(56)
第二节 大洋洲商人的习惯和特点.....	(57)
第三节 非洲经济及商人的习惯和特点.....	(57)
第四节 亚洲商人的习惯和特点.....	(59)
一、东南亚诸国商人的习惯和特点.....	(59)
二、南亚诸国商人的习惯和特点.....	(62)
三、西亚诸国商人的习惯和特点.....	(64)
四、东亚诸国(地区)商人的习惯和特点.....	(66)

第五节 欧洲商人的习惯和特点.....	(71)
一、西欧诸国商人的习惯和特点.....	(71)
二、南欧诸国商人的习惯和特点.....	(75)
三、中欧诸国商人的习惯和特点.....	(77)
四、北欧诸国商人的习惯和特点.....	(79)
五、我国与东欧诸国贸易的特点.....	(80)
第四章 谈判策略的制订.....	(82)
第一节 谈判人员的配备与分工.....	(82)
一、谈判组员的配备.....	(82)
二、谈判组员的分工.....	(85)
三、谈判人员的素质和工作准则.....	(88)
第二节 谈判议程的安排与运用.....	(91)
一、谈判议程的安排.....	(91)
二、谈判议程安排中应注意的事项.....	(92)
第三节 价格策略.....	(95)
一、价格构成因素.....	(96)
二、定价目标.....	(99)
三、定价方法.....	(101)
四、定价策略.....	(111)
五、价格调整.....	(118)
第四节 谈判场地的选择与布置.....	(121)
一、场地的选择.....	(122)
二、场地的布置.....	(122)
第五章 谈判技巧及谈判注意事项.....	(131)
第一节 谈判技巧.....	(131)
一、软硬兼施.....	(131)

二、安全答话.....	(134)
三、故布疑阵.....	(139)
四、浑水摸鱼.....	(141)
五、将错就错.....	(143)
六、边打边谈.....	(144)
七、速战速决.....	(146)
八、耐心说服.....	(147)
九、虚张声势.....	(150)
十、慎重让步.....	(151)
十一、投石问路.....	(155)
十二、曲线求利.....	(156)
十三、以逸待劳.....	(158)
十四、后发制人.....	(159)
十五、巧掩缺陷.....	(160)
十六、妙解僵局.....	(161)
十七、车轮战术.....	(162)
十八、踢皮球策略.....	(164)
十九、限制权力.....	(166)
二十、抬高权威.....	(169)
二十一、最后通牒.....	(170)
二十二、亮底牌策略.....	(172)
二十三、电话商谈的技巧.....	(175)
第二节 谈判注意事项.....	(177)

第六章 国际货物买卖合同的签订..... (181)

第一节 货物买卖合同有效成立的要件..... (181)

一、相互磋商达成协议..... (181)

二、合同要有对价或约因..... (184)

三、当事人必须具有签订合同的行为能力·····	(185)
四、合同必须合法·····	(186)
五、合同必须真实、合意·····	(186)
六、合同的形式必须符合法律规定·····	(188)
第二节 国际货物买卖合同主要条款的签订方法·····	(189)
一、合同首部的签订方法及注意事项·····	(191)
二、合同主文各条款的订定方法及注意事项·····	(193)
三、合同的结尾或约尾的订定方法·····	(245)

第一章 国际商务活动中的基本礼节

礼节在国际商务活动中极为重要，因为它是增进彼此友谊和相互信赖的催化剂，是解决僵局的润滑剂，是不花本钱(或本钱极小)而收效甚大的“魔棒”。故此作为商务工作者，必须了解和掌握国际商务交往中的一些基本礼节。

第一节 接待来华客商

一、住宿安排

住宿安排往往被商务工作者忽视。在商务工作中经常出现下述情况：(1)客商已经到达(或即将到达)，主方才手忙脚乱地为客人联系住宿，此时，若联系不到称心的住房，即使主方百般致歉也很难换取客方的欢心，从而有可能给商谈的顺利进行蒙上一层阴影；(2)有时住宿已经订妥，客商却迟迟不到，这时退房与否，左右为难(特别是在客商的食宿由我方提供的情况下)；(3)如果是初次接待外商，往往因为难以确定订房标准而颇费心思。

事实上，住宿问题并不难解决。一般来说，应在对方尚未出发之前，先问清楚对方对住宿安排有何要求，如果委托我方代订旅馆，在对方没有提出具体要求的情况下应为其代订一流的旅馆或对方惯住的旅馆，因为一流旅馆在交通、通讯、卫生、保安和服务设施方面均可使双方放心；而对方惯住的旅馆即使不是一流的，也往往由于对方对其熟悉和习惯而感到称心。住房订妥后应将旅馆名称、房号及电话号码以及起止日期通知对方，以便对方

能直接同旅馆联系或来华后能直接驱车投宿。

如果客商的住宿由我方负担，就应根据对方的身份、贸易额的大小及贸易的前景区别对待。对于一般的客商，安排住在一般的旅馆或一流旅馆的低档房间就可以了，规格过高有可能使对方产生一些猜测，反而不好。

二、迎接方式

对方确定了来华日期的航班或车次并通知我方后，按照常规，如果对方是重要的客商或者是初次来华或者是事先要求我们去接车(机)的，当然应该去接。除此之外，不必前往迎接。因为有些商人喜欢观光旅游，航班、车次往往难以确定，对于这样的客商只要告诉他们所订旅馆的房号，电话号码就可以了，当他们来华后就可驱车直抵指定旅社，这样更显自由、方便。

如果需要我方接车(机)，我方应派出与对方身份相称的人为宜。比如，对方是总经理带团来华，我方也应派总经理级的人员去迎接，当然如果我方有与对方相识(如熟人、朋友、同学、亲戚等)的人，派其去迎接，即使身份不太相称(但也不要相差太悬殊)也会使对方感到高兴。如果迎接者不懂对方语言，译员则是必不可少的。所以一般情况下，迎接队伍包括一位身份相称的人、一位秘书和一位译员就够了。切忌派出一位身份过高于或低于对方的人去迎接，也不要派一大群人去迎接。以免引起对方的顾虑和不安。

如果对方是夫妇同来，或对方一行中有女士，在她们尚未到达旅馆之前，在其房间里送一个花篮或一束鲜花(或一瓶鲜花)，使她们感到意外的惊喜，有时可能收到意想不到的效果。但在这方面有几点必须注意：(1)送花时须尊重对方的风俗习惯。如，日本人忌讳荷花、菊花(特别是白菊则多用于丧事)而且菊花只能用15个花瓣的花头，因为16个花瓣的菊花为日本皇室帽徽上图案

所独有。同时给日本人送一束鲜花时最好以 3、5、7、8 枝为一束，不要以 4 枝或 9 枝为一束，因为 4 和 9 在日语中的发音同“死”和“苦”谐音。又如，意大利人爱玫瑰花、紫罗兰、小梅花、百合花、雏菊和多种小野花，但他们认为菊花是不吉祥的花；西班牙人认为丁香、苍兰和玫瑰象征喜庆和美好，而菊花特别是白菊花则象征着不吉祥。再如，中南美洲国家的人认为紫色的花是不吉祥的，苏联人则认为黄色的蔷薇花意味着绝交和不吉祥。因而在送花时要注意这些“禁忌”。（2）如果对方一行中没有女性，就不要送花。（3）在送花给对方的女性时，最好是以我方某女性的名义或我方公司的名义或我方负责人妻子的名义送，切忌以我方某男性的名义送花给交往不深的对方女性。（4）如果对方有夫妇同来，而我方又准备送花时，就要以我方负责人夫妇的名义或公司的名义送给对方的夫妇。以上事项在送花时必须注意，否则将会弄巧成拙，甚至造成不必要的失礼。

三、设宴招待

当对方到达下榻旅馆并安顿好后，按照中国的传统习惯就要为其“洗尘”或“接风”，即设宴招待以示欢迎。

设宴应该根据各国风俗习惯和物产情况区别对待，最好以对方国家（或地区）的稀缺之物待客。比如甜瓜对日本客人来说是珍贵的，对南美客人来说则是极便宜的水果；又如，用香蕉、菠萝款待欧美客人尚可，但若用于招待东南亚客人则不太合适。同样，由于日本山梨县盛产葡萄，长野县、青森县盛产苹果，所以，若用葡萄招待山梨县的客商和拿苹果招待长野、青森两县的客商就收不到应有的效果。

菜类也是如此，我国内地有些省视鸡为佳肴，其中鸡腿又被视为鸡之珍品，然而在日本鸡腿的价格同青菜相差无几，广东人视鸡胗肝为鸡之上品，在日本这又是极便宜之物。又如在日本牛

肉价格昂贵，而在欧美一些国家中，这也是便宜之物。又如日本人视生鱼片为佳肴，但拿此来招待欧美客人则不合适。凡此种种，不一一表述。

酒类是宴会之中的重要之物，大部分客商都较重视酒的品级，往往根据其品级来判断宴会的水准。我国目前有些接待单位往往以“人头马”、“大将军”等“洋”酒招待外国客商，自以为这才算盛情，才算“场面”。其实不然，因为“洋”酒对于“洋人”并非希罕之物，而若拿出中国茅台、五粮液、竹叶青、汾酒、洋河大曲、董酒之类名酒，或者绍兴酒、金奖白兰地等具有中国特色的酒待客，客人们可能会更满意。因为中国名酒会使他们感到新鲜稀奇，特别是对于初次来华(或来大陆)的客商，效果会更好。

设宴招待，应避免在对方下榻的旅馆进行，因为客商对于投宿的旅馆的菜肴可以随时品尝，加上外商大多将自己下榻的旅馆当作自己的临时家，所以若在对方投宿旅馆设宴招待，无异于在客人家中招待客人。

设宴时，所需准备菜肴的量，应根据其人数和宴请的方式决定。一般来说，菜的数量按桌上就座的人数，平均一人一个中盘就可以了，如果就座不足五人，可按实际人数另加1~3个菜也就足够了。当然对于点菜的道数，还需要照顾有些国家的风俗，如日本人喜欢奇数而不喜欢偶数，在偶数中又忌用4，在奇数中往往回避9，而欧美国家的一些人也常常回避13这个数字。在大型招待会或鸡尾酒会——即无固定座席这样的大多数人站着吃的宴会上，所需准备菜肴的量，大约为平时(即平时坐着吃时)的一半就足够了。因为在这种场合，人们的重点往往不是放在吃喝上，而是放在交际、应酬上。

一般来讲，正式的宴会大多是由主人事先将菜点好并将席位排定。因而客人一到宴会厅，司席者就应将客人带到预先安排好的席位上。待客人坐好后，再告知服务员上菜。如果是小型

的宴请或平时进餐——即请客时临时点菜，不要忘记请客人点菜或征求客人意见后再点菜(关于餐桌规矩，后面还会专门叙述)。

在进餐时，要照顾好对方的每一位客人，不要冷落了客人中的某些人。同时，初次宴会上不要过多谈有关商务方面的事情，以免引起对方的不满或猜测。明智的做法是，在进餐的初、中期，谈论一些有关旅途劳累的问候语，对客人不辞辛劳来到此地表示欢迎的寒暄语，或者拉拉家常等，以此增进彼此了解和相互信赖。在进餐接近尾声时，逐渐把话题引向有关日程的安排。在此，首先应该探听一下对方是否有意改变事先约定的日程，如果没有这种表示，就应将我方事先拟定的日程扼要地说明一下，以征求对方的意见，如果对方无意见(或无异议)，事后就应尽量按照约定的日程进行商务活动。如果对方提出异议，在不打乱我方全盘计划的情况下，可尽量照顾对方的要求，以视尊重。

四、参观访问

在安排客商参观工厂或生产基地时，必须明确，绝大多数客商想了解的只是工厂的经营情况或生产基地的环境条件和生产能力等，因此，不必用热情的招待占去太多的参观时间，只要在预定的时间内，有秩序、有步骤，全部、仔细地将预定参观地点参观完毕，就会令客商心满意足了。为此必须办好以下几件事情。

- 1.在客商尚未到达之前应写好欢迎标语、准备好参观时穿的服装、适当打扫参观地、搞好环境卫生、准备好中英文的公司简介和产品简介、必要时竖起对方国旗和我国国旗。

- 2.备妥茶点和饮料。当客商到达并被接到会客室后，送上一杯饮料，并由我方负责人简单地介绍一下工厂或生产基地的基本情况。然后就按步骤进行参观，参观完毕后招待简单的茶点和饮料是必要的，但不必过于破费。同时也应避免冗长的欢迎词和无谓的闲聊，应让客商有足够的时间参观和提问。

3. 备妥一份小小的纪念品，以加深客商对参观地的印象。纪念品不要过于奢侈，但要有公司的某种标记，一方面用作纪念，同时也是一种广告宣传。在这方面，日本的作法可供参考，比如日本某个汽车制造厂对男性所赠送的纪念品是一个刻有该厂所生产的汽车图案及厂名的领带夹，赠给女性的礼物则是印有该厂厂名和地址的针线包。另外还有赠送钱包、钥匙扣、指甲剪、太阳帽、饰针、计算器、手提包、签字笔等纪念品的。绝大多数纪念品在较醒目的地方都刻(印)有赠送单位的厂名或某种徽记。小小礼物不但能够联络双方的感情，而且接受纪念品的一方还成为了馈赠一方的义务广告员，所以备一份具有特色的纪念品是必要的。

4. 选择好接待人员，诸如工厂领导、技术主管、供销主管、财务主管以及翻译等。要事先估计客商可能提出哪些问题，并准备让内行人员慎重地给予回答。因为“言多必失”，所以一定要尽量避免一问三式地夸夸其谈，以免泄露不该泄露的秘密。要告诫接待人员，对有些不该回答的问题或无把握的问题或非常棘手的问题应该利用“避重就轻，顾左右而言其它”的所谓“安全答话”的技巧搪塞过去。对于有一些问题只要回答一半就足够了，要知道，最好的回答方式往往不是针对问题的正面回答。特别是在没有了解问题真相之前或没有弄清对方提问的真正意图之前和在十分把握能够解答清楚之前，千万不要针对问题作正面回答，更不要“文不对题”地夸夸其谈。

接待人员或引导者应走在客人的左边稍前一点，上楼梯时让客人走前，下楼梯时让客人走后。走平路时不要为了表示“敬意”而硬让客人走在前面，这样反而失礼。因为客人对参观地的情况并不熟悉，若让其走在前面，反而会使客人感到拘束或产生其它不便。

5. 参观完毕后或参观中途，若已到进餐的时间时，可以叫客