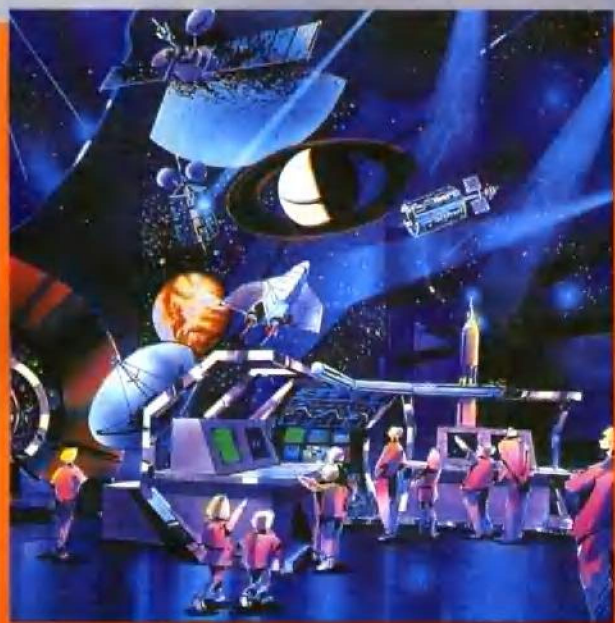


市场经济实务丛书

国际商业谈判的 组织与谋略

■ 丁建忠 彭荷英 著



中国商业出版社

市场经济实务丛书



国际商业谈判的 组织与谋略

■丁建忠■彭荷英 著

中国商业出版社

(京)新登字 073 号

市场经济实务丛书
国际商业谈判的组织与谋略

丁建忠 彭荷英 著

※

中国商业出版社出版发行
(北京宣武区广安门内报国寺一号)

邮政编码:100053

各地新华书店经销

北京商学院印刷厂 印刷

※

787×1092 毫米 32 开 10.5 印张 235 千字
1994 年 1 月第 1 版 1994 年 1 月第 1 次印刷
印数:1—5000 册 定价:8.70 元
ISBN7—5044—1895-1/F·1186

P521
E71
D65

《市场经济实务丛书》编委会

名誉主编 王忠禹：国家经贸委主任
李其炎：北京市市长

学术顾问 (按姓氏笔划排列)

马茂宗：中国民族国际信托投资公司董事长兼总
经理、高级经济师

刘文华：中国人民大学教授

安 岗：中国公共关系协会主席

江其务：陕西财经学院教授

肖灼基：北京大学教授

主 编 王海平 樊景辉
副主编 张效廉 丁建忠 何 宁
编 委 于清良 王本前 孙祁祥
张 红 杨志清

《市场经济实务丛书》编辑部

主 任 张效廉

副主任 何 宁

编 辑 王本前 张 红 赵红伟 亚纪英

序 言

李其炎

中国共产党第十四届三中全会,通过了《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》,描绘了建立社会主义市场经济体制的宏伟蓝图。这是符合我国国情和社会经济发展规律的重大战略决策,是九十年代全党和全国各族人民的伟大历史任务。

建立社会主义市场经济体制,是邓小平同志建设有中国特色社会主义理论的重要组成部分。它总结了我国 40 多年来、特别是改革开放 15 年来社会主义建设的宝贵经验,坚持辩证唯物主义和历史唯物主义的基本观点,紧紧抓住了生产力和生产关系这对基本矛盾,提出了与我国社会主义初级阶段相适应的经济体制和发展模式,这是从当代中国革命、建设和改革的具体实践出发,对马克思主义科学理论的重大发展,是指导我们进一步深化改革、扩大开放的行动纲领。

改革开放是一场伟大的革命,极大地促进了社会生产力的发展,使我国的综合国力显著增强,人民的生活水平明显提高。改革开放把我国亿万劳动者的积极性、创造性从旧的经济体制和传统观念的束缚中解放出来,使他们的聪明才智得到

充分发挥,成为推动社会前进的巨大物质力量,并由此创造出丰富的符合时代特征的精神财富。

从世界范围观察,人类社会发展所走过的历程也表明,经济体制和发展模式对社会发展有着直接的重大的影响。由自然经济到商品经济,由计划经济到市场经济,每一次飞跃都带动了人类文明的长足进步。社会主义市场经济体制是同社会主义基本制度紧密结合在一起的,建立这一经济体制,必将极大地推动国民经济和社会的发展,实现到本世纪末国民生产总值再翻一番达到小康水平的奋斗目标,并为下个世纪中叶再翻两番达到中等发达国家的水平打下坚实的基础,从而使社会主义制度的巨大优越性更加充分地体现出来。

当前,世界经济发展格局和趋势对我们十分有利,我国也正处于国民经济持续、快速、健康发展的时期,机遇难得。要进一步把握住机遇,必须加快推进各项改革,多层次、全方位地扩大对外开放,加快发展,力争尽早实现由旧的经济体制向社会主义市场经济体制的战略性转移。完成这一战略转移,首要一环还是进一步解放思想。要打破长期计划经济条件下形成的传统观念,提倡积极探索,敢于试验,大胆借鉴世界各国包括资本主义发达国家一切反映社会化大生产和市场经济一般规律的经验,为我所用,尤其要汲取和珍视我国改革开放中富有独创意义的经验,来开辟具有中国特色的经济发展道路。

建立社会主义市场经济体制的改革实践,迫切需要科学理论的指导。当前,在全国各界人士中已形成了积极学习市场经济知识、热情参与社会主义市场经济伟大实践的热潮。由首都中青年经济专家和学者、企业和国家经济管理部门的中高级管理人员共同完成的这套《市场经济实务丛书》,以企业在

市场中的生存与发展需求为导向,从理论与实践的结合上,对市场经济规律与运行机制、企业发展战略、项目可行性研究与评估、信贷与信托投资、经济谈判、进出口贸易、企业经营法律、企业公关及工商、税务管理等方面的内容,进行了深入浅出的阐释,有利于传播市场经济知识和市场经济活动运作规范,是对加快建立社会主义市场经济体制的一种有益的探索。在此,我谨向编辑、写作、出版发行这套丛书的同志们表示祝贺和感谢。我希望各届人士通过阅读这套丛书,了解市场经济知识,提高参与市场经济活动的能力,为建立社会主义市场经济体制作出自己的一份贡献。

一九九三年十二月二十四日于北京

前 言

本书谨献给正在从事或希望从事对外经济贸易工作的各界朋友们。

希望通过本书能使读者对商业谈判中的组织谋略有所了解、有所提高,使自己的谈判技术更上一层楼。同时,在从事的业务中能帮助产生更大的效益。

由于文字限制,许多问题可能谈的还不够透彻。由于水平所限,有的章节可能表述的不够简洁、明了。本人将竭诚恭听各位读者的指正。

作 者

一九九三年九月二十二日

目 录

第一章 概 论	(1)
第一节 国际商业谈判的定义	(1)
一、定义的内涵	(1)
二、与其它谈判的差异	(3)
第二节 存在的基础	(9)
一、可谈判性	(9)
二、谈判意愿	(11)
三、客观需要	(12)
第三节 谈判的分类与特征	(13)
一、按目标分类	(13)
二、按交易地位分类	(23)
三、按所属部门分类	(32)
四、按谈判地点分类	(41)
第二章 谈判的构成	(50)
第一节 谈判的当事人	(50)
一、台前	(50)
二、台后	(55)
三、单兵谈判的谈判手	(59)
第二节 谈判的标的	(61)
一、标的类别	(61)
二、标的特征	(64)
第三节 谈判的背景	(66)

一、政治背景.....	(66)
二、国际经济状况.....	(71)
三、人际关系.....	(74)
第三章 谈判的组织	(78)
第一节 谈判的班子	(78)
一、组成.....	(79)
二、分工.....	(82)
第二节 谈判的主持	(88)
一、主持人的职责.....	(89)
二、主持谈判的依据.....	(94)
三、引导谈判的技巧	(116)
四、总结的技巧	(125)
第三节 一般性谈判的组织.....	(132)
一、谈判前的准备	(132)
二、谈判的开场	(133)
三、谈判的展开	(137)
四、谈判的收尾	(143)
第四节 特殊谈判的组织.....	(146)
一、特殊谈判的含义及种类	(146)
二、秘密交易谈判的组织及其运作特点	(146)
三、联合谈判的组织及其运作的特点	(149)
四、组织联合谈判的利弊分析	(155)
五、联合谈判中应采取的补救措施	(158)
六、联合谈判中具体问题的解决	(162)
第四章 谈判的策略.....	(177)
第一节 策略的含义.....	(177)

一、定义	(177)
二、作用	(178)
第二节 策略的评述	(179)
一、攻心战	(180)
二、蘑菇战	(183)
三、影子战	(185)
四、强攻战	(191)
五、蚕食战	(194)
六、擒将战	(197)
七、运动战	(200)
八、外围战	(206)
九、决胜战	(211)
第三节 策略的运用	(216)
一、策略的选择	(216)
二、运用策略的依据	(220)
第五章 谈判的语言	(223)
第一节 语言的分类	(223)
一、外交语言	(223)
二、商业性法律语言	(225)
三、文学语言	(226)
四、军事语言	(228)
第二节 应用的条件	(229)
一、对象	(229)
二、话题	(235)
三、目的	(236)
四、时间	(237)

第六章 商业条件的谈判	(239)
第一节 文字化的商业条件	(239)
一、保证	(240)
二、交货期	(252)
三、验收	(259)
四、支付方式	(264)
五、资料采用的语言	(281)
六、保密的费用	(282)
七、销售地区规定	(283)
八、独家经销条款	(287)
第二节 数字化的商业条件	(289)
一、设备费	(290)
二、备品备件费	(298)
三、原材料费	(301)
四、技术费	(302)
五、服务费	(311)
第三节 成交价的预测	(314)
一、定价因素及其份量	(314)
二、测定成交价的方法	(318)

第一章 概 论

本章主要论述国际商业谈判的定义,包含的内容、谈判基础以及为什么要将国际商业谈判作为一门科学来研究。

第一节 国际商业谈判的定义

一、定义的内涵

从字面的组成上,不难看到国际商业谈判所包含的三个内容,即国际性、商业与谈判。要了解其完整的内涵,必须对上述三个方面进行全面了解。

(一)谈判

在业务活动中,人们常用“洽谈”和“谈判”。按我国《辞海》的解释:洽,为协和、和睦之意。例《诗·大雅·江汉》云:“洽此四国”言和睦之意。也有“商量、交换意见”之说。而“谈”是“讲论,彼此对话”;“判”呢?解之为:“评断”。根据法国著名字典拉罗斯(LAROUSSE)解释:洽谈(Discussion)即讨论、争论、异议。而谈判(NEGOTIATION)为:谈判协商、使大宗交易得到良好结果的行动。

由此可见,洽谈和谈判在本质上没有区别,即都要谋求一个“良好的结果”,只是在字面上有差异。洽谈强调了“和睦与彼此对话”的表达形式。而谈判更注重表达对“分歧的评断”,对“结果性”要求更突出。由于“洽谈”色彩温和并给人以灵活性的感觉,更多的人喜欢用“洽谈”一词。然而,对于“谈判”一词的定义来说应取上述两词的总体意义更为确切。

(二)商业

按照我国上海辞书出版社出版的“辞海缩印本”上的解释,商业有两重意义。一是贸易即交易,指商品的买卖行为;二是指从事商品流通的国民经济部门。本文旨在研究谈判,故商业的定义取其“交易与买卖的行为”为宜。

而从谈判的定义整体来讲,尤其从谈判学的深层次来讲,商业的定义在此时就不能局限在表面的行为形式上,而应着重看其本质的意义。按法国《民法典》的说法:这是一个权力关系、一个义务、一个物权的确立、修改或扩展。而当这个权力关系、义务、物权的确立、修改或扩展以契约形式即合同形式表述(无论是文字还是口头——虽然大部分国家和地区更倾向于文字)时,将得到法律的承认并可由法律强制履行。

(三)国际

在商业中的国际性标准并非总是那么容易辨别,经过长期实践,人们从理论研究和法官判决的实例入手,提出了下述几种判别标准。

经济标准。商业的国际性取决于它是否符合国际付款的有关规定。法国最高法院认为国际付款是“有使货物流到国界之外,而使价值再回流的支付”。这个概念是国际性商业的经济性的基本概念,因为它是建立在“不同国家间的交易的思想

上”，并且交易双方相互都有“国际贸易的利益。”

司法标准。在这方面原则的判决是：附属于多个国家的法律标准的交易。即该商业活动或交易受两个以上国家的法律管辖。

此外，还有一些其它判别标准，如买卖各方的住所和交易的执行地与一个以上的司法系统有关，即不在同一个国家，亦即国际性的交易。

还有，该交易可以参照国际贸易惯例和先例，援引某些国际组织达成的某些协定，并借助国际贸易工具如国际贸易术语、国际仲裁组织。在交易中，也可自主地选择适用的法律。这种“自主原则”在国内交易活动中是没有的，也不适用。

（四）结论

综上所述，国际商业谈判的定义可以理解为：就不同国家间、附属多个国家的法律标准的交易进行的讨论、协商。这里主要突出了“地域、法律标准”对“讨论、协商”的定性。其它各项参照的因素均为次要因素。

二、与其它谈判的差异

国际商业谈判具有独特性。它与其它谈判虽有某些共性，但决不能混为一谈。从下面的对比中，可以帮助我们理解它的独特性。

（一）国内商业谈判

若从国内商业的角度讲，它的差异有商品流通地域、支付地域的差别；从法律角度讲，有自主选择权与无自主选择权的差别、适用法律的限制性；从谈判的参与者看，有国籍、语言、习惯的差别；从对谈判的行政干预看，有深度与广度、间接与

直接的差别。

1. 地域

国内商业活动涉及的商品不出国境。即使是出口商的供货人也只是将商品交到境内的海港、机场或车站。当供货人要承担将货物交到境外口岸时,出口商和供货人之间的交易就会产生新的变化,即不再是商品的本身交易而是“服务”的交易。如“代理”关系。

2. 支付

国内贸易的支付亦不出国境,用本国货币,但也存在特殊的情况。当有的企业按国家“以产顶进”的有关政策可以外汇作价出售其产品时,国内交易的支付将出现以外汇支付的情况。还有法定的外汇店,也可能以外汇支付。在外汇支付的情况下,收汇的一方也可能因其营业和偿债的需要让支付方直接将款汇到其指定的境外银行或其客户的帐号上,此时支付就出现了跨境的现象。但特殊的情况并不改变国内贸易的本质。

3. 法律

国内交易只受本国法律的制约,当事人不能也无权去选择别国的法律来管辖国内交易。无论是在交易的程序、还是本质问题的适用法律上均必须采用交易人所在国的相关法律。外国的惯例与先例及贸易工具在司法管辖中不起作用。

4. 参与者

国内贸易的参与者一般均为国人,极少数为侨居的外籍人。因此,语言、文化习俗较为相近,虽有地区方言障碍,但文化用语、文字则是一致的。彼此之间容易了解,有的还有这样或那样的联系,对谈判影响深刻。虽有外籍人,甚至用外国语,

更多地用“混合语”——中国话(普通话、广东话、上海话等)和外国话混着说,用哑语—手势夹着讲,用外汇支付,但仍是国内贸易。这种情况多发生在旅游者、“洋倒爷”、个别外侨居住者身上。鉴于支付地域、法律的适用、义务的完成地等因素这些本质特征故仍属国内交易。

5. 行政干预

国内商业活动受行政干预比国际商业活动更大。从谈判角度看,国际商业谈判的行政干预只来自参与者的直接管理部门。而国内商业谈判可能有来自各方面的行政干预。因为谈判双方有可能同属于一个工业系统、或同属于一个省、市、区的行业集团、公司,系统或省、市、区各方面的行政部门可以根据某一方的投诉或行政部门的主观看法对双方谈判的方式、过程,结果进行干预、甚至可以否定。虽不属同一行业系统,但均在同一体制下运作,法律的、政策的(如物价政策等)、管理的(计划分配、订货会议等)方式都可以被谈判双方的领导用来进行干预。在改革经济体制以后,按社会主义市场经济的模式重建社会主义的经济秩序,可能对这种行政干预予以淡化,但应该看到这种干预“过程”的存在。

鉴于上述差异,国际商业谈判与国内商业谈判的指导思想是完全不同的,从而导致谈判的组织、策略的运用也不相同。本文虽不着重研究国内商业谈判,但对有关商业的共同情况可由读者领悟后,有选择地予以借鉴。

(二)国际外交谈判

根据 1979 年出版的《辞海》的解释“外交系国家为实行其对外政策,由国家元首、政府首脑、外交部、外交代表机关等进行的诸如访问、谈判、交涉、发出外交文件、缔结条约、参加国