



21世纪 高等职业技术教育通用教材

商务谈判 理论与实务

● 方丽 主编

43
7
上海交通大学出版社

21 世纪高等职业技术教育通用教材

商务谈判理论与实务

主 编: 方 丽

副主编: 陈思红

上海交通大学出版社

内 容 提 要

本书分上、下两篇。上篇为应知应会篇，侧重介绍从事商务谈判工作必须掌握的基本理论和基本知识，具体论述商务谈判的组织、行为、礼节与禁忌。下篇为策略技巧篇，侧重介绍从事商务谈判过程的控制及其策略、语言技巧、文字处理技巧、以及主要国家的商务谈判风格与谈判对策。本书可作为营销和商务管理类专业的教材，也可供有关管理人员参考。

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判理论与实务/方丽主编. 2版. —上海: 上海交通大学出版社, 2002

21世纪高等职业技术教育通用教材

ISBN 7-313-01281-0

I. 商… II. 方… III. 商务-谈判-高等学校: 技术学校—教材 IV. F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 050312 号

商务谈判理论与实务

方丽 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话: 64071208 出版人: 张天蔚

上海交通大学印刷厂印刷 全国新华书店经销

开本: 890mm×1240mm 1/32 印张: 10.25 字数: 289 千字

1993 年 12 月第 1 版 2002 年 7 月第 2 版 2002 年 7 月第 3 次印刷

印数: 13001~16050

ISBN 7-313-01281-0/F·198 定价: 17.00 元

版权所有 侵权必究

21 世纪高等职业技术教育通用教材

编 审 委 员 会

主 任 名 单

(以姓氏笔划为序)

编审委员会顾问

白同朔 詹平华

编审委员会名誉主任

王式正 叶春生

编审委员会主任

闵光太 潘立本

编审委员会常务副主任

东鲁红

编审委员会副主任

王永祥	王俊堂	王继东	牛宝林
东鲁红	冯伟国	朱家建	朱懿心
吴惠荣	房世荣	郑桂富	赵祥大
秦士嘉	黄 斌	黄永刚	常立学
薛志兴			

序

发展高等职业技术教育,是实施科教兴国战略、贯彻《高等教育法》与《职业教育法》、实现《中国教育改革与发展纲要》及其《实施意见》所确定的目标和任务的重要环节;也是建立健全职业教育体系、调整高等教育结构的重要举措。

近年来,年青的高等职业教育以自己鲜明的特色,独树一帜,打破了高等教育界传统大学一统天下的局面,在适应现代社会人才的多样化需求、实施高等教育大众化等方面,做出了重大贡献。从而在世界范围内日益受到重视,得到迅速发展。

我国改革开放不久,从1980年开始,在一些经济发展较快的中心城市就先后开办了一批职业大学。1985年,中共中央、国务院在关于教育体制改革的决定中提出,要建立从初级到高级的职业教育体系,并与普通教育相沟通。1996年《中华人民共和国职业教育法》的颁布,从法律上规定了高等职业教育的地位和作用。目前,我国高等职业教育的发展与改革正面临着很好的形势和机遇:职业大学、高等专科学校和成人高校正在积极发展专科层次的高等职业教育;部分民办高校也在试办高等职业教育;一些本科院校也建立了高等职业技术学院,为发展本科层次的高等职业教育进行探索。国家学位委员会1997年会议决定,设立工程硕士、医疗专业硕士、教育专业硕士等学位,并指出,上述学位与工程学硕士、医学科学硕士、教育学硕士等学位是不同类型的同一层次。这就为培养更高层次的一线岗位人才开了先河。

高等职业教育本身具有鲜明的职业特征,这就要求我们在改革课程体系的基础上,认真研究和改革课程教学内容及教学方法,努力加强教材建设。但迄今为止,符合职业特点和需求的教材却还不多。由泰州职业技术学院、上海第二工业大学、金陵职业大学、扬州职业大学、彭城职业大学、沙洲职业工学院、上海交通高等职业技术学校、上海交通

大学技术学院、上海汽车工业总公司职工大学、立信会计高等专科学校、江阴职工大学、江南学院、常州技术师范学院、苏州职业大学、锡山职业教育中心、上海商业职业技术学院、潍坊学院、上海工程技术大学等百余所院校长期从事高等职业教育、有丰富教学经验的资深教师共同编写的《21世纪高等职业技术教育通用教材》，将由上海交通大学出版社等陆续向读者朋友推出，这是一件值得庆贺的大好事，在此，我们表示衷心的祝贺。并向参加编写的全体教师表示敬意。

高职教育的教材面广量大，花色品种甚多，是一项浩繁而艰巨的工程，除了高职院校和出版社的继续努力外，还要靠国家教育部和省（市）教委加强领导，并设立高等职业教育教材基金，以资助教材编写工作，促进高职教育的发展和改革。高职教育以培养一线人才岗位与岗位群能力为中心，理论教学与实践训练并重，二者密切结合。我们在这方面的改革实践还不充分。在肯定现已编写的高职教材所取得的成绩的同时，有关学校和教师要结合各校的实际情况和实训计划，加以灵活运用，并随着教学改革的深入，进行必要的充实、修改，使之日臻完善。

阳春三月，莺歌燕舞，百花齐放，愿我国高等职业教育及其教材建设如春天里的花园，群芳争妍，为我国的经济建设和社会发展作出应有的贡献！

叶春生

前 言

商务谈判是商务知识与谈判知识交叉的边缘学科，它既是一门科学，又是一门艺术。本书是根据教育部高教司关于编写 21 世纪高等职业技术教育教材的主导思想和基本要求，在上海交大出版社的组织下编写的。本书试图在转变传统的教学方式、体现新时期高职高专教育特色等方面做出一定的尝试，在内容上力求理论联系实际，强调理论的实用性和技能的可操作性；在结构上分应知应会篇和策略技巧篇两部分，分别侧重介绍商务谈判的基本理论知识和策略技巧的运用；在形式上每章配有学习目标、小结、关键概念、思考题、典型案例和实训题，明确了知识能力目标，简要概括了学习的重点难点，提出了思考讨论的要求，注重了对学生商务谈判职业能力的培养。

本书由高职高专院校商贸类专业教学一线的骨干教师编写。第 1、5 章由方丽（山东商业职业技术学院）编写；第 2 章由杨洁（山东商业职业技术学院）编写；第 3 章由陈金波（江苏商业干部管理学院）编写；第 4 章由于志华（山东商业职业技术学院）编写；第 6 章由陈思红（上海交通大学技术学院）编写；第 7 章由殷志梅（上海应用技术学院）和陈思红编写；第 8 章由赵峰（立信会计高等专科学校）编写。本书由方丽任主编，陈思红任副主编。

本书编写过程中得到了出版社编辑的指导，福建黎明大学于青老师为本书编写做了一定的工作，在此特致谢意。在写作过程中，我们参考了国内外有关文献，在此谨向各位作者表示感谢。

由于编者的理论水平和实践经验有限，书中的不足在所难免，恳请大家提出宝贵的意见，以便修正改进。

编 者

目 录

上篇 应知应会篇

1 商务谈判概述.....	1
1.1 商务谈判的含义与基本特征.....	1
1.1.1 商务谈判的含义.....	1
1.1.2 商务谈判的要素.....	4
1.1.3 商务谈判的基本特征.....	7
1.2 商务谈判的原则与方法.....	9
1.2.1 商务谈判的价值评判标准.....	9
1.2.2 商务谈判基本原则.....	11
1.2.3 商务谈判的基本方法.....	15
1.3 商务谈判的类型与内容.....	19
1.3.1 商务谈判的类型.....	19
1.3.2 商务谈判的内容.....	24
1.4 商务谈判的过程.....	27
1.4.1 谈判准备阶段.....	27
1.4.2 正式谈判阶段.....	30
1.4.3 谈判结束阶段.....	32
2 商务谈判的组织.....	38
2.1 商务谈判人员的素质与能力.....	38
2.1.1 谈判人员的基本素质.....	38
2.1.2 谈判人员的能力.....	43
2.2 商务谈判班子的组成.....	47
2.2.1 谈判班子的规模.....	47

2.2.2	谈判班子的构成.....	53
2.3	商务谈判人员的管理.....	54
2.3.1	谈判人员的选配.....	55
2.3.2	谈判人员的培养.....	60
2.3.3	谈判人员的管理.....	62
3	商务谈判行为.....	71
3.1	商务谈判的人际关系.....	71
3.1.1	商务谈判中的人际关系特点.....	71
3.1.2	处理人际关系的一般原则.....	74
3.1.3	影响谈判双方人际关系的因素.....	75
3.2	商务谈判心理.....	78
3.2.1	商务谈判的需要和动机.....	78
3.2.2	商务谈判的心理分析.....	81
3.2.3	商务谈判的心理冲突.....	83
3.2.4	商务谈判的心理沟通.....	85
3.3	商务谈判思维艺术.....	89
3.3.1	商务谈判思维的含义.....	89
3.3.2	商务谈判的思维障碍.....	90
3.3.3	商务谈判的思维方式.....	91
3.3.4	商务谈判的思维技巧.....	94
3.4	商务谈判语言.....	96
3.4.1	商务谈判语言的类型.....	96
3.4.2	商务谈判语言运用的基本原则.....	98
3.4.3	商务谈判语言的主要形式.....	100
3.4.4	商务谈判中常用的语言.....	103
4	商务谈判中的礼节与禁忌.....	109
4.1	谈判会面时的礼节与禁忌.....	109
4.1.1	接待.....	109
4.1.2	服饰.....	111
4.1.3	介绍.....	113

4.1.4	握手.....	115
4.1.5	座次安排.....	117
4.1.6	名片.....	118
4.2	谈判过程中的礼节与禁忌.....	120
4.2.1	交谈礼节.....	121
4.2.2	行为礼节.....	123
4.2.3	签字仪式中的相关礼仪.....	127
4.2.4	送别时的礼节.....	128
4.3	宴请和赴宴的礼节与禁忌.....	129
4.3.1	宴请的种类.....	129
4.3.2	宴请组织中的礼节与禁忌.....	131
4.3.3	赴宴的礼节与禁忌.....	134
4.4	其他礼节与禁忌.....	137
4.4.1	赠礼礼节与禁忌.....	138
4.4.2	电话与信函礼节.....	139
4.4.3	陪同旅游参观的礼节.....	142
4.4.4	随遇交谈礼节.....	143

下篇 策略技巧篇

5	商务谈判过程的控制及其策略.....	147
5.1	开局的控制及其策略.....	148
5.1.1	开局阶段的控制.....	148
5.1.2	营造适当的谈判气氛.....	151
5.1.3	开局的策略.....	154
5.2	报价的控制及其策略.....	157
5.2.1	报价的原则.....	158
5.2.2	报价的时机.....	159
5.2.3	报价的方式.....	162
5.2.4	报价的策略.....	163

5.3	讨价还价的控制及其策略.....	165
5.3.1	讨价的控制.....	165
5.3.2	还价的控制及策略.....	168
5.4	让步的控制及其策略.....	173
5.4.1	让步的原则.....	173
5.4.2	让步的基本方式.....	175
5.4.3	让步的策略.....	177
5.5	僵局处理的控制及策略.....	181
5.5.1	谈判僵局的成因与避免.....	181
5.5.2	谈判僵局的利用.....	183
5.5.3	打破僵局的策略.....	185
5.6	成交的控制及策略.....	187
5.6.1	归纳已达成的共识.....	187
5.6.2	成交意图的表达.....	188
5.6.3	成交信号的捕捉.....	190
5.6.4	成交促成的策略.....	192
6	商务谈判的语言技巧.....	200
6.1	陈述的技巧.....	200
6.1.1	陈述的类型.....	200
6.1.2	陈述的语言表现形式.....	202
6.1.3	陈述中应注意的问题.....	203
6.2	发问的技巧.....	206
6.2.1	发问的技巧.....	206
6.2.2	反问的技巧.....	209
6.2.3	发问应注意的问题.....	210
6.2.4	发问中的心理调节.....	212
6.3	说服的技巧.....	213
6.3.1	说服的特点.....	214
6.3.2	说服的技巧.....	214
6.3.3	说服中应注意的问题.....	218

6.4	答复技巧.....	221
6.4.1	答复的技巧.....	221
6.4.2	答复应注意的问题.....	225
7	商务谈判的文字处理技巧.....	232
7.1	商务谈判方案的拟定技巧.....	232
7.1.1	拟订商务谈判方案的作用和特点.....	232
7.1.2	谈判方案的主要内容.....	234
7.1.3	拟订商务谈判方案的步骤.....	236
7.1.4	拟订商务谈判方案的文字处理技巧.....	238
7.2	谈判记录、备忘录的文字处理技巧.....	239
7.2.1	商务谈判记录、备忘录的文字处理概述.....	239
7.2.2	商务谈判记录的文字处理技巧.....	241
7.2.3	备忘录的文字处理技巧.....	243
7.3	商务合同签订的文字处理技巧.....	245
7.3.1	商务合同概述.....	245
7.3.2	商务合同的内容.....	248
7.3.3	商务合同的格式.....	252
7.3.4	商务合同的文字处理技巧.....	261
8	主要国家的商务谈判风格与谈判对策.....	268
8.1	美国人的谈判风格与谈判对策.....	268
8.1.1	美国人的谈判风格.....	268
8.1.2	与美国人谈判的对策.....	275
8.2	日本人的谈判风格与谈判对策.....	277
8.2.1	日本人的谈判风格.....	277
8.2.2	与日本人谈判的对策.....	284
8.3	欧洲人的谈判风格与谈判对策.....	287
8.3.1	德国人的谈判风格与谈判对策.....	287
8.3.2	法国人的谈判风格与谈判对策.....	290
8.3.3	英国人的谈判风格与谈判对策.....	292
8.3.4	意大利人的谈判风格与谈判对策.....	294

8.3.5 北欧人的谈判风格与谈判对策	295
8.4 其他地区人的谈判风格与谈判对策	298
8.4.1 东南亚地区的谈判风格与谈判对策	298
8.4.2 阿拉伯地区的谈判风格与谈判对策	299
8.4.3 拉丁美洲地区的谈判风格与谈判对策	301
参考文献.....	312

1 商务谈判概述

【学习目标】

知识目标：正确理解商务谈判的含义；了解商务谈判的构成要素；掌握商务谈判的特征、类型及商务谈判的基本内容。

能力目标：能够掌握和运用商务谈判的价值评价标准和基本原则进行成功的商务谈判；了解各种谈判基本方法的特点并能灵活运用；认识和掌握商务谈判各阶段的工作重点。

1.1 商务谈判的含义与基本特征

商务谈判是谈判的重要形式之一。随着我国社会主义市场经济的发展，个人、企业及国家之间的商务活动日趋频繁和复杂，商务谈判的作用越来越重要。了解和掌握商务谈判的含义、构成要素以及商务谈判的基本特征是认识商务谈判的第一步。

1.1.1 商务谈判的含义

谈判是一种人际交往的行为，广泛地存在于人类活动的各个方面，在政治、经济、军事、外交乃至日常生活中，随时随地都可能发生各种各样的谈判。例如，购物时消费者与商家讨价还价；企业之间为商品买卖进行合同洽谈；两国之间就边界问题进行协商等等。只要是人们为了协调彼此之间的关系，满足各自的需要，通过协商争取达成一致意见的行为和过程都可称之为谈判。谈判可分为广义谈判和狭

义谈判两种。广义的谈判是泛指在一切条件下对一切内容的协商、交谈、商量、洽谈。日常生活中的每个角落，都充满着这类谈判，生活中的每一个人都是广义谈判的谈判者。狭义的谈判是指有计划、有组织地为寻求意见一致，并用书面形式予以反映的协商过程，本书介绍的即是这种谈判。

商务谈判是谈判的一个分支。市场经济实质上是交换经济。随着我国社会主义市场经济的发展，人们之间的商务活动日益频繁，需要处理的关系愈来愈复杂，所以商务谈判是当今社会最普遍、最重要的谈判形式之一。所谓商务谈判，是指从事商务活动的当事人（政府、组织、个人）为了满足各自经济利益的需要，对涉及各方切身利益的交易条件进行协商，谋求取得一致和达成协议的经济交往活动。

可以从以下几个方面，进一步地认识和理解商务谈判的内涵：

1) 商务谈判是建立在谈判参与者经济利益需要的基础上的。商务谈判不同于一般的商务交谈、演讲，其产生的原因是出于谈判参与者共同的需要，也就是商务谈判的参与者都被各自的利益所驱动，从满足某一种或几种需要出发所进行的谈判。在商务谈判中，参与者需要的内容非常广泛，但归根到底是经济利益的需要。谈判者需要的具体内容不同，商务谈判的目标也就有所不同。正是由于这些需要决定着商务谈判的发生、发展与结局。所以满足需要是商务谈判的基础。例如，中国加入 WTO 的谈判是建立在中国对经济增长和市场开发需要的基础上的。同样，没有中国这个拥有近十三亿人口的国家参与，WTO 不会是完整的世界组织，也不利于全球经济的发展，所以 WTO 也需要同中国谈判。

2) 商务谈判产生的前提是谈判参与者之间存在利益上的联系与分歧。商务谈判的各方都期望从对方获得某种利益，这就构成了他们之间的相互联系。同时，谈判各方又都希望能在己方最有利的条件下获取最大限度的利益，但这又必定与对方的利益发生冲突，产生分歧。只有解决了分歧与冲突，才能使商务谈判参与者各自的利益得以实现，这就使得谈判成为必要。例如，皮革厂与皮鞋厂之所以进行谈判，是因为各自要实现自己的利益，而自己的利益的实现又离不开对

方。如果没有皮鞋厂，皮革厂的产品就销不出去，从而造成产品积压，其利益得不到实现；反之，如果没有皮革厂出售皮革，皮鞋厂买不到生产所需要的原料，就无法正常生产。同时，两者之间又存在着利益上的分歧。皮革厂希望以较高的价格成交，每次交易批量大些；而皮鞋厂则希望以较低的价格成交，并且能随时购买，减少库存。正是由于双方在经济利益上的一致性和分歧性，才使得谈判成为必要和可能。

3) 商务谈判的内容是涉及商品交易各方经济利益的交易条件。在现代社会中，商务谈判包容了一切商品形态的买卖的谈判。随着市场经济的不断发展，商品概念的内涵日益丰富，外延也在不断扩大，由最初人们看得见、摸得着的有形商品，逐步拓展到看不见、摸不着的无形商品，如劳务、技术、资金、信息等，这就决定了商务谈判最终分为有形商品买卖谈判和无形商品贸易谈判。有形商品买卖谈判，如消费资料、生产资料等买卖谈判，是目前商务谈判中最普遍的谈判；无形商品贸易谈判，如服务贸易谈判、技术贸易谈判、合资合作谈判等，随着市场经济的发展也越来越多。由于各类商品买卖所涉及的具体内容不同，其交易条件也就有所不同。但交易价格的谈判是商务谈判的核心，这是因为商务谈判中价值的表现形式——价格——最直接地反映了谈判各方的经济利益。谈判各方在其他利益因素上的得与失，在多数情况下均能折算为一定的价格，通过价格的升降得以体现。

4) 商务谈判的手段是协商。在人类历史上，人与人之间解决冲突的方法通常有两种：一种是用武力压倒对方，迫使对方服从自己的意志，通过掠夺对方的利益来满足己方的需要。另一种是沟通、协商、说服，谈判的各方求大同、存小异，互惠互利。商务谈判参与者之间虽然存在着利益上的分歧和冲突，但这种分歧和冲突并不是势不两立的。因为他们之间利益上存在着联系或依赖，所以解决商务谈判参与者之间利益分歧与冲突不能采取回避、对抗的手段，谈判各方都必须尊重对方的各种权益，进行相互间的信息沟通，彼此了解对方的观点和意见，通过协调和磋商，谋求利益上的平衡。可见，商务谈判

的手段是通过协商消除分歧，达成协议。

5) 商务谈判的最终目标是达成观点一致的协议，使各方利益部分或全部得到实现。无论谈判者参与商务谈判的动机如何，其最终目标都要达成观点一致的协议、规范和约束以后的交易行为，实现自己的利益要求。另外，商务谈判不同于比赛，比赛的结果决定一方的胜败，而成功的商务谈判，应当使谈判各方都感到自己有所收获，并认为自己已获得了成功。一场成功的商务谈判，每一方都是胜者。在商务谈判中，谈判各方在满足自身需要的同时，也要使对方的需要得到满足，在合作谅解的基础上，经过反复协商，最后达成一致意见，使各方利益得以实现。

6) 商务谈判的实质是交换利益和切割利益。由于商务谈判的参与者都有各自独立的利益，一方要取得利益就必须给予对方利益，一方取得利益的大小直接取决于对方所得到的利益的多少，所以谈判参与者之间既需要互相交换利益，又必须合理的切割利益。从这个意义上说，商务谈判要服从于谈判各方谋求的共同利益和所要满足的需要，商务谈判实际上就是人们相互调整利益，减少分歧，并最终确立共同利益的行动过程。

1.1.2 商务谈判的要素

商务谈判的要素是指构成商务谈判的必要因素，它是从静态结构揭示商务谈判的内在基础。一次商务谈判涉及的因素很多，目前国内外有各种各样的划分方法，我们认为商务谈判的构成要素主要是谈判的主体、谈判议题、谈判协议、谈判时间、谈判地点和谈判信息等，其中谈判主体、谈判议题和谈判协议是构成谈判的最基本的要素。

1.1.2.1 商务谈判主体

商务谈判主体是指代表各自利益参加谈判的当事人，是由有权参加谈判并承担谈判后果的自然人、组织和国家构成的。他们在物质力量、人格、地位等方面都处于相对独立和平等的关系。谈判的当事人至少由两方组成，也可以是三方甚至是多方，这是由谈判议题所涉及