

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
普通高等教育国际经济与贸易专业规划教材

国际商务谈判 第2版

主 编 刘向丽
副主编 崔日明 王厚双
参 编 王韶玲 张 弛 姜 卉
冯 鸣 魏 馨 肖 鹏



机械工业出版社

本书较为全面地介绍了国际商务谈判的各个阶段、程序及应注意的问题，包括谈判前的准备、谈判的进行以及谈判各个阶段的技巧、谋略等。本书的特色在于理论和实践相结合，大量地借鉴了心理学、行为学等学科的研究成果，并且每章开头都有一段案例导读，可以提高读者学习和阅读的兴趣。

图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务谈判/刘向丽主编. —2 版. —北京: 机械工业出版社, 2009. 5

普通高等教育“十一五”国家级规划教材. 普通高等教育国际经济与贸易专业规划教材

ISBN 978-7-111-26685-3

I. 国… II. 刘… III. 国际贸易 - 贸易谈判 - 高等学校 - 教材
IV. F740. 41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 043940 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 常爱艳 版式设计: 霍永明 责任校对: 刘志文

封面设计: 鞠 杨 责任印制: 邓 博

北京机工印刷厂印刷 (兴文装订厂装订)

2009 年 5 月第 2 版第 1 次印刷

169mm × 239mm · 18.5 印张 · 356 千字

标准书号: ISBN 978-7-111-26685-3

定价: 35.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

销售服务热线电话: (010) 68326294

购书热线电话: (010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线电话: (010) 88379721

封面无防伪标均为盗版

前 言

对外贸易是拉动我国国民经济增长的重要力量，对我国提升经济结构和稳定就业的贡献较大。在经济全球化和区域经济一体化深入发展、国际电子商务和国际物流蓬勃兴起的过程中，我国对外贸易已稳居世界三甲，并且还有进一步发展的空间。为了加快从贸易大国向贸易强国的转变，我国外贸政策不断调整，外贸结构不断升级，企业对外贸人才的需求也发生了较大的变化，精通国际商务知识、沟通能力强、具有团队精神、及时了解外贸政策变化及其影响、熟练掌握对外贸易谈判技巧、熟练应用外语与外商谈判的人才受到各类企业的欢迎，在全国各地的人才需求榜上始终名列前茅。鉴于此，我们对第1版进行了修订。修订版既可供各类大学作为教材和参考书，又可供有志于从事国际贸易业务、开展国际商务谈判的人才学习和使用，为我国对外贸易的可持续发展贡献绵薄之力。

本书较为全面地介绍了国际商务谈判的基本理论、各个阶段的程序及应注意的问题，包括谈判前的准备、谈判的进行以及谈判各个阶段的技巧、谋略等。本书的特色在于理论和实践相结合，大量地借鉴了心理学、行为学等学科的研究成果，并且每章开头都有一段案例导读，可以提高读者学习和阅读的兴趣。

本书是集体智慧的结晶。参编人员的分工如下：刘向丽担任主编，崔日明和王厚双担任副主编。刘向丽撰写第一、二、七、八章，魏馨撰写第三章，肖鹏撰写第四章，冯鸣撰写第五章，姜卉撰写第六章，王厚双撰写第九章，王韶玲撰写第十章，崔日明撰写第十一章，张弛撰写第十二章。

本书是在借鉴众多专家、学者和实际工作人员的研究成果的基础上写成的，在此表示衷心感谢。同时，由于知识水平的限制，再加上时间仓促，本书还存在着不少不足乃至疏漏之处，希望得到各界有识之士的批评指正。

编 者

目 录

前言

第一章 国际商务谈判导论	1
【案例导读】	1
第一节 国际商务谈判概述	2
第二节 国际商务谈判的类型及其特点	5
第三节 我国对外商务谈判的基本原则	16
第四节 国际商务谈判的构成要素	19
复习思考题	20
第二章 国际商务谈判的基本理论	21
【案例导读】	21
第一节 结构理论及其在国际商务谈判中的应用	21
第二节 需求理论及其在国际商务谈判中的应用	24
第三节 行为学理论及其在国际商务谈判中的应用	30
第四节 心理学理论及其在国际商务谈判中的应用	32
第五节 博弈论及其在国际商务谈判中的应用	36
复习思考题	40
第三章 我国对外商务谈判的环境及其变化	41
【案例导读】	41
第一节 我国对外商务谈判的制度环境及其变化	42
第二节 我国对外商务谈判的技术环境及其变化	51
第三节 环境变化对国际商务谈判的影响	52
复习思考题	54
第四章 国际商务谈判的人员构成和素质要求	55
【案例导读】	55
第一节 国际商务谈判的人员构成	56
第二节 国际商务谈判人员的素质要求	59
第三节 谈判人员的培养和管理及谈判小组的禁忌	64
复习思考题	67
第五章 谈判背景因素的分析 and 信息收集	68

【案例导读】	68
第一节 背景因素的分析	68
第二节 谈判信息的收集	75
第三节 谈判双方工作关系的建立	86
复习思考题	87
第六章 谈判方案的制定	88
【案例导读】	88
第一节 确定谈判的主题、目标、议程和地点	90
第二节 确定谈判中各项主要交易条件的最低可接受限度	96
第三节 模拟谈判	99
第四节 谈判方案制定及修改的注意事项	101
复习思考题	104
第七章 国际商务谈判各阶段的策略	105
【案例导读】	105
第一节 开局阶段的策略	107
第二节 报价阶段的策略	111
第三节 讨价还价阶段的策略	125
第四节 成交阶段的策略	137
第五节 合同的签订及变更的策略	140
第六节 谈判经验与教训的总结	144
复习思考题	145
第八章 国际商务谈判的语言和非语言沟通技巧	147
【案例导读】	147
第一节 国际商务谈判的语言特征	148
第二节 国际商务谈判的语言沟通技巧	150
第三节 国际商务谈判的非语言沟通技巧	171
复习思考题	185
第九章 国际商务谈判谋略	186
【案例导读】	186
第一节 国际商务谈判心理谋略	188
第二节 国际商务谈判人员谋略	194
第三节 国际商务谈判行为谋略	200
复习思考题	213
第十章 国际商务谈判中特殊问题的处理	214
【案例导读】	214
第一节 自然条件差异带来的问题	215
第二节 主观缺陷造成的问题	219
第三节 外界干预引起的矛盾	226

第四节 时间问题	229
第五节 风险的规避问题	231
第六节 谈判僵局的处理	235
复习思考题	240
第十一章 国际商务谈判礼仪	241
【案例导读】	241
第一节 谈判中的礼仪	241
第二节 日常交往中的礼仪	250
复习思考题	255
第十二章 世界各国贸易谈判机制与商人的谈判风格	256
【案例导读】	256
第一节 我国主要贸易对象的贸易决策和谈判机制	257
第二节 世界各国商人的谈判风格	268
复习思考题	285
参考文献	286

国际商务谈判导论

随着经济全球化的不断发展和我国市场经济体制的逐步完善，我国正由贸易大国向贸易强国迈进。与此同时，由于国际贸易的竞争越来越激烈，了解和掌握国际商务谈判知识也越来越重要。一个公司的成败，不仅取决于其技术水平、产品质量、价格，在很大程度上还取决于谈判人员的能力。实践证明，谈判是进行对外经济贸易活动的一个极其重要的环节，交易中涉及的品质、数量、价格、支付等所有交易条件都通过谈判予以确定。也就是说，买卖双方在一笔交易中的权利及义务将通过谈判确定下来，双方在这方面签署的协议具有法律的约束力，不得轻易改变。所以，谈判的结果如何，直接关系到国家的宏观利益和一个企业的微观利益。深谙商务谈判的奥秘，游刃有余于其中者，往往能在谈笑间获取可观的经济利益。不谙此道者，往往会精疲力竭、无所适从。因此，对于已经和即将从事国际贸易业务的公司、个人来说，学习国际商务谈判知识具有非常重要的现实意义。

【案例导读】

2006年元旦期间，我国某省某市主管对外贸易和经济合作的局长带领一名下属，连同一家企业的采购代表团去澳大利亚某农场采购种羊和羊毛。出发前，局长的下属介绍了国外的商业礼仪，局长强调，国外的礼仪要尽量适应，但也不能生搬硬套，要做到不卑不亢，更不要在关键之处丢失自己的原则。

按计划，一行人如期登上了去澳大利亚的飞机。农场的老板只派了一名雇员来接机，局长神情颇为不悦，说道：“我们万里迢迢地赶来，老板连个照面都不打，像什么话！”等中方人员住进了酒店，那位雇员告诉中国人行车路线，敲定了约会时间，他就去采购农场所需的备冬物资了。局长为此感叹起来：搞了半天，连这接待的也是兼职啊！

选定了待购的种羊和羊毛，主宾进入了正式谈判。澳方参加谈判的有两个人，中方有5个人，包括带队的局长、局长的下属、翻译，还有企业的两名采

购代表。双方作了自我介绍后，澳方的农场主莱温逊先生随即发表了简单而热情的欢迎词。掌声再次响起，轮到中方局长致辞了。刚掏出讲话稿，局长朝对方的座位看了看，愣了会儿神，小声问下属：“澳方就老板莱温逊和这位市场部的经理参加今天的谈判？还有没有其他的地方官员？如果是这样，说明当地政府对这次合作很不重视。还有，这个农场的场长相当于什么样的级别？一定要弄清楚，这是个原则问题，否则谈判就不对等。”

见莱温逊先生瞪着蓝眼睛莫名其妙地看着中方，局长的下属顿时灵机一动，赶紧说道：“该农场面积有一千多亩，牛羊近百万只，资产达一千多万澳元，合人民币六千多万，场长相当于县团级吧！”局长听了，如释重负，这才兴致盎然地念起了讲话稿。

谈判顺利完成后，中方向澳方赠送了特意带的高档礼品，莱温逊先生回赠的是一幅带镜框的农场油画。之后，莱温逊先生派市场部的经理送中方一行人到了机场。在回国的飞机上，局长表达了对这次出访的不满。他认为，这次签了50万美元的采购合同，临走，澳方连简单的答谢宴会也没有举办。早知如此，下次他无论如何也不会再出国参加商务活动了。

第一节 国际商务谈判概述

一、国际商务谈判在国际贸易业务流程中的位置

国际商务谈判是一门实践性较强的学科，是国际贸易业务流程中非常重要的一个环节。

具体地说，一笔完整的国际贸易业务包括交易准备阶段、签约阶段、履约阶段，如果出现争议，还会增加违约处理阶段。其中，交易准备阶段的工作主要包括确定交易的货物和货源、市场调查、寻找交易对象和建立客户网络、交易对象资信调查。签约阶段的工作主要包括交易磋商和签订书面合同。在履约阶段，卖方应按合同或信用证的规定，按期、按质交货并收取货款；买方则要履行付款义务并收取货物。违约处理阶段是或有阶段。

国际商务谈判在整个业务流程中处于交易准备阶段的后半段和签约阶段的前半段，即从交易对象的确定到资信调查开始，重点研究交易磋商阶段，最后以签约结束。总的来看，国际贸易业务的各个阶段有机联系、相辅相成，前一阶段的工作是后一阶段工作的铺垫和基础。前一阶段的工作完成充分，会使后一阶段的工作更加顺畅。所以，研究国际商务谈判，不仅要关注谈判过程本身，还要树立相互联系、相互依赖的观念，综观整个业务过程的全局，保持清醒的头脑，不但要完成好本阶段的工作，而且要为下一阶段的履约工作打下良好的基础。

二、国际商务谈判的概念和特点

(一) 谈判的含义、产生与发展

什么是谈判？一般来说，谈判是人们为了协调彼此之间的关系，满足各自的需要，通过协商而争取达到意见一致的行为和过程。美国谈判学会的会长、著名律师杰德勒·尼尔伦伯格在其《谈判的艺术》一书中写到：“谈判的定义最为简单，而涉及的范围却最为广泛，每一个要求满足的愿望和每一项寻求满足的需要，至少都是诱发人们展开谈判过程的潜在原因。只要人们为了改变相互之间的关系而交换观点，只要人们为了取得一致而磋商协议，他们就是在进行谈判……可以把谈判看作是人类行为的一个组成部分，人类的谈判史同人类的文明史同样长久。”哈佛大学教授约克·肯曾经说过：“生存，就是与社会、自然进行的一场长期谈判，获取你自己的利益，得到你应有的最大利益，这就看你怎么把它说出来，看你怎样说服对方了。”可以说，只要人类之间有交往，就会有谈判。随着国际分工和专业化的发展，协调和谈判在维持人类合作中所起的作用将会越来越大。

人类为什么要谈判呢？从本质上说，是因为参与谈判的各方有自己的需要，或者是自己所代表的某个组织有某种需要，而一方需要的满足有可能会涉及和影响他方需要的满足，在谈判中任何一方都不能无视他方的需要。因此，参加谈判的双方就不能仅仅以只追求自己的需要为出发点，而是应该通过交换观点进行磋商，共同寻找使双方都能接受的方案。

谈判的历史可能和人类的文明史一样长久。早在原始社会末期，生产力的发展、出现了私有财产，并出现了偶然的、简单的商品交换。当一个原始社会的人牵着一头牛与另一个人交换鸡蛋时，双方就要通过讨价还价才能确定两种商品的交换比率，即一头牛换多少个鸡蛋。到了奴隶社会和封建社会，随着私有制的确立和私有财产的增多，交换的商品种类和地理范围逐渐扩大，各奴隶制国家之间的交换当然也少不了谈判。当然，由于奴隶社会和封建社会属于自给自足的自然经济，商品交换在社会发展中所起的作用还比较有限。

尽管谈判的历史非常悠久，但一直没有形成一门系统的学科，谈判的知识只是作为国际贸易实务的一个组成部分而存在。直到1968年，美国谈判学会会长杰德勒·尼尔伦伯格写了《谈判的艺术》一书，从而使谈判学成为一门独立的学科。此书出版以后被翻译成多个国家的文字，得到了非常广泛的传播，各国学者以此为基础纷纷开创了适合本国国情的谈判理论和实务体系。

在分析了什么是谈判、为什么要谈判以及谈判的简史之后，接下来有必要对商务谈判作一简单说明。

(二) 商务谈判

谈判的种类很多，有外交、政治、军事、经济谈判等。商务谈判是经济谈

判的一种，是指不同利益群体或个体之间，以经济利益为目的，就双方的商务往来关系而进行的谈判，一般包括：货物买卖、工程承包、技术转让、融资等的谈判。

（三）国际商务谈判

国际商务谈判是国际商务活动中不同的利益主体，为了达成某笔交易，就交易的各项条件进行协商的过程。谈判中，利益主体的一方通常是外国的政府、企业或公民；另一方是我国的政府、企业或公民。国际商务谈判是对外经济贸易工作中不可或缺的重要环节。在现代国际经济活动中，许多交易都要经过艰难繁琐的谈判，尽管有不少人认为交易的商品是否优质、技术是否先进或价格是否低廉决定了谈判的成败，但事实上交易的成败往往在一定程度上取决于谈判的成功与否。对谈判的作用应客观地对待，既不能夸大，也不能贬低。

例如，发展中国家与发达国家谈判建立一个合资企业，由发展中国家提供生产场地，发达国家提供先进技术。兴办这样一个合资企业，发达国家的目的和需要可能是：利用技术上的优势，通过设立合资企业，绕过直接贸易的障碍，开拓发展中国家广阔的市场或扩大原有市场份额，以获得长期丰厚的利润。而发展中国家的目的和需要可能是：利用先进技术，提高本国的生产率，积极争取扩大出口，开拓国际市场，并带动国内经济的整体健康发展。显然，双方的目的和需要是既统一又矛盾的。统一性表现在：如果双方都要达到各自的目的，就必须通过建立合资企业才能实现。其矛盾性表现在：发达国家提供技术的目的，是要开拓市场和获取利润；发展中国家的目的是吸收外国先进技术来提高国内的技术水平，积极发展出口，而不是单纯让出国内市场。总之，没有市场，拥有先进技术的发达国家就不感兴趣；同样，没有先进技术，发展中国家也难以接受。对发展中国家来讲，是以市场换技术，发达国家则是以技术换市场。这是双方既统一又矛盾的利害关系。双方就是带着这种既统一又矛盾的需要和目的来参加谈判的。通过谈判，寻找双方都能接受的方案，使矛盾在一定条件下缩小，最后获取对双方都有利的结果。

（四）国际商务谈判的特点

国际商务谈判既具有一般贸易洽谈的共性，又具有对外经济贸易谈判的特殊性。

共性体现在以下两点。一是国际商务谈判的目的集中而鲜明地指向经济利益。二是几乎在所有的国际商务谈判中价格都是谈判的核心内容，占据最显赫、最重要的地位。

特殊性体现为三点。首先，国际商务谈判既是一笔交易的商洽，也是一项涉外活动，具有较强的政策性。其次，国际商务谈判商讨的是两国或两个地区的企业之间的商务关系，因此，应按国际惯例办事。最后，由于国际商务谈判

涉及面很广，因此，对从事外贸商务谈判的人员在专业知识方面提出了更高的要求。

总的来说，国际商务谈判集理论性、政策性、知识性、艺术性于一体。从理论上讲，国际商务谈判综合性强，涉及经济学、市场学、营销学、管理学、心理学、行为学、语言学、人类学等多种学科的内容，运用了多种学科的基础知识和科研成果。从实践上看，国际商务谈判讲求实用，重在解决实际问题。它既有规律性和原则性，又有灵活性和创造性。

第二节 国际商务谈判的类型及其特点

国际商务谈判可以按目标、交易地位、所属部门、谈判地点和谈判标的等不同的标准分成不同的类型。

一、按目标分类

(一) 不求结果的谈判

不求结果的谈判主要表现为一般性会见、技术性交流、封门性会谈。从这3种表现形式看，有不求结果的情况，也有准备未来结果的情况。

1. 一般性会见

一般性会见是谈判的初级阶段或是准备阶段。会见可以是高级的，也可以是中低级的；可在行政人员之间进行，也可在技术人员之间进行。在同高级行政人员会见时，旨在确定方向性或可能性，气氛热情友好，注意培养友谊和连续性。与中低级行政人员的会见，则具有较强的探询性与表述性，要注意礼貌，并力争会见对方高级领导，以求得到更多的信息。与技术人员的会见，则应较注重商品的性能，或者介绍自己商品的优点，要注重第一印象，时间上视对方方便。无论与什么类型的人员会见，均应重视信息的传递，努力创造具有吸引力的形象。

2. 技术性交流

这是交易的前奏。它的表现形式也较丰富，如报告会、讨论会、演示或展示等。不管其表现形式如何，其共同特点是：①广告性强，即大力宣扬自己的商品在质量、性能方面的优越之处；②审视性强，对交易方的技术能力充分地提问或讨论。若不是合作性技术交流，而是盈利性、交易性的技术交流，必然具有保守性，技术人员的技术解释与介绍、要听从领导的意见，保守技术秘密，隐藏商品缺陷。

3. 封门性会谈

无论是主动约请还是应约会谈，只要是想封门，即堵死某项交易的可能性，或了结正在进行中的谈判，它就具有一个明显的特点，即“外交上的委婉性”，

找出各种貌似客观、合理的理由和条件，对方达不到这样的要求，只能知难而退。另一特征是开“远期空头支票”。为了不伤害与对方的友谊，谈判人在封门时，常常作远期、有条件的许诺，使对手可望不可及，可气不可恼。若是封谈判中的某项交易的门，还会伴有“卸责陈述”，即要罗列、分析不能继续谈判的责任在对方，以减缓情绪上的压力；甚至在自我批评时，仍会转嫁到与己无关的客观原因上，做到有错而无过，“请见谅了”，而溜之大吉。优秀的谈判者，从不在封门的尴尬的谈判中、刺激对方的情绪。

【案例分析】

1985年，某国的工业贸易代表团来我国谈判，该国大使事先找到了我国有关领导，要求促成贸易合作。有关领导指示，在可能的前提下，尽量与对方达成协议。

谈判的主要项目之一是对方要向我国出口矿山设备，但对方的矿产设备比不上先进国家的水平，而且要价高。中方谈判代表认为，如果按对方的要求达成协议，中方的损失太大了，谁也承担不起；而考虑到两国之间的关系，又不便直截了当地拒绝对方的要求，非常为难。

在冥想苦思之后，中方主谈想出了一个好办法。经过周密研究，中方提出一项新提案，要求对方拿出一台矿山设备，到我国北方某严寒地区的矿山进行一定时间的试验。如果在 -40°C 的严寒中，设备工作性能可靠，我方就可以留购，并批量购买。至于不能经受 -40°C 严寒的考验的结果，那就不必多说了。

对方谈判代表表示他们要回去研究研究。两个月后，对方答复说，他们的这些设备虽然经过了工业试验和一定时间的使用，但他们国家的最低温度只有 -20°C ，要适应我国 -40°C 的工作条件，目前在技术上还有一定的困难。所以，对方放弃了向我国出口矿山设备的要求。

在这个实例中，由于双方政治上的关系密切，对对方提出的贸易要求，中方无法接受，但又无法直截了当地拒绝。中方代表巧妙地运用客观条件和事实，提出一个对方无法实现的条件，对方只好知难而退，主动放弃原先的谈判要求和目标。

封了谈判的门、拒绝了别人，又让对方不发火，这就是委婉推脱的威力所在。

（二）意向书与协议书的谈判

为了明确双方交易的愿望，保持谈判的连续性、交易的可靠性，谈判双方提出签订意向书或协议书的要求。这可能是一场谈判的目标，也可能是结果。这两种文件有共同的特点，也有微小的差别。

从法律的角度来讲，这两种文件作为初步谈判结果的记录时，具有同样的效果：起到总结与展望的作用，但无约束力。但如果文件中包括了明确的许诺，

即对合作或交易标的、价格条件、实施期限比较具体地予以了规定时，文件就具有契约性，且具有约束力。协议书更具有两重性。是意向书、备忘录或准合同，还是合同，主要取决于写法。

从谈判的角度来讲，只要不涉及交易细节——合同要件，一般谈判气氛轻松、态度坦诚，地位平等，不以优势压人。但如果谈判内容为已知，即预定项目的一部分时，这种文件的谈判，不是以“结果”的形式，而是以“目标”的形式出现时，谈判气氛会变得紧张甚至针锋相对，双方均为以后的谈判留余地。

不过，应注意的是，协议书有时亦具有契约的法律约束力，关键在于内容。有时谈判双方以达成协议为目标进行谈判，一旦达成协议并在协议书上签字，该协议书对日后双方就会有一定的法律约束。这时双方要慎重对待谈判，达成协议的内容要求准确无误。

（三）准合同与合同的谈判

准合同是带有先决条件的合同。该先决条件是指决定合同要件成立的条件，如许可证落实问题、外汇筹集、待律师审查或者待最终正式文本的打印、正式签字（相对草签而言）等。合同的谈判，是为实现某项交易并使之达成契约的谈判。所谓合同，即应具有最基本的要件，包括商品特性、价格、交货期。倘若不是商品买卖，那么广而概之，可理解成标的、费用、期限。一旦就这几个要件达成协议，合同的谈判也就基本结束。

准合同与合同在形式上无根本区别，内容格式均一样，只是有时有草本或正式本之别。但二者在法律上有根本的区别。准合同可以在先决条件丧失时自动失效，而无需承担任何损失责任；而合同则必须执行，否则构成违约。因为这二者均是在诚意交易下所进行的谈判，所以从谈判的角度讲，二者无本质区别，所表现的谈判特征也相似。其特点如下：

1. 谈判直奔目标

双方谈判人员就上级或自己多次慎重考虑以后选定的交易目标进行谈判，因此会谈的议题十分明确。有经验的谈判人员，事先知道应做什么或不应做什么，从哪儿谈起，彼此也会相互关照，共同努力。

2. 谈判争议力强

商务交易是以利益贯穿其中，更何况商业的主旨就是获利。所以在合同的谈判中，必然要围绕责任与义务、给予与收益、风险与利益之类的问题争论。

3. 谈判手法多变

因为合同的谈判是围绕“权利与义务”、“利益与风险”等具体利益问题进行，双方均十分敏感。整个谈判过程虽说是在“诚实光明”的旗帜下进行，但双方人员绝不会简单从事，他们会采取各种攻防措施，如“攻心战”、“强攻战”、“蚕食战”等谈判中的谋略，来赢得尽可能多的利益。

4. 多以“批准”手续为回旋

在合同类的谈判中，除了商品简单或交易涉及面窄外，多在谈判结束时明确留有“申请批准”的余地。尤其是复杂的、大型的交易，即便谈判人地位较高，也常留此条件作为保护手段。当时间紧迫、谈判人地位较低时更用此“法宝”以防大意失误。

(四) 索赔谈判

索赔谈判，是在合同义务不能或未能完全履行时，合同当事人双方进行的谈判。在众多的合同履行中，因种种原因违约或部分违约的事件屡见不鲜，因此，就给商务谈判形成了一种特定的谈判——索赔谈判。无论是数量、质量、期限、支付，还是生产、运输等的索赔谈判，均有以下特点：

1. 重合同

违约是相对于守约而言，违与守均以“约”即合同为依据。合同是判定违约与否的基础条件。

2. 重证据

违约与否除了依照合同判定外，许多时候需要提供相应的证据来使索赔成立。质量问题需要技术鉴定证书；数量问题需要商检的记录；索赔问题需要电传、传真、信件、照片等证据。当然，索赔情况多种多样，所需证据难以一一罗列。

3. 重时效

不论是什么商品或什么服务或合作项目，索赔的权力均不是无限期的。出于公平、安全或减少风险的目的，交易双方在合同谈判时均订有“有效索赔期”。任何索赔都要在有效期内提出，过期则不负责任。展开索赔谈判之前，要检查合同的有关保证与索赔权限的规定，以确定该索赔谈判的必要性。

4. 重关系

索赔总不是一件令人愉快的事，谈判双方均处在问题的两端，十分难受。所以在谈判时，关系的影响也不可忽视。这里的关系表现为两种情况：签约人的关系及索赔后的关系。签约人之间互相理解，且在过去的交易中具有信誉，那么偶尔发生的索赔事件相对易于处理。

二、按交易地位分类

(一) 买方地位的谈判

买方是指一切求购商品、服务、技术的一方。买方在国际商务谈判中的主要特点是：

1. 情报性强

但凡买主采购的谈判，首先要搜集大量技术水平与市场价格的情报，以确定自己的谈判目标。这种“搜集情报”的工作主要反映在谈判的准备阶段、开

始阶段，甚至贯穿整个过程中。

2. 压价狠

买方在谈判中没有不压对方价格的，即使是老商品、老客户，买方也会以“新形势下”、“新的时代”或“新的用途”等词语来压倒相异点，追求更优惠的价格。若是初次交易就更难了。这个特点既普通，又为人所习惯。

3. 度势压人

因为买方不想或不愿轻易掏钱，谈判中总会通过度量双方的地位强弱，来调整自己谈判的态度和压力的强度。人们常说：“买主是皇帝”，从市场销售的角度来讲，也总是“顾客第一”。尤其是当市场上有多个供货渠道时，买方更会“品头论足”，施加压力。倘若面对市场短缺或卖方垄断的商品，买方也偶尔会“称臣”。所以，“度势”要根据自己的所处地位。给对手施压使其降价的事屡见不鲜，可谓买方谈判的鲜明特征。

（二）卖方地位的谈判

卖方是指所有提供商品、服务、技术的一方，卖方在国际商务谈判中的主要特点是：

1. 虚实相映

在谈判时，诚恳与强硬（态度诚实、交易心切与持价软中带硬的两种表现）态度并用；介绍的情况真真假假，似明若暗（为了拉住对方，介绍些真实情况，可又掺着水分，让人说不清其实际价值。

2. 紧疏结合

为了应付买方谈判者的重压，卖方的谈判常表现为一时“紧锣密鼓”，似急于求成，一时又“偃旗息鼓”，但又留下“再见的可能”，待观察一阵买方动静后，再恢复谈判。采取这种形式，对卖方来讲，可以加强谈判地位，也有利于考虑各种方案或结果的细节。“紧疏结合”作为一种形式，常常被卖方谈判者采纳，自然也形成了他们自身参加谈判的必然特色。

3. 主动性强

由于卖方总是高度关注公司和个人利益、市场占有率、收益、投资回收等问题，所以谈判的主动性较强。日本出口商出口谈判主动性极强，自不待言。美国人为推销其电话交换机，派大型专家团进行技术交流，派高级职员进行上层活动，构成一幅主动性极强的卖方谈判图。

（三）代理地位的谈判

代理谈判，是指受人委托参与某项交易或合作的谈判。代理有两种情况：一种是只有谈判权而无签约权，另一种是全权代理。两者在谈判中有相同点，也有不同点。

1. 相同点

(1) 姿态超脱。因为是代理，财产不是自己私有的，谈判中较为超脱、“客观”。代理谈判人的一种策略是：“貌似公允”，以迷惑、说服对手，常以“第三方身份”来评论买卖双方条件。

(2) 谈判权限观念强。代理人的谈判十分注重自己的授权范围。因为代理不是交易的主人，一旦超过授权范围而应允什么，今后合同也无法兑现，他也负不起责任。所以绝大多数有见识的代理人，总是谨慎地、准确地、在委托范围内行事。

(3) 态度积极。由于代理人地位居中，是受某一方委托，不是物主，客观上决定了其态度进取、积极。因为若代理人不采取进取、积极的态度，就不可能让委托人产生信心，从而给予他更大谈判余地，也不可能让对方感到他的实力地位（至少心理上感觉）和易于接近的态度。

2. 不同点

二者最根本的区别是谈判目标不同。有签约权的代理人谈判，目标是成交签字。无签约权的代理人谈判，目标则是仅到成交为止。由于两者谈判的能动性和冲击力不同，谈判中要采取不同的谈判策略。

(四) 合作者地位的谈判

合作者是指经济活动中的各方，愿以人力、管理、技术、资金来协作完成某个共同制定的目标，并按其协作的份量，分享实现预定的目标所带来的利益。这种谈判的特点是：

1. 共同语言多

由于合作双方均是因为“有心而无力”的形势所迫才寻求伙伴，自然就具有共同语言。为了把对方拉住，不可能一开始就咄咄逼人，必然要以甜言蜜语来劝说对方。游说的吸引力是主动的，虽不能说是“花言巧语”，但对抗性的确很小，无论从立场到用语，都是和平友好的，气氛是和谐的，双方会充分肯定共同之处的份量与价值。

2. 谈判面广而深

合作者谈判首先注意的是合作目标的可行性。为研究可行性，合作方的谈判人员“几乎”（说几乎，是因为双方在信息中仍会有保留）坐在“一条板凳上”，分析、研究双方专家提出的政策、经济、能源、地理文化、劳动力、资源、市场等方面的文件和资料。但要去伪存真，要归纳运用各种数据，最终得出盈利性的结论也并非易事。

3. 谈判直接性强

合作者谈判的中间环节不宜多。中间环节过多会带来许多问题：一是不容易直接了解合作对方的意图；二是合作复杂程度高，中间环节会破坏对合作的直接控制权；三是会在实际经营中加重费用支出，进而影响高效益。在合作者