



Mc
Graw
Hill
Education

国/际/商/务/经/典/译/丛

国际商务谈判

克劳德·塞利奇 (Claude Cellich) 著
苏比哈什·C·贾殷 (Subhash C. Jain)
檀文茹 等 译
谷克鉴 校

PRACTICAL SOLUTIONS TO GLOBAL BUSINESS NEGOTIATIONS

Mc
Graw
Hill
Education

 中国人民大学出版社

国/际/商/务/经/典/译/丛

国际商务谈判

克劳德·塞利奇 (Claude Cellich) 著
苏比哈什·C·贾殷 (Subhash C. Jain)
檀文茹 等 译
谷克鉴 校

PRACTICAL SOLUTIONS TO GLOBAL BUSINESS NEGOTIATION

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务谈判/塞利奇等著; 檀文茹等译. —北京: 中国人民大学出版社, 2013. 11
(国际商务经典译丛)

ISBN 978-7-300-18404-3

I. ①国… II. ①塞…②檀… III. ①国际商务-商务谈判-教材 IV. ①F740.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 274227 号

国际商务经典译丛

国际商务谈判

克劳德·塞利奇 著

苏比哈什·C·贾殷

檀文茹 等 译

谷克鉴 校

Guoji Shangwu Tanpan

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2014 年 1 月第 1 版

印 张 14 插页 2

印 次 2014 年 1 月第 1 次印刷

字 数 296 000

定 价 42.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

出版说明

随着经济全球化的深入发展，国际贸易、投资和商务活动日益频繁，企业不可避免地要应对来自全球范围的更加激烈的竞争。与许多跨国公司相比，我国企业在国际化环境下成功运作的经验不足，国际化经营水平还比较低。更重要的是，我国国际商务专门人才极度短缺。

适应经济发展的要求，加速国际商务专门人才的培养和培训，已成为我国高等院校面临的紧迫任务。2010年，经国务院学位委员会批准，在部分高校设立国际商务硕士专业学位；2012年，教育部颁布了《普通高等学校本科专业目录（2012年）》，将国际商务专业从目录外专业调整为基本专业。

顺应这一教育发展趋势，中国人民大学出版社在成功出版“工商管理经典译丛”的基础上，精心策划并适时推出了“国际商务经典译丛”（翻译版）和“国际商务经典教材”（英文版）两套丛书。丛书所选书目，都是国际知名教授所著的经典教材，经过长期教学实践检验，多次再版且畅销不衰，被许多国家的著名大学和专业经管院校采用，包括查尔斯·希尔的《国际商务》、托马斯·普格尔的《国际贸易》和《国际金融》、沃伦·基根的《全球营销》等。

在引进和出版这两套丛书的过程中，我们力图基于目前国际商务专业的核心课程，兼顾企业国际化经营的实际需要。我们希望，通过政府相关部门的大力支持，通过教育机构、高等院校对企业需求和学科发展的关注，通过学生在学习过程中的积极努力和反馈，以及通过像中国人民大学出版社这样一批职业出版人的不懈追求，最终促进我国管理教育国际化的发展、我国企业国际竞争力的提升以及具有全球视野的国际商务专门人才的成长。

愿我们出版的这两套丛书，能对读者在系统学习国际商务基本理论知识、改善自身国际商务实践、全面提升自己的英语表达和跨文化沟通能力等方面有所助益。

中国人民大学出版社

译者序

随着经济全球化的深入发展和企业全球经营的日益普及，国际商务活动已经成为众多企业价值链活动的必然延伸。企业经营活动的全球化不仅使企业的战略管理、组织结构设计面临严峻挑战，而且给企业的国际管理与营销活动以及客户关系管理等领域提出了新的课题。为了满足企业国际管理和全球经营的需要，国际企业在长期商务谈判实践中，适应国家间经济、文化、历史及其他环境要素的差异和变化，探索和积累了丰富的商务谈判经验。然而，将企业日常经营活动的具体经验上升至学科层面，并用这些经过总结和提炼的理论原则指导企业的相关实践，则是一个复杂而又重要的循环，需要经过不断的实践检验和理论总结，才能构成可靠的用于指导企业活动的行动指南。尤其是商务谈判不是一般的企业管理活动，更多的是科学与艺术的结合。因此，国际商务谈判知识的总结和传播将促进和改善企业的全球管理活动。

中国的改革开放实践造就了一大批全球化经营企业，越来越多的企业开始涉足国际市场。它们在努力寻找进入国际市场的代理商的同时，开始尝试寻找可自身拥有的销售渠道和海外客户。它们在吸收国际先进管理和经营经验的同时，也在创造着自身的营销和管理文化，逐步积累和不断丰富国际管理和营运的经验，以应对日益全球化的产品与服务采购市场和产品销售市场。然而，多数全球化经营企业正处在迅疾成长的过程中，而全球经营和管理毕竟是一个迥异于国内市场的新天地。熟悉、学习世界范围内的国际企业的已有经验，并在此基础上总结自身的经验和教训，创造出一套适合中国企业的国际管理方法，是中国企业拓展国际市场不可避免的选择。这就需要中国企业在推进全球经营的进程中，尤其在客户关系管理方面，努力适应多元文化、经济发展水平差异、不同的制度和法律环境的需要，借鉴国际成功经验，创造更多的国际商务谈判的成功范例，成为中国企业实施全球战略有力的助推器。

本人曾于2004年译校了《全球商务谈判》一书。数年后，原著作者为了更好地反映国际商务谈判实践及其发展的新动向和新理念，对上述版本进行修改和补充后出版了新的《国际商务谈判》，涵盖的内容更加丰富。比如，新增了不同性别谈判者的谈判技巧；对较复杂的问题，比如让步，增加了更详细的论述和技巧；新增了小企业与大企业谈判的技巧；还增加了两个案例，并对案例进行了比较详细的分析，通过案例分析使学习者能够更好地掌握案例中所涉

及的知识和技能。

本书不仅提供了商务谈判的基本知识和技巧，还注重实际可操作性。它既提供了可供国际商务谈判者参考的实用方法，又特别强调了文化和沟通在国际商务谈判中的作用，并提供了大量实际案例。每个案例以不同文化背景切入谈判主题，强调了谈判的国际环境。通过给学习者提供一个身临其境的环境，便于其对国际商务谈判有更好的认知，并能从中体会具体的谈判细节，以便熟悉比较复杂的与各种不同文化的商务谈判。

本书不仅可作我国高校经济与管理类本科生和研究生国际商务谈判课程的教材，还可为从事商务谈判的专业人士提供参考和借鉴，也可作跨国企业国际商务谈判的培训参考书。

中国人民大学商学院的檀文茹博士负责全书的翻译，谷克鉴教授负责审校。谭向阳、阎锴、曹宇、孔琳、项娟也参与了本书的翻译工作。

谷克鉴

中国人民大学商学院

序 言

在今天的全球化趋势下，涉及不同经济、文化、法律和政治背景的国家的事务越来越多，因此对处理这类事务的专业人士的需求越来越大。例如，实际事务中，可能需要解决与供货商的争议，也可能需要了结一项针对国有企业的反提案，或者领导一支跨文化的团队。于是，在全球化市场环境中，很少有学科能像谈判那样具有跨文化边界的重要意义。当谈判人员具有迥异的文化背景时，他们通常会根据自己的社会经验、经济利益及政治现实等进行臆断，而这些臆断通常是多样化的。因此，在全球化背景下，掌握具有文化敏感性的谈判技巧非常必要。

《国际商务谈判》就是为那些需要进行国际谈判的人士，如管理者、律师、政府官员以及外交官等准备的，本书针对国际商务谈判本质的阐释既具概念性又有实用性，提供了有洞察力的、易读易懂的和明晰的解释。

谈判是一项长期活动。在商务活动中，成功的谈判往往能事半功倍。而缺乏技巧的谈判则往往不仅达不到预期目的，而且结果相去甚远。但是只需通过简单的努力，你就可以轻松地提高谈判技巧，获得满意的效果。为了达到这一目的，你必须掌握得到认可的谈判策略以及最新技术，来应对当今复杂的全球结盟情况下的挑战和机遇，并形成合作关系。同时，在谈判桌上，还必须懂得如何驾驭跨民族、跨组织、跨专业和跨文化背景的谈判行为。

本书提供了一个明晰的框架，用于指导全球的谈判者在面对各种各样的文化环境时完成交易、创造价值、解决争议，以及在频繁变动的复杂环境中实现持久的合作。换句话说，本书将帮助管理者和专业人士获得当前国际商务谈判中必不可少的知识，提高相关能力。

本书在核心内容中强调了其对现实生活的实际意义。它可让谈判者感受到在国际谈判桌上可能出现的情况，告诉你如何避免犯错和如何最优化自己的目标。同时帮助你增强技能，而这些技能是在多元文化环境中成功处理商务问题的关键。谈判达成的协议的效力以及持久关系的发展将关系到成败。若与跨国公司签订于己不利的协议，会带来不断的麻烦，还可能影响到自身的盈利能力，并产生无休止的争议。相反，双赢的协议则会助你达到甚至超出预期目标，同时能够给对方以极大的满足感。这在任何情况下都是毫无疑问的，无论你是要确定价格和交易量，与关键客户进行交易，极力说服他人与你合作或至

少不与自己作对，制定或批准预算，敲定并管理复杂的合约，还是要与对你来说很重要的人物一起合作项目，抑或是要打破或避免谈判僵局。

对过去几年里所有曾有助于本书的设计与构思和成书的人，我们再次致以最诚挚的谢意。我们的许多概念和想法都基于前人的工作，我们将它们列在参考文献中，作为对他们的感谢。通过对他们跨文化谈判的研究，你会发现一个有奉献精神作者群体。他们之中，有的可能会赞同本书的观点，有的会持不同观点，但都是我们所期待的意见。

另外，我们还要感谢同行们的大力支持，他们是：日内瓦国际大学（International University in Geneva）的 Eric Willumusen 和 John Santantoniou；康涅狄格大学（University of Connecticut）的 Chris Earley。我们也非常感激我们那些日内瓦国际大学和康涅狄格大学的学生，他们帮助我们审阅了初稿并提供了非常好的反馈意见。同时，日内瓦国际大学和康涅狄格大学的员工也以其他多种方式为我们提供了帮助，特别令我们感动，尤其是国际项目办公室的助教 Shayna Mesko。

对 Business Expert Press 才华出众的员工，我们也深怀感激之情，他们为本书的出版起到了不可或缺的特殊作用。我们的编辑 David Parker 为全书的架构提供了非常好的建议，他的友好建议给了我们很大的启发和鼓励。

最后，我们还要感谢我们的妻子，感谢她们的爱和用各种方式给予的支持和鼓励。

克劳德·塞利奇 瑞士日内瓦
苏比哈什·C·贾殷 美国康涅狄格州斯托斯



Claude Cellich and Subhash C. Jain

Practical Solutions to Global Business Negotiations

ISBN: 1-60-649249-7

Copyright © 2012 by Business Expert Press, LLC.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) and China Renmin University Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2014 by McGraw-Hill Education (Asia), a division of McGraw-Hill Education (Singapore) Pte. Ltd. and China Renmin University Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可，对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播，包括但不限于复印、录制、录音，或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体翻译版由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司和中国人民大学出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内（不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾）销售。

版权© 2014 由麦格劳-希尔（亚洲）教育出版公司与中国人民大学出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill Education 公司防伪标签，无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号：01-2012-6354

教师反馈表

美国麦格劳-希尔教育出版公司 (McGraw-Hill Education) 是全球领先的教育资源与数字化解决方案提供商。为了更好地提供教学服务, 提升教学质量, 麦格劳-希尔教师服务中心于 2003 年在京成立。在您确认将本书作为指定教材后, 请填写以下表格并经系主任签字盖章后返回我们 (或联系我们索要电子版), 我们将免费向您提供相应的教学辅助资源。如果您需要订购或参阅本书的英文原版, 我们也将竭诚为您服务。

★ 基本信息					
姓		名		性别	
学校			院系		
职称			职务		
办公电话			家庭电话		
手机			电子邮箱		
通信地址及邮编					
★ 课程信息					
主讲课程		课程性质		学生年级	
学生人数		授课语言		学时数	
开课日期		学期数		教材决策者	
教材名称、作者、出版社					
★ 教师需求及建议					
提供配套教学课件 (请注明作者 / 书名 / 版次)					
推荐教材 (请注明感兴趣领域或相关信息)					
其他需求					
意见和建议 (图书和服务)					
是否需要最新图书信息	是、否	系主任签字/ 盖章			
是否有翻译意愿	是、否				



**Higher
Education**

网址: <http://www.mcgraw-hill.com.cn>

麦格劳-希尔教育出版公司教师服务中心
北京市清华科技园科技大厦 A 座 906 室
北京 100084
电话: 010-62790299-108
传真: 010-62790292

教师教学服务说明

中国人民大学出版社工商管理分社以出版经典、高品质的工商管理、财务会计、统计、市场营销、人力资源管理、运营管理、物流管理、旅游管理等领域的各层次教材为宗旨。

为了更好地为一线教师服务，近年来工商管理分社着力建设了一批数字化、立体化的网络教学资源。教师可以通过以下方式获得免费下载教学资源的权限：

在“人大经管图书在线”（www.rdjg.com.cn）注册，下载“教师服务登记表”，或直接填写下面的“教师服务登记表”，加盖院系公章，然后邮寄或传真给我们。我们收到表格后将在一个工作日内为您开通相关资源的下载权限。

如您需要帮助，请随时与我们联系：

中国人民大学出版社工商管理分社

联系电话：010-62515735，62515749，82501704

传 真：010-62515732，62514775

电子邮箱：rdcbjsjg@crup.com.cn

通讯地址：北京市海淀区中关村大街甲 59 号文化大厦 1501 室（100872）

教师服务登记表

姓 名	☐ 先生 ☐ 女士		职 称		
座机/手机			电子邮箱		
通讯地址			邮 编		
任教学校			所在院系		
所授课程	课程名称	现用教材名称	出版社	对象（本科生/研究生/MBA/其他）	学生人数
需要哪本教材的配套资源					
人大经管图书在线用户名					
院/系领导（签字）： 院/系办公室盖章					

目 录

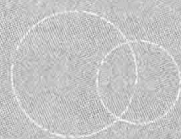
第 1 篇 导 言	(1)
第 1 章 国际商务谈判概览	(3)
1.1 谈判的架构	(4)
1.2 谈判的基础工作	(15)
1.3 进入谈判	(16)
1.4 本书的安排	(17)
第 2 篇 谈判环境	(19)
第 2 章 文化在跨境谈判中的作用	(21)
2.1 文化对谈判的影响	(22)
2.2 对文化的理解	(24)
2.3 礼仪和行为举止	(26)
2.4 更深层的文化特质	(27)
2.5 谈判参与者和过程	(30)
2.6 旨在应对文化问题的一些特征	(31)
第 3 章 谈判风格的选择	(36)
3.1 谈判人员之间的风格差异	(36)
3.2 恰当的谈判风格	(39)
3.3 确定谈判风格	(41)
第 3 篇 谈判过程	(45)
第 4 章 谈判前的准备	(47)
4.1 关键因素	(48)
4.2 确定谈判相关议题	(48)
4.3 了解己方地位	(49)
4.4 了解对方的情况	(50)
4.5 了解竞争态势	(52)
4.6 了解谈判中的谈判界限	(54)

4.7	形成自己的谈判策略	(58)
4.8	筹划谈判会议	(61)
第5章	启动国际商务谈判：迈出第一步	(65)
5.1	谁来首先报价	(65)
5.2	怎样首先报价：高价位还是低价位	(66)
5.3	应对拒绝	(68)
5.4	影响谈判的因素	(69)
5.5	共同关注点	(71)
第6章	对换让步	(75)
6.1	开发一个让步策略	(75)
6.2	谈判中的灵活性	(78)
6.3	让步模式	(79)
6.4	对换让步的最佳实践	(82)
第7章	价格谈判	(84)
7.1	定价要素	(84)
7.2	国际定价面面观	(88)
7.3	国内与非洲的交易	(91)
7.4	价格谈判前的计划工作	(92)
7.5	进入谈判现场	(93)
7.6	价格谈判指南	(95)
第8章	结束商务谈判	(98)
8.1	结束谈判的方法	(98)
8.2	结束方法的选择	(100)
8.3	结束时机的选择	(100)
第9章	进行重新谈判	(105)
9.1	重新谈判的原因	(105)
9.2	降低重新谈判的需求	(106)
9.3	克服对重新谈判的惧怕心理	(109)
9.4	重新谈判的类型	(110)
9.5	重新谈判的方法	(113)
第4篇	谈判工具	(115)
第10章	有效谈判的沟通技巧	(117)
10.1	与跨文化沟通有关的问题	(118)
10.2	提高谈判中的沟通水平	(120)
10.3	非语言沟通	(124)
10.4	翻译人员的运用	(127)

第 11 章 优势谈判的秘诀	(130)
11.1 谈判力的来源	(130)
11.2 对谈判力的评估	(136)
11.3 做一个有效的谈判者	(137)
第 5 篇 其他谈判主题	(139)
第 12 章 网上谈判	(141)
12.1 网上谈判的优势	(141)
12.2 网上谈判的陷阱	(144)
12.3 网上谈判的战略	(144)
12.4 适合网上谈判的情景	(145)
12.5 制定好网上谈判计划	(145)
12.6 网上谈判的优缺点	(147)
第 13 章 克服国际谈判中的性别差异	(149)
13.1 性别差异	(149)
13.2 文化之分	(151)
13.3 企业文化	(151)
13.4 处理性别差异	(152)
13.5 准备好进行跨越性别差异的谈判	(153)
第 14 章 小企业与大公司谈判的战略	(154)
14.1 小企业的成功战略	(154)
14.2 为谈判成功做好准备	(157)
14.3 投标评估	(158)
14.4 实例：被选中的最高报价	(159)
14.5 投标时的小技巧	(160)
案例 A 在中国的谈判	(162)
案例 B 在欧洲的谈判	(164)
案例 C 在拉丁美洲的谈判	(166)
案例 D 在中东的谈判	(168)
案例 E 在亚洲的谈判	(170)
案例 F 雷诺—日产联盟谈判	(172)
案例 G 工厂关闭谈判	(187)
参考文献	(191)

第 1 篇 导 言

Introduction



第1章

国际商务谈判概览

在商务活动中，你最终能得的不一定是你应得的，而取决于你从谈判中所能争取到的。

——切斯特·L·卡拉斯 (Chester L. Karras)

商务活动是一系列交易活动和业务的集合。例如与一方或多方进行谈判，而各方有各自的立场与角色。因此谈判可以定义为一个过程，通过这一过程，两个及两个以上的谈判方在涉及共同利益的事务上达成一致意见。谈判的要素包括：**不同的谈判方**（parties，具有共同利益，需要相互进行交涉的人），**事件**（issues，一个或几个需要解决的事项），**备选方案**（alternatives，针对每个待解决事件，谈判各方可以选择的可行方案），**立场**（positions，针对某个特定事项谈判者必然作出的回复：你想要什么以及为什么想要），最后就是**利益**（interests，谈判者的潜在需要）。以上这些必须在谈判伊始就清晰地确认。

第二次世界大战后的一段时期内，最重要的发展趋势之一就是商务的国际化。今天，大大小小的公司都逐渐融入全球市场的竞争中，寻找增长并试图保持其竞争优势。这迫使管理者不得不在一个多文化的环境下处理商业事务，并进行谈判。

在任何商业背景下，谈判都是困难的。在全球商业环境中，更是难上加难，因为：（1）各方文化不同；（2）各方所处的商业环境不同；（3）国际商务谈判中存在性别差异问题。由于这些因素的存在，国际商务谈判的结果往往会出问题，谈判者有时需要付出非同一般的努力。^[1]因此，在为跨国界的谈判甄选谈判人员时，适当进行培训会大有帮助。本书就将为需要在多元文化环境中处理事务的人们，提供一些实用的知识和专家意见。

本书对那些必须进行商务谈判的、需要解决争端的，或者需要在本国之外的市场进行决策的人颇有意义。事实上，经常会有管理者对国际谈判持理所当然的态度而不予充分重视。他们认为如果按照正确的政策行事，则谈判就可以不费吹灰之力圆满完成。但尽管如此，经验显示，跨国谈判是艰难的，往往需要经历千辛万苦的过程。即使有良好的政策和制度保障，在本国之外的环境中谈判仍有失败的可能性，因为我们的谈判者是来自不同文化背景的人进行接触，他们具有各自不同的法律体系背景和迥异的商业行为方式。如果谈判各方