



高职高专国际商务专业系列教材

国际商务谈判

Guoji Shangwu Tanpan

顾问 / 薛荣久 主编 / 蒋小华



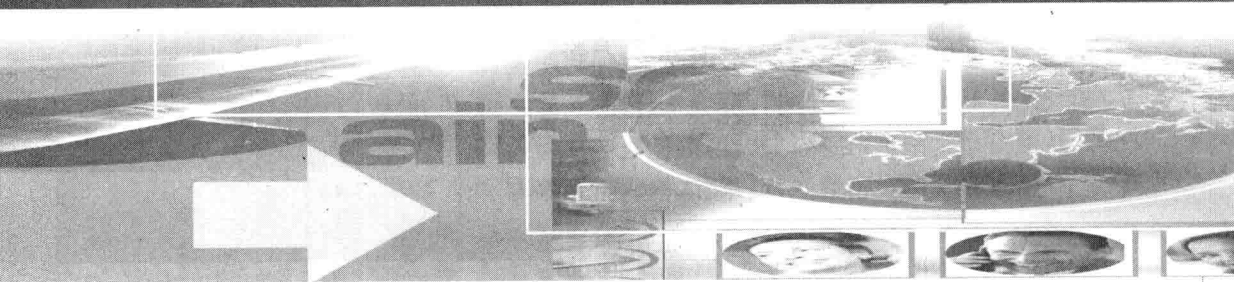
重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>



高职高专国际商务专业系列教材

国际商务谈判



顾问 / 薛荣久

主编 / 蒋小华

副主编 / 马慧琼 肖永江 万久玲

重庆大学出版社

内容提要

本书采用以导入案例引出各章中心内容的阐述方法,深入浅出地介绍了国际商务谈判的基本理论、内容和方法。全书由三部分组成:国际商务谈判的基础知识、理论与方法;国际商务谈判的策略和技巧;国际商务谈判的社交与礼仪。每章均附有导读、学习目标、本章小结、实训题、练习与作业,精选了适当的案例,以方便学生学习参考。

本书可作为高职高专国际商务专业、市场营销专业或其他财经类专业的教材,也可作为成人高校经济管理类专业通用教材,亦可作为从事企业商务工作的在职人员的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

国际商务谈判/蒋小华主编. —重庆:重庆大学出版社,2010.10

(高职高专国际商务专业系列教材)

ISBN 978-7-5624-5579-0

I. ①国… II. ①蒋… III. ①国际贸易—贸易谈判—高等学校:技术学校—教材 IV. ①F740.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 140381 号

高职高专国际商务专业系列教材

国际商务谈判

主 编 蒋小华

副主编 马慧琼 肖永江 万久玲

策划编辑:沈 静

责任编辑:李定群 刘玥凤 版式设计:沈 静

责任校对:秦巴达 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝正街 174 号重庆大学(A 区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (营销中心)

全国新华书店经销

重庆川渝彩色印务有限公司印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:16.75 字数:300 千

2010年10月第1版 2010年10月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 978-7-5624-5579-0 定价:29.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书

制作各类出版物及配套用书,违者必究

编委会

- 顾 问 薛荣久(对外经济贸易大学教授、博士生导师)
- 主 任 刘红燕(深圳职业技术学院教授、博士)
陈科鹤(广西国际商务职业技术学院教授、系主任)
- 副主任 蒋 琳 李国冰 卢永忠 刘冰涛
谢晋洋
- 委 员 黄志平 侯贵生 李小红 姜 洪
唐友清 李秀平 刘 靖 雷裕春
李玫宇 韦海燕 李晓璇 江运芳



目 录 CONTENTS

第 1 章 国际商务谈判导论	1
1.1 国际商务谈判的概念、构成因素	2
1.2 国际商务谈判的基本理论	9
1.3 国际商务谈判的主要方法	17
1.4 国际商务谈判的基本程序	19
1.5 国际商务谈判的基本原则	21
1.6 中西方谈判思想	25
本章小结	28
习题	29
第 2 章 国际商务谈判的准备工作	33
2.1 确定谈判目标	35
2.2 收集谈判信息	37
2.3 环境因素的分析	43
2.4 选择谈判地点	48
2.5 模拟谈判	50
本章小结	55
习题	56
第 3 章 国际商务谈判各阶段策略	59
3.1 开局阶段的策略	61
3.2 磋商阶段的策略	69

第1章

国际商务谈判导论

【学习目标】

- 了解中西方谈判思想。
- 熟悉国际商务谈判的概念、构成因素、基本原则。
- 正确、全面理解国际商务谈判的基本理论。
- 熟悉并能熟练运用国际商务谈判的主要方法。
- 掌握国际商务谈判的基本程序。



【本章导读】

谈判工作是一门艺术。它的艺术性表现在谈判方法的多样性、灵活性和创造性上。谈判艺术的要领是因势利导、融会贯通——处理好各方面的关系。

如今我国已经加入 WTO,而且社会主义市场经济体制也逐步完善,国内国际市场将迅速实现一体化进程,大批国内企业走向国际市场,大批国外企业进入国内市场。在这种统一的大市场中,会发生越来越多的涉外谈判,特别是国际商务谈判。因此,了解、学习国际商务谈判的基本知识,掌握谈判的技能,显得尤为必要。

【案例导入】

澳大利亚 A 公司拟将某种铁矿石出售给日本 B 公司,以下是双方谈判过程中的一些具体情况:

谈判一开始,日方人员就直接指责澳方铁矿石的杂质含量高于双方事先约定的标准,产品质量存在严重问题,A 公司的信誉值得怀疑。日方人员欲通过这种方式从气势上压倒 A 公司,从而迫使其在价格等其他条款上作出较大让步。

然而 A 公司谈判人员对 B 公司的指责十分不满,他们坚持认为根据澳大利亚的检验标准,其产品是合格的,况且,B 公司如此不负责任地指责 A 公司的信誉,简直令人忍无可忍。因此,对方话音未落,他们就开始反驳对方的指责,并回敬以类似的攻击。

双方谈判人员因此展开了激烈的争论。

1.1 国际商务谈判的概念、构成因素

1.1.1 国际商务谈判的基本概念

谈判,由谈和判两个字组成,谈是指双方或多方之间的沟通 and 交流,判就是决定一件事情。只有在双方进行沟通 and 交流的基础之上,了解对方的需求和内容,才能够作出相应的决定。也就是说,谈判是让别人支持我们从对方那里获

得我们想要的东西的一个过程。如与客户谈判,客户希望你再降价 20%,否则,他将从别人那儿采购相应的货物。这时你是否继续降价,如何与客户谈条件?在谈判中你是否能够自如地控制整个局面?如果谈判陷入僵局,如何打破,用什么方法打破,你怎么处理?在日常生活中,很多方面都需要谈判,例如学生时代,成绩不好,想想回家怎么向家长交代;工作后,如何从领导那儿得到更重要的任务,如何使自己的薪资待遇有更大的提高机会;如何与客户、竞争对手进行沟通;甚至谈恋爱也是一个谈判的过程。可以说,小到我们身边的一件小事,大到中国加入 WTO,都是一个谈判的过程,谈判在生活中无处不在。

随着对外开放政策的全面实施,对外贸易体制改革的不断深化,我国已经有越来越多的企业参与对外经济贸易活动,与外方的接触日益频繁。在这些业务活动中,不论是进行国际间的货物买卖,还是搞技术引进,或者是引进外资等等都不可避免地需要经过一个中外双方对所拟进行的业务进行磋商,以求达成协议的过程,这也就是我们所说的谈判过程。

实践证明,谈判是我们进行对外经济贸易活动的一个极其重要的环节。凡是涉及有关交易的价格和其他交易条件,都要通过谈判予以确定。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。双方在这方面取得的协议具有法律的约束力,不得轻易改变。因此,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。做好谈判工作,妥善处理在谈判过程中出现的各种各样的问题,是我们贯彻对外开放政策、开展对外经贸活动的一个重要方面。

现代意义上的谈判是双方为解决冲突而进行沟通的过程,目的是使双方达成一项协议、解决一个问题或作出某种安排;谈判是从对方那里获取利益的基本方式;谈判是在双方拥有共同利益和不同利益的情况下,为达成一项协议进行的相互间的交谈。

美国谈判协会会长、著名律师尼尔龙伯格在《谈判的艺术》一书中所阐述的观点非常明确:“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次要求满足的需要,至少都是诱发人们展开谈判过程的潜因。只要人们为了改变相互关系而交换观点,只要人们为了取得一致而磋商协议,他们就是在进行谈判。”

以下是学习国际商务谈判需要掌握的基本概念:

1) 商务谈判

商务谈判主要集中在经济领域,它是参与各方为了协调、改善彼此的经济



关系,满足贸易的需求,围绕标的物的交易条件,彼此通过信息交流、磋商协议达到交易目的的行为过程。这是市场经济条件下流通领域最普遍的活动之一,具体包括商品买卖、投资、劳务输出输入、技术贸易、经济合作等。

商务谈判作为谈判的一种,既有与其他类型的谈判相同的一面,又有不同于其他谈判的特点,这些特点主要有以下三个方面:

(1) 经济利益的得与失是谈判的焦点

参与商务谈判的各方,都是为了获取经济利益才坐到谈判桌前的。中国在旷日持久的加入世界贸易组织的谈判中,先后长达15年,主要原因就在于中国政府的谈判代表在关系到国家重大经济利益的问题上不能轻易让步。

(2) 谈判的内容具体明确

商务谈判所涉及的内容一般比较具体明确。例如,在贸易谈判中,谈判的项目包括商品的价格、支付方式、交货日期等等都是具体而明确的;另外,商务谈判所涉及的内容还常常可以运用具体数字加以量化,使谈判各方一目了然。

(3) 谈判对象具有不确定性和广泛性

由于商品交易的全球化格局,使得谈判对象具有广泛性特点;而市场经济的自由竞争特点也决定了买卖双方有权利自由选择自己认为最合适的交易对象,从而导致了交易对象的不确定性。

2) 冲突

由于资源的稀缺性,冲突似乎是不可避免的;冲突是导致谈判发生的主要诱因,解决冲突是谈判的主要目的。谈判的目的是协调利害冲突,实现共同利益。可以这样说,谈判是一种在对外经贸活动中普遍存在的、解决不同国家的商业机构之间不可避免的利害冲突的一种必不可少的手段。

(1) 什么是冲突

冲突也被称为对抗,冲突多发生在既有不同利益又有共同利益的相互依赖的当事人之间。

(2) 冲突的类型

我们可以按照不同的标准将冲突分类:

①按照社会生活的主要方面进行分类,可分为经济冲突、政治冲突、宗教冲突、文化冲突和军事冲突。

②按冲突的性质分类,可分为利益冲突、结构性冲突、价值冲突、关系冲突

和数据冲突。

(3) 冲突的利弊分析

一般来说,人们倾向于认为冲突只具有消极性、负面影响,但如果客观地讲,冲突和其他事物一样具有两面性,既有消极的、负面的影响,也有积极的、正面的影响。

3) 利益差异与谈判

冲突的发生是由于不同主体间的利益差异。一方利益的获得可能是以牺牲对方利益为代价得以实现的,由此产生了双方的矛盾、冲突。

(1) 利益与利益差异

古人云:“天下熙熙,皆为利来;天下攘攘,皆为利往。”对利益的最简单的解释就是好处。利益可以有长远利益和短期利益;可以是现实利益,也可以是潜在利益。

当各方的利益不相同时就产生了利益差异;当不仅有差异,而且一方的利益和其他各方的利益交织在一起,一方利益的得必然导致其他方利益的失,这时冲突就不可避免地产生。

(2) 利益与获取成本

得与失是相对的,在得到一定利益的同时也必须付出相应的代价,也就是成本。

衡量成本的高低,既需要考虑为获取己方利益而向其他方提供的利益的多少、所承担风险的大小,还需要考虑得到利益所需要支付的时间成本和直接的货币成本,包括人力、物力等。

与此同时,还要考虑机会成本问题。这里所说的机会成本包括:面对谈判各方提供的各种选择方案时,选择 A 方案放弃 B 方案所要付出的代价;或者面对几个潜在的合作对象时,选择某一合作伙伴作为谈判对象就可能失去与另一些企业合作的机会。机会成本并不是一种实际产生的成本,而是我们作出一个选择时所放弃的东西。

4) 国际商务谈判

国际商务谈判是指国际商务活动中,不同国家、地区工业和商业领域的公司、企业之间,为各自的经济利益所进行的洽谈,反复调整或始终坚持各自提出的条件,最后达成协议或达不成协议的整个过程。国际商务谈判包括国际商品



贸易谈判、易货贸易谈判、补偿贸易谈判、各种加工和装配贸易谈判、现汇贸易谈判、技术贸易谈判、合资经营谈判、租赁业务谈判和劳务合作谈判等。国际商务谈判是国际商务活动中的重要组成部分,是国际商务理论的主要内容,是国内商务谈判的延伸和发展。可以这样说,国际商务谈判是一种在对外经贸活动中普遍存在的、解决不同国家的商业机构之间不可避免的利害冲突和实现共同利益的一种必不可少的手段。不论是从谈判形式,还是从谈判内容来讲,国际商务谈判远比国内商务谈判复杂得多。这是由于谈判人员来自不同的国家,其语言、信仰、生活习惯、价值观念、行为规范、道德标准乃至谈判的心理都有着极大的差别,而这些方面都是影响谈判进行的重要因素。

国际商务谈判既具有一般贸易谈判的共性,也具有自身的特殊性。

(1) 国际商务谈判具有一般贸易谈判的共性

- ①以经济利益为谈判目的。
- ②以经济利益作为谈判的主要评价指标。
- ③以价格作为谈判的核心。

(2) 国际商务谈判的特殊性

①国际商务谈判既是一笔交易的洽谈,又是一项涉外活动,具有较强的政策性。谈判双方之间的商务关系是一国同别国或地区之间的经济关系的一部分,并且常常涉及一国同该国或地区之间的政治关系和外交关系。国际商务谈判必须贯彻执行国家有关的方针政策和外交政策,还应注意国别政策,执行对外经济贸易的一系列法律与规章制度。

②应按国际惯例行事。国际商务谈判商谈的是两国或两个地区的企业之间的商务关系,因此在适用的法律方面就不能完全以任何一方所在国家或地区的经济法为依据,而必须以国际经济法为准则,按国际惯例行事。当需要仲裁时,仲裁地点与仲裁所适用的规则直接相关。一般来说,规定在哪一国仲裁,往往就要适用该国的有关仲裁规则和程序。

③国际商务谈判涉及面很广。由于受供给关系的影响,加之国际市场价格变化多端,竞争十分激烈,因此必须特别重视调查研究工作。通过调查研究,了解国外的经济情况和市场情况。出口业务要了解市场的需求,还应根据国别政策,区别对待。

④影响谈判的因素复杂多样。由于谈判者来自不同的国家和地区,有着不同的社会文化背景和政治经济体制,人们的价值观念、思维方式、行为方式、语言及风俗习惯各不相同,从而使影响谈判的因素大大增加,导致谈判更加复杂。

⑤谈判的内容广泛复杂。由于谈判结果导致有形或无形资产的跨国转移,因此要涉及国际贸易、国际金融、会计、保险、运输等一系列复杂的问题。这就对从事国际商务谈判的人员在专业知识方面提出了更高的要求。

1.1.2 国际商务谈判的构成要素

国际商务谈判的构成要素是指构成商务谈判活动的必要因素,它是从静态结构揭示经济谈判的内在基础。我们认为,任何谈判都是谈判主体和谈判客体相互作用的过程。国际商务谈判作为一种协调往来关系的沟通交际活动,它是一个有机联系的整体。为了完整地认识和把握谈判活动,很有必要较为深入地分析一下谈判的构成要素。一般地说,国际商务谈判有五个基本构成要素:谈判主体、谈判客体、谈判议题、谈判方式、谈判环境。

1) 谈判主体

国际商务谈判的主体是指参与谈判的当事人,即参加谈判活动的双方人员。在国际商务谈判活动中,谈判主体是主要因素,起着至关重要的作用。国际商务谈判活动的成效在很大程度上取决于谈判主体的主观能动性和创造性。谈判的主体可以是一个人,也可以是一个合理组成的群体。但不是什么人都可以成为主体。主体是指具有商务谈判科学知识和能力、拥有相应权力、从事谈判活动的人。谈判活动归根到底是谈判人员为达到各自的目的或者需要而进行的一场语言心理战。古今中外,成功的谈判不胜枚举,失败的谈判也数不胜数。有的谈判在轻松的气氛中就达成了互惠互利的协议,有的谈判则在紧张压抑的状态中马拉松式地拖延着。所有这些,一方面固然与谈判议题有关;但另一方面,与谈判人员的素质和修养也是息息相关的。或许很多人都经历过谈判,但成功的谈判家毕竟为数不多,在现代社会生活中,为了实现圆满成功的谈判,谈判人员应当具备多方面的良好素质与修养。例如,充满自信、刚毅果断、有理有节、精明机智、豁达大度、深谙专业、知识广博、能言善辩,等等,都是每个优秀的谈判人员所需要具备的。

2) 谈判客体

国际商务谈判的客体是跨越国界的商务内容。国际商务的内容十分广泛,它包括国际货物买卖、技术贸易、补偿贸易、租赁贸易、合资合作经营等一切国际经贸业务。



3) 谈判议题

所谓谈判议题,就是指在谈判中双方所要协商解决的问题。这种问题,可以是立场观点方面的,也可以是基本利益方面的,还可以是行为方面的。一个问题要成为谈判议题,大致上需要具备如下条件:一是它对于双方的共同性,即这一问题是双方共同关心并希望得到解决的,如果不具备这一点,就构不成谈判议题。二是它要具备可谈性,也就是说,谈判的时机要成熟。在现实生活中,本该坐下来谈判的事,一直未能真正去做,这主要就是因为谈判的条件尚未成熟。这样的情形是不少见的。例如,两伊战争一直打了十年,期间许多国家都呼吁双方不要诉诸武力而应用和平谈判的方式解决争端,然而,交战双方的代表真正坐到谈判桌上来已经过去了十个春秋。谈判时机的成熟是谈判各方得以沟通的前提,当然,成熟的时机也是人们经过努力而可以逐步达到的。三是谈判议题必然涉及双方或多方的利害关系。

4) 谈判方式

谈判方式是指谈判人员之间对解决谈判议题所持的态度或方法。谈判的方式很多,依据不同的标准,可以作出不同的分类。如果以心理倾向性为标准,谈判方式可划分为常规式(多用于固定客户之间的交易)、利导式(通常使用将计就计、投其所好的谋略)、迂回式(利用某些外在条件间接地作用于对手)和冲激式(使用强硬手段给对方施加压力)。如果以谈判者所取的策略、态度为依据,则谈判方式可有软弱型、强硬型和有软有硬型三种。软弱的谈判者希望避免冲突,随时准备为达成协议而让步;他希望圆满达成协议,却总是为遭受对方的剥削而深感其苦。强硬的谈判者对己方提出的每一项条件都坚守不让,他们往往采取寸利必争的策略,以获得最大利益的满足。有软有硬的谈判方式也可以看作是“原则谈判法”,它是根据价值来取得协议,根据公平的标准来做决定,采取灵活变通的方法,以寻求谈判双方各得其利、均有收益的最佳方案。正因为如此,现代谈判学认为,原则谈判法是一种理想的、广泛适用的策略。

5) 谈判环境

谈判活动作为一个有机整体,除了以上几方面的要素之外,还得考虑其他一些对谈判具有重大影响的因素。有的学者把这些因素称之为谈判环境,谈判环境是指影响国际商务谈判的所有因素的总和,包括宏观环境、谈判对手、自身情况等。研究谈判环境就是要对影响国际商务谈判的所有因素的相关信息进

行收集、整理和评价,是进行国际商务谈判的依据。

宏观环境包括:政治环境、经济环境、法律环境、技术环境、文化环境等;谈判对手包括对手的发展历史、组织特征、产品技术特点、市场占有率和供需能力、价格水平及付款方式、对手的谈判目标和资信情况,以及参加谈判人员的相关情况等;企业自身情况包括企业在行业中的地位、经济能力、市场能力、技术能力、物资供应能力、配套能力、人力资源状况等。

1.2 国际商务谈判的基本理论

1.2.1 需求理论及其在国际商务谈判中的应用

国际商务谈判活动的目的就是满足谈判者的需求,或者说国际商务谈判就是满足需求的一种手段或工具。研究国际商务谈判者的需求规律,对把握国际商务谈判活动的规律有着至关重要的作用。如同一个高级谈判者所说,“有需求就有弱点,有需求就有希望,关键在于找准需求”。关于需求研究的理论主要有两个:一是马斯洛的需求层次论;二是奥尔德弗“ERG”理论。

1) 需求层次论及其在国际商务谈判中的应用

(1) 需求层次论的核心观点

需求层次论是研究人的需求结构的一种理论,由美国心理学家马斯洛(Abraham H Maslow, 1908—1970)首创。他在1943年发表的《人类动机理论》(A Theory of Human Motivation Psychological Review)一书中提出了需求层次论。这种理论的构成根据三个基本假设:第一,人是有需要的动物,人要生存,他的需求能够影响他的行为。需求取决于他已经得到了什么,还缺少些什么,只有尚未满足的需求能够影响行为。换言之,已经得到满足的需求不再起激励作用,只有未满足的需求能够影响行为。第二,人的需求按重要性和层次性排成一定的次序,从基本的(如食物和住房)到复杂的(如自我实现)。第三,当人的某一级的需求得到最低限度满足后,才会追求高一级的需求,如此逐级上升,成为推动继续努力的内在动力。

①马斯洛需求的五个层次。马斯洛将人的需求按由低级到高级的顺序分成五个层次或五种基本类型:



a. 生理需求。即维持个体生存和人类繁衍而产生的衣、食、住、行方面的需求,如对食物、氧气、水、睡眠等的需求。这类需求的级别最低,人们在转向较高层次的需求之前,总是尽力满足这类需求。一个人在饥饿时不会对其他任何事物感兴趣,他的主要动力是找到食物。

b. 安全需求。即在生理及心理方面免受伤害、获得保护、照顾安全感的需求,如要求人身的健康,安全、有序的环境,稳定的职业和有保障的生活等。安全需求包括对人身安全、生活稳定以及免遭痛苦、威胁或疾病等的需求。和生理需求一样,在安全需求没有得到满足之前,人们唯一要的就是这种需求。

c. 社交的需求也称为归属和爱的需求。即希望给予或接受他人的友谊、关怀和爱护,得到某些群体的承认、接纳和重视。如乐于结交朋友、交流情感、表达和接受爱情,融入某些社会团体并参加他们的活动等。当生理需求和安全需求得到满足后,社交需求就会突出出来,进而产生激励作用。

d. 自尊的需求。即希望获得荣誉、受到尊重和尊敬、博得好评,得到一定的社会地位的需求。自尊的需求与个人的荣辱感紧密联系在一起,它涉及独立、自信、自由、地位、名誉、被人尊重等多方面内容。有自尊需求的人希望别人按照他们的实际形象来接受他们,并认为他们有能力,能胜任工作。他们关心的是成就、名声、地位和晋升机会。

e. 自我实现的需求。即希望充分发挥自己的潜能、实现自己的理想与抱负的需求。自我实现是人类最高级的需求,它涉及求知、审美、创造、成就等内容。自我实现需求的目标是自我实现,或是发挥潜能。达到自我实现境界的人接受自己也接受他人。

②马斯洛需求层次的特点。归纳起来,有以下特点:

a. 当低级需求得到相对满足后,高级需求就越发突出,成为行为的激励因素,所谓“衣食足而知荣辱”。但这并不说明必须等低级需求满足后才会产生高级需求,经常会发生例外情况。

b. 需求越到上层,越难满足,有人甚至终身也不会有“自我实现”的需求和感觉。

c. 同一时间,可以存在多种需求,从而有多种激励因素,但一般会有一种需求为主导。

d. 需求是动态变化的,需求一旦被满足,一般就不能成为一种激励力量。因此为了更好地激励,要善于把握需求的变化。

(2)需求层次理论在国际商务谈判中的应用

①不同的国际商务谈判者代表着不同层次的需求。由于各种各样的原因,

不同企业、不同个人对产品的需求是不同的,尤其是对档次和价格的要求不同。鉴于此,在进行国际商务谈判时的首要任务是分析对方的需求层次,以需求层次决定需求的产品层次、服务层次。

②国际商务谈判者本身有着不同层次的需求,在谈判过程中应着力满足国际商务谈判者的多方面需求。例如,谈判者来我方进行谈判,我们应该安排好对方的衣食住行(生理需求),保障对方的人身和财产安全(安全需求),注重与对方的交流尤其是心灵的交流(社交的需求),尊重对方的人格和习惯(尊重需求),在双方能够接受的情况下尽可能达成协议,实现双方的自我价值(自我实现的需求)。

③在国际商务谈判中注重关系的建立与维护。实践证明,关注国际商务谈判者的精神层面的需求,与国际商务谈判者建立长期稳定和谐的关系,有利于国际商务谈判者获得忠诚客户和伙伴,有利于降低谈判成本、提高谈判效益。正因为如此,我们应该从交易型谈判方式逐渐转入关系型谈判方式。

2) 奥尔德弗 ERG 理论及其在国际商务谈判中的应用

(1) 奥尔德弗 ERG 理论的核心观点

马斯洛的需求理论有一定的合理因素。他在一定程度上指出了人的需求变化的一般规律,以及需求结构中各种需求之间的关系,可用于分析消费需求及消费者行为的发展趋势。但是其阐述还有某些不足之处(比如消费者需求的严格层次性就受到很多质疑),美国另一位心理学家奥尔德弗的 ERG 理论对此进行了补充。

奥尔德弗(Alderfer)于1969年在《人类需求新理论的经验测砌》一文中修正了马斯洛的论点。认为人的需求不是分为五种而是分为三种:

- ①生存的需求(Existence),包括心理与安全的需求。
- ②相互关系和谐的需求(Relatedness),包括有意义的社会人际关系。
- ③成长的需求(Growth),包括人类潜能的发展、自尊和自我实现。

奥尔德弗需要论简称为 ERG 需求理论,与马斯洛需求层次论相比,这两种理论的不同点是:奥尔德弗经过大量调查证明,人类需求不完全是天生的。需求层次论建立在满足—上升的基础上,不仅体现满足—上升的理论,而且也提到挫折—倒退这一方面。挫折—倒退说明,较高的需求得不到满足时,人们就会把欲望放在较低的需求上。ERG 理论认为需求次序并不一定如此严格,而是可以越级的有时还可以有一个以上的需求。

奥尔德弗认为,人同时存在三种需求,即生存的需求、关系的需求和成长的

需求。他同时还提出了三个概念:

①“需求满足”。在同一层次的需求中,当某个需求只得到少量的满足时,一般会产生更强烈的需求,希望得到更多的满足。由此推论,此时消费者行为不会指向更高层次的需求,而是停留在原来的层次,从量和质方面发展。

②“需求加强”。较低层次的需求满足得越充分,对高层次的需求越强烈。可以推论,此时消费者的欲望将指向高一层次的需求。

③“需求受挫”。较高层次的需求满足得越少,越会导致较低层次需求的急剧膨胀和突出。换言之,消费者会以更多的支出投入到这一较低层次的需求当中。

奥尔德弗指出了这样一个事实:需求的变化不仅基于“满足—前进”,而且完全可能“受挫—倒退”。它有助于我们科学地认识需求对消费者行为的影响。

(2) 奥尔德弗 ERG 理论在国际商务谈判中的应用

奥尔德弗 ERG 理论的指导意义在于,它不仅要求重视国际商务谈判者需求,而且提供了分析谈判者需求的具体方法。可以根据上述理论在谈判实践中注意以下几点:

①在实施国际商务谈判活动之前要分析、确定国际商务谈判者的需求等级状况。谈判者的需求状况是决定其谈判行为的首要因素。

②应抓住并设法满足国际商务谈判者的主导需求。谈判者要注意准确分析对方的主导需求是什么,抓住了对方的主导需求也就抓住了对方的弱点和要害。奥尔德弗 ERG 理论告诉我们,不仅存在需求“满足—前进”,而且存在“挫折—倒退”规律。如果谈判者的主导需求没有得到满足,就很难达成进一步的一致;反之,如果主导需求得到了满足,一些细枝末节的需求也就迎刃而解了。

③注意发展国际商务谈判者高等级的需求。随着社会的进步和经济的发展,人们低层次的需求被满足以后,高层次的需求成为消费热点。谈判者在确定谈判策略时,应注意开发对方的高等级需求,在适当的时机向对方抛出,有时能达到意想不到的效果。比如,人们在购买装修材料的时候,只要谈判人员引导需求得当,消费者往往都会购买比自己预算要好的材料。原因就在于,人们有一种向高层次需求迈进的欲望。

1.2.2 谈判结构理论及其在国际商务谈判中的应用

1) 谈判结构理论的主要内容

谈判结构理论的代表人物是马什和斯科特。其中,马什通过对谈判结构的