

高等学校国际经济与贸易专业主要课程教材



*International Business
Negotiation*

国际商务谈判

(第二版)

袁其刚 编著



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

高等学校国际经济与贸易

Guoji Shangwu Tanpan

国际商务谈判

(第二版)

袁其刚 编著



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容简介

本书为高等学校国际经济与贸易专业主要课程教材。全书紧紧抓住当今中国及世界微观经济活动的特点,系统介绍了国际商务谈判的基本知识和基本操作规则,着重介绍了国际商务谈判的方法和技巧。

本书可作为高等学校国际经济与贸易、国际商务、市场营销、工商管理、电子商务等专业国际商务谈判课程的教材,同时可作为企业培训中高级管理人员的教材。

图书在版编目(CIP)数据

国际商务谈判 / 袁其刚编著. -- 2 版. -- 北京:
高等教育出版社, 2014. 1
ISBN 978 - 7 - 04 - 039150 - 3

I. ①国… II. ①袁… III. ①国际商务 - 商务谈判 -
高等学校 - 教材 IV. ①F740.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 301170 号

策划编辑 赵 鹏
插图绘制 尹文军

责任编辑 赵 鹏
责任校对 孟 玲

封面设计 于 涛
责任印制 张泽业

版式设计 童 丹

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
印 刷 北京市四季青双青印刷厂
开 本 787mm × 960mm 1/16
印 张 17.5
字 数 320 千字
购书热线 010 - 58581118
咨询电话 400 - 810 - 0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landracom.com>
<http://www.landracom.com.cn>
版 次 2007 年 11 月第 1 版
2014 年 1 月第 2 版
印 次 2014 年 1 月第 1 次印刷
定 价 29.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究
物 料 号 39150 - 00

序

从国民收入核算的角度看,对本国产品和劳务的总需求可分为居民的消费支出、企业的投资支出、政府购买和外国需求(净出口)。^① 改革开放以来,外国需求在中国的国民收入核算中所占地位越来越重要。过去 20 年,是中国对外经贸史上发展最好、最快的时期。中国已经成为世界贸易大国,在世界排名中,已由 1989 年的第 15 位,跃居 2011 年的第 2 位,2011 年中国对外贸易额超过 3.6 万亿美元。中国全方位、多层次、宽领域的对外开放格局已基本形成。在引进外国资本方面,至 2011 年全国累计外商直接投资存量约 1.16 万亿美元,吸收外资连续 19 年居发展中国家首位。

党的十八大指出,要以科学发展观为主题,以加快转变对外贸易发展方式为主线,以提升对外贸易质量效益为目标,创新外贸发展思路,着力调整优化出口商品结构,着力推动进出口联动发展,着力开拓多元国际市场,着力培育以技术、品牌、质量、服务、营销为核心竞争力的新优势,促进对外贸易协调可持续发展。

宏观战略目标和战略部署是通过微观企业具体的国际交易来实现的。我们知道,交易外推了交易各方的福利曲线。但是,每一笔特定的交易都是一些具体的商务活动,这些具体的商务活动大体上要从谈判(既包括传统的谈判,也包括 e 时代的在线谈判)开始,它是达成一项交易的重要环节。从交易的全过程来看,一项交易的成本大体包括这样几部分:信息收集成本、谈判成本、物流成本和履约成本(狭义上的)。所有的这些成本几乎都与谈判有关。信息收集就是甄别信息的过程;物流过程是众多人、财、物、组织的协调,几乎每个环节都是谈判的结果;谈判过程和狭义的履约过程也都是在具体的商务协调中完成的。有效的商务谈判是降低交易成本、顺利完成交易、实现交易创新必不可少的内容,它是交易各方信号显示的平台。人们将繁琐的、具体的,花费了大量时间、精力、金钱的

^① 张仁德,李建标. 扩大内需、宏观政策与制度建设. 理论与现代化,2000(1):12。



序

商务活动抽象为一般的理念和规则,就构成了商务谈判的学问。

商务谈判学是一门科学性和艺术性高度统一的学问。作为省级精品课程“国际商务谈判”建设负责人,袁其刚同志编著的这本《国际商务谈判》具有以下几个特点:首先,具有很强的时代性。它紧紧抓住了当代中国及世界经济微观活动的新特点,系统地介绍了目前有关国际商务谈判方面国际上最新、通用的基本知识和操作规则,特别是书中专列一章介绍基于互联网的商务谈判,给读者耳目一新之感。其次,着重描述了具体的操作方法和技巧。这些方法和技巧在国际经济活动中运用得极为广泛,因此也具有实用性。再次,具有较强的可读性。书中对企业开展国际商务活动的方方面面,进行了系统的讲述。作者在商务谈判学的知识框架上下了一番工夫,在繁琐的微观活动中,细化出本学科的知识框架。最后,书中的许多案例给读者增添了思考的空间。

李维安

第二版前言

谨以此书献给不断变化的国际商务谈判模式以及关于该主题的有关学者的研究。

鉴于商务谈判学在我国的研究已进入一个新阶段,谈判学的研究方法以及有关谈判教学方面出现了可喜的成就,加之 2007 年出版的本书第一版已不能适应形势的需要,所以进行了本次修订。本次修订在如下方面作了改进:

第一,对商务谈判的理论进行了完善。在对谈判需要理论进行详细阐述后,增加了博弈论的有关内容,对博弈论在商务谈判中的应用进行了专章叙述。谈判学有两个理论支撑,一是社会科学,二是抽象的数学——博弈论。对博弈论增加专章介绍完善了谈判学理论框架。

第二,对国际商务谈判的过程和结构进行了深入细化。在对价格谈判的四个步骤(价格解释、价格评论、讨价还价和价格谈判结束)进行分析的基础上,对报价技巧作了专门阐述。

第三,结合电子商务的飞速发展,进一步完善了在线电子商务谈判支持系统。

第四,增加的部分新案例能更好地适用于不同背景和兴趣的读者群体。这些新的案例有些是作者自己的体验,有些是同行所提供的,对此也表示感谢!

袁其刚

2013 年 10 月 17 日于燕山园

第一版前言

谈判是一门科学,也是一门艺术。首先,谈判是人们协调彼此间利益关系、满足各自需求并达成一致意见的一种行为和过程,任何谈判必须以理性的思维对所涉及问题进行系统的分析和研究,根据一定的规律、规则来制订方案 and 对策,这是谈判的科学性。其次,谈判是人们所进行的一种直接交流活动,谈判人员的素质、经验、心理状态以及思维方式,都会直接影响谈判的结果,使谈判具有难以预测性。同样的谈判内容、条件和环境,不同的人去谈判,其结果往往会不同,这便是其艺术性的体现。对任何谈判者来讲,在谈判中既要讲究科学性,又要讲究艺术性。

正是由于谈判是科学性和艺术性的统一,谈判作为一门新学科,经历了近半个多世纪的发展历程。在谈判理论发展现状的问题上,人们的看法几乎是一致的:一方面是取得了明显的进步,主要表现在全面鉴别问题、评价比较方法论、检验各种例证、澄清特殊观点、开创学习谈判的实际可能、开发电子谈判支持系统(NSS)等,但另一方面是至今仍缺少统一的理论。谈判学理论研究的多样性可从以下不同流派看出:

(1) 以斯蒂文斯、斯特劳斯、图札尔为代表的流派。该流派借鉴心理学、社会学的方法对谈判做了大量的前因后果分析式的论述。

(2) 以纳什、巴托斯、谢林等为代表的博弈论流派。此流派主要吸收了纳什的观点,认为谈判的结局基本取决于功利结构以及博弈的结果。

(3) 以索耶-格兹科、沃尔顿-麦克西、札特曼、沃特肯斯为代表的谈判过程流派。该流派把谈判看做是一系列行动和挑战,认为在这些行动和挑战中力量对比的变化、双方让步、战略战术等构成了旨在缩小双方差距的各种解决办法,并论述了这些方法给谈判带来的影响。

(4) 以拉尔、尼尔伦伯格、津巴度和李佩等为代表的实用性研



究流派。该流派分析的对象是谈判中坚定性与和解性之间的利弊,比较重视谈判理论与实务的结合。

(5) 以利姆、本巴萨特^①为代表的针对双人、垄断、多问题对策,开启了基于网络基础的电子商务谈判支持系统(Negotiation Support System, NSS)研究。该系统用边界距离和纳什解距离两个指标对计算机支持的对策论和经济学进行科学评价。该系统设计过程包括:建立基于经济学模型的谈判者决策支持系统(Decision Support System, DSS);建立基于自学习的谈判者的DSS;将二者结合起来设计谈判者的DSS。后来,Foroughi^②提出了一种研究框架,用来揭示NSS在谈判绩效研究中可以操作的不同独立变量和相关的可以被度量的因变量之间的关系。

对谈判现象进行系统研究之所以有这样的兴趣,主要是因为它涉及一种几乎无所不在的社会活动,并蕴含着极其丰富的社会情境。在过去很长的时间里,人们对它的研究只局限于外交谈判。^③然而,通过实际的观察可以发现,谈判适用于各种各样的社会活动,可以说个人在社会生活中的任何时候都离不开谈判。

谈判学研究至今仍缺少统一的理论的原因在于:第一,谈判情境变化多端本身就构成了谋求谈判理论系统化的一个重要障碍。由于很多流派无法真正地克服这一障碍,采用了绕过而行的消极方式,从而削弱了谈判理论的有效性和全面意义。第二,人们普遍认为谈判“既然是门艺术”,就不大可能作为科学分析的对象。对于这种观点,无论是在国内还是在海外,都曾在公众中广为流传。此种观点认为,谈判效果取决于谈判者的判断能力和经验水平,仅此而已。从表面上来看,谈判理论研究至今只得到支离破碎的成果,这似乎可为上述观点提供有效的根据,但是不能因为一门学科尚未完成它的理论建设,就断定它缺乏实用价值。经过20世纪50年代至70年代的努力,进入21世纪以来,随着各种研究方法 with 成果的不断积累,距离建立统一理论的必要临界阶段已经相去不远了。

谈判类型众多,如外交谈判、劳资谈判、商务谈判、企业内部沟通谈判等。上述谈判类型间既有共同点,也有很大的区别。国际商务谈判是跨越国界的商务谈判。同国内商务谈判相比,国际商务谈判人员必须克服文化差异给谈判双方在交流和沟通方面所带来的各种困难。

^① Lim L H, Benbasat I. From Negotiation to Negotiation Support System: A Theoretical Prospective[R]. Proceedings in the 25th Hawaii International Conference on System Science, 1992:153-163.

^② Foroughi A. Minimizing Negotiation Process Losses With Computerised Negotiation Support System [J]. The Journal of Applied Business Research, 1998, 14(4): 15-26.

^③ 通常人们认为第一部关于谈判的著作出自俄国卡里叶(1714)之手。他从外交角度论述了这一活动。培根(1579)所写的小册子《论谈判》,往往被看成是一部哲学和心理学的随想录。20世纪60年代却是谈判学研究的一个转折点。国际政治理论家谢林(1960)的研究方法对后人有关谈判问题产生了巨大的影响。



改革开放以来,我国企业参与国际经济合作的机会越来越多,商务谈判特别是国际商务谈判变得越来越重要。中国正以前所未有的胸襟,全方位、多层次、宽领域地实施对外开放的战略。在这种形势下,我们需要在国际商务谈判的教学和科研方面进行创新,把国际商务谈判研究推向一个新高潮。

正如台湾东吴大学刘必荣教授所指出的,学习商务谈判课程的目的是要学生建立起完整的理论框架,并了解、掌握一定的谈判技巧。国际商务谈判是一门操作性、技术性强的应用学科,我们强调要将所学的知识运用到实践中去,并在实践中不断积累、丰富和发展它。

袁其刚

2007年7月8日于燕山园

郑重声明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》，其为人将承担相应的民事责任和行政责任；构成犯罪的，将被依法追究刑事责任。为了维护市场秩序，保护读者的合法权益，避免读者误用盗版书造成不良后果，我社将配合行政执法部门和司法机关对违法犯罪的单位和个人进行严厉打击。社会各界人士如发现上述侵权行为，希望及时举报，本社将奖励举报有功人员。

反盗版举报电话 (010)58581897 58582371 58581879

反盗版举报传真 (010)82086060

反盗版举报邮箱 dd@hep.com.cn

通信地址 北京市西城区德外大街4号 高等教育出版社法务部

邮政编码 100120

目录

第一篇 国际商务谈判理论篇	1
第一章 国际商务谈判的概念、类型和作用	3
第一节 国际商务谈判的概念与特征	3
第二节 国际商务谈判的类型	7
第三节 国际商务谈判的作用	12
第二章 国际商务谈判的“需要理论”	14
第一节 需要的概念	14
第二节 国际商务谈判的“需要理论”概述	17
第三节 发现谈判对方的需要	20
第三章 国际商务谈判中的博弈论	29
第一节 博弈不是游戏	29
第二节 几个基本术语	31
第三节 几种典型的博弈	32
第四节 谈判者的困境	42
第五节 博弈论在谈判中的应用举例	47
第二篇 国际商务谈判实务篇	49
第四章 国际商务谈判前的准备工作	51
第一节 谈判前的探询工作	51
第二节 谈判准备工作的基本内容	56
第三节 谈判计划的拟订	64
第四节 谈判的组织管理	72
第五节 模拟谈判	78
第五章 国际商务谈判的结构和过程	83
第一节 国际商务谈判的结构	83
第二节 国际商务谈判的开始阶段	87
第三节 国际商务谈判的实质性阶段	98
第四节 国际商务谈判的交易明确阶段	113
第五节 国际商务谈判的结束阶段	115
第六章 国际商务谈判的法律规范	120
第一节 国际商务谈判的合同签订	120
第二节 国际商务谈判的合同格式	123



目 录

第三节	国际商务谈判的合同履行	131
第四节	国际商务谈判的合同违约处理	134
第七章	国际商务谈判的技巧	138
第一节	谈判技巧的概念	138
第二节	谈判技巧的类型	140
第三节	国际商务谈判技巧的运用	164
第八章	国际商务谈判中的时间战术和信息战术	173
第一节	国际商务谈判中的时间战术	173
第二节	国际商务谈判中的信息战术	176
第九章	国际商务谈判的语言与非语言沟通	178
第一节	国际商务谈判语言沟通的类型与艺术	178
第二节	国际商务谈判语言沟通的策略	185
第三节	国际商务谈判中的辩论	189
第四节	国际商务谈判非语言沟通的特点、作用及表现形式	194
第五节	国际商务谈判非语言沟通需要注意的问题	201
第十章	在线电子商务谈判	205
第一节	在线电子商务谈判概述	205
第二节	在线电子商务谈判支持系统	211
第三篇	国际商务谈判文化礼仪篇	217
第十一章	国际商务谈判的礼仪与禁忌	219
第一节	服饰的礼仪与禁忌	219
第二节	不同活动中的礼仪与禁忌	221
第三节	不同国家的风俗习惯与礼仪禁忌	228
第十二章	文化因素对国际商务谈判的影响	232
第一节	跨文化差异的特征及其影响	232
第二节	影响西欧谈判的文化因素	237
第三节	影响北美谈判的文化因素	240
第四节	影响中东谈判的文化因素	243
第五节	影响拉美谈判的文化因素	245
第十三章	哈佛谈判法则	248
第一节	哈佛谈判法则与传统谈判方式的比较	248
第二节	哈佛谈判法则的内容	250
附录	谈判模拟训练	262
参考文献		265

第一篇 | 国际商务谈判理论篇

国际商务谈判是一种跨文化商务谈判,具有国际性。谈判的参加者来自不同的国家和地区,有着不同的价值观念,代表各自企业的利益。本篇详细论述了国际商务谈判理论,概述了谈判的类型和特征以及国际商务谈判学习的必要性,为以后各章的学习打下基础。

第一章

国际商务谈判的概念、类型和作用

第一节 国际商务谈判的概念与特征

一、国际商务谈判的概念

美国南加利福尼亚大学派勒德教授这样定义谈判:“谈判是具有不同偏好的两个个体间通过协商达成一致意见的过程。抽象的数学和社会学知识构成了谈判学的理论基础。谈判可以分为信息收集阶段、讨价还价阶段和谈判结束阶段。每一个阶段需要使用相应的技巧。信息收集阶段包括信息探询和谈判计划的制订;讨价还价阶段中所使用的技巧取决于谈判者采用合作型策略,还是竞争型策略;谈判结束阶段需要谈判者把握结束谈判的动机,以及善于运用协议签订的技巧。谈判技巧未来研究方向涉及三个方面:一是如何发现、培训谈判专家?二是谈判信息对谈判结果有何影响?三是各种谈判技巧在不同文化背景下的应用效果如何?”^①

派勒德教授对谈判的理论基础、谈判的阶段进行了总结,对谈判学将来研究的方向作了展望。那么,什么是国际商务谈判?国际商务谈判是不同国家利益相关的两个或两个以上的个人之间、组织和团体之间,为解决特定的贸易问题,沟通歧见,而各自提出方案,就特定议题或范围进行磋商讨论,最终达成一项令双方都满意的协议的这样一个不断协调的过程。

既然国际商务谈判是谈判双方通过磋商讨论的方式解决彼此

^① 马尔科姆·沃纳.袖珍工商管理大百科全书.沈阳:辽宁教育出版社,1998.



间商务问题,并争取其最大利益或避免损失,那么在“扩大利益,减少损失”的理性原则下,谈判当事双方只有在一定的需求上限和需求下限之间才愿意达成协议。如图 1-1 所示,横轴和纵轴分别代表 A、B 双方对特定谈判议题的结果所持的态度,其两端分别表示其对特定结果正面或负面的评价。在坐标平面上,可以获得一条谈判曲线 $A'B'$,由 A 的最大需求 A' 到 B 的最大需求 B' 。而谈判的过程便是双方在其可接受的谈判曲线上所形成的拉锯线, A'' 、 B'' 分别代表 A、B 双方的最小需求。双方在谋求自身利益最大化的前提之下有以下几种选择:在保证自身利益的前提下,为达成协议,尽量满足对方的需求;为达成协议,谈判一方改变对方对谈判结果的评价标准,使双方得到同时的满足或同时的不满足;谈判一方不惜牺牲对方的利益来获取自身利益的最大化,虽然达成这种输赢谈判协议会给以后双方关系的维持或协议的履行带来很多麻烦。

可见,国际商务谈判的结果,将视双方的基本立场、谈判实力、是否了解对方的需要(或价值与期望)以及是否有良好的谈判技巧等而定。

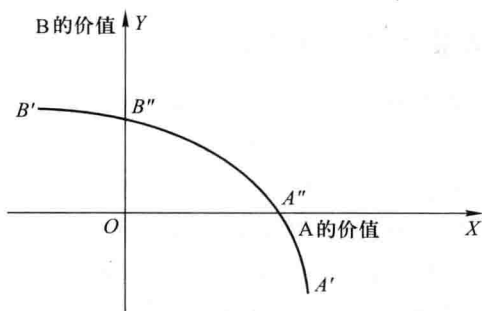


图 1-1 谈判曲线

二、国际商务谈判的特征

国际商务谈判具有下列特征。

(一) 它是双方不断协调的过程

国际商务谈判是一个通过调整各自需求,最终使谈判各方的需求相互得以调和、接近,从而达成一致意见的过程。需要指出的是,利益上的平衡不等于利益上的平均,而是双方的心理平衡。任何单方面的“让”或“取”都不能被看成是谈判。

购衣谈判

在北京秀水街,俄罗斯姑娘娜秋莎正为采购中国皮衣而与店主谈判。店主首先开价每件160美元,娜秋莎要求老板把价格压低。店主又一次要价155美元,并强调已是合理价,娜秋莎报了自己的出价130美元。最后双方以140美元成交。

(二) 它同时含有合作与冲突两种成分

谈判的合作性表现在,通过谈判而达成的协议对双方都有利,各方利益的获得是互为前提的;谈判的冲突性则表现为谈判各方希望自己在谈判中获得尽可能多的利益,为此要积极地讨价还价。尽管在不同的谈判场合下,合作与冲突程度各不相同,但可以肯定的是,任何一种谈判均含有一定程度的合作与冲突。

(三) 它是互惠的,但却不是绝对公平的

在国际商务谈判中,假如不是互惠的,谈判就无从谈起,但是,谈判的结果却不是绝对公平的,即有一方谈判者获得的好处多些,另一方获得的好处少一些。导致谈判结果不公平的主要原因是谈判双方拥有的地位、实力与技巧各不相同。国际商务谈判结果的公平与不公平取决于谈判双方对它的看法或评价标准。

分苹果的例子

两个孩子为分吃一个苹果发生了争执,两人都坚持切一块大的。于是,有人提议,一个孩子先切苹果,另一个孩子则可以先挑自己想要的那一块。他们接受了,两个人都觉得自己得到了公平的待遇。

同样还是这两个孩子分苹果,所不同的是这时的苹果有 $\frac{3}{4}$ 是青色的, $\frac{1}{4}$ 是红颜色的。一个孩子坚持要红颜色的苹果,虽然在数量上少些;而另一个孩子对数量感兴趣,分得了 $\frac{3}{4}$ 青色的苹果。双方都得到了满足,都觉得自己得到了公平的待遇。

由此可见,国际商务谈判中是没有绝对公平之说的。公平交易的标准应是使双方都得到平等的满足,或者是平等的不满足。只要参与谈判的各方对谈判结果均具有否决权,则不论谈判结果是多么“不公平”,这样的谈判都是公平的。现代谈判理论认为,一场成功谈判的双方都是胜利者。

三、国际商务谈判的基本原则

有人认为,谈判的成功与否完全取决于谈判个人综合水平的发挥与技巧的