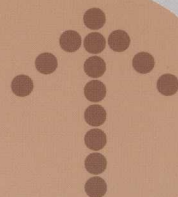




21世纪普通高等教育规划教材
21 SHI JI PU TONG GAO DENG JIAO YU GUI HUA JIAO CAI

市场营销系列
SHICHANG YINGXIAO XILIE



Business Negotiation

商务谈判

石永恒 编著



上海财经大学出版社

013068293

F715.4-43

42

21 世纪普通高等教育规划教材·市场营销系列

商务谈判

石永恒 编著



北航

C1675814



上海财经大学出版社

F715.4x3

42

013008233

图书在版编目(CIP)数据 市·林燈以賊育燈等高既普學世 IS

商务谈判/石永恒编著. —上海:上海财经大学出版社,2013.8
(21世纪普通高等教育规划教材·市场营销系列)
ISBN 978-7-5642-1658-0/F·1658

I.①商… II.①石… III.①商务谈判-高等学校-教材
IV.①F715.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 114677 号

- ☐ 责任编辑 袁 敏
- ☐ 封面设计 上艺设计
- ☐ 责任校对 王从远

SHANGWU TANPAN

商 务 谈 判

石永恒 编著

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海华业装潢印刷厂印刷装订

2013 年 8 月第 1 版 2013 年 8 月第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16 11.5 印张 294 千字

印数:0 001—4 000 定价:32.00 元



21世纪普通高等教育规划教材
21 SHI JI PU TONG GAO DENG JIAO YU GUI HUA JIAO CAI



编委会

BIAN WEI HUI

总策划 宋 谨 曹均伟

编 委 (排名不分先后)

- | | | | |
|-----|----------|-----|----------|
| 石永恒 | 清华大学 | 韩冬芳 | 山西大学商务学院 |
| 郑甘澍 | 厦门大学 | 何传添 | 广东外语外贸大学 |
| 吴 迪 | 上海交通大学 | 吴建斌 | 南京大学 |
| 张一贞 | 山西财经大学 | 张中强 | 西南财经大学 |
| 江 林 | 中国人民大学 | 梁莱歆 | 中南大学 |
| 施 娟 | 吉林大学 | 余海宗 | 西南财经大学 |
| 吴国萍 | 东北师范大学 | 关玉荣 | 渤海大学 |
| 胡大立 | 江西财经大学 | 曹 刚 | 湖北工业大学 |
| 彭晓洁 | 江西财经大学 | 孟 昊 | 天津财经大学 |
| 袁崇坚 | 云南大学 | 齐 欣 | 天津财经大学 |
| 李少惠 | 兰州大学 | 张颖萍 | 渤海大学 |
| 黎江虹 | 中南财经政法大学 | 吴开松 | 中南民族大学 |
| 罗昌宏 | 武汉大学 | 杜江萍 | 江西财经大学 |
| 徐艳兰 | 中南财经政法大学 | 盛洪昌 | 长春大学 |
| 吴秋生 | 山西财经大学 | 刘丁酉 | 武汉大学 |
| 闫秀荣 | 哈尔滨师范大学 | 刘继森 | 广东外语外贸大学 |
| 姚晓民 | 山西财经大学 | 张慧德 | 中南财经政法大学 |
| 夏兆敢 | 湖北工业大学 | 屈 韬 | 广东商学院 |
| 安 烨 | 东北师范大学 | 尤正书 | 湖北大学 |
| 张昊民 | 上海大学 | 胡放之 | 湖北工业大学 |
| 黄金火 | 湖北经济学院 | 李文新 | 湖北工业大学 |
| 李会青 | 山西大学商务学院 | 张 洪 | 武汉理工大学 |
| 任月君 | 东北财经大学 | 夏 露 | 湖北工业大学 |
| 蒲清泉 | 贵州大学 | 牛彦秀 | 东北财经大学 |



前言

亲爱的读者,感谢您选择和阅读这本书!

关于本书

这是一本既可以作为大学生学习谈判课程的教材和参考书,也适合商务人士以及想步入谈判大门的人进行学习或阅读的谈判书。本书论述了商务谈判的原理,讲解了商务谈判的技巧,介绍了商务谈判中常用的方法。本书语言轻松浅显,没有众多生搬硬套的理论与概念。您在阅读的时候会发现,作者在书中不断地通过案例提出商务谈判中的问题与疑惑,引导读者一同思考,探索积极解决问题的方法和技巧以及寻找所隐含的道理。而在这个过程中,我们把所学、所思考的与我们日常商务工作中经历过的谈判联系起来,如同在进行无风险的实战模拟演练,这是一种轻松愉快又有效的学习方式。

写作目的

中国市场上的企业将面临大量的具有机遇与挑战的商业活动,特别是大量的商务谈判活动。为了使年轻人及新入商务市场的人士掌握谈判方法、理解商务谈判的原理、了解谈判技巧,并在谈判实践中能制订出科学可行的谈判设计方案,作者特写作此书并将此书奉献给在商务市场上进行拼搏的广大商务工作者和企业管理者。通过案例分析,剖析谈判活动的奥秘,将有效的商务谈判原理和方法在书中演示出来。

读者对象

本书读者对象不仅可以是高校商学院和经济管理学院的师生,同时也可以和其他广大实务工作者,特别是想对谈判有所了解并掌握基本方法和技巧的职业人士,企业中参与商务谈判的管理者,在未来职业生涯中有志于成为企业管理者的商务人士,以及有志于成为职业经理人的人士,相信他们从中能得到很多有益的收获。

编写特点

1. 语言流畅

本书的语言生动活泼,在阅读的过程中,你不会感到在死板地学习知识,而是与作者一起在进行一次趣味横生的学习旅程。

2. 内容丰富、案例翔实

作者具有15年商务谈判研究、教学和实践的经验,本书知识体系完备,书中涵盖的商务谈判内容广泛,作者将读者应掌握的谈判技能贯穿在每一个案例中,而且大量精彩的例子来自于

众多第一手的资料,其中既有学术研究报告,也有大众传媒的新闻报道和流传故事,但更多的是作者和作者的同事、朋友亲身经历的商务案例。

3. 角度独特

书中没有强加给读者的既定观点,读者更多看到的是事实,在作者的引导之下掌握隐含在问题之中的原理、方法和技巧,找到问题的解决方案。

4. 通俗易懂

对于初涉管理学的学生、较少涉及管理理论的读者,以及初入职场者,您不必担心自己的知识背景,本书深入浅出、通俗易懂,足以让您在读完这本书之后顿感了解了商务谈判的基本原理和技巧。对于已在管理实践领域工作多年的高级管理者,您不必担心没有发现和收获,书中引用的大量文献、案例分析中的独到见解,不仅会丰富您原有的知识,还很可能令您打开新的视野,为解决实际问题提出新的思路。

作者心语

本书的写作得到作者的许多朋友的大力支持,他们在管理实践方面具有自己独特的经验,为本书的成功写作提供了大量有价值的素材。尽管在书中隐去了他们公司和案例中的真实名称,但作者从内心感谢他们的帮助。能够找到姓名的提供引用案例的朋友和学员包括:常晓敏、赵志明、薄继宁、方杰、宿爱国、张平、陆国光、陈科、张剑虹、翁阳、纪绍春、刘冬梅、陈小军、贾纪平、冯上平、罗娜、裴瑞钰、王永胜、吕志军、张建波、田悠、戴瑜莲、张青雷、王庆和、刘丽丽、王文、李冰航、毛志刚、哈保民、李航、董大为、王明耀、孙功锐、吴镒、金风华、姜秋梅、李向角、白宏伟、孙文海,还有遗漏的一些朋友和学生、学员、助理,因为时间因素找不到他们的名字,特此抱歉并感谢这些提供素材的人们。

感谢我以前在本科教学、MBA教学和高级经理培训中的学生和学员们,与他们的交流、讨论进一步丰富了本书的编写体系。

感谢刘晓红女士的大力支持,感谢本书编辑的辛勤工作,感谢上海财经大学出版社的大力支持和协助,还要感谢为本书的出版工作直接和间接提供过帮助的人。

由于作者水平有限,纰漏与不妥之处在所难免,敬请各位读者不吝指教。

石永恒

于清华园



目 录

前言

初级篇：谈判基础

第一章 商务谈判概述

本章要点

开篇案例

第一节 什么是谈判

第二节 商务谈判的概念与特点

第三节 商务谈判的基本要素

第四节 商务谈判的主要类型

案例分析

复习与思考题

案例题

第二章 商务谈判的原则与成败标准

本章要点

开篇案例

第一节 谈判的基本形态

第二节 商务谈判的原则

第三节 商务谈判的成败标准

案例分析

复习与思考题

案例题

第三章 商务谈判准备

本章要点

开篇案例

第一节 谈判环境分析

第二节 谈判对手分析

第三节 设计自己在谈判中的战略

第四节 设计谈判计划

第五节 谈判的人员准备		39
第六节 模拟谈判		43
案例分析		43
复习与思考题		44
案例题		44

第四章 商务谈判的过程

本章要点		47
开篇案例		47
第一节 开局阶段		49
第二节 报价阶段		51
第三节 磋商阶段		53
第四节 谈判僵局的处理		56
第五节 成交与签约阶段		58
案例分析		60
复习与思考题		62
案例题		62

第五章 谈判实力要素分析

本章要点		65
开篇案例		65
第一节 什么是谈判实力		66
第二节 谈判实力因素——信息		67
第三节 谈判实力因素——时间		69
第四节 谈判实力因素——技巧		71
第五节 谈判实力因素——谈判者的个人魅力		72
案例分析		73
复习与思考题		74
案例题		75

中级篇:方法与技能

第六章 合作型谈判

本章要点		79
开篇案例		79
第一节 合作型谈判的概念		79
第二节 合作型谈判成功的要素和关键步骤		80
第三节 合作型谈判的策略		84

案例分析	90
复习与思考题	91
案例题	91
.....	
第七章 分配型谈判与价格谈判的技巧	
本章要点	93
开篇案例	93
第一节 分配型谈判的概念	94
第二节 商务谈判中涉及的价格	94
第三节 报价过程中的技巧	96
第四节 讨价还价过程及其技巧	98
第五节 让步过程中的技巧	101
第六节 成交的技巧	103
案例分析	104
复习与思考题	106
案例题	107
.....	
第八章 分配型谈判策略	
本章要点	108
开篇案例	108
第一节 什么是谈判策略	108
第二节 谈判进程应对策略	109
第三节 谈判地位应对策略	112
案例分析	115
复习与思考题	119
案例题	119
.....	
第九章 与不同类型人的沟通和谈判	
本章要点	122
开篇案例	122
第一节 性格气质类型与谈判	123
第二节 与不同谈判风格的人的谈判	124
第三节 与异性间的谈判	127
案例分析	128
复习与思考题	131
案例题	131

第十章 谈判中的感情运用

10 本章要点	133
10 开篇案例	133
第一节 谈判中感情沟通的重要性	134
第二节 建立和积累感情的方式与技巧	135
第三节 在谈判中运用感情的技巧	138
案例分析	139
复习与思考题	141
案例题	141
80	
80	
101	

高级篇:创新与国际谈判**第十一章 谈判中的创新——3-D 谈判**

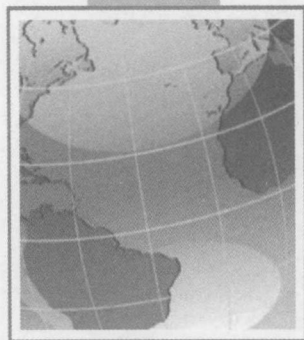
101 本章要点	145
801 开篇案例	145
第一节 什么是 3-D 谈判	145
第二节 实践中的 3-D 谈判	146
第三节 如何实施 3-D 谈判策略	147
801 案例分析	150
801 复习与思考题	154
801 案例题	154
801	

第十二章 国际商务谈判

21 本章要点	157
011 开篇案例	157
第一节 国际商务谈判的特点	158
第二节 国际商务谈判的类型	159
第三节 涉外谈判合同的起草	162
§ 第四节 国际商务谈判的风险及规避	162
§ 第五节 各国商人的谈判特点	163
851 案例分析	166
151 复习与思考题	169
151 案例题	169
851	

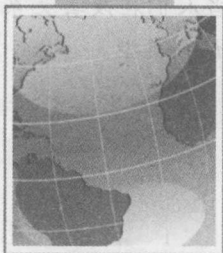
参考文献

181	
-----------	--



初级篇：谈判基础

- 商务谈判概述
- 商务谈判的原则与成败标准
- 商务谈判的准备
- 商务谈判的过程
- 谈判实力要素分析



第一章 商务谈判概述



本章要点

- ◇ 谈判的定义与特征
- ◇ 商务谈判的特点
- ◇ 商务谈判的构成要素与类型



开篇案例

水泵加工改造谈判

节能技术设计小组开会提出对机组进行改造,其中一个重要的部分就是对水泵进行加工改造。水泵加工的地点在热加工中心。之前一位师傅曾经拿了一个水泵前去加工,加工费为40元。这个价格也就是可以接受的上限。一共有4个机组,每个机组有4个水泵,一共16个水泵,这个加工水泵的任务交给了晓敏。

晓敏查阅了一些资料,总结了切割的方法和性能:在热加工中心,采用的是气割方式,切割的精度不是很高,晓敏要求的精度也不是很高,所以选择气割。附近有激光切割的地方,但是价格很高,所以不予考虑,但是在与热加工中心讨价还价时可以提到。气割的方式和方法都比较简单,估计成本很低,切割所需的水泵的两条边在18元左右。经过考虑后确定报价为15元,理想价在20元左右,最高接受价为40元。

在两天后的一个上午,晓敏首先找到热加工中心的老板,向他介绍了情况。由于之前有师傅加工过,所以老板还是有印象,他首先表示欢迎,并表明在价格方面可以商量。

晓敏说明了这次加工的水泵比较多,提出让老板在原来的40元/个的基础上降价,老板竟然一口答应了,提出可以30元/个进行加工。于是晓敏想到这里肯定还有很大的降价空间,先前的估计是正确的。得到这些信息后,晓敏没有立即答应把泵送来,提出先回去和领导商量一下。

当天下午,晓敏又去找了热加工中心的老板,提出了报价15元/个,说这是领导可以接受的价格,热加工中心的老板当然就拒绝了。于是晓敏便把这个加工的过程和估计的成本向他详细列出,并指出还有几个加工的地方很便宜,有激光加工中心可以给出很大的优惠。在这种情况下,老板很吃惊,便提出还可以降价,提出25元/个可以加工。晓敏便乘势提出:“这样吧,都折中一下,20元/个”。老板犹豫了一下,最后还是答应了。这样就以20元加工一台水泵成交了。

【案例思考】 案例体现了工作、生活中处处存在谈判活动,例如工作中涉及技术改造要请他人合作,就产生了谈判,晓敏作为小组成员,当然要去进行谈判,并做了很好的准备,采用了很好的讨价还价技巧,并最终谈判成功。这些促使谈判成功的技巧、方法,正是我们应该学会的。



引言

世界充满了形形色色的谈判,不管你愿意与否,你都是一个参与者。当人们在改善关系、协商问题时,就要进行谈判,其中,商务谈判是现代社会中最为普遍的一种谈判类型。

第一节 什么是谈判

一、谈判普遍存在于社会生活中

本章开篇案例体现了谈判在社会生活中几乎无处不在,也说明了谈判在工作和生活中解决问题的重要性,通过谈判解决问题,是人类的一项基本活动。

人们常常会认为,谈判是高层次的活动,如国际事务、外交事务、技术贸易等,与普通人无关,其实生活中充满了谈判,在劳动力管理、企业合并、产品销售以及我们每天的待人处世上,都经常有谈判活动。例如,在厂商与顾客之间、朋友之间、上下级之间、对手之间,都可能发生谈判活动。

除了外交官、高级营销人员、管理者会经常进行谈判活动,在日常生活中,我们每天都会在不知不觉中直接或间接地进行着某种形式的谈判。虽然与签订和平条约或公司之间合作的谈判相比,生活中的谈判涉及的利害关系并不是很大,但几乎每个人在生活中都会遇到和处理各种谈判活动,有时是关于工作、购买房屋等较大的事情,有时是诸如推销某种商品、为了涨薪与老板交涉之类的小事情。

二、谈判的定义

虽然谈判普遍存在于我们的生活中,但人们常认为谈判与讨价还价是相同的意思。但讨价还价更像是一种发生在交易市场或跳蚤市场中的对价格进行竞争性的争论,而谈判则是参与者之间为找到一个相互可接受的、解决复杂冲突的措施时所采取的一种更正式和更文明的方法。

美国谈判学会会长杰拉德·I.尼伦伯格(Gerard I. Nierenberg)在《谈判的艺术》(The Art of Negotiating)一书中对谈判的阐述是:“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因素。只要人们为了改变相互关系而交换观点,只要人们是为了取得一致而磋商协议,他们就是在进行谈判。”

我国学者认为: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。^① 谈判是人们为了各自的利益动机而进行相互协商并设法达成一致意见的行为。^②

总而言之,谈判是谈判双方或多方基于一定的目的所进行接洽、协商、交流和沟通的过程,它是现代社会中人们解决彼此分歧和矛盾冲突的重要途径。

① 张祥.国际商务谈判[M].上海:上海三联书店,1995.

② 许晓明等.经济谈判[M].上海:复旦大学出版社,1998.

三、谈判的作用

谈判是现代社会的的重要组成部分,人们往往在不知不觉中就会卷入各种各样的谈判之中。人们为什么要谈判?谈判的作用在于以下几点。

(一)满足人们自身的利益和需要

在现实生活中,人们的需求是多种多样的,有时为了各自的需要和利益,就要与他人进行条件交换,在交换的过程中,为了保证自身利益不受影响,就要进行谈判,因此谈判的主要目的是寻找各方都能接受的方案,协商寻求参与各方都能接受的条件。例如,一方有资金但没有好的投资项目,另一方有前景好的投资项目但没有资金;一方产品销售渠道广泛、通畅但没有生产能力,另一方有足够的产品但没有合适的销售渠道,他们之间就可以发挥各自的优势,通过谈判来解决合作中的利益与冲突。

(二)解决双方利害冲突的一种手段

在生活中,谈判已成为人们解决各种冲突和争议、调整人际关系的重要方式。一般来说,当没有已经确立的解决冲突的规则或系统时,或者参与者试图在系统之外寻求他自己对冲突的解决方法时,人们经常采取谈判方式以得到一个好的解决方案。举例来说,如果我们将一个从商店租来的录像带保留时间过久,商店向我们索要罚金,但如果我们对为什么这么迟才归还录像带有足够的理由,我们就可能在罚金问题上与商店进行谈判。同样地,律师为他们的客户进行谈判,是因为他相信谈判会找到解决办法,而不愿到法庭上把机会交由法律和法官掌握。因此,谈判是解决谈判双方不可避免的利害冲突、实现共同利益的一种必不可少的手段。如何解决这些冲突和矛盾,正是谈判人员所承担的任务。

(三)协调、影响参与者利益的分割

在现代经济社会中,很多交易都是通过艰难的谈判完成的,尽管有时企业可以凭借商品的优质或价格的低廉取胜,但交易的成败往往取决于谈判。买卖双方,前者想买得尽量便宜些,后者却想卖得尽量贵些。双方博弈中究竟谁能占上风,最终要看谈判的结果。有时,我们因为未能意识到我们正面临着谈判,因而在谈判中失败。也可能因为选择了除谈判以外的其他方法,而没有把问题处理得更好。还有可能,我们虽然认识到了谈判的必要性,但因为错误地理解了它,并且不了解谈判的方式与技巧,从而导致了谈判的失败。

四、谈判的特征

(一)谈判是在有利益冲突时产生的

谈判是有两个或两个以上的个人、群体或组织参与的活动,谈判是建立在人们的某种需要上,为了满足某种利益而进行的活动。谈判存在的条件双方存在相容目标以及愿意谈判,是在双方的观点、利益和行为方式等方面发生冲突或差别的时候才产生的,而且各方必须寻求一种方法来解决这个冲突。

(二)谈判在很大程度上是一种自愿的活动

我们很少遇到被强行要求进行谈判的情景,俗话说,“强扭的瓜不甜”。谈判活动得以进行,总是以各方自愿参加为先决条件。只有双方都有谈判的意愿,谈判才有可能顺利进行。只有自愿的谈判,才是有诚意的谈判。没有诚意的谈判,一般是由于某种原因被迫地参加谈判,其结果大多是半途夭折。

(三) 谈判双方相互依存

在谈判中,各方都是依赖于另一方而存在的。买主要买所需要的商品,必须有人出售该商品;反之亦然。相互依存的关系是复杂的,双方都可以影响对方的结果。例如,如果相互依存性是一种“一方成功,一方失败”的情景,也就是一方赢得越多,另一方就失去得越多,那么这个谈判将主要确定如何划分固定份额。在购买设备时,购买的价格谈判就是这样一个谈判例子。另一种类型的相互依存是“互利”的情形,也就是存在一种使双方都能得到益处的解决问题的办法。比如,一个合资企业中两个公司的关系。参与者之间相互依存的类型将决定谈判的方法以及谈判应使用的策略。

(四) 谈判会有收益和让步

谈判是为了满足自身的利益和需求而进行的活动,所以,谈判会有收益。谈判者之间相互依存的结构决定了谈判可能达成的结果的范围,双方都有机会去影响另一方,而且各方都有其他的选择。在我们确实需要对方时,在有些方面就不得不接受别人的决定并调整自己的方案,也就是要作出让步。

(五) 谈判是一种通过信息交流和沟通相互协调的过程

谈判是为说服另一方接受自己提出的观点、维持自己的基本利益所采取的行为方式。进行谈判时,各方都需要先表明自己的立场和观点,也需要听取对方的想法,再进行不断的磋商,使双方的想法和意见趋于一致。因此,谈判是通过信息交流和沟通协调相互关系实现各自目标的过程。

(六) 谈判是一门科学也是一门艺术

谈判具有某些操作过程中的规范和要点。在谈判的具体操作过程中,谈判者必须掌握必要的谈判技术,如调查研究的方法、语言的表达方式、谈判过程中待人接物的礼仪、对整个谈判过程节奏的掌握等,都是谈判中最基本的技术。

谈判是语言的交流过程,而语言具有艺术性。在谈判中,常常会出现双方在某一问题上僵持的情况。这时候,谈判者突然迸发出来的“灵感”,会使谈判出现“柳暗花明”的奇迹。这与艺术家们在苦苦思索了许久后突然出现的“顿悟”有异曲同工之妙。因此,谈判者和艺术家一样,在思维中应该体现出更多的创造精神。

(七) 谈判是原则性和灵活性的统一

谈判的原则是谈判的指导思想,谈判时采取的策略和技巧均依谈判原则而定。但谈判是一个不断变化的动态过程,根据谈判对象的不同、谈判主题的不同以及不断变化的情况,谈判者要制定出不同的具有灵活性的谈判策略,并且在谈判中灵活掌握,在整个谈判过程中灵活运用。

第二节 商务谈判的概念与特点

一、商务谈判的概念

谈判可分为政治谈判、军事谈判、经济谈判、外交谈判、民事谈判等。商务谈判是经济谈判的一种,商务谈判几乎囊括了现代社会市场经济中的各种利益关系,是现代谈判活动中范围最广的一种谈判形式,小到我们日常生活中购物时的讨价还价,大到企业之间的交易以及国家之间的技术合作与交流,都离不开商务谈判。

商务谈判是在经济活动中参与各方为了实现各自的经济目的、实现交易目标,而就交易的各种条件进行洽谈、磋商,最终达成协议的过程。商务谈判是以经济利益和经济问题为主要内容的谈判。

商务谈判有利于促进商品经济的发展,有利于加强企业之间的经济联系,现代社会离不开商务谈判,它已成为现代社会经济活动中不可缺少的部分。

二、商务谈判的特点

(一)以获取经济利益为谈判目的

不同的谈判,其谈判者的目的不同。外交谈判主要是针对国家利益;军事谈判主要是针对安全利益;政治谈判主要是针对政党、团体的根本利益。虽然这些谈判都会不可避免地涉及经济利益,但是通常是围绕着某一种基本利益进行的。而商务谈判则是谈判者以获取经济利益为基本目的,商务谈判计划和策略的制订都是以实现经济利益为出发点,评价一项商务谈判的成功与否,通常以获取经济效益的好坏为评价指标,如果不讲求经济效益,商务谈判就失去了存在的价值和意义。

(二)以价格为谈判的核心

商务谈判涉及的因素有很多,谈判者的需求和利益也不一定全部表现在价格上,但价格是商务谈判的核心内容。这是因为,在商务谈判中,价格的高低将最直接地反映谈判双方可以获得的利益的大小,并且谈判双方在其他利益要素上的得与失,如数量、质量、付款时间等因素,在很多情况下都可以折算为一定的价格,并通过价格升降而得以体现或补偿。

(三)冲突与利益并存

冲突性是指谈判双方之间存在着利益冲突,这是双方利益分歧的一面。谈判双方都希望在谈判中获得尽可能多的利益,但一方的获得经常意味着另一方在某些方面的损失,也就是一方赢得越多,另一方就会失去得越多,因此,谈判也是各方寻求一种解决冲突性的方法的过程。

互利性表明双方合作的一面,是利益共有的一面。谈判的目的是达成协议,并不是要一方战胜另一方,谈判各方在竞争的同时必须兼顾对手的利益,使双方均能在谈判中获得利益。从利益竞争角度看,谈判各方均希望通过谈判尽可能多地获得利益。但是,这种多得必须有一个限度,否则将可能导致谈判破裂。

因此,谈判者在选择谈判策略时要防止两种倾向:一是只注意冲突性的一面,将谈判看作是一场你死我活的争斗,一味进攻,寸步不让,结果导致谈判破裂;二是只注意谈判的合作性,害怕与对方发生冲突,对对方提出的要求只是一味地退让,不敢据理力争,结果只能是吃亏受损。这两种倾向都是不可取的。

(四)注重合同条款的严谨性与准确性

商务谈判的结果是由谈判各方协商一致的协议或合同来体现的,合同条款反映了各方的权利和义务。如果我们拟订合同时不注意条款的严谨性与准确性,就有可能给对方可乘之机,出现“失之毫厘,谬以千里”的情形,这种例子在商务谈判中屡见不鲜。因此,在商务谈判中,不仅要重视口头上的承诺,更要重视合同条款的严密、准确、完整、合理、合法,这是保证获得谈判利益的基础。

第三节 商务谈判的基本要素

商务谈判的构成要素是多方面的,无论何种形式的商务谈判,都由谈判当事人、谈判议题、