

第一章 经贸谈判绪论

在市场经济条件下，无论国内各企业间或国际间的经济活动，都要通过商品交换的形式表现出来。在交易中，各方都争取自己的利益最大化，从而产生了不同的意见和观点。为了使各种不同的观点和意见达成一致，交易磋商就成为必须进行的工作。这样，经贸谈判就成为社会经济活动的重要内容之一。对于每一个从事经贸工作的人来说，了解经贸谈判的有关内容，掌握谈判的有关理论和技巧，并不断提高自己的谈判素质，就成为保证自己胜任工作的必修课。

第一节 经贸谈判的含义

一、谈判与经贸谈判

讲到谈判，人们会感到它是一件神秘的事情，是一门高深莫测的学问。实际上，谈判是随着一个人来到世界上就开始的活动。一个人不论从事什么工作，都在不断进行着一场又一场的谈判。但对于多数人来说，这种谈判是在不知不觉中进行的，并没有把它当作自觉的行为，从而产生了“不识庐山真面目，只缘身在此山中”的状况。当然，谈判又不是一项简单的活动，它有着独特的运行规律和技巧。因此，虽然人们一生都在与不同的对象进行着不同内容的谈判，但由于还没有把谈判当作一种自觉的行动，还不能正确地把握谈判的内容和要求，还没有把谈判作为程序性的活动，因而成功与否的把握较小。为了能在谈判中取得成

功 必须掌握谈判的理论、原则、策略和方法 其中首先要了解什么是谈判。

关于谈判的定义，目前已有多种说法。美国谈判学会主席尼尔伦伯格 (Gerard I. Nierenberg) 在其所著的《谈判的艺术》(The Art of Negotiating) 所下的定义是：“谈判是人们为了改变相互关系而交换观点，是为了取得一致而磋商协议”。^① 英国谈判学家马什 (P. D. V. Marsh) 给谈判下了这样的定义：“所谓谈判（或称交易磋商）是指有关贸易双方为了各自的目的，就一项涉及双方利益的标的物在一起进行洽商，通过调整各自提出的条件，最终达成一项双方满意的协议，这样一个不断协调的过程。”^② 我国的谈判专家和学者也对谈判各自提出了不同的概念，但与前面讲的两个概念大同小异。总结国内外学者的观点和意见，谈判的定义可表述为：谈判是指人们为了各自的利益要求而进行相互磋商，以协调彼此关系而达成一致意见的行为。

要完整地把握谈判的内涵，需从以下四个方面来理解：

第一，谈判的参与者之间存在利益上的联系和分歧。谈判的参与者是谈判的主体。他们之间只有存在一定的利益关系，才会促使其走到一块来。同时，他们之间又存在分歧，只有解决了这一分歧，才能使各自的利益得以实现，否则就没有谈判的必要。例如商品的出卖者和购买者所以要进行谈判，是因为各自要实现自己的利益，但自己利益的实现离不开对方。如果买方不买，卖方的产品就销不出去，从而造成产品积压，其利益就得不到实现；反过来，如果没有卖方出卖商品，买方有钱而买不到想要的东西，也无法满足自己的利益要求。同时，二者之间又存在着利

杰 勒 德 · I · 尼尔伦伯格：《谈判的艺术》上海翻译出版公司 1986 年版 第 2 页。

② P. D. V. 马什：《合同谈判手册》上海翻译出版公司 1988 年版 第 1 页。

益分歧：卖方希望卖得价格高一些，每次卖得批量大一些；而买方则希望买得价格低一些，并且能随时购买，减少库存。正是由于双方在利益上的一致性和分歧性，才使谈判成为必要和可能。

第二，谈判的参与者都希望以磋商为手段来解决存在的利益分歧。谈判的参与者之间虽然存在利益上的分歧，但这种分歧并不是势不两立的，用其它方式又无法得到圆满解决，从而促使谈判各方都自愿坐到谈判桌前，希望通过磋商来解决，以满足自己的利益要求。例如合资经营谈判的各方都想使自己的投资得到较高的收益，从而产生了对未来利益分配的矛盾；劳资双方之间的工人想要提高工资、改善工作条件和资方要降低成本、增加利润的矛盾；战场上的各方想扩大自己的实力范围，以取得更大利益的矛盾；等等。这些矛盾在没有其他更好的方式解决问题的情况下，只能坐下来通过磋商来解决。这种希望磋商的愿望使谈判从可能性变为现实性。

第三，谈判的参与者需要通过协调各方的利益关系才能达到目标。谈判者要实现自己的利益要求，必须不断调整各方的利益关系 即各方要作出一定的妥协 否则 各方互不相让 最终谁的利益也不能实现。因此，不断对各自的利益要求进行调整是实现谈判目标的必然途径。例如，卖方对一件衣服的要价是 80 元，买方还价为 50 元 最终以 62 元成交，就是在卖方降价到 72 元、66 元和买方升价到 55 元、59 元的基础上实现的。又如卖方每公斤大米的要求为 2.00 元 由于买方要买 10000 公斤 卖方可能会把价格主动降到每公斤 1.90 元，这也是一种利益关系的调整。再如中东地区阿拉伯国家与以色列谈判中的“以土地换和平”，也是一种利益关系调整。正是由于在谈判桌上可以实现谈判桌以外的利益调整，从而使谈判具有了其他方式所不具备的魅力。

第四，谈判者参与谈判的最终目标是达成观点一致的协议，

使各方利益都得到实现。不论谈判者参与谈判的动机如何，其最终目标都要达成观点一致的协议，以实现自己的利益要求。当然，由于多种原因，有时经过艰苦的谈判也没有达成协议，但这并不能说明谈判者不想谈判成功。为了达成观点一致的协议，谈判者会采用不同的谈判方式和方法，运用不同的策略和技巧。

谈判活动涉及的范围很广，有广义和狭义之分，广义的谈判包括在一切条件下对一切内容的协商和交涉；狭义的谈判仅指在正式场合下坐在谈判桌前的谈判。本书论述的内容虽然可以推广到一切方面的协商，但主要适用于正规的大、中型谈判。

谈判是一种人际交往行为，广泛存在于人们的政治生活、经济生活、社会生活以及国际关系中。在内容上包括政治谈判、外交谈判、经济谈判、贸易谈判、军事谈判、科技谈判、文化谈判、体育谈判、和平谈判、人质谈判、宗教谈判、民事谈判、党派谈判等。参加谈判的可以是个人、组织或各国政府，从而产生了政府间的、组织间的、个人间的以及三者相互之间的谈判。在这些谈判过程中，人们不断从中总结出谈判的理论原则和策略技巧，从而使谈判的水平不断提高。

经贸谈判是指政府、组织和个人之间以及相互之间进行的经济贸易谈判。它是谈判的一个分支。其内容仅限在经济和贸易领域。在市场经济条件下，人们的经济活动多数与贸易有关，因而在后面的论述中，我们将以贸易为重点，以买卖双方的谈判活动作为说明问题的例证，全面分析在贸易谈判中的理论、方法和技巧。

需要说明的是，虽然我们在经贸谈判中以贸易谈判为例证，但所讲的策略技巧也适用于其他方面的谈判。

二、经贸谈判的特点

经贸谈判作为谈判的一个分支，与谈判有着共同的特性，要

研究经贸谈判的特点，首先要了解谈判的一般特征。

谈判作为一种人际交往行为，具有四个特点：

1. 谈判是合作与竞争的统一。

从前面对谈判概念的分析我们已经知道，参加谈判者之间必然存在利益上的联系和分歧，是利益联系使各方走到了一起，从而产生了合作关系；是利益分歧使各方要进行积极地讨价还价，从而产生了激烈的竞争。谈判的这一特点要求谈判者必须认识到：一方面，参加谈判的各方都是合作者，而不是你死我活的敌对关系 因而不能只会进攻 不会妥协 否则 对方会退出谈判而使自己前功尽弃；另一方面，参加谈判的各方又都存在利益矛盾，因而必须与对方进行针锋相对地据理力争，否则，自己的利益就会受到损失。

2. 谈判是多变性与规律性的统一。

对许多人来说，谈判是深奥莫测的，因为谈判要随着谈判对手、谈判形势、谈判时间、谈判地点等不断变化。但是，谈判又是一种有规律可循的活动，从谈判过程、谈判内容、谈判方式到谈判的策略技巧，都有其内在的活动规律，都可以通过认真地学习研究而把握它。正是由于这一特点，谈判才成为一门科学，成为研究协调各方之间利益关系的边缘科学。了解谈判的这一特点，谈判者必须对谈判的理论、原则、方法和策略技巧进行认真研究，以提高自己的谈判水平。

3. 谈判的核心是说服对方。

谈判是一种人际间的信息交流，交流的目的是要形成观点一致的协议。为此，各方便通过自己提供的各种信息资料，说服对方接受自己的观点，使对方能在自己的观点或在对自己有利的基础上达成协议。这样，如何能够说服对方，就成为谈判者需要认真考虑的问题。了解谈判的这一特点，谈判者在谈判中应全面掌握各方面的信息，以便找到说服对方的充足理由。

4. 谈判活动的内容具有广泛性和不确定性。

谈判的实践告诉我们，每一项谈判活动都涉及到许多方面的内容。既有人方面的内容，如谈判者的素质、心理、经验、人际关系等；又有物的方面的内容，如贸易谈判中的产品的质量、数量、包装、运输、交货期、交货方式、付款方式、索赔等；还有环境方面的内容，如要在不同的国家、地区、场所谈判。这些错综复杂的内容交织在一起，只有全面掌握这些内容才能在谈判中取得成功。但是，上述内容在谈判过程中是不确定的，会因谈判对手、谈判时间、谈判地点的变化而发生变化，这就是为什么在同样的谈判条件下，不同的人去谈判会得到不同结果的主要原因。了解这一特点，谈判者在谈判中必须综合考虑各种因素，掌握谈判的各种策略技巧，以适应谈判的不同要求。

经贸谈判除了具有谈判的一般特点外，还有其特殊性。经贸谈判的特点主要表现在三个方面：

第一，谈判的目的是经济利益。

不同的谈判其谈判者虽然都要求得到一定的满足，但其目的是不完全相同的。谈判者所追求的谈判目的从总的来说可分三类，即理论观点、经济利益和行为方式。党派谈判和宗教谈判追求的主要是让对方接受自己的观点和意见，军事谈判和外交谈判追求的主要是让对方接受自己的行为方式，而经贸谈判则追求的目的主要是经济利益。当然，在其追求某一方面目的的过程中，也会有其他因素来影响谈判，如宗教谈判和外交谈判也会涉及到经济利益，经贸谈判也会涉及到某些非经济的因素等，但这些并不能改变各自追求的主要目的。

第二，谈判的目标是经济效益。

由谈判的目的所决定，谈判者追求的谈判目标也各不相同。政治谈判、外交谈判所追求的目标主要是政治效益，而经贸谈判作为一项经济活动，追求的目标则是经济效益，因为离开了经济

效益，经贸谈判本身便失去了存在的意义。它既要求谈判的指标带来较好的经济效益，也要求谈判过程本身能产生经济效益；既追求谈判的目前经济效益，还要求通过与对方建立良好的人际关系而取得长远的经济效益。

第三，谈判的核心条件是价格。

不同的谈判内容通过不同的谈判条件表现出来。经贸谈判所考虑的主要条件是产品的质量、数量、交货期、价格、付款方式等。其中价格是谈判的核心条件，因为其他条件都可以通过价格的变化表现出来。例如产品质量提高可以提高价格，购买数量增加可以降低价格，交货期提前可以收取提前费而使价格提高，延期付款又会因价款的利息问题而使价格上升。从这些变化可以看出，经贸谈判的核心条件是价格，谈判者在价格问题上必须认真考虑，尤其要认真研究价格与其他条件的变化关系，以便在谈判中有广阔的活动余地，并通过其它条件的变化取得有利的谈判价格。

三、经贸谈判的原则

经贸谈判是一种协调人们的经济关系，促进交易成功的科学和艺术。为了保证取得经贸谈判的成功，谈判者不仅要了解谈判的特点，还必须掌握谈判的原则。经贸谈判的基本原则是：

1. 自愿参加原则

自愿参加原则是指谈判者不是屈服于某种压力，而是出自内心的要求来参加谈判。这是经贸谈判的首要原则，因为只有自愿参加，谈判的双方才会有合作诚意，才会进行平等的竞争，才会互谅互让，作出某些妥协，取得双方满意的谈判结果。

谈判者所以会自愿参加谈判，首先是因为谈判的内容存在可谈性 如价格的高低、数量的多少、交货期的长短等 都不是一成不变、不能谈判的，而都是可以谈判的内容。这是经贸谈判的客观基础。其次是存在着谈判的区域，即谈判者己方所要求的最

高条件与对方要求的最低条件或己方要求的最低条件与对方要求的最高条件之间存在着一个活动区域，谈判者可在这一区域内选择其中的一点作为自己谈判的目标。根据谈判区形成的条件分为客观谈判区和主观谈判区。^① 客观谈判区是双方的报价与还价之间存在着可以妥协让步的条件。主观谈判区是指在双方的报价与还价之中没有设定，而是为了交易的成功由谈判人依现场情况临时决定的条件。如某一海外华侨到家乡投资并不是因为家乡已有良好的投资环境，而是出于报效祖国和家乡的养育之恩，这一条件就是主观谈判区。区分不同的谈判区，对于决定自己的谈判策略，促使谈判成功，具有重要的意义。

2. 知己知彼原则

知己知彼原则是指在谈判中不仅要了解自己的优势、劣势、长处、短处，还要了解对方的实力，它是在谈判中调整利益关系，促进达成协议的基础。因为只有了解自己，才能做到扬长避短，发挥优势；只有了解对方，才能在谈判中做到有的放矢，促进成功。

贯彻知己知彼原则，在谈判前要做好调查研究和信息的积累工作，以便在谈判开始时能胸中有数；在谈判过程中要注意观察，通过对方的言行增加对对方的了解，这不仅可以验证过去了解信息的正确性，而且可以根据谈判实力对比的变化，及时调整自己的谈判策略和技巧。在谈判结束后要注意总结经验，并注意保存谈判记录，以便为以后的谈判准备条件。

3. 平等互利原则

平等互利原则是指谈判的各方在谈判过程中是平等的对手，谈判的结果对大家都有利。在这一原则中，平等是基础，只有在谈判中把对方作为平等的对手，才会在谈判中礼貌待人，对谈

^① 丁建忠：《国际商业谈判》 中信出版社 1992 年版 第 6 页。

判的条款协商解决，取得大家都接受的谈判结果。谈判中贯彻平等原则，要求谈判者不论自己比对方在谈判实力上有多大的优势，都不盛气凌人，做到既坚持原则，敢于竞争，又不以强凌弱，使大家能在同一条起跑线上争取自己的利益。

互利是谈判的结果，即谈判达成的协议对各方都是有利的，而不是一方盈利，一方亏本，一方胜利，一方失败。因为在谈判结果对一方极端不利的情况下，亏本或失败的一方会退出谈判，使谈判破裂；这时，谈判的胜利者也就不复存在，其在谈判中所花费的劳动、付出的投资也就白费，因而也成了失败者。因此，西方国家把这一原则叫做双胜原则（win-win），即双方都是胜利者。在谈判中贯彻互利原则，就是在谈判中要正确处理“取”与“给”的关系，不能只考虑自己的利益，而要学会妥协，通过自己的让步换取自己的利益。正是从这一点出发，尼尔伦伯格把谈判称作“合作的利己主义”。^①为此，谈判者对自己的利益追求要适可而止，不能赶尽杀绝，要使每一方都以胜利的心情结束谈判。

4. 灵活机动原则

灵活机动原则是指在谈判过程中要机动灵活，随机应变，以适应急速变化的市场形势。经贸谈判受多种因素制约，因而随机性很强，这一次用这一方法取得了谈判的成功，在下一轮用同样的方法可能使谈判失败。因此，在谈判中要想取得成功，必须学会随机应变，要随谈判形势、谈判时间、谈判机会、谈判人员的变化不断变化自己的谈判策略与技巧。

在谈判中贯彻灵活机动原则，首先要有灵活的头脑，以指导自己的灵活行动。要谈判方式上灵活，无论横向谈判，纵向谈判，以我为准，各抒己见，都能熟练掌握，使自己在谈判中游刃有余；要策略技巧上灵活，即在不断变化在谈判中要灵活运用进攻、防

守、退却等策略和谈判语言、行为等技巧，为谈判的成功打下基础；要谈判结果上灵活，在确定谈判的结果目标时要留下机动的余地，以适应灵活多变的市场形势。

5. 合法谈判原则

合法谈判原则是指谈判要在法律的规范下进行，不能有任何违犯法律的行为。谈判的合法性包括主体合法、客体合法和手段合法三个方面。所谓主体合法是指谈判者要合法。无论是谈判者自身还是谈判者代表的公司都具有参加谈判的资格，这样可以避免花时费力进行的谈判成为无效的行为。所谓客体合法是指谈判的标的必须是国家允许经营的商品，对于国家不允许经营的商品进行谈判不仅是徒劳无益的，还会因违法而受到法律的制裁。所谓手段合法是指谈判要通过正当的手段达到目标，而不能用一些不正当的手段取得个人私利，如行贿受贿等。在谈判中遵循合法性原则，可以提高自己的声誉，给人以安全感，从而促进达成满意的协议。

第二节 经贸谈判的构成

为了更好地把握经贸谈判的含义，必须了解其内在的构成。通过对经贸谈判构成要素的认识，可以为谈判者正确地运用谈判的策略技巧打下基础。经贸谈判由四个要素构成，即谈判的主体、客体、环境和结果。

一、经贸谈判的主体

经贸谈判的主体是指代表各自利益参加谈判的当事人。谈判的利益主体至少由两方组成，也可以是三方甚至是多方，这要由谈判客体所涉及的利益关系决定。但一般说来，贸易谈判的主体由两方组成，投资谈判中的合资谈判可能由双方或多方组成。

从谈判主体各方当事人的归属来说，可以是某一个人、某个

组织或国家。但本书主要以介绍各类组织的谈判为重点，因为个人作为主体的谈判其数额较小，不可能举行大型谈判；以国家为主体的经贸谈判其政治性很浓，主要是为本国企业打开外国市场创造条件；只有组织间的经贸谈判才最具代表性。虽然每一个人、每一个组织或国家都可能成为经贸谈判的主体，但要真正变成现实，还必须具备两个条件。

第一，参加谈判的各方必须在利益上既有联系，又有分歧，都想通过协商解决。例如货物的买方与卖方，合资谈判的共同出资者，都在利益上有联系，因为离开了对方，自己的利益也不能实现；但都想得到更多的利益，因而利益上又有分歧，这就促使双方坐到谈判桌前来。

第二，参与谈判的各方在物质力量、人格、地位等方面都处于平等的关系。参加谈判的各方可能是自然人，也可能是法人，但必须在人格、地位等方面处在平等的关系上，例如买方和卖方尽管双方的财产数量差距很大，但都是平等的法人，一方不会把自己的利益送给对方；经济承包合同的谈判双方虽然可能属于上、下级关系，但各自具有相对独立性。因为只有各方处于平等关系，才能完全按自己的意愿办事，而不会屈服于对方的压力，真正运用自己掌握的策略和技巧同对方谈判。

谈判主体每一方当事人的内部构成也有两种情况，简单的、小型的谈判通常由一个人去完成，这时，他或她在领导授权的范围内，一个人要完成联系、谈判、签约等多方面工作。大、中型谈判则必须组成谈判小组参加谈判，这样，谈判小组内就要进行分工，有人在前台同对方进行面对面的交锋，有人在后台运筹或提供信息资料。为了取得良好的成果，前台的谈判小组内也必须有明确的分工，由首席代表（主谈人）、谈判组长和其他人员组成，首席代表和谈判组长可由一人兼任，也可不兼。在谈判中，对谈判的首席代表有较高的要求，这一点我们将在第三章中专门论

述。

经贸谈判的主体从其在交易过程中所处的地位来划分有四种类型 买方、卖方、合作方及作为上述三方代表的代理人。他们在谈判中各有不同的特点。

买方是市场上的购买者，他们要用手中的货币换取卖方的商品。在买方市场条件下，买方通常处在有利的地位，但由于其货币来之不易，因而在谈判中虽然也涉及各项条件，但主要集中在价格上，表现出往外拿钱难。这一特点可从三个方面表现出来：其一是在谈判前和谈判期间大量搜集市场信息，通过“货比三家”，要求卖方自动降价；其二是在谈判中运用各种谈判的策略技巧，促使对方降低价格；其三是利用自己在谈判中的有利地位 挑起卖方竞争 迫使对方压价。

卖方是市场上的供应者，他们要用手中的商品换取买方的货币。由于买方市场的出现使卖方处于不利地位，因而卖方在谈判中表现出较强的主动性，以加强自己的谈判地位。这一特点表现在四个结合上：一是在谈判态度上软硬结合。“软”是显示自己诚恳和迫切的交易心理；“硬”则显示自己的力量 以提高自己的谈判地位。二是在信息提供上真假结合。为了拉住对方，介绍一些真情；为了自己的利益，又要在技术上保密和价格上掺水分。三是在谈判策略上虚实结合。既可能表现出明显的进攻，也可能采取迂回作战，还可能运用心理战术。四是在谈判进程中松紧结合。有时表现出紧锣密鼓 好象急于求成 有时静观其变 等待时机。

合作方是指经济合作谈判中的各方。如合资经营、合作生产、“三来一补”^①等的谈判各方均为合作方。合作方由于其共同的利益要求较多，各自的利益要求主要表现在所得的份额上，因

^① “三来一补”指来料加工、来样加工、来件装配和补偿贸易。

而合作方的谈判表现为三多三少：一是协商多，争论少。由于谈判各方利益的互补性，使谈判者有共同的语言，因而许多事情是通过协商解决；同时，由于双方的利益对抗性小，争论也就比买卖谈判少。二是直接谈判多，转弯抹角少。为了合作后的利益，谈判者在谈判时通常直接点明问题的实质，而不是转弯抹角地说明，更不用暗示。三是谈判涉及的方面多，阻碍谈判的因素少。进行经济合作是世界各国政府制订的大政策，因而合作谈判虽然会涉及谈判双方以外的国家管理机构和企业职工，但各方面都会为合作的成功服务，因而只要双方有合作的可行性，在谈判中的阻碍因素就较少。

代理人是指受市场上买方、卖方或合作方的委托参与某项交易或合作谈判的谈判者。由于委托方授予代理人的权限不同，分为只有谈判权而无签约权和全权代理两种类型。无论哪种类型，其谈判的共同特点是严格在自己权限的范围内活动，不能超越权限半步；同时利用自己的代理地位积极促进成交和合作成功。因为谈判成功可以使代理人获得较多佣金，这是代理人必然努力争取的目标。但是，代理人不会用牺牲委托人利益的办法使谈判成功，因为这样做会影响代理人的声誉，以后再也不会有人来找其代理，这无疑是自绝财路。代理人通常是利用其“局外人”的身份，并配合其他多种策略进行说服对方的工作，从而增加了谈判成功的可能性。

二、经贸谈判的客体

经贸谈判的客体是谈判的议题。在合同谈判中，谈判议题也就是谈判的标的。从广义上说，谈判的议题涉及到人类社会生活的各个方面，只要是各方当事人共同关心的观点、利益和行为方式，都可以成为谈判的议题。经贸谈判中的谈判议题主要包括贸易、投资、融资、协作等内容。需要说明的是，谈判议题的确定不是凭空设想或单方面的意愿，它必须是谈判各方共同关心的内

容。

经贸谈判的客体无论其内容本身有什么差别，但最终结果都要通过合同或协议的形式表现出来，因而研究谈判的客体就要研究各类合同的不同特点。经贸谈判涉及的内容很广，具体的合同种类繁多，归纳起来有四类，即买卖合同、投资合同、融资合同和协作合同。不同的合同尽管其具体内容、条款各不相同，并具有不同的特征，但共同的特点是围绕“责、权、利”关系展开。

买卖合同在经贸谈判中数量最多，内容最广泛，因对象不同而分为货物买卖合同、技术买卖合同、劳务买卖合同、房地产买卖合同等。买卖合同谈判是以盈利为目的的谈判，因而在谈判中争斗性强，存在激烈地讨价还价过程。为了得到 1% 的利益，要付出 100% 的努力。在合同的文字表述上则字斟句酌，以便尽量减少合同中的风险。

投资合同是一种以提供资本单独或共同生产产品，并给各方带来一定利益为对象的合同。包括与投资所在地政府签订的创办独资企业合同与同对方企业签订的共同出资创办企业的合资合同两种类型。投资合同人们习惯上称为“投资协议”，其特点是以出资的数量和投资后的管理为中心，并要考虑对当地的影响。投资合同谈判的目标是各方的长远利益，由于各方所得的份额与各自投资的数额相关，因而各自利益的多少取决于所创总利益的大小。为此，谈判多与以后如何增加共同的利益相联系。

融资合同是一种以融通资金为对象的合同。包括借款合同和租赁合同两种。借款是单纯的融资，租赁则是集融资与融物于一身。融资合同由于其对象是货币，而货币可以随时转换成各种商品，因而货币的归还便成为合同的重要内容。为了保证借出货币的按时归还并带来利息，融资合同谈判中的重要一点是借款的货物抵押和租赁中的保证金。

协作合同是谈判各方为了自己的长远利益协作生产、经营

而签订的合同。协作的内容主要有生产协作和技术协作两大类，其表现形式主要是“三来一补”。由于参与谈判的各方存在共同的利益关系和要求用对方之长补己之短，因而在谈判中表现出的主要特点是谈判地位的平等性和谈判条件的互惠性。在这里，谈判的基础是寻找适当的合作伙伴。

三、经贸谈判的环境

经贸谈判的环境是指对经贸谈判产生影响的一切外部条件。外部环境的状况决定着谈判的结果和成败，因而是谈判构成研究的重要内容之一。经贸谈判的外部环境主要包括政治环境、经济环境、人际环境、时间环境和空间环境五个方面的内容。

（一）经贸谈判的政治环境

经贸谈判的政治环境是指对谈判产生影响的政治法律因素，如社会制度、政治局势、法律体系等。政治环境对谈判的影响主要体现在国际贸易谈判中。由于各国的社会制度、意识形态、法律体系、领导人的政治信仰等原因，在国与国的关系上出现了较大差异，如有的已建立了外交关系，有的还没有建立外交关系；在建立外交关系的国家中，有的两国间保持友好关系，有的则采取歧视政策；有的国家的政局稳定，有的国家则存在政局的动荡和战争；等等。这种国家间的关系，给企业间进行经贸谈判带来了重大影响。

在友好国家之间进行经贸谈判，由于政府支持企业作为国家友好的使者，因而谈判的履约率较高，出了问题容易解决，使谈判者没有后顾之忧，因而可以放心大胆地去按照国际经贸惯例及各国法律规定的范围去谈判。在友好国家的谈判中，其特点是“友谊开路”先谈友谊，后谈业务，先成为朋友，后谈论利益。在这类谈判中，友谊并不排斥谈判中各种手段、策略的应用，各方在实质条件下绝对不会作出轻易让步，谈判者通常的表现也是“友谊挂在嘴上，利益记在心中”。

在与已建立外交关系但对方持歧视政策的国家进行谈判时，谈判中主要应研究对方的歧视政策从哪些方面影响谈判。例如参加巴黎统筹委员会（简称“巴统”）COCOM 的西方国家对共产党国家实行不同级别的禁运政策，限制对共产党国家的高精尖技术产品出口。因此，与这些国家谈判高精尖技术设备的进口时，要先谈其出口许可证，后谈合同，否则，因合同标的违犯本国的法律也无法履行。

在同那些没有建立外交关系的国家谈判时，谈判的是否成功和成功后能否履约，受国家的干预较多，参与谈判者无法决定，因而在谈判前要先审查对方是否已办齐了准备进出口的一切审批手续，只有进出口许可、支付情况等完全落实后才能进行贸易谈判。

政局的稳定性对谈判的履约也产生着巨大影响。这就要求谈判者在谈判前必须对政府的更迭、国内罢工、国内与地区战争等因素考虑在内，以减少谈判的风险。

（二）经贸谈判的经济环境

经贸谈判的经济环境是指一个国家的经济形势和市场情况。经济形势是指一个国家的经济增长、股市的涨跌、通货膨胀等的状况。在同外商谈判中，还要考虑其货币的汇率变化。经济形势对谈判的影响主要表现在经济形势的变化会引起市场购买的数量、物价等的一系列波动，从而直接影响谈判的未来效益。例如，在通货膨胀率较高的情况下，对价格的确定就成为影响经济效益的关键问题，卖方在这种情况下一般不会在价格上作出让步。

市场情况是指谈判的对象所处的市场地位，即处在供大于求、求大于供或供求平衡状态。这三种市场情况对谈判的影响各不相同。在供大于求的情况下，买方处于市场的有利地位，卖方之间则存在着激烈地市场竞争。为此，买方会在谈判中利用卖方

之间的竞争向其施加压力，以便选择最有利的条件；卖方为了销售成功则一方面扩大自己的影响，同时会作出较大让步。在求大于供的情况下，卖方处在有利地位，买方之间则存在激烈地竞争。此时，卖方在谈判中为了取得有利的条件而很少让步，买方则为了得到货源而不得不作出较大牺牲。在供求平衡的条件下，商品的供应者和需求者之间均存在激烈地竞争，而卖者和买者均能找到自己理想的对手，因而这时的谈判受市场环境的影响较小，主要取决于双方谈判知识和技巧的较量。

（三）经贸谈判的人际关系环境

经贸谈判的人际关系环境是指谈判者之间、以及谈判者所代表的公司或部门的领导、管理人员之间的关系。从总的来说，人际关系分为“不熟悉”与“熟悉”两种类型，其对谈判的影响主要表现在谈判过程中。当两个公司初次交往、两个对手初次谈判时，这时的人际关系互不熟悉，因而谈判的开局过程会很长，以增加谈判者的熟悉时间，并给对方留下一个良好的印象，为进行实质条件的谈判打下基础。在谈判内容的交锋中，虽然要争取自己的利益，但尽量以不刺激对方为条件，以温和的气氛取得成功。当两个已熟悉的公司和谈判者进行谈判时，由于对双方公司的信誉、谈判对手的风格、习惯等均有所了解，因而气氛较为友好、随便，谈判过程的开局时间较短，很快进入实质性谈判。但是，在熟人谈判中有的谈判者会把它变成私人交往，把个人利益夹在谈判中，这将不利于谈判者的发展。为了防止这一不利情况的出现，熟人谈判应在其他人参加的公开情况下进行。

（四）经贸谈判的时间环境

经贸谈判的时间环境是指对经贸谈判的时机选择和时间安排。时间对谈判的影响主要表现在市场形势的变化上。在不同的时间，产品的购销形势会有很大差别，一种产品现在畅销，半年以后可能又滞销。因此，在谈判时必须考虑时间因素。