

第一章 绪 论

汽车是现代科学技术高度发展的产物，是人类文明智慧的结晶，利用汽车代步和运输，是人类生存和发展的需要，是其他陆上交通工具所无法取代的，是现代文明和社会现代化的象征。一个世纪以来，汽车为人类的进步和社会的发展做出了杰出的贡献。世界汽车工业发展的经验证明，汽车工业在一个国家的经济发展中占有重要的战略地位，发挥着举足轻重的作用。目前，世界上许多经济发达国家都把汽车工业作为国民经济发展的支柱产业，并进行大力扶植和支持。因为汽车工业的发展会带动相关产业的发展，从而促使整个国民经济的发展。沿着一条良性的轨迹进行循环。

众所周知，汽车是现代多种科学技术的综合体，是技术高度密集的产业，是众多高深技术的集结地。所以汽车工业的水平标志着一个国家的综合工业水平，对国家经济的振兴和发展具有重大意义。因此，汽车工业的发展与普及程度，已成为一个工业化国家的重要标志之一。然而，由于世界汽车产量和保有量的迅猛增加，也给人类的生存和发展带来了许多消极的影响，汽车工业正面临着技术和市场两大难题的困扰和挑战。技术问题所涉及到的能源、安全、环境等一系列社会问题的挑战，在现代科学技术力量的推动下，促使许多新技术、新材料、新工艺、新结构的研究成果率先在汽车上得到了广泛的应用并迅速发展，大大地提高了汽车的综合性能。但是，市场问题则由于世界汽车工业的生产能力过剩，集

团间的竞争日趋激烈，迫使他们一方面在经营、投资和发展上注重全球范围内的全方位战略目标，另一方面则特别注重战术上的市场占有策略，也就是在进行大宗汽车工业贸易交易的同时，决不放过一辆汽车或一个零件的生意。在这些过程中，每一项交易都离不开谈判，可以说，汽车工业贸易谈判是汽车工业贸易的先导。

第一节 汽车工业贸易谈判概述

一、谈判

谈判是指人们为了满足某些欲望或需求，对交往活动进行协商的行为过程。因此，谈判的目的是为了满足各自的欲望或需求，而谈判的实质则是人与人之间交往（或交换）的种种行为活动。

人类有史以来就有谈判，原始社会的部落划分、食物或劳动工具的交换以及纠纷的解决等等都离不开谈判。当然这些谈判可能是自发的或自然形成的低级型的谈判。然而，社会发展到今天，人类受众多法律和社会行为规范的约束，谈判也必然由低级型向高级型发展，例如，国内市场上的货物买卖谈判，交易双方总是受国内的方针、政策、税收、物价和质量等有关法律和行为规范的约束，参加交易的任何一方都不能脱离这些约束的范围。国际市场上的商品交换，除受自己国家法律的约束之外，还要受国际间的法律、法规、条约和惯例等一系列法律和行为规范的约束。正常的交易活动，人们总是自觉地遵循那些有关法律条款的规定进行交易磋商。又如，家庭是社会的基本“细胞”，家庭事物的处理和问题的解决，也是如此，总是力求在法律和社会行为规范的约

束下进行协商解决。因此，小到一个家庭，大到整个社会，人们的交往活动都离不开运用谈判的方法解决问题。那么谈判究竟要具备哪些基本的要素呢？

1. 谈判最少要有两个方面的当事人

公平的谈判通常是在双方当事人自愿的基础上进行的。只有一方的愿望和需求，而无另一方能给以补充和满足，则不能形成谈判。当一方自愿，而另一方不自愿（或被胁迫）的谈判是不公平的谈判。历史上的种种不平等条约就是通过不平等、不公平的谈判而产生的不公平产物。然而它也必须具有两方（或多方）的当事人参与谈判才能形成。

2. 谈判必须始终牢记目标

人们的任何一项活动都是为了达到一定目标的。谈判则是为了争取达到尽可能好的目标。因此，在谈判活动中，必须始终牢记目标，对目标的任何含糊或飘移，都将导致谈判决策的转移，从而在最终结果上使自己感到意外。

在整个谈判过程中，谈判目标始终应放在核心地位，也就是说，谈判过程中的一切活动，都是围绕实现谈判目标而展开的。因此，谈判目标是否恰当，将对整个谈判活动产生深刻的影响。例如，1995年8月我国A公司向香港B公司购买一批五十铃4BD2车用发动机并及时发出询盘。港商接单后没有直接发出报盘，而是提出就有关事项同我方进行磋商。于是双方于9月16日在深圳举行谈判。谈判开始之后，港商介绍了一些这批发动机的情况之后，接着喊出每台2500美元的报价。我方谈判人员并未表示震惊，反而很有礼貌的提出还价每台1300美元，双方价格差距甚大。这时港商故作吃惊，口中念念有词地说：“（价格）太低！太低！”又经过几轮交涉之后，港商始终摸不到我方的底牌，认为我方不了解市场行情而不肯让步。其实我方早已得知，香港B公司这

批发动机共有 500 台 是以每台 1380 美元低价进口的原件组装产品，质量尚可保证。但这种发动机在香港市场上的销路并不理想，据此，谈判前我方就确定了谈判成交的目标有三个：1) 最高目标 每台 1450 美元，DDU 深圳，总数量为 500 台；2) 希望目标 每台 1500 美元，DDU 深圳，总数量为 500 台；3) 必须达到目标：每台 1550 美元，DDU 深圳，总数量为 300 台。为了节省谈判时间，我方便亮出了底牌，把 5 月份同 H 国签订的就进口同类原装发动机的合同副本交给了对方，并指出：“我方之所以同贵公司做生意是为了扩大交易范围，多交个朋友，看来贵公司似乎没有诚意！”港商看后，立即改变了态度并按 H 国的成交价格（每台 1600 美元，CIF 上海，总数 300 台）修改了自己的报价说：“很对不起，看来我的初次报价是高了点，现在改报每台 1560 美元，CIF 深圳如何？”我方立即指出：“先生又搞错了 那是 H 国的价格，先生所报 CIF 是什么含义？1560 美元又是什么含义？”对方一看混水摸鱼不成，便装出如梦初醒似的连说：“该罚！该罚！那就改成每台 1520 美元，DDU 深圳，总数 300 台吧 此价是最后价格了。”我方开始把购货总数量按 300 台报出是一种策略。现在我方认为时机已到，接着指出：“如果订货量再增加 150 台 可否按每台 1450 美元呢？”港商沉思一会说：“如果订货量是 500 台，每台可再降 40 元。”至此，我方认为价格已经到位，便以高姿态说：“价格还是高了点，都是炎黄子孙嘛 就这样定了。”双方按每台 1480 美元，DDU 深圳，总数量 500 台签订了合同并达成长期友好交往的意向。

这个案例不仅规定了明确的谈判目标，而且将目标划分成高、中、低三个层次，使谈判人员操作起来得心应手。当谈判进入高潮（对方报出每台 1520 美元）时，我方人员便不失时机地抛出了最后一招：增加订货量，价格直指最高目标，

以诱导对方再次做出让步。可见牢记谈判目标，对谈判取得良好的效果具有特别重要的作用。

3. 谈判必须具有明确的条件效果

所谓谈判的条件效果，是指在一定的客观条件下，经过双方（或多方）谈判之后所出现的结果。

在进行每一项谈判时，不但要了解本方的详细情况，更重要的是了解对方所处的环境条件，即在现有的客观条件下，经过双方谈判之后，对本方要达到一个什么样的目的，争取点是什么？有哪些影响因素？应做到心中有数。在国际汽车工业贸易谈判中，对客户所处的政治、经济、市场情况以及所涉及的汽车商品的成本、价值、效益和国内外市场的行情等都要有充分的了解。例如，在上例中，如果我方对港商的进货价格不了解，就不可能制定出那样三个切实可行的目标。如果我们对世界市场和香港市场有关那种发动机的销售情况不了解，同样也不能很好地掌握住谈判的主动权。总之，谈判必须做到知己知彼，才能控制谈判的主动权，从而使谈判出现一个有利于本方的良好结果。

4. 谈判时必须清楚项目实施时的条件

谈判是一种决策，是实施欲望和需求行动的先导，而谈判与执行谈判决策的行动之间往往存在“时间差”。因此，在做出谈判决策时，必须清楚未来实施这种决策时的客观条件，也就是未来实施这种决策行动时，谈判主体（特别是自己方面）将遇到的能够影响行动效果的外部状况，例如，气候、地理、市场、用户和竞争等等。为了明了客观条件，就必须进行必要的调查研究、收集资料和预测分析等工作。任何一项谈判，在不明了未来客观情况时，不能进入谈判决策。否则将给谈判标的物（项目）的实施带来困难或损失。例如，1996年我国G集团的汽车维修中心同D国的中国代理L先生通

过谈判，就进口汽车维修设备项目达成 40 万美元的交易合同。由于谈判者在谈判前对这些设备的发展情况没有进行深入细致的了解，谈判中，双方仅就设备的名称、数量、价格等进行了磋商，而对设备的具体产地、产期、性能等没有作详细规定，只要求对方提供“现代先进设备”。待 97 年设备运抵之后，才发现对方提供的设备都是 80 年代初期的落后产品，而且产地、型号也不统一。为此，双方发生争议，长达数月得不到解决。

由这个案例我们可以清楚地看到，未来实施的客观条件取决于谈判决策。由于谈判时谈判者不清楚或忽略了未来实施时的客观条件（本案中对方提供落后设备），致使自己的欲望和需求得不到充分的满足，影响了项目的进度，降低了项目的水平，给企业造成了重大的损失。

总之，谈判的当事人、目标、条件效果和未来实施条件是构成谈判活动的四大基本要素。任何一项谈判都包含着这四个要素，而谈判中的策略、技巧和方法等，都是在已知这四个要素的前提下展开的。因此，若谈判不具备上述四个要素中的任何一个条件，都无法进入谈判。当然，在实际谈判活动中，有时也会遇到因缺少四要素中的一个要素而困扰，或者将某一要素弄错而导致谈判失误或给未来的行动造成麻烦。所以，慎重分析研究四要素掌握的情况，谈判中正确对待和运用四要素，是谈判取得最后成功的基础和保证。

二、汽车工业贸易谈判

汽车工业贸易谈判是谈判的一种常用形式，是发生在与汽车商品有关的一些交易活动中的谈判。所以，汽车工业贸易谈判是指参与汽车工业贸易活动的当事人，为了满足自己的欲望和要求，以与汽车有关的标的物为对象进行交易协商

的行为过程。汽车工业贸易活动，既是一种商务活动，又涉及到许多政务活动。其中主要是商务活动，而商务活动是在法律允许的范围内，通过社会的分工与协作，为社会提供商品与服务以获取盈利的经济性活动。汽车工业贸易可分为有形商品贸易和无形商品贸易两大类。汽车工业的有形商品贸易是指汽车产品本身（如整车、零件、部件及其原材料等）的交易活动。汽车工业的无形商品贸易是指同汽车产品有关的一些服务活动，包括汽车产品及其生产设备的运输、包装、仓储、租赁、保险、金融、信托等服务性的业务活动，也包括与汽车产品生产相关的技术贸易，如专利、商标、专有技术等交易活动以及为汽车技术贸易服务的一些劳务性活动，如商品信息、咨询、广告和培训等等。因此，汽车工业的无形商品贸易也称为汽车工业服务（或技术）贸易。

由于汽车工业贸易活动的内容丰富，涉及的范围宽广，几乎每一项贸易活动都需要进行谈判，所以从事汽车工业贸易的人员熟练地掌握谈判的技巧和方法则显得尤为重要。

第二节 汽车工业贸易谈判的性质和意义

一、汽车工业贸易谈判的性质

汽车工业贸易谈判是谈判主体当事人之间就汽车产品、设备、技术等进行交易的协商过程，多数情况下属于经济性的谈判活动，但也有为特定目的的政治性谈判，如日美政府间的汽车工业贸易谈判以及日本同欧共同体之间的汽车工业贸易谈判等，就带有很浓厚的政治色彩。无论是政治或是经济性的贸易谈判，一般都具有如下的共同特征。

1. 主体的广泛性

汽车工业贸易谈判的主体当事人有工业企业、商业、事业单位、政府机构、民间组织和个人等构成，不同当事人之间的谈判都有各自不同的目的、内容和要求。工业企业谈判一般以生产汽车产品为中心，涉及到原料、材料、技术、设备、投资等一系列为生产及其服务的交易内容。商业谈判涉及内容广泛，除工业企业谈判所涉及的内容之外，还包括各类生产资料、产品、产品加工和经营销售等内容。谈判的主体多以商界人士和组织为主，如汽车产品的批发商、零售商、代理商、经纪商以及各类贸易公司等。事业单位包括学校、研究机构和行政管理单位等。这些单位有关汽车工业贸易谈判的内容多以技术、设备、管理、研究、开发和学术交流等为主。政府机构之间的汽车工业贸易谈判，往往以宏观政策为主要内容，其结果多以政策性文件为主要成果，如双边协定、公约、条约等。其目的一般是为了缓解双边或多边关系，通过谈判交流情况，加深相互了解，缓解矛盾，解决危机，加强合作。民间组织和个人之间的谈判，多以小范围内的商务性活动为主要内容，涉及面窄，影响较小。

2. 内容的针对性

汽车工业贸易谈判主体广泛，内容繁多，不同的谈判虽然涉及内容较多，但往往都是以某一种内容或标的为主。因此，谈判内容的针对性较强。

在社会主义市场经济条件下，我国汽车工业贸易的范围不断扩大，交易的内容也非常广泛，如资金、设备、劳动力、技术、产品、土地、原材料等都会构成谈判的标的物。但不同目的的谈判都是以其主要标的物为主，然后再辅以其他内容。例如，中外合资生产汽车项目的谈判，其主要标的物是资金比例，即双方的出资比例。这一主题确定之后，至于双

方以何种方式出资，则是辅助性的内容。如果外方以资金、设备、技术为主，那么我方可以劳动力、土地、厂房、原材料等为主；也可以采用外方以设备、技术、原材料为主，我方以劳动力、土地、厂房、资金等为主。无论采用何种方式出资，而其出资的比例不能随意变动。

3. 明确的目标性

任何一项谈判都是根据双方的不同需要且具有互补性而促成的，虽然谈判各方的需求和目的不尽相同，但作为谈判的每一方都必须具有明确的目标，否则，谈判便失去了意义。

汽车工业贸易谈判要获得成功，首先要明确自己参与谈判的目的和需求，其次还要认真探查对方的目的和需求，在知己知彼的前提下确定好自己的目标。为了保证谈判的圆满成功，目标可分为多个层次，通常一般采用三个层次，即最高目标、中间目标和最低目标。

汽车工业贸易谈判的最高目标，就是通过谈判使自己的目的和需求得到最大限度的满足。最高目标的制订，在实事求是的基础上可以稍高于目的要求，特别是汽车工业企业的贸易谈判，如果能设定好最高目标的弹性区域，有时会得到意想不到的谈判效果。

汽车工业贸易谈判的中间目标，应当设定在本方利益可以获得较充分满足的基础之上。目标的弹性区域相对较为宽广。坚守中间目标往往是判定谈判是否获得满意成功的标志。

汽车工业贸易谈判的最低目标，是本次谈判效果的下限。最低目标的设定宗旨应当是基本可以满足本方的需求。目标的弹性区域要求尽量的缩小。最低目标的实现，仍可认为谈判是成功的或基本成功的。

4. 充分的互补性

如上所述，人们的需求和欲望是进行谈判的基础。但它

只是贸易谈判的必要条件，而谈判双方是否能够坐到一起，还取决于他们之间是否具有充分的互补性。所以，互补性是正常谈判得以成立的充分条件。例如，汽车工业贸易中常见的产品与货币的互补，也即买方需要产品而同时具有货币，卖方具有产品而同时需要货币。这就可能促使双方都自觉自愿地寻找对方谈判。谈判中，只要双方都感到有利可得，那么谈判就有可能取得成功。当然，汽车工业贸易谈判并不仅限于产品与货币之间的互补，其他方式还有多种，如来料加工，来件装配。来华投资和补偿贸易等等，都同样具有互补性。

5. 尖锐的矛盾性

汽车工业贸易谈判各方都希望实现自己的最优化方案，以达到最高的追求目标，即从谈判中获得未来交易活动中本方的最大利益或效益。但是，对于一项既定的交易来说，其结果只能是非此即彼，如一种产品的买卖，定价高了卖方有利而买方失利，反之亦然。在这种利害冲突的驱使下，谈判各方往往会处在一种有形或无形的对抗之中，而且这种对抗有时会表现得十分尖锐。但是，这种冲突并不是坏事，它表明谈判各方都有合作诚意。可以这样认为，对于任何真诚的谈判来说，谈判中各方的冲突越大，说明他们之间合作的愿望也越强烈。这就是谈判的矛盾性。如果双方都没有合作诚意，即使谈判能够形成，终因差距太大或双方没有足够的互补性，无法继续磋商下去而很快结束。在这种情况下，双方往往不会出现激烈对抗和尖锐冲突的局面。因此，成功的谈判总是在双方合作与对抗矛盾的对立统一之中结成丰硕的果实。

6. 谈判结果的不均衡性

汽车工业贸易谈判总是在各方不断调整自己的需求和利益而相互逐步接近，最终争取达成一致意见的过程。双方谈

判的结果如出现一方得利，而另一方失利，则称为非互惠谈判。非互惠谈判往往是一方屈服于另一方的压力情况下进行的，其谈判的产物一般都是不平等的。正常的谈判是建立在双方互惠互利、自觉自愿基础上的，但谈判的结果则不一定是完全均衡的，也就是说，谈判的结果可能出现一方获利多些，而另一方获利少些，但双方都能从对方获得自己所需要的利益。至于各方获利的多少，主要取决于本方对谈判工作的组织、策划、实力大小、客观条件、决策水平和谈判技巧的运用以及谈判人员的素质、能力、经验、心理等众多因素。一般地说，正常谈判情况下，这种不均衡性是必然存在的，但差异和出入不会太大。

二、汽车工业贸易谈判的地位

1. 汽车工业贸易谈判是汽车产业发展的先导

汽车产业涉及的范围广、内容多，大到一个企业，小到一只配件，无不包含着汽车工业贸易的内容。在从事每一项汽车工业贸易实务之前，又都离不开谈判。因此，汽车工业贸易谈判不仅是汽车工业贸易交往的必由之路，而且也是整个汽车产业发展的先导。

目前，我国正处在汽车工业起飞阶段，引进技术、引进资金、消化吸收、制成产品、产品销售以及售后服务等每一个环节都离不开汽车工业贸易，进行贸易必得先进行谈判，通过谈判促成交易。因此，汽车工业贸易谈判是联系汽车工业贸易各个方面的桥梁和纽带，对促进我国汽车工业的发展具有重要意义。

2. 汽车工业贸易谈判是汽车产业信息交流的载体

当今社会信息传递是否灵敏、迅速、准确，是衡量汽车产业发展水平的重要标志之一。在汽车工业贸易过程中，所

有的产品、原料、材料、资金、设备以及服务等交易活动，都离不开信息沟通。诚然，企业可以把汽车产品制作得尽善尽美，但用户不清楚或不理解，再好的产品也是无用的。同样，消费者需要某种产品，但不知向何处求购，也达不到交易的目的。

信息沟通，是一种意思从发送人传递到接收人的过程。汽车工业贸易谈判正是供求双方面对面的进行信息沟通，而且这种沟通形式是属于信息交流最优越的方式——双向沟通技术。通过信息交流与沟通，不仅可以促成有形和无形商品贸易的实施，而且可以直接获得诸如产品发展水平、技术先进程度、价值和价格规律以及市场动态等众多的信息资料，对汽车产业的发展具有推动作用。

3. 汽车工业贸易谈判关系到企业的生存和发展

一个企业的成功，取决于它的市场运作能力。企业在市场上能否获得质优价廉的生产资料，首先要了解市场，其次是通过谈判争取以最有利的条件达成交易。企业生产的产品和提供的服务，能否被消费者接受，也要通过谈判促使双方达成交易。另外，企业在经营中不可避免地会发生争议，而正确处理这些争议，避免给企业造成损失，仍然需要通过谈判解决。

目前，我国汽车工业贸易中，技术贸易占有很大的比重，对谈判则提出了更高的要求。在汽车技术贸易谈判中，谈判质量的高低不仅关系到企业能否引进和利用先进技术，还关系到引进的技术是否适合我国的国情，对我国汽车工业的发展是否具有推动作用以及对企业未来的发展将产生什么样的效果等等。可见，汽车工业贸易谈判的成功与否，不仅仅是一项交易活动的成败，而且关系到整个企业的生存和发展，乃至影响到整个汽车产业和国家的利益。

三、汽车工业贸易谈判的作用和意义

1. 充分利用资源，协调企业的发展

在社会主义市场经济条件下，我国的汽车工业企业一方面可以通过贸易谈判合理引进企业所需要的原料、材料、资金、设备、技术和人才等急需的生产要素，充分保证企业的再生产和扩大再生产的顺利进行；另一方面，通过谈判推销产品，扩大市场占有率，树立企业的良好形象，增加产品销量，提高企业的声誉和经济效益，对进一步协调和促进企业的发展具有重要意义。

2. 引进技术，促进生产力的发展

在现代科学技术力量的推动下，我国汽车产业的劳动生产率有了较大的提高，但同发达国家相比仍有较大差距。通过对外贸易引进先进技术和设备，以争取时间，节省资金，少走弯路，加速我国汽车工业向国际先进水平靠拢，是一项十分重要的举措。但是，引进工作能否达到预期的目的和效果，关键取决于引进质量的优劣。众所周知，影响引进质量的因素很多，但作为引进工作第一步的谈判，则是至关重要的。良好的谈判效果可争取最有利的交易条件，从而促进和加速我国汽车工业的发展。否则，若不重视谈判环节，谈判达不成交易或虽已达成交易但对我方不利，如经济造成重大损失或政治上产生不良影响等，都失去了引进工作的意义。

3. 增加利润，积累资金

对于既定的汽车商品来说，其成本一般也是既定的，但其价格由于受价值规律、供求关系、市场条件、商品特性和货币汇率等众多因素的影响而千变万化。企业能否正确掌握和控制商品的价格而卖到一个好价钱，交易谈判是十分关键的环节。谈判人员如能搞好市场调查，全面了解国内外市场

的运行情况，及时分析研究市场行情及其变化趋势，抓住有利的谈判时机，以有利于本方的较高价格促成交易，可为企业增加利润和积累，为国家创造出更大的经济效益。

另一方面，对于买方来说，通过谈判可降低成本或避免不该发生的成本，促使卖方降价，节省本方的开支，同样可以增加企业的利润和积累。可见，谈判处理得好，可增加利润，创造效益，有利于企业和国家经济的发展。

4. 正确处理争议，维护企业的利益

争议是指贸易双方当事人对相互间权利和义务的不同看法。在汽车工业贸易活动中，争议是经常发生的，而解决争议的办法很多，但一般都希望能通过谈判的方式进行协商解决，即争议双方在平等的基础上，直接接触、协商而取得谅解，使争议得到合理的解决。这样不致因一时的看法不同，而影响长期的正常的贸易合作关系与利益。同时，当企业的利益受到损害时，也可通过谈判，在平和的气氛中解决纠纷，挽回损失，维护企业的声誉和利益。

第三节 汽车工业贸易谈判的原则

在汽车工业贸易谈判活动中，谈判人员能精于选择策略，善于运用技巧，采用适当方法，灵活改变对策，有时固然可以取得谈判的胜利，甚至会获得意想不到的收益，应当说，这些内容和作法都是一个精明的谈判者所必须具备的素质。但是，对于正常的谈判来说，遵守谈判原则，确保谈判成功，仍然是谈判者的首要义务。

一、平等互利原则

汽车工业贸易谈判属于经济性谈判，而经济性谈判双方

争论的焦点主要是各自的经济利益。正常的谈判应当建立在利益共享，风险同担的基础之上。谈判双方应遵循国家不分大小，企业不论实力强弱都一律平等相待的原则上进行友好协商，最终达成符合双方共同经济利益的谈判结果。当然，平等互利并不意味着双方所获利益应绝对平均分配。应当说，成功的谈判结果应使双方的欲望和需求都得到了满足或基本满足。因此，在制订谈判目标、计划、策略和方法时，应做到知己知彼，即不仅要了解自己，也要了解对方。然后，通过谈判有的放矢地协调关系，调整利益，适当让步，促成交易。

二、求同存异原则

在汽车工业贸易谈判中，双方就某些问题由于见解不同而发生争执是常见的事，有时甚至争论得相当激烈，矛盾表现得十分尖锐、突出。在这种情况下，双方都应对分歧意见进行具体的分析。如果争论的是原则性问题，如涉及到国家声誉、影响到国民经济发展或国家安全等，不但不能让步，而且要有理、有力、有节地予以反击，坚决维护自己和国家的利益不受侵犯。如果双方在大方向上一致，而仅仅在一些枝节问题上存在不同看法，应本着求同存异的原则，抛开观点上的争论，而着眼于共同的长远的利益，以高姿态主动让渡并为共同的利益排忧解难、承担义务，往往会给对方一种明智的启示，从而缓和谈判气氛，使双方尽快达成共识而促成交易，这是一种上策。

三、妥协互补原则

如上所述，在汽车工业贸易谈判中，双方的谈判地位是平等的，利益的获取权利也应当是平等的，但不是平均分配。

例如，我国某企业同 H 国通过谈判签订了一份技术合作合同，单从其经济利益的数字上看，对外方暂时有利。但企业认为，在谈判中如果我方一味坚持经济利益平均分配的条件，谈判就可能破裂而达不成协议，对双方都不利。于是，我方从多重效益着眼，经过分析研究确认，该项技术合作成功之后，能改变企业的落后面貌，扩大国内外市场的占有率，提高我国汽车工业的水平，有利于国家长远经济发展。然后，又经过了艰苦的谈判过程，在迫使对方作出最大让渡的前提下，我方也做了一些妥协和退让，最终促成了这项技术合作。这种以退为进，以失求得的全盘战略决策，仍然可以最大限度地保障我方的利益。可见，谈判中的妥协与互补是密切相关的，妥协的前提是能够得到互补。

四、遵纪守法原则

汽车工业贸易谈判所涉及的法律内容很多，但主要是经济法。经济法属于法的范畴。法是调整和约束人类社会中相互关系的行为规范。经济法则调整和约束人类经济关系的法律规范的总称。经济法可分为国内经济法和国际经济法两大类。它们调整的对象分别是国内和国际经济活动当事人之间的经济关系。汽车工业贸易的任何一种谈判，都是在一定法律约束下进行的，法律规范制约着谈判的内容和方法，例如，贸易、金融、劳务、税收等，都属于法律调整的范围。应当指出，国内经济法和国际经济法的联系是十分密切的。它们既有共同之处，又有明显的区别，即两者在主体调整关系和法律规范的性质方面，是基本相同（或相似）的。其区别在于国际经济法调整的主体对象超越了国家的范围，而国内经济法调整的对象，是一个国家内部的主体当事人之间的经

济关系。所以，国际经济法的规范既表现为国内立法，又表现为国际法律规范，诸如国与国之间的条约、公约和惯例等。而国内经济法则仅表现为国内立法的规范性，但它又是国际经济法的重要渊源，如我国立法机关制订和颁布的《中外合资经营企业法》、《商标法》、《专利法》、《涉外经济合同法》、《外资企业法》和《外商投资企业和外国企业所得税法》等等，都是调整涉外经济贸易关系的法律。因此，在汽车工业贸易谈判中，弄清众多国内和国际法律的关系并按有关法律的规定进行洽谈，是保证谈判顺利进行和成功的基础。

另外，在汽车工业贸易谈判中，除了必须按照既定的法律规定办事之外，还必须特别注意遵守谈判纪律，如对谈判的分工和内容、作战方案和策略以及期望达到的目标等的保密，每一个谈判组织都会作出严格的纪律规定和要求，谈判中要注意遵守，以免给谈判和以后的合作乃至企业和国家的利益造成不良后果。

五、资料齐备原则

汽车工业贸易谈判是交易双方进行协商、合作的经济性活动。谈判前，必须进行充分的准备工作，只有详细全面掌握对方的情报资料，才能提出正确的谈判目标，选择最优的谈判策略，制订可行的谈判计划，从而达到预定的谈判目的。谈判前应掌握的主要情报资料有：国内外市场状况、对方的情况、交易标的物情况等。其中有关谈判对方的情报资料，一般比较难以收集，诸如对方的合作欲望、供需能力、商业信誉、合作目标、政治态度以及谈判人员的履历、作风、性格和爱好等，都必须进行详尽的调查了解。只有这样，才能充分掌握谈判的主动权，做到知己知彼，战之能胜。