

<<商务谈判>>

图书基本信息

书名：<<商务谈判>>

13位ISBN编号：9787308015677

10位ISBN编号：730801567X

出版时间：1999-9

出版时间：浙江大学出版社

作者：赵国柱 编

页数：418

字数：245000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;商务谈判&gt;&gt;

## 前言

前言 商务谈判,是国内和国际商品、劳务的供应者与需求者之间,为了各自的经济利益而进行的洽谈,旨在最终达成参与各方都满意的协议的整个过程,是商品交换总体过程中一个不可缺少的重要环节。

在建国以后相当长的一段时间里,由于实行了高度集中的计划经济体制,我国经济的运行与世界经济的发展相脱离,社会生产和流通基本上依靠自上而下的计划和行政权力去推动,企业法人之间以及法人与自然人之间的商务谈判,不可能也无必要充分展开,结果在社会资源利用上排斥了市场机制择优配置的作用,在生产经营上遏制了企业的自主性和创造性,这是长期以来我国商务谈判理论与实践处于滞后状态的根本原因,也是值得深刻记取的历史教训。

党的十一届三中全会以后,随着市场取向改革的进展和对外开放的扩大,社会主义商品经济迅速发展。

党的十四大确定我国经济体制改革的目标模式是建立社会主义市场经济体制,国民经济出现蓬勃发展的形势。党的十五大提出:从现在起到下世纪的前十年,是我国实现第二步战略目标、向第三步战略目标迈进的关键时期,建立比较完善的社会主义市场经济体制,保持国民经济持续快速健康发展,是必须解决好的两大课题。

经济发展的现实告诉我们,商务谈判是一切经济活动发生和发展的前提条件,是社会经济稳定增长的重要保证。

企事业单位和经济领导部门掌握有效地进行商务谈判的理论、策略和方法,建立起一支具有良好的思想素质和职业道德、广博的专业知识和熟练的谈判技能的商务谈判人员队伍。

不断提高谈判的效果,已经成为关系事业成败和国家兴衰的大事,“商务谈判”成了一门非常引人注目的重要学科。

根据多年教学和科研工作的体会,我们认为在撰写本书时必须遵循以下两条原则:一是“洋为中用”,认真研究和借鉴国外商务谈判的理论和成功经验。

尽管发达国家某些商务谈判的论著明显反映其社会文化背景和价值观念,某些观点不符合我国国情,但是,世界各国包括资本主义发达国家的一切反映现代社会生产和流通以及国际商务活动一般规律的商务谈判理论、策略和方法,应该作为人类社会创造的共同财富加以吸收,为我所用;二是理论联系实际,精心总结我国企业在国内、国际商务谈判中卓有成效的经验。

事实证明,我国许多企业从自身实际情况出发学习和借鉴国外商务谈判的理论和方法,应用于国内国际商务谈判的实际,已经取得了积极的成果。

基于此,本书在撰写中参阅了大量国内外关于商务谈判的论著和资料,同时对我国企业进行商务谈判活动的正反两方面的经验进行了认真的调查研究和总结,力求做到理论联系实际,文字通俗易懂,使读者易于系统掌握本学科的理论体系,并学会将所学知识应用于商务谈判的实际。

本书可用作财经类和理工类高等院校、成人高校有关专业的“商务谈判”课程教材,也可供从事商务谈判实际工作人员自学参考。

本书由杭州商学院赵国柱教授主编,诸向东、冯炜为副主编,全书共十章,赵国柱撰写前言和第一、二、四、九章;诸向东撰写第七、八章;冯炜撰写第三、五、六章;钱正籍撰写第十章。

另设“考试大纲”和附录供学员学习参考。

本书在撰写过程中得到了许多部门和企业的全力支持,提供了大量宝贵的资料和案例;参阅了国内外有关商务谈判的部分著作,从中借鉴了一些有益的东西。

在撰写和出版过程中,得到了曹梦澜副研究员、余文芳高级工程师以及郑定康、黄丹峰、徐红艳等同志的大力支持和帮助,在此一并致以衷心的感谢。

## <<商务谈判>>

### 内容概要

根据多年教学和科研工作的体会，我们认为在撰写本书时必须遵循以下两条原则：一是“洋为中用”，认真研究和借鉴国外商务谈判的理论和成功经验。

尽管发达国家某些商务谈判的论著明显反映其社会文化背景和价值观念，某些观点不符合我国国情，但是，世界各国包括资本主义发达国家的一切反映现代社会生产和流通以及国际商务活动一般规律的商务谈判理论、策略和方法，应该作为人类社会创造的共同财富加以吸收，为我所用；二是理论联系实际，精心总结我国企业在国内、国际商务谈判中卓有成效的经验。

事实证明，我国许多企业从自身实际情况出发学习和借鉴国外商务谈判的理论和方法，应用于国内国际商务谈判的实际，已经取得了积极的成果。

基于此，本书在撰写中参阅了大量国内外关于商务谈判的论著和资料，同时对我国企业进行商务谈判活动的正反两方面的经验进行了认真的调查研究和总结，力求做到理论联系实际，文字通俗易懂，使读者易于系统掌握本学科的理论体系，并学会将所学知识应用于商务谈判的宴际。

## &lt;&lt;商务谈判&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 商务谈判概论 第一节 商务谈判的产生和发展 第二节 社会主义市场经济与商务谈判 第三节 商务谈判的理论原则第二章 商务谈判人员和谈判队伍的组织 第一节 商务谈判人员素质的要求 第二节 商务谈判队伍的组织 第三节 商务谈判人员的选拔和管理第三章 商务谈判信息 第一节 商务谈判信息的内涵和功效 第二节 商务谈判信息的类型和内容 第三节 商务谈判信息的收集和处理第四章 商务谈判战略的制订 第一节 制订商务谈判战略的原则 第二节 商务谈判战略的制订 第三节 商务谈判战略决策科学化的途径第五章 商务谈判的类型和过程 第一节 商务谈判的类型 第二节 商务谈判的过程第六章 商务谈判前的整体筹划与准备 第一节 商务谈判方案的制订 第二节 商务谈判执行计划的确定 第三节 模拟谈判第七章 商务谈判策略的规划与变换 第一节 商务谈判策略的规划 第二节 根据谈判对手特点制定相应对策第八章 商务谈判的技巧 第一节 有声语言的谈判技巧 第二节 无声语言的谈判技巧 第三节 谈判技巧的误区第九章 商务谈判中的礼仪与礼节 第一节 商务谈判的礼仪 第二节 谈判交往中的礼节 第三节 习俗与禁忌第十章 商务谈判合同的签订 第一节 商务合同的特点和种类 第二节 商务合同的构成和条款 第三节 合同的审核及签订程序 第四节 合同的履行及争议的处理 第五节 商务谈判工作的总结及前景的展望《商务谈判》考试大纲附录 . 谈判能力的测验 . 联合国国际货物销售合同公约 . 中华人民共和国涉外经济合同法

## &lt;&lt;商务谈判&gt;&gt;

## 章节摘录

第三章 商务谈判信息 现代社会已进入以信息为中心，由人力、物力、财力、信息四大要素构成的“信息时代”。

信息已经渗透到人类社会活动的各个层面。

本章将从商务谈判这一特定的经济活动出发，在介绍谈判信息的特征、作用和类型的基础上，着重论述谈判信息搜集和处理的基本方法。

一、商务谈判信息的概念 信息是开放社会环境中将人们的政治、经济、文化和社会生活紧密联系起来的重要媒介，它是一种无形的财富和资源，既可使不确定的知识确定化，又能为信息接受者带来某些变化，实现某种利益。

什么是谈判信息？

从一般理解，谈判信息是指与谈判活动有密切联系的各种情况及其属性的一种客观描述。

这里的各种情况，既包括谈判主体（当事人）的情况，如当事人的性格、职业、年龄、社会经历等等；也包括影响谈判进程或结果的各种客观环境。

如国家政策、法律规定、贸易惯例、风俗习惯以及一些偶然因素；还包括与谈判主题直接相关的情况，如产品的销售状况、技术水平、质量等一系列因素。

据此，我们认为商务谈判信息就是指那些关于参与商务谈判各方当事人的信息和直接间接影响谈判内容、谈判进程、谈判结果的信息。实际上，它包含了两方面的信息，即人的信息和物的信息。

商务谈判信息具有以下明显特征：（一）谈判信息的目的性 由于信息传递的是本来并不知道的事情，已知的东西不管听到多少次也不能称之为信息。

信息到底有多大价值，要取决于它在多大程度上符合接受者的需要。

所以，在信息传递过程中，至关重要是接受者（或称需要者）的目的意识。

信息是为人服务的，而一切人类活动都是有意识、有目的的活动。

反映在商务谈判上，谈判信息的收集就是为了达到某种经济目的或满足一定的企业利益而进行的有目的的活动。

也就是说，这类信息的获得，可以给谈判者带来直接的经济利益。

漫无目的的信息既不能为谈判带来有益的行动，也不能导致相应的企业利益，甚至还会造成不必要的时间和资源浪费。

可见，谈判的目的性直接决定了谈判信息的目的性。

（二）谈判信息的复杂性 谈判信息的复杂性，首先是指谈判信息往往是真伪混杂、良莠难辨。

真实性是人们对信息的根本要求之一，即信息应该是对客观现象及其运动做出符合实际的描述。

但在现实生活中，很难做到这一点，这不仅由于信息搜集者本来的知识水平、业务经验会影响到他对信息的判断，而且还因为收集到的谈判信息本来就可能是一种错误的引导。

在商务谈判中，我们常可以看到这样一种情况：一方（或双方）为达到自己的目的，故意在谈判前散布假消息，而如果对方，对此信以为真，就会在谈判中落入圈套，一败涂地。

所以，在谈判信息的收集分析过程中，信息工作人员一定要有很强的辨别能力。

其次，谈判信息的复杂性是指它对谈判活动的影响是不

样的。

一方面，不同的谈判信息对同一谈判过程所起的作用是不同的，有的信息直接决定谈判的成败，而有的信息只是间接地起作用；另一方面，同一个谈判信息在不同的谈判者手中所起的作用也是不同的。

有的人能领悟并恰当地作出反应，而有的人却难以把握信息的实质，甚至做出错误的判断。

（三）谈判信息的时效性 信息的价值大小很大程度上取决于能否及时送到接收者手中。

市场情况瞬息万变，在激烈的市场竞争中开展经营的各个企业，耳目是否灵通，对市场的变化反应是否敏捷，能否适时地抓住各种有利的机会并采取相应的对策，直接关系到企业谈判的成败。

为此，信息收集者要有很强的时间观念，一旦发现同本次谈判有关的信息线索，就应立即追踪，迅速获取。

## &lt;&lt;商务谈判&gt;&gt;

只有这样，才能使企业及时地做出各种相应的决策，在谈判中立于不败之地。

否则，如果反应迟钝，行动缓慢，就会使企业的决策落后于变化的市场形势，使己方在谈判中处于被动挨打地位，经济利益蒙受重大损失。

(四) 谈判信息的系统性 所谓谈判信息的系统性是指它是由若干个具有特定内容和有相关性质的谈判信息所构成的彼此联系、相互作用、相互制约的信息体系。

因为任何谈判活动都是受到多种因素制约和影响，而且随着客观环境的变化，呈现出错综复杂的情况。

所以，信息不应仅仅是对某一方面、某一片断或某一时段的客观描述，而应是多侧面、多层次、长时效的信息。

例如我们要求获得有关对方谈判人员的信息，就应该仔细搜集有关他们的一切情况，如年龄、性格、工作经历、社会背景、家庭状况、个人爱好等一系列的信息。

二、商务谈判信息的功效 谈判信息的收集是了解双方意图、确定谈判目标、制定谈判策略的前提，它的功效具体体现在以下几方面： (一) 商务谈判信息是谈判能否取得成功的可靠保证

谈判能否取得成功，取决于很多因素，如双方的实力对比，客观环境的变化，个人能力大小，策略运用的得当与否等。

而其中谈判者对各种谈判信息的拥有量，特别是谈判者对各种判信息的搜集、分析、识别和利用的能力，对谈判成功与否有着极大的影响。

占有谈判信息优势的一方几乎总是把握着谈判的主动权。

日苏渔业谈判就是一个极好的证明。

早先日本渔民用血汗开拓的北洋渔场，逐渐成为日苏对分渔业资源的局面，之后，日方所得的份额一直在下降。

日本连遭败绩的原因很多，其中重要的一个原因是苏联在情报方面所处的绝对优势。

日本不清楚苏联渔业方面的动态，而苏联却能把日本水产厅的资料、全国各地的报纸等每天不断地送往莫斯科，随即译成俄文，直接送到谈判桌上。

(二) 商务谈判信息是确定谈判目标的基础 任何谈判的产生都是由双方的需要所引起的，因此，如何最大限度地满足各自的需要就是双方的目标。

而要想确定一个明确、具体、可行的目标，则必须以掌握大量的谈判信息为基础。

这些信息包括我方的实力，对方的实力，市场形势，竞争者状况，客观环境等许多方面。

只有综合考虑上述因素，制定的目标才是符合实际、切实可行的，否则只能是沙中建塔，空中楼阁。

如日本某公司在和东欧国家进行贸易谈判时，面临着西欧国家的激烈竞争。

日本公司根据掌握的信息，了解到若要达成协议，必须在价格上做很大让步，甚至无利可图。

但是，从全局看，通过此次贸易，该公司得以打进东欧市场，这是非常有利的。

因此，该公司给己方谈判人员制定的目标就是尽量争取合理的价格，即使让利，甚至无利也要达成协议。

事实证明，这一目标是正确的，公司借此在东欧站稳了脚跟。

(三) 商务谈判信息是制定谈判策略的依据 谈判离不开策略，而策略又离不开信息。

谈判高手们在谈判桌上有时因势利导，有时将计就计，有时以逸待劳，有时模棱两可，有时声东击西……，举手投足、言谈举止无不包含着策略，而种种策略都是以信息为前提的。

“用师之本，在知敌情”，只有充分占有信息，了解对手，才能制订相应的策略。

1879年。

英国派遣了一个外交使团到摩洛哥去谈封，临行前英国人获得了苏丹宫廷和国王人的详细情报，其中有个信息引起了官员们的兴趣：苏丹国王非迷信。

于是，英国政府加派了一个魔术师道格拉斯·汉弗特，他任务就是在苏丹国王面前表演魔术，使他慑服于维多利亚女皇超自然的威力，迫使他在谈判中让步，使英国的殖民政策得以推行。

第二节 商务谈判信息的类型和内容 一、商务谈判信息的类型 科学地区分谈判信息类型是研究、分析、运用谈判信息的基础。

从不同的角度出发，谈判信息可分为以下几种类型： (一) 按谈判信息的载体划分 按信息载

## <<商务谈判>>

体划分,可分为语言信息、实物信息、文献信息。

语言信息主要是指表达信息的口头语言,其次还包括人体语言,如手势、表情以及其他各种能够透露一定信息内容的动作与姿态。

实物信息是指所有能透露一定的情报内容的物体。

由于人类生产的各种产品,都不同程度地经过了人类加工改造,凝结了人的劳动和智慧。

因此,这些产品常常能透露一些有用的新知识,使之在产品的设计原理、原材料配方、工艺特点、性能等方面获得有价值的信息。

文献信息是指用一定的符号系统、图形记录和传播知识的一切物体,如图书、声像制品、计算机磁盘所传递的信息。

(二)按谈判信息的产生时间划分 按产生时间的先后,谈判信息可分为谈判前信息、谈判中信息和谈判后信息。

谈判前信息是指发生于正式谈判之前的所有信息,它有助于企业了解外部环境,确定自身目标,制定谈判策略。

它也是谈判信息收集的主体。

谈判中信息是指在谈判过程中发生的有关客观环境、对方意图等变化的信息。

<<商务谈判>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>