# 商务谈判技巧论文(通用4篇)

来源：网络 作者：倾听心灵 更新时间：2025-03-11

*相信大家都不可避免地要接触到作文吧，尤其是占有重要地位的议论文，议论文的基本结构是由论点、论据、论证三部分组成的，即议论文的“三要素”。那么你有了解过议论文吗。以下是小编整理的商务谈判技巧论文(通用4篇)，仅供参考，大家一起来看看吧。第一篇...*

相信大家都不可避免地要接触到作文吧，尤其是占有重要地位的议论文，议论文的基本结构是由论点、论据、论证三部分组成的，即议论文的“三要素”。那么你有了解过议论文吗。以下是小编整理的商务谈判技巧论文(通用4篇)，仅供参考，大家一起来看看吧。

**第一篇: 商务谈判技巧论文**

　　电子商务作为国际贸易往来的创新性运作模式，已对全球经济贸易发展产生了重要影响，特别是贸易方式、宏观管理方式、运行机制与营销方式都在电子商务的推动下实现了一定程度的创新。文章在分析电子商务的概念及其特点、电子商务对国际贸易的影响的基础上，从四大方面剖析了电子商务下的国际贸易创新表现。

　　电子商务;国际贸易;经济贸易;贸易方式;宏观管理方式;运行机制

　　电子商务主要是指利用开放的互联网网络环境，打破商业贸易时空界限，促成交易双方在不相谋面的状态下达成合作交易的新型商业运作方式。因互联网本身具有较强的开放性和全球性，以其为依托的电子商务运营成本也相对较低，交易效率高。随着商业经济全球一体化深度显著提高，电子商务已成为了全球各国进行商业贸易往来的重要手段。就电子商务运营结果而言，电子商务的存在不仅为商业往来提供了更多的贸易机会，减少了交易双方的贸易成本，提高了交易双方乃至各国的经济效益，还变革了传统的国际贸易方式，使得国际贸易得到更多的创新契机。目前，电子商务主要呈现出以下三个主要特点：

　　1.1电子商务能提供较丰富的现代信息技术服务

　　随着互联网技术更新换代速度加快，电子商务赖以发展的现代信息技术服务功能也越来越丰富，如计算机软件程序设计多样化、信息处理速度明显加快、信息传输质量高、整个计算机系统得到优质建设与服务等。就整体现代信息技术服务体系而言，其充当着连接交易双方的桥梁作用，有利于交易双方打破时空限制，更快达成自身的交易目的。

　　1.2电子虚拟市场形成

　　电子商务以开放式的互联网环境为载体，可直接实现不同地域交易双方的合作，这也促成了电子虚拟市场的形成。相对于当下普遍流行的实体贸易而言，电子商务促成的电子虚拟市场，无疑为商品、服务销售提供了更畅通的交易渠道。

　　1.3全球化市场形成

　　传统的经济贸易市场是实体交易市场，其低速交易决定了企业商品、服务交易难以无限扩大其市场贸易规模。而电子商务的出现使商品以数字化信息的形态得以迅速传输给需求者，大大打破了实体交易的时空限制。加之电子商务具有开放性和全球性，促使利用电子商务开展贸易的交易主体也能轻易地将交易范围由原来的本国经济市场扩大到全球化大市场中，全球化市场正式形成。

　　2.1国际贸易公司虚拟化

　　电子商务贸易突破全球贸易地域限制，大大方便了国际贸易公司的国际贸易服务往来。因电子商务操作便利、成本低、信息传输效率高，国际贸易公司往往会采取战略联盟的方式构建与共同经营虚拟公司。而国际贸易公司相互合作形成虚拟联盟，并利用虚拟经营方式开展贸易合作与竞争，不仅有利于提高商品、服务信息传达与传播的效率，还有利于信息化发展模式更适应现实贸易发展的需要。同时，国际贸易公司虚拟化还可强化国际贸易的个性化交易与多样化交易，细化贸易市场分工与合作，提高各种资源的互补力度与互相利用效率，最终形成利益共享的贸易状态。由此不难看出，电子商务下促使国际贸易公司实现虚拟化，带来的影响是巨大且有利的。

　　2.2虚拟贸易空间形成

　　运用电子商务进行虚拟交易有利于强化网络虚拟交易信息的交换速度，创造出更具实用价值的资源，进而构建全新的虚拟贸易市场空间。在这个虚拟贸易空间中，传统实体贸易的地域限制、时间限制都被打破，真正意义上的全球市场正式形成。该全球市场是比实体市场还要广阔的市场，而且在这个更广阔的全球贸易市场中，信息快速流动提高了资本要素、物品要素、技术要素等多项要素的优化配置效率，使得全球各个市场在虚拟贸易空间的带动下进一步向前发展，此时，各国的贸易联系也越来越紧密，贸易竞争越来越激烈。因此，可以说，电子商务促成虚拟贸易空间，是不可避免的发展趋势。

　　3.1国际贸易方式创新

　　电子商务在一定程度上推动了国际贸易方式的创新，其主要表现有：

　　(1)电子商务作为虚拟化的国际贸易方式，已成为现代国际贸易不可或缺的重要手段。目前，国际贸易往来各方都已选择电子实时沟通方式，而不再选择面谈等实体方式来交换贸易信息;

　　(2)在电子商务的优势影响下，形成了两种突出的国际贸易方式，一种是完全国际电子商务，另一种是不完全国际电子商务。其中，前者重在指通过电商方式完成国际贸易各方的商品供应活动与业务结算活动，即在完全国际电子商务中，商品、服务的交换完全是在虚拟网络上完成的。而不完全国际电子商务则是指商品、服务信息需在一定程度上依赖虚拟网络，但商品交易、服务交易还需通过一些传统渠道来实现，即不完全国际电子商务是一种线上线下相互配合的国际贸易方式;

　　(3)电子商务在国际贸易中的应用推动了贸易单据纸质化转化成了贸易单据电子化，并由此优化了国际贸易程序，变革了传统的交易方式。贸易单据的纸质化，一方面符合全球低碳经济理念，减少了木材等原材料的损耗，另一方面又提高了信息的储存质量，增加了储存空间，减少了实体储藏室资源浪费，使得储藏室等实体资源得到更优化配置，进而降低企业单据等资料的储藏成本和整体运营成本，间接提高了企业的整体运营效率。总体而言，电子商务是通过国际贸易电子化、信息化、自动化、规模化乃至实时化等手段来促进国际贸易方式发生变革与创新的。

　　3.2国际贸易宏观管理方式创新

　　电子商务的飞速发展在一定程度上给国际贸易监管带来了全新的挑战，同时也对国际贸易宏观管理方式提出了更高的要求。为适应电子商务发展新特点，国际贸易宏观管理方式创新手段出台——电子政务。具体来看，主要表现有：

　　(1)我国依托中国国际电子商务网对出口商品的配额推行了电子招标方式，使参与招标的企业能够在最短时间内获得投标资格认定及商品使用配合调整信息;

　　(2)进出口商品可直接通过网络申请的方式从外经贸主管部门申领进出口许可证，而无需按部就班到多个实地窗口办理进出口许可证;

　　(3)在海关方面，电子化的海关管理与海关电子报关管理系统出台，大大简化了报关手续;

　　(4)我国在商品检验检疫管理方面正式落实了进出口商品管理系统内数据通信网，使进出口货物能够在最短时间内取得受理报验与签发商检证书等重要证件;

　　(5)外贸业务整体运营过程实现了完全电子化。即国际贸易客户或相关贸易伙伴均可通过符合国际标准的网络货物跟踪系统实时查阅货物物流情况，大大降低了信息查阅成本，减少了货物丢失风险，也降低了商品的风险控制成本。不难看出，国际贸易宏观管理方式的创新给国际贸易各方都带来了较大的好处。

　　3.3国际贸易运行机制创新

　　电子商务加快了国际贸易信息的流动使依托信息交换为载体的网络虚拟市场正式形成，并由此创新现行的国际贸易运行机制，使世界市场一体化进程明显加快。具体来看，国际贸易运行机制的创新主要表现有：

　　(1)国际贸易管理组织得到进一步改革与创新。国际贸易企业构建电子商务运营模式，不仅可实时查看企业的财务、物资报表等经营情况，还可直接利用电子商务网络后台统计企业内部数据与外部客户贸易外来数据，从而使企业上层管理者能够迅速把控企业的真实运营情况，进而针对企业发展做出正确决策，提高企业运行效率，同时企业内部治理与内部控制得到明显优化;

　　(2)在电子商务优势的影响下，依托信息技术进行全球化经营贸易活动的新型企业组织形式，即电子公司正式形成。电子公司有效整合了互联网优势与企业经营优势，使得企业能够跨越国界限制与他国消费者进行实时双向沟通和贸易往来，进而提高国际贸易的整体效率;

　　(3)在电子商务下，国际贸易商品、服务都直接转化成了数字信号，有形与无形贸易之间的界限越来越不清晰;

　　(4)电子商务打破时空限制，突破了传统贸易时空限制和国际贸易往来限制;

　　(5)流动于国际贸易市场的信息得到充分利用，国际贸易市场信息不对称现象和市场垄断现象明显减少，资源的整体优化配置效率提高;

　　(6)电子商务强化了国际贸易竞争。电子商务是全球经济飞速发展的新产物，其出现与发展都在一定程度上加强了商家与消费者的联系，从而在促使商品生产、服务在全球市场流动的同时又增强了国际贸易的竞争。

　　3.4国际贸易营销方式创新

　　电子商务的出现与发展推动了市场营销的巨大变革，也促进了国际贸易营销方式的创新，其中电子营销的出现就是最好的证明。首先，相比传统的国际贸易营销方式，电子商务利用互联网的互动性，在帮助企业挖掘客户时使企业更关注客户的需求，并尽可能为企业谋求最能满足客户需求，且又能让企业获取最大化利益的营销决策。在电子营销互动功能辅助下，客户对商品的选择主动性得到了进一步增强，买卖双方双向互动交流趋势愈加明显;其次，利用电子营销，国际贸易中企业与客户形成了牢不可破的“一对一”营销关系，即网络整合营销的创新。这种营销关系的建立，使客户对企业商品、服务更加信赖;再次，随着电子商务逐日深化，互联网使企业与客户的关系愈加密切，网络定制营销方式随之而生。客户可自行设计自己想要的商品与服务，交由企业帮忙定制，以完成自己的商品需求。这种新型营销方式不仅节约了客户的需求时长，还减少了资源浪费，提高了企业与客户双方的经济效益;最后，电子商务催动了“软营销”方式的流行。在电子商务之前，企业主要采用传统广告和人员推销两种营销方式将商品、服务信息灌输给客户，进而提高客户的选购欲望。但“软营销”则不同，它通过对“网络礼仪”进行包装，如品牌故事、优美文章等吸引客户，使得客户能够感受到商品、服务的优势，进而产生消费欲望。可以说，以上四种国际贸易营销方式的改变，都把客户需求放在了第一位，这是营销方式创新的最大变革之处。

　　电子商务作为国际贸易工具的一种创新性手段，在国际贸易领域发挥着越来越重要的作用，尤其是在电子商务推动下实现的创新性国际贸易方式、宏观管理方式、运行机制和营销方式已产生了惊人的经营效益，因此，当下切不可忽视电子商务对国际贸易创新的功能。

**第二篇: 商务谈判技巧论文**

　　【摘要】随着国际贸易的深化和发展，国际间企业的合作越来越密切，国际商务谈判也成为国际竞争中不可缺少的必要环节。各种层次、各种内容的国际商务谈判层出不穷，谈判双方要想赢得主动权，精湛的谈判技巧尤为重要。文章介绍了国际商务谈判的基本原则，并在此基础上对主要国际商务谈判策略进行了阐述。

　　【关键词】国际商务谈判;策略;原则

　　【中图分类号】F740.41【文献标识码】A【文章编号】1674-0688（2024）05-0149-02

　　1国际商务谈判的基本原则

　　国际商务谈判的基本原则是国际商务谈判的指导方针，主要有以下几种原则。

　　（1）平等自愿原则。平等自愿原则具体体现在4个方面。首先，交易双方无论规模大小，地位都应该是平等的。其次，双方在谈判中都有权利否决任何条款，如果一方不满意，协议便无法达成。再次，双方不论权利、规模大小，都应彼此尊重。最后，在谈判过程中秉着自愿的原则签订协议。

　　（2）互惠互利原则。互惠互利原则并不意味着双方利益相等，而是每一方都取得了自己预期的利益。坚持该原则应注意不要一味地站在自己的立场上讨价还价，否则可能因过于维护自身立场，寸土必争，从而忽略对方的利益，导致谈判陷入僵局甚至破裂。

　　（3）诚信第一原则。诚信原则即诚实与守信原则。所谓诚实，即重大事实应如实相告，不隐瞒、不欺骗。所谓守信，即是言必行，行必果。

　　（4）求同存异原则。求同存异原则即谈判双方在重大目标和重大标准面前寻求共同之处，而对于一些微不足道的差异可以临时搁置，从而促进谈判的成功。

　　（5）人事分开原则。所谓人事分开原则，是指在谈判过程中就事论事，不应把对人的主观感情带入谈判中，从而影响自己的判断与决策。即：“对事不对人”或者“对人不对事”，只有这样，才能实现双赢。

　　2国际商务谈判的策略

　　国际商务谈判策略是指谈判人员在商务谈判过程中为实现特定的谈判目标而采取的各种措施的总和。本文将从谈判的不同阶段分析具体的谈判策略。

　　2.1开局阶段的谈判策略

　　开局阶段是指在开始正式谈判内容之前，双方互打招呼、寒暄、自我介绍等过程的总和。俗话说：“良好的开局是成功的一半”，掌握相应的开局策略可以使谈判有一个良好的开始，从而促进后续谈判的顺利进行。

　　（1）共鸣式开局策略。共鸣式开局策略是指在谈判开始时，双方可以谈一些引起共鸣的话题，从而创建一个友好和谐的开局，推动后续谈判的顺利进行。常见的方式有商议式，即你放过询问另一方的意见从而推动谈判向着你方的目标前进;诱导式，即你方以提问的方式说出自己的想法，如“我们先把价格放到一边，先谈运输方式，您觉得如何？”这两种方式都可以成功地引起共鸣。

　　（2）回避式开局策略。这种策略是指在谈判伊始，对于对方提出的一些关键问题，不做直接、详细的阐述，而是尽可能地回避或者保留信息，这样会让对方产生一种神秘感，迫切想要知道你方真实的想法，从而不自觉地跟着你方的谈判节奏，朝着你方的目标迈进。

　　（3）坦诚式开局策略。这种策略是指一方坦诚地告知另一方自己的想法，以寻求谈判的突破。通常这种策略适用于一方实力较弱时，可以通过坦诚相告博取对方的同情、信任与理解，从而促进谈判的顺利进行。

　　案例：一位乡村企业家与外商谈判时发现，外商对其经济实力和产品质量有所担忧，导致谈判过程很艰难。这时这位乡村企业家坦言道：“虽然我们实力不如你们，但是我们农村人最大的优点就是踏实肯干，人实在，我们真诚地愿意与你方合作，這次合作谈成谈不成都没有关系，重要的是我们可以互相交个朋友。”几句肺腑之言，就打消了对方的疑虑，使得谈判顺利进行下去。

　　（4）进攻式开局策略。这种策略是指通过语言或行为来表达自己坚定的态度，引起对方的敬畏，迫使他们按照你方的想法继续谈判。当对方以势压人时可以使用此种策略，但要注意使用时要有理、有利、有节，要切中要害，对事不对人。

　　案例：一位中国商人去美国谈判，由于交通堵塞，没有按时到达谈判地点，对方对此抓住不放，声称中国商人没有诚意，意图借此让中方做出较大让步。面对美方的过度指责，中方义正词严地说：“我以为贵国交通便利，没想到交通堵塞如此严重，是我高估了你们。如果你们认为我方耽误了你们的时间，可以另寻合作伙伴，反正我们这么优惠的价格不愁找不到买家。”美方一听，只好转变了态度，使得谈判顺利进行。

　　（5）挑剔式开局策略。这种策略是指在谈判开端，一方抓住对方在礼节、文化等方面的失误不放，并适当放大，加以谴责，想引起对方的内疚与不安，营造紧张的谈判氛围，从而迫使对方做出让步与妥协。此策略当对方有过错时，可以酌情采用。

　　案例：某企业到法国洽谈化妆品贸易，谈判小组成员因上午逛街购物耽误了时间，当他们匆忙赶到时，已经离约定时间晚了近一个小时。法方代表非常生气，严厉指责对方不遵守时间，因为耽误时间就等于浪费金钱，而且还影响了他们与下一家客户的谈判。该企业谈判代表自知理亏，只得一再道歉。在接下来的谈判中，法方怒气未消，使得该企业代表无心应对法方的讨价还价，等最后签好合同，回到酒店一看，才发现在价格上吃了大亏，但为时已晚，追悔莫及了。

　　2.2讨价还价阶段的谈判策略

　　讨价还价阶段是指开局末端到谈判结束。这个阶段通常是谈判最核心也是最艰难的阶段。此阶段可以采用的策略如下。

　　（1）权力有限策略。在谈判中宣称自己权力有限的谈判者通常比冒称自己什么权力都有的谈判者更具优势。前者可以让后者做出让步，但当后者寻求同等让步时，前者便能以自己权力有限为由做出拒绝。

　　（2）利用竞争策略。在谈判过程中，让对方感受到其他竞争者的存在，例如可以邀请多家参加供应商投标;邀请几家主要竞争对手分别面谈，将一家的条件作为与另一家谈判的筹码;邀请多家供应商参加集体谈判，当面压价。 （3）不开先例策略。当对方提出过分的要求时，一方可以以从未有过此先例为由拒绝。当然在使用该策略时应确信另一方无法获得足够的信息与事实来反驳不开先例的理由。

　　（4）疲劳战术。当对方言语十分具有攻击性，处处施压时，你方可采取该策略。例如，故意延长谈判时间，要求对方就某一问题重新阐述，不停提问等，使对方在身体和精神上处于疲惫状态，你方便有机会反守为攻。

　　案例：一位美国石油商曾这样叙述沙特阿拉伯石油大亨亚马尼的谈判战术，他最厉害的一招是不停地重复问题，整个过程心平气和，面露笑容，但却使对方筋疲力尽，不得不把利益拱手让出。

　　（5）以弱求怜策略。该策略是指一方故作虚弱、窘迫状，以此获得对方的同情，从而做出让步。但是这种策略仅适用于一方实力较弱的情况。

　　（6）亮出底牌策略。在谈判中，如果你方处于劣势或者双方关系友好，你可以直接做出最终让步，即亮出底牌，这种方式会使谈判非常有效率。但是，此策略也有明显的缺点，如果太早做出让步会让对方感觉你方急于求成，从而索要更大的让步。

　　2.3打破僵局的策略

　　在谈判进入实际的磋商阶段之后，如果双方各持己见，坚持自己的立场，任何一方都不愿放弃自己的观点，常常会造成僵局。若不能及时解决，谈判则可能失败。

　　僵局产生后，不应情绪沮丧或者惊慌失措，一味地指责对方，而应积极寻找原因，弄清分歧点在哪，可以运用以下策略打破僵局，促使谈判的順利进行。

　　（1）采取灵活的方式打破僵局。谈判中不能墨守成规，应灵活善变。在谈判中，价格是一个很关键的因素，但并不是唯一的。当价格无法谈拢时，应考虑其他出路。比如，在信息搜集过程中，你注意到对方对交货时间尤为重视，便可以以提前交货作为条件来换取更为合适的价格。

　　（2）寻求其他出路。当一方已无法对价格做出让步时，可以改变话题，继续谈判。比如，商讨折扣问题，转向付款方式的讨论，讨论质量控制、售后服务、发货时间、保险运输等问题。

　　（3）运用休会策略打破僵局。休会策略是指当双方情绪比较激动使谈判无法继续进行下去，这时可以提出暂时休会，给双方放松或者反思的时间，待谈判重启后，双方心态得以调整，很可能带来意想不到的效果。

　　（4）利用调解人调停打破僵局。当双方已经无法沟通时，这时可以找第三方充当调解人。调解人首先应了解事情经过和双方发生僵持的原因及各自的目标意愿等，然后帮助双方提出解决的意见和建议，重启双方沟通的渠道。

　　3结语

　　综上所述，在现代国际商务谈判中，谈判者在坚持国际商务谈判的基本原则的基础上，熟练掌握并灵活运用相关谈判策略，不仅可以使己方在谈判中占据优势地位，而且能够在实现双赢的基础上为己方带来更多的利益。

　　参考文献

　　[1]吴美清，王明霞.跨国文化礼仪在国际商务谈判中的运用策略探索[J].产业与科技论坛，2024，17（18）：226-227.

　　[2]王雅楠，孙龙云.国际商务谈判策略研究[J].商场现代化，2024（21）：177-178.

　　[3]郗轶君.多元化的国际商务谈判技巧及顺应策略研究[J].理论观察，2024（8）：174-176.

**第三篇: 商务谈判技巧论文**

　　市场经济的不断发展和对外开放的进一步扩大,越来越多的企业参与了国际竞争,而国际商务谈判就成了企业国际竞争中不可缺少的一项重要活动。随着我国经济的迅猛发展，尤其是加入WTO后，我国的商务谈判业务越来越多。谈判中双方都希望获得最大利益，从而发生利益间的冲突。如何成功的开展商务谈判?本文通过做好谈判的准备工作，掌握谈判的工作要领，恰当的运用谈判策略等技巧，使谈判的双方获得双赢。

　　商务谈判是人们在各类经济业务中，为使双方(或多方)的意见趋于一致而进行的洽谈磋商。谈判的业务内容不仅包括产品，还包括资金、技术、信息、服务等，如商品供求谈判、技术引进与转让谈判、投资谈判等。通过商务谈判，其目的是改变相互间的关系并交换观点，以期达成协作的求同过程。这是一个较为复杂的过程，既要确定各自的权利与利益，又要考虑他方的惠利方面，因此，商务谈判犹如对弈，在方寸上厮杀，但又要共同联手合作，这是既矛盾又统一的，既个体又整体的利益所在。如何才能立于不败之地，是各商家的追求目标。

　　谈判的双方要充分认识到谈判应是互惠互利的，是基于双方(或多方)的需要，寻求共同利益的过程。在这一过程中，每一方都渴望满足自身直接与间接的需要，但同时必须顾及对方的需要，因为只有这样谈判才能最终成功。谈判中的互惠互利是各方先认定自身的需要，再探寻对方的需要，然后与对方共同寻找满足双方需要的条件和可行途径;满足自身需要和预测的对方需要应成为整个谈判的中心，把对方视为问题的解决者，既给对方以温和，又给对方坚持原则，摆事实，讲道理，由互相对立的局面，变为同心协力的一体，在高效率和协调人际关系上达成协议。

　　谈判桌上风云变幻莫测，谈判者要想左右谈判的局势，就必须做好各项的准备工作。这样才能在谈判中随机应变，灵活处理各种突发问题，从而避免谈判中利益冲突的激化。

　　1.知己知彼，不打无准备之战

　　在谈判准备过程中，谈判者要在对自身情况作全面分析的同时，设法全面了解谈判对手的情况。自身分析主要是通过对拟谈判的进行可行性研究。了解对手的情况主要包括对手的实力、资信状况，对手所在国(地区)的政策、法规、商务习俗、风土人情以及谈判对手的谈判人员状况等等。

　　2.选择高素质的谈判人员

　　商务谈判从某种程度上讲是谈判双方人员实力的较量。谈判的成效如何，往往取决于谈判人员的学识、能力和心理素质。一名合格的商务谈判者，除了具备丰富的知识和熟练的技能外，还应具备自信心、果断力、富于冒险精神等心理状态，只有这样才能正视挫折与失败。而商务谈判又常常是一场群体间的交锋，单凭谈判者个人的丰富知识和熟练技能，并不一定就能达到圆满的结局，应选择合适的人选组成谈判班子。成员各自的知识结构要具有互补性，从而在解决各种专业问题时能驾轻就熟，并有助于提高谈判效率，在一定程度上减轻了主谈人员的压力。

　　3.设定让步的限度

　　商务谈判中经常遇到的问题就是价格问题，这也是谈判中利益冲突的焦点问题。

　　在谈判前，双方都要确定让步的底线，超越这个限度，谈判将无法进行。让步限度的确定必须有一定的合理性和科学性，要建立在调查研究和实际情况的基础之上，如果把限度确定的过高或过低，都会使谈判出现冲突，最终导致谈判失败。

　　4、制定谈判策略

　　不同的谈判有各自的特点，因此应制定谈判的策略和战术。在某些情况下首先让步的谈判者可能被认为处于软弱地位，致使对方施加压力以得到更多的让步;然而，同样的举动可能被看作是一种要求合作的信号。在商务谈判中，采取合作的策略，可以使谈判获得成功，使双方在交易中建立融洽的商业关系，最终各方都能受益。但一个纯粹的合作关系也是不切实际的。当对方寻求最大利益时，会采取某些竞争策略。因此，在谈判中采取合作与竞争相结合的策略会促使谈判顺利的达成。这就要求我们在谈判前制定多种策略方案，以便随机应变。双方要事先计划好必要时可以做出哪些让步及怎样让步，何时让步。在谈判之前要考虑几种可供选择的竞争策略，在对方认为你的合作愿望是软弱的表示时或者对方不合情理，咄咄逼人，这时改变谈判的策略，可以取得额外的让步。

　　谈判的直接目的是为了达成各方满意的协议。在谈判中，双方既有为争取自身利益最大化的对抗关系，又存在着重要的合作关系，在谈判中，要恰当运用谈判策略，才能避免利益间的冲突使谈判陷入僵局。

　　1、刚柔相济

　　在谈判中，谈判者的态度既不能过分强硬，也不可过于软弱，前者容易刺伤对方，导致双方关系破裂，后者则容易受制于人，而采取“刚柔相济”的策略比较奏效。谈判中有人充当“红脸”角色，持强硬立场，有人扮演“白脸”角色，取温和态度。“红脸”可直捅对方敏感部位，不留情面，争得面红耳赤也不让步。“白脸”则态度和蔼，语言温和，处处留有余地，一旦出现僵局，便于从中回旋挽回。

　　2、拖延回旋

　　在商务谈判中，对态度强硬、咄咄逼人的对手，可采取拖延交战、虚与周旋的策略，通过多回合的拉锯战，使趾高气扬的谈判者感到疲劳生厌，逐渐丧失锐气，等对手精疲力竭的时候再反守为攻，这样可使自己的谈判地位从被动中扭转过来。

　　3、留有余地

　　在谈判中，如果对方向你提出某项要求，即使你能全部满足，也不必马上做出答复，而是先答应其大部分要求，留有余地，以备讨价还价之用。

　　4、以退为进

　　让对方先开口说话，表明所有的要求，我方耐心听完后，抓住其破绽，再发起进攻，迫其就范。有时在局部问题上可首先做出让步，以换取对方在重大问题上的让步。

　　5、利而诱之

　　根据谈判对手的情况，投其所好，施以小恩小惠，促其让步或最终达成协议。

　　6、相互体谅

　　谈判中最忌索取无度，漫天要价或胡乱杀价，使谈判充满火药味和敌对态势，谈判双方应将心比心，互相体谅，可使谈判顺利进行并取得皆大欢喜的结果。

　　7、埋下契机

　　双方若不能达成的圆满结果，谈判面临破裂之际，也无需逞一时口舌之快，伤了双方和气，以便为下回谈判圆满埋下契机。

　　在谈判中，某个细小的问题处理不当就可能会导致谈判的失败，给双方带来损失，因此掌握谈判的要领，会起到事半功倍的效果：

　　1.掌握倾听的要领。倾听不但可以挖掘事实的真相，而且可以探索对方的动机，掌握了对方的动机，就能调整自己的应变策略。倾听时要认真分析对方话语中所暗示的用意与观点，以及他要从什么方面来给你施加混乱;对模棱两可的语言，要记录下来，认真咨询对方;在倾听的同时要考虑向对方询问的语言表述包括语言的角度、力度、明暗程度等。

　　2.掌握表达的要领。谈判中，要向对方阐述自己的实施方案、方法、立场等观点，表达要清楚，应使对方听懂;不谈与主题关系不大的事情;所说内容要与资料相符合;数字的表达要确切，不要使用“大概、可能、也许”等词语。

　　3.提问的要领。在谈判中，问话可以引转对方思路，引起对方注意，控制谈判的方向。对听不清或模棱两可的话，可以用反问的方式使对方重新的解释;探听对方的内心思想时，可采用引导性问话以吸引对方思考你的语言;选择性问话可使对方被套入圈套，被迫产生选择意愿。总之，问话方式的选择要适合谈判的气氛。

　　4.说服的要领。说服对方使其改变原来的想法或打算，而甘愿接受自己的意见与建议。要向对方阐明，一旦接纳了自己的意见，将会有什么样的利弊得失;要向对方讲明，双方合作的必要性和共同的利益，说服是为了尊重与善交;意见被采纳后，各方从中得到的好处;要强调双方立场的一致性及合作后的双方益处，给对方以鼓励和信心。

　　商务谈判是充满挑战的特殊交际活动，它要求谈判的人员在复杂多变的谈判环境中，能辨明真相，认准目标，掌握要领，灵活运用一切谈判手段维护和争取自己的利益。

　　中国自古就有“财富来回滚，全凭嘴上功”的说法，当今社会随着经济的快速发展和经济一体化的进程不断深入，现代企业交易日趋繁杂，需要通过谈判协调的事务大大增加。在现代商务活动中，谈判是商业活动的前奏曲，是进行交易的必备条件。特别的，国际商务谈判已经成为国际的贸易工作中不可缺少的重要环节，因此在对外经济贸易活动中，如何通过谈判达到预期的目标及如何提高谈判效率已作为一门学问，引起了人们的普遍关注。

**第四篇: 商务谈判技巧论文**

　　摘要：随着中国社会经济的发展，商务活动也日益增多。商务谈判是在商品经济条件下产生和发展起来的，现代社会经济生活必不可少的组成部分。在商务活动中，礼仪就好比是它的辅助工具，能对谈判的结果起到一定的影响作用。本文简单的介绍了商务谈判中的礼仪的五大基本原则和一般礼仪两方面，希望能帮助相关人员了解在谈判中应注意的相关事宜。

　　关键词：商务谈判；商务礼仪；总体原则；一般礼仪

　　引言

　　商务谈判是买卖双方为了解决争端，并取得各自的經济利益的一种方式和手段。谈判过程中，会受到政治、经济、文化等各方面因素的影响，其中文化因素最难以把握，而礼仪正因是文化的产物而颇受重视，其根本原因在于，在谈判中礼貌以待人，不仅体现自身的教养与素质，而且还会对谈判对手的思想产生一定的影响。

　　礼仪名目众多，讲究商务礼仪应掌握必要的世界各国的礼仪习俗。在从事各种商务活动、具体遵循商务礼仪时，应遵循以下五大原则：

　　1、“尊重”原则

　　尊重是礼仪的情感基础。在我们的社会中，人与人之间是平等的，这种平等决定了我们不能把自己的意志强加于人，而是要容纳个性，允许差异。尊重长辈，关心客户，是一个人良好内在品质的外在表现。

　　2、“真诚”原则

　　商务人员的礼仪主要是为了树立良好的个人形象和组织形象。同时商务活动的从事并非短期行为，只有恪守真诚原则，着眼于将来，通过长期潜移默化的影响，才能获得最终利益和长远发展。

　　3、“谦和”原则

　　谦和是一个人为人处世的态度，表现为平易近人、善于与人相处、乐于听取他人意见，显示出虚怀若谷的胸襟。“退能明哲保身，进能感化他人”，谦和既是一种美德，也是社交成功的重要条件。

　　4、“宽容”原则

　　宽即宽待，容即相容，宽容是心胸坦荡、豁达大度，能设身处地为他人着想，是一种高贵的品质。商务工作者从事商务活动，也要求宽以待人，保持豁达大度的品格和态度，正确对待和处理好各种关系纷争，争取到更长远利益。

　　5、“适度”原则

　　人际交往中，应注意不同情况下的社交距离，即善于把握住沟通时的感情尺度，如果不善于把握沟通时的感情尺度，结果会适得其反。所谓适度，是指注意感情适度、谈吐适度、举止适度。只有这样才能真正赢得对方的尊重，达到沟通的目的。

　　（一）服饰礼仪

　　服饰是指人在服装上的装饰，也是人外在形象的组成部分。商务谈判中，服饰的颜色、样式及搭配，对于谈判人员的精神面貌、给对方的印象和感觉方面有一定的影响。现代商务谈判中，男士西装和女士西式套装已成为被人们普遍认可的着装。在商务场合中，服饰应注意以下两个方面：

　　1.服饰要庄重质朴、大方得体

　　谈判者可根据自身的气质、体型选择适宜的着装。

　　2.服饰要符合角色、体现个性

　　为了塑造个人形象，商务谈判工作者的穿衣打扮应具有针对自己在谈判桌前的身份和自身的特点，确定服装的样式和色彩的搭配以体现个性。在商务场合里，老成稳重者身着蓝灰基调的服装；严肃冷峻的人身着黑褐基调的服装；文静内向的人身着淡雅平稳基调的服装。

　　（二）迎送礼仪

　　迎送礼仪是商务谈判礼仪中基本的礼仪之一。这一礼仪包含两个方面：一方面，对应邀前来参加商务谈判的人，在他们抵达时，一般都要安排相应身份的人员前去迎接；另一方面，谈判结束之后，特别是对于重要客商或初来的客商，要安排专人欢送。

　　迎送礼仪应注意以下要点：

　　1、介绍：主客双方见面时，应互相介绍。一般先把主人介绍给来宾，再把来宾介绍给主人，介绍以职务的高低为先后顺序；

　　2、提取、托运行李；与酒店做好协调工作

　　（三）谈判礼仪

　　1、谈判准备

　　商务谈判前要确定谈判人员，谈判代表要有良好的综合素质，谈判前应整理好自己的仪容仪表，并对谈判主题、内容、议程做好充分准备，制订好计划、目标及谈判策略。

　　2、谈判之初

　　谈判人员在交谈前，应当调查研究对方的心理状态，做到多手准备。交谈时，说和听是相互的、平等的，双方发言时都要掌握各自所占有的时间。

　　3、谈判之中

　　在谈判过程中，当双方的观点出现类似或基本一致的情况时，应当迅速抓住时机，用溢美的言辞中肯地肯定这些共同点，使整个交谈气氛变得活跃、和谐。当对方赞同我方的意见和观点时，我方应以动作、语言进行反馈交流。这种有来有往的双向交流，易于双方感情融洽，从而为达成一致协议奠定良好基础。

　　4、谈判之后

　　准备好签约仪式。

　　（四）签约礼仪

　　签约礼仪，通常是指订立合同、协议的各方在合同、协议正式签署时所正式举行的仪式。举行签字仪式，既是对谈判成果的一种公开化、固定化，也是有关各方对自己履行合同、协议所做出的一种正式承诺的表现。

　　在具体操作签字仪式时，工作人员可依据下面的流程进行操作：

　　（1）宣布开始。双方出席仪式的全体人员在签字桌之后按照一定的顺序并排排列，双方签字人员居中面门而坐，客方右侧就坐，主方居左。

　　（2）签署文件。通常的做法是首先签署由己方所保存的文本，然后再交换签署由对方所保存的文本。

　　（3）交换文本。各方签字人此时应该热烈握手，互致祝贺，并互换方才用过的签字笔，以志纪念。全场人员应该热烈鼓掌，以表示祝贺之意。

　　（4）饮酒庆贺。签字完毕后，双方应同时起立，交换文本，并相互握手，祝贺合作成功。其他随行人员则应以热烈的掌声表示喜悦和祝贺。

　　结语

　　著名礼仪专家金正昆教授曾说过：“礼是尊重别人，仪是尊重的形式。

　　在国际经济快速发展的今天，商业也在迅速发展，商务谈判也随之国际化，促使商务礼仪不再是仅局限于国内。商务礼仪在经济交往中起着重要作用，也成为现代社会经济交往的必需。”为了更好地进行现代商务往来，我们只有不断学习国内外的礼仪，了解不同国家的风俗习惯，重视商务礼仪培训与教育，才能更好地做到在商场上游刃有余，胸有成竹。

　　参考文献：

　　[1]金正昆，商务礼仪[M].北京：北京大学出版社，2024

　　[2]金正昆，现代商务礼仪[M].北京：中国人民大学出版社，2024

　　[3]王东升，国际商务谈判与沟通[M].北京：科学出版社，2024

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！