附件3：

**商务谈判策划书参考框架**

一、谈判双方公司背景介绍

1．分别对双方公司的背景进行分析

2.双方的合作基础分析：以吉利收购沃尔沃为例，吉利希望收购沃尔沃来提高公司的科学技术水平，并且提升品牌的知名度，可以更好地打入欧美市场。而沃尔沃汽车销售量多年的下滑，面临巨大的经济压力，同时也看中庞大的中国市场，与吉利的合作无疑是正确的选择。（这就是双方合作的基础，各队伍写策划书时可以稍微参考一下）

二、团队建设

1.团队名称

2.人员设置（例如CEO，市场总监，财务总监，法律顾问等等，各队伍可以根据自己公司谈判所需要的角色来设定）

三、谈判主题

1．谈判主题(以吉利收购沃尔沃为例，这次浙江吉利控股集团有限公司与沃尔沃汽车公司洽谈是有关股权及股价，商标、专利和技术的转让程度及价格，收购后沃尔沃员工结构比例调整的谈判。希望浙江吉利控股集团有限公司能对沃尔沃汽车公司进行股权收购，与福特汽车签署最终股权收购协议，最终达成“有利于吉利、有利于福特、也有利于沃尔沃”的多赢跨国收购交易。)

2．谈判期望

3. 双方优劣势分析及核心利益

4. 谈判目标（可分为最高目标，可接受目标，底线目标(设置底线是非常重要的，如果低于底线，将有损公司利益，谈判就没有意义了)，从股权、技术与人员组成等方面去分析）

四、谈判资料的准备及资料分析

五、谈判过程及策略

1．开局——申明价值（例如，可采取温和式开局策略，阐述我方和对方公司合作的诚意，使谈判能更顺利地进行）当然，这里可以设多种开局策略，以便根据实际情况改变策略

2．中期——创造价值

3．休局阶段——打破僵局

4．最后谈判阶段——促成合作（可采取多种方案来促成两公司的合作）

六、应急方案

例如：1. 对方公司仗势欺人，轻视本公司的市场地位，抢夺主动权

2. 对方公司几番推脱，拒绝本公司提出的条件

3. ……

（这些所设想会遇到的情况都要有所对应的应急方案）

**备注：这个框架所运用的例子都是根据吉利收购沃尔沃的案例给出的，各队伍需要根据实际案例进行分析。**