

商务谈判策划书

商业街商铺租赁项目



团队编号:

团队名称:

指导老师:

团队成员:

联系电话:

邮箱地址:

目录

- 一、 谈判双方背景.....1
- 二、 谈判主题及目的.....1
 - (一) 谈判主题.....1
 - (二) 目的.....1
- 三、 前期调研准备.....1
 - (一) 宏观信息.....2
 - (二) 微观信息.....2
- 四、 谈判背景分析.....2
 - (一) 谈判背景：行业市场分析.....2
 - 1. 行业分析.....3
 - 2. 消费者分析.....3
 - 3. 选址分析.....4
 - (二) 谈判双方利益及优劣势分析.....6
 - (三) 我方谈判目标.....8
 - 1. 往日谈判目标回顾.....8
 - 2. 我方谈判目标.....8
- 五、 谈判时间和地点.....8
- 六、 谈判成员及分工.....9
- 七、 谈判过程及具体策略.....9
 - (一) 开局.....9
 - 1. 策略.....9
 - 2. 过程.....9
 - (二) 中期.....10
 - 1. 报价.....10
 - 2. 议价.....11
- 八、 谈判资料的准备.....15
 - (一) 相关法律资料.....15
 - (二) 仲裁协议.....16
 - (三) 合同范同.....16
 - (四) 财务资料.....16
- 九、 应急预案.....16

一、 谈判双方背景

我方：信畅公司电信分公司（简称“信畅公司”）

隶属广东信畅电信总公司，是国有企业。其选址布点、经营及管理模式都有成熟的经验及较为严苛的流程和制度。

对方：天河物业管理公司

天河物业管理公司（简称天河物业）是一家专业从事商业物业租赁与管理的公司，在东三省多个城市拥有属于自己地产物业，在物业招商及经营管理方面经验丰富、业绩斐然。天河物业根据人口流量、结构等特点，将天河礼商业街划分为多个区域，分别布局了百货、餐饮、生鲜肉菜、教育培训及民生服务等几大项目。商业街在建筑风格和基础设施水平等方面充分考虑了商圈内中低端目标消费群体“物美价廉”的需求特点及现代人对商业环境、卫生、便捷、安全等要素的需求，近 6000 多平方米可租赁使用面积内大约规划了不同面积的商铺，可以满足约 200 大小不同的商户的租赁需求。

二、 谈判主题及目的

与天河物业管理公司达成关于营业厅租赁协议，同时建立长期稳定的租赁关系

第一轮

（一） 谈判主题

就店铺选址、面积及月租金方面达成协议

（二） 目的

1. 店铺选址要在商业街的最佳位置。选址和面积的确定，不仅要达到本次谈判的目标，同时也要为之后可能的营业厅扩展留有余地。

2. 对于月租金，讨价还价过程中降低租赁费用，可以稍高于平均水平。

三、 前期调研准备

调研准备		调研内容	调研方法
谈判相关内容调研	宏观环境	地方政策偏向，房地产市场相关情况	查找有关资料，如地方政府官网、经济统计数据

	商圈情况	人流量、交通情况、地理位置	实地调研
对对手的调研	谈判人员组成	人员职位、性格、处事风格	直接观察和询问相关人员
	企业运营情况	公司资金实力、资信状况、财务状况、发展战略、近期规划	分析对方已公开的资料，询问对方往来银行
对竞争者调研	信达公司、信通公司	企业经营状况，包括业绩、财务、营业厅分布等	分析已公开的资料，接触相关人员

调研方法：

1. 案头调查法：分析己方和对方已公开的资料
2. 直接调查法：通过与有关人员的接触来获得资料
3. 实际调查法：直接观察对手

（一） 宏观信息

包括与商铺招商租赁相关的政治经济政策等，如当地商铺租赁的税收政策，房地产市场行情等均会对营业厅租赁谈判结果产生影响。

北方工业城市对于商业开发具有一定的政策偏向。

（二） 微观信息

1. 良好的商业地产项目必须具有稳定的现金流和良好的资金保障。商业街与租户达成长期租赁关系以及租户具有稳定的业务水平才能保障现金流的稳定。

2. 商业地产经营需要吸引足够的消费者进店消费。商业街建立电信营业厅在提供方便的同时也能够吸附和扩大商业街的人流量。

3. 商业街项目的开发需要大量资金投入，天河物业管理公司选择自持商铺产权，而没有回收出售商铺产权的收益，使得运营初期资金压力较大。

4. 天河物业管理公司未曾与国有企业打过交道，需要借助国企的优势，包括品牌、资金和相关资源。同时与国有企业合作具有安全性。

四、 谈判背景分析

（一） 谈判背景：行业市场分析

1. 行业分析

宏观分析

我公司所处的电信业正处于改革转型期，面临诸多问题与挑战。一是用户趋于饱和，用户增长低带来电信公司收入增速低；二是通讯网络升级换代频率快，网络生命周期短，网络成本快速上升；三是“提速降费”的推行使得行业整体利润面临下降压力，其中，移动业务利润下降最为突出；四是宽带业务竞争加剧，手机高速上网冲击宽带市场。在目前电信领域逐步对民营和外资开放、实行“网业分开”的趋势下，我公司应积极应对，向电信业务经销商方向转型。

微观分析

我市三家主要电信商为本公司、信通、信联，呈现垄断竞争格局。三家电信商在线上进行促资费套餐促销，在线下通过营业厅、校园网点等划分辖区，获得消费人群并巩固客户。目前，本市现有市场已趋于饱和，亟需布局新市场，保持利润增长率。

2. 消费者分析

1) 人口数据

天河礼商业街所在辖区人口数据 单位:人	
人口数量	约 70000
人口组成	户籍人口约 40000，占 57%；外来人口约 30000，占 43%
人流量/日	8000-13000

由上述数据可得出结论：

- ① 该辖区人口密集且人流量大，符合“人气聚集”的选址首要条件；
- ② 外来人口占常住人口的 43%，人口流动性较大。说明该辖区稳定客户基数相对较小，潜在客户数量大，适宜开拓新业务并提高客户粘性。

2) 消费者类型

① 从购买行为上看：

一方面，该商圈消费者实施“习惯性消费”，表现为低品牌偏好和低参与度，即就近、随时购买，在闲逛娱乐中“顺路消费”。这使得选址布点变得十分重要，人流量大、可见性高、可进入性强的商铺将获得消费者的青睐。

另一方面，消费者实施“聚心性消费”，表现为高品牌偏好和低参与度，即专门前来商业街、进入专营店、希望获得专业售后服务。那么在选址上需注意同类商铺的集聚，实现专业性和规模效应。

② 从购买力上看：

本区外来人口较多，年龄结构偏年轻，主要从事服装零售、餐饮服务、工厂流水线、写字楼商贸等工作，平均年收入略低于本市平均水平，为中低端消费群体。因此商业街需要满足其基本消费娱乐需求，电信营业厅也需要满足其基本通信业务办理需求。

3. 选址分析

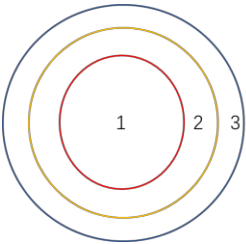
1) 区域经济状况

本市是北方著名工业城市，交通便利，拥有密集的铁路、高速公路等重点路网；工商业发达，拥有特大型国有制造企业，同时冷冻食品及生鲜果蔬储运交易、电子五金、服装加工也是本市的重点产业。东城区已成为本市重点开发区域，在城市规划和相关产业激励政策出台后，本辖区的工业企业已达 200 余家，规模以上约 80 家；工商业户约 3000 家。因此，本区经济基础雄厚，发展前景广阔，预期投资回报率可观。

2) 商圈分析

① 商圈形态

该区商业市场呈现“三级商圈”格局。天河礼商业街位于方圆 1 公里范围内的核心商业区，即一级商圈，此区域集中了大型商场、商务区等业态；方圆 3 公里范围内的为次级商圈，即二级商圈，集中布局了居民区和部分商贸写字楼；3 公里外的为边缘商圈，即三级商圈，工业企业的厂房和零售业的仓库选址在此。一、二级商圈集中了 80%-100%的消费者，按日均人流量 8000-13000 计算，潜在消费者占本区人口的 11%-23%。可见，本商区的商业潜力巨大。



② 天河礼商业街项目概述

天河礼商业街项目是地域性商业街，项目面积 8000 多平方米，其中可租赁面积 6000 多平方米，商业密度 75%。商业街约布局 200 个商户，平均店铺面积为 30 平方米。

天河礼商业街作为一个商业综合体，划分为多个区域，布局百货消费、餐饮、娱乐休闲、生鲜、健身保健、教育培训等多个项目，也包括其他服务业，如邮电、银行、通讯营业厅、电子产品专营店等。产品层次立足“物美价廉”的定位，为中低端消费群体提供卫生安全的设施设备和时尚便捷的购物环境。

③ 选址关键因素评估

可进入性与可见性：天河礼商业街位于本市下阶段重点发展的东城区，具有良好的地理位置；商业街入口距离黄桥地铁站仅 600 米，并配置多个公交车站，交通条件便利；商业街设施完善，道路通行能力强，有足够的停车位，商业环境良好。经评估，商业街主街中心区为我司营业厅布局的最佳位置；此外，商业街入口交通便利，人流量大，也可以作为备选。

可拓展余地：天河礼商业街在三级商圈布局作用下，市场聚集效应好、商圈辐射范围大，选址于此将有很好的商业拓展潜力；同时，商业街周边地产开发尚在发展阶段，远未饱和，选址后可拓展余地大。

竞争对手相对位置：一方面，为顺应消费者“习惯性消费”的特征，我公司营业厅可布局在大型百货商场等综合性消费娱乐场所附近，此时，百货商场即是人潮汇聚的“超级点”，我司营业厅则是追随“超级点”布局的“A点”；另一方面，为发挥集聚效应和规模效应，我司营业厅可与电子产品专营店等“抱团”布局，此时抢占该区域位置最佳的选址变得尤为重要，这将使同类型的营业厅失去这个最优点。依据上述分析，为获得竞争优势，我司营业厅选址的最佳位置位于商业街中心区，毗邻百货商场；次优位置为商业街入口，毗邻电子产品专营区。

④ 地段价格

经专业评估公司评估，该商圈出租商铺的平均价格为 130 元/m²/月。该评估价格经过对片区商业成熟度、平均价格、供需状况、铺面工程指标等因素的综合考量得出。

总体来说，其合理性在于：

我市作为非一线城市，商业地产投资收益率无法同一线城市相比，商圈内不同地段价格差异不大。因此，商圈平均价格很大程度上代表了天河礼商业街的预计价格和内在价值。

天河礼商业街所在辖区商业网点密布，所在 3 公里商圈现有人流量大，说明商业街周边同体量同业态竞争较为激烈，这将压低天河礼商业街商铺的出租价格。

潜在的不利因素有：

我市现有投资渠道较单一，商铺投资市场火热。作为新开发项目，天河礼商业街的商铺租赁价格有上涨压力。

天河礼商业街目前招商火热，供不应求，尤其是最佳位置的铺面，租金可能因此上涨。

（二）谈判双方利益及优劣势分析

甲方优势：

商品优势	我方看中的商业街拥有店铺 8000 多平方米。该区户籍人口近 4 万，外来人口约 3 万人，工业企业较多，交通便利。有充足的客源，对我方吸引力巨大。
主场优势	甲方是一家专业从事商业物业租赁与管理的公司，有多年商业租赁市场的优势，有较强的市场影响力，具备完善的商业系统。甲方作为商业主体，在选址、租金等方面有优势。我方给出了 120 元/m ² /月的目标，市场价在 130 元/m ² /月波动，低于市场价，易于交易的达成。
多项选择优势	信畅公司、信通、信联三大国有电信分公司都对此商业街感兴趣，且三家实力旗鼓相当。在谈判过程中有更多的迂回空间。
信任优势	甲方公司是一个资信情况良好的公司，在东三省多个城市拥有属于自己地产物业，在物业招商及经营管理方面经验丰富、业绩斐然，在这方面可以在谈判印象加分。

甲方劣势：

人员经验不足	虽然天河物业公司总经理黎女士对信畅公司的租赁意向也很感兴趣，她看中的是信畅的国企背景、稳定的业务。
--------	---

	但是黎女士没有什么与国企打交道经验。
资金问题	商业街开发需要大量资金，天河物业管理公司如果选择自持商铺产权，那将没有回收出售商铺产权的收益，使得运营初期资金压力较大。
合作需求问题	天河物业管理公司未曾与国有企业合作过，需要借助国企的优势，以合作的方式推出自己企业，包括品牌、资金和相关资源。
管理成本问题	商业街的商铺产权部分由开发商自行持有租赁，部分由开发商们卖出获得资金回笼，商铺产权不一致会增加管理成本。

乙方优势：

地位优势	我方隶属广东信畅电信总公司，是国有企业。甲方有意向与国有企业合作。
信息调研优势	信畅公司通过对区域经济情况、人流量、人口密度、人口组成和竞争激烈程度等选址因素的分析完成了对该商业圈营业厅服务区域的评估。有足够的信息资源。
联动优势	信畅电信服务业务的客户与商业街其他项目的目标客户有较高的一致性，这可以在商业街不同业务板块之间建立相互拉动机制。
信任优势	我方公司是一个国有企业，资信情况良好的公司，能够提高信任度。

乙方劣势：

竞争问题	此次招商不只有信畅公司参加，还有信通、信联两大国有电信分公司进行竞争
资金问题	要在商业街建造网店需要大量资金，资金调动过程可能存在不变。
主场劣势问题	我方是投标方，处于天然劣势。

（三）我方谈判目标

1. 往日谈判目标回顾

2. 我方谈判目标

1) 宏观目标

通过在天河礼商业街设点，使我公司在本市的营业厅布局更加完善、渠道建设更加合理；利用该商圈的商业潜力，开发新市场、获得新用户，进而提升市场竞争力和品牌形象，扩大市场份额，提高利润率。

2) 微观目标

以合理价格，在天河礼商业街最佳位置布局营业厅，就店铺选址与面积、月租金等方面进行谈判，在保证我方利益最大化的情况下，与天河物业达成一致。

	选址及面积	月租	入场费	合同期	首付
最高目标	最佳位置两间共 200 m ²	120/m ² /月	无	五年一签	当月租金
可接受目标	最佳位置两间共 200 m ²	130/m ² /月	10000	三年一签	三个月租金
最低目标	最佳位置两间共 200 m ²	140 元/m ² /月	20000	二年一签	六个月租金

	装修费	物业管理费	配套设施及人员培训
最高目标	对方承担	10 元/m ² /月	对方承担
可接受目标	双方各承担 50%	15 元/m ² /月	对方承担 75%，我方承担 25%
最低目标	我方承担	20 元/m ² /月	双方各承担 50%

五、 谈判时间和地点

谈判前期准备阶段	
时间	2018 年 1 月—2 月
目的	明确自身的谈判目标和自身条件 探询与调研本次谈判合作方（乙方）

谈判阶段		
谈判地点	A 市城区东黄桥北路 14 号天河礼商业步行街售楼中心 4 层 会议室 401	
谈判时间	2018 年 3 月 28 日—4 月 2 日	
谈判安排	3 月 28 日	带领对方谈判人员参观浏览
	3 月 29 日 至 30 日	双方正式开始谈判
	3 月 31 日 至 4 月 2 日	休局、我方实地考察时间
	4 月 9-11 日	第二次谈判阶段
	4 月 12-14 日	第三次谈判阶段

六、 谈判成员及分工

分工	负责人	职责
主谈	徐梓健	公司谈判全权代表
副谈	逢润笙	协助公司谈判全权代表
决策者	孙嘉珺	负责重大问题的决策
文案秘书	邓婷丹	负责记录会谈、整理文案等
法律、技术顾问	蔡雅莉	负责法律、技术问题

七、 谈判过程及具体策略

(一) 开局

1. 策略

方案一：协商式开局策略

以协商、外交礼节性的语言进行陈述，使己方对对方产生好感，创造双方对谈判的理解充满尊重、“一致性”的感觉，从而使谈判双方在友好、愉快的气氛中展开谈判工作。

方案二：保留式开局策略

在谈判开局时，对谈判对手提出的关键性问题不作彻底、确切的回答，而是有所保留，从而给对手造成神秘感，以吸引对手步入谈判。

2. 过程

开局我方谈判人员应该径直步入会场，以开诚布公、友好的态度出现并以热

忱的态度面对对方谈判人员；我方谈判人员应放松肩膀，对对方谈判人员有目光接触时应传达可亲 and 自信的信息。

双方见面时，我方应毫不迟疑地伸出右手与对方相握。

在服饰仪表上，要塑造符合自己身份形象。

谈判开始后，以一种较为温和的、协商的语言向对方做出乙方谈判人员、谈判内容等陈述；同时以肯定的语言认可对方公司在商业物业租赁行业中的实力资本，并对对方的自我介绍等陈述做出及时且真诚的回应。

切忌因己方是国有企业而咄咄逼人。也切忌因过于想要与对方达成合作而奉承对方，我方对对方公司的评价应基于前期的市场调研等客观数据的基础上。以协商式开局策略能展示我方合作谈判的诚意，还将营造一种友好、愉快的谈判气氛，使对方对我方产生好感，便于后续谈判工作的顺利展开。

在谈判开始后，就对方提出的关键性问题（选址意向、月租意向、入场费、合同期等事项）不予与正面、确切的回答，而是迂回、模糊地传递信息，让对方跟着我方的谈判节奏走。明确己方在雄厚的公司实力、充足信息资源方面的优势；有关己方在本次招商中面临来自信通、信联另两家公司竞争、资金调动可能存在不便等不利信息在谈判过程中有所保留；同时可以通过提出有关店铺租赁价格、选址、入场费、合同期或首付等相关问题的模糊目标，以试探对方在相关问题上的底线目标和最优目标。谈判过程中，要保证己方在开局占据主动，处于谈判优势。

（二） 中期

1. 报价

① 策略

方案一：“让弱势一方先报价”的先后策略

谈判中先后报价各有利弊。但从本次谈判的实际情况来看，我方通过对区域经济情况、人流量、人口密度、人口组成和竞争激烈程度等选址因素的分析完成了对该商业圈营业厅服务区域的评估，有足够的信息资源；而对方谈判的代表，天河物业公司总经理黎女士没有什么与国企打交道经验。最终很有可能因为对方资历不够、准备不足，而做出了较低的报价，从而我方可以占据谈判优势。

方案二：“出价要低”的报价起点策略

价格谈判的报价起点策略，通常是：作为卖方，报价起点要高，即“开最高的价”；作为买方，报价起点要低，即“出最低的价”。而显然本次谈判中，我方作为租赁方，是“买方”，报价较低，最终谈判价格可能在较低的区间内成立；也有利于我方在后续谈判中做出价格方面的让步。同时我方的报价也必须基于价格谈判的合理范围，必须审时度势，切不可漫天要价和胡乱杀价，否则，就会失去交易机会和导致谈判失败。

2. 议价

① 策略

方案一：先声夺人策略

谈判中借助于己方在公司实力雄厚、信息调研、联动业务、信任等优势点，作为价格谈判的筹码，以求掌握主动。它的特点在于“借东风扬己所长”，以求在心理上抢占优势。

方案二：声东击西策略

谈判中要善于利用本公司已经掌握的信息和资料，可以在双方争执不下的时候，提出一个和价格看似毫无关系的事情，转移对方注意力。最终在有利于己方情况下解决完该事情时，再转回价格话题，以扩大自己的谈判筹码。

方案三：吹毛求疵

谈判前我方应对天河礼商业街进行实地考察、并做相应的数据分析，在谈及价格问题时，利用对方在此方面存在的不足作为谈判的筹码，以求对方的让步。

注意：使用的关键点在于提出的挑剔问题应恰到好处，把握分寸，对提出的问题和要求不能过于苛刻，如果把针眼大的毛病说成比鸡蛋还大，很容易引起对方的反感，认为你没有合作的诚意。

方案四：以柔克刚策略

在谈判出现僵局或对方坚持不让步时，采取软的手法来迎接对方硬的态度。当谈判中处于不利局面或弱势时，最好的策略是避开对方的锋芒，以柔克刚。

注意：1. 要有持久作战的精神准备，采用迂回战术，通过若干回合的拉锯，按我方事先筹划好的步骤把谈判对手的锐气打磨掉；

2. 坚持以理服人，言谈举止做到有理、有利、有节，使对手心急、恼怒而无处发泄。

方案五：权力有限策略

当谈判中就某个问题双方争拒不下时，推出一个“假设的决策人”，以避免正面或立即回答对方的问题。宣称授权有限，无权向对方做出这样的让步，以使对方放弃所坚持的条件的策略。

方案六：先造势后还价策略

不急于还价，而是强调我的实力与优势，构筑有利于本方的形势，然后再提出本方的要价一种策略。可以给对方造成无形中的心理压力，从而使其松动价格立场，并做出让步。

方案七：大智若愚策略

我方可以故意装出糊里糊涂，惊慌失措，犹豫不决，反应迟钝，以此来松懈对方的意志，达到后发制人目的的策略。

注意：本策略技术性强，要求谈判者老谋深算

方案八：走马换将策略

谈判时，若遇到关键性问题或与对方有无法解决的分歧时，借口自己不能决定或其他理由，转由他人再进行谈判的策略。这里的“他人”或者是上级、领导，或者是同事、合伙人、委托人。

另外一个目的是能够补救己方的失误，前面的主谈人可能会有一些遗漏和失误，或谈判效果不尽如人意，则可由更换的主谈人采取补救。

方案九：黑白脸策略

又称软硬兼施策略，先由唱黑脸的人出场，当谈判进入僵持状态时，白脸人出场，做出一定的让步，扮演一个“调节者”的角色。这些让步恰恰是原来设计好的必须全力争取达到的目标。

注意：黑白脸策略往往在对手缺乏经验，对手急需与你达成协议的情境下使用。扮演“白脸”的，应是主谈人。

方案十：私下接触策略

本方案使用与休会、考察期间。具体形式可采用电话联系、拜访、娱乐、宴请等

注意：第一，小心谨慎，谨防失言，不要单方面地泄露了我方的底牌；

第二，在气氛很好的时候，不能十分慷慨的让步而丧失原则；

第三，要提高警惕，因为，对方也会运用此策略，很可能在轻松的气氛里，在你没有防备的时候，轻易地使你相信了虚假的消息。

方案十一：润滑策略

双方就价格等事宜有过一番不太愉悦的争吵后，为了表示友好和联络感情而互相馈赠礼品，以期取得更好的谈判效果。

方案十二：情感转移策略

当正式谈判中出现僵局或碰到难以解决的谈判障碍时，我方谈判人员应该有意地通过转换谈判的环境、气氛及形式，使谈判对手的心态发生转变。

注意：在使用情感转移策略时，我方主谈判者要告诫手下谈判人员在非正式谈判场合值得警惕的问题。例如，不要泄露己方的谈判机密；防止对方利用这种手法对己方人员进行收买；对私下传播的信息要进行认真分析，防止受骗上当等。

② 内容

我方本次议价的主要内容如下：选址及面积、月租、入场费、合同期、首付、装修费、物业管理费、配套设施及人员培训等。

详情内容参见本方案中的谈判目标部分。

③ 注意事项

（1）在谈判过程中，最重要的是把握底线原则。时时运用折中调和策略，严格把握最后让步的幅度，提出最终的报价、交易数量、索赔目标，使用最后通牒策略。

（2）事先核实对方是否给予过其他合作伙伴更大的折扣；

（3）还价时，坚持本方立场，继续还价，但还价力度减小或换个方向还价。

（4）要有持久作战的精神准备，采用迂回战术，通过若干回合的拉锯，按我方事先筹划好的步骤把谈判对手的锐气打磨掉；

（5）坚持以理服人，言谈举止做到有理、有利、有节，使对手心急、恼怒而无处发泄。

（6）尚未充分了解对方意向之前，不要决断任何问题，坚持以下几点：谈判必须逐项讨论，不给对方施展计谋的机会，以防被别人牵着鼻子走。拒绝节外生枝的讨论，对不清楚的问题要敢于说不了解情况。当对方拿出一大堆资料和数据时，要有勇气迎接挑战，对这些资料和数据进行仔细研究与分析。

④ 具体议价过程

报价开始

要求对方报价，我方主谈判人员：“我方也相当了解贵公司实力，贵公司也是声名远传，尤其是在商圈布局招商中，贵公司向来都是游刃有余。不知贵公司对各档次铺头的租金是如何安排的？”

注意捕捉对方说到最优位置时的铺租。若对方反问我方意向铺租选址和租金，则可以以“若我方公司能向要租下哪个租铺就哪个那我们怕是做梦都要笑醒了，不过都是过来人，一切要以市场情况为准，我们要在客观事实数据的基础上才好做出判断啊。不知贵公司的报价为多少呢？”用幽默诙谐的语气转移话题，再次将报价问题丢回给对方，同时隐晦我方必须要达成的一定要两家最佳铺租位置的底线目标。

议价过程

在我方询问出不同选址铺租的不同租金后，要求对方做价格解释，说明为何不同铺址对应的铺租不同，“不知何将此处位置的铺租定价的要比其他位置高？”待对方解释说明后，我方主谈判人员可以继续询问：“那请问贵公司其余店铺选址的价位为何会相对较低？”。待对方解释说明后，我方可以利用对方说明的不足，做为谈判的筹码，直接表明我方只会也只能接受选址最好的位置。以对方的理由为我方谈判底线目标打掩护，进而再用其他同类型店铺、但铺租相对较低的商业街作对比，对对方提出的报价做出谈判，此时副谈判者可以充当黑脸：“贵公司的实力大家都是有目共睹的，xx 公司也算贵行业的新起之秀，其在 xxx 处的商业街，最优铺租的价格也不过 110 元/m²/月，两者商业街的布局、选址其实不相上下，相比之下，贵公司也未免有些漫天要价了。”

待对方不悦的反驳时，我方主谈判人员可以充当红脸圆场，“不好意思，请原谅我助手的失态。我们当然十分认可贵公司天河商业街发展前景，其前景当然是要比 xxx 公司的商业街要好的多的。我们也是十分有诚意地想与贵方达成合作，毕竟我们都希望通过彼此之间的合作打造“物美价廉”商业街，共分一杯羹。但贵公司 xxx 的报价确实是超出了我们的预期。”

对方回复还是大于预期报价，则以“这个报价还是略有些高，这样吧，不如贵方给我方最佳位置两间共 200 平方米的铺租，我们给贵方 130/m²/月的月租，

附带 10000 元的入场费，合同期我们也可以签久点，三年一签，并且首付就给三个月租金。我们可是很有诚意了。毕竟现在实体店也收到了互联网经济的冲击，流动性大，租赁合同通常都是一年一签的。”在此过程，适当以装修费、物业管理费、公司优惠手机套餐等作为让步和要求对方让步的筹码。

八、谈判资料的准备

（一） 相关法律资料

《中华人民共和国合同法》、《经济合同法》、《中华人民共和国仲裁法》

《中华人民共和国合同法》

合同的订立

第三十条 承诺的内容应当与要约的内容一致。受要约人对要约的内容作出实质性变更的，为新要约。有关合同标的、数量、质量、价款或者报酬、履行期限、履行地点和方式、违约责任和解决争议方法等的变更，是对要约内容的实质性变更。

合同的效力

第五十六条 无效的合同或者被撤销的合同自始没有法律约束力。合同部分无效，不影响其他部分效力的，其他部分仍然有效。

合同的履行

第六十一条 合同生效后，当事人就质量、价款或者报酬、履行地点等内容没有约定或者约定不明确的，可以协议补充；不能达成补充协议的，按照合同有关条款或者交易习惯确定。

权利义务终止

第九十六条 当事人一方依照本法第九十三条第二款、第九十四条的规定主张解除合同的，应当通知对方。合同自通知到达对方时解除。对方有异议的，可以请求人民法院或者仲裁机构确认解除合同的效力。

违约责任

第一百零七条 当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的,应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。

第十二条 合同的内容由当事人约定,一般包括以下条款:

(一)当事人的名称或者姓名和住所;

(二)标的;

(三)数量;

(四)质量;

(五)价款或者报酬;

(六)履行期限、地点和方式;

(七)违约责任;

(八)解决争议的方法。

当事人可以参照各类合同的示范文本订立合同。

《中华人民共和国仲裁法》

第四条 当事人采用仲裁方式解决纠纷,应当双方自愿,达成仲裁协议。没有仲裁协议,一方申请仲裁的,仲裁委员会不予受理。

(二) 仲裁协议

详见附件一

(三) 合同范同

详见附件二

(四) 财务资料

对方公司的财务状况和经营水平

九、 应急预案

(一) 如果对方对我方 120 元/m²/月报价表示异议

应对方案:就对方报价进行商谈,采取妥协等策略,换取更优惠的价格,以便获取更多优惠,如不成功,稍微进行价格上调,缓和气氛。

(二) 对方使用权利有限策略，由于金额限制，拒绝我方 130 元/m²/月报价

应对方案：了解对方权限的情况，使用“白脸”据理力争，适当制造僵局，同时使用“红脸”加以按时，以揭露对方的权限策略，并同时采用迂回补偿的技巧，来突破僵局，或者采取声东击西的策略，适当的时候提出给出入场费 10000 元的让步，如果让步仍然遭到对方紧逼，则提出休局。

(三) 对方使用借题发挥策略，对我方某一次问题抓住不放

应对方案：转移话题，避免没必要的话题，必要时可指出对方所使用的策略，并表明对方的策略影响了谈判的进行。

(四) 陷入僵局，对方表示出对我方主谈人员有成见

应对方案：1. 在休局阶段更换主谈，并表示歉意，以缓和场上紧张的对峙气氛，并给予对方我方已退让，对方是否愿意退让的暗示；

2. 在休局阶段，与对方进行私下会面，以解决存在的问题，并缓和气氛。

(五) 对方指出还有更有意愿与其进行合作的第三方，并表示其竞争力很强

应对方案：谈判前充分了解对方的优劣势，并清楚同业公司和我方的优劣势，在谈判中充分使用谈判策略制约对方的优势。