

电子商务谈判中的信息过程

李 健

(西南师范大学计算机与信息科学学院, 重庆 400715)

〔摘 要〕 分析了电子商务谈判中信息交流的过程及其特点, 探讨了保障谈判有效性必须解决的信息问题。

〔关键词〕 电子商务; 谈判; 信息; 过程

〔Abstract〕 This paper analyses the process and characteristics of the information communication in the electronic business and discusses the information problems which can guarantee the validity of electronic business negotiation.

〔Key words〕 electronic business; negotiation; information; process

〔中图分类号〕 G350 〔文献标识码〕 C 〔文章编号〕 1008-0821 (2004) 10-0193-02

1 电子商务与谈判

任何商业活动都离不开谈判, 新兴的电子商务也不例外。电子商务的核心还是商务, 只不过是手段电子化。即在整个商务贸易活动中实现电子化, 使企业的各项传统业务流程都能上网进行, 并使用信息技术其实施自动化、优化处理。企业开展电子商务的目的在于利用互联网和其他网络技术, 改造传统业务流程, 最大限度降低企业运营成本, 提高企业运行效率和竞争力。而谈判作为一项业务, 如何实现电子化呢? 从谈判的性质来看, 谈判双方之间存在一个如何将本方的信息传递给对方, 同时又将对方的信息接收过来的问题, 如果没有双方间的信息传递和交换, 也就无所谓谈判。所以研究谈判中的信息机制, 利用谈判信息达到谈判目的, 提高谈判效率是企业与信息界应关注的问题。

2 电子商务谈判中信息过程的特点

电子商务谈判是基于电子商务环境、利用谈判学理论而进行的活动, 它同时兼有两者的特点。

2.1 借助于特别的媒介——网络

电子商务本身是基于网络的, 故电子商务谈判自然借助于网络这种特别的媒介, 因而其信息过程呈现以下特点:

2.1.1 这使得谈判中信息传递快。特别是谈判双方地理位置分布较远的情况下, 传统的谈判中花费在使双方坐到一起的时间, 也许在电子商务谈判中足以达成了目标, 而这也特别适于国际商务谈判。

2.1.2 这使得谈判中信息传递广。商务本身在朝着国际化、全球化发展, 在网络环境下电子商务谈判真正意义上实现了“世界就是一张偌大的谈判桌”, 这使得谈判信息传递广, 促进了电子商务国际化、全球化。故而再进一步促进了电子商务国际化。

2.1.3 这使得谈判中的信息来源广、多, 但杂, 所需信息须经更好的研究、鉴别。

2.2 改造了传统的谈判模式

2.2.1 不再需要安排时间、场地

网络突破了时空局限, 电子商务谈判也不再受时空限制。首先, 传统谈判中因时间、地点无法确定而引起的麻烦已不再存在, 双方可随时在任何地方交换意见; 其次由于不安排场地, 双方在网络空间中谈判, 不涉及谈判主场对主方的有利因素也避免了客场对客方的不利条件, 保障了谈判双方的公平性; 第三由于不考虑谈判适宜的时间, 不布置谈判环境, 不做接待工作, 双方不用到一张实物的桌子上谈判, 故可以简化谈判环节, 减少人、财、物的消耗。

2.2.2 信息渠道单一

确立了谈判双方后, 他们不用面对面坐到一起来, 二者之间的信息渠道单一, 使双方都不受复杂的人际关系的影响。谈判中“人与问题”掺杂往往使双方关系与讨论的实质问题纠缠不清。电子商务谈判使双方能将“人”与“问题”分开, 将双方的关系建立在正确的认识、清晰的沟通、适当的情绪上, 保障了公平竞争。

2.2.3 谈判方式由横向转向纵向发展

由于电子商务谈判是在网络上传输信息, 必然有一定时滞, 使人的思维有一定延迟。这种情况下, 益采用纵向的谈判方式。横向谈判方式是指将准备谈判的议题全面铺开, 并在规定了每轮要讨论多少个问题之后, 按规定的先后顺序一轮一轮地谈判, 其特点是在规定的时间内必须讨论完一定的问题, 即使对原定问题没有按时解决, 也要暂时搁下来, 另议时间解决。纵向谈判方式是将要谈判的问题整理成一个系列, 按问题的内在逻辑依次序进行谈判, 其特点是: 一般每次只谈一个问题, 这个问题不解决, 下一个问题就无从讨论。纵向方式适合对链条或复合问题的谈判, 横向方式适于面对面的商谈。由于网络的交互式环境远不如人与人之间的直接交流灵活, 因此为保证谈判的效率采用链条状的纵向谈判方式更适合网络谈判。

2.2.4 谈判班子的组织自由度更大

传统谈判中由于人、财、物力因素, 必须选派有限的人员组成谈判班子, 还必须进行谈判前的合作训练。网络

收稿日期: 2004-05-06

作者简介: 李 健 (1975—), 女, 硕士, 西南师范大学计算机与信息科学学院讲师, 已发论文十余篇。

情报纵横

谈判不须谈判者亲自前往, 因此对人员数量限制不大, 并可随时调拨人员, 最大限度地发挥集体智慧。

2.3 获取隐含信息 更困难

在传统谈判中除了从语言中获取信息外, 从谈判现场还可以获取其他隐含信息来辅助决策: 从人的仪态、举止、目光、面部表情获取无声语言信息; 从人所用的道具、动作中获取更多信息。比如侧着头与人谈话, 表现出说者自以为了不起的心理; 如当谈判双方的观点较为一致时以通融的目光表现出来; 如举平手掌表示别说了, 握拳暗示了决心和愿望; 又如谈判时手中玩笔表示漫不经心, 对所谈的方案不感兴趣; 慢慢打开本子表示关注对方谈话, 慢慢

合上本子表示没戏了; 轻轻拿起帽子弹弹上面的灰尘, 则可能要结束讨论等。故心理学家曾提出如下公式:

1 个信息的表达=7%语言+38%声音+55%脸部表情。

电子商务谈判中双方主要交换语言文字, 极少通过动作、表情来传情达意, 也无法从对方的行为中获取更多的信息, 因此对缺乏相关辅助信息的语言文字信息作分析、研究, 提取更多内涵来指导谈判无疑对谈判者提出了更高的要求。

3 电子商务谈判中的信息过程

无论是传统谈判或电子商务谈判, 它们都要经过如下

的信息链来完成:

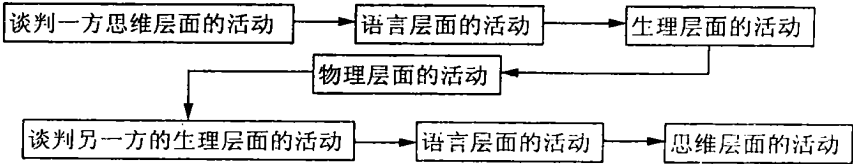


图 1 谈判活动中的信息链

电子商务目前主要有三种模式: B to B (企业之间), B to C (企业对消费者), B to G (企业对政府), 不同的商务模式有不同的谈判方式, 其信息过程也有些差别。基于图 1, 以下以 B to B 模式为代表介绍电子商务谈判中的信息过程。

B to B 模式是企业间的商务往来活动, 是电子商务的主要形式。企业之间的谈判也是商务谈判的主流, 它的信息过程较一般的信息链来说更为复杂些。在这种模式中的信息交流过程是信息源确定→信息选择→信息转换→信息组织→信息存贮→信息检索→信息开发、传递服务。主要的过程是:

3.1 客观、全面地准备信息

谈判必须依照客观性原则, 尊重客观事实, 而不能仅凭主观意志、感情用事。谈判之前必须全面准备信息, 收集、整理从国外、国内渠道来的自身实力、谈判对手状况、市场行情、竞争者情况及相关环境信息资料, 做到知己知彼。

收集好信息后, 还必须针对谈判目的做选择性的评价、比较、相互关联、过滤筛选、内容萃取、综合抽取对谈判有用的信息, 做到多而不杂, 广而不乱, 为谈判顺利进行创造条件。

值得注意的是由于电子商务是在网络环境中开展的商务活动, 信息准备过程无疑会受到网络的影响。由于网络的虚拟性, 从网络中所获取的商务信息必须进行真伪鉴别、效用评价和谨慎使用。同时由于网络的便捷性, 一方面使得我们对于谈判对手的信息更容易获取, 另一方面自身的信息也易于被对手截获, 所以双方获取信息的量也会直接影响谈判。因此在这样的条件下谁能有效利用信息技术和信息分析方法, 对信息掌握得越充分全面, 越准确深入, 谁将在谈判中占据主动。

3.2 准确无误地交换信息

传统谈判在会晤中由口头提出条件, 有很大的灵活性, 在言谈中探听对方的态度, 察言观色, 见机行事, 谈判者可随时变更自己的谈判战术。而电子商务的任何信息都可

以看作是书面形式的, 有较强的正规性, 因此提供的信息必须是确认无误的方可发送出去。同时由于这种信息转换较正式, 缺少可辅助的隐含信息, 故要及时组织、存贮信息, 还要善于作阶段性回顾、总结, 分析现阶段谈判中所表现出来的信息和信息变化, 得出一些结论, 以采取最佳的谈判策略。

3.3 及时消除障碍、沟通信息

随着谈判深入, 进入实质性磋商, 信息也逐步公开, 此时信息量大, 要求双方更有效地消除信息交流中的障碍, 消除由于表达方式、理解差异、传输过程带来的沟通障碍, 对自己所发出的信息和接受到的对方的信息作确认, 尽量减少双方分歧。只有保障信息沟通渠道畅通, 信息交流准确, 才能保证谈判效率。

3.4 清晰地传达成交信息

在交易渐趋明朗、谈判接近尾声阶段, 不宜于急于求成, 此时更要求信息交流更加准确、明白。如可用最少的言辞阐明自己的立场, 采用最后决定的语调, 在回答对方问题时尽可能简单, 尽量只用“是”或“否”向对方保证现在结束对他最有利。掌握好成交信息的传达时机和方式, 可以使对方尽快地行动起来达成一致。当然在作最后让步的时候, 必须选择好让步信号表达的时间, 同时准确可靠地传达这种让步的终局性, 切忌含混不清。

4 电子商务谈判中的信息问题

谈判本身是一种信息互动过程, 电子商务谈判由于网络的影响和电子商务的特点而更具有特殊性, 信息流动问题也更需研究。

4.1 信息环境问题

电子商务谈判是源于电子商务的, 如缺乏电子商务发展的环境, 就谈不上谈判的问题了。而电子商务的应用发展是与互联网的普及程度、企业的介入程度、网民的数量、购买力、购买趋向息息相关的。目前企业的网络化程度、普及率不高, 现有的 1 000 多万的网络人口中真正具有消费实力并能形成购买力的群体远不足与现实生活中的传统商务模式相匹敌, 中国网络发展的规模决定 (下转第 198 页)

情报纵横

tiveForm 的程序单元中 Users 客户端的主窗体。然后在 ActiveForm 中声明 1 个变量，这个变量是客户端主窗体类别的对象变量，如果客户端主窗体类别的对象是 TForm，下面的代码是声明主窗体的对象变量：

```
FMainForm: TForm;
```

接着为 ActiveForm 建立 OnCreate 事件处理函数，并且在 OnCreate 事件处理函数中编写如下的程序代码：

```
Procedure TActiveForm.ActiveFormCreate(Sender: TObject);
Begin
    FmainForm:= TForm.Create(Self);
    FmainForm.Parent:= Self;
    FmainForm.Align:= alClient;
    FmainForm.BorderStyle:= bsNone;
    FmainForm.Visible:= True;
End;
```

最后再编写 OnDestroy 事件的函数，OnDestroy 事件的函数的代码如下：

```
Procedure TActiveForm.ActiveFormDestroy(Sender: TObject);
Begin
    FmainForm.Free;
End;
```

我们在做完以上工作后，就可以编译这个 ActiveForm 项目。等编译通过，说明我们的 ActiveForm 组件已经可以使用了。
6.4.3 ActiveForm 项目完成后还要进行对其分发。在集成开发环境中选择 Project|Web Deployment Options... 弹出一对

话框，其中 Target Dir 是 ActiveForm 分发的目的地址，HTML Dir 是存放 HTML 首页档案的地址，Target URL 是此 ActiveForm 组件位于 HTML 首页中 Codebase tag 的位置，这三项必须填写好。此外，下面的选项信息有一些最好也要选种例如：Auto increment release number 和 Include file version number 选项。这是用来自动增加版本信息的。

在完成上面的工作后，就可以选择 Project|Web Deploy 开始分发 ActiveForm 组件到指定的位置，如果不出错误，我们就可以看到 1 个 HTML 首页的文件。把该文件连接到图书馆的主页上即可使用。

7 结束语

随着 Internet/Web 技术的兴起，以 B/S 模式为基础通过浏览器访问数据库的新型 MIS 系统将成为当前研究的热点。而用 ActiveForm 技术进行包装与分发，使得整个开发服务过程变得更加简便，可操作性更强，升级、维护更加快捷。

参 考 文 献

[1] 张龙卿. Delphi 6 深入编程技术 [M] . 北京: 希望电子出版社.
[2] 李维. Delphi 5.x 分布式多层应用系统篇 [M] . 北京: 机械工业出版社.
[3] Charlie Calvert. Delphi 5 编程技术内幕 [M] . 北京: 机械工业出版社.
[4] 陈凤岩, 王菁. 基于 XML 的 MARC 系统转换设计与实现 [J] . 情报学报, 2003, (6): 671—675.

(上接第 194 页)
了市场容量和商业机会的有限，这一切都使得我国的电子商务谈判所必需的信息环境还不甚成熟，有待于随着整个网络环境和电子商务环境的完善而不断改善。

4.2 信息的可靠性

电子商务谈判是建立在信息流的运动之上的，只有信息流动畅通才能使谈判继续下去。因此谈判双方都必须提供准确可靠的信息，为此要解决由于平台不一致，软、硬件不一致所带来的信息交流障碍；还要有效清除网络故障、操作错误、应用程序错误、硬件故障、系统软件故障及人为破坏产生的不可靠的信息。

4.3 信息的安全性

任何谈判都必须保护企业的商业秘密，避免在谈判中泄露。在开放的网络环境中，尤其要重视做好商业信息的保密工作。在谈判中预防非法的信息存取，提防信息在传输过程中被非法窃取。企业要加强保密技术、强化安全管理，保障信息的安全。

4.4 信息的一致、完整性

由于谈判双方在信息传输时的意外差错或欺诈行为，可能导致信息的丢失、信息重复或信息传递的次序差异，也会导致谈判各方获取信息的不同。而信息的完整性将影响到谈判方式、策略。保持信息的一致、完整性是电子商务谈判应用的基础。因此要预防对信息的随意生成、修改

和删除，同时要防止数据传送过程中信息的丢失和重复，并保证信息传送次序的统一。

4.5 电子商务谈判后签订合同的问题

电子商务环境下，网上谈判取代了传统谈判，纸质合同也将被电子合同所取代。那么电子合同签订的方式及技术如何？同时保证这种电子形式的贸易信息（电子合同）的有效性是开展电子商务的前提，必须给它提供可靠的标识。

5 结束语

电子商务正改变着经济增长方式、贸易体制，改变着营销战略、消费模式，它是每个企业在新时代面临的“战略转型点”。必须抓住这个有利时机，积极利用信息原理协助谈判，为企业和消费者谋求更多的利益。

参 考 文 献

[1] 瞿浩明. 企业在电子商务中的营销对策 [J] . 中国信息导报, 2000 (11).
[2] 龚奕虹. 试论电子商务信息流 [J] . 情报科学, 2000 (6).
[3] 李枫林. 电子商务活动中的信息需求与信息 服务 [J] . 图书情报知识, 2002 (1).
[4] 谢婷, 孟波. 一种基于协商和 Agent 的电子交易框架 [J] . 计算机工程与应用, 2003 (24).

情报纵横