# 精讲3题目讲解

**4.**

T说明这个人不仅在横向方面具有了广博的知识面，在纵向方面也有较深的专业学问。

**9.**

在国际商务谈判中，语言翻译是沟通的桥梁，同时，翻译的作用还体现在减轻谈判人员的压力。比如，在翻译人员进行翻译的时候，谈判对手可以相互察言观色，缜密的思考下一步对策。再有，在一项交易谈判中，存在许多微妙的问题，在来不及思考的情况下很容易因为考虑不周而说出一些错话，而如果有翻译，一方面翻译自身可以可以改口挽回，如果没有挽回，就可以将原因推到翻译身上，比如用词不当，或者有错误理解的地方。万一受到对方的攻击，自己也容易避开。

**10.**

商务：是指一切与买卖商品服务相关的商业事务，而狭义的商务就是指商业或贸易，就是买卖东西。金融更多的是指向价值流通方面的，是与货币、贷款、存取款、汇兑等有关的事务，所以我们听说过金融就是动态的货币经济学。在商务谈判中，我们讨论的无非就是买卖商品，卖多少钱，跟你讨价还价一下，关注的更多的是价格，而不是金融。所以商务人员是整个价格谈判的组织者，而他所负责的就是价格条款谈判。

**19.**

软弱型的谈判者是立场谨慎，不提出过高要求，容易委曲求全，做出让步。面对这样的对手，我们可以适当采取以强制弱。适当。我态度稍微强硬一点，立场稍微坚定一点，让他作出稍微多一些的让步，争取己方能获利更多一些。

**10.**

这类客商是属知名母公司的下属子公司，往往是母公司知名度高，资本雄厚，而这个子公司刚刚起步，没什么资本，甚至没有法人资格，这种客商就是常常打着母公司的招牌……

**11.**

时序法：把信息资料按时间顺序排列，取新的，舍弃旧的。保证信息在时效性方面更有价值。

类比法：将信息按一定方法分类、分层，接近实质的保留，其余边缘化的舍弃。

查重法：剔除掉重复的，一模一样的，不要，保留唯一值。

评估法：根据自己的经验和熟悉的业务范围进行取舍。

# 4 国际商务谈判各阶段的策略

我们知道中国古代历史上不乏游士说客，比较有代表性的就是诸葛亮在孙权大帐里舌战群儒，最结成孙刘联盟。我们且不论为什么孙权最终会答应与刘备结盟，单就诸葛亮舌战群儒这一事来说，他就展现了高超的说话策略和技巧，他是如何做到的？是**拨弄弱点？**……在国际商务谈判中，又有哪些值得我们借鉴的策略？让我们进入第四章的学习，国际商务谈判各阶段的策略。

## 4.1 概述

刚才说了半天策略，什么是商务谈判的策略？……策略策略，总结起来就是策划谋略。那么如何制定策略？

（1）因素。这是谈判策略制定的起点。你要考虑什么原因可能导致你的谈判成功或失败。这些因素包括谈判中的**问题、……趋势、情况**等。

（2）找关键问题。对相关现象进行科学分析和判断之后,要求对关键问题作出明确的陈述与界定,厘清问题的性质,以及该问题对整个谈判的成功会产生什么作用等。

（3）确定具体目标。根据现象分析,应首先找出关键问题,找出谈判进展中应该调整的事先已确定的目标,然后视当时的环境变化,调整和修订原来的目标,或是对各种可能的目标进行分析,确定一个新目标。

（4）假设性方法。根据谈判中不同问题的不同特点,逐步形成解决问题的途径和具体方法。有多少提多少，多多益善。

（5）深度分析、比较。提出了那么多假设性的解决方法，总有可行与不可行之分。这时候就需要对少数比较可行的策略进行深入分析。依据“有效”、“可行”的要求,对这些方法进行分析、比较,权衡利弊,从中选择比较满意的方法与途径。

（6）想也想了，选也选了，这时候就可以形成一个具体的谈判策略了。在进行深度分析得出结果的基础上，对谈判策略进行评价，得出最后结论，优选出上中下策。

（7）有了具体的谈判策略,紧接着便是考虑谈判策略的实施。这就需要我们拟定行动草案，提出每位成员要做的事，把他们在时间、空间上都安排好。到此为止，一个谈判策略的制定步骤就完成了。

**总结**：二找四定一分析。找因素、找问题、定目标、定假设、比较分析、定策略、定草案

助记：因问标法比策案。

## 4.2 开局阶段

策略的概念和制定步骤讲完了，那么在谈判的各个阶段都有哪些相应的策略呢？

第一章讲过国际商务谈判有四个基本程序：准备、开局、正式谈判、签约四个阶段。双方正式见面是以开局为始的，所以我们先说开局。开局阶段指谈判双方见面后,在讨论具体、实质性的交易内容之前,相互介绍、寒暄以及就谈判内容以外的话题进行交谈的那段时间。这一阶段主要是为了营造气氛，奠定基调，相当于破冰。在开局阶段，谈判人员主要任务有三个……

**1.创造气氛**

两幅图，如果两幅图表示谈判开局的局面，哪种会给你留下良好印象，或者谈判成功的可能性更大？第一幅：面带微笑，着装专业，形象好，身体笔直，落落大方，面部表情自信自然，动作 握手，彬彬有礼。第二幅：给人凶猛、强势的感觉，压抑，不舒服。通过这两幅图的对比，我们能大体上得出在营造气氛这方面谈判人员应该注意什么。

（1）……做到知己知彼。这算是谈判前的准备。接下来分别从动作、形象、走位、神态、手势来说。

（2）……肩膀放松，目光表现出可信、可亲、自信的样子。

（3）……美观，大方，干净，整洁

（4）……不必围成圈，也不必分两队，给人一种双方对阵的感觉，最好是自然地把谈判双方分成若干小组，每组都有各方的一两名成员。方便交流，拉近距离。

（5）……

（6）……最典型的就是握手。握手时，应面带微笑，目视对方；右手手掌伸开，四指并拢，握住对方的右手；力度不轻不重，让对方觉得贴着手就可以了。握手虽然是一个简单的动作,却可以反映出对方是强硬的、温和的、还是理智的。在西方,一个人如果在以右手与对方相握的同时,又把左手搭在对方的肩上,说明此人精力过于充沛或权力欲很强,对方会认为:“这个人太精明了得小心一点。”另外在谈判过程中，最忌讳拉下领带,解开衬衫纽加扣，卷起衣袖等动作,因为这表明你已精疲力竭、产生厌烦情绪等。

所以你的每一个动作、每一个目光都反映你的礼貌和内心，确认过眼神，就知道你是什么人。

**2.交换意见**

在建立良好的谈判气氛之后,谈判人员相继落座,此时谈判开始。这时谈判人员要完成第二个任务，交换意见。在这个过程中谈判人员**切忌离题太远**……

(1)谈判目标。谈判目标因各方出发点不同而有不同类型。例如,探测型：意在了解对方的动机；创造型：旨在发掘合作机会；论证型：旨在说明某些问题。还有达成原则协定型、达成具体协定型、批准草签的协定型、回顾与展望型、处理纷争型。谈判的时候不要脱离自己的目标，被对方带跑。

(2)谈判计划。谈判计划是指议程安排,其内容包括议题和双方人员必须遵循的规矩。

(3)谈判进度。这里的进度是指会谈的速度或是会谈前预计的洽谈速度。

(4)谈判人员。谈判人员是指每个谈判小组的成员情况,包括姓名、职务以及谈判中的地位与作用。这些问题可能在谈判前就讨论过了，但是在谈判开始前仍有必要再协商一次。目的是为了以轻松、愉快的语气先引出双方容易达成一致意见的话题。如：“咱们先确定一下今天的议题,如何?”“先商量一下今天的大致安排,怎么样?”这些话,从表面上看,好像无足轻重,分量不大,但这些往往最容易引起对方肯定的答复,因此比较容易创造一种一致的感觉。避免造成对立态势。

**3.开场陈述**

在报价和磁商之前,为了摸清对方的原则和态度,可作开场陈述和倡议。……

例：技术设备贸易谈判。

A（卖家）：首先请允许我介绍我们公司的经营范围……

B（买家）：这批新设备对我们很有吸引力。我们准备把它们引进国内，生产出新产品然后投入市场。我们已经同外汇管理局和海关申请并得到了批准。目前我们的关键问题是时间，要以最快的速度在引进设备这个问题上达成协议。期待我们良好的合作。

A：我们非常愿意提供这套新设备，但是需要提醒贵方的是，这套设备采用的是世界先进水平，所以技术含量很高，安装调试也比较麻烦，不过我们可以拍技术骨干去做培训，并上门安装调试。我们关心的是合理的价格水平，因为还有很多其他国家的客户也想订购这套设备。这是我们的初步意见，希望我说清楚了。

问：所阐述的对问题的看法和原则出发点是己方还是对方？也就是他们所述的重点是己方利益还是对方利益？他们所述的问题和要求是具体的、细小的还是大方向的、原则性的？

**倡议**：……倡议时,双方提出各种设想和解决问题的方案,然后再在设想和符合商业标准的现实之间,搭起一座通向成交道路的桥梁。

**4.应考虑的因素**

我们知道谈判有多种类型，涉及不同内容，谈判对手的风格也各不相同，谈判场上纷繁复杂，面对不同的情况，开局策略也应该是不一样的。一般来说，在确定开局策略时需要考虑两大方面的因素。关系和实力。

**(一)考虑谈判双方之间的关系**

(1)如果双方在过去有过业务往来,且关系很好,在这种情况下,开局阶段的气氛应是热烈、真诚、友好和愉快的。开局时,可以畅谈双方过去的友好合作关系,亦可适当地称赞对方企业的进步与发展,然后以“过去我们双方一直合作得很愉快,我想,这次我们仍然会合作愉快的。” 这样的话切入实质性谈判。

(2)如果双方有过业务往来,但关系一般,那么开局的目标是要争取创造一个比较友好、和谐的气氛。但是,在语言的热情程度上要有所控制;在内容上,可以简单回忆双方过去的业务往来及人员交往。切入实质性谈判:“过去我们双方一直保持着业务往来关系,我们希望通过这一次的交易磋商,将我们双方的关系推进到一个新的高度。”

(3)如果双方过去有过一定的业务在来,但己方对对方的印象不好,那么开局阶段的谈判气氛应是严肃、凝重的。已方谈判人员在开局时,语言上在注意礼貌的同时,应该比较严谨,甚至可以带点冷峻。内容上可以就过去双方的关系表示不满和遗憾,以及希望通过磋商来改变这种状况的愿望。引入实质性谈判:“过去我们双方有过一段合作关系,但遗憾的是并不那么令人愉快。千里之行,始于足下。让我们从这里开始吧。”

(4)如果过去双方从来没有业务往来,应努力创造一种真诚、友好的气氛,消除陌生感。因此在语言上应该表现得礼貌友好,但又不失身份。以轻松的话题为主,也可以就个人在公司的任职时间、负责的范围、专业经历进行一般性询问和交谈。态度上不卑不亢,沉稳中又不失热情,自信但不傲气。寒暄后,可以这样开始实质性谈判:“这笔交易是我们双方的第一次业务交往,希望它能够成为我们双方发展长期友好合作关系的一个良好开端。我们都是带着希望来的,我想,只要我们共同努力,我们一定会满意而归。

**(二)考虑双方的实力**

就双方的实力而言,有以下三种情况。

(1)双方谈判实力相当,不要刻意制造对立情绪,在开局阶段,仍然要力求创造一种友好、轻松、和谐的气氛。在语言和姿态上要做到轻松又不失严谨、礼貌又不失自信、热情又不失沉稳。”

(2)如果己方谈判实力明显强于对方,要稍稍产生威慑作用,但不要将对方吓跑,在开局阶段,在语言和姿态上,既要表现得礼貌友好,又要充分显示出己方的自信和气势。

(3)如果己方谈判实力弱于对方,语言和姿态上要表示出友好和积极合作的意愿;另一方面也要充满自信,使对方不能轻视我们。

总结：不管是敌弱我强还是敌强我弱，我们都需要表现出友好和自信的态势。只不过目的不一样，前者是为了起到震慑作用但又不失风度，后者是为了显示气势，让对方不敢轻视我们同时又不主动挑事，所以既要自信又要友好。

## 4.3 报价阶段

前面说的都是开局阶段的策略，都是非实质性谈判，不管你怎么嘘寒问暖最终都要将话题转向有关交易内容的正题。即开始报价。

（这里所说的报价,不仅指产品在价格方面的要价,还泛指谈判的一方对另一方提出自己的所有要求,包括商品的数量、质量、包装、价格、装运、保险、支付、商检、索赔、仲裁等交易条件,其中价格条件是谈判的中心。）

报价阶段的策略主要体现在三个方面,即报价的先后、如何报价和怎样对待对方的报价。最后汇总讲报价时应该遵循的原则。

**1.报价的先后**

关于谈判双方中谁先报价是个微妙的问题。如果我是卖家，我先报价，如果远远高于对方预期，会使对方失去信心，最终可能很难达成交易或者其中一方做出极大让步；如果我的报价低于对方预期，那对方肯定偷着乐去了，对你来说，最终成交价一定低于或等于你报的这个值，没有提升的空间了。那么基于这样矛盾纠结的态势，我们报价到底应该谁先谁后才能尽可能让己方有利呢？

一般来说，我们通过比较双方的谈判实力来选择不同策略。

(1)如果预期会出现你争我斗、各不相让的气氛,那么“先下手为强”。通过先报价来规定谈判过程的起点从一开始就占据主动。

(2)如果己方的谈判实力强于对方,或者说己方处于相对有利的地位,那么,己方先报价是有利的。尤其是在对方对本次交易的市场行情不太熟悉的情况下,先报价的好处就更大,因为这样可以为谈判划定一个基准线。同时,由于己方了解行情,还会适当掌握成交的条件,对己方无疑利大于弊。

(3)如果谈判对方是老客户,同己方有较长的业务往来,而且双方合作一向较愉快,在这种情况下,谁先报价对双方来说都无足轻重。都是兄弟，谁也别客气。

（4）如果实在不知道谁该先报价，那就遵循惯例,发起谈判的人应带头先报价。公平公正，谁也别争谁也别抢。

(5)如谈判双方都是谈判行家,则谁先报价均可。如谈判对方是谈判行家,自己不是谈判行家,则让对方先报价可能较为有利。

(6)如对方是外行,暂且不论自己是不是外行,自己先报价可能较为有利,因为这样做可以对对方起一定的引导或支配作用

(7)按照惯例,由卖方先报价。卖方先报价，投石问路,刺探对方的反应思路。从这个角度来说，卖方报价是一种义务,买方还价也是一种义务。很客观的去谈这个事。

总结：强的一方先报价，如果不知道谁强谁弱、谁先谁后，那就遵循惯例，要么发起谈判的人带头先报价，要么卖方先报价。

**2.如何报价**

由于报价的高低对整个谈判进程会产生实质性影响,因此,要成功地进行报价,谈判人员必须遵守一定的规则。也就是说他要明白如何报价。

（1）我们知道国际市场的行情处于不断的变化之中,这种错综复杂的变化,通常会通过价格的波动表现出来;同时,价格的波动反过来又会影响市场的全面波动。因此,谈判人员需要**根据以往……预测**。

（2）每一场交易无非都是卖家想多卖钱，买家想少花钱。说明价格是由双方相互制约而不是由一方随心所欲决定的。那么怎样出价才能提高成功的概率？报价的原则是什么？……

（3）报价之前最好为自己设定一个“最低可接纳水平”。指最差的但却可以勉强接纳的最终谈判结果。相当于第三节谈判目标中讲的最低接受目标，给自己设定一个底线，心里有杆秤，衡量能不能接受。

（4）卖方报出的开盘价一般都是有虚头的，因为这几乎是整个谈判阶段的最高价，最终的成交价只可能比这低不可能比这高。但是虚头并不是越高越好，漫天要价是不行的，而且有可能把对方吓跑，甚至对方以牙还牙给你来个漫天杀价，双方都不愉快。必须**合情合理……辩护**。另一方面，从人们的观念上看,“一分钱一分货”是大多数人信奉的观点, 9块9包邮和999肯定不是同等货色，尤其对于价格政策为“厚利少销（利润大、销量少。跟薄利多销相反）”的商品(如工艺美术品),较高的虚头是必要的。所以这些要好好衡量，三思而后报。

（5）实质性谈判阶段那学了几个盘，说这个阶段有四个环节，询盘、发盘、还盘、接受。现在再送大家几个盘子，……。报盘和递盘都算是发盘，只不过是根据哪一方主动开盘报价进而分成了两种，报盘是卖方主动开盘报价，递盘是买方。实盘也是发盘的一种，是指对发盘人具有约束力、一经发出不可撤销的发盘。

（**开盘**：开始发售，开始卖了。根据对发盘人有无约束力分为实盘和虚盘，**实盘**即有约束力的发盘。在法律上，实盘属于一项要约，一经发出，在有效期内，发盘人不得随意变更内容或撤销。**虚盘**是对发盘人无约束力的，属于发盘人的非承诺性的表示。常见的保留条件有“以我方最后确认为准”）

（6）关于如何报价，大致的要求和原则介绍完了。接下来介绍两种典型的**报价战术**。

**西欧式报价战术**：**像实体店购物的体验**。与前面所述报价原则是一致的。先提出含有较大虚头的价格,然后双方根据自己的实力对比和该笔交易的外部竞争状况接受砍价，通过给予各种优惠,如数量折扣、价格折扣、佣金和支付条件上的优惠(如延长支付期限、提供优惠信贷等)来逐步软化和接近买方的市场和条件,最终达成交易。——先给个高价，让你慢慢往下砍，关键在于稳住对方。

**日本式报价术**的大家在生活中见没见过另外一种报价术，先给你一个劲爆价，然后再根据你的实际需求逐层提价。如买房子。优惠价，6000，交5w抵7w，会员折扣，送这送那，折合每平4500，就问你心不心动！最后你要是真买的时候还有公摊、车库、地下室、花园、工程材料优化等等一堆问题让你加价。这种就是典型的日本式报价术。

一般做法是,将最低价格列在价格表上,以求首先引起买主的兴趣。但是这种价格一般**以卖方……提高价格**。因此,买卖双方最后成交的价格,往往高于价格表中的价格。**好处**：把其他竞争对手挤走，人家一看你这么便宜可能就不看别家的了，然后你的竞争压力就小了。一方面可以排斥竞争对手而将买方吸引]过来取得与其他卖主竞争中的优势和胜利;另一方面,当其他卖主纷纷走掉时,这时买方原有的市场优势就不复存在了。如果买方想要达到一定需求,只好任卖方一点一点地把价格抬高才能实现。这套路够深。——关键在于吸引对方。

一方报出了价格，作为另一方来说，如何对待对方报出的价格？

……

那好，你让我做报价解释，那我就解释，在解释的时候，应该遵循四条原则。

**能言不书**……因为当自己表达中有误时,口述和笔写的东西对自己的影响是截然不同的。有些国家的商人,只承认纸上的信息,而不重视口头信息,因此要格外慎重。

## 4.4 磋商阶段

……磋商阶段相当于双方正面交锋激烈应战了，更要用到一些策略，是攻是守，是退是进，尺度如何拿捏，都在这个阶段了。

包括还价前的准备、让步阶段应该怎么做、怎么让对方让步、怎么阻止对方进攻。

### 4.4.1 还价前的准备

还价前我们要弄清楚双方的分歧是什么类型的分歧。

### 4.4.2 让步策略

其实谈判中讨价还价的过程就是让步的过程。因为双方总是在提要求和接受要求之间来回博弈。对方说让你便宜点，在必要的时候可以便宜点，做出一些让步。那么在让步时应该注意什么？

**（一）考虑对方的反应**

在作出让步的决策时,事先要考虑到对方会有什么样的反应。总的来讲,己方的让步给对方造成的影响和反应有以下三种情况。其中**己方最希望**……所以在做出让步之前先预判一下对方会是什么反应，如果是后两种的话，那让还不如不让。

（二）那**让步的原则**是什么？是不是要一味的让，努力贴合甲方爸爸的心意？……

**有尺度的让、让到点上、谁先让、不等同的让、慎重的让、重新让、假装难让、步步分让。**

（4）例如,对方在某一条款项目上让步60%,而己方在另一项目上让步40%。假如对方说“你也应该让步60%”,已方则可以说“我方无法负担60%”来拒绝他。

**（三）理想让步方式**

我们刚才说的其实都反映一个问题，其实内心谁都不想让，但是有时候不得不让。如果说让也得让不让也得让，那你就要选择一个理想的让步方式，在商务谈判实践中，人们总结出了8种常见的、理想的让步方式，见表。我们知道让步是分好几轮，一次砍不下价来我再来第二回合。我们暂且设定某次谈判共分4期让步，预定的可让利益是60，表格中的数字代表每一期的让步幅度。这8种让步方式的区别就体现在每期让步的幅度不同。

（1）前面几个回合打死不松口，在最后一步让出全部可让利益。该方式使对方感觉一直没有妥协的希望, 到最后时刻一次让步到位,促成和局。因而被称做**坚定的让步方式**。

（2）等额让出可让利益。像挤牙膏一样挤一步让一步，让步的数量和速度都是均等、稳定的。国际上称这种让步方式为色拉米香肠式谈判方式。**优点**：平稳、持久，步步为营，能让你占到点便宜但也不让你轻易占到所有便宜。而且这种慢吞吞的方式很耗费耐心，会让人疲劳、厌倦，遇到缺乏谈判经验或性急的人，这种方式可能会获得较大利益。

接着说其他6种。

（3）先高后低，然后又拔高的让步方式。特点：机智灵活，富有变化。能够正确处理竞争与合作的尺度。在较为恰当的起点上让步，然后缓速减量，给对方传递一种接近尾声的信息。这时，如果买方满意即可收尾，如果买方穷追不舍，好我再放大让利，争取在一个较高的让步点上结束谈判。——跳跃

（4）小幅递减。先让出较大利益，然后逐步减让，到最后一期让出最小利益。特点：自然、坦率，符合商务谈判讨价还价的一般规律，这种让步策略给人以和谐、均匀、顺理成章的感觉，是谈判中**最普遍采用的一种让步方式**。

（5）从高到低再到微高（让步幅度从大到小再到微小）的让步方式。在开始的时候做出较大让步，有利于创造良好的合作气氛，建立友好的伙伴关系。后面越来越小，显示出卖方的立场越来越坚定，让步的余地越来越小，最后以一个适中让步结束谈判。适用于以合作为主、以互惠互利为基础的谈判。

（6）开始大幅递减，最后出现反弹。目的是表示出己方的诚意。

（7）前两期让出全部可让利益，第三期赔利相让。到第四期再讨回。具有冒险性和戏剧性。

（8）一次性让出全部可让利益。可以说极度诚恳、坦率。

**总结**：初期让利越多，越呈现友好气氛，初期让利越小，显得这一方越坚定。

**（四）适当的让步策略**

让步的原则、让步的方式我们都讲了，那接下来我们看一下有哪些让步策略。通常的让步策略有三种……

（1）互惠互利：以己方的让步换取对方在另一问题上的让步。一方做出让步后，能否获得对方的让步，很大程度上取决于谈判的方式：横向、纵向。……

（2）如：当对方在谈判中要求己方在某一问题上做出让步时，己方可以强调保持咱俩的业务关系可以带来长期利益，而本次交易对我们能否建立和发展长期业务是至关重要的。向对方说明利害，如果对方是精明的商人，他会考虑长远利益的。

（3）说跟没说一样。

### 4.4.3 迫使对方让步的策略

刚才讲了半天让步的策略，但是正所谓最好的防守便是进攻，在谈判磋商中，你不能干自己这一味的让步，你也得想办法让对方让步。

1. 我不止你这一方买家，还有很多公司还打算跟我做生意。
2. 一个唱红脸一个唱白脸。
3. 出一个最后条件，逼迫对方让步，如果对方在规定期限内不接受或未达成协议，己方就宣布谈判破裂或退出谈判。就这个价了，你要在不接受我就不跟你玩了。

### 4.4.4 阻止对方进攻

刚才说的是怎样进攻，那么当面临对方的进攻时我们应该怎么办？

……

（2）一般情况下人们会同情弱者，不愿落井下石。如果你说“我要是接受着条件公司就倒闭/我本人会被公司解雇”，求对方高抬贵手。这时候对方可能会拿你没办法。

（3）如果只靠防守无法有效阻挡进攻，那干脆就以攻对攻。如果你非让我在这个问题上做出让步，好，那在另一个问题上你再多让一步。要么双方都让步，要么都不让步。

## 4.5 成交阶段

谈了半天终于期望接近，就快成交了。这就进入了成交阶段。这个阶段的目标主要有三方面：力求尽快达成协议、尽量保证已取得利益不丧失、争取最后的利益收获。为了达到这些目标，可以采用以下策略。

……

附：

色拉米香肠：色拉米是香肠的一个大类，由切碎的猪肉或混合在一起的牛肉、野猪肉经过风干后制成，中间夹杂着颗粒状的肥膘。色拉米再造出现在意大利，在意大利语里意为含有盐的肉，即腌肉，后来成为风干香肠的特指。