

演讲红宝书

24个开场白、15种结束语
化解卡壳的12个技巧
消除怯场心理的10种方法
助你跨越障碍，成功演讲

[德] 海因茨·戈德曼 著
(Heinz Goldmann)
何文波 译

世界顶级销售与沟通大师
经典力作全新第五版



中国人民大学出版社
China Renmin University Press

Überzeugende Kommunikation
Die 12 unumstößlichen Erfolgsgesetze

演讲

红宝书

〔德〕海因茨·戈德曼 (Heinz Goldmann)

何文波 著
译

图书在版编目 (CIP) 数据

演讲红宝书/ (德) 戈德曼著; 何文波译.

北京: 中国人民大学出版社, 2008

ISBN 978-7-300-09772-5

I. 演…

II. ①戈…②何…

III. 演讲—语言艺术—通俗读物

IV. H019-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 148000 号

演讲红宝书

[德] 海因茨·戈德曼 著

何文波 译

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京京北印刷有限公司印刷

规 格 160 mm × 230 mm 16 开本

版 次 2008 年 11 月第 1 版

印 张 13.5 插页 2

印 次 2008 年 11 月第 1 次印刷

字 数 164 000

定 价 36.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

隐形大师

戈德曼最具影响力的著作《如何赢得顾客》（*Wie man Kunden gewinnt*）在德国热销之后，传遍欧洲，之后成功登陆美国。这本书被翻译成多种文字，全球热卖 300 万册。书中总结出了西方重要的推销学公式——AIDA 公式，戈德曼也因此被誉为“AIDA 之父”。

听上去有些陌生？当然。因为这是发生在半个世纪前的事情了。瞬息万变的信息时代已经吞没了戈德曼的背影；在亚马逊、谷歌、维基百科这样的时髦网站上关于他的信息也几乎无迹可循。但以对社会和商界的贡献以及出版专著而言，在今天，戈德曼仍然算得上是一个大师。戈德曼集团依旧活跃于欧洲的销售及沟通培训领域，戈德曼的专著仍在世界各地不断再版、不断影响着亿万读者，其中就包括这本《演讲红宝书》。

不同于普通的演讲书籍，本书没有铺陈开来，细说演讲的方方面面；而是只说一场演讲，说深说透。之后你所要做的，无非就是举一反三，融会贯通。半个世纪的时间不断证明着戈德曼的理论和技巧，就像我们常说的那样，经典的东西总是历久弥新。

戈德曼已于 2005 年去世。如果你有缘拿起这本书，就当做是对这位全球顶级销售及沟通大师最后的敬意吧。

一切为了您的阅读价值



常常阅读我们图书的读者一定都记忆犹新，2008年前出版的图书中，都放置了一篇题为“一切为了您的阅读体验”的文章，文中所谈，如今都得到了读者的广泛认同，也得到了出版业内同行的追随。

在我们2008版的新书以及重印书中，读者会看到这篇“一切为了您的阅读价值”；而对于我们图书的新读者，我们特别在整本书的最后几页，放置了“一切为了您的阅读体验”的精编版。今后，我们将在每年推出崭新的针对读者阅读生活的不同设计和思考。

- 您知道自己为阅读付出的最大成本是什么吗？
- 您是否常常在阅读过一本书籍后，才发现不是自己要看的那一本？
- 您是否常常发现书架上很多书籍都是一时冲动买下，直到在一字未读？
- 您是否常常感慨书籍的价格太贵，两百多页的书，值三十多元钱吗？

★ 阅读的最大成本

读者在选购图书的时候，往往把成本支出的焦点放在书价上，其实不然。时间才是读者付出的最大阅读成本：

阅读的时间成本 = 选择图书所花费的时间 + 阅读图书所花费的时间 + 误读图书所浪费的时间

★ 选择合适的图书类别

目前市场上的图书来源可以分为两大类，五小类：

1. 引进图书：引进图书来源于国外的出版公司，多为从其他语种翻译成中文而出版，反映国际发展现状，但与中国的实际结合较弱，这其中包括三小类：

a) 教科书：这类书理论性较强，体系完整，但多为学科的基础知识，适合初入门的、需要系统了解一门学问的读者。



b) **专业书**：这类书理论性、专业性均较强，需要读者拥有比较深厚的专业背景，阅读的目的是加深对一门学问的理解和认识。



c) **大众书**：这类书理论性、专业性均不强，但普及性较强，贴近现实，实用可操作，适合一门学问的普通爱好者或实际操作者。



2. **本土图书**：本土图书来源于中国的作者，反映中国的发展现状，与中国的实际结合较强，但国际视野和领先性与引进版相比较弱，这其中包括两小类，可通过封面的作者署名来辨别：

a) **“著”作**：这类图书大多为作者亲笔写就，请读者认真阅读“作者简介”，并上网查询、验证其真实程度，一旦发现优秀的适合自己的作者，可以在今后的阅读生活中，多加留意。系统地了解几位优秀作者的作品，是非常有益的。

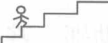


b) **“编著”图书**：这类图书汇编了大量图书中的内容，拼凑的痕迹较明显，建议读者仔细分辨，谨慎购买。

★ 阅读的收益

阅读图书最大的收益，来自于获取知识后，应用于自己的工作和生活，获得品质的改善和提升，由此，油然而生一种无限的满足感。

业绩的增长 

职位的晋升 

工资的晋级 

更好的生活条件 



一张电影票 

一顿麦当劳 

一次打车费 

两公斤肉 



序言 如何掌握演讲技巧

你拿起这本书，就是希望改进自己的演讲技巧，并通过演讲来说服他人。或者一言以蔽之：你希望成为一名更好的演讲家。也许你已成为一名老练的职场经理，演讲对你而言是小菜一碟，但你仍希望百尺竿头，更进一步，让自己锻炼成出色的演讲大师。总而言之：你追求的不是“良好”，而是名符其实的“杰出”。但达到这一目标，却并非易事。

你生活在一个环境良好的大社会中。根据美国的一项调查，面对一次颇具难度的演讲，大多数人的恐惧程度甚至超过了生病、失业、遭到抢劫、意外事故、残疾或者丢失财物等。

你在发表演讲前后的感受，我完全能够理解。当我第一次发表演讲时，听众很快就不耐烦了，纷纷离场。那个系列研讨会——总共 12 场晚间活动——只有 1/4 的参与者坚持到了最后。没有听到任何掌声，没有听到任何感谢，只有令人汗颜的沉默。没有积极的手势，没有善意的言语，只有从始至终的压抑。我敢肯定，你一定比我强得多——至少不会更糟糕吧。

你一定想知道，怎样才能远离失败，走向成功呢？要是有什么捷径，你一定愿意洗耳恭听。但是没有。有的只是历时漫长的、坚忍不拔的、困难重重的努力。此外还有一些知识，读完此书，你就会有收获。还有我的决心（一开始显得有些鲁莽），那就是要帮助别人避免我曾经犯下的过错，以更佳的形象示人，并最终能够进行成功的演讲。

当然，个体的经验并不能作为成功的明证。但是我们——我和我的同事们——已经在国际沟通研讨会上成百上千次地试验过我们的指导方



针、方法和技巧。在此期间，我们使用的语言包括德语、英语、法语、意大利语和瑞典语，我们来往的国家包括德国、欧洲其他国家、美国、南美和远东地区。四十年来，我们出于各种各样的原因，聆听了数百场非常成功或不那么成功的演讲，并且进行了深入的分析。演讲者包括企业家、管理人员、政治家、专题报告人、媒体代表、工会成员、专家和一些个人。我们从中得出了一个结论：如果演讲者只具有传统的辩才或口才，他可能没办法说服任何人。那些老生常谈了无新意。打个比方，今天还有谁会信赖 20 世纪 20 年代生产的汽车、电话、收音机、药品或者打字机呢？

单向的信息、照本宣科的演讲辞、僵硬的词汇、自欺欺人的思维、陈旧的表达方式、矫揉造作的技巧，对今天的人们而言显然没有任何说服力。

演讲中的沟通不该是这样的。你深知这一点。也许你还知道，如今的人们时常把“沟通”这两个字挂在嘴边。每一家成熟的公司都会有一个沟通管理机构，有一个沟通部门，拥有自己的沟通策略、沟通战略、沟通哲学、沟通文化和沟通专家。但是通常情况下，在这一切的背后都隐藏着一个文字游戏：人们嘴里说的是沟通，脑子里想的却是信息。这是一个发布通告的单行道，而不是双向的。但事实上，沟通不是这样的。沟通首先当然是理解，但是还应该有融合、分配、反馈、赞同以及共同性等，它是双向的，必须通过对话才能完成。

你觉得这实践起来很困难？不，也许它比传统的修辞术还简单。因为本书的结构会让这一切都变得简单起来。

首先要了解演讲高手的 12 条基本法则。在文中你将读到这些法则，以及演讲过程中人们最容易犯的 12 个错误。我会列举一些实用的指导方针，有 12 章内容，对 12 条基本法则进行详尽的阐释。每个基本法则



对应一章的内容。

毋庸置疑，任何教科书都无法取代训练。但是本书的架构可以为你搜集素材，教会你应用的方法。每一章开头都会有四个问题和四个案例。在阅读每一章的过程中，你会逐渐发现答案和解决方法。请在预留的地方填空。这种教学法已经在我的权威著作《如何赢得顾客》中得到了验证，这会让你的自学过程具有可控性，而且会为你提供一个简单的训练指南！

在你开始阅读本书之前，我还想透露给你一个诀窍：请努力做到真正地理解他人——然后别人也会理解你。学会倾听别人——然后别人也会倾听你。请认真思考，别人想得到的是什么，无论是精神上的还是物质上的——这样别人也会对你的目标感同身受。

最后一句话：在每章的最后，我都会用言简意赅的句子来概括我在过去几年的实践中总结出来的独到的、与众不同的成功演讲法则。

目录

第1章	尽早提前进行准备	1
	完全没有准备、准备方法不当或时机太晚	
第2章	学会简单而形象的表达方式	16
	演讲套话, 试图面面俱到	
第3章	两大关键能力: 换位思考与感染影响	30
	不能设身处地为参与者着想, 无法展现自己的主张	
第4章	参与者的期望、见解、动机以及参与的积极性	41
	对参与者的判断有误	
第5章	引导听众积极参与	50
	习惯自说自话	
第6章	好的开始是成功的一半	62
	开场白空洞无物	
第7章	扣人心弦的结束语	79
	陈词滥调, 或者干脆没有结束语	

目录

第 8 章	组织演讲的基本准则 ✓	93
	完全忽视组织演讲的大环境 ✕	
第 9 章	控制怯场心理 ✓	109
	无法克服怯场带来的焦虑、干扰、卡壳 ✕	
第 10 章	即兴演讲、信息报告和目标演讲 ✓	123
	混淆三类演讲，无视其区别 ✕	
第 11 章	控制讨论，从容应对 ✓	174
	面对质疑、提问和攻击张口结舌 ✕	
第 12 章	最重要的：具有鼓动能力 ✓	192
	无聊、谨慎、动机不明 ✕	
译者后记		202



第1章 尽早提前进行准备

你能回答下面四个问题吗？

- ① 如果一个人在演讲之前才开始准备，他是不是能记住更多的内容？
- ② 准备时间应该是演讲时间的两倍，这种说法是否正确？
- ③ 在迫不得已的情况下，演讲者是否可以请求同事帮助他对演讲材料进行分类和加工？
- ④ 第一个演讲或最后一个演讲，是不是能取得更好的效果？



1

待解决问题 1

汉斯·诺依曼是一位有名的专业广告人士。他的代理公司生意兴隆。他经常需要向别人介绍他的工作，并且陈述他的方案。诺依曼先生在这方面很有经验。他总是会讲述精彩的公司成长史，回顾过去几年里成功的广告活动，并且常常做出有趣的点评。因为他常常忘记一些数据和事实，所以他形成了一个习惯，在演讲中大部分时间都在念讲稿，反馈效果还不错。诺依曼先生总是能赢得好感。但是最近他越来越感到奇怪的是，尽管他组织的演示会听众很多，但是顾客数量却没有明显的增加。

你知道为什么吗？他必须改用什么方法呢？

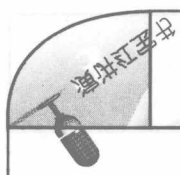


2

待解决问题2

约亨·博格瓦特拥有一家软件企业，他的演讲能力很出色。他不仅拥有广泛的专业知识，而且讲话引人入胜，总能引起参与者的共鸣。并且，他从来不用演讲稿。只有一点，博格瓦特先生总是不自觉地陷入漫无边际的闲聊，常常会跑题，忘记事先准备好的重要的幻灯片，有时候也会把幻灯片弄混。

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



待解决问题 3

“我希望最后一个上台发言。”施塔尔博士对报告晚会的主办方说。她是一家石油集团的环保顾问，这场报告会的主题是“经济与生态”。在很多报告会上，她都会选择最后一个出场。她的演讲对象是来自政党、环保组织和民间环保人士的代表。当施塔尔女士走上台时，下面的人们已经在报告厅里坐了两个小时，而且已经听了六个报告了。前面每个人都超时五分钟以上。参与者非常疲倦，很难集中注意力。施塔尔的观点又是以大量客观事实为基础的，显然她的报告很难引起与会者的注意。

她做错了什么？



4

待解决问题 4

一位德国企业家第一次受到邀请，前往西班牙发表演讲。他跟往常一样做了精心的准备。但是在国外，他碰到了全新的问题。直到演讲开始前几个小时，当他与主办方交谈时才意识到这一点。意想不到的问题让他感到很为难，从而失去了自信，并最终导致演讲失败。

This image shows a full page of white paper with horizontal dashed lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, typical of primary-ruled notebook paper. There are no margins, text, or other markings on the page.



董事长的日常安排

周一：

为新工厂剪彩。需要面对全体员工讲话。

周二：

根据约定，与一位原材料大供应商见面。必须进行复杂的谈判。

周三：

监事会会议。监事会成员要求提交一份关于企业状况以及改进措施的详细报告。

周四：

根据约定，与一家大型经济杂志的记者见面。记者要求进行采访。

主题：“企业半年产量有所下降”。

周五：

根据约定，上午与一位即将退休的部门负责人见面。下午，员工委员会希望讨论有关员工解雇的问题。

演讲，会谈，报告，讨论，座谈，询问，谈判，争论——对于最高管理人员来说，这些沟通任务就是日常工作。但是他们却没有受过足够的训练。其后果，即使是经验丰富的领导，也容易在沟通过程中犯下许多错误。这些错误可能在准备过程中就已经出现了，在接下来的时间里，包括面对学生的演讲，向一位老员工告别，开展商业展会，乃至跟协会代表的讨论，都可能会延续之前的错误。

但是人们常常会听到这种说法：“临阵磨枪，不快也光。演讲之前突击准备，在演讲时更容易记住准备的内容。”另外一些人认为：“我