

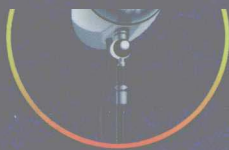
● 演讲好 ● 升职快

升职做领导 不可不读的 精彩竞聘演讲稿

SHENGZHI ZUO LINGDAO BU KE BU DU DE
JINGCAI JINGPIN YANJIANGGAO

说出精彩 成就未来

专为参加干部选拔和竞争上岗人员量身定做的升职宝典



姚尧●编著

广西人民出版社

升职做领导 不可不读的 精彩竞聘演讲稿

SHENGZHI ZUO LINGDAO BU KE BU DU DE
JINGCAI JINGPIN YANJIANGGAO

 广西人民出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

升职做领导不可不读的精彩竞聘演讲稿 / 姚尧编著. — 南宁: 广西人民出版社, 2010. 6

ISBN 978-7-219-06949-3

I. ①升… II. ①姚… III. ①国家行政机关—领导干部—招聘—演说—汇编—中国 IV. ①H019

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第 054778 号

监 制 彭庆国
策 划 杨 冰
责任编辑 杨 冰 梁风华
责任校对 唐柳娜 周娜娜

出版发行 广西人民出版社
社 址 广西南宁市桂春路 6 号
邮 编 530028
网 址 <http://www.gxp-ph.cn>
印 刷 广西大一迪美印刷有限公司
开 本 710mm×990mm 1/16
印 张 17
字 数 300 千字
版 次 2010 年 6 月 第 1 版
印 次 2010 年 6 月 第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-219-06949-3/H·84
定 价 28.00 元

版权所有 翻印必究

目 录

第一章 竞聘演讲总论	(1)
第一节 竞聘活动概述	(1)
第二节 竞聘演讲的目的、意义和特征	(2)
一、竞聘演讲的目的和意义	(2)
二、演讲的本质与特征	(3)
三、竞聘演讲的功能	(5)
第三节 竞聘演讲稿的作用和特点	(6)
一、撰写竞聘演讲稿的意义	(6)
二、竞聘演讲稿的特点	(7)
第二章 竞聘演讲稿的写作	(9)
第一节 竞聘演讲稿的写作要点	(9)
一、目标明确	(9)
二、竞争导向	(10)
三、寻求认同	(11)
四、紧贴实际	(11)
五、程序固定	(12)
第二节 竞聘演讲稿的组成结构	(13)
一、标题	(13)
二、称呼	(13)
三、正文	(13)
第三节 竞聘演讲稿的提纲编列	(15)

八、民政系统竞聘演讲稿范文	(69)
▲竞聘区划地名处副处长演讲稿	(69)
▲竞聘民政局局长演讲稿	(70)
▲竞聘民政局低保中心副主任演讲稿	(72)
九、卫生系统竞聘演讲稿范文	(74)
▲竞聘疾病控制处副处长演讲稿	(74)
▲竞聘艾滋病防治办公室主任演讲稿	(76)
▲竞聘卫生局医政科科长演讲稿	(78)
十、国土资源系统竞聘演讲稿范文	(79)
▲竞聘土地储备处主任演讲稿	(79)
▲竞聘服务中心/储备中心副主任演讲稿	(81)
▲竞聘国土资源局副局长演讲稿	(83)
十一、环保系统竞聘演讲稿范文	(86)
▲竞聘市环保局副主任科员演讲稿	(86)
▲竞聘市环保局污染控制科科长演讲稿	(88)
▲竞聘环境监察科科长演讲稿	(92)
十二、教育系统竞聘演讲稿范文	(94)
▲竞聘教育科副科长演讲稿	(94)
▲竞聘考试部部长演讲稿	(96)
▲竞聘基础教育科科长演讲稿	(99)
十三、经贸系统竞聘演讲稿范文	(101)
▲竞聘经济发展处处长演讲稿	(101)
▲竞聘外经办领导班子成员演讲稿	(103)
▲竞聘商务局局长演讲稿	(106)
十四、农业系统竞聘演讲稿范文	(108)
▲竞聘农业局办公室副主任演讲稿	(108)
▲竞聘农业局生产综合科科长演讲稿	(110)
▲竞聘农业服务中心主任演讲稿	(112)
十五、检验检疫系统竞聘演讲稿范文	(114)
▲竞聘检验检疫科副科长演讲稿	(114)

- ▲竞聘航空运输检疫监督科副科长演讲稿 … (116)
- ▲竞聘药品器械监督股股长演讲稿 …………… (118)
- 十六、税务系统竞聘演讲稿范文 …………… (120)
- ▲竞聘税务局副科长演讲稿 …………… (120)
- ▲竞聘税政法规科科长演讲稿 …………… (123)
- ▲竞聘税务分局局长演讲稿 …………… (125)
- 十七、统计系统竞聘演讲稿范文 …………… (127)
- ▲竞聘城乡经济信息中心副科级干部演讲稿
…………… (127)
- ▲竞聘调查队队长演讲稿 …………… (129)
- ▲竞聘普查中心主任演讲稿 …………… (132)
- 十八、邮政系统竞聘演讲稿范文 …………… (134)
- ▲竞聘支局局长演讲稿 …………… (134)
- ▲竞聘邮政储汇局局长演讲稿 …………… (137)
- ▲竞聘新闻中心记者站站长演讲稿 …………… (139)
- 十九、医疗系统竞聘演讲稿范文 …………… (141)
- ▲竞聘医疗器械室主任演讲稿 …………… (141)
- ▲竞聘护士长演讲稿 …………… (142)
- ▲竞聘医院感染管理科科长演讲稿 …………… (145)
- 二十、广电系统竞聘演讲稿范文 …………… (147)
- ▲竞聘数字电视部主任演讲稿 …………… (147)
- ▲竞聘广播电视局副局长演讲稿 …………… (150)
- ▲竞聘文化广播电视新闻出版局副局长演讲稿
…………… (153)
- 二十一、学校系统竞聘演讲稿范文 …………… (155)
- ▲竞聘中学校长演讲稿 …………… (155)
- ▲竞聘教学管理岗位演讲稿 …………… (159)
- ▲竞聘学校总务主任演讲稿 …………… (161)
- 二十二、学生干部竞选演讲稿范文 …………… (164)
- ▲竞选班长演讲稿 …………… (164)

▲竞选学生会主席演讲稿	(165)
▲大学新生竞选学生会干部演讲稿	(166)
第二节 各行业企业竞聘演讲稿范文	(168)
一、电力企业竞聘演讲稿范文	(168)
▲竞聘农村电气化建设办公室主任演讲稿 ...	(168)
▲竞聘电网公司营销经理演讲稿	(170)
▲竞聘农电工队伍管理岗位演讲稿	(172)
二、烟草企业竞聘演讲稿范文	(174)
▲竞聘生产技术科副科长演讲稿	(174)
▲竞聘生产部经理演讲稿	(175)
▲竞聘计算机信息管理中心主任演讲稿	(178)
三、物业公司竞聘演讲稿范文	(180)
▲竞聘工程部经理演讲稿	(180)
▲竞聘保安队队长演讲稿	(183)
▲竞聘常务副总经理演讲稿	(185)
四、食品企业竞聘演讲稿范文	(187)
▲竞聘食品厂厂长演讲稿	(187)
▲竞聘发展规划部总监演讲稿	(191)
▲竞聘市场运营部主管演讲稿	(194)
五、金融企业竞聘演讲稿范文	(196)
▲竞聘保险分公司副总经理演讲稿	(196)
▲竞聘个人业务部经理演讲稿	(199)
▲竞聘银行个人客户经理演讲稿	(201)
六、通信企业竞聘演讲稿范文	(204)
▲竞聘市场经营部经理演讲稿	(204)
▲竞聘电信公司办公室主任演讲稿	(206)
▲竞聘电信分公司副经理演讲稿	(210)
七、新闻媒体竞聘演讲稿范文	(212)
▲竞聘电视台首席记者演讲稿	(212)
▲竞聘书社副总编演讲稿	(215)

▲竞聘编辑部副主任演讲稿	(218)
八、宾馆酒店竞聘演讲稿范文	(219)
▲竞聘酒店客务经理演讲稿	(219)
▲竞聘总经理助理演讲稿	(222)
▲竞聘酒店人力资源部经理演讲稿	(224)
九、建筑企业竞聘演讲稿范文	(227)
▲竞聘工程处安全质量科科长演讲稿	(227)
▲竞聘人力资源科科长演讲稿	(231)
▲竞聘工程处财务管理科科长演讲稿	(233)
十、零售连锁业竞聘演讲稿范文	(235)
▲竞聘连锁店店长演讲稿	(235)
▲竞聘电器公司门店经理演讲稿	(237)
▲竞聘连锁超市营运主管助理演讲稿	(240)
十一、煤矿企业竞聘演讲稿范文	(242)
▲竞聘煤矿安检科副科长演讲稿	(242)
▲竞聘生产副经理演讲稿	(244)
▲竞聘公司中层管理人员演讲稿	(246)
十二、物流企业竞聘演讲稿范文	(247)
▲竞聘物流中心成品库主管演讲稿	(247)
▲竞聘物流公司主办会计演讲稿	(249)
▲竞聘快件部副经理演讲稿	(251)
十三、石化企业竞聘演讲稿范文	(253)
▲竞聘石化公司加油站站长演讲稿	(253)
▲竞聘党委群工宣传主管演讲稿	(255)
▲竞聘石油公司零售主任演讲稿	(256)
十四、房地产企业竞聘演讲稿范文	(258)
▲竞聘广告处副主任演讲稿	(258)
▲竞聘房地产公司中方项目部副总监演讲稿	(260)
▲竞聘房地产项目经理演讲稿	(261)

竞聘演讲总论

第一节 竞聘活动概述

竞聘指的是对各级经营管理岗位采取公开竞争的人才选拔方式。组织内的所有成员，只要符合一定的要求，均可报名参加竞聘，接受组织的挑选和任用。竞聘上岗是我国机构和人事改革的一项重要举措，它鼓励组织打破因循守旧的传统观念，摒弃论资排辈的落后体制，防止“近亲繁殖”的裙带关系，进一步体现优胜劣汰的市场化观念和竞争意识，培育奋发进取的创新精神，强化员工的使命感和责任心，从而为组织注入源源不断的新鲜活力。

虽然竞聘上岗是一种优秀的人才选拔方式，但也并不是所有的职位都适合竞聘上岗。如果使用不当，竞聘上岗反而会带来组织成本过高、不利员工团结等问题。一般来说，当出现以下三种情况时，比较适合采取竞聘的方式。

1. 精简人员时。

在我国大多数组织，无论是企业还是事业单位，都或多或少地存在人员冗余的问题。为了提高竞争力，必须适时采取精兵简政的策略，这时就可以利用竞聘来精简人员，优化人力资源配置。有些企业在精简人员时，不懂得采取竞聘手段，只是单纯地一刀切，根据年龄、学历等几个硬性指标减员。这么做就很有可能导致许多有真本事的人才流失，甚至把人才送到竞争对手那里。当然，如果企业已经有了完备的人力资源规划，很少出现机构臃肿、人浮于事的现象，只需要裁减极少数员工时，就不必搞大规模的竞聘了。

2. 难以定夺时。

由于领导自身的局限性，对大多数后备人员不可能进行直接观察，即便是对身边亲近的人，也只能观察其在现任职务上的表现。倘若出现某一项新职务，领导很难确定最适合担任该项职务的员工时，就可以采取竞聘的方式。例如，某公司要任命一位项目研发经理，需要从现有技术人员中选取一位管理能力强的人来担任，然而以往的工作经历只能考察其技术水平，无法确定其是否具有管理方面的潜力。这时候就可以通过竞聘活动，给候选人提供一个展现管理才能的平台，为领导的最终决定提供重要参考。

3. 缺乏良好竞争机制时。

多年来，我国政府机构、事业单位及国有企业，在选拔干部时经常因为缺乏公平、公开、公正的竞争机制而挫伤其他员工的积极性，也影响了被提拔者就任后的工作环境。采取竞聘方式后，可以将一切摊在阳光下，让员工在相对公平、公开、公正的环境下自由竞争，有利于激活人力资源，激发员工潜能，挑选出真正适任的人才。

第二节 竞聘演讲的目的、意义和特征

一、竞聘演讲的目的和意义

在竞聘活动中，竞聘演讲是其中非常重要的一环，它是组织部门为了提高竞聘的质量，让竞聘者在特定的时间和场合，就本人的竞聘条件、优势和就职后的工作设想等内容发表公开演讲，并对有关问题进行答辩，最终由演讲评判小组依据评分标准对竞聘人员进行公正客观的评判，并以此为组织在进行人事决策时提供参考的活动。相对于其他人事决策手段而言，竞聘演讲具有以下目的和意义：

1. 公开透明。

公开透明是竞聘演讲最显著的特点。第一，竞聘演讲的职位标准是公开的，所有人都知道组织将依据什么样的标准选拔人才。第二，竞聘演讲的程序是公开的，竞聘者的演讲顺序、演讲时间、演讲内容都是公开的，接受众人的监督。第三，评价的标准是统一的，评委根据事先确定好的考核项目进行打分，最终得出综合评分。这就避免了某位领导仅凭个人主观印象决定，从而导致用人失察的问题。

2. 员工参与。

为了提高竞聘演讲的效果，许多组织在举办竞聘演讲时，都会积极发动员工主动参与其中。第一，要鼓励广大相关员工积极参加竞聘，最大范围地选拔人才。第二，在制订竞聘方案时要多与员工沟通，尽可能地吸收来自员工的意见。第三，不参加竞聘的员工既可以在演讲中担任评委，也可以成为听众，让他们对竞聘者的情况和表现有个大致的了解，也有利于日后的工作进展。第四，员工积极参与可以增强员工对组织的向心力和认同感。

3. 规范有效。

竞聘演讲是组织人事部门为了选拔人才而举行的，活动组织者必须事先制定竞聘演讲的操作程序，对演讲内容作出规范性要求，对演讲者的个人风采、语言表达、谈吐应对和业务水平都给出明确的评分标准。在这样一个事先确定好的规范平台上，竞聘者严格遵守规定程序进行演讲，评委严格按照评分标准进行打分，就能使得竞聘活动更加规范有效。

二、演讲的本质与特征

演讲的本质问题讨论的是演讲之所以为演讲，而非其他传播方式的内在属性。演讲有其自身独特的规律，演讲者如想成功地发表自己的意见，阐述自己的主张，从而达到影响、感染和说服他人的目的，首先就应当了解演讲的本质特征，采用与演讲相适应的传播手段。

演讲是指就某些问题、事件面对广大听众发表自己系统的讲话。演讲活动必须包括三个要素，即演讲者、听众以及主客体所处的时间环境，三者缺一不可。必须指出，演讲与报告、发言、讲话等传播手段还是有着明显不同的。演讲不只是有“讲”，还必须有“演”，不但要传播思想理念，还要注重“演”的艺术性。二者同样缺一不可，相辅相成。当然，“演”与“讲”的和谐必须是以“讲”为主，以“演”为辅，“演”必须建立在“讲”的基础上，否则便失去了演讲的意义。演讲在传播手段方面主要包括三个方面：有声语言、态势语言和主体形象。

有声语言是演讲活动最主要的表达手段，是信息传达的主要载体。它由语言和声音两种要素构成，以声音运载思想和情感，直接诉诸听众的听觉器官。

态势语言是指演讲者的姿态、动作、手势和表情等，它是形体动作，辅助有声语言运载着思想和感情，直接诉诸听众的视觉器官。

主体形象是指演讲者的体形、容貌、衣冠、发型、举止神态等。演讲者是以其自身形象展现在听众面前的，主体形象的美丑好坏，直接影响着演讲者思想感情的表达，也是直接诉诸听众的视觉器官。

总而言之，演讲的本质在于它是一种通过充分调动演讲者的语言艺术和形象魅力，从而增强感染力的传播方式。

演讲就是讲话，但又不仅仅是讲话。它在个性化、艺术性、鼓动性等方面有着与普通讲话相比更高的要求。

1. 个性化。

演讲的内容应该是演讲者思想成果、内心世界、情感个性的一种表述。所谓文如其人，演讲也是如此。虽然现在很多演讲稿并非演讲者亲手撰写，但一个成功的演讲稿其内容也必须真正反映演讲者的思想、个性、气质、形象和习惯。同时，演讲者在准备过程中，必须将演讲内容完全内化为自己的东西。唯其如此，演讲时才能情真意切、感人至深，收获好的效果。对于演讲来说，只有能体现个性，才会具有生命力。

2. 艺术性。

演讲的魅力就在于它不仅只是一种传播思想的方式，而且它在表达形式上不断追求艺术化，给人以美的享受。

在阐发见解时，应避免简单的陈述说教，而应力求塑造于具体可感的形象，加入演讲者的感情色彩，使听众更容易受到感染，唤起读者对鲜明图画的联想。

在声音的运用上，演讲也要追求声音的圆润洪亮，语气的和谐自然，节奏的优雅动人，通过声音的韵律来达到感召听众的目的。比如，表达爱时，应气徐声柔；表达恨时，便气足声硬；表达悲时，要气沉声缓；表达怒时，就气粗声重。虽然演讲者对声音的要求不能像音乐家一样严苛，但还是应该从追求艺术的角度来尽可能地使声音更美一些，因为优美的声音对听众来说本来就是一种享受。而且，如果演讲的声音不好，是有可能引来听众反感的。

由于演讲者是以其自身形象展现在听众面前的，因此妥善地运用仪态和表情来配合话语，也是一种非常重要的演讲技巧。

3. 鼓动性。

鼓动性是指演讲者通过自己的演说，激发听众愿意按照演讲者所表达的意志采取行动的特征。从某种程度上说，鼓动性是演讲的根本目的。如果不是为了达成某种鼓动性，恐怕也就不会有演讲了。

鼓动性要求演讲者有深邃的见解、充足的材料、精密的论证、丰富的情感和坚定的信念，同时还要有慷慨激昂的陈词以及深沉、严肃、活泼、具有穿透力的声音。鼓动性以个性化和艺术性为基础，同时又能反作用于个性化和艺术性。

演讲要具有鼓动性，并不在于话多，也不在于声音大。关键是要能有利地把握当时的时空环境，掌握听众的内心需求，通过自身炽热的情感，去与听众形成共鸣。

三、竞聘演讲的功能

演讲有许多分类方式，如按演讲场所不同可分为法庭演讲、论坛演讲、课堂演讲、街头演讲等，按照表达方式不同可以分为叙事性演讲、议论性演讲、抒情性演讲，按照是否准备可以分为备稿式演讲、提纲式演讲和即兴演讲等，若按照演讲所要体现的功能则可以分为“使人知”演讲、“使人信”演讲、“使人激”演讲、“使人动”演讲、“使人乐”演讲。

（一）“使人知”演讲

这是一种以传达信息、阐明事理为主要功能的演讲。它的目的在于使人知道明白。

在这种类型的演讲中，要求演讲者知识丰富，语言准确，对所阐述的内容有深刻的了解，可以成竹在胸地侃侃而谈。

（二）“使人信”演讲

这类演讲主要是演讲者针对一些众说纷纭的话题，发表自己的看法。它的目的是要使听众相信并认同。“使人知”是“使人信”的基础，但听众往往对各种思想左右徘徊，不知何去何从。就算一时“知”，也不一定能真正实践。所以这就要求演讲者，不仅阐述的观点要正确，还要把重点放在“信”上。通过翔实准确的论据，严密合理的论证，表述清晰的语言来使得听众心悦诚服，抛弃以前错误的念头。

（三）“使人激”演讲

这种演讲意在使听众激动起来，它不单单是要向听众传达某种知识，也不仅是要让听众相信某种思想，而是要与听众在思想感情上产生共鸣，使得听众与演讲者一起喜怒哀乐，甚至产生愿意与演讲者同呼吸共命运，携手共进，并肩奋斗的想法。

（四）“使人动”演讲

这类演讲并不仅仅要求听众在听完演讲之后能够激情澎湃，更要求他能

像演讲者所希望的那样行动。

（五）“使人乐”演讲

这类演讲主要以活跃气氛为目的，通常出现在一些喜庆聚会的场合，且多以笑话、幽默、妙语为材料，倘能在欢笑之后还能引起一些人生思索，则更为上乘。

一般来说，成功的演讲都能充分体现上述一种或多种功能，具体到竞聘演讲则更是如此。竞聘演讲体现了所有演讲的功能。竞聘演讲的目的就是通过演讲的方式，向听众展示竞聘者的形象、阐述竞聘者的理念以及表达竞聘者的决心，从而让听众了解并支持竞聘者，最终赢得选票。竞聘者先是要“使人知”，让听众了解自己；接着要“使人信”，让听众对自己逐渐建立信任感；然后要“使人激”，让听众与自己实现感情上的共鸣；最终“使人动”，让听众将选票投给自己。而整个演讲过程都要注意“使人乐”，避免出现啰嗦重复，以致让听众产生疲倦厌恶的感觉。

第三节 竞聘演讲稿的作用和特点

一、撰写竞聘演讲稿的意义

只要条件允许，所有的竞聘演讲者都应该准备演讲稿。竞聘演讲稿的撰写直接关系到竞聘演讲的成败，进而关乎竞聘的成败。事先准备好一份完善的演讲稿，可以帮助演讲者理清演讲思路，提示演讲内容，把握演讲节奏和时间，妥善使用演讲用语等。

我们知道，有声语言有一个致命的弱点，就是从思想转变为语言的过程太短了。更遗憾的是思想一旦转变为有声语言，就进入听众的大脑，固定不能变了。我们的口语中经常会出现许多重复、凌乱、模糊、打结等毛病。当演讲者作公开演讲时，要求大脑的想象速度非常快，言语往往不能及时跟上思想。这种情况下，如果没有事先妥善准备好的底稿，就不得不因为要思考恰当的言辞，而表现出遗忘、重复、拉长和停顿的现象。这会让听众觉得演讲者反应迟钝、准备不充分或者学识浅薄。因此，他们不愿意积极与演讲者互动，往往表现出看书报、交头接耳、心不在焉等行为。而这样的反馈又必然影响到演讲者的情绪，使之感到沮丧、郁闷、委屈、气愤，甚至是彻底失望，最终导致一个演讲的失败。假使此时有份完善的演讲稿在旁“提醒”，演

讲者就不会因为受到干扰而思想混乱，同时还能有效地控制演讲的时间和节奏。

对于一般的竞聘演讲者来说，如没有扎实的演讲功底和娴熟的演讲技巧，撰写一份优秀的竞聘演讲稿就显得尤为重要。

二、竞聘演讲稿的特点

在通常情况下，文章都是写来供人阅读的，而演讲稿却是写来供人演讲用的。因此，由于演讲的特殊形式，竞聘演讲稿在撰写时需要注意以下三个特殊性。

（一）立足现实

一般来说，演讲所涉及的内容都不会是与人民生活毫无关联的陈年旧事，它所提出和回答的，是人民群众所关心的问题，是事关人民生活 and 生存发展的问题，是与人民群众身心健康息息相关的问题。即便是学术演讲，也必须是立足于今天的视角和思维方式，面对今天的听众，讨论学术研究对今天的人们的启示和意义。具体到竞聘演讲，更是要有现实性，竞聘演讲稿的主旨和材料都必须是从现实的实际生活中所提炼出来的。如果演讲者扯太远，就会偏离了竞聘的主题。

（二）有声演示

演讲稿存在的目的并不是通过其本身向听众传达信息，而是由演讲者通过有声演说的方式传达，这就决定了竞聘演讲稿在撰写时，不仅需要明确无误地阐述观点和事实，还必须适合演讲者的演说。在撰写竞聘演讲稿时，应当注意用词不宜太书面化，以至于听众听起来费力；语句不宜太拗口，以至于演讲者演说时口舌打结。在竞聘演讲稿的撰写过程中，竞聘者应当时时考虑到演讲时的场景，甚至想象听众侧耳倾听与演讲者振臂一挥的画面。先听到演讲时的声音，再将这些声音用文字符号记录在纸上，如此形成的演讲稿，方能够使得竞聘演讲声情并茂，感人至深。

（三）动态调整

竞聘演讲稿撰写好后，竞聘者应对演讲稿进行认真细致的修改加工，但无论演讲稿修改加工了多少次，都不可能将演讲时的所有情况完全准确地考虑在内，因为事物是变化发展的，总会出现这样或者那样想象不到的情况和变动。譬如，演讲稿中引用的案例出现了新的发展，演讲时间被延长或缩短，演讲场地大小明暗，以及听众心理情绪变动等等，这都要求演讲者必须及时

调整原来的演讲稿，或者舍弃一部分，或者增加一部分，或者将某部分用一两句话带过，或者将某个问题展开来谈，又或者是改变讨论问题的方式和角度。