

世界知名企业人际沟通培训必读

高效能说话 高情商做人

ひと

こと

ひとことりよく
一言力

りよく

〔日〕川上彻也——著

王雨奇——译

一句话，
决定你的一生。

打动对方只要 **十三字** 扭转局势只需 **十五秒**
轻松学会一语中的表达法！
最不想让竞争对手读的一本书



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

ZHO
紫图

ひと
こと
言
りよく
力

〔日〕川上彻也——著

王雨奇——译



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

图书在版编目(CIP)数据

一言力 / (日) 川上彻也著; 王雨奇译. — 北京:
北京联合出版公司, 2017.6
ISBN 978-7-5596-0448-4

I. ①—… II. ①川… ②王… III. ①语言艺术—通俗读物 IV. ①H019-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 094719 号

著作权合同登记 图字: 01-2017-3432 号

HITOKOTORYOKU

Copyright © 2016 by Kawakami Tetsuya

Original Japanese edition published by Gentosha, Inc., Tokyo, Japan
Simplified Chinese edition is published by Beijing Zito Books Co., Ltd.
through Discover 21 Inc., Tokyo.

一言力

项目策划 紫图图书 ZITO®

监 制 黄 利 万 夏

作 者 [日] 川上彻也

译 者 王雨奇

责任编辑 张 萌

特约编辑 张耀强 叶林轩

版权支持 王福娇

装帧设计 紫图图书 ZITO®

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街 83 号楼 9 层 100088)

北京中印联印务有限公司印刷 新华书店经销

140 千字 880 毫米 × 1230 毫米 1/32 7.5 印张

2017 年 6 月第 1 版 2017 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5596-0448-4

定价: 45.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容
版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本公司图书销售中心联系调换
纠错热线: 010-64360026-103

“一言之主”的震慑力

读完这本书，你就能掌握“一言力”。

所谓“一言力”，即“一言以蔽之的能力”。

掌握这种能力之后，它将成为你一生的武器。

在日本，“语言”自古就被视为某种特殊的东西。

“借言表事”，一句“吉言”会带来“吉报”，而一句“恶语”就会引发“厄运”。

日本人相信，语言中寄宿着神灵的力量，并称之为“言灵”。

《古事记》¹中就记载了一位执掌“言灵”的神明。

1 《古事记》：日本最古老的历史书。

一 言 力

这位神明就是“一言主”。

一言主是一位“仅用‘一言’即可描述世间吉凶”的神明。

据《古事记》记载，雄略天皇在前往大和葛城山狩猎的时候，偶遇一言主大神。

当天皇一行发现对面山脊上有一队穿着打扮与自己相仿的行人时，便上前询问对方姓名。对方这样答道：

“吾虽恶事而一言，虽善事而一言，言离之神，葛城之一言主大神也。”（我是不论好事坏事都一言以蔽之的神明，是葛城的一言主大神。）

天皇备感惶恐，遂向一言主大神献上弓箭和随行百官所着衣物。一言主大神收下了这些祭品，并目送天皇一行离开。

虽然在《古事记》中，一言主大神只出现过这一次，却展现出了强大的震慑力，也给读者留下了深刻的印象。

这是为什么呢？

所谓“一言以蔽之”，即只说真正重要的部分。

去掉一切浮夸无用的辞藻堆砌，将所想所欲之言精炼成“一言”，便能抓住“事物的本质”。

也正因为如此，能够用“一言”去描述世间万物（也就是能够看穿本质）的一言主大神，一出场便十分具有冲击性。想必雄略天皇也是在这种威慑下才对一言主大神另眼相待，诚心诚意地跪拜在神明脚下的吧。

本书将一言主大神这种“万物本质以一言蔽之”的能力称为“一言力”。

“一言蔽之”这四个字也可以换成“一语中的”“直击重点”“干净利落”“点睛妙语”“一针见血”等说法。

各位，你们想不想拥有这样的“一言力”呢？

对别人的长篇大论心生厌烦了吗？

只要掌握了“一言力”，就能够在社交生活中给周围的人留下强烈的印象。

如果仅用“一言”就能精确把握事物本质的话，你

一 言 力

就会给他人留下“思维敏捷”的好印象。

请各位回想一下自己工作时的情景。

当你听着新员工在会议上喋喋不休、唠唠叨叨地谈个不停的时候，有没有一种欲望想要质问他“你到底想说什么”呢？

当你看着部下交上来的冗词赘句，却始终找不到重点的时候，会不会心生烦躁呢？

话说得越多，文章写得越长，就越是难以准确把握事物的本质。

可能你会觉得“这我早就知道了”。

只是，当你一边对着别人的长篇大论或连篇累牍烦躁不堪的时候，你自己可能也在不知不觉中犯了“同样的错误”哦。

或许已经有人在暗地里抱怨你说话没有重点。而你之所以还蒙在鼓里，不过是因为你比他们年纪大、地位高罢了。

如果你还是个新职员，如果你还在努力寻求出人头

地的机会，那么“简短有力的表达”就更显得重要了。尽早掌握“一言力”，就能让你的工作大有起色。

在信息大爆炸的现代社会，“一言力”的重要性已经在越来越多的方面得到体现。

本书将“一言力”分为以下七种能力，篇幅虽短，却内容丰富。看完本书，你就会明白，怎样才能做到“万物本质以一言蔽之”。

·1·概括力 >> 简短概括信息或想法的能力。

·2·断言力 >> 敢于冒险提出断言的能力。

·3·提问力 >> 抓住对方兴趣点提出设问的能力。

·4·短答力 >> 简短、准确回答提问的能力。

·5·命名力 >> 起一个简短、简单、直接的名字的能力。

·6·比喻力 >> 瞬间说出让人叫绝的比喻的能力。

·7·口号力 >> 提出打动人心的宣传语的能力。

一言力

以上七项都是用“一言”去表达万物本质时必不可少的能力。

通过灵活运用这些能力，你就能够掌握“一言力”。

为了让大家能够更好地理解，我们来看看现实生活中的例子吧。

“一言力”让你彻底扭转局势

当你处在劣势的时候，正是你需要“一言力”的时候。

1984 年的美国总统选举。寻求连任的共和党领袖罗纳德·里根总统受到了来自民主党候选人沃尔特·蒙代尔的挑战。当时的里根总统已经 73 岁高龄了。而蒙代尔却只有 56 岁，可谓是正值壮年。在大选前的媒体报道和民意调查中，都有大批民众对里根总统的高龄表示担心。

事情发生在两人参加电视直播辩论的时候。主持人抛出了里根已非壮年的话题，并举例表示在古巴导弹危机的时候，时任总统肯尼迪为了解决危机，曾经一连数日不眠不休。随后，主持人质问道：“已经是美国历史上

最年长总统的你还能保持这种体力吗？”

年龄对于里根来说是最不愿意被人抓住的弱点。显然，这是个很尖锐的问题。

但是，他却一脸云淡风轻的表情，只用短短几句话就扭转了自己的不利局面。

他是这样说的：

“

“希望你能明白，我不希望在这场选举中把年龄变成争论的焦点。换句话说，我并不打算让大家把注意力都集中到对方候选人(蒙代尔)是多么年轻和稚嫩这一点上来。”

”

如此完美的反击在现场引起了哄堂大笑。就连提出质疑的主持人和身为对手的蒙代尔都不禁笑了出来。从那以后，再没有人提起里根的年龄问题，而里根也在选举中以压倒性优势获得胜利。

里根后来回忆道：“可以说正是这短短的两句话，才让我稳操胜券。”

这种能力在一言力中被称为“短答力”。

因为“一言力”而成为世人关注的焦点

在体育界，也有很多选手拥有强大的“一言力”，给人们留下了深刻的印象。

例如，在日本职业棒球界，不论是作为选手还是作为总教练都成绩斐然的野村克也就曾经因为“一言力”而受到许多人的关注。

他所拥有的“一言力”并不是天生的才能，而是很早以前就有所准备，不断打磨出来的能力。

在野村克也的球员时代，当他成为棒球史上第二位击出 600 支全垒打球员的时候，他说了这样一句有名的话：

“

如果说王贞治和长岛茂雄是盛开在太阳下的向日葵，那我就是悄悄绽放在夜幕中的月见草。

”

其实，这句话是早在采访前几个月就准备好的。

当时，由于野村所属的太平洋联盟¹人气惨淡，所以这句感言如果不能给人留下深刻印象，是不会有新闻媒体对他进行报道的。考虑到这种情况，野村从很早以前就开始组织自己的感言。在读到太宰治《富岳百景》中的一节时，他看到这样一句话：“月见草与富士山十分相称。”受其启发，野村想出了那句名言，然后在最合适的时机把它说了出来。

这是“一言力”之中的“比喻力”。

在那之后，野村本人的发言或是源自野村发言的词语开始流行起来。例如在他身为现役球员时代的“将一生奉献给捕手”，作为球赛解说员时代的“野村观测器”等。成为总教练之后，他又催生了“ID 棒球”“野村重生工厂”等多个流行语（这叫“命名力”）。在他以总教练的身份执掌东北乐天金鹰球队的那段时期，比赛结束后的赛后访谈一定会出现在体育新闻上。

1 太平洋联盟：日本职业棒球联盟之一，目前有北海道日本火腿斗士队、东北乐天金鹰队、埼玉西武狮队、千叶罗德海洋队、欧力士野牛队、福冈软银鹰队等六支球队。

据说，这些名言并不全是他当场想出来的，其中有很多是野村在日常生活中通过大量阅读积累下来的句子。

上文中提到的里根总统，看上去好像也是临场即兴发挥给出了那样一个回答。实际上却很有可能是因为料到必然会有人抛出这个问题，故而做好了万全准备，提前想好该如何反击。

常言道“台上一分钟，台下十年功”。通过上面的例子我们可以知道，想要提高自己的“一言力”，日常生活中的点滴努力和精心准备都是必不可少的。当然了，或许也有人就是有这种天赋，随口一句即是生花妙语。但更多的人想必并非如此吧。说起来，如果真是那样的天赋异禀，也就不会特意买下这本书了。

那么，要进行什么样的训练才能掌握“一言力”呢？对此，本书也会有详细的介绍。

广告人的工作不仅是写广告

我是一名广告人。

各位对于广告人这份工作是怎么看的呢？

大多数人都会觉得我的工作就是撰写“广告词”吧。简单来说，就是“用简短精炼的一句话来描述商品和公司优点的工作”。

但是我认为，广告人的工作并不仅仅是撰写广告词。

或者说，在撰写广告词以外的领域反而更能让我大显身手。

因为在广告圈以外的领域，也是需要借鉴广告文案的撰写方法的。

比如说，有时候会有公司要求我为他们想一个与“公司经营”有关的词语。

除了经营理念和企业标语这些常见的委托以外，我还需要考虑经营者在不同情况下应该说什么话。这种时候，会由我来为他们撰写发言稿。

地方自治体和工商团体有时也会要求我来帮他们策划一个可以推动地区发展的方案。

因为以什么样的词句作为口号，从什么样的角度去发掘自己的特长，这些都将大大影响人们对该企业或该地区的关注度。

今后，我希望能够从事与解决社会问题相关的“语言开发”活动。

综上所述，我认为广告人的业务范围今后将会继续扩大。虽然领域不同，但大家所追求的到头来都是要“简短精炼地描述优点”。

可以说，这是最需要“一言力”的一份职业了吧。

我在做广告人的过程中，对于如何更好地提高和使用“一言力”有了一些自己的看法和理解。希望能够通过这本书，用通俗易懂的话语与大家分享我的这些心得。

“一言力”应对各种情况都必不可少

“一言力”在各种场合都十分重要。

最容易理解的就是在商业领域的运用了吧。

不论是会议发言，还是起草商务文书，都需要我们“用简短有力的话语去描述事物的本质”。

在开发新商品或起草新内容的时候，能否用一句话去描述这项策划将起着决定性的作用。大多数热卖商品都能用一句话概括其卖点。即便是一部投资数十亿的好莱坞电影，在最初策划阶段，能否用一句话表达其中心思想也会影响到初期的融资。

对于商人来说，有没有“一言力”会决定他的工作能不能做好。

在公司经营方面，“一言力”也是十分重要的。

经营者需要向公司内外不断展示自己的“方针”“理念”。

这种方针理念究竟是“直击重点，一针见血”，还是

一言力

“老生常谈，陈词滥调”，不仅会大大影响外部对该公司的评价，甚至会影响到公司员工的工作积极性，进而左右公司的业绩。

即便你不是公司的经营者，只要你身居管理要职，那么“一言力”对于提高你的领导能力就是不可或缺的。能否让下属紧紧团结在你的周围，不是靠内容空洞的长篇大论，而是看你能不能只用“一言”就抓住问题的核心。

在商业领域之外，“一言力”的重要性也越发现出来。

例如，在学术领域。在日本全国的大学和科研机构里，有很多人都在从事十分有意思的研究。

可惜的是，即便这个研究非常有意义，若不能简洁明了地去描述其研究内容和研究意义，很多人是无法理解其必要性的，结果就导致该项研究迟迟无法筹集到足够的科研经费。

在政界，“一言力”的重要性也不可小觑。

能够获得国民支持的政治家都是拥有“一言力”的政治家。