

现代企业丛书

企业与口才

王雅卿 主编



辽宁民族出版社

《企业与口才》编委会

沈阳新明反光器材厂编

主 编：王雅卿

副主编：孟宪增

张世源

编 委：王景生

李春波

萧 任

陈国庆

张玉杰

程天锐

珊 瑚

姜 彬

曲士荣

李贵文

梁士宏

王雅娟

序

我们的时代，世界是个地球村。

时代需要我们的整个民族具备开放的心态和风貌，需要我们民族的每一分子都具备开放的人格和自我。

对于企业来说，演讲、交谈、谈判、论辩具有重要的地位和作用。

据有关资料统计，领导者实施领导，90%以上要通过语言实现。

这是编撰《企业与口才》的基本宗旨。

说话是人的天赋本能，但良好的谈吐要靠后天的习练。说话——对于企业经营者来说，是一门艺术。

人们常常把艺术理解为“有声、有形、有像”的东西。

一句话救活一个厂，一句话开发一个产品，一句话打通一个销售渠道，这话就是艺

术。

不是套话，不是客套话，而是信息语言。

“声一无听，色一无文”，五彩缤纷的统一与交相辉映才美。

在音乐中七个音符位置的变更，排列组合的不同，可以谱出无止境的乐曲。

在语言运用中，甜言和恶语的使用，也会演出落差不同的悲喜剧。谈判的成与败，销售的畅与塞，信息的得与失，管理的好与坏，无不与语言息息相关。

我国的汉语，在语音上韵多声少、响亮悦耳，音节匀称、成双成对，声调抑扬、优美动听；在语汇上，造词灵活、词源雄厚，词意精细、形象生动，成语丰富、言简意赅；在语法上，结构简明、辨义清晰，词序固定、句式精炼，虚词多样，生动传神。

它不仅是世界上最美的语言之一，也是我国参与国际贸易往来渠道的重要工具。

英语词汇的丰富程度，没有人表示异议。

但要知道——

英国在其远涉重洋、疯狂扩张的殖民鼎盛时期，在其与五大洲各国广泛频繁地进行经济贸易交往中，各民族语言的大量词汇源源不断地涌入英语。

印第安语中的“巧克力”、
西班牙语中的“货物”、
意大利语中的“空心面”、
德语中的“陈啤酒”、
希腊语中的“伏特加”、
阿拉伯语中的“炼金术”、
汉语中的“茶”……难以尽数。

尤其是二次大战后美国科技的发展，使众多新词跻身于英语词汇行列。

这一切才使得英语词汇的数量，在世界上稳执牛耳。

在这个意义上说，企业之口才不仅是企业发展的重要条件，也是国家、民族发展的重要因素之一。

自从人类创造语言以来，语言便改变了国家的命运。语言进入了经济领域，有时也能改

变企业的命运。

舞台上，反光灯上照的黄色胶纸会使原本美丽的女人变得丑陋可怕。要是换成粉红色的胶纸就会在人脸上覆上一层柔美光泽的色调。

一个人的谈吐就象改变演员形象的灯光胶纸，能彻底改变人的形象。确实清楚它不是黄色，而是柔美的粉红。谈吐能展现出原来似乎黯然无光的人格优点，能使一个不太聪明的男人显得优秀杰出，也能使一个不太迷人的女性显得无可抗拒。

有人说：就算调整得最完善的一把小提琴，假使没有音乐家去演奏，它自己也不会发出悦耳的音响。善谈者，应当是一个技艺高超的琴师。在演讲时要善于弹拨人们的心弦，刺激之、兴奋之、安慰之、激励之。

历代名人诸如荷马、但丁或莎士比亚，他们的语言之所以震撼人心，主要是他们会处理特殊的情境，用语言来创造画面。

例如，一个普通人在形容对技术精益求精过程时，只会说些陈腔滥调，而莎翁却说：是

“金上镀金、百合著色、紫罗兰添香”。

在我们的社会上，即使最简单的事情，也需要彼此合作，因此他们首先必须先彼此了解，语言是彼此联系的起点、终点和联接点。

医生可以在十分钟内教会学员怎样割除扁桃腺，但却必须花四年的时间来教学员出现意外情况的时候怎么办。

据说植物学怪杰路德·布班克栽培数以百万的植物标本，就只为了发现其中重要的一、二种。

说话的道理在于——去芜存菁。

千言万语不如一针见血。

事业的成功和失败，往往决定于某一次谈话，这话绝不是过分夸张的。在富兰克林的自传中，有这样一段话，我在约束我自己的时候，曾有一张美德检查表的实行，当初那表上只列着12种美德，后来，有一个朋友告诉我，说我有些骄傲，这种骄傲，常在谈话中表现出来，使人觉得盛气凌人。于是我立刻注意这位友人给我的忠告，我相信这样足以影响我的前

途，然后我在表上特别列上虚心一项，我决定竭力避免一切直接触犯别人感情的话，甚至禁止自己使用一切确定的词句，象“当然”、“一定”、“不消说”……而以“也许”、“我想”、“仿佛”、……来代替。富兰克林又说：“说话和事业的进行，有很大的关系，你如出言不慎，跟别人争辩，那么，你将不可能获得别人的同情，别人的合作，别人的助力。”

大概是1952年，日本的一位工程师，因发明小型引擎而获得蓝绶勋章，但就在宫中所设的颁奖会前，他申请要穿工作服出席。

俗话说：“工欲善其事，必先利其器。”

自古以来，愈是第一流的工匠，就愈重视自己的工具。

今日企业的领导必须有一个共同的特点，那就是清晰旨定、强而有力的表达能力。

为什么有的领导干部讲话人们不爱听，为什么有的专家教授堂屋贴上“闲谈莫过五分钟”，为什么商业谈判常常失利，为什么好的

商品市场不认识……现象的反复出现，预示其中有规律。

前天是“文言文”，昨天是“白话文”，今天，信息语言文应登上语言舞台了。

语言虽无形状，却是个动态。

在语言和语言运用中：

言辞朦胧常常比言辞清楚强。弱者往往会胜强者。

能言者是银子，寡言者是金子；人过于沉默，会永无出头之日的。

有良好的口才，同时必须有良好的耳才；

有话则长，无话则短；

果断，但不武断；

坚定，但不固执；

活泼，但不轻浮；

自信，但不自负……

这些虽说不上是企业的口才准则，却是口才与善言者的哲理思维与辩证观点。

《企业与口才》选编了二、三百例企业界的小故事。情节生动，对话精辟，蕴含哲理，

富于教诲。几乎每个事例都可以独立成章，引人入胜，发人深思，触发人的灵感，去创造性的解决企业中遇到的困难和问题。

王雅卿

1991年8月于沈阳

目 录

序

情 报 信 息 篇

口才与适当的方法.....	3
胜家购买发明权.....	4
不可多得的机会.....	5
说服——唇枪舌剑.....	7
搭讪的按钮.....	8
语言交流的效果.....	10
做生意的宝贵技巧.....	11
罗斯福答朋友问.....	12
口才与信息交流.....	13
听一言成名家.....	14
交谈与计算机.....	15
发明家妙语论失败.....	16
人生的转折点.....	17
不耻下问.....	18
入乡随俗.....	19

再谈得信息.....	20
预言与财富.....	21
倾听他人意见.....	22
电话与经营.....	23
造势之形.....	25
征求意见.....	26
一席话与发家.....	26
谈判与谈“熟人”.....	27

销 售 篇

“世界上最美的脸”——征服消费者的口才.....	31
登门槛销售技术.....	33
推销员的第一句话.....	34
安妮的经销语言.....	35
应得的报酬.....	35
推销员征服棒球运动员.....	37
巧妙推销产品.....	38
抓住注意力.....	39
推销与掌握人的心理.....	40
切忌说“你错了”.....	41
向困难挑战.....	43
推销与语言.....	45
一块口香糖.....	45
过期面包的风波.....	46

07	吸尘器的故事.....	48
07	推销时的语言.....	49
08	推销员的“二进宫”.....	50
12	保住了一个帐户.....	51
22	坦率地说出缺点.....	52
	推销香蕉.....	53
	自动说出弱点的推销.....	54
	拒绝与依赖.....	55
	求职与交谈.....	56
78	交谈与参观.....	57
82	避开锋头 展开道理.....	58
02	戏剧色彩的买卖.....	59
00	软、硬推销术.....	60
10	“柳暗花明”的谈判.....	62
20	拉弟挨的谈判艺术.....	63
80	上司眼中的推销员.....	64
10	推销口才赶走“味〇素”.....	65
00	以奇招宣传产品.....	67
00	和睦与推销.....	69
70	讲道理与推销.....	70
70	诚实的售货方法.....	71
000	压价.....	72
001	诱导顾客.....	75
101	处罚的语言艺术.....	76
801	卖玉米棒人的口才.....	77
101	唠与销.....	78

推销沙子的技巧.....	79
借用力量与成功.....	79
引得顾客多开口.....	80
闲聊为谈判搭桥.....	81
谈判地点之争.....	82

管 理 篇

用手中的尺子敲他一下.....	87
反激励的艺术.....	88
口才与耳才.....	89
批评的分寸.....	90
用才的诀窍.....	91
间接胜直接.....	92
赢得合作.....	93
经理的赞扬.....	94
警句.....	95
话，化仇为友.....	96
靠信任化解冷漠.....	97
天崩地裂，我也不绝望.....	97
洛克菲勒的闲谈.....	100
巧妙的暗示.....	100
遗言之功绩.....	101
银行总裁的时间观念.....	103
“金香蕉”奖.....	104

言语制怒.....	105
玛丽·凯的批评艺术.....	106
满地硬币的故事.....	107
“刺头儿”与社长.....	108
矫正不负责任者.....	110
责备与信赖.....	111
充满信念的说服.....	112
诙谐的讽刺.....	113
激发潜能.....	114
请求工作的结晶.....	116
安慰.....	117
幽默的解脱.....	118
自己的意见如何被采纳.....	118
不必讲全更有效.....	119
口才与竞争雄心.....	120
提问题不下命令.....	123
责备与情感并举.....	124
建议.....	125
出主意.....	126
同舟共济.....	127
松下责骂后藤.....	129
斥责与幸事.....	130
跳出危机的演说.....	131
适于领导者的口头禅.....	132
劝酒与口才.....	134
“引用”可为你的口才增辉.....	137

301	寓理于例.....	138
301	在机场遇到的问题.....	139
701	再给他一次机会.....	141
801	先礼后兵.....	142
011	迟到发现了特长.....	143
111	幽默的批评.....	145
511	合作与共同利益.....	146
611	给话加点糖.....	147
111	应该是我请你吃饭.....	148
311	劳动者心声的流露.....	149
711	爬进炉膛里去.....	151
811	自言自语的策略.....	153
811	农夫教子.....	154
611	言语与大度.....	155
130	制怒与封王.....	155
631	狄仁杰的为人.....	156
131	耐人寻味的答问.....	157

新 产 品 开 发 篇

021	用言辞描绘图画.....	163
161	一句话的演讲.....	164
581	改变命运的赞扬.....	164
161	免费冰水的启示.....	166
161	名人与“名言”.....	168

101	贝尔的“口功”	168
201	淘金工人的话发明了牛仔裤	169
001	挨骂与发明	171
001	问答的启迪	172
101	创新的秘诀	173
301	居里夫人只有两把椅子	174
301	儿子的喧哗声	175
101	提建议活动与表带诞生	176
201	启发	177
101	家中的语言——创造的源泉	178
301	沉默也是一种口才	179
001	餐桌上的交谈	180
111	从声息中获偏方	182
311	夫妻对话与活版印刷	182

经 营 篇

111	服务的最佳收获	187
311	倾听抱怨	188
021	语言与生意经	189
111	把主意传达给对方	190
021	开诚布公	191
111	电话道歉公司	192
031	语言广告	193
131	帮助你的人是你自己	195