


# MY IMPACT



## 演讲的本质

让思想更有影响力

[英] 马丁·纽曼 (Martin Newman) 郑燕 著

演讲不是模仿别人，而是成就自我

抛弃演讲套路，学会掌控自如、打动别人的影响力艺术

重塑更好的自己

# MY IMPACT



## 演讲的本质

让思想更有影响力

[英] 马丁·纽曼 (Martin Newman) 郑燕 著

### 图书在版编目(CIP)数据

演讲的本质:让思想更有影响力/郑燕,[英]马丁·纽曼著.--北京:中信出版社,2017.1  
ISBN 978-7-5086-6935-9

I. ①演… II. ①郑… ②马… III. ①演讲—语言艺术—通俗读物 IV. ①H019-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第257033号

演讲的本质:让思想更有影响力

著者:郑燕,[英]马丁·纽曼

出版发行:中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲4号富盛大厦2座 邮编 100029)

承印者:北京通州皇家印刷厂

开本:880mm×1230mm 1/32

版次:2017年1月第1版

广告经营许可证:京朝工商广字第8087号

书号:ISBN 978-7-5086-6935-9

定价:49.00元

印张:8.75 字数:138千字

印次:2017年1月第1次印刷

版权所有·侵权必究

如有印刷、装订问题,本公司负责调换。

服务热线:400-600-8099

投稿邮箱:author@citicpub.com

## 序言1

# 你为什么演讲？

写作本书的初衷不是为了告诉读者演讲的技巧，这样的书已经有很多了，这也不是我和郑燕想做的事。我们想从其他的角度重新探讨演讲的价值。

一提到演讲，很多人会觉得一定是站在舞台上，面对成百上千的观众。其实本书所指的演讲，不仅包括大型公开演讲，也包括平常的项目陈述、商务谈判，甚至是给员工开会或者和下属谈话。在日常工作中，我们常常遇到需要说话的场合，只是很多人常常会忽略两个非常重要的问题——“我为什么要做这件事？我说话的目的是什么？”

如果读完这本书后，你在以后的每一次演讲之前都问自己：“我为什么要演讲？”我和郑燕会觉得非常欣慰，因为我们写这本书的目的实现了一半。

在为客户培训之前，我和郑燕都一定先问客户：“你为什么要演讲？”很多客户听到这个问题后总是两眼茫然地望着我们，觉得这个提问很奇怪，不知道从何说起。在我们解释了原因之后，他们才明白用意。

你为什么演讲？

“因为这在我的行程表上，作为企业的CEO（首席执行官）我每年都会做很多演讲。”

这个回答很不理想。

“因为我需要给消费者介绍我们的新产品。”

这个回答也很不理想。

“因为我被邀请去了这个论坛，不好拒绝。”

这个回答更糟糕。

那究竟什么才是正确答案？我和郑燕的全部努力也只是为了让读者明白一个道理：你付出辛劳准备演讲，花费了巨大的人力物力，而这一切只是为了建立信任。

信任？演讲和信任有什么关系？

换个角度思考，如果演讲只是你传达信息的平台，为什么你不用其他更便捷、更实惠的方式呢？比如邮件、微信、短信。观众愿意花时间和金钱坐在你的面前，这是一个难得的好机会，一个可以与客户建立信任的好机会。

几个月之前，我给一家电讯公司的CEO约翰做培训。他当时正要发布一项新的技术，他的团队策划了一场大型的国际型会议，世界各地的企业领袖都将参会。五星级酒店早被预订好，宴会的餐点和酒水精致昂贵；舞台设备齐全，视频也早已经录制好，一切看上去都完美无缺。我问约翰的助理这场会议的成本是多少，对方告诉我花了几十万美元。

我沉默。

我的工作帮助约翰准备他在会议上的演讲，我问他那个老问题：“我们为什么要邀请那么多人来参加会议？”他听后非常吃惊地回答：“这还用问吗？当然是想让大家了解我的新产品啊，我想尽可能详尽

地介绍我的新产品和新技术。”

我还是没有任何回应。

我拿到了团队为他准备的演讲稿，内容的确事无巨细，通篇读完需要40分钟。我对约翰说：“我已经知道你要说什么内容了，不如你先试着把稿子读一遍吧。”

约翰开始通读演讲稿，一开始他精神饱满，充满了自信，能量爆棚。不过我已经料到，他的状态马上就会出现变化。果然，几分钟后他的脸上有了倦意。我看见他的眼中缺少了一些神采，语调也变得平淡。他不像一开始那样富有激情，身体似乎在颤抖。

大概演讲到15分钟，约翰停了下来，喝了一大杯水，一脸绝望地看着我。“我知道我们还没进行到一半，但我可以休息一下吗？我感觉不是很好。”约翰问我。

“当然，好好休息。我会一直在这里。”我安慰道。

他入神地盯着双脚，看上去像在思考。他走下了舞台，注视着我：“我现在感觉不太对，你是教练，可以告诉我哪里出问题了吗？”

在他念稿的时候我已经给他录了像，于是我对他说：“想要知道问题所在，不如你自己先看看录像吧。”

我们开始一起回顾他的整个演讲过程，其间我一句话也没说，因为他会发现自己的问题。

“天哪！这太无聊了，我看起来无聊，听起来无聊，说的内容也很无聊。我自己都觉得这么无聊，听众肯定会睡着的。”

“但是你说过想让大家听技术，你现在的稿子挺好的。”我故意刺激他。

他看起来有些沮丧，却无言以对。他再次问我：“你是教练，你得告

诉我，哪里出问题了？”“你确定想要听真话？”我如此问道，因为不是所有的人都真的想听到实话。

“当然了，快直说，我不怕打击。”约翰非常直接。

我看着他的眼睛问：“你确定要详细地说技术细节？”

“对，因为如果大家不能明白，我们的产品很难推广。”

“但你自己很清楚这样做很无聊，不是吗？”

“是的。所以你得告诉我，我应该怎么做？”

“取消这次大会。”

他脸色大变，觉得我说的简直是天方夜谭。

“你真的确定要花几十万美元办一场让大家觉得很无聊的会吗？”

他摇摇头。

“你不如取消会议，然后给所有人发邮件，把你所有的资料、数据等细节都附上。然后再附上一个文档，讲明你的用意，确保每一个人都了解你的产品。”我对他说，“而且这还能为你省几十万美元呢！”

很长一段时间的一段沉默之后，我接着问：“问题解决了，不是吗？”

“嗯……我想，”他吞吞吐吐地说。我能看出他很纠结，我也能看出他正在酝酿一个新的想法。

“是的。发邮件是更好的方式，但是……”

“但是什么？”

“我需要亲眼看到我的朋友们。”

他说这句话的时候没有任何停顿，语气中带着一丝绝望，但依然充满能量。

“我需要让他们了解这个产品，我也需要参会者能了解彼此，我还希望他们更了解我。”他说，“我需要和他们面对面地交流，因为他们能

给我力量、信心和支持，而我需要他们信任我。”

他说这些话的时候很激动。

“这是我能做到的全部事情，”他总结道，看上去比刚才冷静了很多，“我们在同一个会场，呼吸着一样的空气，共度一样的时刻。”

我问：“所以你现在还认为开会唯一的目的是推广产品？”我们面面相觑。

“嘿，老兄，”他笑语，“这真是历史性的一刻。”

他拿起演讲稿，全部撕掉。

“好了，教练。”他微笑着说，“我们不如从头开始吧。”

几个小时以后，我们写好了一份新的讲稿。我们写了他自己的故事，用他自己觉得最自然的方式去演绎。

整篇演讲稿没有提及任何与技术相关的内容，但充满了约翰对团队的感情，对事业的执着，真实又温暖。当约翰再次走上讲台时，他已经彻头彻尾地改变了，此刻他正在燃烧。

他微笑着，充满能量，看上去兴奋、自信。

很幸运，我遇到了一个和我想法相同的人。

人生的际遇常常很奇妙，一些不起眼的细节往往会决定我们的思考，影响我们的决定。

一次机缘巧合促使我写下了这本书。

两年前，我在东京组织研讨会的时候遇到了郑燕，会后她向我发出了邀请，请我去北京谈合作。但是，我对她并无印象，因为在我眼中亚洲人长得都很像，而她的面孔不过是众多亚洲面孔中的一张。

西方人看中国人，会觉得他们的长相差不多，中国人看西方人也是一样。比如，“那个老外对我说……”或者“那个中国人今天……”，我



们总是习惯于用群体指代某一个外国人。之所以会这样，是因为我们来自不同的国家，有着完全不同的文化背景，这导致我们对他人的认知产生了一定的障碍。比如，我们对别人的口音、说话方式、着装、长相很不敏感，在我们眼中，他们不是有血有肉的个体，只是一个大群体中的一员。

郑燕和我在东京认识的一些商务人士关系很好，我决定去北京看看，即使我并不是很清楚她究竟要跟我谈什么合作。大卫·帕拉丁·弗罗斯特（David Paradine Frost）是英国著名的主持人、记者，他几乎采访了从里根到奥巴马所有的美国总统，他曾告诉我：“我人生最遗憾的事就是当机会敲门时，我却错过了。”

我当时认为郑燕为我开启了一扇门，一扇进入中国市场的门，我决定走进去看看。

这件事对我来说很突然，但郑燕早已筹备好了一切。她再一次邀请我去北京，虽然我答应了，但我还是不知道她是谁，只知道她是一个来自中国的女CEO。但是那次的北京之行改变了我对她的认知。在北京，她介绍了一些新朋友给我认识。那天我们共进了晚餐，不只是谈生意，席间我们还聊了很多别的话题，比如文化、家庭、孩子、假期、红酒、美食等。我还见到了她可爱的女儿，领略了她的“夏威夷舞”，才知道她是个跳舞高手，当天她还教了我一些舞步，可惜向来不会跳舞的我学了很久也无果。

一顿晚餐下来，我发现我更了解她了，这让我感到意外又惊喜。

那次聚会后，郑燕在我心中的形象逐渐丰满，她不仅是一个中国女CEO，而且是一个有血有肉、个性鲜明的个体。

北京之行后，我对郑燕才算真正意义上产生了信任，发自内心地觉

得她是值得合作的伙伴。

后来我才发现，我和郑燕的合作好像是注定的。郑燕早在几年前就萌生了做商业领袖演讲培训的想法，以帮助更多的中国企业家走向国际舞台。和我的想法一致，她也认为演讲的目的是建立联结，这种联结关乎人的感受、情绪，并且可以帮助人们建立彼此间的信任。我有了一种遇到知音的感觉。

建立信任的联结，这是我们合作的目的，也是贯穿本书的核心，更是你阅读本书的理由。

马丁·纽曼 (Martin Newman)

## 序言2

# 这本书为什么适合你？

8年前，在中国东北的某个城市，冬季的早晨寒气逼人，即便我裹了厚厚的羽绒服，仍能感受到强烈的寒意。我们为一个日本跨国零售巨头开发布会，他们在中国开了第一家海外分店。

那时创始人已经70岁，当天他需要发表演讲，面对着70余家当地媒体及众多中央媒体，以及众多听众。虽已至古稀之年，这位创始人看上去依然精神焕发，神采奕奕。他从最初的技术员工，一路拼搏到成为企业一把手，一手缔造了自己的“帝国”。在他的公司里，没有人敢反对他，因为他总是拥有令人信服的判断力。别人需要花好几个星期研究的问题，他往往几分钟就能思考出结果，而且总能做出准确的预测、高瞻远瞩的决定。正因为他无人能及的能力，在他的“帝国”里几乎没有人敢跟他唱反调，也很少有人敢给他提出建议。

当天在场的所有人都穿得特别厚，但出于礼貌，这位创始人依旧坚持穿着西服上台演讲。他的演讲稿是由我撰写的，中文和日文都经过精心设计、反复修改，用词尤为考究。我反复琢磨他的用语习惯，同时为了照顾老人视力不好，我特意用16号字打印在A3纸上，并且标明了需要停顿以留出翻译时间的地方，这篇演讲稿算得上是我付出很多心血的

得意之作。但工作人员告诉我，这位创始人没有时间排练，为此我心里有些忐忑，不知道这位著名企业家会怎么发挥，心里怦怦直跳。

站在离演讲台不远的地方，我看见他拿着讲稿的双手一直在抖。他用颤抖的声音一字一句地读着稿子。刹那间我竟觉得这位呼风唤雨的传奇人物有些可怜。看看周围，好像也没有人注意到他发抖的身体。我有些看不过去了，他作为一个世界级的优秀商业领袖，应该在中国媒体面前展现出一个更好的形象。于是在正式开始之前，我到了他的休息室，请他的工作人员给我机会为他介绍中国媒体的概况。因为当时我并不确定他是否会接受我的建议，以为他早已习惯了“帝国”的规矩。即便我想要为他提出建议，他身边的员工也不会采纳。所以我选择以介绍媒体为由，实际上是想给他一些建议，帮助他更好地表现。

简单介绍完媒体之后，我告诉他因为现场有翻译，观众都是通过翻译获取信息，所以即便他说错了也没有关系。他只需专注于展现最好的自己，让观众感受到他原本就具备的气势和魅力，给他们留下更好的印象；每个停顿处抬头看看摄影机镜头，因为一直低头念稿上电视会不好看。最后我鼓起勇气告诉他：“你可以入乡随俗，东北天气很冷，省领导也会穿着大衣上台，一个人穿着西服也不太合适，拍合照也不好看。”

他听了我的话，原本紧绷的情绪好像放松了很多。休息了30分钟后，正式演讲时他的表现明显好多了。后来在他接受媒体专访的时候，我也一直坐在他能平视到我的地方，通过眼神给他鼓励，让他感到安心和放松，同时避免他总是回头看翻译。这是他第一次在中国接受媒体采访，原本自信坦然的他有些不知所措，我当天小小的建议让他回归镇定和从容。

那次经历之后，在他遇到有关中国市场的问题时，不论是广告的创新、公司的名称还是一些在中国的危机应对，他都会托人问我的意见。

从那以后，我为服务的客户增加了发布会或媒体采访前的“陪练”服务。越是优秀的领导，内心越渴望成长。8年来，我陪练了数十位领导，同时也在不断地学习日本电通公关近55年的经验及国外演讲技术，并不断实践、完善了针对中国企业家的商务演讲培训和新闻发言人培训。4年前，曾经并肩合作的战友，原电通蓝标<sup>①</sup>总经理南开龙称我是“四陪”。现在想起来，他一直默默支持着我去做似乎费力不讨好的“陪练”工作。尽管这不是我们的主营业务，但企业领导人代表了企业的形象，是企业传播的重要角色，而领导人演讲是企业进行品牌传播的重要方式，因此，领导人“陪练”可以让发布会更好地达到传播目的。有了他的理解和支持，以及过去6年原电通蓝标全员的努力，才成就了今天的电通公关。

很幸运，我遇到了很靠谱、有公关理想、愿意干实事的伙伴们，感谢。

很多年前我留学东瀛，在美国咨询公司做了四年战略顾问后转入电通集团，从事沟通工作。从品牌管理、公关策略规划，到公关的落地执行，16年来我接触过不下100家企业。在东北发布会的经历让我意识到领导人演讲培训的必要性。即便是无比优秀的企业领袖，他们在公开演讲方面也未必能做到完美，越是优秀的领导内心越渴求成长，他们需要专业人士为他们提出建议。在中国，大多数企业领袖不太重视公开演讲，甚至轻视演讲，认为演讲和商业没有什么关系，可是一旦走出国门

---

<sup>①</sup> 电通蓝标：全称“电通蓝标公共关系顾问（北京）有限公司”，于2016年1月正式更名为“电通公共关系顾问（北京）有限公司，简称‘电通公关’”。

就不知所措，这样的认知也导致了中国企业家的国际信任度较低。前段时间我看到一个《中国企业家生存报告》，其中明确指出当前严重影响中国企业总裁生活品质 and 事业提升的关键问题之一就是演讲力的缺失。中国企业家不会在公众场合演讲，导致企业发展遭遇瓶颈和个人形象受损。报告指出，80%的企业老总不会演讲、不敢演讲，或是演讲时缺乏感染力和说服力，这成为制约企业发展和企业管理者人生品质提升的重要障碍。几年前我就开始寻找国内外一流的合作伙伴，以求帮助中国企业家们更好地在国际舞台上展现自己。看了这个报告后，一方面我更加肯定了做这件事的价值，另一方面我也感觉到这项工作的紧迫性和使命感。

5年前，有一位企业高管告诉我他想像史蒂夫·乔布斯（Steve Jobs）那样做演讲，我告诉他你没有必要成为乔布斯，我也不能帮助你成为乔布斯，我能做的只是让你做自己，做更好的自己。

三年前，我偶然看到东京本部的通知，在日本被誉为“演讲之神”、帮助东京成功申办2020年奥运会的马丁·纽曼先生要在东京本部做一个有关“演讲与个人影响力”的讲座，我立刻订了机票飞去东京。直觉告诉我，对方是值得我长期合作的伙伴，我正在为公司寻找一批国内外顶尖的专业人士做顾问。在演讲培训这项工作上，我希望有更专业的人和我一起，更好地帮助客户。马丁很适合帮助中国企业家提高在国际舞台上的表现力，因为他曾经给包括英国首相卡梅伦、俄罗斯总统普京在内的众多世界政商人土做过培训，有25年丰富的国际领袖培训经验。

在培训结束后，我和马丁交换了名片，当即我就表达了合作意向。他应该是出于礼貌，表示了他的兴趣。后来，我也通过邮件给他再次发出了合作的邀请，他依然只是礼貌地回复了我。

三个月后，我正好到东京出差，听说他也在东京，于是找到了他的联系方式。不巧的是当时他已经去了北海道度假，于是我通过Skype（网络电话）和他聊了5分钟，目的很明确——邀请他度假完后来北京谈合作项目。可能是因为我的邀请太突然，马丁一定感到很疑惑，不知道我葫芦里到底卖的什么药。于是他事后发了一个邮件给我，并且抄送了集团内部高层，以此确认我是真的想和他合作，并且能负担他来北京的差旅费用。

他确认了我的诚意，在完成了东京的工作后终于飞来了北京。我只有一天的时间，必须把握好这来之不易的机会。从早到晚，日程安排得非常满，我陪他见了几位重要的潜在客户，陪着他完成了两场培训。晚上11点多，我们结束了晚餐会。在我送他回酒店分别的时候，他竟然留住我说：“我们能否多聊一会儿？我想跟你在中国合作。”

虽然内心无比期盼，但我真的没预料到这位低调的全球顶级教练会主动提出合作。在酒店咖啡厅聊了一个多小时，我无比欣喜地发现，马丁的理念竟然和我惊人的一致。我们都有过从写演讲稿到做培训的经历，都拒绝帮助客户成为乔布斯。在我们看来，培训师要帮助客户呈现更理想的自己，而不是模仿他人，也不是做千篇一律的所谓的演讲高手。演讲的最终目的是给对方留下好的印象，建立信任。公关公司不能只充当执行的手脚，帮助领导更好表达、建立和对方的信任，也是我们共同的目标。

在遇到马丁之前，我也物色和接触过其他国内外演讲培训类的专业导师，最终选择和马丁合作，是因为他的国际经历契合我做这件事的初衷——帮助更多的中国领袖走向国际舞台，更好地展示自我，给国际友人留下更好的印象。

虽然在2014年9月17日那天的深度沟通中，我们就讨论了合作出书这件事，但历时近一年半，直到2016年1月18日，我们才正式签约。在马丁有限的来华时间里，不管是企业家培训，还是沙龙，我们的合作都很成功。不知道我们是不是最好的，但有一点我们坚信：演讲是一项很重要的技能，不仅仅是企业家，职场中的很多人都需要。无论是哪种类型的演讲，内容和呈现技巧都是决定演讲能否成功的关键，在你对内容把握不准，或者没有足够时间练习时，能得到专业的“陪练”是非常有效的。而随着越来越多的中国企业走向世界，会有越来越多的商界领袖需要提升演讲能力，我们也会不断提升自我，来帮助客户成长。



在2016年1月18日电通公关更名活动上，郑燕向马丁赠授顾问证书

这本书里有非常丰富的演讲培训案例，案例的主角既有非常善辩的政治家、不善言辞的运动员，也有各行各业的成功人士。我们在本书分



享的内容适用范围广，希望给任何行业、任何身份的演讲者都能提供很好的借鉴。

这本书从构想到出版，经历了三年之久。因为我和马丁都很忙，但我们尽可能地在工作之余进行反复沟通和实践。我很欣慰地看到这三年间市场上出现了越来越多的演讲类书籍，电视上也出现了演讲类的节目，这证明了我8年来所坚信的没有错。但是如何更好地了解自己？如何建立自信？如何展现最佳状态？纸上谈兵远远不够，了解方法后，还需要身体力行，刻意练习。希望这本书能让读者对演讲的价值有更深刻的认识，并且能立即行动起来，在不断的练习中塑造更好的自己，并做到收放自如。

郑燕