

征服 六级讲座 听力

主编◎张小林

音频二维码**即扫即听**
慢速、常速双语速

紧扣考试真题

方法+素材=高分

普特听力网创始人**胡松老师**亲笔做序，
并传授听力训练方法

★**2016新题型**★

讲座 讲话 报道



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

**350分钟
原声音频**



关注后回复
53660获下载链接



征服 六级讲座 听力

主 编 张小林
副主编 蒋 琳 蹇佳君 闫 静
参 编 任雪花 唐 靓 李春香 赵 文 海 娜
付玉群 尚丰梅 钟雨卉 曾 杰 叶家春
李久红 王园婷 汪小培 张 韞 邱新娃

★2016新题型★

本书旨在帮助大学英语六级考生应对2016年6月考试改革新增的听力讲座/讲话题
材的听力部分。全书分为五个部分：知己知彼，声声入耳，洗耳恭听，耳听八方，耳熟
能详。预备篇“知己知彼”详细剖析了英语讲座/讲话以及英语报道的结构及语言特点，
同时总结了一些听力的技巧和备考方法；讲座篇“声声入耳”专攻讲座听练，让您熟悉
自然科学、社会科学及人文科学领域各个学科的讲座主题、结构及语言特点；讲话篇
“洗耳恭听”专攻讲话的听练，这部分精选了众多形式的讲话练习材料，包括TED演讲、
名人讲话、美国总统每周电视讲话等，训练获取讲话大意及关键信息的能力；报道篇
“耳听八方”选取了英美媒体对某些话题或事件的专题报道，有助于掌握英语报道的结
构及语言特点，学习把握报道中的关键信息；实践篇“耳熟能详”提供了8套模拟练习
题，助您提高应试能力，取得高分。

本书所用语音材料全部选自真实语言场景，包括讲座或课堂授课、名人讲话录音以
及英美权威媒体原声。材料真实、丰富、实用性强，是备考大学英语六级听力新题型的
绝佳选择。

图书在版编目(CIP)数据

征服六级讲座听力/张小林主编. —北京：机械
工业出版社，2016.4

ISBN 978-7-111-53660-4

I. ①征… II. ①张… III. ①大学英语水平考试-听
说教学-自学参考资料 IV. ①H319.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第088377号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑：王庆龙 版式设计：张文贵

责任印制：乔宇

北京铭成印刷有限公司印刷

2016年7月第1版·第1次印刷

169mm×239mm·19印张·355千字

标准书号：ISBN 978-7-111-53660-4

定价：36.80元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换
电话服务

服务咨询热线：(010) 88361066

读者购书热线：(010) 68326294

(010) 88379203

网络服务

机工官网：www.cmpbook.com

机工官博：weibo.com/cmp1952

教育服务网：www.cmpedu.com

封面无防伪标均为盗版

金书网：www.golden-book.com

序 言

自2016年6月起大学英语四、六级考试听力部分有重大调整，陪伴了中国大学生十几年的“短对话”和“短文听写”退出了历史舞台，取而代之的是新闻、学术讲座及讲话听力。对于这次听力改革，我并不感到意外。相反，这恰恰印证了我多年前的猜想——国内外语水平测试必然会越来越淡化考试技巧，更加重视考生的实际语言运用能力，引导学生关注生活中的实际应用，逐步向托福、雅思等国际性考试接近。

反观调整前的四、六级听力，有经验的考生不难发现，改革以前的短对话往往有一定的套路，对话内容一般涉及天气、寄信、买礼物、考试、借书等。考前买一些模拟题进行练习，再加上一些简单的考试技巧就能轻松应付。然而这样的听力考试对于广大考生而言并没有太大的实用价值，考生基本上在临考前纯粹为了考试而突击练习，往往考完就忘了，生活中听到和用到这些对话内容的概率小之又小。这种与现实脱节的人造出来的对话是没有生命力的，它和大多数考生平时长期接触到的、真实的英语听力材料相差甚远。至于改革前的六级听写填空，与其说是考查听力，不如说是考查考生的词汇量储备。有时候，哪怕把整段话都听懂了，但恰好需要填写的单词不熟悉，或者对其拼写记得不牢，照样丢分。所以，调整这些不科学、不切实际的考试内容和形式我是拍手称快的。毕竟，随着互联网的发展，人们获取信息和资源的方式越来越广，人们能接触到的听力材料也越来越多。英语新闻、国外开放课程、TED演讲等这些愈来愈受欢迎的材料对人们的英语语言能力提出了更高的要求，如果一味地停留在短对话、听写填空的层面上，我们的考生即便过了六级，面对这些材料，也许仍然是一个“聋子”。

不过，对于广大考生而言，也许听力内容的调整有些突然，多年听惯了的“莎莉”“玛丽”等与我们告别了，而那种朗读多遍的机会也不会再有。换成新闻、讲座以后，考生的复习面变广了，只听几段模拟题上的练习进行突击是完全不够的。所谓“冰冻三尺非一日之寒”，要想在新题型中游刃有余，夺得高分，需要我们平时加强练习，真正提高语言应用能力。那么问题来了，该使用什么材料练习？练什么？怎么练呢？在回答这些问题之前，我想先和大家分享一些普特听力网（www.putclub.com）网友们在实践中总结的经验，相信大家一定能从中得到一些启示。

【经验一】你最多只能听懂你读得懂的东西。

“是不是只要每天听，拼命听，把自己‘沉浸’在英语环境中听力就会自然而然变好呢？并不是这么简单。听力训练中有一条最浅显但也最容易被人忽略的原则是：你最多只能听懂你读得懂的东西。这句话包含了三层意思：首先，提高听力最关键的地方并不在于你听了多少东西，而是在于你的阅读基础（包括词汇量和语法基础），阅读基础越好，能看得懂的东西越多，听的过程也会越顺畅。其次，听力训练的目标是努力听懂能读得懂的东西，听懂该听懂的，对于读不懂的东西，只能通过提高词汇量来解决。最后，要根据自己的实际水平（可以大致等同于词汇量水平）选择合适的听力材料。”（网友魏剑锋）

【经验二】你真的在“听”英语吗？

“我感到，英语听力中的难点是如何训练自己对于语音的识别能力。所有这些能力的培养，都要依靠高度集中的注意力，力求避免‘假听’现象。‘假听’是听力训练中的大敌，实质上是精力分散的表现。好像都听懂了，实际上有许多是自欺欺人。还有，做听力选择题，也会出现乱猜的缺陷。有时候虽然猜对了题，其实并没有真听懂。有的人考了高分，但是听力并没有过关。再有，‘假听’浪费了很多时间。有的人听英语十多年，还是不能听得很准确，原因就是听得不认真，不是真正在‘听’。”（佚名网友）

【经验三】听100段材料不如把一段材料听100遍。

“几年前，我的听力一塌糊涂，急着想要提高听力的我可真是病急乱投医，什么都听，BBC，VOA，CCTV NEWS，CRI，美剧等。然而，时间过了半年，感觉自己还是听得云里雾里，模模糊糊，没有太大的进步，总是搞不清楚听的内容。后来在学校的一次英语讲座上听一位老教授强调说‘听100段材料不如把一段材料听100遍’。他说他们原来练习听力时并不是急着去听那些五花八门的材料，而是各个击破，紧盯一个点，反复地听一盒磁带，最后竟然把磁带都听烂了。当把一盒磁带上的内容听到滚瓜烂熟的时候，能够清晰地完全听明白的时候，再换其他材料，这样坚持一段时间后，听力进步非常大。我按照教授的方法练习了半年，不再漫无目的地泛听，而是有针对性地将听力材料反复地听，完全听懂以后再换其他材料。现在，在听新的材料时，虽然还是不能一遍完全听明白，但比以前更容易把握材料中的重点信息，进步非常大。”（网友八月秋风）

【经验四】口耳并用，反复诵读。

“关于诵读，丰子恺用的是22遍法（这个不详细说了，大家可百度一下），我觉得自己笨，所以就把它变成了100遍。从2010年9月开始，我就开始每日诵读。我在书上贴了便贴条，每读一次画一笔，五笔形成了一个正字，就这样一天一天地

坚持读，我用了半年的时间把这 10 篇课文读了整整 1000 次，每篇读 100 次。这个过程，还坚持听 BBC，喜人的结果出现了。我发现，我能‘听清’ BBC 了，换个频道到 CNN，也能‘听清’，再开电视听 CCTV News，也能‘听清楚’。如果一句话听得不清楚，那是因为有生词，或者不熟悉那个单词。未来的路依然漫长，但是总算见到曙光了。因此，我总结出学习的经验就是：不断地重复，坚持，不要怕枯燥！这样我们一定会攻克听力的！”（网友小尾鱼的尾）

相信大家从网友们的经验已经找到了一些窍门。首先，要选择适合自己的听力材料。著名二语习得专家克拉申博士曾指出，对于外语学习者而言，不可理解的（incomprehensible）输入只是一种噪音。只有当习得者接触到“可理解的语言输入”（comprehensive input），即略高于他现有语言技能水平的第二语言输入，才能产生习得。这就是他著名的“ $i+1$ 公式”，“ i ”代表习得者现有的水平，“ 1 ”代表略高于习得者现有水平的语言材料。根据克拉申的观点，我们选择的材料不应该低于自己的语言水平，也不宜太难。太简单达不到训练效果，太难容易产生倦怠情绪。其次，练听力不仅仅是耳朵的事情，词汇量的扩大、语音的矫正必须与听力练习并驾齐驱。听读结合，才能取得更好的效果。因为只有自己音读准了，才更容易听得清楚。同时，阅读能力的提高也至关重要，试想一下如果你连在阅读中都无法读懂的句子，你在听力中能够听懂吗？对于新闻和讲座听力，阅读量的多少以及阅读能力的好坏直接决定了听说能力的高低。最后，听力的练习应该精听和泛听结合，在实际练习的过程中可以精听为主，泛听为辅。建议每天抽出一段固定的时间（至少半小时）来做精听训练。同时，对于精听过程中积累的单词和短语，我们要及时巩固复习。

什么是精听，怎么精听呢？精听是指“精确听力练习”，要求大家在听力练习中捕捉到每一个词、每一个短语，不能有任何疏漏和不理解之处。即便是生僻的人名、地名、专有名词等，虽然不能听懂，但要能够判断哪些是专有名词。精听练习可具体分为以下六个步骤：

1. 完整听一遍练习材料，了解大意；
2. 再听一遍，看看哪些地方没听出来；
3. 对比听力原文，看有哪些词或表达是自己不会的，有哪些是自己会却没能听出来的，有哪些是听错了的，有哪些连读、失去爆破是没听出来的；
4. 查阅词典，将听力材料中的生词和表达弄清楚；
5. 再完整地听一遍，看看还有哪些地方听不懂，听不懂的地方再对照听力原文找原因；
6. 最后再听一遍，并将听到的内容用英文进行复述。复述可分段进行，要求意思一致，不必完全照背原文，但要尽可能用上听力材料中学到的单词、短语及句式

表达。

与精听相对的泛听指的是“广泛的听”。泛听要求大家在听力练习中以掌握听力材料的整体意思为目的，只要不影响对整体文章的理解，一个词、一个短语甚至是一个句子听不懂也没关系。通过泛听练习，我们可以培养耳朵对英文的敏感度，获取新的知识。泛听可选材料十分广泛，有声电子书、TED 演讲、国外公开课程、名人演讲、英国文化协会的英语学习 Podcast 等都是绝佳的练习材料。

当然，“工欲善其事，必先利其器”，只讲方法就等于纸上谈兵，我们还需要借助一些高效的工具帮助我们进行实际操练。机械工业出版社及时推出的这套征服大学英语四、六级听力新题型图书正是目前广大考生所急需的听力备考利器。本书不仅深入剖析了新闻、讲座听力的特点和应对策略，还由浅入深、循序渐进地编排了大量的听力练习，帮助大家切实提高听力能力的同时增强应试能力。

最后值得一提的是，这套丛书的主编张小林老师是我的挚友，他时常说“做事就是做良心，一定要让读者花的每一分钱、付出的每一份努力得到十倍的收获”。他编著的经典听力教材《听力策略》以及姊妹篇《听力元素》是我们普特英语听力网多年来最畅销的英语听力教材，2009 年以来，多次再版，收到了各高校老师的好评，很多老师将其作为平时精听课程的教材，也有老师将其作为四、六级考试之前的突击教材，无论是哪种，都很受老师和同学的喜欢。此次他的新作付梓，邀我作序并谈一些听力训练的方法，我欣然应允。然怎奈笔拙，只能谈些刍荛之见，做引玉之砖。大家可将前面提到的基础方法应用于本书的学习之中，假以时日，相信一定会破茧成蝶，听力水平突飞猛进。而一旦有了听力的真正提高，轻松应对四、六级考试，斩获高分自然也就不在话下了。

普特站长 胡松

前 言

为了适应新的形势下社会对大学生英语听力能力需求的变化,进一步提高听力测试的效度,全国大学英语四、六级考试委员会自2016年6月考试起对六级考试的听力试题做局部调整。此次调整取消了短对话和短文听写两部分,新增3篇讲座/讲话听力,而原有的听力篇章由3篇缩减至2篇。调整后的六级听力具体见下表:

测试内容	测试题型	题量	分值比例
长对话 (Long Conversations) 2 篇	选择题 (单选)	8 题	8% (每题 1 分)
听力篇章 (Passages) 2 篇	选择题 (单选)	7 题	7% (每题 1 分)
讲座/讲话 (Lectures or Talks) 3 篇	选择题 (单选)	10 题	20% (每题 2 分)

从上表可知,新增的讲座/讲话部分共10道题,占总分值的20%,在听力试题中的比重更是将近六成,单题分值是其他题型的两倍。讲座/讲话部分无疑成为六级听力乃至整个六级考试的重点。另外,通过对四、六级考试委员会提供的样题分析可知,新题型的三篇材料中除讲话和讲座外,还有一篇选自VOA的专题报道,可见报道这一题材也在六级听力的考查范围之内,不可忽视。比较之前的短对话和短文听写,新题型可说是“难度提升版”的听力篇章,遣词造句更加灵活,涉及背景知识更专业、更复杂。而且与较为传统的短对话和短文听写相比,新题型是绝大多数考生学习英语过程中极少接触的,自然会感觉陌生,无从下手。可以说,此次六级听力试题的调整给广大考生带来了新的挑战。

尽管讲座/讲话听力是六级听力题型改革后才加入的新成员,但在各大主流外语考试中,这种题型早已司空见惯。首先,两大国际化英语水平测试雅思和托福都包含学术英语听力部分。讲座/讲话(Talk/Lecture)一直是托福考试听力部分的经典题型,占比很大;雅思考试听力的第4部分也是演讲或授课。在国内组织的英语专业四级考试和专业八级考试中,改革后的最新题型也增加了Talk和Mini-lecture的考题。在六级听力考试中加入包括讲座/讲话听力在内的学术英语部分,这是教育国际化背景下的必然产物。随着全球一体化的加速,国际学术交往愈发增多,中国学生赴海外求学,外国学者来国内讲学,这种情况早已成为家常便饭。互联网的发展更使得足不出户就能享受国外顶级名校课程成为现实。当然这一切也给大家的英语听力水平提出了更新更高的要求。

讲座/讲话听力题型的内容往往会比较专业，但是在形式上，由于是演讲或授课内容，很多时候更偏向于口语表达。这类题型同样有着特定的行文方式和风格，考生需要靠日常多积累，多练习，方能轻松应对。那么问题来了，该使用什么材料练习？练什么？怎么练呢？《征服六级讲座听力》为广大考生提供了一套完美的解决方案。本书编写团队在仔细阅读最新六级考试大纲、分析六级听力新题型真题的基础上，结合四、六级考试委员会专家指导意见后精心打磨了这本旨在帮助考生征服六级听力新题型的必备利器。本书紧扣真题，深入地剖析了新题型的特点、考点，为广大六级考生提供了一份及时的备考指南。

在内容安排上，本书遵循分类突破的原则，每个单元的练习都在主题上或内容安排上有明确的侧重点。全书内容分为五个部分：知己知彼，声声入耳，洗耳恭听，耳听八方，耳熟能详，采用各个击破的策略帮助大家提高英语讲座/讲话的听力水平。预备篇“知己知彼”详细剖析了英语讲座/讲话以及英语报道的结构及语言特点，同时总结了一些听力的技巧和备考方法。讲座篇“声声入耳”专攻讲座听练，帮助大家熟悉自然科学、社会科学及人文科学领域各个学科的讲座主题、结构及语言特点。讲话篇“洗耳恭听”专攻讲话的听练，这部分精选了包括 TED 演讲、名人讲话、美国总统每周电视讲话等众多形式的讲话练习材料，训练获取讲话大意及关键信息的能力。报道篇“耳听八方”选取了英美媒体对某些话题或事件的专题报道，有助于掌握英语报道的结构及语言特点，学习把握报道中的关键信息。实战篇“耳熟能详”提供了 8 套模拟练习题，帮助大家提高应试能力，取得高分。同时，为了扫清生难词，我们在每一篇讲座练习前都提供了生词表。为了帮助大家吃透讲座/讲话的内容，我们为每一篇材料都提供了英文原文及参考译文。在本书的最后还附录了听力中的核心词汇。

本书所用语音材料全部选自真实语言场景，包括讲座或课堂授课、名人讲话录音以及英美权威媒体原声。材料真实、丰富、实用性强，是备考大学英语六级听力新题型的绝佳选择。

相信通过本书的练习，大家一定能切实提高听力水平，彻底征服六级讲座/讲话听力新题型，斩获高分。

目 录

序言

前言

预备篇	知己知彼	1
	Part I 讲座/讲话的结构特点	2
	Part II 讲座/讲话的语言特点	5
	Part III 英语报道的结构及语言特点	9
	Part IV 应试技巧	15
	Part V 备考指南	22

讲座篇	声声入耳	27
	Part I 自然探秘	28
	Lecture 1 冰川运动	28
	Lecture 2 星空导航	31
	Lecture 3 地理入门	34
	Lecture 4 化学元素	36
	Lecture 5 物理测量	39
	Part II 哲学社会	42
	Lecture 1 哲学思想	42
	Lecture 2 社会歧视	45
	Lecture 3 美国历史	48
	Lecture 4 考古遗址	50
	Lecture 5 商品价格	53
	Part III 生命科学	55
	Lecture 1 动物交流	55

	Lecture 2	光合作用	58
	Lecture 3	微生物群	61
	Lecture 4	人体密码	64
	Lecture 5	儿童记忆	67
Part IV		文学艺术	70
	Lecture 1	作家作品	70
	Lecture 2	音乐课堂	73
	Lecture 3	美术鉴赏	76
	Lecture 4	戏剧元素	79
	Lecture 5	电影风格	82
Part V		工程技术	85
	Lecture 1	走向太空	85
	Lecture 2	环境生态	88
	Lecture 3	新兴能源	91
	Lecture 4	软件开发	94
	Lecture 5	建筑风格	96

讲话篇

		洗耳恭听	101
Part I		TED 演讲	102
	Talk 1	别样三十天	102
	Talk 2	网络与病毒	105
	Talk 3	与细菌共舞	107
	Talk 4	另眼看压力	110
Part II		名人讲话	112
	Talk 1	路就在前方	113
	Talk 2	与死神擦肩	115
	Talk 3	给孩子一个美好童年	118
	Talk 4	创造与智慧的力量	121
Part III		美国总统每周电台讲话	124
	Talk 1	奥巴马呼吁让人民重返工作岗位	125
	Talk 2	奥巴马谴责叙利亚政府军使用生化武器	127

	Talk 3	继续减免工资税确保经济持续增长	130
	Talk 4	奥巴马呼吁各方努力通过移民改革法案	132
Part IV		其他讲话	135
	Talk 1	我爱的乐队	135
	Talk 2	支持考文垂队	138
	Talk 3	新年祝福	141
	Talk 4	给采访者的建议	143

报道篇

	耳听八方	147	
Part I	经济贸易	148	
	Report 1	苹果公司筹谋未来	148
	Report 2	亚洲商业崛起之路	151
	Report 3	乐高玩具成功之道	154
	Report 4	欧洲遭遇能源危机	157
Part II	生态环境	159	
	Report 1	气候变化引发争议	160
	Report 2	龙卷风肆虐俄克州	163
	Report 3	挪威全力保护森林	165
	Report 4	美加大抗艾滋力度	168
Part III	社会民生	170	
	Report 1	美国犯罪问题聚焦	171
	Report 2	低薪工人争取加薪	173
	Report 3	改善城市基础设施	176
	Report 4	加沙民众苦不堪言	179
Part IV	文化科技	181	
	Report 1	移动应用服务大众	182
	Report 2	圣诞老人故乡探源	185
	Report 3	远古恐龙鸟类始祖	188
	Report 4	聚焦刚果礼拜学校	190

实战篇

耳熟能详	195
六级新题型听力模拟练习一	196
练习一听力原文及解析	198
六级新题型听力模拟练习二	203
练习二听力原文及解析	205
六级新题型听力模拟练习三	210
练习三听力原文及解析	212
六级新题型听力模拟练习四	217
练习四听力原文及解析	219
六级新题型听力模拟练习五	224
练习五听力原文及解析	226
六级新题型听力模拟练习六	232
练习六听力原文及解析	234
六级新题型听力模拟练习七	240
练习七听力原文及解析	242
六级新题型听力模拟练习八	247
练习八听力原文及解析	249
附录 1 英语讲座/讲话核心词汇表达	254
附录 2 英语讲座/讲话必备句型	274
附录 3 新闻报道核心词汇	280

预备篇

知己知彼

Get Ready

本单元我们将从结构、语言方面了解英语讲座/讲话及报道的特点，并探索这类英语听力的技巧。我们要达到的目标是：

1. 了解英语讲座/讲话及报道的结构特点。
2. 熟悉英语讲座/讲话及报道的语言特点。
3. 掌握英语讲座/讲话及报道的听力技巧。
4. 学会英语讲座/讲话及报道的备考方法。

Part I 讲座/讲话的结构特点

英语讲座/讲话是演讲者/讲话者用英语传授知识、发表见解等的特殊口语形式，具有自身的结构特点。六级考生如果对其结构缺乏一定的了解，听讲座/讲话时可能会错过重要信息，影响答题效果。

一段完整的英语讲座/讲话一般也由开头、主体、结尾三部分组成，符合“总（概述）—分（详论）—总（总结）”的整体布局，不过每部分内部的具体构成与一般听力篇章还是有所区别的。

英语讲座/讲话的开头常包括开场寒暄，演讲者/讲话人介绍（姓名、身份、成就等），主题概述，讲座/讲话提纲等。例如：

Moderator: Hello Ladies and Gentlemen, it gives me great pleasure to introduce our keynote speaker for today's session, Dr. Howard Miller. Dr. Miller, Professor of Sociology at Washington University, has written numerous articles and books on the issues facing older Americans in our graying society for the past 15 years.

Dr. Miller: Thank you for that introduction. Today, I'd like to preface my remarks with a story from my own life which I feel highlights the common concerns that bring us here together... (CET 官方样题一)

从上例我们可以看出，在讲话正式开始前，主持人有一段寒暄，介绍了主讲人的姓名“Dr. Howard Miller”，身份“Professor of Sociology at Washington University”，研究领域与成果“numerous articles and books on the issues facing older Americans in our graying society for the past 15 years”。主讲人的信息可看作是讲座的背景，主讲人的研究领域通常与他所做的讲座或讲话有关。

由于听力测试时长的限制，开场寒暄和演讲者/讲话人介绍常会在试题中省略。主题概述最为重要，往往是讲座/讲话必不可少的部分，而且分话题或分论点也常会涵盖在主题概述之中。如果是系列讲座，讲座开篇通常还有对之前讲座内容的回顾。例如：

I'd like to look at a vital aspect of e-commerce, and that is the nature of the product or service. There are certain products and services that are very suitable for selling online, and others that simply don't work. (CET 6 官方样题三)

从上面的例子可以看出，讲演者开门见山点明主题“a vital aspect of e-commerce”“the nature of the product or service”，并紧接着概述主题内容“*There are certain products and services that are very suitable for selling online, and others that simply don't work*”，其中也提示了分话题分别关于“products”和“services”。

通过上面的分析不难发现，讲座/讲话一开头就会概述主题内容，揭示整体结构。开头部分的各个成分增删有度、相互交织，都是为了达到一个目的——便于听众了解讲座主旨、把握讲座内容发展的逻辑脉络。提出并概述主题其实就是向听众表明即将传递的信息。讲座/讲话的开头在某种程度上类似于新闻报道的导语，都包含了最重要的信息。可以说，听懂开头对理解讲座/讲话能起到事半功倍的效果。

英语讲座/讲话的主体部分通常是对主题的细化，用例子、数据、专家言论等进行的详细论述。在讲座开头提出并概述主题之后，演讲者/讲话人紧接着就会用大段篇幅阐述主题。为了便于听众理解与接受，演讲者通常会将讲座主题进一步细化为多个分话题或分论点，以更好地组织讲座内容。演讲者有时会在讲座开头以列提纲的方式将分话题集中提出，有时则会跳过这一部分直接进入讲座主体，将一个分话题论述清楚后再提出另一个。对主题的论证是整个讲座的重中之重，是最必不可少的部分。

而在论述分话题或分论点时，演讲者/讲话人会使用举例子、列数据、做比较、引用权威专家观点等多种方法。其中举例法最为常用，例子能让抽象的理论变具体，生涩的概念变生动。演讲者能以物为例，也能以事为例。例如：

I'd like to look at a vital aspect of e-commerce, and that is the nature of the product or service. There are certain products and services that are very suitable for selling online, and others that simply don't work.

Suitable products generally have a high value-to-weight ratio. Items such as CDs and DVDs are obvious examples. Books, although heavier and so more expensive to post, still have a high enough value-to-weight ratio, as the success of Amazon, which started off selling only books, shows. Laptop computers are another good product for selling online.

Digital products, such as software, films and music, can be sold in a purely virtual environment. The goods are paid for by online transactions, and then downloaded onto the buyer's computer. There are no postage or delivery costs, so prices can be kept low.

Many successful virtual companies provide digital services, such as financial transactions, in the case of Paypal, or means of communication, as Skype does. The key to success here is providing an easy-to-use, reliable service. Do this and you can easily become the market leader, as Skype has proved.

Products which are potentially embarrassing to buy also do well in the virtual environment. Some of the most profitable e-commerce companies are those selling sex-related products or services. For a similar reason, online gambling is highly popular.

Products which are usually considered unsuitable for selling online include those that have a taste or smell component. Food, especially fresh food, falls into this category, along with perfume. Clothes and other items that need to be tried on such as diamond rings and gold necklaces are generally not suited to virtual retailing, and, of course, items with a low value-to-weight ratio.

There are exceptions, though. Online grocery shopping has really taken off, with most major supermarkets offering the service. The inconvenience of not being able to see the food you are buying is outweighed by the time saved and convenience of having the goods delivered. Typical users of online supermarkets include the elderly, people who work long hours and those without their own transport.

(CET 6 官方样题三)

在上面的例子中，演讲者先在开头提出并概述主题“*There are certain products and services that are very suitable for selling online, and others that simply don't work*”。然后演讲者将“*certain*”细化成几个分点：“*suitable products generally have a high value-to-weight ratio*”“*digital products...can be sold in a purely virtual environment*”“*many successful virtual companies provide digital services such as financial transactions...or means of communication*”“*products which are potentially embarrassing to buy also do well in the virtual environment*”。“*products [with] a high value-to-weight ratio*”“*digital products*”“*digital services*”和“*products...potentially embarrassing to buy*”作为四个分话题，构成了讲座的主体。

演讲者在论述分话题时主要使用了举例法。在说明“*products [with] a high value-to-weight ratio*”时，举了“*CDs and DVDs*”“*Books*”“*Laptop computers*”，而且还用“*the success of Amazon*”特别支撑“*Books*”；讲解“*digital products*”以“*software, films and music*”为例；论述“*digital services*”则举“*Paypal*”和“*Skype*”为例，“*Skype*”还被特别强调；又用“*sex-related products or services*”和“*online gambling*”为例说明“*products...potentially embarrassing to buy*”。

讲座/讲话的主体就是将演讲主题分解成分话题或子论点，再逐条论述。这部分层次最复杂，内容也最丰富。论述过程中演讲者往往会使用举例、对比等多种方法，以使自己的立论更坚实，观点更有说服力。如果说讲座/讲话的开头部分偏重