

《大领导力丛书》

大领导力 沟通力

北京道乐吉管理顾问有限公司

甘华鸣 李湘华 / 著

构建大领导力是21世纪全世界的大浪潮。

古今中外，凡成就大事业者，无不具备大领导力，而不具备大领导力者，无一成就大事业——不管是经商，还是为政、治军，抑或是从事其他社会活动，概莫能外。

世界首富比尔·盖茨，具备大领导力；

全球CEO典范杰克·韦尔奇，具备大领导力；

美国国父、第一任总统乔治·华盛顿六星上将，具备大领导力；

哈佛大学校长、美国财政部前部长萨默斯博士，具备大领导力。

中国国际广播出版社

LEADERSHIP
COMMUNICATION

《大领导力丛书》

大领导力 沟通力

北京道乐吉管理顾问有限公司
甘华鸣 李湘华/著

LEADERSHIP
COMMUNICATION

中国国际广播出版社

图书在版编目(CIP)数据

大领导力:沟通力/甘华鸣 等著. - 北京:中国国际广播出版社,
2003.4

ISBN 7-5078-2235-4

I. 大… II. 甘… III. ①领导学 ②人间交往 IV. C933

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 021401 号

《大领导力:沟通力》

著 者	甘华鸣 李湘华
责任编辑	吴运生 沈炽锐
版式设计	刘录正
封面设计	徐 昕
出版发行	中国国际广播出版社(68036519 传真 68033508)
社 址	北京复兴门外大街 2 号(国家广电总局内) 邮编:100866
经 销	新华书店
排 版	北京居高文化商社
印 刷	廊坊市文峰档案文化用品有限公司
装 订	廊坊市文峰档案文化用品有限公司
开 本	850×1168 1/32
字 数	254 千字
印 张	10.75
版 次	2003 年 4 月北京第 1 版
印 次	2003 年 4 月北京第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5078-2235-4/F·292
定 价	27.00 元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究
(如果发现图书质量问题,本社负责调换)

编者的话

21 世纪机遇与挑战并存,发展迅猛,竞争空前。世界政要、商业巨子、学术泰斗高声疾呼:新时代需要大领导力。

古今中外,凡成就大事业者,无不具备大领导力,而不具备大领导力者,无一成就大事业——不管是经商,还是为政、治军,抑或是从事其他社会活动,概莫能外。世界首富比尔·盖茨,全球 CEO 典范杰克·韦尔奇,美国国父、第一任总统乔治·华盛顿六星上将*,哈佛大学校长、美国财政部前部长萨默斯博士,均是具备大领导力的成就大事业者。

大领导力作为领导者素质的根本,从来就是企业的核心实力、事业的核心实力、军队的核心实力、国家的核心实力,一切人类组织的核心实力。大领导力控制并创造金钱、物质、声望、地位等一切资源,个人如此,群体如此,国家、民族也如此。

“大领导力丛书”就是基于以上认识,根据时代特点和现代领导者的迫切需要而精心编撰的。该套丛书共 7 种,包括:《大领导力:统帅力》、《大领导力:组织力》、

《大领导力：决策力》、《大领导力：沟通力》、《大领导力：谈判力》、《大领导力：观察力》、《大领导力：创新力》。这套丛书详细阐述了大领导力的精髓要义，既有系统理论，又有实践技能，可使广大领导者获得最具前沿性的知识，从而开阔眼界，增长才干，激荡智慧，极大地提升领导能力，成为卓越的领导者。

人类各种组织的“头儿”——企业、事业单位、党政军群机关的领导者，都应构筑大领导力。正如拿破仑所作的论断：“狮子统帅的绵羊部队，能够打败绵羊统帅的狮子部队。”可以说，大领导力决定命运，有大领导力者生存，无大领导力者灭亡，大领导力强者兴旺，大领导力弱者衰落。

构筑大领导力实乃命运之战！

北京道乐吉管理顾问有限公司

甘华鸣

* 《大美百科全书》28卷337页载：“1976年国会通过的一项法案提升华盛顿为美军六星上将，这样他的级别就高于所有其他的美国将领。”

目 录

第一篇 沟通基础

第一章 沟通的概述

第一节 沟通的概念	(3)
一、沟通的定义	(3)
二、沟通中的非语言因素	(5)
第二节 沟通的类型	(7)
一、口头沟通	(8)
二、书面沟通	(9)
第三节 沟通模型	(10)
一、沟通模型	(10)
二、沟通要素	(10)
三、沟通者的活动(反应)	(11)
要点回顾	(13)
案例:阿维安卡 51 航班的悲剧	(13)

第二章 沟通策略模式

第一节 沟通的一般策略概述	(16)
一、发送者策略	(16)
二、接收者策略	(16)
三、信息策略	(17)

四、渠道策略·····	(17)
五、文化策略·····	(17)
第二节 各种形式的沟通策略概述·····	(17)
一、听话的策略·····	(17)
二、说话的策略·····	(17)
三、交谈的策略·····	(18)
四、演讲的策略·····	(18)
五、阅读的策略·····	(19)
六、写作的策略·····	(19)
要点回顾·····	(19)
案例:贝聿铭为百万富翁设计房子·····	(20)

第二篇 沟通的一般策略

第三章 沟通的一般策略

第一节 发送者策略·····	(25)
一、确定目标·····	(25)
二、选择沟通形式·····	(27)
三、确定你的可信度·····	(29)
第二节 接收者策略·····	(30)
一、分析接收者·····	(30)
二、确定接收者的需求·····	(31)
三、分析接收者的感受·····	(32)
四、激发接收者·····	(34)
第三节 信息策略·····	(37)
一、强调信息·····	(37)
二、组织策略性信息·····	(39)

第四节 渠道策略	(40)
一、书面还是口头	(40)
二、正式还是非正式	(40)
三、个体还是群体	(41)
四、即时反应还是控制信息的接收	(41)
五、接收者的参与度	(41)
六、应否私下交流	(42)
七、接收者的地理位置	(42)
第五节 文化策略	(42)
一、发送者策略	(42)
二、接收者策略	(43)
三、信息策略	(44)
四、渠道策略	(44)
五、其他因素	(44)
要点回顾	(45)
案例:名医劝治的失败	(46)

第三篇 听话的策略

第四章 理解技巧:投入

第一节 专注	(49)
一、排除干扰	(49)
二、关注内容	(50)
三、听清全部内容	(51)
四、捕捉要点	(51)
第二节 跟随	(52)
一、组织信息	(52)

二、移情的倾听·····	(54)
第三节 保持公正·····	(56)
一、区别事实和观点·····	(56)
二、控制情感·····	(58)
三、避免曲解·····	(59)
要点回顾·····	(60)
案例:听话训练·····	(61)

第五章 理解技巧:鼓励

第一节 启发·····	(62)
一、测试你的非言语暗示·····	(62)
二、启发对方的策略·····	(63)
第二节 提问·····	(65)
一、提问的重要性·····	(65)
二、提问的类型·····	(66)
三、如何提问·····	(66)
第三节 复述·····	(67)
第四节 保持沉默·····	(67)
一、沉默是金·····	(68)
二、保持沉默·····	(68)
要点回顾·····	(70)
案例:林肯的第一次辩护·····	(71)

第四篇 说话的策略

第六章 准备技巧

第一节 分析听话者	(77)
一、了解听话者的需要	(77)
二、了解听话者的类型	(83)
三、了解听话者的个性	(85)
第二节 选择话题	(86)
一、了解自己	(86)
二、寻找共同点	(87)
要点回顾	(88)
案例:周瑜将计就计骗蒋干	(88)

第七章 表达技巧

第一节 注意场合和对象	(91)
一、注意场合	(91)
二、注意说话对象	(92)
第二节 把握时机	(94)
一、切入话题的时机	(94)
二、控制说话的时机	(96)
三、充分利用说话时机	(97)
第三节 控制语言	(97)
一、情理相融	(97)
二、简洁精炼	(100)
三、委婉含蓄	(102)

四、形象生动	(104)
第四节 美化声音	(106)
一、声音的作用	(106)
二、美化声音的八大步骤	(107)
第五节 运用非语言暗示	(111)
一、运用目光语	(111)
二、控制表情语	(113)
三、注意态势语	(113)
要点回顾	(115)
案例:诸葛亮舌战群儒	(116)

第五篇 交谈的策略

第八章 准备技巧

第一节 了解将要进行的交谈	(121)
一、了解交谈的主题	(121)
二、了解交谈的方式	(123)
第二节 创造良好的氛围	(125)
一、选择合适的时机和地点	(125)
二、寻求共同点	(126)
三、了解交谈对象	(129)
第三节 鼓足勇气	(131)
一、明白真正的信息	(131)
二、认清真正的动机	(134)
三、评估反弹的风险	(136)
四、了解犹疑的原因	(138)
五、决定开口与否	(141)

要点回顾·····	(142)
案例:泰朗的故事:“他们不具备我们要求的品质”·····	(142)

第九章 表达技巧

第一节 开场白:一鸣惊人·····	(145)
一、选择开始的方式·····	(145)
二、沟通要诀:一鸣惊人·····	(146)
第二节 陈述:切中要领·····	(148)
第三节 讨论:你来我往·····	(150)
第四节 结束:有始有终·····	(153)
要点回顾·····	(155)
案例:魏征先抑后扬谏太宗·····	(155)

第六篇 演讲的策略

第十章 准备技巧

第一节 分析听众·····	(161)
一、了解听众的心理特征·····	(161)
二、分析听众的意愿要求·····	(165)
三、分析听众的构成·····	(166)
第二节 确定演讲目的·····	(168)
一、确定你演讲的总目的·····	(168)
二、确定你演讲的具体目的·····	(170)
第三节 选择论题·····	(171)
一、确定主题·····	(171)
二、确定标题·····	(173)

第四节 收集材料·····	(174)
一、收集材料的途径·····	(174)
二、收集材料的要求·····	(175)
第五节 组织材料·····	(176)
一、归类材料·····	(176)
二、安排材料·····	(177)
三、编列提纲·····	(178)
要点回顾·····	(180)
案例:林肯的一次辩护性演讲·····	(181)

第十一章 表达技巧:宏观问题

第一节 开场白·····	(183)
一、注意第一句话·····	(183)
二、引发听众注意·····	(185)
三、妙用楔子和引子·····	(188)
第二节 展开·····	(190)
一、合理运用提纲·····	(190)
二、控制展开的时间·····	(191)
三、充分展现主题·····	(192)
第三节 结尾·····	(193)
一、用充满激情的话语·····	(193)
二、提出令人深思的问题·····	(194)
三、总结你的观点·····	(194)
四、运用幽默·····	(195)
五、步步加强·····	(195)
六、请求采取行动·····	(196)
七、引用名人诗句·····	(196)
要点回顾·····	(197)

案例:林肯在葛提斯堡的演讲	(198)
---------------------	-------

第十二章 表达技巧:微观问题

第一节 美化语言	(199)
一、追求形象生动的语言	(199)
二、寻找适合自己的个性化语言	(201)
三、力求口语化	(202)
第二节 美化声音	(202)
一、试着喜欢自己的声音	(203)
二、采用合适的语调	(204)
三、掌握引人注意的语速	(205)
四、学会呼吸	(206)
五、调整你的音量	(208)
第三节 把握身体语言	(208)
一、学会用眼睛说话	(208)
二、运用面部表情语	(211)
三、灵活运用手势	(212)
四、讲究仪表服饰	(213)
要点回顾	(215)
案例:最后一次演讲	(216)

第七篇 阅读的策略

第十三章 准备技巧

第一节 了解你的阅读能力	(221)
一、理解能力	(221)

二、想象能力	(222)
三、思维能力	(223)
四、表达能力	(223)
五、记忆能力	(224)
六、快速阅读能力	(225)
第二节 确定你的目的	(225)
一、增长知识	(226)
二、改进工作	(226)
三、丰富生活	(227)
四、增进兴趣	(227)
第三节 选择读物	(227)
一、寻找读物	(228)
二、定向选择	(229)
三、筛选读物	(230)
第四节 制定阅读计划	(233)
一、选择阅读方式	(233)
二、循序渐进	(235)
三、限制阅读	(236)
四、交叉阅读	(237)
五、调动阅读情绪	(240)
要点回顾	(241)
案例:连锁经营:一种新商业组织形式	
——对上海联华超市公司的调查	(241)

第十四章 理解技巧

第一节 精读	(246)
一、初 读	(246)
二、细 读	(249)

三、复 读	(258)
四、提问和思考	(264)
第二节 略读	(266)
一、掠读正文	(266)
二、细读重点	(268)
三、概括读物	(268)
要点回顾	(269)
案例:略读《创新的策略》	(269)

第八篇 写作的策略

第十五章 准备技巧

第一节 分析读者	(273)
一、了解读者的意愿	(273)
二、了解读者的目的	(274)
三、分析读者的构成	(274)
第二节 确定目的	(275)
一、确定你的总体目的	(275)
二、确定你的具体目的	(278)
三、分析你的可信度	(278)
第三节 选择论题	(279)
一、确定主题	(279)
二、确立标题	(283)
第四节 收集材料	(285)
一、确定收集材料的途径	(285)
二、明确收集材料的原则	(287)
第五节 组织材料	(287)

一、运用材料	(287)
二、营造结构	(290)
要点回顾	(294)
案例:乡愁四韵	(295)

第十六章 表达技巧

第一节 起草文章	(297)
一、掌握表达方式	(297)
二、选择合适的表达手法	(304)
三、明确注意事项	(308)
第二节 修改文章	(309)
一、重视修改文章	(310)
二、宏观修改	(310)
三、微观修改	(313)
第三节 定稿	(316)
一、使用小标题	(316)
二、使用文字间的空白	(317)
三、选择字体效果	(319)
要点回顾	(320)
案例:顿悟	(320)
参考文献	(323)