

他是如何说服听众的

【韩】金旻泰 编著
季成 译

乔布斯 演讲会2

🍏 why stave
Jobs'presentation

出版至今已连续**16**次印刷
韩国本土行销超过**200000**册！
长期占据韩国各大图书排行榜前列

👁 国际文化出版公司

why stave Jobs'presentation

本书是《他是如何说服听众的——乔布斯演讲会》系列的第二本，以史蒂夫·乔布斯于2007年在旧金山Macworld上的主题演讲为基础，继续深入而精妙地讲解了乔布斯卓越的演讲技巧。读者借此可以更全面地了解和体会乔布斯所有的“表演技能”和迷人魅力。

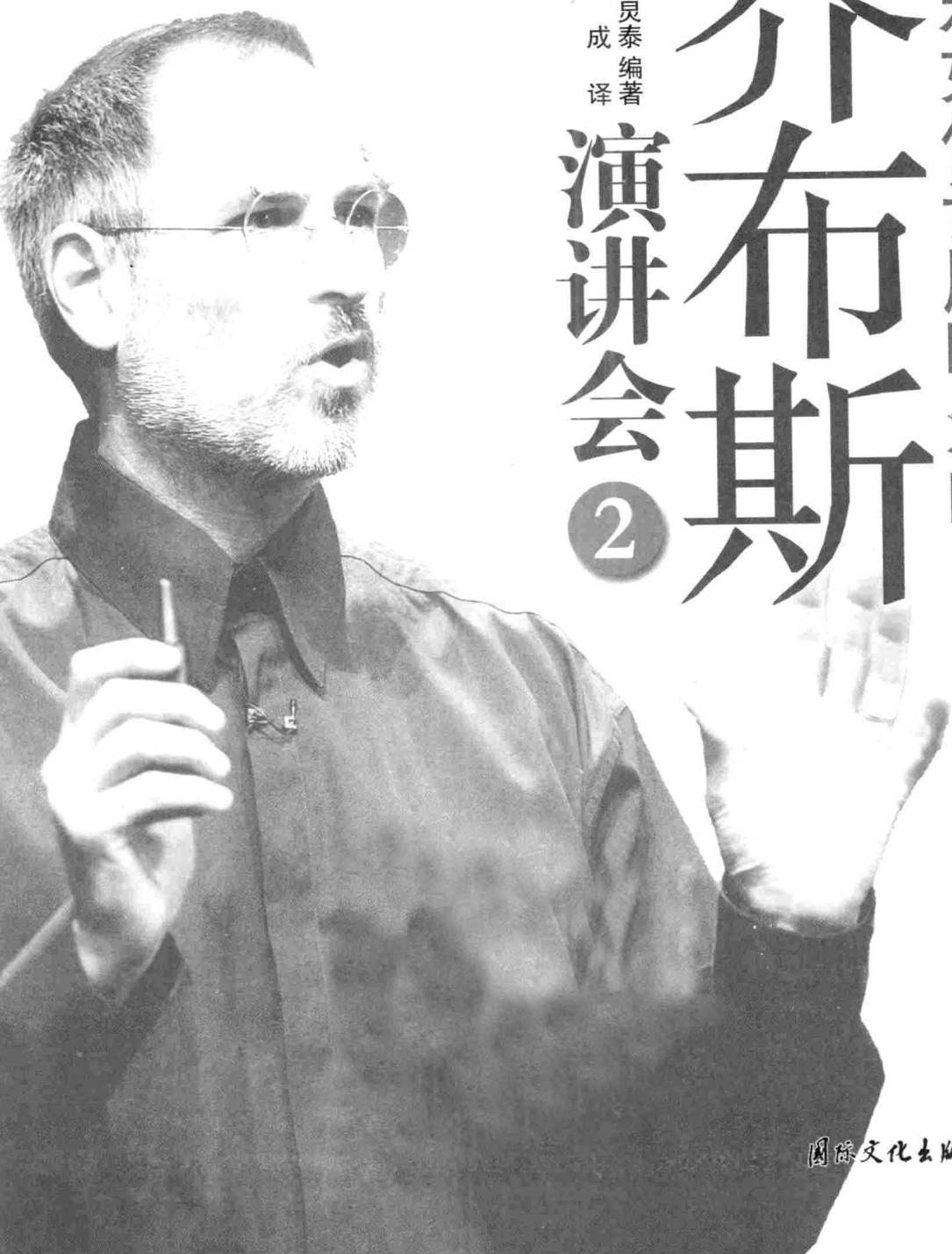
对于从事商务活动的所有人员，特别是专门从事演讲的人员来说，这是一本难得的实用工具书，必将帮助大家在演讲技能和技巧方面得到飞跃性的提高。

他是如何说服听众的

乔布斯

【韩】金旼泰 编著
季成 译

演讲会 2



国际文化出版公司

图书在版编目(CIP)数据

他是如何说服听众的: 乔布斯演讲会2/ (韩) 金灵泰编著; 季成译. - 北京:
国际文化出版公司, 2011.3

ISBN 978-7-5125-0142-3

I. ①他… II. ①金…②季… III. ①演讲-语言艺术 IV. ①H019

中国版本图书馆CIP数据核字 (2010) 第219499号

著作权登记号 图字: 01-2010-2316

Steve Jobs' Presentation 2 Written by Kevin Kim

The Original Korean edition © 2008 published by MENTOR, Inc.

The Simplified Chinese Language Translation © 2011 Beijing GengYun Cultural Development
Co., Ltd by arrangement with MENTOR, Inc. Seoul, Korea through EntersKorea Co., Ltd.

All rights reserved.

他是如何说服听众的: 乔布斯演讲会2

作 者 (韩) 金灵泰
译 者 季 成
责任编辑 艾 迪
统筹监制 葛宏峰 兰 青
策划编辑 崔雪娇
市场推广 张 蓉
出版发行 国际文化出版公司
经 销 北京国文润华图书销售公司
印 刷 大厂回族自治县正兴印务有限公司
开 本 700×960 16开
16.75印张 202千字
版 次 2011年3月第1版
2011年3月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-5125-0142-3
定 价 30.00元

国际文化出版公司

北京朝阳区东土城路乙9号 邮编: 100013

总编室: (010) 64270995 传真: (010) 64271499

销售热线: (010) 64271187 64279032

传真: (010) 84257656

E-mail: icpc@95777.sina.net

http://www.sinoread.com

演讲是“成为胜利者最有效的途径”



前言
过去三十年仅仅是个开始

第1章	先声夺人	13
第2章	向合作团队致敬	25
第3章	灵活使用“新造词”	31
第4章	如何自我推销	37
第5章	诽谤不等于胜利	47
第6章	视觉与内容的协调	55
第7章	澄清流言	63
第8章	对“数字”的恰当表达	71
第9章	图形比表格更有效	77
第10章	文字幻灯片的制作技巧	85
第11章	用事实说话	99
第12章	镌刻信息的方法	107
第13章	类比法的力量	115
第14章	分离与提炼	121
第15章	展示演讲“思路图”	127

第16章	抓住幻灯片的瞬间	137
第17章	营造紧张氛围	141
第18章	寻找戏剧化元素	149
第19章	传达图表背后的内涵	159
第20章	故事情节五步曲	169
第21章	赋予力量的引用	183
第22章	必须的步骤：彩排和预演	189
第23章	听众的笑容决定成败	199
第24章	神秘嘉宾登场	207
第25章	与听众的意识博弈	213
第26章	丢掉演讲稿	221
第27章	化解危机的方法	229
第28章	诱导“错觉”	237
第29章	制作信息的动画效果	245
第30章	深刻的结尾	253

后记



前言

苹果总裁史蒂夫·乔布斯是世界瞩目的成功人士、演讲界的大师,2006年我首次出版了关于他演讲技巧的书籍——《他如何说服听众的——乔布斯演讲会 1》,很多读者阅读了此书并给予了肯定的反馈。在出版团队的共同合作下,这本第二册正式与大家见面。第一册中围绕着2005年10月12日的演讲展开,那是史蒂夫·乔布斯在美国圣何塞加利福尼亚剧院“Special Event”(推介新产品晚会)上的演讲。这段演讲很有用,内含诸多值得学习的要素。而随着苹果公司创新产品的不断推出,史蒂夫·乔布斯的演讲次数也多了起来,“Special Event”以后类似的演讲有七八次之多,都是史蒂夫·乔布斯直接参与的演讲。

现在我经营的C&A Expert交流培训学院,培训范围涉及协商、销售和策划等沟通领域,因此我的日常工作是和演讲、培训分不开的。我有很多培训对象屡次对我说道,希望“见识一下真正出类拔萃的演讲者及其演讲”。为了满足学员的要求,我一直跟踪着史蒂夫·乔布斯,对他的演讲展开分析,并将他的演讲视频灵活地运用在教学之中。所有看过演讲视频的人无不为之赞叹,我当然是其中一

员。让我最为惊叹的是，每一次看他的演讲视频，我都能不断得到新的启发，我想这也是史蒂夫·乔布斯影响力的体现。他不断地以崭新的结构和脉络组织他的演讲，趣味和说服力从未减弱。而这次选取的演讲比以往的表演更为经典，留下了令人难忘的记忆，因此有了这第二册的出版，希望借此将史蒂夫·乔布斯更多的演讲技术展示给大家。

史蒂夫·乔布斯的演讲可以看作是精彩的戏剧或感人的表演，希望各位结合着视频读这本书，去深悟史蒂夫·乔布斯的演讲技术，相信各位会发现一个新鲜的世界。将本书献给所有拼搏在商务演讲现场，以及为准备演讲日夜奋斗的演讲者们。

作者 金旻泰
2008年1月，雪夜



过去三十年仅仅是个开始

2007 年 1 月 9 日，时间是上午 7 时 54 分。位于美国旧金山的 Moscone 会展中心门前人头攒动，排起了长队的人们等待着入场，看上去至少有 4,000 人。这些人中的大部分从昨夜 9 时起就支着帐篷坚守在这里。这一场面令人不禁猜想，此处是否有一场著名歌手的演唱会呢，这些人究竟在等待着什么？

等待的人群只有一个坚定的答案，“2007 苹果 Macworld 展示大会”。

“Macworld”是苹果公司每年年初举办的大规模展示会。此时，在设计、教育、娱乐、程序开发、企业、SOHO 等各个领域的苹果机用户都会不约而同地参加这一盛会。谷歌、惠普、IBM、摩托罗拉、尼康、三星和 Sprint 等世界一流电子相关公司也会利用这一平台共享业内信息。苹果的 Macworld 展会每年都人气爆棚，门票总是提前告罄。即使是苹果公司的最大竞争者微软公司 (Microsoft) 也会在大会上设立展位，其展会的影响力可见一斑。下面的图片就是 Macworld 大会现场悬挂的巨幅广告。

→“过去三十年轻仅是个开始。”
(The first 30 years were just the beginning.)



2007 年的 Macworld 的活动全程持续四天，如果想参加所有活动，必须购买价值 1895 美元的“至尊通票”，真是价格不菲。但无以数计的参与者对此却毫不吝惜，因为展会充实的内容可谓物超所值。其中不少人就是为了现场观看到史蒂夫·乔布斯使用 Keynote 进行演讲。对于那些没有听说过史蒂夫·乔布斯用 Keynote 演讲的人，毫无疑问门票是太贵了。但史蒂夫·乔布斯对于苹果发烧友们来说，就如同歌迷眼中的超级摇滚巨星，是神一般的存在。那么让人为之疯狂的乔布斯的演讲技巧的核心是什么呢？

本书就是献给渴望学习演讲技巧的读者，它将带你走近苹果 CEO 史蒂夫·乔布斯，分析这位当代知名演说家的演讲技巧。看过乔布斯演讲视频录像的人无不为之赞叹，对他的演讲似乎提不出任何异议。他如何使自己的演讲有如此的影响力和说服力？对此展开体系化的分析并不是一件易事，这首先需要了解一定的演讲理论，同时还需要积累丰富的实战经验。

过去 20 年间，笔者在竞争激烈的广告业打拼，同无数客户展开无数次“演说”。其中很多都是竞争演讲。现在笔者从事培训企业人员演讲技术的工作。借助多年来的实战经验和在教学中收获的知识，笔者对乔布斯的演讲进行了细致的分析——他在哪个部分使用了哪种技巧，取得何种效果等等。经过这样的分析，就使我们大家的目标成为可能——在我们的演说中灵活使用乔布斯的技巧！

本册书在众多演讲中选择了 2007 年 1 月 9 日 2007 苹果 Macworld 展会中的演说。如此选择，源于演说其后的背景。过去几年，苹果公司致力于移动电话产业，在研发 iPhone 手机上沥尽心血，因此 iPhone 上市之际举办的 2007Macworld 大会，比以往历届都更具意义；在此次大会上的演说，从准备和结构中都能看出乔布斯的良苦用心，所以这篇演说比其他篇章更有学习意义。其演讲的技巧和结构是本书讲解的重点，其中也添加了相关的理论和原理的介绍，以供读者参考。

本书根据史蒂夫·乔布斯演讲进行的顺序，从开始到结束由 30 个章节构成。每个章节的开始部分都标示了视频中对应的时间，以便读者查找。视频可以按照章节分段观看，也可以按照个人喜好，挑选感兴趣的主题观看。

为了读者的方便，我把视频上传到了我的主页上，以供下载，并选用适合的播放器来观看。

(<http://blog.naver.com/yjsu0320/120047375213>)

各章节都有如下三个部分组成。

· **What's up?**

在导入部分，首先向各位介绍本章的主题在一般常见的演讲中是如何展现的。

· **Steve Jobs's presentation**

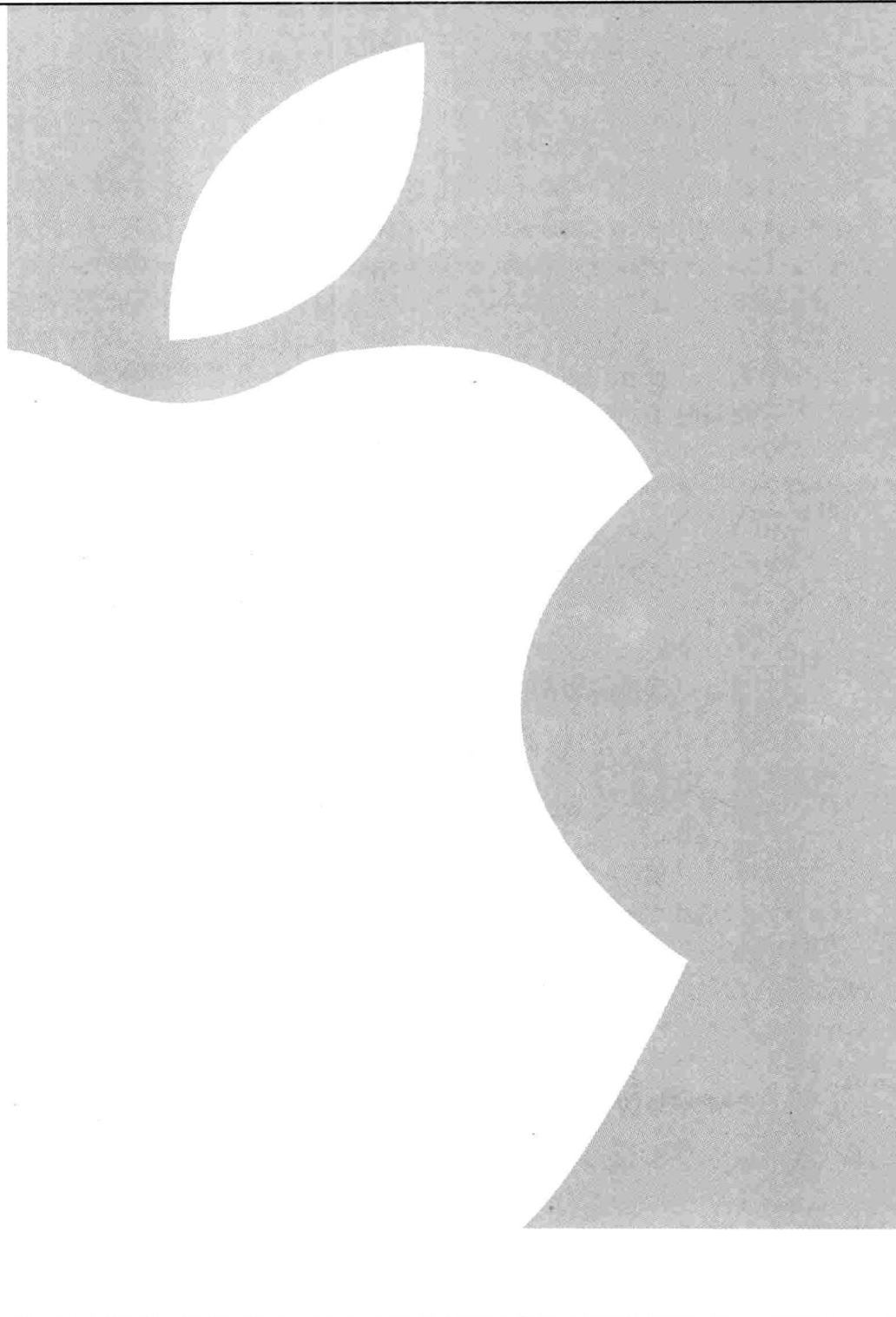
这部分是对本章中史蒂夫·乔布斯的演讲技巧和幻灯片使用技巧的详细讲解。

· **Lesson from Steve Jobs**

告诉读者如何灵活使用史蒂夫·乔布斯的演讲技术。

本书如上册一样，为了使读者理解用英语进行的讲解内容，演讲幻灯片的全文以双语对照形式展现。

现在，就让我们一步步去发现和学习，史蒂夫·乔布斯到底教给了我们什么。





先声夺人

What's up? >>>>>>
和老套的开场白说再见吧!

各位想想最近听到的演讲, 这些演讲是否都是以这样的话语开始的呢?

“感谢大家, 今天能给大家演讲万分荣幸!”

“我谨代表全体职员, 对各位在百忙之中的莅临表示诚挚的感谢!”

“真心的感谢各位, 克服糟糕的天气来到现场。”

如果有这样的开场白, 各位需要好好反思一下了。这样老套的开场白, 如果作为一段重要演讲的开始, 是不是显得太苍白无力了? 开场白, 重中之重是把听众吸引进演讲当中, 在最短的时间内引起听众的期待, 让他们觉得“这演讲值得一听”。

开场白重要作用就是，帮助对演讲准备不足的听众，让他们迅速找到进入演讲内容的轨道。因此开场白如何处理，将直接影响到演讲的主体部分。重要演讲的开场白可以有多种方式，掌握其中的原理和要领，可以使任何演讲的开始都引人入胜。

演讲开始时的观点不应偏向某一方面，而是应保持中立，这是因为大多数的观众在开始，都好像骑在栅栏上（sitting on a fence），并没有观点形成。在演讲的初始，就应该力争把大部分的听众引入演讲，然后在演讲进行之中引导他们的走向。在引导听众走向最终目标，激发听众的兴趣，使之认同演讲者观点的过程中，要用最短的时间影响听众。这个引导听众的过程越快越好。如果这个引导过程迟滞，观众的观点就可能多样化，这不利于达到演讲目的。因此使用强有力的开场白引导听众，有助于在短时间内让听众接受自己的形象。

Steve Jobs's Presentation >>>>>

苹果举办的大型活动，通常在开始之前等待的时间是在场内播放Gnarls Barkley酷玩乐队或者Gorillaz乐队的歌曲铺垫，接着场内响起广播员的声音，宣布2007苹果Macworld开幕。重要的Keynote演讲开始前是詹姆斯·布朗演唱的《So Good》，一曲终了，史蒂夫·乔布斯闪亮登场。

观众席间传来山呼海啸般的掌声和呼唤，今天的乔布斯穿着一如往常，牛仔裤配黑色圆领衫，还有简便的运动鞋。乔布斯的这身装束已经变成了一个流行符号，被人称为“乔布斯装”，成为美国高

→ 身着牛仔裤，黑色圆领衫“乔布斯装”
的史蒂夫·乔布斯



→ 2007苹果Macworld主会场全景



中和大学里青年人热衷模仿的穿衣时尚。他就是这个时代的英雄，他的演讲从内容到形式都具有无与伦比的影响力，甚至是破坏力。

首先，史蒂夫·乔布斯向参加Macworld展会的广大听众表示感谢，一句精炼简短的问候。

“感谢光临！”

接下来和普通的大型演讲开场白截然不同，乔布斯是这样开始的：

“我们今天在这里共同创造着历史。”

为了吸引听众，乔布斯从导入的部分开始发力。当天演讲的主办方就是苹果公司，而演讲的主人公正是史蒂夫·乔布斯本人。听众们是理所当然的演讲对象，是坐在台下仰望主角的人。但是一句