

市场营销口才

黄干才 蔡燕农 主编



中国商业出版社

(京)新登字 073 号

图书在版编目(CIP)数据

市场营销口才/黄干才,蔡燕农主编.-北京:中国商业出版社,
1994.12
ISBN 7-5044-2662-8

I. 市… II. ①黄… ②蔡… III. 口才学:市场营销学 IV. ①
F713.3 ②H019

中国版本图书馆 CIP 数据核字(94)第 06820 号

市场营销口才

*

中国商业出版社出版发行
(北京广安门内报国寺1号)

邮政编码:100053

全国各地新华书店经销
遵化人民印刷厂印刷

*

787×1092 毫米 32 开 8.375 印张 168 千字

1995 年 2 月第 1 版 第 1 次印刷

印数 6000 册 定价 6.20 元

ISBN7-5044-2662-8/H·47

编写说明

随着我国社会主义市场经济发展,在市场营销活动中,营销人员口才能力的培养,越来越为人们所重视。

市场营销人员是面对消费者、沟通生产厂家的流通人才,他们以消费者为中心,从消费者利益出发,把产品的用途、性能、特点、价格、维护、保养、储存信息传递给消费者,同时要把市场的需求,转达给生产厂家,为消费者提供满意的商品。在这些市场营销信息的传递和反馈中,对市场营销人员的口才能力,提出了越来越高的要求,他们既要掌握市场营销的基本理论,又要有较丰富的商品知识;既要有一颗为顾客热情服务的心,又要有一副好口才,这是市场营销人才必须具备的。为此,我们特邀市场营销专家、经理和教学第一线的教师编写了这本《市场营销口才》,奉献给广大市场营销专业人员。

本书是国内贸易部教育司推荐用书,可作各类中等专业学校、中技校、职业高中语文课及市场营销专业的教材,同时可作为广大营销人员的岗位培训和自学用书。

本书具有以下特点:

1. 实用性强。本书既有一股公认的语言学理论,又有市场营销口才的知识和技巧,以实用性为主。全书正文十章,除开头三章属于口才学的基础知识外,其它各章都是务实问题,包括采购、推销、柜台、涉外、谈判口才的特点,以及语言交际的表达艺术和技巧等,是学生和在职干部职工的必备工具书之一。

2. 事理交融。根据口才带有即兴性的特点,本书用以实例为主的写作方式,选取了大量的古今中外言语交际中有趣

而生动的实例,再概括成若干简明而带哲理性的“法则”,事理结合。以事说理,让人一目了然。

3. 内容丰富。本书具有综合性、通用性的特点,内容涉及市场营销的各个领域,这样有利于学习者开阔视野,获得较多的感性材料和各种形式的口语训练,以达到触类旁通、举一反三、思路灵活、反应敏捷、提高口语表达应变能力的目的。各类学校在进行口语训练与教学中,应根据不同部门和专业特点,选取有关的章节作为重点。口才绝不单纯是一种语言现象和技巧,它是与人的思想感情、气质、性格和品格密切相关的,因此本书还注意到对职业道德和专业素质的阐述,这也是本书内容上的一个特色。

4. 实践性强。本书附录部分——“和您一起思考和训练”,既是各章内容的必要延伸和深化,又重在进行口语表达的训练,以利检测读者的学习效果。题型新颖、灵活,实例生动、有趣,与各章内容配合使用,珠联璧合,相得益彰。

本书由全国人大财经委主任柳随年、北京市人大副主任陶西平任顾问,由首都师范大学李燕杰教授作序,黄干才、蔡燕农任主编,王淑媛、马阳、刘树林、赵赫任副主编。全书由蔡燕农总纂定稿。参加本书编写和大纲讨论工作的同志有(以姓氏笔划为序):

马 阳 (深圳工业学校)	马季成 (北京市西单商场)
王瑞韶 (汕头职工中专校)	王振良 (北京经济管理学校)
王玉琪 (北京市商业学校)	申荣季 (吉林省物资学校)
刘君儒 (河池物资总公司)	刘 敏 (辽宁省粮食学校)
刘宝成 (北京服装学院)	江福秀 (玉林物资集团公司)
朱桂英 (秦皇岛市市委)	李建和 (河池民族工业中专)
李丽玲 (广西外贸学校)	李振平 (国家教委外事处)

张万孝(北京市一轻技校)	张盛良(深圳国际资讯公司)
张绍文(北京市百货大楼)	张景福(北京市一商技校)
何海平(广西商业学校)	陈红英(广西贸易经济学校)
陈水生(广西航运学校)	陈四利(北京市供销学校)
吴淑琴(北京海淀商贸技校)	刘义贵(湖北省物资局)
武 轶(北京市供销技校)	侯捷玲(广西劳改工作警校)
赵 赫(北京市商贸学校)	赵崇正(北京市劳动局)
段保平(广西工商管理学校)	都一栋(北京市二轻技校)
常新英(邯郸市物资中专)	康书民(国内贸易部教育司)
陆 燕(广西区教委)	陆尚平(广西贸易经济学校)
黄干才(广西区物资学校)	黄宪生(广西区物资学校)
黄全瑜(柳州机械工业学校)	黄保中(南宁物资集团公司)
谭雪萍(中国物资出版社)	蔡宁宁(中国国际信托公司)

在编著过程中,我们参考已经出版的一些读物,在此谨向这些读物的作者表示谢意。限于编著者水平,错误和不妥之处难免,敬请读者批评指正。

《市场营销口才》编委会

1994年6月

序

李燕杰

我于一九七七年一月二十五日率先走向社会演讲，迄今已经十七年了。在这漫长的岁月中，为弘扬真善美，我曾到过海内外 380 多个城市，演讲达 3200 余场，受到了广泛而热烈的欢迎，被誉为青年的良师益友和播种有中国特色社会主义思想的人。

在北美、欧洲，我曾到过许多名城，如华盛顿、纽约、洛杉矶、温哥华、多伦多、伦敦、巴黎、柏林、罗马、维也纳、华沙、贝尔格莱德等等；我还曾到过许多著名大学，如耶鲁大学、哈佛大学、牛津大学、剑桥大学、莱顿大学等等。在演讲访问中，我发现不少先进的国家，都非常重视演讲与口才。以美国为例，教育界的同行告诉我，在第二次世界大战前后，美国人的三大战略武器是：舌头、原子、黄金；当前美国人的三大战略武器是：演讲、电脑、美元；在这些所谓“战略武器”中都强调了演讲与口才。我亲眼看到，西方发达国家的各类学校，都重视培养学生的讲话能力，在中小学开设说话、朗读、演讲课；在大学里设置演讲系及有演讲学博士、硕士学位，还有专门的演讲学教授。特别是在中等职业技术学校中，更加重视讲话能力的训练。一些中专校长说：“一个不会论辩没有口才的人不是一个合格的人才”。他们还告诉我，美国人中有六种人最容易赚大钱，即：商人、官员、律师、医生、教授、牧师，而这些人都需要有一副好口才。”

中国改革开放的总设计师邓小平同志提出，中国的教育要面向现代化，面向世界，面向未来。因此，我们中国的教师与

学生都必须立足本国放眼世界。今后各国在国际竞争中,在挑战应战中都想到超越的目的。所以每个国家在培养年轻人时,都力图增强青年人的竞争力,不仅要求年轻人要有干才,有办事的实际能力;要有文才,能说,会写,特别强调要有口才。发达国家的教育工作者说,培养下一代要注重“主体与两翼”,一个主体是干才,而两翼,则是指书面表达与口头表达;有了这一个主体,两个翅膀,才能在现代化社会的市场经济激烈竞争中立足并成为强才。古人云:“一人之辩重于九鼎之宝,三寸之舌强于百万之师”、“口能言之身能行之,国宝也”,随着科技的发展,地球越来越小,各国之间政治、经济、文化、外交、商业的交流日益频繁,要想在国际竞争中立于不败之地,就必须要有雄辩而敏捷的口才,要有敏锐的目光,机敏的思维,还要有综合的观察能力,为此,我主张在中专、中技校、职业高中、普通中学和成人教育中都要开设口才课,包括阅读朗诵、对话、演讲、辩论、营销口才等等,要彻底改变过去那种重写轻说的倾向,使同学们懂得做为青年人,要树雄心立大志;要有“思九州而博大,横四海而焉穷”的气魄,尽早掌握口才技能和技巧;使自己在改革开放的大潮中,在市场经济的竞争中成为干才、文才、口才三结合的实干家、改革家。

最后,以这两句诗共勉:

云横怒翼搏千里,气霁刚风御九秋。

1994年6月于北京首都师范大学

目 录

绪论	(1)
第一章 语言和职业口才	(22)
第一节 语言、言语和口语	(22)
第二节 口才是一门学问	(26)
第三节 职业口才的特点	(33)
第四节 教你一个“实用会话法”	(42)
第二章 口才的基本原则	(46)
第一节 话由旨遣	(46)
第二节 话因人异	(51)
第三节 话随境迁	(57)
第四节 话如其人	(63)
第三章 口才的修养	(67)
第一节 言语是思想的衣裳	(67)
第二节 知识是音符	(71)
第三节 记忆是口才的基础	(75)
第四节 世事洞明皆学问	(77)
第五节 一把犀利的解剖刀	(82)
第六节 随机应变信如神	(85)
第四章 社交口才	(90)
第一节 社交的基本原则和艺术	(90)
第二节 社交语言艺术的基本要求	(98)
第三节 一般社交语言艺术	(102)
第五章 采购口才	(120)
第一节 采购工作与采购口才	(120)

第二节	采购语言技巧·····	(124)
第六章	推销口才 ·····	(136)
第一节	推销的实质是说服·····	(136)
第二节	推销员的素质·····	(138)
第三节	推销语言艺术的基本要求·····	(143)
第四节	推销的语言技巧·····	(147)
第七章	柜台口才 ·····	(164)
第一节	柜台语言的魅力·····	(164)
第二节	愿您成为柜台上的能手巧将·····	(167)
第三节	柜台语言艺术的基本要求·····	(172)
第四节	柜台语言的技巧·····	(176)
第八章	涉外口才 ·····	(187)
第一节	涉外口才的重要性·····	(187)
第二节	涉外口才与礼仪·····	(188)
第三节	涉外语言的基本技巧·····	(195)
第四节	微妙委婉的外交辞令·····	(205)
第九章	谈判口才 ·····	(212)
第一节	谈判口才的特点和标准·····	(212)
第二节	谈判原则、谈判程序及策略·····	(217)
第三节	谈判语言的艺术技巧·····	(222)
第十章	领导口才 ·····	(239)
第一节	领导工作需要口才·····	(239)
第二节	领导者的语言修养·····	(241)
第三节	领导语言艺术和技巧·····	(247)

绪论

语言,是人类思维和表达的工具,是人与人之间达成相互理解和感情交流的必要手段,语言能力是人们最重要的一种交际能力。随着社会主义市场经济的发展,在多种营销活动中,人们的口头语言交际能力显得特别重要。

一、口语,平凡而又神奇

列宁有一句著名的话:“语言是人类最重要的交际工具。”人类用语言表达思想,传递情感,借以改造客观世界和主观世界。口语是人们为了交际需要对语言的运用。人不能离开衣食住行这些生活要素,也须臾不能离开口语这个生活要素。对口语在社会生活中的作用,我国古代的思想家、教育家孔子曾用过一句话来概括:“一言可以兴邦,一言可以丧邦。”孔子把教学分为四个门类(相当现在四个系):即德行、政事、文学和言语。“言语”列为四科之一,可见他重视口才训练,注意语言表达。孔子的三千弟子、七十二贤人中,口才最拔尖的要数宰我和子贡,“宰我、子贡善为说辞”(孟子)。“善为说辞”,即善说话会演讲,是能言善辩的高材生。孔子还用“雅言”讲课。雅,正也。雅言,即准确和规范的语言,也就是当时的普通话。

我国南朝时梁国文学理论批评家刘勰在《文心雕龙》中指出:“一人之辩,重于九鼎之宝;三寸之舌,强于百万雄师,”可见口头表达能力是关系到进德、修业、治国的大事,不是“雕虫小技”,更不是可有可无的事。现代美国人把“舌头、美元、电脑”作为三大战略武器,与孔子、刘勰的提法,可谓有异曲同工之妙。我国古语云:“口之宣言也,善败于是乎兴”,俄罗斯成语中有“舌头虽小,可以摇山”的名句,这些都说明口语既平凡而

又神奇的道理。

言语能产生巨大的力量，这是因为说话总要表达某些内容，某种观点，在这个前提下，你的说话艺术和技巧就是关键因素，小则可以决定你的个人前途、爱情生活，大则关系到民族利益，国家安危。

语言是信息的第一载体，它能全面深入、有力地证明宇宙间最为复杂的东西——人的心灵。明晰的口语具有强烈的感染力和说服力。在解决国际争端中，一场智斗可以避免兵灾之祸；在商业谈判中，一段利辞可以赢得亿万资财。

在你的生活中，良好的谈吐可以把周围的人联系在一起，使你有强有力的“智囊集团”，有纵横交错的朋友体系，有温馨和温暖的家庭环境，使你处于“海阔凭鱼跃，天高任鸟飞”的良好境地。

综观古今中外，都不断涌现出一大批能言善辩、能说会道的演说家和口才大师。公元前 770 年至公元前 221 年，春秋战国时代是我国奴隶制向封建制过渡时期，社会的发展促进了思想活跃和论辩的发展。当时养士论辩成风，统治阶级甚至专门养一批“说客”，周游天下，为宣传自己的政治主张服务。很多策士都成为诸侯各国的得力谋臣，苏秦和张仪，一纵一横，其辩才声震天下。主张合纵的苏秦，佩戴六国相印，张仪则极力连横，采取远攻近交的政策，帮助秦国出谋献策，吞食六国，统一中国。

中国古代历史上，人们熟知的晏子使楚、烛之武退秦师，触刳说赵太后，诸葛亮舌战群儒等，都是运用语言艺术的典范。

一九一九年“五四”运动，我国演讲之风再起，是我国口才发展史上的又一高潮，掀起了一个猛烈的反封建的新文化运

动。陈独秀、胡适、李大钊、蔡元培、鲁迅等人都有不少著名的演讲，李大钊与胡适还展开了关于主义与问题的论辩。中国近代的许多杰出人物，如严复、孙中山、肖楚女等，都有极其高超的说话艺术。毛泽东、周恩来、闻一多等是中国现代史上演说家的杰出代表。毛泽东的《中国人民从此站立起来了》，周恩来的《在万隆会议上的演说》和闻一多的《最后一次演讲》，都是饮誉中外的典范。

毛泽东、周恩来、陈毅等老一辈革命家有许多巧用语言的故事，众口皆碑，已成为我们的风范。

党的十一届三中全会后，我们国家政治清明，改革开放，社会稳定，社会主义市场经济繁荣，呈现了一派生机勃勃的景象。在流通领域里的各项市场营销活动中，口才的重要性逐步引起人们的注意，口才训练活动与口才相关的事业也有了令人瞩目的大发展。神州大地上，男女老少，行行业业的人都在教口才，学口才，用口才，口才雄风比任何一个时代都更加猛烈、强劲，口才艺术家灿若星辰。

在国外，从古代的埃及、巴比伦、希腊、罗马，到现在的欧美各国，都一直把口才当作学问来看待。古希腊、古罗马时代是西方口才史上的黄金时代。古罗马演说曾风靡一时，雄辩术甚至成为一切高尚生活不可缺少的因素和装饰品。那时，人们不愿听音乐，而愿意把时间花在听演讲，听争辩上。每到这个庄严时刻，城市万人空巷，店铺关门，连主教也由卫兵簇拥去听。十六世纪的文艺复兴，结束了黑暗的中世纪文化，摧毁了封建社会的精神支柱——宗教。文艺复兴的思想先驱们再次利用演讲这一锐利武器，进行思想斗争，宣扬反宗教的人文主义。十八世纪的资产阶级启蒙运动中，一次著名的演讲便掀起一场政治风波，造就一批政治风云人物。资产阶级的首脑人物

几乎无一不是能言善辩的演讲家，如乔治·华盛顿，富兰克林·罗斯福，温斯顿·丘吉尔和阿道夫·希特勒等。资产阶级的政客无不利用犀利的口才打开政治局面，达到资产阶级的政治目的。同样地，无产阶级夺取政权进行社会主义革命也离不开口头宣传。演讲则是宣传革命真理、提高群众觉悟的有力武器。无产阶级革命导师马克思、恩格斯、列宁、斯大林、季米特洛夫，堪称口才艺术家。伟大导师列宁有着运用口才的高超艺术。在苏维埃政权的最初年代里，为了动员群众捍卫十月革命的伟大成果，巩固新生的人民政权，他曾深入工厂、农村、军队发表讲话三百多次，有效地团结了人民起来与形形色色的敌人作斗争。德国杰出的妇女运动领袖蔡特金赞誉他的讲话是“一个雄辩的杰作。没有半点是卖弄词藻的形迹。只有有分量的明晰的思想在发挥作用，只有无可辩驳的合乎逻辑的论据，始终如一的坚定不移的方向。他的语句像未经斧凿的石块那样抛出去，并融成一个统一的整体。”

当前，随着世界新的技术革命高潮的兴起，信息化社会的到来，人们的生活节奏加快了，信息交流更加频繁了，人际关系扩大了，说话作为一门学问、一门艺术，也越来越为人们所重视和研究。

欧美国家把口语表达能力作为衡量人才的重要标准。许多厂家招聘各类人员，特别是高级管理和技术人员都要进行口试。各级学校都开设说话课，连高层的政治家也参加训练，所以现代西方人都很擅长口头表达，“舌头”成为人们珍视的生活能力和手段。

二、信息时代的口才观

1984年10月，三千日本青年来华与我国青年联欢。人们看到，不论公开场合的演讲，还是私下交谈，日本青年总是落

落大方，侃侃而谈。相比之下，我国青年显得过于拘谨、木讷，甚至有人像韩愈说的那样，“足将进而趑趄，口将言而嗫嚅”。一些青年无不感慨地说：“在语言交际方面，同国外青年相比，我们有很大差距。”

这个“差距”是客观存在的。“知耻者近乎勇”，知道了这个差距，就要迎头赶上，就要去缩短这个差距，这其中重要的一条就是要树立信息时代的口才观。

1. 说话能力是现代社会对人才的基本要求

法国作家雨果也说过：“语言就是力量”。人们在生活中应酬交际、说理辩驳、答问解说，都要借助语言的力量，否则就会削弱生存和自立的能力。

现代社会的基本特征之一是开放。开放，好似强辐射，而言语的交往就是纵横交叉的射线。舌头拨动着他人的神经系统，从而组成一个协调而和谐的现代社会。信息论的研究者认为：在通讯手段日益发达的现代社会，仍有70%的信息依靠人的口语来传递。现代社会的传达手段，相当一部分是通过电话、电视、电子计算机传达的口头语言。现代科学技术的发展，使人的“舌头延长”了，地球的“半径缩短”了。代表当今科学技术水平的资料检索、机器翻译、人工智能都离不开语言信息处理问题。在日本和美国，口语自动识别机可以用来预订火车票。人和机器对话，虽然不要人有纵论天下的雄辩口才，但口才一些基本原则还是要熟练掌握的。如果新一代的人工智能成功了，那么，语言的作用就可以发挥得淋漓尽致，人们可以直接用语言来发指令，人机对话，机器按语言发出的指令工作，无需用手按键盘，人的双手就会获得又一次解放。这就要求人们必须准确、简洁、清楚地表达自己的思想感情，任何前言不搭后语、罗哩罗嗦、含混不清的口语表达，都适应不了时

代的要求。现代社会的发展,越来越讲究速度和效率,要求人们彼此谈话也要节约时间,讲究谈话的效率,那种“哼哼”、“哈哈”、“吭吭”、“吃吃”,半天也说不清、道不明的说话,无疑是浪费别人的时间,影响工作的效率。

信息社会是一个繁忙的社会,具有口才的人,必然是现代社会中的活跃人物。没有口才的人,有如发不出声的留声机,虽然在那里转动,却不使人感到兴趣,影响工作的进行。由此看来,良好的说话能力已经成为现代社会对现代人的基本要求之一,也是一个现代人必须具有的基本功。

2. 口才是事业上最常见、最有效的手段

俗话说:七分本事,三分机遇。一个人的本事再大,如果没有捕捉机遇的技能,在激烈竞争中同样无法立于不败之地,而一个人的口才就是人的技能最常见、最有效的手段。口才好,加之有才干,很容易被人委以重任,事业成功的希望就大。美国政治家和发明家富兰克林说过:“说话和事业的进行有很大的关系,你如出言不慎,你跟别人争辩,那么,你将不可能获得别人同情,别人的合作,别人的助力。”在现代社会激烈竞争中,得益于口才的成功者比比皆是。可见,一个人事业的成败与他说话的能力强弱有很大关系。说话可以看出一个人的才干,事业成败常常在说话中获得效果。有志的青年,为了社会的进步,为了事业的发展,应当努力掌握说话的技巧,锻炼和提高自己的说话能力,以适应现代社会的需要。

美国口才学家戴尔·卡耐基也说过:“演讲的能力,是成名的捷径。这种能力使一个人受人瞩目,鹤立鸡群。而一个说话得人心的人,人家对他能力的评价,往往超过他真正的才华。”在现实生活中,多数事业上最成功的人除了品德高尚、知识丰富外,还拥有会说话、说服他人、把自己和自己的想法“推

销”出去的才华。人如果缺乏这种才华，事业成功的系数就小，甚至会被淘汰。如日本一些大公司在招聘人员的面试中，对说话能力考核标准就规定了七种不予以录取的人：声音轻如蚊子者；没有抑扬顿挫者；交谈时，不得要领者；面试时，不能干脆利落回答问题者；说起来嗡嗡叫，毫无生气者；说话不知所云者；说话缺乏气势，使人为之不耐烦者。

3. 良好的口才是管理现代化的需要

管理者的工作要和最复杂、最变化不定的因素——人打交道，这就要求管理者不仅具有较强的政治和业务素质，而且要懂得人的情绪并了解人，知道怎样去发挥和调动人的积极性，是一个擅长说话艺术的专家。当前西方管理学中风行“转化型领导”方式，可以说反映了现代化对管理者的要求。“转化型领导”方式，是美国政治科学家伯恩斯在《领导工作》一书提出的。他认为作为一个部门或一个企业的领导人，应该从“事务型领导”方式转变到“转化型领导”方式上。并指出领导工作就是在竞争中，调动起组织的、政治的、心理的以及其它方面的手段，来激发、利用和满足下属的积极性，其主要工作方式就是说服规劝。这同我们讲的重视思想工作，最大限度地发挥和调动人的主观能动性有某些相似之处。做为领导者，如何指挥部下是个最为重要的课题。把上级的意图准确无误地传达给你的部下，激发没有干劲的部下的工作热情，使迟到的人停止迟到……这些都属于说服规劝的内容和说话技术。没有说服教育能力就没有担任管理、监督者的资格，这样说并不过分。

现代的中外管理专家，都有这样一个共识：有效的领导者应该懂得教育的意义，精通教育家的技巧；应该是语言学家，精通表达的艺术。现代管理者能够运用这些技巧去说服人，向

人们灌输企业的精神和价值观,让人们重新认识自己,使个人在企业组织内得到物质和精神生活的满足。由此我们可以看到,现代管理对说话艺术的要求是很高的。

4. 口才是一个人学识的标尺

口才,是一个人说话的艺术和技巧,决不是只凭两个嘴皮子,而是一个人综合能力的体现。一个善于说话的人,应有以下几个特点:

(1)必须具备敏锐的观察力,能深刻地认识事物,只有这样,说出话来才能一针见血,准确地反映事物的本质。

(2)必须有严密的思维能力,懂得怎样分析、判断和推理,说出话来才能滴水不漏,有条有理。

(3)必须有流畅的表达能力,词汇丰富,知识渊博,话才能说得生动通顺。

郭沫若诗曰:“胸藏万汇凭吞吐,笔有千钧任歛张”。能达到“嘴巴”随心吞吐、歛张自如的境地,就在于胸有丰富的知识和词汇,列宁的讲话之所以被称为“雄辩的杰作”,极富逻辑力量和鼓动色彩,是有深厚的知识和智力基础的。就拿历史知识来说,列宁从古希腊神话到现代俄国经济状况,他都极为感兴趣,并加以钻研。可以说,他本身就是一本“百科全书”。所以在他讲话中,具有大海一般宽厚的内容,通过旁征博引,深入浅出的讲话,像磁石般吸引着人们。

我们在生活中,会看到另一种人,他们根底浅,却也被称为“能说会道”。其实虽然语言流畅连贯,却充满谬误,连起码的逻辑也谈不上。“墙上芦苇,头重脚轻根底浅;山间竹笋,嘴尖皮厚腹中空。”这种尖嘴利唇的人充其量是耍嘴皮,讲歪理,不能算是有口才。

5. 大力发展职业技术教育必须加强口语训练与教学