

· 管 理 艺 术 丛 书 ·



有效的展示

如何成为一名展示高手

〔英〕安东尼·杰伊 罗斯·杰伊 / 著
张其仔 / 译

经济管理出版社

★管理艺术丛书

有效的展示

——如何成为一名展示高手

【英】 安东尼·杰伊 罗斯·杰伊 著

张其仔 译

经济管理出版社

图字：01-1999-1882号

This edition of Effective Presentation 1st Edition is published by arrangement with Pitman Publishing London through Shanghai Copyright Agency.

The Work is for in the People's Republic of China only and is not for export.

©Antony Jay and Ros Jay 1996

管理艺术丛书

有效的展示

——如何成为一名展示高手

[英] 安东尼·杰伊 罗斯·杰伊 著

张其仔 译

出版：经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同8号 邮编：100035)

发行：经济管理出版社总发行，全国各地新华书店经销

印刷：北京机工印刷厂

850×1168毫米 1/32 7.25印张 154千字

1999年8月第1版 1999年8月北京第1次印刷

印数：1-6000册

ISBN 7-80118-807-1/F·767

定价：15.00元

·版权所有 翻印必究·

(凡购本社图书，如有印装错误，由本社发行部负责调换)

地址：北京阜外月坛北小街2号 邮编：100836

责任编辑 凌 霄
版式设计 陈 力
责任校对 郭虹生

图书在版编目 (CIP) 数据

有效的展示：如何成为一名展示高手/ (英) 杰伊，
(英) 杰伊著；张其仔译．—北京：经济管理出版社，
1999.8

(管理艺术丛书)

ISBN 7-80118-807-1

I. 有… II. ①杰… ②杰… ③张… III. ①企业形象-宣传 ②产品-宣传 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 32501 号

本书通过上海市版权代理公司从伦敦皮特曼出版公司购得版权。

本书仅限中华人民共和国境内发行。

慷慨陈词：
成为一名顶尖展示专家的艺术

安东尼·杰伊 罗斯·杰伊 著

“这本书不仅通俗易懂，而且具有很高的使用价值”

——电信报

根据皮特曼出版公司 1996 年版译出

作者简介

安东尼·杰伊，前影视艺术公司（世界上最大的影视艺术培训公司）主席，著有《部长唯唯诺诺》，一位声名卓著、受人崇敬的展示专家。

罗斯·杰伊，商务编辑，知名著作家，著有《组建大团队》、《低成本营销》和《如何写出卓有成效的建议书和报告》等著作。

前 言

大约在 1964 年，我发现展示。此前，我在 BBC 工作，是名全日制电视产品制作人和撰稿人，而且一直坚信，自己是有能力运用听—视觉艺术来展示事实、观念与争论的少数人之一。1964 年，我成了一名自由撰稿人，不久我就应邀去一家公司制作展示。

从那时开始，我的步子越走越快。我开始意识到，全世界每天都有成千上万的人在进行展示，或参加展示，研究小组向发展委员会展示新项目，销售人员向顾客展示产品，广告代理

向委托人展示其富有竞争力的创意，董事会向经理展示新的组织或政策，向新闻界和公众进行展示，等等，不一而足。

一旦认识到这个新产品的内容，我就意识到，它完全植根于我过去十年一直从事的职业之中。诚然，没有了电视摄像机、没有了电视演播厅和麦克风的嗡嗡声，但所有这些都只不过是些外部标志，仅仅是设备而已。在那些事实性、记实性的电视中，包括了展示的核心问题：通过语言、画面等的相似运用，以吸引人的、趣味盎然、劝导的方式把新的事实、新观念传给观众（尽管电视观众成千上万，但也是由一个一个的小群体组成的）。

很显然，一开始我就具有某种优势：10年中，我所从事的全日制的专

门性的职业所处理的就是这个问题。我和同一小组中的同事无休止地讨论这个问题的每一个方面。更有甚者，10年中的6个春秋，每周的星期五晚上，我都要为新闻、记实、时事节目叙评劳作40分钟，在这些节目中，不时地运用视—听觉艺术和各种讲话设备。

当我走出电视工作室的高墙，发现那些不得不设计与制作展示的人对展示的问题和原则很少给予思考与讨论时，我感到十分吃惊。工业中似乎已经充塞了各种专家和非专家，他们对成本核算、工作研究、操作、媒体选择以及和新闻界的关系、资源管理、生产控制、人员激励发出种种忠告，其声溢耳。但在展示行业，即使是最一般的有所助益的东西都没有，更谈

不上什么专业知识。

由于这个原因，整个 60 年代的展示充满了各种概念性与操作性错误，也就不足为奇。但更让人吃惊的是听众的忍耐力。他们宽容、安静地坐着，带着一种对待英雄的礼貌，捱到展示结束。

我开始制作、宣扬展示，至今已有 25 年。在这 25 年中，大部分时间，我不得不提出某些要点，它们在 50 年代的节目分析中，我们曾经认真锤炼，直至把它们锻造得让我们自己满意为止，它就是听—视交流中的基本语法。

如果有人拿起这本书，目的是想倾听关于现代工业社会中人类交流的本质的光彩夺目的哲语，我奉劝他放下此书。这完全是一本简明扼要的普及性操作手册。它适用于那些经常向

人们展示思想观念、决定、事实和建
议的人。他们进行的展示需要花比酒
桌上的闲聊更多的时间和精力进行准
备与制作。他们相信，为了达到最清
晰、简明、有影响力和说服力的效果，
或至少是要避免歧见、灾难或难堪，
花一些时间进行准备是值得的。

从这本书出版后至今，展示者所
能采用的技术设备有了很大发展，但
我的经验揭示出这样一个事实：对于
交流技术和展示技巧的理解却少有进
展。这就意味着，本书第一版后，已
经广为人知、或不言而喻的要点，在
再版时不必删节或省略。

近年来，我和管理层及市场打交
道日少，高兴的是，此时，我的孙女
露丝进入了商界，并以撰写管理方面
的著作闻名。她把她最近亲历过的各

种展示的世界带进本书，增加了本书的原创性。她指出和修订了一些重要的省略，同时编辑和重新组织了大量的早期资料。我们共同增加了一些经我们多年的积累所形成的提示。这些努力使这一版比初版显得更加清楚、全面，或许它又要持续 20 年，让我们拭目以待。

安东尼·杰伊

1995 年 9 月于斯满塞特

鸣 谢

1971年，我出版本书后，又写过两本小册子，展示展示的艺术。这两本书都是为影视艺术公司而写，一本是《片规》，另一本是《走向成功》。这两本书都是为进行展示培训的影片“迈向正确之路”和“赢得成功”而写。我对公司慷慨应允我把这两本书中的资料纳入本书深表谢意。

我同时还得感谢沙妮·东，她慨允我运用她在彩排和展示中发展的专门知识，这些知识是本书第八章的重要组成部分。

目 录

| | |
|--|-------------|
| 前言 | (1) |
| 鸣谢 | (1) |
| 导论 | (1) |
| 1 计划“展示”：三思而后行 | (5) |
| <input type="checkbox"/> 从最重要的方面入手 | (6) |
| <input type="checkbox"/> 构成因素 | (9) |
| <input type="checkbox"/> 结构 | (12) |
| <input type="checkbox"/> 初涉者应考虑的问题 | (26) |
| 2 计划展示：上演 | (27) |
| <input type="checkbox"/> 组织 | (29) |
| <input type="checkbox"/> 注意力曲线 | (30) |
| <input type="checkbox"/> 休息和每节的长短 | (33) |
| <input type="checkbox"/> 幕后窥视 | (33) |
| <input type="checkbox"/> 听众参与 | (34) |
| <input type="checkbox"/> 影响 | (35) |
| <input type="checkbox"/> 选派角色 | (37) |
| <input type="checkbox"/> 初涉者应考虑的问题 | (39) |
| 3 时间安排 | (41) |
| <input type="checkbox"/> 我们应该做什么 | (42) |



| | |
|--|-------------|
| <input type="checkbox"/> 我们应该说什么 | (42) |
| <input type="checkbox"/> 展示者的简单介绍 | (43) |
| <input type="checkbox"/> 产品会议 | (44) |
| <input type="checkbox"/> 蹒跚前进 | (46) |
| <input type="checkbox"/> 从头至尾进行演练 | (47) |
| <input type="checkbox"/> 排练 | (47) |
| <input type="checkbox"/> 初涉者应考虑的问题 | (49) |
| 4 语调和词的运用 | (51) |
| <input type="checkbox"/> 没有讲稿的展示所面临的问题 | (52) |
| <input type="checkbox"/> 不要照本宣科 | (53) |
| <input type="checkbox"/> 口头英语与书面英语 | (54) |
| <input type="checkbox"/> 不同的知识水平 | (66) |
| <input type="checkbox"/> 语调 | (67) |
| <input type="checkbox"/> 技巧和风格 | (69) |
| <input type="checkbox"/> 初涉者应考虑的问题 | (71) |
| 5 视觉辅助和图像的运用 | (75) |
| <input type="checkbox"/> 常用的视觉辅助物 | (76) |
| <input type="checkbox"/> 视觉辅助物——是工具而不是目的 | (96) |
| <input type="checkbox"/> 初涉者应考虑的问题 | (97) |
| 6 视觉辅助设计 | (99) |
| <input type="checkbox"/> 计划 | (100) |
| <input type="checkbox"/> 可读性 | (105) |
| <input type="checkbox"/> 明白易懂 | (110) |
| <input type="checkbox"/> 初涉者应考虑的问题 | (119) |



| | |
|--|-------|
| 7 听众 | (121) |
| <input type="checkbox"/> 听众和群体行为 | (122) |
| <input type="checkbox"/> 哪一种听众 | (125) |
| <input type="checkbox"/> 你需要什么规模的听众 | (126) |
| <input type="checkbox"/> 演说者必须足堪胜任 | (127) |
| <input type="checkbox"/> 好的演说家的陷阱 | (129) |
| <input type="checkbox"/> 一个人的展示 | (135) |
| <input type="checkbox"/> 对不同的听众采取不同的处理技术概览 | (139) |
| <input type="checkbox"/> 初涉者应考虑的问题 | (141) |
| 8 最后冲刺 | (143) |
| <input type="checkbox"/> 地点 | (144) |
| <input type="checkbox"/> 打扮 | (153) |
| <input type="checkbox"/> 舞台管理 | (156) |
| <input type="checkbox"/> 排练 | (160) |
| <input type="checkbox"/> 展示 | (161) |
| <input type="checkbox"/> 此后 | (163) |
| <input type="checkbox"/> 初涉者应考虑的问题 | (164) |
| 9 使用录像 | (167) |
| <input type="checkbox"/> 您确实需要录像吗 | (168) |
| <input type="checkbox"/> 谁应该制造它 | (169) |
| <input type="checkbox"/> 赞助人和制作人 | (172) |
| <input type="checkbox"/> 实际决策 | (176) |
| <input type="checkbox"/> 预算 | (179) |
| <input type="checkbox"/> 义无反顾 | (182) |



| | |
|--|-------|
| <input type="checkbox"/> 初涉者应考虑的问题 | (186) |
| 附录1 (大纲) | (187) |
| <input type="checkbox"/> 过程大纲 | (187) |
| <input type="checkbox"/> 清单 | (193) |
| 附录2 | (201) |
| <input type="checkbox"/> 展示样本 | (201) |