

轻而易举的 演说

陈茂飞 著

每年超过100万人听金话筒陈茂飞演说
他说，会说话就会演说
你和老板的区别在于你在说话，他在演说；
你在零售产品，他在批发思想

轻而易举的 演说

陈茂飞 著

图书在版编目 (CIP) 数据

轻而易举的演说 / 陈茂飞著. --北京: 华夏出版社, 2017.2

ISBN 978-7-5080-9123-5

I. ①轻… II. ①陈… III. ①演讲—语言艺术—通俗读物 IV. ①H019-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第326680号

版权所有, 翻印必究。

轻而易举的演说

作 者 陈茂飞

责任编辑 许 婷 王占刚

出版发行 华夏出版社

经 销 新华书店

印 刷 三河市少明印务有限公司

装 订 三河市少明印务有限公司

版 次 2017年2月北京第1版 2017年2月北京第1次印刷

开 本 720 × 1030 1/16 开

印 张 13

字 数 120 千字

定 价 36.00 元

华夏出版社 网址: www.hxph.com.cn 地址: 北京市东直门外香河园北里4号 邮编: 100028
若发现本版图书有印装质量问题, 请与我社营销中心联系调换。电话: (010) 64663331 (转)

前言

如何轻而易举的演说

“记得我第一次到 GE（美国通用电气公司）做演讲，完全是照本宣科。

我前天晚上没有睡觉，一直非常紧张、流汗，那时我 24 岁。现在我可以站在成千上万的人面前，对我来说演讲是件容易的事。通过经验就可以做到这一点，我想每一个人都有这样的机会，获得你们的自信。”就像杰克·韦尔奇所说的，演讲对于新手而言是非常紧张、困难的，而对于经历过的人来说却是轻而易举的，这种体会大多数人都有。随着时间的推移，当我们再回忆起儿时第一次在课堂上自我介绍时的恐惧、紧张、担忧，会觉得十分好笑；当我们回忆起初中、高中的演讲，甚至大学、工作以后的公众发言，会觉得其实我们完全可以表现得很好，可以演说得很完美，并没有当时认为的那么困难。人的一生，是一个不断成长的过程，很多事情就是这样，只有在不断

经历过之后，才懂得其中的奥秘。

对于演说，很多人认为这是一门艺术，而我们都知道艺术的门槛很高，我们每个人的生活中又都离不开这门艺术，那么我们该如何走进它呢？我认为任何艺术都是技术的升华，我们站在门槛外往里看，难度很大；如果我们跨过门槛，走到里面来，把“艺术”分解，先掌握它的技术，我们会发现其实演说并没有想象的那么难。这就好像很多盲人，失去了光明，却仍然可以很好地生活，他们甚至还可以打着灯在夜里照亮别人的路。还有很多失去行走能力的人，却仍然可以成为优秀的运动员。人生没有设限，只要我们敢于和自己较劲，我们就会越来越优秀。当然，演说不仅仅是和自己较劲，因为演说还是一个演说者与观众相互合作、相互衬托的一门艺术。演说者所面临的演说环境是非常复杂的，演说所产生的影响力又是跨度很大的，伟大的演说可以改变世界，糟糕的演说可能遭到全体观众的抵制。

如何实现轻而易举的演说呢？在我创办的“全梦金话筒”的课程上，我说，只要具备以下三个条件，谁都可以学会演说。第一，我愿意！所有的成功者都愿意做别人不愿意做的事情，所有的成功者都愿意做别人做不到的事情；第二，有口气！只要你活着，有口气在，能说话；第三，舍得多给自己一次机会！哪怕只多给一次！这就是你爬起来比跌倒多出的那一次机会，这就是你上台演说比内心挣扎多出的那一次机会。轻而易举的演说是说出来的，

不是听出来的。当年，我在大学，台下有几十人我都不敢公众演说，现在，我可以面对台下万名企业家发表演说。

演说，极为简单，当然，这个观点基于演说者对演说艺术的自我要求上。演说效果完全可以分出很多的级别，比如观众没有明显回应、观众有部分回应、观众热情回应、观众被感动、观众被影响……顺利完成一场演说并不是特别困难的事情，但要完成一场成功甚至卓越的演说则是难上加难。

本书尝试着为读者朋友们提供一个提升自己演说能力和水平的参考。当然，更重要的是，本书力图向读者朋友们普及有关演说的基本知识，让读者朋友们认识演说，喜欢演说，学习演说。这是本书对读者朋友们的最大益处了。

本书最大的特点是从创业与演说这一角度切入来谈演说。毋庸置疑，今天企业的时代，是创业者的时代，那么，演说对于创业者、企业家来说就显得十分重要。创业者们对于演说能力的提升也必然十分关切，并饱含着急迫的热情。

看看中国商业舞台上这些一流的企业家，马云、雷军、张瑞敏、牛根生、王石、俞敏洪等，这些人哪个不会公众演说？哪个不是“指点江山”？哪个不是充满个人魅力？

首先，他们擅长演说，乐于在公众面前发表演说。其次，他们也擅长通过演说塑造自己的个人形象、推广企业产品、传播企业形象等。最后，他们

擅长通过演说感染人、影响人。他们早被千千万万的创业者和普通观众视为榜样，他们的演说影响和改变了许许多多的人。

所以可以这样说，这是一本为创业者写的书，这是一本激励和鼓励创业者的书。在今天这个移动互联网时代，或者说在今天这个自媒体时代，创业者要想打造良好的个人社会形象和口碑，演说是一门必修课！

陈茂飞

2016年11月11日

目 录

第一章 演说是创业者的必修课 /01

顶级创业者都是超级演说家 /02

创业者为什么要演说？ /06

创始人如何演说？ /11

处于危机时如何发表演说 /15

企业转型时如何演说？ /18

发布会上如何发表演说？ /22

招商会上如何发表演说？ /26

在项目路演上如何发表演说？ /30

进行会议营销如何发表演说？ /35

蒙牛的危机演说 /39

成功的“90后”创业者是这样演说的 /45

第二章 克服恐惧 /51

演说到底有多难 /52

谁没有恐惧之心？ /56

有哪些恐惧影响了我们 /60

不断练习 /64

上台前的放松诀窍 /68

上台后保持自信 /74

第三章 打造个人演说风格 /79

让你的眼睛炯炯有神 /80

最好的表情 /85

运用手势 /88

个人形象 /92

找到最好的声音 /97

撰写一份精彩的演说稿 /101

第四章 一切互联 /109

研究观众 /110

吸引注意力 /115

获得回应 /119

建立对话 /123

建立信任感 /128

第五章 成功演说的六个维度 /133

找到属于自己的故事 /134

变成会讲故事的人 /140

发挥你的创造力 /144

直面对话危机 /149

满足你的听众 /154

展示自己的独特性 /160

进入自然的状态 /164

少即是多 /168

第六章 他们用演说改变了世界 /173

尼古拉·特斯拉 /174

松下幸之助 /176

山姆·沃尔顿 /184

比尔·盖茨 /192

第三篇 狂飙突进的中国崛起 /203

中国的崛起带给世界和平的挑战

中国的崛起与世界经济危机的关系

中国的崛起与全球气候变化的关系

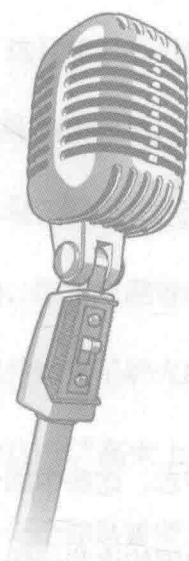
中国的崛起与全球能源危机的关系

中国的崛起与全球粮食危机的关系

中国的崛起与全球人口危机的关系

中国的崛起与全球环境危机的关系

中国的崛起与全球文化危机的关系



第一章

演说是创业者的必修课

顶级创业者都是超级演说家

创业者为什么要演说？

创始人如何演说？

处于危机时如何发表演说？

企业转型时如何演说？

发布会上如何发表演说？

招商会上如何发表演说？

在项目路演上如何发表演说？

进行会议营销如何发表演说？

蒙牛的危机演说

成功的“90后”创业者是这样演说的

顶级创业者都是超级演说家

马云、雷军、张瑞敏、牛根生、王石、俞敏洪、柳传志，这些中国一线企业家都有另一个响当当的名号，那就是超级演说家。中国的这些一线企业家都擅长演说。所以，就有人说，不是演说家的企业家不是一个好企业家。

这句话不能说全对，但放在许多场合说都很合适。确实有一大批企业家，都为自己极差的演说能力感到苦恼，深知自己的演说不能够打动观众（客户、员工）。所以，有些机构就专门开设了“企业家演讲力高级研修班”。这样的培训班早些年就在中国大地火了起来，对于一些内敛木讷的中国企业家来说，这是一种福音。不仅如此，一些口才培训公司更是遍布大江

南北。不得不承认，再优秀的自己，也需要好口才来展现、传播，不然，就会怀才不遇。曾经就有过这样的报道，一个大学生专门跑到大街上和路人大声对话，来锻炼自己的口才，可见中国人对于口才和演说的能力是多么渴求。

所以，作为一个叱咤风云的企业家，面对上百名员工、上万名大小客户，是不是更应该成为一个超级演说家呢？

这几年，马云的各种经典语录流传于网络。马云的演说成为一种适合大众口味的快销品，往往供不应求。马云一出新的演说，立即就会火遍网络。

马云是一个天生的演说家。他的演讲声情并茂，十分自信，说话铿锵有力，绝不拖泥带水，而且常常语出惊人。毋庸置疑，马云掌握了演讲的技巧，并达到了炉火纯青的地步。而且，作为中国最具代表性的企业家之一，他的这一“高大上”光环加上独步武林的演讲——其人格魅力谁也抵挡不了。无论你是普罗大众，还是精英人物，都能从马云的演说中找到认同和产生共鸣。

我想大多数中国人大概都会很容易地想起马云演说的某一句话、某一个片段并留下深刻的印象。如果马云没有演讲的能力，他的影响力恐怕不会这么大。再大胆地说，马云没有演讲的能力，他的创业或许会充满更多的挫折。

和马云一样，雷军、张瑞敏、牛根生、王石、俞敏洪这些一线企业家也凭借着演讲在企业家这个群体中树立了威望，并在网络上聚拢了巨量的人

气。而一个木讷、不善于自我表达、默默无闻、毫无激情的企业家又会是怎样的呢？中国有句古话说得特别好，“好酒也怕巷子深，皇帝女儿也愁嫁”。如果一个企业家不善于表达、演说，首先他与员工、客户之间的关系是比较疏远的；其次，他不能很好地宣传、推广自己企业的产品给消费群体；再次，在这个合作共赢的时代，他还会失去很多跟他人合作的机会。除此之外，还有很多负面的影响。

当然，像马云、俞敏洪他们这种具有超强演说能力的企业家也不是天生就具备演说能力的。事实上，有很多超级演说家都是通过反复练习才获得成功的，甚至有些演说家从小就患有严重的口吃，但并没有阻挡他们的演说梦，像古雅典演说家德摩斯蒂尼，就是如此。他从小口吃，在很多人看来，连正常的表达都有问题，但他却立志演说，为了矫正口吃，使自己的口齿清晰，他将小石头含在嘴里不断地练习说话。经过长达12年的刻苦练习，他终于可以在众人面前口若悬河、滔滔不绝地演讲，最终成为著名的演说家，走上了他心中梦想的成功之路。

说到演说，我们又不得不提到中国企业家心目中的伟大企业家乔布斯了。乔布斯在演说界的地位无人能够撼动，世界各地都有他的粉丝。他的独特的演说装束也令其他企业家争相模仿。

乔布斯的演说遵照亚里士多德经典的五要素原则：

1. 讲述一个故事或提出一个观点，激发观众的兴趣。
2. 抛出的问题，必须得到解决或回答。
3. 对你提出的问题给出一种答案。
4. 描述采纳你的解决方案能带来的具体利益。
5. 号召观众行动起来。乔布斯会直接说：“现在，出去买一款吧！”

显然，乔布斯对演说的态度是把演说当成一件程序性的事情来对待。演说有客观性、规律性，不完全是主观的随意的行为。

乔布斯没有把演说当成一件无关紧要的、依赖个人发挥的事情。大家有所不知的是，苹果公司还有一个演讲部门，专门为苹果公司的经理人撰写演讲稿，为演说者出谋划策。这一部门的设立充分地说明了苹果公司对演说的重视，更说明了演说存在可操作性的特点。所以，企业家实在无须过于担心自己没有演说的天分。

说了这些，旨在说明企业家与演说实际上是难以分开的，对于广大的创业者来说，演说也是一门必修课。

创业者为什么要演说？

为什么要演说？

首先，演说这门艺术是亘古就有的，它不是什么新鲜的事物。比如春秋战国时期，苏秦、张仪等纵横家游说各国，其口才和演讲第一次成为一道华丽的风景；陈胜、吴广揭竿而起，一句“王侯将相宁有种乎？”诉说了中华文明的辉煌历史和无限气概；到了五四运动时期，文化精英、学者大师你方唱罢我登场，鲁迅、胡适哪个不是演说大家；再到新中国成立后，毛泽东、周恩来哪个不是指点江山、气吞山河……

马雅可夫斯基说：“语言是人的力量的统帅。”