

# 会讲故事的人， 前程都不会太差

Storytellers,  
The future is not too bad.

柳金秋 著

让他们去讲道理，  
我们只说故事。  
讲一个好故事，  
你可以打动任何人。

在这个信息爆炸的时代，讲故事已经成为个人和企业必须掌握的基本技能和商业策略。

讲故事不仅是一种技巧，而且是一种思维方式，借助故事可以更有效地激励、说服与影响。

天津出版传媒集团

 天津人民出版社



# 会讲故事的人， 前程都不会太差

柳金秋 著



天津出版传媒集团

天津人民出版社

图书在版编目 ( CIP ) 数据

会讲故事的人, 前程都不会太差 / 柳金秋著. —天津:  
天津人民出版社, 2020.6  
ISBN 978-7-201-15945-4

I . ①会… II . ①柳… III . ①口才学—通俗读物  
IV . ① H019-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2020) 第 070619 号

会讲故事的人, 前程都不会太差  
HUIJIANGGUSHIDEREN QIANCHENGDOUBUHUITAICHA

---

出 版 天津人民出版社  
出 版 人 刘 庆  
地 址 天津市和平区西康路35号康岳大厦  
邮 编 300051  
邮购电话 (022) 23332469  
网 址 <http://www.tjrmcbs.com>  
电子信箱 [reader@tjrmcbs.com](mailto:reader@tjrmcbs.com)

责任编辑 刘子伯  
装帧设计 朱晓艳

印 刷 北京溢漾印刷有限公司  
经 销 新华书店  
开 本 710mm × 1000mm 1/16  
印 张 15  
字 数 180千字  
版次印次 2020年6月第1版 2020年6月第1次印刷  
定 价 46.80元

---

版权所有 侵权必究



## 前 言

讲故事——说服他人和营销自己的核心技能。

喜欢听故事是人的天性，一个美好的故事，更容易吸引听众；一个有故事的人，更容易被人记住；一个有故事的产品，在市场上有更明显的优势。一个看似平凡的普通人，配上一个传奇的故事，就能身价倍增，在事业与生意场上无往不利。

故事对大脑的影响，就好比纯度很高的老酒一样，让人如痴如醉。讲故事是传递人类情感和理想最古老的一种方式。好故事能够触动人的内心，并且吸引人们，教育人们。它激励人们向故事中所描述的行为学习，指导行为之后的结果，其宣传、教育效果远高于长篇大论的说教和贴在墙上的标语口号。因此，会讲故事、讲好故事，已经成为自媒体时代现代人重要的生存技能之一。

《畅达的写作艺术》一书的作者曾在自己的书中写道：“只有故事才能真正畅达可读。”接下来，他又用《时代》杂志与《读者文摘》作为例子。他说，在这两份雄踞畅销排行榜首位的杂志里，你绝对找不到一篇文章是纯粹的记叙，你也找不到一篇没有登载趣闻轶事的专题。这就是故事的魅力。

毫无疑问，单纯的讲道理，远不如讲故事。我们向别人传达一些观

点，力图说服对方，如果纯粹从理论上说明，不但很困难，而且会让人感觉枯燥无味。但如果通过一些事例或故事来说明，则既能有效阐述观点，说明道理，让听众信服；又能让讲话内容充实，形式活泼，让听者兴趣大增。在适当的时间讲适当的故事，用简单的方法说服复杂的人们，是我们走向更高平台，创造更多财富的重要技能。虽然针对不同的目的，故事的构思以及故事的讲法各不相同，但研究结果证明，每一个能够有效构建人生层次的人，都善于讲故事。

本书从故事的价值、故事的类型、故事的主题、故事的技巧、故事的渠道等方面对“如何讲一个好故事”进行了全方面解说，是现代人建设前程的必修课程。它将带着你从零开始学习如何讲一个有内涵的好故事，提升你的社交力、说服力、影响力、领导力，帮你成为一个有内容、有趣、有料、有干货的成功人！通过这本书的学习，你的身价必将迅速飙升！

# 目 录

## CHAPTER 01

### 只讲道理的人，永远打不过会讲故事的人

相比道理而言，故事才是真正拥有生命力的，也更符合人的天性。讲 10 分钟故事所产生的作用力，远大于讲一个小时的死道理。究其原因，是因为故事更容易触及心灵，引起情感上的共鸣，而道理则枯燥乏味，让人昏昏欲睡。

干瘪的道理，远不如生动的故事.....	2
会讲故事的人，一定更受欢迎.....	6
精心设计的故事，能够左右事态走势.....	9
讲一个好故事，影响你想影响的人.....	12
故事催眠，让醒着的人也听话.....	15
坦露你的目的，更易达成目的.....	18
符合人性需求，就没有征服不了的人.....	21

## CHAPTER 02

# 想要做成大事，先学会讲一个好故事

我们生活在一个故事的世界里，人们乐于接受故事性的宣传、表述、游说、推销、说服。一个人如果很会讲故事，他就能在众人面前更好地宣传自己，获得关注和认可，赢得支持和利益。学会讲故事，就等于学会了改变你一生的本事。

漂亮的自我展示，提升个人价值.....	26
自媒体：从籍籍无名到声名鹊起.....	30
自我展示重头戏：“我是怎样的人”.....	33
借助故事巧妙打造你的专属标签.....	38
让自己看上去很权威的样子.....	42
你的事业，可以从一个故事开始.....	47

## CHAPTER 03

# 留心一切素材，你的故事信手拈来

从故事的形态和传播模式来说，它的存在实际上并不是以理性为基础的，也没有人要求自己所听到的故事必须是真实的，或者有一个准确的出处。因此可以说，生活中处处都是故事，关键在于，你要善于思考和挖掘，要找到那个足够吸引人的故事。

你的经历，尤其具有说服力.....	52
越贴近生活的故事，越动人.....	56
拉名人的旗，唱你的戏.....	59
每一部经典，都可以挖掘灵感.....	64

会蹭热点，你就是热点.....	69
故事没材料，我们去创造.....	74

## CHAPTER 04

### 故事要有灵魂，才能格外地吸引人

故事为什么而存在，故事需要带给受众怎样的情感体验？大家为什么要听你的故事？换言之，你的故事看点在哪里？当受众听完你的故事以后会产生什么样的想法？他们为什么要接受你的影响？这是我们设计故事之前必须考虑清楚的问题。

没有实用性，讲故事干什么？.....	78
无法引发共鸣，说明故事不行.....	81
你所号召的，不能是“作妖”的.....	87
就算是煽情，也要煽得真切感人.....	94
具有真实触感，受众才会被感染.....	97
赋予故事戏剧性，撩拨大家的神经.....	99
让情节跌宕，抓住听众的心不放.....	102
故事要有创意，而不是千篇一律.....	106

## CHAPTER 05

### 故事究竟怎么讲，效果才会不同凡响

决定一个故事能否被消费者接受和喜欢的最主要因素，除了故事本身的内容之外是一个重要方面，怎么讲这个故事是另外一个重要方面。枯燥乏味的故事，总是让人提不起兴趣，生动有趣的故事，总是不缺少听众。

讲故事，要善于捕捉受众心理.....	112
--------------------	-----

遣词用句，务必要精妙独到·····	115
你的语气，要有足够的感染力·····	117
让语调像音乐一样诱人·····	120
呈现画面感，使人如临其境·····	124
好的故事，要边说边“演”·····	129
精于变化，让故事不再干巴巴·····	134
奇语开场，三两句抓住注意力·····	136
给故事加点料，带着大家一起笑·····	139
为故事挖坑，吊起受众的紧张感·····	143

## CHAPTER 06

# 全民创业时代，你的品牌需要故事来运作

大多数人都是成人身体婴儿心理，故事对他们来说，永远听不够，自然也永远不过时。所以，讲故事是渗透消费者认知的最好方式，潜移默化、润物细无声中就给他们灌输了品牌印象。很多成功的经典品牌一直到现在都能畅销于世，就在于故事的美丽渲染。

你的事业，应该从卖故事开始·····	148
故事讲对了，品牌才会火起来·····	152
想要广告作用大，就把广告故事化·····	155
一个好主题，就是一个好故事·····	160
非凡的个性宣传，让品牌成为首选·····	163
给品牌加入情感，就能与大家建立关联·····	166
一个好商标，就是一个好故事·····	170
给消费者讲述关于包装的精美故事·····	176

CHAPTER 07

畅销的产品，从一个美丽的故事开始

销售的本质，不是推销一种产品，而是推销一种感觉。讲故事就是唤起这种感觉——引起客户注意、激发客户兴趣、产生购买欲望、做出购买决定的最好方式。在销售界流传着这样一种说法：多讲一个好故事，就多签一份大订单。你用再华丽的辞藻去描述一个产品有多好，也不如一个触动内心的故事来得有效。

会讲故事，是销售的最大优势.....	182
用故事宣传，客户才不反感.....	185
你的形象，是一个价值百万的故事.....	188
没有好仪表，你连卖故事的资格都没有.....	190
编一个巧故事，来一段惊艳的开场.....	193
抓住客户兴趣，投其所好说故事.....	196
讲刺激性故事，撩动客户购买心理.....	198
用故事告诉客户：不买你会很痛苦！.....	201
讲消费者故事，刺激客户从众心理.....	204

CHAPTER 08

利用有内涵的故事，完成对团队的有效控制

管理不仅是管理员工的工作，也管理员工的思想。然而，公式化的说教很容易让人排斥，导致员工反其道而行之。如果管理者能换用讲故事的方式，完成员工的思想引导，会收效更好。故事是一种鲜活的形式，通过管理者生动的阐述，员工可以更深刻地理解并接受企业的精神和规则。

将管理升级，用故事说话·····	208
领导讲故事，最怕居高临下·····	211
故事要有感召力，为团队注入精神气·····	213
创造愿景故事，让大家劲儿往一块儿使·····	216
以故事做激励，提升团队战斗力·····	219
借故事委婉批评，下属才会认真听·····	221
使用第三方故事，激发员工竞争心理·····	224
讲内涵故事，让员工主动提升自己·····	226

# CHAPTER 01

## 只讲道理的人， 永远打不过会讲故事的人

相比道理而言，故事才是真正拥有生命力的，也更符合人的天性。讲 10 分钟故事所产生的作用力，远大于讲一个小时的死道理。究其原因，是因为故事更容易触及心灵，引起情感上的共鸣，而道理则枯燥乏味，让人昏昏欲睡。

## 干瘪的道理，远不如生动的故事

爱听故事是我们与生俱来的特性。小时候，每每听到大人说“从前有一个人……”“在很早的时候……”“我给你讲个故事……”，原本哭闹的我们会瞬间安静下来，原本瞌睡的我们也会瞬间精神倍增，开始眼巴巴地等着大人讲的故事。而当有人滔滔不绝地讲大道理时，比如千篇一律的会议精神，原本神清气爽的我们也会昏昏欲睡，因为那些被说烂的道理真的很枯燥乏味，完全无法吸引我们的注意，调动我们的兴趣。

所以说，干巴巴地讲道理，远不如绘声绘色地讲故事。

会讲故事是人际沟通的彩虹桥，也是一门现代生存技术。想让别人执行自己的想法不是易事，尤其是遇到哪些执拗的“犟牛”，更是让人挠头。但倘若将“讲道理”换成“故事说服”，则往往能够取得圆满的结果。

一个有内涵的好故事，能够迅速点燃对方好奇心，引导对方延伸想象力，在潜移默化中就能成功影响别人的决定。

不信吗？我给你讲个故事吧！美剧《行尸走肉》中有这样一个情节：

为了获得更多力量的支持，以对抗强大的救世军，男主瑞克游说

以西结国王。然而，虽然这个国度一直被救世军压迫和奴役，饱受蹂躏，但看着人少钱不多的瑞克团队，以西结国王完全没有信心把宝押在他们身上，所以尽管瑞克他们说得唾沫横飞，口干舌燥，又是晓之以理，又是动之以情，对方仍旧无动于衷。

情急之下，瑞克灵光闪现，说出一个故事来：

“小时候，妈妈给我讲过一个故事。在通往王国的大道上，有一块石头就埋在路中央，很多马儿因为它折断了腿，但自私的人们都不愿意出力去搬开它，因为它的存在，给过往的行人造成了无数损失。后来，有一个小女孩驾车路过，因为这块石头造成的颠簸，她家里最后一桶啤酒被打翻了。那是全家唯一的指望了！女孩因此痛哭起来。哭过之后，她心里燃起了熊熊怒火——这块该死的石头，决不能让它继续留在这里伤害别人！于是，她拼命地挖，直挖得双手鲜血直流，但她仍不停止。当她将石头挖开始时，你猜她看到了什么？是金子，满满的一大袋金子！原来，石头就是国王命人埋在路中央的，当然，金子也是国王让人埋的。因为他知道那个挖石头的人，配得上这份赏赐，应该享有更美好的生活。”

这个故事一讲完，以西结国王马上改变了想法，邀请瑞克共进晚餐。

在这里，大石头当然是暗指救世军，金子是指美好的生活。如果再不清除这块石头，就只能继续被它伤害，生活永远暗无天日。瑞克他们之前说的“只有战斗才能自由”，“一定要为死去的伙伴复仇”，“为这个世界建立美好的秩序”等等，都不如这个小故事有煽动性。

这就是故事的力量。往往我们分条逐句地讲一百个道理，都不如说一个别出心裁的小故事。

一个好故事之所以能够有效地说服人，是因为它更能进入听者的

内心世界，从心理层面上打动对方，形成情感共鸣。在不知不觉间，对方就会将自己代入到故事中，与你在故事中揭示的道理进行连接，进而对你的观点形成认同。事实上，我们大脑对故事信息的接受程度，远高于通过其他方式传递的信息。

“二战”期间，美国因参战亟需增加兵力，但多数美国青年惯于安逸，担心性命有失，拒绝响应政府号召。为此，俄亥俄州地方行政长官已被参谋长联席会议主席当众痛训了五次。

他为自己辩解说：“我已经想尽一切办法，说得口干舌燥，但那些懦弱的青年就是不肯应征！”正当他焦头烂额之际，有人向他介绍了一位出色的演讲家。

这位演讲家略作准备，便信心十足地来到募兵现场。他先是沉默了5分钟，然后用浑厚的男中音对台下嘈杂的青年说道：

“亲爱的孩子们，我与你们一样，非常珍惜自己的生命。”

青年们见他颇有学者之风，说话又中肯，便逐渐安静下来。

“是的，热爱生命是无罪的，因为，我们每个人只有一次生命。凭良心说，我同样反对战争、害怕死亡，如果要我去前线，我也会与大家一样，希望能够逃避这项命令。但是，我也存在另外一种侥幸心理——假如我服兵役，可能只有一半的概率会上前线作战，因为也有可能留在后方；即使上了前线，我作战的可能性同样也有一半，因为或许我会成为某长官的左右手而留在安全地区；万一我不幸必须扛起枪，受伤的可能性仍然只有一半；即使不幸挂彩，如只有轻伤也不致受到死神的召唤，因此，我实在没有担忧的理由；如果是重伤，或许在医生的帮助下我依然能够保住性命；就算真的运气不好，我不幸为国捐躯，亲人和朋友也将替我感到骄傲，我的父母不但会受颁一枚最高勋章，还可得到一笔数量可观的抚恤金和保险金，邻居小孩

子们会以我为英雄，把我当成偶像来崇拜。而我，一位伟大的战士也进入天堂，来到慈祥的天父身边，说不定还会见到万人敬仰的华盛顿将军。”

演讲家话音一落，原本安静的募兵现场又嘈杂起来，青年们纷纷表示愿意赌上一把，他们或许是想名垂千古，或许是家境不好，想着万一出事还可以给家人留下一笔巨额抚恤金……

你看，演讲家用假设的方式描绘出了一个故事，便轻而易举攻下了青年们心中的壁垒。他就如同一位催眠高手，先是卸下青年们的防御心理，然后利用他们潜意识中的心理需求，将其逐步引入了自己设下的“圈套”。

好的故事，总能迅速引发人与人之间的共鸣，快速拉近人与人之间的关系，总能有效调动别人的情绪，强化自己的说服力，进而获得自己想要的结果。

事实上，这个世界上没有绝对理性的人，很多时候大家都是在用自己的主观意识作判断，直觉和情感在人的决策过程中具有非常大的作用。所以有时我们想要达成某一意图，我们根本无需强调真理，我们只需做个会讲故事的人，借助故事本事的力量将我们和听故事的人联系起来，就足以影响他们，让他们信服我们的说法，听从我们的安排。

这就是故事的力量。

## 会讲故事的人，一定更受欢迎

人们都喜欢有趣的东西，这一点毋庸置疑，因而在我们周围，那些会讲故事的人，也最容易成为受欢迎的人。

如果你留心观察就会发现，有这样一群人，他们似乎没有什么特别之处，只不过很会讲故事而已，但就因为会讲故事，他们与朋友关系亲密，也因为会讲故事，他们爱情、事业双丰收。你是否百思不得其解，为什么会讲故事的人更受欢迎呢？

道理其实很简单。讲故事是一种有效的沟通方式，它可以将许多复杂的问题简单化，可以轻松化解人际交往的尴尬，使本来紧张的局面在瞬间变得和谐起来，使针锋相对的两个人不失体面地恢复到友好的状态。这一切的一切都在说明着故事在这个世界上的位置。我们要想在人前彰显自己别样的风度和个性，不如从现在起有意识地学习一些简单的故事技巧，并慢慢改变自己的古板性格，它不但会帮你与别人建立起进一步沟通的桥梁，还会悄悄地融进你的生活，让你感受到人生的另一种兴奋和快乐。

看看下面这个故事：

郭春海每天早上都想多睡一会儿，起得就晚，于是经常迟到，不知道上司厉声警告他多少次了。上次，上司还盯着他的眼睛说：“郭春