

# 打造世界顶级演讲的9个秘诀

□卡迈恩·加洛

思想是21世纪的货币。有些人特别善于表达自己的思想，这种能力在帮他们提升个人地位的同时还影响了当今社会。最振奋人心的事莫过于听出色的演讲者传播大胆的想法,经过恰当的组织 and 表达,思想能够改变世界。所以,如果能通过观看一场场令人惊奇的演讲,从世界上最优秀的演讲者身上找出他们共同的演讲技巧,并把这些秘诀运用到自己的演讲中去,赢得观众的喝彩,这将是多么美妙的事! 现在,全球闻名的TED大会（美国的一家非营利性会议机构,以技术、娱乐与设计为主旨举办演讲活动）演讲视频可以在网上免费观看,再加上我对几百个TED演讲的科学分析,对最受欢迎的演讲者的直接采访,以及我多年来在对世界著名品牌的卓越领导者进行沟通训练的过程中获得的个人见解,使得这件事可以成为现实。

本书适用于任何希望自己讲话时更有自信、更具影响力的人,无论你要发表演讲、销售产品和服务,还是指引需要被激励的人。如果你有值得分享的观点,本书提出的技巧将有助于你有效地编排和表达你的观点,使它们产生超乎想象的影响力。

2012年3月,TED大会在美国加州长滩举行,现场有1000名观众。民权律师布莱恩·史蒂文森发表了演讲,演讲结束后观众起立热烈鼓掌,掌声持续时间之久在TED演讲历史上是空前的。这段演讲视频在网络上获得了近200万次的点击量。在史蒂文森演讲的18分钟里,观众全神贯注。他的演讲之所以能直达人心,他的演讲技巧功不可没。史蒂文森说,当天的与会者向他的非营利组织捐款共计100万美元,也就是说,在他演讲的每一分钟里都有超过55000美元的捐款产生。

史蒂文森并未借用图片,幻灯片和其他辅助道具,而仅仅凭借叙述的力量就完成了演讲。还有一些著名的TED演讲者喜欢使用幻灯片来增强叙述的效果。2011年3月,戴维·克里斯汀教授发表了一场精彩的TED演讲,他用18分钟讲述了130亿年的历史,演讲中他使用了极具视觉表现力的幻灯片和图片,演讲视频获得了100多万次的点击量。之后,克里斯汀开展了一项旨在教授在校学生“宏观的历史”的活动,让学生了解地球的进化史以及地球在宇宙中的地位。

本书将介绍史蒂文森和克里斯汀的演讲,二者演讲风格似乎截然不同,一个是单纯的叙述,另一个则使用幻灯片演示了大量的数据和图片,但他们的演讲都是那么扣人心弦,妙趣横生且鼓舞人心,原因在于他们掌握了公共演讲的秘诀,懂得说服力的科学和艺术。

通过分析500个TED演讲视频（总时长超过150个小时）,以及与成功的TED演讲者直接对话,我发现最受欢迎的TED演讲有

# 不了解估值就得交学费

□洛伦佐·卡弗

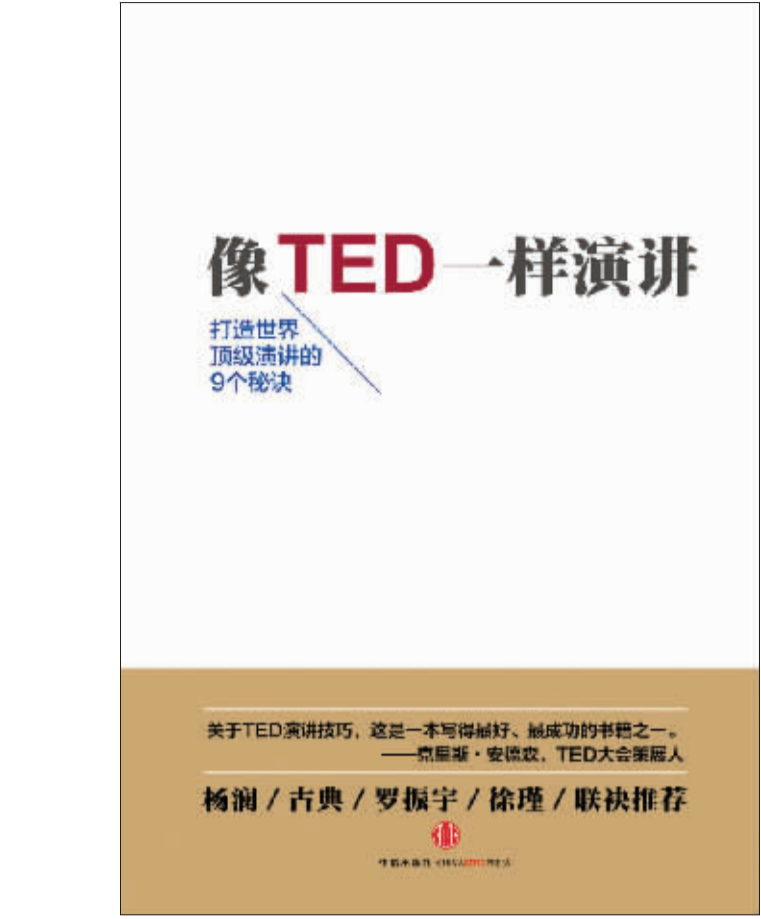
如果你卖掉“价值”为200万美元的谷歌（Google）股票,却只得到一张50美元账单,而非200万美元,你会有什么感觉?其实,这种事在风险投资这个圈子每天都在发生,因此深入了解估值非常重要。

高成长非上市公司常使用“价值（value）”以及“估值（valuation）”这两个术语,不过这不是什么好事。之所以这么说,是因为公司创始人、风险投资人、天使投资人、律师、首席财务官（CFO）、首席执行官（CEO）以及公司员工在使用这些术语时,如果并不真正了解其内涵,将会导致惨重的经济损失。

假想一下,如果登录到你的券商交易账户,看到你有2000股谷歌股票,价值为200万美元,然后你将这2000股按市价委托卖掉股票,等着交割。几分钟之后,你收到确认说这2000股已经卖掉,收入为0美元,此外还需要支付券商50美元的佣金。你本以为会有200万零50美元入账,结果却是从口袋里被掏走200万零50美元。现在,你是不是感觉崩溃了?我们大多数人会感到心跳突然加快,翻肠倒胃。反击还是忍了?至少我们会给券商打个电话,问清那200万美元到底怎么回事,并把钱拿回来。

其实,对于高成长公司的风险投资人、创始人、天使投资人、有限合伙人、战略投资人、CEO、CFO以及公司员工而言,这样的情节天天上演,不过他们大多数人并不会恐慌,也不会觉得需要给经纪人打电话。为什么会这样?这是因为直到大家搞清楚状况而采取措施时,为时已晚。本书就是向这样的人群详解估值的问题,帮助他们了解在公司成长各阶段中的“价值”是如何改变他们对现金流的权利,并在无计可施之前阻止经济损失的。

从广义上来说,本书适合那些参与风险投资或天使投资支持的非上市企业的各方人士。这些读者应该是希望承诺投资后,在



出版社：中信出版社  
作者：（美）卡迈恩·加洛  
书名：《像TED一样演讲》

9个共同点。为了进一步了解这些共同点为何能有如此神奇的效果,我还采访了世界一流的神经学家、心理学家和沟通专家。如果你掌握了这9个秘诀,就可以把它们运用到你的下一次演讲或推广活动中,从而展现出一个出众的你。多年来,我用这些演讲技巧培训首席执行官、企业家和领导者,他们创造的产品或经营的企业与你的日常生活息息相关。虽然你可能没有机会在TED大会上发表演讲,但是,如果你希望取得商务上的成功,你的演讲最好能够达到TED演讲的水准,它的自由、独特、时尚而又迷人的风格,能够让你赢得人心。

本书分为三个部分,每一部分都会介绍一场启迪人心的演讲必备的三个要素。最打动人心的演讲具备如下特质:情感——打动观众的心灵;新奇——带给观众新的信息;难忘——演讲方式让观众永远记忆犹新。

情感。卓越的传播者能够在抓住你的注意力的同时打动你的心灵,然而大部分演讲者都忘记了“心灵”的部分。在第1章你将学到如何通过找出真正让你热血沸腾的东西,来释放你的才华和潜力,你将读到热门刊物永远不会发表的研究结论。它阐述了为何掌握一种技巧,如公共演讲,关键在于热情。在第2章,你将学到如何掌握讲故事的艺术,理解为什么故事有助于从情感上拉近观众与你的演讲主题之间的距离。你将读到一项新

的研究,从中领会故事如何真正地让你和观众的思维“保持一致”,让你体验到前所未有的与观众间更深入、更有意义的联系。在第3章你将学习到TED演讲者是如何真实而且自然地运用肢体语言和口头语言的,就好像他们是在聊天而不是对着一群观众讲话。你还会了解到有的演讲者会花200个小时反复排练,以及他们的练习之道。你也将在这一章学到能让你出场和表达更加得体和有影响力的技巧。

新奇。根据我采访过的神经学家的观点,新奇是吸引他人注意力的最有效手段。YouTube（世界上最大的视频网站）趋势分析经理凯文·阿洛卡对TED演讲的观众说,在这个每分钟有总计超过48个小时的视频上YouTube网站的世界里,“只有真正独特、让人意想不到的视频才能脱颖而出”。大脑永远不会对新奇的东西视而不见,当你采用了这一部分介绍的演讲技巧,你的观众就绝不会对你视而不见。第4章探讨了杰出的TED演讲者如何利用新信息或针对某一领域的独特研究方法,来吸引观众的注意力。第5章是关于如何创造演讲中的惊人时刻的,着重介绍了那些认真地、有意识地设计和呈现出让观众多少年后都津津乐道的惊人时刻的演讲者。第6章介绍了真正的幽默感所具备的重要因素——何时使用、如何使用,以及如何做到一个笑话都不讲就达到幽默的效果。每个演讲者的幽

默感都是独一无二的,因此,一定要把幽默感融入个人的演讲风格之中。

难忘。也许你拥有新奇的思想,但是如果你的观众记不住你说了一些什么,你的那些思想就没有什么意义了。在第7章中我研究了为何18分钟的TED演讲时长是让观众领会你的意图的理想时长,当然,这一研究是有科学依据的。第8章涉及创造生动的多感官体验的技巧和重要性,它能让观众很容易就记住演讲的内容。第9章强调展现最真实的自己的重要性,要成为真诚、可信的演讲者,关键是要做真实的自己,这样观众才能感觉到你是一个值得信赖的人。

本书的每一章都会介绍一个最受欢迎的TED演讲者所共用的技巧,外加例子、见解以及对上述演讲者的采访。每一章都有“TED笔记”,它是有助于你在下一次演讲或推广活动中运用这些演讲技巧的特别提示。你可以根据笔记中提到的演讲者的姓名及其演讲题目,在TED.com网站上搜索演讲视频。每一章还探讨了该章介绍的演讲技巧背后的科学依据——为什么它如此重要,如何运用它把你的演讲提升到更高的水平。近10年来,关于人类思想的传播,我们取得了很多突破性的研究成果,它们会在很大程度上影响你的下一次演讲。

罗伯特·格林在《登峰造极》一书中指出,每个人都有能力突破人类潜能的极限。有了恰当的技巧和思维方式,能力、智力和创造力都是我们可以挖掘的潜能。不同领域（如美术、音乐、运动、公共演讲）的佼佼者往往以一种与众不同的方式看世界。格林认为我们应该揭开“天才”这个词的神秘面纱,因为“我们现在能够掌握的信息和知识是过去的大师们难以想象的”。

对于想要掌握沟通、说服和公共演讲技巧的人来说,TED.com网站是一座金矿。本书提供给你方法,向你说明如何利用它们来传递自己的思想,甚至影响自己的命运。中等偏上水平的传播者通常比其他人成功,而卓越的传播者则能够开创事业,他们会被世人铭记和尊敬。在商务活动中,沟通失败可能意味着新公司得不到资金,产品无法出售,项目失去支持,事业也就难以上升。发表演讲的能力,将决定你是享受观众的喝彩,还是承受令人绝望的默默无闻。只要你活着,就意味着你可以成就一番事业,不要因为不能很好地表达自己的想法而限制了自身潜能的发展。

2006年,励志大师托尼·罗宾斯在TED演讲中说道,“有影响力的领导者有说服能力说服自己和别人采取行动,因为他们了解塑造我们的是内在的驱动力。”热情、有说服力和鼓舞人心的沟通是感染并塑造我们的力量之一。“TED时刻”以解决长期存在的问题,讲述启发性的故事,提供传达信息的有趣方式以及起立鼓掌而著称。创造TED时刻,吸引观众,启发观众,并改变世界。

## 估值：了解估值就得交学费

对于传统行业而言是不能被接受的。因此,大多数情况,不变的就是投资者。理想情况下,包括创业管理团队的一部分。这些元素及其模式可以简化为简单的算术,而这个简单的算术可以得出有用的估值指示值和价值结论。

但是,必须了解这些价值结论或价值指示值从何而来及其限制条件和假设,否则这些结论和指示就毫无用处。本书分析了现实生活中的实际案例。例如,如果某高科技创业公司或者高成长公司的利益相关者对估值更为了解,就可以更好地应对公司的变化。也就是说,如果当时此公司运行完全遵从了那些未得到充分理解的估值驱动因素,那么相关方对公司的运营无需进行任何改变就可以获得更高的回报。

本书通篇都在讨论审计师、管理层、投资人以及估值专业人员得出不同结论的这个问题,但在我给估值专业人员进行授课的时候,发现了一个关键问题,他们所使用的有些技术具有相当的内在一致性,但是,同时也对各自不同的价值结论产生了他们自己也没有预料到的影响。在第九章“别责备审计师（该责备的是实务指南）”中,我采访了三位估值专家,他们每一位都完成了上百份409A估值报告以及服务于风投基金的大量主题820《公允价值计量》（Topic 820,原FAS157）估值。这些对话的听众包括风投基金的CFO及财务团队人员。这些听众们所属公司的合计资本超过400亿美元。有几位听众给我发了感谢信,但是也告诉我:“这个信息量很大,虽然我确信这些信息都是有用的且准确的,不过这些估值专家讨论的大部分我都不懂。”本书最初是计划写分析支付结构（payoff diagrams）案例分析（就如同我这几年在股权买卖网上发表的那种分析文章）的,但在这个网上会议之后,我决定必须将这些风投基金的CFO们并不完全理解的最为重要的要点调整为本书的侧重点,而说明方式就是通过顶级估值专业人士来进行讲解。

■ 新书快递

笑傲股市之成功故事



作者: 艾米·史密斯  
出版社: 中国人民大学出版社

内容简介:  
威廉·欧奈尔是华尔街经验最丰富、最成功的资深投资人之一,他21岁白手起家,30岁就买下纽约证券交易所的席位。他创办的《投资者商业日报》是《华尔街日报》的主要竞争对手。欧奈尔目前是全球600位基金经理的投资顾问,并担任资产超过2亿美元的新美国共同基金的基金经理。他提出了CAN SLIM股票交易法则,并借助这一法则创下了26个月大赚20倍的纪录。

普通人真的可以学会这套交易法则吗?中小投资者应该如何运用投资宗师的理念取得成功呢?本书用大量实例给出了完美回答。

作者简介:  
本书作者艾米·史密斯曾主持《笑傲股市》电视和电台栏目,众多普通人的财富故事通过她的笔,真实呈现在读者面前。作者自己在投资和事业两方面也获得了巨大成功。

## 2050：重塑世界的朱格诺



作者:（英）尤里·达杜什,威廉·肖  
出版社: 社会科学文献出版社

内容简介:  
朱格诺是什么?是一种搅动格局的强大力量。朱格诺代表什么?新兴经济体正以前所未有的速度全面冲击着旧有的世界格局、考验着现有的国际秩序。朱格诺意味着什么?2050年,世界发展的主宰力量或将转移,新兴经济体将逐渐接管未来的全球资源分配。

本书从贸易、金融、移民和全球公地四条国际经济合作主线,评估了未来40年可能出现的非凡变化,在减轻气候变化、地缘动荡、金融危机,尤其是贸易保护主义等一系列重大风险的情况下,新兴经济体的增长势头仍会继续,中国经济的规模将接近美国经济的两倍,印度将成为世界第三大经济体,欧洲国家将名列世界前八大经济体之外。发展中国家的崛起将如何改变这四大领域?国际外交应当如何应对这种变化?像国际组织、多双边条约这些国际协调机制将发挥什么作用?读过此书一切将迎刃而解。

作者简介:  
尤里·达杜什,卡内基国际和平基金会高级研究员,威廉·肖,卡内基国际和平基金会访问学者。

## 谁偷走了我们的财富？



作者: 张化桥  
出版社: 机械工业出版社

内容简介:  
中国人勤勤恳恳,带来的经济高速增长有目共睹,可为什么我们还是觉得自己不够富有?究竟是谁偷走了本该属于我们的财富? “得罪人不是我的目的,我只想讲出真话”——“最敢言的经济分析师”张化桥,在本书中延续其风格,深刻剖析我们在个人理财、投资中会导致收入贬值的错误,和形成财富不安全感的原因。目前股市的问题在哪里?我们的财富怎么不知不觉溜走了?选股中,我们最容易犯什么错误?均是作者想深入探讨的问题。书中从理财方法、股市、金融、公司选择、政策环境等几大方面,借犀利的语言,引导我们反思自己,做一个出色的投资者,跑赢大市。

作者简介:  
张化桥,现任慢牛投资公司董事长。2011-2012年,曾担任广州万穗小额贷款公司董事长。他曾在瑞士银行工作11年,期间曾担任UBS中国研究部主管和投资银行部中国区副总经理。他曾在《华尔街日报》、《金融时报》和《国际先驱论坛报》等大型媒体发表多篇文章,著有三本中文畅销书:《一个证券分析师的醒悟》、《避开股市的地雷》和《影子银行内幕:下一个次贷危机的源头?》。