

# 品读 卖萌不如卖故事

■文 | 唐骋华 ■图 | 资料

世界上最会讲故事的人是谁——柯南道尔、杰奎·罗琳、郑渊洁或者郭敬明？当然，他们的水平都很高，但要说到最能蛊惑人心从而创造收益的，还得首推苹果教主乔布斯。一部iPhone 4S的成本价据说仅1100多元人民币，售价却超过5000元。能把一枚小机器“忽悠”出大价钱，还深刻地渗入了大众的日常生活，靠的什么能力？讲故事的能力。

乔帮主擅长把抽象化为具象，用形象生动的概念和语言，给自己的产品罩上了一层光环。卖弄下经济学术语，这就叫“附加值”。可见，卖附加值很大程度上就是在卖故事，而附加值的多少就取决于故事讲得好不好。用《卖故事》一书作者的话说：“无论是企业还是个人，应用巧妙的故事通常都具有事半功倍的效果。尤其是企业，无论是品牌建设还是公共关系维护，无论是对内沟通还是对外交流，讲故事都很重要。”“一个好故事可以提高产品附加值、抬高职场人身价、为一切平庸打造传奇和亮点。”

道理也简单。但凡人类，都是爱讲故事爱听故事的，那些有声有色的精彩往往能直抵人心，激发共鸣。据研究，人类本身有一种将个人经历故事化的倾向。例如，我们都记得小学语文第一课：“一行大雁往南飞，一会排成一字形，一会排成人字形……”这其中蕴含着秩序的必要性道理，我们通过生动的形象牢牢记住。但反过来，老师在课堂上屡屡灌输的教条，恐怕早被多数人丢到九霄云外了。

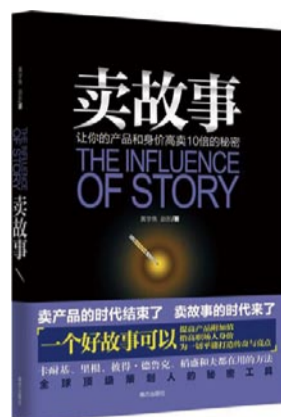
有故事的人和物，会引人驻足或至少倾听片刻。所以，卖什么都比不上卖故事。诚如作者所言：“好的故事需要有直击人心的力量，它必须能唤起听者内心的共鸣，像润物的春雨一样渐渐融入听者的内心。”

但偏偏故事又最难讲。平时哄小孩睡觉都不容易，何况哄成年人，又何况要哄得把故事卖给他们？最关键的问题在于，什么样的故事才能打动听众？好在《卖故事》的两位作者均为资深人士。黄学焦有多年的培训经验，对在什么场合下应用什么故事最有效的方面，有着深切

## 作者简介：

**黄学焦：**埃里克森（北京）管理顾问有限公司董事长，国际教练联合会（ICF）北京分会会长。有多年政府与企业管理经验，中国第一批教练技术的研究者和推广者。

**赵彤：**现任辽宁广播电视台大连分台台长，在对人际沟通中的故事应用有着深刻的理解并在实践中取得十分理想的效果。



体会。而赵彤曾做过多年主持人，现在仍泡在电视台里，对如何把故事讲好、把话讲得漂亮，自然得心应手。

由两位作者看来，所谓讲故事，就是挖掘产品或人物的潜在价值，挖掘其本身最具吸引力、足以吸引消费者的部分。俗话说“因人而异”，所以针对不同的产品或人要开发不同的内容，不同类型的内容也要附着在不同的产品上。如果你能讲出这样的好故事，它就有了价格，即一种隐藏在经济活动中的“情感商

品”。这也就是为什么卖故事是最好的营销方式。因为它感性，而人说到底感性的，最易为感性所俘获。

值得一提的是，作者有意选择实用性较高的观点作重点论述，并运用不同的故事来佐证观点，使文章看起来更加流畅和易懂。他们以各种实例，结合心理攻略、语言表达、行为方式等手段，使《卖故事》既能让外行一窥商业营销的秘密，对有志于此者，也是一本有实际价值的操作手册。

# 书评 摁响危机的门铃

■文 | 虾米 ■图 | 资料

一个凄风苦雨的冬日早晨，年届四十、单身失业的派蒂格鲁小姐摁响了拉福斯小姐家的门铃，由此卷进了一系列改变她人生、并使其剩女命运大翻身的事件之中。这类灰姑娘的故事我们并不陌生，但温妮弗瑞德·沃森写于1938年的《派蒂格鲁小姐的大日子》却很“前卫”。

小说开头，进得门后的派小姐目睹一场进行中的偷情和即将到来的捉奸戏，混乱中一脚踏了好几条船的拉小姐请求派小姐支招斡旋。小说在几次“门铃”中不停转换人物和情景，从危机到解决再到危机，情节以一种叫人喘不过气来的节奏跳跃发展。小说极少出现的几次停顿只是为了让派小姐、拉小姐以及随后而来的杜小姐统一口径，而往往未及她们统一完口径，危机又再次初露端倪。浪漫主义的绮思、多愁善感的吟叹无暇登场，除去派小姐见缝插针的生计考量与道德自疚，整部小说呈现的流畅，使这个表现“伤风败俗”（当年出版商的评语）的题材别具一种优雅与喜感。

沃森探讨的是当时生活中出现的诸多不道德现象（即使在今天也很惊人），并且敏锐地捕捉到女性对其生活发生大变化的期望。彼时英国早已不具维多利亚时代的政治经济气候，但道德上的惯性依然绵延至20世纪30年代。快速发展的经济生活与相对迟滞的道德令像派小姐这样深具传统教养的女性无所适从。小说开头，拉小姐居室“并非良家妇女”的派头使她的道德警铃大作，又使其深感诱惑与舒适。可以讲，派小姐一脚踏进拉小姐家的大门就像掉进了蜘蛛洞：要么彻底缩回道德的老巢，要么从根本上“堕落”。



## 《派蒂格鲁小姐的大日子》

作者：温妮弗瑞德·沃森  
出版社：上海译文出版社

危险但迷人，能将她从死水一潭的日常生活中解救出来。

派小姐在现代丛林的冒险不过24小时，为的是求职（否则就要被房东扫地出门），战场只辗转于拉小姐的闺室与夜总会，她的好运则来自瞎打误撞的“哑谜”与总是神奇地伴随左右的醇酒，战斗倒也惊心动魄，并以钓得金龟婿完美收官。这一喜剧结局暗示作者对女性归宿的态度，“一间自己的房间”固然可喜，铿锵玫瑰终究还是应该回归家庭中。

有趣的是，作者对其笔下溢出社会规范的男男女女并不十分了解，“我不认识任何一个像派蒂格鲁小姐那样的人，一切都出自我的虚构”，我们可以推算，作者就如同她笔下的派小姐一样，人生阅历很大程度上来自多年的悉心洞察，以及爱情电影和浪漫小说家们的创作。而她在细节上对这些通常被贬为平庸的电影与小说的戏谑与摹仿，不但弥补了作家生活经验之不足，更使小说透出一种黑色幽默，让本易落入俗套的小说勾起我们不可遏止的阅读欲望。

## 新书

New book



## 《微书话》

作者：胡洪侠 出版社：上海人民出版社

一册“微博体”书话短章。作者胡洪侠东采西，忽中忽外，书情书事，亦正亦邪，试图营造出一点小趣味，温暖那些或痴或狂的读书爱书藏书之人。书中二十几幅插图来自于一百五十多年前的法国插图文学报《JOURNAL POUR TOUS》中的铜版画，不求与文字息息相关，只想演绎出一点新旧图文隔代对照的趣味。



## 《花冠病毒》

作者：毕淑敏  
出版社：湖南文艺出版社

毕淑敏将故事放在了未来的201N年，以未来体架构出人类面对病毒来袭的处境和心理，情节步步为营，读来有灾难大片之感。透过病毒这个外在的、张力十足的故事，小说展现出了人性在面临危难时刻迸发出的悲悯和无奈，在绝境中显示出的强大和坚韧，读起来让人欲罢不能。小说不只是叙述一场冒险，而且更加深入探讨了生命、人性、救赎等命题。