

产品演示开场白台词(优秀8篇)

运动会即将到来，让我们一起为这个盛大的活动做好准备吧。运动会宣传需要制定详细的宣传计划和时间表，确保效果最大化。感谢您阅读以下运动会宣传语，希望能为您呈现出一幅充满活力和精彩的运动画面。

产品演示开场白台词篇一

以前我出差到全国各地市场去拜访经销商时，在一些地区的超市经常能发现一些不知名品牌的无烟锅、豆浆机、多功能拖把，它们款型单一，做工有的还相对比较粗糙，仅仅租借一小块地方和一个展示台、一个并不是很起眼的堆头和一两款产品，在一个超市内做到每月几万元左右的零售额，在销售旺季时的销售额有时高达十多万元业绩。这些小厂商以很一般的产品销售到不一般的销量，不仅令我们这些企业的营销人员瞠目结舌，而且让一些国内的知名品牌也自愧不已、叹为观止！然而这一切，如果没有优秀的现场演示活动的配合，是万万不能实现的。

优秀的现场演示活动需要优秀的促销人员来实现，如何让我们公司的促销人员成为一个优秀的促销人员呢？如何才能确保达到一个好的现场演示的效果呢？那就需要我们的促销员掌握相应的技能！也就是促销员的演示技巧。

演示的技巧在很大的程度上决定了现场演示的效果，一个熟练的促销员和一个刚入门的促销员的效果会相差很大，因此企业培训促销员的工作、提升促销员的技能是很重要的！如何让促销员熟练掌握演示的技巧呢？对促销员进行长期系统的培训是很重要的，我在长期营销培训工作中，觉得可以通过以下二个方面可以较快的提高促销员的演示技能：

我个人认为首先在在演示表达的主题要准确，就是现场促销

人员要很清楚、很明白这次新品演示要表达什么意图，向消费者传达一个什么信息。如要在超市中展示一个无烟锅的真实的效果时，就需要促销人员准备好相应的产品和演示活动所需的材料，按精心设计好的流程进行展示“无烟”的效果，用一系列的做菜效果实操和恰到好处的语言来打动消费者的心，去说服他让他来接受这价格不菲的无烟锅。如消费者看到与传统锅效果明显不一样，那是很能让消费者动心的！因此突出产品特性是极为重要的，以前我看了一款防水手表的演示，就是把手表放在水中，手表还能正常工作，一下就体现了手表的防水功能！！

另一方面是促销人员要在实践中不断地练习，通过实践来提升个人技能。以掌握基础为根本，反复运作实践和总结评价是提高演示技能的最佳方法。

促销人员在实践过程中要对所学的知识和技能进行反复的练习，通过不断的练习使个人的经验得到了积累。在这个练习的过程中能够学习到的内容是最多的，同时个人的演示的技能也会提升很快，领悟的东西也会非常多，其根本的原因是在于他们在工作时，要和各种各样的消费者过行交流，随着交流次数的增多，交流技巧和经验也会日益丰富，演示的技能也会得到不断的提升，能很快掌握与客户交流的过程中的基本要领以及总结和提高自己个人的演示技能！作为一名促销人员也要定期进行总结经验，对不足进行针对性改进，个人求得更快的进步！

产品演示开场白台词篇二

一、向顾客求教，给客户带上一顶高帽子

销售员利用向顾客请教问题的方法来引起顾客注意。

兰晓华老师发现生活中有一些人好为人师，总喜欢指导、教育别人，或显示自己。

销售员有意找一些不懂的问题，或懂装不懂地向顾客请教。

一般顾客是不会拒绝虚心讨教的销售员的。

如兰晓华营销团队在设计一家养生产品进入上海酒店市场：“王总，在餐饮营养方面您可是专家。

这是我公司研制的菜谱，请您指导，在设计方面还存在什么问题？”受到这番抬举，对方就会接过资料信手翻翻，一旦被不同的菜谱设计能所吸引，营销便大功告成。

二、利用赠品，人都有贪便宜心理

每个人都有贪小便宜的心理，赠品就是利用人类的这种心理进行推销。

很少人会拒绝免费的东西，用赠品作敲门砖，既新鲜，又实用。

当代世界最富权威的营销专家兰晓华教授强调，在面对面的推销中，说好第一句话是十分重要的。

顾客听第一句话要比听以后的话认真得多。

听完第一句话，许多顾客就自觉不自觉地决定是尽快打发销售员走还是继续谈下去。

因此，销售员要尽快抓住顾客的注意力，才能保证推销访问的顺利进行。

三、表演展示

销售员利用各种戏剧性的动作来展示产品的特点，是最能引起顾客的注意。

一位消防用品销售员见到顾客后，并不急于开口说话，而是从提包里拿出一件防火衣，将其装入一个大纸袋，旋即用火点燃纸袋，等纸袋烧完后，里面的衣服仍完好无损。

这一戏剧性的表演，使顾客产生了极大的兴趣。

卖高级领带的售货员，光说：“这是金钟牌高级领带”，这没什么效果，但是，如果把领带揉成一团，再轻易地拉平，说“这是金钟牌高级领带”，就能给人留下深刻的印象。

四、利用产品，好的产品会说话

销售员利用所推销的产品来引起顾客的注意和兴趣。

这种方法的最大特点就是让产品作自我介绍，用产品的魅力来吸引顾客。

兰晓华担任品牌顾问的搜于特(股票代码)把该厂生产的设计新颖、做工考究的连衣裙放到北京王府井徐经理办公桌上时，徐经理不禁眼睛一亮，问：“哪产的?多少钱一件?”香港商报传媒旗下子公司的销售顾问到达沃斯论坛中小企业商会去推销，他们准备了一个产品箱，里面放上制作精美、琳琅满目的新产品，在会议现场酒店不说太多的话，把箱子打开，一下子就吸引住了顾客。

五、从众心理法

在大草原上，成群的牛群一起向前奔跑时，它们一定是很有规律地向一个方向跑，而不是向各个方向乱成一片。

把自然界的这种现象运用到人类的市场行为中，就产生了所谓“牛群效应法”也可以叫做从众心理，它是指通过提出“与对方公司属于同行业的几家大公司”已经采取了某种行动，从而引导对方采取同样行动的方法。

如:电话销售人员:您好,王先生,我是××公司的××,我们是专业从事xx产品销售的,我打电话给您的原因是因为目前xx公司(行业比较出名的企业)在使用我们的产品,想请教一下贵公司在用哪个牌子的产品?……电话销售人员在介绍自己产品的时候,告诉客户同行业的前几个大企业都在使用自己产品的时候,这时“牛群效应”开始发挥作用。

通过同行业前几个大企业已经使用自己产品的’事实,来刺激客户的购买欲望。

六、激起兴趣法

这种方法在开场白中运用得最多、最普遍,使用起来也比较方便、自然。

激起对方兴趣的方法有很多,只要我们用心去观察和发掘,话题的切入点是很容易找到的,具体参看以下案例。

如:约翰沙维祺是美国百万圆桌协会的终身会员,是畅销书《高感度行销》的作者,他曾被美国牛津大学授予“最伟大的寿险业务员”称号。

一次他打电话给一位美国哥伦比亚大学教授强森先生的开场白如下:约翰沙维祺:“哲学家培根曾经对做学问的人有一句妙语,他把做学问的人在运用材料上比喻成三种动物。

第一种人好比蜘蛛,他的研究材料不是从外面找来的,而是由肚里吐出来的,这种人叫蜘蛛式的学问家;第二种人好比蚂蚁,堆积材料,但不会使用,这种人叫蚂蚁式的学问家;第三种人好比蜜蜂,采百花之精华,精心酿造,这种人叫蜜蜂式的学问家。

教授先生,按培根的这种比喻,您觉得您属于那种学问家呢?”这一番问话,使对方谈兴浓厚,最终成了非常要好的朋

友。

产品演示开场白台词篇三

尊敬的各位嘉宾，女士们、先生们、朋友们：

大家上午好！

廊坊市投资项目推介会现在开始。

参加本次项目推介会的还有：廊坊市发改委主任路建军先生、市信息产业局副局长杨德山先生、市商务局副局长赵文奎先生、市科技局副局长王建增先生；廊坊开发区管委会副主任马兴旺先生、廊坊开发区招商局局长张平先生、三河市副市长王宝良先生、霸州市副市长李暗柳先生、香河县副县长张学义先生、大厂县副县长张化志先生、广阳区副区长回建国先生、安次区副区长张海川先生、永清县副县长刘均占先生、固安县副县长王敏先生、文安县副县长张振来先生、大城县副县长梁国华先生。

下面，我很荣幸地介绍光临本次推介会的嘉宾：

对各位嘉宾的到来，表示衷心地感谢和热烈地欢迎！

下面，请廊坊市人民政府副市长吕爱英女士致辞。

产品演示开场白台词篇四

尊敬的各位领导、各商场同仁、各省市分公司代表、亲爱的记者朋友、加盟客户及参加本次发布会的朋友们：大家晚上好！

今夜，和风习习。今夜，绿意无限，我非常荣幸与在座各位相聚于这古老的湘江边，相聚在bestnstyle20xx秋冬新品时

尚发布会的现场，我是主持人，谢谢大家！

首先谨代表广东百斯盾服饰有限公司全体员工欢迎远道而来的朋友，对在座诸位对百斯盾一直以来的关心和支持表示感谢，对百斯盾事业发展所付出的努力表示崇高的敬意。

时光荏苒，岁月变迁，湘江，这一古老而绵长的河流在岁月的洗礼中，以其独特的生态以及人文造就了湘江休闲、时尚、新潮的现代新形象。今日，这一弯湘水更是以水的柔情与明丽为我们营造了一幕美妙的湘江之夜。迎来了广东百斯盾服饰有限公司旗下时尚休闲男装品牌bestnstyle20xx秋冬新品时尚发布会。

对于诞生在海边的百斯盾来说，正是水的柔和、水的智慧和品格启发了百斯盾壮阔事业的开拓，锻造了百斯盾人谦怀博大的精神品格。水文化的滋养和孕育，成就了百斯盾“大德至广，大爱无疆”的企业文化精髓。水的澎湃千钧、波澜壮阔，孕育了百斯盾勇立潮头、到中流击水的远大抱负。水的百折不回、目标坚定，培育了百斯盾人顽强坚韧的意志。水的滋润万物、泽被众生，培养了百斯盾人广阔的胸怀和仁和致远的经营智慧。水的交通融和，水的顽强坚韧，水的厚积薄发，水的积极进取,,,这一切，成就了百斯盾的企业精神，锻造了百斯盾今日的辉煌！

产品演示开场白台词篇五

心理研究表明，人们所接受的外部信息中，有87%是通过他们的眼睛接受的，只有13%的信息是通过其他四种感官接受的，这就是说销售人员应该使产品介绍最大限度的可视化，才能真正打动客户的心，直接刺激顾客的购买欲望。

销售人员如何运用具有说服力的证据来证明产品的优势呢？成功的产品演示是最有效的工具之一，眼见为实它比单纯口头的销售陈述更有助于使客户相信：你的产品的利益恰好能满

足他的需求，请看以下案例：

日本一家铸砂厂的推销员为了和一家铸铁厂建立供货关系，费尽周折才争取到五分钟的见面时间。和课长见面之后，这位推销员并没有侃侃而谈，而是从包里取出一包砂突然倾倒在纸上，顿时室内尘土飞扬，几乎令人窒息。“你在干什么？”对方大吼起来。这时，推销员才不慌不忙地说：“这是从贵公司采用的砂中取来的样品。”说着，他又取出另一包砂倒在纸上，这次却不见丝毫尘土。课长十分惊讶，通过比较，他发现推销品在性能、硬度和外观上都要优越得多。于是，他认真地同推销员谈起了业务。

一个成功的产品演示需要注意以下几个方面：

一) 确保产品演示100%的成功

如果还做不到这一点干脆放弃，一个失败的演示对你的销售将是灾难性。为了确保产品演示成功，你需要：

1) 非常熟悉你的产品；

2) 有固定的演示流程——可以将之作为产品演示的基本框架，再根据不同客户的需求进行修改，也可以加入即兴的表演。

3) 不断的练习，保证你的产品演示成功。

二) 产品特性利益是产品演示的重点

确保产品性能和未来客户所确定的要求之间的精确匹配应该成为产品演示的焦点，如果你不停地用客户不需要的特性来烦恼他们，那是在考验他们的耐心。千万不要忘记产品演示的目的是为了向客户证明你产品的优势，而这个优势和利益也恰恰是客户所需要的。

仅仅演示客户关心的性能，律师从来不问他们不知道答案的问题——不要试图去演示一个你不敢肯定会有有效的性能。

三) 让客户参与到你的演示中

通过让潜在客户的参与，你会抓住客户的注意力，减少客户对购买的不确定性和抵触情绪。在一个成功的演示中，销售人员应当：

产品演示开场白台词篇六

心理研究表明，人们所接受的外部信息中，有87%是通过他们的眼睛接受的，只有13%的信息是通过其他四种感官接受的，这就是说销售人员应该使产品介绍最大限度的可视化，才能真正打动客户的心，直接刺激顾客的购买欲望。

销售人员如何运用具有说服力的证据来证明产品的优势呢？成功的产品演示是最有效的工具之一，眼见为实它比单纯口头的销售陈述更有助于使客户相信：你的产品的利益恰好能满足他的需求，请看以下案例：

日本一家铸砂厂的推销员为了和一家铸铁厂建立供货关系，费尽周折才争取到五分钟的见面时间。和课长见面之后，这位推销员并没有侃侃而谈，而是从包里取出一包砂突然倾倒在纸上，顿时室内尘土飞扬，几乎令人窒息。“你在干什么？”对方大吼起来。这时，推销员才不慌不忙地说：“这是从贵公司采用的砂中取来的样品。”说着，他又取出另一包砂倒在纸上，这次却不见丝毫尘土。课长十分惊讶，通过比较，他发现推销品在性能、硬度和外观上都要优越得多。于是，他认真地同推销员谈起了业务。

对于那些适合进行现场演示的产品，产品演示地点可能在客户的现场；或者是较正式的产品讨论会；或者在展览会上。一个成功的产品演示需要注意以下几个方面：

一) 确保产品演示100%的成功

如果还做不到这一点干脆放弃，一个失败的演示对你的销售将是灾难性。为了确保产品演示成功，你需要：

- 1) 非常熟悉你的产品；
- 2) 不断的练习，保证你的产品演示成功。

二) 产品特性利益是产品演示的重点

确保产品性能和未来客户所确定的要求之间的精确匹配应该成为产品演示的焦点，如果你不停地用客户不需要的特性来烦恼他们，那是在考验他们的耐心。千万不要忘记产品演示的目的是为了向客户证明你产品的优势，而这个优势和利益也恰恰是客户所需要的。

仅仅演示客户关心的性能，律师从来不问他们不知道答案的问题——不要试图去演示一个你不敢肯定会有有效的性能。

三) 让客户参与到你的演示中

通过让潜在客户的参与，你会抓住客户的注意力，减少客户对购买的不确定性和抵触情绪。在一个成功的演示中，销售人员应当：

- 1) 让客户做一些简单的演示，避免出差错；
- 2) 使客户参加到你强调的产品特性那部分演示中；
- 3) 通过提问，从客户那里获得对演示的正面的反馈，如：“操作真的很容易，是吗？”

四) 产品演示必须是互动的

你的客户需要感受对产品演示进程有一定的控制，你不能死板的按照演示流程来演示，直到结束才允许提问。在整个过程中你需要与客户互动，有问必答。有时候推迟回答某个问题会更好些，尤其当答案是某个你还没有介绍到的特性。但正式讨论会是例外，讨论会一般会有固定的时间回答客户的问题。

你也许不能回答每个问题，你可以与客户约定个时间，告诉他你将会在何时以书面回答这些问题，然后遵守承诺。

产品演示开场白台词篇七

每一次展示产品的开场白，都是需要设计好的，因为这可能决定听众是否听您讲，决定是否购买产品。下面是小编为大家整理的关于产品演示开场白，欢迎大家学习！

名人效益：提及有影响的第三人

告诉顾客，是第三者(顾客的亲友)要你来找他的。

这是一种迂回战术，因为每个人都有“不看僧面看佛面”的心理，所以，大多数人对亲友介绍来的推销员都很客气。

如：“刘总，您清华大学总裁班的老师兰晓华推荐我来找您，他认为您可能会对我们的移动互联网营销平台感兴趣，因为，这些产品为他的公司带来很多好处与方便。

”

打着别人的旗号来推介自己的方法，虽然很管用，但要注意，一定要确有其人其事，绝不可能自己杜撰，要不然，顾客一旦查对起来，就要露出马脚了。

为了取信顾客，若能出示引荐人的名片或介绍信，效果更佳。

赞美式开场可以赞美听众的热情、听众的职业、听众所在的环境，在任何地方做演讲都可以通过这三种赞美来开始。

(1) 赞美听众的热情

举例：各位亲爱的朋友们，你们好！我今天真的很高兴能在****认识大家。

我到过很多地方去演讲，但是从来没有一个地方，像今天我们在座朋友这样，给我这么积极而热烈的回应。

所以我认为你们是我遇到的最有支持力、最热情的听众。

相信我今天的演讲也会在你们的关注下取得圆满成功，我想我们最热烈的掌声首先应该献给我最热心的听众们。

(2) 赞美听众的职业

举例：假如有一天您在海尔公司去做演讲。

各位海尔的朋友们，你们好！今天很高兴能和你们见面，因为你们是中国骄傲，是你们让中国成千上万个家庭都能享受现代化的产品。

我在家打开海尔冰箱储存食品、打开海尔洗衣机清洗衣服、打开海尔电视机观看节目时，我在想，是你们——海尔的员工，创造了这么多优质的产品；是你们这些无名英雄，创造了今天的海尔，使海尔取得了世界级的荣耀。

我要再一次向你们——海尔的无名英雄，致以最真诚的敬意。

(3) 赞美听众所在的'环境

举例：假如您在北京大学演讲。

各位北京大学的朋友们，你们好！昨天晚上，我和一个朋友聊天。

当我告诉这位朋友我今天要来北大演讲的时候，他特别告诉我，北大学生是全世界最精英的中国人，所以要到北大课堂去演讲，就一定要认真准备，因为那里的学生，他们的才华可能远远在您之上。

为我们能相聚在中国最高学府热烈掌声鼓励一下。

利用好奇心，勾引兴趣

现代心理学表明，好奇是人类行为的基本动机之一。

美国杰克逊州立大学刘安彦教授说：“探索与好奇，似乎是一般人的天性，对于神秘奥妙的事物，往往是大家所熟悉关心的注目对象。

”那些顾客不熟悉、不了解、不知道或与众不同的东西，往往会引起人们的注意，推销员可以利用人人皆有的好奇心来引起顾客的注意。

一位销售员对顾客说：“老李，您知道世界上最懒的东西是什么吗？”顾客感到迷惑，但也很好奇。

这位推销员继续说，“就是您藏起来不用的钱。

它们本来可以用来购买我们的空调，让您度过一个凉爽的夏天。

”某地毯推销员对顾客说：“每天只花一毛六分钱就可以使您的卧室铺上地毯。

”顾客对此感到惊奇，推销员接着讲道：“您卧室12平方米，我厂地毯价格每平方米为24.8元，这样需297.6元。

我厂地毯可铺用5年，每年365天，这样平均每天的花费只有一角六分钱。

”推销员制造神秘气氛，引起对方的好奇，然后，在解答疑问时，很巧妙地把产品介绍给顾客。

产品演示开场白台词篇八

我们是广东佳尔丽不锈钢厨具有限公司来这里举办的产品说明会。在我们大丰市金丰南路163号，我们专卖店下个月的18号就要开张了，在开张之前我们将做些宣传活动。到时我们将邀请大家参加我们的开张典礼！

今天早上来的时候，有位阿姨笑呵呵地跟我说，你们是做什么的？是不是卖狗皮膏药的？告诉大家，我们不是卖狗皮膏药的，也没有什么保健品卖给大家，更没有什么钙片卖给大家吃。我们是做厨具宣传的，厨具就是家家每户都在用的锅碗瓢盆。

我们这次活动的目的是让大家来一次厨房用具大改革，让我们在座的中老年朋友享受现代生活的时尚和健康，同时我们也希望大家帮助我们宣传，今天来的人虽然不多，等我们活动结束后凡是拿到我们的礼品的叔叔、阿姨，请你们回去再说说，明天多带些人过来。广告广告就是让大家都知道。也许有人要问，人家做广告都是上电视，你们到我们这里搞什么宣传，告诉大家我们不但要上电视做广告而且我们还要请使用过我们产品的叔叔、阿姨，上电视为我们讲话，为我们做广告。金奖、银奖、不如老百姓自己讲，金杯、银杯、不如老百姓自己的口杯。我们不请电视明星打广告，我们把这些千万的代言费变成产品反馈给咱们老百姓，把最好的产品、

最实惠的产品，介绍给大家。在这次活动中，公司总部决定在咱们大丰投资30万，这30万我们将设为三个不同档次的礼品，大礼品我们指1000元左右的产品，中礼品我们指100元左右的产品，小礼品我们指10元左右的产品，小礼品只要你来参加就可领到，但大礼品、中礼品，我们要搞现场互动的，所以你要认真听，只要你听明白了，你才能成为幸运者把我们的产品拿回家，买回家。

今天我们为大家请来的第一位厨房专家是大家看到我们台上的高效免火节能锅，这款产品的特点是：节能、环保、健康、安全。

‘高效节能锅’我们又把它叫做“免火再煮锅”，它是一款省时、省钱的锅，各位中老年朋友都喜欢用鸡、排骨等~~~来炖汤吃，炖烂一只鸡用普通的锅要用上一个多小时，而用我们这只节能锅10分钟就能解决问题，也许大家说我在吹牛，哪有这么神奇的锅？没关系，下面我们现场烧一只鸡给大家看，眼见为实，看看我是不是在吹牛（现场操作，注意讲节能锅的使用方法等功能等）。

我们看这锅外表不是很特别，但是它是采用进口不锈钢料做成的，绿色环保，上面的锅盖是双层的有保温作用，里面还有一个锅盖是透明的，是玻璃钢的，让你在煮东西的时候观察到里面有没有烧开，锅的外侧有两个卡子，看好了，可以用手掰开，然后我们来看一下：现在拿在我手上的就是可以直接放在我手上的就是可以直接放在煤气炉上或液化气烧的锅，桌子上的这个是保温筒，它同样是双层不锈钢，大家一定要注意：保温桶不能烧的，会烧坏的，当你把食物烧开后也就10分钟左右，如同烧开了水，然后把锅离开火直接放在保温筒里，把卡子卡好，盖好锅盖，你就可以去做其它事情了，美味可口的鸡汤就算做成了。

为什么这种节能锅有这么神奇？大家看到没有，在这只锅的下面有个聚热钢圈，当你把锅放在火上燃烧时，它会1小时吸热，

这样离开火后能保持锅里的食物继续沸腾25分钟以上，它为我们节约了时间，节省了75%以上的煤气，现在一般的家庭用煤气一年要4筒气，一桶气就算100元，就得400元，而用我们这只节能锅一年一桶气都用不着，如果你用上，能节省多少钱大家都算得出来，因此这是非常节能非常省钱的锅。说到这里，有好多的叔叔、阿姨肯定不服气，说我家里有高压锅，炖鸡也快呀，其实高压锅的性能大家不是不知道，有的人家是有高压锅但用的很少，因为高压锅容易爆炸，而我们的高效节能锅在煮任何食物时都是正常气压蒸煮，无高压装置、无需通电，安全可靠，绝对放心，高压锅炖出来的汤不好吃，营养不高，而我们这款产品煮出来的食品是原汁原味，营养不流失，吃得开心。

有人要问了，这款产品除了煲汤，还能做什么？可以这么回答大家，除了不好炒菜外，其它的几乎这只锅都能做到，如煮饭、熬粥，而且能保温6个小时，夏天可当作冰桶，是我们在座的中老年朋友最理想的厨房用品（把炖好的鸡给大家看看，以提高现场气氛）。

大家说我们介绍的这款高效节能锅好不好？有没有想要的？我们现场将举行第一场互动，大家听好了，我手上有一张“特别订购卡”，如果你想要我们产品的，可以举手向我们工作人员领取，只有5个名额，顺便说一下这只锅的市场价，大家可以看到盒子包装上有：998元。想要的明天早上5：00过来的时候一定要带500元来，当你买了我们这只锅的时候，我们再发一张贵宾反馈卡给你，这张卡有什么意义，告诉大家，它如同银行卡，银行卡是你自己的，你自己花，不用我说的太明白了，说的太明白了，现场会打架的，究竟是什么样的惊喜，明天就会知道。我（小陆）能保证明天买到我们产品的，你肯定会高兴得不得了，能笑上三个月。听好了只有5个名额，5位幸运者将参加我们专卖店的开张典礼，现场互动正式开始~~~~~（小提示：如果没有人领卡，可以重复解释，争取全部被领）

今天的第一场产品说明会已接近尾声了，最后我把今天发礼品的程序说一下~~~~~(特别强调现场纪律及明天来的时间)

[产品演讲稿开场白]