

价值 百万的 PPT 是如何炼成的



许江林 肖云莉 著

有PPT，就事半功倍！

PPT设计达到“精气神”浑然一体，是需要千锤百炼的！

本书不讲操作、不讲技巧、不讲道理……

但本书可以教会你：

- ◎如何做领导喜欢的PPT
- ◎如何用PPT激发投资方的热情
- ◎如何让PPT抓住客户的心

014035862

TP391.412
56

价值百万的PPT 是如何炼成的

许江林 肖云莉 著



北航

C1723264

TP391.412
56

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry
北京•BEIJING

内 容 简 介

很多人每天都在做幻灯片（即 PowerPoint，简称 PPT），做到灰头土脸，满眼血丝，抱怨不已。可是很多人并不知道，把 PPT 做好意味着什么。当企业从投资方获得千百万，甚至上亿元的资金时，当经销商抱着钱排队与企业签订单时，当领导表扬“干得不错！”时，你也许才会想起那个让你付出心血的 PPT，正是它在关键场合、关键时刻帮了你，让你长期默默无闻的艰辛的工作得到充分展示，让投资方、客户、领导看到了你的价值，认可了你付出的努力。这就是价值百万的 PPT！

本书的核心价值在于，用作者丰富的 PPT 设计制作的实战经验帮你展现才能，实现价值。全书细致地分析了各种 PPT 应用环境，针对性地提出了不同的设计思路和方法。

本书适合需要经常使用 PPT 的公务员、白领、营销人员、产品经理，以及面临毕业的大学生们。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

价值百万的 PPT 是如何炼成的 / 许江林，肖云莉著. —北京：电子工业出版社，2014.4
ISBN 978-7-121-22624-3

I. ①价… II. ①许… ②肖… III. ①图形软件 IV. ①TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 045305 号

策划编辑：张慧敏

责任编辑：李利健

印 刷：北京嘉恒彩色印刷有限公司

装 订：北京嘉恒彩色印刷有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：787×980 1/16 印张：11 字数：201.6 千字

印 次：2014 年 4 月第 1 次印刷

印 数：4000 册 定价：59.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

本书好评

有人说，一个培训师最重要的是课程内容，而不必在意教学 PPT 做得如何。他们忘了，没有好的表达形式，再好的内容也会黯然失色。

有人说，太华丽的表现形式会遮盖内容本身的优秀特质，那么谁可以把优质的内容和优质的表现形式水乳交融呢？

这本《价值百万的 PPT 是如何炼成的》似乎可以给你一个答案，因为作者许江林老师是我认识的一位常年潜心研究，并为很多大型企业制作 PPT 的实实在在的践行者，还因为许江林老师自 2010 年起至今，出版过多本 PPT 专业书籍，有强大的品质积淀和保障。

著名 TTT 及 TTM 高级讲师

中华职业教育社原培训部部长

中国继续教育联合学院教授

中国人力资源开发研究会理事

国际经理人协会常务理事

李富清

如果你有一个很好的培训课程，那么你需要一个优质的教学 PPT 来放大你的教学效果；如果你有一个优质的提案、竞标方案、营销方案、汇报纲要，你更需要一个优质的 PPT 来说出你的故事，展示你的思想，达成你的目的。相信阅读本书后，通过与 PPT 达人的思想碰撞和交流一定让你收获多多。

专业人才库 EAP 咨询师、EAP 讲师

赵力颖

现代职场中，掌握最新的 PPT 功能，做出专业且精美的 PPT，无疑能更好地展现你的能力，帮助你在职业生涯中取得更满意的成绩。来看看这本书，会给你惊喜，不要错过它！

江苏省数字化学习专家

南京市电教馆原副馆长 刘卫平

自序

如果你只想学一些基本的 PPT (PowerPoint 的简称) 操作技巧,这本书不适合你,因为它会让你体会到制作一个优质 PPT 的艰难,其中的很多技巧你必须花工夫来学习;如果你只打算在工作中随便对付或应用一下 PPT,那么这本书也不适合你,因为它强调优质的视觉传递和表达,能够事半功倍地帮你说服领导、老板或客户,帮公司争取利益;如果你愿意花费一些时间、精力来掌握这个强大的沟通工具,用这个工具为单位或公司争取到更多、更大的利益,从而也让自己的职业生涯走得更稳、更好,这本书也许是目前最适合你的。

作为一个坚持做 PPT、写 PPT 的人,面对自己出过的三本 PPT 图书,我常常想:通过对这些书的学习,读者究竟能学会什么?又能够得到什么?如果我们只是把书名、封面和内容弄得很雷人,加上各种自夸的言辞,却没有一点有用的东西,那么读者学会的一定是夸夸其谈和故弄玄虚,面对真实的制作环境时依然一筹莫展。如果我们仅仅对 PPT 的各项操作功能进行讲解,却没有真实可用的案例配合,那么读者在制作 PPT 的时候,是不是每次都要查找具体的功能和使用方法?

于是,我联合江苏省信息技术能手、中央电教馆电子白板大赛专家评委肖云莉,把我们为各类企业制作过的、得到真诚认可的 PPT 中挑选出比较具有代表性的作品加以详解,也许可以让读者少走弯路,直达制作优质、实用 PPT 的境地一探究竟;把我们制作 PPT 时顺带向其他领域扩展学习到的一些心得与大家分享,也许可以让读者不再困顿于 PPT 制作的漩涡中,展开飞翔的心,博采众长,轻松制作出优质、实用的 PPT。这就是我写这本书的目的。

为达到以上目的,我多次整体否定已经写出的稿子,完全推倒重来,导致与出版社约定的交稿日期也一再延后(此事令我非常汗颜)。在这里,要向电子工业出版社编辑张慧敏和石倩说声对不起。但是,没有达到我想要的状态,我是不会为了赶时间而草率交稿的,哪怕可能因此造成一定的后果。

从我多年来做 PPT、写 PPT,以及职场磨砺、人生感悟的体验中,已经完全把工作、生活和 PPT 交融在一起了,从 PPT 中可以感悟工作和人生,从工作和人

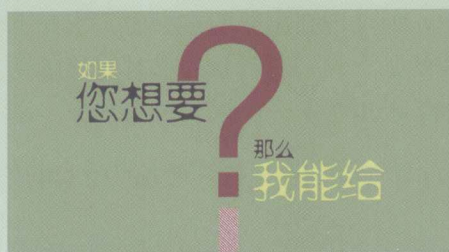
生中可以给我更多的 PPT 创意。是的，一个优质、实用的 PPT 可以价值百万，甚至超过百万，它体现在通过说服领导、老板或客户，然后获取项目批复、资金支持或销售订单上。如果你的工作正巧与此有关，那么相信你一定会有更深刻、更真实的体会。如果你的工作暂时与此无关，只是做一个简单的汇报型 PPT，那么你很有必要加强储备你的技能，在需要时也许能够助你一臂之力。

记得出版第一本书时，儿子当时正在孕育中，但是现在出第四本书时，我并不想说把书送给儿子的话。我希望儿子在成长过程的某一天，读到我的书时能够感受到我的初衷，在人生道路上能够诚恳、认真地对待身边的每一个人。

为方便读者学习，本书提供了书中相关的案例文件供下载，地址为：<http://www.broadview.com.cn/22624>。

许江林

本书阅读导航



目录

第 1 章 精准利索——把话说到对方心里去 / 001

1.1 立意是成功的一半——做领导喜欢的 PPT / 002

1.2 说出我的故事来——激发投资热情 / 006

1.3 呈现最美好的预期——让客户怦然心动 / 008

第 2 章 调动观众——在展示中步步吸睛 / 011

2.1 用提问引导 / 012

2.1.1 背景分析环节的提问设置 / 012

2.1.2 目标定位环节的提问设置 / 014

2.1.3 解决方案环节的提问设置 / 015

2.1.4 优势环节的提问设置 / 016

2.1.5 营销政策环节的提问设置 / 018

2.2 用方案说服 / 019

2.2.1 解决方案部分的说服技巧 / 020

2.2.2 优势部分的说服技巧 / 021

2.3 用个性突出 / 029

第 3 章 强化品牌——令客户记忆深刻 / 035

3.1 针对企业及商品的配色应用 / 036

案例：万维普洱招商 / 036

3.2 针对企业及商品的版式应用 / 038

案例 1：万维普洱招商 / 038

案例 2：油菜花节 / 041

3.3 针对企业及商品的图表应用 / 045

第 4 章 动人心魄——做一场精彩而富有感召力的演说 / 047

4.1 场地策略 / 048

4.2 精彩片头 / 049

4.2.1 《万维产品推介》片头动画 / 051

4.2.2 《万维招商课件》片头 / 070

4.2.3 《万维内训课件》片头 / 081

4.3 华丽亮相 / 116

4.3.1 提前踩台 / 117

4.3.2 登台寻找正能量 / 120

4.3.3 善用身体语言 / 121

4.4 创意出场 / 126

第 5 章 精雕细琢——让PPT“立”起来 / 129

5.1 简单巧妙的版式 / 130

5.2 UI 风格互动设计 / 145

5.3 PowerPoint 2013 新功能应用 / 148

5.3.1 突破常规的字体设计 / 148

5.3.2 真正的翻页效果 / 155

5.3.3 动画编辑的改善 / 158

5.4 最有效的对齐应用 / 160

5.4.1 参考线的应用 / 160

5.4.2 对齐功能的应用 / 164

第1章



精准利索 ——把话说到对方心里去

当我们拿着自己精心制作的PPT，无不得意地向众人展示时，想过他们是否能从你的PPT中找到自己想要的东西吗？特别是在你面对领导、投资方、客户，需要向他们获得支持、投资、订单时，能不考虑他们的思维方式和喜好吗？如果在这个时候你还在炫耀你的新潮流、韩风、中国风、简约风等各种风，却见不到他们始终凝固的表情，甚至时时偏头的动作，那么这只能证明你掌握了技术却严重忽略了人心。PPT作为展示的利器，目的性是很强的，所以我们必须做好课外工夫，了解所要面对的受众的思维和喜好。由于一个职场人做PPT所面对的受众通常是领导、投资方、客户。所以本章从这三个角度来分享作者在大量的实际制作中获得的一些经验。

本章包含的主要内容如下。

- ▶ 立意是成功的一半——做领导喜欢的PPT
- ▶ 说出我的故事来——激发投资热情
- ▶ 呈现最美好的预期——让客户怦然心动

1.1 立意是成功的一半——做领导喜欢的PPT

为领导做 PPT，或者做 PPT 向领导汇报时，千万不要玩所谓的“大图少字”、“简约风”，否则多数领导会认为你不认真做事。我们的国情决定，领导通常会喜欢内容翔实、立论严谨、论证充分、条理清晰，以及高端、大气、上档次的 PPT。各种风，包括“韩风”、“中国风”，在很多领导眼中就属于不正式、不庄重。而高端、大气、上档次在领导的理解中通常是带有本单位元素的大气背景、鲜亮的图片，清晰但不前卫的图表、少量漂亮的动画。最后，领导还会根据自己的意见，要求修改 PPT。这就要求制作 PPT 的人在平常注意领导的爱好，从立意上跟随他的脚步。我们的国情决定，既然是为领导服务，那就要尽量找到他的需求点，而不是搞新奇的探索。

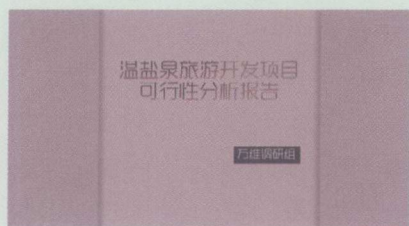
下面是实际工作中所用到的一个汇报型 PPT《温盐泉项目可行性报告》，用这个案例给大家分析如何在种种限制和要求下，还要做到高端、大气、上档次，符合领导需求。

一般而言，可行性报告的目录设计按 PPT 的用途，有以下两种分类。

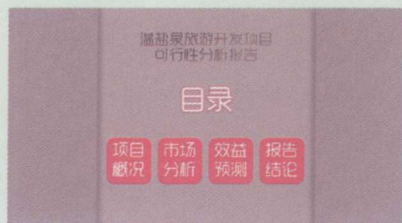
可行性报告 PPT 目录	一般可行性报告目录
项目基本情况	第一章 项目总论
	第二章 项目背景和发展概况
	第三章 市场分析与建设规模
	第四章 建设条件与厂址选择
技术可行性	第五章 工厂技术方案
组织可行性	第六章 环境保护与劳动安全
组织可行性	第七章 企业组织和劳动定员
	第八章 项目实施进度安排
社会可行性	第九章 投资估算与资金筹措
结论	第十章 财务效益、经济与社会效益评价
	第十一章 可行性研究结论与建议

通过对目录的概括性精简，由原来十一章的目录变为六个要点的目录，集中于四种可行性的研究和说明。以现场报告而言，逻辑脉络得到了更清晰的展现。在内容的布置上，我们也能非常清晰地看出 PPT 与原报告文章的内容对应，使得目录有所精简，但内容仍然翔实，而且基本的立意也符合领导的要求。这是在目录上所做的由一般的可行性报告向 PPT 展现的可行性报告的转换调整。

接下来当然是要实现此报告的立论严谨、论证充分、条理清晰，以及版式的高端、大气、上档次。



左图是这个可行性报告的封面页。使用的整体色调是公司的标准色（灰色），适当的条纹、阴影设置、字体填充，就是为了使人看起来很有质感，从而也部分体现出“高端、大气、上档次”的效果。从内容而言，尽管此封面只给出了标题和报告的制作人，但是由于进行了一定的视觉设计，看上去就不那么简单了。



在目录页，用清晰、分块的展示方式把各个条目一一列出来，印章式的条目很醒目，继续从设计上体现出质感。



过渡页不仅是进入某一个主题前的过渡，而且还在进入主题前对主题进行重点提示。它好似车站的站牌，如果能够给这些主题合理的配图，则不仅起到提示作用，还令人赏心悦目，增强观众对该 PPT 的喜爱。让观众爱上你设计精美的 PPT 也是非常重要的手段，爱上才会关注，关注才可能产生价值。商务应用的 PPT 并不是只讲内容就可以，它如同商品一样，若只讲内容，而不讲外在表现，那也是卖不好的。本 PPT 目录中只有四个主题，而每个主题的下一级主题也不多，于是我们完全可以在过渡页内把每个主题的下一级主题用小一点的字号和不同的颜色标示出来。四个主题全部采用统一的设计，摆在页面右侧，页面左侧放对应的图片。统一的设计能给人以认真、严谨的感受。



在内容页，每一个主题都摆在左侧，中部及右侧部分用于讲述相关内容。用不同的颜色把正在讲述的、讲述过的、未讲述的标题区分开，如图中的红、白色的小标题。这样的设置可以轻松展示多达四个层次的内容，而且毫不混乱，对于汇报型 PPT 非常实用。注意，内容页中并非图表用得越多越好，要根据表达的内容来定。图表可以形象化表达，但是占用页面较大，绘制图表麻烦，有时甚至不如简单几个文字来得快捷、直观。本例的内容部分使用文字配图就比使用图表要更好。

项目申报报告也是在公司里常用到 PPT 应用的形式，而且它明显比可行性报告要复杂、严谨。因为它会涉及国家的产业政策和行业准入制度，大型的项目往往涉及建设用地、征地拆迁、移民安置问题，以及环境、生态问题。

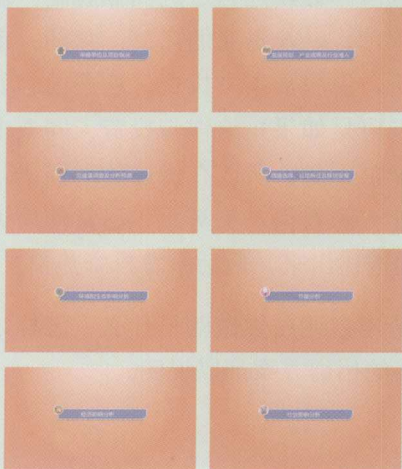
下面介绍一个实用的案例与大家分享。



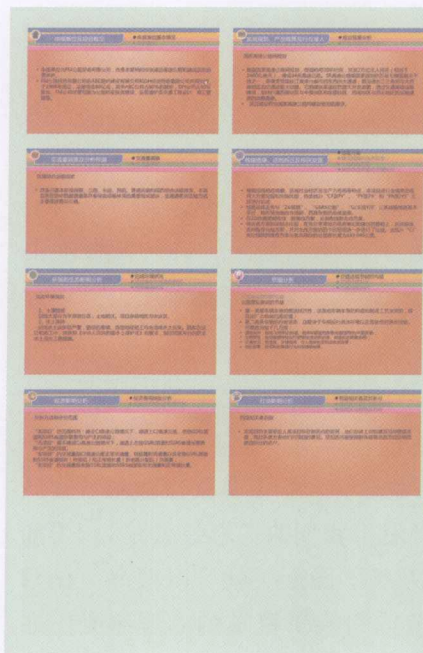
由于这个申请报告是关于高速公路的，所以在封面设计上应突出公路的特点。五条彩色条状矩形和填充斜纹的主题文字把主题的“意”与“形”充分结合起来，在一定程度上符合领导高端、大气、上档次的要求。



申请报告的目录内容是很多的，而且，按照格式还不能随便删减，这么多条目简单地一条条陈列未免乏味，不能体现经过 PPT 设计的水准。这时沿用我们的“彩虹公路”，再加上小图标、“站牌”图形，就可以很好地化解名目繁多所造成的头晕目眩的心理感受。在左图中，每一个条目都格式统一、整齐排列，不同的小图标给枯燥的文字添加了可爱、灵动的乐趣。翔实的表达是领导所喜欢的，进一步把它做漂亮就更符合需求了。



本 PPT 共八个主题对应八个过渡页，每个主题的内容都较为专业且复杂，因此难以配图，也不适合在过渡页中列出下一级标题。只能简单地把每个主题放在过渡页中。当然，这时还要注意格式的整洁、统一。



内容页部分与以往一些 PPT 制作的通常说法完全不同。通常说法认为 PPT 中的文字越少越好，尽量用图片、图形、图表来表达，可是面对这样一个非常专业的申请报告，内容繁多且里面有很多专业词汇抽象而不具象，你要找到或者制作相应的图片、图形、图表是非常耗时间的，而且效果还不一定好。遇到这样的情况，我们关键要把握的不是图文对应，而是文字的整洁、美观。在内容页中把主题用大字号列出，下一级标题按是否正在讲述，用浓淡不同的颜色区分，页面的主要空间留给大量整齐排列的文字。永远不要忘记内容翔实、立论严谨、论证充分、条理清晰才是领导所需要的。

1.2 说出我的故事来——激发投资热情

招商方案的 PPT 是一种工具，用于面对面地向资本方阐述自己的商业思路、盈利模式、回报承诺，从企业内部的人员、制度、管理，以及企业的产品、营销、市场等各方面对即将展开的商业项目进行可行性分析，说服资本方投资。这些内容如果给我们足够的时间细细解说，那是没有问题的，可是如果只给你与投资入同乘电梯时那短短的时间内，让投资人留下印象，那就非常不易。所以在讲述的时候语言简洁非常重要，既要体现项目的专业性，又不能让人家看得一头雾水，尽量使用通俗易懂的语言来把专业、复杂的内容清晰、充实地描述出来，最后激发投资热情。

招商方案最需要的是用最精练的语言快速让资本方明白你做的是是什么，怎样才能赚钱，资本方能得到什么好处。下面以一个真实的招商方案加以说明。



招商方案的封面可以做得更具个性化，视觉冲击更强。因为故事的开篇当然要“宏大叙事”。本PPT应用拉丝不锈钢背景、不规则四边形就是为了使整体构图更活跃，配合演唱会的主题，并且使用了PowerPoint 2013版才有的翻页切换效果，让“钢”也可以绕指柔，成为电子书风格的PPT。



本PPT的目录中前三条都是介绍怎么盈利以及以什么实力来保证盈利，最后一条则是说明提供给投资者哪些好处。重头戏还是在前面三条上，因为这可以给投资者以信心，有了信心就会有投资的欲望，也才会相信后面一条中所说的，给投资者的好处能够兑现。所以，招商方案的重点不是给投资者的条件和好处，而是之前对相关项目、产品的良好塑造，让投资人有信心。这就是我们需要讲好故事的地方。本PPT是做演唱会的招商，自然要把主唱的名头写出来，所以主唱的简介不可少，然后整个演唱会的运作计划和方式也足以决定投资者的信赖度，这方面的材料不可少（演唱会概况、媒体投放）。最后，当然要关注投资者算细账的需要，承诺相应的利益（招商项目）。



过渡页就是每一个故事小节的标题和封面。本PPT中用不规则四边形图片把主题托出，四个主题之下还有比较清晰、简单的下一级主题，所以在过渡页都一并列出。