

如何运用好这个横扫职场的利器?

层层递进
逐项修炼

思想和观点直接渗透到受众大脑!

PPT

许江林 编著

创意表达

——完美演示的11项修炼



从最易入手处展开

- 快速上手版式设计
- 快速运用构图原理
- 快速掌握配色思路
- 快速搞定整体结构

在最精妙处提高

- 用逻辑达成说服力
- 用图表展示达成力
- 用动画体现震撼力

详解PPT运用最为强大的三件武器!

- 以真实案例讲解如何用版式吸引人
- 以大量实例剖析PPT的逻辑表达
- 细致分析PPT动画的诱人魅力

中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

许江林 编著

PPT 创意表达

——完美演示的11项修炼



中国铁道出版社
CHINA RAILWAY PUBLISHING HOUSE

内 容 简 介

本书设身处地为经常使用PPT的人群设计了一条扩张知识又渐进提高的学习途径，由构图、配色知识开始，让读者一开始先进入美妙的平面设计的氛围，远离设计PPT时的烦闷，进而将文字、图形图片应用到图文混排及PPT整体策划的思路娓娓道来，应用真实案例，让读者在顺畅的语境下，逐步吸收基础知识，学到基本技巧。从第7章开始则以图表阐释、动画技巧、动画逻辑思维、实战动画应用、论动画片为题逐步提升读者的PPT使用技巧，让读者掌握最新、最有效的PPT演示与表达手段。

图书在版编目（CIP）数据

PPT创意表达：完美演示的11项修炼 / 许江林编著

— 北京：中国铁道出版社，2012.1

ISBN 978-7-113-13514-0

I. ①P… II. ①许… III. ①图形软件，
PowerPoint IV. ①TP391.41

中国版本图书馆CIP数据核字（2011）第197234号

书 名：PPT创意表达——完美演示的11项修炼

作 者：许江林 编著

责任编辑：苏 茜

读者热线电话：010-63560056

特邀编辑：侯 颖

封面设计：张 丽

责任印制：李 佳

出版发行：中国铁道出版社（北京市西城区右安门西街8号 邮政编码：100054）

印 刷：北京捷迅佳彩印刷有限公司

版 次：2012年1月第1版

2012年1月第1次印刷

开 本：700mm×1 000mm 1/16

印张：17.5 字数：352千

书 号：ISBN 978-7-113-13514-0

定 价：39.00元

版权所有 侵权必究

凡购买铁道版图书，如有印制质量问题，请与本社发行部联系调换。

广大白领、教师经常使用的办公软件PowerPoint已经发展到了2010版本，可是我们不无遗憾地看到，使用PPT的水准并没有随着软件本身的升级而同步提高。目前为止，很多白领、教师依然只会简单地将Word里的文字照搬过来，胡乱拼凑几个图片。而目前市场上虽然已经有了很多PPT类的书籍，可是对于解决白领、教师们的实际问题却明显乏力，这些书籍有的基本就是PowerPoint的使用说明书，整本书只是解释这款软件的各个功能的使用而已，读者看了之后也就只会使用一下各种功能，而对于如何制作优秀的PPT却依然两目茫然；有的书籍则谈理念，玄而又玄，实际上却根本无法在我们的日常工作中使用。本书则设身处地为经常使用PPT的人群设计了一条扩张知识又渐进提高的学习途径。

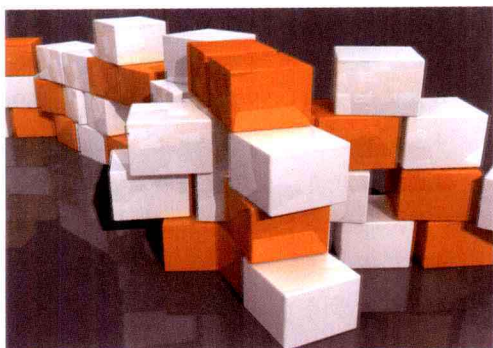
本书所有章节的配置都遵循快乐学习、循序渐进的方式。极富创意的案例、图片让读者绝不会对学习产生厌倦的情绪，书中看似复杂而不可能完成的效果，则以全程的步骤讲解令人茅塞顿开。使用PPT并不需要有高深的技术含量，但是用好PPT却需要高深的创意含量。没有创意的PPT就如同没有灵魂的人，让人无比厌烦，富含创意的PPT则能充分展示制作者内心的思想与灵气。本书的精髓就在于用简单的工具实现精妙的创意，每一章、每一节都有这样的实例，可谓层出不穷、惊喜不断。阅读本书可以看到蔚为大观的PPT世界的种种精美，学习本书则可以得心应手应对各种PPT应用场合及应用条件，并充分展现自己的才气。

本书由许江林编著，由许江林、刘晔、沈栋、曾潇霖合作完成，其中第

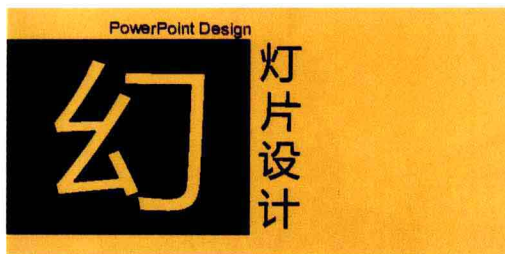
1、2、7、8、11、12章由许江林撰写，第5章由沈栋撰写，第6章由刘晔撰写，第9、10章由曾潇霖撰写，第3、4章由许江林、曾潇霖合写。在编写过程中还得到了中国铁道出版社编辑张亚慧的大力支持与帮助，在此予以鸣谢。

编 者

2011年7月



第1章 构图之美	1	第2章 配色之丽	15
1.1 PPT构图原理	2	2.1 色彩三要素	16
1.2 PPT构图要素	3	2.1.1 色彩的明度	16
1.2.1 担大梁的主角：主体	3	2.1.2 色彩的色相	17
1.2.2 做陪衬的配角：陪体	4	2.1.3 色彩的纯度	18
1.2.3 预热气氛：前景	4	2.2 色彩给人的主观感受	19
1.2.4 烘托气氛：背景	5	2.2.1 色彩的温暖	19
1.2.5 决定基调：背景	5	2.2.2 色彩的空间	20
1.3 构图布局中的章法	6	2.2.3 色彩的重量	21
1.3.1 三角形布局	6	2.2.4 色彩的硬度	22
1.3.2 井字形分割布局	7	2.2.5 色彩的情绪	22
1.3.3 色块对比布局	8	2.2.6 色彩的虚实	23
1.3.4 黄金分割布局	8	2.2.7 色彩的华丽与质朴	24
1.4 构图元素的影响及作用	9	2.3 色彩的搭配	25
1.4.1 层次与主题表达	9	2.3.1 同色相	26
1.4.2 情景营造	10	2.3.2 多色搭配	27
1.4.3 动态表现	11	2.4 色彩的排版	28
1.4.4 肌理与韵律	11	2.4.1 大色块应用	28
1.4.5 图形的象征、异化	12	2.4.2 边框应用	30
1.4.6 立体透视效果	13	2.4.3 点缀应用	31



第3章 文字之精 33

- 3.1 文字的精简 34
 - 3.1.1 抓住要点 34
 - 3.1.2 提炼文字 41
 - 3.1.3 图形化表达 42
- 3.2 文字的排版设计 45
 - 3.2.1 PowerPoint文字格式栏 45
 - 3.2.2 文字设计 48



第4章 图形应用 59

- 4.1 PPT自带图形应用 60
 - 4.1.1 绘图工具栏简介 60
 - 4.1.2 自选图形栏 60
 - 4.1.3 排列栏 60
 - 4.1.4 快速样式栏 61
 - 4.1.5 图形格式工具栏 62
 - 4.1.6 形状/背景格式对话框 62
 - 4.1.7 显示比例 62
- 4.2 绘制矢量图 63

- 4.2.1 机械类：齿轮画法 63
- 4.2.2 球类：玻璃球画法 66
- 4.2.3 活泼类：可爱物件画法 69
- 4.2.4 科幻类：高科技元素 74
- 4.2.5 现代类：全球化与快捷通信 82
- 4.2.6 按钮类 84
- 4.2.7 图表类 86
- 4.2.8 背景类 92
- 4.3 背景透明图片的应用 93
 - 4.3.1 表现不同场景 94
 - 4.3.2 建立逻辑关系 95
 - 4.3.3 替代项目符号 97
 - 4.3.4 用做页面点缀 99
 - 4.3.5 建立构图层次 100
- 4.4 背景不透明图片的应用 101
 - 4.4.1 导入自定义图形 102
 - 4.4.2 作为边框使用 104



第5章 图文排版 108

- 5.1 大图排版 109
 - 5.1.1 全图型版面文字融入 109
 - 5.1.2 半图型版面图文混排 113
- 5.2 小图排版 116
 - 5.2.1 小图增加视觉冲击力 116
 - 5.2.2 多文字页面的小图运用 118
 - 5.2.3 小图更有魅力 120



第7章 图表阐释 151

- 7.1 数据型图表 152
 - 7.1.1 二维数据型 152
 - 7.1.2 立体数据型 156
- 7.2 逻辑型图表 157
 - 7.2.1 逻辑递进型 159
 - 7.2.2 逻辑发散、汇聚型 167
 - 7.2.3 逻辑反馈型、循环型 171

第6章 策划思路 122

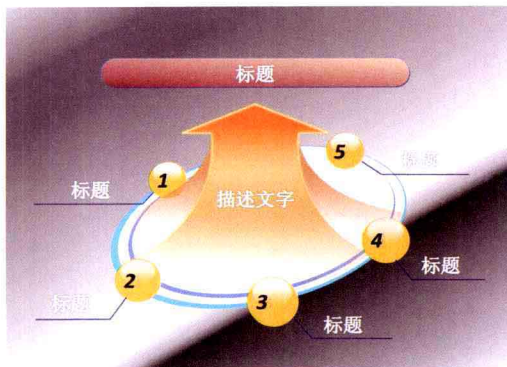
- 6.1 分类化设定的思路 123
 - 6.1.1 复古风尚 123
 - 6.1.2 喜庆节气 126
 - 6.1.3 现代科技 129
 - 6.1.4 艺术时尚 131
 - 6.1.5 个性简实 132
 - 6.1.6 主题情景 133
 - 6.1.7 商业应用 134
 - 6.1.8 汇报总结 134
 - 6.1.9 项目方案 135
 - 6.1.10 项目演示 137
 - 6.1.11 品牌文化 141
- 6.2 剧本化设定的思路 142
- 6.3 需求化设定的思路 148
- 6.4 节奏感控制的思路 149

购物
非常方便
同时,
也烦恼不断



第8章 动画技巧 173

- 8.1 自定义动画设置 174
 - 8.1.1 设置“进入”型动画效果 174
 - 8.1.2 设置“强调”型动画效果 181
 - 8.1.3 设置“退出”型动画效果 187
 - 8.1.4 设置“路径”型动画效果 188
 - 8.1.5 设置计时选项 193
 - 8.1.6 设置文本动画 194
 - 8.1.7 设置多个动画配合 197
- 8.2 动画以外的“动画”操作 199
 - 8.2.1 换页动画 199
 - 8.2.2 链接动画 200
 - 8.2.3 触发器动画 202
- 8.3 顺序动画 202
 - 8.3.1 描线动画 203



8.3.2 动感箭头动画	204
8.4 叠加动画	206
8.5 同时动画	208
8.6 瞬间动画	211
8.6.1 喷墨动画	211
8.6.2 全屏闪烁动画	212

娱乐



第9章 动画逻辑 214

9.1 大图排版	215
9.2 递进型动画	216
9.3 随机循环动画（柔和）	219
9.3.1 漂浮	219
9.3.2 灯光闪烁	221
9.3.3 小草飘动	223
9.3.4 叶子飘落	226
9.3.5 下雪	230
9.4 随机循环动画（快速）	231



第10章 实战应用 234

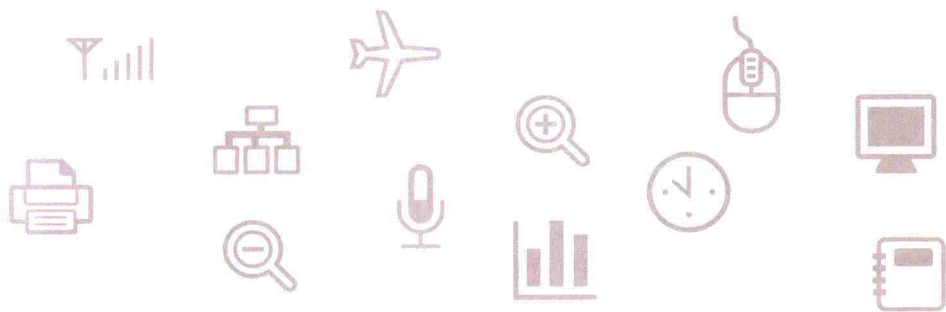
10.1 在演讲中的应用	235
10.2 在汇报中的应用	239
10.2.1 数据型图表动画设计	239
10.2.2 逻辑型图表动画设计	243
10.2.3 开篇动画设计	246
10.2.4 收尾动画设计	248
10.3 在教学课件中的应用	250



第11章 论动画“片” 252

11.1 如何谋划一个“片”	253
11.1.1 确定整体构架和基本风格	253
11.1.2 资料收集及处理	259
11.2 动画片的开篇	265
11.3 动画片的主体	268
11.4 动画片的收尾	269

第1章 构图之美



王勃名篇《滕王阁序》中有名句“落霞与孤鹜齐飞”，此句本身展现出一副唯美的构图，为本章的意旨。本章介绍构图的原理及基本布局，为大家掌握构图提供一条简便易行的通道。

1.1 PPT构图原理

构图，是视觉表现艺术中最基本，也是最重要的部分。如果不清楚构图的含义，那么分别伸出你的左右手的拇指与食指，让拇指与食指成直角，然后两手拼成一个框，再用这个框框住任何一片景物，从框中看到的就是你对这个景物的构图。

看看下面两个遮蔽部分景物后的例子（见图1-1、图1-2），同一幅图，可是取景不同，得到的构图效果和意趣是不同的，突出表现的主体也不同。对，这就是构图！



图 1-1

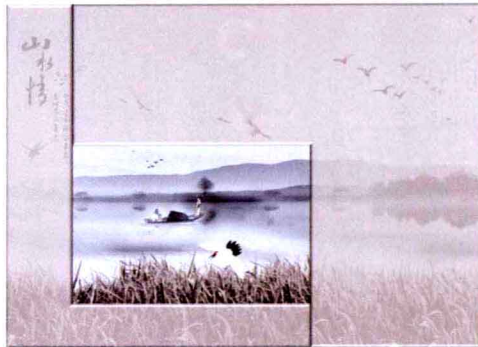


图 1-2

现在基本知道构图是怎么回事了，可是这跟PPT有何关系呢？其实关系重大，除非你的PPT就是Word的“大搬迁”，你可以不必理会构图是怎么回事，但只要你想做出优秀的PPT，构图就是你必须学习的基本技巧。

从上面的两个图例可以看到，只要取景框位置移动一下，不管是向前、向后、向左、向右、向上、向下，或者三个维度的转动，所取的景物就不同了，即所谓“横看成岭侧成峰，远近高低各不同”，而PPT的页面就是我们的取景框。

与摄像相比，摄像是对外在的景物取景，而PPT页面则是通过添加图形、图像、文字等素材，利用这些素材在PPT页面中的安排来形成不同的构图效果。

与PPT的构图形式非常接近的是各种时尚彩页杂志、平面广告的构图形式。然而，时尚彩页杂志通常是一种休闲的读物，一本时尚彩页杂志拿在手里，翻阅起来可快可慢，可概览也可细读，全由阅读者控制，所以时尚彩页杂志的排版大多精美，每页的内容都比较多，方便阅读者选择。而平面广告通常以宣传彩页与户外大型广告形式发布，幅面较大，内容较多，长期固定，让观看者自己决定看广告里的任何内容。

在PPT的使用中，既不可能像时尚彩页杂志那样全由阅读者控制阅读，也不可能像平面广告那样具有巨大的幅面（投影的幅面不可能太大），并长期不变。

PPT的使用有自身的特点，即由PPT演示者全面控制PPT的进度，在有限的时间里向观众传达一定的内容和信息。所以，每页PPT的内容不宜过多、过于烦杂。

因此，我们可以充分借鉴时尚彩页杂志、平面广告的构图形式，但是去除那些不适合在PPT上应用的东西。由于时尚彩页杂志、平面广告由来已久，具有很成熟的设计、表达的方法和理论，充分借鉴它们的这一套理论和方法是提升PPT排版构图设计非常有效的途径。

1.2 PPT构图要素

PPT构图要素即指图形、图像、图表、文字等在整个PPT构图中究竟以什么样的角色出现。

我们知道，即使是同样的一个构图元素，在构图中却可以充当不同的角色，地位也完全不同。将构图中的元素划分为主体、陪体、前景、后景、背景，这就是所说的PPT构图要素。让这些要素各自承担自己的任务，互相搭配，就能够将它们结合成一个和谐的整体，使它们搭配得当、布局合理、主次分明，能够揭示主题思想内容。

1.2.1 担大梁的主角：主体

主体是画面中所要表现的主要对象，如同电影里的主角一样，总是占有最优的位置，表现最好的一面。而构图中的主体既是内容表达的重点，又是画面结构组成的中心。在构图时首先要确立主体，并通过构图处理好主体与陪体、主体与背景等其他画面结构元素之间的相互关系，达到既能很好地反映主题思想，又便于观众分清主次的目的。

在PPT的排版构图中，主体就是需要表达的主题，这个主题可以是文字的形式，也可以是图形、图片、图表的形式。对于图形、图片、图表形式的主体，通常要有文字的诠释，这个文字的诠释是下一部分所讲述的陪体。

这里坚决反对所谓的“能用图，不用表；能用表，不用字”的荒谬理论，PPT中光有图形、图片、图表而没有文字是会给观众造成极大困惑和误解的。

如图1-3中的飞机就可以算做是该构图中的主体部分，飞机下面的那个礼盒则处于次要的位置。本图可以让人很容易地理解到这是飞机投下一个礼盒。

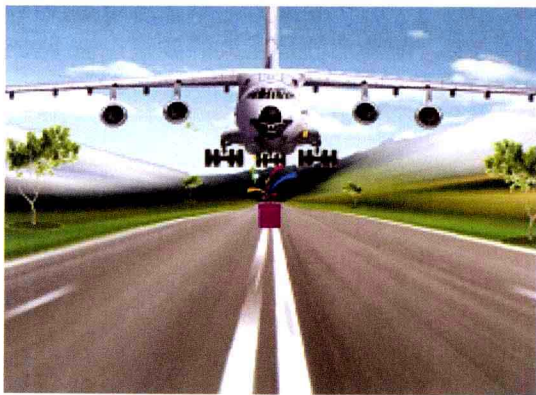


图 1-3

1.2.2 做陪衬的配角：陪体

鲜花还需绿叶配，一部电影光有主角还不行，还要大量的配角来陪衬、烘托。构图中的陪体就是这样的角色，它是和主体密切相关并构成一定诠释、注解关系的画面构成部分。陪体也是画面的有机成分和构图的重要组成部分。陪体与画面主体有紧密联系，在画面中与主体形成某种特殊关系，或帮助主体进行主题思想表现的对象。

在PPT中，陪体可以是文字的形式，也可以是图形、图片、图表的形式，它是为注释、烘托、突出、解释主体而存在的。

当然，并不是所有的PPT都必须同时具备主体和陪体。没有陪体，只要具备主体，PPT的内容也能够顺畅表达；而没有主体，则整个表达就会出现含糊不清的情况。所以，PPT中一定要有主体，而不一定有陪体。图1-3中的礼盒就是一个陪体。

1.2.3 预热气氛：前景

前景是指画面中与主体同一景深，或者更加朝前一些景深的构图元素，通过对“远小近大”透视原理的应用，在一个平面构图中是可以表达出一定的空间关系的。前景让人一眼看到即可感受到整个构图的氛围，进而对主体有了提前认识。

前景有时可能是陪体，也有可能本身就是构图中的主体，但是它更多的是一种气氛的营造。前景可以帮助主体表现主题内容，增强画面的表现力度，强化画面的纵深感和空间感，增加画面的视觉空间深度，还可以均衡构图和美化画面。

在选择前景时，要注意与主体的密切配合。多数情况下，前景用于场面大、景物层次较多的画面之中。凡破坏主题、破坏整个画面结构的前景要舍弃，以求画面的简洁。图1-4中的手和泥土、蜗牛就是承担前景的职责，也是本构图的主体部分；而在图1-5中，前景部分是巨大的波浪，左下方远处的冲浪者才是大家视觉的中心，即构图的主体。



图1-4



图1-5

1.2.4 烘托气氛：后景

后景指与前景相对应，景深层次在主体之后、背景之前的构图元素。后景通常是陪体。作为烘托气氛的重要元素，后景可以形成与主体的特定联系，增加画面表现内容，帮助主体揭示主题，增加画面的空间深度和透视感，使画面呈现出多层、立体的造型效果。如图1-6所示交通信号灯后的建筑，延伸了视线，使得整个构图有了很强的层次感和立体感。



图 1-6

1.2.5 决定基调：背景

在画面构图中背景是可以看见的各层构图元素中的最后一层，决定整个构图的基调。因为背景不仅可以影响整体构图的风格、气氛，丰富画面内容，对主体起烘托的作用，同时也可以增加画面的景物层次，拓展画面的纵深空间，并且能够通过色彩、影调等视觉元素均衡视觉画面构图、美化画面。

应用不同的背景，可以使PPT设计师自由、轻松地把握整个构图的风格和意境。对比图1-6与图1-7中舍弃了后景的建筑物，而只有前景的主体和背景的蓝天白云，整体效果更加简洁，交通信号灯的表现更加突出。而图1-8则是在背景的基础上，使用与背景一样的颜色做出看上去立体并突出背景的主体部分。



图 1-7

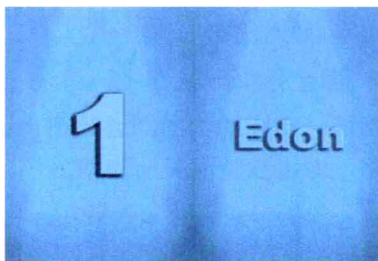


图 1-8

背景是整体构图中非常重要的部分，虽然强调前景及主体的概念，可是背景却是更坚实的基础。背景处理不好则会让前景、主体变得暗淡。为了更加有效地掌握背景的处理技巧，这里要重视以下几个要点：

- 首先要抓住背景与主体关联特征，也就是把反映主体所处的典型环境、色彩、特定图形、造型等富有特征的事物组织在背景里。这样可以帮助观众理解PPT所要表达的思想、内容和主张等。如图1-7所示的处理方法，交通信号

灯的背景是蓝天白云，拔高了信号灯的高度，其实也就是拔高构图主体的高度。

- 其次要运用背景与主体之间的对比手法。利用光线明暗、色调的不同、线条和形状结构的差异，使观众对主体与背景产生距离感，有力地衬托出主体，并使主体具有立体感和空间感。如图 1-8 所示，背景与主体使用同一颜色，但是利用光线明暗、色调的不同，突出主体。
- 背景的色调和线条应力求简洁、单纯，要避开杂乱的与主体无关的构图元素。如果背景上有破坏主体形象和破坏画面的物体和线条时，可以对背景覆盖具有一定透明度的遮罩层，或者利用 Photoshop 软件将背景图形变得模糊。

一幅完整的PPT构图包括以上五个基本组成部分，但不是所有的PPT构图都具备上述的各个部分，有的PPT构图只有主体和背景部分，有的五个部分都具有。具体应该怎样运用则是针对主体，即主题，运用平常对各种设计理念和设计灵感的积累。因为无论如何组成，目的都是为了突出主体。

1.3 构图布局中的章法

在了解了构图中的各个景深的元素后，需要学会怎么来安排这些元素，让这些构图元素能够得到合理的安排。构图布局就是各种构图元素的摆放组合。其实这在我们的生活中是很常见的，大到一个城市的布局、一个小区的规划，小到家里家具的摆放、茶几上一些器皿的布置都是构图布局。常见的构图布局有以下几种：

- 三角形布局。
- 井字形分割布局。
- 色块对比布局。
- 黄金分割布局。

然而，实际的构图却远远不止这几种，设计师完全可以根据自己的需要，创新构图思路，做出独特而美丽的构图来。

1.3.1 三角形布局

三角形布局根据的是三点成面的原理。三角形布局可以让人感觉稳定、踏实，进而引申人们产生安全、信任的意念。如图1-9所示，设计师将主体部分在一个景深中的各个元素组合成一个直角三角形（对照图1-10）。而图1-11所示则是让建筑物的边缘向后延伸构成直角三角形，而这个三角形不是完整的，只是截取了部分（对照图1-12）。



图 1-9

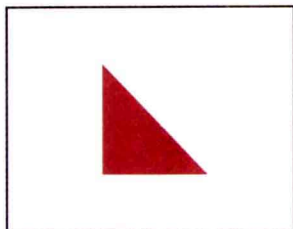


图 1-10



图 1-11



图 1-12

1.3.2 井字形分割布局

井字形分割布局可能是最常见的，其主要方法就是将主体放置在构图的中心位置。因为“井”字的交点是视线集中的地方，所以把主体放在这里会非常容易吸引人们的视线。井字形分割布局的另一种方法则是在井字的某一侧。如图1-13和图1-14所示，都是把主体安排在了井字形的中心部分，汇聚目光。图1-15则是把主体部分放在了井字形左下侧边的交点处。

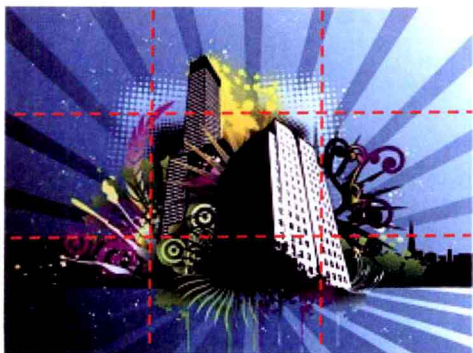


图 1-13

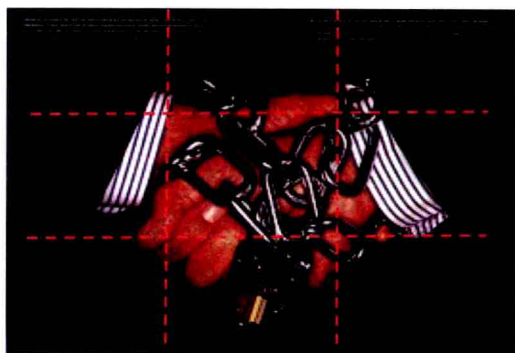


图 1-14



图 1-15

1.3.3 色块对比布局

色块对比布局是按照心理学原则，将对对比强烈的色块作为画面的构图中心，以引起观众的注意。色块对比布局在时尚杂志中得到广泛应用，非常容易吸引读者的关注，而在很多报纸的彩页广告中也得到有效使用。这说明人眼更容易被强烈对比的色彩所吸引。如图1-16所示，大片的绿色上方是不同颜色的色块，而绿色中是两只漂亮的脚，对比非常强烈，极易吸引目光。如图1-17所示，则是把整体构图分为四个色块，每个色块各有注重的中心，四个组合在一起也能有效地吸引眼球。

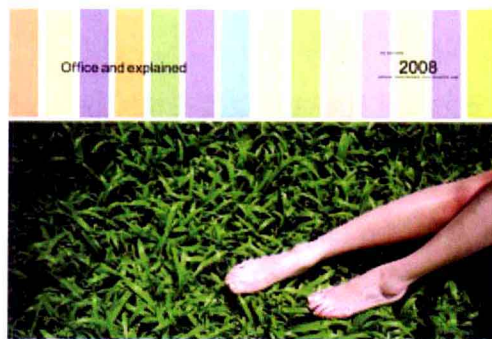


图 1-16



图 1-17

1.3.4 黄金分割布局

所谓黄金分割布局，通常是指两个占据整体构图最多部分的元素各自所占的比例。按传统的黄金分割比例的原理，一条线段分割为两条线段后，完整线段与较长线段之比等于较长线段与较短线段之比。

实际的黄金分割布局并不需要严格按照这样的比例，而是以设计师主观表达的目的为分割的依据。如图1-18所示，构图主要表现的是遍地的油菜花，那么就把地平线