



想让老板接受你的方案？
想说服客户购买你的产品？
光靠一张嘴已经不够，
你需要学会——

用PPT说话

有效推销你的观点和产品

温荣辉 蔡晓莉◎著

欧美逻辑 + 日韩美学 = 形神兼备的优秀商务PPT

让你赢得更多机会和客户！



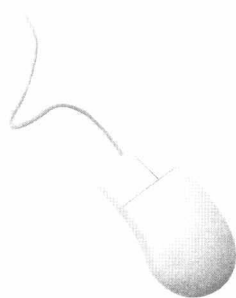
化学工业出版社



用PPT说话

有效推销你的观点和产品

温荣辉 蔡晓莉◎著



化学工业出版社

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

用PPT说话：有效推销你的观点和产品/温荣辉，蔡晓莉
著. —北京：化学工业出版社，2009.3
ISBN 978-7-122-04779-3

I. 用… II. ①温…②蔡… III. 图形软件，PowerPoint
IV. TP391.41

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第018174号

责任编辑：曾清燕 张焕强
责任校对：蒋 宇

文字编辑：罗 琨
装帧设计：尹琳琳

出版发行：化学工业出版社（北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011）
印 装：北京画中画印刷有限公司
720mm×1000mm 1/16 印张9 $\frac{1}{2}$ 字数112千字 2009年4月北京第1版第1次印刷

购书咨询：010-64518888（传真：010-64519686） 售后服务：010-64518899
网 址：<http://www.cip.com.cn>
凡购买本书，如有缺损质量问题，本社销售中心负责调换。

定 价：29.00元

版权所有 违者必究



2003年的时候，我正供职于一家国际著名的咨询公司，参与了广东一家大型化工企业的ERP系统竞标项目。当时的主要竞争对手是一家德国的公司。老实说，大家用的都是SAP的系统，从技术的角度上讲，我们竞争对手的实力更强些。但最后却是我们竞标成功了，客户的评价是，我们公司的“PPT竞标书做得很好，把问题说得很明白”。

我做PPT已经有十年的时间了，从最早的PowerPoint 97，到PowerPoint 2000，PowerPoint XP，PowerPoint 2003，再到最新的PowerPoint 2007。我用了这四个版本的PowerPoint做过数以百计的演示文稿。我经常感慨，在企业里很少有哪个商业工具能像PowerPoint软件一样对商业活动产生如此巨大的影响。

这几年给企业做PPT的培训课程比较多，我常常在思考，到底怎样才是好的商务PPT。在教学的过程中，我发现做出一份我认为满意的商务PPT着实不容易。我到书店里找过很多PPT制作的教程，可惜这些书基本上都是教人怎样用PowerPoint这个软件，而不是从商务应用的实际需求出发，教人怎样做商务PPT。最后我心一横，干脆自己写一本得了，于是就有了本书。

什么是“商务PPT”？很多朋友都这样问。它当然还是用PowerPoint做出来的演示文稿，只是用于商业领域而已，如商业计划、营销推广、产品介绍、工作总结等方面。既然是商业用途，自然就有一定的商业要求，包括对逻辑安排、语言表述、色彩搭配、图形设计等方面。目前PPT

的制作上有两个极端，一个从PowerPoint模板里套出来的让人看着就有审美疲劳的PPT，另一方面是随着网络的普及，许多人用网上下载的那些日韩公司模板捣鼓出炫目得让人头晕的PPT，这些都不符合商务PPT的要求。

我始终认为商务PPT必须“形神兼备”，即内涵与外表有机结合。内涵符合欧美公司PPT制作中的逻辑原则，外表则在日韩公司对PPT毫无节制的美学制作基础上设定“安全线”，使PPT能适用于商业场合中。

在本书中，我尽量少用技术用语，让它通俗易懂些。另外，本书选用的PPT制作软件是PowerPoint 2003而非PowerPoint 2007，因为PowerPoint 2003仍是现在企业应用的主流，大量办公文档仍是由PowerPoint 2003格式存储的。用PowerPoint 2003打开PowerPoint 2007制作的文件只要安装一个升级补丁就可以了，但用PowerPoint 2007打开PowerPoint 2003制作的文档却经常出问题。

本书主要目标读者群是那些工作繁忙的商务人士，对他们来说，最大的资源约束就是时间。还好，本书的另一位作者蔡晓莉女士是位心思缜密、工作细腻的人，她将本书很多细节处理得十分人性化。另外，“简单易用”是本书的另一特色，经过我那些“菜鸟”同事的教学测试，大概1周就能完成学习。

好，最后祝大家阅读愉快！

温荣辉

2009年1月于北大朗润园

wenronghui@sohu.com



第一章 走近商务PPT

- 一、你需要一个优秀的商务PPT 2
- 二、怎样才是优秀的商务PPT 6
- 三、制作专业PPT的6个关键概念 9
- 四、让素材来说话 11
- 五、成功的PPT离不开与听众的互动 15
- 六、优秀商务PPT的组成要素 18



第二章 逻辑结构——说服力之源

- 一、如何分析一个问题 20
- 二、如何阐述一个问题 25
- 三、体现PPT层次的页面结构 30



第三章 文本——返璞归真的艺术

- 一、文本瘦身四部曲 34
- 二、字体选择有诀窍 43
- 三、文本排列有原则 44



第四章 色彩——锦上添花之美

- 一、你真的了解色彩吗 50

二、从 Do-Re-Mi 开始	54
三、破解色彩的密码	56
四、奏鸣曲的真相	59
五、让色彩来唱歌	62



第五章 表格 —— 让数据来说话

一、你的数据会说话	68
二、为表格穿上外衣	73



第六章 图表 —— 从优秀到卓越的法宝

一、图表的三步飞跃	80
二、为图表化个妆	88



第七章 动画与特效 —— “炫”起来的秘诀

一、自定义动画	98
二、幻灯片切换	103
三、添加声音	104
四、添加影片	108



第八章 优化细节 —— 顷刻使你与众不同

一、母版的使用与处理	112
二、图片的使用与处理	116
三、阴影的处理	120



第九章 过犹不及——商务PPT制作的七大误区

- 一、过多直角 126
- 二、过多效果 128
- 三、过多颜色 129
- 四、过多图像 131
- 五、过多直线 133
- 六、过于一致 134
- 七、过度区分 136



第十章 作品播放与作品保护

- 一、PPT打包与播放 140
- 二、知识产权保护 142



第一章

走近商务PPT



一、你需要一个优秀的商务PPT

1. 优秀的PPT让你脱颖而出

讲一个故事，故事的主角正是你：

你在竞争一个高级职位，和你一同竞争的还有其他两个人，你们的业务水平不相上下。这周的会议上，你们要向上级就同一个项目分别进行报告。你们之间的竞争如火如荼，都憋着一股劲儿，想在竞争中胜出。

你们都整理了项目前七年的数据，预测了项目未来三年的数据变化，并且都分别按照地区、产品类别进行了分类汇总。面对成千上万的数据，你准备选择什么方式表述？

如果选择传统的Word文档，天啊，上万字的报告洋洋洒洒，即便文采飞扬，恐怕也没有人能耐心地一页一页读完。如果不出所料的话，领导也许会略有不耐烦地问你一句：“请用一句话告诉我，结论是什么？”

如果选择PPT，你从Word或者Excel文档中复制了几个关键的表格，加上观点与结论，就像图1-1、图1-2所展示的这样：

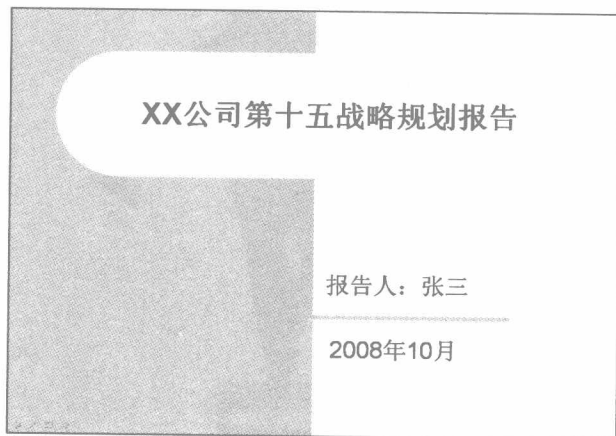


图 1-1

未来三年公司业务增长预测

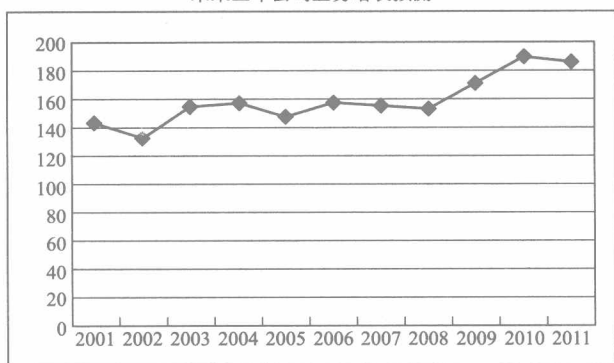


图 1-2

看上去简洁清晰，不是吗？你以为可以大功告成了吧。看看你的竞争对手都做了些什么（下列的PPT制作会在本书第三章之后进行系统介绍）。图1-3、图1-4就是其中一份。

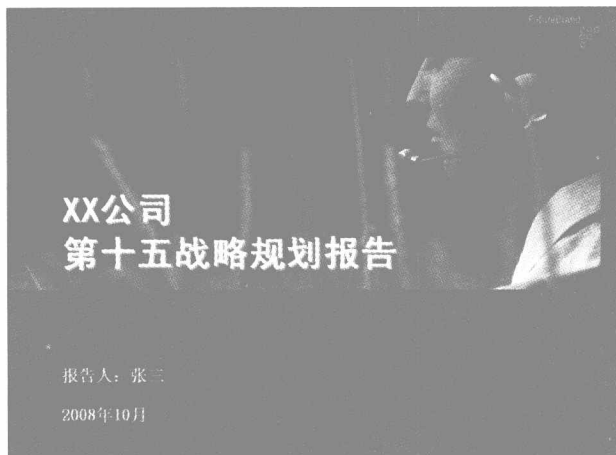


图 1-3

如果你是领导，你会对哪份报告偏爱有加？

反思一下吧，你还在向上级提交枯燥复杂的Word文稿吗？你还在简单地使用复制、粘贴功能粗糙地做出一份所谓的PPT吗？

你太需要掌握真正优秀的商务PPT制作技巧了。一份优秀的PPT报告将助你一臂之力，在激烈的职场竞争中脱颖而出！



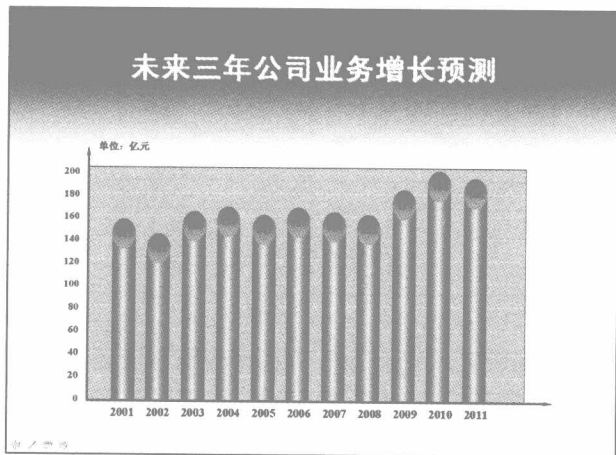


图 1-4

优秀的PPT也能成为你说服客户和合作方的助手，让你不再为打动不了对方犯愁，从而在工作上得心应手。

2. 菜鸟也能成为PPT高手

《功夫熊猫》中的大侠们苦练数年却抵不过一只胖胖的“菜鸟”熊猫，是他们内功不够深厚？还是他们的外功不够强悍？

都不是，而是因为他们不得要领。

我经常听见朋友们抱怨，说不会制作炫目的动画效果，调不出漂亮的色彩，做不出好看的表格。“PPT太过高深了！”他们常常苦恼地感叹。你是不是也有同样的想法，感觉自己和那些PPT高手之间存在着难以逾越的技术鸿沟呢？

也许你会问：制作一份优秀的商务PPT的“要领”是什么？

其实，你很有可能被那些眼花缭乱给骗了！不论多么卓越的PPT，其实都是一些简单技术的组合而已。不信？那就请往下看吧。

先来看一张幻灯片，如图1-5所示。

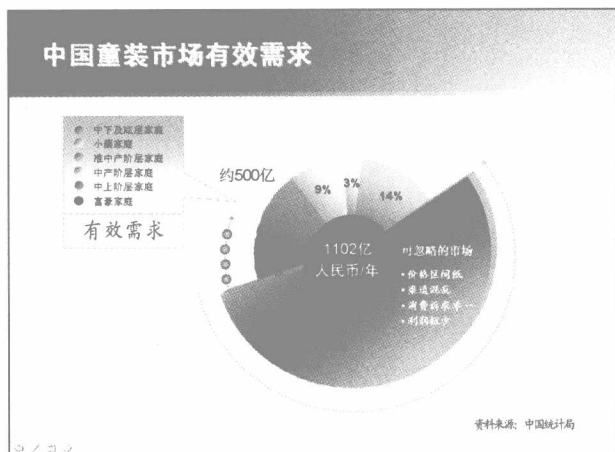


图 1-5

看到这张幻灯片，你更加关注的是下列哪组问题？

A 组

B 组

- | | |
|---------------|---------------|
| ➤ 母版是从哪里下载的？ | ➤ 为什么选择这样的母版？ |
| ➤ 色彩是怎么调配出来的？ | ➤ 色彩如何搭配？ |
| ➤ 特效是怎么设计的？ | ➤ 光影效果如何统一？ |
| ➤ 表格框是怎么制作的？ | ➤ 图表的逻辑结构是什么？ |

.....

.....

记得我还是PPT“菜鸟”的时候，每每看到优秀的PPT作品，总是有这样的好奇：它的母版是从哪里下载来的？它的色彩是怎么调配的？它的特效是如何设计的？市场上可以解答这类问题的书籍不下百种，虽琳琅满目，却大同小异。不管怎么学，却始终做不出来让人满意的PPT。

直到最后我恍然大悟，原来真正优秀的商务PPT需要关注与解决的，应该是B组的那类问题。

PPT不是一门简简单单的技术，它是一项综合了逻辑与美学的艺术。技术并不是制作PPT的主要障碍，思维方式才是关键。如果学习方法得当，菜鸟也能成为PPT高手。

二、怎样才是优秀的商务PPT

1. 形神兼备，内容为王

在讨论如何做出“优秀的商务PPT”之前，我们要搞清楚的是，什么是“商务PPT”。

商务PPT，当然还是用PowerPoint软件做出来的演示文稿，只是用在商务场合而已。

既然是商务用途，自然就有一定的商务要求。通常的商务PPT在报告、演讲、展示中被广泛使用，这就决定了它对逻辑、结构、语言、图形等方面有特殊的要求。我们需要遵循一些专属于商务PPT的原则和规范，才能制作出真正优秀的商务PPT，而且，要做出一份真正优秀的PPT演示文稿，有时候仅仅用PowerPoint软件是不够的。

目前在PPT的制作上，有两个极端，一种极端就是直接套用PowerPoint模板，这些PPT让人感觉千篇一律，毫无美感可言；另外一种则是矫枉过正，从网上下载使用了很多日韩公司的模板，这些看上去过于“炫目”的PPT，显然也不符合我们所说的“商务”PPT的要求。

那么，怎样才是优秀的商务PPT呢？

先想象一下，在完成了项目展示之后，你更喜欢听到什么样的夸奖呢？是“你的PPT真漂亮”，还是“这个项目完成得真好”？

讨论这个问题就好像是在问一个女生愿不愿做一个“花瓶美女”一样。商务PPT是为了达成商务目的而存在的，没有内涵徒有其表的PPT就像是头脑空空的花瓶美女，吸引眼球但不能赢得尊重。

商务PPT的最终形态必须“形神兼备”，即内涵与外表有

机结合。内涵要符合欧美PPT制作中的逻辑原则，在结构和语言上无懈可击，而外在表现则要在日韩公司对PPT美学制作基础上设定一道“安全线”，充分运用色彩、图表、图片和动画的协同作用，从而制作出一份完美的商务PPT，如图1-6所示。

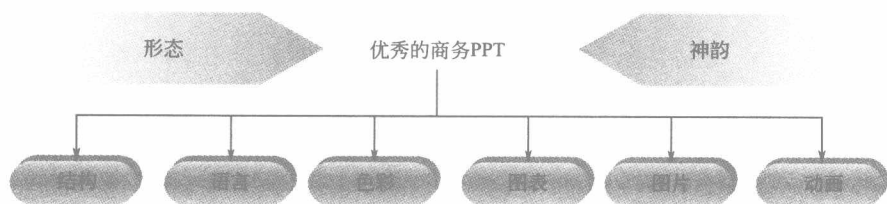


图 1-6

事实上，在我们设计一个演示文稿的时候，它的最终效果的好坏，大约60%将取决于文本的内容，30%取决于版面的设计，而只有10%取决于写作的风格。这就是为什么我们要如此强调内容的重要性。

那么，怎样才算是好的内容呢？

在你做PPT之前，首要的一件事就是：你要弄清楚，人们想要什么。

（1）人们想要看有趣的东西

为什么网游会让那么多人“废寝忘食”？为什么那些“宅男”、“宅女”整天窝在电视机前面？没错，这些人之所以那样的感兴趣，以致沉迷其中乐不思蜀，就是因为那些东西在他们看来是“有趣”的。

想不想让你的演示文稿也这样被人喜欢呢？如果答案是“是”的话，那么首先想一下你的演示文稿里有没有“有趣”的东西，或者，至少想一下怎么把你想说的内容“有趣”地说出来。

（2）人们希望感觉自己很聪明，并且希望可以自己发现一些东西

有没有过这种经历，你在看一部推理小说，马上就要到



最关键的时候了，你也马上就要猜到凶手是谁了，你的朋友刚好走过来，三言两语就把答案告诉你……

是不是一瞬间你有一种希望他变成哑巴的冲动？

我们都喜欢自己解决问题的感觉，因为，那种感觉确实很好。

相信我，你的听众和你一样，所以，在制作演示文稿的时候，要记得的一点是，结论不要太明显，要给听众留下思考的空间。当然了，过犹不及，你的结论最好也不要太隐晦。

（3）人们没有时间去学习太复杂的东西

很多人都有过网上订购的经历，不过，如果就如何进行网上购物这一问题，你需要阅读一个几十页的说明书，相信你会毫不犹豫地选择旁边的电话吧。

制作PPT也要记得这一点，不论什么时候，在你做PPT的时候，都要提醒自己——人们的耐心是有限的。

2. 简约，而不简单

简约是生活的秘诀。对于商务PPT来说，这句话同样适用。因为，简约的东西，往往最为持久。目前，流行的很多说法，比如“小就是大”，“少就是多”，其实，说的都是一样的道理。

你是不是也曾经努力地往PPT里面塞过各种论据呢？是不是觉得有太多的内容想要表达？你有没有想过，其实很多内容是完全不必要的，尽管我知道你的初衷仅仅是希望人们可以记住你的讲稿。但是事实往往是，在你费尽心力地将你能想到的所有论据塞进PPT之后，你会发现，你的下一项任务就是：再把它们压缩回去。因为，留给你的时间是有限的。

不过，不要郁闷，当你用精简后的演讲稿做完演讲之后，你会发现，之前的辛苦都是物有所值的，因为，听众不会愿



意听你不断重复的废话，那会让他们找不到重点，短小精悍是他们的最爱。

在压缩前，我们要记住的是，精简不等于简单的删除。如果你精简过你的文稿，你就会知道，精简的过程本身就是一个十分复杂的过程。

曾经有人问美国前总统托马斯·伍德罗·威尔逊（Thomas Woodrow Wilson），准备一篇10分钟的演说需要多长时间。“两周。”他回答道。如果是1小时的发言呢？他的答案是一周。2小时的演示又会怎样？“噢，”他说，“我现在就准备好可以开始了。”

在实践中，除了精简文字之外，一致性也可以帮你保证简约的效果。如果你的PPT前后的风格保持一致，就很容易让观众感受到承接的关系。

一致性包括语言风格、逻辑结构和页面布局的前后一致，同时，还可以适当使用一些标示性的符号。好的标示符号一定是很简单的，比如，在文本的附近加入一个向下的箭头，所有的读者的视线都会随之向下移动。记住，这种最简单的符号，往往也是最有效果的，它可以有效地引导观众和读者按照你的思维逻辑观看PPT，从而清晰地了解你的思路。这样，就可以大大简化你的文本语言。

说了这么多，我们要记住，简约不意味着枯燥乏味，它也不等同于肤浅。当你设计一页信息和各种多媒体素材都很丰富的文本时，简约尤其重要。

三、制作专业PPT的6个关键概念

在很多商务PPT中，开头都非常雄壮有力，结尾时则是猛然俯冲，提出了最后一个要点，但是中间部分却被忽略了。