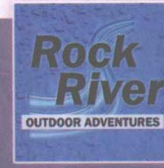
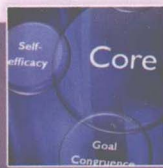
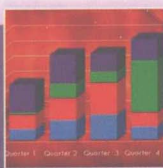




Peachpit
Press

国际视觉表现大师与营销专家合力打造
成功职场人士不可不知的PPT黄金准则

PPT演示之道



—60条 PowerPoint 设计黄金准则

[美] Richard Harrington Scott Rekdal 著
陈秋萍 译



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



PPT演示之道 ——60条PowerPoint 设计黄金准则

〔美〕Richard Harrington Scott Rekdal 著
陈秋萍 译

人 民 邮 电 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

PPT 演示之道: 60 条 PowerPoint 设计黄金准则 / (美)
哈林顿 (Harrington, R.), (美) 雷克达尔 (Rekdal, S.)
著; 陈秋萍译. —北京: 人民邮电出版社, 2008.7
ISBN 978-7-115-17770-4

I. P… II. ①哈…②雷…③陈… III. 图形软件, Power-
rPoint IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 029948 号

版 权 声 明

How to Wow with PowerPoint (ISBN: 032149573X)

Copyright © 2007 Richard Harrington and Scott Rekdal

Authorized translation from the English language edition published by Peachpit Press.

All rights reserved.

本书中文简体字版由美国Peachpit Press授权人民邮电出版社出版。未经出版者书面许可, 对本书任何部分不得以任何方式复制或抄袭。

版权所有, 侵权必究。

PPT 演示之道——60 条 PowerPoint 设计黄金准则

- ◆ 著 [美] Richard Harrington Scott Rekdal
译 陈秋萍
责任编辑 李 际
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京精彩雅恒印刷有限公司印刷
新华书店总店北京发行所经销
- ◆ 开本: 880×1230 1/20
印张: 9.4
字数: 330 千字 2008 年 7 月第 1 版
印数: 1—4 000 册 2008 年 7 月北京第 1 次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2007-4243 号

ISBN 978-7-115-17770-4/TP

定价: 45.00 元 (附光盘)

读者服务热线: (010)67132705 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

内容提要

本书通过实际项目，以循序渐进的方式阐述如何突出重点和遵循良好的设计法则，从而创建令观众叹服的演示文稿。

本书以全新的阐述方式将PowerPoint设计法则归为七大类，每类中包含若干精彩实用的黄金法则。书中以PowerPoint 2007为例，首先介绍了至关重要的排版、版式和设计，然后阐述了如何创建表格、图表、图形和自定义模板，接下来讨论了如何在演示文稿中加入音频、视频和Flash等有趣的内容，最后讨论了导出和发布，包括如何创建讲义、上传到网站及其他共享演示文稿的方式。

本书适合所有需要使用PowerPoint创建演示文稿的人员阅读。

献词

图片提供

感谢妻子**Meghan**的耐心和爱。感谢儿子**Michael**带来的灵感。感谢家人的引导和支持。

—Rich

感谢我优秀的妻子兼最好的朋友**Stefanie**的爱和支持。感谢儿子**Ryan**和**Tyler**每天都给我带来快乐。感谢爸爸和妈妈，您们的爱和支持让一切皆有可能。

—Scott

感谢为本书提供图像和多媒体素材的人。

第1章的图片由美国国家科学基金会（National Science Foundation）及如下摄影师提供：Brien Barnett、Rhys Boulton、Chad Carpenter、Steve Clabuesch、Alexander Colhoun、Jack Cummings、Zee Evans、Glenn E. Grant、Patrick Hovey、Kristan Hutchison、Rob Jones、Jeffrey Kietzmann、Kris Kuenning、Levi Littrell、Ariana Owens、Steven Profaizer、Jaime Ramos、Peter Rejcek、Rebecca Shoop、Scott Smith、Peter Somers、Emily Stone和Joe Tarnow。

第4章的素材由Amplifico（www.amplifico.net）提供。如果读者是音乐发烧友，请访问该网站。

致谢

首先对合著人Scott深表谢意，鉴于其作为艺术总监的造诣以及对本书的投入，编写本书的工作确实是一种享受。我们面临的挑战在于将艺术学校学到的技巧应用于商务交流领域，我认为我们成功了。

感谢我的朋友、家人和同事提供的支持。要阐述被人介绍过多年的主题，必须有新鲜的理念，并采取全新的方法，感谢你们将自己面临的困境说给我听，并拿出自己的演示文稿供我们研究、批评和修改。

感谢我的妻子和儿子一直陪伴在我的身旁。我至今也不知道为什么自己在凌晨两点写作的效率最高，但还将这样做。儿子的微笑对我来说意味着一切。妻子任劳任怨，始终对我充满耐心。感谢你们在本书编写过程中持之以恒的理解和支持；感谢你们一直陪伴在我身边，给我带来快乐。

—Rich

首先要感谢Rich Harrington。在技术、创意和商务方面，精通其中两项的人凤毛麟角，而Rich对它们都精通。

感谢每个给予我支持和启迪的人。感谢Jim Matejka引领我进入广告行业。感谢Bob Rainford和Debbie Frushour给我带来的10年美好时光。感谢Richard Tsai、Jerel Motos和Charlie Schulze给我带来的灵感。感谢Scott Bryant令人惊异的创意。感谢Jeff Fisher和Owen Burns接听我从Benjamin Kenobi打去的电话。感谢John Suszczynski和Dean Pellerzi的友谊和支持。

最后要感谢真正的核心团队。感谢我青梅竹马的妻子，正是你的支持让我在整个职业生涯中挑灯夜战，你是我的精神支柱和生活的全部。感谢我出色的儿子Ryan和Tyler，感谢你们在父亲在计算机旁工作到深夜时给予的理解。

—Scott

深深感谢Jack Davis策划了如此优秀的一套系列书。感谢Rebecca Glick记得我们并给我们提供机会。感谢编辑Susan Rimerman为我们编写本书时把握方向并给予我们灵感。感谢整个Peachpit团队，你们应对这种项目的职业素质令人敬佩。

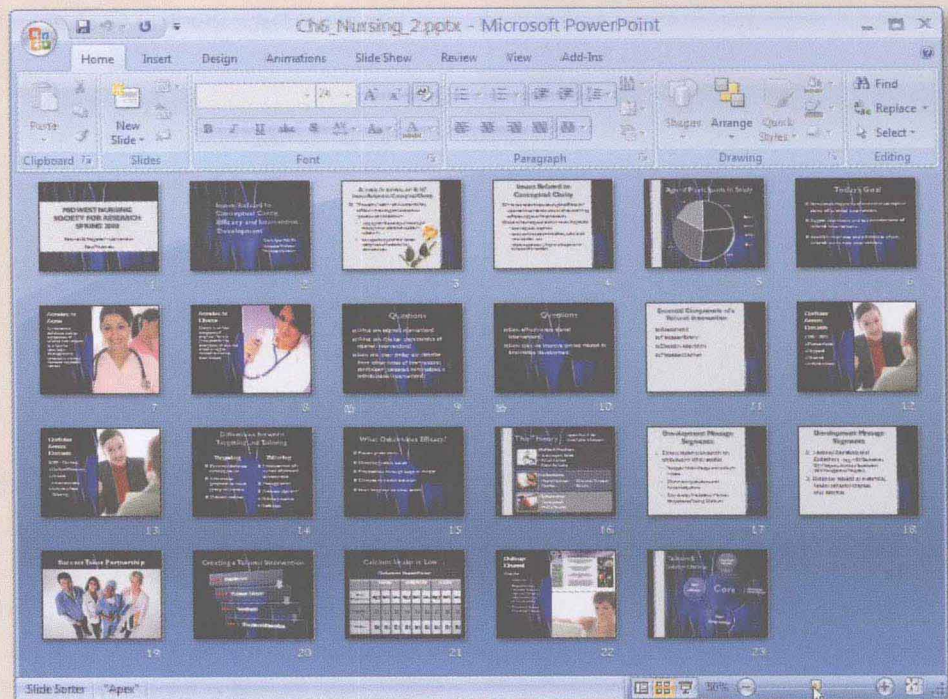
感谢RHED Pixel的所有成员审阅书稿，发现其中的疏漏。

感谢多年来给一直督促我们的客户，你们会刨根问底，而不是轻易地接受简单的答复。

感谢Microsoft Office团队提供的新思想和新工具，感谢你们不断改进该程序，给专业交流人员提供更多的选择。

感谢读者的支持。愿你阅读愉快。

—Rich & Scott



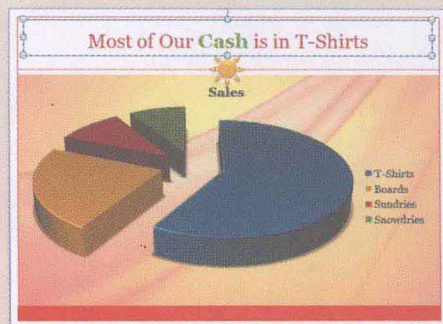
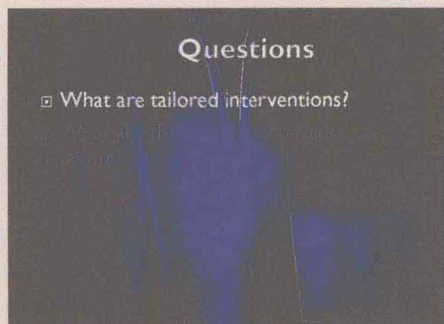
如果要评选全球公认的、每个公司、组织与教育机构都使用的顶级软件，那么PowerPoint肯定名列前茅。PowerPoint已经成为演示文稿的同义词，如果将其全部潜能都发挥出来，它将成为功能强大且高效的发布信息的工具，但大部分人都没有接受过如何使用其丰富功能的正规训练。

下面提到的这些艰难的情况是经常遇到的——您预定在本周末要进行一次演示，于是，您也许要修改曾经发表过的演示文稿，或者根据软件提供的已用滥了的示例模板创建演示文稿，随意地添加项目符号与标题。也许同事会给您指引正确的方向，也可能他们与您处于一样的困境中。您可能已经使用了10年PowerPoint，养成了相当固定的套路，从来没想到要改

变。如果演示文稿是在上述这些情形下创建的，通常它都没有做到最好。

本书将帮助你充分利用PowerPoint 2007的新功能，大大改进你的演示文稿。PowerPoint 2007这个版本几乎是完全重写的，它将图形设计以及自定义几乎所有一切的能力都提升到新高度。还没有更换为这个版本？不要担心，本书的大部分原则都适用于以前的PowerPoint版本，但只有这个版本的软件才能访问光盘上的例子。

我们注意到，大部分演示者都了解使用PowerPoint的基本知识，但缺少方法与技巧来让演示文稿真正容易理解，吸引并激发观众。通过使用本书介绍的技巧，创建出来的演示文稿将令人惊叹。我们的目标是让幻灯片更美观，让沟通更有效。此外，我们发现大部分演示并不是在工作场所进行的，所以本书增加了一些如何制作多



媒体发布及移动演示文稿的介绍。

为什么需要本书？

假设您要做大型的演示，且想让观众感到惊奇兴奋且印象深刻。如果您会使用PowerPoint但想要一些更好的东西，且现在就需要！我们为您写了本书，并且在整本书中牢记您的需要。通常，我们会发现没有充足的准备时间与足够的资源来制作高质量的演示文稿。我们将这些经验和教训通过使用最新版本的PowerPoint展示出来，介绍如何尽快掌握它。

读者只需要看一眼就能理解本书的理论与原则，且几分钟内就可以一步步地按教程完成本书的例子，而不需要几小时。配套光盘中包含本书所有的项目文件，以及其他一些额外资源。这样，读者可以使用与在本书全彩色页面中看到的一样的文件。

如何使用本书

读者可能已经处在开发演示文稿的过程中，且有一些要解决的特定问题。这时，读者可以跳过一些章节翻到后面，寻找所需的帮助。然而，如果真的想要掌握本书的全部知识，最好按顺序阅读每章并试验本书介绍的概念与技巧。从配套

光盘中将每章的项目文件夹复制到计算机中，这样就可以与我们一起浏览本书，并保存进度。

本书大部分时候都使用菜单命令，但要记住有些快捷键也可以完成很多菜单命令的任务。读者将发现，与在选项卡中来回移动鼠标相比，右击鼠标可以更快速地完成任任务。读者学习本书时，应试验不同方式来访问要激活的命令，然后决定哪种方法最适合您。

我们的目标

希望读者按顺序阅读整本书，并按本书介绍的课程与主题进行练习。提高使用PowerPoint的技巧后，仍将本书放在手边，作为介绍演示文稿优化技巧与原则的参考工具。在全面了解适合您与您的机构的东西后，您将看到惊人的提高，包括如何快速、轻易地创建和修改演示文稿，以及您的演示是多么深得人心。

本书不是为技术天才或PowerPoint专家而写的，而是为我们的朋友、同事以及与我们差不多的人而写。我们知道大多数人都创建过PowerPoint演示文稿，但都希望付出的劳动更有成效。本书尽力将良好的设计实践与源自实际

的经验以轻松易读的方式展现给你。你过去也许会想，如果有一个专门的设计部门帮你设计演示文稿该多好，而本书提供的一切将让您看上去确实有这样的部门。

1 排版、版式和设计 1



1.1 幻灯片版式——五要和五不要 4



1.2 使用PowerPoint 主题 7



1.3 选择并安装字体 9



1.4 全局与局部地替换字体 12



1.5 更清晰地组织信息 15



1.6 提高可读性 18



1.7 增添和自定义阴影 21



1.8 有效使用项目符号 23



1.9 自定义项目符号 25



1.10 拼写检查和特殊符号 26

2 表格、图表与图形 28



2.1 选择正确的图形格式 30



2.2 创建表格 32



2.3 图表类型纵览 36



2.4 创建饼图 40



2.5 创建堆积柱形图 44



2.6 SmartArt的优点 48



2.7 使用SmartArt 50



2.8 创建组织结构图 53

3 照片与图形 56



3.1 理解文件格式 58



3.2 照片的大小调整与优化 61



3.3 使用剪贴画 64



3.4 自动形状 66



3.5 制作带有透明度的徽标 68



3.6 使用数码相机与扫描仪获取图像 70



3.7 创建相册 71



3.8 添加自定义边框 74



3.9 使用PowerPoint改善照片外观 76

4 音频、视频与多媒体 78



4.1 支持的音频文件格式 80



4.2 支持的视频文件格式 82



4.3 管理媒体 84



4.4 将音频插入幻灯片 85



4.5 使用Windows Media Player提取音频 88



4.6 使用Apple iTunes提取音频 90



4.7 将视频插入幻灯片 92



4.8 在演示文稿中放置Flash 96



4.9 不支持的格式 99



4.10 PlaysFor Certain 101



4.11 添加网页 103

5 创建自定义主题与模板 106



5.1 修改现有主题 108



5.2 从头开始创建主题 111



5.3 幻灯片母版 115



5.4 寻找素材 118



5.5 在PowerPoint中创建自定义背景 120



5.6 使用Photoshop Elements创建自定义背景 124



5.7 创建自定义模板 130

6 添加动画及有创意的切换 134



6.1 自定义动画概述 136



6.2 制作项目符号动画 138



6.3 制作图表动画 141



6.4 使用GIF文件 144



6.5 制作SmartArt动画 145



6.6 切换理论 147



6.7 在幻灯片中添加切换 149



6.8 使用第三方切换 151

7 发表演示 152



7.1 最后校对 154



7.2 自定义放映 156



7.3 制作可移动的演示文稿 159



7.4 可移动媒体 164



7.5 创建和定制讲义 166



7.6 创建在展台显示的演示文稿 169



7.7 进行排练计时 171



7.8 使用演示者视图 172



7.9 将文件保存为静态图像或PDF 174



7.10 发布网页 177

排版、版式和设计

一切从页面上的文字开始



1.1 幻灯片版式——
五要和五不要 4



1.2 使用PowerPoint
主题 7



1.3 选择并安装字
体 9



1.4 全局与局部地
替换字体 12



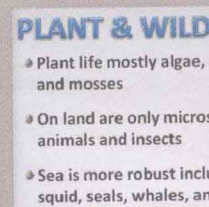
1.5 更清晰地组织
信息 15



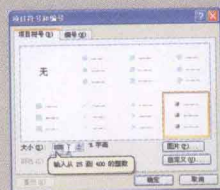
1.6 提高可读性 18



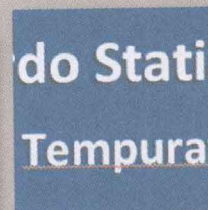
1.7 增添和自定义
阴影 21



1.8 有效使用项目
符号 23



1.9 自定义项目符
号 25



1.10 拼写检查和特
殊符号 26

每天我们都被优秀的排版、设计所包围。我们经常并没有意识到有些东西设计得很好，但却被它们吸引。想象如果一个工厂的警告（caution）标志，以全大写字母、红色手写字体的方式，设计在钴蓝色背景中。虽然标志显得很突出，但没有人会看懂它期望表达



的意思，甚至不愿意看它。我们最近与一个执法机构合作，更新它的徽标与所有图形标识。当我们讨论在深蓝色夹克上显示粗体黄色字母POLICE时，没有什么奇特的地方。这种制服设计得很好，它在设计时考虑了看制服的人。它有高对比度、易读的颜色。选择的字体是粗体且非常大。单词是经过精心选择的，且整个设计极其简洁。为什么？因为人们看到这种夹克的一瞬间可能就要决定如何对潜在的生命威胁做出反应。好的



ELNUR AMIKISHIYEV/ISTOCKPHOTO

排版、版式和设计不仅有利于实现商业与教育目的，还可能挽救生命。

主题包括哪些方面？

主题可以包括颜色方案、字体选择、效果和图像等。基于主题可快速创建演示文稿。也可对主题进行修改并以此为基础创建自定义演示文稿，使之更适合目标观众。

什么时候适合使用Comic Sans字体？

答案很简单——从不使用。有些字体看上去只会让人觉得质量低劣、纯属业余创作，这种字体便是其中之一。选择正确的字体可以说是好的设计的一半。不使用默认字体集而安装新字体可能是一种冒险。

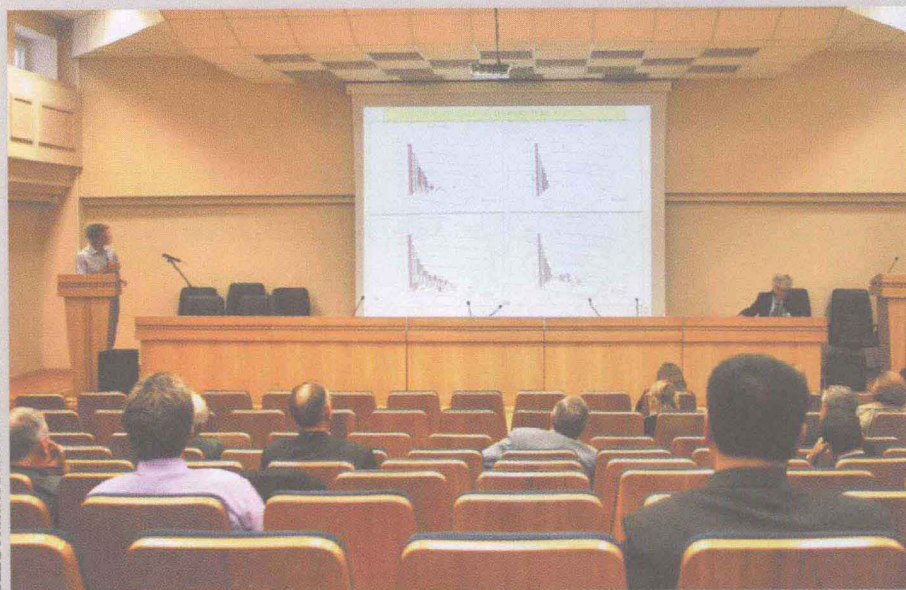
Comic
Sans

清晰是关键

最重要的是以清晰的方式组织信息。即使您是超凡的演说家，组织拙劣的演示文稿也会让观众感到困惑、厌烦。幻灯片越清晰，在失去思路时看它就越容易想起思路，且不会让任何观众觉得自己更聪明。内容组织的清晰性原则可以通过技术清晰性设置与视觉清晰性原则得以加强。

它看起来很酷，但我看不懂

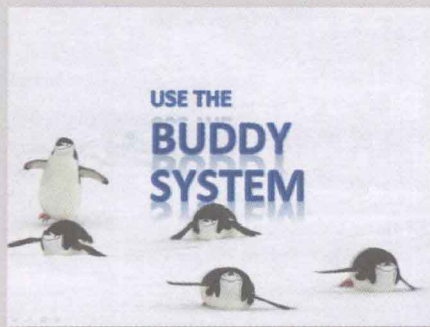
有些书的排版看起来很酷，它堆砌了大量花哨的字体。有些幻灯片的背景很花哨，但文字几乎看不清，这样阅读时会很不舒服。可读性是关键。如果观众忙于解读演示文稿中的文字，他们将不会关心您说的内容。



OLEG PRIKHODKO/ISTOCKPHOTO

1.1 幻灯片版式——五要和五不要

如果使用得当，任何工具都能取得良好的效果；而使用不当可能导致不良后果。锤子是安装新屋顶的好工具；但如果牙医使用这种锤子来安装牙齿填补物，将导致不好的效果。不要用不好的幻灯片来锤打观众。



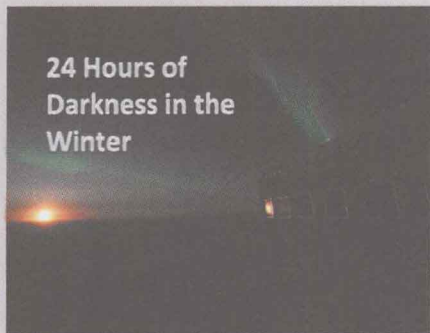
要保持简洁

简单的幻灯片有助于引导观众到您期望的结果。想象一下陌生高速公路上的道路标志，这些信息必须很简洁，其阅读者以每小时120公里的速度行驶着，他们的注意力不应因几幅图像而分散。下次您行驶在高速公路上时，看看哪些广告牌是最有效的。



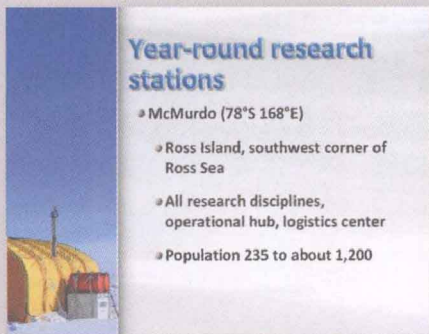
要保持一致

一致性将使观众专注于演示文稿的内容，而不是关心下一张幻灯片将使用什么字体，或者下一个背景将使用哪种颜色。在整个演示文稿中，字体的颜色、大小、字号和样式都要保持一致。应选择一种颜色方案并坚持使用它。回到前面的道路标志，如果在陌生城市中见到的每个道路标志都具有不同的字体、颜色和版式，您能够很快地识别下一个拐弯应该在哪里吗？要确定演示文稿是否一致，可在“幻灯片浏览”视图中查看。



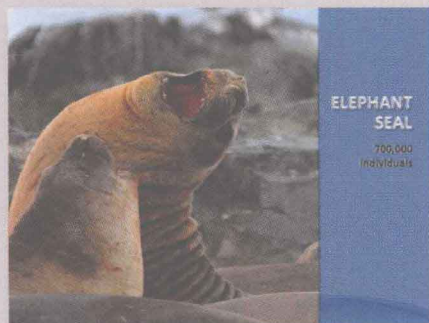
要为观众创建演示文稿

如果计划创建一个自行运行的没有演示者的演示文稿，则其文字与图像必须可以像无人导航一样自行播放。记住，只有保持简洁，PowerPoint这一工具才能发挥最好的作用。如果要讲解一份详细的报告，请使用排版或字处理软件打印出来发给观众。如果计划在那里讲解信息，可以把您自己想象成晚间新闻的主持人——您在前面讲，幻灯片在您后面提示其中的要点。



要保持项目符号简短与清晰

大多数人在演示期间会分神。因此，要确保他们一看幻灯片中的项目符号就明白演讲者讲到了哪里。应只使用几个词表达清晰、完整的观点。过多的专业词语适合会议室讨论，而不适合观众理解您要讲的要点。



要使用优美的高质量图像

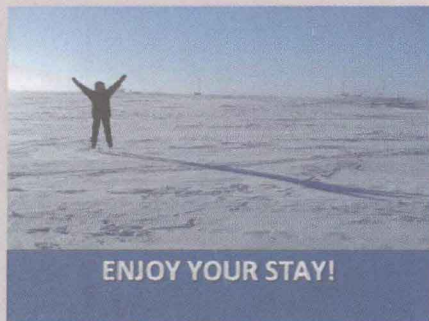
质量低劣、光照不佳、焦点没对准、脱色的、低分辨率的图像会让观众觉得您在敷衍他们。大的、美丽的、强烈的图像才能抓人。想象一下展出优美摄影的展览，如果您走过了一面挂满摄影作品的白墙，但半路看到一张曾经出现在报纸上的图像的影印，您会有什么反应？

提示

越少越好。包含较少内容的短幻灯片，易于观众理解。在广告中，使用空白（文字与图像周围的空白区域）是方便理解与记忆的典型技巧。

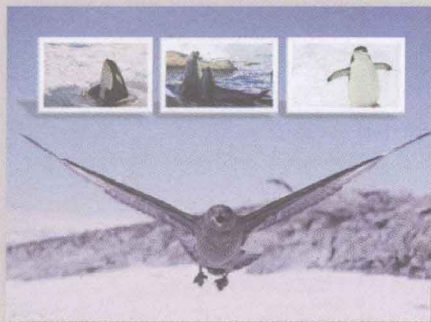
不要在一张幻灯片上使用太多元素

要将复杂的想法分解为最简单的形式。如果图表充满图标与指向不同方向的箭头，观众会感到糊涂。如果要将观众的注意力吸引到演讲上，就不要使用文字段落，它们会吸引人们去阅读幻灯片。如果必须演示大量内容，就应该将它分解为几张幻灯片，并保持每张幻灯片清晰、简洁，让人容易理解。



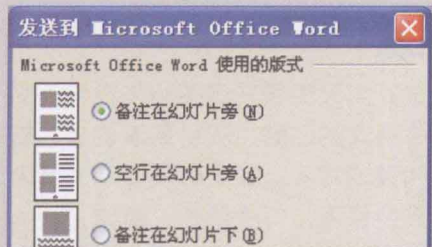
不要创建基于项目符号的演示文稿

如果演示文稿中的幻灯片一张接着一张，每张都包含一系列项目符号，观众将感到厌烦。慎用项目符号幻灯片，而使用优美的大型图像将它们分开——或者通过仅包含一个清晰、简明、大字体语句的幻灯片来唤醒观众。



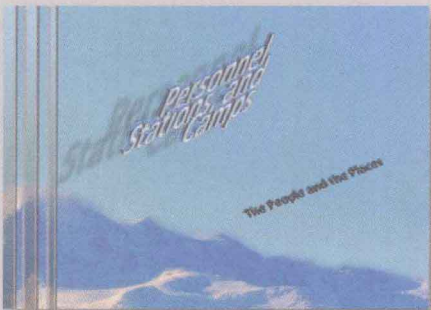
不要随机放置图像

演示文稿的版式有很多种。有些高效的演示文稿使用很少词语，并将所有文字和图像放在白色背景中央。还有一些布局良好的演示文稿将图像放置在网格中。不管哪种方式，观众都能预期到图像将出现在特定区域，这让他们能够专注于内容与信息。



不要将幻灯片以讲义的形式展示在屏幕上

如果您制作的幻灯片还要作为讲义，它可能包含很多内容。如果需要涵盖所有要点，可在演示文稿的每张幻灯片（或幻灯片系列）中加上详细的演讲备注，或使用排版软件创建类似的讲义并在演示结束后将其分发给观众。



不要过多使用艺术字

要尽量保持字体清晰、易读。有无数方式可以让字体看起来很酷或很吓人。要确保当观众从远处观看时，活泼的字体不会消失在背景中，或者因深度与阴影而显得杂乱，变得难以阅读。