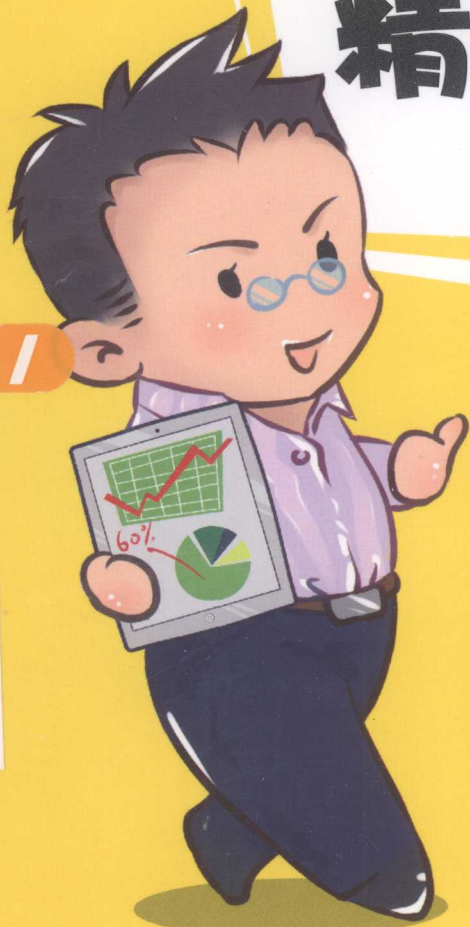


马上有招儿



PPT 商务演示 精选20讲

马建强 霍然 著



作者8年专注研究PPT商务演示
具有800多场企业实战培训经验

国际专业演讲演示协会 (IPPTA)
搜狐职场一言堂/PPT商务应用国际大赛
中央电视台中学生频道/《培训》杂志
优米网/时代光华/沪江网校

联袂力荐



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

014032843

TP391.412
52

马上有招儿



PPT

商务演示

精选20讲

马建强 霍然 著



TP391.412

52

电子工业出版社

Publ...stry



北航

C1721070

内 容 简 介

很多人将商务演示效果不好归结于PPT技术不佳，孰不知PPT的功夫在PPT之外，就好比“会写字不等于会写作、会涂鸦不等于会画画、会说话不等于会演讲”。商务演示的PPT功夫包括“内容逻辑、视觉设计和演讲演示”，本书将通过商务演示活动内在规律特性的分析、讲解，帮助读者朋友掌握提升“PPT”的内功，从而完成每一次商务活动中的PPT演讲演示。

本书精选的20讲内容，图文并茂、简洁实用，通常每一讲的前半部分介绍理念、原则、规范，后半部分则讲解实用的技巧。相信本书可以帮助读者朋友改善PPT的应用效率与效果，完成好每一次汇报演示。

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

马上有招儿：PPT商务演示精选20讲 / 马建强，霍然著. —北京：电子工业出版社，2014.3
ISBN 978-7-121-22512-3

I. ①马… II. ①马… ②霍… III. ①图形软件 IV. ①TP391.41

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第032731号

责任编辑：徐津平

印 刷：中国电影出版社印刷厂

装 订：三河市皇庄路通装订厂

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：720×1000 1/16 印张：13.5 字数：200千字

印 次：2014年3月第1次印刷

印 数：5 000册 定价：56.00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zlt@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

服务热线：(010) 88258888。

推荐序：重新认识 PPT

2013年对我影响最大的一句话是“发现新世界最好的方法不是去寻找新大陆，而是换个角度看世界。”不用过多解读，这句话有很深的内涵和广博的外延，对我而言，更多是对创新的理解，很多事物我们换个角度看就会发现更多新的价值，比如大家天天都在用的 PPT。

PPT 是什么？如果说是一种办公软件、商务演示工具，估计没有人会反对，但 PPT 仅仅是办公软件、商务演示工具吗？我们再想想就会觉得不仅仅是这样。

那么 PPT 还可以是什么？如果我们能够想明白这件事，就会挖掘出 PPT 更多、更大、更宝贵的价值。

简单想一想就可以发现，其实：

PPT 是沟通的手段——PPT 形象直观，对于很多难以描述的画面可以用非常生动的画面或效果展示出来，直接促进沟通的效果；

PPT 是销售的利器——PPT 可以对产品的价值展示、数据图表、需求分析进行形象化的解读，还可以通过内容与画面的完美结合打动客户的心；

PPT 是创新的舞台——PPT 本身已经可以涵盖文字、图片、表格、视频、声音，几乎是全信息接收的集大成者，创新的可能性是无限的，一个动画效果的改善，一张图片的使用都会激发我们创新的灵感；

PPT 是价值的展现——尤其是个人的思想价值，能够形象化地展示给希望影响的人，对于作为市场经济、影响力经济环境主体的我们显得尤为重要；

PPT 甚至是一种特殊的媒体，连接着创作者和接收者（这个接收者不仅仅是作者直接的对象，还有接收者有意识无意识的被传播者）。

PPT 是传播的工具，PPT 是思想的载体，PPT 还可以是很多很多，关键是我



们用什么角度去看它。

PPT 的世界如此博大精深，需要我们重视，但能够让 PPT 对我们的工作与生
活产生应用的价值是需要学习的。

所幸今天专注于 PPT 商务演示的马建强老师把他多年积累的 PPT 制作、演绎
精华集成 20 讲，让我们在轻松、愉快的感受中提高 PPT 演示的水平，实在是一
种幸福。

关于马老师我还要多说几句，专注就是力量——马建强老师在 PPT 商务演示
领域的精耕细作已经初见小成，这与马老师精准定位的眼光、孜孜以求的精神是
分不开的，其中一个重要的关键词就是专注，专注让我们心无旁骛、专注让我们
目标明确、专注让我们坚持不懈、专注让我们永葆热情、专注让我们能够把焦点
变成燃点——如果你希望在某个领域、某件事上有所成就，那么专注是必不可缺
的重要元素。

学习 PPT 商务演示也是如此，如果你希望提升自己的价值，那么不妨专注地
从马老师这本《马上有招儿：PPT 商务演示精选 20 讲》开始，发现新世界的价值，
专注是基础。

张文强

搜狐集团培训负责人，搜狐职场一言堂、商界非常道总策划



自序：用故事演绎 PPT

为什么要读这本书，有三个理由，为什么是“三”个而不是别的，因为乔布斯的 PPT 演讲秘笈之一就是“永远只有三个部分”。

理由一：可以节省大量制作 PPT 的时间；

理由二：掌握 PPT 关键，一次过关不再难；

理由三：理解 PPT，获得“大道至简”的生活智慧。

当然，这里还有一个最大的前提，当代职场，PPT 几乎无所不在，人在职场，我们已经无法回避必须面对 PPT 的事实。

下面，就通过三个与 PPT 有关的故事演绎序言中的内容吧！

珍惜生命中最宝贵的……

第一个故事发生在炎热的夏天，地点是上海金桥，一家非常著名的外企，课间休息时，一位中年女性学员走过来，感慨地说，“马老师，你知道，我们公司是全世界做 PPT 最多的公司。”这种说法吓我一跳，她接着说，“我的工作是在上班做 PPT，开会讲 PPT，加班改 PPT。”“现在才知道，其实很多时间都被浪费掉了，平时花很多时间把 PPT 改来改去，原来可以一次性快速完成。”

讲到这里，那些苦不堪言的经历或许又历历在目，同事们大部分都下班回家，而你还在孜孜不倦地修改 PPT；家人早已入眠，而你却还在挑灯夜战 PPT。

说到这里，你已经可以领会到，第一段故事与时间有关，如果我们能够在制作设计 PPT 方面少用些时间，何尝不是对生命的珍惜呢！

类似的情况还出现在寒冷的冬天，北京的某大型国企培训现场，中午下楼用餐，一位同行的学员激动地说，“这个课太有用了，早该安排上。”“在过去这 10 多



年的工作中，在做 PPT 方面浪费的时间至少有 1 年。”

又是一个因为不得法而在 PPT 上浪费大量时间的案例，所以，在 PPT 的问题上，我的第一个原则是高效，寻求最节省时间的方法达成最合适的目标。

把因为 PPT 浪费的时间节省下来，将这些时间用在生命中更重要的地方。

坚守目标，不被工具所困惑

第二个故事叫“三只猎狗”，有时我在课堂上会讲给学员们听。

有位猎人带着自己心爱的三只猎狗到森林里打猎，发现远处有只土拨鼠，于是放出三只猎狗去，猎狗追啊追啊，就追没了，到近前一看，原来地上有个洞，显然土拨鼠是藏到洞里去了。正在三只猎狗着急想办法之时，洞里冒出一只兔子，三只猎狗吓一大跳，就在狗儿们愣神的功夫，兔子夺路而逃。于是三只猎狗就去追兔子，后来把兔子追到了一棵大树上面，就在三只猎狗非常焦急地向上看着兔子时，一阵大风吹来，吹得树枝摇晃，于是兔子不小心从树上掉了下来，还把地上的三只猎狗砸晕。

当然，在课上我是用 PPT 看图画的方式讲这个故事的，听完故事后，有学员颇为感慨地说，“真是这样呢，刚开始做 PPT 时还有个目标，可是后来又是挑模版、又是找图片，结果就把最初的意图忽略了，等到向老板汇报时就挨骂。”

所以，这个环节强调的是目标的重要性，PPT 最重要的作用是演讲者借助视觉呈现，将自己的内容一边演讲一边演示讲给观众听，无论是客户、还是上级，都希望听者能够接受、认可自己所传递的内容。然而，不幸的是，非常多的人会迷失在制作 PPT 的过程中。

记得在一次讲座之后，有一位中年先生问了我三个问题，前两个问题明显菜鸟，第三个问题是，“马老师您看依我的情况，每次做几页 PPT 比较合适？”我说，“越少越好，没有也可以。”

千万不要把时间搭在搞不定的工具上，抬眼看看自己的目标，那里才是我们该去的方向。



大道致简，生命的减法智慧

第三个故事稍长一些。从前，有一个人出远门办事，按约定，他必须在1个月内赶到目的地。当行程过半时，一条大河挡住了他的去路，他傻眼了，如果绕道上游，行程会多出30来天。当他在河边徘徊着思量如何是好时，突然发现远处有一片高大的树林。他走过去发现，大树长的又圆又直，甚至还有几棵不知何时被风吹倒在地上。于是他来到一根倒地的枯树前，砍下周围的枯枝，得到一根完整的圆木，又用了三天时间，他把圆木的中间掏空，做成了一艘漂亮的独木舟。现在，他可以乘着自己亲手打造的独木舟过河了，非常顺利，他很快来到河的对岸。当要继续前行时，他看了看身后的独木舟开始犹豫，万一后边还有大河，独木舟肯定还会用得上，于是，他扛起独木舟继续前行。由于负重的原因，他走得不如以前那么快，而且很快汗流浹背，就这样，他一步一步坚持前行。终于有一天，目的地已经在他的视野之中，而此时的他已经疲惫不堪，望着远处的目标，再看看肩上的独木舟，他突然发现，在后来的路上，没有再遇到过一条河。于是他扔下独木舟，跌跌绊绊向前赶，可是当他到达时，发现已经错过了约定的时间。

在PPT的应用中亦是如此，我们纠结于模版、纠结于素材、纠结于Idea，将大量的信息塞满每一页PPT，最终浪费了宝贵的时间，也无法达成预期的目标。所以，KISS——Keep It Simple and Short，是PPT的最重要原则之一。

KISS也可以成为生命的准则，既有的获得与成就往往成为我们前行的羁绊、成为我们快乐的包袱。出行担心家中的财物、创业怕失去已有的名与利，最终死在“所拥有”之上。

马建强

2014年1月

目录

第1讲 说服至上，效率优先 1

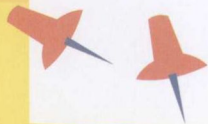
本书旨在帮助职场人士改进 PPT 的使用效率与效果，不管是向领导做工作汇报，还是为客户做产品提案，当演讲、演示结束后，都能让老板开心、客户满意、同事赞赏。

第2讲 PPT 是“标题党” 17

有个常用的词叫“彻头彻尾”，很好玩，可以用于反映本书要帮助读者从上到下完整了解 PPT 应用的决心。经过上一讲整体性的概述之后，现在让我们从 PPT 的“头”——页面最上方、最醒目的标题开始说起。

第3讲 PPT 的线性传播与逻辑结构 33

就像人需要内外兼修一样，我们的幻灯片也不能“徒有其表”，还要有扎扎实实的内容。本讲我们就来学习如何通过逻辑结构的确立来优化 PPT 内容的编排。



第4讲 突出重点 大道至简 47

其实，简单的“加减乘除”法则不仅构成了精巧的数学王国，其在我们的PPT制作中也有着重要的作用。本讲我们主要来认识PPT的“加减乘除”法则。

第5讲 色彩属性与配色原则 59

如果观众一看我们的幻灯片就觉得“眼前一亮”，那演讲、演示也就成功了大半。因此，这一讲将和大家分享如何让我们的幻灯片更加美观，达到赏心悦目的效果。

第6讲 构图原则 71

PPT的出现为信息的呈现带来了更丰富的途径，也让我们在构图、绘图上有了更多的选择。本讲我们将探讨如何把PPT的构图优势用好，让形式更好地服务于内容。

第7讲 以听众为主心 79

苹果公司的成功并不仅仅因为其产品的创新和广告的精美，还得益于其前领导人乔布斯卓越的演讲才能。

本讲我们就向乔布斯取经，看看如何做一个讲故事的高手。



第 8 讲 PPT 规范应用流程 89

一套规范的制作流程可以保证产品的产量和质量。因此，如果我们可以为幻灯片制作找到一套制作流程，则不仅可以提高制作效率，还可以提升幻灯片的质量。

第 9 讲 以终为始，知止能得 99

用图像来辅助你的表达，就像是请一个助手来帮助你完成演示。同时，不管这个助手请得有多好，其最重要的目的都是齐心协力，去完成“说服”的大目标。统一步伐，才能走得更远。

第 10 讲 文不如表，表不如图 109

真正可以用的图片并不仅仅是我们搜索到的内容，更有许多我们可以通过“取消组合”来选择的内容。

第 11 讲 PPT 中的图形化表达 119

“打散”的方法可以帮助我们找到自己想要的图片素材。但是，获得这些素材后，如何根据需求进一步加工呢？这就是本讲要解决的问题。



第 12 讲 PPT 的多样化应用 129

本讲，我们的讲解主要集中在如何用 PPT 做出实用的小工具，甚至制作出 Flash 的效果。

第 13 讲 数据图表进阶 139

数据图表兼具图表的直观表达与数据的有效支持，是一个十分富有说服力的工具。在本讲，我们将学习如何恰当地使用数据图表来增强 PPT 的说服力。

第 14 讲 灵活运用任意多边形 149

本讲将介绍两种方法，让大家更好地玩转图形的演示，把“表不如图”这个概念的精髓应用得更加熟练、更加精彩。

第 15 讲 用 PPT 制作短片 157

通常，PPT 都是作为配角来辅助我们的演讲。在本讲，我们将学习如何把 PPT “升级”到主角的位置，代替演讲者做出展示。

第 16 讲 创意源于生活 163

PPT 制作的创意是如何得来的。其实，创意就来源于我



们的日常生活。本讲将通过一个例子来告诉大家如何从生活中提炼创意。

第 17 讲 比艺术字更艺术 171

艺术字与多媒体这两个功能能为 PPT 增添更好的视觉效果和更丰富的内容，增强 PPT 的感染力与说服力。

第 18 讲 同台共舞“演”与“讲” 181

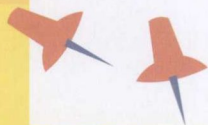
演讲已经成为许多人心中一团挥之不去的阴云。本讲就“对症下药”，给大家提出一些克服演讲恐惧和做好演讲的建议。

第 19 讲 真功夫在 PPT 之外 189

本讲将从复习 PPT 的逻辑结构开始，通过回顾和加强，帮助读者更好地体会前面的内容，做到“温故而知新”。

第 20 讲 返璞归真 199

在最后一讲，我们“返璞归真”，通过一个简单的故事来重新体会一个关于 PPT 制作的重要思想。

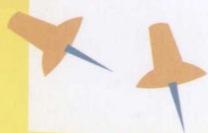


第 1 讲

说服至上，效率优先

导读

PPT 是演讲、演示工具，目的在“说服”	3
PPT 有三要素	5
PPT 是“标题党”	6
不要“Word 搬家”	8
避免标题空洞	9
初识 PowerPoint 2010	11
PPT 制作流程揭秘	14
导入 Word 大纲文件到 PPT	15
小结	16



引文

PPT 是当今最流行的演讲、演示工具，跨越语言、地区、行业，无处不在。无论是政府部门、科研机构、大中小学，还是国内企业、国际公司，到处可见 PPT 的踪影。从工作计划到阶段汇报，从产品介绍到市场推广，从商务会议到论坛演讲，都越来越离不开 PPT。

本书旨在帮助职场人士改进 PPT 的使用效率与效果，不管是向领导做工作汇报，还是为客户做产品提案，当演讲、演示结束后，都能让老板开心、客户满意、同事赞赏。

要达成演讲、演示的“说服”的效果，仅仅会做 PPT 还远远不够，要从“内容逻辑、演示形式、演讲过程”三个方面来改善。在内容层面要学会“提炼重点、架构逻辑”；从形式上要达到四“目”标准——“过目不忘、赏心悦目、一目了然、耳目一新”；而演讲的过程则应当与 PPT 完美结合，灵活掌控，完美达成沟通呈现的目标。



PPT是演讲、演示工具，目的在“说服”



“为什么用 PPT？”想必是很多人捧起这本书时心中的一个疑问。对于这个问题，很多人的回答都似是而非，觉得无非是用 Office 软件制作一个 PPT 文稿，做出来就“万事大吉”。然而，这种想法并不可取。因为 PPT 制作的目的是“说服”，而这种观念并没有聚焦在“说服”上。



图 1-1 PPT 制作的目的是说服

为什么说“说服”是我们 PPT 制作的目的是呢？从 PPT 的应用角度来解释——假设你正在准备“述职报告”，向上级领导、乃至隔级领导汇报自己一年的

工作。你一定希望领导听完汇报之后，满心喜悦地赞叹你的工作业绩突出、能力很强，PPT 也非常精彩。上级的表扬，不仅代表着对你一年工作的认可，而且表示他对你产生了一个好印象，将来可能会给你更多机会。因此，对于工作汇报而言，让领导满意即为“说服”。

当你用 PPT 为客户讲解企业背景、产品方案或合作提案时，一定非常希望获得客户的喝彩以及合作的意向。这时，客户的认可与接受即为“说服”。

有时，教师需要用 PPT 来进行观点、理念的阐述，讲课之初预期学员能够理解并接受自己的观点，此即为“说服”。

遗憾的是，虽然 PPT 的应用非常广泛，但是很多 PPT 的使用者并没有把关注点放在“说服”上，而是一味地追求形式上的“酷”与“炫”，或者赶时间，非常随意地制作。

这样的认知可能会导致很多麻烦。例如，做完一次汇报之后老板不满意，让我们重新制作；给客户讲完之后，对方并不“买账”。这些情况都没有达到预期效果，就是因为没有把注意力放在“说服”上。

所以，希望大家牢记“说服”是我们制作 PPT 的大目标。

