

beyond bullet points 3rd edition

Microsoft®

Broadview®
www.broadview.com.cn

Cliff Atkinson 著

PPT演说宝典

构思 设计 应用

唐黛 译

亚马逊年度
畅销书

入实践细节的
演说智慧

PowerPoint 沟通从此与众不同！
深入人心，创造未来！



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

PPT演说宝典

构思 设计 应用

beyond bullet points 3rd edition

Cliff Atkinson 著

唐黛 译

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

本书第1版和第2版以其出色的销售成绩位列亚马逊网站畅销书榜。本书对演讲所使用的软件进行了更新,重点讲解了如何借助 PowerPoint 2010 应用 BBP 方法,以及如何利用 PowerPoint 2010 软件新功能加快图片设计过程,消除了大部分用户可能存在的疑惑。

本书内容丰富、语言简练,通过理论和实例的综合讲解,帮助读者进一步学习如何颠覆常规,借助 BBP 以全新的方式使用 PowerPoint 2010 制作演示。本书既可以帮助 PowerPoint 初级用户掌握 PowerPoint 的各种工具和各项基本功能,又可以作为中级用户提升自身设计能力的工具,还可以激发高级用户的设计灵感;因此,适合作为各类大中专院校和电脑培训学校的相关教材,同时也是广大办公人员和电脑爱好者相当实用的自学读物。

©2014 Publishing House of Electronics Industry

Authorized translation of the English edition of Beyond Bullet Points, 3rd Edition© Cliff Atkinson. This translation is published and sold by permission of O'Reilly Media, Inc., which owns or controls of all rights to publish and sell the same.

本书简体中文版专有出版权由 O'Reilly Media, Inc. 授予电子工业出版社。未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。专有出版权受法律保护。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2013-1495

图书在版编目(CIP)数据

PPT 演说宝典: 构思、设计、应用 / (美) 阿特金森 (Atkinson, C.) 著; 唐黛译. —北京: 电子工业出版社, 2014.1

书名原文: Beyond bullet points, third edition

ISBN 978-7-121-21599-5

I. ①P… II. ①阿… ②唐… III. ①图形软件 IV. ①TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 235383 号

策划编辑: 刘 皎

责任编辑: 李利健

文字编辑: 杨 璐

印 刷: 三河市双峰印刷装订有限公司

装 订: 三河市双峰印刷装订有限公司

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: 18.5 字数: 414.4 千字

印 次: 2014 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 69.00 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 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

译者序

作为一名在美国硅谷工作和生活的华人，身边拥有良好思维能力，以及过硬技术功底的华人同胞不在少数，但能够在工作中脱颖而出的往往是那些兼具出色表达能力的人。而在今天数字化的工作环境下，“表达”往往具象成使用 PPT 做演示的能力。随处可见的会议室，投影仪和大投影屏，让人们不得不开始提升设计、演示幻灯片的能力。

设计 PPT 看似简单，很多人对其的理解是在页面上堆砌文字和图片，甚至是把幻灯片当作演讲的提词板。而在演示 PPT 之前，也很少有人提前演练、调整自己的语言和肢体动作，或是模拟场地环境。事实上，掌握设计和演示 PPT 的要领能让你有好想法如虎添翼，掌握不好则不仅会没有想法，甚至会让你的工作得不到应有的认可。

不是每个人都能像苹果公司的创始人史蒂夫·乔布斯一样，有一双比设计师更为敏锐的双眼来设计完美的幻灯片，有走到聚光灯下便舍我其谁的演讲气势。我们需要有章可循的 PPT 设计方法和演讲方法，Cliff Atkinson 的这本书便是这样一部实用好用的 PPT “工具书”。

在翻译的过程中，我不得不感叹，Cliff Atkinson 的故事化设计方法（BBP），对 PPT 制作的“精髓”——讲故事——进行了详细的分析，并提炼出严谨的公式。这让每一位读者都可以根据他的方法，分析自己演说内容的结构，提炼要点，逐步地给幻灯片加入精炼准确的文字和图片。Cliff Atkinson 事无巨细地列举出了每一个步骤，甚至是详细到了对 PPT 软件的操作，但其中有些快捷方式，对于我这个已经使用 PPT 十几年的“高级用户”，仍然颇有帮助。

在这个“酒香也怕巷子深”的年代，掌握 Cliff Atkinson 的 BBP 方法，做一场成功出色的演出，将对你的学业和工作有非常积极的影响。希望读者们能够享受这场“表达”的盛宴，并让它给你的好想法带来生命！

致 谢

我要向 Kim Spilker 和微软出版社团队，以及给我提供本书第三版出版机会的 O'Reilly 出版社致谢。感谢我的编辑团队 Valerie Woolley, Steve Sagman 和 Roger LeBlanc, 也要感谢 Brenda Bazylewski 和 iStockphoto 社区，他们提供的很多图片都在本书中的 PowerPoint 演说范例中用到了。

感谢那些曾深入启发和影响我创建 BBP (beyond bullet points) 方法的人们：Richard E.Mayer 在多媒体学习上的重要研究，Barbara Minto 的革命性和批判性的思维方法论，Jonathan Pryce 关于组织和提炼信息的见解，以及研发出撰写演说提案的 STOP 方法的 Hughes Aircraft 公司的工程师们和洛杉矶的媒体从业者们。

我要特别感谢所有 BBP 的读者和研习班的学员——你们实践 BBP 的勇气是在向传统模式进行挑战，这也让我坚信，BBP 将会让世界有所不同。

献给我的伙伴 Andrew。

——Cliff Atkinson

作者简介

Cliff Atkinson 是一位深受好评的作家，著名主题演说家，并为业界顶尖的律师事务所和全球 500 强企业提供独立咨询服务。在美国的第一起关于 Vioxx 的法庭审判中，他所设计的演说，说服了陪审团最终判决原告支付高达两亿五千三百万美元的赔偿金。他的演说被《财富》杂志誉为有“惊人的强大效果”。

Cliff 的畅销书 *Beyond Bullet Points* 被亚马逊网站评为 2007 的最佳书籍。本书已发布三个版本，并被翻译为包括中文、韩语和俄语在内的十几种文字。书中所描述的交流方法，也经 Cliff 在全球范围内广为传授，包括顶级律师事务所，政府机构，商学院和跨国集团：索尼、丰田，德尔蒙特，雀巢，诺基亚，德勤，BBDO，NPD 集团，益普索，脸谱，施贵宝，英特尔，通用电气，美国律师协会，以及联合国国际刑事法庭。

Cliff 的作品曾经被《洛杉矶时报》《纽约时报》和《华盛顿日报》所报道。

Cliff 在德克萨斯的 Baylor University 获得了英语和新闻学的学士学位，在伦敦里士满的 American International University 获得了工商管理硕士学位。结束空军服役后，在互联网繁荣时期，他曾经为旧金山的多家创业公司提供咨询服务。Cliff 现居美国华盛顿特区。

引言

2005 年，我写 *Beyond Bullet Points* 这本书的本意是想帮助人们用一种全新的方式来更有效地制作微软 PowerPoint 演说。我从未想过，本书出版不久，它就登上了《纽约时报》《华尔街日报》和《洛杉矶时报》的头版头条。自此之后，（读者和媒体们）对本书的兴趣让本书的第一版一跃进入畅销书的行列，一度成为在亚马逊网站上排名第四的畅销书。事实证明，这本书与一些读者产生了共鸣，他们希望在 PowerPoint 演示中，摆脱那些限制住演说者和观众的思维，以及让他们感到疑惑，并因此拉远他们彼此之间距离的——“要点”。

尝试过 BBP 的人们都会发现，这种方式是如此行之有效，以至于他们无法再回到传统使用 PowerPoint 的方式上。此书第一版问世之后，BBP 经过实际检验，获得了读者们极大的认同。个人用户反馈该方法实用、有序、专注，并且便于管理，团队用户则认为这种新方法获取方便、影响力大、效率较高、易于掌握。

如今，BBP 已经被广泛运用于不同的行业和目的。它会帮助构建并且促进你和受众之间的对话。它会告诉你，怎样、在什么时候，并且为什么使用 PPT。近来，围绕 BBP 的话题从“我怎样来使用”变成了“我的公司和组织如何来使用”，这说明这种方法已经在更深的层面上获得了人们的支持，它给支持并且喜欢 BBP 的人们提供了一个创造改变的舞台。

本书中 BBP 的基本原理与本书的前两版相同。它帮助人们将抽象的传播学理论转化为可以实际操作的方法，在你打开一个新 PowerPoint 文件的时候，它已准备好被你所用。

本书是如何组织的

类似于本书的上一版，我将带领你一步步、一章章地学习 BBP 流程。第 1 章到第 3 章将让你对为什么应该使用 BBP 和 BBP 的大致流程有一个整体的认识。第 4 章到第 10 章将详细阐述使用 BBP

的具体步骤。额外附送的第 11 章将向你介绍一个有趣的练习——BBP 视觉提升。当你在制作 PowerPoint 演说时，该书可作为你的随身实用指南，同时也会成为你灵感的源泉。

对很多人来说，BBP 颠覆了制作 PowerPoint 演说的传统思维模式，释放了 PowerPoint 软件和讲演者身上的潜能。本书的核心其实是人和人之间的沟通。基于这样一种被广泛运用的软件工具，你可以体会到有重点、层次清晰且不枯燥的交流。在制作和讲述你自己的 PowerPoint 演说的过程中，我希望你能在本书中找到相同甚至更多类似的体会。

如何得到本书的配套资料

本书配套的网络资料是书中提到的几个关键工具，这些工具以及一些其他的辅助信息，可以从 www.beyondbulletpoints.com 下载。

目 录

第 1 章 完美的 PowerPoint 风暴	1
1.1 走到聚光灯下	3
1.2 一个非同寻常的故事	5
1.3 问题的核心	8
1.4 萃取精华	10
1.5 媒介混搭	12
1.6 渐弱尾声	13
1.7 毫无悬念的决定	14
1.8 变革之风	15
1.9 BBP 由你所想，由你所用	16
第 2 章 基于研究结果重新校准 PowerPoint 方法	17
2.1 三个基础的 PowerPoint 工具	17
2.2 校准方式 1：用幻灯片浏览视图来控制演说中的信息量	18
2.2.1 寻找“研究真相”	19
2.2.2 研究真相 1：你需要尊重有限的工作记忆	20
2.2.3 BBP 尊重工作记忆的有限容量	25
2.2.4 传统的方式忽视工作记忆的容量上限	27
2.3 校准方式 2：用备注页视图同步显示你的演说	28
2.3.1 研究真相 2：你需要考虑到两个渠道	29
2.3.2 “双管齐下”的 BBP	30

2.3.3	片面的传统方式	32
2.4	校准方式 3: 用普通视图来引导注意力	35
2.4.1	真相 3: 你需要引导观众的注意力	35
2.4.2	BBP 引导注意力	36
2.4.3	传统方式不能引导注意力	37
2.5	一个“训练有素”的工具	39
第 3 章	用 BBP 故事模板为演说打好基础	40
3.1	如何前行	41
3.2	对 BBP 胸有成竹	41
3.2.1	BBP 的核心理念: 故事模板	42
3.2.2	嵌入的故事结构	43
3.2.3	理论结合实际	45
3.3	第一步: 选择故事主线和模式	46
3.4	第二步: 快速传达重点信息	47
3.5	第三步: 用故事模板来引导你的视觉和语言	49
3.5.1	为前五张幻灯片打草稿	51
3.5.2	完成剩余幻灯片的草稿	51
3.5.3	运用自定义布局	52
3.5.4	为前五张幻灯片加入图像	53
3.5.5	为余下的幻灯片加入图像	54
3.5.6	走到屏幕中	54
3.5.7	用多个模式来演说	55
3.5.8	用平板电脑来演说	56
3.5.9	网络演说	56
3.5.10	记录体验	57
3.6	从 BBP 故事模板开始	58
3.7	使用三条准则来撰写标题	58
3.7.1	准则 1: 写出简明, 具有主动语态和主谓结构的完整句子	58
3.7.2	准则 2: 清晰、直接、确切、平易近人	59
3.7.3	准则 3: 将不同单元格中的想法串起来	59

第4章 设计前五张幻灯片	61
4.1 在前五张幻灯片中, 如何将想法展示并叙述出来	61
4.2 从标题和署名开始	63
4.3 选择故事主线	63
4.3.1 通过标题来引导观众	64
4.3.2 用角色标题吸引观众的注意力	65
4.3.3 用“A点”幻灯片吸引观众的注意力	66
4.3.4 通过“B点”标题来激励观众	69
4.3.5 在A点和B点标题间创造动态的张力	70
4.3.6 用“呼吁”标题让观众成为焦点	72
4.4 选择一个模式	74
4.5 第一幕的谢幕	76
4.5.1 审读前五条标题	77
4.5.2 以情动人	78
4.5.3 关注你的想法	78
4.6 10个提升第一幕的小技巧	79
第5章 设计剩余的主体幻灯片	85
5.1 现在来看第二幕	85
5.1.1 一个与众不同的大纲结构	86
5.1.2 内置的扩展性	88
5.2 用层次结构来串联“针眼”	88
5.3 找到幻灯片中的优先级	90
5.3.1 用要点标题来支持呼吁标题	91
5.3.2 提升你的要点	93
5.3.3 通过说明标题来阐述每个要点标题	95
5.3.4 用细节标题支持每一个说明标题	98
5.3.5 完成第二幕余下的部分	101
5.4 先表达重要的信息	104
5.5 徐徐揭开故事模板的大幕	106
5.6 提升故事模板的10条技巧	107

第 6 章 设定故事情节和旁白	112
6.1 在展示每张幻灯片时, 你将做些什么	113
6.2 准备故事板	114
6.2.1 重新排版故事模板	114
6.2.2 使用 BBP 故事板格式工具	115
6.2.3 用简单的幻灯片背景来提示工作记忆	117
6.2.4 练习根据时间缩放内容	120
6.2.5 根据需要修改标题	120
6.2.6 重新审视故事板	121
6.3 通过写下你要说的来设计语言渠道	121
6.4 通过绘制故事板草图来设计演说的视觉渠道	124
6.5 用三条规则绘制故事板	126
6.5.1 规则 1: 在视觉上做到简洁、清晰、直接和明确	126
6.5.2 规则 2: 保持第二幕三栏间的一致性与多样性	127
6.5.3 规则 3: 在屏幕之外绘制草图	129
6.6 10 个进一步提升故事板的技巧	130
第 7 章 绘制故事板	136
7.1 如何在幻灯片上草绘	136
7.2 草绘第一幕幻灯片	137
7.2.1 绘制标题幻灯片	138
7.2.2 加入并草绘一张介绍演说者的幻灯片	139
7.2.3 草绘背景幻灯片	140
7.2.4 草绘角色幻灯片	141
7.2.5 草绘 A 点和 B 点幻灯片	143
7.3 绘制呼吁幻灯片和要点幻灯片	148
7.3.1 用三联画来增大你的影响	149
7.3.2 用图标让演说更完整	150
7.3.3 灵活使用道具	150
7.3.4 使用视频、声音和动画(三思而行)	151
7.3.5 屏幕全黑	151

7.3.6	通过布局来增加观众兴趣	151
7.3.7	保持主题一致	152
7.3.8	在每一个要点结束时停顿下	153
7.3.9	有多个演说者的情况	153
7.4	绘制导航条	154
7.5	绘制说明幻灯片	155
7.5.1	绘制出演说的视觉结构	156
7.5.2	绘制只有标题的说明幻灯片	157
7.5.3	使用截屏	157
7.6	草绘细节幻灯片	158
7.6.1	用图表来说明想法	159
7.6.2	基于一系列幻灯片来建立一个图表	160
7.6.3	完成说明幻灯片	161
7.6.4	切换到其他媒介	161
7.6.5	根据你的职业来调整草图的风格	162
7.7	绘制故事模板	162
7.8	准备, 开始, 画图	164
第 8 章	为幻灯片加上图像	165
8.1	在每张幻灯片上应加什么图像	165
8.2	了解设计局限	166
8.3	三条加图像的规则	167
8.3.1	规则 1: 立竿见影	167
8.3.2	规则 2: 与观众审美一致	169
8.3.3	规则 3: 夯实你的基础	172
8.4	开始制作	174
8.4.1	分配图像处理任务	174
8.4.2	获得已有的图像	175
8.4.3	从图片库网站中获得图片	175
8.4.4	尽可能地设计图像	176
8.5	将最终的幻灯片布局运用到故事板上	176
8.5.1	运用、审阅和修改布局	178

8.6	将图像加到呼吁和要点幻灯片中	179
8.7	准备不需要图像的幻灯片	180
8.8	向第一幕幻灯片中加入图像	181
8.9	给说明幻灯片加入图像	183
8.10	为细节幻灯片加入图像	184
8.11	创建第三幕幻灯片	186
8.12	进行微调和完成润色	187
8.12.1	往标题和结尾幻灯片中加入图像	187
8.12.2	回顾并向备注页中加入图像	187
8.13	回顾并完成故事板	188
8.14	10 条提升故事板的技巧	189
第 9 章	BBP 幻灯片演说	193
9.1	遵循幻灯片演说的三条原则	193
9.1.1	原则 1: 走进屏幕中	194
9.1.2	原则 2: 排除分散注意力的元素	194
9.1.3	原则 3: 控制节奏	194
9.2	剔除干扰因素	195
9.2.1	准备环境	195
9.2.2	调试技术	196
9.2.3	准备好应对问题	196
9.2.4	用彩排来排除干扰	197
9.2.5	使用备注	197
9.3	激发对话	198
9.3.1	真诚交流	199
9.3.2	自信地完成你的幻灯片	199
9.3.3	处理问答	200
9.4	在范围内即兴发挥	201
9.4.1	控制好你的故事	201
9.4.2	为不同的背景做准备	201
9.4.3	分发讲义	202
9.5	非现场演示	202

9.5.1	分享备注页（不是幻灯片）	202
9.5.2	做一场网络演说	202
9.6	那么现在，就开始演说吧	203
9.7	10 个提升演说方式的技巧	203
第 10 章	回顾 BBP 范例	207
10.1	其他可用的示例	207
10.2	向法庭陈述案件	208
10.2.1	第一幕：传统的故事结构基础	208
10.2.2	一个图像化的背景幻灯片	209
10.2.3	回顾庭审演说的第一幕幻灯片	210
10.2.4	回顾庭审的呼吁和要点幻灯片	211
10.3	紧跟计划	212
10.3.1	撰写故事模板第一幕	213
10.3.2	为“计划”演说搜寻并加入图像	214
10.3.3	回顾“计划”演说的第一幕幻灯片	214
10.3.4	回顾计划演说的呼吁和要点幻灯片	215
10.3.5	发表远程演说	219
10.4	展示数据和分析	220
10.4.1	搜寻并给“分析”演说加入图像	222
10.4.2	回顾“分析”演说的第一幕幻灯片	223
10.4.3	回顾“分析”幻灯片中的呼吁和要点幻灯片	224
10.5	在“汇报”演说中让信息更有意义	226
10.5.1	搜寻并为“汇报”演说加入图像	228
10.5.2	回顾“汇报”演说的第一幕幻灯片	228
10.5.3	汇报“汇报”演说的呼吁和要点幻灯片	229
10.6	用“课堂”演说来吸引学生	230
10.6.1	为“课堂”演说搜寻并加入图片	231
10.6.2	“课程”演说的第一幕幻灯片	232
10.6.3	回顾“课程”演说的呼吁和要点幻灯片	233
10.7	将你的客户置于“销售”演说的中心	234
10.7.1	为“销售”演说加入图像	236

10.7.2 回顾“销售”演说的第一幕幻灯片	236
10.7.3 回顾“销售”演说的呼吁和要点幻灯片	237
10.8 回应对 BBP 的质疑	238
第 11 章 用一个 5 分钟的练习来帮助别人理解 BBP	241
11.1 一场“横跨全国”的谈话	242
11.2 与“人”交流的问题	246
11.3 信息问题	247
11.4 视觉即兴创作	248
11.4.1 第一步：创建演说	249
11.4.2 第二步：指导观众	250
11.4.3 第三步：组织练习	251
11.4.4 第四步：回顾和总结	254
11.5 精心设计的简单	256
11.6 21 世纪的媒体	257
附录 A BBP 基本准则和清单	259
附录 B 用两种视图展示 BBP	263
附录 C 开始演示 A 点和 B 点标题	266
附录 D 从呼吁标题开始	268
附录 E 创建自定义 BBP 布局	271

第 1 章 完美的 PowerPoint 风暴

本章你将会学到：

- 一场曾成为头版头条新闻的 Beyond Bullet Points (BBP) 演说
- 如何在现实生活中运用 BBP
- BBP 巨大的潜在影响力

每年夏天，得克萨斯安格勒顿小镇上的居民们都会做好准备，迎接在这个休斯顿附近的海湾小镇上可能到来的一场可怕的飓风。在 2005 年这个炎热而潮湿的七月里，他们未曾预料到的是，另一场“风暴”席卷了这个具有 18000 名居民的安静小镇。镇上老旧的法院被如潮水般涌来的电视采访团挤得水泄不通，他们都在试图找一个可以架起摄影机的角度。新闻记者们冲进主审判庭，拥挤着坐在颇不舒服的法庭的木椅子上，敲打着他们的笔记本键盘，向《纽约时报》、《华尔街日报》、美联社、《财富》和路透社的新闻采编室发送报道。

记者们聚集在安格勒顿小镇是为了报道当天的头条新闻：一场用微软 PowerPoint 软件所制作的重要案件的开场陈词。审判即将开始，陪审团成员们缓缓步入审判庭并入席后，在场的所有人都起立致礼。原告辩护律师即将向陪审团陈词，此刻，飓风的风眼——审判庭，一片肃静。很少有人知道这位辩护律师即将在他的笔记本电脑上引爆另一场风暴。毕竟，他要给出的并不是一场寻常的 PowerPoint 演说——而是一场 BBP 演说。就像曾经席卷得克萨斯州的许多其他飓风一样，这场演说将会因其不可抗拒的力量，再次成为头版头条新闻。

即将陈词的这位律师对 PowerPoint 和法庭都不陌生。出生并且生长在得克萨斯州的马克·拉尼尔擅长代表申诉个人伤害案件的原告，并已经在很长一段时期内连续为他的客户赢得判决。他在一家大型的法律事务所从律师做起，然后开起了自己的事务所，并将家搬到休斯敦的近郊。马克即将