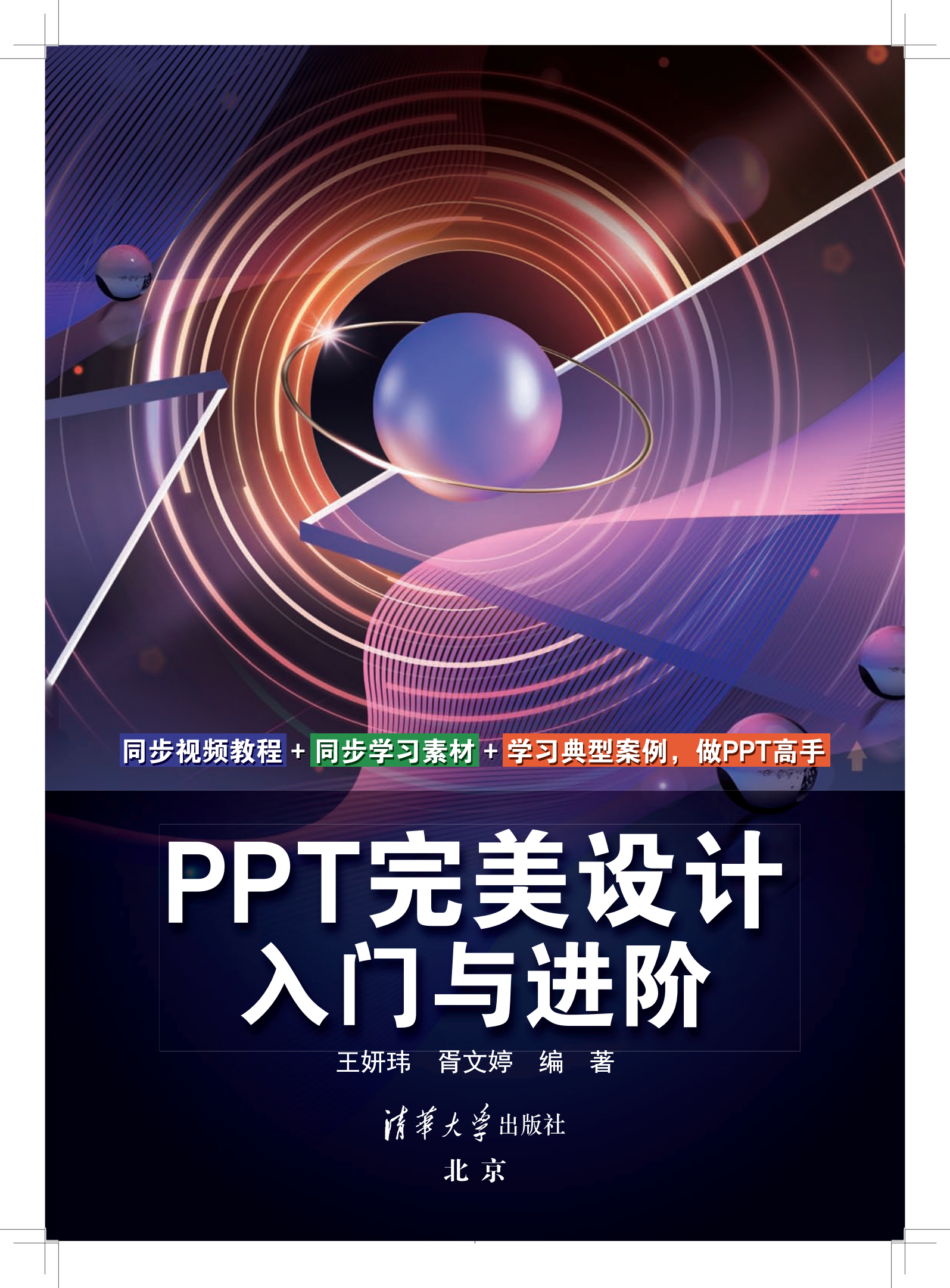


The background of the book cover is a dark, deep blue space. It features a central, glowing blue sphere with a bright white highlight. Surrounding this sphere are several concentric, glowing orange and red rings, resembling orbits or data paths. Diagonal white lines and translucent blue and pink planes intersect across the scene, creating a sense of depth and movement. Small, distant spheres and light flares are scattered throughout the background.

同步视频教程 + 同步学习素材 + 学习典型案例，做PPT高手

PPT完美设计 入门与进阶

王妍玮 胥文婷 编 著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书以通俗易懂的语言、翔实生动的案例全面介绍了设计、制作与美化PPT的方法与技巧，全书共分9章，内容涵盖了PPT基础知识、PPT快速制作、PPT母版设置、PPT页面排版、PPT视觉设计、PPT数据展示、PPT动画创作、PPT功能优化、PPT演示技巧等，力求为读者带来良好的学习体验。

本书全彩印刷，与书中内容同步的案例操作教学视频可供读者随时扫码学习。本书具有很强的实用性和可操作性，可以作为初学者的自学用书，也可作为人力资源管理人员、商务及财务办公管理人员的首选参考书，还可作为高等院校相关专业和培训班的授课教材。

本书配套的电子课件、实例源文件可以到<http://www.tupwk.com.cn/downpage>网站下载，也可以通过扫描前言中的二维码获取。扫描正文中的视频二维码可以直接观看教学视频。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。举报：010-62782989，beiqinquan@tup.tsinghua.edu.cn。

图书在版编目(CIP)数据

PPT 完美设计入门与进阶 / 王妍玮，胥文婷编著. —北京：清华大学出版社，2024.1

(入门与进阶)

ISBN 978-7-302-64793-5

I. ①P… II. ①王… ②胥… III. ①图形软件—高等学校—教材 IV. ①TP391.412

中国国家版本馆CIP数据核字(2023)第204797号

责任编辑：胡辰浩

封面设计：高娟妮

版式设计：妙思品位

责任校对：成凤进

责任印制：刘海龙

出版发行：清华大学出版社

网 址：<https://www.tup.com.cn>，<https://www.wqxuetang.com>

地 址：北京清华大学学研大厦A座 邮 编：100084

社 总 机：010-83470000 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：三河市君旺印务有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：185mm×260mm 印 张：19.25 插 页：1 字 数：480千字

版 次：2024年1月第1版 印 次：2024年1月第1次印刷

定 价：98.00元

产品编号：062101-01

本书结合大量操作实例，由浅入深、循序渐进地介绍了PPT制作的相关知识，包括PPT的内容规划、素材收集、页面排版、视觉设计、动画制作、功能优化和演示技巧。书中内容反映当前PPT设计中主流的技术和理念，可以帮助读者在掌握PPT制作技术的同时，提高自身的审美水平与设计能力。

本书主要内容

第1章介绍什么是PPT，构成PPT的主要元素，设计PPT之前的准备工作，整理PPT素材资源的方法、工具和技巧，以及制作PPT的常用工具。

第2章介绍将工作文档转换为PPT的方法，利用AI自动生成PPT，套用模板制作PPT的步骤和注意事项，PPT模板的获取途径，以及通过设计封面页、目录页、内容结构、结尾页提升PPT整体效果的方法。

第3章介绍母版的基础知识，利用母版统一添加页面元素，使用占位符设计PPT版式页，设置主题调整PPT视觉风格，以及自定义PPT母版尺寸的方法。

第4章介绍PPT页面排版的基础知识(对齐、对比、重复、亲密)，常用的排版工具(形状、SmartArt图形、文本框、表格等)，以及使用网格线、对齐选项、参考线对齐PPT页面元素的方法。

第5章介绍在PPT中通过加工图片(包括图片的裁剪、缩放、抠图以及多样化展示)、设置蒙版(包括纯色蒙版、渐变蒙版、造光蒙版)、设计文字、应用图标、搭配色彩设计PPT视觉效果的方法。

第6章介绍在PPT中使用表格(包括套用表格样式、整理表格信息、调整表格结构、设置对比数据以及制作可视化表格元素)、图表(包括美化图表视觉效果和制作动态可视化图表)和数字展示数据的方法和技巧。

第7章介绍PPT动画的基础知识，并通过众多案例详细介绍了为PPT开场、过渡、内容和结尾等页面添加动画效果的方法。

第8章介绍使用超链接、动作按钮、声音、视频、页眉/页脚、批注等优化PPT功能的方法与技巧。

第9章介绍使用PPT辅助演讲的技巧，以及在PowerPoint中合并与输出PPT文件的方法(包括将PPT输出为视频、图片、PDF、Word文档等)。



本书主要特色

□ 图文并茂, 案例精彩, 实用性强

本书以大量案例结合理论知识贯穿全书, 详细介绍了使用PowerPoint软件结合各种辅助工具设计与制作PPT的实战应用技巧。通过本书的学习, 读者不仅能够学会软件的实际应用技巧, 还能够获得更多宝贵的PPT设计经验。

□ 内容结构合理, 案例操作一扫就看, 简单易学

本书涵盖了制作PPT需要涉及的所有常用工具, 采用“理论知识+实例操作+技巧提示”的模式编写, 从理论的讲解到实例完成效果的展示, 都进行了全程式的图解, 可让读者真正快速地掌握PPT制作的实战技能。对于一些需要展示效果的实例(如动画)和部分工具应用的基础知识, 读者可以使用手机扫描视频教学二维码进行观看, 提高学习效率。

□ 免费提供配套资源, 全方位扩展应用水平

本书免费提供电子课件和实例源文件, 读者可以扫描下方二维码获取, 也可以进入本书信息支持网站(<http://www.tupwk.com.cn/downpage>)下载。



扫码推送配套资源到邮箱

由于编者水平有限, 本书难免有不足之处, 欢迎广大读者批评指正。我们的邮箱是992116@qq.com, 电话是010-62796045。

编者

2023年9月

第 1 章 PPT 基础知识

- 1.1 什么是 PPT 2
- 1.2 构成 PPT 的主要元素 2
- 1.3 设计 PPT 之前的准备工作 4
 - 1.3.1 确定目标 4
 - 1.3.2 分析观众 7
 - 1.3.3 设计主题 8
 - 1.3.4 构思框架 11
- 1.4 整理 PPT 素材资源 19
 - 1.4.1 内容提炼 19
 - 1.4.2 图片选择 22
 - 1.4.3 信息加工 25
- 1.5 制作 PPT 的常用工具 27
- 1.6 新手常见问题答疑 28

第 2 章 PPT 快速制作

- 2.1 将工作文档转换为 PPT 34
 - 2.1.1 Word 文档转换成 PPT 34
 - 2.1.2 WPS 文档转换成 PPT 37
 - 2.1.3 PDF 文件转换成 PPT 38
- 2.2 利用 AI 自动生成 PPT 39
- 2.3 套用模板制作 PPT 40
 - 2.3.1 获取免费 PPT 模板 41

- 2.3.2 使用线上模板资源 42
- 2.3.3 使用模板时的注意事项 43
- 2.4 进一步设计 PPT 页面 46
 - 2.4.1 制作高质量的封面 46
 - 2.4.2 规划逻辑清晰的目录 52
 - 2.4.3 设计结构合理的内容 56
 - 2.4.4 构思得体的结尾 61
- 2.5 新手常见问题答疑 63

第 3 章 PPT 母版设置

- 3.1 母版概述 72
- 3.2 使用母版 73
 - 3.2.1 利用主题页统一添加页面元素 73
 - 3.2.2 使用占位符设计 PPT 版式页 74
 - 3.2.3 设置主题调整 PPT 视觉风格 83
- 3.3 自定义母版尺寸 84
 - 3.3.1 不同尺寸母版的区别 85
 - 3.3.2 自定义幻灯片母版尺寸 85
- 3.4 新手常见问题答疑 86

第 4 章 PPT 页面排版

- 4.1 基础知识 90
 - 4.1.1 PPT 页面排版基本原则 90
 - 4.1.2 PPT 页面排版常见设计 96



4.2	排版工具	102
4.2.1	利用形状解锁创意 十足的排版效果	102
4.2.2	利用 SmartArt 图形快 速排版页面	113
4.2.3	利用文本框灵活排版文字	117
4.2.4	利用表格实现模块化排版	120
4.3	对齐设计	121
4.3.1	使用网格线智能对齐元素	121
4.3.2	使用对齐选项快速对齐元素	123
4.3.3	使用参考线辅助对齐元素	124
4.4	新手常见问题答疑	126

第 5 章 PPT 视觉设计

5.1	图片加工	134
5.1.1	将图片裁剪为任意形状	134
5.1.2	将图片随心所欲地缩放	140
5.1.3	使用 PPT 快速抠图	143
5.1.4	多样化展示图片效果	147
5.2	蒙版设置	151
5.2.1	使用纯色蒙版降噪处理图片	151
5.2.2	使用渐变蒙版塑造页面场景	153
5.2.3	使用造光蒙版制造光照氛围	154
5.3	文字设计	155
5.3.1	为文字选择合适的字体	156
5.3.2	文字渐隐设计	158
5.3.3	文字拆解处理	159
5.3.4	文字墨迹填充	160
5.4	图标应用	161
5.5	色彩搭配	162
5.5.1	PPT 配色的常用方法	163
5.5.2	PPT 配色的基本原则	164
5.6	新手常见问题答疑	168

第 6 章 PPT 数据展示

6.1	使用表格	174
6.1.1	利用表格展示数据	174
6.1.2	在表格中突出要点	178
6.1.3	提升表格的设计感	187
6.2	使用图表	191
6.2.1	利用图表将数据可视化	191
6.2.2	美化图表的视觉效果	201
6.2.3	制作动态可视化图表	207
6.3	使用数字	209
6.4	新手常见问题答疑	211

第 7 章 PPT 动画创作

7.1	PPT 动画概述	214
7.1.1	什么是 PPT 动画	214
7.1.2	为什么要在 PPT 中使用动画	214
7.1.3	PPT 动画有哪些类型	215
7.2	惊艳全场的开场动画	220
7.2.1	制作倒计时开场动画	221
7.2.2	制作聚光灯开场动画	222
7.2.3	制作进度条开场动画	223
7.2.4	制作拉幕布开场动画	225
7.2.5	制作数字滚动开场动画	226
7.3	好看不复杂的内容动画	228
7.3.1	制作光线扫描动画	228
7.3.2	制作流体形状动画	229
7.3.3	制作炫彩镂空动画	230
7.3.4	制作动态笔刷动画	231
7.3.5	制作滑动手机动画	232
7.3.6	制作加载循环动画	233
7.3.7	制作灯光照射动画	235
7.3.8	制作抽拉标签动画	236



7.4 柔和流畅的过渡动画	237
7.4.1 制作色彩填充过渡动画	237
7.4.2 制作视差切换过渡动画	239
7.5 点亮演讲的结尾动画	240
7.5.1 制作回顾式结尾动画	240
7.5.2 制作电影式结尾动画	242
7.6 控制 PPT 动画播放时间	243
7.6.1 对象动画的时间控制	243
7.6.2 PPT 切换时间的控制	246
7.7 调整 PPT 动画播放顺序	246
7.8 新手常见问题答疑	246

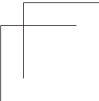
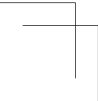
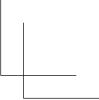
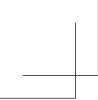
第 8 章 PPT 功能优化

8.1 使用超链接	252
8.1.1 实现内容跳转	252
8.1.2 控制平滑切换	254
8.1.3 设计缩放定位	256
8.1.4 插入外部对象	261
8.1.5 增加交互动作	264
8.2 使用动作按钮	267
8.2.1 制作 PPT 导航控制条	267
8.2.2 制作动态交互式课件	268
8.3 插入声音和视频	270
8.3.1 为 PPT 设置背景音乐	270
8.3.2 为 PPT 录制语音旁白	271
8.3.3 为动画设置配音	272

8.3.4 为 PPT 设置背景视频	274
8.3.5 制作广告级视频效果	276
8.3.6 为视频设置控制按钮	277
8.4 设置页眉和页脚	278
8.4.1 为 PPT 设置日期和时间	278
8.4.2 为 PPT 设置编号	279
8.4.3 为 PPT 设置页脚	279
8.4.4 为 PPT 设置页眉	279
8.5 添加批注	280
8.6 新手常见问题答疑	280

第 9 章 PPT 演示技巧

9.1 PPT 放映技巧	284
9.1.1 使用快捷键放映 PPT	284
9.1.2 使用鼠标右键放映 PPT	287
9.1.3 使用演示者视图放映 PPT	289
9.1.4 设置自定义方式放映 PPT	290
9.2 PPT 合并技巧	294
9.3 PPT 输出技巧	295
9.3.1 将 PPT 导出为 MP4 视频	295
9.3.2 将 PPT 转换为图片文件	295
9.3.3 将 PPT 导出为 PDF 文件	296
9.3.4 将 PPT 插入 Word 文档中	297
9.3.5 将 PPT 打包到文件夹	297
9.3.6 将 PPT 文件压缩	298
9.4 新手常见问题答疑	298



第 1 章

PPT 基础知识

| 本章导读 |

面对工作中快节奏的内容表达、大场面的汇报总结，掌握 PPT 设计技能，又快又好地完成 PPT 的制作，能够帮助我们节省宝贵的时间，令工作事半功倍。

本章作为全书的开端，将通过介绍各种基础知识，帮助想要成为 PPT 设计高手的新手用户尽快入门 PPT 制作，为后面进一步学习设计与优化 PPT 的内容逻辑和视觉效果打下坚实的基础。



1.1 什么是 PPT

PPT是英文PowerPoint的简称，简单来说就是演示文稿。在日常工作中，工作汇报中使用的投影、教师授课时使用的课件，以及新产品发布会上使用的大屏幕，这些所有辅助演讲者演讲的演示工具就是PPT。图1-1所示为PPT的常见应用场景。



工作汇报



教师授课



产品发布



融资路演



公开竞聘



演讲

图 1-1 常见 PPT 的应用场景

1.2 构成 PPT 的主要元素

PPT主要由内容逻辑与设计形式组成。

内容逻辑是支撑PPT说服力的基础，设计形式则是扎根于内容逻辑之上，由形形色色的各类元素构成的PPT视觉化的呈现。元素是构成PPT的基本要素，如常见的文本、图片、动画、背景、配色和形状等，如图1-2所示。



图 1-2 PPT 常见构成元素

除此之外，一个完整的PPT一般包括封面页、目录页、过渡页、内容页、封底页等多种页面。在不同的PPT设计方案中，为了烘托内容逻辑的理念和意境氛围，音频、视频、图表、图标、标题、数字、数据、色块、线条、字体等也常常被应用于PPT中，如图1-3所示。



图 1-3 PPT 主要构成页面

对于任何一种设计形式来说，元素都是必需的。



1.3 设计 PPT 之前的准备工作

PPT的主要功能是辅助演讲者进行内容表达，但如果是面对一份没有制作完善的PPT，即使演讲者对演讲内容多么熟悉，糟糕的视觉体验也会让观众感到沮丧。因此，做PPT的第一步准备，并不是打开软件，而是对内容、素材、逻辑、信息、结构的一系列梳理与准备。

1.3.1 确定目标

做任何工作都需要有目标，构思PPT内容的第一件事，就是要确定PPT的制作目标。这个目标不仅决定了PPT的类型是给别人看的“阅读型”PPT，还是用来演说的“演讲型”PPT，还决定了PPT的观点与主题的设定。

1. 明确PPT的类型是阅读型还是演讲型

阅读型PPT是对一个项目、一些策划等内容的呈现。这类PPT的制作是根据文案、策划书等进行的。阅读型PPT的特点就是读者不需要他人的解释便能自己看懂，所以其一个页面上往往会呈现出大量的信息，如图1-4左图所示。

演讲型PPT就是我们平时演讲时所用到的PPT。在投影仪上使用演讲型PPT时，整个舞台上的核心是演讲人，而非PPT，因此不能把演讲稿的文字放在PPT上让观众去读，这样会导致观众偏于阅读，而不会重视演讲人的存在，如图1-4右图所示。



图 1-4 阅读型 PPT(左图)和演讲型 PPT(右图)

阅读型PPT和演讲型PPT这两者之间最明显的区别就是一个字多，一个字少。

2. 确定PPT目标时需要思考的问题

由于PPT的主题、结构、题材、排版、配色以及视频和音频都与目标息息相关，因此在制作PPT时，需要认真思考以下几个问题。

- ▶ 观众能通过 PPT 了解什么？
- ▶ 我们需要通过 PPT 展现什么观点？
- ▶ 观众会通过 PPT 记住些什么？
- ▶ 观众看完 PPT 后会做什么？

只有得到这些问题的答案后，才能帮助我们找到PPT的目标。

3. 将目标分层次(阶段)并提炼出观点

PPT的制作目标可以是分层次的，也可以是分阶段的，如下所示。

- ▶ 本月业绩良好：制作 PPT 的目标是争取奖励。
- ▶ 本月业绩良好：制作 PPT 的目标是请大家来提出建议，从而进一步改进工作。
- ▶ 本月业绩良好：制作 PPT 的目标是获得更多的支持。

在确定了目标的层次或阶段之后，可以制作一份草图或思维导图，将目标中的主要观点提炼出来，以便后期使用，如图1-5所示。



图 1-5 绘制草图并提炼观点



4. 参考SMART原则分析目标

目标管理中的SMART原则，分别代表Specific、Measurable、Attainable、Relevant、Time-based五个词。这是制定目标时必须谨记的五项要点。在为PPT确定目标时，SMART原则也可以作为参考。

1) S(Specific, 明确性)

所谓“明确性”就是要用具体的语言，清楚地说明要达成的行为标准。明确目标，几乎是所有成功的PPT的一致特点。

很多PPT不成功的重要原因之一就是其目标设定得模棱两可，或没有将目标有效地传达给观众。例如，PPT设定的目标是“增强客户意识”。这种对目标的描述就很不明确，因为增强客户意识有许多具体做法。比如：

- ▶ 减少客户投诉；
- ▶ 过去的客户投诉率是3%，把它降低到1.5%或1%；
- ▶ 提升服务的速度，使用规范、礼貌的用语，采用规范的服务流程等。

有这么多增强客户意识的做法，PPT所要表达的“增强客户意识”到底是指哪一方面？目标不明确就无法评判、衡量。

2) M(Measurable, 可量化)

可量化指的是目标应该有一组明确的数据，作为衡量是否达成目标的依据。如果制定的目标无法衡量，就无法判断这个目标是否能实现。例如，在PPT中设置目标是为所有老会员安排进一步的培训管理，其中的“进一步”是一个既不明确，又不容易衡量的概念。

“进一步”到底是指什么？是不是只要安排了某个培训，不管是什么样的培训，也不管效果好坏都叫“进一步”？

因此，对于目标的可量化设置，我们应该避免用“进一步”等模糊的概念，而应从详细的数量、质量、成本、时间、上级或客户的满意度等多个方面来进行。

3) A(Attainable, 可实现)

目标的可实现是指目标要通过努力可以实现，也就是目标不能确定得过低或过高：过低了无意义，过高了实现不了。

4) R(Relevant, 相关联)

目标的相关联指的是实现此目标与其他目标的关联情况。如果为PPT设置了某个目标，但与我们要展现的其他目标完全不相关，或者相关度很低，那么这个目标即使达到了，意义也不是很大。

5) T(Time-based, 时效性)

时效性就是指目标是有时间限制的。例如，我们将在PPT中展现2023年5月31日之前完成某个项目，2023年5月31日就是一个确定的时间限制。

没有时间限制的目标没有办法考核。同时，在PPT中确定目标时间限制，也是PPT制作者通过PPT使所有观看PPT的观众对目标轻重缓急的认知进行统一的过程。

1.3.2 分析观众

在确定了PPT的制作目标后, 需要根据目标分析观众, 确定他们的身份是上司、同事、下属还是客户。从观众的认知水平构思PPT的内容, 才能做到用PPT吸引他们的眼、打动他们的心。

1. 确定观众

分析观众之前首先要确定观众的类型。在实际工作中, 不同身份的观众所处的角度和思维方式都具有有很明显的差异, 所关心的内容也会有所不同。例如:

- ▶ 对象为上司或者客户, 可能更偏向关心结果、收益或特色亮点等;
- ▶ 对象为同事, 可能更关心该 PPT 与其自身有什么关系 (如果有关系, 最好在内容中单独列出来);
- ▶ 对象为下属, 可能更关心需要做什么, 以及有什么样的要求和标准。

一次成功的PPT演示一定是呈现观众想看的内容, 而不是一味站在演讲者的角度呈现想讲的内容。所以, 在构思PPT时需要站在观众的角度, 这样观众才会觉得PPT所讲述的目标与自己有关系而不至于在观看PPT演示时打瞌睡。

2. 预判观众立场

确定观众的类型后, 需要对观众的立场做一个预判, 判断其对PPT所要展现的目标是支持、中立还是反对。例如:

- ▶ 如果观众支持 PPT 所表述的立场, 可以在内容中多鼓励他们, 并感谢其对立场的支持, 请求给予更多的支持;
- ▶ 如果观众对 PPT 所表述的内容持中立态度, 可以在内容中多使用数据、逻辑和事实来打动他们, 使其偏向支持 PPT 所制定的目标, 如图 1-6 所示;
- ▶ 如果观众反对 PPT 所表述的立场, 则可以在内容中通过对他们的观点的理解争取其好感, 然后阐述并说明为什么要在 PPT 中坚持自己的立场, 引导观众的态度发生改变, 如图 1-7 所示。



图 1-6 用数据引起观众重视



图 1-7 用观点影响观众

3. 寻找观众注意力的“痛点”

面对不同的观众, 引发其关注的“痛点”是完全不同的。例如:

- ▶ 有些观众容易被感性的图片或逻辑严密的图表所吸引;



- ▶ 有些观众容易被代表权威的专家发言或特定人群的亲身体验影响；
- ▶ 还有些观众关注数据和容易被忽略的细节和常识。

只有把握住观众所注意的“痛点”，才能通过分析、了解吸引他们的素材和主题，从而使PPT能够真正吸引观众。

4. 分析观众的喜好

不同认知水平的观众，其知识背景、人生经历和经验都不相同。在分析观众时，我们还应考虑其喜欢的PPT风格。例如，如果观众喜欢看数据，我们就可以在内容中加入图表或表格，用直观的数据去影响他们，如图1-8所示。



图 1-8 在 PPT 中加入表格和图表呈现数据

1.3.3 设计主题

PPT的主题决定了PPT内容制作的大致方向。以制作一份推广策划方案或一份产品介绍为例，为PPT设计不同的主题就好比确定产品的卖点：如果制作市场的推广方案，那么制作这份PPT的主题方向就是向领导清晰地传达我们的推广计划和思路；而如果要制作的是某个产品的介绍，那么我们的主题方向就是要向消费者清晰地传达该产品的特点，以及消费者使用它能得到什么好处。

1. 什么是好的主题

一个好的主题不是回答“通过演示得到什么”，而是通过PPT回答“观众想在演示中听到什么”，或者说需要在PPT中表达什么样的观点才能吸引观众。例如：

- ▶ 在销售策划 PPT 中，应该让观众意识到“我们的产品是水果，别人的产品是蔬菜”，其主题可能是“如何帮助你的产品扩大销售”；
- ▶ 在项目提案 PPT 中，主题应该让观众认识到风险和机遇，其主题可能是“为公司业绩寻找下一个增长点”。

为了寻找适合演讲内容的PPT主题，我们可以多思考以下几个问题。

- ▶ 观众的真正需求是什么？
- ▶ 为什么我们能满足观众的需求？
- ▶ 为什么是我们而不是其他人？
- ▶ 什么才是真正有价值的建议？

这样的问题问得越多，找到目标的沟通切入点就越明确。

2. 将主题突出在PPT封面页上

好的PPT主题应该体现在封面页上，如图 1-9 所示。

在实际演示中，如果没有封面页的引导，观众的思路在演讲一开始就容易发散，无法理解演讲者所要谈的是什么话题和观点。

因此，对主题的改进最能立竿见影的就是使用一个好的封面标题，而好的标题应该具备以下几个特点。

- ▶ 能够点出演示的主题。
- ▶ 能够吸引观众的眼球。
- ▶ 能够在 PPT 中制造出兴奋点。

下面举几个例子。

- ▶ 突出关键数字的标题：在标题中使用数字可以让观众清晰地看到利益点，如图 1-10 所示。



图 1-9 在封面页突出 PPT 主题



图 1-10 在页面标题中突出关键数字

- ▶ 未知揭秘的标题：在标题中加入奥秘、秘密、揭秘等词语，引起观众的好奇心，如图 1-11 所示。
- ▶ 直指利益型的标题：使用简单、直接的文字表达出演示内容能给观众带来什么利益，如图 1-12 所示。



图 1-11 有悬念的标题



图 1-12 能够直指观众切身利益的标题

- ▶ 故事型标题：故事型标题适合成功者传授经验时使用，一般写法是从 A 到 B，如图 1-13 所示。
- ▶ 如何型标题：使用如何型标题能够很好地向观众传递有价值的利益点，从而吸引观众的注意力，如图 1-14 所示。



图 1-13 故事型标题



图 1-14 如何型标题

- ▶ 疑问型标题：使用疑问式的表达能够勾起观众的好奇心，如果能再有一些打破常理的内容，标题就会更加吸引人，如图 1-15 所示。

3. 为主题设置副标题

将主题内容作为标题放置到PPT的封面页之后，如果只有一个标题，有时可能会让观众无法完全了解演讲者需要表达的意图，需要用副标题对PPT的内容加以解释，如图1-16所示。



图 1-15 疑问型标题



图 1-16 页面中的副标题



副标题在页面中能够为标题提供细节描述，使整个页面不缺乏信息量。

不过，既然是副标题，在排版时就应相对弱化，不能在封面中喧宾夺主，影响主标题内容的展现。

4. 设计主题包含的各种元素

为一份演示文稿设计主题，除了要确定前面介绍的标题、副标题外，还需要系统地规划围绕主题内容需要包含的元素，包括：

- ▶ 基本的背景设计和色彩搭配；
- ▶ 封面页、目录页、正文页、结束页等不同版式的样式；
- ▶ 形状、图表、图片、文本等图文内容的外观效果；
- ▶ PPT 内容的结构；
- ▶ 单页幻灯片上的信息量；
- ▶ PPT 的切换效果及转场方式。

1.3.4 构思框架

在明确了PPT的目标、观众和主题三大问题后，接下来我们要做的就是为整个内容构建一个逻辑框架，以便在框架的基础上填充需要表达的内容。

1. 什么是PPT中的逻辑

在许多用户对PPT的认知中，以为PPT做好看就可以了，于是他们热衷收藏各种漂亮的模板，在需要做PPT时，直接套用模板，却忽视了PPT的本质——“更精准的表达”，而实现精准表达的关键就是“逻辑”。

没有逻辑的PPT，只是文字与图片的堆砌，类似于“相册”，只会让观众不知所云。在PPT的制作过程中，可以将逻辑简单理解成一种顺序，一种观众可以理解的顺序。

2. PPT中有哪些逻辑

PPT主要由三部分组成，分别是素材、逻辑和排版。其中，逻辑包括主线逻辑和单页幻灯片的页面逻辑，它是整个PPT的灵魂，是PPT不可或缺的一部分。

▶ 主线逻辑

PPT的主线逻辑在PPT的目录页上可以看到(如图1-17所示)，它是整个PPT的框架。不同内容和功能的PPT，其主线逻辑都是不一样的，需要根据PPT的主题通过整理线索、设计结构来逐步构思。

▶ 页面逻辑

单页幻灯片的页面逻辑，就是PPT正文页中的内容，在单页PPT里，主要有以下6种常见的逻辑关系。

(1) 并列关系。

并列关系指的是页面中两个元素之间是平等的，处于同一逻辑层级，没有先后和主次之分。它是PPT中最常见的一种逻辑关系，如图1-18所示。



图 1-17 PPT 主线逻辑反映在其目录结构上



图 1-18 并列关系的页面元素

在并列关系中一般使用色块+项目符号、数字、图标等来表达逻辑关系。

(2) 递进关系。

递进关系指的是各项目之间在时间或者逻辑上有先后的关系，它也是PPT中最常见的一种逻辑关系，如图1-19所示。

在递进关系中一般用数字、时间、线条、箭头等元素来展示内容。在设计页面时，通常会使用向右指向的箭头或阶梯式的结构来表示逐层递增的效果。

此外，递进关系中也可以用“时间轴”来表示事件的先后顺序，如图1-20所示。



图 1-19 递进关系的页面元素

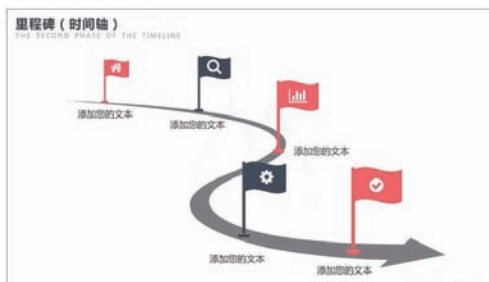


图 1-20 用时间轴表示事件顺序

(3) 循环关系。

循环关系指的是页面中每个元素之间互相影响最后形成闭环的一个状态，如图1-21所示。循环关系在PPT中最常见的应用就是通过使用环状结构来表达逻辑关系。

(4) 包含关系。

包含关系也称为总分关系，其指的是不同级别项目之间的一种“一对多”的归属关系，也就是类似图1-22所示页面中大标题下有好几个小标题的结构。



图 1-21 循环关系的页面元素



图 1-22 包含关系的页面元素

(5) 对比关系。

对比关系也称为主次关系，它是同一层级的两组或者多组项目相互比较，从而形成的逻辑关系，如图1-23所示。

(6) 等级关系。

在等级关系中各个项目处于同一逻辑结构，相互并列，但由于它们在其他方面有高低之别，因此在位置上有上下之分，如图1-24所示。

等级关系最常见的形式是PPT模板中的组织架构图和金字塔图(如图1-25所示)，此类逻辑关系一般从上往下等级依次递减。

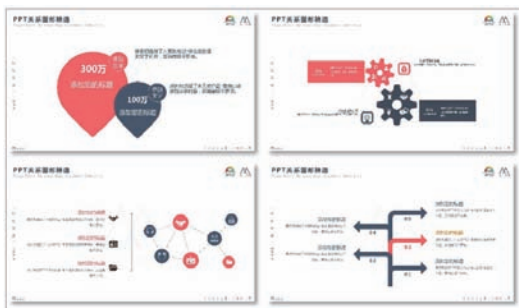


图 1-23 对比关系的页面元素



图 1-24 等级关系的页面元素

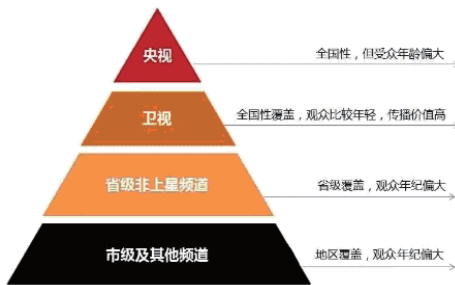


图 1-25 组织架构图 (左图) 和金字塔图 (右图)

3. 整理框架线索

在构思PPT框架时，首先要做的就是整理出一条属于PPT的线索，用一条主线将PPT中所有的页面和素材，按符合演讲(或演示)的逻辑串联在一起，形成主线逻辑。

也可以把这个过程通俗地称为“讲故事”，具体步骤如下。

(1) 根据目标和主题收集许多素材，如图1-26所示。分析目标和主题，找到一条主线，如图1-27所示。利用主线将素材串联起来，形成逻辑，如图1-28所示。

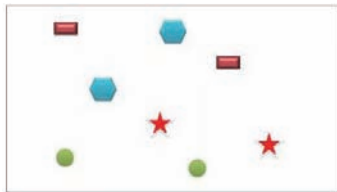


图 1-26 收集素材

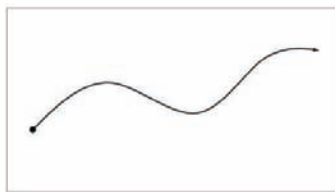


图 1-27 找到主线

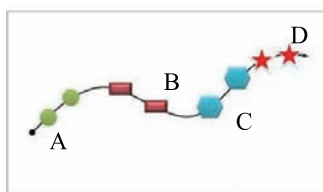


图 1-28 根据主线串联素材



(2) 有时, 根据主线逻辑构思框架时会发现素材不足, 如图 1-29 所示。此时, 也可以尝试改变其他的主线串联方式, 如图 1-30 所示。或者, 在主线之外构思暗线, 如图 1-31 所示。

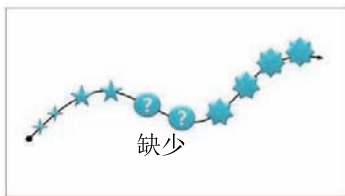


图 1-29 素材不足

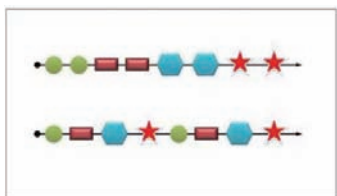


图 1-30 改变主线串联方式

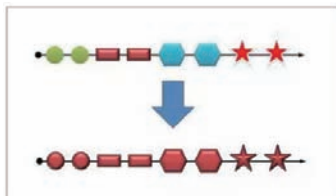


图 1-31 构思暗线

(3) 一个完整的PPT框架构思如图 1-32 所示。

此外, 好的构思可以反复借鉴。如果一次演讲还需要与观众进行互动, 则需要安排好PPT的演示时间和与观众交流的时间。

在整理线索的过程中, 时间线、空间线或结构线都可以成为线索。

- ▶ 使用时间线作为线索。以图 1-33 所示的页面为例。如果使用时间线作为线索, 可以采用过去、现在、未来, 创业、发展、腾飞, 历史、现状、远景, 项目的关键里程碑等几种方式。

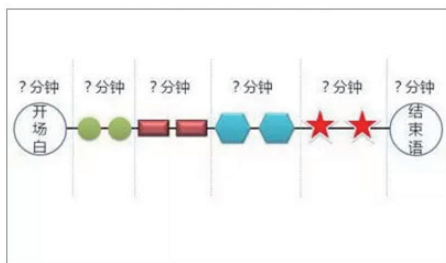


图 1-32 完整的 PPT 框架构思

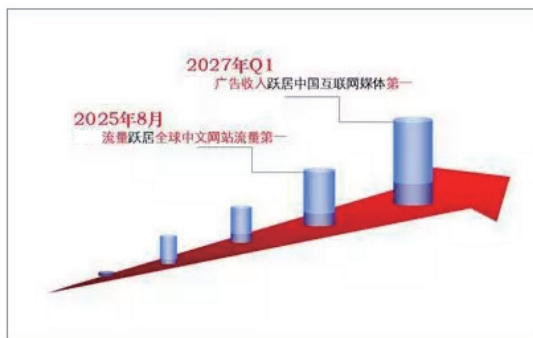


图 1-33 使用时间线作为线索

- ▶ 使用空间线作为线索。如果以空间线作为线索, 可以采用不同的业务区域, 本地、全国、世界范围的递进等几种方式。此外, 广义的空间可以包括一切有空间感的线索, 不仅仅局限于地理的概念, 如生产流水线、建筑导航图等。
- ▶ 使用结构线作为线索。如果使用结构线作为线索, 可以将 PPT 的内容分解为一系列的单元, 根据需要互换顺序和裁剪, 如优秀团队、主流产品、企业文化、未来规划。此外, 结构线也可以采取其他的分类方式来作为线索, 如按业务范围分类、按客户类型分类、按产品型号分类。

总之, 只要善于思考, 就一定能为PPT找到合适的线索。

4. 设计结构清晰的PPT框架

有了线索, 下面要做的就是使线索上的每一段幻灯片页面能够结构清晰地进行内容表达。下面介绍几种常见的结构模型和思路。

1) 结构模型1：金字塔结构

金字塔原理是一种突出重点、逻辑清晰、主次分明的逻辑思路、表达方式和规范动作，其基本结构是：中心思想明确，结论先行，以上统下，归类分组，逻辑递进。该结构先重要后次要，先全局后细节，先结论后原因，先结果后过程，如图1-34所示。

在PPT中，应用金字塔原理可以帮助演讲者达到沟通的效果，即突出重点、思路清晰、主次分明，让观众有兴趣、能理解、能接受，并且记得住。

搭建金字塔结构的具体方法如下。

(1) 自上而下的表达，如图1-35所示。

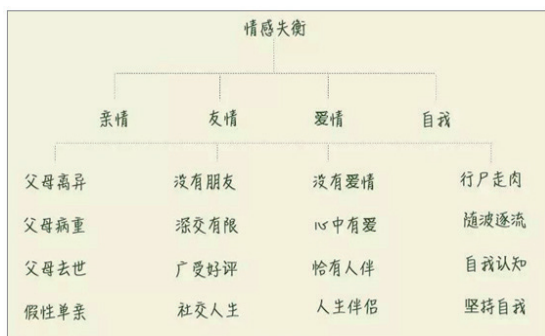


图 1-34 结论先行的金字塔结构

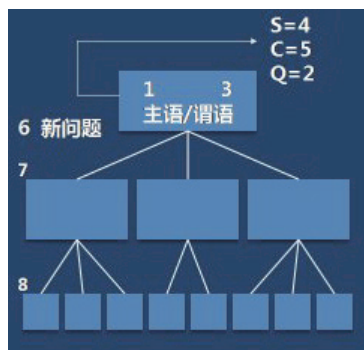


图 1-35 自上而下的表达

在PPT的最顶部填入：

- ▶ 1. 准备讨论的主题；
- ▶ 2. 准备回答观众头脑中已经存在的问题（关于主题的问题）；
- ▶ 3. 对问题的回答方案。

将回答与序言部分对照：

- ▶ 4. 列出“情境”；
- ▶ 5. 列出“冲突”；
- ▶ 2. 判断以上问题及回答是否成立。

确定关键句：

- ▶ 6. 以上回答会引起的新问题；
- ▶ 7. 确定以演绎法或归纳法回答新问题。如果采用归纳法，需要确定可用于概括的附属名次。

组织支持以上观点的思想：

- ▶ 8. 在此层次上重复以上疑问 / 回答式对话过程。

(2) 自下而上的思考，即在PPT中提出所要表达的思想，找出各种思想之间的逻辑，然后得出演讲者想要的结论，如图1-36所示。

(3) 纵向疑问回答/总结概括，简单地说就是上一层论点是下一层论点的总结和结论，下一层观点是上一层观点的论据支撑，从上到下逐层展开，从下到上逐层支撑，如图1-37所示。



图 1-36 自下而上的思考

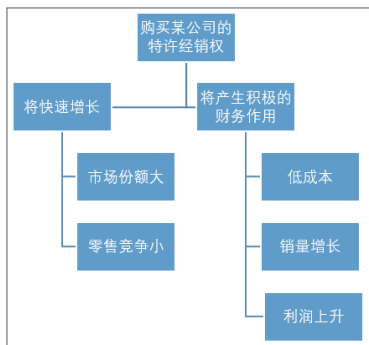


图 1-37 纵向疑问回答 / 总结概括

(4) 横向归类分组/演绎归纳。横向的归纳与演绎，使某一层次的表述能够承上启下，确保上下不同层次的内容合乎逻辑，就好像建立演讲过程中不同内容之间的缓冲站，如图 1-38 所示。

演绎的作用是确定性推理的三段论(大前提+小前提=结论)，如图 1-39 所示。

归纳的作用是概括共性(小前提+小前提+小前提=结论)，如图 1-40 所示。

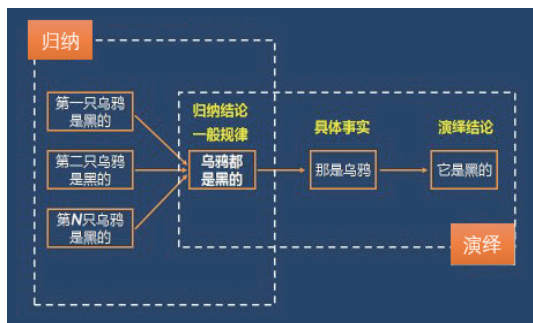


图 1-38 横向的归纳与演绎

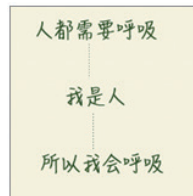


图 1-39 确定性推理的三段论

横向思维组织的逻辑顺序一般有以下几种。

- ▶ 演绎顺序：大前提、小前提、结论。
- ▶ 时间(步骤)：第一、第二、第三。
- ▶ 结构(空间)：北京、上海、厦门。
- ▶ 程度(重要性)：最重要、次重要等。

(5) 用序言讲故事。我们在构建金字塔结构之前要考虑序言的书写方式。因为在我们试图利用PPT向观众传递信息并引起他们的兴趣之前，需要介绍清楚相关的背景资料，以此引导观众了解我们的思维过程并产生兴趣。

序言中应当介绍如下4个要素(如图 1-41 所示)。

- ▶ 介绍情景 (Situation)：在高峰时段，在偏僻的路段，很难打到出租车。
- ▶ 指出冲突 (Complication)：其实在离你很近的地方就有出租车，只是没有向你这边开过来。
- ▶ 引发疑问 (Question)：很多时候问题不言自明，可以省略。
- ▶ 给出答案 (Answer)：如果有一款 App，可以将你的位置通知附近的空车司机，这样空车司机就可以很容易找到你。这就是我们开发的软件——×× 打车。

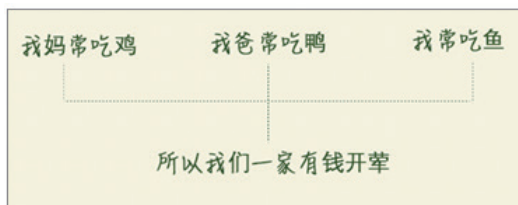


图 1-40 概括共性

情景 (S) : 由听众熟悉的情景引入

冲突 (C) : 说明发生的冲突

疑问 (Q) : 引发或者提出疑问

回答 (A) : 对疑问做出回答

图 1-41 序言的 4 个要素

(6) 用标题提炼精华。使用标题提炼出各个页面中需要表达的精华内容，从而吸引观众的关注。

2) 结构模型 2: PREP 结构

所谓PREP结构，就是PPT中最常见的“总—分—总”结构。该结构适用于各种演讲场合，不论PPT内容长短，都可以使用。

- ▶ 提出立场 (Point): 公司白领必须学会如何制作 PPT。
- ▶ 阐述理由 (Reason): PPT 比 Word 更加直观，现在领导都喜欢 PPT，好的 PPT 可以让你脱颖而出，等等。
- ▶ 列举事实 (Example): 上个月某人 PPT 做砸了，绩效被扣了。
- ▶ 强调立场 (Position): 要学好做 PPT，不妨购买《PPT 完美设计入门与进阶》，并观看教学视频。

PREP结构是最简单且最符合人们日常表述习惯的PPT结构，它能够顺应听众的疑问进行讲述。

- ▶ 当我们抛出某种观点后，观众就会产生“为什么你这么讲”的疑问。
- ▶ 然后我们表述我们的理由：1、2、3……此刻观众又会好奇“你说的是真的吗”。
- ▶ 于是我们就需要提供实例进行论证。至此，观众没有新的疑问产生。
- ▶ 最后，我们进行观点的总结，并获得观众的认同。

例如，我们现在想要通过PPT说服客户购买一款办公软件，可以这样来组织PPT的结构。

(1) 提出观点：作为一家员工数量超过15人的企业，协同办公很有必要，因此，建议你们采购我们的软件产品。

(2) 提出对方购买产品的理由：我们的软件可以帮你们解决很多问题，比如，团队网盘、任务看板、共享文档等。

(3) 使用一些相关案例：其他公司是如何利用我们的产品进行协同办公的，取得了哪些效果。

(4) 最后，基于以上讨论再次建议你们购买我们的产品。

3) 结构模型 3: AIDA 结构

AIDA结构是一种按照“注意—兴趣—欲望—行动”的故事线逐步引导他人采取某种行动的表达结构。

- ▶ 注意 (Attention): 还记得上次发布会上那个精彩的 PPT 吗?
- ▶ 兴趣 (Interest): 要是没有这个 PPT，我们也不可能那么容易说服客户。
- ▶ 欲望 (Desire): 你现在想成为制作 PPT 的高手吗?



- ▶ 行动 (Action): 现在就买一本《PPT 完美设计入门与进阶》开始学习吧。

当我们希望别人采取某种我们所希望的行动时,往往在说服的过程中具有一定的挑战性。比如,约女神共进晚餐,怎样才能如愿以偿呢?在面对一个难以一下达成的目标时,通常需要将大目标分拆成若干小目标,以此逐步逼近最终目标,因为小目标更容易实现。

例如,如何才能约到女神共进晚餐?有人总结出三三法则,每天和女神说三句话,连续三天,然后再约被拒绝的可能性就很小了。

在PPT中,使用AIDA结构组织的故事线就是一个将最终目标分解成阶段性目标的引导过程:

- ▶ 目标一,引起注意;
- ▶ 目标二,产生兴趣;
- ▶ 目标三,挑动欲望;
- ▶ 最后,开始行动。

5. 用结构图规划PPT框架

在为PPT设计结构时,我们需要通过一种直观的方式了解结构,但在PowerPoint默认的普通视图、浏览器视图或者阅读视图中,无法做到这一点。为了能够在设计PPT结构的过程中,将我们的思维逐步清晰地表现出来,就应抛弃使用PowerPoint中利用视图浏览PPT结构的习惯,使用结构图的方式来设计与表现PPT,如使用图1-42所示的“总—分—总”结构模型规划PPT框架。

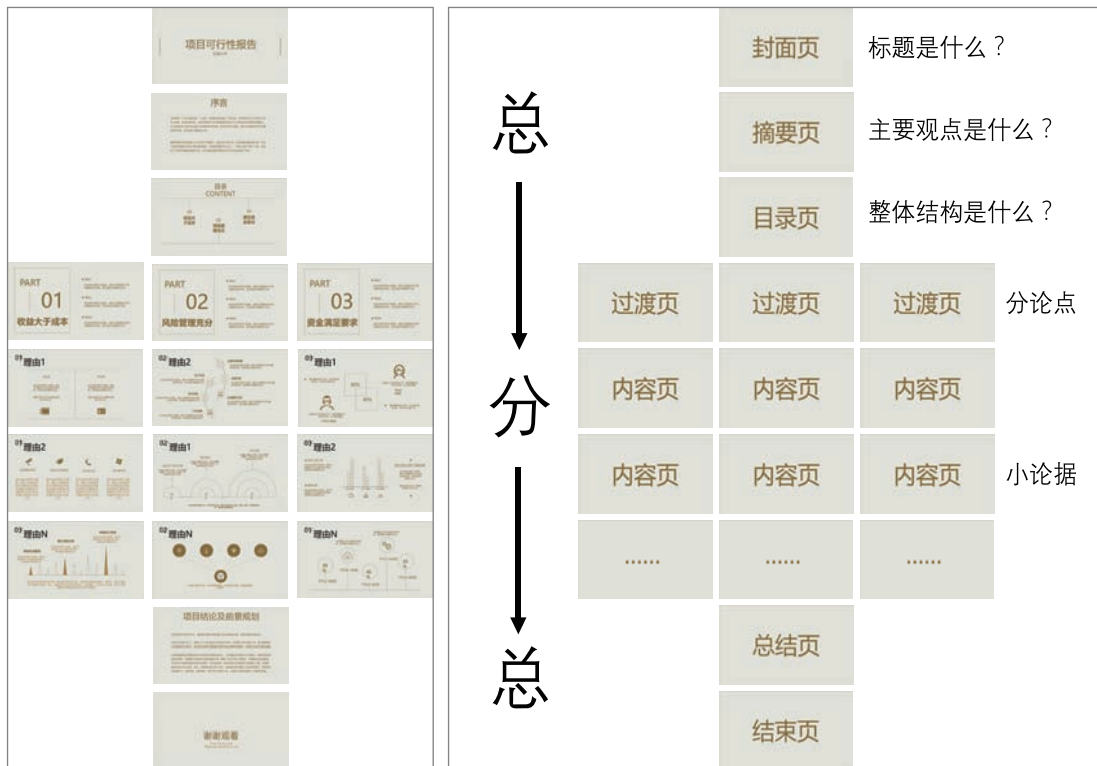


图 1-42 使用“总—分—总”结构模型规划 PPT 框架

- (1) 用整理好的内容构建一个大的框架，粗略输入内容。
- (2) 对每一页的内容进行提取和排版设计。
- (3) 调整整体的逻辑和风格。

在PPT的整体结构构思完成之后，将构思的结果反映到目录页上，可以将目录页看成是整个PPT最简明的大纲。

1.4 整理 PPT 素材资源

素材指的是从现实生活或网络中搜集到的、未经整理加工的、分散的原始材料。这些材料并不都能加入PPT中，但是经过设计者的加工、提炼和改造，并合理地融入PPT之后，即可成为PPT主题服务的元素。

1.4.1 内容提炼

PPT的本质是一个辅助演讲(阅读)的工具，在工作中，重点始终是演讲者的表述(呈现)。因此，在制作PPT时，其文案内容需要提炼、精简，使表达的信息可以快速地传达，让观众一目了然。

1. 明确表达重点

内容提炼的第一步是在读懂文案之后，根据想要表达的主题逻辑，画出重点文字。例如，在图1-43左图所示的文本中，根据读出的内容我们可以提炼出无桩共享、轻松骑行、场景营销等关键字，如图1-43右图所示。

XXX单车是一个单车出行平台。缔造了“无桩单车共享”模式，致力于解决城市中无桩共享出行问题。用户只需要在微信公众号或XXX打车App上扫一扫车上的二维码或直接输入对应的车牌号，即可获得解锁密码，解锁单车轻松骑行，随取随用，随时随地。2026年1月启动以来，XXX单车已连接了超过2000万辆共享单车，累积向全国20多个省份，超过200座城市、超过2亿用户提供了超过50亿次的出行服务

XXX单车是一个单车出行平台。缔造了“无桩单车共享”模式，致力于解决城市中**无桩共享**出行问题。用户只需要在微信公众号或XXX打车App上扫一扫车上的二维码或直接输入对应的车牌号，即可获得解锁密码，解锁单车**轻松骑行**，随取随用，随时随地。2026年1月启动以来，XXX单车已连接了超过2000万辆共享单车，累积向全国20多个省份，超过200座城市、**超过2亿用户**提供了超过50亿次的出行服务

文案一

场景营销，是基于网民的商务行为始终处在输入场景、搜索场景和浏览场景这三大场景之一的一种新营销理念。浏览器和搜索引擎则广泛服务于资料搜集、信息获取和网络娱乐、网购等大部分网民网络行为

针对这三种场景，以充分尊重用户网络体验为先，围绕网民输入信息、搜索信息、获取信息的行为路径和上网场景，构建了以“兴趣引导+海量曝光+入口营销”为线索的网络营销新模式。用户在“感兴趣、需要和寻找时”，企业的营销推广信息才会出现，充分结合了用户的需求和目的，是一种充分满足推广企业“海量+精准”需求的营销方式

场景营销，是基于网民的商务行为始终处在输入场景、搜索场景和浏览场景这三大场景之一的一种新营销理念。浏览器和搜索引擎则广泛服务于资料搜集、信息获取和网络娱乐、网购等大部分网民网络行为

针对这三种场景，以充分尊重用户网络体验为先，围绕网民输入信息、搜索信息、获取信息的行为路径和上网场景，构建了以“兴趣引导+海量曝光+入口营销”为线索的网络营销新模式。用户在“感兴趣、需要和寻找时”，企业的营销推广信息才会出现，充分结合了用户的需求和目的，**是一种充分满足推广企业“海量+精准”需求的营销方式**

文案二

图 1-43 在文案中画出重点



2. 梳理内容结构

围绕从文案内容中提取的关键词，可以将连续的段落重新划分为多个段落，并概括段落大意、简化内容。例如，将图 1-43 右图进一步梳理，结果如图 1-44 所示。



图 1-44 根据关键字梳理内容结构

3. 提取支撑信息

有了关键字和段落，就可以根据PPT的类型，在内容中分门别类地找出能够支撑PPT主题的重点。此时，在阅读型PPT中，由于PPT的内容主要是给别人看的，文案内容不能过于精简，否则观众无法看懂PPT的重点思想，如图 1-45 所示；在演讲型PPT中，由于PPT的作用是辅助演讲，就可以在形式上设计得简洁一些，文字能少则少，如图 1-46 所示。

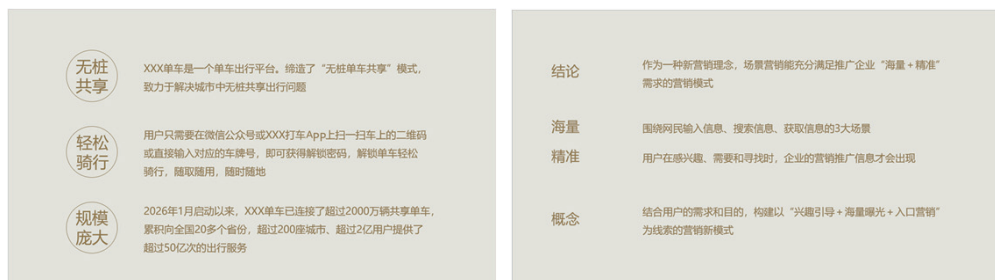


图 1-45 阅读型 PPT 内容不能过于精简



图 1-46 演讲型 PPT 内容设计尽量简洁

在实际工作中，基于内容之间的逻辑关系，在提炼PPT内容时，可以使用以下3种方法来归纳文案的类型。

► 方法 1：内容拆解法

如图 1-43 和图 1-44 所示，将PPT文案内容按照某种模型(或重点)结构进行内容提炼、拆解后，再整理呈现，从而便于别人理解内容的含义。

► 方法 2：共性归纳法

基于对PPT文案内容的某些共同特征，进行归纳总结，从而对信息进行分类，这样，可以让页面内容更具结构性。例如，在整理图1-47所示的PPT文案时，通过对内容的分析，我们可以从内容性质方面将内容归纳为多个类别，以便对信息的进一步了解，如图1-48所示。同时，我们也可以站在不同的维度从内容的结果出发，将文案归纳为多个类别，如图1-49所示。通过提取内容中的支撑信息，可以将内容重新提炼，结果如图1-50所示。

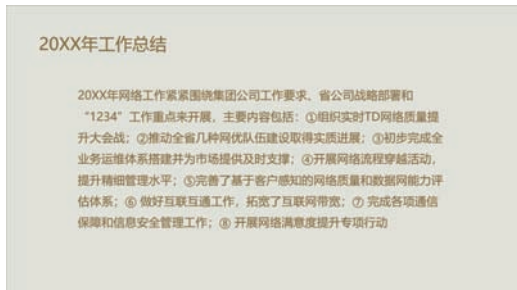


图 1-47 原始文案

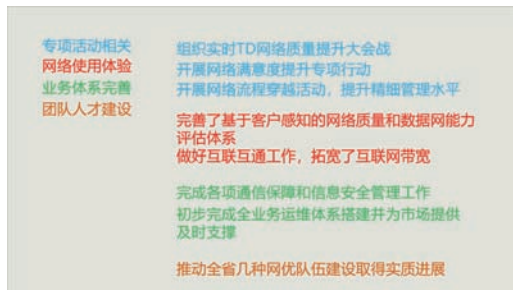


图 1-48 按内容性质归纳内容

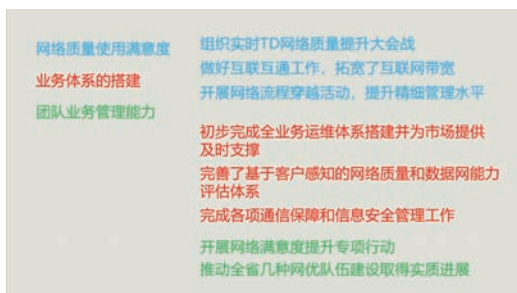


图 1-49 按内容维度归纳信息



图 1-50 进一步提炼内容

► 方法 3：事件流程图

基于信息发生的先后顺序，对内容进行梳理。简单来说，在制作PPT时，如果内容牵扯到传播规划，我们可以基于活动前、活动中和活动后的流程，对页面信息进行组织。例如，在整理图1-51左图所示的PPT文案时，我们可以基于写作的不同阶段，对内容进行分类、提炼，划分为写作前、写作中和写作后，如图1-51右图所示。



图 1-51 按照事件发生的顺序提炼信息



1.4.2 图片选择

在传递同一组信息时，图片往往比文字的体验更好。这也意味着，在PPT的制作过程中，从素材库中选择一批与主题关联、高质量的图片非常关键。

1. PPT中图片的常用格式

PPT制作软件(PowerPoint或WPS Office)中支持的图片格式非常多，其中JPG、PNG、GIF和矢量图是最常见的几种。

- ▶ **JPG**：最常见的压缩位图格式，压缩率高，文件小，网络资源丰富，获取途径多。缺点是图片放大多倍后会变模糊。
- ▶ **PNG**：压缩的位图格式，支持透明背景，插入 PPT 后可以和背景高度自由融合。缺点是文件比较大，不宜大量使用。
- ▶ **GIF**：最常见的动图格式，插入 PPT 中的 GIF 格式图片可以自带动画效果。目前微信图文消息中的动图便是这种格式。
- ▶ **矢量图**：矢量图可以任意放大，且可以在 PPT 中进行填充等二次加工。PowerPoint 中支持直接插入的矢量格式包括 WMF 和 EMF。

2. 选择图片的3B原则

3B原则是广告大师大卫·奥格威提出的一个非常有用的创意原则。

所谓“3B”指的是Beauty(美女)、Beast(动物)、Baby(婴儿)。据说，应用该原则最容易赢得消费者的注意和喜欢。在制作PPT时，也可以用到这个原则。

3. 应用图片时的两个统一

在PPT中使用图片素材时，要注意的两个统一指的是图片内容与版式和页面的统一，即视线统一和风格统一。

▶ 视线统一

视线统一通常应用于人物图片排版。例如，在图1-52中，为图片中人物的视线加上两条参考线后，效果如图1-53所示。这种人物视线不在一条直线上的效果，即为“视线不统一”。通过裁剪、缩放图片，使人物的视线在一条直线上，如图1-54所示。调整之后，即为“视线统一”，效果如图1-55所示。

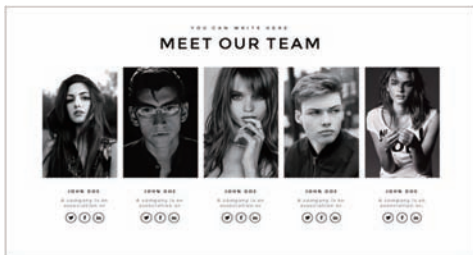


图 1-52 人物图片排版页面

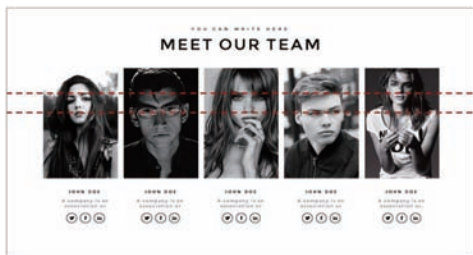


图 1-53 添加参考线



图 1-54 使人物的视线在一条直线上



图 1-55 图片调整后的效果

► 风格统一

所谓“风格统一”，指的是在PPT中设置多张图片时，应注意图片与图片之间的联系，使其风格接近。如图1-56所示，右上角一张突兀的黑白图片，破坏了整个页面的风格统一，替换后的效果如图1-57所示。

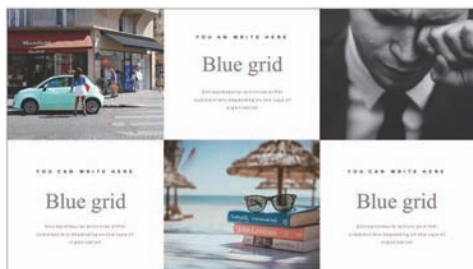


图 1-56 图片风格不统一的页面



图 1-57 图片风格统一的页面

4. 使用图片的三种方法

在为PPT挑选素材图片时，应根据内容选择能够为内容服务的图片。其中，图片在PPT中配合内容最常见的三种方法是留白、虚实和穿插，下面将分别进行介绍。

► 留白

所谓“留白”，就是在选择图片时，选择其中有空白空间的图片，如图1-58所示。从图中我们可以看到，图片的左下方和右边都被“鹿”和“狼”占满了。这样的图，称为“饱和状态”的图片，因为我们只能将文字内容放在图片的左上角，如图1-59所示。



图 1-58 页面中的留白



图 1-59 文本只能放在图片左上角

又如图1-60所示的图片，图片中留白的位置很多，这样的图片可以称为“不饱和状态”的图片。处理此类图片，我们需要寻找一个合适的参考坐标系(如图片中的灯塔)，来定位文字内容的位置，如图1-61所示。



图 1-60 不饱和状态的图片



图 1-61 通过参考坐标系来定位文字位置

▶ 虚实

在PPT中，用虚实的方法选择并使用图片，可以让页面更具有层次感。如图1-62所示，用茶园的图片作为背景，使用素材网站上找到的一些树叶图片做虚实对比，可以使整个页面显得更有层次。

▶ 穿插

将图片穿插应用在PPT中，可以使页面效果更具吸引力，如图1-63所示。

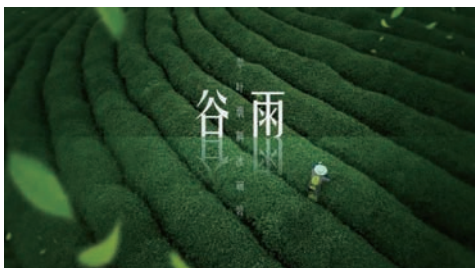


图 1-62 虚实效果



图 1-63 在页面中的文本上穿插使用图片

5. 图片素材的常见问题

在PPT中使用图片素材时，一般最容易出现的问题有以下几个。

▶ 图片过时

曾经火爆一时，被反复使用的图片素材，当再次使用时，可能就显得过时了，如图1-64所示的3D小人。过时的图片使PPT的整体效果显得陈旧，我们可以选择一些有创意的图片或图形来表达文字的内容，如图1-65所示。



图 1-64 PPT 页面中的 3D 小人



图 1-65 在页面中使用创意图片

► 图文不符

PPT中图片使用的第一原则是与主题内容相关。也就是说，配图一定要和内容相关，绝不能为了用图而用图。如果使用与内容无关的图片，轻则图片会干扰主题的呈现，重则可能会误导观众，如图1-66所示。

► 图片变形

在设置PPT版式时，为了使图文对齐，很多用户会通过拖拉等方式改变图片的长度或宽度，从而导致图片不能等比例地拉伸变形，如图1-67所示。



图 1-66 页面图文不符



图 1-67 图片变形

► 图片太过突出

例如，如图1-68所示的图片在页面中过于突出。这时需要加一点修饰以使内容主题鲜明突出。对图片进一步处理，为文字留出更多的空间，同时增加一些透明的底框以助文字突出显示，效果会更好，如图1-69所示。



图 1-68 图片在页面中过于突出



图 1-69 调整图片以突出文本

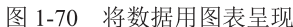
► 图片模糊

有时，通过网络下载的图片可能在网页上显示的效果是清晰的，但将图片放入PPT后，就会变得模糊。模糊的图片被投射到投影设备上后，会破坏PPT的整体效果。因此，在收集图片素材时，一定要确保图片效果是高清的。

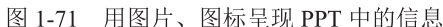
1.4.3 信息加工

就像大堆的蔬菜不会自己变成美味佳肴一样，把各种素材堆砌在一起也做不出效果非凡的PPT。完成PPT素材整理的最后一步就是学会如何加工信息。

“能用图，不用表；能用表，不用字”。采用该原则能够使PPT增强表达的说服力。



将信息可视化指的是将PPT的文字信息内容用图片、图标等形式展现出来，使PPT内容的呈现更加清晰、客观、形象生动，更能吸引观众的眼球，使观众的注意力更加集中，如图1-71所示。



将重点突出化指的是将PPT中想要重点传递的内容在排版上表现出来，再通过适当的配色增强视觉冲击，让观众能在第一时间接收到重点信息，强化重点信息在脑海中的印象。例如：

- ▶ 使用大小对比的方式, 如图 1-72 所示。
- ▶ 使用区域对比的方式, 如图 1-73 所示。



- ▶ 使用色彩对比的方式，如图 1-74 所示。
- ▶ 使用字体对比的方式，如图 1-75 所示。



图 1-74 色彩对比



图 1-75 字体对比

- ▶ 使用虚实对比的方式，如图 1-76 所示。
- ▶ 使用质感对比的方式，如图 1-77 所示。



图 1-76 虚实对比



图 1-77 质感对比

- ▶ 使用疏密对比的方式，如图 1-78 所示。
- ▶ 使用形状对比的方式，如图 1-79 所示。



图 1-78 疏密对比



图 1-79 形状对比

**提示**

以上提到的各种突出重点的对比方式，在PPT中还可以组合使用。组合后，层次越丰富，重点越突出，效果就越好。

1.5 制作 PPT 的常用工具

制作PPT最常用的三款软件是PowerPoint、WPS演示和Keynote。

▶ PowerPoint

PowerPoint是微软公司开发的一款功能十分强大的PPT制作软件，它可以将文字、图形、



图像和声音等多媒体元素融合在一起，赋予演示对象强大的感染力。利用PowerPoint制作的PPT，不但可以使内容丰富翔实，还可以使阐述过程简明清晰，从而达到更有效地与他人沟通的效果，如图1-80所示。

► WPS 演示

WPS演示是由金山公司开发的一款PPT制作软件，如图1-81所示。该软件体积小，安装方便。在软件功能的全面性方面，WPS演示虽然相比PowerPoint略有不足，但是其提供供给量大、销售量大的PPT模板平台，并且拥有强大的文件备份和云存储功能，以及各种辅助设置(如将文档快速转换为PPT，将PPT快速转换为文档，在PPT中一次性批量插入多张图片)，可以在工作中大大提高PPT的制作效率。

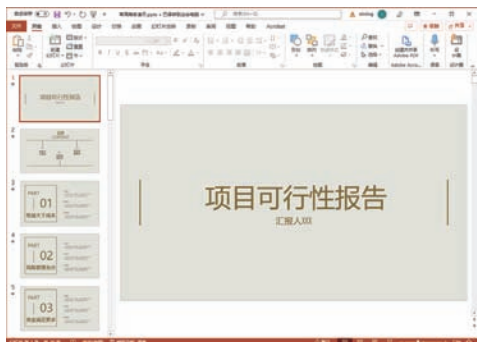


图 1-80 PowerPoint 2019

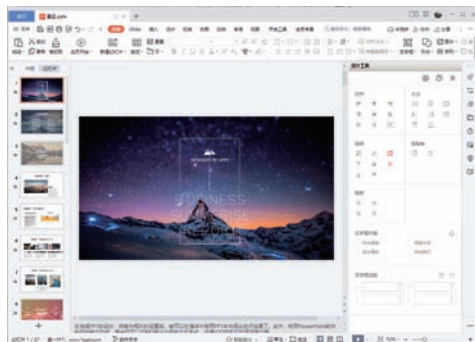


图 1-81 WPS 演示

► Keynote

Keynote是苹果操作系统专属的PPT制作软件。由于苹果操作系统在PPT用户市场份额上低于Windows操作系统，一般PPT用户很少使用Keynote软件(这里将不做介绍，感兴趣的用户可以自行查阅相关资料)。



提示

本书将以目前流行的PowerPoint软件为主，辅以WPS相关知识来介绍PPT的制作技巧。关于PowerPoint的工作界面、基本操作和常用设置等基础知识，新手用户可以扫描右侧的二维码，通过扩展资料详细了解。



1.6 新手常见问题答疑

新手用户在学习制作PPT之前，常见问题汇总如下。

问题一：如何获取PowerPoint和WPS演示软件？

PowerPoint是微软公司Office软件和Microsoft 365 中的一个组件。用户可以通过微软公司官方网站下载Office安装包并在计算机中安装Office软件获取PowerPoint软件。这里需要注意的是，Office软件是一款收费软件，它在微软官方网站上的售价为700元左右。用户也可以通过购买微软公司的Microsoft 365 订阅服务(1年新订或续订)来获取PowerPoint软件的使用权(价格

略低)。目前, Microsoft 365 服务包括个人账户和家庭账户两种账户, 其中个人账户就是一个人一个账户(最多支持 5 台设备), 家庭账户则支持 6 个账户同时使用。

WPS 演示是金山公司 WPS Office 软件中的一个组件。WPS Office 是一款采用基础功能免费、高级功能会员订阅制的软件, 用户可以通过搜索引擎(如百度、必应)搜索 WPS 或在金山公司网站下载该软件的安装包, 并免费使用软件提供的基础功能制作功能简单的 PPT。

问题二：要制作PPT，在PowerPoint和WPS演示之间应该如何选择？

目前, 常用的 PPT 制作软件如表 1-1 所示。

表 1-1 常用的 PPT 制作软件

产品	PowerPoint 365	PowerPoint 2019/2021 等	WPS 演示	Keynote
公司	微软公司		金山公司	苹果公司
购买方式	订阅(1 年)	买断	基础功能免费 高级功能订阅	免费
更新	保持更新	不再更新	保持更新	保持更新
平台	全平台	Windows	全平台	macOS/iOS

PowerPoint 365 功能强大、兼容性广且会持续更新, 适合专业 PPT 设计师使用; PowerPoint 2019/2021 功能强大, 但不会再更新, 适合职场办公人员使用; WPS 演示软件的免费功能较多, 使用方便, 但是有较多广告, 适合对 PPT 制作品质要求不高的用户使用; Keynote 软件功能强大, 但是需要使用苹果设备, 兼容性一般, 适合专业的苹果 PPT 设计师使用。

问题三：如何选择制作PPT的PowerPoint软件版本？

目前, PowerPoint 拥有许多版本, 包括 PowerPoint 2003/2007/2013/2010/2019/2021/365 等。在这些版本中, 推荐用户使用 PowerPoint 2019 以上版本(包括 PowerPoint 2019/2021/365)来制作 PPT。因为, 这些版本的 PowerPoint 软件拥有其他低版本 PowerPoint 软件所不具备的以下四大功能。

- ▶ 功能一：支持 SVG 矢量格式。用户可以通过素材网站下载很多的矢量图标, 并将其应用于 PPT 中 (SVG 矢量格式的图标加入 PPT 后, 可以随意更改颜色)。
- ▶ 功能二：支持“缩放定位”功能, 可以在 PPT 中完美解决在一张幻灯片中置入大量内容的问题。
- ▶ 功能三：支持插入 3D 模型。用户可以在 PPT 中插入各种 3D 模型, 并在 PPT 中实现 3D 模型的转动展示。
- ▶ 功能四：支持“平滑切换”功能。有了这个功能, 用户可以用 PPT 做出各种炫酷的动画效果, 让 PPT 的演示效果更加精彩。



提示

本书将在后面的章节中通过实例来具体介绍以上功能。

问题四：什么是PPT插件？常见的PPT插件有哪些？

简单来说, PPT 插件就是一个依附于 PPT 制作软件 (PowerPoint 或 WPS) 之上的工具, 它不能



单独运行，但可以在PPT制作软件中帮助我们提高PPT的制作效率，并且需要额外安装(插件不是PowerPoint或者WPS自带的功能)。

常见的PPT插件有些能够为制作者提供各种PPT模板、素材、智能图表、动画效果；有些则提供免费开源的PPT设计辅助，制作者可以通过这些插件设计各种效果独特的形状、图片、配色、表格、音频、辅助效果等；还有一些提供各种一键全自动智能美化功能，可以让PPT的制作更加简单。目前常见的PPT插件有以下几款。

- ▶ **iSlide:** iSlide 是一款基于 PowerPoint 的插件工具，即便用户不懂设计，也能简单、高效地创建各类专业的 PPT 演示文档。iSlide 中包含数十万种会自动更新的 PPT 模板。使用这些模板，用户可以通过快速检索一键插入创建 PPT。
- ▶ **OneKeyTools:** OneKeyTools 简称“OK 插件”，是一款免费开源的 PPT 设计辅助插件。其功能覆盖形状、图片、调色、表格、图表、音频、辅助等领域。
- ▶ **PPT 美化大师:** PPT 美化大师拥有海量在线模板素材、专业模板、精美图示、创意画册、实用形状等，分类细致，内容也会持续更新。该插件最大的特点是支持一键全自动智能美化，让精美的 PPT 制作变得简单起来。同时，它还支持将 PPT 一键生成不能复制、修改的只读格式。目前 PPT 美化大师插件同时支持微软 Office PowerPoint 和金山的 WPS 演示。
- ▶ **ispring suite:** ispring suite 是一款为教师或者课程开发者设计的插件，这类用户可能会有制作在线课程的需要，而 ispring suite 插件可以帮助用户把普通的 PPT 演示文档转换为适合在 Windows、Android 等多种平台独立使用的在线课程。用户可以将 PPT 生成成为 H5 或者 Flash 格式的文件，也可以集成为 EXE 格式的软件或者 MP4 视频。目前 ispring suite 插件仅支持微软 Office 2007 及以上版本。



提示

用户可以通过搜索引擎搜索并下载各种PPT插件。

问题五：在写PPT文案时没有灵感怎么办？

在PPT制作中，设计是形，文案是魂，表面炫酷的设计纵然可以吸引观众的眼球，但真正打动人心、让人印象深刻的永远是有灵魂文案。在制作PPT时，如果在文案写作上遇到困难，可以尝试使用以下方法寻找灵感。

- ▶ **使用 Giiso 写作机器人。** Giiso 写作机器人是一款内容创作 AI 辅助工具，可以为用户提供热点写作、提纲写作、营销写作等类型的写作辅助。用户只需要输入一个关键词，它就可以根据关键词自动生成文案写作的热点内容，以供参考。
- ▶ **使用文案狗查询谐音案例。** 文案狗是一个可以在创作中为用户提供灵感的工具网站，用户只需要在该网站平台中输入一个汉字进行查询，网站就能够生成相关字的谐音案例，包括这个字的诗词、名人名句、俗语等，并给出使用场景的分析。
- ▶ **使用毒鸡汤文案生成器网站生成金句。** 通过该网站用户可以搜索并复制许多令人意想不到的金句，为 PPT 文案提供点睛之笔。
- ▶ **使用 33 台词网站搜索电影台词。** 在 33 台词网，用户可以通过输入自己想要的台词描述，

找到所有出现过相关描述的电影台词和相关电影。

- ▶ 使用阿里妈妈智能文案一键生成营销文案。在阿里妈妈网站，用户只需要输入商品链接，就可以一键生成营销文案、图片或者短视频，可以帮助撰写营销类 PPT 的用户轻松写出商品的卖点。
- ▶ 使用 get 智能写作模板。通过 get 智能写作网站，用户可以根据 PPT 的内容搜索自己需要的文案模板。
- ▶ 使用 Aii 文章生成器快速生成文案。在 Aii 文章生成器网站，可以通过输入关键字生成逻辑清晰的 PPT 文案，以供用户参考。
- ▶ 使用 Inspo 人工智能模型辅助撰写文案。Inspo 是一款可以平替 ChatGPT 的国内人工智能模型，可以使用免费模式，辅助用户撰写用于 PPT 的文章或者论文。



提示

在写 PPT 文案遇到困难时，还可以使用人工智能工具库(如“未来百科Futurepedia”)搜索并使用 AI 工具辅助 PPT 文案的撰写。

问题六：整理 PPT 素材时，免费、可商用的图片、图标、字体和音频/视频去哪儿找？

通过网站搜索 PPT 图片素材是许多人最常用的素材收集手段。目前，表 1-2 所示的几个网站可以满足大部分用户制作 PPT 的素材需求(读者可以通过搜索引擎自行搜索相关网址)。

表 1-2 常用的 PPT 素材资源网站

图片素材		字体素材	
网 站	简 介	网 站	简 介
pixabay	一个提供免费、可商用图片/视频搜索与下载的素材资源网站	求字体网	一个无须注册、登录，即可通过搜索找到各种字体文件的网站
Yandex	目前世界第五大搜索引擎，用户可以通过它搜索各种高质量图片	猫啃网	一个提供免费、可商用字体文件下载的网站
Photopea	一个在线图片编辑网站，拥有类似 Photoshop 的功能	360 查字体	一个可以自动检查电脑中已安装字体是否为免费字体的网站
创客贴	一个可以快速实现抠图的网站	第一字体	一个提供多国文字字体的网站
MAGICERASER	一个可以快速删除图片中多余元素的网站	Dafont	一个提供各种英文字体下载的字体系资源网站
图标素材		音频/视频素材	
网 站	简 介	网 站	简 介
Logoeps	一个下载 logo 的网站，里面收集了超 20 万个的 logo 素材	33 台词网	一个可以通过电影台词搜索影视片段的网站(可剪辑并下载)
Isoflat	一个提供大量插画、立体图标素材的资源网站	Mixkit	一个提供免费视频资源下载的素材资源网站
阿里巴巴官方矢量图库	一个提供免费下载各种图标和插画素材的网站	VJshi	一个提供视频素材、PR 模板、AE 模板文件的素材网站
Freepik	一个提供免费矢量图、图标、PSD 文件下载的网站	预告片世界	一个免费下载电影预告片的网站
iKonate	一个提供极简风格图标素材下载的网站	耳铃网	一个音频文件分享社区，提供原创音频素材下载



(续表)

配色素材		地图素材	
网 站	简 介	网 站	简 介
中国色	一个提供单一配色方案的网站	标准地图服务系统	一个提供规范校验地图素材的资源下载网站
ColorDrop	一个提供多种配色组合方案的网站	NB Map	一个提供3D地图模型的网站
uigradients	一个提供渐变配色方案的网站	DataV可视化平台	一个提供完整全国、省级、市级等各个区域地图素材的网站



提示

除了上面介绍的网站以外，还有一些网站也提供PPT制作中需要用到的各种素材，本书将在扩展资源中向用户提供。

问题七：学会做PPT有什么用？能赚钱吗？

PPT不仅仅是一个办公和辅助演讲的工具，它更多的作用是帮助我们表达和展现审美。而拥有制作精美PPT能力的人，会在学业、职场甚至生活中变得强大且有趣。因为PPT的潜在影响在于思维方式、审美能力、工作能力，以及平衡微小与整体能力的提升，它可以帮助我们抓住一切可能的机会。

例如，一份逻辑清晰、内容优秀、制作精美的PPT可能是职场新人拿到Offer的敲门砖，是已经工作多年的职场人升职加薪的加分项，是教学中老师向学生展示新知识的教案，是企业新产品打开销路的展示平台，是学生毕业论文能否通过的关键。

此外，如果用户能够熟练掌握PPT制作技能、会排版、有审美，也可以尝试通过制作PPT来赚钱。赚钱主要有4个途径：一是通过询问企业是否需要PPT出售自己的PPT作品；二是通过在淘宝和拼多多上开设PPT商店出售PPT模板和作品；三是签约PPT设计类网站，以买断的形式出售PPT作品；四是通过求职平台找一份PPT设计师的副业。

问题八：如何正确、系统地学习制作PPT？

用户不仅要学习PPT的制作技法，还要学习对美的认识，并不断积累知识和加以练习。要系统学习PPT的制作，可以将学习分为以下几个阶段。

- ▶ 阶段一：学习 PPT 制作软件的基本操作、常用的基础工具以及提升 PPT 制作效率的技巧，夯实 PPT 制作的基础。
- ▶ 阶段二：掌握 PPT 中主要元素的操作方法，包括图片、形状、字体以及页面排版、视觉设计、数据展示、动画创作的方法，并在平时收集各种素材资源。
- ▶ 阶段三：进一步学习 PPT 的制作，参考优秀设计师的作品，站在他们的“肩膀”上汲取灵感，了解各种风格 PPT 的特点，培养自身的创造力。
- ▶ 阶段四：尝试创造拥有自己独特风格的 PPT，并通过不断的练习表达自己的创造力。
- ▶ 阶段五：走进灵感世界，创作一个或者多个属于自己且拿得出手的 PPT 作品。

从下一章开始，本书将从快速制作PPT的基础操作开始，由浅入深地介绍学习设计PPT的方法与技巧，通过大量实际案例帮助读者逐步完成以上几个阶段的学习。