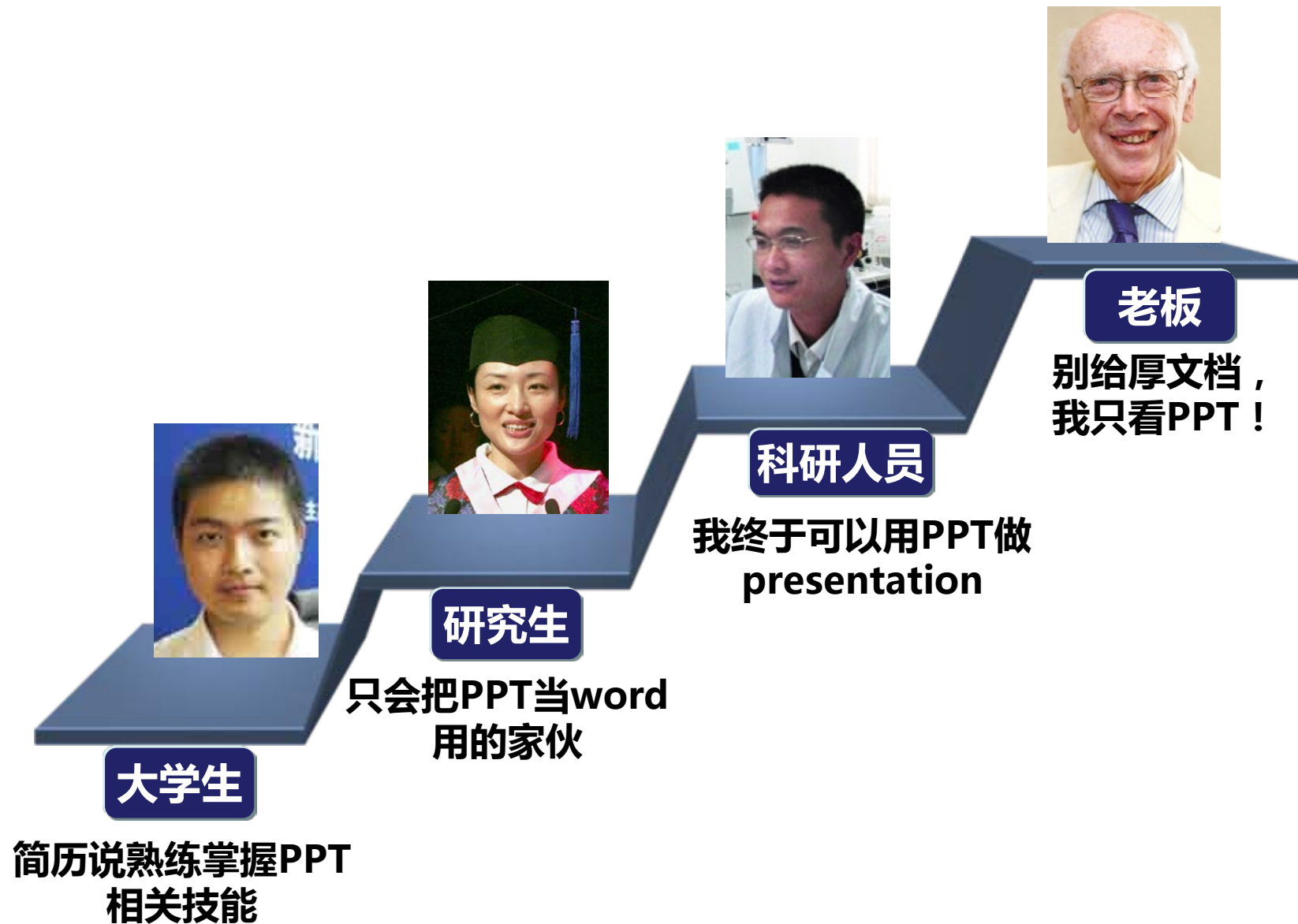


科研汇报PPT制作

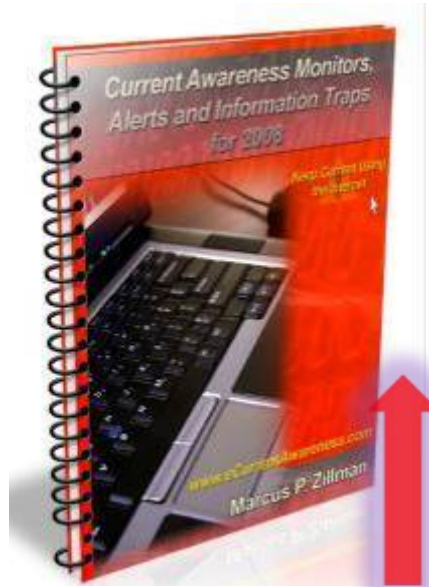
被PPT绑架的人生



我们期望用好PowerPoint以后



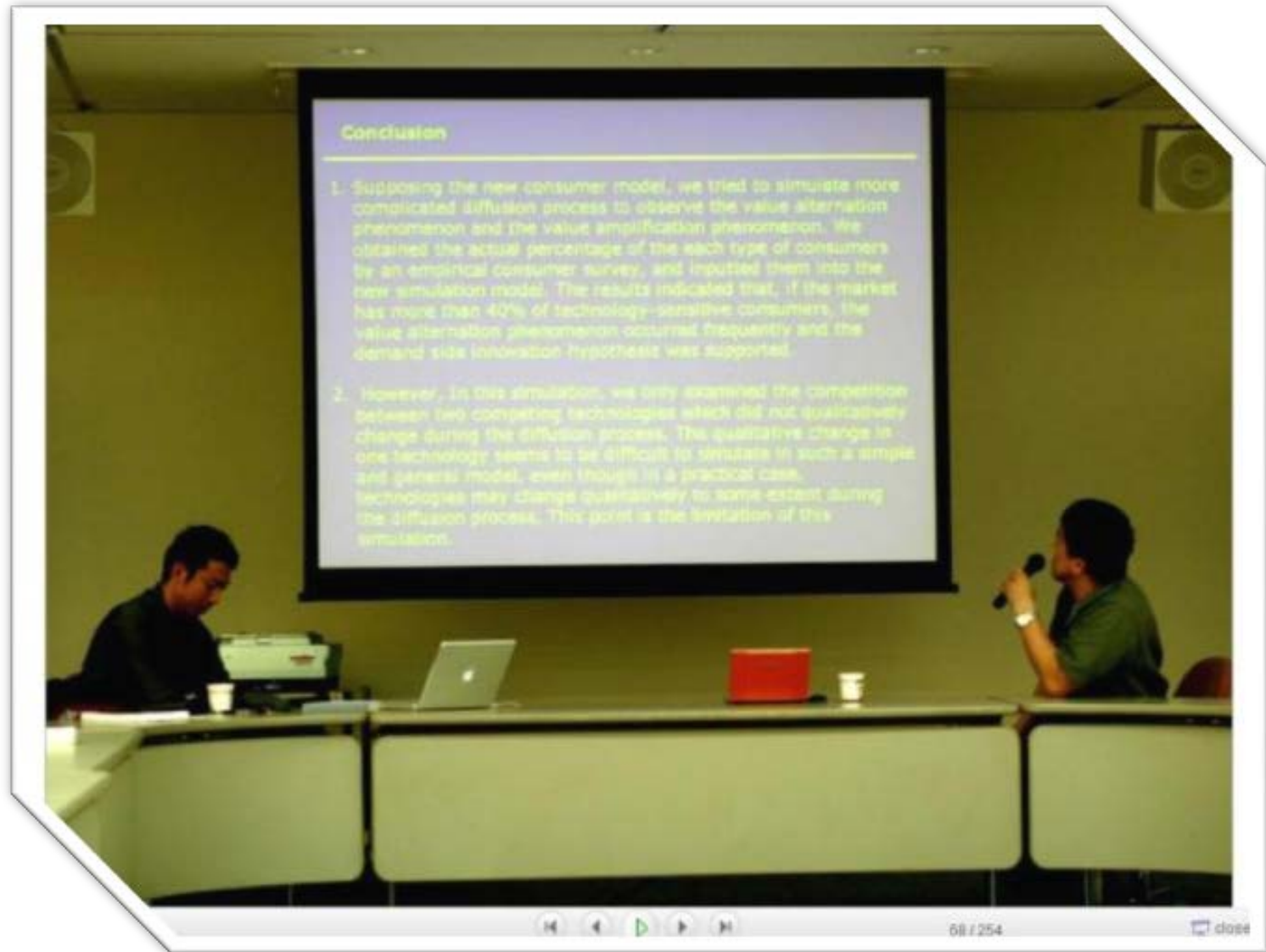
会议时间
缩短



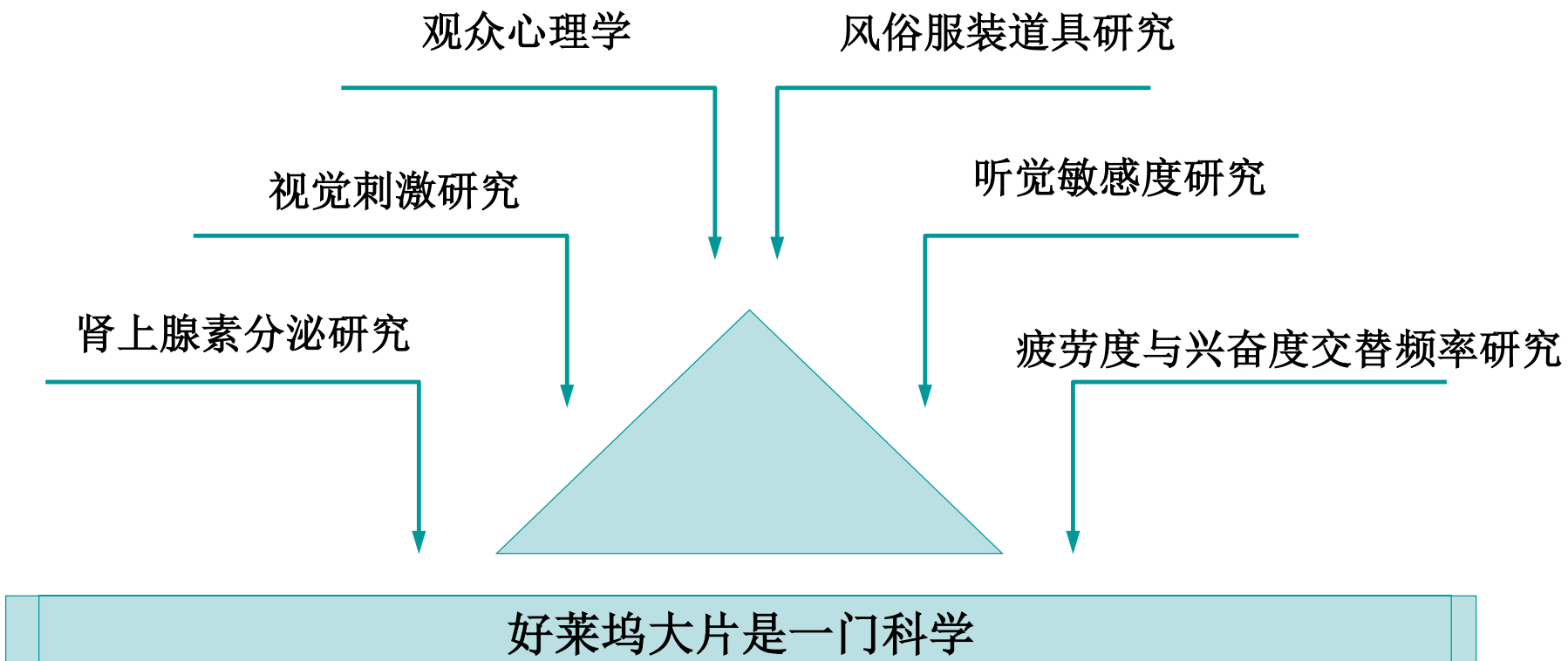
报告说服力
增强



申请成功率
提高



从好莱坞大片到一流幻灯片



从好莱坞大片到一流幻灯片

开头轰隆隆

- 如何在头三分钟把观众的心牢牢抓住：声音、大场面、恐怖镜头
- 开头不平凡，把听众的心牢牢抓住：掷地有声、独辟蹊径、由事入理

大腕先亮相

- 打出字幕，主力阵容：吴宇森出品，斯匹尔伯格导演
- 用数据和事实来证明你的观点，而不是单纯的观点介绍

正片拌沙拉

- 1/3动作、1/3喜剧、1/3爱情的混合穿插。注意比例，注意频率
- 定性分析与定量分析，历史现状未来，理论与实际、正反例，文字与图表
- 要使用动画、幻灯片切换来防止听众厌倦

细节见精神

- 中世纪带什么帽子、军舰上用什么旗语，于一丝不苟中体现大片的水平和实力
- 关键判断如何得出，背后的逻辑，支撑的素材，推导，数据图表，格式

从好莱坞大片到一流幻灯片

主旋律闪回

- 同一段主题音乐，在影片中多次闪回出现，形成一以贯之的主旋律
- 对要传递的关键思想要不断重复
- 把PPT整个浓缩为一句话，能在电梯里30秒说完的一句话。这句话就是主旋律，不断闪回出现

贴身紧跟拍

- 《蜘蛛侠》时的感受，观众却好像和主人公一起，荡着蜘蛛丝，在高厦间跳跃穿梭
- 换位思考，你就是听众，你就置身于听众的问题中

结尾留续集

- 结尾要留一些耐人寻味的东西，使得观众走出影院还在想：“那个人是否还在梦里呢”
- 提出一些让听众决策、让听众讨论、引发思考的问题

如何介绍你的PPT

启

认真准备你的演讲

通过开场白来寻求寻求共鸣，让听众迅速进入状态

- 幽默
- 故事

承

由听众的共鸣，迅速转移到演讲的主题

- 自然过渡
- 有效承接

转

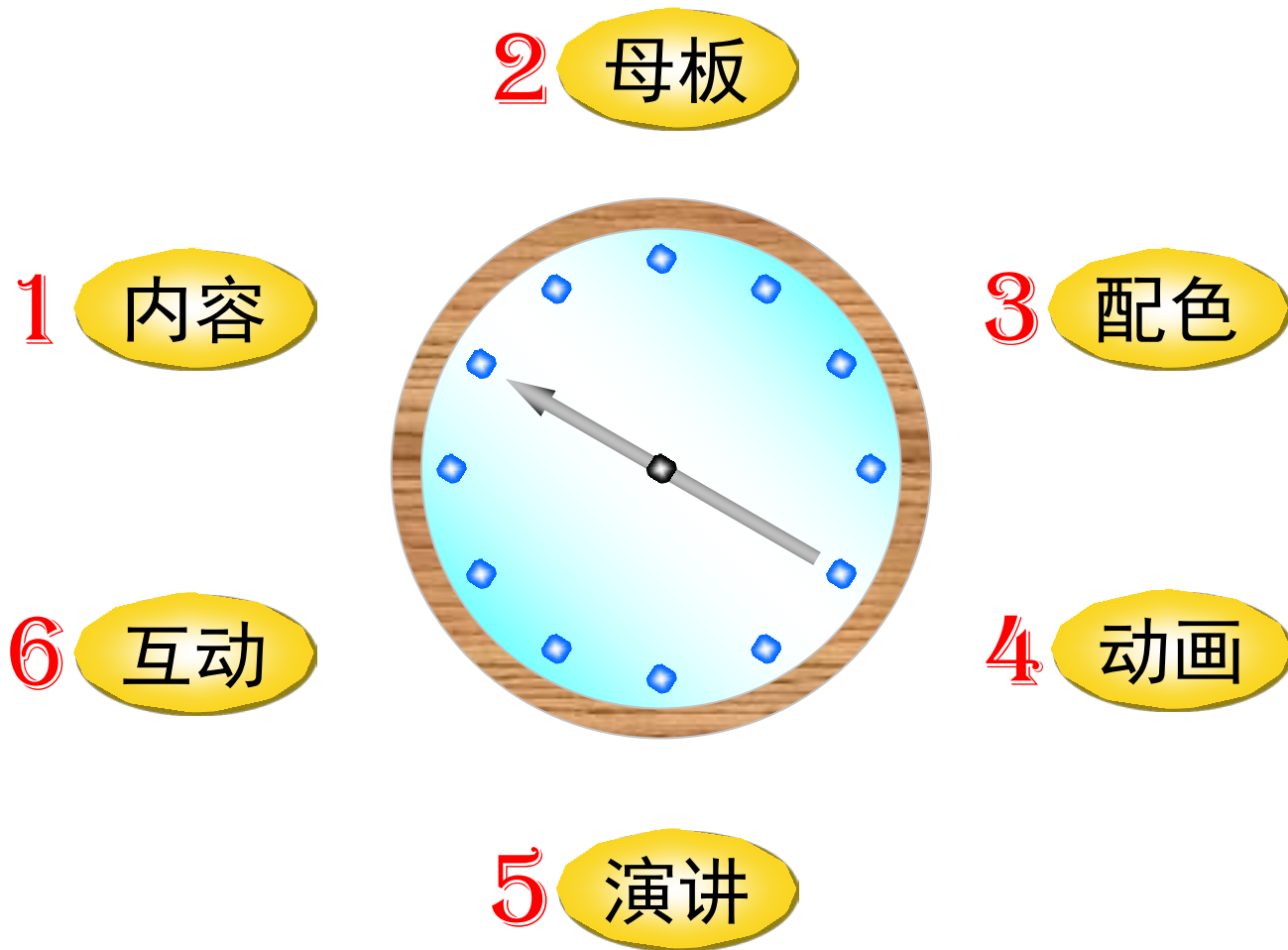
对演讲的问题详细论述，并且适时转折

- 引出关键问题，详细展开

合

归纳总结：不断提升高度，在高潮处结束演讲

何为优秀的幻灯片？



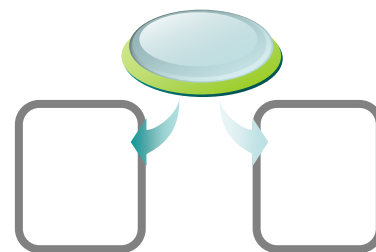
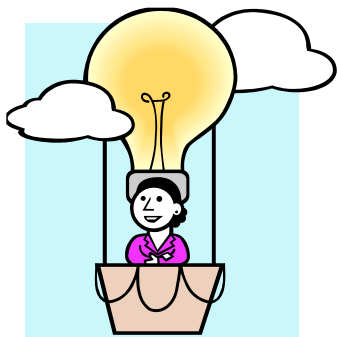
PPT的Magic Seven原则

1. 幻灯片是辅助传达演讲信息的，只列出要点即可，切忌不要成为演讲稿的PPT版，全篇都是文字。同时背景不要追求花哨，清爽最佳。
2. 每张幻灯片传达5个概念效果最好，7个正好符合人们接受程度，超过9个则会让人感觉负担重。
3. 我们是来演讲，不是来做视力检查！字体要大！
4. 标题最好只有5~9个字，最好不要用标点符号。

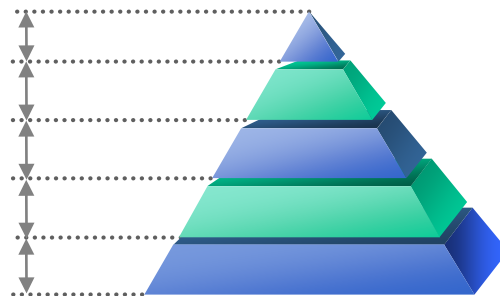
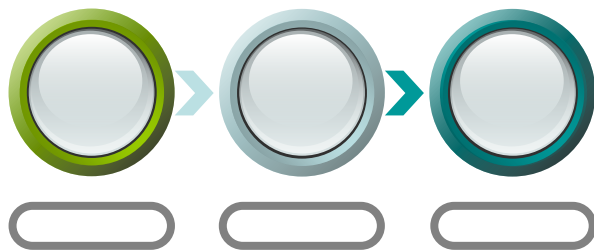
PPT的Magic Seven原则

5. 表胜于文，图胜于表，所以图表自己就能讲故事。同时，图表不要加文字解释，这个工作不该电脑做的，而应该留给你。
6. 最好有一张演讲要点预告幻灯片，告诉听众你要讲什么。在完成演讲的时候应有一张总结幻灯片，让听众再次回顾一遍，加深印象。
7. 好的演讲者要能控制时间，所以最好利用PowerPoint的排练功能(幻灯片放映→排练计时)预估一下时间。

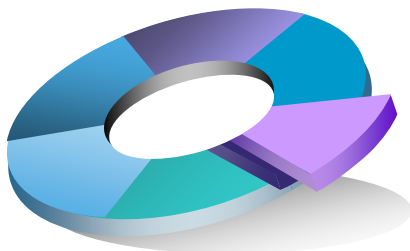
幻灯片制作的捷径



Template



活用模版大大提高制作效率



谋篇布局中的要点

1

内容不在多，贵在精当

用段不用片

2

色彩不在多，贵在和谐

用点不用句

3

动画不在多，贵在需要

用图不用衣

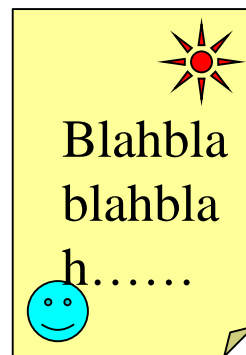
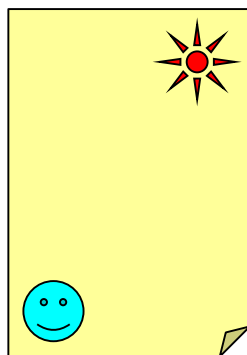
文字要少

公式要少

字体要大

何为幻灯片母版？

幻灯片母版通俗讲就是一种套用格式，通过插入占位符来设置格式



母板的优点

- 1 节约设置格式的时间
- 2 便于整体风格的修改

单击此处编辑母版标题样式
自动版式的标题区

- 单击此处编辑母版文本样式
 - 第二级
 - 第三级
 - 第四级
 - » 第五级

PPT中可同时使用多个母板!
自动版式的脚注区

(日期/时间) 日期区 (页脚) 页脚区 (#) 数字区

占位符

如何制作幻灯片母版

STEP 1

新建一个
空白文件



STEP 2

视图- 母版-
幻灯片模版



STEP 3

选择适当图
片作为背景



STEP 4

设置字体格式
保存成为母版

制作幻灯片母版实例

单击此处编辑母版标题样式

标志

分隔线

- 单击此处编辑母版文本样式
 - 第二级
 - 第三级
 - 第四级
 - 第五级

自动版式的对象区

〈日期/时间〉 日期区

〈页脚〉 页脚区

南京大学医学院 数字区

单位

估算幻灯片的容量1

按演讲时间估算

在**规定时间**内
突出你的重点

目的

单张PPT所需时间

重点

单张PPT需要
1-2分钟讲解

经验

按演讲内容估算

让人**全面完整**
地了解一件事

每部分所占比重

每部分比重可按
1, 2, 5, 1分配

估算幻灯片的容量2

实例1

科创或开题答辩

估算容量

如10分钟的报告，大概需要7-10张PPT

谋篇布局

你需要至少60%的篇幅来突出你的重点，如课题意义等，切忌头重脚轻和中心含糊不清

实例2

文献汇报或工作汇报

估算容量

粗略估计各部分所需篇幅，如 $2+4+10+2=18$ 张

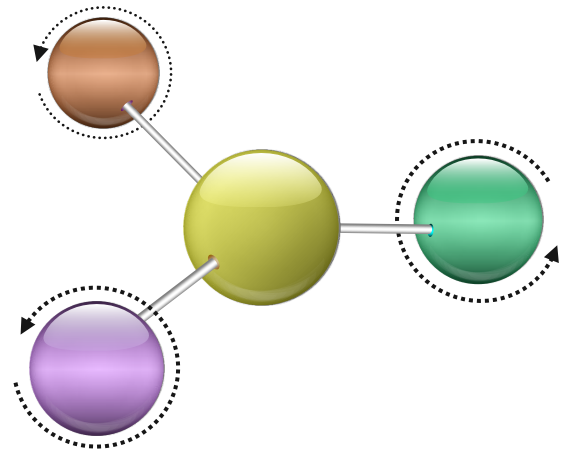
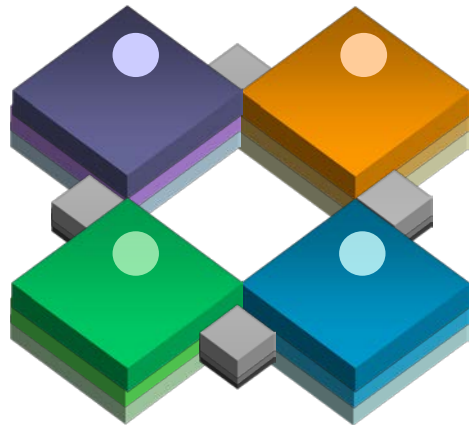
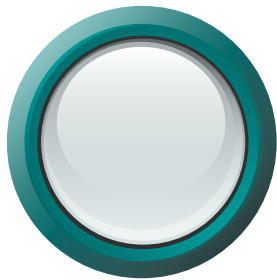
谋篇布局

你需要平衡各部分，以难易的标准来判断

动静结合

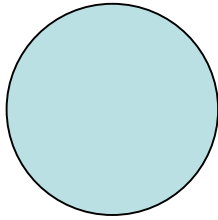
一个好的PPT必定是动静结合的产物

PowerPoint的绘画功能已经相当强悍

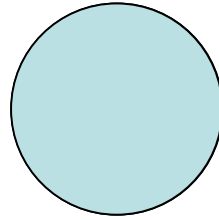


简易立体按钮制作攻略

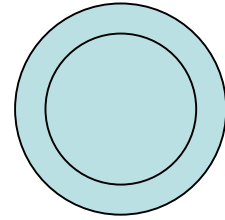
自选图形选择椭圆，按住shift可拉出一个正圆



按住shift+ctrl拉动正圆可得到一个相同的圆



设置后一个圆的比例，将其嵌套在前一个圆中

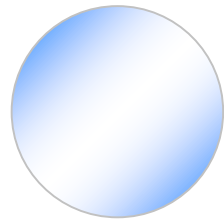
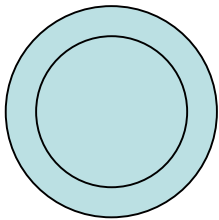


分别设置两圆的填充色，具体标准如右图

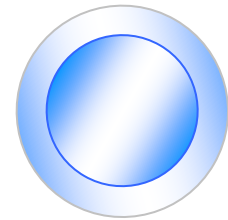


内圆选择双色渐变填充，水平或垂直向，边框选择比填充色深一阶的颜色

最后将得到的图形组合，可适当旋转增强立体感



外圆选择双色渐变填充，45度斜向填充，无边框或浅灰边框



动画基础

动画不是万能的

没有动画是万万不能的

何时制作动画？边做PPT边做动画还是做完时一起弄？

建议先做PPT最后设计动画，便于批量操作
对于复杂动画可先做，有灵感时应先做动画

**好的动画需对时间
轴有较深刻的了解**

动画时间轴的概念



常用动画效果举例

擦除

内向溶解

压缩

展开

彩色打字机

阶梯状

飞入

光速

挥鞭式

百叶窗

扇形展开

圆形扩展

放大

缩小

陀螺旋

透明

劈裂

渐变式回旋

玩具风车

动作路径

PPT常见问题解决方案1

Q1

如何让我的图片和文本更整齐？

视图 网格和参考线 屏幕上显示网格

工具 选项 视图 显示 垂直标尺

Q2

巧用Shift键

保证复制对象
处于同一直线

保证旋转对象
处于15度间隔

保证放大缩小
的对象等比例

画等边多
边形或圆

PPT常见问题解决方案2

Q3

我的PPT缺少图片怎么办？

整理思路将文件变成关系图
尽量将文字精简并加上背景

Q4

我的PPT有很多图片怎么办？

分清楚图片的主次关系
用不同的动画显示图片

PPT常见问题解决方案3

Q5

我的配色感很差怎么办？

尽量使用设计中的配色方案
使用经典的对比色，即反色

Q6

我应该选择深色还是浅色背景？

纯属个人喜好，根据经验
来看，浅色背景更易配色

PPT常见问题解决方案4

Q7

我的PPT为什么尺寸一直很大？

尽量使用PPT中自带的元素
做完PPT后对图片进行压缩

Q8

如何将插入文件视频一同复制？

文件菜单下打包成CD功能
按照提示将链接文件打包

高速公路上哪些广告牌你留下印象？



- 1、观众的忍耐力是**有限度**的
- 2、**不是**放的信息越多，观众就越容易记住
- 3、必须尽量让你的幻灯片看起来**简洁**

标题应该反映**观点**！

KEY
WORD
INDEX

突出**关键词**！



view

通过排版突出重点



- 一页PPT中不超过7个概念
- 不要换行
- 可省略全部标点符号和连接词
- 慎用英文缩写
- 只用一层缩进小标题
- 文字内容不要超过10~12行
- 不用倾斜或过于艺术化的字体

把握小处，才能大处适宜

36号 黑体 宋体 楷体 隶书

32号 黑体 宋体 楷体 隶书

28号 黑体 宋体 楷体 隶书

24号 黑体 宋体 楷体 隶书

20号 黑体 宋体 楷体 隶书

16号 黑体 宋体 楷体 隶书

宋体严谨，适合正文，显示最清晰

黑体庄重，适合标题，或者强调区

隶书楷体，艺术性强，不适合投影

我们来**报告**，不是做**视力检查**！

这是48号字，你看得到吗？

这是40号字，你看得到吗？

这是32号字，你看得到吗？

这是24号字，你看得到吗？

这是16号字，你看得到吗？

这是12号字，你看得到吗？

这是8号字，你看得到吗？

推荐字体和字号

大标题至少用36号黑体

一级标题32号，再加粗，很清楚

二级标题28号，再加粗，也很清楚

三级标题24号，再加粗，还算清楚

四级标题20号，再加粗，再小就看不到了

如何通过文字排版突出重点

加粗, 加大字号, 变色

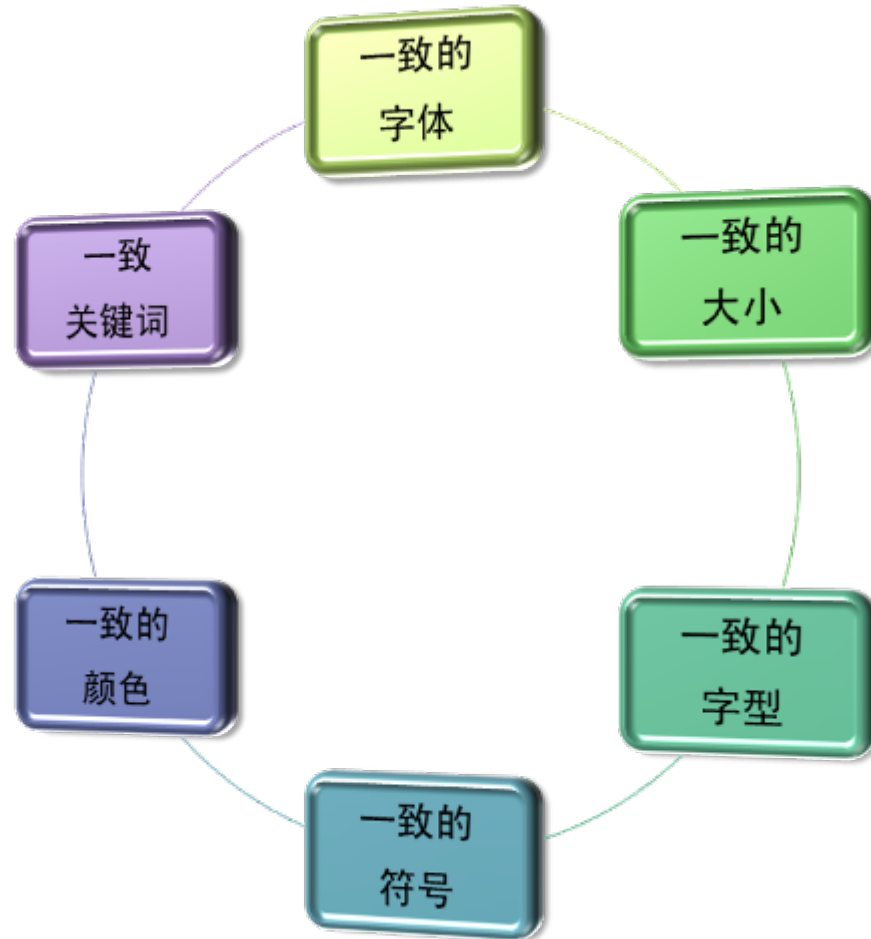
HOT HOT

世界上20%最顶尖的人大约占有80%的总财富，但是最底层的20%的人所占有的财富几乎可以忽略不计。



世界上20%最顶尖的人大约占有**80%**的总财富，但是最底层的20%的人所占有的财富几乎可以忽略不计。

文字排版的**六个**一致



一目了然

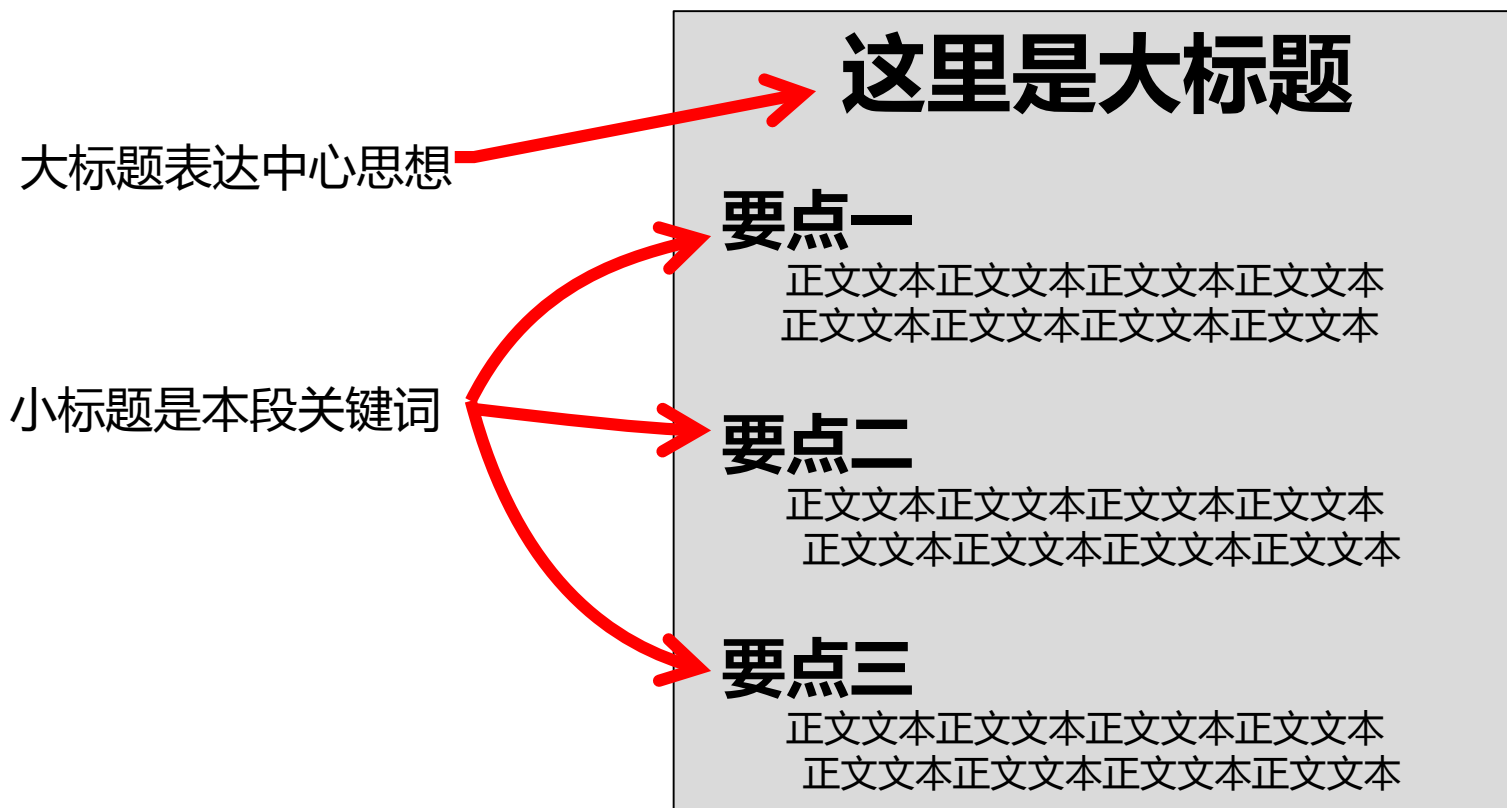
保持简单



But , 我的PPT

已经是文字**实在**简
化不了, 怎么办?

思路一：提炼关键词



思路二：利用行间距留白

不好的形式

The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.

好的形式

- The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.
- The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.
- The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.

Wait, 我的
PPT信息量太大怎
么办?



案例：PPT信息量太大怎么办？

原稿

自我评价：我是哪一类

- 讨好型——最大特点是不敢说“不”，凡事同意，总感觉要迎合别人，活得很累，不快活。
- 责备型——凡事不满意，总是指责他人的错误，总认为自己正确，但指责了别人，自己仍然不快乐。
- 电脑型——对人满口大道理，却像电脑一样冷冰冰的缺乏感情。
- 打岔型——说话常常不切题，没有意义，自己觉得没趣，令人生厌。
- 表里一致型——坦诚沟通，令双方都感觉舒服，大家都很自由，彼此不会感到威胁，所以不需要自我防卫

思路1：充分利用备注

自我评价： 我是哪一类？

讨好型 责备型 电脑型

打岔型 表里一致

讨好型——最大特点是不敢说“不”，凡事同意。总感觉要迎合别人，活得很累，不快乐。

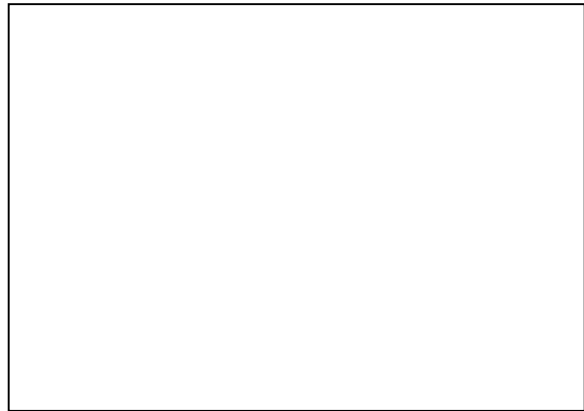
责备型——凡是不满意，总是指责他人的错误，总认为自己正确的，但指责了别人，自己仍然不快乐。

电脑型——对人满口大道理，却像电脑一样冷冰冰的缺乏感情。

打岔型——说话常常不切题，没有意义，自己觉得没趣，令人生厌。

表里一致型——坦诚沟通，令双方都感觉舒服，大家都很自由，彼此不会感到威胁，所以不需要自我防卫

思路2：拆成多个页面



讨好型

责备型

电脑型

打岔型

表里一致

思路3：要点一条条显示

讨好型

讨好型

责备型

讨好型

责备型

电脑型

More , 我
的PPT像流水账
怎么办？





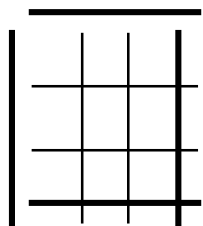
视觉化

把概念或数据翻译成图

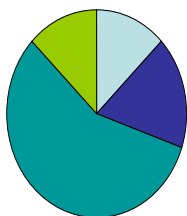
平淡无奇的内容，用图形去出彩

数据类图表

表格



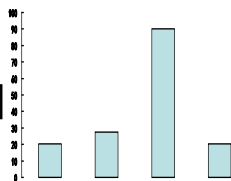
饼图



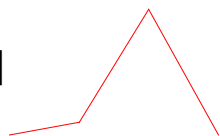
条形图



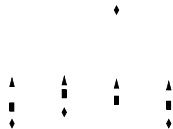
柱形图



线形图

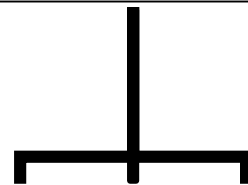


散点图

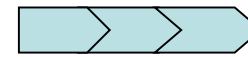


概念类图表

组织结构图



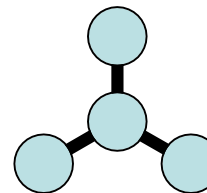
流程图



甘特图



概念图



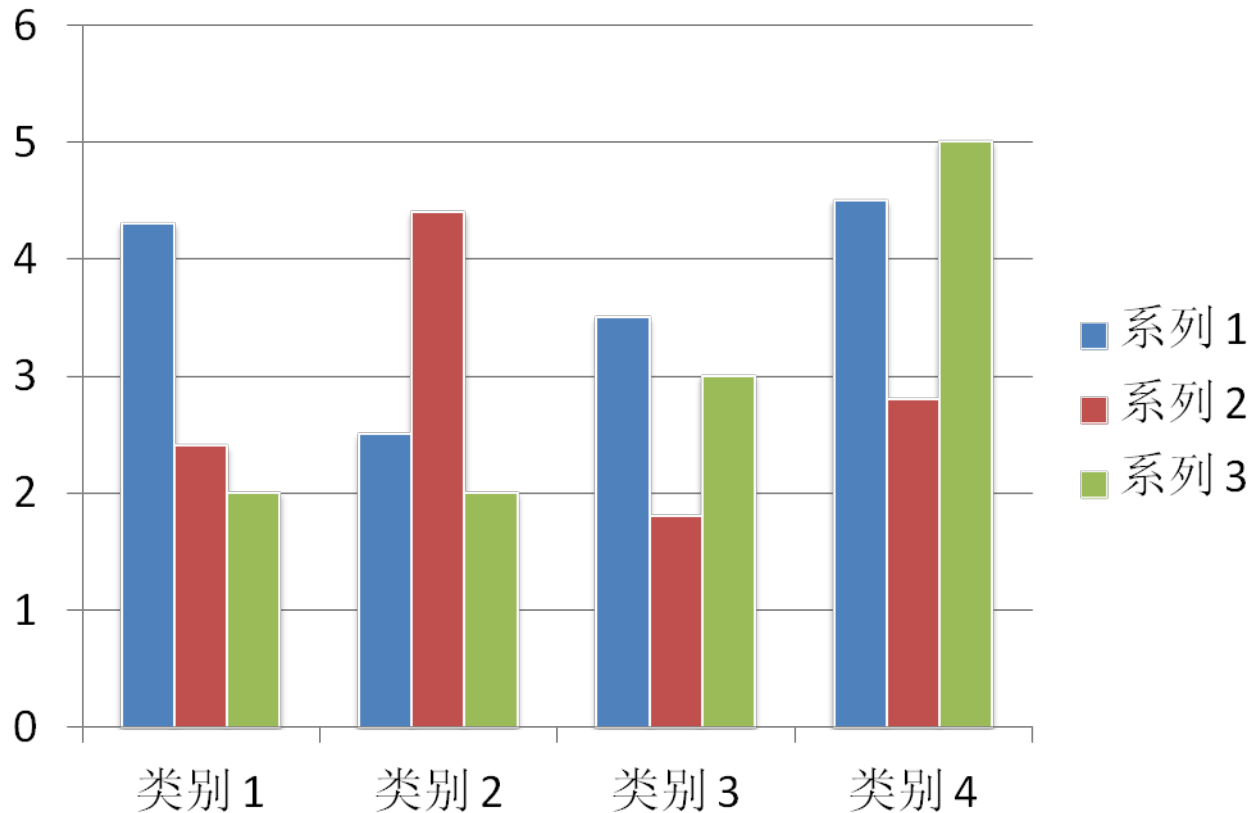
矩阵图



图表设计一般原则

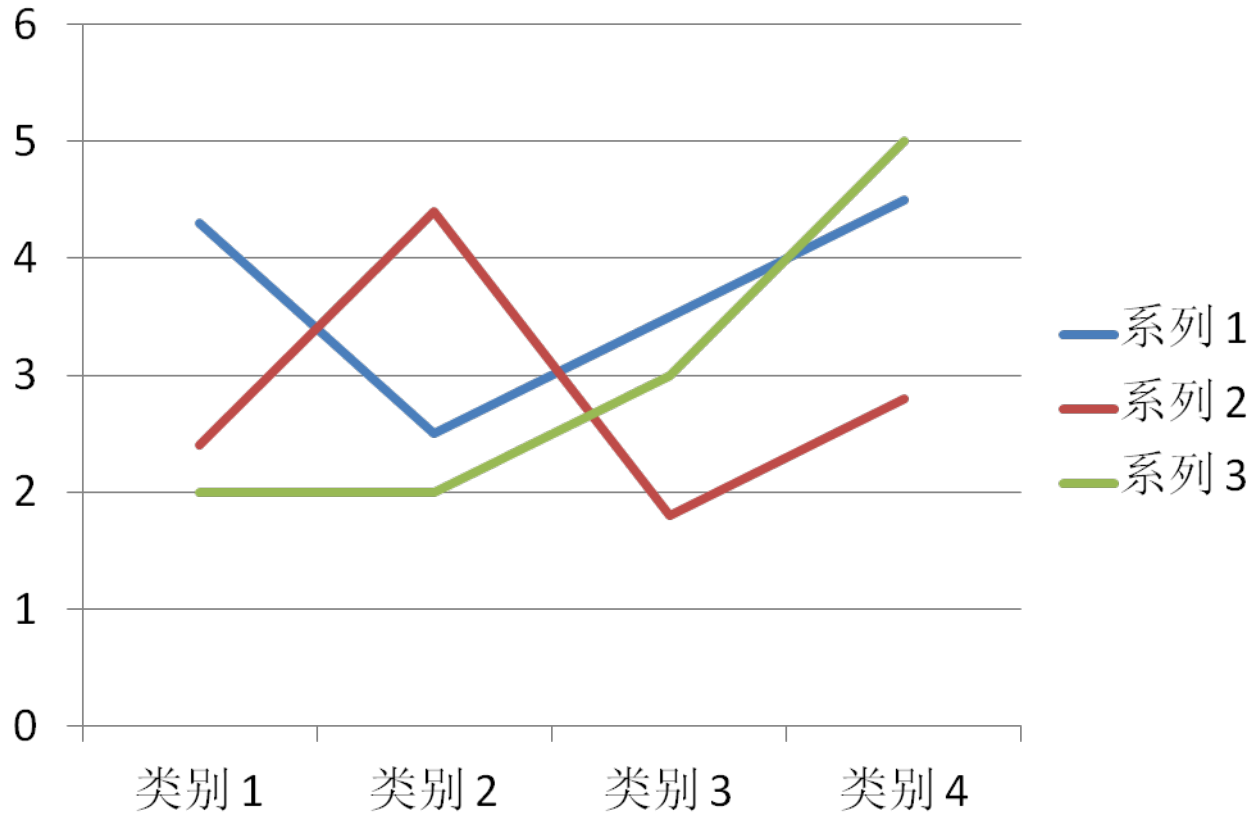
- **文不如字，字不如表，表不如图**
- **图表要服务于内容**
- **每张图表都表达一个明确的信息**
- **一页PPT最好只放一个主要图表**

柱状图



柱形图用于显示一段时间内的数据**变化**或显示各项之间的**比较**情况。

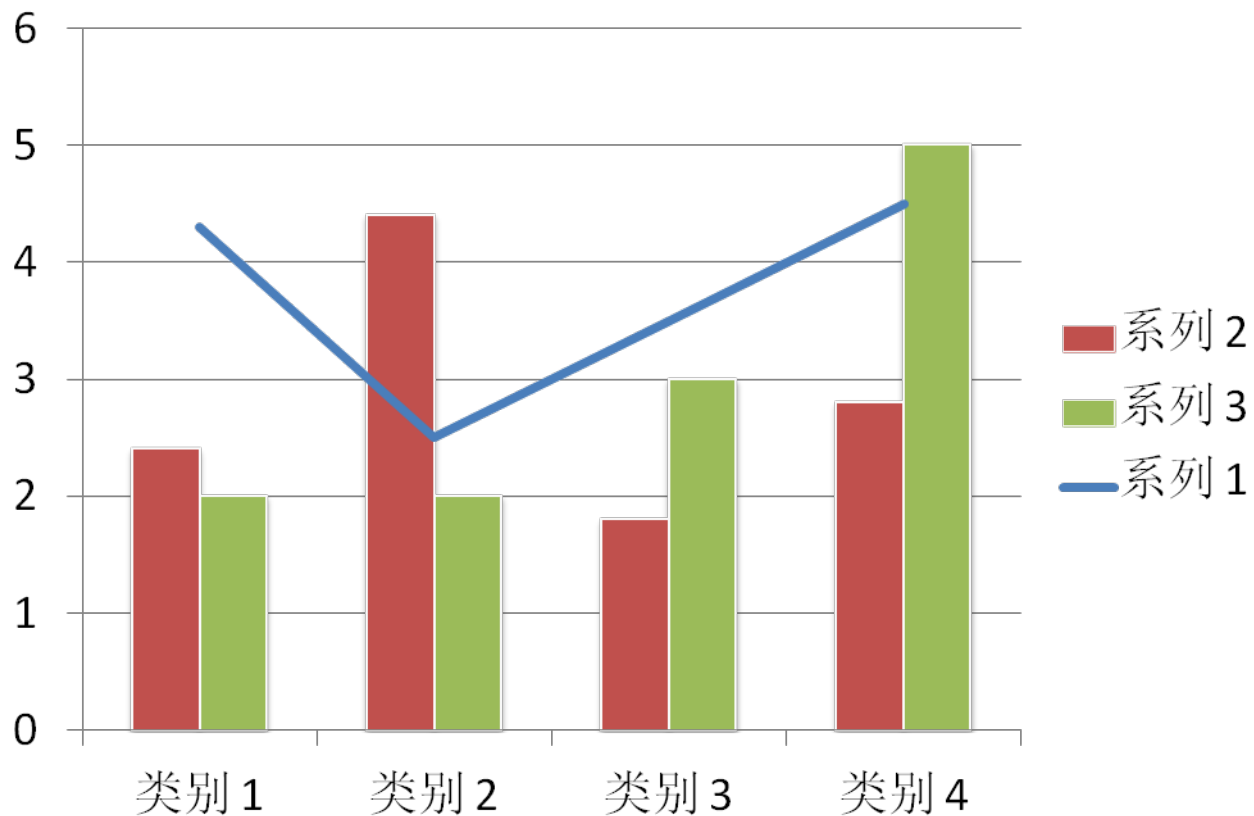
折线图



折线图可以显示随时间而变化的连续数据

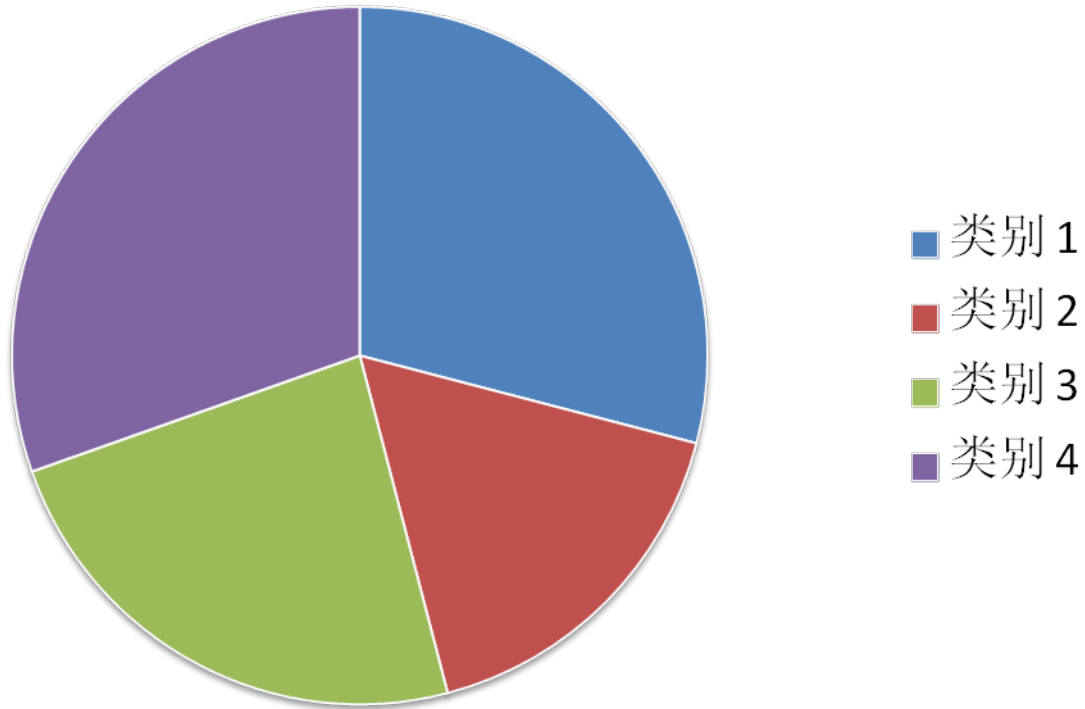
因此非常适用于显示在相等时间间隔下数据的趋势

柱形图与折线图结合



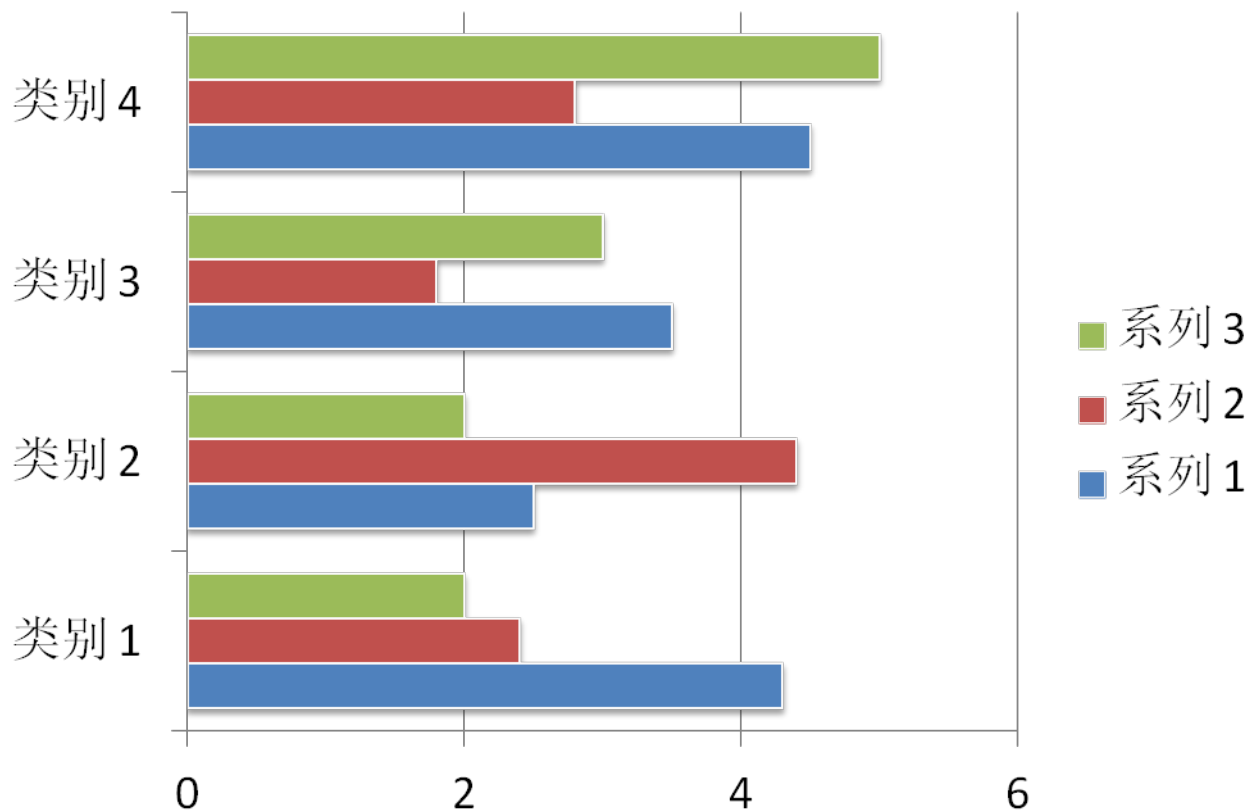
饼图

系列 1



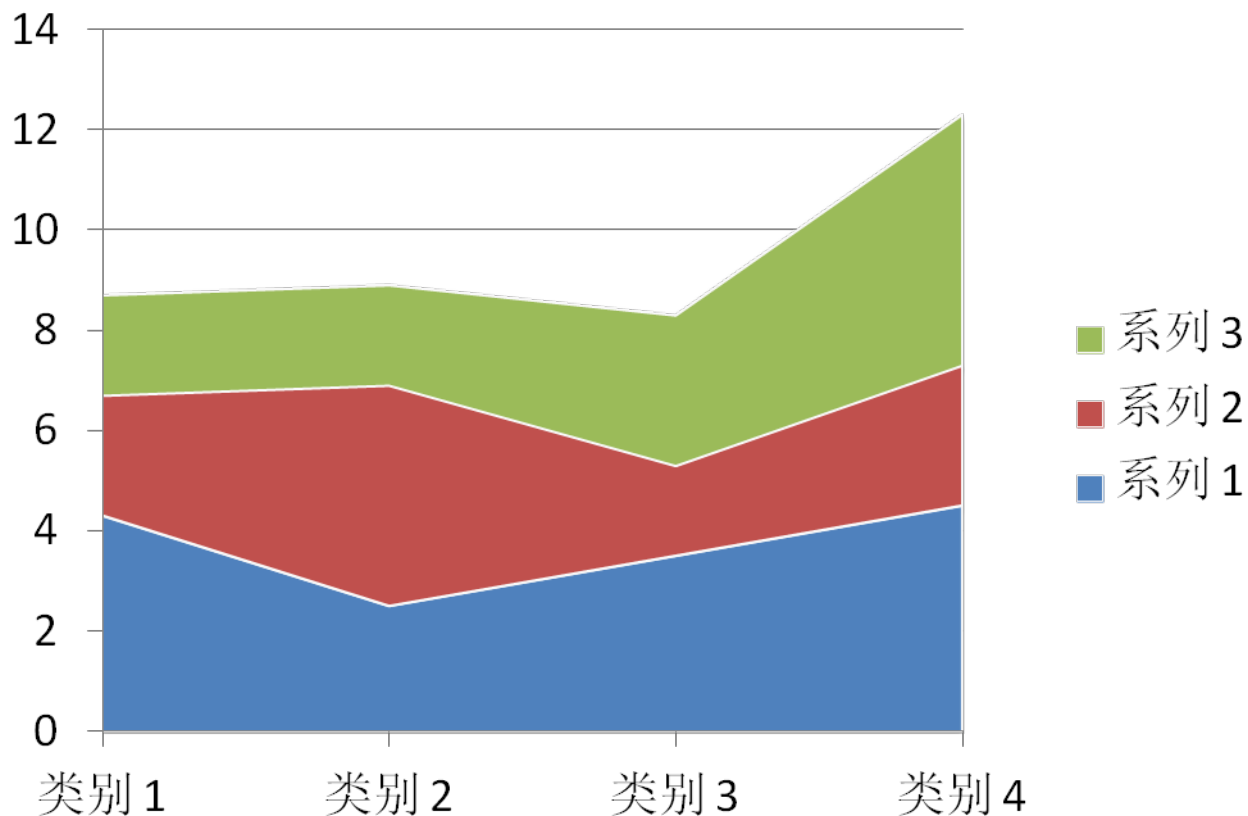
饼图显示数据系列中各项大小与各项总和的比例，块数目限制在4-6块，用颜色或碎化方式突出最重要的块

条形图



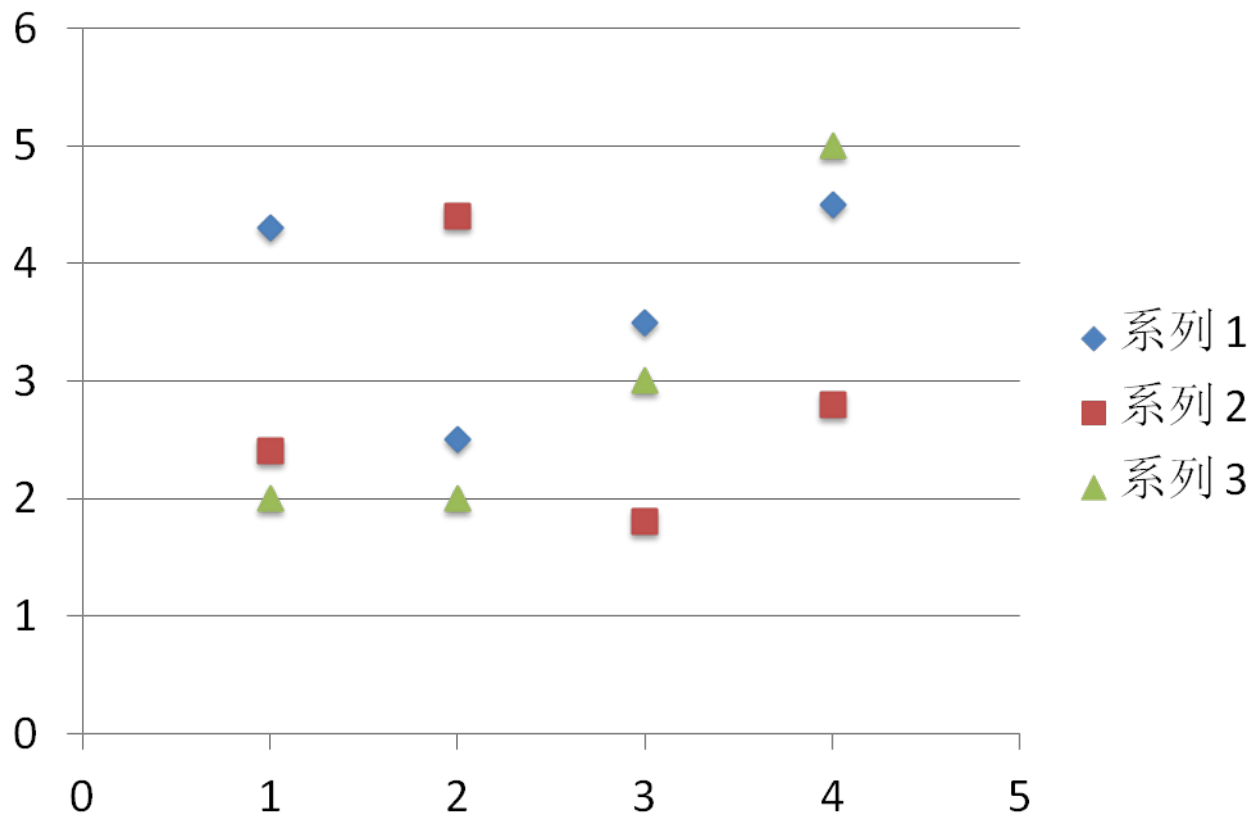
条形图显示各个项目之间的**比较**情况

面积图



面积图强调数量随时间而变化的程度，也可用于引起人们对总值趋势的注意

散点图



散点图表示因变量随自变量而变化的**大致趋势**，据此可以选择合适的函数对数据点进行**拟合**

让图表美一点

下半年华南地区销售业绩提升非常快

	上半年	下半年	合计
华北	25%	25%	50%
华中	55%	15%	70%
华南	10%	80%	90%

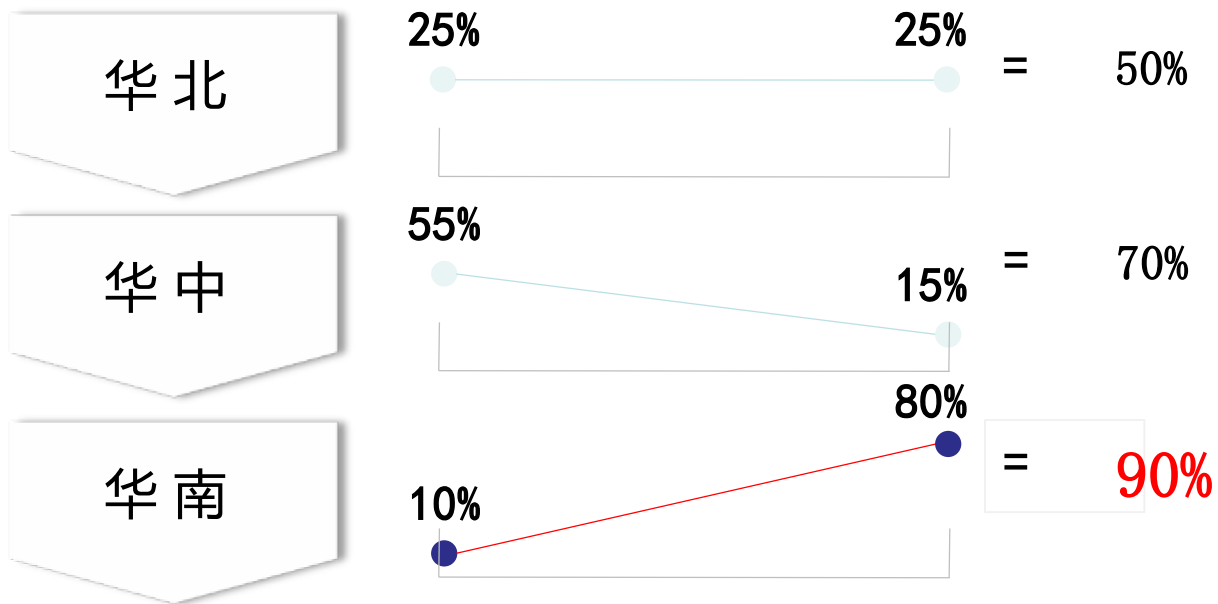
让图表美一点

下半年华南地区销售业绩提升非常快

	上半年	下半年	合计
华北	25%	25%	50%
华中	55%	15%	70%
华南	10%	80%	90%

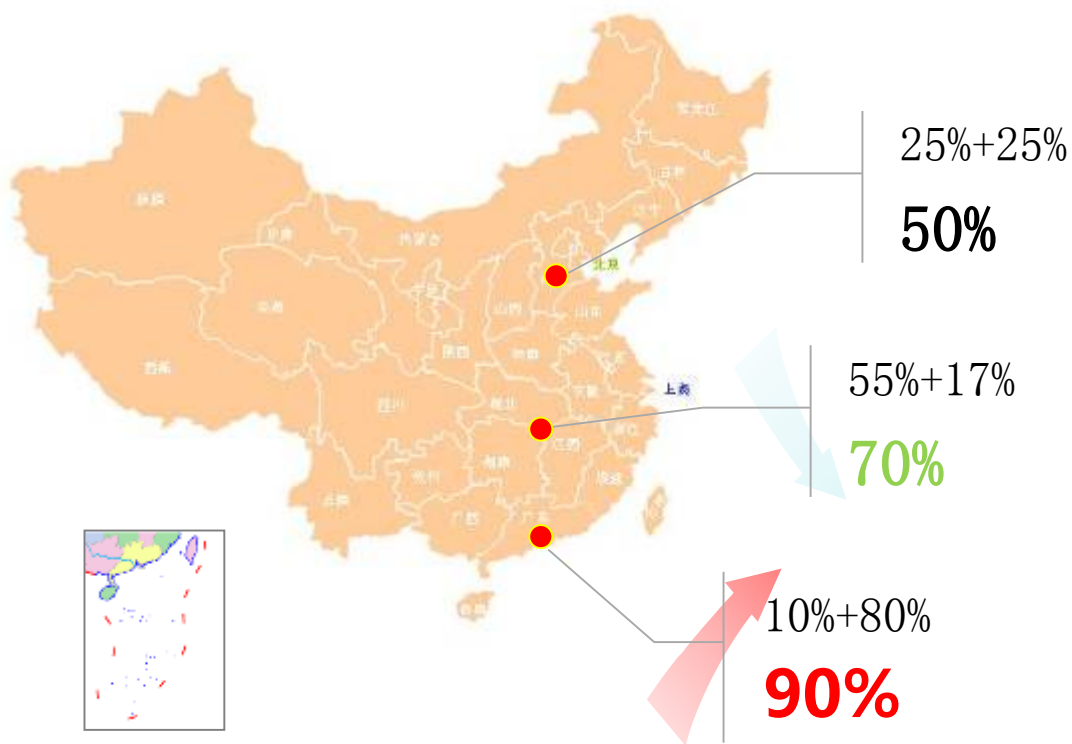
让图表美一点

下半年华南地区销售业绩提升非常快



让图表美一点

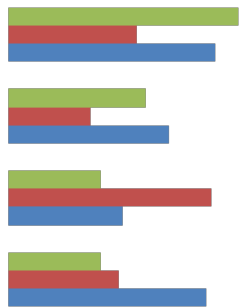
下半年华南地区销售业绩提升非常快



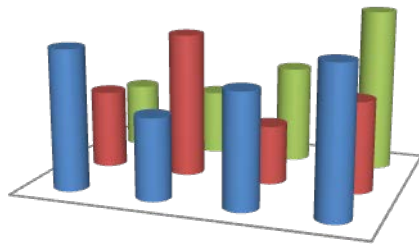
条形图/柱形图

条柱形图六大杀手锏

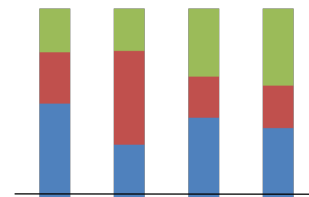
- 1、分类标签文字过长时，使用条形图
- 2、数据要从大到小排序，最大的在最上面
- 3、条（柱）与条（柱）的间距要小于条（柱）的宽度
- 4、有负数时坐标轴标签放右边或图外
- 5、标签非常长时，可放在条（柱）的中间
- 6、簇状条（柱）形图暗色和亮色要交替使用，以保证黑白打印时的可读性



簇状条形图

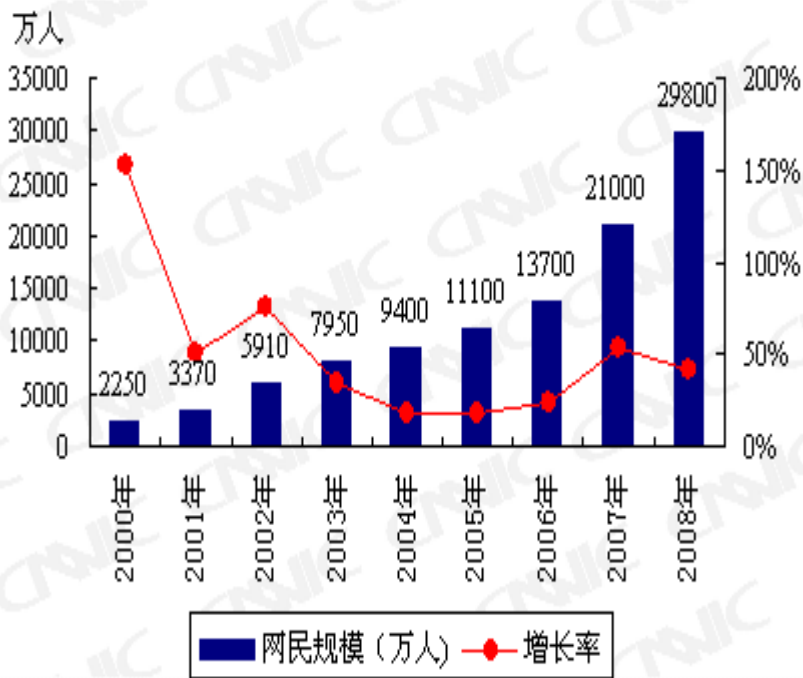


三维簇状柱形图



百分比堆积柱形图

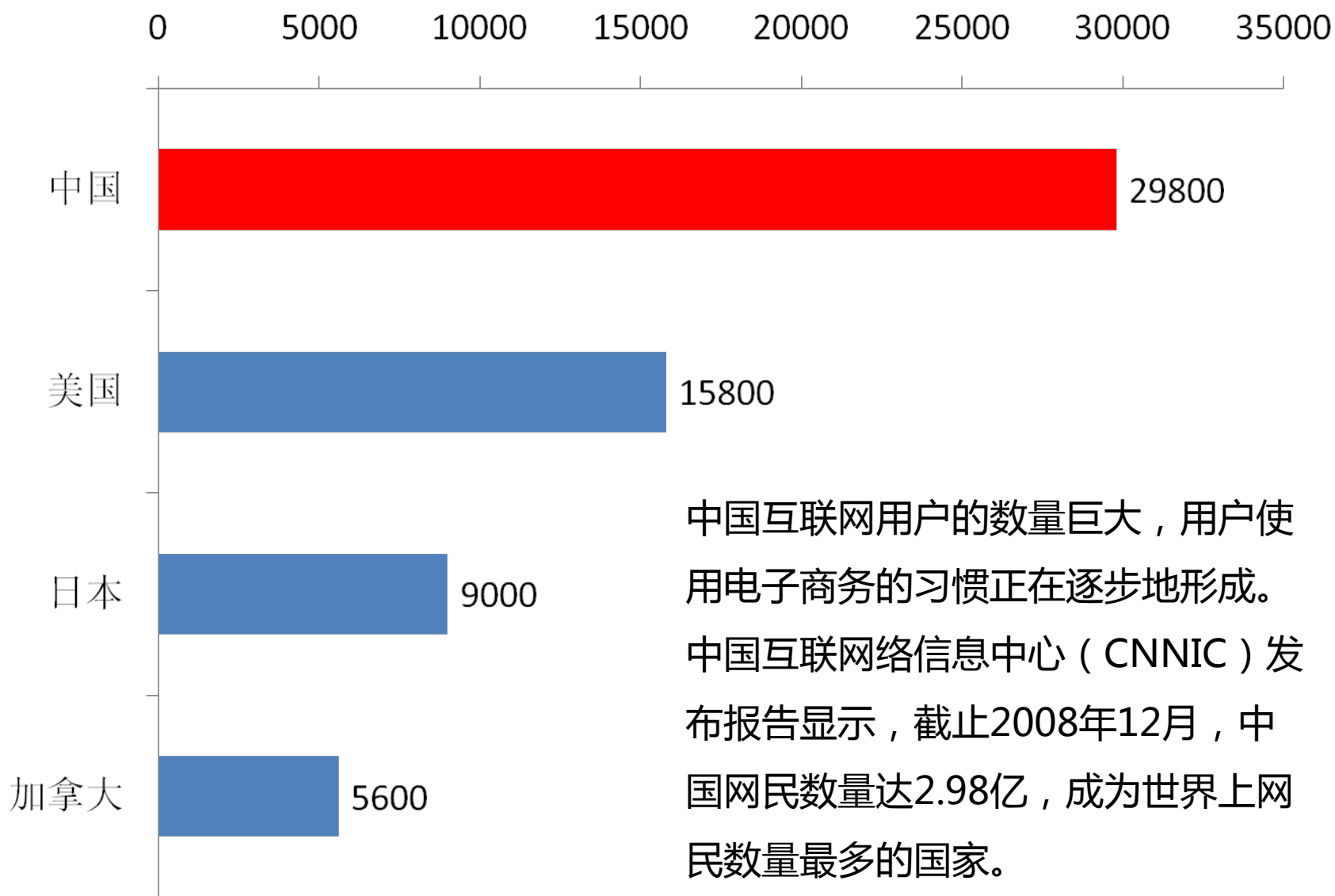
中国XX业 进入电子商务时代



数据来源: CNNIC

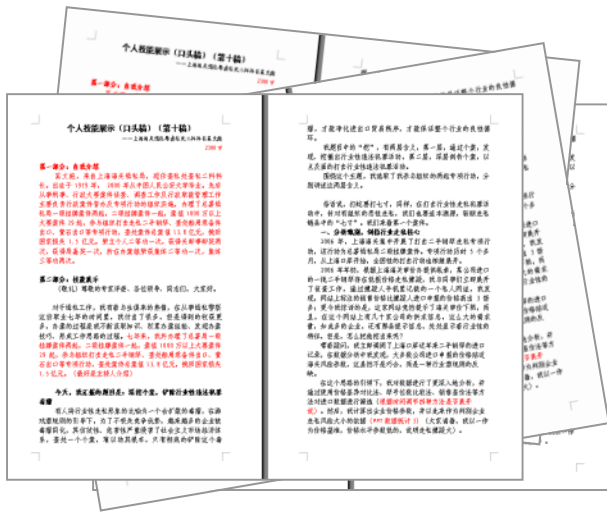
- 中国互联网用户的数量巨大, 用户使用电子商务的习惯正在逐步地形成。中国互联网络信息中心 (CNNIC) 发布报告显示, 截止2008年12月, 中国网民数量达2.98亿, 成为世界上网民数量最多的国家。
- 经过XX业界多年的宣传和 market 培育, 我国居民对于XX业的服务价值和认同感也在不断的加强。
- 国家相关政策对于发展XX业的电子商务有了进一步的支持。
- XX业电子商务发展的核心技术和问题正在逐步的得到解决和改善。

中国网民数量最多



中国互联网用户的数量巨大，用户使用电子商务的习惯正在逐步地形成。中国互联网络信息中心（CNNIC）发布报告显示，截止2008年12月，中国网民数量达2.98亿，成为世界上网民数量最多的国家。

文档变PowerPoint ?



1.理解

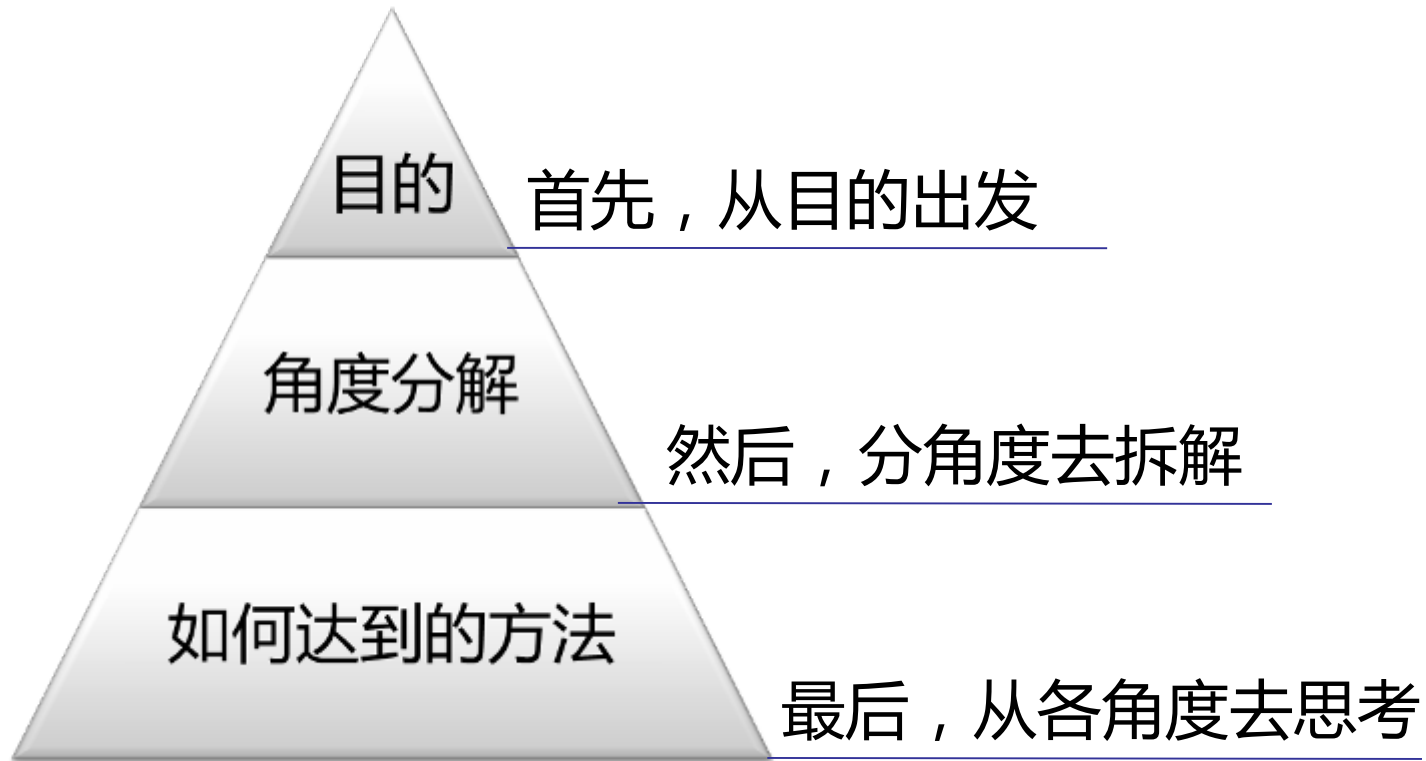
2.想象

3.制作

PPT的逻辑很重要



科研PPT的灵魂是逻辑！？



PPT中展示逻辑的不同？



Word
垂直思考法
(左脑)

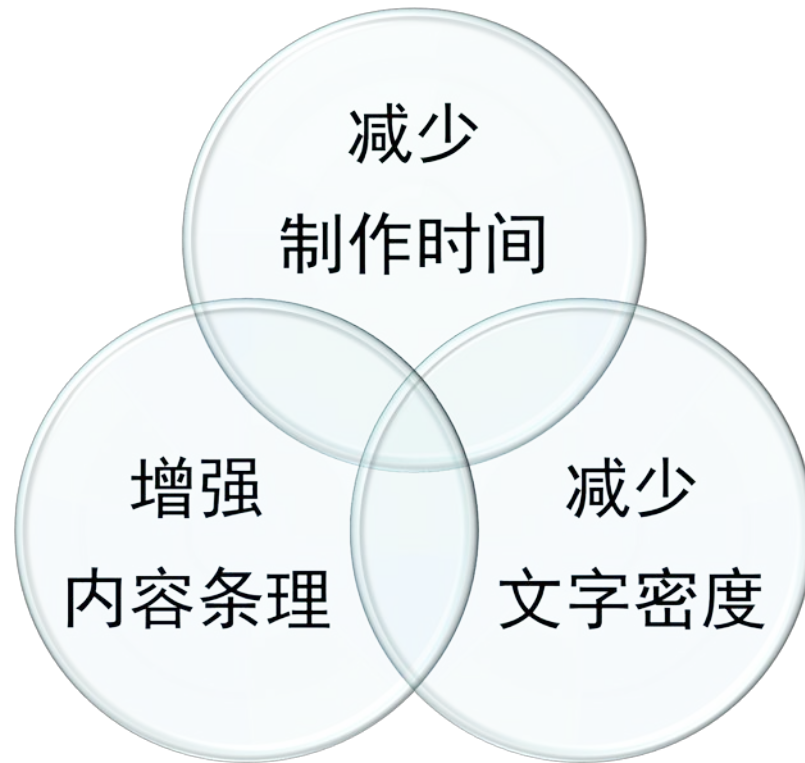


PPT
水平思考法
(右脑)

什么是对的？

啊，原来是这样的！

逻辑性训练--金字塔原理




金字塔原理




学会从结论说起

一个糟糕的汇报者



老板，我最近做××实验，发现指标A升高了；
还有指标B也升高了；
我又比较了几种指标，发现也有升高的趋势；
还有，师兄做的类似实验，我看到……；
对了，实验动物的状态也比较好，如果……可能……”。

假如他学习了金字塔



老板，我认为经过预实验，我们的动物实验效果应该增加样本量，
因为
第一，指标A、B升高了；
第二，几种其他指标，发现也有升高的趋势；
第三，师兄做的类似实验，我看到……，
老板，你觉得这个建议是否可行？

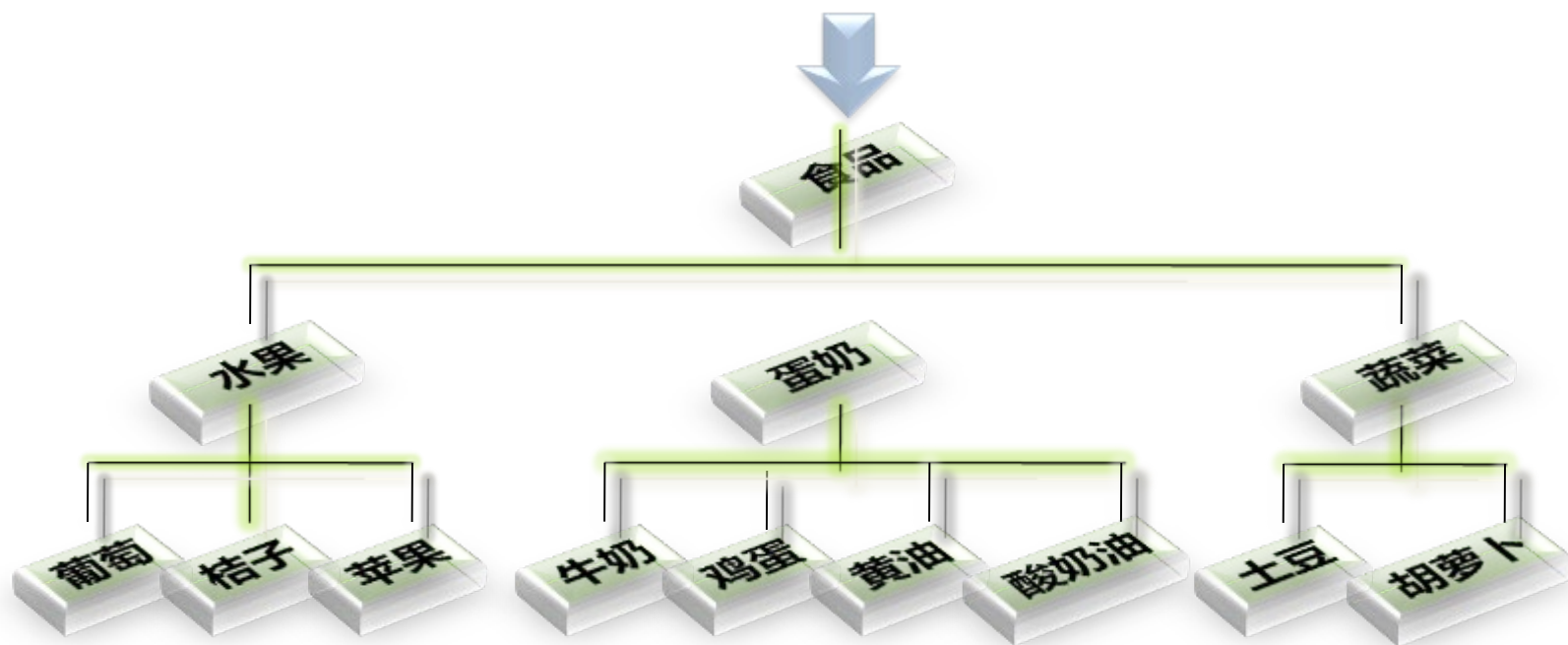
金字塔原理—要有中心思想



一页幻灯片要突出一个中心思想

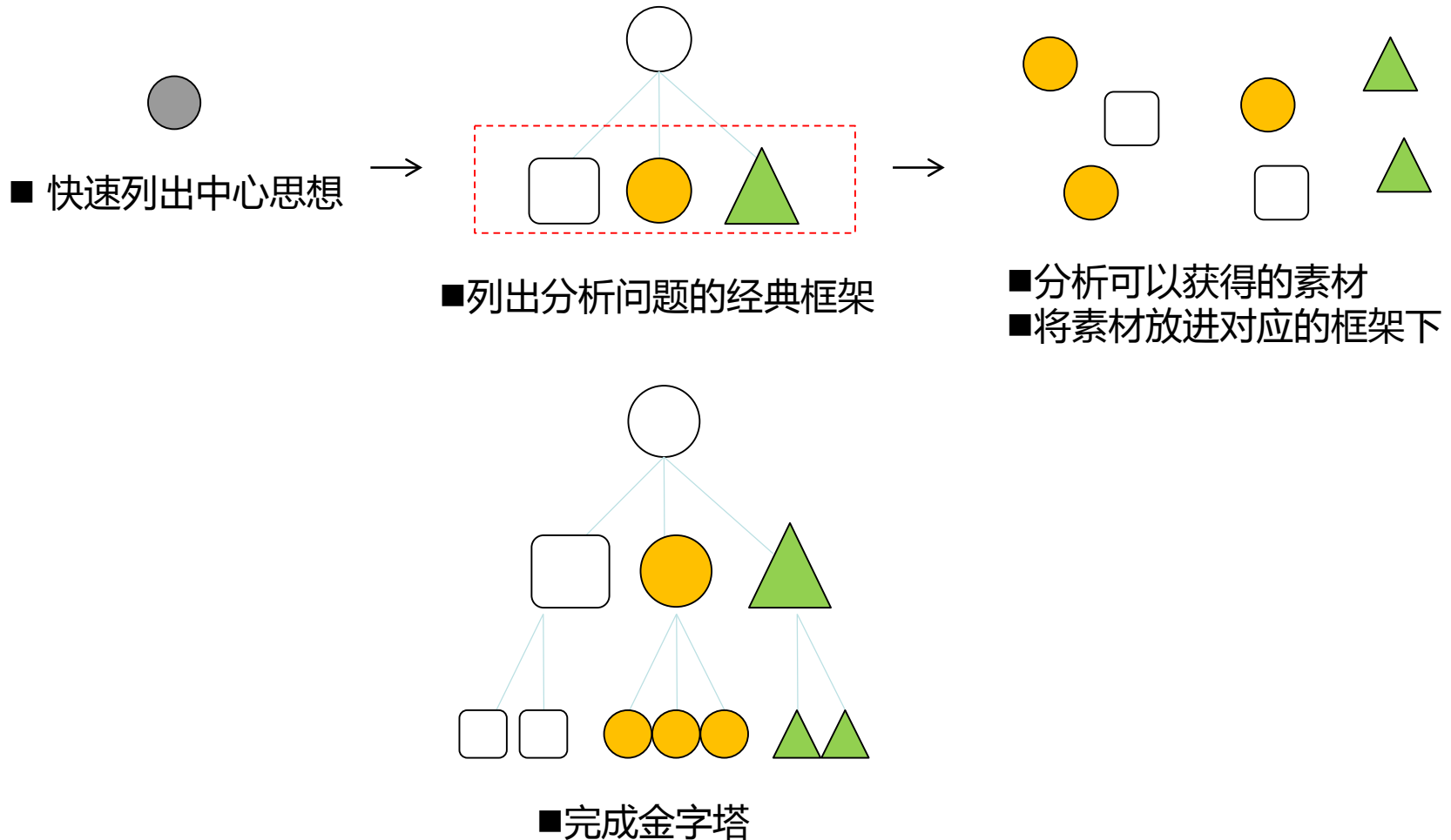
金字塔原理构建实例

葡萄、桔子、酸奶油
土豆、苹果、牛奶、
鸡蛋、胡萝卜、黄油



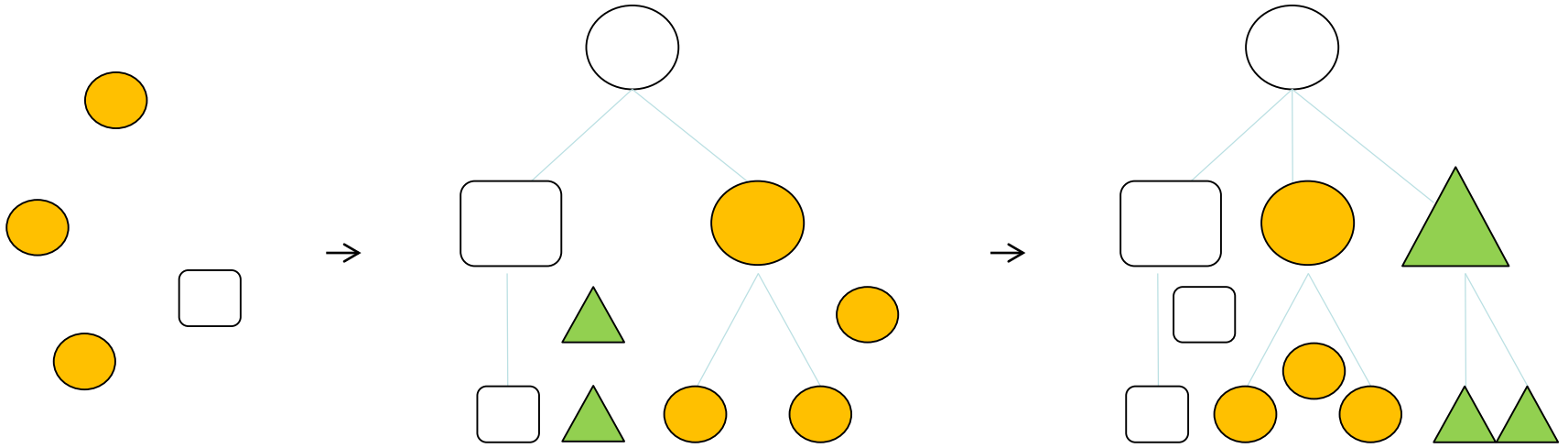
两种建立金字塔结构的方法

如果你对内容很熟悉:自上而下法



两种建立金字塔结构的方法

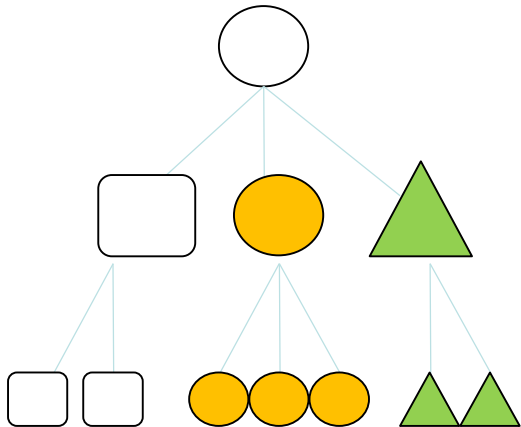
如果你对内容不太熟悉:自下而上法



- 零星的素材
- 想办法搜集更多

- 构建初步的框架结构
- 不断发现新的素材材料

- 框架结构逐步完善
- 调整素材材料分类
- 给框架补充新的内容



- 形成完整的框架结构和完整的内容支撑
- 好的金字塔结构可以不断重复复用

你知道吗？

幻灯片本身从来不是演示的主角



成功PPT演示

确定你的目标



“我为什么**要做**这个演示”



“我要在这个演示中做什么？”

成功PPT演示

分析你的听众

听众背景、听众立场、兴奋点和兴趣点



THINK

BEFORE YOU SPEAK

成功PPT演示

了解你的限制

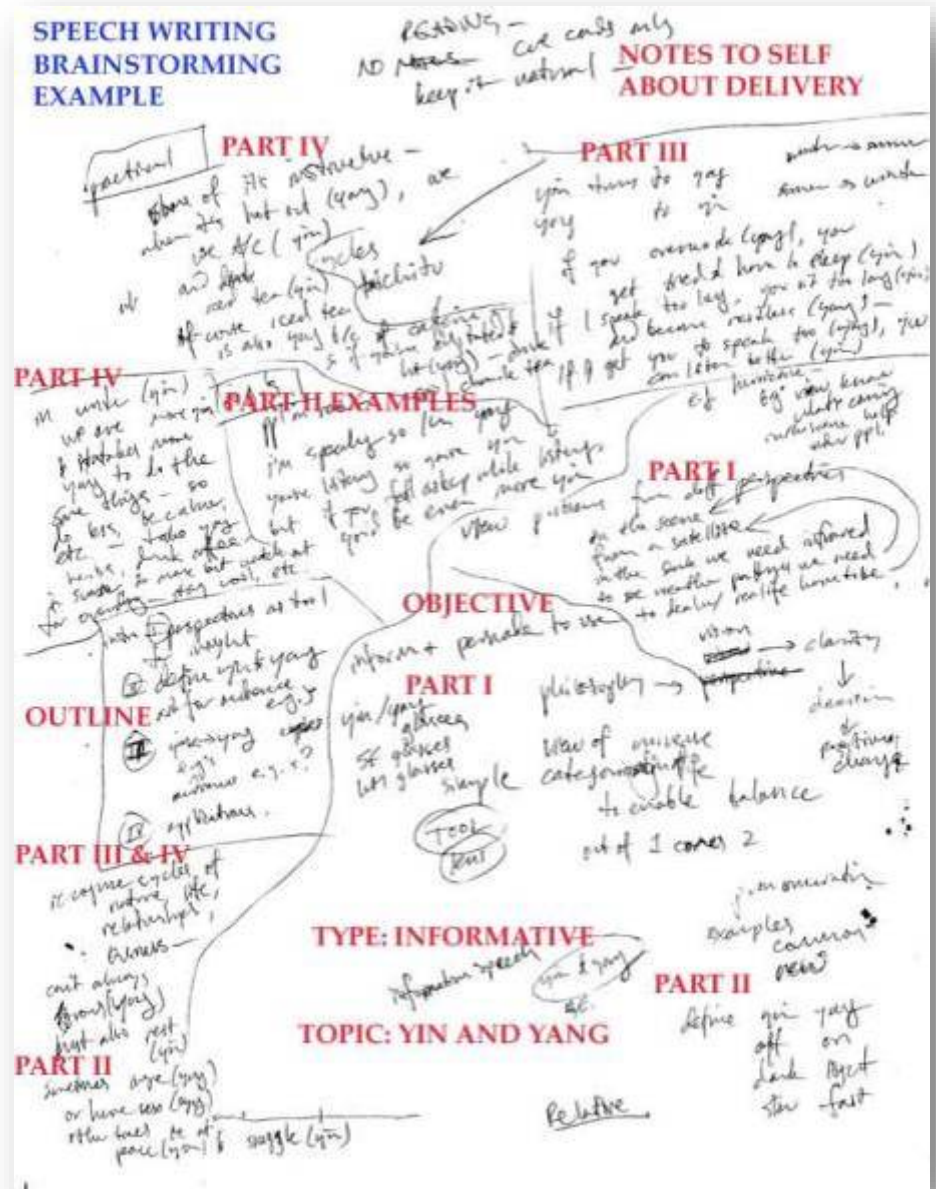
会场、时间、设备和顺序



成功PPT演示

写下完整演讲词

- 把你想说的写下来
- 把你写的背下来
- 按你的理解去讲



成功PPT演示

开场白和结束语

- 标准开场白
 - 礼貌的欢迎
 - 自我介绍
 - 意图
 - 过程框架图



Old Habits

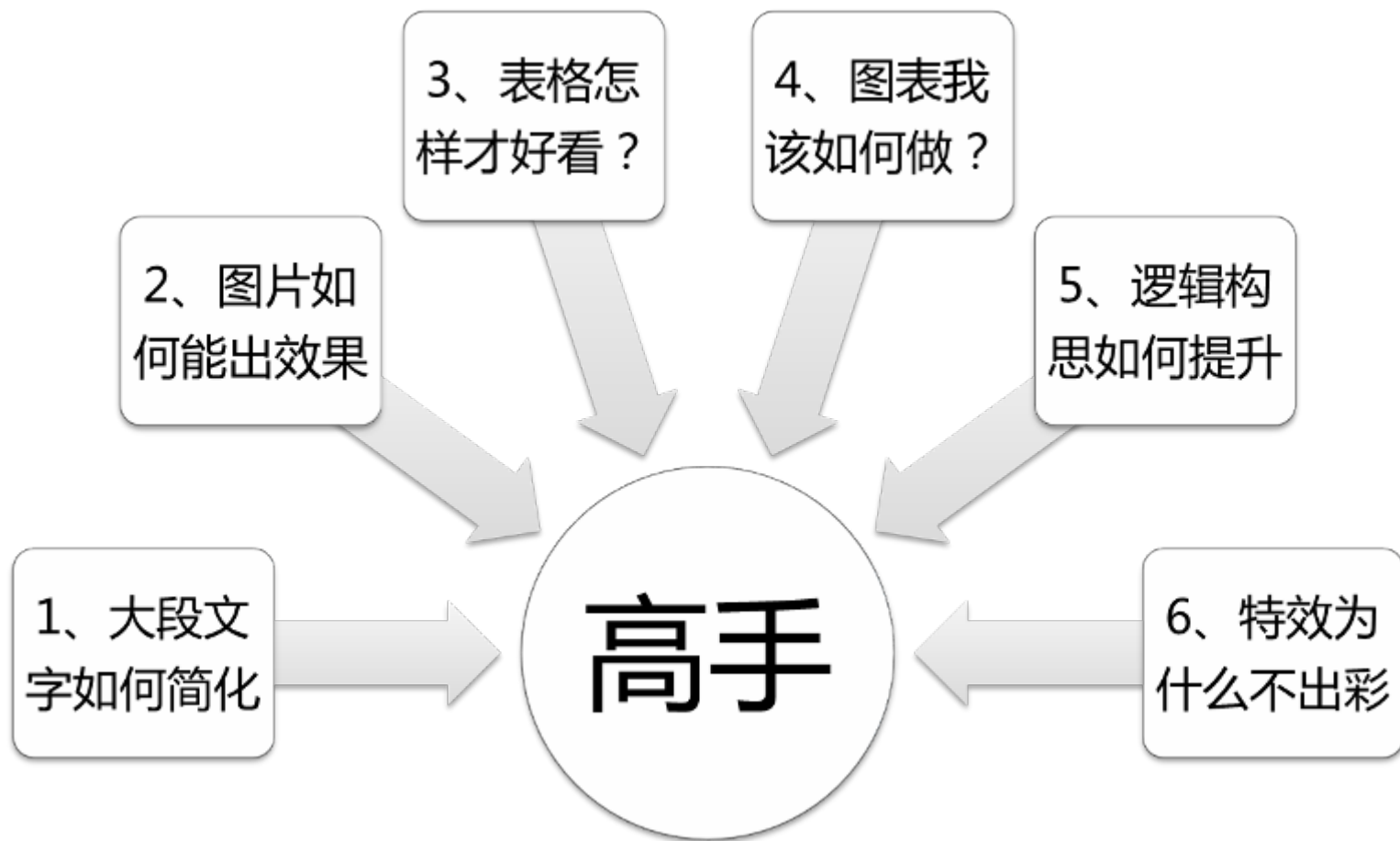


One Message



One Story

PPT提升六大方法

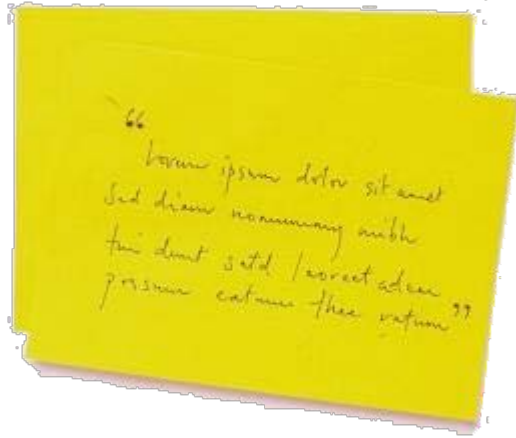


小技巧

- 摘要幻灯片
- 字体设置
 - 整体替换字体
 - 中英文不同字体
 - 上标、下标输入
 - 内容层次、字体大小变换
- 流程图及连接符
- 添加图表

关于辅助工具的使用

要点卡片



白板



指示笔



麦克风



关于演示幻灯片



勿站观众和屏幕中间
勿回头看幻灯片切换



勿突然跳过幻灯片
勿回翻幻灯片

制作讲义



如果要用表达观众不喜欢听讲座，是不是用这张照片就好了？而且很有冲击力哦。

幻灯片 1



如果要用表达观众不喜欢听讲座，是不是用这张照片就好了？而且很有冲击力哦。

幻灯片 2



视觉化案例：
这是 Steve Jobs 在 2007 年 11 月初参加斯坦福大学演讲时发言所用的 PPT（他是苹果粉丝，所以是用 keynote 制作的）

什么是 **podcast**？是不是看图就明白了呢？

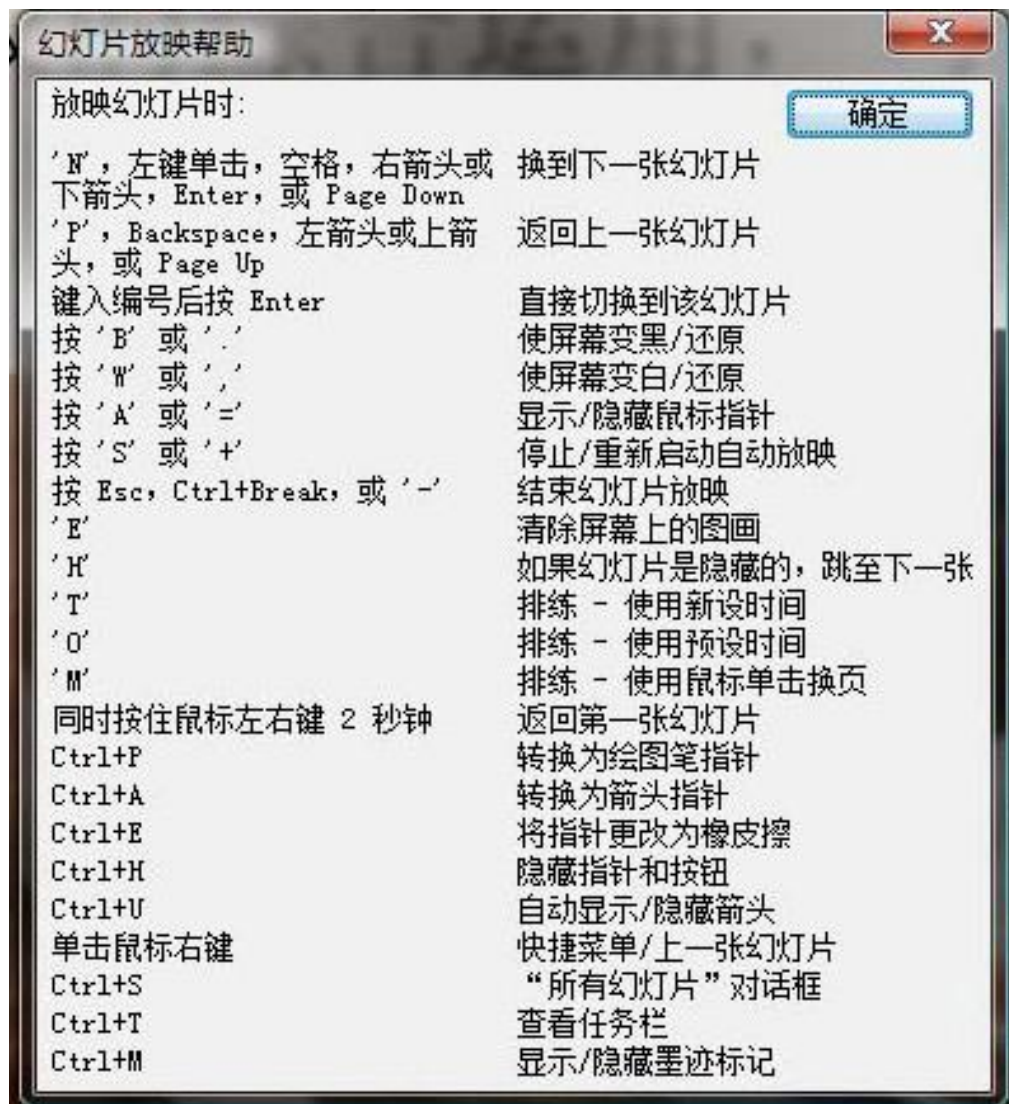
幻灯片 3



这算是不是更有感觉？

在这个地址可以下载到关于此次演讲的记录：
<http://www.flypig.org/002309.html>

关于演示的播放技巧



在幻灯片放映的时候按下



，弹出左图的菜单，牢牢记住，会很有用哦。

KISS原则

K *J* *S* *S*

给别人以惊喜，给自己新天地



Take a chance