

企业PPT形象 升级手册

The Company Introduction of The Quality Control
Manual of Chinese Standard PPT



Let every enterprises in China have their exclusive and exquisite PPTs.
让中国每一个企业都拥有一部精美的企业专属PPT。

To concentrate On High-end
PPT Design



综述

《企业PPT形象升级手册》分为两个部分：

《企业PPT形象升级手册（上）》包含企业介绍PPT的四个原则、准备阶段所需要的6个事项及过程篇关于风格、故事、尺寸、色彩操作规范、企业介绍PPT中所涉及到文字；

《企业PPT形象升级手册（下）》包含过程篇图片、图形、图标的准则、图示、图表、动画等相关内容及让企业介绍PPT价值发挥到最大的关键的后续篇。

本册为《企业PPT形象升级手册（上）》

包含企业介绍PPT的四个原则、准备阶段所需要的6个事项及过程篇关于风格、故事、尺寸、色彩操作规范、企业介绍PPT中所涉及到文字

目录

一、准备篇

二、过程篇

2.1 风格

2.2 故事

2.3 尺寸

2.4 色彩

2.5 文字

2.6 图片

2.7 图形

2.8 图标

2.9 图示

2.10 图表

2.11 动画

三、后续篇

3.1 检查

3.2 演练

3.3 跟踪

3.4 迭代



前言

作为中国高端PPT设计领军企业，11年时间，锐普一共为1008家知名企业制作了企业介绍PPT。

据此提炼了企业介绍PPT制作的经验、标准，编成此手册，希望中国每一个企业都拥有一部精美的企业专属PPT。

四个原则

PRINCIPLES

目标导向

- Goal Oriented

凡是没明确目标和不能实现目标的PPT都不是优质PPT

独一无二

- The One and Only

所有的企业介绍PPT应该都是唯一的、个性的、过目不忘的

故事为王

- Story Is the King

遵循故事规律，让故事有理有据，直达演示目标

精致体验

- Exquisite Experience

画册级设计品质少了电影级视觉体验



一、准备篇 PART ONE

动手前明确以下6个事项

- ① WHAT
- ② WHY
- ③ WHO
- ④ WHEN
- ⑤ WHERE
- ⑥ HOW



WHAT

做什么

企业介绍PPT，是现代企业必备的品牌武器。小到三五人现场沟通，大到几百上千人的商业论坛，亦或在微信、邮件推荐业务，一个专业的企业介绍PPT都是必不可少的。

环保：纯电子媒介，无需打印，无需纸张，无污染。

成本低：只需策划和设计费，免除纸张和运输成本。

易于传播：PPT不但在各种电脑终端都能打开，还可以轻松转化为PDF、MP4、Flash等格式在网络传播。

方便修改：根据企业发展，随时随地修改、迭代。

形象生动：不仅仅可以平面展现，还可以加入动画、3D模型、插入声音、视频、以多媒体方式呈现。

应用场景丰富：不仅可以人手一份，更重要的是可以在会议中或大型论坛让所有人聚焦于大屏幕，方便讨论和统一思想。

WHY

为何做

企业的性质不同，使用场合不同，面对人群不同，企业介绍PPT制作的目的是不同，这就要求PPT在结构、色彩、板式、重点等安排上会有所不同。

总体来说，企业介绍PPT可能的目的有：

宣传形象：偏向品牌推广，重在宣传理念、展示实力、树立形象，务求体现品牌调性。

促进成交：简化内容和逻辑，不求面面俱到，但求直达观众内心，把流量转化为销量。

评奖验收：根据评选要求进行制作，凡是与评选无关内容全部删除。

募集资金：讲清商业模式、故事感动人心、呈现公司实力、描绘未来规划。

达成合作：强调自身优势和保障，消除合作方顾虑。

校园招聘：面对大学生，宣讲企业愿景、文化、实力，赢得学生们的好感，招募优秀人才。

WHO

给谁看

确定目标，才能针对性制作PPT。一页针对目标的PPT，远胜过100页泛泛而谈的PPT。

不同类型的观众，审美不同，知识结构不同，关注点也不同，所以PPT的风格、侧重点、逻辑结构、演讲风格也会有所不同。

B端客户偏理性，C端消费者偏感性。内部员工更希望了解企业福利，投资人更关注投资回报，政府机构更关注企业规模、社会责任、影响力，供应商更关注企业信誉和需求量。大学教授讲究证据和推理，中小學生更愿意听动人的故事。创业者希望得到管理经验，职场新人更愿意憧憬未来。商务人士注重商业趋势，家庭主妇更关注柴米油盐，卖菜大妈则更在乎蝇头小利。

不同类型的演讲者，对PPT的影响也大不同。有的演讲者，一张PPT可以讲几小时，这样的PPT就要尽量简洁；有的演讲者，却只能照本宣科，就需要把大量的内容都罗列其上。

WHEN

何时用

一套优秀的企业介绍PPT作品，需要经过调研-策划-风格-内页-动画-排练-修改七个主要步骤。每个步骤都需要预留一定的时间，预先设置好各个时间节点，并严格按照这些时间节点执行，是一个优秀设计师必须具备的品质。

以一个40页左右的企业介绍PPT为例，锐普公司的制作流程和标准时间如下：



WHERE

在哪儿用

企业介绍PPT的常用的播放媒介有电脑屏幕、手机、电视屏幕、投影幕布、LED大屏等五种。

电脑屏幕

在演示中使用的主流设备是笔记本电脑、PAD两种，亮度、饱和度、分辨率较高，一般适宜16:9横版尺寸，背景颜色深浅皆宜。

手机屏幕

比较适合竖版尺寸，背景颜色深浅皆宜，但对PPT动画支持度较低，也容易出现掉字体现象。建议转为PDF或视频格式观看。

电视屏幕

一般用在较小会议室，亮度、饱和度、分辨率较高，一般适宜16:9横版尺寸，背景颜色深浅皆宜。

WHERE

企业介绍PPT的常用的播放介质有

电脑屏幕、手机、电视屏幕、投影幕布、LED大屏等五种。

投影幕布

亮度、饱和度、分辨率相对较低，所以在画面设计时需注意内容和背景的对比。一般用在较大的场地，背景多采用深色，避免纯白、纯红、纯绿等大面积浅色和鲜艳背景，否则会给观众带来不适。投影展示的PPT，一般都是16:9横屏。

LED大屏

一般用在论坛、发布会、企业年会等大型会议中，屏幕大、辐射和冲击力很强，一般采用深色背景，避免纯白、纯红、纯绿等大面积浅色和鲜艳背景。LED大屏尺寸，从16:9到25:9到36:9等，多种多样。在制作PPT之前，务必精确了解具体尺寸。

HOW

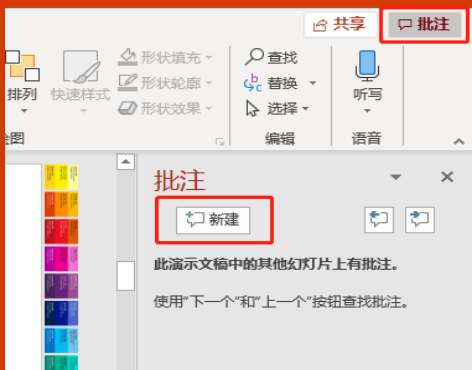
怎么做



小提示：

PPT制作中需要各参与者之间进行充分的沟通，使用Office 365中的聊天功能，能够在PPT文稿中与参与者们直接对话，降低沟通成本，增强团队协作力。

[了解详情>](#)



使用批注
聊天对话

广泛收集素材

包括：VI、宣传册、网页、图片素材、视频素材等。

PPT中素材的使用顺序是：专有素材优先于通用素材；具体素材优先于抽象素材。

广泛收集意见

领导在PPT制作中往往起着决定性作用，设计师必须充分与领导沟通，在主题、内容、风格等方面达成一致才能动手。同时，还需要认真听取使用部门的意见，了解他们在PPT使用中的诉求、困惑、期望等。

组织专业的团队

PPT的制作从策划到设计到动画，需要不同的人才，幻想一个人就能够做出极致的企业介绍PPT，是不可能的。必要的外包，可能是更有价值的策略。

在紧急PPT制作需求时，为了提高工作效率又互不影响，需要启用Office 365同步编辑，多人同时对于一个PPT文稿进行制作，提升效率。

[了解详情>](#)

二、过程篇 PART TWO

PPT制作过程中，策划师、设计师必须严格遵守以下11个方面的操作规范。



01 Style

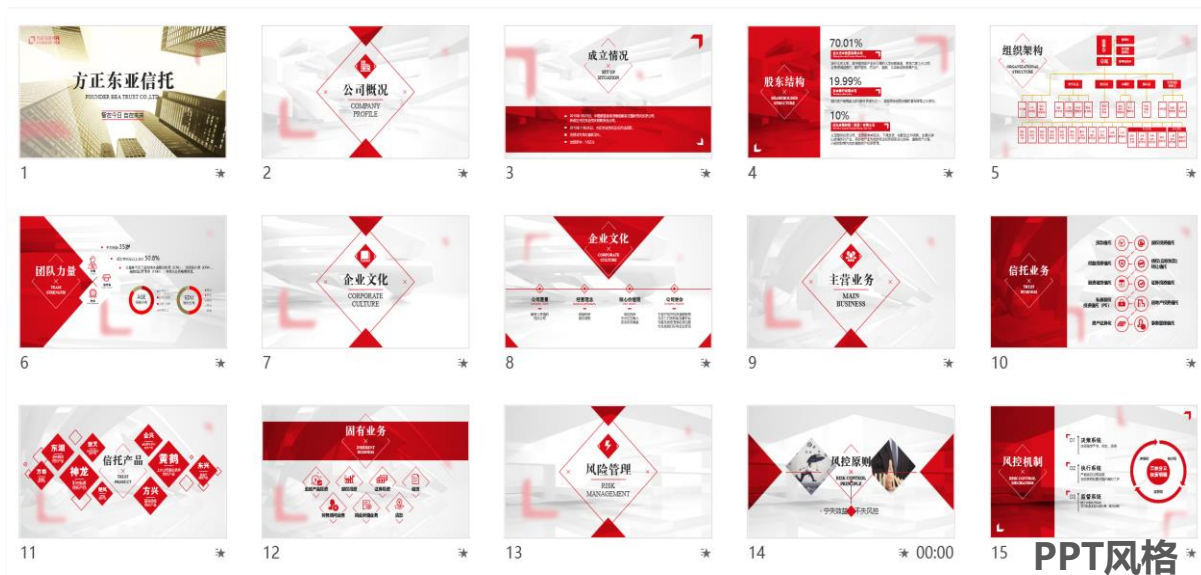
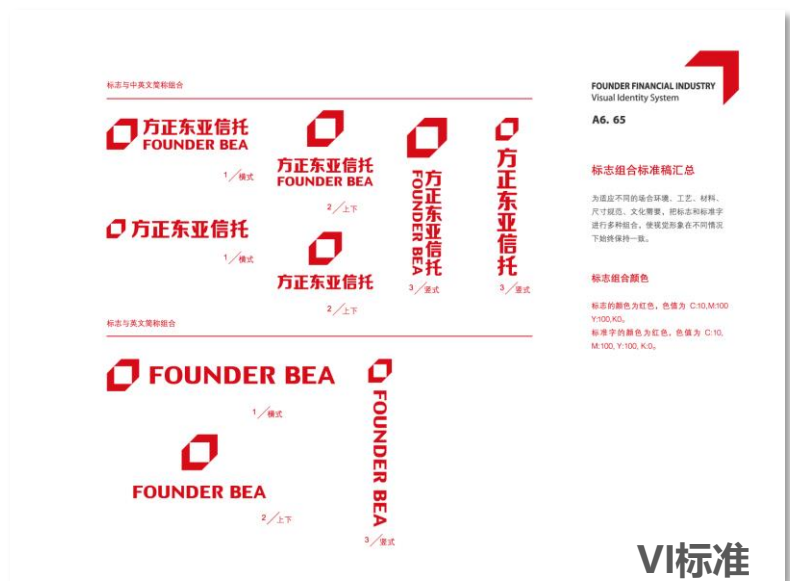
风格

PPT设计的第一步，是确定风格。风格，是一个企业PPT所具有的独特于其他企业的表现，包括色彩、质感、版式、元素、动画等综合起来所形成的调性。它是一家企业给人最直观的感受，也是PPT设计最重要的步骤。



PPT风格 主要是由公司VI决定的

在颜色、大小、距离、图形等方面须严格遵守，
并且在此基础上进行延伸。



上图是方正东亚信托的公司VI标准，锐普在此基础上确定了其企业介绍PPT的风格。

PPT的风格还要与行业属性保持一致

这是锐普给保利协鑫的企业介绍PPT，蓝、绿两色，加上简约的画面，让人一眼就能分辨出其科技和环保行业属性。



在锐普的概念里 这些风格是务必杜绝的

在企业介绍PPT中，千万不要直接使用通用PPT模板，无论这些模板是别人赠送的、免费下载的，哪怕是花钱从模板网站购买的。



蓝天白云绿草地款



西红柿炒鸡蛋款



PowerPoint自带款



乔布斯经典款



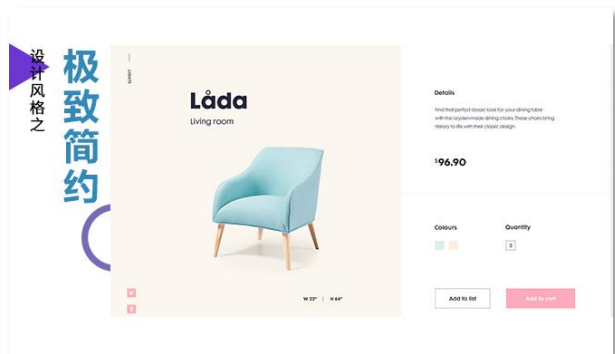
小提示：

Office 365官网收录数千个PPT模板和主题，企业可参考与行业及企业风格匹配的内容，获取各种不同的创意与设计灵感，制作出优质、个性的企业介绍PPT。

[去下载>](#)

切记：企业介绍PPT是公司的门面，一个没有个性的公司，是不会被人记住的，更不用说打动观众。

目前正在流行的设计风格 (1)

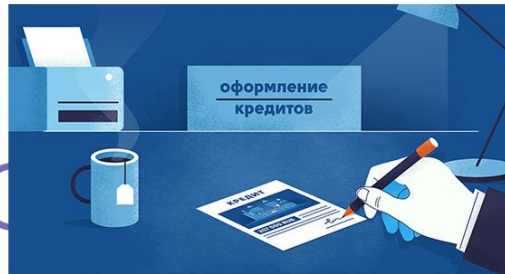


目前正在流行的设计风格 (2)

设计风格之
霓虹风格



设计风格之
商务插画



设计风格之
大数据风格



设计风格之
3D立体风



设计风格之
简约线条



设计风格之
故障风格



设计风格之
扁平风格



设计风格之
等高线风

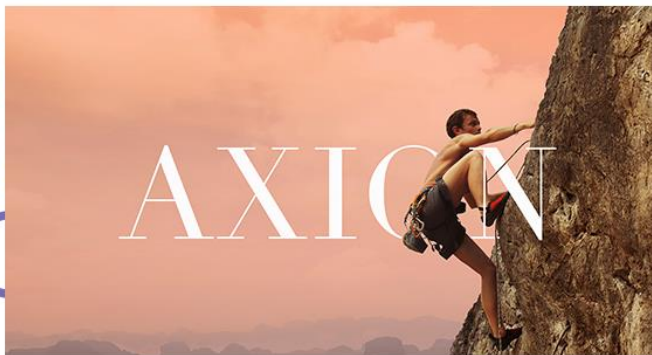


设计风格之
MBE风格



目前正在流行的设计风格 (3)

设计风格之
突破风格



设计风格之
高桥流风



设计风格之
透明叠底



设计风格之
商务剪纸



设计风格之
低多边形



设计风格之
手绘漫画



设计风格之
全图设计



设计风格之
流体色彩





**在锐普的设计流程中，风格是整个PPT制作的前提
只有风格确定，才能继续做内页，否则就是在浪费时间**



锐普给客户提供的风格稿包含



片头动画



封面



目录



图表页



图片页



文字页

一般风格稿在8页左右，奠定了整个PPT的基调 后续的页面不得违背风格稿的样式

上海上药第一生化药业有限公司
SIPH NO.1 BIOCHEMICAL & PHARMACEUTICAL CO., LTD.

—— 针针献深情 一生可信赖

www.shpc.com.cn




PART 01
公司概况
Company Profile



历史沿革
Development History

- 1943 创建上海第一制药厂
- 1984 发展成为制剂专业生产厂
- 1987 创建上海生物化学制药厂
- 1985 加大投资，建设新厂
- 1988 由陕西北路搬迁至闵行虹梅南路1317号



人员结构
Structure of Personnel


组织架构日益完善化，人力资源结构日益精益化

公司总人数

年份	人数
2012年	1219
2013年	1189
2014年	1180
2015年	1162
2016年	1120

学历结构图

年份	博士	硕士	本科	大专	高中
2012年	10%	20%	40%	25%	5%
2013年	10%	20%	40%	25%	5%
2014年	10%	20%	40%	25%	5%
2015年	10%	20%	40%	25%	5%
2016年	10%	20%	40%	25%	5%



产品系列
Product Series

关注制药发展动态，向现代医药迈进

- 生物制剂
- 中药
- 化学制剂

- 注射用重组蛋白
- 重组人粒细胞集落刺激因子
- 注射用单抗
- 疫苗及注射剂
- 注射用二丁羟纤维素钠
- 丹参酮IIA磺酸钠注射液
- 注射用腺苷钴胺
- 注射用磷酸铁钠



1994 两厂合并更名为上海第一生化药业有限公司

2002 上海集团斥资重组上海第一生化药业有限公司

2010 对子公司实施合并管理

2015 正式更名为上海上药第一生化药业有限公司



生产管控
Production Management And Control

严格的生产和质量管控

水针生产线

- 洗瓶机
- 灌封机
- 灯检机
- 包装机
- 开箱机



PART 02
责任荣誉
超越利润之上的追求



02 Story

故事

PPT的本质就是讲故事。

能否把企业的理念、优势、产品等推广出去，很大程度上取决于故事的编排。

但一个企业介绍的PPT，如果把以上内容直接罗列，一定会把观众给讲迷糊。所以，每一个故事，必须有一定的逻辑和线索，在内容上也需要有所侧重。



企业介绍PPT所涉及的内容可以包括：

口号、愿景、使命、价值观、位置、资本、组织结构、团队、规模、发展历程、业绩、荣誉、竞品分析、领导视察、业务、产品、设备、研发、优势、服务、文化、营销活动、社会责任、规划、憧憬、合作期望、联系方式……

根据企业介绍PPT的功能和锐普的实践经验

其逻辑和线索大概有如下种类：



全面型

这类PPT没有特定的应用场景，对企业的介绍也比较全面。为避免观众迷乱，一般都会把内容划分为3-5大类，不宜太多，如企业概况、产品和服务、发展规划等。

锐普给中国外运股份有限公司做的企业介绍PPT，分成四个部分，全面介绍该公司。



业务型

在营销会、推介会、展览会等直接面对客户的场合，PPT的目的为推广产品和业务，其结构也以业务为导向，直接对业务进行分类展示，其他的内容都可以弱化。

三星电子公司的企业介绍PPT，直接把产品分成CE、IM和DS三大类进行介绍。



业绩型

对管理咨询公司、投资公司、创意公司、影视公司等项目型企业来说，项目就是硬实力。当面对经销商、股东、公众时，企业更主要的是展示公司实力和业绩。

锐普给中财国龙做的企业介绍PPT，直接列举所完成的地产项目。



情怀型

针对校园招聘、记者采访、行业评选等场合的企业介绍PPT，更侧重讲情怀。

情怀型不能拘泥于企业自身，一般都要有大格局，以家国天下、人类历史、行业趋势、社会责任等讲起，然后引出企业的愿景、使命、价值观、行动等，最后才是具体的希望和需求。



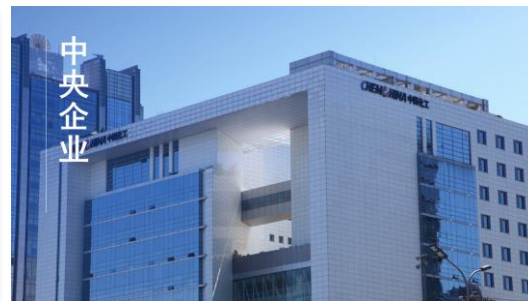
锐普给华为做的面向校园招聘的企业介绍PPT。从人类历史的进程讲起，逐步引入华为的介绍。



叙述型

这是从国外咨询公司流行起来的一种结构模式，每页PPT都有一个Headline（标题），所有的标题连起来就是一篇文章或故事，看整个PPT，就像听一个专家娓娓道来，整个故事的连续性和沉浸感都较好。

锐普给中国化工做的企业介绍PPT，大图片+大标题，再加上大气的动画，很有震撼力



情节型

对于一些教育、科技、创意等公司来说，业务是抽象、理念性的，缺少照片、实物等元素，他们的企业介绍的PPT多采用动画+配音的方式来做，看起来轻松、活泼、吸引人。

锐普给互生金融做的公司介绍PPT，人物、故事贯穿始终，妙趣横生。

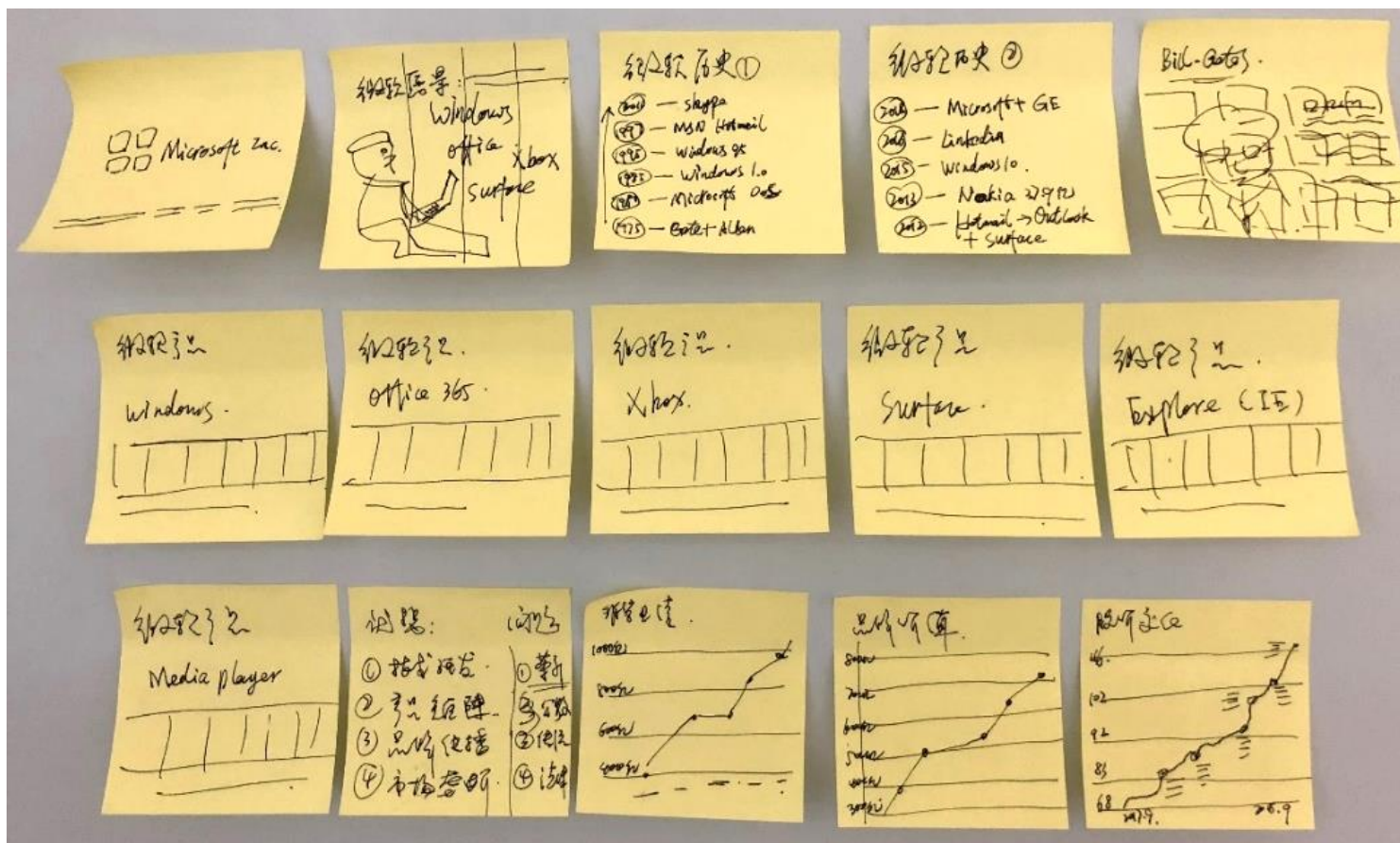


四种策划工具

Four Planning Tools

便利贴

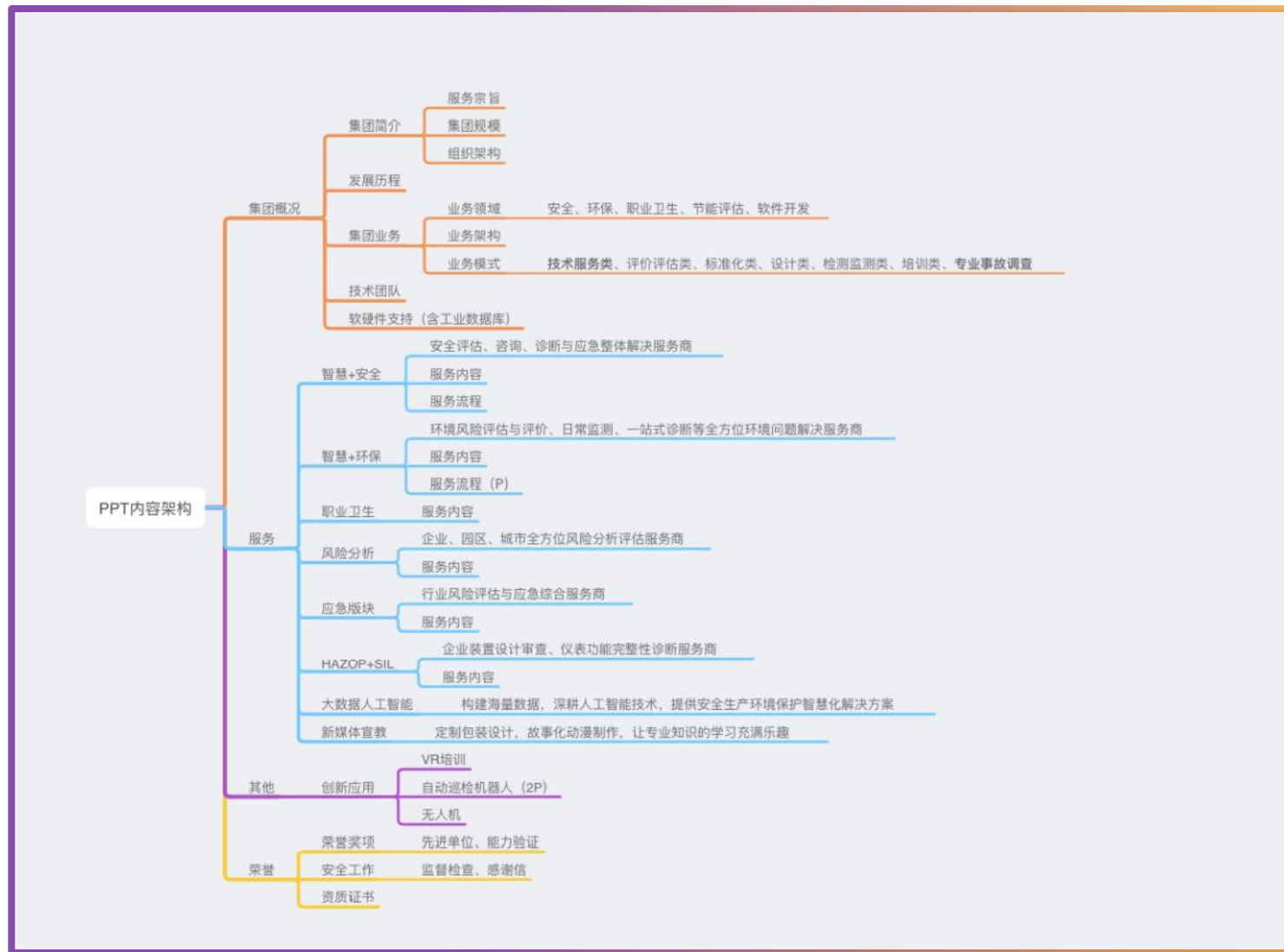
最传统也是最直观的PPT构思和脑暴工具，摆在桌面或墙面，随意变换顺序，方便讨论、方便修改，只是写起来会比较麻烦，还稍微有点浪费。同时不方便放置图片，不方便电子化传播。



锐普为微软做企业介绍PPT时用于内容构思的便利贴

脑图

也被称作思维导图，推荐：MindManage、MindMaster、Xmind等。逻辑清晰，系统性强，以构思和整理逻辑为主。只是承载量有限，没办法放置图片等更多的素材。



锐普给某科技公司做PPT用的思维导图

WORD策划

以文字为主，描述比较详细，只是在看起来会稍微复杂和抽象，跟最终PPT之间差别较大。

一、画面构想

整体风格——科技与环保相结合、简洁与大气相结合、时尚与质朴相结合。符合 Ticona 自身的 VI 系统在色彩的搭配、版式的排列、质感的设计、文字的处理以及动画的应用等方面实现更大突破。

1、色彩：

拟以蓝绿色作为 PPT 主题色，以灰色和白色作为主背景色，以橙色作为强调色。（具体效果由设计师进行创意制作）

2、质感：

光影和立体效果会让画面变得时尚和精美。背景的设计体现出干净、半透明的感觉，强化画面层次感；正文图表、图片采用 3D 质感，融入时尚金属效果，给人以更强的冲击力和现代感。

3、文字：

一是尽量精简，把文字转化为图表、图片和动画，让抽象的内容更加形象；二是尽量通俗，在保持专业的前提下，把一些用语转化为便于理解的大众化语言。

4、动画：

加入创意和连贯的动画效果，包括：片头动画，开篇即抓住观众视线，带来强大的冲击力和吸引力；逻辑动画，用动画引导观众思维，让整套 PPT 逻辑严密、具有说服力；强调动画，在关键地方用动画突出，更能引起观众注意；形象动画，让画面一直处于动的状态，避免了传统 PPT 的死板和枯燥，带给观众全神贯注的感受；片尾动画，与片头相呼应，并做到有始有终。

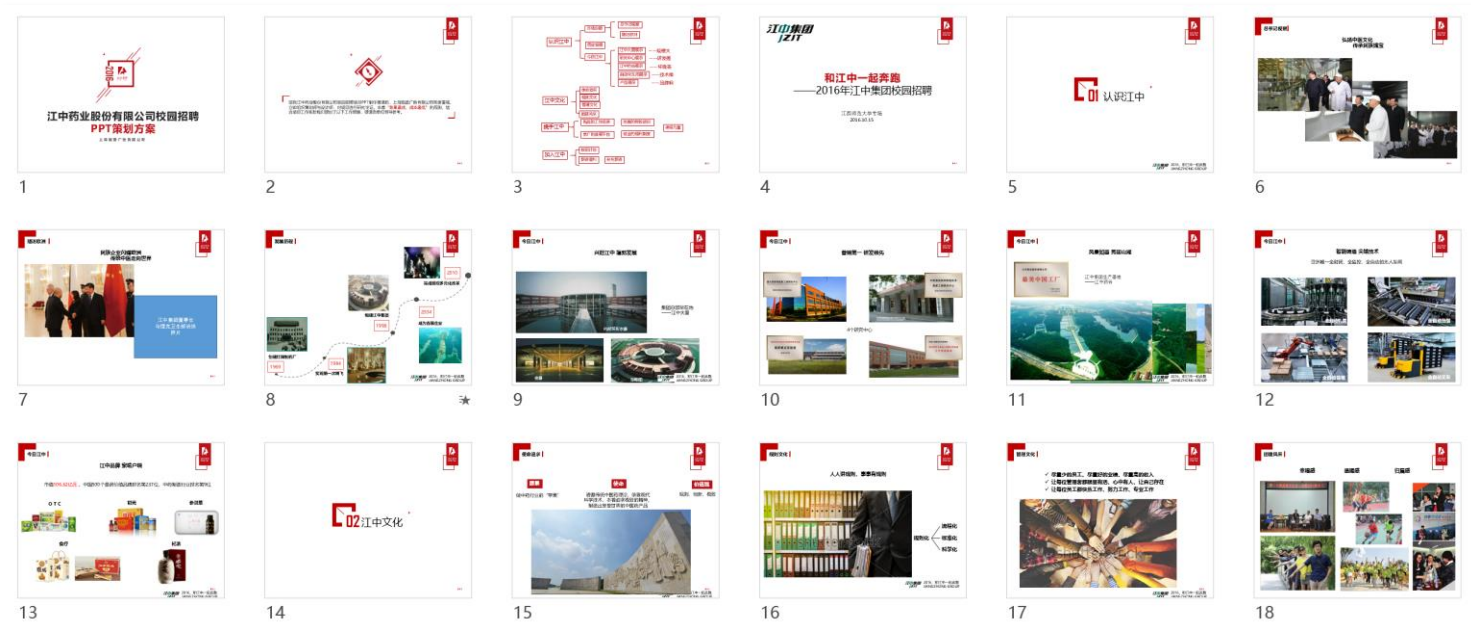
5、其他：

(1) 采用适当的背景音乐，包括大气的片头音乐、轻松的内页音乐。

锐普给Ticona做PPT用的Word策划

PPT策划

最方便的构思工具，直接把图片、文字等素材和创意内容分页放置，方便删减和调整位置，也方便在此基础上直接设计，与PPT也容易衔接。



上图为锐普策划师给江中药业做PPT时的策划方案，客户看了这策划方案说，比很多公司在用的正式PPT都好。



小提示：

最新的Office 365版的PowerPoint，提供了“节”的功能，可以让PPT策划稿看起来更加直观。

**Office 365是Microsoft公司推出的软件和云服务，
用户可灵活采取按月或按年的订阅方式，获得最新的应用程序和服务。**

[免费试用>](#)

Office 365商业版：

包含Office 365应用程序及云存储空间，但不含企业电子邮件，非常适合需要使用 Office 365应用程序以及云文件存储和共享的企业。

Office 365商业高级版：

非常适合需要使用企业电子邮件、Office 365应用程序和其他商业服务的企业。满足企业业务运营的基本需求。

Office 365商业协作版：

包含云存储空间及其他商业服务，但不含 Office 365应用程序，非常适合需要使用企业电子邮件和其他商业服务的企业。

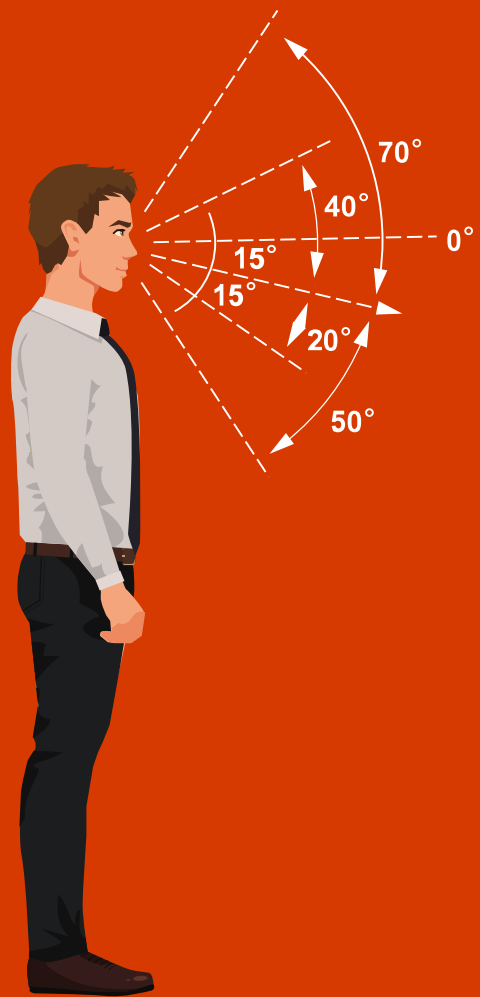
03 Size

尺寸

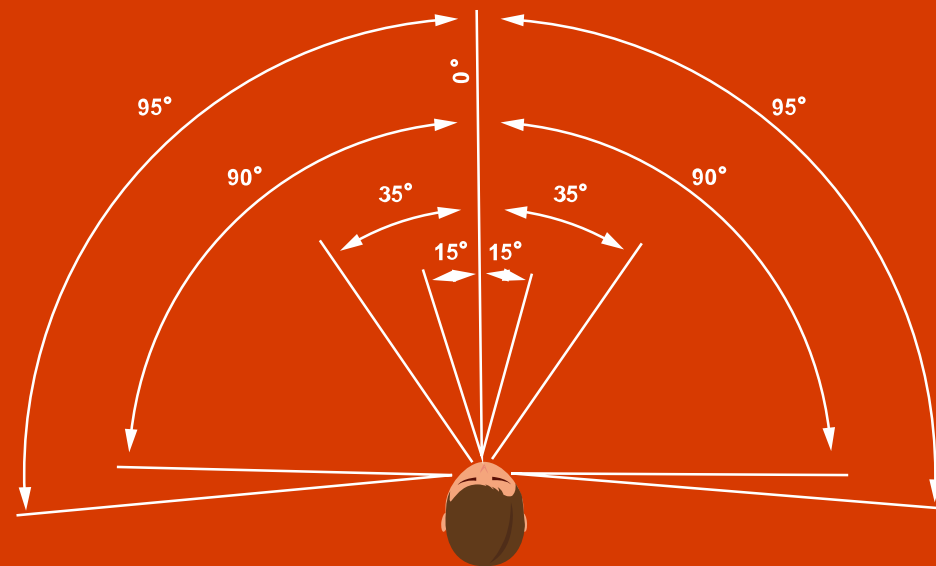
当前，企业介绍PPT，主流是16:9尺寸。4:3和16:10的尺寸都已经成为了过去式，基本被抛弃了。

尺寸选择背后的理论依据是：人类眼睛上下的视野范围是120度，左右的范围是190度，比例值为0.63。这个范围比跟16:9的比例比较接近，比例值为0.56。所以，16:9的尺寸可以最大化利用视觉空间，观看体验也非常舒服（如下页所示）。





(a) 人的上下视野范围



(b) 人的左右视野范围

在完全视野情况下，4:3尺寸的PPT所占的空间较小，两边浪费空间，观看体验一般。

下图为锐普早期给京东做的PPT，采用传统的4:3尺寸。



相比较而言，16:9尺寸的PPT所占的空间较大，几乎达到了“满眼”状态，也更有视觉冲击力。

下图为锐普给小米MIX手机做的PPT，采用了16:9的屏幕。



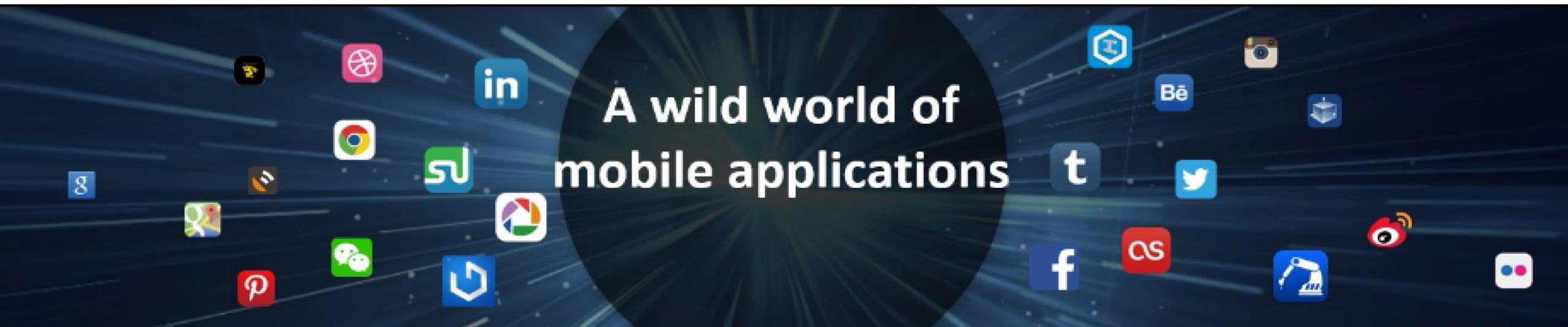
在大型会议以及产品发布会等场合，屏幕尺寸越来越宽，25:9，36:9，48:9等逐渐流行，这种尺寸左右的空间远超过了全视野范围，观众需要转动头和眼睛才能看到全貌，画面更震撼，沉浸体验更强。

下图为锐普给华为做MBBF大会用的PPT，采用了**56:9**屏幕。



小提示：

最新的Office 365版的PowerPoint，预设了13种常用的PPT尺寸，特别是其自定义尺寸的功能，可以满足各种屏幕展示的需要。



04 Color

色彩

色彩是最能传达一个企业属性的一个元素。做企业介绍PPT，一般不需要创造性的专门设计色彩，直接从企业、行业、会议等特定色彩中选取相应的颜色就可以了。

企业介绍PPT的色彩来源有四个。



企业色

这是企业介绍PPT最主要的色彩来源，从企业VI系统中找到颜色，用PPT吸色工具取色即可。

如果企业没有标准的VI系统，也可以从他们网站、企业宣传册、单页等中找到线索，甚至只要给一个LOGO，就可以搭配出相关的颜色。

这是最值得推荐的色彩来源，因为企业色往往具有专属性，可以立刻与竞争对手或其他公司相区分，带给观众最深刻的记忆。



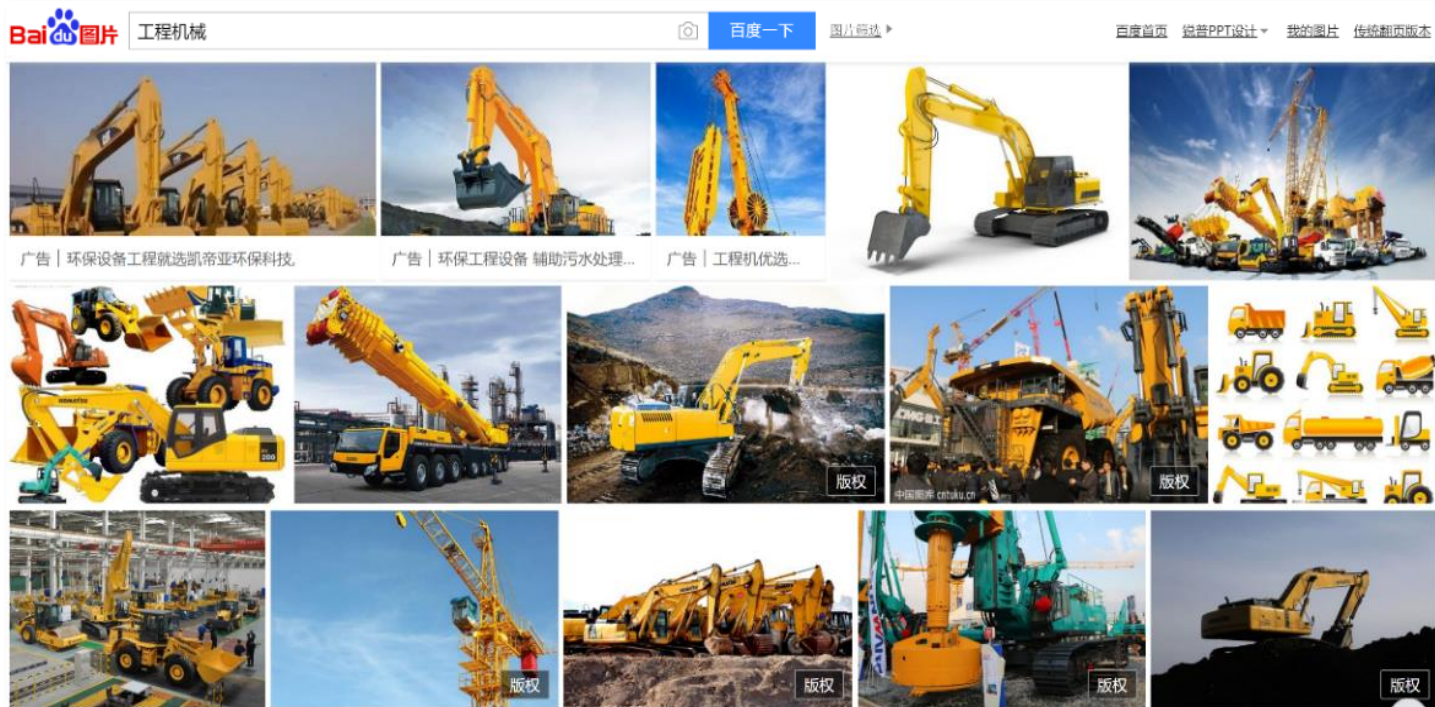
锐普在给法国波士胶设计PPT时，就从他们LOGO中吸取的颜色（绿、橙、蓝、红）特别是那个蜥蜴的颜色绿色，做出的PPT很有波士胶的属性和特色。



小提示：

最新的Office 365版的PowerPoint，拥有很强的“取色”功能，可以把外部的颜色直接“吸”过来为我所用。





行业色

行业色也是很多企业采用的，比如科技蓝、环保绿、党政红、工业灰等。在百度图片里，直接搜索一下行业关键词，看到的主要颜色就是行业色。

只有在一家公司缺少VI系统或者VI颜色跟行业色有严重冲突的情况下，才推荐用行业色，否则就用企业色。

锐普给厦工做企业介绍PPT。搜索一下“工程机械”，可以断定行业色是黄色，它在大众心智中的定位是根深蒂固的。



但该企业的企业色又是蓝色，如果做出的PPT是蓝色为主，则很难符合人们心中的预期。

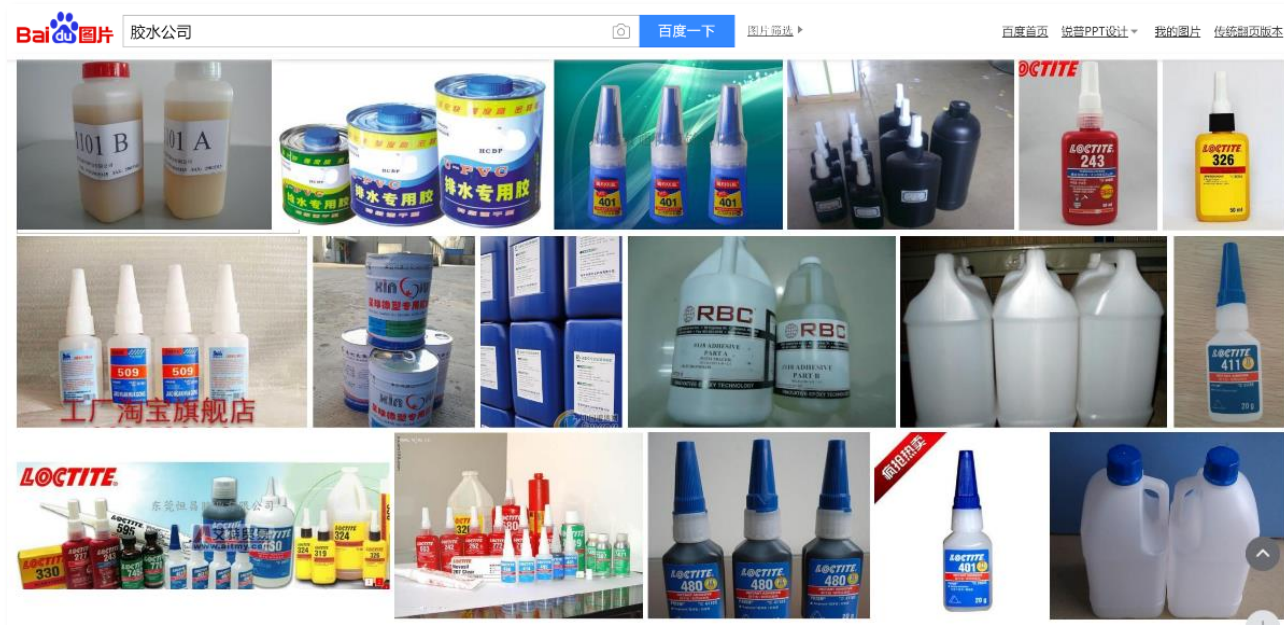
于是，在做PPT的过程中，就放弃了该企业色的蓝色，改成行业色黄色（正好跟该公司的色彩中的辅助色一致）。



用行业色的最大弊端是：

与行业中竞争对手的颜色很容易混淆，无法体现企业特色。

还是以波士胶项目为例，在百度图片里搜索“胶水公司”，看到的行业色主要是红和蓝，但如果用这两个颜色，波士胶的高端形象就会受到影响。



流行色

就是当前大多数人都喜爱的颜色。对于一些追求时尚、追求设计感的公司而言，用当前流行的颜色，也能很好体现企业调性。

比如，Adidas的企业色都是黑白等颜色，但他们最新的PPT则采用了当下流行的红蓝渐变，看起来也有运动感和时尚感。



RAPIDESIGN

再比如，锐普的企业色标准色红色用了十年，在2018年也更新成紫色渐变。



哪里去找流行色呢？

这两个务必关注的网站：

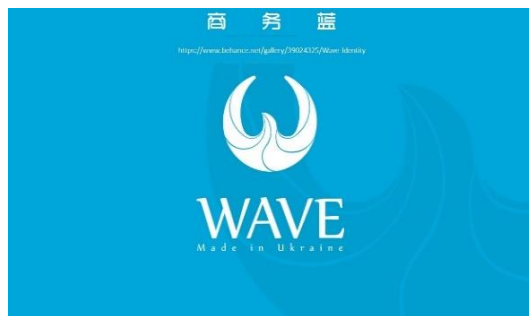
<https://www.behance.net/>

<https://dribbble.com/>

凡是里面推荐的设计，

都要默认是漂亮和流行的。

比如下页或右图的这些配色：



使用流行色也是有限制的

一是流行都是阶段性的。今年流行的，也许明年就被人抛弃了，更改的成本较高。

二是流行是受制于行业、人群的。有的行业比如机械制造、药材、党政等相对比较固定，受潮流的影响较小。有的人群，比如老年人、专家，对流行色的免疫也比较强，任何一种流行的颜色对相当大一部分人来说也并不是容易接受的。



会议色

有时候，参加某个大会，组织方会要求所有的企业介绍PPT都采用大会标准的颜色，这时候，只需要吸取大会的标准色就行啦。

领导色

在某些企业，还有一个特殊的配色标准——领导色。有些领导，有自己喜欢的颜色，如有的女领导就喜欢高贵紫，有的男领导就喜欢科技蓝，即便这个颜色跟自己的企业色、行业色有矛盾，也会坚持使用。这时候坚持两个原则：一是提出专业建议；二是如果领导坚持，那就把领导喜欢的颜色做到最好。



05 Text

文字

文字，在PPT中是最基本的元素，也是最容易被忽略的元素，绝不是摆一下就可以了，需遵循以下标准：



字数

删繁就简、一字千金

PPT中的文字只是起到提醒作用，文字越少越好，过多的文字会分散观众注意力，干扰对演讲主题的关注。每多一个没用的文字，PPT就少一分说服力。

企业介绍PPT中，文字删减的方法是：这五类文字要尽量精简。

~~原因~~

~~解释~~

~~辅助~~

~~重复~~

~~铺垫~~



01 原因性文字

一般是“因为……所以”、“因为……因此”、“基于……因此”等文字，在PPT中，更强调结论，所以原因性文字一般是删除的。在企业介绍PPT中，结论是最重要的，原因只需要由演示者口头介绍或者不用介绍。

02 解释性文字

一般是冒号后、破折号后、“是”字后、括号里的文字，这种文字一般不太重要，是对观点或关键词的一种补充。

03 辅助性文字

在PPT中，一般动词、介词、连词、助词等都不需要，因为这些词，可以通过图表关系直接表现出来。

04 重复性文字

在文字稿中，为了体现语法的完整性，会用很多重复性的文字，比如主语、场景词，但在PPT中，这些文字即使不出现观众也能完全理解，这时候，这种文字是删除的。

05 铺垫性文字

一般是客套性用语或者为了讲解重要内容前做的过渡和铺垫。比如在正式介绍企业前的客套话，不需要出现在PPT中。

网龙网络控股有限公司（香港交易所股份代号：777）成立于一九九九年，总部位于中国福建福州。网龙各项经济指标均位居国内同行业前列，跻身福布斯全球企业2,000强，是国家规划布局的重点软件企业、国家文化产业示范基地、国家文化出口重点企业，连续三年荣膺全国文化企业30强，入选《福布斯》中文版「中国潜力企业」高成长上市企业百强榜单第三名，连续六年跻身国家工信部发布的「中国互联网企业百强榜」。此外，网龙还被纳入恒生综合大中型股指数，深港通和沪港通成份股。网龙现有员工逾7,000人，两次荣获《财富》杂志评选的“卓越雇主——中国最适宜工作的公司”。

^{重复}网龙网络控股有限公司（^{解释}香港交易所股份代号：~~777~~）^{辅助}成立于一九九九年，总部^{辅助}位于中国福建福州。^{重复（下面就是讲这些内容）}网龙各项经济指标均位居国内同行业前列，^{辅助}跻身福布斯全球企业2,000强，^{辅助}是国家规划布局的重点软件企业、国家文化产业示范基地、国家文化出口重点企业，^{辅助}连续三年荣膺全国文化企业30强，^{辅助}入选《福布斯》中文版「中国潜力企业」高成长上市企业百强榜单第三名，^{辅助}连续六年^{辅助}跻身国家工信部发布的「中国互联网企业百强榜」。网龙现有员工逾7,000人，^{重复}两次荣获《财富》杂志评选的“卓越雇主——中国最适宜工作的公司”。

1999年
总部福州
员工7000 +

福布斯全球企业2,000强

国家重点软件企业	国家文化产业示范基地
国家文化出口重点企业	全国文化企业30强
高成长上市企业百强榜单第三名	「中国互联网企业百强榜」

卓越雇主——中国最适宜工作的公司

这是锐普对网龙公司介绍文字的删减示例，按照上述标准，文字删减到原来的1/3，内容很容易理解。

字体

气质突显、一目了然

在企业介绍PPT中，文字主要分为标题文字（大标题、关键词、强调词等）和正文文字（整段出现的文字）。

一般来说，正文文字以等线、黑体等非衬线字体为主，而标题文字则一定要使用能强化企业气质和个性的字体。



规矩体

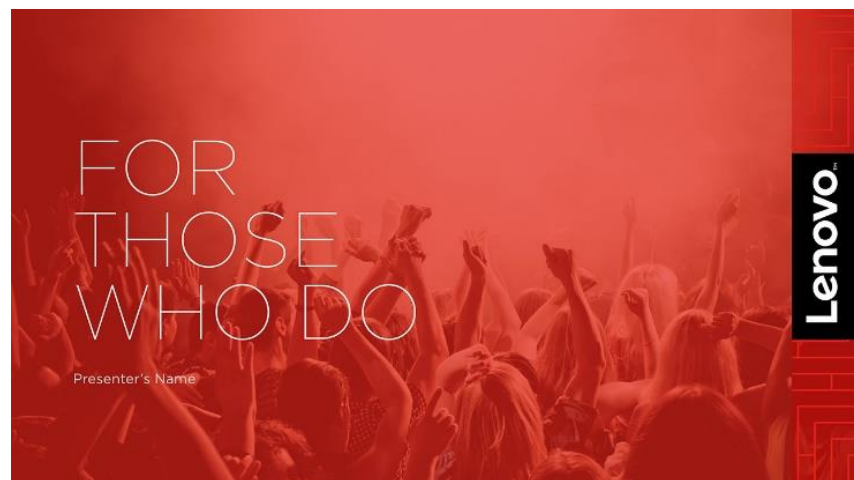
主流的字体包括黑体、微软雅黑、思源黑体、等线字体等，给人踏实、规范的感觉，一般用于轻工业、医疗、教育、管理咨询等行业。



粗壮体

主流的字体包括：方正超粗黑体、粗谭黑体、兰亭特粗、造字工房凌黑、汉真广标、经典综艺体等，给人厚重、可靠、正统的感觉，多用于重工业、党政机构、国有企业等。





纤细体

主流的字体包括：方正兰亭超细黑、汉仪特细等线、造字工房典黑超细体等，给人简洁、时尚和高端的感觉，多用于互联网、时尚企业、奢侈品企业等。



书法体

主流字体包括：

草檀斋毛泽东字体、方正大草简体、北方行书、书体坊郭沫若字体、方正字迹-邢体草书简体、书体坊兰亭体、方正吕建德字体等，给人大气磅礴、震撼人心的感觉，多用于超大型企业、文化艺术、党政机构、事业单位等。

历史体

主流的字体包括：方正大标宋简体、方正清刻本悦宋简体、方正苏新诗柳楷简体等，这类字体给人正式、历史感、有文化积淀的感觉，多用于超大企业、有历史感的企业。



时尚体

主流字体包括：方正粗谭黑简体、锐字巅峰粗黑、逼格青春粗黑体、时尚中黑、庞门正道标题体等，这些字体给人青春、力量和时尚的感觉，多用于科技企业、教育企业等。



除此之外，字体的风格还有：

卡通体（多用在儿童教育、动画公司等企业）、手写体（多用在个人工作室、创意公司等）、象形体（比如麦穗字、竹竿字、珊瑚字、萝卜字等，不容易辨识，只适用于极特殊企业）等，这些在企业介绍PPT中应用较少，根据需要来定。

字体设计

这句话比较残酷：

无论你选用什么字体，你的企业介绍PPT都不够精致。

因为：

第一、这些字体都不是为你的企业量身打造的，一定缺少专属性；

第二、总有成千上万个企业的PPT会用和你相同的字体，撞衫是难免的；

第三、通用字体中，每个字都是独立的，即使放在一起，整体性和设计感上都不够完美。

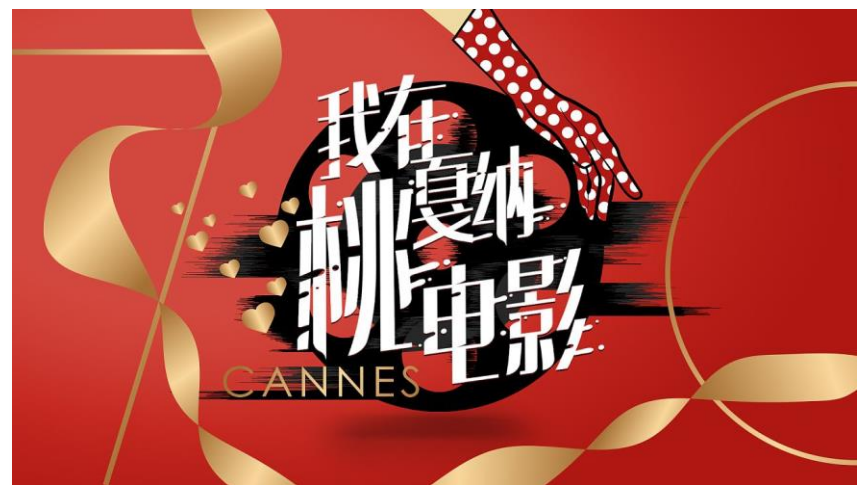
所以，要让你的企业介绍PPT更加高端，对一些重点文字进行字体设计是必不可少的。

其一

对字体笔画进行变形，让文字更形象。

锐普给居元素做的PPT，每个字都做了笔画变形，更个性。





其二

把文字连在一起，更有整体感。

锐普给金地地产做的公司介绍PPT，标题文字做了连接，更像一幅画，而不是分散的字。

文字连在一起，已经成了汉字设计的一大特色，这种在英文中并不多见。

其三

把文字和其他对象进行穿插排列，更有空间感和穿透感。

锐普给华为做的企业介绍PPT，用年轻人的运动画面和BRAVE的标题相交叉，更显动感。

锐普给德国连锁超市奥乐齐做的企业介绍PPT，把厨房用品和LOGO文字交叉，画面更有空间感。





小提示：

在最新的Office 365版的PowerPoint中，利用“图形组合”、“图形相交”等功能，可以非常方便的设计字体，并且利用编辑顶点功能，可以轻松制作出这种穿插效果。

[了解详情>](#)



“图形组合”、“图形相交”

字号

重点突出、层次分明

PPT中的文字就三类：

一是关键性文字

二是提示性文字

三是装饰性文字

这三类文字的字号一定要拉出差距。



01 关键性文字

体现了PPT的核心观点，要大，大到震撼人心，让所有观众都记住。一般要24号以上，甚至最重要的要做到100号以上。

02 提示性文字

主要是让演示者了解，只要瞄一眼能认出就行，避免让观众阅读，一般18号以下。

03 装饰性文字

主要为了让画面饱满、平衡用的，它就像一个色块。文字一般10号以下，小到让观众毫不在意，有时候也可以非常大，同时做半透明效果。这样，才能让观众聚焦于关键内容，画面也比较有美感。

装饰性文字

关键性文字



关键性文字

提示性文字

字色

黑色、白色、主题色

企业介绍PPT中文字的颜色，就这三种，其他各种颜色都要杜绝。特别需要杜绝用红色作为强调色的传统思维。

在深色背景上，一般采用白色文字。





如左图，锐普给阿里巴巴速卖通做的企业介绍PPT，首页背景色为阿里巴巴的企业标准色深橙色，所以标题采用了白色。

六大资源助力「中国好卖家」店铺飞升

- 平台大促
- 日常活动
- 行业楼层

营销资源

- 店铺特殊标识
- 品牌展示

品牌特权

- 有机会获邀进入内部钉钉群，小二全方位聆听和解决卖家诉求

内部交流

中国好卖家
专属资源

流量扶持

- 商品搜索流量扶持
- 搜索杠杆权益

优先体验

- 平台新研发产品、创新项目、培育计划优先开放体验名额

专属服务

- 专属大客户经理
- 交易仲裁快
- 资深客服绿色通道

平台策略与强国战略高度一致

一带一路

对外输出中国方案
惠及全球44亿人口

平台已覆盖沿线65国

- 一带一路国家消费者占比60%
- 交易额占比达50%



在浅色背景上，一般采用黑色文字。

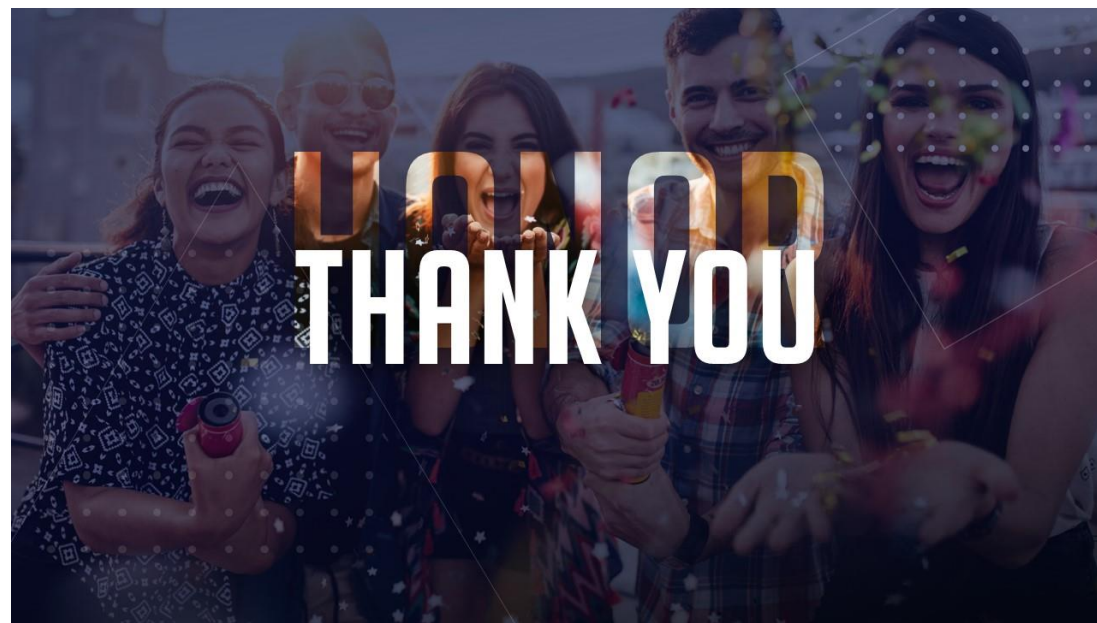
为了拉开文字的层次性，在白色背景上也会出现灰色文字。

强调个别文字时，还可采用跟主题色一致的颜色。

部分文字强调时就用了阿里巴巴速卖通的主色调橙色。

有时候，在一些最关键文字处

还可以填充代表行业的图片或者场景性图片，让文字更富活力



如上图，锐普给华为荣耀做的品牌介绍PPT，整个画面加了深色蒙版，但文字却透出背景画面，显得很有活力和创意。



锐普给Canudilo做的项目PPT——ModernAvenue，为了体现平台的时尚感，给文字填充了五彩斑斓的颜色。



另外，渐变色现在也在逐步流行，可以让画面更显动感。

字距

疏可走马、密不透风

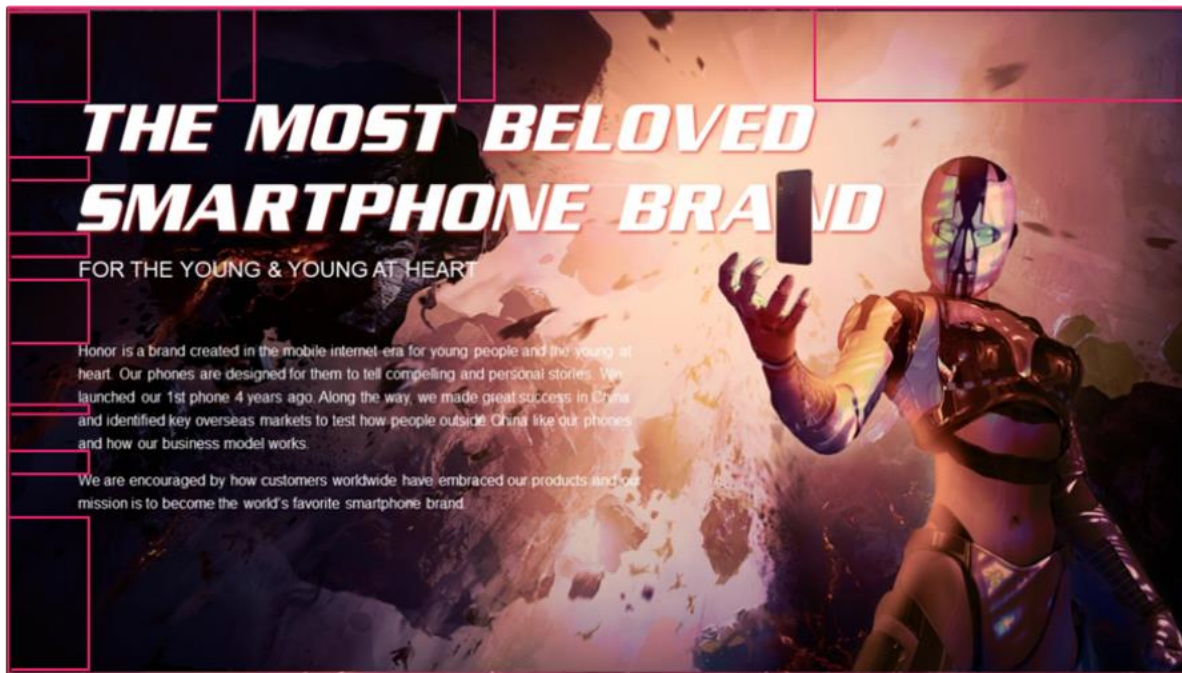
这是中国传统书法字的一条标准，指的是字以及字与字之间的结构、布局、留白、组织、呼应等方面，“疏的地方可以让马驰骋，密的地方连风也透不过去”。

在PPT的文字排版中也是如此。内容高度相关的文字和句子之间，距离要尽可能小；在关联不大的文字和段落之间、不同层次之间，距离要尽可能大。这样，观众容易理解内容，也让画面更透气。

正常字距，有区分即可

边距大，更透气

边距大，更透气
大标题1倍行距，易辨识
正副标题，关联强，距离小
标题正文间，区分层次，距离大
正文行距小，形成块
正文段落间，距离大
边距大，更透气



上图为锐普给荣耀做的品牌介绍PPT中的一页，文字在大小、段落、距离方面的处理非常到位，画面的层次感和透气性都非常强，也很容易理解。

预告

《企业PPT形象升级手册（下）》包含企业介绍PPT过程篇图片、图形、图标的准则图示、图表、动画等相关内容及让企业介绍PPT价值发挥到最大的关键的后续篇。

图示，主要是指各种逻辑图表，主要是用来解释抽象、晦涩的逻辑的。

图表，就是数据的可视化呈现，主要用于表现企业优势。

动画，一个带有专业动画效果的PPT，可以给企业形象大大加分。

后续篇，揭示如何通过使用以及迭代让企业介绍PPT价值发挥到最大。

结 尾

看到这里，还是意犹未尽吗？

关注微信公众号“[微软Office365](#)”，获取更多PPT精选技巧
获得成功案例，体验智能工具，并为您提供在线咨询服务。



关注微信公众号“[锐普PPT](#)”

随时掌握前沿的PPT理念和技术。
祝天下的企业都有一份专业的PPT



关于 Office 365

Office 365

Office 365 是一个基于云的订阅服务，汇集了当今人们工作中使用的最佳工具。通过将 Excel 和 Outlook 等一流应用与 OneDrive 和 Microsoft Teams 等强大的云服务相结合，Office 365 可以让任何人使用任何设备随时随地创建和共享内容。

[免费试用 >](#)

Office 365 学习中心

想知道如何在实际工作中将 Office 365 的优势转化为生产力，可以前往 Office 365 学习中心，10分钟课堂助您轻松掌握，将产品内容以沉浸式体验模式体验，并列举相关案例从实践角度加深理解。

[了解详情 >](#)

关于锐普

锐普演示，中国PPT设计领军企业，中国演示设计行业开拓者，电影级PPT设计开创者。自2007年成立以来，始终专注高端PPT设计，为华为、阿里巴巴、腾讯、小米、上汽、中国化工、中国航天等500强企业提供持续PPT设计服务，助力8500余场大会的精彩演示。

锐普已成为中国颇具规模和影响力的综合性专业高端PPT设计公司。

锐普演示始终以为客户创造和提升演示价值为宗旨，为各类知名企业提供企业介绍、培训课件、总结汇报、产品发布、招商推介、项目竞标、融资路演、企业年会等PPT设计服务，从而提升客户在海内外的品牌影响力。

服务热线：400-601-8802