

# 企业PPT形象 升级手册

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



# 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。

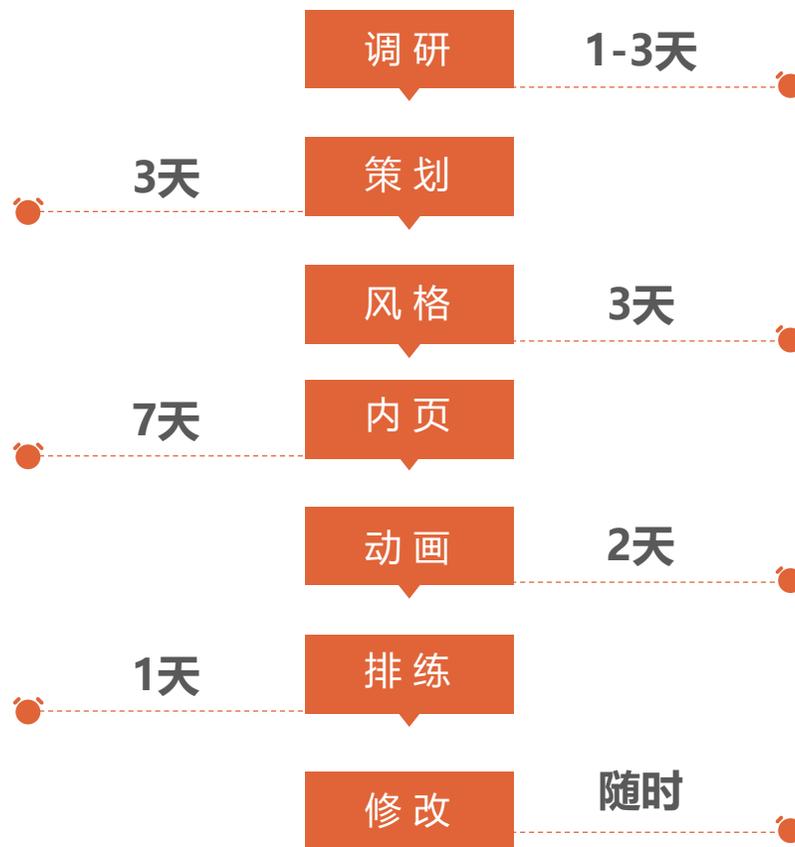
不同类型的演讲者，对PPT的影响也大不同。有的演讲者，一张PPT可以讲几小时，这样的PPT就要尽量简洁；有的演讲者，却只能照本宣科，就需要把大量的内容都罗列其上。

# 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

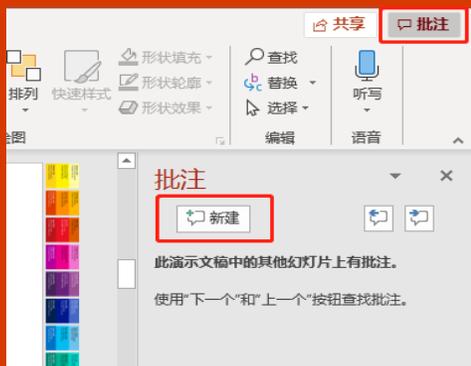
## 怎么做



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

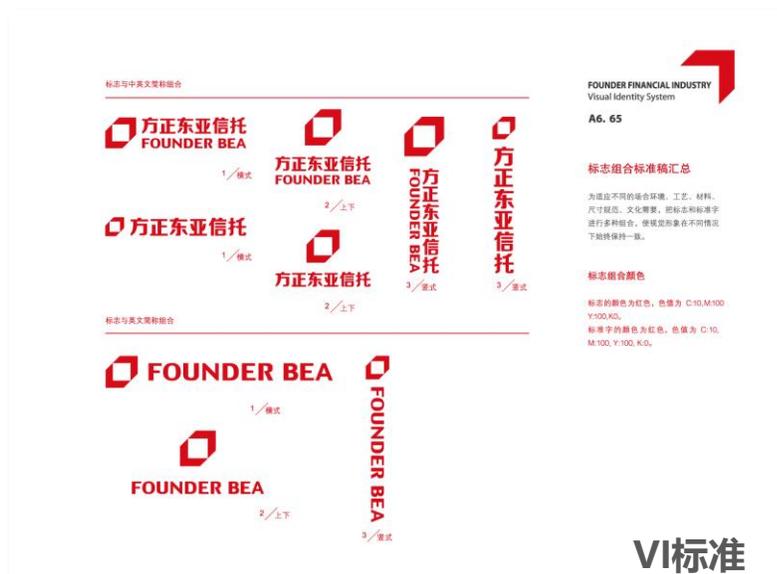
## 风格

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



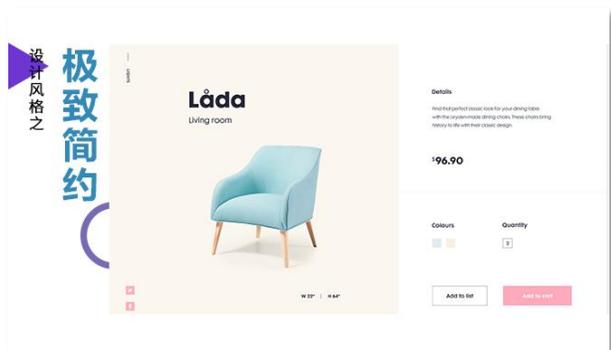
小提示：

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)

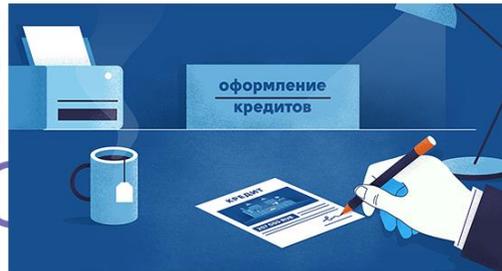


# 目前正在流行的设计风格 (2)

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

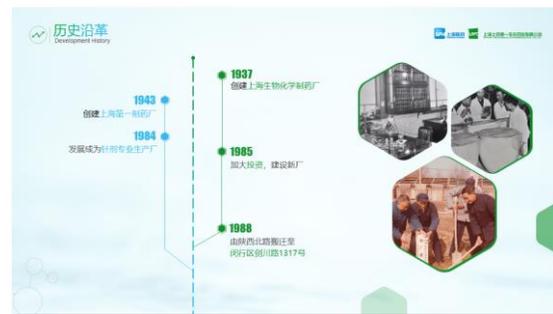


图片页



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



# 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。

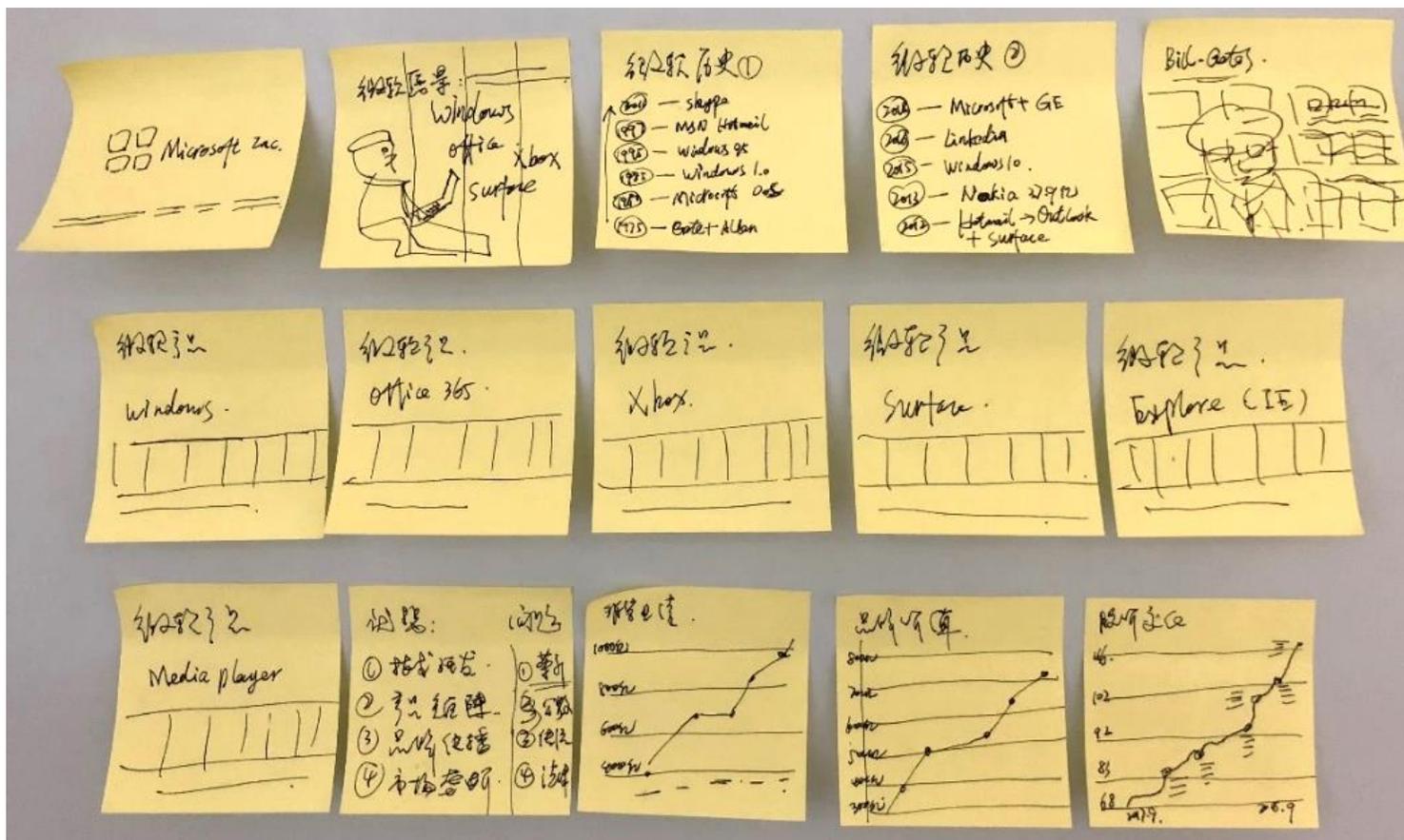


# 四种策划工具

Four Planning Tools

## 便利贴

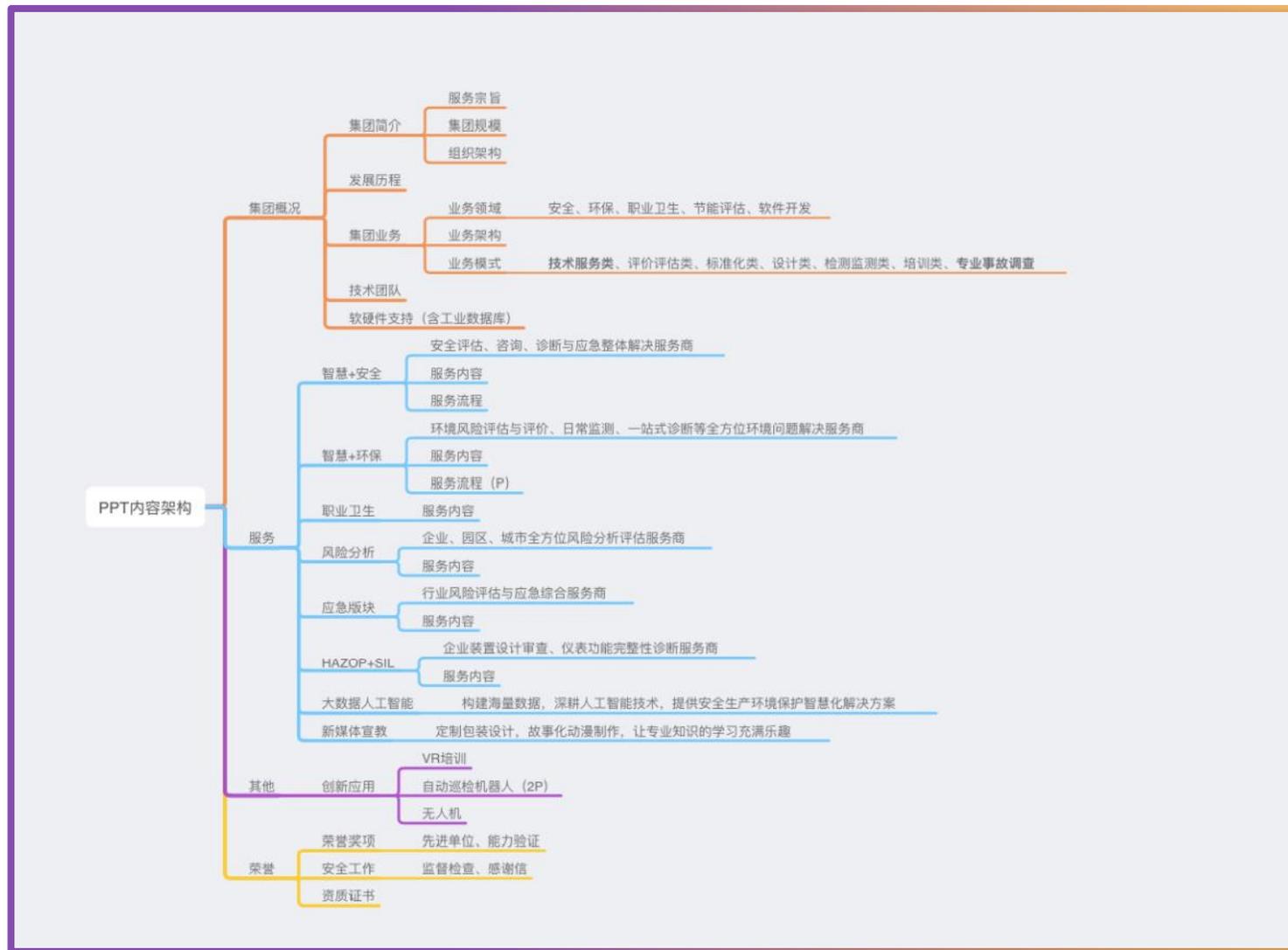
最传统也是最直观的PPT构思和脑暴工具，摆在桌面或墙面，随意变换顺序，方便讨论、方便修改，只是写起来会比较麻烦，还稍微有点浪费。同时不方便放置图片，不方便电子化传播。



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



**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。

---

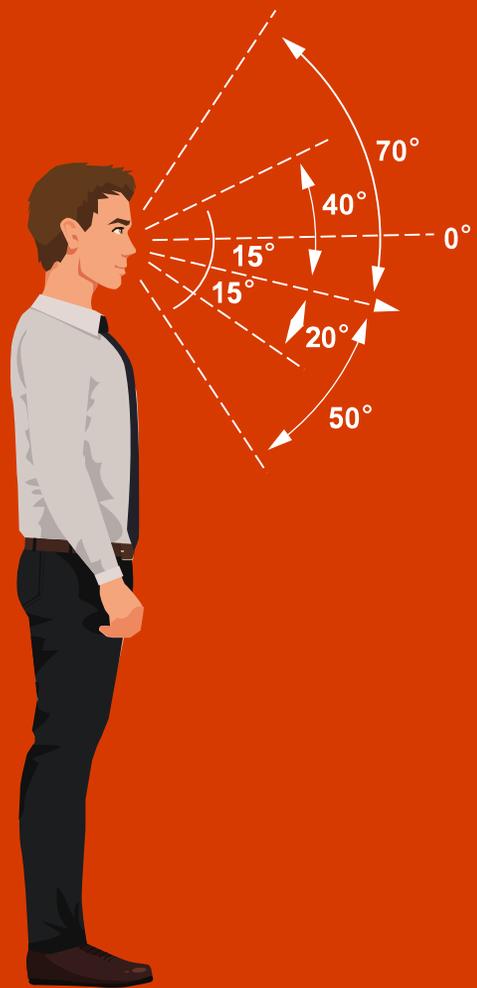
# 03 Size

## 尺寸

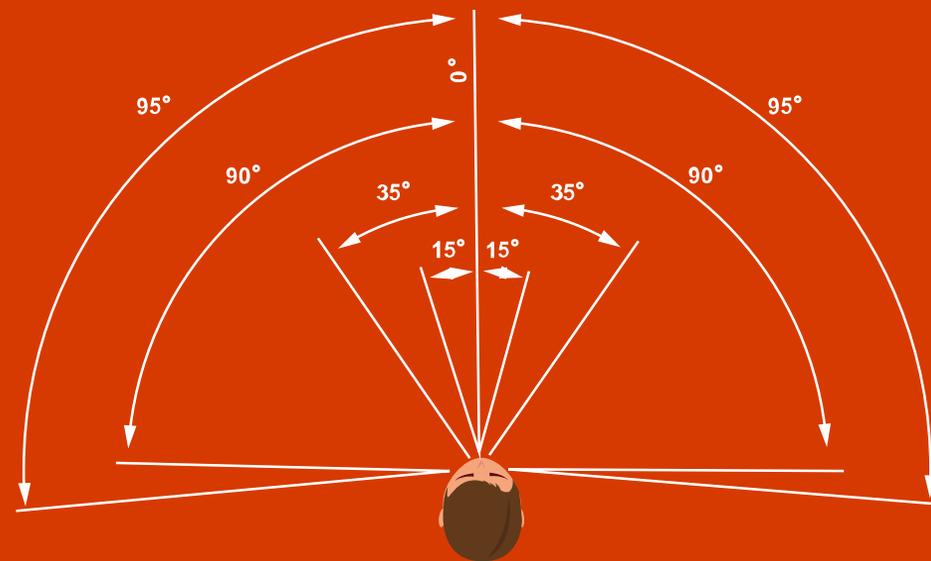
当前，企业介绍PPT，主流是16:9尺寸。4:3和16:10的尺寸都已经成为了过去式，基本被抛弃了。

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。



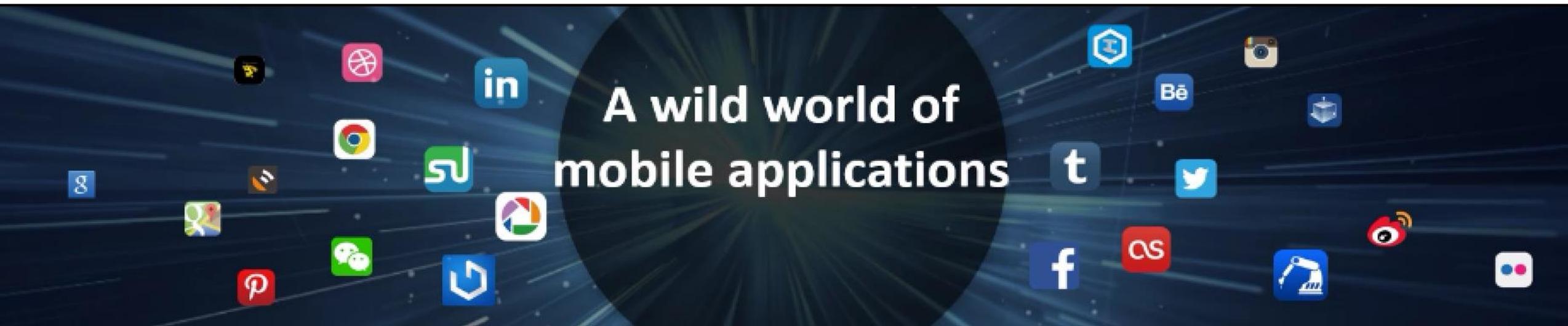
在大型会议以及产品发布会等场合，屏幕尺寸越来越宽，25:9，36:9，48:9等逐渐流行，这种尺寸左右的空间远超过了全视野范围，观众需要转动头和眼睛才能看到全貌，画面更震撼，沉浸体验更强。

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。



A wild world of  
mobile applications

# 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。



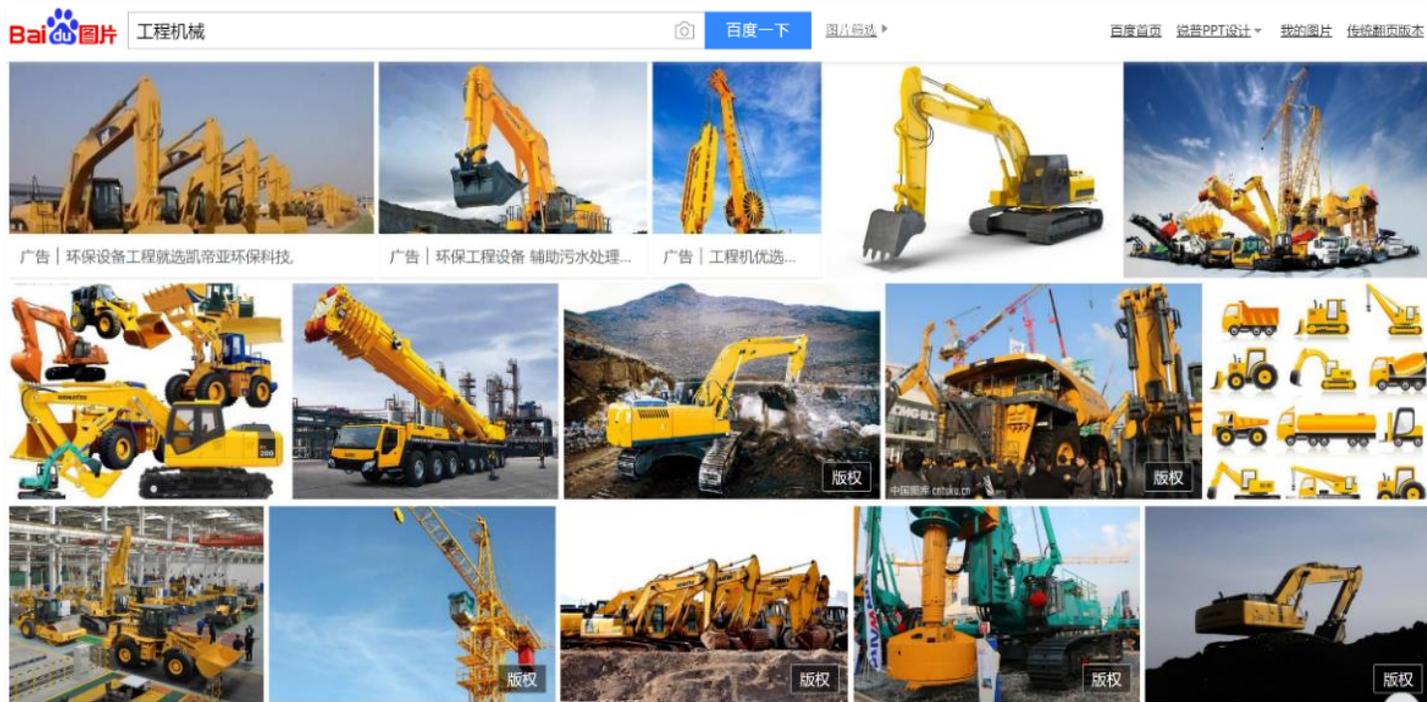
锐普在给法国波士胶设计PPT时，就从他们LOGO中吸取的颜色（绿、橙、蓝、红）特别是那个蜥蜴的颜色绿色，做出的PPT很有波士胶的属性和特色。



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。

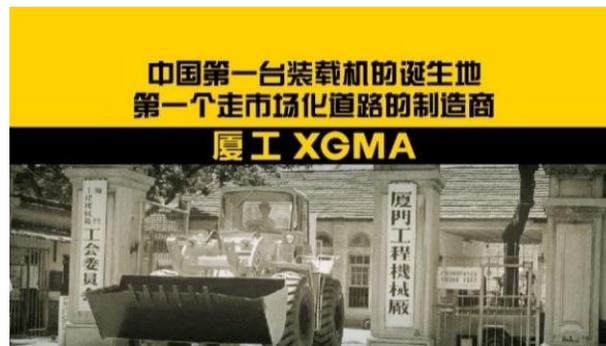
只有在一家公司缺少VI系统或者VI颜色跟行业色有严重冲突的情况下，才推荐用行业色，否则就用企业色。

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。

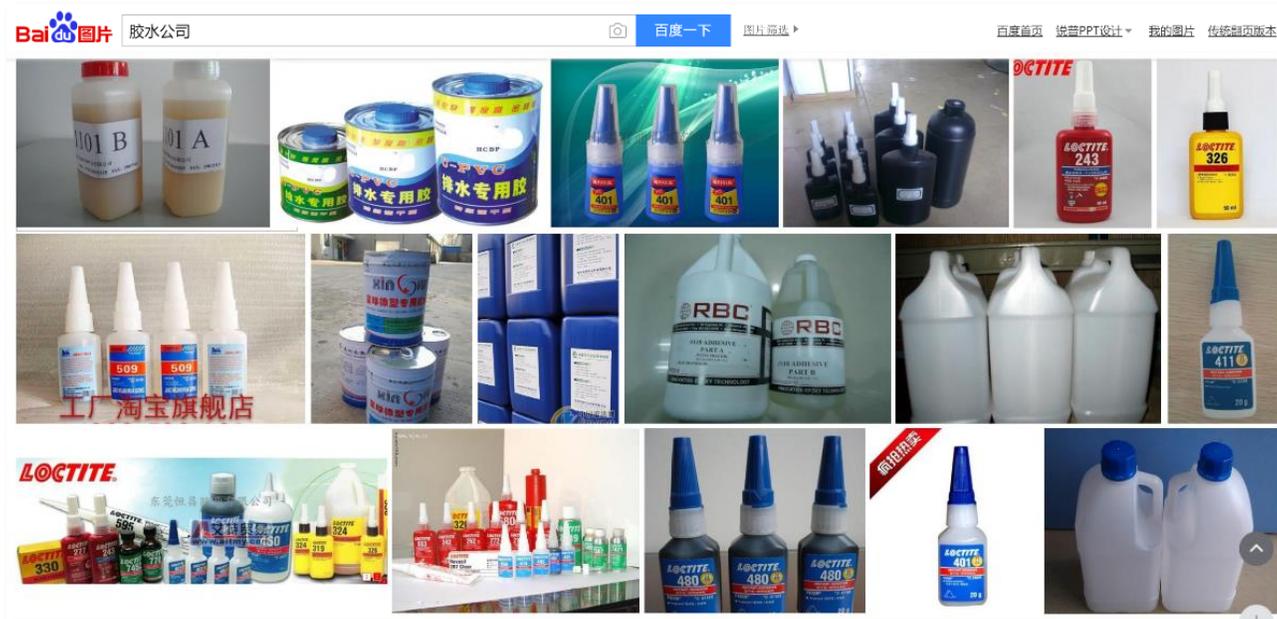
于是，在做PPT的过程中，就放弃了该企业色的蓝色，改成行业色黄色（正好跟该公司的色彩中的辅助色一致）。



## 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：

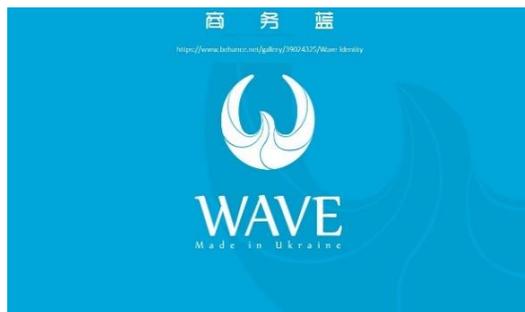
<https://www.behance.net/>

<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”。

<sup>重复</sup>网龙网络控股有限公司（<sup>解释</sup>香港交易所股份代号：~~777~~）<sup>辅助</sup>成立于一九九九年，总部<sup>辅助</sup>位于中国福建福州。<sup>重复（下面就是讲这些内容）</sup>网龙各项经济指标均位居国内同行业前列，<sup>辅助</sup>跻身福布斯全球企业2,000强，<sup>辅助</sup>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，<sup>辅助</sup>连续三年荣膺全国文化企业30强，<sup>辅助</sup>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，<sup>辅助</sup>连续六年<sup>辅助</sup>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，<sup>辅助</sup>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

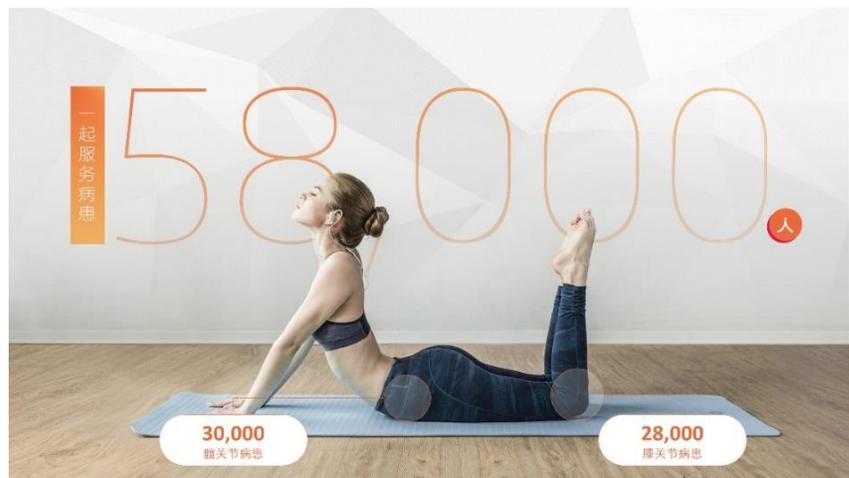
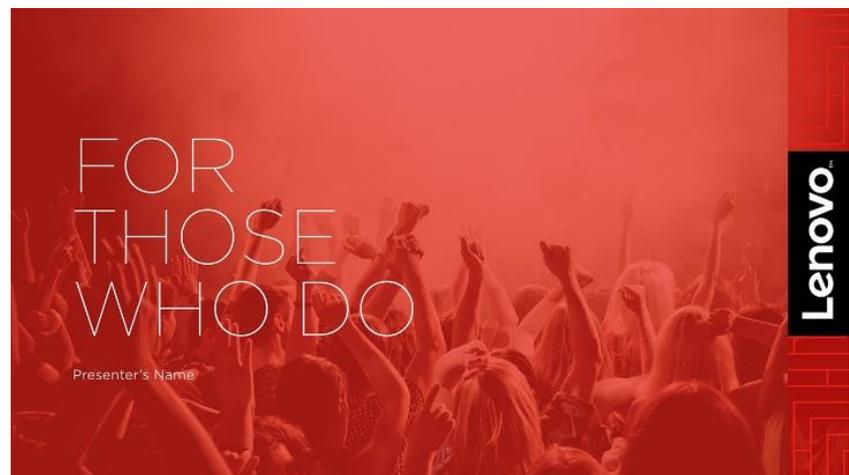
主流的字体包括黑体、微软雅黑、思源黑体、等线字体等，给人踏实、规范的感觉，一般用于轻工业、医疗、教育、管理咨询等行业。



## 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

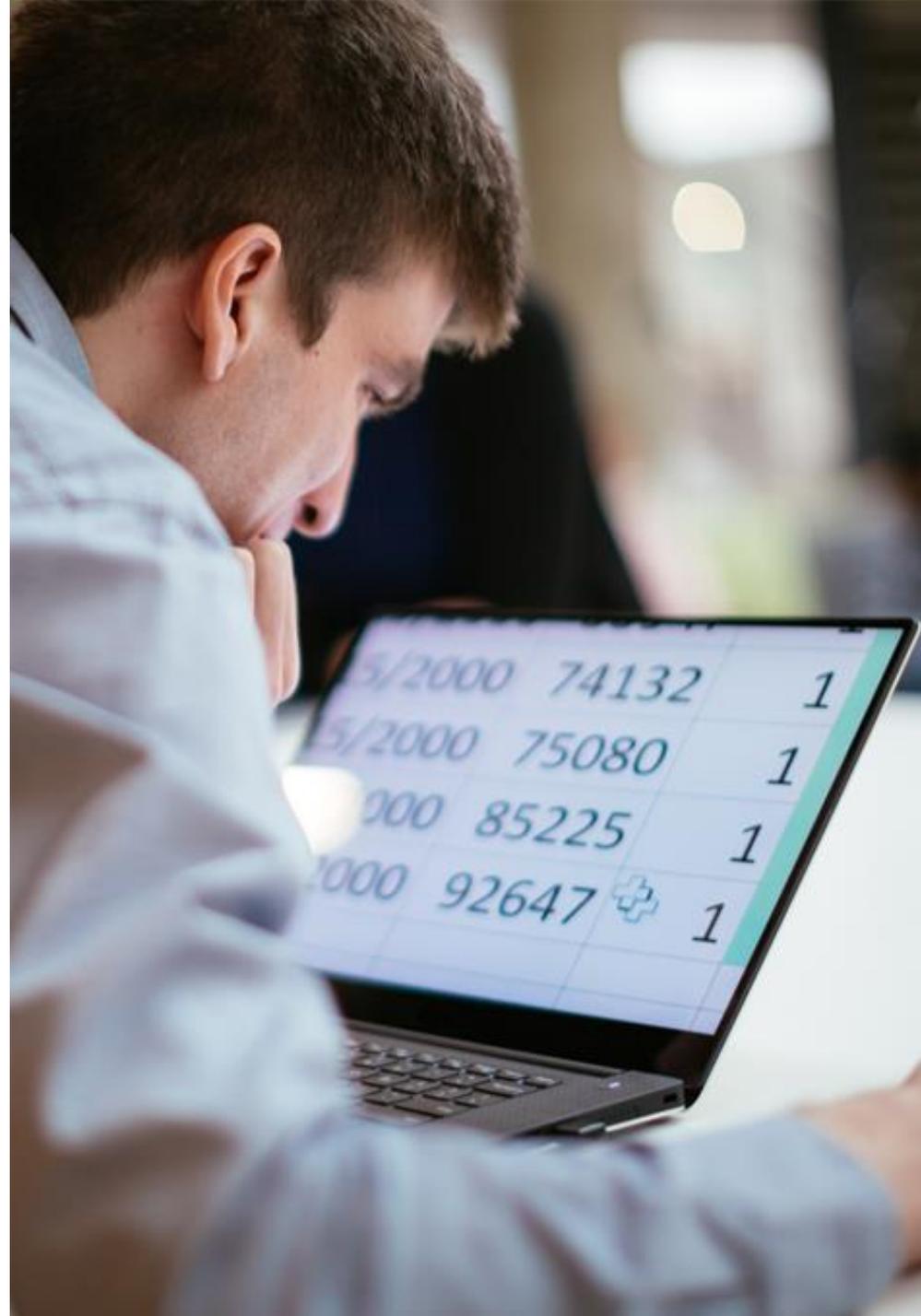
PPT中的文字就三类：

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。





AliExpress  
全球速卖通

**全球速卖通**

品牌出海 首选平台

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

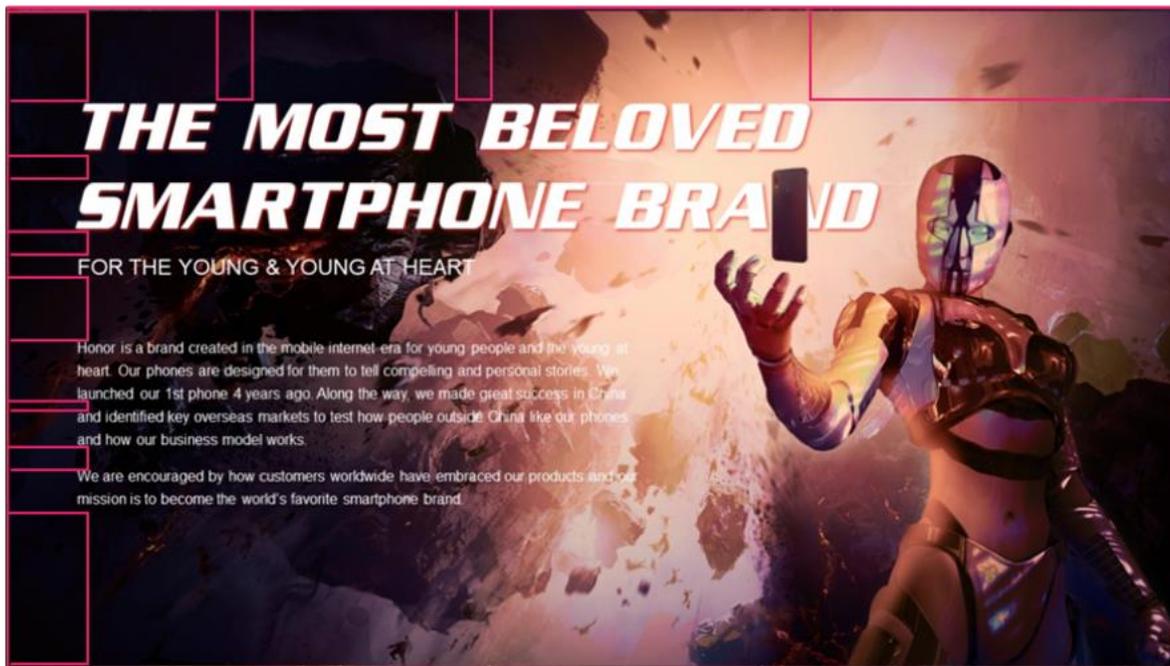
这是中国传统书法字的一条标准，指的是字以及字与字之间的结构、布局、留白、组织、呼应等方面，“疏的地方可以让马驰骋，密的地方连风也透不过去”。

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**