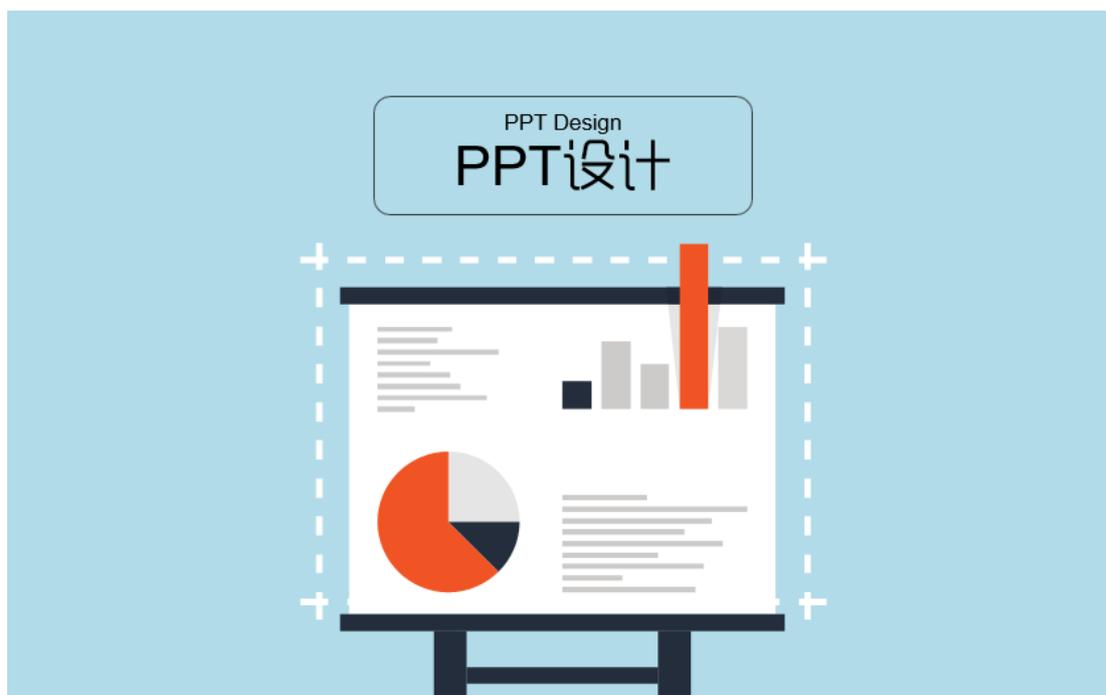


那些高逼格 PPT 报告看不见的设计真相「案例解析」

刘浩



前段时间，

朋友圈里一位身处咨询公司的美女深夜发了一张图，



配图文字：

“如果头痛欲裂不是一个形容词...那么，我的头就是要爆掉了...”

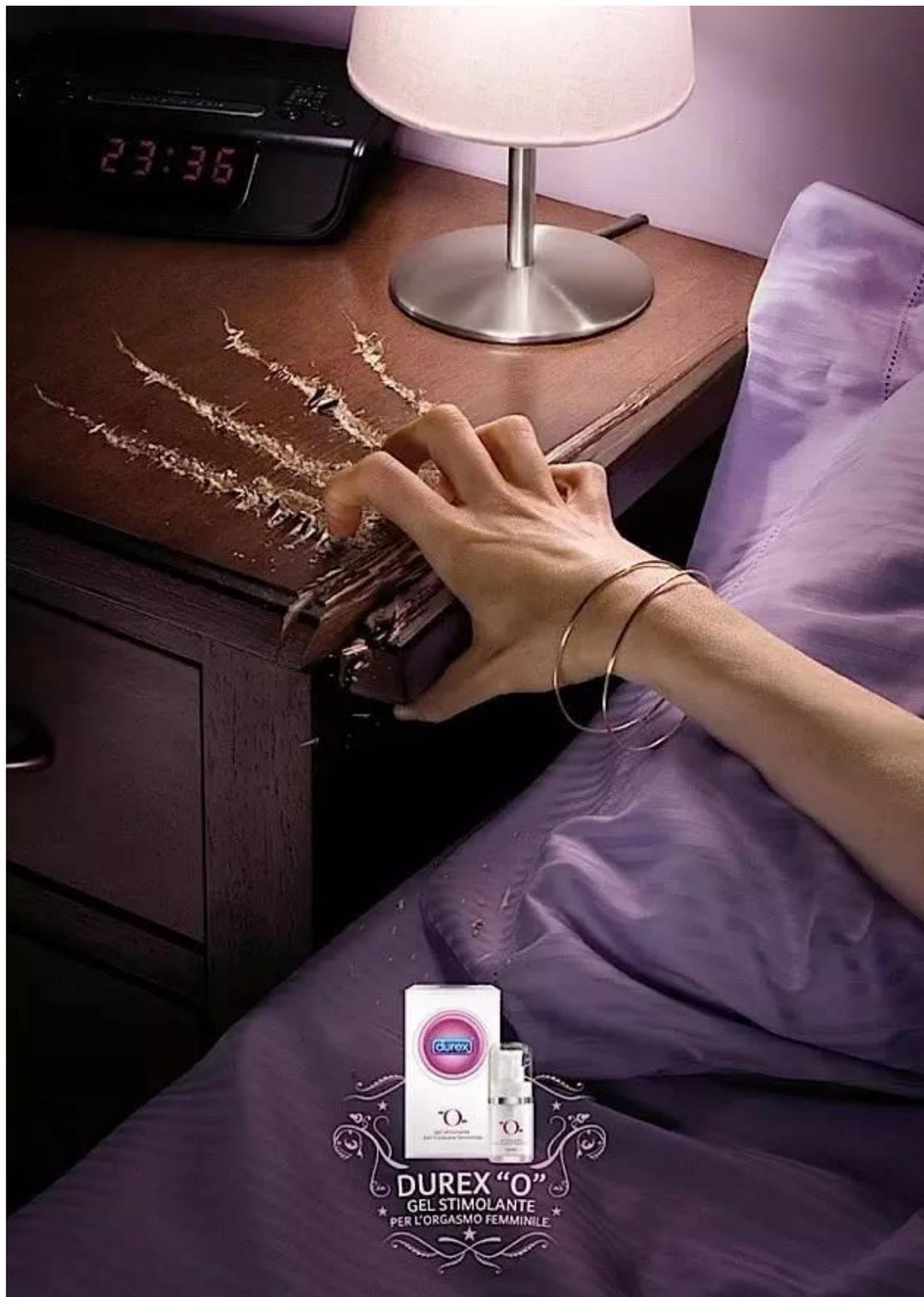
感觉这条一发就热闹起来了，想必是引来了 N 多人的围观，因为我发现一些彼此八竿子打不着的朋友居然都出现在了点赞留言的人群中！！

美女最后统一回复，“谢谢大家的关心，**我在做 PPT ！**”

...

显然这个回答打断了老司机们的 YY ，

因为这个图实在太有名，原图应该是这样的吧 ：)



...

临近年末，相信很多人也开始感受到来自各种 PPT 报告的压力!

之前连续写了两篇关于 PPT 报告设计的文章，在说 PPT 中的专业细节是如何实现的。

而今天这篇其实属于“前传”了。

我们都比较熟悉 VI (Visual Identity) 视觉识别系统的概念，

VI 的作用一句话解释为：企业形象识别的内、外统一。

是一个设计领域的规范和标准。

跳出设计的话题，其实生产/服务中所有批量化的过程也都在遵循着“标准化”。

“标准化”直接导致专业和产能的双升。

连锁餐饮就是最好的例子。



PPT 设计也是一样的道理。

从个人角度看，这个报告你每个月都要做，并且都汇报给同一个高层，那每次编辑时，是不是会有很多重复性的工作产生？

从公司层面看，如果每个人，每个部门都做出“不一样”的 PPT，特别是一些对外发布报告的金融，咨询行业，是不是会在留给观众的印象上打折扣，被认为“不够专业”？

很多 PPT 圈的朋友研究发布会演示、个性化的 PPT 设计，可能也会有所反驳：这些 PPT 从来不用模板的套路，做的好看，有吸引力才是关键，标准化会让 PPT 看起来更死板。

其实这就像一个生产饮料的公司，设计一个瓶子的包装，和一部 TVC 广告。

前者是批量化的，以功能为导向的，包装上的信息需要被阅读识别，并且可能在相当长的一段时间设计都不会改变：



后者是个性化的，以宣传为导向的，大众化的传播需要有更多吸引眼球的亮点：



...

很多公司都非常重视 PPT 的标准化设计。

全球著名的市场调研公司尼尔森，对外发布的报告是这样的：

iOS, WP7 and Android users are most likely to download their games

Method of Game Acquisition
Played a game in the last 30 days



Source: Nielsen

nielsen



PHYSICAL ALBUM SALES BY STORE TYPE

(INCLUDES CDS, CASSETTES, VINYL LPs - IN MILLIONS)

	2015	2014	% CHG.
CHAIN	28.7	31.0	-7.5%
INDEPENDENT	17.3	18.2	-5.0%
MASS MERCHANT	51.2	62.9	-18.6%
NON-TRADITIONAL	40.9	38.5	+6.2%

(NON-TRADITIONAL INCLUDES INTERNET, VENUE, DIRECT-TO-CONSUMER AND OTHER NON-TRADITIONAL RETAIL OUTLETS)

DIGITAL TRACK SALES

(IN MILLIONS)

	2015	2014	% CHG.
TOTAL UNITS	964.8	1,102.5	-12.5%

ON-DEMAND MUSIC STREAMS

(INCLUDES AUDIO + VIDEO DATA FROM AOL, BEATS, CRICKET, GOOGLE PLAY, MEGANET, RDIO, RHAPSODY, SLACKER, SPOTIFY, XBOX MUSIC, YOUTUBE/VEVO - IN BILLIONS)

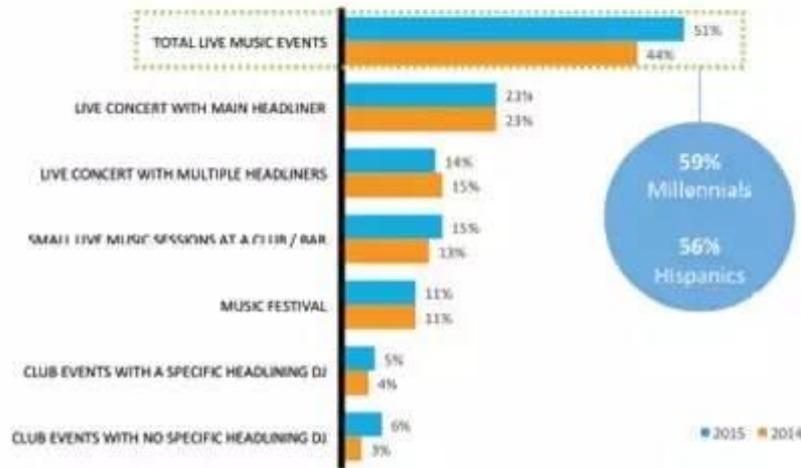
	2015	2014	% CHG.
 STREAMS	317.2	164.5	+92.8%
 AUDIO	144.9	79.1	+83.1%
 VIDEO	172.4	85.4	+101.9%





LIVE MUSIC ATTENDANCE

Overall, live music attendance is up in 2015, with one half of Americans stating they've been to a live music event. Club events, with or without a headlining DJ, are up since 2014. Millennials and Hispanics are more likely to attend live music events compared to the general population.



Source: Nielsen Music 360 U.S. 2015

Question: About how many of the following types of live events, if any, did you attend per year?

而在尼尔森内部，很早就有统一的 PPT 设计标准，不仅明确了字体，色彩的使用规范，就连图表的线条磅值都有约定。



Presentation Guidelines

July 2010

Our new presentation templates: Creating Clarity

Presentations are the most widely-seen pieces of collateral we produce at Nielsen, and every presentation, whether live or handed out, communicates something about the brand. As a creator of PowerPoint presentations, you are a custodian for the Nielsen brand, and it is your responsibility to communicate clearly and consistently to make sure our brand stays strong.

As our internal business processes become more open, simple and integrated, so too does our offering to clients. By opening up and integrating our business, we're making it easier than ever before to find clear solutions for our clients' most complex business issues.

The way you present these answers should be simple, compelling and clear. The new templates and these guidelines have been put together to make it simple for you to present the Nielsen brand promise - clarity - in a strong, consistent way.

These guidelines mark the beginning of an exciting process. Global Marketing has committed to making it simple for you to produce best-in-class presentations. We will be updating these guidelines frequently and adding features and resources to the toolkit. Your involvement in this process is vital: please send feedback and ideas to [the Creative Team](#) and help us make our presentation resources better for the whole community.

Contents

- Two templates for two needs • 2
- Usage guidelines: blue footer • 3
- Usage guidelines: gray footer • 4
- Typography • 5
- Color Palette • 6
- Charts and Graphs • 7
- Tables • 8
- Divider Slides • 9
- Alternate Text Layouts • 10
- Image Slides • 11

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

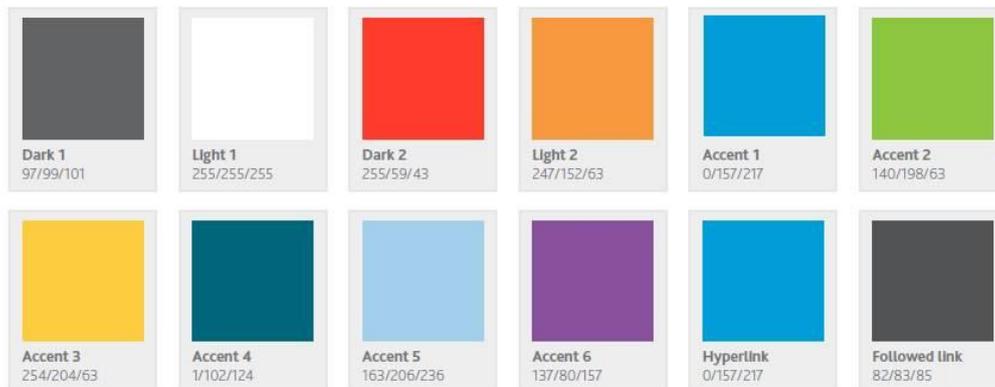
Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Typography

Typography is an essential piece of the Nielsen identity. Our corporate typeface, Bliss, should not be used in PowerPoint presentations, as it is not readable on most PCs. The Nielsen standard PowerPoint typeface is Arial.

Nielsen Presentation Guidelines July 2010 5

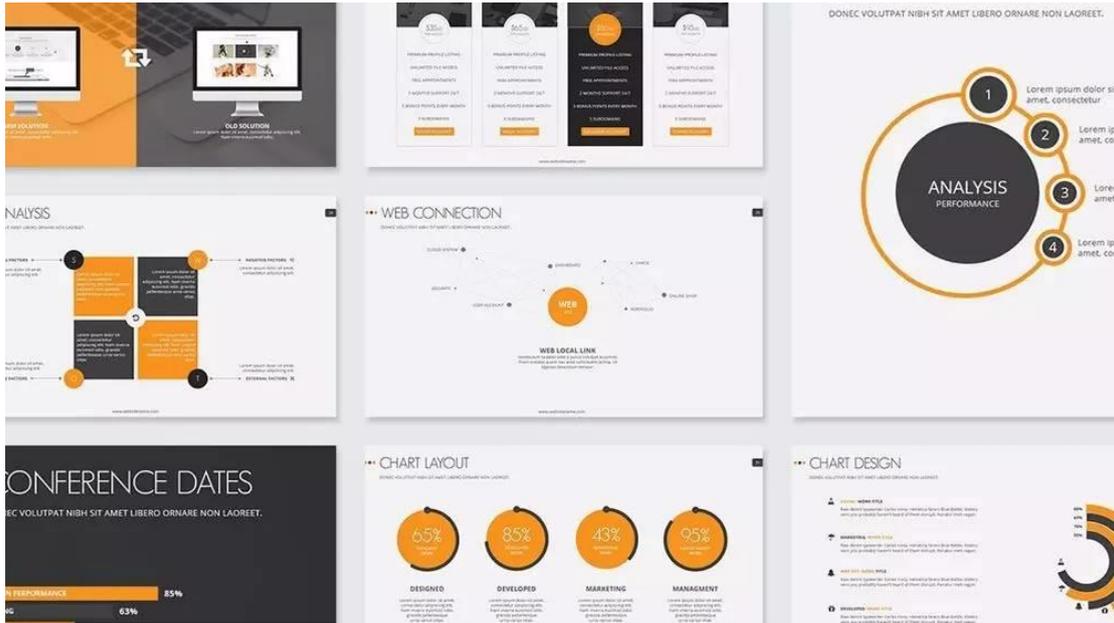


Color Palette

This standard color palette is built into both templates. These colors are based on the standard and secondary Nielsen colors. Some have been created or modified specifically for use in on-screen presentations.

If you have issues with the color palette or the above colors are not appearing in your template, please email the [Creative Studio](#) and we will help you resolve the issue.

Nielsen Presentation Guidelines July 2010 6



在我们以往的项目中，经历过很多的 PPT 标准主题设计，每个公司都希望建立自己的规范。利用 PPT 中的设置规则，可以将字体，色彩，版式，样式等标准预定义在 PPT 主题中。

学会应用规则，而不是基于个人的喜好审美来设计公司级别的 PPT 报告。



单击此处编辑母版标题样式

部门/署名/副标题

时间日期



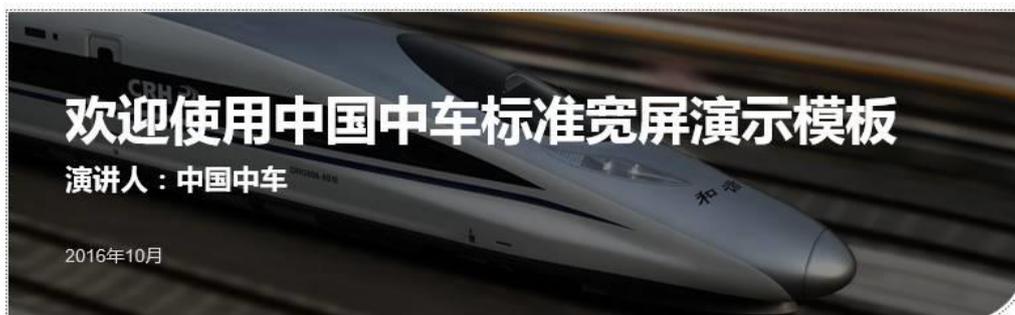
案例图由 iSlide™ 演示设计提供

...

虽然很多公司都有自己所谓的“PPT模板”，但我们所接触的大部分PPT模板并不专业，

一个简单的判断就是按住【Alt】+【F9】打开参考线看看~

PPT版式中的占位符不是随便定义的，应该根据版式的规则，利用“参考线”，做到前后一致。



欢迎使用中国中车标准宽屏演示模板

演讲人：中国中车

2016年10月

集团 / 公司 / 部门名称

www.crrcgc.cc

LOGO

主标题

副标题

时间日期

公司/部门

网址

模板/图示应用示例——环形图



页面标题

内容编辑区域

然后在【颜色】（【设计】菜单—【颜色】）中检查下是否还是 PPT 默认的配色方案，建议修改成符合公司/行业标准的色彩。

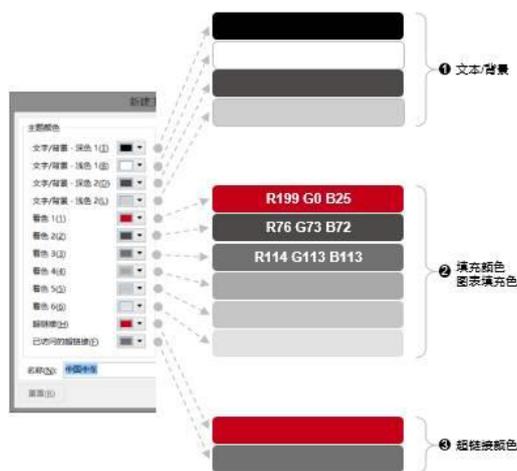
12 个颜色中其中 6 个填充色彩（着色 1-6）决定着默认插入的图表，表格，smartArt 的色彩默认。

配色方案（示意）

幻灯片的配色方案对文本、填充、超链接颜色均有规定，并对作用于各视觉元素的填充主色、辅助色、业务群组对应颜色定出规范。

设计规范

- PowerPoint 模板配色方案由12个颜色组成，分为三组：文本颜色，填充颜色，超链接颜色
- 文档的色彩搭配在使用一般情况下以一个色彩为主色调，通常情况下设置为2组中的第一个，即：“强调文字颜色1”
- PPT中默认插入的图形，图示均以“强调文字颜色1”颜色自动填充。
- 组2中“强调文字颜色2”一般设置为主色调的对比色，表示强调，突出。
- 除此以外的颜色选择上还以不同的灰色作为辅助。

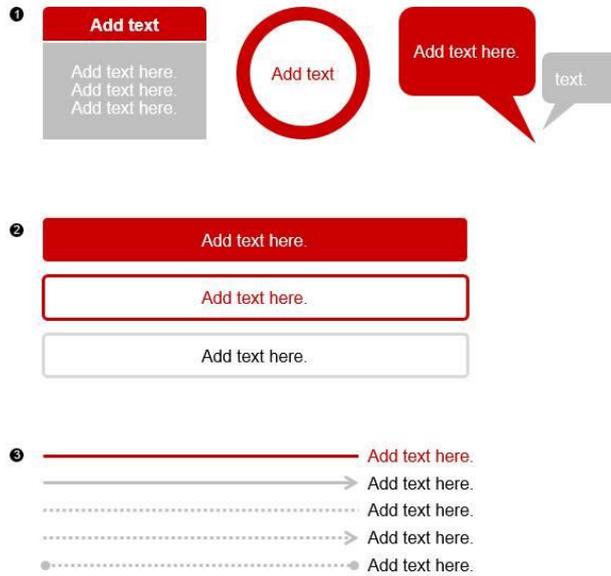


我们也建议将图形，文本框，线条等设计元素的样式标准化，并且设置为默认，或者也可以使用格式复制的快捷键（【ctrl + 【shift + 【c】，【ctrl + 【shift + 【v】】）已保持全文档的风格样式的统一。

图示风格

结合品牌形象，康氏公司幻灯片用的图示是：简洁、生活化、容易亲近的图示风格。

- 1 图示的整体风格为：圆角化，生活化，常见的形状，如圆角矩形、同侧圆角矩形、圆角框、圆环、圆角对话框等。
- 2 幻灯片中常用的图示形状是圆角矩形。圆角矩形在应用时可能需要拉伸大小，当调整长宽后弧度角可能发生变化，为保证风格统一需用圆角上的锚点进行调整弧度角。
具体参阅：[A.0.0.0.0] 标志
- 3 线条是常用的图示形状，在组织结构图中可表达双方联系。虚拟联系或定向指向作用。短划线类型可根据需要选择直线或虚线，箭头类型统一为开放型箭头。



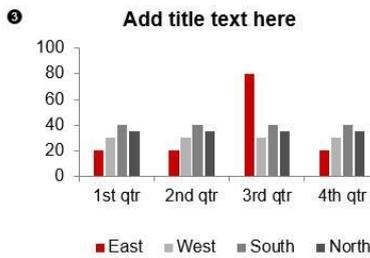
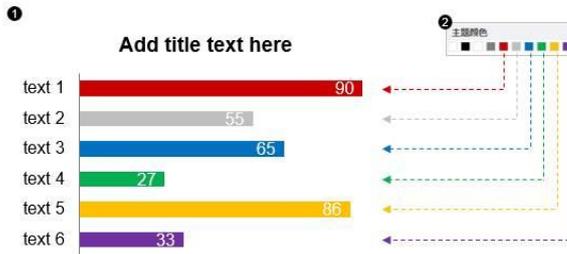
以数据为主的 PPT 报告类型，还需注意数据图表的呈现，从 Excel 拷贝过来的图表如果没有统一的规则，将变得凌乱。

专业的公司会要求对所有呈现的表格和图表进行标准化设计。

图表颜色

清晰明了的颜色区分，有助观众对数据图表的理解。

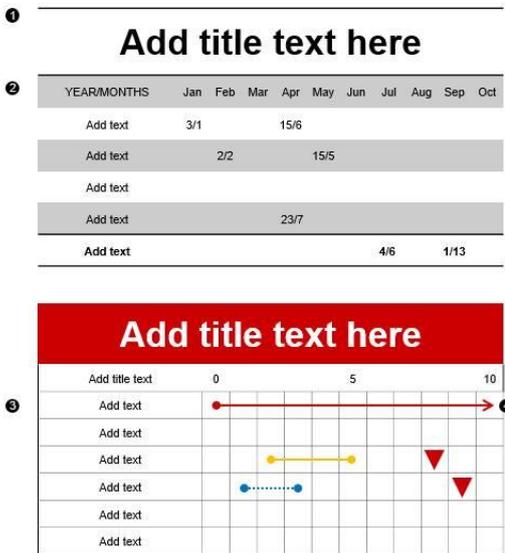
- ① 在一组数据中，当需要表达并列关系时，可对不同的列（或组）数据使用不同的颜色区分。
- ② **注意！** 模板已内置配色方案，在幻灯片中新建的数据图表将根据配色方案内的颜色自动分配。
△ 配色方案颜色种类最多为：6种。当数据类别超过最大上限（即超过6种颜色），需考虑转化为主次关系，只强调其中一类数据（即主色和副色搭配）。
- ③ 在一组数据中，当需要强调其中一列（或组）数据，或需要表达主次关系时，可对该列（或组）数据单独使用一种颜色，其他数据使用不同程度的灰色颜色与其他区分。



表格风格

为保证表格的风格符合品牌形象，现对表格风格参数进行标准设定。

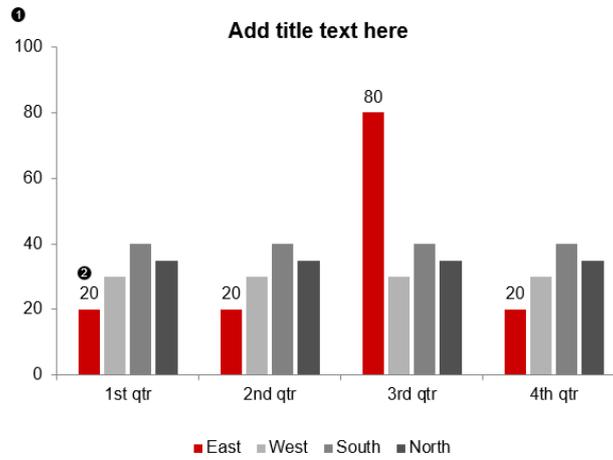
- ① 表格标题部分高度为正文部分的3倍
背景填充主色
文本填充白色，25号字，垂直居中，根据实际情况调整无边框线。
- ② 正文部分高度为标题部分的1/3倍
背景填充白色，或强调色
文本填充黑色，或白色，不小于8号字，垂直居中
边框线黑色，1磅粗
- ③ 甘特图正文部分背景填充白色，或强调色
文本填充黑色，不小于8号字，垂直居中
边框线黑色，1磅粗
除正文左端和顶端（项目栏）填充文本外，代表时间跨度的表格不填充文本和颜色。
- ④ 甘特图进度条可用箭头或圆点线表达从开始到结束的时间跨度，也可用虚线表达进度未开展等信息，用倒三角表达受阻或等待等状态信息。



簇状柱形图

簇状柱形图可比较多个类别的值。
簇状柱形图使用二维垂直矩形显示值。

- ❶ 横、纵坐标轴最小字号：建议不小于12号字，黑色
横、纵坐标轴线条颜色：自动
横、纵主要刻度线类型：外部
横、纵次要刻度线类型：无
- ❷ 数据系列重叠：-20%
数据分类间距：200%
数据标签：建议不小于12号字，黑色
建议最佳效果：不多于9份数据，或不多于4组共16份数据



最后留给各位一份世界 500 强公司的 PPT 设计标准规范（源文件可下载）作为学习参考：

Novo Nordisk PowerPoint Toolbox

TOOLBOX CONTENTS

In this toolbox you will find guidelines and tools to help you create your PowerPoint (PP) presentations in an easy and design-compliant way.

Created by Corporate Branding
Version 2

CONTENT IN THIS POWERPOINT TOOLBOX

- 2: FOUR CORPORATE TEMPLATES
- 3: USE OF PICTURES IN TITLE SLIDES
- 4-13: TITLE SLIDE SELECTION
- 14-17: USE OF PICTURES IN THE FOUR TEMPLATES
- 18-19: EXTRA PICTURES FOR COPY/PASTE
- 20-21: INSERTING PICTURES WITH ROUNDED CORNERS
- 22: HOW TO USE COLOURS
- 24: USE OF SHADED HEADINGS
- 25-50: PRE-DESIGNED GRAPHICS SELECTION
- 51-52: OUTRO SLIDE (ANIMATION)
- 53: SYMBOLS

Four corporate PowerPoint templates

FOUR CORPORATE POWERPOINT TEMPLATES

In Novo Nordisk we have four corporate PowerPoint templates. You find all four of them in the NN standard folder on your computer.

Specific PP templates exist for Novo Nordisk products. Find these in the Brand Manual or on the Product Portal (IntraWeb).

Three of the corporate templates have a 'changing diabetes' theme line in the lower left-hand corner: Changing_grey, Changing_outline and Changing_white.

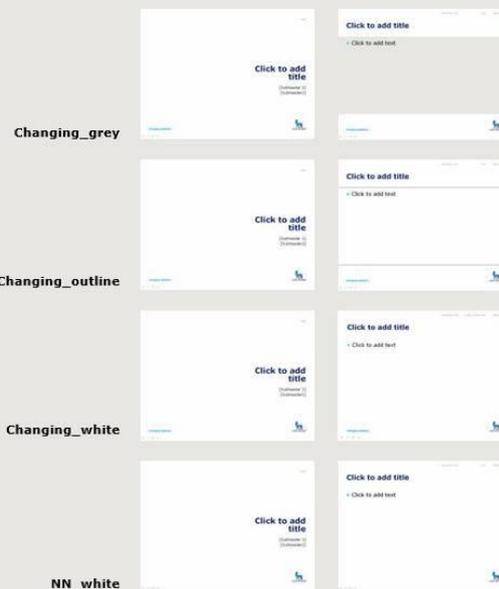
The NN_white version is without the 'changing diabetes' theme line and can be used when you have a need for a more neutral PP template.

Edit date, header and footer information

EDIT INFORMATION

On the View menu, click Header and Footer, to adjust date/time and footer information in your presentation.

INFO SLIDE DO NOT USE THE INFO SLIDES AS POWERPOINT SLIDES



How to use colours

THE NOVO NORDISK COLOUR PALETTE (IN RGB)

The Novo Nordisk colour palette sets the frame for what colours to use in your presentation.

You can find the Novo Nordisk predefined colours in your template by clicking on the illustration with the can of paint at the bottom of your screen.

You can choose from 16 colours in PowerPoint. The top row of colours contains the Novo Nordisk primary and Secondary colours. The bottom row contains six of the Accent colours and two warm greys.

You can also copy/paste the coloured elements from this slide and use in your presentation. These are the Novo Nordisk colours defined in RGB – the colour format used in PowerPoint.

Be aware that we distinguish between

- Primary colours: to be used the most and for the biggest colour areas
- Secondary colours: Supplementing the primary colours.
- Accent colours: to be used sparingly.

PRIMARY COLOURS

0/25/101

0/183/255

SECONDARY COLOURS

230/74/14

139/125/112

ACCENT COLOURS

237/180/19

246/217/137

250/235/197

141/162/204

197/208/229

227/233/248

242/235/194

248/245/223

248/245/223

168/201/3

213/231/148

231/242/205

167/111/222

209/182/238

232/220/246

138/86/15

197/170/134

225/212/194

Novo Nordisk PowerPoint Toolbox

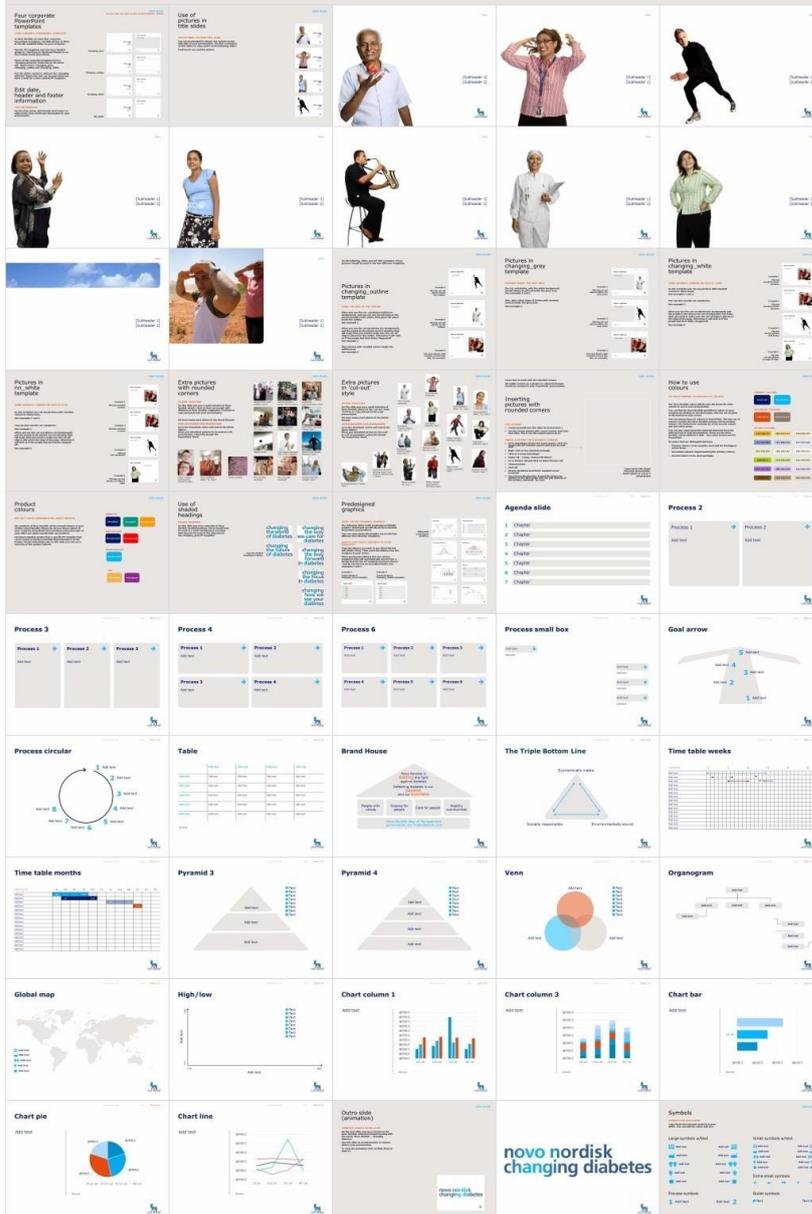
TOOLBOX CONTENTS

In this toolbox you will find guidelines and tools to help you create your PowerPoint (PP) presentations in an easy and design-compliant way.

Created by Corporate Branding
Version 2

CONTENT IN THIS POWERPOINT TOOLBOX

- 2: FOUR CORPORATE TEMPLATES
- 3: USE OF PICTURES IN TITLE SLIDES
- 4-13: TITLE SLIDE SELECTION
- 14-17: USE OF PICTURES IN THE FOUR TEMPLATES
- 18-19: EXTRA PICTURES FOR COPY/PASTE
- 20-21: INSERTING PICTURES WITH ROUNDED CORNERS
- 22: HOW TO USE COLOURS
- 24: USE OF SHADED HEADINGS
- 25-50: PRE-DESIGNED GRAPHICS SELECTION
- 51-52: OUTRO SLIDE (ANIMATION)
- 53: SYMBOLS



下载信息

标题：诺和诺德 PPT 标准规范、那些高逼格 PPT 报告看不见的设计真相「案例解析」

格式：PPT、PDF

大小：1.78MB、2.11MB

下载：回复【[职场#12](#)】（回复无需加括号）

每天，全球有超过 1,000,000 场的商业演示，
专业的设计能更有效的传递和表达信息。
PPT 幻灯片也能成为一种力量，
能够说服，能够影响，能够感动！



PPT设计插件 | 资源 | 教程 欢迎关注 [iSlide](#) 演示设计

转载需完整保留作者版权信息