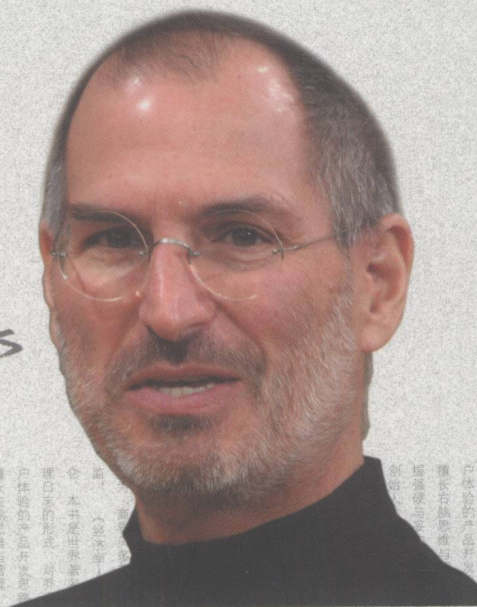


世界著名企业家管理日志系列④



Steven Jobs

史蒂夫·乔布斯 管理日志

金错刀◎编著

中国著名高校商学院院长联合推荐

李新春（中山大学）

赵曙明（南京大学）

徐飞（上海交通大学）

白长虹（南开大学）

蓝海林（华南理工大学）

李光金（四川大学）



中信出版社·CHINA CITIC PRESS

金错刀◎编著

史蒂夫·乔布斯 管理日志

中信出版社
CHINA CITIC PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

史蒂夫·乔布斯管理日志/金错刀编著. —北京: 中信出版社, 2010. 3

(世界著名企业家管理日志系列)

ISBN 978-7-5086-1899-9

I. 史… II. 金… III. 电子计算机工业—工业企业管理—经验—美国 IV. F471.266

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 017722 号

史蒂夫·乔布斯管理日志

SHIDIFU QIAOBUSI GUANLI RIZHI

编 著: 金错刀

策划推广: 中信出版社 (China CITIC Press) 蓝狮子财经出版中心

出版发行: 中信出版集团股份有限公司 (北京市朝阳区和平街十三区 35 号煤炭大厦 邮编 100013)

(CITIC Publishing Group)

承印者: 北京京师印务有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16 印 张: 20.25 字 数: 190 千字

版 次: 2010 年 3 月第 1 版 印 次: 2010 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5086-1899-9/F · 1892

定 价: 42.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84264000

<http://www.publish.citic.com>

服务传真: 010-84264033

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

前言

“角斗士”乔布斯：我的人生狠字当头

乔布斯的声音尖细、微弱，甚至空洞得有些奇怪。事实上，乔布斯不算特别高，大约 1.78 米，比人们想象中的矮。但是，他就是有办法让人迷醉。有一次，盖茨专门拿乔布斯的演讲录像作分析，结论是“这家伙太可怕了，简直是个销售天才”。

乔布斯身上有很多标签，他是《财富》眼中“美国最粗暴的老板”，吉姆·科林斯称他为“商界贝多芬”，硅谷称他为“电脑业的首席创新总监”，《经济学人》则将乔布斯比做伟大的皇帝拿破仑……

乔布斯身上也有不少中国标签，他是王志东眼中的大侠——类似于《侠客行》里的石破天；他是田溯宁眼中的梦想战士——不逊于雷锋、杨振宁、陈景润的英雄；他是李开复眼中的创新教父——拥有跟随内心与直觉的勇气；他是马云眼中的趋势大师——热情、主见和雄辩；他是潘石屹眼中的冒险商人——敏锐、狂热以及坚韧。

但是，这些都不是本书想要终极寻找的！

穿越众多围绕在乔布斯身边的标签、关键词、赞美和谩骂，我更愿意用另一个全新的词汇——角斗士。“角斗士”是被李普曼所大力推崇的一种领导风格，这种领导者拥有强大的信仰和价值观，令人为之奋斗不止，为了在激烈的竞争中获得成功，光有雄心和豪情远远不够，一定要有切实可行的战术和手段来实现它。事实上，大多数 CEO 都有这种“角斗士”气质，而乔布斯则是山之巅峰。

乔布斯的“角斗士”风格有几个关键所在：

我的人生“狠”字当头。

乔布斯的“狠”不是“小狠”——强权、刻薄、蛮横、震慑，尽管这些都是

乔布斯的领导风格——而是“大狠”，一种改变世界的决心、使命和强大的驱动力。你可以从乔布斯诸多人生的关键时刻中，发现这种“狠字当头”的东西。这种“狠”已经变成一种信仰和价值观，甚至融入苹果公司的空气，变成一种奇妙的地心引力。比如，即便是一款小小的音乐播放器 iPod，在乔布斯眼里，也是“以微小方式改变世界”的工具。

从行为科学上讲，动机是所有力量之源——动机产生需求，需求引发愿望，愿望驱动行为。什么是乔布斯的“狠”之动机？这种动机一定跟乔布斯独特的童年有关，据乔布斯在霍姆斯特德中学读书时的好友费尔南德斯回忆，高中时的乔布斯，一定已经知道自己是被收养的，乔布斯的妹妹贝蒂皮肤较黑，看起来很有墨西哥人的味道，兄妹间外表的差异很大。像乔布斯这样聪明的小孩，心中肯定已经有了疑问。这种莫名的不安感，刺激他追求生命的真谛。在这个追寻过程中，他做过恶作剧高手，他做过黑客，他是一名素食主义者，他是禅修爱好者，他是设计大师……我更愿意把这种天人交战的“不安”，视作乔布斯个人强大能量的源头。

“只会当船长”的领导者。

乔布斯的故事告诉我们，领导者和管理者是截然不同的两种岗位，虽然我们经常将它们混为一谈。正如领导力与变革大师约翰·科特的提醒：领导与管理截然不同，管理与处理复杂情况有关，而领导与应对变革有关。没错，领导者与应对变革有关。乔布斯虽然在管理上经常背负骂名，但他却是一位变革大师。早期，他重新定义消费电脑的含义；被赶出苹果公司后，他用皮克斯重新定义了科技 + 创意的意义；重返苹果公司后，他重新定义了消费电脑的新概念；他重新定义了数字音乐产业的想象；他甚至重新定义了一家硬件公司的未来——变“硬”为“软”；他也重新定义了智能手机业的版图；即便是身患癌症，他仍以变革的方式颠覆传统；现在，他正重新定义平板电脑的未来……

有一次，乔布斯一家乘游艇观光时，乔布斯的小孩里德对汹涌的波浪感到非常恐惧，于是乔布斯要求船长返回到岸边。船长拒绝了乔布斯的要求，因为船上还有其他几名乘客，而且波涛会平息的。于是乔布斯就打电话叫来了一艘救生艇，带里德回去了。这是1997年，乔布斯已经42岁，他说：“我自己就是航船的船长，只会领导不会服从。”20世纪90年代，乔布斯习惯称自己为“航船的船长”，他也是PC业的“船长”，这才是领导者的本质。

伟大的产品挑选人。

从人的角度看，IT产业有一个本质，那就是一定要有伟大的“产品挑选人”。“产品挑选人”是硅谷风险资本在新创公司中识别产品高人的一个术语。根据惯例，新成立公司的第一个产品必须成功，如果第一个产品没有成功的话，这家公司必定失败。但是，很多新创公司只是拥有一群有才华与想法的工程师，却没有想出要开发什么产品，这时候，就必须有一位知道该开发何种产品的“产品挑选人”来指导，他所拥有的核心技能就是从众多想法中挑选出最关键的。

做好这个“产品挑选人”很难很难，用《孙子兵法》里的话说，这是个“运用之妙，存乎一心”的活。你要把握趋势，经历过N次重大失败，能搞定研发团队，还要找到合适的商业模式。盖茨和乔布斯是IT产业最伟大的两个“产品挑选人”，只不过一个还在奋斗，一个离开了。而且，无论一个“产品挑选人”有多么伟大，其黄金生命周期也就10年左右，不断会有新的“产品挑选人”来挑战你。其实，乔布斯花了大量的时间、精力培养“产品挑选人”，看看《财富》杂志列出的11个乔布斯最可能的接班人，就会发现，乔布斯的身后的确强手如云。“产品挑选人”战略之下，才是被外界广为传颂的设计战略，而且，如果没有对的“产品挑选人”，设计只是镜花水月。

海盗精神。

从表面上看，乔布斯在公司楼顶悬挂一面巨大的海盗旗是一个再好不过的噱头故事，但从更深层次看，乔布斯打造的是一种创新基因。什么是基因，就是最能沉淀下来，最具可持续性，最具可复制性的东西。一流的公司创造一流的产品，伟大的公司创造生产一流产品的文化。

这种“海盗”气场是如此强大，我们切换到《财富》所用的描述上——设计师必须近乎疯狂地关心MacBook Air笔记本电脑背面的螺丝钉的螺纹，以及隐藏接口那看上去显然没有任何重量的小门。如果你在谈论你的Mac电脑时没有两眼放光，你就不可能跨进苹果公司的大门。

《史蒂夫·乔布斯管理日志》就是这样一本书。我希望以“乔布斯式”的思维来解读乔布斯，以“不同凡想”的方式来观察乔布斯不同凡响的哲学。本书第一次对乔布斯的管理风格进行更深入的挖掘，第一次以中国本土的视角来看这位全球大佬，第一次对乔布斯的领导风格进行原生态的梳理。

本书的结构是这样的：

第一章《改变世界的野心家》，主要是介绍乔布斯的动机、野心、理念，从创业之初到再创巅峰，以乔布斯的思想为原点徐徐展开。

第二章《破坏大师：就是要与众不同》，主要是对乔布斯“与众不同”哲学的原生态解读，特别是关于这个“破坏大师”是如何炼成的，以及什么才是真正的“打破常规”和破坏性创新。

第三章《设计的密码》，则是对乔布斯设计哲学的解读。设计绝不只是外观设计，而是一种深层次挖掘。

第四章《伟大的产品》，是乔布斯关于如何做一个“产品挑选人”的思考。对内部员工、对竞争对手（如微软）、对产业链，乔布斯作出了开门见山的点评。

第五章《失败斗士》，则是乔布斯经历挫折和失败，“很受伤”的一面，以及他的教训，他人生最黑暗的时刻，他的反思，他的流放，还有他也一度“丧失斗志”，他也提心吊胆过，他经历过这辈子最累的时刻，但是他“尽我最大的努力并失败”。总之，这是很过瘾的一章。

第六章《震慑者》，是乔布斯“角斗士”领导风格的一个大荟萃。乔布斯喜欢威吓，很无情，不留情面，他喜欢用“硬权力”（Hard Power）来实现目标。但是，在强硬的另一面，乔布斯具有一种独特的“X 气质”——领导魅力和强大的吸引力。

第七章《海盗团队》，则是关于乔布斯如何建立一支“不放弃、不抛弃”的强悍团队，他的忽悠术，他的人才战略，他的管理技巧，他如何激发 A 级战斗力。这会是最实用的一章。

第八章《煽动力》，则是乔布斯最为特别、也最让人看不懂的说服技巧。让我们走进乔布斯演讲的后台，看看他那巧舌如簧、舌灿莲花的背后，到底有哪些强大的理念和工具做支撑。看看吧，你会吓一跳的！

第九章《谈判硬汉》，是乔布斯在战场上最峰回路转的所在。试想，如果乔布斯没有搞定面前的这些谈判对象，苹果公司的历史绝对将被改写。乔布斯的“强硬”背后，有着一套强大的“价值”体系作为支撑。

第十章《右脑管理》，叙述的其实是未来，乔布斯感性，相信直觉，爱冒险，强调人的管理，一切以美学为王，冷冰冰的科技产品被他赋予了酷美的人性。

第十一章《用户体验魔王》，是乔布斯搞定消费者的秘密武器，虽然这一秘密已经被解读了 N 遍，但是，来自乔布斯本人的原生态声音，还是会给你带来震撼。

第十二章《品牌魔法师》，自从乔布斯首创在《花花公子》上刊登 PC 广告以来，他一直在用类似的方法操作品牌。这一章是乔布斯的魔法大揭秘。当然，这一章也算是我的“彩蛋”程序，如果你破解出来，不妨给我发个邮件。

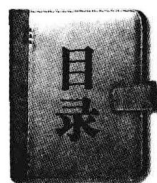
“赢取观众的心！”

“罗马跳动的心不是议会的大理石柱，而是圆形竞技场的黄沙。”

这是电影《角斗士》中的台词，是乔布斯某个侧面的最传神写照，也是他征服心灵的王道！

金错刀

2010 年 1 月



前言 “角斗士”乔布斯：我的人生狠字当头…IX



一月

改变世界的野心家 1

- 1月1日 怀抱改变世界的野心…2
- 1月2日 最年轻的亿万富翁…3
- 1月3日 接下来：挑战微软…4
- 1月4日 赢才是王道…5
- 1月5日 成为世界第二…6
- 1月8日 互联网的野心…7
- 1月9日 以微小方式改变世界…8
- 1月10日 激情与梦想…9
- 1月11日 敏锐的野心家…10
- 1月12日 皮克斯的野心…11
- 1月15日 永远甘冒失败的风险…12
- 1月16日 目标是成为康柏…13
- 1月17日 瓶子里的精灵…14
- 1月18日 把每一天都当成生命中的最后一天…15
- 1月19日 最接近死神的一刻…16
- 1月22日 有勇气追随自己的内心与直觉…18
- 1月23日 50岁时的雄心…19
- 1月24日 不应该只为了当老板而开公司…20
- 1月25日 贡献具有革命性的产品…21
- 1月26日 【让我们再多做些吧】…22
- 1月29日 如何成为下一波技术浪潮的弄潮儿…23
- 1月30日 经济衰退下的进攻…24
- 1月31日 总回头看：你会被灭的…25



二月

破坏大师：就是要与众不同 27

- 2月1日 影响一生的60年代…28
- 2月2日 电视的阴谋…29
- 2月3日 直接给惠普创始人打电话…30
- 2月4日 世界上令我感兴趣的是电脑…31
- 2月5日 【摸鱼】高手…32
- 2月8日 一名高中生的哲学思考…33
- 2月9日 一次违法的【反传统】…34
- 2月10日 我，一无所有…35
- 2月11日 苹果公司严重缺乏【与众不同】…36
- 2月12日 要做产业领先者…37
- 2月15日 乔布斯式的聪明…38
- 2月16日 苹果公司为什么这么红？…39
- 2月17日 最大的不同：科技+人性…40
- 2月18日 产品是强心剂…41
- 2月19日 做了不起的事…42
- 2月22日 站在别人的肩膀上…43
- 2月23日 领袖与跟风者的区别…44
- 2月24日 满足消费者潜在的需求…45
- 2月25日 市场调研并不能让你更独特…46
- 2月26日 打破常规的乔布斯精神…47



三月

设计的密码

49

- 3月1日 野蛮生长时期的设计...50
- 3月2日 为品位推倒重来...51
- 3月3日 设计绝不只是外观设计...52
- 3月4日 伟大的设计就在细节之中...53
- 3月5日 一台洗衣机的设计哲学...54
- 3月8日 你看看奔驰的设计...55
- 3月9日 美学主义...56
- 3月10日 被美丽字体改变的人生...57
- 3月11日 寻找艺术和技术的交叉点...58
- 3月12日 要敢于说「不」...59
- 3月15日 超越消费者的需求...60
- 3月16日 惊艳四座的iMac...61
- 3月17日 设计的原点...62
- 3月18日 设计为什么会失败...63
- 3月19日 20步的冒险...64
- 3月22日 乔布斯的系统论...65
- 3月23日 简单的革命...66
- 3月24日 设计不是装饰...67
- 3月25日 这个产业昏迷不醒...68
- 3月26日 音乐革命...69
- 3月29日 软件为王时代...70
- 3月30日 用设计重塑手机...71
- 3月31日 设计不是华丽的新玩意...72



四月

伟大的产品

75

- 4月1日 第一款伟大的产品...76
- 4月2日 我们只有一个目标：创新产品...77
- 4月3日 最不能忍受的是苹果公司
在产品设计上的平庸...78
- 4月4日 PC行业已死...79
- 4月5日 微软是三流的品质...80
- 4月8日 让苹果公司起死回生的产品...81
- 4月9日 要做正确的事...82
- 4月10日 优秀产品的生命极限...83
- 4月11日 聚焦、聚焦、再聚焦...84
- 4月12日 我根本不在乎市场占有率...85
- 4月15日 让他们在梦中实现吧...86
- 4月16日 必不可缺的「地心引力」...87
- 4月17日 产品的DNA...88
- 4月18日 太多失败是因为不能坚持...89
- 4月19日 就让苹果比别人贵吧...90
- 4月22日 孤注一掷的赌注：iPod...91
- 4月23日 不做爬得快、掉得也快的产品...92
- 4月24日 大多数公司对软件一窍不通...93
- 4月25日 产品才是逆势王道...94
- 4月26日 靠创意称霸音乐界...95
- 4月29日 洞悉一代人、一个时代...96
- 4月30日 iPhone：引爆手机革命...97



五月

失败斗士

99

- 5月1日 很受伤...100
- 5月2日 27岁时的一点教训...101
- 5月3日 麦金塔遇挫...102
- 5月4日 苹果陷入无法自拔的矛盾...103
- 5月5日 人生最「漆黑」的时刻...105
- 5月8日 最好的疗伤药...106
- 5月9日 对失败的反思...107
- 5月10日 我甚至可以去清浩马桶...108
- 5月11日 被流放到「西伯利亚」...109
- 5月12日 丧失斗志...110
- 5月15日 重新寻找人生的原点...111
- 5月16日 有尊严地分道扬镳...112
- 5月17日 灾难性的失败定位...114
- 5月18日 让乔布斯提心吊胆的12月...115
- 5月19日 Next关闭...116
- 5月22日 不想成为赌徒手中的牌...117
- 5月23日 苹果公司已死...118
- 5月24日 尽我最大的努力...119
- 5月25日 这辈子最累的时刻...120
- 5月26日 拒绝停滞不前...121
- 5月29日 重返苹果后的一个大失败...122
- 5月30日 与胰腺癌战斗...123
- 5月31日 从容面对失败...125



六月

震慑者

127

- 6月1日 像连珠炮一样骂个不停...128
- 6月2日 你们正在浪费时间...129
- 6月3日 取消弹性工作制...130
- 6月4日 他永远改变了企业...131
- 6月5日 每个人都曾受过乔布斯的威胁...132
- 6月8日 开始复仇计划...133
- 6月9日 「震慑者」在皮克斯...134
- 6月10日 死扛精神...135
- 6月11日 肢解一个键盘...136
- 6月12日 只会当船长...137
- 6月15日 挑战员工的智慧...138
- 6月16日 制造紧迫感...139
- 6月17日 服务部的业务人员根本没脑子...140
- 6月18日 让他们去死吧...141
- 6月19日 谁会被乔布斯吓倒...143
- 6月22日 震慑者的X气质...144
- 6月23日 故意让面试者心烦意乱...145
- 6月24日 乔布斯PK盖茨之一：微软公司不希望我们成功...146
- 6月25日 乔布斯PK盖茨之二：他们没有品位...147
- 6月26日 乔布斯PK盖茨之三：他们试图抄袭...148
- 6月29日 我的工作不是做和事老...149
- 6月30日 危机下将继续痛击对手...150



七月

海盗团队

151

- 7月1日 「海盗」的使命…152
- 7月2日 你在何时丧失的童贞?…153
- 7月3日 让我们一起干「海盗」吧!…154
- 7月4日 乔布斯的「忽悠」术…155
- 7月5日 挖A级「海盗」不遗余力…156
- 7月8日 找到一流的解决方案…157
- 7月9日 1名出色员工=50名平庸员工…158
- 7月10日 乔布斯如何「管理」海盗团队…159
- 7月11日 我就是为他们清除障碍…160
- 7月12日 最擅长带领一群自命不凡的人创业…161
- 7月15日 不放过任何一个细节…162
- 7月16日 海盗精神之源…163
- 7月17日 开除「笨蛋」…164
- 7月18日 简化才能保证A级战斗力…165
- 7月19日 以公司股票激励员工…166
- 7月22日 团队需要产品独裁者…167
- 7月23日 优秀与糟糕的真正区别…168
- 7月24日 员工拥有出众的才华是一大竞争优势…169
- 7月25日 选人就是下赌注…171
- 7月26日 对付「牛人」只有更极端…172
- 7月28日 缺了乔布斯的苹果公司能否生存下去…173
- 7月29日 你在苹果公司做的事绝对独一无二…174
- 7月30日 员工的工作动力…175
- 7月31日 苹果公司不适合心脏承受能力不强的人…176



八月

煽动力

177

- 8月1日 卖糖水还是改变世界?…178
- 8月2日 这趟全员冒险犯难之旅…179
- 8月3日 电脑界的第一部「电话」诞生…180
- 8月4日 十年河东，十年河西…182
- 8月5日 我想要创造东西…183
- 8月8日 浪漫不再…184
- 8月9日 对苹果公司的一记回马枪…185
- 8月10日 「我是史蒂夫·乔布斯」…186
- 8月11日 一块很酷的煤渣砖…187
- 8月12日 一个大佬的电话…188
- 8月15日 低潮期的影响力…189
- 8月16日 只有一个人能重振苹果公司——我…190
- 8月17日 乔布斯的煽情演讲是如何练就的?…191
- 8月18日 最随意的噱头…193
- 8月19日 是不是很酷?…194
- 8月22日 遭遇突发事件…196
- 8月23日 情人的香唇…197
- 8月24日 最具乔布斯风格的开场白…198
- 8月25日 看看它美丽的屁股…200
- 8月26日 谁要用这种烂东西啊!…202
- 8月29日 快使用App Store吧!…204
- 8月30日 iPhone大降价…205
- 8月31日 我将继续担任苹果公司CEO…206



九月 谈判硬汉

207

- 9月1日 说服比尔·盖茨写程序...208
- 9月2日 强硬挖人术：直接拔掉插座...209
- 9月3日 麦金塔名字谈判战...210
- 9月4日 您吃过什么药啊...211
- 9月5日 我们决定解雇你...212
- 9月8日 我决定辞去苹果公司董事长一职...213
- 9月9日 与卢卡斯杀价...214
- 9月10日 直接杀到通用汽车公司CEO的办公室...215
- 9月11日 与迪斯尼谈判...216
- 9月12日 与迪斯尼的第二次谈判...217
- 9月15日 乔布斯的拒绝...218
- 9月16日 重返苹果公司后谈判的第一个
大佬是比尔·盖茨...219
- 9月17日 谁离开我就解雇谁...220
- 9月18日 让盖茨成为苹果公司的救命恩人...221
- 9月19日 与迈克尔·戴尔的PK...222
- 9月22日 「喂，你是怎么搞的。」...223
- 9月23日 「我要立刻见到你」...224
- 9月24日 最强硬的采访对象...225
- 9月25日 必须降到10美元...226
- 9月26日 反击《财富》杂志...227
- 9月29日 威胁Palm公司不得挖墙脚...228
- 9月30日 反DRM宣言...229



十月 右脑管理

231

- 10月1日 乔布斯对机械类工作不感兴趣...232
- 10月2日 「三重双鱼座」乔布斯...233
- 10月3日 乔布斯个人DNA之源：惠普...234
- 10月4日 把电脑装进牛皮纸袋...235
- 10月5日 右脑课堂：里德学院...236
- 10月8日 禅学修炼：冥想...237
- 10月9日 禅学修炼：斋戒与节食...238
- 10月10日 禅学修炼：19岁的朝圣之旅...239
- 10月11日 这辈子最好的决定之一：休学...240
- 10月12日 来自施乐的右脑冲击波...241
- 10月15日 南辕北辙的两个史蒂夫...242
- 10月16日 我受够了方正、矮胖的电脑...243
- 10月17日 遭遇管理冲突...244
- 10月18日 左脑和右脑的配合...245
- 10月19日 我怀疑我是否还会买皮克斯...246
- 10月22日 财务混乱的皮克斯...247
- 10月23日 乔布斯VS.盖茨之一：右脑和左脑的PK...248
- 10月24日 乔布斯VS.盖茨之二：比漫长的公路
更长的回忆...250
- 10月25日 马拉松式的周一例会...251
- 10月26日 遇到障碍时怎么办...252
- 10月29日 我的主要工作是管理好1000个人...253
- 10月30日 「铁书」震撼出炉...254
- 10月31日 我们站在亚马逊肩上：科技+人文...255



十一月

用户体验魔王

257

- 11月1日 一个影响乔布斯一生的创新……258
- 11月2日 三大障碍……259
- 11月3日 苹果公司的王牌秘诀……260
- 11月4日 真正的风险是不冒险……261
- 11月5日 价值0.99美元的用户体验……262
- 11月8日 如何比盗版还酷……263
- 11月9日 挟消费者以令诸侯……264
- 11月10日 寻找「小马云」……265
- 11月11日 绝不创新而创新……266
- 11月12日 创新就是打破流程……267
- 11月14日 恨不得舔一下……268
- 11月15日 创意之源：数字中枢……269
- 11月16日 一个不愿受约束的嬉皮士……270
- 11月17日 可怕的是营销人赶走产品人……271
- 11月18日 偷窃伟大的作品……272
- 11月19日 不幸的是很多人缺乏跨界能力……273
- 11月22日 给平凡人高超科技……274
- 11月23日 走火入魔……275
- 11月24日 创新的关键：动机……276
- 11月25日 苹果公司与消费者的关系……277
- 11月26日 你必须对另外100个好主意说「不」……278
- 11月29日 故事！故事！故事！……279
- 11月30日 决不妥协……280



十二月

品牌魔法师

283

- 12月1日 一个伟大品牌的粗糙诞生……284
- 12月2日 苹果公司的商标为何被「咬一口」……285
- 12月3日 首战就在《花花公子》……286
- 12月4日 品牌「黄金法则」……287
- 12月5日 铁杆「粉丝」计划……288
- 12月8日 第一场漂亮的公关仗……289
- 12月9日 广告奇招：硅谷的「桂冠诗人」……290
- 12月10日 跻身主流……291
- 12月11日 与IBM的广告PK……292
- 12月12日 1984……293
- 12月15日 我是麦金塔……294
- 12月16日 靠品牌拯救苹果公司……295
- 12月17日 他们是规则的破坏者……296
- 12月18日 突破思维定式……297
- 12月19日 带来新的色彩……298
- 12月22日 与顾客共建品牌……299
- 12月23日 做不好品牌，就不是好CEO……300
- 12月24日 把微软当做品牌催化剂……301
- 12月25日 奢侈的品牌体验店……302
- 12月26日 降价大行动……303
- 12月29日 iPod的雅痞风……304
- 12月30日 秘方：革命性技术与营销的结合……305
- 12月31日 品牌「角斗士」……306



—
月

改变世界的野心家

1月1日

怀抱改变世界的野心

我们造出了世界上最优良的电脑。

从今以后，

所有的电脑都会不一样。

——史蒂夫·乔布斯 (Steve Paul Jobs) 1988 年 10 月在第一台 NeXT 电脑上市数日之前的一次讲话

| 背景分析 |

乔布斯与其他人的最大不同，就在于他的创业、创新首先是怀抱改变世界的野心，从 Apple II 到麦金塔电脑 (Macintosh, 简称 Mac)，乃至 NeXT 电脑都是如此。当然，后来我们看到，NeXT 电脑并不太成功。

但是，创业之初，乔布斯吸引大量投资的关键就是这种野心。1985 年年底，30 岁的乔布斯创立了他人生中的第二家公司——NeXT 电脑公司 (随后更名为 NeXT 软件公司，简称 NeXT)，他个人投入了 700 万美元，许多苹果电脑公司^①的员工追随他并成为公司董事会成员。乔布斯也成功吸引了不少机构和个人来投资。其中最著名的个人投资者是罗斯·佩罗 (Ross Perot)，佩罗是得州的亿万富翁，曾在 1992 年竞选美国总统，佩罗向 NeXT 投资了 2 000 万美元。机构投资者中有佳能公司，它投资了 1 亿美元。

| 行动指南 |

要想拥有真正伟大的创新或产品，首先要拥有改变世界的野心。

^① 苹果股份有限公司，简称苹果公司 (Apple, Inc.)，原称苹果电脑公司 (Apple Computer, Inc.)，2007 年 1 月 9 日，在旧金山的 Macworld Conference & Expo 上宣布改名。——编者注

1月2日

最年轻的亿万富翁

当我 23 岁的时候，我有 100 万美元净资产，
24 岁时有 1 000 万美元，
25 岁时超过 1 亿美元。

——乔布斯曾向一位记者透露自己对待财富的态度

| 背景分析 |

乔布斯的财富来得如此之快——在很短的时间内，他就从身无分文摇身一变成为百万富翁。乔布斯是人口出生高峰期出生的孩子，21 岁时，他还住在父母提供的房间里。1977 年 1 月苹果电脑公司正式注册成立的时候，他差一个月满 22 岁，但很快他就拥有了属于自己的第一个 100 万美元。

就像《史蒂夫·乔布斯复出记》一书中描写的，乔布斯在青少年时就做着富翁之梦，但他对飞来的“横财”有着很矛盾的心理，感到不适应，拿不准应该怎么花。比如，随着收入的积累，乔布斯的财产数字指数般地上升，但他仍然与朋友住在一座岌岌可危的破房子里。

乔布斯有钱了，但他在思想上从没有做过暴发户，一直拒绝铺张浪费。

| 行动指南 |

拥有野心和实现野心是两个概念。乔布斯 23 岁就成为百万富翁，他显然属于后者。