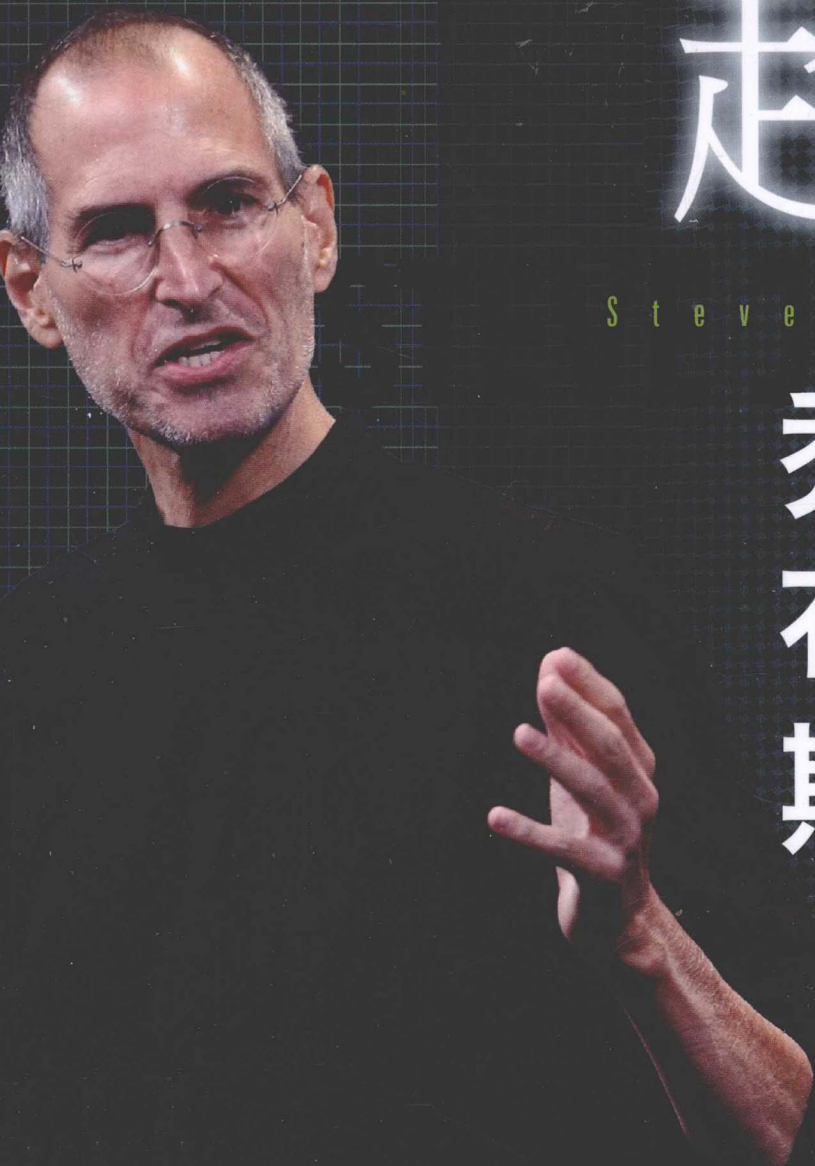


他，是公认最了解史蒂夫·乔布斯的日本人

【日】竹内一正◎著 王萌◎译

KazumaSa Takeuchi



超

S t e v e • J o b

乔布斯



化学工业出版社

超

•

乔布斯

【日】

竹内一正

著

王萌译



化学工业出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

超·乔布斯 / [日] 竹内一正著; 王萌译 —北京: 化学工业出版社, 2011 11

ISBN 978-7-122-12518-7

I . 超… II ①竹…②王… III 乔布斯, S (1955~2011) —生平事迹 IV . K837 125 38

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 208091 号

STEVE JOBS “CHO” SHIGOTO-RYOKU, by 竹内一正

ISBN 978-4534045478

Copyright © 2009 by Kazumasa Takeuchi All rights reserved

Authorized translation from the Japanese language edition published by Nippon Jitsugyo Publishing Co ,Tokyo

本书中文简体字版由Nippon Jitsugyo Publishing Co ,Tokyo.授权化学工业出版社独家出版发行。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分,违者必究。

北京市版权局著作权合同登记号: 01-2011-6415

责任编辑: 王 津 李岩松

装帧设计: 单纯视觉

责任校对: 战河红

出版发行: 化学工业出版社 (北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 装: 北京云浩印刷有限责任公司

880mm×1230mm 1/32 印张 6¹/₂ 字数 150 千字

2012 年 1 月北京第 1 版第 1 次印刷

购书咨询: 010-64518888 (传真: 010-64519686)

售后服务: 010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 25.00 元

版权所有 违者必究

前言

“人的生命是有限的，所以不要为了别人而活。你们应该过自己选择的生活！”这是史蒂夫·乔布斯经常对年轻人说的一句话。

那么，这个为了创造出世界上前所未有的新事物而倾其一生的男人乔布斯，他到底拥有着怎样的“超凡”工作能力呢？

现在说起来也许你不会相信，就在大约三十年前，计算机还不属于个人能够拥有的物品。正是乔布斯发明创造的 Mac 计算机，为个人计算机的普及拉开了序幕。

当人们满足于亚洲地区制造的廉价便携式音乐播放器时，也是乔布斯制造的 iPod 颠覆了大众的常识。“一台只售 1600 ~ 2000 元的小小便携式音乐播放器，不可能拯救靠卖单价上万元的计算机为生的苹果公司。”带着人们的批评与质疑，现今的 iPod，已经一跃成为了全球销量超过两亿的最畅销产品。

而且就在不久前，人们还无法想象以现有的电脑图像处理技术，能够制作出一部九十分钟的剧场影像。不过，随着一部由乔布斯率领的皮克斯公司制作完成的《玩具总动员》

的诞生，不仅摘得了奥斯卡金像奖的桂冠，还震惊了所有的好莱坞电影制作人。该公司的《机器人总动员》也赢得了2009年度奥斯卡金像奖“最佳长篇动画电影”的殊荣。

乔布斯就是这样，以不断打破人们的常识成就了自己的商业生涯。在此过程中，乔布斯总是倾入自己的全部精力，乐此不疲地向新生事物发起挑战。

前苏联的大文豪高尔基曾经说过：“工作假如是快乐的，那么人生就是乐园；工作假如是强制的，那么人生就是地狱。”假如乔布斯的挑战仅仅是出于强制性的工作，我想，世人也就无缘见到这些伟大的创造了吧。换句话说，乔布斯的工作力就是，把内心深处想要得到的东西作为具体的产品生产出来的过程。在他的本性当中充满了超越陈旧思想、打破固有常识的神奇能量。

乔布斯是一个注重细节的经营者。尽管在所有经济学院的教科书当中都写着“一个对产品指手画脚的老总，作为经营者是失败的，要把细节的东西交给底下的人去做”，可是，现实的商业世界是不会按照学校的教科书里写的那样发展的。

美国通用汽车公司面临经营危机时的总裁瓦格纳，正是毕业于哈佛商学院。可当时的通用公司，自从瓦格纳上任之后就没有研发出任何革新的技术，诞生的只有巨额的财政赤字。

可是，大学上了不到半年就中途退学的乔布斯，就没有被教科书里的那些死板的教条所束缚。不仅在计算机业界大展拳脚，还涉足了音乐、电影甚至手机领域，并不断地推陈出新。这些打破常识的产品还有电影，都赢得了用户和顾客的一致好评。

乔布斯的“战争”教会了我们一个道理，那就是，如果一味地做常识性的事情，就不会有让世界震惊的事物产生。如果今天还继续做和昨天一样的事情，就无法发现新的大陆。

世间正刮起着不景气的大风。景气，不仅仅限于好的光景，在不好的光景里也必然会出现景气的复苏，它是循环反复的。如果真是这样的话，出现不景气的时候只要蜷缩起来，等待时光流逝就可以了吗？答案是否定的，无所事事地等待是无法从危机中脱离出来的。人生是非常有限的。不管是好的光景还是坏的光景，能够掌控局面的只有自己，主角除了自己之外别无他人。

乔布斯成就了无数辉煌的成功，也曾遭遇了惨烈的失败，可凭借自己“超凡”的工作力，他又重整旗鼓继续创造辉煌。我衷心地希望各位能够为了自己明天的奋斗，从中得到一些启发。

目 录

第一章 乔布斯“统帅经营”的秘密 / 1

1. 只有站在“自我主义”的立场，才能真正地

服务于人 / 3

谁会成为“消费者代表” / 3

畅销产品是如何产生的 / 4

答案不在过去而是在未来 / 6

“请相信自己的直觉” / 8

2. 磨练语言的同时也是对工作本身的磨练 / 11

在称呼别人为无能之辈之后，讲些甜言蜜语会发生
怎样的事情 / 11

“如果你做不到的话我就会找别人啦” / 13

乔布斯慰劳别人的方法 / 15

3. 乔布斯为什么会对“努力”说“No” / 18

为了让“理所当然”成为现实，要付出并非理所当然
的辛苦 / 18

假如想被批评家嘲笑的话 / 20

跟糕点学习计算机的制作 / 21

你的大胆会撼动你的敌人 / 22

由一个“模仿型的人”进步成为一个“偷盗型的人”
吧 / 24

第二章 乔布斯“成功创业”的秘密 / 27

1. 成功者的行动迅速到了“狡猾”的程度 / 29

他们曾经身无分文 / 29

最初的办法是从哪里想出来的 / 30

“我们站在了市场发展的入口” / 32

2. 聪明的人会巧妙地放弃，愚蠢的人则是笨拙地

坚持 / 35

重点是要明确自己不做的事情 / 35

仓促之中的抉择是失败者的着陆点 / 36

“更加简单化”是比“更加复杂化”更好的构思 / 38

3. “好像缺点什么”的时候就是“没有注意到些什么”

的时候 / 40

“回归的他”做的第一件事是什么 / 40

削减的模式 / 41

疏于管理会让问题变得更加棘手 / 42

4. 把小事当成一件大事看待后，会发现不一样的

世界 / 45

结果与最初的预期是完全不同的东西 / 45

附属品超过了主体 / 46

第三章 乔布斯“巨大成功”的秘密 / 49

1. 首先从动摇心理这一部分开始下手 / 51

乔布斯的傲慢战术 / 51

在创建 NEXT 的时代做过的“过分的事情” / 52

戏剧般的市场 / 54

在模仿的同时，加入自己独特的东西会怎样呢？ / 56

2. 正因为有他人的关注自己才会更快地成长 / 58

“神话”是这样开始的 / 58

与其给予情报，不如给予激动吧 / 60

“人生最重要的时刻来临了” / 62

把私底下付出的辛劳隐藏起来才会产生价值 / 64

3. 越是执著越能发现深层的东西 / 67

能够打败对方的坚韧执著的技巧 / 67

“做决定的人是你自己” / 69

4. 能够掌控自己下属的人才能抑制自己的敌人 / 73

“你们说了什么，我完全不知情” / 73

为什么无法做到整体的协调 / 75

企业风气的问题所在 / 77

“你没有权利！” / 78

第四章 乔布斯“打破常识”的秘密 / 81

1. 如果手中抓着稻草的话，那么得到的仅仅是稻草的那
一点点浮力 / 83

“给我做一个 5000 元的游戏机！” “我会做一台 5000
元的计算机” / 83

当巨大的雕像看起来像是假象的时候 / 85

“一周工作 90 个小时吧” / 86

是时间优先还是发明创造优先 / 88

如果降低了目标，那么成果会加倍地降低 / 90

2. 与其卖感冒药不如卖健康 / 92

“年薪 1 美元”的目的是什么？ / 92

客户想要的东西不是“钻头”而是钻头钻出的

“孔” / 94

比起一个人成功 / 96

绝不能把赚钱当做目的 / 97

3. 破坏是成功的一部分 / 99

“那正是我应该做的事情” / 99

皇帝被驱逐的时候 / 101

竞争为新的价值带来胜利 / 103

4. 成功里不可缺少的“厉害的人才”和“厉害的搜罗人才的技术” / 105

“忘掉那些事情吧，快来我们这里” / 105

正因为对手是人，所以才需要施展“招数” / 106

5. 当你把时间当做自己的伙伴的时候，那所有的一切都会成为你的朋友 / 110

“就是为了这个，我才来加利福尼亚的” / 110

假如激情与偶然相结合的话 / 112

好的东西呈螺旋状地衍生出来 / 114

“乔布斯总能紧紧地抓住人心” / 115

等待可以带来胜利 / 116

等着时代来追赶也是成功的方法 / 118

1. 关于“正因为这个失败了，那个才能成功”

的想法 / 123

没有成绩也会成为武器 / 123

苹果有而索尼没有的东西 / 125

理解也是一种交流技术 / 127

2. 艰难时期的播种是有诀窍的 / 130

乔布斯向世人展示的绝妙的解答 / 130

“特洛伊木马”要如此入侵 / 132

重要的是要在付出艰辛的过程中进行培养 / 133

3. 得人心的同时也有可能得运气 / 136

如何才能弥补自己的不足呢 / 136

在门打开之前要不停地敲 / 138

争做“帝王的接班人！” / 139

最年轻总裁的足迹 / 141

“你今后的人生要靠卖糖水过活吗？” / 142

当一个人“赌上一切”的时候 / 144

如果从内心深处祈求成功的话 / 146

4. 如果如此逆转的话必然会失败 / 148

乔布斯不止是“三击不中” / 148

“被解雇是一件非常棒的事情” / 149

没有经历充电时期 / 151

在隧道中与女神相遇 / 153

人的价值无法在其鼎盛时期衡量 / 154

第六章 乔布斯“充实的人生”的秘密 / 157

1. “为了别人”其实也是为了自己 / 159

为用户提供“最棒的” / 159

常识就是用来被颠覆的 / 161

“正确”比“多”更重要 / 162

某位用户的体验 / 164

苹果公司为什么能因为不制定销售任务而成功 / 166

2. 如果想充分利用人才的最巅峰状态 / 168

“他就是资产” / 168

只和最高级人才共事，而不是所有人 / 170

天才为什么离去 / 172

“我早已厌倦了服从命令” / 173

不要介意离开的人，把重点放在如何增加来的人 / 175

3. 不要仅仅着眼于收获，而应该广泛地耕耘自己 / 177

乔布斯当黑客的时候 / 177

不抱期望的东西却获得了诺贝尔奖 / 179

写给那些正在抱怨“这种破工作”的人 / 181

4. 工作虽然不能很轻松，但可以很快乐 / 184

是“订制工作室”而不是大量生产的工厂 / 184

不完全燃烧的理由 / 185

脱离标准模式 / 187

如果能够转变思维方式的话，就能成就不可思议的
事情 / 189

你这样推翻“天动说” / 191

第一章

乔布斯“统帅经营”的秘密

能够心平气和“偷盗”的人，才是最厉害的创造者

1. 只有站在“自我主义” 的立场，才能真正地服务于人

● 谁会成为“消费者代表”

有一个词语叫做“市场调研小组”，它是指专门研究什么样的新产品是消费者心里想要的，或者说市场的需求走向是怎样的等，针对新产品开发进行市场调查的这样一个群体。对市场调研小组的意见及建议进行研究之后这样一个制定新产品开发的企划案，这是在一般企业当中实施的比较中庸的做法。

但是，在苹果（旧称：苹果计算机），这种做法是行不通的。

苹果的市场调研小组就是史蒂夫·乔布斯自己。他自己一个人就代表了全部的消费者，而不是一个团队。

乔布斯总是从消费者会有怎样的体验这一点出发，对事物进行思考，而对于大多数市场部门都会采取的听取消费者意见的做法表示怀疑。因为这么做，就好比向没有吃过河豚肉的人询问河豚肉到底好不好吃，向没有乘过帆船的人询问