

iPad

上午9:41

独家
视频教学

iPad 2 玩家必读

张淼 刘鑫 编著



YZLI0890101915



Safari



Mail



照片



iPod



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

iPad 2 玩家必读

张淼 刘鑫 编著



YZLI0890101915

人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

iPad 2玩家必读 / 张淼, 刘鑫编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2011. 10
ISBN 978-7-115-26286-8

I. ①i… II. ①张… ②刘… III. ①便携式计算机—基本知识 IV. ①TP368.32

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第180696号

内 容 提 要

本书是iPad玩家必备的实用工具书。全书包括iPad购机指南、iPad基础操作、iTunes基础操作、iPad内置应用程序、iPad应用程序精选、iPad周边配件精选以及iPad常见问题解答等内容。本书以图文并茂的形式,通过详尽的操作步骤、一目了然的图解,以及穿插于书中的大量技巧,帮助玩家快速掌握iPad的使用方法,并全面了解iPad这个神奇的革命性产品。

本书的配套光盘中,独家附送了AR.Drone飞行指南、ePub电子书制作教学、iPad经典游戏介绍等实用的视频资料。

本书适用于所有iPad和iPad 2的用户,对于还没有购买iPad的读者,也不失为一本极具参考价值的图书。另外,读者可凭书中附带的注册卡上网注册,将获得更多高级的iPad教程和意想不到的惊喜。

iPad 2 玩家必读

◆ 编 著 张 淼 刘 鑫

责任编辑 孟 飞

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号

邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京鑫丰华彩印有限公司印刷

◆ 开本: 880×1230 1/32

印张: 8

字数: 314千字

2011年10月第1版

印数: 1—5 000册

2011年10月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-26286-8

定价: 35.00元(附光盘)

读者服务热线: (010) 67132692 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第0021号

光盘说明

本书附带一张光盘，内容包括AR.Drone飞行指南、ePub电子书制作教学、iPad经典游戏介绍等实用的视频资料，可以通过配有光驱的电脑打开。为了减少光驱的磨损，并获得更流畅的播放效果，建议将光盘中的资料复制到电脑上观看，也可以将资料同步到iPad中观看。与iPad同步资料的方法请参考本书第3章的内容。

注册说明

本书的光盘包装中附带一张读者注册卡，只需登录网站：www.easytimetv.com，在读者注册页面中填入卡片上的序列号 and 相关信息，就能免费下载更多高级的iPad、iPhone教程，并参加网站举办的苹果粉丝图书读者俱乐部活动，赢取幸运礼物。

目录

第1章 iPad购机指南 1

iPad魅力难挡.....	1
iPad是什么东西.....	1
Apple商业模式.....	2
真的需要iPad吗.....	5
选择笔记本、上网本还是iPad.....	5
选择山寨机、Android机还是iPad.....	5
选择iPhone、iPod touch还是iPad.....	7
总有一款适合你.....	7
选择iPad还是iPad 2.....	7
选择Wi-Fi版还是Wi-Fi+3G版.....	8
选择16G、32G还是64G.....	8
选择黑色还是白色.....	8
iPad购买须知.....	9
关于购买时机.....	9
关于购买渠道.....	9

第2章 iPad基础操作 11

开机前的准备工作.....	11
保护好iPad.....	11
互联网和无线路由器.....	11
Mac或PC.....	11
iTunes软件和Apple ID.....	11
激活.....	12
外观与界面介绍.....	14
开关及功能.....	14
界面与图标.....	15
快速设置.....	15
飞行模式与Wi-Fi.....	15
密码设置.....	16
访问限制.....	16
锁定/解锁iPad外壳.....	17
“锁定屏幕旋转”与“静音”的切换.....	17
语言与输入法.....	17

电池百分比	18
快速上手	18
开关组合	18
常用手势	19
文字输入	20
搜索资料	21
多任务管理	21
亮度、音量调节	22
程序和文件夹管理	22
更换墙纸	23

第3章 iTunes基础操作 24

iTunes与iPad的关系	24
iTunes Store使用技巧	27
注册帐户	27
购买程序	35
购买记录	39
自动下载	40
更新程序	41
愿望清单	42
赠送礼品	43
兑换代码	44
申请退款	46
免费订阅	48
iTunes同步技巧	49
自动同步	49
手动同步	52
多机同步	54
文件共享	56
iPad备份与恢复	57
系统升级与更新	59

第4章 iPad内置应用程序 60

网页浏览器 Safari	60
电子邮件 Mail	65
照片 Photos	74
音乐 iPod	79
日历 Calendar	83

通讯录 Contacts.....	85
备忘录 Notes.....	86
地图 Maps.....	88
视频 Videos.....	91
影音商店 iTunes.....	93
软件商店 App Store	94
游戏中心 Game Center.....	99
视频通话 FaceTime.....	100
相机 Camera.....	102
照相亭 Photo Booth.....	104
电子书 iBooks.....	106

第5章 iPad应用程序精选..... 110

电子书籍.....	112
新闻阅读.....	114
办公效率.....	120
实用工具.....	129
社交网络.....	137
影音玩乐.....	140
生活时尚.....	155
金融财务.....	166
旅游出行.....	170
学习教育.....	174
经典游戏.....	180

第6章 iPad周边配件精选..... 210

保护类.....	210
支架类.....	215
输入类.....	218
输出类.....	225
音乐类.....	228
无线类.....	237
充电类.....	239
游戏类.....	241
飞行类.....	244

附录 iPad常见问题解答..... 245

第1章 iPad购机指南

首先感谢你阅读本书，如果你已经拥有了一台iPad，可以略过本章，直接阅读第2章的内容。

iPad魅力难挡

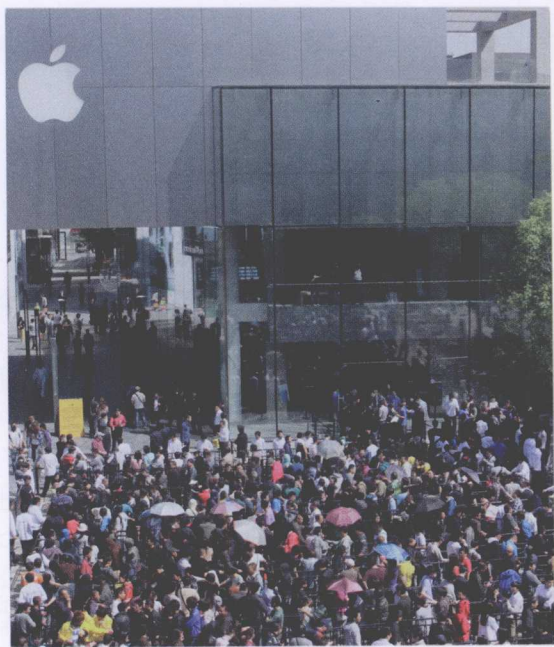
iPad是什么东西

2010年1月27日，苹果公司的CEO史蒂夫·乔布斯发布了一款被媒体嘲笑为大号iPod touch的产品——iPad。当时批评的声音不绝于耳，有人讥笑iPad的黑色边框太难看，有人嫌弃iPad不能浏览Flash网页，还有人下结论平板电脑早就被市场证明根本不可能成功，许多媒体对iPad都不看好。

事实却是这样，2010年4月3号，iPad正式在美国销售，3天卖出了10万台，28天卖出第100万台。不到一个季度，销售量便突破300万台，打破了之前所有消费类电子产品的销售记录，成为有史以来消费者最容易接受的电子设备，而此前占据这个头衔的是DVD播放器。截至2010年12月底，9个月内苹果在全球总共售出了1500万台iPad。这样的成绩令人瞠目结舌，当初的批评声不见了，媒体上充满了各种赞誉，各大网站的科技版头条争相报道关于iPad的一切消息，iPad甚至成了各公司年终奖奖品的首选。

当然，有人欢喜也有人悲伤，电脑市场内销售iPad产品和配件的商家笑得合不拢嘴，而销售上网本、电子书等产品的商家却苦不堪言，因为上网本和电子书的销量从此一落千丈。眼红的还有各大IT厂商，三星、摩托罗拉、惠普、联想纷纷表示将推出自己的平板电脑，还有更多不知名的山寨厂商也加入了竞争行列。就在各大厂商还未能推出一款足以和iPad竞争的产品的時候，2011年3月2日，苹果又发布了更新换代后的iPad 2，再次把对手远远地甩到了后面。

2011年5月6日，iPad 2正式在中国销售，这是当天上午人们在北京三里屯Apple Store门前排队购买iPad 2的景象。



这个让全球千万粉丝为之疯狂的iPad究竟是什么？史蒂夫·乔布斯说：“这是一款介于手机和笔记本电脑之间的产品。”它有一个9.7英寸的触摸屏，比起手机的小屏幕，它可以更舒适地浏览网页、收发邮件、观看视频、查看地图和玩游戏。它只有不到700克的重量，却能够连续使用10小时，待机30天，比笔记本电脑更容易使用和携带。**iPad是一款神奇的革命性产品。**

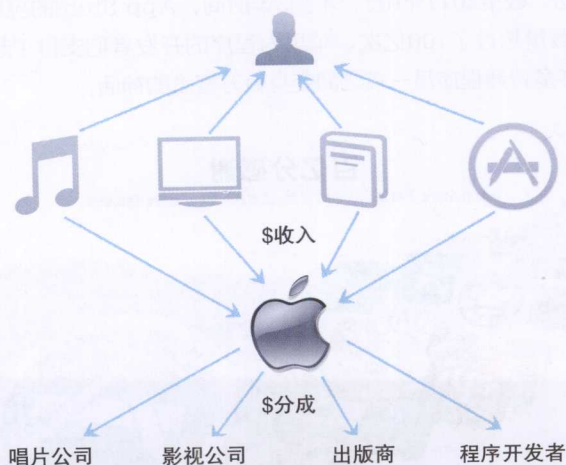
Apple商业模式

2010年，苹果凭借着良好的业绩，超越微软，摘得全球市值最高科技公司的桂冠。2011年，苹果又超越Google，成为全球最具价值的品牌。其实，从2001年史蒂夫·乔布斯发布第一款iPod那天起，苹果就开始织造一张大网，每一个时尚电子产品的消费者都是它的猎物。人们心甘情愿地坠入网中，把银子交给苹果，然后还要附上赞美。难怪有评论认为苹果已然成为一种“宗教”，史蒂夫·乔布斯则是名符其实的“教主”。

苹果没有发明MP3播放器，也没有发明手机，但苹果把它们设计得更漂亮，让消费者更容易接受和使用。苹果的产品需要通过一个叫iTunes的软件进行管理。表面上看，iTunes软件只是用来管理iPod、iPhone和iPad的工具。实际上，苹果还经营着一个名为iTunes Store的在线数字媒体商店，它需要通过iTunes软件在联网的情况下进行访问。



苹果通过iTunes Store将用户、唱片公司、影视公司、出版商、开发者紧密地结合在一起，把每个人都变成其生物链中的一环。用户在iTunes Store中购买和下载他们喜欢的音乐、电影、电视节目、图书杂志和应用程序，并将这些数字商品通过iTunes软件装进自己的苹果产品中。苹果再根据不同的分成比例，将大部分的销售收入分给唱片公司、影视公司、出版商和程序开发者，借此也带动了自身的产品销售。



这个模式看起来非常的合乎情理，用户在一个平台内就可以满足全部的需要。他们不用再为了想听一首歌而去唱片商店排队买下整张CD，iTunes Store内的歌曲可以按单曲或专辑进行购买，并提供30至90秒的试听；他们再也不会因为购买了只看一次便永远雪藏的蓝光DVD而懊悔，iTunes Store提供价格便宜的高清电影租赁和购买的服务。甚至所有的应用程序，用户一次购买之后，可以终身免费升级而不再付任何费用。

多么的完美，似乎任何一家公司，把图中的苹果换掉，都可以顺理成章地维持这样一个商业模式。事实却并非如此，罗马不是一天建成的，苹果花了将近十年时间，才逐步构建并完善了这样一个模式，中间经历了外人无法想象的各种困难。

2001年iPod问世后，苹果经过了漫长而又艰难的谈判，终于获得全球五大唱片公司的许可，于2003年4月推出iTunes Music Store开始销售数字音乐。2006年iTunes Music Store更名为iTunes Store。2010年2月，iTunes Store售出了第100亿首歌曲。如今，iTunes Store已经拥有1800万首歌曲，是世界上最大的在线数字音乐商店。

10,000,000,000

10 billion songs downloaded from iTunes. And counting.

2007年iPhone问世，2008年7月iTunes Store中销售应用程序的App Store上线。而此时，人们早已习惯了通过iTunes Store购买商品，App Store一经推出便取得了巨大的成功。截至2011年6月，不到3年时间，App Store的应用程序数量超过40万，程序下载量超过了100亿次。苹果为程序的开发者们支付了超过25亿美元的分红，造就了许多普通程序员一夜之间变身百万富翁的神话。

百亿分感谢

App Store 下载量已达 100 亿次。感谢你的支持，助我们创此记录。



在巨大商业利益的驱动下，影视公司、出版公司、软件公司甚至许多自由职业的程序开发者，纷纷加入到苹果的生态圈中。英语里有一个物理学名词“Precession”，中文译为“旋进”，是指一群移动物体对另一群移动物体的影响，这个正好可以用来形容苹果的这种生态现象。而苹果的竞争者和模仿者们，现在只能望其项背，而无法逾越。

因此，iPad的成功不是简单的设计出一台漂亮的平板电脑而已。消费者购买iPad，除了美丽的外观，还将获得软件、服务、体验等更多的额外价值。

真的需要iPad吗

选择笔记本、上网本还是iPad

iPad不能完全代替电脑，实际上iPad和电脑是两种不同的设备。如果手里一台电脑都没有，建议先购买笔记本电脑。至于上网本，其实就是体积更小的笔记本电脑。受到体积缩小的影响，上网本在性能和质量上大幅缩水，性价比最低，不予推荐。如果已经有了一台电脑，希望在上网、娱乐、阅读、收发邮件、易用性和便携性等方面有更好的体验，推荐购买iPad。

选择山寨机、Android机还是iPad

Android是Google为智能手机和平板电脑开发的操作系统，包括知名IT厂商和山寨厂商推出的平板电脑，大部分都使用Android操作系统。iPad使用的是苹果自己的iOS操作系统，iPhone、iPod touch使用的也是iOS操作系统。

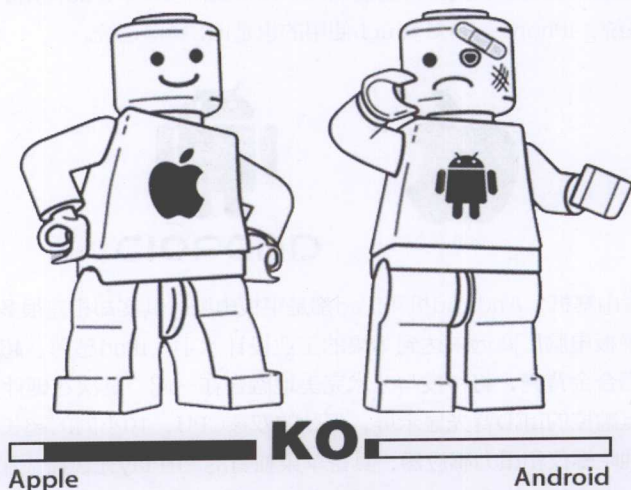


表面上看山寨机、Android机和iPad都是平板电脑，其实却相差很多。首先在外观上，其他平板电脑厂商远未达到苹果的工业设计水平。iPad超薄、超轻的机身，浑然一体的铝合金背壳，将科技与艺术完美地融合在一起。其次在硬件方面，iPad拥有支持多点触控的LED背光显示屏，强劲的双核CPU，10小时的超长电池续航能力，内置三轴陀螺仪和重力感应器，具备苹果独有的AirPlay无线播放和AirPrint无线打印功能，支持免费的FaceTime视频通话，其他厂商无人能出其右。

史蒂夫·乔布斯说：“如果说硬件是我们产品的大脑和肌肉，软件就是产品的灵魂。”软件包括两方面，一是操作系统，二是应用程序。iOS是非常优秀的操作系统，界面友好，简洁易用，而且每次大的版本升级都带来数百项全新的功能。苹果尤其注重iOS各版本之间的相容性和连贯性，以确保应用程序能够完全兼容，确保用户体验不会出现差异。即使iPhone和iPod touch用户第一次使用iPad，也不会觉得有丝毫的障碍。

Android系统则不同，它的差异性不仅体现在智能手机和平板电脑之间，就连相同设备的各种版本之间也是千差万别。造成这种局面的正是Google和各家平板电脑厂商。Google的本质是一家广告公司，通过提供免费的搜索引擎、操作系统等服务，附带卖出更多的广告才是它的根本目的。由于大部分的硬件厂商没有能力开发平板电脑的操作系统，只能将“灵魂”的设计外包给Google。但是各个厂家的硬件指标并不相同，所以才弄出了五花八门的Android版本。

在应用程序方面，App Store中有超过10万个专为iPad开发的应用程序，内容包罗万象，几乎可以做任何事情。最重要的是，App Store中所有的应用程序，都要经过苹果公司的审核之后才能发布，这确保了iOS系统及其应用程序的安全和稳定，用户不必为病毒、木马、恶意程序而担忧。Android系统却没有这么省心，由于缺乏监管，应用程序的品质和安全性无法保证。而且程序在各种Android版本和不同的平板电脑之间还存在兼容性问题。在应用程序的质量和数量方面，Android平台不敌iOS平台。



山寨平板电脑的价格确实比iPad便宜，但是花1000多元买回一台质量一般、没有服务、缺少软件的电脑，就等于买回一块等待淘汰的废铁，其实是在浪费金钱。各大IT厂商推出的Android平板电脑，硬件和服务好于山寨平板电脑，但软件方面一样是跛脚，而且价格与iPad相比没有竞争优势。从性价比和保护投资的角度考虑，iPad是平板电脑的首选。

选择iPhone、iPod touch还是iPad

它们的定位完全不同，体积也不一样。但因为都使用iOS操作系统和多点触控操作，所以它们的某些操作体验是相似的。iPhone是智能手机，iPod touch是多媒体播放器，iPad是平板电脑。因此，可以看自己是缺一台智能手机，还是一款多媒体播放器，或者是一款工作兼具娱乐的平板电脑，这样就不难做出选择了。



总有一款适合你

选择iPad还是iPad 2

更轻、更薄、更快的iPad 2，是平板电脑理想的选择。iPad是苹果的第一代平板电脑，硬件性能相比iPad 2逊色许多，而且没有摄像头，不支持FaceTime视频通话，这是iPad一代先天的软肋。iPad一代早已停产，市面上销售的都是商家囤积的尾货，价格方面与iPad 2相比也没有优势，因此不予推荐。

选择Wi-Fi版还是Wi-Fi+3G版

Wi-Fi版iPad必须通过Wi-Fi无线网络才能上网，适合于在家庭和办公室使用。Wi-Fi+3G版iPad增加了3G模块，不仅可以通过Wi-Fi上网，只要有手机信号，就可以随时随地通过3G上网（3G上网服务需要另行购买），适合于在各种场合使用。此外，Wi-Fi+3G版iPad内置GPS模块，可实现卫星定位。相同容量的Wi-Fi+3G版iPad比Wi-Fi版iPad贵1000元左右。目前Wi-Fi+3G版iPad没有在中国正式销售，只能通过网购等方式购买。

选择16G、32G还是64G

如果只是在iPad上浏览网页、下载一些应用程序和图书、观看一两部高清电影、存储喜欢的音乐和查看电子邮件，16G机型可以提供足够的存储容量。如果除了这些之外，还想在iPad上存储大量音乐、更多的高清电影和电视节目、更加庞大的图书库和喜爱的照片，可以选择32G机型。如果想在iPad上存储尽可能多的歌曲、电影、电视节目、照片、图书和应用程序，64G机型是最佳选择。以下是目前官方售价。

Wi-Fi版iPad 2	16G	32G	64G
官方售价	3688元	4488元	5288元

选择黑色还是白色

iPad 2有黑白两种颜色的机型。另外，苹果专为iPad 2设计的Smart Cover保护套，有10种颜色可供选择。iPad 2+Smart Cover打造出缤纷的色彩组合。黑色经典，白色时尚，用户可以根据自己的喜好进行选择，实在无法做出决定时，抛硬币也不失为一个好办法。



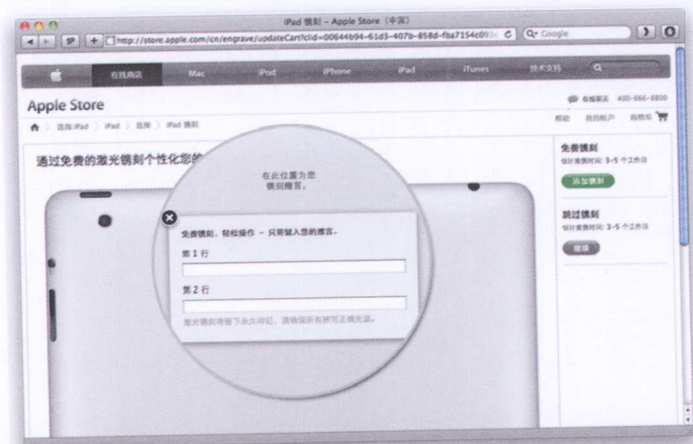
iPad购买须知

关于购买时机

苹果公司的主流产品更新频率一般是每年一次。受到产品畅销、产能限制以及苹果销售策略的影响，新款iPad推出时奇货可居，许多经销商会加价销售，以牟取暴利。价格一般会在新产品推出半年之后回归正常。另外，苹果公司在产品更新换代时，会对老款产品降价促销，以清空库存。如果对产品的性能没有特殊要求，此时购买非常划算。2011年3月iPad 2发布之后，苹果将iPad一代的售价降低了1000元，但仅限于在苹果自己的Apple Store零售店和在线商店销售。

关于购买渠道

苹果的Apple Store零售店和在线商店，是苹果产品的最佳购买地点。Apple Store零售店全部由苹果直营，是苹果展示自身企业形象和产品的重要场所。用户可以在Apple Store零售店中试用和体验苹果的产品，获得专业的咨询，免费参加各种讲座。在中国大陆地区，苹果目前只在北京和上海开设了Apple Store零售店。另外，只有在Apple Store在线商店（<http://store.apple.com/cn>）购买iPad，才能获得免费的激光镌刻服务，把个性化的文字镌刻在iPad上。Apple Store在线商店现可为全国80多个城市提供免费送货服务。



如果用户所在的地区不属于Apple Store在线商店送货的范围，还可以选择当地的Apple授权经销商，或者通过京东商城（www.360buy.com）购买iPad。京东商城是全国最大的网络购物商城，提供免费送货和正规发票，送货范围覆盖全国。当然，用户也可以通过普通经销商或淘宝网等渠道购买iPad（比如Wi-Fi+3G版），但价格和质保方面可能无法得到保障。

最后，建议在购买iPad的同时，选购相应型号的iPad保护膜和保护套，以防止iPad被划伤。

提示：在Apple Store零售店和在线商店购买的产品，14天之内可以无条件退货。如果所购产品在14天之内降价，还可以获得差额补贴。