

●乔布斯的超强粉丝阵容：

马 云、潘石屹、李开复、袁 岳、田溯宁、史玉柱、唐 骏、王志东
李彦宏、张朝阳、李国庆……

●苹果教的伟大光芒会让信徒们开着车子跋山涉水前往同一个幸福的终点站

苹果的哲学

乔布斯给中国**CEO**的四堂必修课

李屹立◎编著

凤凰出版传媒集团
江苏人民出版社

凤凰联动
FONGHONG

凤凰决定
DECISION



苹果的哲学

乔布斯给中国CEO的四堂必修课

李屹立 编著

凤凰出版传媒集团 | 凤凰联动  凤凰决定
江苏人民出版社 | FONGHONG DECISION

图书在版编目(CIP)数据

苹果的哲学/李屹立 编著.—南京:
江苏人民出版社, 2011.6

ISBN 978-7-214-07032-6

I. ①苹… II. ①李… III. ①电子计算机工业—工业企业
管理—经验—美国 IV. ①F471.266

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第067482号

书 名	苹果的哲学
编 著	李屹立
责任编辑	刘 焱
出版发行	江苏人民出版社(南京湖南路1号A楼 邮编: 210009)
网 址	http://www.book-wind.com
集团地址	凤凰出版传媒集团(南京湖南路1号A楼 邮编: 210009)
集团网址	凤凰出版传媒网 http://www.ppm.cn
经 销	江苏省新华发行集团有限公司
印 刷	三河市金元印装有限公司
开 本	700毫米×1000毫米 1/16
印 张	16.5
字 数	212千字
版 次	2011年6月第1版 2011年6月第1次印刷
标准书号	ISBN 978 7-214-07032-6
定 价	32.00 元

(江苏人民出版社图书凡印装错误可向本社调换)

他让世界中了毒

iPad2发布前夕，美国八卦杂志《国家询问报》爆料苹果CEO史蒂夫·乔布斯可能只剩下6周的生命。照片中，他看上去显得非常憔悴虚弱，因为化疗他的头发已经稀疏，牛仔裤和黑色上衣对于他消瘦的身体来说显然已经太大。

自2003年被查出患有胰腺癌以来，他就一直在与病痛搏斗，同时也坚持着自己在苹果公司的使命。他带着病痛出席了iPad2发布式，甚至显得精神矍铄。但发布会后不久，苹果的员工就再度收到他的请假邮件，而这一次，他没有注明回归苹果的日期。

35年前刚成立时，苹果仅仅只有两个员工及1000美元创业资金，而如今它已成为市值超过微软的全球最大的高科技公司。对于苹果来说，乔布斯是其缔造者，是其救世英雄，也是其精神内核。他是《财富》报道中“美国最粗暴的老板”，但是他却留下了行业内最优秀的人才。他有伟大的梦想，他有执着的坚持，他让员工们相信“在苹果可以做在任何其它地方做不到的事”，他让整个苹果公司都中了他的“毒”。

麦金塔带动的设计风潮，皮克斯引领的动画制作技术革命，iPod+iTunes对数字音乐的颠覆，iPhone对智能手机的重新定义，iPad对数字出版进程的大大推进，App Store对“用户体验”平台的积极探索……每一个乔布斯走过的地方，仿佛燃起一片革命的熊熊烈火，之后世界就按照新秩序重建起来。他是一个天生的破坏者，也是一个伟大的创造者，他突破这重重领域的界限，让业内业外的投资人紧紧跟随。他是一个商业奇才，整个产业为他中“毒”不浅。

苹果为什么受人喜欢？因为它提供最优雅最人性的产品？的确如此。不过，似乎还有一点什么别的原因。有一个趣闻是这样说的：在世界范围内，有两项活动会促使极客们装病请假：一是最新一集《星球大战》的上映；二是苹果公司掌门人史蒂夫·乔布斯发表主题演讲。把乔布斯的语言比作摇滚歌手的呐喊已经不是什么新鲜的比喻，他站在台上，不仅仅是发布演说，而是在开坛布道。他习惯把苹果的用户们称为天才，把他们看作是要改变世界的人。他亲自领导着“苹果教”，并把宗教般的热诚播散开来，于是所有富有激情和梦想的心灵为之激荡。他让这个世界中了“毒”。

这位充满传奇的人物，注定不会是一位普通病人，他的身体健康状况，注定牵动着全球苹果迷和投资者的心。对于苹果公司，对于IT界，对于这样一个太需要梦想与激情来点燃的世界，他是那样一个特别的存在，一个遗世独立的精神天才，一个可以让这个世界“中毒”的领袖。而这“毒”究竟含着怎样的成分，是敏锐？是勇气？是激情？是狂热？或是坚韧？也许这些都不错，不过也许比我们想象的还要简单，它可能仅仅就是乔布斯的那句简单而有力的话：“活着，就为改变世界。”

叛逆少年的天生气质

如果问苹果产品与众多科技产品最大的不同是什么，答案就是——“美”。乔布斯无疑是个具有极高品味的人，这种品味也许与生俱来，也许来源于他与众不同的经历。记得盖茨在拿乔布斯的演讲录像作分析之后说，“这家伙太可怕了，简直是个销售天才。”也许不成为苹果的CEO，他会成为世界上最伟大的推销员。不过，再看看苹果优雅的设计，你也许不难想象他不成为苹果的CEO，也能成为一位伟大的艺术家。

然而，命运似乎注定了他就是为电子世界而生的。他从小就热爱电子产品，因为对自己所爱事物的热情而让少年时代的他显得那样叛逆。当同龄人还沉浸在街巷中那些充满童趣的节目时，他却会在街头某个静谧的角落捧着一个自己钟情的电子器件细细把玩、爱不释手。可能就因为他的独特气质和那不安

分的大脑，他的行事在世俗看来有些格格不入。

乔布斯高中毕业后，执意要去里德学院上学，但是只上了一个学期，他就听从自己内心的真实愿望，毫不犹豫地做出退学的决定。退学后，他仍然留在了里德学院。这所开放的大学以她宽广的胸襟接纳了他，乔布斯得以继续如饥似渴地去学习自己喜爱的事物，比如练习令人赏心悦目的漂亮优雅的美术字，比如醉心于东方哲学研究。之后，他根据自己的爱好去电视游戏机公司做了一名职员，但有一天他又突发奇想，漂洋过海去印度追随大法师修行练功参悟佛法……没人知道他下一步会怎么做，也许他自己也难以预料，很多时候他只是极其单纯地跟随内心的直觉。这种种经历，也许他当时也并未意识到其意义，不过从后来看这无疑为将来苹果产品的独特品质打下了基础。

在乔布斯缔造的苹果王国中，每项产品无不受着他这种与生俱来的艺术气质、亲历亲为的艺术实践以及追求完美的艺术品格的影响。每一件产品都将科学与艺术完美结合，并且带来超越产品本身的价值。这种产品之美，也许来自美术字的学习，也许来自禅宗的“深潜”，也许来自内心原始的直觉与冲动。无论如何，像每一个天才人物一样，在他早期特立独行的行为中，就已经透露出未来某个伟大事物的雏形。

苹果创立，一个伟大的开始

在电脑还只是公司和企业的商用工具时，谁能想到若干年后它将主宰着人们的生活方式？当时，由于计算机庞大的体积和昂贵的价格，从未有人设想或者敢将它引入家庭成为个人电脑，而乔布斯却凭着洞察时代趋势的敏锐眼光，抓住了机遇，成为第一批吃螃蟹的人。这其中也许有着偶然，如果他没有遇见沃兹，如果他没有看到那本《大众电子学》的杂志……但他是如此热爱着电子产品，一直梦想着拥有一台自己的计算机，不能不说这偶然中也有着必然。

乔布斯从小就生活在著名的“硅谷”附近，这让他有机会见识到电脑，并对计算机有了一个朦胧的认识。在上初中时，乔布斯在一次同学聚会上，认识了同样对电子怀有极大兴趣的沃兹。沃兹当时是学校电子俱乐部的会长，两个

青年人志同道合、一见如故，并随后在一起开始了个人电脑的革命。

市面上没有可供个人购买的电脑，于是，他们就自己开发。制造个人电脑必需微处理器，但是市面上的芯片售价昂贵，而且还不出售给未注册公司的人。但两人并未气馁，坚持不懈。功夫不负有心人，他们终于在1976年旧金山威斯康星计算机产品展销会上买到了性能相当却价格便宜的芯片，两个狂喜的年轻人回到乔布斯的车库，开始了自己伟大的创新。他们设计了一个电路板，将微处理器和接口及其他一些部件安装在上面，通过接口将微处理机与键盘、视频显示器连接在一起，仅仅几个星期，电脑就装好了。乔布斯的朋友都被震撼了，但他们都没意识到，这个其貌不扬的东西就是世界上第一台个人电脑，它会给以后的世界带来多大的影响。接着，他们立刻开始大展拳脚。为筹集批量生产的资金，他卖掉了自己的大众牌小汽车，同时劝说沃兹也卖掉了他珍贵的惠普65型计算器。就这样，他们有了奠定伟业的1000美元。随后，苹果公司在乔布斯家的车库里诞生，一个伟大的企业就此开始。

但和所有成立之初的公司一样，苹果公司并非一帆风顺，也经历了产品无人问津的困境，毕竟它是一个全新的东西，除了对电子感兴趣的人，谁知道这个东西会有什么用处。

一个偶然的机遇给“苹果”公司带来了转机。1976年7月的一天，零售商保罗·特雷尔来到了乔布斯的车库，当看完乔布斯熟练地演示电脑后，他认为“苹果”机大有前途，决意冒一次风险——订购50台整机，但要求一个月内交货，乔布斯喜出望外，立即签约，拍板成交，这可是他做成的第一笔“大生意”。

时间太仓促，任务又繁重，乔布斯和沃兹冒着酷暑，没日没夜地干了起来，为了公司的生存，他们豁出去了。他们每天几乎都在挥汗如雨、顽强拼搏中度过，每周工作66小时。终于在第29天他们奇迹般地完成了任务，把50台“苹果”电脑如数交给了商人特雷尔。

50台整机在特雷尔手里很快销售一空。有了良好的开始，“苹果”公司名声大振。开始了小批量生产。乔布斯和沃兹开始意识到，他们的小资本根本不

足以应付这急速的发展。乔布斯后来回忆道：“大约是在1976年秋，我发现市场的增长比我们想象的还快，我们需要更多的钱。”为此，他们分头去找资金支持，包括沃兹就职的公司惠普，但遗憾的是，这些公司都没意识到这其中蕴藏的商机和市场。

机遇往往垂青努力的人。1976年10月，百万富翁马尔库拉慕名前来拜访沃兹和他们的车库工场。马尔库拉是位训练有素的电气工程师，且十分擅长推销工作，被人们称为推销奇才。由于在股票生意上发了财，他很早就选择了退休的生活。但看到这两个年轻人的新产品，马尔库拉决心重操旧业，帮助他们把公司大张旗鼓地办起来。他主动帮助他们制定一份商业计划，给他们贷款69万美元，将自己的命运与两个年轻人联系在一起。有了马尔库拉这样行家里手的指导，有了这笔巨资，“苹果”公司的发展速度大大加快了。

1977年4月，美国有史以来的第一次计算机展览会在西海岸开幕了。为了在展览会上打出名声，乔布斯四处奔走，花费巨资，在展览会上弄到了最大最好的摊位。更引人注目的当然是苹果Ⅱ号样机，它一改过去个人电脑沉重粗笨、设计复杂、难以操作的形象，以小巧轻便、操作简便和可以安放在家中使用等鲜明特点，紧紧抓住了观众的心。它只有12磅重，仅用10只螺钉组装，塑胶外壳美观大方，看上去就像一部漂亮的打字机。人们都不敢相信这部小机器竟能在大荧光屏上连续显示出壮观的、如同万花筒般的各种色彩，“苹果Ⅱ”机在展览会上一鸣惊人，几千名用户拥向展台，观看、试用，订单纷纷而来。

对战IBM，意想不到的失利

苹果一炮打响，从此步入了突飞猛进的快速成长阶段。至1985年时，公司已从那只有两个穷小子的车库发展到了拥有超过四千名的雇员、价值超过二十亿的大公司。在这一阶段，由于乔布斯的超前意识，在个人电脑市场上苹果公司几乎没有什么像样的竞争对手，直至蓝色巨人IBM的觉醒……

1981年，IBM推出第一台个人计算机，标价1565美元，配有一个5.25英寸的软驱和16KB的内存。尽管比Apple Ⅱ晚了四年推向市场，但在技术上IBM却没有

任何突破。但就是这样外观粗笨、技术陈旧的计算机，却将苹果公司打得落花流水。

苹果对IBM推出的个人计算机毫不在乎，乔布斯甚至狂妄地说：“我们将让IBM退出市场，我们让它吃不了兜着走。”十几天之后，苹果在《华盛顿邮报》上刊登了一则自鸣得意的醒目广告。广告的大标题为“Welcome IBM, Seriously（隆重地欢迎IBM）”。此时的苹果俨然已经以一种老大的姿态自居，就像主人一样在招呼一个陌生人的到来。但是苹果错了，它没有看到整个行业的未来，没有看到这个行业在新模式下将要发生的巨大变化。IBM的个人计算机是开放和可以克隆的，任何人都可以组装。这种新模式下，如雨后春笋般出现了康柏电脑、戴尔电脑等令苹果日后头疼多年的对手。

仅仅到年底，IBM就销售了5万台个人计算机，两年后，IBM个人计算机在销售额上已经超过苹果，成为个人计算机最大的供应商。

为了应对IBM的挑战，苹果推出了Lisa和麦金塔个人计算机。在麦金塔的发布会现场，乔布斯大声疾呼：“IBM想占有一切，苹果是其最后一道障碍，我们能让IBM霸占整个信息时代吗？”尽管麦金塔电脑很完美，受到各方赞誉，技术比IBM个人计算机先进很多，可它却没有得到市场的认可，销量一直下滑。一年后，苹果发布业绩时，竟然出现了亏损。

乔布斯寄予厚望的麦金塔电脑被IBM个人计算机打得落花流水。在IBM与苹果的较量中，没有任何优势的IBM取得了完胜，以至于苹果公司前执行官吉恩·路易斯·盖斯无奈地写道：“乔布斯是电脑界的先驱，而不是培育者。”乔布斯把个人计算机市场拱手相让，IBM超越了技术更为先进的苹果，担当起个人计算机商用化、家庭化的重任。这或许反而要归咎于乔布斯在产品上太过追求完美的个性。

乔布斯对麦金塔的研发要求达到了严苛的地步，精益求精，反复试验，超出了公司所有设计师和工程师想象力的极限。正是在如此狂热的完美品质追求下，乔布斯造出了没有丝毫瑕疵的产品，以至于麦金塔在1984年1月24日闪亮登场时，乔布斯称它为“第三个行业里程碑产品”，并放言说：“阻止IBM霸占整

个行业的唯一武器就是麦金塔电脑。”确实麦金塔吸引了足够多的眼球。包括乔布斯在内的所有人都以为麦金塔因为商业宣传和硬件上无可比拟的优势会取得空前的成功。但出人意料的是，麦金塔并没有得到市场的认可，销售量不断下滑。1985年6月28日，苹果电脑公司宣布第一次出现赤字，亏损1720万美元，并且销售量比1984年下滑11%。公司的股票也在一直下跌，最后跌至每股15美元。

其实分析起来，原因并不复杂，无外乎以下两个：

其一、麦金塔无人问津的主要原因是其高昂的价格，要达到完美程度，研发设计生产成本自然急剧增加，售价自然大增，麦金塔售价2494美元，对于普通人能接受的几百美元的计算机而言，这个价格实在太高了。当时，很多人都称“麦金塔不是为我们这些人制造的计算机”。高昂的价格注定会使这件完美的艺术品被束之高阁。这是过度追求完美的结果，过度研发，却没有考虑市场及消费者的承受能力，忽视了竞争对手的低价竞争。

其二、苹果不仅要对付IBM，还要对付康柏电脑、惠普电脑、戴尔电脑等众多电脑厂商，苹果是当时所有电脑厂商的首要竞争对手，微软用自己的操作系统软件与厂商结盟，控制了整个个人计算机行业。这是两种商业模式的竞争，在微软模式下聚集的厂商力量，彻底压倒了苹果模式。

众叛亲离的毁灭性打击

1985年，乔布斯在苹果电脑公司遭遇众叛亲离。最终，他被自己亲自请来的总裁斯卡利戏剧性地踢出了自己所创办的苹果电脑公司。乔布斯曾这样描述他被斯卡利踢出局的经历：“在30岁的时候，我被炒了。在这么多人的眼皮下我被炒了。我感到了毁灭性的打击。”

苹果在20世纪80年代中期的没落，并不是产品本身落后，也不是技术上落后，而是产品战略的原因。在苹果与微软以及IBM的较量中，“IBM+微软”的模式取得了胜利。IBM发展成为全球最大的个人计算机供应商。而微软凭借其在操作系统中的垄断地位，更是发展迅猛，一跃成为全球最有价值的科技公司。

当比尔·盖茨凭借微软的成功荣登世界首富的宝座时，失意的乔布斯只能酸溜溜地说：“如果你要问我，对于比尔·盖茨因为某些我们曾经有过的创意而成为富翁，我有什么感想，那就是千万不要当墓里的首富。”剩下的时间，乔布斯只能像祥林嫂一样不断地在公开场合指责微软在抄袭苹果。

苹果电脑本身做得不错，但是苹果没有及时地培养自己的软件开发工程师，而微软和IBM则结盟联合专业软件工程师开发各种各样的应用软件。乔布斯过于强调技术垄断的重要性，让苹果走向了“封闭”，其高端产品理念至上；忽视了产品制造和生产的成本；并且过于强调技术创新，忽视了市场推广的重要性。

面对狼狈的局面，苹果管理层认为这是乔布斯的一意孤行所致，正是他无休止地追求完美与挑剔才造成了麦金塔的高成本。因此有了1985年苹果向乔布斯“逼宫”的那一幕。

这也许是乔布斯人生一次重大的失败，但却不足以将他毁灭。其实现在回过头来看，这或许是上帝赋予乔布斯的一次反思的机会。正如乔布斯在2005年斯坦福大学毕业生典礼上演讲时所说的，“我当时没有觉察，但是事后证明，从苹果公司被炒是我这辈子发生的最棒的事情。因为，作为一个成功者的负重感被作为一个创业者的轻松感觉所重新代替，没有比这更确定的事情了。这让我觉得如此自由，进入了我生命中最有创造力的一个阶段。”

在最初的一段时间里，乔布斯也像个普通人那样沮丧过、气馁过，觉得自己把事情弄得糟糕透顶了。但是他还是渐渐发现了曙光，因为他对电子产品的热爱从来没有改变过，苹果公司发生的这些事情丝毫也改变不了这些。他只是离开苹果公司了，但只要热爱、梦想、信念还在，任何时候他都能够从头来过。

▼

走出失败，重整旗鼓

在接下来的五年里，他创立了NeXT公司，当然同时还有皮克斯公司。乔布斯在新的领域里继续神采飞扬，充分发扬他工程师的头脑、艺术家的气质、思想家的灵感，把这一切完美地结合在一起。

NeXT同样是一家同时研发、生产个人计算机软件 and 硬件的公司。NeXT的软件产品在市场上受到了热烈的响应。1992年，NeXT发布了NEXTSTEP 3.0和NEXTSTEP 486两个版本的系统。NEXTSTEP 3.0一面市，人们就意识到它才是市场上最先进的操作程序，不仅操作比Windows简单，同时外观更加优美。乔布斯在夸耀NEXTSTEP3.0时曾说：“在系统软件方面，我们也需要微软产品的替代品。在我看来，唯一可以替代微软的希望就是NeXT。”

在后来苹果公司的复兴中，乔布斯从NeXT发展中得到的这些技术发挥了至关重要的作用。当强势的软件和强大的硬件平台相结合时，自然会产生iMac这样优秀的个人计算机。而苹果也拥有了在硬件 and 软件方面强大的跨界优势。

经营NeXT的同时，乔布斯手下还有另外一家公司——皮克斯。因为卢卡斯的工业光魔公司的电脑动画部深深打动了他，乔布斯一时冲动就买下了皮克斯。在皮克斯，乔布斯又一次将自己有关科技公司的核心理念注入其中，不过生意长时间毫无起色，公司重金打造的设备到1988年初只卖掉了120台。幸好后来皮克斯接到了迪斯尼一个至关重要的订单——《玩具总动员》。

这部世界上第一个由电脑制作的动画电影《玩具总动员》为乔布斯赚到了大钱，到了2006年，越来越依赖皮克斯的迪斯尼终于斥资74亿美元将其收购。皮克斯为乔布斯带来的不仅是巨大的财富，更重要的是，在好莱坞的这些实践，他接受到的艺术的熏染，让他在技术之外发现了一片历久弥新的文化的天空。科技的更新始终是迅疾而难以捉摸的，而只有文化会沉淀下来。他将这些发现应用于苹果产品，使苹果产品获得技术以外的价值，从而完全主导了年轻一族的时尚消费。苹果产品的艺术性和时尚性，终于经由乔布斯之手达到巅峰。

正如乔布斯自己所言，“我可以非常肯定，如果我不被苹果开除的话，这些事情一件也不会发生的。这个良药的味道实在是太苦了，但是我想病人需要这个药。有些时候，生活会拿起一块砖头向你的脑袋上猛拍一下。不要失去信仰。我很清楚唯一使我一直走下去的，就是我做的事情令我无比钟爱。你需要去找到你所爱的东西。对于工作是如此，对于你的爱人也是如此。你的工作将会占据

生活中很大的一部分。你只有相信自己所做的是伟大的工作，你才能怡然自得。如果你现在还没有找到，那么继续找、不要停下来，只要全心全意地去找，在你找到的时候，你的心会告诉你的。就像任何真诚的关系，随着岁月的流逝只会越来越紧密。所以继续找，直到你找到它，不要停下来！”

人生处处充满着挫折和困境，只有伟大的人才能将它变成自己的财富，无疑，乔布斯就是这样的人。

重夺苹果的光辉权柄

在乔布斯离开苹果的这十来年，苹果公司持续低迷，甚至到了积重难返、不可救药的地步。不过它却似乎专门是为了见证乔布斯的伟大而存在的，它以奄奄一息的身体做好了迎接乔布斯回归的充分准备。果然，乔布斯重返苹果之后，它奇迹般地起死回生了。

上世纪90年代前后，整个IT业处于蓬勃发展时期，苹果公司却像是一艘随波逐流的大船，因为缺乏核心技术产品而面临沉没的危险。为了重振苹果，当时的苹果公司董事长吉尔·阿梅里奥，决定开发出新一代的计算机操作系统来赢回市场份额。不过因为种种原因，他不得不选择向外征询合作公司。而乔布斯就利用机会，走出了重返苹果的第一步。1996年12月，苹果公司正式发布消息称将出资4亿美元并购乔布斯创建的NeXT公司，并任命乔布斯为苹果公司的“特别顾问”。

乔布斯曾经说过：“我的偶像鲍勃·迪伦的精神一直激励着我。我最佩服他的一点就是，他拒绝原地踏步。很多艺术家在事业有成后，很难再创辉煌，就是因为他们一直在做最初令他们成功的事，而不再冒险去尝试新的事。如果他们敢于创新，他们或许能再创高峰。迪伦和毕加索一生都在经历失败。”

上帝并不是特意眷顾乔布斯，而是不得不为他酣畅的思路、睿智的头脑和敏锐的市场洞察力做出让步，上帝被震撼了，乔布斯成功了！就像在硅谷发生的许多创富故事一样，乔布斯的故事也延续希腊神话中的“父子”命题——天

神神力的王子被国王放逐，流放十多年间斩妖除魔练就一身本领，最后王者归来，重夺光辉的权柄。

一直以来，乔布斯追求完美的气质从来未曾改变，在历经磨练后，科学与艺术在他头脑里的结合更是达到了新的境界。所以，在后期他缔造的苹果产品更富艺术性、时尚性，美观大方、简洁实用。不过，这位王子在历经磨难之后显然更加成熟了，他不愿再做启发别人的先烈，而是试图在技术的维新中争取到更多的市场份额。从iPod开始，我们看到苹果不再如以前那样为创新而创新，在市场上也不再“曲高和寡”。它更多地着眼于对一个已存在的领域的改造，致力于在高深莫测的电子器件和普通人们的手指之间架起沟通的桥梁，让人们只需手指轻轻一动便可以充分享受高科技带来的美好体验。

同时，乔布斯可不再是一个固步自封的蛮横掌门人和毫无成本观念的莽撞工程师，他吸取了从前的经验教训，注意控制成本，并力求在封闭中开放，乔布斯的控制欲让它将所有都掌控在自己手中。从一开始，乔布斯就坚持了封闭式发展的战略。尽管现在苹果仍然坚持封闭式发展，但是却越来越显得开放。

苹果系统曾经被人们誉为世界上最不开放的平台，苹果无论硬件、软件还是内容都由自己提供。但是，从iPod开始，苹果学会了在“封闭中开放”的战略，例如解禁iTunes的DRM限制，让人们可不必要通过苹果的产品来收听，这就被视为苹果开放的“重要里程碑”。虽然苹果的硬件体系研发仍然是封闭的，但是在应用服务方面，已经将平台对第三方开放。现在在iPhone中就可以运行超过10万个应用服务程序，iPad书店和App Store也都向更多内容供应商开放。通过iTunes和App Store的开放平台，苹果不仅能通过分成获得更多收入，而且能将全世界的软件开发者集合到自己的麾下，对平台的发展无疑也更为有利。

虽然，苹果离人们所期待的完全开放的状态还相去甚远，但毕竟它已经把最封闭的体系做成了最大的软件和内容开放平台。而这样的改变或许才是它可以用“端到端模式”继续称霸的关键所在。乔布斯当然知道苹果该开放什么，又该对谁开放。

缔造新的游戏规则

回归苹果后，乔布斯再次发挥了他超前的战略眼光和过人的胆魄，意识到今后将是移动互联网的天下，在个人计算机市场上的争夺已经不是主战场，况且苹果在个人电脑上已经优势殆尽，很难再与那些方兴未艾的电脑公司去竞争。于是他对苹果公司进行大刀阔斧地改革，废止了苹果公司将近70%的主营产品，并将主要精力投放在移动互联网设备的研发制造上。正如乔布斯所言“当你不能领先的时候，破坏游戏规则”，乔布斯在这一理念基础上，创造了“移动设备+内容提供”这一新型的商业模式，也即乔布斯所说的新的游戏规则，事实证明，乔布斯对了，他的敏锐的市场洞察力和商业创造力让他尽享成功的喜悦。

2001年，苹果公司推出音乐播放器iPod，建立iTunes网上音乐商城，从此长期统治网上音乐销售的天下。2007年，第一代苹果手机iPhone问世，苹果公司颠覆了大众对智能手机的定义。2010年4月，苹果推出个人平板电脑iPad，打破了平板电脑模式的僵局。

在iPod之前，MP3就诞生了，并统治着音乐播放器市场；在iPhone之前，智能手机也已成为手机的发展趋势；在iPad之前，微软早在十年就提出了平板电脑概念。在不少产品战略上，乔布斯都不是最初的开创者，但他也不是随波逐流的人。当他发现在某个领域，他人已经制定了游戏规则，要领先很难时，他就会重新开创一条路，颠覆整个游戏规则，直到他成为游戏规则的制定者。

所以，乔布斯的确是一个可怕的破坏者，他一出手，对整个主流市场的破坏性是难以估计的。他用他伟大的创造力，冲出既定跑道，摧毁了竞争者的赛道，直奔终点，将对手们远远抛在脑后。

乔布斯重返苹果公司后，曾对经理们大声呵斥：“好吧，你们告诉我这里出了什么事！我们的产品有问题，那么，我们的产品出了什么问题呢？我们的产品极为令人失望，它不再有任何吸引力！”没有乔布斯的苹果公司不再“与众不同”了，走在别人走过的路上，这对于乔布斯来说是无法容忍的，因为那样公司就无法取得领先地位。所以，当他回到苹果时，首先要做的就是让苹果

再次变得“与众不同”。

确实，苹果因为乔布斯赋予它的与众不同，再次赢得了世人瞩目。时隔20年之后，苹果与IBM以及微软的恩怨情仇就像是精彩的好莱坞大片的剧情一样又开始让人“目瞪口呆”。积弱多年的苹果并没有在强大的微软和其他厂商的夹击中“死去”，而是像凤凰一样获得了重生，而且变得更加强大与耀眼。而微软却少了当年的霸气与势头。曾经是全球最大个人计算机供应商的IBM因为遭遇严重亏损，不得不在2004年底，向中国的电脑供应商联想出售了自己的台式电脑和笔记本业务，转型为IT服务商，不再是苹果的竞争对手。与落魄的IBM相比，微软也正在面临自创业以来的瓶颈，丢掉了全球最具价值科技公司的头衔，在公司未来发展上也举棋不定。而苹果东山再起、卷土重来，挟排山倒海之势，成功转型，强势进军消费电子产业，个人计算机已不再是主要业务，苹果依靠设计和创新吸引时尚的新一代年轻人，引发一轮又一轮的销售狂潮。借助乔布斯的个人魔力，苹果已成王者归来之势，无可抵挡。

乔布斯不仅仅是一个成功的商人，他注定要成为这个时代的英雄，因为他用梦想改变了世界。本书将从他的个人创业经历，他在商业旅程上的战略决定及经营思路，他的企业管理思想、营销策略、产品理论等讲述和解读一个无所畏惧的“角斗士”的商业哲学。围绕乔布斯，有着种种溢美的称谓和种种传奇的故事，其实他的成功并不是如许多人想象般难以复制。也许很多人都有着美好的梦想，他们也毫不妥协毫不动摇地坚决执行了下去，但是他们还缺少一种切实可行的战术和手段来实现它。这，正是本书想要深度剖析的内容——乔布斯最适合中国CEO的商业智慧精髓。

目录



苹果的哲学

前言：他让世界中了毒

第一堂课 人性比技术更重要

乔布斯用人黄金法则 / 2

法则一 选错人就会满盘皆输 / 3

法则二 故意刁难面试官 / 4

法则三 全力争取A级人才 / 5

法则四 在苹果做的工作绝对独一无二 / 6

法则五 开除不合格的人 / 8

法则六 潜力是被逼出来的 / 9

法则七 挑衅是一种强大的煽动力 / 11

法则八 对付顶尖人才只有更极端 / 12

法则九 战略性的激励武器 / 13

法则十 每个人都曾被乔布斯恐吓 / 14