



Google



谷歌战苹果



吴中宝◎著

在风云变幻的IT江湖，一个是互联网的王者，一个是移动终端的霸主，谷歌与苹果谁是最后的王者？

谷歌Android平台重拳出击，剑指苹果iOS，苹果iOS升级几何，能否独领风骚？

谷歌Android PK 苹果iOS，真正的巅峰对决！



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

Google



谷歌战苹果

吴中宝◎著

在风云变幻的IT江湖，一个是互联网的王者，一个是移动终端的霸主，谷歌与苹果谁是最后的王者？

谷歌Android平台重拳出击，剑指苹果iOS，苹果iOS升级几何，能否独领风骚？

谷歌Android PK 苹果iOS，真正的巅峰对决！



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

寡头战争：谷歌战苹果/吴中宝著.

北京：中国经济出版社，2011.9

ISBN 978 - 7 - 5136 - 0925 - 8

I. ①寡… II. ①吴… III. ①网络公司—企业管理—经验—美国 IV. ①F279.712.466

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 150105 号

责任编辑 崔清北 于 宇

责任印制 石星岳

封面设计 任燕飞

出版发行 中国经济出版社

印刷者 三河市佳星印装有限公司

经销者 各地新华书店

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 14.25

字 数 180 千字

版 次 2011 年 9 月第 1 版

印 次 2011 年 9 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 0925 - 8/F · 8979

定 价 36.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题，请与本社发行中心联系调换(联系电话:010-68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话:010-68359418 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话:12390)

服务热线:010-68344225 88386794

序 言

对 IT 业而言,这是最好的时代,也是最坏的时代。

在这个时代,商业奇迹不断产生,却从未看到一个永远的赢家。在这个时代,曾经的朋友,也许就是将来的敌人。在这个时代,谁都没有资格置身事外,笑看风云。

谷歌和苹果的寡头战争是这个时代的最好诠释。

在 IT 业的广袤土地上,一场旷世之战已经拉开序幕,并且愈演愈烈。苹果在 iOS 5 中内置了免费 iCloud 云服务,开始冲击谷歌的免费模式;谷歌则宣称已签署 125 亿美金收购摩托罗拉移动的最终协议,将对苹果手机发起总攻。

这对欢喜冤家,在前进的道路上不可避免地碰撞在一起,不断演绎着这个时代最精彩和最具影响力的巅峰对决!从行业发展角度看,谷歌和苹果的寡头战争可以说是必然,从企业生存和市场资源角度看,则是必须。

苹果和谷歌的寡头战争是一场硬件战。从 iPhone 到 iPad,战场已经扩散到越来越多的移动终端领域。

苹果和谷歌的寡头战争是一场应用战。从多点触控技术的争夺,到 iAD、NFC 乃至应用商店的对抗,应用战自是精彩绝伦。

苹果和谷歌的寡头战争是一场外交战。信任谁?联合谁?孤立谁?打击谁?双方对决之下,其他业内公司又该如何决断?一幅外交战的作战地图正在若隐若现中逐渐清晰起来。

苹果和谷歌的寡头战争是一场文化暗战。企业文化是企业生存和竞争中不可或缺的灵魂。在这一场考验企业精神与发展潜力的文化暗战中,“勿作恶”和海盗文化到底孰强孰弱?

战争是最好的教科书——这也正是萌发我创作本书的直接原因。

在崇尚摩尔定律的 IT 时代,变化才是不变的定律。所谓“兵无常形,水无常势”,要理解和领悟真正的商业模式和取胜之道,仅靠从各种人物传记

和研究报告中去“填鸭式”的被动吸取现成知识，自然不如直接观摩寡头战争来的有效和痛快，也能更多一丝明悟。

本书不但介绍了两大寡头恩怨情仇的历史，对比了公司实力和管理谋略，还从硬件、应用、核心产品、外交攻略、文化暗战等方面全面探讨了苹果和谷歌的激烈竞争，最后更是指出了他们各自在创新、领导者、核心业务、供应链等方面潜在的明日危机。

在风云变幻的 IT 战场，寡头战争一触即发。而战争一旦开始，就必须分出胜负。

两大寡头，一个是互联网的王者，一个是移动终端的霸主，都是呼风唤雨雄霸一方的诸侯，除了自己愿意停下来，谁还能阻止？

facebook、Groupon、Twitter 等 IT 新星在冉冉升起，正从后面奋力赶超；微软这位巨无霸又一直横在前方，威胁从未消失。看来，苹果和谷歌除了寡头对战，还要面临三国演义，甚至卷入战国争雄……

希望这本《寡头战争》能够给您带来一个全新的阅读角度，给您呈现一幅精彩纷呈的商战画卷，在让您领略两大巨头的竞争艺术、感受 IT 市场的生存法则之余，能够激发您更多的思辨兴趣、市场领悟和管理灵感。

吴中宝

2011 年 8 月 15 日

目 录

CONTENTS

序言 / 1

第 1 章

祸起萧墙——合也 iPhone,分也 iPhone

1. 寡头时代,煮酒论战 / 3
2. 同仇敌忾,共抗微软 / 4
3. 两情相悦,结盟 iPhone / 9
4. 分道扬镳,形同陌路 / 10
5. 寡头相争,恩断义绝 / 14
6. iPhone 之外,全面开战 / 18

第 2 章

沙场点兵——双雄实力大盘点

1. 实力盘点之一:财务指标 / 25
2. 实力盘点之二:产品贡献 / 28
3. 实力盘点之三:技术优势 / 29
4. 实力盘点之四:公司规模 / 31
5. 实力盘点之五:企业文化 / 32
6. 实力盘点之六:管理团队 / 33

第3章

运筹帷幄——管理谋略各有千秋

1. 谋略 PK 之一:企业战略 / 37
2. 谋略 PK 之二:商业模式 / 40
3. 谋略 PK 之三:运营策略 / 44
4. 谋略 PK 之四:产品策略 / 47
5. 谋略 PK 之五:市场营销 / 51

第4章

短兵相接——从 iPhone 到 iPad 的硬件战

1. 苹果 iPhone,手机至尊 / 57
2. GPhone 不出,谁与争锋 / 60
3. 三战三捷,iPhone 笑傲江湖 / 62
4. iPad 一骑绝尘,GPad 散兵游勇 / 73
5. Chromebook:iPad 的真正敌人吗 / 75

第5章

纵深交锋——从 iAD 到 NFC 的应用对抗

1. 回马枪:谷歌觊觎多点触控技术 / 81
2. 乌龙球:乔布斯的移动广告之战 / 87
3. 暗战:抢滩登陆 NFC 领域 / 95
4. 铬合金枪头:Chrome OS 叫阵 Mac OS X / 100
5. 灵魂碰撞:Android Market 缠斗 App Store / 103

第 6 章

王牌对决——Android 欲撼 iOS

1. 微软阻击战:谷歌收购 Android / 113
2. 阴差阳错:iOS 成 Android 头号敌人 / 116
3. 糖衣炮弹升级:Android 屡轰苹果地盘 / 120
4. 七种武器:Android 平台重拳出击 / 128
5. 十番战:iOS 依然不可战胜 / 131
6. 反攻云计算:iOS 5 剑指谷歌 / 138

第 7 章

合纵连横——变幻莫测的外交战

1. 战国乱世的诸侯吞并 / 143
2. 连横之略:强者的竞争游戏 / 147
3. 合纵之交:远交近攻需慧眼 / 159
4. 以攻为守:不怒自威撼时局 / 165
5. 有容乃大:自创一番新天地 / 167

第 8 章

文化暗战——当海盗遇上“勿作恶”

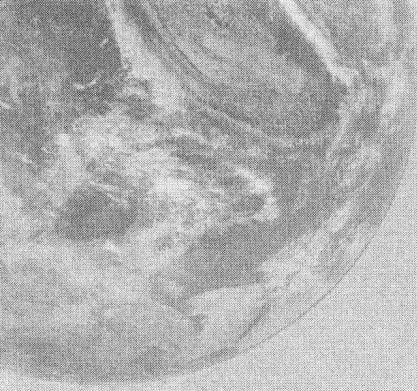
1. 乔布斯:自恋的完美主义者 / 171
2. 施密特、佩奇与布林:古怪的三驾马车 / 175
3. 封闭而又神秘的苹果帝国 / 179
4. 崇尚自由和个性的田园谷歌 / 180
5. 叛逆的海盗想要改变世界 / 182
6. “勿作恶”的谷歌对世界负责 / 187

第9章

明日危机——决胜之路布满荆棘

1. 正义终会战胜邪恶吗 / 193
2. 道高一尺,魔高一丈吗 / 195
3. 谷歌,是新的战争之王吗 / 197
4. 未来战争:集成为王 / 199
5. 明日危机潜来:苹果的危机 / 201
6. 明日危机潜来:谷歌的危机 / 206
7. 谷歌的噩梦:当苹果玩起免费 / 213
8. IT业没有永恒 / 215

后记 / 218



第1章 祸起萧墙 ——合也iPhone，分也iPhone

这是最好的时代，也是最坏的时代；这是智慧的时代，也是愚蠢的时代；这是信任的年代，也是怀疑的年代；这是光明的季节，也是黑暗的季节；这是希望的春天，也是失望的冬天；我们的前途无量，同时又感到希望渺茫；我们一齐奔向天堂，我们全都走向另一个方向……

——狄更斯《双城记》

这是一个什么样的时代？对于追逐丛林法则的商业社会，狄更斯的话仿佛成了最好的注脚。在这个时代，我们信奉一山不容二虎，胜者王侯败者寇。在这个时代，曾经的朋友，也许就是将来的敌人。在这个时代，谁都没有资格置身事外，笑看风云。当竞争序幕缓缓拉开时，雄霸一方的各路寡头不可避免地碰撞在一起，寡头战争随时都会爆发。面对天边微露的曙光，谁才是日出之前奔跑至巅峰的森林之王？

1. 寡头时代,煮酒论战

对于互联网的王者来说,也许,这是一个最好的时代,因为互联网再次找到了赢利的机会,创业者第一次拥有了在一个无垄断管控的平台上自由发挥的机会。也许,这又是一个最坏的时代,因为时代的变革必然导致市场的重新洗牌,没有人能笃定自己是最后的王者。

当谷歌和苹果这对昔日“恋人”开始上演贴身肉搏的戏码时,我们只需要知道:寡头战争已经开场,且坐定,温一壶酒,感叹王者的前世今生,品味智慧与力量的博弈,再为最后的输赢押上一注。

现在,无论在正式商务谈判、还是在日常社交场合,每当我们使用自己的手机时,旁人都会下意识地观察一下。如果恰巧我们拿出的是大名鼎鼎的 iPhone 手机,这足以满足自己对于地位和身份的虚荣心。手机业正在发生的一个最大变化是:苹果公司的 iPhone 手机凭借其性能和价格在高端手机市场高歌猛进。iPhone 手机外形设计时尚、操作界面夸张,既开发出了多点触摸这样的新操作模式,又附带有 AppStore 这种新式武器,包含数百种大受年轻人欢迎的独家应用软件。

在手机行业,苹果通过 iPhone 这一品牌抢占了高端市场的先机。在 iPhone 面世之前,人们对手机的需求主要集中在“硬”需求,比如像打电话、发短信、拍照、听音乐等功能,以及存储器容量、摄像头像素大小、上网速度等这些硬指标。在 iPhone 手机中,人们开始意识到:手机竟然可以完成如此多的与日常相关的应用,还拥有无限的游戏功能,与此相比,打电话、发短信都是基本功能,可以不必太挑剔。与此同时,随着客户对手机接入互联网速度的要求不断提升,不仅大大改变了传统手机的设计模

式和后台硬件特点,而且开辟了一个全新战场:面对手机的新闻阅读、音乐下载、移动搜索、网游、地图服务等,这些“软”需求成为用户选择一款手机的重要标准,而不再是之前的那些硬参数了。

于是在激烈的市场竞争中 iPhone 手机独占鳌头,成为这个时代最靓丽的风景。但是在 iPhone 手机背后,围绕移动互联网市场,全球最大的两家 IT 寡头——苹果公司和谷歌公司,这两家在传统上一硬一软、泾渭分明的公司居然开始明争暗斗。

苹果公司对网络应用的胃口极大地膨胀,而谷歌也不甘落后,推出自有品牌的手机;苹果想通过收购进入广告业务,而谷歌也想借收购进入音乐业务,他们都在集中科研和公关力量介入手机浏览器和操作系统。

一时间剑拔弩张、刀兵相见,寡头战争终于全面爆发。

2. 同仇敌忾,共抗微软

谁曾想到,这对今日誓死一战的敌人,过去竟是并肩作战的朋友。主宰互联网搜索业务的谷歌公司和注重电脑和消费电子产品的苹果公司之间,曾经有着一段蜜月期,相互合作,互为补充,比如早前谷歌公司负责为苹果公司的 iPhone 产品提供地图、搜索和邮件功能方面的技术支持,谷歌公司还使自己的 YouTube 视频服务可以兼容苹果公司的 QuickTime 播放器;2007 年苹果公司宣布,该公司即将上市的 iPhone 手机,将允许用户通过无线流收看 Google 旗下视频共享网站 YouTube 上面的内容。两个公司之间可谓相濡以沫,合作愉快。

成为朋友,不仅仅因为他们相互欣赏,更重要或者更本质的原因是——他们曾有共同的敌人。

苹果和谷歌都身处全球信息产业的中心——美国硅谷,这两家公司地理相距不到10英里,从20世纪90年代末开始的近10年中,两家一直和睦相处,保持了良好的关系。从管理层开始,苹果的CEO乔布斯和谷歌的CEO埃里克·施密特同岁,两人在多年内相互结盟,共同抵御软件巨头微软公司的进攻,竭尽全力打破微软的垄断。硅谷的竞争座次瞬息万变,苹果、谷歌和微软的三国之战已经开始。到2006年10月,谷歌发布了一款Google Docs的办公软件,以对抗微软公司的Office办公系列软件,而微软对此的反应十分强烈:“毫无疑问,地球上没有一个用户在想到微软的时候没有想到Office。Office是微软DNA的一部分,不管谁挡住我们的去路,我们都会奉陪到底。”

此时苹果和谷歌联手抗敌,硅谷人人都知道这两家公司是好兄弟,谷歌的创始人拉里·佩奇和谢尔盖·布林都曾公开表示对乔布斯的仰慕,谷歌总裁施密特称苹果公司是“全世界我最敬仰的公司之一,我仍然和许多人一样,相信乔布斯是当今世界最杰出的CEO,我无比崇敬苹果和乔布斯”,谷歌公司声称与苹果从未进入过“战争状态”,其发言人吉尔·哈泽尔贝克表示:“苹果是宝贵的合作伙伴,我们对其三十年里为科技作出的贡献怀有敬意”;而苹果总裁乔布斯则说施密特作为谷歌的CEO表现得“尽善尽美”。硅谷的历史雄辩地证明,在这里没有永远的老大哥。从源头上说,谷歌、苹果和微软其实是一家公司,它们有着共同的起源,也沿袭了硅谷里公司不断“裂变”的基因。

20世纪六、七十年代,是电子信息行业高速发展的时期,当时的硅谷容纳了无数的小公司,拥有着一夜暴富的美国梦、西部梦,后来大名鼎鼎的微软公司从某种程度上讲是裂变自IBM公司,这是硅谷最具爆炸性的发展阶段。

一个最具代表性的例子是,在1969年硅谷召开的一场有全美国最顶尖的技术人员参加的有关半导体的学术会议上,与会的400多名代表只

有 20 多人从未在仙童公司工作过。从公司业务到工作人员,当时的硅谷实际上是一个无法分割的整体,之间有着千丝万缕的联系。现在,同样的事情也发生在微软、苹果、谷歌这三家巨头身上,它们拥有相同的基因、相同的线性发展规律,最后它们可能合并成一个超级公司,但也可能有新的公司由此诞生。可以肯定的是,新公司将成为这些巨头们绕头的对象,就像曾经的 IT 业大鳄 IBM 面对初生小子微软,以及现在的微软面对谷歌和苹果一样。

苹果和谷歌在面对共同的竞争对手微软时,为了在智能手机市场上抢占先机,排除微软公司的市场份额,表现了极大的宽容。苹果总裁乔布斯和谷歌总裁施密特二人都于 20 世纪 70 年代后期开始在硅谷工作,乔布斯和施密特的人生轨迹少有交集。不过在 2001 年,当乔布斯重返苹果而施密特掌权谷歌时,二人拥有共同的使命:限制微软在 PC 领域的霸权,并防止比尔·盖茨将其地位延伸至在线服务和移动产品。

2006 年,苹果董事会有空位时,乔布斯首先想到施密特,称他在谷歌 CEO 的位置上表现非常出色,而施密特也称苹果是他极力赞誉的世上最佳企业之一。施密特应乔布斯之邀加入苹果董事会,当时二人之间亲密无间。在这背后,是两家公司结成了密切的合作关系。

根据一名苹果前高管的说法,谷歌施密特将乔布斯视做导师,经常造访乔布斯的办公室,还曾多次与乔布斯一起散步,探讨科技的前景并计划展开一些合作,虽然这些计划未能实现;据施密特的好友透露,二人曾多次共同进餐,乔布斯在直接征求施密特的意见时从不迟疑,而且内容都是关于公司核心机密的决策,施密特也颇为享受在苹果董事会的职务及与乔布斯共处的机会,两个人之间惺惺相惜。这些年来他们从精神联盟步入实质性战略结盟。

曾几何时,微软、苹果、谷歌三大巨头之间还有一段其乐融融的历史,当时微软是苹果里程碑产品 Macintosh 最主要的软件供应商,而施密特则

是苹果董事,但这已经是很早以前的事了。在市场竞争的步步紧逼之下,在对消费者,尤其是未来的消费者的争夺战中,三国之间的战争如火如荼。

2006年11月,微软发布了一款最新型的便携媒体播放器(就是众所周知的MP4)Zune,以对抗苹果公司的同类产品 iPod。

2007年,在苹果公司的 iPhone 热销之后,微软紧接其后发布了 Kin 系列手机,并宣布更新手机操作系统为 Windows Mobile,这一手机的很多功能都是模仿 iPhone 的操作原理,而且还附加了许多对于年轻消费者非常有吸引力的新模块。

苹果和谷歌联盟也不示弱,2008年9月,谷歌发布自主研发的因特网浏览器 Chrome,以对抗微软公司广为人知的 IE 浏览器,并且将 IE 涉及垄断与搭售的问题在美国国内大肆炒作,甚至要求美国反垄断机构和法院对微软公司进行制裁;2009年又发布了一个名叫 Chrome 计算机操作系统,试图瓜分微软公司的主打产品 Windows 的市场。

与此同时,谷歌清楚地知道自己在移动广告领域的地位还很脆弱,并没有得到巩固,在积极推进这项业务的发展。施密特坚信,有朝一日,基于移动手机平台的广告收入将比基于因特网平台的广告收入更加突出。因此他们将把最重要的研发力量放在最核心的产品上,其余的非核心业务则通过并购来逐渐渗透。

云计算是谷歌和微软比拼的核心。在公司年度大会上,谷歌宣布将进军企业级的云计算市场,与此同时,微软全球资深副总裁张亚勤近期透露,微软公司80%的研发力量都会放在云计算上。双方你来我往,打得不可开交。

与此同时,历史又带来了新的机遇,随着信息社会的到来,移动手机市场已经成为硅谷所有公司的新战场。

据摩根士丹利高级分析师玛丽·米克的预测,在未来5年之内,通过

手机上网的用户数量将超过通过台式电脑上网的用户数量,在移动上网技术方面的争斗目前才刚刚开始,远远未见分晓。

1998年,当乔布斯登上苹果公司最高宝座时,微软总裁比尔·盖茨通过《名利场》杂志说:“他明知赢不了,为什么还要那样做?”也就是在这一年,美国纳斯达克证券交易所内,微软的股价为每股29美元左右,而苹果则仅为每股7.25美元。

三十年河东,三十年河西。二十年以后形势大变,2010年5月26日,同样还是在纳斯达克市场,苹果公司以每股244.11美元收盘,在不计算复权的情况下,股价是当年数字的43倍;而微软公司的股价则达到了7个月来最低点:每股25.01美元,比12年前还下跌了20%,最终苹果公司以2220亿美元的总市值超越了微软公司的2190亿美元市值,20年以来第一次超越了微软。

如果有一位充满乐观主义的或者是一位具有先见之明的投资者在2000年底时向苹果的股票投资1000美元,那么,在10年以后的2010年,他的收获将高达4万3000美元,这些计算仅仅是账面的赢利,还不包括由于每年的分红而产生的红利收入。几乎所有媒体都报道了这件事:《华尔街日报》称市值夺冠虽然对苹果的业务不会产生重要影响,但是具有重要的象征意义;《每日电讯报》强调微软目前仍在全球计算机操作系统上拥有90%的市场份额;英国《金融时报》说,这象征着一个拒绝传统思维、敢于承担巨大风险的强势领导者的完胜。硅谷的残酷或许就在于竞争座次的瞬息即变。

资本市场是实体经济最好的反映。正如所有涉足金融交易市场人士所坚信的唯一真理,价格反映一切要素。

股票价格真实地反映出投资人对公司价值的判断,这让微软的角色变得十分尴尬。一方面它在与谷歌之间的几度周旋中已渐落下风,在多个传统领域,优势市场都没有取得预料的战果;没想到,仅仅只有两年的