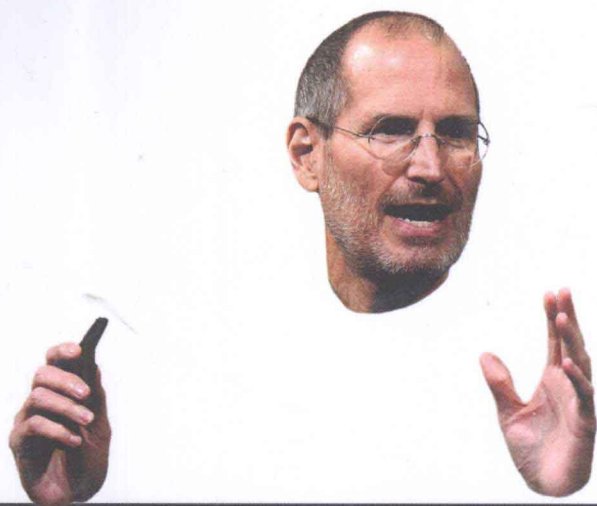




苹果DNA

乔布斯给中国CEO的10堂课

乔凡浩◎编著



透视乔布斯的传奇经历

剖析他的另类管理真经

苹果创始人的管理精髓

一个海盗，一个偏执狂，一个冷酷强硬的老板，一个非同凡响又极具创造力的奇才，一个将艺术和科技完美结合的IT领袖，一个时代的标志，一个改变了世界的人——乔布斯，让全世界如此顶礼膜拜。



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

苹果DNA

乔布斯给中国CEO的10堂课

乔凡浩◎编著

苹果创始人的管理精髓

一个神话，一个疯狂狂，一个冷静果断的决策，一个非同寻常又极具创造力的领导，一个你从未和科技结合过的巨额的，一个时代的标志，一个改变了世界的人——乔布斯，你全知道吗？如何学习？



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

苹果 DNA 乔布斯给中国 CEO 的 10 堂课 / 乔凡浩 编著. —武汉:
华中科技大学出版社, 2011.12

ISBN 978-7-5609-7488-0

I. 苹… II. 乔… III. 乔布斯, S. (1955~2011)—企业管理—经验
IV. F471.266

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 232449 号

苹果 DNA 乔布斯给中国 CEO 的 10 堂课 乔凡浩 编著

责任编辑: 石 薇

封面设计: 久品轩

责任校对: 孙 倩

责任监印: 熊庆玉

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编: 430074 电话: (027)87556096 (010)84533149

印 刷: 北京中印联印务有限公司

开 本: 720mm×1000mm 1/16

印 张: 16.75

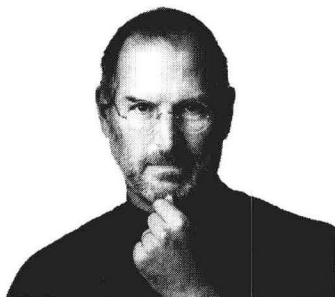
字 数: 240 千字

版 次: 2011 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

定 价: 32.00 元



本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究



代序 向乔布斯致敬

——乔布斯，一个改变了世界的人

他让苹果公司获得重生，进而颠覆性地重塑了计算机、音乐、电影和电信产业。在一个人的职业生涯中，能改造一项产业已经很了不起了，再造四项产业更是前所未有的，这就是苹果公司创始人、前 CEO 史蒂夫·乔布斯——一个海盗，一个偏执狂，一个将艺术和科技完美结合的 IT 领袖，一个改变了世界的人。

乔布斯用智慧改变了世界，改变了无数人的生活。如果不是乔布斯最初允许微软使用自己的图形界面技术，现在我们依然在死记 DOS 命令；如果不是乔布斯最先使用鼠标，现在还只能靠键盘输入；如果不是乔布斯定义了现代笔记本电脑，现在我们只能蹲在家里用台式机……乔布斯在生命的巅峰期，通过 iPod 重新定义了整个数字音乐产业，通过 iPhone 重新定义了移动通信产业，通过 iPad 重新定义了整个娱乐产业和媒体形态。

没有疯狂专注的史蒂夫·乔布斯，就没有东山再起的苹果。1997 年夏天，乔布斯临危受命重掌苹果，此后 14 年里，苹果的股价增值了近 100 倍。到 2010 年，苹果超过对手微软，以 3500 亿美元的资本市值成为仅次于埃克森美孚的全球价值第二大的公司。2011 年 8 月，苹果在乔布斯的带领下成为全球市值最大的上市公司，超过埃克森美孚 5 亿美元，而在此之前数周埃克森美孚一直领先苹果数百亿美元。苹果的



钱来得又快又多，目前持有 760 亿美元的现金和投资。

2011 年 10 月 6 日，史蒂夫·乔布斯“在家人的陪伴下平静地离去”，享年 56 岁，从此结束了传奇的一生。乔布斯去世后，苹果公司在官方网站首页贴出乔布斯遗照，照片配以乔布斯的英文姓名以及“1955—2011”字样，表明他 56 岁、本应大有可为的年纪。苹果公司董事会声明指出：“史蒂夫的才华、激情和精力是无数创新的源泉，这些创新丰富和改善了我們所有人的生活。”

出于对这位行业领袖的尊重，微软总部及其在世界各地的分部都将公司旗帜降半旗以示哀悼；美国谷歌公司和韩国三星公司当天宣布推迟原定在 11 日举行的新款智能手机发布，这意味着“智能手机大战”因悼念乔布斯而暂时“休战”。

全球数亿“果粉”以各种方式进行追思。无论是业界大腕，还是普通民众，都向乔布斯表达了深深的敬意。在搜狐、新浪、腾讯这三大微博平台上，有近半数用户对乔布斯的离世表达了哀悼，成为国内微博历史上用户参与度最高的人物新闻事件。

他改变了我们的生活，重新定义了整个行业，并获得了人类史上最罕见的成就之一——改变了我们每个人看世界的方式。

——美国总统奥巴马

对于我们这些人来说，很荣幸曾经与他共事，这是无上的荣誉。我会十分怀念史蒂夫。

——微软创始人比尔·盖茨

作为竞争对手，他推动我们所有人不断向前发展。

——联想 CEO 杨元庆

他是我的偶像，创造世界上最优雅的产品，我们还能再崇拜谁呢？

——腾讯 CEO 马化腾

生命最后燃烧着划过夜空，给陷入困境的人类一丝光亮，他交给人们的不仅仅是一款绝后的手持设备，而是承担责任的勇气，隆重地活着的信心，每个人都是一个奇迹，地球不缺平庸。

——搜狐 CEO 张朝阳



传奇一生

不了解乔布斯的生活经历，就无法理解乔布斯成功的源泉。他追求改变世界的梦想、追求完美卓越思想的激情，都源自从小的生活环境和成长经历。

乔布斯 1955 年 2 月 24 日出生于美国旧金山，一出生就被身为大学教授的父亲和颓废派艺术家的母亲遗弃，一对好心的夫妇收留了这个可怜的孩子。他们当初不会想到，这个男孩日后将掀起一个个风潮，并改变一个时代。他只有高中学历，读过半年大学。

1976 年 21 岁的乔布斯和 26 岁的沃兹涅克在乔布斯家的车库里成立了苹果电脑公司。1977 年 1 月，苹果公司正式注册成立。1977 年 4 月，美国第一次计算机展览会上 Apple II 一鸣惊人。1980 年，《华尔街日报》的全页广告写着“苹果电脑就是 21 世纪人类的自行车”，并登有乔布斯的巨幅照片。1980 年 12 月 12 日，苹果公司股票公开上市，在不到一个小时内，460 万股全被抢购一空，按当时的收盘价计算，苹果公司高层产生了 4 名亿万富翁和 40 名以上的百万富翁。1983 年，Apple Lisa 发布，但是 Lisa 的发布预示了苹果的没落，一台不合实际、连美国人都嫌贵的电脑是没有多少市场的。可以说苹果兴起之时就是其没落之际。因为巨大的成功，乔布斯在 1985 年获得了由里根总统授予的国家级技术勋章，但成功背后却隐藏着极大的危机。

由于乔布斯经营理念与当时大多数管理人员不同，加上市场上其他个人电脑的推出，乔布斯新开发出的电脑节节败退，总经理和董事们便把这一失败归咎于乔布斯。1985 年 9 月 17 日乔布斯愤而辞去苹果公司董事长。辞职以后，乔布斯又创办了 NeXT 电脑公司，继续开始他的事业之旅。



1986 年乔布斯花 1000 万美元从乔治·卢卡斯手中收购了 Lucas Film 旗下位于加利福尼亚州 Emeryville 的电脑动画效果工作室，并成立皮克斯动画工作室。此后十年，该公司成为了众所周知的 3D 电脑动画公司，并在 1995 年推出全球首部全 3D 立体动画电影《玩具总动员》。《玩具总动员》、《超人总动员》、《海底总动员》等一系列动画电影的成功，让乔布斯成了与卢卡斯齐名的好莱坞名人。凭借着皮克斯公司的成功，乔布斯获得了好莱坞大人物应有的地位和尊重。皮克斯无疑是 3D 电脑动画的先锋和霸主，它不仅开创了一个新的动画电影纪元，也直接威胁到了迪斯尼在动画电影界的霸主地位。2006 年迪斯尼收购皮克斯，乔布斯也因此成为其最大股东。

在乔布斯风生水起的同时，苹果公司却已濒临绝境。1996 年 12 月 17 日，苹果收购 NeXT，乔布斯重回苹果。乔布斯于苹果危难之际重新归来，苹果公司上下皆欢欣鼓舞。就连前 CEO 阿梅里奥也在迎接乔布斯的欢迎词中说：“我们以最隆重的仪式欢迎我们最伟大的天才归来，我们相信，他会让世人相信苹果电脑是信息业中永远的创新者。”重归故里的乔布斯心系改变世界的梦想，他向苹果电脑的追随者们说：“我始终对苹果一往情深，能再次为苹果的未来设计蓝图，我感到莫大荣幸。”这个曾经的英雄终于在众望所归下重新归来了！

回归苹果以后，乔布斯大刀阔斧地进行改革。他首先改组了董事会，然后又做出一件令人瞠目结舌的壮举——抛弃旧怨，与苹果公司的宿敌微软公司握手言和，缔结了举世瞩目的“世纪之盟”，达成战略性的全面交叉授权协议。乔布斯因此再度成为《时代》周刊的封面人物。

1998 年，肩负着苹果公司的希望、寄托着乔布斯振兴苹果梦想的 iMac 呈现在世人面前。它是一台全新的电脑，代表着一种未来的理念。半透明的外壳，一扫电脑灰褐色的千篇一律的单调，似太空时代的产物，加上发光的鼠标，以及 1299 美元的价格标签，令人赏心悦目……

iMac 可以说是标新立异，非同凡响。为了宣传，乔布斯把笛卡尔的名言“我思故我在”变成了 iMac 的广告文案，该广告成为永恒的经典。新产品重新点燃了苹果机拥戴者们的希望，乔布斯重新入主苹果公司后他们一直在期待的东西出现了，iMac 成了当年最热门的话题。1998 年 12 月，iMac 荣获《时代》杂志“1998 年最佳电脑”称号，并名列“1998 年度全球十大工业设计”第三名。

1999 年乔布斯又推出了第二代 iMac，它有红、黄、蓝、绿、紫五种水果颜色的款式供选择，一上市就受到用户的热烈欢迎。1999 年 7 月笔记本电脑 iBook 上市并受到客户追捧。iBook 融合了 iMac 独特的时尚风格、最新无线网络功能 (WLAN) 与苹果电脑在便携电脑领域的全部优势，是专为家庭和学校用户设计的“可移动 iMac”。1999 年 10 月 iBook 夺得“美国消费类便携电脑”市场第一名，同时在《时代》杂志举行的“1999 年度世界之最”评选中荣获“年度最佳设计奖”。在乔布斯的带领之下，苹果公司终于实现赢利。乔布斯刚上任时，苹果公司的亏损高达 10 亿美元，一年后却奇迹般地赢利 3.09 亿美元。1999 年 1 月，当乔布斯宣布第四财政季度赢利 1.52 亿美元，超出华尔街的预测 38% 时，苹果公司的股价立即攀升，最后以每股 4.65 美元收盘，舆论哗然。苹果电脑在 PC 市场的占有率已由原来的 5% 增加到 10%。业界同仁公认乔布斯为“最成功的管理者”，甚至连当初将乔布斯挤出苹果公司的斯卡利也情不自禁地赞叹：“苹果的逆转不是骗局，乔布斯干得绝对出色。苹果又开始回到原来的轨道。”

乔布斯成为一个奇迹，并且这个奇迹还将继续进行下去。他总是给人以惊喜，无论是开始还是后来，他的电脑天赋、平易近人的处世风格、绝妙的创意脑筋、伟大的目标、处变不惊的领导风范，造就了苹果企业文化的核心内容，苹果公司的员工对他的崇敬简直就是一种宗教般的狂热。员工甚至对外面的人说：我为乔布斯工作 (I work for Jobs)!

2001 年，乔布斯进军音乐领域，苹果公司推出了 iPod，从而掀起



了一场颠覆传统音乐收听方式的革命。iPod 刚一面市，就凭着一流的设计、卓越的性能以及易用性吸引了大批消费者。iPod 的发明，让苹果摇身变为全球音乐产业界的关键角色，而乔布斯本人也成为音乐市场的领军人物。2001 年 iPod 销售突破 10 万台，并且销售势头不减。到了 2002 年卖出了 160 万台，增长率超过 100%。同时苹果公司在数字音乐市场的占有率也超过了 50%。2003 年，iPod 依然热销，为苹果公司带来了巨大的利润。到了 2004 年，全球共计销售 iPod 突破了 45 亿美元。iPod 成为一种身份的象征，几乎形成了一种文化。

2002 年 7 月，苹果公司还推出了第一个与 PC 机兼容的 iPod，同时，还推出了 iTunes 音乐商店来提高 iPod 的销售量。索尼公司、华纳兄弟公司、环球音乐公司、百代公司和 BMG 唱片公司也为 iTunes 音乐商店提供音乐作品，iPod 的用户可以通过链接 iTunes 下载音乐作品。iTunes 音乐商店被《财富》杂志评选为“2003 年度最佳产品”。

随着苹果公司的不断发展，乔布斯作为苹果的最高领导者也具备了强大的个人品牌。人们在提起苹果公司时不得不提到乔布斯，乔布斯俨然成了“苹果教父”。2003 年，乔布斯三度登上美国《广告时代》评选的领导品牌名单，同时他还两度名列“营销一百杰”，并且在 2003 年入选标准更为严格的“营销五十杰”。就在乔布斯准备继续自己人生以及苹果公司的传奇时，他的身体却亮起了红灯。

2004 年，乔布斯被诊断出患了胰腺癌。但是，奇迹又一次降临，医生发现他患上的是一种极其罕见的癌症——胰岛细胞神经内分泌肿瘤。这种病症只占每年诊断出的胰腺癌病例的 1%，可以通过外科手术切除，而且绝大多数的患者通过切除手术，至少还能活十年。7 月 31 日，乔布斯做了切除手术，手术后乔布斯恢复得很快，仅仅休息了一个月就回到了苹果公司。

2007 年，也就是“苹果电脑公司”改名为“苹果公司”的这一年，乔布斯再一次以具有革命性的产品影响了世界，震撼着我们。2007 年 1 月 9 日，在苹果公司的年度 Macworld 上，乔布斯向世人展示了苹果公

司即将推出的 iPhone 手机。iPhone 是一款集 iPod、智能手机、便携电脑于一体的创新之作，手机运行的系统软件是苹果公司自己的 Mac OS 操作系统。

2007 年 6 月 29 日，期盼已久的 iPhone 手机终于横空出世，虽然价格不低，但是一面市就掀起了购买狂潮。在 iPhone 正式发布前一天晚上，许多人为了抢购自己心爱的 iPhone 手机，半夜拿着睡袋去纽约苹果专卖店门外排队。针对当时的火爆销售场面，媒体评论指出：“对制造手机的任何其他人士来说，这是不幸的；但对我们这些使用手机的人来说，这是好消息。”

到了 2007 年 7 月 9 日，iPhone 手机已经销售了 100 万台，在 iPhone 上市 200 天后，销量已达 400 万台。在这个手机行业竞争已经进入白热化的市场，iPhone 的热销不能不说是个奇迹。对于来势汹汹的苹果 iPhone 手机，美国 Gartner 公司的分析师预测：“苹果公司的市场占有率可以在五年内达到 20%。”时至今日，iPhone 仍是苹果公司的赢利支柱产品之一，对此乔布斯也强调会不遗余力地推出 iPhone 的升级产品，就像他所说的：“我们一直努力将 iPhone 变得越来越好。”

2007 年，在《财富》杂志的“2007 年度 25 个最成功设计”的评选中，苹果公司的 iPhone 获得了“全球最成功的产品设计”殊荣。评委们认为，iPhone 成为苹果公司进入手机行业的颠覆之作。无论在外观还是功能上，iPhone 都做到了极致。正是这一年，苹果公司打败谷歌、丰田、索尼、诺基亚、美国生物科技公司以及中国的一流公司，被《商业周刊》杂志评选为“全球最具创新能力的公司”。这个称号可谓当之无愧，因为无论是 iMac、iPod 还是 iPhone，标新立异的产品和前卫新潮的设计，总可以使苹果产品成为消费者争相追捧的对象。而苹果之所以有今天的成就，这一切和崇尚“我行我素”的史蒂芬·乔布斯是分不开的。

2008 年，“世界上最薄的笔记本电脑”——MacBook Air 面市，又一次掀起了 IT 产业的时尚新潮流。随着 iMac、iPod、iPhone 以及



MacBook Air 的出现，乔布斯不仅成就了自己，也成就了苹果公司。可以说没有乔布斯，就没有今天如此辉煌的苹果公司。从他创建苹果公司，乃至后来重回“家门”，乔布斯为苹果公司作出的贡献是有目共睹的。他拯救了岌岌可危的苹果，而且再一次把它推上了计算机行业的霸主地位。

2008 年，乔布斯的肝脏功能开始衰竭，最终于 2009 年 3 月底，在田纳西州的孟菲斯卫理公会大学医院进行了肝脏移植手术。9 月份，乔布斯又出现在苹果 iPod 系列的年度更新发布会上。

2010 年 4 月，平板电脑 iPad 隆重登场，打破了原有平板电脑模式的僵局。iPad 被誉为“一件体现了我们的先进性、革命性的神奇产品”。在短短的 28 天时间里，苹果售出了 100 万台 iPad。它那简单、优雅、方便的用户界面，无论是对成年人还是两三岁的孩子来说，都是无法抗拒的。

2010 年 5 月 26 日，苹果以 2221 亿美元市值超越微软，荣登全球最大科技公司的宝座。在“美国最受欢迎的十大 CEO”评选中，乔布斯名列第三。苹果，因为乔布斯成为一个神奇的名字，也让乔布斯走到人生巅峰。

2011 年 8 月 24 日，乔布斯正式向苹果董事会提交辞职申请。他还在辞职信中建议由首席营运长蒂姆·库克接替他的职位。乔布斯在辞职信中表示，自己无法继续担任 CEO，不过自己愿意担任公司董事长、董事或普通职员。乔布斯在信中并没有指明辞职原因，但他一直都在与胰腺癌作斗争。2011 年 8 月 25 日，苹果宣布史蒂夫·乔布斯辞职，并立即生效，他的职位由蒂姆·库克接任。同时苹果宣布任命史蒂夫·乔布斯为公司董事长，蒂姆·库克将担任董事。

乔布斯三次登上《时代》杂志封面。2009 年，乔布斯成为“最受美国青少年尊敬的企业家”，其资产达 54 亿美元。2010 年 5 月 26 日，苹果荣登全球最大科技公司的宝座。2011 年 8 月 10 日，苹果成为全球市值最大的上市公司。苹果凭什么能超越“巨无霸”微软和谷歌？也

许正如乔布斯所说：“这辈子没法做太多事情，所以每一件都要做到精彩绝伦。”乔布斯正是以自己对品位与美的独特理解，引领时尚的风潮。人们之所以高度关注苹果和苹果的产品，是因为在他们看来，苹果有着自己独特的魅力，它的一举一动都能打动人心，撼人灵魂。

乔布斯在苹果的第二时期获得了巨大的成功，这种成功是他在苹果成立的初期可望而不可即的。那时他被看做一个幻想家和活跃的倡导者而广受称赞，但却不是一个值得尊敬的管理者，甚至苹果董事会也遗弃了他，甩开他另寻经验更为丰富的职业经理人。如今，56岁的乔布斯，可与当代最受尊敬的商界天才比尔·盖茨比肩，甚至可以说，已经超越了后者。他的激情、不拘一格和本能直觉融合在一起，成就了非凡的创造力。他证明了自己是一位桀骜不驯的领导者。乔布斯不是仅仅创造了勾起消费者欲望、使公司赚钱的多样产品，而且颠覆了四大产业——个人计算机产业、音乐产业、电信、好莱坞影视。因为乔布斯，人们的生活方式发生了根本性改变。



后乔布斯时代

乔布斯的健康状况多次影响苹果的股价。2009年1月18日，乔布斯给每位员工发了一封信，声称自己的健康状况远比想象的糟糕，需要暂时离开公司治疗，并相约“夏天再见”。消息一出，苹果的股价当天便下跌将近10%。出于对苹果失去了灵魂人物的忧虑，北京时间2011年10月6日14时16分，苹果股价在法兰克福股票市场下跌3.3%。德国证券公司董事会成员罗杰·皮特斯表示：“至少在今天，乔布斯逝世的消息盖住了关于金融危机的讨论。”

“创造性破坏”曾被用于描述自由市场如何以一种摧毁性的方式向前发展，而乔布斯所带来的产品是对这一词的绝佳诠释。“创造性破坏”概念的一位主要研究者、哈佛商学院教授 Clayton Christensen 在



和别人合作的一篇文章中指出，苹果并没有将自己定位为占据市场高端的领先者，而这类领先者的命运，大多数是等待从下游挤入门槛的公司带来行业动荡并最终被其掀下顶峰。相反，苹果在乔布斯的领导下是主动在多个行业通过产品制造动荡，甚至是在颠覆自己。

随着乔布斯的去世，苹果将决定是否继续保持这一创造性破坏者的角色，或者在继续维持领先地位的同时逐渐丧失锐气。虽然 10 月 4 日苹果新品发布会的气氛令人担心苹果正在走向第二条道路，不断升级的 iPhone 和 iPad 固然可以使苹果在相当长时间内保持领先，但真正对公司命运造成转折的将是下一个新概念产品能否成功。

前言 Preface

苹果，引诱了夏娃，启发了牛顿，成就了乔布斯。夏娃的苹果是传说，牛顿的苹果太久远，乔布斯的苹果却在当下牵动着亿万人的神经。

苹果无论从任何排名看，都是世界上最具创新力的公司。2008年的《商业周刊》和BCG创新学院第一次评选出的“世界上最有创新力的五十强公司”将苹果排在第一位。2007—2010年，苹果的销售额增长了165%，毛利率增长了18%，股票收益增长了96%。2010年5月26日，苹果以2221亿美元市值超越微软，荣登全球最大科技公司的宝座。如今苹果的产品已成为全世界时尚流行文化的标志。

苹果成功背后的DNA源自其创始人兼CEO乔布斯，苹果取得如此辉煌的成绩与乔布斯与众不同的管理风格密不可分。苹果，因为乔布斯成为一个神奇的名字，也让乔布斯走到人生巅峰。在“美国最受欢迎的十大CEO”评选中，乔布斯名列第三。在一个人的职业生涯中，能改造一项产业已经很了不起了，但是乔布斯颠覆性地重塑了计算机、音乐、电影和电信四个产业，这样的壮举可以说是前所未有的。

苹果公司的历程真真切切就是乔布斯本人的历程。1976年怀抱改变世界梦想的乔布斯与沃兹涅克一起创建了苹果公司，虽然辉煌一时，但最终被苹果扫地出门。可他的职业生涯并没有结束，对卓越的执著追求，让他与旧识建立NeXT公司、皮克斯公司，与迪斯尼公司合作进军数字电影领域。1997年，历经各种挫折之后，乔布斯上演“王者归来”，重新回到苹果公司。接下来的苹果，攀到了数码科技历程的最高峰。轻薄如纸的笔记本电脑MacBook Pro、趣味无穷的iPod Touch、品



苹果 DNA

乔布斯给中国 CEO 的 10 堂课

位高雅的iPhone、创意无限的平板电脑iPad……成功的产品太多了，数不清道不尽。

凡是知道乔布斯的人都知道他抠门、强权、刻薄、蛮横，但还是有一大批人疯狂地崇拜着他，不仅仅是苹果的员工，还有成千上万的苹果“粉丝”。只要乔布斯出现在演讲台上，台下就会疯狂——尖叫声、鼓掌声充斥整个会场。乔布斯的演讲有着惊人的魔力，深深吸引着听众。他能让每个听众都赞同他。他在台上公开诋毁竞争对手，他们尖叫着应和；他邀请竞争对手到台上演讲，听众也会在乔布斯的“魔力”下静静地倾听，甚至能够在演讲后给予掌声。乔布斯就是有这样的“魔力”，让他们像虔诚的教徒一样围在他周围。

与那些对员工人性化管理的“天使”管理者相比，乔布斯更像个“魔鬼”。他会把脚放在桌子上指着员工的脸大骂脏话。他会走到某个研发团队中，当着全体研发团队人员，毫无征兆地说：“真是一群饭桶！”他会像个狂热的传教士一样，高喊着：“爱上你的工作，每个星期奋斗90个小时吧！”他对员工的要求总是苛刻得让人难以接受，但是员工们还是愿意跟随他。“乔布斯身上好像有一种诱人的光环，这种光环让你忍受他的暴躁、多变，让你凝聚在他的周围，像奴隶般为他工作。并且他总是有办法让你激情四射。”乔布斯就是有这样的魔力，让员工们心甘情愿地将“灵魂”交付给他。

乔布斯为什么能够拥有这样的“魔力”？他是怎样成为美国最伟大的商业领袖的？翻开本书，研读乔布斯的管理风格，体味乔布斯的经营智慧，找寻苹果成功背后的“遗传密码”。本书从十个方面为您分析乔布斯的成功之道，总结他的成功技巧，并通过成功的企业案例让您深切体会到企业发展中所需的技巧，从而成功地复制苹果的DNA。对于每一个渴望成功的人来说，这本书会是个不错的启发工具。

目录 Contents

第 1 课 聚焦产品——苹果的“地心引力”

产品才是逆势的王道	3
聚焦、聚焦、再聚焦	15
简单、简单、再简单	19

第 2 课 慧眼识人——与“巨人”同行

挽弓挽强，用人之长	29
寻找贵人，改变窘境	40
不惜重金，强硬挖角	45

第 3 课 全面掌控——震慑者，而非暴君

人随心动，我的人生我做主	55
粗暴管理，专制统治出精英	59
舍我其谁，竞争中毫不退让	65
全盘操控，控制核心的技术	71

第 4 课 直面挫折——绝望中寻找希望

看成败人生豪迈，只不过从头再来	81
任何障碍都不能阻挡前进者的脚步	89
把勇气保留到底，生活才能更精彩	98



第 5 课 追求完美——艺术家的化身

关注细节，苹果产品就是艺术品	109
精雕细刻，不计成本地追求完美	113

第 6 课 激情演说——煽动力的媒介

激发兴趣，讲述故事或者观点	119
肢体语言，表达生动运用手势	124
反复彩排，外加庞大支持系统	129

第 7 课 树立品牌——与众不同的魅力

拥有野心，活着就是为改变世界	137
气宇非凡，自负源于自信和实力	144
敢于说不，放弃并不代表失败	151
宠辱不惊，永远的英雄和偶像	155

第 8 课 锐意创新——领袖与跟风者的区别

燃烧激情，不为固有标准而活	161
非同凡想，兜售梦想而非产品	169
打破陈规，引领消费者的品位	177
标新立异，赋予一种新的能力	181
不当搬运工，学会为生活添彩	187

第 9 课 海盗团队——A 级战斗力的集合

精神凝聚，成为有灵魂的团队	195
股票期权，战略性的激励武器	200
化繁为简，精简才能保持战斗力	205
产品独裁，做游戏规则的捍卫者	211