

集天才与魔鬼于一身的商业奇才 是如何改变世界的

STEVE JOBS

杨艾祥 李 菁 / 编著

苹果CEO斯蒂芬·乔布斯的脑子在想什么



中国发展出版社

集天才与魔鬼于一身的商业奇才 是如何改变世界的

STEVE JOBS

杨艾祥 李 菁 / 编著

苹果CEO斯蒂芬·乔布斯的脑子在想什么



中国发展出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

苹果 CEO 斯蒂芬·乔布斯的脑子在想什么/杨艾祥, 李菁编著. —北京: 中国发展出版社, 2009. 5

ISBN 978-7-80234-420-4

I. 苹… II. ①杨… ②李… III. ①乔布斯, S. 一生平事迹 ②电子计算机工业—工业企业管理—经济—美国
IV. K837.125.38 F471.266

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 081354 号

书 名: 苹果 CEO 斯蒂芬·乔布斯的脑子在想什么

著作责任者: 杨艾祥 李 菁

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 978-7-80234-420-4

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京东海印刷有限公司

开 本: 720 × 1000mm 1/16

印 张: 16.75

字 数: 200 千字

版 次: 2009 年 5 月第 1 版

印 次: 2009 年 5 月第 1 次印刷

印 数: 1—6000 册

定 价: 29.00 元

咨 询 电 话: (010) 68990642 68990692

购 书 热 线: (010) 68990682 68990686

电 子 邮 件: fazhanreader@163.com

网 址: <http://www.develpress.com.cn>

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换



序 言

做自己的斯蒂芬·乔布斯

斯蒂芬·乔布斯应该享受今天这么多人的崇拜以及他所拥有的一切荣光。尽管他的过错、失误以及怪异的性格和习惯让人很难理解。不过，试问这个世界，还有谁能和托马斯·爱迪生相提并论？

答案只有一个，那就是本书的主人翁——斯蒂芬·保罗·乔布斯(Steve Paul Jobs)。他是那个见证并且直接推动个人电脑问世和发展的人；他不仅20多岁就成为亿万富翁，还令一家病入膏肓的企业起死回生；更重要的是，他改变了我们的生活，改变了我们对音乐、电影、电话以及电脑的认识。

如果这些都还不能让人去崇拜，那么我们应该把斯蒂芬·乔布斯搬上银幕，那一定是一部充满了美国式幽默与传奇的大片。

事实上，斯蒂芬·乔布斯的故事也是每一个怀揣梦想的创业者创造传奇的故事。可以说，每个人都是自己的斯蒂芬·乔布斯。

(一) 梦想改变世界

斯蒂芬·乔布斯的成功实质上是梦想制造的成功。

和中国传统教育里从小就有远大抱负才会成就伟业的理念不

同，在斯蒂芬·乔布斯这个私生子的童年生活中，我们几乎看不到他的远大抱负。他和中国的马云以及史玉柱一样，仅仅是一个顽皮的孩子。

这个顽皮的孩子，会对着邻居做鬼脸，也会捉弄他的老师，同时让他的父母不得安宁——甚至逼迫他们搬家。

斯蒂芬·乔布斯真正拥有梦想，也许始自他17岁时在一本书上看到的一句话：“如果你把每一天都当作生命的最后一天，总有一天你的假设会成为现实。”被震慑了的斯蒂芬·乔布斯记住了这句话。从那时起，他每天早晨都对着镜子扪心自问：假如今天是我生命中的最后一天，我还会去做今天要做的事吗？这件事真值得我去投放激情吗？

那么，生命中最该做的事是什么呢？

斯蒂芬·乔布斯很快找到了答案：那就是改变世界。而开发个人电脑显然是改变世界的一种途径，这便成为他一生的事业。

在这个梦想的牵引下，他可以在很长一段时间内作为合作伙伴沃兹尼克的助手；他也自作主张，带团队研发丽莎电脑；当然，他还“厚颜无耻”地占用别人的成果，成为麦金托什的项目负责人；更有意思的是，为了用电脑改变这个世界，即使被逼出苹果公司之后，他依然在用NeXT续写自己的梦想。

多年以后，重新回到苹果也是斯蒂芬·乔布斯主动的选择。他不断去骚扰那些苹果的负责人，让他们领教——斯蒂芬·乔布斯可不是那么容易放弃的人。

也许，斯蒂芬·乔布斯所做的那些辉煌业绩并不值得过多地叙述，因为用历史唯物主义的观点来说，没有他斯蒂芬·乔布斯，也会有另一个斯蒂芬·乔布斯来创造这个传奇。

但是，一个私生子、一个辍学青年、一个有严重性格缺陷的人，为着梦想勇往直前的精神永远值得敬佩。

更重要的是，不仅有自己的梦想，斯蒂芬·乔布斯还把自己的梦想变为他和沃兹尼克共同的梦想，变为他和他的设计团队共同的梦想，变成他和苹果公司共同的梦想。

马云说，如果他马云能够成功，那么80%的人都能成功；斯蒂芬·乔布斯说，如果他斯蒂芬·乔布斯能够成功，那么所有的人都应该成功，除非他没有梦想。

（二）自信成就梦想

是什么让斯蒂芬·乔布斯那么咄咄逼人？有人认为那是来自他作为私生子的内心不安。正是随时觉得自己低人一等，所以，极度自卑之下，他会以结果为导向努力向前冲。

也许，这个分析是有道理的。当然，斯蒂芬·乔布斯咄咄逼人的气势更来自于他对自己无比的信心。

斯蒂芬·乔布斯的自信来自于他要改变世界的伟大梦想，也来自于那些比他优秀的合作伙伴，更来自于他不断制造的成功以及学会自我鼓励的精神原动力。

所有的创业者必须像斯蒂芬·乔布斯学习的是，在寻找合作伙伴的时候，一定要选择那些比自己优秀的人，而招聘的人才也一定是比自己优秀的人才。

梳理一下斯蒂芬·乔布斯的合作伙伴，无论是沃兹尼克还是马克库拉，没有一位不是在某一方面的能力高人一等的人才。

准确地说，斯蒂芬·乔布斯是一个敢于赌博的人，不然，1976年7月，零售商保罗·特雷尔来前来订购50台整机的时候，斯蒂芬·乔布斯是不敢接招儿的。

保罗·特雷尔的要求是苛刻的。他要求一个月内交货，但斯蒂芬·乔布斯还是毫不犹豫地答应了。需要知道的是，斯蒂芬·乔布斯什么都没有，他必须马上去贷款购买各种零配件。他的合作伙伴韦

恩，就因为害怕接单之后无法完成而承担无限个人责任，选择了退出苹果公司。

而赌博的心理逻辑就是越得手越自信。

不过，过度的自信也会出现新的问题，比如，斯蒂芬·乔布斯曾自信以一己之力就能开发丽莎电脑，也曾以为自己的NeXT能代替苹果，然而最终都无疾而终。

当然，斯蒂芬·乔布斯所有的过失与错误相对他的成功都是微不足道的。

（三）真诚创造传奇

纵观斯蒂芬·乔布斯的人生曲线图，不难发现，其中起伏的所有节点都与两个字相关，那就是“真诚”。

以1980年，苹果首次公开发行公司股票，筹集了8000多万美元一事作为斯蒂芬·乔布斯人生的第一次辉煌的话，那么我们可以看到那个25岁的纯真青年的可爱笑容。

斯蒂芬·乔布斯一心为着改变世界这个梦想努力，他的希望如同1980年《华尔街日报》整版广告中的预言一样——“苹果电脑就是21世纪人类的自行车”。

那时候，斯蒂芬·乔布斯、沃兹尼克、马克库拉亲密无间。

不过，当纯真被商业逐渐模糊之后，问题就开始暴露出来：先是新产品迟迟无法推出；继而是斯蒂芬·乔布斯自己想跳到前台来做他不擅长的事情——开发丽莎电脑；再后来就是斯蒂芬·乔布斯想越过总裁独断专权……

所有的阴谋和不纯洁导致的最终结果就是失败，这也是为什么斯蒂芬·乔布斯会被扫地出门的原因。

同理，为什么NeXT在很长一段时间内并不成功，也许与斯蒂芬·乔布斯的“心术不正”不无关系。用苹果的人来打击苹果，有

违道德不说，在同一个思维模式下培养出来的团队能自己打败自己吗？

这是个笑话。

当然，经过多年磨砺和感悟，斯蒂芬·乔布斯的回归以及他所创造的更多传奇，我们不难把它理解成真诚创造的传奇。斯蒂芬·乔布斯开始真诚地理解用户的需求，也开始真诚地和合作伙伴握手……

有人说，斯蒂芬·乔布斯从来不做市场调查，他做市场调查的时候只需要去照照镜子。

也许斯蒂芬·乔布斯真是一面镜子：一面给所有创业者看的镜子；一面给所有管理者看的镜子；一面给所有有梦想的人看的镜子。因为我们都是自己的斯蒂芬·乔布斯。

我们也许都有类似斯蒂芬·乔布斯那样喜欢在马桶里冲脚以缓解压力的怪癖；我们也许有时候也像斯蒂芬·乔布斯那样自以为是；我们也许有时候也会如斯蒂芬·乔布斯那般荣光无限……

读斯蒂芬·乔布斯的故事，从中你会看到自己。让我们一起创造我们自己的斯蒂芬·乔布斯的传奇！

作 者

2009年5月



目 录

第一章 市场：培养苹果的信徒

- 1 苹果不是产品也不是公司而是宗教/4
 - 和比尔·盖茨的创业惊人的相似/4
 - 苹果从诞生起就带着“流行”的血统/7
 - “流行”的秘密在于培养信徒/11
 - 信仰佛教的乔布斯/14
 - 相信对产品的热情来自信仰/18
- 2 用户需要的不是“一匹更快的马”/21
 - 只满足客户需求是平庸公司所为/22
 - 用户不知道要什么，我们知道/25
 - 制造好产品不能靠民主/27
 - 独特的人格造就独特的产品/31
- 3 总有一些市场我们不会选择加入/35
 - 有大量的客户仍待我们开发/35
 - 我们并不追求占领所有的市场/40
 - 苹果产品必须是“高贵而尖端”的/41

第二章 人才：1个人才能顶50个庸才

- 1 斯蒂芬·乔布斯法则：网罗一流人才/46
 - 永远招募比自己优秀的人/46
 - 斯卡利把乔布斯赶出了苹果/51
 - 人才策略：质量比数量更加重要/57
 - 乔布斯：地狱来的老板/60
- 2 让懂行的主动来敲门/63
 - 让懂行的人来投资/64
 - 让懂行的人带来更多的投资人/69
 - 不懂行的人会把公司带入地狱/70
- 3 创新文化与执行文化/76
 - 会挑战老板的员工才是好员工/76
 - 会折腾的老板才是好老板/79
 - 乔布斯的健康问题也要保密/81
 - 氛围，氛围还是氛围/83

第三章 创业：找到自己心爱的东西

- 1 寻找你所爱的，别停下/88
 - 人生充满着因缘际会/88
 - 找到最爱的然后钟爱一生/96
 - 自卑是自卑者的通行证/101
- 2 把每一天当作生命中的最后一天过/104
 - 史上最难革的命是革自己的命/105
 - 不革自己的命就被他人革命/110

在教训里实现“进化”/112

工作着是幸福的/117

3 坚持是一种生活态度/120

第四章 营销：吊的就是消费者的胃口

1 让消费者自己去饥饿吧/126

iPhone是怎样吊胃口的/127

苹果独有的“饥饿”营销/133

iPhone吊胃口的两个支点/136

2 让产品为广告说话/140

创造自己特有的优势/140

营销的是人的需求而非产品/143

营销就是始终如一地愉悦客户/147

3 苹果的生态营销/150

捆绑式生态链/150

生态的力量/156

联合营销与体验营销/160

4 代言人斯蒂芬·乔布斯/166

苹果就是斯蒂芬·乔布斯/167

乔氏演讲技巧/170

5 永远不低头 绝不低头/174

践踏的力量/174

商场对手见面似朋友/177

第五章 产品：发现人性的密码

- 1 苹果就是要做艺术般的完美产品/184
 - 苹果的设计就是做减法/184
 - 简洁至极不是目的/191
 - 苹果的设计圣经/195
 - 把产品变成一种商业模式/201
- 2 把设计团队锻造成宗教中的狂热组织/205
 - 跌跌撞撞走过来的风格/206
 - 首席体验官和他的设计师们/208
 - 宗教中的狂热组织/214
- 3 乔氏产品判断法/218
 - 反传统的思维模式/218
 - 乔氏Segway原型车见解/220
 - 决不轻易说OK与无可奉告/226

附录1 斯蒂芬·乔布斯语录/230

附录2 斯蒂芬·乔布斯成长史/234

后 记/249

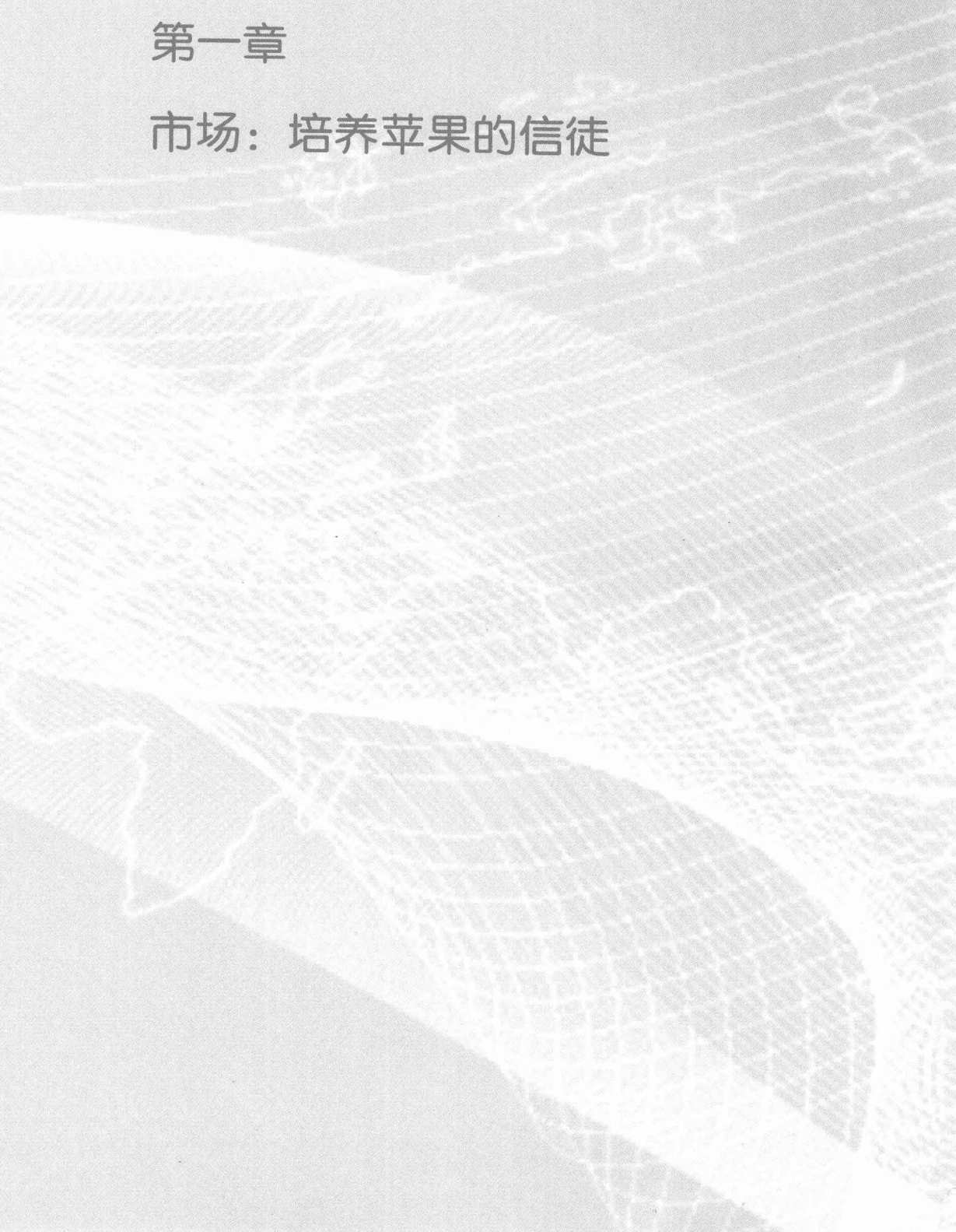
参考文献/252



你可以打倒他，但你就是打不败他！

第一章

市场：培养苹果的信徒



人这辈子没法做太多事情，所以每一件都要做到精彩绝伦。因为，这就是我们的宿命。

——斯蒂芬·乔布斯

人们一直不明白不按照常理出牌的斯蒂芬·乔布斯为什么能吸引全球亿万的用户，或许原因就是斯蒂芬·乔布斯一直都致力于用宗教的方式培养苹果的信徒。请注意，这个让比尔·盖茨在传记中都说自己只能算是“斯蒂芬·乔布斯第二”的男人，是一名佛教信徒，他知道信仰的力量。

于是，我们不断看到了这样的场面：

乔布斯早年把苹果的系统设计成封闭式的时候，那些苹果的教徒就一个劲儿地夸苹果就是有个性、非常酷；后来，乔布斯为了迎合市场的需求，逐步有所妥协的时候，还是那些教徒又开始大呼，乔布斯变得稳健了，知错能改。

而可怜的比尔·盖茨呢？试想一下，除了他最终把几乎所有财产都捐出来做慈善外，他的哪一次变动没有遭遇口水的湮没。



苹果不是产品也不是公司而是宗教

苹果是什么？

它是或者说不仅仅是那些让无数“苹果迷”痴迷的产品，也不是那个被咬了一口的苹果的Logo，当然它也不仅仅是一家和比尔·盖茨的微软一样让人景仰的高科技公司。

从某种意义上说，它是一个宗教，斯蒂芬·乔布斯为“苹果迷”们建立的宗教。自然，斯蒂芬·乔布斯是这个宗教的教主，他有着至高无上的荣誉。

和比尔·盖茨的创业惊人的相似



一提到苹果，很多人就会想到某一款具体的产品或者是某几个广告，或者说想起斯蒂芬·乔布斯那放荡不羁的样子。很少人能想到，苹果并不仅仅是一个伟大的品牌，一系列天才般创意的产品，从根本上说，苹果就是一种流行——流行的趋势或者符号。

或许，这可以从苹果的诞生说起。

1974年，当斯蒂芬·乔布斯20岁时，他和斯蒂芬·沃兹尼克（Steve Wozniak）以及韦恩（Wayne）三人在车库里办起了苹果公司，开始研制个人微机。

在此前一年，乔布斯19岁时，他考上了里德大学，但是，他对大学生生活感到无比“痛苦”，于是突发奇想，辍学成为阿塔里游戏机公司的一名职员。后来，年轻而不安分的斯蒂芬·乔布斯又对佛学产生了兴趣，辞去工作，漂洋过海去印度追随大法师修行练功。结果可想而知，生活给了这个年轻的梦想主义者一闷棒：他不但没有学成佛，还吃尽了苦头。他只好返回雅达利公司继续做他工程师。

安定下来之后，斯蒂芬·乔布斯继续自己曾经的兴趣，常常与朋友沃兹尼克一起，在自家的小车库里琢磨电脑。他们梦想着能够拥有一台自己的计算机。当时，市面上卖的都是商用电脑，且体积庞大，极其昂贵。

比乔布斯年长5岁的沃兹尼克是他上初中时在一次同学聚会上认识的。沃兹尼克是学校电子俱乐部的会长，对电子也有很大的兴趣，两个人一见如故。

有人这样记录说：为了实现共同的愿望——拥有一台自己的电脑。沃兹尼克工作之余，整天都埋头于设计新型电脑，而乔布斯则更多地在想如何在电脑上赚点钱。

制造个人电脑必需的是微处理器，可是当时的8080芯片零售价要270美元，并且还不出售给没有注册公司的人。但是，这两个年轻人并没有灰心，他们仍在继续寻找。功夫不负有心人，在1976年度旧金山威斯康星计算机产品展销会上，他们买到了摩托罗拉公司出品的6502芯片，功能与英特尔公司的8080相差无几，让人高兴的是，芯片的价格只有20美元。