

I, STEVE: STEVE JOBS IN HIS OWN WORDS

乔布斯产品圣经

发现1981~2011年31年间，乔布斯亲口说出的关于产品开发、产品设计、产品体验的核心原则

[美] 史蒂夫·乔布斯 原话

[美] 乔治·比姆 整理

乔布斯原话

随时翻阅，随时体会，
随时提高

所有对乔布斯感兴趣
的人都该读的 书

乔布斯18个代表作年表

iMac G5 (2011)

MacBook Pro (2011)

iPad (2010)

iPhone 4 (2010)

iPod nano 6 (2010)

iPod shuffle 4 (2010)

MacBook Air (2008)

iPhone 3G (2008)

《美食总动员》(2007)

iPod shuffle 2 (2006)

Power Macintosh G5 (2003)

iMac G4 (2002)

iPod (2001)

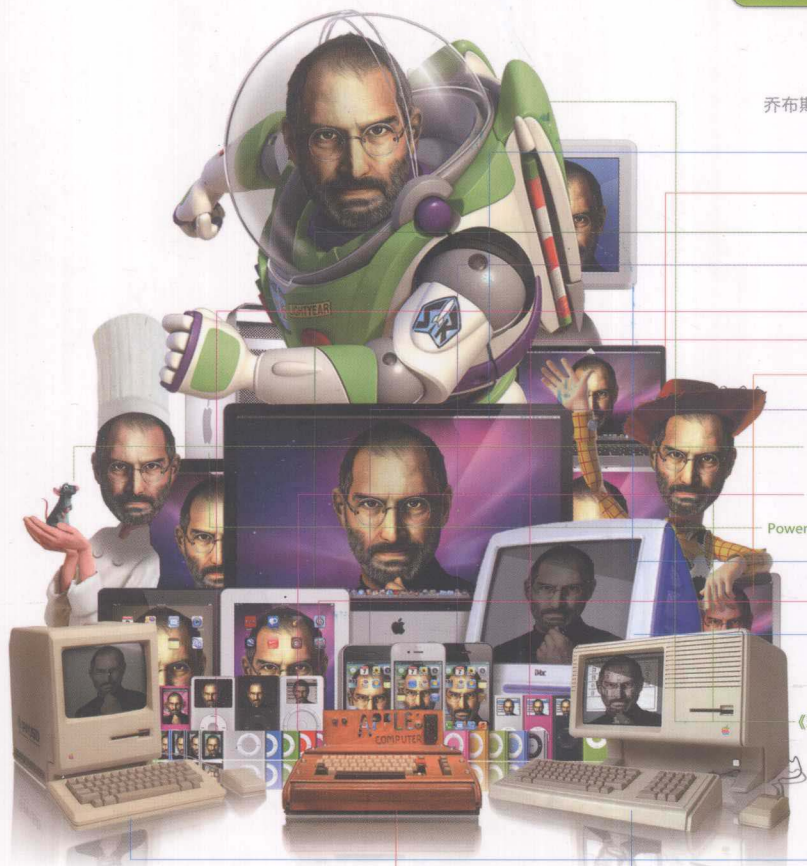
iMac G3 (1998)

《玩具总动员》(1995)

Macintosh (1984)

Lisa (1983)

Apple I (1976)



江苏文艺出版社
JIANGSU LITERATURE AND ART
PUBLISHING HOUSE



乔布斯产 114工作室

发现1981~2011年31年间, 乔布斯亲口说出的关于产品开发、产品设计、产品体验的核心原则

[美] 史蒂夫·乔布斯 原话

[美] 乔治·比姆 整理



114工作组 译

江苏文艺出版社
JIANGSU LITERATURE AND ART
PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

乔布斯产品圣经 / (美) 比姆 (Beahm, G.) 著 ; 114

工作组译. -- 南京 : 江苏文艺出版社, 2012.3

ISBN 978-7-5399-5149-2

I . ①乔… II . ①比… ②1… III . ①乔布斯,

S. (1955 ~ 2011) - 企业管理 - 经验 IV . ① F471.266

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 033232 号

I, STEVE: STEVE JOBS IN HIS OWN WORDS

Copyright © 2011 by George Beahm

This edition arranged with MENDEL MEDIA GROUP, LLC

through BIG APPLE AGENCY, INC., LABUAN, MALAYSIA.

Simplified Chinese edition copyright:

© 2012 Shanghai Dook Publishing co. Ltd, China

All rights reserved.

中文版权 ©2012 上海读客图书有限公司

经授权, 上海读客图书有限公司拥有本书的中文 (简体) 版权

江苏省著作权合同登记号: 10-2012-80 号

书 名 乔布斯产品圣经

著 者 (美) 乔治·比姆

译 者 114 工作组

责任编辑 丁小卉 姚 丽

特约编辑 赵晨凤 张晓洲

责任监制 卞宁坚 江伟明

策 划 读客图书

版 权 读客图书

封面设计 读客图书 021-33608311

出版发行 凤凰出版传媒集团

凤凰出版传媒股份有限公司

江苏文艺出版社

集团地址 南京市湖南路1号A楼, 邮编: 210009

集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>

出版社地址 南京市中央路165号, 邮编: 210009

出版社网址 <http://www.jswenyi.com>

印 刷 北京盛兰兄弟印刷装订有限公司

开 本 880mm × 1230mm 1/32

印 张 7

版 次 2012年5月第1版 2012年5月第1次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5399-5149-2

定 价 29.90 元

如有印刷、装订质量问题, 请致电 021-33608311 (免费更换, 邮寄到付)

版权所有, 侵权必究

序言

产品圣人：史蒂夫·乔布斯

我总会着眼于寻找下一个关键的机会。但这个世界运作方式要求你投入大量的资源，其中包括资金和设计才能。我不知道下一个大变革会是什么，但我有一些想法。

——史蒂夫·乔布斯，《财富》杂志

2000年1月24日

自1976年，史蒂夫·乔布斯就开始利用每个场合告诉世界自己的想法、扩散自己的产品，通过新闻稿、官方网站声明、新产品发布会以及各种报刊出版物和电子媒体的采访。他的话让拥护者欢欣鼓舞，让批评者气馁沮丧。

然而，不管人们如何评价这个在简历中两次提及“远见”的人物，一个不争的事实是，乔布斯说过的一些话为

我们深刻地揭示了这个时代商业本质——产品本质。

史蒂夫·乔布斯在商界地位独特，引人欣羡。他被《财富》杂志评为“十年杰出CEO”，被《哈佛商业评论》杂志评为“全球最佳CEO”，被《华尔街日报》评为“十年最佳人物”，荣誉不一而足。

2011年10月5日，即新任苹果CEO蒂姆·库克首次发布iPhone 4s之后一天，苹果董事会宣布史蒂夫·乔布斯辞世，终年56岁。苹果董事会发表声明：“史蒂夫的才能、激情和精力是无尽创新的来源，丰富并改善了我们的生活。世界因他无限美好。”

谨以此书献给布里顿·爱德华兹

目 录

序言 产品圣人：史蒂夫·乔布斯

乔布斯产品圣经·产品理念

- 001 一切都从伟大的产品开始 …1
- 002 放下商业效益，注重产品本身 …2
- 003 伟大产品诞生的三大环节 …3
- 004 消费者的需求加上创造者的想法 …4
- 005 评估消费者是否与开发者有同样的需求 …5
- 006 焦点是质量，而非数量 …6
- 007 精简产品线，先砍掉70%的鸡肋 …7
- 008 四条产品线就够了 …8
- 009 以产品为公司运作的中心 …9
- 010 区分你的产品，制定不同的产品决策 …10
- 011 选择潜力最大的产品 …11
- 012 让产品为自己“说话” …12

- 013 产品的第一要点：不荒唐 …13
- 014 产品必须简单易用，立马上手 …14
- 015 产品，要性感！ …15
- 016 只做“酷毙了”的产品 …16
- 017 始终拒绝没有原创力的产品 …17
- 018 搞透产品的卖点 …18
- 019 上市，才是产品的完成 …19
- 020 对产品保密，直到发布那一刻 …20
- 021 20步就可走到的苹果终端零售店 …21
- 022 有完美的产品，何愁顾客不买单？ …22
- 023 永远不做某某二号 …23
- 024 你为了什么而创造出了第一件产品？ …24
- 025 定义你的产品 …25
- 026 软件，产品的灵魂 …26
- 027 比硬件只会让你疲于奔命 …27
- 028 没有核心技术，就没有竞争优势 …28
- 029 iMac，通电即用 …29
- 030 iMac：永远升级而不是降价 …30

- 031 让顾客乖乖掏钱的iPod广告 …31
- 032 iTunes：赋予用户极大的使用权 …32
- 033 iTunes：别因贪婪而提价 …33
- 034 iPod Touch：没有新功能，但有新定位 …34
- 035 iMovie：提供物超所值的需求 …35
- 036 《玩具总动员》，动画史上的第二次飞跃 …36
- 037 皮克斯：故事精彩远胜技术表现 …37
- 038 皮克斯，领先10年 …38
- 039 有时暂停一下，会令产品更完美 …39

乔布斯产品圣经·用户体验

- 040 iPad：划时代的用户体验，带来划时代的收益 …40
- 041 做任何事前问自己：
“这款产品使用起来会有多简单？” …42
- 042 不要顾问，不要市场调查 …43
- 043 不问消费者要什么样的产品，因为他也不知道 …44
- 044 先替顾客做好选择题 …45
- 045 让用户体验不到产品背后的复杂 …46
- 046 苹果的核心竞争力：让高新科技为普通人所用 …47

- 047 追求简单，是忙碌时代的必然趋势 …48
- 048 iTunes：给用户更好体验的“胡萝卜” …49
- 049 以用户体验，回报用户的信任 …50
- 050 把使用方式，交给用户自由发挥 …51
- 051 兼顾老用户的需求 …52
- 052 最好的用户体验，在用户找到问题之前解决问题 …54

乔布斯产品圣经·产品设计

- 053 设计 = 产品 + 服务 …55
- 054 设计的关键，还是产品性能 …56
- 055 坚持下去，让复杂问题简单化 …57
- 056 设计的至高要求——浑然天成 …58
- 057 学点艺术，它终会帮上你的忙 …59
- 058 阅历丰富了，设计才会更好 …60
- 059 设计，就是前所未有的组合方式 …61
- 060 跨界的人才能做出伟大的设计 …62
- 061 接受过去，才能释放创造力 …64
- 062 讨论设计其实是讨论价值观 …65

乔布斯产品圣经·产品细节

- 063 隐藏的细节也必须保证美观而优质 …66
- 064 做出让人想舔的按钮 …67
- 065 最后限期可为追求完美让道 …68
- 066 追求细节完美永无止境 …69
- 067 考虑产品使用全过程的每一个细节 …70
- 068 用细节体现简便易用 …71

乔布斯产品圣经·产品创新

- 069 创新，创新，再创新 …72
- 070 创新，其实是旧东西的组合 …73
- 071 创新灵感的来源是“人”，不是机器 …74
- 072 创新第一步：好的艺术家抄，伟大的艺术家盗 …75
- 073 创新能力与金钱无关 …76
- 074 创新才能脱困 …77
- 075 生存之道：不创新等于死 …78
- 076 永不停止创造的脚步 …79
- 077 产品创新，能带动产业创新 …80
- 078 微软从未创新 …81

- 079 通过模仿而普及，通过创新而革命 …82
- 080 成功的模仿基于洞察和理解 …84
- 081 盈利，靠薄利多销，还是创新？ …85
- 082 融合创造力与科技 …86
- 083 拒绝跟风，宁可赌一把 …87

乔布斯产品圣经·产品推广

- 084 一流的产品需要一流的营销 …88
- 085 产品推广不靠性能优势、不靠新功能……
而是动之以情 …89
- 086 乔布斯的挑衅式推广 …90
- 087 看一遍广告，就明白产品如何使用 …91
- 088 最好的推广：让人们知道你崇拜谁 …92
- 089 第一步，完美产品；第二步，销售人员 …94
- 090 产品发布会尾声的小伎俩 …95
- 091 成功的品牌会牵着市场的鼻子走 …96

乔布斯产品圣经·产品整合

- 092 对用户的一切使用体验负责 …97

- 093 从硬件、软件、开发管理到市场营销，整合全流程 …98
- 094 100%自主开发 …99
- 095 产品一体化，才能天衣无缝 …100
- 096 iPod，靠软件取胜 …101
- 097 提供完整的解决方案，并为之负责 …102
- 098 各个环节皆传达用户体验 …103

乔布斯产品圣经·员工与团队

- 099 老板的职责不是对员工好，而是让他们更优秀 …104
- 100 营造产品导向型的企业文化 …105
- 101 创立高度凝聚人才的小公司 …106
- 102 让员工拥有同样的工作态度——过程就是回报 …107
- 103 鼓励团队合作更能留住优秀人才 …108
- 104 团队合作远胜个人力量 …109
- 105 高质量的工作 …110
- 106 上下一心 …111
- 107 关键的不是制度，是流程 …112
- 108 只做本职工作，才能效率最大化 …113
- 109 尝试采纳年轻人的创意 …114

- 110 平等的运营之道，给予每个人工资与股票期权 …115
- 111 好团队，好产品 …116
- 112 要招想在宇宙中留下一点印记的人 …117
- 113 令员工甘心追随你，就不怕重头再来 …118
- 114 一个优秀产品人的“简历” …120
- 115 乔布斯的面试方法：给产品挑刺，激怒求职者 …121
- 116 好员工不受制于传统，并想改变世界 …122
- 117 解雇非顶尖员工 …123
- 118 营造超越自我的员工氛围 …124
- 119 追求卓越的过程 …126

乔布斯产品圣经·专注与坚持

- 120 企业家的成功，一半取决于坚持 …127
- 121 专注意味着说“不” …128
- 122 专注，让你比其他人更专业 …129
- 123 保持初学者之心 …130
- 124 乔布斯的座右铭：专注和简约 …131
- 125 别忘记产品的初衷 …132
- 126 回头看就意味着失败 …133

- 127 盈利是为了创造更完美的产品 …134
- 128 从设计师到工程师，100%贯彻创意 …136
- 129 真正的聪明人，为复杂问题找到简单解法 …137
- 130 坚持自己的定位 …138
- 131 没有一夜成名，只有漫长奋斗 …139
- 132 极端的完美产品主义 …140
- 133 始终如履薄冰 …141
- 134 随时准备推翻重来 …142
- 135 改正错误，不论产品是否已上市 …143
- 136 选择你热爱的事做，再难也不放弃 …144

乔布斯产品圣经·为产品骄傲

- 137 为产品骄傲 …146
- 138 假如没有苹果，世界将会怎样？ …147
- 139 无处不在的麦金塔、iPod …148
- 140 iPod Nano：从没一个产品能如此畅销 …149
- 141 产品好，小公司也敢于挑衅行业大佬 …150
- 142 Mac Cube：令人激动不已的、最酷的电脑 …151
- 143 麦金塔：竞争对手都会忍不住偷偷买的产品 …152

144 《玩具总动员2》：热爱每一个角色 …153

乔布斯产品圣经·成功的产品预测

145 敏锐捕捉未来趋势 …154

146 为下一个时代设计产品 …155

147 乔布斯预见的个人电脑的未来 …156

148 Apple II：第一台有塑料外壳的电脑 …157

149 电视和计算机永远不会合二为一 …158

150 上网本只是廉价笔记本电脑 …159

151 iPad激发iPhone创造灵感 …160

152 未来是多用途产品的天下 …162

153 5年后，iPhone依然有优势 …163

154 平板电脑要更便捷、更直观、更天衣无缝 …164

155 iPad：后PC时代到来！ …166

156 Flash可能被时代淘汰 …167

157 互联网盗版，不可能遏制 …168

乔布斯产品圣经·产品人的价值观

158 勇于追随直觉 …169

- 159 圆满成功之后，赶紧想想下一步 …170
- 160 过程即回报 …171
- 161 去做让自己自豪的事 …172
- 162 金钱至上，滑稽可笑的价值观念 …173
- 163 从身家百万到上亿，没什么 …174
- 164 损失，就是磨炼 …175
- 165 热爱，才能成就伟大的事情 …176
- 166 智慧超越技术 …177
- 167 从不安于现状，敢冒失败之风险 …178
- 168 掌门人狭隘，产品也会狭隘 …180
- 169 要一起改变世界吗？ …181
- 170 坚守底线 …182
- 171 成功男人的背后 …183
- 172 前任CEO，临时CEO，现任CEO，
对乔布斯而言没什么不同 …184
- 173 不可能永远拼命工作 …185
- 174 如果这是我生命中最后一个晚上…… …186
- 175 “我就是个爆发型” …187

- 176 直面谣言 …188
- 177 海军? 海盗? …189
- 178 记笔记, 完全没必要 …190
- 179 发明比思想更能改变世界 …191
- 180 创造力来自放下成功的负担 …192
- 181 思考, 并付诸亲身实践 …193
- 182 停在昨日担忧, 不如为未来奋斗 …194
- 183 最重要的人生信条: 求知若饥, 虚心若愚 …195
- 184 乔布斯为苹果留下的遗产 …196

附录 内文注释 …197

注意: 文中注释详见P197-P200。