

乔布斯

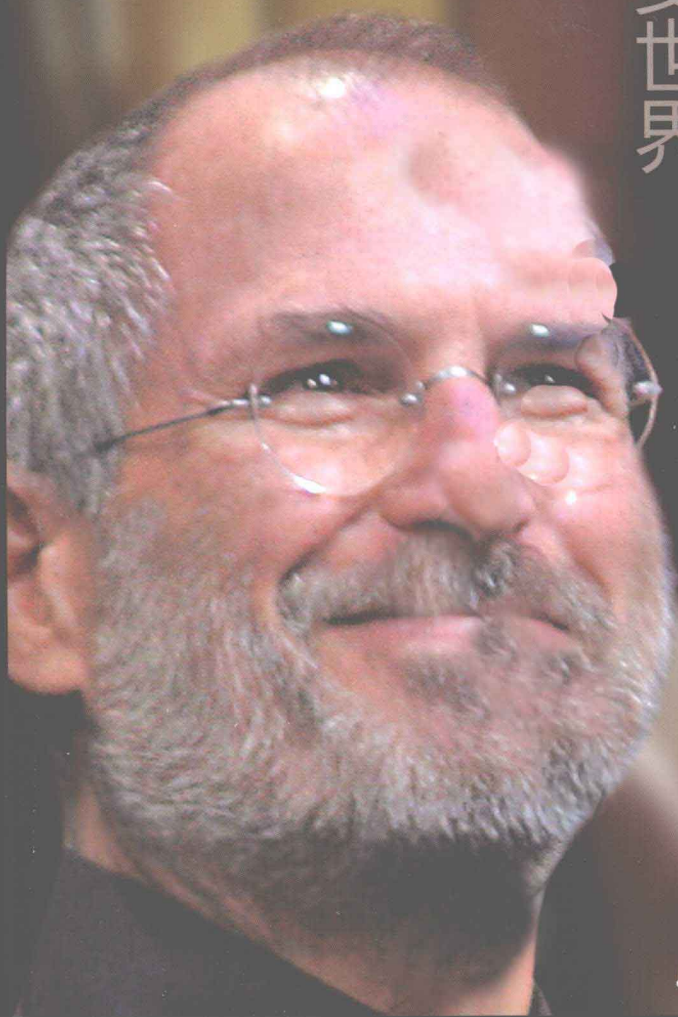
活着就为改变世界

to live is to change the world

JOBS

朱甫◎著

非同凡「想」
的创新哲学
神一样
「改变世界」的传奇



深圳出版发行集团
海天出版社

乔布斯说

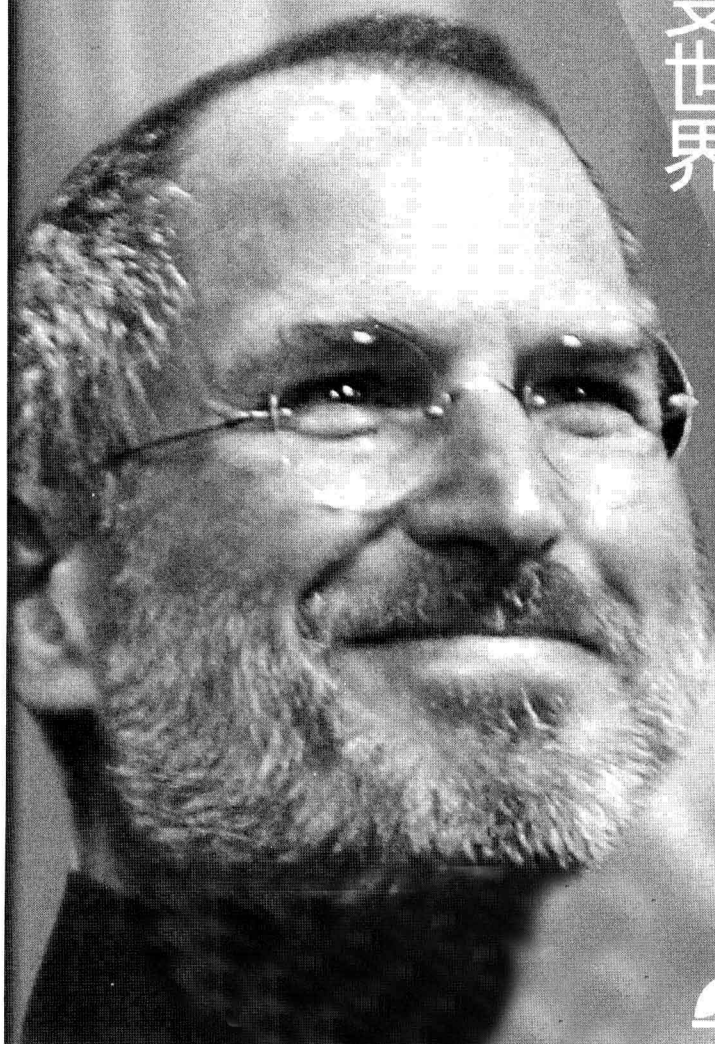


活着就为改变世界

to live is to change the world

JOBS

宋雨◎著



深圳出版发行集团
海天出版社

图书在版编目(CIP)数据

乔布斯说:活着就为改变世界/朱甫著.——深圳:海天出版社,
2012.1

ISBN 978-7-5507-0310-0

I. ①乔… II. ①朱… III. ①电子计算机工业—工业
企业管理—经验—美国②乔布斯, S. (1955~2011)—人
物研究 IV. ①F471.266②K837.125.38

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第232115号

乔布斯说:活着就为改变世界

QIAOBUSISHUO: HUOZHEJIUWEIGAIBIANSHIJIE

出品人 尹昌龙
出版策划 毛世屏
责任编辑 张绪华
责任技编 梁立新
封面设计 蒙丹广告
图片提供 CFP

出版发行 海天出版社
地 址 深圳市彩田南路海天大厦 (518033)
网 址 www.htph.com.cn
订购电话 0755-83460137(批发) 83460397(邮购)
设计制作 蒙丹广告0755-82027867
印 刷 深圳市佳信达印务有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 19.25
字 数 250千
版 次 2012年1月第1版
印 次 2012年1月第1次
定 价 39.00元

海天版图书版权所有,侵权必究。

海天版图书凡有印装质量问题,请随时向承印厂调换。



前言

2011年10月，全世界最想念的人恐怕非乔布斯莫属。没有任何一个人的辞职，能引发全世界“地震”；也没有任何一个外国人的“iQuit”和去世，会让全中国各地的报纸在那两天不惜拿出整个头版集体表达“iSad”。

在Twitter上，乔布斯的死讯以每秒约1万条传播。从美国总统到世界各地民众对他表达了敬意和惋惜，甚至连老对手，也是最痛恨苹果产品的微软CEO鲍尔默也发文悼念。

全世界都在悼念乔布斯的时候，从美国总统奥巴马到俄罗斯总统梅德韦杰夫，从比尔·盖茨到李开复，几乎所有悼念他的人都会说，乔布斯改变了世界。毫无疑问，乔布斯是近几十年来对人类生活影响最大的人之一。有人说乔布斯至少五次改变世界，一是通过苹果电脑开启了个人电脑时代，二是通过皮克斯电脑公司改变了整个动漫产业，三是通过iPod改变了整个音乐产业，四是通过iPhone改变了整个通信产业，五是通过iPad改变了PC也就是个人电脑产业。

正如美国总统奥巴马在乔布斯离世后发表的悼词中所说，是他让电脑普及到个人，并让互联网装进每个人的口袋。他不仅推动了信息革命，而且使之有趣且触手可及。

乔布斯在历史神庙中的地位可媲美发明家托马斯·爱迪生和汽车大王亨利·福特而无愧。乔布斯同样会让人们联想到达·芬奇，是因为他们都属于极少数能够跨越人文科学与技术的能人异士。事实上，这是乔布斯本人对苹果的定位。乔布斯是电子科技界的领航者，也是电子美学的引导者。如果没有乔布斯，人类现在使用的电脑、手机等产品，将不会这么先进、美观、实

用，妙趣无穷，难分难舍。乔布斯一次次地让人惊叹、让人折服、让人深爱。乔布斯为人类的创新插上翅膀。他成为卓越的代名词。苹果公司推出的每一款产品几乎都打破了性别、地理、年龄和种族的界限。

“活着就是为了改变世界，难道还有其他原因吗？”这是乔布斯对自己的生命做了一个这样的定位，并终身为此努力。而他，成功了。虽然 56 年的生命是如此的短暂，但是，生命重要的不是长短，关键是是否活得精彩。

乔布斯过去十年间所取得的成就行业内无人能及。尽管整个行业经历了潮涨潮落，但他成功地带领苹果公司实现了复兴，彻底颠覆了音乐、电影和通信行业的格局。或许许多人已经忘记，这个十年刚刚开始的时候，苹果公司还岌岌可危。

英雄也无法对抗岁月，总会迎来迟暮的一天。在经历了多次与病魔的斗争后，意志如磐的乔布斯，也不得不停下寻觅的脚步。所幸的是，在他停止脚步前，为我们带来了一系列惊艳的产品。苹果凭借为数不多的产品，干净利落地把诺基亚、惠普这些传统的行业巨头一一挑落马下。

作为这个时代最伟大的梦想家 and 实践者之一，乔布斯似乎一生都在走自己的路，一条与众不同的创新之路和人生之路。他留给人类的，远远不止手机和电脑。美国加利福尼亚州州长杰瑞·布朗（Jerry Brown）正式宣布，10 月 16 日为加州“乔布斯日”。

乔布斯的一生离经叛道、桀骜不驯。他是艺术家、科学家、发明家、探险家、企业家，也不完全是，他是跨文化的符号。



目 录

第 1 章 活着就是为了改变世界 /1

- 活着就是为了改变世界 /2
- 每一件事都要做到精彩绝伦 /5
- 发现我们真正爱做的事，夫复何求？ /7
- 每一天都是生命中的最后一天 /10
- 人文艺术和科学技术的交界处 /13
- “求知若渴，虚心若愚” /15
- 保持初学者之心 /15
- 不怕失败，继续冒险 /17
- 及时寻找未来发展的方向 /19

第 2 章 创造革命性的产品 /21

- 苹果幸运地发布了一批革命性的产品 /22
- 我们创造出个人计算机 /23
- 听音乐再也不是一成不变的事了 /25
- 说服世界为内容付费 /27
- 要重塑手机的意义 /31
- iPhone 的键盘是一项宝贵的资产 /34
- 我们成功改变了手机行业的游戏规则 /35
- 没有人会否认平板电脑的时代即将来临 /37
- 批量市场消费电子产品正蜕变成苹果 /39
- 产品会主动适应我 /43

第3章 只能被模仿，不能被超越 /47

不能带来利润不是创新 /48

我们一直在使用别人的成果 /50

创新的理念并不能系统化 /53

创意就是将不同的事物联系在一起 /55

创新在于我们能够掌握每一个零件 /59

“用户友好”的设计思想 /62

专注单一平台可以更具创新力 /65

第4章 疯狂者追求卓越 /69

简单其实并不简单 /70

伟大的设计就在细节之中 /71

魔鬼型的完美主义者 /73

第5章 伟大产品是“品味”的胜利 /77

产品挑选人决定企业命运 /78

我无法说服我自己爱上这个玩意儿 /80

最伟大的设计必须打动人心 /82

不做爬得快，掉得也快的产品 /86

对许多我们没有做的事同样感到骄傲 /88

伟大的产品是“品味”的胜利 /90

第6章 “兜售梦想而非产品” /93

广告的重要性仅次于技术 /94

被咬掉一口的苹果商标 /96

1984 不同于《1984》 /97

不同凡“想”的广告 /99

重整我们的渠道 /101

“20步”的冒险 /103

iPhone 营销项目资金是零 /105

第7章 为内容搭建平台 /107

涉水内容制造商 /108

一项从未有过的服务 /110

为用户把关 /111

第8章 用户最需要被引领 /115

用户最需要被引领 /116

出发点是产品以及用户体验 /118

软件其实就是用户体验 /120

实现苹果公司产品最好的购物体验 /122

第9章 摇滚演唱会式的主题演讲 /125

摇滚演唱会式的主题演讲 /126

乔布斯的个人秀 /130

乔布斯的宗教式营销 /135

“数字营销” /137

第10章 正确前行的方向 /139

超越电脑的束缚 /140

进入后 PC 时代 /143

走出操作系统 /146

正确前行的方向 /148

集中在软件上 /149

第11章 感召“布道者” /153

制造世界上最好的产品 /154

使工作尽可能显现美好 /156

决不妥协的执行文化 /157

集合一切的“地心引力” /159

创新的企业文化 /162

至高无上的保密文化 /164

第12章 出色人才顶 50 名平庸员工 /167

出色人才顶 50 名平庸员工 /168

招聘就像大海捞针 /171

像初创公司那样组织运作 /174

充分磨炼整个高层管理团队 /177

小规模的动作方式 /180

采取更为极端的思路和手段 /182

第13章 只有在苹果才能改变世界 /185

非常关心奖励问题 /186

热爱自己的工作 /187

只有在苹果才可以改变世界 /189

产品是对生命最好的回馈 /190

非常好的主人翁精神 /192

第14章 让复杂技术变得简单 /195

高价推出最棒的产品 /196

吸引开发者和用户 /198

演绎“缺陷美” /201

功能更为丰富的大众产品 /203

让复杂技术变得简单 /205

生存于一个生态系统里 /207

谷歌希望扼杀 iPhone/209

第15章 只有我能重振苹果团队 /213

想到要用这台电脑赚钱 /214

苹果公司成立 /217

我们需要更多的钱 /220

引发了个人计算机的革命 /222

完美主义初显 /224

25 岁时拥有超过 1 亿美元 /225

与 IBM 的初次较量 /228

辞去董事长职务是我的决定 /230

让创新的轮子再转起来 /230

希望拥有一家小公司 /235

定位从个人转向企业 /237

从硬件转向软件开发 /240

将创意与技术完美结合 /242

与迪斯尼的合作 /245

只有我能重振苹果团队 /248

iMac 是苹果起死回生的产品 /251

希望获得同仁的认可 /253

第 16 章 死亡是生命唯一的最佳创造 /255

一个意外出生的男孩 /256

有追求的嬉皮士 /259

我这辈子做过最好的决定之一 /261

与电脑的第一次亲密接触 /264

这种超越友情的情谊仍然存在 /267

寻找人生的方向 /269

被苹果公司解雇是一剂良药 /272

人生观发生了变化 /275

比漫长的公路更长远的回忆 /277

死亡是生命唯一的最佳创造 /279

乔布斯大事记 /284

参考文献 /287

后记 /293

1

第1章

活着就是为了改变世界

17岁时读到的一则格言影响了我：“如果把每一天都当成生命中的最后一天，你一定会找到人生的方向。”过去的33年，每天早上我都会揽镜自问：“如果今天是我人生的最后一天，那我要做些什么？”当我连续多天都得到“没事做”的答案时，那就是该改变的时候了。



活着就是为了改变世界

活着就是为了改变世界，难道还有其他原因吗？

——乔布斯如是说

开拓新生活，改变世界，是乔布斯灵魂深处的冲动与追求。

自从 20 世纪末在盖茨的支持下回归苹果，乔布斯就用他惯常的创新手段，收获了一系列令人眼花缭乱和令业界难望其项背的成功，从而使苹果重新成为 IT 业巨头之一，甚至与谷歌和微软形成三足鼎立之势。而这样的成功，在离开乔布斯的那段时间，对苹果而言就是一个奢求。

对大众而言，乔布斯将作为一个使科技产品成为消费风尚的家伙而载入史册。但他自己呢？他一直以来的动力是什么？到底什么使他与众不同？多年奋斗和失败的经验会怎样改变一个人？苹果另一位创始人史蒂夫·沃兹尼亚克说，“他过去常常谈论着历史上的伟人，使你在某种程度上感到他也想要成为他们或者觉得他已经成了他们。”

诺贝尔奖得主、经济学家保罗·克鲁格曼曾把 21 世纪的前 10 年形容为“大零蛋”。在他看来，“满眼皆一片荒芜”，然而，在失败的废墟中崛起了一个超级英雄——乔布斯。《财富》杂志赞颂乔布斯“在衰退的经济中傲然挺立”“绝处逢生”并“颠覆了整个世界”。史蒂夫·乔布斯总是能用硅片和软件“不断制造奇迹”。《巴伦周刊》曾表示：“美国应该再多 1000 个他（乔布斯）这样的人物。”

乔布斯“激进并成功地”将音乐、电影及手提电话3大市场重新洗牌，同时专注发展计算机产品的本业。企业家若能重塑任何一个市场，已堪称毕生成就，例如亨利·福特改革汽车生产工序等。然而能够同时改变4大现有市场者，乔布斯是史无前例第一人。

苹果发明了个人计算机。

iPod改变了唱片业。环球唱片CEO道格·莫里斯(Doug Morris)曾经说过：“我不理解苹果如何能够在1年的时间内就利用Mac摧毁唱片业。”

用iPhone重新定义了手机。由于iPhone具备优异的多媒体功能，已经对音乐、游戏和其他娱乐产业的营运模式产生巨大冲击，现在影响力也可能扩及电子书市场。正如iPhone 4的广告语所说，“再一次，改变一切。”

用iPad，改变了人们的阅读方式。2010年1月27日苹果公司平板电脑iPad正式发布。美国《新闻周刊》在2010年4月5日的封面文章上开始探讨“苹果的创新与独特”，它相信，乔布斯除了能折腾出些新鲜玩意儿外，其“领导下的企业所设计的新产品在不停地改变着现代人们的预期和周围事物存在的方式。iPad就是一款有着改变未来人们生活方式的产品”。

“iPad的简洁外观和便捷的使用方式掩盖不了它带来的深层变革能力。有人称，iPad引领了一个新的数字计算时代。iPad是终日挂在网上的，它最终会成为人们的电视机、报纸和书库。此外，iPad可能还承载着乔布斯的宏伟大志，以及他公然挑战传统，让硅谷的习惯思维向他低头的意义。今天的互联网代表着自由和选择。然而，乔布斯推出的互联网产品却形成了一个完全封闭的体系。”

乔布斯表示：

当然，我们所做的一切必须要有商业价值，但它向来并非我们的出发点。

乔布斯的目标是改变世界。乔布斯充满远见，但他同时也是脚踏实地的，并密切关注苹果在不同领域的运营情况和各类市场指标。乔布斯的好友、甲骨文CEO拉里·埃里森(Larry Ellison)表示，乔布斯并不是受金钱利益推动的人，他



的一切行为更多是出于对苹果的热爱，以及通过苹果给世界带来改变的理想。

华尔街疯狂推动企业追逐利润，这却导致许多公司被淘汰，这真是残酷的反讽。在企业成长过程中，他们寻觅可持续发展机遇的能力却在减弱。他们变得目光短浅，只听取“最佳客户”的要求。但有一家企业未落入这个俗套，那就是苹果。当面对外界压力时，一家大型上市公司的 CEO 必须在客户利益最大化和季度获利最大化之间做出选择，而多数 CEO 选择了后者，乔布斯则选择了遵从内心和直觉的勇气。

1993 年 5 月 25 日，乔布斯接受《华尔街日报》采访时明确表示：

是否成为全球首富，对我来说其实是无所谓的事情。我更看重的是，在每晚临睡之时，我能对自己说，今天又做出了很精彩的东西。

在 1985 年接受《花花公子》杂志采访时，乔布斯谈到了自己的财富，他说：

你知道，这些钱给我的最大感受就是可笑。所有的注意力都放在钱上，但这根本不是过去 10 年间发生在我身上最深刻或最有价值的事情。这有时反而会让你感觉苍老，当我在大学演讲时，我发现学生们对我最多的了解就是，我是个百万富翁。

对自己的 1 美元年薪，乔布斯在 2007 年时曾开玩笑道：

我每年拿 50 美分用于显摆，另外拿 50 美分用于奖励自己的表现。

我在大学认识的人中，那些真正聪明的人没有一个从政。他们都加入了商界，但都不关心钱。其中一些人挣了很多钱，不过他们并不在乎。他们的生活方式并未有显著改变。他们只不过是尝试一些事情，去失败，去成功，去成长。政界并不能提供这样的环境。许多人的理想主义在政界磨灭了。

拥有你一生都花不完的钱是一种巨大的责任。如果你死了，你显然不希望将巨额资产留给子女，这只会毁了他们的生活。如果你死而无后，你的钱会被政府收走。几乎所有人都认为，自己把钱用于慈善，要比把钱交给政府支配合适得多。你所面临的挑战是，用这些钱回馈社会，体现你的关切和价值观。

乔布斯几乎从不谈论金钱或者财产。在第一次创业期间，他已经有了一栋房子、一辆奔驰车和一辆车把上吊着橙色绒球的宝马摩托车，那是他在公司获得风险投资时买的。按他的标准衡量，在他拥有的东西中，他感兴趣的为数不多。对于乔布斯来说，工作不是为了赚足够多的钱养老。工作与赚钱无关，就是这样。工作是为了带领他的海盗团队创造出一种伟大的产品。

苹果前 CEO 斯库利在一封电子邮件中表示：“史蒂夫·乔布斯充满热情地为改变人类的生活而努力。他从不在意金钱，从未用物质衡量自己的生活。全世界都知道，史蒂夫·乔布斯是一位充满智慧的天才，他将科技变成了魔术。乔布斯仍然通过他所设计的优秀产品和他在媒体上的表现生活在我们中间。”

2011 年 10 月 5 日，乔布斯走了。当天，苹果总部在其南侧草地上，有人自发地把 iPad 放在一张椅子上，苹果网站主页上那张乔布斯的半身照片定格，他被鲜花、卡片和蜡烛围绕着。iPad 的主人要走了，另一个 iPad 又放回原处。

每一件事都要做到精彩绝伦

人这辈子没法做太多事情，所以每一件都要做到精彩绝伦。

——乔布斯如是说

乔布斯是一个奇迹，他总是给外界以不断的惊喜，他天才般的电脑天赋、绝妙的创意脑筋、伟大的目标、处变不惊的领导风范铸就了苹果企业文化的核心内



容，苹果公司的雇员、股东们对他的崇拜甚至达到宗教般的狂热。

尽管苹果每年只能开发出一到两款新产品，但几乎每款都能引起美国国内甚至世界的轰动。过去几年中，没有哪一个企业，获得过比苹果更多的、堪称工业设计领域“奥斯卡奖”的美国工业设计协会（IDSA）颁发的奖项。

当所有大佬都在忙着制定行业标准，乔布斯躲在一隅醉心研究他的“小物件”，iMac、iPod、Nano、iTune、iPhone……用户不买平台，不买标准，也不买战略，只买自己醉心的产品。

乔布斯的美好，可能并不只是他像魔术师般的科技天才，他的美好是他怎么为他自己的生命对抗一个几乎是完全不能医治的胰脏癌，他却永不停止不断地创造、发明他个人的科技幻想。其实他在科技界里头最重要的作品，都是同时间跟胰脏癌在赛跑的时候——跟上天借来的时间，这八年里头所完成的。乔布斯说道：

我们本可以在日本某地的某座寺庙里打坐，我们本可以扬帆远航，管理层本可以去打高尔夫，他们本可以去掌管其他公司，而我们全都选择了在这辈子来做这样的一件事情。所以这件事情最好能够做得好一点。

乔布斯全身心地投入苹果运营的每一个细节，即便是产品的包装。乔布斯曾在所有的装运工人面前，为了想出更快更好的包装方式，他亲手完成打包和用收缩薄膜包装的全过程。大部分装运区的工作人员都被吓到，并且明显对这一行为感到不解——但是它确实揭示了提高装运速度的方法。当他做完的时候，在场的人无不鼓掌欢呼。

乔布斯和苹果改变了我们“玩”的方式，是个“将现有的创意变为主流应用”的大家。因为乔布斯通过苹果创造的不仅仅是技术革新，而且往往还有文化革命。乔布斯能把“聪明代码和极致美学专注结合在一起”，“带来改变生活的体验”，“让产品成为心理学、行为科学和哲学等各领域的前沿结晶”。

每当苹果发布新款产品时，在全球各大苹果的直营店门前，都会排起长长的队伍。这些排队者只为在第一时间体验到最新的苹果产品。不少用户甚至彻夜排

队。“这是一种文化。”一位排队者曾这样说。

正是因为这样地专注于产品的各种细节，一个被咬了一口的苹果，只是一个苹果，却在全球拥有超过 5 亿的用户，受到 10 亿多人的喜爱，创造了大约 1100 亿美元的营收（2010—2011 财年）。这就是乔布斯创造的苹果科技王国，一个“活着就为改变世界”的乔布斯创造的。

苹果因乔布斯的“梦想”而辉煌。乔布斯的人格魅力定义了苹果的风格：拥有一个善于表述和预见大众渴望的头脑，作出大胆且大部分正确的决策，激发下级的忠诚与出色表现。

发现我们真正爱做的事，夫复何求？

我认为我们两个是世界上最幸运的人，在正确的地点、正确的时间，发现了我们真正爱做的事。夫复何求？

——乔布斯如是说

盖茨和乔布斯可谓是硅谷的“双子星”，他们分别制造了世界最伟大的操作系统和个人电脑。

1976 年，乔布斯同沃兹在一间车库里通力合作，创造出了世界上第一台个人电脑苹果，比 IBM 进入个人计算机市场早了 5 年。乔布斯也因此成为 IT 行业的奠基人之一。

沃兹回忆说：“史蒂夫没有设计一个电路、设计一个方案或编写一段代码。但是从来不曾放弃销售计算机的念头。史蒂夫说我们先大量宣传并销售一些产品。”沃兹只想用更“酷”的方法研制电脑，以博得同行的承认。与沃兹不同，乔布斯觉得电脑的生命在市场。虽然乔布斯野心很大，但沃兹却同他不是一个心思。那时的沃兹每年能从惠普公司的计算器部门领到 24000 美元的薪水，这对他来讲，已经足以让他过得舒适，他不想放弃这样安逸的生活去争取没有定数的个人计算