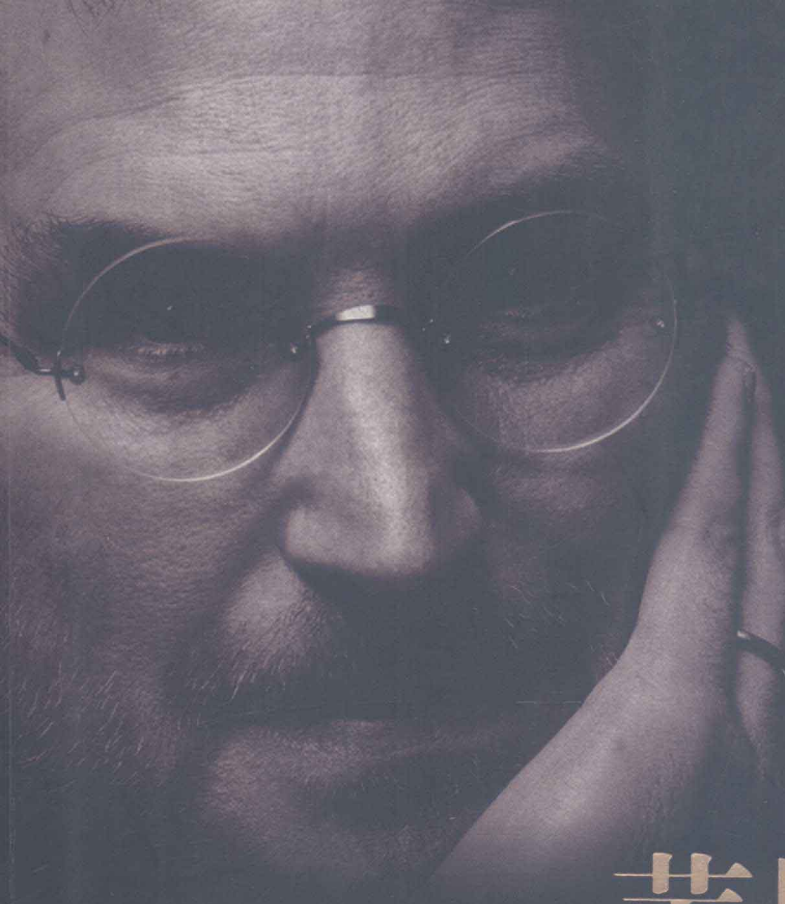




- 他是硅谷的首席创新大师，IT界的拿破仑；
- 他是会“魔法”的商界奇才，万众瞩目的乔帮主；
- 他把一个“苹果”做成了一场大生意；
- 他把行业格局搅得人仰马翻后自己却一骑绝尘……

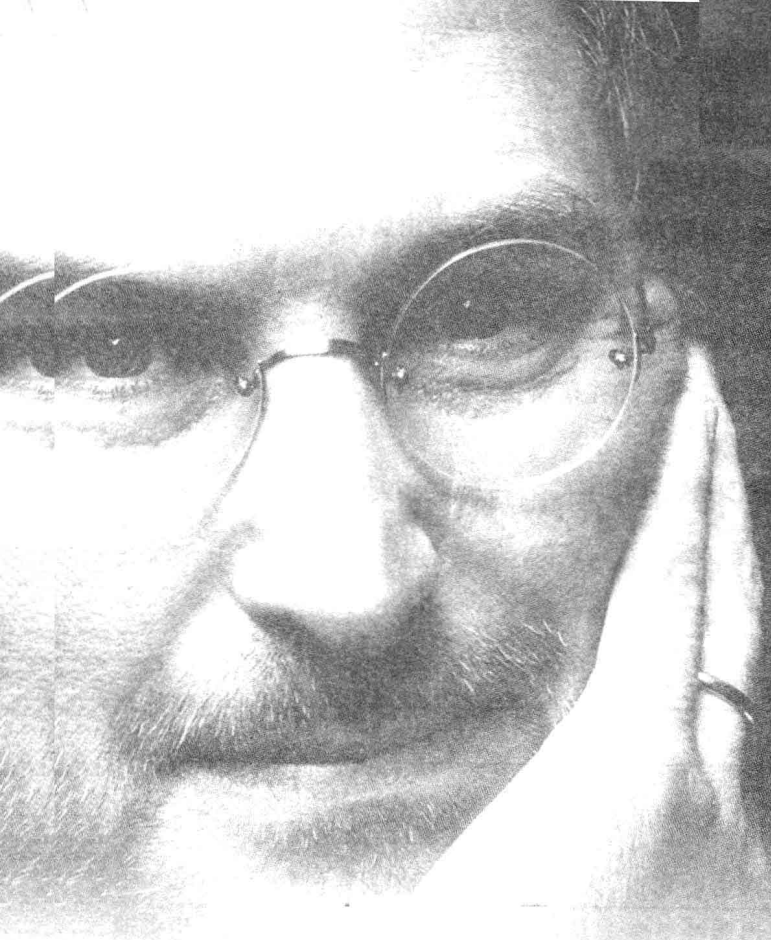
崔智东◎编著

苹果教父 乔布斯

他是全世界众多大腕企业家自愿追随的“教父”
他是财富创造者放在心中的标杆

Steve Jobs

台海出版社



崔智东◎编著

苹果教父 乔布斯

他是全世界众多大腕企业家自愿追随的“教父”
他是财富创造者放在心中的标杆

台海出版社

图书在版编目(CIP)数据

苹果教父乔布斯 / 崔智东编著. -北京:台海出版社,
2011.9

ISBN 978-7-80141-737-4

I. ①苹... II. ①崔... III. ①乔布斯,S.-企业管理-经验
IV. ①F471.266

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 196795 号

苹果教父乔布斯

编 著:崔智东

责任编辑:王 艳

装帧设计:天下书装

版式设计:通联图文

责任校对:吴 康

责任印制:蔡 旭

出版发行:台海出版社

地 址:北京市景山东街 20 号, 邮政编码:100009

电 话:010-64041652(发行,邮购)

传 真:010-84045799(总编室)

网 址:www.taimeng.org.cn/thcbs/default.htm

E-mail:th-cbs@163.com

经 销:全国各地新华书店

印 刷:北京高岭印刷有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误,请与本社联系调换

开 本:710×1000 1/16

字 数:180 千字

印 张:16

版 次:2011 年 9 月第 1 次

印 次:2011 年 9 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978-7-80141-737-4

定 价:32.00 元

版权所有 翻印必究



序 言

他的成功无法复制 ——乔布斯和他的不朽传奇

1

2011年10月5日,苹果公司创始人,董事会主席,前首席执行官乔布斯去世,享年56岁——虽然业界普遍认为罹患癌症的乔布斯去世,不过是早晚的事。

但,这一天真的到来,仍然引发新一轮热潮——他似乎施了什么魔法,牵动了整个世界的神经,令整个世界为之疯狂。

苹果公司的继任者蒂姆·库克在第一时间发表了悼念信,表达自己的惋惜之情。“苹果公司失去了一位富有远见和创造性的天才,世界失去了一位伟人。我们更是失去了一位亲爱的朋友和一名鼓舞人心的导师。史蒂夫留下了一间只有他能够建立的公司和他的精神,这将永远是构成苹果的基石。”

2

乔布斯的生命已经结束,但是他的一生注定会是传奇。

正如李开复在中文版《乔布斯传》的序中提到的那样:“乔布斯本身就



是一个传奇,乔布斯的成功真的无法复制。”对大多数人来说,如果能在一个重要方面改变世界就已十分幸运,而乔布斯却在他商业生涯的不同阶段、在多种情况下以多种方式改变了全球科技和媒体产业。人们的生活方式也因此而改变。

首先,是理念创新。

乔布斯有句经典名言:领袖和跟风者的区别就在于是否创新。奇虎360董事长周鸿祎曾慨叹:“在20年前技术驱动的年代,微软这类以技术为先导的公司把技术做得廉价,把技术做得很大众化,乔布斯的思想已经跨越到20年后的消费驱动时代。”乔布斯率先在产品中置入美学因素,提出“科技要和人文、艺术融合,才能产生让我们的心为之歌唱的结果”,于是才有了多姿多彩的iMac和漂亮的iPad。其他零售商都没有给予苹果产品正确的定位,乔布斯却提出了新的解决方案——苹果商店,并让这样的商店遍布全球,被称为“电脑零售业的奇葩”。

其次,是追求完美。

在对产品质量的要求上,乔布斯是近乎完美的偏执狂。他追求每个步骤和细节的精确,无论是外观设计、用户体验、工业设计,还是系统设计,甚至主板如何摆放,所有的一切都必须尽可能美观。设计师们必须忍受他的吹毛求疵,一遍遍地修改产品,甚至被彻底否定。

再比如,与竞争对手合作。

当苹果与微软在1997年的Macworld展览会上宣布合作时,举世震惊。后来的事实证实了乔布斯的判断——“在我看来,苹果与微软之间的竞争时代已经一去不复返了。这将帮助苹果稳健发展,并让苹果能够对科技行业作出巨大贡献,并推动科技行业的繁荣与发展。”

微软董事长比尔·盖茨得知乔布斯去世后,沉痛地说:“在我们生命的一半以上时间里,曾成为同事、竞争对手和朋友。极少有人能像史蒂夫这样对世界产生如此深远的影响,其后许多代人都将感受到他所带来的变化。有幸和他共事,是我极大的荣幸。我会非常想念史蒂夫。”

.....

以人为镜,可以明得失。乔布斯是一面镜子,照出我们的短处。

现在他走了,这,对苹果意味着什么?这,对我们意味着什么?

3

“你那么爱他,为什么不将他留下。”——因为没有人可以长生不老。在乔布斯的病情加重后,苹果不得不在无奈之中完成了一次帮带传递。

就像一支保持连胜的足球队通常不会轻易改变首发阵容一样,一家正在成功的企业突然宣布更换舵手,肯定是一项艰难的决定。尤其是对于苹果而言。因为上个世纪 80 年代末至 90 年代,乔布斯离去不久,苹果便在短时间内盛极而衰,濒临破产。当年的梦魇还未散去,而这一次,乔布斯是真正的离开了。

不过这确实又是苹果的一次机会,一次从成功跨越到伟大的机会——“企业就是企业家的背影”,尤其是企业的创始人,肯定会在很大程度上决定企业的气质和风格,何况是像乔布斯这样魅力十足的商业奇才。

4

在很多人的印象里,乔布斯的故事非常类似于经典的好莱坞大片——他匹马单枪地发明了 iPod 和 iPhone,以一己之力拯救了当年自己一手成立却又背叛自己的公司。乔布斯的名字,似乎一直和“创新”、“粗暴”这两个词联系在一起,iPod 的成功和他在电梯里解雇员工的桥段一样广为流传。但是仔细想想,我们对乔布斯的了解到底有多少呢?

其实,我们都知道,乔布斯从未来过中国,但仍然影响了无数的中国人,其中包括中国一些知名的企业家。从某种意义上讲,乔布斯在苹果已经并不是一个 CEO 的角色,因为他基本上不管运营、不和华尔街打交道,他的工作性质更接近于“触媒式人物”——给人以灵感,激励别人去行动。

正如他 1998 年接受《财富》杂志采访时说的:“创新不是钱的问题,重要的是你拥有怎样的人才、如何引导他们以及你从中得到多少收获。”

所以,从这一点上说,本书不是乔布斯传记,也不是苹果的传记。

我们没有去详尽挖掘乔布斯的生平往事,而是尽全力去分析——

乔布斯的性格和他目前取得的成功到底有什么关系？

他是如何将自己的个性特征转变为企业哲学的？

乔布斯身上那些不因时代变迁的魔力是什么？

中国企业家到底应该如何向乔布斯学习？

同一件事，如果是乔布斯会怎么做——也就是说，乔布斯能教我们什么？

.....

“所谓不朽者，非有大楼之谓也，而有大师之谓也”，乔布斯是不朽的。也许乔布斯的不羁性情让我们难以望其项背，也许其传奇人生更是可遇而不可求，但，通过本书，我们要的，是在本土企业家身上、卓越管理者身上、在任何一个渴望成功的人身上——看到乔布斯的影子，从而见证属于我们自己的“苹果”！

目

录

Contents

第一章

创新力——乔布斯如何用全新的方式审视事物/1

确实,乔布斯是唯一的,就像只有唯一的一个人拥有属于自己独特的技能和经历一样。

确实,也并非所有人都能复制乔布斯在计算机产业的成功传奇,但我们都学着变得比今天的自己更有创造力,同样能够带来创新和成功。

问题是,怎么做呢?乔布斯能教我们什么?

是什么特质让创新家与众不同 2

- 1.展开联想——食物加工机与家用电脑也可以整合到一起 /2
- 2.不落凡尘——执拗的创新与顽固的神秘王国 /5
- 3.非同凡想——“苹果”为何是世界上最大的教育公司? /7
- 4.拿来主义——好的艺术家复制作品,伟大的艺术家窃取灵感 /10

苹果“人人伸手可及”——“创新之王”的四大启示 13

- 1.少年的阅历是奠定创新力的重要基础 /13
- 2.创新刻不容缓——“我从来不把今天想到的事情放到明天” /15
- 3.求知若渴——初学者看待问题的角度多种多样,专家看待问题的角度少之又少 /16



4.细节为王——如果没有乔布斯,苹果还会对细节如此执着吗?	20
-------------------------------	----

“乔布斯式的创新”——CEO三大实践课	22
----------------------------	----

1.人力竞争课:深度理解“人性”而非技术	23
----------------------	----

2.产品升级课:持续狂奔的“产品挑选人”	26
----------------------	----

3.明星效应课:做不好品牌就不是好CEO	28
----------------------	----

第二章

激情力——苹果公司的核心价值/30

偏执地追求完美,只能属于“个性特点”,而激情力才是苹果和任何团队的“核心价值”。

任何时候,缺失激情的员工都是管理者的梦魇;一支死气沉沉的团队无法成就卓越,只有激情四射的团队才能够创造奇迹。

一名出色的经理人必须学习苹果与众不同的原因所在——当成是艺术品来做,而不是产品,没有最好,只有在激情驱动下的“更好”!

乔布斯调和“完美主义”的方法	31
-----------------------	----

1.“从最少开始”——如果不能十个功能都做到完美,就砍掉五个	32
--------------------------------	----

2.剥夺用户自由的“魔鬼”	33
---------------	----

3.“艺术家乔布斯”的最大启示——美可以存在于意想不到的地方	35
--------------------------------	----

当乔布斯又要休病假时——激情意味着什么	36
----------------------------	----

1.苹果新总部的故事:28年的激情与梦想	36
----------------------	----

2.CEO的“乔氏法则”——如何一开始就选择有激情的员工?	39
-------------------------------	----

三大秘诀,打造和苹果一样激情四射的团队	44
----------------------------	----

1.质量至上,催生上进挑战心	45
----------------	----

2.表扬和批评——“以下犯上的个人文化”	46
----------------------	----



3.制造紧迫感——“禁止吸烟,禁止将狗带入公司……” /48

“在每周一的早上,你能不能利索地爬起来,并对工作充满期待?”

..... 49

1.为什么我们缺乏激情——工作与梦想的方向不一致怎么办? /49

2.三种工作境界:赚钱谋生、事业、使命感 /51

3.这样做,你就能像乔布斯一样找到工作激情 /53

第三章

品牌力——乔布斯谢幕,苹果还甜吗/61

人人都知道终究会有这一天,却没想到这一天来得这样快。

乔布斯宣布辞职之后,一个行业QQ群里爆发了热烈的讨论。讨论的热点依次出现了三个:

苹果今后会怎样?

要不要买一部iPhone5收藏?

乔布斯还好吗?

这应该也是所有苹果用户、从业人员和喜欢苹果公司的人的疑问。

口碑:“有责任让iPhone远离色情” 62

1.“需要我们做的事情很多,你怎么会无所事事?” /63

2.避开焦点小组——一个人能将责任落实到位,而一个集体却将责任悄然分解 /65

3.“不要问苹果给了你们什么,要问你们为苹果做了什么” /67

传播:这个世界因为乔布斯和苹果而形成一個部落 70

1.赋予个体一种有意义的感觉 /70

2.任何事都可以重新定义 /71

3.聚焦于最擅长的专业领域 /73



销售：苹果与众不同的宝典 76

- 1.广告：好奇心杀死猫 /76
- 2.产品发布会：细节是神圣的 /77
- 3.旗舰店：苹果迷的方舟 /78
- 4.宣传：铺天盖地而又准确无误 /79

疑问：没有了乔布斯的苹果还是苹果吗？ 80

- 1.悲观者：乔布斯的离去代表着苹果公司精神支柱的倒塌 /81
- 2.乐观者：苹果公司依然会沿着既定的轨道走下去 /83
- 3.反思：需要乔布斯精神而不是“乔布斯第二” /84

第四章

领导力——管理能力的强弱决定苹果的高度/89

除去病魔带来的困境外，前两次乔布斯的“落”，都与他自身管理方面的一些缺陷不无关系。

由此可见，一个人管理能力的强弱，决定着生活的质量和高度。

从自我管理到帮助他人管理——跟乔布斯学“操盘手” ... 90

- 1.知道自己，评估自己，不要失落了自己 /91
- 2.观照自己、自我完善、寻求资源——七个矮人的团队合作精神 /94
- 3.打造“自我管理”型团队 /97

你的奇迹在哪里——跟乔布斯学时间管理 100

- 1.重要性和紧急性的不同组合——鹅卵石、碎石子、沙子、水 /100
- 2.从一点一滴的小事做起——三只钟的启迪 /103

管理者的权威至高无上——跟乔布斯学“独裁” 110

- 1.没错，每个人都曾被乔布斯恐吓 /111



2.乔布斯只有一个——管理者如何树立自己的领导权威? /113

3.行动指南——问问你自己有几个接班人? /118

激发团队成员的潜力与荣誉感——跟乔布斯学团队建设

..... 119

1.在苹果做的工作绝对独一无二 /119

2.“我一直都非常讨厌以仁慈的方式做这件事”——开除不合格的人 /120

3.“我希望一夜之间改变”——潜力是被逼出来的 /121

第五章

标杆力——为何只有他独一无二/123

作为一个白手起家的企业家、一个影响世界的文化英雄,乔布斯将以何种方式证明自己不朽?

他最终能与甘地、爱迪生、毕加索、约翰·列侬等伟大人物为伍吗?

中国的企业家们应该向乔布斯学习什么?

禅思、谎言与大格局 124

1.让高科技产品像快销品一样流行,像宗教一样触动人们的情感 /125

2.艰难的历险——王者归来是个漫长的历程 /128

3.苹果轴心——“我给你的,你可以拿;我不给的,想都别想,没门儿。”/129

微软与苹果的“婚姻” 131

1.友好的敌人——彼此欣赏,取长补短 /132

苹果VS谷歌——苹果主义与谷歌主义 133

1.打造各自的文化标志——华丽的封闭和神奇的开放 /133

2.化友为敌——业务重叠瓦解伙伴关系 /134

3.苹果与谷歌的决斗,是“一个不可避免的历史进程”? /136



标杆之道——中国企业家谈乔布斯 139

- 1.周鸿祎：“学乔布斯比较容易陷入两个误区” /139
- 2.田溯宁：“我的很多创业都受乔布斯的指导” /143
- 3.李开复：“和他合作并不容易” /146

第六章

性格学——任何人都可以赢得成功/151

他觉得自己消瘦英俊，“络腮胡子看上去颇有英国影星肖恩·康纳利的范儿”；

他和人比谁的湾流V型私人飞机更眩；

他在别人穿西装谈判时穿得“像军阀一样”；

他觉得不使用苹果的人是“用水果蘸大粪吃”。

但这一切都没阻止他殚精竭虑地投入自己坚信的事业，并成为一个人伟大的人。

你不可能比乔布斯的性格更怪诞 152

- 1.“病夫治国”——对乔布斯来说，顾客并不总是对的 /153
- 2.“你的时间有限，不要为别人而活”——寻找你的性格维度 /155

不管你有什么性格，都不能在拖拉的时候依然奖励自己 165

- 1.世上有93%的人都因拖延的陋习而一事无成 /165
- 2.将你的钟表往前调一分钟 /167

任何性格都不能避免犯错——重要的是不能被一块石头绊倒两次

..... 169

- 1.“从不犯错意味着从来没有真正活过” /170
- 2.并不是所有的失败都是成功之母 /171
- 3.同样的错误不能犯第二次——“难嚼的强硬派” /173



第七章

沟通力——世界最想念乔布斯的一件事/178

《连线》杂志撰文称：“世界将会怀念乔布斯作为CEO的时代，尤其是他别树一帜的说话风格——世界最想念史蒂夫·乔布斯的一件事情将会是他的嘴。乔布斯是演讲大师，其演讲跟他出产的产品一样精彩。”

苹果偶像和极客文化——比起iPhone本身，乔布斯的推销力更可怕

..... 179

1. 没人能把苹果的故事讲得更好 /179
2. 巧借外力——“欢迎你，IBM。我们不是开玩笑” /180
3. 巧借一个新鲜名词——“无曲柄电脑” /181
4. 微博上的营销——令人叫绝的140个鲜活的字 /182

乔布斯的演讲技巧——如何透露权威、信心和能量? ... 183

1. 提升肢体语言效果的三大技巧 /184
2. 制造语言生动性的四大亮点 /186
3. 点“数”成金——平庸和卓越的区别 /188

乔氏力场三要素 194

1. 创意越复杂，运用修辞降低理解难度越重要 /194
2. 修辞家乔布斯不说废话 /198
3. 精准到吓人的节奏把控 /201
4. 乔布斯是练出来的——让口才从技术升华为艺术 /208

第八章

影响力——我们的乔布斯、世界的乔布斯/218

我们可以设想这样一种情形：有一个女人向乔布斯走来，她主动介绍自己，说：“我在1982年《时代周刊》封面上就认识你了，我永远记得你。那时



候,你还很年轻,人人都说你是个天才。现在,我是特地来告诉你,与你年轻时的恃才傲物相比,我更爱你现在备受摧残的容颜。”

好的,这是一个幻想,但我们之所以有这种幻想,因为这是我们的心声。

“苹果”被谁咬了一口 219

- 1.改变世界的神奇精灵——Apple iMac /219
- 2.iMac、iTunes、iPod、iPhone——苹果十年浮沉 /221
- 3.iPad可改变的未来——那时世界上的每朵花你都将知道它的名字/223

放逐与荣归:苹果教父的浮沉 224

- 1.众叛亲离——1981年的三件大事 /224
- 2.离而不弃——乔布斯的皮克斯星球 /227
- 3.重掌大权——吸取教训,如鱼得水 /228

乔布斯:学我者生,似我者死 231

- 1.“把苏格拉底的原则运用到生活、工作、学习以及人际关系上” /231
- 2.血泪与辛酸——苹果教父的秘闻 /233

天下谁识乔布斯——CEO谢幕,乔布斯不朽 234

- 1.从私生子到“创意之神”的奇迹 /235
- 2.与苹果无关——“我们只关心一个叫乔布斯的人” /236

附录:乔布斯生平大事表 239



确实,乔布斯是唯一的,就像只有唯一的一个人拥有属于自己独特的技能和经历一样。

确实,也并非所有人都能复制乔布斯在计算机产业的成功传奇,但我们都可以学着变得比今天的自己更有创造力,同样能够带来创新和成功。

问题是,怎么做呢? 乔布斯能教我们什么?

第

一

章

创 新 力

——乔布斯如何用全新的方式审视事物

你和三个人一起拼车,除了司机,乘客中至少有两人拥有苹果手机。一路走来,苹果大到简捷的商业模式,小到产品的丰富色彩,无不牵动着全球人的眼光。

而作为苹果的核心人物——史蒂夫·乔布斯,这个大学只念了一学期,曾被里根总统授予“国家技术奖”,如今刚刚56岁的老头,无疑是当之无愧的“创新之神”。

创新是苹果的秘密武器,但是,史蒂夫·乔布斯并不笃信创新来自于一套现成的“系统”。





苹果的员工从不参加那些旨在锻炼创新能力的研讨会。在苹果学校里你不会看到散布着乐高玩具来激发创新的火花,也不会看到一群员工在所谓的“创新咨询师”带领下参加精心设计的团队建设活动,满世界地玩寻宝游戏。实际上,乔布斯对这些老一套的做法颇为不屑。乔布斯曾经对《纽约时报》的记者说:“我们从不说什么‘让我们来上个课’或‘听好了,这就是创新的五大法则’之类的话!这就像一个并不怎么酷的人努力装酷,结果惨不忍睹!”

所以,创新并不是设计出一套刻板教条、循规蹈矩的创新模式。

我们要学习的,是从苹果的一系列革命性产品身上,挖掘出乔布斯的“创新思维”。这些思维,能够激发你的想象力,提升你的创新力,在事业前进道路上赐予你好点子,助你一臂之力,最终唤起你改变世界的动力。

是什么特质让创新家与众不同?

心理学家一直在寻找这个问题的答案,哈佛的研究人员恐怕是对这个问题研究得最深入的。他们用六年的时间走访了三千名公司高管,得出了非常有趣的结论——其实这些调查者当初去直接问问乔布斯的话,能节省很多时间。

1. 展开联想——食物加工机与家用电脑也可以整合到一起

根据他们的结论,创新者和头脑僵化的专业人士之间最重要的差别就是“整合能力”,即将各个不同领域内看似无关的问题、困难或想法成功地