

向疯狂者致敬  
唯有疯狂者能改变世界

林画  
· 编著

# 乔布斯内部讲话

## 关键时乔布斯说了什么

乔布斯内部讲话  
为您独家剖析……

乔布斯留给世人最后的礼物

多种修炼，  
让你与乔布斯看齐！

拥有它才拥有真正的

乔布斯+苹果精神

他的故事既具有启发意义，又有警示意义，充满了关于创新、个性、领导力以及价值观的教益。

乔布斯改变了我们的生活，  
而且改变了我们一切！

他不仅是一个改变游戏规则的人、不断颠覆传统的创业者，他更是一个正在改写人类未来的人，一个影响普通人世界观的人，一个前所未有的梦想代言人。

只有疯狂到以为自己能够改变世界的人，  
才能真的改变  
这个世界。

文匯出版社

# 乔布斯 内部讲话

关键对乔布斯说了什么

乔布斯内部讲话  
为改变世界而讲

苹果公司联合创始人史蒂夫·乔布斯

演讲时间：1997年12月13日

演讲地点：加州帕洛阿尔托

演讲主题：乔布斯内部讲话

乔布斯：乔布斯内部讲话

乔布斯：乔布斯内部讲话  
乔布斯：乔布斯内部讲话  
乔布斯：乔布斯内部讲话

乔布斯：乔布斯内部讲话  
乔布斯：乔布斯内部讲话  
乔布斯：乔布斯内部讲话

乔布斯：乔布斯内部讲话

乔布斯：乔布斯内部讲话  
乔布斯：乔布斯内部讲话

# 乔布斯内部讲话

林画·编著

## 关键时乔布斯说了什么

## 图书在版编目 ( C I P ) 数据

乔布斯内部讲话 : 关键时乔布斯说了什么 / 林画著  
— 上海 : 文汇出版社, 2015. 4  
ISBN 978-7-5496-1399-1

I. ①乔… II. ①林… III. ①乔布斯, S. (1955~  
2011) — 企业管理 — 经验 IV. ①F471.266

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第015117号

## 乔布斯内部讲话：关键时乔布斯说了什么

---

出 版 人 / 桂国强

作 者 / 林 画

责任编辑 / 戴 铮

封面装帧 / 嫁衣工舍

出版发行 /  文汇出版社

上海市威海路755号

( 邮政编码200041 )

经 销 / 全国新华书店

印刷装订 / 三河市金泰源印务有限公司

版 次 / 2015年4月第1版

印 次 / 2015年4月第1次印刷

开 本 / 710×1000 1/16

字 数 / 239千字

印 张 / 17

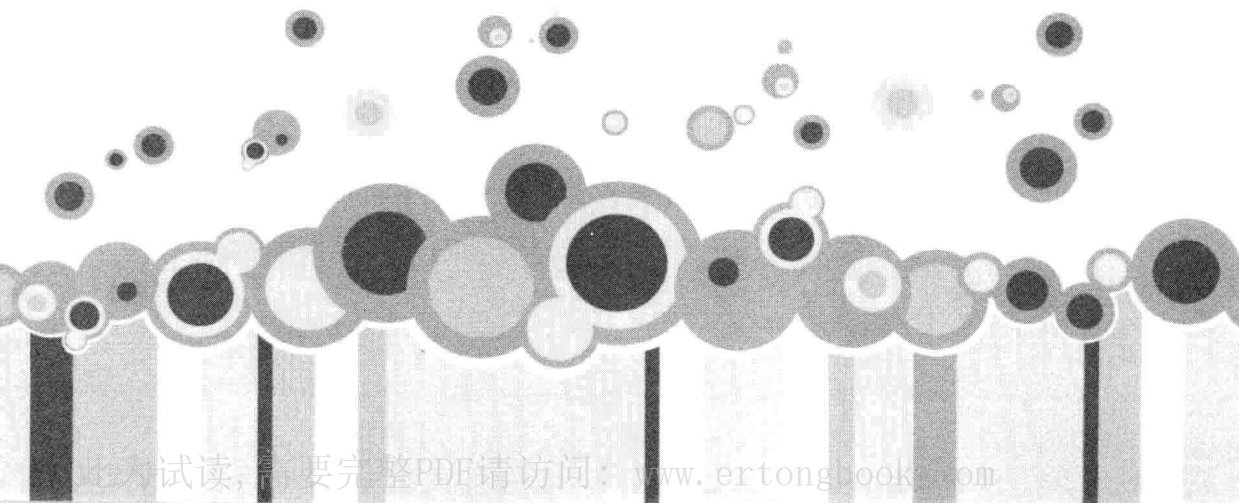
ISBN 978-7-5496-1399-1

定 价：36.80元

一本好书，  
将改变无数人的命运。

- ▶ 二十几岁，  
我们对未来忐忑不安，却忘了确定方向更加重要。
- ▶ 三十几岁，  
我们拼命前进，却找不到人生的绿洲。

忘了梦想？生活只剩绝望？  
对自己诚实吧，哪怕一无所有也要永不止步！  
**收获就藏在不远处。**



## 前言 咬下一口苹果，改变这个世界

一听到“苹果”这个字眼，你第一个想到的是什么？

有人回答：“一种水果，红红的，圆圆的，咬一口，又脆又甜。”

有人回答：“亚当与夏娃吃下的禁果。因为被蛇引诱吃下了禁果，亚当和夏娃被上帝赶出伊甸园，人类文明由此开始。”

有人回答：“从树上掉落、砸在了牛顿头上的那个苹果，是它让牛顿发现了万有引力定律。”

……

人们的回答五花八门，但最普遍的答案却是：“苹果手机 iPhone，苹果电脑 iPad。”

是什么让苹果手机 iPhone、苹果电脑 iPad 如此深入人心？答案就是——乔布斯。

苹果？电脑？这两个看起来完全不搭边的词语，被乔布斯组合在一起后，产生了惊人的魔力。

为什么乔布斯要给公司取名“苹果电脑公司”呢？外界的传言众说纷纭：乔布斯为纪念曾经打工的俄勒冈州苹果园；乔布斯是披头士歌迷，故沿用其唱片公司名称；纯粹只是因为乔布斯爱吃苹果；纪念“计算机科学之父”图灵，因为图灵去世时，床上放着一个咬了一小半的苹果，这个苹果曾在氰化物溶液中浸泡过。

对于这个问题，乔布斯的回答则是：“我那段时间正在吃水果餐，我刚刚从一个苹果农场回来。这名字听上去有意思，有活力，不吓人。‘苹果’削弱了‘电脑’这个词的锐气。还有，这能让我们在电话簿上排在雅达利之前。”

确实，“苹果”这个名字释放出了十分友好而简洁的信号。“苹果”和“电脑”这两个词组合在一起，制造了一种有趣的分裂感——既有一点儿标新立异，但又不会让人觉得古怪。这个名字里还带有一点点反主流文化、返璞归真的气息，又十分美国化。而苹果的标志之所以被设计成咬了一口的苹果，也很好地迎合了乔布斯的这种诉求。

那么，是什么激发乔布斯去创立苹果公司，并创造出一个又一个深入人心的伟大产品的呢？

乔布斯的回答是：“我的动力是什么？我觉得，大多数创造者都想为我们能够得益于前人取得的成就而表达感激。我并没有发明我用的语言或数学。我的食物基本都不是我自己做的，衣服更是一件都没做过。我所做的每一件事都有赖于我们人类的其他成员，以及他们的贡献和成就。我们很多人都想回馈社会，在历史的长河中再添上一笔。我们只能用这种大多数人都掌握的方式去表达——因为我们不会写鲍勃·迪伦的歌或汤姆·斯托帕德(Tom Stoppard)的戏剧。我们试图用我们仅有的天分去表达我们深层的感受，去表达我们对前人所有贡献的感激，去为历史长河加上一点儿什么。那就是推动我的力量。”

为历史长河加上一点儿什么，这就是乔布斯毕生的理想，他也确实做到了。在人们眼中，乔布斯是一个神话般的存在，他亲手打造了苹果帝国，创造了一个又一个人们无法想象的商业奇迹。同时，他的经历也是跌宕起伏的，犹如一部好莱坞大片般精彩。

他曾放弃学业白手起家，也曾少年得志富甲天下；他在中年遇挫陷入低谷，却永不言弃；最后，乔布斯重归万众瞩目的巅峰，可就在事业最辉煌的时候，他竟身染绝症，溘然辞世。他的经历和成绩，让他成了神，可同时，

这个向来被称为异类的人，也被很多人视为谜。

乔布斯离世之后，引发了人们的思考，他是如何成功的？又是如何从惨败回归成功的？引领人们再次改变世界的下一个“乔布斯”在哪儿？什么时候会出现？乔布斯离开了世界，但从未离开过人们的视线。

如今，很多人崇拜乔布斯，更多的人在研究乔布斯，更有人想要成为乔布斯。在这样的背景下，研究乔布斯的思维，找出他成功的秘诀，无疑是非常重要的。而这本书，正是本着这个目的编写的。

本书精选乔布斯企业管理理念中的精粹，从产品、创新、管理、营销等方面全面而深入地分析了苹果产品大获成功的根本原因，旨在给正在奋斗中的年轻企业家一个参考和指引。我们相信，如果获得乔布斯式的思维方式，那么，即使创造不出苹果，一样可以成功。

我们不一定要成为下一个乔布斯，但一定要成为一个成功者，要实现自己的价值。而实现自己的价值最好的方法，自然是研究乔布斯这样的人的经历和思维方式。如果你仔细研读本书，就会发现，乔布斯可能是不可复制的，但绝对不是不可超越的。他的经历我们无法再现，但他的成就并非不可企及。只要努力，我们一样可以成功。我们要追随自己的直觉、专注于自己的事业，愿意为自己的理想去奋斗。只要勇敢尝试，每个人都能成就一番了不起的事业。



## 第一章

### 活着就是为了改变世界

我们在地球的时间都很短，我们或许只有机会做几件真正伟大的事情，并把它们做好。我们谁也不知道自己能活多长时间，我也不知道，但是我感觉必须趁着自己年轻，多取得一些成就。

- ◎ 跟着感觉走 002
- ◎ 了不起的初学者 006
- ◎ 有创见性和献身精神是必要的 010
- ◎ 成功和不成功的差别，在于你是否坚持不懈 014
- ◎ 为了创造传世的公司 018
- ◎ 记住你即将死去 022

## 第二章

### 一切都从伟大的产品开始

我的激情所在是打造一家可以传世的公司，这家公司里的人动力十足地创造伟大的产品。其他一切都是第二位的。当然，能赚钱很棒，因为那样你才能够制造伟大的产品。但是动力来自产品，而不是利润。

- ◎ 为人们提供最好的笔记本 028
- ◎ 用五千个点子磨出一个产品 032
- ◎ 隐藏的细节要完美 036
- ◎ 上市产品才算完工 040
- ◎ 打造以产品为导向的文化 044

## 第三章

### 我的秘诀——专注和简单

这就是我的秘诀——专注和简单。简单比复杂更难，你必须努力让你的想法变得清晰明了，让它变得简单。但是，到最后，你会发现它值得你去做。因为一旦你做到了简单，你就能搬动大山。

- ◎ 做四个伟大的产品就够了 050
- ◎ 勇于对其他100个好点子说“不” 054
- ◎ 让最先进的科技能为普通人所用 059
- ◎ 产品要强大，也要简单 063
- ◎ 坚持下去，让复杂的问题变得简单 067

## 第四章

### 设计真正激动人心的产品

在大部分人看来，设计意味着胶合板，意味着室内装饰、窗帘和沙发的结构。但对我来说，任何事情都离不开设计。设计是人造物品的灵魂，最终通过连续的产品（服务）外层来表达自己。

- ◎ 产品性能是重中之重 072
- ◎ 学点艺术，它会帮上大忙 075
- ◎ 人靠衣裳，马靠鞍 079
- ◎ 再好的技术，也没办法让烂故事变得精彩 084
- ◎ 从设计师到工程师，100%贯彻创意 088

## 第五章

### 做领袖，坚决不做跟风者

领袖和跟风者的区别就在于创新。有很多人在创新，但那并不是我事业最主要的与众不同之处。苹果之所以能与人们产生共鸣，是因为在我们的创新中深藏着一种人文精神。

- ◎ 我们拒绝做戴尔二号、康柏二号 094
- ◎ 对于我们来说，创造才是下一个梦想 097
- ◎ 大赢，首先要领先这个时代 101
- ◎ 和iTunes一起加入音乐革命吧 105

## 第六章

### 创新，其实是旧东西的新组合

并不是每个人都需要种植自己的粮食，也不是每个人都需要做自己穿的衣服，我们说着别人发明的语言，使用别人发明的数学……我们一直在使用别人的成果。

- ◎ 站在人文和科技的交叉点上 112
- ◎ 好的艺术家抄，伟大的艺术家盗 116
- ◎ ipad的灵感激发了iphone的创造 120
- ◎ 借力使力，找出最佳模式 126

## 第七章

### 一流选手喜欢和一流选手共事

人们总是说他们和别人合不来，他们不喜欢团队合作。但是我发现，一流选手喜欢和一流选手共事，他们只是不喜欢和三流选手在一起罢了。

- ◎ 吸引那些想在宇宙中留下印记的人 130
- ◎ 协作招聘更能识别真正的A级人才 134
- ◎ 过程就是奖励，他们终究会明白 139
- ◎ 上下一心，才能改变世界 143
- ◎ 非顶尖员工，必须得离开 148

## 第八章

### 让我们一起干“海盗”吧

选择成为一名海盗，意味着脱离人们对可能性的概念，一小群人做一些伟大的事情，并在历史长河中被铭记。

- ◎ 当“海盗”，不要当“海军” 154
- ◎ 一流人才的自尊心，不需要你呵护 157
- ◎ 会制造噪音的团队，才会磨出美丽的石头 161
- ◎ 关键不在制度，在于如何通过流程实现高效 165
- ◎ 我们相互间应该诚实到残酷的地步 169
- ◎ 卖力工作，就有资格得到期权奖励 173

## 第九章

### 我们不卖产品，只卖梦想

你如何看待自己的顾客？帮助他们激发自己内在的天赋，你将赢得他们的心。有些人觉得买Mac电脑的人疯了，但透过这股疯劲我们能发现天才。

- ◎ 把苹果卖给世界上最有创新精神的人 178
- ◎ 最好的推广：告诉人们我们崇拜谁 182
- ◎ 对顾客，我们的策略是动之以情 188
- ◎ 大敌当前，英雄必须出场迎战 193
- ◎ 必须要有“超酷”的词汇 199
- ◎ 观众最喜欢“哦，还有一件事……” 203

## 第十章

### 产品会自己“说话”

我们从不担心数字。在市场中，苹果将把注意力放在产品上，因为只有产品才能带来差异。在这个行业中，你骗不了人，产品会自己说话。

- ◎ 我们从不做市场调查，也不招收顾问 208
- ◎ 大家会喜欢自由发挥 213
- ◎ 平均每三秒钟卖出一台iPad 218
- ◎ 我喜欢为整个用户体验负责 223
- ◎ 在用户找到问题之前解决问题 229
- ◎ 苹果零售店要10步之内就能到 233

## 第十一章

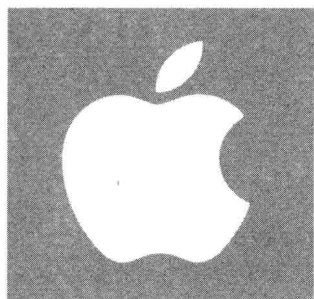
### 预见，未来

你必须相信某样东西——你的直觉、命运、人生、因果报应，无论什么。这种做法从未让我失望，我人生的一切变化都拜它所赐。

- ◎ 未来是多用途产品的天下 238
- ◎ 我们相信后PC这条路苹果走对了 241
- ◎ 要想获得机遇，必须拥有众多资源 247

## 附录

### 乔布斯大事年表



## 第一章

### 活着就是为了改变世界

---

我们在地球的时间都很短，我们或许只有机会做几件真正伟大的事情，并把它们做好。我们谁也不知道自己能活多长时间，我也不知道，但是我感觉必须趁着自己年轻，多取得一些成就。

## 跟着感觉走

有勇气去追随自己的内心和直觉。

你们的时间很有限，所以不要浪费在重复其他人的生活上。不要被教条束缚，那意味着你和其他人思考的结果一起生活。不要被其他人喧嚣的观点掩盖你真正的内心的声音。还有最重要的是，你要有勇气去听从你直觉和心灵的指示。

——2005 年乔布斯在斯坦福大学毕业典礼上的演讲

## 延伸阅读

乔布斯认为，直觉是内心深处的渴望的外部反射，代表的是我们最根本的需求，沿着直觉的方向前进，往往更容易得到我们想要的东西。

人最大的成功不是得到别人想要的东西而获得别人的羡慕，而是得到自己想要的东西从而让自己快乐。所以，在决策的时候，要遵从直觉的指引，因为只有直觉才能提供你最想要的。

作为苹果创始人，乔布斯一直被人们称为“神一般的传奇”，之所以给他这个称号，不仅是因为他推出的改变世界的唯美产品，还跟他的传奇人生有关，当然，也少不了其人本身所带来的神秘光环，尤其是他敏锐、精准的直觉。

在确定自己的人生目标、找准使命这件事的时候，乔布斯是根据自己的直

觉来的。他从小就有一定的志向，觉得自己生来就是被赋予了使命的，这种强烈的感觉伴随他直到长大，是他内心的声音。乔布斯听从自己内心的声音，并将之定为自己的人生目标。有了目标之后，接下来的就是行动了。

在行动方面，乔布斯做得也非常优秀。他是一个目光敏锐的人，总是能看到别人看不到的东西。更重要的是，乔布斯是一个非常执着，甚至有些霸道的人，他不喜欢迎合用户的要求，而是经常挖掘用户尚没发觉的需求。正是凭着这两点，才让他在设计产品的时候能够获得成功。敏锐的直觉让乔布斯发现用户的需求，开发出好的产品；执着让他能够坚持自己的直觉，能够遵循自己的直觉做事，并最终取得成功。可以说，这是乔布斯的两件法宝。

在其他公司看来，客户的需求是需要迎合的，只有做出客户想要的东西，才能够让自己赢得更多的市场，但是乔布斯不这么看，他觉得，自己呈献给客户的才是最好的。而他的呈现方式，更多的是靠直觉指引。在直觉的指引下，乔布斯总是认为自己做出来的东西必然就是用户所需要的。在旁人看来，这是匪夷所思的，更是不太可能的。但是，无数的事实证明，乔布斯是对的，他的那些憧憬总能受到人们喜欢。

当年，当所有人都认为 shuffle 和 iPad 是鸡肋的时候，乔布斯却自信地认为它们是客户最需要的，而且确实硬生生地创造出了市场，引领了潮流。这一现象，很多人不能理解，不过乔布斯向来不以为然，他曾说：“想按照大众的需求设计产品也不是不可能，但真的很难，因为大多数情况下，人们根本就不知道自己想要什么样的产品，因此，一流的人才就是在他们知道他们的产品需求之前，主动告诉他们其所需要的产品。而想要设计出这种产品，就要有敏锐的直觉。”人们一直认为这就是乔布斯的成功秘诀。

如今，乔布斯已经离去，我们无法再见到他的风采了，但是乔布斯的故事依然在流传，更重要的是他做出的产品还在销售，他的那种追求完美的执着精神依然留在世间。而乔布斯精神的核心，就是遵循自己的内心，按照自己的直觉做事。