

瞭望
世界
书系

乔布斯 内部信件

[美] 马克·米利安◎著 侯艳萍◎译

红旗出版社

乔布斯内部信件

[美] 马克·米利安 ◎著
侯艳萍 ◎译

红旗出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

乔布斯内部信件 / (美) 米利安著; 侯艳萍译.

—北京: 红旗出版社, 2012. 12

ISBN 978-7-5051-2460-8

I. ①乔… II. ①米… ②侯… 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 (2012) 第284124号

著作权合同登记号: 图字01-2012-3158

LETTERS TO STEVE: INSIDE THE E-MAIL INBOX OF APPLE'S STEVE

JOBS By MARK MILIAN

Copyright: © 2011 by Mark Milian

This edition arranged with Mark Milian

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

Simplified Chinese edition copyright:

2012 Red Flag Press Limited Liability Company

All rights reserved.

书 名 乔布斯内部信件
著 者 [美]马克·米利安
译 者 侯艳萍

出 品 人	高海浩	选题策划	张景涛
总 监 制	徐永新	责任编辑	张景涛 王海峰 董良敏

出版发行	红旗出版社	地 址	北京市沙滩北街2号
邮政编码	100727	编 辑 部	010-64038529
E - mail	hongqi1608@126.com	发 行 部	010-64024637
欢迎品牌畅销图书项目合作		项 目 部	010-84026619
印 刷	北京画中画印刷有限公司		

开 本	880毫米×1230毫米	1/32
字 数	150千字	印 张 7.5
版 次	2014年1月北京第1版	2014年1月北京第1次印刷

ISBN	978-7-5051-2460-8	定 价	26.00元
------	-------------------	-----	--------

版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换

“亲爱的史蒂夫”，这是人们写给史蒂夫的邮件里的标准称谓。在已故的苹果公司的创始人和长期的领袖史蒂夫·乔布斯所收到的数不胜数的电子邮件中，多半都是这样开头的。

这样的称呼其实颇有些不同寻常，因为在当今的互联网时代，美国人极少会用“亲爱的”来开始一封邮件。对于史蒂夫而言，即使发件人只是素昧平生的人，他也丝毫不觉得用“史蒂夫”这种相对随意的称谓和他沟通有什么不妥。

通常，邮件的内容不外乎是苹果粉丝讨要一只新玩具来把旧的替换掉；或是对史蒂夫可能感兴趣的话题随便聊几句；还有就是出于对史蒂夫正在进行的项目的好奇，从而对项目细节进行一些试探性的询问。

正如史蒂夫所说的那样，缄默不语也是魅力的一部分，但是他也会在言语间隐约给出一点儿暗示。这也正是为何对那么多人而言，给史蒂夫写信是如此难以抵挡，充满了无限诱惑。

这些信件的作者要么是史蒂夫的粉丝；要么就是苹果公司某些怨气冲天的顾客，这些顾客在“讨伐邮件”中情愿或不情愿地透露出他们实际上也是史蒂夫的粉丝的秘密。

邮件的其他主题还包括对史蒂夫是否会亲自阅读邮件这一行为的质疑；当然，大家更感兴趣的则是回复邮件的那个人究竟是否就是史蒂夫本人。（另外一位经常收到粉丝邮件的明星就是圣诞老人啦！他的众多追逐者中男女比例几乎是1：1，但是史蒂夫的情况却明显不同。根据调查，他的笔友们大都是清一色的男性。）

史蒂夫的确会回信的，而且比粉丝们预期的要多得多。通常他的回信总是毫无例外的简洁，如“对的”“不是”“我同意”等等。

但是每当这寥寥数语的确认或是拒绝不期然出现在

苹果粉丝或者评论人士的电脑屏幕上时，收件人无不欣喜若狂，内心陡然升起无限景仰之情。待到心绪恢复平静之时，多数幸运宠儿便会迫不及待地将信件转发，与别人分享自己刚刚被幸运之神眷顾所带来的喜悦。

然而，对收件人而言，随之而来的难题就是需要决定这些信件往来记录是否可以公开。若是将这些信件公之于众，博客“Mac传闻”（Mac Rumors）便是一个最为理想的平台。因为该网站和论坛在苹果粉丝中人气颇高，该论坛的版主也总是欣然应允帖子以匿名状态发表。

出于某些原因，那些与史蒂夫有过邮件往来的人往往愿意选择匿名发表这些信件。如果说他们此举意在与苹果的这位灵魂人物保持良好的关系，他们应该想到史蒂夫本人也拥有一份邮件底稿，如果史蒂夫想要按图索骥找出邮件的作者并不是一件困难的事情。在对史蒂夫狂热的追随浪潮中，可以说理性无从谈起，早已经被追随者抛至九霄云外了。

苹果公司的崇拜者历来众多。如今的苹果犹如一座闻名遐迩的庙宇，吸引着世界上谦恭而虔诚的信徒

纷至沓来，从而在这里完成自己的“麦加朝觐之旅”。接受BBC采访的神经病学专家表示，利用核磁共振技术对大脑进行扫描，他们发现苹果的狂热信徒对苹果产品的景仰之情丝毫不亚于宗教狂热分子对于神明的崇拜。

使用Mac电脑的人习惯于称呼自己为“Mac guys”。普通的手机就是一个手机而已，除非它是一部iPhone。苹果公司2011年的市场营销宣传语就是：“如果你没有一部iPhone，那么，你就无法拥有iPhone的精彩功能。”（If you don't have an iPhone, well, you don't have an iPhone.）

苹果开发的iPad产品，成为了引导市场潮流的平板电脑的主流，被认为是“魔力十足的”。史蒂夫·乔布斯证实说，这个词就是他创造的。

对于致信者而言，希望能够被史蒂夫从每天数以千计甚至数以万计的写信人中挑出来进行回复，那简直就是一种奢望，以至于有些报纸杂志开始纷纷支招，为如何“诱使”史蒂夫回信提供可行性建议。

曾有深谙商界内里乾坤的人士甚至还煞有介事地制

作了一套幻灯片，专门给抱此幻想的人指路，尽管幻灯片的主人自己也从未真正收到过史蒂夫的回信。

一家类似于“the Onion”（注：美国奇趣网站，专门公布根据事实编写的假新闻和笑话等）的叫作Scoopertino（该名来源于苹果公司的总部所在地加利福尼亚州的库比蒂诺——Cupertino）的讽刺网站致力于挖掘与苹果产品相关的一些噱头。

有一次，该网站打出头版头条：“**维基解密公布了史蒂夫邮箱中的14万封信件。**”颇具讽刺意味的是，2011年，维基解密公布了美国驻华大使馆的一份密电，这份密电援引了一位苹果雇员的话，并将史蒂夫列为参考人。从此之后，民间直接来自史蒂夫官方的真实信件就少了，致信人似乎更加难以企及了。

然而，除了Mac Rumors这家传闻网站外，其他的一些网站的确挖掘到了一些关于史蒂夫·乔布斯邮箱中的内幕新闻。

“苹果内幕”（AppleInsider）就是一家这样的网站，它专门分析史蒂夫邮箱中那些“是”和“不是”的

信件，并写成新闻发表。“Mac膜拜”（Cult of Mac）总是在苹果的亿万粉丝中游曳，叫这个名字真是再合适不过了。

还有一家博客，“Mac 9点到5点”（9 to 5 Mac），也是致力于获取史蒂夫的邮件内容。除此之外，还有众多的主流媒体，包括《财富》（Fortune）杂志、《Gizmodo》以及《连线》（Wired）等，它们都纷纷将率先获得史蒂夫的邮件内容作为头号目标。

还有一家博客如同这本书一样，肩负着专门分析史蒂夫信件的重任。这家叫作“史蒂夫·乔布斯的邮件”（Emails from Steve Jobs）的博客，绝对名副其实，凭借着发布了一系列乔布斯的信件而蜚声圈内外。

作为本书的作者，我也曾有幸多次收到史蒂夫发来的一些信件。其中有几封虽然发自乔布斯的信箱，但并没有什么轰动性的新闻价值，或者说并不能得到完全的确认，至少在当时看来是这样，所以我并没有对它们进行报道。

本书中所提及的都是史蒂夫·乔布斯从未向外界发

表过的信件，其中一些来自我与史蒂夫的私人通信，其他的一些是我几个月的调查中获得。

我收到的信件中有一封是关于“苹果公司对于外界宣称苹果将要公开抵制福克斯新闻频道的节目”这条假新闻的公开声明。这条谣言在外界流传甚广，在这封邮件中史蒂夫对此予以了否认，这也是苹果公司关于此事唯一一份记录在案的声明。

上述提到的博客编辑们纷纷表示，他们往往要历尽千辛万苦才能求证出这些信件的真实性的。

博客编辑们要求发件人仔细观察邮件标头，因为这一部分通常包含着一些显示信息来源的数字路径。电脑专家可以通过将标头与史蒂夫真实邮件进行比较从而得出邮件真伪的鉴定结果，但其实对于Google应用略懂一二的人就可以很容易地获得同样的数据并对邮件的真伪进行篡改。

另外一种做法就是《连线》杂志中布赖恩·陈曾经报道过的，即要求收件人对其邮件账户提供证明，然后登录该邮箱去查看第一手的邮件往来记录以求真伪。

用这种方法尽管不能完全避免收件人作假，但确实要困难许多。

事实上，关于邮件的真伪，目前并没有一种简单到连傻子都可以操作的甄别方式。对于本书中所引用的诸多信件，我已经与记者以及宣称与史蒂夫进行通信的人士进行了一一确认。对于那些真实性尚存疑惑的邮件，本书已尽数滤去。至于有的信件嘛，就像是收到圣诞老人的回信一样，有时你还不相信为好。

| 前言 | · 001

CHAPTER **1** 回归苹果 · 001

乔布斯说：“当时我没发现，但现在看来，被苹果电脑公司开除，是我所经历过的最好的事情。成功的沉重被从头再来的轻松所取代，每件事情都不那么确定。这一切让我自由地进入了这辈子最有创意的年代。”

CHAPTER **2** 直面质疑 · 031

有些人因为不能回复邮件而深受其扰。而史蒂夫·乔布斯却常常因为回复了邮件而不断受到烦扰。问题在于：史蒂夫绝非寻常之辈。毋庸置疑，他是商业领域最闪亮的那颗星。现实一点来说，作为一个顶级电脑公司的老板，他当然要阅读电子邮件了。

CHAPTER 3 内幕消息 · 045

在这些邮件往来中，在不断创新与加速的手机操作中，一端是史蒂夫驾轻就熟地控制着话语权；而另外一端，苹果粉丝及评论人士一遍又一遍地刷新着自己的收件箱，每当史蒂夫的回信不期然地出现在电脑屏幕上时，收件人无不激动万分。

CHAPTER 4 一言九鼎 · 077

“我对苹果的爱是如此深沉。”在2010年史蒂夫因病请假的信中，他语气黯然，失落中充满了无限惆怅，这也是他离职前写的最后一封信。有些时候为了替苹果辩护，史蒂夫会一改他一贯的简洁作风，只是为了尽可能详尽地说明苹果为什么要做出这样的决定，或者为了证明苹果所坚守的信念是绝对不可撼动的。

CHAPTER 5 声东击西 · 099

史蒂夫并不喜欢使用诸如“无可奉告”之类的字眼。在有些场合，当他觉得某些问题确实无法作答而又不能置若罔闻时，他就会选择使用障眼法。他会在话里放出一些“烟幕弹”，迷惑敌人，引诱他们向相反的方向奔跑。因此我们常常发现许多情况下史蒂夫的行动和他的言论大相径庭。

CHAPTER 6 铁腕控制 · 123

史蒂夫的出名与其说是因为他制定了英明的决策，还不如说是由于他与对手们斡旋谈判的高明技巧以及他在公共场合所展示出来的对于对手的铁腕控制，从这一点上来说，他绝对不逊色于任何老道的政治家。

CHAPTER 7 资深客服 · 161

作为一名CEO，像史蒂夫一样如此亲力亲为虽然罕见，但也并非绝无仅有。然而却没有几个CEO愿意像史蒂夫一样接受客户的指责与谩骂，但这在苹果公司却是家常便饭。史蒂夫就像是一名资深的客服代表，会直接参与客户服务，并对客户意见投入大量的精力和耐心。

CHAPTER 8 核心团队 · 177

当这名记者开玩笑地询问史蒂夫每次是否都能在争论中胜出时，他一本正经地说道：“如果你想雇用优秀的人才并让他们一直为你工作，你必须给他们充分的机会做出自己的决定，你有时候必须要接受这些观点的。争论的赢家必须是最好的观点，否则的话优秀的人才不会留下来。”

CHAPTER 9 黯然离线 · 187

随着死亡的脚步逐渐临近，史蒂夫对生命的看法变得越来越富有诗意。有些时候，他的情绪也变得不再稳定。2010年接受《时代周刊》杂志的专访时，史蒂夫曾经说过这样的一段话：“我并不认为我的人生就是一种职业生涯，我做过许多工作，我回应各种情况。那并不是什么职业生涯——那就是生活！”

| 后记 | · 199

| 附录 | · 205

CHAPTER 1

回归苹果