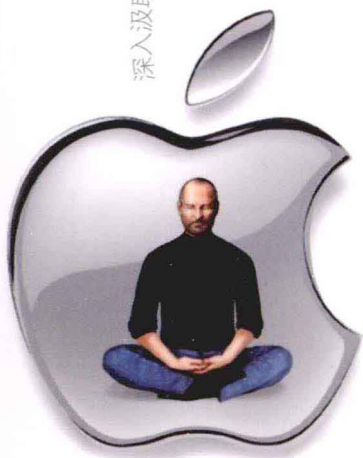


深入汲取乔布斯改变世界的神话般的传奇智慧
迄今最全面精解乔布斯成功哲学的完美读本



吴昊
•
著

乔布斯的哲学

——苹果教父改变世界的方法

THE PHILOSOPHY

OF JOBS



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

乔布斯的哲学

苹果教父改变世界的方法

—— 吴昊◎著 ——

THE
PHILOSOPHY
OF JOBS



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

乔布斯的哲学/吴昊著.

北京: 中国经济出版社, 2014. 1

ISBN 978 - 7 - 5136 - 1265 - 4

I. ①乔… II. ①吴… III. ①乔布斯, S. (1995 ~ 2011)

—人生哲学—通俗读物 IV. ①B821 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 238010 号



责任编辑 严莉

责任审读 霍宏涛

责任印制 马小英

封面设计 任燕飞设计室

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京科信印刷有限公司

经销者 各地新华书店

开本 710mm × 1000mm 1/16

印张 20

字数 327 千字

版次 2014 年 1 月第 1 版

印次 2014 年 1 月第 1 次

书号 ISBN 978 - 7 - 5136 - 1265 - 4/F · 9129

定价 38.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

前言

乔布斯这位“创造天才”的人物，在企业家史上是前无古人的，而这一地位仅仅靠把一家企业做到全球市值第一是无法达到的。乔布斯是科技界的“摇滚巨星”，一个足以比肩托马斯·爱迪生(Thomas Edison)和亨利·福特(Henry Ford)的历史性人物，为多个行业的企业领导人树立了榜样。

美国总统奥巴马表示：“他(乔布斯)的成功在于把自己发明的产品推向了全世界，这已无法用任何词语来褒奖。米歇尔和我向史蒂夫的妻子劳伦、他的家庭以及所有爱他的人致以慰问和祈祷。”

时任俄罗斯总统梅德韦杰夫评价道：“史蒂夫·乔布斯式的人物在改变我们的世界。”

英国前首相布莱尔表示：“乔布斯是一位具有杰出创意才能的人，他拥有准确的灵感和创新的能力，他坚信通过创新的力量可以改变整个世界。他的精神将会永远流传下去，并将时时提醒我们：人类思想的潜能是无限的。”

新闻集团董事长鲁珀特·默多克表示：“史蒂夫·乔布斯是他这一代人中最优秀的 CEO。他变革了人们消费媒体和娱乐内容的方式，我将记住他在这方面的巨大影响。”

微软创始人比尔·盖茨表示：“乔布斯和我在大约 30 年前相识；过去半生里一直以来都是同事、竞争对手和朋友。世界上很少有人拥有乔布斯这般影响力，他将继续影响今后几代人。对于我们这些非常幸运可以和他合作的人，这是无比的荣耀。”

戴尔 CEO 迈克尔·戴尔表示：“今天世界失去了一位富有想象力的领导者，科技行业失去了一位标志性传奇人物。乔布斯的成就将流传很多代。”

谷歌创始人佩奇说道：“他(乔布斯)是一位有着过人成就和骄人光芒的伟大的人。他总能用只言片语说出你实际上应该在想的东西，甚至在你自己想到

之前。他那‘用户体验高于一切’的理念也深深地影响了我。”

谷歌另一位创始人布林表示：“从谷歌最初起步的日子起，无论何时我和佩奇需要寻求远见和领导力，我们只需要将目光转向苹果总部，转向乔布斯。只要你接触过苹果的产品，就可以感受到乔布斯对完美卓越的不懈追求。在我们会面的数次机会里，我亲身感受到了这一点（我是用 Macbook 写下这段话的）。”

谷歌 CEO 施密表示：“史蒂夫·乔布斯是美国近 25 年来最成功的 CEO。他前所未有地把艺术家的灵感和工程师的远见结合在一起，建造了一个非凡的公司。他是美国历史上最伟大的领袖之一。”

Facebook CEO 扎克伯格说道：“史蒂夫，感谢你作为良师益友的陪伴，感谢你所做的一切改变了世界。”

三星电子 CEO 崔志成表示：“史蒂夫·乔布斯为信息技术产业带来许多革命性的改变，是一位伟大的企业家。”

腾讯公司首席执行官马化腾表示：“他（乔布斯）是我的偶像，也是几乎所有认识的朋友心目中敬重的商业领袖。他完美地把科技和艺术结合，创造了世界上最优雅的产品，留下了市值最高的公司。我们还能再崇拜谁呢？”

联想集团董事局主席柳传志表示：“乔布斯先生是个伟大的天才，他不仅把苹果公司带到了一个新的高度，也对全球的 IT 产业有着重大贡献。他在职业生涯中经历了很多困难和挑战，尤其是这几年来顽强地和病魔抗争，都体现了乔布斯先生积极乐观的人生态度和坚韧不拔的毅力。我对乔布斯先生充满了尊重和敬意。”

“他（乔布斯）也是唯一一名受到数百万消费者顶礼膜拜的商人。”先后七次将其列为封面人物的美国《时代周刊》如此评价。这些，都可能是今后世人所无法超越的时代奇迹。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。

乔布斯有句名言：“活着就是为了改变世界，难道还有其他原因吗？”从奥巴马到梅德韦杰夫，从比尔·盖茨到柳传志，几乎所有人都会说，乔布斯改变了世界。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。

乔布斯的成绩单前所未有地辉煌，在他重新掌舵苹果的 14 年里，苹果股票上涨了 300 倍，市值从 20.6 亿美元膨胀为 2012 年的 6230 亿美元，超过埃克森

美孚,成为当今全球市值最大的公司,近千亿美元的现金储备,甚至比美国政府还要有钱。苹果创造的工作机会也正以两位数的速度递增。

从2003年到2011年,我们看着乔布斯从婴儿肥到身型单薄发细如丝。与死神赛跑的最后八年,也是乔布斯爆发创造力最惊人的丰盛岁月。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。

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,他是跨文化的符号。

Think Different 的广告词也许是给乔布斯最好的人生总结:

向那些疯狂的家伙致敬!

他们我行我素、桀骜不驯、惹是生非。

就像方孔中的圆桩,他们用不同的角度来看待问题;

他们既不墨守成规,也不安于现状。

你尽可以赞美他们,否定他们,引用他们,质疑他们,颂扬抑或是诋毁他们,不过唯独不能漠视他们。

因为他们改变了事物,他们让人类向前跨越了一大步。

他们是别人眼里的疯子,却是我们眼中的天才。

因为只有疯狂到认为自己能改变世界的人,才能真正地改变世界。

对于自己的经营哲学,乔布斯曾表示:“活着就是为了改变世界,难道还有其他原因吗?”“人这辈子没法做太多事情,所以每一件都要做到精彩绝伦。”

对于自己曾被苹果解雇,乔布斯表示:“这是一剂苦药,可我认为良药苦口利于病。有时生活会当头给你一棒,但不要灰心。我坚信让我一往无前的唯一力量就是我热爱我所做的一切。”

被自己亲自创办的公司赶出门外,乔布斯并没有灰心,他反而“丢下了失望的沉重,有了从头做起的轻松,我自由地进入了这辈子最有创意的年代”。“作为一个成功者的负重感被作为一个创业者的轻松感所重新代替”。

对于苹果的战略,乔布斯这样说道:“在这个行业里,如果你总回头看,你会被灭的。你必须关注前方。”“人们以为‘专注’的意思就是对你必须关注的事情点头称是。错!‘专注’的全部内涵在于你要敢于说‘不’。”“我们的目标是要制造出世界上最好的产品,当我们做到时,我们就可以睡好觉了。”

“对人类经历的理解程度越高,创新的能力也会越高。”对于创新,乔布斯如是说。

“在苹果公司,我们遇到任何事情都会问:‘对用户来讲是不是很方便?它对用户来讲是不是很棒?’”乔布斯坚持着这样的用户体验:“别问用户想要什么,企业的目标是去创造那些用户需要但表达不出来的需求。”

作为创造力和想象力的终极偶像,史蒂夫·乔布斯独树一帜。这位极具个人魅力的企业领袖,留给人类的不光是颠覆性的变革,还有无限的想象空间。当熟悉的人们谈论他时,有一个专有名词不容忽视,那就是“现实扭曲力场”。正是这种“现实扭曲力场”,使苹果旗下的优秀人才即使被乔布斯臭骂,也会认为与乔布斯在一起工作是件幸运的事。乔布斯后来解释说:“多年以来,我认识到,当你拥有真正优秀的人才时,你不必对他们太纵容,你期待他们做出好成绩,你就能让他们做出好成绩。最初的 Mac 团队让我知道,最顶级的人才喜欢一起工作,而且他们是不能容忍平庸的作品的。你到那个 Mac 团队里随便找个人问问。他们会告诉你,那些痛苦都是值得的。”

iPod 上居然没有开关键,这是苹果产品所有“简洁”中最为玄妙的事情,乔布斯道出了他的设计理念:“为了让 iPod 真正易于操作——关于这一点,我内心经过了很多挣扎——我们需要限制它的功能。”他把尽可能多的功能集合在 iTunes 软件里,用计算机操作。

通过饥饿营销,乔布斯充分利用了媒体,他曾骄傲地说道:“我们什么也没做,iPhone 营销项目资金是零。”

乔布斯认为,出色的人才能顶 50 名平庸的员工,“在工业设计或者编写程序方面,优秀与糟糕之间的区别非常大。好的设计师要比糟糕的设计师好上 100 倍甚至 200 倍”。

乔布斯用人文街(Liberal Arts Street)和科技街(Technology Street)交汇的画面表达了他的信条,他表示:“苹果的基因决定了只有技术是不够的。我们笃信,是科技与人文的联姻才能让我们的心灵歌唱。后 PC 时代的电子设备尤其如此。大家都在涌入这一平板电脑市场,可是他们把它看成下一代 PC,硬件和软件要由不同的公司制造。而我们的体验,以及我们身体中的每一块骨骼,都在说那种方式是不对的。这些是后 PC 时代的电子设备,需要比 PC 更加直观和简单易用,其软件、硬件和应用都要比在 PC 上更加无缝地结合。我们认为,我们不仅有合适的硅构造,而且有合适的组织构造,来制造这种产品。”

本书以乔布斯自述的方式,精练地萃取出了乔布斯的创新与管理等成功哲学精华,并结合当时的背景,对乔布斯的思想进行了深刻的解读,让读者既可以非常鲜明地,一眼看到乔布斯原汁原味的思想,又可以了解到乔布斯当时作决策

时的考虑及事后的反省。

本书可以说是对乔布斯人生及苹果每一步决策过程的深刻解析,读者可以从乔布斯对于产品、设计方面的决策及其思想中得到借鉴,可以从乔布斯的魔力创新与个性管理哲学及我们对其哲学的深入分析中,使自己的管理道行更加高深。CEO、企业家、职业经理人、各类职场人士可以从乔布斯的成功哲学中获益。那些曾经失败过的人或者正在经历困境的人,更是可以从乔布斯对失败的思索及重新崛起中,找到人生迈向成功的新的方向。

第一章 乔布斯的经营哲学

- 把每一天都当成生命中的最后一天 / 3 /
- 活着就是为了改变世界 / 4 /
- 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？ / 6 /
- 不要把时间浪费在别人的生活里 / 6 /
- 我所做的一切不只是事业，而是我的人生 / 7 /
- 处于人文艺术和科学技术的交界处 / 8 /
- 清空你的大脑，让它变得简单 / 9 /
- 商业价值向来并非我们的出发点 / 10 /
- 实现自我创新来摆脱现在所处的衰退趋势 / 10 /
- 苹果电脑的王牌秘诀：创新的速度 / 11 /
- 苹果是唯一一家自己拥有全部业务的公司 / 12 /
- 及时寻找未来发展的方向 / 13 /
- 我的大部分时间都花在前瞻性的工作上 / 14 /
- 将技术、人才、业务、营销以及运气综合在一起 / 15 /
- 初学者的心态是行动派的禅宗 / 15 /
- 如果没有热情，你早晚会放弃 / 16 /

第二章 乔布斯的创新哲学

- 将电脑技术和消费类电子产品市场融合 / 21 /
- 创新变成财富的过程 / 22 /
- 开放式创新：站在巨人的肩膀上 / 22 /
- 并不是每个人都需要种植自己吃的粮食 / 23 /
- 他们把平板当作下一个 PC 来看待 / 24 /

所有人都在抄袭我们，但是我们仍然遥遥领先 / 25 /
领袖和跟风者的区别就在于创新 / 26 /
传统个人电脑迷们会感到他们的世界正在远去 / 28 /
创新的理念并不能系统化 / 28 /
创新的理念可能来自于走廊上的一次碰面 / 29 /
创新是用户实际采纳的东西 / 31 /
伟大的艺术家窃取灵感 / 32 /
你不可能发明所有的东西 / 32 /
创意就是将不同的事物联系在一起 / 33 /
你现在所经历的将在你未来的生命中串联起来 / 34 /
创新与研发资金的多少没有关系 / 36 /
不要拖延，立即开始创新 / 37 /
创新重要的是你拥有怎样的人才 / 38 /
不能带来利润的只是艺术，不是创新 / 39 /
当时争取到的使用权具有划时代的意义 / 40 /
为什么不允许采用 Flash / 41 /
创新在于我们能够掌握每一个零件 / 42 /
安卓就是个支离破碎的系统 / 43 /

第三章 乔布斯的产品哲学

产品也要性感 / 47 /
对人类经历的理解程度越高，创新的能力也会越高 / 48 /
我们必须选择能够正确前行的方向 / 48 /
设计还要看产品是如何使用的 / 49 /
产品设计是关于产品的功能 / 50 /
只是希望能制造出优秀的产品 / 51 /
掌上电脑的兴盛和衰败都是非常迅速的 / 52 /
天哪，瓶子里真的封着一只精灵 / 53 /
它让人感觉很了不起 / 54 /
听音乐再也不是一成不变的事了 / 55 /
让更多的人参与数字音乐革命 / 56 /

要重塑手机的意义	/ 57 /
每个人都恨他们的手机	/ 57 /
我们准备叫它 iPhone	/ 58 /
iPhone 的键盘是一项宝贵的资产	/ 59 /
很多消费者希望同时拥有手机和 iPod	/ 60 /
产品会主动适应我	/ 61 /
产品挑选人：直到有人来告诉他们该怎么做	/ 62 /
不会用糟糕的木头做柜子背面	/ 63 /
像盒子一样规矩的电脑令人很厌烦	/ 64 /
如此简单却呈现出极高的工艺水平	/ 65 /
伟大的设计就在细节之中	/ 66 /
我无法说服我自己爱上这个玩意儿	/ 68 /

第四章 乔布斯的战略哲学

不做爬得快、掉得也快的产品	/ 71 /
从来不会待在原地不动	/ 72 /
大规模数字设备推动着数字生活时代的列车	/ 73 /
信息工具在乎的是速度、完整和移动性	/ 74 /
很少有人会备份	/ 74 /
这是云计算的功劳	/ 75 /
拥有或控制我们所做的任何事的核心技术	/ 76 /
对许多我们没有做的事同样感到骄傲	/ 77 /
“专注”的全部内涵在于你要敢于说“不”	/ 78 /
iPod 让苹果从玻璃天花板底下走出来了	/ 78 /
免费音乐共享软件才是全世界网民的焦点	/ 79 /
计算机技术和消费电子市场交汇处	/ 80 /
苹果电视是“业余爱好”	/ 81 /
从产品制造商涉水内容制造商	/ 82 /
为数字音乐时代提供第一套完整的解决方案	/ 83 /
从来没有一个像这样的服务吧	/ 83 /
在它们之间我们还缺什么呢	/ 85 /

- 没有人会否认平板电脑的时代即将来临 / 85 /
- 苹果公司生存于一个生态系统里 / 86 /
- 去掉标志性的东西，超越电脑的束缚 / 88 /
- 苹果幸运地发布了一批革命性的产品 / 88 /
- 搁置了平板电脑，开始研发手机 / 89 /
- 未来的消费电子产品主要技术都将集中在软件上 / 90 /
- 我们成功改变了手机行业的游戏规则 / 91 /
- 在很高的价格推出最棒的产品 / 92 /
- 尺寸只因将软件战略放在第一位 / 93 /
- 我们要将 PC 和 Mac 的地位降低到仅仅只是一台设备 / 94 /

第五章 乔布斯的用户体验哲学

- 我们可以完全控制用户体验 / 99 /
- 伟大的产品是“品位”的胜利 / 99 /
- 制造出大众化的产品 / 100 /
- 他们只为他们的 iPod 买喇叭 / 102 /
- 苹果是一家移动设备制造商 / 103 /
- 没有人像我们这样做到“用户至上” / 103 /
- 人们不知道自己想要什么 / 104 /
- 创造用户需要但表达不出来的东西 / 106 /
- 等你按用户要求做出来以后，他们又有了新的要求 / 107 /
- 软件其实就是用户体验 / 107 /
- 怎么做能让使用者感觉方便 / 108 /
- 已经建立了一套良好的思维体系 / 109 /
- 希望我们永远都不必使用这一手段 / 110 /
- 让复杂的技术变得让普通人也可以完全理解 / 112 /
- 魔法真的实现了 / 113 /
- 使复杂的应用程序变得更加简单 / 114 /
- 不能问用户需要什么然后给他什么 / 115 /
- 专注单一平台可以更具创新力 / 116 /
- 制造出最优良的产品 / 117 /

第六章 乔布斯的营销哲学

- 广告的重要性仅次于技术 / 121 /
- 苹果电脑就是 21 世纪人类的自行车 / 122 /
- 我们也创造出了新一代的企业 / 124 /
- 我们必须清楚自己想让人们记住我们什么东西 / 124 /
- 让 Macintosh 自己来介绍自己 / 126 /
- 营销：每天售出两万部 iPhone / 127 /
- iPhone 营销项目资金是零 / 128 /
- iPhone 原型机丢失 / 130 /
- 最接近死神的一刻 / 131 /
- 重整我们的渠道 / 132 /
- 有机会告诉用户这些产品的用途 / 133 /
- 用户只会用走 20 步所需的时间去冒险 / 135 /
- 实现苹果公司产品最好的购物体验 / 136 /
- 同一个幸福的终点站 / 137 /
- 一款让所有人都可以买得起的产品 / 138 /
- 以更低的价格推出拥有革命性功能的新产品 / 139 /
- 用户认为价格难以承受，所以我们降价了 / 140 /
- IBM 正将枪口对准苹果 / 141 /
- IBM 想独吞这块市场 / 143 /
- 苹果公司和 IBM 成为业界最强大的竞争者 / 144 /
- 谷歌希望扼杀 iPhone / 145 /
- 开放的系统并非总能胜利 / 146 /
- 功能更丰富的大众产品最终将胜出 / 147 /
- 要使这些技术更容易被感知 / 148 /
- 现在的市场竞争实质上是吸引开发者和用户 / 149 /
- 如果你需要配备一支铁笔，那么你就已经失败了 / 149 /

第七章 乔布斯的管理哲学

- 每个人都应该把一生要做的事做得精彩绝伦 / 153 /
- 全盘否定，从头再来 / 154 /

- 我们是硅谷首批实行股票制的公司之一 / 155 /
- 将所有一切集合在一起的“地心引力” / 156 /
- 对付“牛人”只能采取更极端的手段 / 157 /
- 让这 100 个人交流思想 / 158 /
- 出色的人才能顶 50 名平庸的员工 / 159 /
- 打造 A + 团队并淘汰 B/C 类团队 / 160 /
- 产品最终的成果就是对生命最好的回馈 / 161 /
- 你在其他任何地方都做不了你在苹果可以做的事情 / 162 /
- 他们具有十分良好的主人翁精神 / 163 /
- 员工拥有出众的才华，是公司的竞争优势 / 164 /
- 招聘绝非易事，就像大海捞针 / 166 /
- 我会多次故意让面试者感到心烦意乱 / 167 /
- 开除一些不合格的人是我的工作 / 168 /
- “no”将产品变得面目全非 / 168 /
- 让优秀人才了解公司的方方面面 / 170 /
- 清除组织中对其不利的因素 / 171 /
- 我们像初创公司那样组织运作 / 172 /
- 充分磨炼整个高层管理团队 / 173 /
- 做有意义的工作的唯一办法，是热爱自己的工作 / 174 /
- 有了激情，其他一切都不是问题 / 175 /
- 尽可能地以最极端的思维方式来思考 / 176 /
- 是工作在激发人们的能力 / 177 /
- 我知道他们对我牢骚满腹 / 178 /
- 更具有多学科性只因它的规模小得多 / 178 /

第八章 乔布斯的创业准备哲学

- 我第一次看到它的时候大概只有 12 岁 / 183 /
- 人类创造力的结果，而不是不可思议的东西 / 184 /
- 与电脑爱好者们交流 / 185 /
- 这种超越友情的情谊仍然存在 / 186 /
- 工作如果与你的理想不符，就是坏事了 / 188 /

我这辈子做过最好的决定之一	/ 189 /
那条“拥有快乐和金钱”的招聘启事	/ 190 /
我通常工作到很晚	/ 191 /
在设计方面，沃兹总是比我优秀	/ 192 /
直觉与顿悟是比知觉及意识更高的层次	/ 193 /
19 岁的我登上喜马拉雅山脉	/ 193 /
不必把体力花在消化食物上	/ 195 /
回来时比去时受到了更大的文化冲击	/ 195 /

第九章 乔布斯的初次创业哲学

居然有人能够开发出一款个人电脑	/ 199 /
苹果 I 只是兴趣，也是为了向朋友们炫耀	/ 200 /
大众甲壳虫式的个人电脑	/ 201 /
直到这时我们才想到要用这台电脑赚钱	/ 202 /
顾客喜欢购买的都是装配好的电路板	/ 202 /
你还需要为它购买变压器和键盘	/ 203 /
当计算机还是年轻产业时，我幸运地进入了	/ 205 /
沃兹负责大多数的设计工作	/ 206 /
被咬的缺口让苹果看起来不至于像个大番茄	/ 207 /
用一种积极的方式来解决问题	/ 209 /
我们需要更多的钱	/ 211 /
与微软的首次合作	/ 213 /
我们二人缺一不可	/ 214 /
把电脑放在塑料机箱中	/ 215 /
一台成品计算机，不再是简单部件的组合	/ 216 /
你不必是一位硬件爱好者就可使用	/ 217 /
走进学校，这才是真正的里程碑	/ 217 /
25 岁时拥有超过 1 亿美元	/ 218 /
沃兹无法拒绝他们	/ 220 /
我们将让 IBM 吃不了兜着走	/ 221 /
事情不是永远都朝着我想要的方向发展	/ 223 /

- 在那里没有人是真的想念我 / 223 /
- 苹果就像我的初恋情人一样 / 224 /
- 你必须非常强烈地思索你的内在价值 / 226 /
- 毁灭性的打击 / 226 /
- 辞去董事长职务是我的决定 / 227 /
- 我们的分道扬镳是友善且有尊严的 / 228 /
- 我只是有挫败感 / 229 /
- 被苹果公司解雇是一剂良药 / 229 /

第十章

乔布斯的再创业哲学

- 成功者的负重感被创业者的轻松感代替 / 233 /
- 剪掉脐带，集体出去 / 234 /
- 最擅长的是找到有才华的人 / 235 /
- 让创新的轮子再转起来 / 235 /
- 设计高品位的产品，首先要接触高品位 / 236 /
- 希望拥有一家小公司，并影响它的命运 / 237 /
- 我们的工作站可不是给普通用户用的 / 238 /
- 我们是否应该把自己归类到工作站中去 / 239 /
- 会有多少竞争对手进入这个领域 / 240 /
- 皮克斯将创意与科技结合在一起 / 241 /
- 只是想要确实掌握足够的资金及股份 / 242 /
- 总有一天，所有软件都会采用这种对象技术编写 / 243 /
- 我想我能帮助他们变成商人 / 244 /
- 花了十年时间将创意与技术完美结合 / 245 /
- 我怀疑我是否还会购买这家公司 / 246 /
- 我用于迪士尼的时间将少于皮克斯 / 248 /
- 所有人都可以走了，除了我 / 249 /
- 第一个失败的硬件公司 / 250 /

第十一章

乔布斯的变革哲学

- 我十年前离开苹果时，我们领先同行十年时间 / 253 /

苹果失去了“地心引力”	/ 253 /
我当初聘错了人	/ 255 /
只有一个人能重振苹果团队，那就是我	/ 255 /
我始终对苹果一往情深	/ 256 /
与微软走得更近了	/ 257 /
要生存下去，一定要砍掉过多的项目	/ 259 /
我们的产品不再有任何吸引力了	/ 260 /
不要曲高和寡的产品定位	/ 260 /
组织结构：聚焦与简化	/ 261 /
我们是全球最大的创业公司	/ 262 /
iMac 是苹果起死回生的产品	/ 263 /
电脑这个产业昏迷不醒	/ 264 /
我非常关心奖励问题	/ 265 /
我们密切地注视着电脑产业界的风吹草动	/ 266 /
只用了 60 秒重建了反传统形象	/ 267 /
每一个人都希望获得他人的认可	/ 268 /

第十二章 乔布斯的生活哲学

意外出生的男孩，你们要认养他吗	/ 273 /
他们就是我的父母	/ 274 /
一生中遇见的那几个贵人	/ 276 /
打电话给惠普公司创始人	/ 276 /
内心的学习热情	/ 277 /
与苏格拉底共度一下午的机会	/ 278 /
过度选择的受害者	/ 279 /
无论怎样，我都感到自豪	/ 280 /
我根本不在乎市场占有率	/ 281 /
更看重今天是否做出很精彩的东西	/ 282 /
求知若渴，虚心若愚	/ 282 /
成为父母后，人生观就发生了变化	/ 283 /
人到中年应优先考虑的问题	/ 285 /