



乔布斯^{送给} 男孩的最好礼物

刘全◎编著

北京出版集团公司
北京出版社

一本引导男孩健康成长的**励志经典**！

一本让男孩成长为优秀男子汉的**必读书**！

这是男孩们最想要的礼物，快将此书送给

乔布斯^{送给} 男孩的最好礼物



一本引导男孩健康成长的**励志经典**！

一本让男孩成长为优秀男子汉的**必读书**！

这是男孩们最想要的礼物，快将此书送给他们吧！

刘 全◎编著



北京出版集团公司
北 京 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

乔布斯送给男孩的最好礼物 / 刘全编著. — 北京 :
北京出版社, 2013.1

ISBN 978-7-200-09509-8

I. ①乔… II. ①刘… III. ①乔布斯, S. (1955~
2011) — 生平事迹 — 青年读物 ②乔布斯,
S. (1955~2011) — 生平事迹 — 少年读物 IV.
①K837.125.38-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第269282号

乔布斯送给男孩的最好礼物

QIAOBUSI SONG GEI NANHAI DE ZUI HAO LIWU

刘 全 编著

*

北 京 出 版 集 团 公 司
北 京 出 版 社 出 版

(北京北三环中路6号)

邮政编码: 100120

网 址: www.bph.com.cn

北 京 出 版 集 团 公 司 总 发 行

新 华 书 店 经 销

北京同文印刷有限责任公司印刷

*

787毫米×1092毫米 16开本 13.25印张 150千字

2013年1月第1版 2013年1月第1次印刷

ISBN 978-7-200-09509-8

定价: 23.80元

质量监督电话: 010-58572393



前言

在这个iPad、iPhone空前流行的年代，在这个年轻人几乎人手一件苹果的年代，乔布斯是那些需要树立标杆、追求偶像的男孩们无论如何都避不开的一个。

乔布斯的成就已经无须多言，随着苹果公司的如日中天，全世界都在传颂这位“苹果教父”的故事。

“活着就是为了改变世界，难道还有其他原因吗？”

“领袖和跟风者的区别就在于创新。”

“佛教中有一句话：初学者的心态；拥有初学者的心态是件了不起的事情。”

“我愿意用我所有的科技去换取和苏格拉底相处的一个下午。”

“你的时间有限，所以不要为别人而活。不要被教条所限，不要活在别人的观念里。不要让别人的意见左右自己内心的声音。最重要的是，勇敢地去追随自己的心灵和直觉，只有自己的心灵和直觉才知道你自己的真实想法，其他一切都是次要的。”

……

每个人在父母的眼里都是长不大的孩子。但处于青春期的男孩正是内心最挣扎的时期，他们已经初步建立了自己的价值观体系，他们渴望被尊重，喜欢“为赋新词强说愁”，他们想独立却没有条件独立，他们正面临升学的压力，他们也许还会品尝初恋的甜蜜和痛苦，他们的内心充斥着叛逆思想，他们的脑子里充满了富有创造力的奇思妙想……

乔布斯也有过“男孩”时期，那时的“苹果教父”绝对比你想象的还要不羁，他叛逆、不好好上学，但也是在那个时候，乔布斯选定了自己今后为



之奋斗一生的事业，产生了开公司的想法。从印度归来后，乔布斯渐渐由一个男孩蜕变成一个男人，开启了自己与苹果的传奇故事。

我们每个人都向往成功，无论我们处于社会的哪个阶层，生活在什么样的环境中，我们都希望能够超越自我，实现自己的梦想，通过自己的努力获得成功。但是，在我们的身边，大多数人却总是一次又一次失败。

其实，大多数人之所以不能摆脱失败的困境，总感觉找不到通向成功的道路，并不在于他们的能力有多欠缺，而在于缺乏正确的方法来指引。尤其是青少年，正处在人生的十字路口，对未来的生活充满了向往，也充满了迷茫，每踏出一步都可能对今后的人生道路产生深远影响。因此，对于青少年的指导就显得尤为重要。

乔布斯虽然已经离我们而去，但他的经历，他的故事，对正处于向男子汉蜕变中的男孩们来说，依旧很有指导意义，这是乔布斯送给男孩们的最好礼物，也是本书的成书目的。

本书没有一味地树立乔布斯的光辉形象，而是让男孩们看到一个真实的、更接地气的乔布斯，可以看到他从“不羁男孩”成长为“苹果教父”的历程。

本书没有老套的故事和死板的说教，而是让男孩们看到乔布斯的许多有趣的小故事，并从中学习到他的智慧或是教训。

本书不是一本空洞的“成功学”，书中会提供给男孩们诸多具体实施操作的方法，手把手教你怎么从一个男孩成长为男子汉。

男孩们，翻开这本书，收下乔布斯送给你们的礼物，开启由男孩到男子汉的蜕变之旅吧！



目 录



第一份礼物 创造力无价

- ◎ 创新是一种理念，不是形式 /2
- ◎ 不破不立 /6
- ◎ 想象力比知识重要 /10
- ◎ 创新不是闭门造车 /13
- ◎ 创造力的关键是跨界整合力 /16
- ◎ 不要丢掉好奇心 /20

第二份礼物 做自己热爱的事情

- ◎ 追随自己的心灵 /26
- ◎ 伟大的工作就是你所热爱的 /28
- ◎ 寻找你的热爱所在 /32
- ◎ 不要被别人的评价绑架 /36

第三份礼物 有睥睨天下的野心

- ◎ 欲望就是力量 /42
- ◎ 有志不在年少 /45
- ◎ 你也可以改变世界 /48

第四份礼物 必要时拿出男人的霸气

- ◎霸气源自自信 /52
- ◎果断获得信心，信心产生力量 /56
- ◎敢于“壮士断腕” /59
- ◎“让民主见鬼去吧” /62
- ◎将霸气转化为领导力 /65

第五份礼物 追求质朴的简约

- ◎简约是未来的方向 /70
- ◎简化是为了聚焦 /74
- ◎至繁归于至简 /77
- ◎简洁也是一种力量，少即是多 /80

第六份礼物 奇迹就在细节之中

- ◎人生无大事，事事皆小事 /84
- ◎关注小事，成就大事 /86
- ◎观察力助你发现世界 /90
- ◎成功是细节之子 /94



第七份礼物 掌控时间

- ◎ 把每一天都当作“末日” /98
- ◎ 早点沉下来 /102
- ◎ 善待时间，未来将善待你 /105
- ◎ 先做最重要的事 /108
- ◎ 拖延等于慢性自杀 /111

第八份礼物 学会与你的伙伴合作

- ◎ “个人英雄主义”一去不返 /116
- ◎ 伙伴要找志同道合的 /121
- ◎ 伙伴的质量胜于数量 /125
- ◎ 让你的伙伴有“存在感” /128
- ◎ “贵人相助”是你走向成功的重要环节 /132
- ◎ 你最大的对手也是你最好的朋友 /136

第九份礼物 正视失败

- ◎ 失败就像呼吸一样正常 /140
- ◎ 让每次失败都有价值 /142
- ◎ 失败丈量你的内在力量 /145
- ◎ 在失败中坚持 /148

第十份礼物 永远追求精彩绝伦

- ◎有一颗追求完美的心 / 154
- ◎用一块漂亮的木头去做背板，即使没人看见 / 158
- ◎不是第一就是陪衬 / 163
- ◎每个人都可以追求艺术 / 166

第十一份礼物 为这个世界带来点有意义的事情

- ◎智慧源于思考 / 170
- ◎摆脱依赖 / 173
- ◎带着责任感生活 / 176
- ◎感恩的心 / 181

第十二份礼物 解放你的思维

- ◎敢想，才能敢做 / 186
- ◎开发你的“右脑” / 190
- ◎释放你的个性，离经叛道也无所谓 / 194
- ◎大胆去“偷” / 198
- ◎用逆向思维去打破常规 / 202



创造力无价

创新是在布满暗礁险滩的浩瀚江海探索新的航道；创新是在人迹罕至的荒山原野中辟出新的道路；创新是在人们前所未闻或视而不见的时空中摘取新的花朵。乔布斯和他的苹果能够有现在的成就，一个关键词就是“创新”。十几岁的男孩们正处于生命中最灿烂的阶段，是祖国未来的希望，必须从小就有创新的认识，像乔布斯那样开创造之花，结创造之果。

④ 创新是一种理念，不是形式

乔布斯智慧精粹

我们专注于制造与众不同的产品，但我们不会有这样的想法：让我们去参加研习班吧！让我们去学习5条创新法则吧！让我们想一些创意吧！让全公司都来遵守吧！为了创新而创新，就像没有个性的人非要装得有个性一般，让人看着感觉非常痛苦。

如今的中国，已经成为“世界工厂”，我们在国外随便买一件东西都有很大概率看到“Made in China”的字样，这令很多国人都感到无比自豪，“世界强国”的优越感油然而生，可是你知道下面这几组数据吗？

一只中国生产的鼠标，在美国市场的价格是24美元，其中品牌商能赚10美元，渠道商能赚8美元，而我国的制造厂商只能赚取0.3美元的利润。

我们生产出口一台DVD售价32美元，要交给外国人的专利费是18美元，而制造成本为13美元，中国企业只能赚取1美元的血汗钱。

全球最有价值的100个品牌，每一个品牌的价值都超过10亿美元，而这100个品牌中却没有我们企业的身影。

一位浙江商人说：“出口一件小家电赚不到10美元，而国外企业光专利使用费一年就能坐收几百万美元。”

从上面这组数据中我们看到，我们没有自己的核心竞争力，也就无法树立自主品牌，这迫使我们的产品总是处于国际市场价值链的低端。即使制造能力不断地增强，我们还是无法取得高额利润。



没有自主创新，我们的企业只能充当别人的“产品组装车间”。许多产品的核心技术部件，我们能够制造得出，却创造不出，只能将一笔笔高额的专利费拱手送出，自己只获得少量的利润提成。这种形势必然影响中国企业的发展，甚至进一步影响中国的壮大。

想要改变这种局面，必须从小就有创新的意思；从个人层面来说，不管是哪个领域，想要成为一流人才，创造力都是必不可少的素质。培养创新能力的重要性不言而喻，但同时我们也要避免走入一个误区，那就是只把创新当成一个口号，流于形式。

曾有记者询问乔布斯：“你是否有想过成立创新中心之类的部门，系统化地激发创新？”

乔布斯说：“没有。我们专注于制造与众不同的产品，但我们不会有这样的想法：让我们去参加研习班吧！让我们去学习5条创新法则吧！让我们想一些创意吧！让全公司都来遵守吧！为了创新而创新，就像没有个性的人非要装得有个性一般，让人看着感觉非常痛苦。”

在创新上，乔布斯最反对为了创新而创新，他一直抨击只重视技术创新的做法。与热衷于技术创新的比尔·盖茨不同，乔布斯从不迷恋技术创新。

从2006年至2009年，苹果公司用于技术研发的费用只有46亿美元，而微软却达到了310亿美元。2009年，苹果公司在研发上的投入只有11亿美元，相当于微软投入的1/8。

苹果公司用于研发的经费向来很少，他们在开发新技术上花的精力远远不如微软。从技术创新的层面看，苹果几乎没有任何成就可言。但是，苹果公司的产品给人的感觉是一直在引领潮流，总是以创新为卖点。

2007年，苹果公司被《商业周刊》评为“全球最具创新能力的公司”，超过了谷歌、微软等投入大笔资金进行技术创新的巨头。随后，苹果公司连续3年赢得“最具创新能力的公司”称号。

对此，乔布斯发表评论说：“在研发中花了多少钱并不是决定能否实现创新的关键。当年苹果推出麦金塔电脑的时候，IBM在研发上花费的资金至少是我们的100倍。所以这与资金投入无关，重要的是你的团队如何、你的决策者如何以及你自己有多大的能力。”

这就像一些孩子看到班里的那些从农村来的学生虽然生活条件很一般，但他们学习成绩都非常好。于是这些家庭条件相对富裕的孩子故意穿上旧衣服，用便宜的文具，吃馒头就咸菜，以为这样就能成绩好。他们只看到了农村孩子成绩好的表象，却没看到他们刻苦认真学习的精神。同理，创新也是一种精神，是一种深入骨髓的理念，流于形式、只停留在口头上的创新，不会创造出什么有价值的东西。

戴尔电脑在技术和产品外观设计上都没有什么创新之举，但是他们曾经让苹果公司一败涂地，原因就在于他们在直销经营节省成本上有很高明的创新。后来随着其他电脑制造商纷纷借助互联网进行直销后，戴尔就面临更多的竞争对手，不复有之前的优势了。而此时，苹果公司已经转型为消费性电子产品企业，在商业模式和产品应用上不断创新。

苹果不是自己凭空创造，他们的应用创新就是找准市场上一种现有的技术或者产品，在设计和功能上加以改进，制造让顾客难忘的体验。这正是乔布斯擅长的创新之道，他热衷于相对廉价与实用的应用创新。他从未把技术当作公司唯一可长期延续的财富和优势。

乔布斯2004年对《商业周刊》杂志的记者说：

“我们没有专门的创新系统。这并不意味着我们公司没有科学的流程。苹果公司是一家纪律严明的公司，我们拥有了了不起的生产流程，但生产流程本身并不重要。重要的是怎样合理利用流程，使



得公司运作更加有效。

“创新来自于那些有了新创意，或者找到问题解决之道，无论多晚都要给合作伙伴打电话的人，来自于那些对自己的想法充满自信，并且敢于在会议上据理力争，而又不断吸收他人想法的人。”

男孩子们，现在你们手上的iPad、iPhone其实在技术上没有多大的突破，但是你们是否觉得这个小玩意身上到处都是创意？这就是“苹果教父”乔布斯送给你们的礼物：创新是一种理念、一种精神，不会受到任何外界客观条件的限制，只要你想创新，就可以。

如果想要将来有所成就，帮助祖国摘掉“世界工厂”的帽子，男孩子们就要从现在开始，把创新融进自己的血液里，将创新与当前的主要任务——学习紧密结合。

下面介绍几种创造性的学习方法：

1. 要激发自己的丰富想象，提高创造力水平。
2. 探赜索隐。学习从事物的联系中思考，追溯偶然发现的起因，在掌握知识的同时，探赜索隐，追寻前人发现与发明定律、定理和公式的思路。从寻找事物的各种原因中，探索创新思维方式，激发自己提出解决问题的办法。
3. 要善于比较，从比较中打开思路。不谋求唯一正确答案，要“逼迫”自己通过不同的思路达到同一目标。从比较中，发现新问题、新情况，发现老问题的不同解决办法，发现已知情况的新变化，使自己的创造欲在执着的追求中受到激发。
4. 立体思考。要研究认识对象的一切方面、一切联系和“中介”。纵串横联，立体思考，从事物方方面面的联系上，去发现问题和发现与问题相关的各种关系，从而获得解决问题的方法。

● 不破不立

乔布斯智慧精粹

当有屏幕的音乐播放器几乎占据所有市场的时候，乔布斯却将这个规则完全打破，创造出了一款没有屏幕的*iPod Shuffle*，一开始也许会有消费者担心没有屏幕会很不方便，但是现在这款小巧精致的音乐播放器已经成为了很多年轻人的最爱。

十几岁的男孩们正处于生命中最灿烂的阶段，此时的你们对这个世界已经有了一定的认识，但思维还可以天马行空，并没有受到过多的条条框框的限制，这正是树立正确创新理念的最佳时机。

这个世界的一切都是守恒的，有新人诞生，就会有旧人逝去，有落红化为春泥，来年就会有嫩绿的草儿萌芽……创新也是如此，有新理念、新发明诞生，旧理念和旧产品就要遭到淘汰。旧的不去，新的不来，有时候大破才能大立。在创新的道路上我们很容易被既有的规则和前人的经验所束缚，这时候我们应该有破而后立的勇气与决心。

乔布斯说苹果公司强项之一就是把高科技转换成身边很普通的东西，给用户以完美的操作体验。而做到这一点，就需要不断打破对科技产品固有的刻板印象，要能建立一种新的思维方式来指导产品的创新。



1998年，苹果推出个人计算机iMac。iMac的出现震撼了整个IT界。它的外形有了全新的改变：半透明的塑料外壳，有蓝绿橙红紫5种颜色可供选择；机身是弧线造型等。iMac的全新问世正是乔布斯“破而后立”战略思想的体现，即不把苹果电脑公司当作一个纯粹的PC制造商，而是变成一个用高科技产品提供全新生活体验的供应商。现在乔布斯又打破了他自己定下的规则，把苹果重新定位成一家提供高端消费电子与服务的公司。

乔布斯擅长破坏性创造，他有这样的勇气和果断的做事风格。而苹果公司也在一次次破坏中激发出了新的创意，创造了新的奇迹。

创新作为一种最灵动的精神活动，最忌讳的就是呆板和教条，任何形式的清规戒律，都会束缚其手脚，使其无法大展所长，只有敢于打破常规的人，才能真正有所作为。艺术大师毕加索曾说过：“创造之前必须先破坏。”破坏什么？破坏传统观念和传统规则！

老师说的不一定是对的，家长说的不一定是对的，书本上说的也不一定是对的，不要把他们当成不容置疑的圣人、真理，只要你有新的想法，就大胆地去尝试，去质疑，去跟老师和家长辩论，理不辩不明，就算最终证明你的新想法是错误的，这整个质疑的过程也会让你受益良多。所以不要有什么顾虑，大胆去想，大胆去做，不破不立。男孩儿怎样才能变为男人？敢想、敢做、敢当！

2005年1月，苹果引入了iPod Shuffle，这是一个更具革命性的创新。乔布斯注意到iPod上面的“随机播放”功能非常受欢迎，它可以让使用者以随机顺序播放歌曲。这是因为人们喜欢遇

到惊喜，而且也懒于对播放列表进行设置和改动。有一些用户甚至热衷于观察歌曲的选择是否是真正的随机。

这个功能引出了 iPod Shuffle。当鲁宾斯坦和法德尔努力制造一款体积更小、价格更低的闪存播放器时，他们一直在尝试把屏幕的面积缩小。有一次，乔布斯提出了一个疯狂的建议：干脆把屏幕去掉吧。“什么？！”法德尔当时没有反应过来。“去掉屏幕。”乔布斯坚持。法德尔担心的是没有屏幕用户找歌曲会很麻烦，而乔布斯的观点是他们根本不需要找歌曲，歌曲可以随机播放。毕竟，所有的歌曲都是用户自己挑选的，他们只需要在碰到不想听的歌曲时按“下一首”跳过去。

iPod Shuffle 的广告词是：“拥抱不确定性。”

2007年1月，iPod 的销售收入占到了苹果总收入的一半，同时也为苹果品牌增加了价值。

当有屏幕的音乐播放器几乎占据所有市场的时候，乔布斯却将这个规则完全打破，创造出了一款没有屏幕的 iPod Shuffle，一开始也许会有消费者担心没有屏幕会很不方便，但是现在这款小巧精致的音乐播放器已经成为了很多年轻人的最爱。iPod Shuffle 是乔布斯敢于破坏性创造的又一经典案例。

对于男孩子来说，想要在学习以及以后的工作中获得成功，就必须敢于标新立异、推陈出新。突破是创新的核心。创新不是对过去的简单重复和再现，它没有现成的经验可以借鉴，也没有现成的方法可以套用，它是在没有任何经验的情况下去努力地探索。

同时男孩们必须清楚，当面对学习和生活中一些比较简单的问题时，传统与规则确实能起到提高工作效率的作用，但是，在一些较为复杂的问