

<<向乔布斯学创新>>

图书基本信息

书名：<<向乔布斯学创新>>

13位ISBN编号：9787504474148

10位ISBN编号：7504474142

出版时间：2012-1

出版时间：中国商业出版社

作者：李影

页数：299

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<向乔布斯学创新>>

### 前言

2011年10月6日，一代IT天才史蒂夫·乔布斯逝世，一颗商业巨星就此殒落。一个名叫“工作”（Jobs）的人，从此不再继续他的“工作”（jobs），这让全世界的人都无比震惊。

乔布斯是谁？

一个被认为是IT领域内的天才人物，一个行业的精神象征和万千苹果粉丝顶礼膜拜的传奇人物。

有人曾说，有三个苹果改变了这个世界，一个被夏娃吃了，一个砸在了牛顿的头上，第三个握在乔布斯的手中。

将乔布斯的苹果公司，比肩伊甸园中改变人类命运的苹果和激发牛顿发现万有引力的苹果，可谓是一种极高的褒奖。

但乔布斯也担当得起这种褒奖。

从iMac到iPod，从iPhone到iPhone 4，再到风靡全球的iPad。

近年来，美国苹果公司不断推陈出新，分别改变了音乐、手机、媒体以及PC机……也彻底改变着人们的生活方式和流行风潮。

随着产品的不断成功和销量的持续增长，苹果公司的市值也水涨船高。

在2008年1月，苹果的市值超过老牌IT巨头IBM，2010年5月，超越微软成为全球最大的科技公司。

就在短短的一年零两个月之后，苹果市值再次超越埃克森石油公司，登上了全球第一的位置。

在《商业周刊》列出的全球最伟大的公司中，苹果公司排名第一。

而在《哈佛商业评论》88年来第一次推出的最大CEO排行榜中，乔布斯也是当仁不让地排名第一。

在连篇累牍的媒体报道中，大多数人将苹果的胜利归功于其CEO乔布斯的天才。

的确，乔布斯的个人魅力无与伦比，他的设计天才有目共睹，他的营销技能会让无数“苹果粉”如痴如狂。

10多年前的苹果也曾经布满霉斑，面临亏损；而今天苹果金光四溢，已经成为全球最大市值公司，苹果的凤凰涅槃，关键就在于它有了乔布斯。

乔布斯的每一次决策，都是那么的富有智慧，他总是能站在市场的最前沿，总是能先人一步发现商机。

卓绝眼光，让人惊叹。

当他发现商机后，总是能够最快地转化为产品，迅速地占领市场。

现在iPad平板电脑独霸市场，但在当初，并不是仅仅苹果一家发现这个市场，就在几年前，国内也有厂商推出过平板样机，但最终成功的却只有乔布斯，这就是创新力、执行力叠加的商业智慧。

正是靠着这样的商业智慧，苹果一直在引领市场。

乔布斯辞职后苹果股价下挫5%，与苹果公司有着直接利益的相关公司股价均受到冲击，纷纷下跌；而三星和HTC等苹果的竞争对手股价均有较高幅度的增长。

股市显然将苹果等同于乔布斯，认为有乔布斯的苹果才具有杀伤力。

目光转至中国。

中国目前已经成为世界最大的制造国，品质一流的iPhone4也全部由我国企业生产代工。

上到精密电子下到袜子打火机，中国制造业的发展日新月异，但是为什么中国就走不出苹果这样的企业呢？

我们感慨中国缺少苹果这样的企业，其实，我们缺的不是苹果，而是乔布斯。

其实我们缺少的并不是乔布斯，而是缺少乔布斯的创新精神。

正如李开复所说：“乔布斯的成功真的无法复制！”

在他看来，乔布斯就是乔布斯。

你不可能像他那样，单靠自己一个人把握未来的能力就足以保持苹果这个世界最大科技公司的领先优势；也不可能像他那样，一边动辄对员工咆哮，一边又用超强的感染力激发员工的工作热情；更不可能像他那样，一边拥有着嬉皮士和禅宗修士的双重性格，一边又像个摇滚明星一样引得无数粉丝顶礼膜拜。

## <<向乔布斯学创新>>

乔布斯并不是神，苹果能在他的时期辉煌是因为他坚定不移地带领苹果进行着创新。

“乔式”苹果产品都打着“颠覆”和“创造”的符号，乔布斯对苹果产品的愿望也正如苹果iPad产品的广告语“再一次改变世界”。

所以，我们要学习的是乔布斯的创新精神，以及他在创新、创业历程中那些有效的方法论，比如领导魅力提升、产品设计理念、市场营销技巧、人才观、企业文化、管理方法等。

“领袖和跟风者的区别就在于创新！”

“创新无极限！”

只要敢想，没有什么不可能！”

“不要拖延，立刻开始创新！”

“让我们跟随着乔布斯创新的步伐，走出自己的创新之路。”

让中国走出更多的乔布斯，让中国的企业也能够具备对行业的前瞻性和产品创新的积极性，将“中国制造”变成“中国智造”，从而在世界领先！

## <<向乔布斯学创新>>

### 内容概要

这本书从领导魅力、企业管理、企业文化以及如何设计产品、如何成功营销五个方面，全面剖析了乔布斯的创新之道。

这是所有写乔布斯的书中分析得最透彻的一本。

正如李开复所说：“读乔布斯、学乔布斯一定要分清楚：乔布斯纵横捭阖、自由不羁的性情你想学也学不到，乔布斯的传奇人生更是可遇而不可求；但乔布斯在创新、创业历程中那些有效的方法论，比如产业趋势预测、产品设计理念、市场营销技巧、人才观、管理方法等，完全可以学习和借鉴。

”

## <<向乔布斯学创新>>

### 作者简介

李影，黑龙江人，哲学学士学位。  
曾服务于多家知名培训机构及文化公司，涉足经管、励志、亲子等多个领域图书的策划、编写工作，出版过多部畅销书。  
《向乔布斯学创新》是其为纪念一代天才乔布斯的逝世而打造的又一部力作。

## <<向乔布斯学创新>>

### 书籍目录

- 前言 中国需要更多的乔布斯
- 第一章 商界拿破仑——乔布斯独特的领导魅力
  - 改变世界的野心家
  - 只要敢想，没有什么不可能
  - 极度强硬的完美主义者
  - 永不褪色的激情
  - 海盗一样的非凡魄力和冒险精神
  - “东山再起”不是谁都可以做到
  - 热爱，这是坚持下去的唯一理由
  - 极具煽动力的演讲家
  - 求知若饥，虚心若愚
  - 把每一天都当成生命的最后一天
- 第二章 “暴君”式的管理，打造非同凡响的“苹果时代”
  - 四分之一的时间用于招募人才
  - 独具发现天才的慧眼
  - 留住最优秀的A级人才
  - 卖糖水还是改变世界
  - 激励员工的给力方法
  - 战略创新是企业成功的关键
  - 创新管理要跳出思维的框框
  - 卓尔不群的唯一途径是“聚焦”
  - 头脑风暴与决策独裁
  - 竞争对手也可以成为救命恩人
- 第三章 做领袖，而非跟风者——“苹果”就是与众不同
  - IT界的艺术家
  - 创新就是比别人多想一点
  - 打破常规，逆向思维
  - 简单一点，再简单一点
  - 品牌魔法师的必杀技
  - 创新体现在细节之中
  - 打造“杀手级”产品
  - 推陈出新才能永葆青春
  - 给用户最酷的体验
  - 突出产品的核心竞争力
  - 乔布斯的“拿来主义”
- 第四章 创新无极限——看乔布斯的创意营销
  - 明星CEO掳获人心的推销力
  - 未曾营销先造势
  - 革命性的广告营销
  - 攻其不备的“侧翼战”
  - 少则得，多则惑
  - 由产品驱动营销
  - 你的需求由我决定
  - “吊胃口”的饥饿营销
  - 体验一下，才有购买的冲动

## <<向乔布斯学创新>>

有口皆碑的产品不愁卖

“果粉”成就苹果

把人性营销发挥到极致

不卖“苹果”，而是兜售文化和信仰

第五章 苹果的创新文化，孕育未来科技的领跑者

创新是苹果的灵魂

“个人主义”至上

文化的魔力让员工迸发超级能量

“海盗团队”与“海盗精神”

创新的动力是永不满足

打造梦想家的乐园

高效严格是苹果的特质

严苛的保密文化

相信乔布斯

让员工坚信苹果是最好的

内部企业家精神

附录一：乔布斯在斯坦福大学的演讲稿

附录二：乔布斯和苹果公司大事年表

## &lt;&lt;向乔布斯学创新&gt;&gt;

## 章节摘录

冒险是企业家精神的天性。

理查德·坎蒂隆和弗朗克·奈特两位经济学家，将企业家精神与风险或不确定性联系在一起。

没有甘冒风险和承担风险的魄力，就不可能成为企业家。

企业创新风险是二进制的，要么成功，要么失败，只能对冲不能交易，企业家没有第三条道路。

在美国3M公司有一个很有价值的口号：“为了发现王子，你必须和无数个青蛙接吻”。

“接吻青蛙”常常意味着冒险与失败，但是“如果你不想犯错误，那么什么也别干”。

同样，对1939年在美国硅谷成立的惠普、1946年在日本东京成立的索尼、1976年在台湾成立的Acer、1984年分别在中国北京、青岛成立的联想和海尔等众多企业而言，虽然这些企业创始人的生长环境、成长背景和创业机缘各不相同，但无一例外都是在条件极不成熟和外部环境极不明晰的情况下，他们敢为人先，第一个跳出来吃螃蟹。

如今，提到苹果产品，人们就会立即想到一个人物——史蒂夫·乔布斯，一个传奇的伟大人物！

苹果的成功，实际上可以说就是乔布斯的成功。

在推翻“旧势力”的道路上，乔布斯的每一步都让人拍案称奇。

那么是什么让他如此成功呢？

那就是他作为商业领袖的非凡魄力和冒险精神。

作为苹果首席执行官，他一次又一次推出前所未有的全新产品、服务甚至全套商业模式。

他无法确定是否会取得成功，如果不幸失败，可能会带来巨大损失和世人的嘲笑，但他仍然一往无前，毫不在意。

“我从小就把鲍勃·迪伦视为我学习的偶像。

我年龄越大，越能体会到他所有歌曲里所蕴含的哲理，并且发现他从来不会在原地踏步。

一名真正的艺术家知道他想要成为什么样的人，并相信自己可以成为这样的人。

无论成功与否，只要他们不怕失败，继续冒险，他们就依然是艺术家，迪伦和毕加索正是这样的艺术家。

”乔布斯这样描述它的人生观。

回顾苹果的成长历程，一个小小的微型计算机生产商，销售额从1977年的250万美元增长到1983年的9.8亿美元，7年间增长了近400倍。

1980年首次在华尔街公开发行股票，当天就以每股22美元的价格将460万股销售一空，公司净收入1.01亿美元。

1982年在美国《幸福》杂志所评比的全美500家最大企业中已位列第411位，而一年后就跳到了第291位。

一个仅7岁的年轻公司，取得如此业绩，谁能不为之折服？

它就是在微型计算机、PC电脑领域做出巨大贡献和开拓性成就的苹果公司。

1984年的时候，乔布斯离开苹果，随后公司经营愈下，1996年底股价从60美元高点跌至17美元，亏损额高达10亿美元。

1997年，乔布斯回归进行大刀阔斧改革。

创新理念重回苹果，自此用户体验一直贯穿着苹果所有产品线。

他在观念、开发思路、细节等方面与众不同的概念，使得苹果产品一直遥遥领先同行。

从MAC、iPod到iPhone再到iPad系列，乔布斯和他的团队以创新的思维和精巧的设计，始终引领业界最前列，创造出苹果帝国的神话。

同时重新定义了音乐、手机、电影和电脑市场，改变着人们的生活方式。

他总能把已拥有的东西做到极致，同时很难被同行超越。



## &lt;&lt;向乔布斯学创新&gt;&gt;

乔布斯是谁？

乔布斯并不是神，苹果能在他的时期辉煌，是因为他坚定不移地带领苹果进行着创造。

“乔式”苹果产品都打着“颠覆”和“创造”的符号，乔布斯对苹果产品的愿望也正如苹果ipad产品的广告语“再一次改变世界”。

在iPod之前，MP3就诞生了，并统治着音乐播放器市场；在iPhone之前，智能手机也已成为手机的发展趋势；在iPad之前，微软早在10年前就提出了平板电脑概念。

在不少产品战略上，乔布斯都不是最初的开创者，但他也不是随波逐流的人。

当他发现在某个领域，他人已经制定了游戏规则，要领先很难时，他就会重新开创一条路，颠覆整个游戏规则，直到他成为游戏规则的制定者。

所以，乔布斯的确是一个可怕的破坏者，他一出手，对整个主流市场的破坏性是难以估计的。

他用他伟大的创造力，冲出既定跑道，摧毁了竞争的赛道，直奔终点，将对手们远远抛在脑后。

乔布斯重返苹果公司后，曾对经理们大声呵斥：“好吧，你们告诉我这里出了什么事！

我们的产品有问题，那么，我们的产品出了什么问题呢？

我们的产品极为令人失望，它不再有任何吸引力！

“没有乔布斯的苹果公司不再“与众不同”了，走在别人走过的路上，这对于乔布斯来说是无法容忍的，因为那样公司就无法取得领先地位。

所以，当他回到苹果时，首先要做的就是让苹果再次变得“与众不同”。

模仿竞争对手的创意也许短期内可以奏效。

但你无法变成一名创新领袖。

你只是在模仿领先者而已，这不叫创新。

创新需要你打破旧的游戏规则，开辟一条新路。

为何其他公司难以复制苹果创新的法则？

因为，创新需要异常强大的魄力，几乎没有人拥有这种魄力——种甘冒失败的风险坚持创新的魄力。

将公司的产品数量从350个砍到10个是需要魄力的，就像乔布斯1998年回归苹果公司所做的那样；将键盘从智能手机的面板上取消需要魄力，将按键置入触屏需要魄力，就像苹果生产的iPhone那样；将操作系统的一部分代码删除需要魄力，就像苹果对“雪豹”所做的那样；将风扇从电脑上取消需要魄力，就像乔布斯对Apple 所做的那样；将主页上的信息删减得只剩下一件产品需要魄力，就像苹果网站所显示的那样。

苹果公司前首席设计师乔纳森·伊夫曾经说过：“在一家靠创意推动生产的企业里，其危机便是不再继续创新。

而其真正的风险则在于公司领导者认为不要冒险。

“在创新上，乔布斯总是选择一条人迹罕至的路，这看起来是冒险，实际上却是一种超越。

只有冒险才能停止平庸。

这就是苹果成功的关键。

目光从乔布斯转至中国。

中国目前已经成为世界最大的制造国，品质一流的iphone 4也全部由我国企业生产代工。

上到精密电子下到袜子打火机，中国制造业的发展日新月异，但是为什么中国就走不出一位“乔布斯”？

中国与美国从文化、历史到体制和社会结构等都有差异，其中的一些差异阻碍了我国企业的发展，导致中国“创造”不够，少有“颠覆性”产品出现。

中国企业家创新精神不足，或者说没有冒险精神。

……

## <<向乔布斯学创新>>

### 媒体关注与评论

《向乔布斯学创新》这本书从领导魅力、企业管理、企业文化以及如何设计产品、如何成功营销五个方面，全面剖析了乔布斯的创新之道。

这是我读过的所有写乔布斯的书中分析得最透彻的一本。

正如李开复所说：“读乔布斯、学乔布斯一定要分清楚：乔布斯纵横捭阖、自由不羁的性情你想学也学不到，乔布斯的传奇人生更是可遇而不可求；但乔布斯在创新、创业历程中那些有效的方法论，比如产业趋势预测、产品设计理念、市场营销技巧、人才观、管理方法等，完全可以学习和借鉴。

” -- 《倾听自己内心的声音》作者 周海燕 读罢《向乔布斯学创新》这本书，我久久不能平静。

回顾乔布斯辉煌的人生履历，我不禁要发出这样的疑问：究竟是什么驱使乔布斯不断创新进取，开创了苹果的传奇？

“你们的时间有限，所以不要浪费时间过别人的生活。

求知若饥，虚心若愚。

”从这段话中，我找到了答案。

-- 《海底捞一学就会》作者 冯雪 《向乔布斯学创新》这本书为我们展示了一个特立独行、非同凡响的乔布斯。

“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，其他一切都是次要的。

给自己一个培养自己创造力的机会。

不要害怕，不要担心。

过自己选择的生活，做自己的老板！

”这是乔布斯给我的最重要的启示。

-- 《优秀员工的主人翁意识》作者 樊唐荣 乔布斯是一个不折不扣的完美主义者。

苹果的成功要归功于乔布斯对完美的不断追求。

正是这种不断追求创新和完美的精神使苹果开发出了一些看起来并不可能出现的产品。

乔布斯称得上完美主义的守护圣人。

-- 《赢利》作者朱胜良 乔布斯告诉我：成功没有捷径。

你必须把卓越转变成你身上的一个特质。

最大限度地发挥你的天赋、才能、技巧，高标准严格要求自己，把注意力集中在那些将会改变一切的细节上。

细节之处的创新就足以将竞争对手甩在后面。

-- 《中国公司的气质》作者 马春华

<<向乔布斯学创新>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>