

<<苹果DNA>>

图书基本信息

书名：<<苹果DNA>>

13位ISBN编号：9787560974880

10位ISBN编号：7560974880

出版时间：2011-12

出版时间：华中科技大学出版社

作者：乔凡浩

页数：268

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>

<<苹果DNA>>

内容概要

他让苹果公司获得重生，进而颠覆性地重塑了计算机、音乐、电影和电信产业。在一个人的职业生涯中，能改造一项产业已经很了不起了，再造四项产业更是前所未有的，他就是苹果前CEO史蒂夫·乔布斯。

与那些对员工人性化管理的“天使”管理者相比，乔布斯更像个“魔鬼”。

“乔布斯身上好像有一种诱人的光环，这种光环让你忍受他的暴躁、多变，让你凝聚在他的周围，像奴隶般为他工作。

并且他总是有办法让你激情四射。

”乔布斯就是有这样的魔力，让员工们心甘情愿地将“灵魂”交付给他。

乔布斯为什么能够拥有这样的“魔力”？

他是怎样成为美国最伟大的商业领袖的？

翻开本书，研读乔布斯的管理风格，体味乔布斯的经营智慧，找寻苹果成功背后的“遗产密码”。

本书从十个方面为您分析乔布斯的成功之道，总结他的成功技巧，并通过成功的企业案例让您深切体会到企业发展中所需的技巧，从而成功地复制苹果的DNA。

对于每一个渴望成功的人来说，这本书都是不错的启发工具。

<<苹果DNA>>

书籍目录

- 第1课 聚焦产品——苹果的“地心引力”
产品才是逆势的王道
聚焦、聚焦、再聚焦
简单、简单、再简单
- 第2课 慧眼识人——与“巨人”同行
挽弓挽强，用人之长
寻找贵人，改变窘境
不惜重金，强硬挖角
- 第3课 全面掌控——震慑者，而非暴君
人随心动，我的人生我做主
粗暴管理，专制统治出精英
舍我其谁，竞争中毫不退让
全盘操控，控制核心的技术
- 第4课 直面挫折——绝望中寻找希望
看成败人生豪迈，只不过从头再来
任何障碍都不能阻挡前进者的脚步
把勇气保留到底，生活才能更精彩
- 第5课 追求完美——艺术家的化身
关注细节，苹果产品就是艺术品
精雕细刻，不计成本地追求完美
- 第6课 激情演说——煽动力的媒介
激发兴趣，讲述故事或者观点
肢体语言，表达生动运用手势
反复彩排，外加庞大支持系统
- 第7课 树立品牌——与众不同的魅力
拥有野心，活着就是为改变世界
气宇非凡，自负源于自信和实力
敢于说不，放弃并不代表失败
宠辱不惊，永远的英雄和偶像
- 第8课 锐意创新——领袖与跟风者的区别
燃烧激情，不为固有标准而活
非同凡想，兜售梦想而非产品
打破陈规，引领消费者的品位
标新立异，赋予一种新的能力
不当搬运工，学会为生活添彩
- 第9课 海盗团队——A级战斗力的集合
精神凝聚，成为有灵魂的团队
股票期权，战略性的激励武器
化繁为简，精简才能保持战斗力
产品独裁，做游戏规则的捍卫者
- 第10课 右脑管理——未来属于右脑发达的人
取长补短，接受别人的创新之处
以人为本，顾客是企业生存之本
巧设计谋，善搞“饥饿”营销术
强强联合，实现企业资源的互补

<<苹果DNA>>

严谨行事，将产品保密进行到底

章节摘录

传奇一生 不了解乔布斯的生活经历，就无法理解乔布斯成功的源泉。他追求改变世界的梦想、追求完美卓越思想的激情，都源自从小的生活环境和成长经历。

乔布斯1955年2月24日出生于美国旧金山，一出生就被身为大学教授的父亲和颓废派艺术家的母亲遗弃，一对好心的夫妇收留了这个可怜的孩子。

他们当初不会想到，这个男孩日后将掀起一个个风潮，并改变一个时代。

他只有高中学历，读过半年大学。

1976年21岁的乔布斯和26岁的沃兹涅克在乔布斯家的车库里成立了苹果电脑公司。

1977年1月，苹果公司正式注册成立。

1977年4月，美国第一次计算机展览会上Apple 一鸣惊人。

1980年，《华尔街日报》的全页广告写着“苹果电脑就是21世纪人类的自行车”，并登有乔布斯的巨幅照片。

1980年12月12日，苹果公司股票公开上市，在不到一个小时内，460万股全被抢购一空，按当时的收盘价计算，苹果公司高层产生了4名亿万富翁和40名以上的百万富翁。

1983年，Apple Lisa发布，但是Lisa的发布预示了苹果的没落，一台不合实际、连美国人都嫌贵的电脑是没有多少市场的。

可以说苹果兴起之时就是其没落之际。

因为巨大的成功，乔布斯在1985年获得了由里根总统授予的国家级技术勋章，但成功背后却隐藏着极大的危机。

由于乔布斯经营理念与当时大多数管理人员不同，加上市场上其他个人电脑的推出，乔布斯新开发出的电脑节节败退，总经理和董事们便把这一失败归咎于乔布斯。

1985年9月17日乔布斯愤而辞去苹果公司董事长。

辞职以后，乔布斯又创办了NeXT电脑公司，继续开始他的事业之旅。

1986年乔布斯花1000万美元从乔治·卢卡斯手中收购了Lucas Film旗下位于加利福尼亚州Emeryville的电脑动画效果工作室，并成立皮克斯动画工作室。

此后十年，该公司成为了众所周知的3D电脑动画公司，并在1995年推出全球首部全3D立体动画电影《玩具总动员》。

《玩具总动员》、《超人总动员》、《海底总动员》等一系列动画电影的成功，让乔布斯成了与卢卡斯齐名的好莱坞名人。

凭借着皮克斯公司的成功，乔布斯获得了好莱坞大人物应有的地位和尊重。

皮克斯无疑是3D电脑动画的先锋和霸主，它不仅开创了一个新的动画电影纪元，也直接威胁到了迪斯尼在动画电影界的霸主地位。

2006年迪斯尼收购皮克斯，乔布斯也因此成为其最大股东。

在乔布斯风生水起的同时，苹果公司却已濒临绝境。

1996年12月17日，苹果收购NeXT，乔布斯重回苹果。

乔布斯于苹果危难之际重新归来，苹果公司上下皆欢欣鼓舞。

就连前CEO阿梅里奥也在迎接乔布斯的欢迎词中说：“我们以最隆重的仪式欢迎我们最伟大的天才归来，我们相信，他会让世人相信苹果电脑是信息业中永远的创新者。

”重归故里的乔布斯心系改变世界的梦想，他向苹果电脑的追随者们说：“我始终对苹果一往情深，能再次为苹果的未来设计蓝图，我感到莫大荣幸。

”这个曾经的英雄终于在众望所归下重新归来了！

回归苹果以后，乔布斯大刀阔斧地进行改革。

他首先改组了董事会，然后又做出一件令人瞠目结舌的壮举——抛弃旧怨，与苹果公司的宿敌微软公司握手言和，缔结了举世瞩目的“世纪之盟”，达成战略性的全面交叉授权协议。

乔布斯因此再度成为《时代》周刊的封面人物。

<<苹果DNA>>

1998年,肩负着苹果公司的希望、寄托着乔布斯振兴苹果梦想的iMac呈现在世人面前。它是一台全新的电脑,代表着一种未来的理念。半透明的外壳,一扫电脑灰褐色的千篇一律的单调,似太空时代的产物,加上发光的鼠标,以及1299美元的价格标签,令人赏心悦目……iMac可以说是标新立异,非同凡响。为了宣传,乔布斯把笛卡尔的名言“我思故我在”变成了iMac的广告文案,该广告成为永恒的经典。新产品重新点燃了苹果机拥戴者们的希望,乔布斯重新入主苹果公司后他们一直在期待的东西出现了,iMac成了当年最热门的话题。1998年12月,iMac荣获《时代》杂志“1998年最佳电脑”称号,并列“1998年度全球十大工业设计”第三名。1999年乔布斯又推出了第二代iMac,它有红、黄、蓝、绿、紫五种水果颜色的款式供选择,一上市就受到用户的热烈欢迎。1999年7月笔记本电脑iBook上市并受到客户追捧。iBook融合了iMac独特的时尚风格、最新无线网络功能(WLAN)与苹果电脑在便携电脑领域的全部优势,是专为家庭和学校用户设计的“可移动iMac”。1999年10月iBook夺得“美国消费类便携电脑”市场第一名,同时在《时代》杂志举行的“1999年度世界之最”评选中荣获“年度最佳设计奖”。在乔布斯的带领之下,苹果公司终于实现赢利。乔布斯刚上任时,苹果公司的亏损高达10亿美元,一年后却奇迹般地赢利3.09亿美元。1999年1月,当乔布斯宣布第四财政季度赢利1.52亿美元,超出华尔街的预测38%时,苹果公司的股价立即攀升,最后以每股4.65美元收盘,舆论哗然。苹果电脑在PC市场的占有率已由原来的5%增加到10%。业界同仁公认乔布斯为“最成功的管理者”,甚至连当初将乔布斯挤出苹果公司的斯卡利也情不自禁地赞叹:“苹果的逆转不是骗局,乔布斯干得绝对出色。苹果又开始回到原来的轨道。”乔布斯成为一个奇迹,并且这个奇迹还将继续进行下去。他总是给人以惊喜,无论是开始还是后来,他的电脑天赋、平易近人的处世风格、绝妙的创意脑筋、伟大的目标、处变不惊的领导风范,造就了苹果企业文化的核心内容,苹果公司的员工对他的崇敬简直就是一种宗教般的狂热。员工甚至对外面的人说:我为乔布斯工作(I work for Jobs)!

2001年,乔布斯进军音乐领域,苹果公司推出了iPod,从而掀起了一场颠覆传统音乐收听方式的革命。iPod刚一上市,就凭着一流的设计、卓越的性能以及易用性吸引了大批消费者。iPod的发明,让苹果摇身变为全球音乐产业界的关键角色,而乔布斯本人也成为音乐市场的领军人物。2001年iPod销售突破10万台,并且销售势头不减。到了2002年卖出了160万台,增长率超过100%。同时苹果公司在数字音乐市场的占有率也超过了50%。2003年,iPod依然热销,为苹果公司带来了巨大的利润。到了2004年,全球共计销售iPod突破了45亿美元。iPod成为一种身份的象征,几乎形成了一种文化。2002年7月,苹果公司还推出了第一个与PC机兼容的iPod,同时,还推出了iTunes音乐商店来提高iPod的销售量。索尼公司、华纳兄弟公司、环球音乐公司、百代公司和BMG唱片公司也为iTunes音乐商店提供音乐作品,iPod的用户可以通过链接iTunes下载音乐作品。iTunes音乐商店被《财富》杂志评选为“2003年度最佳产品”。随着苹果公司的不断发展,乔布斯作为苹果的最高领导者也具备了强大的个人品牌。

<<苹果DNA>>

人们在提起苹果公司时不得不提到乔布斯，乔布斯俨然成了“苹果教父”。2003年，乔布斯三度登上美国《广告时代》评选的领导品牌名单，同时他还两度名列“营销一百杰”，并且在2003年入选标准更为严格的“营销五十杰”。就在乔布斯准备继续自己人生以及苹果公司的传奇时，他的身体却亮起了红灯。

2004年，乔布斯被诊断出患了胰腺癌。但是，奇迹又一次降临，医生发现他患上的是—种极其罕见的癌症——胰岛细胞神经内分泌肿瘤。这种病症只占每年诊断出的胰腺癌病例的1%，可以通过外科手术切除，而且绝大多数的患者通过切除手术，至少还能活十年。

7月31日，乔布斯做了切除手术，手术后乔布斯恢复得很快，仅仅休息了一个月就回到了苹果公司。2007年，也就是“苹果电脑公司”改名为“苹果公司”的这一年，乔布斯再一次以具有革命性的产品影响了世界，震撼着我们。

2007年1月9日，在苹果公司的年度Macworld上，乔布斯向世人展示了苹果公司即将推出的iPhone手机。iPhone是一款集iPod、智能手机、便携电脑于一体的创新之作，手机运行的系统软件是苹果公司自己的Mac OS操作系统。

2007年6月29日，期盼已久的iPhone手机终于横空出世，虽然价格不低，但是一面市就掀起了购买狂潮。

在iPhone正式发布前一天晚上，许多人为了抢购自己心爱的iPhone手机，半夜拿着睡袋去纽约苹果专卖店门外排队。针对当时的火爆销售场面，媒体评论指出：“对制造手机的任何其他人来说，这是不幸的；但对我们这些使用手机的人来说，这是好消息。

到了2007年7月9日，iPhone手机已经销售了100万台，在iPhone上市200天后，销量已达400万台。

在这个手机行业竞争已经进入白热化的市场，iPhone的热销不能不说是个奇迹。对于来势汹汹的苹果iPhone手机，美国Gartner公司的分析师预测：“苹果公司的市场占有率可以在五年内达到20%。

时至今日，iPhone仍是苹果公司的赢利支柱产品之一，对此乔布斯也强调会不遗余力地推出iPhone的升级产品，就像他所说的：“我们一直努力将iPhone变得越来越好。

2007年，在《财富》杂志的“2007年度25个最成功设计”的评选中，苹果公司的iPhone获得了“全球最成功的产品设计”殊荣。

评委们认为，iPhone成为苹果公司进入手机行业的颠覆之作。无论在外观还是功能上，iPhone都做到了极致。

正是这一年，苹果公司打败谷歌、丰田、索尼、诺基亚、美国生物科技公司以及中国的一流公司，被《商业周刊》杂志评选为“全球最具创新能力的公司”。

这个称号可谓当之无愧，因为无论是iMac、iPod还是iPhone，标新立异的产品和前卫新潮的设计，总可以使苹果产品成为消费者争相追捧的对象。

而苹果之所以有今天的成就，这一切和崇尚“我行我素”的史蒂芬·乔布斯是分不开的。

2008年，“世界上最薄的笔记本电脑”——MacBook Air面市，又一次掀起了IT产业的时尚新潮流。

随着iMac、iPod、iPhone以及MacBook Air的出现，乔布斯不仅成就了自己，也成就了苹果公司。可以说没有乔布斯，就没有今天如此辉煌的苹果公司。

从他创建苹果公司，乃至后来重回“家门”，乔布斯为苹果公司作出的贡献是有目共睹的。

他拯救了岌岌可危的苹果，而且再一次把它推上了计算机行业的霸主地位。

2008年，乔布斯的肝脏功能开始衰竭，最终于2009年3月底，在田纳西州的孟菲斯卫理公会大学医

<<苹果DNA>>

院进行了肝脏移植手术。

9月份，乔布斯又出现在苹果iPod系列的年度更新发布会上。

2010年4月，平板电脑iPad隆重登场，打破了原有平板电脑模式的僵局。

iPad被誉为“一件体现了我们的先进性、革命性的神奇产品”。

在短短的28天时间里，苹果售出了100万台iPad。

它那简单、优雅、方便的用户界面，无论是对成年人还是两三岁的孩子来说，都是无法抗拒的。

2010年5月26日，苹果以2221亿美元市值超越微软，荣登全球最大科技公司的宝座。

在“美国最受欢迎的十大CEO”评选中，乔布斯名列第三。

苹果，因为乔布斯成为一个神奇的名字，也让乔布斯走到人生巅峰。

2011年8月24日，乔布斯正式向苹果董事会提交辞职申请。

他还在辞职信中建议由首席营运长蒂姆·库克接替他的职位。

乔布斯在辞职信中表示，自己无法继续担任CEO，不过自己愿意担任公司董事长、董事或普通职员。

乔布斯在信中并没有指明辞职原因，但他一直都在与胰腺癌作斗争。

2011年8月25日，苹果宣布史蒂夫·乔布斯辞职，并立即生效，他的职位由蒂姆·库克接任。

同时苹果宣布任命史蒂夫·乔布斯为公司董事长，蒂姆·库克将担任董事。

乔布斯三次登上《时代》杂志封面。

2009年，乔布斯成为“最受美国青少年尊敬的企业家”，其资产达54亿美元。

2010年5月26日，苹果荣登全球最大科技公司的宝座。

2011年8月10日，苹果成为全球市值最大的上市公司。

苹果凭什么能超越“巨无霸”微软和谷歌？

也许正如乔布斯所说：“这辈子没法做太多事情，所以每一件都要做到精彩绝伦。”

乔布斯正是以自己对比品与美的独特理解，引领时尚的风潮。

人们之所以高度关注苹果和苹果的产品，是因为在他们看来，苹果有着自己独特的魅力，它的一举一动都能打动人心，撼人灵魂。

乔布斯在苹果的第二时期获得了巨大的成功，这种成功是他在苹果成立的初期可望而不可即的。

那时他被看做一个幻想家和活跃的倡导者而广受称赞，但却不是一个值得尊敬的管理者，甚至苹果董事会也遗弃了他，甩开他另寻经验更为丰富的职业经理人。

如今，56岁的乔布斯，可与当代最受尊敬的商界天才比尔·盖茨比肩，甚至可以说，已经超越了后者。

他的激情、不拘一格和本能直觉融合在一起，成就了非凡的创造力。

他证明了自己是一位桀骜不驯的领导者。

乔布斯不是仅仅创造了勾起消费者欲望、使公司赚钱的多样产品，而且颠覆了四大产业——个人计算机产业、音乐产业、电信、好莱坞影视。

因为乔布斯，人们的生活方式发生了根本性改变。

后乔布斯时代 乔布斯的健康状况多次影响苹果的股价。

2009年1月18日，乔布斯给每位员工发了一封信，声称自己的健康状况远比想象的糟糕，需要暂时离开公司治疗，并相约“夏天再见”。

消息一出，苹果的股价当天便下跌将近10%。

出于对苹果失去了灵魂人物的忧虑，北京时间2011年10月6日14时16分，苹果股价在法兰克福股票市场下跌3.3%。

德国证券公司董事会成员罗杰·皮特斯表示：“至少在今天，乔布斯逝世的消息盖住了关于金融危机的讨论。”

“创造性破坏”曾被用于描述自由市场如何以一种摧毁性的方式来向前发展，而乔布斯所带来的产品是对这一词的绝佳诠释。

“创造性破坏”概念的一位主要研究者、哈佛商学院教授Clayton Christensen在和别人合作的一篇文章中指出，苹果并没有将自己定位为占据市场高端的领先者，而这类领先者的命运，大多数

<<苹果DNA>>

是等待从下游挤入门槛的公司带来行业动荡并最终被其掀下顶峰。

相反，苹果在乔布斯的领导下是主动在多个行业通过产品制造动荡，甚至是在颠覆自己。

随着乔布斯的去世，苹果将决定是否继续保持这一创造性破坏者的角色，或者在继续维持领先地位的同时逐渐丧失锐气。

虽然10月4日苹果新品发布会的气氛令人担心苹果正在走向第二条道路，不断升级的iPhone和iPad固然可以使苹果在相当长时间内保持领先，但真正对公司命运造成转折的将是下一个新概念产品能否成功。

苹果，引诱了夏娃，启发了牛顿，成就了乔布斯。

夏娃的苹果是传说，牛顿的苹果太久远，乔布斯的苹果却在当下牵动着亿万人的神经。

苹果无论从任何排名看，都是世界上最具有创新力的公司。

2008年的《商业周刊》和BCG创新学院第一次评选出的“世界上最有创新力的五十强公司”将苹果排在第一位。

2007—2010年，苹果的销售额增长了165%，毛利率增长了18%，股票收益增长了96%。

2010年5月26日，苹果以2221亿美元市值超越微软，荣登全球最大科技公司的宝座。

如今苹果的产品已成为全世界时尚流行文化的标志。

苹果成功背后的DNA源自其创始人兼CEO乔布斯，苹果取得如此辉煌的成绩与乔布斯与众不同的管理风格密不可分。

苹果，因为乔布斯成为一个神奇的名字，也让乔布斯走到人生巅峰。

在“美国最受欢迎的十大CEO”评选中，乔布斯名列第三。

在一个人的职业生涯中，能改造一项产业已经很了不起了，但是乔布斯颠覆性地重塑了计算机、音乐、电影和电信四个产业，这样的壮举可以说是前所未有的。

苹果公司的历程真真切切就是乔布斯本人的历程。

1976年怀抱改变世界梦想的乔布斯与沃兹涅克一起创建了苹果公司，虽然辉煌一时，但最终被苹果扫地出门。

可他的职业生涯并没有结束，对卓越的执著追求，让他与旧识建立NeXT公司、皮克斯公司，与迪斯尼公司合作进军数字电影领域。

1997年，历经各种挫折之后，乔布斯上演“王者归来”，重新回到苹果公司。

接下来的苹果，攀到了数码科技历程的最高峰。

轻薄如纸的笔记本电脑MacBook Pro、趣味无穷的iPod Touch、品位高雅的iPhone、创意无限的平板电脑iPad……成功的产品太多了，数不清道不尽。

凡是知道乔布斯的人都知道他抠门、强权、刻薄、蛮横，但还是有一大批人疯狂地崇拜着他，不仅仅是苹果的员工，还有成千上万的苹果“粉丝”。

只要乔布斯出现在演讲台上，台下就会疯狂——尖叫声、鼓掌声充斥整个会场。

乔布斯的演讲有着惊人的魔力，深深吸引着听众。

他能让每个听众都赞同他。

他在台上公开诋毁竞争对手，他们尖叫着应和；他邀请竞争对手到台上演讲，听众也会在乔布斯的“魔力”下静静地倾听，甚至能够在演讲后给予掌声。

乔布斯就是有这样的“魔力”，让他们像虔诚的教徒一样围在他周围。

与那些对员工人性化管理的“天使”管理者相比，乔布斯更像个“魔鬼”。他会把脚放在桌子上指着员工的脸大骂脏话。

他会走到某个研发团队中，当着全体研发团队人员，毫无征兆地说：“真是一群饭桶！”

他会像个狂热的传教士一样，高喊着：“爱上你的工作，每个星期奋斗90个小时吧！”

他对员工的要求总是苛刻得让人难以接受，但是员工们还是愿意跟随他。

乔布斯身上好像有一种诱人的光环，这种光环让你忍受他的暴躁、多变，让你凝聚在他的周围，像奴隶般为他工作。

并且他总是有办法让你激情四射。

乔布斯就是有这样的魔力，让员工们心甘情愿地将“灵魂”交付给他。

<<苹果DNA>>

乔布斯为什么能够拥有这样的“魔力”？
他是怎样成为美国最伟大的商业领袖的？
翻开本书，研读乔布斯的管理风格，体味乔布斯的经营智慧，找寻苹果成功背后的“遗传密码”。

本书从十个方面为您分析乔布斯的成功之道，总结他的成功技巧，并通过成功的企业案例让您深切体会到企业发展中所需的技巧，从而成功地复制苹果的DNA。

对于每一个渴望成功的人来说，这本书会是个不错的启发工具。

……

<<苹果DNA>>

编辑推荐

《苹果DNA：乔布斯给中国CEO的10堂课》从十个方面为您分析乔布斯的成功之道，总结他的成功技巧，并通过成功的企业案例让您深切体会到企业发展中所需的技巧，从而成功地复制苹果的DNA。

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>