第一图书网, tushu007.com

<<数字战争>>

图书基本信息

书名：<<数字战争>>

13位ISBN编号：9787508639703

10位ISBN编号：7508639707

出版时间：2013-6-1

出版时间：中信出版社

作者：[英]查尔斯·亚瑟

译者：余淼

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

1998年，数码世界初具雏形。

至此以往，大浪淘沙。
随着IT产业的迅猛发展，涌现出了以苹果、谷歌、微软为首的行业巨头。
它们为争夺数码世界不同分支的霸主地位而争斗，包括搜索技术、移动音乐、智能手机和平板电脑市场。
它们可利用的武器包括硬件、软件以及广告。
同时，它们要赌上的则是公司的声望，当然，还有我们的未来。
然而，无论在产品创新还是在战略优势上，这些企业彼此竞争、彼此砥砺，推动了行业的良性发展。

苹果、谷歌和微软在较量之中，最终形成了自己杀手锏：
苹果擅长设计，具有控制着软件和硬件的垂直模式，并且将客户体验做到了无人能企及的极致。

谷歌专注于提供快速、高效的解决方案，并运用其数据分析能力做出决策，常常让竞争对手措手不及。

微软依靠高质量的程序处理能力，在软件开发方面所向披靡，不断拓展搜索以及音乐的新市场。

《卫报》首屈一指的科技记者多次采访过斯蒂夫·乔布斯、拉里·佩奇、比尔·盖茨等行业领袖，并独家采访过这些公司的前员工和现任员工。
始于20世纪90年代末，终于史蒂夫·乔布斯之死，本书涉及了数字战争发展的各个阶段。
作者用通俗易懂的语言，详实地分析了三家公司不同的文化理念，也评估了各家公司的获胜领域。
数字战争风险之高，不仅由于赢家可以获得巨额利润，同时也有机会掌控其他领域，赶走现有对手，并决定未来走势。

作者简介

作者：（英）查尔斯·亚瑟，《卫报》资深科技编辑。
他在科技领域有长达25年的报道经验，并多次采访过比尔·盖茨，拉里·佩奇，斯蒂夫·乔布斯等人。

书籍目录

导论：开端VII比尔·盖茨与微软 002史蒂夫·乔布斯与苹果 004比尔·盖茨与史蒂夫·乔布斯 008拉里·佩奇与谢尔盖·布林 011互联网搜索 012资本思维 014史蒂夫·鲍尔默 018反垄断审判 019审判结果 022第一章1998年第二章 微软反垄断案史蒂夫·鲍尔默 018反垄断审判 019审判结果 022第三章 搜索：谷歌与微软之争搜索的开始 029谷歌 031搜索与微软 036泡沫破裂 038与钱对接 044繁荣 047随机存取 054谷歌和公众意识 056Underdog项目 058备战 063自力更生 064上市 069竞争 071文化差异 071微软的新搜索引擎 073伙伴 078微软出价收购雅虎 080谷歌的特性 081反垄断的阴影 084依然的劣势 086第四章 数字音乐：苹果与微软之争itunes的诞生 094发明，东京 096iPod设计 098新产品营销 100此时，雷德蒙德：微软 105iPod和Windows 107存储音乐 111名人营销 115Windows系统中的itunes 119iPod迷你 124itunes音乐商店的发展 126苹果与移动电话 128偷来的！
129两面派 134冉冉上升的iPod 146生态系统：硬件和应用 146划伤了！
149苹果的沉默 153苹果的最好业绩 156Zune 156绑定Zune与Xbox 159白色圣诞节 162暮光 164溃败还是战略？
167第五章 智能手机手机与微软 170安卓 173rOKr左右为难 175iPhone就是答案 178亮相 180颠覆 191免费流量 195一屉破碎的梦想 199开发者与iPhone 202免费如午餐 206所有人的应用 213应用中的利润 215Flash？
啊 216嫉妒 222失败者 224安卓的崛起 225显而易见的专利 236应用专利 242倾覆 244革命掌握在手 246第六章 平板电脑五年之内 256第三类 261苹果的支配地位 265一往无前 267后个人电脑时代 271大一统理论 272第七章2011年找到正确的战场

章节摘录

导论：开端我们生活的世界就像一个混合体：颜色、声音、气味彼此相辅相成。
由计算机的出现形成的数码世界则不同：黑白分明，开或关，是或否。
20世纪70年代起，人们可以负担得起个人电脑，随着90年代互联网兴起，全新的产业开始出现（诸如雅虎这样一家提供即时新闻，天气预报，免费电子邮箱的网站）。
随着越来越多的电脑接入互联网，新企业开始以一种成几何倍数效应颠覆了包括音乐在内的传统产业。
在这次巨变中，三家公司备受关注，它们是：苹果、微软和谷歌。
这三家公司截然不同。
当它们出现在数码战场上时，苹果已经不复往日光景；微软是计算机和企业界的龙头老大；谷歌还不过是两个聪明学生的一个聪明想法罢了。
三家公司本会为争夺数码世界不同分支而争斗，可利用的武器包括硬件、软件以及广告。
同时，它们要赌上的则是公司的声望，当然，还有我们的未来。
多数人使用哪个搜索引擎真的有什么区别么？
人们在哪里购买数字音乐又什么关系呢？
人们使用的手机、等火车或是等待会议开始时使用的平板电脑应用的是哪家的软件又怎么样呢？
有些人想法不同：人类意愿的发展使我们总是能够得到正确的结果，无论过程如何。
其他人则认为数码世界的版图上设置了重重关卡，控制了这些关卡的公司将决定未来。
可以确定的是，只要能控制任何一个关卡，都可以从千百万想要通过的人那里收取费用，这是一个绝佳的机会。
赢家可以获得巨额利润，同时也有机会掌控其他领域，或是赶走现有对手。
1998年，苹果、谷歌和微软首次发现彼此共享着同一片数码空间。
它们无法了解即将到来的战争。
但是，这场战争可以改变世界。
第一章1998年比尔·盖茨与微软1998年末，《纽约客》杂志作家肯·奥莱塔在比尔盖茨位于华盛顿雷德蒙德的办公室拜访了这位时任微软首席执行官。
这里与其他首席执行官的办公室别无两样，位于大楼一角，一面是树，一面是建筑物。
低调的棕色办公椅，精美的松木用具；盖茨的办公桌位于有树的一面，比起有权势的领导，它看上去似乎更像是一个早餐吧。
朝树一面窗下的桌上放着3台21英寸电脑显示器。
盖茨可以在广阔的空间里移动文件。
微软的股价一路飙升，公司市值达到了2500亿美元，当时年仅43岁的盖茨也凭借着其在微软的股份成为世界首富。
世界上大约95%的个人电脑的操作系统都是微软的Windows，年销售量达1亿，并且年增长率为15%到20%。
一年前，微软在新闻发布会上发布了其搜索引擎：MSN．com，宣布其目标并不仅仅满足于成为网络上最好的搜索引擎：“我们的目标是使MSN．com成为互联网上最好的网站。
”其服务器操作系统不断为公司赢得新合约。
于是奥莱塔问道，他担心谁呢？
是现有的太阳计算机系统公司，还是数据库制造商甲骨文，还是网页浏览器公司网景？
不，不是这些公司，盖茨说道：“我担心的某个呆在车库里的人正在设计出某种全新的东西。
”显然，他并不知道在哪儿设计，设计什么，由谁设计；奥莱塔提到，“他只是觉得创新才是大公司最大的敌人。
”为什么是车库呢？
因为硅谷的车库正是以孕育创新性颠覆性的公司而享誉世界。
这些公司可以更快对环境做出反应，利用最新技术，获得风投资本支持，而且也不受官僚主义和季度

业绩报表的限制。
盖茨正是作家马尔科姆·格拉德威尔所称的“局外人”的典型代表。
所谓“局外人”，就是指那些花费了大量时间学习并不断完善其技术的人，对于盖茨而言，这种技术就是编程。
他用于进行第一代Basic系统编程的明智之策成为了（过去）程序员口中的传奇，过去哪怕是一个千字节空间也仿佛是沙漠旅行中的水般宝贵。
而与盖茨成长的时代不同，现在的程序员拥有用之不竭的存储和记忆空间。
但是盖茨同样也拥有着异常敏锐的经济头脑和解决复杂问题的能力，他能够发现哪怕是那些再小的问题。
他强烈的进取心也同样深刻地在微软印上了烙印。
微软是当时软件业绝对的龙头老大：假如你在20世纪90年代末建立了一家公司，那么你的目标要么是被微软并购，要么就是小心谨慎，不要跟微软业务有所冲突，否则微软就会无情地将任何小竞争者摧毁。
微软使用的策略经常备受质疑；比如价格战，这是因为微软有实力把其他企业赶出市场。
此类行为使得微软在科技产业获得了另一个名称：邪恶帝国。
1998年，微软又摧毁了一家爆发式的企业——网景。
网景大胆预言浏览器可以成为随时随地进行工作的基础，因此Windows本身变得并不重要了；你所需要的仅仅是一台能够运行浏览器的电脑，这些就可以做任何现在使用个人电脑所能做的工作了。
史蒂夫·乔布斯与苹果微软打败苹果之后达到了鼎盛时期。
苹果的创立者之一就是史蒂夫·乔布斯，一位魅力十足、聪明绝顶、性格暴烈、颠覆传统、独树一帜的商人。
1985年，乔布斯被赶出了苹果公司，但是在1996年底，随着他创立的另一家公司NeXT被当时举步维艰的苹果收购，他胜利回归了苹果。
1997年7月，他挤走了时任首席执行官，并在9月成为“临时”CEO，在该财年，苹果公司损失了大约10亿美元。
当时40岁出头的乔布斯（与盖茨同生于1955年），并不是程序员出身。
并非通过分析都能发现他对格拉德威尔所认可的对某项特殊技术的掌握。
他的技能反映在他的个人技能、设计技能和社会技能上：他能够洞察出谈判桌对面的人的弱点和欲望，从而达成协议，并赏罚分明，施展魅力，使下级甚至同级人员可以做出比预期更好的成果。
在苹果创立的初期，由于乔布斯可以记下整份价格表，从而帮助苹果与半导体供应商签订了极佳的合约。
同时，他也会对那些他认为没有全力工作的员工大喊大叫。
设计师则会发现他对于细小变化的不断要求着实让人发疯。
（第一代Macintosh电脑的计算器应用设计师就对乔布斯对变化的不断要求感到不厌其烦，以至于他会写好程序让乔布斯设计。
）乔布斯对设计的强烈渴望并没有什么明显的来由；他的养父母都是工薪阶层。
但是他却能清晰地阐述设计的理念。
“设计是个有趣的词。
有人认为设计只指外观。
”他在1995年接受《连线》杂志采访时如是说，“但是如果你肯往深处挖掘，就会发现设计其实是指运行方式……要想设计得好，你必须理解它。
必须真正深入理解它到底是什么。
必须充满激情地投入，才能真正地、全面地理解某样东西，慢慢咀嚼品位，而不是囫囵吞下。
”前苹果首席执行官约翰·斯卡利在一次与利安德·卡尼的单独采访中描述道，“从我认识他时起，（史蒂夫）就一直热爱漂亮的产品，尤其是硬件产品。
他到我家时表现得很开心，这是因为我家门上的锁和链都非常特别…．．．史蒂夫尤其认为要从客户体验的开始阶段就进行设计。

”约翰·斯卡利是由乔布斯雇佣的，并最终参与解雇了乔布斯。
然而，反倒是谈判技能最为有用。
乔布斯并不是严格意义上的销售人员，因为他不会尝试出售他自己不完全信任或自己不使用的商品。
但是，一旦他有所需要时，他的谈判技巧就显露无疑了。
即便是比尔·盖茨也招架不住。
1997年，在苹果公司距离破产仅仅90天前——这一点后来也得到了乔布斯的承认）——乔布斯与盖茨进行了一次谈话。
微软侵犯了一些苹果公司的专利，苹果公司需要资金；更重要的是，苹果需要的是微软承诺使其Office办公软件可以在Mac电脑上应用。
否则各企业可能会停止使用Mac电脑，那么苹果也会禁止微软使用其专利。
假如乔布斯采取生硬的办法，那么盖茨就可以采取法律手段解决专利问题，并利用苹果公司不断陷入困境的资金问题最终拖垮苹果。
但假如乔布斯表现得太过软弱，盖茨可能不会采取任何让步，结果也还是一样。
乔布斯很清楚地知道这一点，并且对盖茨表明“我们需要帮助”。
但是他对情况的描述则更倾向于合作，而不是斗争。
“比尔，”他说道，“我们两家公司加起来占据了台式电脑市场上100%的份额！
”他说得仿佛微软可以通过投资苹果公司的未来而决定技术发展的命运。
盖茨并没有接受，尽管他同意购买1．5亿美元的无投票权股，并继续为Mac电脑开发Office软件。
后来阿兰·道伊奇曼在《乔布斯的第二次归来》中描述道，盖茨在谈到乔布斯的归来时，称：“那家伙真是太棒了。
他就是一位销售大师。
”再次归来的乔布斯与离开时已经完全不同了。
过去的乔布斯会花大笔的钱用在没人注意到的小细节上，不愿在严格的企业框架里工作，并且雇佣了最终赶走自己的人（斯卡利）。
而再次归来的乔布斯经历了NeXT制作硬件的失败，主要原因在于其产量达不到盈利点，而他从乔治·卢卡斯手中购买的皮克斯公司则几乎用尽了他出售苹果股份换来的现金，也要求他小心管理人和钱。
人是一家公司最重要的资源。
他懂得了仅仅提供好的硬件是远远不够的；必须有理由让人们觉得对其非常非常地需要。
需要NeXT Cube或者皮克斯图像电脑的人显然都不够多。
简而言之，再次回归的乔布斯已经懂得了许多商人知道的道理：事不过三，失败乃成功之母。
乔布斯已经有两次失败的经历了；他回归时苹果的危险经历使得他失败的次数到达了三次。
他带来了全新的关注点和美好的前景。
乔布斯首先开始抛弃苹果过去的各种多余无价值的产品，比如牛顿——一种由斯卡利创造的未来触屏便携式掌上电脑。
之后乔布斯表示公司在其离开期间已经陷入了一种“昏迷”状态；盲目追求利润而非市场占有率，变得愈加贪婪而非专注于顾客需求。
许多员工遭到解雇，许多内部项目遭到削减。
乔布斯在1997年对忧心忡忡的开发者们说道：“专注意味着拒绝，这样才能获得真正优秀的产品，获得1＋1》2的效果。
”苹果公司总计350种产品被削减到了只剩10种。
过去有15种不同的电脑，名字都是一些毫无意义的数字，如6500和8600。
由于企业市场早已被Windows电脑占领，而作为苹果公司最重要市场的一般大众则根本无法区分这些数字代表的究竟是台式机还是笔记本，高端机还是低端机。
乔布斯将产品线削减为一个2×2的矩阵：消费者和企业；便携式和台式机。
苹果的团队将会专注于生产每一类别中最优的产品，而非扩大范围以致难以掌控，每一类别都要进行独立的升级循环、有独立的用户基础、不同的优缺点。

“假如我们拥有四个最棒的产品，那么也就足够了。
”他解释道。
此产品矩阵几乎自乔布斯1998年5月设定后就再没有改变过。
即便如此，苹果似乎还是在劫难逃。
顾客干嘛要购买苹果产品而放弃更为便宜的Windows系统个人电脑呢？
并且Windows系统可支持的软件要多得多。
1997年10月，戴尔电脑公司的首席执行官兼创始人迈克尔·戴尔被问及假如他处在乔布斯的位置上会选择采取何种行动。
乔布斯当时正领导着一家总收入70亿美元，亏损达10亿美元的公司。
戴尔对于苹果的存亡不屑一顾：当时戴尔公司比苹果大5倍，总部设在德克萨斯而非硅谷，在研发方面的投入相对较少，并非以创新闻名，出售使用Windows系统的个人电脑。
戴尔公司与苹果公司截然不同，迈克尔·戴尔也与乔布斯截然不同。
“我会怎么做？
我会把公司关了，把钱还给股东”，戴尔直截了当地回答道。
当时，苹果的股东可以收回每股5．49美元，总计27亿美元。
戴尔的话惹怒了乔布斯，后者私下通过电话向他抗议，指出他的说法非常无礼。
打败戴尔，不知怎的，也成为了乔布斯其中一个不能摆脱的意愿。
在后来的演讲中，乔布斯会对苹果与戴尔仓库中的电脑存量足够销售多少天进行比较，并且得出结论，苹果要胜过戴尔。
乔布斯开始处理苹果功能失调的供应链，这是没人注意到的电脑产业的一部分，工厂将配件制造出来，准备在具备合适的时间、数量和价格时进行装配，通过质量保证后进行装运。
兵马未动粮草先行，硬件产业的生死存亡也都是靠着供应链决定的。
1998年3月，使之成为现实的人到来了。
当年11月才满38岁的蒂姆·库克曾在康柏工作了4年，再之前曾在IBM工作。
当时的康柏公司，还是一家追求效果到几乎不近人情的个人电脑制造商。
乔布斯和库克一拍即合；其他人都没能通过的面试被库克轻而易举地通过了。
早些时候，库克召开会议试图解开亚洲供应链存在的一些症结。
“这真是太糟糕了”，他在会上说道，“应该有人到中国去解决问题。
”过了一会儿，会议还没结束，他就看了看当时一位重要的运营高管萨比赫·汗，突然面无表情地问道：“你怎么还在这儿？
”当时汗立刻站了起来，直接前往机场。
库克正经严肃的做法帮助苹果的制造和供应链步入正轨。
随着库克关闭工厂、仓库，去除苹果公司老旧的中间设备，公司存货从价值5周的产品减少到了2天。
过去的季度订购制造方式遭到了抛弃：“我们采取按周计划，按日执行。
”他于1999年解释道。
“我对此会毫不留情。
”他明白现代电脑制造商需要最少运营程序；他也把存货视为“根本的祸害”——会对公司的资产负债表造成拖累，可能使价值每周下降1%到2%。
“我们经营的业务必须保证产品出售像出售牛奶一样快速。
”他说道，并补充说在未来的1到2年内“我更愿意以小时为单位谈论存货，而非以天为单位。
”库克的努力迅速改善了公司的资产负责情况，并且这一效果得以持续下来。
现金停止减少，并开始有所增加。
但是到1998年6月为止，苹果仍然在电脑业名不见经传，大约年销售量不过200万台。
拉里·佩奇与谢尔盖·布林1998年，大约正是克林格里与盖茨会面之时，在硅谷这片位于旧金山海湾东南，北达帕罗奥图（Palo Alto）南抵圣克拉拉，面积1500平方英里的地区上，此刻也正在发生着变化。
此时正是互联网繁荣时期，两名刚刚决定放弃研究生学业的学生正在门洛园的车库经营着他们的公司

。
拉里·佩奇和谢尔盖·布林这两位同为25岁的年轻人（两人都生于1973年，比盖茨和乔布斯年轻18岁）在斯坦福大学求学期间成为好友。
他们都完全满足了格拉德威尔的模式定义：通过漫长的学习研究不断打磨其计算机技能的天才思想者。
但是他们与盖茨和乔布斯之间18岁的年龄差距也就意味着他们来自一个互联网已经兴起的时代，计算机资源和移动互联已经无处不在。
未来的世界意味着计算机将如同插头接电般简单，通过手机不限地域不限时间不限对象地交流也会变得寻常。
他们眼中的世界与盖茨和乔布斯成长的环境截然不同。
他们的雄心壮志就是在互联网上搜索：他们还建立了“搜索引擎”。
他们本打算将其命名为“Googol”（古戈尔，十的一百次方，巨大的数字——以此来代表网络的广阔，同时也代表了一个数学笑话；佩奇和布林都热爱数学笑话）。
但是由于古戈尔已经被人捷足先登，于是他们选择了“Google”（谷歌）。
假如盖茨对他们有所耳闻的话，他可能会多多少少地表示出担忧。
但是盖茨根本没有办法知道，除非他花费大量的时间在搜索网页之上。
描述谷歌如何选择搜索结果的科学著作直到1998年12月底才正式出版，文中描述了“PageRank”（页面评级）系统是如何决定搜索结果的排列顺序的——“最相关”（由网页剩余部分决定）的排在最前面——直到1999年才在斯坦福大学的在线出版上出现。
佩奇与布林于1998年9月4日成立谷歌公司，当时他们还在租用苏珊·沃西基的车库进行工作。
公司的成立还要感谢8月份太阳计算机系统公司联合创始人安迪·博切托谢姆提供了一张10万美元的支票，这才有了“谷歌公司”。
（佩奇和布林将支票放在他们在斯坦福大学的一个抽屉里，希望能够筹集更多资金，并试图找出如何能够接受这笔钱。
博切托谢姆得到了公司大约1%的股份。
）当时，网站每天大约受理1万个问题；9月份，正当盖茨和斯蒂芬斯会面之时，佩奇和布林正要雇佣公司第一位雇员：克莱格·希尔文斯登。
和苹果一样，谷歌与行业领头羊相比也不过是小巫见大巫。
当时的行业老大是搜索引擎“AltaVista”（“虚拟空间”），该公司1997年赞助商收入达5000万美元，日受理问题达8000万个。
即便如此，到1998年底，谷歌公司已经被《个人计算机杂志》评为100大网页之一。
由于当时谷歌受理的问题仍然少得可怜，但是这次成绩也预示了未来的发展。
互联网搜索当时，尽管微软在1997年为MSN搜索的诞生召开了新闻发布会，但是对于微软公司来说，互联网搜索依然不是其首要工作。
对于苹果公司来说也是如此，苹果高管从未将苹果视为“网页”公司。
为互联网建立独立的搜索引擎显然已经足够，但是互联网还属于新生事物，没人知道未来人类将会如何使用互联网。
盖茨认为你的电脑——或者特别来讲，你的操作系统——将会指引你如何使用互联网：去哪里，做什么。
显而易见，微软将会设定你能看到的，以及你如何使用系统；微软的IE浏览器将会决定人们上网的体验。
但是IE浏览器本身可以给盖茨提个醒，让他意识到微软公司正面临着的威胁。
微软的成功来自其1981年从IBM获得的合同，得以为这家有史以来最大的计算机公司的“个人电脑”项目提供操作系统。
IBM自身无法完成这一任务，同时也需要追赶苹果、阿塔里、科莫多等正在开拓个人电脑市场的公司；于是，IBM选择了微软。
但是由于个人电脑市场和所用微软MS－DOS系统的“克隆机”榨干了其大型机和小型机业务的利润

，IBM公司却几乎遭到了毁灭；IBM通过批发重组才得以重新在市场上立足。
IE浏览器与IBM的个人电脑一样，都是一项追赶之举：网景公司于1994年发布浏览器，震惊公众。
微软也需要一个浏览器搭配其重磅产品Windows95系统，但是互联网的迅速兴起使微软有些措手不及；Windows95甚至没有配备内置的上网方式。
1994年，当时只有25岁的年轻人J·阿拉德（后文还会提到）就在一份备忘录中提醒盖茨要注意互联网的极端重要性。
微软急于生产出自己的浏览器，最终从小公司小望远镜（Spyglass）获得了授权，从而能够有产品提供给大众。
与IBM一样，微软也被新技术的发展搞得猝不及防。
微软迅速开展了补偿措施，包括提供免费下载、削弱网景商业模式、威胁试图在Windows系统中设置网景为默认浏览器的用户。
但是尽管赢得与乔布斯和与网景的战争可以让盖茨舒心，但是微软因此也面临着潜在的危机。
在微软内部，由于公司决定不能让网景新兴的浏览器使Windows变成可选附件，公司高管们都开始盲目地渴求竞争，变得暴躁不已。
邮件中透露了公司采用的策略；计划就是要“切断网景的空气供给”。
这些邮件在美国司法部重启微软反垄断调查后迅速浮出水面。
司法部指控微软利用其在桌面操作系统市场上的垄断地位迫使用户放弃安装网景。
（在美国法律中，垄断市场是合法的；但是利用垄断地位获得其他市场的市场份额则是违法的。）但是对于谷歌公司来说，用户使用什么浏览器并不重要。
谷歌选择了另辟蹊径。
对于布林和佩奇来说，网页和互联网提供了全新的方式——不仅是搜寻信息的方式，也是运营公司的方式。
谷歌公司有一个简单、但是及其雄心勃勃的目标：“整合世界信息，使之随时获取”。
从何处获取？
台式机，笔记本，手机，还是其他什么？
当然，答案是以上都是。
他们对此并不挑剔。
当时还不存在手机的搜索市场，也不存在手机上网。
尽管有些人曾经考虑过手机上网，但是当时的手机没有任何计算机功能、屏幕小、无法获取数据。
当时最大的手机制造商是芬兰公司诺基亚。
诺基亚的特色就是大大方方的手机。
没有人把手机当做上网设备。
想上网，得有个人电脑。
资本思维市值是一种度量公司资产规模的方式，数量上等于该公司当前的股票价格乘以该公司所有的普通股数量。
随着公司股价的涨跌，公司市值也会发生变化。
尽管市值对公司内部运营流程不会造成影响——比如并不表明公司可用资金的多少——但是却代表了其他重要因素：市值是市场对于一家公司在完整生命周期中所创造的总利润的预估，并据此计算出公司的净现值。
假设一家公司发行了100万股股票，并拥有先进10亿英镑，但该公司没有任何其他资产或正在进行的业务。
显然，公司每股股价应为1000英镑。
接下来假设另一家公司也发行了100万股股票，但是没有现金；但是该公司在未来10年内确保可以收入10亿英镑（排除通货膨胀因素），之后公司收入会将为零。
在未来10年内，公司将得到现值10亿英镑的收入。
所以，该公司每股股价也应为1000英镑。
股票动态的、戏剧性的涨跌过程正是由于这种计算方式才变得清晰可见。

由于公司受到好消息或坏消息影响带来的股票涨跌，都反映在对公司整个存续期间所获利润的预期调整之上了。
市值表明了对股票市场来说公司有多么重要，又有多么有利可图。
而在公司内部，市值的作用微乎其微。
除非公司市值接近为零，此时公司将会发现筹集资金变得异常困难。
这是由于银行和股东都认为市场对公司前景并不看好。
外部股价只有在公司上市（此时持股雇员将会一夜暴富）或者在给予雇员的优先认股权到期时才会对公司内部造成影响。
优先认股权到期时股票价值将根据员工上一年工作是否值得或是被浪费掉了而大有不同。
1998年底，谷歌理论上的市值为1000万美元，计算方法是依据博切托谢姆的10万美元投资占到了1%的股份。
（任何“资本额”都是理论上的；必须要找到有人愿意购买股票）。
苹果公司市值为55．4亿美元。
微软公司市值为3446亿美元。
三家公司总市值达到了3501．5亿美元：而微软占到了其中的98%。
但是尽管各家公司截然不同：微软是个人电脑软件业的龙头老大，苹果正在电脑硬件业中苦苦挣扎，而谷歌则处于正在崛起的互联网搜索领域——三家公司的命运将会随着四种不可抗力的出现而交织在一起：计算机价格的下降严格遵循对摩尔定律，每隔12至18个月电脑性能会增加一倍；互联网的作用不断提升；手机的发展；以及消费者的购买力。
但是在这一切发生之前，各公司都要经受自己的考验。
对于谷歌来说，它并没有商业模式，每月的成本还高达100万美元。
对于苹果来说，就是要避免再次陷入到衰退之中。
对于微软来说，是对于其自身特定的生存威胁。
1998年5月，美国政府对其进行反垄断调查，当年10月开庭。
此次审判决定了微软公司对未来10年的看法和思维方式。

媒体关注与评论

“ 假如你失败了，取得胜利的一个途径就是开辟新战场。
”——蒂姆·库克，苹果CEO1998年，苹果、谷歌和微软首次发现彼此共享着同一片数码空间。
这三家公司风格迥异，本来专注的是数码世界的不同分支领域。
而如今，他们却一步步走入了彼此的“ 城邦 ”。
或许，我们无法了解即将到来的战争会是怎样。
但是，这场战争引发的将是改变世界的革命。
在《数字战争》一书中，查尔斯·亚瑟评估了在搜索技术、移动音乐、智能手机和平板电脑市场领域中，哪家公司才是赢家，哪家公司可以获得巨额利润，并掌控其他领域，到达是谁有机会决定未来的趋势。

编辑推荐

★微软本有机会赶超谷歌，并从搜索业务中获利——但是，是谁否决了呢？
★谷歌曾经在用户中测试过40种不同的蓝度，这又有何用意呢？
★从乔布斯宣布外围开发者能够为苹果iPhone开发app至真正实施，人们又等了多长时间呢？
★谁又提过微软当有自己的音乐播放器，可是为什么最终没有成行呢？
《卫报》首屈一指的科技记者查尔斯·亚瑟多次采访过斯蒂夫·乔布斯、拉里·佩奇、比尔·盖茨等行业领袖，并独家采访过这些公司的前员工和现任员工。
在《数字战争》这本书中作者以沉稳的笔触描写了从20世纪90年代至乔布斯逝世这段时期，互联网世界的精彩、辉煌与众生百态。
深度揭示大数据时代，苹果、谷歌和微软在搜索技术、移动音乐、智能手机和平板电脑方面的较量。
梳理顶级科技企业蓬勃发展的15年。

名人推荐

第一图书网, tushu007.com

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