

<<苹果风暴>>

图书基本信息

书名：<<苹果风暴>>

13位ISBN编号：9787802495807

10位ISBN编号：7802495806

出版时间：2011-1

出版时间：工商联

作者：(美)林志共//王静

页数：202

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>

<<苹果风暴>>

前言

林志共的《苹果风暴》使我回忆起在英特尔工作的日子。

英特尔是一家和微软、苹果、惠普一起燃起“硅谷之火”的伟大企业。

1997年我刚到英特尔工作，巧合的是，同一年乔布斯再次掌舵苹果。

但当时几乎没有人看好乔布斯，因为那时正是微软、英特尔、惠普的“水平产业模式”蒸蒸日上并占据个人电脑市场主导权的时代。

微软和英特尔，一家是操作系统老大，一家是芯片老大，被业界称为“Wintel”联盟，当时正在改写从IBM、DEC、苹果等公司开始的IT业的行业标准，那正是苹果的“垂直产业模式”饱受质疑的时期。

今天，在这本书即将出版的时候，苹果公司已经登上了IT业头把交椅，虽然现在就说苹果将战胜微软恐怕言之过早，但是，这确实是乔布斯一个人的战争，他上演了一场令所有人折服的完美风暴！

乔布斯和盖茨：硬汉和天才人们总是忍不住将史蒂夫·乔布斯和比尔·盖茨做比较，他们之间有着许多相同之处：同样出生于1955年，同样从小就喜欢钻研计算机，同样是中途辍学创业，同样有着非凡的洞察力和对未来的判断力，同样几十年如一日地坚持“专注于一件事”，同样创办了伟大的IT企业，同样在很年轻的时候就成为亿万富翁，更重要的是，同样都想“改变世界”！

但我认为他们是完全不同类型的两个人：比尔·盖茨是一个天才，而史蒂夫·乔布斯是一个硬汉。

盖茨令人高山仰止、望峰息心，而乔布斯却让人心潮澎湃，让有野心的人激发出更大的野心！

林志共生花妙笔下描绘的是可以学习的乔布斯，这是我推荐这本书的最重要的理由。

林志共笔下的乔布斯是如此迷人——在创新上，他是一个特立独行的颠覆者，认为创新不仅仅是推出新技术，还要把技术以艺术的形式表达出来；在战略上，他是一个不折不扣的反主流分子，不仅有勇气反对成功的商业模式，而且在冷嘲热讽中坚持到胜利；在营销上，他是一个充满浪漫气息的传教士，不仅善于以出其不意的故事情节吊人胃口，同样擅长营造高贵奢华的氛围与品位摄人心魄；在管理上，他是一个简约粗暴的独裁者，据说苹果公司的人事招聘的面试中有一道必答题：“你是不是处男？”

”他用最简单粗暴的方式实现最有效的沟通，他知道自己想要什么并能立刻执行；在文化上，他是一个自命不凡、永不妥协的“海盗头子”，不仅将这种海盗文化植入公司的基因中，而且努力使之制度化……这就是乔布斯，一个毫无理由的完美主义者，一个可以被打倒，但永远不会被打败的IT狂人！

<<苹果风暴>>

内容概要

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。简直让人不可思议。

苹果凭什么能超越“巨无霸”微软？

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。

”苹果正是以自己对品位与美的独特理解，在时尚的风潮中执著前行。

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。

本书带领大家一起走进苹果的世界。

在这里，你会近距离体验到苹果成功背后的机遇与挫折、人才与管理理念、文化与盛世危言等。

尽管未来苹果可能仍会面临很多困难与挑战。

但不论如何，苹果始终会和我们在一起。

<<苹果风暴>>

作者简介

美国威灵投资公司董事长 / 美中联合商会会长

1978年考入上海复旦大学医学院；1988年获硕士学位，之后定居美国；2003年获美国休斯顿大学MBA学位；2000年开始从事多个项目运营。

现为美国威灵投资公司(Wellin Investment Inc)董事长、美国机构投资者咨询公司(Institutional

<<苹果风暴>>

书籍目录

第一章 金色的苹果 第一节 2221亿的苹果和2192亿的微软 第二节 让乔布斯告诉你微软的麻烦 第三节 iPad：革命，骗局？
第四节 iPhone火暴与微软Kin的停产 第五节 苹果长在金矿上第二章 创新：苹果之“核” 第一节 企业还是艺术家俱乐部？
第二节 领袖与追随者 第三节 应用创新PK技术创新 第四节 整合即创新第三章 战略：在质疑与否定中突围 第一节 一切从错误开始 第二节 苹果“端到端模式”与微软“组装模式” 第三节 苹果精品战略“灭”了微软平民战略 第四节 玩的就是“跨界” 第五节 手持苹果，不能手持微软第四章 营销：打造苹果信仰 第一节 将宗教情怀复制到苹果营销上 第二节 不是卖产品，而是卖身份 第三节 故事！
故事！
故事！
第四节 绝对保密与选择性泄露 第五节 奢侈的苹果零售商店 第六节 病毒营销第五章 管理：是天堂更是地狱 第一节 地狱老板 第二节 留下精英，解雇笨蛋 第三节 员工使命 第四节 聚焦与简化第六章 文化：“自大狂”集中营 第一节 人人都是海盗 第二节 以下犯上 第三节 永远自命不凡 第四节 决不妥协第七章 苹果帝国的盛世危言 第一节 中国战略：傲慢与偏见 第二节 致命对手Google 第三节 苹果魔咒 第四节 遭遇“山寨” 第五节 垄断之嫌 第六节 如果苹果失去了乔布斯尾声 “iAd”，苹果的下一个金蛋参考文献

<<苹果风暴>>

章节摘录

史蒂夫·乔布斯终于在自己身体状况尚好时再次享受到了战胜比尔·盖茨的快感。

这离上一次苹果超越微软已经过去了整整21年。

就在2010年年初《金融时报》公布的201319年底全球企业市值500强榜单中，苹果的市值还与微软有800多亿美元的差距。

但是仅仅半年后，苹果的市值已经超越微软。

显然，苹果的后来居上不是胜在规模上。

尽管很多人都在使用着苹果的iPod、iPhone和iPad，但几乎每台电脑上都运行着Windows系统，office更是我们办公中必不可少的工具。

在赢利上，苹果也没有比微软多，2009年微软的利润为163亿美元，而苹果的利润为75亿美元。

但苹果的市值却不可思议地超越了微软。

苹果与微软相比，究竟在哪方面更胜一筹？

如果找到了这个答案，也就找到了乔布斯和苹果真正可怕的地方之所在。

其实，天才比尔·盖茨早就找到了苹果与微软和其他所有公司的不同之处，而这或许就是他认为乔布斯真正可怕的地方。

2007年，在《华尔街日报》举办的乔布斯与比尔·盖茨的历史性会谈中，比尔·盖茨用他一贯谦逊的口吻说道：“乔布斯的成就非常显著。

他拥有难以置信的品位和高雅。

他永远活在未来，能够明确指明明天的方向。

苹果公司一直在追寻这样的梦想——打造我们想要用的产品。

他总是能指出行业的下一步行动，整个行业都能从他的工作中受益。

”没错，高品位与活在未来就是苹果超越微软的真正原因。

但是苹果不仅仅如此，苹果的时尚品牌也融入中国制造低成本的商业元素，加上苹果和AT&T电信公司的捆绑式销售，打造了苹果产品的特殊性，而微软的产品很多公司可以仿造，这是不一样的地方。

微软不仅是和苹果竞争，更是和其他硬件或软件公司竞争，而苹果公司的时尚设计理念、媒体配合及煽动性市场推广，证明了苹果的乔布斯的影响力远超比尔·盖茨。

对于死敌微软，乔布斯从来不会吝惜自己刻薄的言论，他在接受采访时曾说：“微软的问题就是没有品位，他们绝对没有品位。

我想我有些悲伤，不是因为微软的成功，而是因为虽然他们挣到了足够多的钱，却仅仅是在制造三流的产品。

”乔布斯一针见血地指出了微软的问题，而这恰恰是苹果成功的关键所在。

微软注重技术创新，但他们不重视产品的外形与包装，更不会将一种独有的文化孕育在产品中。

微软成立之初，比尔·盖茨追求的梦想是“让每个人的桌子上都放上一台电脑”，而这样的梦想与品位无关。

但乔布斯从一开始就要生产完美、有品位的产品，他不在乎究竟有多少人会买得起他研发出的“艺术品”。

正因为如此，微软推出的硬件产品尽管技术方面可能强过苹果，但在外观设计和营销上，则远远落后于苹果。

现代社会已经进入一个个性化的时代。

很多人的理念是“做自己”。

基于这种诉求，他们排斥像微软、戴尔那样毫无个性的产品，尽管在剔除外观因素后，它们同苹果一样甚至比苹果的产品更优秀。

追求个性化的时代为追求品味的乔布斯提供了最好的机会。

偏执地追求完美与品味的乔布斯和苹果受到了这个时代的疯狂追逐，因为这个世界上太多的人需要与众不同来逃离社会的庸俗和同质化，使用苹果的产品，当然是最好的方法之一。

<<苹果风暴>>

媒体关注与评论

我此生最尊重的人不是我自己，也不是巴菲特，而是我视为此生唯一劲敌的史蒂夫·乔布斯。

——比尔·盖茨苹果的老大史蒂夫·乔布斯当选为09年度“最有价值的CEO”，美国应该再多1000个像他这样的人。

——美国财经周刊《巴伦》杂志授予乔布斯“10年来最优秀的CEO”，因为乔布斯已经把苹果打造成一个开创性的技术领先者和硅谷最有价值的公司。

——美国《财富》杂志2010年3月全世界商界只有两个人跌倒了能重新爬起来，一个是中国的史玉柱，另一个就是美国的乔布斯。

——马云苹果的产品总被视为艺术品，而它们的创造者——苹果的员工们。

也颇有艺术家的特质，每个工程师都是天才，都个性十足。

我在苹果工作时，尽量压抑住自己的好奇，克制住每件事都要自己过问的冲动，充分信任员工，给员工一定范围的自由。

我深信，这才是真正有艺术的管理。

——李开复

<<苹果风暴>>

编辑推荐

《苹果风暴》阶段性地描述苹果过去，分析苹果的问题和最终解决问题的经过，抛砖引玉，让读者在阅读中更加明朗化地了解苹果公司及乔布斯的方方面面。

不仅描写苹果公司的商业模式，也探讨乔布斯的管理手段，同时还联想中国企业在商业模式上可以借鉴什么。

《苹果风暴》共有七章，重点介绍了苹果公司的历史及现状、技术创新、公司策略、市场营销、企业文化、经营管理及未来的发展，部分内容读者或多或少已经阅读或得知，本书进行了更加系统性地整理，加上非专业或粉丝性的探讨，读者可以轻松地阅读。

<<苹果风暴>>

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>