

<<失去乔布斯，苹果会怎么做>>

图书基本信息

<<失去乔布斯，苹果会怎么做>>

内容概要

指出了乔布斯去世后苹果会依照怎样的路径建造乔布斯心中的苹果帝国。

为读者深入剖析了苹果的创新原动力。

提出了IT领域以及移动互联网领域的从业者为什么要向苹果学习，学习什么，并揭示出失去乔布斯的苹果会怎么继续发展。

《失去乔布斯,苹果会怎么做?》不是乔布斯的个人传记，也不是苹果的企业发展史，而是分析了苹果的生存哲学，经营思维和理念，最重要的是读者能从中看到苹果的未来和整个IT业的未来。

<<失去乔布斯，苹果会怎么做>>

作者简介

迪尔克·拜克曼是德国著名的苹果分析师和评论师，畅销书作家。他针对全球超级畅销书《Google会怎么做？》（WHAT WOULD GOOGLE DO?）一书的观点进行了苹果哲学与思维的批判，力推以乔布斯为首的苹果理念。

<<失去乔布斯，苹果会怎么做>>

书籍目录

前言

乔布斯和他的苹果做错了吗？

/ 1

1 为什么要向乔布斯和他的苹果学习？

苹果才是更好的老师 / 005

独特的乔布斯，独特的苹果 / 008

开放并非商业模式 / 012

开放并不能让每个人获益 / 015

没人付费的开放不值得推崇 / 019

使用者不是发明者 / 023

2 我们要向乔布斯和他的苹果学什么？

创新“偏执狂” / 031

以设计思维为导向 / 036

要观察，不要调查 / 041

简单到完美 / 044

必不可少的样品 / 048

以产品为平台 / 050

求质而非求早 / 053

赋予了灵魂的个性设计 / 055

创新者眼中的世界 / 058

小即新，小即大 / 061

苹果文化 / 063

整体化细节优势 / 065

激发情感 / 068

乔布斯式产品展示 / 072

一句话直达购买动机 / 075

3 乔布斯战略：苹果会怎么做？

一辆苹果汽车 / 083

一个苹果厨房 / 087

一台苹果电视 / 090

一个苹果电子学习平台 / 094

4 移动互联网革命意味着什么？

社会化媒体及推荐 / 103

定位 / 109

云计算 / 111

物联网 / 116

无处不在，无时不在 / 119

5 影响世界的苹果经济

应用服务——新型万维网 / 127

应用服务品牌 / 136

应用游戏 / 139

<<失去乔布斯，苹果会怎么做>>

应用服务研发 / 142

6失去乔布斯的苹果未来会怎样？

苹果：封闭还能走多远 / 151

唯美的品牌 / 154

无限可能 / 155

信誉是一切问题的关键 / 157

要功能，还是要开放？

/ 159

阵亡的先锋与受益的缔造者 / 161

与鲨共舞 / 163

Google：苹果的最强对手 / 164

安卓，灭绝一切可能的超级武器 / 166

Google会成为数字世界的主导？

/ 168

Google的隐患 / 170

Facebook：不可低估的对手 / 172

平台即产值 / 174

Facebook的美好前景 / 176

微软：反应迟钝的“老妇” / 178

王对王的较量 / 180

附录 关于本书及相关博客 / 183

致谢 / 185

编后记 失去乔布斯，苹果会怎么做？

/ 187

<<失去乔布斯，苹果会怎么做>>

章节摘录

失去乔布斯，苹果会怎么做？

2011年10月5日，年仅56岁的苹果董事长、联合创始人史蒂夫·乔布斯辞世。

而我们的编辑团队也与此同时日夜兼程，将这本饱含对乔布斯以及苹果公司深思的作品奉献给读者。希望读者朋友读到此处已经找到了自己的答案。

书中对乔布斯个人的叙述并不详尽，因此下文对乔布斯的怀念也算是此书对他最后的致敬。

乔布斯的人生就像苹果的标志：被咬过一口的苹果--残缺，但却难掩光芒。

粉丝称他为“乔帮主”，业界称他为“科技界的达·芬奇”。

但他就是乔布斯，不需要任何头衔修饰。

一个年轻的偏执狂，最终成为改变世界的传奇人物。

他是第一个真正以消费者需求为导向开创公司商业模式的缔造者，从iPod、iPhone到iPad，无一不是“类需求”的延展；他是第一个追求极简主义设计而备受用户推崇的伟大设计师；他是第一个真正执迷于创新追求残忍完美的IT英雄，近乎残酷的完美主义偏执狂；他是第一个如艺术大师般专注于产品体验和赋予产品灵魂的狂想家；他是第一个在这个推崇开放的互联网时代，以封闭的哲学力挽狂澜的另类经营之神；他是第一个以“活着就为了改变世界”为信念，不断创造奇迹的人生导师。

他的偏执与果断，创新与融合，争议不断却又被奉为圭臬。

他是一个神一样传奇的经营者。

人们很难想象，一个只活在自己世界里的人却以令人惊诧的姿态改变了整个世界。

在这本《失去乔布斯，苹果会怎么做？

》里，我们能清晰地体会到，乔布斯带领下的苹果给这个世界带来了多少划时代的改变。

从世界上第一台个人电脑的研发，打破计算机不可进入家庭的教条，到1981年上市，以6亿美元销售额破纪录的速度进入《财富》500强企业榜单；从1984年研发世界上第一款带有鼠标的交互式图形个人电脑，到1985被赶出由自己亲手创办的苹果公司；从收购小小皮克斯（Pixar）电脑动画制作公司，到将之培育成数十亿美元的超级动画设计王国；从1997年重返困境重重的苹果公司，到推出iPod、iTunes、iPhone、iPad改变了唱片行业、移动通信产业和IT互联网等一系列行业；从创建了世界上最大的应用软件商店APP Store以及遍布全球的苹果连锁零售店，到2011年8月实现公司市值约3372亿美元，取代埃克森·美孚石油，成为全球市值最高的公司……他从一个纯粹的产品研发者和制造者，蜕变成一种文化和精神的象征者。

乔布斯的一生虽然短暂，却无数次改变了这个世界。

乔布斯的人生跌宕起伏，波澜壮阔。

从被父母遗弃到大学辍学，从酗酒、流浪到成为嬉皮士的一员，从佛教朝圣到素食瑜伽，从被赶出苹果，到重返苹果，从事业巅峰到患上癌症并在8年后辞世……一路以来正如苹果公司的标志一样偶得的残缺之美。

乔布斯曾表示，他并不认为自己是苹果的管理者，而是苹果的领头羊。

他的职责是尽可能选择最优秀的人才，为他们创造能开发出优秀产品的环境，给予他们最大的鼓励。

如今，乔布斯辞世，失去了领头羊的苹果团队能否续写传奇？

未来，他们又将面临怎样的考验？

这一切都是世人迫切关注的问题。

对于苹果而言，一个好消息是，未来2~3年的产品发布计划已经敲定。

即使没有乔布斯，苹果80%~90%的新产品发布计划不会发生改变。

真正的挑战在于之后的产品发布计划。

分析师指出，没有乔布斯的苹果其发展不会一帆风顺。

在苹果公司，乔布斯的影响力无与伦比。

即使不参与具体细节工作，在产品方面能够一锤定音的也只能是乔布斯。

苹果需要的是在再造和管理业务方面有新举措的领导人。

库克是乔布斯亲手选定的接班人，长期以来一直担任苹果首席运营官，在乔布斯病休期间曾担任临

<<失去乔布斯，苹果会怎么做>>

时CEO。

但库克最擅长的是运营企业，而非担任产品设计团队的领头羊--唯有乔布斯才是这方面的天才。

独一无二地集创造性和果断于一体，没有人能取代乔布斯。

乔布斯的成功，一定程度上归功于他的偏执和对完美的追求。

继任者库克却远没有乔布斯的偏执与疯狂。

作为苹果新的“轴心”人物，他并不具备乔布斯的强大“地心引力”。

各界评价普遍认为，苹果还会持续两年的辉煌，但两年之后，苹果的命运很难确定。

所以，最关键的问题仍然是乔布斯给苹果到底带来了什么呢？

编者认为，乔布斯就是一个理念，它把这一理念融入到其开发的独特操作系统中，并把这个操作系统移植到了iPod、iPhone、iPad身上，形成了当前大众认知的苹果。

值得注意的是，这个理念也早已注入了苹果的血液里，体现在公司架构、用人甚至财务运作的方方面面。

即使没有乔布斯，苹果的风格也不会有陡然的变化。

而本书的作者认为，苹果公司之所以做得如此出色，是因为它很好地实现了客户体验、商业模式和技术三者之间的平衡。

即使乔布斯离去，他的哲学与精神已经和苹果融为一体，而且苹果也会一直按照乔布斯精神和经营哲学不断地发展下去。

苹果公司的成功并不完全依赖领头羊乔布斯的一己之力，它也有着有别于其他公司的竞争优势：

首先，苹果公司善于仔细分析消费者的行为方式。

在新产品的研发过程中，苹果并不像其他大多数企业那样只关注客户的需求，而是更加关注客户的消费能力。

苹果公司致力于产品的某些功能完美化，从而创造出一些完全超出客户期望的全新产品。

其次，苹果公司要求所有消费者为它的产品设计支付额外费用。

苹果公司的成功依赖于全新数字化商业模式，这种模式一方面深刻挖掘了网络的潜力和市场的内在需求，另一方面也有利于实现企业自身的盈利目标。

这样的模式既向市场提供了外形美观、操作简便的产品，又使得企业得到了丰厚的回报。

最后，苹果公司拥有无可比拟的技术潜力。

无论是硬件，还是广获赞誉的软件，苹果始终保持其世界领先的水平。

此外，苹果几乎是唯一一个懂得这个成功原理的公司：技术只有在不被客户察觉的时候才能释放它的美妙。

操作便捷的设备并不仅仅是某种英明理念的追求，更是神奇技术的产物。

当这些精湛的技术被融汇于一个完整的产品之中时，它自然也悄无声息地实现了服务用户的过程。

乔布斯完成了一个时代，但下一个时代是否一定需要另一种类型的标志性人物呢？

众所周知，当前的互联网行业已经发展到了一个关键的转折点，各种新的商业模式不断诞生，伴随技术创新的突破，互联网企业的跑马圈地也到了资源整合与升级再造的时代，在不断拓展的更高层次和更高架构之下，苹果的商业模式也会在未来面临调整。

单纯的技术创新可能未必能满足下一个时代的需要，苹果或者满足于成为不断创新时尚的大众品牌产品，或者要突破自我，才能在新一轮互联网行业的洗牌格局中占据更高地位。

苹果公司和其他同类的公司一起，创造出了与传统企业迥然不同的投资理念。

在IT和互联网行业，理念或者创意甚至历来就是企业成长的发动机。

当然，远比理念更重要的是，如何从创意的实现过程中产生实实在在的产品和服务，也就是关注生产的过程和员工的态度。

只有当一个理念具有足够的说服力时，它才能迅速、简单地被人们所理解，才会在市场上取得成功。

当顾客被一个产品的性能和优点吸引时，就已经距离他们付钱购买不远了--苹果公司在投资过程中强调的正是这个简单的道理。

苹果产品的消费者愿意为此支付额外的费用，即便他们中的大多数只是为了使用其产品的几个有限的功能，这使得苹果公司的竞争者常常对此满怀懊恼和批判之意，但这些批判只有在确实指出了苹果公

<<失去乔布斯，苹果会怎么做>>

司某些不足的情况下才可能真的说服苹果公司做出改变。

如果还有人想在数字世界抓住或拓展商机，那么乔布斯和苹果公司的成功之路是值得深入思考的。

充分利用乔布斯和苹果公司的经验、理念和概念，重新评估新推出的和现有的产品，这对于任何公司的发展来说都是十分有借鉴意义的。

乔布斯的离去在他自己看来，不是作古而是创新。

死乃生之最佳发明，死亦是生之变革与促进。

除旧为新让路，眼下你是新的，转瞬或成旧，憾变如此剧烈，而这便是现实。

别为离去伤感，请铭记曾存的微笑。

失去他，苹果也知道怎么做，这就是苹果之所以是苹果的理由。

为他流泪，莫不若继承他的衣钵。

就像无数网站设计师在设计新网页时不停地自省“苹果会怎么做”那样，如今，失去了乔布斯，苹果究竟会怎么做呢？

每个人都可以问问自己，从被咬了一口的苹果那里究竟能学到些什么。

但若能时刻保持一颗“求知若饥，虚心若愚”的智慧之心，那是不是能复制乔布斯的成功，又有多大的关系呢？

只要追随我心，每个人都可以像乔布斯那样，拥有一次瑰丽的生命传奇。

.....

<<失去乔布斯，苹果会怎么做>>

编辑推荐

被咬过一口的苹果，残缺低调，但却难掩光芒，无论是偏执狂还是是残忍的完美主义者，无论是创新迷还是神一样的传奇 都不重要，他就是乔布斯，不需要任何头衔。

眼下你是新的转瞬或成旧憾变如此剧烈而这便是现实，失去他苹果也知道怎么做，这就是苹果，之所以是苹果的理由。

<<失去乔布斯，苹果会怎么做>>

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>