

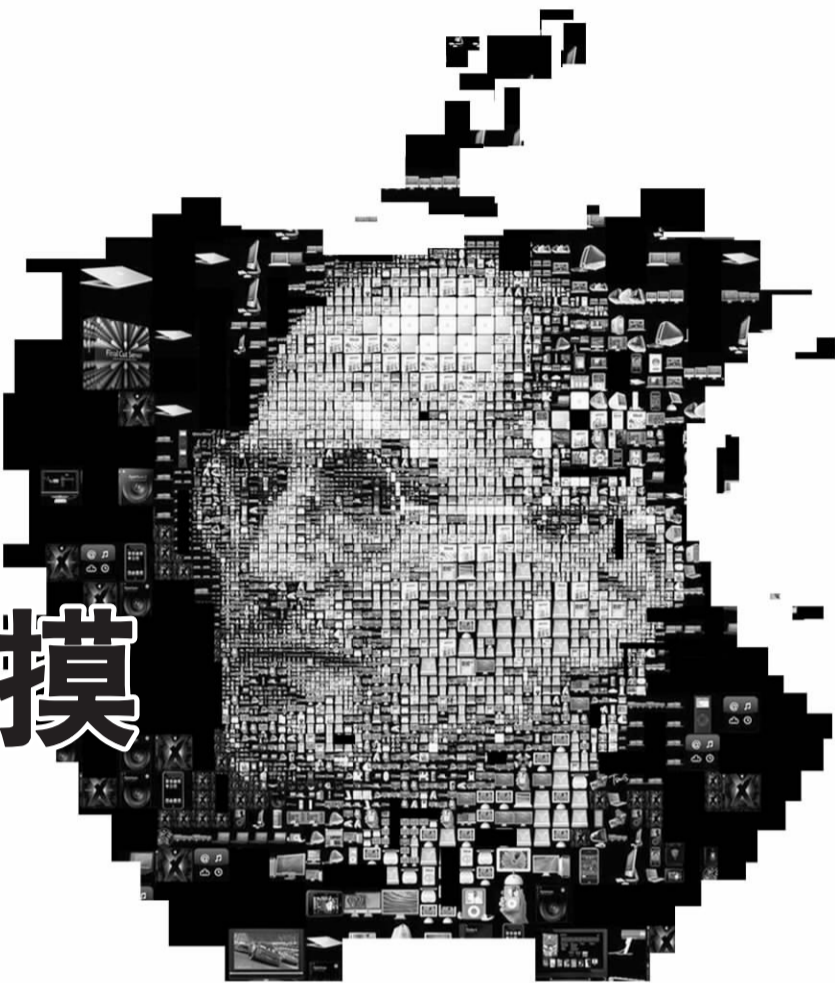
AT&T



■如果要找一个历史人物来对应乔布斯,或许达·芬奇是个合适的选择。因为他们都属于极少数能够跨越人文科学与技术的能人异士。事实上,这是乔布斯本人对苹果的定位。

■乔布斯相信触屏才是智能手机的未来趋势,那就让我们一起从多个独特的视角触摸一下这位杰出的人物。

多点触摸 乔布斯



众人皆知史蒂夫·乔布斯是商业天才,但他同时还有修辞家、艺术家、谋略家、魔鬼和完美主义者的特质。

要了解苹果为什么能成为

今天的苹果,必须对乔布斯性格的诸多方面进行检视。

如果要找一个历史人物来对应乔布斯,或许达·芬奇是个合适的选择。这并不是说乔布斯

达到了“文艺复兴人”的广博,也不是说他是艺术家,而是因为他们都属于极少数能够跨越人文科学与技术的能人异士。事实上,这是乔布斯本人对苹果的定

位。2010年4月,他对前来采访的英国著名作家和演员史蒂芬·弗莱说:“我一直是这样看苹果的:处在人文科学与技术的交叉口上。”

修辞家

在不久前的iPhone OS 4.0操作系统发布会上,乔布斯用“情感”一词来描述苹果即将推出的移动设备广告系统iAd,“网页上的互动广告我们都很熟悉。它们有互动性,但它们没有办法传达情感。这就是为什么广告主的钱大部分还是流向了电视业,因为电视广告让他们得以传达情感。”

同样,无论是炮轰Adobe和Flash的“关于Flash的思考”,还是批判数字版权管理机制(DRM)的“关于音乐和思考”,都是文理清晰,深入浅出的应用文范本。

“魔鬼”

苹果基本是毫无悬念地被定位为剥夺用户自由的魔鬼。

乔布斯坚信用户“不知道自己需要什么”。既然用户不知道自己需要什么,那么当然是有人打点一切来得较为轻松。

95%的用户不但不懂编程,连安装软件这类事情都是能免则免。谷歌曾经在纽约的时报广场(Times Square)随机挑选民众进行采访,结果大部分人甚至不知道“浏览器”为何物。乔布斯这个“魔鬼”要交换的,就是这些用户保留技术主导权的自由,而他开出的条件,就是直观的、好用的,但也是相对昂贵的电脑和数码产品。

“艺术家”

艺术家是公众最爱给乔布斯以及苹果安加的头衔。这一点很好理解,毕竟在很多人眼里,“艺术”和“美”是一对孪生概念。苹果电脑的外观比大部分电脑要美,所以苹果电脑=艺术品,所以乔布斯=艺术家。但艺术探究的对象并不是“美”,艺术探究的是这个世界。苹果作为一家商业公司,显然不可能以“探究世界”为其核心任务。

艺术家必须偏执。上世纪80年代初,乔布斯相信鼠标和图形界面才是个人电脑的未来,于是第一代的麦金塔电脑没有上、下、左、右方向键,为了强迫软件开发者用户使用鼠标;2007年初,乔布斯相信触屏才是智能手机的未来,于是iPhone上没有实体键盘,强迫用户习惯使用软键盘输入文字。

完美主义者

如果找不到最完美、最好的东西,乔布斯宁可一无所有。这种偏执在苹果的产品设计中随处可见。

完美主义在企业文化中并不是被鼓励的品质,因为它往往是执行力的天敌。苹果和乔布斯调和完美主义的方法是“从最少开始”;如果不能把这件新产品的十个功能都做到完美,我们就砍掉五个,哪怕其中包括在传统智慧看来不可缺少的功能。

iPhone是个典型。三年前第一代iPhone发布时,没有拷贝粘贴,没有多任务运行能力,也不开放给第三方软件开发者。这三点在当年成为众矢之的,因为它们在iPhone之前的主流智能手机上几乎是标准配置。但在乔布斯看来,iPhone整体的上佳用户体验的重要性远远大于功能列表的长度。事实上,在一年后发布的App Store软件商店(并对第三方开发者开放),和两年后随iPhone OS 3.0操作系统推出的拷贝粘贴功能,都超越了人们的预期。

谋略家

被视为商业天才的乔布斯当然有其狡猾一面。

苹果的拿手好戏之一就是靠严格的产品保密措施,外加不失时机对媒体发放的亦真亦假的内幕消息,来堆积用户对其产品的期待。

有好事者将苹果的产品发布策略总结如下:

一、公司内部确认某件新产品的可行性。

二、苹果粉丝流着口水在网上讨论“如果苹果出这样一个产品就好了”。几周后,“讨论”演变成“小道消息”。

三、小道消息开始被疯传,记者跑去问乔布斯是否真有其事。乔布斯说:我们不讨论未发布的产品。接着又解释这类产品或这类技术是多么愚蠢。

四、苹果粉丝的热情被乔布斯的反复抨击浇灭。

五、乔布斯继续抨击这类产品,但口碑开始发生变化。例如,他不再说“没法想象有人会用这玩意儿”,而是改说“目前市面上的这类产品都很烂”或“大家还都没搞清楚该怎么做”。

六、苹果发布了传说中的产品,宣布说“终于有人搞清楚状况了”。

据《东方企业家》



然而,随着在市场上越来越多的竞争产品的出现,如果苹果再不恢复自身的形象,恐怕“风向”就会转变。

(编译 赵玉洁)

链接

消费者批评苹果:

骄傲自大

关于苹果产品的问题回答过于简单而受到批评;最后,苹果又因为其最新款的手机雏形在酒吧被捡到而在公司上下引起一片骚乱。

很多消费者在博客和互联网上发表自己的观点,认为苹果公司骄傲自大并且恃强凌弱,而其原因也许部分是因为

苹果已不再是这一行业的失败者。

但是所有这些负面新闻并没有影响苹果公司的销售,人们依然排着队去购买苹果电脑和手机,依然会在新产品公告时而狂喜、着迷。

封面档

《经济学家》 恐惧回归



当前,金融市场又陷入恐慌之中。分析其原因,除了朝鲜半岛紧张局势不断升级外,还有两种担忧:

一是对世界经济健康状况的担忧。人们越来越强烈的担心,当欧洲债务危机扩散、中国房市泡沫破裂、美国刺激反弹消退时,全球经济复苏可能停止。二是对各国政府经济政策的担忧。从美国重制金融监管措施到德国限制“裸卖空”行为,政治家们正在以一种不可预知的方式改变着市场规则。

《商业周刊》

现代美国的 “个人投资之父”



当美国股市发生“闪电暴跌”和欧洲信用危机动摇市场时,许多小投资者谨慎地撤离股票市场,对股票市场信心不断下降。被誉为现代美国“个人投资之父”的查克·施瓦布非常担心这些个人投资者。

施瓦布称,自2008年初以来的这段时期是自己创办公司以来面临的最糟时期。其间市场波动剧烈,大多数人具有的只是惊恐。据他判断,98%的投资者保持谨慎是有道理的。

《外交事务》

中国国力的 地缘因素



新美国安全中心高级研究员罗伯特·卡普兰指出,中国的影响力正在超越陆地和海洋的界限——从中亚到中国南海海域,从俄罗斯远东地区到印度洋。尽管中国崛起之路并非一帆风顺,但是,中国有利的地理条件意味着,中国将会屹立于世界地缘政治的中心。

(编译 胥泽霞)



最近苹果公司因为一系列的原因而遭到严厉批评。

首先是与想使用第三方软件、特别是那些想用Adobe公司的Flash程序编写工具为苹果设计应用程序的开发商,产生巨大分歧;然后是苹果的程序商店在销售程序软件时遇到了挫折;接着苹果又与宏达公司在谷歌手机的专利权方面产生了纠纷;而苹果的首席执行官乔布斯又因为对消费者提出的