

<<追随内心>>

图书基本信息

书名：<<追随内心>>

13位ISBN编号：9787508630298

10位ISBN编号：7508630297

出版时间：2011-9-19

出版时间：中信出版社

作者：(美)阿兰·道伊奇曼

页数：275

译者：孙成昊,张蓓

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>

<<追随内心>>

前言

1992年12月，一切都糟糕透了。

追随者弃他而去，朋友不再信任他。

曾经对他宠爱有加的媒体也大肆批评。

他的钱用光了，一大笔财富就这么挥霍殆尽。

过去的几年，他赚了好几亿美元，而如今，一着不慎，满盘皆输。

短短几个月内，什么都没有了。

他20多岁时，腰缠万贯，享誉全球，如今他三十几岁了，却成了什么？

过气人物？

是个一时走运、没法从头再来的家伙？

或者是由于傲慢自大而自毁前程的落难英雄？

他发誓要证明自己，年纪轻轻在苹果公司取得的成就绝非侥幸，董事会把他踢出公司是错误的决定。

他完全可以再立门户，创建另一个大公司，再一次用革命性的产品改变世界。

但是，经过7年的痛苦挣扎后，乔布斯新投资建立的NeXT公司迎来了在美国商界令人震惊的惨败。

苹果公司1天卖出的电脑数量比NeXT公司全年卖出去的都要多。

NeXT公司挥霍资金，造成巨大亏空，似乎所有人都离开了这家公司：销售经理、他的得力干将市场部负责人，甚至就连当年一起投资的5个创始人也走掉了4个。

乔布斯自己也差点放弃。

他告诉朋友，自己考虑过彻底放弃，“金盆洗手”。

无论从精神方面、心理方面，还是经济方面来看，史蒂夫都处于悬崖边缘，处境岌岌可危。

他觉得自己进退两难，如果放弃了，就等于承认自己无法从头再来，无法独自干出一番事业，就等于承认之前的成功或许都是靠运气取得的，这么一来，史蒂夫又觉得颜面尽失。

在旧金山湾海滨NeXT公司总部的会议上，史蒂夫望着人越来越少的行政团队，那些留下的残兵败将，用痛苦而又欣羡的语气说道：“这里的每个人都可以离开公司，我自己除外。”

1993年2月10日，NeXT公司宣布关闭自己的工厂，停止计算机业务，还裁掉了大部分员工。

第二天，一家报纸的记者来到NeXT公司总部采访史蒂夫。

她开门见山地问道：“这一举动是否意味着NeXT公司彻底失败了？”

史蒂夫趴在桌上，把头深深地埋在双臂里。

然后，他用手指揉了揉太阳穴。

“我不想接受这次采访了，”史蒂夫淡淡地说道，“我不想接受这次采访了。”

他看起来不堪一击，沮丧绝望，还有些孤僻冷漠。

他站了起来，走出房间。

那几个月，史蒂夫一直心烦意乱。

他失败了，这对他来说是致命的打击，让他痛苦不堪，他觉得自己一无是处。

1993年5月25日，史蒂夫计划在旧金山莫斯康展览中心(MosconeCenter)举办的NeXT公司年会上发表主题演讲，他想谈谈振兴这家公司的计划。

那天早上，《华尔街日报》用头版报道了史蒂夫，报道的内容无疑给了他残酷的一击。

报道是这么写的：史蒂夫“从巅峰跌落，一蹶不振”，他“奋力挣扎，想证明自己仍然在计算机业举足轻重”。

史蒂夫准备登台面对1000名观众之前，公关负责人和他碰了面。

史蒂夫已经读过那篇报道了。

“这还不算最糟糕的呢，”公关负责人说道，想尽力缓和一下气氛。

“是啊，”史蒂夫愁眉苦脸地说道，“你又不是我。”

NeXT公司的裁员过程十分艰难。

300名员工离开了公司总部，空出来的地方看上去像一片荒原。

<<追随内心>>

许多回收商和二手家具交易商来到NeXT公司的工厂，竞价买走了剩下的东西。他们出价买下了上百样摊在水泥地上的拍卖品，还以极便宜的价格买下了椅子、垃圾桶、碎纸机和超大显示器。

这不禁让人想起电影《公民凯恩》(Citizen Kane)中的镜头，显要人物垮台后，财产要么被搬上车运走，要么就被付之一炬。

史蒂夫的这一梦想宣告流产。

此时，他陷入了人生的最低谷。

到1993年年底，史蒂夫已经彻底离开了公众的视线。

然而，就在短短的两年后，令人匪夷所思的事情发生了：他以胜利者的姿态重新回到聚光灯下。

他的钱又回来了，而且比以前还多。

令人意想不到的是，帮助史蒂夫东山再起的竟然是他名下的另一家公司——皮克斯(Pixar)。

这家之前名不见经传的公司已埋头苦干了10年，在1995年11月推出了首部由电脑制作的动画电影《玩具总动员》(Toy Story)。

就在电影发行的第二周，皮克斯公司上市，投资商争先恐后地购买该公司的股票。

持有公司70%股份的史蒂夫立刻身价飞涨，高达10亿美元。

1年之后，他一个回马枪又杀回了旧战场——苹果公司。

而此时的苹果公司，由于没有了史蒂夫这样的人物，早已一蹶不振，濒临倒闭。

1997年夏天，史蒂夫接过了临时首席执行官的指挥棒，成了苹果公司意料之外的救星。

随后，苹果公司的股价一路上扬，从每股13美元飙升至1999年年底的每股118美元，市值从不到20亿美元增长到近200亿美元。

史蒂夫·乔布斯以炫目之势挽救并重塑了苹果公司，这让所有人目瞪口呆，啧啧称奇。

2000年1月5日，他重新来到了旧金山莫斯康展览中心。

几年前，他就是在这里读到了《华尔街日报》的那篇评论，并且大为光火。

事实证明，那个记者的确是妄下断言。

今天，史蒂夫又像凯旋的英雄般面对台下的观众。

台上的史蒂夫不紧不慢讲了足足2小时13分钟，但台下的听众一直兴致盎然，热情不减。

这种可以与菲德尔·卡斯特罗(Fidel Castro)媲美的号召力，在美国商界，除了史蒂夫·乔布斯恐怕再无他人。

没有人具备他那样的领导风范，浑身上下散发出令人难以抵挡的魅力。

台下的4000人都安静地坐着，等待着那则消息。

他们早就对史蒂夫的演讲套路了然于胸，知道他总会把最劲爆的消息留在最后。

而史蒂夫也了解听众们的期待，故意吊观众的胃口，直到最后。

他抖出爆炸性内容的方式也很特别，总是一副漫不经心的样子，仿佛那只是事后的补充说明，仿佛对这一消息的轰动效应一无所知。

“最后说一件事，”他的声音平淡无奇，内容却出人意料。

经过两年半的犹豫和迟疑，他终于决定接受苹果公司首席执行官的职务。

台下立刻骚动起来，观众欣喜万分，纷纷站起身来，鼓掌致意。

掌声一浪接着一浪，响彻整个大厅。

大家兴奋地高呼他的名字：“史蒂夫！”

史蒂夫！

史蒂夫！

”好像这是什么神圣的颂词一样。

面对这样的情形，史蒂夫再也不能故作镇定了。

他脸上浮现出淡淡的笑意，流露出些许自得。

看着台下观众因为自己而热情越来越高涨，他又显得有点羞涩。

“谢谢大家，谢谢大家。”

”史蒂夫说道。

<<追随内心>>

话音刚落，全场就神奇般地安静了下来，这群忠实的信众都在期待“乔帮主”金口再开。

“你们这帮人，让我都有点儿不自在了。”

”他略带几分羞涩，“因为我……”这会儿史蒂夫的情绪也激动起来，难以自持，他停顿了几秒才恢复镇定。

“因为我每天都在和世界上最聪明的人一起共事。

这是世界上最棒的工作。

”2000年伊始，各大媒体就开始对史蒂夫·乔布斯狂热追捧，而几年前可不是这般光景。

当时，这些媒体都曾不遗余力地打压他，把他描绘成神秘的空想家，说他是那个有眼光的人，但不是开公司的料，说他当不好“经理人”。

而现在，他的照片登上了1月10号《商业周刊》(Business Week)的封面上，内附专题报道“年度25位最佳经理人”。

接下来的一周，他的笑脸又登上了《财富》(Fortune)的封面，旁边的标题写着“神人史蒂夫”。

要知道，几年前《财富》杂志还讽刺史蒂夫是专卖“狗皮膏药”的。

2000年2月，史蒂夫迎来了他45岁的生日。

此时他风头正盛，苹果迷把他视作神一样的人物。

虽然他20多岁就成了流行文化的符号，但那时候的出名和现在被“奉若神明”相比还是小巫见大巫。

然而，媒体关于他的报道除了一片讴歌赞扬和陈词滥调外，实在找不到别的。

史蒂夫的公众形象也没什么新意：老嬉皮士、素食主义者，标准穿戴就是黑色立领T恤、褪色蓝牛仔裤、赤脚，对高科技和时尚设计有无限热情。

这样一个传奇形象深入人心，但仅仅只是一个粗略的表面。

乔布斯本人仍然很神秘，而他自己也享受这种感觉。

20多年来，史蒂夫一直不肯向任何记者披露丝毫的生活细节。

20世纪90年代末，他对自己的两家公司——苹果公司和皮克斯公司也实行了同样的媒体保护措施。

如果媒体没有接受他的官方表述，史蒂夫就会以中途离场或拒绝合作等方式坚持自己的原则。

史蒂夫只个别约见诸如《纽约时报》等只谈公事的媒体，而且还把采访时间限制在15分钟以内。

他只用这么短的时间来推广新产品和新业务。

史蒂夫还敢放《泰晤士报》的鸽子，这算什么，就算是美国公共电视网(PBS)的一个摄制组在等他，史蒂夫都可以不出现。

有一次，当《华尔街日报》的一位记者多嘴问了个问题后，他直接拍屁股走人。

史蒂夫想撤掉《连线》杂志写的关于他的封面故事，就一个电话打到《连线》的总公司——康得纳斯出版公司，以撤出苹果公司在其旗下杂志的全部广告相威胁，逼其就范。

可即便是这样，媒体还是对他趋之若鹜。

史蒂夫成为了商界和科技界的杰奎琳·肯尼迪·奥纳西斯(那个时代无处不在的标志性人物)。

然而，大家都对史蒂夫本人一无所知。

我着手准备这本书的采访时，是想发掘史蒂夫·乔布斯作为普通人的真实一面，而不是乔布斯作为偶像头上笼罩的光环。

他当然是个出类拔萃的人，但我既想知道是什么造就了他的杰出，也想知道什么是他最真实的一面。

我想挖得更深，找到他性格形成的缘由和动力的源泉。

我想竭力探索他如何萌发那些关于领导、管理和创新过程的奇思妙想。

我想追本溯源，看看金钱与名望、争斗与失败是怎样改变了他。

从1999年2月到2000年2月，我与将近100个认识或者与史蒂夫·乔布斯共事的人聊过，其中还包括他各个年龄阶段的许多亲密同事和朋友。

通过这些人的回忆，他们讲述的轶事和独到的见解，我才能讲述这个史蒂夫蛰伏许久且最终卷土重来的故事。

故事开始于1985年夏天，当时史蒂夫被逐出苹果公司，然后一直到2000年年年初结束，当时史蒂夫正式宣布成为苹果公司的首席执行官。

史蒂夫·乔布斯还是一家电影工作室的老板，诡异的是，他的真实生活竟然和好莱坞经典电影剧本

<<追随内心>>

的三幕剧如出一辙。

第一幕中，主角踏上漫漫征途，在一次尴尬的失败后想要一雪前耻。

第二幕中，形势愈加复杂。

英雄身陷泥潭，他不仅失败了，而且还站在了悬崖边缘，岌岌可危。

第三幕中，尽管走了自己也从没想过的道路，但是他终于击败了强大的敌人，实现了目标…… ——

阿兰·道伊奇曼 2000年2月，旧金山

<<追随内心>>

内容概要

1985年~2000年，这是乔布斯职业生涯最重要的蜕变期，二度创业，三次失败，最终卷土重来。《追随内心:乔布斯从每一次失利开始》就着重讲了这段故事。1985年，史蒂夫被苹果公司扫地出门，作为一个“落寞的英雄”他开始给自己的人生重新做选择。

作者通过采访跟乔布斯一起工作过的同事、朋友和对手，来展现15年里乔布斯经历了巨大的挫败之后如何重新崛起。

为什么他几乎放弃了对他的生涯，书中公布了一些与迪斯尼的谈判细节，他与比尔盖茨的友谊和角逐，与硅谷和好莱坞文化的冲突以及在这15年里乔布斯领悟的领导，管理，创意和创新的方法。

读者对象:企业管理者、对乔布斯感兴趣的大众读者。

<<追随内心>>

作者简介

作者：(美国)阿兰·道伊奇曼 (alan deutschman) 译者：孙成昊 张蓓阿兰·道伊奇曼(AlanDeutshrnan)，他曾担任《财富》杂志的硅谷联系人，《快公司》杂志的高级撰稿人，《GQ》杂志的资深撰稿人兼专栏作家，以及《名利场》的特约编辑。

他的作品曾刊登在《纽约时报》、《连线》等刊物上。

他还曾经担任无界国际咨询公司的行政总监，所服务的客户包括联邦快递公司、嘉信理财公司和可口可乐公司。

<<追随内心>>

书籍目录

前言	
第一章	NeXT公司
第二章	皮克斯公司
第三章	危机
第四章	卷土重来
第五章	重返苹果公司
第六章	成为史蒂夫·乔布斯
后记	
致谢	

<<追随内心>>

章节摘录

版权页：尽管距离实现梦想还有很长的距离，但现在至少能看见曙光了。

阿尔维和埃德温暗地里一直觉得，迪士尼公司肯定会掏钱买下他们的突破性作品——用计算机制作的动画电影。

所以，每年他们俩都会秘密到访洛杉矶，还得谎称是去探亲，以免亚历山大·舒尔生疑。

其实他们是去迪士尼公司总部，年复一年地抛出同一个问题：“你们准备好了吗？”

听到两人的设想，迪士尼公司的技术人员兴奋不已，可高层却没有兴趣。

华特·迪士尼10年前已经去世了，现在掌握公司真正实权的是他的女婿，一个前足球明星。

他接管后，公司状况不佳，形势严峻。

“我们知道，如果华特还在，他一定会有这个眼光，一定会支持我们。

”可是华特已经走了，他的继任者正在勉强维持现状。

亚历山大·舒尔极其渴望成为下一个华特·迪士尼。

在一座豪宅内，亚历山大让埃德温和阿尔维为了动画片遥远的未来而工作。

但在大院的另一幢别墅里，有100个人用老方法为亚历山大制作迪士尼风格的电影。

在那里，艺术家一丝不苟地用笔、纸和墨水工作。

自从20世纪30年代迪士尼制作出《白雪公主》（s / 704, White）后，这种传统的方式并没有太大的改变。

亚历山大从好莱坞的工作室召来了经验丰富的动画制作师，聘请了绘制电影背景的艺术家和摄影师。

20世纪70年代末期，他们完成了第一部作品《号角》（Tubby-theTuba）。

这部影片糟糕透顶，音乐极其难听，故事构架也不好，技术上漏洞百出，比如阴影和模糊的图像。

阿尔维和埃德温也参加了在曼哈顿的米高梅放映厅举办的内部放映会。

整部影片无聊、乏味，阿尔维竟然当场睡着了。

“我们为自己没有参与这部电影的制作而感到庆幸。

”阿尔维回忆道。

<<追随内心>>

后记

苹果公司的复兴在2000年上半年风头正劲，以至于最精明的专家都没有预测到它会在下半年陷入一场旷日持久的危机中。

这一年开始兆头不错。

1月份，史蒂夫在旧金山麦客世界大会上做出了戏剧性的姿态——在拒绝接受头衔长达3年后，他宣布自己成为苹果公司的“常任”首席执行官。

这象征着史蒂夫宣布最终胜利，让外界知道已经没有什么好证明的了。

那年冬天，苹果公司的股价继续走高。

3月23日，股票价格创下了每股150美元的历史新高，比1997年史蒂夫接管公司时的每股13美元的11倍还多。

这个高价转瞬即逝：纳斯达克春季的恐慌情绪很快给苹果公司当头一棒，投资者担心互联网产业股票的价值言过其实，这大大拖累了整个科技产业。

但是苹果公司很快从暂时的市场萎靡中恢复了元气。

6月21日，苹果公司把一股拆成两股，股价从3位数变成了两位数，继续高歌猛进。

这一举动让一些小投资者也能买得起苹果公司股票，比如说，如果想买100股，花的钱就变少了。

拆股也利用了人类心理的弱点，让高昂的股价看起来更加有价值，而其实这么做对股票价值没有任何影响。

也许最重要的一点是，拆股是想让大众更加注意公司的上升趋势，向公众传达公司对未来前景的自信。

事后回想一下，拆股让苹果公司在即将崩盘之前到达了令人眩晕的巅峰，不过，在振奋的人心和普遍看涨的持续发展背后，麻烦和问题正接踵而至。

7月份，苹果公司宣布3月到6月这个季度的收入比华尔街股票分析家的预测还要高。

同时这也标志着另一个成功，史蒂夫接管苹果公司以来，公司股票已经连续11个季度赢利。

在那段日子里，很少有人注意到另一条消息，那就是苹果公司的收益比分析家的预测要低，因为苹果比原计划少卖出了50万台iMac电脑。

iMac电脑推出快两年了，大家对这个风靡一时的电脑逐渐失去了新鲜感，许多当初吵吵嚷嚷要买的都已经买了。

按照公司的行话来说，市场几乎“饱和”了。

还有一个原因也造成了iMac电脑的滞销：史蒂夫步入中年危机，并且公开藐视互联网狂热。

他脱离了大众文化，没有跟上时代的大趋势。

作为使用计算机的新兴一代，他们喜欢功能强大的应用软件，最喜欢用电脑做的事情就是下载免费音乐(尽管是违法的)，用崭新的可擦写光驱刻激光唱盘。

1999年夏天，这些设备顿时走俏，但到了2000年冬天，40%的新电脑都包含了这些功能。

想要拥有这类技术的青少年可以去买康柏、惠普或者戴尔的产品，但苹果公司的电脑却没有这种功能，而它本应该是计算机制造商中的创新者才对。

2000年，市场上一共卖出了近3 000万台带有可擦写光驱的电脑，但没有一台是苹果公司的。

极具讽刺意味的是，苹果公司在Mac旁边加字母“i”就是为了表明这是台网络计算机，但史蒂夫完全忽略了网络时代最火热的趋势。

史蒂夫做什么事情都凭借直觉，可这一次没那么简单，不能只靠经验了。

青少年喜欢“盗取”便宜的东西，但亿万富翁可不会。

史蒂夫年轻时吃白食的技艺相当高超，但如今，他已经可以乘着自己的湾流V型飞机横跨美国，所以再也没有当年“揩油”的精神了。

媒体没有抓住iMac销量日趋减少这一点来批评苹果公司，也没有对潜在的问题提出警告。

这一问题的负面影响正越来越大，比如说在教育市场，苹果公司渐渐落后于戴尔，而在之前，苹果公司一直是这一领域的霸主。

媒体忽视这一点的原因在于，科技领域的记者都争先恐后地吹捧史蒂夫伟大的下一步，那就是他将

<<追随内心>>

于7月份在纽约麦客世界大会上推出的新产品，他最新的戏法——一台叫“立方体”的计算机。这台计算机并不是真正的立方体，透明的机身高度为9.8英寸，长、宽都为7.8英寸，但是其象征意义很明显：史蒂夫觉得光拯救苹果公司还不够，他还想证明自己在NeXT的努力。早先在NeXT推出的“立方体”计算机美观大方，而且评论家也大加褒扬，可是过高的标价导致了最后尴尬的商业惨败。

事实证明，Mac“立方体”计算机具备了所有这些条件，是一种似曾相识的复仇。

作为一个设计作品，“立方体”小巧的外形确实让人叹为观止，强烈的极简主义和魅力无穷的半透明造型独具创意，甚至许多人看到这样的外观时，会觉得这就是一盒化妆纸。从科技层面看，这台机器也有很多亮点。

“立方体”和其他电脑不一样，没有散热风扇，完全倚赖对流原理，运用“吸热器”散热。

史蒂夫一直很讨厌电脑散热风扇的噪音。

很久以前，当史蒂夫最初在苹果公司工作时，就指示工程师去掉电脑里的风扇，但在那时，电脑还处于初步发展阶段，所以除了散热风扇外别无选择。

于是，工程师还是把风扇装进了电脑，但是一直小心翼翼地不要提起“风扇”这个词，生怕史蒂夫听到了会大发雷霆。

所以，工程师就操起了暗语，用“香蕉”指代“风扇”，比如说“你那边的香蕉怎么样了”。

史蒂夫是顽固、执拗的典型代表，已经步入这个行业的第三个10年期，这时他终于推出了一款没有散热风扇的优雅立方体计算机。

评论界对此一片好评。

《新闻周刊》的史蒂文·莱维是业内最资深、最受尊敬的记者，他对苹果公司的立方体计算机赞不绝口，称之为“如纸巾盒般小巧可爱，却体现了绵绵禅意，犹如成龙功夫的锐不可当”。

同时莱维也担心它定价太高——一台单机售价1800美元，要买一台平板显示器还得另加1000美元，但他还是满怀信心地给出结论：“这款电脑拥有最时尚的造型，史蒂夫和苹果公司将携其乘胜追击直到新产品推出。

”《新闻周刊》的彼得·巴罗斯也同样热情高涨地写道：“立方体拥有一台优秀计算机的所有特征，能为苹果公司的上升之势再助一臂之力。

”苹果公司对立方体计算机的销售非常有信心，预测能卖出80万台。

然而尽管舆论一片叫好，但“立方体”的销售从一开始就不怎么样。

一些业内人士开始不以为然，觉得这只是暂时的现象，供货一跟上来就能解决这个问题。

苹果公司并没有足够的平板显示器库存，一些有意购买的消费者还只是处于观望状态。

但是几周过去了，人们开始意识到可能出现了本质上的问题。

除了一群苹果公司的铁杆用户和对设计情有独钟的消费者，立方体计算机的市场并不乐观。

对于年轻人和普通家庭来说，它太昂贵，对于那些肯掏钞票购买最新产品的制图专家和设计大师来说，它的功能又不够强大。

现在它就尴尬地处在中间地带，不招任何一方待见。

从审美角度看，在Mac立方体上，史蒂夫重蹈了NeXT立方体的覆辙。

iMac的成功归功于史蒂夫对大众审美的妥协，融合了麦金塔电脑可爱、亲民的造型和跳动的色彩。

然而在设计两种立方体计算机时，史蒂夫都忽略了流行的审美观，一心诠释自己欣赏的精英主义风格——严谨、大气、极简、高雅、低调。

iMac的推出似乎证明史蒂夫已经从过去吸取了教训，可是在取得巨大成功后，他又恢复了过去的傲慢自大，不去总结教训，企图为自己最大的失误翻案，结果当然是徒劳。

史蒂夫似乎走入了一个怪圈：取得了耀眼的成功后，自大骄傲的内心就开始膨胀，一步步走向失败。

在尝遍了失败带来的否定和羞辱后，他又大彻大悟，继而重新攀上人生的巅峰。

他每一次重生时，自我毁灭的倾向都如影随形。

尽管有关于立方体计算机销量不佳的传闻，但苹果公司的股价却一直势头强劲，直到它大方地公布了真实的糟糕局面。

9月29日，苹果公司发布消息，警告说在7月至9月的第三季度赢利可能会大大小于预期。

<<追随内心>>

华尔街的分析师预测，此季度苹果公司每股能赚45美分，可是公司自己的预测更保守——每股净收入为30~35美分。

史蒂夫·乔布斯认为这只是行进路程上的“减速带”，投资者们却突然充满了怀疑和恐慌，生怕苹果公司重生只是一个谎言。

在这种恐惧中，他们轻而易举地让苹果公司尝到了苦果，它的股价跌了近一半，从每股53.50美元跌至28美元，给公司重重一击。

这些投资者曾把史蒂夫奉为神明，而现在他们发现他并不是什么拥有魔力的奇迹制造者，他只是一个执行官，也会犯错、失误。

于是，他们震惊了，愤怒了，觉得自己受到了背叛，要奋起报复。

媒体和华尔街的看客们也一片哗然，人们纷纷觉得又看到了“皇帝新装”的真相。

美林证券的分析师史蒂夫·福特纳(Steve Fortuna)说道：“我们不认为这只是偶然现象，这一季度的惨败预示了前方困难重重。

”讽刺的是，就在苹果公司股票崩溃的同一天，立方体计算机——这场危机的祸首却得到了计算机行业最有影响力的评论家的赞誉。

沃尔特·莫斯伯格(Walt Mossberg)在《华尔街日报》的每周专栏上，大张旗鼓地为立方体计算机唱赞歌，说“他从来没体验过这么棒的计算机”，性能、键盘都表现出色，新颖的光学鼠标更是增色不少。

他还说，立方体并不仅仅针对麦金塔电脑的老用户，更适合Windows英特尔用户，同时对于第一次购买计算机的客户来说，立方体电脑也是个不错的选择。

莫斯伯格的专栏很有威信，因为他并不像其他记者那样，听完了史蒂夫的花腔就匆匆做出结论，他是在全面、仔细地检测完机器后才作出自己的评价。

然而到了9月底，就连莫斯伯格也阻挡不了抱怨的声音。

10月18日，苹果公司宣布赢利1.08亿美元，每股净赚30美分，刚好达到史蒂夫之前定出的目标收益。可这还远不能让华尔街观望的人群满意，苹果公司的股价继续下跌，从每股20美元跌至17美元。

股市一片颓势主要是因为投资者并没有根据证券分析的几个基本要素对苹果公司进行理性冷静的分析，而是一味地感情用事，反应过激。

苹果公司的市场估价只有区区60亿美元，少得可怜。

苹果股票的交易价格仅仅是预期收益的8倍，而其他竞争对手诸如康柏和戴尔的股票交易价格是预期收益的30倍或者40倍。

然而苹果股价相比按照市盈率计算的还要低许多，因为公司还有充足的40亿美元现金储备(平均每股超过10美元)。

这意味着投资者认为，公司运作的生意只有20亿美元，相当于年收益的3倍。

这样看来，购买苹果的股票实在非常划算。

晨星公司的首席股票分析师帕特·多西说，“如果你相信史蒂夫能再推出一款像iMac一样成功的产品，或者有它一半成功的产品，它的股票还是很有吸引力的……这是最简单的事实”。

苹果公司股价暴跌，管理层的核心人物也开始出走。

优先认股权无法给这些人带来巨额财富，所以他们也没理由继续忍受世界上监管最严、要求最高、脾气最差的固执老板。

主管全球销售业务的高级副经理米奇·曼迪奇高调离开了苹果公司，随后市场沟通部门的副经理史蒂夫·威尔希特也辞职离去，他此前一直负责苹果公司的广告宣传工作，成绩斐然。

差不多到了感恩节时，史蒂夫·乔布斯只得面对大量的人才外流和可怕的滞销计算机的事实，苹果公司的库存从滞销5周开始持续到令人气馁的11周，不断下滑的股票也让人堪忧。

就在一切都糟糕到不能再糟糕时，史蒂夫的老对手还公开羞辱了他：约翰·斯卡利在旧金山附近召开的计算机产业大会上说道，史蒂夫应当考虑把苹果公司与其他某个计算机制造商合并，这样才能逃过一劫。

这句话成了各大媒体的头条。

约翰这么说实在很讽刺，因为他执掌苹果公司时屡次尝试把苹果公司卖掉，或者与其他公司合并，但

<<追随内心>>

每次都失败了。

毫无疑问，虽然约翰自作主张的建议是在辱骂史蒂夫的管理才能，但他之前肯定也说了很多夸奖史蒂夫的好话。

约翰说，他“发自内心地钦佩”史蒂夫，还说史蒂夫“对工业设计和制造有独到的眼光”。

但是，媒体报道了约翰所提出的建议，而他之前又曾经把史蒂夫逐出公司，这对史蒂夫来说无疑是一种羞辱！

苹果公司即将触底。

12月6日，苹果的股价跌了16%，每股仅为14.31美元。

与此同时，史蒂夫宣布苹果公司这一季度的销售额会比预期的数字更低。

史蒂夫承认，公司滑坡的部分原因是因为国家的经济突然陷入低迷，整个行业的萎靡不振也冲击了计算机销售，其他问题则是他一手酿成的，比如他没有意识到可擦写光驱的重要性，并且对立立方体计算机作出了错误的判断。

在一次电话会议上，史蒂夫面对分析家和投资方时若有所思地回顾道：“迄今为止，我涉足高科技行业已经25年了，这么久以来我明白了一件事情，任何生意都不可能一帆风顺地越走越好。

”圣诞节临近了，在媒体的描述中，史蒂夫从英雄变成了狗熊。

史蒂夫高高在上时，可以肆意地蔑视媒体，但现在他又陷入了泥潭，厄运缠身。

格雷夫·克里斯特尔是研究首席执行官报酬方面声名最显赫的专家，他为彭博社写了一篇文章，斥责史蒂夫为公司购买的湾流飞机(最后花掉了苹果公司9000万美元，让人瞠目结舌)，还有史蒂夫具备赢利潜力的2000万优先认股权，“这些金钱上的动力可能都会有反作用”。

颇受投资者欢迎的哥伦比亚广播公司市场观察节目把史蒂夫列为年度最糟糕的失败总裁之一。

麦客世界大会1月初在旧金山召开，这也给新年带来了新希望。

史蒂夫在主题演讲中详细地阐释了自己对科技发展总体趋势的看法，同时他也谈了苹果公司该怎样融入其中。

史蒂夫表示，计算机已经进入“第三个黄金时期”。

20世纪80年代是第一个“生产力时代”，那时的电子表格程序、文字处理程序和桌面出版系统成了最吸引人的应用程序。

随后的20世纪90年代迎来了“互联网时代”，万维网和电子邮件如雨后春笋般蓬勃发展。

如今，我们跨入了“数字生活时代”，而苹果公司就是各个电子设备的中心，比如说唱片播放器、MP3播放器、手机、掌上笔记本、数码相机和数码摄像机。

史蒂夫提出这种设想就是要让麦金塔电脑跟上时代潮流。

此时许多观察家已经在谈论“后计算机时代”，在这个时代真正的销售增长点和兴奋点已经转移到其他数字小玩意儿身上。

令人疑惑不解的是，为什么史蒂夫迟迟没有开发其他电子产品。

如果苹果能够把iMac上展现的设计感和营销技巧用于开发手机或其他手提式电子产品，消费者一定会捧场。

史蒂夫为什么不把苹果公司打成一个像索尼那样的公司——追求创新和设计，深刻了解市场，兼顾一系列电子产品而绝不仅仅止步于个人电脑呢？

2001年年初，苹果公司糟糕的状况变得不那么显眼了，因为所有人都发现问题不仅仅出在苹果公司一家身上，其他几家大型计算机生产商也步履维艰。

圣诞节期间，形势急转直下，整整一年的成果都毁于一旦。

根据市场调查公司的统计，美国个人电脑销量在1999年上升了17%，而在2000年几乎是零增长。

另一家市场调查公司则认为，在2000年，计算机的销量甚至有所下降。

Gateway公司则因为上一度亏损严重不得不裁掉3000个岗位，超过它全部员工的1/10。

戴尔和惠普也告知投资者，自己不能实现早前的利润预期。

而10月到12月期间，苹果公司竟然损失了2.47亿美元，这是自史蒂夫重掌大权后第一次经历的季度亏损。

它的利润与去年同期相比也下降了57%。

<<追随内心>>

坏消息接踵而至。

2月，苹果公司发布消息称市场对立方体计算机的需求比预期少1/3。

市场调查公司的报告称，在美国本土，苹果公司分到各零售商的麦金塔电脑下降了50个百分点。

就连雄心勃勃的戴尔都不得不低头，它即将开始公司成立以来的第一次裁员，1700个岗位将不复存在。

戴尔的股价在12个月内下跌了60%。

至少史蒂夫的另一家公司还能带来一些好消息。

皮克斯运行一切顺利，这是史蒂夫的主要财富来源。

它的股票价格持续上涨数月，比2001年的预期收益高100多倍。

这不仅说明投资者对皮克斯很有信心，也证明了尽管苹果公司状况堪忧，但华尔街仍然相信史蒂夫的眼光和领导才能。

2000年，皮克斯总收入达1.72亿美元，利润达7800万美元，这么大的利润率让皮克斯成为了任何首席执行官都梦寐以求的印钞机。

史蒂夫仍然不参与皮克斯的日常运作，但他对新办公园区的设计修建还是展现出了极大的热情，一丝不苟地担任监工的工作。

当公司搬进新大楼时，他还施展了小手段，让新建筑又留下了他自己的痕迹。

皮克斯的新总部是一处罐头厂旧址，位于加利福尼亚州的爱莫利维尔，就在伯克利外面。

整个地区原来是一片工业区，现在经过艺术家的奇思妙想，一幢幢废旧工厂被改造成开放工作室。

皮克斯的新大楼也故意设计得像刚刚翻新过的仓库。

在这里，大公司的便捷效率与人造建筑碰撞出了新的火花。

16英亩的园区里摆满了各式设施，能为皮克斯的500名员工提供各种便利——室内健身房、小型游泳池、排球场、篮球场、跑道、3个放映室、一个室外阶梯剧场(专门用来召开公司大会)，这里甚至还有一片苹果园。

他们用了15种形状、7种不同颜色的51.5万块砖修建了园区。

建筑承包商把这面色彩斑斓的石墙称为“皮克斯风格”，好像这里是史蒂夫调配的某种咖啡，而不是什么工作场所。

皮克斯的艺术家和动画师喜欢新办公场所的舒适和便利，可他们也不是对史蒂夫的安排完全满意。

在新大楼，他们有自己的封闭、私密的空间，然而也有一些人抱怨说，如今有了围墙和门，他们不能像原来那样在拥挤、敞开的环境中与同事畅所欲言，无所顾忌地嬉闹了。

尽管这对皮克斯员工来说只是小小的不便，但却标志着史蒂夫在与烙着约翰·拉赛特标记的皮克斯文化持久的抗争中，终于取得了一次小胜利。

然而皮克斯人却对这座新的办公大楼有不同的解读：在经历了多年艰苦卓绝的奋斗和无数次失败后，他们终于等到了长久的胜利。

那么苹果公司呢？

他们看到的是长久的胜利还是昙花一现？

个人电脑的生意不再好做，利润越来越小，然而苹果公司仍然具有独特的优势。

在个人电脑市场上，几乎只有苹果公司一家在消费者那里拥有最独立的品牌形象。

苹果公司代表一种态度、一种生活方式(索尼公司在这方面也非常突出，史蒂夫一直非常欣赏这家公司并把它视为榜样)。

问题在于，苹果公司需要立刻给予投资者信心，而史蒂夫·乔布斯肩上的担子也很重，他需要时刻证明自己的能力。

半年召开一次的麦客世界大会的确是吸引媒体关注的好机会，然而它也让大家都期待苹果公司每6个月就能有新的突破，这无疑给史蒂夫带来了很大的压力。

如果新的产品只是花拳绣腿或是对原来技术的修修补补，而不是真正意义上的创新性革命——比如2001年1月会上发布钛外壳的PowerBook笔记本，还有3月份东京会议上揭幕的两种扎染印花外壳的iMac“花之力量”以及圆点的“蓝色大麦町”——苹果产品的爱好者会非常失望，他们想看到的是真正让人为之一震的创新。

<<追随内心>>

2001年，很多计算机生产商都面临经济不景气的局面，股票分析师纷纷预测，在这样艰难的生存环境中，实力较弱的企业会倒闭，而较强的公司也会通过合并来巩固自己的地位。

苹果公司拥有自己独特的软硬件系统，要把它和其他公司拼凑到一起难度很大，而且史蒂夫也不是那种会轻易妥协、让出大权的执行官。

因此，无论怎么说，这种可能性都微乎其微。

苹果公司极有可能会作为一个独立的公司在这种环境中生存下去并发展壮大。

苹果公司的财务状况极好，史蒂夫甚至向分析师吹嘘，苹果公司的资产负债表连加州州长阿诺德·施瓦辛格都羡慕三分。

苹果公司有40亿美元的现金，史蒂夫有足够的理由为此感到骄傲。

有了这么强大的财务后盾，就算经济不景气，管理上出现一些漏洞，苹果公司也一定会安然无恙。

研究了史蒂夫的个人经历后，我们应当对苹果公司的未来更有信心。

美国商界充满了顽强坚韧、野心勃勃的企业家，史蒂夫是其中之一。

和他之前经历的挫折和挑战相比，2000年年底和2001年年初的滑坡实在无足轻重。

史蒂夫的个人性能经受住无数次考验，每一次都被打倒在地，但又总是怀抱巨大的勇气重新爬起来。

25年来，他在这个全世界最残酷的行业中摸爬滚打，是为数不多的幸存者。

史蒂夫‘乔布斯的小宇宙还会再次爆发吗？

我敢打赌，他会的。

<<追随内心>>

媒体关注与评论

“不要被教条所限，不要活在别人的观念里。
最重要的是，勇敢地去追随自己的心灵和直觉，只有心灵和直觉才知道你自己的真实想法。
” ——史蒂夫·乔布斯

<<追随内心>>

编辑推荐

<<追随内心>>

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>