

<<一只iPhone的全球之旅>>

图书基本信息

书名：<<一只iPhone的全球之旅>>

13位ISBN编号：9787550607743

10位ISBN编号：7550607745

出版时间：2011-10

出版时间：凤凰出版社

作者：曾航

页数：304

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>

<<一只iPhone的全球之旅>>

前言

《我的iPhone情结》 雷军 2007年9月，我在美国旧金山买了我的第一只iPhone，那时金山上市路演已经快结束了，旧金山是最后一站，我就去找了家苹果店，花了\$299买了部iPhone。

记得我第一次拿到iPhone时，真的有点被iPhone震晕了，这款革命性的手机无论哪个方面都让人叹为观止。

就这样，我就成了iPhone业余推广员，不少朋友在我的“推销”下选择了iPhone。

我清楚地记得，当时乔布斯说他“重新发明”了手机，很多人并不认同。时至今日，四年过去了，我相信，所有人都认同了，老乔的确“重新发明”了手机，并且重新定义了“智能手机”。

在此之后，iPhone的每代产品我都买了几十部，不仅自己用，而且送给同事朋友用。

当身边有越来越多的朋友改用iPhone时，移动互联网的浪潮已经汹涌而来，在移动互联网的创业热情空前高涨时，世界又开始掀起一股学习苹果和乔布斯的热潮。

其实，早在二十多年前，我们对苹果与乔布斯的学习浪潮，丝毫不亚于今天，事实上，苹果可以说在某种程度上彻底影响了我的一生。

18岁那年，我在武汉大学图书馆里第一次看到《硅谷之火》这本书，书中讲述的是乔布斯等一帮计算机业余爱好者在硅谷发起的一场技术革命，带来整个电脑技术的变革。

从此之后，苹果和乔布斯对我的影响就开始挥之不去，我从那时起就希望创办一家世界级的企业。

在那以后，我从苹果和乔布斯身上学到了很多東西。

例如乔布斯做产品时往往会孤注一掷，所有的研发、市场和推广100%在一段时间里面专注在一个产品上，甚至只有一个型号一种颜色，不留任何后路，iPod、iPhone都因此而成功，这些理念对我日后的工作影响至深。

越是如此，我们往往越是感到，自己对苹果的了解还不够。

《一只iPhone的全球之旅》这本书向我们展示了另一个侧面的苹果。

这本书还原了一只iPhone从设计、零部件制造、组装、运输、销售、走私、再销售、回收翻新直到被分解处理的全球之旅，这是一个很有意思的视角。

iPhone是苹果的巅峰之作，它代表着苹果极简、克制、流畅的设计风格，苹果在设计和创新上的秘诀，是被大家提到最多的地方。

但iPhone之所以能成功，苹果在设计之外的功力，也值得我们学习。

事实上，在乔布斯身后，有许多像库克、伊夫、约翰逊这样的高手。

库克是顶尖的供应链管理专家，伊夫则是设计天才，而约翰逊一手缔造了苹果的零售王国……而富士康、ARM、TPK、LG这样隐身在iPhone幕后的英雄也同样为iPhone的诞生作出了巨大贡献。

苹果不仅有着极其卓越的产品创新能力，在其他方面的经营也颇值得我们学习。

例如苹果卓有成效的供应链管控体系，有效地保证了iPhone的顺利出货；苹果善于在零部件供应上设置资金和时间壁垒，从而让竞争对手常常无法及时跟进，从而保证了iPhone的领先地位——这些都如同iPhone的设计一样十分重要。

当然，我也为书中提到的数百万人为一只iPhone的诞生而辛勤劳作感到惊叹。

他们相当一部分位于中国，iPhone正在改变许多中国人的生活，甚至在某种程度上改变着中国的产业格局。

感谢iPhone为我们开启了一个伟大的时代，愿更多的人能从iPhone的故事身上得到启发。

作者系金山软件公司董事长，小米科技CEO，著名天使投资人 《还原苹果》 吴伯凡

“历史是一个让人随意打扮的小姑娘”，这句话至少适用于眼下流行的商业史。当成功是既成事实时，成功的原因和过程也就可以被当事人任意演义。

而且，即使是与成功者并无利益关联的写作者，也会不由自主地对成功者的历史进行不加节制的“优化处理”。

直接的原因是，以通俗文学的笔法讲引人入胜的成功故事是一件不费力而讨好的事。

<<一只iPhone的全球之旅>>

真正能给人教益的商业报道和商业史写作殊不多见，更多所谓的商业报道和商业史不过是用若干无关紧要的真实性来装点的自娱娱人的商业传说。

我们已听过太多关于苹果公司的传说。

这些传说可以总结为一句话——苹果出了个乔布斯，他是苹果的大救星。

一直让自己作为苹果的形象代言人的乔布斯，更是乐于制造和被制造这样的神话。

教主的形象是苹果的品牌宗教的重要内容——果粉们需要这样易于传诵的神话。

但要想读懂苹果公司，我们不能把神话当作信史。

至少，我们要对那些神话故事进行历史的还原。

本书与众多讲述苹果成功故事的书不同。

作者选取了一个独特的叙述路径——通过对iPhone这款苹果标志性产品的供应链的详细描述，来还原苹果公司体系化的竞争力。

当我们被作者带领着，对iPhone的研发、设计、制造的过程有一个相对完整的了解后，我们对苹果这家公司，对智能手机这个行业就有了前所未有的认识。

德鲁克说，管理得卓有成效的公司恰恰是没有传奇性的，它们的管理和经营看上去相当平淡，但也正是凭着这些看上去平淡的行为，管理关键要素才能落到实处。

在这本书里，我们看到的是另一个苹果，一个没有那么多神话和传说但更接近真实的苹果。

iPhone并非出自乔布斯灵感突发的创想，它最初是为了应对潜在而巨大的经营危机而被迫推出的产品。

。

而且，令人惊艳的iPhone在问世之前，早就以令人失望的外形和性能在市场上出现。

iPhone的出现，让不少人产生这样的感叹：“世界上有两种手机，一种叫iPhone，一种叫所有其他手机。”

但在供应链上的每一个环节（从芯片到显示屏），苹果都曾经面临着诸多的变数和偶然，如果在任何一个节点上犯错误或“遇人不淑”，iPhone都有可能是一款与“所有其他手机”没有太大差别的手机。

换言之，iPhone是一款被从平庸中救赎出来的产品。

苹果之所以成为苹果，就在于它具有一种独特的救赎能力和纠错机制。

乔布斯的作用在于，他有一种强迫症似的完美主义的冲动和意志，苹果公司的强大之处在于，它有一套完善的运营机制，能将这种冲动和意志贯彻到底，将创意转化为发明，进而转化为创新，而平庸的公司要么没有这种完美主义的权力意志，要么没有运营机制，让创意终止于创意。

唐人章碣有诗云：“尘土十分归举子，乾坤大半属偷儿。”

“举子是‘正确地做事’的人，偷儿是不按常理出牌的人，‘做正确的事’的人。

前者守正，得到的只是‘尘土’，后者出奇，才可能得到‘乾坤’。

在移动终端领域，苹果本来是后来者，但迅速地成为领导者，我们不得不说，这与乔布斯的“偷儿”性格有关。

他一贯强调苹果要做海盗而不是海军，并郑重其事地把一面海盗旗挂在自己的办公室里。

但我们同样不得不说的是，仅有“偷儿”性格是远远不够的，如果没有细致、沉稳的举子作为，偷儿最终的命运只能是“落草为寇”，困守某个“山寨”，朝不保夕。

不建立体系化竞争力而大谈创意，是无法实现真正的创新的。

“偷儿”无“举子”则空，“举子”无“偷儿”则盲。

本书给人最大的收益，就是能让欲了解苹果真相的人们看到，苹果的创新（“落到实处的创意”）是如何真正实现的。

作者系《21世纪商业评论》主编

<<一只iPhone的全球之旅>>

内容概要

《一只iPhone的全球之旅》讲述了iPhone幕后的故事。

苹果的iPhone手机在美国设计，在日本制造关键零部件，由韩国制造最核心的芯片和显示屏，由台湾厂商供应另外一些零部件，最后在深圳的富士康工厂里组装，然后空运到美国，再被苹果商店门口排队的华人买走，走私回中国，然后卖到中国各地，然后又被深圳的手机作坊回收翻新再出售，最后被当作电子垃圾拆解回收……

本书作者曾航遍访了全球二十多家苹果供应商和合作伙伴，实地到日本、韩国，中国台湾、中国香港、深圳、苏州、长沙等地的苹果供应链走访，跟踪了一只iPhone的一生，还原出iPhone从设计、零部件制造、组装、运输、销售、走私、再销售、回收翻新直到被分解处理的全球之旅。

在iPhone背后，是最让人惊叹的产业分工，上百家幕后厂商、数百万参与者共同的心血付出，让iPhone成为最成功的智能手机。

这本书讲述了大量乔布斯背后的幕后英雄的故事，包括主管苹果供应链的COO库克、苹果的设计高手伊夫、一手建立苹果零售体系的约翰逊，以及富士康、TPK、三星、LG、ARM等幕后厂商的故事。

iPhone的全球之旅极大地改变了全球IT产业的版图。

它让富士康、ARM、三星、LG、宸鸿等苹果幕后企业迅速崛起壮大，而另一些企业则因此而逐渐暗淡。

书中揭示了苹果在乔布斯之外的强大竞争力，读完这本书，你会发现乔布斯并不是神，他背后的幕僚和众多合作伙伴，同样是苹果成功的关键。

<<一只iPhone的全球之旅>>

作者简介

曾航，毕业于南京大学，《21世纪经济报道》资深记者，主要从事IT产业报道，长期跟踪采访苹果的产业链。

花费约一年的时间，到苹果产业链上的日本、韩国，中国台湾、中国香港、深圳、上海、苏州、长沙等地实地走访，并发表了大量关于苹果产业链的报道。

<<一只iPhone的全球之旅>>

书籍目录

我的iPhone情结

还原苹果

引子 iPhone手机的全球之旅

第一章 iPhone是怎样诞生的？

——在硅谷的苹果总部，iPhone如何被设计出来

iPhone前传：那些夭折在实验室的苹果手机

iPhone诞生记

“最好去当海盗，而不要去当海军。

”

iPhone的极致保密工作

2007年Macworld大会：iPhone正式粉墨登场

改变世界的机器：iPhone革命

第二章 谁给了iPhone一颗强大的“芯”？

——苹果让ARM对英特尔的统治构成严重威胁

英国剑桥——iPhone的芯片在这里完成基础研究

硅谷——苹果自己开发了一款芯片（“苹果”牌芯片简史）

苹果A4芯片浮出水面

苹果的芯片在韩国三星工厂代工：三星和苹果是敌是友？

为什么智能手机拒绝英特尔芯片？

蚂蚁大象之战——“小公司”ARM如何挑战英特尔霸权

第三章 没有触摸屏，就没有iPhone——iPhone的触摸屏在中国制造，它的幕后英雄充满争议

iPhone的触摸屏沾满鲜血？

揭秘触摸屏厂家宸鸿：iPhone首发仪式上哭泣的幕后英雄

iPhone触摸屏称雄世界

中国A股的“苹果触摸屏故事”

第四章 苹果拯救台湾经济——iPhone的许多零部件由中国台湾厂商生产，苹果挽救了台湾经济

自动化VS人工

从实验室到量产，台资厂的独家秘笈

苹果挑选供应商的特点

吸引台商，为什么成都、重庆完胜越南？

苹果挽救了中国台湾经济

为抢苹果，中国台资厂商“窝里斗”

为什么代工厂一定做不好品牌？

郭式求解：不做品牌做渠道

第五章 iPhone充满韩国血统——韩国厂商生产了iPhone的屏幕、处理器、内存、电池等主要零件，他们认为

iPhone应该是“韩国手机”

iPhone上最贵的零件韩国造：iPhone变成韩国手机？

韩国：可怕的垂直整合

<<一只iPhone的全球之旅>>

与三星签订采购大单：苹果阻击式采购战略揭秘

第六章 日本为什么造不出iPhone？

——日本供应着iPhone大量高端零部件，日本手机厂商却在iPhone的冲击下节节败退

日本电子集群撑起iPhone的“内脏”

日本为什么造不出iPhone？

日本移动互联网发展启示

第七章 iPhone玻璃的幕后英雄——iPhone的玻璃由康宁生产，并在中国进行加工

iPhone玻璃的幕后英雄

白色iPhone难产之谜：玻璃工艺挑战超出想象

第八章 iPhone的总装车间富士康——iPhone在富士康的深圳工厂组装，这家工厂遇到了前所未有的麻烦

探秘富士康的“紫禁城”

组装iPhone的奥妙：客户如何控制富士康？

富士康跳楼事件回放：那几个月发生了什么？

全中国反思富士康事件

省长们哄抢富士康，iPhone移师河南生产

笔者专访郭台铭的“军师”李吉仁

第九章 iPhone的运输与走私——iPhone在中国生产好后通过奇特的方式运往美国，并很快被职业黄牛走私回中国

iPhone居然是从阿拉斯加入境美国的

苹果奈何不了东方面孔的扫货者

iPhone被空运回了香港

8 000名职业走私者往返于香港和深圳

反思：是什么促成了iPhone疯狂的走私？

第十章 重返中国，iPhone在中国正规渠道的销售——iPhone开始进入中国的正规渠道销售，但销售苹果产品的商家，却往往赔本赚吆喝

苹果产品中国正规销售渠道揭秘

分歧严重，中国移动与苹果谈崩

作出巨大让步：中国联通终得以引进iPhone

联通版iPhone在中国遭遇冰火两重天

iPhoneVS黑莓：商务人士的口袋大战

苹果牢牢掌控微笑曲线的两端

第十一章 iPhone的中国App应用开发者——iPhone在中国催生了一个庞大的开发者群体，他们赚了App

Store十分之一的收入

那些一夜暴富的家伙

中国iOS第一游戏开发团队上海晨炎海外市场大捷

App Store的进化

App Store对于苹果的战略价值

长尾效应在App Store爆发

Gameloft：iPhone软件销量是Android的400倍

第十二章 iPhone的山寨与翻新——用旧的iPhone又回到深圳，在这里被翻新后再出售，这里同样出产大量仿冒的iPhone

<<一只iPhone的全球之旅>>

一位“水货”手机批发商的一天
iPhone又回到了深圳，在那里被翻新再出售
深圳的山寨iPhone产业
iPhone被回收、分拆，结束它的一生
后记：乔布斯不是一个人在战斗

<<一只iPhone的全球之旅>>

章节摘录

引子——iPhone手机的全球之旅 当消费者们彻夜长排,终于拿到他们想要的iPhone(一款由苹果公司推出的手机)时,有数以百万计的人们正在为了这部手机辛勤劳作着。他们有的人腰缠万贯,跻身福布斯富豪榜;有的人则辛劳终生,却买不起一只iPhone……“这些家伙是从哪里冒出来的?

” 在一个寒风凛冽的上午,高云强窝在上海淮海路的人群中,既充满兴奋又略显沮丧,他总是忍不住问自己这个问题。

抬头望去,他的前后都是黑压压的人群。

有人为了免于排队,当场掏出200元钱要求和排在前面的人换一下位置。

最夸张的是那些排在队伍最前面的人,其中有人排了整整一夜。

这一天是2010年9月25日,这是中国中秋节假期后的第一个工作日。

白领们神色慌张地从拥挤的地铁里钻出来,略带倦容地投入新一天的工作。

街边的草丛已有一丝泛黄,并不温暖的阳光打在每个人的脸上。

但一些年轻人却没有丝毫想工作的意思,他们心甘情愿地请假并花一整天时间来到淮海路上排队,就为了买一件小玩意儿。

保守的上海白领们像看笑话一样看着这些排队的人。

一些人忍不住讥讽道:“不就是一款新手机吗,至于吗?

” 但更多的人开始加入排队的行列。

在北京,同样的场景也在上演着。

来自山东临沂师范学院的刘憬瑞成了苹果三里屯零售店的首位iPhone 4买家,在此之前,他已经在这里足足等候了30个小时。

6分钟后,刘憬瑞手拿两部iPhone 4走出门口,媒体人员纷纷走上前对准他拍照,仿佛有一位大明星走了出来。

“一部自己用,另外一部带给同学。

”刘憬瑞兴奋地说道。

为了买iPhone 4,他23日特意坐火车从临沂赶到北京,已在店门口等待了30多个小时。

因为他从外地专程赶来,2010年9月24日,北京,大批苹果手机消费者在西单大悦城Apple Store店门前排队,购买将于25日早上8点开始发售的iPhone 4手机。

排队时间又最长,被很多一起排队等待的“果友”戏称为“一哥”。

但刘憬瑞永远不会感到孤独,数百名从四面八方拥来的粉丝和他一起彻夜排队,他们准备了帐篷、睡袋、气垫床、三国杀、纸牌,丝毫不觉得困倦。

9月24日晚8点左右,西单大悦城店门口排队的人数已达二三百。

为了维持现场秩序,有数辆警车及一辆救护车停在路边。

24日晚7点左右,三里屯苹果店门前也已经排出了近千人的队伍。

这些素不相识的人永远能找到共同话题,“你的iPhone‘越狱’过吗?

”、“估计明天水货iPhone 4就要‘跳水’了!

”、“iPhone 4究竟和iTouch 4(一款由苹果公司推出的便携式媒体播放器)有什么不同?

”…… 在北京西单的大悦城苹果零售店,一名被称作“老刘”

的“财神爷”一口气花钱雇了100名大学生帮他排队,一口气买下200部iPhone 4。

老刘向这些大学生每人支付了50元的排队报酬。

老刘的工作是为某家建筑公司采购礼品,这200部iPhone将被某建筑公司用来送礼“打点关系”。

一周前iPad(一款由苹果公司推出的平板电脑)在中国上市时,老刘也一口气买下58台。

一箱一箱的iPhone 4就陈列在苹果商店的柜台下,它们要不了多久就会被销售一空。

这不是免费派送,也不是某个品牌在打一折,而是在发售一款最低售价高达4 999元的手机。

在这个全球消费的寒冬里,居然有这样一款产品,能够轻而易举地从日益吝啬的消费者的兜里掏出大

<<一只iPhone的全球之旅>>

把钞票来。

在9月25日这一天之内，6万部iPhone 4在中国轻易售出，而消费者们仍然在抱怨，苹果为什么不能多生产一些手机来。

在苏宁电器全国300家门店中，平均每4秒钟就有一部iPhone 4被预订…… 几个小时之后，远在万里之遥的硅谷苹果总部，苹果CEO（首席执行官）史蒂夫·乔布斯就要起床了，他会首先收到一个好消息：周四苹果公司市值达到2 658 亿美元，超过了中国石油天然气股份有限公司（简称：中国石油）的市值，成为全球第二大公司，仅次于埃克森·美孚石油，后者

2010年9月25日，备受苹果迷期待的iPhone 4在中国内地市场正式上市。

在北京西单大悦城苹果专卖店，顾客争相购买iPhone 4。

是全球最大的公司，周四的市值为3 133 亿美元。

乔布斯心知肚明，这其中作出最大贡献的正是iPhone。

凭借着iPhone和iPad的热销，苹果一举打破了由微软和英特尔的Wintel联盟（微软的Windows操作系统加上英特尔的芯片的联盟）制定多年的消费电子业游戏规则。

在苹果公布的2011年第一季度财报中，iPhone及配件销售额达到104.7亿美元，按营业收入计算，苹果已经超过诺基亚成为全球第一大手机厂商。

在美国加州库珀蒂诺（Cupertino）市的苹果总部，苹果的工程师们在乔布斯的领导下历尽坎坷设计出了这款革命性的手机，它彻底颠覆了人们以为手机只能打电话发短信的印象，它让手机开始变得如此强大，如此个性化。

在2010年当中，苹果平均每天能卖出15万部iPhone，这是一个极其惊人的数字。

不过，这并不能让乔布斯完全松一口气，让他操心的事情还有很多。

iPhone 4的零部件供应现在已经充足了吗？

iPhone 4的组装厂富士康近些年似乎总遇到麻烦，他们将中国深圳的工厂内迁会影响自己的生意吗？

iPhone 4在全世界的物流运输情况现在很稳定吗？

还有那些iPhone 4的追赶者，尤其是快速发展的谷歌Android（基于Linux开放性内核的操作系统）阵营，他们的新手机看上去似乎也很强大…… 此时，远在中国上海的淮海路上，苹果粉丝们依旧排着长队，一位闲着无聊的消费者在思考一个问题：这款iPhone手机，究竟是怎么来到我手上的呢？

它的一生，究竟经历了哪些传奇的故事呢？

那些分布在苹果全球产业链各端的人，他们的命运究竟如何呢？

一位叫作“markm49uk”的英国网友率先揭开了这一秘密。

他从没想过，自己新买的iPhone里会有个中国女孩的亲切照片：这是一位脸蛋圆润、笑容可爱的中国女孩，她身穿白色工作服、头戴工作帽，趴在生产线上作出“V”形手势——工作服上的粉红色条纹似乎更衬得中国女孩活泼可人，这让他激动不已。

激动的英国网友将中国iPhone打工妹的照片贴到互联网上，她的笑容只用了6天时间就火遍全球。全世界有多个专门为她建立的网站，任何关于“iPhone girl”的消息都会第一时间在网站发布。

全世界的网友们压抑不住好奇，发动了“人肉”搜索，揭开了“iPhone girl”的身份。

随后有人证实，这名女孩就是富士康深圳观澜科技园C区三栋手机检测生产线上的一位员工。正是千千万万这样的普通中国女孩在枯燥的生产线上夜以继日地工作，才生产出了世界上最精密的iPhone，并运送到世界各地。

富士康解释道，这名女孩是手机检测车间的员工，可能在拍照手机检测后忘记了删除检测图片才导致事情的发生。

从照片中可以看到，这名女孩是多么渴望能拥有一部iPhone这样自己生产的手机，但在现实中，这显然是一种奢望。

富士康普通工人月收入仅为2 000元人民币左右。

而一部iPhone 4手机最低售价也要5 000元人民币左右，它们是“富二代”和中国新富阶层财

<<一只iPhone的全球之旅>>

富的象征，但不属于富士康的工人。

在富士康，并不是每个工人都像照片上这名女孩一样开心、快乐。在2010年年初，富士康总计有十多名员工先后自杀，这也成为轰动世界的“富士康跳楼事件”。

这一事件直接引发了中国国内山呼海啸般对“血汗工厂”的指责以及对“世界工厂”前途的反思。

显而易见的是，这样的跳楼事件让富士康董事长郭台铭焦头烂额。早该退休的郭台铭急急忙忙飞赴深圳，住在深圳富士康厂区里一间简陋的铁皮屋里，在他的二手办公桌上作出了许多重要决定，包括给富士康的员工大幅加薪，并且将生产线大量向中国内地转移，以及启动鼓励员工回乡创业的“万马奔腾”计划等。

为了一扫员工跳楼的阴霾，迷信的郭台铭甚至用自己的私人飞机从老家山西五台山运来30名和尚，为死者超度，并祈祷不要再发生类似事件。

然而就在当天晚上，又有一名员工跳楼。

当然，郭台铭的坏心情并没有持续太久。当他坐着自己的私人飞机四处出现在中国的中西部省份时，发现平日里牛气横生的中国省长们，总是亲自在机场等候他的到来，这说明富士康的魅力并没有丝毫降低。

在一个又一个剪彩仪式后，富士康在中国内地的工厂接连开张了，苹果的iPhone和iPad等产品将同步在郑州、成都等地生产。

郭台铭只是iPhone背后众多台湾老板的代表。当台湾老板们在电视机前看到消费者排队抢购iPhone 4的场景，他们不禁心情复杂。为了抢夺苹果的订单，一些工厂用尽各种手段，甚至不顾兄弟情义，大打出手。

每一次苹果新品发布，台下都坐着忍不住哭泣的幕后英雄。2007年年初iPhone刚刚发布时，当乔布斯在台上激情澎湃地演讲时，坐在台下的台湾触摸屏生产商TPK的老板江朝瑞和孙大明却失声痛哭——每一个iPhone的零部件，背后都包含着难以言表的艰辛。

在中国台湾，所有和苹果沾点边的股票，都像坐上了火箭一样股价猛涨。说一个苹果公司挽救了低迷多年的台湾经济，一点也不夸张。

各种精密的零部件从世界各地的工厂运往中国：韩国LG生产着iPhone上最贵的显示屏，日本村田制作所生产着iPhone上的传感器，德国英飞凌生产着iPhone的数字基带、射频收发器和电源管理器件，中国台湾的TPK和胜华生产着iPhone的触摸屏……这些零部件最后汇集到中国深圳，在那里的富士康巨型代工厂里组装成iPhone成品。

包装一新的iPhone坐上联邦快递的飞机，飞往世界各地的iPhone卖场。在美国，iPhone先被运到冰天雪地的阿拉斯加，在那里的集散中心再次起飞运往美国本土，然后被转运到各个苹果商店及AT&T（美国电话电报公司）营业部等地铺货。

焦急的苹果迷们开始在苹果商店外彻夜等候，他们中有些人甚至提前三天就开始在那里排队。由于采访排在首位的那名粉丝的媒体太多，这名粉丝甚至可以获得一些公司的赞助，这相当于免费获得一部iPhone。

当iPhone开始正式在美国销售时，不喜欢排队的美国人很快发现，排在苹果商店外面的大都是中国面孔，他们衣着简朴，打扮得土里土气的，完全不像是典型而时尚的苹果粉丝。

是的，中国人争先恐后地拥入苹果商店，排队买走了相当一部分iPhone。他们是古怪、隐秘的贸易链条上的一员，他们将买来的iPhone有组织地倒卖到黑市，一上午就能赚到300美元。

这些零碎买来的iPhone被集中运到中国香港，那里有着亚洲最大的水货手机市场。职业的香港走私客们早已习惯和中国海关的猫捉老鼠游戏，他们熟练地将iPhone藏在自己的衣服里，偷偷运到中国内地。

在那里，中国的新富阶层不惜一掷万金买来一部iPhone，尽管有些人连如何在iPhone上下载程序都不会。

<<一只iPhone的全球之旅>>

当然，iPhone手机的全球之旅并没有因此结束。

当消费者们玩腻了这部手机，并开始准备买入下一代iPhone时，中国职业的手机回收客熟练地向他们给出一个报价，并把这部手机回收运往深圳。

在那里的山寨手机工厂，iPhone被翻新得和新手机几乎一模一样。

这些被翻新过的iPhone被当成新手机再次投放市场，他们在中国的地下手机交易市场以及网上的淘宝商店销售火爆，有时一部机器能够轻松赚到上千元人民币。

几天之后，全世界的消费者们就将拿到这批新的iPhone，并带给他们无数欢乐。

在美国，iPhone完全改变了人们的生活，时尚的美国人频频登陆苹果的App Store（应用商店），下载各种稀奇古怪的程序。

有的程序能够帮助警察抓住小偷，有的程序会教他们怎么泡妞，还有程序可以让他们在手机上做天主教的祷告…… 许多美国人不知道的是，这些App程序中相当一部分都是由在中国的开发者开发的。

他们三三两两地躲在中国某个偏僻的居民楼里，哼着小调在自己的苹果电脑前写出这些程序，并从苹果的App Store中分到了占全球总比重约十分之一的开发者分成。

是的，一只iPhone手机从里到外，它的一生充满了传奇的故事。

在这本书即将付梓印刷的时候，一批新的iPhone手机又将装上飞机，开始它们新的全球之旅。

我花了近一年的时间，实地走访了iPhone全球之旅中的各个环节，从上游零件供应的日本、韩国、中国台湾，到中国内地的苏州、长沙等地，到最后组装iPhone的深圳富士康工厂，再到走私、贩卖水货iPhone的中国香港，以及最终翻新iPhone的深圳华强北，再到开发iPhone App应用程序的工作室，以及上海各大销售苹果产品的苹果旗舰店、苹果授权店…… 这是一个难忘的过程，我在走访中发现，苹果的iPhone和iPad竟然改变了这么多人的命运，甚至深刻影响着世界上很多地方的经济结构。

通过iPhone，美国一举从日本手上夺取了整个移动互联网产业发展的主导权，并在智能手机设计及智能手机系统领域占据主导地位。

而日本和韩国及中国台湾则依靠苹果的订单巩固了其在高端电子元器件市场的优势，这些地方既有竞争又有合作，它们之间的故事十分吸引人。

依靠为iPhone制造零部件，在中国台湾和中国内地创造出了为数众多的明星企业和新兴富豪。他们隐居苹果幕后，却闷声发着大财。

在中国内地，装上飞机源源不断出口的iPhone更加扩大了中美之间的贸易赤字，iPhone在中国创造了数百万个就业岗位。

不过，这些为iPhone工作的工人却一点也不幸福，他们中有十多人在短短几个月内跳楼，还有上百名工人为提高iPhone的生产进度而在有毒的工作环境中中毒，落下终身疾病。

iPhone和iPad的生产还加速了中国庞大的制造业内迁的步伐。

从2010年开始，大批和苹果有关的工厂迁往中国中部的成都、重庆、郑州、长沙等地，这些工厂为当地带来了可观的GDP（国民生产总值）和就业，并为这些地区带来新的发展机遇。

iPhone还在很大程度上改变了中国移动通信市场的格局，中国移动不再变得一家独大，而依靠引入iPhone而大红大紫的中国联通大肆抢夺了中国移动的高端客户。

在中国，使用iPhone和中国联通的网络一样开始成为高端人士的象征。

当然，iPhone和iPad还养活了一大批依靠囤积居奇而赚钱的商贩，他们通过排队抢购iPhone这样的抢手商品，并将其运送到世界各地出售而发了大财。

在中国深圳，依靠翻新二手iPhone，或者制造仿冒的iPhone，以及制造iPhone配件而发财的人更是不计其数。

苹果和iPhone只是一个窗口，它让我们更深切地认识这个世界。

……

<<一只iPhone的全球之旅>>

媒体关注与评论

感谢iPhone为我们开启了一个伟大的时代，愿更多的人能从iPhone的故事身上得到启发。
” ——雷军(金山软件公司董事长，小米科技CEO，著名天使投资人) “本书与众多讲述苹果成功故事的书不同。

作者选取了一个独特的叙述路径——通过对iPhone这款苹果标志性产品的供应链的详细描述，来还原苹果公司体系化的竞争力。

当我们被作者带领着，对iPhone的研发、设计、制造的过程有一个相对完整的了解后，我们对苹果这家公司，对智能手机这个行业就有了前所未有的认识。

本书给人最大的收益，就是能让欲了解苹果真相的人们看到，苹果的创新（“落到实处的创意”）是如何真正实现的。

” ——吴伯凡（《21世纪商业评论》主编）

<<一只iPhone的全球之旅>>

编辑推荐

“我从苹果和乔布斯身上学到了很多。”

例如乔布斯做产品时往往会孤注一掷，所有的研发、市场和推广100%在一段时间里面专注在一个产品上，甚至只有一个型号一种颜色，不留任何后路，iPod、iPhone都因此而成功，这些理念对我日后的工作影响至深。

越是如此，我们往往越是感到，自己对苹果的了解还不够。

《一只iPhone的全球之旅》这本书向我们展示了另一个侧面的苹果。

这本书还原了一只iPhone从设计、零部件制造、组装、运输、销售、走私、再销售、回收翻新直到被分解处理的全球之旅，这是一个很有意思的视角。

一款手机，改变了一个世界，拥有万千粉丝。

它的缔造者——被人奉为神的乔布斯，在2011年8月25日，向全世界递交了辞职信。

也许没有任何一个接任者，会像苹果新任CEO蒂姆·库克这样，要担负这么沉重的压力和期望。

“乔布斯留给后任的，无疑是一个巅峰的苹果，无论是营收、利润、增长、市值还是市场地位、产品影响力，都已经成为当之无愧的NO.1，堪称全球企业的典范，而不仅仅是最佳的技术公司。一个强势的、伟大的掌舵人，对一家企业而言也未必全是好事，因为他的光芒往往会成为继任者无法逾越的障碍，历史早已充满了这些由盛转衰的案例。

当饱受病痛折磨的乔布斯这次真的离去，他的继任者和多年的伙伴库克能带领苹果继续前行吗？

”（《别了，乔布斯》南都周刊） 当乔布斯还在身穿黑色T恤、李维斯牛仔裤，手拿

着iPhone站在星光闪耀的舞台上时，别忘了，他不是一个人在战斗。

乔布斯早就说过：“苹果不仅仅只有乔布斯，还有同事和团队，他们现在和我拥有同样的视角。

当我离开去夏威夷晒太阳喝着甘蔗酒时，他们将会推动公司继续向前发展。

” 在乔布斯身后，除开库克，还站着富士康、ARM、三星、LG、宸鸿、东芝、胜华、大立光、蓝思科技、康宁、村田制作所、正崴这些合作伙伴，还有伊夫、约翰逊这些世界一流的人才

“…… 在乔布斯开始被神化的时候，你需要了解他们的故事。

<<一只iPhone的全球之旅>>

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>