



Lashinsky) 深入苹果内部 (以及苹果供应商、投资人、员工及竞争对手的生态系统) , 多次采访收集材料, 披露了大量独家消息, 更揭示了苹果公司内部神秘的体制、策略以及领导战略——正是这些“苹果方法论”, 使乔布斯及苹果能够不断推出热门产品, 并培养了大量狂热粉丝。

更为重要的是, 《苹果: 从个人英雄到伟大企业》揭示了后乔布斯时代, 苹果正在发生或即将到来的变化。对于关注苹果的普通人, 对于希望借鉴“苹果方法论”的公司及管理者, 本书都极具吸引力。

作者介绍:

亚当·拉辛斯基, 《财富》杂志高级记者, 专注报到硅谷及华尔街。

2001年进入《财富》杂志, 发表多篇封面文章, 主题包括谷歌、惠普和苹果等。也曾深度报道富国银行 (Wells Fargo)、英特尔 (Intel)、甲骨文 (Oracle)、推特 (Twitter) 和风险投资行业。

2008年, 曾为苹果撰写封面报道: The Genius Behind Steve: Could Operations Whiz Tim Cook Run The Company Someday (乔布斯背后的天才: 经营奇才蒂姆·库克将来能否管理苹果), 当时就准确预测库克会接任乔布斯, 成为苹果下一任CEO。

目录: 第1章 后乔布斯时代的到来

本书试图走进苹果公司的封闭世界, 解密苹果神秘莫测的公司体系, 让胸怀大志的企业家、充满好奇的中层管理者、对苹果艳羡不已的竞争对手公司的首席执行官、梦想洞察苹果奥秘的创意者们了解苹果公司的发展历程。如果能效仿苹果的话, 有谁会不愿意一试呢?

第2章 “我参观了苹果厂区, 但苹果只允许我说这些”

毫无疑问, 所有公司都有秘密。不同之处在于, 在苹果公司里, 所有的东西都是秘密。苹果知道, 自己之所以能有所发展, 是因为它毫不含糊地坚持“口风不严战舰沉”的原则。无限循环路1号的苹果公司商店里有一款对外出售的T恤, 上面写着“我参观了苹果厂区, 但苹果只允许我说这些”。

第3章 专注, 专注, 专注

创立苹果, 并不是为了一年生产20件惊人之作。每年最多只有三个项目能引起高管的重视。这就是精简。管理团队常常要选择恰当的时机来开发相应的技术。如果你同时做100件事, 那就不可能是在按苹果的方式做事。绝大多数公司都不愿意像苹果一样, 集中精力做一件事。因为, 这么做很可能以失败告终。要从25个创意里挑出4个, 那是件很恐怖的事。

第4章 创业之初的激情

多年来, 苹果从低谷走向巅峰, 向世界展现了自己永葆激情的一面。对苹果公司以外的人来说, 改良的好处并不是显而易见的。伴随一系列大胆的举措, 如开除不称职的员工、采取极端的责任制, 苹果创造了一个鼓励员工大胆思考问题的工作环境。在这里, 平庸之辈很快就会暴露无遗。

第5章 聘用苹果信徒

当时, 莱维特即将卸任克林顿治下的美国证券交易委员会主席一职, 史蒂夫·乔布斯邀请他加入苹果董事会。接到邀请后, 身为铁杆苹果迷的莱维特兴奋不已。莱维特在10年后回忆说: “我告诉乔布斯, 在美国, 没有比苹果让我更乐意加入的董事会了。”

第6章 至关重要的设计

对消费者来说, 苹果生产的是自己梦寐以求的产品。在消费者看来, 信息是从四面八方扑来的。不过, 这些信息都很容易理解。因为它们是自然渗透进来的, 而不是生硬灌输进来的。但你也别搞错了, 是苹果从头到尾策划了整个信息传播过程。

第7章 征服敌人和朋友

苹果无疑违反了，或者说选择性忽略了一条黄金法则：“己所不欲，勿施于人”。苹果把自己的时间看得比合作伙伴的时间更重要，这么做对吗？苹果要求别人遵守它的品牌法则，却忽视和自己有生意往来的公司的品牌法则，这么做公平吗？苹果总是对别人幸灾乐祸，又怎能指望别人善意相待呢？答案似乎已经很明显了。

#### 第8章 接班人计划：蒂姆·库克之后

多年来，乔布斯和其他董事会成员一直坚持说，苹果有适当的接班人计划，只是没有对外公布而已。这份计划几乎包括所有重大的人力资源问题，比如谁会接替乔布斯担任首席执行官。计划里还包括其他一些措施，以确保苹果的核心价值观能传递给未来的领导者。

#### 第9章 苹果魔法

尽管在过去10年里，苹果只是人们交谈的话题之一，特别是互联网企业交谈的话题之一，但如今，苹果已经成为头号热门话题。Facebook首席运营官谢丽尔·桑德伯格曾是谷歌老员工。她说：“我们将苹果视为典范。我们会学习它处理问题的方法。从信息一致性到管理架构，我们都学。”

• • • • • [\(收起\)](#)

[苹果\\_下载链接1](#)

## 标签

苹果

管理

乔布斯

商业

互联网

创业

设计

企业发展史

## 评论

「真正的信仰和偶尔崇拜的区别在于，真正的信仰的生命比创始人的生命要长得多。」

-----  
这本书包含苹果组织架构图，以蒂姆库克为中心，像八爪鱼一样眼神到十几个总裁、副总裁。企业领袖牢牢掌控全部，很符合乔布斯的风格呀。

-----  
买一送一。。。

-----  
E2-1 F471.266/86

-----  
很不错，虎嗅翻译过前面几章

-----  
苹果的秘密在于里面的果核……

-----  
很难想象同样在乔布斯影响下的两个公司——苹果和皮克斯，在企业文化上居然有如此大的差别。苹果的模式固然是伟大的奇妙的，却也是难以复刻的——乔布斯的个人影响是显而易见的。虽然和皮克斯一样，在现有环境下很多东西我们都不可能做到，但值得学习参考的地方数都数不过来。【即便是从外部不全面的看到了一部分苹果，这个神奇公司的故事也绝对会让你立马投奔粉丝阵营……

-----  
摘要与心得：<http://book.douban.com/review/6504056/>

-----  
没啥感觉

-----  
一直在看苹果周边的书，这本写得相当不错，跟疯狂的简洁一块送过来的，但物超所值，原书名叫做"Inside Apple: How America's Most Admired--and Secretive--Company

Really Works “，这才叫实在的书名！

一口气读完了，果粉必备

苹果的特质倒是被说出来了，但是对于苹果从其他途径已经了解过的人，这本书翻翻即可，因为大部分东西，你都已经知道了~

书奴翻身第一本，马克！  
章节会将核心句highlight出来，随书附赠的思维导图也很不错。

首先翻译得很差，有语病。其次作者好像很喜欢提起一个话头，然后就转而论述别的，不知道是不是翻译的原因。可以作为一个对苹果的大致了解，但并不系统和深入。

主观性很强：重复出现的信息太多

擦，发个评论还得审核。至少告诉我有哪些敏感内容好吧

乔布斯在公司中对各种事情的亲力亲为程度再次让我惊叹，这也就是他所说的保持创业公司的激情吧。短时间内世界上不会再有这样一个公司了，包括它自己，近期就再也不看关于苹果的书了

非常让人失望的一本书，无论是翻译还是内容本身都比较糟糕。完全感觉是局外人的主观评述而不是深入记录的商业传记。常常读完一段正想看然后呢就戛然而止没有实际的内容。而翻译中大量的名词翻译不合理，外加文本不通顺。  
特别是有伊萨克森的<乔布斯传>珠玉在前之后对比下来这本书根本不值得一读。

买usb网卡时凑单的《疯狂的简洁》送的

-----  
管中窥豹实在是说不清楚啊

-----  
[苹果\\_下载链接1](#)

## 书评

這半年來，突然想要一台MBPR，因此花了很多力氣上網研究到底Apple是甚麼東東，還翻了一下買很久卻未讀過的《賈伯斯傳》(Steven Paul Jobs, 港譯「喬布斯」，台譯「賈伯斯」，本文以台譯為準)。偶爾在書局發現這部薄薄的小書，放在當眼處，無聊，便買了。這本小書，也說不上揭...

-----  
苹果公司是现在世界上数一数二的公司，不知道有这家公司的都算是out了。使用苹果手机的人现在也是越来越多了，没使用过苹果手机的人算是赶不上潮流了。iPhone手机和iPad平板电脑现在是时尚的电子产品，很多潮人都以拥有它为荣。为什么苹果公司的产品这么风靡全球，不禁...

-----  
只要是有关苹果的消息，都会在IT江湖上掀起一阵风浪。苹果公司不按常理出牌的企业发展战略和可称为艺术品的产品设计，都成为了苹果公司在消费者心目中的图腾。我对苹果公司的感觉来得比较晚，但是自从我拿到了苹果的IPAD3开始，我就成为了苹果产品的信徒，对苹果公司的任何产品...

-----  
苹果的发展给我们展示了一个过程，好比从奴隶制社会过渡到封建社会，从自由资本主义过渡到国家资本主义，从分权走向集权，而乔布斯死后，苹果公司又将从集权走向分权。除此之外苹果公司还向我们展示了，对于细节的专注，包括公司总裁对企业产品的关注，对保密制度的严守，对...

-----

-----

2008年的产品发布会上，乔布斯带着一个信封走上了台。在众人的疑惑目光中，MacBook Air从信封中滑出来。苹果公司的神话开始成形。  
<苹果>一书规避了众多类似书籍对乔布斯的神化，将目光放在了在这位英雄背后的企业。书中所讲述的不仅是一个神话般的企业，也是这个企业之所以成...

---

这本书有一张苹果公司的汇报组织架构图。这是一家非常规机构的非常规组织架构图。首席执行官蒂姆·库克处于中心位置，像八爪鱼一样，十几个总裁副总裁都向他一个人汇报。他像蜘蛛一样，把公司织成一张网，他就在网中间，洞悉一切。这就是乔布斯的杰作吧。众...

---

[苹果\\_下载链接1](#)