

苹果:重生的启悟 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/289/2021\\_2022\\_\\_E8\\_8B\\_B9\\_E6\\_9E\\_9C\\_\\_E9\\_87\\_8D\\_c123\\_289059.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/289/2021_2022__E8_8B_B9_E6_9E_9C__E9_87_8D_c123_289059.htm) “天哪，瓶子里真的封着一只精灵！”苹果电脑公司CEO史蒂夫·乔布斯这样评价从20岁走向30岁的苹果。20岁以后的苹果以初创时的激情释放着创新和创造的能量，最近几年，但凡有关创新的讨论人们总会习惯性地从苹果iPod讲起。追溯这家以创新而闻名的公司，不难发现其30年的发展，可分为三个阶段：1976年-1985年为创业辉煌期；1985年-1997年为衰落期；1998年到目前的辉煌阶段，三个10年，三个不同阶段。苹果公司如何在第三个10年重新崛起？苹果的崛起给中国企业哪些启示？

内部管理瓶颈导致最初的衰落 那个被咬了一口的苹果标志显得个性十足，而事实上，“苹果型”即被当时的乔布斯称为“大众电脑”。1980年，Apple发布，苹果股票上市，成为明星公司。1985年，乔布斯被解除一切权力并被赶出苹果，同样在这一年，苹果签署了几乎是让自己失去未来的一份合同：微软如果继续为苹果开发软件，就允许微软使用部分的苹果图形界面技术。此后的乔布斯创建NeXT公司，而苹果则在一连串儿诉讼和不成功产品的拖累下，走到了低谷。苹果绝地重生：改写PC、消费电子以及音乐三个产业的游戏规则 借苹果收购NeXT之际乔布斯归来。在一连串儿的对外和解，对内“关停并转”式的整顿之后，iMac电脑上市，苹果开始有所起色。有限度地开放、拥抱互联网2001年，苹果以“iPod iTunes”辟出新一轮增长高峰。通过iPod和iTunes Music Store，改写了三个产业的游戏规则PC、消费电

子以及音乐，苹果形成了自己的影响力。2006年初，苹果在开放的道路上又进一步，发布了使用Intel处理器的电脑系统。苹果怎样在第三个10年走向成功？乔布斯从四个方面动起了手：第一，缩短战线，把正在开发的15种产品缩减到4种，而且裁掉一部分人员，节省营运费用。第二，发扬苹果的特色。苹果素以消费市场作为目标，所以他要使苹果成为电脑界的索尼。上任伊始乔布斯便着手开发iMac，使得电脑非常适合家庭的使用。第三，开拓销售渠道，让CompUSA成为苹果在美国全国的专卖商，使Mac机销量大增。第四，调整结盟力量。同宿敌微软和解，取得微软对它的1.5亿美元投资，并继续为苹果机开发软件，同时收回了对兼容厂家的技术使用许可，使它们不能再靠苹果的技术赚钱。可以说，这四大步骤使苹果迈向了一个新起点，那么它这么做的背后逻辑是什么？可以总结为四点：聚焦、专业合作、集中优势、战略联盟。实际上，很多企业在产品研发上，出现了两大问题：第一，没有自己的研发队伍和研发人员，或是研发人员不足；第二，研发产品过多，战线太长，导致企业不能集中优势资源重点突破，实际上在此之前苹果就有大量新产品，但不能真正投入应用。产品线的缩减，可使企业整肃资源实现重点突破。在社会化分工越来越明显的今天，专业合作很重要。苹果集中优势于产品设计和研发，而把产品生产、硬件逐渐外包，实现了专业合作，使制造型公司能够实现其成本优势，同时苹果公司的成本又降低了不少。不管是传统制造业、还是IT制造业，生产外包越来越重要，对于组织来说，是降低成本的一种良好方式。为了生产iPod，苹果成功说服硅谷一家不知名的新创企业为其提供并定制关键的软件，另外

还与东芝合作，研制微型大容量硬盘。产品由承包商在台湾组装，不到9个月便告问世。苹果成功地利用了自己在唱片行业里的中立地位，说服所有大型唱片公司抛开顾虑和敌视情绪，让它们的音乐产品能在网上下载。作为先行者，苹果得到的回报是：iPod占得了全球MP3播放器的销售的最大份额；在全部合法下载的音乐中，2/3是用iTunes下载。实际上，这是产业链条的对接，使苹果将PC、消费电子和音乐唱片融合，带动了创新需求，实现了价值链共赢。最后再让我们看看，苹果的产品为什么在最近几年令竞争对手和消费者紧张、激动？是因为它“还有一样东西”让人去购买、下载和播放视频产品的能力。这些产品中，不仅有音乐电视、还包括从前和眼下正播出的电视节目，比如热播过的两部电视剧《绝望的主妇》和《迷失》。苹果公司已经推出一种名为“Front Row”的新软件和一部新型遥控器，Macintosh用户可用它控制数码相片、音乐和视频等各种文件。凭借这些，苹果公司已经准备在可下载视频市场发起一场革命，就像它给音乐下载带来革命那样。成功的商业逻辑源于苹果对消费者行为和消费习惯的洞察，只有对消费者行为和消费偏好有了更好了解，企业才能持久霸占消费者心田。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)