



9月11日,苹果公司首席执行官库克出席美国发布会,介绍最新产品iPhone 5s。

你以为创新就那么容易? 别再“嘘”苹果了

“再一次,苹果没有改变世界”、“苹果公司正从伟大坠落为平庸”……对于做出这些标题的媒体来说,尽管变了色的Phone依然是部好手机,但失去了那一层“革命性的创新”色彩,它们就不配拥有哪怕一个词的褒奖。

没办法,谁让这是苹果公司,谁让那只缺了一角的苹果背后,有一个挥之不去的“创新之神”乔布斯的身影。这就好像唱歌的时候,第一句调子起高了,顺利唱完的难度便陡然增加,苹果现在就是这样。

不过,别只会说没了乔布斯的苹果变得平庸,你以为创新就那么容易吗?让我们给库克留点空间,替他梳理一下创新的艰辛。

□本报记者 崔滨

伟大与平庸 只隔一点“创新”

还是绕不开美国时间9月11日凌晨那场招致无数鄙夷的发布会,正是在这场时长85分钟的发布会里,64位A7芯片,“土豪金”、“脑残粉”等多种颜色,更大的摄像头光圈,升级版的iOS 7系统,以及最重要的“革新”——指纹识别,成为大家众口一词“苹果创新力衰落”的重要证据。

确实,从蒂姆·库克口中吐出的iPhone 5S和5C的所有亮点,在发布会之前,几乎都被科技媒体甚至林志颖猜了个正着。唯一没有被猜中的,只有和Cheap没有半毛钱关系的价格。

从11日开始,苹果股价连续两天下跌,市值蒸发350亿美元,够每个北京人人手一个iPhone 5C。随后,细心的中国媒体又继续为苹果公司着急:“2013年二季度,苹果的净利润率从去年同期的38%降至26%,跌落至2009年三季度的水平。2013年财报将以利润率和利润额罕见的‘双下滑’,揭开‘后乔布斯时代’的第一份答卷。”

喜欢揭人老底的中国人一定更喜欢下面这份报告:在细数了2007年第一只iPhone面市以来的苹果股价变化后,德意志银行发现,除了乔布斯时代iPhone 3G发布的第二天股价出现下跌,库克时代的iPhone 5、iPhone 5S和5C的上市,已经连续两次打破苹果新款产品发布后股票上涨的历史。

于是,无论从历史还是未来,我们都找到了“库不如乔”、“苹果公司衰落了,要被三星超越了”的论据。

不过,你们忘记了吗?尽管相较于创纪录的全球最高市值6235亿美元,苹果公司目前的市值只剩下了4590亿美元,但它依然是全球市值第二高的企业,仅次于埃克森美孚石油公司;在IT领域,苹果公司更是毫无悬念地雄踞榜首,那个据说要超越苹果的三星,市值仍然只有苹果的一半。而且,苹果公司目前仍手握2000亿美元现金,每季度出货量在3000万台以上的iPhone和

iPad,也仍然是利润率在50%以上的“吸金”利器。

然而,这就是野蛮生长的TMT(Technology, Media, Telecom,即科技,媒体和通信)领域中的铁律——哪怕就少了那一点点“创新”,苹果公司未来的命运,就只剩下股神巴菲特的评价:“我不会买苹果公司的股票,因为我不知道它10年后会怎样。”

创新精神何来?

Think Different

继续复盘9月11日凌晨那场被视为苹果未来拐点的发布会,如今的苹果灵魂人物CEO库克和总设计师乔纳森·艾维语调温柔,与当年乔布斯决断、不容置疑的演讲风格反差鲜明。

这微妙的差距,也许就是苹果丢失了的开创精神。回到那部改变了智能手机行业和全世界的iPhone,在乔布斯2007年将它拿在掌心之前,所有的智能手机厂商只能按照电信运营商主宰的游戏规则运行:廉价的塑料键盘、反应迟缓的电阻屏、手写笔,是乔布斯强硬地说服了美国电话电报公司(AT&T),让苹果进行iPhone的全新设计,包括全触摸屏、多点触控和一系列硬件,甚至都没让运营商摸一下。

同时,乔布斯还变革掉由运营商向用户指派应用程序的格局,开创性地以App Store的方式,让用户可以自行选择喜欢的应用,甚至让开发者可以自主设计应用程序。

重新定义手机以及硬件与软件的关系,这就是乔布斯回归苹果后,使其成为当代伟大科技公司的创新密码。而想要达成这种变革,似乎首先就要与温尔雅绝缘,在伊萨克森那本50万字的《乔布斯传》里,乔布斯永远为了目的咄咄逼人、独断专行,而且脾气暴躁。他可以说服并不富裕的养父母让他去上昂贵的里德学院;他可以说服手下的设计师每天工作20小时;他可以亲自给记者打电话进行媒体公关;他可以用最恶毒的语言攻击竞争对手,又在需要时与他们携手并肩。

如果进一步开掘这些神性与阴暗共存的表象,那就是出生



在2007年,乔布斯说,今天“苹果将要彻底改造手机”。

于美国战后婴儿潮的乔布斯,在成长历程中被时代深深孕育的叛逆精神和多种人生可能的尝试,当这种内心深处永远无法消除的“不安”精神被灌注到科技领域,它促使乔布斯创立了苹果公司,推出Mac, iPod, iPhone和iPad等一系列创新产品。

乔布斯虽然在苹果公司的股权不到1%,只拿1美元年薪,但他对变革和创造执着的追求,凝聚成苹果公司那句著名的口号:Think Different。

保持创新的活力 比创新本身更重要

世上再无乔布斯,而随着GALAXY S、Note系列等大尺寸屏幕手机的出货量超越iPhone,抢先苹果推出智能手表Gear,三星开始被科技界视作下一个创新的源泉。而为了等到这一天,三星电子已经努力了20年。

以贸易起家,曾辗转制糖业、纺织业的三星在彻底转型做电子产品时一度成为“山寨”的代名词,但为了改变命运,从1993年开始,三星电子便确定了新的公司愿景:“创新即一切”,甚至提出了“除了配偶和孩子,一切都有变”的口号。

但相比苹果革命性、破坏性的开创,技术驱动型创新的谷歌和秉承了东亚文化的三星,走的是另一条路,即《全球创新1000》一书作者巴里·贾鲁泽尔斯基认为的市场阅读型创新:这是一种典型的快速追随策略,他们并不一定要在技术上取得颠覆性的效果,但是会

观察创新之处,并迅速推出自己的版本并抓取市场份额。

“如果仅凭糟糕地复制iPhone,三星不可能在三年之内攀升到全球最具创新公司排行榜前列。三星在恰当的时机推出了自己极具吸引力的产品,这也是一种创新,是属于自己的攻坚战略。”贾鲁泽尔斯基说。

无论以何种形式创新,让企业永远保持创新的活力,可能是比创新本身更复杂的问题。从当代科技领域的发展历程看,创新的能力似乎总是与公司的规模成反比。那些在自家车库中,三两个死党捣鼓出一台计算机、一款应用程序的惠普、微软们,在快速成长为百亿、千亿美元规模后,哪怕每年投入百亿美元进行创新探索,其创新力还是无法与Facebook、Tesla这些初创型企业相提并论。

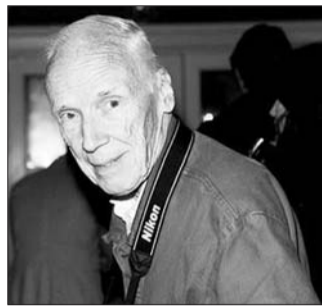
这不得不让人想起熊彼特在《资本主义、社会主义与民主》中提出的著名的“创新假设”。在他看来,“企业规模越大,技术创新能力越强”;“市场集中度、支配地位越高,技术创新效率越高。”50多年来,这一假设既不断被验证,又不断被突破。它见证了曾经的柯达,如今的诺基亚的衰落,也冷眼旁观着苹果的挣扎;它还催生了谷歌为保持创始人的创新活力,天才性地设置出双层股权的努力,以及马云为给阿里巴巴储备创新力,对合伙人制的坚持。

对于一个社会组织来说,这也许就是创新的魔力,它是如此珍贵,让我们永远无法停下追寻。

一周人物

本报记者 张文 整理

街拍鼻祖 最好的秀在街头



如果你走在纽约街头,看到一个身穿蓝色褂子的老头儿对你举起相机,他的旁边还支着一辆自行车,那么请你露出最灿烂的笑容——因为你已经进入了“街拍鼻祖”,84岁的比尔·卡宁汉的镜头。在近半个世纪的时间里,他在《纽约时报》上开辟的专栏成为人们打量这个时尚之都的重要窗口,也让卡宁汉本人变成了纽约一个不可或缺的时尚符号。

比尔·卡宁汉把纽约街头当作真正的时装发布会,这里有满街的灵感和尤物,瞬息万变却又永远辉煌的纽约,被这个骑自行车的老头全部记录下来。他说:“最好的时装秀绝对是在街头,从来如此,永远如此!”

纽约在卡宁汉眼里就是那些美丽的衣服,他爱它们的美却又嫌弃它们的虚伪拜金。他讨厌名利场的虚伪,永远穿着蓝领工人的衣服出席各种晚宴。卡宁汉,这个反时尚的人反而成就了另一种时尚。

下水道清理员 另类“潜水”生活



53岁的墨西哥潜水员胡利奥·塞萨尔·卡马拉工作的地点在下水道,作为墨西哥城唯一一名下水道清理员,他主要负责清理城市排水管道中淤积的垃圾。

工作时,他身穿红黑相间的干式潜水服,头戴黄色潜水头盔,从一处泵站下到距离地面8米的排水管道,在污水中用双手为管道清除可能引起堵塞的物体。

卡马拉身边可能漂浮着老鼠、粪渣或是避孕套,他还曾“遭遇”过人的尸体、死马、武器和汽车零部件。

卡马拉说:“我的动力是那种兴奋感,因为我永远不知道在水下会碰到什么。”

整容超人 不疯魔不成活



菲律宾服装设计师赫尔伯特·查韦斯做了13次手术,通过唇吸脂、皮肤美白、下巴调整、隆胸,甚至垫屁股,终于将自己整成了超人的形象。他为此花费了超过30万比索(约合人民币42万元)。

35岁的赫尔伯特·查韦斯将自己变成真人版的超人。他经常身穿超人的服装,走上街头,意在告诉孩子们良好的道德。

真是不疯魔不成活。在旁人看来,赫尔伯特·查韦斯的行为或许有些“疯魔”,不过每个人都有自己的执念。就如港剧所说,人生嘛,最重要的是开心。