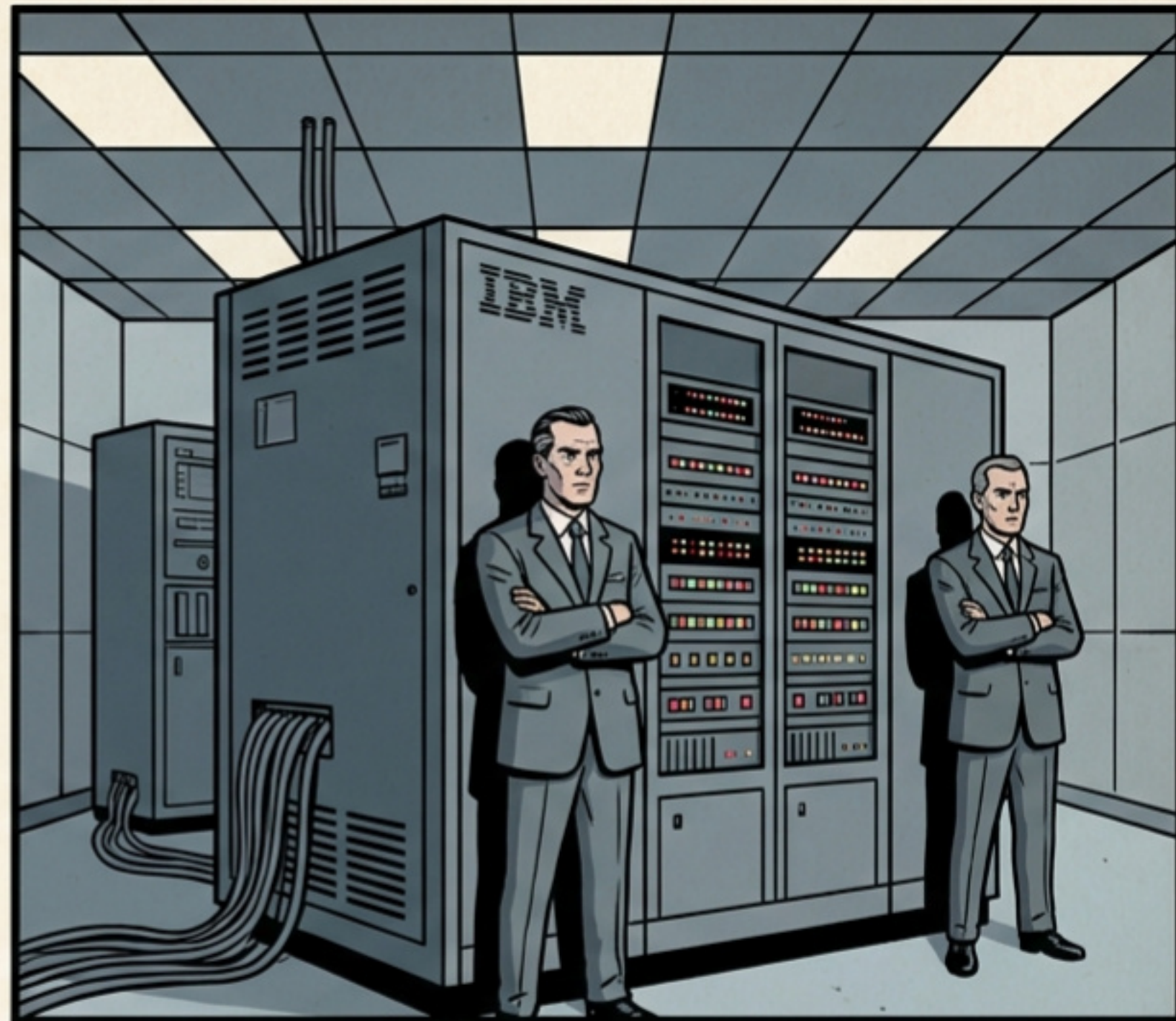


硅谷神话：苹果简史

嬉皮士、迷幻剂与改变世界的车库



20世纪60年代，硅谷的基底并非纯粹的商业，而是反叛的嬉皮士文化。



斯图尔特·布兰德的觉醒

技术不应被政府和庞大的商业机构垄断，它应当赋予个人力量。这是赛博文化的诞生起点。

这本被称为“纸质版 Google”的杂志，成为了极客与技术宅的《圣经》。

内容无所不包

涵盖控制论、计算机、露营装备、迷幻剂文化等一切前沿工具。

发行量

到 1972 年，发行量高达 150 万册。

深远影响

最后一期印着一句话：“求知若饥，虚心若愚” (Stay hungry, Stay foolish)，这深刻重塑了年轻的史蒂夫·乔布斯。



1975年,《大众电子学》封面彻底点燃了个人电脑革命。

大型机
(Mainframe)

● \$100,000+

小型机
(Minicomputer)

● \$20,000

核心突破

MITS 公司的 Ed Roberts 将 Intel 8080 芯片从 \$360 砍价到 \$75, 让廉价电脑成为可能。

宜家模式

这是一套需要自己动手焊接组装的零件包, 没有屏幕和键盘, 只有开关与闪烁的指示灯。

牛郎星 8800
(Altair 8800)

● \$400

家酿计算机俱乐部 (Homebrew Computer Club)：极客们的地下乌托邦。

1975年，三月，满论公替谷。

历史性时刻

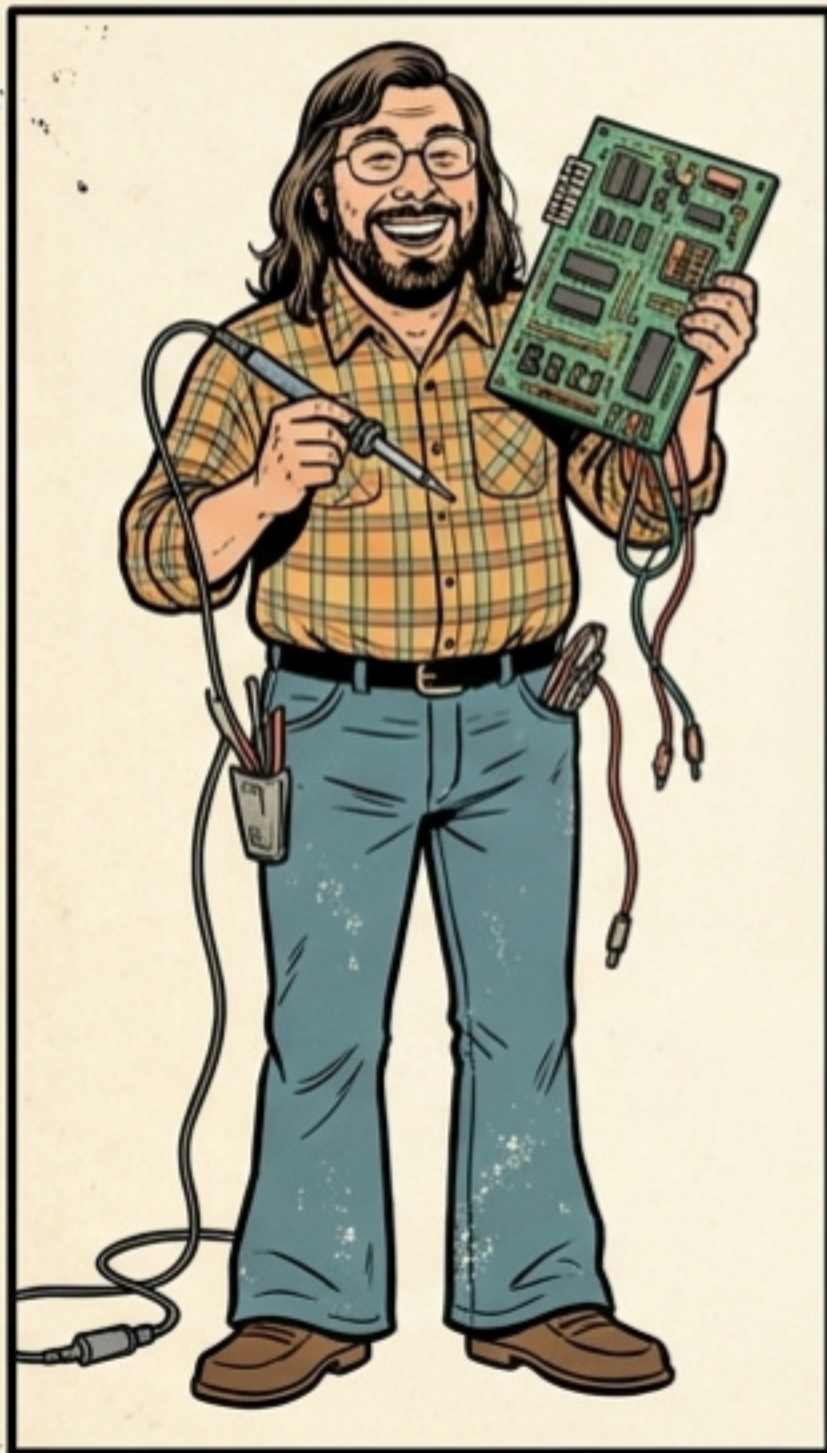
Steve Dompier 黑入了牛郎星，让其发出特定频率的无线电波，通过旁边的收音机播放了歌曲《Daisy Bell》——证明了计算机可以发声与创作音乐。

核心理念

由 Lee Felsenstein 领导，俱乐部拒绝像 IBM 那样的中央集权型企业控制，推崇开源、共享与去中心化。



史蒂夫·沃兹尼亚克



角色：巫师 (The Wizard)

- 背景：工程师之子，惠普员工
- 驱动力：纯粹的工程乐趣、恶作剧、开源精神
- 疯狂事迹：高中时制作滴答作响的节拍器“炸弹”恶作剧，被关进青少年劳改所



史蒂夫·乔布斯



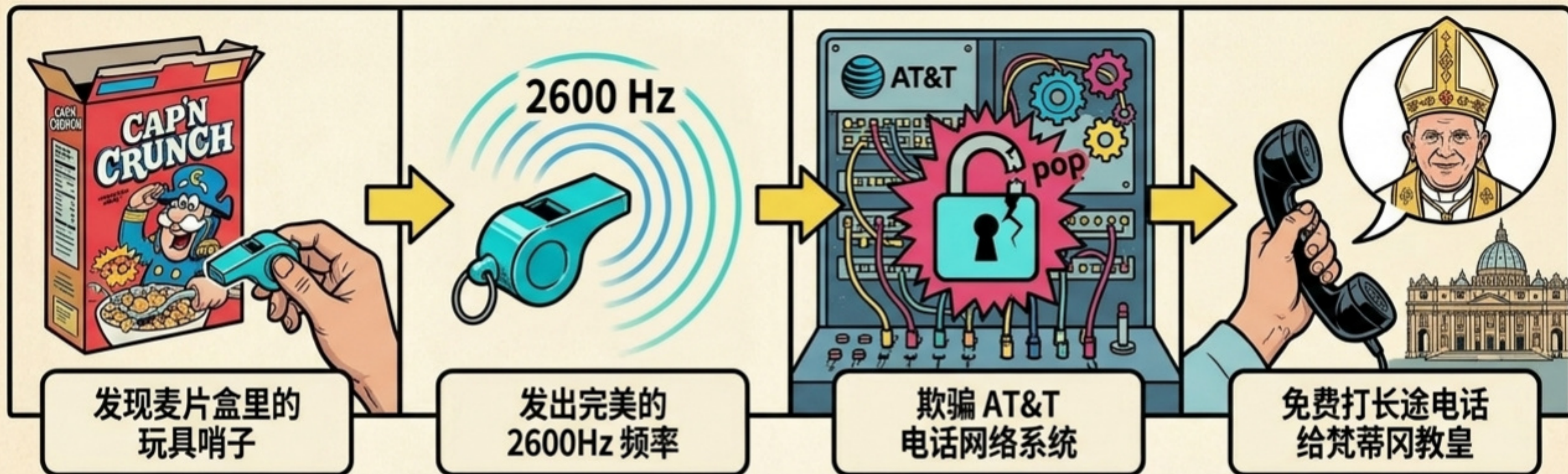
角色：远见者 / 推销员 (The Visionary)

- 背景：被领养，里德学院辍学生（旁听书法课），雅达利夜班员工
- 驱动力：改变世界、商业化、禅宗与灵修

疯狂事迹：拥有扭曲现实的力场，去印度朝圣，因体味太重只能上夜班



蓝盒子 (Blue Box)：黑客恶作剧走向商业启蒙。



商业模式的跑通

Wozniak 只是为了恶作剧的乐趣而制造了它。但 Jobs 看到了商业潜力：

制造成本：\$40 → 零售价：\$150

因果：售出100多台蓝盒子，证明了两人可以完美合作制造并销售硬件。
没有蓝盒子，就不会有苹果公司。

1976年，从车库中诞生的“苹果”。



命名逻辑

起名“Apple”是为了在电话簿中排在Atari之前，且用有机水果的中和感，对抗当时冷酷的技术词汇（如MITS, IBM）。



核心创新

Woz 使用极其廉价的 \$20 MOS 芯片打造出主板，首次实现了支持实体键盘与屏幕实时输出的历史性突破。



破釜沉舟

乔布斯卖掉大众汽车，沃兹卖掉惠普计算器，凑齐 \$1000 作为苹果公司的启动资金。

第一笔大单与 11 天的逃兵。

车库流水线

Byte Shop 拒绝 DIY 散件零件包，直接订购了 50 台完全组装好的 Apple I 主板。批发价 \$500，总额 \$25,000。最终零售价定为极其吸睛的 \$666.66。



罗恩·韦恩的退缩

为了制衡两位史蒂夫，Ron Wayne 最初持有 10% 股份。但面对 \$25k 贷款带来的无限财务连带责任，极度厌恶风险的他仅在 11 天后就退股逃跑了。



Apple II: 重新定义个人电脑。

1

一体化塑料外壳

乔布斯在挑选了2000多种米黄色后，选定了极其亲民、没有攻击性的家电化塑料外观。

2

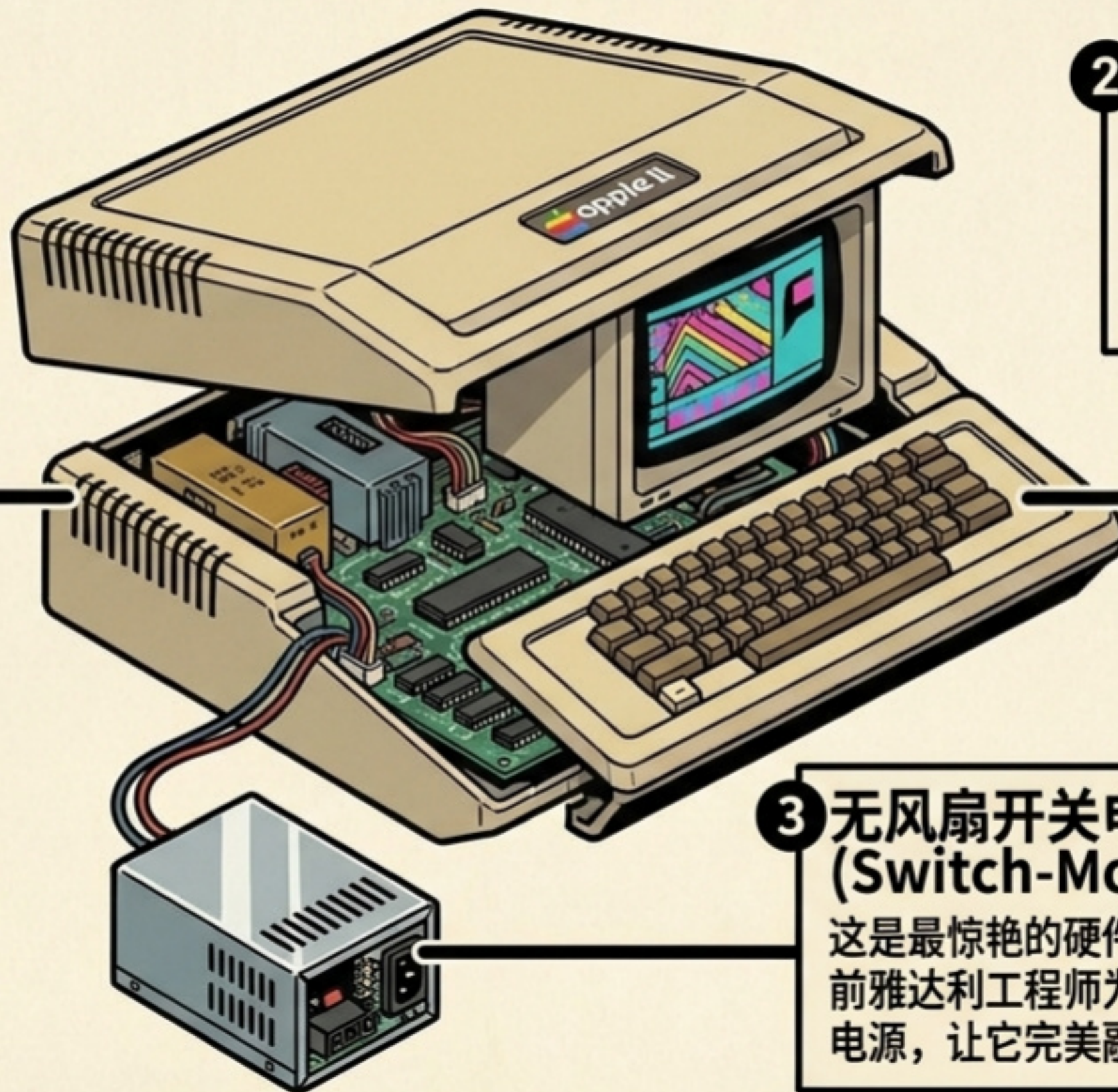
彩色图形与内置键盘

开箱即用（即插即用），支持彩色图形输出，彻底告别了发烧友手工接线的时代。

3

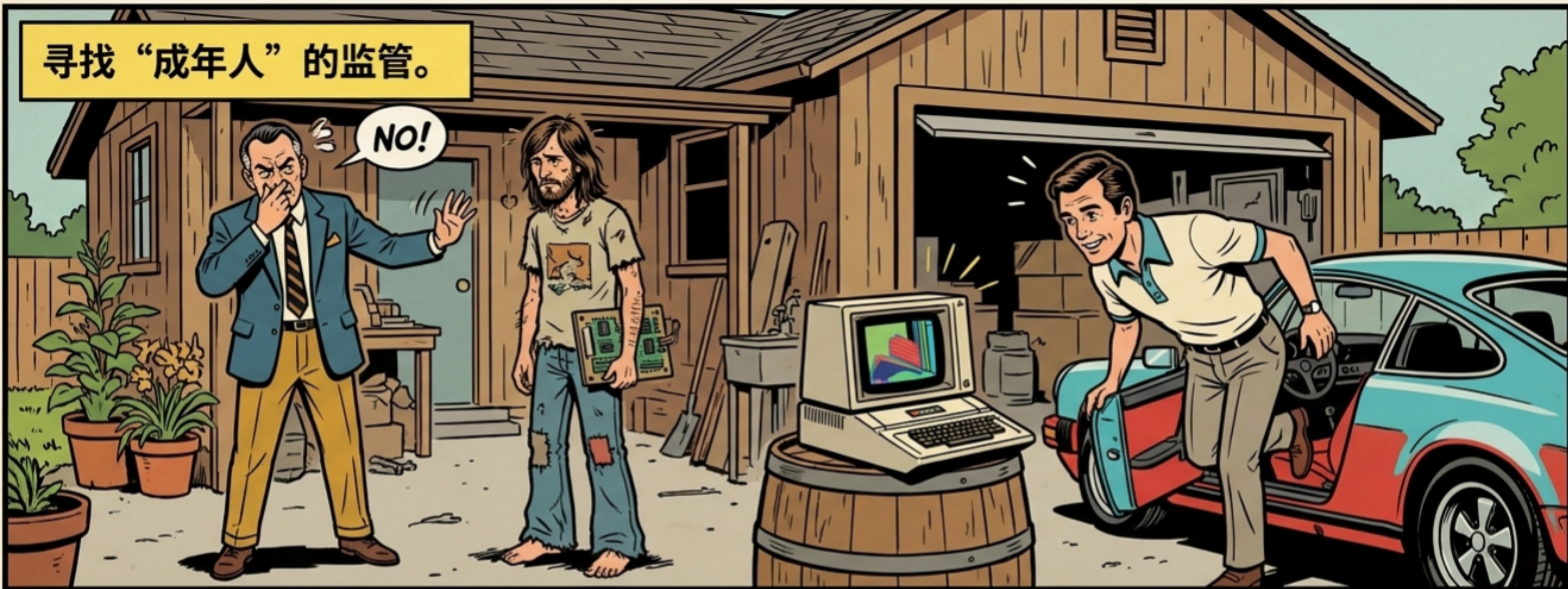
无风扇开关电源 (Switch-Mode Power Supply)

这是最惊艳的硬件创新！乔布斯要求绝对安静，前雅达利工程师为其设计了无需风扇散热的优雅电源，让它完美融入客厅。



图示说明：此图为功能示意，不代表实物外形；Apple II 主机需连接外部显示器。

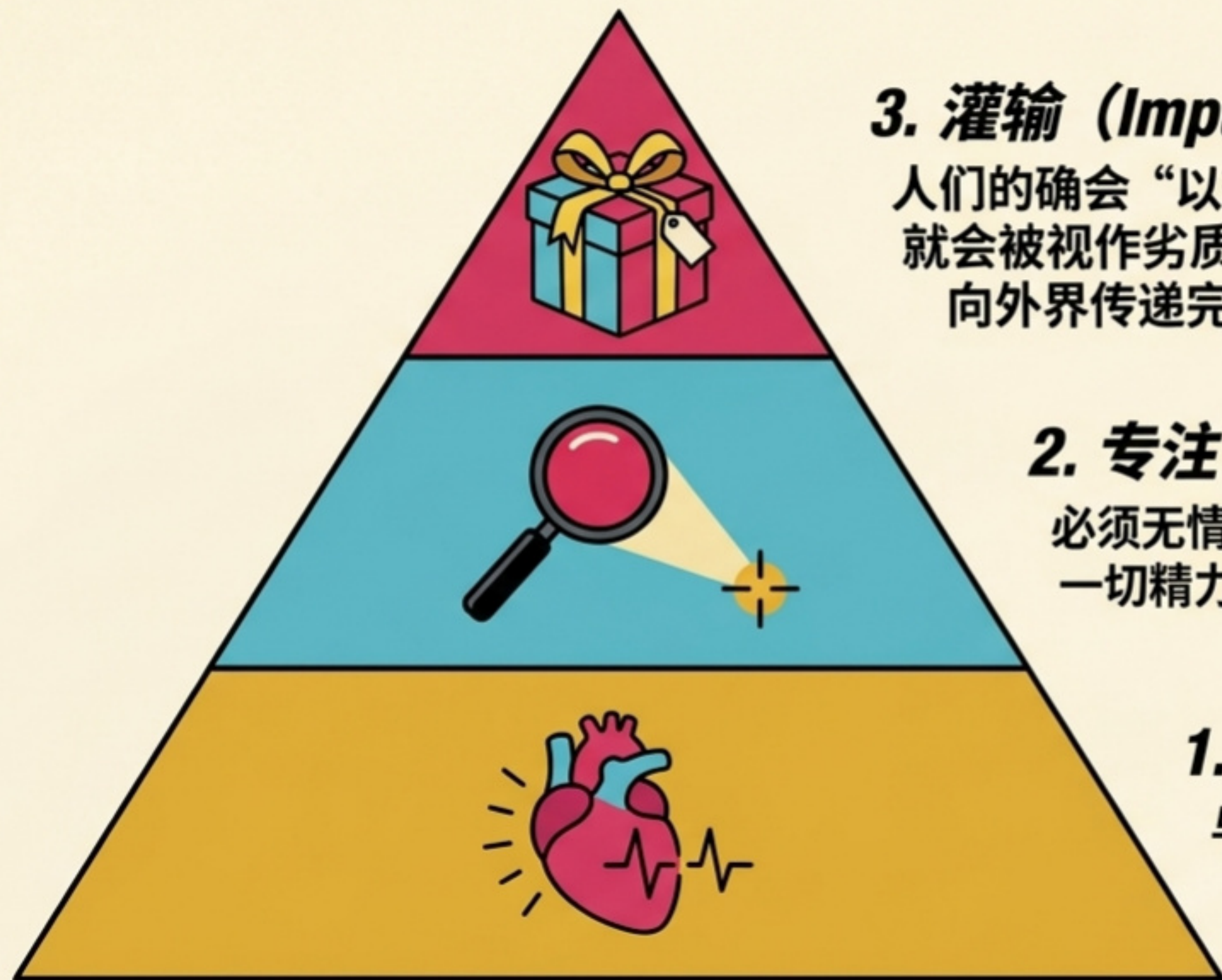
寻找“成年人”的监管。



量产困境与资本介入

- Apple II 大规模量产需要 \$200,000 的巨额资金。
- 红杉资本的唐·瓦伦丁直接拒绝了投资（称乔布斯看起来像“人类叛徒”），但他引荐了迈克·马库拉。
- 拥有极高商业素养的马库拉立刻开出 \$250,000 的信贷额度，索要 33% 的股份，亲自撰写商业计划书，并承诺要在两年内把苹果变成财富500强企业。苹果终于迎来了“成年人”。

马库拉的三大价值观：苹果商业帝国的基石。



3. 灌输 (Impute)

人们的确会“以貌取人”。产品呈现若是草率，就会被视作劣质。用极度专业的包装与呈现，向外界传递完美品质的信号。

2. 专注 (Focus)

必须无情地剔除掉所有不重要的机会，集中一切精力把选定的事情做到极致。

1. 共鸣 (Empathy)

与顾客的情感建立紧密联系，要比任何其他公司都更深刻地理解用户的痛点与需求。

VisiCalc: 开启软件时代，引爆硬件销量。

VisiCalc 面世

早期个人电脑电子表格软件
(VisiCalc) 诞生，售价 \$100。



独占平台

这款杀手级应用最初被设计为
只能在 Apple II 平台上运行。

企业级刚需爆发

无数商务人士和企业愿意花
\$1,000 买下一台 Apple II 硬件
，仅仅是为了能运行这套 \$100
的表格软件。

硬件销量狂飙

Apple II 销量呈现指数级爆炸，
连续热卖 16 年，总销量突破
600 万台。

核心洞察：从这一刻起，软件成为了购买硬件的终极理由。

内部阵痛：嬉皮士精神与企业管理的碰撞。

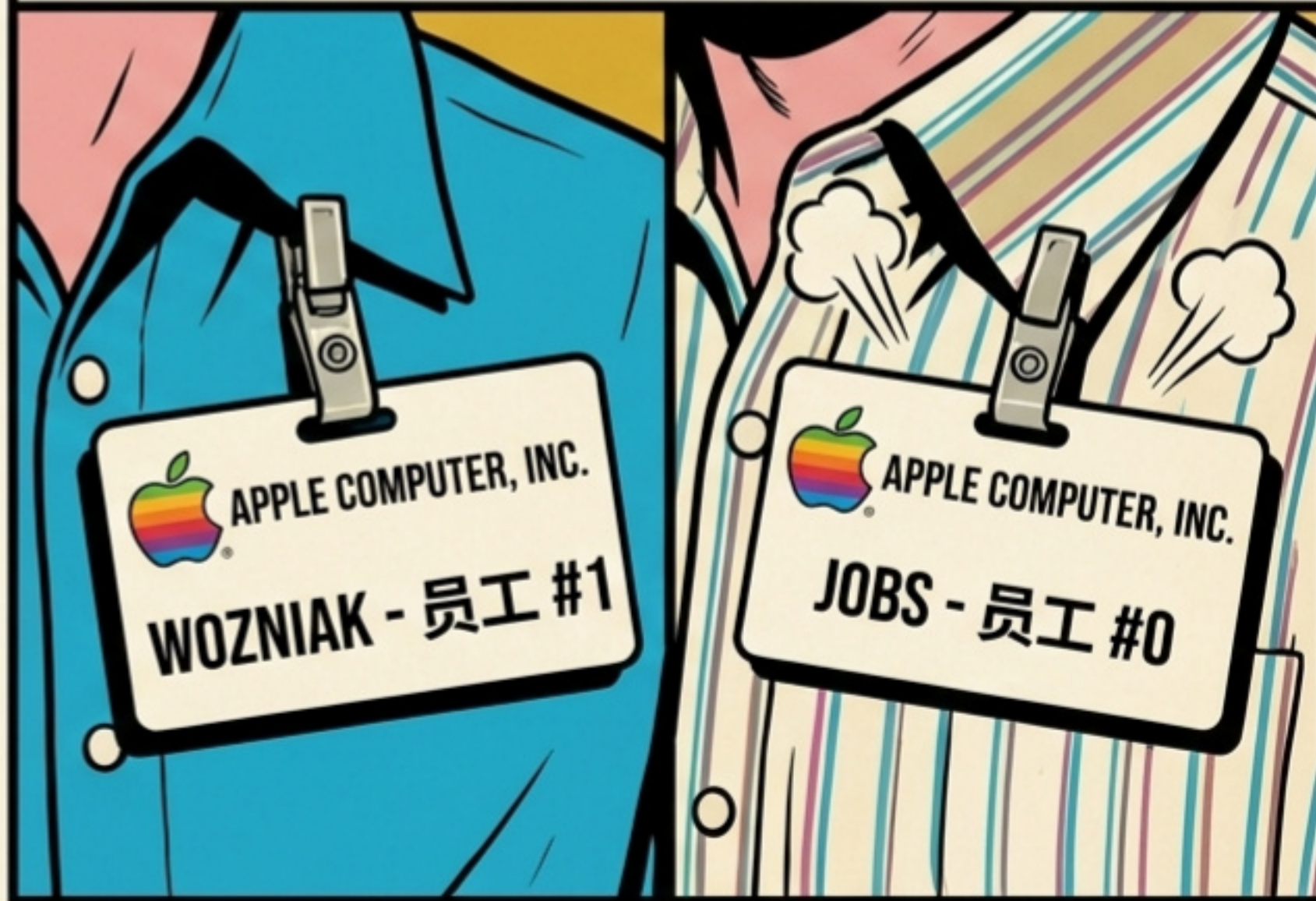
管理乔布斯

首任 CEO Mike Scott 被高薪聘请的核心任务之一：约束乔布斯的暴脾气、强迫他洗澡，并阻止他为了一年超长保修期和米黄色外壳的完美主义而搞垮公司。



零号员工的自尊

当 CEO 按照入职顺序发放工牌时，Wozniak 实至名归拿到了 #1 工牌。为了安抚极度不甘落于人后的乔布斯的狂怒，公司最终破例授予他 #0 号工牌。



1980年上市：硅谷历史上最疯狂的造富神话。

历史性 IPO 数据

- 惊人增速：5年间实现了533%的年均复合增长率。
- 估值神话：1980年12月上市，市值瞬间飙升至11.8亿美元，是自1956年福特汽车以来最大的IPO。

终局与开端

从车库中的电路板起步，到1980年苹果公司上市，个人电脑逐步从小众爱好变成了实际使用的工具。它创造了财富，也改变了人们使用计算机的方式。