

廁所出英雄 之父崛起史

雖然廁所是大家每天都會到及使用的地方，但廁所同時意味着污穢、廁所文化亦代表了低等文化，所以涉及這地方的職業，如廁所清潔工，就被人看不起，被認為是最難以接受的職業。不過，不少跨國企業的創辦人都在快餐店當過廁所清潔工。

最近，蘋果iPad第2代推出市場，勢將大賣，據英國《星期日泰晤士報》報道，iPad首席設計師艾夫（Jonathan Ive）的股票花紅估計高達2億港元，但原來他曾是一位失意的廁所設計師。難道廁所是孕育成功人士的搖籃？

雖然廁所是大家每天都會到及使用的地方，但廁所同時意味着污穢、廁所文化亦代表了低等文化，所以涉及這地方的職業，如廁所清潔工，就被人看不起，被認為是最難以接受的職業。不過，不少跨國企業的創辦人都在快餐店當過廁所清潔工。

往事如煙 幾許風雨

近年，差不多每人都擁有一部的iPhone及iPad，都是出自他的手筆。英國《星期日泰晤士報》表示，他計劃行使蘋果公司的認股權，將賺超過2.26億港元。消息還指，他是「蘋果之父」喬布斯的接班人，執掌蘋果公司。

艾夫今年才44歲，其設計天分出眾，但他今天的成就卻非一步到位。44年前，他在英國埃塞克斯郡出生。在前紐卡素理工畢業（近年升格為諾桑比亞大學）。畢業後，他的事業路並不易行。他是一間設計公司的實習生，經不斷努力才獲格尼耶爾（Clive Grinyer）賞識，招攬進其產品設計公司。23歲後，他的事業開始出現突破，成為了該公司合夥人。但他的事業道路並非因而一帆風順。他當時致力於浴室用品設計，特別是廁所設計，但經過多番努力都未能獲市場認同，在行內更是一點知名度也沒有。

至90年代，適逢蘋果公司向全球尋找新產品設計。當時，便碰上了艾夫的設計公司。艾夫當時提交了今時今日iPad的草稿。雖然那設計簡直是天馬行空，但蘋果仍然對他充滿興

趣，邀請他加盟。當廁所界要「放棄」他的時候，他便嘗試豁出去，往資訊科技界發展，遠赴加州矽谷一闖天下。

金融海嘯 為公司拚命

當上蘋果員工，感覺也不是太好受。大公司很多複雜的要求，但收入不太高。後來，他又「不幸」遇上08年金融海嘯，蘋果的股價更暴跌至100美元。當時，公司裡人心惶惶。蘋果公司面對經營困難，但沒有放棄有潛質的員工，更決定向員工發放股份，以挽留他們，也讓他們一同當老闆。蘋果公司便和艾夫達成認股花紅協議，但市場不景，他每周上班70小時。

金融海嘯後，艾夫答應和公司再打拚3年。3年後，便能以約8,800萬港元換購價值約3.1億港元的蘋果股份。近年，蘋果股價不斷暴漲，艾夫和當時一班顧全大局、願意為公司努力的同事，今天便發財了。往事如煙，幾許風雨。今天，艾夫便再有機會重新整合人生計劃。

事業有成 告老還鄉

消息表示，蘋果極力希望艾夫執掌蘋果公司，但他似乎另有計劃。據傳媒報道，艾夫生於斯、長於斯，英國家鄉十分思念。他熱心教學，喜愛與年輕人分享心得。每年放暑假，他都會遠飛返母校諾桑比亞大學的設計學院，充當短期客座教授，指導碩士生。艾夫當年的老師埃利奧特（John Elliot）表示，艾夫在80年代時，作品已充滿創意。當年他當實習生時，背後更獲得不少公司高層賞識，只是沒有人告訴他。艾夫對英國設計界充滿理想，希望造就更多年輕人。而該大學，亦因他的客座課程，而令各地設計學生慕名而來就讀。

艾夫目前是蘋果設計部高級副總裁。很多人登上事業高峰，便希望繼續擁有權力和名聲，但他希望把日後的時光留在英國薩默塞特郡家中。留在英國，他又怎能往美國加州蘋果總公司上班呢？資訊科技市場競爭激烈，蘋果高層當然希望他永遠「留」在總部指揮大局。況且，目前「老頭子」喬布斯更正在「病假」中，更需要艾夫穩定軍心。可是，有英國記者發現，他正計劃帶同妻兒返回英國。

設計廁所 學懂貼心

艾夫幾乎參與了蘋果電腦最主要的產品設計。早年，蘋果電腦只是他的其中一個客戶。他加入後，逐漸扭轉了蘋果的弱勢。艾夫的厲害之處，就是體貼用家的需要。

蘋果是設計師喜愛使用的電腦品牌。隨着競爭對手的產品日漸「專業化」，其江湖地位漸受到挑戰。令蘋果電腦起死回生的，就是目前超熱的iMac系列，全球銷量高達6,800萬部，其後的數碼音樂播放器iPod，以及智能電話iPhone，都是他的成名作。

2003年，他憑着iMac G3獲設計博物館年度設計師大獎。其後，蘋果電腦明顯地分拆了兩條路線發展：Power Mac系列，滿足真正專業路線；iMac系列，滿足希望「扮專業」的路線。他明白到，消費者希望追逐專業感覺，但他們不一定是真正專業的用家。透過iMac系列，他讓一般消費者以「不專業」的價錢，購買「專業」的感覺。其實，iMac是使用普通PC電腦的中央處理器，穩定程度雖然不及Power Mac，但其流線型外表、簡約輕巧的設計，便把消費的慾望通通擄過來。iMac中的「i」，代表Internet（國際網絡），同時也代表individual（個人）、imaginative（想像力）。日後公司的產品也以



iPhone是很多人愛用的手機。



艾夫親手打造蘋果電腦設計。

番旅鄉情 新八景系列報道之四十一——長隆旅遊度假區之四

世界級旅遊王國 長隆旅遊度假區

長隆國際馬戲大劇院

長隆國際大馬戲 新年「傳奇」之旅

長隆國際馬戲大劇院隸屬於全國首批、廣州唯一AAAAA國家級旅遊景區——長隆旅遊度假區，每晚19:30準時上演，擁有全球最大的專業馬戲表演場，始創於2000年，秉承「匯粹全球馬戲精華」的一貫理念，堅持全球化採購國際頂尖馬戲節目，從最初的世界馬戲薈萃集錦，到由好萊塢著名導演多麗安娜、桑切斯執導的半主題式空中馬戲《天啟》，以及由世界馬戲泰斗扎巴斯內創作的全球最大主題馬戲《月球侏羅紀》，再到現在演出的全球最大情景馬戲《森林密碼》，歷經四代創新發展，不斷為中外觀眾呈獻技驚四座、場面恢宏的頂級馬戲盛宴。



長隆國際大馬戲

辭舊迎新，喜歡馬戲，尤其是喜歡長隆國際大馬戲的觀眾有眼福了。遊長隆必看的經典馬戲演出——《魔幻傳奇》，喜迎新特別推出全新改版。在保留最精彩、精華的節目基礎上，長隆國際大馬戲對舞台佈景、燈光、音效、水幕等各種舞台元素進行了全新升級，節目也經過精雕細琢，不斷提升，最終呈現出來的是比3D電影更身臨其境、比好萊塢大片更扣人心弦、比童話故事更唯美夢幻、比傳統雜技更驚險神奇的完美演出。

男子空中芭蕾

男子空中芭蕾由俄羅斯國家馬戲公司的精選演員演出，該節目歷經3年的歐洲巡迴，又經過2年的閉關打造，終於推出一台全新的空中飛人表演。該台表演將於新年期間在長隆國際大馬戲隆重登場。據長隆國際大馬戲負責人表示，全

魔幻輪迴



夜光巡遊

新的男子空中芭蕾，無論從技術難度和藝術欣賞角度而言，都是獨一無二的。

緣之戀曲 雙人吊環

前不久，長隆國際大馬戲《神話》首次參加第八屆全國雜技（魔術）比賽的雙人吊環項目，出手不凡一舉奪金。該節目充分發揮了空中節目舒展寬廣的特性，在起落升降旋轉飄逸中，以高空驚險的拉、吊、拋、掛表演，以很強的藝術表現力，將愛情的纏綿繾綣表現的絲絲入扣，動人心弦，譜寫了一段浪漫柔美的戀曲。完全打破了一貫以來雙人吊環給人的印象——單純的唯美，在技術難度上有了非常巨大的突破，技術創新大膽獨到，全國僅見。

自由式馴馬

20隻來自歐洲純種的白馬加上威武雄壯的黑馬，在長隆國際大馬戲的舞台上綻放自由的光芒。它們整齊隊列著翩翩起舞，芭蕾舞已經不屬於人類的專利，快樂的馬兒伴著清脆的音樂節奏，在馴馬師的揮舞下擺出各種各樣的姿態，時而一隊排開，時而雙雙起舞。長隆國際大馬戲，讓你欣賞到動物中最美妙的舞姿。

歡樂巡遊 兔女郎陣

2011年是兔年，少不了美麗的兔女郎來助陣。由12名外籍少女組成的兔女郎陣將加入已有的桑巴舞巡遊方陣，在馬戲表演的過程中，在大馬戲會場巡遊，熱情的音樂，曼妙的舞姿，性感的兔女郎，將給馬戲桑巴巡遊加入新的元素，帶來全新的體驗。

夜光巡遊

除了兔女郎巡遊，原有的桑巴巡遊也增加夜光巡遊項目，夜光巡遊是巡遊的一個種類，需要具備特殊的發光服裝和道具，使得巡遊隊伍在夜幕下也能光彩照人。新的夜光巡遊方陣被設計為動物和植物主題，演員身著特製的道具服裝，在夜幕下化身為神奇的花朵，飄舞的蝴蝶，翩翩從觀眾面前經過，場面浩大，帶來非一般的視覺體驗。

特刊

「i」字頭套用，令消費者希望所有產品都使用「i」系列。為何他會有此體貼的心呢？畢竟，世界上也不是只有他一個人從事電子產品設計。其實，只要回顧其事業生涯，便可找到原因。早年，艾夫從事廁所設計，而廁所設計的要求就是要先體貼用家的需要。設計師，必定要從用家出發，了解他們使用時的感受和貼心要求。這訓練了他對用家需要的敏銳，日後讓他比其他行家先行一步。目前，他已擁有超過300種設計專利。

謙卑務實 廣納意見

艾夫的性格也讓他走向成功之道。很多行內的人都自以為是，利用權力去工作。可是，艾夫卻堅持以創意去工作。他充滿想像力，還願意無私地和同事分享意見，並虛心尋求別人的意見。他表示，人生中最成功的產品設計，都是通通由團隊合作而成就。他並不貪功，把榮耀和團隊一起分享。

他其中一個思維方式就是「與別不同」(think different)。據說，他起初設計蘋果電腦的外殼時，用黑布包裹着。一打開的，是一個半透明的物體。當時，根本沒有人會想像用一部半透明電腦。自此，電腦不再是令人害怕的鐵皮方盒，而是色彩鮮艷、平易近人的可愛小機器。他為電腦注入人性化的設計，把整個行內的思維反轉。「Macintosh」的初代經典架構，亦不斷開始進行革新。他想到，人類需要的是更小體積的電腦，可以輕易拿起和移動。特別是歐洲與亞洲市場，生活環境狹小。當然從來沒有人想像，在電腦機身後進行手提設計，方便攜帶。其實，也是沒有人想像電腦是需要「被攜帶」。

簡單的電腦接駁也是用家的心曲。艾夫便提議使用最少的電線，以及設計一本恍如雜誌一般易看的說明書，讓用家輕鬆便能使用。機身設計方面，更把主機、熨幕和數據機合而為一，外表就像一台電視而已。美麗的外觀亦能配合美輪美奐的室內設計。機身外，滑鼠、鍵盤也經重新設計，通通都變成半透明的圓潤東西。

他的設計方針是用最直接的方式，把產品特色傳遞到用家腦海中。艾夫是一個很直接的人。當他有回鄉「發展」的意念，也很坦白的和別人分享，並沒有為自己的事業而「留有一手」。他既有務實的一面，也有藝術性的一面。在空餘時間，他會編寫電子流行音樂，作為自己的休息和樂趣。

究竟艾夫的下一步是甚麼？有人估計，他會回到英國繼續教學。可是，他亦會投身研究的工作。有人分析指，他可能會開發iToilet（數碼廁所），以報當年未能在廁所市場受到認同的「一箭之仇」。

相信，用家們都很期待坐在iToilet上玩iPad。



蘋果電腦給人專業的感覺。

iPad是其得意之作。