



WESTERN DIGITAL的MY BOOK系列

引领市场的硬盘设计

项目日期: 2006年



在电脑附件市场，外接硬盘已经成为一个快速发展的新兴领域，仅在2004至2006的两年间，这一领域的规模就扩大了一倍。为了占据市场的主导地位，使其精巧的外接硬盘系列在市场中脱颖而出，Western Digital找到了IDEO，希望IDEO帮助其开发既能节约成本又能体现外观独创性的全新设计语言。

为了降低材料成本和生产成本，IDEO开始寻求各种方式来精简传统外接硬盘的形态。受到将硬盘比作书的说法的启发，即硬盘好比书本，既有封面又有内容，开发团队将My Book硬盘设计成直立式，可竖直放置，节省空间。外形设计的另一个核心是不使用扣件的简洁的两部分构造。通过简化外形，客户的生产成本比原来降低了20%，同时也节省了运输成本。

从外观角度来说，My Book将实用性和独特的细节处理完美结合，体现了Western Digital的品牌价值——可靠、简洁、创新、设计和个性化。这款硬盘表面有一个显示电源状态和信号处理的按钮，使硬盘内部的运行状态一目了然。侧面的散热孔图案以摩尔斯密码的形式讲述了公司的品牌价值。最后，硬盘的颜色采用了纯色，使其能很好地融入背景而不会显得突兀。

My Book三款子产品自2006年1月推出之后，Western Digital在短短的6个月内就获得业务增长：经销渠道拓展至了塔吉特、沃尔玛等大卖场，在美洲的外接硬盘市场份额从第三位上升到第一位，欧洲的市场份额从4%增至10%以上，并进入美国和欧洲的苹果零售店进行销售。2006年的1月至11月间，My Book在美国的市场份额增长超过了50%，由原先的21%攀升至45%。随着My Book不断地成功开拓，这一数字有望在2007年超过55%。