

订书机|市场调查

关于订书机



调查|目录

1 产品历史

2 装订方法

3 现有产品

4 人群心理



调查|目录

5 市场环境

6 提出问题

7 解决问题

8 提出创新

2



订书机|历史

1

产品历史

1

订书机是一种文书工具，它利用幼小的金属（即订书针）把多张纸张或其它物件结合在一起，订书针的两只针脚穿过物件，并在物件的背面折曲，造成固定位置的效果。订书机经常被用在办公室或其它地方，用以整理大量松散的纸张文件。

2

- 历史上首部类似订书机工具的出现可追溯至十八世纪，即法国国王路易十五在位期间，当时的订书机皆为手造，并刻上皇室的征章作为记认。



订书机|历史

1

产品历史

2

现代的纸张扎牢工具出现在1841年9月30日，发明者是Samuel Slocum，这个原始工具主要利用别针贯穿及扎牢纸张。Patent Novelty制造公司随后于1866年8月7日替Novelty纸张扎牢器注册专利，这工具容许每次拉出一只订书针，除可牢固纸张及书本外，亦可用于地毯、家私或盒子上。订书针是由P.N.制造公司生产，并有以下尺寸选择: 3/16吋、1/4吋、3/8吋和1/2吋。

-
- George W. McGill在1866年7月24日成功为他发明的细小并可屈曲的铜制纸张扎牢器注册专利（美国专利编号56567），这工具已相当具现代订书机的雏形，他随后在1867年8月13日获得压入器的专利（美国专利编号67665），并把他的发明在1867年在费城举行的博览会上展出。McGill在1879年2月18日再度为可单次打钉的订书机申请专利（美国专利编号212316），这个仪器重约2磅半，可把一只半吋的订书针打入数片纸张



1

永久牢固型

这是最常采用的订装方法，原理是利用订书针穿过物件并把针脚向内折曲，从而达到永久牢固效果。标准的折曲弯位通常是较圆，而较扁的弯位较紧贴文件，牢固效果更佳。一般的订书机的尾部都附有拔起订书针的简单工具，另专用的起针器利用一对脚瓜形的钳滑入已折曲的针脚，把针脚移直及拔出。



2 钉紧法

这方法可牢固较大件的物件，例如把公告板钉牢在墙上。原理是打入订书针后，直接把针脚扭转180度，而不需用砧骨定形。在需要动用大尺寸的订书针时，订枪一般可以大派用场。



3 压钉法

这种是较鲜为人知及不常用的方法，一般可临时牢固文件或其他物件，通常可在缝纫布匹或衣服时使用。牢固的方法是把已穿过物件的两只针脚利用砧骨使其向外弯曲，虽然这牢固方法相对可靠，但是订书针亦容易被拔出。



3 压钉法

这种是较鲜为人知及不常用的方法，一般可临时牢固文件或其他物件，通常可在缝纫布匹或衣服时使用。牢固的方法是把已穿过物件的两只针脚利用砧骨使其向外弯曲，虽然这牢固方法相对可靠，但是订书针亦容易被拔出。



现有产品|分析

3 现有产品

普通型



普通型订书机

此种订书机适用于各种场所的使用，一般家庭使用较多，市场占有率比较大。但其本身设计时间较早，产品的设计功能单一，缺少细节设计，一些使用时的缺陷明显，已渐渐满足不了消费者更高层次的需求，但是短时间其在市场上的主导地位不会下降。

现有产品|分析

3 现有产品

环保型



环保型订书机

此种订书机出现时间较晚，因此其在市场的占有率不高，但其不用钉子的绿色环保设计呼应了时代的主题。通过它特殊的结构将纸打孔折叠达到无钉订书的功能，不伤手，而且再也不用因为装订错了而要使用工具用劲去撬。但是对于要求很高的装订要求，很厚的纸张厚度却无能为力，在一定程度上限制其的使用，它不可能代替传统的有钉订书机。

现有产品|分析

3 现有产品

情趣型订书机

情趣型



此种订书机较好的设计定位满足了一部分消费者的需求。从外观，颜色上的设计满足儿童与青少年的心理和生理需求，但功能较普通订书机没有太多改进。为力满足外观上的造型美，同时也影响作为订书机的主要功能发挥，使用不便，容易受损成为了它主要缺陷。

现有产品|分析

3 现有产品

重大型订书机

重大型



此种订书机适用于打印室，图文装订室等特殊场所，其经过特殊设计的尺寸强度和加大的订书钉使得此机器能满足较厚纸张较多页数的装订需求，满足了不同客户的需求。但是其质量大，体积大不便于移动携带，也限制了其的使用场合和空间范围。

现有产品|分析

3 现有产品

多功能型



多功能型订书机

此种订书机设计新颖独特，外形时尚，集名片座，订书机，报事贴，三种功能于一体。多功能订书机的研发着眼与现有订书机的功能单一而研发，力求改变现状。

消费者|心理

4 人群心理

年轻人消 费

- 1,最求新颖时尚
- 2,表现自我喜欢个性
- 3,容易冲动注重情感

对于自己喜欢的东西
会想方设法迅速做出
购买决策。



中年消费者

- 1,购买的理智胜于冲动
- 2,购买的计划性多余盲目性
- 3,购买求使用, 节俭心理强
- 4,购买有主见, 不受外界影响
- 5购买随俗求稳, 注意商品的便利



消费者|心理

4 人群心理

老年人消 费

- 1,富于理性很少情感冲动
- 2,精打细算
- 3,坚持主见, 不受外界影响
- 4,品牌忠诚度较高



男性消费者

- 1,动机形成迅速, 果断, 具有较强的自信性
- 2,购买动机具有别动性
- 3,购买动机感情性比较单薄



女性消费者

- 1,追求时髦
- 2,追求美观
- 3,情感强烈, 喜欢从众
- 4,喜欢炫耀, 自尊心强



使用者的总体分析

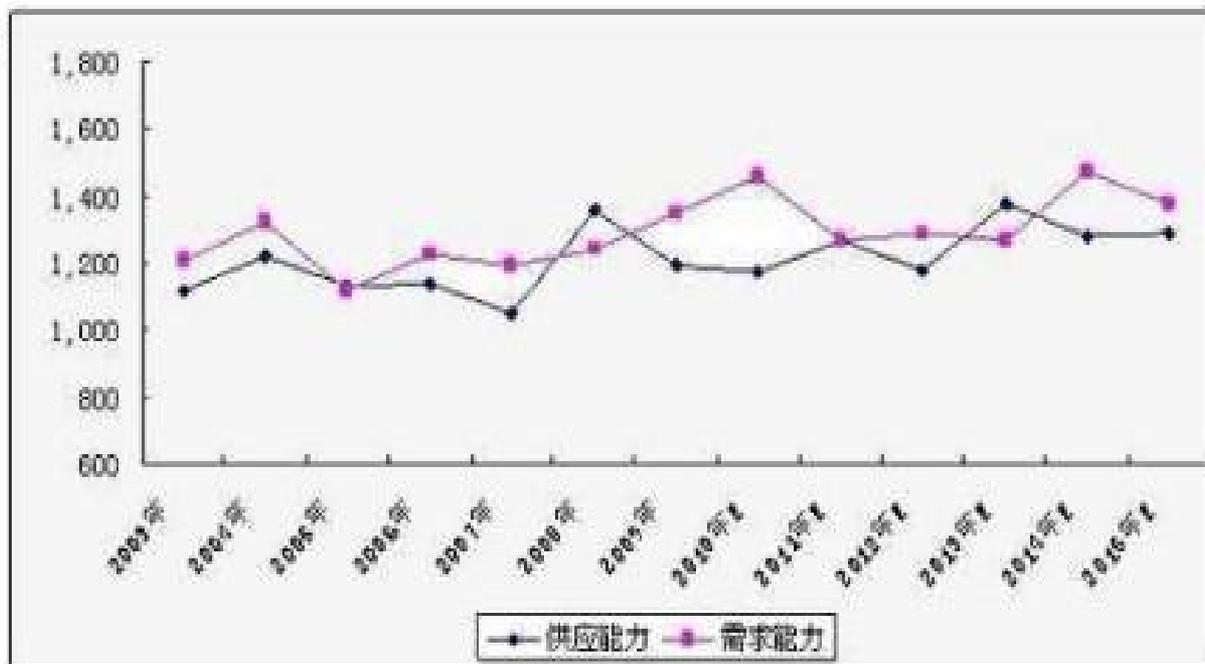
订书机使用人群广泛涉足办公室人士，学生，家庭使用，打印室，图文编辑室等各种领域，因此，使用者的范围比较广泛，职业差别性大。使用心理和使用生理的差别比较大，对于订书机的需求方向也比较复杂。



订书机|市场

5 市场环境

市场需求量



使用环境分析

办公室人员需要大小合适，方便携带，不占据办公室空间的订书机。

家庭使用订书机只需要功能完善，价格合理或者低廉。

学生对于这个使用人群，订书机的设计需要情趣化设计路线，外形要美观，有个性能吸引学生的眼球。

打印室以及图文装订室需要功能多，丰富，能够满足对于不同书，不同纸张厚度的装订需求。



订书机|现有缺点

6

提出问题

现有问题

- 现在订书机的钉子容易卡住，不容易取出来。
- 一次只能装订30页左右的纸张，页数多时就需要非常大的力气，不但不方便使用而且容易造成订书机的损坏。
- 订书机对于女性，儿童使用起来费力，容易伤手。
- 无法观察订书机内部结构，当订书针用完或卡住时无法得知，降低使用效率。



解决|现有问题

7 解决问题

1

针对外形

在外形上打破千篇一律的单调现象，如何方便携带节省空间。

2

订书针的改良

如何能使订书针能钉厚的纸张又能省力切不伤手。

3

在材质上的改变

有什么材质是更加适合，在手感上，防滑上如何改进。

4

针对不同消费群体

不同的消费群体会产生对产品不同的功能需求。





谢谢观赏

WPS Office

Make Presentation much more fun

