



**这款深受啤酒迷追捧的产品，frog 把它带到了大众身边**

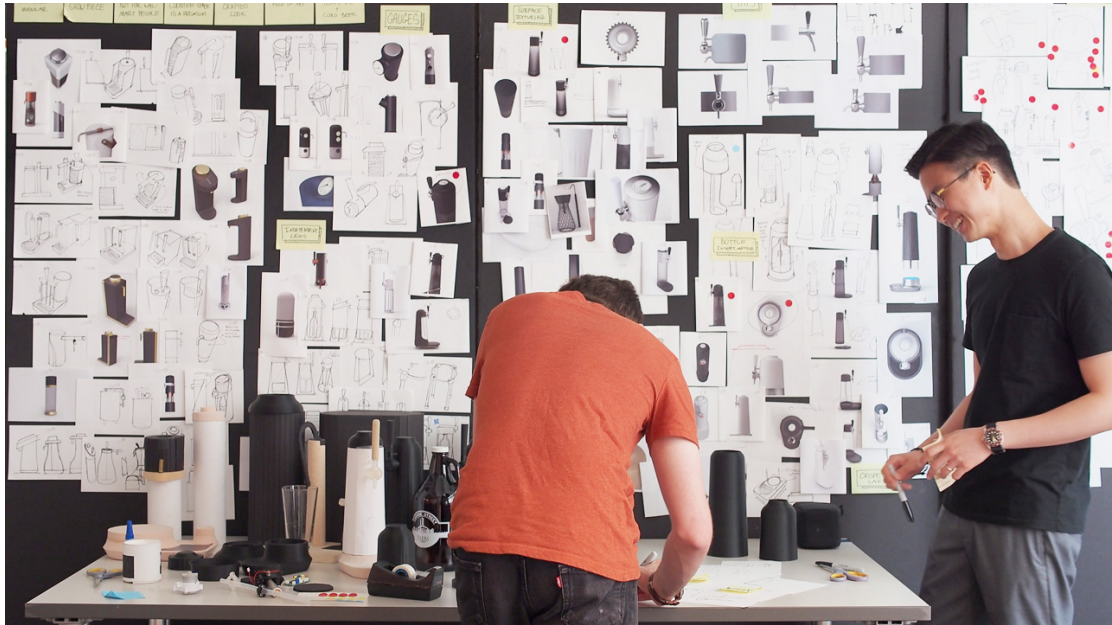


工程师 Phil Petracca 第一次为 frog 的设计师倒啤酒竟然出自他的背包。那里面装的是一台用 3D 打印制成的 Fizzics 原型机，它能为优质的听装熟啤酒增添一种绵密泡沫的口感，尝起来更像是从啤酒龙头中刚刚放出的啤酒。

他对 frog 工作室并不陌生：Petracca 曾与 frog 设计团队有过合作经历，当时是作为天狼星卫星广播（Sirius Satellite Radio）的原始开发团队的一份子。而那也不是他最后一次与 frog 合作。因为当他与合作伙伴成功设计出 Fizzics（啤酒中的 Sodastream 气泡水机，能够增强从听装啤酒到罐装啤酒的二氧化碳含量），完成众筹，发货并让产品进到 1300 家零售商店之后，frog 决定将这款产品推向主流市场。

此次设计冲刺的结果已经在 Kickstarter 众筹平台揭晓，这就是全新的 Fizzics Waytap（实际售价\$100，建议零售价\$130），第二代产品身形更苗条，轮廓更鲜明，价格更优惠。

为了报道这个故事，Fizzics 向我提供了他们设计的第一代设备，因为第二代设备尚未发货。用一瓶啤酒进行测试后，我一眼就能看出还有很大的改进空间。这台设备和一个浴室里装满的垃圾桶差不多大小。尽管它有一个塑料外壳，但你依然会有这样的联想。拿掉顶盖后，你要将酒瓶小心翼翼地放进一个黑乎乎的洞里。随后，系统要求你将一根塑料管插入瓶子/听/罐中并盖上顶盖。我仿佛是在进行临床医学操作，好像是在为啤酒插入呼吸管。当你拉下手柄，整个设备就开始震动并发出奇特的声响，听起来更像是电动螺丝刀而不像是在玻璃上的柔软摩擦。



那么最后制成的泡沫绵密的佳酿口感如何？相当不错。啤酒中的泡沫被很好地保留下来，同时还增添了一丝泡沫翻腾的口感，这让我很喜欢。反向拉下手柄，啤酒就会放出来，我能一口喝掉这杯泡沫绵密的啤酒。是否真的像宣传所说，比听装啤酒更香醇呢？当然。也许吧。很难说到底会好多少，但我相信我这杯啤酒在经过 Fizzics 的加工后比原来更好喝。但是还是觉得在厨房操作台上放上这样一台 150 美元的垃圾桶不是很值得。

“要记住，第一款产品曾迅速上市。[两位创始人]亲自负责所有运作：设计、3D 打印、订购模具和装运，” frog 执行创意总监 Jonas Damon 说道。“他们要确保万无一失，否则他们承受不起。他们无法对它进行大量的测试。他们承认，这就是工程蛮力。”

帮助 Fizzics 进行第二代产品设计的整个过程也非常迅速。尽管 frog 一般会花费数月或数年的时间为大家公司给出设计和研究——这些设计和研究多是宏大的、Don Draper（广告狂人）式的，最终可能会被客户接受、拒绝或忽视，但是 frog 这次却另辟蹊径。其实，Fizzics 团队在整个项目过程中是完全沉浸在 frog 内部的，双方并肩协作，完成项目，因此不会出现特大惊喜或重大发现，而这意味着最终目标会更快得以实现。

3F Building 6, No. 800 Changde Road  
Shanghai, China 200040  
tel +86 21 6157 7188 fax +86 21 6157 7199  
www.frogdesign.com

上海市常德路800号6号楼3楼  
邮编200040



“我们认为项目进展比流程更重要，” Damon 说道。“那些大型成熟的公司，他们追求的是避免失败。他们需要大量的验证研究。他们需要缓和风险。Fizzics 以及我们其他的创业项目则是在追求胜利。他们在尝试将自己的潜力最大化。因此，我们能够一头扎进设计中，努力工作，尽快进入市场。”

“我们并没有进行没完没了的迭代，” 他随后补充道。“如果大家对得出的结果都很满意，我们就此打住，转而开始做下一件事。”

为了确保啤酒加压室在加压过程中万无一失，Fizzics 的初始版本存在过度设计之嫌。它的顶盖上装有滑雪靴风格的锁扣和一个很大的外部铰链。它全部采用塑料材质，但却是一个塑料庞然大物。“用这款（原始）的机型进行测试不乏是件好事，” Damon 说道。“这样我们就能将重点放在用户体验上，而非设备的功能性。”

“我们并没有进行没完没了的迭代”，他随后补充到。



我们首先改变的是酒瓶放入设备的方式。相较于小心翼翼地将啤酒瓶放进一个黑乎乎的洞里——Damon 认为人类会对这一做法怀有本能的抵触——我们让啤酒直接放在一个平台上，而将设备的圆柱形加压室置于顶盖部分。我被告知，将酷似医疗用品的塑料管换成金属管要比原来的好很多，而且可以单手操作。设备上很多的触点都换成了更高端的材料，例如金属。最重要的是，全新的 Fizzics 在尺寸上只有原来的 1/3——而且售价比原先便宜了 30 美元。

但是这最后一点要求 Fizzics 牺牲掉一些功能性。我们无法把啤酒罐放进去了，因为如果要放入啤酒罐，那么整个设备的外壳就要做得更大——这意味着真的要把这款产品设计成能够放入单听或单瓶啤酒了。

“我们是从众筹中走出来的，所以我们能接触到不可思议的群体，他们会购买大号瓶装啤酒和 64 盎司的罐装啤酒。但当我们进入零售渠道时，消费者主要购买的则是听装和 12 盎司的瓶装啤酒。这就是 80% 的啤酒市场消费啤酒的方式，” Petracca 说道。“所以我们的焦点是设计一个不会占用太大空间的设备，我们尤其关注设备的易用性。”

但这就是面向那些会在 Kickstarter 下单预定的啤酒狂人设计的产品，与优化产品从而增强对大众市场吸引力的现实之间存在的差异。

在成功开发了两款啤酒产品之后，Fizzics 团队开始考虑如何利用技术让品尝各种食物都拥有更好的感受。例如，当我问起他们是否会开发一种气泡咖啡机时（注：Fizzics 并没有在咖啡中充入二氧化碳——当然我尝试过），这个团队并没有透露太多，不过他们建议我在 2017 年关注他们在啤酒以外的更多新闻。

**英文原文刊登于 fastcodesign.com，作者系 Mark Wilson。**