

您现在的位置: > 简体版 > 设计视角 > 设计随笔 > 工业设计 > Bodum电热水壶—金文设计评述

所有文章快捷检索

Bodum电热水壶—金文设计评述

Go  
[高级检索] 提示: 关键词间使用空格

发布时间: 2009-09-14

> 金文 供稿

[ 未经书面授权, 严禁转载任何内容! ]

-- 金文

### 一、背景

电热水壶设计, 我大概在94年到2000年之间给“英国Strix”(主要生产电热水壶用的蒸汽开关, Strix 公司要设计主要目的在于推销它的全球专利配件—蒸汽开关)、还有当时的“新宝”(现在的“东菱”)、“亿龙”、“百得”等几家企业做过几款设计。因此对于此类产品还是比较了解的。电热水壶每年全球的需求量非常大, 当然国内市场这两年也逐步呈现迅速上升趋势。

从技术层面看, 这个产品并不复杂, 记得曾经有一个叫“热的快”的产品在国内很流行, 其实就是一根电源线连接一根电热管, 只要将它放置在杯子里插电就可以了, 没有任何的防干烧等安全保护装置, 危险性可想而知。因此, 电热水壶的关键就在于英国Strix公司的蒸汽开关, 具有这个专利的保护, 去欧美市场的产品就一定要用Strix公司或另外一家的蒸汽开关配件。

可以说, 这是一个非常成功的商业案例, 通过一个专利, 卖配件的要比卖整机的利润高, 同时, 卖配件的只有一两家, 而卖整机的企业多如牛毛。当然, 非欧美市场, 为了降低成本, 一些企业也会用一些仿冒的蒸汽开关。但无论是遵循还是违反“游戏规则”, 我们的企业赚的只是生产环节的、通过劳动密集性所产生的、没有太多附加值的死钱。企业为了生存, 一是如何挖空心思降低成本, 另一条更有效的出路就是“设计”, 当然, 这里的设计更多的是在变款, 设计起的作用更多的是通过新款获取更多订单。

说到“蒸汽开关”其实也并不复杂。简单而言, 每一个电热水壶, 无论何种形状、材质及结构, 内部必须设置一个蒸汽通道, 这个通道必须有效地在水烧开之后, 将蒸汽传到一个金属簧片上, 通过热变形金属簧片就可以断开电源, 因此, 用过电热水壶的人就知道, 当水沸腾之后, 正常大约十秒左右就会断电。多少年来, 这个产品在技术上并未有新的突破, 要说突破, 那就是国内企业已避开了上述的专利, 找到同等效果的另外的方式, 并拥有了自主知识产权。

从设计的角度看电热水壶, 其核心就在于如何把握流行趋势, 在众多的款式中能够脱颖而出。当然设计的高低就要看谁的设计关注细节更到位。

以上就是电热水壶的背景状况, 下面让我们来看看“Bodum”的这款电热水壶(售价: 49.99美金 = 341.40元人民币。国内市场的电热水壶据说最低30元人民币就能买一个)。



### 二、用户意见

(注: 16位用户意见, 资料来源网络, 真实性有待考究, 作为调查分析显然个案量基数太少, 因此准确性值得怀疑, 但个人认为基本上可以反映这款设计的情况。)

以下是16位用过这款水壶的消费者的“支持赞同”及“问题抱怨”意见:

#### 1、支持用户:

用户1:

装水容易，加热快，用它我可以在短时间冲好一壶1.4升咖啡；

用户2:

我大概是5-6年前买的，每天至少用一次，到现在一切正常；

用户3:

喜欢这个设计，容易使用，加热快，打开盖子加水很方便；分体插座实现水壶可以任意放置；

用户4:

这是我朋友送给我的礼物，给我的厨房增色不少，很容易使用，有了它，现在我比以前喝更多的茶了。

用户5:

我有一个橙色的，我和我丈夫自从买了它以后每天都在用，我强烈推荐我妹妹也买了一个，圣诞节我计划给父母也买一个；

用户6:

喜欢这个水壶，加热快，放在厨房很吸引人，同时收藏也方便；这是一个很容易使用的产品。不过我觉得水开时的汽笛声太吵。与同类产品比较我觉得价格便宜，可以接受；

用户7:

我用这个水壶已经三年多了，就同新买的一样，工作状况一直良好；我和我的同室每天至少用两次，因此这只水壶完全可以承受频繁使用的要求。体积稍稍过大了一些，不过摆在台面看上去很不错，我的是黄色的，印刷的文字时间长，如同预期的那样已经磨损了，不过没关系，这并不重要；

用户8:

用了6年了，喜欢它能快速烧开水，同时清洗又方便。盖子由于是塑料，铰链处用了5年后就损坏了，当然每天都在用不可能不坏。下一步计划买一个不锈钢的。

## 2、抱怨用户:

用户1:

圣诞节我给妻子买了一个，打开包装后看上去很脏，好像有人用过。经过交涉换回来一个，很遗憾同第一个情况一样。我妻子清洗后用它烧水，但是它存在问题，

1、水尺几乎无法看到具体的水位；

2、盖子不能正常打开与合拢。

不过它还能正常烧水，假如你对于烧多少水并不在意时，倒可以考虑这个产品。

用户2:

很重的塑料味道，洗了又洗没有任何改善，千万不要买这个产品；

用户3:

第一使用，开关就时好时坏，一个月后就完全失灵了，我不得不把它退了；另外，我发现这个产品的水尺窗很小，是一个完全不切实际的设计，我完全看不到水位的高低，只能在打开盖子时估计水位的高低。一个差劲的设计！

用户4:

有时水开后大概要超过两分钟蒸汽开关才能断电，这会引发火灾的！

用户5:

盖子很早以前就已经破了；把手有锋利的毛刺握上去很不舒服。用了一年后，水开后的哀嚎很大声；但蒸汽开关却已完全失灵，如果没有人看着，会烧的一塌糊涂。当然它看上去不错同时还能继续烧水，不过我已经把它扔了！

用户6:

的确可爱，不过功能差劲！三年前买的，水尺形同虚设不说，买了两个月以后就完全不工作了。

用户7:

因为喜欢这个设计，我买了一个红色的。基本上这个买回来只是用来看的。除了有两点可以肯定以外，

1、比大部分的电热水壶要看上去要小巧一些，这一点我个人喜欢；

2、任何角度你都可以将水壶方便地放置在分体插座上面；

这可以说是一个错误的设计！

1、有自动断电开关，不过每次水开后开关并不起作用，我只能从插座底盘上拿起才能断电；

2、水尺的设计简直就是在开玩笑；

3、把手的形状拿起来很不舒服；

4、盖子的开启角度不够，导致清洗很不容易；

我会保留它，因为便宜而且可爱，不过我绝不建议别人买这个产品。

用户8:

我在结婚纪念日上收到这个礼物，但是我不喜欢它，原因：

1、造型在图片上看很可爱，实际上它很笨重，下部圆形过大而占据了有限的台面；

2、我不喜欢那个盖子，由于开盖角度不够，装水就要慢慢装；

3、电源线太短，如果能长一些，我台面的问题就会小很多；

4、我听到用塑料容器烧水会产生许多健康问题；

5、清洗几乎不可能。

现在我已经买了完全不同设计的不锈钢水壶。

## 三、意见归纳:

## 1、支持赞同

外观满意度：8个用户直接提到。（用词：可爱、喜欢、吸引人、看上去不错）

使用时间：6个用户直接提到。（正常使用：1票一个月、1票二个月、1票一年、3票六年，）

使用难易度：4个用户直接提到。（容易）

使用频率：4个用户直接提到。（每天用）

加热快：4个用户直接提到。

礼品：4个用户直接提到。

加水：3个用户直接提到。（2票认为容易、1票认为不容易）。

清洗：3个用户直接提到。（1票认为容易、2票认为不容易）。

颜色：3个用户直接提到。（黄色、橙色、红色）。

用途：2个用户直接提到。（冲咖啡、冲茶）。

厨房：2个用户直接提到。（与使用环境很配，给厨房增色不少）。

价格：2个用户直接提到。（便宜）。

任意角度放置：2个用户直接提到。（便利）。

收藏：1个用户直接提到。（便利）

## 2、问题抱怨：

盖子：5个用户直接提到。（2票开盖角度不够影响加水及清洗、1票不能正常打开与合拢、2票使用损坏、）

水尺：4个用户直接提到。（4票无法看到水位）

开关：4个用户直接提到。（3票失灵、1票超时）

塑料健康：3个用户直接提到。（1票有异味、1票看上去很脏、1票持怀疑）

体量：3个用户直接提到。（1票稍稍过大、1票笨重，过多占据了台面、1票视觉上小巧）。

把手：2个用户直接提到（1票形状拿起来很不舒服、1票毛刺拿起来很不舒服）

声音提示：2个用户直接提到。（1票太吵、1票不好听）。

电源线：1个用户直接提到。（太短）

文字印刷：1个用户直接提到。（时间长磨损）。

## 四、分析评述



从上述的意见归纳可以看出，这款产品的外观满意度还是很高的。通常水杯的造型特征是由杯体、把手、盖子与壶嘴四部分构成，这款设计之所以有特点，个人以为：主要在于结合杯体下大上小的特征将壶嘴部分进行了夸张放大，并将盖子隐含其中。外观满意度就来自这一主要特征并结合了壶身曲线相配合的开把手，形成在稳重的前提下，展示出一种轻巧、活泼、富有动感的造型风格，各部分的比例十分协调，同时各部分的特征统一而不呆板。特别是水尺高度的几个原点依据具体的升数具有一种渐开的韵律感，可以说是这个设计的“点睛之笔”。顶部盖子部分的绝对平面更加展示出这是一款来自北欧风格的设计。从纯造型的角度看，这的确是一款无可挑剔的设计，完全可以用“有意味的形式”来评价她。

然而，任何事物都具有两面性，这款设计值得称颂的优点，恰恰也正是其产生用户抱怨的缺点。也就是说，从设计的角度看，她并不完美，甚至存在比较明显的缺陷。

1、 盖子问题的抱怨是最多的，显然在这样的造型风格要求下，盖子是相对单薄脆弱的，同时它是一个活动件，每次加水都需要按钮，通过转轴结构实现打开，从意见归纳中可以看到使用的频率是每天用，这就造成盖子的高损坏率。再加上结构设计未能保证足够的开盖角度，从而导致加水与清洗的问题产生。

2、 其次就是对水尺的抱怨，个人猜测，原设计者一定意识到几个小圆点将失去看清水位的功能要求，会是一个明显的设计缺陷。为什么还会坚持这样的设计呢？你不妨尝试用完全能够看清水位的水尺来取代这几个圆点，你会发现，的确从造型的角度看这是“点睛之笔”，任何的替换方案都将破坏这个“有意味的形式”。设计是一个权衡利弊的综合思考。在这一点上，原设计者显然为了追求形式的完美，宁可牺牲局部功能的缺失。

3、 同样1.4升的容量，通常的水壶是按一定比例的圆柱体来作为杯体的造型，因为这是最合理的体量分布方式。这款设计的杯体采用的是下大上小的近乎锥体造型，必然导致两个问题产生，一是占取空间相对增加，这一点有用户抱怨；二是杯口口径相对小，这在根本上导致清洗问题的产生。

4、 把手问题主要在于手感上，从人机工程角度考虑，如果整个把手的造型能够内外翻转，显然会对手感的改善有帮助。因为，靠内侧的棱边多少会有手感不适的问题产生，再加上这里是模具结合线位置，如果在注塑环节工艺未能调整好，产生毛刺是很有可能，因此，有两位用户提到这一点，个人以为并非无中生有。这一点上，如果有兴趣可留意飞利浦或百灵的把手设计，其造型更多地是结合手感舒适程度来进行的。

5、 至于开关失灵、超时问题，有两种可能，一是蒸汽开关真的存在质量问题；二是蒸汽通道的设计存在缺陷，导致蒸汽不能畅顺或缓慢到达蒸汽开关位置。另外，电源线过短是成本控制问题；文字印刷磨损是正常现象，如果要解决这个问题，也可以将文字做在模具上，形成不磨损的凸字或凹字；声音提示问题，这是一个很难统一的问题，不同的消费者显然会对声音的大小有不同的要求，同时，每天的心情也会对同样的音量有不同的反映，如果真要将其作为一个问题去对待，那就要增加成本，设定开关与音量调节。

6、 至于塑料烧水健康问题，通常都要通过FDA食品级认证，由认证来保证健康。不过再有认证保证，也很难消除一些消费者的心理担



心。当然，其实这个问题的转化就是成本价格问题，通常材料成本塑料要低于不锈钢，从上述的意见归纳可以看到，有一些消费者显然是第一次使用此类产品，当再买时，更多地愿意多掏一些钱去选择不锈钢杯体的电热水壶，从而完全消除这种担心。

电热水壶具有快速加热、方便安全、容易操作、价格便宜等优点，可以说逐步已成为家庭必备产品。从上述的意见归纳中，我们还可以发现几个有意义的点：

- 1、 礼品，有相当数量的购买动机是用来送礼，花钱不多，又能给接受礼物的人带来实惠。如何遵循礼品的设计要素将电热水壶更加礼品化，显然这将是一个很重要的趋势。
- 2、 厨房，依据厨房的格局、风格及发展趋势，进行相应的设计思考，这也是一个重要的趋势。其中包括色彩的应用，从上述的意见归纳中可以看到，鲜艳的色彩更受青睐。
- 3、 用途，咖啡与茶深层次是两种截然不同的文化，但有一点是相同的，那就是都要用开水冲。那么，如何结合不同的用途及相应的背景因素进行设计思考，这又将是一个重要的趋势；

假如一个设计师能够不局限在“美不美”的问题上去思考设计，那么他的设计就会做的更加深入，更加能够关注到细节；当然，另一方面，对于设计的把控能力就要有更高的要求，因为往往会遇到权衡利弊的两难境地，就如同这个设计中的水尺问题。

或许这句话有点过，但它可以一定程度上反映出如何对待设计：“那个水尺不仅仅度量的是水位的高低，更多地是在度量设计能力的高低”。无论设计师的思路如何，选择如何，设计倾向如何，最终的评判权在消费者，是好是坏，消费者用过就知道！

## 五、Bodum--好的设计并不一定昂贵（以下文字摘录）

“1944年，Peter Boudum 也就是现在BODUM公司的老板Jorgen Bodum 的父亲，在丹麦的哥本哈根创立了BODUM公司。当时是二战结束前的困难时期，几乎没有什么生意可做，大量的人都处于失业中，Peter Bodum就批发一些丹麦本地的各种各样的小家居用品。战后他获得了进口厨房用品和餐桌用具的许可证。当时的欧洲处于战后的修整时期，物资匮乏，意味着几乎所有的商品都可以卖掉。于是他专门做东欧的玻璃制品。

到了50年代，Peter Bodum 开始发展他自己的产品。他与丹麦的建筑师Kaas Klaeson一起合作开发了一系列的咖啡壶。当时，工业设计型的厨房用品是非常罕见的。1958年，BODUM品牌的第一款产品——Santos的咖啡壶进入市场，这一款是在真空制作咖啡的基础上设计而成的。这一款产品不仅是在丹麦而且在整个欧洲都让人们感觉方便实用。直到今天BODUM公司仍在生产最初的这一款Santos咖啡壶。

60年代，BODUM稳步发展，但不幸的是Peter Bodum 在1967年去世了，时年只有57岁。他的夫人接管了公司。直到1974年，她让26岁的儿子Jorgen 参与到公司的管理事务中。Jorgen 很快将Carsten Jorgensen丹麦哥本哈根一所艺术学校的教师带入了公司，不久后就让他负责BODUM的所有设计，包括从产品的开发到展会、店面、建筑、目录和广告等所有的设计。这成为一个长久而又卓有成效的合作。他们个人开始以各种不同的方式来履行着：“好的设计并不一定昂贵。”的宗旨。

1974年，Joergen 与Carsten的第一个合作成果Bistro 系列的法式按压壶被推出。这也是与新的BODUM设计风格的第一次结合。设计美观、简洁、适用于日常生活的优良材质。接下来又设计生产了更多变化多样的按压式咖啡壶。自1974年以来BODUM已经生产了50000000个法式按压壶。公司也实现了从咖啡到厨房的飞跃，并开发和生产了大量各种各样漂亮的家居用品和餐桌用品设计。

1979年，Joergen正式接管了公司以后，为了使公司更位于欧洲的中心位置，他决定将公司搬到瑞士。他选择Lucerne地区，从80年代初开始，BODUM公司的总部就搬到了那里。1980年，BODUM 瑞士公司和它的设计部成立。然后1986年，BODUM的第一家专卖店在伦敦开业成为BODUM历史上的又一个里程碑。店的设计不但完美地展示了大批各种各样的BODUM产品，而且是BODUM这一品牌作为一个国际品牌的更强有力的展示。

接下来更多的BODUM专卖店在巴黎、苏黎士、哥本哈根、东京、洛桑、纽约、达拉斯、冲绳、奥克兰等全世界各个城市陆续开业。在全世界已有52家BODUM的直属店。

随着BODUM越来越多的直属专卖店的成立，BODUM继续拓宽收集漂亮的日常用品的产品设计。从厨房用品到家居用品。到今天，BODUM公司提供给客户从最早的咖啡器具和茶具到餐桌用品和贮存罐、纺织品、浴室用品和小办公用品等。有些BODUM的店内还有咖啡和茶供应给顾客品尝。

BODUM集团一直是一个100%的家族性公司。现在公司在全世界14个国家有700多名员工，在瑞士和丹麦有12家销售公司，3家生产公司和在瑞士有一家BODUM设计集团。”

金文  
2009-9-14 写于广州

相关链接  
» None.

责任编辑: dolcn

设计在线链接代码

@esignonline

@esignonline  
http://www.DOLCN.com

正式启用CNNIC官方中文域名  
设计在线.CN; 設計在線.CN; 设计在线.中国

© 1997-2008 DesignOnLine

关于我们 | 豁免条例 | 广告赞助 | 网站地图 | 活动支持 | 友好同盟 | 返回首页