

# Price

價？

# 1611

ISSUE 3 5.2022

Finance Bookazine for Dreamers

築夢的金融



// 影響那些專業且具影響力的人，  
比我付錢在 Facebook 下廣告給那些自稱  
「我喜歡咖啡」的人更能表達我們的產品。

Weber Workshops 創辦人  
Douglas Weber  
(簡稱 W)

為閱讀流暢與篇幅限制，  
本篇內容經過編輯。

度而被玩家们稱為「業界手工研磨的黃金標準」；其後推出的「EG-1」與「The Key」更直接  
在金字塔頂端插旗。尤其「The Key」曾在  
群眾募資網站 Indiegogo 上締造歷史，在短短  
一個月內募得 348 萬美金（約 1 億 340 萬新  
台幣），是咖啡器材史上第一的銷售數字。  
這究竟是一個怎樣的團隊？你可能會很  
驚訝，Weber Workshops 的創辦人 Douglas  
Weber 平時住在日本福岡的海邊，而辦公室  
與研發中心則設立在台灣三重，甚至幾乎所  
有的生產都在台灣發生。  
這個世界級的精品產品是怎麼誕生的？為  
什麼台灣會成為最重要的研發與生產基地？  
Douglas 又是怎麼思考製作產品與市場需求，  
以下節錄《1611》團隊與 Douglas Weber 精彩  
的訪談，你一定能從中找到解答：

1611 近年來，世界關注的焦點幾乎都在軟體公  
司，遺忘或低估了做出產品的難度，愈來愈  
少人關心如何製作一個實物了，這非常令人  
擔憂。  
W 沒錯，它幾乎成為一種失傳的藝術。在現  
代，藉由 APP 成為百萬（美元）富翁的故事  
很多，你可以藉由寫程式來完成工作，而無  
須從實際勞動，甚至初始的投資也少得多。  
但這不是我的核心競爭力，我知道自己這  
一生都會是一個製造者。我喜歡實作物品，  
在我進入史丹佛工程學系之前，我曾考慮去  
日本當一個陶藝工作者，但當時我收到了  
Apple 的工作機會，於是我選擇先去實習並告  
訴自己「我以後再做陶藝。」  
事實上，我現在真的在日本的家裡建造一  
個陶藝工作室。也許接下來的 10 年我大概也  
沒有時間使用它，但未來某個時候，它一定  
還會在那裡等著我。  
生產產品與陶藝的相似之處在於，它們都  
是在製造一個物理上的實體，並關心形狀、  
外觀、感覺、觸摸，以及人類與之互動的  
感官感受。對我來說，這是一件非常非常  
重要的事情，比寫程式或一個 APP 要好得  
多。這就是我在商業領域中的定位，我是一  
個製造者，無論我做什麼，它都會以物品的  
形式出現。

## 5%的力量：Weber Workshops 創辦人談創造與市場價值



要說 Weber Workshops 是咖啡器材界的  
Apple 一點也不為過。  
如果你想要一台實用的咖啡磨豆機，你可  
以用不到 5,000 元的價格挑選數十種商品；  
但如果你想要一台能使人振奮的磨豆機，那  
麼 Weber Workshops 很可能是你為數不多的  
選擇，哪怕它最親民的價格也要 1,999 美金  
（約 58,900 台幣），依然一台難求，最快的  
出貨日已落在 2023 年第一季。  
整個咖啡界莫不矚目著這個異軍突起的品  
牌。2022 年 4 月，SCA 精品咖啡協會大展在  
美國波士頓舉辦，Weber Workshops 新推出  
的咖啡過濾器「Unifilter」獲得年度咖啡配件  
獎。Unifilter 顛覆過濾器 100 多年來不變的架  
構——它僅用一塊不銹鋼一體成型，不再需  
要單獨拆卸濾器，讓濃縮咖啡的提取更有效  
率，並幾乎不會耗損。一個長年研究咖啡器  
材的玩家大為驚嘆：「我無法想像他們是怎麼  
做到的！」  
事實上，這並不是 Weber Workshops 第一  
次驚豔世人。從 2020 年推出第一款手動磨  
豆機「The HG-1」，以超高水準的細節與精準

// 我堅信，透過收集一大堆訊息推測市場需求，你最終只會得到一個被摻了水稀釋的產品，而且令人提不起勁。

W 完全自籌，一直以來我都是藉由官方網站販售與公布產品。直到去年我才第一次實驗性的嘗試群眾募資，目的是為了吸引到更廣泛的消費者。

1611 你一開始就使用群眾募資，還是完全自籌？

2021年我們為咖啡研磨機「The Key」進行了群眾募資，並成為群眾歷史上最成功的咖啡產品。在過去15年裡，我們在大約150到200個與咖啡相關的項目中排名第一，銷售



當時的我喝著極品咖啡、設計Pod與之後的iPhone。Apple還讓我到日本建立材料和製造的研發團隊。我可以說是有著世界上最酷的工作了，對吧？但我依然夢想著有一天能做出自己的咖啡用品。

我一直試著取得兩端的平衡——我有一份高薪的工作，可以花別人的錢做有趣的事情；或者大膽追逐我的夢想。我在經濟上很舒服，但也已經預見，如果我不開始在咖啡領域做出一番名堂，就會有別人站上舞台。因為咖啡只會越來越受歡迎，正如我們今天所見，那是一個關鍵的轉折點。

後來我開始覺得自己待夠久了，Apple變得非常大，也不像一開始那麼有趣了。於是在確認自己處於財務狀況良好的狀態後，開始了我的冒險。

額比第二名多了兩倍多。

我真的很高興，因為這證明了世界上認同我信念的人比想像中更多。他們仍然是小眾，畢竟它是一台要價2,000美元的咖啡研磨機，縱使我們在群眾上賣1,500美元，它仍證明了世界上有足夠多的人關心咖啡，想要在日常生活中使用真正的、非常好的設備。

我曾經擔心小眾市場終有一天會飽和，心想：「我已經賣出不少3,000、4,000美元的咖啡研磨機了，每個想要一台的人應該都已經有一台了。」但情況並非如此，我相信在低階到高階市場之間還有很大一段未被滿足的需求。

1611 從想法、畫草圖到完成產品，最困難的部分之一是與製造商們建立真正的關係，這比找到伺服器或與軟體工程師交談困難得多。這些故事很少被媒體們講述，他們只是一味地宣揚軟體工程有多酷。

W 沒錯，這很有趣。從我這一代開始，每個人都把資訊科學當成最熱門的學科，學長姐們就是創立Google和Yahoo等這些網路公司的人。當時像我一樣選擇進入機械工程學系幾乎就像個老古板。但諷刺的是，10年後

Apple重新獲得成功，產品設計再次成為人們的心之所向。

我認為科技產品的下個階段，應是搞清楚如何在產品中添加一些品牌思維，以開發出引人注目的使用場景，這將是一個擁有巨大潛力的未來。

1611 你是何時離開Apple開始創業？你有存夠股票與資金嗎？創業冒險是如何開始的？

W 我大概是在2000年到Apple實習，然後得到了offer。但我決定用獎學金前往日本學習製陶，拒絕了Apple的工作。在日本一年後我回到美國，他們又開了另一個offer給我，於是研究所畢業後我就加入了Apple。

我在Apple工作了13年，加入時股價大概是7美元左右。我當時為了付第一台車的頭期款以及學生貸款，很快地把股票賣掉了。如果當時沒那麼做，那大概會是很大一筆退休金。不過創業初期，我仍存了足夠的積蓄，因為這一直是我工作的目標之一。

在加入Apple不久，我愛上了咖啡。當時舊金山一帶是第三波精品咖啡浪潮（Third Wave Coffee）起飛的地方之一，我們產品設計、機械工程和工業設計的同事們每天都會見面，坐在一起喝咖啡聊天。我們的話題開始圍繞在咖啡機，以及它們運作的原理多有趣。



工作，但我認為「Stay hungry」保持足夠的動力是好事，否則團隊容易變得過於臃腫。我不希望我的公司失去這個狀態。

當然，我也希望我們變得更好，也希望我們繼續增長，但增長速度必須符合公司長期發展的軌跡。我希望對員工來說公司一直是有趣的，他們會感受到自己是咖啡產品革命的一小部分。我無法想像我們有一天會需要快速擴展，或是必須仰賴大量外部資金。我相信光靠自己創造的資源就足以實現很多事情。

<sup>1611</sup> 你曾經歷過大型科技公司的產品生產，但作為一個獨立且已在全球取得了一些成功的創業家，如果你想成長更多，或者擴大製造能力時，保持一樣的品質是可能的嗎？

W 我認為是可能的。不過真正的問題也許是：是否有如此龐大的市場需求？我一直相信自己是為了市場中前1%的人創造產品，且堅信這個1%終有一天會變成5%，那是一個巨大的市場，也是我關注的地方。

我不會想著要將1%變成75%，我認為不是大多數人都想要那個生活水準。一來我們的價格太高了，而且高價值的東西通常邊際報酬會有所遞減。二來，人們必須真的去經歷過、去理解、且非常在意他所喝進的每一口咖啡，才能接受這樣的產品。我相信會有更多人往此前進，但永遠不會到達75%



The HG-2



The Key

<sup>1611</sup> 你大部分時間都在處理生產問題，行銷呢？在嘗試群募前你是怎麼推廣銷售？

W 我從來沒有做過「真正的行銷」，我唯一做的事就是在 Instagram 和 Facebook 上定期發文。我想最好的行銷，是當消費者擁有你的產品後，願意在社群上主動分享。我的任務是做出人們想要的東西，並且交付超越期待的品質，去影響那些專業且具影響力的人，這也是我與一些業內行家能成為朋友的原因。

如果你瀏覽咖啡論壇，你會看到像 Jonathan Gagné 或 James Hoffmann 的意見領袖，他們發自內心喜歡我的產品，這比我付錢下廣告給那些自稱「我喜歡咖啡」的人更加有效。

<sup>1611</sup> 你是如何學習做生意的？

W 不斷的試錯。我認為 Tony Fadell 說得很貼切：「沒有一所學校可以教你如何成為企業家。」你只能做中學，直到現在我仍然每天都在學習。最重要的是相信自己、吸取教訓、繼續冒險。

我認為我們與其他人最大區別，在於沒有過快地擴張。很多人都這樣做，他們獲得數千萬美元投資後馬上就投入開發或僱用一大群人。他們燃燒資金的速度太快。

我們目前的團隊雖然小，每個人都要多工

這個規模。

我覺得低品質的東西並不有趣，也不認為這對咖啡行業或地球有什麼好處。我相信在乎產品品質和壽命的頂級行業將繼續增長。

<sup>1611</sup> 作為創辦人與 COO，你為什麼要在公司設立董事會？這在中小企業中很少見。

W 我們的董事會是一個非正式的團體，是我取得意見的重要智囊團。



// 不向世界詢問什麼是重要的，而是與非常精選的一小群人分享我們的想法，並從他們那裡獲得反饋，他們有助於創造一個更強大的聲音，而不是將每個人的聲音混合在一起。

董事會成員多半是我的朋友與親近的夥伴，其中有自 2006 年退休的頂級工業設計師，他們真的非常熱愛咖啡且擅長製作產品。就像過去我們還在 Apple 工作時常聊到：「要是有一天，我們可以開一家咖啡用品的公司就好了。」而當我真的這樣做時，他們成了我重要的意見來源。我很喜歡在點子剛成形時就找到人分享想法，並請他們提供值得信任的反饋。

我們不是一家行銷驅動的公司，我堅信，透過收集一大堆訊息推測市場需求，你最終只會得到一個被摻了水稀釋的產品，而且令人提不起勁。如果市場真的知道如何設計產品，那麼 Prius 將是世界上最好的汽車。它無疑是一台運作良好的好車，但它很無聊，對吧？抱歉我這樣說 Prius，畢竟我們都曾擁有一台像它一樣的車子。

當我決定創業時，我相信一個人真的能創造出更強大、更具標誌性的產品。藉由深入了解咖啡與咖啡文化，再結合既有的設計工程方面的知識，讓我得以信任自己所看到的市場空白或缺失，從中得到許多洞察、進行創造。

不向世界詢問什麼是重要的，而是與非常精選的一小群人分享我們的想法、從他們那裡獲得反饋。這麼做有助於創造一個更強大的聲音，我們不需要將所有人的聲音混合在一起。

1611 真是個好主意！這是你從 Apple 學習到的做法嗎？或者這是你自己形成的一種直觀方式？

W 不能說 Apple 是否是這樣工作，但可以說這是 Apple 設計獲取意見的方式。Apple 過去不是一個行銷驅動的公司，不是一群人說：「我們需要這些規格，因為這是市場

// 有現有的市場，也有尚不存在的東西的市場。  
對於尚不存在事物的市場，我認為你只需要  
給消費者你相信的東西，人們就會明白這一點，  
無論他們之前是否曾有過這些念頭。

要求的。」而是一群非常了解產品的人提出強烈的意見，再由少數高層進行決策。我認為這是成功的，至少在 Apple 是有效的，但它的必要條件是擁有真正了解並具有好品味 (Sense) 的高層人員。

<sup>1611</sup> 你是指對工業設計很有品味，還是對市場有很好的品味？

W 對所有的一切都要有，反而市場除外。我認為市場是創造出來的。有現有的市場，也



The HG-2

台灣是一個很好的市場，尤其是你正在做獨特的東西。台灣幾乎是我們銷售額第二大的國家。我在三重設有一家 Weber Workshops 台灣分公司和研發中心，我所有的員工都在那裡。我盡我所能遠離中國，把一切都留在台灣、在台灣推廣本地業務，這是我品牌的重要元素。

我在 COVID 期間雇用了很多人，他們大多是台灣人，即使我沒有親自見過每一個人，但我在乎他們，我也每天跟他們交談。這些台灣人幾乎都有在美國生活的經歷，或是為富士康工作的經歷，總之我們對正在做的事是抱有共識的。

我喜歡台灣的關鍵在人。我在洛杉磯的一個郊區長大，那裡有很多日本和台灣的移民小孩。我許多童年朋友都是台灣人或日本人，現在也是如此。

台灣是一塊世界需要了解和品味的寶石。我想藉由我的事業展現這一點，並由衷欣賞我們所擁有的東西。我希望這份美好將永遠存在。

<sup>1611</sup> 你說你在家裡建了一個陶藝空間，但你在接下來的 10 年裡沒有更多的時間了。那是因為你的產品路線圖已經計劃好了？

W 是的，這是因為我有很多事情想做，我知道這會讓我再忙個 10 年。

有尚不存在的東西的市場。對於尚不存在事物的市場，我認為你只需要給消費者你相信的東西，人們就會明白這一點，無論他們之前是否曾有過這些念頭。

就像 iPod Nano 推出時並沒有市場，當時只有 MP3 播放器，但如果我們問「我們應該削減硬盤驅動器，做固態存儲器，並使其變得更小嗎？」沒有人會說「是。」因為市場上根本沒有這樣的產品存在，更遑論調查。


你可以問別人，也可以憑直覺就知道：「該死，這東西真的太棒了，我想要一個。」這就是我們工作的方式，我只是想做一些令人興奮的東西。我不喜歡用「時尚」這個詞，但你必須有一些讓產品更性感的元素。

<sup>1611</sup> 你的產品都在台灣生產，是因為考量到台灣有許多供應鏈，正在為世界一流的公司製作大量原型機嗎？

W 有幾個原因，其中一個是台灣在地理上對我來說非常方便。我曾在日本工作，我知道我喜歡在台灣做東西。從早期的 iPod 開始我就選在台灣製造，直到後來規模變得太大才必須移往中國。當我開始創業時，我知道公司規模永遠不會大到需要移出台灣的程度。而且，我想在一個可以和工廠老闆成為朋友的地方製造產品，要做到這一點，我必須能輕易的來往交通。

現在整個行業都在關注我們，每個人都想知道接下來會發生什麼。我們剛剛做了新產品「Unifilter」的發表會，並得到了 SCA 的最佳產品獎。SCA 每年都會在美國挑選一個城市，如波特蘭、西雅圖、波士頓等舉辦一次大型的展覽，聚集所有的製造商和咖啡業者。去年，我們的研磨機「Key」得到了 SCA 年度產品的獎項，今年 Unifilter 又再次得獎，我很樂於看見這點，因為它們都是市場上具有顛覆性的產品。過去我不太參加這類聚會，但現在我所到之處，大家都會認出我們並好奇我們正在研究的東西，連大製造商也不例外。

<sup>1611</sup> 除了製作自己喜歡的東西之外，還有什麼其他的野心嗎？

W 沒有，沒有什麼比做我喜歡的東西更好的事情了。 

---

# 1611 Price 價？

ISSUE 3 5.2022

## Publisher

無型資產有限公司 Goodwill Assets Co., Ltd.

## Chief Executive

蔡庭芳

## Address

台北市信義區基隆路一段 186 號 3 樓之 7

## Cover Artwork

Noma Bar

## Design & Art Direction

Toby Ng Design | [www.toby-ng.com](http://www.toby-ng.com)

## Special Thanks

林雷惇、許玲瑋、陳芷儀、陳韋亘、  
陳泰宇、陳曦、羅智旭、郭珈爾

---

## Contact Us

如果對內容有什麼想法，可寄信至 [contact@1611.com.tw](mailto:contact@1611.com.tw)

如果想來聊個天，可寄信至 [editor@1611.com.tw](mailto:editor@1611.com.tw)

如果想找我們幫你想好玩的廣告，可寄信至 [commercial@1611.com.tw](mailto:commercial@1611.com.tw)

有興趣關注我們最新資訊，可以在

Facebook 搜尋 @1611community 和 IG @1611mag

如果想要訂閱，掃右面 QR code



---

創刊年.月：2022.01 | 刊期頻率：雙月刊 | 網站：[1611.com.tw](http://1611.com.tw) | 總經銷：創新書報股份有限公司

---



To create value is to do good for others

為別人創造便有價值

ISSN 2789-8504

05



9 772789 850008

NTD320 0.0000011BTC