

CONTè



Diffondi la cultura del tè in italia con
tazze da tè interattive emozionali e
comunicazione grafica

Hangle Su
Ai Qi



Relatore: **Paolo Marco Tamborrini**

Cotutori: **Stabellini Barbara**

A cura di : **Su Hangle , Ai Qi**

POLITECNICO DI TORINO

Dipartimento di Architettura e Design

Collegio di Design

Corso di Laurea in **DESIGN e COMUNICAZIONE VISIVA**



Indice

Prefazione	3
1 Contesto del progetto	
Cultura e storia del tè italiano	6
Sostenibilità del background di tè	8
Il mercato del tè in Italia	10
2 Analisi dello scenario	
Analisi dei luoghi legati al tè	17
Sviluppo delle tazze da tè	20
Il mercato delle tazze da tè in Italia	22
Casi studio delle tazze	24
Analisi del sostenibilità del progetto	25
3 Utenti	
Le percezione, le conoscenze e le abitudini italiane sul tè	27
Analisi dei bisogni degli utenti di diverse fasce di età	39
Analisi del processo dell'interazione del prodotto	30
4 Posizionamento	35
5 Concept	
Concept del progetto	39
Immagini renderizzate	54

● Prefazione

La cultura italiana del caffè è famosa in tutto il mondo, ma la cultura del tè non è forte, quindi l'Italia ha molto spazio per lo sviluppo in quest'area. Lo scopo del progetto è promuovere la cultura del tè in Italia, rendere la cultura integrata con la vita italiana, aumentando così l'interesse della popolazione locale nel bere il tè e facendo in modo che più persone accettano e amino il tè.

Lo sviluppo del progetto si basa su uno studio approfondito della cultura e della storia del tè approfondito e delle tazze da tè e su un'approfondita esplorazione del mercato italiano del tè, analizzando le percezioni italiani degli sul e le loro abitudini e requisiti dazze tè. Allo stesso tempo, attraverso la ricerca del processo dell'interazione del prodotto dell'utente, viene progettato un set di servizi da tè realmente applicabili guidati dall'emozione, e la cultura del tè viene espressa e diffusa anche attraverso il packaging e la comunicazione grafica.

Il prodotto è disegnato esteticamente gradevole e più pratico da soddisfare le esigenze quotidiane delle persone per bere il tè in ambienti diversi. Aumenta il valore del prodotto aumentando il valore culturale e artistico del prodotto stesso. D'altra parte in termini di packaging è sostenibile, attraverso l'uso di materiali riciclati innovativi, l'intero prodotto trasmette anche il concetto di design sostenibile.

Poiché il tè e il caffè sono due bevande simili, nella ricerca del contesto e nella percezione degli utenti del progetto, esploreremo in modo appropriato i contenuti relativi al caffè e li confronteremo con il tè, in modo da ottenere una comprensione più profonda del mercato italiano delle bevande.

Contesto del progetto

• • • 1. 1 Cultura e storia del tè italiano

La cultura di tè

Il tè, uno dei tre principali bevande analcoliche del mondo, la Cina ha una lunga storia di cultura del tè, ha accumulato una ricca cultura spirituale, sviluppato molte opere d'arte e gradualmente ha formato una "cerimonia del tè". I cinesi credono che il processo di bere il tè sia anche un processo di sentimento di bellezza, che non solo può eliminare la fatica, ma anche coltivare emozioni e rilassare la mente. Il tè ha un significato sociale in Cina, e un buon utensile per il tè renderà il processo di preparazione del tè più elegante e artistico.

L'Italia è uno dei primi dieci paesi che consumano tè al mondo, in un paese come questo con una forte cultura del caffè, il tè non è comune come il caffè in Italia, ma ha anche formato una cultura del tè unica italiana, che ha un fascino unico. Ora ci sono più italiani stanno iniziando a conoscere il tè, non solo per la fragranza unica,

La cultura del tè indica le caratteristiche culturali che si formano nel processo delle attività di consumo del tè, tra cui la cerimonia del tè[4][5], la morale del tè, lo spirito del tè, i distici del tè, i servizi da tè[1][2][3], i libri sul tè, le poesie sul tè, i dipinti sul tè[6], gli studi sul tè, le storie sul tè, l'arte del tè[2], ecc.



figura[1]



figura[2]



figura[3]



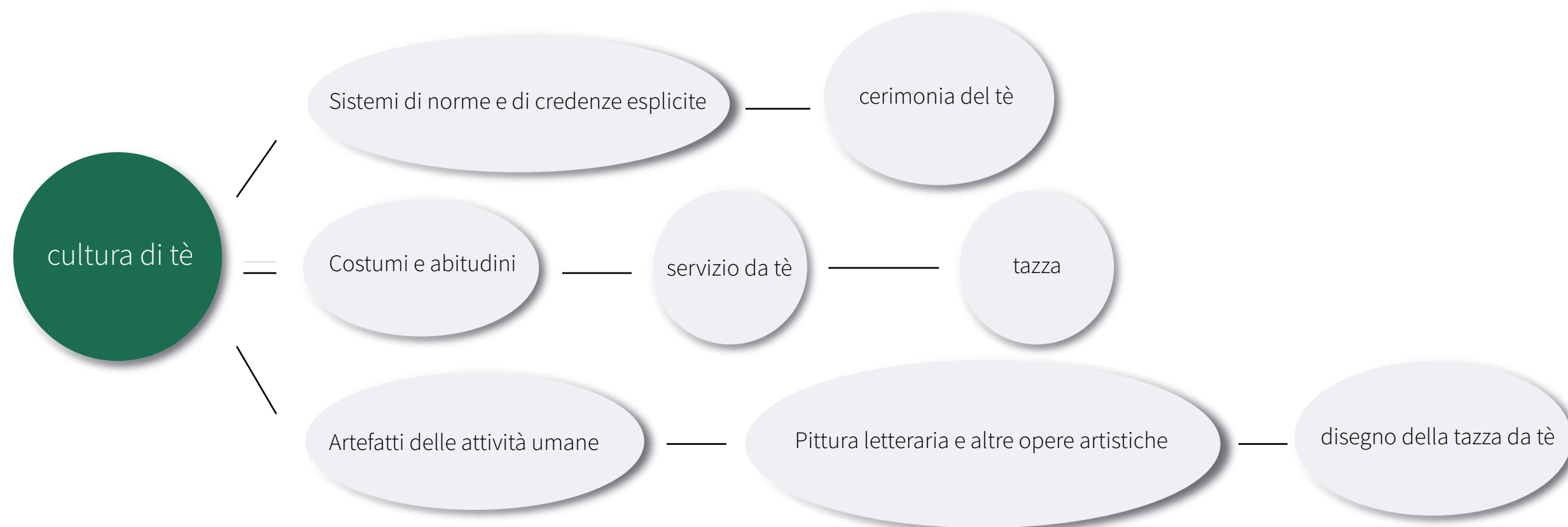
figura[4]



figura[5]



figura[6]



● ● ● 1. 1 Cultura e storia del tè italiano

La storia di tè

La Cina è il primo paese al mondo a iniziare a bere il tè e piantare alberi da tè, c'è una storia sull'origine del tè: in Cina nel 2737 a.C. che l'Imperatore Shen Nung, “Il guaritore divino”, esperto di botanica, avrebbe scoperto il tè per caso, mentre, seduto sotto una pianta, stava bevendo dell'acqua bollente e una foglia di quella pianta gli cadde nella tazza. Dopo che il tè fu popolare in Cina per più di duemila anni, fino al 1560, i portoghesi iniziarono a entrare in contatto con il tè dell'Est. Dal XVI secolo, i paesi come il Regno Unito e i Paesi Bassi iniziarono a importare tè dalla Cina e dall'India, e il tè iniziò a diffondersi in vari paesi europei, compreso il tè italiano. La cultura è iniziata a Venezia e l'attuale storia del consumo di tè da parte dell'uomo ha più di quattromila anni.

● Gli alberi del tè sono stati scoperti per almeno 60.000 a 70.000 anni in Cina e il tè è usato come medicinale.

● (1100BC-771 BC)

Prima del 3000, iniziò a coltivare artificialmente alberi da tè per il cibo.

● (202BC-220) In cina

Il tè iniziò a diventa commercializzato come merce e essere rilavorato come tè presstato per il trasporto.

● (266-422) In cina

晉Dinastia Jin: il tè è entrato nel circolo culturale e ha avuto un certo ruolo spirituale e sociale: Bere tè non solo serve a rinfrescare e dissetarsi, ma diventa anche un mezzo per trattare gli ospiti con tè, offrire sacrifici ed esprimere spirito e sentimento.

● (618 - 907) In cina

唐Dinastia Tang: generalmente tutti bevono il tè e pensano che faccia bene al corpo.

● (1271-1368) In cina

Cominciò ad apparire del tè sfuso: La gente usa principalmente il tè sfuso e il tè per dolci è usato principalmente dalla corte reale. Cominciò ad apparire il modo per preparare il tè, cioè preparare il tè direttamente con acqua bollente.

● Oggi , il tè, si è diffuso in tutto il mondo ed è diventato una delle tre principali bevande al mondo, che è un prodotto che tutti possono consumare. Molti paesi hanno iniziato a piantare gli alberi da tè e produrre il tè, formando un mercato completo. Allo stesso tempo, anche la cultura locale del tè si è sviluppata in diverse regioni. ***Il tè sta diventando sempre più popolare e secondo i dati il consumo di tè aumenterà del 15% dal 2016 al 2021.***

● 1600-1900

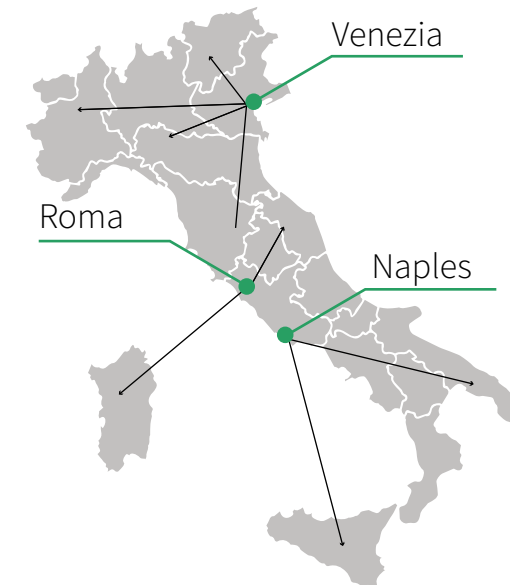
L'Europa ha importato una grande quantità di tè dall'Est, mentre il Regno Unito ha iniziato a produrre tè in India, il mercato del tè in Europa si è gradualmente ampliato e la cultura europea del tè è stata sviluppata, il tè era un "lusso" e non era abbastanza ampiamente tra la gente comune.

● I primi resoconti europei sul tè sono stati scritti in Italia durante il tardo Rinascimento, nel **XVI secolo**, periodo in cui la rinascita culturale e artistica era evidente in luoghi come Roma, Venezia e Napoli, tre città di grande ricchezza.

● Nel **1607** il primo carico di tè su una nave olandese viene trasportato da Macao a Bantam, questo risulta essere anche il primo carico di tè trasportato da una nave occidentale.

● 1560

il missionario domenicano portoghese padre Gasper da Cruz (? - 1569), di ritorno dalla Cina, riferisce notizie su questa bevanda.



● ● ● 1.2 Sostenibilità del background di tè

Sostenibilità del background di tè

Sociale

La produzione e la lavorazione del tè aiutano a ridurre la povertà estrema, combattere la fame e dare potere alle donne.

Benessere e salute

Bere il tè può essere benefico per la salute. Il tè contiene teina, però, contiene anche un amminoacido unico, l'L-Teanina, che svolge un'attività rilassante e antistress. Ed è ricco di flavonoidi, che sono potentissimi antiossidanti che rallentano l'invecchiamento cellulare. Tra questi, il più importante sono le catechine, oltre a svolgere funzioni antibatteriche e antinfiammatorie, può abbassare il livelli di colesterolo cattivo, i trigliceridi e la glicemia, quindi aiuta anche a combattere l'obesità e il diabete e protegge il fegato.

Inoltre, la ricerca medica dimostra che la caffeina è nemica delle donne, la caffeina già da sola inibisce il corretto assorbimento di magnesio e vitamina B. La carenza di questi due nutrienti può provocare disfunzioni ormonali. Il tè sarà quindi un buon sostituto del caffè.

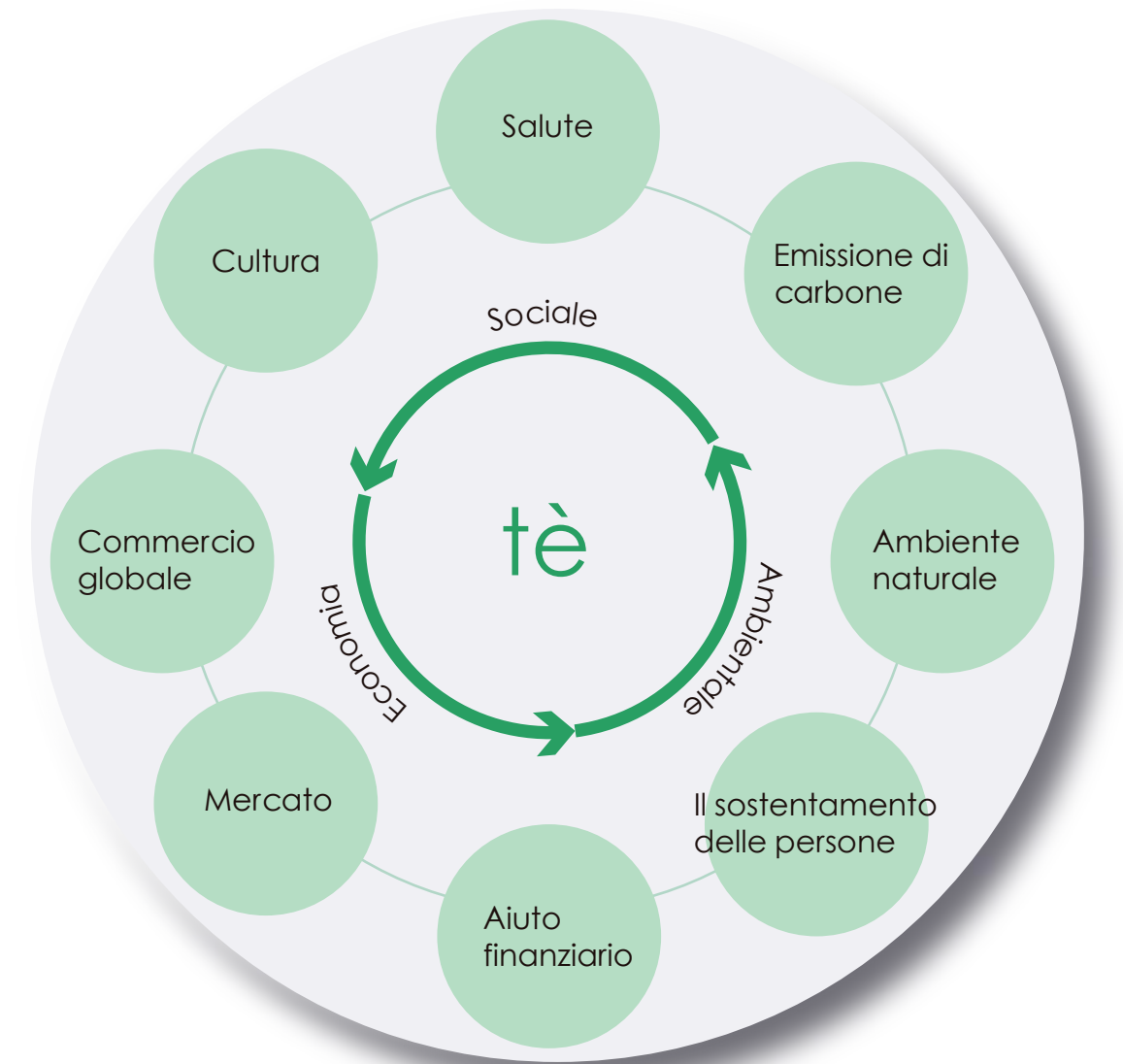
Economia

La produzione e la lavorazione del tè è la principale fonte di sostentamento per milioni di famiglie, soprattutto per quelli che vivono in paesi più poveri. Inoltre, l'industria del tè è anche un settore ad alta intensità di lavoro che può creare molti posti di lavoro, specialmente in aree remote ed economicamente depresse.

Economia e cultura

L'importante significato culturale del tè è diventato anche parte della promozione dello sviluppo economico. Il 27 novembre, le Nazioni Unite hanno annunciato che il 21 maggio di ogni anno sarà designato come "Giornata internazionale del tè". Promuovere il valore economico, sociale e culturale del tè per promuovere lo sviluppo sostenibile dell'agricoltura globale.

Anche in Italia esiste il Tè Festival a Bologna che è il primo festival italiano dedicato ai tè di qualità mondiali, per sviluppare una cultura della seconda



● ● ● 1.2 Sostenibilità del background di tè

Sostenibilità del background di tè

Ambientale

La coltivazione del tè non solo utilizzano ecosistemi terrestri in modo sostenibile, ma il contenuto delle foglie di tè non è completamente volatile dopo la preparazione, ad esempio: aminoacidi, clorofilla, luteina, vitamine, ecc. Utilizzati come nutrienti per le piante, possono rendere i fiori e le piante più rigogliosi.

Le piantagioni di tè hanno cambiato il volto di molti paesi, più di qualsiasi altra coltivazione, ma ora si trovano ad affrontare le minacce dei cambiamenti climatici, degli effetti della deforestazione (risalente a quando le foreste originarie furono sostituite dalla *Camelia sinensis*), della scarsità d'acqua, delle giuste rivendicazioni salariali dei lavoratori.

L'industria mondiale del tè si trova vicina ad affrontare molte sfide che potrebbero cambiare la geografia e l'economia dell'attuale panorama. Clima, deforestazione, attività sindacali sono le incognite su cui Oxfam, partner di Expo Milano 2015, punta i riflettori.



● ● ● 1. 3 mercato del tè in italia

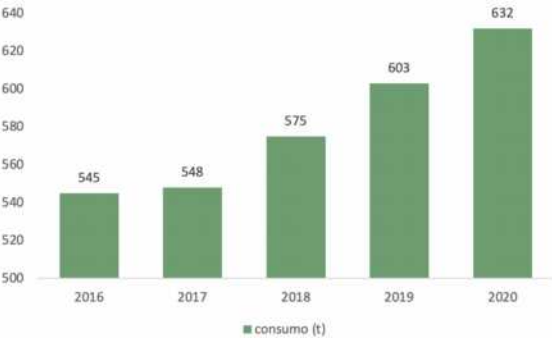
Mercato di tè in italia

Nel 2018 (ultimi dati disponibili) in Italia sono state acquistate circa 157 milioni di confezioni di tè e infusi (comprese camomilla, malva, ecc.) per un valore totale di 303 milioni di euro: i quantitativi consumati sono cresciuti del 4,7% rispetto al 2017, con una variazione a valore del +5%. In questo ambito, il tè conferma il proprio primato, pur con consumi stabili rispetto all’anno precedente: protagonisti assoluti del trend positivo sono infatti gli infusi, il cui tasso di crescita a volume nel 2018 risulta essere di oltre il 15%. Il tè freddo è la bevanda piatta più bevuta dagli italiani, con un consumo pro capite di oltre nove litri/anno, tra i valori più alti a livello europeo: da noi è “esploso” il boom del tè freddo e nel nostro paese risulta essere la bevanda più consumata seconda solo alla coca cola. A livello mondiale, del resto, resta dietro al caffè come valore, ma lo supera come numero di tazze bevute.

La domanda di tè in Italia

Se quello del caffè è un rituale sacro per gli italiani, meno storico ma altrettanto apprezzato è quello del tè, prodotto sempre più amato. Anche se in Italia la cultura del tè non è ancora acquisita appieno né consolidata, il consumatore si dimostra comunque curioso e attento. Il potenziale di domanda in Italia è quindi molto alto, non solo perché si parte da livelli di consumi bassi ma perché l'attenzione alla salute e alla qualità è forte ascesa nella nuova epoca[2]. Si prevede che i benefici per salute e benessere rappresenteranno i principali fattori della crescita della domanda in futuro. I dati più recenti dicono che tra il 2016 e il 2020 il consumo del tè nel mondo crescerà del 15%, e in Italia di un 16% a valore[1].

IL consumo di tè italiano da 2016-2020



figura[1]



le persone
nella nuova
epoca



L'attenzione alla **salute**
e alla **qualità**

figura[2]

Il volume del consumo di tè in Italia

Il Tè in Italia è ancora una bevanda di nicchia. Sono un po’ pochini, rispetto a tanti altri paesi i 70g di tè consumati da ogni italiano durante l’anno, che corrispondono a circa una tazza di tè ogni 12 giorni. Molto, ma molto meno rispetto agli inglesi che ne consumano in media 4 tazze al giorno, per un totale di 2200g all’anno per persona. La penetrazione sul mercato non decolla perché in Italia manca la cultura del tè: si acquista un grammo di tè per ogni 84 grammi di caffè [3].

 1g =    
   ...84g figura[3]

L'Italia importa solitamente caffè verde da altri paesi per la torrefazione. In termini di consumo di caffè, l’84% è destinato alla preparazione della bevanda, sia essa consumata in casa che fuori casa, mentre il restante 16% è destinato all’uso industriale[4].

anno	2017	2018	2019
consumo per bevande t/000	235,87	251,33	255,4

figura[4]

Statistiche sul volume del consumo di tè in Italia

anno	2016	2017	2018	2019	2020
consumo t/000	545	548	575	603	632

figura[5]

● ● ● 1. 3 mercato del tè in italia

Mercato di tè in italia

Il volume del produzione di tè in Italia

Il settore del caffè risulta essere tra i mercati più importanti per Italia. I numeri di “produzione” si riferiscono esclusivamente alla torrefazione del caffè verde caffè importato, dato che Italia non esistono in pratica piantagioni. Nel 2019 Italia ha prodotto caffè 508,000 t. L'Italia è il terzo più grande paese al mondo per l'importazione di caffè verde. Nel 2018 l'importazione di caffè sono 606.000t che pari a circa 1,27 miliardi di euro. (“produzione” : tostatura e macinatura dei chicchi)

Anche nel caso del tè, per “produzione” si intende in prevalenza il prodotto importato sfuso e confezionato in Italia. In Italia esistono quattro piantagioni di tè ma la produzione industriale (bustine o in barattoli) si appoggia ancora fondamentalmente all'importazione. Per quanto riguarda le piantine di tè, negli ultimi anni, molti ricercatori italiani hanno realizzato tè di alta qualità attraverso un duro lavoro e hanno raggiunto alcuni risultati.

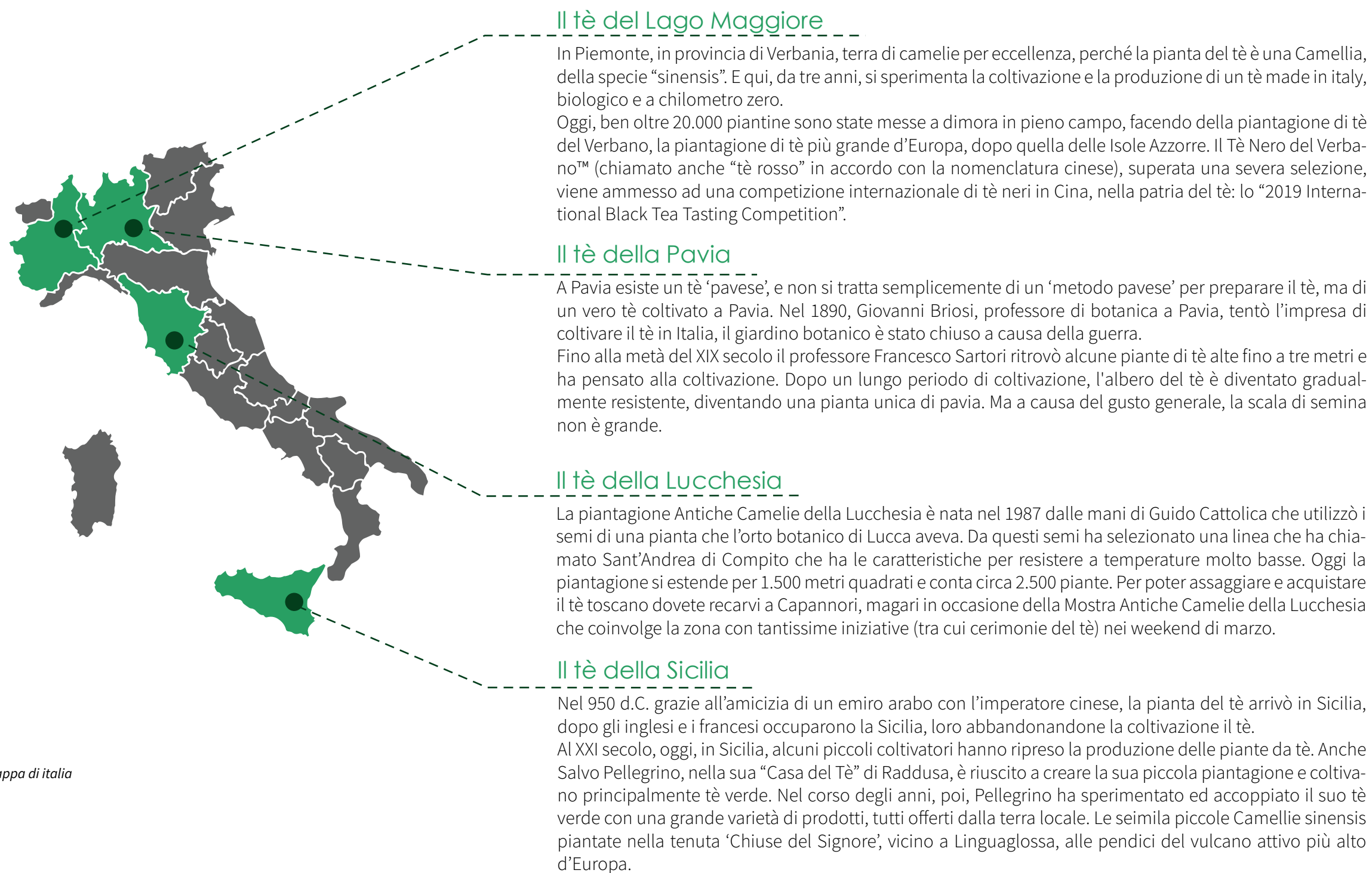


● ● ● 1.3 mercato del tè in italia

piantagioni di tè italiani

Nel mondo ci sono circa tre tipi principali di piante di tè: 1. la varietà cinese; 2. la varietà assamica; 3. la varietà cambogiana. La *Camelia sinensis* è un arbusto legnoso sempreverde, il clima ideale per la coltivazione è quello subtropicale, con temperature dai 12 ai 32 gradi centigradi, piogge regolari e umidità elevata, mentre i terreni dovrebbero essere drenati e possibilmente ad altitudini comprese fra i 500 e i 2000 metri.

Nel 1890, Giovanni Briosi, professore di botanica a Pavia, tentò l'impresa di coltivare il tè in Italia. Poi, su piccola scala, gli italiani hanno dato molti altri tentativi, e i risultati migliori sono stati ottenuti negli esperimenti lungo le rive del Lago Maggiore e, più recentemente, nella provincia di Lucca. La pianta, inoltre, viene destinata al giardinaggio ornamentale, sia in vaso che in terra.



Mapa di Italia



● ● ● 1. 3 mercato del tè in italia

La principale classificazione del tè

Ci sono sei tipi principali di tè attualmente citati, si utilizza un sistema di classificazione messo a punto nel 1979 dal Prof. Chen Chuan dell'Istituto di Agricoltura della Provincia dello Anhui in Cina. Tale sistema distingue sei differenti modi di trattare le foglie di tè dopo la raccolta, le sei tipologie di tè di base sono identificate con il colore del prodotto secco o dell'infuso.



figura di foglie di tè / Colore del tè

Attualmente esistono sei tipi principali di tè: Tè verde, Tè nero, Tè oolong, Tè bianco, Tè giallo e Tè postfermentato. Ogni tipo di tè ha un gusto diverso così come un diverso colore del brodo di tè, e i tipi di tè più popolari nel mondo di oggi sono tè verde e nero.

Oltre alla Cina, molti paesi coltivano, piantano e producono tè verde e tè nero, e l'Italia produce principalmente tè verde. Attraverso la ricerca sui luoghi in cui si beve il tè, abbiamo scoperto che il tè verde e il tè nero sono forniti principalmente in luoghi come il bar della sala da tè. Ad esempio, tè nero britannico, tè verde tradizionale e matcha. Inoltre, tè verde e tè nero sono adatti per aggiungere frutta e altre spezie. Le persone possono preparare le proprie bevande di tè e aggiungere altre cose in base alle preferenze personali. Nei negozi generali, vengono venduti principalmente tè verde e tè nero, come bustine di tè nero e tè verde istantaneo. Per le persone che non hanno mai bevuto il tè, i gusti del tè verde e il tè nero sono più accettabili.

I tè lavorati ed essiccati appartenenti alle sei tipologie di base sopra indicate possono essere rifiniti, confezionati, venduti e consumati. In alternativa possono essere ulteriormente manipolati, trattati ed elaborati per dare vita a diverse tipologie di "tè rilavorati".

● ● ● 1. 3 mercato del tè in italia

La principale classificazione del tè

"tè rilavorati"

1. Tè profumato

Tè di qualsiasi tipologia aromatizzato con l'aggiunta di fiori: il tè profumato può essere una bevanda a base di fiori, oppure alcune bevande a base di tè, dopo aver aggiunto fiori o ingredienti floreali per arricchire il gusto.



3. Tè aromatizzato

In inglese flavoured tea: l'aromatizzazione si effettua con l'aggiunta di oli essenziali, spezie, frutta e altre sostanze, creando prodotti con una vasta gamma di aromi e sapori. Generalmente vengono prodotti nel paese d'importazione impiegando come base delle miscele di tè. Sono estremamente popolari e costitu-



5. Tè affumicato

Tè essiccato e affumicato con fumo di legno di conifere: l'affumicazione in genere è eseguita contemporaneamente



7. Miscela

Aggregato di tè di diversa varietà e grado qualitativo: generalmente si miscelano tè neri o altri tè omogenei per tipologia. La miscelazione permette di creare prodotti con un buon valore commerciale e un costo contenuto, dotati di un profilo sensoriale proprio, messo a punto dall'azienda che li produce, e repro-



2. Tè pressato

Tè di qualsiasi tipologia pressato e foggato in diverse forme.



4. Bouquet di tè e fiori

Composizione artistica di tè e fiori legati a mazzetto: in Italia vengono commercializzati come “fiori di tè”, “bouquet di tè” o con altri nomi di fantasia scelti da importatori e rivenditori.



6. Tè decaffeinato

Tè sottoposto a decaffeinazione: il contenuto di caffeina dopo la decaffeinazione di norma deve essere sotto lo 0,1% del peso del prodotto secco.



8. Tè solubile

Estratto secco solubile di tè: l'estratto è ottenuto per concentrazione e liofilizzazione dell'infuso di tè. Generalmente commercializzato in miscela con zucchero (o edulcoranti), aromi e altri additivi, oppure usato come materia prima per la produzi-



● ● ● 1.3 mercato del tè in italia

Confronto di diversi tipi di prodotti di tè

Attualmente, i principali prodotti venduti nel mercato del tè italiano sono generalmente foglie di tè originali, bustine di tè e tè trasformati secondari come tè istantaneo e capsule di tè. Il tè originale viene solitamente venduto nei negozi di tè professionali, quindi il volume delle vendite è basso. I supermercati ordinari di solito vendono prodotti come bustine di tè e tè istantaneo. A causa della varietà di bustine di tè, rispetto a tè e tè profumato, le bustine di tè sono attualmente il prodotto più popolare con il più alto volume di vendite, ma la qualità delle bustine di tè è solitamente peggiore del foglio di tè, mancanza di alcuni nutrienti, sapore solitamente composto, e aroma, ecc. Inoltre, le bustine di tè appese influenzeranno l'uso degli utenti e l'impatto della confezione sul gusto.

In termini di tè solubile, perchè durante la lavorazione degli alimenti molte sostanze nutritive vengono perse quindi il tè solubile non è tanto salutare come il tè originale. Se i clienti hanno bisogno di controllare l'assunzione di zucchero, è difficile soddisfare le esigenze dei clienti. Il tè istantaneo può essere comodo e veloce, ma manca di buon gusto e odore.

Allo stato attuale, la bevanda al tè più popolare in Italia è il tè freddo. Nel 2019 il volume delle vendite di tè freddo è addirittura superiore a quello della Coca-Cola. I prodotti di tè freddo attualmente venduti sono solitamente bevande liquide che possono essere consumate direttamente, quindi ha lo stesso svantaggio del tè istantaneo: è difficile controllare l'assunzione di zucchero e la mancanza di aminoacidi, vitamine, polifenoli del tè e altre sostanze, poiché i requisiti di salute delle persone aumentano, le persone sono più inclini a un tè che è sano e soddisfa i requisiti di gusto.

	Gusto : buono ✓ Odore : forte ✓ Nutrienti (polifenoli del tè, ecc.) : elevato ✓ Contenuto di zucchero : 0 Libertà di gusto regolabile : elevato ✓		Gusto : generale/ brutta ✗ Odore : molto leggero ✗ Nutrienti (polifenoli del tè, ecc.) : meno Contenuto di zucchero : 0- 8+g/ml Libertà di gusto regolabile : meno ✗		Gusto : generale/ brutta — ✗ Odore : generale — Nutrienti (polifenoli del tè, ecc.) : generale — Contenuto di zucchero : 0 Libertà di gusto regolabile : generale —
	Gusto : generale — Odore : generale — Nutrienti (polifenoli del tè, ecc.) : generale — Contenuto di zucchero : 0 Libertà di gusto regolabile : generale —		Gusto : generale/buono — ✓ Odore : minimo ✗ Nutrienti (polifenoli del tè, ecc.) : meno ✗ Contenuto di zucchero : 0- 10+g/ml , Libertà di gusto regolabile : minimo ✗		

● ● ● 1.3 mercato del tè in italia

Confronto di diversi tipi di prodotti di tè

Marchio e prodotti principali di tè

Abbiamo condotto una certa indagine sul mercato italiano del tè. Poiché esistono molti canali per l'acquisto del tè, conduciamo principalmente indagini da due principali canali: acquisto offline (supermercato e negozio) e acquisto online. I principali oggetti di indagine dei supermercati sono: Eataly, coop, Auchan, pam, Carrefour. Abbiamo condotto un sondaggio sui prodotti del tè su alcune piattaforme di shopping online e i soggetti dell'indagine sono Amazon e alcuni negozi di tè. Attraverso le indagini, è emerso che quasi tutti i supermercati ordinari (ad eccezione dei negozi di tè nei supermercati di grandi e medie dimensioni) venderanno bevande a base di tè. I prodotti principali sono tè solubile e bustina di tè e bevande di tè freddo. I tipi di gusto del tè sono principalmente tè profumo come tè inglese e tè orientale (Cina e Giappone), oltre ad alcuni supermercati che offrono prodotti di tè che importati dall'Africa e dall'India.

(Il variegato mondo dei supermercati è classificato in base alle dimensioni della superficie di vendita: da 200 a 399 mq è minimercato; da 400 a 2.500 mq supermercato; oltre diventa ipermercato.)

Supermercato di medie dimensioni : PAM , Carrefour



I supermercati di fascia media come pam e Carrefour vendono solitamente solo tè e bustine di tè solubili e bevande a base di tè freddo. Forniscono molti tipi di prodotti, ma il gusto principale è il tè profumato, di solito producono le proprie bevande al tè a prezzi bassi e forniscono anche una piccola quantità di tè sfuso per i clienti di fascia media.

Supermercato di dimensioni grandi : Coop , Auchan



I prodotti che vendono sono ovviamente più abbondanti di quelli dei supermercati di medie dimensioni, non solo in termini di gusto, ma anche considerando più clienti, come tè alla frutta per bambini, tè biologico, ecc. Oltre ad alcuni marchi noti, forniscono anche tè importati da Gran Bretagna, India e Cina, soprattutto i prodotti di tè sfuso che sono generalmente di qualità superiore.

Supermercato di alta qualità : Eataly



Gli intervistati dei supermercati di fascia alta sono relativamente piccoli. Eataly fornisce principalmente le suddette categorie di prodotti che sono di alta qualità ma hanno meno sapore rispetto ai altri grandi supermercati. Si può notare che alcuni prodotti saranno venduti insieme con la tazze da tè.

Piattaforma di acquisto online: Amazon



Marchio principale:
Genérico, Twinings, VAHDAM, Lipton, Pukka, Der-Franz, Ahmad Tea, Creamo, NaturaleBio
Inoltre, i prodotti più popolari sono il matcha in polvere, il tè profumato (con diversi gusti), il tè sfuso. Le persone tendono ad acquistare prodotti importati dall'estero o quelli a prezzo medio ma di buona qualità.

Negozi di tè



La qualità del tè venduto nei negozi di tè è solitamente più alta, i loro prodotti sono importati e prodotti da vari paesi, quindi i gusti sono più ricchi. La maggior parte dei prodotti sono tè sfuso e talvolta vengono venduti come confezioni regalo con tazze da tè.

Attraverso la ricerca di cui sopra, abbiamo scoperto che nei supermercati ordinari, poiché la qualità del tè è scarsa e non può soddisfare le esigenze di gusto delle persone, l'acquisto di prodotti ordinari è limitato considerando la salute, la maggior parte delle persone sceglierà tra prodotti limitati. Prodotti biologici, mentre il tè freddo può avere un sapore migliore, ma non è salutare a causa del suo più alto contenuto di zucchero. Per soddisfare le esigenze di più persone, possiamo vedere che rispetto agli supermercati di media dimensioni i grandi supermercati forniranno prodotti migliori, soprattutto l'aumento della quantità di tè sfuso. Forse il principale canale di acquisto di tè sfuso è negozio di tè, ma sulla piattaforma di shopping online possiamo scoperta che il tè sfuso sono più popolare, inoltre alcuni prodotti di alta qualità saranno venduti insieme a tazze da tè, che possono riflettere la domanda di tè e tazze da tè.

Scenario

● ● ● 2.1 Analisi dei luoghi legati al tè

I luoghi da consumare il tè

Sala da tè

I. sala da tè professionale

Gli ospiti possono assaggiare il tè in profondità, sperimentare, imparare e godere alla cerimonia del tè qui e possono acquistare tazze da tè e prodotti correlati al tè che si adattano alle loro abitudini. [1][2]

- **Tè:** qualità relativamente alta (Infusi) [1]
- **Tazze da tè:** sono squisite più tradizionali e professionali, la maggior parte delle quali sono prodotte in Cina o in Giappone. Il materiale della tazza da tè è solitamente in ceramica o vetro di alta qualità, che offre una migliore esperienza visiva e tattile. [3]
- **Ambiente:** con un'atmosfera di cultura del tè forte e professionale.



II. Sala da tè squisita

ma priva di professionalità

Qui, gli ospiti di solito bevono tè e mangiano dolci con gli amici e possono godersi l'atmosfera rilassata e l'ambiente confortevole più della tradizionale cerimonia del tè. [4]

- **Tè:** una varietà di tè ad alto valore ornamentale (Infusi)
- **Tazze da tè:** sono molto squisite, con uno stile unico ed elegante, e utilizzano materiali in ceramica o vetro per migliorare l'apprezzamento degli utensili. Ma la qualità della tazza da tè è ordinaria, il prezzo non è elevato, principalmente importato o imitato. [4][5]
- **Ambiente:** decorazione interna confortevole, squisita e bella. [4]

Supermercato

- **Tè:** Il flusso di clienti qui è molto ampio, per soddisfare il più possibile le esigenze di più clienti, qui vengono forniti prodotti per il tè con prezzi diversi e vari gusti, ma la maggior parte di essi è sotto forma di bustine di tè e bottiglie [11], manca di tè professionale e di alta qualità, e vengono posizionati accanto ai prodotti del caffè.



III. Sala da tè ordinaria / bar

Qui, dove c'è un grande flusso di clienti, gli ospiti possono rilassarsi con la famiglia e gli amici, bere il tè e condividere il cibo.

- **Tè:** ordinario (Infusi, tisane)
- **Tazze da tè:** di qualità normale, a basso prezzo, alcune delle quali in plastica, a volte utilizzate con tazze da caffè. La tazza è legata a feste o souvenir, quindi il design manca di estetica.



IV. Caffetterie

È sia una caffetteria che una sala da tè, il personale qui è bravo a preparare caffè e tè e mantiene un certo livello di professionalità.

- **Tè:** con caratteristiche locali (Infusi, tisane) [8]
- **Tazze da tè:** sono di media qualità, i materiali sono principali-

Negozi di tè

Vendono principalmente tazze da tè e altri prodotti correlati al tè. I negozi di tè sono solitamente catene di negozi, che prestano maggiore attenzione alla cultura del tè, al marchio e alla qualità dei prodotti italiani. I clienti possono degustare e acquistare prodotti correlati direttamente o online [14]

- **Tè:** tipi di tè professionali, di alta qualità e diversi provenienti da tutto il mondo (Infusi). [14]
- **Tazze da tè:** squisite tazze da tè di varie forme, solitamente di qualità superiore. La maggior parte dei prodotti viene importata dalla Cina, dal Giappone e persino dal Marocco. Alcune tazze da tè dal design italiano sono un po' 'mediocri, prestano maggiore attenzione alla praticità e mancano di un'estetica culturale unica. [13]
- **Ambiente:** è piena dell'aroma e del gusto unici del tè. Spettacolare espositore con bottiglie di vetro da annusare e osservare. [12]



● ● ● 2.1 Analisi dei luoghi legati al tè

I luoghi da consumare il tè

Festa/Attività del tè

Fornisce le conoscenze professionali sulla cultura del tè e concentrarsi su una migliore progettazione dell'esperienza del cliente [1]. Gli utenti sono facilmente influenzati dall'atmosfera della cultura del tè di questo ambiente e sono facili da interessarsi al tè. Di solito c'è il sostegno del mercato e delle istituzioni culturali locali e un'ampia pubblicità.



figura[1]

Museo delle tazze da tè

Fornisce un'esposizione di servizi da tè di marca squisiti e famosi, in cui gli utenti possono godere in profondità e comprendere il design, lo sfondo, la storia dello sviluppo e la cultura del tè dietro i servizi da tè. E i clienti hanno l'opportunità di acquistare i loro servizi da tè di marca preferiti.[2]



figura[2]

Hotel

Le camere d'albergo di solito mettono a disposizione degli ospiti bustine di tè e tazze, i clienti rimangono nella stanza di albergo per molto tempo, e hanno la possibilità di utilizzare le tazze di tè.

- **Tè:** tipi base e poche scelte, solitamente sotto forma di bustine di tè (Infusi).
- **Tazza da tè:** a causa delle diverse culture del tè dei vari paesi del mondo, gli hotel di solito forniscono tazze da tè ordinarie nella forma e nel design per soddisfare le esigenze della maggior parte dei viaggiatori.[3]
- **Ambiente:** l'ambiente dell'hotel è molto simile all'ambiente familiare.[4]



figura[4]

Ristorante

I. Ristorante italiano

Seguire le abitudini alimentari tradizionali italiane: quasi tutti i ristoranti offrono dessert, caffè e vino, alcuni forniscono tè e altre bevande, le principali bevande a base di tè fornite sono tè freddo e tè inglese, che non solo possono pulire la bocca e ridurre l'odore, ma ancora più importante, rispetto ad altre bevande, il tè debole può placare la sete.

II. Ristorante vegetariano

Fornire cibo biologico verde o vegetariano e fornire il tè come bevanda principale più sana, più amichevole per i clienti di tutte le età.

III. Ristorante di altro tema

L'unicità di questo tipo di ristorante è che ci sono animali nell'ambiente del ristorante. Le persone possono leggere libri qui durante l'attesa o il riposo, e possono anche prendere il tè pomeridiano qui con la famiglia e gli amici, e giocare con i gatti, il che aumenta il tempo che i clienti trascorrono e restano al ristorante.

IV. Ristoranti stranieri

Ristoranti asiatici: Ristoranti asiatici: hanno l'abitudine e la cultura di bere il tè, spesso forniscono tè orientali più tradizionali e utensili da tè.

Ristoranti di altri paesi: India, Africa, Turchia e altri paesi hanno abitudini e culture nel bere il tè, forniscono pasti esotici unici e bevande a base di tè.

- **Tazze da tè:** sono ordinarie in vetro o ceramica, rispetto a decorazioni e stoviglie uniche, le tazze da tè mancano di design.

- **L'ambiente:** è pulito e ordinato, con grandi tavoli e comode sedie, che di solito forniscono un ambiente esterno.

● ● ● 2.2 Sviluppo delle tazze da tè

La storia di sviluppo di tazze datè

Per esplorare la storia dello sviluppo delle tazze da tè, dobbiamo iniziare dalla Cina dove è nato il tè. La cultura cinese del tè può essere fatta risalire a più di 5.000 anni fa, con il miglioramento del livello di degustazione del tè delle persone, apparvero utensili per bere il tè. Ma fu solo durante la dinastia Tang che l'arte del bere il tè e la cultura del tè in generale iniziarono a essere standardizzate, e gli utensili furono chiaramente differenziati da allora con l'uso di speciali tazze da tè. Anche l'aspetto e i materiali delle tazze da tè sono stati continuamente cambiati e innovati con lo sviluppo di metodi di preparazione del tè e costumi del tè in tempi diversi.

Dinastia Tang 610 - 906 - “zhǎn”

Ciotola poco profonda, di grande calibro, bocca aperta e pancia inclinata:

- facile da trasudare l'aroma del tè e da dissipare il calore.
- facile ammirare la schiuma bianca del brodo di tè.

Fondo poco profondo: comodo da bere il brodo di tè insieme alle terminazioni del tè.



Parete spessa: assorbe il calore, non vi brucerete le mani.

Il bordo della bocca è leggermente trattenuto e più spesso: trattiene il tè senza che si rovesci.

Fondo leggermente svasato: facile da tenere e molto stabile.

L'alto livello di apprezzamento del tè, l'apertura, il perseguimento dello stile artistico di bere il tè, l'alta domanda per l'aspetto dei materiali del tè.

- **Lo stile da bere il tè:** il tè fritto, versare il tè appena bollito in una tazza, la temperatura è molto alta, è necessaria una tazza che possa dissipare il calore.
- **Forma:** loto, girasole, loto, ecc. Facile da impilare.
- **Smalto:** puro, uniforme e delicato, diffusione della luce, traslucido. Ci sono principalmente ciano e bianco.
- **Decorazione:** per lo più semplice e non gofrata, pochissime incisioni, naturale ed elegante.

Dinastia Song 960 - 1279 - “jiànzhǎn”

Bocca piatta aperta, base stretta, parete inclinata, leggerezza:

- concentra il tè, conserva la temperatura del tè.
- facilita lo sviluppo del tè e preserva l'aroma delle foglie.
- il residuo non sedimentabile facile da versare in bocca lungo le pareti della tazza.



Parete spessa: assorbe il calore, non vi brucerete le mani.

1,5-2cm sotto il bordo della bocca con una chiara piega "linea dell'iniezione acqua".

Elegante, razionale, implicito e ricco di connotazioni culturali. Presta attenzione alla postura di bere il tè e prevale la tendenza del "combattimento del tè".

- **Lo stile da bere il tè:** delicato “jian cha”, l'acqua bollente viene utilizzata per disperdere e sciogliere la polvere di tè nella tazza, quindi è necessaria una tazza che possa mantenere il tè caldo.
- **Forma:** la bocca aperta è come un cappello. Sembra instabile, in realtà prestando attenzione all'armonia proporzionale
- **Smalto:** nero è il più popolare, con un netto contrasto, facile da controllare quando "combatti il tè". Lo smalto nero ha dei segni naturali e belli, delicati e dinamici, di alto valore estetico.

● ● ● 2.2 Sviluppo delle tazze da tè

Dinastia Yuan 1206 - 1368 - "calice"

La forma è corretta, con una forma a ciotola in alto e una maniglia alta in basso:

- È conveniente per i mongoli tenere saldamente la tazza da tè anche quando si va a cavallo.
- L'aspetto è generoso e bello.



Misure differenti:

Ha una vasta gamma di funzioni, oltre a bere tè e vino, il formato grande è utilizzato anche per posizionare altri cibi e il formato piccolo è utilizzato per sacrifici e decorazioni.

Fondo svasato:
aumenta la stabilità.

Tolleranza l'integrazione di varie culture del mondo, i manufatti sono di qualità squisita, di forma regolare e ricchi di varietà. Gli aristocratici mongoli presero il controllo delle pianure centrali.

- **Lo stile da bere il tè:** il popolo mongolo andava sempre a cavallo, per facilitare il consumo di tè e vino a cavallo, Jingdezhen è tenuto a produrre un calice adatto.
- **Forma:** ciotola, ciotola, ottagonale, obliqua, a bocca diritta, a forma di cappello.
- **Smalto:** principalmente bianco e formano uno stile unico. Il popolo mongolo ama il bianco e crede che il bianco simboleggi la purezza e la buona fortuna.
- **Materiale:** la porcellana bianca del forno Dehua racchiude un altissimo artigianato e una ricca scienza e tecnologia, il viaggiatore italiano Marco Polo ha presentato al mondo questo materiale e il suo processo di produzione nei suoi appunti di viaggio.
- **Design:** comodo e pratico.

Dinastia Ming - 1368-1644 "Tazza a premere con le mani"

Il bordo della bocca è più sottile e si inclina verso l'esterno:

- si adatta meglio alle labbra, il tè scorre dolcemente e il gusto è più confortevole.
- connessi con il corpo in modo naturale, aumentando la bellezza complessiva delle curve.



Fondo leggermente svasato: facile da tenere e molto stabile.

Diametro più piccolo, parete ad arco profondo:

- mantieni caldo il tè.
- più comodo per tenere la tazza di tè.

Piega di connessione tra il fondo e il corpo non è scontata: la connessione è naturale e più bella.

L'usanza di bere il tè con acqua calda come forma principale di infusione è continuata fino ad oggi.

- **Lo stile da bere il tè:** l'abbandono della "palla di tè" e la prosperità del "tè sfuso", semplificarono il processo di cottura e rappresentarono una pietra miliare nella cultura del tè, che influenzò ulteriormente i metodi moderni di preparazione del tè.
- **Smalto:** la superficie smaltata blu e bianca è spessa e brillante, e il colore è naturalmente sparso e buccia d'arancia.
- **Materiale:** la porcellana bianca, mostra traslucido chiaro e il rosso carne sotto la luce.
- **Decorazione:** L'interno e l'esterno sono dipinti con motivi blu e bianco.
- **Design:** estetico e pratico.

Dinastia Qing - 1616 - 1911 "Tazza da tè con coperchio e piattino"

Coperchio da tè a forma di cupola con la parte superiore cava:

- regola la concentrazione del brodo di tè (raschia l'acqua del tè con il coperchio per capovolgere le foglie di tè, leggermente - sapore debole, pesante - sapore forte).
- filtro il tè (il coperchio può filtrare le foglie di tè e i residui di tè all'ingresso del brodo di tè).
- sentire la fragranza del tè dal coperchio.
- a prova di polvere.
- mantieni caldo il tè.



Piattino, la forma è vuota o solida e ci sono diversi tipi di bordi e altezze dei piedi:

- fissare e sostenere la tazza per evitare che la tazza si ribalta.
- mantieni caldo il tè.
- facile da tenere e non ti brucerà le mani.
- contenere il brodo di tè traboccante per mantenere le attività del tè pulite e ordinate.
- fai bere il tè in modo elegante.

- **Smalto:** Grazie alla scoperta e all'uso delle "Perle" a Yunnan, i motivi blu e bianchi del periodo Kangxi possono essere suddivisi in cinque colori, e ci sono cinque livelli di gradazioni di colore, è come la rima dell'inchiostro sulla carta di riso, ha un alto valore di apprezzamento artistico.
- **Design:** estetico, pratico, soddisfa i requisiti più complessi per bere il tè.

● ● ● 2.3 Il mercato delle tazze da tè in Italia

Articoli per il tè da tutta Italia

Coppia di tazzine "trembleuses" in porcellana, Manifattura di Vinovo, Torino, 1790 circa - Periodo Gioanetti

Sia la tazzina che il piattino ospitano nella fascia decorativa policroma lo stemma della famiglia d'Oncieu, il piattino è montato in argento dorato.



Otto tazze in porcellana bicroma a basse e con decoro 'al fiordaliso', Manifattura di Vinovo, Torino, inizio XIX secolo

Vinovo
1776 - Torino

Vezzi
1720 - Venezia

Tazza in porcellana policroma, Manifattura Vezzi, Venezia, circa 1725-30

La tazzina, dalla forma alta caratteristica della manifattura veneziana, è decorata con un motivo a cornucopia di fiori stilizzati, unita ad un piattino d'accompagnamento a trembleuse.



Tazza con piattino in maiolica, Manifattura Cozzi, Venezia, terzo quarto del sec. XVIII

Tazzina corredata di ansa modellata a formare un corto rametto con foglie alla base dell'attaccatura, mentre il decoro mostra alcuni mazzetti floreali e semis sparsi.



Cozzi
1764 - Venezia

Capodimonte
1743 - Napoli

Antonibon
1752 - Nove

Piatto da portata e tazzina in porcellana, Manifattura Ginori, Doccia, 1750 circa.

Piatto circolare con cavetto profondo, tesa obliqua e orlo liscio, tazzina a campana con ansa ad anello, entrambi decorati in monocromia blu con decoro a stampino.



Rara tazza con piattino in porcellana, Manifattura Ginori, Doccia, verso il 1760

Dalla forma quadrilobata è dipinta a riserve su fondo giallo. Sulla tazza una "cartouche" ospita una scena di porto mentre l'altra propone un paesaggio con un viandante e il suo animale da soma. Sul piattino vi è una coppia di nobili con paggio a passeggio su una riva e città sullo sfondo. I bordi interni sono decorati con un elaborato fregio in oro, ispirato alle porcellane di Meissen e detto "Laub- und Bandelwerk".



Una tazza e un piattino in porcellana bianca, La Real Fabbrica di Capodimonte, Napoli, 1745-1755

la tazza a coppa, con ansa sagomata a ramoscello naturalistico, porta una decorazione a pruno fioriti a rilievo, decoro che si ripete sulla superficie interna del piattino, il manico della tazza è il classico di Capodimonte. Si tratta della caratteristica tipologia "blanch de Chine" che tanto successo ebbe nelle manifatture europee del settecento.



Servizio tè a melanzana, Manifattura Antonibon, Nove

Il servizio da tè include teiera, zuccheriera e tazzine viola e verde.



Tazzina e piattino, Manifattura Pasquale Antonibon, Nove, circa 1765-1780

Tazze con piattini in porcellana bianca e policroma a motivi a fiori blu orientali che si rifanno al decoro "Imari", dipinta nei toni predominanti del blu, rosso ferro e oro a raffigurare peonie e altra vegetazione, emergenti da zolle erbose.

● ● ● 2.3 Il mercato delle tazze da tè in Italia

Mercato di tazze da tè in Italia

Marche di porcellana - Casi studio

Nella storia dello sviluppo degli utensili, dobbiamo poter vedere la figura degli italiani. È particolarmente degno di nota che nel XIII secolo l'Italia ha migliorato i migliori materiali ceramici islamici in Europa - la "maiolica" e durante la prosperità economica del XVI secolo, furono prodotti molti utensili in maiolica, oro e argento. **Nel XVII secolo, il "tè" fu introdotto come bevanda orientale esotica in Italia**, un paese sull'altro lato della Via della Seta, e **la porcellana** era anche una delle principali merci di esportazione della Cina sulla Via della Seta.

L'Italia ha sviluppato un profondo interesse per questa vera porcellana bianca, a pareti sottili, traslucida e durissima. **Ha creato le proprie ricette della pasta di porcellana uniche in diverse città** attraverso la continua sperimentazione e innovazione. Poi nel XVIII secolo ha creato innumerevoli tazze da tè in porcellana, l'aspetto e la decorazione di questi tesori di porcellana hanno formato i loro elementi finali unici e valori di rappresentanza sociale dopo essere stati integrati in altre scuole d'arte e tradizioni straniere.

Analisi del mercato

Abbiamo riscontrato che nel mercato dei luoghi da tè in Italia, è difficile trovare i servizi da tè prodotti dalle manifatture locali italiane di alta qualità. Abbiamo scoperto che questo è dovuto al fatto che il livello dei prezzi di questi squisiti strumenti da tè italiani è troppo alto, le normali sale da tè italiane non possono permetterselo. Ma anche a causa della mancanza di propaganda per i servizi da tè locali, quindi la maggior parte dei luoghi da tè professionali sceglie servizi da tè dalla Cina e dal Giappone.



Pertanto, è necessario progettare un set di tazze da tè locali italiane a prezzi ragionevoli, ambientalmente e commercialmente sostenibili, e allo stesso tempo promuovere la cultura del tè in Italia, una terra con un grande potenziale mercato del tè.

● ● ● 2.4 Casi studio delle tazze da tè

Casi studio del design di filtro



Office Cup
brand/designer:
Three Diligence

Oltre alla tazza da tè, viene aggiunto un imbuto per filtrare il tè.



Easy Gaiwan
brand/designer:
Yunnan Sourcing Tea Shop

Una parte che può essere utilizzata per il filtraggio viene aggiunta al coperchio della tazza.



Magisso Teacup
brand/designer:
Laura Bougdanos / Vesa Jääskö

Grazie al fondo triangolare, gli utenti possono facilmente bere e preparare il tè.



Mr. Tea

È un compagno ideale per l'ora del tè, può aiutare a separare le foglie di tè dall'acqua.

Casi studio del design della forma



Corkware espresso cup
brand/designer:
Rui Granjo

Il piatto è ergonomico, può aiutare a fissare la tazza.



Cadarache Cup

Il piatto e la tazza sono collegati insieme, il che aumenta il peso della tazza e rende difficile prendere la tazza.



Design classico a forma di bone china.

la tecnologia ceramica di questa forma è matura.



Classico design a forma di bone china.

la coppa necessita di un certo spessore per mantenere un certo grado di trasparenza.

Casi studio del design di maniglia



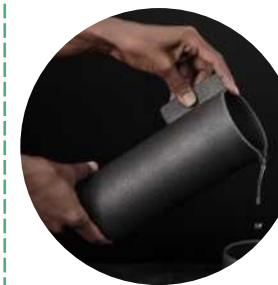
KNUCKLE DUSTER MUG
brand/designer:
THABTO

La forma dell'impugnatura è difficile da adattare a tutte le forme e dimensioni delle mani.



Kop cup
brand/designer:
Akiko Oue

È necessario modificare il punto di forza della mano quando si utilizza la coppa.



Stoneware Pitcher Set
brand/designer:
mpgmb

Quando il peso della tazza e dell'acqua è pesante, ha bisogno di entrambe le mani per raccoglierlo.



MUGR
brand/designer:
HMM™

Usa una maniglia aperta per supportare tutte le forme e dimensioni della mano e le tazze possono essere impilate.



Céramique japonaise
brand/designer:
Keiichi Tanaka

Fornire una varietà di soluzioni interessanti per le maniglie aperte.



Tea Cup SlingsHOT
brand/designer:
Samir Sufi

Un design della maniglia che supporta anche le bustine di tè appese.

Design della linea di iniezione



Feelable cup
brand/designer:
Hoseong Yu

Un design della linea del livello dell'acqua, che aiuta anche a risolvere il problema dei non vedenti che versano acqua.



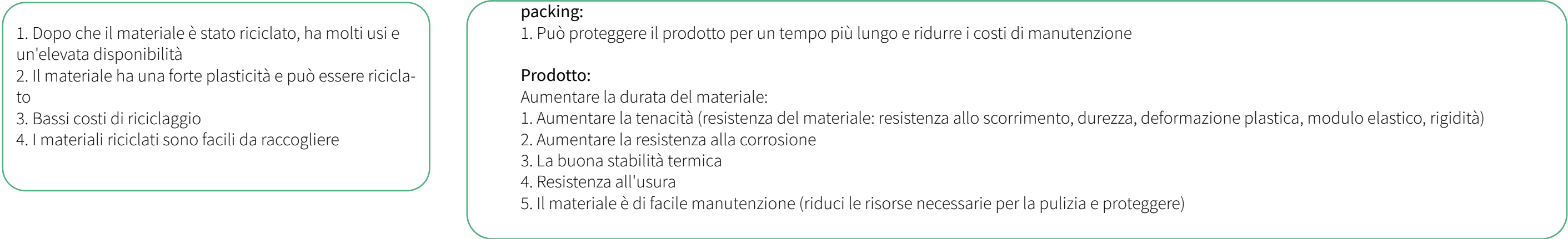
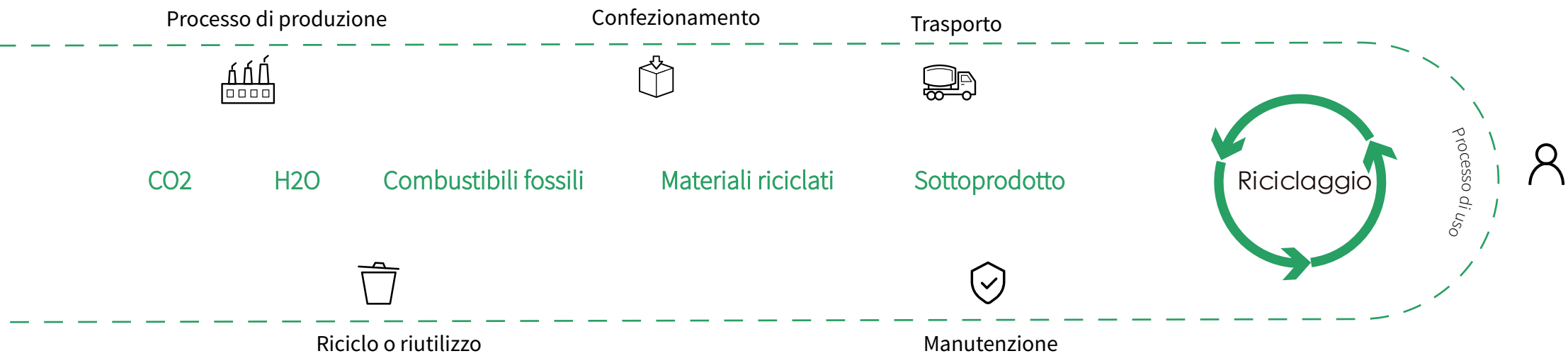
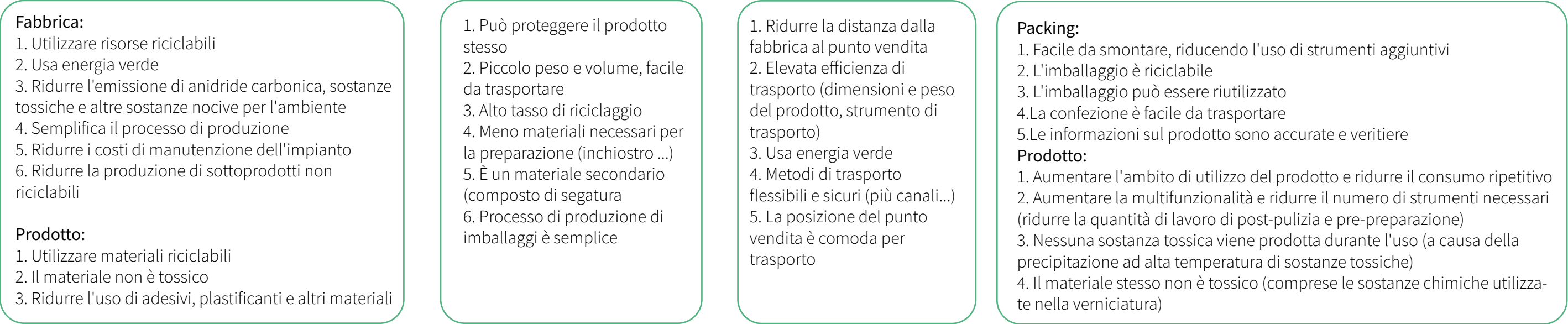
Float teaware
brand/designer:
Yanko Design

Prendendo la tradizione e trasformandola in qualcosa di contemporaneo, la lanterna da tè molo float, ha anche la funzione di segnare il livello dell'acqua.

● ● ● 2.5 Analisi della sostenibilità del progetto

Sostenibilità del progetto

Per la sostenibilità dell'intero progetto, dobbiamo considerare tutti gli aspetti del prodotto, inclusi il processo di produzione, il trasporto, le vendite, il processo d'utente, la manutenzione del prodotto e il riciclaggio del prodotto. Durante tutto il processo, dobbiamo prestare attenzione a questioni come le emissioni di anidride carbonica, l'efficienza dell'uso dell'acqua, il consumo di combustibili fossili, le emissioni di sostanze tossiche e il recupero e l'utilizzo dei materiali.



Utenti

● ● ● 3.1 Le percezione, le conoscenze e le abitudini italiane sul tè

Sono sempre più evidenti, infatti, l'entusiasmo e la curiosità degli italiani nei confronti del tè di qualità. Anche in Italia la consapevolezza dei consumatori su tè, tisane, infusi è in aumento. Il tè non si butta giù in un sorso come il caffè, ma le sue virtù salutistiche e il modello positivo di consumo e di vita che implica rende gli italiani ottimisti: il tè è un rito di piacere da celebrare con lentezza.

Percezione italiana delle somiglianze tra tè e caffè:

Il tè si ricorda molto il caffè filtro, è una bevanda da meditazione, da gustare con calma; fra tempo di infusione e servizio, le persone impiegano almeno 10/15 minuti per consumarla. Alcuni italiani che ammano il tè sono reso conto di quante sfumature aromatiche si possano trovare in una tazza. Profumi che variano a seconda della tipologia, provenienza, e anche del metodo di estrazione, proprio come nel caffè: Il tempo di infusione, la scelta del sistema estrattivo, la temperatura dell'acqua e il residuo fisso influiscono sul profilo aromatico della tazza.

Percezione italiana delle differenze tra tè e caffè:

Differenza sostanziale fra questi due prodotti, però, risiede nel modo in cui vengono percepiti dal pubblico italiano. I consumatori sembrano molto più disposti a spendere per una buona tazza di tè, che per un espresso di qualità. Perché al contrario del caffè, il tè, frutto di terre lontane e distanti culturalmente dal paese dell'Italia, non ha segnato la storia della tradizione gastronomica italiana, entrando a far parte dei prodotti simbolo del made in Italy. L'espresso, invece, fa da sempre la parte del leone dietro i banconi dei bar.



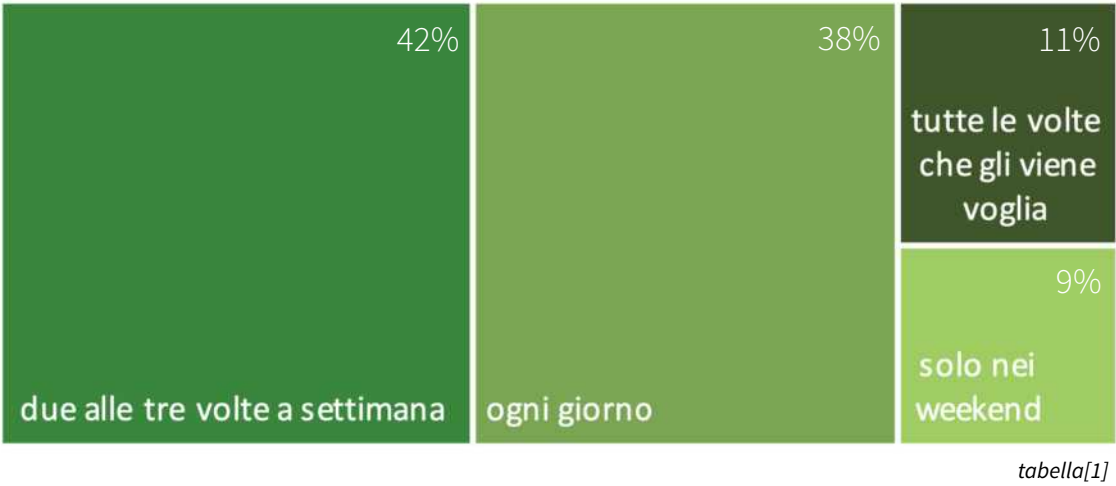
parole chiave

● ● ● 3.1 Le percezione, le conoscenze e le abitudini italiane sul tè

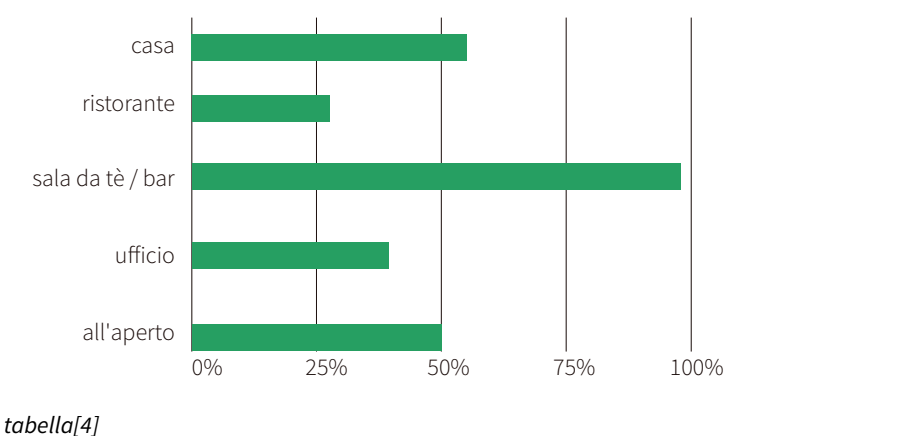
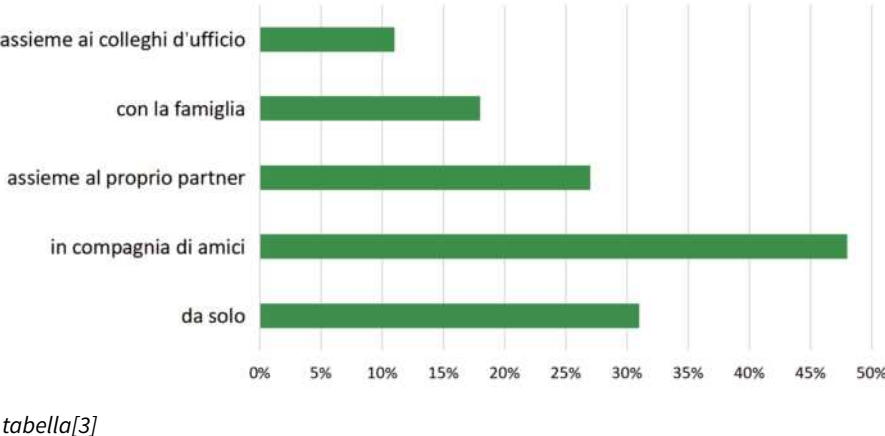
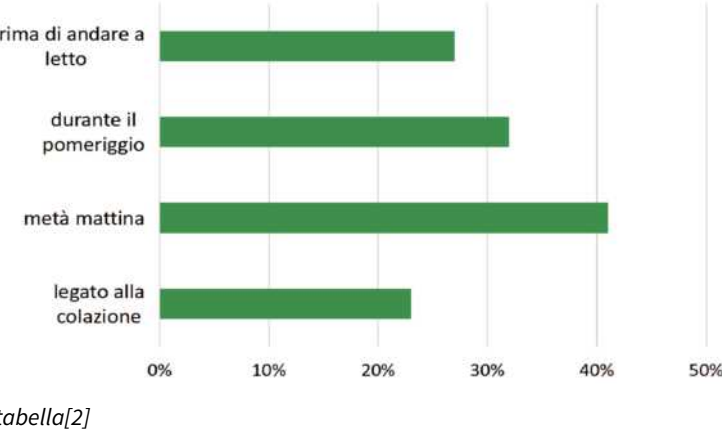
Frequenze di consumare il tè

Con il miglioramento della qualità della vita delle persone, il concetto di consumo alimentare viene gradualmente naturalizzato e si sta sviluppando la direzione della nutrizione e della salute. Come una delle tre bevande analcoliche naturali, il tè sta diventando sempre più popolare, e lo possiamo trovare nella frequenza con cui gli italiani consumano il tè [1].

Il tè contiene ingredienti unici e tipi ricchi, che ha un buon effetto protettivo sulla salute delle persone. Può essere rilasciato lentamente e ha un leggero effetto antifatica, è adatto al consumo in qualsiasi momento della giornata [2]. Da classico rituale del "Five o'clock tea", com'è usanza nel Regno Unito, a routine diffusa lungo tutta la giornata. Ecco il "Wonderful Time", una nuova tendenza abbracciata da tutti coloro che amano bere tè, tisane o infusi, da soli o in compagnia, in qualsiasi momento e situazione [3][4].



Quando ? Con chi ? Dove? ?



I motivi delle persone bere il tè

- Contenuto organico
- Contenuto di polifenoli del tè
- Basso contenuto di zuccheri
- Contenuto di caffeina
- Gusto
- odore
- Avere una buona tazza

● ● ● 3.1 Analisi dei bisogni degli utenti di diverse fasce di età

Utenti di diverse fasce di età

Attraverso ricerche di mercato, abbiamo scoperto che i clienti di età diverse hanno esigenze diverse di tè e tazze da tè, quindi abbiamo condotto sondaggi su clienti di età diverse.



5 - 14

Poiché il tè contiene ca eina e altre sostanze, bere meno tè o bere bevande speciali contenenti caffeina. La cognizione dei bambini non è ancora solida, principalmente attraverso i membri della famiglia per conoscere e bere il tè.

- **Tazza da tè:** La considerazione principale è la sicurezza della tazza da tè nella selezione del materiale e nel design della forma.



14 - 25

Italiani stano decisamente uscendo dalla vecchia idea di "Five o'clock tea". Anzi, questo rinnovato interesse coinvolge soprattutto le giovani generazioni, che hanno un alto grado di curiosità per il tè sotto l'influenza di tendenze o culture straniere e spesso partecipano ad alcuni festival del tè e attività sul tè, come il "viaggio nella coperta del tè".

- **Tè:** non hanno requisiti elevati per la qualità del tè e in centrano più sul gusto. Amano perseguire e provare nuove bevande speciali a base di tè, dal gusto ricco o altamente ornamentali.

- **Tazza da tè:** il design innovativo e la bellezza visiva alla moda sono molto importanti per loro.



I consumatori nella fascia di età 18-40 sono diventati il gruppo in più rapida crescita nel consumo di bevande a base di tè



25 - 40

Man mano che prestano sempre più attenzione alla salute personale, è aumentata anche la loro attenzione al tè. Credono che il tè non solo possa rinfrescare e resistere allo stress come il caffè, ma anche aiutare le persone a regolare il loro corpo e mantenere la loro salute. Tra questi, le proprietà salutari di "antiossidazione e ritardare l'invecchiamento cellulare" sono profondamente amate dalle donne di questa fascia di età. Questi clienti "attenti alla salute" preferiranno il tè come bevanda principale in varie situazioni sociali.

- **Tè:** Perseguono tè di alta qualità con un sapore eccellente, prestano anche maggiore attenzione alla fonte del tè e alle caratteristiche salutari che vi sono dietro.

- **Tazza da tè:** scelgono una tazza da tè di alta qualità da abbinare a tè di alta qualità e prestano attenzione al materiale e alla consistenza della tazza da tè che influenzeranno il gusto, il tatto e l'estetica visiva.



40 - 75

A causa dell'aumento del tempo libero, le persone di mezza età e gli anziani a volte bevono il tè con le loro famiglie per trascorrere il tempo. Ma una parte più ampia di questa fascia di età sceglie di bere il tè per motivi di salute, poiché il tè contiene vitamine, fa bene ai denti, ha funzioni antibatteriche e soprattutto ha la funzione di abbassare il colesterolo cattivo e bilanciare lo zucchero nel sangue.

- **Tè:** Rispetto al gusto e alla qualità del tè, prestano maggiore attenzione ai tipi di tè con caratteristiche salutari più ricche.

- **Tazza da tè:** Di solito comprano un set di tazze da tè e le condividono con le loro famiglie. Coloro che amano il tè hanno strumenti più tradizionali e sono disposti a comprare o collezionare tazze.

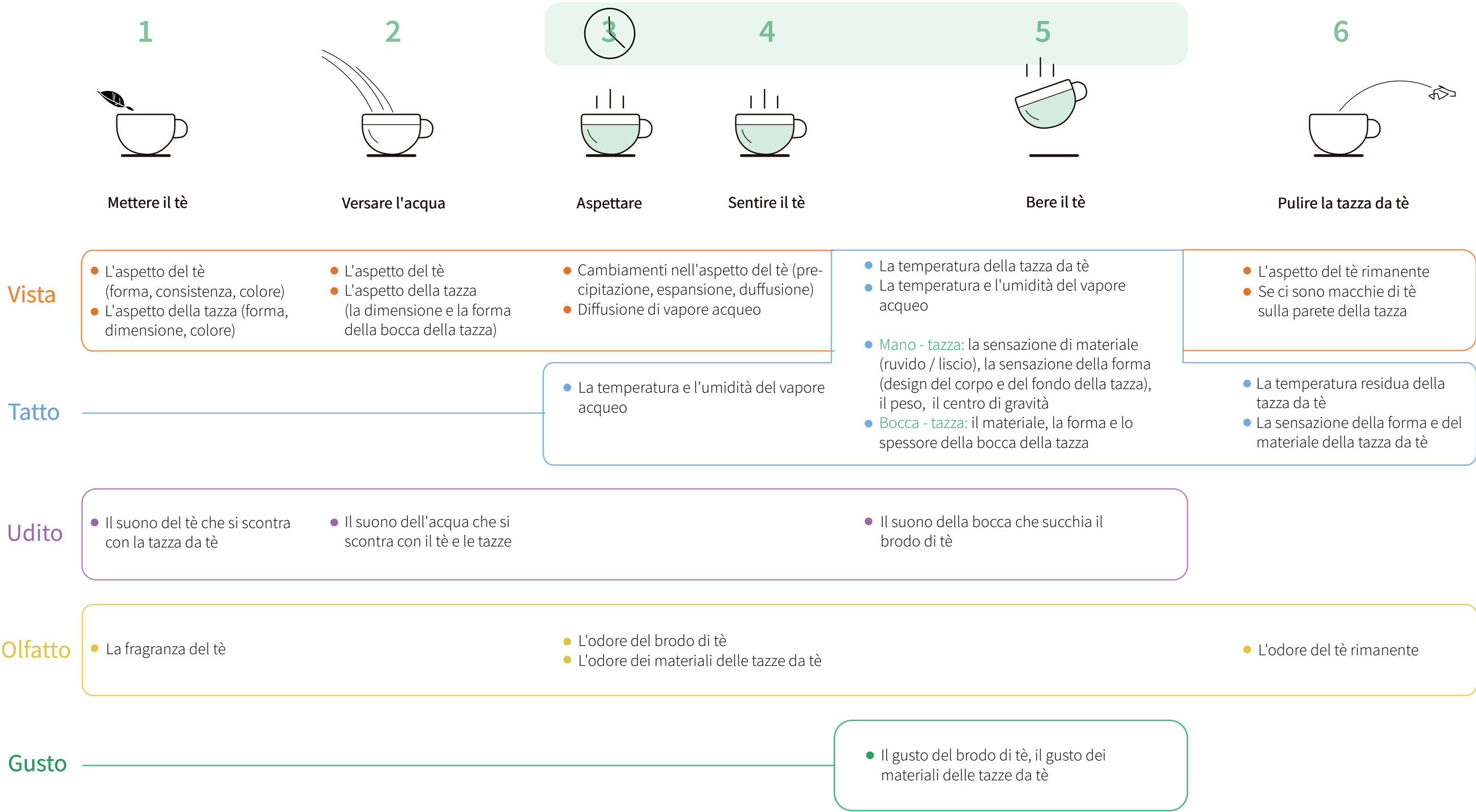


● ● ● 3.1 Analisi del processo dell'interazione del prodotto

Ordine di degustazione del tè
Il processo dell'interazione tra l'utente e la tazza da tè

Che si tratti di un esperto professionista della valutazione del tè o di un normale consumatore, esiste un certo ordine di apprezzamento, valutazione e degustazione di una tazza di tè: è necessario aiutare a giudicarlo osservando e sentendo il colore del brodo di tè, lo stato del tè e l'odore del tè.

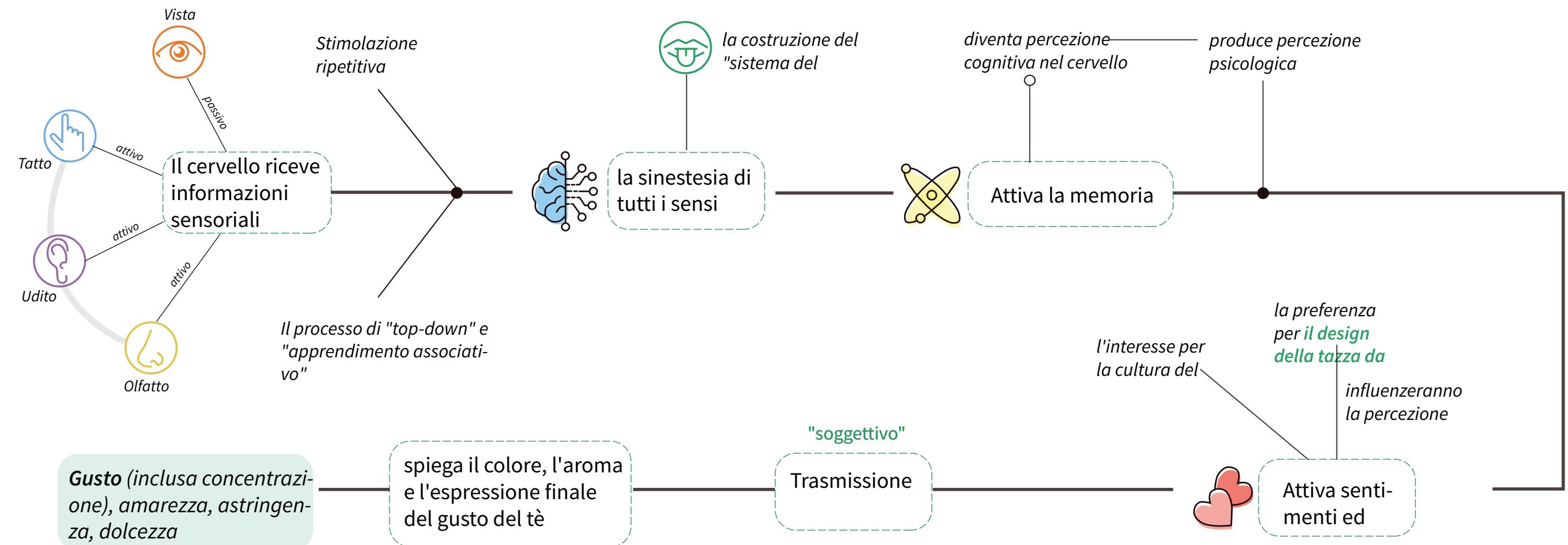
I soliti passi di degustazione del tè per i consumatori ordinari



● ● ● 3.1 Analisi del processo dell'interazione del prodotto

Esperienza del prodotto di tazze

percezione dell'impatto psicologico dell'interazione con il tazze



Design interattivo emotivo



La guida visiva rappresenta l'87% delle informazioni sensoriali ed è il più importante dei cinque sensi: nella valutazione dell'ambiente esterno, nell'acquisizione di informazioni o conoscenze esterne e nel consumo di motivazione.

Studia ulteriormente il **design visivo** della tazza da tè per visualizzare meglio il tè

Suscita il desiderio dei consumatori di comprendere / acquistare e utilizzare i prodotti

Far provare agli utenti l'esperienza emotiva determinata dall'interazione delle informazioni tra persone e prodotti e riflettere la relazione di interazione emotiva positiva e organica progettando il processo di utilizzo interattivo del comportamento dell'utente e delle funzioni del prodotto.

● ● ● 3.1 Analisi del processo dell'interazione del prodotto

Esperienza del intero prodotto

Tutti interazioni tra utenti e intero prodotto nel differenza ambiente

Acquistare ambiente

- Supermercato
- Sala da tè
- Museo delle tazze da tè
- Hotel
- Negozio di tè
- Ristorante



usare

- Casa
- Sala da tè
- Museo delle tazze da tè
- Hotel
- Negozio di tè
- Ristorante
- Aperto
- Ufficio



Riciclare

- Discarica
- Stazione di riciclaggio
- Negozio di riparazioni



Processo di acquistare il prodotto

Gli utenti possono osservare visivamente e ottenere le informazioni di base del prodotto e sentire il peso e la qualità del prodotto attraverso il tatto.

Packing:

- 1. trasmettere le informazioni di base del prodotto
- 2. Trasmette la cultura del marchio
- 3. Dimostra la qualità del prodotto

Prodotto: fornisce informazioni sul peso



Processo di trasferimento del prodotto

Gli utenti devono utilizzare il tatto e la vista durante il trasporto.

Packing:

- 1. Proteggere il prodotto da eventuali danni
- 2. È facile da trasportare e posizionare per gli utenti

Prodotto: la natura del prodotto non cambia durante il trasporto



Aprire il packing

Gli utenti devono utilizzare il tocco e la vista quando aprono la confezione

Packing:

- 1. Fornire informazioni su come aprire correttamente l'imballaggio
- 2. Il pacchetto è facile da aprire e smontare
- 3. Assicurarsi che il prodotto sia difficile da danneggiare durante il processo di apertura

Prodotto: 1. Ha una forza sufficiente, non verrà danneggiato durante l'apertura



Usare la tazza

In questo processo, l'utente utilizza i cinque sensi per sperimentare il prodotto

Packing:

- 1. Utilizzare materiali non tossici sufficientemente sicuri
- 2. Facile da posizionare

Prodotto: 1. Ha una forza sufficiente per un uso multiplo



Conservazione del prodotto

L'utente utilizza il tocco e la visione per salvare il prodotto

Packing:

- 1. In grado di fornire una forza sufficiente per un uso multiplo
- 2. Facile da riporre e riaprire



Packing:

- 1. L'imballaggio può ancora proteggere il prodotto dopo l'uso
- 2. La confezione può essere utilizzata più volte



Smontare

Packing:

- 1. Le parti dell'imballaggio di materiali diversi possono essere separate
- 2. L'imballo ha una certa flessibilità, che può essere smontato o sostituito



Riciclare

Packing:

- 1. Le parti dell'imballaggio di materiali diversi possono essere separate
- 2. L'imballaggio utilizza materiali riciclabili
- 3. Con evidenti segni di riciclaggio

● ● ● 3.1 Analisi del processo dell'interazione del prodotto



Nel processo di acquisto, le persone ottengono informazioni attraverso l'osservazione oculare e la confezione del prodotto interagisce con le persone in questo processo, trasmettendo informazioni attraverso la vista e il tatto. In questo momento, il peso, la qualità e il design grafico dell'imballaggio influenzeranno il comportamento delle persone.



Le persone usano i loro cinque sensi quando usano un prodotto da sole e l'imballaggio deve essere visivamente accattivante, sagomato ergonomicamente e avere un po' di privacy.



Le persone devono utilizzare cinque sensi nel processo di condivisione dei prodotti, quindi i prodotti devono avere un certo grado di apertura e flessibilità per soddisfare le esigenze di condivisione.



Nel processo di conservazione e manutenzione del prodotto, le persone giudicano le condizioni del prodotto attraverso il tatto e l'olfatto visivi e le persone sentiranno la praticabilità dell'imballaggio e comprenderanno la funzione dell'imballaggio durante l'uso.



Le persone utilizzano principalmente la vista e il tatto nel processo di riciclaggio e i prodotti dovrebbero essere facili da smontare e riciclare per ridurre i rischi tattili.

Posizionamento

● ● ● 4.1 Posizionamento

Personas



Fernanda Bernardes

23, Firenze

Nel tempo libero, va spesso alla sala da tè splendidamente decorata, beve il tè con gli amici e la famiglia e si gusta i dolci. Durante l'università è stata in Turchia e in Germania e ha anche partecipato ad alcune attività del tè. Le piace sentire la fragranza di vari tè e crede che i diversi tè siano accompagnati dai loro aromi diversi e unici, quindi prova sempre nuovi sapori speciali di tè. Inoltre, adora collezionare il tè a fiori e godersi il processo di ammirare la fioritura del tè in una tazza da tè di vetro. Inoltre beveva spesso diversi tipi di tè che portava a casa da tutto il mondo con sua madre.



Davide Roveto

Manager di Caffè Cagnetti di Bari, 46

È responsabile del bar di livello focalizzato principalmente sull'oro nero, ma che non rinuncia a un'offerta curata di tè e infusi e spesso trascorre molto tempo a studiare e preparare bevande a base di tè speciali. Il tè gli ricordava molto il caffè filtrato, credeva che bere il tè fosse una sorta di bevanda contemplativa da gustare con calma. Ha iniziato il percorso sul tè un anno fa, studiando e approfondendo la materia su tempo di infusione e servizio, e si è reso conto di quante sfumature aromatiche si possono trovare in una tazza.



Marina Lo Blundo

Archeologa, 34, Ostia

Beve il tè da dieci anni, scoprendo con passione tutte le proprietà dei vari tè, in particolare le proprietà salutari, e annotando ogni gusto e impressione su un taccuino. Credeva che questi tè fossero prodotti da culture diverse e affascinanti per portare salute e felicità alle persone. Le piace anche collezionare squisite tazze da tè e crede che un buon tè debba essere abbinato a una tazza bella e di alta qualità. Oltre a questo, beve spesso il tè con gli amici, ad esempio nella sala da tè o mentre fa un picnic con la sua famiglia nel parco.



Andreia

26, studentessa

È una studentessa curiosa della cultura del tè. Per lei, il tè è una cosa molto nuova e alquanto misteriosa, soprattutto in termini di cerimonia del tè. Nei suoi giorni liberi, andrà in alcuni negozi interessanti con le sue amiche. Il negozio del tè è un posto interessante per lei, soprattutto per l'odore affascinante e gli utensili squisiti. Le piace collezionare alcuni accessori per il tè. Per lei, l'utensile per le tazze da tè potrebbe non essere solo un oggetto personale ma può anche essere regalato.

● ● ● 4.1 Posizionamento

Utenti target



Fascia di età

Utenti centrali: **18 - 40**

Utenti potenziali : **40 - 75**

Livello di consumo: Medio-grande.

Aspetto di fascia alta, prezzo accessibile, prestazioni ad alto costo.

Il prodotto è adatto a una varietà di ambienti e soddisfa la maggior parte degli ambienti per bere il tè come uffici, case e ambienti esterni. Il prodotto è facile da trasportare e ha una buona sostenibilità.

Requisiti di prodotto :

Tazze



1. Soddisfare le esigenze di utenti professionali

- Il design della forma e la selezione dei materiali della tazza da tè soddisfano le esigenze del processo di degustazione del tè professionale



2. Guidare per utenti non professionisti

- Il design della tazza da tè è istruttivo
- Semplificato il numero di servizi da tè in base alle funzioni che massimizzano la soddisfazione del più semplice processo di "preparazione" e "degustazione di tè"
- Dotato di istruzioni per l'uso del prodotto, che possono guidare il processo di preparazione e degustazione del tè. (quantità di tè, tempo di preparazione, spiegazione dei cambiamenti nella forma e nel colore del tè e del brodo di tè, ecc.)

Tipi di bevande



Foglie sfuse di

Le foglie sfuse di tè, in quanto tipo di tè più primitivo e meno elaborato, conserva la vera essenza e cultura del tè, nonché il gusto ricco e le caratteristiche salutari associate al tè di alta qualità.



Infusi

infusi d'acqua calda o



tè



cappuccino

Capacità

soddisfare i requisiti di capacità del tè ma anche il cappuccino

Massima applicabilità

● ● ● 4.1 Posizionamento

Requisiti di prodotto :

Packing

1. Soddisfare le esigenze di trasporto e conservazione dei prodotti

Il design dell'imballaggio dovrebbe essere in grado di soddisfare l'uso delle persone in diversi scenari. Le persone possono utilizzare la tazza da tè in ufficio, a casa o al parco e l'imballaggio è comodo da trasportare, ampliando così l'ambito di applicazione del tazza da tè. Inoltre, il prodotto può essere utilizzato anche come regalo.



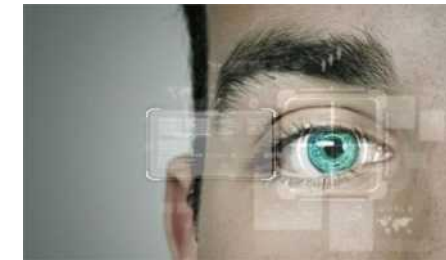
2. Sostenibilità

L'imballaggio utilizza materiali riciclati e i materiali possono essere nuovamente riciclati e le parti facilmente danneggiabili sono sostituibili. Le parti con materiali diversi possono essere separate per facilitare il riciclaggio separato.



3. Fornire informazioni

L'imballaggio ha la funzione di veicolare informazioni sul prodotto e l'imballaggio deve essere in grado di trasmettere efficacemente le informazioni di base del prodotto agli utenti. E gli utenti possono facilmente utilizzare la confezione.



5. Praticità

L'imballaggio deve proteggere il prodotto ed essere sufficientemente resistente per essere utilizzato più volte.



Alta qualità

La qualità della confezione deve essere elevata, in linea con il posizionamento dei prodotti di fascia medio-alta. Allo stesso tempo, la confezione squisita può rendere il prodotto un regalo, favorendo la promozione della cultura del tè. Il packaging è semplice e non necessita di imballi secondari, rispecchiando il concetto di design sostenibile.



Concept

● ● ● 5. Concept del progetto

Requisito del prodotto



Stabilità

La forma è studiata per mantenere la migliore stabilità in base alle esigenze funzionali



Emozione

Esiste una relazione interattiva tra il prodotto e l'utente e si genera una forte comunicazione emotiva



Ergonomia

Il design del prodotto si basa sull'analisi ergonomica dell'utente durante l'utilizzo del prodotto



Applicabilità

Massimizza la soddisfazione delle richieste dei diversi clienti per le diverse funzioni del prodotto



Culturale

Il prodotto incorpora un concetto specifico di cultura del tè e riflette la connotazione della cultura



Semplicità

Semplifica la decorazione e massimizza la funzionalità, che è in linea con lo spirito implicito e introverso della cultura del tè.

Concept

Rendere il bere il tè uno stile di vita per gli italiani diffondendo la cultura del tè, le tazze da tè sono uno dei modi più diretti e importanti per diffondere la cultura del tè. Il design si basa sulla ricerca sull'interazione tra tazze da tè e qualità del tè, principalmente **attraverso guidato dalle emozioni, analizza l'esperienza interattiva dell'utente con la tazza da tè** quando beve il tè per progettare una tazza da tè davvero innovativa con elevata applicabilità, praticità, estetica e rispetto per la sostenibilità.

Il design della tazza da tè integra sistematicamente i concetti culturali specifici e bisogni popolari, e approfondire razionalmente la connotazione specifica dell'intera attività di modellismo progettuale per massimizzare il valore e la funzione della specifica connotazione nel modellismo progettuale della tazza da tè.

Infine, è integrato nella vita quotidiana della gente comune ed è collegato alla cultura locale attraverso l'arte e le emozioni spirituali, stabilendo così la comunicazione tra le persone, le tazze da tè e l'ambiente. In modo che la cultura del tè possa diffondersi nella vita delle persone, crescere e integrarsi con la vita, riflettendo la "cerimonia del tè" e lo stato di vita più reale che le persone possono percepire e capire: **Sedere con amici e familiari, calmati, bere una tazza di tè, gustalo lentamente, ascoltalò e apprezzane il suo fascino.**

Forma della tazza

Bocca della tazza

Forma:

Lo spessore del corpo principale della tazza da tè cambierà, assottigliandosi gradualmente alla bocca della tazza ma con angoli arrotondati, e la bocca della tazza sarà inclinata verso l'esterno.

Funzione:

Garantire la fluidità del brodo di tè e il comfort dell'utente quando beve il tè, in modo da migliorare la qualità e il gusto del tè.

Fondo della tazza

Forma:

Cilindrica cava, leggermente svasata nella parte inferiore

Funzione:

- Migliorare la stabilità della tazza da tè
- Ridurre i danni al desktop causati dall'alta temperatura del brodo di tè

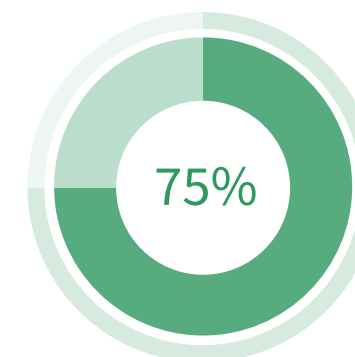
Corpo della tazza da tè

Forma:

Più profonda, con aperture più piccole

Funzione:

Mantenere la temperatura e l'aroma del tè per render il gusto più forte.



Secondo l'analisi statistica degli esperimenti professionali, questa forma della tazza offre agli utenti il miglior feedback sul gusto e il 75% degli utenti preferisce questa forma della tazza.

● ● ● 5. Concept del progetto

Linea di iniezione d'acqua

Forma:

Rilievo cilindrico lungo il corpo della tazza, la giunzione con il corpo della coppa è naturalmente eccessiva. *(Facile da pulire, nessuna sporcizia rimarrà nella giunzione)*

Funzione:

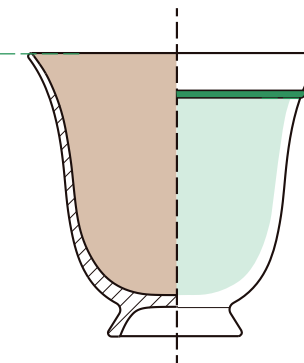
- Decorazione
- **Indicazione** la migliore iniezione d'acqua dell'utente



elementi naturali:
lago calmo

Decorazione: linea orizzontale in rilievo. Il tè viene dalla natura, la calma zuppa di tè è come l'acqua del lago.

Capacità totale della tazza: **180 ml** (soddisfare i requisiti di capacità del cappuccino)



La migliore quantità del brodo di tè: **150 ml**

Maniglia chiusa tradizionale

Molte forme, diametri differenti... Ma hai trovato quello su misura per te?



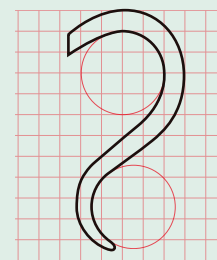
Svantaggi delle maniglie chiuse:

- Impossibilità di soddisfare le esigenze di clienti diversi (dimensione delle dita, abitudini gestuali, ecc.)
- Forza fisica sbilanciata, facile da affaticare quando si afferrano i gesti

Maniglia aperta ergonomica



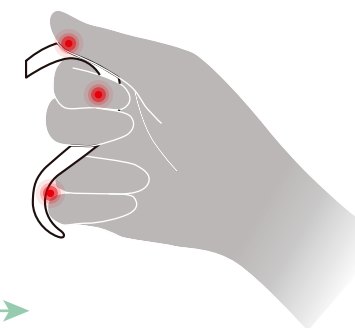
elementi naturali:
le foglie di tè



Forma: cilindro piatto, il contorno della curva affusolata si conforma alla forma naturale della foglia di tè

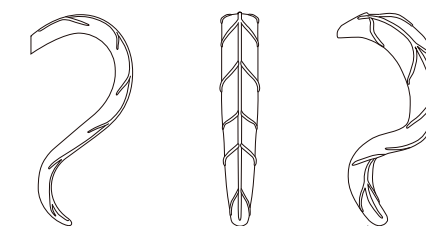


Decorazione: motivo a texture sulla superficie delle foglie di tè in rilievo



Fusione della forma:

- Secondo l'ergonomia, i punti di forza della mano e dell'impugnatura sono sparsi e distribuiti uniformemente.
- La maniglia aperta soddisfa le esigenze di diversi clienti (dimensione delle dita, abitudini gestuali, ecc.)



Fusione della decorazione:

- Antiscivolo
- Il più intuitivo, in linea con il tema del tè

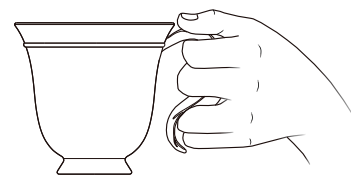
Combinazione



Tazza

Maniglia

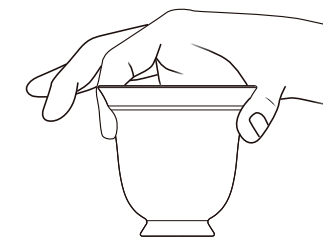
Vari gesti



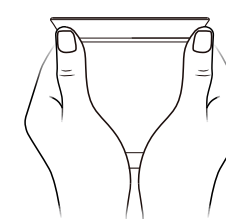
a prendere



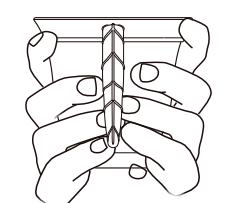
a tenere



a trasportare



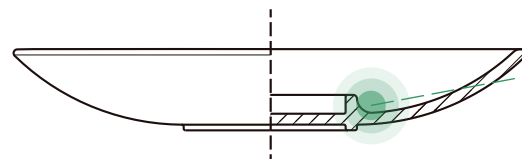
a scaldarti le mani



Grazie alla maniglia aperta, puoi tenere completamente la tazza con entrambe le mani

● ● ● 5. Concept del progetto

Forma: forma del disco, il centro del disco è concavo per fissare la tazza da tè e c'è un arco leggermente concavo sul bordo del centro del disco e sul bordo esterno del disco.



L'arco concavo viene utilizzato per concentrare il brodo di tè traboccante, in modo che il brodo non fluisca sul fondo della tazza per mantenere il fondo della tazza asciutto e pulito

Funzione:

- Fissare e sostenere la tazza per evitare che la tazza si ribalta.
- Facile da tenere e non ti brucerà le mani.
- Contenere il brodo di tè traboccante per mantenere le attività del tè pulite e ordinate.
- Elegante postura di bere il tè

Filtro da tè tradizionale



Filtro da tè a rete

Materiale: acciaio inossidabile

- Resistente, leggero, eccellente conduttore di calore, può mantenere il tè caldo a lungo.
- Mancanza di estetica
- Mancanza di visibilità del tè



Filtro colino da tè a forma di lama

Materiale: silicone

- Aspetto speciale, amato da alcuni consumatori
- Grande taglia

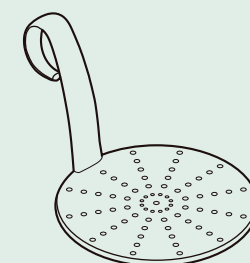


Filtro colino da tè

Materiale: vetro borosilicato con tappo in legno e guarnizione in silicone

- Comodo e facile da gestire
- Visibilità del tè
- Grande taglia

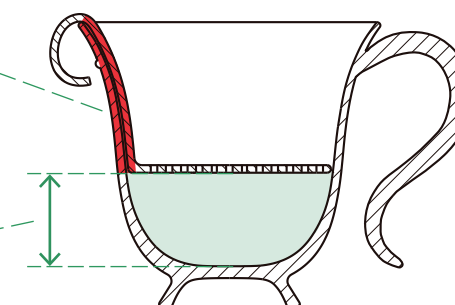
○ Vantaggi
○ Svantaggi



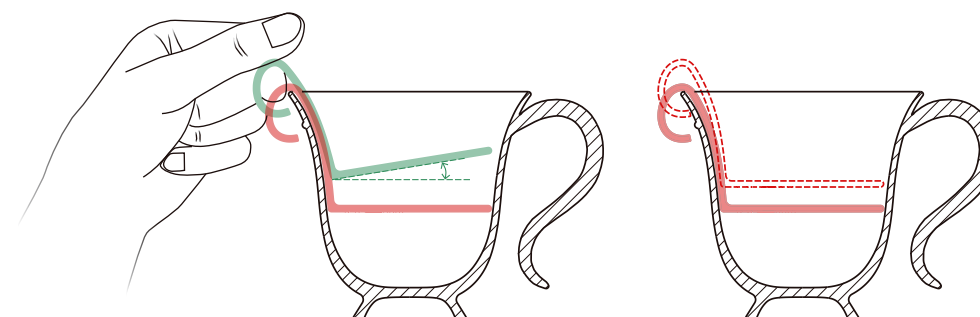
Forma: un disco piatto con fori è collegato a un braccio, questo braccio è una striscia piatta, che si estende fuori dalla tazza lungo la parete interna della tazza e può essere agganciato sul bordo della tazza.

Ridurre al minimo il volume per non influenzare l'osservazione e l'apprezzamento del brodo di tè da parte dell'utente: il braccio si adatta e si coordina con la parete interna della tazza da tè.

Riservare un certo spazio controllabile per il tè sul fondo della tazza per garantire il naturale dispiegamento delle foglie di tè senza influire sul gusto del brodo di tè e, allo stesso tempo, è conveniente per gli utenti apprezzare il cambiamento dello stato di svolgimento del tè.



Modo di portare fuori



Deve essere inclinato di una certa angolazione quando lo si estrae e il filtro si blocca quando viene estratto verticalmente: per evitare che il filtro scivoli fuori quando l'utente inclina o scuote la tazza mentre beve il tè.

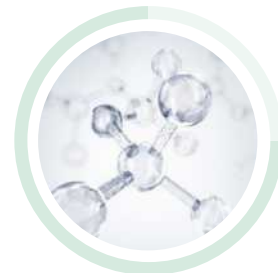
● ● ● 5. Concept del progetto

Requisiti del Materiale



Sostenibilità

Non tossico, non inquinante, senza farina di ossa, basso consumo di carburante nel processo di produzione, bassa impronta di carbonio.



Puro

È sano e insapore per soddisfare i requisiti di base dell'acqua potabile



Traslucido con elevata brillantezza

La traslucenza riflette lo spirito implicato e introverso della cultura del tè, esprime la bellezza del materiale stesso e supporta l'osservazione dei cambiamenti nel colore e nella forma del brodo di tè e delle foglie di tè.



Lavorabilità del rilievo

Supporta la lavorabilità del semplice rilievo e la controllabilità del processo di produzione di serie.

Materiali tradizionali

non completamente trasparenti

○ Vantaggi

○ Svantaggi



Acciaio inossidabile

- Durevole, leggerezza
- Elevata conduttività termica, può mantenere il tè caldo a lungo, ma c'è il pericolo che il manico si surriscaldi.
- Mancanza di estetica e trasmissione della luce



Ceramica

- Lavorabilità del rilievo
- Il processo di lavorazione è accompagnato da un elevato consumo di carburante e da un'elevata impronta di carbonio.
- Alto tasso di assorbimento dell'acqua, macchie facili da lasciare, difficile da pulire, il materiale influenzerà il gusto del tè stesso.



Bone China

- Bassa densità, buona trasmissione della luce, elevata brillantezza dello smalto, lavorabilità del rilievo.
- Ed è facile produrre difetti come deformazioni, bolle e flusso di smalto durante il processo di cottura. La stabilità termica è relativamente scarsa. Costo molto alto.
- Contiene farina di ossa di animali, piombo di metalli pesanti, cadmio o altre sostanze nocive.

Porcellana bianca a pasta dura migliorata

(nuova formula bone china senza polvere d'osso)

Il rotolamento del brodo di tè e il processo di fioritura del tè hanno la massima natura ornamentale e decorazione. Questa è anche la chiave per sperimentare e apprezzare il fascino della cultura del tè. Pertanto, la scelta del materiale è un nuovo materiale traslucido moderno con una formula innovativa "porcellana bianca a pasta dura".



Il rotolamento del brodo di tè



Il processo della fioritura del tè



la bellezza del materiale stesso

Vantaggi

Ha la proprietà meccanica e fisica e sicurezza superiori alla bone china:

- Il processo di produzione è facile da controllare, la temperatura di cottura è ampia, la stabilità termica è buona e il costo di produzione è basso.
- Buona trasmissione della luce, elevata brillantezza e durezza dello smalto.

Processo di fabbricazione



1. Preparazione degli ingredienti: composto principalmente da caolino, feldspato, quarzo, ecc.



2. Miscelazione: mescolare gli ingredienti secondo il giusto rapporto, aggiungere acqua per fare una pasta, quindi impastare il fango e tagliare il fango.



3. Stuccatura: mettere il fango dell'embrione nello stampo finito e creare automaticamente la forma della tazza dalla macchina.



4. Ritoccatura: Posizionare il corpo formato sul disco rotante e tagliare ruotamente la superficie con un coltello per rendere lo spessore del corpo adeguato per garantire l'aspetto liscio della porcellana e il flusso delle linee.



5. Asciugatura: posizionare la tazza formata su una mensola di legno ad asciugare al sole.



6. Intaglio: usa coltelli in bambù, osso o ferro per scolpire motivi sul corpo essiccato o semi-essiccato.

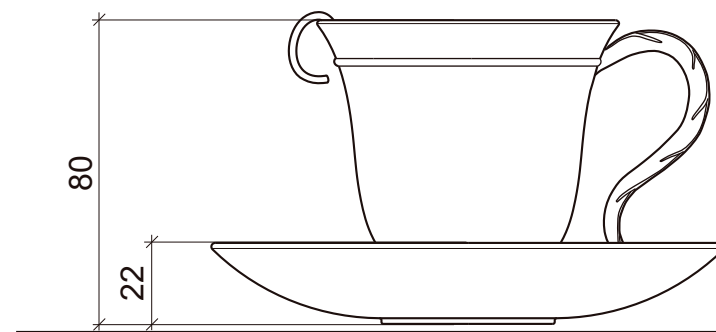


7. Smalto: coprire la superficie della porcellana con uno strato di "smalto" e aggiungere lo smalto sul fondo per garantire che i minerali nel terreno non vadano persi.

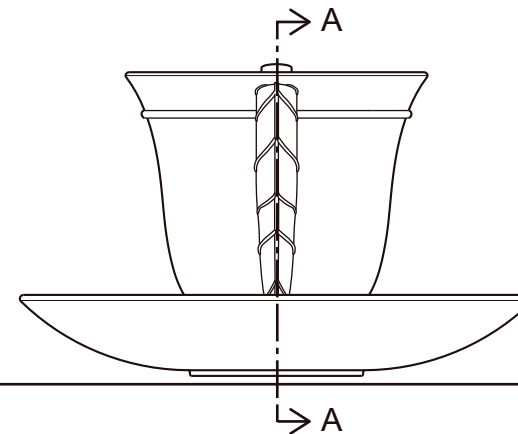


8. Cottura a media temperatura: viene utilizzata una cottura, il tempo di cottura è di 6-8 ore e la temperatura di cottura massima è 1250-1280 °C.

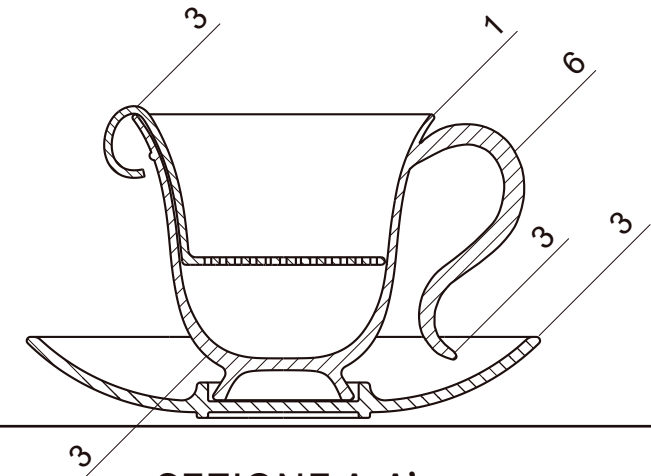
● ● ● 5. Concept del progetto



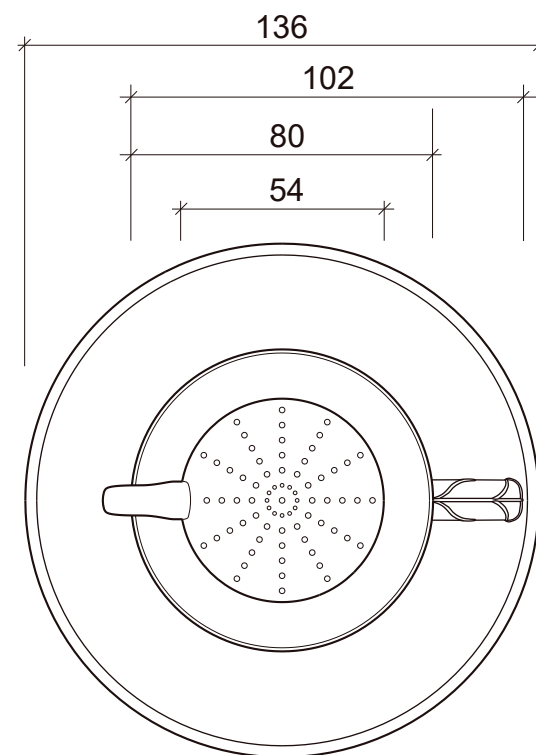
VISTA FRONTALE
(Assemblato)



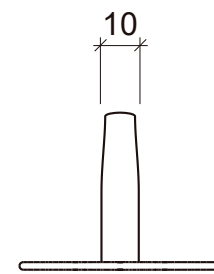
VISTA LATERALE
(Assemblato)



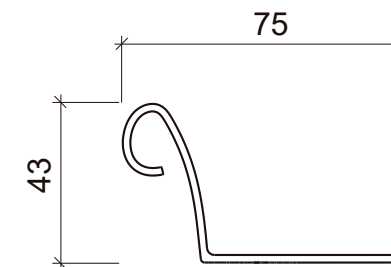
SEZIONE A-A'
(Spessore)



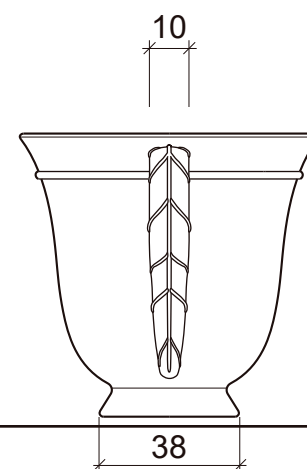
VISTA DALL'ALTO
(Assemblato)



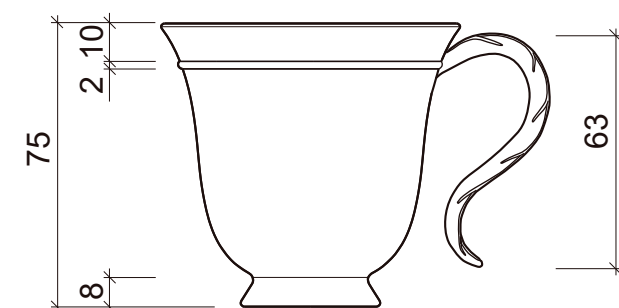
VISTA LATERALE
STRUMENTO DI FILTRO



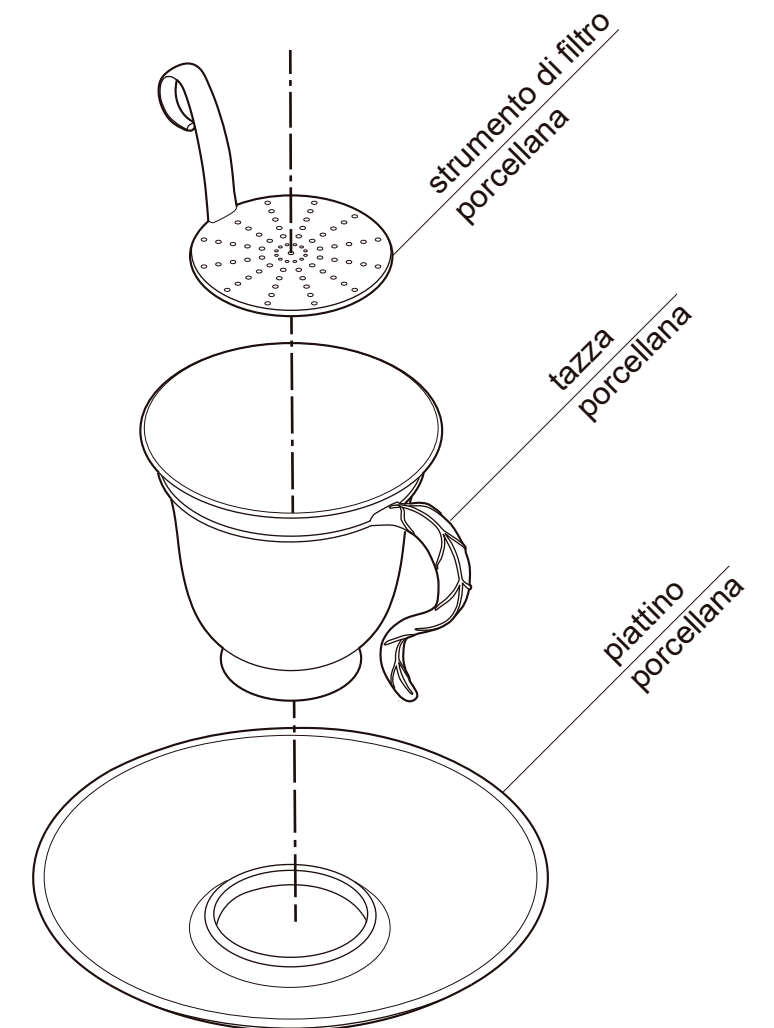
VISTA FRONTALE
STRUMENTO DI FILTRO



VISTA LATERALE
TAZZA



VISTA FRONTALE
TAZZA



ESPLOSO

SCALA 1:2
Quote in mm

● ● ● 5. Concept del progetto

Requisito del packing



Stabilità

L'imballaggio è abbastanza resistente e robusto da proteggere il prodotto da eventuali danni.



Ergonomia

Il design del prodotto si basa sull'analisi ergonomica dell'utente durante l'utilizzo del prodotto.



Sostenibilità

Utilizzando materiali riciclabili non tossici, le parti di materiali diversi possono essere smontate per un facile riciclaggio.



sicurezza

Utilizzare materiali sicuri e non tossici per l'imballaggio, ridurre la nitidezza nella forma e utilizzare materiali che abbiano sia tenacità che morbidezza.



Convenienza

Semplici elementi visivi, utilizzando schemi semplici e un'efficiente trasmissione delle informazioni.

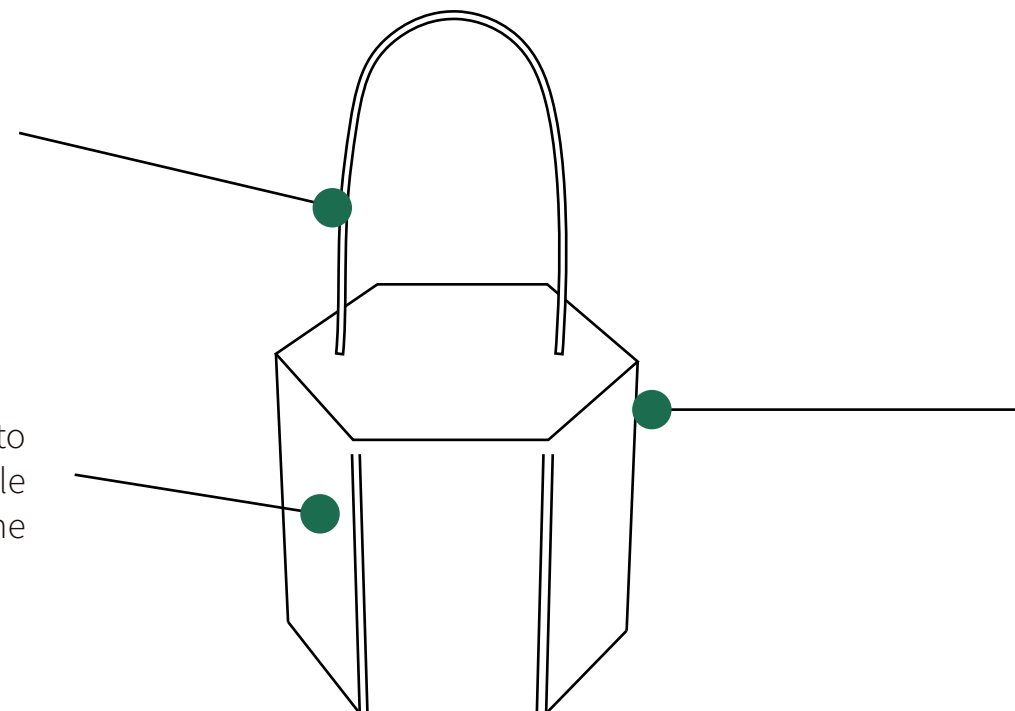
Concept

Il packaging è lo strumento più diretto e semplice per diffondere le informazioni. Il packaging non contiene solo le informazioni di base del prodotto, ma anche l'immagine del marchio e la grafica legata alla cultura del tè. Per ampliare la gamma di utilizzo delle tazzine, il packaging deve garantire la portabilità. Per ridurre lo spreco di materiali, utilizziamo materiali con una certa durata e strutture che possono essere aperte e chiuse, consentendo agli utenti di utilizzare i nostri prodotti in diversi scenari per lungo tempo.

Forma della packing

L'uso della corda è comodo da trasportare, perché la corda si indossa facilmente, la corda può essere smontata dall'interno e sostituita con altre corde.

L'imballaggio è suddiviso in strati interni ed esterni, lo strato esterno viene utilizzato per la stampa e il trasporto delle informazioni di base del prodotto e lo strato interno viene utilizzato per la protezione e il prodotto.



Forma: prisma esagonale

- Ci sono 8 lati, facile da distribuire le informazioni sul prodotto.
- Compatibile con il piattino tondo, il suo volume è più piccolo del cubo e più stabile del cilindro.
- Mostra un'eccellente resistenza meccanica e componibilità, ed è facile da trasportare e impilare, e si conforma al concetto tematico del progetto di "condizione con amici e famiglia".

● ● ● 5. Concept del progetto

Requisiti del Materiale esterno

Materiale della superficie esterna



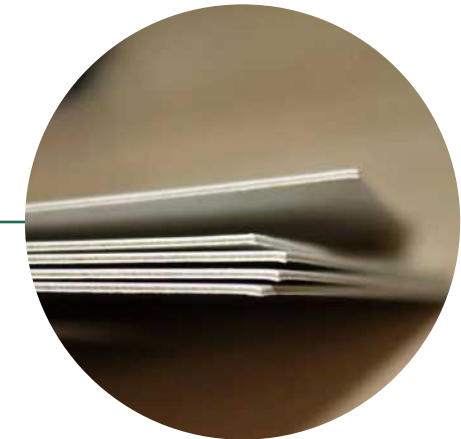
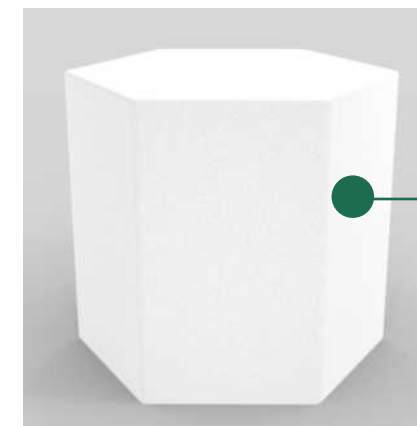
pieghevole

Il materiale di imballaggio è facilmente ripiegabile, facilitando l'apertura e la chiusura per molteplici usi



Sostenibilità

L'imballaggio utilizza materiali riciclabili per ridurre lo spreco di materiale e soddisfare le esigenze di protezione ambientale



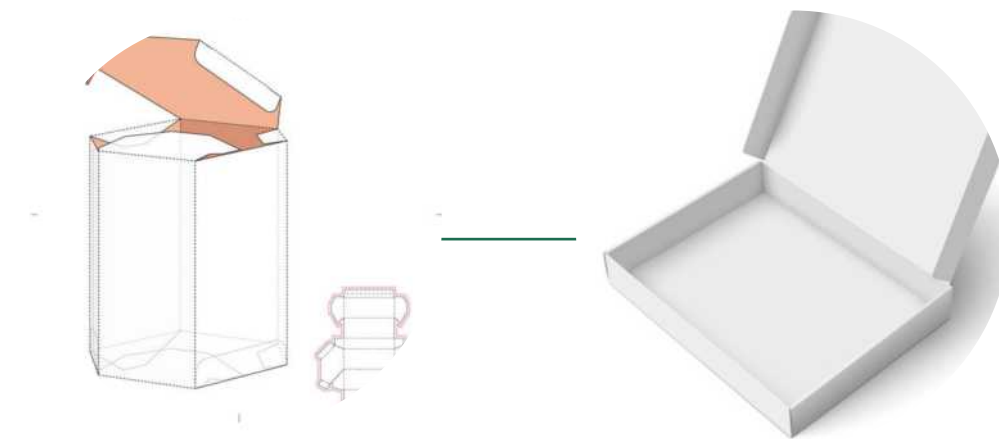
Chiarezza visiva del design del packaging

I materiali di imballaggio devono garantire che il colore di stampa sia accurato e che la stampa sia chiara



Può essere prodotto in lotti

L'imballaggio è poco costoso da produrre e può essere prodotto in lotti utilizzando le macchine

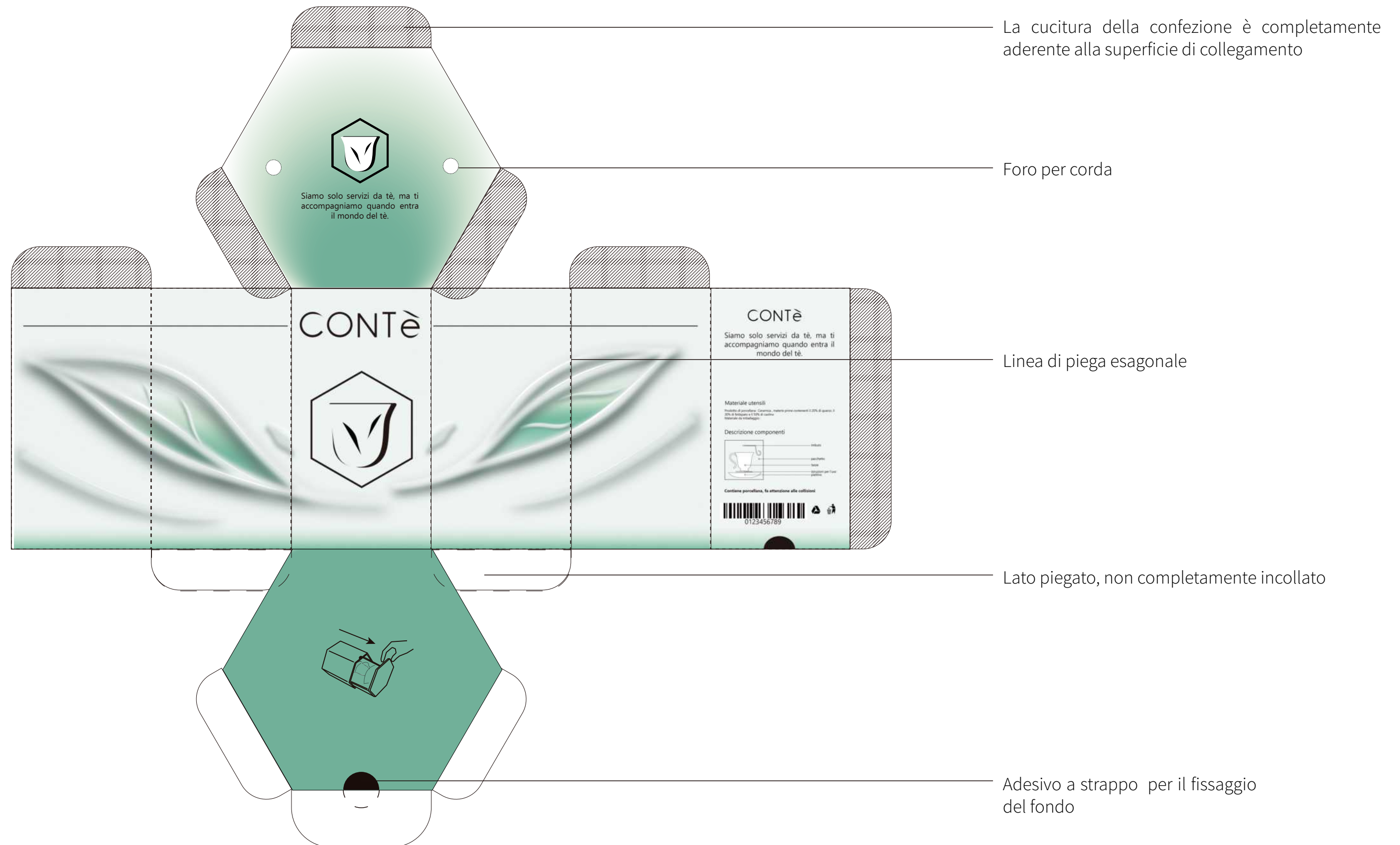


L'imballaggio esterno utilizza come materiale il foglio di cartone bianco, che ha una buona tenacità e compattezza, ed è facile da piegare per aprire e chiudere l'imballaggio. Proteggendo il prodotto all'interno, pur essendo facile da stampare in superficie, il foglio di cartone bianco è riciclabile all'8%.



L'uso della forma del prisma esagonale può rendere il prodotto come un cassetto, comodo da usare più volte per le persone, supportando un gran numero di trasporti e risparmiando spazio.

● ● ● 5. Concept del progetto



● ● ● 5. Concept del progetto

Requisiti del Materiale riempimento interno



sicurezza

Il materiale è a diretto contatto con la tazza da tè, quindi il materiale di riempimento interno deve essere atossico e il materiale ha una durata sufficiente, come impermeabile, antimuffa e resistente alla corrosione.



robustezza

Il materiale di riempimento interno deve proteggere i prodotti fragili, quindi la resistenza del materiale dovrebbe essere elevata, non facile da deformare e la densità è piccola e il peso è leggero, riducendo il carico di trasporto



Sostenibilità

L'utilizzo di materiali riciclati garantisce la sostenibilità del prodotto, e veicola il concetto di prodotti green e sostenibili, che è legato alla tazza stessa e garantisce l'unità complessiva del prodotto

Materiale di riempimento interno



Il materiale ha un leggero aroma di foglie di tè, che si sente quando le persone aprono la confezione, regalando un'esperienza immersiva, aumentando l'unicità della confezione e facendo ruotare l'intero prodotto attorno al tema del tè. Imballaggio e prodotto formano un tutt'uno. Consenti agli utenti di pensare al tè nel processo di utilizzo del prodotto.

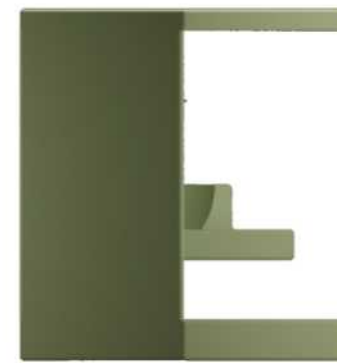


Utilizzando un materiale innovativo, il nuovo materiale composito in fibra di tè PP, è un nuovo tipo di materiale verde sviluppato indipendentemente da Guangdong Limei New Materials nel 2016-2017, che è composto da fibre vegetali naturali rinnovabili da steli di tè e resina polimerica PP attraverso un processo speciale. Materiali compositi ecocompatibili; questa serie di materiali è ecologica ed ecologica, può superare il test tedesco LFGB per uso alimentare, resistente al calore e ha una buona durezza; la superficie dei prodotti è in qualche modo simile ai punti delle particelle di paglia, che sono relativamente nuovi e hanno un aspetto migliore. Inoltre, il prodotto ha una leggera fragranza di tè, è adatto a vari prodotti quotidiani e materiali di imballaggio.

Il materiale viene trasformato in polvere riciclando i residui di tè, quindi aggiungendo altri materiali misti e completando lo stampaggio finale mediante stampaggio ad iniezione, in modo che possa soddisfare la produzione e la lavorazione di varie forme di imballaggio.

● ● ● 5. Concept del progetto

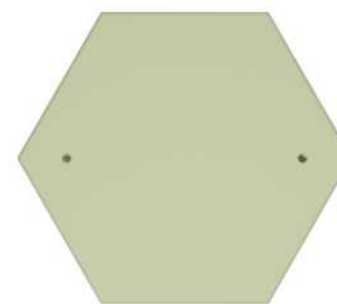
Progettazione di imbaraggio interno



Vista a sinistra



Vista a destra



vista dall'alto



vista dal basso

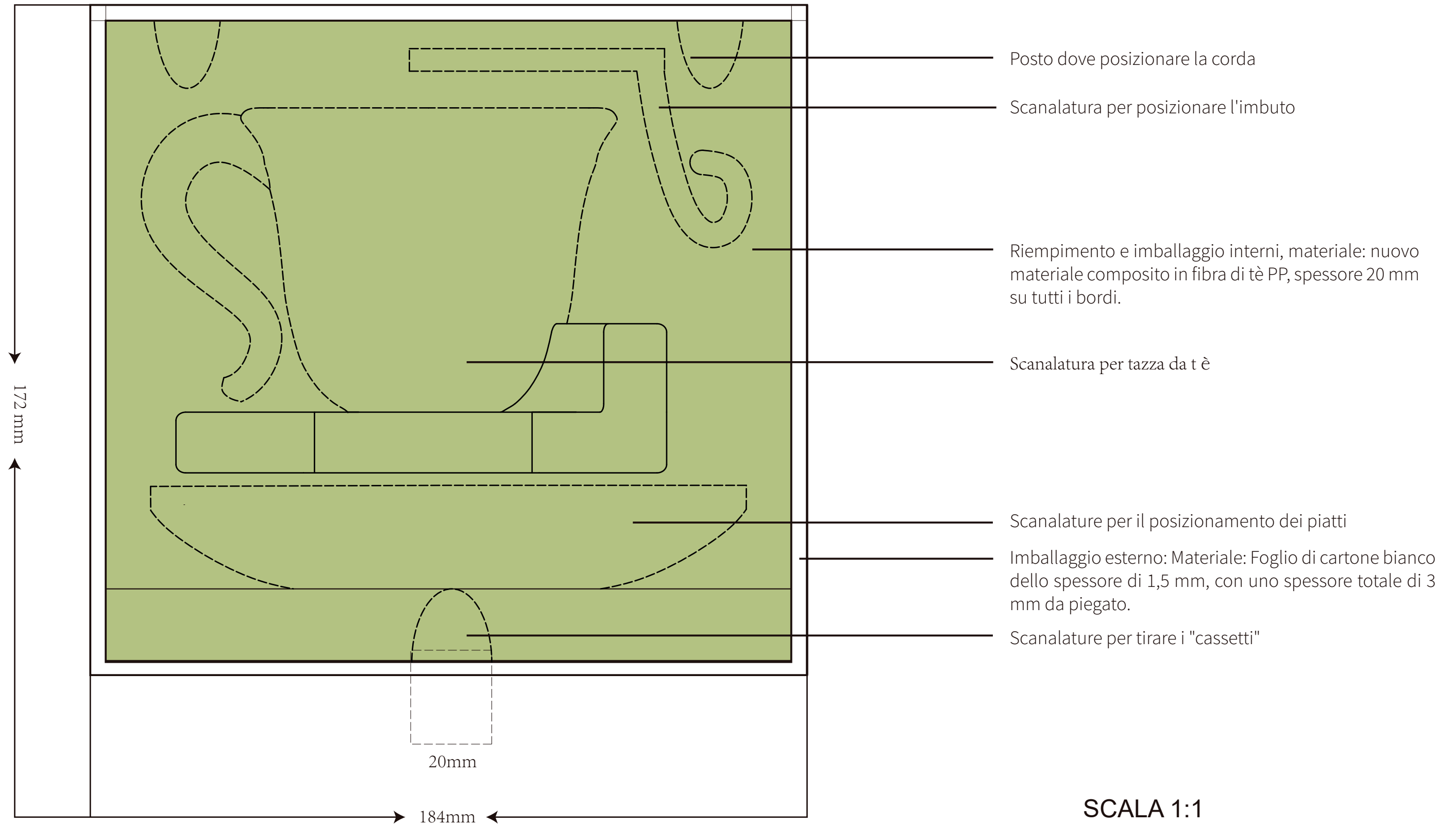
Per soddisfare le esigenze di riempimento dell'imballaggio, l'imballaggio interno utilizza una forma simile a un cassetto, lasciando spazio sufficiente per posizionare la tazza da tè, che può solo proteggere la tazza da tè, il materiale di confezionamento è meno denso e quindi più leggero e sono presenti scanalature in fondo alla confezione Utilizzato per tirare il "cassetto"

Vista frontale



Nella vista prospettica possiamo vedere la situazione della confezione e della tazza da tè, ogni parte può essere ben protetta dalla confezione. La struttura della confezione assicura che la tazza da tè possa essere facilmente riparata e, allo stesso tempo, l'utente possa estrarre facilmente gli articoli richiesti.

● ● ● 5. Concept del progetto



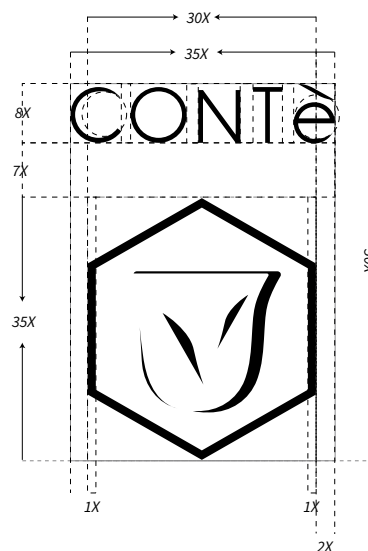
● ● ● 5. Concept del progetto



Attraverso la ricerca sui marchi di tazze da tè attualmente esistenti sul mercato, abbiamo scoperto che molti marchi utilizzano la forma della tazza nel loro logo, il che può aumentare il riconoscimento del marchio e facilitare la comprensione dei consumatori.



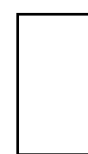
Quando le persone pensano al tè, pensano anche alle foglie di tè, alla natura e ad altri elementi allo stesso tempo. Abbiamo scoperto che molte marche di tè e tazze da tè utilizzano elementi naturali come le foglie verdi in termini di effetti visivi.



colore:



#000000
R: 0
G: 0
B: 0



#ffffff
R: 255
G: 255
B: 255

Nel **design LOGO**, abbiamo combinato il nome del marchio e la forma principale del prodotto di tazza da tè al design. La forma della linea nella tazza da tè si basa sul terreno collinare e sulla forma del tè. Poiché la tazza stessa è realizzata in materiale porcellana, il materiale contiene caolino (proveniente dalle zone collinari) e anche il tè stesso è una sorta di crescita. Piante nella zona collinare, quindi abbiamo aggiunto elementi di montagna e tè al logo. L'intera forma è aperta e circostante, dando alle persone una sensazione immersiva.

font riferimento

华文细黑

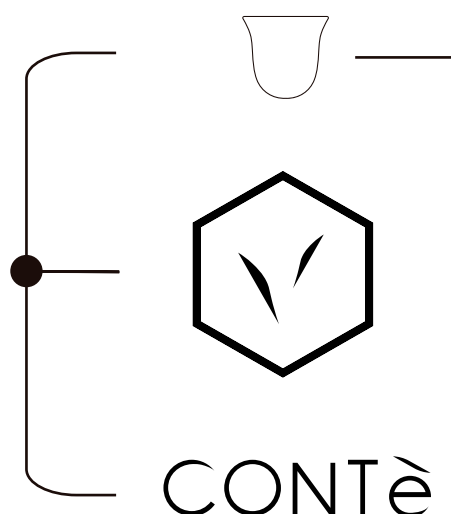
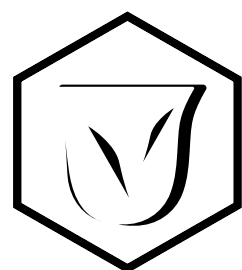
0123456789

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Il design del carattere nell'intero logo è un design personale, in cui ci riferiamo a caratteri di "Huawenxi-hei" (华文细黑). La forma del carattere è basata su un cerchio, ma in termini di dettagli, il design agli angoli è nitido e raffinato, che riprende la forma della tazza da tè, disegnando un'immagine rotonda ma delicata.

elementi principali:



Manteniamo un'elevata coerenza tra la forma base del logo e il modello stesso, per rendere più riconoscibile il marchio cerchiamo di semplificare la forma del logo.



Il materiale principale dei nostri prodotti è il caolino, il tè è anche una pianta che cresce sulle colline. Pertanto, utilizziamo l'**elemento foglia** nel logo, estraiamo i punti in comune tra i due elementi per migliorare la connessione tra la tazza e il tè.

Oltre all'immagine, abbiamo anche aggiunto il nome del marchio e il design del carattere al logo, mantenendo lo stile di design coerente con l'immagine

Il nome del marchio: contè

Significa proprio **"accompagnamento"**, cioè accompagnare con il **"tè"**, ma anche con **"te"**.

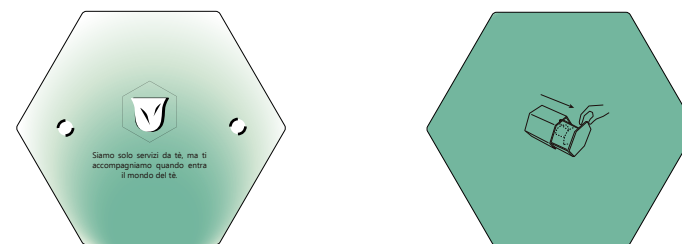
1. Può accompagnare le persone sempre
Perché "tè" può essere consumato in vari luoghi e momenti. E la nostra tazza ha le caratteristiche di elevata praticità, applicabilità e durata.
2. Essere con "te" cioè con "voi"
Si avvicina il prodotto e il cliente, lasciando al cliente l'impressione che il prodotto sia "sicuro, pratico ed affidabile".
3. Stare con "te" significa stare con la famiglia e gli amici
Riecheggiando il concept del tema del progetto "condividere il tè con persone vicine".

● ● ● 5. Concept del progetto

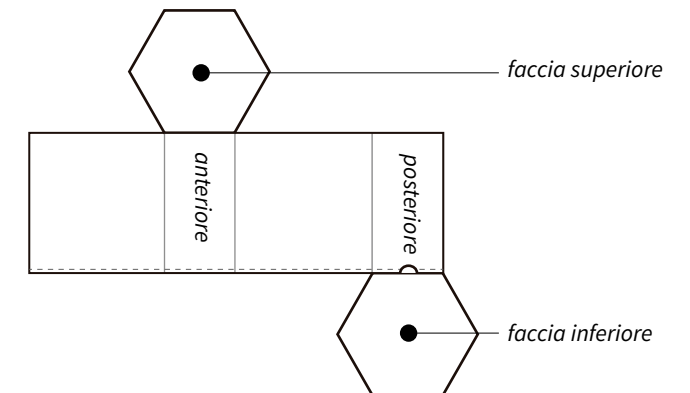
Progettazione di packing



Abbiamo scoperto che la maggior parte della confezione a forma di prisma esagonale posizionerà il logo sulla superficie superiore. Poiché questa è la superficie più grande nella visione dell'utente, ciò può aumentare il riconoscimento del prodotto.

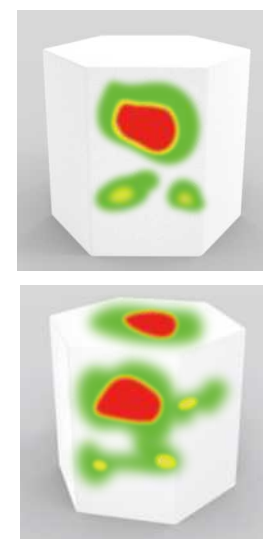


Poiché il prisma esagonale ha 8 lati, è facile che le informazioni sul prodotto vengano sparse. Pertanto, concentriamo gli elementi visivi principali del marchio su un lato e posizioniamo le informazioni di introduzione del prodotto sul retro questo rende più facile per gli utenti visualizzare e ottenere informazioni. Usiamo gli stessi effetti visivi sugli altri quattro lati per collegare questi quattro lati con il logo del marchio.

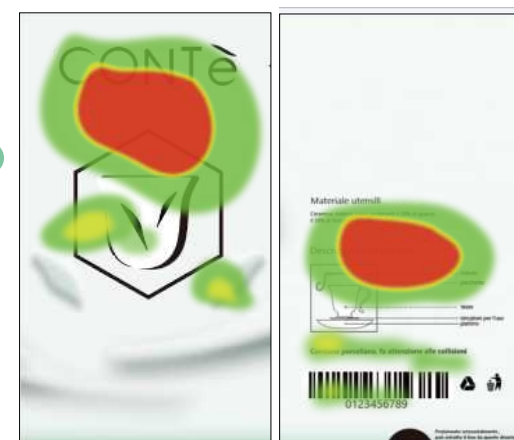


Visualizzazione espansa di piano di confezionamento

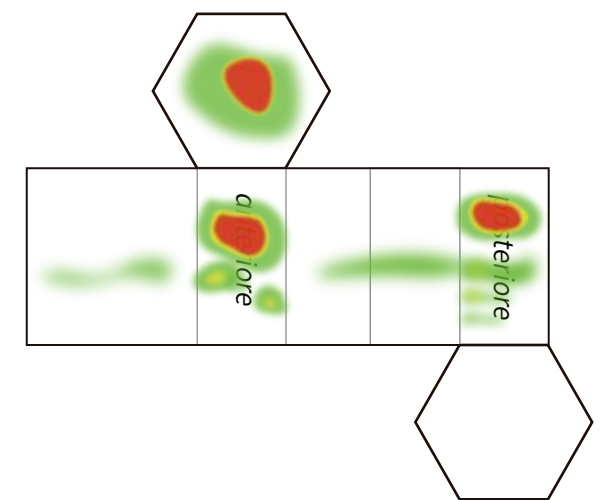
Applicazione di eye tracking per packaging



Prospettiva di packing



Piano di packing



Vista ampliata del piano di packing

Oltre al lato di introduzione delle informazioni sul prodotto, ci sono altri cinque lati, perché hanno le stesse dimensioni, al fine di evitare la dispersione delle informazioni, prestiamo maggiore attenzione al collegamento tra i lati, mettiamo il motivo riconoscibile su uno dei lati. Le restanti quattro facce utilizzano gli stessi elementi visivi.



Sfondo:

Abbiamo scelto l'**elemento naturale "acqua"**. Poiché la crescita delle foglie di tè richiede l'irrigazione dell'acqua, la tazza stessa è un contenitore d'acqua, quindi anche il brodo del tè è strettamente correlata all'elemento acqua.

Grafica:

Al fine di mantenere la coerenza dello stile del logo, esprimiamo principalmente il tema dell'acqua attraverso **linee di ondulazione dell'acqua** semplici, naturali e chiaro azzurro, e l'uso di linee può anche **guidare la vista dell'utente**.

● ● ● 5. Concept del progetto



Design di colori



C: 85% M: 50% Y: 79% K:11%

Il colore è ispirato al colore dei giardini del tè. Il verde scuro rappresenta la natura e la vitalità. Può essere utilizzato nella progettazione grafica per esprimere l'atmosfera naturale alle persone.



C: 7% M: 3% Y: 4% K:0%

Fare riferimento al colore della porcellana bianca. Di solito, il colore della porcellana bianca è leggermente più blu, giallo e viola rispetto al bianco.



C: 60% M: 18% Y: 47% K:0%

C: 38% M: 10% Y: 36% K:0%

Osservando, si può scoprire che il colore del tè di solito non è uniforme e il colore diventa più scuro con il tempo di infusione. Quindi abbiamo fatto riferimento al colore dell'acqua del tè, utilizzando una sfumatura dal verde al giallo e controllato la trasparenza del colore.

Nella parte grafica del packaging ci riferiamo alla lucentezza della ceramica, e mostriamo questa caratteristica dei materiali ceramici, in modo che l'intero prodotto, sia esso una tazza da tè o un packaging, sia unificato.

Abbiamo fatto riferimento a opere in rilievo italiane e opere d'arte a motivi geometrici. Imitazione della trama in rilievo sulla confezione. Utilizzando un colore simile alla ceramica come colore di sfondo, viene realizzata una trama simile alla ceramica, in modo che la confezione possa offrire agli utenti un'esperienza visiva simile alla ceramica e far sentire visivamente agli utenti la delicata consistenza della ceramica.

Grafica design

Nel progetto grafico si fa riferimento allo speciale effetto texture del rilievo ceramico, si simula la texture simile alla ceramica attraverso alcuni pattern ed elementi e si ripristina la lucentezza e la levigatezza della superficie dei materiali ceramici.



In termini di design grafico, per combinare il nostro tema, abbiamo aggiunto gli elementi delle foglie, che si tratti di un manico di una tazza da tè o di un logo, che rende il design del prodotto più unificato.

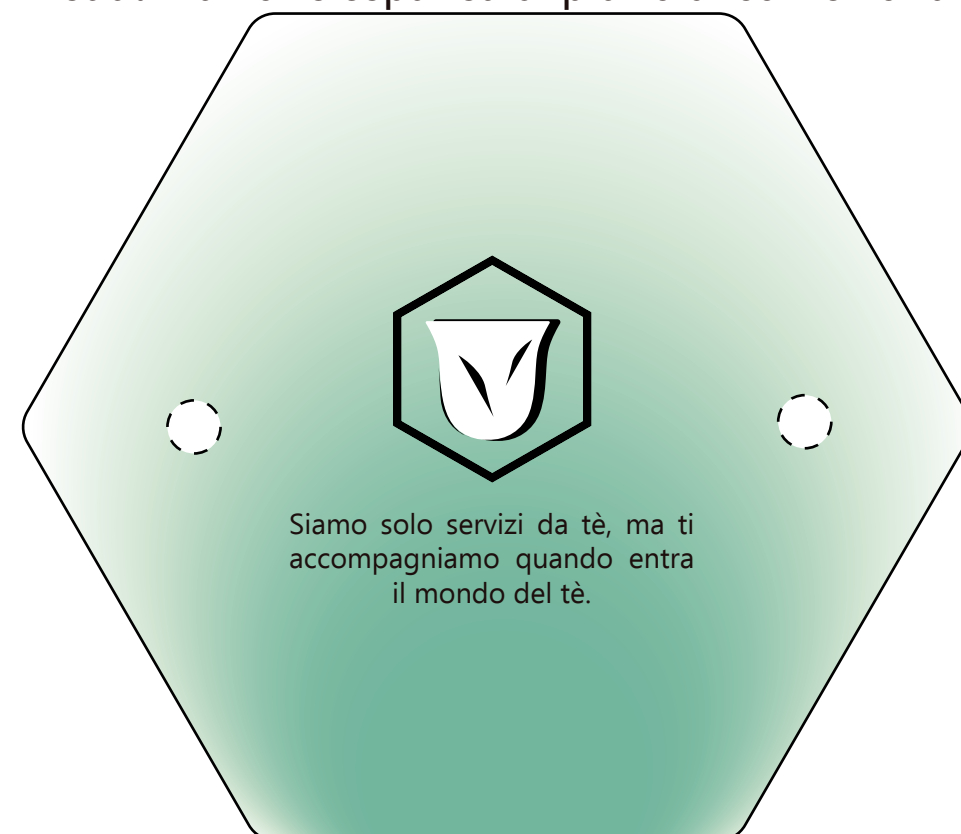
Nel processo di ripristino della trama del rilievo ceramico, ci concentriamo sulla rappresentazione dei punti salienti e dei riflessi della ceramica per rendere la trama della ceramica più realistica.

Nel processo di disegno grafico, ci riferiamo al disegno del rilievo italiano, utilizzando curve semplici e aggraziate.

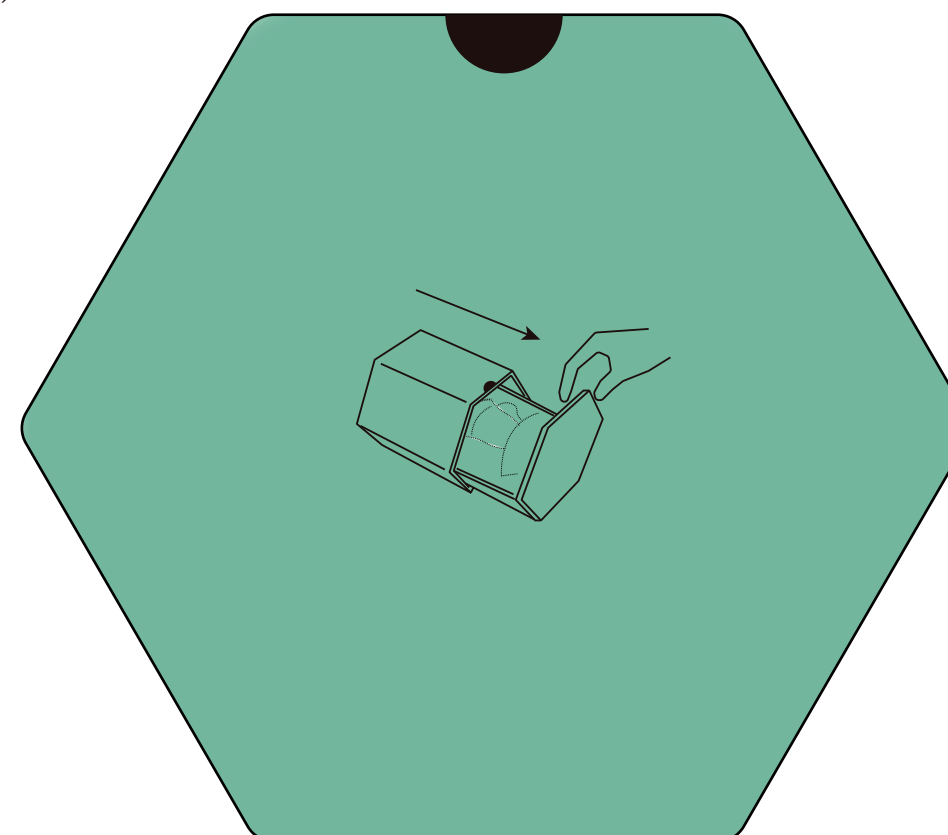
● ● ● 5. Concept del progetto



Visualizzazione espansa di piano di confezionamento (Lato)



VISTA DALL'ALTO
(Packaging)



VISTA DAL BASSO
(Packaging)

● ● ● 5. Immagini renderizzate

Immagini renderizzate



PROSPETTIVA (un set di tazza)



PROSPETTIVA (tre set di tazze)



ESPLOSO
(un set di tazze)



Vista frontale della confezione