

Laatuteetä maistelemassa: teestä ja sen historiasta

Timo Talasniemi

Opinnäytetyö
Hotelli- ja ravintola-alan liikkeen-
johdon koulutusohjelma 2013



<p>Tekijä Timo Talasniemi.</p>	<p>RHM19</p>
<p>Raportin nimi Laatuteetä maistelemassa: teestä ja sen historiasta</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 47 + 1</p>
<p>Ohjaaja Marjaana Mäkelä</p>	
<p>Tässä opinnäytetyössä käsitellään ensiksi teetä yleisesti ja sen historiaa sekä nautintoai- neeksi tulemistä Aasiassa. Sen jälkeen tarkastellaan teen saapumista Eurooppaan</p> <p>Työn tavoitteena on tutkia teekulttuurin edistymistä Teen Ystävien myötävaikutuksesta sekä yhdistyksen vaikutusta teen maahantuojien toimintaan. Haastatteluissa kävi ilmi yhdistyksen vaikutuksen olevan vaatimatonta yritysten markkinointiin ja teevalikoimiin. Henkilökohtaisella tasolla suhteet olivat ja ovat tärkeitä. Yritysten valikoimiin tai mark- kinointiin Teen Ystävillä ei ollut vastaajien mielestä suurtakaan merkitystä. Yhdistyksen tuottamaa myönteistä julkisuutta pidettiin haastattelujen mukaan tärkeänä ja merkille- pantavana.</p> <p>Työssä esitellään erilaisia teelaatujia, ja sen keskiössä ovat aasialaiset, käsinpoimitut tee- laadut. Niiden tuottamista kuluttajille sopiviksi tuotteiksi esitellään keruusta itse teen lehtien prosessointiin. Erilaisten kauppanimien esittely teelaatujen yhteydessä mainitaan opinnäytetyössä.</p> <p>Työn toimeksiantaja on Teen Ystävät ry., jonka suhdetta ja yhteistyötä teeyritysten kanssa tarkastellaan työn myöhäisemmässä vaiheessa.</p> <p>Tutkimusote on laadullinen, ja menetelminä käytetään haastatteluja sekä osallistuvaa havainnointia. Tutkimuksen kohteena on Teen Ystävien toiminta harrastajayhteisönä ja yhteistyö teen kanssa toimivien yritysten kanssa. Tätä yhteistyötä tarkastellaan markki- noijan ja harrastajayhteisön kohtaamisena sekä yhteistyönä erilaisissa teeseuran tilai- suuksissa. Tutkimus pyrkii tarkentamaan yritysten ja kuluttajien välistä vuorovaikutusta. Sen tavoitteena on kuvata harrastajayhteisön ja yrityksen välisiä toimintoja, joiden kaut- ta yritykset ja harrastajat keskustelevat tuotteeseen liittyvistä mielikuvista ja käsityksistä ja oppivat mahdollisesti toisiltaan.</p> <p>Haastattelut tehtiin Helsingissä huhtikuun 2013 aikana teeyritysten omissa tiloissa. Osa haastatteluista suoritettiin sähköpostin välityksellä ajanpuutteen vuoksi.</p>	
<p>Asiasanat käsinpoimittu tee, teekulttuuri, harrastajayhteisö, yhteistyö</p>	

Degree Programme in Hotel and Restaurant Management

<p>Author Timo Talasniemi</p>	<p>RHM 19</p>
<p>The title of thesis Tasting quality tea: about tea and its history and the impact of Teen Ystävät Association into the tea enterprises</p>	<p>Number of pages and appendices 47 + 1</p>
<p>Supervisor Marjaana Mäkelä</p>	
<p>This thesis deals first with tea in general, and its history as well as its becoming a beverage first in Asia and afterwards the arrival of tea to Europe.</p> <p>A variety of teas is presented with a focus on Asian hand-picked teas. It is followed by showing the tea production process from picking the leaves to processing them into a drink. Various tea varieties are presented in different trade names.</p> <p>The work was commissioned by Teen Ystävät Association. The relationship and cooperation with tea companies will be examined at a later stage.</p> <p>The method used in research is triangulation. It combines a qualitative study with interviews and participant observation. Research relates to the Teen Ystävät Association enthusiast community activities and cooperation with the tea companies. This cooperation is viewed between marketer and enthusiast community meetings and cooperation in various tea association's events. Research aims to focus on business-to-consumer interaction. Its aim is to describe the activities between the enthusiast community and the companies through which companies and enthusiasts are able to discuss product-related perceptions and attitudes, and possibly learn from each other.</p> <p>The interviews took place in Helsinki in April 2012, in the tea companies own premises. Some of the interviews were conducted via e-mail due to lack of time.</p> <p>The aim was to examine the progress of tea culture due to the impact of the effect between tea importers and tea association's activities. The interviews revealed that the role of the tea association's activities to business marketing and a selection of teas was modest. On a personal level, relationships were and are important, as well as various marketing cases in business, but to tea assortments and marketing the tea association had a very little importance. Mainly produced by the association of positive publicity interviews was that important and significant. According to the interviews the positive publicity produced by the association was important and significant.</p>	
<p>Key words Hand-picked tea, tea culture, enthusiast community, co-operation</p>	

Sisällys

1 Johdanto	1
2 Teen historiaa ja käsitteitä	4
2.1 Tee Kiinassa	7
2.2 Tee Japanissa.....	10
2.3 Tee Koreassa.....	12
2.4 Tee saapuu Eurooppaan.....	13
3 Teetyypit.....	16
3.1 Vihreä tee.....	16
3.2 Valkoinen tee	20
3.3 Keltainen tee	21
3.4 Oolong -tee	21
3.5 Musta tee	22
3.6 Pu-er tee.....	25
3.7 Tee tänään	26
4 Teen Ystävät	28
5 Tutkimuksen toteuttaminen.....	30
6 Tutkimustulokset.....	32
6.1 Yhteistyö Teen Ystävien kanssa	32
6.2 Teen Ystävien vaikutus markkinointiin ja teen valikoimiin.....	33
6.3 Puheenjohtaja Pirkko Arstilan vaikutus yhteistyöhön.....	35
6.4 Teekulttuurin edistyminen	36
7 Johtopäätökset.....	39
7.1 Työn tulokset	39
7.2 Tulosten luotettavuus ja hyödynnettävyys	39
7.3 Jatkotutkimusehdotukset.....	40
7.4 Oma oppiminen	40
Lähteet.....	41
Litteet.....	47
Liite 1. Kysymykset teeyrittäjille.....	47

1 Johdanto

Valitsin opinnäytetyöni aiheeksi teen siksi, että innostuin niin sanotusta käsin poimitusta teestä ensimmäisellä matkallani Pekingiin 2000-luvun alussa. Vierailin pienessä teehuoneessa, jossa minulle tarjottiin pienessä kupissa miellyttävältä tuoksuva ja maistuvaa teetä. Teestä jäi vielä kitalakeen pitkäksi aikaa miellyttävä, kukkainen maku. Tämän jälkeen ei ollut paluuta mustan teen maailmaan sokereineen tai hunajineen. Tee, jota maistoimme, oli nimeltään Ti Kuan Yin ja oli laadultaan oolong-teetä. Ja tapa, jolla sitä tarjottiin pienistä kupeista, oli nimeltään gong fu -haudutus, jossa suuri määrä teen lehtiä pienessä kannussa voidaan uuttaa jopa seitsemän kertaa maun pysyessä hyvänä. Tämä kaikki oli ihmeellistä ja mielenkiintoista kaukaisesta Suomesta tulleele, vain yhteen teelaatuun tottuneelle kulkijalle. Myöhemmin matkustin Kiinaan vielä kolme kertaa ja matkojeni yhtenä teemana oli tutustuminen kiinalaisen teekulttuuriin.

Kahdella Japaniin suuntautuneella matkalla tutustuin japanilaiseen teemailmaan mm. Kiotossa sijaitsevassa Urasenke-teekoulukunnan päämajassa. Gyokuro-teehen kävin tutustumassa Kioton lähellä sijaitsevassa Uji-nimisessä kaupungissa. Siellä vierailin Tsunen-nimisessä teehuoneessa, jonka väitetään olevan maailman vanhin. Se on perustettu vuonna 1160.

Bangkokissa tutustuin Pohjois-Thaimaassa viljeltävään oolong-teehen, jota viljelevät Kiinan vallankumosta paenneiden sotilaiden jälkeläiset. Unesco on mukana tukemassa teenviljelyyn siirtymistä, sillä alue kuuluu ns. kultaiseen kolmioon, missä on tuotettu perinteisesti heroïinia. Taiwanilaiset teenviljelijät ovat tuoneet 1980-luvulla omia hybridejään ja tietotaitoaan teenviljelyyn ja laatutason nostamiseen.

Olen havainnut, että ilmapiiri 2000-luvun Helsingissä on teen suhteen muuttunut. Erikoisliikkeitä on avattu, teen maistajaisia (tasting) on pidetty, ravintoloista saa nykyään korkealaatuista teetä, teetä käytetään suklaakonvehtien täyteenä ja ennen kaikkea teestä

puhutaan. Itse näen tilanteen muuttumisen johtuvan kaupan vapautumisesta ja internetin aiheuttamasta tiedon lisääntymisestä sekä myös Finnairin Aasian-kohteiden lisääntymisestä suorine lentoineen.

Mielenkiintoni kohdistuu ennen kaikkea teekulttuurin muutokseen pääkaupunkiseudulla. Teen Ystävät on yhdistys, joka on koonnut yhteen teen harrastajia edistämään teekulttuurin tuntemusta. Haluan tarkastella, miten harrastajien kokemukset ja tieto ovat muuttaneet teen markkinoita, käyttöä ja teekulttuuria Suomessa ja millä tavalla maahantuojat ja seura toimivat yhdessä teekulttuurin edistäjinä. Vaikka olen ”hurahtanut” teehen, ymmärrän käsin poimitun teen olevan Suomessa vielä suurelta osin pienen harrastajajoukon asia. Pieniä teeliikkeitä on Helsinkiin perustettu jo useita, internetissä on suomalaisia teen myyntiin perustuvia yrityksiä ja suuret, perinteiset teetalot ovat ottaneet erikoisteet listoilleen. Tarkoitukseni on haastatella teeliikkeiden myynnistä vastaavia henkilöitä ja kysellä heidän havaintojaan teekulttuurin muutoksesta 2000-luvun Helsingissä ja sen lähiympäristössä.

Liityttyäni Teen Ystäviin 2009 pääsin tutustumaan teen maailmaan syvällisemmin kuin aikaisemmin. Teen Ystävät on vuonna 2003 perustettu teekulttuurin edistämiseen pyrkivä yksityishenkilöistä koostuva yhdistys. Yhdistys järjestää tutustumisia teen kanssa toimiviin yrityksiin ja ennen kaikkea erilaisten teelaatujen maisteluja. Teen Ystävät vietti helmikuussa 2013 10–vuotisjuhlaansa Ravintola Pörssissä arvovaltaisessa seurassa englantilaisen kello viiden teen merkeissä. Tilaisuudessa maisteltiin kolmea erilaista teelaatua sekä tutustuttiin eri teeliikkeiden teetarjontaan. Teeseura toimii opinnäytetyöni toimeksiantajana.

Työn ensimmäisessä osiossa käsittelen teen historiaa ja teekulttuurin esiintymistä Aasiassa ja sen leviämistä vähitellen läntiseen maailmaan. Mielenkiintoni kohteena on käsin poimittu laatutee, josta eri lajikkeiden, poiminta-ajan, kasvupaikan tai prosessoinnin

avulla saadaan erilaisia maistuvaisia teejuomia. Ei pidä tietenkään unohtaa veden laadun, lämpötilan ja haudutuksen pituuden merkitystä.

Tutkimusosiossa käsittelyn alla on Teen Ystävät -yhdistyksen merkitys suomalaiselle teekulttuurille 2000-luvulla ja yhdistyksen yhteistyö teen maahantuojien ja teetä myyvien yritysten kanssa. Tarkoitukseni oli selvittää yhdistyksen merkitys teen markkinoinnissa ja sen osuus teen tunnettavuuden lisääntymisessä pääkaupunkiseudulla kuluvan vuosituhatien alkupuolella.

2 Teen historiaa ja käsitteitä

Teetä voidaan pitää alkuperältään kiinalaisena juomana. Siellä alkoi sen kasvatusta, kultivointi sekä käyttö erilaisissa sosiaalisissa tilaisuuksissa. Teetä valmistetaan teepuun (*Camellia sinensis*) lehdistä uuttamalla. *Camellia sinensis var. sinensis* ja *Camellia sinensis var. assamica* ovat kaksi tunnetuinta lajia. Lajikkeita on tuhansia ja sama pensas tuottaa erimakuista satoa, jos maaperä ja mikroilmasto ovat erilaiset. (Teaguardian 2013a.) Puu kasvaa luonnossa jopa 15-metriseksi, mutta viljeltäessä se leikataan pensasmaiseksi ja korkeudeltaan 1–2-metriseksi. Tee sisältää kofeiinia, katekiineja ja teaniinia. Katekiinit ovat polyfenoleja (kutsutaan usein tanniineiksi) ja ne antavat teelle sen kirpeän, terävän maun. Liian pitkä haudutus tekee teestä kitkerää katekiinien vaikutuksesta. Teaniini on aminohappo, joka antaa teehen makeutta ja rajoittaa kofeiinin piristävää vaikutusta rauhoittavasti. (Saber 2010, 148.)

Teetä oletetaan käytetyn lääkinnällisenä yrttinä Kiinassa jo 5000 vuotta sitten. Tarkoituksena oli puhdistaa keho myrkyistä ja sairauksista ja siten lisätä vastustuskykyä. Sen jälkeen sitä vietiin Eurooppaan ja muualle maailmaan. (Jain, Siddiqi & Weisburger 2006,35.)

Teetä prosessoidaan eri tavoin. Nuudutuksessa juuri poimitut teelehdet levitetään pöytien tai kuivausrilöiden päälle kuivumaan. Kosteutta poistuu, jolloin lehdistä tulee pehmeitä ja valmiita rullausta varten. Rullauksessa kone rikkoo lehtien solukot. Teenlehtien solunesteet ja entsyymit vapautuvat ja ne altistuvat ilmalta hapettumista varten. Hapettuminen alkaa rullausprosessin aikana. Rullatut lehdet levitetään sopivassa lämpötilassa ja kosteudessa, ja lehtien väri syvenee vihreästä punaruskeaksi ja sitten mustaksi. Teetä kuivataan auringossa, pannulla, ilmakeivillä ja uunissa. Uunikuivaus on yleisin tapa. Useat vihreät teet saavat lopullisen arominsa kuivauksessa. (Chaya 2013.)

Kuivaus on prosessi, jossa teelehdet paahdetaan (tai ne kuivataan) kuumentamalla niitä

hitaasti kuivauskammiossa. Tämä pysäyttää hapettumisprosessin ja näin teenlehdet ovat valmiita varastointiin. Musta tee hapetetaan biokemiallisesti murskaamalla lehdet ja se käsittää moniosaisen entsyymeillä ohjatun polyfenolien hapetuksen. Vihreää teetä valmistettaessa nuudutetut lehdet joko kuumennetaan pannulla (Kiina) tai höyrytetään (Japani), millä estetään hapettavien entsyymien toiminta. Sen jälkeen se kuivataan. Valkoinen tee vain kuivatetaan auringossa. Keltainen tee tuotetaan samoin tavoin kuin vihreä, mutta hapettuminen tapahtuu erikoismattojen alla tai laatikoissa, jotta saadaan kellertävä väri. Oolong-teen hapetusaste on mustan ja vihreän teen välissä ja se vaihtelee 20- 80 %:iin. Se keskeytetään kuumentamalla teenlehtiä pannulla. Pu'er-teetä tuotetaan vain Kiinassa ja sen tekovaiheet ovat salaisia. Pu'er on ainoa tee, joka paranee vanhetessaan. Lehdissä olevat entsyymit pitävät sen ”elävänä”. Tee voi olla hapetettua tai sitten ei. Teen lehdet puristetaan yleensä muotteihin, jotka voivat olla neliömäisiä tai pyöreitä ja ovat paremmin säilyviä kuin irtotee. (Kuvio 1.)

Prosessi				
Nuudutus			Kuivatus	Keltainen tee
			Kuivatus	Valkoinen tee
Nuudutus	Rullaus/muotoilu		Kuivatus	Japanilainen vihreä tee
Nuudutus	Rullaus/muotoilu		Kuivatus	Kiinalainen vihreä tee
Nuudutus	Rullaus	Osittainen hapetus	Kuivatus	Oolong tee
Nuudutus	Rullaus	Hapetus	Kuivatus	Musta tee, perinteinen
Nuudutus	Maserointi	Hapetus	Kuivatus	Musta tee, CTC

Kuvio 1. Teen prosessointimenetelmät. (World of Tea 2013.)

Teen laatuun vaikuttavat monet tekijät. Arvostetuimpia ovat teepensaan latvuksen nuoret lehdet, joista poimitaan yleensä nappu ja kaksi lehteä. Teelaadut jaetaan valmistavasta riippuen esimerkiksi mustaan, vihreään, valkoiseen ja keltaiseen teehehen. Tee-puu kasvaa parhaiten subtrooppisessa ilmastossa, mutta myös kylmemmissä oloissa. Tavallisesti sitä kasvatetaan 300–2000 metriä merenpinnan yläpuolella. Korkealla kasvatetussa teessä on yleensä parempi maku. Lämpötila ja vuotuinen sademäärä ovat myös tärkeitä. Paras lämpötila on 10–24 °C ja sademäärän tulisi olla 2000–23000 mm:n välissä. Toki tee kasvaa kuivemmissakin olosuhteissa. (Saber 2010, 12–13)

Teejuoman alkuperä ulottuu tarinan mukaan 2700-luvulle ennen ajanlaskun alkua. Kiinan keisari *Shennong* (”Pyhä viljelijä”) oli istahtanut lepäämään teepensaan ääreen vesikattilan ollessa kiehumassa ja tuuli irrotti muutaman lehden pensaasta ja lennätti ne kattilaan. Utelias keisari maistoi juomaa ja totesi sen maultaan olevan kitkerää, mutta virkistävää. Hän alkoi tutkia juoman valmistamista eri tavoin ja huomasi kitkeryyden häviävän, kun lehdet kuivattiin. Virkistävä vaikutus juomassa säilyi. (Nihtinen 2004, 21.)

Teen alkukotina pidetään kasvitieteilijöiden mukaan Yunnanin seutua Kiinassa (Nihtinen 2004, 17). Alueella on subtrooppinen ilmasto, joka on tasaisen kostea ja lämmin ympäri vuoden. Kiinassa aluetta kutsutaan ikuisen kesän paikaksi. Siellä pilvet ja sumu suojaavat kasveja auringon paahteelta. 1000–2000 metrin korkeudessa kasvaa mm. leveälehtistä *daye*-lajiketta, jota pidetään yhtenä teepuun varhaisimmista kantamuodoista. Sieltä löytyy maailman vanhin villi teepuu, joka on 32 metriä korkea ja 1700 vuotta vanha ja on nimeltään Kongming. (Nihtinen 2004, 17.) Alueella kasvaa 260 maailman 380 teepuun lajikkeesta, mikä on enemmän kuin missään muualla maailmassa. (Pratt 1999, 3.)

Teetä kasvatetaan noin 30 maassa, mutta sen kulutus vaihtelee. Se on veden jälkeen maailman juoduin neste ja koko maailman kulutus on 0,12 litraa henkeä kohden. Teetä

tuotetaan 2,4 miljoonaa tonnia vuodessa ja Iso-Britanniassa juodaan eniten teetä, keskimäärin 3,5-4 kuppia päivässä. Vihreää teetä nautitaan Aasiassa, kun taas läntisissä maissa juodaan mustaa teetä. (Jain ym. 2006, 121.)

2.1 Tee Kiinassa

Vanhin teetä koskeva dokumentti on Han-kaudelta, vuodelta 59 ennen ajanlaskun alkua. Se on luonteeltaan ”työsopimus” ja siinä määritellään palvelijan tehtäväksi hauduttaa ja tarjoilla teetä isännälleen sekä hakea säännöllisesti teetä Wuyangista (nyk. Pengshan) isännän varastoihin. (Nihtinen 2004, 23.)

Kirjallisen aineiston sekä historiallisen tietämyksen mukaan teetä on nautittu nykyisen Sichuanin alueella noin tuhat vuotta ennen ajanlaskun alkua (Nihtinen 2004, 24). Han-kaudella (206 eaa. – 220 jaa.) alkoi teenviljely levitä Sichuanin alueelta itään ja etelään, Yunnaniin. Teetarhoissa puita leikattiin pensasmaisiksi, jotta keruu olisi helpompaa ja lehtien kasvu kiihtyisi. (Nihtinen, 2004, 30.)

300-400-luvuilla oli teestä tullut Yangtse-Kianglaakson asukkaiden keskuudessa suosittu juoma. Ilmeisesti näihin aikoihin otettiin käyttöön teetä nykyään tarkoittava kirjoitusmerkki *cha*. Teen valmistaminen ei ollut vielä kohonnut huippuunsa ja sen valmistaminen oli vielä sangen kehittymätöntä. Lehtiä höyrytettiin, hierottiin huhmaressa, muotoiltiin kakuksi ja keitettiin riisin, inkiväärin, suolan, appelsiinikuorten, mausteiden, maidon ja jopa sipulin kanssa juomaksi. Tiibetissä ja joidenkin mongoliheimojen keskuudessa näitä tapoja tunnetaan yhä. Myös venäläisten, jotka oppivat teen käytön kiinalaisilta kamelikaravaaneilta, tapa nauttia teensä sitruunan kanssa viittaa muinaiseen tapaan. (Okakura, 1906, 9-10.)

Tang-dynastian (618–907) aikana teetä alettiin ihannoita. Runoilija *Lu Yun* (733–804) voidaan sanoa aloittaneen teen ja teekulttuurin ihannoimisen. Hän kirjoitti kuuluisan

teoksen *Chajing* (Teekirja), joka koostuu kolmesta osasta ja kymmenestä luvusta. (Okakura, 1906, 9-10.) Teoksessa käsitellään teekulttuuria, teetaidetta, teen historiaa, kasvitiedettä, biologiaa, maataloutta, lääketiedettä, maantiedettä, ilmastoa, keramiikkaa, teenviljelyn koneita sekä teen tuotantoa. (Lu Yu, 2013.)

Lu Yu nimesi ensimmäistä kertaa ne tekijät, joita kiinalaiset pitivät edellytyksenä teestä nauttimiselle: korkealaatuinen vesi, hieno tee, asianmukaiset välineet, oikea asenne, viihtyisä ympäristö ja sopiva seura. (Nihtinen, 2004, 69.)

Nihtisen (2004, 69) mukaan *Lun* mielestä suu on korkein makutuomari, joka pystyy kertomaan, onko tee surkeaa, keskinkertaista, erinomaista vai kenties ”taivaallisen kas-teen” veroista.

Tang-dynastian aikana Kiina eli kosmopoliittista aikaa ja kaupankäynti oli vilkasta Silkkitietä pitkin Keski-Aasiaan ja meritse Etelä-Aasiaan, Japaniin ja Koreaan. Koreaan teen kerrotaan saapuneen munkkien välityksellä 600-luvun alkupuolilla. Koreassa vallitseva konfutselaisuus siivitti seremoniallista teen nauttimista hovin, ylimystön ja hengellisten miesten keskuudessa. (Nihtinen 2004, 77.)

Yunnanista ja Sichuanista kuljetettiin jo 600-luvulla jopa tuhansien hevosten ja kameli- en karavaaneissa teetä muiden hyödykkeiden lisäksi Etelä-Siperiaan, Keski-Aasiaan ja aina Persiaan asti. Eurooppaan teetä tuotiin vasta tuhat vuotta myöhemmin laivoilla. (Nihtinen 2004, 80)

Song-dynastian (960–1279) aikana teekulttuuri kehittyi entisestään. Teen laatu parani valmistusmenetelmiä tuli lisää. Myös teelaatuja tuli lisää markkinoille ja niille ruvettiin antamaan erilaisia kauppanimiä. Teetä alettiin käyttää myös yhteiskunnallisissa seremonioissa. (Nihtinen, 2004, 110.) Teen laatuun kiinnitettiin yhä enemmän huomiota ja tällä ajalla kehitettiin Feeniks- teekakku (kakun päällä koristeena feenikslintua esittävä kuvio) Toiseen aikakauden kuuluisaan teekakun pintaan oli kuvattu kiinalainen loh-

käärme. (Vicony Teas Company 2013) *Dian cha* –menetelmä teen haudutukseen kehitettiin tällä aikakaudella. Se muistuttaa nykyistä japanilaisen matchan valmistusta. Kiehuvaa vettä kaadetaan jauhetun teepulverin päälle ja teevispilällä vispataan juoman pintaan vaahto. Vaahdon väri oli yksi aihe kilpailtaessa teen valmistuksessa. Toinen aihe oli, pystyisikö vaahto ”puremaan kuppia” (*yao zhan*) eli kattaisiko vaahto koko teen pinnan. Ideaalina oli, että vaahto olisi valkoista ja se kestäisi mahdollisimman pitkään peittäen teen pinnan. (The Oriental.com 2013.)

Nihtisen (2004, 105) mukaan Song-kaudella perustettiin tee- ja hevosvirasto. Kiina tarvitsi hevosia eikä pystynyt kasvattamaan niitä itse tarpeeksi, koska väkirikkaissa asutuskeskuksissa ei ollut tarpeeksi laidunmaata. Rajaseutujen asukkailla taas oli hevosia, muttei teetä ja näin pystyttiin hyötymään toistensa tuotteista. Ajan mittaan teetä alettiin tuottaa yhä enemmän laadun kärsiessä eivätkä paimentolaiset enää tyytyneet samoihin teemääriin vaan vaativat yhä enemmän. 1200-luvulla koko järjestely romahti ja samalla Sichuan oli muuttunut laadukkaan teen tuottajasta ala-arvoisen massateen tuottajaksi. Tässä asemassa se pysyi pitkälle 1900-lukuun saakka, eikä se ole vielä kukaan noussut aikaisemmalle tasolle. (Nihtinen 2004, 108)

Ming-kaudella (1368–1644) teetä alettiin hauduttaa ja tältä ajalta ovat useimmat tuntemamme teetyypit. Teekakuista luovuttiin vuonna 1391 keisari *Hongwu*n määräyksellä, jossa veroteeksi valmistettiin enää irtoteetä kakkuteen sijaan. (Nihtinen 2004, 113–114.) 1500-luvun lopulta ovat nykyiset teen pääluokat: keltainen (*huangcha*), tumma (*beicha*), musta (tunnetaan Kiinassa nimellä *hongcha* eli punainen tee) sekä *wulong*-tee. Valkoisen teen (*baicha*) valmistuksesta löytyy maininta eräästä keittokirjasta vuonna 1554, mutta sitä alettiin tuottaa enemmän 1700-luvun lopussa. (Nihtinen 2004, 115.)

1300-luvun puolivälin jälkeen perustettiin Jingdezheniin keisarillinen posliinitehdas. Valkoisen posliini koristeltiin koboltinsinisillä kuvioilla. Posliini oli tärkeä vientituote, mutta kotimaahan tarvittiin myös paljon uutta teen haudutusmuotoa varten posliinias-

tioita. Itse teekannun nähdään kehitetyn 1400–1500-luvulla. (Nihtinen 2004, 120–121.) Yixingin kaupungissa alettiin valmistaa paikallisesta purppurasavesta lasittamattomia teekannuja, jotka olivat jo 1500–1600-luvun vaihteessa jo haluttuja keräilyesineitä. Ne ovat tänä päivänäkin erittäin arvostettuja, sillä huokoinen sisäpinta imee haudutetun teen aromeja ja tällaisessa kannussa haudutettu tee maistuu paremmalta kuin tavallises- sa kannussa haudutettu tee. (Nihtinen 2004, 121–124.) Minulle kerrottiin Kiinassa, että kannu on tarpeeksi vanha, kun kaataa kuumaa vettä tyhjään kannuun, niin vesi maustuu kannussa olevista aromeista hyväksi teeksi. Nämä pienet kannut (150–400 millilitraa) soveltuvat erittäin hyvin ns. *gongfu* -haudutukseen, missä samojen teelehtien päälle kaa- detaan vettä jopa seitsemän kertaa, jokaisen haudutuksen ollessa hieman erimakuinen (Nihtinen 2004, 126). Toista haudutusta pidetään parhaimpana ja Kiinassa sitä kutsu- taan ”keisarin osuudeksi”.

Qing-dynastian aikana (1644–1911) olivat mantšut vallassa. Teevälineiden kehityksessä tärkein uutuus oli kannen, *zhong*, lisääminen korvattomaan astiaan. Kiinalaiset tuntevat sen myös nimellä *gawan*, ”kansikuppi. Tämä piti teen lämpimänä ja mantšut ihastuivat myös tähän, sillä kylminä talvikuukausina tee pysyi pitempään lämpimänä. He olivat juoneet teetä jo 1000-luvulta lähtien ja nauttivat sen maidon kanssa. (Nihtinen 2004, 145.)

Teenjuonti alkoi arkipäiväistyä ja teekulttuurin loisto alkoi hiipua. 1600-luvulla maail- man teekauppaa hallitsivat ensin Hollanti ja sitten 1700-luvulta lähtien Iso-Britannia, joka aloitti oman teeviljelyn Intiassa. Kiinalaiset alkoivat itse viljellä teetä Taiwanissa 1800-luvulla luoden perustan hienolle *wulong*-teelle. (Nihtinen 2004, 150.)

2.2 Tee Japanissa

Japaniin tee saapui varmuudella 800-luvun alussa munkkien välityksellä ja siitä tuli muotijuoma keisari *Sagan* aikana. Japanilaiseen teekulttuuriin vaikutti suuresti kiinalai-

sen runoilijan *Lu Yun* kungfutselaispainotteinen *Chajing*-kirja. Kungfutselaisuus näkyy yhä tämän päivän japanilaisessa teeseremoniassa. Kiinalaista kulttuuria ihailtiin keisari Sagan hallituskauden aikana ja Kiinaan matkusti hengenmiehiä tutustumaan buddhalaisiin kirjoituksiin. Palatessaan kotimaahansa he toivat mukanaan myös teetä ja innostuksen teekulttuuria kohtaan. Sagan kuoleman jälkeen teekulttuuri näivettyi hovissa, mutta luostareissa munkit jatkoivat sitä. 1100-luvulla kiinalainen vispattu, Song-kauden vihreä tee sai suosiota Japanissa. (Nihtinen 2004, 79.) Munkit pitivät tärkeänä sen lääkinnällisiä vaikutuksia ja arvostivat sen hyvää vaikutusta meditaatioon. Munkki *Eison* oli ensimmäinen, joka toi teen tavallisille ihmisille yrittäessään parantaa sairaita teen avulla. (Kaisen 1991, 99–100.) Teen nauttiminen alkoi Kamakura-kaudella (1185–1333) tulla suosittumaksi ja sitä tuotettiin aluksi Kiotossa munkkien keskuudessa, josta se levisi muille yhteiskunnan alueille (Murai 1989, 11). Munkkien teerituaalien sijaan alettiin järjestää teekilpailuja, joissa samurait ja muu ylhäisö kilpailivat toisiaan vastaan. Teetä tarjoiltiin vieraille, jotka oli järjestetty istumaan riveihin. Näissä tärkeissä, sosiaalisissa tapahtumissa ihmiset saattoivat tanssia, juoda sakea ja pelata uhkapelejä. (Anderson 1991, 26.) Ajan mittaan teen asema ylellisyystuotteena alkoi haihtua.

Murata Shuko. buddhalainen munkki, jonka sanotaan perustaneen *chadōn*, ”teen tien”, oli jo nuorena poikana kiinnostunut teestä osallistuessaan Narassa teekilpailuihin. Hän korosti teen juonnissa sitä näkökulmaa, että piti laittaa itsensä ”likoon” teetä juodessaan. Hänelle oli tärkeämpää, että sydän oli mukana teetä valmistettaessa kuin muodollisuuksien noudattaminen. Sekä isännän nöyryys että vieraan keskittyneisyys i olivat *Shukolle* erittäin tärkeää. (Kaisen 1991, 108–109.)

Sen Rikyu (1522–1591) oli ensimmäinen yleisesti tunnettu teemestari Japanissa. Hänen vaikutuksensa *chadōn* (teeseremonia) on erittäin suuri. Häntä pidetään yhtenä suurimmista teemestareista. (Anderson 1991, 34.) *Chadō* muotoutui omaksi taiteekseen 1400– ja 1500-lukujen aikana ja sillä on merkittävä asema Japanin kulttuurihistoriassa. *Rikyūn* kuoltua hänen *chadō*-perintöään alkoivat levittää hänen tyttärensä pojanpojat. Syntyi

kolme koulukuntaa: *Omotesenke*, *Urasenke* ja *Mushanokōjisenke*. *Urasenke* jatkaa *Rikyūn* karun ja vaatimattoman teetaiteen perinnettä. Japanissa toimii nykyään myös lukuisia muita koulukuntia kuin edellä mainitut kolme *Senkeä*. (Urasenke 2013.)

Tänä päivänä Japanissa, kuten muuallakin Aasiassa, juodaan enimmäkseen vihreää teetä. *Ryokucha* on yleisnimitys kaikelle vihreälle teelle. Suosituin on *sencha*, jota juodaan 80 % kaikesta vihreästä teestä. (Stevens, 2013.) *Gyokuro* on arvokkainta teetä, sillä sitä varjostetaan bambuverhoilla noin kolme viikkoa ennen sadonkorjuuta. *Karigane* on muuten samanlaista kuin *gyokuro*, mutta siinä on mukana oksanpalasia, jotka tiputtavat sen laatua. *Kabusecha*ta varjostetaan vain viikko ennen sadonkorjuuta ja se jää *sencha* miedommaksi juomaksi. *Matcha*ta varjostetaan myös ennen sadonkorjuuta noin kolme viikkoa. Seremoniaan käytettävää *matcha* saa 30. päivän varjostuksen. Sen lehdet jauheetaan kivimyllyssä ja se siihen vispataan pienellä bambuvispilällä vaahto pinnalle. *Bancha* on tehty huonompilaatuisista aineksista kuin *sencha*. *Hojicha* on paahdettua vihreää teetä ja sen sanotaan olevan hyväksi ruoansulatukselle. Siinä on yhdistetty *banchan* ja *senchan* lehtiä. *Genmaichassa* on niin ikään yhdistetty *banchan* ja *senchan* lehtiä sekä paahdettuja riisinjyviä. Juoman sanotaan olevan terveellistä ja siinä on paahteinen aromi. Kukichassa on mukana paljon oksanpalasia. Sitä pidetään vähemmän kofeiinipitoisena kuin muita teelaatujia. (Stevens 2013.)

2.3 Tee Koreassa

Koreaan teen pidetään varmuudella saapuneen 600–700-luvulla Kiinasta palanneiden buddhalaisten munkkien mukana. (Brother Anthony & Hong 2007, 89–90). Buddhalaisuudesta tuli valtion virallinen uskonto vuonna 527. Korean ja Kiinan välillä oli runsaasti kanssakäymistä ja munkit toivat mukanaan teetä ja teen siemeniä. Teepensaita istutettiin monien temppelien lähelle eteläisillä alueilla ja tee alkoi yleistyä. (Brother

Anthony ym. 2007, 90). 1590 japanilaiset valloittivat Korean. Satoja keraamikkoja pakotettiin töihin Japaniin tekemään teeastioita seremonioihin. Tee säilyi tärkeänä osana korealaista kulttuuria, mutta korkeat verot olivat lopulta liikaa teen tuottajille ja monet viljelijät joutuivat lopettamaan teen tuotannon. Teestä alkoi tulla harvinaista ja sen hinta nousi. (Brother Anthony ym. 2007, 92–93.) Kuningas *Yengjo* (1724–1776) määräsi, että viiniä tai keitettyä vettä tarjottaisiin rituaaleissa ja tämä syrjäytti lopulta teen aseman. Teekulttuuri kuitenkin pystyi säilymään heikkona. (Brother Anthony ym. 2007, 93.) 1800-luvulla teekulttuuri alkoi elpyä, ennen kaikkea buddhalaismunkki *Cho Uin* toimesta. Häntä pidetään ”Korean teen isänä”. Hän julkaisi vuonna 1828 alkuaan ming-ajan kiinalaisen teetekstin nimellä *ChaSinJeon* (Teen henki), jonka oli tarkoitus olla helppo opas teen valmistamiseen ja nauttimiseen. (Brother Anthony, 2010.) Vapautuminen Japanin vallasta 1945 ja Korean sota (1950–53) eivät vielä alkaneet täysin elvyttää teekulttuuria. 1970-luvun lopulta lähtien voidaan nähdä korealaisen teen nousun kotimarkkinoille. Tänä päivänä monissa kouluissa opetetaan vihreän teen valmistusta perinteiseen tapaan. (Brother Anthony ym. 2007, 98–100.)

2.4 Tee saapuu Eurooppaan

Hollantilaiset toivat ensimmäiset lastit teetä Kiinasta ja Japanista Amsterdamiin 1610. Tee oli kallis ylellisyustuote, mutta jo vuonna 1660 se oli suosittua niiden keskuudessa, kellä oli varaa ostaa sitä. Teeastiatot olivat kalliita ja rikkaissa perheissä saatettiin varata erityinen huone teen nauttimista varten. Hollantilaiset myivät teetä Saksaan, Ranskaan ja Englantiin. Saksaan tee saapui noin 1640 ja 1709 Meissenissä keksittiin, kuinka valmistaa kiinalaista posliinia. Teeastioiden mallit perustuivat kiinalaisiin malleihin, eikä kupeissa ollut kahvoja sekä ne olivat pieniä ja lautaset olivat syviä. Tänä aikana aristokraateille kelpasi mikä tahansa kiinalainen tuote. (Saber 2010, 86–88.) Saksaa pidetään tänä päivänä kahvikansana, mutta on mielenkiintoista huomata, että Saksaan ostetaan 50 % Darjeeling-teen first flush (ensimmäinen poiminta) sadosta. Hampurissa sijaitsevat Euroopan suurimmat teen tukkumyyjät. (Saber 2010, 88.)

Ranskassa tee oli myös kallista ja sitä nautti vain ylhäisö. Ludvig XIV (1643–1715) oli teen ystävä ja nautti sitä lääkkeenä, hoitaakseen kihtiään. Teesalongeista (*salon de thé*) tuli suosittuja ja niitä on yhä Pariisissa. 1980-luvun lopulla perustettiin Mariage Frères Company, jonka tavoitteena on ollut tehdä teekulttuurista hienoa. Se aloitti korkealatuisten teelaatujen myynnin ja nykyään sillä on kolme teesalonkia Pariisissa. Se on myös yhdistänyt teen nauttimisen erilaisiin makeisiin ja suolaisiin leivonnaisiin. (Saber 2010, 88–90.)

Englantiin tee saapui 1645. Ensimmäinen teen huutokauppa pidettiin Mincing Lane'lla Lontoossa 1656. Aluksi kuitenkin kahvi oli suositumpaa sen alhaisemman hinnan vuoksi. 1720-luvulla musta tee voitti suosiossa vihreän teen ja samoihin aikoihin teehen alettiin lisätä maitoa. (Saber 2010, 91.) 1662 Kaarle II nai portugalilaisen prinsessan Katariina Braganzalaisen. Hän toi myötäjäisissään arkullisen kiinalaista teetä. Noustessaan maihin ensikertaa Englannissa hän halusi kupin teetä. Katariina alkoi tarjoilla teetä hovissa. Aluksi tee oli vain rikkaiden juoma, sillä se oli niin kallista. (Saber 2010, 93.) Itä-Intian kauppakomppania aloitti vuonna 1689 teen tuonnin Kiinasta ja 1721 sille myönnettiin monopoli teekauppaan. Siitä kehittyi voimakas taloudellinen tekijä maailmankaupassa. Vaikka kauppakomppania oli perustettu aluksi mausteiden tuontiin ja ajan mittaan se toi muitakin tuotteita, niin 1700-luvun loppuun mennessä teen tuonti oli kaikkein kannattavinta. Vuonna 1833 yhtiö menetti monopolin ja teen maailmankauppa tuli muillekin toimijoille mahdolliseksi. (Saber 2010, 94.) 1700-luvun puoliväliin mennessä teestä oli tullut keskiluokan juoma ja se korvasi oluen aamiaisella ja ginin muina aikoina (Saber 2010, 102). Kemasangin (2009,70) mukaan teestä oli tullut Englannin kansallisjuoma, joka oli elintärkeää niin rikkaille kuin köyhille. Lontooseen alkoi syntyä teehuoneita puutarhoihin. Ne olivat näyttätymispaikkoja. 1800-luvun alussa teetä alettiin juoda kotona. 1850-luvulla syntyi käsite iltapäivätee, kun Bedfordin herttuatar Anna Maria tarjoili teen kera paahtoleipää ja leivonnaisia. (Saber 2010, 103.) Viktorianisena aikana Englantiin alkoi tulla yhä enemmän teehuoneita, joissa teen lisäksi

tarjottiin suolaisia ja makeita leivonnaisia. 1920-luvulla cocktailit tulivat muotiin ja syrjäyttivät teen suosikkijuomana. 1950-luvulla kahvilat alkoivat syrjäyttää teehuoneita. (Saber 2010, 106–110.) Mainittakoon vielä, että vuonna 2000 alettiin teetä viljellä Cornwallissa. Tregothnan Estate vie vihreää ja mustaa teetä mm. Japaniin. (Tregothnan 2013)

Vuonna 2010 Englantiin tuotiin teetä vajaat 122 tonnia teetä. Venäjälle (179 tonnia) ja Yhdysvaltoihin (vajaa 127 tonnia) vietiin enemmän, mutta englantilaisten teenkulutus on suurinta maailmassa väkilukuun nähden (Groosman 2011,7).

3 Teetyypit

Aito tee saadaan teepuun (*Camellia sinensis*) lehdistä. Se, miten ja missä kasvit kasvavat ja miten lehdet käsitellään korjuun jälkeen, vaikuttaa huomattavasti saman kasvin lehdistä saatuun tuotteeseen. Maaperä, ilmasto-olosuhteet ja kasvupaikan korkeus sekä lämpötilat vaikuttavat lopputulokseen. Lehtien jatkokäsittelyllä on oma osuutensa teen maakuun. Teen lehtiä voidaan hapettaa osittain, kokonaan tai jättää kokonaan hapettamatta. Kuivaaminen voi tapahtua lämmön kanssa tai ilman. Teetä voidaan höyryttää. Teen tuottamismenetelmät ovat pysyneet muuttumattomina käytännöllisesti katsoen vuosisatoja. (Gold, 2010,25.)

3.1 Vihreä tee

Vihreää teetä pidetään erittäin terveellisenä juomana. Perinteisesti sitä on juotu Kiinassa, Japanissa, Koreassa ja muualla Kaakkois-Aasiassa sekä Pohjois-Afrikassa. Teen lehtiä nuudutetaan ja mahdollisesti rullataan, riippuen teelaadusta. Lopullinen kuivaus tapahtuu seuraavin keinoin:

- ilmakeuivaus
- pannu- tai wok-kuivaus
- korikuivaus
- höyrytys

Koko prosessi lehtien keräämisestä valmiiseen teehen on sangen lyhyt kestäen ennemmin tunteja kuin päiviä. (Gold 2010, 26.)

Longjing -tee on ehkä kuuluisin kiinalainen vihreä tee. Se on kotoisin Hanzhoun alueelta, mutta nykyään sitä viljellään myös muualla Kiinassa. Sitä on saatavilla monen eri laatu-
luokan teenä. Teen lehdet ovat muodoltaan litteitä, pitkähköjä ja kapeita. Valmiin juoman aromi on makeahko, kasvin makuinen, täyteläinen, pehmeä ja hieman paahteinen. Väriltään se on jadenvihreä. (Gold 2010,35.)

Gunpowder –tee on saanut nimensä ulkonäöstään, joka muistuttaa ruutia. Tyypillisesti sitä on tuotettu Zhejiangin maakunnassa ja sitä on viety ulkomaille ensimmäisten teelaatujen joukossa 1600-luvun alkupuolella. Sitä juodaan paljon Pohjois-Afrikan maissa marokonmintun kanssa ja sitä makeutetaan usein sokerilla. Maku on voimakas ja kitkeröityy helposti, jos sitä hauduttaa liian pitkään tai vesi on liian kuumaa. (Gold 2010, 36.)

Anji Bai Cha- teetä tuotetaan Zhejiangin alueella Kiinassa. Lehdet ovat nuolenmuotoisia ja kuivana tummia väriltään. *Bai Cha* tarkoittaa valkoista teetä. Nimi tulee siitä, että lajikkeen lehdet ovat valkovihreitä poiminta-aikaan huhti-toukokuussa, koska pensaassa on siihen aikaan vuodesta hyvin vähän lehtivihreää. Tee sisältää suuren määrän aminohappoja ja sen väitetään rauhoittavan hermojärjestelmää. (Teen ystävät 2010.)

Bi Luo Chun-tee (tunnetaan myös nimellä *Pi Lo Chun*) on kotoisin *Jiangsu*'n alueelta Kiinasta. Se on kuuluisa hedelmäisestä maustaan, kukkaisesta aromista, valkoisesta nukasta ja aikaisesta sadonkorjuusta. Se on yksi arvostetuimmista vihreistä teelaaduista Kiinassa. (Vicony Tea Directory 2013b.)

Tuotantoalue	Teetyypit	Tuotantoalue	Teetyypit
Zhejiang	Long Jing tee, An Ji valkoinen tee, Zhejiang valkoinen tee, orgaaninen vihreä tee, orgaaninen Cui Jian vihreä tee, Kai Hua Long Ding, Xiangcha tee	Hunan	Gao Qiao Yin Feng. Shi Men Yin Feng. Xiang Bo Lv
Jiangsu Anhui	Bi Luo Chun Shan Huang Shang Mao Feng, Tai Ping Hou Kui, Liu An Gua Pian, Song Luo tee	Shandong Guizhou	Lao Shan vihreä tee Mei Tang Que She, Mei Tang Cui Ya Tea, Du Yuan Mao Jian, Zun Yi Mao Jian
Sichuan	E Mei Zhu Ye Qing, Meng Ding Gang Lu,	Shaanxi	Wu Zi Xin Hao, Wu Zi vihreä tee, Zi Yang Mao Jian, Zi Yang Cui Feng, Fu Xi tee
Henan	Xin Yang Mao Jian	Guangxi	Ling Yuan Bei Hao, Ling Luo Chun

Kuvio 2. Kiinalaisen teen tuotantoalueet ja kuuluisia teelaatujia. Introduction To Green Tea (2013) mukaan.

Sencha on Japanin suosituin ja sen osuus on 80 % kaikesta Japanissa tuotetusta teestä. Se tulee markkinoille keväällä ensimmäisenä teelaatuna. Varhaisemman sadon korjuuta kutsutaan *shincha*'ksi ('uusi tee) ja se on noin 30 % kalliimpaa kuin *sencha*. Myyntiaika on huhtikuusta heinäkuun alkuun riippuen satokauden alkamisesta. Sen tuloa markkinoille juhlitaan samoin kuin uuden viinin, *Beaujolais Nouveau*'n, markkinoille. Tämän jälkeen se muuttuu *sencha*'ksi. Ensimmäinen poiminta on huhtikuun puolivälissä ja se on nimeltään *ichibancha*. *Nibancha* (toinen poiminta) alkaa kesäkuun lopulla, *sanbancha* (kolmas poiminta) aloitetaan elokuun puolivälissä neljäs poiminta, *yobancha*, alkaa syyskuun loppupuolella. (Sencha 2013.)

Gyokuro on korkealaatuista vihreää teetä. Se kehitettiin 1835 ja pensaita varjostettiin aluksi riisinolkimatoilla. Vaikka se tuotetaan samasta lajikkeesta kuin *sencha*, se käsitellään eri tavoin. Viljelmää varjostetaan 20–30 päivää ennen poimintaa tummilla kankail-

la, jotta lehtiin saadaan paljon teaniinia. Teaniinin korkea pitoisuus lehdissä antaa teelle makean maun. *Gyokuron* maussa erottuu merilevä ja makeus. Haudutettu juoma on värittään tumman vihreää verrattuna *senchan* kellertävän vihreään. (Vicony Tea Directory 2013c.)

Vihreä tee on terveellistä siksi, että se sisältää runsaasti katekiineja, polyfenoleja ja ennen kaikkea EGCG:tä. EGCG on voimakas antioksidantti, jolla on syöpää estävä vaikutus (se tuhoaa syöpäsoluja jättäen terveet solut rauhaan). Sen väitetään olevan tehokas alentamaan LDL-kolesterolipitoisuutta, estävän veren paakkuuntumista ja veritulppia sekä säätelevän rasvahappojen koostumusta. Japanilaisen vihreän teen terveyttä edistävät vaikutukset johtuvat paljolti siitä seikasta, että teen lehdet höyrytetään, joka estää EGCG:n hapettumisen. (Sinija & Mishra 2008, 233.)

Kuviossa 3 (All About Green Tea 2013) nähdään miksi vihreästä teestä on tullut suosittua. Sen ainesosia on eristetty ja niistä tehdään luontaisravinteita ja niitä markkinoidaan terveyttä edistävinä ja sairauksia ehkäisevinä tuotteina. Vihreää teetä on tutkittu paljon, mutta se on yhä kiinnostuksen kohteena monissa laboratorioissa ympäri maailman.

Vihreän teen terveydelliset vaikutukset		
Ainesosa	Vaikutus	
Katekiinit	Alentaa veren kolesterolia	
	Kehon rasvapitoisuuden alentaminen	
	Syöpää ehkäisevä vaikutus	
	Antioksidantti	
	Antibakteerinen	
	Flunssaa ehkäisevä vaikutus	
	Hillitsee verenpainetta	
	Verensokeria tasapainottava vaikutus	
	Raikastava vaikutus	
Kofeiini	Lisää tarkkavaisuutta	
	Lisää kestävyyttä	
	Lieventää krapulaa	
	Nestettä poistava vaikutus	
Vitamiinit	C-vitamiini	Antioksidantti
		Terveen ihon ja limakalvojen ylläpitäminen
	B2-vitamiini	Terveen ihon ja limakalvojen ylläpitäminen
	Foolihappo	NTD:n ehkäisy
		Sepelvaltimotaudin ehkäisy
	β-karoteeni	Pimeänäön säilyttäminen
	E.vitamiini	Antioksidantti
Saponiinit	Verenpaineen alentaminen	
	Flunssaa ehkäisevä vaikutus	
Fluori	Hampaiden vahvistaminen	
Gamma-aminovoihappo (GABA)	Verenpaineen alentaminen	
Kivennäisaineet (kalium, kalsium, fosfori, mangaani, jne.)	Biologinen säätely	
Klorofylli	Raikastava vaikutus	

Kuvio 3. Vihreän teen terveydelliset vaikutukset. (All About Green Tea 2013)

3.2 Valkoinen tee

Valkoista teetä kutsutaan ”valkoiseksi” lehdissä olevan hopeanharmaan nukan vuoksi. Kiinassa valkoiseksi teeksi luokitellaan kahdesta alalajikkeesta (*Camellia sinensis* var. *khenghe bai hao* ja *Camellia sinensis* var. *fudin bai hao*) kerätyt teenlehdet, joita kasvaa ainoastaan Fujianin maakunnassa. Sen sadonkorjuuaika on keväällä. Se on väriltään haalean

keltaista ja maistuu miedolta. Alkuperäinen valkoinen tee, *Bai Hao Yin Zhen* (hopeinen neulainen), valmistetaan avautumattomista nupuista, jotka kerätään tiettyjen lajikkeiden pensaista. Parhaimpinakin vuosina sen tuotanto on rajoittunut. Nykyään valkoista teetä tuotetaan muuallakin kuin Kiinassa. (White Tea 2013.)

3.3 Keltainen tee

Arvellaan että keltaista teetä on alettu valmistaa *Qing*-kauden (1644–1912) alussa. Kuu-
luisat alueet ovat Huo Shan Anhuissa ja Meng Ding Shan Sichuanissa. Sen valmistami-
nen on aikaa vievää ja hankalaa ja sitä tuotettiin vain lähialueille. Vain kolme erilaista
keltaista teetä on säilynyt nykypäivään asti verrattuna tuhansiin vihreän teen laatuihin.
Jun Shan Yin Zhen tulee Hunanista Jun Shan-saarelta Dong Ting- järveltä, *Meng Ding
Huang Ya* Setsuanista ja *Mo Gan Huang Ya* Zhejiangista. (Seven Cups 2013.)

Keltaista teetä valmistetaan varhaiskevään sadon nupuista. Se on kallista ja sen saata-
vuus on usein heikko. Sitä tuotetaan ainoastaan Kiinassa. Keruun jälkeen sitä paahde-
taan hiukan wok-pannulla, jonka jälkeen lehdet rullataan käsin. Sen jälkeen sitä kuivate-
taan ilmassa useita päiviä, jonka aikana se kellastuu ja hapettuu hieman. Juoman maku
on kukkainen, tuore ja mieto. (Gold 2010, 28.)

3.4 Oolong -tee

Oolong-teetä (*wulong cha*) viljellään Fujianissa, Kiinassa. Teet nimetään teepensa-
alajaikkeen mukaan. Sadonkorjuu alkaa vasta toukokuussa, (vihreä tee maaliskuu) jotta leh-
det ehtivät kasvaa suuremmiksi. Parhaimmat teelaadut tulevat Anxin ja Chaozhoun
alueilta sekä Taiwanin vuorilta. Teen hapettamisaste vaihtelee 15–80 %:n välillä. (Oo-
long Tea 2013.)

Vain auenneita lehtiä kerätään ja niiden annetaan nuutua muutama tunti auringossa,
jonka jälkeen ne laitetaan bambutarjottimille hapettumaan. Hapettuminen lopetetaan
altistamalla lehdet kuumalle ilmalle erityissä kuivausrummussa. Sen jälkeen tee muotoil-

laan, usein pallomaiseksi. Tämän jälkeen tee paahdetaan hiilien yllä sopivaksi myyntiin. Teetä ei kuivateta ihan kuivaksi, vaan teemestari päättää miten paljon kosteutta poistetaan. Hän tutkii teetä katsomalla, käsin kokeilemalla ja erityisesti haistamalla. (Wulong Tea 2013.)

Nihtisen (2004, 233–237) mukaan *Tie Guanyin*, *Fenghuan dancong*, *Dongding*, *Wuyi yancha*, *Dahongpao* ja *Baihao wulong* ovat tunnetuimpia laatuja. *Tie Guanyin* on erittäin suosittua ja eräässä huutokaupassa Guangzhoussa vuonna 2002 100 gramman erä korkealaatuista *Anxin Tie Guanyin*-teetä maksoi 120 000 yuania (n. 13 500 euroa).

3.5 Musta tee

Musta tee on täysin hapetettua ja maultaan täyteläistä rikasta. Se on toiseksi suosituin tee maailmassa. Kiinassa sitä kutsutaan punaiseksi teeksi (*Qi Hong*) juoman värin vuoksi, eikä teen lehtien värin vuoksi, kuten läntisessä maailmassa. Mustaa teetä tuotetaan kahdella eri tapaa: orthodox-tea ja CTC-tea.

Orthodox-tee viittaa siihen, että tee rullataan käsin tai koneellisesti siten, että se jäljittelee käsin rullausta. Tällaiset teelaadut ovat tunnettuja vivahteikkuudestaan ja niissä ovat teen lehdet kokonaisia. Niitä tuotetaan ennen kaikkea Kiinassa, Intiassa, Sri Lankassa, Keniassa ja Indonesiassa. (Black Tea 2013.) Suurimmat mustan teen tuottajat ovat Unilever-Lipton, PG Tips, Associated British Foods-Twinings, Tata-Tea-Tetley ja Teekanne (Hicks, 2009, 254).

Termi CTC (cut, tear and curl) tarkoittaa, että tee kerätään koneellisesti. Tässä prosessissa saadaan kolmanneksen suurempi sato kuin käsinpoimitusta teestä ja siinä voidaan käyttää huonompilaatuksia teelehtiä. Se soveltuu hyvin kolmannen maailman maihin, joissa siitä saadaan paikallinen sato ja tuotetta myös vientiin ja siitä saadut tuotot ovat

paremmat kuin käsin poimitussa teessä. Siitä ei saa kuitenkaan ikinä korkealaatuista teetä, kirjoittaa Pratt, J. (1999, 120–121.)

Seuraavia kirjaimia ja kirjainyhdistelmiä käytetään mustan teen luokitteluun ja ne löytyvät teepakkauksista:

- D - Dust: teelehdistä jauhautunutta pölyä ja pieniä teelehtien palasia. Käytetään teepusseihin
- F – Fanning: jyvämäisiä teepuruja, vähän isompaa laatua kuin edellinen
- S – Souchong: suurimmat lehdet, jotka sijaitsevat oksan alkupäässä. Näitä lehtiä käytetään usein erilaisissa savustetuissa kiinalaisissa teelaaduissa
- P tai PEK – Pekoe: hieman pienempi kuin souchong-laatu
- OP – Orange Pekoe: poimittu läheltä oksan kärkeä
- BOP – Broken Orange Pekoe: koneellinen käsittely rikkonut lehtiä ja ne hautuvat nopeammin teeksi kuin kokonaisista lehdistä tuotetut laadut
- FOP – Flowery Orange Pekoe: mukana myös jonkin verran kärkisilmuja ja nuppuja
- FBOP – Flowery Broken Orange Pekoe: viittaa BOP:hen ja mukana jonkin verran kärkisilmuja
- GFOP – Golden Flowery Orange Pekoe: usein viittaa FOP:hen, missä nuput ja kukat ovat kullankeltaisia
- TGFOP – Tippy Golden Flowery Orange Pekoe: suurempi määrä kullankeltaisia nuppuja FOP:ssä
- FTGFOP - Finest Tippy Golden Flowery Orange Pekoe: arvostettujen teetilojen hienoimpia teelaatuja. Yleensä sisältää kullankeltaisia kukkia, nuppuja ja nuorimpia teelehtiä (Imperial Tea Garden 2013.)

Intialaiset teelaadut, korkealaatuinen Darjeeling-tee ja Assam, luokitellaan näiden lisäksi myös korjuuajankohdan mukaan:

- First flush: ensimmäinen, varhaiskeväinen korjuu - kaikkein miedoin, nautiskelijoiden erikoisuus (Englannin kuningatar Elisabeth nauttii Margaret's Hope'n tilan darjeelingia)
- Second flush: toinen, kesäinen korjuu
- Third flush: kolmas, syksyinen korjuu – voimakkaimman makuinen.

Kiinalaisia mustan teen laatuja ovat:

- Lapsang Souchong: vahva, savunmakuinen
- Keemun
- Dian Hong, Ying De Hong, Ju Qiu Mei Hong

Intialaiset ja Sri Lankalaiset laadut:

- Assam: vahva, maltainen alankomailla kasvatettu tee
- Darjeeling: kukkainen, hento ja hedelmäinen tee Länsi-Bengalin ylängöiltä Darjeelingin kaupungista ja sen lähiseuduilta
- Munnar Keralasta
- Kangra
- Nilgiri
- Ceylon

Muita mustan teen laatuja:

- Kenyan: afrikkalainen, muistuttaa Assamia
- Vietnamilainen: muistuttaa halvempia yunnanilaisia laatuja
- Nepalilainen: Nepalilä ylängöiltä, muistuttaa halvempia darjeeling-laatuja
- Rize Tea: kristallinkirkas ja mahongin värinen turkkilainen tee
- Thai-tee
- Azerbaidzanilainen
- Krasnodar: Kaukasukselta Venäjältä
- Java ja Sumatra Indonesiasta

Teeseikoituksia mustasta teestä:

- Earl Grey: bergamottiöljyllä maustettu kuuluisin teeseikoitus
- English Breakfast, Irish Breakfast (Hicks 2009, 256-257)

3.6 Pu-er tee

Pu'er-teetä tuotetaan Yunnanin, Hubein, Guangxin ja Hunanin maakunnissa. Kiinankielinen nimi *heicha* tarkoittaa mustaa teetä, mutta lännessä sitä kutsutaan tummaksi teeksi. Lehdet kerätään *daye*-teepuun lehdistä. Nämä voivat olla 500-100 vuoden ikäisiä puita ja niitä pidetään vanhimpina ja alkukantaisimpina teepuina. (Nihtinen 2004, 240.) *Pu'er*ia on kahta tyyppiä: luonnollisesti käynnyttä, *Sheng pu'er*, (raakaa) ja nopeutetusti käytettyä (*Shu pu'er*). *Sheng pu'er*ia (vihreä *pu'er*) tehtäessä kerätyt lehdet höyrytetään kevyesti ja puristetaan kakuiksi. Näissä kakuissa alkaa luonnollinen käyminen joka saattaa kestää 8-10 vuotta ja tee muuttuu vihreästä mustaksi. *Shu pu'er*in valmistus kehitettiin 1970-luvulla, jotta vanhenemisprosessia saataisiin nopeutettua. Lehdet kasataan keoiksi ja niitä kastellaan ja sen jälkeen keot peitetään kankailla ja näin saadaan kompostoitumista muistuttava käyminen. Lämpötila keoissa nousee korkeaksi ja niissä tapahtuu biokemiallisia muutoksia. Kekoja käännetään, jotta käyminen ei etene liian pitkälle. Epäonnistunut tuote tuoksuu ja maistuu ”mullalle” ja se voi olla osittain mädäntynyttä. (Puer Tea 2013.)

Vanha ja hyvälaatuinen *pu'er* on maultaan pehmeää. *Pu'er*ia pidetään myös terveellisenä ja se on suosittu sijoituskohde kiinalaisten keskuudessa. Kuten muitakin teelaatuja, sitä valitettavasti väärennetään. Guangdongin maakunnassa, Hong Kongissa ja Macaossa se on erittäin suosittua, sillä sitä juodaan dimsum-aterioiden (kantonilaisia, pieniä annoksia) kanssa. (Nihtinen 2004, 241–242.)

3.7 Tee tänään

Tee on kokenut Suomessa renessanssin 2000-luvulla. Käsien poimittuja teelaatujia kuletetaan enemmän ja Helsinkiin on perustettu puolenkymmentä erilaisiin teelaatuihin erikoistuneita yrityksiä kuten myös muualle Suomeen. Kalliita teelaatujia on saatavilla ainakin Helsingissä jo monissa kahviloissa ja ravintoloissa. Ihmiset ovat kiinnostuneet teehen liittyvästä toiminnasta kuten teeseremoniasta ja *gong fu* –haudutuksesta.

Maailmalla teebuumin katsotaan alkaneen 1970-luvulla Kiinassa ja Taiwanissa. 1971 Feng Shiye julkaisi Hong Kongissa kirjan nimeltä “The Art of Drinking Tea”, jossa hän kävi läpi erilaisia alueellisia tapoja Kiinassa valmistaa ja nauttia teetä. Hänen työnsä inspiroi teekulttuurin elpymistä ja kirjan opetuksia alettiin soveltaa Taiwanissa. Siellä ”teehuone” tarkoitti huonomaineista paikkaa, mihin liittyi prostituutiota ja muuta arveluttavaa toimintaa. Uudet ennakkoluulottomat yrittäjät perustivat teehuoneita, joissa keskityttiin teen juontiin ja kiellettiin muunlainen, epämääräinen toiminta. Nämä uudenlaiset teehuoneet saavuttivat laajaa suosiota, sillä niissä keskityttiin teekulttuurin harjoittamiseen ja teetietouden oppimiseen. (Kim & Zhang, 2012.)

Teetä alettiin valmistaa uudella, vanhalla tavalla nimeltään *gongfucha*-haudutus. Se on kotoisin *Chaozhou*’n alueelta Kiinasta, Guangdongin ja Fujianin alueiden välistä. *Cai Rongzhang*’in (yksi taiwanilaisen teekulttuurin pioneereista ja Lu Yu Tea Art Institution’in opettajista) ohjeiden mukaan *gongfu*-haudutus menee seuraavalla tavalla: ensimmäinen haudutus kestää yhden minuutin ja 15 sekuntia, toinen yhden minuutin, kolmas jälleen minuutin ja 15 sekuntia ja seuraaviin haudutuksiin lisätään 15–20 sekuntia. *Cai* kehottaa käyttämään ajastinta, jotta varmistetaan haudutuksen onnistuminen. (Wicentowski 2000, 10–11.)

Kiinalainen tapa tänä päivänä tehdä ja tarjota teetä on Kim'in & Zhang'in (2012) mukaan on aivan erilainen kuin *Lü Yu'n* aikana. Silloin tee jauhettiin ja keitettiin vedessä. Siihen lisättiin suolaa ja mausteita. Nykyinen teen tarjoilu on ottanut vaikutteita japanilaisesta ja korealaisesta teekulttuurista, sillä *gongfucha*'lla on yhtäläisyyksiä japanilaiseen *senchadō*on sekä korealaiseen tapaan tarjoilla tee. Kim & Zhang (2012) ovat sitä mieltä, että on hankalaa eritellä, sen jälkeen kun seremoniasta on poistettu kansalliset symbolit, mikä seremoniassa on korealaista, japanilaista tai kiinalaista.

Länsimaissa käsin poimittu tee on tullut suosituksi. Yhdysvalloissa James Norwood Pratt aloitti teen puolesta puhumisen ja kirjoittamisen jo 1980-luvun alussa. David Lee Hoffman kiertää Kiinaa Les Blankin mainiossa dokumentissa etsien parhaita teelaatujia myydäkseen niitä Yhdysvalloissa. Hoffman toi 1980-luvulta lähtien myös amerikkalaiseen tietoisuuteen käsin poimittujen teelaatujen hienoudet Kaliforniassa. Hän oli matkustellut laajasti Aasiassa ja ihastunut vihreän teen eri variaatioihin ja sen nauttimiseen. Ranskassa perinteikäs teetalo Mariage Frères aloitti 1980-luvun alussa teen vähittäismyynnin ja perusti teehuoneita Pariisin keskustaan. Sillä on nykyään yli 30 teen myyntipistettä Ranskassa, Saksassa ja Japanissa. Suomessa teebuumi alkoi 1990–2000-lukujen taitteessa. Kiinnostus kiinalaisia ja japanilaisia teelaatujia kohtaan nousi ja pikkuhiljaa pieniä teelikkaita on noussut Helsingin kantakaupunkiin tuoden kilpailua perinteisten, suurempien teetalojen markkinoille.

4 Teen Ystävät

Olen kuulunut Teen Ystäviin vuodesta 2009 lähtien ja liityin yhdistykseen saadakseni tietoa erilaisista teelaaduista ja päästäkseni maistelemaan harvinaisuuksia, joihin en kotioloissa ehkä tulisi törmänneeksi. Yhdistyksen järjestämissä teematilaisuuksissa olen päässyt tutustumaan erittäin monipuolisesti teen maailmaan ja sen vivahteisiin. Tilaisuuksissa on yleensä joku teeyritys esittelemässä toimintaansa ja tuotteitaan. Yhdistyksenä Teen Ystävät eroaa maailmalla olemassa olevista yhdistyksistä sen harrastajaluonteesta vuoksi. Yleensä vastaava toiminta muualla on teen myyjäorganisaatioiden järjestämiä.

Pirkko Arstila (Teen Ystävien alullepanija ja kantava voima) sai ajatuksen kohottaa teen arvostusta kyllästyttyään erään hienon ravintola-aterian päätteeksi saatuun pussiteehen (hän ei juo kahvia) ja kirjoitti ET-lehteen kolumnin, jossa esitti huolestuneisuutensa siitä, että haudutettua teetä ei ole enää tarjolla kahviloissa tai ravintoloissa. Artikkelin pohjalta monet samanmieliset ihmiset ottivat häneen yhteyttä ja olivat samaa mieltä ja näin hänellä kehittyi ajatus yhdistyksen perustamisesta. Hän otti yhteyttä mm. Paavo Lipposeen ja Erkki Liikaseen yhdistyksen perustamisen johdosta. Arstila otti yhteyttä teetalo Forsmaniin, jossa innostuttiin yhdistyksestä. Forsman järjesti vastaperustetulle yhdistykselle, Teen Ystäville, eräänlaisen tutustumisen teemaailmaan maistattamalla erilaisia teelaatuja, jotka Arstilan mukaan ”avasivat tajunnan”. Aluksi Teen Ystävät keskittyi pitämään ”meteliä” teen laadun tasosta ravintoloissa ja kahviloissa. Teen maistelu ja uusien teelaatujen kokeilu on sisältynyt alusta lähtien toimintaan. (Arstila 2013.)

Teen Ystävät ry on perustettu alkuvuodesta 2003 ja vietti juuri 10–vuotisjuhliiaan. Se on harrastajapohjainen yhdistys, joka pyrkii:

- vaalimaan tarjottavan teen laatua
- edistämään teekulttuurin tuntemista

- pyrkii saamaan teen juojille parempaa palvelua
- tekemään eri teelaatuja tunnetuiksi
- opastamaan teen oikeaa valmistustapaa
- välittämään tietoa teen terveystaustasta

Yhdistys kokoontuu muutaman kerran vuodessa teehen ja muihin teehen liittyvien teemojen puitteissa. Tapaamisissa maistellaan ja vertaillaan eri teelaatuja tai tutustutaan paikkoihin, joissa tarjotaan hyvää teetä. (Teen Ystävät 2013a.)

Yhdistys jakaa vuosittain kolme kunniakirjaa ansioituneille teepaikoille. Kriteerinä kunniakirjan saamiselle on, että:

- 1) kahvilassa, jossa teetä tarjotaan, on laaja haudutettavan teen valikoima ja henkilökunta osaa opastaa teen ja sen kanssa nautittavan syömisen valinnassa. Teeasiaston tulee olla sopivaa teen nauttimiseen ja toivomuksena on, että paikan toiminnalla olisi jatkuvuutta
- 2) kaupalla tai kauppiaalla, jolla on valikoimissaan korkealaatuista teetä, on riittävä asiantuntemus myytävien teelaatujen käyttöön
- 3) kauppa, ravintola, yritys, henkilöstöravintola tai kunta on edistänyt ja vaalinut teekulttuuria

(Teen Ystävät 2013b.)

Yhdistys julkaisee nykyään kolmesti vuodessa ilmestyvää jäsenlehteä nimeltä Teen lehti. Lehdessä kerrotaan yhdistyksen järjestämistä tapahtumista ja suositellaan mielenkiintoisia teetä tarjoavia paikkoja.

5 Tutkimuksen toteuttaminen

Teen Ystävät toimii läheisessä yhteistyössä teeliikkeiden kanssa ja järjestää usein heidän kanssaan tapahtumia ja yritykset tarjoavat usein teet tilaisuuksiin. Tutkimukseni käsittelee yhdistyksen ja teetoimijoiden välistä yhteistyötä. Tarkastelen tutkimuksessani miten harrastajien kokemukset ja tieto ovat muuttaneet teen markkinoita, käyttöä ja teekulttuuria Suomessa ja millä tavalla maahantuojat ja seura toimivat yhdessä teekulttuurin edistäjinä.

Valitsin Teen Lehdessä olevien artikkeleiden pohjalta viisi useimmin mainittua yritystä, jotka olivat olleet yhteistyössä yhdistyksen kanssa sen toiminnan aikana. Lähetin yrittäjille sähköpostia, jossa kysyin heidän halukkuuttaan osallistua tutkimukseeni. Käytin valmista kysymysrunkoa, jossa haastatelluilla oli mahdollisuus omin sanoin vastata kysymyksiin. Kolme haastattelua tehtiin Helsingissä huhtikuun aikana 2013 ja tallennettiin tietokoneelle, jonka jälkeen litteroin haastattelut. Kaksi haastatteluista tehtiin sähköpostin välityksellä.

Päädyin opinnäytetyössäni laadulliseen tutkimukseen, ja menetelminä käytetään haastatteluja sekä osallistuvaa havainnointia. Tutkimuksen kohteena on Teen Ystävien toiminta harrastajayhteisönä ja yhteistyö teen kanssa toimivien yritysten kanssa. Tätä yhteistyötä tarkastelen markkinoijan ja harrastajayhteisön kohtaamisena ja yhteistyönä erilaisissa teeseuran tilaisuuksissa. Tutkimus pyrkii tarkentamaan yritysten ja kuluttajien välistä vuorovaikutusta. Sen tavoitteena on kuvata harrastajayhteisön ja yrityksen välisiä toimintoja, joiden kautta yritykset ja harrastajat keskustelevat tuotteeseen liittyvistä mielikuvista ja käsityksistä ja oppivat mahdollisesti toisiltaan. Triangulaatio on Hirsjärvi & Hurme (2011,39) mukaan ”eri menetelmien käyttö samassa tutkimuskohteessa”. Triangulaatiossa ”yhdellä menetelmällä saatuja tietoja vertaillaan muista lähteistä saatuihin

tietoihin” (Hirsjärvi ym. 2011, 189) ja pystytään toteamaan henkilöiden antamat tiedot todenmukaisiksi. Tämän katsotaan vahvistavan tutkimuksen reliabeliutta.

Haastattelut toteutin puolistrukturoituna, koska ”kysymykset ovat kaikille samat, mutta vastauksia ei ole vastausvaihtoehtoihin, vaan haastateltavat voivat vastata omin sanoin” (Eskola & Suoranta 1998 teoksessa Hirsjärvi ym. 2011, 47).

Tämän prosessin aikana olen havainnoinut teeseuran tilaisuuksissa teekulttuuria sen moninaisuudessaan ja täten kartuttanut omaa teetietämystäni. Näistä tiedoista ja taidoista on ollut hyötyä suunnitellessani ja toteuttaessani haastatteluja. Haastatteluissa olen nauttinut teetä yrittäjien kanssa ja pystynyt myös näissä omaksumaan uusia teehen liittyviä tietoja ja taitoja.

6 Tutkimustulokset

Haastatteluissa käyttämissäni kysymyksissä pyrin selvittämään Teen Ystävien ja teeliikkeiden välistä yhteistyötä ja minkälaista vaikutusta yhdistyksen toiminnalla on teen tarjontaan ja teekulttuuriin. Teen Ystävät on toimintansa kymmenen vuoden aikana järjestänyt lukuisia tilaisuuksia teeliikkeiden kanssa. Monet yritykset ovat mukana tilaisuuksissa vuosittain ja jotkut jopa useamman kerran saman vuoden aikana. Tarkoituksena oli saada selville yhdistyksen merkitys yritysten toimintaan.

6.1 Yritysten yhteistyö Teen Ystävien kanssa

Yritykset aloittavat yhteistyön Teen Ystävien kanssa yleensä puheenjohtaja Pirkko Arstilan aloitteesta. Yritykset valikoituvat yleensä sen suhteen, miten he toivat teen valikoimaa esille toiminnassaan ja tutustuttaessaan erilaisia teelaatuja kuluttajille. Uudet teeyritykset ottavat suoraan yhteyden Pirkko Arstilaan ja hänen kanssaan aloitetaan yhteistyö. Teen Ystävät myöntää yrityksille kunniakirjan teen eteen tehdystä työstä ja yritys nostetaan esiin yhdistyksen toiminnassa ja tuotiin tutuksi jäsenille ja sitä kautta laajemmalle yleisölle.

Yhteistyö kattaa usein rahallisen tai materiaalisen (teelaadut) tuen yrityksiltä Teen Ystävien tilaisuuksien järjestämisessä. Yhdistyksen alkuaikoina yritykset kouluttivat teekulttuuriin liittyvissä asioissa, sillä jäsenten tietämys erilaisista teelaaduista oli vähäinen.. Yritykset tuovat uusia teelaatuja tai sesonkituotteita markkinoille ja antavat niihin liittyvää tietoa tilaisuuksiin osallistujille. Teeseura toimii yleensä aloitteentekijänä tilaisuuksien järjestämisessä.

Teen Ystävien järjestämät tilaisuudet liittyvät teen maistamiseen ja teekulttuurin esille tuomiseen. Teen maisteleminen ja keskustelu innostuneiden harrastajien kanssa tuo

esille paljon uusia näkökulmia liittyen makuun, eri valmistajien tuotteisiin, mahdollisiin vääreännöksiin, sesonkituotteisiin, uutuuksiin, historiaan, teekulttuuriin jne. Tee kirvoittaa kielenkantimet ja ihmiset jakavat auliisti tietojaan, kokemuksiaan, tuntemuksiaan sekä vaikutelmiaan teen nauttimisesta. Makuja analysoidaan ja teen valmistamista keillaan eri haudutusaikoja tai veden lämpötiloja vaihtelemalla päämääränä mahdollisimman hyvän teen valmistaminen. Tee maistuuikin parhaalta hyvässä seurassa tai niin sanotusti oikeassa ympäristössä. Kotona nautittu teen saattaa olla hyvinkin arkinen kokemus, mutta teehuoneella nautittuna sama tee nousee makukokemuksiltaan korkeampiin sfääreihin.

6.2 Teen Ystävien vaikutus markkinointiin ja teen valikoimiin

Kyselyyn vastanneiden yritysten mukaan yritykset hoitavat itse markkinoinnin eikä Teen Ystävien toiminta vaikuta ainakaan osaan yrityksistä. Tietenkin yritykset markkinoivat tuotteitaan yhdistyksen jäsenille yhteisissä tilaisuuksissa, mutta muuten ei yhdistyksen toimintaa oteta huomioon markkinoinnissa. Osassa yrityksessä myönnetään ja tiedostetaan yhdistyksen potentiaalinen vaikutus liiketoimintaan. Riku Nordqvist teetalo Nordqvististä näkee Teen Ystävät osana markkinointia:

”Olemme toki aina kuunnelleet kaikkia eri vaikutusryhmiä ja kuluttajia yleensä. Tämä vaikuttaa, jopa alitajuisesti tuotekehittäjien toimintaan. Samoin henkilöihin, jotka ovat vastuussa markkinoinnista.”

Pirkko Arstilan hyvät suhteet mediaan ja hänen esiintymisensä julkisuudessa auttavat Demmersin Kirsi Pullisen mukaan teen tunnettavuutta. Pullinen toteaa:

”Kun Pirkko on ollut tv:ssä ja kertonut lempiteestään, niin seuraavina päivinä tulee uusia asiakkaita kyselemään niitä”

Mia Kokkonen (Forsman 2013) Forsmanin teetalosta kertoo:

”Markkinoinnillisia vaikutuksia on ollut varmasti jonkin verran, mutta niitä vaikea kohdentaa. Valikoimiin yhdistys ei mielestäni ole vaikuttanut. Meilläkin on ns. Market-valikoima ja sen lisäksi n. 350 eri tuotetta ja kirjo on valtava.”

Yhdistyksen näkyvyys julkisuudessa vaikuttaa teen positiiviseen mielikuvaan ja sillä on suuri vaikutus teen juontiin Suomessa. Teen Ystävien myönteinen julkisuus on vuosien mittaan tuonut kaikkien vastaajien mukaan teekulttuuria enemmän kansan tietoisuuteen ja lisännyt erilaisten teelaatujen tuntemista ja ihmisten uteliaisuutta tutustua niihin.

Mia Kokkonen (Forsman 2013) tuo esille harrastajien innostuneisuuden:

”Usein teen harrastajat soittavat ja haluaisivat market valikoimiin enemmän maustamattomia teelaatujia, mutta ostajat eivät niihin kovinkaan innokkaasti suhtaudu, koska maustetut myyvät huomattavasti paremmin. Toki niitäkin on valikoimissa.”

Teen kulutus on lisääntynyt ja teenjuojat ovat tietoisempia laadukkaiden tuotteiden olemassaolosta. Teeliikkeet seuraavat trendejä ja tuovat uusia tuotteita markkinoille.

Mia Kokkonen (Forsman 2013) toteaa:

”Me kuljemme edellä ja seuraamme mitä maailmalla tapahtuu, joskus tuntuukin siltä, että olemme jonkun tuotteen kanssa markkinoilla liian aikaisin esim. Chai-teen toimme Suomessa ensimmäisenä suurempaan jakeluun S-ryhmälle, mutta ihmiset kokivat sen vieraaksi ja se poistettiin S-ryhmän valikoimista ja siitä parin vuoden päästä kilpailijat toivat markkinoille useita Chai-teelaatujia.”

Kyselyssä tuli esille seuraavia asioita :

Yrityksissä nähdään trendien olemassaolo. Laatuteet ovat tulleet markkinoille ja niitä saa jopa kohtuuhinnalla. Kuluttajien mielenkiinto on herännyt teetä kohtaan ja he kokeilevat mielellään uusia teelaatuja. Tämä mahdollistaa uusien laatujen tuomisen markkinoille. Maailmalla olevat suuntaukset tulevat nopeammin tänä päivänä Suomeen ja kuluttajat ovat matkaillessaan kokeneet ja kokeilleet uusia teelaatuja, joita he haluavat myös nauttia kotimaassa.

Tietous matchasta on lisääntynyt ja sen eri laatuja kysytään. Japanilaisuuteen liittyvät asiat ovat olleet ihmisten (etenkin nuorten) mielenkiinnon kohteena jo vuosia. Matchaan liittyy vahvasti japanilainen teeseremonia ja rituaalin noudattaminen pukeutumisineen ja käyttäytymissääntöineen ja vihreää, jauhettua teetä hankitaan tätä tarkoitusta varten.

Myös jääteet ovat tulleet marketteihin janojuomiksi. Kuluttajat ostavat nykyään yhä useammin jääteetä janojuomaksi virvoitusjuomien sijaan. Teetä pidetään terveellisenä ja se on osasyynä valintaan sokeristen janojuomien sijaan. Jääteetä tuotetaan suuria määriä maailmalla kasvaneen kysynnän tyydyttämiseksi.

Yrityksissä seurataan kuluttajien käyttäytymistä, mutta niissä halutaan olla askel edellä ja tuoda uusia trendejä markkinoille. Suuret teeyritykset käyvät alan messuilla, joissa asetetaan suuntaukset tuleville vuosille. Markkinointikoneiston avulla näitä tuodaan sitten kuluttajille.

6.3 Puheenjohtaja Pirkko Arstilan vaikutus yhteistyöhön

Kaikki vastaajat olivat yhtä mieltä siitä että, Teen Ystävien puheenjohtaja Pirkko Arstila on toiminnallaan edistänyt teekulttuurin kehittymistä Suomessa. Hänen kanssaan yritykset ovat järjestäneet monia teekoulutuksia ja erilaisia tilaisuuksia teen merkeissä.

Pirkko Arstilaa pidetään näkyvänä hahmona julkisuudessa. Hänen suhteensa mediaan ovat erinomaiset. Hän esiintyy (naisten) lehtien palstoilla ja pääsääntöisesti jutussa mainitaan tee yhtenä osan hänen elämäänsä. Puheenjohtajana häntä luonnehditaan selkeäksi auktoriteetiksi, joka on osannut kutsua arvovaltaisia henkilöitä elämän eri osa-alueilta seuran toimintaan ja hallitukseen. Tämä näkyy positiivisina kommentteina teestä julkisuudessa.

Hänen kanssaan yhteistyötä tehneet pitävät häntä aktiivisen, positiivisena ja energisenä ihmisenä, joka on ystävällinen ja idearikas. Vastaajien mukaan hän vaikuttaa vahvasti teen mielikuvaan, on vahva persoona, joka tuo uusia ideoita julkiseen keskusteluun.

Häntä tilaisuuksissa tavanneena ja sivusta seuranneena voin yhtyä edellisiin mielipiteisiin, sillä hän on järjestänyt erilaisia tilaisuuksia eri teemojen merkeissä ja yleensä tilaisuuksiin osallistuu monia ihmisiä eri yhteiskunnan osa-alueilta. Hän on verkostoitunut erittäin hyvin ja pystyy täten tuomaan teekulttuuria erinomaisesti esille ja on ennen kaikkea erittäin kiinnostunut teestä ja teekulttuurista ja suhtautuu ennakkoluulottomasti uusiin asioihin.

6.4 Teekulttuurin edistyminen

Teen maahantuojat ja teeseura ovat olleet yhteistyössä seuran perustamisesta lähtien. Yhteistyö näkyy mm. yhteisten tilaisuuksien järjestämisenä, teen koulutustilaisuuksina ja messuesiintymisinä. Teekulttuurin kohentuminen näkyy kuluttajien tietoisuuden lisääntymisenä teen suhteen sekä haluna kokeilla uusia teelaatuja. Osa kuluttajista haluaa kokeilla autenttisen kaltaista teen nautintaa ja teen maahantuojat järjestävät erilaisia maitajais- ja koulutustilaisuuksia. Maahantuojien koulutustyö ravintoloissa ja kahviloissa kantaa hedelmää, sillä useissa paikoissa tarjotaan korkealaatuista käsinpoimittua teetä.

Myös mainoskampanjat tv:ssä, printtimediassa ja radiossa ovat tuoneet teetä lähemmäksi kuluttajaa. Forsman suurena teetalona on ainoa, joka käyttää tv:tä mainosväylänä. Heidän resurssinsa ovat hyvät myös sanomalehtimainontaan. Facebook tykkäykseen on käytössä jokaisella yrityksellä

Monet teeliikkeet antavat koulutusta kuluttajille ja ammattilaisille kahviloissa ja ravintoloissa. Mm. Forsman, Thé-huone, Demmers Teehaus, Uutos ja Chaiwan järjestävät näitä teekoulutuksia pääkaupunkiseudulla. Kursseilla neuvotaan, mitä lämpötiloja ja haudutusaikoja yleisimpiin teelaatuihin käytetään. Myös tarjoiluastioiden valintaan annetaan suuntaa-antavia neuvoja, sillä oikeat kannut ja kupit auttavat nautinnon luomisessa.

Teen Ystävien jäsenmäärän kasvu sekä toiveet paikallisyhdistysten perustamisesta muihin kaupunkeihin kertovat teen suosioista. Teen Ystävien esiintyminen julkisuudessa on tuonut korkealaatuisen teen vartenotettavaksi vaihtoehdoksi pussiteelle.

Yritykset tuovat uusia teelaatujia sekä teen ensipoimintoja kuluttajille ja jo nyt kohtuullinen joukko teen harrastajia haluaa kokeilla uusia teelaatujia ja juhlistaa sesongin alkamista maistelemalla esim. Darjeelingin ensi sadon teetä (Darjeeling first flush). Osa kuluttajista vannoo tiettyjen teelaatujen tai valmistustapojen nimiin ja hauduttaa juomansa vain tietystä kiinalaisesta savesta valmistetusta kannussa. Teekulttuurin koheneminen näkyy Helsingissä perustettujen erikoisliikkeiden määrässä, niiden valikoimissa ja kuluttajien määrässä. Kaikki toimivat erikoisliikkeet ovat toimineet vähintään kolme vuotta ja osa laajentaa toimintaansa perustaen uusia myymälöitä. Teen Ystävien jäsenet ovat tuttuja vieraita näissä liikkeissä asiakkaina kokeilemassa uusia teelaatujia tai nauttimassa omia suosikkihaudutuksiaan.

Teekulttuurin koulutus on jäänyt yksinomaan teen maahantuojaisten vastuulle mikä voi olla hyvä asia, sillä he keskittyvät omien tuotteidensa tarjontaan. Näin he pystyvät oh-

jeistamaan kuluttajia ja yrityksiä valmistamaan parempaa juomaa. Teekulttuurin kohe-
nemisen takia olisi suotavaa, että ravintola-alan oppilaitokset alkaisivat kouluttaa (tarjoi-
lija)opiskelijoitaan eri teelaatujen valmistuksen perusasioihin. Arstilan (2011, 30) mu-
kaan HAAGA-HELIAssa ja ravintolakoulu Perhossa olisi suunnitteilla teekoulutusta.
Otin asian puheeksi HAAGA-HELIAn Haagan toimipisteessä kaksi vuotta sitten ra-
vintolapalvelun opettajan kanssa ja hän osoitti kiinnostusta asiaan. Puhuin asiasta myös
Omnian ammattiopiston ravintolapalvelun opettajien kanssa ja hekin olivat kiinnostu-
neita. Oma tuntumani asiaan on, että viiniin kouluttamista pidetään tärkeämpänä ja tee
on marginaaliasemassa. Arstilan mukaan Helsingin ravintoloista ainoastaan Savoy on
ottanut kunnianhimoisesti teen tarjoilutuotteekseen ja heidän teevaununsa ja teen tar-
joilu ruokien yhteydessä hakee vertaistaan Euroopassa. (Arstila 2011, 29).

7 Johtopäätökset

Teekulttuuri on Suomessa kehittynyt viimeisen kymmenen vuoden aikana valtavasti. Elintarvikeliikkeiden valikoimat ovat parantuneet ja uusia erikoisliikkeitä on ainakin Helsingissä avattu. Ihmiset ovat uteliaita teen suhteen ja kokeilevat uusia laatuja ennakkoluulottomasti. Teen Ystävät harrastajaseura on avannut uusia ovia teen maailmaan ja sen jäsenet puhuvat teen ja teekulttuurin puolesta julkisuudessa ja yksityisesti. Puheenjohtajan ja seuran perustajan Pirkko Arstilan pioneerityö on ollut urauurtavaa. Internetin myötä on tullut tietoa ja tuotteita tavallisen kuluttajan luo enemmän. Teen verkosta ostaminen ja tuotteiden kokeilu on muuttunut helpommaksi ja erilaiset blogit auttavat kuluttajia vertailemaan tuotteita ja helpottamaan ostopäätöksiä.

7.1 Työn tulokset

Tavoitteenani oli tutkia teekulttuurin edistymistä Teen Ystävien myötävaikutuksesta sekä yhdistyksen vaikutusta teen maahantuojien toimintaan. Ennakkokäsityksenäni oli, että Teen Ystäville on suuri vaikutus teeyrityksiin, mutta haastatteluissa kävi ilmi sen olevan vaatimattomampaa. Toki henkilökohtaiset suhteet olivat ja ovat tärkeitä sekä erilaiset markkinointitempaukset, mutta yritysten valikoimiin tai markkinointiin Teen Ystäville ei ollut yritysten itsensä mukaan suurtakaan merkitystä. Lähinnä yhdistyksen tuottama myönteinen julkisuus oli haastattelujen mukaan tärkeää ja merkillepantavaa.

7.2 Tulosten luotettavuus ja hyödynnettävyys

Laatuteen myynnistä Suomessa ei ole tilastoja, mikä mielestäni osoittaa sen olevan vielä kaupallisena tuotteena vähäinen. Kuitenkin Helsingin keskustassa olevat erikoisliikkeet osoittavat vuosia jatkuneella toiminnallaan laatuteen myynnin olevan kannattavaa liiketoimintaa. Osa yrityksistä on laajentanut tai aikoo laajentaa toimintaansa. Haastattelujen ja omien havaintojeni pohjalta pidän tutkimustuloksia luotettavina. Kaikki haastatellut

ovat sitä mieltä, että teekulttuuri ja teen tuntemus Helsingissä on kasvanut. Yritykset ottavat rohkeammin uusia tuotteita valikoimiinsa. Erikoisliikkeet tarjoavat vain käsinpoimittuja teelaatuja kun taas valtavirta markettien teevalikoimasta ja -tarjonnasta on mustaa teetä sekä erilaisia maustettuja teelaatuja.

7.3 Jatkotutkimusehdotukset

Olen valinnut mielenkiintoisen aiheen, sillä teen juonti lisääntyy koko ajan. Vaikka huolestuneita puheenvuoroja käsinpoimitun teen tulevaisuudesta on esitetty tällä hetkellä, siitä ollaan yhä enemmän kiinnostuneita. Olisi mielenkiintoista tietää kuluttajien mielenpide laatuteestä. Miksi he ostavat ja kokeilevat uusia ja erilaisia teelaatuja? Ja miten he ne kokevat? Tai miksi yrittäjät ovat lähteneet tälle epävarmalle alalle toimijoiksi? Miten kannattavaa on tuoda teetä maahan ja myydä sitä?

7.4 Oma oppiminen

Opinnäytetyö oli suurempi kokonaisuus, mitä alkujaan osasin hahmottaa. Haastattelujen järjestäminen ja niiden purkaminen oli työlästä. Aihe oli mielenkiintoinen, mutta välillä oli hankalaa löytää tietoa varsinkin harrastajayhteisön toiminnan vaikutuksesta yritysten toimintaan. Työ olisi vaatinut minulta enemmän haastatteluja ja myös eri aloilta, sillä teen merkitys liiketoiminnassa ylipäätään on pieni. Tällä tavoin olisin voinut paremmin löytää yhteyden yritysten ja harrastajayhteisön yhteistyön vaikutuksista.

Omaan oppimiseen työn tekeminen vaikutti positiivisella tavalla, sillä tiedonhaku muuttui työn edistyessä vaivattommammaksi ja on helpottanut omaa (leipä)työtäni merkittävästi. Myös oma tietouteni teelaaduista, teekulttuurista ja teen valmistamisesta lisääntyi huomattavasti. Ennen opinnäytetyötä olin kiinnostunut teestä, mutta innostukseni siitä ja sen vivahteista sekä monimuotoisuudesta lisääntyi merkittävästi työn edetessä.

Lähteet

All About Green Tea 2013. Luettavissa:

http://www.itoen.co.jp/eng/allabout_greentea/components_benefit/index.html. Luettu 3.3.2013.

Anderson, J. 1987. Japanese tea ritual: religion in practice. *Man: Journal of the Royal Anthropological Society of Great Britain and Ireland*, 22, 3, s. 475-498.

Arstila, P. 2011. Teen ystävän kirja. Kustannusosakeyhtiö Sammakko. Turku.

Arstila, P. 2013. Pirkko Arstilan puhelinhaastattelu 3.5.2013

Black Tea 2013. Luettavissa: <http://theteadetective.com/BlackTeaProcessed.html>. Luettu 17.3.2013.

Brother Anthony of Taizé & Hong Kyeong-hee 2007. *The Korean Way of Tea: An Introductory Guide*. Seoul Selection. Seoul.

Brother Anthony of Taizé 2010. Two Korean Tea Classics Compared: Yi Mok's Cha-Bu and Cho-ui's DongChaSong. *Comparative Korean Studies*, 18, 1, s. 7-34. Luettavissa: <http://hompisogang.ac.kr/anthony/KoreanTeaClassicsCompared.htm>. Luettu 26.2.2013.

Canton Tea Co. 2013. Luettavissa: <http://www.cantonteaco.com/tea-school/chinese-tea-varieties/yellow-tea-guide.html>. Luettu 21.2.2013.

Chaya 2013. Luettavissa: http://www.chaya.fi/extra_info_pages.php/pages_id/19. Luettu 21.2.2013.

Gold, C. 2010. Culinary Tea: More Than 150 Recipes Steeped in Tradition from Around the World. Running Press. Philadelphia.

Groosman, M. 2011. Tea Sector Overview. Luettavissa:
www.search4dev.nl/document/460374. Luettu: 28.2.2013.

Hicks, A. 2009. Current Status and Future Development of Global Tea Production and Tea Products. AU Journal of Technology. 12, 4, s. 251-264. Luettavissa:
http://www.journal.au.edu/au_techno/2009/apr09/journal124_article05.pdf. Luettu 19.3.2013.

Hilal, Y. & Engelhardt, U. 2007. Characterisation of white tea – Comparison to green and black tea. Journal für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit. 2,4, s. 414-421.

Hirsjärvi, S & Hurme, H. 2011. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus. Helsinki.

Imperial Tea Garden 2013. Tea Grading. Luettavissa:
<http://www.imperialteagarden.com/teagrading.html>. Luettu 18.3.2013.

Introduction To Green Tea 2013. Luettavissa:
<http://introductiontogreentea.blog.com/>. Luettu 1.3.2013.

Jain, N.K., Siddiqi, M. & Weisburger, J. Protective Effects of Tea on Human Health. 2006. CAB International. Oxfordshire.

Kaisen, I. 1991. *Tea Ceremony*. Hokusha Publishing Co. Tokyo.

Kemasang, A. R. T. 2009. Tea – midwife and nurse to capitalism. *Race & Class*, 51,69, s. 69-83.

Kim,L. & Zhang, L. 2012. A Quintessential Invention: Genesis of a Cultural Orthodoxy in East Asian Tea Appreciation. *China Heritage Quarterly*. 8, 29. Luettavissa: http://www.chinaheritagequarterly.org/features.php?searchterm=029_kim.inc&issue=029. Luettu 21.3.2013.

Lu Yu. *The Saint of Tea and Cha Jing*. 2013. Luettavissa: <http://a2tea.com/luyu/luyu12.php>. Luettu 15.2.2013.

Murai, Y. 1989. *The Development of Chanoyu: Before Rikyū*. In *Tea in Japan: Essays on the History of Chanoyu*. University of Hawaii Press. Honolulu.

Nihtinen, P. 2004. *Kiinalainen teekirja*. Gummerus. Jyväskylä.

Okakura, K. 1906. *The Book of Tea*. Luettavissa: <http://www.gutenberg.org/ebooks/769>. Luettu 14.2.2013.

Oolong Tea 2013. Luettavissa: <http://www.theteadetective.com/ChinaOolongTeas.html>. Luettu 5.3.2013.

Pratt, J. 1999. *New Tea Lover's Treasury*. Tea Society. San Fransisco.

Puer Tea 2013. Luettavissa: <http://www.sevencups.com/about-tea/puer-tea/>. Luettu 5.3.2013.

Saberi, H. 2010. Tea: a global history. Reaktion Books Ltd. London

Sencha 2013. Luettavissa: <http://theteadetective.com/JapansSenchaTea.html>. Luettu 3.3.2013.

Seven Cups 2013. Luettavissa: <http://www.sevencups.com/about-tea/yellow-tea/>. Luettu 5.3.2013.

Sinija, V & Mishra, H. 2008. Journal of Nutritional & Environmental Medicine. 17, 4, s. 232-244.

Stebbins,R. 2001 Serious Leisure Society. 38, 4, s.53-57.

Teaguardian 2013a. Luettavissa: <http://teaguardian.com/tea-selection-guide/tea-quality-tea-plant-diversity.html#.URtWwGchOJs>. Luettu 13.2.2013.

Teen ystävät 2010. Luettavissa:

<http://www.teenystavat.fi/foorumi/discussion/40/kolme-eri-astiaa-1x-an-ji-bai-cha-ja-2x-huang-shan-mao-feng/p1>. Luettu 3.3.2013.

Teen Ystävät 2013a. Luettavissa: <http://www.teenystavat.fi/index.php?page=teenystaevaet-ry>. Luettu 20.4.2013.

Teen Ystävät 2013b. Luettavissa: <http://www.teenystavat.fi/index.php?page=toiminta>. Luettu: 20.4.2013.

Teepolku 2012. Gongfu-haudutus. Luettavissa: <http://www.teepolku.fi/fi/teen-gongfu-haudutus>. Luettu 22.3.2013.

The Oriental.com 2013. Luettavissa:

<http://www.orientaldiscovery.com/html/2012/02/2012021009110010303.html>. Luettu 18.2.2013.

The Tea Detective 2013. Uncovering and Exploring the Facts About Tea. Luettavissa:

<http://theteadetective.com/index.html>. Luettu 3.3.2013.

White Tea 2013. Luettavissa:

<http://www.theteadetective.com/WhiteTeaProcessed.html>. Luettu 5.3.2013.

Tregothnan 2013. Luettavissa: <http://tregothnan.co.uk/tea-plantation-bar/>. Luettu 26.2.2013

Stevens, C. 2013. Types of Japanese Tea. Luettavissa:

<http://infohost.nmt.edu/~armiller/japanese/tea.htm>. Luettu 22.2.2013-

Vicony Tea Directory 2013a. Tea Drinking in Chinese Song Dynasty (960-1279). Luettavissa: <http://www.viconyteas.com/directory/tea-encyclopedia/song-tea-drinking.html>. Luettu 18.2.2013.

Vicony Tea Directory 2013b. Bi Luo Chun Tea. Luettavissa:

<http://www.viconyteas.com/directory/tea-encyclopedia/bi-luo-chun.html>. Luettu: 3.3.2013.

Vicony Tea Directory 2013c. Gyokuro. Luettavissa:

<http://www.viconyteas.com/directory/tea-encyclopedia/gyokuro-tea.html>. Luettu 4.3.2013.

Wicentowski, J. 2000. Narrating the Native: Mapping the Tea Art Houses of Taipei.
Luettavissa: http://www.international.ucla.edu/cira/paper/TW_Wicentowski.pdf. Luettu 21.3.2013.

World of Tea 2013. Luettavissa: <http://www.worldoftea.org/tea-processing-chart/>.
Luettu: 5.3.2013.

Wulong Tea 2013. Luettavissa: <http://www.sevencups.com/about-tea/oolong-tea/>.
Luettu 5.3.2013.

Liitteet

Liite 1. Kysymykset teyrittäjille

1. Miten tulitte lähteneeksi mukaan yhteistyöhön Teen Ystävien kanssa?
2. Mitä olette oppineet yhteistyön aikana?
3. Minkälaisia tavoitteita teillä on ollut yhteistyön suhteen?
4. Minkälaista vaikutusta Teen Ystävillä on ollut markkinointiin ja teen valikoimiin?
5. Miten harrastajien kokemukset ja tieto ovat muuttaneet teen valikoimaa?
6. Miten harrastajien kokemukset ovat muuttaneet teen kulutusta ja teekulttuuria Suomessa?
7. Minkälainen vaikutus puheenjohtaja Pirkko Arstilalla on ollut yhteistyöhön?
8. Millä tavalla maahantuojat ja seura toimivat yhdessä teekulttuurin edistäjinä?