

ICS 67.240

XX XX



中华人民共和国国家标准

GB/T XXXX—20XX

感官分析 术语

Sensory analysis—Vocabulary

(ISO 5492:2008, ISO 5492:2008/Amd 1:2016, IDT)

(征求意见稿)

20XX- - 发布

20XX- 实施

中华人民共和国国家市场监督管理总局

中国国家标准化管理委员会

发布

目 次

前 言.....	II
1 范围.....	1
2 一般性术语.....	1
3 与感觉有关的术语.....	6
4 与感官特性有关的术语.....	11
5 与方法有关的术语.....	23
索引.....	32

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2020 给出的规则起草。

本标准合并国际标准 ISO 5492: 2008 《感官分析 术语》和 ISO 5492:2008/Amd 1:2016 《感官分析 术语》修改单 1。采用翻译法对其等同采用。

本标准做了下列编辑性修改：

1. 将国际标准中无章节序号的范围，编号为 1，其他章节编号依次顺延。
2. 删除了范围中的注 2 和 3.10 的注，这些注主要涉及其他语言版本，与本标准无关。
2. 4.35 增加了注，引用相关标准定义了该词条定义中引入的可能不为人熟知的概念，如绝对白色和绝对黑色。
3. 5.4，排序中将原文中的两个或多个以上的样品修改为三个或三个以上的样品，勘误。
4. 5.38 增加了注（注：亦称比率标度或等比标度），显示不同表达之间的对应关系。

本标准由全国感官分析标准化技术委员会（SAC/TC 566）提出并归口。

本标准起草单位：。

本标准主要起草人：。

感官分析 术语

1 范围

本标准给出了有关感官分析的术语及其定义。术语包括一般性术语、有关感觉的术语、有关感官属性的术语及与方法相关的术语。

注：对有些术语标注了词性以方便使用。

本标准适用于所有使用感官评价产品的领域。

2 一般性术语

2.1

感官分析 sensory analysis , 名词

用感觉器官对产品感官特性进行评价的科学。

2.2

感官的 sensory , 形容词

与感觉器官感受相关的，例如与个人经验相关的。

2.3

特性 attribute , 名词

可被感知的特征。

2.4

感官特性的 organoleptic , 形容词

与感觉器官可感知特性(即产品的感官特性)有关的。

2.5

评价员 sensory assessor , 名词

任何参与感官分析的人员。

注 1：准评价员(naive assessor)是未经任何特定准则测试的人员。

注 2：初级评价员(initiated assessor)是已参加过感官检验的人员。

2.6

优选评价员 selected assessor , 名词

挑选出的具有开展感官测试能力的评价员。

2.7

专家 expert , 名词

概括的指有能力根据自己的知识或经验, 在相关领域中给出自己观点的人。

2.8

专家评价员 expert sensory assessor , 名词

具有高度的感官敏感性且经过相当多的感官评价培训和实践, 能够对多种产品做出一致的、可重复的感官评价的优选评价员。

2.9

评价小组 sensory panel , 名词

参加感官分析的评价员组成的小组。

2.10

小组培训 panel training , 名词

评价特定产品时对评价小组进行的培训。培训内容包括相关产品特性、标准评价标度、评价技巧和术语等。

2.11

小组一致性 panel consensus , 名词

评价小组成员对描述产品特性的术语和评价的强度达成一致。

2.12

消费者 consumer , 名词

产品使用者。

2.13

品尝员 taster , 名词

主要用口腔评价食品感官特性的评价员、优选评价员或专家评价员。

注: 更推荐使用术语评价员(assessor)。

2.14

品尝 tasting , 名词

在口腔中对食品产品进行的感官评价。

2.15

产品 product , 名词

可被感官评价的可食用或不可食用的物品, 如食品、化妆品和纺织品。

2.16

样品 sample , 名词

产品样品 sample of product

用于评价的抽样产品或者产品的等分样。

2.17

被检样品 test sample , 名词

抽取的用于检验的样品。

2.18

被检部分 test portion , 名词

被检样品中直接被评价员测试的部分。

2.19

参比值 reference point , 名词

用于与被检样品作对比的, 一个(或几个)属性或者整个产品的选定参考值。

2.20

对照样 control sample , 名词

被选择用作参比的被检样品。所有其它样品都与其做比较。

注: 对照样可以是被指定用作参比的样品, 也可以是盲样

2.21

参比样 reference sample , 名词

严格筛选出的用于定义或阐释一个属性或给定属性的某一特定强度水平, 所有其它样品都与之进行比较的的刺激/物质, 某些情况下参比样可以不是被检样品。

2.22

喜好的 hedonic , 形容词

与喜欢或不喜欢相关的。

2.23

(可)接受性 acceptability , 名词

对整个刺激整体感觉或其特定特有感官属性喜欢或不喜欢的程度。

2.24

偏好 preference , 名词

评价员依据其喜好标准, 在一组给定测试种对其中一个刺激或产品的优先选择。

2.25

厌恶 aversion , 名词

由某种刺激引起的令人排斥或反感的感受。

2.26

辨别 discrimination , 名词

对给定的两种或多种刺激, 对其差别进行定性和(或)定量的分辨区别。

2.27

辨别力 discriminating ability , 名词

感知定性和(或)定量差别的能力, 表现为敏感性、敏锐性等。

2.28

食欲 appetite , 名词

表现为想饮或想食欲望的生理和心理状态。

2.29

开胃的 appetizing , 形容词

形容产品能增进食欲, 引发更多进食的欲望。

2.30

可口性 palatability , 名词

产品令人乐于食用或饮用的特性。

2.31

心理物理学 psychophysics , 名词

可测量刺激和相应感官响应之间相关性的研究。

2.32

嗅觉测量 olfactometry , 名词

对评价员嗅觉刺激响应的测量。

注: 专指评价员。

2.33

嗅觉测量仪 olfactometer , 名词

向评价员提供可再现嗅觉刺激的仪器。

2.34

气味测量 odorimetry , 名词

对物质的气味特性的测量。

注：专指产品。

2.35

气味物质 odorant , 名词

其挥发性成分能被嗅觉器官(包括神经)感知的物质。

2.36

质量 quality , 名词

反映产品、过程或服务能满足明确或隐含需要的特性的总和。

2.37

质量要素 quality factor , 名词

从评价某产品整体质量的诸要素中所挑选的一个特性或特征。

2.38

态度 attitude , 名词

对一系列目标或观念所持有的特定反应倾向。

2.39

咀嚼 mastication , 名词

用牙齿实施咬、磨碎和粉碎的动作。

2.40

评价员偏差 assessor bias

一种评价员始终给出高于或低于已知真值或小组平均值的评分的倾向。

2.41

均匀性 homogeneity

响应的一致性。

注：这种一致性可以是不同评价员在同一个测试轮次中的一致性或者是同一评价小组或单个评价员在不同重复轮次间的一致性。

2.42

时序偏差 order bias

由样品在一组被检样品中所处的空间或时间位次而引起的偏差。

注：该术语包括位置偏差（2.44）和顺序偏差（2.47）。

2.43

异常值 outlier

不符合整体评价数据分布的数据或在相同条件下评估同样或类似产品时得到的与其它评价结果有较大差别的数据。

2.44

位置偏差 position bias

由一个样品在一组测试中所处的空间位置所引起的偏差。

2.45

重复性 repeatability

同一评价员或评价小组对同一被检样品在相同实验条件下评价结果的一致性。

2.46

再现性 reproducibility

不同的评价员或评价小组，或在不同实验条件下对同一被检样品评价结果的一致性。

注：再现性可通过以下方法测定：

- (1) 评价小组或评价员的短期再现性，以天为间隔的两个或多个轮次之间感官评价结果的一致性。
- (2) 评价小组或评价员的中长期再现性，以月为间隔的不同轮次之间感官评价结果的一致性。
- (3) 不同评价小组间的再现性，不同评价小组在同一实验室或不同实验室获得的感官评价结果的一致性。

2.47

顺序偏差 sequential bias

由一个样品在一组测试中所处的时间顺序引起的偏差。

注 1：若被检样品为 A 和 B 之间无其他样品，则由样品 A 带来的对样品 B 评估的顺序偏差称为首位效应。若 A 与 B 之间还有样品 C，则由样品 A 带来的对样品 B 的顺序偏差称为二位效应，依此类推。

注 2：顺序偏差可以是反差（3.38）效应也可以是趋同效应（3.39）。

3 与感觉有关的术语

3.1

感受器（受体） receptor ， 名词

感觉器官中能对某种刺激产生响应的特定部分。

3.2

刺激 stimulus , 名词

能激发感受器产生响应的事物。

3.3

知觉 perception , 名词

对单一或多种感官刺激效应所形成的认知。

3.4

感觉 sensation , 名词

感官刺激引起的心理生理反应。

3.5

敏感性 sensitivity , 名词

用感觉器官定性或定量感知、识别和(或)区分一种或多种刺激的能力。

3.6

感官适应 sensory adaptation , 名词

由连续的和(或)重复的刺激致使的感觉器官敏感性的暂时改变。

3.7

感官疲劳 sensory fatigue , 名词

感官适应的一种形式, 表现为敏感性下降。

3.8

(感觉)强度 intensity , 名词

感觉强度, 感知到的感觉强弱量值。

3.9

(刺激)强度 intensity , 名词

刺激强度, 引起感觉的刺激的强弱量值。

3.10

敏锐性 acuity , 名词

辨别刺激间细小差别的能力。

3.11

感觉通道 modality; sensory modality , 名词

由任何一个感官系统(如听觉、味觉、嗅觉、触觉、体觉或视觉等)介导形成的感觉。。

3.12

味道 taste , 名词

某些可溶性物质刺激下, 味觉器官感知到的感觉。

注 1: 该术语不能用于表述味感、嗅感和三叉神经感复合形成的感觉, 这种复合感觉应以“风味”表示。

注 2: 如果在非正式语境中用该属于代替“风味”, 则应将其与定性修饰词连用, 如霉味、覆盆子味、软木塞味等。

3.13

味觉的 gustatory , 形容词

与味觉感知有关的。

3.14

嗅觉的 olfactory , 形容词

与气味感知有关的。

3.15

嗅 to smell , 动词

感受或试图去感受气味。

3.16

触觉 touch , 名词

触的官能。

3.17

视觉 vision , 名词

看的官能。

3.18

听觉的 auditory , 形容词

与听觉感知有关的。

3.19

三叉神经感觉 trigeminal sensations , 名词

口鼻化学物理觉 oro-nasal chemesthesis

化学刺激在口、鼻或咽喉中引起的刺激性感觉。例如: 山葵引起的辛辣感。

3.20

肤觉 cutaneous sense , 名词

触觉的 tactile , 形容词

被位于皮肤表皮或皮下近区（或黏膜层中）的感受器感知，形成的触压觉、热觉、冷觉和痛觉等感觉。

3.21

化学温度觉 chemothermal sensation , 名词

由某些物质产生的冷或热的感觉，且该感觉与物质本身的温度无关。例如：辣椒素产生的热觉，薄荷醇产生的冷觉。

3.22

体觉 somesthesia , 名词

由位于皮肤、嘴唇的感受器，以及包括口腔粘膜、舌头、牙周膜感知到的压力感（触感）、温度感和疼痛感等。

注：不要和动觉混淆。

3.23

触觉感受器 tactile somesthetic receptor , 名词

分布在舌面、口腔及咽喉的皮层中，感知食品外观几何特性的感受器。

3.24

动觉 kinaesthesia , 名词

由位于肌肉、肌腱和关节中的神经和器官感知的身体各部位的方位感、动作感及张力感。

注：不要和体觉混淆。

3.25

刺激阈（限） stimulus threshold , 名词

觉察阈（限） detection threshold , 名词

刚能引起感官感觉所需的对应感官刺激的最小值。

注 1：术语“阈限”常与一个定性的词一起使用，如 XX 阈限。

注 2：该阈限无需对何种感觉加以识别。

3.26

识别阈（限） recognition threshold , 名词

使评价员每次受到该刺激时都能给出相同描述的刺激的最小物理强度。

3.27

差别阈（限） difference threshold , 名词

能引起可感知差别的刺激物理强度的最小变化量。

注 1: 术语“阈限”常与一个定性的词一起使用, 如 XX 阈限。

注 2: 在英语中, 差别阈有时可用字母“DL”(差别阈限, difference limen)或“JND”(最小可觉差, just noticeable difference)来表示。

3.28

极限阈 terminal threshold , 名词

强感官刺激的最小值。当刺激强度高于此值时则无法感知强度的变化。

3.29

阈下的 sub-threshold , 形容词

属于所讨论阈值以下刺激强度的。

3.30

阈上的 supra-threshold , 形容词

属于所讨论阈值以上刺激强度的。

3.31

味觉缺失 ageusia , 名词

对味道刺激缺乏敏感性。

注: 味觉缺失可能是全部的或部分的、永久的或暂时的。

3.32

嗅觉缺失 anosmia , 名词

对嗅觉刺激缺乏敏感性。

注: 嗅觉缺失可能是全部的或部分的、永久的或暂时的。

3.33

色觉障碍 dyschromatopsia , 名词

颜色视觉缺陷, 其特点是与标准观察者相比存在视觉感知上的显著差异。

3.34

色盲 colour blindness

区分特定色调(色相)的能力完全或部分缺失。

3.35

拮抗效应 antagonism , 名词

两种或多种刺激的联合作用导致混合刺激的感觉强度低于各刺激单独作用时感觉强度的加和的效应。

注：见协同效应（3.36）。

3.36

协同效应 synergism , 名词

两种或多种刺激的联合作用导致混合刺激的感觉强度高于各刺激单独作用时感觉强度的加和的效应。

注：见拮抗效应（3.35）。

3.37

掩蔽 masking , 名词

混合特性中一种特性掩盖另一种或几种特性的现象。

3.38

对比效应 contrast effect , 名词

因两个刺激被同时或连续提供而导致它们之间的差别被放大的现象。

3.39

趋同效应 convergence effect , 名词

因两个刺激因被同时或连续提供而导致它们之间的差别被缩小的现象。

3.40

后触觉 tactile after-feel

只有在主体触觉消退后可感知到的触觉。

注：同 4.66 后感。

3.41

后嗅觉 after-smell

余味（气味） Residual smell

只有在主体嗅觉感受消退后可感知到的气味。

3.42

鼻后感 retronasal

由口腔与喉部气体交换带来的鼻咽区域刺激引起的嗅觉感知。

4 与感官特性有关的术语

4.1

外观 appearance , 名词

物质或物体的所有可见特性。

4.2

基本味 basic taste , 名词

任何一种具有明显特征且不可再分的味感, 包括酸味、甜味、苦味、咸味和鲜味。

注: 其他可能被列为基本味的还有碱味和金属味。

4.3

酸味 acidity; acid taste , 名词

由酸性物质(例如柠檬酸、酒石酸等)的稀水溶液产生的一种基本味。

4.4

酸 sourness; sour taste , 名词

一般由于有机酸的存在而产生的复合味感。

注 1: 某些语言中, 酸与酸味非同义。

注 2: 有时该术语有消极的感官偏好隐喻。

4.5

苦味 bitterness; bitter taste , 名词

由奎宁、咖啡因等物质的稀水溶液产生的一种基本味道。

4.6

咸味 saltiness; salty taste , 名词

由氯化钠等物质的稀水溶液产生的一种基本味道。

4.7

甜味 sweetness; sweet taste , 名词

由蔗糖或阿斯巴甜等天然或人造物质的稀水溶液产生的一种基本味道。

4.8

碱味 alkalinity; alkaline taste , 名词

由 $\text{pH}>7.0$ 的碱性物质(如氢氧化钠)的稀水溶液产生的味道。

4.9

鲜味 umami , 名词

由特定种类的氨基酸或核苷酸(如谷氨酸钠、肌苷酸二钠)的稀水溶液产生的基本味道。

4.10

涩味 astringency , 名词

涩的 astringent , 形容词

由柿单宁、黑刺李单宁等物质产生的, 伴随着口腔皮肤或粘膜表面收缩、拉紧或起皱的复杂感觉。

4.11**化学效应 chemical effect , 名词**

由于接触碳酸水等物质而在舌上感受到的物理的、刺痛的化学感觉。

注1: 该效应可持续, 且不受温度、滋味和气味的影响。

注2: 常用描述词: 收敛的(浓茶)、灼烧的(威士忌)、煞口的(如李子汁)、辛辣的(辣根)。

4.12**灼热的 burning , 形容词****温热的 warming , 形容词**

形容口腔中热的感觉, 例如由乙醇产生的温热感、由辣椒产生的灼热感。

4.13**刺激性 pungency , 名词****刺激性的 pungent , 形容词**

醋、芥末、山葵等刺激口腔和鼻腔粘膜产生的强烈的、刺鼻的感觉。

4.14**化学凉感 chemical cooling , 名词**

由于接触到薄荷醇、薄荷或茴香等物质引起的温度降低的感觉。

注: 刺激去除后, 该感觉通常还会持续。

4.15**物理凉感 physical cooling , 名词**

由于接触到低温物质或溶解时吸热物质(如山梨醇)或易挥发物质(如丙酮、乙醇)引起的降温感觉。

注: 该感觉的持续时间仅限于与刺激物直接接触的时间段内。

4.16**化学热感 chemical heat , 名词**

由于接触到诸如辣椒素、辣椒等物质引起的升温感觉。

注: 刺激去除后, 该感觉通常还会持续。

4.17

物理热感 physical heat , 名词

接触到温度较高的物质（如温度高于 48℃的水）时引起的温度升高的感觉。

注：该感觉的持续时间仅限于与刺激物直接接触的时间段内。

4.18

气味 odour , 名词

嗅闻某些挥发性物质时，嗅觉器官所感受到的感官特性。

4.19

异常气味 off-odour , 名词

通常与产品腐败变质或转化作用有关的一种非正常气味。

4.20

风味 flavour , 名词

品尝过程中感知到的嗅感、味感和三叉神经感的复合感觉。

注：它可能受触觉、温度、痛觉和(或)动觉效应的影响。

4.21

异味 off-flavour , 名词

通常与产品的腐败变质或转化作用有关的一种非正常风味。

4.22

风味增强剂 flavor enhancer , 名词

一种能使某种产品的风味增强而本身又不具有这种风味的物质。

4.23

玷染 taint , 名词

与该产品无关，由外部污染产生的气味或味道。

4.24

香味 aroma , 名词

(英语或非正式法语指) 令人愉悦或不悦的气味。

4.25

芳香 aroma , 名词

(法语中指) 品尝时鼻后腔嗅觉系统感知到的感官属性。

4.26

酒香 bouquet , 名词

葡萄酒、烈酒等产品具有的特定的嗅觉特征。

4.27

主体 body , 名词

产品的稠度、质地的致密性、丰满度、浓郁度、风味或指产品的内容物。

4.28

特征 note , 名词

从气味或风味上, 可与其他产品区分开来的特点或特色。

4.29

异常特征 off--note , 名词

通常与产品的腐败变质或转化作用有关的一种非正常特征。

4.30

个性特征 character note , 名词

食品中可被感知的感官特性, 即风味和质地(包括机械、几何、脂肪和水分等质地特性)。

4.31

色觉 colour , 名词

由于视网膜受到不同波长光线的刺激而产生的对色调、饱和度和明度的感知。

4.32

颜色 colour , 名词

能引起色觉感知的产品属性。

4.33

色调 hue , 名词

与波长的变化相应的颜色属性。

注: 等同于孟塞尔术语“色调”。

4.34

饱和度 saturation , 名词

表明颜色纯度的色度学尺度。

注 1: 饱和度高时呈现出的颜色为单一色泽, 没有灰色; 饱和度低时呈现出的颜色包含大量灰色。

注 2: 相对应的孟塞尔术语为“色度”。

4.35

明度 lightness , 名词

与一种从绝对黑色到绝对白色的标度上的中性灰相比较得到的视觉亮度。

注 1: 相对应的孟塞尔术语为“明度(value)”。

注 2: 绝对白色为物体明度为 10 的理想白色, 绝对黑色为物体明度为 0 的理想黑色 [GB/T 15608-1995 中国颜色体系, 定义 3.10 和 3.11]。

4.36

亮度对比度 brightness contrast , 名词

周围物体的亮度或颜色对某个物体的视觉亮度或颜色的影响。

4.37

透明度 transparency , 名词

透明的 transparent , 形容词

可使光线通过并出现清晰映像。

4.38

半透明度 translucency , 名词

半透明的 translucent , 形容词

可使光线通过但无法辨别出映像。

4.39

不透明度 opacity , 名词

不透明的 opaque , 形容词

不能使光线通过。

4.40

光泽 gloss , 名词

有光泽的 glossy; shiny , 形容词

表面在某一角度比其他角度表层反射出更多光能而呈现出的一种发光特性。

4.41

质地 texture , 名词

(在口中)从咬第一口到最后吞咽的过程中,由动觉和体觉感应器,以及在适当条件下视觉及听觉感受器感知到的所有机械的、几何的、表面的和主体的产品特性。

注 1: 整个咀嚼过程中,物质与牙齿、腭接触以及与唾液混合时,形体变化影响感知能力。听觉信息有助于对产品尤其是干制产品的质地进行判断。

注 2: 机械特性与对产品压迫产生的反应(硬性、黏聚性、黏性、弹性、黏附性)有关。

几何特性与产品大小、形状及产品微粒排列（密度、粒度和构造）有关。

表面特性与产品表层或周围的水分和（或）脂肪含量引起的在口中的感觉有关。

主体特性与在口中产品构造中的水分和（或）脂肪含量，以及它们释放方式引起的感觉有关。

4.42

硬性 hardness , 名词

与使产品达到变形、穿透或碎裂所需力有关的机械质地特性。

注 1：在口中，它是通过牙齿间（固体）或舌头与上腭间（半固体）对产品的压迫而感知的。

注 2：与不同程度硬性相关的主要形容词有：

- 柔软的 soft（低度），例如奶油乳酪；
- 结实的 firm（中度），例如橄榄；
- 硬的 hard（高度），例如硬糖块。

4.43

黏聚性 cohesiveness , 名词

与物质断裂前的变形程度有关的机械质地特性。它包括碎裂性(4.44)、咀嚼性(4.45)和胶黏性(4.47)。

4.44

碎裂性 fracturability , 名词

与黏聚性、硬性和粉碎产品所需力量有关的机械质地特性。

注 1：可通过在门齿间(前门牙)或手指间的快速挤压来评价。

注 2：与不同程度碎裂性相关的主要形容词有：

- 黏聚性的 cohesive（超低度），例如焦糖（太妃糖）、口香糖；
- 易碎的 crumbly（低度），例如玉米脆皮松饼蛋糕；
- 易裂的 crunchy（中度），例如苹果、生胡萝卜；
- 脆的 brittle（高度），例如松脆花生薄片糖、带白兰地酒味的薄脆饼；
- 松脆的 crispy（高度），例如炸马铃薯片、玉米片；
- 有硬壳的 crusty（高度），例如新鲜法式面包的外皮；
- 粉碎的 pulverulent（超高度），一咬立即碎成粉末，例如烹煮过度的鸡蛋黄。

4.45

咀嚼性 chewiness , 名词

与咀嚼固体产品至可被吞咽所需的能量有关的机械质地特性。

注：与不同程度咀嚼性相关的主要形容词有：

——融化的 melting（超低度），例如冰淇淋；

——嫩的 tender（低度），例如嫩豌豆；

——有嚼劲的 chewy（中度），例如果汁软糖（糖果类）；

——韧的 tough（高度），例如老牛肉、腊肉皮。

4.46

咀嚼次数 chew count，名词

产品被咀嚼至较均匀一致适合吞咽的程度所需要的咀嚼次数。

4.47

胶黏性 gumminess，名词

与柔软产品的黏聚性有关的机械质地特性。

注 1：它与在嘴中将产品磨碎至易吞咽状态所需的力量有关。

注 2：与不同程度胶黏性相关的主要形容词有：

——松脆的 short（低度），例如脆饼；

——粉质的、粉状的 mealy（中度），例如某种马铃薯、炒干的扁豆；

——糊状的 pasty（中度），例如栗子泥、面糊；

——胶黏的 gummy（高度），例如煮过火的燕麦片、食用明胶。

4.48

黏性 viscosity，名词

与抗流动性有关的机械质地特性。

注 1：它与将勺中液体吸到舌头上或将它展开所需力量有关。

注 2：与不同程度黏性相关的形容词主要有：

——流动的 fluid（低度），例如水；

——稀薄的 thin（中度），例如橄榄油；

——滑腻的 unctuous / creamy（中度），例如二次分离的稀奶油、浓缩奶油；

——黏的 thick / viscous（超高度），例如甜炼乳、蜂蜜。

4.49

稠度 consistency，名词

通过刺激触觉或视觉感受器而觉察到的机械特性。

4.50

弹性 elasticity; springiness; resilience , 名词

与变形恢复速度有关的机械质地特性，以及与解除形变压力后变形物质恢复原状的程度有关的机械质地特性。

注：与不同程度弹性相关的主要形容词有：

——可塑的 plastic（无弹性），例如人造奶油；

——韧性的 malleable（中度），例如棉花糖；

——弹性的 elastic; springy; rubbery（高度），例如熟鱿鱼、蛤肉、口香糖。

4.51**黏附性 adhesiveness , 名词**

与移除附着在口腔或基底物质上的物料所需力量相关的机械质地特性。

注 1：与不同程度黏附性相关的主要形容词有：

——发黏的 tacky（低度），例如棉花糖；

——有黏性的 clinging（中度），例如花生酱；

——黏的；胶质的 goeey; gluey（高度），例如焦糖水果冰淇淋的食品装饰料、煮熟的糯米；

——黏着的 sticky; adhesive（超高度），例如太妃糖。

注 2：样品的黏附性可能有多种体验途径：

——通过腭：样品在舌头和腭之间充分挤压后，用舌头将产品从腭上完全移走需要的力量；

——通过嘴唇：产品在嘴唇上的黏附程度：将样品放在双唇之间，轻轻挤压后移开，用于评价黏附度；

——通过牙齿：产品被咀嚼后，黏附在牙齿上的产品量；

——通过产品：将产品放置口中，用舌头将产品分成小片需要的力量；

——通过手：用勺子的背面将黏在一起的样品分成小片需要的力量。

4.52**（滞）重 heaviness , 名词****（滞）重的 heavy , 形容词**

与饮料黏度或固体产品密实度有关的特性。

注：描述截面结构紧密的固体食品或流动有一定困难的饮料。

4.53**密实度 denseness , 名词**

产品完全咬穿后感知到的，与产品截面结构紧密性有关的几何质地特性。

注：与不同程度的密实度相关的形容词有：

——轻的 light（低度），例如鲜奶油；

——重的 heavy；稠密的 dense（高度），例如栗子泥、传统英式圣诞布丁。

4.54

粒度 granularity，名词

与感知到的产品中颗粒的大小、形状和数量有关的几何质地特性。

注：与不同程度粒度相关的主要形容词有：

——平滑的 smooth；粉末的 powdery（无粒度），例如冰糖粉、栗粉；

——细粒的 gritty（低度），例如某种梨；

——粒状的 grainy（中度），例如粗粒面粉；

——珠状的 beady（有小球状颗粒），例如木薯布丁；

——颗粒状的 granular（有多角形的硬颗粒），例如德麦拉拉蔗糖；

——粗粒的 coarse（高度），例如煮熟的燕麦粥；

——块状的 lumpy（高度，含有大的不规则状颗粒），例如白干酪。

4.55

构型 conformation，名词

与感知到的产品中颗粒形状和排列有关的几何质地特性。

注：与不同程度构型相关的主要形容词有：

——囊包状的 cellular：薄壁结构被液体或气体围绕的球形或卵形粒子，例如橙子；

——结晶状的 crystalline：大小相似、结构对称、立体状的多角形粒子，例如砂糖；

——纤维状的 fibrous：沿同一方向排列的长粒子或线状粒子，例如芹菜；

——薄片状的 flaky：松散而易于分离的层状结构，例如熟金枪鱼、可松面包、片状糕点；

——蓬松的 puffy：外壳坚硬，内部充满大而不规则的气腔，例如奶油泡芙（松饼）、爆米花。

4.56

湿润感 moisture，名词

口中的触觉感受器感知到的食物中的水含量，以及与产品自身润滑特性有关的感觉。。

注：不仅反映感知到的产品水分总量，还反映水分释放或吸收的类型、速率和方式。

4.57

湿润性 moisture，名词

描述感知到的产品吸收或释放水分的表面质地特性。

注：与不同程度水分相关的主要形容词有：

表面特性:

——干的 dry (不含水分), 例如奶油硬饼干;

——潮湿的 moist (中度), 例如去皮苹果;

——湿的 wet (高度), 例如荸荠、牡蛎。

主体特性:

——干的 dry (不含水分), 例如奶油硬饼干;

——潮湿的 moist (中度), 例如苹果;

——多汁的 juicy (高度), 例如橙子;

——多汁的 succulent (高度), 例如生肉;

——水感的 watery (像水一样的感觉), 例如西瓜。

4.58

干 dryness , 名词

干的 dry , 形容词

描述感知到产品吸收水分的质地特性。例如奶油硬饼干。

注: 对于饮料, 为舌头和咽喉发干的感觉, 例如蔓越莓汁。

4.59

脂质感 fattiness , 名词

与感知到的产品表面或其中的脂肪或其有关的质地特性。

注: 与不同程度脂质感相关的主要形容词有:

——油性的 oily: 浸出和流动脂肪的感觉, 例如法式调味色拉;

——油腻的 greasy: 渗出脂肪的感觉, 例如腊肉、炸薯条、炸薯片;

——多脂的 fatty: 产品中脂肪含量高, 油腻的感觉, 例如猪油、牛脂。

4.60

充气 aeration , 名词

充气的 aerated , 形容词

描述含有小而规则小孔的固体、半固体产品。小孔中充满气体(通常为二氧化碳或空气), 且通常为软孔壁所包裹。

注 1: 见 4.61。

注 2: 产品可被描述为起泡的或泡沫样的(细胞壁为流动的, 例如奶昔), 或多孔的(细胞壁为固态),

例如棉花糖、蛋白酥皮筒、巧克力慕思、有馅料的柠檬饼、三明治面包。

4.61

起泡 effervescence , 名词

起泡的 effervescent , 形容词

液体产品中，因化学反应产生气体，或压力降低释放气体导致气泡形成。

注 1：见 4.60。

注 2：气泡或气泡形成通常是作为质地特性被感知，但高度起泡可通过视觉和听觉感知。

对起泡的程度描述如下：

——静止的 still：无气泡，例如自来水；

——平的 flat：比预期起泡程度低的，例如打开很久的瓶装啤酒；

——刺痛的 tingly：主要作为质地特性，在口中被感知；

——多泡的 bubbly：有肉眼可见的气泡；

——沸腾的 fizzy：有剧烈的气泡，并伴随有嘶嘶声。

4.62

口感 mouthfeel , 名词

刺激的物理和化学特性在口中产生的复合感觉。

注：评价员将物理感觉（例如密实度、黏性、粒度）定为质地特性，化学感觉（如涩、凉感）定为风味特性。

4.63

清洁感 clean feel , 名词

清洁的 clean , 形容词

吞咽后口腔无产品滞留的后感特性（见 4.51 黏附性）。例如水。

4.64

味感清除剂 palate cleanser , 名词

清洁用的 cleansing , 形容词

用于去除口腔任何残留的感的物质。例如：水，奶油苏打饼干。

4.65

后味 after-taste , 名词

余味 residual taste , 名词

产品消除后残留的嗅感和味感，有别于其在口腔中的感觉。

4.66

后感 after-feel , 名词

质地刺激去除后,随之而来的感受。此感受可能是最初感受的延续,或是经过吞咽、唾液消化、稀释以及其他能影响刺激物质或感觉域的阶段后所感受到的不同特性。

4.67

滞留性 persistence , 名词

有关刺激引起的响应在测量时间内存在长短的特性。

4.68

乏味的 insipid , 形容词

描述一种风味远不及期望水平的产品。

4.69

淡而无味的 bland , 形容词

描述风味不浓且无特色的产品。

4.70

中庸的 neutral , 形容词

描述无任何明显特色的产品。

4.71

平淡的 flat , 形容词

描述对产品的感觉低于所期望的感官水平。

5 与方法有关的术语

5.1

客观方法 objective method , 名词

受个人意见影响最小的方法。

5.2

主观方法 subjective method , 名词

基于个人经验和观点的评价方法。

5.3

分等 grading , 名词

将产品按照品质差异进行分类的方法通称。

示例:排序法、分类法、评级法和评分法。

5.4

排序 ranking , 名词

给评价员同时提供三个或三个以上样品，要求评价员将样品按特定的感官特性的强度或程度进行顺序排列。

5.5

分类 classification , 名词

将样品划归到不同类别的方法。

5.6

评级 rating , 名词

采用顺序标度测量某种感觉的大小，其大小通过一些可能的类别中的一个进行表征。。

5.7

评分 scoring , 名词

用与产品或产品特性有数学关联的指定数字评价产品或产品特性。

5.8

筛选 screening , 名词

初步的选择过程。

5.9

匹配 matching , 名词

将相同或相关的刺激配对的过程。通常用于确定控制样和未知样品之间或两个未知样品之间的相似程度。

5.10

量值估计 magnitude estimation , 名词

按比率的方式给属性强度赋值的方法。所定数值间的比率应与评价员对特性感觉强度的比率相一致。

5.11

独立评价 independent assessment , 名词

在没有直接比较的情况下，对一种或多种刺激进行评价。

5.12

绝对判断 absolute judgement , 名词

在没有直接比较的情况下，对单个刺激物做出的评价（如：单样品提供）。

5.13**比较评价 comparative assessment , 名词**

对同时提供的刺激进行比较。

5.14**稀释法 dilution method , 名词**

制备逐渐降低浓度的系列样品, 并按顺序检验的方法。

5.15**心理物理学方法 psychophysical method , 名词**

研究物理刺激与感官响应之间关系的方法。

5.16**差别检验 discrimination test , 名词**

判别产品之间是否存在可觉察差异的方法。

示例: 三点检验、成对比较、二、三点检验。

5.17**成对比较检验 paired comparison test , 名词**

一种差别检验方法。检验时, 同时提供两个样品, 要求评价员依据既定的准则对其进行比较。

5.18**三点检验 triangle test , 名词**

一种差别检验方法。检验时同时向评价员提供一组三个样品, 其中两个相同, 一个不同, 要求评价员挑出其中不同于其他两个的样品。

5.19**二—三点检验 duo—trio test , 名词**

一种差别检验方法。检验时, 提供给评价员三个样品, 一个为参比样, 另外两个样品一个与参比样相同, 一个与之不同, 要求评价员从中选出与参比样不同或与相同的样品。

5.20**“五中取二”检验 “two-out-of-five” test , 名词**

一种差别检验方法。检验时, 给评价员提供 5 个已编码的待测样品, 其中 2 个是同一种样品, 其余 3 个是另一种样品, 要求评价员将样品根据感知的异同分成 2 组。

5.21

“A” — “非 A” 检验 “A” or “not A” test , 名词

一种差别检验方法。检验时先给评价员提供样品“A”，让其熟悉并记忆，然后提供给评价员一系列样品，其中有的样品是“A”，有的样品是“非 A”，要求评价员识别每个样品是“A”还是“非 A”。

5.22**描述性分析 descriptive analysis , 名词**

由经过培训的评价员组成的评价小组对刺激的感官特征进行描述或定量的方法。

5.23**定性感官剖面 qualitative sensory profile , 名词**

只对样品感官属性进行描述，不进行强度评价。

5.24**定量感官剖面 quantitative sensory profile , 名词**

对样品感官属性进行描述，并对其强度评价。

5.25**感官剖面 sensory profile , 名词**

对样品感官特性的描述,这种描述包括按感知顺序获得的感官属性及每一个属性的强度。

注：该术语为任何一种剖面方法的通称，无论该方法是整体剖面法还是部分剖面法、也无论该方法是否经商标注册。

5.26**自由选择感官剖面 free choice sensory profile , 名词**

每位评价员独立、自由选择感官属性，建立样品感官剖面的方法。

注：最终经过统计分析获得一致的样品感官剖面。

5.27**质地剖面 texture profile , 名词**

样品质地的定性或定量感官剖面。

5.28**偏爱测试 preference test , 名词**

给消费者提供两个或者多个样品，要求其评价偏好或更喜欢的样品的测试。

5.29**标度 scale , 名词**

用于响应标度或测量标度的术语。

5.29.1

响应标度 response scale , 名词

评价员记录定量响应的方式（如数字、语言或图片）。

注1：在感官分析中，响应标度是一种用于捕捉评价员对属性响应的设备或工具。继而这种响应可转换为数字。

注2：在多数情况下，术语“标度”被等同于“响应标度”使用。

5.29.2

测量标度 measurement scale , 名词

属性（如，感知的强度）与用于表示其属性值的数字（如，评价员标记的数字或从评价员的响应中转化的数字）之间的关系（如顺序的、等距的或比例的）。

注：在多数情况下，术语“标度”也被等同于“测量标度”使用。

5.30

强度标度 intensity scale , 名词

一种指示感知强度的标度。

5.31

态度标度 attitude scale , 名词

一种指示态度或观点的标度。

5.32

参比标度 reference scale , 名词

用参比（对照）样品定义某个感官属性或某个给定属性的特定强度的标度。

5.33

喜好标度 hedonic scale , 名词

一种表达喜欢或不喜欢程度的标度。

5.34

双极标度 bipolar scale , 名词

一种在两端有相反描述的标度。例如，从硬到软的质地标度。

5.35

单极标度 unipolar scale , 名词

一种只有一端带有一个描述词的标度。

5.36

顺序标度 ordinal scale , 名词

一种被评价属性被分配的数字的顺序与感知到的强弱顺序对应的标度。5.37

等距标度 interval scale , 名词

一种既具有顺序标度的属性,数值之间的等距又与测量的属性(感官分析中的感知强度)之间的差异大小对等的标度。

5.38

比例标度 ratio scale , 名词

一种不仅具有等距标度的特性,且分配给两个刺激物的值之间的比率等于刺激物间可感知的强度之间的比率的标度。

注:亦称比率标度或等比标度。

5.39

(评价的)误差 error(of assessment) , 名词

观察值(或评价值)与真值之间的差别。

5.40

随机误差 random error , 名词

感官分析中不可预测的误差,其平均值趋向于零。

5.41

偏差 bias , 名词

感官分析中正负系统误差。

5.42

预期偏差 expectation bias , 名词

由于评价员的先入之见造成的偏差。

5.43

光环效应 halo effect , 名词

情境效应的一种特殊情况,指对刺激物的某个属性的赞许或负面评价,可能会导致其对该刺激物同时考量的其他属性也做出赞许或负面的评价。

5.44

真值 true value , 名词

感官分析中的最佳估计值。

5.45

标准光照度 standard illuminant , 名词

国际照明委员会(CIE)定义的自然光或人造光范围内的有色光照度。

5.46

参照点 anchor point , 名词

供样品评价时, (标度上) 对比参照的位置点。注: 见参比值(2.19)。

5.47

评分 score , 名词

为描述刺激物某属性在其可能所处强度范围内的特定位置所赋的值。注: 给某种食品评分就是采用标度或按照有明确数字含义的标准对其特性进行评价。

5.48

评分表 score sheet , 名词**评分卡 score card , 名词**

计分表。

5.49

盲评 blind test

评价员无法获知任何与样品识别相关的外部信息的测试。

5.50.1

完全区组设计 complete block design

每位评价员评价所有样品的实验设计。

注: 每位评价员被视为一个区组。

5.50.2

不完全区组设计 incomplete block design

每位评价员只评价部分样品的实验设计。

注: 每位评价员被视为一个区组。

5.51

品牌烙印测试 branded test

评价员可获知产品商业标签信息的测试。

5.52

中心地点法 central location test

由测试人员向评价员提供场所进行产品评价的测试。。

5.53

封闭式问题 closed-ended question

要求回答者从预先确定的可能答案选项中选择作答的问题。

注：与开放式问题（5.61）相对。

5.54

联合分析 conjoint analysis

同时确定产品的两个或多个属性，并将属性及其水平进行组合设计，生成一系列虚拟产品让评价员进行评价的方法（内容略有扩充，原定义过于简单）。

注：该法常用于辅助以消费者视角进行的产品特征优化。。

5.55

一致性感官剖面 consensus sensory profile

通过评价小组集体讨论对产品的不同属性或属性及强度达成一致建立的感官剖面。

5.56

控制区域 controlled area

满足以下条件的区域：

- 准备和提供样品的环境受控；
- 评价员评价样品和接受提问的环境适宜；
- 可避免评价员之间口头和非口头交流，确保每名评价员独立反馈意见。

5.57

自选特性排序剖面 flash profiling

评价员选择自己的描述词，并针对各描述词，依据产品在该特征上的强弱进行排序，从而确定产品特征的方法。

注：此法是自由选择剖面法的一种变体，区别在于自选特性排序剖面使用特性排序代替自由选择剖面中的评分。

5.58

强迫选择法 forced-choice method

不允许评价员做出“无差异”回答的方法。

5.59

家用测试法 home-use test

评价员在家中熟悉的环境下评价样品的测试方法。

5.60

合格判定法 in-out test

确定被检样品是否符合某一相关感官规格的测试方法。

5.61

开放式问题 open-ended question

不提供可能的答案，受访者用自己的语言来回答的问题。

注 1：问题可以涉及提供给评价员的每个产品或者其中部分产品（例如，问评价员为什么某一特定产品对其吸引力最大或最小）。

注 2：与封闭式问题（5.53）相对。

5.62

重现 repetition

实验设计中特定条件下的事件再次发生。

注 1：该术语常隐含着同样条件下可能发生的多种情况之一再现，也可仅指其中一种情况本身再现。同样的条件再次发生，可称为两次重现，以此类推。

注 2：当特指一种条件再次发生时，用重复或重复轮次会更准确。

5.63

轮次 session

进行产品感官评价的时段。

注：单一轮次可以是一个或多个评价员对一个或多个产品进行评价。对一个评价员而言，无论是单独评价还是作为小组的一分子参与评价，轮次均由时间区隔开来。

5.64

动态主导属性测试法 temporal dominance of sensation

要求每名评价员连续指出产品在评价时间段内呈现的主导感官属性的方法。

注：一个时间段的主导属性可从属性列表中选择。同样，其强度也可以同时选择。

5.65

时间强度法 time-intensity measurement

动态的、定量感官评价方法。在一定时间内，对被检样品特定的感官属性，评价员连续记录所感知到的属性强度增强和减弱的方法。

索 引

汉语拼音索引

A	
“A”-“非 A”检验.....	5.21
B	
半透明的.....	4.38
半透明度.....	4.38
饱和度.....	4.34
被检部分.....	2.18
被检样品.....	2.17
比较评价.....	5.13
比例标度.....	5.38
鼻后感.....	3.42
辨别.....	2.26
辨别力.....	2.27
标度.....	5.29
标准光照度.....	5.45
薄片状的.....	4.55
不完全区组设计.....	5.50.2
不透明的.....	4.39
不透明度.....	4.39
C	
参比标度.....	5.32
参比样.....	2.21
参比值.....	2.19
参照点.....	5.46
测量标度.....	5.29.2
差别检验.....	5.16
差别阈(限).....	3.27
产品.....	2.15
产品样品.....	2.16
潮湿的.....	4.57
成对比较检验.....	5.17
重复性.....	2.45
充气.....	4.60
充气的.....	4.60
重现.....	5.62
稠度.....	4.49
稠密的.....	4.53
初级评价员.....	2.5
触觉.....	3.16
触觉的.....	3.20
触觉感受器.....	3.23

刺激.....	3.2
(刺激)强度.....	3.9
刺激性.....	4.13
刺激性的.....	4.13
刺激阈(限).....	3.25
刺痛的.....	4.61
粗粒的.....	4.54
脆的.....	4.44
D	
单极标度.....	5.35
等距标度.....	5.37
玷染.....	4.23
定量感官剖面.....	5.24
定性感官剖面.....	5.23
动觉.....	3.24
动态主导属性测试法.....	5.64
独立评价.....	5.11
对比效应.....	3.38
对照样.....	2.20
多泡的.....	4.61
多汁的.....	4.57
多脂的.....	4.59
E	
二一三点检验.....	5.19
F	
发黏的.....	4.51
乏味的.....	4.68
芳香.....	4.25
沸腾的.....	4.61
分等.....	5.3
分类.....	5.5
粉末的.....	4.54
粉碎的.....	4.44
粉质的.....	4.47
粉状的.....	4.47
封闭式问题.....	5.53
风味.....	4.20
风味增强剂.....	4.22
肤觉.....	3.20
G	
干.....	4.58
干的.....	4.57,4.58
感官的.....	2.2
感官分析.....	2.1

感官疲劳.....	3.7
感官剖面.....	5.25
感官适应.....	3.6
感官特性的.....	2.4
感觉.....	3.4
感觉通道.....	3.11
(感觉)强度.....	3.8
感受器(受体).....	3.1
个性特征.....	4.30
构型.....	4.55
光环效应.....	5.43
光泽.....	4.40
H	
合格判定法.....	5.60
后触觉.....	3.40
后感.....	4.66
后嗅觉.....	3.41
后味.....	4.65
糊状的.....	4.47
滑腻的.....	4.48
化学凉感.....	4.14
化学热感.....	4.16
化学温度觉.....	3.21
化学效应.....	4.11
J	
基本味.....	4.2
极限阈.....	3.28
家用测试法.....	5.59
碱味.....	4.8
胶黏的.....	4.47
胶黏性.....	4.47
胶质的.....	4.51
结晶状的.....	4.55
结实的.....	4.42
拮抗效应.....	3.35
密实度.....	4.53
静止的.....	4.61
酒香.....	4.26
咀嚼.....	2.39
咀嚼次数.....	4.46
咀嚼性.....	4.45
觉察阈(限).....	3.25
绝对判断.....	5.12
均匀性.....	2.41

K

开放式问题.....	5.61
开胃的.....	2.29
颗粒状的.....	4.54
（可）接受性.....	2.23
可口性.....	2.30
可塑的.....	4.50
客观方法.....	5.1
控制区域.....	5.56
口鼻化学物理觉.....	3.19
口感.....	4.62
苦味.....	4.5
块状的.....	4.54

L

粒度.....	4.54
粒状的.....	4.54
联合分析.....	5.54
亮度对比度.....	4.36
量值估计.....	5.10
流动的.....	4.48
轮次.....	5.63

M

盲评.....	5.49
描述性分析.....	5.22
敏感性.....	3.5
敏锐性.....	3.10
明度.....	4.35

N

囊包状的.....	4.55
嫩的.....	4.45
黏的.....	4.48, 4.51
黏附性.....	4.51
黏着的.....	4.51
黏聚性.....	4.43
黏聚性的.....	4.44
黏性.....	4.48

P

排序.....	5.4
蓬松的.....	4.55
匹配.....	5.9
偏爱.....	2.24
偏爱测试.....	5.28
偏差.....	5.41
品尝.....	2.14

品尝员.....	2.13
品牌烙印测试.....	5.51
平淡的.....	4.71
平的.....	4.61
评分.....	5.47
评分表.....	5.48
评分卡.....	5.48
平滑的.....	4.54
淡而无味的.....	4.69
评价.....	5.6
(评价的)误差.....	5.39
评价小组.....	2.9
评价员.....	2.5
评价员偏差.....	2.4

Q

起泡.....	4.61
起泡的.....	4.61
气味.....	4.18
气味测量.....	2.34
气味物质.....	2.35
强度标度.....	5.30
强迫选择法.....	5.58
轻的.....	4.53
清洁的.....	4.63
清洁感.....	4.63
清洁用的.....	4.64
趋同效应.....	3.39

R

韧的.....	4.45
韧性的.....	4.50
融化的.....	4.45
柔软的.....	4.42

S

三叉神经感觉.....	3.19
三点检验.....	5.18
色觉.....	4.31
色觉障碍.....	3.33
色盲.....	3.34
色调.....	4.33
涩味.....	4.10
涩味的.....	4.10
筛选.....	5.8
湿的.....	4.57
食欲.....	2.28

识别阈(限).....	3.26
时间强度法.....	5.65
视觉.....	3.17
时序偏差.....	2.42
湿润性.....	4.57
湿润感.....	4.56
双极标度.....	5.34
水感的.....	4.57
顺序标度.....	5.36
顺序偏差.....	2.47
松脆的.....	4.44, 4.47
酸味.....	4.3
酸.....	4.4
随机误差.....	5.40
碎裂性.....	4.44

T

态度.....	2.38
态度标度.....	5.31
弹性.....	4.50
弹性的.....	4.50
特性.....	2.3
特征.....	4.28
体觉.....	3.22
甜味.....	4.7
听觉的.....	3.18
透明的.....	4.37
透明度.....	4.37

W

外观.....	4.1
完全区组设计.....	5.50.1
味道.....	3.12
味感清洁剂.....	4.64
味觉的.....	3.13
味觉缺失.....	3.31
位置偏差.....	2.44
温热的.....	4.12
“五中取二”检验.....	5.20
物理凉感.....	4.15
物理热感.....	4.17

X

稀薄的.....	4.48
稀释法.....	5.14
喜好标度.....	5.33
喜好的.....	2.22

细粒的.....	4.54
纤维状的.....	4.55
鲜味.....	4.9
咸味.....	4.6
香味.....	4.24
响应标度.....	5.29.1
消费者.....	2.12
小组培训.....	2.10
小组一致性.....	2.11
协同效应.....	3.36
心理物理学.....	2.31
心理物理学方法.....	5.15
嗅.....	3.15
嗅觉测量.....	2.32
嗅觉测量仪.....	2.33
嗅觉的.....	3.14
嗅觉缺失.....	3.32

Y

颜色.....	4.32
掩蔽.....	3.37
厌恶.....	2.25
样品.....	2.16
异常风味.....	4.21
异常气味.....	4.19
异常特征.....	4.29
异常值.....	2.43
易裂的.....	4.44
易碎的.....	4.44
一致性感官剖面.....	5.55
硬的.....	4.42
硬性.....	4.42
优选评价员.....	2.6
油腻的.....	4.59
油性的.....	4.59
有光泽的.....	4.40
有黏性的.....	4.51
有嚼劲的.....	4.45
有硬壳的.....	4.44
余味.....	4.65
余味（气味）.....	3.41
预期偏差.....	5.42
阈上的.....	3.30
阈下的.....	3.29

Z

再现性.....	2.46
真值.....	5.44
知觉.....	3.3
质地.....	4.41
质地剖面.....	5.27
质量.....	2.36
质量要素.....	2.37
滞留性.....	4.67
脂质感.....	4.59
中心地点法.....	5.52
中庸的.....	4.70
(滞)重.....	4.52
(滞)重的.....	4.52,4.53
主观方法.....	5.2
主体.....	4.27
珠状的.....	4.54
专家.....	2.7
专家评价员.....	2.8
准评价员.....	2.5
灼热的.....	4.12
自选特性排序剖面.....	5.57
自由选择感官剖面.....	5.26

英文对应词索引

A

“A” or “not A” test.....	5.21
absollite judgement.....	5.12
acceptability.....	2.23
acid taste.....	4.3
acidity.....	4.3
acuity.....	3.10
adhesive.....	4.51
adhesiveness.....	4.51
aerated.....	4.60
aeration.....	4.60
after-feel.....	4.66
after-smell.....	3.41
after-taste.....	4.65
ageusia.....	3.31
alkaline taste.....	4.8
alkalinity.....	4.8
anchor point.....	5.46
anosmia.....	3.32
antagonism.....	3.35
appearance.....	4.1
appetite.....	2.28
appetizing.....	2.29
aroma.....	4.24, 4.25
assessor bias.....	2.4
astringency.....	4.10
astringent.....	4.10
attitude.....	2.38
attitude scale.....	5.31
attribute.....	2.3
auditory.....	3.18
aversion.....	2.25

B

basic taste.....	4.2
beady.....	4.54
bias.....	5.41
bipolar scale.....	5.34
bitter taste.....	4.5
bitterness.....	4.5
bland.....	4.69
blind test.....	5.49
body.....	4.27

bouquet.....	4.26
branded test.....	5.51
brightness contrast.....	4.36
brittle.....	4.44
bubbly.....	4.61
burning.....	4.12
C	
cellular.....	4.55
central location test.....	5.52
character note.....	4.30
chemical cooling.....	4.14
chemical effect.....	4.11
chemical heat.....	4.16
chemothermal sensation.....	3.21
chew count.....	4.46
chewiness.....	4.45
chewy.....	4.45
classification.....	5.5
clean.....	4.63
clean feel.....	4.63
cleansing.....	4.64
clinging.....	4.51
closed-ended question.....	5.53
coarse.....	4.54
cohesive.....	4.44
cohesiveness.....	4.43
colour.....	4.31, 4.32
colour blindness.....	3.34
comparative assessment.....	5.13
complete block design.....	5.50.1
conformation.....	4.55
conjoint analysis.....	5.54
consensus sensory profile.....	5.55
consistency.....	4.49
consumer.....	2.12
contrast effect.....	3.38
control sample.....	2.20
controlled area.....	5.56
convergence effect.....	3.39
creamy.....	4.48
crispy.....	4.44
crumbly.....	4.44
crunchy.....	4.44
crusty.....	4.44

crystalline.....	4.55
cutaneous sense.....	3.20
D	
dense.....	4.53
denseness.....	4.53
descriptive analysis.....	5.22
detection threshold.....	3.25
difference threshold.....	3.27
dilution method.....	5.14
discriminating ability.....	2.27
discrimination.....	2.26
discrimination test.....	5.16
dry.....	4.57, 4.58
dryness.....	4.58
duo-trio test.....	5.19
dyschromatopsia.....	3.33
E	
effervescence.....	4.61
effervescent.....	4.61
elastic.....	4.50
elasticity.....	4.50
error(of assessment).....	5.39
expectation bias.....	5.42
expert.....	2.7
expert sensory assessor.....	2.8
F	
fattiness.....	4.59
fatty.....	4.59
fibrous.....	4.55
firm.....	4.42
fizzy.....	4.61
flash profiling.....	5.57
flat.....	4.61, 4.71
flavour.....	4.20
flavour enhancer.....	4.22
flaky.....	4.55
fluid.....	4.48
forced-choice method.....	5.58
fracturability.....	4.44
free choice sensory profile.....	5.26
G	
gloss.....	4.40
glossy.....	4.40
gluey.....	4.51

gooey.....	4.51
grading.....	5.3
grainy.....	4.54
granular.....	4.54
granularity.....	4.54
greasy.....	4.59
gritty.....	4.54
gumminess.....	4.47
gummy.....	4.47
gustatory.....	3.13
H	
halo effect.....	5.43
hard.....	4.42
hardness.....	4.42
heaviness.....	4.52
heavy.....	4.52, 4.53
hedonic.....	2.22
hedonic scale.....	5.33
home-use test.....	5.59
homogeneity.....	2.41
hue.....	4.33
I	
independent assessment.....	5.11
incomplete block design.....	5.50.2
initiated assessor.....	2.5
in-out test.....	5.60
insipid.....	4.68
intensity.....	3.8, 3.9
intensity scale.....	5.30
interval scale.....	5.37
J	
juicy.....	4.57
K	
kinaesthesia.....	3.24
L	
light.....	4.53
lightness.....	4.35
lumpy.....	4.54
M	
magnitude estimation.....	5.10
malleable.....	4.50
masking.....	3.37
mastication.....	2.39
matching.....	5.9

mealy.....	4.47
measurement scale.....	5.29.2
melting.....	4.45
modality.....	3.11
moist.....	4.57
moisture.....	4.56, 4.57
mouthfeel.....	4.62
N	
naive assessor.....	2.5
neutral.....	4.70
note.....	4.28
O	
objective method.....	5.1
odorant.....	2.35
odorimetry.....	2.34
odour.....	4.18
off-flavour.....	4.21
off-note.....	4.29
off-odour.....	4.19
oily.....	4.59
olfactometer.....	2.33
olfactometry.....	2.32
olfactory.....	3.14
opacity.....	4.39
opaque.....	4.39
open-ended question.....	5.61
order bias.....	2.42
ordinal scale.....	5.36
organoleptic.....	2.4
oro-nasal chemesthesis.....	3.19
outlier.....	2.43
P	
paired comparison test.....	5.17
palatability.....	2.30
palate cleanser.....	4.64
panel consensus.....	2.11
panel training.....	2.10
pasty.....	4.47
perception.....	3.3
persistence.....	4.67
physical cooling.....	4.15
physical heat.....	4.17
plastic.....	4.50
position bias.....	2.44

powdery.....	4.54
preference.....	2.24
preference test.....	5.28
product.....	2.15
psychophysical method.....	5.15
psychophysics.....	2.31
puffy.....	4.55
pulverulent.....	4.44
pungency.....	4.13
pungent.....	4.13

Q

qualitative sensory profile.....	5.23
quality.....	2.36
quality factor.....	2.37
quantitative sensory profile.....	5.24

R

random error.....	5.40
ranking.....	5.4
rating.....	5.6
ratio scale.....	5.38
receptor.....	3.1
recognition threshold.....	3.26
reference point.....	2.19
reference sample.....	2.21
reference scale.....	5.32
repeatability.....	2.45
repetition.....	5.62
reproducibility.....	2.46
residual taste.....	3.41,4.65
resilience.....	4.50
response scale.....	5.29.1
retronasal.....	3.42
rubbery.....	4.50

S

saltiness.....	4.6
salty taste.....	4.6
sample.....	2.16
sample of product.....	2.16
saturation.....	4.34
scale.....	5.29
score.....	5.47
score card.....	5.48
score sheet.....	5.48
scoring.....	5.7

screening.....	5.8
selected assessor.....	2.6
sensation.....	3.4
sensitivity.....	3.5
sensory.....	2.2
sensory adaptation.....	3.6
sensory analysis.....	2.1
sensory assessor.....	2.5
sensory fatigue.....	3.7
sensory modality.....	3.11
sensory panel.....	2.9
sensory profile.....	5.25
sequential bias.....	2.47
session.....	5.63
shiny.....	4.40
short.....	4.47
smooth.....	4.54
soft.....	4.42
somesthesis.....	3.22
sour taste.....	4.4
sourness.....	4.4
springiness.....	4.50
springy.....	4.50
standard illuminant.....	5.45
sticky.....	4.51
still.....	4.61
stimulus.....	3.2
stimulus threshold.....	3.25
sub-ective method.....	5.2
sub-threshold.....	3.29
succulent.....	4.57
supra-threshold.....	3.30
sweet taste.....	4.7
sweetness.....	4.7
synergism.....	3.36
T	
tacky.....	4.51
tactile.....	3.20
tactile somesthetic receptor.....	3.23
taint.....	4.23
taste.....	3.12
taster.....	2.13
tasting.....	2.14
temporal dominance of sensation.....	5.64

tender.....	4.45
terminal threshold.....	3.28
test portion.....	2.18
test sample.....	2.17
texture.....	4.41
texture profile.....	5.27
thick.....	4.48
thin.....	4.48
time-intensity measurement.....	5.65
tingly.....	4.61
to smell.....	3.15
touch.....	3.16
tough.....	4.45
translucency.....	4.38
translucent.....	4.38
transparency.....	4.37
transparent.....	4.37
triangle test.....	5.18
trigeminal sensations.....	3.19
true value.....	5.44
“two-out-of-five” test.....	5.20
U	
umami.....	4.9
unctuous.....	4.48
unipolar scale.....	5.35
V	
viscosity.....	4.48
vlscous.....	4.48
vlsion.....	3.17
W	
warming.....	4.12
watery.....	4.57
wet.....	4.57