

中华人民共和国国家标准

GB/T 29604—2013

感官分析 建立感官特性参比样的一般导则

Sensory analysis—General guidance for establishing references
for sensory attributes

2013-07-19 发布

2013-12-31 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局 发布
中国国家标准化管理委员会

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由中国标准化研究院提出并归口。

本标准起草单位：中国标准化研究院、广西壮族自治区质量技术监督局、北京农学院、中粮集团有限公司、江苏省农业科学院。

本标准主要起草人：赵镭、苏彩和、席兴军、支瑞聪、史波林、卢大新、丁庆波、黄序、牛丽影。

感官分析

建立感官特性参比样的一般导则

1 范围

本标准规定了建立感官特性参比样的基本原则和一般程序。

本标准适用于食品感官评价中感官特性参比样的建立,也适用于非食品消费品如化妆品、个人护理品、纺织品等进行感官评价时,感官特性参比样的建立。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 10221 感官分析 术语(ISO 5492)

GB/T 12315 感官分析 方法学 排序法(ISO 8587)

GB/T 16861 感官分析 通过多元分析方法鉴定和选择用于建立感官剖面的描述词(ISO 11035)

GB/T 19547 感官分析 方法学 量值估计法(ISO 11056)

ISO 4121 感官分析 定量反应尺度的使用指南(Sensory analysis—Guidelines for the use of quantitative response scales)

3 术语和定义

GB/T 10221 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。为了便于使用,以下重复列出了GB/T 10221中的某些术语和定义。

3.1

感官特性 sensory attribute

由感觉器官感知的产品特性。

注:对食品而言,一般包括外观、质地、香气、滋味、风味、口感等。

3.2

参比样 reference sample

用于定义或阐明一个特性或一个给定特性的某一特定水平的物质。

注 1:参比样可与被检样品不同,仅作为对照,其他样品与之比较。

注 2:参比样可以是产品或模拟体系。

注 3:当参比样用于一个给定特性的强度对照时,通常为具有某一特性的系列样品,涵盖特性强度最小至最大的变化区间。

注 4:改写 GB/T 10221—2012 定义 2.21。

3.3

感觉 sensation

感官刺激引起的心理生理反应。

[GB/T 10221—2012,定义 3.4]

3.4

(感觉)强度 intensity

感知到的感觉的大小。

[GB/T 10221—2012, 定义 3.8]

3.5

(刺激)强度 intensity

引起这种感觉的刺激的大小。

[GB/T 10221—2012, 定义 3.9]

3.6

物理量 physical variable

量度物体属性或描述物体运动状态及其变化过程的量。

注：感官分析中的物理量指引起感觉的刺激。

4 参比样的基本原则

4.1 普遍性

参比样宜是成品,无需加工或仅简单加工即可。应首先考虑选择市场上为人熟悉的产品。必要时可自行制备。

4.2 代表性

参比样应具有典型的期望参比的感官特性,该特性不被其具有的其他感官特性掩盖。

4.3 稳定性

在适宜的存放条件下,参比样应质量稳定,不同批次重现性好。

4.4 可替代性

以某种产品制备的参比样难以获得时,应能找到其替代品,如其他品牌的类似产品。

4.5 溯源性

宜建立参比的感官特性与某种可精确测量的物理量之间的相关性,从而可通过仪器测定值估算感官特性强度,以快速筛选参比样,并在一定程度上体现感官评价结果的溯源,用仪器辅助校准和检定人的感觉量。

5 建立参比样的一般程序

5.1 备选参比样的采集或构建

应根据最终参比样要涵盖的范围与发挥的作用来采集或构建备选参比样。若建立的是通用感官特性,则采集或构建的备选参比样应包括不同产品类型,并应涵盖该感官特性最小至最大强度范围的代表性产品或模拟产品体系。若参比样针对特定产品的某种感官特性而设,则采集或构建的备选参比样只限于该种产品或基于该种产品的模拟体系,样品范围同样能涵盖该种产品该感官特性最小至最大强度的变化区间。

5.2 参比样的初选

按照 GB/T 16861 对采集或构建的备选参比样进行感官描述词收集,从中筛选出针对某一种感官特性代表性强的样品。再按照 GB/T 12315 对这些样品依据感官特性强度大小进行排序,通过多重比较和分组进行样品归类。对同一组内的样品进行稳定性、代表性、可替代性等参比样建立的基本原则综合考察分析,初选出下一步待测的参比样。

5.3 参比样的确定

5.3.1 感官评价

按照量值估计法(见 GB/T 19547)或标度法(见 ISO 4121: 2003)对待测参比样所期望参比的感官特性进行强度评价,获得参比特性的感觉强度值。

5.3.2 仪器分析

采用仪器分析手段如质地仪、流变仪,电子感官如电子鼻、电子舌等,对与待测参比样感官特性相关的物理量如 TPA(质地剖面分析仪)参数、流变参数、气味传感器特征值、滋味传感器特征值等进行测定,获得与参比特性相关的物理量测定值。

5.3.3 量值确定

参比样的量值宜包括感觉强度的标度值及与感官特性相关的特征物理量的参考值。感觉强度的标度值由 1 个或多个评价小组感官评价结果的平均值表示。特征物理量通过感官特性与物理量的相关性分析及进行特征提取来确定。特征物理量的参考值通过多次平行测定,以平均值及其变化范围表示。

5.4 参比样的适用性测试

应在重复性和再现性条件下对建立的参比样进行适用性测试。根据测试的结果对参比样的量值进行校正。

6 参比样的管理

参比样应在适当的贮藏条件下存贮以保证其稳定性,并根据其感官货架期,定期处置或更换。

中 华 人 民 共 和 国
国 家 标 准
感 官 分 析
建 立 感 官 特 性 参 比 样 的 一 般 导 则
GB/T 29604—2013

*

中国标准出版社出版发行
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100013)
北京市西城区三里河北街16号(100045)

网址 www.spc.net.cn

总编室:(010)64275323 发行中心:(010)51780235

读者服务部:(010)68523946

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销

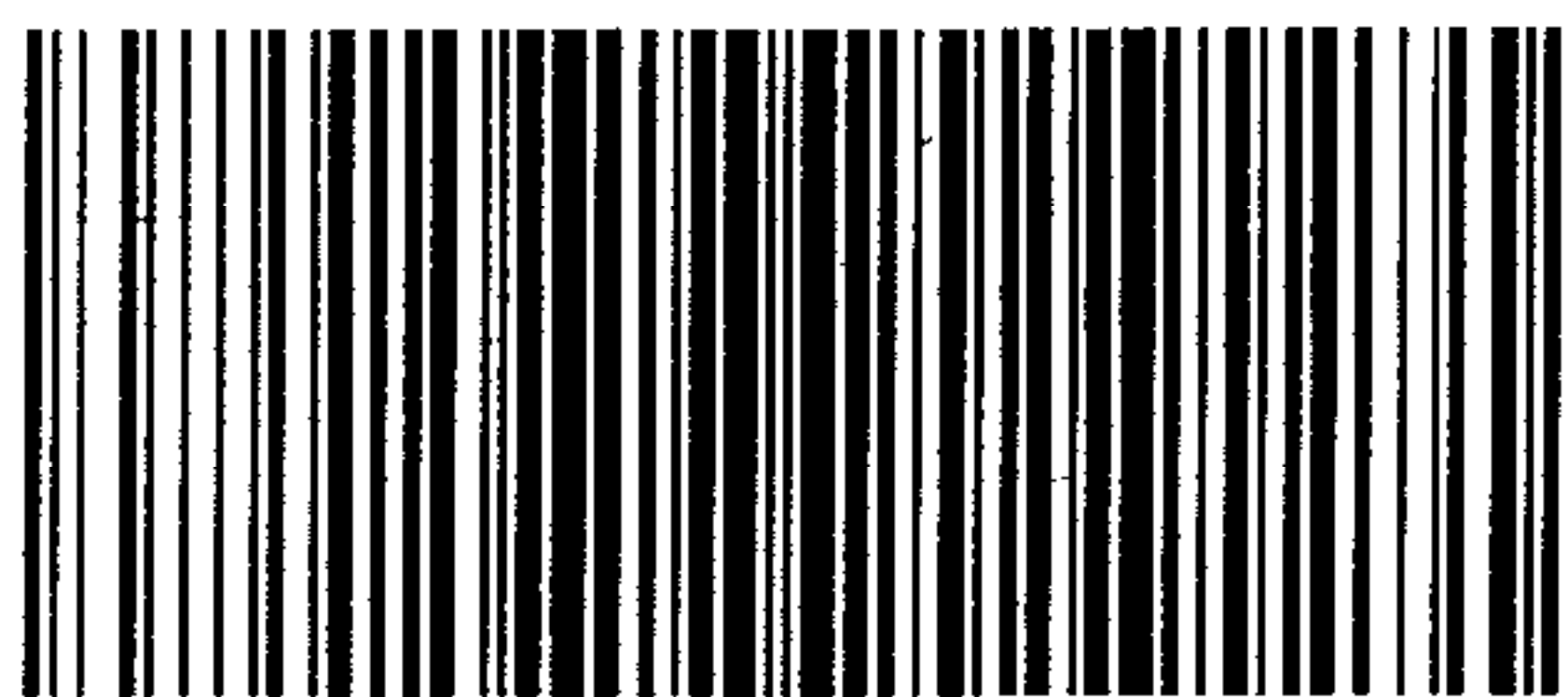
*

开本 880×1230 1/16 印张 0.5 字数 8 千字
2013年9月第一版 2013年9月第一次印刷

*

书号: 155066·1-47475

如有印装差错 由本社发行中心调换
版权专有 侵权必究
举报电话:(010)68510107



GB/T 29604-2013