



食品感官 分析词典

|| 赵 镭 邓少平 刘文 || 主编



FOOD SENSORY ANALYSIS VOCABULARY



中国轻工业出版社

全国百佳图书出版单位



食品感官 分析词典

|| 赵镭 邓少平 刘文 || 主编



FOOD SENSORY ANALYSIS VOCABULARY

图书在版编目 (CIP) 数据

食品感官分析词典 / 赵镭, 邓少平, 刘文主编. —北京:
中国轻工业出版社, 2015.1

ISBN 978-7-5019-9850-0

I. ①食… II. ①赵… ②邓… ③刘… III. ①食品感
官评价, 词典 IV. ①T207.3-61

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第167221号

责任编辑: 伊双双 策划编辑: 伊双双 责任终审: 张乃柬
整体设计: 锋尚设计 责任校对: 晋洁 责任监印: 张可

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街6号, 邮编: 100740)

印刷: 北京顺诚彩色印刷有限公司

经销: 各地新华书店

版次: 2015年1月第1版第1次印刷

开本: 889×1194 1/32 印张: 6.25

字数: 162千字

书号: ISBN 978-7-5019-9850-0 定价: 80.00元

邮购电话: 010-65241695 传真: 65128352

发行电话: 010-85119835 85119793 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社邮购联系调换

131002K1X101ZBW

本书编委会

主 编：赵 镭 邓少平 刘 文

编 委：（按姓氏笔画排序）

支瑞聪 史波林 李 志 汪厚银

张卫斌 张 剑 张璐璐 解 楠

内文部分插图绘制：史凯纳

前言

Preface

感官分析是一门独特的分析技术，可直接测量人感知的产品质量。该技术在本质上是基于感觉差别的心理测量，包括人对食品等外界刺激的感官响应和对响应的感知表达两个阶段。感知表达离不开语言，而要让人们对产品的感官体验能表达得明白、准确，彼此之间可以相互比较，并能重复再现，就要求感官评价人员使用统一的工作语言，即感官分析的术语和描述词。术语约定了感官分析的基本概念，是当今阶段对感官科学认识水平的体现；描述词则约定了对食品颜色、外观、质地、气味、滋味、风味和口感等感官属性的描述，体现了大部分人的感官体验和对所使用语言的认知。因此，不难看出，术语和描述词是开展感官分析并将其规范化的基础。

然而要建立感官分析术语和描述词，并对其给出明确且易于理解和把握的定义并非易事，不仅需要感官分析的专业知识和经验，还需要有较强的语言功底，能较好地理解与运用术语学、语言学、词典学研究中对于术语、释义、词典编纂的基本原则与要求，以及丰富的相关学科背景知识，如心理学、统计学、产品科学、物性学和风味化学等，这样才可以在内涵和外延上将通常经验性的感觉描述提升为精练准确的概念释义和全面易解的百科释义。

本词典作为我国第一部感官分析词汇专集，集当代感

官科学研究之大成，更体现了我国感官分析与标准化研究的成果，以及汉语语言文化对感觉的独特表达。主要参考资料包括：标准，如《感官分析 术语》(GB/T 10221—2012, idt ISO 5492:2008)、《材料与产品感官评价相关术语》(美国材料与试验协会标准, ASTM E253-09a)、《统计学术语 第一部分 一般统计术语》(GB/T 3358.1—1993)、《茶叶感官审评术语》(GB/T 14487—2008)；权威性著作，如黄希庭主编的《简明心理学辞典》、Harry T. Lawless的《食品感官评价原理与技术》、Morten C. Meilgaard的《感官评价技术》；不同食品产品领域感官评价的专业书籍，如葡萄酒、白酒、啤酒、乳制品、饮用水、香精香料感官评价以及SCI和中文核心期刊论文等大量文献资料，对其中的相关词条进行了收集、分析、比对、确认和重新释义等。词条收录特别关注了感官分析与心理物理学的密切关联，对相关的心理物理学核心概念和方法予以了引用，并对其应用在感官分析领域后语义上的异同进行了对比；此外，站在所有食品而非某种具体产品类型的角度，对感官评价常用的描述词进行了汇总与共性层面的提炼，力求从描述词的一般汉语意义、感觉产生的物质基础、与之关联的产品加工、贮藏状况、常用的范围、惯用的汉语组词和形成的词组的含义等方面，进行全面、系统的释义。

释义方法主要采用了操作性释义、内涵性释义、外延性释义、指物性释义和百科释义等，一方面满足了词典编撰和术语定义的良好规范和基本要求，另一方面又力求体现感官分析词汇本身意象性较浓的特点，在科

学、严谨的基础上又能通俗易懂，可与日常感官体验和感官分析实践密切关联。因此，除文字释义之外，对感官特性描述词尽可能配上了特性参比（实物参比、化学参比）和（或）强度参比，对部分词条选绘了插图，以物说词，以图解词，用具体阐释抽象，用直观表达内涵，以帮助读者更好地理解 and 把握感官分析专业词汇。

本词典主要由中国标准化研究院感官分析技术与标准化研究团队和浙江工商大学食品感官科学教研团队联合完成，同时也得到了专门从事食品科学研究与品质评价的高校、检测机构以及在国内知名企业专门从事感官评价的资深从业人员的大力支持，在此一并致谢。

本词典可作为相关人员，如食品、香精香料、烟草、轻纺产品等专业的师生、企业研发和质控人员以及产品检测机构工作人员等从事感官分析研究与应用的必备工具书。

词典编撰是一个不断补充、持续改进的动态过程，诚恳地欢迎各位读者多提宝贵意见，使这部体现汉语文化与中国感官分析水平的专集能日臻完善，大家齐心协力，共同为提高我国感官分析技术的规范化和科学化水平做出贡献。

《食品感官分析词典》编委会

2014年10月

1 条目安排

词条以首字（包括数字）的汉语拼音顺序排列，首字读音相同者按第二字的音序排列。以英文字母为首字的词条按照英文字母表与汉语拼音相对应的顺序排列。

2 分类标注

2.1 分类

分为一般术语、方法术语及感官特性描述词三大类。其中感官特性描述词又分为视觉、嗅觉、味觉、质地（口腔触觉）、口感、风味和其他七个小类。分类归属的界定如下。

a) 一般（general）术语：即基础和通用术语。主要用于定义与感官、感觉及感官分析相关的基本概念，以及涉及心理学尤其是心理物理学的部分核心概念。

b) 方法（method; sensory; statistic）术语：包括与感官分析方法和在感官分析中常用的统计分析方法相关的术语。

c) 视觉（appearance; colour）：包括通过视觉感受到的用于描述产品/刺激外观的描述词。

d) 嗅觉（odour）：包括通过嗅觉感受到的描述产品/

刺激气味的描述词。

e) 味觉 (taste): 包括通过味觉感受到的描述产品/刺激滋味的描述词。

f) 质地 (texture): 包括通过口腔触觉感受到的描述产品/刺激质构和流变特性的描述词。

g) 口感 (mouth feel): 包括通过口腔触觉、三叉神经感觉、温度感觉等感受到的产品/刺激质地与风味等相互作用而在口腔中呈现的复合感官属性的描述词。

h) 风味 (flavour): 包括通过味觉、嗅觉、三叉神经感觉等感受到的产品/刺激滋味与气味等相互作用而在口腔及(后)鼻腔中呈现的复合感官属性的描述词。

i) 其他 (others): 包括感官属性强度和感官品质水平的比较用语, 以及通用的感官属性特征描述词等。

2.2 标注

词的分类用名称或简称外加方框号表示。为便于区分及标注简明, 感官特性描述词中的七个小类用小类名称直接标注。

3 词条索引

书末设有“英文词目索引”, 可以通过英文查阅对应的汉语词条; 同时设有“专题词目索引”, 可依据术语和描述词的分类进行查询。

目录

Contents

凡例 XI

词典正文 1

英文词目索引 149

专题词目索引 161

参考文献 175

A

“A”-非“A”检验

A not A test [方法]

方法概述：一种差别检验方法，实质上是成对比较检验的一个变种。检验时先给评价员提供样品“A”，让其熟悉并记忆，然后以随机顺序分发给评价员一系列样品，其中有的样品是“A”，有的样品是“非A”，“非A”样品可以包括“非A₁”和“非A₂”等。要求评价员识别每个样品是“A”还是“非A”。

统计分析： χ^2 检验。统计回答数，计算 χ^2 检验值，查 χ^2 分布临界值表，做出统计判断。

评价员选用：7名以上专家，或20名以上优选评价员，或30名以上初级评价员。

适用范围与特点：该方法是成对比较检验的多次应用，但相较于成对比较检验法，该法可同时比较多个样品，效率较高，特别适用于评价具有不同外观或后味的样品，也适用于确定评价员对产

品某一种特性的灵敏度。

氨味

amine [嗅觉]

类似于氨水的、刺激性的、令人不愉快的气味。通常是由食品中蛋白质腐败产生的一种特殊气味，常用于描述变质的水产品、乳制品或肉制品的异常气味。

化学参比：

- (1) 1mL氨水溶于500mL水中。
- (2) 1mL 25%（质量分数）的NH₄OH溶于500 mL水中。

暗

dark [视觉]

明度描述词。与“明”相对，意为不亮，没有光泽。

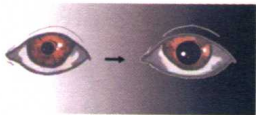
暗视觉

scotopic vision [一般]

指低照明情况下的视觉。此时视杆细胞起作用而视锥细胞不起作用。视杆细胞对弱光敏感，但不能感受颜色和物体的细节，从而造成在黑夜或弱光环境中看到的景物全是灰黑色，只有明暗感，没有彩色感。

B 暗适应

dark adaption [一般]



一种视觉现象与功能。指当环境从强光向弱光转变时，眼睛对光刺激的感受阈值下降，光敏感度提高，逐渐适应低强度照明的过程。与“明适应”（P70）相对。

【注】暗适应是视细胞基本功能——感光功能的反映。在营养缺乏、眼底病变情况下，常有暗适应功能变化。暗适应测定是眼功能检查的重要项目之一。

B

白

white [视觉]

物体明度大于8.5的中性色，或形容像霜或雪的颜色（与“黑”相对）。白色是一种包含光谱中所有颜色光的颜色。白色的明度最高，无色相。光谱中三原色光（红色、蓝色和绿色）按一定比例混合可得到白光。所有可见光混合也是白光。

白度

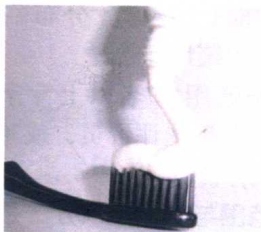
whiteness [视觉]

物质表面白色或纯白的程度。

【注】白度的物理量值以白色含量的百分率表示。习惯上把白度的单位“%”作为“度”的同义词，如新闻纸的白度为55%~70%（即55~70度）。其测定常以氧化镁为标准白度100%，并定它为标准反射率100%，以蓝光照射氧化镁标准板表面的反射率来表示试样的蓝光白度，用红、绿、蓝三种滤色片或三种光源测得的反射率的平均值为三色光白度。反射率越高，白度越高，反之亦然。测定白度的仪器有多种，主要是光电白度计，标准不完全相同。

白垩质的

chalky [质地]



几何质地特性描述词。指产品具有像牙膏一样的颗粒大小。

半透明

translucent [视觉]

外观描述词。
指产品具有只能透过一部分可见光，但不能通过它清晰地观察其他物体的性质。



【注】根据物质允许光透过的程度，可将其分为透明（全部透过）、半透明（部分透过）和不透明（不能透过）。

饱满

full; body [视觉] [口感]



【视觉】形容产品形态结构上有一种充实感和厚实感。

【口感】形容一种丰满、充足、令人愉悦的口腔感受。特指酒类产品具有较强的收敛感觉与醇厚风味。

爆香

fierce aroma [嗅觉]

形容香气过于强烈、粗猛。常用于白酒香气描述。

被检部分

test portion [方法]

感官分析技术中样品抽样概念。指对被检样品按分析要求取出若干分量，提交给评价员直接检验的那部分被检样品。



被检样品

test sample [方法]



感官分析技术中样品抽样概念。指从待检测的对象中抽取一部分用于检验的实测样品。

B 焙烤味

baked; toasted [嗅觉] [风味]

焙烤食品特有的气味或风味。常由淀粉与其他成分在高温下产生的特定气味，是一种焦香、甜香、奶香等的复合感觉。

实物参比：刚烘焙出的饼干或面包。



比较评价

comparative assessment [方法]

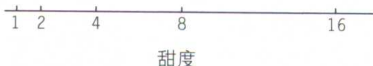
一种常用方法概念，是感官分析技术方法实施的主要方式。指同时提供不同的样品，由评价员对样品的感官刺激特征加以对比，分辨样品之间的差异性 or 相似性的评价。与“独立评价”（P25）相对。

【注】所有的差别检验均属于比较评价。



比例标度

ratio scale [方法]



亦称等比标度，心理物理学的核心概念与基本方法。指一种能反映被测（如产品某种感官特性的强度）大小比例的标度，有相等单位和绝对零点。借助比例标度获得的数据称为比例数据。比例数据可以进行加减乘除运算以及运用各种统计方法。

编码

encoding [一般]



心理学中指沟通模式的一个环节，即信息发送者将思想转化成可以传输的符号的过程。感官分析中，指为减少逻辑误差、期望误差等心理因素对评价结果产生的影响，而采用的对样品编号以其顺序进行掩盖的方式。有数字、文字、图形等不同方式，常用的为三位随机数字编码。

扁*flat* [视觉]

形状描述词。形容物体的厚度比长度、宽度小。

常用词组

(常用的用于描述茶叶外形的扁字词组)

扁瘪*flat and thin* [视觉]

形容茶叶叶质瘦薄少肉，扁而干瘪。

形容茶叶尤其是高档扁形茶扁平而尖锋显露，边缘如刀削过一样齐，不起丝毫皱褶。

扁块*flat and round* [视觉]

指茶叶结成扁圆形或不规则圆形带扁的团块。

扁直*flat and straight* [视觉]

形容茶叶条形扁平且挺直。

扁平*flat* [视觉]

形容扁形茶外形扁坦平直。

粗扁*coarse and flat* [视觉]

形容茶叶颗粒粗松带扁。

扁条*flaty* [视觉]

形容茶叶条形扁，欠圆浑。

光扁*smooth and flat* [视觉]

扁平光滑，多指高档扁形茶之外形。

扁削*flat and sharp* [视觉]**松扁***loose and flat* [视觉]

形容茶叶外形不紧，而呈扁状。

B 变味

flavor changed [风味]



食品特有感官品质发生变化的一种描述。通常指产品的风味随时间发生了变化（多指变坏），与产品本应具有的风格不相符合的现象。

变质

deteriorated [其他]



食品感官品质发生强烈变化的一种描述。通常指产品的风味、质地等随时间发生了变化（多指变坏），导致不可食用的结果。

辨别

discrimination [方法]

即分辨差别，又称区别。指对给定的两种或多种样品，感受其感官刺激，对其差别进行定性和（或）定量的区分。

辨别力

discriminating ability [一般]

感官评价员的一种基本能力。指评价员能定性和（或）定量分辨样品间差别的能力。

标度

scale [方法]

心理物理学和感官分析的核心概念，在感官分析中常被称为标度，在心理学中则被称为量表或者尺度。①指具有一定参照点和单位的连续体。测量中对事物分派的数字，只有在这个连续体上才能获得有意义的解释。②也指在某种渐进数字序列上对事物性质进行确定的工具。按照待测事物属性本身的特点及分派数字的法则不同，可将标度分为类别标度、顺序标度、等距标度和比例标度。

标度法

scaling method [方法]

心理物理学与感官分析的基本方法。指用测量感觉变量的标度对被检测对象予以测量的实验研究方法。

标准光照度

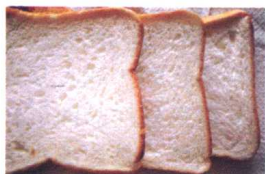
standard illuminant [视觉]



光学术语。指国际照明委员会（CIE）定义的自然光或人造光范围内的有色光照度。光照度，即通常所说的勒克司度（lux），表示被摄主体表面单位面积上受到的光通量。1lx（勒克司）相当于1lm（流明）/m²，即被摄主体每平方米的面积上，受距离1米、发光强度为1烛光的光源垂直照射的光通量。

表面质地

surface texture [视觉] [质地]



指通过视觉可感知的产品质地特性，比如：粗糙还是平滑，干燥还是湿润，软还是硬等。

玻璃状的

glassy [质地]

一种物理化学结构状态。形容产品脆而透明，察觉不出组织纹理结构的样子。

薄

thin [视觉] [口感]

【视觉】形容产品厚度小。

【口感】形容味道不浓厚，寡淡。

与“厚”（P44）相对。

薄荷味

mint [风味] [嗅觉]



类似薄荷或薄荷醇稀溶液的气味，一种具有清凉感的刺激性气味。

实物参比：揉碎的薄荷叶。

化学参比：

（1）80mg/L薄荷醇醇-水溶液。

（2）50mg/L薄荷醇+10mg/L α-松油烯醇-水溶液。