ICS67.240

CCS X 04

DB

大连市地方标准

DB/T XXXX—XXXX

|  |
| --- |
|  |

海鲜预制菜

感官分析第1部分：通用要求

Prepared seafood dishes

Sensory analysis part 1：General guide

（草案）

|  |
| --- |
|  |
|  |

XXXX - XX - XX发布

XXXX - XX - XX实施

目  次

[目  次 I](#_Toc133414173)

[前  言 II](#_Toc133414174)

[海鲜预制菜感官评价通用要求 1](#_Toc133414175)

[1 范围 1](#_Toc133414176)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc133414177)

[3 术语和定义 1](#_Toc133414178)

[3.1 海鲜预制菜 1](#_Toc133414179)

[3.2 海鲜预制菜感官评价 1](#_Toc133414180)

[4 基本程序 1](#_Toc133414181)

[4.1 实验目的确定 1](#_Toc133414182)

[4.2 感官分析方法确定 1](#_Toc133414183)

[4.3 样品制备与呈送 2](#_Toc133414184)

[4.4 样品评价 2](#_Toc133414185)

[4.5 结果汇总与分析 2](#_Toc133414186)

[5 一般要求 2](#_Toc133414187)

[5.1 评价环境 2](#_Toc133414188)

[5.2 样品准备 2](#_Toc133414189)

[5.3 评价时间 2](#_Toc133414190)

[5.4 评价方式 2](#_Toc133414191)

[6　感官分析方法 3](#_Toc133414192)

[6.1 差别检验方法 3](#_Toc133414193)

[6.2 描述性分析方法 3](#_Toc133414194)

[6.3 消费者测试方法 3](#_Toc133414195)

[7 结果分析 4](#_Toc133414196)

[8 评价报告 4](#_Toc133414197)

[参考文献 5](#_Toc133414198)

前  言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则　第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由XXX提出并归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

海鲜预制菜 感官分析第1部分：通用要求

1. 范围

本文件给出了海鲜预制菜感官分析的基本程序、一般要求、感官分析方法、结果分析以及评价报告。

本文件适用于海鲜预制菜的感官分析。

1. 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。凡是不注日期的文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 10220 感官分析方法学总论

GB/T 10221 感官分析术语

GB/T 13868 感官分析建立感官分析实验室的一般导则

GB/T 41408 感官分析方法学受控区域消费者喜好测试一般导则

GB/T 12310 感官分析方法成对比较检验

GB/T 12311 感官分析方法三点检验

GB/T 17321 感官分析方法二-三点检验

GB/T 39558 感官分析方法学“A”-“非A”检验

GB/T 39625 感官分析方法学建立感官剖面的导则

GB/T 16860 感官分析方法质地剖面检验

GB/T 21172 感官分析产品颜色感官评价导则

1. 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。

海鲜预制菜

以一种或多种可食用的海产品及其制品为主要原料，添加或不添加其它农副产品、调味料等配料，经调制等预处理、熟制或不熟制、包装等工序制成的，方便消费者或食品生产经营者烹饪或即食的预包装菜肴。

海鲜预制菜感官分析

海鲜预制菜在其规定的加工条件下加工后，评价人员通过眼观、鼻闻、口尝等方法对所测样品的色泽、气味、滋味和质感进行综合品尝评价的过程。

1. 基本程序

预制菜感官分析过程包括：实验目的确定、感官分析方法确定、人员遴选与召集、样品制备与呈送、样品评价、结果汇总与分析。

实验目的确定

测试实验室根据委托方提供的信息确定实验目的，并制定相应的实验方案。

感官分析方法确定

根据实验目的选择具体的感官分析实验方法，见6。

样品制备与呈送

根据海鲜预制菜的具体形式，确定制备要求及其评价前呈送给每一位评价人员的方式，见5.2。

样品评价

见5.4。

结果汇总与分析

见7、8。

1. 一般要求

评价环境

差别检验与描述性分析方法的评价环境

——差别检验方法与描述性分析方法的感官分析实验室应符合GB/T 13868的规定；

——感官分析实验室应具备相对独立的预处理区与评价区；

——室内温度应控制在20~25℃范围内，相对湿度应保持在40%~70%；

——装修宜采用中性、舒适、单一的浅色、例如白色或米色；

——房间应保持安静并隔音；

——应避免环境中的气味干扰、室内通风应良好。

消费者测试方法的评价环境

消费者测试方法的评价环境主要有：符合GB/T 13868和GB/T 41408的感官评价间、公共场所、消费者家中等。

样品准备

将选定用于感官评价的样品事先存放预制菜所需保存的适宜温度的恒温箱中，保证在统一呈送时样品温度恒定和均一，防止因温度不均匀造成样品感官品质失真。

对于实验所用器皿一般采用玻璃材质的碟，也可采用没有其他异味的一次性碟作为感官评价实验用器皿。样品的摆放顺序应注意让样品在每个位置上出现的几率是相同的或采用圆型摆方法。

样品的制备标示应采用三维随机编码，不应带有任何不适当的信息，以防对评价人员的客观评价产生影响；对有完整商业包装的样品，应在评价前对样品包装进行预处理，以去除相应的包装信息。每组样品提供的时间间隔应不小于0.5h，每组样品数量不应超过5个。

评价时间

评价时间宜安排在早上9点~10点，下午3点~4点或者饭前或饭后1h进行。

评价方式

* + 1. 外观

通过视觉观察其外观属性，包括颜色、光泽度、形状、大小、美观度、是否有杂质等。

* + 1. 气味

将样品置于鼻腔下方，适当用力吸气，仔细辨别样品气味，包括香气的类型、纯正度、浓郁度与持久度、特色香气识别等。

* + 1. 滋味

取适量样品放入口中，细嚼（汤羹则在口中停留）10s后，评价其甜度、酸度、咸度、鲜度、辣度、麻度、口味平衡感等。

* + 1. 口感

取适量样品放入口中，细嚼（汤羹则在口中停留）10s后，评价其软硬度、嫩度、细腻度、清爽度、酥脆度、顺滑感等。

* + 1. 余味

吞咽样品10s后评价其回味、余味持久度等。

* + 1. 菜品特色

菜品还原度、菜品典型度、菜品惊喜度。

6　感官分析方法

6.1 差别检验方法

要求评价员判别两个或两个以上的样品之间是否存在感官差异（或偏爱其一）；该方法为强迫选择，不允许“无差异”回答。

差别检验方法可用于以下场景：

——用于预制菜确定两个产品的样品间是否存在可感觉到的感官差别或相似。

——用于预制菜的单一或几种感官属性存在的差别判定

——用于预制菜差别特性未知时的检验。

差别检验的方法见GB/T 12311(三点检验)、GB/T 12310（成对比较检验）、GB/T 17321（二-三点检验）、GB/T 39558（“A”-“非A”检验）。

6.2 描述性分析方法

根据感官所能感知到的预制菜各项感官特征，用相应感官术语形成对预制菜的客观描述。

描述性分析方法可用于以下场景：

——获得预制菜的外观、气味、滋味和质构的细节特征感官描述；

——定义目标预制菜的感官特性和为新产品开发提供理想产品特性的依据；

——追踪预制菜的感官特性在货架期内的变化；

——将预制菜的感官属性与仪器分析的理化特征结合以分析其颜色、质构、风味等；

——在进行消费者测试之前，结合产品的感官属性，来设计问卷及更有效地理解消费者测试数据。描述性分析方法见GB/T 39625。

6.3 消费者测试方法

评价当前消费者或潜在消费者对一种预制菜或一种预制菜的某个感官属性的感受。包括偏爱性和接受程度（喜好）。

偏爱检验要求消费者评价员在多个样品中挑选出喜爱的样品或对样品进行评分，比较样品质量的优劣；接受性检验要求消费者评价员在一个特定标度上评估他们对样品的喜爱程度，并不一定需要与另外的样品进行比较。

消费者测试方法可用于以下场景：

——比较产品与竞争预制菜产品的喜好差异；

——优化产品，以期获得更高的喜好级别或更多消费者的喜爱；

——确定适合某个特定目标人群的预制菜产品系列；

——确定预制菜产品的最佳消费期；

——评估配方变化对产品喜好的影响；

——研究预制菜的感官特性（非外在特性，如品牌、价格或广告等）对产品喜好程度的影响；

——研究商业行为或展示形式（如包装）等对产品喜好程度的影响；

——确定不同产品间存在可感知的偏爱差异（喜好程度差异检验）或不存在可感知的偏爱差异（成对相似检验）。

消费者测试方法见GB/T 41408。

7 结果分析

对测试数据分析方法宜适用于所采用的实验设计和选用的测试方法。

8 评价报告

评价报告应包括以下内容：

——标注参考了本标准；

——所采用的基础性方法或标准；

——评价目的；

——评价样类型；

——评价样的编号和数量；

——所采用的评价方法；

——评价结果；

——评价人员的数量及其资格；

——评价负责人的姓名；

——评价日期；

——签名。

参考文献

[1]GB/T 17321-2012, 感官分析方法　二-三点检验[S].

[2]GB/T 17321-1998, 感官分析方法　二、三点检验[S].

[3]GB/T 12310-2012, 感官分析方法　成对比较检验[S].

[4]ISO 13299 Sensory analysis- General guidance for establishing a sensory profile

[5]GB/T 41408-2022, 感官分析　方法学　受控区域消费者喜好测试一般导则[S].

[6]GB/T 38493-2020, 感官分析　食品货架期评估(测评和确定)[S].