

您有了吗?

他们都用了!!!



等100多家单位

『专业标准』 交钥匙工程!!!

轻松完整的感官解决方案



讨论间展示



休息区展示



感官测试人员训练

工欲善其事必先利其器

软件+硬件

用先进的手段 解决传统的难题

轻松领先行业20年



专业感官实验室



实验设计3分钟完成



终端数据采集多种方式可选

快速获取 消费者数据!



10年前

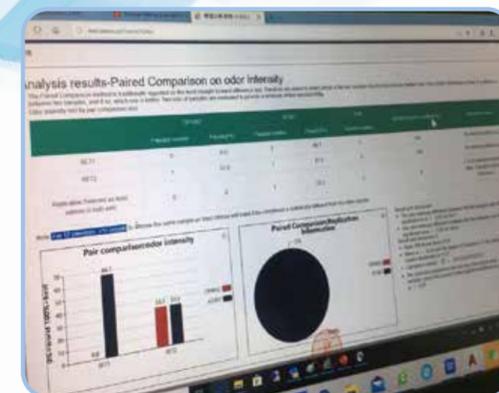
纸质打分

手动计算



如今-10分钟完成所有工作

研发人员一片欢腾





有了感官分析软件 产品研发 消费者喜好洞察 So Easy!

CSAS SENSORY SOFTWARE

24种以上方法 自带统计算法

统计方法内置 直接得出结果

Factor	因素1-2一样	因素1-3一样	因素1-4一样	因素2-3一样
1	$\frac{\sum_{i=1}^k (n_{i1} - n_{i2})^2}{N}$	$\frac{\sum_{i=1}^k (n_{i1} - n_{i3})^2}{N}$	$\frac{\sum_{i=1}^k (n_{i1} - n_{i4})^2}{N}$	$\frac{\sum_{i=1}^k (n_{i2} - n_{i3})^2}{N}$
...
k	$\frac{\sum_{i=1}^k (n_{i1} - n_{i2})^2}{N}$	$\frac{\sum_{i=1}^k (n_{i1} - n_{i3})^2}{N}$	$\frac{\sum_{i=1}^k (n_{i1} - n_{i4})^2}{N}$	$\frac{\sum_{i=1}^k (n_{i2} - n_{i3})^2}{N}$
总数	总数	总数	总数	总数

统计结果: 根据Pearson的方差统计模型 $\chi^2=0.6667$
 统计结论: 所观察的统计参数小于临界值, 所以 样品A 与 样品C 在 $\alpha=0.01$ 显著性水平上不能证明具有差异。
 DM纠正卡方: $\chi^2_{DM2}=0.5101$
 DM纠正统计结论: 所观察的统计参数小于临界值, 所以 样品A 与 样品C 在 $\alpha=0.01$ 显著性水平上不能证明具有差异。

$$C = \frac{\sum_{i=1}^k \frac{n_{ij}^2}{n_{i.}}}{(k-1)(m-1)}$$

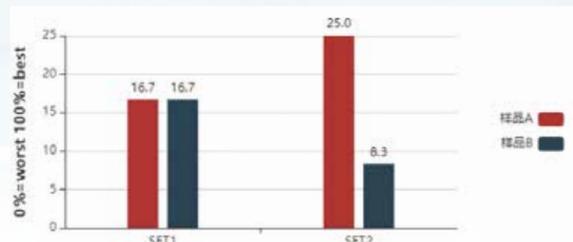
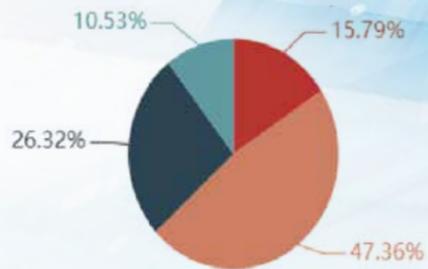
3.1.3 统计测试功效:

- 此参数适用于一次或多次的实验设计, 当实验设计为一次时, 将公式里多次测试的参数用相对应一次中测试的参数代替
- 简单非测试功效(对 randomized design)

$$Power = Pr(\chi^2(A) > k_{\alpha}) = 1 - Pr(\chi^2(A) < k_{\alpha}) \quad (3.4)$$

数据表格:

测试样品	测试样品	总计	测试样品	测试样品	总计
因素1-2一样	n_{11}	n_{12}	因素1-3一样	n_{13}	n_{14}
因素1-3一样	n_{21}	n_{22}	因素1-4一样	n_{23}	n_{24}
总数	$n_{.1}$	$n_{.2}$	总数	$n_{.3}$	$n_{.4}$



无需专业
轻松实验

感官实验系列之 A-非A测试

实验简介

差别检验的一种方法。当评价员学会识别样品“A”以后, 将一系列可能是“A”或“非A”的样品提供给他们, 要求评价员指出每一个样品是“A”还是“非A”。

实验标准

<ISO 8588—1987>; <GB 12316-90>

实验范围

- 1 适用于确定由于原料、加工、处理、包装和贮藏等各环节的不同而造成的产品感官特性的差异。
- 2 特别适用于评价具有不同外观或后味的样品。
- 3 也适用于敏感性检验, 用于确定评价员能否辨别一种与已知刺激有关的新刺激或用于确定评价员对一种特殊刺激的敏感性。

测试模型

随机顺序和 McNemar

评价员选择

需要7个以上专家或20个以上优选评价员或30个以上初级评价员

统计方法

一次测试: χ^2 检验; 多次测试: χ^2_{DM} 检验

抓住 sensory marketing

你就抓住了市场

感官分析软件系统

中法专家团队
合力打造适合中国人的感官软件

欢迎量身订制

联系我们

上海瑞芬智能科技有限公司

联系人: 张老师

联系电话: 18916179202 13564391812
(微信号同手机号)

QQ: 1241723244 3404284485

www.isenso.com.cn

