



案例研究：以感官数据为证， 为产品保质期提供科学支撑

项目背景

某品牌需系统评估一款抗酸产品在两种包装形式及多种存储条件下的长期感官稳定性，旨在为其提出的“三年货架期”宣称提供可靠依据。

研究方法

MMR在客户工厂组建并培训了一支内部员工感官小组，以便对产品进行长期跟踪评估。该小组经过培训，采用系统化的评估方法，在多个关键时间点对样品进行感官评定，精准追踪产品体验的细微变化。

项目成果

通过该项目，客户获得了一套清晰、结构化的多时间点感官数据集，全面涵盖所有包装类型。这些数据为客户构建坚实的货架期稳定性证据链提供了关键支持，并助力其在生产层面做出了更具信心的决策。

