



案例研究: 精准传递成分价值, 赋能客户沟通

项目背景

某食品配料供应商希望验证其新型配料在鸡肉调味粉中的应用效果。该配料旨在提升风味的同时减少钠含量, 客户需要将其与市场常见替代配料进行客观比对。

研究方法 with 发现

MMR新加坡感官科学团队对各类调味粉样品进行了描述性分析(descriptive profiling)与时间-感官主导效应测试(temporal dominance of sensations)。研究发现, 虽然所有配料均能提升基本味, 但该新型配料在鲜味呈现与整体风味释放方面表现尤为突出, 同时为健康宣称提供了有效支持。

商业成效

该方案使供应商能够在保持鸡肉粉口味的前提下实现减钠目标, 有力支撑其“清洁标签”与健康导向的产品宣称。

感官小组提供的详实、客观数据, 为市场与技术团队向客户传递产品价值提供了强大依据, 显著加快了客户对该新型配料的采纳进程。