

**WORLD COFFEE<sup>TM</sup>  
RESEARCH**

# **SENSORY LEXICON**

**Unabridged Definition and References**

FIRST EDT.  
—  
2016

**WCR** 2016第一版

**咖啡感官词典**

完整定义 以及 校准参考



Copyright © 2016 World Coffee Research. All rights reserved.

First Edition, 2016

ISBN 978-0-9971542-0-7

**World Coffee Research**

5728 John Kimbrough Blvd., Suite 201

College Station, TX 77843-2477

[www.worldcoffeeresearch.org](http://www.worldcoffeeresearch.org)

---

免责声明：World Coffee Research Sensory Lexicon 的英文原版是唯一通过科学方法验证的版本，你可以在以下网站进行免费下载原版：<http://worldcoffeeresearch.org>  
此中文翻译版本仅供参考之用，不得用于任何商业性行为。

Disclaimer : The English version of the World Coffee Research Sensory Lexicon is the only scientifically validated version.

It is available for free download at <http://worldcoffeeresearch.org>.

This translation is available for informational purposes only and may not be sold.

本翻译版本由 *Hack Coffee Studio* 进行翻译工作，你可以通过微信搜索 `Hack_Coffee` 联系我们

This translation completed by Hack Pang of *Hack Coffee Studio* in China.

# ACKNOWLEDGEMENTS

## 特别鸣谢

World Coffee Research 衷心的感谢所有另这一切变为可能的贡献者们，由衷的感激。

《World Coffee Research 咖啡感官词典》制订于 Edgar Chambers IV 实验室，实验室坐落于 Kansas State 大学的感官分析中心内，且被验证于 Texas A&M 大学的 Rhonda Miller 实验室。

Paul Songer, 超凡一杯 (Cup of Excellence\*) 的技术总监，协调咖啡样品的准备，以及研讨会，以收集咖啡行业小组的反馈。

Tim O'Connor, Pacific Espresso/La Marzocco 进行了咖啡煮制设备的捐赠。

感官词典顾问团成员：

- Lindsey Bolger, *Keurig Green Mountain Coffee*
- Bruce Bria, *Royal Cup Coffee and Tea*
- Gail Vance Civile, *Sensory Spectrum*
- Brent Ginn, *The J.M. Smucker Company*
- Peter Giuliano, *Specialty Coffee Association of America*
- Chris Hallien, *Kraft Foods*
- Timothy Hill, *Counter Culture Coffee*
- Ali Johnston, *Keurig Green Mountain Coffee*
- Chris Kerth, *Texas A&M University*
- Doug Langworthy, *Starbucks*
- Rhonda Miller, *Texas A&M University*
- Thompsen Owen, *Sweet Maria's*
- Mark Romano, *Illycaffé*
- Trish Rothgeb, *Wrecking Ball Roasters & Coffee Quality Institute*
- Emma Sage, *Specialty Coffee Association of America*
- Christy Thorns, *Allegro Coffee*

# TABLE OF CONTENTS

## 目录

### 味觉基础

#### Taste Basics .....13

Sweet ——甜  
Sour ——酸  
Bitter ——苦  
Salty ——咸

### 水果类

#### Fruity .....14

Fruity ——水果  
Berry ——浆果  
Strawberry ——草莓  
Raspberry ——覆盆子  
Blueberry ——水果  
Blackberry ——黑莓  
Dried Fruit ——干果  
Raisin ——葡萄干  
Prune ——李子干  
Other Fruit ——其他水果  
Apple ——苹果  
Pear ——梨子  
Peach ——桃子  
Grape ——葡萄  
Cherry ——樱桃  
Pomegranate ——石榴  
Coconut ——椰子  
Pineapple ——菠萝  
Citrus fruit ——柑橘类  
Lemon ——柠檬  
Grapefruit ——葡萄柚  
Orange ——橙子  
Lime ——酸橙 / 青柠

### 酸类

#### Sour/Acid .....20

Sour ——酸味  
Sour Aromatics ——酸味 (香气)  
Acetic acid ——醋酸  
Butyric acid ——丁酸  
Isovaleric acid ——异戊酸  
Citric acid ——柠檬酸  
Malic acid ——苹果酸

### 酒味 / 发酵味类

#### Alcohol/Fermented .....22

Alcohol ——酒精味  
Whiskey ——威士忌类味  
Winey ——葡萄酒味  
Fermented ——发酵味  
Overripe/Near fermented ——过度成熟 / 接近发酵

### 绿色植物 / 蔬菜类

#### Green/Vegetative .....24

Olive Oil ——橄榄油  
Raw ——生的味道  
Under-ripe ——不成熟的味  
Peapod ——豆荚  
Green ——绿色植物  
Fresh ——新鲜的  
Dark Green ——深绿色植物 (偏成熟)  
Vegetative ——蔬菜味  
Hay-like ——枯草味  
Herb-like ——草本味  
Beany ——大豆腥味

### 陈腐味 / 纸皮类味

#### Stale/Papery .....27

Stale ——陈腐味  
Papery ——纸皮类味  
Cardboard ——大豆腥味

### 土味类

#### Earthy .....28

Musty/earthy ——霉味 / 泥土味  
Musty/dusty ——霉味 / 灰尘味  
Moldy/damp ——霉味 / 受潮  
Phenolic ——酚类  
Animalic ——动物香  
Meaty/brothy ——肉类 / 肉汤味  
Woody ——木质味

### 化工类

#### Chemical .....30

Bitter ——苦味  
Salty ——咸味  
Medicinal ——药味

Rubber —— 橡胶味  
Petroleum —— 石油味  
Skunky —— 臭鼬味

## 烘烤 / 烘焙味 Roasted ..... 32

Tobacco —— 烟草味  
Pipe tobacco —— 卷烟味  
Acrid —— 臭鼬味  
Ashy —— 灰尘味  
Burnt —— 烧焦味  
Smoky —— 烟味  
Roasted —— 烘焙的味道  
Brown, roast —— 褐变, 烘烤

## 谷物类 Cereal ..... 35

Grain —— 稻谷  
Malt —— 麦芽

## 香料味 Spices ..... 36

Pungent —— 辛辣味 / 刺激性的味  
Pepper —— 胡椒味  
Anise —— 茴香味  
Nutmeg —— 肉豆蔻味  
Brown spice —— 褐色香料味  
Cinnamon —— 肉桂味  
Clove —— 丁香味

## 坚果类 Nutty ..... 38

Nutty —— 坚果类味  
Almond —— 杏仁味  
Hazelnut —— 榛果味  
Peanuts —— 花生味

## 可可类 Cocoa ..... 40

Chocolate —— 巧克力味类  
Cocoa —— 可可味  
Dark Chocolate —— 黑巧克力味

## 甜味类 Sweet ..... 41

Sweet —— 甜味  
Molasses —— 糖蜜味  
Maple Syrup —— 枫糖味  
Brown sugar —— 焦糖化类  
Caramelized —— 焦糖

Honey —— 蜂蜜味  
Vanilla —— 香草味  
Vanillin —— 香草醛  
Sweet Aromatics —— 甜味 (香气)  
Overall sweet —— 蜂蜜味

## 花香 Floral ..... 44

Floral —— 花香  
Rose —— 玫瑰花味  
Jasmine —— 茉莉花味  
Chamomile —— 甘菊味  
Black tea —— 红茶味

## 扩充 Amplitude ..... 46

Overall impact —— 总体影响  
Blended —— 混合  
Longevity —— 口中的持续性  
Body/Fullness —— 咖啡的体感 / 丰沛度

## 口感 Mouthfeel ..... 49

Mouth Drying —— 口干, 干涸  
Thickness —— 厚度, 浓稠度  
Metallic —— 金属味的口感  
Oily —— 脂质 / 油脂感

# INTRODUCTION

## 简介

咖啡是当今世上消费类产品最具复杂化学成分的商品，它那极其微妙的香气、口感和风味体现，尚没有一种食品能与之相比。而且，它的风味似乎还是无限的，但实际上，并非如此。

咖啡，跟其他生活中的食品和饮品一样，我们通过同样的方式如品尝，闻/嗅，去感受它的味道，因为在咖啡豆当中所蕴含的复杂的分子组成，以及它的基因代码已经决定了我们将会有的感官体验。每一种风味、香气、口感都源于它™一系列的咖啡豆内部的化学变化，反过来推论，从源头上说，以上的感官体验取决于它的：咖啡种子的基因，如何种植，地理产区，摘离咖啡树之后所经历的一切过程（如处理法，干燥，脱壳/皮，储存，运输，烘焙，冲煮等等）

World Coffee Research 咖啡感官词典，率先使用感官科学的工具和技术，以了解、命名和分类咖啡的主要感官品项，并以此创建一套可参考并复制的标准及方法，来测量并衡量这些咖啡品项。

正如每一门语言的词典中，所收纳的字/词，其简介以及用法都反映了其广泛且专业的用法，本书当中所包含有关于咖啡现有的味道，香气，口感，都由感官专家以及行业领头者共同制定。

## 为什么我们需要 World Coffee Research 咖啡感官词典

创建 World Coffee Research 咖啡感官手册——一个通用的语言和工具以描述并衡量咖啡的感官项。对于了解什么原因造就咖啡从味觉，嗅觉，和感官上的体验，这是非常必要的第一步。

比方说，什么基因使得咖啡更苦，或者没那么苦？

是什么因素让咖啡有鲜橙的酸味而不是酸橙（青柠）的酸？

是否更换一种肥料会导致咖啡风味产生变化？

雨水代替灌溉还是坚持人工浇灌？

发酵过程当中在达到某一个 Ph 值（酸碱度）停止，亦或是到达某个发酵时长才停止？又或是用某种特定的酵母来维持发酵？

我们都知道，要把咖啡生豆储存在袋子中或者另一种可减少木质化的容器，但到底当中的变量又有多少改变呢？

你可以像以上一样列出一系列的问题，然后开始对其一一作答，当你有了工具去量化咖啡的味道以及风味，那几乎是无限的。

本词典由 WCR 创建，以使咖啡科学家们能引导实验用于制作更好的咖啡——从咖啡种子着手，为了生产出新的咖啡品种，它不仅具有高产量，抗病性，环境适应力（气候，水土），还能有非常惊人的味道体验。我们需要知道什么分子成分决定了咖啡的什么风味，然后再了解这些化学分子怎么生产。要完成上述的工作，你需要有一个可靠的，可重复试验的方式去测量这些风味和与之相对应的数据。

尽管我们有很多的好的工具来评估咖啡，如严谨规范的杯测规范，但他们间没有任何一个适用于科学研究。

本词典有三个本质性的点区别于其他的感官评价工具。

### 1. 描述性：

World Coffee Research 咖啡感官词典没有分类什么是“好风味”或是“坏风味”，同时也不允许对咖啡质量进行排名。

本词典纯粹的只是一个描述工具，它可以让你使用一套具有高度认可且专业准确的词汇去描述咖啡的味道（味觉，嗅觉）。

就如我们使用坐标系  $x,y,z$  去描述，确定，空间中的某一个位置点一样。

## 2.具有可量化性：

World Coffee Research 咖啡感官词典，它允许我们不仅仅只是描述为咖啡的风味，还可以量化它的具体数值。比方说，我们面前有一杯具有蓝莓的风味或者香气的咖啡，但它在蓝莓风味上的强度只有4（评分表具有15个分项）这意味着我们可以以一种标准化且高精度的方式去对比咖啡之间的风味的强弱。

## 3.具有可靠性：

当本词典被两位通过感官训练的专业人员用于评价同一杯咖啡时，无论他们在哪里，他们的品尝经验如何，他们的文化背景如何，或者他们之间任何的不同，最终结果每一个分项都会获得同样的分值。比方说，一个【美国德州】的评测者跟来自【印度班加罗尔】的评测者，都会获得同样的分数如：“蓝莓，风味：4”

以上三个因素允许我们去询问以及解答科学上的问题，就如被给出任意的【X因素】（咖啡品种，农场管理实务，冲泡方法等）如何影响到咖啡的风味。只要尽可能多的控制除了【X因素】以外的咖啡变量，我们就可以通过给出一组咖啡样品给熟练使用该词典的感官专家，让他们通过感官分析评定咖啡的样品，并列结果以解决这一系列的问题。感官专家们通常都会以小组的方式进行工作，通常叫审议组，以确保没有任何一个品测人员偏离结果。一个常规的审议组会有5-7个品测员，每个品测员至少经过6-9个月的训练，以确保每个人在开始评测咖啡样品的时候使用的是同一套的系统进行分项的校准。

---

## 非用于科研用途的使用咖啡感官词典

当一个研究问题被提出的时候，咖啡的样品必须被训练有素的感官审议组去进行评估。在WRC 咖啡感官词典出版的时候，有两个训练有素的感官审议组在使用这一套标准进行评估，这两个小组都在美国。很显然，科学的问题日渐成为咖啡馆平常出品的问题。当这词典被创立时，我们都知道咖啡行业的各位朋友们都会对这本词典会怎么帮助到他们的日常工作感兴趣。而实际上，那些更大型的咖啡公司，早已自己定制相似的工具以及自己一套的标准去把控品质，以及相关的研发工作。（不单单指咖啡行业，红酒、啤酒、芝士，肉类甚至是大麻都有属于它们自己的感官词典以及味觉评价标准）

比方说：一个咖啡的烘焙商可使用本词典去决定采用怎么样的烘焙曲线，在烘焙上如何更好的表达咖啡的坚果或者巧克力的风味。而一个咖啡采购者可以用本词典去选用何种咖啡来进行拼配，以获得他们想要的，并且稳定如一的风味。质量把控人员可以用其来校正他们的味觉。也可以用这本手册来愉快的玩耍咖啡哈哈。

直到现在，这样的工具并还没有被广泛使用于在咖啡行业里的众多从业者。

严谨的说，本书的创建来源于各位从业者心中日渐提升的国际规范化需求。加入咖啡可以从源头到杯中——种植者到烘焙师到咖啡师，都可以使用同一套感官标准去评价一杯咖啡，那么咖啡行业就会有一套共同的通用的国际化规范语言去交流相关的咖啡风味。这将会为整个咖啡行业来一个强大的助推，使得这个行业的产业链获得更大的提升，无论是质量以及价值上的。

---

## 咖啡感官词典的并不是要代替以往的评测体系，也不是想象中的全球适用

本手册并不是用于代替杯测或者其他感官工具。杯测是一个非常规范且重要的评测过程。它对于咖啡种植者，咖啡采购者，或其他咖啡的从业人员去评价咖啡的缺点和生豆质量都具有重要的作用。

本手册可以是一个对于咖啡售卖或采购人员的一套附加的咖啡评价工具，但它并不是一个现有工具的替代品。

现时的咖啡感官词典并不是**真正意义上全球可用**。我们一开始就将本词典定位为一个国际化的工具供咖啡专家和从业人员使用，而实际上，它现在还不具有国际性。本书中所采用的具体参考物都是在美国广泛可用的物品，这意味着在其他国家并不能完整或者完全一致的采用所有相同的参照物。这也是本词典在将来会着重去做的事，以提供统一的咖啡风味校正标准。

我们期望可以使本词典可以在更多不同的地区提供本地化的版本。我们也致力于解决现时不能国际化使用的限制性，在每个不同的地区我们可以通过学习并且收纳更多的咖啡相关的信息，以使本词典更加专业且权威。

World Coffee Research™ 咖啡感官词典并未真正完成，正如一本本词典，词汇会顺应着时代以及文化的更替有更多释义补充进去，本书亦是如此。每当新的咖啡品种被发现或被培育出来，或者生豆的加工处理，烘焙的工艺，又或是制作咖啡的方法出现了改变或者扩充，这都会使得本词典得到扩充。你所阅读的本词典，撰写于105只经过综合选择的阿拉比卡咖啡豆，但并不意味当中的词汇就是最终的或者是完整的定义。撰写本词典的科学家们，对这些样品进行试验，并对每一个在它们身上发现的风味项进行命名，不过很显然，科学家们不可能对每一种可能存在的咖啡做品测分析（毕竟再牛的咖啡狗都不可能完成的哈哈）。当然，我们同样会有位置去扩充我们的词典，以用于表示在风味强度上的强弱，假如市面上会有更好的参考物，可以更广泛的使用的话，我们也会作出相应的替换或扩充。获取更多有关你如何对我们扩充本词典进行帮助，请看文后的“这是一本动态更新的档案”。

World Coffee Research™ 咖啡感官词典并不是一个评析咖啡的瑕疵风味的工具，你所看到的本书，该版本的词典撰写于非瑕疵的咖啡豆。某种程度上说，风味(flavor)或者香气(aroma)中，我们传统上认为瑕疵风味(如：苯酚、陈腐/霉味)应该包含在词典当中，因为我们的科学家在创建本词典的时候，我们从评测样品的环节中发现了这些瑕疵风味项。而当中某些缺陷，瑕疵风味有可能使得一款咖啡不能进入市场当中，我们就没有把它记载到本书当中。

在未来，本词典将会扩充更多我们一般认为是瑕疵风味的风味项。以提供更多风尾上更全面的涵盖性。

## 如何使用World Coffee Research™ 咖啡感官词典

### 黑莓<sup>1</sup>

甜味，深沉的味道，水果般的味道，花香，微酸，略带些与黑莓混合在一起的木质类的香气<sup>2</sup>

#### REFERENCE | 参照物

Smucker's Blackberry Jam<sup>3</sup>  
盛美家黑莓果酱

#### INTENSITY | 强度

Flavor: 5.5<sup>4</sup>  
风味: 5.5

#### PREPARATION | 准备

Serve jam in a 1-ounce cup. Cover with a plastic lid.<sup>5</sup>  
把果酱倒入一个 1 盎司的杯中，并用盖子盖起来

上面是一则本词典的示例。词典中的每一个元素的释义用法如下：

**1. 风味项的名字：**这一项是感官科学家在撰写本词典时所确定存在于咖啡当中的感官风味项(味觉/taste, 嗅觉/smell, 或口感/mouthfeel), 并对其进行描述性命名。第一个版本的World Coffee Research™ 咖啡感官词典包含110个风味项。

**2. 定义：**每一个风味项都有一个定义，以清晰，并描述所列出风味项的意义给读者。

**3. 参照物：**对于每一个风味项，都会有相应的参照物提供衡量的标准。上文给出的例子只有一个参照物，但其他有可能有 2 到 3 个，甚至还会有 4 个。比方说，烟熏味的风味项有 3 个参照物：3 个参照物用于衡量香气/aroma( 二苄基二硫/Benzyl disulfide, 木灰/ wood ashes, 和熏杏仁/smoked almonds), 一个参照物用于衡量风味/flavor (熏杏仁/smoked almonds). 参照物有可能用于评价 风味/flavor 和 香气/aroma, 又或是同时包含两者，如上文一样，熏杏仁同时用于香气，风味的参照。有时同一个参照物有可能用于超过一个风味项，比方说，【烤花生】这一参照物同时用于 花生 和 烘烤味的参照。



4.强度分值：每一个参照物都会有一个给出强度的分值 (0-15之间)。对于World Coffee Research 咖啡感官词典而言，强度的分值是一个非常关键性的属性。以使得本书不仅仅是一个可用于描述性的工具，且是一个衡量咖啡风味强度的工具。它可以允许评测者可以量化衡量咖啡样品中的 风味/flavor和 香气/aroma 风味项的分值。强度分值可使评测者通过参考已给出的参照物，并与其分值对应，对评测中的咖啡样品分配适当的分数。

比方说，【榛果】该风味项有两个关于 风味/flavor 的参照物：

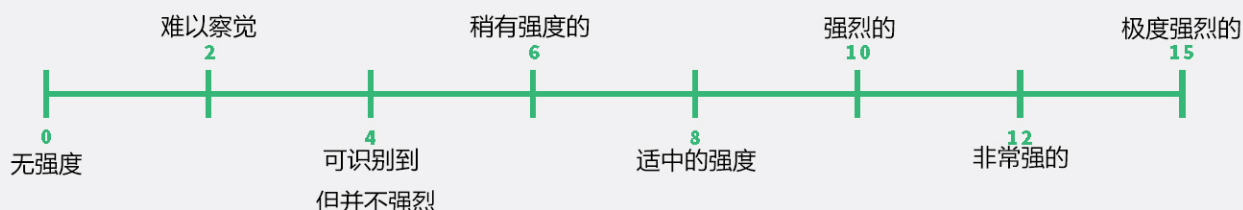
■第一项是用 1/8茶匙的 味好美牌/McCormick 榛果汁置入一杯牛奶当中搅匀，这一项可以为评测者提供 风味/flavor 强度分值3.5。

■第二项是采用同样的榛果汁，但用的是双份的量，1/4茶匙 置入一杯牛奶中，这一项可提供 6.0 的强度分值。

如果你在评测咖啡样品当中的【榛果】风味/flavor 的强度，但它的强度比第一项的参照物高，但又比第二项低一点，那这个风味强度的分值可以判定为5.5分。

15分的强度分值表 (见下图)，适用于对不同种类的食物做感官分析。

### 0-15分强度分值表



5.准备说明：每一个参照物都包含了相应的准备说明，包括了如何准备：盛放，放在什么容易，怎么放置。

举个例子：词典当中在进行 香气/aroma 的参照物准备时，都会建议使用小的玻璃杯（子弹杯 1Oz），并盖上玻璃片。这能很好地确保了参照物的香气不会污染到桌上的其他参照物。

遵循准备说明来准备参照物可以确保参照物所表述的强度为一个正确的强度分值。

## 感官科学家使用World Coffee Research 咖啡感官词典的方法

感官审议组的小组成员，对烘焙好的咖啡样品进行标准化冲煮，并在咖啡液的高温段对该咖啡样品进行分析。（除此之外，本词典可用于分析不同的冲煮方式，当然，每种冲煮方式的参数都会相应的有所不同）。通常情况下，一个受专业训练的审议组会用15分钟的时间去评测，分析一个具有35-40个风味项的咖啡样品。（如果咖啡样品中包含更多的风味项，这个时间将会更长）

由于咖啡与其他食品对比时，会感受到它明显的苦味，因此感官审议组通常只会在一个评测期(1.5-2小时)内对4-6个咖啡样品进行评测，以避免感官疲劳。而为了确保统计的有效性，每一个咖啡样品都会进行三次的盲测分析。（这意味着每一位评测的成员都不会确切的知道评测的是那一款咖啡）

在评测阶段开始之后，审议组都会有 2-3个的对咖啡样品的评测方向。当确保所有组员都做好了风味校准，且一致认为该风味项存在于咖啡样品当中时，审议组将对其进行更进一步的分析。

在评测咖啡样品时，审议组会安静，沉默的进行。开始时所有组员都会闻每一个咖啡样品的香气，对当下所感受到的风味进行讨论并确定，并对所确定的香气风味项进行强度分值的判定。然后审议组重复上述同样的过程，对 味道/taste 和 回甘/aftertaste 的各风味项进行强度分值的分配。一旦所有咖啡样品都完成评测，将对本次评测获得的所有数据进行统计分析，并用于解决研究的问题。

## World Coffee Research 咖啡感官词典的撰写过程

本词典撰写于位于Kansas State大学内的感官分析中心的Edgar Chambers IV, Ph D.实验室。

这是现今世上最先进的感官科学研究中心之一。

创建本词典的第一步，通过查阅已有的咖啡感官科学文献，确定咖啡当中的基础风味项。第二步，建立一个经过感官训练的咖啡感官审议组。10个来自Kansas State大学的感官科学家组成小组，与来自Sensory Spectrum(国际知名的感官科学研究公司)的顾问团用超过50小时的时间进行咖啡风味的感官训练，以提高他们的咖啡品测的感官经验。

下一步，在感官分析中心的咖啡审议组委员会对咖啡样品(13个样品为一组)进行分析评测。他们会一起讨论决定一系列在咖啡样品中所品测到的风味项，也会根据以往的感官经验提出其他咖啡上的风味术语。在整个过程中，小组成员会采取达成共识这一方式来决定风味项，这意味着在审议组的所有成员都在同一风味项上达成一致前，这一个风味项不会被正式记载。同样地，达成共识这一方式都会被用于决定风味项的【定义】，【参照物】，【强度分值】。

咖啡样品的评测分析从咖啡 香气/aroma开始，然后到 风味/ flavor, 回甘/aftertaste，再到 口感/texture，丰沛度/amplitude。在 评测分析 香气的阶段，审议组会拿起一杯杯的咖啡样品，进行3-4次的快速的嗅探，以检测咖啡样品当中的香气。接下来审议组会啜吸咖啡液以检测咖啡当中的风味，口感，以及丰沛度。最后，他们会等待15秒，感受咖啡的回甘。评测阶段结束后，审议组对每一组被提出的风味项引入可复制的参照物，并一次次的内部商讨、更改，直至所有参与者都一致同意这个参照物通过并可以使用。

评测分析咖啡样品的第一阶段带领我们发现了 74个咖啡风味项，这一系列的风味包含了最常见的的咖啡风味特性（在绝大部分样品中都能品测得到），但也有少数的独特的风味项仅仅只出现在 1个或少数的咖啡样品当中。

第二阶段则开始于新增的咖啡样品，并由第二个训练有素的感官审议组于Texas A&M 大学的Rhonda Miller实验室进行后续的工作(包括之前第一阶段所发现的风味项的验证，以及最终词典风味的验证)。通过整个修订和确认的过程，很多的风味参照物也得到了更好的优化。比方说，对于【坚果】这一术语，参照物从一开始的混合杏仁榛果，到更改为之后的混合杏仁核桃，这使得参考项能给出更吻合【坚果】特性的辨析风味。

整个项目回顾，所有的审议组成员使用了超过100小时的时间对105个来自13个国家咖啡样品进行评测分析，最终在写下了本词典第一版的最终版本，一个包含了110个风味项的World Coffee Research 咖啡感官词典。

在撰写的过程当中，本书所发现的风味项也接受了来自各公司的咖啡业内资深人士的审查。正是这群先驱的贡献，才得以让我们的工作室充满讨论，才得以让这一个个的咖啡风味项得以被发现，也才得以让那一个个咖啡感官描述方法得到证明。Paul Songer, 超凡一杯的技术指导，没有他的对咖啡样品的筹备安排，以及与行内工作室的协调联系工作，本书的撰写也未能如愿的顺利。感谢以上这些可爱的咖啡人。

---

## 这是一本动态的词典

World Coffee Research 咖啡感官词典是一本动态的词典，它会随着新风味项和参考项的变化而作出更新。

如果你认为本词典有相关的风味项缺失了，我们欢迎您提交相关的审议资料给我们核实。我们同时也欢迎更好的风味参照物的提出，我们也会对其审查并进行替换。

新的风味项 提交审议必须符合以下的条件：

- 所提出风味项的【名称】
- 所提出风味项的【定义】以及相关【参照物】材料
- 一份详尽的解释——有关该风味项与其他词典中相似的风味项的不同之处
- 提供一份你认为可展示新的咖啡风味项的天然的咖啡豆样品，并确保你是按照我们的指引去处理该咖啡，从而发现新的咖啡风味项。

提出新的咖啡风味参照物或提出修订 提交审议必须符合以下条件：

- 书中存在相关的风味项
- 你所提交的参照物素材的名字/品牌，所提交风味项必须合理且可广泛的在美国市场中主要的连锁商店或在线商店有售
- 一份详尽的解释——有关于为什么新的参照物更好于现有参照物，或是新参照物如何提高感官体验

提交申请信件当中请提供以下信息——你联系方式(手机，邮箱)；以及咖啡样品或咖啡风味参照物信息。

以下为投递地址：

**Rhonda Miller**

*Animal Science*

*Room 310 Kleberg*

*2471 Texas A&M University*

*College Station, TX 77843-2471*

审查程序：我们的经专业训练的咖啡感官审议组会审查所提交的资料及样品。

对于新的咖啡风味项：审议组会商讨并决定被提出的咖啡风味项是否存在于咖啡样品当中，确保该风味项不是以其他术语进行描述的已有风味项；再而，审议组会对其进行最终定义，并为其参照物进行强度分值的分配。

对于被提出的新参照物：审议组会测试被提出的参照物，并与已有参照物对比，以检验新参照物是否提升感官体验。

只有在通过这一系列的认证过程，新的项目才会被添加到词典当中

---

## 咖啡的未来

本词典是一个理解咖啡，提高咖啡质量，并确保高品质咖啡时代存在的重要工具。他将大大的推进咖啡科学家的工作，包括那些正在为咖啡农研究如何让咖啡更具生产力且持续性，那些为了消费者喝到更好喝的咖啡，还有那些为了让以咖啡谋生的人更有而在努力的遗传学家，种植学家，和农业学家们。

我们World Coffee Research™的使命：

在种植，保护，提高高品质咖啡供应的同时提高种植咖啡的咖啡农的收入以及生活水平。

我们秉承着这样的使命来撰写本咖啡感官词典。支持我们使得未来的咖啡科学得到更多的创新——当然最终的目的。依然是让咖啡农得到更好的生计保障。如果你想支持我们的工作，成为World Coffee Research™的一员，欢迎访问我们的网站:

[worldcoffeeresearch.org](http://worldcoffeeresearch.org)



**WORLD COFFEE  
RESEARCH**

# **SENSORY LEXICON**