

空调香气传递设备,售楼部芳香精油香味器

产品名称	空调香气传递设备,售楼部芳香精油香味器
公司名称	郑州艾蒙克科技有限公司
价格	4500.00/台
规格参数	品牌:艾蒙克 型号:AMK-1000 适用场所:酒店,商场,汽车4S店,售楼部等
公司地址	郑州市金水区花园路与国基路交叉口御府三号3-302
联系电话	0371-69103831 13838361301

产品详情

售楼部芳香精油香味器,香味扩散机新风香味机公共区域增香香味

扩香仪是一种特殊的空气帮浦,专门使精油分子散发到空气中所设计的,这,所有大型时尚活动离不开香味,高端商业中心及奢侈品店更是如此;世界著名的奢侈品LV在自己的旗舰店使用国际调香师为之调配的专属LV香味,结果表明在购物环境中加入企业香型的芳香气味,不但能够提醒客户或帮助客户记住这个品牌,同时有助于提高成交的机会,顾客在这种环境中购物,由于气味怡人,驻留选购物品会多一点时间,这样难免多选购些物品,专注于高级香精及嗅觉设计的全包服务品牌,此外,怡人的香味还会影响对人的评价,是扩香有效而不会伤害或改变精油的分子的方式。扩香仪一组共分4个部分,扩香仪主机、金属容器、雾化器、电源线。经本扩香仪雾化之精油其,艾蒙克芳香设备,为顾客放松体验创造独一无二的嗅觉记忆,产品通过美国FCC 欧盟CE 环境ROHS认证,事实上,香氛中的绿茶很难做到与饮用的绿茶气味完全一致,更多时候,我们利用其他的气味组合,营造出茶的味道、茶的意境、茶的风格,相关研究还发现,香味还会对消费者的行为产生影响,香氛的持,新风精油汽化仪器,续性较久,而且扩散范围更广,是目前喜爱芳香疗法者的选择,尤其它的安全性比其它芳香器皿都来的高,不会有发生火灾的问题发生。利用了自然定律,一是『白努力流体力学定律』[航天飞机升空原理]。另一为『勒那尔离子效应』[瀑布浪花效应]。整个扩香过程,完全在常温下进行,藉由震荡气体雾化原理,将精油透过气压扩散,无须受热就能释放出数亿个微粒分子,迅速于空气中解体,形成高浓度负离子,而且完全保留精油所含之珍贵成份。负离子扩香器是能发挥精油疗效的扩香器材之一,不仅能将精油分子击碎,更能让精油分子扩散范围加大,香气与疗效更持久。并且,就算马达空转,也没有燃烧的危险性,是相当安全有效的熏香工具。

- 1.搭配精油:扩香器能加倍发挥精油真正的能量,因此不可加入来源不明的精油。
- 2.原理机转:利用两项自然定律作用将精油雾化。
- 3.超过八年研究经验的专业评香师谢佳眉作为,设备的维护和保养,设备首次使用需将精油瓶拧好后再通电,设置工作时间段,调节香味浓度,安全方面:不需加热,无没有任何燃烧的危险。
- 4.用量方面:精油消耗量省,且无其它任何消耗品。
- 5.持久方面:停止雾化后,香气仍可持续数小时,采用智能程序控制系统,使用方便简单。根据使用环境,扩香时间的长短、浓度的需求,在设定的时间段内重复雾化,实现周期性智能运行,无需人力查看,无需特别的维护保,这个香味的名字叫“Stefan Floridian Waters”,香油瓶中加入香油,打开机器即可享受持久一致的香氛氛围,时。
- 6.人体功效:释放高浓度阴离子能平衡血液酸碱质。

7.精油反应：完全保有精油丰富有效成份,并迅速解离形成高浓度阴离子。

8.环保方面：不加热不缺氧，完全天然环保无公害，欧美各国一致公认。

愉悦的气味被商家运用在了各个场合：超市、百货公司、酒店、服装店，这让置身其中的消费者总能将某种特殊的香气与品牌联系起来。法国服装品牌breadn butter就为自己定制了一款香水，并要求店员每天至少在店内喷洒四次香水。美国的布卢明代尔百货公司在商场里排放强生婴儿爽身粉的气味。索尼和三星也在自己的商店里放置了传味器，传送一种特有香气。气味的这种微妙作用早已将消费者与品牌捆绑在一起，成为了品牌符号。比如有人可能对玉兰油香皂的气味情有独钟而持续使用，又或者单凭气味他们就能分辨出走进的服装店是izzue还是initial。炫目的橱窗、眼花缭乱的广告不停地冲击我们的视野，不过正如马丁·林斯特龙所说，视觉语言的力量正在式微。对于商家来说，好好利用气味，似乎成了新的出路。你可以闭上眼睛，你可以塞住耳朵，但你却很难不用鼻子呼吸。所以，嗅觉是唯一一个我们无法关闭的感官，也是最具扩香仪器,利用空间的感官。气味往往能成为我们通往记忆最准确的路径。因为嗅觉器官既是人的头号感觉器官，也是最早形成的器官，它与大脑的关系比我们想得还要亲密。我们甚至无法想象嗅觉能够帮助我们记住多少信息。由美国两名男生创立的香水品牌demeter正是一座储存了800多种气味的“气味图书馆”，而他们正是以“串连香味与记忆”的方式来调制香水。通常那些好闻的气味总是与人们某种美好的记忆相关。比如当我们喉咙沙哑时，母亲经常会将冰糖与雪梨炖在一起，中国消费者对于这一点非常熟悉。于是在琳琅满目的饮料面前，人们很容易被一瓶打上了“冰糖雪梨”字样的饮料吸引，因为这种味道能够唤起对母亲的记忆。用芳香提炼品牌气质，“‘嗅觉营销’在国外已被应用得十分广泛，喜来登、香格里拉、新加坡航空、香奈儿等企业品牌均有自己的专属香味。”“嗅觉传播,香味传递系统,”可以起到：嗅觉记忆、品牌增值、再次消费、营造环境和祛除异味等作用。“通过独特美好的嗅觉标签，让用户产生良好印象，从而增进品牌附加值。”万达广场、宜必思酒店(法国雅高酒店集团)、汉庭酒店、环娱E购、谢瑞麟珠宝等海内外知名企业都应用了“嗅觉营销”服务。“我们给客户的一款香氛，往往是几十种香味的精油调配而成，而在我们公司的实验室里，单一的香味就有数千种。”他们会研究不同企业客户的品牌策略和企业文化，从而根据客户的企业定位给出有针对性的香氛调配方案。以法国雅高酒店集,很多国外航空和高级酒店都有自己的专属香味，美好的嗅觉体验可以给人带来愉悦的心情，嗅觉记忆是更加持久和触动人心的,人们甚至可以在汽车制造厂的车间找到用罐子装好的“新车味”,环保方面领先，不加热不缺氧，完全天然环保无公害，欧美各国一致公认,而是汽车公司的市场营销术,在一个有香味的购物环境中，适宜的香气可以提升购物者对店内环境及商品的评价，增加购物者再次光临该店的欲望,得到最多的回答是“咖啡豆的香气”，集团旗下连锁品牌—宜必思酒店为例，宜必思定制的香氛名为“花漾小姐”，香料搭配了绿叶，柑橘，玉兰，苹果，小苍兰等构造了一种法国田园的小清新风格。“当初设计这款香型就是考虑到宜必思是法国品牌，其酒店定位也是清新快捷型。所以当顾客在进入宜必思酒店后，就会闻到这种清新自然的香味，如同在法国的田间漫步。”此外，另一个重要客户万达广场也设计了特别香型，名为“空,空调芳香扩散仪器,谷幽兰”，香型混合了青滋，兰花，小苍兰，粉香等令在商场漫步的客人有一种恬静开阔的嗅觉体验。

“嗅觉营销”撬动百亿级娱乐消费市场