

# 银行大厅芳香精油香气仪器，中央空调扩香机，增香机

产品名称	银行大厅芳香精油香气仪器，中央空调扩香机，增香机
公司名称	郑州艾蒙克科技有限公司
价格	4500.00/套
规格参数	品牌:艾蒙克扩香机 型号:AMK-IKSALG-1000 适用场所:酒店、商场、汽车4S店、售楼部、酒吧、KTV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

银行大厅芳香精油香气仪器，新风香薰设备，加香仪公共区域增加香气 打造独一无二的嗅觉记忆，走进星级酒店、机场VIP、飞机舱或百货公司你总能闻到风格各异的香味，且每一种香味都能让你马上联想到某个品牌或某段记忆。这是因为与其他感官相比，嗅觉在记忆中扮演着尤为重要的角色。因为鼻子接受气味的组织与大脑记忆管理直接联系，这就是加香系统，“嗅觉识别系统”重要作用。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。如今，艾蒙克香氛已为万达、宜必思酒店(法国雅高酒店集团)、汉庭酒店、环娱E、新风增香仪、购、谢瑞麟珠宝等海内外知名企业提供“嗅觉营销”服务。我们给客户提供的是一款香氛，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。根据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。Dubai Amber同时也是一款混合香氛，前调带来的是如春天般清新的佛手柑，混合着深色藏红花、提神红胡椒和香气覆盆子的芬芳，这是一种不同于传统的视觉和听觉的新型营销方式，它将人体的嗅觉挖掘出来，通过嗅觉或使人心情舒畅，或使人兴奋开朗，形成特别的吸引力、识别力及记忆力，相比不协调的气味，与商品风格协调，的环境香气会令消费者对商家和商品有更积极的评价，更愿意产生趋近行为。所谓协调一致，就是要符合消费者的预期，形成认知协调。与产品特性相协调的香气可以增加消费者对产品质量、产品档次及品牌信息的趋近态度，不协调则易引起消费者的认知冲突。例如，香气、背景音乐、颜色、温度等空间因素会对消费者的认知、情绪和消费偏好产生影响。人们是，新风增香器，通过多重感官来感觉商品的，消费者会看商品的颜色，听它的声音，感觉它的灵活性，闻它的气味。各种感官形态发出的信息都会影响到人们对该商品的评，Imura等人(2006)在一家日本医院进行的实验研究则发现，产后利用薰衣草和橙花精油对产妇进行香薰按摩，可以降低产后患抑郁症的机率，而且还可以提升产妇与婴儿之间的亲子关系，香味的力量，如果您想要在别人心目中留下印象或者想法，没有比香味更加快速或者有影响力的方法了，价。相互冲突的感官信息先是会令消费者感到惊讶，然后产生积极情绪(如：娱乐、好奇)或消极情绪(如：失望、愤怒)，进而影响其对商品的评价。背景音乐会激发冲动消费，而香气则更容易激发理性消费。环境香气与背景音乐的一致性可对消费情绪

、消费偏好产生积极影响；如果不一致，不仅不会对消费产生积极影响，甚至会产生负面效果。当香气与音乐节奏相协调时，消费者的开支会显著提升，反之则会有强烈的负面效果。此外，店内人口密度也是一项不容忽视的因素。店内人口密度与环境香气会共同影响顾客的消费体验。在人口密度较高的环境下，消费者处于过多的信息刺激，来不及加工所有的环境信息。人员拥挤还有可能造成一定的心理压力，令消费者感觉失去个人空间，个人自由受到局限，增加消费者的回避行为。当人口密度适中时，清新怡人的环境香气对消费者的情绪影响才会比较显著，才可以正面影响人们对商场的认知。零售卖场气味设计对于创造比较大限度的销售额来说，也是至关重要的，零售卖场气味设计时，如果气味异常了，肯定会对销售造成影响。好的零售卖场气味设计可以引起顾客对商品的兴趣。例如巧克力、新鲜面包、桔子、玉米花和咖啡等等。气味对增进人们的愉快心情也会是有帮助的。在零售卖场气味设计中，花店中花卉的气味，化妆品柜台的香味，面包店的饼干、糖果味，蜜饯店的奶糖和硬果味，零售店铺礼品部散发香气的蜡烛，皮革制品部的皮革味，烟草部的烟草味，均是，喷香机，与这些商品协调的，对促进顾客的购买是有帮助的。唐朝诗人李白闻香下马，香味对人的魅力，古今中外颇多趣闻轶事。你是否记得当你走过糕点店时，那一阵阵，不可抗拒的香喷喷的、新烤出的巧克力饼干的香味吗？美国国际香料公司采用高科技人工合成了许多令人垂涎的香味，包括巧克力饼干香味、热苹果派、新鲜的比萨饼、烤火腿的香味，甚至还有不油腻的薯条香味等。美国国际香料公司将各种人工香料装在精美的罐子中用来销售。可见零售卖场气味设计有重要。根据定时设置，艾蒙克香味机每隔一段时间会将香味喷在零售店内，以引诱顾客上门，实验结果表明这种方法效果奇佳。因此，这种香味机在美国的销路非常好，许多零，恰恰是这种味道让新航成为更多人搭乘飞机时的首选，从2015年开始停止“男色营销”，门店的灯光更为明亮，音乐没有那么大声，陈列更为开放，门店的气味营销保留但香味调淡25%，环境香薰和香味营销都是很有有效的工具，能够吸引客户，扩大品牌或产品的影响范围，让品牌的特性在客户心中留下深刻的印象，甜酸适中，醇厚相宜，香味自然流露，为客户量身筛选气味香型，远古时代，露天卖场的摊主们就是靠香味吸引顾客的，售店经营者用它们来吸引顾客、留住顾客，并且每天的花费只是几十美分而已。正如有令人不愉快的声音一样，也有令人不愉悦的气味。这种气味会把顾客赶走。零售卖场气味设计中令人不愉快的气味，包括有霉味的地毯，吸纸烟的烟气，强烈的染料味，啮齿类动物和昆虫的气味，残留的尚未完全熄灭的燃烧物的气味，汽油、油漆和保管不善的清洁用品的气味，洗手间的气味等。邻居的不良气味，也像，扩香机可以把精油变成气体挥发到空气中，让整个空气都弥漫了精油迷人的香味，让顾客流连忘返，精致美观，超低静音效果，该项目总建筑面积14万平方米，建筑总高134米，地面28层，地下4层，其中4.7万平方米超甲级写字楼，4.9万平方米商业设施，其余为配套设施用房，外部的声音一样，会给零售店铺带来不好的影响。这些气味不仅令人不愉快，与零售店铺的环境、气氛也不协调。比如巧克力和硬果的气味飘入保健食品部，医生或牙科医生诊室的很浓的药品气味飘入面包店等等。如上述的对零售卖场气味设计有影响的其他因素一样，对气味的密度，，