

走廊空气喷香机器，精油香薰机，新风增香设备

产品名称	走廊空气喷香机器，精油香薰机，新风增香设备
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

走廊空气喷香机器，喷香系统，新风喷香系统新装修营业空气净化除甲醛走廊空气喷香机器

主持密歇根大学感官营销实验，室的阿莱德哈娜·科瑞斯纳是该领域公认的顶尖专家。她说，很多公司刚刚开始认识到感官知觉对我们大脑最深层部位的巨大影响。2013年，科瑞斯纳撰写了《消费者感官：五感如何影响购买行为》一书。她对这一领域的深入研究源自对以下几个问题的强烈兴趣：—

为什么用高脚杯喝红酒会比用水杯喝起来更可口？—

为什么右边摆，新风香薰器，着叉子的蛋糕广告比没有叉子的更有吸引力？—

为什么肉桂的气味会让电热毯的取暖效果变得更好？科瑞斯纳发现，不同的感观可以相互叠加，合适的话，将会相得益彰。肉桂代表温暖，所以让人觉得电热毯效果更好。这种影响十分微妙，也正因如此才十分强劲。消费者不会将之视为营销信息，因此不会产生平日里对广告和其他促销方式的抵触心理。所谓“闻香识美人”，气味作为一种感官可以帮助我们判断和认定身边的物质、环境等。但气味的释放需借助具体的物质形态或者空间场景，如果能把气味装进盒子里，打开即可闻到我们最怀念最喜欢的味道，像魔法一样把气味玩弄于鼓掌之间。视听体验随硬件和技术升级不断刷新人类的感知，甚至触觉也在微电流技术普及下走进更多的应用场景，那么嗅觉该如何实现数字化和智能化呢？

近日，猎云网（ilieyun）记者在杭州一家叫气味王国的公司体验，室里感受了带有气味的VR视频、电影、游戏、广告灯箱等。这是一家专注于数字嗅觉技术研发和场景落地方案提供的技术导向型公司，创始人黄剑炜介绍，他们想找到气味最底层的类似基因组的東西，通过解码来重构和虚拟各种气味。气味王国内图1 数字气味技术，简单来说就是将气味数字化。目前气味王国通过解码、编码、传输、释放等技术流程，将被还原物质的气味突破时间与空间的阻隔，按照程序设定用解码器识别指令进行即时的气味传输。据介绍，气味王国已经收录了十万种气味，，并解码了上千种，包括日常生活中可接触到的食物、花草、汽油等和受限地理环境远离生活的奇特气味。在对气味的控制上，气味王国虚拟的是气味的抽象感，也就是嗅觉引发的大脑联想。人们对气味的感知因人而异，气味王国通过专家团队和普罗大众采集数据后，预设“中间值”，将气味与场景适配，用户在APP上即可实时控制其释放和更换的时间节点。解码完成的上千种气味被装置在“气味盒子”中，里面有高分子压缩的浓缩型原料，可释放出足够饱和的气味。考虑到气温、压强、环境对气味的影响，气味王国通过，同样，购物中心作为集购物、休闲、娱乐、亲子、社交等多种功能于一体的综合性零售业态，相较于传统商业更适合借势潮流品牌、电影动

漫、热点事件等话题点吸引人流狂潮，这也是娱乐体验式营销为购物中心带来的营销新启示，Dunkin' Donuts在美国以独特风味的咖啡为销售卖点，常常门庭若市；但进入韩国后，由于韩国咖啡厅市场竞争激烈，D家的咖啡比起甜甜圈，销售数额并不乐观，扩香设备维护，雾化出口喷出液体，雾化接头是否松动，设备倾斜放置，拧好雾化接头，保持设备竖立，人性化的操作模式充分考虑到场地和空间的多样性，微机电结构控制气味的比例、组合效果、时间节点等，实现契合式的气味释放。要找到适合品牌、企业个性的香味并非易事，当面对不同市场的顾客时，亦要将气味的浓度稍为调整，如亚洲人未必如中东或南美一样，可接受浓浓的香味。Airamaker有自家的香气师，备有现成的香味供企业选择；亦会与著名香气师合作，为客人量身订造香味，当然所需时间较长。“先了解品牌特性、性格、态度及想创造的形象，经过多轮测试、配对，再进行市场，嗅觉感官相比其他感官（视、听等）更加的复杂，其与人类情绪、记忆和行为有着不可忽视的联系，微电脑全自动控制系统，酒店香氛可根据工作环境来调节香味浓度，香氛开启时间随意设定，在不需要香味的时间段机器自动停止工作，保持室内清新，并散发出让人愉悦的淡淡清香，不但对家人的身体健康有利，更能给家增添一份幸福的氛围，除此之外，还有多家在日本和香港大排长龙的店首次在上海开分店，及忠实顾客调查，才找到合适的香味。”

另一需注意的是安全，香味不能令人敏感，故需注意香熏的选材及化学成分。“每个国家、地方有相关的守则或法律要遵守，落实香味营销前必须了解清楚。”早于90年代中，已有人对香味如何影响消费行为进行研究，但发展为香味营销则是今世纪才兴起。较先使用并做得较出色的，可算是酒店业。香薰仪，著名品牌如喜来登、香格里拉、万豪、洲际酒店等，或多或少以香味吸引客人的注意及记忆，最为人津津乐道是香格里拉酒店于2001年推出“香格里拉香熏”品牌。据说香熏灵感来自《消失的地平线》中描述的香格里拉，以香草、檀香和麝香为主调，以佛手柑、白茶和生姜味作余韵。展望未来，香味销售已渐推广至健身中心，有助遮盖汗味兼令人更有活力。“甚至应用于老人中心、急症室等地方，主要为病人、家属及长者带来平静、安详的感觉。美国有几十间Aegis Living已在使用，。”更计划引入热线中心及数据中心，以香气令工作人员抖擞精神，增加专注力，提升生产效率。