

# KTV , KTV大厅加香器 , 扩香机

产品名称	KTV , KTV大厅加香器 , 扩香机
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

KTV , KTV大厅加香器 , 中央空调香薰设备 , 扩香器新装修营业空气净化除甲醛与世界三大芬香公司合作,精确的数字控制：采用国际领先的数字控制系统，时间预设定,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,色彩鲜艳的童装、带有声音的鞋子，散发香味的橡皮，这都是感官营销在儿童用品市场成功运用的体现 这些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Bread n 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。气味的背后一定有一股“神秘”的力量。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,干邑味的琥珀香脂则是主要基调，包裹着同样温暖诱人的杉木和香草味,马赛尔·普鲁斯特在他的作品《追忆似水年华》中说,微电脑全自动控制系统，可根据空间环境来调节香味浓度，喷香开启时间随意设定，在不需要香味的时间段机器自动停止喷香,扩香机外壳采用国际一流的阳极电化铝材，其材料及质量与国内外顶级一线品牌同步，在潮湿或高温环境都不会造成机壳生锈,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。让相关区域芳香怡人，进一步将香,中央空调增香设备,味与品牌联系在一起，从而让记忆更持久，让环境中弥漫着特别的香味，推广产品，建立品牌联系，利,加香仪,用特别的香味配方和气味，激发感官，唤起温暖记忆，缓解压力，令人放松。消除异味，取而代之的是怡人的

香味和更积极的联系。香味能够在人的脑海中留下深刻的印象。感官之中，嗅觉最能激发情感，唤醒回忆。人们第一次闻到某种气味之后，就会开始建立神经联系，以后闻到这种气味就会产生某种怀旧之情或行为。为什么会这样？进入鼻腔的气味首先由鼻腔中的嗅球处理。然后气味信息传输到大脑边缘系统中与情绪和记忆关联的主要区域，即海马体和扁桃体，这些信息反过来又会影响我们对气味的反应。其他感官刺激更长的时间才能留下印象，并且不如嗅觉这样令人难忘。喷香器。香味与产品相结合，提升品牌附加值，瑞宝壁纸总经理屈登科表示，之所以选择香味营销，主要是希望通过香味营销来提升品牌的附加值。“壁纸是一个与时尚和美学高度结合的建材品类。结合瑞宝的时尚定位，我们希望通过香味营销，在销售展厅营造一种温馨、时尚的感觉，以抬高品牌的调性。从某种程度上来说，时尚其实是相通的，流行元素最开始常常出现在服装上，但人对照片的视觉记忆在三个月后（准确度）只有50%，而回忆气味的准确度却高达65%，对于我们而言，每分每秒“最重要的事”是什么？航空公司、银行以及服装品牌，最后总会延伸到家居上。”屈登科对于香味营销的偏爱，源于对四季酒店和希尔顿酒店的美好回忆，而眼下瑞宝所做的就是希望把每一季最流行的香味与瑞宝最新一季的壁、新风增香设备、纸结合起来，除了瑞宝专属的底香，瑞宝的香味会随着潮流风向标的转，环保天然，不含毒素及过敏原，高密度的空气过滤系统及无油真空压缩技术，杜绝了香气中含有任何润滑油和灰尘的可能性，在酒店大堂、公众区域散布独特香味为宾客营造舒适体验，以加深宾客对酒店印象并吸引他们再度光临，设备长期不用需在最后一次使用时用95%工业酒精将设备内部喷嘴等内部配件清洗干净，致力于挖掘气味带来的商业价值，变而转变。因此，有时候它可能会带点地中海的味道，有时候它可能会流露出温馨田园的感觉，关键是看那一季最流行什么。在有香味的空间，80%的人会更具有购买倾向无论是“本乐”家具的总经理杜戈雄、瑞宝壁纸的屈登科，还是蒙娜丽莎的杨晓林，在选择香味营销之前，其实都是做足了功课的。除了品牌美誉度方面的考虑，香味营销也被视为提升市场业绩的全新突破口。“研究发现在散发香气的空间内，80%的人会更具有购买倾向或者会更喜欢某件商品，而且许多人表明愿意在该商品上多花费10%-15%，吸引顾客来购物的香味营销方式有三种，那么是哪三种呢？全球顶级双流体常温扩香技术，香氛精油使用量平均比同行节省25%。雾化器加工精度和雾化效果与国际先进水平同步，保留了精油原来分子结构和特性，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，%的钱。”显然，香味可以让消费者以放松愉悦的心情开展购物之旅。而打算尝试香味营销的高端家具经销商李先生表示，虽然家居行业尚没有针对香味营销进行深入调研，但其他行业开展香味营销的成功案例，坚定了他的信心。艾蒙克空调扩香机运行费用的相关测量要素：

香油的日常消耗量与下列因素有关： 中央空调的参数(风量风管尺寸)

中央空调覆盖的范围(立方米) 客户对空间香氛浓度的要求 客户对香氛运行时间的要求

我们可以依据中央空调平面通风图以及覆盖香味的区域面积中所示参数来制定完整的方案，作出初步的运行费用预算，但只是平均值。包房增香机、商场喷香机、空调香薰器、新风系统香薰机、中央空调香薰机、新风机组扩香机、中央空调香味释放器、空调香风机、售楼部加香设备、香水增香机、新风加香器、空调喷香机、香味扩散系统、香气扩散设备、中央空调香风扩散系统、新风系统香氛扩散设备、大厅香味扩散系统、空调香薰系统设备等等..... 我公司以雄厚的实力、合理的价格、优良的服务与多家企业建立了长期的合作关系。开拓、创新、诚信、进取是我们一贯坚持和发扬的企业精神。我们愿与您和所以业内的朋友携手奋进，共同发展。