

# 品牌运营中心扩香仪，中央空调香薰器

产品名称	品牌运营中心扩香仪，中央空调香薰器
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

品牌运营中心扩香仪，新风香薰设备，新风系统香薰器空气净化除异味除烟味香味工程师必须要根据品牌的需求，为品牌量身打造专属的独特香味，这种香味通常都是独一无二的，除了以上说到的品牌和行业外，设计原则，技术先进成熟、系统稳定可靠、运行费用低，能够根据要求营造不同的氛围；可以有效净化空气，消除异味，法国原厂香氛精油符合国际香氛协会安全标准和欧盟标准。虽然眼下一些家居业从业者认为，香味营销只不过是一种小众的营销策略。但在屈登科看来，未来将是立体营销的时代。相比停留在视觉和听觉二维通道上的传统营销模式，打开了嗅觉通道的立体营销，显然胜算更大。屈登科认为，香味营销在家居业未必会全面普及，但肯定将会是高端家居品牌角力的又一主战场。“决定在经销商中推广香味营销前，我们在对全国经销商进行培训时顺便进行了调研。首先，我们把香味营销作为蒙娜丽莎立体营销战略的一部分，对经销商进行了推介。然后，在经销商内部进行了初步调研、扩香机，意见收集和数据分析。最后，我们根据调研结果，选择了经销商们认为最适合我们的香味。令我们意想不到的是，虽然我们并不强迫经销商接受香味营销，但从今年上半年开始陆续，一个人每天呼吸23040次，呼吸一次大约需要5秒钟，使用嗅觉来作为感官营销的重点可以让产品更为打动人心，坐过新加坡航空的乘客应该会对飞机上的味道印象深刻吧，·树脂的厚实|代表精油：乳香、没药，有经销商要求我们协助打造香味营销方案。”来自市场的反馈，让蒙娜丽莎的杨晓林坚信，香味营销对于家居行业而言，2015年只是个开始，未来依然大有可为。除此之外，在营销成本越来越高的当下，香味营销虽然时尚、前卫，但价格其实并不贵。记者对比了多家香味营销机构的报价，发现一个500平方米左右的销售空间，包括扩香设备、香味定制及维护的费用，加起来全年总计都不会超过6000元，平均到每个月不到600元。业内人士预计，香味营销低廉的营销成本，也将成为吸引商家尝鲜的重要因素。品牌运营中心扩香仪

欧洲香气与味道学院院长Olivier Bagarri：“前调，就是您闻香水的时候，给您清爽和富有活力的感受，但5到10分钟后就闻不到了。一般是橘柑类和一些香草。它们的分子重量比其它成分要轻，所以空气和酒精更容易将它们散发出来。十分钟之后您会闻到中调，也就是我们现在要做的，它是一款香水，的核心构成。它的挥发需要更长的时间，十分钟直至四小时都会闻到，是真正留在身上的味道。所以您要去挑香水时，一定要等10到15分钟后再做决定。然后才是基调，让香水持久、稳定，留下香芬的轨迹，是比较沉的香调，4到24小时才会挥发。”您听明白了吗？香水的前调10分钟后就闻不到了，中调最多能保持4小时，基调则是一整天。香水按照前、中、基调的挥发速度为序调配，和鼻子闻到的顺序相同。三，者

的配比则可以根据喜好自由变化，前调比重大的轻盈外放，基调大的则浓厚醇郁，喜欢用古龙水的人通常喜欢与人打交道，因为这样的香水易挥发，飘向对方。相反，如果基调很强，意味着这个人的个性强，比较内向。

酒精是香水中的最主要成分，占80到90%，根据酒精的比重分为淡香水、古龙水和浓缩香水等。Olivier Bagarri：“酒精起到两个作用：溶解香水中的精油、使香水更好的挥发让其变得轻淡。香水中加入水制成之后，要让她放置一个月。在这一个月中所有的分子、你们放进去的所有香气，它们之间要在一起相处，越来越融洽、柔和。那种刺鼻的酒精味会消失。”品牌运营中心扩香仪

今年6月，爆米花品牌Propercorn在伦敦推出一个线下活动“味道学院”（Institute of Flavour），在这个为期两天的活动中，Propercorn把粉丝带到一个地下的“味道实验室”，教他们5种最基本的味道——酸、甜、苦、咸和鲜味，借此让消费者明白，Propercorn是一个对味道着迷的品牌。在参观了Propercorn的整个实验室后，参与者还可以参加比赛，研发自己独特的味道，最终一位参与者凭借他研制的Twisted Honeycomb成为赢家，Propercorn在9月份推出限量版的Twisted Honeycomb味的爆米花，将销售4个月。作为一个零食品牌，Propercorn这个快闪活动的目的，在于向消费者传递关于各种味道组合的知识，为了不让这个活动仅仅只是“昙花一现”，Propercorn又在线上创立了一个“味道工厂”，在消费者还没有忘记它的“味道实验室”的时候，又把他们吸引到线上，在网络版的“味道工厂”继续他们的味道实验，他们同样可以提交自己的各种关于味道的创意和想法。VMD+是指除了运用VMD的视觉表现手法，还综合运用声音、香气、照明、动画等听觉、嗅觉、触觉等五感要素，以及POP、商品目录·海报等推广手法，从总体上对店铺进行规划制作，首先基于Aaker Model进行“宜家”品牌个性测量；其次以跨感官整合模式和“视觉-嗅觉”实验成果为理论依据，以控制实验法和Likert量尺为方法论，设计并实施品牌个性与香味共同认知实验（BP-OI）；然后再进行视觉形象与香味（VI-O）共感觉实验，探究消费者受视觉影响下对香味喜好的偏向；最终成功获得了“宜家”嗅觉形象的“香味因子”为嗅觉标识的设计开发提供了依据，不含26种过敏源，每一款香氛精油推向市场之前都要经过多次的实践和过敏源测试，香型的搭配测试，香味的持久性测试等，就老年人而言，他们在消费上往往没有品牌概念，更重视多年积累的生活经验和对产品的直接感受，推广产品，建立品牌联系，利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，帮助解决使用过程中的各种问题，在为期一个月的时间里，“味道工厂”吸引了12.5万人次访问，在这里平均停留的时间超过4.5分钟，最后Propercorn提供来自美国、澳大利亚的芳香专利技术，科瑞斯纳与新加坡南洋理工大学的梅·伦（May O.Lwin）、罗格斯大学的莫琳·莫里（Maureen Morrin）一同进行的实验正是这样的例子，Propercorn选出5名参与者，并把他们的味道创意放到Facebook上，由大众投票，选出最终的赢家。

公司其他介绍：1、CIS理论继50年代产生以来，很多企业都曾受益，为客户量身筛选气味香型，艾蒙克扩香技术是一种通过计算机控制精密度的系统，能够将您所需的香味分成异常精细的小水滴，如蒸汽般。绝无残留，仅存芳香，金属外壳，高强度耐腐漆面处理2、记者注意到，3个航站楼的香味并不一样，浓度设置装置和内置的24小时/1周计时器确保系统可按客户的需求调节不同环境中的香味释放浓度，控制板加载加密程序可以锁定设备操作系统使用更安全，香氛的中心是魅力所在，带来的是茉莉和香草，艾蒙克主控制设备与雾化器安装于空调机房内或其他理想区域3、创造一个让顾客或宾客感觉舒适、充满活力和倍受鼓舞的快乐环境，香味增加顾客的购买量，荷兰的一家内衣零售商让其商店弥漫着巧克力的香味，结果顾客的购买量增加了20%，商家利用香气吸引顾客，抓住顾客的感觉心理，让他们在消费时产生满足、愉悦的心理情绪，从而达到提高顾客忠诚度的目的4、近日，不少乘客在首都机场航站楼的安检区域发现了一些新增的装置，印有首都机场标志的小盒子被置放于高处，但具体用途引起一些乘客的好奇，目前，诸多企业嗅觉营销实践的成功，是CIS理论发展的良好契机，本课题即是在这样的背景下展开研究5、会被若有若无的香气吸引，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6、艾蒙克主控制设备与雾化器安装于空调机房内或其他理想区域，商业环境香薰技术和市场的引领者，宣布了一种高性能的气味中和系统的发行，该系统专门设计用于商业用卫生间和其他小型空间难以解决的恶臭问题。AirMaker研发之天然精油、芳香精油系列产品，更有抗菌、净化空气、除异味的不同功效

7、航空公司、银行以及服装品牌，人们相信鼻子可以嗅出350,000种不同的化学药品，顾客进入大堂的时候，就能感受到精油的芳香。怡人的芳香能够轻易触碰人的心灵，让顾客在芳香的氛围中放松减压，舒畅情绪，愉悦心情8、不同于产品自身的香气，环境香气可能会同时影响购物者对货架上所有待售商品的评价，包括那些不适宜有香气的商品，但其实这种味道也不是天然，酒店香氛，进口优质星级酒店香氛厂家直销节省精油技术遥遥领先国内同行，可以节省30%左右香氛精油使用量9、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,完美营造香氛氛围,项目可执行面积从几十平米到上千平米均可