

图书基本信息

书名：<<氣味之謎：主宰人類現在與未來生存的神祕感官>>

13位ISBN编号：9789868377066

10位ISBN编号：9868377064

出版时间：2009年10月28日

出版时间：方言文化

作者：Rachel Herz

译者：李曉筠

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<氣味之謎：主宰人類現在與未來生存的神>>

內容概要

美國科學促進協會 2009年年度最佳科學著作獎決選書

布朗大學終身教授，可口可樂、百事可樂、全球最大香水企業蔻蒂集團專業諮詢顧問瑞秋·赫茲博士一鳴驚人的代表作

在這本書中，你將驚奇地發現，人們所忽視的氣味與嗅覺其實決定了你的所有的日常生活，包括心情、行為、飲食、婚姻、人際、記憶、商業...

二 四年諾貝爾生物醫學獎頒給了嗅覺受器的研究，如今氣味與嗅覺儼然已成為一門新顯學與有待開發的無窮商機。

在這本《氣味之謎》書中，作者瑞秋·赫茲 美國布朗大學心理學教授，聲名遠播的全球嗅覺領導專家，融合了科學研究結果、接觸過的個案、令人莞爾的趣聞、鮮少人知的真相，以及豐富的學養和動人的筆觸，娓娓道出這個對人類有極大影響卻一直受到輕忽的感官，是如何地豐富與主宰我們的人生。

閱讀本書，你將發現氣味的驚人事實：

· 獨特與氣味：每個人的體味就像指紋一般是獨一無二的，這也是為何只要追蹤犬聞過某人小一片衣物，就能輕易找出對象。

· 健康與氣味：失嗅症將會使人沮喪，抑鬱也會導致失去嗅覺，結合其他輔助芳香療法確能令人減輕壓力，對心理有正面效用，並且根據研究顯示，透過人體的氣味可以找出病因，甚至是癌症。

· 記憶與氣味：氣味是喚醒回憶的最佳方法，而且比圖像視覺更為清晰，善用氣味將能改善人們的記憶力。

· 吸引力與氣味：男人體味是女性選擇伴侶一項很重要的身體特質，而如此本能亦為人類繁衍與進化的重要手段。

· 行為與氣味：氣味會影響改變人的心情、行為以及消費決定，許多企業會在門市與公司裡頭運用「背景氛香」來增加買氣以及激勵員工積極的工作反應。

· 親子與氣味：人類嗅覺早在出生前就已發育成熟，是最先形成的感官。即便剛出生兩天，嬰兒也能聞出哪個是母親，而80%媽媽也能單憑氣味知道誰是我的孩子。

· 飲食與氣味：味覺僅能分辨酸甜苦辣，其餘得靠嗅覺。沒了嗅覺，人們將無能辨別所食用的是蘋果或馬鈴薯，可樂或汽水，是紅酒還是涼掉的咖啡。

· 文化與氣味：不同文化有各自的氣味偏好。美國人喜歡沙士與冬青油味，英國人則否；歐洲人偏愛的起司味，亞洲人則極度厭惡。

· 睡眠與嗅覺：熟睡中的人聞不到任何氣味，你不會因為咖啡香而甦醒，是醒來後才聞到咖啡的香氣。

作者簡介

瑞秋·赫茲博士 (Rachel Herz, Ph.D.)

全球公認嗅覺心理學界最頂尖的科學家，其諸多研究報告是大學教科書的重要章節，曾任教於著名的莫乃爾化學感官中心 (Monell Chemical Senses Center)，現為美國布朗大學 (Brown University) 終身教授。

身為嗅覺領域最重要的領導專家，讓赫茲博士成為無數電視訪談與廣播節目諮詢的重要對象，譬如探索頻道 (Discovering Channel)、美國廣播新聞網 (ABC News)、英國廣播公司 (BBC) 等，她並也定期接受《紐約客雜誌》、《紐約時報》、《時代雜誌》與《歐普拉雜誌》等平面媒體的專訪。

擁有深厚學養與深諳應用之道，赫茲博士是許多知名跨國企業特別倚重的專業顧問，其中包括了可口可樂、百事可樂、家樂事、寶鹼、聯合利華、日本花王企業，以及全球最大香辛料公司味好美 (McCormick & Company Inc.) 和全球最大香水公司蔻蒂集團 (Coty Inc.) 等等。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>