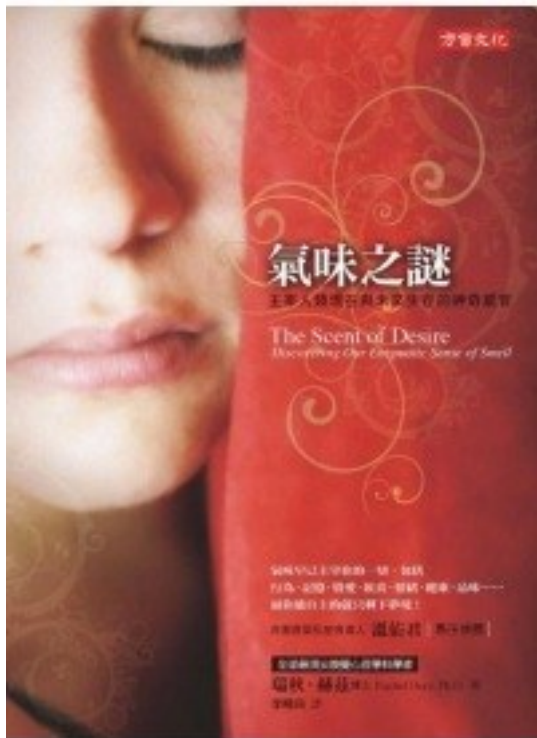


氣味之謎



[氣味之謎_下载链接1](#)

著者:Rachel Herz

出版者:方言文化

出版时间:2009年10月28日

装帧:平裝

isbn:9789868377066

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…

二〇〇四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，你不曾因為咖啡香而甦醒，是醒來後才聞到咖啡的香氣。

作者介紹：

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。

目录: 序言

致謝

第1章 慾望的感官

比起任何其他知覺體驗，氣味更有誘發情緒的能耐：讓我們滿心歡喜或怒氣衝天，使我們熱淚盈眶和心痛不已，挑起我們內心的恐懼，或撩撥我們的慾望。

第2章 氣味偏好大不同

我們之所以喜歡或厭惡環境裡的各種氣味，是由於與氣味相關的個人經歷及歷史文化。無物難聞，一切皆思想使然。

第3章 光陰的氣味

「聞到那氣味，就像按下放映鍵一般，遺忘的電影於是在腦海上演。」塵封的往事這樣異常逼真地湧現，令安妮驚奇不已。

第4章 芳香與治療

人心易受暗示影響，因此光透過暗示，氣味就能施展魔力—無論氣味的種類，也無論是否確實有氣味存在。

第5章 氣味與性

認為情人讓你「來電」或「不來電」的感覺，彷彿是直覺，但其實你的鼻子明白，那千真萬確。

第6章 他人的氣味

人類對彼此氣味的反應深深影響社會互動，以及幾乎所有的人際關係。當嗅到他人的氣味時，我們出現的感覺從絕對愛戀，到厭惡，乃至於蔑視都有可能。

第7章 渴癮

對食物的渴癮不只是想吃而已；那強烈到讓人放下手邊的事，大半夜特地開車半小時，只為滿足對某種食物的慾望。

第8章 未來嗅覺科技新探

電腦與氣味結夥作伴，不只成為偵測癌症、化學武器或腐壞食物的電子鼻，也成為能產生各式氣味的小玩意，改變我們生活、工作及購物的環境。

註解

• • • • • (收起)

[氣味之謎](#) [下载链接1](#)

标签

氣味

心理学

长知识

气味之谜

气味

嗅觉

美国

社会心理学

评论

里面的一些观念在现在看来比较执着，不过气味确实对人有很大的影响，而我们并没有重视。气味无形影响着我们的方方面面。

[氣味之謎_下载链接1](#)

书评

[氣味之謎_下载链接1](#)