

来 Saint Olive 家族制作的香氛产品遍布法国、欧洲，并远涉重洋走向世界。“我的家族从事商业多年，而中国是一个非常重要的地方。”2012年，从著名的法国高等政治学院毕业后，22岁的保罗告别父母和6个兄弟姐妹，离开家乡巴黎，怀揣希望和梦想来到上海。他努力学习中文，短短两年的打工生涯激活了身体里的创业基因，一鼓作气开了三家公司。第一家做旅游媒体——“欧棒巴黎”，以各种语言帮助和指导人们在巴黎旅行；第二家做买手店，选址上海大悦城，后因疫情转为淘宝网店，销售来自法国和世界各地的设计师品牌，包括牛皮包、鞋子、服装和香薰。

随着时机日益成熟，保罗果断售出正在盈利的两家公司。“我觉得重拾过去的一些东西并更新一些内容是非常好的。我想开一家属于自己的店铺，经营自己的品牌产品。”2021年，保罗如愿以偿，在巴黎创立自己同名品牌，正式成为家族第12代香氛设计师，并在上海注册了第三家公司，传承和发展香氛事业。

从中间商转型到原创设计，保罗深感自豪：“我真的很喜欢每天学习新事物。打造品牌的优势在于，你需要大量的知识去讲述一个故事，打造一款产品；你需要开展营销活动，控制价格并



上图：法国人保罗巡回中国各大城市，为爱好者开设香薰蜡烛手工课堂。

生产产品。所以你需要有非常渊博的知识储备，每一天、每一步都是巨大的挑战。”

为了给自己充电，他经常流连于上海大大小小的展览，还时不时在游泳池中劈波斩浪，以维持充沛的体力和精力。“我觉得上海给了我很多能量，非常积极的能量。它发展得很快，每个人都在努力改变生活，这是一座模范城市。我觉得上海已经成为一个国际化大都市，汇聚了各种文化。这很棒，因为你能从不同人身上学到很多东西，不仅是中国，还有南美洲人、北美洲人、非洲人、欧洲人、亚洲人。这是一个你可以结识很多人的中心。”

作为时尚业人士，保罗饶有兴趣地发现：“这里很多人长得很相似。比如参加正式活动大

家就不约而同穿上黑白两色。同样的妆容，同样的着装，像是一种标准的操作规范。相比之下，巴黎更具个性，每个人都尽力展现自己的风格。”不久，他又有了新的发现：“传统中式服装也成了时尚配饰，我看到越来越多的人穿着非常传统的服装，妆容风格却更偏西方。这是独一无二的，上海就像是一幅融合了中国传统服饰和西方文化的大型画卷。”

中国的香氛业务和 香氛需求与欧洲大不相同

生于香氛世家，保罗自小就有异于常人的嗅觉。田间有薰衣草的花香，海边有铃兰的清香，冬天壁炉边有松木的沉香，爸爸让他拎着小桶给旧家具上漆，他都能分辨出油漆里有蜂蜜的甜香……成年后更是被各种香味环绕。从衣柜里取出的衣服自带兰麝之气，拉开车门芝兰氤氲四起，走进办公室或酒店接待处，人未抵达早已先“香”夺人；每个人有每个人专属的味儿，每一家有每一家自带的气儿，气味可交流，却绝不雷同，正所谓闻香识人。

“香氛包含了各种形状的香薰、香水和蜡烛，涵盖了它们产生的所有的内容和感觉。在法