市井主角

走进达城“哈罗·Youth”青年友好型街区青创市集,一缕清和淡雅的香气飘进鼻腔……这香气来自文创品牌“东芳燃”,是四川文理学院大二学生、山东郓城小伙戴亚东自制的古法合香。作为市集首批入驻摊主,这名工科生依托零租金、宣传扶持政策,一步步把个人爱好打磨成传播非遗合香文化的青年创业项目。

工科生的香事

四川文理学院大二学生戴亚东把古法合香做成文创



戴亚东正在制作线香。

制作好的合香梳。

客人定制的车挂伴手礼。

从一根香开始,把爱好琢磨成手艺

戴亚东与合香的缘分,始于高中。学业压力之下,燃香带来的松弛治愈感让他着了迷。“那种香味令人愉悦。”高考结束后,他拜访了非遗合香传承人袁飞,系统学习传统制香技艺。

说起品牌名“东芳燃”,戴亚东表示:“东是东方中国,芳是芳香,燃寓意星星之火。希望传统香文化不断传承、传播。”第一次亲手制香,他印象最深的是——累。合香珠要手工揉制香泥,颗粒重量精准控制到0.01克,工序繁琐耗神。但闻到成品香气那一刻,满满的治愈感让他坚定了走下去的决心。

这些从选香、揉泥到控重的基本功,也让戴亚东后来面对市集顾客时,能讲清一根香从哪里来,还能根据反馈改良香方。

零成本试错,摊位升级迭代聚人气

2024年秋天,戴亚东入学四川文理学院土木工程专业,在学校团委通知里看到青创市集招募摊主后,立刻报了名,并成为首批入驻摊主。

对一个还没有收入的大学生来说,零租金摊位和平台宣传引流,是创业起步最宝贵的底气。“如果要承担摊位租金,我前期低价推广产品,很可能直接赔钱。”零成本试错,让戴亚东攒下了第一批顾客,不少人闻着闻着就变成了回头客。

连续参与四期市集,戴亚东的摊位也在一直迭代。第一期产品少、包装简陋,摊位位置也偏,产品少有人问津。后来,他总结经验,开始站在摊位后面观察,看谁停下来闻、闻完问了什么、买了哪款,回来再调整香方和包装。这些来自摊位的细碎反馈,成了他改进产品最直接的依据。随着摊位升级,产品升级,来“东芳燃”摊位的顾客多了起来。

“卖得最好的是逍遥香方。”戴亚东边说边将产品递了过来,分享道,“很多市民闻完说‘有陈皮味’‘像小时候吃的猴王丹,酸酸甜甜的’。”随着顾客增多,他摆摊的经验也越来越丰富——香牌比香珠更受欢迎,能当车挂、包挂,佩戴场景多;香珠怕水,夏天出汗多不方便。

一次,一位姐姐初次闻香就下了千元定制大单,那是戴亚东接到的第一笔大订单。大订单带来的不只喜悦,还有惶恐,“怕交付不了”。当他按时保质把货做完交到对方手上后,这位顾客不仅成了回头客,还给他介绍了不少新客源。

先让鼻子“开窍”,再谈传承古老香方

传统古法合香药香厚重,很多市民一闻就皱眉。“一上来就讲古法、讲传承,人家闻着不舒服,扭头就走了,还怎么传?”戴亚东为此作了改良,先推出香气淡雅的几款,让人先觉得“好闻”,“鼻子开了窍,再慢慢接受古老香方”。

产品造型上,戴亚东遵循古法,采用传统纹样:香珠做成圆珠、六棱珠、唐八棱珠等,香牌则用平安古篆体、太极这些传统图腾。此外,他也在琢磨跟动漫IP做联名,目前还在打样阶段。

在戴亚东看来,非遗合香首先是个饰品,能佩戴;其次自带天然香气,还有原料中药材带来的一定辅助功效。但他也说,不能把功效吹得太神,“它就是个让人舒服的东西”。古人以香喻人、以香育人,屈原、苏轼、黄庭坚都与香结缘,这份文化内核是他想传递的。

戴亚东也想过把达州本土元素添加到产品中。爬凤凰山时,他琢磨开模具做缩小版凤凰楼香牌;闻着校园里浓郁的花香,他想用古法把桂花、冬天蜡梅做成线香,“让外地的达州人也能闻到家乡的味道。”



客人定做的小手持。

多方支持,学业创业两不误

一边上课一边创业,戴亚东的学业也十分优秀。大一学年,他的学业成绩排在班里前30%,综合成绩专业年级第一。“我能跟上老师的节奏,剩下的时间就拿来做项目。”

学生创业最大的难处是资金和视野,他坦言很多想法受限于经验和资源,“好在团委给了不少支持,创业导师也帮着梳理问题。学校创新创业学院、辅导员和家人都很支持我。”

如今“东芳燃”不只在市集摆摊。身为学校非遗造物社社长,戴亚东开展多场合香手作体验课,未来计划对接团委、学校开展研学活动,同时联动多地文旅IP打造共创平台。今年寒假,他还在山东老家参加了“青翼护航”计划,给14到18岁的孩子讲大学生活、讲青创市集、讲合香里的传承。

“有梦想就要行动,不要害怕失败。”这是戴亚东想送给达州想投身文创创业的大学生的一句话。他希望市民多走进青创市集,不必消费,就多和青年摊主聊一聊,给年轻人一些建议和鼓励。“我们打造的‘东芳燃’是一个非遗香养全民共创平台,我们也希望能够在非遗资源上帮助做茶文化、新中式文化实体店的老板解决流量、创新等问题。”

从课本实验室到市集烟火摊位,这名从山东来达州的大学生,正以一缕缕手工合香,为古老非遗注入属于新时代的青春活力。(受访者供图)

□记者 钟雯君