

一滴精油里的青春答案

探索独属于自己的东方香气

在很多人眼中，精油是一种好闻的液体，是放松心情的工具。但在多特瑞(中国)，有这样一群年轻人，他们把精油变成了一条连接城乡、连接东西方、连接传统与现代的纽带。他们不是传统意义上的“建功者”，却在“十五五”正式开启的背景下，用自己的方式回答了青年如何在全球化时代，讲好中国的故事。

青年报 盛夏

从“稻草人”到“寻香人”：
枫香树下的“Y字切割法”

“这个世界上有高高在上的规则，也有自由自在的灵魂。”这是90后青年周思铭多年前被深深打动的一句话。他原本在一家知名企业做公益项目，一做就是四年。但内心的不安分，让他开始在业余时间成为上海“稻草人旅行”的兼职领队。他没有想到，正是这种“不务正业”的折腾，让他后来接到了多特瑞(中国)的一通电话。彼时，这家全球最大的芳香护理企业之一正在中国寻找一个人——他不需要是博士，不需要是采购专家，但要能走进田间地头，能和农户喝茶聊天，能在偏远山区把一条供应链从零搭起来。

“接到电话的时候我正在西藏，只记得对方说，这个工作坐不了办公室。”周思铭笑着回忆。他没有犹豫，就这样，一个学环境科学、做过公益、带过旅行团的年轻人，成了多特瑞(中国)第一名“寻香师”。

周思铭到多特瑞(中国)后的第一个任务，是开发一款叫“枫香”的精油。枫香树在中国南方很常见，树脂可入药，但传统采收方式粗暴——乱刀砍伐，甚至用药水刺激，导致树皮变黑。更可惜的是，树脂中的精油成分在传统加工中被白白浪费。

“我们不是要做一个产品就走，我们要做一条可持续的供应链。”周思铭说。他和南京林业大学一名研究枫香树二十多年的老教授合作，向农户推行“Y字切割

法”——一种不伤树的采收标准，并免费提供环保药水，承诺农户只要按新方法采收，多特瑞(中国)就会收购他们原本废弃的精油部分。

第一次进山考察时，周思铭一行人历经3小时车程才抵达山脚，却被告知山里刚下过雨，农户建议雨后几天不要进山。行至此处，没有人想无功而返。周思铭向农户借了一辆三轮车，几个人站在车厢里，紧紧抓着栏杆，一路颠簸进了山，找到了那片枫香树林。正是这份坚持，最终换来了一个可持续的产业链。枫香精油在第二届进博会上全球首发，成为中国本土精油走向世界的一张名片。

调香师的“东方禅意”：
中药精油里的疗愈智慧

如果说周思铭的工作是把植物从山里“请出来”，那么调香师刘焕燕的工作，就是让这些植物“开口说话”。刘焕燕是食品工程硕士，五年前加入多特瑞(中国)研发中心。她的工作不是简单地“把几种精油混在一起”，而是用香气构建一个画面、一种情绪、一个故事。

多特瑞(中国)十周年时，公司决定推出一款以“人参”为核心的复配精油作为伴手礼。人参在国人心中地位特殊，但西方香水体系中几乎不用人参。“人参的味道是泥土味的、深沉的，但我不想最终的产品太厚重。”刘焕燕说。她想象了一个画面：“东方禅意”里，有生命的律动。于是，她在配方中加入檀香——带来安宁与深沉；加入圆柚和橙花——带来跳跃与清新。

调香不是一次就能成功的事，仅仅这款人参复配精油，刘焕燕前后后就调配了十几个版本，最终选了六款给



▲周思铭(右)在查看精油原料。
受访者供图



▲刘焕燕在实验室调香。
青年报记者 吴恺 摄

链接

以一滴精油
改变世界

当“十五五”正式开启，中国青年面临一个关键命题：如何在高质量发展中找到个人价值与社会价值的交汇点？周思铭和刘焕燕的故事提供了一个独特的答案——不是逃离乡土，而是重建连接；不是空谈情怀，而是深耕产业链。

多特瑞中国区总裁麦欧文曾说：“以一次一滴精油、一个人、一个家庭、一个社区的方式去改变世界。”这恰恰契合了“十五五”强调的共同富裕与乡村振兴的深层逻辑。在全球化与本土化交织的时代，讲好中国故事不再只是输出符号化的“中国元素”，而是建立一套可触摸、可持续的价值链条。

“十五五”的青春答案，或许就藏在这一滴精油里：它不喧嚣，却深入人心；它不宏大，却连接着无数具体的生活。当越来越多的青年愿意成为“寻香者”和“调香人”，我们的未来，也将散发出属于自己的东方香气。

团队盲测，从概念到成品诞生历时半年。“复配精油很神奇，调完第一天闻，和放两周后再闻，完全不一样，各种精油之间需要时间融合。”这款名为“一往情参”的产品目前尚未上市，但已成为多特瑞内部最受期待的“中国味道”之一。

“我希望有一天，世界上不仅有法系芳疗、德系芳疗，也能有一套中系芳疗——以中药精油为基底，有中国的哲学、中国的美学、中国的疗愈智慧。”刘焕燕说。

精油背后的青春作为：
持续创新下的芬芳共建

周思铭今年36岁，这是他做过最长的一份工作——8年。他说，以前做任何工作3年就会倦怠，但这份工作不会，因为“每一年都在创造新的东西”。他开发过成功的精油，也经历过失败。枫香精油上市6年，市场接受度不高，销量远不如预期。“你觉得自

己付出了很多努力，但市场不一定买单。这让我反思：不能一厢情愿地爱一种植物，还要让消费者也爱它。”于是，他们调整策略，开发了当归、五味子、人参、艾草等更“家喻户晓”的中药精油。这些产品不仅在中国畅销，还被欧洲、日本市场主动引进。

目前，多特瑞在中国已有23款本土植物来源的精油，中国已成为其全球最大的原料来源国。每一款精油的背后，都是一个山村、一群农户、一套科学的采收标准、一条从田间到瓶子的完整链路。“这不是扶贫，这是共建。”周思铭说。

在很多人的想象中，“建功”意味着宏大叙事、重大项目、显赫头衔。但周思铭和刘焕燕的故事告诉我们：建功也可以是翻过一座山、找到一棵树、调和一滴油、改变一个村。它不是在远方，而是在每一个青年愿意沉下心、走下去、做出来的地方。