



两名女孩“玫瑰梦”成真

王念雪的微信头像就如一帧小故事：画中的她头戴一朵玫瑰花，正在保加利亚的玫瑰花农场接受当地人们给予她的美味。戴茜的朋友圈中，也总会出现她与玫瑰花护肤品同框的“搬砖”场景。这两个女孩从大学起就是十分要好的朋友，毕业几年以后，因为“保加利亚玫瑰”这个特别标签，共同经营着一份进口小事业——2015年，两人合伙成立了宁波保税区西其国际贸易有限公司，一举拿下保加利亚高端品牌 OLORISA 的独家代理，为国内带来全系列的天然玫瑰护肤品。

A 两个“冒失鬼”的小幸运

最早萌生念头时，是在2015年。当时，戴茜刚生完孩子待在家中。当她和王念雪聊到日常在用的韩国高端护肤品时，恍然间提出了一个疑问，是否能找到一些更加天然的护肤品，比如说，以玫瑰为主要成分的产品？有朋友告诉她俩，全世界最好的玫瑰在保加利亚。两人便兴冲冲去网上找相关资料，很可惜，当时关于这部分资料与游记少之又少。

“那索性去当地看看吧。”两个女孩一拍脑袋，就去办理相关签证，订了当时最便宜的俄罗斯航空，即刻出发。直到出发前，她们对当地的玫瑰花田仍然是一无所知。两人笑笑说，现在想来感觉当时有些冒失。

但冲动之余，不得不承认她们是幸运的，并因此少走了许多弯路。

来到保加利亚的城市索非亚，她们辗转联系到了一家农场，在出发之前，戴茜的“中国胃”再也忍受不了当地的食物，拖着王念雪进入当地一家中餐厅吃川菜。由于中国面孔很少，所以两个女孩的一言一行都十分惹人注目。

一位店员听闻她们正在急切地寻找玫瑰花田资源，一拍脑门想到了另一个人。“这家餐馆是一位北京大姐投资开的，她拥有许多资源。虽然不知道能否帮到我们，店员还是在致电大姐汇报工作时提到了这件事情。”戴茜回忆道。

听闻此事以后，这位北京大姐赶来。幸运的是，她与保加利亚的一所大学保持着合作关系，主要从事玫瑰精油的研究工作，与众多本国资源品牌商也有联系。她的好友在当地政府部门从事精油技术相关工作，目前已经退休。两个姑娘还记得，当时这位姐姐对她们既佩服又想笑：“你俩的胆子真大，有不少人来到这里被骗呢。”

就这样，两位姑娘得以对接和尝试保加利亚的多种品牌以及各大玫瑰花田。直至今日，她们依然很感谢这位好心的北京大姐，并一直和她保持着密切的联系。

B 走遍花田试遍众产品

找到对的资源以后，王念雪与戴茜驱车从索非亚驱车至卡赞勒克。由于不精通保加利亚语，她们在与人沟通时，常常要用上所有的肢体语言。

保加利亚花季时的花田令人迷醉。

最令她们记忆深刻的，首先便是种植玫瑰的环境。一般来说，花田都会坐落在四周环山的位置中，这样可以保持空气中的温度。另外，周围没有任何污染源，最大程度上保护了玫瑰花的质量。加之保加利亚独特的纬度，保证了充足的阳光，令每一朵玫瑰花在光照下饱满娇嫩。

那里的农民一边在里面施马粪，一边告诉她们，这里种植的是大马士革玫瑰。这是一种可以食用的玫瑰，出精油的时候量极大，可以说是护肤品的极佳原料，有不少玫瑰被当成顶级原料，被制成精油、护肤品等各种产品，专供于欧洲的皇室。

戴茜犹记得，热情的保加利亚人，一定要送给她俩两株 baby rose。

走访多片花田之后，她们开始接触各种各样的保加利亚本土玫瑰品牌，想从中挑选出最棒的产品带回宁波。

整个接触过程最简单也最直接。她们会试用每一款产品，不仅涂在皮肤上，有的甚至还往眼睛里喷，有时遇到含有添加剂的产品，常常会有辣眼睛的尴尬状况。“不过，这种最直接的方式，也让我们迅速分辨出，哪一个品牌的产品是优质护肤品。”王念雪说。

最后，她们将目光锁定在了 OLORISA 品牌。这个品牌，在保加利亚属于贵价护肤品。

C 赢得国内独家总代理

回到国内，她们迅速注册了公司。两个姑娘开始考虑，如何拿到 OLORISA 品牌在国内的独家代理。这一过程一点也不容易。

一开始，她们与品牌方谈得并不顺利。由于在本国卖得一向很好，所以品牌方并不是很想拿到中国市场。最终，戴茜与王念雪答应他们一个条件——品牌方只需供货，后期的品牌宣传、营销等一条龙服务都由她们完成。几经辗转之后，她们拿下了唯一的国内总代理。

第二个挑战接踵而至。国家对于进口护肤品有要求，两个姑娘必须拿到国家食药监总局进口护肤品备案后的批文，才可以进行正常的销售。这就需要她们与保加利亚品牌方、国家食药监两头对接，才可以完成一系列庞杂的流程。第一次操作这样的流程免不了遇到各种插曲，有时候文件中一个标点符号的错误，就会导致她们白跑一次北京。直到2016年年初，她们终于得到了国家的批文。

去年9月初，她们迎来了价值700万元左右的首批货物，包含生态面膜粉、清洁面膜粉等各类产品，并迅速通过线上与线下双重渠道开始进行销售。一开始，投入推广的力度还不是很大，主要还是靠亲朋好友带动为主，却没想到复购率高到惊人。“用过同等价位产品的护肤爱好者们，纷纷调转枪头爱上了我们的产品，短短3个月内就卖掉了3000多瓶玫瑰水。”戴茜表示，这对于一个还不被人熟知的品牌来说，可以说是不错的销量了。

当然，在销售的过程中，两个姑娘依然在与品牌方保持密切的联系。比如，她们会将中国市场的现状反馈给品牌方，并建议他们对瓶子的质感、外盒的设计进行改进。与此同时，她们也在密切地寻求各区域经销商。在双方的改进之下，目前产品线已拓宽至面部精华露、面膜粉、眼霜、面霜、精华油、面膜贴、单方精油等多种品类，每个月销售额稳步增长。

至此，两个女孩粉红色的玫瑰梦，在与中东欧国家之间的贸易中，变得愈发明艳动人。