

一个法国人一年开五家店的背后  
希望更多外国朋友来上海创业,不同文化之间的碰撞与融合总是好事

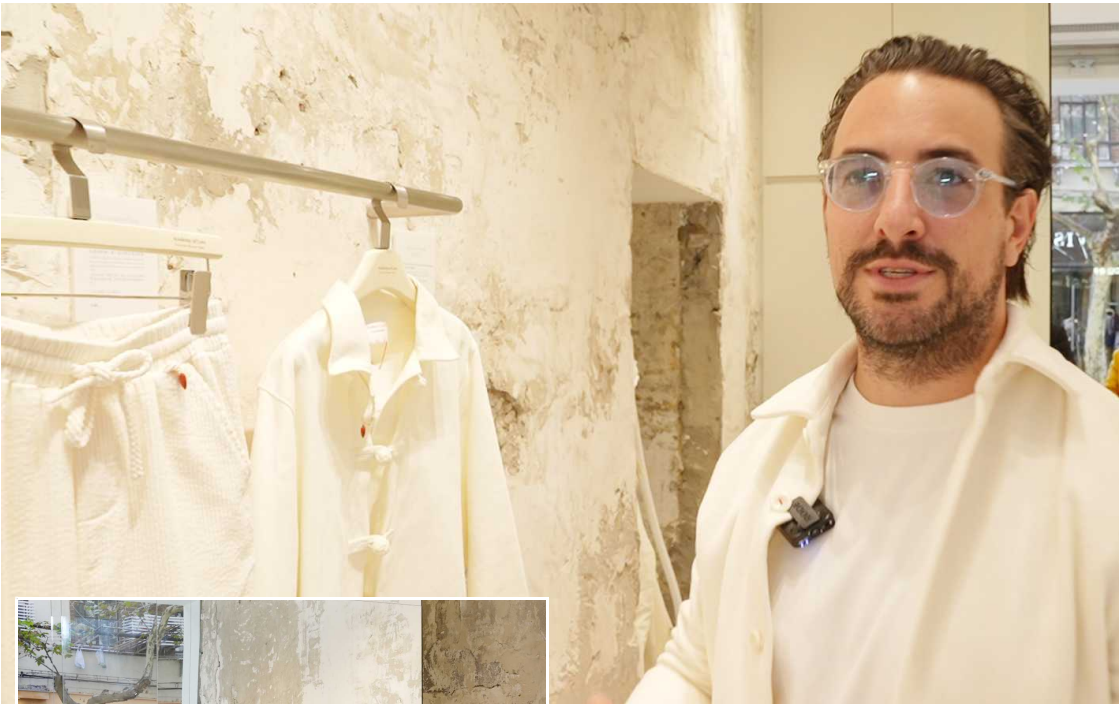
一个叫王乐心(Albin Warin)的法国男人,今年一月在静安区富民路上开出第一家自己品牌的服装店。不到一年的时间里,他已经拥有了五家店,他的店开到了其他城市,最远甚至抵达了美国加州。

这是一个多少抱着些浪漫主义想法的人，相信在电商时代里人与人之间的温度仍然需要被真切感受并传递。在他看来，富民路这条兼具国际化和市井烟火气的马路，为自己践行理想提供了一切必要的可能性。

从早到晚,这里生生不息。他的顾客中包括设计师、艺术家、旅行者和本地居民,年龄跨度从十八九岁直到六十开外。“正是这些实实在在的人给我信心,而未来还将有越来越多的人意识到,我们需要线下的空间来重新连接真实的世界。”王乐心告诉我们,“实体店提供了不一样的体验和情感,这些是网购没法带来的。我相信打造实体空间、传递情感、联结人与人的重要性。”

这也是他的品牌“Academy of Love”(爱的学院)的核心——爱应该属于每一个人。走进他的小店,满眼服饰皆是白色。你可以很快猜出他选择白色的用意——爱当然是纯洁的。

以下为王乐心自述：



在日本和美国创业双双失败  
终于在上海迎来事业的转机

我来自法国北部一座特别小也特别冷的城市，我的生命很久之前便和上海产生了联结，甚至早在我涉足这座城市之前。

这个故事说来话长,那要从我 10 岁的时候讲起。那会儿我在寄宿学校上学,刚到学校时,别人问我来哪里,我总会骗他们说自己是上海出生的。为什么是上海而不是别的地方?那是因为我小时候读过一本漫画,叫《丁丁历险记》,书里有很多关于上海的故事,所以我总在想象里把自己归为这座城市的人。这本书打开了我的眼界,让我萌生出探索世界、见识新地方和新国家的意愿。

2008年北京奥运会那年,我第一次来到上海,来到这个想象中的故乡。其实从西方世界过来的人,对中国会有很多刻板印象,带着不少误解。但上海的一切都给我带来了惊讶,而且是好的那种惊讶。我只觉得这座城市很有魅力,充满着活力,上海人也特别友善,我一下子就被吸引住了。从那以后,上海从未停止给我带来新的惊喜。

我很早就开始创业了,准确来说是 21 岁的时候。当时我在日本,但作为外籍创业者,在日本创业可比如今在中国难多了,那次创业以失败告终,但我没放弃。后来,我又去了美国纽约,纽约是座竞争异常激烈的城市,我那时候年轻又满怀梦想,可现实再次给了我沉重一击,最后,我赔得一无所有。

在经历了这一切之后，我来到上海，开始踏入时尚行业，那是2012年。我当时自创了一个叫“猴子先生”的鞋类品牌。我们有一款专为孩子而作的经典设计：那是一款白色的帆布鞋，但小朋友们可以在鞋面上画画。而且最神奇的是，图案可以擦掉重新画，所以可玩性非常高，这款设计也十分热销。

后来,我们又从儿童线拓展到了成人线,并和很多艺术家合作,打造了一个艺术家联名平台,把他们的设计印在鞋上售卖。现在想来,那也算是早期的定制化模式了。不管什么年代,大家都想要能彰显个性的产品。这个品牌我做了差不多7年,获得了很大的成功。

2017年,我迎来了一个女儿。事业和家庭达到了双重的圆满,人真的可以那么幸福吗?我简直不敢相信这是真实的。生活很快对我的问题给出了自己的回答,女儿出生后便出现了严重的健康问题,对我们这个家庭来说几乎是灭顶之灾。

于是,我作出了一个艰难的决定,在 2018 年将“猴子先生”这个品牌出售。女儿的病让我重新审视自己的人生,我决定把更多的时间用来陪伴家人。

我们每天都在学习去爱  
爱自己、爱生活本身

究竟什么才是幸福？那段时间，我在痛苦中一次次自问。在这个过程中，我渐渐萌生了一种想法，想了解别人眼中的幸福是什么样的。于是，我创立了“幸福建筑师”这个基于心理学层面的教育平台，旨在帮助更多个人和企业寻找内在价值。同时，我也开始了《中国幸福计划》这个项目。

我采访了很多,并分享了他们的故事,那是一些敢于掌控自己人生、追逐内心热爱、活成理想模样的人。大多数的人都曾为了这份追求历尽艰辛,或许承受过来自社会、家人和朋



友的压力,但始终没有停下追逐梦想的脚步。

他人的人生和我自身的经历确凿无疑地指向一点：人不是生来就幸福的，从某种程度而言，一个人只有经历过破碎的时刻，才能明白幸福的真正要义。

我在多年后“用‘爱的学院’来命名自己新创的品牌，也可以被视为这一项目的某种延续。因为我认为爱和幸福一样，都是需要后天去学习的东西。同样也要感谢我的女儿，是她的疾病促使我停下脚步开始反思，关于爱，关于幸福。

我们这一辈子要学很多东西，有些可以通过小时候的家庭教育习得，更多的是在学校里学会的。但从来没人会教我们怎么去爱，爱这件事只能自己去摸索学习。我创立这个品牌的时候，就想先赋予它意义，而这一意义的核心就是爱。我们每天都在学习如何去爱——不只是爱别人，也包括爱自己、爱生活本身。

除了爱，这个品牌还有另外两个关键词。其中之一是白色，这也是我们鲜明的品牌标识。白色不仅象征爱的纯洁性，它也像一块画布，每个人都可以用它来创造出自己独一无二的个性；第二是普适性，这个品牌属于所有人，任何人都能穿，因为爱本就该属于每一个人。当下的时尚圈有很多快消品牌，也有不少奢侈品牌。而我们想做的就是，在提供奢侈级体验的同时，又能保持亲民的价格和产品的高品质。

谢天谢地，“爱的学院”创立至今，发展都很顺利。我所面临的挑战，主要是和自己较劲。我觉得做生意不应该只关注别人在做什么，更重要的是自己想传递什么价值。对我来说，我每天都想做得更好，提升顾客的体验，研发更新更好的产品，

所以我只需要每天和自己的不足对抗就够了。

中国比世界上任何地方  
都更容易快速试错、快速起步

其实我创立这个品牌有点像是圆一个梦，我也一早就想好了，自己梦想中的第一家店应该开在什么位置，而富民路就是我的理想选址，它完美平衡了上海的现代化和传统气息。很幸运，我去年年底找到了这家店，12月1日那天签了合同——那天正好是我的生日，所以这件事特别有意义。一年下来，我对自己的选择非常满意。

目前我们在上海已经开了两家店，在美国加州也有了一个门店。很快，还要在杭州和香港开设新店，到年底就能发展到五个门店了。是的，这个品牌发展得很快，因为爱本身就容易传播得很快。当然，上海的房租很高，但我相信只要自己做的事足够真诚、能打动人心，大家就会愿意来。

这一年里，富民路和整个静安区给了我很多灵感，就像我们有一款叫作“富民”的夹克，就是吸收了此地的灵感设计制作的。它的纽扣融入了中式元素，版型又保留了法式夹克的传统风格，是两种文化的融合。我设计这款衣服，也是想给这片区域献上一份“礼物”。

其实,我刚开始在这里开店的时候,一度以为这个品牌会更适配某一类特定的人群。但有意思的是,实际的顾客群年龄跨度非常大,从十八九岁的年轻女孩到 60 多岁的都有。大家有时会买给自己穿,有时也会买来当礼物送给爱的人——毕竟我们有爱心小标识,很适合做礼物。

你还会经常看见一些情侣，兴冲冲地买下带爱心标识的情侣装。一些住在附近的上了年纪却依然时髦的年长女性也常来光顾，看到这样的场景感觉特别好。这也让我体会到，我们卖的不仅仅是产品，更是一种情感。

前一阵,店里迎来了—些特殊的客人,他们是来自静安区的领导。他们告诉我,很开心看到这里有新的创业项目落地,还有外国朋友来这儿打拼。说实话,我创业的时间相当长了,我的体会是自己在国内的每一次创业起步都非常顺利,因为政府确实很鼓励大家创业。

在中国,你能很轻松地尝试新事物,获取资源也很便利。中国不仅制造业实力雄厚,还转型成了服务型经济大国,两者结合能给创业者提供所有必需的资源。我深感创业时最宝贵的就是时间,而在中国做事效率很高,能节省大量时间,因此比在世界上任何地方都更容易快速试错、快速起步,这也是我一直看好中国市场的原因。

尤其是在静安区,这里汇聚了很多高端品牌,政府还倡导首店经济。我们在这里不到一年的时间里,经常会收到通知,让我们参与一些消费活动和品牌展示活动。比如我们前不久就参加过一个商圈内的活动,政府让我们店里消费的顾客发放了优惠券,这对我们的生意帮助很大。

未来,我挺希望能看到更多外国朋友来这儿创业,不同文化之间的碰撞和融合总是好事。