



样。”李狮龙笑道，“全家人都不懂，我的酿酒知识全是在大学里一点点学来的。”他1998年从南法蒙彼利埃商学院毕业的时候，欧洲的报刊、电视铺天盖地谈论崛起的中国，文字里充斥着碎片化的传闻，没人能给出真实完整的图景。“我不想凭只言片语构建想象，索性直接买一张机票，亲自踏进来感受。”2001年2月一个寒冷的冬日，他搭乘早班航班降落在浦东国际机场。“我的目标是要跳出自己的局限，走出舒适区，更好地了解自己，并找到属于自己的道路。”

在上海外贸学院留学期间，他就近去古北家乐福做兼职，向中国顾客推介法国葡萄酒，这是他第一次近距离接触国内酒水市场。之后入职几家进口葡萄酒公司，在商务晚宴与中国葡萄酒的初次交锋，令他至今记忆犹新。

“餐桌上摆的全是王朝干红，是当年随处可见的著名品牌。可第一口下去，单薄酸涩，体验实在算不上愉快。”接着，红酒、白酒轮番上桌，客人轮番向他敬酒，“中国人好像要把每一个灌醉似的”。才22岁的李狮龙完全不懂中式酒局推拒、回敬的礼仪，只能硬着头皮举杯一饮而尽。

“在法国，公共场合喝到酩酊大醉是很丢面子的一件事，品酒就是细品当地风土，不是拼酒量。”那天晚上所有人都喝到断

人物小传

Lionel Le Gal，中文名“李狮龙”，1978年生于法国巴黎，毕业于蒙彼利埃商学院，2001年到上海留学期间，开始接触葡萄酒业务。2013年创立工作室，专注于推广中国葡萄酒。



片，第二天头痛欲裂，那种难受的感觉现在都记得清清楚楚。”一场混杂劣质国产红酒与高度白酒的饭局，让他第一次看到中西酒水文化的巨大鸿沟。

他不认同西方世界对白酒的偏见：“很多外国人说白酒刺鼻、难以下咽，我完全不同意。我认识不少本土酿酒人，尝过风格截然不同的白酒，风味层次远比外人想象的丰富。”相比白酒，本土黄酒更让他心下怅然：“我喜欢黄酒，口感很像西班牙雪利酒，冬天加热搭配螃蟹，风味绝佳，二三十年前家家户户都喝，如今却慢慢淡出大众视野，这是

件很悲伤的事。”

他试水创业，想依托海外人脉，为进入中国市场的西方资本做葡萄酒咨询。可现实狠狠泼了冷水：整整六个月，没有一单生意上门。“在公司上班和自己创业完全是两回事。打工时有平台兜底，你会下意识觉得市场处处安全；真正独自创业，才看清所有风险都要自己扛。”

随着工作的深入，常年对接全国各地酒庄，各种国产酒越尝越多，他心底的好奇越来越强——中国也有这样好的葡萄酒。他决定调整方向，2013年正式创立自己的工作室，专注于推广中国葡萄酒，同时牢牢守住一套带着中式智慧的经营底线：

“不囤货，不用承担仓库、库存的资金压力；不绑定单一酒庄，我才能保持完全独立。独立就意味着自由，遇到口感平庸、短板明显的酒，我可以拒绝而不被商业合同束缚。”

为什么中国人对电动汽车如此骄傲，却不为自己的红酒感到自豪呢？

葡萄酒是法国的世界性标签，男女老少都爱饮葡萄酒。追溯原因，李狮龙条理清晰：“第一，种植历史足够悠久。自罗马时代，西班牙、意大利就大面积栽种葡