

2002郎是酱香型白酒、

产品名称	2002郎是酱香型白酒、
公司名称	雷永岭(个体经营)
价格	300.00/件
规格参数	品牌:郎酒 口味:酱香型白酒 卫生许可证:QS510015010376
公司地址	中国 河南 郑州市二七区 郑州市二七区华中食品城64排23号
联系电话	86 0371 68701189 13700881573

产品详情

品牌	郎酒	口味	酱香型白酒
卫生许可证	QS510015010376	商品条形码	6901683806603
产品标准号	Q/20505082-9.01	净重	500 (ml)
酒精含量	53 (%)	原料与配料	水、高粱、小麦、
OEM	是	原产地	四川
特产	是		

20年陈青花郎酒、30年红运郎酒、50年青云郎酒等；浓香型产品包括天宝洞藏酒、双喜郎酒、福郎、如意郎、嘉宾郎、贵宾郎、香醇郎酒及古蔺系列酒等；兼香型产品有12年陈酿、9年陈酿、3年陈酿的新郎酒。2007年，以汪俊林董事长为核心的领导班子提出了郎酒发展的宏伟目标“351工程”。目前，战略产品——酱香典范的红花郎酒，极大地提升郎酒百年品牌；而浓头酱尾的新郎酒作为引领白酒新标准的兼香型产品，受到越来越多的消费者追捧。浓香型福郎、如意郎、天宝洞等产品倍受消费者的青睐。2009年郎酒冠名春晚，红花郎名声大震。汶川地震，郎酒捐款2130万元，加上物资捐赠，总金额超过5000万元。郎酒作为一个民营企业，其社会责任感有目共睹。2008年，郎酒与中央电视台军事节目中心结成战略合作伙伴，喊出“强我国防?神采飞扬中国郎”的豪迈口号。身处西南一隅，发展规模一直受到交通等多项因素制约之郎酒，近年发展势态迅猛。2008年销售突破20亿，2009年预计30亿。郎酒提出在2015年，销售力争达到100亿。郎酒超常规发展被业界称作“郎酒现象”，该现象给白酒业带来诸多启示。2009年，郎酒以87.79亿元的品牌价值名列《中国500最具价值品牌》第75位，位列中国白酒行业第3位。

简介 郎酒，始于1903年，产自川黔交界有“中国美酒河”之称的赤水河畔。从“絮志酒厂”、“惠川糟房”到“集义糟房”的“回沙郎酒”开始，已有100年悠久历史

20年陈青花郎酒、30年红运郎酒、50年青云郎酒等；浓香型产品包括天宝洞藏酒、双喜郎酒、福郎、如意郎、嘉宾郎、贵宾郎、香醇郎酒及古蔺系列酒等；兼香型产品有12年陈酿、9年陈酿、3年陈酿的新郎

酒。2007年，以汪俊林董事长为核心的领导班子提出了郎酒发展的宏伟目标“351工程”。目前，战略产品——酱香典范的**红花郎酒**，极大地提升郎酒百年品牌；而浓头酱尾的**新郎酒**作为引领白酒新标准的兼香型产品，受到越来越多的消费者追捧。浓香型**福郎**、**如意郎**、**天宝洞**等产品倍受消费者的青睐。2009年郎酒冠名春晚，**红花郎**名声大震。汶川地震，郎酒捐款2130万元，加上物资捐赠，总金额超过5000万元。郎酒作为一个民营企业，其社会责任感有目共睹。2008年，郎酒与中央电视台军事节目中心结成战略合作伙伴，喊出“强我国防?神采飞扬中国郎”的豪迈口号。身处西南一隅，发展规模一直受到交通等多项因素制约之郎酒，近年发展势态迅猛。2008年销售突破20亿，2009年预计30亿。郎酒提出在2015年，销售力争达到100亿。郎酒超常规发展被业界称作“郎酒现象”，该现象给白酒业带来诸多启示。2009年，郎酒以87.79亿元的品牌价值名列《中国500最具价值品牌》第75位，位列中国白酒行业第3位。

简介 郎酒，始于1903年，产自川黔交界有“中国美酒河”之称的赤水河畔。从“**絮志酒厂**”、“**惠川糟房**”到“**集义糟房**”的“**回沙郎酒**”开始，已有100年悠久历史

20年陈青花郎酒、30年红运郎酒、50年青云郎酒等；浓香型产品包括**天宝洞藏酒**、**双喜郎酒**、**福郎**、**如意郎**、**嘉宾郎**、**贵宾郎**、**香醇郎酒**及**古葡系列酒**等；兼香型产品有12年陈酿、9年陈酿、3年陈酿的**新郎酒**。2007年，以汪俊林董事长为核心的领导班子提出了郎酒发展的宏伟目标“351工程”。目前，战略产品——酱香典范的**红花郎酒**，极大地提升郎酒百年品牌；而浓头酱尾的**新郎酒**作为引领白酒新标准的兼香型产品，受到越来越多的消费者追捧。浓香型**福郎**、**如意郎**、**天宝洞**等产品倍受消费者的青睐。2009年郎酒冠名春晚，**红花郎**名声大震。汶川地震，郎酒捐款2130万元，加上物资捐赠，总金额超过5000万元。郎酒作为一个民营企业，其社会责任感有目共睹。2008年，郎酒与中央电视台军事节目中心结成战略合作伙伴，喊出“强我国防?神采飞扬中国郎”的豪迈口号。身处西南一隅，发展规模一直受到交通等多项因素制约之郎酒，近年发展势态迅猛。2008年销售突破20亿，2009年预计30亿。郎酒提出在2015年，销售力争达到100亿。郎酒超常规发展被业界称作“郎酒现象”，该现象给白酒业带来诸多启示。2009年，郎酒以87.79亿元的品牌价值名列《中国500最具价值品牌》第75位，位列中国白酒行业第3位。

简介 郎酒，始于1903年，产自川黔交界有“中国美酒河”之称的赤水河畔。从“**絮志酒厂**”、“**惠川糟房**”到“**集义糟房**”的“**回沙郎酒**”开始，已有100年悠久历史

20年陈青花郎酒、30年红运郎酒、50年青云郎酒等；浓香型产品包括**天宝洞藏酒**、**双喜郎酒**、**福郎**、**如意郎**、**嘉宾郎**、**贵宾郎**、**香醇郎酒**及**古葡系列酒**等；兼香型产品有12年陈酿、9年陈酿、3年陈酿的**新郎酒**。2007年，以汪俊林董事长为核心的领导班子提出了郎酒发展的宏伟目标“351工程”。目前，战略产品——酱香典范的**红花郎酒**，极大地提升郎酒百年品牌；而浓头酱尾的**新郎酒**作为引领白酒新标准的兼香型产品，受到越来越多的消费者追捧。浓香型**福郎**、**如意郎**、**天宝洞**等产品倍受消费者的青睐。2009年郎酒冠名春晚，**红花郎**名声大震。汶川地震，郎酒捐款2130万元，加上物资捐赠，总金额超过5000万元。郎酒作为一个民营企业，其社会责任感有目共睹。2008年，郎酒与中央电视台军事节目中心结成战略合作伙伴，喊出“强我国防?神采飞扬中国郎”的豪迈口号。身处西南一隅，发展规模一直受到交通等多项因素制约之郎酒，近年发展势态迅猛。2008年销售突破20亿，2009年预计30亿。郎酒提出在2015年，销售力争达到100亿。郎酒超常规发展被业界称作“郎酒现象”，该现象给白酒业带来诸多启示。2009年，郎酒以87.79亿元的品牌价值名列《中国500最具价值品牌》第75位，位列中国白酒行业第3位。

简介 郎酒，始于1903年，产自川黔交界有“中国美酒河”之称的赤水河畔。从“**絮志酒厂**”、“**惠川糟房**”到“**集义糟房**”的“**回沙郎酒**”开始，已有100年悠久历史

20年陈青花郎酒、30年红运郎酒、50年青云郎酒等；浓香型产品包括**天宝洞藏酒**、**双喜郎酒**、**福郎**、**如意郎**、**嘉宾郎**、**贵宾郎**、**香醇郎酒**及**古葡系列酒**等；兼香型产品有12年陈酿、9年陈酿、3年陈酿的**新郎酒**。2007年，以汪俊林董事长为核心的领导班子提出了郎酒发展的宏伟目标“351工程”。目前，战略产品——酱香典范的**红花郎酒**，极大地提升郎酒百年品牌；而浓头酱尾的**新郎酒**作为引领白酒新标准的兼香型产品，受到越来越多的消费者追捧。浓香型**福郎**、**如意郎**、**天宝洞**等产品倍受消费者的青睐。2009年郎酒冠名春晚，**红花郎**名声大震。汶川地震，郎酒捐款2130万元，加上物资捐赠，总金额超过5000万元。郎酒作为一个民营企业，其社会责任感有目共睹。2008年，郎酒与中央电视台军事节目中心结成战略合作伙伴，喊出“强我国防?神采飞扬中国郎”的豪迈口号。身处西南一隅，发展规模一直受到交通等多项因素制约之郎酒，近年发展势态迅猛。2008年销售突破20亿，2009年预计30亿。郎酒提出在2015年，销售力争达到100亿。郎酒超常规发展被业界称作“郎酒现象”，该现象给白酒业带来诸多启示。2009年，郎酒以87.79亿元的品牌价值名列《中国500最具价值品牌》第75位，位列中国白酒行业第3位。

年郎酒冠名春晚，红花郎名声大震。汶川地震，郎酒捐款2130万元，加上物资捐赠，总金额超过5000万元。郎酒作为一个民营企业，其社会责任感有目共睹。2008年，郎酒与中央电视台军事节目中心结成战略合作伙伴，喊出“强我国防?神采飞扬中国郎”的豪迈口号。身处西南一隅，发展规模一直受到交通等多项因素制约之郎酒，近年发展势态迅猛。2008年销售突破20亿，2009年预计30亿。郎酒提出在2015年，销售力争达到100亿。郎酒超常规发展被业界称作“郎酒现象”，该现象给白酒业带来诸多启示。2009年，郎酒以87.79亿元的品牌价值名列《中国500最具价值品牌》第75位，位列中国白酒行业第3位。

简介 郎酒，始于1903年，产自川黔交界有“中国美酒河”之称的赤水河畔。从“絮志酒厂”、“惠川糟房”到“集义糟房”的“回沙郎酒”开始，已有100年悠久历史

20年陈青花郎酒、30年红运郎酒、50年青云郎酒等；浓香型产品包括天宝洞藏酒、双喜郎酒、福郎、如意郎、嘉宾郎、贵宾郎、香醇郎酒及古蔺系列酒等；兼香型产品有12年陈酿、9年陈酿、3年陈酿的新郎酒。2007年，以汪俊林董事长为核心的领导班子提出了郎酒发展的宏伟目标“351工程”。目前，战略产品——酱香典范的红花郎酒，极大地提升郎酒百年品牌；而浓头酱尾的新郎酒作为引领白酒新标准的兼香型产品，受到越来越多的消费者追捧。浓香型福郎、如意郎、天宝洞等产品倍受消费者的青睐。2009年郎酒冠名春晚，红花郎名声大震。汶川地震，郎酒捐款2130万元，加上物资捐赠，总金额超过5000万元。郎酒作为一个民营企业，其社会责任感有目共睹。2008年，郎酒与中央电视台军事节目中心结成战略合作伙伴，喊出“强我国防?神采飞扬中国郎”的豪迈口号。身处西南一隅，发展规模一直受到交通等多项因素制约之郎酒，近年发展势态迅猛。2008年销售突破20亿，2009年预计30亿。郎酒提出在2015年，销售力争达到100亿。郎酒超常规发展被业界称作“郎酒现象”，该现象给白酒业带来诸多启示。2009年，郎酒以87.79亿元的品牌价值名列《中国500最具价值品牌》第75位，位列中国白酒行业第3位。

简介 郎酒，始于1903年，产自川黔交界有“中国美酒河”之称的赤水河畔。从“絮志酒厂”、“惠川糟房”到“集义糟房”的“回沙郎酒”开始，已有100年悠久历史

20年陈青花郎酒、30年红运郎酒、50年青云郎酒等；浓香型产品包括天宝洞藏酒、双喜郎酒、福郎、如意郎、嘉宾郎、贵宾郎、香醇郎酒及古蔺系列酒等；兼香型产品有12年陈酿、9年陈酿、3年陈酿的新郎酒。2007年，以汪俊林董事长为核心的领导班子提出了郎酒发展的宏伟目标“351工程”。目前，战略产品——酱香典范的红花郎酒，极大地提升郎酒百年品牌；而浓头酱尾的新郎酒作为引领白酒新标准的兼香型产品，受到越来越多的消费者追捧。浓香型福郎、如意郎、天宝洞等产品倍受消费者的青睐。2009年郎酒冠名春晚，红花郎名声大震。汶川地震，郎酒捐款2130万元，加上物资捐赠，总金额超过5000万元。郎酒作为一个民营企业，其社会责任感有目共睹。2008年，郎酒与中央电视台军事节目中心结成战略合作伙伴，喊出“强我国防?神采飞扬中国郎”的豪迈口号。身处西南一隅，发展规模一直受到交通等多项因素制约之郎酒，近年发展势态迅猛。2008年销售突破20亿，2009年预计30亿。郎酒提出在2015年，销售力争达到100亿。郎酒超常规发展被业界称作“郎酒现象”，该现象给白酒业带来诸多启示。2009年，郎酒以87.79亿元的品牌价值名列《中国500最具价值品牌》第75位，位列中国白酒行业第3位。

简介 郎酒，始于1903年，产自川黔交界有“中国美酒河”之称的赤水河畔。从“絮志酒厂”、“惠川糟房”到“集义糟房”的“回沙郎酒”开始，已有100年悠久历史

20年陈青花郎酒、30年红运郎酒、50年青云郎酒等；浓香型产品包括天宝洞藏酒、双喜郎酒、福郎、如意郎、嘉宾郎、贵宾郎、香醇郎酒及古蔺系列酒等；兼香型产品有12年陈酿、9年陈酿、3年陈酿的新郎酒。2007年，以汪俊林董事长为核心的领导班子提出了郎酒发展的宏伟目标“351工程”。目前，战略产品——酱香典范的红花郎酒，极大地提升郎酒百年品牌；而浓头酱尾的新郎酒作为引领白酒新标准的兼香型产品，受到越来越多的消费者追捧。浓香型福郎、如意郎、天宝洞等产品倍受消费者的青睐。2009年郎酒冠名春晚，红花郎名声大震。汶川地震，郎酒捐款2130万元，加上物资捐赠，总金额超过5000万元。郎酒作为一个民营企业，其社会责任感有目共睹。2008年，郎酒与中央电视台军事节目中心结成战略合作伙伴，喊出“强我国防?神采飞扬中国郎”的豪迈口号。身处西南一隅，发展规模一直受到交通等

多项因素制约之郎酒，近年发展势态迅猛。2008年销售突破20亿，2009年预计30亿。郎酒提出在2015年，销售力争达到100亿。郎酒超常规发展被业界称作“郎酒现象”，该现象给白酒业带来诸多启示。2009年，郎酒以87.79亿元的品牌价值名列《中国500最具价值品牌》第75位，位列中国白酒行业第3位。

简介 郎酒，始于1903年，产自川黔交界有“中国美酒河”之称的赤水河畔。从“絮志酒厂”、“惠川糟房”到“集义糟房”的“回沙郎酒”开始，已有100年悠久历史

20年陈青花郎酒、30年红运郎酒、50年青云郎酒等；浓香型产品包括天宝洞藏酒、双喜郎酒、福郎、如意郎、嘉宾郎、贵宾郎、香醇郎酒及古葡系列酒等；兼香型产品有12年陈酿、9年陈酿、3年陈酿的新郎酒。2007年，以汪俊林董事长为核心的领导班子提出了郎酒发展的宏伟目标“351工程”。目前，战略产品——酱香典范的红花郎酒，极大地提升郎酒百年品牌；而浓头酱尾的新郎酒作为引领白酒新标准的兼香型产品，受到越来越多的消费者追捧。浓香型福郎、如意郎、天宝洞等产品倍受消费者的青睐。2009年郎酒冠名春晚，红花郎名声大震。汶川地震，郎酒捐款2130万元，加上物资捐赠，总金额超过5000万元。郎酒作为一个民营企业，其社会责任感有目共睹。2008年，郎酒与中央电视台军事节目中心结成战略合作伙伴，喊出“强我国防?神采飞扬中国郎”的豪迈口号。身处西南一隅，发展规模一直受到交通等多项因素制约之郎酒，近年发展势态迅猛。2008年销售突破20亿，2009年预计30亿。郎酒提出在2015年，销售力争达到100亿。郎酒超常规发展被业界称作“郎酒现象”，该现象给白酒业带来诸多启示。2009年，郎酒以87.79亿元的品牌价值名列《中国500最具价值品牌》第75位，位列中国白酒行业第3位。

简介 郎酒，始于1903年，产自川黔交界有“中国美酒河”之称的赤水河畔。从“絮志酒厂”、“惠川糟房”到“集义糟房”的“回沙郎酒”开始，已有100年悠久历史