



十四年企业长青，大品牌战略驱动天同食品迈向未来

在市场经济发展日趋深化的今天，企业间的竞争早已不再局限于产品的质量竞争，而是发展成为了产品、价格、人才、技术、信息等整合为一体的竞争模式，即是所谓的品牌竞争和形象竞争。

如今，酒香不怕巷子深的营销观点，早已经不再适合当今经济的发展，在我国经济高速的发展和巨大的消费市场吸引下，如何塑造自身品牌，以品牌带动企业获得成功自然也就成为了各行各业企业关注的焦点，尤其食品行业，自中国加入 **WTO** 之后，我国经济与世界经济的联系日益密切，企业面对国内国外双重竞争环境，品牌价值在其中的重要性不言而喻。近期，笔者就了解到了一家对品牌价值极为重视，并且在品牌战略上独树一帜的食品企业——山东天同食品有限公司。



贯彻大品牌战略，全方位发力打造顶尖品牌

初创期的山东天同食品有限公司，只是一家以水果加工为主业务，专业为品牌厂家制作定制产品的 **OEM** 厂商。由于产品质量上乘，远销欧美、日本、德国等西方发达国家，与世界诸多知名大型商超、连锁卖场建立了长期的良好合作关系。众所周知，西方国家对于水果加工产品的质量要求有着严格的标准，国内往往只有少数产品品质最为卓越的企业能够获得它们的肯定和青睐。天同食品作为当时国内食品加工 **OEM** 企业之中的佼佼者，在闯荡国际市场的过程中，积累下了严格、细致、深入的品质管理体系。

然而，随着国内经济的发展，在国外市场积累下雄厚产品技术的天同食品开始意识到，原厂委托制造代工的业务模式，已经不再能够支撑天同食品的长远发展，毕竟品质的价值终究是有上限的，唯有品牌才是开启未来市场的钥匙。



意识到这一行业未来必然趋势之后的天同食品，迅速制定了明确的自主品牌战略规划，并且凭借着强大的产品实力与优秀团队，将之完美落地实现。2012年，天同食品成功创建自有品牌“天同时代”，依托于优质的产品品质支撑与完善的品牌宣传推广策略，短短几年之内，便在水果罐头行业占据了一席之地，成为国内水果加工行业的领先品牌。

天同时代这一品牌的成功并没有让天同食品止步不前，反而更加坚定了其打造自主品牌的决心。迎合当前休闲食品的消费群体越来越年轻化、个性化，消费者对品牌的个性越来越关注的市场趋势，2015年，天同食品又连续创建了针对年轻群体的线上品牌“果小懒”与“果三十”，线下品牌“缤果时代”。



在产品方面，天同食品紧扣产品口感，特征，质量，价格，概念，包装等一系列的关键因素，再通过卖点的提取，营销的渠道，消费者品牌建设和推广步骤强化支点，通过慢慢的发展，让消费者心中对天同品牌形成了鲜明独特的个性形象，短短几年时间，凭借着品牌战略的深度贯彻，线上线下全渠道共同发力，如今的天同食品逐渐发展成为了领跑水果加工行内第一线的一匹“黑马”！

创民族品牌，积极布局国际市场

一系列自有品牌的成功创建，帮助天同食品迅速打开并且巩固了国内市场。然而，飞速发展的天同食品并没有满足于内地市场的成功，而是在此基础之上，以旗下主力品牌“天同时代”为主，率先冲破内地市场，积极布局港澳地区，并将入驻国际市场提上了企业近期的战略规划。

香港、澳门是天同食品“走出去”战略的第一站。据了解，自“天同时代”品牌布局港澳地区以来，已经入驻了超过 1500 家店面，越来越多的港澳地区消费者认识到了“天同时代”品牌，为国产水果罐头的高品质鼓掌点赞。



在积极布局港澳市场的同时，天同食品也在为进入国际市场积累着宝贵的经验。众所周知，在海外市场，自主品牌面临着与其他世界级食品品牌的同台竞争，其激烈程度是国内市场无法比拟的。面对国际挑战，天同食品一方面积极参与国际行业研究峰会与国际展会，以“中国制造”的身份，频频在各大国际展会上大放异彩，逐渐积累了各大国际区域市场对于天同食品的品牌认知。

通过针对性的研究市场环境，加强品牌形象建设，打通营销渠道，天同食品在国际市场上发出了中国品牌越来越响亮的声音。相信不久之后的天同食品，必然能够凭借世界级的产品品质和良好的品牌信誉，将旗下各大品牌成功输入国际市场，在全世界范围内树立国产水果加工制品的良好形象。

十四年发展，从最初的代加工贴牌生产，到现在的自主品牌打造，天同食品完成了从产品到品牌到完美蜕变，旗下的各大品牌深入人心，成为了水果加工市场里的经典品牌。回顾过去，展望未来，我们相信，未来的天同食品必将继续贯彻品牌战略，开启食品行业通向未来的坦途，成就属于天同食品的更多辉煌成绩！