

通源集团三十载的变与不变： 用创新坚守初心



鸟瞰通源汽车文化产业园



9月30日上午,国庆长假前夕,位于成都高新区的成都宝源行宝马体验中心(通源汽车文化广场)(以下简称“成都宝源行”)迎来了近期一个客流量高峰,购车、提车、咨询、游玩的人络绎不绝。

成都宝源行2楼,张先生正兴奋地办理提车手续,准备国庆出游;另一边的儿童乐园里,陈奶奶在给开车的孙女拍照;3楼的车间餐酒吧里,王女士喝了一口咖啡,继续盯着电脑修改方案;小刘正在4楼二手车展区看一辆MINI1.5T三门锋芒版汽车,她想买一辆代步车……

这是成都宝源行日常的一个缩影,在这里,吃喝玩乐购应有尽有。区别于传统4S店,这里更像一个汽车主题大型商超,这也是全球首家集宝马汽车、摩托车、MINI和车间餐酒吧为一体的宝马体验中心。

而这背后,是贵州通源集团长久岁月积淀下的一次大胆创新和尝试。今年,通源集团“三十而立”!

通源集团成立于1992年,总部位于贵州省贵阳市,30年来专注汽车零售服务行业。“三十而立”的通源集团,经历了从一个汽车维修厂到中国民营企业500强的华丽蜕变,走出了一条守正创新之路。

纵观通源集团30年里的变与不变,集团总裁臧侃用一句话总结:“用创新坚守初心。”

壮大

期望成为最强品牌店 成就全球最强汽车服务商

9月30日上午,与成都宝源行大厅的喧嚣相比,位于2楼的会议室里同样气氛火热,一场事关通源集团第四季度工作细化安排的重要会议在此举行,会议主持人是臧侃,最近几天他都在成都办公。

“9月份四川提出‘决战四季度、大干一百天’的口号,我们也在积极响应部署。”臧侃表示,集团每年四季度都会举行一个“百日会战”,这与四川提出的口号不谋而合。事实上,今年以来,全国多地的疫情反弹对通源集团造成了一定的影响,臧侃也坦言完成全年任务是一个挑战,但挑战并不意味着不能实现。

多年以来,通源集团的销售数据始终以领先乘用车大盘两位数的速度持续增长。当然,臧侃对集团发展和应对不利因素的信心更多的是来源于通源集团30年发展的积淀。

在成都宝源行办公区,公司文化墙上记录了通源集团30年来的发展轨迹和大事记。通源集团将自身的发展轨迹分为了三个阶段,每个阶段10年。墙上第一张照片拍摄于1992年,略显模糊的照片上是一间小矮房,有着“TORO”的字样,通源集团的发展也由此展开。

“通源取自TORO的音译,这是西班牙语,意为斗牛、竞争、向上,体现通源人敢于迎接挑战,勇敢参与竞争。”臧侃解释道。

此后十年,通源集团从一家汽修厂开始,走出一段壮大之路,并迅速完成了自身的转型发展——从汽修厂到汽车经销集团的转变。1996年,通源集团迎来公司发展史上第一个重大节点,获得中国西部首家丰田TASS授权。3年后,丰田TASS新址落成。2001年,在通源第一个十年的末尾,SCTM3S店落成。

至此,通源集团在第一个10年里,不仅完成自身转型发展,还迅速壮大,为后续的开拓进取奠定了坚实的基础。“集团也确立了‘让人们安心、安全地享受汽车生活,做优秀企业公民’的企业使命,以及用‘团队第一’的理念,打造‘第一团队’,‘成为最强品牌店,成就全球最强汽车服务商’的梦想。”臧侃表示,这也是通源集团始终坚守的初心。

开拓

以“双核”助力集团快速腾飞

如果说前十年是通源集团的壮大阶段,那么自2002年开始,通源集团进入到开拓阶段,这一点从文化墙上多个汽车品牌的“首家4S店开业”可以略窥一二。

2005年,通源集团首家宝马4S店开业;2006年,通源集团首次扩展贵阳市外埠区域,通源集团遵义一汽丰田4S店开业;2007年,通源集团首家广汽本田4S店开业;2008年,通源集团观山湖汽车文化广场正式投入运营;2009年,通源集团首家雷克萨斯4S店开业,通源集团深圳首家宝马4S店开业,通源集团首家广汽丰田4S店开业;2011年,通源集团首家凯迪拉克4S店开业……

毋庸置疑,通源集团的第二个10年是快速开拓的10年,其商业版图不断扩张。

在这一时期当中,通源集团开始尝试打造集汽车文化、汽车生活、主题公园、主题酒店、汽车博览为一体的多彩汽车商圈,创新升级“汽车+”的新理念、新模式,打造沉浸式试乘试驾体

验,搭建汽车微度假生活场景,促进消费、文化融合发展。2008年,通源集团观山湖汽车文化广场就是集团的首次尝试,去年该广场挂牌“观山湖区汽车乐园”,成为贵州观山湖区首个国家AAA级旅游景区,并被授予贵阳市科普教育基地。

值得注意的是,在2010年,通源集团还发生了一件深刻影响集团布局发展的大事——进入四川市场。“当时的通源在发展达到一定规模后,需要向外扩张,而四川不管是地理位置、与贵州的关系还是整体消费市场,都非常符合集团未来的发展规划。”臧侃表示,四川也因此成为通源首个在贵州以外进驻的市场。

到现在,四川对通源集团的影响越来越大,已经成为通源集团的“分部”。“古代,四川是兵家必争之地,现在就是商家必争之地。”臧侃表示,目前集团的一些职能部门都设在了成都。现在,通源集团已在成都、南充、泸州建立了超过20家世界知名汽车品牌体验中心,四川省内营业规模超70亿元。

就这样,在贵阳、成都的“双核”驱动下,通源集团开始了新一轮的腾飞。

进取

连续四年上榜“中国民营企业500强”

度过20岁生日的通源集团已经是行业里的头部企业,成熟稳重又不失活力和创新。与此同时,一位年轻掌舵人的到来,也让通源集团进入到创新进取的新阶段,这是一个进击的通源集团。

2013年,“90后”臧侃自美国留学归来,进入其父亲创立的通源集团,从集团的一家4S店洗车工开始干起,随后的两年时间里,臧侃在全国多个子公司轮番磨砺。2015年,他正式调回集团总部,成为集团的舵手。

年轻的领导和成熟的公司能摩擦出怎样的火花呢?通源集团第三个10年给出了答案。

通源集团连续四年上榜“中国民营企业500强”(2022年位列第298位);连续两年荣登“中国民营企业服务业100强”(2022年名列79位);连续多年荣获中国汽车经销商集团百强(2022年排名第13位)、中国十佳汽车营销集团;2022年荣登“中国民营汽车流通企业百强”第6位;连续四年荣登“贵州民营企业100强”榜首。

经过30年的发展,现在的通源集团已代理30多个世界知名汽车品牌,业务范围覆盖贵州、四川、广东、浙江、陕西、安徽、河南、重庆、云南、湖北、上海等11个省及直辖市、25个城市。

值得一提的是,作为年轻领导,臧侃有着很强的创新意识,他主导创新推动“通源汽车文化广场”商业模式,推动企业向国际汽车行业零售的标杆和知名品牌迈进。目前已相继在遵义、成都、深圳、杭州等地成功运营集合世界顶级汽车品牌体验中心、汽车博览中心、星级酒店、专业赛车场、汽车文化主题公园于一体的汽车文化商圈。

2018年,通源集团在成都高新区全力打造了“成都·天府通源汽车文化广场”,即成都宝源行。这也是全球首家集宝马汽车、摩托车、MINI和车间餐酒吧为一体的宝马体验中心,为汽车新零售带来了又一突破性创新,持续引领全球汽车生活方式。“成都·天府通源汽车文化广场的选址、设计、理念都是通源一手打造,可以说是通源初心与创新相结合下的一个产物。”臧侃表示。

站在成立30年的时间节点上,回望来时走过的路,通源集团深耕贵州市场,立足西部,深化大湾区、长三角地区的网络发展布局,丰富中高端、豪华及超豪华汽车品牌,在一次次汽车消费热潮下,乘风破浪,不忘初心,始终秉承“让人们安心、安全地享受汽车生活,做优秀企业公民”的使命。

展望下一个30年,通源集团风华正茂。(李龙)