



公司销量再次登顶，居 2019 年一季度销量榜首

中国汽车技术研究中心的研究数据显示，2019年一季度，汽车市场终端零售车辆上险数量累计达到604.1万辆。其中，公司凭借46.6万辆的上险量，荣登一季度车企销量榜首，力压众多合资及国产品牌车企。



其中，公司一季度乘用车累计上险36.5万辆，约占国内乘用车市场销售总量7.2%。此外，公司在3月份上险量达到14.7万台，也同样占据车企上险量榜首的位置。

其中，公司一季度乘用车累计上险36.5万辆，约占国内乘用车市场销售总量7.2%。此外，公司在3月份上险量达到14.7万台，也同样占据车企上险量榜首的位置。

公司能够在车市整体承压的大环境下保持领跑，首先得益于其在乘用车与商用车领域的全面布局。今年以来，企业集中推出了五菱宏光V、五菱宏光S3自动离合版、宝骏730 CVT自动挡等多款新车，深度布局10万以内的市场，结合用户的使用场景给用户带来多样化的购车选择。截止目前，公司的整体销量已经突破1980万辆，成为连续四年销量突破200万辆的车企。



同日，新宝骏品牌旗下首款产品——新宝骏RS-5正式上市。当晚，还发布了新宝骏品牌概念车——RM-C，展示了新宝骏在智能网联基因下的全新设计理念。



中国汽车销量在2018年结束了长达28年的增长，成为中国车市转型的强烈信号。进入2019年，国内车企在应对销量下滑压力的同时，也在积极展开变革以应对汽车市场发展的新态势。公司或许为国内车企应对车市压力以及展开变革给出了一个可能的答案，那就是不断加强产品升级和品牌升级，以自变应万变。