

宇通客车股份有限公司
投资者关系活动记录表
(2025 年 4 月)

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☒业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒电话会议 ☒其他公司 2024 年年度股东大会
会议时间	2025 年 4 月
会议地点	河南省郑州市管城回族区宇通路 6 号
参与单位	南方基金、华夏基金、中国人寿资管、泰康资产、工银瑞信基金、易方达基金、华安基金、银华基金、富国基金等，参加业绩说明会的投资者
上市公司接待人员	公司董事长、总经理、独立董事、董事会秘书、财务负责人及其他管理人员
投资者关系活动主要内容	一、公司董事会秘书汇报了公司 2024 年度经营情况及 2025 年展望，具体如下： 2024 年，面对复杂多变的国际政治环境、国内经济增速放缓，全体宇通人深耕市场、精研产品、专注服务，企业经营质量不断提升、发展后劲进一步增强。公司始终牢记产业报国、为客户（社会）创造价值的使命初心，积极践行企业社会责任，得到了社会各界的肯定和赞誉。 现将公司 2024 年度经营情况及 2025 年展望汇报如下： （一）2024 年公司主要经营业绩 2024 年，随着国内外客车市场需求持续恢复，公司销量持续增长，整体经营状况稳中向好。 全年，公司实现客车销售 46,918 辆，同比增长 28.48%；实现营业收入 372.18 亿元，同比增长 37.63%；实现归母净利润 41.16 亿元，同比增长 126.53%。 （二）2025 年市场环境判断 2025 年，随着新一轮“以旧换新”政策落地、班车客运定制服务发展政

	策见效，预计行业需求仍将持续增长。但面对外部压力加大、内部困难增多的复杂严峻形势，市场需求存在一定的不确定性。整体上，机会与威胁并存： 机会：国内市场方面，新一轮“以旧换新”政策落地、班车客运定制服务发展政策见效、公共领域车辆全面电动化试点和城乡交通一体化试点建设推进，预计将会对城市公交、班线客运市场需求产生一定的拉动作用。海外市场方面，在全球减碳的大背景下，各国环保意识提升，节能减排政策和绿色基金计划不断出台，海外新能源客车市场需求预计持续增长。 威胁：国内市场方面，客户经营结果仍不及预期，可能会对需求的增长产生一定制约；宏观经济稳中向好，但过程中面临诸多新的困难和挑战，地方财政收支运行持续紧平衡，可能导致车辆更新放缓。海外市场方面，地缘政治紧张局势持续，宏观环境的不确定性，可能给市场带来政策与贸易壁垒等风险。 （三）2025 年公司主要工作安排 1、持续夯实公司企业文化建设 继续传承和发扬中华传统美德及宇通优良的文化理念，推动核心价值观及经营管理理念的高标准落地；持续开展各单位文化风气氛围状态的过程扫描与监督评价，建立并运行系统的文化问题分层分类处置及升级管理机制，及时识别过程异常并有效解决，确保公司整体文化风气氛围保持良好状态。 2、做好“四化”战略推进 电动化方面，做好二代电动底盘技术的优化完善，支撑在售产品竞争力持续保持领先，在新售产品的使用占比达到 90%以上。 智能网联化方面，持续推进车联网售后服务平台建设，全面升级故障诊断系统，推动配件服务体验实用性和售后服务支持功能等赶超国际竞品。 高端化方面，持续提升并稳步建立系统的高端产品实现能力，通过高端化带动中高端化实现，高端产品与中高端产品形成梯次配合，在国际市场形成全面的竞争优势，并反哺国内市场。通过整车带动零部件，打造高端及中高端的零部件品牌、口碑，为整车赋能、为品牌添光彩。 国际化方面，以“国家公司”为管理中心，持续推进三直战略在海外市场的落地，深耕海外既定市场，支撑经营业绩的稳步提升。持续对标全球标杆，识别差距和短板，学好、用好国际上的好产品、好技术、好模式，系统构建各项国际化能力，实现公司在全球范围内规模和竞争力的双领先。 （四）市值管理制度执行情况
--	--

为提升公司投资价值，规范市值管理行为，公司秉持合规性、系统性、科学性、常态性和诚实守信原则，制定了《市值管理制度》。通过建立健全市值管理工作机制，公司切实增强了回报投资者的能力，保护了投资者合法权益。

在分红回报方面，一直以来，公司始终坚持以持续丰厚的现金分红积极回馈股东，上市以来累计分红率达 77.88%。目前，公司已于 2024 年 12 月 5 日实施完成了 0.5 元/股的 2024 年中期分红方案，并于 2025 年 4 月 1 日披露了 1 元/股的 2024 年度分红预案，通过开展一年多次的现金分红方式，有效增强了投资者获得感。

在资本市场表现方面，2024 年，公司重点关注公司市场价值围绕内在价值的波动情况，并持续深化与行业分析师、财经媒体、证券研究机构等相关方的良好沟通，维护股东权益。全年，公司股价上涨了 134.49%（前复权口径），为投资者创造了良好的投资回报。

在保持与投资者双向良好沟通方面，2024 年，公司持续完善多渠道深层次的投资者沟通机制，依托年度股东大会、业绩说明会、投资者服务专线、上证 e 互动平台以及券商投资策略会等渠道，与投资者开展多维度、高频次的专业交流，切实提升了资本市场对公司的价值认知与战略认同。全年，公司常态化召开 3 次业绩说明会，并积极承办了由上海证券交易所主办的“我是股东 价值十年”主题活动，实现了企业价值的有效传递，取得了良好的效果和投资者反馈。

最后，希望通过此次交流活动，能够让大家更加全面深入地了解行业及公司发展情况，谢谢大家！

二、主要问答内容如下：

问 1：2024 年国内公交客车销量增长明显，如何展望 2025 年国内公交客车市场？

答：您好，2024 年，受“以旧换新”政策出台影响，国内大中型公交需求同比增长 34.29%，达到 29,606 辆。2025 年，随着国家财政化债方案全面落地实施，以及“以旧换新”补贴政策延续且补贴标准提高，预计将加速 2017 年及之前投入运营的存量车辆更新。公交都市、城乡交通运输一体化示范县等示范项目验收，城市旅游观光、微循环公交、农村客货邮融合快速发展，预计将支撑 2025 年公交市场需求持续增长。

问 2：请问公司目前排产情况？订单是否饱和？产能利用情况如何？

答：您好，公司生产厂区的设计产能为 65,000 辆/年，采用柔性生产线，可满足目前订单生产需求。公司根据市场需求和订单情况，积极有序安排生产，具体销量情况可参见公司月度发布的产销数据快报。

问 3：请问 2024 年客车行业竞争格局有何变化？

答：您好，根据中客网数据，国内前 5 名客车企业合计市场占有率为 78.13%，比 2023 年下降 1.75 个百分点，前 5 名竞争格局相对稳定。公司 2024 年大中型客车总销量 40,339 辆，行业龙头地位稳固。未来市场竞争将更加依靠产品、服务、品牌等综合竞争力，整体上有利于领先企业，市场集中度有望提升。

问 4：公司过去分红比较慷慨，请问公司未来的分红展望如何？谢谢？

答：您好，公司上市 28 年间共实施并宣告现金分红 27 次，期间累计实现归母净利润 334.15 亿元，共现金分红 260.23 亿元（含 2024 年度现金分红预计 22.14 亿元），累计分红率 77.88%，坚持了比较好的分红习惯。未来在没有大额资本支出且不影响正常生产经营的情况下，公司会坚持以现金分红为主的利润分配政策，继续以优质的业绩和良好的分红积极回报股东。

问 5：请问公司自动驾驶产品发展情况如何？

答：您好，公司自动驾驶客车产品已安全运营 6 年，国内已在北京、济南、秦皇岛、郑州、大连、重庆、广州、南京、绍兴、惠州、鄂尔多斯等 24 个城市实现常态化运营；截至 2024 年底，公司自动驾驶客车已累计安全运营超 1,700 万公里，覆盖城市公交、景区园区通勤、机场摆渡、商务接待等场景，产品竞争力和场景适应性持续提升。

问 6：请问近几年公司研发费用投入较高的原因，研发费用的主要投向？

答：您好，多年来，公司一直维持了较高的研发投入，2018 年至今每年研发投入均在 15 亿元以上。2024 年研发费用 17.88 亿元，占营业收入的比例为 4.80%，主要投向：

- 1、轻客系列产品开发与升级；
- 2、二代电动化底盘、智能座舱、智能网联等新技术研究与应用；
- 3、海外高端公交、高端旅游、城间客车等新产品开发；
- 4、国内中高端公路及公交产品开发与推广。

未来公司将会维持较高水平的研发投入，不断加强公司技术优势。

问 7：请问 2024 年海外客车市场发展情况？

答：您好，2024 年，随着全球政治、经济、社会活动的持续恢复，海外市场需求整体继续呈现增长态势。欧洲新能源继续高速增长，中东团体车、拉美公交车、东南亚旅游车等细分市场客车需求仍处于恢复性增长状态，贡献了行业主要增量。同时，在全球减碳的大背景下，各国环保意识提升，节能减排政策和绿色基金计划不断出台，海外市场对新能源的需求预计持续增长。

问 8：请问公司海外市场拓展情况？

答：您好，公司在海外市场采取直销、经销相结合的销售模式，目前海外销售和服务网络已实现全球目标市场的布局，通过 60 余家子公司、办事处、经销合作伙伴以及派驻直销队伍等多种渠道模式覆盖欧洲、美洲、亚太、独联体、中东、非洲六大区域；同时，利用技术和产业链优势，公司已在哈萨克斯坦、巴基斯坦、埃塞俄比亚、马来西亚等十余个国家和地区通过 KD 组装方式进行本土化合作，实现由“产品输出”走向“技术输出和品牌授权”的业务模式升级。

截至 2024 年底，公司累计出口各类客车超 11 万辆，产品远销至智利、墨西哥、埃塞俄比亚、坦桑尼亚、菲律宾、澳大利亚、哈萨克斯坦、沙特、英国、法国、丹麦、挪威、芬兰等全球主要客车需求国家与地区。在主要目标市场，公司已成为主流客车供应商之一。在新能源客车领域，公司已累计出口新能源客车超过 7,000 辆，并在英国、法国、波兰、芬兰、意大利、澳大利亚、新加坡、墨西哥、丹麦、挪威、希腊、智利、哈萨克斯坦等 40 多个国家或地区形成批量销售并实现良好运营，积极发展绿色公共交通，为全球减碳做出贡献。

问 9：请问如何展望 2024 年海外客车市场？

答：您好，2025 年，预计海外市场宏观环境总体基本稳定，客车行业需求总体仍将呈现增长态势；但不同区域、不同细分市场需求预计将呈现出一定差异化，具体如下：

- 1、经济复苏和市场需求稳定增长：随着全球政治、经济、社会活动的持续恢复，海外客运、旅游、团体等客车市场需求将进一步释放，基于民生工程的公交需求预计也将保持一定增长。
- 2、新能源市场需求持续增长：在全球减碳的大背景下，各国环保意识提升，节能减排政策和绿色基金计划不断出台，欧洲、拉美、东南亚、中东、中亚等市场新能源客车需求预计保持增长。

3、资源型市场需求环境改善：大宗物资（石油、矿产、天然气等）价格趋稳，部分富资源国家的经济发展、财政及外汇收入水平有较大改善，有利于促进包括公共交通在内的民生项目发展。

4、中国与相关国家的合作力度持续加强：中国通过“一带一路”倡议、中非合作论坛等，加大对中亚、中东、非洲、拉美等地区的投资、合作与援助，预计将带来改善公共交通的机会。

5、部分地区局势动乱，将对客车出口带来一定不确定性。

问 10：请问如何展望公司 2025 年的固定资产投资计划？

答：您好，为确保公司稳定健康发展，公司还需继续对公司工厂及设备设施进行升级改造，2025 年在建项目预计合同额 1.46 亿元，新增项目预计合同额 7.43 亿元。

问 11：公司在全球范围内的产能布局是怎样的？海外产能占比如何？美国关税壁垒对公司影响有多大？

答：您好，公司现有产能集中于河南省郑州市，设计产能 65,000 辆/年。利用技术和产业链优势，公司已在哈萨克斯坦、巴基斯坦、埃塞俄比亚、马来西亚等十余个国家和地区通过 KD 组装方式进行本土化合作，实现由“产品输出”走向“技术输出和品牌授权”的业务模式升级。

公司海外销售主要覆盖欧洲、拉美、亚太、独联体、中东、非洲等六大区域，不包括美国市场，本次美国关税政策对公司海外销售业务无直接影响。

目前公司生产经营正常，业务发展向好。未来公司会持续关注外部宏观环境变化，提前识别风险，储备应对措施，确保公司稳健发展。

问 12：公司客车产品在全球的市场份额是多少？还有多少拓展空间？

答：您好，据不完全统计，2024 年，海外大中型客车市场需求量约 26 万辆，整体空间较大。公司 2024 年出口销量为 14,000 辆，市占率约 5.4%。

问 13：请说明一下 2025 年一季度新能源出口市场占有率下滑的原因和改善计划？

答：您好，公司销量受行业需求节奏、订单交付进度等因素综合影响；目前公司生产经营正常，业务发展向好。

问 14：公司本期盈利水平如何？

答：您好，目前公司生产经营正常，业务发展向好，具体财务数据请您关注公司发布的第一季度报告。

问 15：面对比亚迪的强势追赶，公司有哪些应对措施来确保市场领先地位

位？

答：您好，面对复杂多变的国际政治环境、国内经济增速放缓，公司深耕市场、精研产品、专注服务。为保持竞争力持续提升，公司采取的主要举措如下：

一是加强对客户场景化经营的研究和分析，洞察客户潜在需求，开发适合和引领客户运营的定制化、专业化产品和服务；

二是帮助客户探索新发展模式、改善经营，扩大与客户合作的广度和深度；

三是加快大中型客车向电动化、智能网联化、高端化方向发展，提升纯电客车续航里程、自动驾驶辅助功能、智能网联服务等；

四是积极挖掘细分市场机会，如网约公交、定制客运、景区用车等。

问 16：请问公司 2024 年产销情况如何？

答：您好，2024 年，公司生产客车 47,054 辆，同比增长 26.36%；其中大中型客车 40,421 辆，同比增长 24.72%。

全年，公司销售客车 46,918 辆，同比增长 28.48%；其中大中型客车 40,339 辆，同比增长 26.97%，国内销量 32,918 辆，同比增长 24.91%，出口销量 14,000 辆，同比增长 37.73%。

问 17：您好，我是公司股东，公司 2024 年业绩和销量增长明显，请问主要原因是什么，谢谢。

答：您好，2024 年，公司实现客车销售 46,918 辆，同比提升 28.48%；营业收入 372.18 亿元，同比增长 37.63%；归母净利润 41.16 亿元，同比增长 126.53%。主要原因为：

1、海外市场：随着中国客车产品竞争力不断凸显，客车行业出口销量持续攀升，公司出口销量实现大幅增长。

2、国内市场：旅游市场从复苏转入繁荣发展新阶段，带动旅游客运需求持续增长；同时随着新能源公交“以旧换新”等政策落地实施，公交客运需求快速恢复。受益于此，公司国内销量实现增长。

问 18：公司之后的盈利有什么增长点？

答：您好，在国内市场方面，新一轮“以旧换新”政策落地、班车客运定制服务发展政策见效、公共领域车辆全面电动化试点和城乡交通一体化试点建设推进，预计将会对城市公交、班线客运市场需求产生一定的拉动作用。

在海外市场方面，随着全球政治、经济、社会活动的持续恢复，客运、

旅游等市场需求将继续呈现增长态势；此外，随着中国与“一带一路”国家合作力度的加大，将给中亚、中东、非洲、拉美等地区国家带来公共交通改善的机会，公交市场需求预计持续增长；同时，在全球减碳的大背景下，各国环保意识提升，节能减排政策和绿色基金计划不断出台，海外新能源客车市场需求预计持续增长。

问 19：您好，公司刚刚发布了新的服务品牌字+直服，能详细介绍一下吗，还有此服务能够对公司长远发展有什么影响呢？

答：您好，字+直服是公司推出的服务品牌，从“产品输出”升维为“价值输出”，以“全周期直服保障体系+全场景智能服务体系”为核心，依托智能车云平台、“安睿通”智能云管家等科技系统，通过“3大价值、2大支撑、8大承诺”引领服务升级，赋能行业及用户高质量发展，开启商用车全场景高效运营服务新时代，对公司长远发展有着积极影响。

问 20：你们行业本期整体业绩怎么样？你们跟其他公司比如何？

答：您好，客车行业属于弱周期行业，行业总量不仅取决于居民出行总量和出行结构，也受国家及地方政策的影响。

2024 年度，国内方面上半年受旅游市场快速复苏带动，座位客车需求大幅增长；下半年，随着“以旧换新”政策落地见效，公交市场需求同比大幅增长，推动全年行业总量实现大幅增长。根据中客网数据显示，国内大中型客车需求总量同比增长 27.37%。

出口方面，随着各国人员流动持续增加，公交、旅游、客运等各细分市场的需求持续恢复，且受环保政策影响，海外市场对新能源客车需求旺盛；“一带一路”倡议带来的项目机会以及中东区域朝觐车等重点项目交付，推动行业出口大幅增长。根据中客网数据显示，行业大中型客车出口量同比增长 36.91%，其中欧洲、拉美、东南亚等地区在经济技术和环境保护政策等因素驱动下，新能源客车需求持续增长。

公司 2024 年大中型客车总销量 40,339 辆，行业龙头地位稳固。

问 21：请问公司股东户数是多少？

答：您好，根据公司 2024 年年度报告，截至 2025 年 2 月 28 日，公司股东总数为 53,665 户。

（上述活动不涉及应当披露但未披露的重大信息。）