

宇通客车股份有限公司 投资者关系活动记录表 (2023年4月)

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>2022年年度股东大会</u>
会议时间	2023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	华夏基金、南方基金、兴全基金、东方资管、仙人掌基金、富国基金、中欧基金、景顺长城基金、兴业证券、中金公司、招商证券等
上市公司接待人员	公司董事长、独立董事、董事会秘书、财务总监及其他管理人员
投资者关系活动主要内容	<p style="text-indent: 2em;">一、公司董事会秘书汇报了公司2022年度经营情况及2023年展望，具体如下：</p> <p style="text-indent: 2em;">2022年，面对复杂严峻的国内外形势，在行业下行、地缘政治冲突加剧等影响下，公司沉着应对，攻坚克难，积极面对经营中的风险和挑战，不断提高公司治理和科学决策水平，公司各项业务继续保持稳健发展。</p> <p style="text-indent: 2em;">（一）2022年客车行业情况介绍</p> <p style="text-indent: 2em;">2022年，受经济下行压力增大等不利因素影响，根据中国客车统计信息网数据，行业5米及以上客车销量128,138辆，同比下降17.4%。</p> <p style="text-indent: 2em;">国内方面，除公交销量有一定增长外，座位客车和校车均大幅下降。其中，公交销量增长主要原因是2023年新能源购置补贴退出，公交客车需求在2022年集中释放；受宏观环境和“公参民”政策影响，座位客车和校车销量大幅下降。</p> <p style="text-indent: 2em;">出口方面，受益于国内新能源汽车技术和产业链的领先优势，国内客车出口整体受益，出口销量同比增长。</p>

（二）2022 年公司主要经营业绩

2022 年，受行业需求下降影响，公司销量同比下降。但随着公司价格管控力度进一步加强、成本管理持续提高以及海外市场的不断拓展，公司主要经济指标有所恢复。报告期内，公司实现客车销量 30,198 辆，同比下降 27.80%；营业收入 217.99 亿元，同比下降 6.17%；实现归母净利润 7.59 亿元，同比增长 23.68%；董事会建议向股东派发股息 1 元/股。

（三）2023 年市场环境判断

2023 年，随着国内外经济逐步恢复、海外市场新能源化不断发展，预计行业需求将迎来恢复性增长。但宏观经济恢复基础仍不牢固、国际政治经济环境变化等将对市场需求带来不确定性。

机会方面，国内市场，随着宏观环境的积极变化，旅游、团体市场预计将迎来复苏；随着社会的不断进步和经济的不断发展，预计各种专用车辆（例如房车、观光等）市场需求将保持较快增长。海外市场，随着全球“碳中和”目标的推进，各国陆续出台了新能源产品购置的相关激励政策，预计海外新能源客车市场将呈现较快增长态势。

威胁方面，经济恢复基础仍不牢固，可能导致车辆更新放缓；受全球性通胀、国际政治经济环境变化等不利因素影响，客户购买力可能会下降。

（四）2023 年公司主要工作安排

1、持续夯实公司企业文化建设

基于打造“文化-人才-事业”的良性循环，持续推进核心理念的落地，建立适应企业发展需要的优良文化风气和氛围，为客户（社会）创造价值，为品牌添光彩。

2、做好战略及重点工作推进

（1）做好“四化”

电动化方面，做好电动化技术、零部件的研发和整车应用，保持新能源客车国际领先地位。搭建国际领先的新能源产品平台，建立长期竞争力。

智能网联化方面，系统提升智能网联能力，满足客户需求。做好智能交通解决方案的落地，抢占市场机会，创造价值。

高端化方面，海外产品实现高端化和中高端化，支撑国际化战略目标的实现，树立国际化品牌；国内产品实现中高端化、去低端化。

国际化方面，系统提升国际化能力，创新工作方法和产品，抓住海外新能源窗口期，在全球范围内实现竞争力的全面领先和国际化品牌的树立。

(2) 做深做透“两个市场”

国内市场方面，提高价值链和产业链管理能力，提高品牌价值的管理能力，确保经营目标高质量达成。

海外市场方面，以国际品牌建设为核心，持续完善运营模式，扎实推进战略落地，抓好新能源窗口期。

3、多措并举，科学安排，高标准完成全年经营目标。

二、主要问答内容如下:

问 1: 领导，您好！我来自大决策。请问公司现在氢能源汽车占比有多大，除了氢能源，在其他新能源汽车上有哪些布局？

答：尊敬的投资者，您好。公司以纯电动、混合动力、燃料电池客车研发和产业化为主线，基于“全生命周期成本最低”的开发理念，现已形成具有国际竞争力的 5-18 米混合动力、插电式、纯电动、燃料电池等系列化新能源客车产品。多年来，公司始终重视燃料电池客车的研发和产业化，2022 年，公司销售燃料电池客车 323 辆，实现收入 5.13 亿元。感谢您的关注。

问 2: 截止 2022 年底，国家新能源补贴还有多少未结清？

答：尊敬的投资者，您好。根据公司《2022 年年度报告》，截止 2022 年 12 月 31 日，公司应收账款中对应的国家新能源汽车补贴款为 5.45 亿元，合同资产中对应的国家新能源汽车补贴款为 4.35 亿元。感谢您的关注。

问 3: 公司今年大比例分红，未来的分红如何预期？

答：尊敬的投资者，您好。公司今年的分红方案是 1 元/股，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，积极回报投资者。感谢您的关注。

问 4: 公司研发费用主要投向？

答：尊敬的投资者，您好。公司 2022 年研发费用 16.94 亿元，占营业收入的比例为 7.77%。主要投向：(1)智能网联及自动驾驶关键技术研究及产业化；(2)多场景燃料电池技术及“三电”技术研究与开发；(3)T7 高端商务车产品升级；(4)全新机场摆渡车及 U 系列高端公交等产品开发。感谢您的关注。

问 5: 请问公司自动驾驶项目进展怎么样?

答: 尊敬的投资者, 您好。公司持续开展自动驾驶技术的研究与产业化, 公司的 L3、L4 级无人驾驶公交已在郑州、广州、南京等多个城市落地运营。

自动驾驶技术方面, 公司依托微循环多城市多场景示范应用的数据积累, 对感知定位、规划控制等技术进行升级迭代, 增扩充尾场景数据, 保障车辆在定位信号遮挡、减弱消失场景中的长时定位精度, 提升极端场景的适应性和安全性, 实现自动驾驶智能化水平提升。

感谢您的关注。

问 6: 公司海外市场拓展情况?

答: 尊敬的投资者, 您好。截至 2022 年底, 公司累计出口各类客车超过 87,000 辆, 产品远销至智利、墨西哥、埃塞俄比亚、澳大利亚、马来西亚、哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、沙特、巴基斯坦、卡塔尔、英国、法国、丹麦、挪威、芬兰等全球主要客车需求市场。

在新能源客车领域, 公司已在中东、拉美、东南亚、欧洲等 20 多个国家或地区形成批量销售, 累计出口新能源客车超过 3,000 台。在卡塔尔世界足球顶级赛事期间, 公司共有 888 台纯电动客车为赛事提供运输保障服务, 公司派出专业团队保障车辆的正常高效运营, 树立了良好的国际形象和品牌口碑。

2023 年, 随着全球经济的恢复和公共交通出行需求的改善以及各类大型赛事、展会如期举办, 预计行业需求将会持续恢复性增长。同时, 随着新能源客车社会认可度不断提高, 在环境保护要求、国际形象提升以及新能源车辆技术不断进步、经济性不断提高等因素影响下, 海外市场对新能源的需求也将持续提升。

感谢您的关注。

(上述活动不涉及应当披露但未披露的重大信息。)