

## 宇通客车股份有限公司 投资者关系活动记录表 (2026年2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 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"/> 现场调研 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他 _____
会议时间	2026年2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	鹏华基金、长城财富资管等
上市公司接待人员	公司董事会秘书、证券事务代表、投资者关系经理等
投资者关系活动主要内容	<p>一、主要问答内容如下：</p> <p>问1：公司如何应对汇率波动影响？</p> <p>答：您好，面对汇率波动，公司建立了完善的管理机制和流程，通过锁汇等管理手段，做好外汇风险管理。</p> <p>问2：请问公司在产品驾乘体验方面有哪些进展？</p> <p>答：您好，在舒适性方面，公司开发了行业首家主动新风换气系统，换气系统排风量、粉尘过滤较之前显著提升；空调抗菌防霉变技术，实现了即使空调内部长时间潮湿，空气也能保持洁净度；司机座椅全面应用“3D Mesh软层结构”，解决了传统泡棉或皮革坐垫在长期乘坐时易闷热、支撑不足的问题，商务椅记忆海绵技术显著提升了减震性能，让“稳”成为常态，同时合理的体压分布、贴合度让乘客告别“越坐越累”的煎熬；高性能声包及密封为座舱构建一道“声学结界”，动力总成悬置隔振、白车身NVH控制等大幅衰减声源、振源的结构噪声及传递，如同让车辆装上振动噪声“缓冲垫”。</p> <p>问3：公司是否利用数字化手段赋能车辆销售？</p> <p>答：您好，2025年，公司数字营销持续发力，重点强化客车直播业务，</p>

缩短购车链路，降低营销成本、提升客户关系。通过搭建 1+N 直播矩阵，实现公司与区域的直播共建，赋能区域运营，提升获客效果。通过自有电商平台活动策划，培养用户线上购车习惯，增加用户粘性，助力终端销售。基于务实探索与创新运营，实现数字营销与传统销售的有机整合，优化用户“选车-买车-用车”全业务链的体验提升。

**问 4：公司电控系统方面的技术进展？**

答：您好，公司围绕长寿命、高安全、集中式控制架构发展趋势，完成了长寿命中央计算平台及整车域控制器的批量推广，支撑了不同产品控制架构升级；完成了第二代中央计算单元开发，实现了功能集成度进一步提升，保持了电控平台的领先优势；开发了气电耦合制动系统，提升了复杂工况下的制动稳定性及安全性。

**问 5：公司国内及海外业务的销售模式有何特点？**

答：您好，公司国内销售由直销和经销相结合，以直销为主，经销点状补充。国内销售按照区域共划分为十余个经营大区，同时率先在客车行业推出直营店模式，分别在北京、上海、广州、深圳、南京、武汉、天津、西安、成都、海南等重点城市落地用户中心，以一站式全流程服务拉满用户体验。

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 70 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。

（上述活动不涉及应当披露但未披露的重大信息。）