YUTONG · OVERSEAS VOICE OF CUSTOMER · MONTHLY

宇通客车海外口碑月报

城市公交与旅游客车 · 用户、博主与媒体 · 2026-10-17 至 2026-11-14

仅供参考 · 非品牌官方观点

口碑净情感（95% 区间）

+19%

±4.2% · 870 条用户、博主与媒体内容

DATE

2026 年 11 月

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

执行摘要

整体 +19%，上期 +5%，偏正面；欧洲 224 条合计 +15%；负面是英国、哥伦比亚的乘坐评论和挪威、荷兰的远程访问讨论

整体表现

剔除品牌方和经销商自发内容后，本期口碑净情感 +19%（±4.2%，870 条），上期 +5%。

巴基斯坦 +40%、菲律宾 +38%、墨西哥 +23%：新车交付和线路开通的内容偏正面。

负面来源

英国 +16%：一条 Stagecoach 新电动客车的乘坐评测下有 10 条负面评论，讲座椅面料和采购来源。

哥伦比亚：波哥大新车的评论说外观显旧、车身不在本地制造。

智能座舱软件负面 14 次、正面 2 次：挪威的远程访问测试和荷兰政府的表态仍被引用。

优先行动

挪威与荷兰：公开远程访问的权限范围、数据存放位置和第三方审计结果。

英国与荷兰：收集司机对驾驶位的意见，给出改进方案。

哥伦比亚：说明 E18、E9 的交付进度和当地服务安排。

仅供参考，非品牌官方观点

来源：AutoMusic 海外舆情监测，宇通客车海外内容 2026-10-17 至 2026-11-14。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

数据范围与统计口径

口碑统计仅纳入用户、博主和媒体内容；本期共 870 条，按销量市场补齐欧洲、拉美、中东和亚太

870 条
口碑内容（用户 713 · 媒体 129 · 博主 28）

75 条
官方与经销商自发内容，单列不计入

7 个
渠道：TikTok、YouTube、X、新闻、Reddit、Instagram、Facebook

仅供参考 · 非品牌官方观点

净情感计算

本期 271 条正面、104 条负面，共 870 条：（271 − 104）÷ 870 ≈ +19%。± 为 95% 区间（百分点），只反映抽样波动，不含情感分类误差；少于 30 条的分组只列示，不作判断。

口径

按发布日期统计 2026-10-17 至 11-14 的内容；评论按所属主帖分组，用于事件与集中度分析，净情感与区间仍逐条计算。132 条内容无法判定市场，仅从分市场统计中排除。本期扩大市场范围并新增 TikTok、Instagram、Facebook，与上期比较只看方向。整体从 +5% 升到 +19% 有新增渠道带来的成分。本期没有同口径竞品对比，也没有门店评价数据。

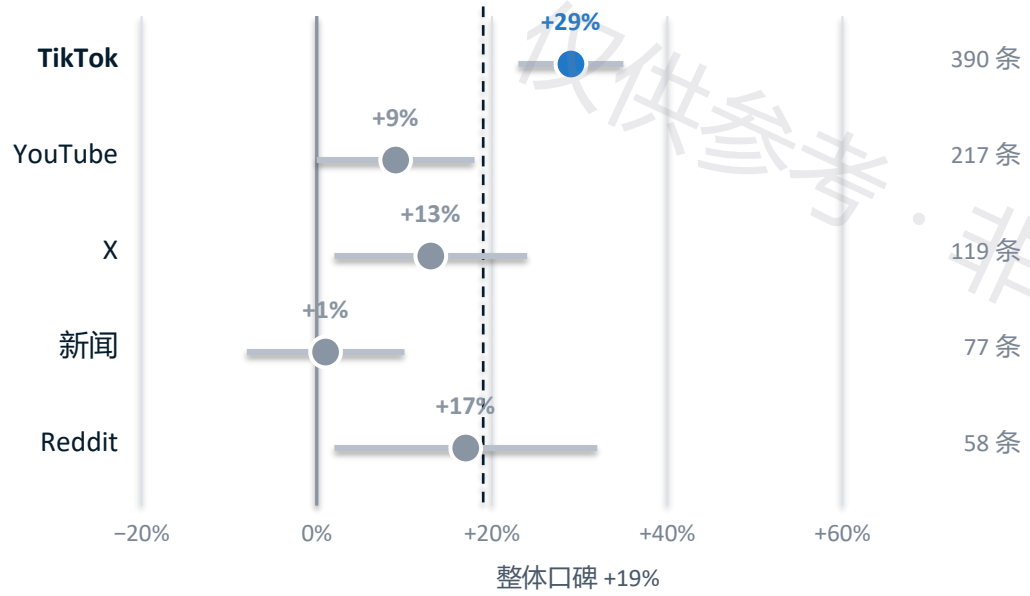
来源：AutoMusic 海外舆情监测，本期汇总数据。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

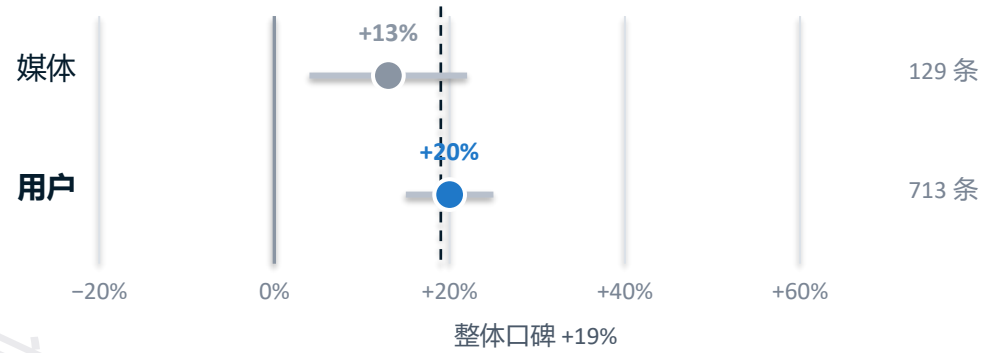
渠道与发声主体

TikTok +29%（390 条）； YouTube +9%、X +13%、新闻 +1%

各渠道口碑净情感，2026-10-17 至 11-14，条数 ≥ 30（点 = 净情感，横线 = 95% 区间）



各发声主体净情感，2026-10-17 至 11-14，条数 ≥ 30（点 = 净情感，横线 = 95% 区间）



仅供参考 · 非品牌官方观点

解读

TikTok 上多是新车交付和线路开通的视频。X 从上期 −1% 升到 +13%，新闻从 −4% 升到 +1%，变化小于整体。官方与经销商自发内容不计入。

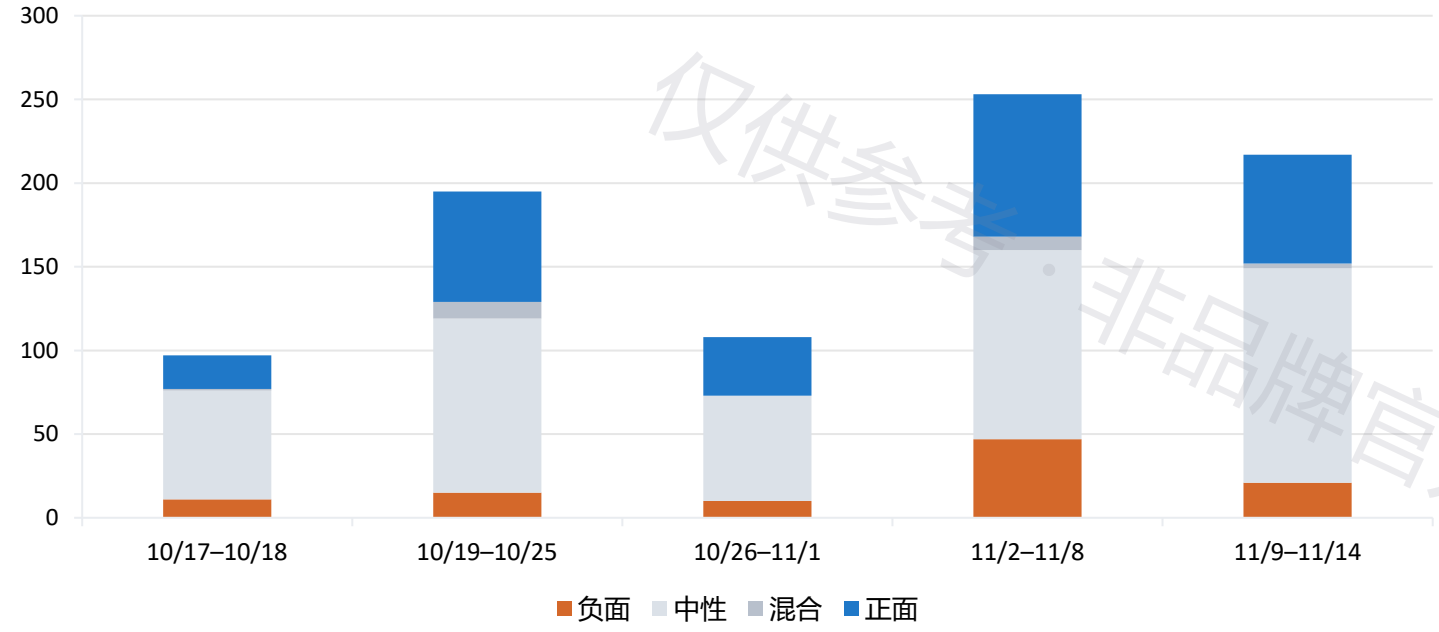
来源：AutoMusic 海外舆情监测，本期分渠道与分发声主体数据。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

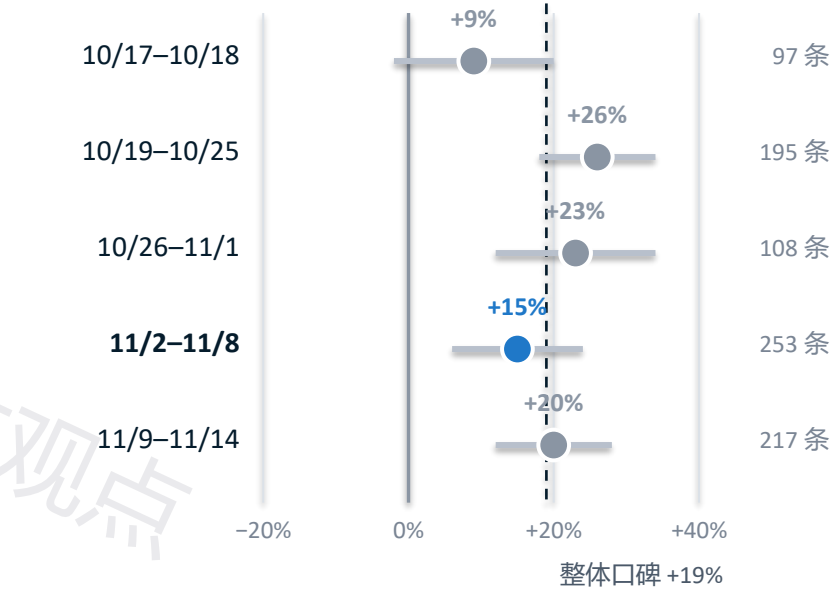
每周口碑走势

各周净情感在 +9% 到 +26% 之间，五周都为正

每周口碑条数，按情感（条），2026-10-17 至 11-14，周一起算



每周净情感（%，95% 区间）



仅供参考·非品牌官方观点

注意

11/2 这一周负面 47 条，英国 10 条、哥伦比亚 7 条，与 Stagecoach 乘坐评测和波哥大 E18 投运同期；另有中国香港地区 12 条，来自一条 T7 中巴视频。首周只有 2 天、末周 6 天，各周条数随采集范围变化，不用于比较声量。

来源：AutoMusic 海外舆情看板导出数据（用户、博主与媒体内容），按周汇总。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

主要市场口碑

巴基斯坦 +40%、菲律宾 +38%、墨西哥 +23%；哥伦比亚 +12%、英国 +16%



市场	条数	主帖	负面条数	净情感
英国	117	36	20	+16% ±13%
哥伦比亚	73	13	11	+12% ±15%
墨西哥	70	40	5	+23% ±13%
巴基斯坦	58	35	1	+40% ±13%
菲律宾	66	36	1	+38% ±12%
挪威*	10	7	2	只列示

图例

达到 30 条的市场中，蓝色为净情感 +5% 以上，橙色为 −15% 以下，灰色介于两者之间；浅灰为不足 30 条、只列示的市场。各市场条数取决于检索设计，不用于比较声量。

市场要点

英国：负面的 50% 出自一条 Stagecoach 新电动客车的乘坐评测，讲座椅面料和采购来源。哥伦比亚：波哥大 E18、E9 投运，评论说外观显旧、车身不在本地制造。墨西哥：Mexibús 3 号线投入 E18，偏正面。欧洲其他国家各不足 20 条；荷兰工会担忧司机健康，挪威的远程访问测试结论仍被引用。

来源：AutoMusic 海外舆情监测，本期分市场数据；* 不足 30 条，只列示。

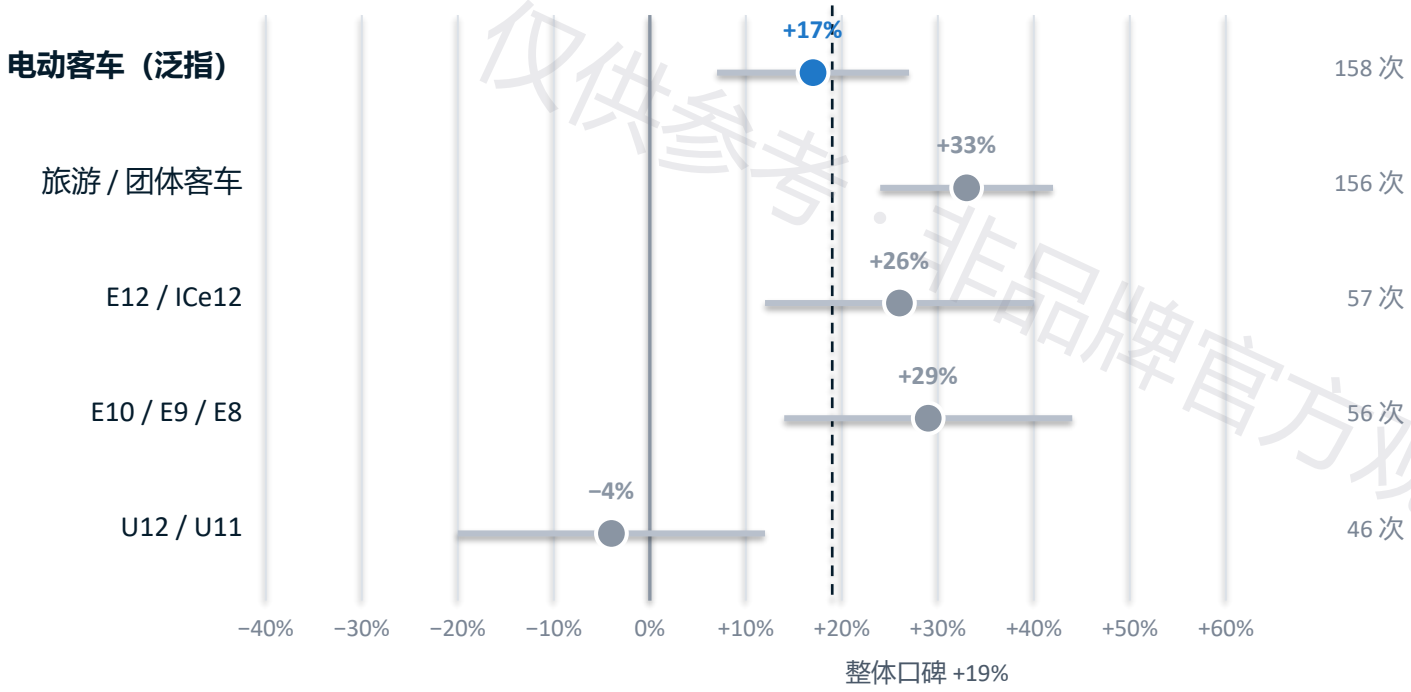
仅供参考，非品牌官方观点

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

车型口碑

旅游 / 团体客车 +33%、E10 / E9 / E8 +29%、电动客车（泛指）+17%；U12 / U11 −4%

各车型净情感（%），按提及计，2026-10-17 至 11-14，提及 ≥ 30 次（点 = 净情感，横线 = 95% 区间）



仅供参考，非品牌官方观点

电动客车（泛指）+17%

上期 −10%（42 次）；正面是各地新车投运，负面来自英国的乘坐评论和哥伦比亚的外观评论

旅游 / 团体客车 +33%

上期 +40%；几乎没有负面，个别是司机对驾驶位的抱怨

E10 / E9 / E8 +29%

上期只有 2 次；波哥大 100 辆 E9 投运带来讨论

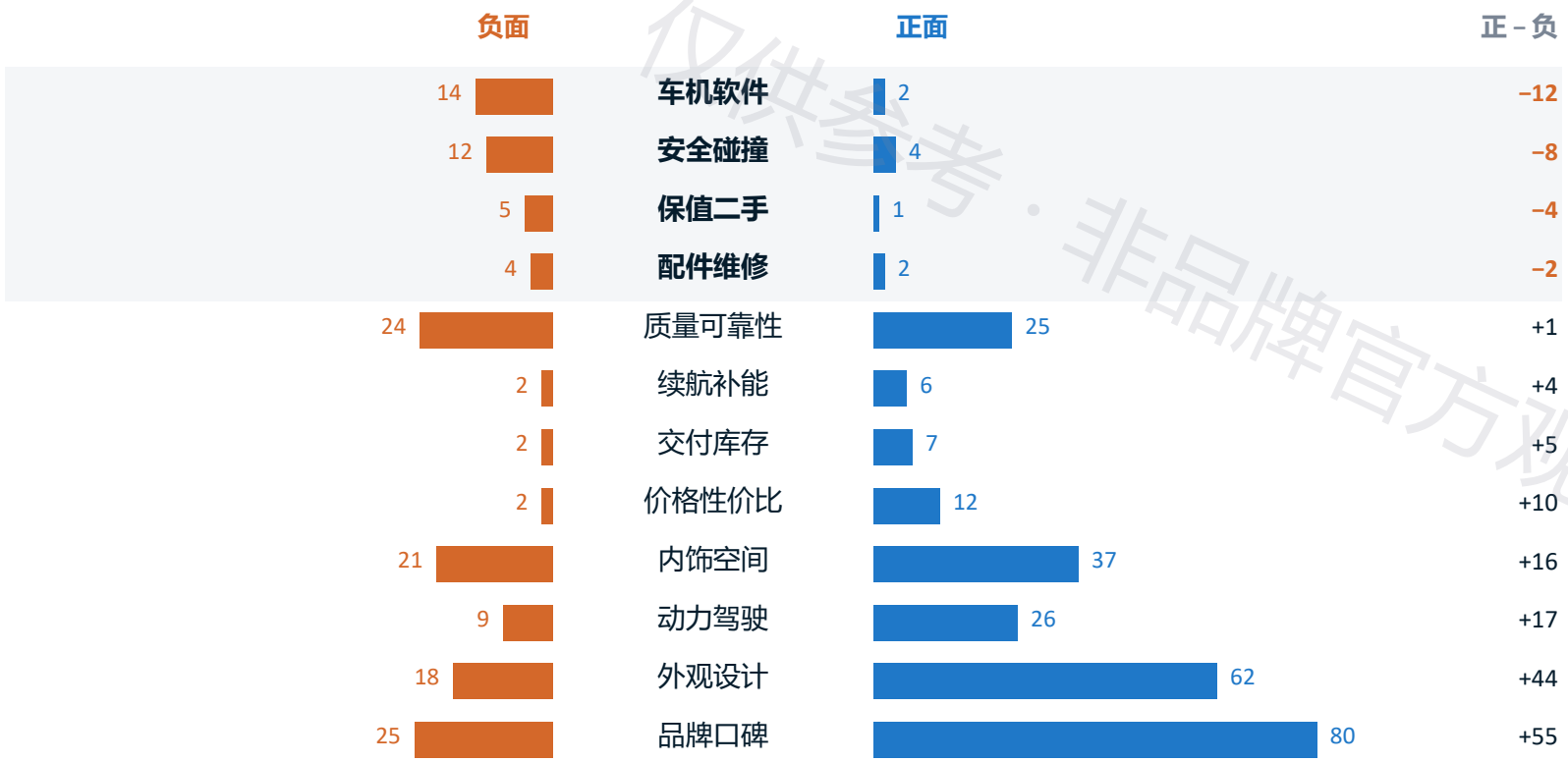
来源：AutoMusic 海外舆情监测，本期分车型数据，提及 ≥ 30 次的车型。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

话题正负面与主要问题

智能座舱软件负面 14 次、正面 2 次，安全 12 / 4；质量可靠性从上期 21 / 3 变为 24 / 25；品牌、外观正面占优

各话题负面与正面提及（次），2026-10-17 至 11-14，按（内容 × 话题）计



仅供参考 · 非品牌官方观点

车机软件 · 负 14 / 正 2

挪威的远程访问测试、Ruter 订单的索赔报道和荷兰政府的表态被反复引用，并和 Arriva 的新订单联系在一起。

内饰空间 · 负 21 / 正 37

正面占优。负面指向司机工作条件：荷兰工会的警示、英国司机因肩伤辞职的帖子。

质量可靠性 · 负 24 / 正 25

上期 21 / 3，本期正负持平。负面是英国的座椅面料、墨西哥评论对耐用性和雨天短路的担心。

来源：AutoMusic 海外舆情监测，本期话题与问题数据、本期结论。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

建议

先回应远程访问与数据安全的讨论，再处理司机工作条件和乘坐体验的意见

仅供参考·非品牌官方观点

	建议	依据
1	挪威与荷兰：公开远程访问的权限范围、数据存放位置和第三方审计结果，供运营商和采购方引用；Arriva 订单交付前先向荷兰主管部门说明	智能座舱软件负面 14 次、正面 2 次；这类讨论会影响公共采购
2	英国与荷兰：收集司机对驾驶位、方向盘和座椅调节的意见，给出改进方案和时间；与 Stagecoach 核对 X7 线路车型的座椅面料选配	内饰空间负面 21 次；英国负面的 50% 出自一条乘坐评测
3	哥伦比亚：说明 E18、E9 的交付进度和当地的服务与用工安排；墨西哥：新线路投运前公布爬坡与载客测试结果	哥伦比亚 73 条，上期 7 条

下一步　下期月报跟踪 Arriva 订单在荷兰的讨论，以及英国、哥伦比亚新车投运后的乘坐评论。

来源：作者根据本期口碑数据提出的建议，非品牌方内部结论。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。

数据使用限制

整体区间 ±4.2%，方向可判断；升幅里有新增渠道的成分，与上期比较只看方向

样本规模

整体区间 ±4.2%；少于 30 条的市场与车型只列示，不作判断。

132 条内容无法判定市场，仅从分市场统计中排除。

英国负面的 50% 出自一条视频；132 条内容无法判定市场，只不计入分市场数字。

情感判断

情感判断尚未与人工基准标注核对，准确率暂不对外给出。

区间按内容逐条计算，未计入同一主帖内评论的相关性与分类误差。

渠道采集

本期扩大了市场范围，并新增 TikTok、Instagram、 Facebook。

本期没有同口径竞品对比与门店评价数据。

远程访问的测试结论、索赔和订单数量来自媒体报道与网友转述。

仅供参考，非品牌官方观点

读数规则 **两个估计值的 95% 区间重叠时不作高低判断；少于 30 条的细分只列示，不作判断；采集条数不等于声量。**

来源：AutoMusic 海外舆情监测，本期结论「使用限制」。

本报告基于公开网络内容的自动化口碑监测，数据与观点不代表相关品牌，未经核实请勿作为事实引用。