

证券代码：600469

证券简称：风神股份

风神轮胎股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-001

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与活动机构	国海证券 易方达基金 广发基金 国寿养老 富国基金 鹏华基金 华泰保险资管 国泰基金 太平养老 长城财富 东方红 国信永丰 拾贝投资 华夏未来资本 福泽源 中金资管 中泰自营 山西证券
时间	2026年3月13日 14:00-16:00
地点	河南省焦作市中站区丰收路中站段 3529号
上市公司接待人员	董事长、总经理：王建军 董事、副总经理：郭占强 董秘、证代及研发、生产、采购、销售、财务等条线负责人
投资者关系活动主要内容介绍	<p>相关机构参观了风神股份展厅及制造工厂，并与公司进行交流。讨论的主要内容为回答投资者提问，问答情况如下：</p> <p>1、关于老厂区设备更新改造，成本管控和未来竞争力的提升幅度预计是什么样子的？</p> <p>答：关于老厂区设备更新改造对成本和竞争力的影响，公司主要围绕老设备更新、自动化升级和绿色化改造三类方向推进。从财务角度出发，公司优先选择收益最显著的工序进行投入；同时，电硫化装置改造也在行业内较早布局，收益良好。除成本端的影响外，设备优化还将带来质量精度、产品均匀性等隐性竞争力的提升，并为员工体验、管理水平和智能化数字化建设奠定基础。需要强调的是，设备更新并非单纯追求降本，公司产品的特点是复杂度高、细分领域难度大，因此工艺升级更多是基于产品落地的需求，旨在拉高产品档次，实现高端化发展。</p> <p>2、关于2万套的巨胎项目，想咨询一下对巨胎市场的展望。</p> <p>答：公司2万套巨胎项目已于2025年5月开工建设，整体建设周期预计24个月。关于巨胎市场的展望，可以从三个层面来看。第一，市场方向以海外为主，但国内也是重要的目标市场，重点聚</p>

焦海外及高端客户。第二，虽然国内已有其他企业布局巨胎，但这一领域的竞争核心不在于市场拓展的速度，而在于产品是否真正过关。未来即便竞争加剧，我们依然具备充分信心，关键在于回归产品本质，以产品力支撑市场地位。第三，巨胎市场布局窗口期尚需一定时间，我们制定了 2030 年发展目标，力求届时实现稳固的市场地位，这一节奏是务实和客观的。

总体来看，巨胎市场空间广阔，只要产品过硬，就有机会持续拓展，预计存在五到十年的战略窗口期。

3、从红海里面找到了蓝海并快速布局，针对海外客户如卡特彼勒，有什么销售上的安排？

答：整体而言，当前销售策略以本地化子公司为主，原有渠道为辅，形成多层次、互补型的海外销售体系。首先，风神在海外市场已具备一定基础，比如公司的卡客车胎在欧洲及亚太地区表现良好，积累了较为稳定的客户资源和品牌影响力。目前，部分巨胎产品已通过现有渠道进入欧洲等市场，借助既有网络触达大型终端客户，形成初步销售。其次，我们加快推进本地化布局，设立海外子公司，推进销售、服务、供应链及结算的全面本地化。通过本地化团队建设，我们积极引入国际顶尖企业的专业人才，并结合原有营销体系进行市场渗透。第三，PTN 的渠道资源为我们提供了新的增量空间。PTN 在全球拥有 16 家子公司，渠道网络丰富。例如，在北非及埃及等市场，我们借助其渠道实现了工程胎的销售落地，验证了协同效应的可行性。

4、像海安集团、赛轮轮胎也在做巨胎，咱们跟他们的差异化竞争主要体现在哪些方面？

答：在巨胎业务上，我们与海安、赛轮等企业的差异化主要体现在三个方面。首先是战略导向，我们更加聚焦客户需求，根据客户实际需要反推自身能力的提升。其次是研发路径，我们高度注重应用场景，强调通过实际工况定义产品，持续投入原创性技术研发，力求在材料、结构、工艺等关键环节形成自主优势。最后是制造理念，我们坚持深耕专项生产工艺，注重制造过程的积累与沉淀，认为这种长期专注所形成的制造能力本身就是难以复制的竞争力。此外，我们借助央企平台优势，利用人才、融资、新质生产力支撑等方面的优势，积极发展巨胎业务。

5、我们产能利用率相比海安有差异，原因是什么？

答：公司 2025 年的 1.12 万条产能属于理论产能，之前 8,000 条是在 2023 年末才完成设备安装，随后进入调试和新产品测试阶段，这一产能提升过程通常需要数月甚至一年以上，2024 年 6 月

份开始投产，产能释放存在逐渐爬坡的过程。相比之下，海安的设备布局较早。

6、巨胎定价策略是怎样的？

答：公司巨胎定价模式偏向锚定国际品牌，我们是市场的维护者不是破坏者。我们深知，一旦采取低价竞争策略，不仅会损害市场生态，也难以支撑品牌的长期建设。基于长期深耕巨胎市场的战略考量，我们选择对标国际巨头，通过持续提升产品力来推动品牌力的成长。目前，无论是在国内还是海外市场，我们的产品价格均处于国产轮胎品牌的较高梯队。

7、工程机械轮胎国内竞争态势怎么样？

答：工程机械轮胎种类多，其中竞争较为集中的领域是宽体自卸车用轮胎，这一细分市场源于国内特有的车型创新，海外之前并无直接对标产品。近年来进入该领域的企业较多，但真正具备产品力并形成稳定市场地位的仅有三四家。相比之下，装载机轮胎等传统品类技术已趋成熟，市场竞争相对温和。海外市场方面，中国品牌整体仍处于开拓初期，进入门槛较高，对产品性能要求严苛，但仍有成长空间。风神在宽体自卸车轮胎领域具备较强的产品力，价格和盈利水平均处于较好状态。

8、PTN 扭亏有什么动向？

答：公司目前持有 PTN 10%股权，受托管理 PTN 90%的股权，公司计划从三个方向推进 PTN 未来的盈利提升策略：第一，优化产品结构，扩大销售规模。PTN 目前受制于较高的生产成本，因此对价格敏感，首要任务是将第一梯队产品的销量做到最大，以规模效应摊薄固定成本。第二，深化与风神的协同效应。在销售、研发、采购等环节相互借力，通过资源整合和体系共享，提升 PTN 的销售能力，同时降低运营成本。第三，实施降本举措。由于当前成本结构中部分因素较为刚性，短期内降本难度较大，后续将通过设备更新和产能结构调整等方式实现降本。

9、怎么看待农业胎市场？

答：关于农业胎市场，可以从地域、车型和产品三个维度理解其层次丰富的结构。从地域来看，不同市场对轮胎的技术要求差异显著，如亚洲等发展中地区以斜交胎为主，而欧美等发达市场则普遍采用更高端轮胎，大型收割机等高端农机的轮胎配置价值较高。从车型来看，拖拉机占据约七八成的市场份额，其轮胎价值相对较低，而收割机等大型机械对轮胎的承载、压地等性能要求更高，价值也更大。从产品来看，即使是同一车型，因作业环境和要求不同，

	<p>轮胎配置也存在较大差异。此外，随着发达国家农业机械向细分领域发展，割草机、打药机、打捆机等专用设备催生了多样化的特种轮胎需求，高端产品价格高，市场空间可观。展望未来，全球农业机械化持续推进，中国市场也将朝着大型化、子午化、高端化方向发展。</p>
附件清单 (如有)	无