证券代码：834599

证券简称：同力股份

公告编号：2025-120

陕西同力重工股份有限公司

投资者关系活动记录表

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

一、投资者关系活动类别

特定对象调研

业绩说明会

媒体采访

现场参观

新闻发布会

分析师会议

路演活动

其他

二、投资者关系活动情况

活动时间：2025年8月25日

活动地点：线上交流会

参会单位及人员：西部证券，华夏久盈，开思基金，北大方正人寿保险，景顺长城基金，兴华基金，平安理财，递归私募，东证融汇资管，华安资产，高腾国际资产，国泰海通，中海基金管理有限公司，兴证全球基金管理有限公司，华夏基金管理有限公司，中天汇富基金管理有限公司，开源证券股份有限公司，中泰证券股份有限公司，长江证券股份有限公司，兴业证券股份有限公司，山西证券股份有限公司，平安证券股份有限公司，泰石投资管理有限公司，尚诚资产管理有限责任公司，冰剑投资管理有限公司，递归私募基金管理有限公司，三登投资管理合伙企业(有限合伙)，苏豪投资集团有限公司，三鑫资产管理有限公司，点石成鑫资产

管理有限公司,晨鸣资产管理有限公司,星允投资管理有限公司,青创伯乐投资有限公司,天猷投资,禾升投资。

上市公司接待人员: 公司董事会秘书杨鹏先生。

三、 投资者关系活动主要内容

问题 1: 公司上半年末, 公司前五大客户的应收账款账龄和回款情况如何?

回答:公司财务报表附注中对应收账款等信息有详细的披露。公司一年期以内的应收账款占比基本稳定在 90%以上, 整体业务中全款业务占比约 15%。全款业务并非一次性收款, 也是分几期进行, 目前全款业务占比较小。分期业务方面, 新能源、无人驾驶产品因单车价格 200 万左右, 客户采购压力大, 公司和市场整体情况相同一般提供一年左右的分期, 导致应收账款回收期延长。融资租赁业务占比约 40%, 理论上销售后可实现收款, 但融资审批放款需约两个月左右, 导致 5 月、6 月发出的车辆款项在应收账款挂账, 回款延迟至 7 月和 8 月。此外, 销售增长及业务季节性也导致应收账款余额增加。

问题 2: 公司在新疆地区业务增长显著而其他地区传统业务增速下滑的主要原因是什么?

回答:其他地区传统业务下滑是因为开工率不足, 没有增量业务。公司严格风险管控, 放弃部分风险较高的业务, 主要与开工率好、运营质量高的项目客户开展合作, 避免为高风险业务; 目前, 除新疆外的露天煤矿市场普遍面临开工率不足、客户盈利能力压力大的情况。新疆业务增长主要有两方面原因: 一是新疆存在增量需求, 开工率高, 老客户经营质量好、还款能力强; 二是公司在新疆市场布局早、客户基础好, 也有其他地区部分优质客户因本地开工率不足转移至新疆施工, 公司随之跟进服务这些老客户。

问题 3: 新疆地区露天煤矿开采的提升情况如何, 公司后续在新疆地区有何发展规划?

回答:新疆作为主要增量市场, 新开工项目较多, 但从项目开工到转化为车辆采购存在时间差, 目前报道的新项目落地买车施工还需一段时间。公司一直高度重视新疆市场, 销售资源配置优先倾斜, 当前新项目的推进已确保明后年业务的稳定性, 预计未来两年、三年甚至五年新疆仍是主流增量市场。

问题 4: 新能源产品中纯电和增程车型的具体占比是多少? 全年新能源车渗

透率及车型结构目标如何？

回答:当前新能源产品中增程车型占比约三分之二，纯电车型占比约三分之一。随着基础设施完善和矿区环保、碳排放要求提高，未来露天煤矿将逐步向纯电车型过渡，纯电比例会继续增加，因纯电车型零排放且能帮助矿区争取更多开采资源政策便利。新能源产品渗透率加速提升，全年将达 50%左右。

问题 5：2025 年上半年新能源车型价格环比降幅是多少，未来价格战激烈程度如何，公司将如何维持毛利率水平？

回答:2025 年上半年新能源车型价格环比降幅约为 1-2 个百分点，主要因市场竞争导致，上游材料端（电池、电机）成本无明显下降。公司认为未来价格不会大幅下滑，新能源产品毛利水平仍将高于油车，公司会通过扩大生产规模、优化设计等措施降低成本以稳定毛利。

问题 6：公司未来在海外市场的拓展策略是怎样的？

回答:公司海外市场拓展坚持以经销商为主，同时与央企、一带一路出海的国内大型矿业公司、工程公司合作，并积极对接力拓等国际矿业公司及国际知名工程机械公司。通过借助多方外部资源共同推进，以降低自建销售和服务机构的高费用，待市场规模增加后，再考虑在更大的区域市场设立直销服务点及海外总装厂。针对部分国家高税负问题，未来可能采用海外组装方式降低税收风险。海外市场开拓，公司整体策略注重稳妥推进，避免因冒进导致的风险。

问题 7：200 吨产品推出后预计对海外市场有何推动作用？

回答:200 吨产品在技术上是标杆，体现公司具备进入高端市场的能力，可作为品牌和技术实力的象征，为进入澳大利亚、北美等高端市场铺垫。但该产品销量预计较小，远低于公司宽体车年销量。短期来看，推动海外市场总量和利润增长仍需依靠 90-130 吨左右的宽体车。

问题 8：公司与力拓集团的合作项目推进情况如何，首批交付是否完成，后续订单规模和交付节奏预计怎样？

回答:公司与力拓集团合作进展顺利，已高标准交付 7 台纯电 135 非公路自卸车，目前在外蒙古的铁矿项目使用。后续会有更多订单，尽管目前数量较少，但力拓作为全球三大矿业巨头，具有强大的号召力和影响力，也会树立很好的标杆示范效应，将吸引更多矿业公司关注公司产品。

问题 9：公司预计 2025 年全年研发费用率将维持在什么水平，研发投入会集中在哪些具体产品或项目？

回答：2025 年全年研发费用率将维持在 3%以上，主要研发投入集中在新能源、无人驾驶领域。尽管 135 系列新能源产品已推出，但产品升级迭代持续进行，从 135 到 145、180、220 等每一代新产品，均需投入一定批量试制车、试验车，相关费用全部计入研发费用。公司会继续加大研发资金及资源投入，若研发试制车最终实现销售，将按照会计准则规定确认销售收入并冲销研发费，可能导致研发费用存在小的波动，但不剔除冲回部分的话，研发投入呈逐步增加趋势。

问题 10：180 吨级产品在西藏矿区的测试进展如何，预计何时完成测试并实现批量销售？

回答：180 吨级产品已试制结束，达到设计要求和标准并完成设计验收。但因该刚性矿车价格较高，国内客户存在顾虑，目前仅有部分客户在试用，尚未实现批量销售。

问题 11：公司在新能源和无人驾驶产品上的定价与主要竞争对手相比处于什么水平；在未来行业价格战趋势下，公司将采取哪些举措？

回答：公司新能源和无人驾驶产品的定价在同行业中处于较高水平，一般会比同行业高两三个点。对于大的招投标项目，若客户采购量大、付款条件好（全款或短分期）且品牌力强，公司会适当放宽销售政策。公司将一直坚持高品牌、高价值的定价策略，凭借产品品质、售后服务等优势维持竞争力。

问题 12：海外订单中矿卡类型（燃油、新能源、大型化）的占比如何，客户接受度及未来预期怎样？

回答：海外销售以燃油车为主，占比约 70%-80%，新能源占比约 20%-30%。大型化产品占比约 30%以上，以 TL89 等成熟产品为主。客户对新能源因基础设施和观望态度接受度有限，未来通过经销商、央企外贸、海外矿业合作等渠道推广、力拓等标杆客户宣传等多种方式推动。

陕西同力重工股份有限公司

董事会

2025 年 8 月 27 日