

证券代码：920599

证券简称：同力股份

公告编号：2026-029

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：2026年4月13日

活动地点：线上交流会

参会单位及人员：华源证券，开源证券，申万宏源证券，西部证券，创金合信基金管理有限公司，中信建投基金管理有限公司，景顺长城基金管理有限公司，平安基金管理有限公司，富国基金管理有限公司，新华基金管理股份有限公司，同泰基金管理有限公司，汇丰晋信基金管理有限公司，华泰柏瑞基金管理有限公司，淳厚基金管理有限公司，中国国际金融股份有限公司，信达证券，深圳中天汇富基金管理有限公司，大湾区发展基金管理有限公司，上海益和源资产管理有限公司，招银理财有限责任公司，上海东方证券资产管理有限公司，和泰人寿保险股份有限公司，宁银理财有限责任公司，阳光资产管理股份有限公司，华鑫证

券有限责任公司，银华基金，国投证券股份有限公司，广东正圆私募基金管理有限公司，世纪证券有限责任公司，鹏扬基金，巨杉（上海）资产管理有限公司，华能信托有限公司，统一投信，中邮创业基金管理股份有限公司，彬元资本，中泰证券股份有限公司，长江证券股份有限公司，山西证券股份有限公司，北京青创伯乐投资有限公司，民生证券股份有限公司，联储证券股份有限公司，东北证券股份有限公司，国泰海通证券自营部，光大保德信基金管理有限公司，信达澳银基金管理有限公司，农银人寿资管管理有限公司，长安国际信托股份有限公司，上海睿源私募基金管理有限公司，上海临信资产管理有限公司，上海开思私募基金管理有限公司，上海汇瑾资产管理有限公司，上海顶天投资有限公司，深圳市前海夷吾资产管理有限公司，深圳市明达资产管理有限公司，绍兴冰剑投资管理有限公司，开弦资本管理有限公司，杭州深沃投资管理合伙企业(有限合伙)，广东温氏投资有限公司，圆石投资，宽远资产，友邦资产，上银基金，泾溪投资，滦海投资，长城财富保险资管，阳光保险。

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 2025 年的整体实际产能及产能利用率情况如何？

回答：2025 年公司生产约 5500 多台，采用以销定产模式，生产与销售实时匹配。设计产能为 6000 台，但因产品性能变化较大（单车尺寸、载重增大 50%左右）及仓储物流限制（车辆增大导致场地存放量减少），当前已接近满产状态。生产不饱和时通过加强零部件自制提高效率，人均产值、净资产收益率等指标说明生产效率非常高。

问题 2：2025 年公司经营性现金流减少及存货占收入比例提升的原因是什么？

回答：存货占比提升主要因电池供应紧张导致电池成本增加，以及在途车无法确认收入（客户未签署验收文件或验收周期未到），使得车辆无法转成本。经营性现金流减少主要因采购付款较 2024 年多支付 7-8 亿现金（减少票据支付、增加现金支付以换取供应商价格折让），销售回款与 2024 年持平。

问题 3：燃油车与新能源车的单价情况如何；新能源车新品的毛利率情况如何？2026 年全年毛利率展望如何？

回答：燃油车单价按每吨运能约 1 万多元，主力 89 型号价格为 90-100 万；新能源车中 135、145 型号含电池价格为 200 多万（最大电池已达 1200 度），不含电池价格约 150 万左右。新能源车含电池价格比燃油车高一倍。新能源产品的毛利率约为 25%左右，比燃油车高 4-5 个百分点。2026 年全年展望：国内市场下行企稳，海外市场保持较高增长；国内目标与去年持平或微增，将通过提升市占率实现微增。在没有更多新产品推出的情况下，国内竞争激烈，毛利率可能会有小幅下滑。

问题 4：公司 2025 年新能源化、无人化产品的全年占比情况如何；新能源电池涨价对公司有何影响？

回答：2025 年新能源产品销量占比超过 60%，其中一半新能源车辆配备线控底盘；需注意部分新能源车为无动力车（不含电池），价格较低，收入占比与销量占比不完全同比例。2026 年行业新能源认可度快速提升，海外市场新能源需求明显上量，充电设施逐步完善；海外产品以 88、89 型号为主，120 及以上型号较少，国内则以 135、140 型号为主，海外新能源产品需求正进一步提升。

电车电池涨价对公司影响不大，公司动力电池因矿区使用要求（防撞击、循环次数等）价格本就较高，且采用长协价，至少短期不会有较大变动；若后续电池大幅涨价，公司会适度调整产品价格。

问题 5：公司 TED136 电传动刚性矿卡和 EQ100E 无人驾驶矿卡等新品的市场验证、客户验证及批量订单情况如何？

回答：TED136 电传动刚性矿卡已研发成功，目前仍在矿区反复进行测试和试验，因价格大幅高于现有宽体车（135、145 型号）且运能提升有限，客户需求不强，暂未批量销售，公司将持续完善产品，待国内外客户有需求时再推进。与易控联合研发的无舱室无人驾驶矿卡（EQ100E），无驾驶室设计可节省空间以容纳更多电池，还能减重，也考虑后续维修便利性，核心在于智驾系统和线控底盘，线控底盘与有驾驶室车型基本一致。

问题 6：2025 年海外业务的规模、新能源渗透率及销售区域分布如何？

回答：2025 年海外直接报关出口额约 10 亿元，若含央企中资施工外带则达 14-15 亿元；海外新能源产品渗透率逐步提升。海外销售区域：东南亚、外蒙古、中亚、中非北非、南美等。去年海外业务实现了较高增长（包含施工外

带)；今年在客户对中国产品认可度提升、新经销商拓展、直销增加、央国企合作及海外矿业公司合作等因素推动下，预计将实现较好增长；海外市场本身仍有较大增速空间。

问题 7：子公司同力科技的净利润增长幅度较大（约 1.4 亿元），其商业模式、市场区域、客户情况如何？同力科技的新能源车产品与母公司的产品有何区别？

回答：同力科技是公司前几年专门成立的子公司，独立开展新能源产品业务，初期独立发展，目前其定位是母公司的补充：一方面为母公司主力客户承担部分生产任务，另一方面承接新势力贴牌等细分订单，同时自主拓展总包服务业务。它并非完全独立的新业务，生产与母公司随时调配（母公司订单多则给子公司，订单少则子公司生产减少）。因与母公司产品相同，单独拆分分析意义不大。

问题 8：公司年报提到推进总包服务模式及与海外矿业巨头探索代工模式，请详细介绍这两块业务情况？

回答：代工业务方面，公司正积极与力拓、淡水河谷等国际矿业巨头及小松、沃尔沃等工程机械巨头开展代工合作，目前已迈出第一步。其中，力拓、淡水河谷等有色矿业公司短期难以快速形成较大销量，但标杆作用明显，具有推广效应和行业带动作用；小松、沃尔沃等工程机械公司因优先推广自有矿卡，且对矿用车标准要求高导致生产周期拉长、成本大幅提升，代工产品成本较高，短期难有大量订单，仅作为渠道补充。核心业务仍以直销或经销商拓展露天煤矿、工程类公司为主。

问题 9：2026 年公司有哪些新看点？新研发车型情况如何？2026 年核心营收和利润增量主要来源于下游哪个领域？

回答：2026 年主要看点及增量来源如下：一是海外销售，去年补充渠道后今年有望实现较好收成，值得期待；二是海外服务业务，包括维修服务和总包服务，该业务有增量、利润水平高且能增加客户粘性，今年明年将逐步在报表中体现，配件销售等后市场服务收入规模会不断增加，未来将成为利润增长点；三是国内业务在稳健基础上提升市占率。新研发车型方面，首台 TED136 电传动刚性矿卡已下线，与易控智驾合作的 BQ100B 迈入整车原生、架构重构的新

时代。

问题 10：公司前五大客户集中度变化情况如何？2025 年对洛阳钼业、紫金矿业等头部矿业客户的交付量及订单金额情况如何？

回答：公司主力市场仍为露天煤矿（占比 80%左右），前五大客户均为露天煤矿相关企业（含易控、伯镭，二者部分自持、部分联合推广），目前非煤客户未进入前五大。洛阳钼业、紫金矿业是公司海外市场开拓的标志性客户，也是全球头部矿业公司，对于绑定有色领域头部企业及拓展海外市场有巨大的意义（通过其带动周边采购推广）。

问题 11：2025 年非公路宽体自卸车行业整体需求与 2024 年相比有何变化？

回答：2025 年国内非公路宽体自卸车需求下滑明显，2025 年国内销量约 1 万-1.2 万台（较此前 1.6-1.7 万台下滑），公司市占率提升较 2024 年提升；海外 2025 年销量约 8000 台左右，较 2024 年有明显增长。国内需求虽数量下滑但车型大型化，收入未同比例大幅下滑，判断 2026 年国内需求持平或略降；海外的车型结构变化不会变化很大，大型车基本触及行业天花板，需求量将保持较高增长，因海外市场已拓开且客户对中国产品认可度高。

问题 12：销售费用增长幅度高于营收增速的主要驱动因素是什么？是否主要用于海外市场开拓？

回答：销售费用增长高于收入增长主要因海外业务拓展，包括新增人员、差旅费、海外服务等固定费用（前期拓展阶段先产生费用，后续订单转收入体现），海运费涨价也是部分原因。

问题 13：截至目前无人驾驶车型（含无驾驶舱、有驾驶舱）的收入规模如何？2026 年无人驾驶方向有何目标？

回答：2025 年新能源车型销售占比超 65%，其中 50%装有线控底盘，对应无人驾驶线控底盘车收入占总营收的 30%左右。2026 年公司仍聚焦整车、线控底盘，加强维修服务能力，提供专业总包服务模式，目标是做好后勤保障，通过卖车（卖给客户、第三方平台等）实现业务推进。

问题 14：后市场服务的发展趋势如何？未来收入占比目标是多少？

回答：海外客户对后市场服务需求强烈；国内因新能源车辆集成化、智能

化提升，客户难以自行维修，将逐步接受专业维修服务。总包服务可通过同力云服务体系提供数据支持，减少客户维修费用和停工损失，创造价值。后市场服务毛利水平较高，未来收入占比目标为 20%以上。

陕西同力重工股份有限公司

董事会

2026 年 4 月 15 日