

证券代码：920599

证券简称：同力股份

公告编号：2026-069

## 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 8 月 27 日

活动地点：线上交流会

参会单位及人员：创金合信基金、中信证券、华源证券、申万宏源、东方财富证券、东吴证券、广发证券、开源证券、广发基金、银河基金、富国基金、嘉实基金、交银施罗德基金、华宝兴业基金、吉祥人寿保险股份有限公司、永安财产保险股份有限公司、太平养老保险股份有限公司、中宏人寿、和泰人寿、国寿养老、上海申银万国证券、第一创业证券、国泰海通、广东睿璞投资管理有限公司、上海鹏山资产管理有限公司、华夏理财有限责任公司、上海恒穗资产、鹏华基金、华安基金、国联证券、中邮创业基金、国泰君安国际、苏创投、财信证券、美财富、宁银理财、红象投资、长城基金、圆信永丰基金、睿郡资产、东兴资管、

杭州世嘉投资有限公司、中信期货、方圆基金、青骊投资、上海双城私募基金管理有限公司、Zhejiang MiYin Investment Management Co., Ltd.、上海五地私募基金管理有限公司、中再资产管理股份有限公司、广东温氏投资有限公司、深圳市领骥资本管理有限公司、苏州高新私募基金管理有限公司、深圳市尚诚资产管理有限责任公司、昆仑信托、上海汇瑾资产管理有限公司、大湾区发展基金管理有限公司、天罡股份、深圳市前海夷吾资产管理有限公司、先锋基金管理有限公司、海富通基金管理有限公司、中庚基金、信达证券、东北证券、上海艾叶私募基金管理有限公司、上海松熙私募基金管理合伙企业(有限合伙)、上海溧海投资管理有限公司、上海云汉资产管理有限公司、鸿运私募基金、浙江誉文投资管理有限公司、北京珺洲私募基金管理有限公司、宽远资产、上海文多资产、广东正圆私募基金、重庆渝汇投资(集团)有限公司、上海益和源资产管理有限公司。

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 1：2026 年上半年国内宽体自卸车行业下游需求结构有什么变化？**

**回答：**2026 年上半年国内市场需求中，露天煤矿需求占比从 2025 年的 78% 左右下降到 72% 左右；有色金属需求占比从 2025 年的 10% 左右增长到 18% 左右；水泥、建材、砂石骨料领域需求继续小幅下滑。

**问题 2：2026 年上半年海外宽体自卸车市场各区域增长情况如何？**

**回答：**2026 年上半年海外市场除蒙古国出现小幅下滑外，其余区域均实现较大幅度增长。第一大区域东南亚（印尼及周边国家）实现增长，第二大区域中亚等国家实现增长，第三大区域中非、南非、北非实现增长，新拓展的巴西、智利、墨西哥等市场也保持增长。

**问题 3：2026 年上半年同力股份的整体销量、内外销表现及市占率情况如何？**

**回答：**2026 年上半年公司总销量为 3200 多台，其中国内销量 2500 多台，同比 2025 年增长 7%，在国内行业整体下滑的背景下实现逆势增长，国内市占率进一步提升；海外直接报关出口销量 760 台，同比 2025 年增长 58%。

**问题 4：2026 年上半年煤炭价格回暖背景下，国内露天矿的开采量、动工情况如何，未来国内露天煤矿开采领域的需求趋势是怎样的？**

**回答：**2026 年上半年虽然煤炭价格有所回暖，但露天矿开工率依然不足，整体需求没有较大增长。近几年煤炭下游需求大幅下降，国内煤炭总产量连续几年保持在 50 亿吨的水平，露天煤矿暂无大的增量需求，当前需求以存量替代为主，主要是原有车辆更换为大型化、新能源或者无人驾驶车型。中长期来看，国内煤炭总规模将保持稳定，随着原有井矿的退出，全部由露天煤矿补充产能，叠加国家规划露天煤矿开采占比目标提升至 30%（当前为 23%，对应 10 亿多吨开采量，若达到 30%占比对应 15 亿吨开采量），因此从中长期看国内露天煤矿开采领域需求仍有较大增长空间。

**问题 5：同力股份海外业务的需求结构是怎样的，未来结构趋势如何？**

**回答：**2026 年公司海外业务的结构为：露天煤矿占比约 38%，有色金属占比约 40%左右，建设工程领域占比约 22%。未来海外业务中煤矿的占比会继续有所增长。

**问题 6：同力股份海外业务未来的增长预期是怎样的？**

**回答：**海外宽体自卸车市场容量较大，既有替代原有公路重卡的需求，也有替代刚性矿卡的需求，市场空间广阔，预计未来 5-8 年公司海外业务仍将保持较高增速。

**问题 7：公司 2026 年上半年业绩表现显著优于行业的具体原因是什么？**

**回答：**国内市场方面，2026 年上半年公司国内销量同比增长 7%，是国内行业唯一实现增长的，增长主要得益于先发优势与产品品质受到广泛认可，尤其是新能源领域大客户的采购认可度较高。海外市场方面，2026 年上半年公司海外收入同比增长 40%以上，海外高增长主要有四方面原因：一是中国企业海外施工带来的直接采购需求增幅较大，包括施工带出国的设备采购以及中国企业海外子公司的直接采购；二是以前年度布局的经销商在 2026 年陆续实现销售，渠道布局进入收获期；三是已实现对力拓等国际矿业公司的销售，且标杆带动作用明显；四是已与小松、沃尔沃达成代工合作，产品贴对方品牌进入其海外销售渠道进行销售。

**问题 8：公司海外业务的长期规划是什么，未来的业务结构有什么发展目标？**

**回答：**公司当前将核心资源向海外业务倾斜，2026 年已为海外业务招聘了

100 余名服务经理，后续会持续拓展销售渠道、服务渠道以及海外总包服务业务。长期目标方面，未来在海外使用的产品占比目标达到 70%以上，国内作为基本盘保持稳定。同时会重点拓展后市场服务业务，未来后市场服务收入目标占比提升至 20%以上，作为收入的补充支撑，推动公司未来几年实现持续增长。

**问题 9：公司配件业务增长亮眼的主要原因是什么？哪块业务提升较大？如何看待配件业务的提升空间？**

**回答：**油车时代公司主动放弃大部分配件及售后服务业务，原因一方面是公司自营该类业务成本高于个体服务商，另一方面客户自行维修可降低维修保养成本，因此公司不与个体从业者竞争该类小额收益。随着车辆向大型化、新能源、无人驾驶方向发展，个体服务商及客户自身没有能力维修高压部件、集成件等相关配件，公司必须开展相关业务，且配件业务利润率略高于整车。目前公司同时开展三包期内外的服务配件销售，也在大规模推广全生命周期总包服务，将客户维修保养服务全打包，降低客户负担。配件业务未来收入规模将持续增长，尤其是海外客户对售后服务、保养保修体系关注度较高，参考卡特、小松等国际工程机械巨头的后市场收入占比可达 40%以上，公司规划配件等后市场收入规模做到整体收入的 20%以上，利润率略高于整机即可，避免给客户造成过重成本负担，未来配件会成为公司收入来源之一。

**问题 10：目前公司出口产品中新能源产品的占比大概是多少？**

**回答：**2025 年公司出口产品中新能源占比约为 10%以上，2026 年出口的新能源占比已经提升至 40%左右。

**问题 11：公司海外销售的不同模式下定价、毛利率有何差异？国内销售、国内客户施工外带、纯海外销售三类业务的毛利率是否是依次递增的关系？**

**回答：**公司海外销售及相关模式的定价、毛利率情况如下：1. 直销给海外客户：采用海外直销价格体系，毛利率最高。2. 海外经销商模式：经销商可以买断小部分周转车，其他订单根据需求直接向公司采购发货，价格和毛利率水平与海外直销接近。3. 国内客户采购后带往海外施工使用：若需要公司提供海外服务，价格比国内销售高 5-8 个百分点；若客户主动放弃三包期内外的服务，可采用国内价格。4. 中资企业海外子公司直接海外招标采购：适用和海外直销一致的价格体系。国内销售、国内客户施工外带、纯海外销售三类业务的毛利率确实是依次

递增的关系。

**问题 12：后续公司国内销售的毛利率能否维持在 20%左右？国内燃油车和电动车的毛利率分别是什么水平？**

**回答：**后续国内销售毛利率会略有下降，但幅度不大，将维持在 20%左右，下降的原因一方面是海外业务占比提升会导致国内业务的规模有所收缩，另一方面是国内新能源车型毛利率有所回落。国内燃油车毛利率已经降至 17%-18%的底部区间，没有进一步下降的空间；电动车此前毛利率约为 25%以上，受竞争影响有所回落，但最低也会维持在 21%-23%的水平，不会低于燃油车毛利率。

**问题 13：公司给小松、沃尔沃代工的合作模式是什么样的？代工业务的定价、毛利率和自有品牌出口、国内业务相比有何差异？**

**回答：**代工业务由公司自主采购、自主生产，仅需要满足客户对车型的相关要求，需要公司提供服务的会额外加价。代工业务的毛利率低于公司自有品牌直接出口的毛利率，但高于国内业务的毛利率，定价设置会避免对公司现有海外价格体系造成冲击。

**问题 14：公司出口的宽体车终端客户结构是怎样的？海外宽体车电动化及微电网的应用情况如何？**

**回答：**目前公司出口宽体车的终端客户中，约一半为中资相关的企业。新能源宽体车的应用中，60%-70%集中在中资相关业务场景，这类场景也更多配套微电网项目；海外本土客户的新能源宽体车采购量目前较小，主要是部分有减碳的海外矿企如力拓在印尼、蒙古国的矿山有小批量应用。未来随着电动宽体车的经济性得到更多验证，海外本土客户的接受度会逐步提升。

**问题 15：公司海外收入中后市场业务的占比是多少？后市场业务的规划是什么样的？**

**回答：**目前海外收入中后市场业务的占比为 5%左右，尚处于发展初期。后市场业务主要包含配件销售和总包服务两类，其中总包服务能够通过日常维修保养为客户节省维修费用和时间，客户需求明确、价值创造能力突出，未来公司会大力发展后市场业务。

**问题 16：矿区无人驾驶行业当前的发展阶段、客户接受度情况以及未来发展趋势如何？**

**回答:**当前矿区无人驾驶的运行效率已经和有人驾驶基本持平,运行状态稳定,客户接受度正在逐步提升。需求端目前呈现三类采购模式:此前主力购买方是智驾公司,现在逐步新增终端客户直接采购、第三方金融公司采购后以长期经营租赁方式出租给终端客户两种模式,后者主要是因为部分客户顾虑矿区无人驾驶技术路线尚未完全定型,不愿过早购置资产。矿区场景的复杂性极高,存在场景多样性、高精地图误差、极端天气感知受限等技术无法完全解决的问题,因此后续服务能力会成为矿区无人驾驶行业的核心竞争要素,随着服务体系逐步完善,客户接受度会进一步提升,终端客户直接采购的比例也会持续增长。

**问题 17:目前公司拓展海外市场面临的主要制约因素有哪些?**

**回答:**公司海外市场拓展的制约主要来自三方面:第一是销售渠道不足,全球市场覆盖需要大量销售人员,目前团队配置尚有缺口;第二是服务团队尚在完善过程中,2026 年仅海外服务经理就已招聘 100 多人,后续还需逐步扩充;第三是海外融资渠道不足,国内融资渠道无法出境,需要与海外当地金融机构合作搭建本地融资渠道,否则仅靠全款销售难以大规模拓展,该问题短期靠企业自身难以解决,需要伴随业务扩张逐步推进,是多数出海中国企业面临的共性问题。

**问题 18:公司和力拓这类国际矿业巨头的合作模式是什么?目前海外业务的主要合作模式有哪些?**

**回答:**公司与力拓等国际矿业巨头的合作模式是直接整车销售,这类客户以有色金属矿为主,整体采购量不大,但标杆效应明显,有助于打入高端客户群体,公司会配合满足其对产品品质、个性化定制的相关要求。目前海外业务的合作模式主要有四类:一是力拓这类国际高端矿商的直接采购;二是东南亚等区域的煤炭矿方直接采购;三是海外拥有矿产资源的国内企业的采购需求;四是与小松、沃尔沃等工程机械巨头的常态化代工合作,公司为其代工生产,对方贴自有品牌在海外销售。

**问题 19:公司上半年主力在售车型的吨位分布情况如何?125-145 吨及以上的大型车型销量占比相比 2025 年有什么变化?**

**回答:**公司产品销售持续向大型化方向发展,当前 120-145 吨车型是销量占比最高的产品,占比达到 60%以上,是煤矿市场的主力车型;87/88/89 等小吨位车型主要供应小型有色矿以及海外小型矿山。

**问题 20：公司归母净利润增速高于收入增速，除毛利率提升外还有其他什么因素？**

**回答：**归母净利润增速高于收入增速主要有两个原因：一是产品销售结构优化，高毛利的海外业务销量占比提升，拉高了整体盈利水平；二是规模效应显现，费用的增长速度低于收入增长速度，对净利润形成了贡献。

**问题 21：上半年公司纯电矿卡在海外的交付情况如何？西芒杜、紫金秘鲁等项目后续是否会有追加订单或复购？**

**回答：**2026 年海外销售收入中新能源产品占比达到 40%以上，相较 2025 年的 10%实现大幅提升；同时 2026 年境内外新能源产品中纯电车型占比均超过 50%，已成为销售主力。海外新能源产品的需求主要来自两方面：一是中资出海项目的带动，配套国内微电网企业的补能解决方案推动了新能源车的应用；二是力拓等国际矿业公司为达成减碳目标，每年会采购一定规模的新能源车。西芒杜等项目随着一期、二期的持续推进，必然会产生相关设备需求，公司会积极参与竞标，目前公司在技术层面具备较强竞争力，大部分项目都有能力冲击订单，少数项目可能因价格、付款条件等因素未中标或主动放弃。

**问题 22：海外客户对宽体自卸车替代矿卡的接受度和意愿如何？公司如何看待未来海外宽体自卸车的市场空间？**

**回答：**当前海外不同区域客户对宽体自卸车的需求呈现多元化特征，整体接受度随着产品推广逐步提升：1. 不同区域需求差异：印尼露天煤年开采量超 10 亿吨，客户更偏好 85/87 吨级通过性更好的车型，对 6×6 全驱、车辆稳定性、货箱防粘接的要求更高，中等吨位宽体车可直接替代当地原有公路卡车；非洲区域央国企客户追求作业效率，145 吨级大吨位宽体车已批量发往非洲；南美区域原有 50-100 吨中小吨位刚性矿卡，宽体车凭借高性价比已获得客户认可，正在逐步实现替代；北美、澳大利亚市场以 200 吨以上大吨位刚性矿卡为主，公司暂未涉足该领域。2. 推广节奏：海外客户车辆更换周期为 5-6 年，长于国内的 2.5-3 年，因此宽体车推广和更新速度慢于国内，但也给公司留足了完善销售渠道的时间，有助于长期提升海外市场占有率。3. 替代空间：2024-2025 年全球刚性矿卡年销量约为 6000-7000 台，其中 80%以上为 200 吨以下型号，这部分刚性矿卡公司的宽体车均可实现替代，宽体车当前全球年销量已超 2 万台，未来市场规

模将持续扩大，刚性矿卡市场会逐步收缩。

**问题 23：公司和无人驾驶相关企业的合作情况如何？无人驾驶相关产品上半年订单情况如何？下半年及海外的订单趋势是怎样的？**

**回答：**合作层面，公司已与无人驾驶领域企业开展广泛合作，并且战略投资了易控、伯镭、踏歌三家智驾公司，强化上下游协作。国内市场方面，2026 年无人驾驶应用出现重要变化，智驾公司不再大规模购车持有资产，采购模式转为客户直接购买、第三方金融公司持有资产开展长期经营租赁为主，说明无人驾驶技术在矿场的适应性已经得到充分验证；海外市场方面，目前无人驾驶尚未实现批量销售，仅处于前期推广测试阶段，由于海外没有国内严格的安全生产要求、矿场招工难度低等倒逼因素，海外无人驾驶推广节奏会慢于国内。

**问题 24：公司回购股份的用途是什么？预计何时推出股权激励方案？方案的覆盖范围和考核相关安排是怎样的？**

**回答：**公司 2025 年回购 490 多万股，2026 年回购 1000 万股，合计接近 1500 万股，全部用于股权激励，主要激励对象为公司年轻骨干、主管人员，匹配公司未来五年尤其是海外业务的发展目标。

**问题 25：公司海外业务的潜在竞争者有哪些？目前海外市占率情况如何？后续是否有提升空间？**

**回答：**海外市场目前的竞争者主要是国内的三一、徐工、临工。小松、卡特、沃尔沃等海外品牌目前尚未大规模进入该领域，我们认为其后续尝试后大概率也不会大规模布局。该类产品的成本优势高度依赖国内完整高效且成本低廉的重卡供应链体系，新能源时代则进一步依赖国内完善高效且成本低的三电配套体系，上述供应链优势是海外地区难以复制的，因此最终全球范围内的竞争仍将集中在国内企业之间。行业具备技术、生产、质量、资金多维度门槛，新进入者很难实现规模化盈利，不会对头部企业造成显著影响。公司目标是通过未来几年时间，将海外市占率提升至 70%以上，目前仍有较大的提升空间。

**问题 26：公司的刚性矿卡产品相比国外巨头有什么成本优势？相关产品的定位、规划是什么？主要面向国内还是海外市场？**

**回答：**公司刚性矿卡目前已经完成 180 型、136 型的研发，暂未在国内大规模推广，主要原因是当前产品价格较高，需要等客户对大型化产品的需求匹配经

济性要求后，再直接量产投放。海外市场方面，在产品未经过国内工况验证的情况下，不会贸然推广，避免服务风险，待国内验证成熟后或有海外客户明确需求时，才会拓展海外市场。产品层面，公司刚性矿卡沿用三轴路线+新能源技术，全为国产技术，相比海外巨头的传统燃油驱动产品，成本低 40%-50%，且无论是采用增程混动技术还是轮边电机直驱技术，均具备明显优势。

陕西同力重工股份有限公司

董事会

2026 年 8 月 31 日