

证券代码：920599

证券简称：同力股份

公告编号：2026-070

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 9 月 4 日

活动地点：线上交流会

参会单位及人员：西部证券、交银施罗德基金、太平养老保险、广发基金、银河基金、中信资管、华宝基金、海富通基金、正圆投资、滦海投资、鹏山资本、华安资产、开源证券、北京珺洲。

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：公司上半年业绩增长的主要动力可以从均价、产品结构、国内外市场结构等维度做拆分说明吗？

回答：业绩增长可从国内和海外两方面拆分：国内市场方面，当前国内行业

整体微增，以存量替代为主，核心驱动力是新能源和无人驾驶产品的推广。一方面国家政策推动、用户基于未来布局考虑，提前更换相关产品，对冲了开工率不足导致的换车周期拉长的负面影响；另一方面新能源和无人驾驶产品单价更高、毛利也更高，带动收入和利润增长。海外市场方面，公司海外业务起步较晚，增长主要来自四方面：一是渠道建设不断完善，已有多个海外国家的经销商实现销售；二是直销业务也多点开花；三是已与力拓等海外矿业巨头达成直接业务合作，力拓在蒙古等项目均使用了公司 145 纯电车型，产品获得头部客户认可，对后续其他海外矿业客户的拓展有带动作用；四是与小松、沃尔沃等海外工程机械巨头达成代工合作，为其代工生产车辆贴对方品牌在海外销售，借助对方渠道覆盖公司此前未触达的市场。上述基础夯实后，未来几年海外市场有望继续保持高速增长。

问题 2：公司在煤矿、有色、砂石骨料等不同下游领域的业务表现及未来结构预期是怎样的？

回答：分国内外市场来看：国内市场方面，2025 年煤炭领域销量占国内总销量 78%左右，2026 年下滑至 70%左右，仍为第一大下游市场；2025 年有色金属领域占比 10%左右，2026 年提升至 15%-18%，是实现增长的下游市场；水泥、建材、砂石骨料领域的需求有所下滑。海外市场方面，此前煤炭、有色、工程类领域的销量约各占三分之一，2026 年煤炭领域占比小幅提升至 35%左右，有色领域占比提升至 38%-40%，工程类领域占比有所下降。未来海外市场结构预期方面，中期看煤炭和有色领域占比均能达到 40%以上；长期看煤炭领域的需求空间更大，占比有望提升至 50%以上，有色领域占比维持在 38%-40%左右，工程类领域占比将进一步缩小。目前海外非中资项目仍处于前期推广阶段，尚未进入大规模爆发增长阶段，后续煤炭领域的需求会快速释放。

问题 3：当前海外宽体车市场的高增速主要来源是什么？是对其他车型的替代，还是来自海外矿山的新增投资？

回答：当前海外宽体车市场高增速主要来自对原有产品的替代。具体替代逻辑如下：1. 产品性价比优势突出：宽体车比公路卡车性能更好、价格更低，比刚性矿卡经济性更佳，可同时实现对两类原有产品的替代；宽体车是中国全球首创，2005 年推出后海外厂商长期不认可，直到近年才发现其突出的性价比优势。2.

中国具备独家生产优势：宽体车依托国内重卡供应链体系，国内年重卡产销量超百万台，供应链稳定、高效且成本低廉，海外生产的同类产品成本比中国产品售价高几倍，不具备市场竞争力，因此目前只有国内生产宽体车。3. 替代空间广阔：海外有大量露天矿山资源，仅印尼、印度的露天煤炭产量均已接近或超过中国，海外市场中短期规模约 3 万台，长期来看至少可达到 5 万台以上；国内企业 2022 年才开始向海外推广宽体车，目前客户认可度持续提升，推广进程预计 6-8 年可覆盖全球主要市场，目标是替代 90% 的原有公路卡车需求以及 90% 的原有刚性矿卡。此外海外不同区域需求存在差异：东南亚、印尼等多雨区域偏好中小吨位宽体车，干燥区域的露天煤矿偏好大型化产品，北美、澳洲等高端市场目前以 200 吨以上大型刚性矿卡需求为主。

问题 4：公司海外市场资源优先投入方向是什么？哪些海外市场会更快实现放量？

回答：公司目前除部分特殊市场外，其余海外市场均全面推进，无明确先后之分：1. 优先全面推广的市场：除北美、澳洲外的所有具有一定规模的海外市场，公司均可立刻实现销售并提供配套服务；仅对需求规模过小、不具备服务经济性的零散小市场暂时缓推。2. 暂缓推进的市场：北美、澳洲市场目前暂未推进，主要原因是当地目前仍习惯使用 200 吨以上的刚性矿卡，公司 180 吨刚性矿卡已完成验收，220 吨刚性矿卡近期可下线，但这类新产品需要先在国内实现批量销售验证可靠性后，才会向海外大规模推广，避免海外服务等环节的风险。公司目前自有及外部资源充足，不存在推广能力不足的问题，规模达标市场均可同步推进。

问题 5：公司海外渠道的具体结构是怎样的？目前在售后、本地化方面有哪些进展？

回答：公司海外渠道主要分为三类：第一类是随央国企项目布局的直销团队，在央国企采购车辆的区域配置服务团队与直销经理，同时辐射周边区域；第二类是海外经销商网络，目前已有二十多个经销商，保证每个国家有 1 家合作经销商，筛选标准为具备多年工程机械销售经验、有协同客户资源且拥有服务能力；第三类是直接对接大型矿业公司，已和力拓、紫金矿业等全球矿业巨头建立多年合作关系，覆盖国内外项目。本地化与售后布局方面，2026 年公司已招聘一百多名海外服务经理，重点投入服务能力保障运维，为未来后市场业务做提前布局。进

入新能源和大型化时代后，客户自行或找第三方服务商维修的难度大幅提升，海外客户对厂家服务的需求更高，公司提前布局后市场总包服务符合行业趋势。参考卡特、小松等国际厂商后市场服务收入占比达 40%以上的行业规律，公司未来后市场服务目标收入比例为 20%以上，使其成为重要的收入来源之一。

问题 6：2026 年上半年公司新能源产品的销售情况、占比情况如何？未来新能源产品的发展趋势是怎样的？

回答：2026 年上半年公司新能源产品收入占比约为 65%左右，新能源化推进速度较快。结构上，当前新能源产品以纯电为主，前两年则以增程为主。分区域来看，国内露天煤矿领域未来两三年新能源产品渗透率预计达到 85%左右；2026 年海外市场新能源产品占比已达 40%左右，增速同样较快，且今年海外新能源产品也以纯电为主。海外纯电产品推广加速的核心原因是国内微电网企业可提供光伏发电、储能一体化的局域网方案，和公司的车辆形成配套，无需依赖当地外部电网即可形成用电闭环，同时规避了海外电网设施落后、接入手续繁琐、周期长的问题，叠加当前光伏、储能成本较低的优势，会进一步助推新能源纯电产品在海外的加速渗透。

问题 7：公司 180/136 型刚性矿卡的推广进展如何？

回答：180/136 型刚性矿卡价格预计是宽体车的 2-3 倍，国内客户认为性价比不如宽体车，当前更倾向选择公司性价比更高的 145 型宽体车，因此刚性矿卡目前处于产品储备阶段，正在矿区持续进行测试优化，有客户需求后随时可推向市场。公司在产品推出节奏上向来有提前储备，例如纯电矿卡 2016 年研发下线，到 2022 年才开始大批量销售，储备周期长达 6 年，刚性矿卡也会根据客户有需求推出，公司可实现 1-2 个月的快速交付，相比海外进口刚性矿卡 9-12 个月的交货周期有明显优势，且公司供应链对接公路车的大体系，响应速度快、生产成本低，未来可快速响应高端客户或有特殊需求客户的订单。

问题 8：公司无人驾驶相关业务以及智能线控产品的商业化进展如何？

回答：在无人驾驶领域，公司长期与多家智驾公司深度合作，且参股了易控、伯锺、踏歌三家企业。业务上坚持自研线控底盘，但不涉及无人驾驶软件端业务，自主做好硬件端产品，合作方可以后装智驾软件实现无人驾驶。公司线控底盘兼容性较高，可适配不同技术路线的无人驾驶软件，客户可选择向软件合作方采购

加装软件后的整车，也可直接签订三方协议，向公司采购整车、由合作方提供相关服务，多种模式均适用。目前线控底盘业务毛利水平高于整车业务。

问题 9：公司拓展海外市场的过程中，是否会考虑收购当地的经销商或者维修服务类企业？

回答：公司暂未考虑相关收购。公司选择的海外经销商本身大多同时代理推土机、挖掘机等其他工程机械产品，宽体车整体销量规模相对有限，单一产品的毛利不足以支撑独家经销商的运营成本，如果收购当地经销商，会和其代理的其他品牌形成竞争，反而不利于业务开展。海外市场拓展方面，公司会保持与经销商的业务合作，同时自行建设海外服务团队，前期从国内招聘人员，未来也会招聘海外本地人员，逐步增强海外服务能力。

问题 10：2026 年下半年以及未来几年，公司在国内外市场、产品生态建设等方面有哪些重点规划或目标？

回答：国内市场方面，未来 3-5 年国内市场整体持平或略有增长，核心驱动因素包括：国内煤炭总量短期变化不大，但井矿持续退出、露天矿占比不断提升带来结构增量，同时新能源和无人驾驶的替换速度不断加快催生新需求，叠加公司自身国内市场份额持续提升，2026 年公司国内业务量继续保持增长。海外市场方面，未来 3-5 年海外业务预计仍将保持较高增长，从历史数据来看近年海外业务已实现翻番增长；从市场结构和需求推算，未来海外业务规模至少是国内的 1 倍以上，公司将依托自身生产研发、销售服务、资金实力的优势，持续提升海外市场占比。

陕西同力重工股份有限公司

董事会

2026 年 9 月 8 日