

证券代码：834599

证券简称：同力股份

公告编号：2025-042

## 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4月29日

活动地点：线上交流会

参会单位及人员：西部证券，平安资管，合众资产，兴业基金，兴华基金，创金合信，华安资产，广发基金，淳厚基金，滦海资本。

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：公司研发费用近两年较高增长的原因是什么？**

**回答：**公司高度重视新产品的创新，非公路宽体自卸车是公司首创的，可以说，坚持产品的创新是公司持续发展的“灵魂”，因此注重研发投入是公司一贯的理念。研发费用近两年较高增长是因为客户对产品需求多样化，特别是对大型

化、新能源产品需求多样，公司需加快研发进度，满足市场不同客户的需求。财务报表体现的研发费用只是一部分，另一部分是对现有产品升级迭代的样车的研发费用。公司在研发阶段投入样车，若未达到设定目标但达到原产品标准，会将样车按成本价转正常销售，一旦实现销售，按照核算和审计要求，这部分费用要冲减研发费用，所以报表上体现的研发费只是一部分。谢谢！

**问题 2：公司产品的交付周期是多久，有应对交付可能延迟的预案吗？**

**回答：**公司产品交付周期一般是一个月。产品是量身定制，签合同、客户交首付款后开始采购安排生产，采购周期一周，生产周期一周，发运一周，基本上一个月交付周期可满足。遇到交付延迟情况，比如排放标准由国三升国四特殊时期，公司组织弹性生产体系，将部分结构件外协。解决交付延迟问题的方式有：一是零部件全部外协，自身只留总装环节；二是与客户深入交流，根据采购意向提前测算安排，若某区域某时段需求高峰期生产不出，会提前 1-2 个月按区域预投部分通用底盘，以提高后期交付能力。谢谢！

**问题 3：公司非公路宽体自卸车油车与重卡、进口刚性矿卡相比，价格优势体现在哪里？**

**回答：**公司非公路宽体自卸车油车每吨运能基础采购价格 1 万元，比重卡还低。进口刚性矿卡大型化 200 吨以上每吨运能采购价格大概在 10 万元以上，100 - 200 吨运能采购价格大概在 8 万元左右，100 吨以下运能采购价格大概在 5 万元左右，公司产品价格优势明显，性价比极高，有显著的竞争力。谢谢！

**问题 4：公司非公路宽体自卸车电车和无人驾驶车比油车毛利高的原因是什么？**

**回答：**主要原因有，一是考虑到后期服务保障费用，价格会高两三个百分点；二是新产品推出后价格比较稳定，按 20%毛利水平定价后没有大幅降价，而传统油车比较成熟，毛利水平可能已降到 17%左右，相比之下电车和无人驾驶车毛利会高六七个点。谢谢！

**问题 5：公司新能源产品中纯电和增程产品的占比情况如何？**

**回答：**在新能源产品里，纯电产品占比约百分之二三十，增程产品占比约百分之七八十。谢谢！

**问题 6：公司增程产品有哪些优势，目前主要采用哪种增程方式？**

**回答：**增程产品不存在纯电产品频繁的换电和充电难题。目前大多采用甲醇增程，因为甲醇是国家认可的清洁能源，符合新能源标准，且价格比柴油便宜百分之六七十，燃料价格优势明显。谢谢！

**问题 7：公司在无人驾驶领域的参与模式是怎样的，为什么采取这种模式？**

**回答：**公司深度参与无人驾驶领域，但没有参与无人驾驶整个系统的开发，主要原因一是开发无人驾驶全系统前期投入巨大，二是露天矿区无人驾驶市场规模小，投入产出比不高。公司专注于把车和线控底盘做好，让整车可以实现前装或后装无人驾驶系统的功能，同时保证线控底盘的稳定性，提高与无人驾驶系统的匹配性、协调性和兼容性。谢谢！

**问题 8：公司线控底盘在市场上的情况如何？**

**回答：**据公司不完全统计，公司线控底盘在市场上大约有 50%以上的份额。公司一直坚持自己生产，积累了丰富的数据资源和生产经验以及优秀的设计生产团队，随着去年下半年无人驾驶业务放量，公司凭借前期合作基础和市场信息，能更深度地参与其中。谢谢！

**问题 9：露天煤矿传统油车和新能源车的车辆更新周期是怎样的？**

**回答：**露天煤矿传统油车一般三年更新，因为买传统油车两年半左右能回本，剩余半年时间就是利润，再卖二手车就是净利润。更换的新车吨位更大，在固定成本情况下单车效能更高利润相对更丰厚。新能源车（电车和增程车）差不多四天左右更新。谢谢！

**问题 10：国内和海外露天煤矿及其他行业在销售格局中的占比情况如何，未来趋势怎样？**

**回答：**公司国内销售主要以露天煤矿为主，露天煤矿销售占比在 85%左右，也有非煤行业如水泥、建材、砂石、有色金属等。海外目前终端客户销售格局是三分之一为露天煤矿，三分之一为有色金属、三分之一为大的基建工程。未来海外市场开发成熟后，露天煤矿占比也会达到百分之七八十以上，其他市场占比会下降。谢谢！

**问题 11：公司国内和海外市场的主要客户分别有哪些？**

**回答：**国内市场，露天煤矿买车的大多数是工程公司，也有个别矿方采购后租或卖给工程公司。未来可能拓展到矿方直接采购。海外市场，百分之三四十的

客户是央企在海外的施工方，还有国内的民营企业或上市公司在海外的项目施工方，剩下的是海外当地的矿方，主要通过直销和经销商拓展客户。谢谢！

**问题 12：影响公司国内和海外市场销售的因素分别有哪些？**

**回答：**海外市场方面，拓展进度是关键，包括销售渠道、经销商是否完全捆绑的意愿，以及融资渠道、服务渠道落地情况，这些因素决定今年海外销售能力。国内市场则取决于露天煤矿的开工率，受整体经济复苏情况影响。若经济持续向好，会有增量市场；若经济出现波动，则是存量替代市场的竞争。谢谢！

陕西同力重工股份有限公司

董事会

2025 年 5 月 6 日