

# 2025年业绩预告来袭 A股预亏企业成焦点

近日,A股上市公司2025年度业绩预告陆续披露,业绩亏损成为市场焦点。截至1月13日,亿晶光电、四创电子、掌阅科技等多家上市公司相继公告2025年业绩预亏,部分企业因期末净资产可能为负,已站在退市风险警示的悬崖边。业绩承压与股价异动交织、行业周期冲击与监管强化并行,成为当前市场的突出特征。

■新快报记者 涂波

## 部分龙头企业陷入危机

此次业绩预亏潮呈现行业分布广泛、龙头企业受累的特点。“光伏组件第一股”亿晶光电预计2025年度净利润为负且亏损超上年净资产,期末净资产可能为负,面临退市风险警示。2024年亿晶光电营收34.78亿元,同比下降57.07%;归母净利润亏20.90亿元,创下其上市以来最差纪录。2025年前三季度营收15.56亿元,同比下降42.58%;归母净利润亏2.14亿元。业绩受困的同时,亿晶光电2022年计划总投资规模达103亿元的光伏组件项目也陷入停产危机。

同为光伏龙头的晶澳科技受行业产能过剩、产品价格承压及国际贸易保护政策等影响,预计2025年亏损45亿~48

亿元。全球磷系阻燃剂龙头万盛股份陷入“增收不增利”困境,受行业产能扩张过快、需求疲软影响,2025年净利润预亏。四创电子预计2025年股东净利润为-2.65亿元至-3.4亿元。

此外,中船科技、集友股份、掌阅科技等企业也纷纷预亏。集友股份表示,传统主业萎缩,跨界储能尚难破局,2025年扣非净利润或迎上市首亏。掌阅科技则因短剧业务扩张的高额营销投入与传统阅读业务下滑形成双重挤压,导致业绩承压。

## 预亏企业股价表现分化

记者注意到,有的上市公司虽然业绩预亏,但股价表现显著分化。1月8日亿晶光电披露预亏公告后,当日股价暴

跌8.12%。而部分带“ST”标识的预亏企业,却凭借保壳、重整预期掀起涨停潮。\*ST正平近10个交易日最高涨幅约40%,前不久,\*ST正平还公告2024年度非标审计意见事项尚未消除,如上述非标意见所涉事项在2025年度审计报告出具日前无法消除,公司仍将面临退市结局。

“业绩预告季是风险释放期,也是价值筛选期,理性看待业绩波动、远离‘炒小炒差’才是稳妥选择。”财经分析师张可亮建议投资者重点关注三个维度:一是净资产是否为负、是否触及退市指标;二是亏损原因是否可逆,如行业周期回暖能否改善业绩;三是公司治理与合规情况,远离涉嫌违规炒作的企业。

## 上市公司CSR观察

# 热炒“脑机接口”之际 熵基科技公司治理风险浮出水面

新快报讯 记者张晓茵报道 1月13日,“脑机接口”概念股熵基科技高开低走,报收46.53元/股,下跌4.77%。尽管股价有所回调,但开年以来,该股已累计上涨达40.79%,在全市场表现突出。强势行情背后,公司治理风险亦浮出水面,近日,广东证监局在对熵基科技的现场检查中发现公司存在五项违规问题,公司及董事长车全宏、总经理金海荣、财务总监王友武、董事会秘书郭艳波因此被出具警示函。

## 公司被认定违反信披管理办法

据了解,熵基科技对部分客户计提返利的期间与对应销售期间不一致,导致2024年跨期确认收入;对信用风险显著上升的客户未进行单项计提坏账准备,坏账准备计提不准确;同时,公司将法务等非研发人员工资计入研发费用,且相关人员未登记研发项目工时,导致研发费用核算不准确。

在资产减值方面,熵基科技某子公司在存货跌价测试中,采用明显偏低的销售

费用率测算可变现净值,高估存货价值,导致存货跌价准备计提不准确。此外,公司披露的某关联交易金额与实际发生金额不一致,关联交易披露不准确。

广东证监局认定,上述情形违反上市公司信息披露管理办法,相关人员未按规定履行勤勉尽责义务,对公司行为负有主要责任。

## “脑机接口”技术备受资本青睐

不过,监管警示并未明显抑制市场热情。公司披露监管函后的首个交易日(1月12日),熵基科技股价大幅上涨17.59%。这或表明,市场对公司“脑机接口”领域的实质性布局仍抱有高度期待。

据了解,去年11月17日,熵基科技在微信公众号宣布,与国际非侵入式脑机接口技术巨头NeuroSky(神念科技)达成战略合作,双方将成立合资企业。双方将共同构建“芯片+情绪云+产业生态”的创新架构,加速“脑机接口”技术的全球战略布局。

起初,这一消息未引发市场明显反应,但随着2025年12月底马斯克宣布其“脑机接口”公司将于2026年开始对“脑机接口”设备进行大规模生产后,相关概念随即升温,机构调研亦密集跟进。Wind数据显示,2026年开年至今,熵基科技组织的投资者调研累计吸引132家机构参与,其中1月5日单日高达128家,包括证券公司、基金管理公司、保险公司等机构。

在会议中,熵基科技明确表示,脑机合资公司合作方股东是外资企业,正在准备相关工商注册文件,目前仍在筹备工商注册阶段。同时,公司今年3月推出“脑机”原型机的计划正常推进。

针对相关问题,新快报记者于1月13日下午以投资者身份致电熵基科技董事会秘书处。对方表示,“脑机”原型机的应用将主要覆盖养老、教育等领域。公司去年在泰国举办的相关会议中,一些现有客户对该产品表现出兴趣,但原型机正式推出后的市场反应仍需观察。



## 钱大妈赴港IPO 近3000家门店 年营收逾百亿元

新快报讯 记者陆妍思报道 1月12日,社区连锁生鲜龙头钱大妈在港交所披露招股书,正式启动上市进程。招股书显示,2013年至今,钱大妈已布局近3000家门店,五年来年营收超过110亿元。

生鲜赛道一直是备受关注的民生焦点,钱大妈凭借“不卖隔夜肉”的折扣日清模式迅速崛起。“我们的门店每天晚上7点开始打九折,其后每30分钟额外再增加一折,直至晚上11时30分剩余产品免费送。该政策确保我们门店的所有生鲜产品在到货当日出清。”钱大妈方面表示。

为支撑“折扣日清”模式的高效运转,钱大妈建立了一套严密的运营体系。在采购端,通过大数据预测各门店销售需求,以销定采,避免盲目进货导致库存积压。在运营端,通过员工实时监控,及时掌握销售情况,并根据库存余量调整打折节奏,确保在闭店前完成清货目标。

在物流端,依托全国16座仓储综合仓与高效冷链网络,实现生鲜最快24小时直达,同时绝大多数生鲜产品在综合仓内周转时间不超过12小时,远低于行业平均的2~4天,为消费者提供新鲜、便捷、高质价比的生鲜购物体验。

招股书显示,钱大妈产品组合覆盖包括猪肉在内的动物蛋白、蔬菜及水果、冷藏加工食品共三大类。2023年、2024年以及2025年前九个月,钱大妈的收入分别约为117.44亿元、117.88亿元、83.59亿元;同期,其经调整净利润分别约为1.16亿元、1.93亿元与2.15亿元。

截至2025年9月30日,钱大妈在全国14个省、直辖市及特别行政区拥有2938家社区门店。其主要通过加盟商运营门店,截至2025年9月30日,钱大妈拥有1754名加盟商。另外,通过其自有平台(如微信小程序和App)及第三方外卖配送平台,钱大妈也建立了线上销售渠道。

业内人士表示,此次钱大妈赴港上市,预示着社区生鲜行业已进入规模化、标准化、品牌化的深水区,一场围绕供应链、数字化与全渠道的综合实力比拼正式拉开序幕。

## 银行开年抢资产 网友忙着“薅羊毛”

新快报讯 记者范昊怡报道 “开年把资产挪一挪,就能领微信立减金和商品兑换券!”“去年薅了2万多元,今年1月待入账还有5000元左右。”新年伊始,工行、农行等国有大行,南京银行、上海银行等城商行及多家农商行密集推出资产提升活动,社交平台上银行资产提升活动的“薅羊毛”攻略频频刷屏,有网友认为这是“每月折腾的意义”。

开年以来,工商银行、农业银行、中国银行等国有大行率先发布“资产提升有礼”等活动公告,城商行与农商行亦紧随其后,奖励形式涵盖商品兑换豆、微信立减金、专属服务权益等,参与门槛从1万元到数百万元不等,适配不同层级客户需求。

农业银行推出的“资产提升有礼”活动,掌银注册用户1月月日均金融资产较去年12月提升,即可抽取对应档位奖励。资产提升的最低门槛为10万元,提升相应档位客户可获得小豆,最高可得240万小豆的奖励。据悉该行633小

豆可兑换1元京东E卡,按此计算,客户最高可获得价值超3790元的京东E卡。工商银行的“升金有礼”活动要求1月月日均金融资产较去年12月提升2万元(含)~5万元,可领3万工银i豆,提升600万元(含)以上最高可领400万i豆。中国银行推出积分抽奖与立减金双重激励,1月5日至31日月日均金融资产较上月提升1万元及以上最高可抽600万尊享积分,晋级高端客户等级最高可获550元微信立减金。

城商行及农商行同样动作频频。1月至3月,上海银行客户同时满足月日均资产30万元及较前三月峰值提升5万元,单月最高可赢80元微信立减金;南京银行1月至3月推出每万元提升奖励1000综合积分的活动,每月最高可领8万积分。

业内认为,年初多家银行密集开启资产提升活动,是战术上的“开门红”冲刺,更是战略转型下的必然选择,银行通过激励活动抢占“第一站”,符合营销规律。

银行“增资”优惠不断,社交平台上的“薅羊毛”攻略层出不穷。不少用户分享“套利”技巧:在一家银行活动达标领取奖励后,立即将资金转出,投入另一家银行的活动中,以此实现利益最大化。“季末、年末、年初都是银行活动密集期,盯紧时间节点,一年下来能攒下不少额外收入。”有网友在攻略帖中写道。

热闹的活动与增长的流量背后,客户黏性不足的问题越发凸显。“在一家银行参加完活动,就去另一家再参加”成为不少客户的选择,这种“薅完就走”的现象,让银行陷入“有流量、无留量”的困境。

招联首席研究员董希森指出,当银行业务竞争停留在“价格战”或“礼品战”层面时,客户关系就变得脆弱和流动,因此,无论是资产提升活动还是日常其他营销活动,商业银行都应突破短期活动思维,从简单的“争夺资金”向“留住客户”努力。