

安徽上市公司晒去年“成绩单”，几家欢乐几家愁 五家皖企扭亏 七家出现“盈转亏”

尽管安徽A股上市公司的年报尚未全部披露完毕，但综合快报和业绩预告，市场星报、安徽财经网记者昨日发现，有5家上市皖企去年实现了扭亏为盈，但与此同时，华菱星马等7户也从前年的赚钱变为亏损。

■ 记者 丁林

上市车企“心情大不同”

江淮汽车、安凯客车和华菱星马，被称为是安徽上市公司中的三大上市车企。去年，这三家车企的表现不尽相同，展示了三种不一样的业绩表情。

江淮汽车虽然正式的年报仍未发布，但快报显示，去年其净利润为5.29亿元，同比大幅下降42%。究其原因，公司表示一方面系产销规模在下降，同时公司加大促销，产品毛利率在下滑。

比江淮汽车日子难过的是华菱星马。这家位于马鞍山、以搅拌车等为主要产品的上市公司，去年的业绩出现大反转。2013年度，公司的净利润为2.48亿元，但一年之后，业绩下滑迅速，至去年底，公司已出现巨额亏损，额度为3.76亿元。

深耕新能源客车的安凯客车近来则“春风得意”，继3月底发布了四款新能源客车新品后，日前又中标3.43亿元公交车项目。而去年，安凯客车的净利润看上去不是很多，仅2353万元，但相比2013年度，公司“大逆袭”扭亏为盈。根据2013年公司的财务数据，该年度安凯客车的亏损为3472万元。



5上市皖企业绩逆袭“扭亏”

除了上述安凯客车外，仍有4家皖企去年实现扭亏为盈。它们分别是：鑫科材料、安纳达、国风塑业以及方圆支承。

2013年度，位于芜湖以稀土合金铜带、金属碳纤维复合材料及制品为主的鑫科材料，出现了巨亏，全年亏损额超过5300万元。去年，鑫科材料开始谋求转型，不仅跨界参股民营银行，还投资新能源锂电池、跨界玩影视。截至去年底，由于销售收入增加以及非经常性收益增加，鑫科材料实现业绩扭亏为盈，实现净利润2613万，同比增长148.6%。

去年业绩实现翻番的还有安纳达。以

生产和销售系列钛白粉及相关化工产品为主营业务的安纳达，2013年度亏了4500多万元。去年，受产品销售量增加、销售费用和财务费用上升、资产减值损失减少和政府补助增加共同影响，公司净利润达325.2万元，同比增长107.09%。

凭着加大对产品的使用领域以及海外市场的拓展，方圆支承去年的净利润，根据其快报显示为222万元，而2013年度其亏损近3500万元。此外，国风塑业去年也实现了扭亏，由2013年度的亏损3900余万元至去年净利润达624万元。

7户去年净利润“由盈转亏”

中发科技、皖江物流、铜峰电子、国投

新集、六国化工、国通管业，加上上述的华菱星马，这7家企业明确公告或预告去年的净利润为亏损，而通过对2013年度几家公司的报表的分析，不难看出，这几家公司业绩“由盈转亏”。

中发科技在1月31日发布的业绩预告中称，公司去年净利润为-5800万元左右，而前年为674.65万元。铜峰电子预计的亏损额更大，1月30日临时公告称，预计去年净利润为亏损7000万元至9800万元之间。“公司主要产品售价大幅下降，加上公司部分设备老化，产品成本增加以及部分客户财务状况不佳货款难以收回、产品超期积压等原因导致期末资产减值损失准备增加。”铜峰电子如此解释。

好在，近期，中发科技和铜峰电子都在加紧布局投资公司。如，铜峰电子拟2亿元设立投资公司；中发科技也拟与上海驭普投资管理有限公司共同出资在上海合资设立“上海承敏股权投资基金有限公司”。

六国化工主导产品为化学肥料，去年，公司预计亏损1.6亿元~2.2亿元，主要原因是，主导产品市场持续低迷，销售毛利大幅下降，以及销售费用、财务费用、计提资产减值准备。2013年六国化工盈利1418.98万元。国通管业2013年度凭借政府近千万元的补贴得以“扭亏”，而2014年度，公司预计净利润为-2850万元到-3300万元。市场竞争环境恶化、主要原材料价格上涨，公司产品毛利率低等，系国通管业对预亏的解释。

此外，国投新集和皖江物流预计去年出现巨亏，亏损额度都在20亿元左右。

安徽文化产业电子商务联盟成立 联盟官网“安徽文惠网”同时上线

星报讯(本报记者) 昨日，安徽文化产业电子商务联盟成立大会暨合作签约仪式在合肥举行，省委常委、宣传部部长曹征海出席。安徽文化产业电子商务联盟由安徽新媒体集团牵头，安徽日报报业集团、安徽出版集团等11家单位共同发起组建，致力于联合我省文化电商企业和相关单位，携手推进安徽文化电商发展。联盟官网“安徽文惠网”同时上线，标志着安徽文化产业电子商务联盟正式起航。

截至目前，联盟首批成员单位已达205家(含11家发起单位)，其中已开展电商企业79家，计划开展电商企业近100家，文化电商发展关联单位近30家，线上服务和销售产品涉及图书、影视等电子出版物、新闻信息服务平台、演艺票务交易平台、动漫游戏及交易平

台、社交活动平台、在线教育平台、文化旅游景区服务平台、音响乐器、文房四宝、柳编、奇石、玩具、文化用品、珠宝首饰等等。

据悉，联盟成立后，近期计划推进深圳文博会、第二届安徽文化惠民消费季等一批专项事务，通过线上线下结合，引导并推动各类资源与文化企业需求的对接。

“受降温降雨天气影响，地产菜进场量周环比略有减少，目前大圩的四月青、肥西的韭菜、巢湖的西红柿等地产菜上市时间所有推迟，带动了菜价的上扬。”周谷堆信息中心主任李涛告诉市场星报记者，后市随着气温的回升，整体菜价呈“季节性”回落趋势。

倒春寒抬高“菜篮子” 花菜上周贵了三成多

星报讯(涂文静 记者 董艳芬) 最近的“倒春寒”天气，让市民“菜篮子”拎得更加沉重。市场星报记者从合肥周谷堆批发市场了解到，上周，大白菜、薄皮椒等蔬菜批发价格出现不同程度的上涨，其中，安徽的花菜涨幅最大，达到了35%。

具体来看，这6种价格上涨的蔬菜批发价格分别是：山东的大白菜(1.1元/斤)、薄皮椒(2.8元/斤)，云南的土豆(1.6元/斤)，安徽的香菜(1.3元/斤)、花菜(1.4元/斤)，周环比涨幅分别为22.2%、10%、14.2%、18.1%和35%。

禽蛋市场上，洋鸡蛋交易平稳，批发价在3.44元/斤。“目前，蛋价处于低位震荡，预计近期蛋价波动空间有限。”李涛分析说。

禽蛋市场上，洋鸡蛋交易平稳，批发价在3.44元/斤。“目前，蛋价处于低位震荡，预计近期蛋价波动空间有限。”李涛分析说。

安徽农产品前两月 出口总值达13.3亿元

星报讯(记者 丁林) 今年1月至2月，我省农产品出口总值13.3亿元，比去年同期增长36.5%，出口总量8.5万吨，增长36.2%。

数据显示，1月至2月，我省出口中药材3.1亿元，增长1.8倍；同期，出口蔬菜0.7亿元，增长6.4%；出口天然蜂蜜0.6亿元，增长34%；出口水产品0.5亿元，增长61.5%。但出口茶叶2.2亿元，下降32.1%；出口羽绒0.9亿元，下降33.6%。



创业酸辣汤

微信卖水果，一天能卖上万元

微购水果店销售国外新鲜水果，带来几倍收入

今年29岁的“潘潘”，3年前在省城北二环开了一家水果、零食小店。也许由于位置较偏，生意一直算不上红火。

潘潘平时上网时间较多，“为什么不试试在网上卖水果呢？”2013年春夏之交，利用微博的影响力，潘潘开启了水果的网络营销。其实，不只是营销方式不同，这一次，潘潘也把产品进行了“升级”——多是进口水果。

在省城庐江路与桐城路交口西北角的店内，潘潘介绍，自己的微购水果店从正式营业至今，快两年了，“总体来说，生意还不错，比一般的工薪族要强些。”

既然是网络营销，潘潘对借助的网络载体很花心思。在感觉微博的影响

力下滑时，微信成了目前潘潘依赖的主要营销工具。“现在微信粉丝量接近3000人，基本上靠老顾客带新顾客。”不过，在微信营销早期，潘潘也曾找过微信大号帮自己小店增加人气，“那是合肥一家生活类媒体的官方微信。”

“当时我们是合肥第一家微信销售进口水果的。”而如今，微购水果店已经小有名气。潘潘说，客户主要集中在合肥西边，同样，因为是老顾客的原因，基本上想要什么水果，微信上说一下，就会送货上门。

“主打”在网上，潘潘因此对实体店的投入并不大。“菲律宾、智利、泰国等进口水果进入国内后，从广东发货到合肥的物流中心，我再开车去提货。”而随

着生意渐渐做大，潘潘去年将之前开的跑车卖掉，换了一辆能够装载更多水果的起亚K5，“既方便去拿货，又方便给顾客送货。”

用微信营销的方式，去销售国外的新鲜水果，这是潘潘微购水果店主要的思路。但这一个不经意的脑筋急转弯，给潘潘带来了几倍的收入。“现在的生意不固定，有时一天营业额能有好几千，上万元也有过。”潘潘透露，扣除4000元的房租以及进货成本之外，利润率在三成左右。

不过，考虑到现在的门面“太市中心”，有些慕名而来的顾客不方便停车，当下，潘潘正在计划搬家，“西边、北边都有可能。” 陈亚俊 记者 丁林