

A股2024年年报质量透视：

# 超九成审计无保留 近两百家获“非标”

**A股上市公司2024年年报披露季结束，A股上市公司年报质量受到外界关注。**

Wind数据显示，截至目前，5403家上市公司对外披露2024年年报，5212家上市公司年报被审计机构出具标准无保留意见审计报告，占比约96.5%。此外，20家上市公司年报被审计机构出具无法表示意见审计报告，99家被审计机构出具带强调事项段的无保留意见审计报告，72家被审计机构出具保留意见审计报告。

业内人士表示，A股上市公司2024年年报整体质量较为稳健。5403家上市公司中，有5212家年报被审计机构出具标准无保留意见审计报告，占比约96.5%，显示出大部分上市公司财务报表编制符合规范，财务信息具有较高的可信度。部分公司被出具“非标”审计报告，反映出这些公司在财务、经营或内部控制等方面存在问题。被出具“非标”审计报告后，上市公司需要积极作为，按照相关要求进行整改，防止下一年度再被出具“非标”审计报告。

中国证券报记者梳理发现，持续经营存在重大不确定性、无法判断立案调查结果对财务报表的影响程度、审计范围受到限制、内部控制存在重大缺陷，是审计机构出具“非标”审计报告的主要原因。

●本报记者 董添



视觉中国图片

实施退市风险警示的原因是，上市公司出现“最近一个会计年度经审计的期末净资产为负值”的情形，对其股票交易实施退市风险警示。

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）对\*ST美谷2024年度财务报告出具了带持续经营重大不确定性的无保留意见审计报告。截至2024年12月31日，公司部分银行借款已逾期，且面临大额外部担保责任及多起诉讼风险。此外，公司部分银行账户及部分子公司股权被冻结，流动负债超出流动资产约9.59亿元，归属于母公司股东权益约为-1.38亿元。2024年12月3日，湖北省襄阳市中级人民法院以公司未能清偿到期债务且明显缺乏清偿能力但具有一定的重整价值为由，裁定对公司进行预重整。2024年12月5日，襄阳中院指定公司清算组为预重整临时管理人。上述事项或情况，连同财务报表附注所示的其他事项，表明存在可能导致对公司持续经营能力产生疑虑的重大不确定性。

## 多家公司连续遭“非标”警示

一些公司引发“非标”审计意见的事项在报告期内未能消除，导致公司年报被审计机构连续出具“非标”审计报告。

以\*ST起步为例，审计机构对公司2024年度财务报表发表了保留意见。公司审计报告显示，相关事项在2024年没有实质性进展，导致上年度保留意见的情形并未消除，仍然无法对保留意见涉及事项获取充分、适当的审计证据，这些事项对公

司2024年度财务报表可能产生的影响重大，因此，对公司2024年度财务报表发表了保留意见。

审计机构提到，主要是应收账款信用减值事项导致。截至2024年12月31日，ST起步单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款约为1.22亿元，坏账准备余额约为1.01亿元；按账龄组合计提预期信用损失的应收账款约为4.17亿元，坏账准备余额约为2亿元。由于公司未对上述应收账款计提信用减值事项提供充分、适当的依据，审计机构无法评估其计提信用减值的合理性和准确性，也没有获得上述应收账款可回收的充分证据。

另以未名医药为例，公司2024年年报被审计机构出具保留意见审计报告。审计报告提到，主要和原控股股东抵债资产价值确定有关。2019年12月，未名集团以其所持有的四项药品技术及吉林未名公司100%的股权抵偿未名集团占用的资金及利息，该抵债事项已经在2019年度进行了账务处理，2019年至2023年年审会计师对该抵债资产的价值确定对未名医药公司历年财务报表均发表了保留意见。

## 上市公司应积极调整

知名经济学家、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林对中国证券报记者表示，从审计报告结论看，大多数上市公司在年报质量上是过关的，“非标”只是少数上市公司的问题，并非主流。上市公司年报被出具“非标”审计报告，说明会计师事务所在某些财务报表内容上和

上市公司之间存在分歧。对“非标”审计意见的相关问题，审计人员通常先会和上市公司管理层进行沟通，先要求管理层调整，只有管理层不予调整、不予理会或者实在无法调整的时候，才会被出具“非标”审计报告。被出具“非标”审计报告后，上市公司需要积极作为，按照相关要求进行整改，防止下一年度再被出具“非标”审计报告。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜对中国证券报记者表示，持续经营能力存疑、立案调查影响大、审计范围受限、内部控制缺陷，是上市公司年报被审计机构出具“非标”审计报告的主要原因。部分公司因连续亏损、资金链紧张等问题，被审计机构认为持续经营能力存在重大不确定性。部分公司存在内部控制缺陷或拒绝提供必要资料，导致审计范围受限。此外，一些公司因涉嫌违法违规被立案调查，审计机构无法判断调查结果对公司财务报表的影响程度。

柏文喜认为，上市公司应当按照监管要求，及时披露“非标”审计意见的具体内容及原因，并制定详细的整改措施。对于涉及财务报表调整的事项，应及时进行会计处理，确保财务数据的真实性和准确性。此外，上市公司应与审计机构保持密切沟通，了解审计机构的关注点和要求，积极配合审计工作。对于审计机构提出的问题，公司应提供充分的解释和证据，争取审计机构的认可。通过以上措施，上市公司可以在被出具“非标”审计报告后有效应对，并通过加强内部管理、优化内部控制和合规经营，降低未来被出具“非标”审计报告的风险。

神农集团：

## 进一步降低养殖成本 继续扩大生猪产能

●本报记者 康曦

神农集团2024年打了一个成功的翻身仗，实现了扭亏为盈。2024年，公司营收和归母净利润分别为55.84亿元和6.87亿元。今年一季度更是迎来开门红，营收同比增长35.97%，归母净利润为2.29亿元，同比扭亏为盈。神农集团执行副总裁何昕阳表示：“2024年公司扭亏的重要因素是猪价进入上涨周期，但是未来谁也预测不到猪价的走势，所以我们只做确定性的事情，把猪养好，严格做好生物安全防护；扩大生猪养殖规模，提升猪场利用率，进一步降低养殖成本。”

## 围绕降本增效做文章

生猪养殖行业的成本战还在继续。今年以来，神农集团生猪养殖成本持续下降，3月份的养殖完全成本已降至12元/公斤，今年公司的目标是降到12元/公斤以内。

“从目前情况来看，公司生猪养殖完全成本下降到12元/公斤以内是可以看到的。”何昕阳表示。

对于猪企来说，饲料成本约占生猪养殖成本的60%，降成本的一个落脚点就是饲料。“玉米、豆粕等原材料占到了饲料成本的大头，所以我们致力于提升原材料采购能力。”神农集团饲料事业部总经理何俊辉表示。

神农集团组建了专业化的团队，分析玉米、豆粕等原材料价格走势，并采用期货套保手段，规避生产经营中的商品价格风险，同时积极拓展和建立稳定的原料采购渠道，不断深化与优秀供应商的合作，与多家大型供应商签订了战略合作协议，降低价格波动的影响。

“2024年一季度，我们生猪养殖完全成本约14.5元/公斤，现在是12元/公斤，下降了2.5元/公斤，其中，饲料成本下降了1.4元/公斤左右。”何俊辉说。

“重大疾病的防控能力也将成为猪企拉开成本差距的关键所在。”何昕阳表示，“现在猪企都很重视生物安全，非洲猪瘟虽然影响大但是已经有成熟的应对方案可以减少损失，蓝耳病造成的损失比非洲猪瘟更大，神农集团通过引入先进的硬件设施和严控生物安全，持续提升蓝耳双阴性母猪场的数量和占比。”

截至2024年底，神农集团蓝耳双阴种猪场超过七成，未来健康保障相关的疫苗、动保费用将持续降低，猪只生产速度提升，生猪养殖成本有望进一步下降。

“卷成本是有边际效益的，所以我们不会陷入成本战。对神农集团来讲，我们更着眼于长远布局，即完善产业链一体化布局，做好食品安全工作，服务好客户，这才是神农集团的重点。”何昕阳说。

## 趁势募资扩张

随着环保投入增加、养殖用地稀缺、非洲猪瘟等疫病频发、食品安全加速推进等影响，养殖水平低下、成本管控能力弱、环保设施欠缺的养殖企业或养殖户逐步被市场淘汰，加速了我国生猪养殖标准化、规模化的进程。

“我们一直在加速扩产，公司最近立项了很多项目。”何昕阳告诉记者，“我们所在的云南省，中小养殖户退出的速度比我们预计要快。近段时间，云南猪价比较坚挺，就是因为市场缺猪，这给了我们扩产的机会。接下来，我们将在云南、广西和广东进行生猪养殖产能的扩张。”

神农集团2024年度以简易程序向特定对象发行A股股票申请已获上海证券交易所审核通过。本次募资2.9亿元，投向红河弥勒神农畜牧有限公司五山乡年出栏24万头优质仔猪扩繁基地建设项目、云南神农集团石林畜牧有限公司林口铺养殖场生物安全升级技改建设项目等。4月2日，公司还公告称，公司全资子公司文山神农猪业发展有限公司与丘北县人民政府签订了《生猪全产业链项目投资合作协议书》，拟在丘北县投资约7亿元建设生猪产业建设项目，预计可实现年出栏商品肥猪100万头规模。

“我们希望无论是营收还是生猪销量保持每年30%~40%的稳健增长。”何昕阳表示，“我们资产负债率在行业中处于较低水平，有足够的资金储备应对未来可能出现的极端行情，保证公司不会出现大的财务风险。”

截至2024年底，神农集团资产负债率为27.39%，货币资金为10.42亿元。神农集团已投产运营29个自养现代化养猪场（含2个租赁场），拥有超过500家合作养殖户。近年来，神农集团生猪出栏量实现跨越式增长，2023年销售生猪152.04万头，2024年为227.15万头，2025年公司计划销售生猪320万头~350万头，并规划在2027年达成500万头。2025年3月底，神农集团存栏母猪规模已达12.8万头，为后续产能释放奠定基础。

## 坚定出海布局

国内生猪养殖行业已经卷成一片红海，头部企业尝试出海，意图打造新的业绩增长点。“神农集团一定会走出去，当前公司正在调研海外市场，我们会选择合适的模式走出去。”何昕阳说。

“出海不容易，可能会面临地缘政治风险、沟通障碍、渠道管理等难题。我们有同行选择跟当地企业合资办厂，降低风险，我们认为这是一种很好的合作模式，未来我们也不排除会通过这种方式出海。”何昕阳表示，“当前，大部分猪企出海的目的地集中在东南亚，因为东南亚正在经历我们曾经的发展阶段，市场机遇很大。我们已经委托第三方机构帮助我们进行市场调研和评估。评估完成后，再组建专业海外团队，负责开展具体的工作。”

云南地处中国西南边陲，西部与缅甸相邻，南部和东南部分别与老挝、越南接壤。“我们所处的地理位置比同行更适合去东南亚发展，也有很多海外客户找到我们希望寻求合作，但是我们出于谨慎考虑，会用1年至2年时间完成海外市场调研和自身供应链能力评估，之后才会走出去。”何昕阳说。

企业竞争的本质是人才的竞争。当前，神农集团面临的最大挑战是缺人。“不是数量上的缺，而是缺乏优秀的管理人才。随着时代的进步和技术的发展，我们也不断调整用人大标准。我们希望管理团队能与时俱进，不断接触新技术新理念，站在当下去看未来，不断将新技术新理念引入到养殖行业中，去帮助我们提高生产效率。”何昕阳表示，“公司上市以来，之所以能实现稳健发展，得益于优秀的管理团队，所以我们希望能激励管理团队不断进步，帮助公司实现更高质量的发展。”

小马智行CEO彭军：

# 今年是Robotaxi量产元年 规模化运营能力决定成败

●本报记者 李媛媛

“如今，Robotaxi（自动驾驶出租车）已不再是科幻概念，而是加速驶入城市繁忙区域，成为城市出行的参与者。”小马智行联合创始人、CEO彭军日前在接受中国证券记者采访时表示。

过去一年，Robotaxi在“北上广深”等城市，解锁了诸多新场景。“Robotaxi量产须具备产品、技术和运营三大核心能力。经过八年发展，小马智行已具备量产条件，今年会加速推进Robotaxi量产。同时，规模化运营能力是实现Robotaxi大规模商业化落地的关键。”彭军说。

## 量产须具备三大前提

随着技术的成熟，Robotaxi的试点和商业化运营范围持续扩大。北京、上海、广州、深圳等一线城市的运营场景日益多元化。

3月中旬，小马智行和文远知行等企业开通了北京南站到亦庄的Robotaxi载客商业运营服务，这是Robotaxi商业运营范围首次扩展到北京三环内，驶入人流量和车流量更密集的区域。目前，该运营路线均配备了安全员。

3月底，小马智行获得深圳市南山区首个智能网联汽车无人市场化运营试点许可。

“今年以来，Robotaxi商业化运营稳步推进，政策对于可控的Robotaxi运营场景逐步开放。另外，Robotaxi正在驶入交通更加繁忙的场景，这意味着Robotaxi的

技术水平，完全可以应对复杂的运营场景。”彭军对记者说。

彭军表示，随着Robotaxi运营场景和范围的扩大，2025年Robotaxi行业会迎来量产元年。“Robotaxi走向量产，需要具备产品、技术和运营力三大前提条件。”

“目前，我们已完全具备量产条件。”彭军说，2025年是小马智行Robotaxi量产计划——“昆仑计划”成果落地的第一年。小马智行已完成新一代Robotaxi（即小马智行第七代Robotaxi）从研发、生产验证、量产下线到投入测试全过程。

据悉，小马智行全无人驾驶的Robotaxi累计运行时长超过50万小时，实现全天候、全场景运营。“这意味着Robotaxi可以实现全天候、全场景下的全无人驾驶，接下来就是如何推进规模化落地，扩大运营范围、投放更多车辆、触及更多用户。”彭军说。

“规模化运营的前提是有量产车。”彭军表示，为实现这一目标，小马智行将与车企和产业链企业进行深度合作。

近日，小马智行与腾讯云签署战略合作协议，围绕L4级（高度自动驾驶）研发和Robotaxi服务落地开展战略合作。双方将探索在微信端的“出行服务”入口及腾讯地图等应用内，接入小马智行Robotaxi服务。

另外，彭军认为，Robotaxi作为一种全新的出行方式，需要建立全新的商业模式。目前，Robotaxi大规模商业化落地需要对商业模式、出行体验、降本增效等方面进行不断优化。

## 规模化是关键

近年来，Robotaxi从示范运营，到特定区域的商业化运营，发展逐渐提速，载客

服务次数也在显著增长。小马智行2024年上半年全无人运营的单台Robotaxi日均订单量超15单。截至2025年1月，百度自动驾驶出行服务在全国累计提供超900万次的乘车服务，2024年四季度乘车服务达110万次，同比增长36%。

“在Robotaxi规模化商业落地方面，无论是政策支持、技术成熟度、成本控制，还是用户接受度等要素都已经具备。”彭军认为，当前行业发展的关键是如何更快地扩大规模化运营。

据悉，小马智行全无人驾驶的Robotaxi累计运行时长超过50万小时，实现全天候、全场景运营。“这意味着Robotaxi可以实现全天候、全场景下的全无人驾驶，接下来就是如何推进规模化落地，扩大运营范围、投放更多车辆、触及更多用户。”彭军说。

“规模化运营的前提是有量产车。”彭军表示，为实现这一目标，小马智行将与车企和产业链企业进行深度合作。

近日，小马智行与腾讯云签署战略合作协议，围绕L4级（高度自动驾驶）研发和Robotaxi服务落地开展战略合作。双方将探索在微信端的“出行服务”入口及腾讯地图等应用内，接入小马智行Robotaxi服务。

另外，彭军认为，Robotaxi作为一种全新的出行方式，需要建立全新的商业模式。目前，Robotaxi大规模商业化落地需要对商业模式、出行体验、降本增效等方面进行不断优化。

## 规模化是关键

近年来，Robotaxi从示范运营，到特定区域的商业化运营，发展逐渐提速，载客

## 共同做大“蛋糕”

特斯拉计划今年6月在奥斯汀启动Robotaxi试点运营；曹操出行与吉利集团正在联合研发L4级（高度自动驾驶）Robotaxi，预期将于2026年底推出……越来越多的企业加速布局Robotaxi。

彭军表示：“Robotaxi是一个全新的蓝海行业，当前行业面临的挑战并不是激烈的竞争，而是如何更快地推动行业法规的完善、用户心智和使用习惯的培育。”

“目前，我更在乎的不是如何分蛋糕的问题，而是如何把Robotaxi这块蛋糕越做越大。”在彭军看来，一座城市Robotaxi的投放数量，至少要占到现有出行市场车辆数量的10%，才会真正形成网络效应。彭军介绍，现阶段重点聚焦“北上广深”一线城市，接下来会选择在部分二线城市的二线城市进行试点投放。

“出行服务的核心在于服务密度，如果在一座城市仅投放几十台Robotaxi，服务密度不够，用户体验自然不会好。我们选择先啃硬骨头，在最具挑战性的市场打磨服务体验，当用户满意度提升、运营模式成熟后，再向更广泛的市场推广就会事半功倍。”彭军认为，Robotaxi企业的盈利时间与车辆投放数量是正相关。

“预计小马智行将在2028年或2029年迎来盈亏平衡点，大概需要投放5万台左右的Robotaxi。”彭军强调，小马智行坚持“Robotaxi业务优先、中国市场优先、一线城市优先”的战略。