

基石药业与恒瑞医药达成 13 亿元战略合作

11 月 21 日，港股上市药企基石药业与恒瑞医药联合宣布，双方就抗 CTLA-4 单抗 CS1002 达成大中华地区的战略合作及独占许可协议。根据协议，恒瑞医药将支付基石药业总计最高约 2 亿美元（约 13 亿元人民币）的首付款和里程碑付款，基石药业授予恒瑞医药针对抗 CTLA-4 单克隆抗体 CS1002 在大中华地区研发、注册、生产和商业化的独占权利，许可用途为所有人类和动物疾病。同时，基石药业将保留抗 CTLA-4 单抗 CS1002 在大中华区以外地区的开发和商业化权利。

基石药业表示，此次战略合作是公司继今年两款同类首创药物上市后，又一加速更多创新肿瘤疗法推向市场的重要布局。基石药业与恒瑞医药强强联合，发挥各自在创新研发和商业营销的优势力量，加速肿瘤免疫骨架产品 CS1002 的后续开发和商业化进程，同时双方管线协同联合应用亦可最大化发挥其市场价值。

基石药业董事长兼首席执行官江宁军博士表示，恒瑞医药拥有丰富的抗肿瘤药物管线和强大的商业化综合能力，将会最大化发挥 CS1002 在大中华地区的市场潜力。“此次基石药业与恒瑞医药的战略合作，是两家中国药企的强强联手，我们期待与恒瑞医药共同为患者带来更多高品质的肿瘤创新疗法。”

据悉，此次合作的 CTLA-4 是为数不多的经过临床验证的肿瘤免疫联合疗法的靶点。截至目前全球仅有一款抗 CTLA-4 单抗获批上市，为伊匹单抗，目前已在中国获批上市。EvaluatePharma 数据库数据显示，2020 年该品种全球销售额约 16.9 亿美元。

资料显示，抗 CTLA-4 单抗与抗 PD-(L)1 单抗联合应用具有双免疫阻断机制，可发挥协同作用。目前已有多项临床研究证实，联合应用的疗效优于单药。而 CS1002 是由基石药业自主研发的抗 CTLA-4 单抗，目前处于临床开发阶段。正在进行的 Ia/Ib 期研究结果表明，CS1002 联合 CS1003（抗 PD-1 单抗）治疗的多种差异性给药方案都具有良好的耐受性，并且，在经抗 PD（L）1 治疗失败的黑色素瘤患者、经抗 PD（L）1 治疗失败的肝癌细胞癌患者和未接受过抗 PD（L）1 治疗的微卫星高度不稳定（MSI-H）错配修复缺陷（dMMR）实体瘤患者中，均展示出了有效性。



● 图据网络

企业家自述(长篇连载之二百零三)

祝贺《玉柴机电通讯》创刊

欣闻《玉柴机电通讯》创刊，特此祝贺！玉柴机电是玉柴企业集团中的一名优势成员。优势何在？其一是能量，其二是影响，其三是绩效。一个不足 200 人的企业营业额达 4 亿元，实现利税近 3000 万元，而从零起步发展到今天用时仅为 8 年。大玉柴有 1 万人，如果按照玉柴机电人均能量与人均绩效计，应当实现销售收入 200 亿元，应能实现利税 15 亿元。如是，则对国家、对地方、对企业自身该有多大的贡献！

特别应当指出的是自 1999 年以来，玉柴机电加强了内部管理，克服了许多由粗放而致的弊端，使企业既保持了活力，又增强了规范。企业如人，要有灵魂，有思想；有思想的企业才能有持久的创新能力和活力。玉柴机电办报，既利于总结经验，弘扬特色，又利于沟通用户。是一件很有意义的事情。再一次为玉柴机电的优势叫好，祝玉柴机电不断壮大、不断发达！

新世纪动力工业展望——应中央党校《市场经济报》之邀而作（2000 年 12 月 5 日）

世纪是不可思议的梦幻向现实的转变，是人类文明从已有向无法预测的发达的飞跃。新世纪动力工业的责任是在为人类巧借或制造足够用途、足够舒适、足够可靠、足够强劲的动力源的同时，不仅要把对空气的污染降低至零，还要把对环境温度的影响降低至零。巧借是指对各类自然能成熟地、大量地利用。

足够用途——大至人造岛屿的漂流趋动，至太空移民；小至驱动个人空间移位。足够舒适——变降低噪音为设定噪音，即先要趋零，再依据人体生理需要设定。此外，驾驭与操纵要智能化。

国缘 V9 飘香“澳门江苏周”

12 月 8 日至 12 日，“澳门江苏周”经贸人文交流活动在中国澳门举办。今世缘酒业的高端产品国缘 V9 作为江苏“飘香名片”，搭建起苏澳友谊桥梁。

一杯美酒，长江濠江共潮汐。在 12 月 9 日举办的 2021 澳门国际文化产业博览会上，今世缘展区分外亮眼。

江苏省委常委、省委统战部部长惠建林一行视察今世缘展馆，了解企业发展情况、产品特点，对今世缘高质量发展取得的业绩、产品创新的成果表示肯定，并表达对奋进中今世缘人的美好问候。

作为本届文博会的江苏形象代表企业，今世缘酒业充分利用展会平台，借澳门窗口优势，通过精心设计的展馆，以晶莹剔透、现代时尚的优雅品味成为耀眼明星，汇聚了超高人气，吸引了众多嘉宾品鉴互动、打卡拍照、转发分享。

蜿蜒的水巷，灯影摇曳，充满诗情与奢华。12 月 10 日晚，在澳门威尼斯人大酒店米兰厅举办的国缘 V9 清雅酱香专场推介会上，



● 江苏省委常委、省委统战部部长惠建林（前排中）一行视察今世缘

苏澳嘉宾以酒会友，缘聚一堂。

惠建林在推介会上表示，品酒师是一份严于律己、技艺精湛、十分辛苦的职业，并分享了对白酒品鉴的心得和品酒趣事。国家级

白酒评委、国家一级白酒品酒师、今世缘勾储中心主任孙莹向嘉宾们介绍了国缘 V9 的酿造工艺、产品特点以及白酒品鉴等方面的知识。在其乐融融的氛围中，国缘 V9 也赢得与

会嘉宾的喜爱。“澳门江苏周”期间，国缘 V9 见证了苏澳合作交流的美好时刻，链接起新时代苏澳融合发展的璀璨明天。（沈 磊）

Tims 咖啡进超市开店，这条路行得通吗？

■ 郭缤璐 张天元

搭载麦德龙超市，Tim Hortons 中国(以下简称“Tims 咖啡”)寻求场景突破。近日，Tims 咖啡与麦德龙中国合作后的首批门店已经开业，门店以店型较小的 Tims Go 捷枫店模式入驻在麦德龙超市内。

据记者了解，直至 2022 年 1 月，Tims 咖啡计划在成都、大连、青岛、南京、廊坊和上海 6 个城市的麦德龙中国门店开设至少 9 家门店。从选址来看，Tims 咖啡这类门店的目标客群则是在麦德龙门店日常购物的消费群体。虽然说 Tims 咖啡搭载超市拓展销售渠道有助于企业节约空间和成本，提高坪效，不过，如何与细分客群以及场景相融合碰出火花还有待商榷。

进驻超市

如今在麦德龙超市也能看到 Tims 咖啡的影子。近日，Tims 咖啡宣布与麦德龙中国达成战略合作，Tims 咖啡成为麦德龙中国在国内的独家合作咖啡品牌，如今首批门店已经在多个城市开业。北京商报记者了解到，在麦德龙超市内开的门店店型为 Tims Go 捷枫店。这类店型其实在 Tims 咖啡中也叫做优选店，门店规模不大，主打随拿随走的便捷门店模式。

从门店选址和门店类型来看，Tims 咖啡此次选择了门店规模较小的便捷门店模式，而瞄准的消费客群则是超市内的日常消费群体。在门店产品方面与日常的产品线一致，包



● 图据网络

括咖啡、茶饮、烘焙糕点等。

Tims 咖啡相关负责人表示，此次合作，Tims 咖啡门店入驻麦德龙中国将在选址便利、送餐服务及免费营销活动上进行深度合作。直至 2022 年 1 月，双方计划在成都、大连、青岛、南京、廊坊和上海 6 个城市的麦德龙中国门店开设至少 9 家 Tims Go 捷枫店。

据了解，Tim Hortons 隶属于餐饮品牌国际有限公司（Restaurant Brands International-Inc），旗下包含汉堡王、Popeyes 等餐饮连锁品牌。Tims 咖啡由 Restaurant Brands InternationalInc 与其特许经营商笛卡尔资本集团（Cartesian Capital Group）合资成立。2019 年 2 月，Tims 咖啡正式进入中国大陆市场，在上海开出首家门店，如今，Tims 咖啡在中国国内市场的门店已超过 335 家。

抢占市场份额

其实，进入中国市场才两年多的 Tims 咖啡虽然略显年轻，但其想要在咖啡市场夺得

“话语权”的野心不断外露。

Tims 咖啡在进入中国市场后便立下了几年内在全国开出 1500 家店的 Flag，同时作为外来品牌的 Tims 咖啡一直从产品到门店场景进行本土化创新。在门店模式方面，推出了标准型、Tims Lab 和 Tims Go 等不同类型门店。同时，Tims 咖啡已与腾讯电竞达成战略合作，推出多家咖啡电竞主题店。在数字化方面，Tims 咖啡线上订单（包括小程序点单和外卖）的比例已经达到其营业额的 70%以上。

另外，Tims 咖啡的“资本故事”也是不断。今年 2 月 26 日，Tims 咖啡中国宣布获得第二轮融资，红杉中国领投、腾讯增持、钟鼎资本跟投，此轮资金用于门店拓展、数字化基础建设及品牌建设等领域。而在今年 8 月，有消息称，Tims 咖啡正在考虑通过与 Silver Crest Acquisition Corp 合并，并在纳斯达克上市，目前已经接近达成最终协议。此项交易完成后，Tims 咖啡中国的估值将达到 18 亿美元。

而此次与麦德龙中国合作进驻超市，不难看出其希望能够借此开拓更广的市场，多层次加深品牌的市场份额和影响力。

和君咨询合伙人、连锁经营负责人文志宏指出，咖啡品牌与零售商合作的现象已经较为常见，从某种程度上来说，Tims 咖啡与麦德龙的合作能够达到双赢的局面。一方面，Tims 咖啡可以优化麦德龙的业态与品类的组合制度，为麦德龙创造更大的商业价值。另一方面，麦德龙能为 Tims 咖啡带来一定的客源，同时，Tims 咖啡与零售商形成战略性合作后，还能减少部分租金成本。对于 Tims 咖啡来说，虽然会受到麦德龙客流的影响，存在一定的

局限性。不过，随着麦德龙主要客户群扩展到家庭等会员制客户，因此其客流量较为可观，客户群品质也不错，能够弥补部分局限，对 Tims 咖啡的意义与价值较大。

提高单店盈利能力

作为入局中国市场不久的 Tims 咖啡，保持快速扩张无疑是提升市场份额的关键。此次搭载超市渠道无疑是能够对品牌进行扩张和发展，同时一定程度上节约成本和空间。不过，该布局如何将商超的细分客流与 Tims 咖啡有效融合获取红利则是需要深思的问题。

上海啡越投资管理有限公司董事长王振东表示，Tims 咖啡此番布局的关键就在于能否与麦德龙会员系统形成较高的契合度以及是否比 Tims 咖啡其他门店性价比更高。会员制超市自带一定的流量，若 Tims 咖啡能有效地将麦德龙的会员导入到自己的品牌之中，将会开拓更大的市场。尽管 Tims 咖啡的餐食性价比较高，具备一定的优势，但品牌的产品风格不够明确，还需凸显更多品牌差异性，形成品牌自己的核心竞争力。

文志宏进一步指出，星巴克、瑞幸咖啡等品牌在中国市场已经具备较高的规模与影响力，作为较晚的入局者，Tims 咖啡需要保持较快的扩张速度，来提升其品牌影响力与市场份额，此次与麦德龙中国合作亦是如此。不过，进行快速发展的前提是品牌成立和成熟的商业模式。对于 Tims 咖啡而言，仍需通过持续优化来提高单店盈利能力，否则快速扩张会伴随着较大风险。

王建明：动力大王的传奇故事

足够可靠——只有时限，没有维修，没有配件。

足够强劲——动力性足够，持续力足够。总之，新世纪动力工业将是想象力、创造力和几乎所有领域、所有门类高新技术的集合。充分具备上述特征的新世纪动力工业无疑将是最具朝阳特性、最具发展前途的产业之一。

玉柴功德钟铭文

此座功德钟系为纪念玉柴赞助中华世纪钟而铸。玉柴是巍巍中华的一分子，玉柴的历史是华夏千年长河中的一片刻。在人生难遇、千载难逢的千年之替与世纪之交，玉柴人可以欣慰、可以自豪。因为在过去的伟大世纪中，玉柴曾为中华创造过生产规模最大、累计产销最多、发展速度最快、经济效益最好的记录，曾经留下几最当头，不可磨灭的历史痕迹。早有智者揣度，21 世纪是中国的世纪，即中华世纪。此一称谓中国人说，外国人也说；但角度、内涵全然不同。前者是中华民族对人类和平与进步事业相关重责的承诺，后者多是出于觊觎中国市场。怎么办？就应该把所有国外市场看做是中国人的市场，还他一个对等就是了。走进中华世纪，争当佼佼者孙。这是玉柴自定世纪责任，确立奋斗方向，制定分期目标的依据，是玉柴建设者定当代世铭记的世纪之训。

中华世纪近在咫尺了，踏进去！玉柴人一定能够当成炎黄子孙的佼佼者！特铸文于此，为后人不忘！王建明拟于 2000 年元月 4 日

构建新世纪的动力航母——2003 年 4 月 1 日对金融资本与产业资本成功结合的希望

玉柴——两项资本结合的产物自 1985 年起，玉柴集团从 800 万元的净

资产、1000 万元的销售额起步，经历了高速发展、回落调整和再度发展三个阶段。在市场的激烈竞争中，在成功与挫折的轮回中铸就了自己特色鲜明的企业文化，建立了敏捷的产品开发能力，强大的生产能力和完善的市场营销体系。2002 年，玉柴集团的销售收入将超过 45 亿元，税利将超过 6 亿元。

玉柴集团的核心企业——广西玉柴机器股份有限公司是中国最大的大中型柴油发动机生产制造基地。2002 年中重型柴油机产销数量将超过 12 万台，净资产回报率可望达到 16%以上。

玉柴现已发展成为以玉柴集团有限公司为母公司，由 24 家涉足制造、流通、环保等三大产业的全资、控股或参股子公司组成的大型企业集团。

自 1992 年起，玉柴机器股份有限公司的财务报表由毕马威直接审计，其余子公司参照同一规则建立了相应的审核与监督制度。2002 年玉柴集团合计的净资产回报率达到 13%以上。

17 年来，玉柴在产业资本与金融资本的结合方面作了积极的尝试与探索，经历了从启蒙实践到主动结合的过程，即通过 STQ 进入资本市场——引入境外投资人——股权和资产重组的过程。

通过 STQ 进入资本市场——取得在资本市场融资的初步知识，依靠专家制定方案在 STQ 市场发行 8000 万股，玉柴机器股份有限公司诞生。

引入境外投资人——获得与国际金融资本合作的指导，在境外以私募方式新发 2 亿外资股获得新增资本约 3.8 亿元。

股权和资产重组的过程——境外主要股东在境外组建控股公司，直至组建玉柴国际股份有限公司；玉柴机器股份有限公司通过玉柴国际在纽约主板市场上市，获得扩股资金约 5 亿元。

三次发行与扩增，累计吸收股权资本约 11 亿元。

信用——两项资本结合的基础：信贷、回报、钱诺与真实

1991 年以前玉柴在对银行的还贷和对用户的践诺方面建立了宝贵的初始信用：“七五”其间，玉柴的贷款和自筹任务是 2800 万元，还款期为 1992 年；但到 1989 年玉柴完成还贷和自筹 3600 万元，超额完成技改计划，提前 3 年归还了借贷。1990 年玉柴借贷 8000 万元，到 1991 年又分别提前 1—2 年全部归还。

信用——两项资本结合的基础：回报 1992 年及以后，玉柴在股东投资回报方面又积累了新的信用：1992 年至 1994 年共募集股金 11 亿元，而 1992 年至 1995 年累计创造净利润 11.8 亿元，对股东当期 3 年的投入只一年就实现全额回报。

1992 年至 1995 年累计创造净利润 15.6 亿元。

2002 年 1—4 月，净利润又实现了相当幅度的同比增长。

为了建立自己对用户的践诺信用，1993 年 2 月，玉柴以“铺天盖地、周密无隙、收缩时空、尽愚用户”的实施原则补充了早年提出的“倾我所有、尽我所能、竭诚用户、诚信天下”的用户服务方针，做到：准确度量 and 分期收缩与用户的时空距离。不仅为发动机，还为相关的整车用户提供服务。

进一步为相关的整车用户提供含销售、信贷、保险、办证、物流信息、生活后勤在内成系统的第三方服务。1992 年及以后建立了全新监督机制，既牵动了企业管理的全面进步，又在财务数据的真实性和相符性方面实现了对接国际。

由财务总监依据章程监督控制日常有关的财务事项，由董事会执委会审查监督和推进落实有关决议，由毕马威每半年对公司财务报表进行一

次例行审计。共益——两项资本结合的动力金融资本与产业资本结合的前提是双方在合作中共同获得利益。合作成功的基础是：金融机构能够提供全方位的金融服务。企业能够保持稳定的发展和赢利。双方在资产和业务方面的系统合作。（见图 1——图示 3）

（此文系本报整理，待续）

