

在瑞幸总部之城建数字化“硬底盘”

## 库迪咖啡增资5.9亿“加码”厦门

导报记者 吴强/文

5.9亿元增资  
从“极速扩张”到“补短板、筑壁垒”

库迪咖啡自2022年10月福州首店落地以来，便复刻了瑞幸式的“极速扩张”模式：凭借9.9元低价策略快速抢占下沉市场与年轻客群。截至今年3月，库迪咖啡在厦门市约有门店180—200家，在全球已有逾18000家门店。

但高速拓店的背后，单店盈利、供应链效率、数字化管控、品控统一四大核心瓶颈，已成为库迪规模化发展的最大掣肘——这恰恰是当年瑞幸财务风险爆发前，暴露最突出的“后端短板”。

此次库迪增资厦门，据悉核心将投向精准破解规模化难题：一是数字化系统自研升级，

打造适配万店的一体化运营体系；二是供应链数字化管控，搭建全链路中台，实现成本与品控双管控；三是拓展业务边界，依托厦门自贸片区优势，向“咖啡科技+供应链服务商”转型，构建咖啡科技生态。

库迪选择厦门绝非偶然。当前厦门正全力打造咖啡千亿产业链，厦门自贸片区叠加数字经济优势，可为其提供政策与技术支持；作为东南沿海物流枢纽，厦门能高效保障库迪全球逾18000家门店的供应链需求——厦门对库迪而言，已然成为其支撑“万店运营”的数字化总部与供应链中枢。

## 钱治亚回归

带着“瑞幸教训”，深耕厦门筑壁垒

作为前瑞幸CEO，钱治亚曾与陆正耀携手，用18个月将瑞幸推上纳斯达克，缔造万店神话，却也因财务造假让瑞幸陷入至暗时刻。此后，她跨界试水面条、预制菜赛道均快速折戟，最终回归咖啡主业。

2022年10月，库迪福州首店落地，钱治亚的角色从“扩张操盘手”转向技术与供应链总负责人，创业逻辑实现迭代：瑞幸重扩张、轻基建，埋下风险；库迪则先靠“低价+加

盟”占位，再通过增资厦门科技平台补全后端能力，避免重蹈覆辙。

选择加码厦门，对钱治亚是回归也是突破。这里有她熟悉的产业生态与人才优势，更有瑞幸总部沉淀的成熟咖啡产业链基础。5.9亿增资正是其“科技托底规模化”思路的落地，旨在为库迪搭建自主可控的数字化与供应链体系，让万店规模转化为规模效应。

## “双雄”同驻

厦门成咖啡对决核心阵地

如今厦门已成为瑞幸与库迪的“共同主场”：瑞幸全球总部扎根于此，门店超3万家，2025年净收入近500亿元，其厦门创新产业园计划建成全国最大单体咖啡烘焙工厂，进一步巩固供应链优势。

库迪则以5.9亿增资为契机，在厦门自贸片区搭建核心平台，与瑞幸形成同台竞技格局。近期两大巨头同步打响“升杯大战”：瑞幸携手罗永浩推出短期限量升杯，侧重营销热度；库迪则以无门槛、长周期超大杯福利截流，彰显后端

支撑实力。这场对决推动行业从“价格内卷”走向“价值竞争”，厦门成为行业转型的试验场。

分析人士认为，库迪此次增资，将为厦门带来三重核心价值：一是补强数字经济业态，吸引专业人才集聚，助力自贸片区产业升级；二是激活咖啡产业链，带动厦门烘焙、物流等上下游协同发展，形成“咖啡科技+实体”联动效应；三是提升城市品牌影响力，结合瑞幸总部效应，强化厦门作为东南沿海消费科技中心的地位。

咖啡巨头库迪在厦门又有大动作！天眼查最新工商信息显示，4月1日，库迪咖啡核心技术主体——库迪科技(厦门)有限公司发生工商变更，注册资本由1亿元增至6.9亿元。

工商资料显示，库迪科技(厦门)由前瑞幸CEO钱治亚担任法定代表人、库迪供应链(集团)全资持股，注册于厦门自贸片区，经营范围涵盖软件开发、食品互联网销售等多个领域。

有意思的是，厦门正是咖啡巨头瑞幸的全球总部所在地。钱治亚此番带着库迪的5.9亿增资，在昔日亲手缔造咖啡神话的城市加码布局，也让厦门成为中国两大咖啡巨头博弈的核心阵地。



▲库迪科技(厦门)法定代表人钱治亚。

亿联网络董事长陈智松  
拟捐赠厦大460万

用于购买公司产品支持母校建设

导报讯(记者 吴强)厦大杰出校友陈智松再度捐赠母校！厦门亿联网络4月3日发布公告，公司董事长陈智松拟使用自有资金不超过460万元(含税)，捐赠母校厦门大学。

## 用于母校多媒体项目建设

根据亿联网络公告，公司董事会4月3日通过议案，为支持教育事业，陈智松拟使用自有资金，向全资子公司厦门亿联通讯技术有限公司购买一批视频会议系统及协作终端设备，并捐赠给厦门大学，专项用于海韵园二期管理学院大楼的音视频多媒体项目建设。本次交易预计总金额不超过460万元(含税)。

亿联网络表示，本次交易定价公允，不会损害公司及非关联股东利益，亦不会对公司财务状况和经营成果产生不利影响，同时体现了管理层履行社会责任的积极导向。

公开资料显示，陈智松1966年生于漳州龙海县(今龙海区)。1980年，年仅14岁

的陈智松考入厦大物理系半导体专业。1984年毕业后任职于北京市第三机械工业部计量测试研究所，1993年进入通信行业。2001年，陈智松在厦门创立亿联网络，公司于2005年在SIP话机领域取得全球市场份额第一。2017年，亿联网络在深交所上市。

## 厦大校庆曾捐赠3000万

这已不是陈智松首度向厦门大学捐赠。

2021年厦门大学百年校庆之际，陈智松向母校捐赠3000万元，设立“智松教育基金”。他还担任厦大校友会物理分会的副理事长。因对教育事业的贡献，陈智松在2020年至2024年间，多次被厦门市政府评为“捐资兴学先进个人”。

2025年10月28日，陈智松以100亿元人民币财富位列《2025年胡润百富榜》第718位。2026年3月5日，陈智松以100亿人民币财富位列《2026胡润全球富豪榜》第3138位。

原材料和包装成本飙升

## 多个主流家电品牌本月起上调价格

导报讯(记者 孙露)每年四月，本是家电市场备战“五一”黄金周、开启旺季促销的时节，但今年的情况有所不同——近日，海信、海尔、美的、西门子、TCL、松下、容声、方太等多家主流家电品牌陆续发布通知，宣布自4月1日起上调旗下产品价格，涉及空调、冰箱、洗衣机、厨电等多个品类，整体涨幅普遍在5%至20%之间。

## 涨价前夕空调卖疯了

“3月27日至3月31日苏宁易购的全民抢空调活动，厦门苏宁易购线下门店销售额同比大增30%。”厦门苏宁易购相关负责人表示，这轮原材料涨价，空调品类承受的成本压力最大。

厦门一家家电卖场海尔品牌销售人员告诉导报记者，暂时还没有收到公司的调价通知，不过这段时间不少消费者听说要涨价的风声后，纷纷提前到店内下单。“特别是3月31日那天，卡萨帝中央空调都卖出了好几套。临近营业时间结束，还有顾客到店内‘火速’买单。”

市民徐先生前两天在某线上平台买了一台美的大3匹立柜式空调，原价5399元叠加品牌优惠、国补和平台家电消费券，入手价格为3935元。“本来还想等‘五一’活动，幸好下手早。”徐先生庆幸地说，4月1日再打开购买链接，这款空调的手手价已涨到了4844元。

此外，由于今年“国补”单件补贴上限从2000元降到了1500元，而且只补贴一级能效的产品，也让许多消费者感觉“今年家电变贵了”。特别是油烟机、灶具、洗碗机等厨电，今年不再参与“国补”，与去年相比价格更为悬殊。

一位网友表示，去年6·18期间，他的一位亲戚买了一套方太油烟机燃气灶组合，价格为4000多元。“我近期准备买一套一样的，一看价格已经涨到了7000多元。”

## 经销商感叹“涨降两难”

据悉，此轮家电涨价潮并非单一因素所致，而是多重压力叠加的结果。2025年下半年以来，家电制造核心原材料价格持续攀升。上海

期交所数据显示，近期铜价已突破9.5万元/吨，较2025年四季度累计上涨近四成，处于历史高位；铝价同比上涨20%，制冷剂价格更是大涨80%。此外，近期原油价格的上涨进一步加剧了成本压力，直接带动ABS塑料、聚氨酯发泡剂等化工原料价格飙升。因此，涨价成为多数家电品牌的无奈选择。

面对这轮“涨价潮”，一线家电经销商直言：“产品涨价了，生意更难做、利润更薄了。”

“今年年初，产品出厂价已经涨过一回了。就算大促期间，一些爆款型号的底价也比去年高。”厦门一位家电经销商表示，家电涨价让不少消费者倾向观望一段时间，同时还有一些中小品牌逆势降价抢单，目前盈亏持平并不容易。

面对消费者的犹豫，各品牌销售端纷纷推出“锁价”方案，即提前下单可按当前价格结算，即便涨价后送货仍按旧价结算，若这一期间出现差价还能退掉原订单重新下单，实现“保价”，吸引消费者即刻下单。