

创业项目书

目录

- 一、执行摘要
- 二、产品（平台）/服务
- 三、市场分析
- 四、竞争分析
- 五、营销战略与策略
- 六、组织与人力资源管理
- 七、融资方案与投资分析
- 八、财务分析
- 九、机遇、风险及对策
- 十、资本运营模式与退出模式

一、执行摘要

1.1 公司

公司的名称是 YAMI;

公司的创始人有李蕙岑、许嘉莹、梁群凤、辛雪怡、梁旺英、张舒慧; 公司的文化是: 梦想、爱心、一起;

公司的宗旨是: 诚实、安全、健康、绿色、营养、美味;

YAMI 主要是以 DIY 的形式经营西式甜品, 提倡顾客自己动手:

主要的品种有: 各类的奶茶布丁、果汁、泡芙、不同品种的西式蛋糕、冰淇淋等。

1.2 平台与服务

YAMI 员工分为股东 6 名, 店长 1 名, 点餐收银 1 名, 材料采购加清洗 1 名, 宣传加服务员 1 名, 研发加制作 1 名, 服务员 1 名。分别着同一的服装进行服务, 同一用普通话, 建立严谨的服务质量和设立投诉箱。本 YAMI 店有绝对的质量保证, 产品研发工作会一直进行, 会不断更新产品的种类, 供顾客制作与品尝。

1.3 市场

随着时代的发展, 年轻人的生活越来越丰富, 消费水平不断提升, 消费需求不断膨胀的同时, 年轻人越来越倾向于感情消费。特别是在这个青春激扬的阶段, 年轻人的感情生活也就越来的丰富, 爱情、友情、亲情、师生情等各种情感的肆意横行, 大学生也就需要更多的方式来表达自己的情感。情侣之间、朋友之间、家人之间、师生之间, 总少不了互赠礼物。时代发展了, 生活水平提高了, 也就会有穷出不尽的礼物可以选择, 可选择多了, 人们就更加不知道如何选择。针对这一问题, 以致于我们推出一系列的温馨人性化的产品来解决年轻人的问题。并且目前国内外甜品的不断发展的情况下, 甜品以其独特的造型和特别的含义吸引了不少年轻人的需求, 年轻人对它的需求量呈逐年上升的趋势。而且广东工贸职业技术学院后

门没有 DIY 特色的店铺，都是些生日蛋糕，奶茶之类的甜品店就没有了。我们以独特的 DIY 填补市场的空缺，一定可以有不错的发展。

1.4 投资与财务

刚开始由 6 位股东分别按比例进行投资，共投资 20 万，根据所投资的比例分配利润。用 13 万进行房租和店面的装潢，用剩余的 7 万购买设备、进行宣传、材料进购。

1.5 组织及管理

管理思想是以质量管理理论为指导，要求人员与产品必须不断完善自我、认真学习。由六位股东选出店长为管理中枢后，由店长下设采购人员，财务人员，服务人员，宣传人员，制作人员等。并以各位股东为核心召开公司会议，共同讨论公司的相关事务，店长拥有最高决策权，其他股东可以提出相应的意见。

二、产品（平台）/服务

2.1 产品范围

奶茶，果汁，西式蛋糕，冰淇淋类，布丁类。

2.2 产品服务及特色

本甜品屋主要以 DIY 形式经营西式甜品，提供顾客自己动手的平台，让顾客可以和亲朋好友一起 DIY，增进感情。本店产品有绝对的质量保证，产品研发工作会一直进行，会不断更新产品种类，供顾客品尝。根据消费的群体不同，我店也会推出不同种类的甜品，不仅

保证味道，更保证健康，势必让各个年龄段的消费者都能享受到甜品带来的快乐。现今的顾客并不再仅仅满足于购买到其所想要的出品，他们还要求享受到购物过程中所带来的享受。所以，店铺必须要迎合顾客的这一要求，特别是甜品店本身就是来休息、放松的场所。所以在设计时除了考虑产品的口味、规模及顾客阶层、店铺空间等因素外，对于店员的服务态度、店内的色彩、照明等装潢都必须加以注意。店铺在设计时更要考虑到出品的效率。从接待顾客开始到点单、操作、送餐等，都要能给店员留有适当的活动空间，以便使这些动作、行为能快速、有效地适时进行。此外，吧台、展示柜等设计，也要考虑不要让客人产生障碍的感觉。YAMI 店内设有各种风格的座位以符合消费者的各种需求。店内提供各种报刊杂志供消费者阅读，也会提供各种益智类游戏及道具供消费者娱乐并且店内会设有小包间。店内设有无线网络供消费者随时随地上网娱乐。大学使我们一段美好的时光，而美好的校园恋爱更加使人无比怀恋！我们可以再餐厅的固定区域留下给顾客发挥的留言墙和照片墙，使那些处于人生最美好阶段的大学生能够留下更多的回忆！也给那些恋爱中的人们一个心灵的港湾！店内员工分为管理，甜品加工制作，点餐收银，店堂清洁四类。统一着装操作和服务。员工要求技能专业化，个性而又温馨的服务。并且实行严格的投诉回访制度经行监督管理。

2.3 产品的知识产权

本店会在各部门进行一系列的相关注册，并且注册知识产权，势必将店铺的名声打响，并越来越好的发展，在各地开出连锁店，形成本店特色。

2.4 安全风险以及风险规避

近年来，随着经济的好转和人均收入水平的提高，甜品也越来越成为人们生活中必不可少的食物。甜品多数为高热量、高卡路里或者是高脂肪的食品，因此容易使人肥胖，存在一定的健康问题，但是YAML研发的产品会以大众人们的健康为基础，主要是低热量，低脂肪，还会对人们的身体有益的。我们会与知名品牌饮用水、乳制品以及其他原材料的地区供应商建立合作关系，在甜品店堂内点餐区域和各类宣传品上进行标识。从原料供应商值得信赖的角度出发，给顾客一种食品安全能够确切得到保障的感觉。在广州内，甜品店并不多，并且绝大部分的规模不大不算正规。所以，现有的竞争者是几乎不存在的。但这并不意味着我店可以随意的敷衍消费者，我们依旧会努力做到最好，让消费者得到最大的享受，让消费者真的爱上这个甜品店。

三、市场分析

随着经济的发展，人们对生活品质要求越来越高，而学校附近的商业区域，许多餐厅卫生状况让人担心，但学生限于无其他选择，面对商店、餐厅的价格垄断和服务、卫生品质，学生消费只能任人宰割，而且，目前商业街上的甜品店品种单一，原料差等等的问题。我们的服务宗旨能够克服以上所述的困难，能够满足目标消费者的需求，能够很快的切入这块市场。经过分析，我们可以开拓这个市场。专业经营甜品，而且加入DIY的经营理念，能够让客户加入到甜品制作中，感受其中的乐趣和动手的成就感。更能宣传我们店的经营理念，坚持品牌化差异化人性化的经营。用润物细无声的渗透方法，建立和扩大知名度和美誉度，让消费者从认识我到爱我，买我。以下是一些调查结果及分析：

(一) 你的性别是:

(二) 在平时吃甜品的人中的年龄段为:

(三) 喜欢的甜品类型是:

(四) 喜欢什么风格的甜品店:

(五) 经常在什么时间吃点心:

(六) 你经常去甜品店的原因是?

(七) 甜品店有哪些活动你会喜欢?

(八) 你能接受一分点心的最高价格为:

(九) 排除季节问题你会喜欢喝:

(十) 购买点心的依据是什么?

(十一) 在吃点心时会饮用的饮料吗?若会, 你会选择什么饮料?

经调查, 我们可以分析知道: 一般吃甜品的人群中, 16 岁至 22 岁的人占主要地位, 因此, 主要针对大学生这个客源。在店面的装修方面, 我们选择温馨家居型的, 但是可以开设小的包房主题(复古典雅, 质朴简约, 另类潮流), 作为给顾客过生日, 周末桌游地点。营业时间可以初步定为: 10: 00~22: 00。产品的价格普遍定在 30 元以下, 生日蛋糕等产品列外。本店注重产品的开发, 经常推出新产品, 产品推出前期, 会通过朋友圈等询问顾客的意见, 产品推出后, 每次节日期间要推出优惠活动。客人临走时要关注顾客的意见和想法。及时根据顾客意见进行更改。

四、竞争分析

4.1 行业分析

随着社会的不断变化发展，近几年来,我国甜品的市场日益兴起,成为新兴的消费市场。随着人们收入增加，消费生活水平逐步提高,人们的消费理念也发生了改变，特别是在绿色，健康的餐饮理念带动下，消费人群对休闲甜品产生愈来愈浓厚的兴趣。对于国内的年轻消费群体来说,甜品更是成为他们休闲、娱乐生活的首选食品。在品尝美味的甜品时，会使自己在紧张工作之余,放松一下身心,带来更多的放松、乐趣。而且甜品主要以水果和蔬菜为原料,花样繁多,以新奇争取人们的青睐。为了满足消费者需求的多样化,甜品的商店不断增加，推出更符合现代发展理念的创意甜品，这也越来越受到广大人们的喜爱。所以，甜品店的发展前景较好，潜力较大。

4.2 竞争对手

附近的甜品店铺；知名的甜品店；一些具有独具匠心的特色甜品店；社会上不断增多的甜品店。

4.3 竞争战略

(1) .产品：

提高我们甜品在市场上的地位，产品的吸引力；以及不断提高产品宽度与深度。

(2) .销售渠道：

慢慢地拓宽甜品的销售渠道，提高甜品的销售量，提高利润。

(3) .市场营销:

提高甜品在市场营销的水平; 加强市场调研与新产品开发的能力; 增强销售队伍的培训, 提高其素质与技能。

(4) .生产与经营:

注重生产规模与生产成本水平的不断调整, 适应市场发展; 设施与设备的技术先进性与灵活性; 专利与专有技术; 质量控制与成本控制; 区位优势总结; 员工工作的状况; 原材料的来源; 纵向整合程度。

(5) .研发能力:

开始时在产品、工艺、基础研究、仿制等方面会相对简单, 发展阶段时加强对创意创新技术的学习与掌握, 研究更适应时代潮流且具有营养的新甜品, 吸引更多消费者。

(6) .组织:

团队成员价值观的一致性与目标的明确性; 组织对各种环境因素变化的适应性与改变性, 确保甜品店的正常运营。

(7) .管理能力:

管理者增强专业性知识; 提高管理决策的灵活性, 准确性。凝聚员工力量, 为甜品店良好发展奠定基础。

4.4 竞争优势

(1) .从政策上看, 甜品是一个健康的产业, 有着政府政策上的大力支持, 这是明显的竞争优势。

(2) .繁华地段甜品店是相对普及了, 但在一些小城市市场都不算饱和。很多地方有特色的甜品店还不是很多, 这给了我们很大的机会。

(3) .店铺的装修以简约休闲为主, 带给顾客亲和力, 让他们觉得

把烦恼都忘掉，享受生活。

(4) .甜品店内分出不同的几个区，根据顾客需要就位。以避免出现顾客消费不愉快的现象。

(5) .在校学生多，人流量较大，消费人群较稳定。

(6) .甜品品种丰富，具有特色，而且营养丰富，吸引力大。

五、营销战略及策略

5.1 产品策略

产品策略主要是指将甜品的颜色、口味、外观等进行翻新。其主要研究新产品开发，产品生命周期，品牌策略等，是价格策略和促销策略的基础。给予产品赋予特色，可以让其在消费者心目中留下深

刻的印象。产品是市场营销中最重要、最基本的因素，它是企业满足消费者需求的基础，是企业发展市场营销活动的出发点，落实好核心产品是企业的重中之重。核心产品:即有用性也就是使用价值,甜品满足的是顾客追求的口感、口味、解渴等基本需求。

(1) .甜品店主要核心甜品系列:

冷热糖水系列、精选配搭系列、水果捞系列、凉粉系列、精致糕点类、冰淇淋系列、双皮奶。产品特色主要以抹茶为主。

(2) .形式产品:

产品自身以外形状特征。如:产品形态(形式、甜品设计、甜品品种、餐具规格等)、产品品质(甜蜜度、浓稠度、稀释度、色泽度等)、产品包装和品牌商标等。

(3) .包装策略:

甜品店不仅只讲究口味、 口感,外形对于消费者来说也是一种视觉的享受和食欲的增进。糖仔将采用环保的纸质包装(纸袋、纸盒),印上甜品的图案。

(4) .品牌策划:

对于新开的甜品店来说创立品牌是可以起到积极的作用的,可以帮助顾客识别不同经营者的甜品或者服务,同时还具有广告宣传的作用。

(5) .每月推出一款新品,可以改变口味,更换搭配,给客人耳目一新的感觉。

(6) .可以使装盛甜品的容器更吸引人,独特化。让客人除了对甜品,更对店内独特的风格产生兴趣。

5.2 价格策略

价格策略主要是指甜品的定价,主要考虑成本、市场、竞争等,其主要研究甜品的定价、调价等市场营销工具。

(1) .差价不超过产品本身的成本,根据原材料的时令适当调价。

(2) .每周推出一款甜品半价。

- (3) .一次性消费满 100 打八点五折。
- (4) .购买会员卡，每款产品享受九折。
- (5) .一次性消费满 50 元赠送卡片一张，集齐三张可兑换一份双皮奶。
- (6) .采用了产品组合定价策略，店内除了提供主要品以外，同时还提供某些与主要品相关的任选品，高价定价主要品，低价定价任选品，以主要品弥补经济损失。

(7) .折扣定价策略:

消费者在聚会时、生日后时购买甜品有时候会大量购买就可以给予数量折扣,数量折扣是大部分经营者选择的一种折扣方式,通过消费者购买甜品的数量进行折扣优惠,这样可以增加甜品店自身的销量。

(8) .心里定价策略:

每天都推出不同甜品组合进行销售。这样可以在消费者心里产生一种求实惠、求新鲜的感觉。

5.3 分销渠道策略

YAMI 甜品店是一家规模较小、资金有限、经验不足的甜品,同时也是个新兴的甜品店，是甜品市场的新牌子。

(1) .前期式营销策略:

试营运一周，所有产品 8.8 折优惠，并为每位顾客准备精美礼品。

(2) .日常式营销:

全员推销，实现信息的人际传播。另外每天都实行产品限量促销，送代金券、小礼物等。还有季节性的促销，节假日促销等。

(3) .体验式营销:

注重顾客的亲身体验，着重挖掘顾客的口味，并促进其购买。

(4) .考虑到各种因素我们打算开始分销渠道选择一条就是由原材料采购 (经过加工制作以及设计)再销售到消费者手中。

5.4 促销策略

(1) .促销计划:

在新店开张时,边宣传边开始促销活动。新店开张前两天可供顾客任意品尝店内一天所提供的免费甜点，并且可以申请办理会员卡。在学校附近摆设免费品尝点，势必将我们的产品对外推销,引起顾客的留意,让顾客记住并爱上我店。每逢节日则确定活动主题摆设活动帐篷，提供小礼品，给消费者留下美好且深刻的印象。

(2) .到了圣诞和元旦节就要开展一些有热闹气氛的活动，比如店内照片墙的布置，或者许愿树的装饰，装扮成相关有节日气氛的。让顾客与甜品店有互动，然后拍摄一些有意义的照片，为店铺做宣传。

六、组织与人力资源管理

6.1 组织结构

甜品店的组织结构

(1) .企业形式:合伙企业

(2) .名称:YAMI 甜品店

(3) .企业组织结构:

(创业初期)成员

店主: 1 人

员工: 5 人 (财务人员 1 人
制作人员 1 人
宣传人员 1 人
服务人员 1 人
采购人员 1 人)

(成长期逐步增加管理层人员、员工与技术人员等,完善甜品店的结构)

(4) .职能组织:

店主主要负责甜品店的全面工作,管理员工,让甜品店保持正常运营;宣传员工要准确掌握店里的信息,结合消费者的喜好,做好宣传工作,让更多人愿意选择我们店的甜品;采购人员要善于了解甜品的来源情况,在一定的成本下,保证采购材料的质量;财务人员每天要认真记录收支情况;服务人员要注重服务态度,服务质量;

制作人员要掌握制作技术，注重创新，不断推出新产品。

(5).职权组织:

店主具有决断的权力，是甜品店的主要负责人，员工要服从店主的正确安排。同时，我们也注重团队的精神，员工具有提出建议的权利，尊重每个人的意见，相互协调合作，相互督促，求得甜品店的整体发展。

6.2 公司管理体制

(1).管理思想:

以质量管理理论为指导，要求员工必须不断完善、学习、成长，提高自身素质，注重产品质量，对经营过程进行深刻思考，以便在业绩衡量标准(如成本、质量、服务和速度等)上取得更大的突破，提高利润。同时诚信经营，带给消费者信心。实现集权和分权相结合的管理理念。

(2).管理队伍:

以选出的店长为管理中枢，员工共同努力，团结一致，做到有效经营。

(3).管理决策:

以主要员工为核心展开讨论，店长及各员工共同参与讨论相关事务。在强调统一指挥和一定程度集权的同时，也要注重分权。做到科学决策，民主决策，依法决策，快速解决出现的问题，保证正常经营。各员工有权在公司战略参数的范围内自主地处理可能出现的紧急情况。

(4).管理制度:

建立严谨的服务管理规范 and 投诉回访机制，并严格进行监督管理。完善员工守则，考核制度和奖惩等制度。

七、融资方案与投资分析

7.1 股本结构

法人股、外资股、职工股、社会公众股。

(1).法人股是企业法人所持有的股份，不经过转让是不能直接上市流通的；

(2).外资股是指国外和中国香港、澳门、台湾地区的投资者，以购买人民币特种股票形式向股份有限公司投资形成的股份。外资股包括法人外资股和个人外资股；

(3).股份制企业中内部职工所认购的股份；

(4).社会公众（自然人）股是一般个人所持有的股票，一旦该股票上市就可以流通的股票。

7.2 建设投资估算

名称	费用	备注
----	----	----

宣传费	508 元	前期及出新品
材料费	1K/月	根据需要增加
房租费	5W/半年	---
装修费	8W	包括消防措施
水电费	500 元	---
设备费用	2.89W	根据需要增加
员工工资	4K/月	底薪加业绩提成

7.3 投资收益与风险分析

(1).投资收益:

是指企业对外投资所得的收入(所发生的损失为负数),如企业对外投资取得股利收入、债券利息收入以及与其他单位联营所分得的利润等。投资可分为实业投资和金融投资两大类。产业投资又称为实业投资,是指为获取预期收益,以货币购买生产要素,从而将货币收入转化为产业资本,形成固定资产、流动资产和无形资产的经济活动。它是指一种对企业进行股权投资和提供经营管理服务的利益共享、风险共担的投资方式。平常所说的金融投资主要是指证券投资。

7.4 风险分析

(1).开发环境: 工贸后门的交通不太便利,物资运输难,学生多,容易被模仿,市场竞争大。

(2).人员经验: 第一次搞创业,没有什么经验,员工的培训比较难。

(3).客户因素: 因为我们是新店,收益没有什么固定的顾客,再加上我们的创业也算是一种新模式,不知是否符合大众需求。

八. 财务分析

8.1 运营成本和费用估计

店面费用共 13 万:

(1). 房租: 5

(2). 装修: 8

设备费用共 28900 元:

(1). 桌子、椅子: 采购 15 组, 单价 300 元

(2). 冰淇淋机器: 采购 1 台, 单价 13000 元

(3). 烤箱: 采购 4 台, 单价 350 元

(4). 电脑: 采购 1 台, 单价 4000 元

(5). 冰柜: 采购 1 台, 单价 1000 元

(6). 蛋糕点心制作模板: 采购 15 份 单价 200 元

(7). 碗碟、杯子、勺子、筷子: 采购 50 副, 单价 40 元

材料费用每月大概 1000 元

宣传费用共 508 元:

(1). 宣传单张: 打印 1000 张, 单价 0.5 元

(2). 海报: 打印 10 张, 单价 0.8 元

水电费每月大概 500 元

员工工资: 初期只有 6 位股东, 只要按照投资比例分配就好; 中期后期店长每月 3500 元, 研发制作人员每月 2400 元, 服务员每月 2400 元还有财务员每月 2300 元, 以上人员每在店铺上一年班加工资 100 元, 工作认真的员工每年有奖金 100 元。

8.2 收益估计

YAMI 店铺预计在未来的一年内收回成本, 按每日销售六百份甜品 (含所有种类甜品, 平均销售利润率 30% 计算)。

甜品店投入回报分析(例子: 小型普通店)

经营面积: 20-30 平方米

总投资: 20 万元(含培训费、前期投资、流动资金等)

具体价格如下:

饮料类: 5—10 元 甜品类: 15—30 元

组合套餐: 20—30 元 人均消费: 10—20 元

每天平均消费人数: 300 位左右

人均消费:2 次

日营业额: 300×2 , 600 次左右

月营业额: 600×30 , 18000 次左右

月毛利润: $18000 \times 15 \times 30\%$, 81000 元左右

月费用约 50000 (包括水电费, 材料费,)

月利润 $81000 - 50000 = 31000$ 元左右, 投资回报期约 1-2 年

当然, 这只是我们的一个评估预测, 真正得到的收益并不可能如预期般。期间肯定还会受到多种因素的影响。但是有这种经营损益的分析, 相信我们可以更直白的面对自己所面临的收益和风险, 有助于我们更进一步的防患于未然。

九、机遇、风险及对策

9.1 机遇

随着城市生活节奏的加快, 经济的快速发展, 现代学习生活中的人们心里压力较大, 缺少休闲放松的条件。运动场所, 公园, 酒吧已经满足不了人们对于休闲的追求。针对这一情况。甜品店的创业就显得很有市场, 人们不会拒绝美食, 同时又可以得到放松。而这一类学习生活压力大的人们, 消费水平又普遍不低, 便形成了一个很大的市场。在调查报告中, 有 53.33% 的人是非常喜欢吃甜品的, 73.33% 的人偶尔去甜品店光顾, 而会点甜品享受下午茶的人占 16.67%, 偶尔享受的也占了 61.67%。由此, 许多消费者还是愿意把钱花在甜品消费上的。他们受教育程度差不多, 对物质和精神享受的要求是差不多的, 针对顾客, 满足他们的需求不会很复杂。如在我们甜品店内, 设置不同梯度的价位的甜品, 打造优雅的环境, 或者播放音乐, 摆放不同种类的报刊杂志。我们的甜品店的价位是处于中低档的, 这样的价位是他们能接受的, 而且也符合他们的消费水平。我们 YAMI 经营模式是以 DIY 为主, DIY 是英文 Do It Yourself 的缩写, 又译为自己动手做。简言之, 就是“亲力亲为”。更通俗一点说法: 靠自己! DIY 技术就是自己动手将普通物品根据自己的创造进行加工, 作为一个新兴产业在年轻人之中非常受欢迎。个性化, 独一无二的糕点礼品受到了广大学生的青睐。

9.2 风险及对策

(1).市场风险:

刚进入市场的这个店铺，最初的营业通常都是很困难的。竞争者虽然在段时间内不存在多大的威胁，但新生力量经常很难得到消费者的高度信任。应对对策：首先，我们的产品必须有质量方面的保证。只有店家具有诚信才能使得消费者高度信任，而在质量保证的前提下，我们要不断提高，从品种，味道，外观各方面提升本店的产品，从而吸引大量客源。其次，有了好的产品，宣传就是个关键性的问题。我们的宣传绝不能敷衍了事，只是发发传单之类的行动。我们需要让消费者至少是知道了解这个店，才能有机会让消费者进店品尝而被吸引。

(2).产品技术风险:甜品的种类很多，大部分消费者对于产品的质量要求很高。产品的研制是个很有技术含量的问题。应对对策:我店的甜点制作师傅必须是专业的制作人员，我店招入的员工需至少会一些制作方面的技能。产品推出之前组织全店人员试吃，尽可能的制作出适合大众口味的产品。制作师傅需要有大胆创新的精神，坚持“人无我有，人有我优”的创新原则。

(3).营销风险:

对于甜品店，营销存在一定的风险，根据季节的变换来分析，夏季时，天气炎热，甜品容易融化或者变质。应对对策：除了布丁，冰淇淋等冷饮放入冰箱及冰柜之外，大部分甜品我店采取现做的方式，让顾客品尝到最新鲜的甜品。我店会提供一个安静优美的环境给消费者等待产品的制作，也会开设一个玻璃工作室让顾客观看一些简单甜品的制作。

(4).资金风险:

初期可能会发生资金短缺，难以周转，商品过多的囤积，效益差等问题。应对对策：资金难以周转，我们会通过贷款，内部集资，对外聚集闲散资金等方法来解决；商品过多的囤积，我们会采取相应的促销手段，如：买一送一（小礼物），发放会员卡，节日活动等来解决；效益差，对于每一个新兴的公司来说都是必须会面临的问题，对此，我们认为首先要保持一颗乐观的心，静下来仔细的思考造成这种现象的原因以及相应的措施；然后，学会在原因中找结果，调整自己的发展政策，对发展前景作出相应的规划；最后，对症下药

药，解决事情的主要矛盾，重整旗鼓，积极地吸取经验和教训，不断改良，从而做到经久不衰。

十、资本运营模式与退出模式

10.1 融资运营

融资运营是企业资本经营的重要手段之一。现代企业的融资方式包括内源融资、外部股权融资、债权融资等。从企业价值最大化目标出发，出于节省成本和降低风险的考虑，企业进行融资应按照如下顺序进行选择：首选内源融资，银行借款次之，发行债券再次，最后考虑外部股权融资。YAMI 应该抓住国家发展资本市场这个机遇，募集资金，这些资金先后用于扩大甜品产量及质量上，得到了最有效的运用。面对股票上市后的新压力，YAMI 通过改制，使公司发生了很大的变化，使公司利润持续上升，从根本上保证了股民的权益。通过股票上市从而转变公司的机制，形成股民、员工、用户互动的价值链，这是其在资本市场取得成功的一个重要原因。

10.2 合营模式

我们 YAMI 会以我们高额的利润优势来吸引风险投资，由几个主要风险投资者出资者出资作为大股东，我方以投资创业方案入股，兼顾管理与相关产品的开发与延伸的研究，负责产品实施与维护。这种方式的优点是：由于我们的投资对当地的经济绿色安全等各方面都有很积极的作用，极大的刺激了当政府的积极性，当地政府会有较强的参与维护积极性，因此公司的运行和收益有了保障。

10.3 资本退出模式

考虑到风险投资的特性，在风险资本运营到一定的阶段，可以考虑采用目前国际上比较流行的资本退出方式 IPO 模式。