# 2024年创业策划书ppt内容 创业策划书4篇(优质)

来源：网络 作者：七色彩虹 更新时间：2024-02-19

*在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。创业策划书ppt内容 创业策划书篇一1、宠物美容2、宠...*

在日常学习、工作或生活中，大家总少不了接触作文或者范文吧，通过文章可以把我们那些零零散散的思想，聚集在一块。相信许多人会觉得范文很难写？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

**创业策划书ppt内容 创业策划书篇一**

1、宠物美容

2、宠物医疗

3、经营宠物服装

4、宠物日用品

5、宠物摄影等

众所周知，在市场经济条件下，市场是企业的根本，没有市场便没有企业的生存，没有市场的发展便没有企业的发展。

最近几年的宠物市场越来越热，我们身边的宠物食品、用品店，宠物美容店在几年之内增加了很多，超市里与宠物食品、宠物用品有关的产品也由原来的一个货架，扩展成为一排货架，小区周围的小型超市也增加了宠物食品、用品的货架，各大主流网站也开辟了宠物论坛，到处可以了解到关于宠物的各种信息，宠物成了居民生活中的一部分，宠物市场进入了一个蓬勃发展的时期。

根据市场营销策略来看，宠物企业在市场中谋发展，不仅要善于发现和了解客户需求，而且要尽一切可能从产品质量、销售渠道、价格、促销方面来寻找和简历一个实现这一要求的可控体系。企业要想在激烈的市场竞争中取得成功，产品质量是第一要素，提高、把握产品质量是重中之重，在保证好产品质量的同事要根据市场动向，制定合理的价格，进行准确的价格定位。

1、成本预算

开家宠物店，首先要拿出1万元左右，参加培训一个月左右并拿到“宠物美容师”资格证。除啦营养品跟上，还应该有专门的美容项目，所以，还应该拿出1万元投资宠物美容设施：洗澡池、一把电剪(20xx元左右)和五个刀头(1000元)、三四把美容剪(20xx元)、吹水机、电吹风、热水器等。两万元用于进货，在宠物用品所涉及的吃、洗、玩、住等地方，1万元购置包含营养品在内的食品，5000元购置洗浴用品、5000元配些其他种类货品。店铺装修、货架等也得1万元。

2、盈利状况

利润率：按照规律，投资宠物店，半年之内不会盈利。食品、用品类毛利润在20%左右，美容在60%左右。按照房租20xx元/月，每月营业收入超过5000元，就可保本。两年内就能赚回本金。

据介绍，宠物店选址的选择是开店经营中灵活性最差的因素，需要考虑多种因素，包含周边人群的规模和特点、宠物的数量情况、同行竞争情况、交通的便利性、附近商家的特点、房产成本(租金成本)、合同期限、人口变动趋势及有关的法律法规等。

尽管宠物美容这一行业前景看好，但也同样存在风险，店员难招是这一行的大难题。宠物美容师与一般的美容师不同，不仅有专业要求，而且工作非常繁琐，还经常会被宠物咬伤、抓伤。一般人会以为，给宠物犬美容就是修剪修剪，梳理清洗一下毛发。事实上，宠物美容师的工作并没有看起来那么简单。给宠物犬美容，通常要一个小时以上，碰上不怎么听话的宠物犬则需要更长的时间。由于活儿脏累，这就使得这一行业的店员招聘比其它行业困难很多。

**创业策划书ppt内容 创业策划书篇二**

本文依据湖北10所高校的抽样调查资料，从性别、专业、学校类型和创业教育方式方面，探讨了大学生创业自我效能感的影响因素。研究发现，当前大学生创业自我效能感处于中等水平；性别对创业自我效能感有显著影响，女大学生的创业自我效能感明显偏低；学校类型与大学生创业自我效能感显著负相关；创业教育对创业自我效能感作用显著，但不同创业教育方式的作用存在很大差异，创业必修课等的作用亟待提高。需要通过深化高校创业教育改革，进一步提高大学生的创业自我效能感。

创业自我效能感；创业教育；大学生

当前，党和国家对创新创业非常重视，党的十八大对创新创业人才培养作出了重要部署，国务院办公厅20xx年印发《关于深化高等学校创新创业教育改革的实施意见》，对加强高校创新创业教育提出明确要求，各级政府也出台了一系列促进大学生创业的优惠政策。在多方努力下，大学毕业生自主创业的比例有所提高，但是，与欧美发达国家大学生创业率相比，还存在显著差距。影响大学生创业的因素是多方面的，大学生创业自我效能感偏低也是重要原因之一。创业自我效能感与创业行为密切相关，可以影响创业行为的选择、维持和结果。[1]因此，高校创业教育应该注重培养提高大学生创业自我效能感。当前大学生创业自我效能感状况怎么样？创业教育对创业自我效能感产生怎样的影响？如何通过创业教育来提高大学生的创业自我效能感？本文运用问卷调查的方法，研究了高校创业教育对大学生创业自我效能感的作用，试图找到影响大学生创业自我效能感的关键因素，为加强高校创业教育、提高大学生创业自我效能感提供帮助。

自我效能感是社会认知理论的核心概念,用来解释人们如何判断其能力以及这种判断如何影响其动机和行为。1977年，美国著名心理学家班杜拉首次提出了自我效能感这个概念，他认为自我效能感是指“人们对自身能否利用所拥有的技能去完成某项工作行为的自信程度”[2]。1986年，他在《思想行为的社会基础:一种社会认知理论》一书中,对自我效能机制进行了更系统全面的论述,分析了自我效能感的形成机制和功能，逐步形成了自我效能感理论的框架。[3]自我效能感理论对认知与行为的中介过程做出了理论解释，揭示了自我效能感的形成途径，认为“自我效能感的形成主要来自四种不同的途径：一是通过以往的成败经验；二是通过他人的示范效应；三是通过社会劝说，告诉人们他们具备获得成功的能力；四是通过情绪状况和生理唤起”。自我效能感的作用主要体现在行为选择、动机性努力、认知过程以及情感过程这四个方面。[4]创业自我效能感是自我效能理论应用于创业领域的衍生概念，chen首先在创业研究中引入这一概念，并将其定义为创业者相信自己能够胜任创业角色、完成创业任务的信念。[5]关于创业自我效能感的维度结构，denoble等基于核心创业技能把创业自我效能感分为机会识别、创新和产品开发、风险和不确定性管理、关键资源的获取与配置、人际关系及网络管理、创新工作环境的营造和维持等六个维度，并在此基础上开发了创业效能感量表。[6]我国学者严建雯等编制了包括五个维度27个项目的大学生创业自我效能感问卷。[7]创业自我效能感作为一种创业活动的深层次的信念因素，是理解与预测创业者行为的重要概念。krueger等的研究表明，创业自我效能感是一个潜在创业者真正开始创业的重要先决条件。[8]laviolette认为，个体创业自我效能感是预测其创业意向强度与最终是否采取创业行动的一个重要变量，创业效能感高的个体更有可能成为一名创业者。同样的环境，创业效能感高的个体认为充满机会，而创业效能感低的个体则认为充满困难和风险。[9]关于创业自我效能感的形成机制，有学者认为创业效能感形成的\'心理机制包括需要驱动过程、模仿认同过程和内化外化过程，受四个因素的影响：成败经验、替代经验、言语劝导以及情绪反应。[10]创业教育对创业自我效能感有重要作用，有学者认为，创业教育过程实际上是一种培养学生自我效能感的过程，教育和培训对创业自我效能感具有正向影响作用。[11]文献回顾发现，关于创业自我效能感的研究，现有成果局限于概念结构、功能、形成机制和影响因素等方面，偏重理论研究，缺少高校创业教育、特别是各种创业教育方式影响大学生创业自我效能感的实证研究，这正是本文试图弥补的研究薄弱点。

1.样本情况

调查对象是湖北省各类高校中的在校大学生（包括专科生、本科生和研究生），样本抽取采用多段分层抽样的方法。调查发放问卷1000份，回收925份，剔除回答不完整的问卷38份，得到有效问卷887份，有效回答率为88.7％。

2.大学生创业自我效能感及其测量

创业自我效能感是个体相信自己能够胜任不同创业角色和任务的信念。chen等人根据创业的任务职能，从营销、创新、管理、风险承担和财务控制等5个方面设计了量表。[12]陆书根等人从能力素质、成功机会、工作经验、行业选择、创业信心等5个方面设计了大学生创业自我效能感量表。[13]本研究参考以上学者设计的量表，结合大学生自身的特点，从创新能力、机会识别、风险管理、人际网络、资源获取、创业素质和创业信心等7个方面设计题目，按照likert5级量表的方式构成大学生创业自我效能感量表。

3.高校创业教育状况

测量高校创业教育状况指大学生在校期间参加或接受创业教育的情况，根据目前高校开展创业教育的实际情况，从创业必修课、创业选修课、创业专题讲座、创业指导、创业能力测评、创业计划大赛、创业社团活动和创业实践活动等8个方面设计题目来调查大学生接受或参与创业教育的情况。本研究运用spss22.0进行数据处理，采用的数据分析方法主要包括：一是应用探索性因素分析与信度分析检验大学生创业自我效能感和创业教育2个量表的效度与信度。二是运用独立样本t检验对性别与创业自我效能感进行相关分析。三是采用单因素方差分析(anova)方法分析学校类型、专业对创业自我效能感的影响。四是运用皮尔逊相关分析法、多元线性回归分析法对创业教育与创业自我效能感进行相关分析与回归分析。

1.湖北大学生创业自我效能感基本状况

本研究从创新能力、机会识别、风险管理、人际网络、资源获取、创业素质和创业信心等7个方面设计量表测量大学生创业自我效能感。对大学生创业自我效能感的评价，根据统计学原理，将创业自我效能感总分大于（或等于）m+sd认定为高创业自我效能感，小于（或等于）m-sd认定为低创业自我效能感，介于两者之间为中等创业自我效能感。统计数据显示，全部样本创业自我效能感的平均分为24.71，标准差为4.36，按照上述划分方法，分数大于（或等于）29.07为高创业自我效能感者，分数小于（或等于）20.35为低创业自我效能感者，发现高创业自我效能感者占比13.6%（121人），中等创业自我效能感者占比70.6%（626人），低创业自我效能感者占比15.8%（140人）。表明当前绝大多数大学生创业自我效能感为中等水平，高创业自我效能感者和低创业自我效能感者都较少。进一步分析低、高创业自我效能感者这两个群体在创业自我效能感上的差别，高创业自我效能感群体的平均分为32.27，低创业自我效能感群体的平均分为18.45，独立样本t检验发现这两个群体在创业自我效能感上存在极其显著差异（p＜0.01）。

2.性别与创业自我效能感的相关分析

为了了解性别对大学生创业自我效能感的影响，采用独立样本t检验对性别与大学生创业自我效能感进行相关分析(见表1)。结果显示，不同性别的大学生在创业自我效能感的机会识别、风险应对这两个指标方面，都存在极其显著差异（p＜0.01）；在创业信心和总体创业自我效能感这两个方面，都存在显著差异（p＜0.05），所有存在显著差异的方面都是男大学生的得分高于女大学生。男女大学生在创业自我效能感的创新能力、人际关系能力、资源获取和创业素质方面，都不存在显著差异（p＞0.05），特别是反映创业资源获取情况的“我能从家庭获取创业支持”的得分，女大学生略微高于男大学生（不具有显著差异）。数据表明，女大学生的创业自我效能感明显低于男大学生，并且主要是由于女大学生在机会识别、风险应对和创业信心等方面的自我评价较低造成的。

3.学校类型与创业自我效能感的相关分析

考察学校类型与大学生创业自我效能感的关系（本次调查将学校类型分为三类：重点大学，指985和211工程大学；一般大学，指重点大学以外的普通本科院校；高职高专院校），采用单因素方差分析(anova)对学校类型与大学生创业自我效能感进行相关分析(见表2)。结果显示，不同类型高校的大学生在创业自我效能感的人际关系能力、资源获取、创业信心和总体创业自我效能感4个方面存在极其显著差异（p＜0.01），并且这4个方面得分情况都是：高职高专得分最高、一般大学其次、重点大学最低。在创新能力、机会识别和创业素质方面不存在显著差异（p＞0.05）。说明大学生创业自我效能感在不同类型高校之间存在显著差异，且形成由高职高专到一般大学再到重点大学的高低排序。这可能是由于学业发展和就业竞争能力等方面的差别，不同类型高校在学术教育、职业教育和创业教育这三种类型教育中的侧重点不同所致（重点大学偏重学术教育，而高职高专偏重创业教育）。

4．专业与创业自我效能感的相关分析

考察专业与大学生创业自我效能感的关系（本次调查将专业分为三类：理工类、经政类、艺术及其他），采用单因素方差分析(anova)对专业与大学生创业自我效能感进行相关分析(见表3)。结果显示，不同专业的学生在资源获取方面存在极其显著差异（p＜0.01）；在创新能力、机会识别、风险管理、人际交往、创业素质和创业信心这6个方面，都不存在显著差异（p＞0.05）。5.创业教育与大学生创业自我效能感的回归分析为了进一步分析创业教育对大学生创业自我效能感的影响，以创业自我效能感为因变量，以创业教育的8个指标为自变量，进行多元线性回归分析（见表4）。结果显示，8个自变量中，创业选修课和创业专题讲座这两个自变量的回归系数假设检验概率值（p值）小于0.01，表明这两项指标对大学生创业自我效能感有极其显著影响；创业实践活动和创业计划大赛的回归系数假设检验p值小于0.05，表明创业实践活动和创业计划大赛对大学生创业自我效能感有显著影响；其余4个自变量的回归系数假设检验p值均大于0.05，不具有统计学意义的显著性，表明这4项指标对大学生创业自我效能感没有显著影响。应该注意的是，创业必修课作为最主要的创业教育方式，对大学生创业自我效能感的影响并不显著。

综上所述，本研究得出如下主要结论：一是当前大学生创业自我效能感整体处于中等水平。理由是，创业自我效能感平均分为24.71（满分为35），折算成百分制为70.57。二是性别对创业自我效能感有显著影响。女大学生的创业自我效能感明显低于男大学生，差别主要存在于风险应对、机会识别和创业信心这三个方面。三是学校类型与大学生创业自我效能感呈显著负相关。即创业自我效能感随着学校层次上升而降低。四是整体而言专业对创业自我效能感影响不大，只是艺术类学生认为自己更能从家庭获取创业支持。五是创业教育对创业自我效能感作用显著，但是不同创业教育方式的作用存在很大差异，创业选修课、创业计划大赛、创业专题讲座和创业实践活动的作用显著，其他方式作用不显著，特别是作为最主要创业教育方式的创业必修课，还没有发挥应有的作用。

[1]丁明磊,杨芳,王云峰.试析创业自我效能感及其对创业意向的影响[j].外国经济与管理,20xx（5）：1-7.

[7]严建雯,巫程成,王彭.创业教育对大学生创业自我效能感的影响[j].中国健康心理学杂志,20xx(7):1105-1108.

[10]谷力群,等.基于创业效能感理论的大学生创业教育模式研究[j].现代教育管理,20xx（11）：106-109．

[13]陆根书,彭正霞.大学生创业意向及其影响因素研究[j].西安交通大学学报:社会科学版,20xx（4）：104-113.

**创业策划书ppt内容 创业策划书篇三**

在新旧世纪交替之际，如何更好地建设、发展和应用以因特网为代表 的全球网络体系，使之在社会生活特别是在经济领域内发挥更有效的作 用，是摆在我们面前的历史重任。

经验表明，任何一项新的技术和事物不可能超越历史和脱离现实而取 得发展。我国当前的情况是：网络应用体系正在逐步形成并继续高速发 展，上网人数自1997年底的62万人增长到1998年底的210万人，据国外 权威机构估计，1999年底可能达到990万人，前号喜人，网络将有无限光 明的作为。

虽然如此，我国网络事业的发展与国内信息产业其他领域的发展相比 以及与国外同行业的发展相比，无论在网络规模、上网人数，还是在服务 质量以度电子商务应用等各方面的差距仍然很大。追其根源，除了总体投 入不足，电信资费过高等客观因素外，关键还在于网络业界没有能够实现 与(以买方和卖方为代表的)经济活动主体的广泛、深入、有效的相互渗 透和全面融合。

尽管众多网络服务商和发展商都在极力宣传、推广和探索以网络购销 及网络结算为主题的电子商务体系，但是纵观我国当前的网上购物网站， 几乎都是搞形式，收效甚微，对厂商和顾客无法起到吸引作用。原因何 在?问题的关键在于对客观经济规律特别是价值规律在现实经济活动中的 作用分析不够、认识不足、运用不力，缺乏有效的手段，没有找到正确的 切入点和牵引点。

“网络拍卖”正是这样一种符合价值规律的、易于操作的、有效的手段。 近两年来，发达国家的网络拍卖业务平地而起，发展迅猛。据不完全 统计，目前包括一些知名网站在内的大型拍卖网站已有150多家。网络拍 卖品种也早已突破了传统拍卖概念，几乎涵盖了所有商品种类。

国外评论家是这样说的：“看看你以前购买的一切物品，其中有多少 是通过讨价还价买到的?将来，你对自己想买的几乎所有物品都可以在讨 价还价中获得。网络将使几乎一切物品的实时拍卖成为可能。” 拍卖是商业运作的一种特殊形式，它与常规商业形式的最大区别在 于：它把商品的定价权从卖方手中移交到了买方手中，从而极大地调动了 买方的购物积极性。

网络拍卖形式与传统的拍卖形式相比，其最大优势在于它打破了空间 与时问的限制，使拍卖市场乃至整个拍卖行业得到了无限的扩展，产生了 质的变化和飞跃。

网络拍卖要求所有的参与者要具备较高的商业信用等级，如此才能在 生动活泼的交易过程中，潜移默化地培育和提高参与者的社会道德和商业 信誉水准。

网络拍卖不仅是一种购销形式，同时也是一种极佳的广告形式，它充 分满足厂商及其产品的宣传要求，从而拉动网上购物和其他购销业务的同步发展。我国目前尚无长期开通的大型网络拍卖网站。

努力打造和完善以高新科技为基础的，适舍中国国情并具有中国特色 的电子商务体系及其应用平台。

认真探索和开拓以网上拍卖为先导的、适应买方市场形态的、以社会 协作和代理制为基础的远程购销形式以及与之配套的远程售后服务系统。 积极推动和发展国际间的经济、科技、文化交流，建立以信息高速公 路为依托的跨国零售通道及与之配套的快速反应机制，以满足国内外消费 者日益增长的需求。

充分运用和发挥客观规律特别是价值规律的杠杆作用，以生动新颖、 多姿多彩且简单易行的形式，汇集和调动购、产、销乃至金融、储运、邮 政等各方面的积极性，以达到沟通供求、内需、市场增温的目的。

有效拉动和催化信息产业与国民经济其他行业乃至上层建筑的相互渗透 和融合，加速信息产业化和产业信息化进程，以期五相促进、共存共荣。

1.项目名称：商业性拍卖网站。

2.网站名称：××网络拍卖交易网。

3.国内域名：

4.国际域名：

5.主办单位：

6.协办单位：

7.投资总额：人民币120万元。

8.投资形式：现金、实物厦各种有价证券(详见协议书)。

9.投资比例：由各参加单位商定(详见协议书)。

20xx年的主要任务如下：

3月中旬～3月下旬，建立、调试××网络拍卖交易网站；4月上旬， 配合中关村电脑节，尝试性拍卖少量电脑类产品；

5～8月，组织实施首届“电子商务杯”网络拍卖交易会活动(国 内)；9～12月，组织实施首届“中华杯”网络拍卖交易会(国际)；

8月中旬后，开通每年365天，每天24小时连续运行的常规拍卖业务。 联合各界同仁，积极研讨、发起组织并向国家申报成立“中国电子商 务促进会”和“中国电子商务发展基金”。

社会效益：

增强全民用网意识；促进电子商务发展；刺激社会消费需求；扩大国 产商品出口。

经济效益：

总收入=拍卖佣金+广告收入+部分赞助资金

预计20xx年网络常规拍卖销售总额不少于4000万元，两场大型网络 拍卖活动销售总额不少于5000万元，合计销售总额约为9000万元。按 3％计算，可分配利润预计可达270万元(9000万元×3％=270万元)。

本项目遵循“联合社会力量，满足社会需求”、“充分发挥高新科技的 引导作用，充分运用价值规律的杠杆作用”、“不等、不靠、可大、可小” 和“少花钱、多办事，有什幺条件打什幺仗”的运营原则。因此，初始投 资规模仅为90万元，且由多家分担，大部分投入又是投资人已经拥有的设 备和功能，现金投入较少。

本项目将抢占多项全国第一，如：开办第一个大型专业网络拍卖网 站、组织第一次大型网络拍卖活动等，非常有利于吸引国内外销售商、广 告商、赞助商、服务商和广大消费者。

本项目的特点是准备时间长、拍卖周期短、参加人员多、成交数量 大，只要事先做好安排，坚持“不打无准备之仗”的原则，一般不会有意 外情况出现。

本项目是以提供网络拍卖平台和相关服务为主的中介服务业，并不参加 风险较大、竞争较激烈的商品经营活动。在拍品交割时采用先收款、后付货 的结算形式。这种经营方式和收入构成实际上已避开了主要经营风险。 结论：投入小、风险小、利润也较小，但是周转快，见效快。宜早下 手、早准备、早开张。

名称：××公司

成立时间、地址、团队情况、财务状态(略)

**创业策划书ppt内容 创业策划书篇四**

步入大学的我们，有更多的时间去照顾自己！应该抓住每一细节，打理自己！借“饮食文化节”这个良机，开始，更加好的照顾自己吧！

随着社会的发展，瘦身几乎成为每个大学生，尤其是爱美女士热衷的话题！那么，“吃”就成为我们应该关注的焦点！吃什么?怎样吃?从吃出发，关注大学生的健康，关注他们的成长！饮食文化，明白其中的奥妙！

民以食为天，我们要从饮食中学到知识，注意自己的健康！饮食文化节，节日期间，争取让每个在校大学生培养良好的生活习惯，饮食习惯！从饮食做起，注重健康，进一步去关怀他人，关注他人的健康！

3.18-4.18

3.18-3.20前期宣传，报名

3.21-3.22饮食健康知识竞赛

3.25-3.31主食大比赛

4.1-4.6对战蔬菜

4.7-4.15落“汤”鸡

4.18奇迹在心中暨颁奖

典礼

通过举办饮食健康知识竞赛、主食大比赛、对战蔬菜台、落“汤”鸡、奇迹在心中的活动。励志让同学们了解营养，健康！

l健康知识大比赛：

时间：3.21-3.22

地点：南苑球场

1)参赛选手7人为一组分好(不分院系、男女)，共5组，进行知识问答(题目涉及中西文化细节)！

2)题目涉及：中国饮食文化，外国饮食细节，中国茶文化，西餐的注意事项，饮食禁忌5个模块！

3)按序作答：组员按序从题库中按序依次作答！答对加5分，打错不扣分，不加分！

4)抢答：在场的参赛人员，听到题目可自行抢答，答对加5分，答错扣5分！

活动形式：知识问答以按序作答、抢答两种形式进行！无决赛！

晋级方式：分数高3个小组晋级(21人)，其他俩个小组，抱歉！无权参与下面的环节！

奖项设置：淘汰者一人一只水性笔，晋级者不颁发

奖项

l主食大比赛

时间：3.25——3.31

地点：文化广场

活动评委：群众甲乙丙丁

1)21人分南北2大组，进行角逐。各组员独立完成！

2)21人一人一套厨具，材料，调味品自备！

3)时间1个小时！制作一份主食！时间用光为止！

晋级方式：甲乙丙丁的票数为唯一晋级依据！1——21号，没位选手每人一个投票箱,进行投票！依据票数，选出前15位，参加下一环节！

奖项设置：淘汰者一人一个笔记本，晋级者不颁发奖项

l对战蔬菜：

时间：4.1——4.6

地点：二田

1)参赛的15为选手报上菜单！

2)选手依据菜单买菜，记录下花费！

3)30分钟为限。

晋级方式：超时者淘汰。

色——5分

香——5分

味——5分

选出10人参加下一环节

奖项设置：淘汰者一人一个笔记本加水杯，晋级者不颁发奖项

l落“汤”鸡

时间：4.7——4.15

地点:南苑球场

活动细节：

1)10人，一人一套厨具，调味品自备！

2)以鸡为主要材料，制作汤！。

3)1个小时为限

活动评委：踏入正门的前20位学生

晋级方式：选出3人获胜！为冠、亚、季军

奖项设置：冠军mp4

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn