

2024年有关创业计划书5篇

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/215029.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

制定计划前，要分析研究工作现状，充分了解下一步工作是在什么基础上进行的，是依据什么来制定这个计划的。计划怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编为大家带来的计划书优秀范文，希望大家可以喜欢。

有关创业计划书篇一

背景：目前中国经济发展迅速，生活水平的提高使人们对美味可口的面包产生了浓厚的兴趣，全国各地的面包房遍地开花，而且在面包店领域已经出现了不少连锁品牌，虽然竞争激烈，但普通的面包店还有不少弱势和缺陷，因此给了我们占领市场的机会。

前景：目前虽然各地都有不少面包房，然而相对于发达国家而言，我们还有很长的路要走，烘焙市场还有长期持续的增长空间。而且面包的客户群体几乎老少皆宜，人人喜爱，市场巨大。

我们的目标是先开一家旗舰店，立足本地市场，根据客户需求和意见不断改善，然后在此基础上逐渐在本地发展直营店，最后成立公司，以直营和连锁加盟相结合的形式把面包店开到全国甚至世界各地，建立属于我们中国人自我的本土面包店品牌。

我们主要经营面包、甜品、糕点、精品饮料等，在此基础上，我们会联合科研机构与学校根据各地的特色食品和特产，开发新的适合老百姓食用的健康、美味的食物。

- 1、安全，在食品领域，安全问题是大家最关系的话题，因此我们必须会使用最安全、健康的食材。
- 2、方便，我们要根据客户需求改善自身的服务和流程，争取让尽可能多的顾客感受到方便。
- 3、尊重，针对客户，无论是谁，我们都务必尊重，让顾客感受到我们对他们的重视，增强信任感。
- 4、创新，在老百姓口味和要求越来越高的这天，不创新就意味着被市场所淘汰，因此我们联合科研机构不断开发新的产品和口味，满足顾客的要求。

目前市场上面包店的不足

- 1、除了一些大品牌的面包店，其他大多数小面包店不够干净卫生，许多面包直接露天摆在外面

，而且店内无论是墙壁还是地板，都不是很干净，容易让客户反感。

2、食材安全性难以保证，大多数的面包店没有自我的原料基地或者可靠的食材供应商，因此原材料的安全性难以保障。

3、产品种类单一，口味单调。

4、广告宣传不足，客户认知度不高。

5、缺乏diy产品，客户参与程度不高，难以适应diy火热的市场

6、缺乏特色产品。

我们的优势

1、温馨大气的店面装修，明亮的窗户和橱窗，让顾客感受到自然和温馨，墙壁都是墙纸和diy贴纸，因此既干净又搞笑，无论是装修还是服务，我们都能让顾客有家的感觉。

2、我们打算明年针比较重要的原材料，与人合作建立自我的基地，保障食材的安全性和渠道供应。

3、与科研机构以及众多单位合作，能够开发口味众多的不一样单品，满足不一样顾客的需求，并推出自我独特的主打产品。

4、与本地各类组织和单位合作，开展diy活动，让顾客亲自动手，参与到制作面包和点心的过程中去，既宣传了自我，又让顾客感受到快乐，提升了品牌认知度。

5、目前市场远远没有饱和，针对市场上的弱势竞争者，我们的加入会加快市场洗牌，提升行业整体水平，市场前景十分广泛。

有关创业计划书篇二

【目录】

1、舞蹈机构基本情况;

机构成立时间、注册资本、经营权限、员工规模等进行介绍

2、舞蹈机构课程/舞蹈机构服务介绍;

课程的设置和服务体系简要描述

3、舞蹈机构行业/舞蹈机构市场分析

行业现状、市场调研、市场容量、市场前景、消费接受程度、进行简要分析

4、舞蹈机构的业务现状

目前市场份额、客户数量、简要分析(切记3-5公里范围内即可)

5、舞蹈机构财务分析

公司累计投资、收益情况、利润资产、度收报表等情况介绍

6、舞蹈机构合伙计划

金额预算、参股比例、融资期限、退出方式

一、舞蹈机构公司概况

1、舞蹈机构公司介绍

详细介绍目前前有的机构背景、团队人员、师资力量、资本构成等等，如果没有可做预设

1)舞蹈机构主要股东

股东名称、出资额、出资形式、股份比例

2)舞蹈机构团队介绍

核心团队、师资力量介绍、运营思路、管理经验等等，一定要说明我们的优势是什么?

3)舞蹈机构的基础结构

4)舞蹈机构师资、员工等情况

2、舞蹈机构经营财务情况(从建立起开始写)

3、舞蹈机构招生网络和宣传;宣传预算、合作单位、招生网络、战略合作伙伴等等

4、舞蹈机构的运用思路和营战略规划;比如，近期及未来3-5年的发展方向是什么?近期半年的目标是什么?全年目标是什么?

二、舞蹈机构的课程介绍及服务标准

1、舞蹈培训课程设置、服务标准

2、舞蹈培训核心竞争力是什么?

3、舞蹈培训品牌的注册

三、舞蹈机构行业及市场

- 1、舞蹈机构行业情况;舞蹈培训行业发展趋势，相关政策、市场潜力
- 2、舞蹈机构市场潜力;对舞蹈培训市场容量、市场发展前景、消费者接受程度和消费行为进行分析
- 3、舞蹈机构行业竞争分析;主要竞争对手及其优劣势进行对比分析，包括课程、师资、价格、环境、服务等方面
- 4、舞蹈机构收入(盈利)模式;业务收费、收入模式，从哪些业务环节、哪些客户群体获取收入和利润
- 5、舞蹈机构市场规划;机构的未来3-5年的销售收入预测

四、舞蹈机构营销策略

- 1、舞蹈培训市场分析和客户群体
- 2、舞蹈培训客户消费分析
- 3、舞蹈培训营销业务计划策略
 - (1) 招生网络、宣传机制
 - (2) 舞蹈机构促销活动策划
 - (3) 舞蹈机构课程优势和服务定价
 - (4) 员工的激励机制和师资等课时费的标准
- 4、舞蹈培训服务标准体系是什么?

五、舞蹈机构财务计划

财务预测，并说明预测依据：

未来3-5年舞蹈培训项目资产负债表

未来3-5年舞蹈培训项目现金流量表

未来3-5年损益表

六、舞蹈机构出资计划

- 1、舞蹈机构出资方式;详细说明舞蹈机构未来阶段性的发展需要投入多少资金，目前机构能提供多少(没有设立可做预设)，需要投资多少。融资金额、参股比例、融资期限

2、资金用途(详细说明每个环节的支出，以及投资的比例概况)

3、退出方式(详细说明，中途股东退股后的方式等等)

七、舞蹈机构风险控制

创业不能光想好的一面，我们应当未雨绸缪的规避，所将要或者未知的风险。说明该舞蹈培训项目实施过程中可能遇到的风险及其应对措施。

有关创业计划书篇三

为贯彻落实中央、省、市、县委关于加强农村实用人才队伍建设的指示精神，积极推进农村经济社会和谐健康发展，确保大学生“村官”更好地融入农村，服务新农村建设。现结合我镇实际，制定如下实施方案。

坚持以邓小平理论、“三个代表”重要思想和科学发展观为指导，以加快我镇农村实用人才队伍建设为核心，通过采取组织培养、岗位推荐、创业帮扶等措施，切实为农村培养造就一批有知识、懂技术、留得住、用得上的新农村建设带头人，为推动我镇农村经济社会又好又快发展提供有力的人才支持，

加强大学生“村官”的培养和使用，通过3年的努力，力争实现人人有岗位、个个有项目的工作目标。具体分三个方面的培养方向，即一是对德才兼备、群众认可，有一定组织领导能力、能够带领群众致富的大学生村官，实施领导干部包保责任制;二是对有创业意愿，具备创业能力和条件的大学生“村官”，帮助确立创业项目，提供创业扶持政策，实现创业梦想;三是对市场意识强、有经营头脑的大学生“村官”，选派到农村经济合作组织、各类专业协会、产业大户或党员创业示范基地、示范区从事服务性工作。

1、选拔优秀大学生充实村“两委”班子。本着“因人而宜、量才适用”的原则，把大学生“村官”纳入到村级后备干部队伍中，进行重点管理和培养。对表现优秀、积极靠近党组织的，优先发展成为党员。对德才兼备、群众认可，有一定组织领导能力、能够带领群众致富的大学生“村官”，由乡镇党委推荐，经县委组织部审核，安排担任村党支部副书记、村委会主任助理等职务锻炼，条件成熟，对具备担任村干部条件的，可按有关规定程序进入村党支部和村委会领导班子中。到20xx年底，全镇大学生村官进入村“两委”班子至少要达到30%。同时，根据工作需要，大学生村官可实行跨村任职。

2、帮助大学生“村官”确立和发展创业项目。对有创业意愿，具备创业条件和能力的大学生“村官”，由乡镇党委政府聘请专业人士对创业项目进行论证、确立和技术扶持。同时，采取政策扶持、资金扶持等多种措施，帮助他们实现创业梦想。

3、加大对大学生“村官”岗位推荐力度。对服务意识好、经营意识强的大学生“村官”，在征求本人意愿的基础上，可以推荐到农村各类经济合作组织、专业技术协会、经纪人协会以及产业大户中，承担相应的服务性工作，进一步发挥大学生“村官”的专业技术优势，同时也为其快速成长搭建社会实践的平台。要将大学生“村官”全部聘为所在村的“驻村信息服务指导员”，发挥他们传播技术、引领示范的作用。

1、加强领导，落实责任。镇党委高度重视大学生“村官”创业工作，把它纳入到重要工作日程

。实施创业项目帮扶制度，乡镇领导干部与大学生“村官”结成帮扶对子。同时，按照项目分类，选择业务相关的涉农站所进行帮扶，帮助创业大学生解决创业中遇到的技术难题，建立“领导干部+站所+大学生“村官””帮扶链，保证大学生“村官”顺利创业，孵化农村经济发展新的增长点。

2、成立大学生“村官”创业项目开发指导组。围绕大学生“村官”创业工作，乡镇党委成立创业项目开发指导组，项目开发指导组组长由党委书记担任，副组长由党委副书记担任，指导组成员由乡镇涉农站所人员组成。根据乡镇的实际情况对大学生“村官”创业项目进行论证、确立和扶持。乡镇要建立创业项目库，储备符合本地实际、市场前景好、操作性强的创业项目5-10个，供大学生“村官”选择。到20xx年，创业项目学员人数要达到大学生“村官”总数的30%。

3、建立大学生“村官”人才信息库。将所有大学生“村官”的姓名、年龄、地址、联系电话、毕业院校、所学专业、从事产业、创业项目等方面信息情况入库登记，完善信息库服务功能，纳入全县农村实用人才管理服务体系。

4、加大大学生“村官”创业典型的选树和宣传力度。积极采取措施，加强对大学生“村官”创业典型的培养和选树工作，并充分利用报纸、电视、广播、网络等各种媒体，广泛宣传大学生村官艰苦创业、拼搏进取、奉献社会的先进事迹，着力推广他们学科学、用科学、发展现代农业、推广科技进步、加强经营管理的好做法和经验，增强他们的荣誉感，着力营造积极创业、争当农村创业带头人的浓厚氛围。

有关创业计划书篇四

一.合作模式

“中心”为了能与学校建立良好的合作关系，寻找到更好的沟通方式，达成最终“互赢”的发展模式，建议采取两个阶段的合作步骤：框架合作和课程合作。框架合作是建立在以前期投入建设方式以及利润分配方式的协议之上；课程合作模式是为了约定以何种授课方式在校进行授课。

框架合作

此项目在中加枫华学校内展开，以“中加枫华学校艺术培训中心”命名。所有授课场地、课程设备及设施建设费用由校方承担；“中心”负责提供管理及教学团队。利润分配权，校方占百分之六十，“中心”占百分之四十。

课程合作

1、培训班模式，“中心”将根据培训科目的本身特性，开设

“一对一”教学和小班制教学两种模式。“一对一”教学，学生每人每节课付学费200元；小班制定义在15人以内，学生每人每节课付学费150元。

(1)音乐类课程：钢琴和声乐由于其教学的特定性，只开设“一对一”教学模式。吉他，开设小班制教学模式。

(2)舞蹈类课程：在“中心”起步阶段，只开设小班制教学模式。

(3)美术类课程：开设小班制教学模式。

(注：如学生或家长有特殊要求，可做个案商议)

2、艺术课模式，如艺术培训能进入常规课程进行教学，开设艺术课。学生可在艺术课中选修自己感兴趣的科目进行上课，根据实际情况及课程教学的特殊性，先期拟定在艺术课中开设合唱、舞蹈、吉他、美术四项科目。钢琴和声乐由于普遍是“一对一”教学，考虑到教师成本和授课时间，建议不加入艺术课中，仍采取培训模式教学。

二.项目设施

第一年，“中心”开设的培训项目大体分三类，音乐类(包含钢琴、声乐、吉他)、舞蹈类和美术类。由于学校本身已有舞蹈房及画室，所以具体的设施就是音乐类培训场地的改建和部分乐器的购买。

首先音乐类场地改建部分。学校提供了两处场地供选择，一处是体育馆外围的房间，另一处是独立的一栋平房建筑。考虑到

音乐类培训的实际性及特殊性，我们希望选择独立建筑。那栋建筑内部包含十几间房间，又相对独立，可以很好满足不同种类乐器的培训。需改建的部分有：

- 1、由于每间房间有近二十平方，作为琴房或是练声房，空间太大，有些浪费。计划将五间房间中间隔开，变成十间作为琴房或是练声房，这样不仅节省了空间，又比较符合实际教学的需求。
- 2、如有可能，希望将两间房间打通，形成一间大小在40平方米左右的教室，可以用于以后合唱团以及乐团的排练工作。
- 3、两间房间作为行政办公区域。

乐器购买部分，目前主要就是钢琴。现学校有钢琴3台，前期计划再增加4台(包含三架立式，一架三角)。

- 1、前期需要七架钢琴的理由是，在两名教师同时授课的过程中(占用两架)，能保证有5架钢琴可供学生练习。
- 2、购入三角钢琴，是更好的满足学生的成果展示及各种演出的需要。给合唱团伴奏或是乐团演出中，三角钢琴也是不可或缺的重要组成部分。

综上所述，设施投入与计划投入如下：

- 1、场地改建费用，根据实际情况支出。乐器购买，4架钢琴(含三角一台)预计支出70000元人民币。
- 2、教师投入，“中心”提供毕业于全国艺术类专业名校的资深优秀教师进行教学，以及相关的人力资源投入。先期根据实际

情况，计划钢琴、声乐聘请专职教师各一名;美术专职教师两名;吉他、舞蹈聘请兼职教师各一名;外加行政管理人员一名，预计一学期共投入人民币182000元。

3、以培训班模式进行合作，总收入预计如下：

(1)钢琴、声乐为“一对一”模式，每人每节课收教学费人民币200元，以招生30人为例，一学期32节课(4个月)， $200 \times 32 \times 30 = 192000$ 元，一学期该两项课程收入总计为192000元人民币。

(2)舞蹈、吉他为小班教学模式，每人每节课收教学费人民币150元，以招生20人为例，一学期32节课(4个月)， $150 \times 32 \times 20 = 96000$ 元，一学期该两项课程收入总计为96000元人民币。

(3)美术为小班教学模式，每人每节课收教学费人民币150元，以招生20人为例，一学期32节课(4个月)， $150 \times 32 \times 20 = 96000$ 元，一学期该项课程收入总计为96000元人民币。

“中心”一学期课程收入总计为 $192000 + 96000 + 96000 = 384000$ 元。

4、基于以上收支情况，在没有加入设施投入和其他投入的情况下，一学期“中心”的课程项目收入为 $384000 - 182000 = 202000$ 元。扣除乐器投入 $202000 - 70000 = 132000$ 元，在未计算场地改建投入及其他设施的情况下，剩余132000元人民币。

三、发展方向及战略目标

“中心”发展方向，基本定为“一主两副”的发展思路。“一主”即为主体培训模式，满足我校学生的艺术类培训需求。学生每学期根据自己的需求，选修需培训的课程，“中心”根据统计，按实际报名情况开班。

培训时间：双休日回家的学生，我们将其培训时间安排在周一至周四的下午(原社团活动时间)或晚上(晚上无选修其他课程者);双休日留校的学生，我们将根据实际排课情况，开设双休日培训时间。

(如艺术类培训进入常规课程教学模式，情况另定)

“两副”即为校外扩展培训模式和夏令营培训模式。

1、校外扩展培训模式：通过“中心”自身不断的完善，在消化本校学生培训需求的基础上，我们将走出学校，与周边地区的小学、中学建立合作关系，也可向较近的居民区发出广告，增设“双休日培训”的种类，以扩大更大的市场。校外扩展模式，我们具备的优势在于强大的师资队伍，能给周边的学生及家长提供上海音乐学院及上海师范大学音乐学院等各大专业艺术类高校的资深教师进行培训，这种机会对于非沪地区的家长具有较大吸引力;得到的利好在于不仅扩大了生源的范围，获得更多的盈利，更能通过“中心”对外的培训、宣传，提升学校的社会知名度、树立更好的品牌，突显学校的办学理念及特色，促进学校的招生工作。

2、夏令营培训模式：利用我校地理位置及设施完善的优势，

定期在暑期开设“艺术培训夏令营”。我们将组建专业的培训师资，为学生集中时间段实现艺术技能上的大幅提升。在“夏令营”中，我们不仅为学生提供专业技能方面的培训课程，还将安排专家为学生及家长现场演绎及开设讲座;组织学生间的业务交流及探讨;在“夏令营”结束时，邀

请学生家长共同观赏学生的汇报演出。开设“夏令营模式”的利好在于，可以让学生在艺术专业技能上短时间有一个飞跃，也解决了学生家长在暑期担心孩子业余生活的烦恼，还能赢得一定的创收。

“中心”的战略目标是通过培训体系在实践运行过程中的不断成熟;师资力量不断增强;管理模式的不断完善，在两至三年内，开启专业输出模式。

在这次给学生及家长的意见征询表中我们发现，部分学生及家长希望接受较为专业化的艺术类培训，与兴趣类培训要有区分。这个建议给了我们很大的启发。开启专业输出模式，学校可以定向招收有意向报考加拿大或国内艺术类高校的学生，独立分班，除必须的文化课外，重点学习艺术类专业课程和外语的强化训练，开创“艺术类+外语”这种特殊教学模式。这个模式的关键在于，能和加方的艺术类高校建立合作关系，或是能了解加方艺术类高校的入学标准。利好在于，如果此模式成功，将为学校开辟另一片领域，在业界也是开创先河之举，对品牌的提升有极大的帮助。难点在于，需要多方面的沟通、协

商、帮助，师资力量需具有极高的专业水准，整个团队有非常丰富的教学经验。

四、项目启动及准备的时间结点

如上述方案能在7月中旬得到集团、学校领导的认可、通过，并签署合作意向书的情况下，时间结点大致安排如下：

7月15日——8月1日完成场地的改建工作，这样可有1个月左右的时间做一个透气和通风的准备工

8月2日——8月15日完成设备的采购工作，并摆放到位。

8月2日——8月20日同时完成教师及团队的面试、应聘及考核工作。

8月20日——8月25日完成教师及团队的入职培训工作。

高一新生军训时间，完成本年级的培训招生工作。

其余年级的培训招生工作计划在开学后两周内完成。

艺术培训中心预计在开学后的第三周正式运行。

有关创业计划书篇五

随着人们对于美的追求越来越高，美甲店已经深入到爱美女性的生活当中，无论是参加婚礼还是朋友聚餐，甚至出门逛街，女孩子们都爱把自己打扮的漂漂亮亮的，因此，对于创业者来说开家美甲店是个不错的选择。

面对这样一个巨大的女性消费市场，各行各业的投资者都在摩拳擦掌准备进入或已经跨入，但是单纯依暴利和投机经营的初级模式已不可行。那么，靠什么来吸引顾客呢?专业，诚心，超值，未来的美甲行业经营发展将以品牌化，专业化和规模化为主流方向。

美甲店铺经营定位将呈现以下的几种形式：实力雄厚的品牌经营、产品公司的美甲服务示范店、整合美甲服务的综合美甲店铺、个人品牌命名的信誉店。

注意：美甲店铺的定位越准确，越容易被顾客记住。可以提供个人化的超值服务能力是美甲店铺经营的制胜之本！

消费者在选择美甲店铺的时候一般会注意这样几点：

- (1)看美甲店铺的专业水平;
- (2)看美甲店铺的服务水平;
- (3)看美甲店铺的环境;
- (4)看美甲店铺的美甲师的能力和名气;

消费者对美甲店铺有这样几个要求：

- (1)普遍的消费者都希望美甲店铺在专业技术方面有所提升;
- (2)一部分人希望美甲店铺的服务环境有所改善;
- (3)大多数人希望美甲店铺提升美甲师服务水平;
- (4)很多的消费者都希望美甲店铺提升美甲师整体素质;
- (5)也有一部分顾客希望美甲店铺可以改善服务种类

超过百分之六十的顾客对我们美甲师的服务和整体素质不满，希望得到改善，这也从侧面反映出我们顾客流失的原因。

顾客选择美甲店铺的途径;

- (1)通过自己的详细了解和亲身体验而接受的人数占大多数;
- (2)通过美甲师的介绍而接受的占一部分;
- (3)通过朋友介绍而接受的又占一部分;
- (4)还有的是通过看杂志，电视，广告慕名而来的。

绝大数的顾客认为美甲师的服务水平一般，这就给我们行业提出了一个挑战;谁能够让大多数的顾客满意，谁就有机会拥有着巨大的市场。是我们每一位经营者都要深思的问题。

- (1)从业人员的年龄偏小，缺乏社会经验;
- (2)工作技能不高，可又随时想找一个好一些的工作;
- (3)美甲店铺太小，环境单调，渴望去大的美甲店铺;

(4)老板经验不足，频繁的变动员工的工资和提成，给员工一不信任感;

(5)不断出现新的竞争对手，她们的工资水平高，店铺装修的环境好，材料和设备领先，这些都对年轻的美甲师有着强烈的吸引力。

在这个行业中，好的店铺还是人员培训上下了很多工夫的，同时也有自己的方法留住那些优秀的美甲师。但是，在那些缺乏管理，缺乏诚心的店铺，依然有大量的美甲师流失。其中原因固然很多，单做为我们经营者，是否应该检讨一下自己呢，我们的员工在我们心中到底处于一个什么样的位置?了解我们员工心中的理想选择是什么，需要怎么样去解决现实存在的最根本问题。

(1)在美甲店铺中，美甲师与美甲师助理的技术和服务要与顾客的需求有很好的配合，不管是哪个店铺，要想创造出良好的服务环境都需要全体员工的积极配合。

(2)每一位美甲师都要很清楚自己的工作并能够很好的完成它。

(3)顾客与美甲师都有很合理的期望，顾客不会指望着美甲师是自己的奴隶，想怎样指挥就怎样指挥;员工也不会心烦气燥的经常想换老板或涨工资什么的

(4)美甲师可以准确的抓住顾客的需求，并建立起顾客对自己的信任，从而使客户相信这是一家专业的美甲店铺。

(5)每一位美甲师都应该相信;她为顾客所提供的服务是顾客所需要的，并且是对顾客有利的，而不是认为自己是是在欺骗顾客的钱财。

诚心，不仅仅是美甲师对客户的表现，同时也是每一位美甲师建立在人品上的一种信誉，而每一位美甲师都是老板人格品行的见证人，她们因此判断，选择自己的前途，单从这一点上看，人员流失很大的美甲店铺，不是美甲店铺老板的能力有问题就是老板的人品有问题。

(6)美甲师要学会与顾客的有效的沟通，在学会有效沟通技巧的同时，也要学会换位思考，站在顾客的角度来领会顾客的需求，从而真正的满足顾客的需求。

(7)美甲师与顾客之间应该保持一种信任与信服的关系。美甲师对客户展露的"亲情和热情只能让顾客产生信任，其实，这也是种敬业的态度，大部分的美甲师是可以做到这一点的，然而，我们的顾客还需要我们在沟通的过程中表现出专业的一面，这样才会让顾客有信服感。

但要注意，顾客与美甲师之间太亲热，会使顾客失去对美甲店铺的距离，从而没有办法谈价格，同时也失去了我们的专业性。因此，我们要提高我们的专业性，让客人为我们的专业而买单。

(8)美甲店铺应该拥有自己的价值观和文化准则，所有的美甲师都应该明白和了解企业的经营及服务的目标和方向。

(9)美甲店铺要有一个准确的而独特的经营定位，这样才可以使企业在竞争中立于不败。

更多 范文大全 请访问 <https://xiaorob.com/zhuanti/fanwen/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发