# “饭否”软件系统的需求构思及描述

## 背景介绍

众所周知，在中国的大学生到学生食堂用餐，在路途和排队上浪费很多的时间，并且去玩了经常会吃不到自己想吃的食物，这样便会导致学生对食堂的满意度不高，近期我们发现很多的学生选择了网上订餐或是叫外卖。

## 欲解决问题

天气热、天气冷不想出门，肚子饿就可以上外卖平台。各式餐厅、任何餐点，消费者只需轻轻动动手指，即刻就能下单，保证45分钟内送达。支持多种支付方式，轻松便捷，非常实惠，快速下单

## 软件创意

消费者可以根据折扣力度，菜品评价，距离远近， 菜品种类销量，送餐速度等对商家进行排序与检索。商家也可以根据自己的实际情况，编写菜单，开店关店，并推荐菜品，特价菜等，来展现商家自己店铺的优势与特色，供消费者选择。

## 业务流程

数据管理

当客户注册后，其信息自动存入数据库中，也可以进行删除，更新等，也可以对客户订餐有所记录。当其成功订餐后存入。

后台管理

当有订餐单传入后台时，后台管理人员需根据订单要求送外卖，当完成后需标记为已送外卖，而且把这些订单存入数据库中，以便日后整理。

## 软件系统的功能描述

性能要求：

在平台上，所有商家信息实时更新保持同步，商家可以及时收到订单并保存。因为设计支付安全，还要有足够的隐私保密功能，保证用户信息不外泄。

输出要求：

订餐简单，支付快捷安全，实时。

输入要求：

商家信息可以实时修改，送餐范围准确，送餐地址无差错，输入的联系电话正确无误。

安全与保密机制：

送餐系统本身配备一定的安全机制，保证各项数据的完整、正确。

消费者只需输入相关的店名或菜品，就可以找到关联的商家，商家也可以准确获得顾客的必要信息，保证送餐准确无误。

附录：文章

作者：大宝  
链接：https://www.zhihu.com/question/387028562/answer/1176038083  
来源：知乎  
著作权归作者所有。商业转载请联系作者获得授权，非商业转载请注明出处。

1. 外卖行业的格局非常稳，虹吸效应明显，去年已经到6.5-3.5朝着7-3的方向发展，拥有优势的美团只要不出大错，占比很难下降。这个数据可以从很多第三方统计机构查到。

2. 用户端的流量方面，美团完胜饿了么。美团App+点评+美团外卖是3.5亿的月活用户，外加11亿月活用户的微信两个二级入口的加持；而饿了么+口碑不到1亿月活用户，支付宝7亿月活一个二级入口的加持，**用户流量端美团胜出**。（上面的数据是针对去年的，今年淘宝也开始给饿了么引流了）

3. 商家端，美团+点评 580W餐饮商户 **VS** 饿了么+口碑 350W餐饮商户，并且美团平台商户独占比远大于饿了么。饿了么之所以不敢逼商家二选一，就是因为平台类产品都是有双边效应的，你本来订单就少，你肯定不敢逼商家做选择，不然直接都跑去美团。反观美团，人家有足够的C端流量叫板商户。**所以商家端美团同样胜。**

4. 配送端，美团的日配送3000W单 **VS** 饿了么蜂鸟+点我达日配送1000W单，并且配送效率上美团也要优于饿了么，主要原因是王兴前几年将大量的钱砸到智能调度系统上面了。饿了么自己搞了方舟系统，从网上了解到的消息是搞得不行，阿里一直在优化。**所以配送端美团也胜利了。**

**虽然今年阿里开始重金投入饿了么，但是仍然改变不了战局。并且是**3-5年内都不能。

外卖用户选择换平台无非3个原因：

1)价格更便宜

2)配送时间更快

3)商家更多

从价格方面来讲，饿了么做小范围补贴美团随时可以跟进。

从配送来看，技术上方舟赶上美团压缩配送时间并非一朝一夕的事。

商家方面，阿里的地推可能会发挥一定作用，但是商家也不是傻子，面对美团的二选一，如果饿了么不能给到同样的收益，对方还是会走，这时候问题留给了饿了么，是先拉动用户数呢？还是先拉动商家数？这两者想要拉动都需要巨量的补贴才能撬动。

更重要的是今年阿里的重心明眼人都知道在聚划算，一二线城市还要防着PDD的进攻，大文娱云计算新零售高德etc全是要输血的，饿了么的优先级有多高可以想想。

所以阿里加入不改变战局，但不排除阿里借着饿了么，隔一两个季度就打补贴战来恶心美团，目的在于短期拖慢美团外卖盈利的脚步，让其不能在本地生活其他战场伸展拳脚。