产品的使命：通过计算机视觉为垃圾分类提供精准、便捷的解决方案，让人们能对垃圾进行正确分类。

产品的口号：“深度学习助力垃圾分类，让环保从点滴做起！”

产品的策略目标用户是：

1.普通居民：日常生活中需要进行垃圾分类，但对垃圾分类标准不清楚，存在分类困难的人群。

2.垃圾处理人员：在垃圾回收、分拣等环节需要对垃圾进行快速准确分类的工作人员。

如何争取目标用户：

1.开发简单易用的垃圾分类 APP，用户可以通过拍照或输入垃圾名称的方式，快速获取垃圾类别信息。

2.利用社交媒体平台，通过制作有趣、有教育意义的短视频、图文内容，吸引用户关注，引导他们下载和使用我们的产品。

公司或者团队的优势是：

1.收集了涵盖不同类型、不同场景下的垃圾图像和文本数据，这些数据用于模型的训练和优化，使产品能够准确识别各种垃圾类别。

2.了解不同用户群体的需求和痛点，从而更好地优化垃圾分类APP的功能。

竞争对手与差异化竞争：

1.以纸质手册、宣传海报等形式存在，缺乏交互性和便捷性。

2.有些 APP 只涵盖了部分常见垃圾类别，对于一些特殊垃圾或新出现的垃圾类型无法准确识别。