一、项目实施可行性报告

1.行业市场分析

最新数据显示，中国手机用户打到14.2亿。随着智能手机市场的推广，人手一台手机几乎成为现实，而手机带给人们的方便和好处是显而易见的。通过手机，我们可以学习到很多东西，包括做菜做饭。而很多时候，我们冰箱里面放了很多的食物，却不知道要怎么做，或者该做什么，可以做什么。本APP就是为厨房新手以及选择困难症患者准备的。

2.竞争对手或同类产品分析

【下厨房】

菜谱丰富多样，提供各种美食做法以及烹饪技巧，拥有小型美食社区，可以分享自己的成果；根据时令有推荐菜肴，并且有推荐餐具及食材。

缺点：无法满足选择困难症患者，中间插入广告。

【中华菜谱大全】

分类详细，大多数菜谱附带视频教程，使得即使是新手也能有不错的制作成果。用户可自行上传自己的家常菜谱

缺点：同一道菜的菜谱有太多用户上传，导致做法参差不齐。

3.自身条件分析

界面简洁美观；无需网络；两种用法：（1）只需输入已有的的食材标签，便会输出包含该食材的菜谱和详细制作方法；（2）输入菜名，若有此菜肴的菜谱，输出此菜肴的做法。

二、产品定位及目标

1.产品定位：进行菜谱搜索的一款APP，当用户烹饪遇到困惑时提供帮助。

2.用户群分析：主要针对一下两种用户：

（1）希望烹制已知菜品，但不清楚所需材料的用户。用户在想要烹制菜品时，不知道或不完全明确所需食材时，可以在此菜谱APP中通过搜索菜名得知所需食材以及菜品制作方法。

（2）拥有食材原料，但不清楚能够做什么菜品的用户。对于拥有食材原料，但不清楚能做出什么菜品的用户，可以在APP中通过搜索食材了解相关食材可以烹制的菜品以及其制作方法。

三、产品内容总策划

应用流程规划



四、技术解决方案

用“LIKE语句多条件贪婪匹配算法”解决多标签搜索问题。

算法思想：先用LIKE选出每一组符合一个条件的记录，只选择表的主键。然后把这些记录合并在一起，通过主键分组、统计数量，数量最多的，也就是匹配最多的，最后根据数量降序排序，越靠上的记录，匹配的越多。选出匹配的多的记录主键字段，再根据主键去表中选出内容即可。

五、推广方案

**推广总体思路综述**

网络推广策略是“简厨”根据自身所在市场中采取的重要营销方式，通过线上、线下推广相结合，充分利用已有资源开拓校内、校外市场，增加新用户安装量的同时提高老用户留存率。

**一、微信推广策略**

建立以“简厨”的微信公众订阅号，每天一篇定点发送“菜品分享”推文，吸引学生提高微信订阅号的粉丝量，作为打响品牌的第一步。结合二维码的方式给用户提供简单的下载方式。

**二、市场推广策略**

线上宣传：通过华师陶园bbs、华师树洞等校级公众平台进行相关的宣传，并利用团队成员的人脉网进行推广宣传；

活动推广：通过开展线下活动推广“简厨”这款软件；

摆摊推广：通过招募兼职人员的方式，让其在学校路口、人员密集场所摆摊派发礼品，如纸巾、水杯等生活必需品和零食、自拍杆等等小设备，只要用户关注“简厨：公众号即可获得一次抽奖机会，奖品为一个数额可观的红包或者一件比较高级的奖品。

**三、后期优化策略**

后期，在达到期望后，例如期望用户数、期望下载量等，开始找合作方或赞助谈商业合作，获取更多的经济支持或推广帮助，持续优化APP，提高在市场的知名度，逐步扩大影响力。

六、运营规划

（1）产品前期：先让一部分人对产品进行测试，通过他们对产品的满意程度以及建议，进行算法优化和界面美化使用户得到更加满意的结果和体验。这一部分人可以是先从身边的人群开始，例如同学家人等等。让他们对产品进行建议，内部进行总结优化。

（2）产品中期：将“简厨“投放到市场。用户可以通过多个渠道来获得app的下载。通过采取线上广告占据搜索引擎相对显眼的地方以获得曝光率。线下的话可以采取在菜市场等受众人群多的地方立广告牌扫二维码的方式来获得app的下载。

（3）产品后期：在产品得到一定的认可时，我们则需要寻求合作，找赞助方获得一定的经济以及帮助，使得产品可以获得更好的知名度，以及在有了一定的经济条件下，产品也可以得到更多更好的人力物力支持，从而产品就能优化更好，也能吸引到更多的人群，以达到我们的推广目的。