## 一、问题描述

美食社交网站的本质在于满足美食爱好者寻找美食、制作美食、分享美食的需求，最终形成一个基于美食爱好者分享交流的兴趣圈。而美食社交网站是否一定要使美食爱好者的社交关系形成线上到线下的O2O链条则不是必须。正如豆瓣电影、豆瓣音乐上的社交好友们不一定非得从线上走到线下，一起来看电影、听音乐才能形成社交关系一般，这种基于强兴趣爱好的圈子只要发展到一定的用户基数同样可以产生不错的盈利模式。

随着生活节奏的加快，，以及我国政府提出扩大内需的大背景下，外卖送餐逐渐成为越累越多用户的消费习惯。艾瑞咨询表示，2017年我国餐饮外卖市场占整体餐饮消费的百分之十，外卖市场规模也将超过3000亿，但目前国内仍有大部分人群主张在家健康饮食，合理搭配，因而我国食品问题主要存在的问题是：

a）很多时候人们想用健康的饮食方式自己做饭，却不知道该做什么，因为很少有合适的网站能够满足人们个性化需求

b）大部分外卖电商没有美食菜谱类栏目，因而人们在点外卖时看到自己喜欢的菜却又不想等待时，可以直接在网站中进行菜谱寻找，方便快捷

c）人们不同生活场景的出现，使得人们很多时候不知道该在什么时节什么场合做怎样类型的饭菜，因而需要一些网站帮助大家解决问题