## 三、用户分析

1.美食爱好者、喜欢在家自己做饭的人群

**愿景：**希望看到关于美食的新闻、新菜品

**计算机能力：**熟练上网以及了解新鲜资讯

**经济能力：**有生活费额度限制，但消费需求和冲动消费潜力大

**优势：**菜谱类美食社交应用因为已经找到了差异化的细分市场，且形成了良好的圈子分享与交流的文化，只要维持住圈子氛围 ，推动口碑传播，将比较容易形成竞争壁垒，获得良性生长。

2.希望了解地方特色美食的人群

**愿景**：希望看到不同地区最特色的美食

**计算机能力：**熟练上网以及了解新鲜资讯

**经济能力：**有生活费额度限制，但消费需求和冲动消费潜力大

**优势**：当下旅游行业如日中天，利用网络宣传地方美食文化是如今最流行有效的方式。地方美食攻略不仅可以长期宣传地方美食文化，还可以提高地方知名度，同时还可以让游客更加了解地方美食，是旅游业和饮食业发展的需要。

3. 平时会点外卖的人群

**愿景**：生活节奏很快，经常点外卖的人群

**计算机能力：**熟练上网以及了解新鲜资讯

**经济能力：**有生活费额度限制，但消费需求和冲动消费潜力大

**优势：**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。