1. 目前在校大学生有着大量的就餐需求，从家常便饭到高级餐厅。涵盖了多个方面，而他们的主要就餐途径是餐厅和校内的小吃店。
2. 食堂的菜式固定，容易吃腻。缺乏可选择性。
3. 小吃店虽然提供了更多的选择，但是卫生无法得到保障，不适合长期食用。

2 大学的宿舍聚餐已经越来越常见，而很多商家并没有对学生的聚餐需求做出专门的策略，很多时候用学生价买完之后发现排队还要排很久。很难满足大学生短时间聚餐的需求。

**定位：**为在校大学生提供便利的订餐服务，使得学生免于漫长的排队等待。

**商业机会：**

1 用户群主要是在校大学生，订餐需求和订餐区域都比较固定。消费群体也很大。

2 整合附近的优质餐馆网络资源，和学生的需求对接，节省时间。

**商业模式：**

中介手续费

店铺推广费用

本平台主要服务于两类用户

在校大学生

愿望：平时吃饭能够摆脱食堂的菜式限制，同学聚餐时能够及时，顺利的订到自己想要的饭馆。

消费观念：日常就餐不会投入太多，同学聚餐，情侣就餐时消费需求和冲动消费潜力大。

平台的运用能力：熟练手机上网和APP使用，普及度极高。

学校周边的商家（提供就餐/外卖服务）

痛处：校外的饭馆竞争激烈，无法保持稳定客源。

平台运用能力：熟练手机上网和APP使用，有较高的普及度。

**采用的技术架构**

以基于互联网的安卓应用方式提供服务。

**平台**

初步采用国内阿里云服务平台的学生优惠版支撑软件流量。

技术难点

在保证学生信息隐私不被触犯的情况下，又要向商家体用客源。界限模糊。

**人员**

产品经理：参照目前市面上已有的同类产品，再针对大学生需求做出部分调整，设计出符合大学生就餐需求的产品。

IT 技术专家： 快速实现产品，同时确保产品维护和更新，时刻跟随用户群体的最新需求。

商家代表；学校周边经济实惠的餐馆和价格合适的外卖商家、

**资金**

产品上市后需要资金在应用平台推广和在商家间推广。

**设备**

一台本地服务器。

**设施**

出租屋即可。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 学生认可度不高 | 没有足够区别于已有电商服务的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 商家参与度不高 | 商家对电子商务的了解不够、信心不足，及需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 |
| R3 | 无法节省聚餐时的排队时间 | 信息更细不够及时，技术方面受限，商家的合作意愿不够强烈。 | 流程风险 |
| R4 | 产品上线后不能及时更新 | 技术团队不够强大 | 人员风险 |
| R5 | 无法获得足够的推广费用 | 产品快速推广时，需要大量的资金，目前团队不具备，需要寻找投资 | 资金风险 |