**美食美客-项目需求分析**

**小组成员：周伟、胡鹏、杨松林、 田林鑫、李佳奇**

1　引言

1.1编写目的

年轻人追求时尚，快捷，因此外卖行业拥有广阔的消费群体；团购的兴起，也促进了人们的消费欲望，人们继续一个外卖平台，来满足他们的欲望。O2o模式的日渐完善，使得以前的进店消费模式发展为送餐就餐模式，o2o将线下商务的机会与互联网结合在了一起，让互联网成为线下交易的前台。这样线下服务就可以用线上来揽客，消费者可以用线上来筛选服务，还有成交可以在线结算，很快达到规模。该模式最重要的特点是：推广效果可查，每笔交易可跟踪。

1.2项目背景

   项目名称：美食美客外卖订餐

   项目提出者：周伟

   项目开发者：美食美客外卖平台开发组

   用户：餐饮企业，消费者

2　可行性研究的前提

2.1 要求

主要功能：

1）餐饮服务的商家

可以随时随地接单，处理催单，操作退单，打印订单；

订单对账简单明了，按天结算，账期打款；

餐厅信息随时设定，包括餐厅送餐区域设定，菜单设定，店长推荐菜单等，可以自由开店关店；

界面简洁，分类清晰，易操作。

2）消费者

天气热、天气冷不想出门，肚子饿就可以上外卖平台。各式餐厅、任何餐点，消费者只需轻轻动动手指，即刻就能下单，保证45分钟内送达。支持多种支付方式，轻松便捷，非常实惠，快速下单。

性能要求：

在平台上，所有商家信息实时更新保持同步，商家可以及时收到订单并保存。因为设计支付安全，还要有足够的隐私保密功能，保证用户信息不外泄。

输出要求：

订餐简单，支付快捷安全，实时。

输入要求：

商家信息可以实时修改，送餐范围准确，送餐地址无差错，输入的联系电话正确无误。

安全与保密机制：

送餐系统本身配备一定的安全机制，保证各项数据的完整、正确。

消费者只需输入相关的店名或菜品，就可以找到关联的商家，商家也可以准确获得顾客的必要信息，保证送餐准确无误。

2.2 目标：

本系统目标在于准确搜集客户需求，匹配给对应的商家，根据消费者所处的位置，把最适宜的商家在消费者app上进行显示。同时消费者可以根据折扣力度，菜品评价，距离远近， 菜品种类销量，送餐速度等对商家进行排序与检索。商家也可以根据自己的实际情况，编写菜单，开店关店，并推荐菜品，特价菜等，来展现商家自己店铺的优势与特色，供消费者选择。

总之，把线下商务的机会与互联网结合在了一起，让互联网成为线下交易的前台。这样线下服务就可以用线上来揽客，消费者可以用线上来筛选自己需要的服务。

2.3 条件、假定和限制

运行环境：

因为不考虑PC版本，所以可以在当前主流手机操作系统上使用，Android及iOS两个平台都可以完美运行。与其他软件高度兼容，可进行数据的互传。

硬件环境：

商家版本可以支持打印机，扫描仪等硬件。

2.4   进行可行性研究的方法

通过对现运行的外卖平台系统进行用户调查以了解消费者以及商家对该系统的意见与建议，全面分析该系统的各项性能，与所建议的系统进行对比。

2.5   评价尺度

优化订餐流程，使订餐变得更简洁；能够实现记忆定位系统；展示大众评价，多维评价更详细，让顾客放心；展示商家环境图集，干净卫生吃得放心；与合作商家进行有效互动解决菜品同步问题；能够提供更多更全面的菜品图片信息供消费者参考选择；建立快速的反馈机制，使得消费者的反馈得到及时的参考和采纳。

3　对现有系统的分析

3.1   功能：

外卖APP主要采用了标签式导航设计，分为外卖、订单和我的三个。标签式框架可以清楚显示当前所在的入口位置，而外卖APP选择将购买流程中的起点和终点作为两大入口，同时以“我的”来包含账户操作及通用设置。

订外卖：用户登录APP，进入商家服务页面，系统检查用户是否拥有优惠，若当天下单>2，则无优惠，否则按照商家的优惠政策进行优惠，。然后商家接受订单，进行配送。

查看订单：通过系统记载的数据，进行查询订单

个人中心：记载最近的优惠券，个人数据，版本更新。

3.2   工作流程：

用户

商家

配送员

3.3   用户分析：

用户分布在经济发达地区（如广东、江苏）以及人口大省（如河南、四川）。同时上海很意外的排名较为靠后，推测因为饿了么大本营位于上海才造成这种情况。由百度指数得到的数据来看，饿了么在上海确实确立的很大的优势，同时也可发现饿了么更加注重一线城市，外卖相比而言覆盖区域更加广泛。

3.4   活跃时间：

用户活跃时间呈现两个高峰，中午11:00-12:00以及下午16:00-18:00，其中下午的较为平缓。推测是夜晚下班回家导致用户外卖需求减少，或通过下午较早时间先点单，但是配送时间选择在晚餐时期。相比较中午时间段峰值明显并集中，但高峰期比正午12点钟要提前，可能因为配送时间在1小时左右，因此用户选择提前订餐。

4　所建议的系统

4．1改进之处

4.1.1  预加载团购列表信息

刚进入应用时，自动加载20条团购信息，长列表显示，当用户下拉看完后继续加载，保证刚进入应用看团购信息下拉时不卡

4.1.2   适应团购分类的筛选功能

筛选默认提供的选项是只看预约和节假日可用，在选择了餐饮、酒店分类时会显示更多自定义筛选项目，在购物分类下筛选按钮被隐藏

4.1.3   创新的地图团购展示界面

更直观的把用户周边的团购信息呈现出来，并且可以在地图模式中对团购信息进行筛选，是其他同类应用所没有的独创功能

4.1.4   与用户观感相配合的交互设计

表单弹出时，原先界面显示颜色变深，突出表单的显示信息

4.1.5   搜索提示

搜索功能，尽量少的让用户输入，输入时尽量多给出参考

4.1.6   在线支付教程

支付帮助中有提供的6种支付方式图文支付步骤讲解，初次使用的用户可以很方便地了解流程，使用提供的手机支付方式，培养用户在手机端支付的习惯，为下一步的战略布局做准备。

4．2影响

4.2.1对设备的影响

仍可以在智能手机上应用

4.2.2对软件的影响

兼容在iOS和Android操作系统下的任何手机APP软件

4.2.3对用户单位机构的影响

可以促进用户的体验感受

5　社会条件可行性分析

5.1市场状况及需求分析

根据《2014年上半年中国在线订餐市场研究报告》数据显示，2013年中国在线订餐市场规模达502.6亿元，2014年上半年，餐饮团购占在线订餐市场规模的比重超过40%，艾媒咨询预计，在线订餐市场规模未来两年内仍将保持超过40%左右的增速。2015年中国餐饮行业O2O市场规模有望突破1200亿元。数据表明，在线订餐市场处于快速增长时期。

在线订餐市场是一个远远没有饱和、还没有被完全开发的市场。白领，学生等目标用户在繁忙的时候希望可以不用离开位置就解决吃饭问题。

5.2  目标用户

资料显示，2013年中国在线订餐市场用户规模达到1.07亿，预计2014年中国在线订餐用户规模将达到1.58亿。2014年上半年中国在线订餐用户职业类型比例从高到低分别是企业普通白领、服务业产业人员、在校学生、企业管理人员、技术人员、自由职业者、公务员/事业单位人员、个体户。在线订餐目标消费群体目前主要集中白领、服务行业人员以及学生等日常就餐依赖于餐馆、食堂的人群。

5.3  竞争对手

目前比较主流的外卖APP有：美团外卖，饿了么，百度外卖，淘点点，百度外卖。

比较初始版本，淘点点是Sep 15,2010上线的，其他几个在后面几年才陆续进入市场的。接着，看历史最高排名情况，这几个App在外卖类排行榜里除了百度外卖都曾经到过第一名，而在Overall（所有外卖类）里除百度外卖都曾经杀进前50。而美团外卖后来居上，到最近几个月稳居前两位；淘点点虽然进入的早，但是现在已经基本沦为前十开外；百度外卖进入最晚，排名和始终处在前五徘徊；饿了么与美团排名始终不分伯仲。

根据市场占有率和上面的排名情况，选择产品定位相似的【饿了么】和【美团外卖】为主要竞品，分析两者的异同，为美团外卖的差异化提供建议。

\*数据来源：艾媒咨询《2014年上半年中国在线订餐市场研究报告》

5.4  APP竞争

美食美客目标是获得更多用户群体，打造行业领头APP，那么其APP必须有其优越性！总结有如下几点：一是APP简洁实用，直观明朗；二是APP适用各类型系统，手机上的安卓，IOS，W8；三是加入电脑版app软件，接受更广的用户群体。