**定位：**为全民提供享受便利、贴心、实惠的购物体验的交易平台，使购物的用户更加便捷，同时超市内部能更好的运营；

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于所有消费者，货源主要定位于超市的用品的进货渠道。消费群体和货源规模都足够大；
  + 利用进货渠道的价格优势，为消费者提供低于其它购物渠道的价格；
  + 利用需求量，提供外送服务，为客户提供便捷服务；
  + 针对地方特点及群体的购物特点，提供贴心、及时、高效的推荐商品、快速选择商品等服务；

**商业模式**

* 物品差价；
* 广告及商品推荐排名；