美食菜单产品构思

# 一、问题描述

1. 石家庄市大量在校中小学生（至少10万以上）每天需要补充丰富的食物保持好的心情和体力，一日三餐至少有两餐需要在家中就餐，存在主要的问题包括：
   1. 父母会做饭菜种类不多，孩子有时会吃腻；
   2. 父母做饭菜盐比例达不到最佳；
   3. 不合孩子胃口；
2. 中华美食文化博大精深，有时面对自己极佳的厨艺，只能在家中，或是小范围内发布自己的作品，想分享给大众做一个厨艺展示，缺乏良好的平台；
3. 虽然目前网络上做菜教程，菜谱有很多，但是仍然有以下问题：
   1. 有些菜谱并非按照健康比例发布；
   2. 想找某一类型食物菜谱很难找到；
   3. 类似app UI界面不佳，导致失去做菜热情；
   4. 家中缺少某些做菜工具，仍需跳转其他电商平台进行购买
4. 各种直播平台虽然也有做菜直播，但处于鱼龙混杂的各大直播中，做菜人才难以挖掘
5. 目前青年一代已逐渐熟悉外卖，通过饿了么 美团等享受外卖带来的现成美食的便利，但是外卖服务还存在如下不足：
   1. 送货时间限制，短则半小时，长则个把小时
   2. 产生额外的送餐费用
   3. 外卖的美食自定义程度低，不能根据自己的口味调整菜品
   4. 餐厅和外卖的菜油比较大，不易长期食用
   5. 长期吃外卖没有一种家的感觉，也不能体会到自己动手制作出美食的成就感
6. 在快节奏的城市中的人们，加班比较多，时间紧张对于自己做菜有如下问题：
   1. 没有经验，不会做菜
   2. 比较忙没时间挑选新鲜食材，而且可能不会处理食材
7. 对于做菜初学者来说，做出一道美观又好吃的菜无疑是对自己最大的鼓励，但是对摆盘，食材选择没有经验，网络上众说纷纭。市面上缺少将教，买，做集一体的应用。

# 愿景和商业机会

## 1、产品愿景

**(1)、产品定位**：为人们提供详细的菜谱，针对人群可以是不会做饭的小白，也可以是会做饭的朋友上传私家菜谱共大家学习交流。此外，还有相关餐厨用具和材料的商城，方便用户使用，贴近用户生活，衍生其他相关模块。

(2)、**产品愿景**：指导帮助用户更方便的做菜，可以是从零学习，也可以是上传分享，让更多的人体验到做饭的乐趣，把做饭从难事变成乐事。同时提供了餐厨用具和视频材料的商城，方便用户购买。菜单分类详细，从菜式到做菜时长都详细分类，还会根据时节推荐相关菜谱，更添加了女生模块、健身模块、儿童模块等。通过精细的分类，还有相关产品的推荐提高用户做菜的便利性，让用户体验到便捷快乐的做菜体验，在同类软件中脱颖而出、独树一帜。

## 商业机会

(1)、第一大用户群就是不会做饭的小白，他们可以完全的依赖于我们的菜谱，不管是对软件的浏览量，还是对我们商城所提供的产品的流量都很大。

(2)、对于那些熟练做饭技巧的人，可以上传自己的菜谱，和更多人交流、供他人学习，既可以帮助到他人，也可以感受到知己菜谱手他人喜欢的成就感。

(3)、特殊模块的分类，可以方便一些有着特殊要求的群体，这样普通群体和特殊人群都可以考虑到，稳定了软件的浏览和使用量。

(4)、通过是商城提供的餐厨用具和食品材料的销售，也可以收取到一定的利益。

(5)、在首页或详情页插入广告，收取广告费用。

(6)、出菜谱之外，还可以后期延伸出家政妙招的模块，是软件更加全面的覆盖贴近用户的生活和需求，使用户对软件的依赖加剧。

# 三、用户分析

本美食菜谱App主要服务四类用户：

* 厨房新手小白
  + 愿望:希望本APP简单方便，信息提示宜人化设计，了解简单健康的菜系，并可以下厨实现
  + 厨房用品的齐全程度：基本食材以及厨具都具备
  + 动手能力：初次下厨，难免有些紧张，通过详细APP详细做菜教程，慢慢熟练各个步骤
  + 软件使用能力：大部分新手都是年轻人，笔记本电脑和手机的操作比较熟练；
  + 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，自己做饭健康又省钱；
  + 优势:可以帮助他们方便的做出简单的饭菜，可以锻炼自己做饭的能力。
  + 其它：拥有较少的时间，能提供详细的做菜说明，最好有视频和文字教学，能更加详细的将做菜过程解释的简单、明了；
* 家庭主妇
  + 愿望:希望本APP，做做菜步骤详细，显示每个菜的健康达标指数，喜欢菜品可以收藏和提示，学会更多营养丰富的菜
  + 厨房用品的齐全程度：拥有较多食材以及厨具都具备
  + 优势:相对于是一些年龄稍微较大，希望自己和家人吃到更加健康的饭菜，也希望可以尝到不一样的美食，当让考虑到可能会有对手机或者其他设备操作不熟悉者，首次进入会有新手使用教程，使用者会快速上手。
  + 软件使用能力:一般，对于中年人操作起来没有太大障碍，但是老年人可能操作受到限制
  + 动手能力：做饭多年，已经有一定的经验，需要将步骤表明并强调重点的步骤
  + 经济能力：经济相对稳定，花费也比较稳定。可以通过购买适当的食材实现想要做的菜品
  + 闲暇时间:照顾家庭起居，时间相对来说比较富裕，有较多时间来学习做菜
* 美食达人
  + 愿景：喜欢做菜，想要了解、研发更多的新鲜的菜式；
  + 优势:一种食材可以有很多种的做饭，可以了解到不同菜系的不同做法
  + 厨房用品的齐全程度：拥有很多食材以及厨具都具备
  + 动手能力：动手能力极强，通过简单的知道就能做出精美的食物，还能对该菜品进行评价和改进；
  + 闲暇时间:可以有更多的时间来研究菜品
  + 优势：可以创造新的菜品，发布在APP上，供更多的人观看，吸引更多的人
* 网红、自媒体
  + 愿望:希望积攒粉丝和口碑，App可以发表美食课程；
  + 优势:有一定知名度的人，可以为本软件进行宣传，吸引更多的客流量。大多数都是视频，比较方便学习
  + 厨房用品的齐全程度：拥有很多食材以及厨具都具备
  + 动手能力：动手能力极强，可以做出精美的饭菜

# 四、技术分析

采用的技术架构

以基于互联网的WEB应用方式提供服务。前端技术主要采用React,React-Native，后端技术采用Node.js,Express框架，在技术上实现前后端的分离；

平台

此项目的开发平台是采用VScode进行代码的编译。

软硬件、网络支持

在软硬件、网络支持上暂时没有特殊需要。

技术难点

技术方面在数据处理上可能存在一定的困难。其他方面暂时没有具体难点。

# 五、资源需求估计

人员

产品经理：根据本产品的需求定位，面向各个年龄段群体，吸取市面上各种菜谱网站和菜谱app的不足，做出改进，结合年轻人、地方特点等特征，设计符合都市，活力的菜谱app

IT技术专家：快速搭建架构和实现产品，同时确保对未来快速增长交易量及灵活变化的商品展示的支持。

白领代表：刚刚步入社会，独居或者合租，面临一日三餐等，帮助分析社会群体的就餐方式特征；

商家代表：主要经营厨具用品、菜市场的商家，三方联合打造一站式购物解决做菜难等问题；

美食爱好者代表：有一定菜品制作经验，有意向通过此类app结实志同道合的吃货，希望与他人分享讨论美食话题。有助于提高用户体验，增加app知名度。

资金

产品验证阶段前暂无需要。完成产品验证后，需要资金集中快速完成商家扩充、菜谱完善、和app宣传推广；

设备

一台服务器（用于搭载app保证服务），4台pc办公机（1台用于运维，3台用于开发）；

设施

50平米以内的固定办公场地，五套办公桌椅，单独存放服务器所需的场地，服务器存放需要的设施；

# 六、风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 编号 | 事件描述 | 根本原因 | 类型 |
| R1 | 市场竞争激烈 | 市场中有很多此类型的APP，大同小异，线上电视美食节目数不胜数 | 商业风险 |
| R2 | 软件的技术手段是否同时满足性能要求 | 最成熟的技术，往往不能体现软件的性能；先进的技术，人员又不是很熟悉 | 技术风险 |
| R3 | 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 |
| R4 | 人员的缺少 | 人员数量不够，缺乏高技术人才 | 人员风险 |
| R5 | 产品人员使用群体单一 | 集中于某个年龄段或者某一类人主要使用，其他阶段人数较少 | 用户风险 |
| R6 | 产品的数据泄露 | 由于技术的不成熟泄露产品数据或是被盗取数据 | 安全风险 |
| R7 | 开发环境不成熟 | 没有选择好合适的开发工具，没有可用的设计和分析工具 | 开发环境风险 |
| R8 | 项目没有按时上线 | 由于某种原因，项目进度不能维持且产品不能够按时上线 | 进度风险 |
| R9 | 赞助商参与度不高 | 赞助商对本APP信任度不够，信心不足，缺乏一定意愿 | 资金风险 |
| R10 | 软件可维护性和易用性差 | 没有好的软件体系，缺乏有效的手段进行软件需求的确定和对潜在需求的挖掘 | 质量风险 |
| R11 | 网红、自媒体认可度不高 | 该产品的用户普遍年龄较大，网红、自媒体发布视频会觉得效果不好，与其他有相同功能的软件相比，使用该产品发布的视频内容太狭窄。 | 商业风险 |
| R12 | 不能快速盈利 | 软件发布初期，推广较少，使用人数较少，导致软件不能盈利 | 商业风险 |
| R13 | 各年龄层对该软件的使用熟练度不同 | 不同年龄的用户对电子产品的熟练使用不同，所以会有一部分用户，对该软件产生一定的不满意 | 用户风险 |

# 七、收益分析

财务分析的估算结果如下，几项重要参数说明：

1. 折现率假设为10%，这是比较通用的一个值；
2. 项目长周期设为5年；
3. 首年成本为上面资源分析中的成本加10万元推广成本，以后四年假设升级维护费和推广为每年20万；
4. 收益假设第一年为10万，第2年为30万，第3年为60万，第4年为120万，第5年为240万；

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 折现率 | 10% |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 汇总 |
| 成本 | 396000 | 200000 | 200000 | 200000 | 200000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现成本 | 360360 | 166000 | 150000 | 136000 | 124000 | 936360 |
| 累计成本 | 360360 | 526360 | 676360 | 812360 | 936360 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 100000 | 300000 | 600000 | 1200000 | 2400000 |  |
| 折现因子 | 0.91 | 0.83 | 0.75 | 0.68 | 0.62 |  |
| 折现收益 | 91000 | 249000 | 450000 | 816000 | 1488000 | 3094000 |
| 累计收益 | 91000 | 340000 | 790000 | 1606000 | 3094000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -269360 | 83000 | 300000 | 680000 | 1364000 | 2157640 |
| 累计收益-累计成本 | -269360 | -186360 | 113640 | 793640 | 2157640 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 1463640 |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 230% |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 第3年 |  |  |  |  |  |