**定位**

为不会做饭或苦于做饭的人提供享受在家中吃到家里做的饭的平台，使其饭菜质量、样式更合心意，生活质量得以提高。

**商业机会**

* 用户群主要定位于城市中有一定经历能力的上班族、家庭，提供服务的群体主要定位于无法在实体饭店找到合适职位但拥有合格做饭技术的全职或兼职人群。消费群体和服务群体的数量都足够大；
* 菜品自备，自主指定想要吃到的菜品，食材更安全、健康；
* 利用地理优势，可以在最快时间内被接单，在指定地点、指定时间品尝到所需菜品；

**商业模式**

每个订单中抽取一定比例的费用