餐谋长 产品构思

# 问题描述

1. 随着社会的快速发展，越来越多的人奔忙于996的工作机制当中，

对于上班族来说，存在的问题有：

没有更多的时间投入到家庭之中，经常去点外卖充饥，外卖不仅不健康，而且还不太实惠，既浪费钱，又不是长久的方法。

1. 随着我国的经济稳步前进，普通家庭的生活越来越富裕，对于他们来说也存在着很多问题：

由于生活水平的提高，对美食的要求也越来越高，不再满足于基本的温饱，需要更多有营养，各种各样的美食来满足自己的食欲。

1. 对于婴儿及小孩子来说，在饮食的各个方面都存在着很多的问题：

既需要有营养的饮食来满足孩子们长身体的需要，又需要变着花样，来吸引着孩子们的胃口。

1. 对于老人来说，他们身体的各个方面都比以前退化了很多，在饮食方面也存在着很多问题：

他们的牙齿基本上都快掉光了，需要一些比较软化的食物和有营养的食品来增加他们的身体机能。

1. 对于经常在家的家庭妇女来说，她们掌控者一家的起居和饮食，也存在着很多的问题：

她们既需要更多的烹饪方法来满足所有人的口味和营养，也需要一个社区来交流他们的心得和分享他们的经验和日常生活。

# 产品愿景和商业机会

**定位：**为都市生活中的一些上班族与其他不善于做菜的人群提供便捷，详细且贴心的做菜教程与选购菜品，美食分享的平台，使用户最大程度的享受做菜的过程。

**商业机会：**

* + 用户群主要定位于一些上班族，其中教程主要来自于专业的做菜教程资料，权威，可信度高，使用群体十分广，老少皆宜
  + 选购菜品来自于各个加盟认证的蔬菜零售店，各家价格透明公开，都需通过食品健康标准，绿色且实惠。
  + 选购菜品服务可快速定位用户当前位置，检索出附近相关的门店，结合外卖跑腿业务，确保了食材送货的时效性，大大减少了用户的等待时间，并且可支持货到付款，购买多着可免配送费
  + 针对所有用户，推出美食分享社区平台，用户可随时将自己做好的美食进行拍照或者视频上传并且可以浏览其他用户分享的内容，并进行点赞或者评论，大大增加了人们做菜的乐趣，使用户从根源上爱上烹饪

**商业模式**

* 菜品差价；
* 店铺广告及商品推荐竞价排名；
* 配送费用
* 用户会员充值

# 用户分析

本应用主要服务两类用户：

* 做饭的用户。
  + 愿望：可以找到希望的食谱；
  + 消费观念：性价比高、最好能买到自己所需的食谱；
  + 经济能力：有生活费额度限制，但消费需求和冲动消费高
  + 计算机能力：运用手机等多平台浏览
  + 其它：对应用发展及推广起关键作用
* 饭店商家。
  + 痛处：传统的销售渠道已饱和、竞争激烈、受新兴电子商务冲击大，商品的流动和更新周期较长（压货或临期货物、现金流受限）；
  + 计算机能力：可以通过平台app，平台销售；
  + 优势：丰富的小商品经营经验，拥有成熟的产品供货渠道，可以提供绝对高性价比的商品，商品的丰富程度、可定制程度和快速更新程度都有保障，且物品价格优惠，可选择性多。

# 技术分析

**采用的技术架构**

基于Android应用提供服务。前端技术主要采用Android开发，用到的框架Spring框架，后端技术采用hibernate框架实现对数据库的持久化操作，用到的数据库为MySql数据库，可免费快速完成开发。

**平台**

初步计划采用亚马逊的云服务平台支持应用软件，早期可以使用一年的免费体验，业务成熟后转向收费。

**软硬件、网络支持**

由于所选支撑平台均是强大的服务商，能满足早期的需求，无需额外的支持。

**技术难点**

开发技术难点主要在于实现网络爬虫技术；产品设计上重点考虑符合年轻人工作特征提供快速的信息服务，支持灵活的菜品推荐，例如早晚餐，下午茶，重要节日等等。

# 资源需求估计

人员

产品经理：依据本产品的商业背景和定位，吸取已有外卖平台服务及配送等方面的成熟经验，结合产品其他优势功能(菜谱的提供)和用户需求特征，设计符合目标用户需求的产品。

技术专家：能够快速架构和实现产品，覆盖前后端及测试等多方面，同时可以对日后用户增长的大量需求及商家提供的复杂多样的商品提供稳定的支持与服务，进行产品的运营与改进。

用户代表：有一定经验的厨房老手，帮助分析制定产品用户所需菜谱的类型与方案。

商家代表：主要经营蔬菜等饮食原材料的商家，帮助分析商家需求、期望等；

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和宣传推广；

设备

开发所需的计算机及运营产品的本地PC服务器；

设施

网络状态良好的固定工作场地；

# 风险分析

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 用户认知度不高 | 市场上对应有众多的类似关于做菜的软件，没有脱颖而出的亮点吸引用户 | 商业风险 |
| R2 | 商家参与度不高 | 前期没有相应足够大的加盟优惠政策，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 | 无法实现短时间内的的快速送货 | 一定时间内将商铺商品送到附近客户手中时间相对合理，从该市的小商品市场到该市的任何一个地方都足够了，真正时间的消耗主要在响应订单、准备货物和到达目的地后快速联系用户，与外卖不同，用户等待不起，极大打击的用户做菜的积极性与欲望 | 流程风险 |
| R4 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队与信用机制 | 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 |

# 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100万，第5年为150万；

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 折现率 | 10% |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 汇总 |
| 成本 | 300000 | 200000 | 200000 | 200000 | 200000 |  |
| 折现因子 | 0.92 | 0.81 | 0.72 | 0.67 | 0.61 |  |
| 折现成本 | 276000 | 162000 | 144000 | 134000 | 122000 | 838000 |
| 累计成本 | 276000 | 438000 | 582000 | 716000 | 838000 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 收益 | 100000 | 300000 | 650000 | 1100000 | 1550000 |  |
| 折现因子 | 0.92 | 0.81 | 0.72 | 0.67 | 0.61 |  |
| 折现收益 | 92000 | 243000 | 468000 | 737000 | 945500 | 2485500 |
| 累计收益 | 92000 | 335000 | 803000 | 1540000 | 2485500 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 折现收益-折现成本 | -184000 | 81000 | 324000 | 603000 | 82350 | 1647500 |
| 累计收益-累计成本 | -184000 | -103000 | 221000 | 824000 | 1647500 |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 净现值 | 1647500 |  |  |  |  |  |
| 投资收益率 | 197% |  |  |  |  |  |
| 投资回收期 | 第3年 |  |  |  |  |  |