

逛吃逛吃-智能美食小秘书

产品需求文档

狮子王股份有限公司

2025 年 8 月

目录

一. 需求分析	1
(一) 明确价值和目标	1
1. 用户群体	1
2. 用户痛点	1
3. 产品价值	1
(二) 收集需求来源	2
1. 竞品分析	2
2. 用户访谈	2
二. 产品策划	3
(一) 场景与功能设计	3
1. 适用场景	3
2. 用户意图	3
3. 设计功能模块	3
(二) 用户流程设计	4
1. 用户的提问方式	4
2. 响应的展示形式	4
3. 用户任务闭环	4
(三) AI 能力规划	4
1. 选用 LLM	4
2. API 调用	4
3. 知识库	4
三. 原型设计	5
(一) 产品原型与交互设计	5
1. 界面结构	5
2. 交互方式	5
3. 可视化呈现	5
(二) 技术可行性验证	5
1. 核心技术	5
2. 可行性验证路径	5
四. 评估与迭代	6
(一) MVP 开发与内测	6
● 版本范围 (仅核心功能)	6
● 内测对象	6
● 评估指标	6
(二) 迭代优化	6
● 根据内测反馈优化	6
五. 上线与优化	6
(一) 小范围上线	6
(二) 用户行为分析	7
(三) 持续优化	7

智能体原型链接: <https://chatglm.cn/share/aFSuQ8iL>

智能美食小秘书提供一站式搞定食谱、探店推荐、在线订座、实时排队信息的服务，并能够记住用户的历史偏好，自动同步为口味 DNA，当用户需要且征求隐私权限时，根据用户的口味 DNA 寻找饭搭子。了解用户的喜好、需求和习惯，让吃吃喝喝从“费脑子找”变成“轻松享受”。

一. 需求分析

(一) 明确价值和目标

1. 用户群体

高频外食并且有社交需求的白领、情侣和美食博主；偶尔外食并且因工作学习繁忙更加注重便利的上班族、学生党和家庭用餐群体；功能性用餐的外地游客和老年人群体。以下内容将基于这三类人群逐步展开。

2. 用户痛点

- (1) 信息过载难以选择、排队等位影响用餐体验、追求新鲜感的同时担心踩雷；
- (2) 时间碎片化不愿在吃喝上花费精力、追求性价比、家庭用餐时需要兼顾到每个人的口味、外界影响导致临时变动多；
- (3) 游客来到陌生城市不熟悉本地餐饮分布；老人注重健康饮食不喜欢精加工食品、不熟悉线上订座排队的程序甚至是打字输入的方式。

3. 产品价值

记忆偏好使其具备私人订制能力，语音或点击的交互形式增加易操作性，一站式配齐探店-订座-排队节省搜索时间，智能推荐减少选择带来的焦虑，精准匹配饭搭子扩展社交圈，最终实现让吃喝成为享受的愿景。

- (1) 给出用户回复并记住用户的偏好；
- (2) 通过用户偏好生成用户专属的口味 DNA；
- (3) 为有社交需求且口味 DNA 相似的用户建立联系；
- (4) 一站式解决用户的探店、订餐、排队问题，不需要用户切换 APP；
- (5) 主要交互形式为语音和点击，并且通过多轮对话渐进式引导，增加产品的易操作性。

(二) 收集需求来源

1. 竞品分析

- (1) 首先定位产品关键词：智能小秘书、美食推荐、订座、排队以及组饭局；
- (2) 接着联想平时遇到的产品结合在媒体搜索相关产品：大众点评、美团、百度地图智能助手、小红书帖子、微博帖子、美味不用等；
- (3) 总结其在推荐逻辑、交互体验、数据来源上的优劣势。

模式	优势	劣势
基于评分/热度的推荐 (大众点评)	简单直观、冷启动快	过于大众化，无法体现个人偏好
基于标签的内容推荐 (小红书)	场景化强，内容带动欲望	容易被营销内容带节奏，信息真实性参差不齐
基于用户行为的协同过滤 (美团)	个性化较好，转化率高	新用户冷启动问题，容易形成“信息茧房”
基于 LLM 的语义理解推荐 (ChatGPT)	能理解复杂需求	算法和数据结合难度大，对知识库与 API 集成要求高

表 1 各竞品推荐逻辑的优劣势

平台	优势	劣势
大众点评	搜索、地图模式熟悉易用；多条件筛选清晰	信息密集、广告干扰多；流程割裂（探店→订座需跳转）
小红书	照片+笔记场景感强，易激发欲望	不适合快速决策；餐厅信息结构化程度低
美味不用等	排队信息实时更新，减少等待	功能单一，仅解决排队，无法满足全链路需求

表 2 各竞品交互体验的优劣势

来源类型	优势	劣势
官方 API (如大众点评、美团、百度地图)	数据结构化好、实时性高	调用权限受限，部分收费或需合作协议
开放平台/UGC 爬取 (如微博、小红书、抖音)	内容丰富、场景化强	数据清洗成本高、版权与合规风险
餐厅自有系统 (排队机)	数据准确、可直接推动转化	接入成本高，需要逐家对接
用户生成数据 (口味 DNA、收藏、评分)	个性化价值高、独家数据	需时间积累，初期数据稀疏

表 3 各竞品数据来源的优劣势

2. 用户访谈

- (1) 访谈对象为朋友、家人以及个人美食账号的粉丝。

(2) 问题设定，基于不同用户群体调整重点：

- 重点挖掘社交场景痛点与推荐算法精准度要求；
- 关注订座排队效率、性价比、推荐可信度；
- 考察操作门槛、健康饮食需求、对语音交互的接受程度。

二. 产品策划

(一) 场景与功能设计

1. 适用场景

- (1) 工作餐：午休时间有限，需要快速找到附近高性价比美食。
- (2) 朋友聚会：多人参与，口味不同，需要快速找到兼顾需求的餐厅。
- (3) 旅游探店：到陌生城市，不熟悉餐饮分布，需要智能推荐与导航。
- (4) 周末奖励：想给自己找点特别的美食体验，注重新鲜感的同时没有精力研究。

说明：当用户有明确的“拔草”目标时，可直接用小红书/大众点评等平台搜索，不是本产品的核心场景。本产品专注于决策困难、信息过载、时间有限的情况。

2. 用户意图

- (1) 时间紧张：需要快速决策，减少搜索和对比时间；
- (2) 众口难调、信息过载：需要 AI 综合多源信息给出平衡建议；
- (3) 外食机会少：需要帮忙集思广益，找出性价比与体验感兼顾的餐厅，而 agent 便是无数个网友的化身，可以从微博、小红书、大众点评里抽取美食帖子归纳总结给用户。

3. 设计功能模块

(1) 基础功能 (MVP)

- 生成食谱：基于家中现有食材以及用户口味生成菜谱；
- 推荐餐厅：基于口味 DNA、预算、距离、餐厅评分综合推荐；
- 线上订座：调用第三方 API；
- 实时排队信息：预计排队桌数/排队时间/推荐可以去附近哪些场地逛逛。

(2) 拓展功能

- 生成口味 DNA 卡片：基于用户历史行为与反馈生成；
- 组饭局：根据口味 DNA 匹配联系方式（前提：询问用户隐私，同意则记录联系方式；不同意则无法使用该功能）

(二) 用户流程设计

1. 用户的提问方式

语音、图片、文档；通过点击的形式，agent 不断模拟用户提问，形成多轮对话。

2. 响应的展示形式

图表（口味 DNA 卡片、历史就餐统计图）、地图（高亮定位、路线规划、周边美食标记）、文字（餐厅详细介绍、点评摘录、推荐理由）

3. 用户任务闭环

用户输入需求->AI 多轮对话补充细节->推荐结果->一键订座/组饭局->选择同步排队信息->用餐后反馈生成口味 DNA

(三) AI 能力规划

1. 选用 LLM

选用 ChatGLM-4.5

2. API 调用

调用大众点评（餐厅及菜品评分、菜单、用户点评）、微博+小红书（探店内容与情绪分析、补充菜品评价与餐厅热度）、百度地图（定位、导航）、美味不用等（预订、排队）

3. 知识库

用户私有偏好库，包含口味 DNA、用户历史行为及反馈。

三. 原型设计

(一) 产品原型与交互设计

1. 界面结构

- 首页：今日美食推荐、上传口味 DNA 以及功能选择（探店、订座、排队、食谱）
- 口味 DNA 卡片页：用户偏好可视化，支持一键生成/更新
- 订座与排队页：餐厅信息、排队情况、附近可逛场所推荐
- 饭搭子页：匹配规则展示、隐私协议弹窗、发起饭局按钮

2. 交互方式

- 语音输入：支持方言、关键词识别
- 点击选择：提示选项减少输入负担
- 多轮对话：Agent 持续追问补全关键信息（人数、预算、口味、时间）

3. 可视化呈现

- 口味 DNA：生成卡片/雷达/标签云
- 餐厅推荐：地图+评分+菜品图
- 排队信息：桌数以及剩余等候时间实时刷新

(二) 技术可行性验证

1. 核心技术

- LLM 问答与多轮交互（ChatGLM / DeepSeek）
- 多源数据整合（大众点评 API、小红书爬虫）
- 实时排队信息接口（与餐厅或第三方排队 API 对接）
- 用户偏好建模（Embedding 生成和标签化存储）

2. 可行性验证路径

- API 可用性测试（调用频率限制、数据准确性）
- LLM 在餐饮领域语境的微调与 Prompt 优化
- 用户隐私与安全合规性评估（尤其是饭搭子功能）

四. 评估与迭代

(一) MVP 开发与内测

- 版本范围（仅核心功能）

- 餐厅推荐（基于位置和偏好）
- 在线订座与排队信息展示
- 口味 DNA 生成

- 内测对象

- 20 - 50 名种子用户，覆盖三类核心人群

- 评估指标

- 功能可用性（任务完成率、出错率）
- 用户满意度（CSAT 问卷）
- 推荐准确率（用户点击/收藏/到店转化率）

(二) 迭代优化

- 根据内测反馈优化

- 推荐算法逻辑（减少“推荐不准”问题）
- 语音识别准确率
- 隐私授权流程简化
- UI 信息密度与布局优化

五. 上线与优化

(一) 小范围上线

- 通过 ChatGLM 线上平台进行公开上线、微信邀请种子用户组成体验官群
- 推广渠道：校园公众号推送；与探店博主合作在博主的媒体账号推广；朋友圈宣传

推广；校园发放传单

(二) 用户行为分析

- 关键指标监控：餐厅点击率、订座转化率、饭搭子发起次数
- 漏斗分析：从推荐→点击→下单→到店的转化路径

(三) 持续优化

- 算法个性化强化：基于用户历史行为和相似用户群体更新口味 DNA
- 功能扩展：引入更多实时餐饮信息源、支持更多城市、优化旅游场景下的推荐逻辑
- 运营活动：饭搭子节、美食周榜、口味挑战赛，增加用户粘性