

# 项目启动文档

## 目录

- 一、[基本信息](#)
- 二、[项目简介](#)
- 三、[商业模式画布](#)
  - [1. 要点概述](#)
  - [2. 要点介绍](#)
- 四、[要点关联](#)
- 五、[竞品分析](#)
  - [1. 下厨房](#)
  - [2. 叮咚买菜](#)

## 一、基本信息

### 1. 项目题目

口味新Cuisine

### 2. 组员信息

姓名	学号	联系方式
张云菲 (PM)	201250022	15961835080
孙宇帆	201250009	15951012361
沈小茜	201250015	13390699296
张月明	201830115	18562065586

### 3. 度量数值

- 总要点数：36
- 平均要点数：4

## 二、项目简介

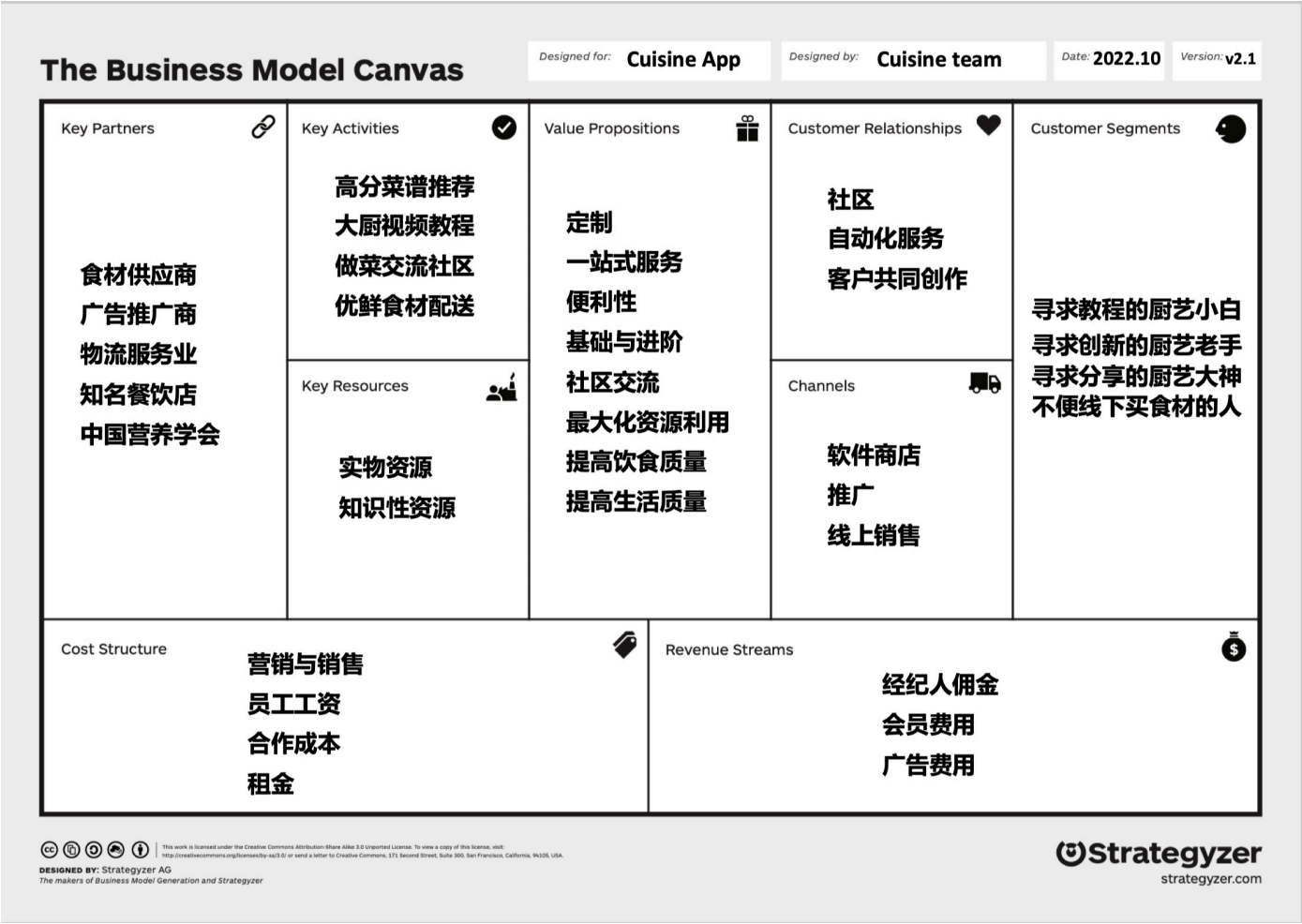
现实生活中，饮食是一个永远无法绕开的问题。有些人常常为了冰箱里剩下的食材而感到头痛；有些人会因为家里常常做那几道菜而感到腻味；有些人常常因为不知道吃什么而纠结；有些人则因为常常点外卖而心痛钱包，却苦于不会做饭。APP“口味新Cuisine”将会解决以上所有问题。

该软件旨在为每一位或心甘情愿或迫不得已需要下厨做饭的用户提供丰富多彩的食谱。除了直接搜索菜名获得相应菜谱，本软件与常规菜谱软件不同之处在于，用户只需在软件中输入家中已有的食材，即可查看到相关菜谱，冰箱里的剩菜将不再是烦恼。本软件更为了提高用户体验，在菜谱页面提供了线上购买食材的服务，用户可以直接勾选所缺少的食材外送到家，无需为了出门买菜而感到麻烦。当然，对于愿意分享自己手艺的做菜大师，同样可以在这里发布自己的菜谱、教学视频，与其他用户一起磨练厨艺、交流经验、共同进步。

本软件可以满足不同人群的需求，为面对灶台不知所措的年轻人提供简单、易于上手的菜谱；为忙于上班无暇做饭的中年人提供快捷方便的菜谱；为囿于固定做饭公式的老年人提供创新菜式的更多选择。此外，本软件收集了全世界不同国度的菜谱，并且不断更新、修正，以公平公正的评价系统为用户推荐对应菜谱，评价不高的会被淘汰，而只有新的、好的才会被呈现到用户面前。我们力争走在同类软件的前沿，“口味新Cuisine”向每一位用户保证：在这里永远有新的菜谱安抚您的味蕾。

### 三、商业模式画布

#### 1. 要点概述



## 2. 要点介绍

### 2.1 客户细分

**寻求教程的厨艺小白：**该群体以初学做饭的年轻人为主，这类用户往往拥有乐于学习新技能的智慧和热情。平台为这类用户提供大量优质基础教程，手把手教会做饭的基本技能。

**寻求创新的厨艺老手：**该群体以拥有一定做饭经验的中年人为主，这类用户已掌握做饭的基本技能。平台为这类用户提供大量优质高阶教程，帮助他们摆脱固定的做饭公式，创新菜品风格。

**寻求分享的厨艺大神：**该群体以经过认定的专业厨师为主，这类用户已有在知名餐饮店的多年工作经验。平台为这类用户提供做饭教学的社区，包括菜谱分享和视频分享。

**不便线下买食材的人：**该群体以忙碌工作的上班族、行走不便的老年人等为主，这类用户往往不便线下买食材。平台为这类用户提供生鲜食材配送服务，无需亲自出门购买食材。

### 2.2 价值主张

**定制：**平台为不同的用户群体定制不同阶段的菜谱资源，满足不同年龄/厨艺的用户的不同需求。为寻求教程的厨艺小白定制一个从零开始、简单基础的基础教程社区，为寻求创新的厨艺老手定制一个菜谱创新、口味丰富的进阶教程社区，为寻求分享的厨艺大神定制一个开放共享、有激励机制的厨艺交流社区，为不便线下买食材的人定制一个食材新鲜、配送及时的物流服务社区。

**一站式服务：**平台为用户提供一条龙式服务，实现用户的轻量化操作。用户可以看做饭教程学习厨艺，发布做饭心得分享厨艺，购买食材享受配送上门，避免了用户在多个软件之间来回切换。

**便利性：**平台为用户提供大量分类齐全的、个人定制的菜谱资源，用户不再漫无目的地从其他搜索引擎查找总结；同时平台为用户提供生鲜食材配送的业务，忙碌无暇的用户无需亲自出门购买食材。

**基础与进阶：**平台为用户提供基础和进阶内容。基础内容是简单菜谱教程，可以免费享受；进阶内容是有难度的菜谱教程和视频教程，需要升级为会员VIP方可享受。但是用户可以以更低的价格获得同质化的服务。

**社区交流：**用户可以在该平台上找到一个交流厨艺的社区，如分享做饭心得，做饭日常，发表有价值的评论，共同促进厨艺的提升。以及结交到共同学习做饭的小伙伴，营造一种集体认同感、归属感。

**最大化资源利用：**用户往往是根据家里已有的食材来做菜，此时只要将原食材输入软件，系统自动筛选推荐相应的菜谱，以达到最大化的食材资源利用。

**提高饮食质量：**该平台提供大量优质菜谱，保证荤素搭配、营养均衡；提供食材配送服务，保证食材新鲜、配送及时。用户使用这款软件，能够极大提高饮食质量，健康快乐生活。

### 2.3 渠道通路

**软件商店：**平台在安卓、IOS等手机客户端应用商店购买许可证，传播软件价值主张，吸引用户下载安装。

**推广：**平台用户通过QQ、微信向亲朋好友分享；通过豆瓣、小红书向大众分享；平台官方借助广告推广。

**线上销售：**平台搭建官方网站，在Web端经营菜谱教程和食材配送业务，吸引用户浏览使用。

## 2.4 客户关系

**社区：**平台上的用户可以分享做菜心得，做菜日常，发表有价值的评论，共同促进厨艺的提升。同时用户社区也能帮平台进一步了解用户需求。

**自动化服务：**平台在用户注册时收集其个人信息，从而根据用户的年龄/厨艺、经常做的菜品等等，对其感兴趣的内容进行预测与推荐。

**客户共同创作：**平台秉持开放共享的理念，每个用户都能发做菜教程，做菜心得，这能够帮助更多人学习做菜，提高软件的使用体验。

## 2.5 收入来源

**资产销售：**用户开通会员，升级VIP，即可购买优质视频教程，从中收取会员费用。

**经纪人佣金：**平台为用户提供线上买菜及物流配送的服务，在服务过程中提供支付平台，从中收取交易手续费。

**广告费用：**其他相关品牌的商品（如厨具，农产品）借助该软件平台做广告推广，从中收取广告费用。

## 2.6 核心资源

**实物资源：**食材供应商、物流服务业

**知识性资源：**菜谱教程、视频教程、用户分享心得

## 2.7 关键业务

**高分菜谱推荐：**平台官方为软件用户提供大量优质菜谱，并且普通用户/专业厨师可以发布菜谱教程。用户可以对菜谱进行打分，分数高者优先推荐。

**大厨视频教程：**平台上的专业厨师发布了详细做菜视频教程。用户可以选择购买VIP会员，即可解锁视频教程，便于用户掌握做菜细节。

**做菜交流社区：**平台为各类用户提供做菜交流的社区。用户在其上分享做菜心得，做菜日常，发表有价值的评论，共同促进厨艺的提升。

**生鲜食材配送：**平台提供菜谱的同时，用户还提供菜品购买的链接。如果用户缺少菜谱中必需的菜，可以选择线上购买并及时物流配送。

## 2.8 重要合作

**食材供应商：**与食材供应商建立合作，负责新鲜食材的供应。

**广告推广商：**与广告推广商建立合作，例如美团、大众点评等美食软件，负责产品的宣传与推广。

**物流服务业：**与物流服务业建立合作，负责新鲜食材的配送上门工作。

**知名餐饮店：**与知名餐饮店建立合作，邀请专业厨师的入驻，开设做菜视频教程。

**中国营养学会：**与中国营养学会建立合作，邀请专业营养师的入驻，开设合理膳食，健康养生的课程。

## 2.9 成本结构

**员工工资：**负责软件平台的开发、运维的员工的工资，属于固定工资。

**合作成本：**与食材供应商、物流服务业的合作费用，聘请专业的厨师/营养师的费用

**租金：**办公场地租金、服务器租金

## 四、要点关联

每个关联之前有要点位置的标注，例如 1.1 表示客户细分的第1条要点。

### 1) 7.1高分菜谱推荐、7.2大厨视频教程进阶、2.4基础与进阶、1.1寻求教程的厨房小白、1.2寻求创新的厨艺老手、1.3寻求分享的厨艺大神

平台用户有寻求教程的厨房小白，也有寻求创新的厨艺老手、寻求分享的厨艺大神，内容包括基础内容和进阶内容，适合各类人群：厨房小白可以根据菜谱做出可口的菜肴，厨房老手也可以学习大厨的思路、革新菜谱

### 2) 7.1高分菜谱推荐、2.6最大化的资源利用

平台提供一种特殊的搜索逻辑，用户可以在输入栏输入已有食材，平台基于用户输入的已有食材进行菜谱推荐，帮助用户清空冰箱，实现最大化的资源利用

### 3) 7.4优鲜食材配送、2.3便利性、8.1食材供应商、8.3物流服务业

选择可靠的食材供应商、物流服务提供方进行合作，当用户有缺少的食材需要在商城购买时，可以保证优鲜蔬菜配送，为工作忙碌（中年人群体）或者行动不变（老年人群体）的用户提供便利省时的送货上门服务

### 4) 2.1定制、2.4基础与进阶、5.1会员费用

有进阶使用需求的用户可以开通平台会员，平台将收取一定的会员费用，为用户提供定制化的咨询和服务

### 5) 2.2一站式服务、3.3线上销售

平台收集用户的收藏菜谱、购物记录、评论等信息，自动推荐用户可能的菜系偏向，以供应商的供应链系统作为渠道

### 6) 2.4社区交流、1.3寻求分享的厨艺大神、4.1社区、4.3客户共同创作、6.1知识性资源

平台提供知识资源，以用户分享的形式进行社区交流，日常做菜经验丰富的普通人在平台里化身厨艺大神分享经验，和同样热爱烹饪的用户们共同创作

### 7) 2.7提高饮食质量、2.8提高生活质量、8.5中国营养学会

平台通过中国营养学会认证专业的厨师/营养师进入平台，提供在线咨询服务，为对提高饮食质量、提高生活质量有需求的用户群体提供便捷的咨询渠道

**8) 6.1实物资源、8.1食材供应商、8.3物流服务业**

平台以合作方渠道的方式构建平台的实物资源，食材供应商、物流服务业支持平台服务的稳定可靠运营。

**9) 8.2广告推广商、8.4知名餐饮店、3.2 推广、5.3广告费用**

平台运营初期需要花费一定的广告费用拓宽用户市场和知名度，需选择广告推广商，同时也可以联系一些知名餐饮店合作，做一些必要的推广

**10) 9.3合作成本、5.1经纪人佣金**

在运营初期，平台支付一定的合作成本，平台发展进入稳定期后，向新加入的食材供应商收取平台费作为经纪人佣金

**五、竞品分析**

---

**1. 下厨房**

总体来说，下厨房更加侧重菜谱推荐，而线上食材销售只是辅助。口味新Cuisine则完全相反。

**1.1 客户细分**

关联：均有寻求教程的厨艺小白、寻求创新的厨艺老手以及寻求分享的厨艺大神。

区别：下厨房无更多客户细分，口味新Cuisine还有不便线下购买新鲜食材的人，如忙碌的上班族等。重合的客户细分还有额外的付费意愿点，即新鲜食材等的配送服务。需要指出的是，下厨房也有线上商店服务，但都是可以经长时间运输的调料、冻品等，没有新鲜蔬菜等。

**1.2 价值主张**

关联：均有社区交流、基础与进阶和提高饮食质量。

区别：下厨房无更多价值主张，口味新Cuisine还有定制、一站式服务、便利性以及最大化资源利用。具体体现详见项目简介及要点介绍中对应内容。

**1.3 渠道通路**

关联：知名度渠道均为推广及软件商店，评价渠道均为软件商店，购买渠道均为软件线上销售渠道，传递渠道均为推广及软件的关键业务。

区别：两者基本一致，无明显区别。

**1.4 客户关系**

关联：均有社区、自动化服务及客户共同创作。

区别：两者基本一致，无明显区别。

## 1.5 收入来源

关联：均有经纪人佣金、会员费用及广告费用。

区别：两者基本一致，无明显区别。需要指出的是，下厨房的经纪人佣金部分指调料冻品销售，口味新Cuisine中指新鲜食材。

## 1.6 核心资源

关联：均有实物资源、知识性资源。

区别：两者基本一致，无明显区别。

## 1.7 关键业务

关联：均有高分菜谱推荐、大厨视频教程、做菜交流社区。

区别：下厨房还有调料冻品配送，口味新Cuisine还有优鲜食材配送。

## 1.8 重要合作

关联：均有食材供应商、广告推广商、物流服务业、知名餐饮店/厨师。

区别：下厨房无更多重要合作，口味新Cuisine还有中国营养学会等权威机构。需要指出的是，下厨房的物流服务业偏向快递，口味新Cuisine偏向外卖跑腿。

## 1.9 成本结构

关联：均有营销与销售、员工工资、合作成本及租金。

区别：两者基本一致，无明显区别。

# 2. 叮咚买菜

总体来说，叮咚买菜更加侧重线上生鲜销售，而菜谱推荐只是辅助。口味新Cuisine则完全相反。

## 2.1 客户细分

关联：两个软件的目标客户都主要为社区普通家庭用户。

区别：相比叮咚买菜，口味新Cuisine更加侧重一站式服务、定制化服务，在叮咚买菜下单的客户可以是家庭中任何一位成员，而在口味新Cuisine的目标客户更加偏向家庭中的“厨师”，往往这些用户会在查找菜谱的同时熟知家中缺少什么食材，在同一个APP中进行快捷下单。由于口味新Cuisine不仅仅局限于线上售卖生鲜这一单一功能，因此客户不仅包含社区普通家庭用户，更有美食博主、专业厨师/营养师。

## 2.2 价值主张

关联：两个软件的价值主张都包含便捷性以及社区交流。

区别：叮咚买菜仅仅聚焦线上销售生鲜，因此便捷性是第一位，相对来说菜谱推荐的部分比较弱化。而口味新Cuisine的更加侧重于使得用户能够吃到新的、好的、符合不同需求的菜品，价值主张比起前者增加了定制化、基础与进阶、提高饮食质量、最大化食材利用。

## 2.3 渠道通路

关联：知名度渠道均为推广及软件商店，评价渠道均为软件商店，购买渠道均为软件线上销售渠道，传递渠道均为推广及软件的关键业务。

区别：两者基本一致，无明显区别。

## 2.4 客户关系

关联：两个软件的客户关系都包含社区，通过社区，不同的客户可以互相交流观点、软件使用体验、购买体验等，而同样作为用户提出的观点更加具有真实性，提高了用户对于软件的粘着性、信任度。两个软件的客户关系都包含自动化服务，通过提供平台让客户进行自主选择，并且针对不同用户个体有着相应的定制化服务推荐。例如口味新Cuisine会根据用户搜索在首页推荐相关菜谱。

区别：除了社区以及自动化服务，口味新Cuisine用户关系中尤为重要的一环是客户共同创作，每一位用户都可以上传自己的菜谱分享给大家，同时也可以对其他用户上传的菜谱或是软件中本身包含的菜谱进行评价，软件会根据评价进行菜谱推荐度的排序。

## 2.5 收入来源

关联：两个软件的收入来源都包含线上生鲜销售以及广告费用。

区别：叮咚买菜最主要的收入来源是线上生鲜销售，其他部分只占极其微小的比例。而对于口味新Cuisine来说，用户为了获取“进阶版”内容所支付的“会员费”占大头，但是线上生鲜销售部分预期占比不会很小。

## 2.6 核心资源

关联：两个软件的核心资源都包括实物资源。

区别：虽然都是核心资源，但是对于口味新Cuisine来说，知识性资源相比实物资源更加重要。知识性资源对于叮咚买菜就不算很重要，因此不算核心资源。而叮咚买菜更有大数据技术贯穿整个产业链，其专业的数据团队通过订单预测、用户画像、智能推荐、智能调度、路径优化、自助客服等核心技术，避免缺货情况发生，实现生鲜的低损耗与低滞销，使用户体验最优化。

## 2.7 关键业务

关联：两者都包含优先食材配送与做菜交流社区。

区别：虽然都包含上述两种关键业务，然而两个软件侧重点不同。口味新Cuisine侧重如何做菜，怎样消耗食材，能做什么菜，而叮咚买菜侧重食材购买。因此口味新Cuisine的关键业务还包含了高分菜谱推荐以及大厨视频教程。

## 2.8 重要合作

关联：两者的重要合作对象大体一致。

区别：口味新Cuisine考虑到如今人们对于健康生活的需求，特别与中国营养学会合作，悉心研究各种食材搭配的菜谱的营养价值，以此推荐给用户。同时也因为对于菜谱口味的追求，选择与知名餐饮店合作，以期展现更多符合大众口味的菜谱。叮咚买菜则无需太过考虑菜谱的专业程度。



## 2.9 成本结构

关联：均有营销与销售、员工工资、合作成本及租金。

区别：两者基本一致，无明显区别。