（一）商品资源风险

货源存在产品质量风险和产品的生命周期更新问题，网站的应对措施是将同类型产品的供应商固定在两家或两家以上，将产品进行比较，不同货号的商品进行市场评估，为客户提供最好的产品。

（二）财务风险

由于货物积压造成的资金无法正常运转，网站将采取促销方式，清理积压货物，尽量减少损失，由于人员问题造成帐目混乱，网站将制定规章制度约束管理人员。

有可能造成资金不足现象，造成公司破产。我们始终需要维持较高的流动资产率，由于我们不准备引进长期借款，故不存在债务杠杆过高的风险。

（三）竞争者威胁

竞争风险：若争对手率先占领市场，我们应及时做好市场调查和结果分析，在大力宣传的同时降低本网站商品的价格（不亏损的前提下）与竞争对手争夺市场，赢得消费者。

经营管理风险：可能面临众多竞争者，经营管理水平上存在差距。

本公司将引进先进管理方式、管理经验，聘请资深管理人士作为常年经营管理顾问，整合内部资源，提高经营管理水平。

（四）市场不确定性风险

网站的对象是市场，市场是由学生这一特殊人群组成的，因此市场的不确定性表现在有淡，旺季之分。淡季主要在寒暑假时期；旺季主要在新生开学时期和毕业生离校时期。因此淡季时我们就采取一定的促销方式；旺季时我们就加大宣传力度，争取赢得更多的消费者。