|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 学生认可度不高 | 没有足够区别于已有电商服务的吸引力 | 商业风险 |
| R2 | 商家参与度不高 | 部分学生卖家对网上售货的了解不够、不太习惯，需要做一定的配合缺乏意愿 | 用户风险 |
| R3 | 产品使用群体单一 | 产品使用者主要集中于大学生，其他用户人数少，不利于产品的推广扩大 | 用户风险 |
| R4 | 无法随时送货 | 交易时间需要卖家和买家进行协商，沟通交流确定双方都方便的时间进行交易，不能随时送货 | 流程风险 |
| R5 | 人员不能及时到位 | 无法快速组建技术团队 | 人员风险 |
| R6 | 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 |
| R7 | 无法快速盈利，可能要经历寒冰期 | 产品不成熟，推广度不够，学生认可度不高，可能导致产品刚开始要经历一段寒冰期，无法快速盈利 | 商业风险 |
| R8 | 产品发布初期用户量增长缓慢 | 由于推广和宣传手段有限，开始初期不能大量地吸引用户使用本产品 | 用户风险 |
| R9 | 利润低 | 由于二手商品价格本身就低，通过赚取商品差价的方式获取利润太低 | 商业风险 |