|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **编号** | **事件描述** | **根本原因** | **类型** |
| R1 | 学生认可度不高 | 本质是交易商品的网站，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 | 人力资源风险 |
| R6 | 推广资金不充足 | 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 | 用户量于产品发布初期较少 | 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 | 项目回报收益初期较低 | 由于通过赚取商品差价的方式获取利润太低，以及所处的经济环境和经济条件的变化，致使实际的经济效益与预期的经济效益相背离 | 政策风险 |
| R10 | 项目组成员管理水平不高，缺少经验 | 本次项目多数组成员的项目经验不足，在项目设计和实现方面存在沟通不到位，处理不全面等问题 | 技术风险 |
| R11 | 产品立足于二手商品的交易，在市场中存在竞争 | 电商购物网站种类繁多，要想将本产品在应用市场中得到推广，竞争是不可避免的 | 市场风险 |
| R12 | 项目的实施周期和涉及环节较多，对管理造成一定挑战 | 在项目实施周期和涉及环节等的管理方面，可能不适应不断变化的内外环境，将会大大影响项目的进展或收益 | 管理风险 |