## 风险登记手册

**外部风险**

**竞争风险**

竞争对手的针对性行为（如降价、产品的升级换代等）、自身产品不完美、同一区域内二手店的竞争、低质原材料的价格冲击等造成的客源缺失等。

应对策略：树立超前意识，积极寻找并抓住市场的最新切入点，根据用户的反馈情况不断更新改进产品，进而增强抗风险能力并提高团队的竞争力；保持和客户的紧密联系，保证销量的稳定增长，同时规划给予客户的信用融资，既要尽量争取更多的客户，也要考虑应收账款的回收率，防止发生巨额损失，在必要时要求对方作资产抵押或提供担保人，同时给予客户现金折扣及商品折扣等优惠条件。

**市场不确定性风险**

新替代品的出现

应对策略：在技术上不断地寻求突破，使产品更加完善；根据客户的意见或建议不断改进产品的缺点，让产品更快地适应市场需求；利用强有力的营销组合和客户服务建立高知名度、高信誉度、高忠诚度的品牌形象；运用灵活的合作模式。

**客户生活情况的制约**

**内部风险**

**资金风险**

无法找到外部投资者或者无法募足外部资金，这对团队初期的运作将产生很大的影响；经营期资金引用的效率和效果；资金管理不当，尤其是现金流转缺乏计划性；举债过多，资本结构失当；某个财务月份或财务年度收支不平衡造成的不稳定性。

应对策略：采取对外委托加工的方式将大大降低生产资金的投入和管理上的风险；规划失当的资本结构，保证资本能够有合理的收益；融资渠道多样；严密监控资金流转，保持合适的流动比率，防止团队权益资本利润率下降、资金周转困难乃至无法到期偿债而面临破产倒闭危机。

**管理风险**

团队管理者能力、经验、知识结构的缺陷；重大决策的失误；客户关系、公共关系的恶化；各种意外（包括责任事故、自然灾害等）。

应对策略：建立完善的内部控制机制，明确各工作人员的职责，加强监督；我们有强大的MBA专家顾问团队对团队经营进行指导；积极的人才引进机制使团队不断提升，降低决策失误。

**技术风险**

技术人员数量、素质与研发投入等不能满足团队技术发展的需要。

应对策略：加大对专利技术和应用软件的保护和研发的投入，加强技术研发队伍的建设，提高整体研发能力；对消费者需求的产品进行研发改进，使技术不断地适应市场。