

全国媒体315采访攻略资源书

发布时间：2020年3月12日
报告编制：网经社电子商务研究中心



更多报告下载

目录

前言.....	2
一、记者注册.....	3
二、315 资料库.....	4
三、专家团采访.....	9
四、媒体采访须知与攻略.....	12

前言

2020年3·15“国际消费者权益日”在疫情“笼罩”下如期而至，电子商务作为用户消费的重要渠道，网络消费的各类陷阱问题成为广大媒体朋友关注的领域。

为此，网经社“电诉宝”发起“战疫3·15 提振电商消费信心”的3·15主题活动(<http://www.100ec.cn/zt/2020315/>)，通过系列数据报告发布辨别电商“红与黑”、打造“云315”平台为全国电商用户“保驾护航”、媒体联动舆论监督倒逼用户有效维权、律师团“坐堂”提供法律援助、持续开放“绿色通道”对接近千家电商等多种形式，对网络消费维权难点、热点和相关电商平台、商家鞭策。

其中，为帮助媒体朋友更好地为网络消费用户的权益发声，网经社(100EC.CN)发布《全国媒体315采访攻略资源书》，共分为记者注册、315资料库、专家团采访和媒体采访须知与攻略三个部分，供参考使用！

WS 网经社
WWW.100EC.CN
网络经济服务平台

我们的服务

- 【研究报告】——每年向您提供数十份客观、权威、专业的研究、调研和案例解读报告。
- 【电商快评】——每年向您提供上百份客观、专业的电商行业热点事件分析师点评。
- 【新闻线索】——电子商务领域投融资、并购、IPO、平台上线、战略合作等一手资讯。
- 【行业数据】——提供我国电子商务10余年来相关产业数据、市场份额及未来预期等数据。
- 【采访点评】——分析师团队为您提供网络零售/生活服务电商/B2B/电商法律等方面的专家观点。
- 【独家约稿】——作为“电子商务研究中心特约记者”，可为您策划的专题报道独家撰稿。
- 【企业对接】——为各大媒体与电商平台搭建沟通桥梁。
- 【社群名额】——有机会受邀加入电商中心媒体2*500人社群，365天交流分享。
- 【联合调查】——就热点争议性话题或特殊节假日，协助媒体发起网络投票等民意舆情调查。
- 【重点推荐】——作为“电子商务研究中心特约记者”，您的稿件将被我们重点关注、推荐与转载。
- 【案例推荐】——基于“电子商务消费纠纷调解平台”数据并提供典型投诉案例，为媒体做好支撑。

一、记者注册

网经社面向海内外各类新闻媒体（新媒体）记者、编辑推出“电商媒体智库服务”，若您是对此感兴趣的媒体从业人士，只要在线完整填写报名，经验证通过即可免费享受我们为您长期提供的独家“电商媒体智库”第三方十项服务。

电子商务媒体记者公共服务平台：<http://www.100ec.cn/zt/jz/>

》》获取第一手电子商务相关热点事件快评、报告，请注册网经社电子商务研究中心特约记者

二、315 资料库

《2019 年度中国电商消费主题调查报告》（全文下载：<http://www.100ec.cn/zt/2019xfdcbg/>）

《2019 年度中国电商平台消费评级数据报告》（预计 3 月 12 日公开发布）

《2019 年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》（预计 3 月 13 日公开发布）

【专题】“战疫 3·15 提振电商消费信心”——“电诉宝”在行动！

<http://www.100ec.cn/zt/2020315/>

【年度曝光】2019 年百家电商年度投诉数据盘点

<http://www.100ec.cn/zt/ndbg/>

原创内容类栏目：<http://www.100ec.cn/zt/pplm/>

观点库：<http://www.100ec.cn/list--37--1.html>

2.1 “电数宝”：电商评级大数据免费开放使用

网经社“电数宝”（http://www.100ec.cn/Index/dsb_product.html）是电商行业大数据平台，拥有 **10 万+条数据**，覆盖 **4000+ 电商平台**。其中，2019 年各大电商评级大数据免费开放使用，记者可自行查询电商平台各时间段评级数据。

2.2 投诉维权案例库

电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）：315.100ec.cn

投诉案例库（按典型案例解读分类）：<http://www.100ec.cn/zt/alyj/>

投诉案例库（按被投诉平台分类）：http://www.100ec.cn/zt/315_qy/

投诉案例库（按投诉时间先后分类）：<http://100ec.cn/list--110--1.html>

投诉专题集锦（热点被投诉平台问题）：<http://www.100ec.cn/zt/18flhz/>

2.3 行业调查

【专题】生鲜电商还“鲜不鲜”<http://www.100ec.cn/zt/19sxds/>

【专题】社交电商“涉传”http://www.100ec.cn/zt/sjds_sc/

【专题】海淘转运“猫腻”<http://www.100ec.cn/zt/19htzy/>

【专题】汽车电商乱象<http://www.100ec.cn/zt/bcsj/>

【专题】鲜花电商“鲜不鲜”隐忧<http://www.100ec.cn/zt/19xhds/>

【专题】二手电商乱象<http://www.100ec.cn/zt/19esds/>

【专题】“五一”在线旅游乱象 <http://www.100ec.cn/zt/2019dsdc/>

【专题】在线教育乱象 <http://www.100ec.cn/zt/2019zxjy/>

【专题】物流快递乱象 <http://www.100ec.cn/zt/2019wlzx/>

【专题】电商预付式消费隐忧 <http://www.100ec.cn/zt/19yfyy/>

【专题】互联网信息安全乱象 <http://www.100ec.cn/zt/19hlw/>

【专题】618 专场 <http://www.100ec.cn/zt/2019dsqy/>

2.4 法律法规库

互联网+法规库: <http://www.100ec.cn/zt/law/>

法律服务平台: <http://www.100ec.cn/zt/flpt/>

《电子商务法解读报告》: <http://www.100ec.cn/zt/draft/>

2.5 报告专区

国家课题研究:

2017 年度中国跨境网购用户消费问题研究报告: <http://www.100ec.cn/zt/kytj/>

全国网络交易平台用户格式条款合规审查课题: http://www.100ec.cn/zt/hgsc_hz/

全国网络交易平台信用体系建设课题: <http://www.100ec.cn/zt/dsxy/>

投诉数据报告:

《2019 年“双 11”网购消费投诉与体验报告》

<http://www.100ec.cn/zt/2019s11wgbg/>

《2019 年 Q3 电子商务用户体验与投诉监测报告》

<http://www.100ec.cn/zt/2019Q3tsbg/>

《2019 年（上）电子商务用户体验与投诉监测报告》

<http://www.100ec.cn/zt/2019syhjcbg/>

《2019 年 Q1 电子商务用户体验与投诉监测报告》

<http://www.100ec.cn/zt/19Q1tsbg/>

.....

法律报告:

首部《电子商务法》解读报告: <http://www.100ec.cn/zt/dsfbg/>

《2018-2019 年度中国电子商务法律报告》: <http://www.100ec.cn/zt/1819flbg/>

《2017-2018 年度中国电子商务法律报告》: <http://www.100ec.cn/zt/1718bg/>

《2016-2017 年度中国互联网+法律报告》：<http://www.100ec.cn/zt/1617bg/>

.....

2.6 快评专区

目前，与网络消费相关的热点话题主要有信息泄露、不正当竞争、知识产权、网络售假、霸王条款、电商征税、电商刷单、网络传销等，为此，网经社电子商务研究中心针对以上这些热点问题进行专家点评解读。

》》具体快评内容查询方式

- 1、可登陆电诉宝（315.100ec.cn）——底部我们的成果——电商快评
- 2、网站首页导航搜索“电商快评”
- 3、网站首页品牌栏目——评价类——电商快评（<http://www.100ec.cn/zt/dskp/>）

电商快评 更多>>

信息泄露：

- 【电商快评】百个APP用户信息调查 存强制超范围要权限
- 【电商快评】饿了么/百度外卖等信息泄露频发 谁之过？
- 【电商快评】淘宝、京东等为何对隐私政策重大调整
- 【电商快评】“星座性格测试”用户信息泄露人数达千万
- 【电商快评】电商中心评13万12306用户信息外泄事件
- 【电商快评】中国电子商务研究中心评携程“泄密门”
- 【电商快评】个人信息泄露又添新案 你中招了吗？
- 【电商快评】趣店疑似数据外泄 律师称：可吊销其牌照
- 【电商快评】50亿条公民信息泄露？为何信息泄露成常态？
- 【电商快评】电商屡屡信息泄露谁之过？防诈骗指南发布
- 【电商快评】中国电子商务研究中心评小米“泄密门”

不正当竞争：

- 【电商快评】第11年头的“双11” 千亿喧嚣过后乱象依旧
- 【电商快评】遭遇“天价罚单” 瓜子二手车到底冤不冤？
- 【电商快评】沃尔玛步步高停用支付宝有损公平 或涉嫌垄断
- 【电商快评】京东“拉黑”天天、百世快递最全法律分析
- 【电商快评】刘强东怒怼“二选一” 反不正当竞争升级
- 【电商快评】从360酷派“撕逼”大战看互联网同业竞争
- 【电商快评】六月电商促销竞争“乱象”中隐藏法律问题
- 【电商快评】拼多多称遭舆论攻击 律师：涉嫌不正当竞争
- 【电商快评】票房花式造假？小心“刷”破法律底线
- 【电商快评】双11“猫狗大战”：2选1背后反垄断争议
- 【电商快评】滴滴/美团/饿了么混战 或涉嫌不正当竞争
- 【电商快评】评天天快递起诉京东不正当竞争事件
- 【电商快评】中国电子商务研究中心评打车软件价格战

知识产权：

- 【电商快评】小米IPO前遭专利纠纷 遭5000万元巨额起诉
- 【电商快评】电商中心评阿里抢注“双十一”系列商标
- 【电商快评】国务院拟推纳税识别号 网店征税来袭？
- 【电商快评】凡客继“欠债门”后再陷“抄袭门”
- 【电商快评】电商中心评阿里首次封杀“知产流氓”
- 【电商快评】中国电子商务研究中心评“专车第一案”
- 【电商快评】电商研究中心评阿里翅膀卫衣“盗版门”
- 【电商快评】品质电商还是傍大款 ODM模式电商引争议

网络售假：

- 【电商快评】“拼多多”被卷入舆论漩涡 八大热点疑点解读
- 【电商快评】小红书遭假货疑云 网易美学成打假利器
- 【电商快评】评电商平台首次起诉售假店主获法院立案
- 【电商快评】CCTV曝光电商销售假冒化妆品 揭秘行业潜规则
- 【电商快评】CCTV曝光电商销售假酒 揭秘行业潜规则

- 【电商快评】拼多多打假遭围攻 商家任性“维权”存法律风险
- 【电商快评】电商售假屡禁不止背后的原因剖析
- 【电商快评】电商中心律师评电商平台卖家奢侈品售假
- 【电商快评】从CCTV曝光售卖假冒化妆品 看当当网弊病
- 【电商快评】央视曝光淘宝网售假揭示平台弊端

霸王条款：

- 【电商快评】支付宝年度账单默认勾选惹争议
- 【电商快评】机票退改费价格“离潜任性”背后的法律问题
- 【电商快评】迪士尼门票售出概不退换 飞猪该担何责任？
- 【电商快评】大数据成双刃剑 杀熟是否涉嫌违法有待争议

- 【电商快评】约谈结果出炉 高价退改签费用依然待解
- 【电商快评】以返利网侵权之管 窥网购格式条款之豹
- 【电商快评】315前夕OTA平台机票“搭售”再调查
- 【电商快评】携程被曝捆绑销售年“坑”百亿 隐忧待解

电商纳税：

- 【电商快评】美国电商全面征税对国内电商何启示？
- 【电商快评】从空姐代购案重审 透视畸形的海外代购
- 【电商快评】电商研究中心评电商征税传闻起又落

- 【电商快评】跨境电商保税仓“刷单第一案”宣判，多人被判徒刑！
- 【电商快评】电商征税传闻再次来袭 网店纳税倒计时？
- 【电商快评】“海外代购逃税第一案”二审判决

电商刷单：

- 【电商快评】小红书被指“笔记代写” 专家：互联网“黑灰产”泛滥...
- 【电商快评】票房花式造假？小心“刷”破法律底线
- 【电商快评】刷单炒信也是犯罪 评全国刷单入刑第一案

- 【电商快评】传618上演榜首撕逼战 小米涉嫌刷单抢榜是与非？
- 【电商快评】央视曝光酒店刷单 美团回应对刷单零容忍
- 【电商快评】阿里状告“傻推网” 看电商平台信用问题

网络传销：

- 【电商快评】万色城赴港上市失败 剖析根源与传销争议
- 【电商快评】11家分销类社交电商模式对比与法律分析
- 【电商快评】新世相涉嫌传销 折射知识付费市场残酷现实

- 【电商快评】花生日记罚7456万 社交电商频触法律红线
- 【电商快评】“拼多多”被“误指”涉嫌传销 专家：与传销“风马牛不相及”
- 【电商快评】网络传销：是“馅饼”还是“陷阱”？

法规解读：

- 【电商快评】《反垄断法》首次大修 电商二选一能否根治？
- 【电商快评】律师解读网络交易监管办法征求意见稿
- 【电商快评】《电商法》20条：网购商品晚到卖家要承担责任
- 【电商快评】《电商法》解读：开网店终于要纳税了！
- 【电商快评】《电商法》之于跨境电商规定十大解读
- 【电商快评】解读《电商法》对规范跨境电商的作用和意义
- 【电商快评】《电子商务法》三审 六个焦点问题存争议
- 【电商快评】首部《电商法》草案二审出炉 电商中心专家权威解读
- 【电商快评】中国电子商务研究中心解读京沪网约车细则
- 【电商快评】交通部正式颁布《通知》 打车软件获合法性地位
- 【电商快评】电子商务研究中心评《网络交易管理办法》

- 【电商快评】品牌商家起诉电商“二选一” 第一案立案
- 【电商快评】《数据安全管理办法》征求意见 如何确保个人信息安全？
- 【电商快评】电商经营登记意见发布 利好发展但仍存问题
- 【电商快评】《电商法》：微商纳入电商监管 刷好评被严禁
- 【电商快评】独家评析《电子商务法》(附全文)
- 【电商快评】电子商务法四审六大变化 平台补充责任引争议
- 【电商快评】网络餐饮新规落地 管理将有法可依
- 【电商快评】网络安全法十大亮点解读 看信息泄露全貌
- 【电商快评】律师解读《杭州市网络交易管理暂行办法》
- 【电商快评】专家解读315《网络交易管理办法》细则
- 【电商快评】中国电子商务研究中心评淘宝网店铺过户规则

消费预警/攻略：

- 【电商快评】疫情下如何网购买买买？这四大乱象的“坑”不能再“... ”
- 【电商快评】外卖乱象知多少：这些“坑”你是否“中招”？
- 【电商快评】双11玩法“深似海” 堪比“奥数”还“盖楼” 玩的就是...
- 【电商快评】和“猫腻”说“NO” “双11”十大消费预警发布
- 【电商快评】618电商年中大促十大消费预警发布
- 【电商快评】淘宝店主因代购被判10年 电商中心解读玄机
- 【电商快评】“双11”今日提前打响 网购“一号预警”发布
- 【电商快评】别让电商大促成为“套路”！消费预警发布

- 【电商快评】“疫情”之下 互联网企业如何计发员工工资？
- 【电商快评】“黑五”如何买买买？十大防坑攻略很重要
- 【电商快评】双11落幕 涨价先行 快递拒收费、包裹丢件等十大顽疾待...
- 【电商快评】五一在线旅游消费十大猫腻 消费者如何避坑
- 【电商快评】奔驰事件引发汽车新零售平台“蝴蝶效应”
- 【电商快评】“黑五”跨境电商年度大促盛宴登场 十大防坑攻略发布
- 【电商快评】泰国游船倾覆 OTA平台担何责？
- 【电商快评】品牌“电商专供”背后的秘密 99.99%的人被“套路”

【电商预警】《双11、黑五海淘消费3号预警》发布
【电商快评】和猫腻说NO 《双11网络消费预警》发布
【电商快评】双11将迎来投诉潮 专家支招网购十大法宝
【电商快评】中国电子商务研究中心支招全民网购攻略

金融支付：

【电商快评】P2P暴雷引发生死劫 微商上市能否涅槃？
【电商快评】微信转账账腾讯不管 隐私保护与支付安全失衡？

网约车：

【电商快评】滴滴平台顺风车案解读：公民信息权视角
【电商快评】空姐搭滴滴顺风车遇害 网约车平台是否担责存争议？
【电商快评】滴滴 美团价格战偃旗息鼓 网约车消费五大隐忧待解

其他：

【电商快评】“美团外卖小哥杀人”事件背后根源何在？
【电商快评】被央行通报亮“红灯” 电商“炒鞋”风险几何？
【电商快评】国通、如风达被曝停摆 中小快递企业何去何从？
【电商快评】央视315晚会移动互联网三大热点法律解读
【电商快评】双11快递纷纷坐地涨价 苏宁快递为何逆势而行
【电商快评】首家“互联网法院”落户杭州
【电商快评】中央批复增设京广互联网法院 缓解网络纠纷诉讼难
【电商快评】华帝成世界杯最大赢家 背后暗藏六大问题
【电商快评】新规六一生效 网约车监管有四问
【电商快评】电商中心评“一元购”涉及的法律问题
【电商快评】电商研究中心律师评阿里IPO后第一案

【电商快评】《“双11”网络消费2号预警》发布
【电商快评】网购十大陷阱公布 电商维权支招
【电商快评】中国电子商务研究中心预警中秋网购月饼
【电商快评】电商研究中心支招网购火车票攻略

【电商快评】微信信用卡还款征手续费 支付薅羊毛结束？
【电商快评】断直连 备付金 第三方支付“致命弯道”？

【电商快评】滴滴公布整改措施 彻底纠正还是矫枉过正？
【电商快评】网约车价格战偃旗息鼓 网约车消费存五大隐忧待解
【电商快评】再陷舆论风波 5000亿估值滴滴该做何担当？

【电商快评】淘宝直播全天带货200亿 大火背后质量售后没保障
【电商快评】京东物流取消底薪下调公积金欲意何为？
【电商快评】“996”加班惹争议 律师：涉嫌违法
【电商快评】小红书被指“笔记代写” 专家：互联网“黑灰产”泛滥...
【电商快评】中央批复增设京广互联网法院 缓解网络纠纷诉讼难
【电商快评】任性降薪员工愁 且看途牛牛不牛？
【电商快评】央行：拒收现金无理 非现金支付有度
【电商快评】51“信用卡”赴港上市 能否“刷出”未来？
【电商快评】中心评央视315晚会互联网成重灾区
【电商快评】中国电子商务研究中心评携程网瘫痪事件
【电商快评】律师评阿里赴美上市应规避的五大法律风险

三、专家团采访

在选题报道中，遇到需要法律法规、热点消费侵权事件、案例解读，可以联系以下分析师和律师专家。

专家库（公开部分）<http://www.100ec.cn/personsa.html>

3.1 315 采访、案例点评、报告解读等相关

蒙慧欣

网经社电子商务研究中心法律权益部 分析师

研究领域：电商权益保护、电商法律法规等领域

邮箱：tousu1@netsun.com

电话：18368885037(微信号)

专家专栏：<http://www.100ec.cn/expert--513.html>

3.2 综合类法律相关

赵占领

网经社电子商务研究中心特约研究员、北京志霖律师事务所副主任

执业领域：网络与电子商务法、电信法、网络游戏法、知识产权法和传媒出版法。

邮箱：zhaozhanling123@163.com

电话：18611015876

专家专栏：<http://www.100ec.cn/expert--319.html>

麻策

网经社电子商务研究中心特约研究员、浙江垦丁律师事务所联合创始人律师

执业领域：互联网电商、商业地产和争议解决，致力于为电商平台公司及互联网公司提供全程法律框架设计并提供运营法律支持，涉及互联网金融、众筹、B2CC2C 平台以及跨境电子商务等各细分领域，长期关注、研究互联网电子商务法律问题。

邮箱：mace1022@163.com

电话：13968029084

专家专栏：<http://www.100ec.cn/expert--373.html>

3.3 社交电商相关法律：

黄伟

网经社电子商务研究中心特约研究员、浙江圣港律师事务所高级合伙人

执业领域：社交电商法律问题研究，特别是在微商、网红等新型电商领域有丰富的实战经验和理论积累

邮箱：huangw@zjsjls.com

电话：15906818606

专家专栏：<http://www.100ec.cn/expert--519.html>

黎智鹏

网经社电子商务研究中心特约研究员、北京德恒（广州）律师事务所律师

执业领域：网络传销、并购、资产证券化领域

邮箱：16602004223@163.com

电话：16602004223

专家专栏：<http://www.100ec.cn/expert--524.html>

3.4 跨境电商相关法律：

吕友臣

网经社电子商务研究中心特约研究员、北京德恒(深圳)律师事务所高级合伙人、团队负责人、业务发展委员会副主任

执业领域：跨境电商进出口法律事务

邮箱：lvyc@dehenglaw.com

电话：13688800555

专家专栏：<http://www.100ec.cn/expert--399.html>

3.5 互联网金融相关法律：

董毅智

网经社电子商务研究中心特约研究员、上海正策律师事务所律师

执业领域：主要执业领域为主要从事企业投资金融、电子商务、法律顾问等有关企业发展与经营的法律领域。

致力于企业法律风险的防范以及公司法律风险评估领域的研究，为企业进行全面的法律风险审查，解决企业存在法律风险隐患，现以常年法律顾问的形式与多家公司保持着良好的合作关系，并担任多家的大型民企、有限公司等企业法律顾问。

邮箱：109215871@qq.com

电话：13916558457

专家专栏：<http://www.100ec.cn/expert--337.html>

李旻

网经社电子商务研究中心特约研究员、上海汉盛律师事务所高级合伙人律师

执业领域：电子商务及互联网金融、投融资与公司并购；公司法律顾问及风险控制；知识产权；重大民商事争议解决等。

邮箱：limin@hanshenglaw.cn

电话：13611797022

专家专栏：<http://www.100ec.cn/expert--395.html>

3.6 知识产权相关法律：

方超强

网经社电子商务研究中心特约研究员、北京盈科(杭州)律师事务所律师

执业领域：知识产权专业律师，具有丰富的知识产权实务经验，擅长各类知识产权诉讼和非诉业务。

邮箱：13567160493@139.com

电话：13567160493

专家专栏：<http://www.100ec.cn/expert--382.html>

四、媒体采访须知与攻略

4.1 采访领域

有关以下话题，您可联系采访我们：零售电商、大宗电商、跨境电商、三农电商、生活服务电商（在线订票、OTA、在线外卖）、电商物流、网购投诉、电商金融、新零售、共享经济、在线教育领域，涉及监管层、平台层、商家层和用户层、投资层。其余话题，建议采访其他智库专家。

4.2 数据/观点

有“泛电商”话题需要采访点评或数据要求的，建议先上我们网经社网站查阅相关电商中心发布报告（<http://www.100ec.cn/zt/dszx/>，都在这，这个网址请收藏好）和【电商快评】（<http://www.100ec.cn>）网站首页左上角搜索框搜“快评”或组合关键词，如“快评 双11”、“快评 IPO”，即可精准、快速查阅所有相关热点快评，找到您要的观点）。

4.3 采访时间

常规采访，建议预留截稿前半-1 个工作日以上（非工作日非重大突发，请勿扰），以便逐一安排回复。

未预约的临时采访，可能会延误截稿，但重大电商业内突发事件可酌情电话联系，我们尽可能第一时间回复。

深度评论、专栏或专题约稿撰文，建议提前 3-5 个工作日联系预约。

4.4 采访方式

采访优先建议采用微信采访，直接发采访问题（一二三，不建议超过五个问题，问题里不要太套很多问题，一次性发送过来）+“截稿时间”即可，短平快，利索，直切主题，大家都高效。类似“某老师，在吗？有空吗？某个话题您有关注吗？”……这类客套招呼语，建议直接忽略。

4.5 回复方式

平面、通讯社和网络媒体，我们会尽快安排，以语音+文字+参考报告/专题链接方式，按先后顺序一一回复。

各地卫视和央视、电台记者采访，时间参考上面也提前半天预约专家，可采取：（1）我们视频自行拍摄后发送，（2）电话连线方式+配图、（3）语音录制发送，（4）接受上门来拍摄这四类方式，安排受访。演播厅录制嘉宾对话，请提前预约相关专家。电台可微信语音电话或当面方式回复采访。

4.6 采访对象

为提高采访针对性、专业性和效率，相关问题建议直接采访对口我们分析师和特约研究员。

各专家联系信息在我们网经社网站、发布的电商快评、行业报告，部分也在我们媒体群。

强烈建议：请留意平日积累，以便不时之需没有一位专家是“万能的”，每个人都有各自擅长领域，实在找不到的可联系我们各分析师再介绍推荐。

4.7 抬头描述

引用和采访专家得到观点刊登时，请务必完整体系头衔，如“网经社电子商务研究中心某某部某某分析师”、“网经社电子商务研究中心特约研究员、某某律师事务所某某律师”。

4.8 版权声明

商快评和行业报告，系网经社旗下电商智库电子商务研究中心面向电商行业热点评论解读输出的内容产品，供网经社注册的海内外各类新闻媒体记者报道参考采用；

版权属网经社及相关所属权利人所有，受《中华人民共和国著作权法》及其他相关法律法规的保护；

记者使用时，应遵守著作权法以及其他相关法律法规的规定，注明各专家姓名及其完整头衔，完整如实引用观点，不断章取义、片面曲解，不侵犯及相关权利人的权益。

初次联系，新加专家微信好友的记者，烦请发送您名片（纸质名片拍下最好，文字或电子版亦可），以便基本身份验证后，安排接受采访，以及您订阅我们每年发布的电商行业系列报告、热点电商快评等相关报道参考素材（最好不要QQ、163邮箱，容易被系统屏蔽收不到报告，建议单位邮箱）。

最后，我们网经社电子商务研究中心 100 多位分析师、特约研究员感谢大家一如继续关

注、信赖、支持我们！我们一定再接再厉，用尽洪荒之力，争取不负众望，一如既往全力配合全国内外各大媒体做好各类电商话题报道。

发布：网经社电子商务研究中心

发布时间：2020年3月12日