

全国媒体315网络消费采访攻略资源书

时间：2023年3月14日
单位：网经社电子商务研究中心



[更多报告下载](#)

目录

前言	2
一、 聚焦 315	3
1.1 数据报告	3
行业报告	3
评级报告	4
1.2 行业调查	5
调查专题	5
行业风险大预测	5
调查行动	6
1.3 榜单	7
1.4 快评专区	7
二、 电诉宝使用攻略	8
2.1 关于电诉宝	8
2.2 案例查询	9
2.3 投诉量总榜	10
三、 采访攻略	10
3.1 采访领域	11
3.2 数据/观点	11
3.3 采访时间	11
3.4 采访方式	11
3.5 回复方式	11
3.6 采访对象	12
3.7 抬头描述	12
3.8 专家采访	12

前言

3·15“国际消费者权益日”将来临，网络消费作为主流的消费方式，各类纠纷仍然层出不穷，互联网企业迎来大考。

为此，国内知名网络消费纠纷调节平台“电诉宝”，携手“一带一路”TOP10影响力社会智库网经社电子商务研究中心，共同发起“2023 第十二届网络消费 315 调查行动”。

行动通过：

1) 系列数据报告发布，辨别“刺客”平台；

2) 发起主题调查行动，看清网络消费“雷区”；

3) 发布 315 消费预警 避免雾里看花；

4) 电诉宝“云 315”平台联动千家网络公司，为用户“保驾护航”；

4) 典型案例曝光，避免“重蹈覆辙”；

5) 全国近 3000 媒体记者舆论监督倒逼行业健康发展等六大方式，推动网络经济持续、健康发展，为再塑清朗网络消费环境贡献绵薄之力。

其中，为方便媒体朋友更好地为网络消费用户的权益发声，网经社发布《**全国媒体 315 网络消费采访攻略资源书**》，提供报告、数据、调查、案例、榜单、观点、专家等资源，供参考使用。

一、聚焦 315

1.1 数据报告

行业报告

<p>《2022 年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》</p> <p>报告全文：https://www.100ec.cn/zt/2022dzswtsbg</p>
<p>《2022 年度中国生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》</p> <p>报告全文：https://www.100ec.cn/zt/2022sxdstsbg</p>
<p>《2022 年度中国二手电商消费投诉数据与典型案例报告》</p> <p>报告全文：https://www.100ec.cn/zt/2022esdstsbg</p>
<p>《2022 年度中国女性网络消费投诉数据与典型案例报告》</p> <p>报告全文：https://www.100ec.cn/zt/2022nxxftsbg</p>
<p>《2022 年度中国跨境电商投诉数据与典型案例报告》</p> <p>报告全文：http://www.100ec.cn/zt/2022kjdstsbg</p>
<p>《2022 年度中国社交电商消费投诉数据与典型案例报告》</p> <p>报告全文：http://www.100ec.cn/zt/2022sjdstsbg</p>
<p>《2022 年度中国零售电商服务商消费投诉数据与典型案例报告》</p> <p>报告全文：https://www.100ec.cn/zt/2022l1sfwstsbg</p>
<p>《2022 年度中国数字教育消费投诉数据与典型案例报告》</p> <p>报告全文：https://www.100ec.cn/zt/2022szjytsbg</p>
<p>《2022 年度中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》</p> <p>报告全文：https://www.100ec.cn/zt/2022zxlytsbg</p>

评级报告

行业报告	评级报告	投诉榜单			
数字零售	数字生活	在线教育	跨境电商	产业电商	金融科技

- 【报告】“转转”2022年电诉宝用户投诉数据出炉：获19次“不予评级”
- 【报告】“店宝宝”2022年电诉宝用户投诉数据出炉：获19次“不予评级”
- 【报告】“叮咚买菜”2022年电诉宝用户投诉数据出炉：获11次“不予评级”
- 【报告】“有赞”2022年电诉宝用户投诉数据出炉：获“建议下单”
- 【报告】“盒马”2022年电诉宝用户投诉数据出炉：获10次“不予评级”
- 【报告】“拍机堂”2022年电诉宝用户投诉数据出炉：获“不予评级”
- 【报告】“快手”2022年电诉宝用户投诉数据出炉：获18次“不予评级”
- 【报告】“美团优选”2022年电诉宝用户投诉数据出炉：获10次“不予评级”
- 【报告】“玩物得志”2022年电诉宝用户投诉数据出炉：获6次“不建议下单”
- 【报告】“微店”2022年电诉宝用户投诉数据出炉：获“不予评级”

数字零售	数字生活	在线教育	跨境电商	产业电商	金融科技
------	------	------	------	------	------

- 【报告】“青芒果旅行网”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获9次“不予评级”
- 【报告】“骑驴游”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获17次“不予评级”
- 【报告】“如程”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获16次“不予评级”
- 【报告】“走着瞧旅行”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获17次“不建议下单”
- 【报告】“去哪儿”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获3次“不建议下单”
- 【报告】“旅划算”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获13次“不建议下单”评级
- 【报告】“飞猪”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获5次“谨慎下单”评级

数字零售	数字生活	在线教育	跨境电商	产业电商	金融科技
------	------	------	------	------	------

- 【报告】“VIP陪练”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获12次“不予评级”
- 【报告】“掌门1对1”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获17次“不予评级”
- 【报告】“学慧网”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获19次“不建议下单”评级
- 【报告】“潭州教育”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获19次“不予评级”
- 【报告】“尚德机构”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获17次“不予评级”
- 【报告】“51Talk”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获16次“不予评级”
- 【报告】“大塘小鱼”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获9次“不建议下单”评级
- 【报告】“聚师网”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获15次“不予评级”
- 【报告】“开课吧”2022电诉宝用户投诉数据出炉：获8次“不建议下单”评级

下载入口：<http://www.100ec.cn/zt/2023315>

1.2 行业调查

调查专题

提振消费 诚信为先 —— 2023 第十二届网络消费 315 调查行动

<http://www.100ec.cn/zt/2023315>

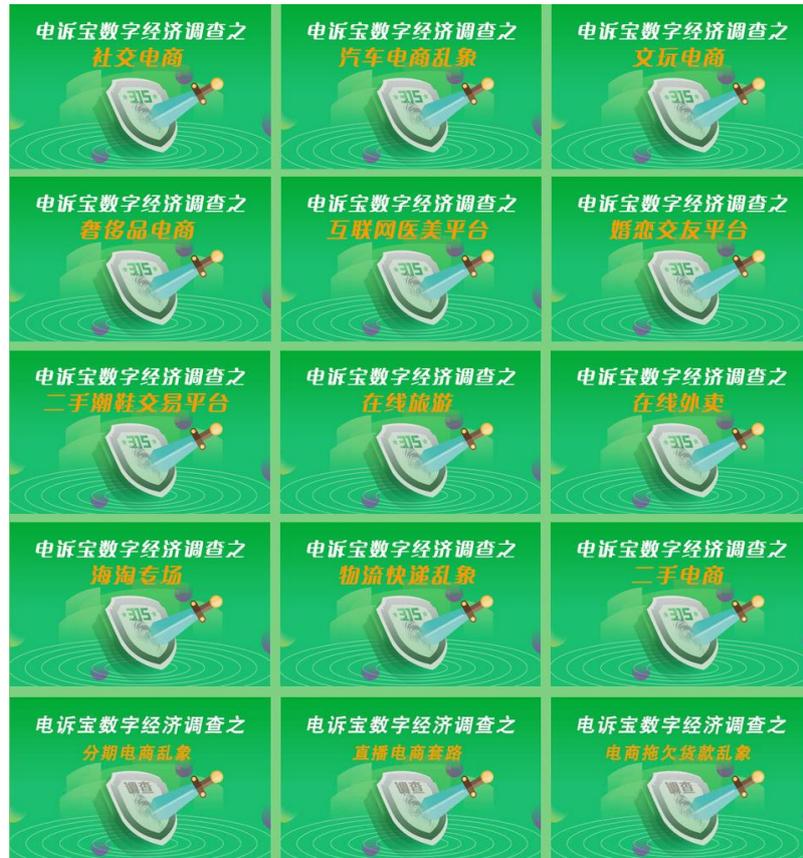
行业风险大预测

独家策划

- 315行业风险大预测：“海淘们”能否避免真假“老大难”？
- 315行业风险大预测：屡遭拷问“宝贝格子们”陷雷区？
- 315行业风险大预测：“分期乐们”还能继续乐下去吗？
- 315行业风险大预测：“新东方们”能否避免成为雷区？
- 315行业风险大预测：小米 京东 腾讯纷纷关停“云集们”还会成为“雷区”？
- 315行业风险大预测：“抖快淘们”能否避开聚光灯？
- 315行业风险大预测：守护“菜篮子”“盒马们”能否把坑填平？

下载入口：<http://www.100ec.cn/zt/2023315>

调查行动



【专题】调查行动之直播电商 <http://www.100ec.cn/zt/dsbdczbd>

【专题】调查行动之社交电商 http://www.100ec.cn/zt/sjds_sc

【专题】调查行动之汽车电商 <http://www.100ec.cn/zt/bcsj>

【专题】调查行动之文玩电商 <https://www.100ec.cn/zt/2021wwds>

【专题】调查行动之奢侈品电商 <https://www.100ec.cn/zt/2021hyzi/>

【专题】调查专项行动之医美平台 <https://www.100ec.cn/zt/2020ymptdc>

【专题】调查专项行动之婚恋交友 <https://www.100ec.cn/zt/2020hlijdc>

【专题】调查专项行动之二手潮鞋 <http://www.100ec.cn/zt/2019escx>

【专题】调查专项行动之在线旅游 <http://www.100ec.cn/zt/zxlylx>

【专题】调查专项行动之在线外卖 <http://www.100ec.cn/zt/2019zxwm>

【专题】调查行动之海淘消费 <http://www.100ec.cn/zt/2019h5xd>

【专题】调查行动之物流快递 <http://www.100ec.cn/zt/2019wlzx>

【专题】调查行动之二手电商 <http://www.100ec.cn/zt/19esds>

【专题】调查行动之分期电商 <http://www.100ec.cn/zt/dsbdcxdzfxds>

【专题】调查行动之电商拖欠货款 <http://www.100ec.cn/zt/2022szjjdk>

1.3 榜单

行业报告评级报告投诉榜单

- 【电商榜单】2022金融科技投诉榜：分期乐 微薄利 来分期等上榜
- 【电商榜单】2022服装电商投诉榜：优衣库 特步 H&M官网等上榜
- 【电商榜单】2022品牌电商投诉榜：网易严选 华硕商城 哈啰好物等上榜
- 【电商榜单】2022物流科技投诉榜：韵达 货拉拉 闪送等上榜
- 【电商榜单】2022母婴电商投诉榜：孩子王 妈妈购 美国妈妈等上榜
- 【电商榜单】2022电商服务商投诉榜：店宝宝 有赞 微店 一品威客 微盟等上榜
- 【电商榜单】2022出口跨境电商投诉榜：全球速卖通 亚马逊 敦煌网 wish shopee等上榜
- 【电商榜单】2022在线steam教育投诉榜：小叶子陪练 vip陪练 云舒写等上榜
- 【电商榜单】2022生鲜电商投诉榜：美团优选 叮咚买菜 盒马鲜生等上榜
- 【电商榜单】2022在线高等教育投诉榜：升学教育 美通教育 育尚未来教育 中国大学mooc等上榜

下载入口：<http://www.100ec.cn/zt/2023315>

1.4 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、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。

信息泄露：

【电商快评】网信办等四部门发布APP个人信息收集规定 有何寓意？	【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】个人信息泄露又添新案 你中招了吗？	【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】趣店疑似数据外泄 律师称：可吊销其牌照	【电商快评】淘宝、京东等为何对隐私政策重大调整
【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】“星座性格测试” 用户信息泄露人数达千万
【电商快评】电商屡屡信息泄漏谁之过？防诈骗指南发布	【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小米“泄密门”	【电商快评】中国电子商务研究中心评携程“泄密门”

网络售假：

- 【电商快评】假货泛滥“微拍堂”央视曝光 调查文玩电商七大乱象
- 【电商快评】网经社：辛巴团队“燕窝事件”责任判定需考虑综合因素
- 【电商快评】货源真假难辨 正品承诺难兑现 起底奢侈品电商七大乱象
- 【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】首现亏损 万里目陷“售假门” 趣店入伙寺库胜算几何？
- 【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】小红书遭假货疑云 网易美学成打假利器
- 【电商快评】电商售假屡禁不止背后的原因剖析
- 【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】电商中心律师评电商平台卖家奢侈品售假
- 【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】从CCTV曝光售卖假冒化妆品 看当当网弊病
- 【电商快评】CCTV曝光电商销售假酒 揭秘行业潜规则

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“离谱任性”背后的法律问题
- 【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】迪士尼门票售出概不退换 飞猪该担何责任？
- 【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】大数据成双刃剑 杀熟是否涉嫌违法有待争议
- 【电商快评】315前夕OTA平台机票“搭售”再调查

网络传销：

- 【电商快评】网经社：花生日记罚没金额降低 体现监管模式“包容”
- 【电商快评】“斑马会员”与阿里“淘小铺”相关公司涉传 被法院
- 【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】花生日记罚7456万 社交电商频触法律红线
- 【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】“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】新世相涉嫌传销 折射知识付费市场残酷现实
- 【电商快评】网络传销：是“馅饼”还是“陷阱”？

电商刷单：

- 【电商快评】“海外代购逃税第一案”二审判决
- 【电商快评】慌神了 电商刷单补税来了？直播带货、跨境电商或全
- 【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】传618上演榜首撕逼战 小米涉嫌刷单抢榜是与非？
- 【电商快评】票房花式造假？小心“刷”破法律底线
- 【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】刷单炒信也是犯罪 评全国刷单入刑第一案
- 【电商快评】阿里状告“傻推网” 看电商平台信用问题

快评入口：<http://show.s.315.100ec.cn//Index/product?cate=evaluation>

独家原创内容供记者朋友参考选用，也可以关注网经社网站（首发）、微信小程序（搜网经社）、公众号（电子商务研究中心）等各平台查阅。

二、电诉宝使用攻略

2.1 关于电诉宝

作为国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）运行12年来，与全国近千家数字经济平台建立对接，影响1亿+用户，新系统实现一键投诉、24h在线、自助

维权、同步直达、实时处理、进度查询、评价体系、法律求助、大数据分析等诸多功能。

为了更好地营造公开、透明、健康的网络消费投诉环境，“电诉宝”公开版于 2020 年 7 月 1 日正式上线，新增用户投诉实时受理动态、月度平台投诉量 TOP10、热点投诉地区等模块，让投诉过程透明化，一手掌握信息动态。

2.2 案例查询

The screenshot displays the '电诉宝' (E-Su Bao) website interface. At the top, there is a navigation bar with links for '首页' (Home), '投诉榜' (Complaint Ranking), '评级榜' (Rating Ranking), '律师团' (Lawyer Team), '报道' (Reports), and '专题' (Special Topics). A search bar is located on the right side of the navigation bar, containing the text '请输入平台名搜索 如：淘宝' (Please enter the platform name to search, such as: Taobao). Below the navigation bar, the main content area is divided into several sections. On the left, there is a '当前位置 > 首页' (Current location > Home) breadcrumb. Below this, there are tabs for '最新投诉' (Latest Complaints), '已移交' (Transferred), '已受理' (Accepted), and '已评价' (Evaluated). The '最新投诉' tab is active, showing a complaint case from '浙江省' (Zhejiang Province) dated '2023-03-14 13:33:26'. The case title is '【电诉宝】商品质量问题' (E-Su Bao Product Quality Issue). The description reads: '我于2023年3月11日在天猫国际自营时尚范店购买了一个包收到货后多处很明显瑕疵，而且发现价格第二天就会贵100多 刚开始说能破损包退 现在又这样 不是欺骗嘛？?我的诉求退货退款 不然不要休' (I bought a bag on Tmall International's自营时尚范店 on March 11, 2023. After receiving the goods, there were many obvious defects. Moreover, I found that the price would be 100+ more expensive the next day. At first, they said they would refund the damaged package, but now it's like this. Isn't it a scam? My demand is to return the goods and get a refund, or else don't do this). The case is categorized as '投诉对象: 淘宝' (Complaint Object: Taobao), '领域: 国内网购' (Field: Domestic Online Shopping), and '类型: 商品质量' (Type: Product Quality). On the right side of the main content area, there are several buttons: '我要投诉' (I want to complain), '平台入驻' (Platform入驻), and '投诉指南' (Complaint Guide). Below these buttons, there is a '投诉榜' (Complaint Ranking) section with a '更多' (More) link. At the bottom of the screenshot, there is a '地方站 (按用户地区分)' (Regional Stations (by user region)) section, which lists various regional stations in a grid format. The stations listed are: 北京站 (Beijing Station), 上海站 (Shanghai Station), 浙江站 (Zhejiang Station), 江苏站 (Jiangsu Station), 广东站 (Guangdong Station), 福建站 (Fujian Station), 天津站 (Tianjin Station), 重庆站 (Chongqing Station), 河北站 (Hebei Station), 山西站 (Shanxi Station), 辽宁站 (Liaoning Station), 黑龙江站 (Heilongjiang Station), 吉林站 (Jilin Station), 安徽站 (Anhui Station), 江西站 (Jiangxi Station), 山东站 (Shandong Station), 河南站 (Henan Station), 湖北站 (Hubei Station), 湖南站 (Hunan Station), 四川站 (Sichuan Station), 贵州站 (Guizhou Station), 云南站 (Yunnan Station), 陕西站 (Shaanxi Station), 甘肃站 (Gansu Station), 青海站 (Qinghai Station), 台湾站 (Taiwan Station), 海南站 (Hainan Station), 内蒙古站 (Inner Mongolia Station), 广西站 (Guangxi Station), 西藏站 (Tibet Station), 宁夏站 (Ningxia Station), 新疆站 (Xinjiang Station), 香港站 (Hong Kong Station), 澳门站 (Macau Station), and 海外站 (Overseas Station).

2.3 投诉量总榜



三、采访攻略

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，包括：**研究报告服务、电商快评、新闻线索服务、行业数据服务、行业分析、独家约稿服务、企业对接服务、会议参会服务、联合调查服务、重点推荐服务。**

》》获取第一手电商相关热点事件快评、报告，请注册网经社电子商务研究中心特约记者（电商媒体智库：<http://www.100ec.cn/zt/media/>）

3.1 采访领域

有关以下话题，您可联系采访我们：**数字零售**（直播电商、生鲜电商、农村电商、二手电商、汽车电商等）、**数字生活**（互联网医美、互联网家装、餐饮外卖、移动出行等）、**在线教育、数字产业、跨境电商、物流科技、金融科技**等领域，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。

3.2 数据/观点

有数字经济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）。

3.3 采访时间

常规采访，建议预留截稿前半个至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，但重大数字经济相关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。

3.4 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。

3.5 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。

3.6 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。

3.7 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”。

3.8 专家采访

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。

分析师

莫岱青

网经社电子商务研究中心

网络零售高级分析师

【手机】13957104761（微信号）

【邮箱】mdq1@netsun.com

【网址】<http://www.100ec.cn>

【官微】电子商务研究中心(微信 ID:i100ec)

【地址】杭州市滨江区立业路 788 号网盛大厦 29 层

【研究领域】实物消费品零售电商领域，包括直播电商、农村电商、社交电商、社区团购、生鲜电商、汽车电商、母婴电商、二手电商、奢侈品电商等行业

【专家专栏】<http://www.100ec.cn/expert--527.html>

陈礼腾

网经社电子商务研究中心

数字生活分析师

【手机】15168211391（微信号）

【邮箱】clt@netsun.com

【网址】<http://www.100ec.cn>

【官微】电子商务研究中心(微信 ID:i100ec)

【地址】杭州市滨江区立业路 788 号网盛大厦 29 层

【负责】生活服务电商、共享经济、数字健康以及在线教育

【专家专栏】<http://www.100ec.cn/expert--495.html>

张周平

网经社电子商务研究中心

B2B 与跨境电商部高级分析师

【手机】13735516014（微信号）

【邮箱】zzp@netsun.com

【网址】 <http://www.100ec.cn/>

【官微】 电子商务研究中心（微信 ID:i100ec）

【地址】 浙江省杭州市拱墅区朝晖路 219 号中山花园写字楼 3 楼

【负责】 跨境电商、产业数字化、云计算、电商园区、电商政策研究等领域

相关律师采访请与我们联系

四、版权声明

电商快评和行业报告，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数位分析师、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，一如既往全力配合国内外各大媒体做好各类网络消费话题报道。

官方公众号 ID : i100EC

网购投诉平台 ID : DSWQ315

(近 40 万电商人都在看!)

(在线网购投诉)



电数宝 (DATA.100EC.CN)

网经社小程序码

(12 年沉淀 10 万+条数据覆盖 4000+平台) (微信小程序搜网经社)

