
消费者保障白皮书

——购物天堂 放心淘宝

2011 年第八期

baozhang-bps.taobao.com

目 录

1 极速退款体验专区	4
2 消费经验畅谈.....	6
2.1 买家购物心得分享.....	6
2.1.1 如何辨别什么是真正的高级雪纺.....	6
2.1.2 如何辨别是否纯棉.....	8
2.2 交易辩论	9
辩论：换位思考，沟通更顺畅.....	9
2.3 淘宝购物省钱全攻略.....	12
2.4 网购趣事	13
3 八月网购热	14
3.1 学生开学季.....	14
3.2 暑假出游三亚、杭州、北京热.....	15
3.3 线上牛仔裤转季疯狂购 小脚裤风靡	17
4 下期预告	20
回顾与展望	21

baozhang-bps.taobao.com

概述

第八期保障白皮书重点推出学生开学季、暑假出游热和换季疯狂购等八月网购热点、买家心得分享、交易辩论、网购趣事、淘宝省钱全攻略、极速退款体验专区、下期保障专题周预告及往期回顾。

2011年，淘宝网携手全网商家签署《消费者保障服务协议》，投入2亿保障基金为消费者全程护航，打造购物天堂，一起放心淘宝！

baozhang-bps.taobao.com

1 极速退款体验专区

为提高消费者的购物体验，让消费者享受快速的退款，淘宝网将对退款界面进行重新设计，优化退款流程，使得流程更加简单，界面更加简洁。如下图所示为优化前后的退款流程页面：

目前的退款流程页面：



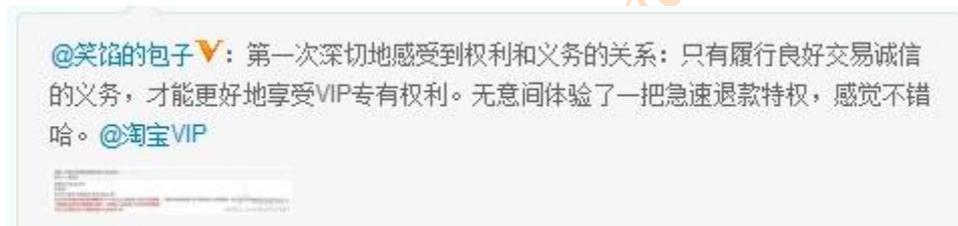
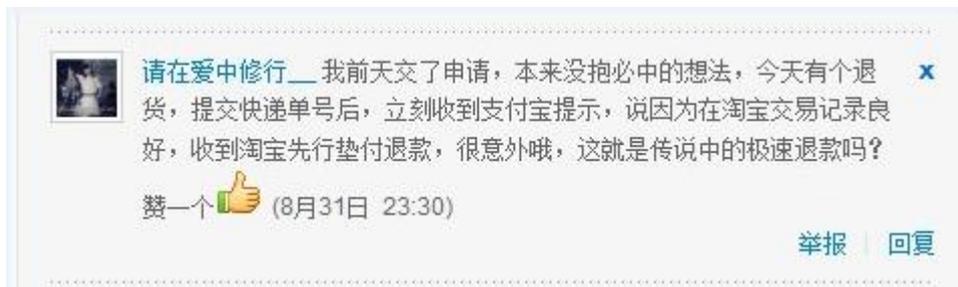
重构后的退款流程页面：



优化后的退款流程页面与9月1日正式发布，极大的提升了退款处理效率，缩短平均退款时间，买家可以更快速的退回款项，数据显示，新退款流程发布后，无需退货的退款时间约缩短了1天，有退货的退款时间约缩短了2天，退款处理的效率还在逐步提升，让消费者体验到了更好、更快的保障服务是淘宝和卖家的共同目标。



新退款流程发布之后的来着消费者的声音：



一个淘宝VIP钻石会员的心声：其实，在淘宝网购物至今，我的退款很少很少，去年一年的退款也只有两笔，一次是因为卖家无货空挂，另外一次则是因为收到残次品。然而这为数不多的退款经历，却给我带来了许多烦恼。

2011年1月份，我在一家3皇冠的女装店购买了一件皮外套，卖家拖延了2天才将货发出，春节前快递又很不给力，我住在广西容州镇，从武汉发到容州镇花了6天，当我满怀欣喜的打开收到的包裹后，才发现衣服的下摆破了一个大洞。我立即拍下照片，与卖家交涉，卖家客服效率很低，说店铺在做活动很忙，很久才回一句，爱理不理的，让我十分火大，原本只是打算换货，看到如此服务态度，

让我直接决定退款。我申请退款后，连着催了 2 天，卖家才终于同意了退款协议，我立马把衣服通过快递退回去，年底快递很紧张，快递发出后又是漫长的等待，发出后第 7 天物流信息才显示卖家签收，我便开始催卖家给我退款，但可恨的是卖家一直没有回复，有时答一句“好的，我们会安排时间处理退款的”，然后又没音信了，联系 3 天一直这样，最后逼得我打他们快递单号上的电话过去，他们才将钱退给我。这是迄今为止我在淘宝最不愉快的一次购物经历，从下单到拿到退款前后花了我 20 天时间。

8 月份，我在淘宝 VIP 专区看到了“极速退款”特权体验申请活动，想说虽然退款我抱着试一试的心情点进去申请了一下，没想到一周后真的收到了邮件通知，说我获得了体验资格，当时并没在意。

没想到两周后，居然就遇到了需要退货的事情，我买了一个台灯，照片看起来很棒，但是实际上质量很差，而且收到的台灯底座裂了一道缝，我立即联系了卖家，要求退货，卖家态度还不错，当即就同意了退款的协议，我电话联系了快递公司把货退了回去，随后在退款流程中填写了退货信息，这时候奇迹出现了，页面提示垫付成功，旺旺弹出提示，让我到支付宝查收退款，我立即点开支付宝，发现退款已经到账了。整个退款流程两个小时内搞定（包括等待快递公司上门取件的时间），这么快速的退款速度让我惊讶不已，还以为淘宝的系统出问题了，后来才反应过来，原来这就是“极速退款”特权啊！

2 消费经验畅谈

2.1 买家购物心得分享

2.1.1 如何辨别什么是真正的高级雪纺

首先我们来看看真丝雪纺和仿真丝雪纺：1) 仿真丝雪纺一般成分为 100%涤纶化纤类的，其著名代表就是乔其纱！**质感特点**：轻薄，柔软，自然垂感好，亲肤感觉好（当然这些只是外观特点，再怎么模仿，也还是比不上真正的真丝雪纺那么好）。但仿真丝雪纺由于是纯化纤，它洗多也不易脱色，不怕暴晒，打理起来很方便（可机洗），牢固性也好些。2) 真丝雪纺成分是 100%的桑蚕丝（天然纤维类的），外观上具有以上的那些特点，另外长期穿着对人的皮肤很好，凉爽透气，吸湿强，这些是仿真丝雪纺所达不到的。但真丝雪纺也有一些方面是赶不上仿真丝雪纺的，比如：洗多后容易变灰变浅，不可以暴晒（会发黄），打理起

来很麻烦（需要手洗），牢固性不好（易绷纱，缝合处易扯破）。那么作为消费者我们该如何辨别真正的高级雪纺？

秘诀是剪一小块面料用打火机烧一烧。真的雪纺特征为：冒出白烟，散发烧毛发的臭味，干后的灰烬是碎开飘散的；假的雪纺特征为：全部是芳香味（有点甜甜的味道，因为它是涤纶的）又没碎开，一摸就知道成分了。



再来看看真丝如何辨别：



1) 外观：真丝面料的外观光泽幽雅柔和，像珍珠的光泽；手感柔软光滑，富有弹性，容易起皱；仿真丝外观的色泽不如真丝柔和，比较刺目，手感挺括，易出折痕，且不易恢复原状。

2) 价格：全真丝织物的价格大约是化纤、仿真丝绸缎的一倍左右。

3) 品号：品号由5位阿拉伯数字组成，这5位数字从左向右的第一位数，全真丝织物(包括桑蚕丝、绢丝)为“1”。

4) 真丝纤维遇火会缓慢燃烧，缩成一团，燃烧时发出烧毛发的臭味，没有明火，燃烧后会形成易碎的黑褐色微粒；仿真丝面料遇火会有火苗，燃烧后边缘会有硬质胶块产生。

2.1.2 如何辨别是否纯棉

棉是纯天然纤维，柔软舒适，吸湿透气性好，而且不刺激皮肤、不起静电，不仅是人们喜爱的衣物材质，更是婴儿衣物、卫浴和床上用品的必然之选。尤其在冬天，很受市民青睐。但由于优质纯棉较各种人造化学纤维成本更高，部分不良商家会在档次较低的混纺甚至全化纤纺织物上打上“100%纯棉”的标签。别以为普通消费者对“冒牌纯棉”无法可施，只要简单几招，“假棉”立即无所遁形。

第一招：“如来神掌”

纯棉织物手感自然柔软，感觉丰满厚实，略带有涩感和筋骨感，可拉扯的幅度较小，拉扯后恢复的速度较慢；而化纤织物手感软散，有滑溜感，拉伸幅度大，一松手就会弹回原形。揉搓边缘线头，纯棉的揉搓之后会出来好多细线头，能看到粗细不同细的纤维状物质，化学纤维的组织很均匀，粗细变化很不明显。（但要注意，要选择衣物上纺织物的线头，缝纫用的线往往都是棉的，不能用来当作区别的参照物。）

另外，由于棉纱比较坚韧和弹力较弱，因此纯棉衣服弄出褶皱后恢复时间会稍长，教你个最土最能辨别的方法：你抓起来一把握在手里，再放开，如果皱得很厉害，那说明是棉的，或者棉的成分很多。如果皱得印记很少，说明掺了其他成分。也可以将衣服面料对折，然后用指甲沿边缘刮一下，展开之后，刮痕越明显，证明含棉量越高，而纯化纤的织物则不会留有刮痕。

第二招：“火眼金睛”

除了经过烧碱处理的丝光棉之外，纯棉织物没有明显光泽，色泽自然柔和，将衣服自然放下时，垂感自然，很少“反光”现象，选购时可以把衣物拉平并加一定拉力，然后将面料与身体向下呈45角对着光源，如果有亮光闪现，那么这件一定是高含量化纤的衣物了。除此之外，由于加入了荧光增白剂，化纤的白色衣物会比纯棉衣物白，甚至会有刺眼的感觉。当然最简单的就是看衣服的洗水标！

第三招：“蜻蜓点水”

众所周知纯棉的布料吸水性是相当可以的，把纯棉的衣服沾点水，然后再用手使劲把水挤干，如果说水始终不能挤干，就证明这不是纯棉的，如果是纯棉的，挤完水以后就会显得特皱。

第四招：“三味真火”

从专业的角度看，最好的方法就是用“三味真火”炼一炼：从衣物的缝边处抽出小根纱线对其进行火检，真正的天然棉纤维燃烧时不会熔缩，而是像纸张一样会产生自然的黄色火焰，同时产生燃纸的气味，燃尽后产生能够搓碎的灰白色灰烬；而化纤在燃烧时则会熔化并且滴落，还有黑烟和燃胶味，燃烧会结成黑色硬点。

当然这种检验方法对于一般消费者来说不安全也不太现实，所以，只要好好用好你的“如来神掌”和“火眼金睛”，平时再多留意一下有关纯棉和纺织的资讯和知识，就能够擦亮精明眼，选出真正“100%纯棉”的服饰。

纯棉布料因其柔软、透气、吸汗等特点而备受人们青睐。一般情况下，天然纤维（棉、毛、丝、麻）制品的市场销售往往优于化学纤维（涤、腈、锦、氨纶、粘丝等）制品。一些制造商和经销商为牟取高额利润，就在成分含量上做手脚。可以负责任地告诉你有时查到一些标注“100%棉”的内衣实际含棉量不足五成，更有甚者，有些标称纯棉的服装根本就是纯化纤的。这种情况不仅存在于街头时尚小店，在一些品牌卖场也屡见不鲜。同时现在所有的衣服已经没有真正的纯棉了，“全棉”才是国际通用的称呼！

2.2 交易辩论

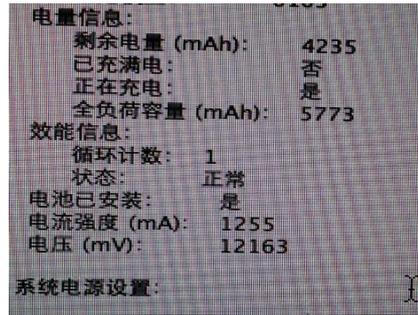
辩论：换位思考，沟通更顺畅

事件回顾：

买家购买一台苹果 MacBook Pro MC700ZP/A 港行笔记本，MAC 系统好多软件不能兼容，给办公带来很大不便，申请 7 天无理由退货遭卖家拒绝，因此发起维权。

买家维权：系统软件不能兼容，办公不便。装了 WIN7 系统，机子容易发热。外接移动硬盘导致死机。要求进行 7 天无理由退换货。

小二提醒：停止继续使用商品，以避免争议，同时联系卖家协商。



凭证:



卖家反馈:

卖家不认同 7 天无理由退换货, 其认为: 买家一旦拆机使用过苹果电脑便有使用次数的记录, 同时可能有磨损、划痕, 影响其二次销售, 只认可承担来回运费重做系统。

凭证:



双方争议:

买家拆机使用过, 可能有划痕、磨损、及电源使用记录, 是否影响二次销售;

维权处理:

小二了解买家反馈情况之后电话联系卖家, 与其协商, 对其提出担忧, 表示理解, 但是还是希望卖家站在买家的角度考虑一下: 首先对于机子容易发热、不兼容等类似情况, 买家不拆机使用是感受不到的, 同时卖家有加入七天无理由退换货, 按规则只要买家退回的商品不影响二次销售, 完好无损即可支持退换货。后续可当物流面验货, 若外观有影响二次销售可提供物流证明, 予以证实。同时

由于买家拆机使用过，新机封条、纸箱等可能是一次性，对卖家来说有一定程度损失，淘宝可进行协商让买家承担一部分损失，卖家认可。之后三方通话协商，笔记本电池循环使用少于5次，买家承担100元包装费，双方认可。买家立即开机查询，显示电脑电池循环使用次数为1次。到此交易最终协商达成一致：买家承担来回运费，扣除100元包装费，卖家签收后退款7498元。

维权结果：

卖家收到货物即时到账退款7498.00元到买家支付宝账户，买家事后在维权中留言，引用其原话“尊敬的卖家，钱已经到帐，谢谢帮忙，对这一次的不愉快，我表示歉意。希望你以后生意越做越好，和气生财。还有淘宝的工作人员，你们辛苦了，淘宝仍然是我网购的首选，你们的服务很棒，再次谢谢你们。”并主动撤销维权。

温馨提醒：

买家指南：购买数码类商品，建议事前了解产品性能，跟相关产品进行对比，慎重考虑之后进行购买，并且具备一定的判断能力最好。

如享受七天无理由退换货服务，商品有异议，请消费者务必保留好外包装、配件等，避免影响商品二次销售，减少不必要的麻烦，以便更好帮助自身的权益。同时，联系卖家友好协商，若协商不了，请暂停协商，避免激化矛盾，并及时在维权中反馈自己的观点，耐心等待小二介入处理。

商品退回之前，建议使用数码相机进行拍摄，保留凭证。

卖家指南：如选择加入七天无理由退换货服务，对自己产品应持有信心，积极履行该服务的承诺，当消费者提出需要按照服务承诺执行，卖家应主动联系友好协商，寻找合理双方都能接受的方式或者方法。

买家退回商品时，请在物流人员面前及时验货，若外观有影响二次销售，建议联系物流人员出具物流凭证，上传证实，保障自己的利益。

讨论：

1. 如对交易有疑问，大家也可以说说自己的看法，一起讨论。
2. 如果你在网络上购买数码产品或者大金额商品，你是否收到货物后第一时间检查商品？若没有购买过此类商品，你所担心的问题又是什么呢？

2.3 淘宝购物省钱全攻略

1) 淘宝 VIP 卡

淘宝 VIP 卡是指由淘宝网设定的优惠卡, 买家持淘宝 VIP 卡在淘宝网上购买淘宝 VIP 卡的商品时, 可根据本规则使卖家给予一定程度的折扣优惠。淘宝 VIP 卡分为三个等级, 分别为: 金卡、白金卡和钻石卡。

淘宝网会员满足以下交易规则即可获得相应级别 VIP 卡:

金卡: 在 1 个天然月内至少完成 3 笔有效的买家支付宝交易, 且总交易金额 ≥ 150 元。

白金卡: 在 2 个天然月内至少完成 20 笔有效的买家支付宝交易, 且总交易金额 ≥ 1000 元。

钻石卡: 在 3 个天然月内至少完成 50 笔有效的买家支付宝交易; 且总交易金额 ≥ 2500 元。

淘宝 VIP 卡只有在设置了 VIP 的店铺里使用, 许多店铺为了促销都有。根据规则淘宝 VIP 卡也是比较容易获得的, 也是买家购物省钱不错的办法。

2) 淘金币

赚取淘金币的方法有很多, 发日志、上传、帮我挑、发帖子、互动应用等都能赚取金币。利用淘金币来抽奖、兑奖。最重要的是兑换抵价券。不过抵价券只能用于抵价券的商品。

3) 抵价券

获取抵价券的方法不止利用淘金币一种。参加淘宝活动也可以得到抵价券编码, 淘宝抵价券是由淘宝网设立的一种购物优惠券, 买家必需凭抵价券方能享受购物优惠, 相应的优惠费用均由卖家承担, 淘宝网为之集中发放, 并为之宣传推广。

抵价券使用规则:

必须在抵价券有效期内, 默认抵价券有效期为 15 天;

必须是指定活动商品使用抵价券;

抵价券不得拆分, 不得累加, 一笔交易只能用一张抵价券;

抵价券必需用于相应面额抵价券的商品上;

抵价券不与其他优惠券同时使用;

抵价券不能抵扣邮费，只能抵扣最终成交的商品价格；

当交易关闭时，买家用了的抵价券，系统会自动退还抵价券给买家。

4) 返利网

这个就是比较简单了。选一家返利好的网站，比如：三好返利网（www.3haofanli.com），这比一般的返利高达 10%-30%，提现门槛也低一些。注册成会员，然后通过它去淘宝购物，交易成功的时候就自动返利了。提现的时候，钱一般都是直接打在支付宝里。积少成多，这样也能省下不少的钱。

5) 其他

淘宝的促销手段很多，还有像办公室团购、折扣店铺专区、搭配购、超值精选商品等。

2.4 网购趣事

1、 买家：掌柜的，你家的雨伞质量好吗？

卖家：好的。

买家：那你家的雨伞能扛几级的台风？

卖家：额……（外面的建筑物等都扛不住，雨伞能扛的住？能扛的住的话，这质量真是相当杠杠滴。）

2、 买家：见面交易行吗？

卖家：呵呵，抱歉，不行哦，我们只接受邮购。

买家：您说个地方，我去。

卖家：当面交易确实不方便呢。

买家：您可以蒙面，或者我蒙面。

3、 买家：哥哥，你给我说说智能手机和非智能手机有什么区别啊？

卖家：就以闹钟为例，一般的手机到点就闹，闹得醒闹不醒不管，智能手机见闹不醒你，会打电话给你们单位领导请假。

买家：额……

4、 买家：老板，有什么手机最耐用？

卖家：只有相对耐用的，没有绝对耐用的。

买家：为什么？

卖家：你见过谁家有祖传的手机。

买家：晕……

5、买家：老板，这个手机有红色吗？

卖家：没有的，厂家没有出过。

买家：哎，我是女孩想要红的，怎么办呢？

卖家：你可以定做。

买家：真的吗，要多少钱？

卖家：一部是不要多少钱，就是 5000 部起定。

买家：哦，那谢谢了，我再考虑下……

卖家：好的，考虑好了，带够钱了来。

6、买家：老板，这个手机的铃声怎么样？

卖家：绝对能响！

3 八月网购热

3.1 学生开学季

方便、快捷、时尚是大学生们热衷于网上购物的主要因素。网上购物不仅可以充分了解所感兴趣的商品的外观、规格、参数、功能及价格，淘宝网上数亿种的商品能够充分满足消费者的各种需求，免除舟车劳顿，给购物者节省更多的时间和精力。更重要的是网购成本远低于线下，网购更便宜、足不出户就可以拥有心仪的宝贝。女生是大学生网购的主力军，服装、化妆品、零食、百货等让其为之疯狂。八月进入高校开学季节，新学期、新开端，大学生为此准备着各种生活用品，而网购则成为了大学生购物的首选途径。

目前淘宝网上大学生中男性占比 37.12%、女性占比 62.88%，数据显示大学生喜欢购买女装/女士精品、手机、移动/联通/电信充值、美容护肤、男装、男鞋、箱包、网络游戏点卡、3C 数码配件等商品，除手机外，大学生用户每笔消费在 40-120 元之间，由此可见大学生更倾向于购买单价便宜的商品。

8月中旬开始淘宝网上针对学生开学季，推出箱包场、眼睛场、运动场、文具场、居家场、数码场等各项专场活动以满足学生们的个性化需求。其中居家场推出校园百货大采购为主题的专题活动，内含收纳盒、饭盒、餐具、床品套件、抱枕、洗发水、沐浴露等大量适合学生人群的居家百货用品，得到了淘宝上广大

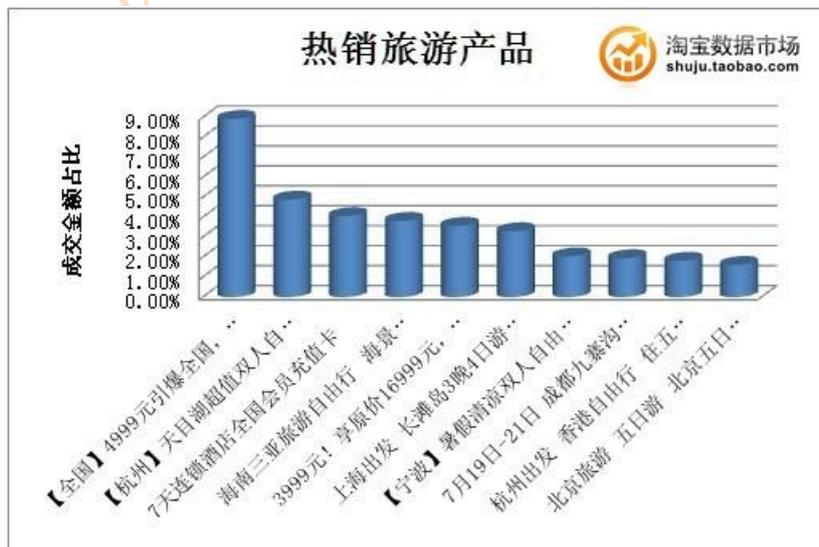
用户的肯定！让更多的学生用户群体认识到：可以到淘宝的居家百货超市（baihuo.taobao.com）来购买开学所需必备物资！

活动数据显示，适合学生在宿舍用的毛毯、床垫、沐浴露、夜灯闹钟、符合学生兴趣的DIY 寿司模具、保温饭盒、彩虹雨伞等商品的销量都很不错，居室日用品、厨房餐具/杯具、日化清洁用品、床上用品 4 大类商品都属于生活必需品，其在学生市场深受欢迎。

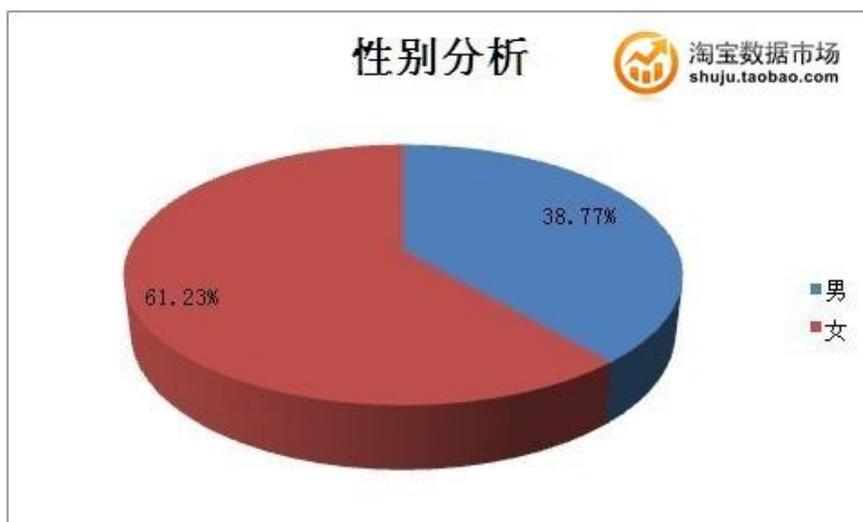
排行	商品名称
top1	卡通珊瑚绒毛毯
top2	DIY寿司制作模具10件套
top3	双层不锈钢便携饭盒
top4	CK极品水嫩晶莹沐浴露650ml
top5	欧式带夜灯闹钟
top6	苏菲超值日夜卫生巾套组
top7	竹炭纤维养生床垫
top8	纯真年代手工双层玻璃杯
top9	16骨韩国彩虹伞送伞套
top10	乐扣乐扣微波炉可用保鲜盒

3.2 暑假出游三亚、杭州、北京热

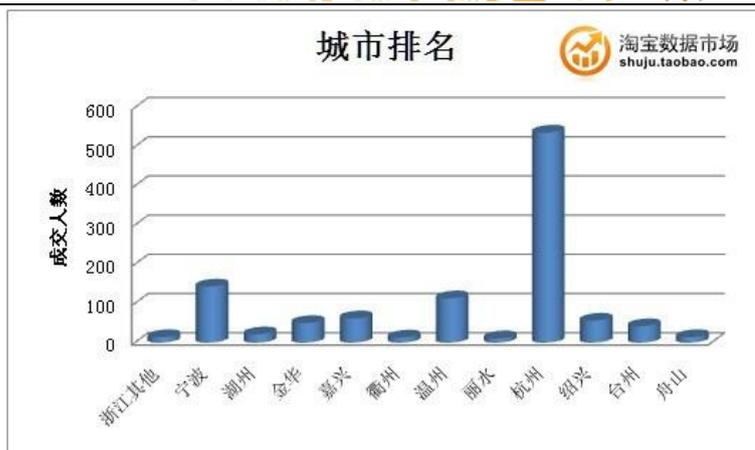
暑假期间，旅游市场明显升温，三亚、杭州、北京都是网友的首选之地。淘宝数据市场数据显示三亚蜜月婚纱豪华套系、天目湖超值双人自由行套餐销售火爆，海外游“欧洲文化探索之旅”均进入了销量前十，如下图为排名前十的热销旅游产品。



从性别统计来看，显然女士是“出游规划”的主角，数据显示，超过6成的旅游产品都是女性订购的！从年龄构成来看，25-35岁层次人群依然是旅游消费主力。



从地区分布看，杭州是浙江网购最热门城市，占总成交人数的45.03%。工作忙碌的杭州人，在选择旅游消费上看来一点也不含糊。



3.3 线上牛仔裤转季疯狂购 小脚裤风靡¹

由淘宝网提供给服饰导报的数据显示，8月14日-20日，淘宝牛仔裤成交人数为108.14万人，被关注11153.45万次，被搜索2493.47万次。相比较5月7日-13日成交人数31.03万人，有了大幅提高。随着天气转凉，进入秋季，牛仔裤的成交量大幅提升。

8月14日-20日牛仔裤周成交数据

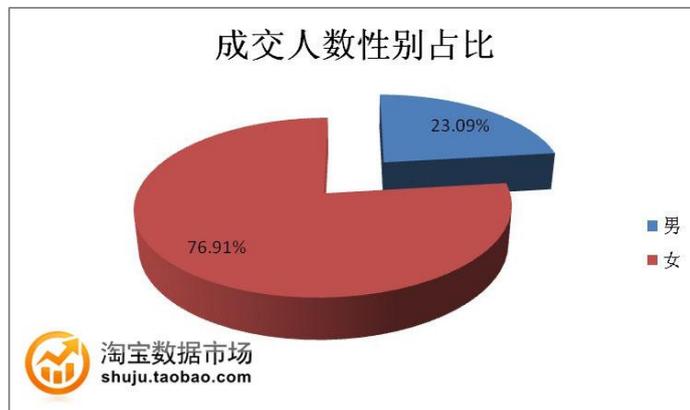
总成交人数	关注次数	搜索次数
1,081,392	111,534,522	24,934,729

5月7日-13日牛仔裤周成交数据

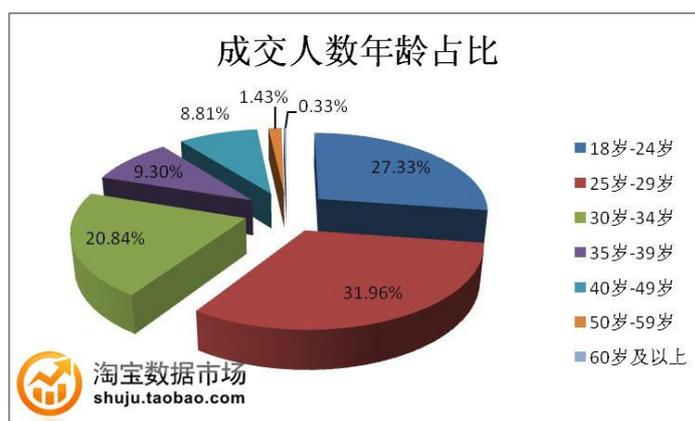
总成交人数	关注次数	搜索次数
310,255	29,531,952	6,375,076

消费者年龄性别分布：35岁以上消费者骤减

女性比男性更爱网购牛仔裤，25-29岁这一年龄段的消费者更疯狂，35-39岁消费者的成交占比锐减只占9.3%，可见，35岁是牛仔裤消费的重要分水岭。



¹ 服饰导报



热销品牌：ONLY 继续蝉联

ONLY 继续排名首位，成交金额占比为 2.05%，比上次的 1.55%提升 0.5 个百分点，在网络女装销售竞争激烈的情况下，继续保持领先且占比提高实属不易。除了 ONLY，还有 Vero Moda、Miss sixty、Ochirly/欧时力等线下传统品牌入榜。

8月14日-20日牛仔裤热销前十位品牌

排名	热销品牌	成交金额占比
1	ONLY	2.05%
2	O.SA欧莎	1.22%
3	韩都衣舍	1.08%
4	Shewill/夏微尔	0.97%
5	风姿歌	0.82%
6	Vero Moda	0.79%
7	Miss sixty	0.64%
8	Ochirly/欧时力	0.60%
9	Udot/右道	0.52%
10	依酷痕	0.51%

5月7日-13日牛仔裤热销前十位品牌

排名	热销品牌	成交金额占比
1	ONLY	1.55%
2	Miss sixty	0.85%
3	Vero Moda	0.84%
4	韩都衣舍	0.82%
5	Levi's/李维斯	0.75%
6	Ochirly/欧时力	0.70%
7	依酷痕	0.67%
8	Lee	0.57%
9	Jeanswest/真维斯	0.47%
10	Udot/右道	0.45%

热销关键词：韩版搜索次数上升

牛仔裤四季均宜，深受广大消费者的热爱，“牛仔”这一词成为淘宝最热门的关键词，日均搜索为 12.51 万次。上次统计的第二、第三位，“短裤”和“正品”分别从第二、第三位下降至第五和第十位。韩版以日均搜索 9.03 万次排名第二。

8月14日-20日牛仔裤十大热门关键词

排名	热门特征	日均搜索次数	日均搜索人数
1	牛仔	125,082	34,067
2	韩版	90,324	25,001
3	新款	54,631	25,821
4	长裤	37,092	11,684
5	短裤	34,764	15,163
6	大码	31,490	9,889
7	背带裤	30,581	10,045
8	女式裤子	28,198	10,333
9	裤子	27,304	10,647
10	正品	27,150	13,474

热销特征：小脚裤风靡

水洗、磨白、做旧牛仔裤经典风格分别排在牛仔风格成交数前三位。纽扣风格似乎是最不受欢迎的风格，成交仅牛仔裤 6.61 万条。

小脚裤的风靡以周成交 2216.37 万条引领风尚，虽然小脚裤对身材要求较高，甚至不太适合普遍的中国人体型，但却深受中国消费者的热爱，各商家、各品牌也争推小脚裤，甚至占据牛仔裤大部分款式，而一度热门的微喇裤现在周成交的数量约为小脚裤的零头。

牛仔风格	
特征	成交商品数
水洗	23,240,492
磨白	22,154,328
做旧	22,146,135
磨破	22,096,248
褶皱	22,080,465
翻边	21,039,803
多口袋	1,039,669
拉链	80,333
其它风格	72,269
纽扣	66,107

牛仔裤款式	
特征	成交商品数
小脚/铅笔裤	22,163,745
直筒裤	1,088,925
微喇裤	22,086
背带裤	21,103
垮裤	20,014
阔脚裤	7,296
工装裤	2,247
靴裤	2,053
滑板裤	920

热销宝贝：价格尽占优势

在前 5 个热销宝贝中，小脚裤占 4 个，印证了热销款式排名。在价格方面，从 59 元到 138 元不等，比线下渠道低了不少。

牛仔裤热销前五位宝贝

排名 (TOP5)	宝贝标题	搜索关键词	成交笔数
1	韩版复古高腰修身显瘦小脚裤铅笔长裤牛仔裤 SHEWILL 秋装新款女装	牛仔裤 女、牛仔裤、高腰牛仔裤、牛仔裤 女 小脚裤、小脚裤	5,540
2	〈台湾馆〉Catworld~秋装 12000670 糖果彩色系宽腰头牛仔铅笔裤	夏、7折、铅笔裤、小脚裤、彩色铅笔裤	3,797
3	夏季新款! 品牌原创时尚百搭小脚牛仔裤 RM2605	牛仔裤、铅笔裤、小脚裤、九分牛仔裤、九分裤	3,450
4	闪亮银线绣花刺绣钉珠弹力微喇牛仔裤女士牛仔裤 3-995	牛仔裤 女、牛仔裤女 微喇、牛仔裤、绣花牛仔裤、女牛仔裤	2,906
5	O. SA 2011 秋装新款韩版潮显瘦铅笔裤\小脚裤\牛仔裤女 SK10719	牛仔裤 女、牛仔裤、铅笔裤、铅笔裤 女 2011 新款、牛仔裤 女 小脚裤	2,258

4 下期预告

为更好地让广大买家尽情地体验爽快的购物过程,让广大买家在淘宝网上感受无忧的购物氛围,淘宝消费者保障团队携手市场部共同主办年度又一盛会——消费者保障专题周活动,本次活动会根据“7天退换”、“假一赔三”、“24小时发货”、“30天维修”和“第三方质检”五个特色服务执行专场活动,每个特色服务执行一天,最后两天是所有特色服务参加的综合场,活动覆盖全部类目,如需要买化妆品,手表,珠宝,运动鞋的买家,请认准“假一赔三”的贴标,需要购买数码的认准“30天维修”,想体验发货的速度,可以选择“24小时发货”,对家纺有意向的买家可认准“第三方质检”等等,五个服务保障您购买的全部过程,且有指定的客服进行极速地响应咨询服务,详情关注淘宝网消保频道:
<http://baozhang.taobao.com>。

回顾与展望

《消费者保障白皮书》第八期分享了 2011 年 8 月份的消费者保障概况、学生开学季、暑假出游热和换季疯狂购等八月网购热点、买家心得分享、交易辩论、网购趣事、淘宝省钱全攻略、极速退款体验专区、下期保障专题周预告及往期回顾等内容。

往期回顾：

2011 年第二期消费者保障白皮书详情请点击：

http://www.taobao.com/go/act/sale/xbbps.php?ad_id=&am_id=1300425462fbcdf4cb67&cm_id=&pm_id=

2011 年第三期消费者保障白皮书详情请点击：

http://www.taobao.com/go/act/xfzbz/dsq.php?ad_id=&am_id=13004384871ea747579c&cm_id=&pm_id=

2011 年第四期消费者保障白皮书详情请点击：

http://www.taobao.com/go/act/sale/xfzbzbpsdsq.php?spm=1.24705.28202.14&ad_id=&am_id=1300459349470d869bae&cm_id=&pm_id=

2011 年第五期消费者保障白皮书详情请点击：

http://www.taobao.com/go/act/sale/saasfasfg.php?ad_id=&am_id=&cm_id=14004876463cbecl17d&pm_id=

2011 年第六期消费者保障白皮书详情请点击：

http://www.taobao.com/go/act/sale/bpshomesix.php?ad_id=&am_id=&cm_id=1400524008c2c58bc64b&pm_id=

2011 年第七期消费者保障白皮书详情请点击：

http://www.taobao.com/go/act/sale/wb_index.php?ad_id=&am_id=&cm_id=1400559933ac1f4c2b9d&pm_id=