

消费者保障白皮书

——购物天堂 放心淘宝

目 录

1 消费者保障产品.....	4
1.1 全网/消保成交概况.....	5
1.1.1 7天无理由退换货服务.....	5
1.1.2 假一赔三服务.....	6
1.1.3 24小时发货服务.....	7
1.1.4 1小时发货服务.....	9
1.1.5 数码与家电30天维修服务.....	9
1.2 卖家发展状态.....	10
1.3 全网/消保投诉状况.....	11
2 消费经验畅谈.....	11
2.1 消费者保障案例.....	11
2.2 7天无理由退换货服务案例.....	12
2.3 假一赔三服务案例.....	13
2.4 24小时发货服务案例.....	14
2.5 数码与家电30天维修服务案例.....	15
3 家纺行业专项分析.....	16
3.1 家纺行业的目前现状分析.....	16
3.1.1 家纺行业的市场交易规模.....	16
3.1.2 影响用户购买的关键因素.....	16
3.2 家纺行业数据分析.....	17
3.2.1 买家的年龄、性别分布.....	17
3.2.2 成交买家分析.....	17
3.2.3 成交卖家分析.....	18
3.2.4 消费者倾向购买的商品价格区间.....	20
3.2.5 消费者喜欢购买的商品排行.....	21
3.2.6 买家的购买回头率.....	21
3.3 消费者如何选购家纺商品.....	22
3.3.1 如何选购质检商品.....	22
3.3.2 如何挑选高品质的宝贝.....	23
回顾与展望.....	25

概述

《消费者保障白皮书》是从消费者角度出发挖掘消费行为，给予网购建议，从而提升购物体验，放心淘宝。本期重点推出消费者保障产品、消费经验畅谈、家纺行业盘点三部分内容，具体分享了 2011 年淘宝网消费者保障服务的发展状况、2010 年家纺行业的买家消费行为。

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！

1 消费者保障产品

淘宝网消费者保障服务体系于 2007 年 3 月 15 日发布上线,至今已实施四年。消费者保障服务(简称消保)是卖家承诺为消费者提供保障服务,并签署诚信协议。如果卖家未履行承诺,淘宝网将进行先行赔付,保障消费者权益。其是 3.7 亿消费者放心网购的选择。

为了更好的保障消费者的权益,淘宝网推出了 7 天无理由退换货服务、假一赔三服务、闪电发货服务、数码与家电 30 天维修服务等几项子服务,并会根据消费者的需要持续不断的改进各项服务,推出更多更好满足消费者需求的服务保障消费者的权益。

7 天无理由退换货服务: 淘宝网上带有“”标识的商品,均支持消费者保障服务之 7 天无理由退换货服务,加入该服务的卖家承诺:签收货物后 7 天内,若对货物不满意,在不影响卖家二次销售的前提下,支持退换要求。

假一赔三服务: 淘宝网上带有“”标识的商品,均支持消费者保障服务之真品保障,加入该服务的卖家承诺:出售的商品均为真品,一旦您收到该商品认为是假货,卖家承诺三倍赔偿。

闪电发货服务: 淘宝网上带有“”标识的商品,均支持消费者保障服务之闪电发货服务。闪电发货服务又可分为 1 小时发货服务和 24 小时发货服务,加入该服务的卖家承诺:买家拍下付款后,卖家未在承诺时间内发货,买家可申请超时赔付。

数码与家电 30 天维修服务: 淘宝网上带有“”标识的商品,均支持消费者保障服务之数码与家电 30 天维修服务,加入该服务的卖家承诺:交易成功 30 天内卖家提供无条件免费维修服务。

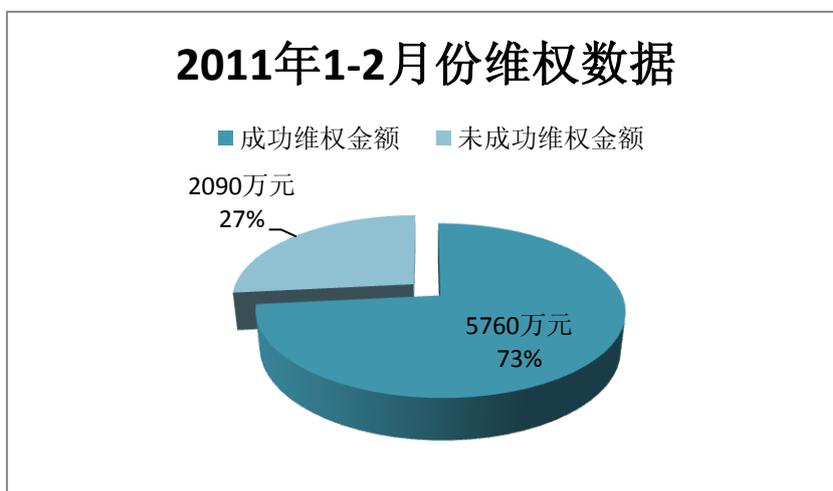


1.1 全网/消保成交概况

2010年，淘宝全年接到1260万通电话来电，一次性解决率上升到86%，全年接受并处理消费者维权超过216万起，其中消费者成功维权金额1.69亿，金额保障比率为89.14%。

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！

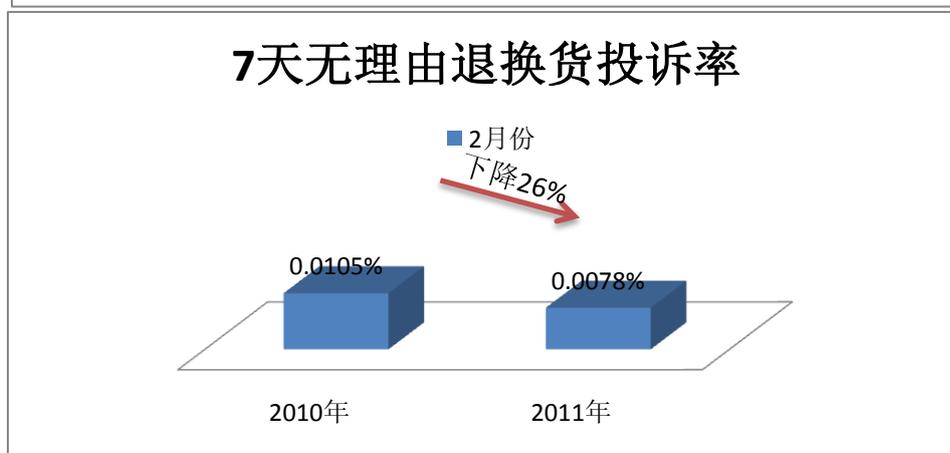
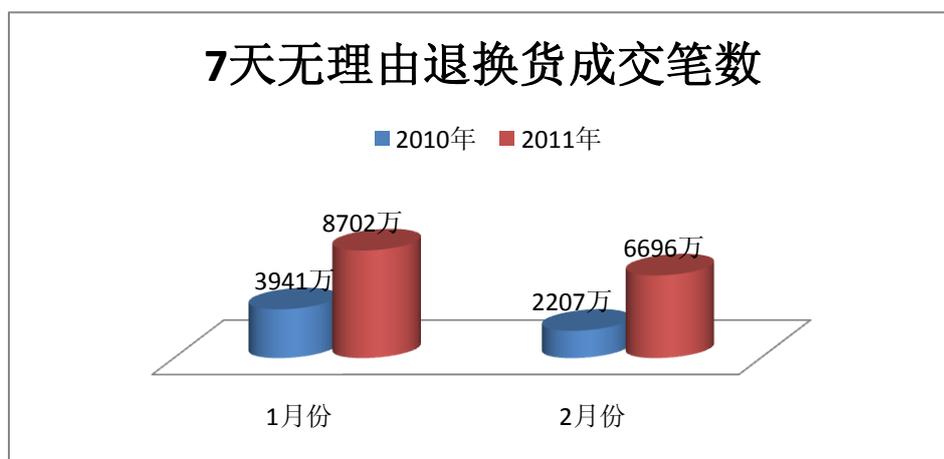
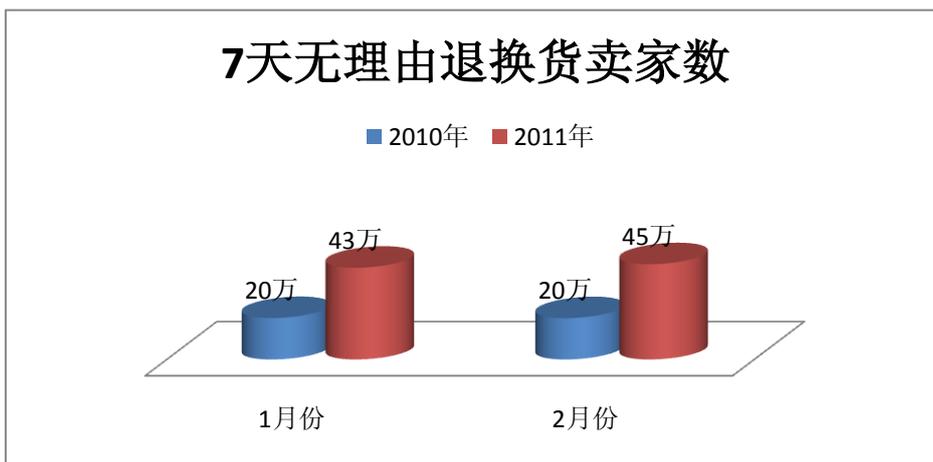
2011年1-2月份，淘宝共接到222.3万通电话来电，一次性解决率为84.7%，接受并处理消费者维权85.9万起，其中消费者成功维权金额5760万元。在这些纠纷中，因为春节期间物流休假的问题引起的交易纠纷占了70%，淘宝为此共动用了6114141元保障基金，来维护消费者基本权益。



另外，数据表明九成以上消费者购物首选那些自主提供保障服务来保障消费者权益的卖家。下面具体来看下消保各子服务的成交状况。

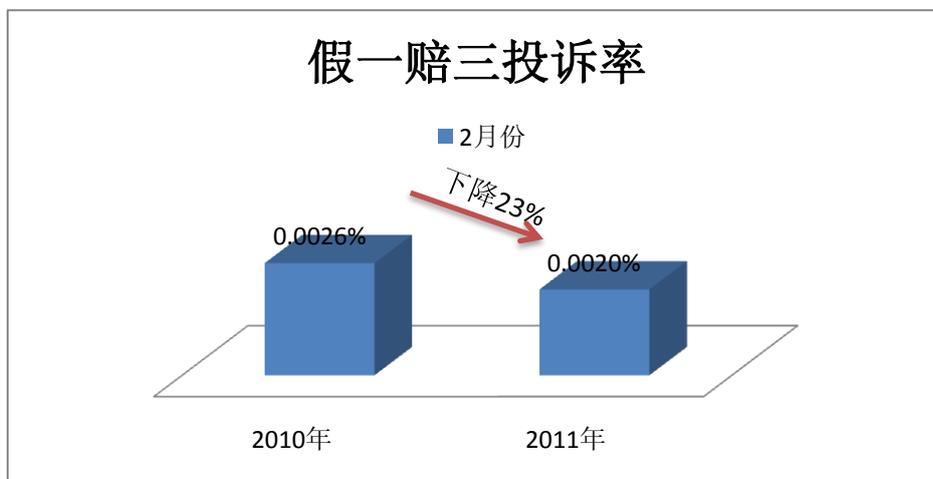
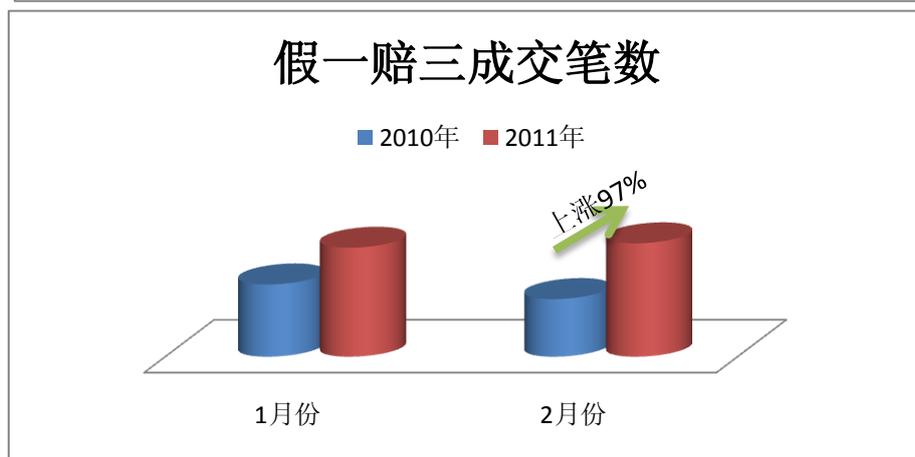
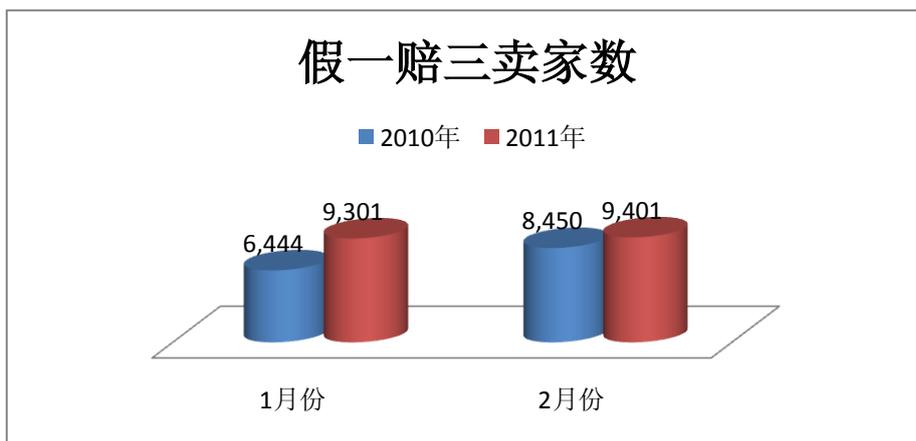
1.1.1 7天无理由退换货服务

截止2011年2月份，淘宝网上加入消费者保障服务之7天无理由退换货服务的在线商品数为1.6亿件，是去年同期的1.9倍；卖家数为45万，是去年同期的2.3倍；2011年1、2月份7天无理由退换货的月均成交笔数为7694万，是去年同期的2.5倍。而从投诉率来看，与2010年同期相比下降高达26%。



1.1.2 假一赔三服务

截止 2011 年 2 月，淘宝网上加入消费者保障服务之假一赔三的在线商品数为 352 万件，假一赔三成交笔数与去年同期相比上浮 97%，而假一赔三商品的投诉率下降了 23%，继续保持在低位，表明现有假一赔三卖家在商品质量把控、售后服务保障问题上整体获得了进一步提升，新加入卖家基于自身商品的质量，也敢于向消费者做出高标准的服务承诺。

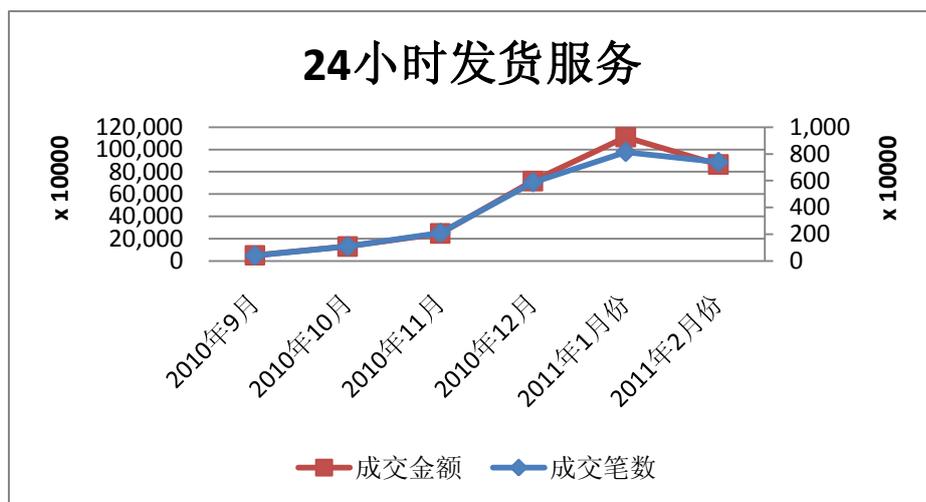
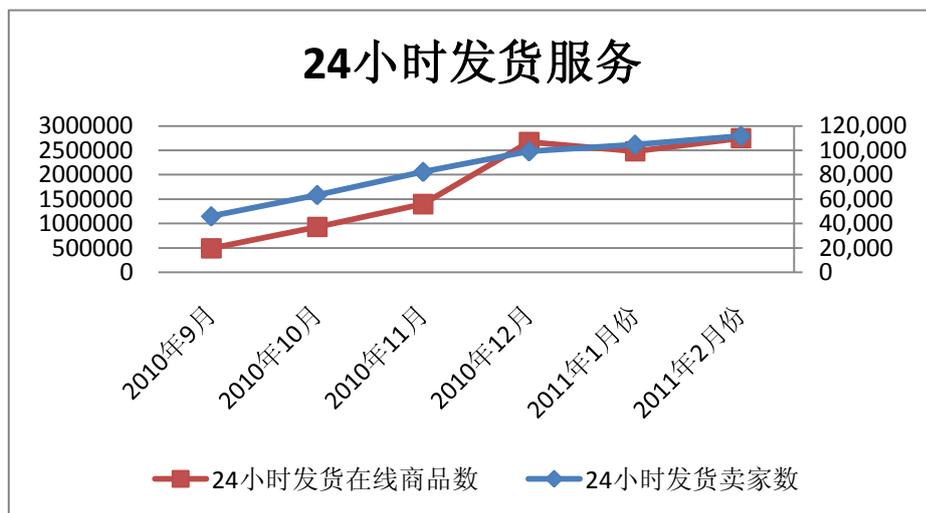


1.1.3 24 小时发货服务

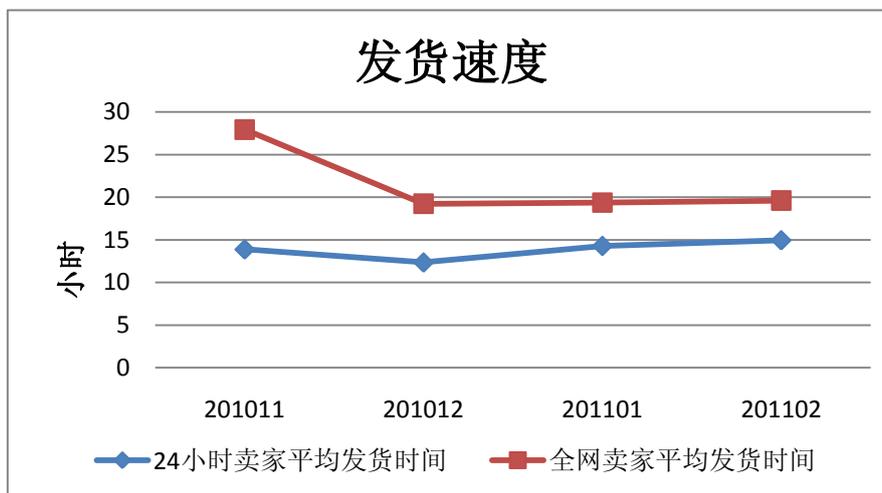
2010 年 8 月 3 日发布上线的“24 小时发货”服务，旨在提升卖家的发货速度，为消费者提供迅捷体验，其是针对实物商品所设置的服务，消费者购买加入此服务的商品，如果付款 24 小时内卖家未发货，或是卖家发货后 24 小时内无法在物流平台查询到发货信息，均可在 14 天内要求卖家赔偿。

截止 2011 至 2 月底，支持该服务的卖家数有 11 万，支持该服务的在线商品数约为 275 万件，自上线以来 24 小时发货服务的商品数和卖家数均呈现快速的

增长趋势，其中卖家数的增长率最高达 38%，在线商品数的增长率最高达 91%。同时数据显示，除 2 月份受春节假期影响略微下降，成交笔数和成交金额更是成倍的增长，月均成交笔数为 417 万笔，月均成交金额为 5.2 亿元。以上数据不仅表明卖家愿为买家提供更好更快捷的服务，对该服务的给予大力支持，买家对于发货时间的要求也很为强烈。



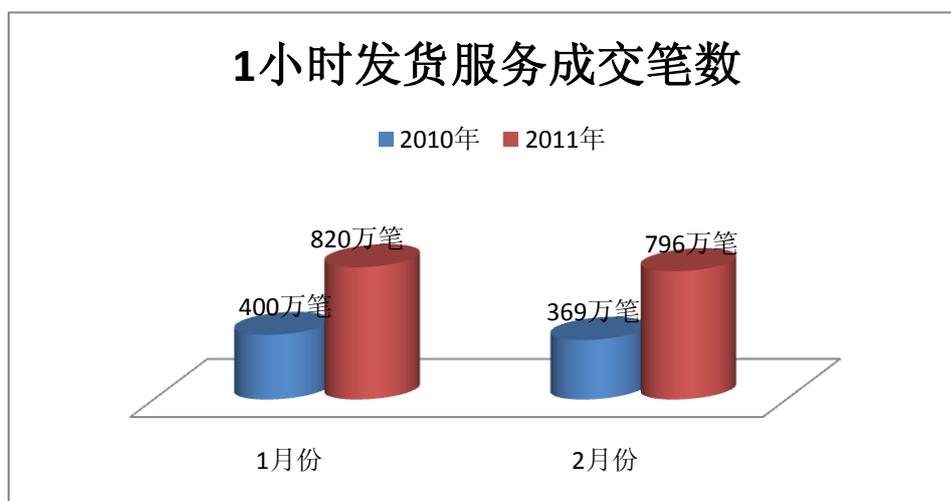
另外，2011 年 1-2 月份在强大的春运压力下，淘宝网上全网实物类商品的平均发货速度为 20 个小时（即从买家付款到支付宝到卖家改变发货状态的时间），支持 24 小时发货的商品平均发货速度为 15 小时，与年前的发货速度相比略微上升，但总体呈现较好的趋势，且越来越多的卖家加入 24 小时发货服务，愿进一步加快发货速度，为消费者提供更好的购物体验。



1.1.4 1小时发货服务

1 小时发货服务是针对虚拟物品所设置的服务，消费者在购买加入此服务的虚拟商品后，如果付款 1 小时后仍未充值到账，可在随后到账或退款的基础上，获得额外赔付。

截止 2011 年 2 月份，淘宝网上加入消费者保障服务之 1 小时发货服务的在线商品数为 315 万件，是去年同期的 5 倍；2011 年 1-2 月份成交笔数分别上浮 105%，155%。



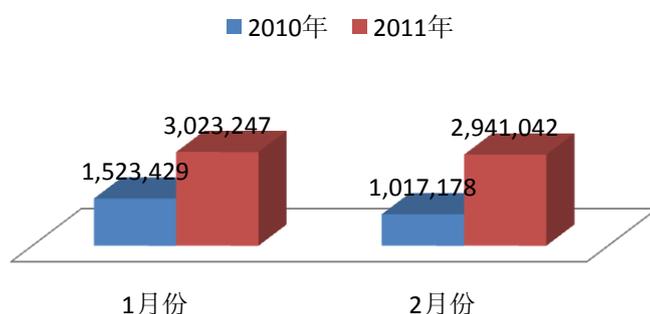
1.1.5 数码与家电 30 天维修服务

截止 2011 年 2 月底，淘宝网上支持消费者保障服务之数码与家电 30 天维修服务的在线商品数为 449 万件，是 2010 年同期的 2.2 倍；卖家数为 1.8 万位，与去年同期相比上浮 150%；2011 年 1-2 月份成交笔数与去年同期相比分别上浮 89%，189%。

数码与家电30天维修卖家数



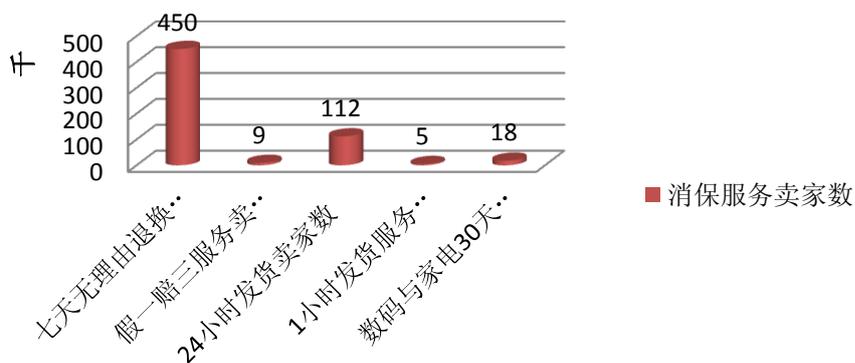
数码与家电30天维修成交笔数



1.2 卖家发展状态

2011年1月1日开始，淘宝网全面推行消费者保障服务，全网卖家陆续签署了《消费者保障服务协议》，成为消费者保障服务卖家。除此之外，还有很多卖家提供了一些更多的特色服务。其中，有45万家卖家承诺为消费者提供7天无理由退换货服务，9千家卖家承诺为消费者提供假一赔三服务，11万家卖家承诺为消费者提供24小时发货服务，5千家卖家承诺为消费者提供1小时发货服务，1.8万家卖家承诺为消费者提供数码与家电30天维修服务。

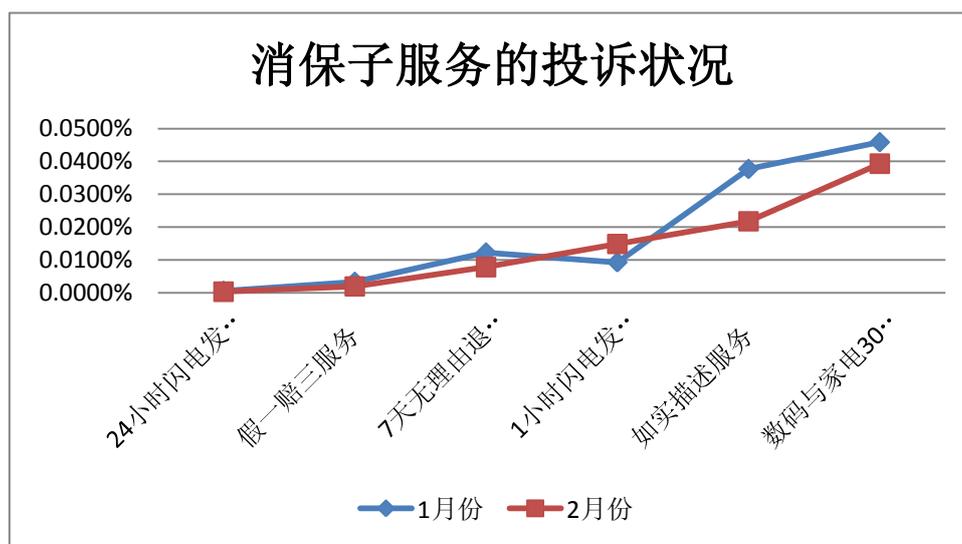
消保服务卖家数



消费者保障服务的各项子服务的推出时间有长有短，卖家数有多有少，目前加入 7 天无理由退换货服务的卖家数为最多，且呈现较快的增长态势，其他各子服务的卖家数也呈现不同程度的上升趋势。这一方面表示淘宝网上卖家服务意识不断增强，越来越多的卖家愿为买家提供更多的保障服务；另一方面，消费者对加入消费者保障服务的卖家及其商品也更加的信任。

1.3 全网/消保投诉状况

数据显示加入 24 小时发货服务的商品的投诉率最低，平均每一百万笔交易仅有 4 笔产生消费纠纷，数码与家电 30 天维修服务的投诉率相对较高，一万笔里可能会产生 4 笔的投诉，而对于这些纠纷淘宝网则提供 2 亿元的淘宝基金来保障消费者的权益，为消费者的购物提供全程保障。另外，淘宝网通过建立的商品管理模型对新发布的商品进行监控、对线上的商品进行排查，规范商品的管理，加强违规商品的控制处理，同时持续不断进行商品管理的宣导，提升卖家商品管理的能力，进一步降低全网的投诉率。

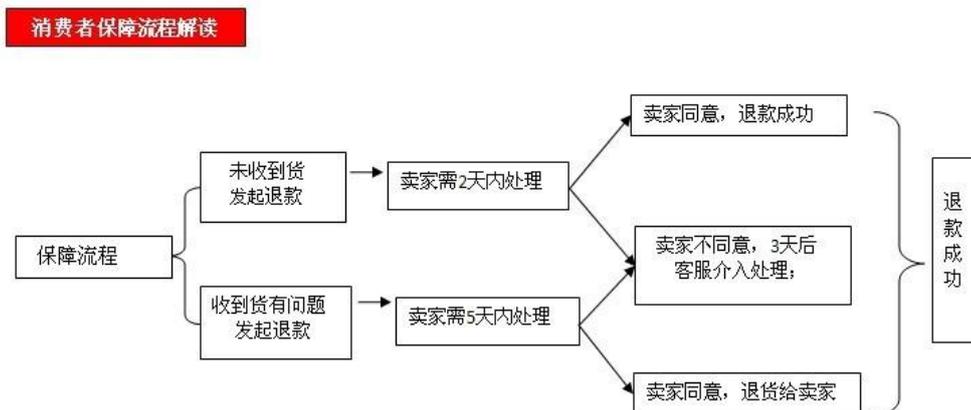


2 消费经验畅谈

2.1 消费者保障案例

消费者保障服务是指，若消费者在购物过程中遇到货物存在质量问题、存在描述不符或付款后未收到货，可提出赔付申请。更多详情请参见[买家提出消费者保障服务赔付申请的条件](#)。

消费者保障流程示意图：



具体案例：

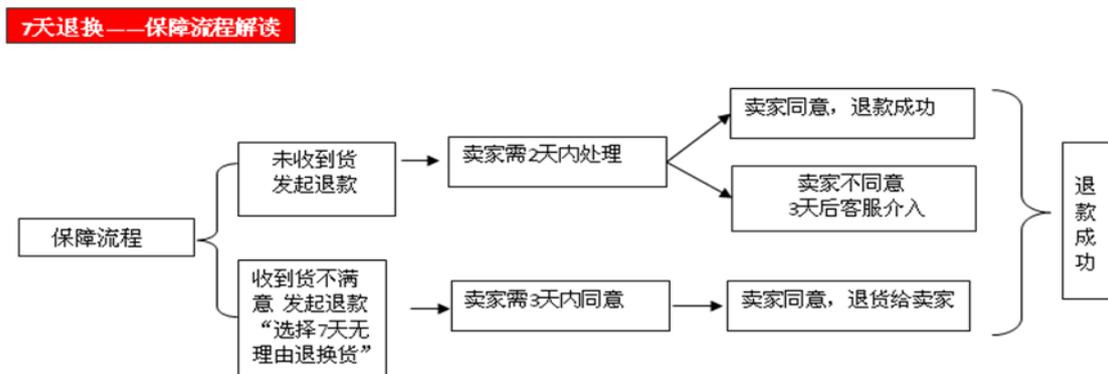
案例一： 田小姐在淘宝网上购买了一件支持消费者保障服务的羽绒服，穿着一段时间之后，因个人意外划破衣服，内置的羽绒露出，才发现羽绒与当初的商品描述“90%白鸭绒”不符，夹杂着黑鸭绒，要求退货。但卖家表示买家的凭证并不能说明自己商品描述不符，自己可以另外寄件商品到淘宝，此维权最多只能部分退款 60 元。淘宝客服介入后，联系卖家处理，表示要证明是否与商品描述的 90%白鸭绒一致，可以让买家把手上的这件羽绒服全都拆开进行核实；在商品描述上未能进行准确描述，责任在于卖家，淘宝是站在第三方的角度进行处理的，根据消费者保障服务规范，商品与网上描述不符的交易我们支持退货退款。

案例二： 江小姐购得价值 1619 元的华硕 P5Q Deluxe 主板，使用一次后就无法使用，但无法提供有效的凭证说明商品存在质量问题。针对这个问题卖家愿意做好售后服务，但同时表示商品已经被使用，无法进行退货或者换货，可帮助买家联系一下厂家做售后维修服务；但是买家从华硕客户处了解其换货或者维修时间有点长，而自己急着要使用且不能保证维修过后的商品是否就不会有问题。考虑到货物在物流邮寄过程中的风险以及之后维修结果的不确定，淘宝客服帮助消费者联系了维修商，并启用淘宝消费者保障服务保障基金承担所有维修费用。最后问题得到圆满解决。

2.2 7 天无理由退换货服务案例

7 天无理由退换货是淘宝网推出的一项购物保障服务，淘宝网上带有“”标识的商品，均支持消费者保障服务之 7 天无理由退换货服务，买家签收货物 7 天内，若对货物不满意，在不影响卖家二次销售的前提下，支持退换要求。更多详情请参见[买家提出 7 天退换赔付申请的条件](#)。

7 天无理由退换货保障示意图：



具体案例：

案例一：钱先生购买了一双支持 7 天无理由退换货的 NIKE 板鞋，交易金额 310 元。收到货物后，钱先生发现不是自己喜欢的款式，联系卖家后，卖家要求在商品不影响二次销售的情况下同意退款。钱先生就去“我的淘宝”》“已买到的宝贝”申请退款，并选择了 7 天无理退换货退款，同时承担了来回运费将宝贝寄还给卖家。此外，又因钱先生购买此宝贝的同时买了退货运费险，运费由保险公司进行赔偿，最终问题完美得到解决。

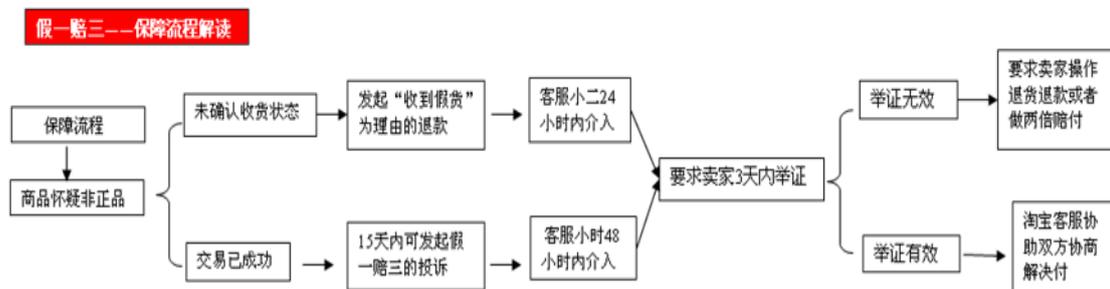
案例二：邵小姐购买了一件支持 7 天无理由退换货价值 325 元的连衣裙，邵小姐在收到商品的当天就确认收货，但在确认收货的第三天，邵小姐第一次试穿衣服，发现衣服偏大，肩部太宽，要求退货；卖家却以无其他颜色可换为由，不履行 7 天退换服务协议。邵小姐最终选择了以 7 天无理由退换货服务为由申请维权，要求卖家给予退货。淘宝客服在 48 小时内介入，协调之后将不影响二次销售的商品退回给卖家，卖家将款项退给买家。

2.3 假一赔三服务案例

假一赔三是淘宝网推出的一项购物保障服务，加入淘宝消费者保障计划假一赔三条款的商品可看到“”标志，卖家对此商品承诺为真品，售后支持假一赔三，消费者购买此类商品如遇假货，可获得卖家三倍赔偿。如淘宝判定买家赔付申请成立，卖家须按照本协议之约定向买家退回其实际支付的商品价款，并增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为买家实际支付商品价款的二倍，并承担维权所涉商品所有物流费用。而如果卖家拒绝履行承诺，消费者可以向淘宝投诉该卖家，淘宝在核实情况后可对买家先行赔付。详情可参见[买家提出假一赔三赔](#)

[付申请的条件。](#)

假一赔三保障流程示意图如下：



具体案例：

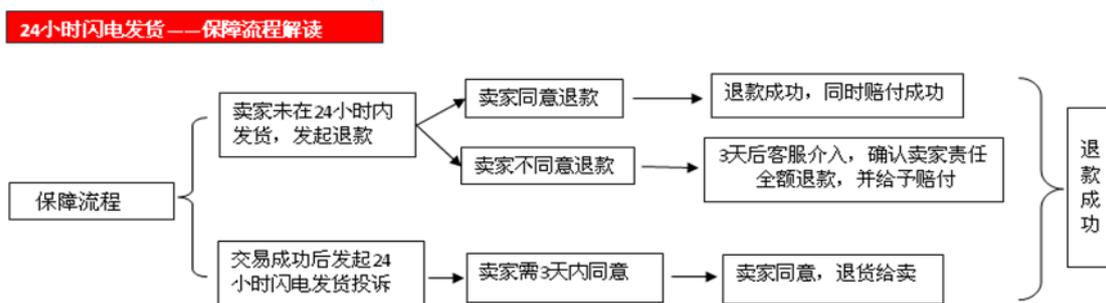
案例一：2010年8月份，徐小姐购得2份贝玲妃猪油膏，收到货后买家表示该商品是假货，要求退货，经过双方沟通之后，卖家同意退货但要求买家承担来回邮费，双方未达成协议，买家要求假一赔三。淘宝客服小二介入处理，联系卖家举证，卖家无法举证，且提供的购物小票未有清单，无发票可作核实。淘宝小二根据假一赔三服务协议，要求卖家退款给买家，并赔付三倍货款，最终维护买家的权益。

案例二：曾小姐购买了一件支持假一赔三的“原装正品 DHC 纯榄滋养皂 90克 DHC 橄榄滋养皂 90g 独立礼盒装”，收到以后发现和自己在官方网站上代购的商品有区别，于是发起了假一赔三的维权投诉。在投诉中，买家对商品进行了详细的描述，说明具体如何判断是假货的原因，并提供了实物对比图片；与此同时，卖家也提供了自己的进货凭证并拒绝买家假一赔三甚至是退货的维权要求。淘宝小二介入以后，对双方的凭证进行了仔细审核，最后判断卖家举证无效，商品无法证明为正品，要求卖家提供地址给买家进行退货，并且补偿给买家两倍的货款。同时该卖家也立即被清退出假一赔三的服务。

2.4 24小时发货服务案例

24小时发货是淘宝网推出的一项购物保障服务，淘宝网上带有“”标识的商品，均支持消费者保障服务之闪电发货服务，买家购买支持24小时发货服务的商品，付款后，若卖家未在24小时内完成发货，买家可以申请赔付，详情可参见[买家提出24小时发货赔付申请的条件](#)。

24 小时保障流程示意图：



具体案例

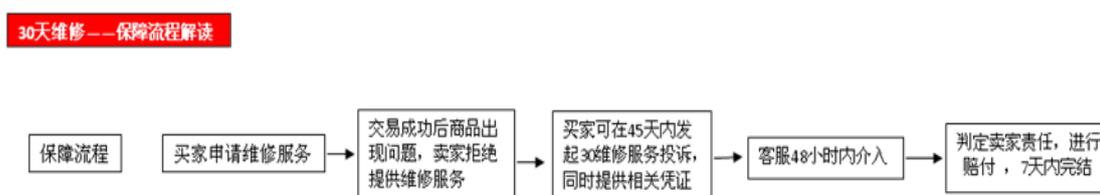
案例一：小李购买了一件支持 24 小时发货服务的李宁牌运动服，卖家一直未发货，随着时间的流逝，小李已经不再需要这款运动服，则以“卖家未在 24 小时内发货”发起退款，卖家也同意退款。交易结束后小李除了退回交易全款以外，还获得淘宝按照交易金额的 5%上限 30 元给予小李赔付。

案例二：钱小姐购买一个支持 24 小时发货服务 zippo 打火机准备作为生日礼物送给男朋友，卖家在第三天才发货，钱小姐在收到货物确认付款后，对卖家发起“24 小时发货”相关维权，根据卖家的发货记录淘宝小二核实卖家的确没有履行 24 小时发货的义务，淘宝按照交易金额的 5%上限 30 元给予钱小姐赔付。

2.5 数码与家电 30 天维修服务案例

数码与家电 30 天维修是淘宝网推出的一项购物保障服务，淘宝网上带有“🌱”标识的商品，均支持消费者保障服务之数码与家电 30 天维修服务，买家购买支持数码与家电 30 天维修服务的商品，交易成功 30 天内卖家提供无条件免费维修，若交易成功后商品出现问题，而卖家拒绝提供维修服务，买家可以在交易成功后的 45 天内发起维权，申请发起维权，详情可参见[买家提出“数码与家电 30 天维修”赔付申请条件](#)。

数码与家电 30 天维修保障示意图：



具体案例：

案例一：李小姐购买了一款诺基亚 N97 的手机，收到手机确认付款后使用一周时间，发现不能开机，联系卖家要求维修，维修一次后手机可以正常使用，但

是过了一周之后手机又出现不能开机的问题，李小姐要求换机，卖家不同意；因此，李小姐发起“数码和家电 30 天维修”的投诉，要求退款，淘宝小二介入后，根据相关规则，对该笔交易作退款处理，李小姐维权成功。

案例二：倪先生购买了一台联想笔记本电脑，收到电脑确认付款后使用半个月，发现电脑经常无故死机，要求卖家帮助维修，卖家要求买家自行联系联想售后拒绝提供维修服务；倪先生发起“数码和家电 30 天维修”的投诉，要求卖家帮助维修，淘宝小二介入后，督促卖家对买家提供售后维修服务，倪先生维权成功。

3 家纺行业专项分析

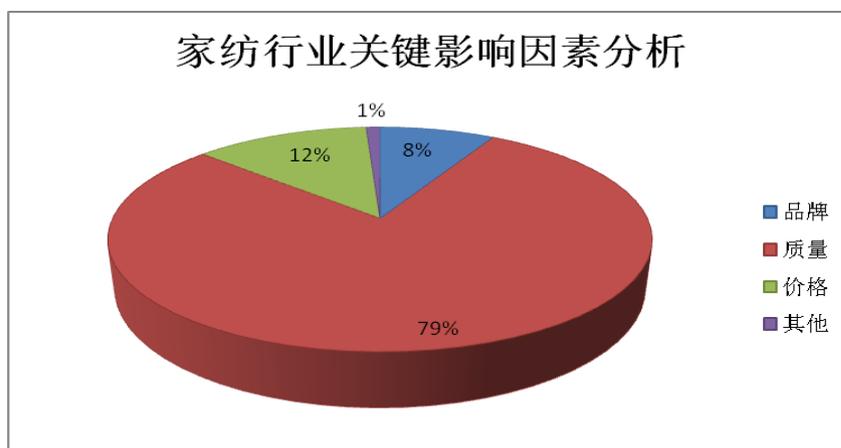
3.1 家纺行业的目前现状分析

3.1.1 家纺行业的市场交易规模

2010 年，淘宝网上购买过家纺类商品的会员数为 698 万，家纺类商品买家关注次数达到 9.73 亿，成交笔数 2679 万，共成交商品数 1.1 亿件，成交总金额为 23.1 亿元，人均购买 3.8 笔，平均每笔金额 86 元，平均单人成交金额 331 元，浏览到成交的转化率为 2.75%，即平均 100 次点击能促成 2.75 笔的成交。其中购买支持消费者保障服务的商品所产生的成交占总成交笔数的 91%，占成交总额的 85%，也就是 90%的成交来自于消保成交，购买家纺类商品的消费者倾向于购买带有消费者保障服务标识的商品。

3.1.2 影响用户购买的关键因素

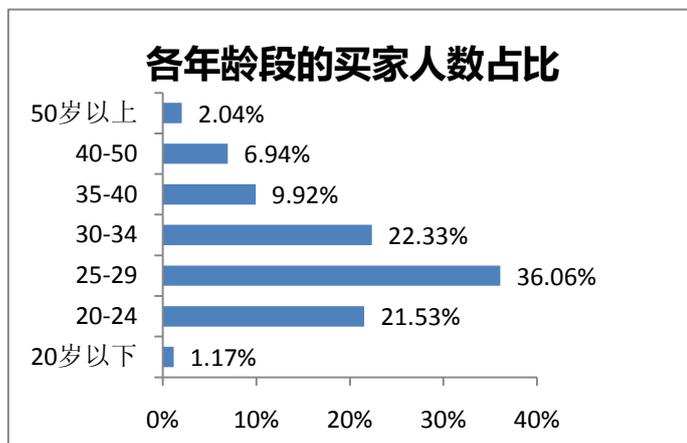
品牌、质量和价格是用户在选择过程中关注的三大要素。数据显示，家纺用户对商品质量的关注程度尤为突出，79%的买家最为看重商品的质量，其次才是价格。



3.2 家纺行业数据分析

3.2.1 买家的年龄、性别分布

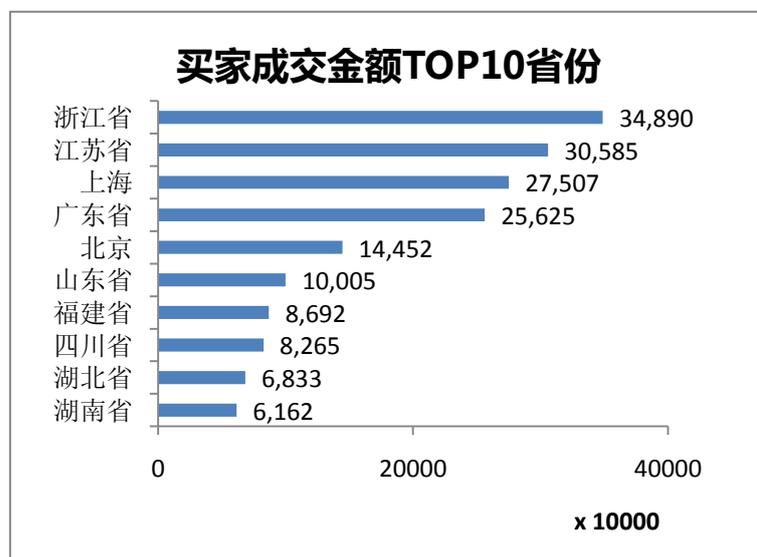
淘宝网上购买家纺类商品的买家所在的年龄段分布数据显示，近 80%的买家年龄在 20-35 岁之间，且 65%的成交来自于女性买家。



3.2.2 成交买家分析

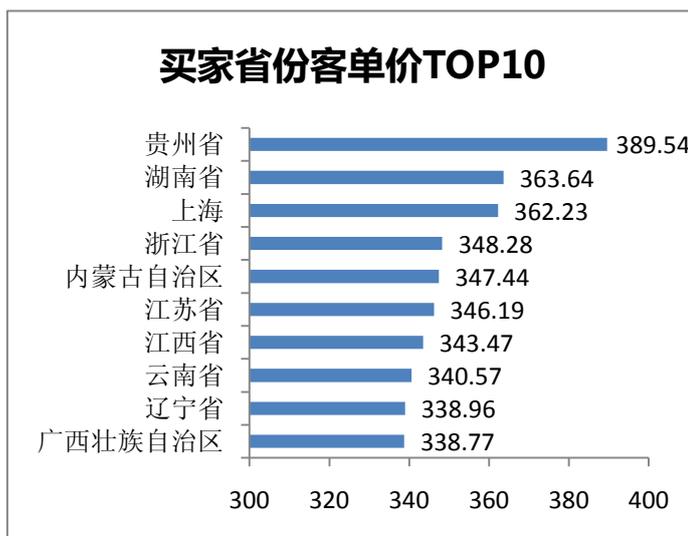
3.2.2.1 成交金额 TOP10 省份

数据显示，家纺类商品买家成交金额 TOP10 省份占到了所有地区的 75%，其中买家整体购买力较强的地区要数浙江、江苏、上海和广东，占 51%的比例。



3.2.2.2 成交客单价 TOP10 省份

不同于买家成交额的分布情况的是买家客单价最高的省份是贵州省，为 389.54 元，其次为湖南和上海，分别为 363.64 和 362.23 元，这三个地区的客单价远高于成交金额较大的浙江和江苏，说明这三个地区买家的平均购买力较强。



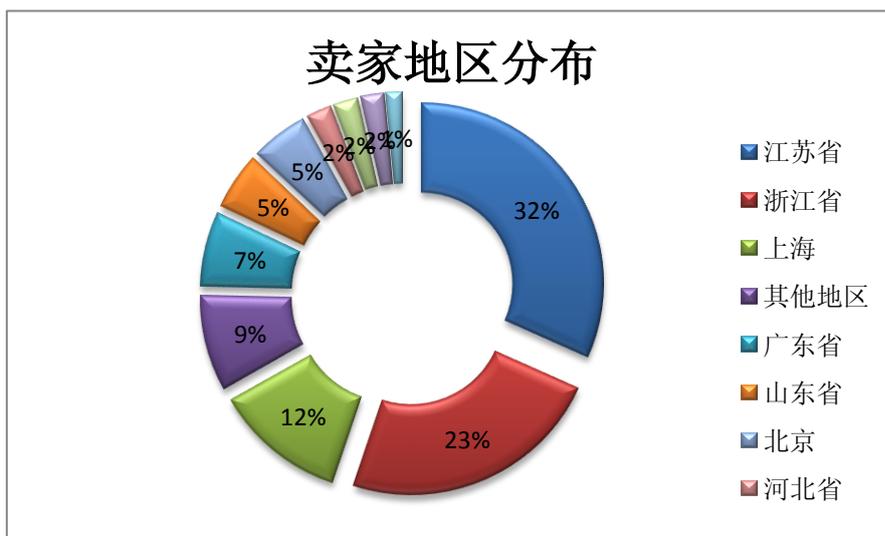
3.2.3 成交卖家分析

成交卖家从各省卖家成交额 TOP10、各省卖家成交商品数 TOP10、各省卖家平均订单金额 TOP10 这三个方面着手进行分析。

3.2.3.1 卖家成交金额 TOP10 省份

该维度以卖家所在的地区来划分，卖家成交金额 TOP10 省份占全部地区的 91%，家纺类商品 67%来自供货能力较强的江苏、浙江和上海三个地区，江浙沪也是家纺品牌的聚集地，著名的品牌有罗莱家纺、水星家纺、乔德家纺、鄂尔多斯家纺、南方寝饰家纺、博洋家纺、紫罗兰家纺等。





3.2.3.2 成交商品数 TOP10 省份

2010 年家纺行业，浙江省所在的卖家成交商品总数最多，占到了总成交商品总数的 33%，其次为江苏和上海两个地区，分别占 21%，11%，排名前三地区总成交商品占 66%。



3.2.3.3 卖家成交笔单价 TOP10 省份

2010 年家纺行业，卖家成交的平均订单金额最高的地区为内蒙古自治区，卖家平均每笔成交额为 407.53 元，海南、湖南、青海和陕西等地的卖家平均每笔成交额均大于 200 元，这些地区的平均每笔成交金额都远远高于成交商品数较多的江浙沪地区。

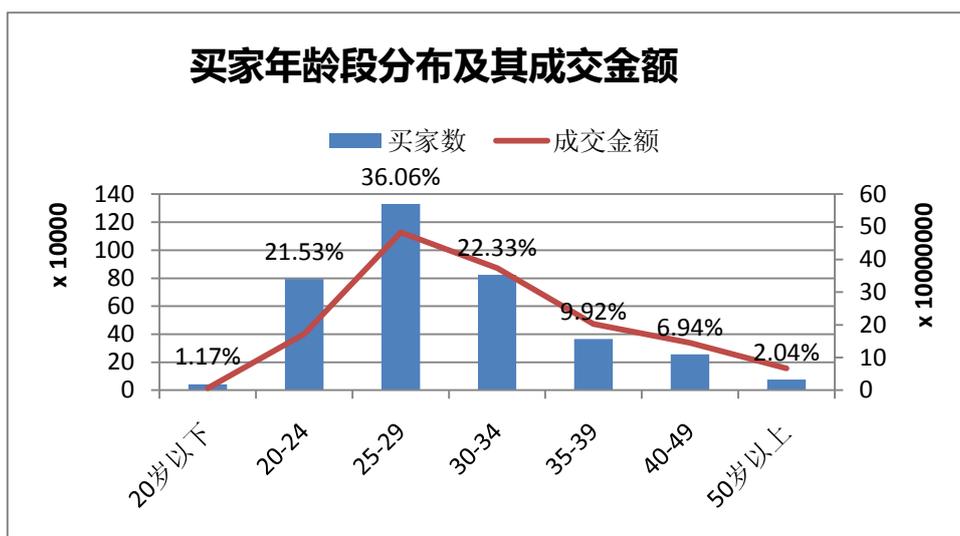


综上所述，从卖家的成交金额、成交商品数 TOP10 省份的分析来看，消费者更倾向于在浙江、江苏、上海、广东、山东、北京、福建、河北等商品比较丰富、品牌口碑比较好的地区购买物美价廉的家纺类商品。

3.2.4 消费者倾向购买的商品价格区间

2010 年淘宝网上的家纺类商品消费者倾向购买的价格区间在 500 元以下，占 86%，其中 30%的买家倾向于购买 50 元以下商品。此外，从各年龄段买家消费的金額区间来看，随着买家年龄的增大，人均消费金额逐渐增大，这跟各年龄段的消费者对家纺类商品需求的种类不同有很大的关系。24 岁以下的买家倾向于购买小件的家纺类商品，例如坐垫、抱枕、毛巾、居家鞋之类的。24 岁以下的消费者大多是未婚、经济能力不强的群体，其对大件的家纺类商品需求较少，而 24 岁以上的消费群体，或是婚庆需要，或是居家需要，且经济能力逐渐增强，对大件大额、各种类的家纺品的需求都很旺盛。





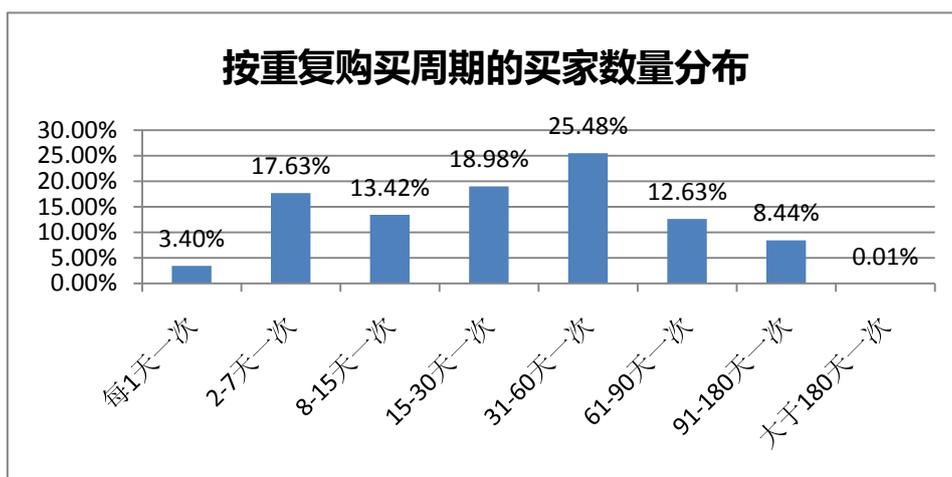
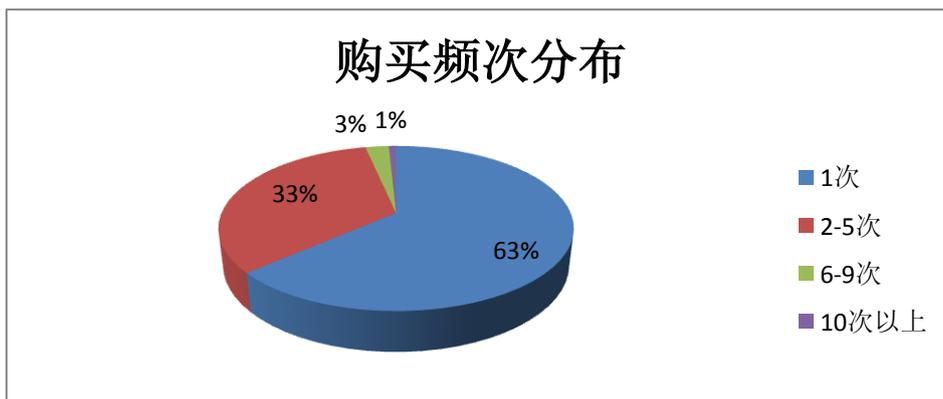
3.2.5 消费者喜欢购买的商品排行

数据显示，2010年消费者最喜欢购买的家纺类商品排名第一的为床品套件/四件套/多件套，第二为被子/蚕丝被/羽绒被/棉被，第三为靠枕/抱枕/坐垫。其中床品套件/四件套/多件套成交金额达5.5亿元，远高于其他商品。

排名	叶子类目
1	床品套件/四件套/多件套
2	被子/蚕丝被/羽绒被/棉被
3	靠垫/抱枕/坐垫
4	枕头/枕芯/保健枕/颈椎枕
5	家居拖鞋/棉拖鞋/居家鞋
6	蚊帐/床幔
7	毛巾
8	凉席/竹席/藤席/草席/牛皮席
9	布料/面料
10	毛毯/珊瑚绒毯/线毯/毛巾毯
11	床垫/床褥/床护垫/垫被
12	其它
13	床单/床裙/床笠/床罩
14	桌布/桌旗/桌椅套/椅垫
15	浴巾
16	沙发套/沙发巾/沙发垫
17	被套
18	婚庆床品
19	珠帘/挂帘
20	枕套/枕巾

3.2.6 买家的购买回头率

2010年购买家纺类商品的买家总数为698万，其中有重复购买行为的买家有255万，占37%，每人平均重复购买次数为3.2次。另外，从买家重复购买的周期来看，每一星期都来购买家纺类商品的买家占18%，半个月来一次的占13%，至少一个月来购买一次家纺类商品的买家占53%。



3.3 消费者如何选购家纺商品

3.3.1 如何选购质检商品

第三方质检是指卖家在承诺消费者保障服务的基础上向买家提供的特色服务之一。当买家使用支付宝服务购买支持“第三方质检”服务的商品，在收到货物后，如买家认为该商品质量与在商品详情页面公示的由第三方质量检验机构出具的检验报告内容不符，且买家与卖家协商未果的前提下，买家在交易成功后十五（15）天内发起维权，并申请“消费者保障”赔付。

消费者可通过以下三个步骤购买经质检的家纺商品：

第一，通过淘宝首页的搜索框进行搜索，输入跟家纺类目有关的产品，例如“羽绒被”，如下图所示。



第二，在出现的所有分类中选择一级类目“羽绒被”，然后勾选“第三方质

检”可筛选出所有支持该服务的商品，寻找自己喜欢的款式。这里可选择自己喜欢的排序方式展现商品，可按价格高低排序、按销量排序、按信用排序。



第三，在宝贝详情会有该标识, 并有一行“卖家已出具第三方质检报告，承诺商品质量达标”的文字。

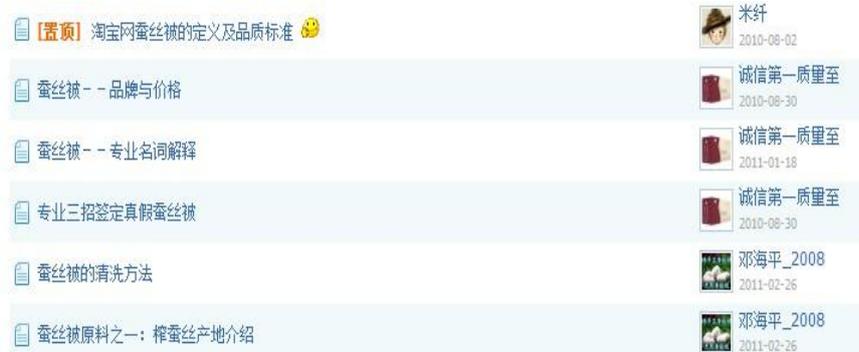


3.3.2 如何挑选高品质的宝贝

在 <http://jiafang.taobao.com/> 淘宝家纺专业市场里面，左下方有个家纺官方帮派，点击进去之后会有很多挑宝贝的秘籍。



例如在淘宝网蚕丝被的定义及品质标准帖子里，你可以轻而易举的了解到蚕丝被的定义、包装标注规定、等级、内在质量、外观质量、工艺质量等方面的内容。



例如通过“羽绒被及羽毛被的定义及被子标准”的帖子里消费者可了解到羽绒被的定义，羽绒是啥玩意，它又可分为几种类型，至少含多少羽毛的被子才能被称为羽绒被等等之类的信息，帮助消费者更好地选购此类商品。

回顾与展望

《消费者保障白皮书》第二期重点分享了淘宝网 2011 年 1-2 月份消费者保障服务的执行状况、消费经验畅谈、家纺行业用户行为特征分享。《消费者保障白皮书》首先对消费者保障服务作了一个简单的介绍，让更多的消费者认知消费者保障服务，并通过消费经验分享的方式告知消费者网购遇到问题时该如何保障自己的权益。其次，通过家纺行业专项分析的方式，让消费者了解家纺行业电子商务发展状况的同时为其提供该行业的购物参考。

《消费者保障白皮书》将定期向消费者、向社会公布淘宝网消费者保障执行情况，并提供更多购物参考信息，让消费者购物更安心、更透明。