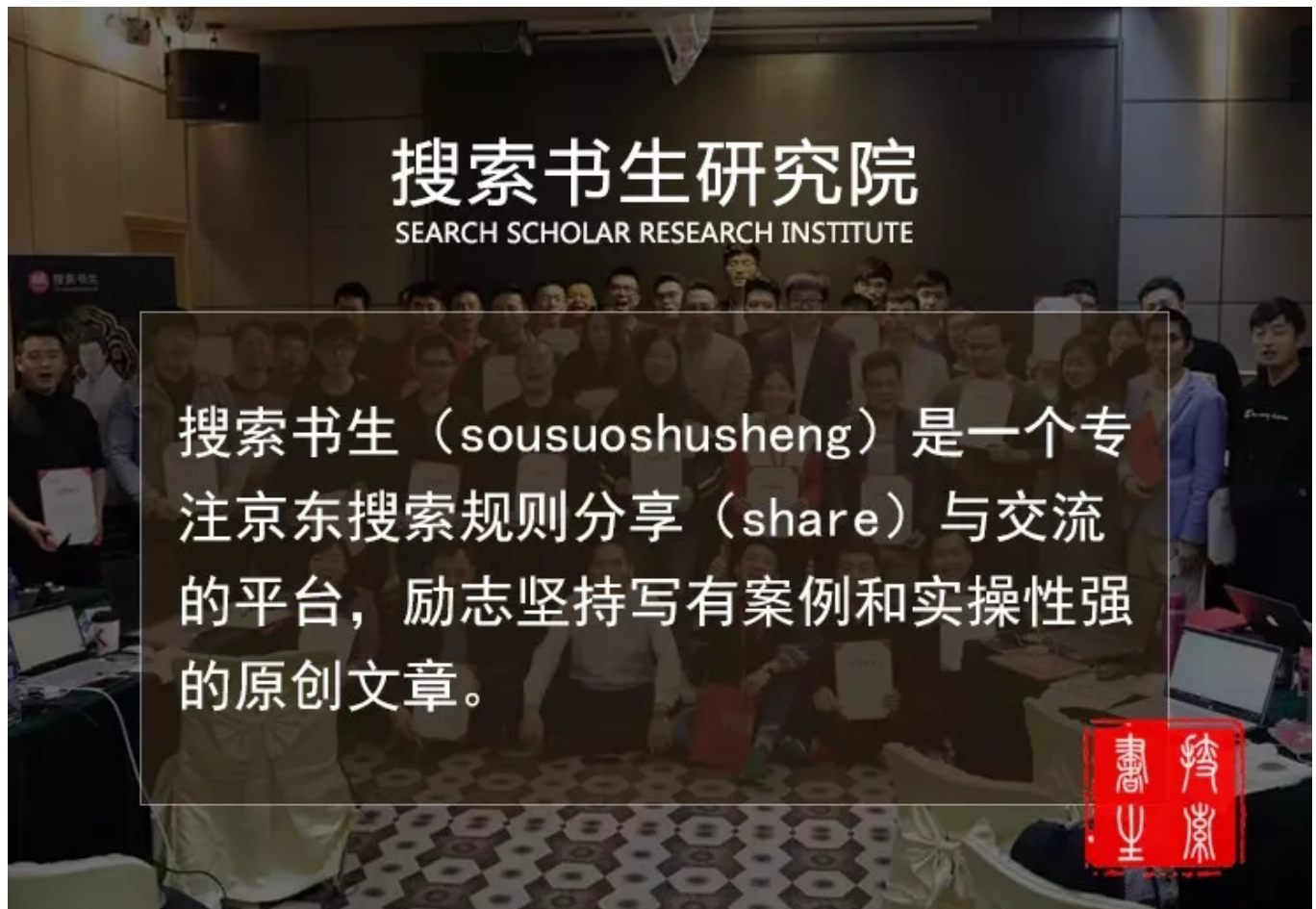


# 你了解京东搜索排序的算法吗？

原创 搜索书生 搜索书生 8月13日



点击上方蓝字可关注我们



August

13

京东搜索排序坑位一直是店铺重中之重的流量渠道，那么针对这个渠道京东平台是怎么计算京东搜索排序的呢？以及反作弊来影响店铺的商品权重累积及过率的呢？今天就给大家解读下搜索排序的算法规则：

助教：鹿鸣 | 作者：搜索书生

今天是搜索书生陪伴您的第1519天

温习上篇文章

七天教你打造100W京东销售额，实现店铺爆单？

搜索的召回

在真实用户搜索关键词时，京东的搜索算法会按照**意图识别—召回—排序**的步骤把商品展现在用户的面前。那么在进入搜索结果页之前主要有哪些产品形态呢？在意图识别中，最主要的是**深挖用户搜索词的含义**，最大程度了解用户想要买什么。然后利用分词、成分识别、类目预测技术，获取搜索词中的中心词和高相关类目，根据**KNN召回和个性化召回**的方法获取出有效商品。在召回的计算方法中，相对重要的文本包含商品的标题、品牌、类目、店铺名称、广告语、销售属性、扩展属性以及同义词。最后就是展现在客户页面的排序，之前计算商品权重分根据文本分、类目分、质量分、反馈分来计算，最后得出结果展示。

排序的展现

搜索下拉：基于用户输入关键词、用户偏好、历史行为等实现关键词的自动联想，帮助用户快速找到符合预期的输入词.占比： < 40%搜索历史:帮助用户快速查看历史搜索词，快速实现重新搜索.占比： < 30%。

搜索发现:热门角度，给用户词维度的推荐，快速引导至搜索页.占比 < 10%

维生素

取消

维生素

儿童

d滴剂

ad滴剂

维生素b

汤臣倍健

猫咪

养生堂

维生素c

养生堂

汤臣倍健

泡腾片

维生素e

养生堂

美白淡斑

汤臣倍健

搜索“维生素”店铺

维生素d

滴剂

星鲨

儿童

维生素b族

自营

汤臣倍健

养生堂

维生素b2

口腔溃疡

b6

软膏

维生素c片

安利

美白

成人

维生素d3

悦而

星鲨

成人

维生素b1

自营

助眠

脚气病

维生素b6

软膏

防脱发

口臭

维牛素a

成人

儿童

皮肤粗糙



进入搜索结果页之后流量分布情况数据如下图，这个也是京东官方发出的版本。

排序-综合、销量、价格、店铺排序等	针对用户关注的重点指标提供单一维度的排序，方便用户快速查找	< 80%
筛选项	包含京东物流，新品筛选，属性筛选等模块，用户使用筛选后，将减少搜索结果页商品，快速完成所求	< 20%
中部品牌&中部标签	通常出现在搜索结果页8、16、24个sku坑位之后，都是提供8个标签供用户点击，用户点击后，根据该标签与用户搜索原词再进一步产生搜索结果	< 10%
类目平铺	特化用户的查询，缩小范围，快速完成所求	< 5%
内容穿插/场景穿插	细化需求，帮助购买决策；激发需求，促进关联购买；激励内容发布者，扶持内容生态建设。内容穿插包含：资讯、清单、好货、排行榜；场景穿插包含：好货、排行榜	< 5%
搜索金刚	点击搜索金刚后，将从搜索结果页进入品类的落地页	< 5%
搜索红包	在特定搜索词或特定用户下触发，触发时展示浮层，用户点击拆开它将得到优惠券或红包	< 1%

算法排序：

京东搜索排序因子将分为两类：一商品能力与反馈表现，二价值主张。商品能力的反馈主要是：全站SKU出库销售额，出库销售量，点击UV，加购数，小时级经营数据；除了全站的因子之外，搜索侧核心考核的还是关键词的数据反馈，那么关键词下的特征有，词下SKU出库销售额，出库销量，曝光，点击

率，转化率。搜索规则是根据各个因子的数据来综合排名如果数据发生变化。那么相对应的商品排名也会发生相对应的变化。新增的价值主张主要是指，在商品运营上，尽量贴切京东2020年的平台、品类、用户为出发点的价值方向，主要包含店铺服务和商家店铺的运营能力。由新的排序算法来看，商品操作不只重于销售额和销量，商品人气和价值主张的操作也将会是新的方向。人气主要是关键词搜索、点击进入商品、浏览商详、加入购物车、关注商品、关注店铺、提交订单等这些行为构成，其中根据搜索规则的更新，搜索点击和加购的权重相对较高。在浏览商品时不同的浏览时长有不同的权重得分，货比后也会有所不同。

最近接到很多商家再问：自身产品的销售量比竞品高，但是排名没有竞品高。在这里需要给大家说的是，销量排序包含3/7/15/30天维度，且不单单跟销量有关系，跟引入订单的渠道权重也有相对应的关系。还有引入的虚假订单是否被过滤了，也会影响排名的排序，转换率和好评率商品排名也会受影响排名，那么操作虚假订单的时候主要需要注意的还是下单账号需要一号一用，且订单的物流影响很大。京仓快递肯定是效果最好的，但是因为京仓的商品成本及物流成本，一般的商家是承担不起的。

## 预约直播

搜索书生也为大家提供了入仓跟不入仓的商品的资源技术。在明天下午三点的课程里会交付大家**补单的核心资源及京仓权重的操作技巧**。扫一扫即可预约直播（8月14日下午三点直播分享，等你来听！）



The banner features a dark background with a crowd of people. In the foreground, a woman's face is visible. The text is in white and yellow. The top left has a red circular logo with a magnifying glass and the text '搜索书生' (Search Scholar). Next to it is '搜索书生课堂' (Search Scholar Classroom) and 'SCHOLAR CLASSROOM'. The top right says '免费公开课' (Free Public Course) with a '免' (Free) icon. The main title is '商品不入仓 如何打京东物流标?' (Goods not in warehouse, how to get JD Logistics label?). The bottom right has the text '小妖 久点电商 搜索书生' (Xiao Yao, Jiu Dian E-commerce, Search Scholar).

搜索书生课堂  
SCHOLAR CLASSROOM

免费公开课

商品不入仓  
如何打京东物流标？

小妖 久点电商 搜索书生