

四种排序逻辑

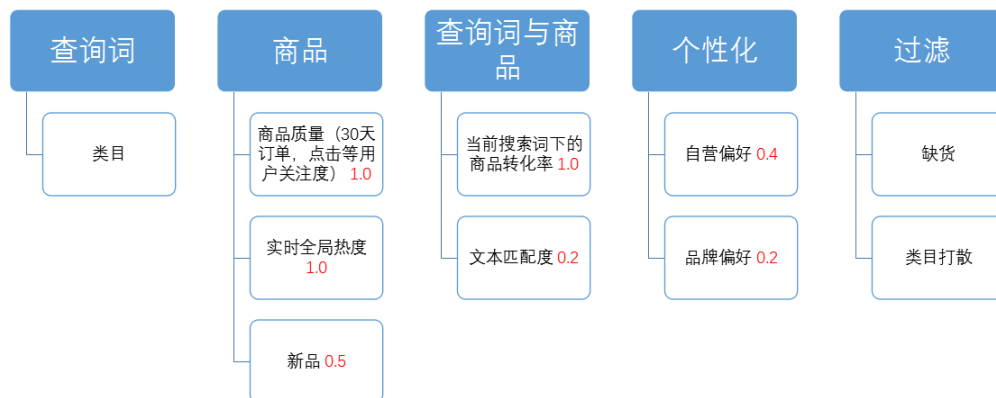
首先举个栗子说下【类目相关性】的概念：

大部分用户搜索iphone都是选择手机，所以当搜索词为iphone时，类目相关性是手机高于手机壳

排序：综合不同权重的因子计算排序总分，总分越高排序越靠前。

目前线上搜索后默认为人气排序，即综合排序，用户可选择销量排序、新品排序、价格排序。

一、人气排序（红色部分为权重）



- 1.类目相关性：先按类目相关性排序，在相同类目相关性下，再按以下因子综合分排序
- 2.商品质量分：最近三十天的销量、点击、购买、收藏、转化率越多的分数越高
- 3.实时热度：最近四小时的销量、点击、购买、转化率越多的分数越高
- 4.新品加权：新品上新后，算法会给新品加分提权，让新品获得曝光机会，当该新品在线时长超过14天后，则变成普通商品，不再进行新品加权
- 5.搜索词与商品匹配分：商品在当前搜索词下的历史转化率越高/商品信息与搜索词匹配度越高，分数越高
- 6.用户个性化：命中用户自营商品/偏好/品牌偏好的商品排序分越高
- 7.类目打散：比如搜耐克，按1-6的规则，鞋子卖得好所以一直排前面，抽取打散后可以让小部分服饰类往前排，获得曝光的机会，缓解类目冷启动问题

二、销量排序

- 1.类目相关性：先按类目相关性排序，在相同类目相关性下，再按销量排序
- 2.历史累计销量：累计销量越高，分数越高

三、新品排序

- 1.类目相关性：先按类目相关性排序，在相同类目相关性下，再按在线时长排序
- 2.商品在线时长：从上架开始，商品在线时长越短，新品排序分越高

四、价格排序

- 1.类目相关性：先按类目相关性排序，在相同类目相关性下，再按价格高低排序
- 2.商品价格：可选择从低到高/从高到低排序