# PC首页瀑布流规则调优

撰写人：彭倩

## 一、需求背景

目前PC首页瀑布流商品推荐维度单一，无法达到推送综合质量较高的商品业务目标，为提高瀑布流转化，提升用户沉浸式体验，对首页瀑布流推荐规则进行优化

## 二、改善策略

对首页瀑布流推荐规则调优；

## 三、需求目标与涉及部门

* 需求目标：

提高瀑布流转化，提升用户沉浸式体验，提升首页停留时长，降低跳出率。

* 收益指标：

当前指标：

首页停留时长：00:00:47

首页跳出率：15.2%

目标指标：

首页停留时长：00:01:00

首页跳出率：14.0%

需求风险：由于销量增长趋势维度占比较大，商品变动频率不高。

* 涉及平台：PC
* 涉及站点：全球站+国家站
* 涉及部门：电子-运营，电子-品类，电子-推广，电子-PM，AI

## 四、解决方案详述

### 1、 商品推荐逻辑

|  |  |
| --- | --- |
| 名称、标识符 |  |
| 功能描述 |  |
| 需求说明 | 1）商品召回逻辑：   * 置顶：纯人肉选品，以后台OBS配置顺序为准，展示上限30个； * 推荐： * 近7天日均销量>5或近7天日均销售额>$70； * 近7天日均毛利率>10%； * 备注：以上2个条件为且的关系； * 按端、渠道独立训练商品池，最后共计召回500个商品（不含置顶），T+1更新；   2）商品排序逻辑：   * 排序过程：按照如下线性公式计算商品排序得分，并按照得分从高到低排序，得分相同者随机排序。  1. 销量增长趋势=（昨日销量-近7天日均销量）/近7天日均销量\*100%；  * 权重60%； * 因子取值范围：[ -100%, ∞ )；  1. 商品转化率=近7天下单数/曝光UV\*100%；  * 权重40%； * 因子取值范围：[ 0%, 100% ]；  1. 商品库存量=OBS可售库存≥-20；  * 权重10%； * 因子取值范围：0/1；  1. 商品活动标签=促销/限时限量/秒杀；  * 权重10%； * 因子取值范围：0/1；  1. 商品所在仓库=海外仓；  * 权重10%； * 因子取值范围：0/1；   (c、d需求取消原因：推荐商品数据为离线数据，无法获取实时库存、标签等，与需求方沟通取消复杂排序逻辑，做最重要的因子排序)   * 重排过程：   用户14天内，最近5个浏览底级类目，各置顶3个商品；  当用户浏览底级类目不足5个或置顶商品不足3个时，按实际数量重排即可；  （需求取消原因：PC存在缓存，以用户维度推荐无法实现）  3）商品过滤逻辑：   * 过滤黑灰标商品： * 转化维度：延用线上规则； * 缺货【OBS可售库存<=-200】（目前接口未做库存数量查询） * 所有IP过滤BF、DA商品； * 过滤特殊类目：11372(cutting/tools)、11502(knives/tools)、11281(electronic cigarettes)、12433(Glasses)、11380(pliers)、12181(Intimate Apparel)、11546(Guns / Hunting Supplies)、12056(chisel)； * 过滤下架、无货、到货通知、谍照等不可售状态商品； * 过滤同款，商品价格取同款中，优先取可达仓中的最低价商品，如同款商品排在前面但价格非可达仓最低，需要将排序后面可达仓价格最低的商品保留，排在前面的商品过滤；  1. 补充逻辑：经过过滤，根据指定范围召回后商品不足500个，未入选范围门槛值商品不舍弃，作为长尾候补商品使用，门槛值以外的商品必须排在门槛值内商品后，且门槛值以外的商品排序过滤规则同门槛值以内的排序过滤规则。直至取够500个商品。   5）前端展示逻辑：   * 前端分页加载，每30个商品为一页，AI接口过滤异常状态商品后，按实际数量返回即可； * 默认加载3页，第4页开始点击View more方可加载，每加载完3页会出现一个view more按钮。 * 按底级类目做打散处理，同一底级类目不能连续出现4款以上商品； * 商品标题、折扣标、收藏等信息，以及其他未尽事宜，延用线上规则； |
| 其他说明 | 保留现有规则：   * 元素：折扣标，图片（服装类电子类均统一400\*400），标题（两行，多余...），当前生效价，划线价，收藏 * 价格显示逻辑：实时显示当前生效价 * 置顶商品需要和底部推荐商品进行排重，置顶商品优先。 * 瀑布流商品可不考虑SEO收录 |