

披露声明

本披露声明中的信息适用于 Microsoft Store 数字店面，在这些店面中，Microsoft 代表第三方开发商作为其代理商或佣金经纪人向消费者提供产品。Microsoft Store 使用一组复杂的参数对这些店面中的产品搜索结果和产品布置进行排名，以便向客户提供切合的产品。下面列出的参数并非详尽无遗，因为它们只是为了让我们的开发者群体大致理解这些店面在确定排名时使用的主要参数。本文中使用了但未另行定义的所有定义术语将具有[应用开发者协议](#)中规定的含义。

Microsoft Store 搜索

Microsoft Store 搜索排名参数

Microsoft Store 的数字店面中的搜索功能允许客户在 Microsoft Store 目录中搜索产品。除非本文中另有说明（说明相关内容需要进行编辑优化），否则，将使用计算机算法将客户输入的搜索查询与 Microsoft Store 目录中的产品元数据（或本文所述的其他数据指数）进行匹配，从而生成搜索结果。然后，此类结果将根据许多标准进行排名并显示给客户。对搜索结果排名是为了向客户展示最有可能符合其兴趣的产品，而决定这些搜索结果排名的主要参数有：

- **购买数据** – Microsoft Store 中销售量或其他形式的购买量较高的产品的排名往往高于购买量较低的产品。
- **是否符合 [Microsoft Store 政策和行为准则](#)** – Microsoft Store 只向客户展示那些符合 Microsoft Store 政策和行为准则的产品。
- **客户参与数据** – 在 Microsoft Store 中，客户经常查看、搜索或以其他方式表示过兴趣的产品的排名往往高于客户不太感兴趣的产品。
- **客户评分** – Microsoft Store 客户给出的评分较高的产品往往比客户评分较低的产品排名更高。

Microsoft Store 算法搜索功能在其各种店面中为客户提供下列部分或全部类型的搜索结果：

- 标准搜索结果 – 当客户在 Microsoft Store 中输入并完成搜索查询后，将显示这些算法搜索结果。标准搜索结果使用上述 Microsoft Store 搜索排名参数进行排名。
- 自动建议产品结果 – 这些算法搜索结果包含图像和文本，当客户在 Microsoft Store 中键入搜索查询时，这些图像和文本将显示在搜索框下方。“自动建议产品”搜索算法可根据各种标准将客户的部分查询进行匹配，以确定哪些结果最有可能与查询背后的意图匹配。自动建议产品结果使用上述 Microsoft Store 搜索排名参数进行排名。
- 相关查询结果 – 相关查询结果是客户在 Microsoft Store 网站上键入搜索查询时显示在搜索框下的建议查询。当客户完成查询后，这些查询结果还会显示在搜索结果页的底部。“相关查询结果”算法根据以前在 Microsoft Store 上进行的搜索的指数动态地将客户的部分或完整搜索查询进行匹配，以推荐与客户的原始查询背后的意图相关的查询。此算法在确定此类相关搜索查询的排名时使用的主要参数是 Microsoft Store 客户在一段时间内发出每个查询的次数。因此，客户在 Microsoft Store 中输入频率较高的搜索查询的排名往往高于输入频率较低的查询。
- Microsoft Edge 加载项站点上的自动完成功能 – Microsoft Edge 加载项站点为其用户提供了一项附加的搜索功能，该功能可动态地针对客户正在键入的查询提供可能的完成建议。自动完成算法根据以前在 Microsoft Edge 加载项站点上进行的搜索的指数基于各种因素动态地将客户的部分搜索查询进行匹配。此算法对此类结果进行排名时使用的主要参数如下：
 - 特定搜索查询的总量 – 客户在 Microsoft Edge 加载项站点上输入频率较高的搜索查询的排名往往高于输入频率较低的查询。
 - 缺少与查询相关的结果 – 以前执行的未返回任何结果的搜索查询的排名往往低于至少显示一个结果的查询。

Microsoft Store 搜索优化

Microsoft Store 编辑团队会优化所显示的与特定搜索查询关联的算法搜索结果。此类优化包括：对算法搜索结果重新排序，以及向结果中添加促销横幅和促销相关查询，如下所述。

搜索结果重新排序

Microsoft Store 编辑团队通过更改产品在搜索结果中的排名，对所显示的与特定搜索查询关联的算法搜索结果重新排序。Microsoft Store 编辑团队根据各种因素来决定是否优化特定查询，以及如何对此类查询的结果排名重新排序，这些因素的共同目的是确保向客户提供与其兴趣最切合的产品。用于确定对哪些搜索结果重新排序的主要标准以及用于对此类搜索结果的排名重新排序的主要参数包括：

- 产品购买历史数据和预测数据 — Microsoft Store 中历史或预测财务影响或销售量/其他购买量较高的产品的排名往往高于历史或预测购买量或财务影响较低的产品。
- 客户参与数据 — 在 Microsoft Store 中，客户经常查看、搜索或以其他方式表示过兴趣的产品排名往往高于客户不太感兴趣的产品。

促销相关查询

Microsoft Store 编辑团队会创建促销相关查询，这些查询显示在相关查询结果上方的搜索框下。Microsoft Store 编辑团队只会针对那些与未在 Microsoft Store 中销售的 Microsoft 第一方产品和服务直接相关的搜索查询创建促销相关查询；此类查询仅显示于在 Microsoft Store 网站上进行的搜索中。Microsoft Store 编辑团队之所以将促销相关查询限定为此类产品和服务，是因为此功能仅用于帮助其搜索的 Microsoft 产品不能在 Microsoft Store 中购买的 Microsoft Store 网站访问者。

促销横幅

Microsoft Store 编辑团队会创建促销横幅，这些横幅显示在自动建议和/或标准搜索结果空间内的一个显眼位置。促销横幅在视觉上不同于算法搜索结果，因为它们包含一个图像和文本，文本解释了客户在单击促销横幅时将找到的内容。Microsoft Store 编辑团队根据各种标准选择要在促销横幅中包含的产品，这些都是为了向客户提供与其兴趣最切合的产品并提高 Microsoft Store 的经济效益。下面是所考虑的主要参数，如果得到满足，其中每个参数都会提高产品出现在促销横幅中的可能性：

- 此产品是否是由 Microsoft 作为备案销售商直接销售的产品（例如第一方产品）

- 产品购买和使用情况的历史数据和预测数据 — Microsoft Store 中历史或预测销售量或其他形式的购买量较高的产品的排名往往高于购买量较低的产品
- 最近上市的或即将上市的产品 - 最近上市的产品排名往往高于不是最近上市的产品。
- 在公司级公告中是否提到了此产品
- 产品是否收录在全店展销中
- 产品是否收录在某个展销“选集”中 (“选集”是具有“排名靠前的免费游戏”、“最热门的应用”等相同特征的展销产品的列表；在创建展销选集和对其进行排序时，将使用下面列出的 Microsoft Store 展销排名参数)

Microsoft Store 展销

Microsoft Store 展销排名参数

Microsoft Store 编辑团队根据各种标准确定 Microsoft Store 中产品布置的突出性和位置，这些标准都是为了向客户提供与其兴趣最切合的产品，允许客户查看基于此类兴趣的产品组，并提高 Microsoft Store 的经济效益。下面阐述了用于确定产品布置的主要参数。另请注意，由于这样做会带来正面的收入影响，并且/或者客户可能对这种产品的需求较高，因此，产品放置优先权可能会提供给下列项：(1) 由战略合作伙伴销售的产品，通常包括提供独特客户价值的行业领先产品；以及 (2) Microsoft 作为“备案销售商”直接销售的产品（例如第一方产品）。

- 购买和使用情况的历史数据和预测数据 — Microsoft Store 中销售量或其他形式的购买量较高的产品的排名往往高于购买量较低的产品。
- 客户参与数据 – 在 Microsoft Store 中，客户经常查看、搜索或以其他方式表示过兴趣的产品排名往往高于客户不太感兴趣的产品。
- 客户评分 – Microsoft Store 客户给出的评分较高的产品往往比客户评分较低的产品排名更高。
- 产品更新/发布日期 – 新发布的或更新的产品往往比在较早日期发布或更新的产品排名更高。
- 是否符合 Microsoft Store 政策和行为准则 – Microsoft Store 只向客户展示那些符合 Microsoft Store 政策和行为准则的产品。
- 受众相关性 – 可能与特定受众（例如，特定位置的受众、具有特定兴趣（例如体育领域）的受众或按其他因素划分的受众（例如学生））更相关的产品的排名往往高于可能不太相关的产品。

数据共享

与 Microsoft 开发人员社区共享的数据使每位开发人员都能够了解其应用或游戏在 Microsoft Store 中的位置；深入了解消费者参与度、使用情况报告、广告效果以及交易和支出数据。Microsoft 开发人员社区还有权访问有关消费者评分、评论和反馈报告的指标，以帮助分析其应用或游戏性能。与开发人员共享的数据经过聚合和匿名处理，以保护使用者和开发人员的隐私。[此处](#)提供了 Microsoft 开发人员社区可用的各种报告的列表。开发人员可能会收到其他数据，具体取决于他们在 Microsoft Store 中的产品是应用还是游戏，包括但不限于以下各项：

应用

- 特定应用类型中的应用性能基准测试
- 订阅性能指标
- 人员统计比较
- 客户购置漏斗分析

Game

- 不同用户数基准比较
- 使用小时数基准比较
- 收入基准比较
- 购置（按渠道）基准比较

Microsoft Store 披露声明更改历史记录

2020 年 7 月 10 日 1.0 版

- 初始文档创建和发布

2021 年 4 月 13 日 1.01 版

- 新增了“数据共享”部分