

风向标业务介绍



—— 2022 ——

目录

CONTENTS

01. 什么是风向标？

02. 2022年风向标版本迭代

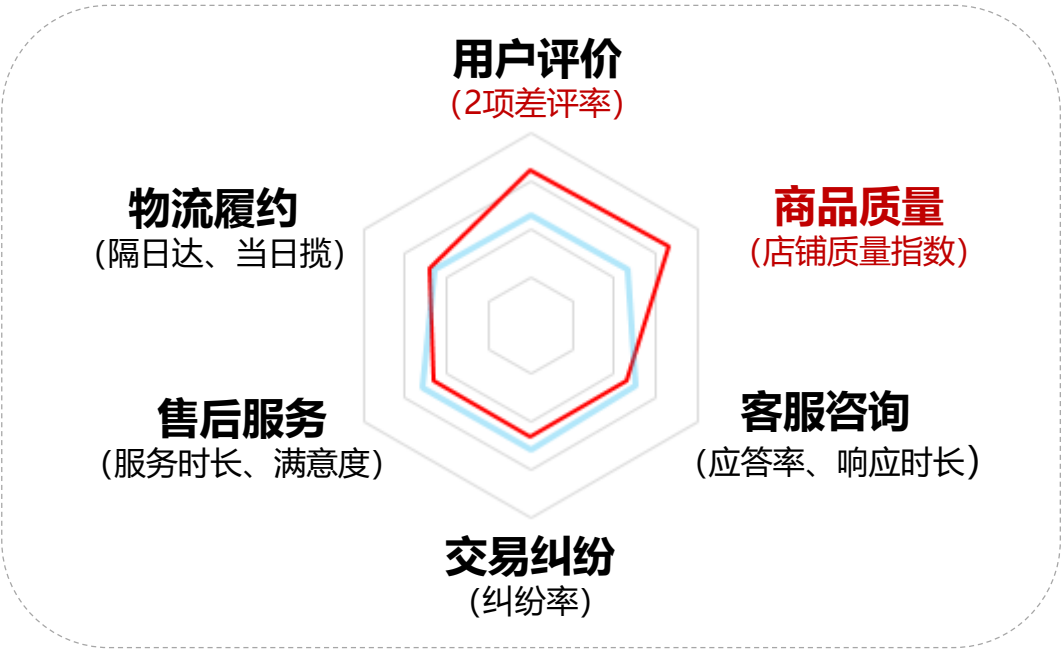
03. 如何提升风向标运营指标

京东平台服务价值主张

➤ 引领体验风向，共创服务价值，传递消费者可感知的“确定性”

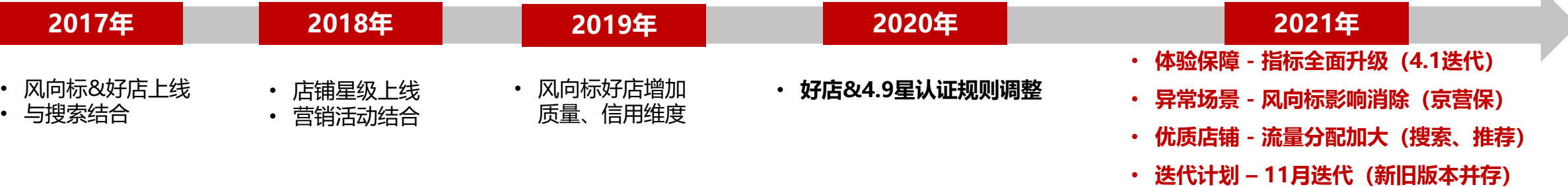
风向标：服务全链路体验评分

指标覆盖购物体验全环节，更全面反映店铺综合“信赖”价值



店铺星级/好店：消费者心智

全面甄选的优质体验店铺，为消费者提供确定性价值体验



风向标的构成

■ 风向标因子构成

风向标指标项			考核周期
风向标 2021.4.1	用户评价	商品评价差评率	前1天至前30天
		店家服务差评率	
		物流速度差评率	
	客服咨询	咚咚30s应答率	前6天至前35天
		咚咚平均响应时长	
	物流履约	当日揽收率	前3天至前32天
		隔日达订单占比	
	售后服务	退换货返修率	前1天至前30天
		售后服务时长	前1天至前90天
		退换货处理满意度	
	交易纠纷	交易纠纷率	前6天至前35天的数据
		平台介入率	
	商品质量	店铺质量指数	前3天至前33天

风向标 = 用户评价 + 客服咨询 + 物流履约 + 售后服务 + 交易纠纷 + 商品质量

■ 品类意志体现：结合类目下行业特性，对基础核心因子权重差异化配置，让排名更符合行业特性

一级类目名称	用户评价	客服咨询	物流履约	售后服务	交易纠纷
工业品	33%	33%	0%	17%	17%
宠物生活	20%	25%	20%	15%	20%
厨具	20%	20%	20%	20%	20%
医药	22%	22%	22%	22%	12%

*仅展示少部分类目，具体以风向标规则为准



风向标排名率计算方式



指标→因子→风向标排名

第一步：由指标表现计算出因子得分

第二步：由因子得分及质量指数，计算出风向标的总得分

用户评价得分*权重+客服咨询得分*权重+物流履约得分*权重+售后服务得分*权重+交易纠纷得分*权重+放心购加分+加减分项加分（或减分）=风向标的总得分

第三步：由风向标的总分计算排名率

根据店铺风向标的总分在同行业的范围内进行排名比较，计算出风向标排名率。

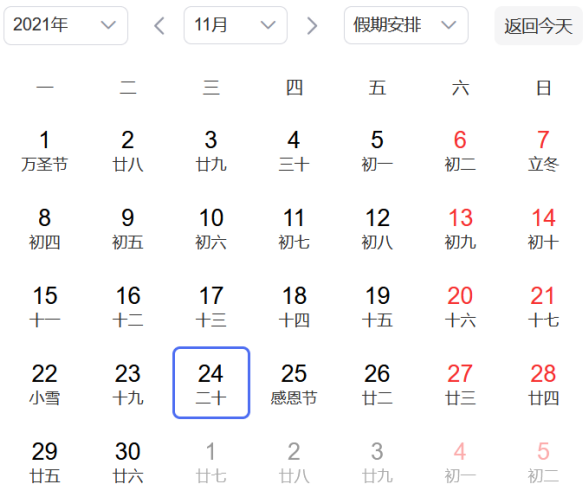
类目同行比较：

- 同行业，店铺间排名计算；（即，同主营二级类目）
- 越高越好，代表超过了N%的同行店铺；



风向标统计时间周期

■ 风向标的更新时间：每天滚动更新，店铺星级同步滚动更新。

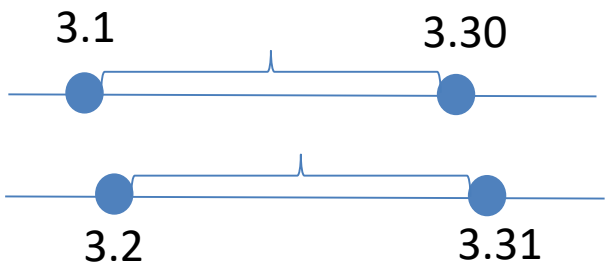


- 每日9:00以后更新，展示的数据为截止更新前一天在取数周期内的计算结果
- 例如：今天是11月24日
- 在风向标页面展示的是11月23日（包含）及在取数时间内的各数据结果

■ 指标计算周期：理解“动态数据”：每当新的一天的数据计入，就有旧的一天的数据移出，此原因会导致指标排名的变化。

咚咚30s应答率=
$$\frac{30s接待量（前5天至前34天汇总）}{咨询量（前5天至前34天汇总）}$$

时间推移示意→



风向标-京麦后台展示界面

京麦后台首页右侧



风向标后台页面



- “新京东平台风向标” 页面 (<http://yj.shop.jd.com/vane/v2/init>)
- 路径：商家后台首页-京东平台风向标-点击“查看更多” 进行查看



风向标-京麦后台展示界面

京麦后台APP端



风向标排名诊断工具



通过指标监控模块可以详细查看每个指标的表现与问题诊断

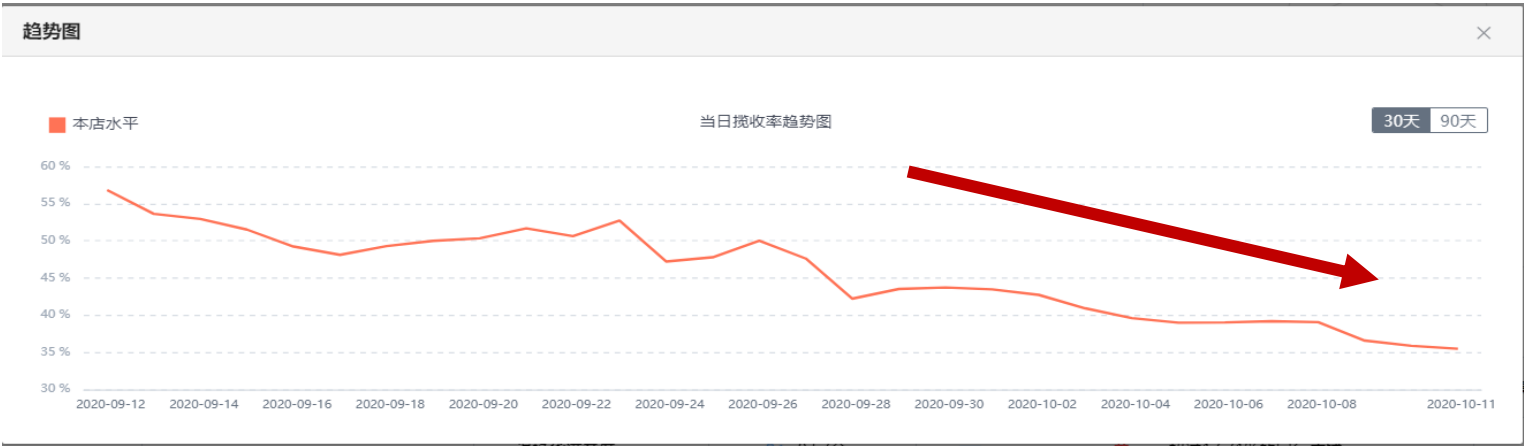


风向标-店铺诊断

符合以下任意一个条件即可认为是待提升指标项：

- ①指标项反馈为“差”的指标，这样的指标开始提升，效果最为明显
- ②指标超过同行店铺**低于50%**
- ③指标项趋势线发生骤降或趋势线走向**连续变差**

客服咨询	<div>10.23% 较昨日 0.62% ↓ / 8.44分</div> 	咚咚30s应答率	 48.16%	 超过18.12%的同行店铺
		咚咚平均响应时长	 58.52S	 超过5.88%的同行店铺
交易纠纷	<div>100% 较昨日 持平 / 10分</div> 	交易纠纷率	 0%	 <div>27.57S 22.5S 15.5S</div> <div>差 中下 中上 好</div> <div>判断行业水平</div>
		平台介入率	 0%	 <div>您已超过5.88%的同行店铺</div> <div>判断行业水平</div>
商品质量	店铺质量指数作为京东开放平台风向...	店铺质量指数	 6.99分	 超过5.34%的同行店铺



风向标的重要影响

➤ 多维度影响：

营销活动提报门槛

风向标排名需≥20%，方可报名参加营销活动。

**注：部分活动有更高门槛要求*

好店认证核心指标

京东好店认证核心指标：
所在行业中风向标≥80%

平台商家周期性考核（原店铺续签）

一级类目	二级类目	京东开放平台风向标指标		店铺质量指数指标	
		京东平台风向标考核指标 (≥)	累计不符合京东平台风向标目标的月数 (<)	店铺质量指数考核指标 (≥)	累计不符合店铺质量指数目标的月数 (<)
工业品	动力工具	3%	3	6.5	3
	化学品	3%	3	6.5	3
	个人防护	3%	3	6.5	3
	金属加工	3%	3	6.5	3
	清洁用品	3%	3	6.5	3
	手动工具	3%	3	6.5	3
	仪器仪表	3%	3	6.5	3
	公共设施	3%	3	6.5	3
	紧固密封件	3%	3	6.5	3
	气动液压	3%	3	6.5	3
	实验室用品	3%	3	6.5	3

搜索排序因子

与搜索商品排序、搜索店铺排序的因子结合；
相同条件下店铺风向标表现越好搜索排序越靠前。

店铺星级

根据商家店铺的风向标排名，在PC/APP/微信手Q/M端进行店铺星级展示，风向标表现越好所展示的店铺星级越高。

**仅展示少部分类目，具体以周期性考核规则为准*

风向标对用户端的打标透传

- ◆ 认证结果每日随风向标更新
- ◆ 4.9星：用户评价、客服咨询、物流履约、售后服务、交易纠纷，5个因子排名率均需要≥30%

店铺星级	京东平台风向标排名	用户评价排名	客服咨询排名	物流履约排名	售后服务排名	交易纠纷排名
4.9星	≥90%	≥30%	≥30%	≥30%	≥30%	≥30%
4.5星	≥70%	—	—	—	—	—
4星	≥40%	—	—	—	—	—
3.5星	≥20%	—	—	—	—	—
3星	≥3%	—	—	—	—	—
2.5星	≥0%	—	—	—	—	—
无	—	—	—	—	—	—



指标分类	指标名称	认证标准
核心指标	京东平台风向标排名	>=80%
服务产品	闪电退款	开通
经营指标	店铺上架sku数	>=10个
	近30天销售额	>=6万
	开店时长	>=90天
	近30天当日揽收率	>=90%
其他	商家层级 ②	L1~L3
	店铺状态	开启
	近30天严重违规量	0个
	近180天不当使用他人权利违规量	0个
	店铺质量指数	>=6分



风向标的影响及权益 (页面)



风向标权益



搜索排序因子 流量权益

风向标作为搜索算法重要因子影响搜索排序

全线流量调控



流量倾斜 流量权益

搜索、推荐、活动等算法根据风向标高/低进行流量倾斜

全线转化调控



店铺星级透标 转化权益

搜索-商详-店铺-订单等全流程透标, 店铺星级越高流量转化越高

全线转化调控



活动提报 流量权益

风向标已接入平台全部活动资源, 风向标越高, 可参与活动资源越多

通过营销活动门槛



进店卡片 流量权益

搜索结果页顶部进店卡片, 可获得更强曝光引流效果

风向标排名率≥40%



放心购透标 转化权益

透标放心购可前台打标, 搜索加权, 商详页重点展示, 影响流量转化

风向标排名率≥40%



玲珑设计 工具权益

每月可免费获得1-2周玲珑设计会员权益, 作图营销如虎添翼

风向标排名率≥40% [查看详情](#)



搜索腰带 流量权益

前台搜索等页面露出的官方促销腰带, 可强化商品利益点, 获得更多点击和转化

风向标排名率≥70% [查看详情](#)



风险买家限权 维权权益

商家对恶意买家行为限权管控, 帮助商家进行数据清洗及权益维护

风向标排名率≥70% [查看详情](#)



京小贷利率折扣 金融权益

可获得京小贷金融贷款折扣福利, 金融贷款更加优惠

风向标排名率≥70% [点击领取](#)

风向标版本迭代



风向标迭代

新版风向标下线物流速度差评率，退换货返修率，平台介入率三项因子，并且店铺质量指数模型简化迭代。于11月23日上线双版本页面，便于商家监测提升。

因子	指标值（旧版本）	指标值（新版本）
用户评价	商品评价差评率	
	店家服务差评率	
	物流速度差评率	下线
客服咨询	咚咚首次30秒应答率	
	咚咚平均响应时长	
物流履约	当日揽收率	
	隔日达订单占比	
售后服务	售后服务时长	
	退换货处理满意度	
	退换货返修率	下线
交易纠纷	交易纠纷率	
	平台介入率	下线
商品质量	店铺质量指数	模型迭代

一级类目	评价	咨询	物流	售后	纠纷
图书	25%	20%	25%	15%	15%
二级类目	评价	咨询	物流	售后	纠纷
大家电	20%	20%	15%	25%	20%
厨卫大电	20%	20%	20%	25%	15%
商用电器	30%	20%	15%	25%	10%
游戏/视频服务	50%	50%	0%	0%	0%
赛事改装	30%	30%	5%	15%	20%
猫狗日用	30%	20%	15%	15%	20%
水族	25%	25%	15%	15%	20%
宠物活体	20%	30%	10%	10%	30%
宠物服务	20%	20%	10%	30%	20%
手机	22%	20%	20%	20%	18%
手机配件	22%	20%	20%	20%	18%
驱蚊驱虫	10%	18%	22%	28%	22%
三级类目	评价	咨询	物流	售后	纠纷
汽车充电桩	30%	30%	5%	10%	25%
刹车卡钳	30%	30%	5%	15%	20%
轮毂	30%	30%	5%	15%	20%
隐形车衣	20%	40%	5%	20%	15%
汽车贴膜	20%	40%	5%	20%	15%
汽车改色膜	20%	40%	5%	20%	15%



风向标前端页面改造



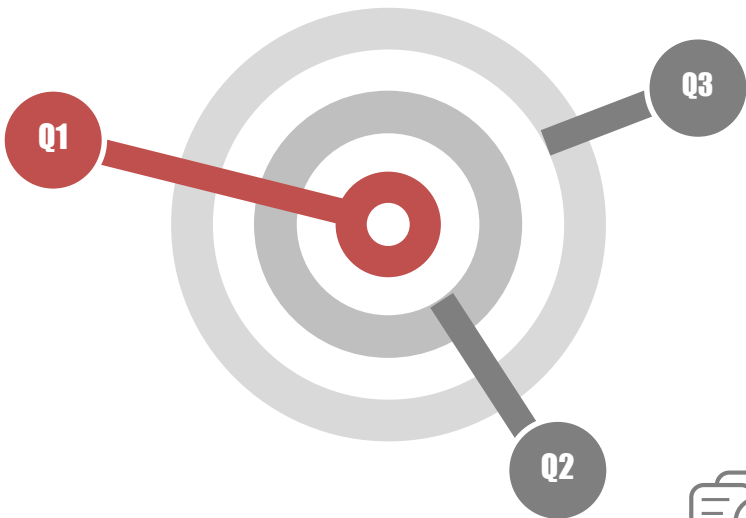
风向标排名详情

风向标迭代的优势



考核简单化

- 风向标考核指标从12项优化到9项，简化风向标产品的考核。
- 风向标考核清晰，帮助商家更好理解与运营提升



紧跟行业发展趋势

- 部分类目考核因子权重调整，以满足行业的经营特性，创建公平合理的经营环境



商家赋能

- 上线因子解读视频，帮助商家更好的理解指标定义，有针对性的提升运营指标

风向标影响因子

售后服务 ?

[视频解读 >](#)

物流履约 ?

[视频解读 >](#)

减负

发展

赋能

如何提升风向标运营指标



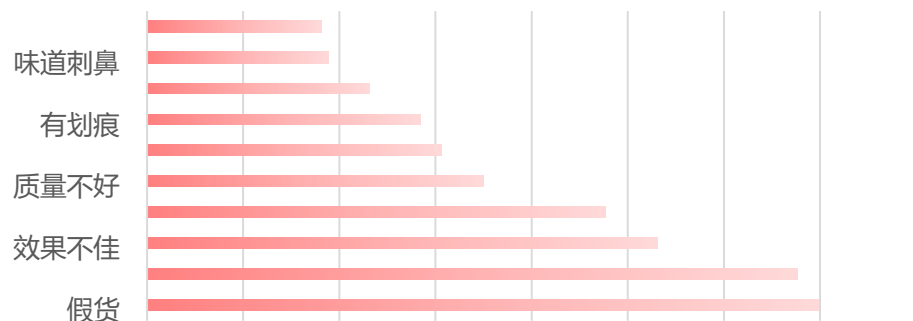
风向标因子提升-用户评价/售后服务

用户评价

➤ 降低商品评价差评率：

- ① 经分析主要问题集中在用户反馈假货和做工、效果方面，可联动品质部门加强品质把控。

商品差评TOP问题



➤ 降低店家服务差评率：

- ① 严格考核客服咨询质量，重点关注客户满意度及咨询转化率

售后服务

➤ 缩短售后服务时长：

- ① 商家可通过风向标下载中心查看服务单明细及相关字段分析数据
- ② 可借助开通工具提升指标：SA自动化平台、闪电退款、极速审核。
- ③ 待审核/处理单据每日日清
- ④ 异常单据及时跟进处理

➤ 提升退换货满意度指标：

- ① 提升商品质量。
- ② 提高售后服务质量，减少消极审核和拒绝服务单动作，提高客服人员专业度和话术训练，增加与顾客的电话主动沟通以达成一致售后意见。
- ③ 当店铺遭遇：恶意攻击、标错事件、同行恶意竞争等风险问题时，商家可通过京营保发起商家维权。

风向标因子提升-交易纠纷/店铺质量指数

➤ 降低交易纠纷率：

- ① **未收到货配送问题纠纷**，建议在客户发起取消订单申请后，第一时间联系客户共识解决方案并谨慎驳回，时效要求：工作日(9:00-18:00)商家应在3个小时内处理完毕。
- ② **未收到货退款问题纠纷**，建议在客户发起催单后，第一时间联系客户共识履约方案并按时回复催单。
- ③ **已收到货售后问题纠纷**，建议在客户发起售后服务单后，建议第一时间联系客户共识解决方案，同时请谨慎将售后服务单审核关闭、待客户确认、被商家操作客户放弃。
- ④ 积极主动联系消费者和解，建议在纠纷单日志中看到：“京东自动通知商家补充证据或和解”，主动在24H内先自查是否有问题（尤其是发现自家店铺确实有问题时），再主动联系客户和解，针对商家已与消费者和解成功的单据，消费者主动关闭纠纷单以及客服介入后确认问题已解决判责结果为“商家已和解”单据，将不计入纠纷考核指标。

➤ 提升店铺质量指数：

- ① 店铺质量指数通过近30天内店铺内售卖商品质量表现聚合而来，类目之间店铺得分会存在一定差异。
- ② 可通过品控中心关注店铺内商品的消费者反馈情况，针对性对商品质量进行改善。



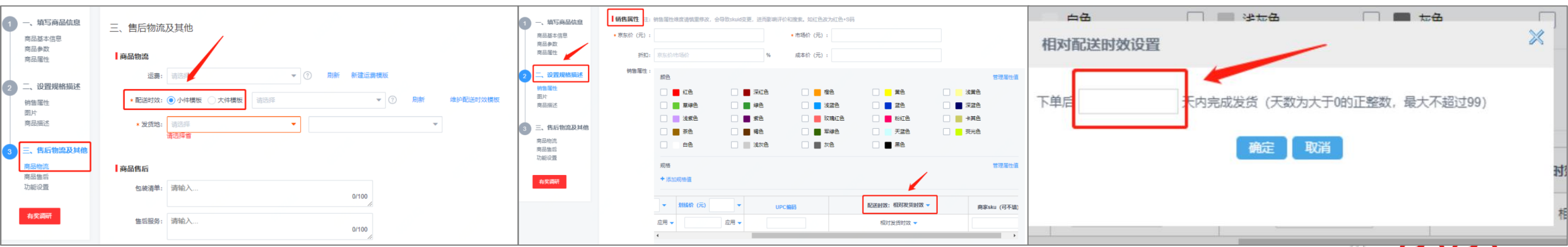
风向标因子提升-物流履约

➤ 设置Promise提高物流效率体验:

- ① 设置时效模板，准确告知消费者发货时效，提升转化率及购物体验，避免发生发货超时客诉。

➤ 如何设置?

- ① 开通 promise
- ② 设置单品（只对开放为大件类目的商品开放）
 - 1) 商家后台-在售商品管理-发布商品页面，在发布商品页面的（三）售后物流及其他，配送时效选择“大件模板”或“小件模板”
 - 2) 选择完模板回到上方设置规格描述模块-销售属性，配置改对应 sku 的相对发货时效，点击确定
 - 3) 如果该类目配置的大件时效，则在发布商品页面无需先选择配送时效，在设置规格描述模块-销售属性，配置该 sku 相对发货时效，点击确定



风向标因子提升-物流履约

➤ 时效模板批量设置方法：

- ① 商家后台-商品管理-批量设置
- ② 选择任务类型-大件时效，
- ③ 填写相对发货时效
- ④ 选择商品或者直接输入编码
- ⑤ 保存设置
- ⑥ 提示：批量设置目前只支持设置 spu 维度
- ⑦ 如何修改设置

方法一：在发布商品页面直接修改天数

方法二：在批量设置界面重新设置 spu

- ⑧ 如何删除设置

在发布商品页面直接修改天数为 0

- ⑨ 如何查询设置

查询路径：商家后台-我的配送-承诺配送时效-大件发货时效-sku 查询

操作步骤：首先选择批量类型，再次筛选商品创建批量任务，而后在任务列表里手动执行批量任务

请选择任务类型 进入任务列表

任务类型： 大件时效

相对发货时效： 10 天内完成发货(天数为大于0的正整数，最大不超过99)

请选择创建任务商品方式

☒ 根据条件筛选 ☐ 输入商品编码

请选择商品范围

京东分类： 请选择 店内分类： 请选择

商品状态： 请选择 品牌： 请选择 京东价格： 请输入 - 请输入

京东库存： 请输入 - 请输入 上架时间： 选择日期 - 选择日期

温馨提示：创建任务筛选商品为3

快速菜单

- 店铺管理
- 在售商品管理
- 店铺设置
- 我的店铺
- 商品管理
- 订单管理
- 促销推广
- 活动报名
- 仓储管理
- 我的配送
- 物流公司管理
- 设置快递单模板
- 发货地址管理
- 运费模板
- 无界电子面单服务
- 承诺配送时效

我的配送 > 承诺配送时效 > 大件发货时效

承诺配送时效 大件发货时效 大促时效设置 春节发货时效设置

商品SKU 请输入商品SKU 查询

提示：如设置天数展示为空，请重新设置该sku的发货时效，设置路径为商品管理-批量设置-大件时效。

商品SKU	商品名称	设置发货天数
表格暂无数据		

共 0 条 < 1 > 10 条/页 跳至 1 页 跳转

风向标因子提升-客服咨询

➤ 提升咚咚30S应答率:

- ① 设置咨询自动回复: 欢迎语、问题关联、商品推荐自动化工具
- ② 智能机器人答疑: 辅助人工客服自动答疑

自动回复 欢迎语+关联问题



智能机器人 自动&辅助模式



➤ 提升咚咚响应效率

- ① 灵活使用咚咚快捷工具、提效功能

快捷键: 京麦-系统设置-热 键设置



快捷短语: 咚咚工作台-聊天框-个 人/团队话术



输入法灵活运用: 自定义短语, 快捷 输出。



移动端语音输入: 移动端支持语音输入自 动转文字功能, 提高接 待效率。



代填写售后服务单: 客服可代填写服务 单, 客户确认即可 执行相应的售后流 程。



多账号接待: 同个客户端可登录 多个商家账号, 同 时接待咨询。



风向标因子提升-付费功能辅助

◆传美打印：快递打单助手，批量处理订单，提升揽收率

功能点：

支持京东无界电子面单/多店绑定打单/一店申请单号多店共享/批量打印发货/合并打印/高级筛选功能/导入表格批量查单

优势：

- 支持电子免单分享
- 支持一店打印多店订单
- 支持蓝牙打印发货

价格：

免费试用15天；
50元/月



◆旺店通：提高订单处理效率，降低物流速度差评率

功能点：

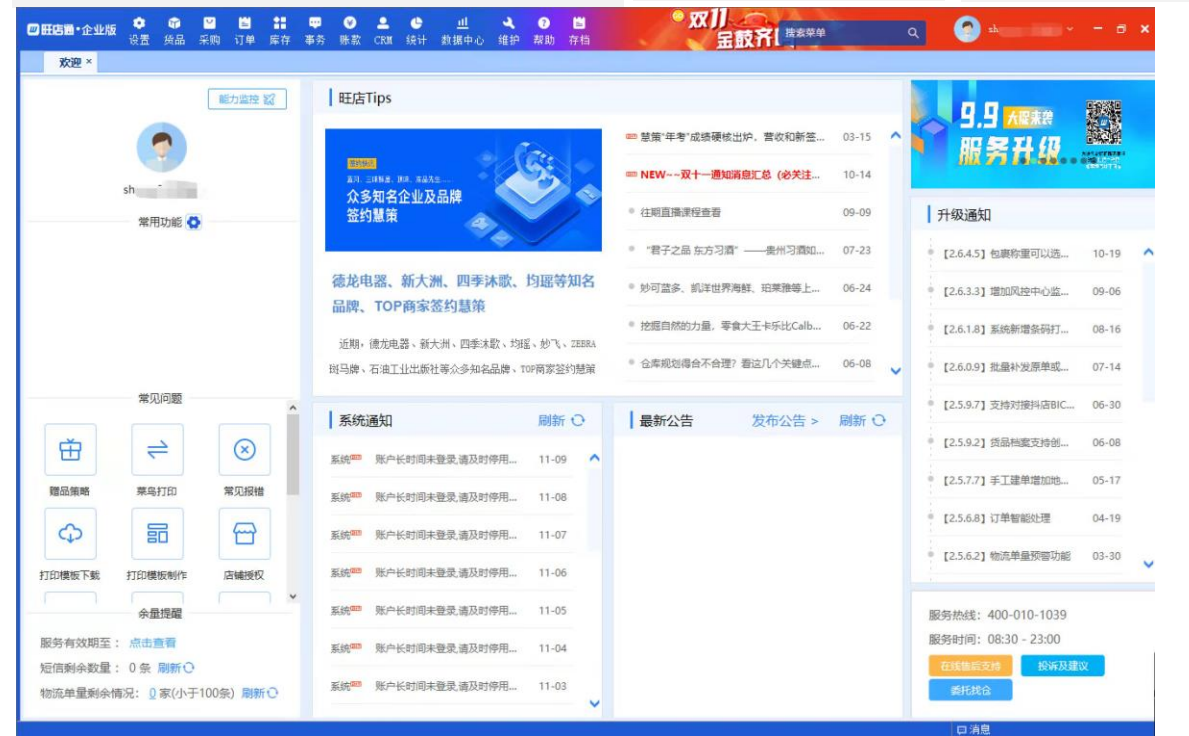
提高效率：提高订单进入系统后的处理效率
提升服务：提高订单的发货效率。
提高收入：提升客户体验，增加客户回购率
节约成本：节省订单处理占用的人工成本

优势：

- 速度快：自动化审单5200单/秒
- 数据准：数据准确率高达99%以上

价格：

可进行定制
视具体定制功能收费；



京东好店

京东好店

- 京东好店：以风向标为核心甄选的优质店铺，并给予认证打标、流量及其他权益赋能。



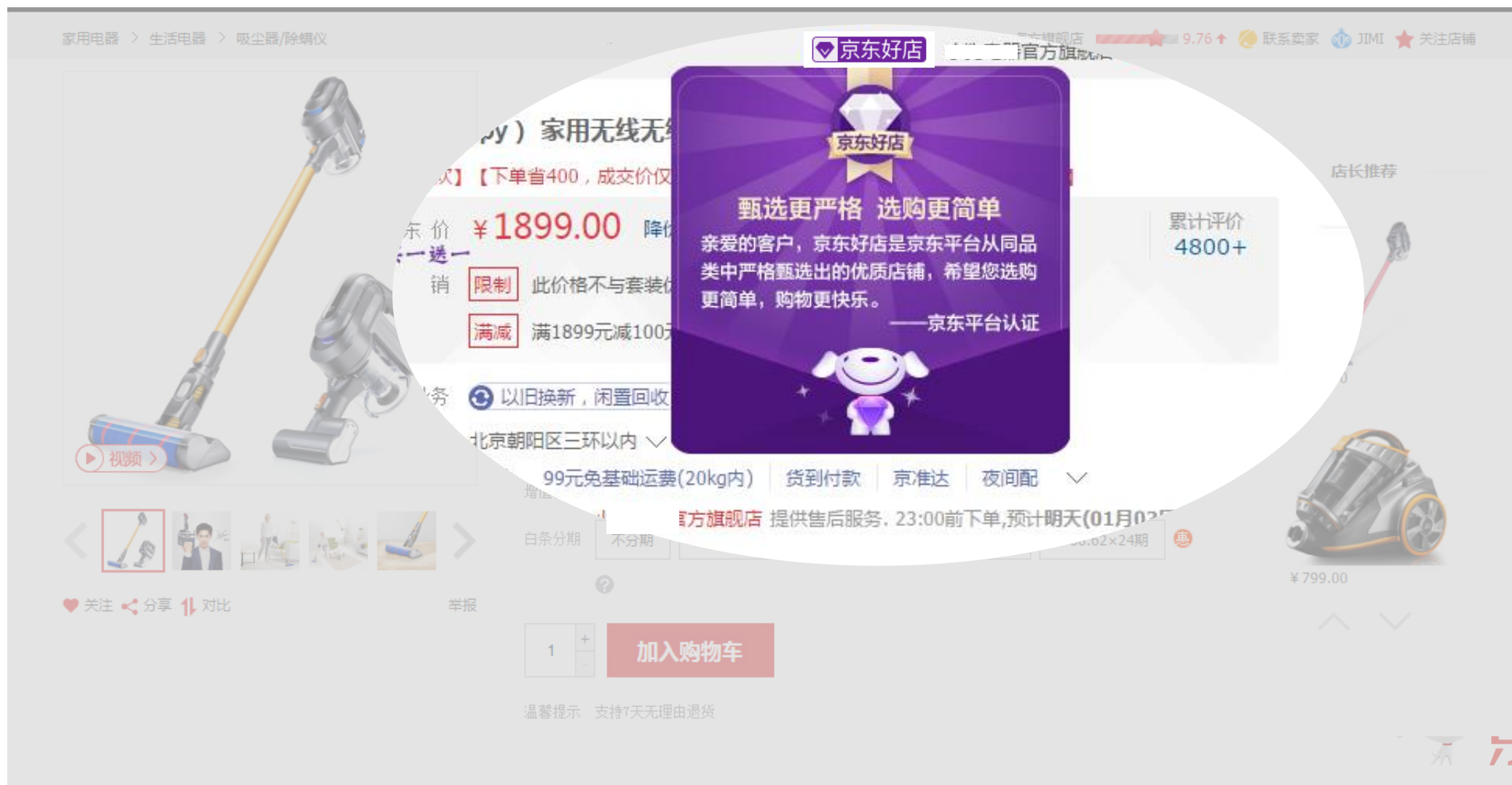
穿透于PC/APP/微信手Q/M端商详情页、店铺首页、购物车、店铺搜索、店铺关注页及逛好店等等页面。

官方 紫色 JOY
颁发 特有
可靠 可见 权威 高贵
顶级 好用 品质 闪耀
可爱 选择



京东好店-打标

➤ PC店铺首页&商详页:



京东好店-打标

➤ APP&PC, 搜索页 (广告除外)、店铺首页、商详页:



京东

京东好店-打标

➤ 订单页、结算页、消息页：



京东好店-打标

➤ 店铺收藏页、购物车、逛好店频道：



京东

京东好店-认证变化

➤ 京东好店9月变化概览



考核指标项

调整一览表

(2021.9.14生效)

京东好店认证指标调整方案						
分类	指标名称	现有标准	调整	新标准	取数时间	
服务指标	风向标排名	≥90%	降低	≥80%	不变 认证日前2天	
	风向标5项因子排名	≥30%	取消	-		
	近30天当日揽收率 (特殊类目除外)	≥50%	提高	≥90%		
服务产品	闪电退款（特殊类目除外）	无	新增	开通		
	运费险（特殊类目除外） (京东科技/京东安联，任意开通一个即可)	无	新增	开通		
	价格保护（特殊类目除外） (价保服务/价保险，任意开通一个即可)	无	新增	开通		
经营	商家层级	无	新增	L1~L3		
	近30天销售额	≥3万	提高	≥6万		
	店铺上架SKU数	≥10个	无	不变		
	开店时长	≥90天				
	近30天SPU动销率 (特殊类目除外)	≥10%				
其他	店铺资质 (店内销售特殊类目商品)	厂直旗舰店	特殊类目 部分调整			不变
	近30天严重违规量	0个	无			
	近180天不当使用他人权利	0个				
	店铺质量指数	≥6				
	商家诚信度	达标				

京东好店-认证

 **京东好店**：以风向标为核心，甄选优质店铺，给予认证打标、流量及其他权益赋能。

- **认证周期及有效期**：14天，每隔周周二认证；
- **认证范围**：POP店铺，除拼购、京东国际。
- **认证考核项及标准**：

京东好店认证指标概览 2021.9.14			
分类	指标名称	认证标准	取数时间
核心指标	风向标排名率	≥80%	认证日前2天
服务产品	闪电退款	开通	
	运费险	开通	
	价格保护	开通	
经营	商家层级	L1~L3	
	近30天销售额	≥6万	
	店铺上架SKU数	≥10个	
	开店时长	≥90天	
	近30天当日揽收率	≥90%	
	近30天SPU动销率	≥10%	
其他	近30天严重违规量	0个	认证日当天
	近180天品牌滥用违规	0个	
	店铺质量指数	≥6	
	店铺状态	开启	
	商家诚信度	达标	-



□ **查询路径**：商家后台→京东平台风向标→京东好店

京东好店-认证特殊要求

➤ 京东开放平台京东好店规则解读地址：

□ <https://rule.jd.com/rule/ruleDetail.action?ruleId=3872>

➤ 京东好店特殊要求：

(1) 店铺内出售婴幼儿奶粉、奶瓶奶嘴、婴儿尿裤、香水、面膜、底妆、乳液面霜、洁面、爽肤水、精华、瑞表、欧美表、日韩表、男士皮带、跑步鞋、篮球鞋、板鞋、运动裤、白酒、红酒、机油等三级类目下任意一件商品的，以及所有奢侈品二级类目下任意一件商品的，店铺类型为：厂商直营旗舰店，可参与认证，京东另行审核的特殊情况除外。

(2) 图书类目店铺，非旗舰店的商家，开店时长需 ≥ 180 天。

(3) 经营男装、女装、内衣、服饰配件、流行男鞋、时尚女鞋类目的店铺，店铺中在售SPU的丰富度需符合同类目店铺的平均水平，以保证消费者逛店体验。

➤ 京东好店认证的注意事项：

1. 如出现店铺资质、商品缺陷、假货、侵犯第三方知识产权、京东抽检不合格、行政机关抽检不合格、客诉发生后京东核查资质不通过等违反平台规则、合同约定情形，京东有权根据情况严重程度取消相关认证打标，且京东有权随时调整认证标准，并根据认证标准调整“京东好店”及相关标识的适用范围。
2. 如商家同时通过了通用型京东好店的认证和特色型京东好店的认证，则按照通用型京东好店认证的相关认证标准执行。



京东好店-商家端后台

➤ 查询路径：商家后台→京东平台风向标→京东好店

◆ 认证概况：

📌 京东好店

未通过

认证有效期
2021/09/28 - 2021/10/11

指标明细信息

指标分类	指标名称		认证标准	达成情况	是否通过
核心指标	京东平台风向标排名		>=80%	82.26%	通过
服务产品	商品价格保护	价保服务	任意开通一个	已开通	通过
		价保险		去开通	
经营指标	店铺上架sku数		>=10个	211个	通过
	近30天销售额		>=6万	13.34万	通过
	开店时长		>=90天	473天	通过
	近30天spu动销率		>=10%	34.14%	通过
其他	商家层级 ②		L1 ~ L3	L4	不通过
	店铺状态		开启	开启	通过
	近30天严重违规量		0个	0个	通过



京东好店-商家端后台

➤ 查询路径：商家后台→京东平台风向标→京东好店

◆ 专享权益：



好店认证标识

PC/APP/微信手Q/M端透标

[查看详情 >](#)



搜索专属加权

提高商品在搜索的排序结果

[查看详情 >](#)



频道优先露出

商品在各频道中具有优先露出的机会



好店专属频道

好店PC端专属频道

[查看详情 >](#)



微信“搜一搜”商品池

商品在“微信-发现-搜一搜”中可被搜索



京东云标签

标记异常行为，防御恶意攻击

[查看详情 >](#)



免费视频空间

每次通过认证均可免费领取



智慧供应链解决方案 ?

提供最优库存管理决策支持

[查看详情 >](#)



得客会员免费订购 ?

会员促活，销量暴涨，提升ROI

[查看详情 >](#)



京小贷专属折扣 ?

2021年4月1日
新权益上线，每月领取1次

[查看详情 >](#)



夺宝岛好店专属红包 ?

1000元专属好店红包等你来拿

[查看详情 >](#)



案例打造 店铺宣传 ?

提报店铺优秀服务案例，官方渠道宣传

[查看详情 >](#)

◆ 关注金融权益，助力大促备货。

东

The image features two white, bear-like plush mascots. They have large black eyes, a black nose, and a simple black smile. Each mascot is wearing a red cap and a red short-sleeved shirt. They are positioned in front of a bright red background that has some blurred Chinese characters at the top. The mascot in the foreground is slightly to the right and is looking towards the left. The mascot behind it is to the left and is also looking left. A white rectangular box with a thin black border is superimposed over the lower half of the image, containing the text 'THANK YOU' in white, bold, sans-serif capital letters.

THANK YOU