

商品信息数据采集规范

Specification for data acquisition of production information

（征求意见稿）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX – XX – XX 发布

XXXX – XX – XX 实施

目 次

前 言II

引 言 III

1 范围1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 代号和缩略语 1

5 商品信息数据要求 2

6 商品信息 2

参 考 文 献 6

前 言

为推进京津冀协同发展战略实施，北京市市场监督管理局、天津市市场监督管理委员会、河北省市场监督管理局共同组织制定本地方标准，在京津冀区域内适用，现予发布。

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由北京市市场监督管理局提出并归口。

本文件由北京市市场监督管理局组织实施。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

引 言

数字经济时代，零售行业转型升级的核心就是“商品数字化”。商品条码作为商品在全球自由流通的“身份证”和国际贸易的“通行证”。规范化、标准化、高质量的商品信息数据，有助于规范企业正确应用商品条码、包装信息及产品标识，提高企业和商品展示信息的可信度，保护企业自身合法权益；有助于提高品牌商和零售商运营效率，节约人力和时间成本，实现商品快速上架进行销售，营造良好的营商环境；有助于促进企业发展和品牌建立，满足面向市场的深入应用，推动实体经济与数字经济的深度融合。

商品信息数据采集规范

1 范围

本文件规定基于GS1的商品信息数据采集的采集要求和采集内容的要求。
本文件适用于基于GS1的商品信息数据采集工作。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

- GB 12904-2008 商品条码 零售商品编码与条码表示
- GB/T 37056-2018 物品编码术语
- GB/T 44899-2024 商品条码 散装和大宗商品编码与条码表示

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

商品条码 bar code for commodity

由一组规则排列的条、空及其对应代码组成,表示商品代码的条码符号,包括零售商品、储运包装商品、物流单元、参与方位置等的代码与条码标识。

[来源: GB 12904-2008, 3.1]

3.2

全球贸易项目代码 global trade item number; GTIN

用于标识贸易项目的代码,由GS1厂商识别代码、商品项目代码和校验码组成,有GTIN-14、GTIN-13、GTIN-12、GTIN-8等四种结构,须唯一分配,作为产品唯一代码。

[来源: GB/T 37056-2018, 3.3]

3.3

商品信息数据 product information data

以全球贸易项目代码为关键字,包括产品名称、品牌名称等基础信息及图片信息等,符合GS1全球数据模型定义的数据结构和规则的实体商品的数字化信息集合。

4 代号和缩略语

下列代号和缩略语适用于本文件。

GS1: 全球统一标识系统

GTIN: 全球贸易项目代码(Global Trade Item Number)

GPC: 全球产品分类(Global Product Classification)

5 商品信息数据要求

商品数据以商品条码为关键字,涵盖完整、准确的商品基础信息。在商品条码管理机构注册的系统成员,按照有关国家标准编制商品代码。商品信息数据采集的对象为含有EAN-13、ITF-14条码的商品。进行商品信息数据采集时,应确保数据的真实性、有效性和持续性。确保产品信息内容与产品实际情况保持一致,不得虚报企业定价,禁止含有欺骗、误导、夸大宣传的信息。

贸易项目的唯一标识对于全球供应链的平稳、高效运营至关重要,是业务伙伴以一致的方式交换产品信息的基础。新产品是品牌商的产品系列中目前不存在的并且在市场上是新出现的产品。如果产品是市场上的新产品,则应为其分配一个新的GTIN,用以准确地区分新产品与市场上现有的产品。

5.1 商品代码的编制原则

在对商品进行编码时,必须遵守编码唯一性、稳定性及无含义性原则。

5.1.1 唯一性原则

唯一性原则是商品编码的基本原则。相同的商品分配相同的商品代码,基本特征相同的商品视为相同的商品。不同的商品应分配不同的商品代码,基本特征不同的商品视为不同的商品。

注:通常情况下,商品的基本特征包括商品名称、商标、种类、规格、数量、包装类型等产品特征。企业可根据所在行业的产品特征以及自身的产品管理需求为产品分配唯一的商品代码。

5.1.2 无含义性原则

零售商品代码中的商品项目代码不表示与商品有关的特定信息。

5.1.3 稳定性原则

零售商品代码一旦分配,若商品的基本特征没有发生变化,就应保持不变。

5.2 需要分配新 GTIN 的场景示例

5.2.1 某生产商正在为其产品系列添加具有新功能的型号。

5.2.2 产品线加入品牌商产品系列中当前不存在的味道或香气的产品,并将成为系列产品中其他味道或香气的补充。

5.2.3 产品的包装为英语版本,生产同一产品的西班牙语版本。

5.2.4 季节性改款,品牌商期望消费者/贸易伙伴能够做出区分并订购该款产品。

5.2.5 一瓶葡萄酒的生产年份发生变化,以至于消费者认为其质量与前一年不同。

注:包括但不限于以上场景。

6 商品信息

6.1 产品身份信息

6.1.1 商品条码类型

包装指示符用于指示商品包装级别，默认为0，代表零售包装商品。

1-8用于定量非零售商品，按照相同的规格和成分（如类型、大小、质量、内容等）来生产和销售的非零售商品。通常按照件数（个、台、套等）计价销售。

9用于变量非零售商品，交易前尚未确定交易量值，交易过程中计量值变化（如重量、尺寸、数量或体积等）而其他特征保持不变的非零售商品。通常按照某基本计量单位计价，以随机量值销售。

6.1.2 商品条码

6.1.2.1 组成

商品数据的关键字，十三位的商品条码数字，由厂商识别代码(含前缀码)、商品项目代码、校验码组成，代码结构见表1。

表1 代码结构

GTIN-13	
厂商识别代码+商品项目代码	校验码
$N_{13}N_{12}N_{11}N_{10}N_9N_8N_7N_6N_5N_4N_3N_2$	N_1

注：GTIN-13前面添加1个前导位0，用于补充编码结构位数。

6.1.2.2 厂商识别代码

厂商识别代码由7位~10位数字组成，由国家物品编码管理机构负责分配和管理。厂商识别代码的前3位为前缀码，由国际物品编码组织分配给中国大陆使用。当前，已分配给中国大陆的前缀码为690~699、680~681。

6.1.2.3 商品项目代码

商品项目代码由2~5位数字组成，由厂商编制或由国家物品编码管理机构编制。

6.1.2.4 校验码

校验码为1位数字，零售商品校验码计算方法按GB 12904-2008中附录B；非零售商品校验码计算方法按GB/T 16830-2008中附录A。

6.1.3 产品分类

国际物品编码组织依据GPC标准将特征相似的商品归为一类的代码。分类按照大类、中类、小类、细类来划分，并细分为具体的商品核心属性类型和属性值。商品数据交换中，通常采用第4级，即细类。

6.1.4 产品通用名

产品在行业内约定俗成并被普遍使用的某一类产品的名称。

示例：洗衣液、牙膏、薯片。

6.1.5 品牌名称

用来区别不同厂家生产的同类产品的标识，由名称、名词、符号、象征、设计或他们的组合构成。被消费者所公认的、被商标所有者使用的、为了区别其他商品、具有显著特征的标志的名称。

- 注：品牌名称不能包含价格、宣传语等与品牌无关的内容；
- 品牌名称不能包含‘n/a’、‘na’或‘empty’等空值；
- 品牌名称不能以{、-、_、!、?、”、:、#开始；
- 品牌名称不能包含13位以上数字。

6.1.6 产品名称

为了识别和区分其他产品的名称或术语，在产品外包装上标识的名称。包括品牌、特征、名称、规格等描述信息。

- 示例：经典牌天然矿泉水500ml。
- 注：产品名称不能包含价格、宣传语等与品牌无关的内容；
- 产品名称不能包含‘n/a’、‘na’或‘empty’等空值；
- 产品名称不能以{、-、_、!、?、”、:、#开始；
- 产品名称不能包含13位以上数字。

6.1.7 产品特征

- 区分相同品牌和规格产品的最显著特征、功效、特殊风味、香味等。
- 示例：去屑、草莓味。

6.1.8 净含量

- 包装上标识的商品净含量数值，与净含量单位一起配合使用，用来标识商品包装中所含产品的重量或数量。
- 示例：350ml、280g。
- 注：数值应大于0且小于10000。

6.1.9 规格

产品的形状、体积、大小和材制等物理特性的描述，可与净含量相同。

6.1.10 产品描述

根据产品实际名称，由品牌名称、产品名称、产品特征、净含量及单位等四项结构化属性组成的详细描述组成，可更全面的表述产品情况。

6.1.11 产品状态

在产或不在产。

6.1.12 产品图片

图片格式为jpg或png格式，像素不低于800*800，大小不得超过5M；图片为正方形，背景为纯白色；主体突出，产品的图片须占图片的三分之二以上，且不能铺满，四周应有留白。

6.2 产品流通信息

6.2.1 上市日期

产品预计投放到市场的日期。

6.2.2 企业定价

产品的建议的零售的价格。

单位：人民币、美元、欧元。

6.3 产品质量信息

产品执行标准，由标准类型、标准号、年份组成。

6.4 品类属性信息

与产品分类相关,依据在产品身份信息的产品分类中的内容,关联得出该品类相关的特殊属性信息。不同品类的产品,需采集的品类属性信息各异。

示例：产品分类选择：计算机设备->计算机或视频游戏装备->计算机->个人计算机—一体机。

对应品类属性信息有CPU信息、预装操作系统、内存配置容量、独立显卡显存容量、机械硬盘总容量、固态存储容量、光驱类型、显示屏尺寸、质保时间、显卡类型、能效备案编号、能效备案型号、3C认证编号、能效标识等。

参 考 文 献

- [1] 中国物品编码中心译.GS1通用规范（第24版）[M].北京:中国标准出版社,2024.
-