

# 沃尔玛中国商品数据同步 ——GDSN实施规则GLN&GTIN

深圳市市场和质量监督管理委员会  
深圳市标准技术研究院  
2017年3月



# 内容大纲

---

- **1.商品条码管理&规则**
- **2.商品条码法律法规**
- **3.示例**

# 相关名词解释



统一组织、协调、管理我国商品条码、物品编码与自动识别技术的专门机构，隶属于国家质总局，1991年4月代表我国加入国际物品编码协会（GS1），负责推广国际通用的、开放的、跨行业的全球统一编码标识系统和供应链管理标准，向社会提供公共服务平台和标准化解决方案。



**GDSN (Global Data Synchronization Network):** 全球数据同步网络，是GS1为全球零供企业提供的商品数据共享解决方案，确保贸易各方数据及时、准确、一致。



**GLN (Global Location Number):** 用于标识供应商实体的号码，此数据同步项目中代表供应商，GS1系统中用GLN和沃尔玛系统中的供应商号(Vendor ID)互相对应。



**GTIN (Global Trade Item Number):** 用于标识商品的号码，即常说的商品条码（国内日常业务中等于沃尔玛说的UPC）。[UPC (universal product code):美国说法（美国条码管理组织UCC和欧洲条码管理组织EAN合并，通用GTIN称呼商品条码，美国用UPC码制，其他国家用EAN码制，两种码制互相兼容）。UPC和EAN两种编码，统称GTIN]



6940087911698

6940087911650

6940087911766

净重不同售  
价一样



# 标识体系——GLN & GTIN

---

- GDSN的同步中，需要对“谁”、“什么东西”都有唯一清晰的标识。
- 全球位置码（GLN）--标识“谁”，谁的东西、发给谁
  - 各参与方的法律实体、功能实体、物理实体以及网络商铺等进行唯一编码标识的代码。
- 全球贸易项目代码（GTIN）--标识“什么东西”、“哪一件东西”
  - 贸易项目提供全球唯一标识的一种代码，也称商品条码。

# 全球贸易项目代码 ( GTIN )

---

- 全球贸易项目代码 ( GTIN ) --标识 “什么东西” 、 “哪一件东西”
  - 贸易项目提供全球唯一标识的一种代码，也称商品条码。
    - 商品条码管理办法
    - GB 12904-2008 商品条码 零售商品编码与条码表示
    - GB/T 16830-2008 商品条码 储运包装商品编码与条码表示
    - GB/T 18127-2009 商品条码 物流单元编码与条码表示

# GS1标准-商品条码

---

**在GS1标准中重点应用的商品条码：**

- 1、EAN/UPC条码；**
- 2、ITF-14条码；**
- 3、UCC/EAN-128条码。**

# EAN/UPC条码

标准版



**EAN-13**

13位纯数字代码



**UPC-A**

12位纯数字代码

缩短版



**EAN-8**

8位纯数字代码



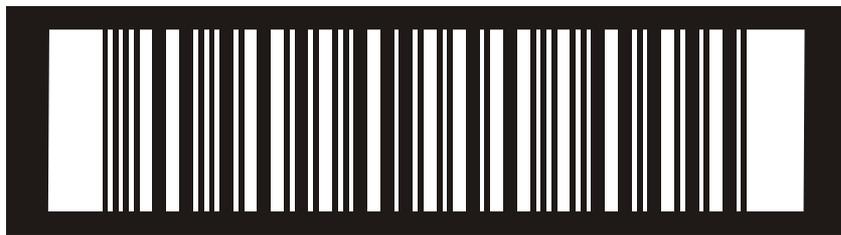
**UPCE**

**UPC-E**

8位纯数字代码

# ITF-14条码

属储运单元，只用于在非零售渠道销售、储存或运输的产品贸易项目的标识。



1 6 9 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 9

ITF-14条码由矩形保护框、左侧空白区、条码字符、右侧空白区组成。

---

## 2. 商品条码管理及规则

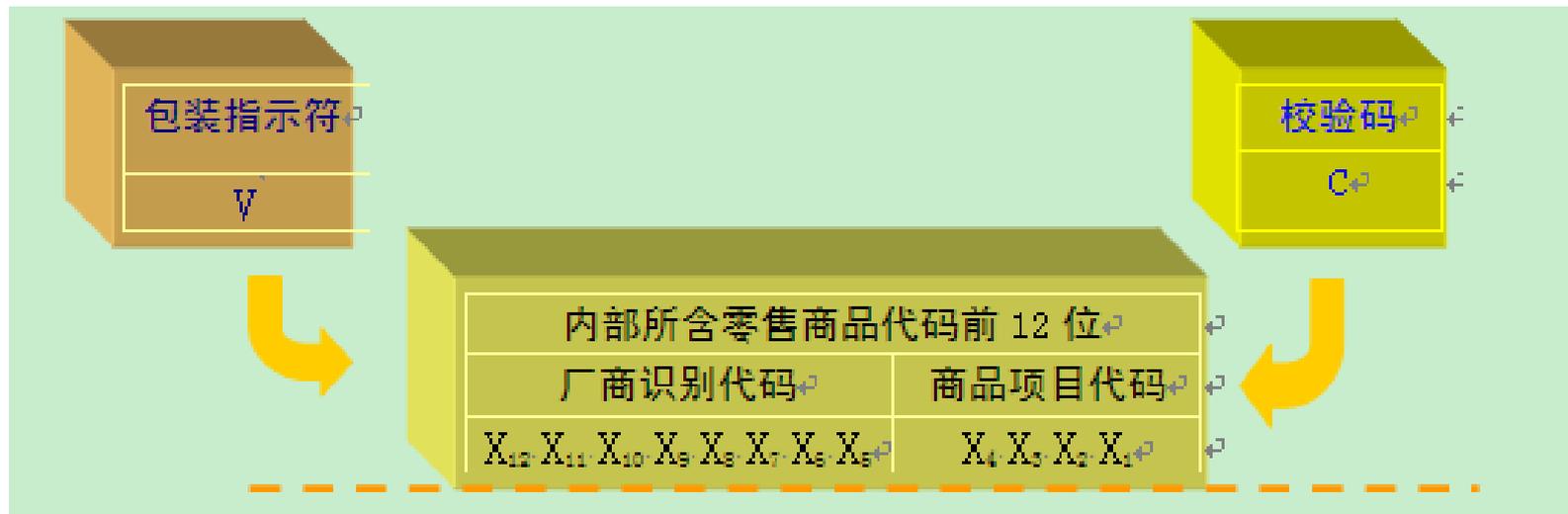
# EAN/UCC-13编码规则

## 13位代码结构（EAN/UCC-13）

由厂商识别代码、商品项目代码、校验码三部分组成的13位数字代码，其结构主要有：

结构种类	厂商识别代码	商品项目代码	校验码
结构一	$X_{13}X_{12}X_{11}X_{10}X_9X_8X_7$	$X_6X_5X_4X_3X_2$	$X_1$
结构二	$X_{13}X_{12}X_{11}X_{10}X_9X_8X_7X_6$	$X_5X_4X_3X_2$	$X_1$
结构三	$X_{13}X_{12}X_{11}X_{10}X_9X_8X_7X_6X_5$	$X_4X_3X_2$	$X_1$

# ITF-14编码规则



# 商品条码编码原则

---



# 唯一性原则

---

**唯一性原则**是GS1编码体系的基本原则，也是最重要的一项原则。

- 对同一商品项目的物品必须分配相同的物品标识代码。对不同商品项目的商品必须分配不同的商品标识代码。
- 基本特征相同的商品视为同一商品项目，基本特征不同的商品视为不同的商品项目。

# 稳定性原则

**稳定性原则**指商品标识代码一旦分配，只要商品的基本特征没有发生变化，就应保持不变。

- 即使该商品项目停止生产，其标识代码应至少在**4**年之内不能用于其他商品项目上。
- 另外即使商品已不在供应链中流通，由于要保存历史纪录，需要在数据库中**长期地保留它的标识代码**。在重新启用商品标识代码时，还需要考虑此因素。

# 无含义性原则

---

- **无含义性原则**是指商品标识代码中的每一位数字不表示任何与商品有关的特定信息。
- GS1系统中的物品编码体系中**商品项目代码没有特定的含义**。

---

# 3. 商品条码法律法规

# 总局规章

---

首次发布的《商品条码管理办法》由国家质量技术监督局于**1998年**12月1日发布施行。

现行《商品条码管理办法》由中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局于2005年5月16日审议通过自**2005年**10月1日起施行

# 概述

---

- 上位法是《质量法》《标准化法》
- 对工作机构、系统成员、印刷企业、销售者及社会其他主体的权利和义务做出了规定；
- 对商品条码注册、编码、设计及印刷、应用管理、续展、变更、注销以及相关民事、行政等法律责任做出了规定。

# 补充文件

---

**67号文：**《关于〈商品条码管理办法〉实施过程中有关问题意见的函》（质检办法函[2008] 67号）于2008年2月19日发布（现行《办法》的补充解释说明）

**113号文：**《关于商品条码有关问题的函》（质检法函[ 2006] 113号）  
2006年给安利公司的复函（冒充）

**116号文：**《关于商品条码问题的意见的函》（质检法函[ 2007 ] 116号）  
2007年给广西质量技术监督局的复函（注销）

# 地方规章

- 31个地方规章
- (省、直辖市级22个；市级9个)

• 多数为：省局主管、市县局负责、编码中心设立的分支机构开展工作。

• 其中有17个地方规定部分类别的预包装产品应使用商品条码。

• 主要涉及：食品饮料、保健品、卷烟、医药及医疗器械、日化、儿童玩具、家用电器等。

1	《广东省商品条码管理办法》	广东省人民政府96号令 (2005年3月1日起施行)
2	《深圳经济特区商品条码管理办法》	深圳市人民政府47号令 (1995年9月14日起施行)

GS1 2016<sup>1</sup>

# 强制使用商品条码的产品品种

- 《广东省商品条码管理办法》
- 第六条 在本省行政区域内生产下列预包装产品，应当在产品标识中标注商品条码：
  - （一）食品、卷烟、酒、饮料；
  - （二）药品、保健品、化妆品、医疗器械；
  - （三）日用化学品；
  - （四）儿童玩具；
  - （五）家用电器。

安全 健康 可追溯

# 技术标准

1	GB 12904-2008	商品条码 零售商品编码与条码表示
2	GB/T 14257-2009	商品条码 条码符号放置指南
3	GB/T 16828-2007	商品条码 参与方位置编码与条码表示
4	GB/T 16830-2008	商品条码 储运包装商品编码与条码表示
5	GB/T 16986-2009	商品条码 应用标识符
6	GB/T 18127-2009	商品条码 物流单元编码与条码表示
7	GB/T 18283-2008	商品条码 店内条码
8	GB/T 18348-2008	商品条码 条码符号印制质量的检验
9	GB/T 18805-2002	商品条码印刷适性试验
10	GB/T 23832-2009	商品条码 服务关系编码与条码表示
11	GB/T 23833-2009	商品条码 资产编码与条码表示

# 商品条码相关罚则

---

第三十四条 系统成员转让厂商识别代码和相应条码的，责令其改正，没收违法所得，处以3000元罚款。

第三十五条 未经核准注册使用厂商识别代码和相应商品条码的，在商品包装上使用其他条码冒充商品条码或伪造商品条码的，或者使用已经注销的厂商识别代码和相应商品条码的，责令其改正，处以30000元以下罚款。

第三十六条 经销的商品印有未经核准注册、备案或者伪造的商品条码的，责令其改正，处以10000元以下罚款。

# 商品条码的专用性、一致性、有效性

## 专用性

注册使用，不得转让

- 第十九条 系统成员对其厂商识别代码、商品代码和相应的商品条码享有专用权。
- 第二十条 系统成员不得将其厂商识别代码和相应的商品条码转让他人使用。（包括共同使用）
- 第二十一条 任何单位和个人未经核准注册不得使用厂商识别代码和相应的条码。
- 任何单位和个人不得在商品包装上使用其他条码冒充商品条码；不得伪造商品条码。（未经核准注册不得使用；不得使用其他条码冒充商品条码；不得伪造商品条码）

## 一致性

注册企业与产品质量责任人企业名称在产品包装标识上成对出现

- 在使用商品条码过程中涉及两个或两个以上的厂商：A监制或授权B生产：使用B条码；A拥有商标，B生产：使用B的条码；A委托B生产：使用A的条码

## 有效性

不能超期使用，定期续展。

- 第二十八条 厂商识别代码有效期为2年。（《商品条码管理办法》）

## 第二十五条 关于备案的规定

- 境内生产的产品可以使用境内企业自己在境外注册的商品条码，但应按规定办理备案手续。
- 境内企业受境外企业委托生产产品但不以自己名义在境内销售产品的，使用境外注册的商品条码无需备案。
  - 备案主体问题
  - 备案程序问题

---

## 4. 示例

# 编码示例

假设分给A厂的厂商识别代码为695 12345，则：



K牌 150g

69512345 0001 6



K牌 350g

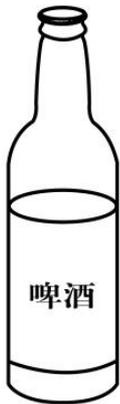
69512345 0002 3



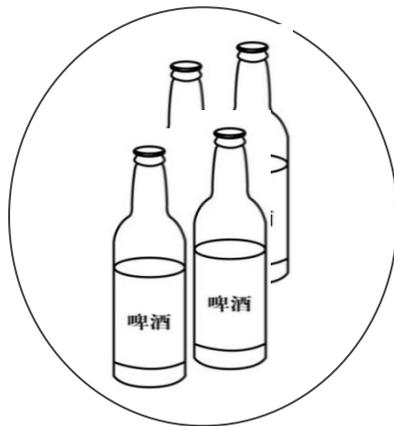
O牌 150g

69512345 0003 0

# 编码示例



P牌 啤酒



4瓶一箱包装 P牌 啤酒

69512345 0004 7

内含4瓶代码为69512345 0004 7的啤酒  
分配新号码 : 69512345 0005 4

# 编码示例

零售商品



EAN-13 6901234000047

非零售商品  
(纸箱包装)



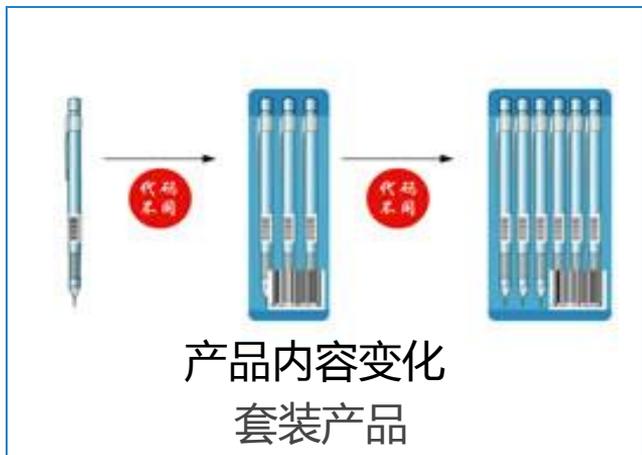
ITF-14 16901234000044或  
EAN-13 6901234000054

非零售商品  
(托盘包装)

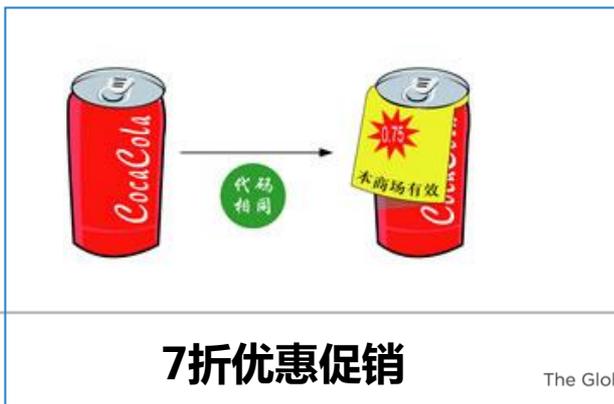


ITF-14 26901234000041或  
EAN-13 6901234000061

# 使用不同的代码



# 使用相同的代码



# 沃尔玛中国商品数据同步

## ——GDSN相关标准

中国物品编码中心 信息化部  
2017.03



# 内容大纲

---

一、总体介绍

二、关键标准

三、属性概览

# 内容大纲

---

一、总体介绍

二、关键标准

三、属性概览

# 一、总体介绍

- **国际规范**

- GS1通用规范
- GDSN产品包装测量规范
- GDSN 3.1 Trade Item Implementation Guide
- BMS GDSN Trade Item Module Library

- **国家标准和规范**

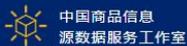
- 商品条码管理办法
- GB/T 12904-2008 商品条码 零售商品编码与条码表示
- GB/T 16830-2008 商品条码 储运包装商品编码与条码表示
- GB/T 18127-2009 商品条码 物流单元编码与条码表示



# 一、总体介绍



# 一、总体介绍



中国商品信息  
源数据服务工作室

Q 6901234034097

搜索

1165004 | 退出

## 企业信息：

源数据 中国物品编码中心权威发布

品牌所有者：  
宝洁公司

联系电话：  
0571-85221997/85229627

条码使用年限：  
21

注册日期：  
1996/02/14

## 制造商1

制造商（可复填）/进口商：  
宝洁公司

产地（可复填）/原产国：  
浙江省杭州市

生产许可证编号：  
SC12433010603177

生产企业地址（可复填）/进口企业地址：  
杭州市西湖区天目山路369号

## 商品信息



条码：  
06920267306025

名称：  
海飞丝去屑洗发水

UNSPSC分类编码：  
50112003

产品注册日期：  
1997年

品牌：

# 一、总体介绍



# 内容大纲

---

一、总体介绍

二、关键标准

三、属性解读

## 二、关键标准

---

1. 产品分类
2. 产品层级
3. 净含量
4. 产品品牌
5. 产品名称/说明
6. 测量规范
7. 图片规范

## 二、关键标准

### 1. 产品分类

GS1 Global Product Classification (GPC), 旨在帮助全球贸易参与方对产品进行科学统一分类。

层级	定义	示例
Segment (大类)	工业部门或垂直部门	美容/个人护理用品/卫生保健用品
Family (中类)	某行业的一个宽泛的划分。	护发产品
Class (小类)	由类似类别组成	头发护理产品
Brick (细类)	由类似产品组成的类别。	头发-洗发水

The screenshot displays the GS1 Global Product Classification (GPC) interface, showing a hierarchical tree structure. The tree is divided into four columns, each representing a different level of classification. The first column shows the main categories, with '美容/个人护理/卫生用品' selected. The second column shows sub-categories under '美容/个人护理/卫生用品', with '护发产品' selected. The third column shows sub-categories under '护发产品', with '头发护理产品' selected. The fourth column shows sub-categories under '头发护理产品', with '头发-洗发水' selected.

## 二、关键标准

### 2.产品层级

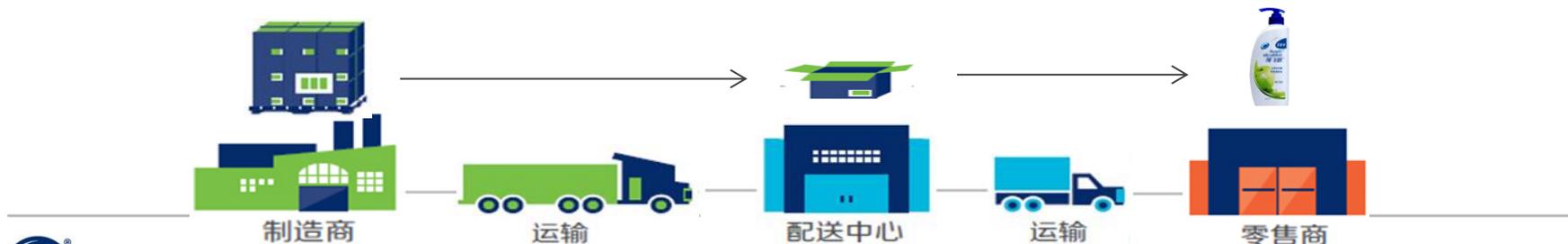
- 当贸易项目的信息在整个GDSN中传输时，整个产品的层级也被传输。



单品（EA）：产品层级中的最低层，指有条码标识的单一消费/零售单元。

中包（PK）：一般指有条码标识的内包或仓包。可能是箱和零售单元之间的物流单元，用作大仓与门店的配送。也可能是零售单元。应有条码标识。

外箱（CA）：一般指贸易项目的运输单元。可能是箱包，也可能是托盘。也需有条码标识。



## 二、关键标准

### 2.产品层级——层级应用

层级	组合情况一	组合情况二	组合情况三
层1	单品 ( EA )	单品 ( EA )	单品 ( EA )
层2	中包 ( PK )	外箱 ( CA )	单品 ( EA )
层3	外箱 ( CA )	外箱 ( CA )	单品 ( EA )

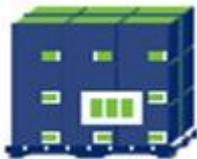
isTradeItemA BaseUnit ( 贸易项目是否基本单元 )	“是” ，指此层级为最底层。产品必须有一个最底层。
isTradeItemA ConsumerUnit ( 贸易项目是否零售单元 )	“是” ，指此贸易项目可以用于销售。
isTradeItemAn OrderableUnit ( 贸易项目是否订购单元 )	“是” ，通知对方，可以按此层级贸易项目订购。
isTradeItemA DespatchUnit ( 贸易项目是否物流单元 )	“是” ，代表此贸易项目在运输环节使用。
isTradeItemAn InvoiceUnit ( 贸易项目是否发票单元 )	“是” ，指可开票的贸易项目。
isTradeItemA VariableUnit ( 贸易项目是否变量单元 )	“是” ，指此贸易项目不是按预先固定量销售，也许可以按不同重量、体积、长度进行销售。产品例如绳、链、金属丝、地毯、地板革、面料等等。

## 二、关键标准

### 2.产品层级——层级应用

贸易项目所处层级	描述	GTIN	下一层贸易项目的贸易项目标识 (GTIN)	外箱内中包数/ 中包内装单品数
CA (外箱)	360瓶	23041090004821	13041090004824	18
PK (中包)	20瓶洗发水	13041090004824	03041090004827	20
EA (单品)	1瓶洗发水	03041090004827	×	×

外箱



GTIN : 23041090004821

18\*中包

360\*单品

中包



GTIN : 13041090004824

20\*单品

单品



GTIN : 03041090004827

## 二、关键标准

### 3.净含量

- 净含量是指包装所包含的贸易项目的总量，通常在包装标签上给予了声明。
- 例如，如果消费贸易项目，即零售贸易项目，是6包4盎司苹果酱，那么其净含量为24盎司。
- 本项目中目前只传送一个净含量值。

维生素	洗发水	雪糕
		
净含量=300	净含量=13 液体盎司 净含量=384 毫升	净含量=18 液体盎司 净含量=532 毫升 净含量=6 count

## 二、关键标准

### 4. 产品品牌

- 通过GDSN以下属性的组合，可以建立品牌关系。

属性	说明	示例
品牌所有者 ( brandOwner )	必备属性。指产品的责任人，也是产品品牌注册商标的权利人。	宝洁公司
品牌名称 ( brandName )	必备属性。指产品品牌的合法注册商标名称。	潘婷
品牌名称 ( 其他语言 ) ( languageSpecificBrandName )	非必备属性。通常企业会为同一商品注册多个语言的商标名称。因此这里支持供应商维护除了主语言外的其他语言的商标名称。	Pantene

- 为避免人工填写的错误导致数据不一致，平台通过与国家商标局的商标库连接，提供商品品牌的验证机制。建议先进行品牌验证，保障数据准确。
- 用户可以通过品牌名称模糊查询或商标注册号精确查询，得到商品品牌及品牌权利人的名称。

## 二、关键标准

### 5. 产品名称

- GDSN通过属性的组合，可以得到规范化、标准化的产品名称或产品说明。并且单个的属性又可以成为在不同系统中查找或使用的关键字。这样的描述方式支持不同应用需求，也提高了数据使用性。

属性	说明	示例
品牌名称 ( brandName )	指产品注册商标名称。	海飞丝
商品系列 ( subBrand )	指商品的系列。	男士
特征变量 ( variantDescription )	标识产品特征，包括区分相同品牌和规格产品的最显著特征，如特殊风味、香味等。	劲爽控油去屑
功能名称 ( functionalName )	指产品被设计用做的功能，也用于识别此商品的类别。	洗发露



- 产品名称：海飞丝男士劲爽控油去屑洗发露 ( 采购9个字 )
- 没有对应属性内容的，填写###。

## 二、关键标准

### 5. 产品名称——示例

**基础属性**

\* 单品条码: 06922266436277

\* 品牌名称: 海飞丝 品牌列表

\* 品牌所有者: 宝洁公司

品牌名称(其他语言): 选填, 商标英文或其他语言名称

\* 商品系列: 男士

\* 特征变量: 去屑

\* 功能名称: 洗发水

\* 产品名称: 海飞丝男士去屑洗发水

\* 净含量: 500 毫升

注册号/品牌所有者

品牌: 潘婷  
请通过商标注册或服务分类筛选品牌注册信息

注册号  商品/服务分类 化妆日用

注册号	品牌所有者
3313328	贺婷
576555	宝洁公司
972591	宝洁公司
6745978	宝洁公司
8213159	宝洁公司



- 先在产品库维护产品品牌
- 选择正确品牌所有者
- 产品名称自动组合
- 按照采购要求填写

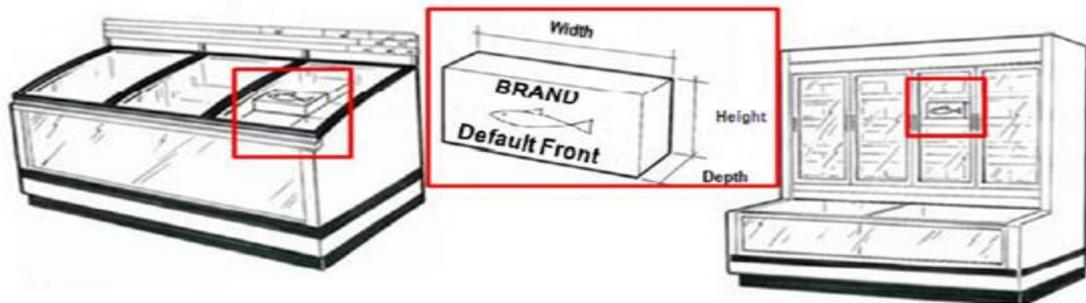
## 二、关键标准

### 6.测量规范

产品包装尺寸测量的准确性和一致性，是贸易伙伴间成功实施数据同步的关键。

- **确定产品默认正面**

- 有最大表面面积的那一面，通常是厂商向消费者展示产品的那一面，
- 也就是印有标记，如产品名称的那一面。
- **不涉及**产品的促销展示或货架摆放方位。



## 二、关键标准

### 6.测量规范

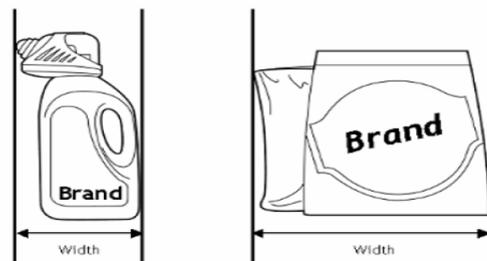
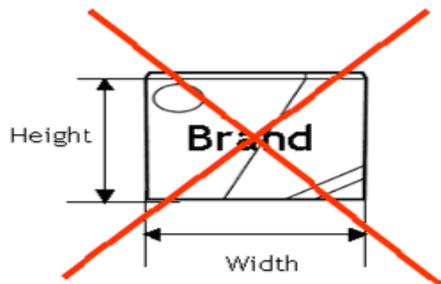
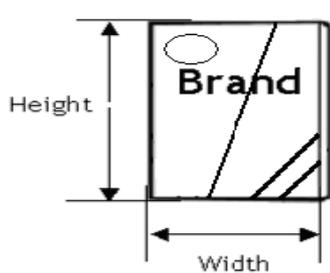
**保持水平方向**：消费者声明等文字信息应该保持水平方向，而产品的品牌或图片也许不是水平的。



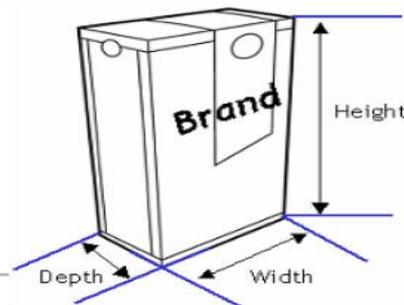
## 二、关键标准

### 6. 测量规范

**确定高宽深：**某些产品包装可能有多个表面积相同的正面，这些产品在货架上水平摆放或者垂直摆放均可。此种情况下，认为最高的那种摆放形式为默认正面。



- 高 (Height) : 由底到顶
- 宽 (Width) : 由左到右
- 深 (Depth) : 由前到后

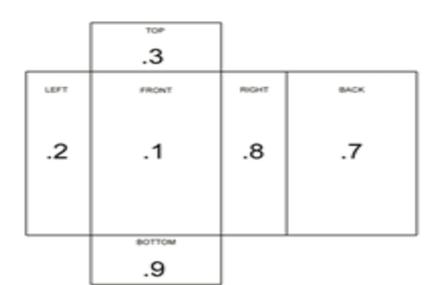


## 二、关键标准

### 7. 图片规范

- 文件命名规则
  - 前14位是商品的GTIN（必须提供），然后是对商品图片方位的标识（必须提供，如正面图为.1，顶部图为.3，左侧面图为.2）。如果相同GTIN的商品有不同的包装设计展示（不违背GTIN分配规则的前提下），用GTIN加字母A（Alternative）加以区分。

- GTIN.1 正面图
- GTIN.2 左侧图
- GTIN.3 顶部图
- GTIN.7 后面图
- GTIN.8 右侧图
- GTIN.9 底部图



0694816180602  
1.1



0694816180602  
1.2



0694816180602  
1.3



0694816180602  
1.7



0694816180602  
1.8



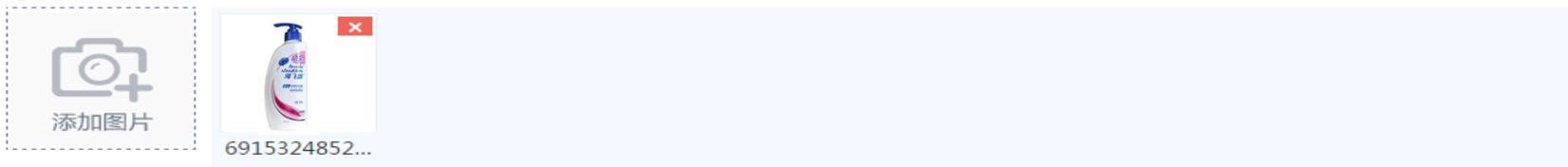
0694816180602  
1.9

## 二、关键标准

### 7. 图片规范——应用

- 平台根据GTIN规则命名，自动关联相应图片。可手动选择合适的图片发给沃尔玛。

 图片信息（根据GTIN，图片与产品信息可自动匹配）



\* 商品图

将添加的图片拖动到此区域即为商品图  
(必填, 沃尔玛要求平行正面照, 不超过2张/单品。)

细节展示图

将添加的图片拖动到此区域即为细节展示图  
(非必填, 沃尔玛要求细节展示图, 或商品说明书图片。不超过5张/单品。)

- 或者，按照精确命名，可自动匹配到相应类型的图片框中。

图片名称	含义
GTIN.1_1	第一张正面图
GTIN.1_2	第二张正面图
GTIN.0_1	第一张细节图
GTIN.0_2	第二张细节图

# 内容大纲

---

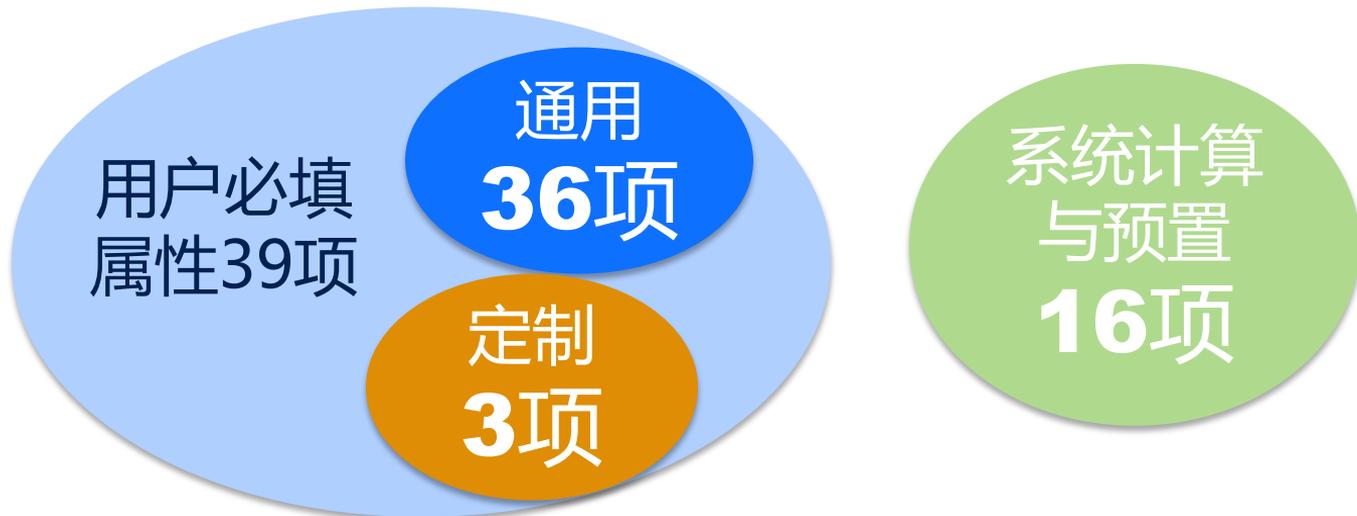
一、总体介绍

二、关键标准

三、属性概览

### 三、属性概览

采用国际标准、集合沃尔玛新品表、OIF表、新需求，进行标准化转换与优化，以支持数据的开放性应用。



# 三、属性概览

## 属性应用举例1——商品名称说明

绿色必填，紫色选填

商品名称说明						
品牌名称 brandName	品牌名称 (其他语言) languageSpecificBrand Name	商品系列 subBrand	特征变量 variantDescription	功能名称functionalName	附加描述 additionalTradeItemDescripti on	产品英文名称descriptionShort on
商品说明1/子品牌		商品说明1	商品说明1	商品说明1	功能说明	商品说明2
合法注册的商标，与包装上的一致。 最长70个字符，中文35个字。	商标英文或其他语言名称，与合法注册商标及包装上的一致。 最长70个字符，中文35个字。	产品所属系列名称，与包装上的一致。如经典、卷发等。 最长70个字符，中文35个字。	如“黄桃味”、“超静音”等，表示用来区分同类规格产品的最显著特征，通常指特殊风味、香味等。 最长35个字符，中文17个字。	如“奶粉”、“洗发液”等，表示产品被设计用做的功能，也用于识别此商品的类别。 最长35个字符，中文17个字。	其他未描述的补充信息。如“100ml洗发液+20ml润发乳的套装”，或商品功能、使用用途、卖点等相关的文字说明，如超薄机身、保修一年。 最长500个字符，中文250个字。	产品的英文名称。 最长35个字符。
卢瑟地	Rosseti	商务	双面布料	手提包		Rosseti Handbag
飘柔	Rejoice	净爽	去屑	洗发露	飘柔净爽去屑洗发露750mlX12	RJC SHM 750ml CLEAN AD BELLA
海飞丝	Head & Shoulders	致美顺泽	顺泽	洗发露	海飞丝致美顺泽头皮头发精华乳 400ml	HS COND 400ml SUPREME SMOOTH
沙宣	Vidal Sassoon	修护水养	###	洗发露	沙宣修护水养700X2+700礼盒 装	VS SH+CN (700X2+700)mlTRMT PEPAIR



# 三、属性概览

## 属性应用举例2——商品描述信息

商品描述信息						
目标市场 targetMarketCountryCode	原产国 countryCode	产地 manufactureLocation	净含量 netContent	净含量单位 measurementUnitCode	电器规格 variantDescription	商品颜色 colourDescription
	原产地(国)	产地	规格型号	规格型号/单位	规格型号	货架1/颜色
商品将上市出售的国家名称。(默认“中国”)	生产或制造商品的国家。	枚举商品的产地，如：天津/上海。第3个以上产地只用写“多”，如：天津/上海/多	包装上净含量的数字。这里只填写数字，例如“200” ml、“12”支、“1”包中的数字。	包装上净含量的单位。例如200“ml”、12“支”中的单位。 <b>(参看“代码表”中的“净含量单位代码”，该值必须与表中</b>	电器必填。如“500M”、“2.5P”、“500W”用数值来描述电器的规格，要注明相关数值与单位。单位用英文大写	商品颜色，服装必填
	中国	深圳/汕头	1	个		黑色
中国	156	广州/天津/太仓	750	毫升		见包装
中国	156	广东/天津/多	400	毫升		见包装
	中国	广东/天津/江苏	1	套		见包装



# 三、属性概览

## 属性应用举例3——单品信息

单品信息					
单品条码gtin	GDSN产品分类 (GPC)	高度height, measurementUnit	宽度width, measurementUnit	深度depth, measurementUnit	总重量/毛重 grossWeight, measurementUnitCod

GPC分类代码：10000368

高级搜索： 洗发

头发-洗发水

- 美容/个人护理/卫生用品
- 护发产品
- 头发护理产品
- 头发-洗发水



# 三、属性概览

## 属性应用举例4——中包信息



中包信息					
中包条码gtin	高度height, measurementUnit Code=CMT	宽度width, measurementUnit Code=CMT	深度depth, measurementUnit Code=CMT	总重量/毛重 grossWeight, measurementUnitCode=KGM	中包内装单品数 totalQuantityOfNextLowerLevelTradeItem
仓包条码+仓包条码核对待	仓包高度	仓包宽度	仓包深度	仓包重量	仓包内装量
<a href="#">中包上印刷的条码。(点击可生成校验位)</a>	中包高度的数值。单位为厘米，只填写数字。	中包宽度的数值。单位为厘米，只填写数字。	中包深度的数值。单位为厘米，只填写数字。	中包总重量的数值。单位为千克，只填写数字。	中包所含单品数量。
16901234567899	20	60	15	0.4	2

- 没有可不填，不要删掉列。

# 三、属性概览

## 属性应用举例5——外箱信息



外箱信息							温度信息
外箱条码gtin	高度height , measurementUnit Code=CMT	宽度width , measurementUnit Code=CMT	深度depth , measurementUnit Code=CMT	总重量/毛重 grossWeight, mea- surementUnitCod- e=KGM	外箱内中包数 totalQuantityOfN extLowerLevelTra- delItem	耐压系数crushFactor	储藏方式 temperatureType
供应商箱包条码	原包高度	原包宽度	原包深度	原包重量		耐压系数	理想温度(最低/高)+ 可接受之最低/高温度
<a href="#">外箱上印刷的条码。 (点击可生成校验位)</a>	外箱高度的数值。单 位为厘米，只填写数 字。	外箱宽度的数值。单 位为厘米，只填写数 字。	外箱深度的数值。单 位为厘米，只填写数 字。	外箱总重量的数值。 单位为千克，只填写 数字。	箱包内每层所摆放的 中包数量。若没有中 包，应填写单品数。	选择商品的可挤压程度，以代码表 示。（参看“代码表”中的“耐压 系数代码表”，该值必须与表中码 值保持一致）	选择常温、恒温、冷 藏和冷冻。（参看“ 代码表”中的“储藏 方式代码表”，该值
26901234567896	40	60	15	1.5	2	3	常温
16903148247225	23.8	22.9	37.9	10.5	12	2	常温
16903148248543	24.8	13.6	22.2	3.1	6	2	常温
16903148223731	29	34.2	36.7	11.2	4	2	常温

# 三、属性概览

## 属性应用举例6——营销信息

营销信息			
停止供货日 endAvailabilityDate Time	目标群年龄 targetConsumerAge	目标群性别 targetConsumerGender	新品上市日 consumerFirstAvailability DateTime
供应商对此商品停止供货的日期。(默认9999-12-31)	商品目标人群的年纪。最长70个字符，中文35字。	商品目标人群的性别。 <b>( 参看“代码表”中的“目标群性别代码”，该值必须与表中码值保持一致 )</b>	新品可以正式上市售卖的最早日期，即首次上市日期。(格式：2017-10-01)
			2017/1/7
			2017/6/7
			2017/8/7
			2017/6/7



# 三、属性概览

## 属性应用举例7——价格/税率

价格/税率				
外箱成本价 (元/箱) tradeItemPrice	建议零售价 (元) tradeItemPrice	进项税值 (%) dutyFeeTaxRate	销项税值 (%) dutyFeeTaxRate	型号 AdditionalTradeItemIdentification
供应商包装成本	制造商建议零售	进项税	销项税	
不含税，订购箱包的实际价格。	不含税，供应商建议的零售价格。价格若出现在包装上，要填包装上的价格。	商品目前的税收或关税税率比，0/13/17。（参看“代码表”中的“税率描述”，按照该商品所属品类的税值进行填写；若无法找到对应的品类，请填写17，最后决定权归于沃尔玛采购）	商品目前的税收或关税税率比，0/13/17。（参看“代码表”中的“税率描述”，按照该商品所属品类的税值进行填写；若无法找到对应的品类，请填写17，最后决定权归于沃尔玛采购）	供应商内部使用的商品编码。例如电器是型号。（默认为GTIN）
232	350	17	17	
0	0	17	17	82250103
0	0	17	17	82251298
0	0	17	17	82218273



# 三、属性概览

## 属性应用举例8——图片/附件



商品图片 (1) uniformResourceI dentifier	商品图片 (2) uniformResourceI dentifier	细节展示图 (1) uniformResourceI dentifier	细节展示图 (2) uniformResourceI dentifier	细节展示图 (3) uniformResourceI dentifier	细节展示图 (4) uniformResourceI dentifier	细节展示图 (5) uniformResourceI dentifier	附件 (1) uniformResourceI dentifier
请填写图片链接, 或上平台手动补充照片。必填, 沃尔玛要求平行正面照, 不超过2张/单品。单张图片最大5M。	请填写图片链接, 或上平台手动补充照片。必填, 沃尔玛要求平行正面照, 不超过2张/单品。单张图片最大5M。	请填写图片链接, 或上平台手动补充照片。非必填, 沃尔玛要求细节展示图, 或商品说明书图片。不超过5张/单品。单张图片最大5M。	其他类型文件/图片链接。如: 认证、消费者操作与储存、能效标签、非食品产品内部图片、供移动设备图片、拆包后图片、配方声明、含尺寸的产品图片等。				

- 可填写图片地址链接。
- 建议图片规则化命名, 并批量上传至平台自动匹配。
- 沃尔玛要求至少一张产品正面照片。

# 三、属性概览

## 属性应用举例9——发布专用属性

沃尔玛专用属性				供应商GLN
供应商之商品代码 vendorStockID	供应商号 vendorWM	采购ID buyerID	营销说明 tradeItemMarketingMessage	发布者GLN informationProviderOfTradeItem/gln
供应商之商品代码	供应商号		配色配码	
沃尔玛要求供应商填写的商品代码，多用于门店拣货。例如型号、UPC的后5位。	沃尔玛分配的9位数活动状态供应商号。	沃尔玛对应的采购Buyer-ID。	<b>食品</b> 填保质期。 <b>服装</b> 填写配色配码（用分号间隔每个点）。 <b>电器</b> 等fact tag要求的品类，填写fact tag要求的内容，比如产品规格，特征，保修等（用分号间隔每个点）。	单一发布者，可不填，默认为供应商的GLN。 <b>多用户发布者，必填</b> ，注明每条信息发布的供应商GLN。
STBH121	123456150	n4gao	5.1VGA色差输出。第三代MTK单芯片扫描。兼容DVD/VCD/MP3等。保修一年。	6907777400001
47228	090301020	slee150		6907777400016
48546	090301020	slee150		
23734	090301020	slee150		6907777400001



# 三、属性概览

## 属性应用举例——代码表

净含量单位代码表
英寸
个
层
公升
毫升
吨
盎司
件
磅
双
品脱
夸脱
码
组
克
千克
米
液体盎司（美国）
加仑
英尺
厘米

储藏方式代码表	举例说明
常温	如快消，非食，干货
恒温	鸡蛋、巧克力、鸡蛋、热带水果等
冷藏	酸奶、蔬菜、水果、冰鲜的鱼、肉等
冷冻	冰淇淋、包点类、冻鱼、冻肉等

耐压系数代码表	举例说明
1	“待晓箱”（可堆放在底部），如微波炉（单独使用）、吸尘器（吸尘袋）、层工鞋箱（如鞋）等
2	中等硬度箱子或软箱（不能堆放在底部），如食品、日用品
3	“待晓品”（需支持别存放），如瓷器、玻璃器皿、奶瓶、小家电（彩电等）、电吹风等

税率描述代码表	举例说明
0	图书/计生用品
13	包装大米/宠物主食/宠物零食/烹调料/盐和味精/粉面类/调味酱料/面制品/面粉/食用油
17	其他

目标群性别代码表
女性
男性
男女通用

凡表格中提示“参看代表码”的属性，均在工作表“代码表”中查询对应的值并填写。

标准可以改变工作和生活方式！