中国物品编码中心

沃尔玛中国商品数据同步
系统对接--实施指南

版本 1，2017 年 9 月

参与者

姓名	职务	参与内容	单位
毛凤明	共享与产品研发负责人	总括	中国物品编码中心
杨莹曦	GS1 标准专家	产品关键流程、标准及属性	中国物品编码中心
王雯玉	GS1 标准专家	产品属性及代码	中国物品编码中心
张文梅	GS1 培训专家	整体流程与规范	中国物品编码中心
张路杨	GS1 培训专家	测量及图片规范	中国物品编码中心
刘贺	数据支撑总监	技术及示例	中国物品编码中心
李欢乐	数据支撑	技术及示例	中国物品编码中心

版权所有© GS1

目录

1 目的 4
2 关于 GDSN 5
2.1 概述 5
2.2 标准流程 5
2.3 数据质量 6
2.4 名词解释 6
2.4.1 全球位置码（GLN） 6
2.4.2 贸易项目 6
2.4.3 全球商品贸易代码（GTIN） 6
3 产品关键标准 7
3.1 标识体系 7
3.1.1 全球位置码（GLN） 7
3.1.2 全球商品贸易代码（GTIN） 7
3.2 产品分类 7
3.3 产品层级 8
3.3.1 层级示例 8
3.3.2 层级信息示例 9
3.4 净含量 9
3.4.1 多净含量示例 9
3.5 产品品牌 10
3.5.1 建立品牌关系 10
3.5.2 品牌库及品牌验证 10
3.6 产品名称/说明 10
3.6.1 名称/说明示例 10
3.7 测量规范 11
3.7.1 长度测量 11
3.7.2 重量测量 11
3.7.3 确定产品的默认正面 12
3.7.4 确定高宽深 13
3.7.5 测量公差 14
3.8 图片规范 17
3.8.1 文件格式 17
3.8.2 背景和裁切 17
3.8.3 图片大小 17

版权所有© GS1

3.8.4 文件命名规则 18
3.8.5 图片尺寸 20
4 业务流程与功能 21
4.1 对接主数据 21
4.1.1 申请加入服务（平台注册） 21
4.1.2 获取 GLN 21
4.1.3 GLN 备案 21
4.1.4 开发与对接 21
4.2 补充零售商特殊信息 22
4.2.1 登陆平台 22
4.2.2 选择要发布的产品 22
4.2.3 补充信息 22
4.3 产品发布&跟踪 22
4.3.1 产品发布 23
4.3.2 接收确认 23
4.3.3 跟踪监控 23
4.3 数据质量管控 23
4.3.1 状态监控 23
4.3.2 状态报表 24
4.3.3 数据质量积分 24
A GLN 备案表 0
B 产品发布报表 0

版权所有© GS1

1 目的

本文档旨在帮助沃尔玛中国供应商了解如何通过与 GDSN（Global Data Synchronization Network-全球数据同步网络）系统对接，实现向沃尔玛中国提供产品数据信息。

版权所有© GS1

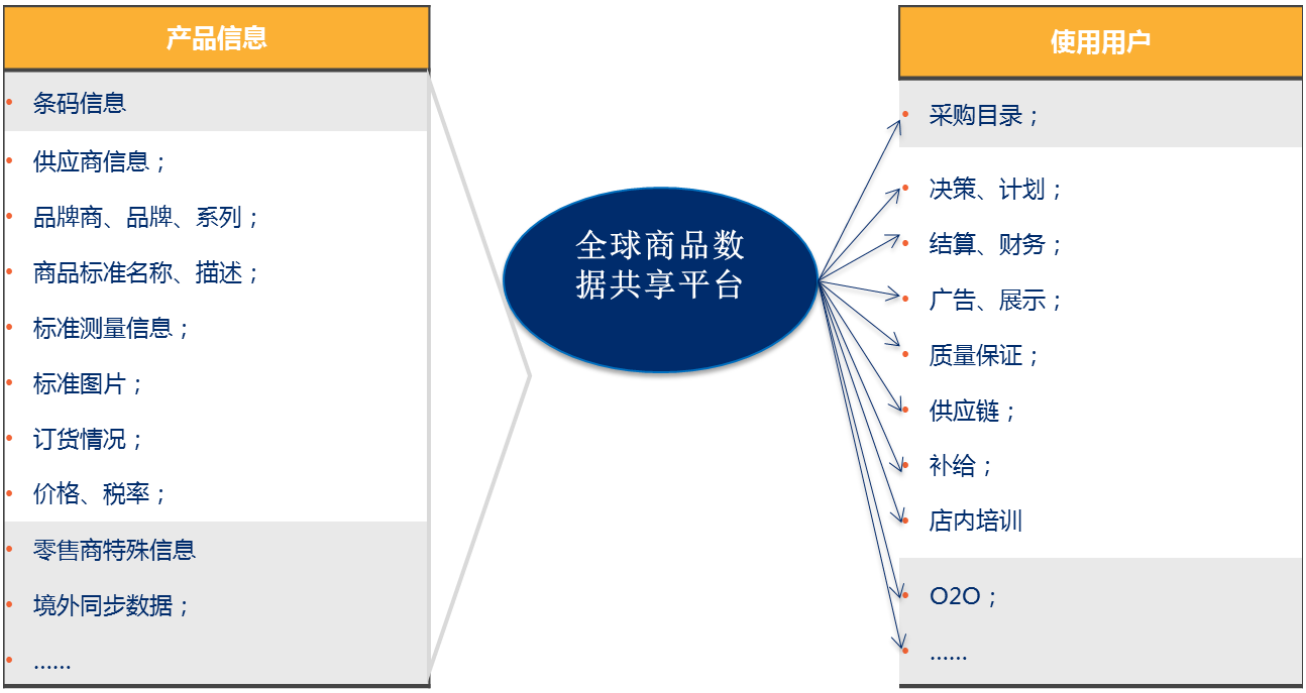
2 关于 GDSN

2.1 概述

GDSN 是可互操作的数据池和 GS1（国际物品编码协会）全球注册中心基于因特网的互连网络，它使全球各地的企业能够与它们的贸易伙伴实时交流标准化的、一致的供应链数据。它可确保贸易伙伴之间交流的数据是准确的（基于供应商提供数据），并符合通用标准。

通过中国物品编码中心提供的全球商品数据共享平台（下称“平台”），供应商可以接入 GDSN。

供应商按照全球统一的 GDSN 数据质量框架，提供产品数据，不但能够用来管理和展示自己的产品目录，更能灵活组装，为不同的使用者和业务需求提供有效支撑。实时的传输机制保障了多方的数据可以实时同步共享。



2.2 标准流程

简单的标准化流程，快速实现贸易伙伴彼此之间对商品、位置以及价格数据的同步化。

1. **加载数据：**卖方在其数据库里面登记产品和公司信息。（系统对接）
2. **请求订阅：**买方通过其自有的数据库，订阅卖方的信息。（平台查看）
3. **发布数据：**卖方的数据库会将所请求的信息发布到买方的数据库。（平台查看）

版权所有© GS1

4. **确认和通知：**买方可以通过每个公司的数据库将确认信息发送到卖方，通过该信息通知供应商关于零售商采取的行动。（平台查看）
5. **更新：**在产品的生命周期内，卖方继续对项目发布更新内容。买方应接着更新其系统，以保持项目数据同步化。（系统对接）

2.3 数据质量

优质数据是合作贸易和全球数据同步的基础。优质数据意味着所有主数据是完整、一致和准确的，具有时效性并符合行业标准。

GDSN 为全球数据质量采用了最佳实践框架。有关 GDSN 标准和实施的详细信息，请登陆 GDSN 的网站：http://gs1.org/gdsn。

2.4 名词解释

2.4.1 全球位置码（GLN）

全球位置码（GLN）是数据同步参与方身份的唯一标识代码。

2.4.2 贸易项目

贸易项目是指任意一项产品或服务，对于这些产品和服务，需要获取预先定义的信息，并且可以在供应链的任意一点进行定价、订购或开具发票。

2.4.3 全球商品贸易代码（GTIN）

全球贸易项目代码（GTIN）是数据同步中贸易项目的全球唯一标识代码，也称商品代码或商品条码。

版权所有© GS1

3 产品关键标准

3.1 标识体系

在全球商品数据同步中，每一个参与方和每一条商品属性，都有一个唯一身份标识，如此确保消息处理的准确、高效，促进信息流与实物流的有效整合。

3.1.1 全球位置码（GLN）

全球参与方位置代码（Global Location Number，GLN），简称位置码或 GLN，是对数据同步、供应链中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。

GLN 是实现数据同步的关键数据之一。

3.1.2 全球商品贸易代码（GTIN）

全球贸易项目代码（Global Trade Item Number，GTIN）是为贸易项目提供全球唯一标识的一种代码，也称商品代码或条码。对贸易项目进行编码和条码符号表示，使得商品与经营信息相结合，实现采购、订货、运输、商品货架补充、盘点、结算等自动化管理，从而建立一个更合理的商品销售结构，既能降低商品的库存，又能改善购物环境，提高顾客满意度，增加销售量。

零售商品的条码分配和标识，可参考国家标准《GB/T 12904-2008 商品条码 零售商品编码与条码表示》的内容，按照国家《商品条码管理办法》的规定进行分配：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。（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、包装类型等产品特性。）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。

储运包装商品的条码分配和标识，可以参考国标《GB/T 16830-2008 商品条码 储运包装商品编码与条码表示》。

物流单元的条码分配和标识，可以参考国标《GB/T 18127-2009 商品条码 物流单元编码与条码表示》。

3.2 产品分类

贸易项目包含一个主要的产品分类，GS1 全球产品分类（GPC）。为便于映射，它也允许附加的产品分类，例如国家或行业特有的分类。

产品分类可以帮助国际贸易方更方便的查找到某类产品。

GPC 构架提供了四层分层结构，包括 Segment（大类）、Family（中类）、Class（小类）和 Brick（细类）。每层 2 位代码，细类为 8 位代码。

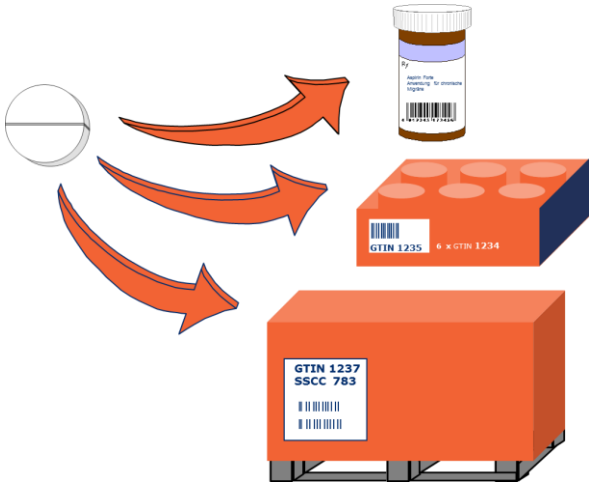
在全球同步数据网络中 GPC 细类代码是必备的。

版权所有© GS1

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

3.3 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。例如，在杂货产业，产品层次通常包括零售销售点、箱子和货盘，也可能包括其它阶段。对于供应商，一开始就可以设计自己的产品层级，以用于不同的贸易环境。分层结构以及使用条码标识，使得在产品物流链的不同层级之间建立链接。



3.3.1 层级示例

层 1	单品（EA）	单品（EA）	单品（EA）
层 2	中包（PK）		
层 3	外箱（CA）	外箱（CA）	

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。

版权所有© GS1

3.3.2 层级信息示例

GDSN 中通过几个判断值及层级描述，说明每个层次的贸易项目可以支持用于哪些业务环节。

tradeItemUnitDescriptor（贸易项目所处层级）	指明贸易项目为哪一层级，EA、PK 或 CA。
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。
isTradeItemAConsumerUnit（贸易项目是否零售单元）	“是”，指此贸易项目可以用于销售。
isTradeItemAnOrderableUnit（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。
isTradeItemADespatchUnit（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。
isTradeItemAnInvoiceUnit（贸易项目是否发票单元）	“是”，指可开票的贸易项目。
isTradeItemAVariableUnit（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。

这些属性值在 GDSN 传输时是必备的。

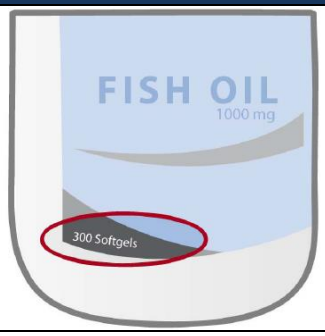
3.4 净含量

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，那么这一消费贸易项目的净含量是 24 盎司。

当消费层包装有多个净含量声明时，生产商可能能够提供全部所提供的声明。至少，如果只存在一个净含量声明，那么将传送一个净含量。

3.4.1 多净含量示例

以下部分说明了几个多净含量示例。

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

版权所有© GS1

3.5 产品品牌

3.5.1 建立品牌关系

通过 GDSN 以下属性的组合，可以标识产品的品牌信息。

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

3.5.2 品牌库及品牌验证

为避免人工填写的错误导致数据不一致，平台通过与国家工商总局的品牌库连接，提供商品品牌的验证机制。

用户可以通过品牌名称、类别或商标注册证号，验证品牌所有人的名称。

3.6 产品名称/说明

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的应用需求，也提高了数据的使用性。

3.6.1 名称/说明示例

可以通过以下属性，建立标准的产品名称或产品说明。

属性	说明	示例
品牌名称（brandName）	必备属性。指产品注册商标名称。	美年达
商品系列（subBrand）	非必备属性。指商品的系列。	果味型
商品特征（variantDescription）	必备属性，至少一个，可以添加多个。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。	橙味
功能名称（functionalName）	必备属性。指产品被设计用做的功能，也用于识别此商品的类别。	汽水

如果从产品包装来看，产品的品牌名称、商品系列、功能名称、净含量如下图所示：

版权所有© GS1

3.7 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。GDSN 提供如何测量消费者单元和非消费类贸易项目的详细规定（详见《GDSN 包装测量规则》），供贸易伙伴在 GDSN 中同步产品包装尺寸时使用，确保测量方法在全球范围内的统一。供应商可以使用任何有效的测量单位，贸易伙伴可将其转换成同一测量体系中的其他测量单位（比如毫米与厘米、磅与盎司、英寸与英尺）。另外还有一套关于使用标准公差的最佳实践和指导方针，具体参见 www.gs1.org/services/gsmp/kc/gdsn/index.html.

GDSN 中允许产品包装尺寸的测量值保留小数点后 3 位，但是具体精确程度由供应商决定。以下的舍入规则建立在最低的精度需求之上。

3.7.1 长度测量

对于长度测量，上舍入规则如下：

单位为毫米时，上舍入为整数。比如 99.3 毫米上舍入为 100 毫米。

单位为英寸时，上舍入为最邻近的 0.05 英寸。比如 2.942 英寸上调为 2.95 英寸。

若贸易伙伴间使用不同的测量体系，则先按照如下的比率转换，再进行上舍入：

- 1 英寸=25.4 毫米
- 1 毫米=0.03937 英寸

3.7.2 重量测量

GDSN 中允许产品重量的测量值保留小数点后 3 位，但是具体精确程度由供

版权所有© GS1

应商决定，并应遵守当地的法律。如果要求舍入，那么所有的重量测量值应该上舍入，以符合所要求的精确度。

转换比率如下：

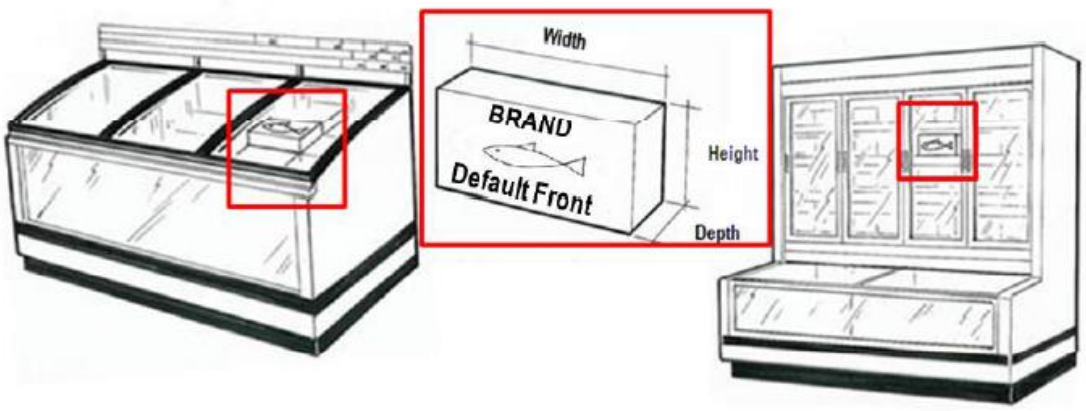
- 1.000 磅（重量）=0.454 公斤
- 1.000 公斤=2.205 磅（重量）

3.7.3 确定产品的默认正面

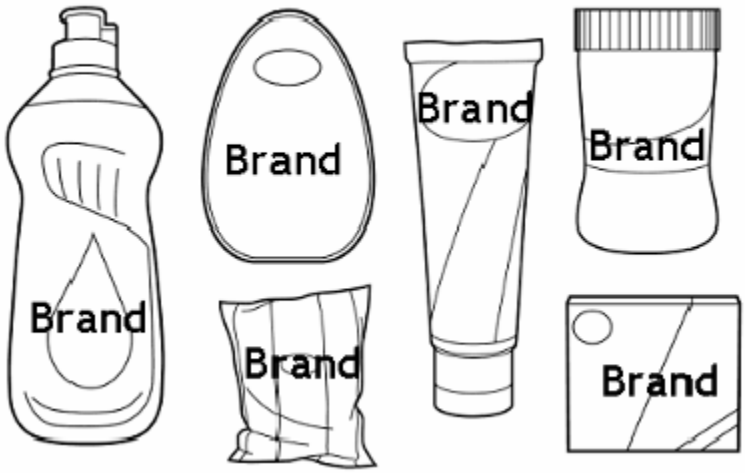
在开始测量前，应当先确定贸易项目的默认正面。默认正面应当是有最大表面面积的那一面，通常是厂商向消费者展示产品的那一面，也就是印有标记，如产品名称的那一面。

重要提示：确定默认正面是为了提供对产品包装一致、可重复的测量过程，不涉及产品的促销展示或货架摆放方位，图示如下：

默认正面与货架方位无关（下图）

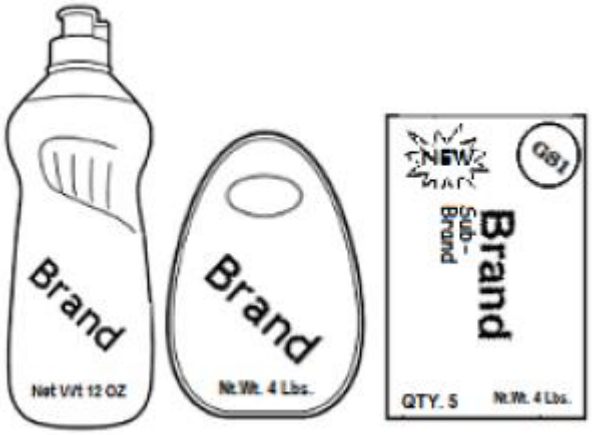


确定产品的默认正面（下图）



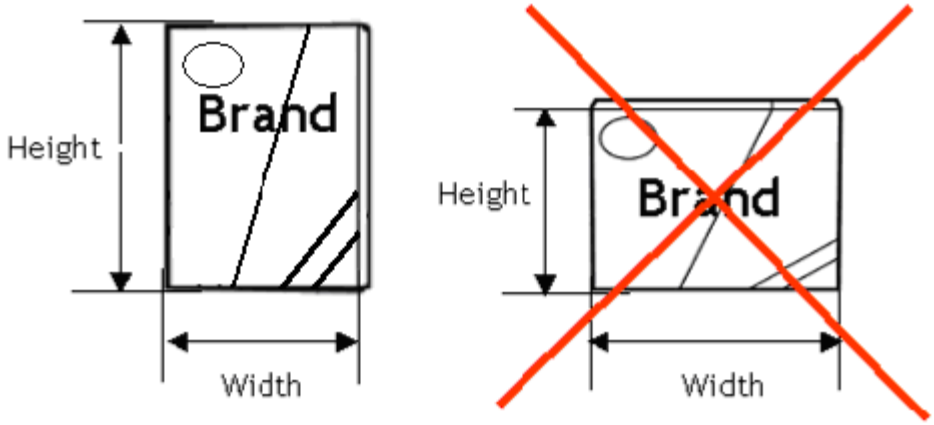
当确定默认正面时，消费者声明等文字信息应该保持水平方向，而产品的品牌或图片也许不是水平的。

文字信息保持水平方向（下图）



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。

在有多个相同表面积正面的情况下确定默认正面（下图）



3.7.4 确定高宽深

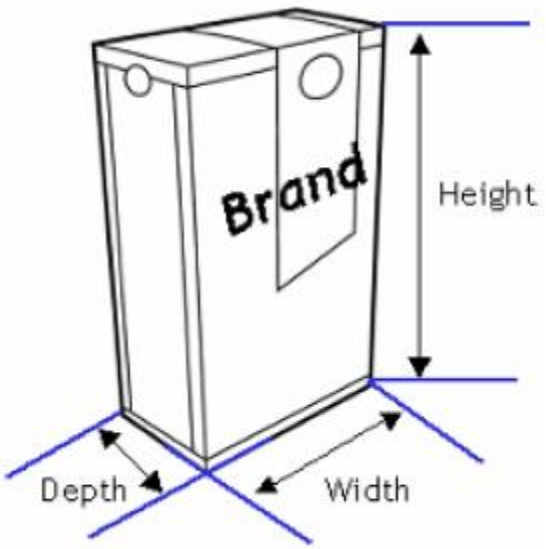
在确定了贸易项目的默认正面后，才能够确认它的高、宽、深。

面对默认正面：

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

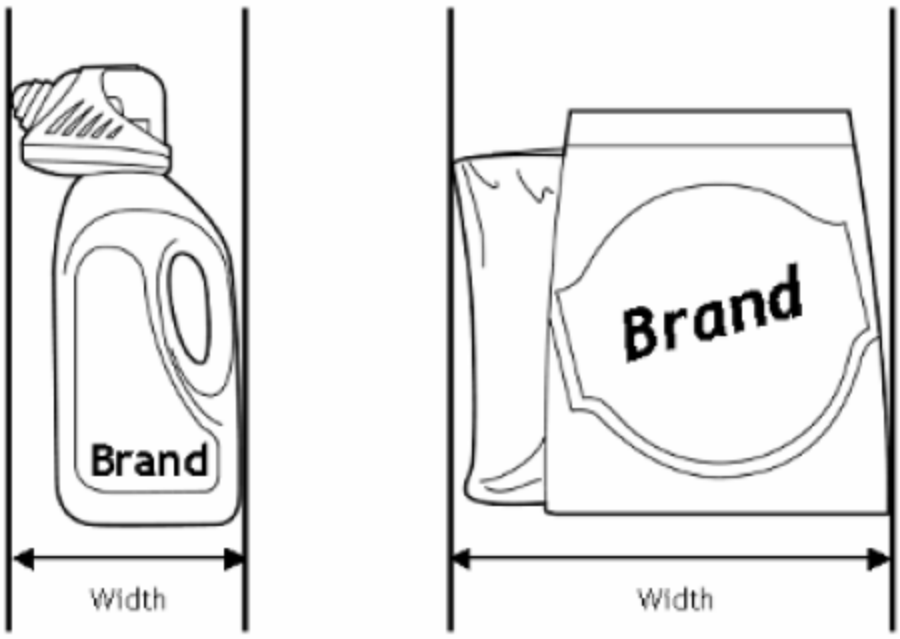
版权所有© GS1

贸易项目的高、宽、深（下图）



当制造商将外露式产品作为其表面积的一部分出售给消费者时，产品包装上的切口不影响对默认包装正面的确定。

总是测量最大的距离（下图）



3.7.5 测量公差

由相同 GTIN 编码标识的各类产品由于制造过程、处理方法、环境以及其他因素的影响，因而在总重量和线性尺寸上存在与生俱来的差异。标准公差被定义为针对某一 GTIN 产品所规定的（经校准）总重量和线性尺寸与测量值（实际）之间可允许的差值。

版权所有© GS1

标准公差作为参考，实际需按照零售商要求执行。

非零售单元的公差如下表所示：

非零售单元的公差（外箱单元）					
外包装类型	内包装类型	说明	举例	尺寸	公差（+/-）
瓦楞纸箱包装	硬纸盒或纸板箱	全封闭的瓦楞纸箱，内含内盒	谷物、游戏机、拼图、汉堡&奶酪、美容纸巾、宠物食品	深度/长度 宽度 高度 净重	4.0% 4.0% 4.0% 4.0%
瓦楞纸箱包装	金属罐/玻璃瓶	全封闭的瓦楞纸箱，内含瓶罐	蔬菜、水果、喷雾剂、宠物食品、牛排酱汁及调味品	深度/长度 宽度 高度 净重	4.0% 4.0% 4.0% 4.0%
瓦楞纸箱包装	硬塑料容器	全封闭的瓦楞纸箱，内含硬塑料容器	洗发剂、洗衣剂、贝类、婴儿湿巾、沙拉酱、水、蛋黄酱、番茄酱、饮料、汤类、豆类、狗粮、洗涤灵、清洁产品	深度/长度 宽度 高度 净重	4.0% 4.0% 4.0% 4.0%
塑料包装	金属罐/玻璃瓶	透明塑料包装的瓶罐，有或没有底盘	水、蛋黄酱、番茄酱、饮料、汤类、豆类、狗粮、洗涤灵、清洁产品	深度/长度 宽度 高度 净重	4.0% 4.0% 4.0% 4.0%
塑料包装	硬塑料容器	透明塑料包装的硬塑料容器，有或没有底盘	蔬菜、水果、喷雾剂、宠物食品、	深度/长度 宽度 高度 净重	4.0% 4.0% 4.0% 4.0%
软塑料包装	软包装	软塑料包装的柔软纸制品	卫生纸、纸巾、小毛巾、婴儿护理纸巾、纸杯/塑料杯、纸盘/塑料盘、餐巾纸	深度/长度 宽度 高度 净重	5.0% 5.0% 5.0% 9.0%
收缩包装	软包装	透明塑料包装，有或没有底盘	宠物食品、木炭、面粉	深度/长度 宽度 高度 净重	10.0% 10.0% 10.0% 4.0%
瓦楞纸箱包装	软包装	全封闭的瓦楞纸箱，内装软包装	袋装糖果、奶酪块、袋装零食、袋装咖啡、饼干、纸杯	深度/长度 宽度 高度 净重	4.0% 4.0% 4.0% 4.0%

版权所有© GS1

非零售单元的公差（外箱单元）					
外包装类型	内包装类型	说明	举例	尺寸	公差（+/-）
包装在瓦楞箱中的冷冻商品（参照事例栏中注释）	混合型内包装，包括：软包装、硬包装和瓶装	各类包装下的各种冷冻商品	冰淇淋、冷冻餐、油炸食品、海鲜、蔬菜、水果、披萨、冰棒 注意：冷冻软包装商品在包装后将会收缩。适用于上述尺寸的可变公差。	深度/长度 宽度 高度 总重量	5.0% (min.25”,7mm) 5.0% (min.25”,7mm) 5.0% (min.25”,7mm) 6.0% (min.2Ib,1Kg)

零售单元的公差如下表所示：

零售单元的公差（货架单元）				
包装类型	说明	举例	尺寸	公差（+/-）
纸盒	封闭纸盒或厚纸板盒	谷物、游戏机、拼图、汉堡&奶酪、美容纸巾、宠物食品	深度 宽度 高度	0.25 in (7mm) 0.25 in (7mm) 0.25 in (7mm)
瓶/罐	硬的金属罐/玻璃瓶	蔬菜、水果、喷雾剂、宠物食品、牛排酱汁及调味品	深度 宽度 高度	0.25 in (7mm) 0.25 in (7mm) 0.25 in (7mm)
塑料容器	硬塑料瓶或者塑料容器	水、沙拉酱、蛋黄酱、番茄酱、饮料、汤类、豆类、清洁剂、母贝、婴儿护理纸巾、清洁产品	深度 宽度 高度	0.25 in (7mm) 0.25 in (7mm) 0.25 in (7mm)
软塑料包装	软塑料包装的柔软纸制品	卫生纸、纸巾、小毛巾、婴儿护理纸巾、纸杯/塑盘、餐巾纸	深度 宽度 高度	0.50 in (13mm) 0.50 in (13mm) 0.50 in (13mm)
软包装（紧绷或松散的）	软包装包括： 1、无角成型、填满、密封的包装。 2、直立的小包。 3、尺寸和形状由内装物决定的包装 4、角袋或方底袋	薯条、饮料罐、条状糖果、饼干、面包、一次性纸杯、宠物食品、猫砂、木炭、零食、面粉、烘烤用品	深度 宽度 高度	0.75 in (20mm) 0.75 in (20mm) 0.75 in (20mm)
大型软包	净含量必须要多于	宠物食品、木炭、	深度	1.25 in (32mm)

版权所有© GS1

零售单元的公差（货架单元）				
包装类型	**说明**	**举例**	**尺寸**	**公差（+/-）**
装	15 磅（6.8 千克）	猫砂	宽度 高度 净重	1.25 in (32mm) 1.25 in (32mm) 4.0 %
小的硬包装商品，尺寸等于或小于 2.5 英寸/64mm，且重量不超过 2 磅/0.9 公斤	罐子或玻璃容器、封闭纸盒、厚纸板盒、硬塑料、硬纸卡片、蛤壳形食品盒 **注意：不包含软包装**	化妆品、笔、记号笔、工艺品、胶水、零食、糖果、玩具	深度 宽度 高度	0.125 in (4mm) 0.125 in (4mm) 0.125 in (4mm)

3.8 图片规范

为了规范产品相关图片的存储，GDSN 建立了图片规范，使贸易过程中数字图像的使用更加一致和便利。

生产的所有包装规则的产品，在消费单元上一般都会有 6 个面的图片，至少也会有 3 个面：正面图，顶部图和左侧面图。没有规则包装的产品，例如锤子，至少也要有 3 个不同面的图片。另外，条件允许的情况下，包装内部的正面图片也是应该提供的。

3.8.1 文件格式

文件格式需遵循以下规则：72ppi-150ppi

- JPEG，图片压缩级别必须是 10 或以上
- PNG，（必须兼容 alpha 通道）

备注：JPEG 格式图片不兼容 alpha 通道。

3.8.2 背景和裁切

产品轮廓图的背景必须是透明的，而且所有产品的图片必须按照产品的边缘线进行裁切。产品的附属配件不出现在产品的主图片上。

- 盒装产品图片要以白色背景进行边缘剪裁和表示。
- 硬角盒包装的产品，图片背景图被裁切为没有 alpha 通道格式的，必须保存到非透明图层上。
- 圆形或不规则形状产品也可以按产品边缘剪裁置于白色背景上。

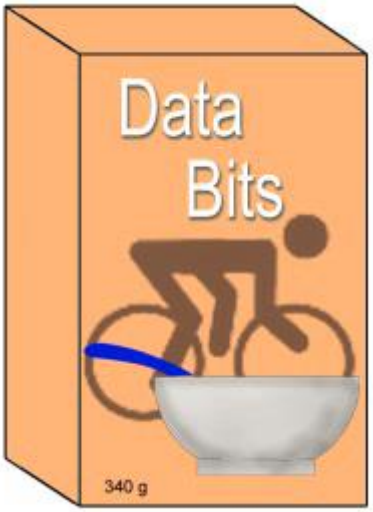
3.8.3 图片大小

货架展示产品图片的大小至少要达到 20KB。

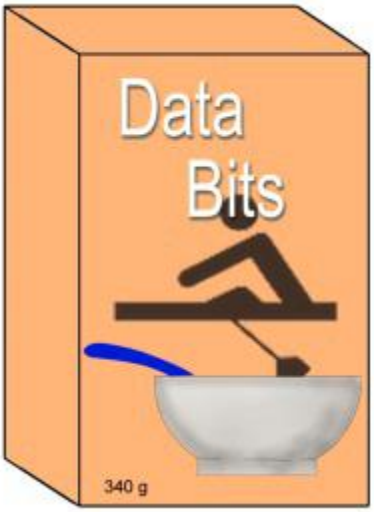
版权所有© GS1

3.8.4 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。



07541230123457.1

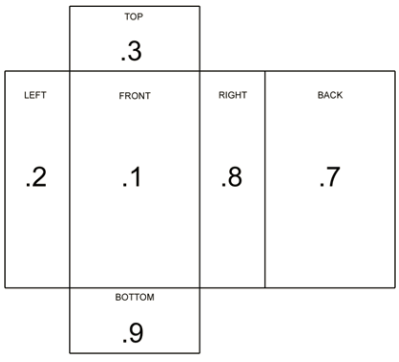


07541230123457A.1

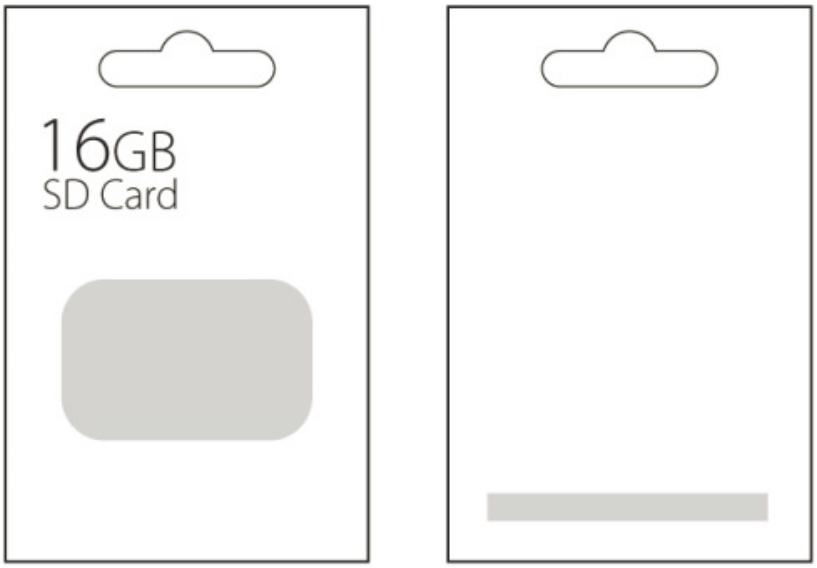
标准图片命名规则：

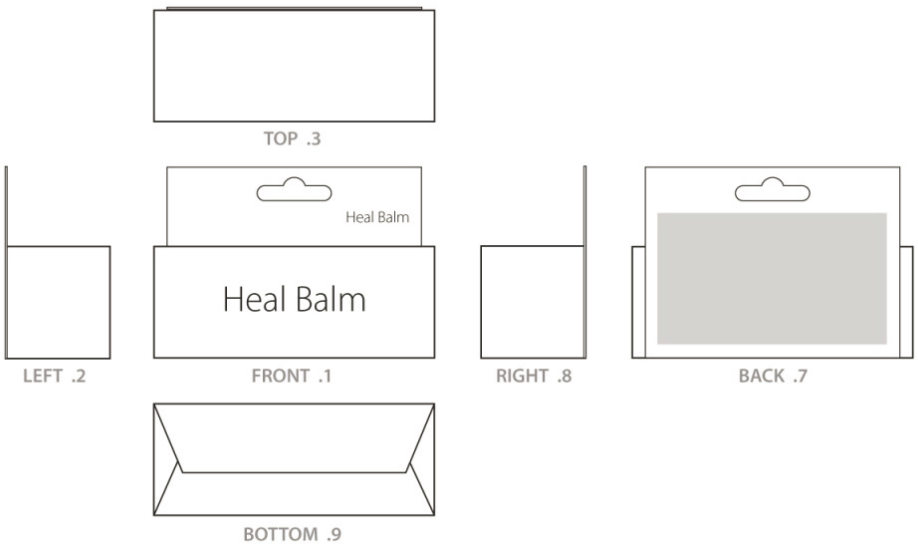
- GTIN.1 前面图
- GTIN.2 左侧图
- GTIN.3 顶部图
- GTIN.7 后面图
- GTIN.8 右侧图
- GTIN.9 底部图

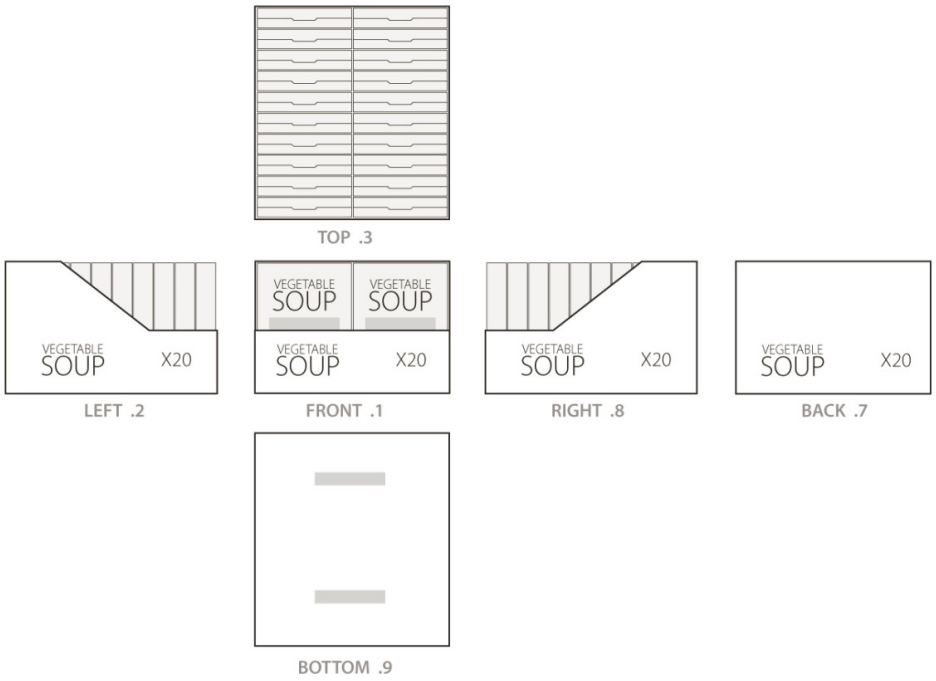
包装视角图片位置：



版权所有© GS1


16GB
SD Card
FRONT .1
Back .7


TOP .3
Heal Balm
Heal Balm
LEFT .2
FRONT .1
RIGHT .8
BACK .7
BOTTOM .9



3.8.5 图片尺寸

■ 标准分辨率

最小图片大小为 900 像素（75mm，3.0in）

最大图片大小为 2400 像素（200mm，8.0in）

图片大小是宽高比为 1:1 的正方形（例如：900 像素*900 像素）

文件分辨率：300ppi

■ 高分辨率

最小图片大小为 2401 像素（75mm，3.0in）

最大图片大小为 4800 像素（200mm，8.0in）

图片大小是宽高比为 1:1 的正方形（例如：3000 像素*3000 像素）

文件分辨率：300ppi

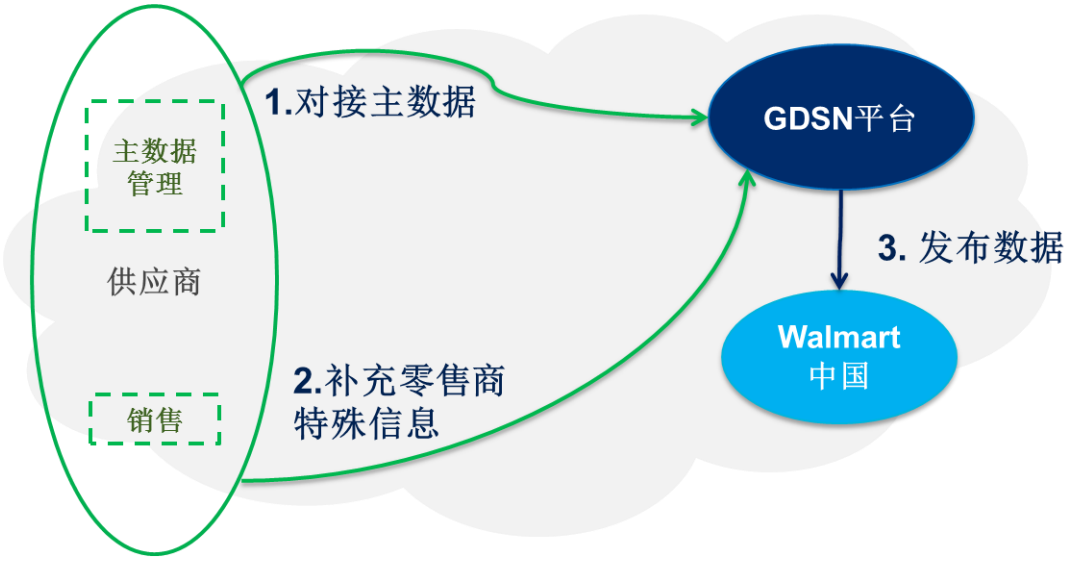
3.86 特殊命名规则

当某方位图有多张时，用“_”加数字连接。

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

版权所有© GS1

4 业务流程与功能



供应商通过简单的 3 步操作即可通过 GDSN 与沃尔玛中国完成系统对接：

- 对接主数据
- 补充零售商特殊信息
- 产品发布&跟踪

4.1 对接主数据

供应商通过系统对接，完成基础主数据的同步。

4.1.1 申请加入服务（平台注册）

供应商通过联系全球商品数据共享平台，在平台注册，申请加入服务。

平台地址为：http://b2b.gds.org.cn/

4.1.2 获取 GLN

由全球商品数据共享平台分配，获得全球位置码（GLN）。

4.1.3 GLN 备案

从平台导出 GLN 登记表（见附录 A）到沃尔玛中国备案供应商信息。

注：1. 此步骤需要供应商通过向采购发送 email 的方式完成。

2. 需要在“附加信息中”补充在沃尔玛的 6 位供应商号（V6）。

4.1.4 开发与对接

供应商根据商品数据的标准，完成符合数据池标准的商品主数据信息，与全球商品数据共享平台可以完成数据对接。（属性清单请另见附录“GDSN 系统对接属性清单”）

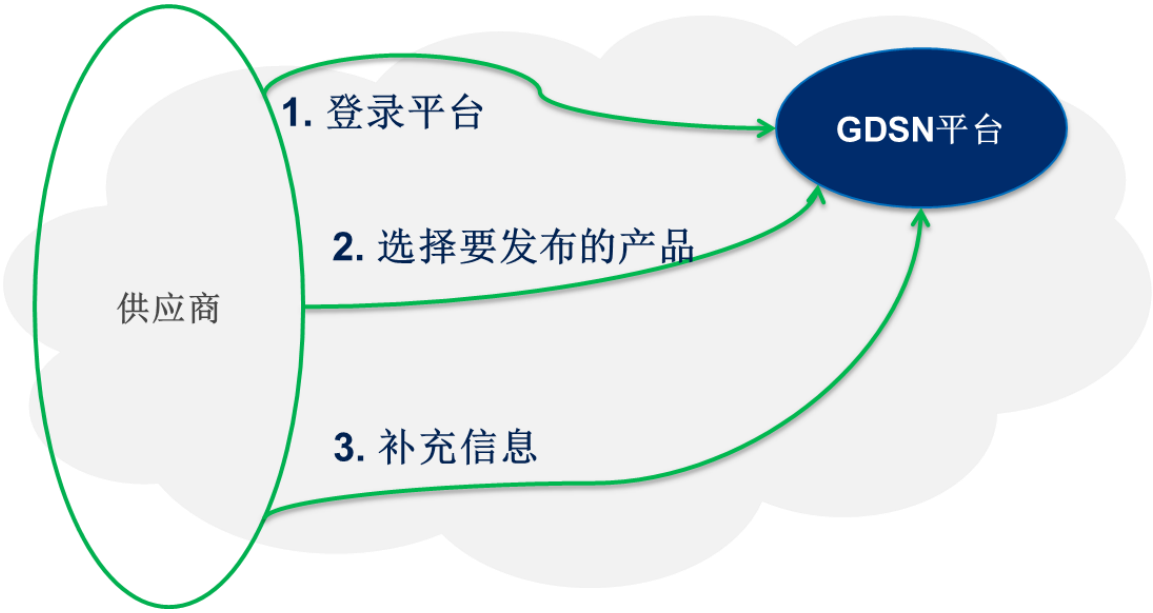
详细的对接信息请与技术团队联系：gdsnsupport@anccnet.com

商品数据传输文件请另见附录 3 个示例。

版权所有© GS1

4.2 补充零售商特殊信息

供应商在平台补充填报零售商的特殊信息。



4.2.1 登陆平台

需要发布数据的操作人员登陆全球商品数据共享平台，查看已经通过系统对接准备好的商品数据。

4.2.2 选择要发布的产品

在平台的产品列表里选择自己要发布的产品。

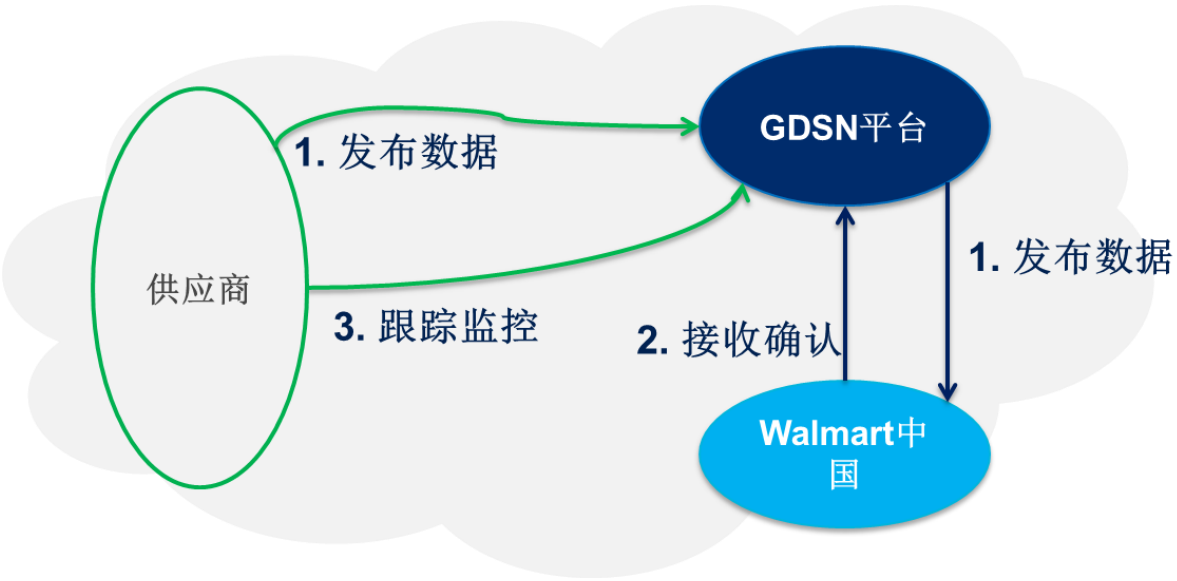
4.2.3 补充信息

选择发布的零售商（沃尔玛的部门），出现需要补填的信息，按照沃尔玛的要求进行填写。

4.3 产品发布&跟踪

提交后的数据，全球商品数据共享平台会自动发布给沃尔玛。供应商可在系统内跟踪发布进度及沃尔玛反馈，流程如下：

版权所有© GS1



4.3.1 产品发布

供应商在平台选择相关的产品，补充完信息，并提交发布给沃尔玛，平台会自动发送数据至沃尔玛系统。

■ 产品发布报表

供应商可以在系统里通过“产品发布报表”（见附录 B），导出自己已发布的产品信息，并通过邮件等方式发送给沃尔玛采购跟进后续建品进度。

4.3.2 接收确认

待沃尔玛采购确认接纳产品后，供应商可以在平台接收到接收通知。

4.3.3 跟踪监控

供应商可以随时在平台查看产品发布状态（详见 4.3），并根据沃尔玛反馈随时跟进。

4.3 数据质量管控

4.3.1 状态监控

供应商可以在平台随时监控产品发布状态，产品数据共有 6 种状态，分别是等待订阅、等待接收、接收、拒绝、同步、回顾。具体的含义及处理建立详见下图。

版权所有© GS1

状态名称	状态含义	处理建议
等待订阅	沃尔玛未订阅您的产品信息。	联系采购人员订阅。
等待接收	产品已被订阅，但还未同步到沃尔玛系统。	等待沃尔码系统接收，通常发布后1小时自动接收。
接收	数据已同步到沃尔玛系统。	无需处理
拒绝	采购人员拒绝同步该数据。	联系采购人员了解原因。
同步	采购已经接受并准备使用产品信息	无需处理。但是，同步仅代表采购已经接受商品信息并开始沃尔玛新品建立流程，并不代表商品绝对会在沃尔玛售卖。
回顾	数据存在问题，需进行修改。	按提示修改信息后，再次发布。

各状态下采购和供应商会做的操作如下：

	采购可以进行的操作（IFCS系统）				供应商可以进行的操作（GDSN）			
数据状态	回顾	拒绝	接受（同步）	接受及线上销售	修改	取消发布	删除	重新发布
等待订阅					允许	允许	允许	
等待接收					允许	允许	允许	
接收	允许	允许	允许	允许	允许	不允许	不允许	
拒绝	允许		允许	允许	不允许	允许	允许	允许
回顾	不允许	不允许	不允许	不允许	允许	不允许	不允许	
已同步	不允许	不允许	不允许	不允许	不允许（旧品流程）	不允许	不允许	不允许

4.3.2 状态报表

平台提供状态报表，方便供应商查看自己同步到沃尔玛中国数据的接受率、同步率等。

4.3.3 数据质量积分

平台根据供应商提供的产品数据通过率、处理回顾意见的时效性等计算数据质量积分，供应商可以随时在平台查看并及时跟踪数据质量变化情况：

- 供应商数据准确度高、一次通过和及时响应等可以获得加分
- 减分项包括供应商数据遗漏或错误、两次或多次驳回以及修改不及时等

评分等级包括：优秀、良好、正常和较差

- 优秀：数据质量非常好

版权所有© GS1

- 良好：数据质量好
- 正常：数据质量一般
- 较差：数据质量差

版权所有© GS1

A GLN 备案表

制表用户　　制表日期

GLN登记表			
供应商GLN	供应商名称	操作人	附加信息

B 产品发布报表

声明：
1.本公司所填报的产品为本公司合法生产、代理或销售的产品。
2.本公司所填写的信息内容真实、准确、有效，并对其真实性及准确性负全部责任。
3.本公司对因填报信息有误、失效或不完整所产生的一切损失承担全部责任。

发布者GLN	发布者名称

导出日期

产品发布报表								
最高层级 GTIN	最低层级GTIN	商品尺寸/重量	商品描述	发布对象部门号	发布对象名称	发布类型	创建日期	上次修改时间