《零售商品数字化 通用属性信息规范（征求意见稿）》

标准编制说明

一、工作简况

（一）行业发展现状。

随着消费者购物习惯发生改变，传统实体零售业竞争激烈且成本上升，面临较大挑战，越来越多的实体零售企业意识到数字化的重要性，数字化转型逐渐成为许多零售企业的战略选择。

零售数字化将数字技术融入到零售领域内，通过运用大数据、人工智能、物联网、云计算等技术，对零售业务的各个方面进行全面改造，包括销售、采购、库存、物流、客户管理等，使得零售业的运营过程变得信息化、数据化和智能化，进一步赋能供应链，实现供应链的数字化和智能化。通过零售数字化技术的广泛应用，零售企业可以实现效率的提升、成本的降低以及客户体验的优化，从而在激烈的市场竞争中占据有利地位。

1. 制修订必要性。

近年来，零售数字化发展处于“规范提升”的关键阶段，然而面临实体门店供应链升级瓶颈，亟需加快以商品数字化为核心的实体门店供应链数字化转型升级。

为消除当前零售行业因信息标准不统一而导致的信息交流障碍与数据整合难题，有必要研制本标准从而建立一套全面、系统的零售商品数字化通用属性信息规范体系，推动零售行业数字化转型，促进零售产业的可持续发展。

1. 任务来源。

根据商务部办公厅《关于下达2024年第三批商务领域行业标准计划项目的通知》（商办建函[2024]452号）的计划和要求，中国物品编码中心承担行业标准《零售商品数字化 通用属性信息规范》的起草工作，并由数字商务行业标准化技术委员会(SW/TC7)归口。

（四）主要参加单位和工作组成员。

本标准主要参加单位和工作组成员包括中国物品编码中心、浙江省质量科学研究院、浙江省网商协会等。

（五）主要工作过程。

1.组建工作组、标准起草过程、召开讨论会和调研等情况。

自收到行业标准的立项计划通知后，中国物品编码中心牵头组建标准工作组，邀请零售数字化相关高校、企事业单位参加标准研制。

同时中国物品编码中心通过全国各地分支机构进行广泛调研，组织召开多次工作组研讨会。

2024年12月9日，中国物品编码中心组织召开重要工作组研讨会，会议基于中国物品编码中心牵头起草的团体标准《商品源数据 商品属性信息规范第1部分：通用属性》，对行业标准的框架、主要内容、编制思路、进度及分工等进行具体研讨。并按会议部署完成标准的初稿。在此基础上，经过多轮小组内部讨论会，对初稿进行不断修改完善，基本形成标准征求意见稿。

2025年1月3日，中国物品编码中心组织召开标准定向征求意见会。来自中国国际电子商务中心、国铁物资有限公司、美团、京东物流、神州数码信息系统有限公司、浙江省质量科学研究院、安徽省质量和标准化研究院、福建省标准化研究院、山东省标准化研究院、广西壮族自治区标准技术研究院、河北省标准化研究院、江西省质量和标准化研究院、宁波市标准化研究院、重庆市质量和标准化研究院、深圳市标准技术研究院、北京市标准化研究院等单位专家参会。会议代表对标准文本进行逐条逐句认真讨论。共收到15家企业和机构意见反馈，其中，无意见的有2家，提出相关意见的有13家，修改意见共25条。

标准工作组根据专家意见结合调研情况采纳意见25条，对标准文本进行优化，形成《零售商品数字化 通用属性信息规范（征求意见稿）》。并向数字商务行业标准化技术委员会(SW/TC7)提交了标准征求意见材料。

2.标准征求意见情况。

（根据标准进度动态增加）

3.标准征求意见处理、形成送审稿情况。

（根据标准进度动态增加）

4.标准审查情况。

（根据标准进度动态增加）

二、标准制修订原则和内容

（一）制修订原则。

1.规范性。标准的编制严格遵循相关规范。同时，参考国际通用的数字化标准与规范，使本标准与全球贸易规则和数字化发展趋势相衔接，促进零售商品在国内外市场的顺畅流通。

2.完整性。标准涵盖零售商品数字化通用属性信息的全方位内容。从商品的基础识别信息，到详细的产品描述信息等均有涉及。同时，也包含商品在供应链各个环节产生的信息，以及与销售和售后服务相关的信息。

3.准确性。强调对零售商品数字化通用属性信息的精确表述与记录。每一个信息元素都需经过严格的定义与规范，确保其在不同的系统、平台和企业之间具有一致且准确的含义。

4.适用性。充分考虑标准在零售行业不同领域、不同规模企业以及不同类型商品中的实际应用情况。同时，标准的设计也兼顾了现有零售业务流程和信息技术基础设施，能够在不进行大规模系统改造和业务流程重构的前提下，实现与企业现有系统的平滑对接与融合应用。

5.唯一性。确保零售商品数字化通用属性信息在特定的编码体系或标识范围内具有唯一性。通过为每一个商品赋予唯一的识别码，关联其对应的通用属性信息，避免信息的混淆与重复。这种唯一性有助于在复杂的零售市场环境中，精准地识别、追踪和管理商品。

（二）主要制修订内容及依据。

1.编制内容。

（1）范围，本标准规定了零售商品通用属性信息的描述及要求，给出了对应的证实方法。适用于商品属性信息的采集、交互与发布。

（2）规范性引用文件，标准正文中引用三项国家标准。

（3）术语和定义，依据GB/T 37056等国家标准和中国物品编码中心商品源数据采集工作经验，对全球贸易项目代码、贸易项目、商品属性信息、计量单位等术语进行了定义。

（4）信息描述，依据数据元相关国家标准给出了信息描述属性，数据类型及格式，约束/条件的表示。

（5）信息要求，依据国际物品编码组织（GS1）全球主数据标准（GMD），兼容《欧盟1169号法规（FIRI1169）》最新扩充属性信息，并结合现有商品源数据采集工作实际，描述规定了商品标识信息、商品分类信息、商品基础信息、商品生产信息、商品说明信息、商品认证信息、零售单元包装信息等几部分商品基本属性信息的名称、说明、约束条件、数据类型、字符长度、示例等。其中：

商品标识信息：规定了零售单元的商品条码、通用名称、商品描述。

商品分类信息：规定了GPC分类代码、税收分类编码。

商品基础信息：规定了成分/配料/材质、品牌名称、子品牌名称、商品系列、商品特征、商品特征类型代码、净含量、净含量计量单位、包装规格、尺寸规格、商品型号、商品图片。

商品生产信息：规定了原产国（地区）、产地代码、委托方、生产商名称、生产商地址、联系电话、执行标准编号、执行标准补充说明、生产许可证编号、批准文号/注册证/备案凭证编号。

商品说明信息：规定了保质期、贮存/贮藏条件、食用/使用方法、注意事项/警示语、装卸储运说明、功能/优点、主宣传语、销售单位。

商品认证信息：认证标志/合格标识代码、认证标志/合格标识说明。

零售单元包装信息：规定了包装类型代码、高度、宽度、深度/长度、毛重、包装计量单位、最高堆码层数。

2.标准研制的依据。

标准研究起草时，标准内容主要依据中国物品编码中心商品源数据采集工作相关文件及其他相关技术规范、法规和政策文件。商品通用属性信息：依据了国际物品编码组织（GS1）全球主数据标准（GMD），兼容《欧盟1169号法规（FIRI1169）》最新扩充属性信息，并结合现有商品源数据采集工作实际。

（1）主要参考的技术规范文件。本标准在研制过程中，主要参考了以下技术规范：《中华人民共和国行政区划代码》（GB/T 2260）、《世界各国和地区名称代码》（GB/T 2659）等。

（2）主要参考的法律法规文件。本标准研制过程中，主要参考了以下法律法规文件：《商品条码管理办法》（国家质量监督检验检疫总局令〔2005〕第76号）等。

（三）主要试验（或验证）情况分析。

1.中国商品信息服务平台验证。本标准提出的零售商品数字化通用属性信息规范在中国商品信息服务平台中广泛应用，满足零售商品属性信息交互与发布的需要。

2.国家商品信息数据库验证。采用本标准提出的零售商品数字化通用属性信息规范建设国家商品信息数据库（数据量已达到21400万）和国家商品信息精品数据库（数据量已达到98万），满足数据维护和数据质量管理的需要。

3.数据应用验证。应用符合本标准规范的商品数据支持商务部门完成11.9万种的家电补贴产品核验，涉及交易补贴产品5000多万件，保障了消费品以旧换新的补贴申领、过程监管、风险防控和数据共享，特别是通过对商品身份识别有效防范了虚假交易和骗补套补等违规行为；支持商品上架、库存管理和交易结算等，为阿里巴巴、京东、拼多多、美团、快手、抖音等零售数字化开展数据治理，满足推动商品数据标准化，降低商品参数差错、识别假货、优化物流配置，提升电商运营效率，改善消费者购物体验的需要。

三、与国际、国外有关法规和标准水平的比对分析

2024年7月发布的欧盟ESPR法案，其中唯一产品标识符引用了GS1全球贸易项目代码(GTIN)。在零售商品信息属性方面，国际上传统零售商品主要根据国际物品编码组织（GS1）发布的全球主数据标准（GMD）对传统零售商品进行统一规范。目前国内没有专门针对商品身份标识的法律法规，正在基于GS1标准体系制定出一批商品属性、代码、条码相关标准，并持续发展与宣贯。本标准作为零售商品数字化基础属性规范，是推进零售商品数据标识应用方面亟需制定的行业标准。

四、与有关现行法律、法规和其他强制性标准的关系，配套推荐性标准的情况

本标准是对《电子商务法》第二十条关于电子标识规定的补充，严格遵循《商品条码管理办法》第三条规定，将商品条码作为核心标识载体，确保商品全生命周期数据可追溯。目前，电子商务领域发布了GB/T 41128《跨境电子商务 出口商品信息描述规范》、GB/T 40037《电子商务产品信息描述 大宗商品》、GB/T 33986《电子商务交易产品信息描述 食品接触塑料制品》等相关标准，但偏重于交易信息，有指向性，属于应用标准。本标准指向性更广，属于通用标准，能满足全品类基础属性的要求。

五、重大分歧意见的处理过程及依据

无

六、实施标准所需要的技术改造、成本投入、老旧产品退出市场时间、实施标准可能造成的社会影响等因素分析，以及根据这些因素提出的标准实施日期建议

无

1. 实施标准的有关政策措施

建议在数字商务行业标准化技术委员会(SW/TC7)秘书处的组织协调下，以标准起草组成员为主，成立标准宣贯小组，加强标准宣贯实施。

在商务主管部门指导下，重点加强对零售数字化相关生产方、流通方、销售方、应用方做针对性的实施服务。

联合行业协会开展标准培训，保障服务质量，推动行业自律，助力行业高质量发展。

八、预期达到的社会效益、对产业发展的作用等情况

本标准的研制实施将完善商品数据治理机制，统一商品身份标识，提升商品数据质量，通过数据的互通性有效整合分散的商品信息资源，为零售商品数字化进程提供明确且规范的指引。

通过本标准实施能大幅提升零售企业数字化的精细化水平，基于统一的属性信息规范，实现精准采购、智能仓储、精准营销以及优化供应链协同等多项目标。

基于本标准实施借助标准化的信息展示，增强消费者对商品的认知与信任，推动整个零售产业数字化生态的健康有序发展，保障经济运行高质量发展。

九、涉及专利的有关说明

无

十、其他应予说明的事项

（一）关于标准名称修改。

无

1. 关于对外通报。

无