



The Global Language of Business

GTIN 管理标准

该标准发布于 GS1 网站: <http://www.gs1.org/1/gtinrules/>

1.1 版, 已批准, 2023 年 9 月

文件摘要

文件项目	描述
文件名	GTIN 管理标准
文件日期	2023 年 9 月
文件版本	1.1
文件号	
文件状态	已批准
文件描述	该标准发布于 GS1 网站: http://www.gs1.org/1/gtinrules/

参与人

姓名	组织
Cherise Allison	Sam's Club
Dominique Alvarez	L'Oreal
Andrea Ausili	GS1 Italy
Nuno Azevedo	GS1 Portugal
Duncan Barnett	Unilever UK
Xavier Barras	GS1 France
Earl Beery	The J.M. Smucker Company
Robert Beideman	GS1 Global Office
Cassi Belazouz	GS1 France
Lori Bigler	The J.M. Smucker Company
Mats Bjorkqvist	GS1 Sweden
Arnaud Bonnefoy	GS1 France
Carol Botten	Tesco Stores Ltd.
Philippe Brian	Carrefour
Jaclyn Broomhead	GS1 UK
Scott Brown	GS1 US
David Buckley	GS1 Global Office
Greg Buckley	PepsiCo Inc.
Heather Burns	Wal-Mart Stores Inc.
Mike Capsambelis	Google Switzerland GmbH
Emanuela Casalini	GS1 Italy
Anthony Chan	GS1 Hong Kong
James Chronowski	GS1 US
Daniel Clark	GS1 Canada
Luiz Costa	GS1 Brasil
Jeffrey Cree	Ahold (USA)
Jay Crowley	USDM
Trey Davis	Alcon Labs

姓名	组织
Kevin Dean	GS1 Canada
Robert Delp	Johnson & Johnson
Yolande Diaz	Carrefour
Deniss Dobrovolskis	GS1 Sweden
Camille Dreyfuss	GS1 France
Marcel Ducceschi	Migros-Genossenschafts-Bund
Mike Durning	Wakefern Food Corporation
Hussam El-Leithy	GS1 US
Steve Endacott	Tesco Stores Ltd.
Juliet Espinosa	GS1 Colombia
Filipe Esteves	GS1 Portugal
Véra Feuerstein	Nestle
Richard Fisher	DLA - DoD Logistics AIT Office
Stefan Gathmann	GS1 Ireland
Inga Gehring	REWE Group
Vanessa Giuliani	GS1 Italy
Christian Santiago	Google Inc.
Heinz Graf	GS1 Switzerland
David Hackbarth	Procter & Gamble Co.
Ruediger Hagedorn	The Consumer Goods Forum
Andrew Hearn	GS1 Global Office
Kurt Herregodts	GS1 Belgium & Luxembourg
Bernie Hogan	GS1 US
Mark Holmes	GS1 Global Office
Agata Horzela	GS1 Poland
Tany Hui	GS1 Hong Kong
Alan Hyler	GS1 Global Office
Marc Inderbitzin	Migros-Genossenschafts-Bund
Sebastián Infante	GS1 Colombia
Yoshihiko Iwasaki	GS1 Japan
Sven Jahn	Coop Genossenschaft
Lillian Jakubczyk	Mattel Inc
Richard Johnstone	GS1 UK
Manfred Jürgens	Migros-Genossenschafts-Bund
Katalin Kecskes	GS1 Hungary
Jennifer Keegan	Woolworths Limited
Brendan Kernan	GS1 Ireland
Werner Kolb	Unilever N.V.
Thorsten Kroke	REWE Group
Jason Lavik	Target Corporation
Hanjoerg Lerch	METRO Group

姓名	组织
David Little	eBay Inc
Jia Liu	GS1 China
Theresa Long	Bunge Oils
Elizabeth Lorkins	Unilever UK
Ilka Machemer	GS1 Germany
Maria Madalena Centeno	GS1 Portugal
Meg Mason	Google Switzerland GmbH
John McMains	Mattel Inc
Christine McMaster	Wakefern Food Corporation
Diane Mellowship	Tesco Stores Ltd.
Eddy Merrill	GS1 Global Office
Frank Metz	GS1 Germany
Gena Morgan	GS1 Global Office
Naoko Mori	GS1 Japan
Daniel Mueller-Sauter	GS1 Switzerland
Rebecca Nichols	The J.M. Smucker Company
Melanie Nuce	GS1 US
Benjamin Östman	GS1 Finland
Manfred Piller	GS1 Austria
Neil Piper	GS1 UK
Raymond M Poinsette	Beaver Street Fisheries
Christian Przybilla	GS1 Germany
Nadine Radomski	Dean Foods Company
Paul Reid	GS1 UK
Rob Rekrutiak	Google Switzerland GmbH
Barbara Richardson	Coca-Cola Company (The)
Rich Richardson	GS1 US
Erin Riggs	Procter & Gamble Co.
Steven Robba	1WorldSync Holdings Inc.
Pere Rosell	GS1 Spain
John Ryu	GS1 Global Office
Marcelo Sa	GS1 Brasil
Budi Saputra	Procter & Gamble Co.
Matthieu Saussol	Bonduelle
Sue Schmid	GS1 Australia
Eugen Sehorz	GS1 Austria
Deanna Sheardown	Mattel Inc
David Sheldon	Nestle
Yuko Shimizu	GS1 Japan
Daseul Son	Google Switzerland GmbH
Simone Sporing	Coop Genossenschaft

姓名	组织
Andrew Steele	GS1 Australia
Emily Stow	New Look Retailers Limited
Taishi Takaoka	GS1 Japan
Xin Tian	GS1 China
Marianne Timmons	GS1 Global Office
Elena Tomanovich	GS1 Global Office
Xavier Tournade	Mars Inc.
Ron Trauthwein	Coca-Cola Company (The)
Milan Vacval	1WorldSync Holdings Inc.
Ankur Vaid	GS1 Australia
Frits van den Bos	GS1 Netherlands
Regan Van Tassel	Ecolab
Krisztina Vatai	GS1 Hungary
Jon Verb	Bar Code Graphics Inc.
Olivier Veys	Bonduelle
Anand Vora	Google Switzerland GmbH
Kathleen Welch	Wegmans Food Markets
Matthias Wiesmann	Google Switzerland GmbH
Carrie Wilkie	GS1 US
MJ Wylie	Johnson & Johnson
Ruoyun Yan	GS1 China
Qi Zhibo	GS1 China
Dale Zukaitis	Wegmans Food Markets

变更记录

版本	变更日期	更改人	变更摘要
1.0	2016 年 6 月	G. Morgan, A. Hearn & D. Buckley	WR16-012, GS1 唯一标识的提议：简化和明确 GTIN 管理，从而帮助企业在当今的全渠道市场中与消费者分享详细的产品信息。
1.1	2023 年 9 月	D. Mullen	WR 23-145 & WR 23-251, GTIN 现代化工作组工作：指明本文范围不包括非新贸易项目；更新组合产品相关内容

Disclaimer

GS1®, under its IP Policy, seeks to avoid uncertainty regarding intellectual property claims by requiring the participants in the Work Group that developed this **GTIN Management Standard** to agree to grant to GS1 members a royalty-free licence or a RAND licence to Necessary Claims, as that term is defined in the GS1 IP Policy. Furthermore, attention is drawn to the possibility that an implementation of one or more features of this Specification may be the subject of a patent or other intellectual property right that does not involve a Necessary Claim. Any such patent or other intellectual property right is not subject to the licensing obligations of GS1. Moreover, the agreement to grant licences provided under the GS1 IP Policy does not include IP rights and any claims of third parties who were not participants in the Work Group.

Accordingly, GS1 recommends that any organisation developing an implementation designed to be in conformance with this Specification should determine whether there are any patents that may encompass a specific implementation that the organisation is developing in compliance with the Specification and whether a licence under a patent or other intellectual

property right is needed. Such a determination of a need for licensing should be made in view of the details of the specific system designed by the organisation in consultation with their own patent counsel.

THIS DOCUMENT IS PROVIDED "AS IS" WITH NO WARRANTIES WHATSOEVER, INCLUDING ANY WARRANTY OF MERCHANTABILITY, NONINFRINGEMENT, FITNESS FOR PARTICULAR PURPOSE, OR ANY WARRANTY OTHERWISE ARISING OUT OF THIS DOCUMENT. GS1 disclaims all liability for any damages arising from use or misuse of this document, whether special, indirect, consequential, or compensatory damages, and including liability for infringement of any intellectual property rights, relating to use of information in or reliance upon this document.

GS1 retains the right to make changes to this document at any time, without notice. GS1 makes no warranty for the use of this document and assumes no responsibility for any errors which may appear in the document, nor does it make a commitment to update the information contained herein.

GS1 and the GS1 logo are registered trademarks of GS1 AISBL.

目录

1	引言	8
1.1	GTIN 变更的指导原则/业务目标	9
1.2	新产品与市场现有产品的变更	9
1.3	遵守 GS1 标准和法律/法规	9
1.4	GTIN 管理标准和品牌商的自由裁量权	9
2	GTIN 管理规则	10
2.1	新产品引进	10
2.2	配方或功能声明	10
2.3	净含量声明	11
2.4	尺寸或毛重变化	12
2.5	添加或删除认证标志	12
2.6	主品牌	13
2.7	限时售卖或促销产品	14
2.8	包裹/箱子数量	14
2.9	预定义产品组合	15
2.10	包装上的价格	15

1 引言

全球贸易项目代码(GTIN)是一种能够标识任何贸易项目的全球性的供应链解决方案。贸易项目指在供应链过程中有获取预先定义信息的需求,并且可以在任意一点进行定价、订购或开具发票的产品或服务。

GTIN 管理标准旨在帮助行业就开放供应链中贸易项目的唯一标识做出一致的决策。该标准是根据 GS1 全球标准管理流程(GSMP)制定的,所以被视为 GS1 标准体系的一部分。总体而言,当供应链中的所有合作伙伴都遵守 GTIN 管理标准时,成本就会降到最低。

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。此外,在遵守全球各种法规时,贸易项目的唯一标识也极其重要。最后,只有对贸易项目进行唯一标识,并将标识的变更传达给业务伙伴,才能确保在商店货架上提供正确的产品,或从电商平台正确地向消费者展示产品和进行履约。

1.1 GTIN 变更的指导原则/业务目标

GTIN 管理标准提供了一个行业标准来创造实际的商业和消费者价值，特别是当现有产品的预定义信息发生变化或首次推出新产品时。**本 GTIN 管理标准不得用于标识非新贸易项目。如需标识非新贸易项目的规则，请参阅《GS1 通用规范》2.1.15 节。**在对现有产品进行更改以及为新产品制定 GTIN 分配策略时，任何品牌商都应考虑以下指导原则。

1. 是否期望消费者和/或贸易伙伴区分新旧产品或已经改变的产品与原产品的不同？
2. 在监管法规或法律责任方面是否要求向消费者和/或贸易伙伴披露信息？
3. 对供应链是否有重大影响（例如产品如何运输、存储、接收）？

至少一项指导原则适用才需要变更 GTIN。

1.2 新产品与市场现有产品的变更

在做出有关产品标识的决策时，了解新产品与市场现有产品变更之间的差异非常重要。

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。根据 GTIN 管理标准要求，如果产品是市场上的新产品，则应始终为其分配一个新的 GTIN，用以准确地区分新产品与任何市场上现有的产品。

对现有产品的更改被视为“替换产品”（由品牌商决定，一旦替换产品流通，之前的版本将退出市场）。GTIN 管理标准定义了对市场现有产品的某些属性的更改何时需要新的 GTIN。

- **新产品：**“新产品”被定义为当前不存在或尚未销售的产品，是品牌商的产品系列中的补充项或新进入市场上的产品。
- **产品变更：**目前已经在品牌商的产品系列中，并且在市场上流通的现有产品，但其属性已经更改。

1.3 遵守 GS1 标准和法律/法规

GTIN 管理标准代表了最低要求。请注意，您所在的市场区域可能有更严格的法规，应予以遵守。

所有当地法律/法规要求均取代 GTIN 管理标准。

1.4 GTIN 管理标准和品牌商的自由裁量权

GTIN 管理标准代表了行业商定的 GTIN 变更的最低要求。品牌商可以根据他们的需求以及消费者和贸易伙伴的需求，结合 1.1 节中定义的指导原则，在他们认为合适的时间节点更改 GTIN。

2 GTIN 管理规则

以下的详细信息定义了根据 GTIN 管理标准何时**必须**分配新 GTIN（新产品）或更改 GTIN（替换产品）。

GTIN 管理规则定义了零售消费贸易项目级别（基本单元）何时需要更改 GTIN，以及在目前存在的用于分销流程的更高贸易项目级别（例如箱子、托盘）何时需要更改 GTIN。

请记住，在最终决定是否更改 GTIN 时，需要考虑所有 GTIN 管理规则。

2.1 新产品引进

“新产品”被定义为当前不存在或尚未销售的产品，是品牌商的产品系列中的补充项或新进入市场上的产品。

任何新产品都需要分配新的 GTIN。

GTIN 分配级别

- 在零售消费贸易项目或基本单元级别分配 GTIN。
- 在零售消费贸易项目或基本单元级别之上的每个包装层次级别都分配唯一的 GTIN。

GTIN 规则名称	零售消费贸易项目或基本单元级别是否需要新 GTIN?	更高包装级别（例如箱子、托盘）是否需要新 GTIN?
新产品引进	是	是

需要分配 GTIN 的业务场景示例

- 一家手机生产商正在为其产品系列添加具有新功能的型号。
- 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。
- 产品的包装为英语版本，生产同一产品的西班牙语版本。
- 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改款产品。
- 具有新功能（例如 WiFi 和流媒体功能）的新电视型号。
- 新的牛仔裤生产线包括特定款式和颜色的牛仔裤的各种尺寸（30x30、30x32、32x30、32x32 等）。每种款式、颜色和尺寸变化都被视为单独的产品，并被分配一个唯一的 GTIN。
- 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，**并且**该酒不作为流通商品处理，而是作为一种新颖独特的产品。

相关指导原则

GTIN 规则名称	是否期望消费者和/或贸易伙伴区分新旧产品或已经改变的产品与原产品的不同?	在监管法规或法律责任方面是否要求向消费者和/或贸易伙伴披露信息?	对供应链是否有重大影响（例如产品如何运输、存储、接收）?
新产品引进	是	是	是

2.2 配方或功能声明

“功能”被定义为设计某物时的特定用途或一系列用途。“配方”被定义为用于生产贸易项目的原料或部件。

本 GTIN 管理标准不得用于标识非新贸易项目。如需标识非新贸易项目的规则，请参阅《GS1 通用规范》2.1.15 节。

配方或功能有更改时，如果会影响产品包装上法律要求的声明信息，并且品牌商期望消费者或供应链合作伙伴能区分更改后的差异，则需要一个新的 GTIN。必须同时满足这两个条件，才能分配新的 GTIN。

GTIN 更改的级别

- 必须在零售消费贸易项目/基本单元级别对 GTIN 进行更改。

- 在零售消费贸易项目或基本单元级别之上的每个包装层次级别都分配唯一的 GTIN。

GTIN 规则名称	零售消费贸易项目或基本单元级别是否更改 GTIN?	更高包装级别（例如箱子、托盘）是否需要新 GTIN?
配方或功能声明	是	是

需要更改 GTIN 的业务场景示例

- 在一种包含坚果的产品中增加了一种新的过敏原，按法律规定必须在包装上声明，使消费者能够区分。
- 改变配方，其中将糖减少 50%，使贸易项目成为“低糖”产品。
- 配方中添加了氨（一种有潜在危险的成分），这可能会导致消费者/贸易伙伴目前使用或储存产品的方式出现问题。
- 以前冷冻的三文鱼现在作为新鲜三文鱼出售。

附加信息

- 如果产品的某功能以前就有，只是未在包装上声明，现在新包装上宣传此功能，这种情况不需要分配新 GTIN。
- 地方、国家或地区法规可能要求更频繁地更改 GTIN。此类法规优先于 GTIN 管理标准中提供的规则。

相关指导原则

GTIN 规则名称	是否期望消费者和/或贸易伙伴区分新旧产品或已经改变的产品与原产品的不同?	在监管法规或法律责任方面是否要求向消费者和/或贸易伙伴披露信息?	对供应链是否有重大影响（例如产品如何运输、存储、接收）?
配方或功能声明	是	是	是

2.3 净含量声明

“净含量”定义为包装中包含的贸易项目的消费品的数量，如标签上所声明的，可能包括：净重、体积、数量、单元等。

对印在包装上的法定声明的净含量做任何更改（增加或减少）都需要分配新的 GTIN。

GTIN 更改的级别

- 必须在零售消费贸易项目/基本单元级别对 GTIN 进行更改。
- 在零售消费贸易项目或基本单元级别之上的每个包装层次级别都分配唯一的 GTIN。

GTIN 规则名称	零售消费贸易项目或基本单元级别是否更改 GTIN?	更高包装级别（例如箱子、托盘）是否需要新 GTIN?
净含量声明	是	是

需要更改 GTIN 的业务场景示例

- 一次性尿布包装中的尿布数量从 14 片变为 12 片。
- 一袋咸味零食的净重从 680 克（24 盎司）增加到 794 克（28 盎司）。
- 包装中的剃须刀数量从 4 个变为 6 个。
- 包装中增加了额外数量的产品，并向消费者声明。例如，4 件装（支数）的润唇膏增加为 6 件装（支数）的赠品包。在包装上向消费者声明本产品附赠 2 支赠品。

附加信息

- 该要求不包括任何供消费者了解但与定价、品牌、政府法规没有直接关系的营销声明或建议。例如：建议的份量。

- 净含量声明是用于印制货架标签和向消费者说明单价的重要信息。净含量的准确性和同步性至关重要，不遵守规则可能会导致处罚。
- 地方、国家或地区法规可能要求更频繁地更改 GTIN。此类法规优先于 GTIN 管理标准中提供的规则。

相关指导原则

GTIN 规则名称	是否期望消费者和/或贸易伙伴区分新旧产品或已经改变的产品与原产品的不同？	在监管法规或法律责任方面是否要求向消费者和/或贸易伙伴披露信息？	对供应链是否有重大影响（例如产品如何运输、存储、接收）？
净含量声明	是	是	是

2.4 尺寸或毛重变化

任何方向上尺寸的变化或毛重变化超过 **20%**，都需要分配新的 GTIN。

GTIN 更改的级别

- 必须在零售消费贸易项目/基本单元级别对 GTIN 进行更改。
- 在零售消费贸易项目或基本单元级别之上的每个包装层次级别都分配唯一的 GTIN。

GTIN 规则名称	零售消费贸易项目或基本单元级别是否更改 GTIN？	更高包装级别（例如箱子、托盘）是否需要新 GTIN？
尺寸或毛重变化	是	是

需要更改 GTIN 的业务场景示例

- 由于包装材料从塑料变为玻璃，产品的总重量从 0.34 千克（0.75 磅）增加到 0.68 千克（1.5 磅），增加了 50%。
- 一盒洗衣粉的高度从 7.6 厘米（3 英寸）变为 10.64 厘米（4.2 英寸），变化幅度为 40%。
- 一个箱子或托盘长宽深（箱内或托盘内项目大小不变）其中一个或多个属性发生变化。

附加信息

- 本部分标准仅适用于产品尺寸和毛重的变更。对净含量声明的任何更改均受“净含量声明”规则的约束。
- 在不更改 GTIN 的情况下频繁累积改变尺寸用以避免“20%规则”是不可接受的做法。应通知贸易伙伴所有尺寸变化。累积变化可能会给贸易伙伴带来问题，并可能阻碍产品的流通。
- 请参照 [GS1 包装和产品测量标准](#)，以一致的、可重复的步骤来决定产品包装的尺寸。
- 地方、国家或地区法规可能要求更频繁地更改 GTIN。此类法规优先于 GTIN 管理标准中提供的规则。

相关指导原则

GTIN 规则名称	是否期望消费者和/或贸易伙伴区分新旧产品或已经改变的产品与原产品的不同？	在监管法规或法律责任方面是否要求向消费者和/或贸易伙伴披露信息？	对供应链是否有重大影响（例如产品如何运输、存储、接收）？
尺寸或毛重变化	是	否	是

2.5 添加或删除认证标志

对包装进行更改以添加新的或删除旧的认证标志（例如，**Kosher** 犹太认证、**UL** 或 **CE**），对监管机构、贸易伙伴或最终消费者具有重要意义的，则需要分配新的 GTIN。

GTIN 更改的级别

- 必须在零售消费贸易项目/基本单元级别对 GTIN 进行更改。

- 在零售消费贸易项目或基本单元级别之上的每个包装层次级别都分配唯一的 GTIN。

GTIN 规则名称	零售消费贸易项目或基本单元级别是否更改 GTIN?	更高包装级别（例如箱子、托盘）是否需要新 GTIN?
添加或删除认证标志	是	是

需要更改 GTIN 的业务场景示例

- 从产品包装上去除清真或犹太认证标志。
- 添加由政府授权机构提供的“节能”标志。
- 去除有机认证标志。

附加信息

- 认证标志是声明产品在配方、采收、加工或制造方面符合特定条件和标准并且可以由官方、公共或私人认证机构核实而获得的符号、标志或文字（例如，欧洲认证标志），。
- 地方、国家或地区法规可能要求更频繁地更改 GTIN。此类法规优先于 GTIN 管理标准中提供的规则。

相关指导原则

GTIN 规则名称	是否期望消费者和/或贸易伙伴区分新旧产品或已经改变的产品与原产品的不同?	在监管法规或法律责任方面是否要求向消费者和/或贸易伙伴披露信息?	对供应链是否有重大影响（例如产品如何运输、存储、接收）?
添加或删除认证标志	是	是	是

2.6 主品牌

主要品牌是消费者最容易识别的品牌，由品牌商进行确定，并且可以表示为标志和/或文字。

更改贸易项目上出现的主要品牌需要分配新的 GTIN。

GTIN 更改的级别

- 必须在零售消费贸易项目/基本单元级别对 GTIN 进行更改。
- 在零售消费贸易项目或基本单元级别之上的每个包装层次级别都分配唯一的 GTIN。

GTIN 规则名称	零售消费贸易项目或基本单元级别是否更改 GTIN?	更高包装级别（例如箱子、托盘）是否需要新 GTIN?
主品牌	是	是

需要更改 GTIN 的业务场景示例

- 公司的主要品牌名称从“Old Edge Computers”更改为“Leading Edge Computers”。

附加信息

- 地方、国家或地区法规可能要求更频繁地更改 GTIN。此类法规优先于 GTIN 管理标准中提供的规则。

相关指导原则

GTIN 规则名称	是否期望消费者和/或贸易伙伴区分新旧产品或已经改变的产品与原产品的不同?	在监管法规或法律责任方面是否要求向消费者和/或贸易伙伴披露信息?	对供应链是否有重大影响（例如产品如何运输、存储、接收）?
主品牌	是	否	否

2.7 限时售卖或促销产品

在特定的活动或时期促销的产品变化（包括产品包装的改变）会影响供应链的处理方式以确保贸易项目在指定时间段内可供销售，在这种情况下需要对产品分配一个新的 GTIN。

GTIN 更改的级别

- 零售消费贸易项目/基本单元级别无需更改 GTIN。
- 在零售消费贸易项目或基本单元级别之上的每个包装层次级别都分配唯一的 GTIN。

GTIN 规则名称	零售消费贸易项目或基本单元级别是否更改 GTIN?	更高包装级别（例如箱子、托盘）是否需要新 GTIN?
限时售卖或促销产品	否	是

在更高级别包装（例如包裹、箱子、托盘）上需要唯一 GTIN 的业务场景示例：

- 免费试用商品（未标明自己的 GTIN）在促销期内附加到现有商品，原始商品的净含量声明不变，包装尺寸或产品毛重变化不超过 20%。
- 在两个月的时间里，节日图像被描绘在产品上，在一盒纸巾上印上圣诞树。
- 为“返校季”推出了独特的产品包。
- 世界杯标志在限定时间内添加到产品包装中。
- 一段时间内，制造商将 1 美元的优惠券附在大瓶装洗衣粉上，优惠券则用于在购物时进行兑换。
- 推出产品的促销版本，包装上印有“特价”字样。

附加信息

- 对于限时售卖的促销活动，零售消费贸易项目/基本单元级别的 GTIN 不需要更改，但为了在供应链中进行跟踪，需要唯一标识箱子和托盘。
- 地方、国家或地区法规可能要求更频繁地更改 GTIN。此类法规优先于 GTIN 管理标准中提供的规则。

相关指导原则

GTIN 规则名称	是否期望消费者和/或贸易伙伴区分新旧产品或已经改变的产品与原产品的不同？	在监管法规或法律责任方面是否要求向消费者和/或贸易伙伴披露信息？	对供应链是否有重大影响（例如产品如何运输、存储、接收）？
限时售卖或促销产品	是	否	是

2.8 包裹/箱子数量

更改一个箱子中的贸易项目数量或更改预定义托盘配置中的箱子数量时，需要分配一个新的 GTIN。

GTIN 更改的级别

- 在零售消费贸易项目或基本单元级别之上的每个包装层次级别都分配唯一的 GTIN。

GTIN 规则名称	零售消费贸易项目或基本单元级别是否更改 GTIN?	更高包装级别（例如箱子、托盘）是否需要新 GTIN?
包裹/箱子数量	不适用	是

在更高级别包装（例如包裹、箱子、托盘）上需要唯一 GTIN 的业务场景示例：

- 一个箱子的配置从包含 8 个贸易项目变为包含 12 个贸易项目，则需要唯一标识该箱子。
- 托盘配置从包含 12 箱变为包含 16 箱，则需要唯一标识该托盘。

附加信息

- 地方、国家或地区法规可能要求更频繁地更改 GTIN。此类法规优先于 GTIN 管理标准中提供的规则。

相关指导原则

GTIN 规则名称	是否期望消费者和/或贸易伙伴区分新旧产品或已经改变的产品与原产品的不同？	在监管法规或法律责任方面是否要求向消费者和/或贸易伙伴披露信息？	对供应链是否有重大影响（例如产品如何运输、存储、接收）？
包裹/箱子数量	否	是	是

2.9 预定义产品组合

预定义产品组合是指 2 个或更多个贸易项目组合在一起被当作一个贸易项目进行售卖。

当一个产品组合中的一个或更多的贸易项目有所变更、增加或替代的时候需要分配一个新的 GTIN。

GTIN 更改的级别

- 必须在零售消费贸易项目/基本单元级别对 GTIN 进行更改。
- 在零售消费贸易项目或基本单元级别之上的每个包装层次级别都分配唯一的 GTIN。

GTIN 规则名称	零售消费贸易项目或基本单元级别是否更改 GTIN？	更高包装级别（例如箱子、托盘）是否需要新 GTIN？
预定义产品组合	是	是

需要更改 GTIN 的业务场景示例

- 一种包含不同香味的 3 瓶装香水组合中，其中一瓶香水被替换为一种新的香味。
- 洗发水和护发素的组合包改为洗发水和深层保湿发膜。
- 更改了包含多件蓝色衬衫的包裹，用一件黄色衬衫替换现有的一件蓝色衬衫。

附加信息

- 组合中包含的每个贸易项目都由贸易伙伴明确定义，并带有自己的唯一 GTIN，且与分配给组合的 GTIN 区分开。
- 地方、国家或地区法规可能要求更频繁地更改 GTIN。此类法规优先于 GTIN 管理标准中提供的规则。

相关指导原则

GTIN 规则名称	是否期望消费者和/或贸易伙伴区分新旧产品或已经改变的产品与原产品的不同？	在监管法规或法律责任方面是否要求向消费者和/或贸易伙伴披露信息？	对供应链是否有重大影响（例如产品如何运输、存储、接收）？
预定义产品组合	是	是	是

2.10 包装上的价格

“包装上的价格”被定义为品牌商将预先定价作为包装设计的一部分。但是并不包括标在价格标签、贴纸、吊牌或任何可以从包装或产品中移除的价格。

任何添加、更改或删除直接标记在产品包装上的价格（不推荐），都需要分配新的 GTIN。

GTIN 更改的级别

- 必须在零售消费贸易项目/基本单元级别对 GTIN 进行更改。
- 在零售消费贸易项目或基本单元级别之上的每个包装层次级别都分配唯一的 GTIN。

GTIN 规则名称	零售消费贸易项目或基本单元级别是否更改 GTIN?	更高包装级别（例如箱子、托盘）是否需要新 GTIN?
包装上的价格	是	是

需要更改 GTIN 的业务场景示例

- 包裹上的预先印好的价格从 3 欧元变为 2 欧元。
- 在产品的包装中添加 8 欧元的售价。
- 在包装图案上的制造商建议零售价设定为 2.19 美元。

附加信息

- 如果向消费者公示的价格（包装上的价格）与收取的价格（在零售商系统中的价格）不同，是有很高风险的。定价法规通常要求显示的价格必须等于（或大于）向消费者收取的价格。由于这些要求，强烈建议不要在包装上预先印好价格。
- 地方、国家或地区法规可能要求更频繁地更改 GTIN。此类法规优先于 GTIN 管理标准中提供的规则。

相关指导原则

GTIN 规则名称	是否期望消费者和/或贸易伙伴区分新旧产品或已经改变的产品与原产品的不同?	在监管法规或法律责任方面是否要求向消费者和/或贸易伙伴披露信息?	对供应链是否有重大影响（例如产品如何运输、存储、接收）?
包装上的价格	是	是	是