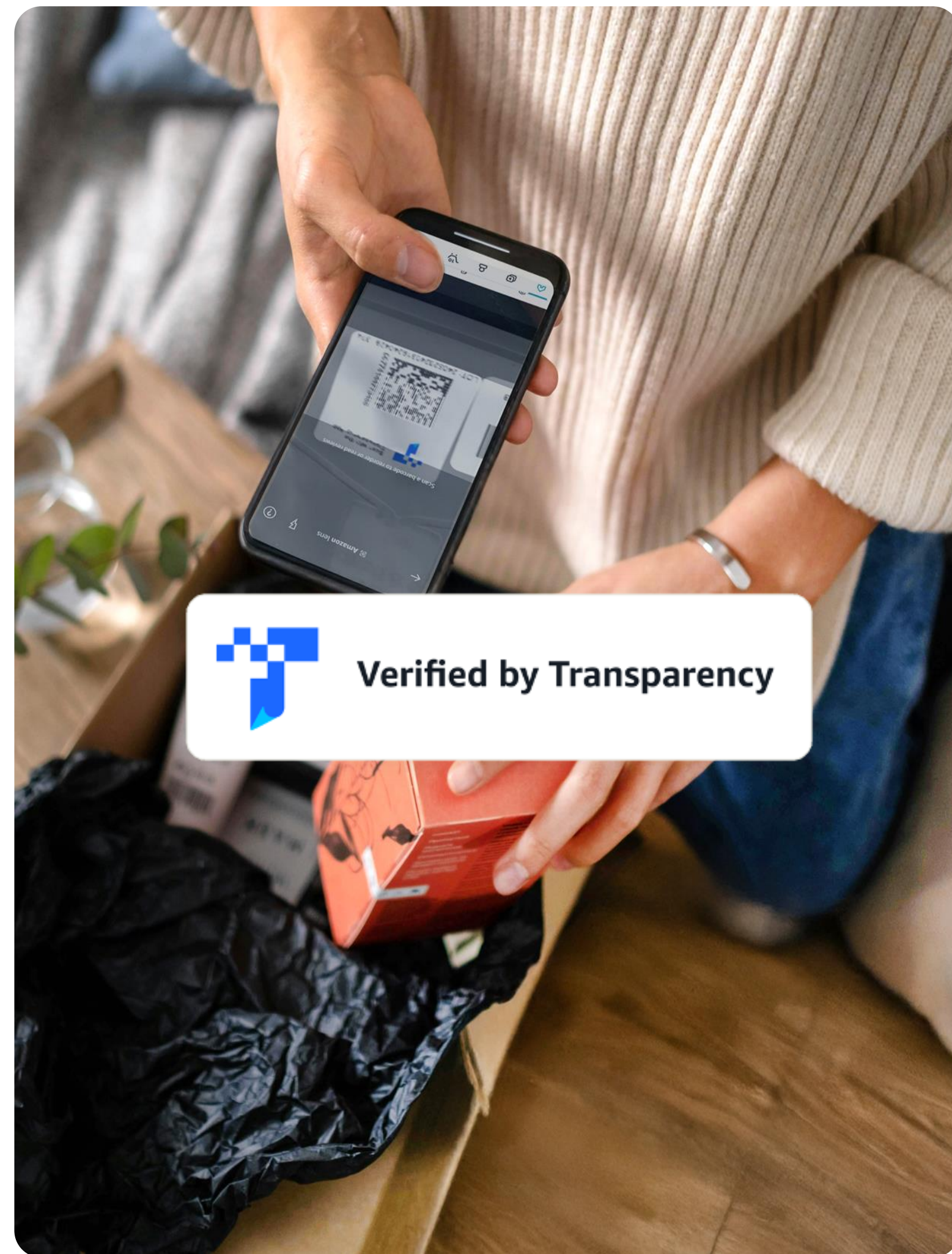




Transparency透明计划：为您的 品牌和客户体验保驾护航

演讲人
职位



目录

- 1 Transparency透明计划概览**
 - 概述与全球范围的品牌保护效果
 - 如何在售前、售中、售后每个消费触点赢得消费者信任
 - 品牌之声
 - 如何加入
- 2 Transparency透明计划功能要点与更新**
- 3 常见问题**
- 4 附录：Transparency透明计划后台使用方法与Softline商品的双重代码**

如果您有过被假货跟卖的困扰...

1

好不容易推起来的爆款，
却被假货跟卖

2

莫名收到假货跟卖
造成的消费者差评

3

举报维权，
费时费力还累心

Transparency透明计划，为您的品牌保驾护航



主动保护防止假货侵害
正品才能上架并售卖



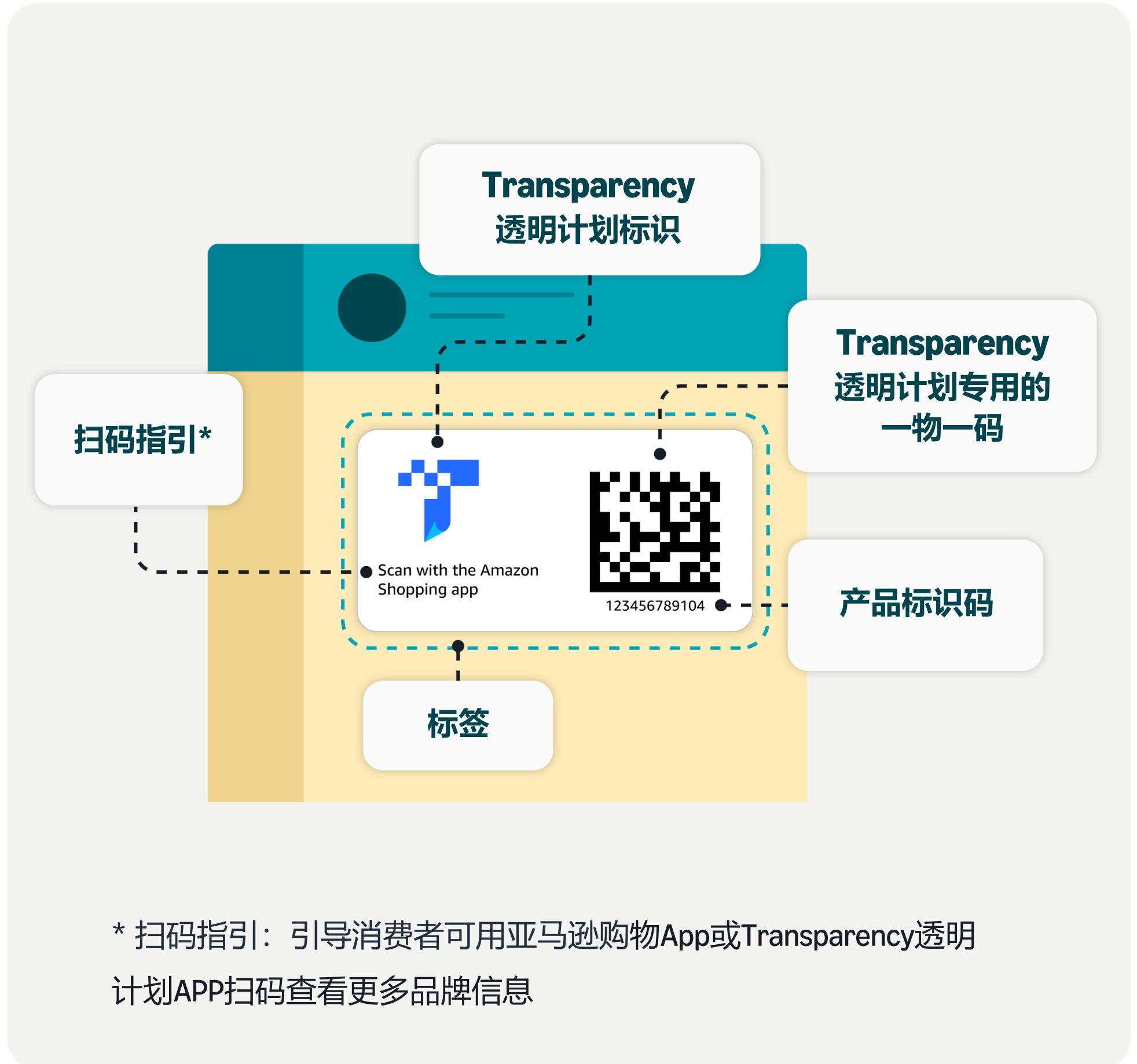
助力消费者互动
激活售前/中/后流量触点



**让品牌保护
不止于“保护”**

Transparency透明计划：如何实现？

- 每一个产品（SKU）上都有一个独一无二的代码；
- 可使用亚马逊生成的代码或者使用卖家自己的序列码加入
- 无论在哪里销售，加入项目的商品必须正确应用 Transparency透明计划代码；
- 代码仅提供给品牌商，不直接提供给经销商或分销商；
- 代码既能以标签形式粘贴到商品或包装上，也可以嵌入产品包装，作为包装设计的一部分。
- 标签打印：
 - 由服务商（TSP）或其他印刷供应商打印
 - IPP自行打印



Transparency透明计划保护效果

- **8.8万+** 个品牌受到Transparency透明计划保护

- **25亿+** 件商品受到Transparency透明计划保护

- **10大站点** 保护



- **按需加入** 无需全店参加，可选择有需求的商品

- **全面预防** FBA和自配送，都能防止假货跟卖



这些品牌已加入Transparency透明计划



Transparency透明计划赋能品牌每一个消费触点

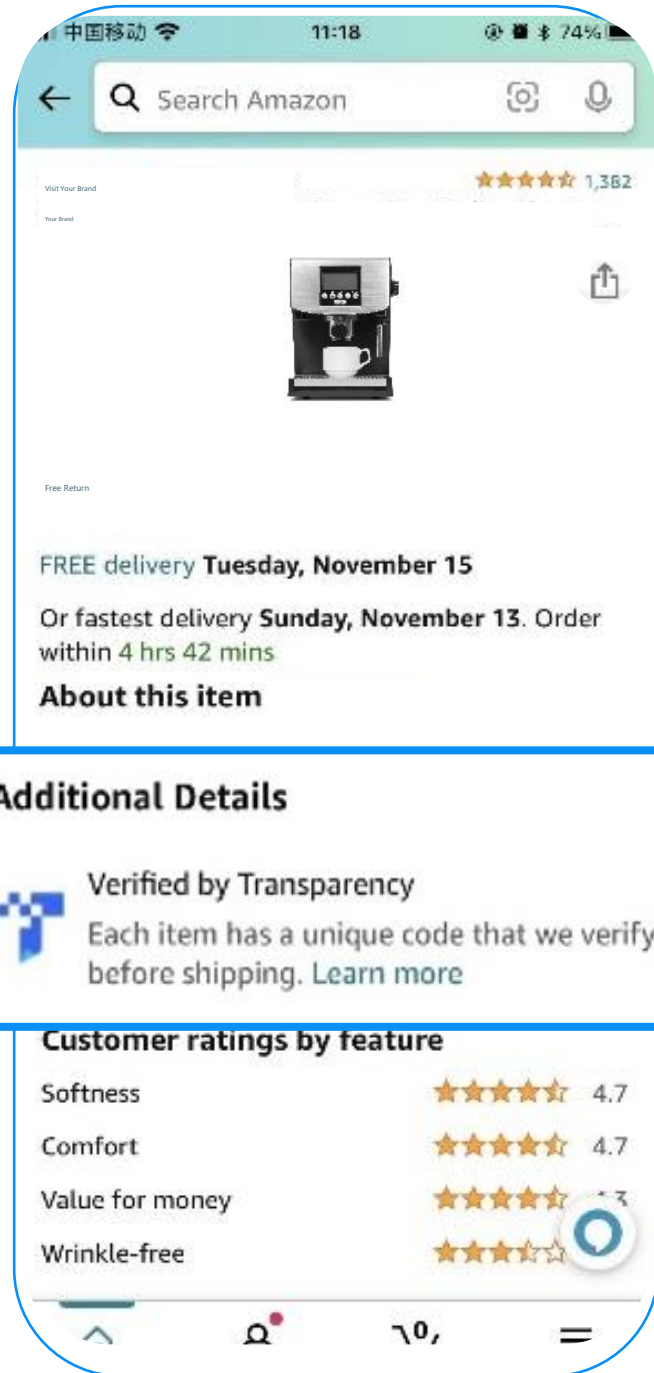


在每一个消费触点 赢得用户信任



Transparency透明计划是什么：消费者视角

浏览下单



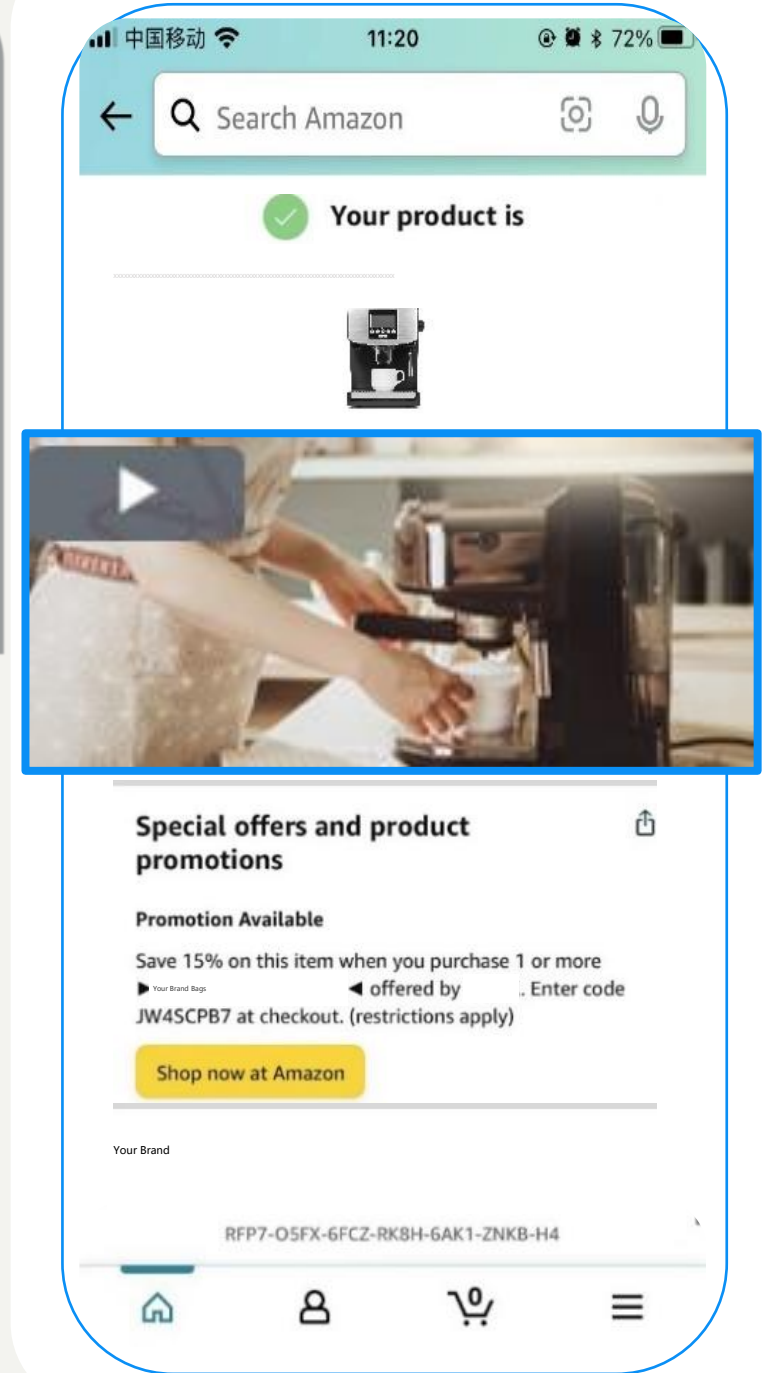
醒目蓝标 正品保障

送达



一物一码 收货验真

售后



售后互动 更多触点

售前，防止假货触达：Listing创建环节



抵御假货跟卖：针对开启保护的商品，其他卖家在上架或跟卖相同的商品时，其中一个操作步骤，是提供该商品对应的、正确且唯一的Transparency透明计划代码，亚马逊检验通过后，才能正常上架或跟卖商品。



代码独一无二：Transparency透明计划代码应用于每一件商品，且具备独一无二以及序列化的特点，卖家无法提供：

- 不精确匹配的品牌、产品和版本的代码；
- 重复使用同一个代码



售前，防止假货触达：亚马逊物流(FBA)入仓环节

亚马逊物流 (FBA)



Transparency透明计划保护：

- 对于受保护的商品，亚马逊在商品入仓和出仓时都将检查和扫描商品外包装上是否正确应用了Transparency透明计划标签，以确保商品的正版和对版。
- 未能通过Transparency透明计划验真检查的商品，将被调查是否为潜在的假货。

自配送商品 (MFN)



Transparency透明计划保护：

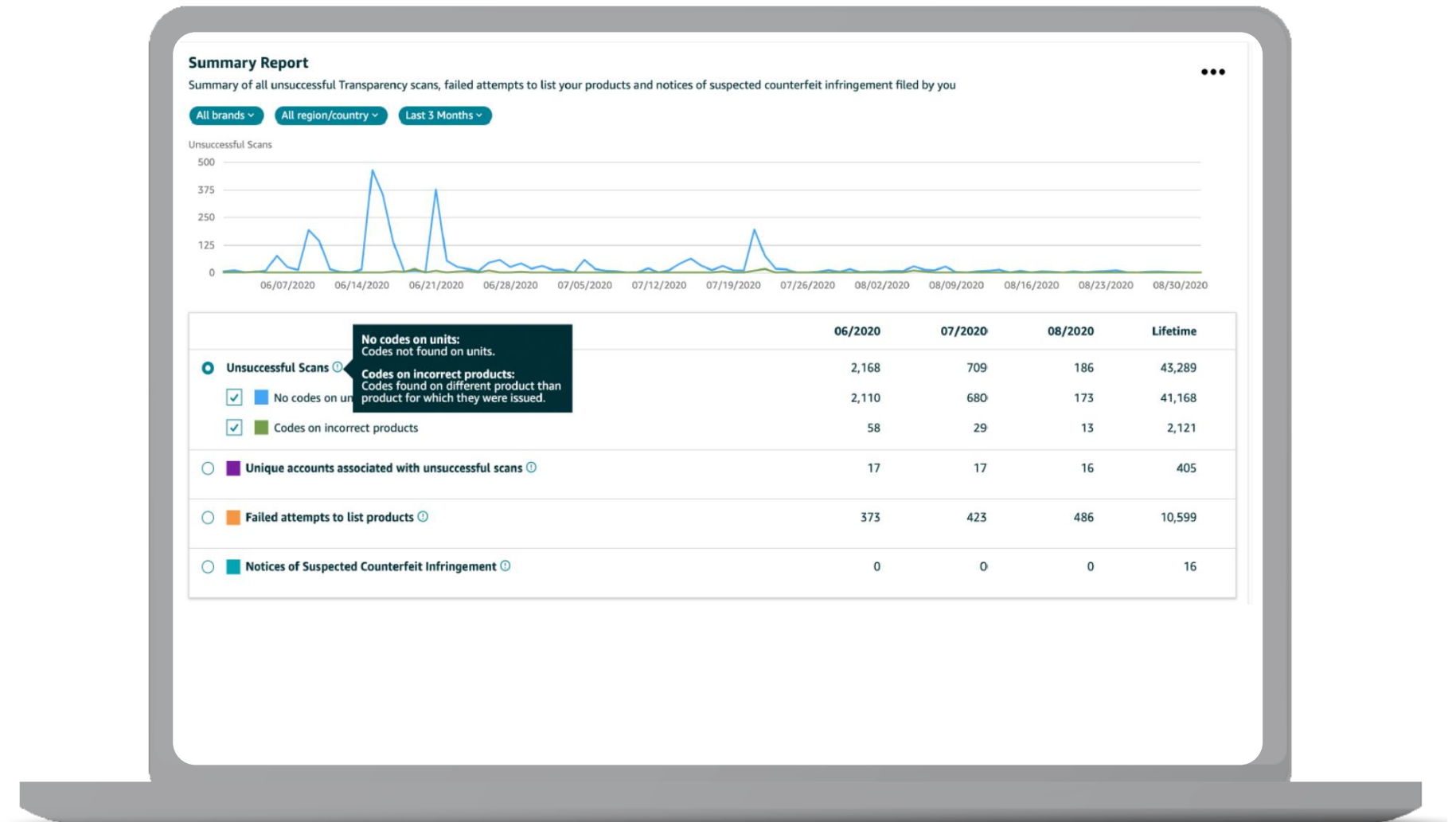
- 自配送卖家在发货的同时，需要回传与发货商品个数相等，并且独立不重复的Transparency透明计划代码进行验证。
- 对于未回传Transparency透明计划代码、或者回传无效Transparency透明计划代码的卖家，亚马逊会下架他们的商品用以调查

售前防止假货触达的效果查询：Transparency透明计划效果报告

Transparency透明计划效果报告提供了产品受保护的关键数据

如：

- 无法提供正确的代码而被阻止触达消费者的商品数量；
- 代码错误而无法扫码的产品数量；
- 无法提供正确的代码而被拦截上架/假货跟卖的次数；
- 疑似假货侵权的通知等。

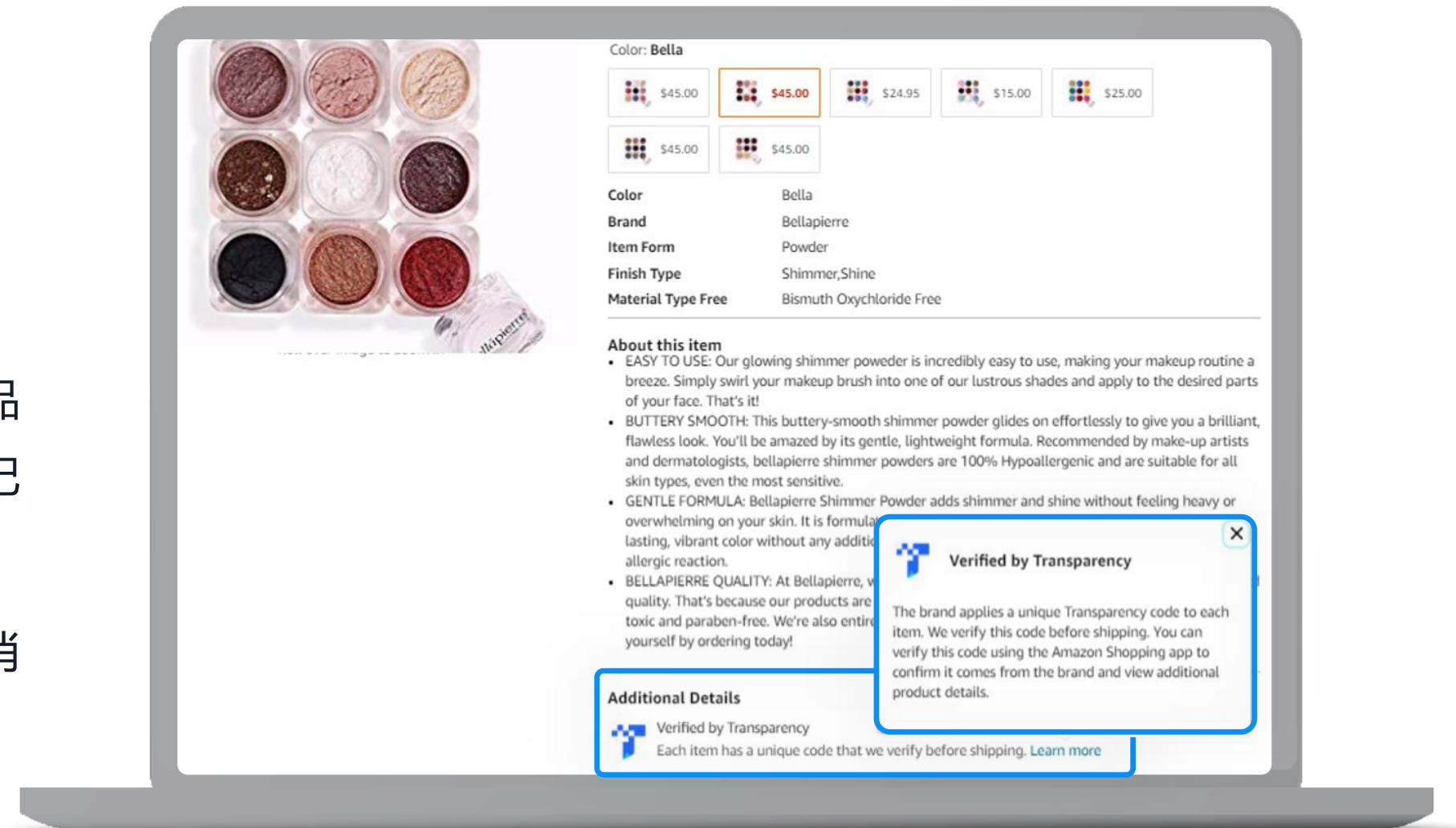


售中，提升买家信任：Listing独家标记



Verified by Transparency

- 商品开启Transparency透明计划保护且符合资质时，消费者会在商品详情页的主图旁，看到一个蓝色的Transparency透明计划标记“小蓝标”。
- 向消费者展示了这一商品在配送前核验为正品，展现了您对保护消费者免受假货侵害的承诺，助力转化。



售后，赋能品牌营销：提供更多服务，实现与消费者互动



提升消费者售后使用体验

消费者可以使用亚马逊购物APP或Transparency透明计划APP，扫描包装的Transparency透明计划代码，验证正品，并可了解品牌故事，获取产品信息（如指南与用户手册等），商品支持资料，产品形象，产品视频等



助力商品复购与关联销售

品牌商借助促销信息，有利于实现复购、关联销售



实现站内更多互动

消费者可在落地页中一键留评（使用亚马逊购物APP），并可关注您的亚马逊品牌旗舰店，发布帖子等（使用亚马逊购物APP或Transparency透明计划APP）



提供消费者与品牌商在亚马逊站外互动的机会

售后信息卡可展现品牌官网网址、联系邮箱与社交帐号，实现与消费者更多的互动可能

消费者使用流程



消费者扫描产品包装上的Transparency代码



显示正品



显示落地页面

消费互动如何运作



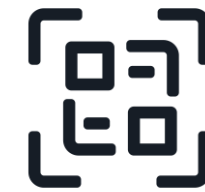
准备页面内容

准备图文/视频/促销等定制的页面内容，并提交给Transparency透明计划团队发布



推广页面

发布产品推广信息与内容以及获取方式，如：在商品详情页、产品包装、或定制化标签上添加指引，推动消费者扫码



消费者扫码

消费者使用亚马逊购物APP或Transparency透明计划APP扫描Transparency代码



轻松与消费者互动

通过扫码页面，品牌与买家互动、介绍和分享

*请注意，此功能目前仅适用于已加入Transparency透明计划且在亚马逊年销量至少1,000件的产品。

售后，赋能品牌营销：Transparency透明计划售后信息卡



正面：品牌定制信息



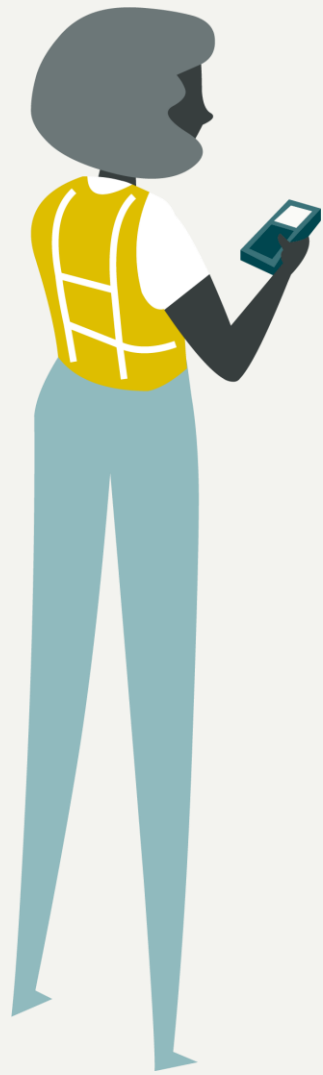
反面：引导买家扫码



商品随送Transparency透明计划售后信息卡

- 可在商品包装中放置卡片，来展示您的品牌官网网址、联系邮箱、社交媒体帐号等；
- 还可以引导消费者扫码扫描包装上的Transparency透明计划代码，浏览落地页，获取更多产品售后使用信息，了解更多品牌资讯，获取促销信息，关注您的亚马逊品牌旗舰店，一键留评，在消费者收货的黄金时机积累品牌粉丝。

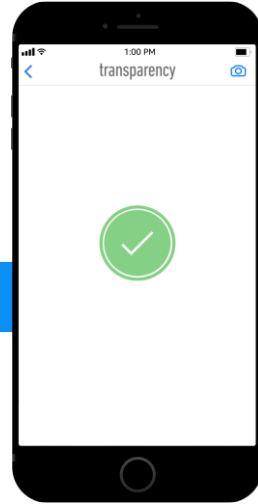
售后，赋能品牌营销：买家扫码验真，加强信任



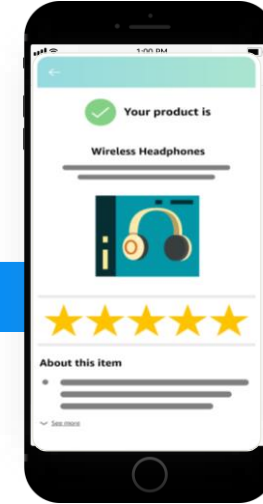
买家扫描
正确代码



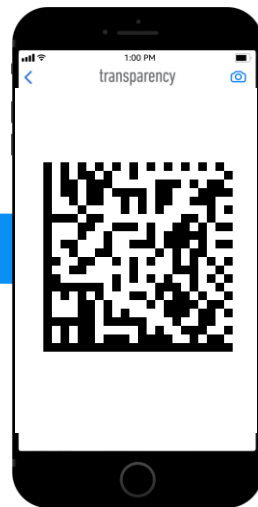
亚马逊购物App
或Transparency透明计划APP
显示商品为正品



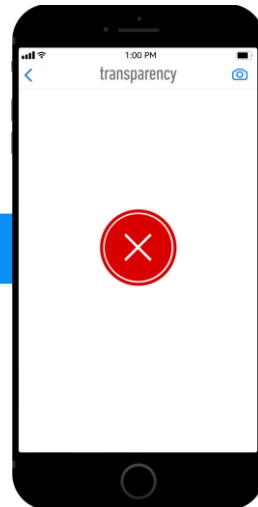
查看品牌定制的
落地页



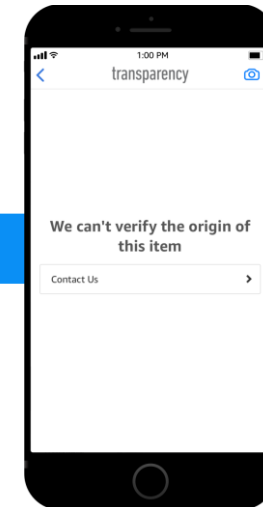
买家扫描
无效代码



亚马逊购物App
或Transparency透明计划APP
显示商品疑似假货



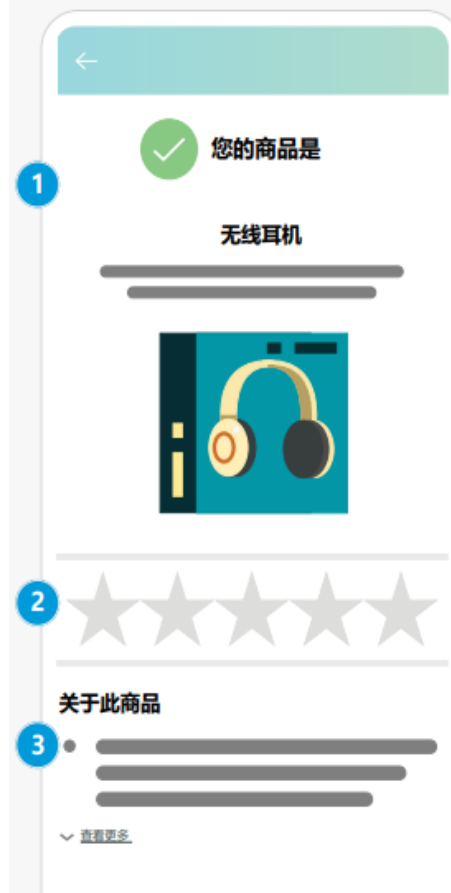
可以联系
Transparency
透明计划团队



扫码检验商品真伪

买家可用亚马逊购物App或Transparency透明计划App，扫描商品上的Transparency透明计划条码，查验商品真伪，不管买家从任何渠道购买该商品，帮助加强买家对品牌的信任。

售后，赋能品牌营销：落地页助力售后服务、复购、评论、关注等更多互动



- 1 绿色复选标记 + 默认图片
- 2 星级评定
- 3 关于此商品文本



- 4 商品文档
- 5 获取商品支持
- 6 促销
- 7 自定义图片



- 8 自定义视频
- 9 品牌帖子/品牌店铺链接
- 10 反馈小部件

品牌定制扫码落地页

扫码验真之外，消费者还可以浏览您定制的落地页：

- 获得更好的售后服务体验，获取产品使用信息、商品支持信息、产品视频等；
- 获取促销信息，有利于复购与关联销售；
- 实现更多站内互动，可一键留评，关注您的亚马逊品牌旗舰店，发布帖子等

品牌之声



针对重点链接，为减少举报的操作，我们使用了Transparency透明计划彻底杜绝假货跟卖，并期待通过它的新功能形成**转化和复购**的商业闭环，从售前和售后双重角度对品牌构建进行提升，与消费者加强互动与交流。

JSAUX

创新数码智能产品出海品牌

品牌之声



过去 1 年，我们使用Transparency透明计划保护了超过 400 万件产品，阻止了 2,426 次尝试发布假货跟卖商品的行为，与假货跟卖相关的不良评论显著降低，购物车赢得率提升了 3.7%，假货投诉降低了 100%，更好地提升了消费者对我们品牌和商品的信赖。



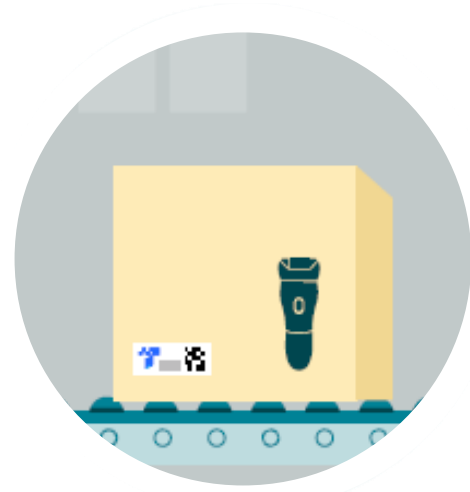
baleaf

创新运动服饰出海品牌

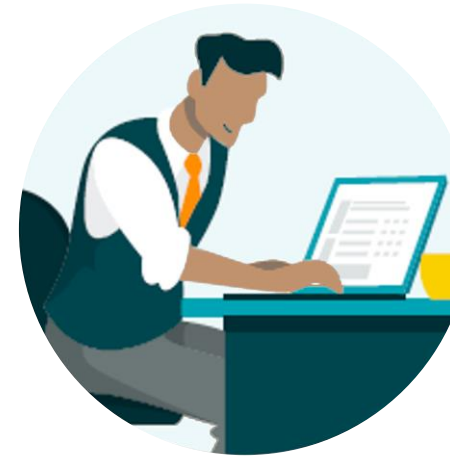
Transparency透明计划简单而强大的运作流程



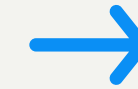
卖家选择要加入的产品



卖家将Transparency 代码
应用到您选择的商品



卖家必须有Transparency代
码才可上架



Transparency代码用以验
证正版和对版

如何加入：Transparency透明计划开启保护流程概览

自注册流程可实现
当天签约品牌

最快可当天完成

最快可当天完成

30天

最快可当天完成

1

选择想要加入保护的
商品并注册

2

亚马逊生成代码

申请、打印、并应用
Transparency代码

品牌现有代码

通过自动的流程分享选
定商品的序列化代码

3

开启运营表现评估 (OPR)
同步开启缓冲期*

* 缓冲期：自OPR 开启至最早
开启保护的时间段，通常而言，
老品30天，新品无缓冲期。

4

通过检查

5

保护开启
(10大站点可
同时开启保护)

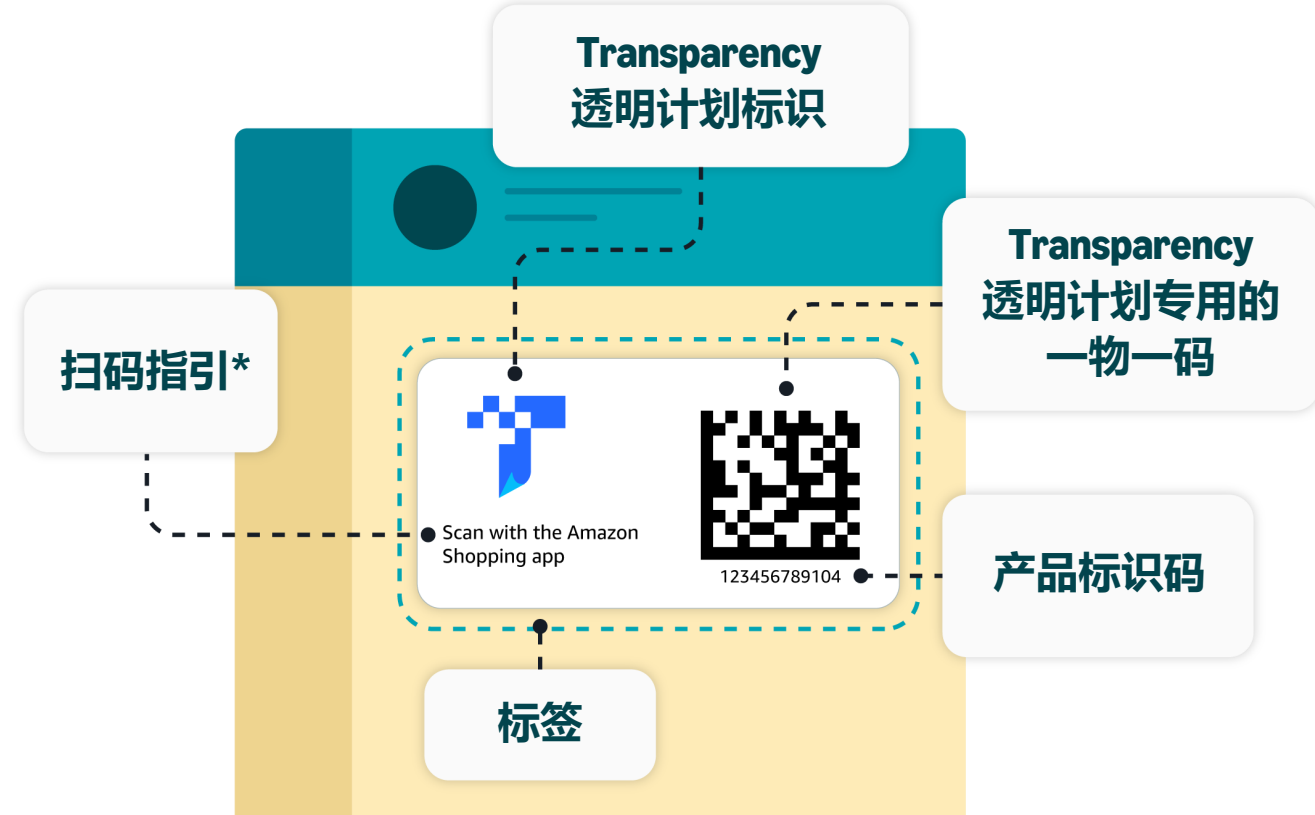


请提前至少**40天**规划Transparency透明计划选品!

如何加入：支持两种代码生成类型

生成代码

使用亚马逊生成的代码



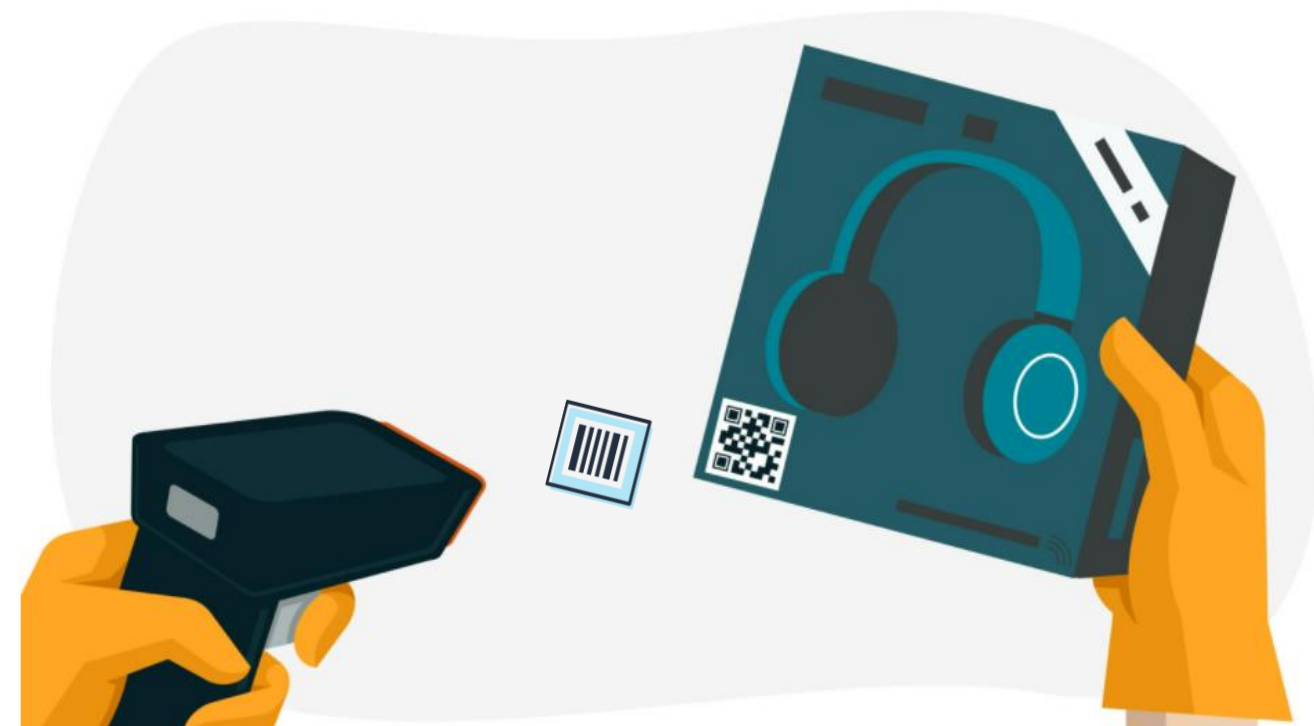
*扫码指引：引导消费者可用亚马逊购物App或Transparency透明计划APP扫码查看更多品牌信息

适用广泛

VS

代码互通

使用商品现有的序列化代码



流程简便

如何收费



Transparency透明计划是一项收费服务，亚马逊会根据由亚马逊帮您生成的，或您与亚马逊互通的代码数量收取费用。

代码单价

\$ 0.05

\$ 0.03

\$ 0.01

代码申请

0 - 1,000,000

1,000,000 - 10,000,000

10,000,000以上

**Transparency透明计划采用阶梯式收费：亚马逊将对每个Transparency透明计划代码或开通保护后您与亚马逊互通的序列码按照 0.01-0.05美金的费用收取，具体收费以及优惠情况以品牌的电子协议为准。阶梯式收费基于品牌从开始收费日起，为期12个月内申请的Transparency透明计划代码数量而定。*



费用常见问题

问题1: 是否存在项目注册费或订阅费，代码数量是否有起订要求？

A: 没有项目注册费，或月度订阅费，对代码数量没有最低起订要求，对每个订单没有最低要求或限制。

问题2: Transparency透明计划是否针对历史使用的SN或与亚马逊互通的代码收取费用？

A: 亚马逊仅针对ASIN开启保护后，与亚马逊互通的代码收取费用。

Transparency透明计划2025新用户专享权益

新用户专享：1,000个免费代码额度，助您轻松起航

01

品牌在2025年3月13日-2025年12月31日期间签约Transparency透明计划，有机会享**1,000个**免费代码，防止假货跟卖，开启更多用户互动触点

02

仅限首次签约Transparency透明计划的品牌（已签约的品牌不适用）

03

品牌包含的所有ASIN**可共享1,000个**免费代码

04

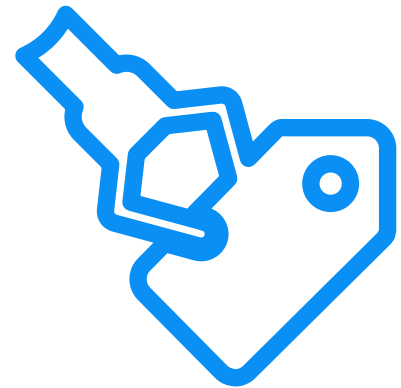
任一站点签约，**全球10大站点**同享优惠：美国、加拿大、英国、法国、意大利、西班牙、德国、日本、澳大利亚、印度

**品牌首次签约后，促销优惠在当月生效(若在当月最后一天签约，促销将于次月生效)。生效期内申请的前1,000个代码，在代码对应的当期Transparency透明计划账单中将直接体现100%费用减免，无需支付。生效月前的代码将依然计费。品牌开启保护后须一直保持保护状态。免费代码额度须在授予后12个月内使用完毕。其他条件可能适用。亚马逊保留对此活动的解释权。*

资质要求：

- 仅限2025年3月13日至2025年12月31日期间签约Transparency透明计划的品牌；
- 品牌需在签约后的6个月内，至少一个ASIN开启保护；
- 品牌须在整个促销期间内处于保护状态；
- 满足标签合规要求：
Transparency代码须与GTIN（如：UPC/EAN）或FNSKU（亚马逊物流入仓条码）同一面，且必须位于4英寸×4英寸（10厘米×10厘米）的区域内。

加入资质



您需要通过亚马逊品牌注册审核以证明是品牌所有者；在任一亚马逊站点完成品牌注册即可；



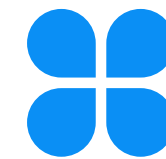
完成了品牌注册的商标必须已经过公示期（即R标）



一对一咨询



针对性沟通



全方位保护

立即点击链接
前往加入

前往加入



您还可扫码入群
了解更多咨询



Transparency透明计划功能要点与更新

功能更新：让保护更便捷，更轻松

一键注册



自助完成账户创建：Transparency透明计划现已开通自注册流程，无需等待，即可完成账户创建。

使用方法：登录卖家平台、Brand Registry平台以及sell.amazon.com均为一键开启



要注册 Transparency 计划，您的品牌必须：

- ✓ 使用向政府注册的商标注册 Brand Registry。如果您的品牌尚未注册 Brand Registry，[您可以在此处开始注册。](#)
- ✓ 拥有政府注册的商标。如果您在获取注册商标方面需要帮助，[请点击此处。](#)
- ✓ 拥有商品的全球贸易项目代码 (GTIN)，例如通用商品编码 (UPC)、ISBN 或欧洲商品编号 (EAN)。

您是 Brand Registry 中的权利所有者吗？

请使用您的权利所有者凭证进行登录，[然后创建 Transparency 账户。](#)

立即注册

功能更新：让品牌保护更便捷，更轻松

Transparency透明计划API

Transparency透明计划API提供了自动申请和下载代码的方法。您可将代码生成的操作无缝地集成至您现有的工作流程中，实现代码申请，下载，和管理的流程自动化，并无需为此额外增加投入



- **简化工作流程：**您可自动化代码申请，下载和管理的流程，省去为此登录Transparency透明计划自助服务平台的步骤，并降低人工操作失误的风险。



- **支持按需订购：**您可根据业务需求请求代码，消除提前估算代码数量或储存过量标签的需要。



- **实现无缝集成：**通过将代码申请的步骤集成至您现有的工作流程中，实现无缝的使用体验和高效的信息整合。



品牌之声

“ API解决方案让代码生成变得更高效率。生成一个代码的平均时间从56秒缩短到了4秒，且降低了人工操作失误的风险。

——子不语

“ 接入API帮助我们节省了成本，并防止了以前困扰我们的人为错误。



功能更新：用现有序列码参与，让保护更便捷，更轻松

代码互通

如果您的商品目前已使用序列代码，您可以使用现有的代码来加入并启用Transparency透明计划保护。

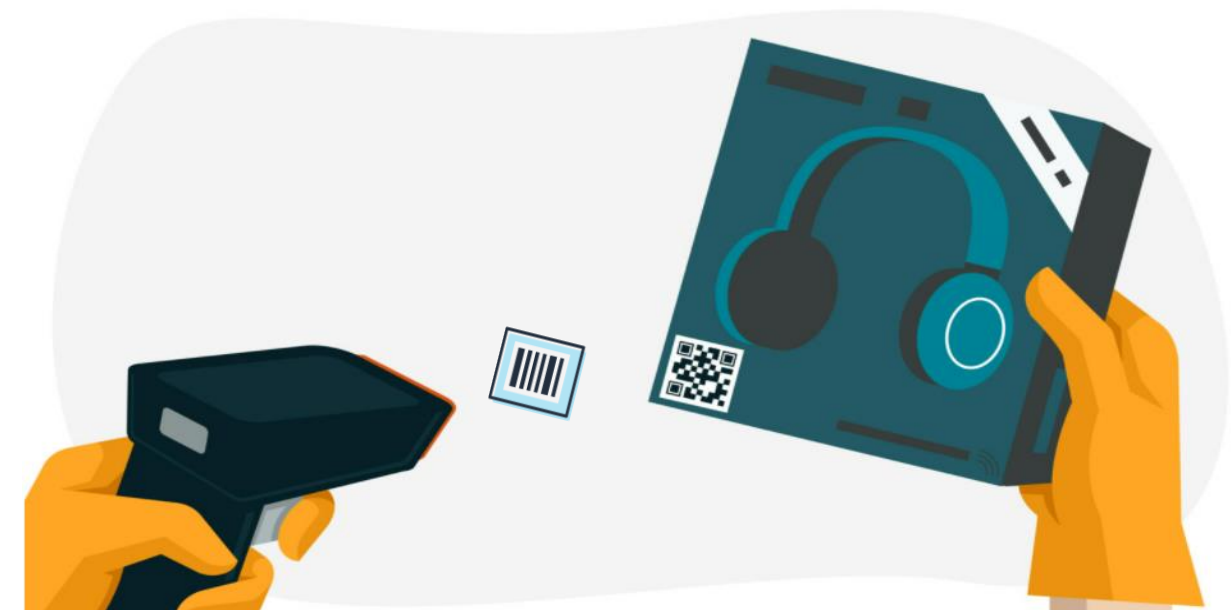
品牌商可通过代码互通实现：



更快开启保护：使用您品牌现有的序列代码，最快可在**2周内**开启Transparency透明计划保护，帮您降低成本和工作量。



优化包装：使用您现有的二维码、1D或2D码，则无需再包装设计中增加Transparency代码，能够减少包装上的内容，增加美感。



品牌之声



Transparency透明计划能兼容我们的序列码，这一特点是独一无二的，没有其他项目能让我们使用现有的序列号（也就是我们用于质保用途的序列号），同时还能验证每个发货单品的真伪。

logitech®

功能更新：让保护更便捷，更轻松

批量订购和下载代码

简单4步，实现批量订购与下载：通过表格申请的方式，您每次可为多达1,000个产品（ASIN）批量申请Transparency代码，每个产品单词最多可订购100,000个代码。

- 1 进入“代码请求模块”
- 2 下载申请表并填写申请表
- 3 上传后等待系统确认
- 4 **NEW~** 下载代码文件（支持一键下载zip版本的批量代码文件）



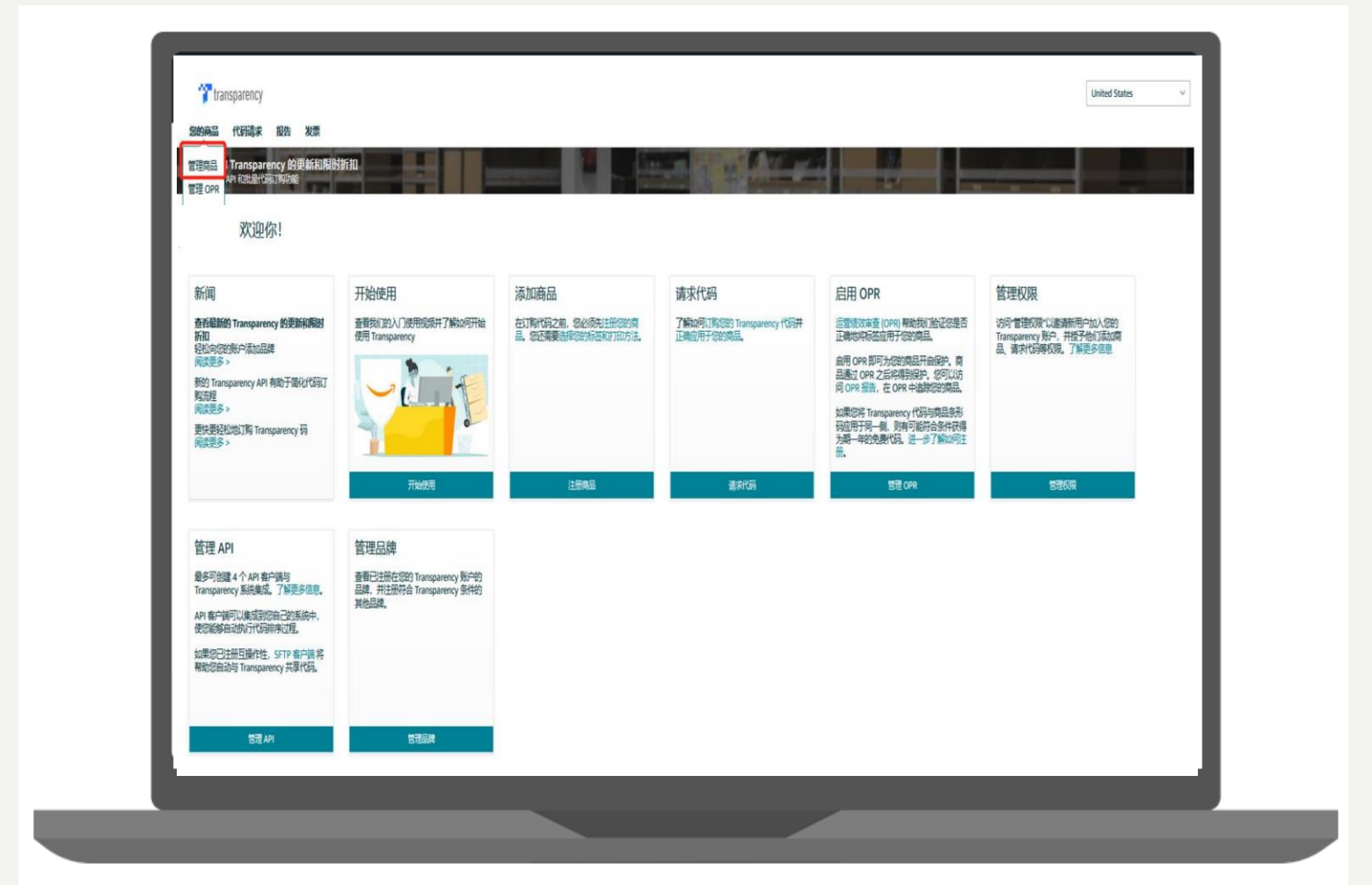
功能更新：轻松更新商品详情

自助商品信息编辑功能

用户可以在Transparency透明计划后台对已注册的商品信息自助编辑，借此可更好地管理已注册加入Transparency透明计划的商品的属性，并根据需要，更轻松地进行更改。

您可以编辑的商品详情包括：

- 商品名称；
- SKU和FNSKU；
- 生产地（1个ASIN可输入7个生产地）；
- 开通/取消IPP；
- 标签信息（标签类型、标识符、行动号召和标签上的第二种语言）



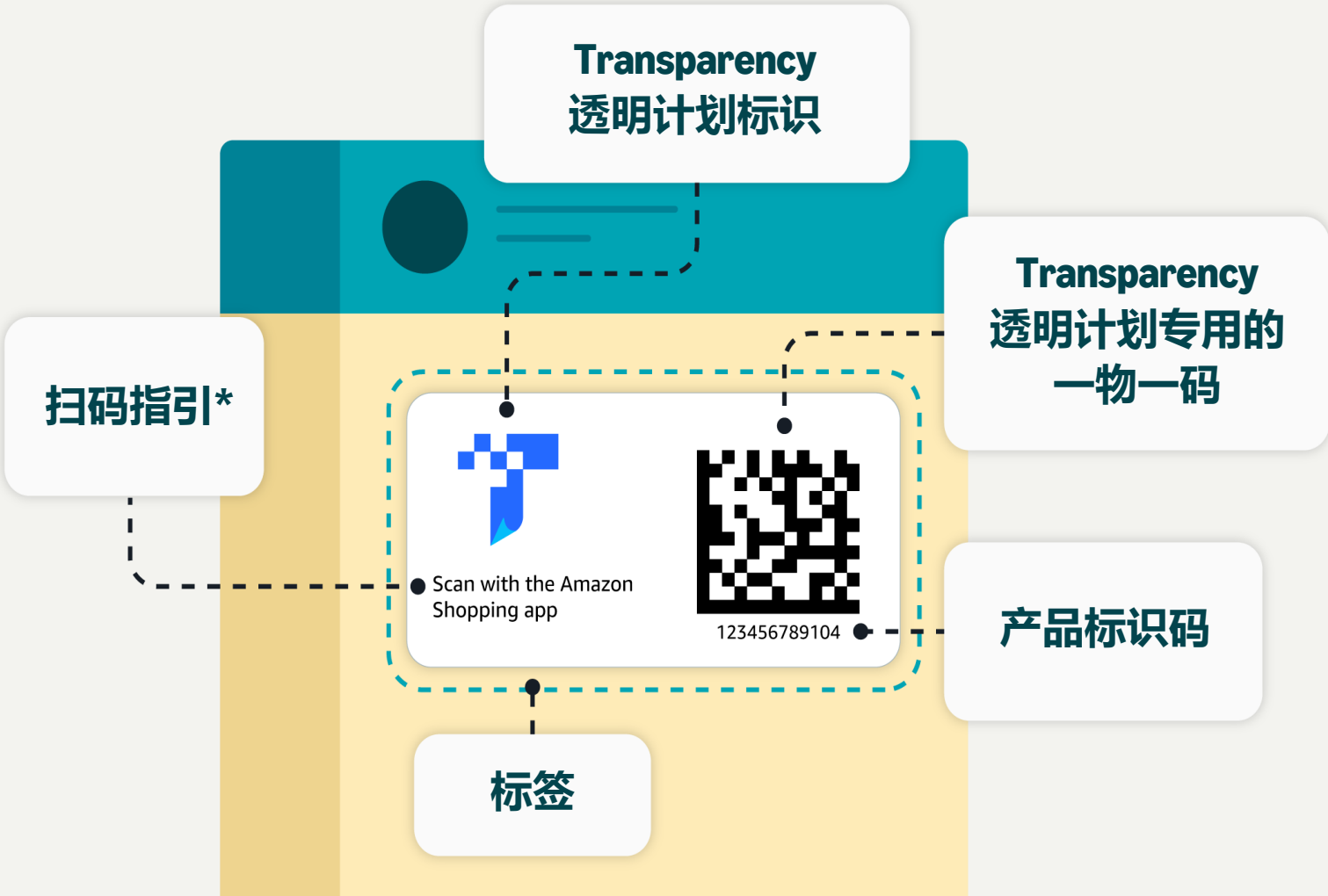
功能更新：简化OPR审核，快速开启保护

OPR加速福利

如果您所有开启保护的产品贴标准准确率持续达到100%并符合亚马逊的其他评估标准：

- 您的新品ASIN在未来开启OPR后，无需等待其满足标准OPR审核要求，该ASIN会被移至保护状态；
- 您的非新品ASIN在未来开启OPR后，无需等待其满足标准OPR审核要求，会在30天缓冲器结束后被移至保护状态。

*亚马逊还可能会评估其他因素来确定品牌是否能参加本项福利。



* 扫码指引：引导消费者可用亚马逊购物App或Transparency透明计划APP扫码查看更多品牌信息

常见问题

Transparency透明计划常见问题

Q1: Transparency透明计划的费用是如何收取的?

A: 加入Transparency透明计划不会带来佣金变化, 其成本主要在申请Transparency透明计划代码以及打印、贴标代码上。根据品牌需要申请的标签数量不等, 每个标签的收费在0.01至0.05美元之间, 同时对标签的数量也没有最低起订量的要求。

Q2: 透明计划费用是如何计算的? 可以举例说明吗?

A: Transparency透明计划采用阶梯式收费: 亚马逊将对每个Transparency透明计划代码或开通保护后卖家跟亚马逊互通的序列码按照0.01-0.05美金的费用收取, 具体收费以及优惠情况以品牌的电子协议为准。阶梯式收费基于品牌从开始收费日起, 为期12个月内申请的Transparency透明计划代码数量而定。

举例: 品牌账户的开始计费日为3/15/2019, 那么到3/14/2020截止为一个年度计费周期, 如果品牌账户在3/15/2019-3/14/2020期间累计代码申请量达到了100万个, 从一百万零一个开始, 费率降为每个0.03美元, 若一个计费周期内达到了1,000万个, 那么从一千万零一个开始费率降为每个0.01美元。开始计费日起一年后, 即3/15/2020, 代码价格将恢复初始的0.05美元, 阶梯收费将会重新计算累计数量。

Q3: 在一个亚马逊站点开通Transparency透明计划后, 其他站点可否同时开通?

A: 一次加入, 开通Transparency透明计划的站点均可使用。比如, 在您完成了Transparency透明计划的加入后, 您受保护的商品在亚马逊美国站和德国站均有销售, 无需多次加入, 即可在美国站和德国站同时享受Transparency透明计划对这一商品的保护。

Q4: 加入Transparency透明计划后是否店铺内所有产品都要贴上代码?

A: 不是。您可选择有需要的ASIN加入, 不要求店铺所有产品加入; Transparency透明计划代码的起订量也没有最低要求。

Q5: 加入 Transparency 透明计划对我现有的流程有什么影响? 是要多贴一个标签吗?

A: 通常而言是的, 但取决于您的标签选择。您需要为加入项目的 ASIN 张贴 Transparency 透明计划标签。亚马逊有不同的标签类型供您选择, 如果您选择 Transparency 透明计划和入库条形码 (FNSKU 或 GTIN) 二合一的标签, 或使用“代码互通”则无需额外贴标。

Transparency透明计划常见问题

Q6: 是否只保护亚马逊物流 (FBA) 商品? 自发货也保护吗?

A: 不管商品是通过FBA或自发货配送, 都可以保护。

- FBA商品入仓时, 亚马逊会扫描每件产品上的Transparency透明计划代码, 仅接受正确应用代码的正品入库;
- 自行配送商品的卖家, 也须提供正确的Transparency透明计划代码才可以销售, 确保仅向买家配送正品商品。

Q7: 我申请了Transparency透明计划, 是否会影响我FBA在途的未贴标货物入仓, 是否影响我在亚马FBA逊仓库的已有的未贴标库存的销售?

A: 不会。

- FBA仓库的货物, 可以正常销售;
- FBA在途的货物, 可以正常入库后, 再启动保护流程。

Q8: 加入Transparency透明计划的ASIN在FBA仓库中还有许多未贴有Transparency条码的商品, 是不是就不能开启保护?

A: 不影响, 已经在FBA仓库的商品不影响开启保护。

Q9: 加入 Transparency 透明计划的产品, FBA发货流程还是一样吗?

A: 是的, 但是请确保在发货前, 每一件商品都正确张贴Transparency透明计划标签。

Q10: 加入 Transparency 透明计划后, 我们自己的店铺是不是也无法跟卖了?

A: 可以跟卖。您可在开启 OPR 的阶段自行添加其他店铺, 获得跟卖权限; ASIN 开启保护后有增加店铺需求可直接联系透明计划客户经理协助添加权限。需要注意跟卖店铺发的该 ASIN 也需要张贴 Transparency 透明计划标签。

Q11: 哪些ASIN可以加入Transparency透明计划? 目前正在做的ASIN可以加入吗? 还是需要新品ASIN? 加入的ASIN有条件限制吗?

A: 新ASIN与已销售中的ASIN均可加入, 需要注意加入的ASIN必须是对应R标品牌的ASIN。

Transparency透明计划API常见问题

Q12: 我可以如何接入API?

A: 有两种方式可以接入API:

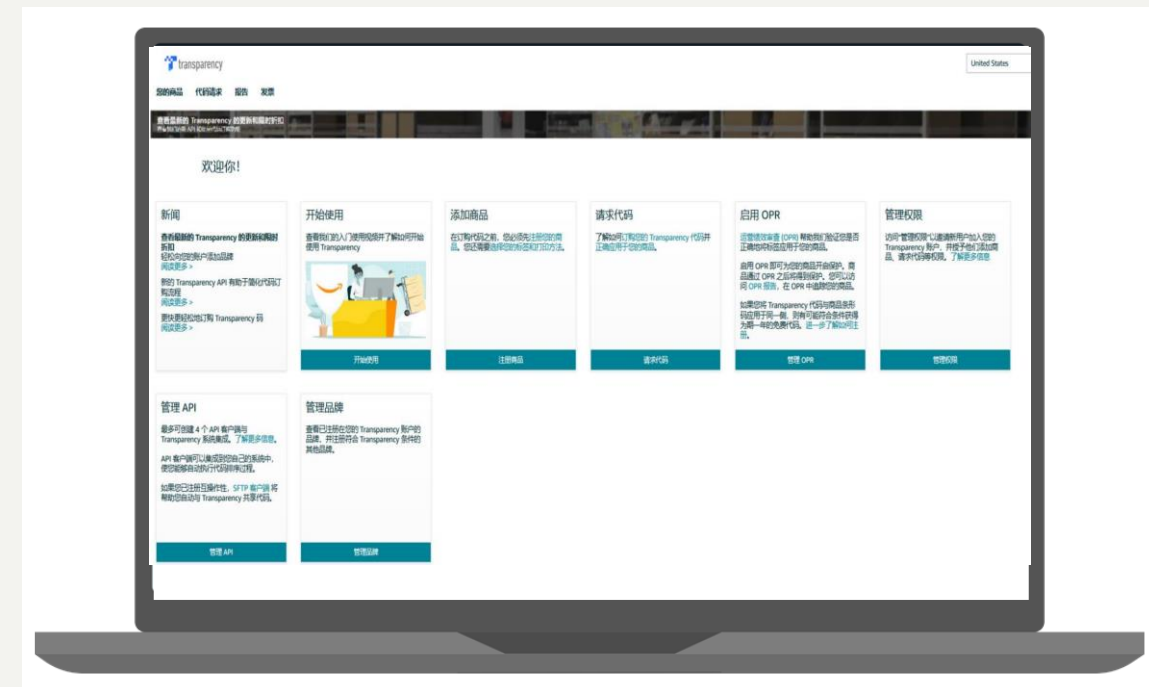
1) 如果您具备以下能力, 可直接进行API对接

- 正在使用自主开发的ERP系统
- 拥有IT开发和维护的能力
- 有亚马逊API的使用经验

点击获取技术文档

2) 如果您暂不具备上述技术

- 可联系您的ERP系统服务商或相关合作伙伴以获得解决方案的支持,
- 或前往亚马逊SPN服务商网络咨询相关ERP服务。



Transparency透明计划代码互通常见问题

Q13: 采用代码互通有哪些要求吗?

拥有商品的全球贸易项目代码 (GTIN), 例如通用商品编码 (UPC)、ISBN 或欧洲商品编号 (EAN)

使用外部可见/可扫描的 1D、QR 二维码或数据矩阵二维码格式的序列代码, 且将该条码与全球贸易项目代码 (GTIN) 贴在包装的同一侧

针对您制造的每件商品, 无论在哪里销售该商品, 都需应用唯一的全球贸易项目代码 (GTIN/SKU) 和序列化代码的组合

使用经序列化的代码, 至少 7 个字符, 最多 20 个字符

并且

愿意向亚马逊提供特定 SKU/全球贸易项目代码 (GTIN) 的所有序列代码, 使用官方的解决方案, 并在分享序列化代码时, 提供必要的技术资源

Transparency透明计划代码互通常见问题

Q14: 采用代码互通的话, 使用自己现有的代码和与使用Transparency透明计划代码相比, 不同的代码在权益上有什么区别吗

功能	详情	使用您现有的代码	使用亚马逊生成的代码
防止假货销售	主动防止不良商家在亚马逊上发布、向买家销售和配送假冒商品, 无论这些商品的配送渠道是亚马逊配送还是卖家自配送。	✓	✓
防止错误的变体	存在版本或重大差异的商品变体, 无法通过验证并上架销售。	✓	✓
国际商品流通保护	专供其他国家或地区生产的商品, 无法通过验证并上架销售。	✓	✓
减少供应链缺陷	使用“退货分析”报告, 确定存在商品缺陷或退货的具体批次或批号、厂商、以及分销商。	✓	✓
消费者可验证真伪	无论购买地点/渠道如何, 消费者都可以使用亚马逊APP或 Transparency透明计划 APP扫描代码, 验证商品真伪。	无	✓
消费者互动	消费者用亚马逊购物App扫商品上的代码时, 还可留评, 并查看由品牌定制的内容, 包括品牌视频、促销、Posts(帖子)、关注亚马逊品牌旗舰店等, 来提升买家浏览扫码页面的体验。	无	✓
商品详情页面标记	品牌可能有资格在其商品详情页面上展示 Transparency 透明计划标记。	无	✓

Transparency透明计划代码互通常见问题

Q15: 采用代码互通的话, 使用自己的代码与使用Transparency透明计划代码在具体操作性上有什么区别吗?

类型	使用您自己的代码	亚马逊发布的Transparency透明计划代码
代码要求	为每件商品分配唯一的、序列化的、非顺序的2D Data Matrix码。商品上还必须包含全球贸易项目代码 (GTIN), 如UPC码、EAN码或ISBN条码。	为每件商品分配唯一的、序列化的、非顺序的2D Data Matrix码。商品上还必须包含全球贸易项目代码 (GTIN), 如UPC码、EAN码或ISBN条码。
创建和序列化的主体	您或您选择的第三方服务商。您必须通过集成Transparency透明计划API, 与亚马逊共享特定SKU/GTIN的所有序列号	Transparency透明计划
代码长度	最少7个字符, 最多22个字符	至少26个字符
代码位置	外部可见/可扫描; 必须与GTIN印制在包装的同一侧	外部可见
系统集成	已注册的商品(SKU/GTIN)的每一件产品都必须添加序列码, 无论销售渠道或目的地	
打印	使用现有的打印方式	通过经过审核的Transparency透明计划服务商或其他印刷供应商进行外部打印或自行打印,

Transparency透明计划代码互通常见问题

Q16: 什么是代码互通的序列化代码?

A: 序列化代码是指每件产品的**唯一标识码**，常见样式包括以下三种:



一维码样例



二维数据矩阵码样例



QR码样例

Q17: 序列化代码的具体要求有哪些?

A: 如需使用Interoperable代码将产品加入Transparency透明计划，您的序列化代码必须满足以下条件:

- 代码为七到二十个字符:
 - a) 对于一维码，Interoperable代码必须为七到二十个字符并且为数字/字母字符（即：a至z，A至Z，0至9）
 - b) 对于二维数据矩阵码或者QR码，序列化代码必须包含七到二十个字符的信息并且仅限数字/字母字符（意味着没有特殊字符，例如\$或者-）。
- 代码在产品外包装上清晰可见;
- 代码需应用于所有已获全球贸易代码（GTIN；如：UPC、EAN、IBSN等）的生产单件。
- GTIN码和序列化代码的组合具有全球唯一性;
- 代码标签应与GTIN条形码贴在同一侧，且尺寸范围为1.25“x 2” (3.175x 5.1厘米)。
- 您需要联系您的透明计划客户经理最终确认代码的可行性，方可开启看代码互通功能

Transparency透明计划代码互通常见问题

Q18: 如果我使用自己的序列代码加入, 能否享受所有的Transparency透明计划的权益?

A: 无论使用亚马逊生成的代码, 还是选择使用自己的序列码, 卖家都可以享受Transparency透明计划权益。目前, 卖家无法享受面向使用亚马逊发布的 Transparency 透明计划代码的品牌提供的买家互动、商品详情页面“小蓝标”权益。

Q19: 使用代码互通加入Transparency透明计划, 如何收费?

A: 亚马逊会针对您生成或与亚马逊互通的代码收取费用, 并根据数量提供折扣。没有项目注册费或订阅费, 对每个订单没有最低要求或限制, 也没有添加或删除 ASIN 的费用。

Q20: 哪些站点能够使用代码互通?

A: 目前, 您可以在亚马逊美国、加拿大、德国、法国、意大利、西班牙、英国、和澳大利亚站点使用您自己的代码。

OPR加速福利

Q21: 品牌需要具备哪些条件以参加这项福利?

A: 您需要保持您的品牌下所有开启保护的产品贴标准确率持续达到100%，并符合亚马逊的其他评估标准。

Q22: 我可以在哪里查询我的品牌是否符合加入条件?

A: 符合条件的品牌在启动OPR时会自动解锁本项福利。请联系您的Transparency透明计划联系人以获取更多信息。

Q23: 如果我品牌下还未有任何处于保护状态的的商品，我是否可以参加本项福利?

A: 品牌若已有产品注册并开启 Transparency透明计划保护，可有机会获得此权益。若您品牌下的商品下还未有任何处于保护状态的商品，您需要先完成当前的注册和OPR审核等流程。一旦您的产品通过 OPR并进入受保护状态，您就可以通过继续正确贴标所有产品来达到参与本福利的条件。

附录：

**Transparency透明计划后台使用方法
与Softlines商品的双重代码**

如何使用：Transparency透明计划后台

品牌和其授权商，可登录Transparency透明计划自助服务平台进行项目操作并且查看报告衡量项目投入产出。



- 申请和下载代码



- 管理多用户的使用权限



- 查看品牌保护数据报告



Transparency透明计划后台：代码获取及权限管理

- **三步自助获取代码：**登录 > 申请 > 下载。
- **管理权限：**只有品牌方及其赋予权限的经销商或分销商，才有权限申请和下载代码。

transparency

YOUR PRODUCTS CODE REQUESTS REPORTS

Code Requests

Search product name, UPC, ASIN, or SKU Search 5 product(s) Order codes (1)

Image	Product Name	GTIN	SKU	ASIN	In-plant Printing
	Brand Max Protect Shampoo and Sulfate Free Conditioner 2 in 1, For Normal to Dry Hair, 21.9 fl oz.	841710148030	0123456789012	B01L081FN6	Enabled
	Brand Max Protect Shampoo and Sulfate Free Conditioner 2 in 1, For Normal to Dry Hair, 21.9 fl oz.	841710148032	0123456789012	B01L081FN7 B01L081FNA B01L081FNB	--
	Brand Max Protect Shampoo and Sulfate Free Conditioner 2 in 1, For Normal to Dry Hair, 21.9 fl oz.	841710148043	0123456789012	B01L081FN8	--
	Brand Max Protect Shampoo and Sulfate Free Conditioner 2 in 1, For Normal to Dry Hair, 21.9 fl oz.	841710148044	0123456789012	B01L081FN8	Enabled

Brand Max Protect Shampoo and Sulfate Free Conditioner 2 in 1, For Normal to Dry Hair, 21.9 fl oz.
GTIN: 841710148046 | SKU: 0123456789012 | ASIN: B01L081FN6

Code Quantity (Max limit: 100,000)
 Order codes

Additional Information (Optional)
Manufacture Location Lot Number Manufacture Reference

Softlines商品的双重代码



- 服装和鞋类产品的退货量很大，而且退回的产品往往没有原包装。
- 因此，Transparency透明计划之前要求这些类别的注册产品必须使用两个编码：一个在外包装上，一个在产品本身上。
- 虽然这不再是强制要求，但仍然强烈建议这类产品使用双重编码。



Softlines商品的双重代码的差别



参数	双重代码 (推荐)	单一代码
客户验真和互动	消费者 可以 在外包装遗失的情况下, 仍然进行产品认证和使用互动功能	消费者 不可以 在外包装遗失的情况下, 仍然进行产品认证和使用互动功能
Transparency透明计划对退货的检查	当产品退回时, 可以 扫描Transparency透明计划代码以验证商品是否为正品	当产品退回时, 不可以 扫描Transparency透明计划代码以验证商品是否为正品
能够在产品详情页上推广ASIN已注册Transparency透明计划的信息	品牌可以按照Transparency透明计划宣传信息, 亚马逊产品详情页或A+内容指南, 在其ASIN的产品详情页上宣传其已加入Transparency透明计划	如果没有Transparency透明计划代码, Transparency透明计划无法保证退回的产品是否为正品, 无法确保消费者收到的商品都是正品
代码成本	标准费用, 亚马逊免费提供第二个代码	标准费用