

前据我驻瑞典商务处来信反映,瑞典市场零售商品都已采用“产品通用符号”标签,包装上没有这种符号,就进不了设有电子扫描读出装置的超级市场,因此希望我出口商品能跟上形势,研究采用这种符号。日本大荣商社也通知有关制造商,由于商场结帐采用电子扫描系统,因中今后凡进入该商社的商品必须使用产品通用符号。又据台湾报纸报道,台湾今日百货公司超级市场最近也开始采用电子扫描系统,其它百货公司也准备跟进。

“产品通用符号”简称UPC (universal product Code),又称为线码或条码系统 (Bar Code),首先由美国食品加工业创立于1973年,形成了UPC制度。它是

当前世界上零售业采用电子扫描器结帐的一种商品代号。它由一块长约4厘米,宽约2.5厘米的线条代码和相应的阿拉伯数字来表示,通常以二条深色线和二条浅色线的组合代表一个阿拉伯数字,并按照粗细条纹排列组合的不同,来区分各种商品的国家、厂商和品名。

产品通用符号有两类:一类是简化型的,主要用于包装容器体积较小的商品;一类是标准型的,它由十一或十三个号码所组成。

1. 国别代号 头两位号码代表国别(第一位数字在规矩线外)。主要国家的国别代号为:美国00~09,法国30~37,西德40~43,日本49,英国50,丹麦57,芬兰64,挪威70,瑞典73,瑞士76,意大利80—83,澳大利亚93。

关于产品通用符号

叶世雄

2. 厂商代号 紧接国别代号后面的四或五个号码是商品的厂商代号,如美国通用食品公司的注册代号为3000,雀巢公司为5000,约翰逊化学品公司为6500等。

3. 商品代号 厂商代号后面的四或五个号码代表各种不同的商品,如美国通用食品公司的咖啡代号为7923,约翰逊化学品公司的空气清新剂为0055,加拿大的潮水牌洗衣粉为1033等。

4. 检查号码 最后一个号码,用以防范和确查输入资料的差错。

国际上因商品交流的范围不同,使用条码分为三大系统:以美国为首的美洲地区为UPC系统;以西德为首的欧洲地区为EAN系统;

以日本为首的东南亚地区为JAN系统。每一系统都设有一个协会,即美洲的国际货号同盟(Article Number Association),欧洲的欧洲货号同盟(European Article Number),东南亚的日本流通符号中心(Japan Article Number)。三个系统之间的货号可以互换。

根据国际货号同盟执行秘书声称,在美国有70%的另售商品已经使用了条码,其中加工食品已达90%;条码使用范围由加工食品、药品、化妆品扩大至书本、玩具及自己动手产品(Do-it yourself指自己在日常生活中使用的全套维修工具)。加拿大有80%的加工食品和100%的健美商品使用了条码。澳大利亚超级市场货架上大约有60~70%的商品印上了条码。欧洲的西德、法国普及程度为70~80%,日本近年来一直在积极推行条

码系统，目前约有50%的商品印有条码。根据该执行秘书预计，随着百货公司、超级市场扩大增设电子扫描器，今后不仅零售包装，甚至运输包装也将采用这种条码，以便仓储管理收发货时也采用电子扫描设备。

条码的使用方法，是由生产厂商将其产品向货号同盟登记申请代码(要收取费用)，由货号同盟发给一组专用的条码，生产商将此专用条码印贴在商品包装上。零售商在出售商品时，需先将商品条码和售价输入电脑的记忆库中，收银员只要将商品上的条码标签通过电子扫描器，即可快速地从电脑记忆库中抓出相应的价格数据，并完成结算货款和制出发票。

条码的使用，对超级市场和消费者均有明显的好处：

1. 可以缩短等候结帐的时间 据估计，可节省结帐时间30~50%，受到消费者商品通用符号举例：



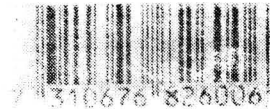
美国



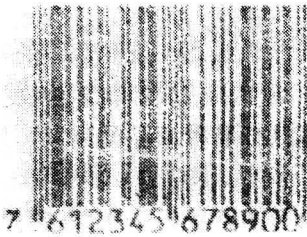
日本



英国



瑞典



瑞士



澳大利亚

的欢迎。

2. 可免除在商品上个别标价 因为商品包装上已预先印有条码，配合电脑记忆库的价格资料，即可计算货款，因此无需在每一个商品上分别标价(仅需在货价上标价)；如遇价格升降，只需重新输入记忆库价格资料，不需在商品上更动标价。

3. 提高结帐的正确性 电子扫描读错条码的机率只有百万分之一，所以结帐的正确性可大为提高。

商品包装上印贴条码是国际市场上的必然趋势，条码系统的时代已经来临。目前，我国仅有个别出口商品应国外进口商的要求，在包装上加印该外商的条码，因此基本上还是空白点。为了适应国际市场销售方式的变化，作为我国商品进入国外设有电子扫描器的超级市场的必要手段，开展对条码系统的调研和应用，看来是极为必要的。