



The Global Language of Business

# Produktu attēlu specifikācijas standarts

Definē ar produktiem saistīto digitālo attēlu uzglabāšanas noteikumus un sniedz detalizētu informāciju par visiem digitālo attēlo uzglabāšanas aspektiem.

*Izdevums 3.0, apstiprināts, 2017. gada jūnijs*

---

## Dokumenta kopsavilkums

Dokumenta elements	Pašreizējā vērtība
Dokumenta nosaukums	Produktu attēlu specifikācijas standarts
Dokumenta datums	2017. gada jūnijs
Dokumenta versija	3.0
Dokumenta izdošana	
Dokumenta statuss	Apstiprināts
Dokumenta apraksts	Definē ar produktiem saistīto digitālo attēlu uzglabāšanas noteikumus un sniedz detalizētu informāciju par visiem digitālo attēlo uzglabāšanas aspektiem.

## Atbalstītāji

Vārds, uzvārds	Organizācija
Dens Bauers [ <i>Dan Bauer</i> ]	3M
Pjērs Brols [ <i>Pierre Brault</i> ]	A. Lassonde
Rendijs Bērds [ <i>Randy Burd</i> ]	MultiAd Kwikkee
Nensija Kola [ <i>Nancy Call</i> ]	Lowes
Kims Kalks [ <i>Kim Chalk</i> ]	McCormick Canada
Dens Klārks [ <i>Dan Clark</i> ]	GS1 Canada
Metjū Dīters [ <i>Matthew Deeter</i> ]	Deeterworks
Arne Dikss [ <i>Arne Dicks</i> ]	GS1 Germany
Kolins Dūlijs [ <i>Colleen Dooley</i> ]	Lawtons
Žans Kristofs Gilbērs [ <i>Jean-Christophe Gilbert</i> ]	GS1 France
Riks Gils [ <i>Rick Gill</i> ]	Home Depot
Neils Grejs [ <i>Neil Gray</i> ]	GS1 UK
Stefens Džefrijs [ <i>Stephen Jefferies</i> ]	Inovis
Grānts Kils [ <i>Grant Kille</i> ]	Agentrics
Brūss Lafī [ <i>Bruce Laffee</i> ]	Gladson
Rita Lora [ <i>Rita Laur</i> ]	GS1 Canada
Melānija Lijona [ <i>Melanie Ligons</i> ]	GXS
Vendija Martina [ <i>Wendy Martin</i> ]	Boots
Džastins Midltons [ <i>Justin Middleton</i> ]	GS1 Australia
Stīvs Moriss [ <i>Steve Moris</i> ]	Scales Advertising
Olivers Mutons [ <i>Olivier Mouton</i> ]	Carrefour
Glens Praids [ <i>Glenn Pride</i> ]	1Sync
Džeina Rosati [ <i>Jane Rosati</i> ]	GS1 Canada
Roberts Tarants [ <i>Robert Tarrant</i> ]	Brandbank
Džina Tomasi [ <i>Gina Tomassi</i> ]	PepsiCo
Stīvs Valass [ <i>Steve Wallace</i> ]	Brandbank
Džejs Janko [ <i>Jay Yanko</i> ]	Big Hammer

## VICS atbalstītāji

Vārds, uzvārds	Organizācija
Dens Bauers [ <i>Dan Bauer</i> ]	3M
Džons Demarko [ <i>John DeMarco</i> ]	3M
Patija Rīda [ <i>Patti Read</i> ]	3M
Eds Sopja [ <i>Ed Sopia</i> ]	Black & Decker
Gregs Mankvilardi [ <i>Gregg Manqialardi</i> ]	Bosch
Bobs Bježka [ <i>Bob Bieszka</i> ]	Brass Craft
Marks Ņūtons [ <i>Mark Newton</i> ]	ECCC
Maiks Sadiņņiks [ <i>Mike Sadiwnyk</i> ]	ECCC
Brūss Lafī [ <i>Bruce Laffee</i> ]	Gladson
Maikls Kotiners [ <i>Michael Chotiner</i> ]	Hanlet Wood
Deivs Pakjarella [ <i>Dave Pucciarella</i> ]	Home Depot
Neits Perimens [ <i>Nate Perryman</i> ]	Home Depot
Tims Nudsons [ <i>Tim Knudson</i> ]	Home Depot
Maje Kempa [ <i>Mae Kemp</i> ]	Lowes
Alekss Daijs [ <i>Alex Dye</i> ]	Master Lock
Rendijs Bērdšs [ <i>Randy Burd</i> ]	MultiAd
Toms Bostons [ <i>Tom Boston</i> ]	National Manufacturing
Deivids Čjesliks [ <i>David Cieslik</i> ]	Robert Bosch
Stīvs Moriss [ <i>Steve Moris</i> ]	Scales Advertising
Ričards Ričardsons [ <i>Richard Richardson</i> ]	UCC
Džekija Džounsa [ <i>Jackie Jones</i> ]	UCCnet
Dženifera Ksikva [ <i>Jennifer Xiques</i> ]	UCCnet
Sūzana Broza [ <i>Susan Brozas</i> ]	UCCnet
Frenks Našs [ <i>Frank Nash</i> ]	UDEX
Brūss Hokins [ <i>Bruce Hawkins</i> ]	Wal-Mart

## Izmaiņu reģistrs

Izdevums	Izmaiņu datums	Izmaiņu veicējs	Izmaiņu kopsavilkums
2006 06 29	2006. gada 29. jūnijs	D. Baklijs [ <i>D. Buckley</i> ]	Konvertēts 'VICS Product Image Specification' GS1-GSMP veidnes formātā
11.07.2006.	2006. gada 11. jūlijs	R. Lora [ <i>R. Laur</i> ]	Atjaunināta informācija CR iesniegšanai GSMP
1	2006. gada 8. decembris	GDSN/GSMP Attēlu specifikāciju darba grupa	Skatīt analītiskos dokumentus.
2	2007. gada 11. janvāris	GDSN/GSMP Attēlu specifikāciju darba grupa	Sk. komentārus rezolūcijas dokumentam no GSMP publiskā pārskata
2.1.	2007. gada 7. februāris	GDSN/GSMP Attēlu specifikāciju darba grupa	Iespiedkļūdu saraksts piemēru labošanai.
2.2.	2007. gada 13. februāris	GDSN BRG	Piemēru 4-2, 4-3 un 4-4 precizējums
2.3.	2008. gada 26. februāris	D. Klārks [ <i>D. Clark</i> ]	Planogrammas nosaukuma piešķiršanas metodes 2.1.5. paskaidrojums
2.4.	30.08.2013.	GDSN/GSMP Attēlu specifikāciju darba grupa	WR # 12-046; 12-244; 12-253; 12-254; 12-255; 12-256; 12-257; 12-258; 12-259; 12-310; 12-312; 12-313; 12-322; 13-018; 13-040; 13-105
2.5.	11.03.2014.	Iespiedkļūdu saraksts	Formulējuma un pievienoto piemēru labojumi

Izdevums	Izmaiņu datums	Izmaiņu veicējs	Izmaiņu kopsavilkums
2.6.	01.10.2014.	GDSN/GSMP Attēlu specifikāciju darba grupa	WR #14-076; 14-023; 14-038; 14-055; 14-099 <input type="checkbox"/> OK
2.7.	02.03.2015.	GDSN/GSMP Attēlu specifikāciju darba grupa	WR # 15-004 apstrādāti attēli
2.8.	2015. gada septembris	D. Baklijs un D. Klārks	Pirms publicēšanas izmantota jauna GS1 marķēšana un WR # 14-071 (pievienoti metadati); 14-184 (stilu lapas, lai identificētu atainošanas līmeni zem katra attēla); 14-200 & 14-201 (pievienota uz GDTI balstīta nosaukumu došana); 15-154 (pievienoti attēla nolasišanas tipu apraksti kinokadra uzņēmumiem [ <i>still shot</i> ] ar vienu un vairākiem GTIN)
3.0.	2017. gada jūnijs	D. Baklijs un D. Klārks	Dokumenta pārstrāde, pamatojoties uz WR 16-219

## Atruna

GS1® saskaņā ar savu intelektuālā īpašuma politiku cenšas izvairīties no neskaidrībām par prasībām intelektuālā īpašuma jomā, prasot šā dokumenta "**Produktu attēlu specifikācijas standarts**", izstrādāšanas darba grupas dalībniekus piekrist piešķirt GS1 biedriem bez autortiesību atlīdzības vai RAND (Samērīgu un nediskriminējošu noteikumu) licenci attiecībā uz Nepieciešamajām prasībām (*Necessary Claims*) atbilstoši tam, kā šīs prasības ir definētas GS1 intelektuālā īpašuma politikas aprakstā. Turklāt uzmanība tiek pievērsta arī iespējai, ka viena vai vairāku šīs Specifikācijas faktoru ieviešana var būt pakļauta patenta vai citām intelektuālā īpašuma tiesībām, kas neparedz Nepieciešamo prasību.

Šāda veida patenta vai citas intelektuālā īpašuma tiesības nav pakļautas GS1 licencēšanas prasībām. Turklāt vienošanās par licenču piešķiršanu saskaņā ar GS1 Intelektuālā īpašuma politiku neietver intelektuālā īpašuma tiesības un neparedz nekādas prasības no tādu trešo pušu puses, kas nav Darba grupas dalībnieki.

Attiecīgi GS1 iesaka, ka katrai organizācijai, kas īsteno ieviešanu saskaņā ar šo Specifikāciju, vajadzētu noteikt, vai pastāv patenti, kas attiecas uz konkrēto ieviešanu, ko organizācija īsteno saskaņā ar Specifikāciju, un vai ir nepieciešama licence attiecībā uz patenta vai citām intelektuālā īpašuma tiesībām. Nosakot šo vajadzību pēc licencēšanas, vajadzētu ņemt vērā attiecīgās sistēmas nianšes, ko izstrādājusi organizācija, konsultējoties ar savu patentu padomi.

ŠIS DOKUMENTS IR "TĀDS KĀDS IR" UN NEIETVER NEKĀDAS GARANTIJAS (IESKAITOT TIRDZNIECĪBAS, NEPĀRKĀPŠANAS, ATBILSTĪBAS KONKRĒTAM MĒRĶIM GARANTIJAS, KĀ ARĪ CITAS GARANTIJAS, KAS IZRIET NO ŠĪS SPECIFIKĀCIJAS). GS1 atsakās no jebkādas atbildības par zaudējumiem, kas radušies, nepareizi izmantojot šos Standartus (ieskaitot īpašus, netiešus, izrietošus vai kompensācijas zaudējumus), ieskaitot atbildību par jebkādu intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpšanu, kas attiecas uz šajā dokumentā ietvertās vai ar to saistītās informācijas izmantošanu.

GS1 patur tiesības šajā dokumentā veikt izmaiņas jebkurā laikā bez iepriekšējas paziņošanas. GS1 nesniedz garantijas saistībā ar šī dokumenta izmantošanu un neuzņemas atbildību par kļūdām, kas var gadīties šajā dokumentā, kā arī neuzņemas pienākumu atjaunināt tajā ietverto informāciju.

GS1 un GS1 logo ir reģistrētas GS1 AISBL preču zīmes.

## Satura rādītājs

<b>1. Ievads.....</b>	<b>6</b>
1.1. Priekšpuses noteikšana .....	6
1.1.1. Standarta priekšpuses noteikšana.....	6
<b>2. Mārketinga attēlu tipi .....</b>	<b>7</b>
2.1. Fotoattēli .....	7
2.2. Apstrādāti attēli .....	7
2.3. Attēlu iedalīšana: *(pēc izvēles).....	7
2.4. Attēlu diferenciācijas lēmumu koks.....	8
2.5. Attēlu tipi.....	8
2.5.1. Mārketinga attēlu specifikācijas: Produkta attēls ar un bez papildus elementiem .....	8
2.5.2. 360 attēlveidošana / 3D interaktīvā attēlveidošana / 3D modelēšana .....	9
2.5.3. Detalizēts attēls.....	11
2.5.4. Montāžas attēls .....	12
2.6. Attēla izmērs/formāts .....	12
2.7. Produkta fons .....	12
2.8. Izgriešana .....	12
<b>3. Nosaukumu došana failiem .....</b>	<b>13</b>
3.1. Uz GDTI balstīta nosaukumu došana failiem .....	13
3.1.1. Atbalstošie dati.....	13
3.2. Uz GTVN balstīta nosaukumu došana failiem.....	13
3.2.1. Atbalstošie dati .....	18
<b>4. Planogrammas attēlu un datu lauka specifikācijas .....</b>	<b>18</b>
4.1. Faila formāts .....	18
4.2. Skati .....	18
4.3. Foni un apgriešana.....	18
4.4. Attēla izmērs .....	18
4.5. Faila nosaukuma izveide .....	18
4.5.1. Uz GTVN balstītu nosaukumu došana .....	18
4.5.2. Mainiet valodu.....	21
4.5.3. Patērētāju piesaistei paredzētais displejs (nav identificēts ar GTVN).....	21
4.5.4. Uz GDTI balstīta nosaukumu došana .....	21
<b>5. Metadati.....</b>	<b>22</b>
5.1.360* Attēla metadati.....	23
5.1.1. Attēla faila nosaukums .....	23
5.1.2. Attēla apraksts .....	23
5.1.3. Uzņēmumu rotēšanas virziens .....	23
5.1.4. Attēlu secība (Leņķa pozīcija) .....	23
A.1 GS1 Terminu un definīciju vārdnīca .....	25
A.2 GS1 saīsinājumi .....	25

A.3	Fotografēšanas pamati.....	26
	Produkta skati .....	26
	Gala lietošanas formāti.....	26
A.4	Metadatu saraksts.....	27

## 1. Ievads

Šis GS1 standarts definē noteikumus ar produktiem saistīto digitālo attēlu uzglabāšanai. Kā produkta identifikācijas numurs tiek izmantots Globālais Tirdzniecības Vienības Numurs (GTVN), un šis dokuments nodrošina detalizētu informāciju par visiem digitālās attēlveidošanas uzglabāšanas aspektiem. Šis dokuments nenosaka kā attēli elektroniski jānogādā. Attēlu nogādāšana ir ārpus šī dokumenta apskatāmās jomas.

Šie noteikumi balstīti uz vadlīnijām, ko sākotnēji 2005. gada jūlijā izstrādāja Brīvprātīgo starpnozaru komercrisinājumu asociācija (*Voluntary Interindustry Commerce Solutions Association - VICS*), <http://www.vics.org>, lai nodrošinātu konsekveni, izmantojot digitālos attēlus tirdzniecības veicināšanai.

Ir svarīgi atzīmēt, ka digitālie aktīvi (piemēram, attēli) ir tikai viena daļa no nepieciešamajiem elementiem. Aktīvu savlaicīgai un precīzai izmantošanai ir būtiski dati – gan metadati, gan saistītie dati. Papildu informācija par minimālajām datiem izvirzītajām prasībām ir sniegta TIIG (Komercreču integrācijas vadlīnijas).

### 1.1. Priekšpuses noteikšana

Informācijas apmaiņai starp tirdzniecības partneriem ir svarīgi visi produktu attēli. Lai nodrošinātu, ka identificētais atbilst sagaidāmajam, ir nepieciešama saskaņota identifikācijas metode. Pirmais solis ir preces priekšpuses atainojuma definēšana.

#### 1.1.1. Standarta priekšpuses noteikšana

Produktu priekšpuses noteikšana ir definēta GDSN Iepakojuma mērīšanas noteikumos ([4.2. nodaļa "Vienības standarta priekšpuses noteikšana"](#)). Visas pārējās puses tiek aplūkotas attiecībā pret priekšpusi un tās identificē ar ciparu paplašinājumu saistītu ar konkrēto priekšpusi. Reklāmai paredzētās puses tiek automātiski fiksētas kā ciparu paplašinājums, kas ļauj saglabāt vairākus attēlus (un puses) saistītus ar vienu un to pašu GTVN.



## 2. Mārketinga attēlu tipi

Turpmāk tekstā tiek aprakstītas tehnisko failu komponentu identificēšanas iespējas un nosaukumu došanas prakse mārketinga attēliem. Ieteikumus fotografēšanai lūdzam skatīt Pielikumā A4 "Fotografēšanas pamati".

### Fotoattēlu nošķiršana no apstrādātiem attēliem

Attēlu iedalīšana fotografētos vai apstrādātos attēlos ir zināmā mērā subjektīva un, lai gan var pamatot apgalvot, ka digitāli saglabāts un retušēts fotoattēls vairs nav fotogrāfija, ir būtiski panākt līdzsvaru starp abiem šiem attēlu veidiem, ja vienā sistēmā ir saglabāti identiski produktu atainojumi gan fotogrāfijās, gan apstrādātos attēlos un, jo īpaši, kad attiecināmā nomenklatūra esošo vadlīniju ietvaros liek abiem failiem piešķirt identisku nosaukumu. Šādos gadījumos ir nepieciešama īpaša kārtība, lai noteiktu atšķirību starp abiem attēlu veidiem, ja ir sagaidāms, ka tie abi vienlaikus atradīsies vienā vidē.

### 2.1. Fotoattēli

**Fotoattēls:** līdzība ar fizisku objektu, kas tiek panākta ar elektroniskiem vai ķīmiskiem līdzekļiem, izmantojot kameru.

Fotoattēlus var digitalizēt, saglabājot ciparu formātā, vai uzreiz saglabāt ciparu formātā tieši kamerā. Ja fotoattēli ir fiziski retušēti vai pat krāsoti, tas ir darīts, izmantojot fotoattēlu apstrādei paredzētu īpašu programmatūru. Lai arī šie attēli tiek uzglabāti un, iespējams, ir izmainīti digitālā vidē, sākotnēji tie bija fotogrāfa notverts fiziska objekta un gaismas uzņēmums kamerā, un tāpēc tie būtu jāuzskata par 'fotoattēliem'.

### 2.2. Apstrādāti attēli

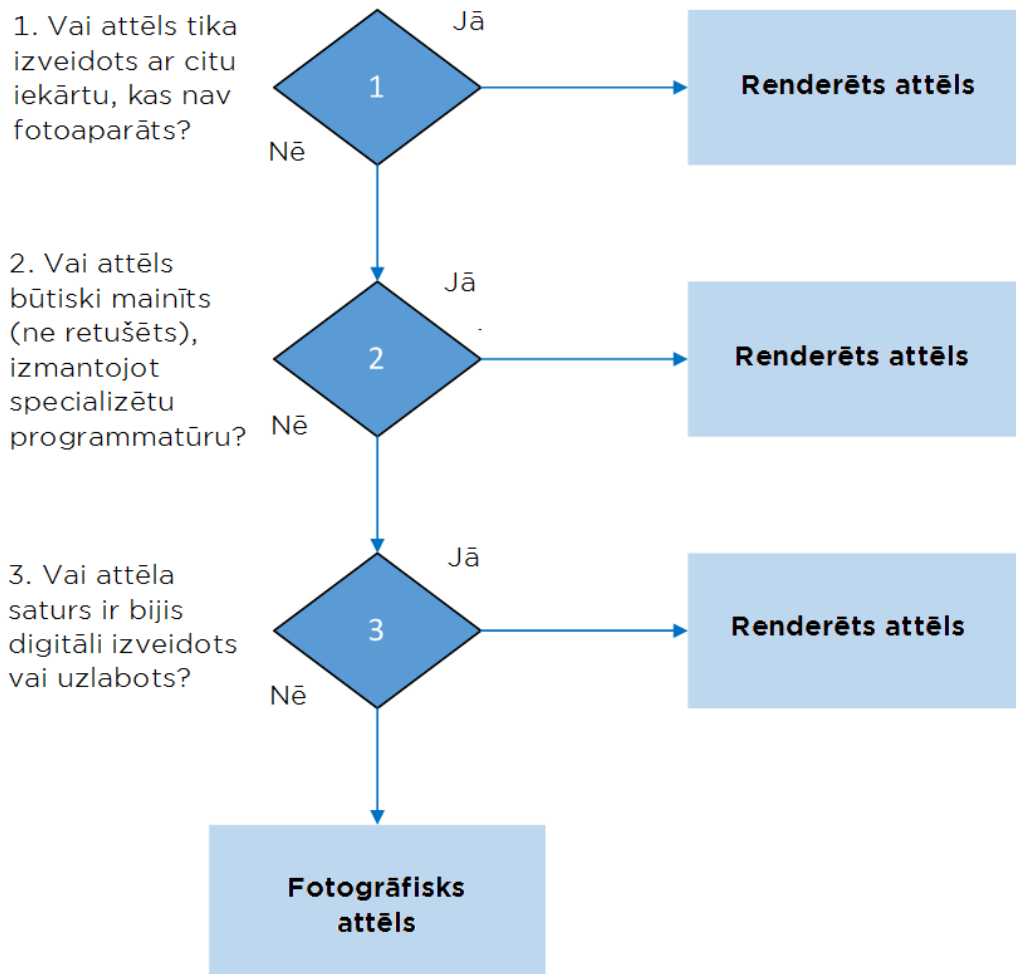
**Apstrādāts attēls:** rezultāts, kas tiek iegūts, izveidojot digitālu līdzību ar fizisku objektu, izmantojot datoru un programmatūru.

Bieži vien apstrādātu attēlu avots nebūt nav fotografēšanas process. Atveidotiem attēliem nepiemīt iezīmes, kas nepieciešamas, lai tos fiziski pārnestu uz papīru vai filmiņu, un tie nereti glabājas tikai digitālajā vidē un tiek aplūkoti tikai izmantojot projekcijas ierīces, piemēram, monitoru, tālruni vai projektoru. Ja fotoattēli ir vienreiz fiziski retušēti, tad, izmantojot īpašu programmatūru, apstrādātie attēli šādā veidā tiek izveidoti gandrīz pilnībā. Apstrādāts attēls var saturēt (datus), kas reizi bija daļa no "fotogrāfijas", bet pēc tam, kad attēls tika digitalizēts, labots, mērogots, krāsots, izgaismots un ievietots digitālā kompozīcijā, tas kļūst par apstrādātu attēlu, un tāpēc nevar teikt, ka ar īpašas programmatūras palīdzību retušēta fotogrāfija vairs nav fotogrāfija, tāpēc atšķirība starp abiem attēlu veidiem ir jānosaka zīmola īpašniekam.

### 2.3. Attēlu iedalīšana: \*(pēc izvēles)

Tā kā nešaubīgi ir iespējams strīds par attēlu būtību – vai tie ir fotoattēli vai apstrādāti attēli, ievērojot iepriekš minēto un pamatojoties uz to, ka pat apstrādāti attēli var saturēt informāciju (datus), kas reiz ietilpa "fotogrāfijā", fotoattēlu un apstrādātu attēlu nošķiršana un sadalīšana ir tikai un vienīgi zīmola īpašnieka ziņā, citiem vārdiem sakot, noteikšana, vai attēls ir fotogrāfija vai apstrādāts attēls, ir atstāta kā izvēles iespēja. Fotoattēlu nošķiršana no apstrādātajiem attēliem ir ieteicama, bet ne obligāta, ja abi šie attēlu veidi atrodas vienā failu sistēmā, bet failu sistēma pieder zīmola īpašniekam vai ir kopīga ar Tirdzniecības partneriem.

## 2.4. Attēlu diferenciacijas lēmumu koks



## 2.5. Attēlu tipi

Nodaļa	Attēla tips
2.5.1.	Produkta attēls (web)
	Produkta attēls ar atbalsta elementiem (web)
	Produkta attēls (augsta izšķirtspēja)
	Produkta attēls ar atbalsta elementiem (augsta izšķirtspēja)
2.5.2.1.	Produkta attēls 360 *
2.5.3.	Detalizēts attēls
2.5.4.	Montāžas attēls

### 2.5.1. Mārketinga attēlu specifikācijas: Produkta attēls ar un bez papildus elementiem

Saprotams, ka būs gadījumi, kur būs nepieciešama fotogrāfija, kas nav "produkta" fotogrāfija. Turklāt var rasties situācijas, kad ir nepieciešami tāda izmēra vai izšķirtspējas produkta attēli, kas pārsniedz iepriekš minētos standartus. Šajos gadījumos klientam būs jāpieņem lēmums par to, vai sagatavot fotogrāfiju pašam vai vienoties ar piegādātāju par minētās fotogrāfijas saņemšanu "nepieciešamības gadījumā". VISĀM iesniegtajām fotogrāfijām ir jāatbilst turpmāk tekstā sniegtajām vadlīnijām.



- ✓ **Piezīme:** Mārketinga attēli ir gan digitālie attēli, kas uzņemti, izmantojot digitālo kameru vai citas digitālas attēlveides ierīces, gan apstrādātie attēli.
- ✓ **Piezīme:** Apstrādātie attēli ir datora veidoti attēli, kuros var būt grafiski atveidojumi un/vai digitāli attēli ar mērķi radīt līdzību faktiski eksistējošam produktam.

Ir divi galvenie mārketinga attēlu tipi:

**Produkta attēls (viens GTVN):** produkta attēls uz balta fona bez citiem elementiem.

**Produkta attēls ar papildus elementiem attēlā:** produkta attēls uz balta fona ar papildu elementiem, kas netiek iekļauti, pārdodot produktu. Papildu elementi izceļ produktu, nevis veido "Skaisto attēlu", kas tiek dēvēts arī par iestudēto attēlu. Šādā attēlā ir jābūt papildu elementiem, kas uzlabo produktu (piem., glāze vīna un vīnogu ķekars ar vīna pudeli (GTVN); svaigi dārzeņi ap mērces pudeli (GTVN); vienā produktu grupā pārdodama pagatavota un servēta produkta versija utt.).

Ir atzīts, ka, tā kā gala lietotājs var izmantot daudz potenciālas formāta, izšķirtspējas un izmēra kombinācijas, standartā nav iespējams uzskaitīt visas iespējas. Tiek uzskatīts, ka reklāmas attēliem ieteiktās specififikācijas ir pietiekami kvalitatīvas un, ka tādējādi tiek nodrošināts sākotnējais attēls, ko gala lietotājs var izmantot atbilstoši tā vajadzībām. Šeit ir aplūkoti dažādi drukas formāti un produkti kā arī e-komercijas (elektroniskie) attēli.

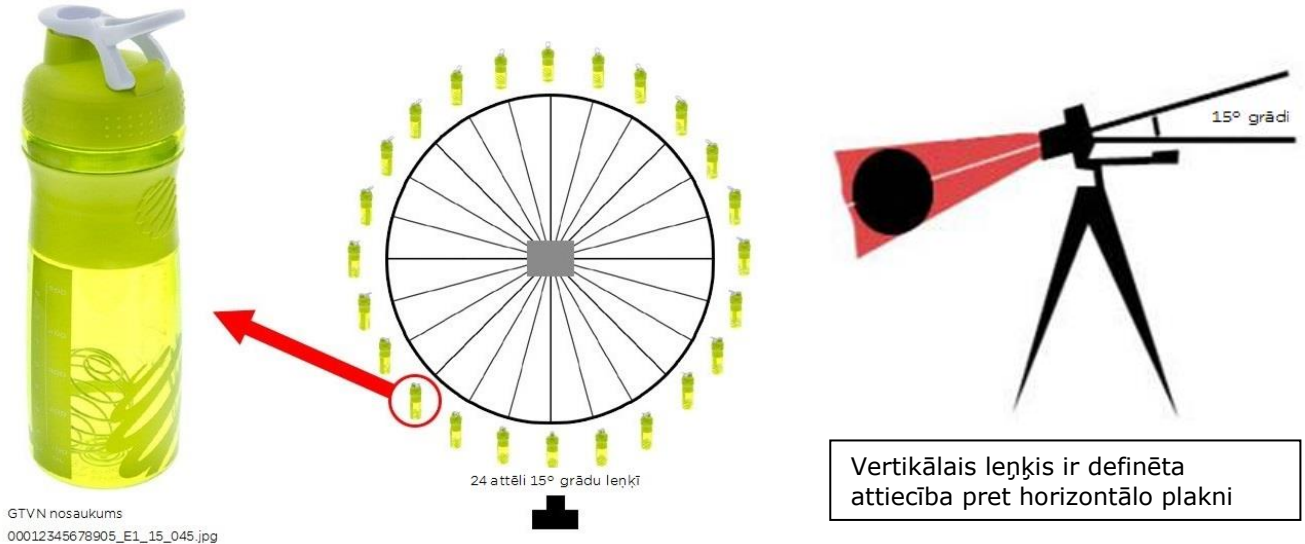
### 2.5.2. 360 attēlveidošana / 3D interaktīvā attēlveidošana / 3D modelēšana

Tā kā šie termini bieži tiek lietoti nepareizi, piedāvājam šo digitālo vienumu vispārīgu definīciju:

- 360 grādu attēlveidošana ir produkta fotogrāfija, kas uzņemta no vienas ass - produkts rotē uz vienas ass, kamēr kamera fotografē konkrētos grādu intervālos. Uzņemtos produkta attēlus var apvienot kopā datņu skatītājā, lai radītu interaktīvu attēlu, kuru lietotājs var pagriezt un kas palielina produkta fizisko iespaidu digitālā vidē.
- Interaktīvas 3D produktu fotogrāfijas ir 360\* produktu fotogrāfijas, kas uzņemtas no vairākām asīm. Ja attēli tiek rediģēti, formatēti un saistīti ar datņu skatītāju un patērētājs var pagriezt produktu aiz malām kā arī no augšas, tad tas ir 3D interaktīvais attēls.
- 3D modelēšana (pazīstama arī kā apstrādāts 3D modelis) ir process, kura laikā tiek izveidota digitāla sistēma un pēc tam tiek uzklāti vai izveidoti grafiskie slāņi, lai uzbūvētu virtuālu objektu, kuru ar programmatūras palīdzību var pagriezt jebkurā virzienā, radot interaktīvu objektu, ar kuru var manipulēt lietotājs.

### 2.5.2.1. Produkta attēls 360\*

360 grādu attēlveidošana ir produktu fotogrāfija, kas uzņemta no vienas ass – produkts rotē uz vienas ass, kamēr kamera fotografē konkrētos grādu intervālos. (skatīt arī [5.1. nodaļu "360\\* metadati".](#)) Visi attēli ir jāuzņem ar vienādu vertikālo leņķi, lai nodrošinātu vienmērīgu 360 grādu rezultātu.



### 2.5.2.2. Attēlu skaits

Minimums ir 24 attēli (maksimums 360)

- ✓ **Piezīme:** Lielākiem priekšmetiem ieteicams piedāvāt lielāku attēlu skaitu, lai nodrošinātu vienmērīgu kustību. Lai precīzi definētu nepieciešamo attēlu skaitu, ir jāņem vērā nozarei tipiskie produkta lietošanas veidi.

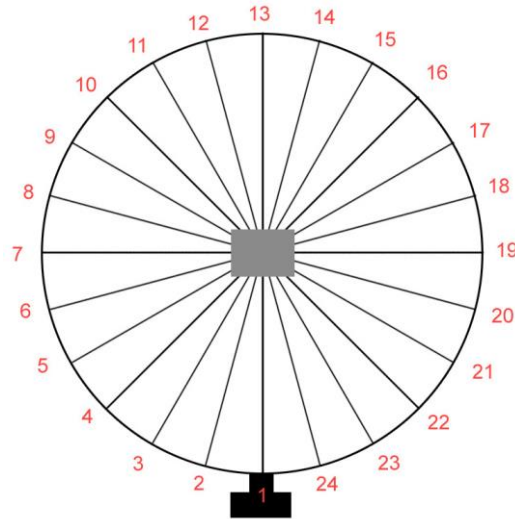
### 2.5.2.3. Rotācijas virziens

Uzņemot attēlu, rotācijas virzienam ir jāatbilst pulksteņrādītāja virzienam.

Virzienu nosaka, novērojot priekšmeta attēlu secību no centra augšējā izejas punkta, lūkojoties uz objektu.

### 2.5.2.4. Attēlu secība (Leņķa pozīcija)

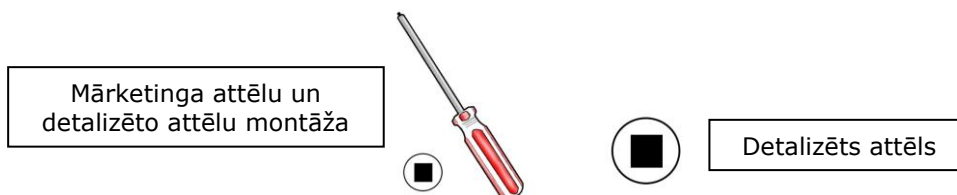
Attēlu secība ir jāidentificē attēla nosaukumā vai saistītajos datos, un ir jāņem vērā salaiduma vietas attēls, kuru izmanto, lai pabeigtu 360\* attēlu virknējumu vai kartēšanu.



Attēlu secība	Leņķa pozīcijas vērtība	Attēlu secība	Leņķa pozīcijas vērtība	Attēlu secība	Leņķa pozīcijas vērtība
1	0*	9	120*	17	240*
2	15*	10	135*	18	255*
3	30*	11	150*	19	270*
4	45*	12	165*	20	285*
5	60*	13	180*	21	300*
6	75*	14	195*	22	315*
7	90*	15	210*	23	330*
8	105*	16	225*	24	345*

### 2.5.3. Detalizēts attēls

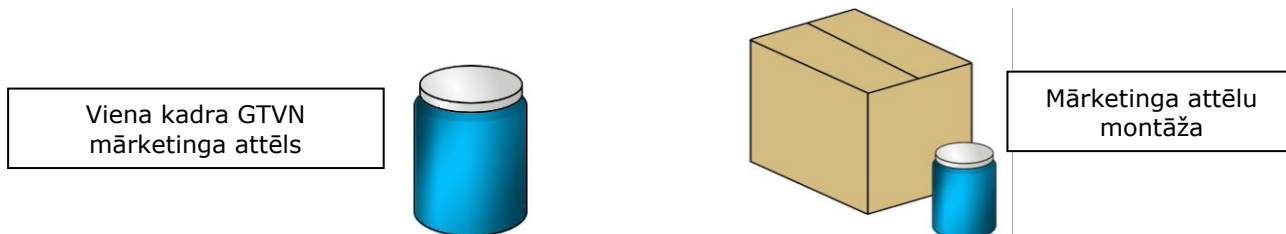
Detalizēts attēls ir fotogrāfija, līnijzīmējums vai cits grafisks konkrēta produkta īpašību attēlojums. To izmanto, lai izceltu noteiktu produkta daļu vai tam raksturīgu elementu. Skatīt piemērus:



## 2.5.4. Montāžas attēls

Montāža ir atšķirīgu attēlu fiziska uzklāšana, lai izveidotu gala digitālo attēlu.

Šis process ļauj izveidot kompozīciju ar iespēju nākotnē veikt tās rekonstrukciju, neatgriežoties studijā, lai veiktu korekcijas, ja kāds elements ir jāpievieno vai jānoņem.



## 2.6. Attēla izmērs/formāts

Attēla tips	Izmēru diapazons (pikseļi)	Izšķirtspēja	Formāts	Krāsu režīms	Izgriešana
Produkta attēls (web)	900x900 – 2400x2400	300 ppi	LZW saspiests TIFF	RGB	Nepieciešams
Produkta attēls ar papildu elementiem (web)	900x900 – 2400x2400	300 ppi	LZW saspiests TIFF	RGB	Nepieciešams
Produkta attēls (augsta izšķirtspēja)	2401x2401 – 4800x4800	300 ppi	LZW saspiests TIFF	RGB	Nepieciešams
Produkta attēls ar papildu elementiem (augsta izšķirtspēja)	2401x2401 – 4800x4800	300 ppi	LZW saspiests TIFF	RGB	Nepieciešams
Produkta attēls 360*	400 x 400 (minimums)	150 ppi	JPG/PNG	RGB	Pēc izvēles
Detalizēts attēls	300x300 - 4200-4200	300 ppi	Ieteicams jebkurš JPG/PNG/GIF	RGB	Nepieciešams
Montāžas attēls	900x900 – 2400x2400	300 ppi	LZW saspiests TIFF	RGB	Nepieciešams
Montāžas attēls (augsta izšķirtspēja)	2401x2401 – 4800x4800	300 ppi	LZW saspiests TIFF	RGB	Nepieciešams

✓ **Piezīme:** Attēla izmēram jābūt kvadrāta proporcijā 1:1 (t.i., 900 pikseļi X 900 pikseļi)

✓ **Piezīme:** Ir jāzina un jādefinē ICC profils vai precīzs krāsu intervāls. Avota failu glabāšanas vēlamais formāts ir RGB, 8 biti uz vienu kanālu.

## 2.7. Produkta fons

Ja produkta attēliem izmantota izgriešana, jānoņem visi foni, atstājot fonu baltu (RGB 255/255/255).

## 2.8. Izgriešana


Lai izmainītu attēlu partiju, aktīvajai apgriešanai ir jāpiešķir nosaukums "Izgriešana Nr. 1". Plakniskuma noklusējuma iestatījumam ir jābūt "vienas ierīces pikseļi".

### 3. Nosaukumu došana failiem

#### 3.1. Uz GDTI balstīta nosaukumu došana failiem

Uz šo nosaukumu došanas metodiku ir attiecināmi visi lietošanas noteikumi, kas balstīti uz GS1 identifikācijas atslēgām.

- pirmie 13 cipari ir Globālais Dokumentu Tipa Identifikators jeb GDTI
- (pēc izvēles) nākamās no 1-17 burtu/ciparu rakstzīmes ir sērijas komponente

 **Piezīme:** GDTI ir ieteicamā nosaukumu došanas metode visiem dokumentu tiptiem, kas tiek sūtīti caur saiti (piem., URL). GDTI nevienai rakstzīmei nevajadzētu piešķirt nekādu konkrētu nozīmi.

Par GDTI vairāk informācijas sk. GS1 Vispārējo Specifikāciju 4.8. nodaļā.


##### 3.1.1. Atbalstošie dati

Ja attēlu identificēšanai tiek izmantots GDTI, ir jābūt pieejamiem saistītajiem datiem un/vai metadatiem (skatīt [5. nodaļu "Metadati"](#)), lai būtu iespējama pareiza šo attēlu apstrāde datu bāzē.

#### 3.2. Uz GTVN balstīta nosaukumu došana failiem

Ievērojama daļa no Mārketinga attēlu standarta apraksta nosaukumu došanas metodes, kas ļauj identificēt katrā attēlā redzamos skatus. Ir iespējams, ka informācija par produktu ir sniegta vairākās valodās, un tāpēc var nākties veidot ļoti garus failu nosaukumus. Tāpat ir iespējams, ka ir pieejams vairāk nekā viens produkta mārketinga skats. Vienam un tam pašam produktam valstī A ar tekstu uz iepakojuma divās valodās nebūs tāds pats GTVN kā valstī B pārdotajai šī produkta versijai, jo šeit būs atšķirīgs valodu pāris. Valodas, kādās ir uzrakstīts teksts uz iepakojuma, būs unikālas konkrētam produktam GTVN. Ja visi reklāmai paredzētie skati ataino tekstu visās valodās, kādās ir uzrakstīts teksts uz iepakojuma, valodas indikators nav nepieciešams (piemēram, noklusējuma iekšējais iepakojums, galvenais reklāmai paredzētais skats). Malām ar tekstu unikālā valodā ir nepieciešams unikāls valodas indikators tikai tad, ja ir vairāki dažādi skati (viena un tā paša produkta cita puse ar tekstu citā valodā – šajā gadījumā skatam ar tekstu angļu valodā faila nosaukumā būtu jāpievieno "\_en").

Šeit mēs nonākam pie cita būtiska identifikācijas aspekta. Ja produktam ir vairākas reklāmai paredzētās puses, kura no tām ir galvenā? Lai atbildētu uz šo jautājumu, ir jāizskata priekšpusē noteikšanas standarti, kas aprakstīti GDSN Iepakojuma mērīšanas noteikumos (skatīt izrakstu turpmāk tekstā).

 **Piezīme:** Pirms jebkura mērījuma uzsākšanas vispirms jānosaka vienības Noklusējuma priekšpuse (*Default Front*). Šī standarta izpratnē Noklusējuma priekšpuse ir puse ar vislielāko virsmas laukumu, kuru ražotājs izmanto, lai "pārdotu" produktu patērētājam, citiem vārdiem sakot, puse, uz kuras ir uzrakstīts, piem., produkta nosaukums vai sniegta tam līdzvērtīga informācija.

Rakstzīmes atrašanās vieta	Vērtība	Apraksts	Attēla tips (16. pozīcija)						
			A	B	C	D	E	F	M
1-14	(N14)	Produkta GTVN	x	x	x	x	x	x	x
15	–	(pasvītrojums)	x	x	x	x	x	x	x
16	A	<a href="#">A-Produkta Attēls (web)</a>	x						
	B	<a href="#">B - Produkta attēls ar papildus elementiem (web)</a>		x					
	C	<a href="#">C - Produkta attēls (augsta izšķirtspēja)</a>			x				
	D	<a href="#">D - Produkta attēls ar papildus elementiem (augsta izšķirtspēja)</a>				x			

	E	<i>E – Produkta Attēls 360*</i>						x		
	F	<i>F – Detalizēts attēls</i>							x	
	M	<i>M – Montāžas attēls</i>								x
17 Drīkst izmantot tikai vienu	0	0 - Nav piemērojams	x	x	x	x				
	1	1 - priekšpuse	x	x	x	x				
	2	2 - Kreisā puse	x	x	x	x				
	3	3 - Augšpuse	x	x	x	x				
	7	7 - Aizmugure	x	x	x	x				
	8	8 - Labā puse	x	x	x	x				
	9	9 - Apakšpuse	x	x	x	x				
	–	(pasvītrojums)							x	x
(N1)	Malas tips (balstoties uz planogrammas apzīmējumu)						x			
18 Drīkst izmantot tikai vienu	C	C - Centrs	x	x	x	x				
	L	L - Kreisā puse	x	x	x	x				
	R	R - Labā puse	x	x	x	x				
	N	N - Bez vertikālā leņķa	x	x	x	x				
	–	(pasvītrojums)							x	
	(N3)	Secības numurs (3 rakstzīmju cipars)							x	x
19 Drīkst izmantot tikai vienu	1	(1) Iepakojumā	x	x	x	x				
	0	(0)Bez iepakojuma ( <i>t.i., produkts vispirms parādās "bez iepakojuma", nevis tā, kā tas izskatās pēc tam, kad ir apstrādāts vai pagatavots</i> )	x	x	x	x				
	A	(A) Kaste - Attēls ar kastē iesaiņotu produktu, kā tas būtu redzams piegādes brīdī.	x	x	x	x				
	B	(B) Iekšējais iepakojums - Attēls ar produktu, kas ir redzams iepakojumā iekšā kastē.	x	x	x	x				
	C	(C) Jēls/nepagatavots - Attēls ar produktu, kas nav pagatavots vai apstrādāts vai kas ir jāpagatavo vai jāapstrādā, pirms to var ēst.	x	x	x	x				
	D	(D) Pagatavots - Attēls ar produktu, kas no jēla vai nepagatavota ir kļuvis par pagatavotu produktu, izmantojot tam paredzēto pagatavošanas metodi ( <i>piem., cepšana, fritēšana, grilēšana vai vārīšana</i> ).	x	x	x	x				
	E	(E) Servēts - Pagatavots ēdiens, kas vienkārši uzlikts uz servēšanas plātes vai šķīvja vai ir ielikts bļodā, lai to varētu labāk apskatīt. Var ietvert papildu elementus, piemēram, garnējumu, ledus gabaliņus, garšvielas vai citu papildinājumu.			x			x		

F	(F) Stilizēts - Rūpīgi un mākslinieciski izkārtots ēdiens, veidojot pievilcīgu vizuālo noformējumu, kura mērķis ir vedināt uz domām par atainotā ēdiena garšu, aromātu un pievilcību. Var ietvert papildinājumus (piemēram, vieglas uzkodas un piedevas), lai radītu iespaidu par pilnvērtīgu maltīti. Var ietvert arī papildu elementus, piemēram, garnējumu, ledus gabaliņus, garšvielas u.tml. Var būt noformēts ar dažādiem foniem un dažādos leņķos.		x		x			
G	(G) Skatuve - Attēls ar produktu, kas ir izkārtots tā, lai būtu maksimāli skaidri saskatāms. Produkts var būt pacelts augstāk/stāvus, ja tādējādi to var aplūkot labāk, bet to nedrīkst turēt vai lietot cilvēks.		x		x			
H	(H) Turot - Attēls ar produktu, kas tiek turēts vienā vai abās rokās, lai to varētu aplūkot. Nepieciešamības gadījumā ataino atbilstošu satvērienu. Drīkst būt redzamas tikai un vienīgi priekšmetu turošās personas plaukstas un apakšdelmi.		x		x			
J	(J) Uzvilks - Attēls ar produktu, piemēram aizsarglīdzekli vai apģērba gabalu, kuru ir uzvilcis/uzlicis cilvēks. Kadrā ir jābūt redzamam visam produktam, bet cilvēks, kurš to nēsā, ir pēc iespējas "jāapgriež".		x		x			
K	(K) Lietojot - Attēls ar produktu, kas tiek lietots tam atbilstošos apstākļos. Vienā vai abās rokās var turēt nelielus priekšmetus un lietot tos paredzētajam nolūkam.		x		x			
L	(L) Saime - Attēls ar vairākiem saistītiem produktiem (piem., saskaņoti komplekti, uzklāts galds), kas atainoti vienā attēlā.		x		x			
M	(M) Atvērta kaste - Attēls ar kastī, kuras vāks ir vajā, rādot, kā produkts(-i) izskatās brīdī, kad klients to saņem un atver kastī.		x		x			
*19-20	(N2) <a href="#">Vertikālais leņķis</a>						x	
20	– (pasvītrojums) izvēles atdalītājs	x	x	x	x			

21 +	(a2) vai (a2-A2)	Valodas indikators (2 burtu rakstzīmes):ISO 639 formāts - Sintakses piemērs Valodas koda simbolu izmantošanai dažādām valstīm: aa vai pēc izvēles aa-AA , kur aa = ISO 639-1 kodu saraksts, jālieto ar mazajiem burtiem, kur AA =ISO 3166-1 Valstu kodi, atainoti ar 2 burtu rakstzīmēm, jālieto ar lielajiem burtiem tikai tad, ja ir vairākas puses vai atšķirīgas valodas	0	0	0	0			
	(N4)	Attēla beigu datums/reklāmmateriāls (4 rakstzīmju cipars) MMGG šis attēls ir derīgs līdz (t.i., ja labs, tad līdz 1216 (2016. gada decembrim), bet pēc 2017. gada 1. janvāra ir jādzēš.)	0	0	0	0			
	s(N2)	Sērijas/secības numurs (3 rakstzīmes no burtiem un cipariem): mazais "s", kam seko 2 secības numura cipari, kas tiek pievienoti faila nosaukuma beigās šādā formātā: xxxx_sNN (obligāti pasvītrojums, mazais burts "s" un pēc tam 2 cipari)	0	0	0	0			
	R	Apstrādāts attēls	0	0	0	0			
22-24	(N2)	<a href="#">Lenka pozīcija</a>						x	
25	-	(pasvītrojums) izvēles atdalītājs						0	
26-28	s(N2)	Sērijas/secības numurs (3 rakstzīmes no burtiem un cipariem): mazais "s", kam seko 2 secības numura cipari, kas tiek pievienoti faila nosaukuma beigās šādā formātā: xxxx_sNN (obligāti pasvītrojums, mazais burts "s" un pēc tam 2 cipari)						0	

**Piemērs:**
**00012345678905 A1C1 1215 s01.jpg**

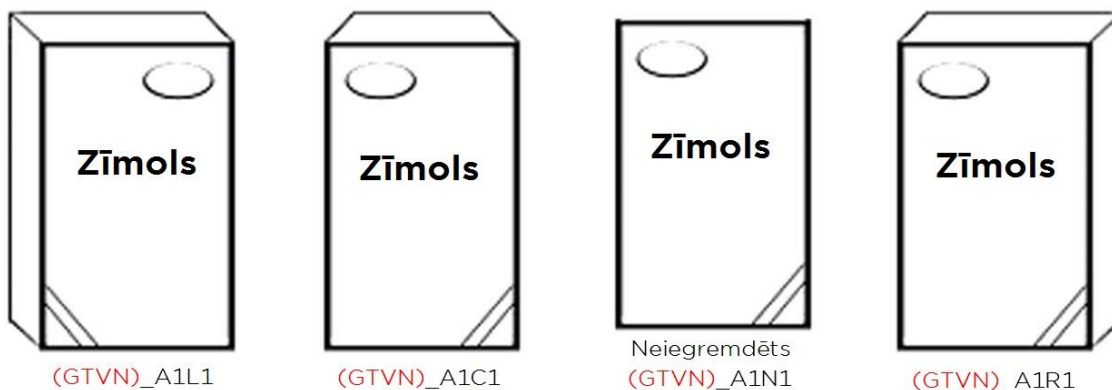
GTVN	0012345678905	00012345678905
Attēla tips	Viena kadra GTVN	A
Puse	Priekšpuse	1
Leņķis	Centrs	C
Statuss	Iepakojumā	1
Attēla beigu datums	2015. gada decembris	1215
Kārtas numurs	01	s01

**Piemēri**

Piemēri: Lūdzam ņemt vērā, ka (GTVN) piemēros ataino produkta 14 ciparu GTVN

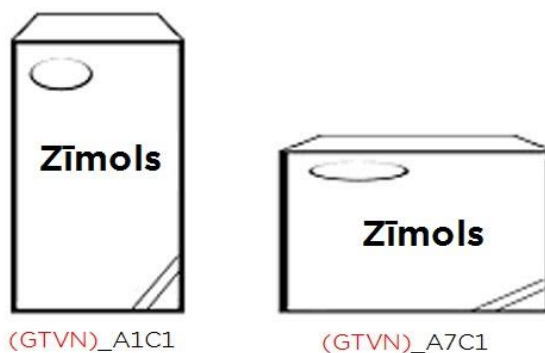


Noklusējuma iekšējā iepakojuma piemērs, galvenais reklāmai paredzētais skats visos leņķos

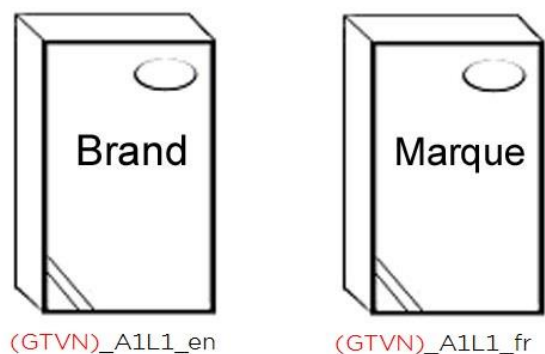


Produkts ar vairākām Mārketinga malām

\* Ņemiet vērā, ka augstākā vertikālā puse tiek apzīmēta kā "puse Nr. 1"



Tas pats produkts ar vairākām reklāmas pusēm, uz kurām ir uzraksti dažādās valodās



Reklāmmateriāla beigu datums iepakojumam, kas ir paredzēts konkrētam laika posmam



### 3.2.1. Atbalstošie dati

Ja attēlu identificēšanai tiek izmantots GTVN, ir jābūt pieejamiem saistītajiem datiem un/vai metadatiem (skatīt [5. nodaļu "Metadati"](#)), lai būtu iespējama pareiza šo attēlu apstrāde datu bāzē.

## 4. Planogrammas attēlu un datu lauka specifikācijas

### 4.1. Faila formāts

Failu formātiem jābūt šādiem ar šādu izšķirtspējas diapazonu: 72 ppi – 150ppi

- TARGA 16-32 biti (ja 32, tad burtiem jābūt I/O), bez saspiešanas
- JPEG, saspiešanas līmenim jābūt 10 vai vairāk
- PNG (jābūt ar caurspīdīgu fonu)

 **Piezīme:** JPEG attēli burtu kanālā nav salāgojami ar visām attēlveidošanas programmatūrām.

### 4.2. Skati

Visi produkti, kas tiek ražoti iepakojumā, jāatbilst ar līdz 6 patēriņam paredzētā iepakojuma attēliem, ar minimums 3 skatiem - tieši uz priekšu, tieši no augšas un tieši uz kreiso pusi. Produkti, kas netiek ražoti iepakojumā, piemēram, āmuri, ir jāatbilst ar tādiem pašiem 3 skatiem, kā minēts iepriekš. Ja nepieciešams, ir jābūt pieejamam papildu tiešam priekšpusē skatam uz iekšējo iepakojumu.

### 4.3. Foni un apgriešana

Konturētu produktu attēliem ir jābūt ar caurspīdīgu fonu. Tāpat attēli ar konturētiem un nekonturētiem produktiem ir jāapgriež līdz produkta malai. Attēla primārajās zonās nedrīkst būt redzami balsti vai papildu produkti.

- Kastes tipa produkti tiek apgriezti līdz malai un atainoti uz balta fona
- Cietu, stūrainu kastu attēli, kur pēc apgriešanas nav iespējams atstāt fonu tuvas apgriešanas burtu kanāla identificēšanai, ir jā saglabā bez caurspīdīga slāņa līmeņa.
- Noapaļoti vai neparastas formas produkti ir jākonturē un jāatbilst ar caurspīdīgu fonu.
- Noapaļotus vai neparastas formas produktus var arī apgriezt līdz malai un atainot uz balta fona.

### 4.4. Attēla izmērs

Minimālais attēla izmērs visām reklāmai paredzēto pušu planogrammu attēliem nedrīkst būt mazāks par 20 kB (Targa attēliem - 50 kB)

### 4.5. Faila nosaukuma izveide

#### 4.5.1. Uz GTVN balstītu nosaukumu došana

Pirmās 14 rakstzīmes ir produkta GTVN (obligāts). Vēlāk tiks pievienots arī planogrammas skatu indikators (obligāts). GTVN ar vairākiem grafikas izklājumiem, kas nav pretrunā ar GTVN piešķiršanas noteikumiem, ir jāidentificē ar "A", apzīmējot Alternatīvu.

Piemēri:



Produkts

07541230123457.1



.1 Attēls



Produkts

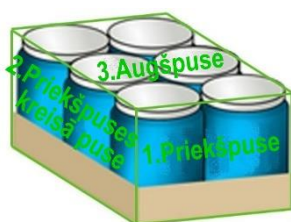
07541230123457A.1



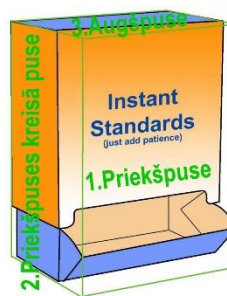
.1 Attēls



**Piezīme:** Ja GTVN ir unikāls displejam vai paliktņim, attēla nosaukums tiks veidots, izmantojot displeja/paliktņa GTVN, kā arī iekšējā produkta GTVN, kuram seko tam atbilstošs identifikators ("T" paliktņim [tray], "D" displejam un "A" alternatīvai)



07541230123457T.1



07541230123457D.1



**Piezīme:** Ja produkti ir plakani: Ja produkta 2., 3., 8. un 9. puse ir mazāka par 1/2 cm un uz tām nav reklāmai būtiskas informācijas, šos attēlus var izlaist.

#### Derīgie attēla skati ir šādi:

- tieši uz priekšu, priekšpuses uzņēmums
- tieši uz priekšu, kreisās puses skats
- tieši uz priekšu, augšpuses skats

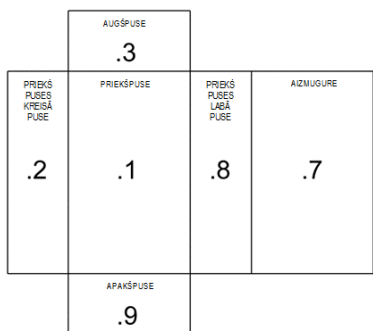
#### Attēla izvēles skati:

- tieši uz priekšu, aizmugures uzņēmums
- tieši uz priekšu, labās puses skats
- tieši uz priekšu, apakšpuses skats

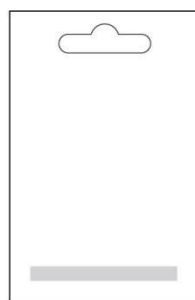
#### Attēlu standarta nosaukumu došanas rādītāji ir šādi:

- (GTVN) **.1** priekšpuse
- (GTVN) **.2** priekšpuses kreisā puse
- (GTVN) **.3** augšpuse
- (GTVN) **.7** aizmugure
- (GTVN) **.8** priekšpuses labā puse
- (GTVN) **.9** apakšpuse

Informācijas vizualizācijai lūdzam skatīt turpmāk tekstā pievienotos attēlus



PRIEKŠPUSE .1



Aizmugure .7



AUGŠPUSE .3



PRIEKŠPUSES  
KREISĀ PUSE .2



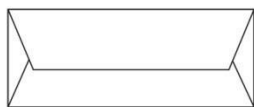
PRIEKŠPUSE .1



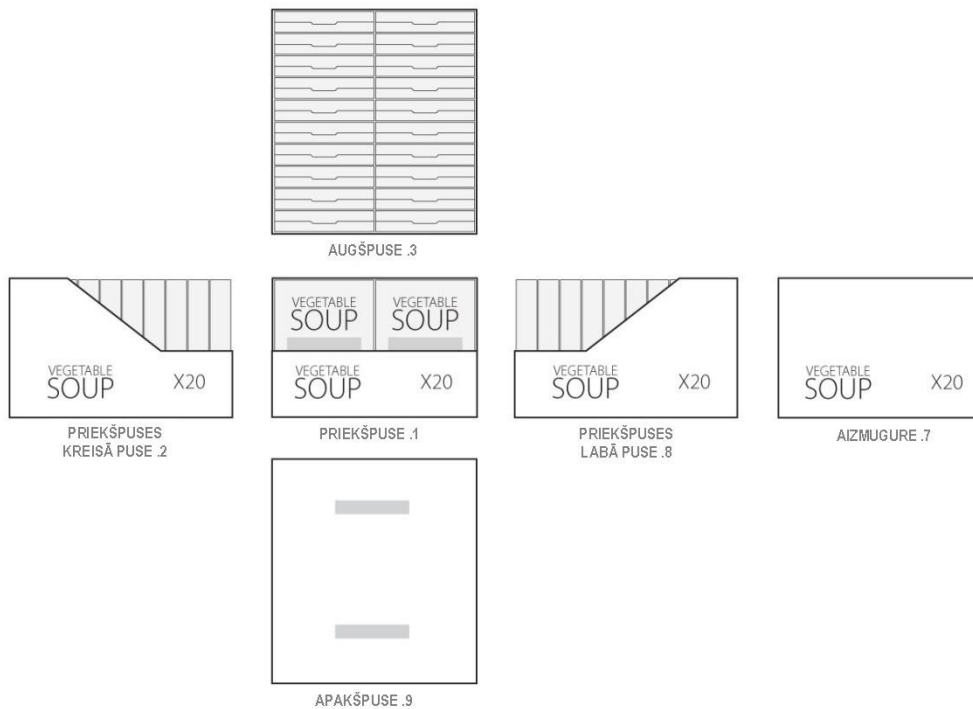
PRIEKŠPUSES  
LABĀ PUSE .8



AIZMUGURE .7



APAKŠPUSE .9



#### 4.5.2. Mainiet valodu

Ja teksta valoda uz iepakojuma pusēm mainās, attēliem pievienotajos datos ir jābūt attiecīgai atsaucei.

#### 4.5.3. Patērētāju piesaistei paredzētais displejs (nav identificēts ar GTVN)

Ja produktu pārdod displejā/paliktņī, kuram nav pašam sava unikāla GTVN, var saglabāt paliktņa attēlus, izmantojot vienības GTVN, kuram pievienots burts "T". Tas ļaus vietas pārvaldības programmas lietotājiem, veidojot savu planogrammu, izvēlēties vai nu vienību, vai arī paliktņi.

##### Piemēri:

- Vienība: 00012345678905.1
- Paliktņis: 00012345678905T.1

#### 4.5.4. Uz GDTI balstīta nosaukumu došana

Uz šo nosaukumu došanas metodiku ir attiecināmi visi lietošanas noteikumi, kas balstīti uz GS1 identifikācijas atslēgām:

- pirmie 13 cipari ir GDTI
- (pēc izvēles) nākamās 1-17 burtu/ciparu rakstzīmes ir sērijas komponente



**Piezīme:** Tirdzniecības partneriem ir jāinformē vienam otru un savstarpēji jāvienojas par nosaukumu došanu Planogrammas attēliem, izmantojot GDTI, jo ir jārisina programmatūras lietošanas jautājumi.

## 5. Metadati

Datiem ir divi apzīmējumi: saistītie dati un metadati.

- Saistītie dati ir dati, uz kuriem ir dota atsauce, izmantojot GS1 identifikācijas atslēgu, un kas glabājas atsevišķā datu sistēmā (piem., GDTI ir identificēts GDSN, un GDTI piesaistītie lauki atrodas šajā datu rindā)
- Metadati ir dati, kas ir iekļauti digitālā faila struktūrā (piem., datumi, kad "saglabāts"; "modificēts", autors utt.)

Zemāk ir pievienots saraksts ar ieteicamajiem metadatu atribūtiem, lai nodrošinātu pienācīgu sasaisti ar paplašinātās datu kopas atribūtiem, kā arī, lai nodrošinātu validāciju arī bez atsaucēm uz ārēju datu avotu.

Metadatu atribūti	Definīcija	M/O/D
GDTI	GS1 GDTI (Globālais Dokumentu Tipa Identifikators), unikāls dokumenta identifikators digitālam aktīvam. Tam var būt un var arī nebūt tāda pati vērtība kā faila nosaukumam.	Obligāti
Preču zīmes nosaukums	Attēlā redzamā produkta zīmola nosaukums	Obligāti
Produkta nosaukums	Produkta nosaukums.	Obligāti
Spēkā no šāda datuma	Agrākais datums, kad attēlu var izmantot vai parādīt.	Obligāti
GTVN	Globālais Tirdzniecības Vienības Numurs	Obligāti
Juridiskā īpašnieka kontaktinformācija	Likumīgā īpašnieka kontaktinformācija	Pēc izvēles
Faila nosaukums	Digitālā aktīva faila nosaukums. Ieteicams lietot GDTI.	Pakārtots
Faila/Rakstura tips	Uzņemtā attēla tipa paskaidrojums.	Pēc izvēles
Puses indikators	Vērtība, ar kuru apzīmē produkta pusi, kas ir redzama attēlā.	Pēc izvēles
Leņķa indikators	Leņķis, kurā attēls tika uzņemts, salīdzinot ar produkta priekšpusi.	Pēc izvēles
Izveidojiet datumu		Obligāti
Apraksts		Pēc izvēles
Produkta URL	URL saite uz papildu informāciju, t. i., digitāla faila detalizēta lapa.	Pēc izvēles
Juridiskais īpašnieks	Elektroniskā faila īpašnieks	Pēc izvēles
Autortiesības		Pēc izvēles
Derīguma termiņš	Pēc šī datuma attēls vairs netiek rādīts	Pēc izvēles
Izmantošanas tiesības	Neviena atļauja izmantot tiesības automātiski nenozīmē neierobežotas tiesības izmantot produkta attēlu.	Pēc izvēles
Īpašās tiesības	Īpašās tiesības ir jādefinē brīva teksta formā	Pēc izvēles
Izstrādājuma variants		Pēc izvēles
Iepakojuma tips	* * NEPIECIEŠAMA DEFINĪCIJA * *	Pēc izvēles
Attēla numurs	piem., "001V" reklāmmateriāla-uzlabota produkta attēla priekšskats.	Pēc izvēles
Versijas numurs	Versijas numurs tiek piešķirts katram produkta attēlam, sākot ar vērtību 1	Pēc izvēles
Ir izgriešanas pazīmes		Pēc izvēles
Izgriešanas ceļa nosaukums		Pēc izvēles

Ģeogrāfiskās koordinātas	(garums, platums, augstums)	Pēc izvēles
Kameras dati		Pēc izvēles
Produkta piegādātājs	Produkta piegādātāja/ražotāja nosaukums.	Pēc izvēles
Produkta neto saturs	Produkta neto saturs tekstā	Pēc izvēles
Attēla kvalitātes apliecināšanas datums	Datums, kad tika pārbaudīta attēla atbilstība GS1 globālajiem standartiem.	Pēc izvēles
Krāsu režīms		Obligāti
Maksimālais pieejamais augstums		Pēc izvēles
Maksimālais pieļaujamais platums		Pēc izvēles
Iekšā iepakojumā / Izņemts no iepakojuma	Kods, ar kuru apraksta produkta un ar to saistītā iepakojuma novietojumu.	Pēc izvēles

### 5.1.360\* Attēla metadati

Metadati attiecas uz tiem galvenajiem attēla atribūtiem, kas attēla Lietotājiem ļauj saprast 360 attēlu īpašības. Iesakām fiziski iekodēt metadatus katrā attēlā. Tas ļaus tirdzniecības partneriem identificēt būtisku attēla informāciju (ko nes pats attēls) un atsaukties uz to, kad piekļuve galveno attēla datu informācijai nav iespējama.

#### 5.1.1. Attēla faila nosaukums

Definīcija

- Unikāls faila nosaukums, kas balstīts uz GS1 GDTI nosaukumu došanas metodiku vai uz GTVN sistēmu

#### 5.1.2. Attēla apraksts

Definīcija

- Brīvas formas teksts, kas apraksta attēlu un to, kā tas ir saistīts ar citiem attēliem

#### 5.1.3. Uzņēmumu rotēšanas virziens

Definīcija

- Pārvietošanās virziens, kas atbilst analogā pulksteņa griešanās virzienam normālas darbības laikā. (Pulksteņrādītāja virzienā)

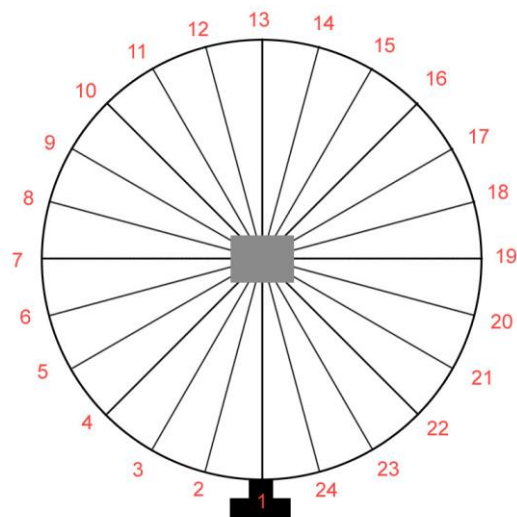
#### 5.1.4. Attēlu secība (Leņķa pozīcija)

Definīcija: īpašam nolūkam ar noteiktu sākumu un beigām uzņemtu attēlu sērijas, kuras mērķis ir stimulēt kustību, loģiska identifikācija.

360\* attēla tipam ieteicams, lai attēlu numerācija būtu saistīta ar rotēšanas grādu. Šī vērtība tiks atvasināta no pirmā attēla kā 0 \* un turpināsies pulksteņrādītāja virziena veidā.

(t.i., 24 attēli: 1. attēls: 0; 2. attēls: 15; 3. attēls: 30; utt...)

Šī nosaukumu došanas sistēma ļauj pievienot attēlus līdz maksimums vienam attēlam uz vienu rotācijas grādu.



Attēlu secība	Leņķa pozīcijas vērtība	Attēlu secība	Leņķa pozīcijas vērtība	Attēlu secība	Leņķa pozīcijas vērtība
1	0*	9	120*	17	240*
2	15*	10	135*	18	255*
3	30*	11	150*	19	270*
4	45*	12	165*	20	285*
5	60*	13	180*	21	300*
6	75*	14	195*	22	315*
7	90*	15	210*	23	330*
8	105*	16	225*	24	345*



## A.1 GS1 Terminu un definīciju vārdnīca

Šī vārdnīca tika atjaunota tieši pirms šī dokumenta publicēšanas. Jaunāko versiju lūdzam skatīt [GS1 vārdnīca](#). (angļu valodā)

Termins	Definīcija
Kontrolcipars	Gala cipars, kas aprēķināts no citiem dažu GS1 identifikācijas atslēgu cipariem. Šis cipars tiek izmantots, lai pārlicinātos, ka dati ir sakārtoti pareizi. (Skat. "GS1 kontrolcipara aprēķins".)
Globālais Dokumenta Tipa Identifikators (GDTI)	GS1 identifikācijas atslēga, kas tiek izmantota, lai identificētu dokumenta tipu. Atslēga sastāv no GS1 uzņēmuma prefiksa, dokumenta tipa, kontrolcipara un, pēc izvēles, sērijas numura.
Globālais standartu pārvaldības process	GS1 izveidoja Globālo standartu pārvaldības procedūru (GSMP), lai atbalstītu standartu izstrādi GS1 sistēmai. GSMP izmanto globālu saskaņošanas procedūru, lai izstrādātu piegādes ķēdes standartus, kas balstīti uz biznesa vajadzībām un lietotāju iesaisti.
Globālais Tirdzniecības Vienības Numurs (GTVN)	GS1 identifikācijas atslēga, kas tiek izmantota, lai identificētu tirdzniecības vienības. Atslēga sastāv no GS1 uzņēmuma prefiksa, produkta atsauces numura un kontrolcipara.
GS1 kontrolcipara aprēķins	GS1 sistēmas izmantotais algoritms kontrolcipara aprēķināšanai, lai pārlicinātos par datu precizitāti (piem., moduļa 10 kontrolcipars, cenas kontrolcipars).
GS1 uzņēmuma prefikss	Unikāla četru līdz divpadsmit ciparu virkne, ko izmanto, lai veidotu GS1 identifikācijas atslēgas. Pirmie cipari ir derīgs GS1 prefikss, un tā garumam ir jābūt vismaz par vienu garākam par GS1 prefiksa garumu. GS1 uzņēmuma prefiksu izsniedz GS1 biedru organizācija. Tā kā GS1 uzņēmuma prefiksu garums mainās, GS1 uzņēmuma prefiksa izsniegšana izslēdz visas garākās virknes, kas sākas ar tādiem pašiem cipariem, un tos neizsniedz kā GS1 uzņēmuma prefiksus.

## A.2 GS1 saīsinājumi

Saīsinājums	Termins
AI	Pielietojuma identifikators
AIDC	Automātiskā identifikācija un datu savākšana
GDSN	Globālais datu sinhronizācijas tīkls
GDTI	Globālais dokumenta tipa identifikators
GS1 atslēga	GS1 identifikācijas atslēga
GSMP	Globālais standartu pārvaldības process
GTVN	Globālais Tirdzniecības Vienības Numurs

### A.3 Fotografēšanas pamati

Lēmumus par to, vai produkti ir jāfotografē iepakojumā, izņemti no iepakojuma vai abējādi, būtu jāpieņem, pamatojoties uz patiesu tirdzniecības scenārija atainojumu (t. i., brokastu pārslu kārba plauktā vai zāles plāvējs ekrānā). Ja ir šaubas par to, kurš formāts ir vispiemērotākais, ir jāizmanto un pienācīgi jāidentificē abi. Šis lēmums ir jāpaziņo ražotājam. Attēls būtu jāapgriež tuvu objektam.

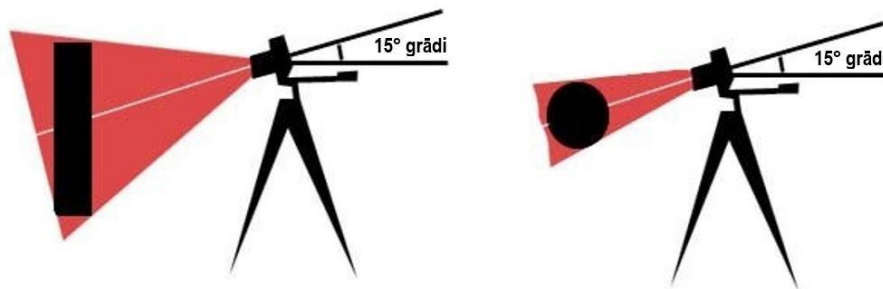
Ieteikumi kvalitatīvai attēlu uzņemšanai un apstrādei:

- Bez krāsu pārejām. Krāsām ir jābūt pēc iespējas bagātīgākām, košākām un saistošām. Krāsām ir jābūt vienmērīgām visā attēlā un bez pārspīlētiem uzsvāriem. Gaļai un zālei ir jāizskatās īstai, atbilstoši tam, kā tā izskatās dzīvē.
- Atspulgiem arī ir jābūt īstiem.
- Ēnām ir jābūt īstām un neitrālām.
- Retušēšanai ir jābūt tik nemanāmai un nenosakāmai, cik vien tas ir iespējams, un pārlicinošai pie vismaz 200 % palielinājuma (piemēram, derīguma termiņa datuma noņemšana).
- Krāsas ir jāsalāgo ar produkta PMS krāsām (produkta izstrādātājam ir jāiesniedz saraksts). Ja PMS krāsa nav pieejama vai, ja krāsa ir patentēta, lietotājiem ir jānodrošina vai nu pēc iespējas tuvākas krāsas paraugi, vai arī faktiskais RGB sadalījums.
- Attēls ir jāfotografē ar lielu lauka dziļumu tā, lai visam produkta attēlam būtu labs asums.
- Attēlu (digitālās) apstrādes laikā nevajadzētu padarīt pārāk asu.
- Uzņemot attēlu, produkta apgaismojumam ir jābūt vienmērīgam.

#### Produkta skati

Visiem produktiem ir nepieciešami vismaz 3 atsevišķi skati katrai reklāmai paredzētajai pusei - priekšskats, kas uzņemts 15 grādus no centra ir vēlams 3D attēlos, tomēr dažiem produktiem, lai tos attēlotu efektīvi, var būt nepieciešams stāvāks vai šaurāks leņķis.

\*\* 2D attēliem (tādu produktu attēli, kuriem trūkst nepieciešamā dziļuma) ir atļauts 0 grādu vertikālais leņķis.



Bez burtu kanāliem vai slāņiem, palīglīnijām vai mērjoslām. Bez burbuļiem, pirkstu nospiedumiem vai skenēšanas radītiem Ņūtona gredzeniem. Bez pārneses funkcijas vai PostScript krāsu pārvaldības. Bez parakstiem, "pirkstu nospiedumiem" vai redzamām ūdenszīmēm. Bez saspiešanas radītiem pārveidojumiem. Bez interpolācijas ("izmērs uz augšu"). Netiek veikta skenēšana no drukātām lapām. Nav putekļu un skrāpējumu. Ražots bez ēnojuma. Muarē raksti būtu jāsamazina līdz minimumam.

#### Gala lietošanas formāti

Ir atzīts, ka, tā kā gala lietotājs var izmantot daudz potenciālas formāta, izšķirtspējas un izmēra kombinācijas, standartā nav iespējams uzskaitīt visas iespējas. Tiek uzskatīts, ka reklāmas attēliem ieteiktās specififikācijas ir pietiekami kvalitatīvas un ka tādējādi tiek nodrošināts sākotnējais attēls, ko gala lietotājs var izmantot lietošanai atbilstoši tā vajadzībām. Šeit ir aplūkoti dažādi drukas formāti un produkti, kā arī e-komercijas (elektroniskie) attēli.

## A.4 Metadatu saraksts

Metadatu atribūti	Definīcija	M/O/D	GS1 Tīmekļa vārdnīcas nosaukums	GS1 Tīmekļa vārdnīcas definīcija
GDTI	GS1, GDT1, unikāls dokumenta identifikators digitālam aktīvam. Tam var būt un var arī nebūt tāda pati vērtība kā faila nosaukumam.	Obligāti	gs1:gdti	VAR IEROSINĀT
Zīmola (preču zīmes) nosaukums	Attēlā redzamā produkta zīmola nosaukums	Obligāti	gs1:brandName	Produkta zīmolvārds, kas redzams uz patēriņam paredzētā iepakojuma.
Produkta nosaukums	Produkta nosaukums.	Obligāti	gs1:productName	Patērētājam draudzīgs īss produkta apraksts, kas piemērots kompaktai produkta prezentēšanai.
Spēkā no šāda datuma	Agrākais datums, kad attēlu var izmantot vai parādīt.	Obligāti	gs1:referencedFileEffectiveStartTime	Datums, kurā šis ārējās saites mērķis kļūst derīgs lietošanai.
GTVN	Globālais Tirdzniecības Vienības Numurs	Obligāti	gs1:gtin	GS1 identifikācijas atslēga, kas tiek izmantota, lai identificētu tirdzniecības vienības. Atslēga sastāv no GS1 uzņēmuma prefiksa, kam seko produkta atsaucē numurs un kontrolcipars.
Leņķa indikators	Leņķis, kurā attēls tika uzņemts, attiecībā pret produkta priekšpusi.	Pēc izvēles	gs1:referencedFileImageAngle	IEROSINĀTAIS Tīmekļa vārdnīcas apzīmētājs
Izstrādājuma variants		Pēc izvēles	gs1:productionVariantDescription	Teksts brīvā formā, ko sagatavo ražotājs, lai aprakstītu produkta versiju. Piemēri: iepakojuma sērija X, iepakojuma sērija Y.
Kameras dati		Pēc izvēles		
Izgriešanas ceļa nosaukums		Pēc izvēles		IEROSINĀTAIS: gs1:referencedFileImageClippingPathName
Krāsu režīms		Obligāti		
Autortiesības		Pēc izvēles		
Izveidot datumu		Obligāti		

Metadatu atribūti	Definīcija	M/O/D	GS1 Tīmekļa vārdnīcas nosaukums	GS1 Tīmekļa vārdnīcas definīcija
Apraksts		Pēc izvēles	gs1:productDescription	Saprotams un lietojams tirdzniecības vienības apraksts, izmantojot zīmolu un citus deskriptorus. Šo atribūtu aizpilda, izmantojot pēc iespējas mazāk saīsinājumu, saglabājot saprātīgu garumu. Lauks ar tekstu brīvā formā; šo datu elementu atkārto katrā izmantotajā valodā un saista ar derīgu ISO valodas kodu. Lauka garums ir 178 rakstzīmes. Tam ir jābūt jēgpilnam produkta aprakstam ar pilnvērtīgu pareizrakstību, lai veicinātu ziņas apstrādi. Mazumtirgotāji var izmantot šo aprakstu kā bāzi tam, lai pilnībā saprastu, konkrētā GTVN zīmolu, garšu, smaržu utt., lai precīzi veidotu produkta aprakstu, kā to prasa to iekšējās sistēmas. Piemēri: GS1 Zīmols bāzes neredzams ciets dezodorants AP zīmulis pavasara brīze; GS1 Zīmols šķidrās veļas mazgāšanas līdzeklis kompakts tūlītēja traipu likvidēšana, GS1 Zīmols matu krāsa šķidra gaiša līdz vidēja blonda.
Derīguma termiņš	Pēc šī datuma attēls vairs netiek rādīts	Pēc izvēles	gs1:referencedFileEffectiveEndTime	Datums, kurā šis ārējās saites mērķis vairs nav derīgs lietošanai.
Parādītās malas indikators	Vērtība, ar kuru apzīmē to, kura produkta mala ir redzama attēlā.	Pēc izvēles	gs1:referencedFileFacingIndicatorType	IEROSINĀTAIS Tīmekļa vārdnīcas apzīmētājs
Faila/Rakstura tips	Uzņemtā attēla tipa paskaidrojums.	Pēc izvēles	gs1:referencedFileImageNatureType	IEROSINĀTAIS Tīmekļa vārdnīcas apzīmētājs
Faila nosaukums	Digitālā aktīva faila nosaukums. Ieteicams lietot GDTI.	Pakārtots		
Ģeogrāfiskās koordinātas	(garums, platums, augstums)	Pēc izvēles	gs1:latitude / gs1:longitude	IEROSINĀTAIS: gs1altitude
Attēla kvalitātes apliecināšanas datums	Datums, kad tika pārbaudīta attēla atbilstība GS1 globālajiem standartiem.	Pēc izvēles		IEROSINĀTAIS: gs1:referencedFileImageQualityAssuranceDate
Ir izgriešanas pazīmes		Pēc izvēles		IEROSINĀTAIS: gs1:referencedFileHasImageClippingPath
Juridiskais īpašnieks	Elektroniskā faila īpašnieks	Pēc izvēles	gs1:legalOwner	IEROSINĀTAIS: gs1:Organization sagaidāmā vērtība (kas var būt saistīta ar gs1:PostalAddress un gs1>ContactPoint)

Metadatu atribūti	Definīcija	M/O/D	GS1 Tīmekļa vārdnīcas nosaukums	GS1 Tīmekļa vārdnīcas definīcija
Juridiskā īpašnieka kontaktinformācija	Likumīgā īpašnieka kontaktinformācija	Pēc izvēles	gs1:contactPoint	Saistīts ar gs1:Organization līdz gs1:ContactPoint klasi, kas norāda kontaktinformāciju (piem., e-pasta adrese, faksa, tālruņa numurs) un gs1:contactType vai gs1:responsibility (brīvā formā uzrakstīta teksta virkne, kas var būt "attēla likumīgais īpašnieks". Ieteikums: Izveidot papildu tīmekļa vārdnīcu, lai pielāgotos šai prasībai - gs1:legalOwner sagaidāmā gs1:Organization vērtība ( kas var būt saistīta ar gs1:PostalAddress un gs1:ContactPoint )
Maksimālais pieejamais augstums		Pēc izvēles		
Maksimālais pieejamais platums		Pēc izvēles		
Attēla numurs	piem., "001V" reklāmmateriāla-uzlabota produkta attēla priekšskats.	Pēc izvēles		IEROSINĀTAIS: gs1:referencedFileImageNumber
Iepakojuma tips	* * NEPIECIEŠAMA DEFINĪCIJA * *	Pēc izvēles	gs1:hasPackaging	IEROSINĀTAIS: tai vajadzētu būt atsaucei uz datu tipu = Iepakojums
Produkta neto saturs	Produkta neto saturs tekstā	Pēc izvēles	gs1:netContent	Paredzamais datu tips = gs1:QuantitativeValue (will verify with EK)
Produktu piegādātājs	Produktu piegādātāja/ražotāja nosaukums.	Pēc izvēles	gs1:manufacturer	Paredzamais datu tips: Organizācija (tiks apstiprināta ar EK)
Produkta URL	URL saite uz papildu informāciju, t. i., digitāla faila detalizēta lapa.	Pēc izvēles		
Izmantošanas tiesības	Neviena atļauja izmantot tiesības automātiski nenozīmē neierobežotas tiesības izmantot produkta attēlu.	Pēc izvēles		
Īpašās tiesības	Īpašās tiesības ir jādefinē brīva teksta formā	Pēc izvēles		
Versijas numurs	Versijas numurs tiek piešķirts katram produkta attēlam, sākot ar vērtību 1	Pēc izvēles		IEROSINĀTAIS: gs1:referencedFileImageVersion

Metadatu atribūti	Definīcija	M/O/D	GS1 Tīmekļa vārdnīcas nosaukums	GS1 Tīmekļa vārdnīcas definīcija
Iekšā iepakojumā / Izņemts no iepakojuma	Kods, ar kuru apraksta produkta un ar to saistītā iepakojuma novietojumu.	Pēc izvēles	gs1:referencedFileType	Iesaka definēt gs1:ReferencedFileTypeCode papildu piemērus kā papildinājumu šādām esošām vērtībām: gs1:ReferencedFileTypeCode-PRODUCT_LABEL_IMAGE gs1:ReferencedFileTypeCode-OUT_OF_PACKAGE_IMAGE gs1:ReferencedFileTypeCode-LOGO