# 条码防伪防窜货解决方案

来源：网络 作者：夜色温柔 更新时间：2025-02-28

*第一篇：条码防伪防窜货解决方案条码防伪防窜货解决方案如今市场竞争越来越激烈，很多产品打起了价格战，因而各种假冒的产品层出不穷，同时鑫宝软件 在调查的过程中发现，很多企业自身也面临着窜货的问题，阻碍了企业的正常发展，那么，我们怎样找到防伪防...*

**第一篇：条码防伪防窜货解决方案**

条码防伪防窜货解决方案

如今市场竞争越来越激烈，很多产品打起了价格战，因而各种假冒的产品层出不穷，同时鑫宝软件 在调查的过程中发现，很多企业自身也面临着窜货的问题，阻碍了企业的正常发展，那么，我们怎样找到防伪防窜货解决方案呢？

在市场中，窜货将使中间商利润受损，一旦价格混乱。导致中间商对厂家不信任，对经销其产品失去信心，直至拒售。地区差价悬殊，供应商对假货和窜货现象监控不力。使消费者怕假货、怕吃亏上当而不敢问津。损害品牌形象，使先期投入无法得到合理的回报。取而代之。竞争品牌会乘虚而入。

而条码防伪防窜货解决方案在销售追踪管理中引入条码技术，对从产品生产下线、装箱打包、入库、分类上架、盘点及销售出库等生产和仓库管理的各个环节的数据进行自动化的条码扫描数据采集，保证产品的整个生产及物流环节数据输入的高效率和准确性，确保企业及时准确地掌握工厂生产计划的执行进度：

1.防伪管理

1、对每一件产品进行编码，生产出唯一编码标签，并关联到产品上，确保每一个产品能被唯一识别。

2、产品编码通过融入随机验证码，第三方难以对产品编码进行批量自制伪造，杜绝假冒伪劣的可能。

3、的产品编码全球唯一，通过防伪查询功能，可以为产品真伪鉴定提供数据依据，谨防假冒伪劣。

4、结合中国防伪追溯网查询系统，可以让客户通过语音、短信、网络、手机拍照等多种先进的技术进行产品的防伪查询，随时随地了解产品的真伪，维持自身合法利益。

2给企业发展带来的意义。

企业实现对销售的有效管理及相关营销决策提供科学的依据。

1)及时准确的统计产品物流数据，为企业的决策提供依据。

2)实现产品从生产、储运、销售、售后的全过程进行追踪。

3)对企业售后服务进行有效管理，打击假冒伪劣，驱逐造假者，提高市场份额，保护消费者、企业合法利益； 净化市场，引导、提高消费者主动参与防范、举报、打击假冒伪劣的积极性； 规范市场销售渠道、稳定产品营销体系、提高经销商积极性。不断提升产品质量和企业服务品质。维护企业品牌形象。

**第二篇：酒类行业防窜货解决方案**

酒类行业防窜货解决方案

2025年06月01日 北京胜龙科技股份有限公司原创

厂商信息

厂商名称：北京胜龙科技股份有限公司

联系电话：010-88578570（\*\*\*）传真号码：010-88579397 Email：beijing\_shenglong@163.com 解决方案

对于商品而言，分销渠道的控制是极为重要的。由于区域价位政策的不同，商品不能跨区销售。但分销商在利润驱使下，经常将在自己既定区域内分销的产品越境销售到其他区域。窜货造成市场销售价格混乱，使其他分销商利润受损，销售积极性下降，最终造成市场销售萎缩。窜货，还有假货是商品分销中的顽症，是大多数商品流通批发企业或工业生产企业不可回避的问题。

胜龙防窜货解决方案简介

胜龙科技防伪防窜货管理系统，采用单品管理模式有效解决上述问题。系统借助灵活多样的赋码技术，为每一件单品进行标识，并通过技术手段，有效保留产品的唯一身份信息，让消费者或市场稽查人员可以通过电话、短信、互联网等多种方式对识别码进行核查，辨别商品的真伪与物流信息。帮助企业对商品在分销网络中的有序流动实现严格的监督和控制，有效的杜绝窜货行为发生，防范假冒伪劣的冲击，高企业的渠道管理水平，降低和规避渠道风险。

1、商品身份码生成系统用户通过系统的数据管理模块，利用先进强大的随机加密技术生成随机加密数码存放于系统数据库中，每一个号码都不相同，相对应一件产品，每一件产品都有唯一的“身份识别码\".2、商品身份码标识系统标识具有特殊性, 无法采用制版批量印刷的方法生产，只能采用与商品身份码生成系统联网的数码喷印或数码印贴技术，才能保证每一组数码均为合法有效之身份码。标识经厂家确认后,对应的数码存进计算机数据库，标识有效。该数码存储于计算机数据库系统中，同时用与PC 联网的喷码机或数码印贴机将商品身份码标识数码喷印在于商品或其外包装上。在用户的生产现场，通过喷码机或条码印贴机等专用标识设备，将数码喷印或者印刷在产品标签表面上，当企业向经销商发货时，利用条码POS 机扫描出库产品包装箱上的条码并自动记录销往的地区。当商品在市场销售进行商品身份查询时，本系统会根据产品大小包装上不同标识间的关联关系和出库信息，自动记录相关信息。管理人员足不出户就能在系统上了解到该商品是否串货，企业市场管理人员或经销商也可随时抽查每件商品应销售的地区。.3、商品身份电话查询系统成品在产品上或包装上均可看到商品身份码标识明码或暗码。暗码只要刮开标识的涂层，就可以看到一组由16 位数字组成的身份码，此数码是唯一的，只能使用一次。消费者只需拨打系统查询电话，输入标识上的数码，便知产品真假、经销地点等商品信息。该系统最大的特点是电话查询简单方便，为消费者提供了一种简单快捷的识别商品身份的方法.4、假货报警和追踪系统消费者无论在何时何地、通过电话进行商品身份查询鉴别，一旦发现假冒商品，系统会自动记录，工作人员可以根据计算机数据库的有关记录，了解何地有假冒产品出现。

5、商品物流防窜货系统采用商品数字化管理系统后，企业的每一件商品都注册了身份码，即商品的数字化使得商品具有了个性化。当企业向经销商发货时，利用条码机扫描出库产品包装箱上的条码并自动记录销往的地区。当商品在市场销售进行商品身份查询时，本系统会根据产品大小包装上不同标识间的关联关系和消费者查询电话信息，自动记录相关信息。管理人员足不出户就能在系统上了解到该商品是否窜货，企业市场管理人员或经销商也可随时用电话查询方式抽查每件商品应销售的地区。

6、产品质量追踪系统当企业产品发生质量问题时，可以根据该商品身份码查询到该产品的生产日期、生产线、生产班次、包装箱或托盘号等，以便追根究底，根据记录的数据库追溯查询系统快捷召回问题产品，查找质量事故发生的原因和责任。

该防窜货方案的主要特点

信息准确：所有信息由一套组合商品身份码技术构成，并通过电脑采集分析。信息全面：可以获得产品出货、流通、最终消费者各个环节信息.使用方便：适合全国各行各业的大、中、小型企业。企业可在不增加管理人员、不增加仓储库存的情况下方便应用.降低成本： 主要工作由系统完成，节省大量人力物力.定向物流：从厂家--总经销商--二级经销商--三级经销商的物流过程中，每次发货都可进行条码扫描录入数据，根据要求重新设置销售地区，构成完整的物流追溯体系。产品适用的行业

酒类、饮料/食品、烟草、药品、保健品、化妆品、家用电器、服装 等等 → 应用案例

雪花啤酒管理案例

黄鹤楼酒业

**第三篇：酒类防窜货解决方案**

防窜货解决方案

假冒伪劣产品和经销商窜货一直是企业面临的最大市场问题。选择实用、有效的防伪、防窜货技术是企业必须要慎重考虑的因素。

四川讯卫通科技有限公司研发、生产的“创新型密码锁防伪酒盖”，除杜绝了中间任何造假环节，在防伪上做到无懈可击以外，还为企业构筑了一个网络管理及信息管理平台，有效解决窜货问题。

防窜货工作原理：

讯卫通科技将物流管理技术与防伪技术有机地结合在一起，首先通过物流管理技术对生产、库存、销售环节的整个物流信息进行登记，从而实现了对全系统的物流分布、库存动态以及产品销售情况等信息的及时获取，为企业的市场监管和窜货奠定了基础。然后通过产品指定销售区域与消费者查询反馈的查询地区信息对比，能及时发现市场上的窜货行为，从而能有效解决日益严重的窜货问题。

方案流程图：

**第四篇：防窜货协议**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 甲、乙双方为了维护\_\_\_\_\_\_\_\_\_市场健康、稳定的发展。本着公平、自愿、诚信、三赢的原则，与各代理商建立良好的伙伴合作关系。为确保各代理商（经销商）的合理利润，让我们携手共同打造\_\_\_\_\_\_\_\_\_品牌。

一、乙方的责任：

1．1 乙方务必在甲方指定的区域范围内（以行政区域划分为准）开展业务。

1．2 乙方不能把产品销往自己区域外的市场，否则甲方视其为窜货行为。

1．3 乙方务必积极执行甲方所要求的市场规范措施，并与其各级商家（二、三级代理及零售商）签订《窜货协议书》防止窜货。

1．4 若乙方发生窜货行为，务必在三个工作日内收回销往自己区域外的所有产品，否则甲方将视其为恶意窜货行为，并给予重罚。

1．5 乙方不得擅自变更和涂改产品编号（生产日期），否则甲方视其有恶意窜货嫌疑，若将变更和涂改后的产品销往自己区域以外的市场，经甲方查实并按恶意窜货给予重罚。

1．6 若乙方被窜货，乙方应安排人员与甲方市场部（市场人员）共同调查被窜货的货源来路，并追究窜货方的责任。

1．7 若甲方收到投诉乙方窜货，乙方收到《窜货处理通知》应积极安排市场人员与甲方市场部（市场人员）共同调查处理，否则以甲方和被窜货方的调查结果作为仲裁处理的依据。

二、甲方的责任：

2．1 甲方发往乙方每批货的编号（生产日期）甲方存档，乙方可以随时查阅以确保编号（生产日期）的准确。若乙方收货时发现产品的实际编号与实际甲方存档的编号不符，可及时通知甲方作更正，问题严重的可申请由甲方市场部（市场人员）查核认证。

2．2 乙方代理区域被窜货，乙方务必及时通知甲方，甲方即派市场人员与乙方的市场人员共同调查取证（被窜产品种类、产品编码及数量）。甲方追究窜货方的责任。

2．3 甲方有权授权被窜货方，收购窜货的产品及数量，收购窜货时务必索取发票或有效的购买凭证，差价（收购价与一级代理价的差额）由甲方统一安排结算。

三、仲裁方式：

3．1 乙方窜货或被窜货，经甲方市场部人员调查核实后，乙方方可与对方协商解决，解决办法由双方协定。

3．2 乙方窜货，若被窜货方不愿与乙方协商解决的，或乙方被窜货，乙方不愿与窜货方协商解决的，由甲方按本协议之规定进行相关处理。

3．3 若乙方恶意窜货，其自愿放弃任何抗辩权并自愿接受本协议规定的任何处罚。

3．4 甲方拥有执行处罚的最终解释权。

四、缴纳保证金：

4．1 乙方最低缴纳10000元保证金，保证金由甲方代为保管，作为窜货时罚金来源。

4．2 甲方保管期限内，乙方没有窜货行为的，年终则以高出银行利息2倍的利率核算利息，以货补的形式返还给乙方。

4．3 甲方保管期限内，乙方出现窜货行为的，则利息没收和用报证金来收货再返还给原客户并给予被窜货区域一定补偿，补偿金额双方协商决定。

五、处罚方法：

4．1 窜货数量：

4．1．1 5－10件，处罚金人民币\_\_\_\_200\_\_\_\_\_元整，并收回所有被窜货的货物和承担由此引发的一切费用。若不收回所有的窜货，甲方有权按恶意窜货处理。

4．1．2 11－20件，处罚金人民币\_\_\_\_500\_\_\_\_\_元整，并收回所有被窜的货物和承担由此引发的一切费用。若不收回所有的窜货，甲方有权按恶意窜货处理。

4．1．3 21－50件，处罚金人民币\_\_\_\_\_1000\_\_\_\_元整，并收回所有被窜的货物和承担由此引发的一切费用。若不收回所有的窜货，甲方有权按恶意窜货处理。

4．1．4 51件以上（含51件）处每件罚金\_\_\_\_\_60\_\_\_\_元整。收回所有被窜的货物和承担由此引发的一切费用。若不收回所有的窜货，甲方有权按恶意窜货处理。

4．2 恶意窜货者处予重罚：

4．2．1 每件处罚金\_\_\_\_100\_\_\_\_\_元整。

4．2．2 处予（收购价与一级代理价差额）两倍的处罚金。

4．2．3 甲方有权暂停所有供货和业务往来，直至圆满解决。

4．2．4 造成严重后果（扰乱被窜货地区的正常市场运作和该地区的正常价格体系）者。甲方有权终止与其一切合同和业务往来。

4．3 罚金归甲方支配。甲方安排支付被窜货方收购货物的差价，和处理窜货事件业务人员的差费用外，余款用于被窜货方的广告促销宣传费用。（此余款被窜货方提出申请和广告宣传计划，方可动用此款项）。

4．4 若乙方窜货，累计罚金达\_\_\_\_10000\_\_\_\_\_元以上（含\_\_\_\_10000\_\_\_\_\_元），甲方有权终止与乙方的一切协议。

五、本协议一式两份，甲、乙双方各执一份。并从双方签字之日起开始执行。甲方（盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方（盖章）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

代表人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

代表人（签字）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

\_\_\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_月\_\_\_\_日

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

签订地点：\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**第五篇：防窜货方案**

窜货的处理与预防方案

小组：第 六 组 成员：张乘铭28

韩 昭 5

窜货的处理及预防对策方案

1.防窜货方式

1.1、窜货根源（如何产生）

流通是商品固有属性，一旦其流通性脱离企业控制，商品就由流通变成“流窜”：

a、区域价格不同：不同地域消费者购买能力存在差异； 企业根据自身发展战略等考虑，对不同地域投入的资源配给不同；不同地域的市场竞争情况不同；较大规模的大经销商所在地域不同；

b、渠道管理漏洞：企业渠道管理体系不尽完善，存在一定的漏洞； 违规者在窜货之前一定会仔细的寻找企业管理体系上的漏洞。如果企业的体系很完善，无机可乘，那么其犯错误的机会就大大减少；

c、返利差异机制：企业一般用销量作为返利唯一标准，实行递进销量奖励政策：销量越多，返利越高，导致部分经销商不择手段地向外“侵略”； 但在预期销量没有完成，尤其又出现亏本的情况下，经销商要窜货抛销 ；

d、用促销费用：经销商和企业营销人员将企业拨给的促销费用是否全部用以推广，其实企业难以掌控，因而一些经销商和企业的营销人员往往从促销费用中拿出一部分钱用于低价窜货把销量做上去。

1.2窜货形式（如何存在）：

a、通过经销商作乱 ：销售区域格局中，由于不同市场发育不均衡，如果异地的需求比本地大，异地货供不应求，而本地销售不旺，为了应付企业制定的奖罚政策，本地经销商想方设法完成销售份额，通常将货以平价甚至更低价转到异地 ；

b、通过分公司犯案：分公司对市场从商品、价格、渠道到操作方法等方面有绝对控制权，企业该给总代理的政策和优惠对他们一样有效，有的甚至比总代理有更多更大的支持。分公司的最大利益点在于销售额，为了完成销售指标，取得业绩，往往把货卖给销售需求大的非管辖的区域市场 ；

c、利用总部放水：这种放水有时是无意的，企业的管理层没有主见，只要代理商提出要求，不管合理否，只顾发货赊销；还有，企业由于监控不严，总部工作人员受利益驱动，违反地域配额政策，使区域供货平衡失控，造成区域市场格局不合理。

1.3窜货恶果（危害）：

a、价格混乱：吞蚀消费者对品牌的信心、满意度和忠诚度，直接影响了品牌价值和形象； 市场上充斥着假冒伪劣产品，严重影响了消费者的购买积极性； 不完善的价格体系把大部分利润留给了渠道商而不是企业自身 ；

b、销售疲软：经销商对产品品牌失去信心：当窜货引起价格混乱时，销售商对品牌的信心就开始日渐丧失，最后拒售商品；利润的大幅减少会使普通经销商的正常销售受到严重干扰，最初是减少广告投放，最终会影响营销监控：对产品质量、价格的监控 ；

c、渠道受阻 ：经常性的区域间窜货现象严重扰乱了企业的区域政策，给企业对产品的区域发展战略规划带来阻碍；渠道环节的实际采购量和销售量存在差异，使企业生产配送环节存在配给紊乱；较大渠道商会逐渐吞并零散渠道商，形成渠道垄断 ；

d、市场无序：窜货可能带来某个市场短期的虚假繁荣，时间一长如果对窜货处理不当，经销商还可能反戈一击，调头投入竞争者的怀抱； 作为一种市场顽疾，会引发的连锁反应，很可能将企业置于水深火热之中，甚至导致区域市场的崩溃。

摘要：通过分析企业对窜货问题的解决方案和实际收效，找出目前企业采用的防窜货方式的不足，从而找到企业真实、直接的需求。

2.企业应对之道（如何解决）：

2.1重点在于预防：选好营销人员和经销商； 会有严格的奖惩机制（条款）； 集中管理：企业销售由一个部门负责，且控制好促销费用；企业制定完善的价格政策； 奖励经销商不只看进货量，把奖励指标分解成：销量、市场占有量、价格控制、销售增长幅度、是不是窜货等这样的综合指标； 允许退货； 同一区域只选择一家经销商；

2.1.1.清除窜货产生的条件（1）创造良好的销售环境

①制定科学的销售计划。企业要建立一套市场调查预测系统，通过准确的市场调研收集市场信息，建立市场信息数据库，合力推算区域市场需求，合理安排任务量

②合理划分销售区域。合理划分销售区域，保持每一个经销区域经销商密度合理，防止整体竞争激烈，产生供过于求，引起窜货。（2）制定完善的销售政策

①完善价格政策。企业价格不仅要考虑出厂价，还要考虑出手价，中端出手价。

②完善促销政策。企业要合理考虑的促销目标，适度的奖励措施，严格的兑奖措施和市场监控

③完善专营权政策。企业在制定专营权政策时，要对跨区域销售问题作出明确的规定。完善返利政策，减少窜货的可能

a、业务治理：如果企业实力允许，可将窜货商品全部收购，然后以当地正常供货价供应给其他经销商； 如果条件准许，清理窜货经销商； 堵住企业营销政策上的漏洞； 对受到窜货危害的机构一定的补偿 ；

b、技术治理：

代码制：给每个销售区域编上一个唯一的号码，印在商品内外包装上；胶带/标签颜色差异化：对不同区域商品外包装采用不同颜色的胶带或标签； 文字标示：在每种商品的外包装上印刷“专供某某地区销售”的字样 ；

2.2企业实际收效（效果如何）：

a、从消费者角度看：价格体系仍然较为混乱：同样一件商品，消费者在这个商店花100元买了，而后在另一个商店看到却只要70元，他会怎么想？他一定会有吃亏上当的感觉：这个牌子怎么这样蒙人？ 如果消费者是以70元买了别处标价100元的商品，他则可能会想：我买的是不是假货或者次品呢？ 混乱的价格将导致企业的商品、品牌失去消费者的信任与支持 ；

b、从经销商角度看：对于被窜货的经销商来说，价格空间在窜货过程中消失了，不仅前期的市场投入白白的被别人利用了，而且失去了信用，销售再多的量也是穷折腾，不会赚钱反倒赔了许多；窜货将扰乱企业整个网络固有的价格体系，易引发价格战。长此以往，将缩减经销商的利润空间，降低经销商的信心，使经销商对该商品或 企业失去信心，甚至 最终放弃经销 该企业商品；

c、从企业自身看：窜货带来市场短期虚假繁荣，但所 引发的恶性连锁反应，很可能将企业置于水深火热中，甚至导致区域市场崩溃。

2.有效预防窜货策

（1）制定合理的奖惩措施，在招商时声明对窜货行为的惩罚规定

①交纳保证金。保证金是合同有效执行的条件，也是对企业提高对窜货经销商威慑力的保障。

②对窜货行为的惩罚进行量化。企业根据窜货的量进行不同的惩罚，警告、扣除保证金、取消业务的优惠政策、惩罚、货源减量等。

（2）建立监督管理体系

①把监督窜货作为企业制度固定下来，并成立专门机构，由专门人员明察暗访经销商是否窜货。

②企业各部门积极配合防止窜货的发生，将预防窜货工作纳入财务工作的日常基本工作中，必将会减少窜货现象的发生。

③利用社会资源进行防窜货。方式一：利用政府“地方保护行为”与当地工商部门联系，合作印制方位不干胶贴。方式二：组成经销商俱乐部，不定期举办沙龙，增加经销商之间的感情。方式三：采取抽奖，举报奖励等措施。（3）减少渠道拓展人员参与窜货

①建立良好的培训制度和企业文化氛围。让员工保持良好的工作心态，防止渠道拓展人员和经销商结肠损害企业的利益共同体。

②内部监督渠道拓展人员。，不断培训和加强市场监督人员管理。

（4）培养和提高经销商忠诚度。企业与渠道成员之间的良好关系在一定程度上可以控制窜货的发生。

（5）利用技术手段配合管理。利用技术手段配合管理的效果和目的。利用技术手段弥补营销策略缺陷，建立中选销售服务防窜货平台。3.窜货的善后

（1）防止窜货的扩大。一是允许经销商将所窜货物在被窜市场销售，但不能低于企业价格，直至完全消化。二是责令经销商停止窜货。

（2）制裁窜货经销商，根据不同情况可采取以下方式进行惩罚：没收保证金，取消年终奖，取消广告支持等。

（3）安抚被窜货经销商。对被窜货的经销商适当的补偿，以减少其不满情绪，同时对窜货的产品进行收购，减少窜货对当地价格体系的冲击。

3.企业需求（锦上添花）：

3.1需求重点：

a、更加具备机密性 ：传统防窜货方式（编码、色带、直接写明等）机密性存在漏洞，绝大部分业务人员均能根据经验了解不同的标识所对应的产品发送地。需要一种仅有少数稽查人员通过专用加密设备才能了解到的保密手段；

b、不容易被复制：目前的防窜货方式造假作祟较为简单。需要一种复制困难、造价成本高昂的现代化“数字防克隆” 技术； c、有延伸及增值应用 ：传统防窜货方式没有延伸应用功能。需要附加的增值服务功能；

d、实施简单成本低廉：要和传统防窜货方式一样，需要实施简单，不影响原有操作、不增加多余加人力等资源的配给、维护也简单；同时成本不能太高；识读也要很便捷。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！