

新用户完整操作手册

新用户拿到即可照着操作 · 当前版 v1.56.217

适用版本：v1.56.217
更新日期：2026-08-24

新用户完整操作手册

适用对象：第一次使用工作台的普通用户、店铺负责人、获授权员工和系统管理员

适用版本：v1.56.217

更新日期：2026-08-24

本手册是面向客户的操作说明，不包含服务器、密钥、数据库和发布维护信息。页面上看不到某个入口时，通常表示当前账号尚未获得对应权限。

一、先看这一页：5 分钟开始第一次操作

1. 登录

- 打开 AI 导演工作台。
- 已有账号选择“登录”；新用户使用管理员提供的邀请码选择“邀请码注册”。
- 首次登录如果出现安全恢复信息，请先保存，再进入工作台。
- 登录后先查看页面顶部的账号、积分余额、当前版本和当前 Ozon 店铺。

2. 第一次做商品图片

- “投放平台”选择商品最终使用的平台，例如 Ozon。
- “成片字幕/旁白语言”选择俄语或其他目标语言。
- 在“目标商品基准图”上传 1–3 张同一商品、同一颜色的照片。
- 第一张必须是完整、无遮挡、最能代表商品的正面图。
- 勾选“电商主图与详情图提示词”。
- 选择详情图数量和画幅。
- 如果需要程序直接出图，再勾选“提示词完成后自动生成全部图片”。
- 在底部“简要要求”填写希望突出的卖点、风格和使用场景。
- 查看预计积分，点击“开始导演级分析”。
- 完成后在右侧查看结果，使用“导出图片”或“导出 Word”。

3. 第一次翻译中文图片

- 目标语言选择俄语或其他非中文语言。
- 上传包含中文的商品图片。
- 勾选“翻译图片文字”。
- 只要翻译方案就直接开始分析；需要程序生成翻译成片，再勾选“翻译完成后直接生成成片”。
- 完成后逐张检查商品、颜色、构图和非目标文字是否保持不变，再导出。

4. 第一次上架到 Ozon

- 先进入“店铺设置”，绑定并验证自己的 Ozon 店铺。
- 从顶部“Ozon店铺”菜单进入“自动上架设置”，建立一个上架档案。
- 至少确认采购成本/售价规则、品牌、类目、增值税、仓库和库存。
- 根据素材来源选择“已有素材直接上架”“二维码自动上架”或“批量智能上架”。
- 提交后不要把“分析完成”当成上架成功。
- 只有历史任务显示“Ozon已完成”，并提示商品资料已在 Ozon 确认存在，才算真正成功。

二、我应该进入哪个功能

你的目的	进入位置	推荐功能
生成一套商品主图和详情图	首页	电商主图与详情图提示词
把中文图片改成俄文图片	首页	翻译图片文字
生成短视频方案或视频	首页	视频导演提示词
生成 Ozon/WB 标题、简介和关键词	首页	Ozon / WB 刊登文案
把现成图片、Word 直接上 Ozon	Ozon店铺	已有素材直接上架
从 Bilibili 会员购读取商品并上 Ozon	Ozon店铺	二维码自动上架
一次处理多个商品文件夹	Ozon店铺	批量智能上架
查看销售、流量、库存、同型号和财务	Ozon店铺	经营数据中心
在多个店铺或平台间复制商品	顶部导航	产品跨店同步
查看进度、失败原因、恢复任务	顶部导航	历史任务
管理 Ozon 活动	Ozon店铺	Ozon活动自动化中心
查跟卖并准备投诉材料	Ozon店铺	自动查跟卖投诉
管理用户、邀请码、积分和员工权限	顶部导航	管理后台（仅管理员）

三、第一次使用前的准备

1. 图片准备

- 支持 JPG、PNG、WebP。
- 目标商品基准图 1–3 张；第一张是唯一主基准。
- 主款、其他款式和补充图片合计最多 20 张。
- 单张商品图片不超过 10MB。
- 补充资料支持 PDF、DOCX、XLSX、CSV、TXT，最多 5 份；单份文档不超过 20MB。
- 竞品参考图片最多 6 张，单张不超过 5MB；参考链接最多 5 个。
- 同一个商品的图片要保持款式和颜色一致。颜色或型号不同的商品应放入“同系列其他款式”，或使用批量上架的多款式结构。

2. 商品资料准备

建议提前准备：

- 商品真实名称、品牌、系列或人物名；
- 材质、尺寸、重量、包装尺寸；
- 采购成本、目标利润、币种；
- Ozon 类目、增值税、仓库和库存；
- 需要突出但图片上看不出的真实卖点；
- 对商品图、品牌、角色形象和跨平台使用的合法授权。

3. Ozon 上架准备

- 只有绑定并验证成功的店铺才能提交商品。
- 员工只能使用自己的店铺和数据；二维码自动上架还需要负责人单独授权。
- API Key 只在店铺绑定页输入，系统不会回显。不要在聊天、截图或商品资料中暴露密钥。
- 开始前确认顶部当前店铺，避免把商品提交到错误店铺。

四、首页：AI 导演工作台

首页分为三个区域：左侧“输入与基础设置”、中间“选择生成内容”、右侧“导演执行结果”。底部是预计积分、简要要求和开始按钮。

4.1 投放平台与语言

- 先选择投放平台：Ozon、Noon、美客多、抖音、TikTok、Amazon 或通用商品展示。
- 再选择成片字幕/旁白语言。
- 导演说明固定使用中文，目标语言只影响最终文案、字幕、旁白和翻译结果。

为什么要先选：平台影响画面风格、标题和文案规则；语言影响最终文字。如果上传后再切换，应重新检查选项和预计费用。

4.2 目标商品基准图

这是做图和视频最重要的输入。

- 点击或拖入 1–3 张本次要制作的具体商品图片。
- 第一张放同款同色、完整无遮挡的正面图。
- 第 2–3 张可以放背面、侧面或关键细节。
- 预览缩略图，删除不是同一款或颜色不一致的图片。

系统把这里的图片作为外形、颜色、材质和部件的唯一基准。补充资料和竞品图不能替换基准商品，也不能要求系统把商品改成另一个颜色或型号。

4.3 同系列其他款式

适用于同款不同颜色、不同尺寸、不同人物或不同型号需要一次上架并合并展示的情况。

- 主款仍放在“目标商品基准图”。
- 点击“添加款式”。
- 每个款式单独上传 1–3 张图片，第一张为该款主图。
- 每款使用独立货号；最多添加 8 款。
- 不属于同一系列的商品不要放在这里，应使用批量上架的“多个独立商品”。

4.4 补充商品图片或参数文档

把包装、尺寸图、卖点图、细节图和参数表放在这里。人工填写和明确文档证据优先；系统不会把没有证据的规格当成事实。

4.5 对比参考图片和链接

该区域是可选项，只用于学习竞品的构图、场景、信息层级和卖点表达。

- 参考图不是目标商品图。
- 商品身份、功能和参数仍以你上传的商品资料为准。
- 授权数据中的 Ozon 链接可以解析；其他链接如果无法读取，请同时上传截图。
- 系统无法读取时会明确提示，不会假装已经分析。

4.6 视频导演提示词

适用于需要短视频方案、逐镜头脚本、运镜、字幕和旁白的用户。

- 勾选“视频导演提示词”。
- 设置总时长，范围 5–120 秒。
- 选择画幅，例如短视频常用 9:16，横版视频常用 16:9。
- 长视频可设置单段时长，系统会自动拆段。
- 如果页面显示并允许“提示词完成后自动生成视频”，勾选后才会调用视频生成服务和产生对应费用。

超过单段时长的视频会分段。第 2 段开始，应使用上一段尾帧作为参考图，保持商品、机位、光线和动作连续。

4.7 电商主图与详情图

- 勾选“电商主图与详情图提示词”。
- 设置详情图数量 1–20 张。系统另外固定生成 1 张主图提示词。
- 选择画幅；Ozon 商品展示常用 3:4，也可按实际类目要求选择。
- 只需要提示词时，不勾选自动生成。

- 需要程序直接生成图片时，勾选“提示词完成后自动生成全部图片”。

当前页面标示的图片成片价格为每张 0.4

积分，逐张成功扣费，失败图片自动退款。提交前始终以页面实时显示的预计积分为准。

4.8 Ozon / WB 刊登文案

该模块生成更适合平台的标题、简介和关键词，当前页面标示为免费。

- 文案只应写商品信息，不应把内部货号、生成编号或合并标识写进简介。
- 上架到 Ozon 时，标题和属性需满足当前类目规则；不允许的字符会在提交前停止并提示。
- 生成文案不等于已经提交 Ozon。

4.9 翻译图片文字

适用于“商品和版式保持不变，只替换图片中的中文”。

- 目标语言选择俄语等非中文语言。
- 勾选“翻译图片文字”。
- 只要翻译提示词：直接分析。
- 要翻译成片：再勾选“翻译完成后直接生成成片”。
- 完成后逐张检查：商品外观、颜色、构图、背景和非目标文字应保持不变。

当前页面标示的翻译成片价格为每张 0.4 积分，失败自动退款。没有中文的图片不应被无意义重绘。

4.10 简要要求怎么写

只写真实、可验证、对成片有用的要求。例如：

突出 15cm 成品高度和桌面收藏场景；画面使用 Ozon
常见清晰商品风格；俄语简洁；商品颜色、服装、配件和比例必须与第一张基准图一致。

不要写：

- 与图片和参数冲突的颜色或型号；
- 没有证据的功能、认证或材质；
- “随便做”“越夸张越好”等无法验收的要求；
- 要求复制他人商标、人物或受保护素材但没有合法授权。

4.11 开始、等待和结果

- 底部先查看预计积分和余额。
- 点击“开始导演级分析”。
- 右侧会依次显示商品核验、导演编排、提示词生成等阶段。

- 运行期间不要重复点击提交；可以到“历史任务”查看进度。
- 完成后可导出图片、视频或 Word。
- “证据”用于查看结论来源，“质检”用于查看风险，“成片复审”可上传生成结果检查外观、穿模和排版。

五、历史任务：进度、恢复和成功判断

点击顶部“历史任务”。

5.1 常见状态

状态/提示	含义	应做什么
正在处理	任务仍在运行	等待，不要重复提交
已完成	AI 或素材处理阶段完成	打开结果继续检查
等待提交 Ozon	草稿已准备但未提交	打开结果补齐资料并提交
Ozon 处理中	已发送，平台尚未给最终结果	稍后刷新任务或到 Ozon 核对
需要确认资料	类目必填属性、品牌或其他资料不能可靠确定	打开结果按红色提示补齐
Ozon 尚未上架	本次没有完成到 Ozon	打开结果查看具体原因
Ozon 已完成	Ozon 已确认商品存在	可再到 Ozon 后台核对图片、SKU、库存和状态
失败但可恢复	保存了检查点	使用原资料打开并重试

5.2 最重要的判断规则

“分析完成”“文案完成”或“任务已完成”不一定代表商品已上架。只有任务明确显示“Ozon已完成”，且商品资料已在 Ozon 确认存在，才算上架成功。

5.3 失败和积分

- 提交前被拦截通常不会扣积分。
- 任务失败时，冻结积分按页面规则退回。
- 图片按逐张成功扣费，失败图片退款。
- 不要因为页面暂时没变化而重复提交；先在历史任务查同一个任务。

六、店铺设置与自动上架设置

6.1 绑定店铺

- 点击顶部“店铺设置”。
- 在“店铺绑定”选择 Ozon、Wildberries 或 Yandex Market。
- 填写店铺备注名、币种以及平台要求的身份信息。
- 点击“验证身份并加密保存”。
- 返回顶部“Ozon店铺”，选择当前默认操作店铺并点击“测试当前店铺连接”。

6.2 功能默认店铺

账号绑定多个店铺时，为各功能指定默认店铺。每次写入平台前仍应查看页面显示的当前店铺。

6.3 建立 Ozon 上架档案

进入“Ozon店铺 → 自动上架设置”。每个账号最多保存 5 个档案。

建议逐项确认：

- 档案名称和默认店铺；
- 页面计价币种与 Ozon 店铺货币；
- 采购成本、利润或售价计算参数；
- 品牌填写方式；
- 标题是否显示品牌；
- 默认 Ozon 类目；
- 增值税；
- 仓库和默认库存；
- 水印；
- 上架 24 小时后是否自动加入活动。

品牌规则：选择“无品牌”不代表跳过品牌。系统会在当前类目的实时字典中匹配允许的“Н е т б р е н д а”；类目不支持时会停止并提示。

库存规则：留空表示本次不修改该仓库，填写 0 表示明确把库存设为 0。

6.4 水印

- 支持角落 Logo、全图叠加和边框模板。
- 推荐透明 PNG。
- 水印只在提交 Ozon 前合成，不修改原始图片。
- 保存新水印会替换账号原水印；操作前先确认预览。

七、已有素材直接上架

适合已经有最终商品图片和 Word 商品资料，不需要重新生成或翻译的商品。

- 进入“Ozon店铺 → 已有素材直接上架”。
- 上传可选的 Word 文档和至少 1 张最终商品图片。
- 图片顺序很重要：第一张将作为 Ozon 主图。
- 点击“检查上架设置”，确认店铺、价格、品牌、类目、库存和税率。

- 确认拥有合法上架和素材使用授权。
- 点击“ AI分析并进入上架确认 ”。
- 按红色提示补齐 Ozon 当前类目的必填属性。
- 提交后到历史任务等待“ Ozon已完成 ”。

如果只上传了 1 张图片，Ozon 最终也只能收到 1 张。上架前应在图片清单中确认数量和顺序。

八、二维码自动上架

适用于从 Bilibili 会员购商品链接或二维码读取官方商品资料，再提交到 Ozon。

8.1 权限

- 最高管理员本人可用。
- 员工必须由负责人在管理后台单独开通“ 二维码自动上架 ”。
- 员工仍只能使用自己的店铺和数据。

8.2 单个链接操作

- 进入“ Ozon店铺 → 二维码自动上架 ”。
- 粘贴会员购商品链接或商品编号。
- 点击“ 读取商品 ”。
- 核对标题、当前价格、品牌、类目、属性、款式和图片数量。
- “ IP / 系列名称 ” “ 已有系列货号 ” “ 准确型号名称 ” 按需要填写；留空时系统识别，但人工确认更可靠。
- 会员购当前价会作为采购成本带入价格计算，仍应打开“ 检查上架设置 ” 确认最终售价规则。
- 选择逐个 API 上架或模板批量方式。
- 勾选合法授权确认。
- 点击“ 确认授权并进入 Ozon 上架 ”。
- 处理红色提示，直到历史任务显示“ Ozon已完成 ”。

8.3 二维码文件夹

- 点击“ 选择二维码文件夹 ”。
- 系统先在浏览器本地解码；失败图片会发送服务器增强识别且不留存。
- 系统去重链接并逐件打开预览。
- 每件商品仍须核对重复记录、授权和 Ozon 资料，不能跳过人工确认。

8.4 单 SKU 与多 SKU 图片规则

- 单 SKU 商品应保留完整来源图片库，不应只留下代表图。

- 多 SKU 商品：每个 SKU 使用独立货号 and 代表图，同时共享该商品的公共图片库。
- 逻辑上相同但文件内容重复的图片，仍应保留每个 SKU 的绑定关系。
- 上架前在预览里检查“款式数”和“图片数”；上架后在 Ozon 商品编辑页复核媒体数量。

8.5 重复导入

出现历史导入提示时，先确认是否确实要建立新的上架任务。新导入会走新的货号准备，但如果新货号与当前 Ozon 店铺内已存在的真实货号冲突，系统会停止，避免覆盖已有商品。

九、批量智能上架

9.1 先按文件夹整理

多个独立商品：

```
待上架商品/
├─ 商品A/
│   ├─ 00_基准图.jpg
│   └─ 参数.pdf
│   └─ 其他图片.jpg
└─ 商品B/
    ├─ 00_基准图.jpg
    ├─ 参数.xlsx
    └─ 其他图片.jpg
```

同一商品多个款式：

```
同款商品/
├─ 00_主款_红色/
│   ├─ 主图.jpg
│   └─ 详情图.jpg
├─ 蓝色/
│   ├─ 主图.jpg
│   └─ 详情图.jpg
└─ 黑色/
    ├─ 主图.jpg
    └─ 详情图.jpg
```

一级子文件夹名称会参与商品或款式识别。建议使用清晰、简短、真实的中文、英文或拼音名称；不要把多个不相关商品混在一个子文件夹。

9.2 选择处理模式

- “AI生成后自动上架”：分析素材，生成主图/详情图，可选视频，再上架。
- “直接翻译为俄文并上架”：保持商品和构图，只替换中文；无中文的图片沿用原图。
- “已有素材直接上架”：不生成、不翻译、不重绘，只分析最终图片和文档后上架。

9.3 选择商品关系

- “多个独立商品”：每个一级子文件夹单独分析、单独上架。

-

“同一系列/商品不同款式”：总文件夹只建立一个商品，各一级子文件夹是颜色、人物、尺寸或型号不同的款式。

选择错误会导致商品被错误合并或拆开。建立任务前一定复核。

9.4 提交方式

- “逐个 API 上架（推荐）”：每个商品准备完成后立即提交，单个失败不影响后续商品，最适合日常使用。
- “批次 API 上架（模板模式）”：先准备整批，再按相同 Ozon 类目和商品类型分组提交，适合资料高度一致的批次。

9.5 统一预设和逐项复核

选择文件夹前可统一填写包装重量、型号、类目、款式维度、采购价、品牌、标题关键词等。扫描后仍可逐个商品修改。

- 人工填写值优先。
- 留空才由系统按图片、文件名和文档中的明确证据识别。
- 系统不能可靠确定的 Ozon 必填属性会标记“需要补充”，不会随意猜测。
- 商家货号只能使用 Ozon 允许的字符并受长度限制；非法字符会在提交前被拦截。

9.6 建立并运行

- 选择店铺和水印设置。
- 选择模式、提交方式和商品关系。
- 设置消费限额、详情图数量、是否生成图片/视频。
- 选择总文件夹。
- 检查扫描结果、预估积分和每个商品的最终资料。
- 点击“建立批量任务”。
- 点击“开始/继续批量上架”。
- 可使用“暂停”；刷新或断线后重新选择同一文件夹，再从断点任务继续。

9.7 批量任务成功判断

逐个查看商品状态。已完成数量只代表完成了当前阶段；每个商品还应显示 Ozon 的真实交付结果。失败商品保留原因，不影响其他合格商品继续。

十、产品跨店同步

该功能会向目标平台写入商品，必须严格核对来源和目标。

- 进入“产品跨店同步”。
- 选择来源店铺、目标店铺和来源币种。

- 选择目标定价方式：
- 保持预计净到手金额一致（推荐）；
- 仅按汇率保持展示价等值；
- 汇率后自定义加价。
- 可下载模板后用 Excel/CSV 批量导入；SKU 列必须保持文本格式。
- 保存并确认当前费率。
- 点击“批量读取商品并生成同步预览”。
- 逐条核对商品、价格、图片和目标店铺。
- 生成 10 分钟一次性确认。
- 只有确认无误后，才点击“批量向所选平台提交商品”。

先预览不会写入目标平台；最后一步才是真正写入。

十一、经营数据中心

进入“Ozon店铺 → 经营数据中心”。数据按账号和店铺隔离，只能读取自己绑定的店铺。

11.1 选择日期

可选择今天、昨天、7天、28天、90天、180天、365天或自定义日期。

- 快捷日期按当前北京时间业务日动态计算，不是固定旧日期。
- 页面提示 05:00 切换今天/昨天；当天数据可能尚未结算。
- 勾选“对比上一周期”可查看环比。
- “历史归档”优先读取已保存结果，不重新调用平台 API。
- 点击“按当前条件重新读取”才请求最新数据。
- 旧请求耗时过长时可点击“停止旧请求并刷新”。

11.2 推荐的新用户查看顺序

- 综合概览：先看销售额、订单、签收、取消和退货。
- 销售趋势：找增长、下滑和异常日期。
- 流量漏斗：看浏览 → 详情 → 加购 → 下单 → 签收在哪一步流失。
- 商品排行：找核心商品和有流量无订单商品。
- 库存与补货：看可售参考、可售天数和补货建议。
- 同型号聚合：展开一个型号下的全部货号。
- 财务：在覆盖完整后查看费用、净应计和成本。

11.3 各模块用途

模块	主要回答的问题
综合概览	店铺总体经营是否正常
销售趋势	哪些日期增长或下降
流量漏斗	客户在哪个环节流失
商品排行	哪些 SKU 最强、哪些有流量无订单
ABC 分析	核心、成长和长尾商品分别是谁
异常与机会	系统发现了哪些漏斗、库存或履约问题
类目经营概览	本店各一级类目的表现和排名
同型号聚合	同一 Ozon 官方型号下共有多少货号、整体表现如何
商品生命周期	商品处于观察、新品、成长、稳定、衰退或滞销阶段
库存与补货	还能卖多少天、参考补多少货
履约与时效	仓库、物流和订单状态是否延迟
目标与行动中心	目标、阈值、预警和建议任务
老板驾驶舱与财务	销售、费用、成本、平台应计和实际到账如何对应

11.4 “可售天数低于目标”是什么意思

可售天数 = 当前可售参考库存 ÷ 所选周期的日均下单件数。

当计算结果低于你在“经营目标与风险阈值”中设置的“最低库存天数”时，系统提醒补货。它只是经营建议，不会自动修改 Ozon 库存。

11.5 同型号聚合

- 优先使用当前店铺 Ozon 返回的官方 `model_id` 聚合。
- 官方型号相同的全部货号应合并展示，并可展开查看。
- 缺少官方型号的商品只会与同样缺少官方型号的商品按旧规则辅助归组。
- “所选日期内出现的货号”和“Ozon 商品目录中的型号总货号”是两个不同口径，页面会分别标明。

11.6 财务数据怎么理解

- 销售额按订单/销售发生日期统计。
- 佣金、收单/支付费、物流等按财务入账日期归集。
- 两者日期口径不同，不能用单日销售额直接减单日财务费用后当作实际利润。
- “期间净应计”是财务入账汇总，不等于银行实际到账。
- 平台佣金、收单/支付费和物流服务分开显示。
- 采购成本只在货号成本已录入且有签收件数时计入。
- 页面显示“—”“映射不完整”或“等待财务流水”时，不应强行把 0 当作真实无费用。
- 可以导出对账明细 CSV，核对后再做财务结论。

十二、Ozon 活动自动化中心

此功能会改变商品活动状态，只有获得相应权限的账号可用。

- 选择并验证店铺。
- 点击“读取活动”。
- 设置回看最近上架范围、执行模式和每日读取时间。
- 推荐先使用“生成清单，由用户确认”。
- 保存设置后点击“立即拉取最近货号”。
- 核对待确认货号和活动折扣。
- 二次确认后再加入所选活动。

“自动提交”只有在明确授权和保存设置后才生效。已经参加活动的商品不会被系统无提示改动。

十三、自动查跟卖投诉

该功能帮助核验跟卖目标、整理证据和记录工单，不会假装已经向 Ozon 投诉成功。

- 输入我方商品 SKU，批量获取跟卖信息。
- 核对卖家、店铺、公司和链接。
- 将确认结果加入待投诉目标。
- 填写权利人、版权登记号、DCI、核验链接和我方原商品 SKU。
- 点击“只读核验目标”。
- 建立投诉草稿。
- 上传权属证明、图片/对比证据和视频证据。
- 核对俄语投诉内容并勾选确认。
- 在 Ozon 实际提交后，把真实工单号和状态记录到系统。

投诉前必须确认权属和目标，错误投诉可能产生法律和店铺风险。

十四、视频合并与成片复审

14.1 连贯视频合并

- 支持 MP4、MOV、M4V、WebM、MKV。
- 单段不超过 200MB，总计不超过 500MB。
- 按正确顺序选择视频，点击“开始合并并提取尾帧”。
- 导出的尾帧可继续用于下一段生成，保持连续性。

14.2 成片复审

- 在结果页打开“成片复审”。
- 选择原商品参考图。
- 选择生成图片、视频关键帧或成片。
- 点击“开始成片复审”。
- 重点检查外观、颜色、部件、穿模、文字和排版。

原商品图是最高权威。质检未通过时不要直接发布。

十五、推荐人功能

普通用户可点击“申请成为推荐人”，填写资料并提交。提交后等待管理员审核。通过后，客户归属、实际充值、积分消耗、任务成本和佣金会按独立推广代码统计。

十六、管理员操作（普通用户可跳过）

管理后台包括：

- 工作台正常运行/维护模式；
- 全站公告；
- 员工账号与二维码上架授权；
- 推广人和推荐人申请；
- 批量邀请码；
- 用户积分、套餐和有效期；
- Ozon 多店铺额度；
- 履约和活动自动化功能开关；
- 密码重置、退出会话和禁用账号；
- 管理员操作记录。

管理员原则：

- 新权限按最小范围开通。
- 充值要选择“实际充值”，普通补偿或修正选择“普通积分调整”。
- 改密码会退出会话，操作前通知用户。
- 维护模式和全站公告应填写明确的开始时间、预计恢复时间和影响范围。
- 不在截图、公告或聊天中暴露任何平台密钥。

十七、常见问题与处理

问题	常见原因	处理方法
开始按钮不能点	未上传基准图、未选生成内容或余额不足	按页面红色提示补齐
商品核验失败	第一张图不完整、被遮挡、款式颜色冲突	换成同款同色完整正面图，移除冲突辅助图
做图失败	单图生成失败、服务繁忙或安全审计未通过	到历史任务查看故障编号；可恢复则重试，确认积分是否已退回
翻译图失败	没识别到中文、目标语言仍是中文、文字过密无法排版	选非中文语言；用更清晰原图；缩短原文或增加留白
结果只有提示词没有图片	没勾选“自动生成全部图片/直接生成成片”	重新提交前确认自动成片选项和预计积分
Ozon 只有一张图片	提交清单只有一张，或多 SKU 图片关系未核对	上架前检查图片数量和顺序；多 SKU 检查公共图库和代表图
分析完成但 Ozon 没商品	分析完成不等于提交完成	到历史任务查看交付状态，补资料或重新提交
标题/属性含非法字符	Ozon 当前字段只允许指定字符	按提示修改；货号使用英文字母、数字、点、下划线或连字符，并控制长度
品牌不在下拉项	当前类目不支持该品牌价值	选择真实可用品牌；需要无品牌时选择类目支持的“Нет бренда”
需要补充属性	Ozon 必填属性没有可靠事实	人工按真实商品资料填写，不要猜
售价不对	成本、币种、利润或费率档案不正确	打开上架设置，重新计算售价并确认目标店铺规则
型号没有合并	Ozon 官方型号不同、未填写或类目不一致	核对同一类目、型号字段和上架后的官方 model_id
批量任务卡住	页面断线、本地文件夹权限丢失或某商品待补资料	刷新记录，重新选择同一文件夹，从断点任务继续
数据读取很慢	请求平台最新数据、周期大、店铺商品多	先读历史归档或短周期；需要最新值再重新读取；必要时停止旧请求
佣金/物流显示 0 或 “ — ”	财务流水未覆盖、入账日期不在周期内或映射不完整	查看覆盖天数和财务健康提示，补齐缺失流水后再判断
日期不是预期	北京时间 05:00 业务日切换或浏览器保留旧选择	点击对应快捷日期并重新读取

十八、新用户的推荐学习顺序

第一天：只学三个动作

- 上传正确的第一张商品基准图。
- 生成一套主图/详情图并导出。
- 在历史任务区分“生成完成”和“Ozon已完成”。

第二天：完成一次上架

- 绑定自己的测试店铺。
- 建立上架档案。
- 用“已有素材直接上架”完成一个商品。
- 到 Ozon 后台核对标题、图片、SKU、售价和库存。

第三天：学习高效率功能

按自己的业务选择二维码自动上架或批量智能上架，先做 1–2 个商品的小批次，确认文件夹结构和结果后再扩大。

第四天：学习经营分析

从 7 天综合概览开始，再看商品排行、库存、同型号和财务。不要在数据覆盖不完整时下利润结论。

十九、反馈问题时请提供这些信息

为了快速定位，请一次提供：

- 账号邮箱；
- 页面顶部版本号；
- 使用的功能名称；
- 操作时间（北京时间）；
- 历史任务中的任务编号或故障编号；
- 完整错误文字；
- 不含密钥和隐私数据的截图；
- 期望结果与实际结果；
- 如果是 Ozon 上架问题，提供店铺备注名、货号 and 平台返回状态。

不要发送登录密码、API Key、数据库连接串、身份证件或无关客户数据。

二十、上线前自检清单

顶部当前账号和店铺正确。

第一张图是正确商品、正确颜色、完整无遮挡。

同系列款式没有混入独立商品。

图片数量和顺序正确。

商品参数、品牌和授权真实。

成本、币种、售价和利润规则正确。

类目、增值税、仓库和库存已确认。

页面预计积分在可接受范围内。

Ozon 必填属性没有红色“需要补充”。

提交后在历史任务等待“Ozon 已完成”。

到 Ozon 后台复核图片、SKU、售价、库存和销售状态。