网站 A 使用说明书

功能介绍 · 日常操作 · Shopify 与 SKU · 备份恢复 · 系统安全

日期：2026 年 10 月 22 日（北京时间） | 第 2 版 | 适用界面：security-center-20261022-25

01 网站 A 是做什么的

02 先跑通一次：从素材到 Shopify

03 十一个页面分别有什么用

04 工作空间、批次、商品与变体

05 采集、自动生产与任务进度

06 出图规则：八张图怎样组成

07 默认尺码、颜色、售价与库存

08 SKU 编号格式，一次讲明白

09 商品编辑与 HTML 详情页

10 CSV：甲方日常推荐的铺货方式

11 Shopify 自建应用：为什么要有它，怎样连接

12 一键发布、多店草稿与销量

13 用量与成本：怎样看一款商品的完整投入

14 账号协作、权限与界面设置

15 备份与恢复：GitHub 源码版本

16 系统安全：识别设备与追溯操作

17 常见问题：应该检查哪里

18 交付后的建议操作顺序

附录 官方资料与版本说明

01 网站 A 是做什么的

创量智作（网站 A）是服装商品内容与素材生产后台。运营人员把短视频链接或自有服装素材放进系统，集中完成采集、服装识别、商品图片与文案生成、规格整理、Shopify 导入文件导出，以及已授权店铺的直接铺货。

使用入口：https://cl.siluyutong.com/ 。管理员分配账号后登录使用；账号、密码和店铺密钥应单独交接，本说明书不包含这些信息。

你想完成什么	到哪里操作
查看今天还有哪些任务	工作概览、任务中心
把视频做成商品资料和图片	商品工作台 → 新建采集批次
获得 Shopify 可以导入的商品文件	商品工作台 → 导出 CSV
把商品直接发到已绑定店铺	商品工作台 → 铺货上架
设置默认尺码、颜色、SKU、售价和库存	出图规则 → SKU 与规格
查看一个商品整条生成链路花了多少钱	用量与成本 → 商品链路
管理店铺授权、铺货结果与销量	店铺与销量
每日备份源码、查看版本和恢复	备份与恢复（仅超管）
识别超管设备、撤销登录、查询操作记录	系统设置 → 系统安全（仅超管）

A、Shopify 应用、B 与浏览器插件的区别

名称	负责什么	什么时候需要
网站 A：创量智作	生产商品资料、八张图、规格与导出文件，管理生产过程	日常内容生产的主要工作入口
Shopify 自建应用：创量智作	让 A 在店主授权范围内调用 Shopify API，连接商品、发布渠道、库存与订单	要直接铺货、读取店铺信息或同步订单时
Shopify 店铺	承载商品展示、购物车、结账、配送、付款与订单	商品最终销售的地方
B 网站及 SPU 素材同步类浏览器插件	后续广告批次和 Meta 素材编号匹配的独立环节	涉及广告投放时另行对接；不是安装 Shopify 应用就自动具备

> 只走 CSV 导入时，不需要先为 A 配置 Shopify API 密钥。Shopify 自建应用也不是浏览器扩展，两者用途不同。A 的导出成功不代表 Meta 广告已发布。

02 先跑通一次：从素材到 Shopify

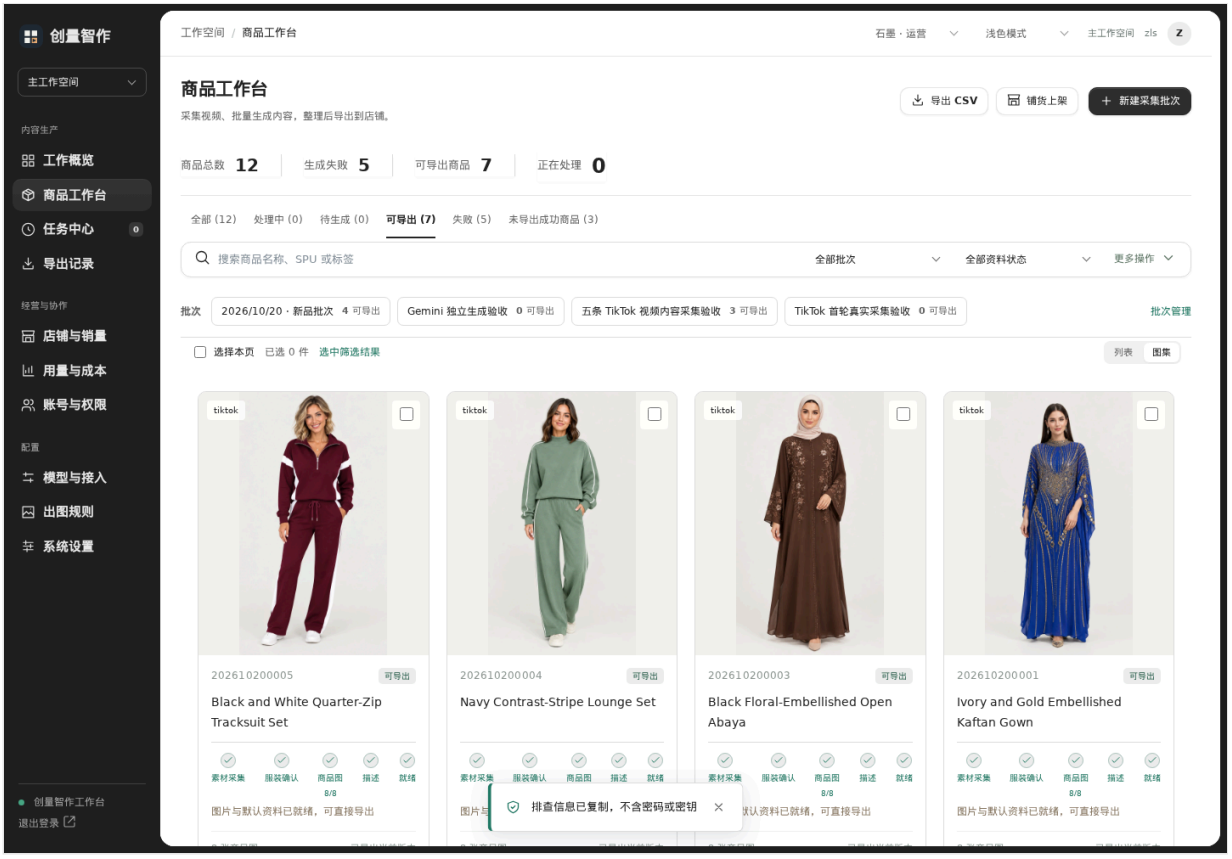
1. 登录 A，确认顶部或左侧选择了正确的工作空间。
2. 进入“出图规则”，检查尺码、颜色池、SKU 模板、默认售价与初始库存；检查八个图位、背景和模特设置。
3. 进入“商品工作台”，新建一个便于识别的批次，例如“秋冬新品 · 第一批”，粘贴视频链接，每行一条。
4. 需要自动生产时勾选自动生产并提交。系统排队完成采集、识别、文案与图组任务；也可以先采集、选中商品后再批量生产。
5. 在可导出列表检查本批成功商品；生成失败的商品去失败列表处理，不需要为了导出成功商品逐件取消失败项。
6. 点击“导出 CSV”，选择当前批次或所选成功商品，选择 Shopify 与草稿/启用状态，检查后下载文件。
7. 到 Shopify 后台“产品 → 导入”，上传 CSV，检查预览、目标店铺币种及是否覆盖已有商品，再执行导入。
8. 导入完成后核对：商品状态、八张图片、五种颜色、六个尺码、SKU、价格、库存；在店铺前台点选不同颜色和尺码，再测试加购与进入结账。

> 建议首次用一个小批次验收后，再批量投入正式商品。演示数据中的 99 只是此前测试所用价格；交付运营前请设置实际售价。系统不会自动换汇。

03 十一个页面分别有什么用

页面	主要用途	常用操作
工作概览	看待处理事项与批次进度	按事项进入对应商品列表；查看近期操作
商品工作台	管理商品、素材、规格与导出	新建批次、整批选择、批量生产、编辑商品、导出 CSV、铺货
任务中心	查看排队、执行、成功与失败详情	按批次查看任务，查看原因，按情况重试

页面	主要用途	常用操作
导出记录	保留生成过的文件与下载入口	按批次查历史、重新下载、确认导出版本
店铺与销量	管理各店授权、铺货任务与销量信息	添加店铺、修改币种/库存设置、看发布结果、同步订单
用量与成本	核对调用量与商品生成链路成本	看总览、按商品查累计投入、展开具体调用
账号与权限	管理内部协作与工作空间隔离	新增成员、分配角色与权限、停用账号
模型与接入	配置实际用于生成的模型服务	填接口与密钥、选择模型、配置价格、测试接入
出图规则	管理八图方案与新商品默认规格	设置画质/模特/场景，更新样图，改尺码/颜色/SKU/售价/库存
系统设置	管理操作体验、并发、登录资料及系统安全	设并发、主题、风格和字体；超管查看设备、IP/城市与操作日志并强制退出
备份与恢复	将源码版本备份到 GitHub；检查差异并恢复	连接私有仓库、更换 Token、设每日计划、立即备份、查看历史与恢复源码（仅超管）



商品工作台示例。截图中的商品和数量是演示数据，实际以登录后的当前工作空间为准。

04 工作空间、批次、商品与变体

术语	通俗解释	例子
工作空间	一组团队或客户的数据范围	公司自营空间、某客户独立空间
批次	为了方便管理的一组商品	10 月连衣裙新品批次

术语	通俗解释	例子
SPU / 商品编号	一款商品的业务编号	202610220001
SKU / 变体编号	这款商品某个颜色加某个尺码的编号	Navy / S 对应一个 SKU
Handle / 商品路径标识	商品网址 /products/ 后面的内容	navy-dress-202610220001
素材图位	一套图中每张图的用途	正面、侧面、背面、特写等

一款商品通常有多个 SKU。默认五色 × 六码 = 30 个 SKU，仍然是一款商品，不是 30 款商品。八张图片也不是八款商品。SPU、SKU、Handle 是三个不同字段，不能互相代替。

批次怎样最快选择

- 优先使用批次筛选、批次快捷入口或批次管理器，进入对应批次。
- 使用整批成功商品选择或选择筛选结果，避免逐个勾选。商品成功与失败分开查看。
- 可修改批次名称、继续向已有批次追加素材。改名称不会让商品脱离原批次。
- 导出前看清“本次多少件”和自动排除多少件，不把“选择本页”误当成所有筛选结果。
- 新生成的批次与旧导出记录分别保存，下载旧文件不会自动包含后来修改的商品内容。

05 采集、自动生产与任务进度

可以粘贴普通 TikTok / Instagram 视频链接，也可以手动创建商品并上传自有参考素材。视频不要求带购物车。采集能否成功还受来源网站、链接有效性、访问条件与视频内容影响。

1. 新建批次时，每行粘贴一条链接，单次最多 100 条。
2. 选择自动生产时，后续会调用已配置模型并产生费用。未勾选时可先采集，再选择商品启动生产。
3. 生产中可查看进度弹窗，收起后用屏幕边缘任务气泡查看剩余任务；气泡可拖动，详细情况在任务中心。
4. 跨商品并行默认 10 路，可在系统设置改为最多 20 路。同一商品依次出图，以保持模特、服装结构与颜色参考一致；视频采集另有并发上限。
5. 失败时查看具体阶段与原因。授权、额度或模型内容检查失败时，先处理原因再重试；已有成果保留。

并发数不是保证同一时刻一定完成相同数量。供应商限流、模型响应速度、任务准备阶段及服务额度都会影响实际速度。关闭进度弹窗或离开页面不会取消服务器已经接收的任务。

> 结果不明的模型调用不等同于明确失败，可能已经产生费用。出现这类记录时先核对供应商与任务状态，避免反复重试造成重复计费。

06 出图规则：八张图怎样组成

图位	用途	默认颜色关系
1	正面主图	第 1 色
2	正侧面	第 1 色

图位	用途	默认颜色关系
3	正背面	第 1 色
4	工艺特写	第 1 色
5	四分之三模特展示	第 2 色
6	动态模特展示	第 3 色
7	优雅造型展示	第 4 色
8	自由模特展示	第 5 色

默认采用竖版 9:16、统一摄影棚背景、相同虚构成年模特与一致光线。比例、分辨率、画质、背景颜色、模特描述、灯光与各图位姿态都可在后台调整。少于五色时，剩余颜色图位会沿用最后一个颜色。

颜色变体不是随便引用一张主图：第一色绑定图 1，其余颜色分别绑定图 5～8，同色各尺码共用对应颜色图。生成后的颜色计划会保存，避免重试时重新随机颜色。

保存规则与更新样图区别

- 保存规则：用于新提交任务；已开始的图组使用提交时的方案快照，避免生成到一半混入另一套规则。
- 真实样图：用于查看设置效果；开启“调整后自动更新”或手动更新样图可能调用模型并产生费用。
- 改全局规则不会自动重做所有旧商品；需要重做时，在对应商品或批次发起明确操作。
- 修改颜色或重做图库后，重新导出或更新店铺商品，才能把新素材传到店铺。

07 默认尺码、颜色、售价与库存

入口：出图规则 → SKU 与规格。默认尺码为 S、M、L、XL、2XL、3XL，可添加或删减。默认每款不重复选取五种颜色；颜色池和数量可改。单款当前最多 100 个颜色×尺码组合，超过上限需减少选项或拆分商品。

每款商品选定颜色后会保存，不会每次导出重新抽取。全局默认调整通常用于之后的新商品，不会自动改掉已经生成或上架商品的规格与 SKU。

系统会在图组成功后，按保存的默认方案补齐缺失资料；不会因为颜色、尺码、SKU 或未做人工审核而要求逐件补填才能导出。已填写的有效资料优先保留。

设置项	作用	注意
默认售价	缺失售价时自动填入	应按实际经营设置；99 是本次演示价格，不是系统定价建议
默认初始库存	每个 SKU 默认初始数量，当前默认 100	新店铺继承；指定店铺时使用该店库存配置
店铺库存设置	导入/铺货是否追踪库存及初始数量	入口：店铺与销量 → 店铺设置 → 导出与库存选项
参考尺码表	按商品品类和长短款生成可编辑尺寸表	上衣、运动套装、长裙等各用对应字段，可逐项修改
店铺币种	解释价格数字所用币种	同样填 99，在 KZT 店为99坚戈，在 USD 店为99美元；不自动换汇

尺码表会与实际 SKU 尺码对应，并区分长裙、短裙、长袍、运动套装、上衣及裙装套装。系统生成的参考数值可在后台编辑；如有供应商尺寸，建议录入并替换，避免把款式参考值当成供应商实测。内部数据来源记录不插入买家详情页。

> 初始库存用于建立商品库存，不代表平台以后会自动补货。API 对同一已管理商品重复铺货，不会自动把售出后的库存补回 100。CSV 覆盖导入会按文件内容更新，正式销售后重导含库存的文件应格外核对。

08 SKU 编号格式，一次讲明白

默认填写：{spu}-{code}。花括号里的单词是“占位符”，意思是让系统在生成 SKU 时自动替换，不需要运营人员逐条编号码。中间的短横线只是分隔符。

写法	实际含义	示例
{spu}	本款商品编号；必须保留	202610220001
{code}	颜色与尺码组合的稳定编码；必须保留	Navy / S → 1D3AAF89FD
{color}	便于人阅读的颜色名称；可选	Sage Green → Sage-Green
{size}	便于人阅读的尺码名称；可选	S、M、3XL
CL-	自定义的固定文字前缀；可选	可换成自己的品牌缩写

示例商品编号 202610220001 表示按北京时间 2026 年 10 月 22 日生成的商品编号，后面的 0001 是当天序号示例。商品编号用于关联资料与素材，不是 Shopify 商品 ID。

颜色 / 尺码	默认模板 {spu}-{code}	可读模板 CL-{spu}-{color}-{size}-{code}
Navy / S	202610220001-1D3AAF89FD	CL-202610220001-Navy-S-1D3AAF89FD
Navy / M	202610220001-ADC9D3E568	CL-202610220001-Navy-M-ADC9D3E568
Sage Green / S	202610220001-C7FC0A09D6	CL-202610220001-Sage-Green-S-C7FC0A09D6

以上编码按当前实际算法计算。{code} 是系统根据颜色名称和尺码名称生成的 10 位大写稳定编码，使用数字和 A ~ F，不是售价、数量或随机流水号。同一款中各颜色尺码因此能够分开识别；不同商品还通过 {spu} 区分。

- 为什么必须保留 {code}：防止仅凭被缩写的颜色、尺码名称形成重复 SKU，并让平台稳定识别同一规格。
- 只调整颜色或尺码的排列顺序，不会让同一组合的 SKU 改号。
- 把颜色改名、把某尺码改成另一尺码，会被视为规格变化，编码也会变化。
- {color} 中的空格等符号会转换为短横线；它用于可读性，不能代替稳定规格码。
- 保存全局模板不会自动批量重写旧商品 SKU。商品上架后尽量保持已有编号，避免断开库存、订单或后续广告素材关联。

> 商品网址不是用变体 SKU 直接拼出来的。正确关系是：域名 + /products/ + Handle。例如 /products/navy-dress-202610220001。要访问某个尺码，可在商品地址中附带 Shopify 返回的 variant ID；它也不是 SKU 字符串。

09 商品编辑与 HTML 详情页

点击商品的“编辑商品”，可检查或调整标题、描述、售价/划线价、标签、SEO、颜色、尺码、SKU 模板、素材与尺码表。修改后保存，再重新导出或主动更新店铺。后台改动不会自动修改早先已下载的 CSV。

详情页 HTML 会包含商品介绍、设计特点、可选颜色与对应尺码表。它是排版文字，不等于店铺整套主题；头部商品标题、价格区域、颜色按钮、购物车和整体图库由 Shopify 主题负责。

平台统一控制描述里的正文、分节标题和尺码表样式，并清理脚本、事件属性及不受控样式。不要把任意网页脚本粘贴到详情里作为选色功能；选色应依靠 Shopify 变体图片字段与主题的正常行为。

系统可先生成贴合款式的参考内容，运营人员可按实际供货信息随时修改。若发现长裙用了短款衣长、套装字段错位或材质不符，应在本商品资料中更正后重新导出；不要在全局默认里改一个值去覆盖所有品类。

10 CSV：甲方日常推荐的铺货方式

怎样导出

1. 进入目标批次，使用可导出列表或整批成功商品选择。
2. 点击“导出 CSV”或“导出 Shopify CSV”，选择 Shopify CSV 导入。
3. 按需选目标店铺。只导文件时店铺授权可以留空，但必须知道准备导入店铺的实际币种。
4. 选择仅 CSV 或素材包，选择草稿或启用/在线商店状态。
5. 运行检查，核对可导出数量与自动排除数量后下载。下载进度、结果和重试在站内可见，文件也保存在导出记录。

怎样导入 Shopify

1. 进入 Shopify 后台“产品 → 导入”，选择刚下载的 CSV。
2. 核对导入预览。如果店里已有相同 Handle 的商品，明确决定是否覆盖；覆盖会更新文件里包含的字段，草稿状态也可能将原商品变为草稿。
3. 执行导入并等待处理完成。图片通过公开 URL 下载，处理可能晚于 CSV 文本导入。
4. 打开商品核对图片、变体、价格和库存，再去买家前台切换颜色/尺码，测试加购。

CSV 含商品图库 URL 和每个变体的图片 URL，不必另行逐张上传本地八张图。Shopify 需要在导入时能够读取这些地址，A 的素材服务应保持可访问。Shopify 导入后通常会形成店铺自身的图片资源。

商品 CSV 没有通用的币种列。平台不会把 99 KZT 自动折算成美元；导入任何新店铺前，都应确认价格数字所代表的币种。

成功、失败与历史文件

- AI 图组完整成功的商品进入可导出范围；失败、处理中或图组未完整的商品自动排除并单独显示。手工上传商品图库按现有素材校验。
- 人工审核仍可用于内部流程，但不会作为仅因“尚未审核”就阻断成功商品 CSV 的条件。
- 导出记录是当时内容的文件快照。修改商品后，要生成新文件，不能只重新下载旧文件期待内容自动改变。
- “已导出”表示 A 生成了文件，不等于 Shopify 已导入，也不等于前台可购买。

多库存地点店铺

Shopify 商品 CSV 的库存数量适用于单地点库存导入。多库存地点应使用 Shopify 的库存 CSV，或用 A 的 API 铺货明确选择地点。商品文件中的“100”不能理解为所有地点各自动入库100。

如果坚持纯 CSV 流程：先导入商品，再在 Shopify 的库存页面导出该店库存模板，按实际地点填写初始数量后导入库存文件。A 当前的商品 CSV 不是跨地点库存分配文件。

11 Shopify 自建应用：为什么要有它，怎样连接

在 Shopify Dev 创建的“创量智作”应用，相当于店主发给 A 的一把有范围限制的连接钥匙。A 用它读取店铺实际币种和库存地点、创建或更新商品、发布到销售渠道、写入初始库存，以及在授权允许时读取订单。它不负责生成图片，也不替店铺设置收款账户。

使用方式	需要 Shopify 应用吗	操作者在哪里工作
下载 CSV、手工导入	不需要 A 获得 API 授权	A 下载文件；Shopify 后台导入
A 一键铺货、草稿或直接上架	需要	A 商品工作台
A 同步订单和销量	需要相应订单读取权限	A 店铺与销量
配置收款、运费、税务、Markets	由店主在 Shopify 设置	Shopify 后台；不属于生成 CSV 自带配置

开发应用页面的常见字段怎样填

字段	建议填写方式
应用名称	创量智作，或公司内部方便识别的名称
版本名称	可填 v1、v2，便于区分权限配置版本
应用 URL	可沿用 Shopify 默认应用首页 https://shopify.dev/apps/default-app-home；也可填写已经部署的 A 入口
在 Shopify 后台中嵌入应用	A 是独立后台，当前自有组织连接方式不依赖嵌入式界面，建议取消勾选
允许的重定向 URL	当前 Client ID + Secret 连接不走浏览器回调，不要随便填写一个不存在的回调地址；改用其他 OAuth 安装方式时由对应开发接入说明提供
权限范围	用英文逗号分隔，或从权限列表勾选；普通 API 商品铺货不要求写主题权限
Webhook API 版本	选择受支持版本；当前 A 的 Shopify Admin API 接入使用 2026-10。仅选版本不等于已经订阅订单 Webhook

API 直接发布并追踪库存的一组常用权限示例：read_products,write_products,read_publications,write_publications,read_locations,read_inventory,write_inventory。需要订单同步时再加 read_orders；诊断或调整市场、配送、主题时按实际需求追加权限。

连接步骤：同一 Shopify 组织的自有应用

1. 在 Shopify Dev Dashboard 打开或创建“创量智作”应用，配置所需权限，发布应用版本，并安装到目标店铺。应用和店铺属于同一 Shopify 组织时，可采用 Client ID + Secret 方式。

2. 进入应用设置，取得 Client ID（客户端 ID）和 Client Secret（客户端密钥）。Client ID 是应用标识；Client Secret 才是需保密的凭据。
3. 在 A 的“店铺与销量 → 添加店铺”填写店铺名称、域名、币种；Shopify 原始域名填写 example.myshopify.com 这种格式，不填写 admin.shopify.com/store/... 管理地址。
4. 授权方式选“Client ID + Secret · 自有组织应用”，把凭据填入 A 的对应字段，保存并验证连接。
5. 连接成功后确认店铺显示已连接，币种与实际店铺一致。初始库存可在导出与库存选项里设置。

如果使用适用于该店铺的 Admin API Access Token，则在 A 选择 Token 方式填写。不同组织/分发方式的应用不能直接假定 Client ID + Secret 可通用；应使用该安装方式支持的店铺授权方式。

常用权限分别做什么

权限	用途	是否每个 CSV 用户都需要
read_products / write_products	读取和写入商品、规格、图片	只导 CSV 不需要；API 铺货需要写入权限
read_publications / write_publications	读取销售渠道、发布商品	直接发布到渠道时需要
read_locations / read_inventory / write_inventory	读取地点与库存、写入初始库存	API 追踪库存时需要
read_orders	读取已授权范围内的订单，汇总销量	需要销量同步时配置
read_shipping / read_markets	排查配送区域与市场可售范围	按诊断需求授权
write_shipping / write_markets	实际修改店铺配送、市场配置	仅明确需要修改时授权
read_themes / write_themes	读取、修复主题文件	不是普通 CSV 或 API 商品铺货的必需权限
write_locations	创建或调整库存地点	按店主业务需求或受控验收授权

> 权限文本使用英文逗号分隔，不使用中文顿号。增加权限后，发布版本还不够，店主需要在店铺确认新的授权；A 实际能做什么取决于店铺已批准的权限。不要把密钥发到群聊或写进共享文档。

Shopify 应用设置中的“应用自动化令牌”用于应用开发/CI 流程，不等于 A 铺货需要的店铺 Admin API Token。更换密钥、断开连接或撤销授权会影响直接铺货和同步；已有 CSV 文件仍是文件，图片 URL 可访问性另外检查。

12 一键发布、多店草稿与销量

1. 在商品工作台选择商品或整个成功批次，点击铺货上架。
2. 选择一个或多个已启用、已授权的 Shopify 店铺，也可使用全选可用店铺。
3. 选择“直接发布至销售渠道”或“仅草稿”。直接发布需选渠道；追踪库存需选实际库存地点。
4. 检查每家店的币种、数量、权限与地点。若币种与平台配置不一致，先在后台确认并修正计价信息，再检查。
5. 确认提交后，每个店铺有独立任务与结果；在店铺与销量查看。部分店成功、部分失败时，按店查看原因与续作。

选择草稿时，如果更新的是本系统已经管理的已上架商品，也可能把它转为草稿、停止销售。重试会优先对账和复用已有商品，避免重复创建；不要遇到不明状态就连续新建同款。

“同步订单”按已授权订单范围读取数据，再根据商品/变体映射汇总销量。新店没有订单时显示空结果，不等于连接失败。数据以最近同步为准，不是每秒实时，也不保证包含授权范围之外的历史订单。

13 用量与成本：怎样看一款商品的完整投入

超管可以看全平台或当前工作空间；有成本权限的其他账号只看其获准空间。宏观总览与逐次明细同时提供，避免只盯某一次调用而漏掉失败、重试和重做。

- 总览：正式商品投入、完整素材商品平均累计成本、规则样图投入、失败或结果不明投入。失败投入已经属于总投入，不要重复相加。
- 商品链路：从识别、文案到商品图的累计费用、已知 Token、调用次数及核价覆盖。可展开到任务和具体调用。
- 重复生成和失败重试可能产生费用，完整链路成本不等于最后一次成功任务的费用。
- 缺 usage、缺报价或结果不明时保留待核价，不能当作免费；预估成本也不等于供应商实际账单扣款。
- 采集、CSV/ZIP 打包和铺货本身不发起模型调用，因此不会虚构 Token 费用。服务器、存储、带宽及店铺订阅不包含在模型调用账本中。

14 账号协作、权限与界面设置

角色	典型工作范围
平台所有者 / 超管	全局设置、密钥、工作空间和全部业务权限
空间管理员	管理当前空间成员及业务；不管理平台全局密钥
内容编辑	采集、编辑商品、运行生成
审核与导出	审核与导出，不默认允许改商品价格/正文
只读用户	查看已授权空间商品

账号权限可按需调整。相同工作空间的成员按权限协作，不同工作空间的数据隔离。外部客户应放在独立工作空间；批次不替代权限隔离。未看到某个按钮时，先确认当前账号的权限。

系统设置支持石墨、雾蓝、暖白等界面风格，浅色/深色/跟随系统、字体、基础字号、信息密度和默认商品视图。部分外观偏好保存在当前浏览器；换设备后可能需要重新选择。本人登录信息修改需要当前密码。

15 备份与恢复：GitHub 源码版本

入口：左侧“配置 → 备份与恢复”，仅平台所有者 / 超管可操作。它把网站源码保存到 GitHub 私有仓库，按版本留存；不是把商品、素材、数据库和密钥一起上传 GitHub。

备份包含	备份不包含
应用代码、后台页面、测试脚本、部署脚本、依赖清单	数据库、商品素材、导出文件、.env、模型和店铺密钥、登录会话、运行缓存、依赖安装目录
每份源码清单和文件摘要，便于校验完整性	不是整台服务器镜像，也不是完整业务数据的异地备份

首次连接与立即备份

1. 先在 GitHub 创建私有仓库。可使用空仓库或已有内容的仓库；平台只更新 studio-backups/source.zip，不覆盖仓库其他文件。
2. 在 GitHub 创建 Fine-grained personal access token，选择目标仓库，为 Repository permissions → Contents 选择 Read and write。
3. 在 A 填写完整仓库地址和 Token，按需勾选“每日自动备份”，选择时间及时区，再点击“验证并保存”。
4. 点击“立即备份”，检查版本记录的成功或失败结果。首次成功备份可确认实际写入权限；仅保存连接还不能代替上传验证。
5. 到 GitHub 查看 studio-backups/source.zip。每次备份形成独立提交，历史版本保留在 Git 提交记录中。

每日计划默认时间为北京时间 03:00，需要勾选开启。计划由 A 站服务执行，同一天的定时计划只执行一次；停机期间不会运行，服务恢复后补做当日已经到时的计划。失败会显示原因，可修正后手动备份。

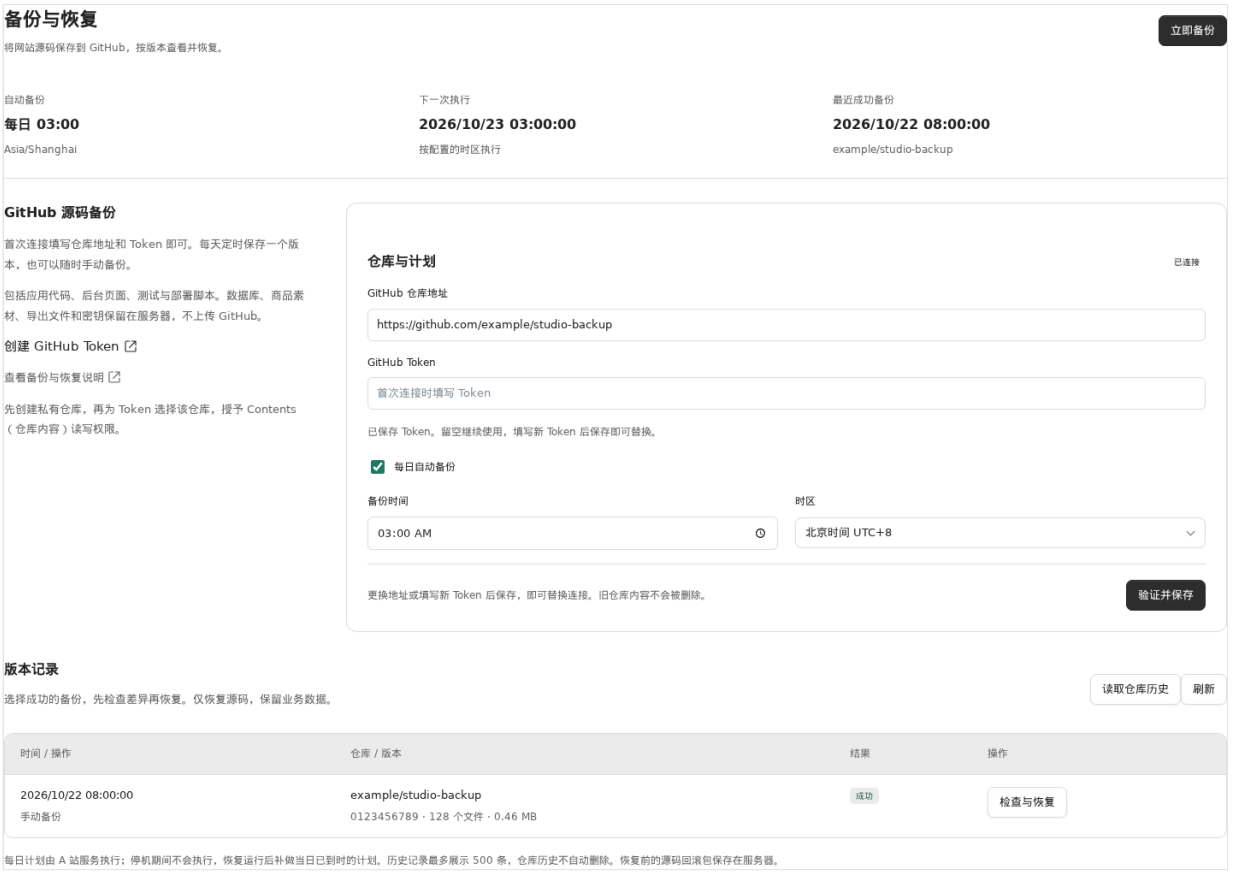
更换仓库或 Token

- 更换仓库：填写新地址并保存；旧仓库和其中的历史内容不自动删除。
- 更换 Token：输入新 Token 并保存；留空表示沿用已有 Token。保存后不回显明文。
- 旧仓库的备份记录保留原仓库归属。需要恢复时，先切回原仓库，并提供有访问权限的 Token。
- “读取仓库历史”可加载当前仓库最近 100 个备份提交；本地列表最多展示 500 条操作记录，GitHub 历史不自动清理。

怎样恢复一个源码版本

1. 找到成功备份，点击“检查与恢复”。
2. 检查将新增、更新、删除的源码文件。平台校验清单、摘要、语法，以及依赖和数据库结构是否兼容。
3. 等待生产与铺货任务全部完成，再输入“恢复源码”确认。
4. 系统先保存当前源码回滚包，暂停写入，恢复所选源码后重启 A 站。健康检查不通过时自动回滚。
5. 完成后刷新页面；如果提示登录失效，再重新登录，检查关键页面和业务操作。

> 恢复只覆盖源码，不回退数据库、库存、订单、素材或密钥。依赖或数据库结构不兼容时会停止自动恢复，需要运维核对。整机损坏或业务数据丢失时，还需要另行保存的业务数据备份与服务器配置；只有 GitHub 源码 ZIP 不足以还原整站。



备份与恢复界面示例。仓库名称、版本记录均为演示数据，不含真实仓库或 Token。

16 系统安全：识别设备与追溯操作

入口：“系统设置 → 系统安全”。超管可以查看自己账号的浏览器登录设备、IP、归属城市、首次登录、最近连接、登录有效状态和操作记录。登录失败与权限拒绝等全站安全事件也可供超管排查；正常业务操作按账号和设备关联。

界面信息	怎样理解
当前设备	正在使用后台的浏览器。设备按浏览器 Cookie 标识识别，不是读取电脑硬件编号
登录有效	该浏览器仍有未过期、未撤销的会话，不等于用户此刻正在操作或实时在线
IP 与城市	IP 归属地查询结果，来源为 ipwho.is；仅查询公网 IP，不向定位服务发送账号或密码
尚未识别 / 已人工确认 / 可疑设备	由超管备注和判断的识别标记，不会绕过密码和账号权限，也不是自动判定敌友
首次浏览器、新 IP、城市变化等提示	供复核的线索；VPN、代理和移动网络可能改变 IP 与地点
最近连接与操作记录	页面连接时间与主动操作分开显示，可进一步按设备和日志分类查询

确认一个认识的设备

1. 先看“当前设备”标记、浏览器、系统、IP、城市和首次登录时间。
2. 点击“操作记录”，结合近期登录、页面访问和商品/批次/导出等操作，确认是否符合本人或已授权同事的使用情况。

3. 点击“备注与识别”，填写便于辨认的名称，例如“我的办公电脑”，标记为已确认。
4. 输入当前登录密码保存。设备备注仅为人工识别参考，不改变该账号原本的权限。

发现陌生设备时怎样处理

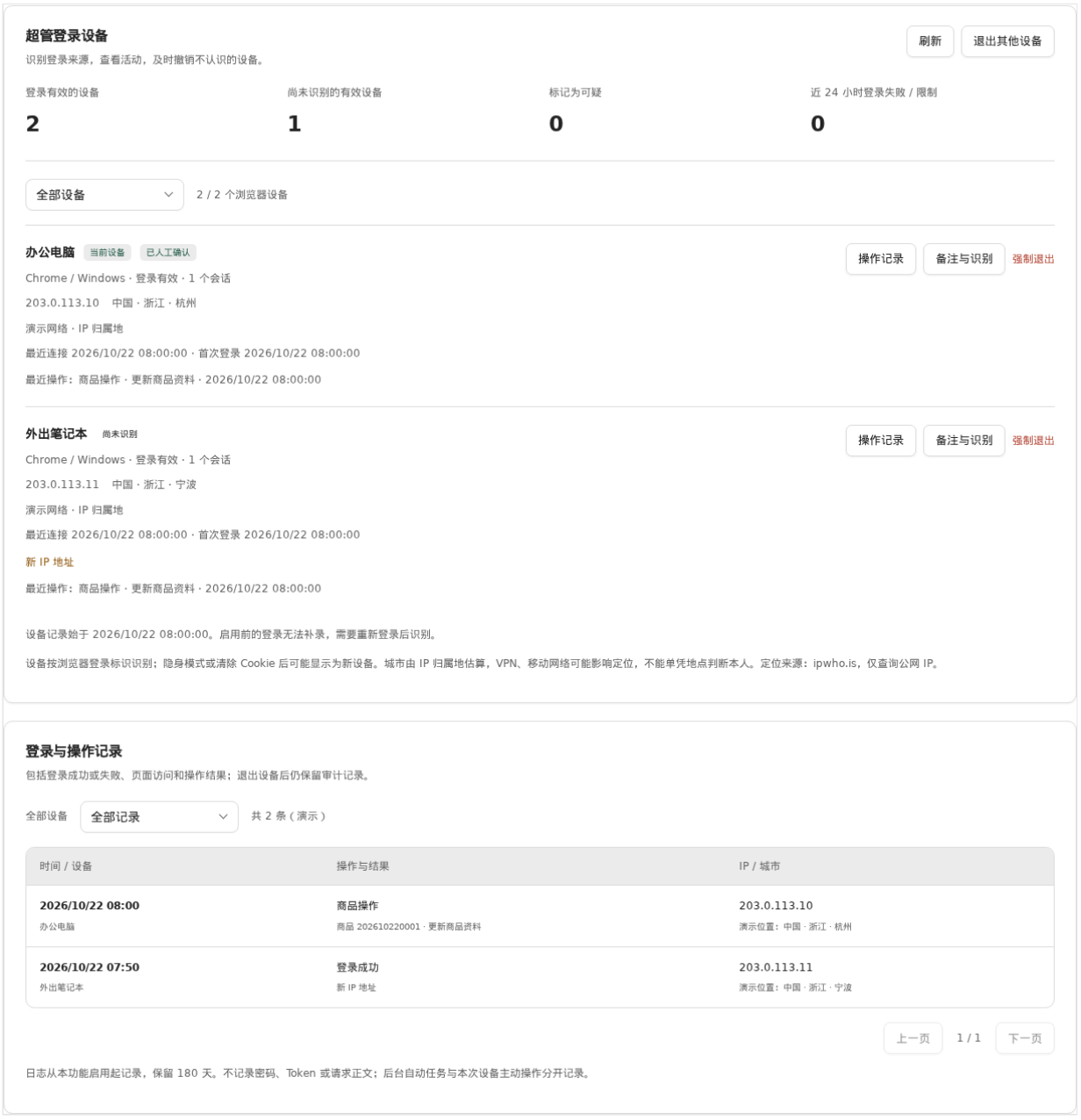
1. 先查看设备登录时间、IP/城市和操作记录，不仅凭城市就判断是否为他人。
2. 可先标记为“可疑设备”，再点击“强制退出”，输入当前密码确认。该浏览器的全部有效登录会被撤销。
3. 如果只保留手头设备，可使用“退出其他设备”；强退当前设备会让自己也退出。
4. 怀疑密码泄露时，立即修改登录密码，再核对账号权限、模型与店铺密钥，以及是否有非预期业务操作。

退出和强制退出会保留历史审计记录。强制退出撤销的是已有会话；如果对方仍掌握正确密码，仍可能重新登录，因此不能用强退代替修改泄露的密码。已在执行的业务请求可能已经提交，应同时核对业务结果。

怎样查询设备操作记录

- 设备行点击“操作记录”，查看该设备对应记录；可切回全部设备。
- 按“登录与网络”“操作记录”“失败或被拒绝”“页面访问”筛选，并翻页查看。
- 业务操作可关联具体商品编号和已有业务审计摘要；后台自动任务不冒充某设备的主动操作。
- 日志不保存密码、Token 或请求正文，保留 180 天。敏感操作需要重新验证当前密码，连续失败会受到频率限制。

> 设备和日志从此功能启用后开始记录，无法补录此前未记录的登录。清除 Cookie、换浏览器或隐身模式可能产生新设备。定位失败会显示未取得城市，内网显示本机/内网地址；系统不会编造位置。



系统安全界面示例。设备名称、IP、城市和操作记录均为演示数据。

17 常见问题：应该检查哪里

现象	优先检查
生成失败或长时间排队	任务中心的阶段/原因；模型接入、额度、并发与来源视频访问
批次中有失败商品，成功商品能否导出	可以按成功范围导出；检查自动排除数量，失败商品单独处理
图片已成功，为什么还没在店铺出现	是否生成了新 CSV 并执行导入，或是否主动提交店铺更新
导入后不可售，但后台库存不是0	实际库存地点是否履行在线订单；当前市场是否启用；配送区域和运费是否覆盖买家国家；销售渠道是否发布
点颜色图片没变	核对变体是否绑定对应图，再检查主题选色脚本和请求；不能只看地址栏编号变了就判定换图成功
CSV 导入后价格不对	店铺实际币种、文件数值及是否覆盖旧商品；CSV 不自动换汇

现象	优先检查
多地点店铺库存没有按预期进入仓库	使用库存 CSV 或 API 明确地点；商品 CSV 不负责多地点库存分配
详情里的尺寸、材质不符合实货	编辑该商品结构化尺码表和描述，保存后重新导出/更新
修改默认规则后旧商品没变化	默认设置作用于新商品/新任务，旧商品要明确重做或更新
导出记录有文件，客户说店铺没有商品	检查 Shopify 导入结果或 API 铺货结果；导出文件不等于店铺上架
Shopify 新权限发布了仍提示无权	店铺是否批准更新后的安装权限；不是只发布开发版本就自动获权
手动备份成功，为什么没有每日备份	是否勾选每日自动备份并保存；确认计划时区、服务运行状态和失败记录
恢复备份被拒绝	查看差异检查结果；依赖、数据库结构变化或仍有生产/铺货任务时需先处理
发现陌生设备或陌生城市	结合设备备注、时间、IP 与操作判断；可强退、改密码；城市可能受 VPN 影响
系统验收浏览器是什么	交付测试留下的浏览器记录，已退出；保留记录用于审计，不是当前仍在线的设备

本次测试店曾出现“市场只有新加坡，但配送没有新加坡”，补齐配送后可正常进入结账；也出现主题选色加载失败，已在该测试主题单独修复。这些案例用于说明环境差异，不表示每家店都需要修改主题。

18 交付后的建议操作顺序

1. 接收正式账号，修改自己的密码，确认超管与操作员分工；在系统安全核对并备注当前设备。
2. 确认模型接入、公开素材地址、业务默认规格、售价、库存和图组方案。
3. 按客户建立工作空间，按经营计划建立批次。
4. 先做小批商品，检查图片、颜色、尺码表、价格和详情；优先跑 CSV。
5. 在实际目标店铺完成导入与买家端验收，再扩大批量生产。
6. 需要多店直接发布或销量时，再按需连接 Shopify 应用，不要求所有 CSV 使用者先配开发应用。
7. 配置甲方自有 GitHub 私有仓库与 Token，完成一次立即备份，开启每日计划；另行安排业务数据备份。
8. 定期检查失败任务与费用、供应商账单、密钥、成员权限和超管设备日志。

交付验收以另附《兼容性验收报告》为准。说明书介绍可使用的功能与操作方法，不把未测的任意自定义主题、任意店铺商业配置或 Meta 广告后续环节写成已经验收通过。

附录 官方资料与版本说明

本说明书第 2 版补充备份与恢复、系统安全操作，同时更新页面数量、交付检查顺序和验收记录。适用界面：security-center-20261022-25。仓库、Token、登录密码及真实设备地址不写入交付资料。

Shopify 商品 CSV：https://help.shopify.com/en/manual/products/import-export/using-csv

Shopify 库存 CSV：https://help.shopify.com/en/manual/inventory-and-locations/setup/inventory-csv

创建 Dev Dashboard 应用：https://shopify.dev/docs/apps/build/dev-dashboard/create-apps-using-dev-dashboard

自有组织应用授权：https://shopify.dev/docs/apps/build/authentication-authorization/client-credentials-grant

Shopify API 权限：https://shopify.dev/docs/api/usage/access-scopes

GitHub 仓库内容 API 与 Token 权限：https://docs.github.com/en/rest/repos/contents

IP 城市查询来源与说明：https://ipwhois.io/documentation
