ТЗ: товарний фід для Google Merchant Center

26.10.2026 · Володимир Петриченко · ads-expert.online

1. Мета та загальні вимоги

Потрібно сформувати автоматичний XML-фід товарів, який проходить перевірку Google Merchant Center без помилок. Фід використовується для кампаній Shopping і Performance Max.

Параметр	Вимога
Формат	XML (RSS 2.0) з простором імен `xmlns:g="http://base.google.com/ns/1.0"`
Адреса	Постійний URL, наприклад `https://[домен]/feed/google.xml`. Доступний без авторизації, не закритий у robots.txt, без капчі та антибот-перевірок для Googlebot
Кодування	UTF-8; спецсимволи (&, <, >) екрановані або загорнуті в CDATA
Охоплення	Усі активні товари каталогу. Кожен варіант (розмір, колір) — окремий `<item>`
Мова та валюта	Тексти українською, ціни в UAH
Оновлення	Автоматично, мінімум 1 раз на добу. Ціна й наявність у фіді мають оновлюватися одночасно з сайтом
Що не виводити	Товари без ціни, без фото, без робочого посилання, а також приховані на сайті

2. Обов’язкові атрибути

Без будь-якого з цих атрибутів товар буде відхилено.

Атрибут	Що передавати	Формат і обмеження
`g:id`	Унікальний ID варіанта товару (SKU)	До 50 символів, не змінюється з часом. Якщо онлайн і в магазині відрізняються ціна чи наявність — окремі ID
`g:title`	Назва товару	До 150 символів (правила — розділ 5)
`g:description`	Опис товару	До 5000 символів, без HTML-тегів і посилань
`g:link`	URL сторінки товару	https, домен підтверджений у Merchant Center. Для варіанта — URL з уже обраним варіантом
`g:image_link`	Головне фото	https, мінімум 500×500 px, рекомендовано 1200×1200 px; JPG, PNG або WebP
`g:availability`	Наявність	Одне з: `in_stock`, `out_of_stock`, `preorder`, `backorder`
`g:price`	Звичайна ціна	`1299.00 UAH` — число з крапкою, пробіл, код валюти
`g:brand`	Бренд виробника	Для товарів власного виробництва — назва магазину
`g:gtin`	Штрихкод EAN-13 / UPC	Обов’язково, якщо в товару є штрихкод від виробника
`g:mpn`	Артикул виробника	Якщо GTIN немає
`g:identifier_exists`	`no`	Тільки якщо немає ні GTIN, ні MPN (власне виробництво, handmade)
`g:condition`	Стан	`new`, `refurbished` або `used`

Доставку (g:shipping) можна не передавати у фіді, якщо вона налаштована на рівні акаунта в Merchant Center.

3. Одяг, взуття та варіанти товару

Для категорій одягу, взуття й аксесуарів ці атрибути обов’язкові. Для інших категорій з варіантами передаються g:item_group_id і атрибут, яким варіанти відрізняються.

Атрибут	Що передавати	Формат
g:item_group_id	Спільний ID батьківського товару для всіх його варіантів	Однаковий у всіх розмірів і кольорів однієї моделі
g:color	Колір варіанта	Текстом: чорний, чорний/білий (до 3 кольорів)
g:size	Розмір варіанта	Як на сайті: 42, M, XL
g:gender	Стать	male, female або unisex
g:age_group	Вікова група	adult, kids, toddler, infant або newborn
g:material	Матеріал	За наявності: шкіра, бавовна
g:size_system	Розмірна сітка	За потреби: EU, UK, US

Кожен варіант має власні g:id, g:link, g:image_link (фото саме цього кольору), g:price і g:availability.

4. Рекомендовані атрибути

Ці атрибути не обов’язкові, але без них падає якість показів і гірше керування кампаніями.

Атрибут	Що передавати	Формат
g:sale_price	Акційна ціна	999.00 UAH; g:price при цьому залишається звичайною ціною
g:sale_price_effective_date	Період дії акції	ISO 8601: 2026-11-01T00:00+02:00/2026-11-30T23:59+02:00
g:additional_image_link	Додаткові фото	До 10 штук, ті самі вимоги, що до головного фото
g:product_type	Категорія товару на сайті	Шлях з хлібних крихт: Взуття > Жіноче > Кросівки
g:google_product_category	Категорія Google	ID або шлях з таксономії Google; якщо не передано, Google визначить автоматично
g:custom_label_0…4	Службові мітки для сегментації кампаній	Наприклад: маржинальність (high/mid/low), хіт продажів, сезон, цінова група. Значення погоджуються з фахівцем з реклами
g:cost_of_goods_sold	Собівартість	650.00 UAH; потрібна для звітів по прибутку в Google Ads
g:product_highlight	Ключові переваги	До 10 пунктів, кожен до 150 символів
g:video_link	Відео товару	URL відео; новий атрибут, підтримується з 2026 року

5. Правила для назв, описів і фото

Назва (g:title)

- Структура: Бренд + тип товару + модель + ключова характеристика (колір, розмір, об’єм). Приклад: Nike Air Max 90 жіночі кросівки білі 38
- Найважливіше — в перших 70 символах, бо далі назва обрізається у видачі

- Заборонено: CAPS LOCK, «акція», «знижка», «купити», «безкоштовна доставка», ціна, емодзі, знаки оклику

Опис (`g:description`)

- Тільки про сам товар: призначення, матеріал, розміри, характеристики
- Заборонено: інформація про доставку, оплату, магазин, посилання, контакти, промокоди, порівняння з конкурентами

Фото (`g:image_link`, `g:additional_image_link`)

- Мінімум 500×500 px; з 31.01.2027 фото меншого розміру не прийматимуться
- Головне фото — товар на білому або нейтральному тлі, займає 75–90% кадру
- Заборонено на головному фото: водяні знаки, логотипи магазину, текст, рамки, плашки «−20%», заглушки «фото немає»
- URL фото не змінюється при кожному оновленні фіду, інакше Google перевантажує зображення повторно

6. Відповідність сайту і фіду

Google порівнює фід зі сторінкою товару. Розбіжності призводять до відхилення товарів, а повторні — до блокування акаунта.

- Ціна у фіді = ціна на сторінці товару, яку бачить новий відвідувач без авторизації та промокоду
- Акційна ціна на сайті = `g:sale_price` у фіді, з тими самими датами дії
- Наявність у фіді = наявність на сторінці. Товар «немає в наявності» не можна додати в кошик
- На сторінці товару є мікророзмітка schema.org `Product` з `Offer`: `price`, `priceCurrency`, `availability`, `sku`, `gtin` (якщо є), `brand`, `image`
- Значення в мікророзмітці збігаються з фідом і видимим текстом сторінки
- Сторінка товару відкривається без редиректу на головну, без 404 і без вибору міста чи мови перед показом товару
- Валюта на сторінці — UAH для відвідувачів з України

7. Приклад XML

Один варіант товару з акційною ціною. Усі інші товари йдуть такими самими блоками `<item>` всередині `<channel>`.

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<rss version="2.0" xmlns:g="http://base.google.com/ns/1.0">
  <channel>
    <title>[STORE]</title>
    <link>https://[domain]</link>
    <description>Google Merchant Center product feed</description>
    <item>
      <g:id>AM90-W-WHT-38</g:id>
      <g:item_group_id>AM90-W</g:item_group_id>
      <g:title>Nike Air Max 90 жіночі кросівки білі 38</g:title>
      <g:description><![CDATA[
        Жіночі кросівки з верхом зі шкіри та сітки. Амортизаційна вставка Air у п’ятці, гумова підошва.
      ]]></g:description>
      <g:link>https://[domain]/product/air-max-90-white?size=38</g:link>
      <g:image_link>https://[domain]/images/am90-white-1.jpg</g:image_link>
      <g:additional_image_link>https://[domain]/images/am90-white-2.jpg</g:additional_image_link>
      <g:availability>in_stock</g:availability>
      <g:price>5499.00 UAH</g:price>
      <g:sale_price>4699.00 UAH</g:sale_price>
      <g:sale_price_effective_date>2026-11-01T00:00+02:00/2026-11-30T23:59+02:00</g:sale_price_effective_date>
      <g:brand>Nike</g:brand>
      <g:gtin>0195866123456</g:gtin>
      <g:condition>new</g:condition>
      <g:color>білий</g:color>
      <g:size>38</g:size>
      <g:gender>female</g:gender>
      <g:age_group>adult</g:age_group>
      <g:product_type>Взуття &gt; Жіноче &gt; Кросівки</g:product_type>
      <g:custom_label_0>high_margin</g:custom_label_0>
    </item>
  </channel>
</rss>
```

8. Чекліст приймання робіт

Роботу прийнято, коли виконано всі пункти.

- ☐ Фід відкривається за постійним URL, валідний XML без помилок парсингу
- ☐ Кількість `<item>` дорівнює кількості активних варіантів товарів на сайті
- ☐ Усі обов’язкові атрибути заповнені в 100% товарів
- ☐ Немає дублікатів `g:id`
- ☐ Ціни й наявність у 10 випадкових товарах збігаються з сайтом і мікророзміткою
- ☐ Зміна ціни чи наявності на сайті потрапляє у фід протягом доби
- ☐ Фід завантажено в Merchant Center: 0 помилок рівня «Не схвалено» з вини фіду
- ☐ Попередження Merchant Center розібрані з фахівцем з реклами

Джерела

- Google Merchant Center product data specification
- Merchant Center product data specification update 2026
- Separate IDs for online and in-store products (March 2026)