



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



Сумки-шопперы с индивидуальным дизайном: как превратить логотип в макет, который чисто печатается, а сумку с ним носят

Details

Коротко: Сумки-шопперы с индивидуальным дизайном печатаются чисто, если до разговоров о тираже приняты четыре решения. Первое: разместите макет в реальной зоне печати сумки, подальше от швов и прошивки ручек. Второе: считайте цвета красок относительно цвета сумки, потому что на тёмные сумки обычно нужна белая подложка. Третье: подбирайте плашечные цвета Pantone на реальном цвете ткани, а не на бумаге. Четвёртое: передавайте цветоделённые файлы в точном масштабе: векторные — для шелкографии, растровые 300 dpi — для цифрового трансфера. Если всё это учесть, исчезнут самые частые причины пятнистой, неразличимой или не соответствующей фирменному стилю печати.

Это руководство адресовано бренд- и маркетинговым командам на этапе дизайна: когда вы уже решили заказать сумку с логотипом, но ещё не утвердили пруф. В нём рассмотрены размещение, размер зоны печати, контраст краски и сумки, подбор цвета на цветном холсте и подготовка файлов. Если вам ещё предстоит выбрать ткань, конструкцию или модель работы с поставщиком, начните с нашего [руководства по заданию характеристик, печати и приёме холщовых сумок-шопперов на заказ](#), а затем вернитесь сюда за макетом.

Почему хорошие логотипы превращаются в плохие шопперы

Проблема обычно обнаруживается при распаковке. Логотип, который на мониторе выглядел чётко, приходит пятнистым, потому что краска впилась в переплетение холста. Или тёмно-синий знак почти исчезает на тёмно-зелёной сумке. Или тонкий слоган заплыл так, что его невозможно прочесть. Это не дефекты ткани. Это дизайнерские решения, которые никто не принимал осознанно.

Дело не в стоимости печати, а в том, будет ли кто-нибудь носить сумку. В опросе Custom Ink, о котором сообщила ASI, 67 % из более чем 1,000 корпоративных конечных покупателей сказали, что оценивают кампанию по тому, будут ли получатели *добровольно* пользоваться предметом, а 45 % назвали долговечность важнейшей характеристикой ([материал ASI об опросе конечных покупателей 2026 года](#)^[1]). Собственное исследование ASI показало, что 78 % потребителей в США оставляют себе рекламную продукцию, потому что она полезна ([релиз ASI 2026 о рекламных контактах](#)^[2]). Сумка, с которой людям неловко ходить, не даёт ни одного рекламного контакта, как бы дёшево она ни обошлась. Один получатель публично вынес вердикт очередному памяtnому офисному шопперу: «мило, но в следующий раз подарите что-нибудь полезное».

Решение — короткий повторяемый процесс проектирования. Он рассматривает сумку как движущуюся, складывающуюся, фактурную поверхность, а не как плоскую рабочую область макета.

Содержание

1. [Что значит «индивидуальный дизайн» для шопера](#)
2. [Как спланировать сумки-шoppers с индивидуальным дизайном, которые печатаются чисто: 6 шагов](#)
3. [Стратегии оформления макета: сравнение](#)
4. [Частые вопросы](#)
5. [Главное](#)
6. [Заключение](#)
7. [Источники](#)

Что значит «индивидуальный дизайн» для шопера

В этом руководстве индивидуальный дизайн — это система оформления макета, применяемая к сумке. У неё четыре части: где расположен знак, какого он размера, какие цвета использованы относительно ткани и производственные файлы, которые точно объясняют печатнику, что делать. Она отделена от конструкции — то есть плотности ткани, боковых вставок и ручек. Конструкция описана на странице [холщовых сумок-шoppers на заказ](#).

Различие важно, потому что влияют они друг на друга только в одну сторону. Конструкция ограничивает возможности макета: у сумки с боковыми вставками плоская передняя панель меньше, а рыхлое переплетение «съедает» мелкие детали. Макет не может исправить конструкцию. Поэтому сначала изучите спецификацию сумки и проектируйте под неё.

Персонализация теперь тоже часть дизайна. Продажи холщового шопера одного бренда с богатой историей выросли на 75 % в первом полугодии 2025 года по сравнению с тем же периодом годом ранее, а руководители отрасли сказали CNBC, что «персонализация — огромная часть [тренда]» ([CNBC, июль 2025 года](#)^[3]). Для бренд-команд это аргумент в пользу чистого основного знака с местом под имя, название команды или строку о мероприятии. Это не аргумент в пользу перегруженной панели.

Как спланировать сумки-шoppers с индивидуальным дизайном, которые печатаются чисто: 6 шагов

Шаг 1: Размещайте макет там, где сумку действительно видно

Начните с того, как сумку носят, а не с файла логотипа. На плече верхняя полоса передней панели под нагрузкой заворачивается внутрь, а нижняя треть теряется у бедра или в сгибе боковой вставки. Плоской и видимой остаётся верхняя-средняя часть панели, чуть выше настоящего центра. Именно там место основного знака.



Затем отметьте на шаблоне запретные зоны:

- **Боковые и нижний швы.** Сетки и трансферные плиты не могут лечь ровно поверх шва, поэтому там краска пропускает или двоится.
- **Места крепления ручек.** Усиливающая прошивка создаёт валики, которые ломают сплошные заливки.
- **Сгибы боковых вставок.** На сумке с боковой вставкой макет, заходящий на сгиб, оказывается разорван на две плоскости.

Попросите поставщика прислать шаблон зоны печати в масштабе 1:1 и письменно подтвердить допуск на расположение. Некоторые фабрики называют около $\pm 0,5$ см. Затем проектируйте так, чтобы смещение в любую сторону всё равно не задевало ни один шов. Этот единственный шаг предотвращает жалобу «логотип кривой», которая постоянно встречается в публичных отзывах о брендированных шопперах.

Проверка размера: распечатайте макет на бумаге в натуральную величину, прикрепите его к чистой сумке той же модели, повесьте сумку на плечо и посмотрите на неё примерно с расстояния около 3 м. Если название бренда не читается на таком расстоянии, увеличьте его или уберите второстепенный текст. Знак, занимающий лишь часть безопасной зоны, обычно выглядит более продуманным, чем растянутый от края до края, и оставляет запас под допуск на расположение.

Шаг 2: Считайте цвета красок относительно цвета сумки, а не белого

Дизайнеры считают цвета на белом поле макета. Печатники считают сетки на реальной ткани. Эти два числа часто различаются.

- **Натуральный или кремовый холст.** Краски печатаются чуть теплее и менее насыщенными, чем на белой бумаге, а бледные цвета — светло-жёлтый, пастельные, светло-серый — быстро теряют контраст.
- **Тёмные сумки (тёмно-синий, чёрный, тёмно-зелёный, бордовый).** Большинству

цветных красок для яркости нужна белая подложка. Эта подложка — дополнительная сетка. Поэтому логотип в 2 цвета на тёмно-синем — это, как правило, работа на трёх сетках, а дополнительный слой краски делает печать плотнее на ощупь.

- **Сумки среднего тона (красные, ярко-синие, оливковые).** С ними сложнее всего добиться контраста. Многие фирменные палитры слишком близки к цвету сумки по светлоте.



Для быстрой проверки контраста не нужно специальное ПО. Переведите в оттенки серого и образец цвета сумки, и каждый образец краски. Если они сливаются в похожие серые, знак исчезнет на расстоянии, как бы ни выглядели оттенки в цвете. Для цветных сумок-шопперов на заказ самые надёжные решения — обычно выбивка в 1 цвет, когда вторым «цветом» становится ткань сумки, или светлая краска на тёмной сумке с высоким контрастом по светлоте.

Шелкография обычно наиболее экономична при 1–4 плашечных цветах, поскольку для каждого цвета, как правило, нужны отдельная сетка и наладка. Если цветов больше примерно четырёх, многие печатники посоветуют перейти на цифровой трансфер или упростить макет. Если в вашем логотипе есть градиенты, уточните у печатника, не стоит ли для сумок по умолчанию использовать версию сплошным цветом. Мелкие точки раstra склонны разрушаться на грубом переплетении холста. Чтобы понять, какой способ нанесения подходит под ваш тираж и ткань, смотрите [сравнение способов нанесения на странице наших холщовых сумок-шопперов](#); в остальной части руководства речь только о макете.

Шаг 3: Подбирайте плашечные цвета Pantone на реальной ткани

Эталоны Pantone определены на бумаге. Холст меняет их двумя способами. Краска впитывается в волокна, а на любой небелой сумке цвет ткани просвечивает и тонирует краску. Фирменный красный, заданный как плашечный цвет PMS, может получиться кирпичным на натуральном холсте и грязноватым на бежевом, если никто не сделал пробу.



Рабочий протокол подбора цвета:

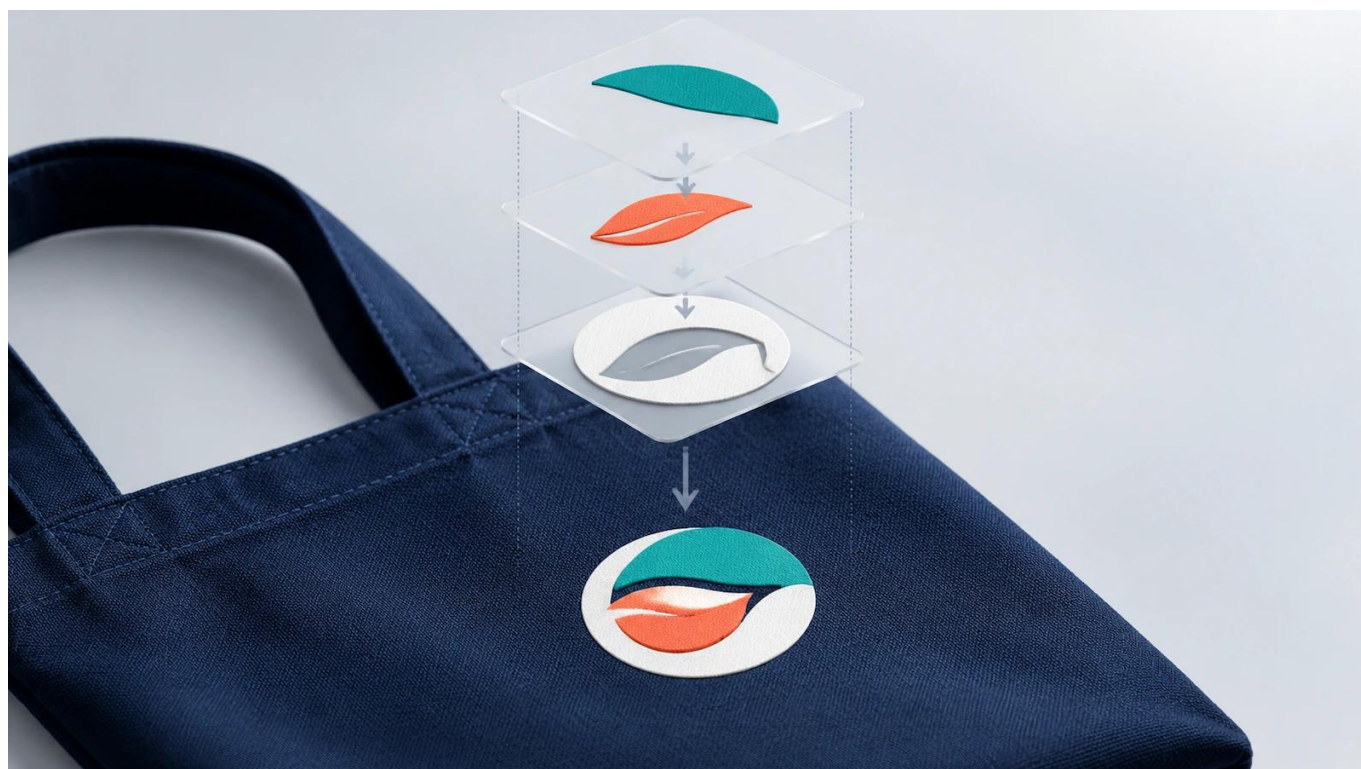
1. **Указывайте плашечные цвета по номеру PMS** в файле и письменно. «Наш фирменный красный» — это не спецификация.
2. **Запросите пробный оттиск на реальном цвете сумки**, то есть физический образец краски на этой ткани. Цифровой пруф подтверждает расположение, но ничего надёжного не говорит о напечатанном цвете.
3. **Оценивайте при нейтральном дневном свете.** Фабрики обычно сравнивают образцы при освещении стандартным источником света D65. Светодиодные лампы в офисе и экраны введут вас в заблуждение.
4. **Согласуйте допуск.** Некоторые фабрики включают в критерии приёмки предельные значения цветового различия, например $\Delta E \leq 2.0$. Какое бы число вы ни выбрали, закрепите его в заказе на покупку, а не полагайтесь на «достаточно близко».
5. **Цвет сумки подбирайте отдельно.** Крашение самой ткани в фирменный цвет — это не то же самое, что подбор краски, а окрашенная ткань отличается от партии к партии крашения. Попросите образец ткани из производственной партии.
6. **Архивируйте всё для повторных заказов:** фото утверждённого пробного оттиска, номера красок, файлы сеток или трансфера. Без них повторные заказы «уплывают» по цвету.

Долговечность — тоже часть вводных для дизайна. Заявленные поставщиками значения сильно различаются: водные краски для шелкографии выдерживают, по их утверждению, 50+ циклов стирки, а некоторые принты прямой печатью на ткани (DTG) оцениваются примерно в 15–25 стирок. Если сумку будут стирать, запросите результаты по устойчивости к стирке. Распространённый метод — AATCC TM61 с оценкой по серой шкале, а некоторые покупатели устанавливают минимумом класс 3 или выше. Не судите о долговечности по фотографии.

Шаг 4: Готовьте файлы, с которыми печатнику не придётся гадать

Макет, не готовый к печати, — одна из самых часто называемых причин производственных задержек: логотипы в низком разрешении, отсутствие цветоделения и пруфы, ожидающие

согласования у нескольких людей. Аккуратный пакет файлов избавляет от этих лишних кругов согласования.



Способ нанесения	Формат файла	Что должно быть включено	Частая причина отклонения
Шелкография	Вектор: AI, EPS или PDF	Шрифты переведены в кривые; 1 слой на каждый плащечный цвет, названный по номеру PMS; для тёмных сумок указана подложка	Встроенный JPEG, выдаваемый за «вектор»; живые шрифты; безымянные цвета
DTF / DTG (цифровая печать)	PNG 300 dpi в итоговом размере печати	Прозрачный фон; макет обрезан по реальному размеру печати; встроенный цветовой профиль, если ваша команда его использует	Увеличенный скриншот или веб-логотип; белый прямоугольник за изображением
Вышивка	Векторный исходник, который поставщик преобразует в файл вышивки («оцифровка»)	Упрощённая версия без тончайших линий и мелкого текста; номера цветов ниток	Мелкий текст, который заплывает; крупные плотные заливки, от которых лёгкая ткань становится жёсткой

Два дополнения экономят больше всего времени. Первое — **макет расположения**: плоский чертёж сумки с макетом в нужном положении и расстояниями от верхнего шва и центральной линии. Он показывает только положение, без дополнительных креативных решений. Второе — **единственный утверждающий**, названный в брифе, чтобы пруж не пересылали по целому комитету. Если нужно мнение отдела продаж или команды мероприятия, соберите его до отправки брифа, а не после возвращения пружа.

Шаг 5: Делайте пруф на реальной сумке и закладывайте усадку

Согласование только по экрану — одна из самых распространённых ошибок при печати на шопперах, о которых пишут поставщики. Запросите физический предсерийный образец и сверьте его с брифом: расположение, размер, цвет при дневном свете, чёткость края на переплетении и то, как печать выглядит, когда сумка нагружена и сложена.

Затем учтите движение хлопка. По рекомендациям поставщиков, усадка хлопкового холста, не прошедшего предварительную усадку, при первой стирке составляет примерно 5–8 %. На зоне печати 30 см это примерно до 2,4 см — достаточно, чтобы заметно сдвинуть центрованный знак или смять крупную сплошную заливку. Либо укажите в брифе ткань с предварительной усадкой, либо постирайте один образец и перепроверьте макет. Приложите к сумке инструкцию по уходу (холодная стирка наизнанку, сушка на воздухе, не гладить печать), чтобы получатели не испортили печать при первой же стирке.



Шаг 6: Проверьте каждое заявление в вашем макете

Всё, что напечатано на сумке, — публичное заявление вашего бренда. Обычные сумки-шопперы, как правило, не подпадают под обязательные правила FTC по маркировке текстильных волокон. Но если вы по собственной инициативе указываете заявление о волокне, например «100 % хлопок», «органический» или «переработанный», оно должно быть правдивым и не вводить в заблуждение ([рекомендации FTC по маркировке](#)^[4]). Прежде чем печатать экологическое заявление, проверьте, что сертификат существует и что именно он охватывает:

- Заявления об органическом волокне обычно подтверждаются сертификацией [GOTS](#)^[5] с транзакционными сертификатами.
- Сертификат по вредным веществам, такой как [OEKO-TEX STANDARD 100](#)^[6] охватывает проверенные материалы, включая принты и аксессуары, указанные в сертификате. Это не заявление об органическом происхождении. Читайте область действия сертификата, а не резюме поставщика.

- Если дизайн рассчитан на детей, например принт с персонажем для школьной раздачи, изделие может считаться детским по закону CPSIA. Тогда содержание общего свинца в доступных частях ограничено значением 100 ppm и требуется испытание независимой лабораторией ([CPSC^{\[7\]}](#)).
- Если вы рассматриваете водо- или грязеотталкивающую отделку для распространения в Калифорнии, то согласно AB 1817 в текстильных изделиях запрещены регулируемые PFAS. Порог — 100 ppm общего органического фтора с 1 января 2025 года, с понижением до 50 ppm с 1 января 2027 года ([Калифорния, AB 1817^{\[8\]}](#)).

Заявления важны не только юридически, но и коммерчески. В исследовании ASI о сумках 2026 года 86 % потребителей сказали, что экологичная сумка заставит их ещё более благосклонно относиться к рекламодателю. Поэтому проверяемое заявление стоит печатать, а непроверяемое — репутационный риск ([исследование рекламных контактов ASI 2026: сумки^{\[9\]}](#)).

Стратегии оформления макета: сравнение

Большинство фирменных знаков укладывается в одну из пяти стратегий. Выбирайте по тому, как сумку будут видеть и сколько сеток или шагов требует каждая стратегия на цвете вашей сумки, а не по тому, какая версия логотипа самая полная.

Стратегия	Типичные цвета / сетки	На светлых сумках	На тёмных сумках	Лучшее применение	Основной риск для дизайна
Выбивка в 1 цвет (ткань сумки просвечивает сквозь знак)	1	Выразительно с тёмной краской	Выразительно с белой или светлой краской	Мероприятия, массовые раздачи, минималистичные бренды	Потеря деталей, если исходный логотип держится на контурах
2–4 плашечных цвета	2–4, плюс подложка на тёмных сумках	Хорошо; следите за бледными оттенками	Нужна белая подложка, поэтому слой краски плотнее	Знаки в полной фирменной палитре, розничные сумки	Цвета среднего тона с низким контрастом относительно сумки
Полноцветное изображение или иллюстрация	Цифровой процесс (без отдельных сеток под каждый цвет)	Лучше всего на белом или натуральном	Обычно нужен белый слой; проверьте на ощупь	Шопперы с фото, коллаборации с художниками, небольшие тиражи	Исходные файлы в низком разрешении; меньшая устойчивость к стирке при некоторых методах
Тон в тон (краска близка к цвету сумки)	1	Едва заметно	Едва заметно	Премиальный «тихий» брендинг, подарки сотрудникам	Невидим на расстоянии; по замыслу не проходит проверку в оттенках серого

Стратегия	Типичные цвета / сетки	На светлых сумках	На тёмных сумках	Лучшее применение	Основной риск для дизайна
Небольшой вышитый знак или монограмма	Цвета ниток, цена зависит от числа стежков	Хорошо	Хорошо	Подарки, персонализация, наборы для руководителей	Мелкий текст заплывает; плотные заливки делают тонкую ткань жёсткой

Два наблюдения постоянно возникают в обсуждениях авторов и покупателей. Простые имена, монограммы и чистые знаки продаются и носятся чаще, чем пёстрая графика. А плотный, более ровный холст воспроизводит сплошную краску и вышивку чётче, чем тонкая ткань с рыхлым переплетением. Если ваш дизайн тяготеет к детальной иллюстрации, убедитесь, что ткань это выдержит, прежде чем принимать окончательное решение.

Частые вопросы

Вопрос: какой формат файла нужен для сумки с логотипом на заказ?

Для шелкографии отправляйте вектор в AI, EPS или PDF с переведёнными в кривые шрифтами и каждым плашечным цветом на отдельном именованном слое. Для DTF или DTG отправляйте PNG 300 dpi в итоговом размере печати с прозрачным фоном. Для вышивки отправляйте векторный исходник; поставщик преобразует его в файл вышивки. В любом случае приложите макет расположения с расстояниями от верхнего шва и центральной линии.

Вопрос: сколько цветов краски должен использовать дизайн шоппера?

Столько, сколько способен выдержать бренд, — чем меньше, тем лучше. Шелкография обычно наиболее эффективна при 1–4 плашечных цветах, а на тёмных сумках белая подложка, как правило, добавляет ещё одну сетку. Выбивка в 1 цвет часто оказывается самым читаемым вариантом на расстоянии. Чтобы сравнить стоимость по числу цветов на вашей сумке, [запросите расчёт стоимости](#) с приложенным макетом.

Вопрос: можно ли точно подобрать цвета Pantone на цветном холсте?

Близко, но не идентично. Холст впитывает краску, а цвет ткани её тонирует, поэтому эталон Pantone с бумаги сместится. Укажите плашечный цвет PMS, утвердите физический пробный оттиск на реальном цвете сумки при дневном свете D65 и запишите согласованный допуск по цвету в заказ.

Вопрос: где на сумке-шоппере размещать логотип?

В верхней-средней части передней панели, чуть выше центра, вдали от боковых швов, прошивки ручек и сгибов боковых вставок. Эта область остаётся плоской и видимой, когда сумку носят нагруженной на плече. Запросите у поставщика шаблон зоны печати и допуск на расположение и проектируйте так, чтобы обычное смещение никогда не задевало шов.

Вопрос: даст ли печать усадку или исказится после стирки?

Может. По рекомендациям поставщиков, усадка хлопкового холста, не прошедшего предварительную усадку, при первой стирке составляет примерно 5–8 %, что может сместить центрованный знак или смять крупную сплошную заливку. Укажите ткань с предварительной

усадкой или сделайте пробную стирку образца, а получателям дайте инструкцию по уходу: холодная стирка наизнанку, сушка на воздухе, не гладить прямо по печати.

Вопрос: можно ли печатать на сумке «органический» или «переработанный»?

Только если вы можете это подтвердить. Обычные шопперы, как правило, освобождены от обязательной маркировки волокон по правилам FTC, но добровольные заявления о волокне должны быть правдивыми. Заявления об органическом происхождении обычно опираются на сертификацию GOTS, а заявления о переработанном сырье — на стандарт содержания переработанных материалов с транзакционными сертификатами. Проверьте, что именно охватывает каждый сертификат, прежде чем заявление попадёт в макет.

Главное

- **Проектируйте под добровольное использование, потому что именно так покупатели измеряют успех.** — 67 % из 1,000+ корпоративных конечных покупателей оценивают кампании по тому, выбирают ли получатели пользоваться предметом ([Источник](#))
- **Сумка, с которой ходят, — один из самых дешёвых рекламных контактов в брендированной сувенирной продукции.** — почти 5,000 контактов за весь срок службы, около 1/10 цента на контакт ([Источник](#))
- **Долговечность — признак ценности, которому покупатели доверяют больше всего, поэтому устойчивость печати к стирке — требование к дизайну.** — 70,4 % назвали долговечность самым сильным признаком ценности продукта ([Источник](#))
- **Заявления об экологичности на сумках привлекают пристальное внимание, потому что именно на сумки приходится наибольший спрос на экологичность.** — сумки возглавили категории по интересу к экологичности с показателем 21,6 % ([Источник](#))
- **Макеты с детской тематикой могут изменить категорию, в которую сумка попадает с точки зрения требований.** — предел общего содержания свинца 100 ppm для детских изделий ([Источник](#))
- **Отделка для продажи в Калифорнии должна соответствовать требованиям по PFAS, а ограничение скоро ужесточится.** — 100 ppm общего органического фтора сейчас, 50 ppm с 1 января 2027 года ([Источник](#))
- **Канал достаточно велик, чтобы отличало не новизна, а качество дизайна.** — продажи американских дистрибьюторов рекламной продукции достигли \$27,1 миллиарда в 2025 году ([Источник](#))

Данные по каналу взяты из [оценки объёма продаж PPAI 2025^{\[10\]}](#) а данные о признаках ценности — из [PPAI Research^{\[11\]}](#).

Заключение

Хороший макет для шоппера получается, когда сумку рассматривают как складывающуюся, фактурную, цветную поверхность, а не как плоскую рабочую область. Размещайте знак там, где он остаётся видимым на нагруженной сумке. Считайте сетки на реальном цвете сумки. Подбирайте плашечные цвета на реальной ткани при дневном свете. Передавайте файлы, в которых печатнику не придётся ничего угадывать. Делайте физический пруф, закладывайте усадку и печатайте только те заявления, которые можете подтвердить сертификатом.

Когда бриф на макет готов, перейдите на нашу страницу [холщовых сумок-шопперов на заказ](#) , чтобы подобрать подходящую ткань, конструкцию и план приёмки, и отправьте файлы вместе с запросом расчёта стоимости для проверки расположения и цвета.

Источники

1. [ASI: опрос показал, что корпоративные конечные покупатели отдадут приоритет стильной промопродукции высокого класса \(январь 2026 года\) ↵](#)
2. [Пресс-релиз ASI: рекламная продукция обеспечивает контакты за долю цента \(апрель 2026 года\) ↵](#)
3. [CNBC: эта сумка за \\$40 переживает самое популярное лето в истории \(17 июля 2025 года\) ↵](#)
4. [Федеральная торговая комиссия США: как разобраться в требованиях к маркировке по законам о текстиле и шерсти ↵](#)
5. [Глобальный стандарт органического текстиля \(GOTS\), Global Standard gGmbH ↵](#)
6. [OEKO-TEX: документ стандарта STANDARD 100 ↵](#)
7. [Комиссия по безопасности потребительских товаров США: общее содержание свинца ↵](#)
8. [Законодательная информация Калифорнии: AB 1817, закон о более безопасной одежде и текстиле ↵](#)
9. [ASI: исследование рекламных контактов 2026 года: сумки \(июнь 2026 года\) ↵](#)
10. [PPAI: оценка объёма продаж — промоиндустрия достигла нового рекорда \(2026\) ↵](#)
11. [PPAI Research: новый год, \(почти\) новые тренды ↵](#)

октября 20, 2026