



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



Кепки New Era с индивидуальной вышивкой или Richardson 112: как бизнесу выбрать заготовку

Details

Короткий ответ: Выбирайте кепки New Era с индивидуальной вышивкой, если вам нужна престижная структурированная тулья и узнаваемое розничное имя, а размерный ряд и заметный флаг на боковой панели вас не пугают. Выбирайте Richardson 112 для повседневного тракера с сетчатой задней частью в одном регулируемом размере, где вышивка ограничена передними панелями. Выбирайте кепку OEM под собственной маркой, если нужны ваши собственные этикетки, отсутствие чужих знаков или индивидуальная спецификация.

Большинство покупателей, которые ищут кепки New Era с индивидуальной вышивкой, уже располагают логотипом и сроком. Чего им часто не хватает — понятного способа сравнить заготовки. Выбор кепки только по названию бренда приводит к предсказуемым проблемам. Размерной кепке 59FIFTY нужен полный размерный ряд. Флаг New Era занимает 1 боковую панель. На сетчатой задней части Richardson 112 боковой текст не удержится. Низкая неструктурированная тулья может уменьшить широкий логотип настолько, что его станет трудно читать.

Эти проблемы важны, потому что получатели оценивают качество за считанные секунды. В потребительском исследовании PPAI более 60 % опрошенных заявили, что сразу откажутся от рекламного сувенира из плохих материалов или с некачественным исполнением, а 57 % запомнили бренд, потому что его логотип был чётким ([PPAI Research, «Воздействие за 5 секунд»^{\[1\]}](#)). Выбранная заготовка определяет, сколько места получит ваш логотип, как кепка подойдёт команде с разными размерами и чей бренд окажется рядом с вашим. В этом руководстве по этим пунктам сравниваются основные модели New Era, Richardson 112 и кепка OEM под собственной маркой.

Содержание

1. [Что такое кепки New Era с индивидуальной вышивкой?](#)
2. [Почему заготовка важна больше, чем раньше](#)
3. [Как выбрать кепки New Era с индивидуальной вышивкой или Richardson 112](#)
4. [Сравнение в таблице](#)
5. [Вопросы и ответы](#)
6. [Главное](#)
7. [Заключение](#)

Что такое кепки New Era с индивидуальной вышивкой?

Этот термин описывает **брендируемую заготовку**: настоящую кепку New Era, купленную как готовое изделие, на которое подрядная вышивальная мастерская наносит ваш логотип. Вы не заказываете новую кепку, а добавляете вышивку на готовый продукт, который сохраняет идентичность своего производителя, включая вышитый флаг New Era на боковой панели и внутренние этикетки бренда.

Заказ кепки 112 с индивидуальной вышивкой строится по той же модели, но на другой заготовке. Richardson 112 — это 6-панельный тракер со структурированной передней частью из хлопковой смеси, сетчатой задней частью, предварительно изогнутым козырьком и пластиковой застёжкой на защёлках. Оба варианта отличаются от **кепки OEM под собственной маркой**, которую фабрика изготавливает по вашей спецификации и маркирует вашим брендом. При OEM вы сами определяете ткань, высоту тульи, конструкцию передней части, застёжку и внутренние ярлыки. Если вы только знакомитесь с устройством кепки, наша страница [«Бейсболки с индивидуальной вышивкой»](#) объясняет стандартную 6-панельную конструкцию. В этой статье речь идёт только о выборе заготовки.



Почему заготовка важна больше, чем раньше

Головные уборы теперь — ключевая рекламная категория, а не дополнение. Доля кепок и шляп выросла с 7,2 % от продаж американских дистрибьюторов рекламной продукции в 2023 to 9,0 % в 2024 году, и они вышли на третье место, обогнав сумки и товары для путешествий ([PPAI Magazine, апрель 2025^{\[2\]}](#)). В отчёте PPAI за этот год часть роста спроса на кепки объясняется рекламой, связанной с выборами, и закупками некоммерческих организаций, при общем объёме рынка \$26,78 миллиарда ([Отчёт об объёмах продаж PPAI 2024^{\[3\]}](#)). Объём канала достиг \$27,1 миллиарда в 2025 году, хотя рост замедлился из-за тарифов и давления на бюджеты ([PPAI, январь 2026^{\[4\]}](#)).

Вкусы покупателей смещаются в сторону кепок, которые выглядят как розничные товары. В материале PPAI о головных уборах за август 2026 сообщается, что бренды всё чаще предпочитают вышивку тон в тон и небольшие плотные знаки вместо крупных логотипов, а головной убор описывается как «акцентная вещь», а не «рекламный щит» ([PPAI, «Головные уборы розничного качества»^{\[5\]}](#)). Этим объясняется, почему именованные заготовки вроде New Era привлекают корпоративных покупателей. Этим же объясняется, почему при небольшом аккуратном логотипе выбор тульи и панели становится важнее, а не менее важным.

Как выбрать кепки New Era с индивидуальной вышивкой или Richardson 112

Проходите эти шаги по порядку. Каждый из них отсекает лишние варианты до того, как вы потратите деньги на образцы.

Шаг 1: определитесь с моделью размеров, прежде чем выбирать фасон

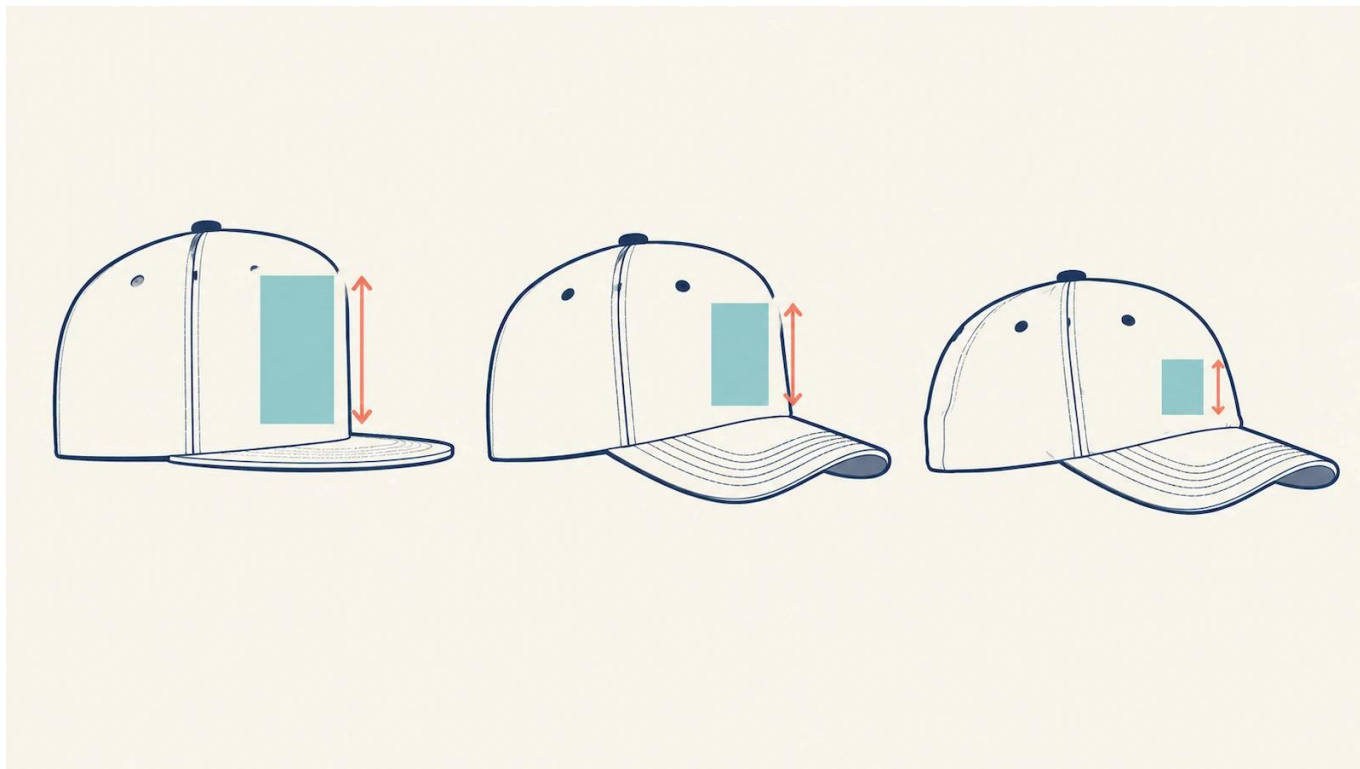
Размер — первая развилка. New Era 59FIFTY — настоящая размерная кепка, которая продаётся в отдельных размерах головы. Она выглядит и ощущается премиально, и некоторые владельцы считают размерные кепки более статусным выбором. Цена — сложность: нужно собрать размеры голов, заказать размерный ряд и смириться с остатками размеров, которые никто не выбрал. 39THIRTY использует эластичную ленту в нескольких диапазонах размеров — это компромисс. Снепбэк 9FIFTY, стрэпбэк 9TWENTY и снепбэк Richardson 112 выпускаются в одном регулируемом размере. Для подарков, наборов для новых сотрудников или персонала мероприятий, чьих размеров вы не знаете, регулируемая застёжка почти всегда — практичный выбор.

Шаг 2: подберите профиль тульи под форму логотипа

Высота тульи определяет, сколько вертикального места дают передние панели.

- **Высокая структурированная тулья (59FIFTY, 9FIFTY):** У этих кепок высокая плоская передняя часть, которая подходит для вертикальных или квадратных знаков. Образ получается смелым, в духе уличной моды, особенно с плоским козырьком.
- **Средний профиль, структурированная тулья (39THIRTY, Richardson 112):** У этих кепок передняя часть ниже и более изогнута. Широкие горизонтальные словесные логотипы смотрятся хорошо. Высокие эмблемы обычно приходится уменьшать.
- **Низкий профиль, неструктурированная тулья (9TWENTY):** Эта форма «дэд-хэт» имеет мягкую переднюю часть без жёсткой подкладки. Плотные логотипы с большим количеством текста могут морщить панель или стягивать её внутрь. Лучше всего выглядят простые знаки с небольшим числом стежков.

Вышивальщики обычно указывают область вышивки на передней части стандартных кепок примерно 4 дюйма в ширину на 2 дюйма в высоту и советуют делать буквы не мельче примерно 0,25 дюйма (6 mm). Считайте это ориентирами и сверяйте их с конкретной заготовкой. На более низких тулях полезная высота уменьшается ещё сильнее.



Шаг 3: выберите сетку или цельные структурированные панели

Сетчатая задняя часть Richardson 112 сохраняет прохладу для бригад на открытом воздухе, фермерских рынков и летних мероприятий. Но сетка ограничивает оформление. Большинство вышивальщиков не вышивают по открытой сетке или делают на ней только очень мелкие знаки: открытое плетение деформируется, и стежкам не за что зацепиться. На модели 112 планируйте вышивку только на передних панелях. Модели New Era целиком из твила имеют сплошную ткань на каждой панели, поэтому знаки сбоку и сзади возможны. Это важно для программ, где помимо логотипа спереди нужны сайт, слоган или название команды в другом месте.

Шаг 4: отметьте свободные зоны вышивки, включая флаг

На большинстве кепок New Era вышит флаг бренда на левой от владельца боковой панели. Эта панель фактически зарезервирована, поэтому дополнительные знаки размещают справа или сзади над застёжкой, если конструкция кепки это позволяет. У снэпбэка или стрэпбэка над проёмом остаётся лишь узкая арка. У размерной 59FIFTY задняя панель сплошная, что удобно для слогана или названия города. И у структурированных кепок New Era, и у Richardson 112 спереди проходит центральный шов, поэтому логотип нужно оцифровать так, чтобы он аккуратно его пересекал. На практике заказы на 112 чаще всего проваливаются именно на очень мелких надписях: вышивальщики сообщают, что мелкие слова на такой тулье становятся нечитаемыми, даже если основной логотип вышит хорошо.



Шаг 5: проверьте лицензионные и брендовые правила до утверждения макета

Брендируемая заготовка означает совместный брендинг. Ваш логотип окажется рядом со знаком New Era или Richardson на каждой кепке. Для многих корпоративных подарков в этом и смысл, потому что получатель узнаёт качественное имя. Такая схема создаёт проблемы в четырёх ситуациях:

- **Эксклюзивность бренда:** Ваши правила бренда могут запрещать логотипы третьих сторон на корпоративной продукции, или вы продаёте кепки как собственный розничный товар.
- **Лицензированные знаки:** Логотипы профессиональных и студенческих команд — это товарные знаки. Официально лицензированные кепки New Era производятся по отдельным соглашениям, и покупка заготовки не даёт исполнителю права вышивать знак команды. Лицензионная часть рынка велика: около \$124 миллиарда из \$174 миллиарда общего объёма американского рынка брендируемой продукции по оценке PPAI и Oxford Economics ([PPAI x Oxford Economics^{\[6\]}](#)). Поэтому правообладатели строго защищают свои знаки.
- **Подразумеваемое одобрение:** Если вы перепродаёте кепки с вышивкой, честно описывайте заготовку. Не пишите описания товаров, из которых следует, что производитель кепок спонсирует вашу линейку или участвовал в её создании.
- **Удаление этикеток:** Срезание фирменных ярлыков, чтобы выдать брендируемую заготовку за собственную марку, создаёт риски в части маркировки и товарных знаков. Если вам нужны собственные этикетки, надёжнее путь через OEM.

Когда в этой статье затрагиваются вопросы товарных знаков, это общие рекомендации, а не юридическая консультация. Любую программу перепродажи или с лицензированными логотипами стоит показать юристу.

Шаг 6: утвердите пробную вышивку на той самой заготовке

Логотип, утверждённый на 112, на 9TWENTY. Всегда подписывайте физический образец, выполненный на финальной кепке финальными цветами ниток. Наше [руководство по заказу кепок](#) описывает весь процесс согласования, поэтому здесь мы его не повторяем.

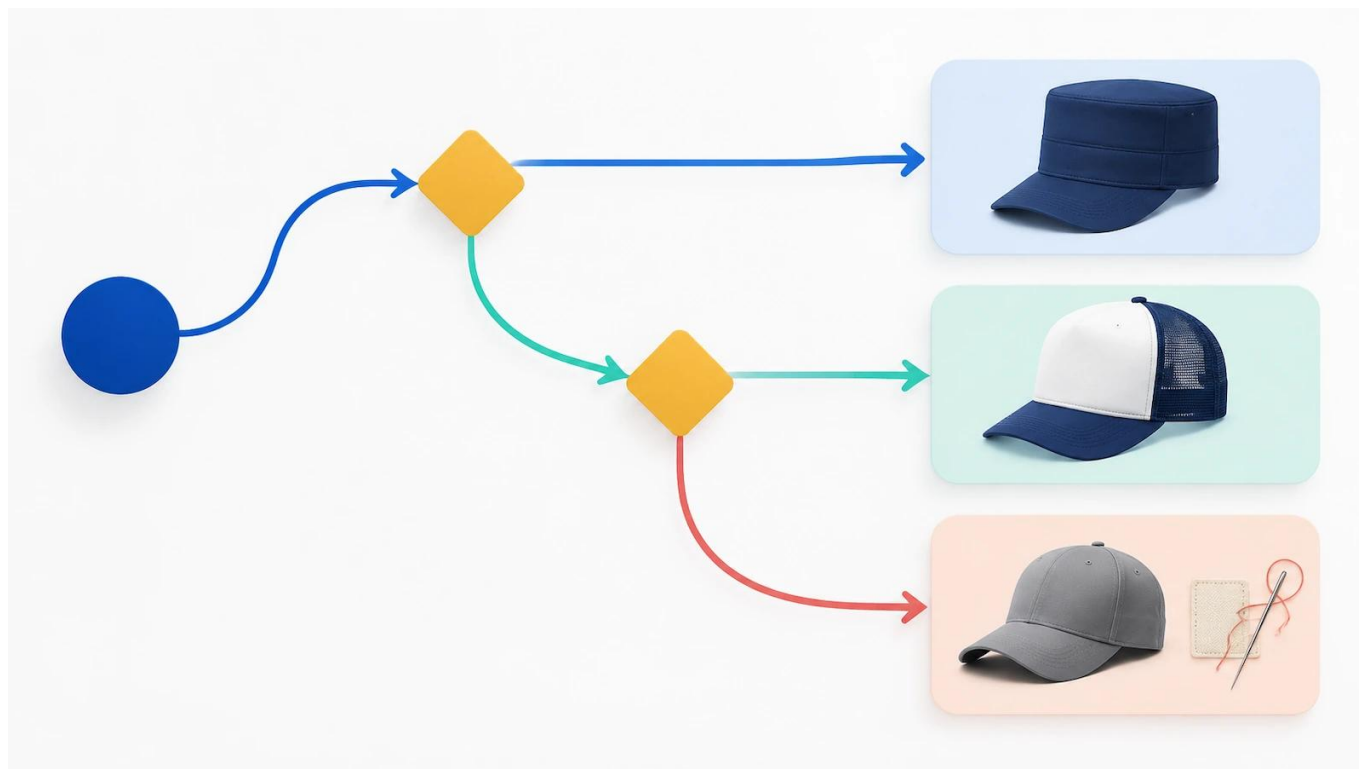
Шаг 7: когда лучше выбрать кепку OEM под собственной маркой

Переходите на кепку OEM, если выполняется хотя бы одно из условий:

- Вам нужна собственная тканая этикетка, печатная тесьма или фирменная внутренняя лента без знаков третьих сторон.
- Вашему логотипу нужна бесшовная или более жёсткая передняя панель, определённая высота тульи или ткань, которой нет ни в одной каталожной заготовке.
- Вы планируете повторные заказы и хотите спецификацию, которая не изменится, если каталожный цвет снимут с производства.
- Вы создаёте розничную линейку, и упаковка с этикетками должны соответствовать вашему бренду.

Плата за это — время на планирование. В отличие от каталожных остатков, кепка OEM разрабатывается и проходит утверждение образца до серийного производства, так что закладывайте время. Скорость и без того главенствует в закупках рекламной продукции: 68,8 % ведущих дистрибьюторов сообщают, что их конечные покупатели ставят во главу угла более быстрые сроки и срочное исполнение ([PPAI Research, октябрь 2025^{\[7\]}](#)). Программа OEM лучше всего подходит для запланированного запуска или постоянной формы, но не для кепки, нужной на следующей неделе.

Кепка под собственной маркой также делает вас ответственным за то, что указано на этикетке. Если вы решите указать состав волокон, вышивку, занимающую не более 15 % поверхности, можно оговорить фразой «без учёта отделки» ([16 CFR § 303.12^{\[8\]}](#)). Для хлопковых кепок также нужны записи о прослеживаемости от волокна до готового изделия, поскольку Министерство внутренней безопасности США относит хлопок и одежду к приоритетным секторам при контроле импорта на предмет принудительного труда ([Часто задаваемые вопросы DHS по UFLPA^{\[9\]}](#)). Полный свод правил кратко изложен на нашей [странице продукта](#).



Сравнение: модели New Era, Richardson 112 и OEM

Заготовка	Тулья и структура	Размер и застёжка	Задние панели	Свободные зоны вышивки	Брендинг третьих сторон	Лучше всего подходит для
New Era 59FIFTY	Высокая, структурированная, плоский козырёк	Размерная, индивидуальные размеры	Сплошной твил	Спереди, справа, вся задняя часть	Флаг New Era слева	Мерч в розничном стиле, премиальные кепки для персонала с известными размерами
New Era 9FIFTY	Высокая, структурированная, плоский козырёк	Снепбэк, один размер	Сплошной твил	Спереди, справа, небольшая арка сзади	Флаг New Era слева	Подарки в стиле уличной моды, смешанные группы
New Era 39THIRTY	Средняя, структурированная, изогнутый козырёк	Диапазоны размеров с эластичной посадкой	Сплошной твил	Спереди, справа, сзади	Флаг New Era слева	Корпоративные и гольф-программы, где нужна чистая задняя часть
New Era 9TWENTY	Низкая, неструктурированная	Стрэпбэк, один размер	Сплошная ткань	Спереди (простые знаки), справа, небольшая арка сзади	Флаг New Era слева	Непринуждённые повседневные кепки с небольшими логотипами с малым числом стежков
Richardson 112	Средняя, структурированная передняя часть	Снепбэк, один размер	Сетка	Фактически только передние панели	Этикетки производителя внутри	Бригады на открытом воздухе, летние мероприятия, повседневный стиль тракера

Заготовка	Тулья и структура	Размер и застёжка	Задние панели	Свободные зоны вышивки	Брендинг третьих сторон	Лучше всего подходит для
ОЕМ под собственной маркой	Изготовление по спецификации	Любая застёжка	По вашему выбору	Планируется на этапе выкройки	Только ваши этикетки	Розница под собственным брендом, постоянная форма, эксклюзивные программы

Стоимость контакта объясняет, почему дополнительное планирование может окупиться. По оценке исследования ASI Ad Impressions за 2026 год, бейсболка стоимостью \$13 даёт среднюю стоимость показа около трёх десятых цента ([ASI, март 2026^{\[10\]}](#)). Эта цифра верна, только если кепку действительно носят. На такой результат посадка, форма тульи и читаемый логотип влияют сильнее, чем название бренда сбоку.

Вопросы и ответы

Вопрос: можно ли убрать флаг New Era или перекрыть его вышивкой?

Как правило, нет. Флаг — часть готовой кепки и указывает на её производителя. Закрытие или удаление флага превращает изделие в изменённый брендированный продукт и может вызвать вопросы по товарным знакам. Если вам нужна кепка без знаков третьих сторон, заказывайте кепку OEM под собственной маркой.

Вопрос: подходит ли кепка 112 с индивидуальной вышивкой для логотипов с мелким текстом?

Только если упростить текст. У 112 средняя по высоте передняя часть и центральный шов оставляют мало места, а вышивальщики часто сообщают, что мелкие слоганы на ней становятся нечитаемыми. Увеличьте словесный логотип, уберите вторую строку или перенесите её на кепку со сплошными панелями, где возможна вышивка сбоку или сзади.

Вопрос: размерная кепка или снелбэк для формы персонала?

Выбирайте размерную модель (59FIFTY), только если можете собрать размеры голов и делать повторные заказы по размерам. Для сменного персонала, мероприятий или неизвестных получателей снелбэк, такой как 9FIFTY или 112, либо эластичная 39THIRTY избавит от остатков по размерам.

Вопрос: можно ли добавить на заготовку New Era логотип профессиональной или студенческой команды?

Нет, без разрешения правообладателя. Знаки команд лицензируются отдельно от самой кепки, и покупка заготовки эти права не включает. Используйте логотип собственной организации или работайте через лицензированный канал.

Вопрос: быстрее ли изнашивается вышивка из-за сетчатой задней части?

Вышивка спереди на 112 нанесена на панель из хлопковой смеси с подкладкой, поэтому сетка не сокращает её срок службы. Ограничение касается размещения: открытая сетка — плохая основа для вышивки, поэтому дополнительные знаки планируйте на сплошных панелях.

Вопрос: когда стоит запросить расчёт OEM вместо покупки брендированных заготовок?

Запрашивайте расчёт OEM, если вам нужны собственные этикетки, эксклюзивная спецификация, бесшовная или более жёсткая передняя часть либо кепка, которую вы будете заказывать повторно в течение нескольких сезонов. Для разового мероприятия с быстрой поставкой обычно быстрее оформить каталожные заготовки с вышивкой.

Главное

- **Кепки теперь — основная рекламная категория, поэтому выбор заготовки — это решение о бренде.** — Доля кепок выросла с 7,2 % до 9,0 % продаж американских дистрибьюторов в период с 2023 по 2024 год ([Источник](#)).
- **Читаемый логотип повышает запоминаемость, а это говорит в пользу тульи с достаточной высотой передней части.** — 57 % потребителей запомнили бренд, потому что его логотип был чётким ([Источник](#)).
- **Плохое исполнение сводит на нет премию за брендовую заготовку.** — Более 60 % потребителей сразу откажутся от изделия из плохих материалов или с некачественным исполнением ([Источник](#)).
- **Знакам команд и лиг нужна лицензия; одна заготовка прав не даёт.** — На лицензированные товары приходится около \$124 миллиарда из \$174 миллиарда в американском рынке брендированной продукции ([Источник](#)).
- **Кепка, которую действительно носят, — один из самых дешёвых контактов в маркетинге.** — Бейсболка стоимостью \$13 в среднем обходится примерно в 0,3 цента за показ ([Источник](#)).

Заключение

Начните с тех, кто будет носить кепку, а не с бренда. Если размеры известны, а премиальный образ с совместным брендингом помогает вашему сообщению, подходящая заготовка — модель New Era. Берите 59FIFTY или 9FIFTY для выразительной передней части и 39THIRTY для более чистого профиля средней высоты. Если кепку будет носить на улице смешанная аудитория, а ваш логотип прост и горизонтален, Richardson 112 справится с задачей по доступной цене при условии, что вышивка остаётся на передних панелях. Если для вашего логотипа нужны собственные этикетки, эксклюзивная спецификация или стабильные повторные заказы, пропустите брендированные заготовки и создайте саму кепку.

Если вы рассматриваете этот последний вариант, отправьте нам логотип и назначение кепок через нашу страницу [«Бейсболки с индивидуальной вышивкой»](#). Мы подскажем, какая тулья, конструкция передней части и застёжка подходят вашему макету, и рассчитаем тираж и сроки для вашей программы.

Примечания

1. PPAI Research, «Воздействие за 5 секунд», 3 октября 2025 г.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-research-the-5-second-impact/> ↵
2. PPAI Magazine, апрель 2025, доля категории в продажах американских дистрибьюторов.
<https://flipbook.ppai.org/2025-04-01/38> ↵
3. PPAI, отчёт об объёмах продаж дистрибьюторов за 2024 год (PDF), февраль 2025.
<https://www.ppai.org/wp-content/uploads/2025/02/2024-PPAI-Sales-Volume-Report-2.pdf> ↵

4. PPAI, «Оценка объёма продаж: рекламная отрасль достигла новых высот», 12 января 2026 г.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-sales-volume-estimate-promo-reaches-new-height-but-hampered-by-external-volatility/> ↵
5. PPAI, «Как головные уборы розничного качества меняют брендовый мерч», 1 августа 2026 г.
<https://www.ppai.org/media-hub/how-retail-quality-headwear-is-reshaping-branded-merch/> ↵
6. PPAI совместно с Oxford Economics, «Внутри американского рынка брендовой продукции объёмом \$174 миллиарда», 22 сентября 2026 г.
<https://www.ppai.org/media-hub/inside-the-174-миллиард-us-branded-merchandise-market/> ↵
7. PPAI Research, «Дистрибьюторы балансируют между скоростью и креативностью ради приоритетов конечных покупателей», 27 октября 2025 г.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-research-distributors-balancing-speed-and-creativity-for-end-buyer-priorities/> ↵
8. Электронный свод федеральных нормативных актов (eCFR), 16 CFR § 303,12, «Отделочные элементы изделий из текстильных волокон».
<https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-I/subchapter-C/part-303/section-303.12> ↵
9. Министерство внутренней безопасности США, часто задаваемые вопросы по UFLPA.
<https://www.dhs.gov/uflpa-frequently-asked-questions> ↵
10. ASI, «Исследование ASI Ad Impressions за 2026 год: 5 убедительных выводов», 30 марта 2026 г.
<https://members.asicentral.com/news/strategy/march-2026/asi-s-2026-ad-impressions-study-5-compelling-takeaways/> ↵

октября 20, 2026