



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



Details

Краткий ответ: Магниты на холодильник на заказ работают в маркетинге, если каждый из них даёт человеку одну полезную причину оставить его на дверце: например, номер для обращений в нерабочее время, телефон доставки, сезонный чек-лист или памятный сувенир с мероприятия. Нужен также один отслеживаемый призыв к действию. Выберите одну цель кампании, вручайте магнит в момент доверия, привязывайте отклики к источнику с помощью уникальных номеров или ссылок и проверяйте удержание через фиксированные промежутки времени.

Большинство визиток оказывается в ящике стола, а большинство листовок отправляется в мусор в течение нескольких дней. Магниты на холодильник на заказ — одни из немногих рекламных материалов, которые могут месяцами висеть на уровне глаз на кухне клиента, но только если заслужат это место. Это руководство написано для риелторов, владельцев ресторанов, управляющих клиниками и организаторов мероприятий, которые хотят относиться к магнитам на холодильник на заказ как к продуманной кампании с целью, планом распространения и системой показателей, а не как к сувенирке на остаточный бюджет.

Слабые кампании редко проваливаются на этапе печати. Они проваливаются на этапе планирования. Типичный неудачный магнит несёт логотип, пять способов связи и слоган. Его вручают без всякого контекста, и никто никогда не отслеживает результат. Те же симптомы описывают в своих жалобах покупатели на маркетплейсах. Одна покупательница свадебных сувениров написала, что её магниты оказались настолько мелкими, что гости «едва могли разобрать надпись». Другой покупатель обнаружил, что новый магнит «не держится на моём новом холодильнике из нержавеющей стали». В обоих случаях магнит оказывается в ящике с ненужными вещами. А поскольку ничего не отслеживалось, у маркетинговой команды нет и способа понять, принёс ли бюджет хотя бы один телефонный звонок.

Решение — планировать магнит как инструмент прямого отклика. Это значит: одна цель, одно действие, один момент вручения и один механизм измерения, причём всё это решается до того, как кто-либо откроет файл с макетом. В разделах ниже каждое решение разобрано по порядку.

В этом руководстве

1. [Что такое рекламный магнит на холодильник и какие две задачи он должен решать](#)
2. [Как спланировать кампанию с магнитами на холодильник на заказ за шесть шагов](#)
3. [Какой сценарий подходит какой цели кампании](#)
4. [Частые вопросы](#)
5. [Главные выводы](#)
6. [Заключение](#)

Что такое рекламный магнит на холодильник и какие две задачи он должен решать

Рекламный магнит на холодильник — это печатное изделие с магнитной основой, которое крепится на стальной бытовой прибор или поверхность в доме или на рабочем месте клиента. У него две отдельные задачи. Первая — *удержание*: магнит должен оставаться на виду. Вторая — *отклик*: он должен побудить к звонку, визиту, записи или заказу в тот момент, когда клиенту это нужно. Магнит может справляться с одной задачей и проваливать другую. Красивый сувенир может висеть годами и не принести ни одного звонка, а магнит-купон способен вызвать всплеск заказов и тут же отправиться в мусор. Прежде чем что-либо проектировать, нужно решить, какая задача важнее, потому что от этого зависит, что окажется на лицевой стороне.

Эта категория достаточно велика, чтобы всерьёз считать её каналом. HTF Market Intelligence оценивает мировой [рынок магнитов на холодильник на заказ](#)^[1] примерно в USD 450 миллионов и прогнозирует рост до USD 700 миллионов к 2033 году, причём ведущая сфера применения — рекламная продукция. Отчёты по-разному определяют границы рынка, поэтому итоговые цифры расходятся. Например, DataIntel оценивает более широкий [рынок магнитов на холодильник](#)^[2] в USD 4,8 миллиарда в 2025 году и относит 61,3 % этой суммы на бытовое применение. Эта доля бытового применения подтверждает основную предпосылку данного руководства: дверца холодильника — личная территория, куда бренд приглашают. Магниты при этом входят в куда более крупную рекламную экономику. TechSci Research со ссылкой на данные Promotional Products Association International сообщает, что [продажи рекламной продукции](#)^[3] достигли USD 26,78 миллиарда в 2024 году. Тот же отчёт отмечает, что на экологичную продукцию пришлось 13,8 % продаж отрасли, то есть рост на 20 % по сравнению с предыдущим годом.

Форматы варьируются от тонких гибких виниловых листов до жёстких изделий. Жёсткий акрил вырезают из полиметилметакрилата. Литой лист из PMMA общего назначения регламентируется стандартом [ISO 7823-3](#)^[4], который охватывает лист толщиной от 1 mm до 10 mm. Акрил воспринимается скорее как памятный сувенир, чем как листовка, и это восприятие важно для удержания. Конструкция, варианты отделки и выбор основы описаны на нашей странице [акриловых магнитов на холодильник с УФ-печатью и лазерной резкой](#), поэтому в этом руководстве мы остаёмся на уровне стратегии.



Как спланировать кампанию с магнитами на холодильник на заказ за шесть шагов

Шаг 1: выберите одну цель кампании

Каждая цель предполагает своё содержание, свой момент вручения и свой показатель. Если пытаться обслужить все сразу, магнит не будет служить ни одной. Выберите одну:

- **Запоминаемость бренда.** Задача — быть именем, которое люди вспомнят, когда через несколько месяцев возникнет потребность. Подходит риелторам и страховым брокерам.
- **Повторная покупка.** Задача — сократить путь к следующему заказу. Подходит ресторанам, заказам на вынос и кейтерингу.
- **Запись на приём и повторные визиты.** Задача — сделать запись или звонок на линию для обращений в нерабочее время максимально простыми. Подходит клиникам, стоматологам и ветеринарным клиникам.
- **Посещаемость и повторная регистрация.** Задача — поместить дату на холодильник и оставить там бренд после мероприятия. Подходит организаторам мероприятий, площадкам и школам.
- **Срочный сервис.** Задача — быть тем номером, который находят, когда что-то ломается. Подходит сантехникам, электрикам и подрядчикам по отоплению, вентиляции и кондиционированию (HVAC).

Шаг 2: решите, какая информация должна быть на магните

Выстройте лицевую сторону в 3 слоя по порядку важности. На первом месте — *причина сохранить магнит*, то есть элемент, который делает магнит полезным или значимым сам по себе. Примеры: блок экстренных контактов, сезонный чек-лист по обслуживанию дома, календарь учебного года, часы доставки или памятное фото с мероприятия. На втором месте — *одно основное действие*, то есть один номер телефона или один короткий веб-адрес, но не оба с одинаковым акцентом. На третьем месте — *идентичность бренда*, то есть логотип и

название такого размера, чтобы они поддерживали действие, а не конкурировали с ним.

Так же продуманно решите, что на магните не нужно. Цены, имена сотрудников, сроки акций и длинные URL быстро устаревают или загромождают магнит, а устаревший магнит выбрасывают. Если в плане есть срок действия, как у сезонного предложения, сразу заложите бюджет на следующий тираж. Практическая проверка: может ли человек, стоящий в другом конце кухни, понять, что именно нужно сделать. Если нет — сократите содержание. Подбор читаемых размеров и работа с макетом — вопрос производства. Подробности — на нашей странице про [акриловые магниты на холодильник на заказ](#) — там разобраны подбор размера для читаемости и утверждение макета.

Шаг 3: выберите момент вручения

Магнит, врученный в момент доверия, приходит с контекстом. Магнит, который приходит «с холода», — просто ещё один предмет, который нужно разобрать. Планируйте передачу вокруг таких моментов:

- **Недвижимость:** при закрытии сделки или передаче ключей, в пакетах для последующего контакта после дня открытых дверей либо в ежегодной раздаче своему кругу контактов вместе с обзором рынка.
- **Рестораны:** в пакетах с доставкой и заказами навынос для новых клиентов и скреплённым степлером со счетами за кейтеринг.
- **Клиники:** в приветственных пакетах для новых пациентов и вместе с рекомендациями по уходу после визита, особенно если на магните указан номер для обращений в нерабочее время.
- **Мероприятия:** в регистрационных наборах — как приглашение «сохраните дату» на следующее мероприятие, либо по почте после события в качестве памятного сувенира в знак благодарности.
- **Услуги на дому:** оставляется на объекте, в идеале мастер крепит его на водонагреватель, электрощиток или холодильник в гараже — туда, где и случится следующая аварийная ситуация.

Здесь нужны две практические проверки. Многие современные дверцы из нержавеющей стали не магнитятся, поэтому подскажите получателям запасные поверхности: картотечные шкафы, маркерные доски, шкафчики или холодильник в гараже. Если вы отправляете жёсткий магнит по почте, продумайте защитную упаковку и уточните стоимость пересылки у перевозчика, прежде чем утверждать дизайн.



Шаг 4: заложите механизмы измерения до печати

После печати атрибуцию уже не добавить. Выберите один механизм для каждой версии магнита:

- выделенный номер телефона или добавочный, который нигде больше не используется;
- короткий запоминающийся веб-адрес, который перенаправляет на целевую страницу с метками кампании;
- QR-код, ведущий на перенаправление под вашим контролем, чтобы адрес назначения можно было менять без повторной печати;
- напечатанный код предложения или рекомендации, уникальный для этого магнита;
- вопрос при обращении («Как вы о нас узнали?») с вариантом «магнит на холодильник», который сотрудники обучены фиксировать.

Чтобы сравнивать каналы, районы или мероприятия, печатайте отдельные версии с отдельными механизмами. Спросите у поставщика услуг по печати магнитов на заказ, можно ли разместить несколько макетов в одном заказе и как версии разделяются при упаковке, чтобы версия для одного района не попала в другой.

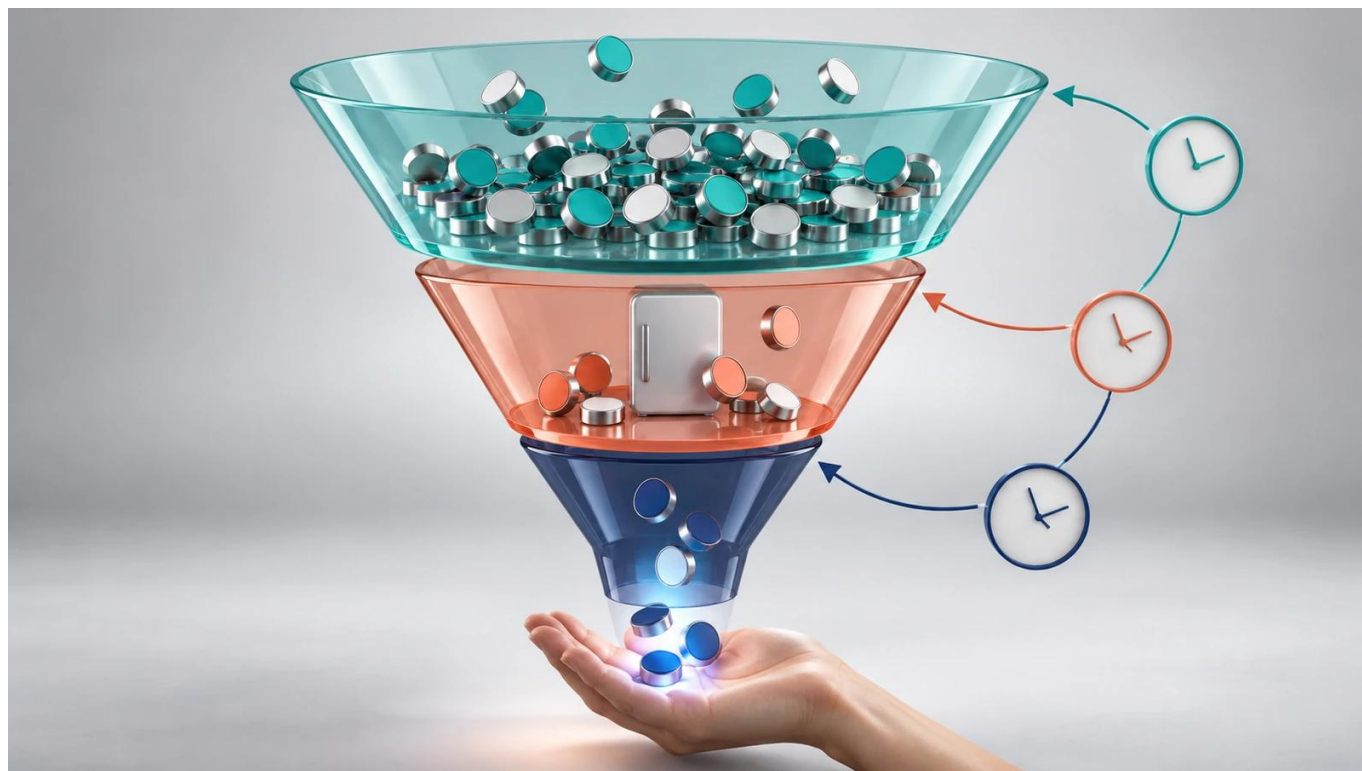
Шаг 5: измеряйте отклик и удержание

Ведите журнал распространения: дата, количество, версия, канал и сегмент получателей. Затем отслеживайте четыре показателя:

- **Коэффициент откликов** = атрибутированные отклики ÷ розданные магниты.
- **Стоимость отклика** = общие расходы на программу (дизайн, производство, упаковка, пересылка, время сотрудников) ÷ атрибутированные отклики.
- **Показатель удержания** = получатели, подтвердившие, что магнит всё ещё на виду, ÷ опрошенные получатели.
- **Время до первого отклика** = число дней между раздачей и первым атрибутированным обращением; показывает, работает ли магнит как мгновенный стимул или как долгое

напоминание.

Проверяйте удержание через фиксированные промежутки, например через 30, 90 и 180 дней. Используйте уже имеющиеся точки контакта: напоминания о записи, повторные звонки, опросы после мероприятий или небольшое вознаграждение клиентам, которые пришлют фото магнита на месте. Чтобы чисто оценить дополнительный эффект, отправьте магниты половине сопоставимого списка и сравните отклик обеих половин за один и тот же период. Без такого сравнения вы измеряете клиентов, которые позвонили бы и так.



Шаг 6: пройдите проверку безопасности и соответствия до заказа

Магнит, попавший в руки ребёнка, — это вопрос не только брендинга, но и безопасности. В США действует [стандарт безопасности для магнитов \(16 CFR, часть 1262\)^{\[5\]}](#) — он распространяется на отдельные изделия, разработанные, продаваемые или предназначенные для развлечения, в качестве украшений, для умственной стимуляции или снятия стресса. Он требует, чтобы каждый свободный или отделяемый магнит, помещающийся в цилиндр для малых деталей, имел индекс магнитного потока ниже $50 \text{ kG}^2 \text{ mm}^2$. Подпадает ли рекламный магнит под действие стандарта, зависит от того, как он разработан и как продаётся. Порядок сертификации подпадающих изделий разъясняется в [руководстве CPSC для бизнеса по магнитам^{\[6\]}](#).

Декоративные магниты на холодильник не освобождены от контроля. В сентябре 2026 года CPSC объявила об [отзыве около 4,640 магнитов на холодильник в форме медведей^{\[7\]}](#) из-за того, что в них были свободные магниты, нарушавшие обязательный стандарт. Сам стандарт был [утверждён в 2022 году^{\[8\]}](#), чтобы предотвратить гибель людей и тяжёлые травмы при проглатывании мощных магнитов. Регуляторы в других странах придерживаются того же мнения. [Health Canada^{\[9\]}](#) предупреждает, что маленькие мощные магниты могут вызвать тяжёлые внутренние повреждения при проглатывании.

Для педиатрических клиник, школ и семейных мероприятий это особенно важно: спросите у поставщика, как крепится магнит, запросите документы о соответствии и не раздавайте

изделия с мелкими магнитами, которые могут отсоединиться. Когда план утверждён, этапы производства описаны на [странице продукта](#): утверждение макета, изготовление образцов и то, что должен подтверждать физический образец.



Какой сценарий подходит какой цели кампании?

В этой таблице шаги выше сведены для пяти самых распространённых бизнес-пользователей. Она показывает, что делает каждый магнит достойным хранения и какое число доказывает, что он сработал.

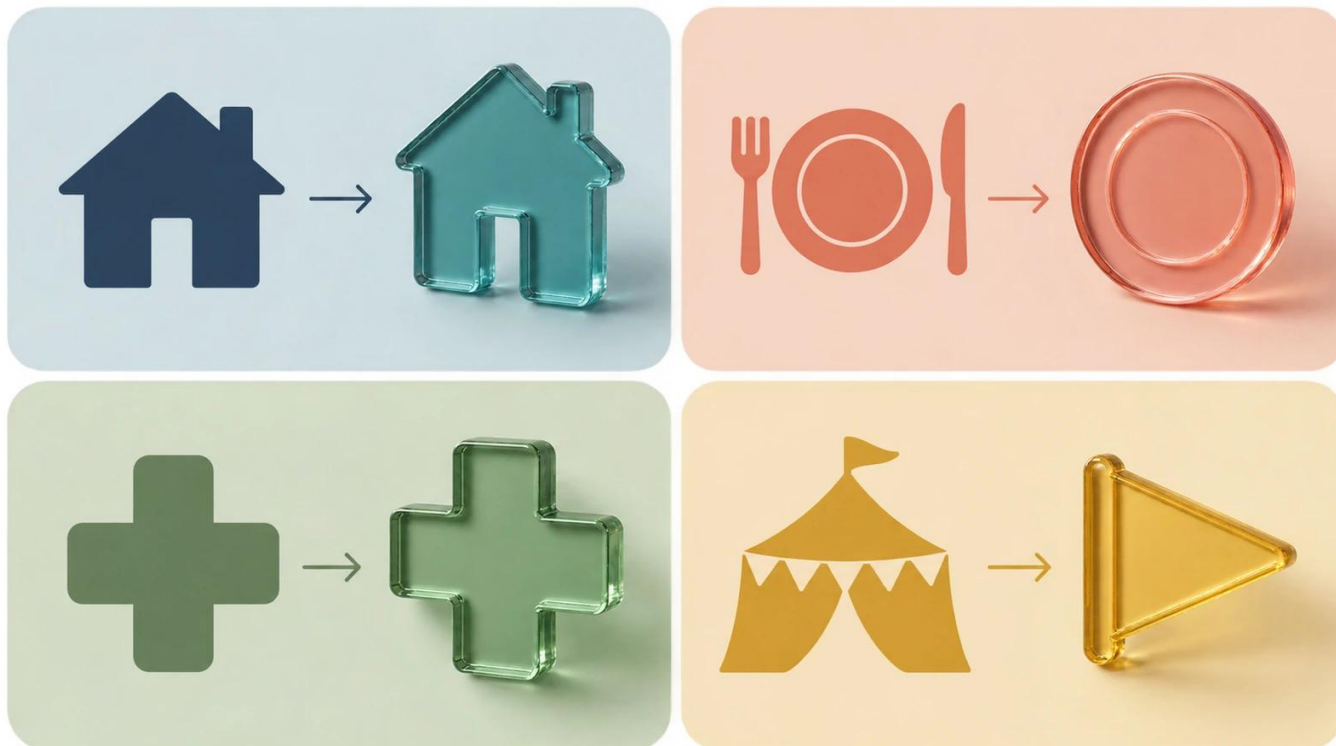
Бизнес	Наиболее подходящая цель	Причина сохранить	Основное действие	Момент вручения	Главный показатель
Агентство недвижимости	Запоминаемость бренда	Сезонный чек-лист по уходу за домом или местные экстренные номера	Прямой номер агента	Закрытие сделки, передача ключей, ежегодная раздача	Показатель удержания через 90 и 180 дней; звонки по рекомендациям
Ресторан	Повторная покупка	Часы доставки и номер для заказов	Короткий URL для заказа	Первый заказ с доставкой или навынос	Доля повторных заказов у получателей магнита и у тех, кто его не получал

Бизнес	Наиболее подходящая цель	Причина сохранить	Основное действие	Момент вручения	Главный показатель
Клиника	Запись на приём и повторные визиты	Номера для обращений в нерабочее время и для записи	Линия записи	Пакет для нового пациента, рекомендации после визита	Записи через отслеживаемый номер; динамика пропущенных приёмов
Организатор мероприятий	Посещаемость и повторная регистрация	Памятный макет и дата следующего мероприятия	URL для регистрации	Набор при регистрации или благодарность после мероприятия	Ранние регистрации по коду с магнита
Услуги на дому	Срочный сервис	Блок «Кому звонить» на случай аварии	24-часовая телефонная линия	Оставляется на оборудовании после выполнения работ	Звонки на отслеживаемую линию; время до первого отклика

Памятный аспект часто недооценивают, особенно для мероприятий. China Daily сообщала, что музей [продал более 80.000 сувенирных магнитов на холодильник за 3 месяца^{\[10\]}](#), при этом продажи сопутствующих товаров превысили 10 миллионов юаней. Люди готовы стоять в очереди за магнитом, хранящим воспоминание, поэтому организаторам мероприятий стоит в первую очередь проектировать магнит с расчётом на эту эмоциональную ценность, а контактные данные ставить на второе место.

Магнит — не всегда лучший вариант того, что стоит оставить клиенту. Эта вторая таблица поможет понять, когда лучше подходит другой формат:

Что оставить клиенту	Где обычно находится	Лучше всего, когда	Слабо, когда	Пригодность для измерения
Магнит на холодильник	Дверца на кухне, шкафы, оборудование	Потребность возникает регулярно или непредсказуемо	Предложение истекает через считанные дни; холодильники аудитории не магнитятся	Высокая: отслеживаемые линии, коды, проверки удержания
Визитка	Кошелёк, ящик стола, рабочий стол	Личное знакомство один на один	Вы понадобится клиенту через несколько месяцев, дома	Низкая, если не дополнена уникальным кодом
Листовка или подвеска на дверную ручку	Недолго на столе, затем в мусор	Короткие акции с датой	Долгосрочная запоминаемость	Средняя: коды предложений в течение короткого периода
Наклейка	Ноутбуки, бутылки, оборудование	Привязанность к бренду у поклонников	Услуги, где важен прямой контакт	Низкая для отклика; хороша для заметности



Частые вопросы

Вопрос: работают ли магниты на холодильник на заказ, если так много холодильников из нержавеющей стали?

Многие дверцы холодильников из нержавеющей стали не магнитятся, поэтому учитывайте это заранее, а не надейтесь, что вашу аудиторию это не коснётся. Проверьте образец на приборах, распространённых в вашем регионе. Затем подскажите получателям альтернативы: боковые панели, холодильники в гараже, картотечные шкафы, маркерные доски и шкафчики. Бренды, оказывающие услуги на дому, обходят проблему, размещая магнит на оборудовании сами.

Вопрос: как долго рекламный магнит должен оставаться актуальным?

Проектируйте под тот срок службы, который вам действительно нужен. Неустаревающее содержание — телефонные линии, блоки экстренных контактов и чек-листы — может оставаться полезным годами. Содержание с датой — цены, события, имена сотрудников — устаревает по расписанию. Если вы включаете такое содержание, заранее запланируйте цикл обновления, например ежегодную раздачу для недвижимости или новое издание для каждого мероприятия.

Вопрос: стоит ли размещать QR-код на рекламном магните?

Да, но только если он ведёт на перенаправление под вашим контролем. QR-код, ведущий на страницу завершённой кампании, переживёт ваш маркетинг и разочарует тех, кто его отсканирует. Сопроводите код коротким читаемым веб-адресом для тех, кто сканировать не будет, и дайте каждой версии магнита собственные метки кампании, чтобы отклики можно было привязать к источнику.

Вопрос: сколько магнитов на холодильник на заказ заказывать и сколько они стоят?

Исходите из количества по плану журнала распространения, то есть из того, сколько моментов

вручения вы ожидаете за период до следующего обновления, плюс запас на замену. Цены и минимальные тиражи зависят от количества, размера, формы и отделки, поэтому [запросите коммерческое предложение](#) по вашим версиям и количествам, а не ориентируйтесь на типовые прайс-листы.

Вопрос: безопасно ли раздавать магниты на холодильник на заказ на семейных мероприятиях или в педиатрических клиниках?

Считайте безопасность требованием к закупке. Мелкие магниты, которые могут отсоединиться, — серьёзная опасность при проглатывании, а правила США согласно 16 CFR, часть 1262 устанавливают предел индекса магнитного потока для свободных или отделяемых магнитов в подпадающих изделиях. Спросите у поставщика, как крепится магнит, и запросите документы о соответствии. Не давайте мелкие отделяемые детали маленьким детям.

Вопрос: как доказать руководству отдачу от кампании?

Приводите стоимость атрибутированного отклика рядом с другими каналами и проведите сплит-тест. Отправьте магниты половине сопоставимого списка и сравните долю откликов за один и тот же период. Добавьте проверки удержания через 30, 90 и 180 дней, чтобы показать и то, как долго магнит остаётся на виду, и то, как часто он вызывает отклик.

Главные выводы

- **Магниты на холодильник на заказ — растущая, поддающаяся измерению рекламная ниша.** — около USD 450 миллионов сейчас, прогноз — USD 700 миллионов к 2033 году ([Источник](#))
- **Холодильник — домашняя территория, поэтому магниты должны заслужить своё место.** — на бытовое применение приходилось 61,3 % выручки от магнитов на холодильник в 2025 году ([Источник](#))
- **Рекламная продукция — устоявшийся канал, который заслуживает настоящего отслеживания.** — USD 26,78 миллиарда продаж рекламной продукции в 2024 году, при этом доля экологичной продукции — 13,8 % ([Источник](#))
- **Для свободных мелких магнитов в подпадающих изделиях действует жёсткий предел безопасности.** — индекс магнитного потока должен быть ниже $50 \text{ kG}^2 \text{ mm}^2$ ([Источник](#))
- **Декоративные магниты на холодильник действительно отзывают, поэтому проверяйте соответствие до заказа.** — около 4,640 изделий отозвано в сентябре 2026 года ([Источник](#))
- **Памятная ценность стимулирует удержание, особенно на мероприятиях.** — более 80,000 музейных магнитов продано за 3 месяца ([Источник](#))

Заключение

Рекламный магнит заслуживает места на холодильнике, когда он решает задачу для домохозяйства и делает одно действие лёгким для вашего бизнеса. Шесть шагов выше дают повторяемый процесс: выберите одну цель, расставьте приоритеты содержания на лицевой стороне, вручайте магнит в момент доверия, заложите атрибуцию до печати, измеряйте и отклик, и удержание и пройдите проверку требований безопасности до заказа. Используйте сравнительные таблицы, чтобы подобрать для своего бизнеса подходящую цель, и распознавайте случаи, когда лучше подходит листовка или визитка.

Когда план кампании готов, расскажите нам о своей цели, версиях и тиражах распространения. Наши [акриловые магниты на холодильник на заказ](#) печатаются методом УФ-печати и вырезаются лазером по вашему макету, а мы подготовим коммерческое предложение под готовое изделие, которое нужно вашей кампании.

Сноски

1. HTF Market Intelligence, «Всестороннее исследование мирового рынка магнитов на холодильник на заказ, 2026–2033» (2026). htfmarketintelligence.com ↵
2. DataIntel, «Отчёт об исследовании рынка магнитов на холодильник, 2034», отчёт CG-247095 (обновлён 2026). dataintel.com ↵
3. TechSci Research, отчёт «Рынок магнитов на холодильник» со ссылкой на данные Promotional Products Association International за 2024 год (2025). techsciresearch.com ↵
4. Международная организация по стандартизации (ISO), ISO 7823-3:2021, «Пластмассы — листы из полиметилметакрилата — часть 3: листы непрерывного литья». [iso.org](https://www.iso.org) ↵
5. Электронный свод федеральных нормативных актов США (eCFR), 16 CFR, часть 1262, «Стандарт безопасности для магнитов» (вступил в силу 21 октября 2022 года; актуальный текст просмотрен в октябре 2026 года). [ecfr.gov](https://www.ecfr.gov) ↵
6. Комиссия по безопасности потребительских товаров США (CPSC), «Руководство для бизнеса: магниты» (просмотрено в октябре 2026 года). [cpsc.gov](https://www.cpsc.gov) ↵
7. Комиссия по безопасности потребительских товаров США, отзыв декоративных магнитов на холодильник в форме медведей, отзыв № 26-760 (10 сентября 2026 года). [cpsc.gov](https://www.cpsc.gov) ↵
8. Комиссия по безопасности потребительских товаров США, «CPSC утверждает новый федеральный стандарт безопасности для магнитов, чтобы предотвратить гибель людей и тяжёлые травмы при проглатывании мощных магнитов» (2022). [cpsc.gov](https://www.cpsc.gov) ↵
9. Health Canada, «Оценка опасности для здоровья и безопасности человека: изделия, содержащие маленькие мощные магниты» (просмотрено в октябре 2026 года). [canada.ca](https://www.canada.ca) ↵
10. China Daily, репортаж о продажах музейных сувенирных магнитов на холодильник (2 ноября 2024 года). chinadaily.com.cn ↵

октября 21, 2026