



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

---



---

## Магнитные фоторамки как фирменные сувениры: как компании получают постоянное место на холодильнике

---

### Details

**Краткий ответ:** Магнитные фоторамки — это прозрачные акриловые держатели или держатели с магнитной подложкой, которые удерживают фото на холодильнике или другой стальной поверхности. Фотографы на мероприятиях, школы, агенты по недвижимости, клиники и рекламные маркетологи используют их как фирменные сувениры. Место на холодильнике заслуживает фотография самого получателя, а неброский знак бренда остаётся на виду каждый раз, когда кто-то открывает дверцу.

Большинство фирменных подарков строятся вокруг логотипа, поэтому так многие из них оказываются в ящике стола. Магнитные фоторамки работают наоборот. Главное в них — свадебный портрет получателя, школьное фото его ребёнка или семья на фоне нового дома, а ваш бренд находится на рамке или на её обороте. Фото люди оставляют, а значит, оставляют и рамку.

Ставки выше, чем кажется. Дистрибьюторы рекламной продукции в США продали товаров на сумму \$26,8 миллиарда в 2024 году — на 2,63 % больше, чем годом ранее, по данным [Promotional Products Association International](#)<sup>[1]</sup>. Значительная часть этих расходов борется за одни и те же несколько квадратных футов внимания в доме. У дешёвых рамок для холодильника есть и особый риск. В отзывах на маркетплейсах о бюджетных рамках пишут, что магниты слишком слабые и не держатся на дверце холодильника, а один широко известный тест показал, что три из пяти рамок соскользнули или упали в течение 48 часов. Сувенир, оказавшийся на кухонном полу с вашим именем, вредит больше, чем отсутствие сувенира.

В этом руководстве рассказано, как компании разных типов используют фоторамки на холодильнике, как встроить их в мероприятия и циклы подарков и как сравнивать программы по отраслям. Подробности производства мы намеренно опускаем: им место в производственном брифе, а не в плане кампании.

### В этом руководстве

1. [Что такое магнитные фоторамки и почему они удерживают внимание?](#)
2. [Пять видов бизнеса, которые используют магнитные фоторамки для запоминаемости бренда](#)
3. [Как встроить магнитные фоторамки в кампании, мероприятия и подарки клиентам](#)
4. [Сравнение магнитных фоторамок для программ на холодильнике по отраслям](#)
5. [Частые вопросы](#)
6. [Ключевые выводы](#)
7. [Заключение](#)



## Что такое магнитные фоторамки и почему они удерживают внимание?

Магнитная фоторамка — это держатель для фото, который крепится к ферромагнитной металлической поверхности или стоит рядом с ней. Преобладают две конструкции. Первая — акриловый «сэндвич»: две прозрачные панели зажимают между собой отпечаток, их скрепляют небольшие магниты, встроенные у углов, а сзади есть магнитная подложка или самостоятельная подставка. Вторая — рамка-кармашек: прозрачный чехол, ламинированный на гибкий магнитный лист. Идея не нова. Уже патент США 5,050,834, выданный в сентябре 1991 года, описывал [рамку на магнитной опоре из прозрачных акриловых панелей](#)<sup>[2]</sup> для удержания фотокарточек на металлических поверхностях.

У этого формата есть и независимое признание. Акриловая магнитная рамка из 2 панелей входит в число рекомендаций New York Times в [руководстве Wirecutter по фоторамкам](#)<sup>[3]</sup>, а это важно для корпоративных покупателей. Получатель, который уже знает такой стиль как «красивую рамку», воспринимает ваш подарок как продуманную вещь, а не как бесплатную мелочь с выставки.

Прозрачность позволяет фотографии быть главным в подарке. Производители листового акрила обычно указывают светопропускание около 92 %, измеренное по методу ASTM D1003 определения мутности и светопропускания. Сам материал стандартизирован: [ASTM D788](#)<sup>[4]</sup> классифицирует компаунды PMMA, в которых полимер содержит не менее 70 % метилметакрилата, и отмечает их частое применение там, где требуется предельная прозрачность, а листовый акрил регламентируется стандартом [ASTM D4802](#)<sup>[5]</sup> и, на международном уровне, литой лист — стандартом ISO 7823-1. На практике хорошо сделанная рамка выглядит так, будто фото парит в воздухе: получатель сначала видит свои воспоминания и только потом ваш бренд. Именно такой порядок и обеспечивает работу формата.

Три свойства превращают рамку из разового подарка в инструмент запоминаемости:

- **Личное содержание.** Изображение принадлежит получателю, поэтому убрать рамку — всё равно что выбросить память.
- **Сменные вставки.** Если фото можно заменить, рамка остаётся актуальной и в следующем году — для нового школьного портрета или командного снимка нового сезона. Каждая замена — ещё один момент, когда человек берёт в руки вашу фирменную вещь.
- **Вторая сторона.** Двусторонние рамки-«сэндвичи» удерживают карточку за фотографией. На этой обратной стороне могут быть контактные данные, реферальное предложение или памятная дата, и при этом не нужно размещать текст поверх снимка.

Если вам нужна техническая сторона вопроса — выбор материала, магнитная подложка, готовность к печати, — загляните на страницу наших [индивидуальных акриловых фоторамок-магнитов](#) — там всё это описано подробно. Остальная часть статьи посвящена стратегии.

## Пять видов бизнеса, которые используют магнитные фоторамки для запоминаемости бренда

### Фотографы на мероприятиях: вручайте первый отпечаток на месте

На свадьбах, торжественных приёмах, выпускных и корпоративных вечеринках отпечаток, сделанный на месте и вложенный в прозрачную рамку, становится первым материальным сувениром, который гости забирают домой. Знак фотографа размещается на тонкой кромке рамки или на карточке на обороте — вместе со ссылкой на галерею и приглашением заказать съёмку на будущие мероприятия. Отзывы покупателей показывают, что семьи уже сами покупают такие рамки. Один покупатель на маркетплейсе написал, что вставлять школьные фото в магазинные рамки для холодильника «намного дешевле, чем заказывать магниты через фотографа». Это выручка, которую фотографы упускают, если не предлагают фото в рамке.

### Школы и родительские комитеты: день школьной фотосъёмки, команды и выпускной

У школ есть встроенный цикл обновления: ежегодный день школьной фотосъёмки, сезонные фото команд и выпускной. Рамку с эмблемой и цветами школы, которую вручают при зачислении или предлагают как дополнение к сбору средств, можно каждый год обновлять новым портретом. Бабушки и дедушки — естественная вторая аудитория: тот же покупатель, о котором шла речь выше, покупал рамки именно для того, чтобы отправлять им школьные фото. Для младших школьников вручайте рамки родителям, а не детям напрямую — по причинам безопасности, о которых сказано ниже.

### Агенты по недвижимости: фото в день сделки

Фото покупателей с ключами на фоне нового дома — одно из немногих изображений, которые клиенты сами хотят выставить на виду. Если вручить его в рамке при закрытии сделки, оно окажется на холодильнике в том самом доме, который продал агент, и его увидят соседи и приходящие друзья — будущие продавцы и покупатели. На карточке на обороте могут быть контакты агента и поздравление с годовщиной покупки дома, а свежее фото, отправленное к каждой годовщине, даёт агенту повод оставаться на связи.

### Клиники: отмечаем важные этапы, а не приёмы

Детские стоматологии, ортодонты, ветеринарные клиники, а также центры репродукции и

родильные практики сталкиваются с эмоциональными моментами: улыбка после снятия брекетов, первый визит щенка, фото новорождённого. Фото важного этапа в рамке формирует у клиента положительную ассоциацию с клиникой — магнит-напоминание о приёме на это не способен. Медицинских данных на рамке быть не должно вовсе. Достаточно фотографии и небольшого знака клиники — конфиденциальность пациента остаётся под защитой.

## Рекламные маркетологи: фотобудки и выставки

Бренд-активации с фотобудками решают главную слабость маркетинга мероприятий: посетители забывают, кто организовал стенд. Если напечатать снимок из фотобудки в фирменной рамке, посетители получают то, что хотят унести с собой, и бренд отправляется домой вместе с ними. Хорошо работают и сезонные программы: праздничные подарки клиентам, командные фото для корпоративных подарков и сувениры спонсоров на спортивных мероприятиях.



## Как встроить магнитные фоторамки в кампании, мероприятия и подарки клиентам

Разница между программой сувениров и коробкой залежавшейся продукции — в планировании. Эти семь шагов подходят и для одного мероприятия, и для круглогодичного календаря подарков.

1. **Определите, в какой момент о вас должны вспомнить.** Решите, к чему рамка должна побуждать: к повторному бронированию, рекомендации, повторной записи, звонку в годовщину покупки дома. Всё остальное вытекает отсюда. Фотограф хочет, чтобы о рамке вспомнили, когда у друзей состоится помолвка. Агент хочет, чтобы о ней вспомнили, когда сосед выставит дом на продажу.
2. **Пусть главным героем будет фото.** Используйте изображения, которые получатели сами поместили бы в рамку: реальные люди, реальные события, хороший свет. Стоковые изображения и снимки товаров лишают затею смысла. В обсуждении магнитных рамок

среди фотографов, снимающих на моментальную плёнку, в 2026 году один из участников хорошо сформулировал стандарт: рамка «не должна визуально конкурировать с фотографией, а должна помогать ей наслаждаться».

3. **Разместите бренд так, чтобы он не конкурировал с фото.** Выберите один из трёх вариантов: тонкая цветная полоса или небольшой знак на кромке рамки, печатная карточка на обороте двусторонней рамки или фирменная вставка за фото меньшего размера, которое «парит». Не помещайте логотипы поверх области изображения — это самый быстрый способ добиться, чтобы рамку сняли.
4. **Совместите вручение с эмоцией.** Дарите рамку на пике момента: в конце приёма, в день сделки, на приёме, где снимают брекеты, с фото из будки, ещё тёплым после принтера. Рамка, отправленная по почте через 3 недели, становится просто очередной посылкой.
5. **Выстройте цикл обновления.** Сменная рамка стимулирует повторный контакт, только если вы предоставляете следующее фото. Запланируйте это: портрет следующего года, памятный отпечаток к годовщине, праздничная семейная фотосессия. Каждое обновление — фирменная точка контакта, которая обходится немногим дороже отпечатка и конверта.
6. **Продумайте безопасность и соответствие требованиям.** Маленькие сильные магниты представляют реальную опасность при проглатывании. Комиссия по безопасности потребительских товаров США (CPSC) предупреждает, что проглоченные магниты могут [притягиваться друг к другу через стенки кишечника](#)<sup>[6]</sup>, вызывая перфорации, непроходимость или смерть. Для продукции, подпадающей под его действие, федеральное правило о магнитах в [16 CFR, часть 1262](#)<sup>[7]</sup> требует, чтобы любой магнит, полностью помещающийся в цилиндр для малых деталей, имел индекс потока ниже 50 kG<sup>2</sup> mm<sup>2</sup>. Документ CPSC — [руководство для бизнеса по магнитам](#)<sup>[8]</sup> — разъясняет сферу применения и порядок испытаний, а изделия, предназначенные для детей, подпадают под отдельные [требования к безопасности игрушек](#)<sup>[9]</sup>. На практике указывайте полностью встроенные магниты, дарите рамки взрослым в школах и детских клиниках и спрашивайте у поставщика, по каким правилам он проводит испытания. Если вы распространяете продукцию в Калифорнии, дополнительно уточните, нужно ли готовому изделию предупреждение по Proposition 65 — закону штата о раскрытии информации о химических веществах, действующему с 1986 года. Некоторые изделия из листового акрила уже поставляются с уведомлениями Prop 65.
7. **Измеряйте то, что можно измерить.** Разместите на карточке на обороте или на конверте с подарком — а не на фото — короткий URL или код, уникальный для каждой программы. Отслеживайте по этому коду бронирования, рекомендации или повторные записи и спрашивайте новых клиентов: «Откуда вы о нас узнали?», включив рамку в список вариантов.



## Ошибки планирования, из-за которых сувенир превращается в хлам

Четыре ошибки повторяются снова и снова. Первая — **заказ рамок без плана по фото**: рамка с карточкой-заглушкой лишена всех преимуществ формата. Вторая — **уверенность, что любой холодильник магнитный**: на многих фасадах бытовой техники из нержавеющей стали магниты держатся слабо или не держатся вовсе, поэтому для смешанной аудитории надёжнее отдельно стоящие или универсальные рамки. Третья — **выбор только по цене за единицу**: по отзывам о бюджетных рамках, у них слабые магниты, магниты вылетают из углов, а защитную плёнку трудно снять, и она оставляет царапины. Каждый такой недостаток отражается на бренде, напечатанном на рамке. Четвёртая — **игнорирование солнечного света**: покупатели недорогих рамок сообщают, что фото выцветают за несколько недель рядом с окнами или плитами, а прозрачный акрил сам по себе не гарантирует защиты от УФ-излучения. Прежде чем заказывать, оформите эти решения в письменный бриф. На странице [акриловых фоторамок-магнитов](#) рассматриваются согласование образцов, проверка качества и планирование повторных заказов.

## Сравнение магнитных фоторамок для программ на холодильнике по отраслям

Формат везде одинаков, а вот устройство программы — нет. Используйте эту таблицу, чтобы адаптировать содержание, размещение бренда, вручение и цикл обновления под свой бизнес.

| Бизнес | Что в рамке | Лучший момент для вручения | Размещение бренда | Повод для обновления | Цель по запоминаемости |
|--------|-------------|----------------------------|-------------------|----------------------|------------------------|
|--------|-------------|----------------------------|-------------------|----------------------|------------------------|

| Бизнес                       | Что в рамке                                                        | Лучший момент для вручения                     | Размещение бренда                                              | Повод для обновления                                      | Цель по запоминаемости                                     |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Фотограф на мероприятиях     | Отпечаток пары, гостя или команды, сделанный на месте              | Конец мероприятия, до ухода гостей             | Карточка на обороте со ссылкой на галерею                      | Памятный отпечаток к годовщине, следующая семейная съёмка | Рекомендации и повторные заказы съёмки                     |
| Школа / родительский комитет | Портрет класса, фото команды или выпускное фото                    | Вручение в день школьной фотосъёмки, родителям | Эмблема и цвета школы на кромке рамки                          | Каждый новый учебный год                                  | Гордость за сообщество, сбор средств, повторное зачисление |
| Агент по недвижимости        | Покупатели с ключами в новом доме                                  | День сделки                                    | Небольшой знак на кромке и карточка с контактами на обороте    | Годовщина покупки дома                                    | Рекомендации среди соседей, будущие объекты                |
| Клиника                      | Фото важного этапа (снятие брекетов, новый питомец, новорождённый) | Конец визита, посвящённого этому этапу         | Только неброский знак клиники, без медицинских данных          | Следующий важный этап или ежегодный осмотр                | Положительная ассоциация, рекомендации в семьях            |
| Рекламный маркетолог         | Снимок из фотобудки или со спонсорского мероприятия                | Сразу после съёмки                             | Цветная полоса кампании или карточка с предложением на обороте | Сезонная кампания или следующее мероприятие               | Запоминаемость бренда после окончания мероприятия          |

Выделяются две закономерности. Программы с естественным циклом обновления (школы, годовщины покупки жилья, важные этапы в клиниках) обеспечивают повторный контакт от одной-единственной рамки. Разовые программы на мероприятиях (фотобудки, торжественные приёмы) зависят от силы первого момента, поэтому качество печати и быстрая выдача на месте важнее текста на карточке на обороте.



## Частые вопросы

**Вопрос: Прилипают ли магнитные фоторамки к холодильникам из нержавеющей стали?**

Не всегда. Многие фасады бытовой техники из нержавеющей стали сделаны из марок, которые лишь слабо магнитны или вовсе не магнитны, поэтому рамка, надёжно держащаяся на окрашенной стальной дверце, может соскальзывать с нержавеющей. Если у аудитории разные кухни, выбирайте рамки, которые можно просто поставить на полку или стол, и проверьте образец на поверхностях, которые чаще всего встречаются у получателей.

**Вопрос: Безопасно ли раздавать магниты для рамок в школах и детских клиниках?**

Это можно делать ответственно, но маленькие магниты нужно считать источником опасности. CPSC предупреждает, что проглоченные магниты могут вызвать серьёзные внутренние травмы. Указывайте полностью встроенные магниты, дарите рамки родителям, а не маленьким детям, и спрашивайте у поставщика, на соответствие каким федеральным правилам для магнитов или игрушек оценивалось изделие.

**Вопрос: Где разместить логотип — на рамке или на карточке-вставке?**

Если вы хотите, чтобы рамку не снимали, не размещайте логотип на области фото. Тонкий знак на кромке делает бренд заметным через всю кухню. Карточка на обороте двусторонней рамки вмещает больше информации — контакты, предложение или реферальный код — и не конкурирует со снимком. Во многих программах используют оба варианта: небольшой знак на кромке и карточку на обороте.

**Вопрос: Выцветут ли фото на холодильнике?**

Могут. Покупатели недорогих рамок сообщают о заметном выцветании в течение нескольких недель, если рамки висят рядом с окнами или плитами, а прозрачный акрил не блокирует УФ-

излучение автоматически. Используйте качественную печать, советуйте место вдали от прямого солнца и планируйте обновления, чтобы выцветшее фото стало поводом для следующего контакта, а не причиной снять рамку.

### **Вопрос: За какое время планировать рамки для мероприятия или сезона подарков?**

Планируйте в обратном порядке от даты вручения, оставив время на образцы, утверждение макета и производство. Сроки зависят от тиража, степени персонализации и места доставки, поэтому запрашивайте график вместе с коммерческим предложением, а не полагайтесь на общие оценки. В пиковые сезоны подарков загрузка производства растёт очень быстро.

### **Вопрос: Как понять, что программа с рамками работает?**

Разместите на карточке на обороте или на упаковке код или короткий URL, уникальный для программы, и отслеживайте по нему бронирования, рекомендации или регистрации. Добавьте рамку как вариант ответа в вопрос «откуда вы о нас узнали» и сравнивайте показатели отклика на обновления из года в год.

## **Ключевые выводы**

- **Фирменные сувениры конкурируют на переполненном рекламном рынке, поэтому место на холодильнике должна заслужить собственная фотография получателя.** — \$26,8 миллиарда в продажах дистрибьюторов рекламной продукции США в 2024 году, рост на 2,63 % ([Источник](#))
- **Прозрачные магнитные рамки для фотокарточек на металлических поверхностях — давно устоявшийся формат, а не мода.** — патент США 5,050,834, выданный в 1991 году ([Источник](#))
- **Прозрачный акрил, создающий эффект «парящего» фото, — это стандартизированный материал, а не обычный пластик.** — не менее 70 % полимера приходится на метилметакрилат по стандарту ASTM D788 ([Источник](#))
- **Маленькие магниты, которые могут оторваться, регулируются не случайно, поэтому указывайте встроенные магниты и дарите рамки взрослым.** — индекс потока ниже 50 kG<sup>2</sup> mm<sup>2</sup> для малых магнитов, подпадающих под действие правила ([Источник](#))
- **Травмы от проглоченных магнитов настолько тяжёлые, что федеральные регуляторы создали для них специальный центр безопасности.** — несколько проглоченных магнитов могут вызвать перфорацию, непроходимость или смерть ([Источник](#))

## **Заключение**

Магнитные фоторамки работают в бизнесе, потому что переворачивают привычную логику рекламы: содержанием становится память получателя, а ваш бренд остаётся на виду как часть рамки. Фотографы на мероприятиях получают пользу сразу на месте, школы и клиники каждый год получают повод вновь связаться с клиентами, агенты сохраняют присутствие в проданных ими домах, а маркетологи превращают мимолётный визит на стенд в нечто, что люди уносят домой. Успех формата зависит от нескольких решений: правильное фото, неброское размещение бренда, вовремя выбранный момент вручения, запланированное обновление и безопасные рамки с надёжным креплением.

Если вы планируете кампанию, мероприятие или программу подарков клиентам, начните с

описанных выше сценариев использования и цели по запоминаемости, а затем [запросите расчёт стоимости и образец индивидуальных акриловых фоторамок-магнитов](#). Мы поможем подобрать рамку под вашу аудиторию, тиражи и сроки.

## Источники

1. Promotional Products Association International (PPAI), «Оценка объёма продаж PPAI: умеренный рост в 2024 году, но поводы для оптимизма сохраняются». [ppai.org](https://ppai.org) ↵
2. Патент США 5,050,834, «Рамка на магнитной опоре для фотографических карточек», выдан 24 сентября 1991 года. [PDF патента](#) ↵
3. The New York Times Wirecutter, «Лучшие фоторамки». [nytimes.com/wirecutter](https://nytimes.com/wirecutter) ↵
4. ASTM International, ASTM D788-24, Стандартная система классификации и основа спецификации для формовочных и экструзионных материалов из полиметилметакрилата (ПММА). [webstore.ansi.org](https://webstore.ansi.org) ↵
5. ASTM International, ASTM D4802-16, Стандартная спецификация на акриловый пластиковый лист из полиметилметакрилата. [standards.iteh.ai](https://standards.iteh.ai) ↵
6. Комиссия по безопасности потребительских товаров США, Информационный центр по магнитам. [cpsc.gov](https://cpsc.gov) ↵
7. Электронный свод федеральных нормативных актов, 16 CFR, часть 1262, Стандарт безопасности для магнитов. [ecfr.gov](https://ecfr.gov) ↵
8. Комиссия по безопасности потребительских товаров США, Руководство для бизнеса: магниты. [cpsc.gov](https://cpsc.gov) ↵
9. Комиссия по безопасности потребительских товаров США, Обучение для бизнеса: безопасность игрушек. [cpsc.gov](https://cpsc.gov) ↵

---

октября 21, 2026