



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



Программы блокнотов на заказ: общий логотип или персонализация для каждого получателя?

Details

Короткий ответ: Программа блокнотов на заказ обычно строится на одной из четырёх степеней глубины: единый логотип, несколько вариантов версий (по отделам или цветам), последовательная нумерация или полная персонализация с именами для каждого получателя. Каждый следующий шаг добавляет макеты на утверждение, работу с данными и сортировку. Как правило, это повышает стоимость одного экземпляра, дробит тираж по версиям и увеличивает срок изготовления. Выбирайте общий брендинг для мероприятий с неизвестными получателями, а имена оставьте для известных списков, например групп онбординга и подарков руководителям.



Почему решения о персонализации оказываются ошибочными, если принимать их в последнюю очередь

Большинство команд начинают заказ блокнотов с оформления обложки, а имена, номера или версии по отделам считают деталью, которую можно добавить потом. Именно такая очерёдность решений приводит к большинству неудачных программ. Как только к заказу прикрепляется список получателей, он становится не только печатным проектом, но и проектом по работе с данными. Кто-то должен отвечать за написание имён, коды версий и порядок упаковки, а любое позднее изменение проходит всю цепочку заново.

Ставки высоки, потому что фирменная рекламная продукция — не нишевая статья расходов. Дистрибьюторы рекламной продукции в США продали её на сумму [\\$26,78 миллиарда в 2024](#)

[году, рост составил 2,63 %^{\[1\]}](#), а блокноты конкурируют за этот бюджет с одеждой, посудой для напитков и техникой. Ошибка в имени на приветственном подарке — это больше, чем расходы на перепечатку. Это первое, что новый сотрудник замечает в компании. Оставшиеся именные блокноты нельзя передать никому другому, поэтому излишки, безвредные при тираже с общим логотипом, превращаются в отходы.

Решение — определить, насколько глубокой будет индивидуализация, до начала работы над дизайном. Затем выберите, где на изделии будет находиться каждый персональный элемент, и запланируйте работу с данными параллельно с работой над макетом. Именно этому решению посвящена остальная часть руководства.

Содержание

1. [Что означают четыре уровня индивидуализации](#)
2. [Как спланировать программу блокнотов на заказ: пошагово](#)
3. [Сравнение: как каждый уровень влияет на минимальные тиражи, стоимость и сроки](#)
4. [Подбор уровня для подарков, онбординга и мероприятий](#)
5. [Частые вопросы](#)
6. [Главное](#)
7. [Заключение](#)

Что означают четыре уровня индивидуализации

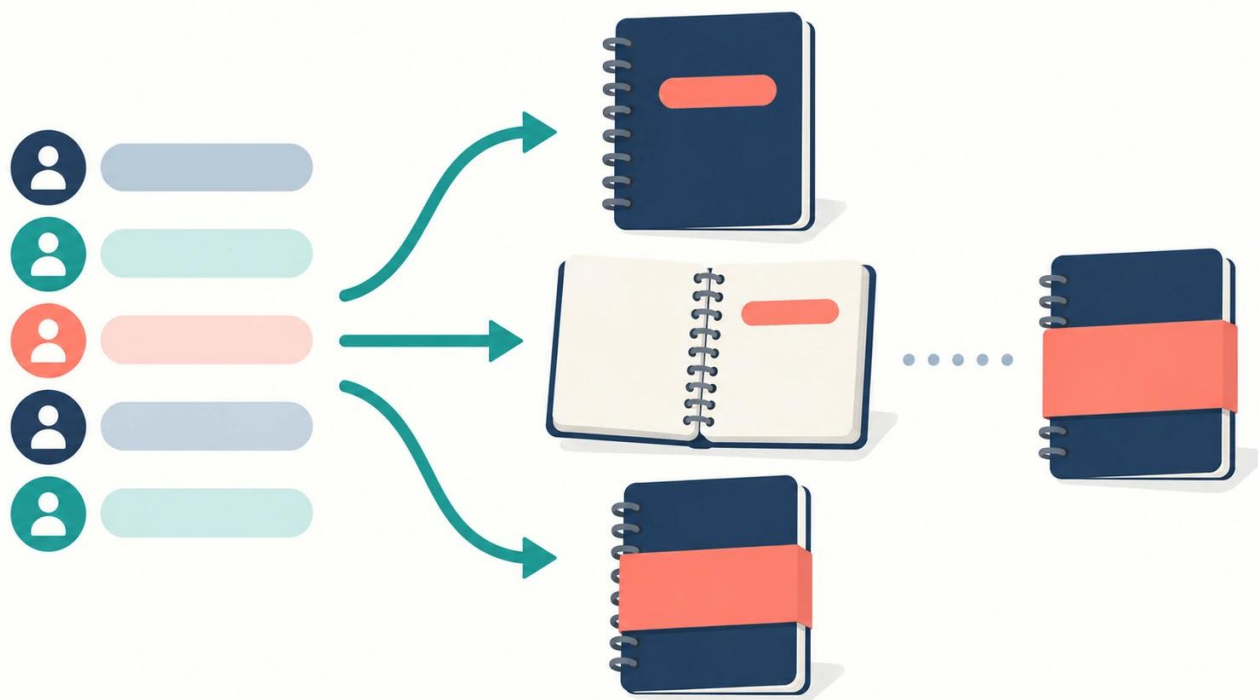
Понятие «на заказ» очень широкое. Блокнот с логотипом из металлической фольги на обложке и блокнот с именем конкретного сотрудника на каждой обложке одинаково называют блокнотами на заказ, но это совершенно разные работы. Поэтому при постановке задачи поставщику полезно прямо называть уровни.

- **Уровень 1: общий брендинг.** Все экземпляры одинаковы: одна и та же обложка, один и тот же блок, один цвет пружины. Поставщик настраивает производство один раз и выпускает весь тираж.
- **Уровень 2: варианты версий.** Небольшое число фиксированных дизайнов в одном заказе. Например, три цвета обложки для трёх регионов или разная внутренняя вставка для отдела продаж и инженерного отдела. Каждая версия — отдельная мини-работа со своим утверждением.
- **Уровень 3: последовательная нумерация.** Экземпляры одинаковы, кроме уникального номера. Так отслеживают, какой блокнот кому достался, или выдают учётные блокноты участникам учебной группы либо для конфиденциального проекта.
- **Уровень 4: персонализация для каждого получателя.** Каждый экземпляр несёт сведения об одном человеке: имя, должность или личное сообщение. Каждый экземпляр — изделие с переменными данными, которое должно попасть к конкретному получателю.

Формат переплёта здесь имеет значение. Рынок бумажных блокнотов велик и, по оценкам, составляет [\\$76,28 миллиарда в 2025 году, а на спиральный переплёт и Wire-O вместе пришлось 30,41 % выручки за 2024 год^{\[2\]}](#). Поэтому переплёт на металлическую пружину — одна из самых распространённых платформ для фирменных программ. [Переплёт на двойную металлическую пружину^{\[3\]}](#) замыкает металлические петли в пробитых отверстиях, а замкнутую пружину нельзя раскрыть, чтобы заменить даже один лист. Для персонализации это означает, что всё, что печатается на обложке или внутренних страницах, должно быть верным до переплёта. Чтобы исправить одно имя, нужно перерезать пружину и заново переплести этот

экземпляр. Элементы, добавляемые *после* переплёта, например чехол, поясok, наклейка-экслибрис или именная карточка в наборе, можно исправить, не трогая сам блокнот. Если нужна справка о самом переплёте, на [странице блокнотов Wire-O на заказ](#) рассказывается, чем переплёт на двойную пружину отличается от других форматов.

Как спланировать программу блокнотов на заказ: пошагово



1. **Оцените, насколько определён список получателей.** Спросите себя, насколько вы уверены, что имена, которые у вас есть сегодня, останутся теми же к дате поставки. Список новогодних подарков для нынешних сотрудников — с высокой определённостью. Программа онбординга для новичков на ближайшие два квартала — с низкой. Для выставки определённость фактически нулевая, ведь вы не знаете, кто подойдёт к стенду. Именно определённость списка, а не бюджет, должна задавать предел глубины индивидуализации.
2. **Выберите самый глубокий уровень, который выдержит список.** Списки с высокой определённостью выдерживают Уровень 4. Списки со средней определённостью — например, когда численность отделов известна, а отдельные имена могут измениться, — подходят для Уровня 2 или 3. Для неизвестных получателей — Уровень 1. Заходить глубже, чем позволяет список, значит платить за перепечатку.
3. **Решите, где будет находиться каждый персональный элемент.** Используйте три зоны: обложка (печатается до переплёта, самая заметная, труднее всего исправить), страница внутри блока (тоже до переплёта, видна только в раскрытом блокноте) и элементы, добавляемые после переплёта (чехол, поясok, наклейка, карточка). Распространённый гибрид — блокнот с общим брендингом и персонализированным чехлом или экслибрисом. Он создаёт ощущение личного подарка, а производство остаётся на Уровне 1.
4. **Составьте файл данных до утверждения макета.** Одна строка — один физический экземпляр. Столбцы должны содержать текст ровно в том виде, в каком он будет напечатан, код версии, порядковый номер (если он используется) и группу доставки.

Согласуйте максимальное число символов, которое помещается в зону макета, и проверьте на нём самое длинное реальное имя. Если программа охватывает несколько стран, убедитесь, что выбранный шрифт содержит все буквы с диакритическими знаками и нелатинские символы из списка. Отсутствующие глифы — частая ошибка, которая обнаруживается только на этапе согласования макета.

5. **Утверждайте версии и данные отдельно.** Утвердите по одному макету каждой версии, а затем макет полного списка, где каждое имя или номер показаны так, как будут напечатаны. Если персонализированные экземпляры печатаются другим способом, чем общие, спросите, работает ли типография по методике согласования цвета для разных способов печати, например по [G7, нацеленной на визуальное единообразие при разных способах печати](#)^[4]. Так именная обложка и обложка без имени не будут выглядеть как продукция двух разных брендов.
6. **Планируйте запас по типам.** В тираже Уровня 1 запасные экземпляры подойдут любому получателю. В тираже Уровня 4 — никому. Закажите небольшой резерв неперсонализированных экземпляров в том же дизайне и заранее договоритесь, как будет заменено одно неверно напечатанное имя и сколько это займёт времени.
7. **Стройте график от даты передачи в обратном порядке, с фиксацией данных.** Назначьте одну твёрдую дату, после которой список не меняется. Изменения после неё попадают во второй тираж или в элемент, добавляемый после переплёта. В основной тираж они не входят.

Насколько глубокой должна быть индивидуализация блокнота на заказ? Сравнение минимальных тиражей, стоимости и сроков

В таблице показаны только ориентировочные тенденции, потому что фактические минимальные тиражи, цены и сроки изготовления зависят от технологии, тиража и поставщика. Используйте её, чтобы сформулировать вопросы в запросе коммерческого предложения, а не чтобы задавать цифры.

Уровень	Влияние на минимальный тираж	Влияние на стоимость экземпляра	Влияние на срок изготовления	Лучше всего подходит для	Главный риск
1. Общий брендинг	Один минимальный тираж на весь заказ	Самая низкая: затраты на настройку распределяются на каждый экземпляр	Самый короткий: одно утверждение, один тираж	Выставки, конференции, розничный запас	Безликий вид при слабом дизайне
2. Варианты версий	Может применяться к каждой версии, поэтому уточняйте	Растёт с каждой дополнительной настройкой и уменьшением тиража версий	Дольше: по одному циклу согласования на каждую версию	Региональные команды, отделы, группы с несколькими брендами	Число версий расходится с реальной численностью
3. Последовательная нумерация	Обычно привязан к базовому тиражу	Умеренная: добавляется этап с переменными данными	Добавляются проверка диапазона номеров и сортировка	Учебные группы, учётные или отслеживаемые блокноты	Пропуски или дубли в реестре номеров

Уровень	Влияние на минимальный тираж	Влияние на стоимость экземпляра	Влияние на срок изготовления	Лучше всего подходит для	Главный риск
4. Имена для каждого получателя	Минимальный тираж базового заказа сохраняется, но каждый экземпляр уникален	Самая высокая: переменные данные, проверка каждого экземпляра, упаковка с сортировкой	Самый долгий: фиксация данных, макет списка, упаковка по получателям	Наборы для онбординга, подарки руководителям и клиентам	Опечатки в именах, поздние изменения, непригодные излишки
Гибрид (блокнот Уровня 1 + персонализированный 1 чехол или карточка)	Как на Уровне 1	Уровень 1 плюс дополнение	Блокнот выпускается заранее; персональный слой можно добавить позже	Непрерывный онбординг, подарки с неопределёнными списками	Дополнение может выглядеть оторванным, если оформлено отдельно

Выбор технологии нанесения так же важен, как и уровень. Методы, которым для каждого дизайна нужен физический штамп или форма, плохо масштабируются, когда каждый экземпляр уникален. Цифровые и другие безштамповые методы справляются с переменными данными проще. Запрашивая расчёт для персонализированного заказа, спросите, какую технологию поставщик применит для переменного элемента и совпадает ли она с отделкой общих частей обложки.

У нумерации есть соображение, которого нет у имён. Если нумерованные блокноты будут служить учётными записями, например в регламентированном журнале обучения, важна долговечность бумаги. [Стандарт ISO 9706 устанавливает требования к долговечности неотпечатанной бумаги для документов](#)^[5]; его редакция 1994 года была отозвана в 2025 году и пересмотрена как ISO 9706:2025. Стоит спросить, проверялась ли бумага внутреннего блока на соответствие этому стандарту и по какой редакции. Рекламному блокноту это не нужно. Блокноту для учётных записей — возможно.

Подбор уровня для подарков, онбординга и мероприятий



Онбординг. Здесь персонализация окупается сильнее всего, но здесь же её труднее всего запланировать. В потребительском исследовании PPAI [62 % респондентов сказали, что чувствовали себя ценными, когда работодатель дарил им рекламную продукцию, а 53 % — что чувствовали себя принятыми в команду](#)^[6]. Однако найм идёт непрерывно, и партия именных обложек устаревает, как только сдвигается дата выхода на работу. Обычно работает такая схема: на складе хранится блокнот Уровня 1 или Уровня 2, а имя каждого нового сотрудника добавляется на чехол, поясок или карточку в неделю его выхода. Цвета отделов (Уровень 2) позволяют HR персонализировать вид блокнота по командам, не отслеживая отдельные имена в производстве.

Подарки руководителям и клиентам. Список короткий, известный и стабильный, поэтому Уровень 4 вполне практичен. Тираж небольшой, поэтому более высокие трудозатраты на экземпляр слабее влияют на общий бюджет. Размещайте имя так, чтобы его было видно, но оно не походило на ярлык. Сдержанное размещение на обложке или отдельная первая страница обычно выглядят более продуманно, чем крупное имя через всю лицевую сторону.

Конференции. Это промежуточный случай. Если регистрация закрывается задолго до мероприятия, имена участников возможны, но есть риск неявки: именные экземпляры для отсутствующих участников пропадают впустую. Многие организаторы используют Уровень 1 для общего набора, а персонализацию оставляют для докладчиков и VIP-гостей, чьи списки подтверждаются раньше.

Выставки и открытые мероприятия. Здесь подходит Уровень 1, поскольку получатели неизвестны. Потратьте бюджет на то, чтобы общий дизайн захотелось сохранить. Хорошо сделанный блокнот, который выглядит как продукт, а не как раздаточный сувенир, даёт больше, чем любой переменный элемент.

Учебные программы. Здесь подходит нумерация (Уровень 3). Выдача блокнота с номером 14 участнику 14 упрощает сбор, аудит или повторную выдачу и исключает ошибки в написании имён.

Блокнот на заказ для розницы или для продажи автором — отдельный случай: персонализацию обычно выполняет покупатель, а не производство. Блокноты, которые можно персонализировать после покупки, например с пустой табличкой для имени или первой страницей для записи, часто лучше, чем печать имён вообще.

Частые вопросы

Вопрос: можно ли совместить в одном заказе общий брендинг и экземпляры с именами?

Обычно да. Типичная схема — общий базовый дизайн на весь тираж и переменный элемент на части экземпляров, например имена для VIP и простые обложки для всех остальных. Уточните у поставщика, печатаются ли именные и безымянные экземпляры одним и тем же способом, и утвердите по одному экземпляру каждого вида рядом, чтобы бренд выглядел единообразно.

Вопрос: как персонализировать блокноты в подарок с наименьшими затратами?

Оставьте сам блокнот на уровне общего брендинга, а персонализируйте то, что добавляется после переплёта: чехол, поясок, экслибрис или именную карточку. Блокнот получает эффективность единого тиража, а неверное или изменившееся имя означает лишь замену небольшого бумажного изделия, а не повторный переплёт на пружину. Запросите расчёт по обоим вариантам и сравните итоги.

Вопрос: как поступать с поздно принятыми сотрудниками и изменениями имён?

Назначьте дату фиксации данных и всё, что поступило после неё, относите ко второму тиражу или к элементу, добавляемому после переплёта. Держите небольшой запас неперсонализированных экземпляров в том же дизайне, чтобы опоздавший сотрудник не остался без блокнота. Не возвращайтесь к основному производственному тиражу ради единичных изменений.

Вопрос: нужны ли отдельные утверждения для вариантов по отделам?

Да. Каждая версия по сути — отдельный дизайн, поэтому утверждайте макет каждой из них. Держите число версий небольшим. Каждый дополнительный вариант добавляет цикл согласования и дробит тираж, что может повлиять на минимальные тиражи в зависимости от того, как их считает поставщик.

Вопрос: меняет ли персонализация требования к закупкам или документы по безопасности?

Может. Если программа заявляет о лесной сертификации, каждый вариант должен производиться и оформляться в счетах в рамках [сертификации поставщика FSC по цепочке поставок](#)^[7], а не только основная версия. Если имена рассчитаны на детей, как в школьной программе, блокноты могут считаться детскими товарами, для которых правила США ограничивают [общее содержание свинца в доступных частях на уровне 100 ppm](#)^[8]. Металлическая пружина — одна из таких частей. Требования к документам изложены на [странице товара с блокнотами Wire-O](#).

Вопрос: что происходит с именными блокнотами, которые так и не были вручены?

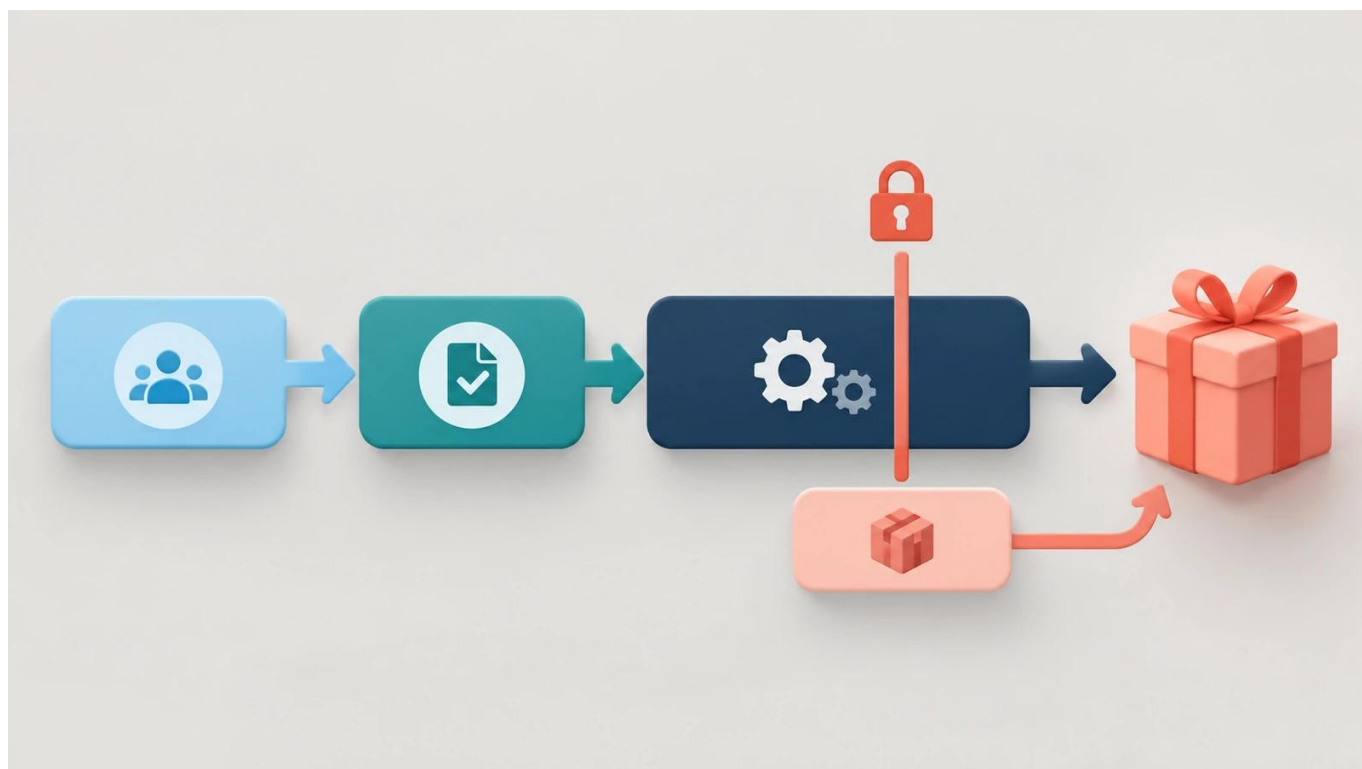
Как правило, их нельзя использовать повторно, и это самая веская причина оставлять излишки

неперсонализированными. Если их всё же нужно утилизировать, многие программы переработки в США просят [снять металлическую спираль или пружину перед сдачей бумаги в переработку^{\[9\]}](#). Это стоит учесть, если программа заявляет об экологичности.

Главное

- **Фирменная продукция — крупный канал, в котором блокноты конкурируют с другими товарами за бюджет** — \$26,78 миллиарда в продажах дистрибьюторов в США в 2024 году, рост на 2,63 % ([Источник](#))
- **Подарки от работодателя влияют на самочувствие новых сотрудников, поэтому онбординг — самый сильный довод в пользу персонализации** — 62 % почувствовали, что их ценят, а 53 % — что их приняли в команду ([Источник](#))
- **Переплёт на металлическую пружину — массовая платформа, поэтому планировать нужно с учётом того, что он неразъёмный** — на спиральный переплёт и Wire-O пришлось 30,41 % выручки от бумажных блокнотов за 2024 год ([Источник](#))
- **Детские программы повышают планку требований к персонализированным экземплярам** — предел общего содержания свинца 100 ppm для доступных частей детских товаров ([Источник](#))
- **Нумерованным блокнотам для учётных записей может потребоваться долговечная бумага** — стандарт ISO 9706 (редакция 1994 года) отозван в 2025 году и пересмотрен как ISO 9706:2025 ([Источник](#))

Заключение



Лучшая программа блокнотов на заказ — не самая персонализированная. Это та, у которой глубина индивидуализации соответствует определённости списка получателей. Используйте общий брендинг, когда не знаете, кто получит блокнот. Используйте варианты или нумерацию, когда известны группы, но не отдельные люди. Применяйте имена, только когда список короткий, стабильный и зафиксирован во времени. Если список постоянно меняется, вынесите

персональный слой на элемент, добавляемый после переплёта, чтобы пружину никогда не пришлось перерезать.

Когда будете готовы рассчитать программу, подготовьте число получателей, число версий, дату фиксации данных и дату передачи. Эти четыре параметра влияют на расчёт сильнее, чем оформление. Можно начать с [ассортимента блокнотов Wire-O на заказ](#) и запросить расчёт для уровня, который подходит вашей программе.

Источники

1. PPAI, «PPAI Sales Volume Estimate: умеренный рост в 2024 году, но поводы для оптимизма сохраняются», опубликовано 2025-02-20. [ppai.org](#) ↵
2. Mordor Intelligence, «Анализ размера и доли рынка бумажных блокнотов (2025–2030)», обновлено в январе 2026 года. [mordorintelligence.com](#) ↵
3. Википедия, «Wire binding», по состоянию на октябрь 2026 года. [en.wikipedia.org](#) ↵
4. PRINTING United Alliance, «Сертификации G7», по состоянию на октябрь 2026 года. [printing.org](#) ↵
5. ISO, «ISO 9706:1994 Информация и документация. Бумага для документов. Требования к долговечности», отозван 2025-05-29, заменён стандартом ISO 9706:2025. [iso.org](#) ↵
6. PPAI Research, «Потребители тянутся к рекламной продукции в тяжёлые экономические времена», опубликовано 2023-03-13; опрос проведён в феврале 2023 года, n>480. [ppai.org](#) ↵
7. Forest Stewardship Council, «Цепочка поставок», по состоянию на октябрь 2026 года. [fsc.org](#) ↵
8. Комиссия по безопасности потребительских товаров США, «Общее содержание свинца», по состоянию на октябрь 2026 года. [cpsc.gov](#) ↵
9. Город Сан-Хосе, «San José Recycles: блокноты», по состоянию на октябрь 2026 года. [sanjoserecycles.org](#) ↵

октября 21, 2026