Zigpac

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**



Нетканые или хлопковые шоперы для мероприятий и выставок: сравнение стоимости одной сумки, качества печати и повторного использования

Details

Коротко: Для массовой раздачи на оживлённой выставке сшитые нетканые шоперы Zigpac обычно дают самую низкую стоимость одной сумки (US$0,48 за штуку при тираже от 1 000, цены на ноябрь 2026 года, окончательная цена указывается в коммерческом предложении). Лёгкие хлопковые шоперы (US$0,75 при тираже от 1 000) лучше подходят, если вам нужна сумка, которую квалифицированные лиды, VIP-гости или участники сообщества сохранят и будут носить месяцами. Ценовая сетка на нетканый шопер начинается с 500 pcs, окончательный минимальный объём заказа указывается в коммерческом предложении. Ценовая сетка на хлопковый шопер начинается с 100 pcs, окончательный минимальный объём заказа также указывается в коммерческом предложении. Выбирайте по тому, какую задачу сумка должна решать после выставки, а не только по цене за штуку, и утвердите физический образец до запуска тиража.

У вас есть стенд, стойка регистрации или общественное мероприятие и бюджет на брендированные шоперы: от нескольких сотен до нескольких тысяч штук. Обычно выбор сводится к двум вариантам: нетканые или хлопковые шоперы. Первый вариант — сшитый спанбонд из полипропилена по самой низкой цене, второй — лёгкий тканый хлопок, который ощущается как настоящая сумка. Ошибка в выборе обходится дорого. Либо вы переплатите за сумки, которые случайные посетители выбросят в гостиничную урну, либо вручите VIP-гостям то, что выглядит как упаковка.

Ставки высоки. Продажи дистрибьюторов промопродукции в США достигли US$27,1 миллиарда в 2025 году[1], поэтому ваша сумка конкурирует с массой другого мерча за место в повседневной жизни человека. Критики давно утверждают, что большинство конференционных шоперов «не особенно прочны и не слишком хорошо продуманы», чтобы дожить хотя бы до похода в магазин, — как писал Fast Company[2]. Маркетологи на форумах говорят то же самое прямее: полипропиленовые шоперы годятся для раздачи, а хлопковые используют повторно. Это руководство превращает такое чутьё в цифры, которые можно заложить в бюджет. В нём разобраны стоимость одной сумки при реальных тиражах, печать логотипа на каждом материале и то, какую сумку люди оставляют себе. Также рассмотрено, как каждая сумка доставляется к стенду, какие экологические формулировки выдерживают проверку и как сделать заказ вовремя.



Содержание

1. Что именно вы сравниваете?
2. Нетканые или хлопковые шоперы: выбор по типу мероприятия
3. Стоимость одной сумки при тиражах 500, 1 000, 3 000 и 5 000
4. Качество печати: спанбонд PP против хлопка 4–6 oz
5. Повторное использование и срок службы после выставки
6. Логистика на стенде
7. Экологические заявления, которые можно обосновать
8. Матрица выбора и смешанный заказ
9. Как заказать любую из сумок к мероприятию
10. Часто задаваемые вопросы

Что именно вы сравниваете?

Сшитый нетканый шопер кроят и шьют из полипропиленового спанбонда. Этот материал представляет собой полотно из волокон, скреплённых нагревом, а не сотканных на станке. По текстильным правилам США родовое название волокна для полипропилена — олефин[3]. Это пластиковый текстиль, и от этого зависит, как на нём ложится краска и что о нём можно заявлять. Плотность материала указывается в GSM (г/м²). О том, как выбрать плотность, читайте в нашем отдельном руководстве по плотности нетканых сумок в GSM. Здесь мы это не повторяем.

Лёгкий хлопковый шопер шьют из хлопковой ткани плотностью 4–6 oz/yd², то есть примерно 136–203 g/m². При равной площади такая ткань примерно в 1,7–2,5 раза тяжелее нетканого материала плотностью 80 GSM, распространённого в американских промокаталогах. Разница заметна на ощупь, в печати и в весе при отправке. Характеристики нетканого варианта, включая материал, швы и приёмочные проверки, приведены на странице спецификации нетканых шоперов на заказ.

Нетканые или хлопковые шоперы: выбор по типу мероприятия

Отталкивайтесь от того, что сумка должна делать в день мероприятия и в последующие недели. Выберите вариант по этой таблице, а затем сверьтесь с разделами о стоимости и печати ниже.

Тип мероприятия	Рекомендуемый материал	Почему
1-дневная выставка, раздача посетителям у стенда	Сшитый нетканый материал	Самая низкая стоимость одной сумки при больших тиражах; яркие, ровные плашечные цвета; посетителям нужно в чём-то носить брошюры по залу
Комплект регистрации на многодневной конференции	Лёгкий хлопок (5–6 oz) или нетканый материал, если участников много	Хлопок складывается плоско в коробки с комплектами, а участники носят его несколько дней, поэтому бренд дольше остаётся на виду
Розничная или брендовая активация	Хлопок, если сумка — часть впечатления от бренда; нетканый материал для массового сэмплинга	Воспринимаемая ценность должна соответствовать тому, каким бренд хочет выглядеть
Подарок VIP-гостю или спикеру	Хлопок 8–10 oz, если рассчитываете на многократное использование	Более плотный тканый хлопок воспринимается как подарок, а не как упаковка
Мероприятие на открытом воздухе или в дождливую погоду	Нетканый материал	Полипропилен не впитывает воду, а тонкий хлопок промокает насквозь и показывает грязь
Мероприятие на тему устойчивого развития	Та сумка, которую ваша аудитория действительно будет использовать повторно, — обычно хлопковая	Ни один материал сам по себе не «экологичен»; обоснованный посыл — повторное использование (см. ниже)

Стоимость одной сумки при тиражах 500, 1 000, 3 000 и 5 000

В Zigpac для обеих сумок действуют актуальные ценовые сетки. Ценовая сетка на нетканый шопер начинается с 500 pcs, окончательный минимальный объём заказа указывается в коммерческом предложении. Ценовая сетка на хлопковый шопер начинается с 100 pcs, окончательный минимальный объём заказа также указывается в коммерческом предложении. Ниже приведены итоговые суммы для каждого уровня, все умножения проверены. Все цены действуют на ноябрь 2026 года, окончательная цена указывается в коммерческом предложении.

Тираж	Сшитый нетканый (за сумку → итого)	Лёгкий хлопок (за сумку → итого)	Разница
100	Ниже первого уровня — запросите коммерческое предложение	US$1,30 → US$130	—
500	US$0,65 → US$325	US$0,95 → US$475	US$150
1,000	US$0,48 → US$480	US$0,75 → US$750	US$270

Тираж	Сшитый нетканый (за сумку → итого)	Лёгкий хлопок (за сумку → итого)	Разница
3,000	US$0,35 → US$1 050	US$0,55 → US$1 650	US$600
5,000	US$0,28 → US$1 400	Цена уровня от 3 000: US$0,55 → US$2 750 (цены на более крупные тиражи — в коммерческом предложении)	US$1 350

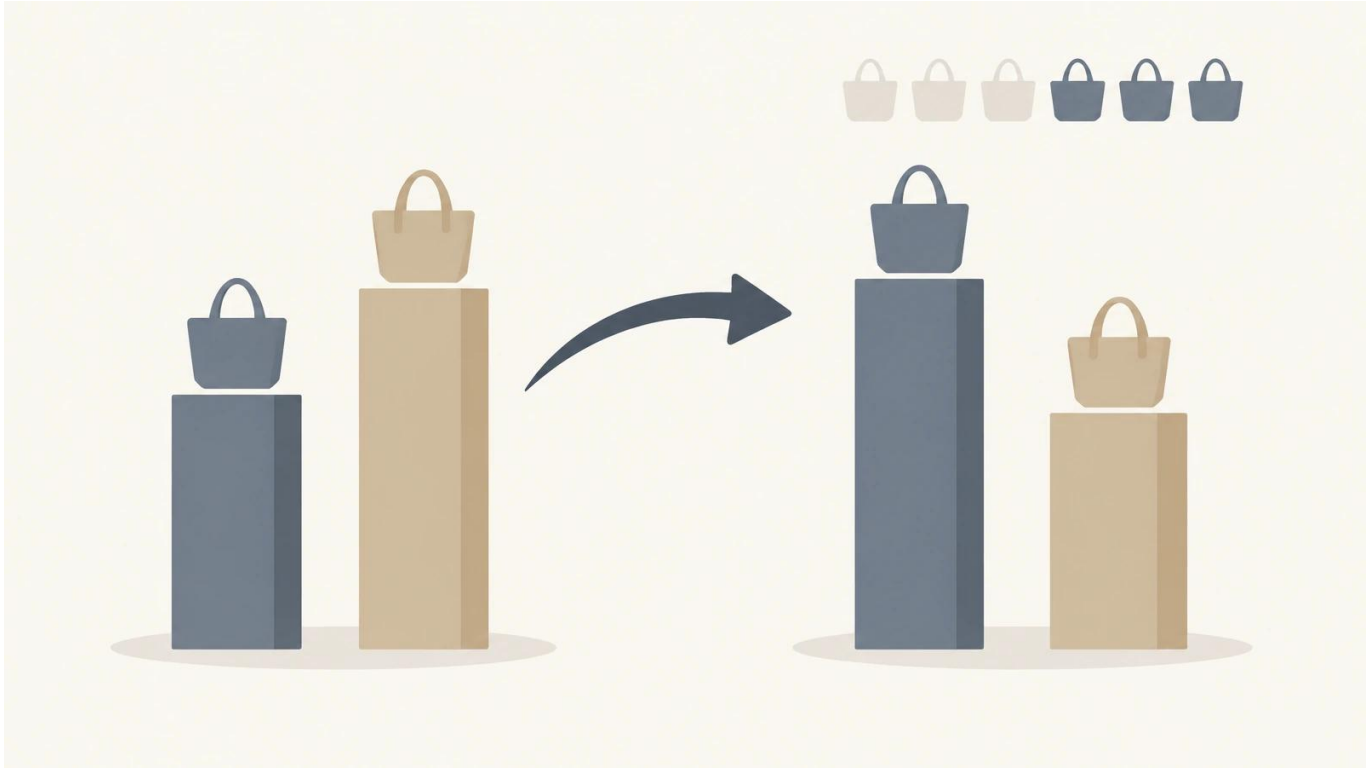
Цена за штуку — лишь часть затрат. Итоговая сумма в предложении зависит от размера сумки, количества цветов и мест печати, наличия боковых вставок и способа упаковки. На нетканом материале каждый дополнительный цвет трафаретной печати добавляет плату за подготовку. Доставка и ввозная пошлина для обеих сумок оплачиваются отдельно. Хлопковая ткань тяжелее в пересчёте на квадратный метр, поэтому и доставка на тысячу сумок обойдётся дороже. Запрашивайте стоимость с доставкой до адреса стенда, а не цену на заводе.

Показатель точнее: стоимость одной сумки, которую действительно оставили себе

Брендированную сумку покупают ради показов бренда после выставки. Дешёвая сумка, отправившаяся в урну, в пересчёте на одну носимую сумку стоит дороже, чем более дорогая, которой пользуются. Ни одно открытое исследование не даёт надёжной доли сохранения для какого-либо из материалов, поэтому считайте приведённый ниже расчёт **гипотетической иллюстрацией, а не данными**. Допустим, закуплено по 1 000 сумок каждого типа. Через месяц всё ещё носят 30 % нетканых сумок и 60 % хлопковых.

- Нетканый: US$480 ÷ 300 сохранённых сумок = US$1,60 за одну сохранённую сумку
- Хлопок: US$750 ÷ 600 сохранённых сумок = US$1,25 за одну сохранённую сумку

Общее правило проще любой предполагаемой доли. При тираже от 1 000 хлопок дороже в 0,75 ÷ 0,48 ≈ 1,56 раза за сумку. Значит, по стоимости одной сохранённой сумки он выигрывает, только если его доля сохранения превышает долю нетканых сумок более чем примерно в 1,56 раза. Если для нетканых вы ожидаете 30 %, хлопку нужно превзойти примерно 47 %. Для случайных посетителей у стенда это высокая планка. Для квалифицированных лидов, которые сами пришли к вашему стенду, это вполне реально. Не стоит полагаться на допущения. Измерьте собственный показатель с помощью вопроса в опросе после мероприятия или фотоконкурса с вашей сумкой.



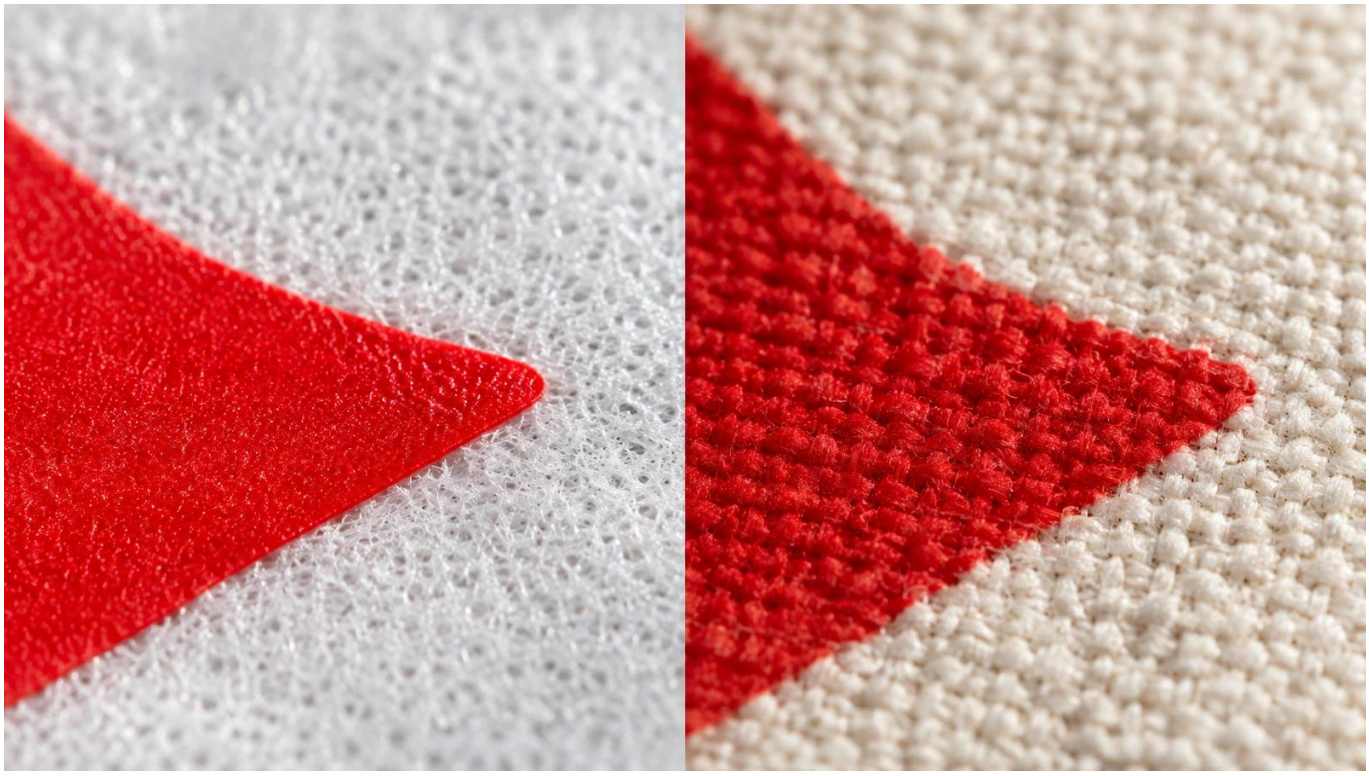
Качество печати: спанбонд PP против хлопка 4–6 oz

Эти два материала по-разному воспринимают краску, поэтому один и тот же файл логотипа может выглядеть на них совсем по-разному. На полипропиленовом спанбонде краска ложится на поверхность, а не впитывается. Плашечные цвета получаются яркими и ровными, что хорошо подходит для выразительных логотипов. Материал чувствителен к нагреву и не допускает сублимации. Фотографические градиенты требуют термотрансфера или полноцветной печати с ламинацией, а каждый дополнительный цвет трафаретной печати увеличивает стоимость подготовки.

На лёгком хлопке краска впитывается в переплетение нитей. Для одного-двух плашечных цветов стандартом служит трафаретная печать. На натуральном хлопке она даёт более тёплый, слегка мягкий вид, который многие бренды воспринимают как более премиальный. Тонкая ткань 4–6 oz может размывать очень тонкие линии. Крупные сплошные заливки краской делают полотно жёстким и могут трескаться на сгибах. Фото и градиенты переносят методом DTF, а сублимация на чистом хлопке не работает.

Тип макета	На сшитом нетканом материале	На лёгком хлопке
Логотип в 1–2 плашечных цвета	Отлично: трафаретная печать, чёткая и яркая	Отлично: трафаретная печать, более тёплый оттенок
Мелкий текст или тонкие линии	Хорошо, если штрихи не волосяные; проверьте на образце	Тонкие линии могут размываться на тонкой ткани; утолщите штрихи
Крупные сплошные цветовые заливки	Печатаются равномерно	Могут трескаться на сгибах; уменьшите слой краски или площадь заливки
Фото или градиент	Термотрансфер или полноцветная печать с ламинацией	DTF
Светлая краска на тёмной ткани	Нужна кроющая краска; утвердите контраст на образце материала	Нужна кроющая краска или подложка; утвердите на ткани

Самая частая жалоба в отзывах покупателей связана не с дефектом печати. Чаще всего логотип теряется на сумке, которая оказалась темнее, чем ожидал покупатель. Zigpac рекомендует утверждать контраст краски для нетканых шоперов на физическом образце материала. Такую же проверку по физическому образцу Zigpac советует проводить и для хлопка до запуска тиража. Макет на экране не покажет, как краска ляжет на настоящую ткань.



Повторное использование и срок службы после выставки

Отраслевые руководства по материалам неизменно позиционируют нетканый полипропилен для массовой раздачи и краткосрочного использования. Хлопок же предназначен для сумок, которые носят постоянно. Zigpac проводит похожую границу и внутри самого хлопка: плотность 5–6 oz подходит для раздачи на конференциях, а 8–10 oz — для сумок многоразового использования. Кроме того, хлопок плоско складывается в ящик стола или в машину, поэтому его чаще берут с собой. Если вы ожидаете, что участники будут стирать сумку, запросите предварительно усаженную ткань. Неусаженный хлопок может сесть до 10 % при первой стирке. В отзывах покупателей на оптовые хлопковые шоперы усадка после машинной сушки упоминается постоянно. Нетканый материал следует чистить локально и сушить на воздухе, но ни в коем случае не гладить.

Материал определяет лишь половину решения, оставить ли сумку себе. Для любой из сумок не менее важны три конструктивных решения:

- **Размер под реальные вещи.** Если в сумку свободно входит чехол для ноутбука или папка формата A4 (210 × 297 mm), её будут носить на работу и учёбу.
- **Длина ручек для ношения на плече.** Короткие ручки, рассчитанные только на руку, превращают сумку в «пакет для продуктов». С длинными ручками её носят на плече и на людях.
- **Дизайн, с которым хочется показаться на людях.** Небольшой аккуратный знак или иллюстрация на тему мероприятия служат дольше, чем огромный логотип. Люди редко носят рекламу, которую не выбирали сами.

Логистика на стенде

Нетканый материал выигрывает по весу. Более лёгкая ткань означает более лёгкие коробки, которые нужно нести от разгрузочной площадки, и меньшую стоимость доставки на тысячу сумок. Хлопок выигрывает по объёму. Тонкий хлопок складывается площе, чем сшитый нетканый шопер с боковыми вставками, поэтому команда регистрации может укладывать его в коробки с комплектами или убирать под стойку. В сырую погоду не ставьте коробки с хлопком на бетонный пол: влажный хлопок может заплесневеть в закрытой коробке. Нетканый материал гораздо лучше переносит дождь на открытом стенде. При срочных заказах для обеих сумок помогает простой макет. Логотип в 1 цвет на сумке стандартного размера избавляет от дополнительной подготовки и повторного согласования макета, а именно на этих этапах обычно срываются сроки.



Экологические заявления, которые можно обосновать

Ни одна из сумок по умолчанию не экологичнее другой. Важно лишь, сколько раз её используют повторно. Агентство по охране окружающей среды Великобритании в своей оценке жизненного цикла пакетов для покупок[4] (2011) установило, что нетканую полипропиленовую сумку нужно использовать примерно 11 раз, а хлопковую — примерно 131 раз. Только тогда её потенциал глобального потепления окажется ниже, чем у обычного тонкого пластикового пакета-майки, использованного однократно. Оценка Датского агентства по охране окружающей среды 2018 года учитывала не только климат, но и другие категории воздействия, и точка безубыточности для хлопка оказалась ещё намного выше. Как подытожила The Guardian в 2024 году[5], большинство промошоперов даже близко не достигают того числа повторных использований, которого требуют эти исследования.

Отсюда следуют четыре правила формулировок:

- Полипропиленовый нетканый материал — это пластик, и он не является биоразлагаемым. Никогда не печатайте и не публикуйте для него слово «биоразлагаемый».

- Согласно Green Guides FTC, безоговорочное заявление «пригодно к переработке» требует, чтобы доступ к сбору имело существенное большинство — не менее 60 % — потребителей или населённых пунктов, где продаётся товар (16 CFR 260.12[6]). Большинство программ раздельного сбора у дома не принимают мягкие полипропиленовые сумки, поэтому любые формулировки о переработке нужно сопровождать оговорками.
- FTC также предостерегает от широких безоговорочных формулировок вроде «экологичный» или «зелёный» (рекомендации FTC для потребителей[7]). Не используйте их ни для одной из сумок.
- Пишите «органический хлопок» только в том случае, если к ткани для вашего заказа прилагаются документы о сертификации GOTS.

Убедительный посыл касается поведения: «Используйте эту сумку повторно. Каждый раз она заменяет одноразовый пакет». А затем сделайте сумку такой, чтобы люди действительно так поступали.

Матрица выбора и смешанный заказ

Если ваш приоритет…	Выбирайте
Самая низкая стоимость одной сумки при тираже от 1 000	Нетканый материал (US$0,48 против US$0,75, ноябрь 2026 года, окончательная цена — в коммерческом предложении)
Небольшой тираж в несколько сотен штук	Хлопок (ценовая сетка начинается с 100 pcs, окончательный минимальный объём заказа — в коммерческом предложении)
Яркий логотип ровными плашечными цветами	Нетканый материал
Мягкость, премиальность и долгое использование	Хлопок 8–10 oz для многократного использования
Дождь или открытый стенд	Нетканый материал
Самое плоское складывание для коробок с комплектами	Лёгкий хлопок
Фото или градиент в макете	Подойдёт любой: ламинация или термотрансфер на нетканом материале, DTF на хлопке

Многим экспонентам выбирать не обязательно. При смешанном заказе нетканые сумки раздают потоку посетителей у стенда, а хлопковые держат за стойкой для отсканированных лидов, VIP-гостей и спикеров. Пример расчёта для выставки примерно на 3 500 сумок: 3 000 нетканых по US$0,35 = US$1 050 плюс 500 хлопковых по US$0,95 = US$475, итого US$1 525. Только хлопок по цене уровня от 3 000 обошёлся бы в 3 500 × US$0,55 = US$1 925. Только нетканые сумки — 3 500 × US$0,35 = US$1 225. Доплатив US$300 по сравнению с вариантом «только нетканые», вы вручите 500 самым ценным контактам ту сумку, которую они скорее всего сохранят. Каждая позиция рассчитана по своему уровню цен. Цены действуют на ноябрь 2026 года, окончательная цена указывается в коммерческом предложении, доставка оплачивается отдельно.



Как заказать любую из сумок к мероприятию

В Zigpac коммерческое предложение готовят за 1–6 часов; сложные проекты требуют 6–24 часов инженерной проверки. Производство начинается в течение 2 часов после подтверждения оплаты. Стандартный срок производства — 10–15 дней плюс время доставки, окончательный график указывается в коммерческом предложении. К каждому заказу прилагается бесплатный eProof, а физические образцы отправляются за US$5–30. Оптовые покупатели могут запросить персонального менеджера по электронной почте.

1. **Отправьте техническое задание:** файл логотипа, тираж по каждому материалу, размер сумки, цвета и места печати, дату мероприятия и адрес доставки. Запросите предложения на нетканый, хлопковый или смешанный вариант для сравнения.
2. **Рассчитайте сроки в обратном порядке от даты мероприятия:** дата мероприятия минус резерв на монтаж стенда, минус время доставки, минус 10–15 производственных дней, минус время на согласование макета и образца. Определите крайнюю дату заказа до того, как утвердите дизайн.
3. **Утвердите бесплатный eProof** с указанием расположения, размера и цветов.
4. **Утвердите физический образец,** чтобы проверить контраст краски, ощущение ткани, длину ручек и то, как сумка складывается. Пропускайте этот этап, только если сроки действительно этого не позволяют.
5. **Подтвердите критерии приёмки письменно:** тираж, размер, расположение печати и количество в коробке. Подробности о материале и швах нетканого варианта описаны на странице «Нетканые шоперы на заказ» ; хлопковый вариант — «Лёгкие хлопковые шоперы на заказ» (Custom Lightweight Cotton Tote Bags) от Zigpac.

Часто задаваемые вопросы

Вопрос: какие шоперы лучше для раздачи на выставке — нетканые или хлопковые?

Нетканые обычно лучше для массовой раздачи посетителям у стенда, а хлопковые — для

сумок, которые должны сохранить квалифицированные лиды. В Zigpac на уровне от 1 000 цена составляет US$0,48 за сшитый нетканый шопер и US$0,75 за лёгкий хлопковый (ноябрь 2026 года, окончательная цена — в коммерческом предложении). Поэтому решающий вопрос в том, оправдывает ли более высокая доля сохранения хлопка эту разницу для вашей аудитории.

Вопрос: насколько хлопковая сумка дороже нетканой?

На общих уровнях цен хлопок дороже примерно на 46–96 % за сумку. Это US$0,95 против US$0,65 при тираже 500, US$0,75 против US$0,48 при 1 000 и US$0,55 против US$0,35 при 3 000 (ноябрь 2026 года, окончательная цена — в коммерческом предложении). Доставка и пошлина оплачиваются отдельно и для более тяжёлого хлопка обычно выше.

Вопрос: можно ли напечатать полноцветное фото на любой из сумок?

Да, но ни на одной из них — не сублимацией. Для нетканого материала используют термотрансфер или полноцветную печать с ламинацией, для хлопка — DTF. Оба способа дороже трафаретной печати в один или 2 цвета.

Вопрос: можно ли стирать лёгкий хлопковый шопер?

Да, если ткань предварительно усажена. Неусаженный хлопок может сесть до 10 % при первой стирке, поэтому заказывайте усаженную ткань или добавьте рекомендацию сушить сумку в расправленном виде. Нетканый материал следует чистить локально и сушить на воздухе, но ни в коем случае не гладить.

Вопрос: можно ли называть нетканый шопер экологичным или пригодным к переработке?

Нет, без оговорок нельзя. Полипропиленовый нетканый материал — небиоразлагаемый пластик. Безоговорочное заявление «пригодно к переработке» должно соответствовать порогу доступности сбора FTC в 60 %. Кроме того, FTC не рекомендует широкие формулировки вроде «экологичный». Обосновать можно заявление «Создано для многократного использования».

Вопрос: за какое время нужно заказывать шоперы к мероприятию?

Закажите не позднее даты мероприятия за вычетом времени доставки, стандартных 10–15 дней производства и времени на eProof и физический образец, если он нужен. Запросите коммерческое предложение, как только станет примерно известно число участников. Окончательный график подтверждается в коммерческом предложении.

Главное

- **Нетканый материал выигрывает по цене за штуку при больших тиражах.** — US$0,48 против US$0,75 за сумку при тираже от 1 000, ноябрь 2026 года, окончательная цена — в коммерческом предложении (Источник)
- **Хлопок выигрывает по стоимости одной сохранённой сумки, только если его доля сохранения примерно в 1,56 раза выше.** — 0,75 ÷ 0,48 ≈ 1,56 (Источник)
- **Воздействие на окружающую среду определяет повторное использование, а не материал.** — около 11 использований для нетканого PP против 131 для хлопка, чтобы превзойти одноразовый пластиковый пакет по влиянию на климат (Источник)
- **Безоговорочные заявления «пригодно к переработке» требуют широкой**

доступности сбора. — не менее 60 % потребителей или населённых пунктов (Источник)
- **Ваша сумка конкурирует на переполненном рынке мерча.** — US$27,1 миллиарда продаж промопродукции в США в 2025 году (Источник)
- **Смешанный заказ решает обе задачи.** — 3 000 нетканых плюс 500 хлопковых обходятся примерно в US$1 525 против US$1 925 за вариант «только хлопок» (Источник)

Вывод

Если цель — охват, выбирайте сшитый нетканый шопер и вложите сэкономленное в более удачный дизайн. Если нужна сумка, которую лиды и VIP-гости будут носить месяцами, выбирайте хлопок и подбирайте размер под реальные вещи. Если у вас обе аудитории, разделите заказ. Отправьте логотип, тираж, размер сумки, цвета печати, дату мероприятия и адрес доставки, чтобы получить письменное коммерческое предложение на нетканый, хлопковый или смешанный вариант. Zigpac подтверждает окончательный минимальный объём заказа, цену и сроки в коммерческом предложении. Перед производством предоставляется бесплатный eProof, а физические образцы стоят US$5–30.

Примечания

1. PPAI, «Оценка объёма продаж PPAI: промоиндустрия достигла нового максимума, но её сдерживает внешняя нестабильность», 12 января 2026 г. https://www.ppai.org/media-hub/ppai-sales-volume-estimate-promo-reaches-new-height-but-hampered-by-external-volatility/ ↩
2. Fast Company, «Пора перестать тратить миллиарды на дешёвый конференционный мерч», 2 ноября 2018 г. https://www.fastcompany.com/90260185/its-time-to-stop-spending-billions-on-cheap-conference-swag ↩
3. Федеральная торговая комиссия США, 16 CFR, часть 303, Правила и положения в соответствии с Законом об идентификации текстильных волокнистых изделий (родовое название волокна «олефин», § 303.7). https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-I/subchapter-C/part-303 ↩
4. Агентство по охране окружающей среды Великобритании, «Оценка жизненного цикла пакетов для покупок в супермаркетах: обзор пакетов, доступных в 2006 году», опубликовано в 2011 году. https://www.gov.uk/government/publications/life-cycle-assessment-of-supermarket-carrierbags-a-review-of-the-bags-available-in-2006 ↩
5. The Guardian, материал о многоразовых шоперах, 30 июля 2024 г. https://www.theguardian.com/environment/article/2024/jul/30/reusable-tote-bags ↩
6. Федеральная торговая комиссия США, Руководство по использованию экологических маркетинговых заявлений, 16 CFR § 260.12 (заявления о пригодности к переработке). https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-I/subchapter-B/part-260/section-260,12 ↩
7. Федеральная торговая комиссия США, раздел «Советы потребителям», «Экологичные и „зелёные“ маркетинговые заявления», 19 мая 2021 г. https://consumer.ftc.gov/eco-friendly-green-marketing-claims ↩
8. ASI, «ASI сообщает о рекордных $26,6 миллиарда годовых продаж в индустрии промопродукции», 12 февраля 2025 г. (перекрёстная проверка объёма канала за 2024 год). https://www.prnewswire.com/news-releases/asi-reports-record-26-6-миллиард-in-annual-sales-for-promo-products-industry-302375240.html

ноября 25, 2026