



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



Бумажные навесные ярлыки с индивидуальной печатью: спецификация, цветопроба и руководство по закупке

Product Image













Details

На бумажных навесных ярлыках с индивидуальной печатью спереди размещают логотип, а сзади — цену, размер и QR-код. До начала печати в хорошем заказе письменно фиксируют пять пунктов: готовый размер, толщину материала, размер и расположение отверстия, способ крепления и подписанный физический образец. Затем этот образец становится эталоном цвета для всех повторных заказов.

Кто покупает бумажные навесные ярлыки с индивидуальной печатью и какую задачу должен решать каждый ярлык? [↑](#)

Большинство тех, кто ищет навесные ярлыки на заказ, уже сравнивают поставщиков. Типичные покупатели — основатели и дизайнеры небольших брендов одежды, аксессуаров,

подарков и изделий ручной работы. В крупных брендах участвуют отделы закупок и электронной коммерции, а дизайн упаковки, мерчандайзинг и финансы согласуют заказ. Реальная задача — объединить в одном заказе визуальный стиль бренда, обязательную информацию, материал и отделку, отверстие и крепление, сроки поставки и полную стоимость. Одной цены за единицу для этого недостаточно.

Назначьте каждому ярлыку одну основную функцию: узнаваемость бренда, розничную цену и размер, историю товара, акцию или QR-ссылку на информацию о прослеживаемости. Руководство 4OVER4 по навесным ярлыкам для одежды^[1] рекомендует размещать логотип и название бренда спереди. Цену, размер, состав волокон, страну происхождения и основные сведения по уходу размещают сзади, а QR-код содержит всё дополнительное, «поскольку ярлык мал». Отдельно перечисляйте обязательные поля и необязательный маркетинговый текст. Если при магазинном освещении оборот нельзя прочесть с одного взгляда, перенесите содержание на страницу QR-кода, а не уменьшайте шрифт.

Почему заказы на навесные ярлыки проваливаются, хотя пробный образец выглядел хорошо? [↑](#)

Проблема начинается с неполной спецификации. Многие покупатели не определили готовый размер, одностороннюю или двустороннюю печать, расположение отверстия, форму углов, штрихкод или краткие сведения по уходу. Коммерческие предложения на основе неполных спецификаций нельзя честно сравнить, а пробелы проявляются только после печати ярлыков.

Неполные спецификации, пружинг, упаковка и обмен информацией могут сорвать заказ. Руководство по размерам 4OVER4^[4] говорит: «Отверстие — это место, откуда приходит большинство переделок», и отмечает, что сверление отверстия — отдельная опция конфигуратора, а не автоматическая.

Для печатных бумажных подвесных бирок на заказ подтвердите спецификации и критерии приёмки до начала производства. MOQ, цену за единицу, срок производства и варианты наличия на складе подтверждаются в письменном коммерческом предложении, а при важности цвета или отделки также на физическом образце.



Содержание

- [Кто покупает бумажные навесные ярлыки на заказ и для какой задачи?](#)
- [Почему заказы проваливаются, хотя пробный образец выглядел хорошо?](#)
- [Что такое печатный бумажный навесной ярлык и что он не может заменить?](#)
- [Как подготовить спецификацию, проверить и утвердить заказ?](#)
- [Какой материал, отделка и крепление соответствуют вашему бюджету?](#)
- [Как составить заявления на ярлыке и запрос коммерческого предложения, которые выдержат проверку?](#)
- [Что должен помнить каждый покупатель?](#)
- [Готовы превратить спецификацию в коммерческое предложение?](#)

Что такое бумажный навесной ярлык с индивидуальной печатью и что он не может заменить? [↑](#)

Бумажный навесной ярлык с индивидуальной печатью — это съёмная карточка, обычно из мелованного картона или крафт-картона, с печатью с одной или обеих сторон, с пробитым или просверленным отверстием и креплением на шнур, ленту, шнур с замком-защёлкой или пластиковый фиксатор. Он представляет идентичность бренда и розничную информацию в точке продаж, после чего покупатель должен его снять.

Навесной ярлык не является ярлыком по уходу. Согласно [16 CFR часть 423^{\[9\]}](#), ярлык по уходу — это «постоянная этикетка или ярлык», прикреплённый так, чтобы «не отделяться от изделия». Раздел 423,6(a) разрешает указывать сведения по уходу на навесном ярлыке только дополнительно, если упаковка или способ складывания скрывают постоянную этикетку. Состав волокон, страна происхождения и номер RN или название компании регулируются отдельными правилами FTC для текстиля и шерсти и должны быть на постоянных этикетках; для одежды с горловиной страна происхождения указывается на лицевой стороне этикетки в центре внутренней части горловины. Ваш ярлык может повторять сведения по уходу, совпадающие с вшитой этикеткой, но его нельзя описывать как соответствующий требованию к маркировке по

уходу. Тканая этикетка приобретается отдельно: она выдерживает стирку, а бумажный ярлык передаёт сезонную историю.

Как подготовить спецификацию, проверить и утвердить заказ на навесные ярлыки? [↑](#)

Шаг 1: подберите размер ярлыка под объём информации

Руководство UPrinting по размерам^[10] называет размер 2,0" x 3,5" «наиболее широко используемым»: он близок к визитной карточке и оставляет место для элементов бренда, сведений о товаре и цены. GotPrint^[11] предлагает 25 размеров — от 2" x 2" до 2" x 8" — и указывает, что подходящий размер зависит от товара и информации. В руководстве 4OVER4 по размерам отмечается: «2 на 3,5 — размер, который заказывает большинство брендов».

Размер (дюймы)	Типичное применение	Проверяемое ограничение
2 x 2	Только логотип или минималистичные бренды	После учёта выпуска под обрез, полей и отверстия видимая область может сократиться примерно до 1,5 x 1,25
2,5 x 2,5	Квадратные макеты с коротким текстом	Не размещайте текст в зоне центрального отверстия
2 x 3,5	Стандарт для одежды и розницы: логотип спереди; цена, размер и QR-код сзади	Верхнее отверстие занимает около 1/4" высоты
2 x 4	Дополнительные сведения или сканируемый штрихкод	Для UPC-A требуется примерно 1,469" ширины

Причиной перепечаток обычно становится столбец ограничений, а не столбец применения. Размещение текста по уходу, составу и истории товара на квадрате 2" ухудшает читаемость; перейдите на 2 x 4, печатайте с обеих сторон или используйте QR-страницу. Проверяйте читаемость на напечатанном образце с расстояния вытянутой руки: экранный просмотр этого не покажет.



Шаг 2: выберите материал и крепление до премиальной отделки

Руководство UPrinting по материалам^[12] указывает, что большинство ярлыков используют картон 14, 16, 17 или 14 pt: 16 pt — повседневный розничный вариант, а 16 pt «заметно толще и прочнее», поэтому премиальные бренды склоняются к нему. Greener Printer перечисляет обложечный картон 100#-130#, двухслойный шёлковый картон 16 pt и крафт-картон 17-20 pt как материалы, выдерживающие эксплуатацию. Немелованный материал удобен для рукописных цен, но по-другому впитывает краску. Крафт-бумага и тёмная переработанная бумага снижают контраст, поэтому светлый текст на них всегда требует физического образца. Водостойкие синтетические материалы и ламинация подходят для купальников и товаров для активного отдыха; обычной одежде они по умолчанию не нужны.

Далее выберите крепление, поскольку от него зависит размер отверстия. Страница товара UPrinting^[13] указывает популярное отверстие 1/8", также предлагаются 1/4", 3/16" и 5/16". Сначала подберите шнур, ленту или барб, подгоните под них отверстие и держите его с запасом внутри линии обреза, чтобы край не порвался. Тиснение фольгой, тиснение и выборочный УФ-лак добавляйте в последнюю очередь: для них нужны отдельные клише или слои, они добавляют время, поэтому по умолчанию их нельзя сочетать с условием «самая низкая цена, самая быстрая доставка».



Шаг 3: подготовьте файлы, готовые к печати

Экспортируйте PDF в готовом размере с выпуском под обрез 0,125" по каждому краю. Держите живой текст на 0,125" внутри линии реза и на расстоянии 0,25" от отверстия согласно руководству 4OVER4. Отметьте центр отверстия на непечатаемом слое. Указывайте фирменные цвета в значениях CMYK или по Pantone, отмечайте, мелованный материал или немелованный, и не используйте RGB PNG как эталон цвета. В руководстве по производству XINGKUN^[14] требуется размещать фольгу, тиснение, выборочный УФ-лак и линии вырубки на отдельных именованных слоях. Размещайте QR-коды на простом светлом поле, вдали от фольги и тёмных изображений. Установите лицевую и оборотную стороны как страницы 1 и 2 и отметьте направление переворота. Изменения макета после утверждения приостанавливают производство, поэтому отсчитывайте срок от подписания образца.



Шаг 4: выбирайте тип цветопробы по уровню риска

Тип цветопробы	Что подтверждает	Когда использовать
Экранная или PDF-мягкая цветопроба	Текст, выпуск под обрез, отверстие и положение линии вырубки	Повторные заказы без изменения материала и отделки
Калиброванная цифровая контрактная цветопроба	Направление цвета по условиям ISO 12647	Новые фирменные цвета или смена материала
Физический предсерийный образец	Цвет, жёсткость, отделка, отверстие, шнур или фиксатор	Первые заказы, фольга, тиснение, тёмный материал, QR-коды

XINGKUN предупреждает, что цифровой пруф «подтверждает верстку, но может неточно передавать окончательный цвет, фактуру, жёсткость или отделку». [ISO 12647-1:2013^{\[15\]}](#) определяет контрактный пруф как надёжное представление выходных данных допечатной подготовки, которое служит эталоном цвета в производстве и при последующих спорах. Макеты не показывают окончательный цвет или специальные отделки. Ваше подписание должно охватывать направление цвета, положение логотипа, написание, положение отверстия, высечку, совмещение отделки, сканирование QR-кодов, прочность шнура или барба и то, переворачивается ли бирка на товаре. Пронумеруйте и сохраните подписанный образец. Стоимость физических образцов указывается отдельно для каждой конфигурации.

Шаг 5: спланируйте производство и заложите резерв по срокам

Типичная последовательность такова: импозиция для экономии бумаги, печать (офсетная для больших тиражей и плашечных цветов, цифровая для коротких тиражей и переменных данных), отделка поверхности, высечка, сверление или установка люверсов, продевание шнура или установка барбов, затем подсчёт и упаковка. Срок производства — это не срок прибытия: тиснение фольгой, тиснение и международная перевозка требуют дополнительного запаса времени. Срок производства указывается в коммерческом предложении после фиксации спецификации и пруфа. Закладывайте время минимум на одну переделку до

запуска.



Шаг 6: проверьте подвешивание и долговечность

Большинство проблем с бирками возникает в месте отверстия, в шнуре или в положении при подвешивании, а не в печати. Повесьте на реальный товар образцы в количестве 20–50 шт. и проверьте растрескивание вокруг отверстия, соскальзывающие узлы и бирки, которые поворачиваются и закрывают логотип. Отсканируйте каждый вариант QR-кода на финальном материале. При освещении в магазине проверьте наличие бумажной пыли, царапин, бликов и отпечатков пальцев. Называть бирку стойкой к стирке можно только после проверки, а съёмную бирку никогда не выдавайте за постоянную этикетку.



Шаг 7: упакуйте, примите и повторно закажите с прослеживаемостью

Запрашивайте бирки в небольших коробках с маркировкой по SKU, а не в одной тяжёлой коробке. По прибытии пересчитайте коробки и в тот же день сфотографируйте повреждения. Проверьте положение отверстий, белые кромки, цвет и количество аксессуаров, а также закажите запас шнуров или барбов в количестве 5 %-10 % шт. В заказе укажите номер пруфа, спецификацию материала и номер сертификата FSC или сертификата на переработанное содержимое, если он есть, и потребуйте письменного уведомления о любой задержке до обещанной даты производства. При повторных заказах пишите «как в предыдущем заказе» и отправляйте сохранённый образец для проверки стабильности цвета.



Какой материал, отделка и крепление соответствуют вашему бюджету? [↑](#)

Пластиковые бирки вызывают вопросы о переработке и исключают любые заявления «без пластика». При выборе материала учитывайте воздействие влаги и истирания.

Как составить заявления на ярлыке и запрос коммерческого предложения, которые выдержат проверку? [↑](#)

Экологические формулировки должны подкрепляться доказательствами. В [сводке FTC Green Guides](#)^[18] (16 CFR, часть 260) говорится, что маркетологам не следует делать широких, неквалифицированных общих заявлений о пользе для окружающей среды вроде «зелёный» или «экологичный». Используйте проверяемые формулировки, например «Напечатано на бумаге с сертификатом FSC», «Изготовлено с использованием 100 % переработанной бумаги после потребления», «Соевые краски» или «Крепление без пластика», каждая из которых подтверждена документом поставщика. FSC относится к лесопромышленности или цепочке поставок; он не означает компостируемость или углеродную нейтральность, а вид крафт-бумаги вообще не является заявлением. Если сертифицирована только бумага, не распространяйте это заявление на краски, ламинацию или барбы. Сертификаты на материалы подтверждаются для каждого заказа по документам поставщика и никогда не предполагаются.

Заявления о происхождении и составе волокон несут риск правоприменения. В 2022 году [FTC завершила постановление](#)^[19] обязывающее Lions Not Sheep Products выплатить \$211,335 из-за «фиктивных этикеток Made in USA» на импортной одежде. Business of Fashion^[20] сообщил (2022-06-23), что тест при поддержке Европейской комиссии выявил примерно у 37 % проверенных предметов одежды несоответствие состава волокон информации на ярлыках или этикетках. Указывайте происхождение или состав волокон на навесном ярлыке только тогда, когда они совпадают и с постоянной этикеткой, и с изделием.

QR-коды и RFID окупаются только при поддержании данных, стоящих за ними. В интервью HGI^[21] (2022-10-09) Делия Гловер из Avery Dennison сказала, что RFID, NFC и QR-коды позволяют изделию содержать сведения «из чего оно сделано, откуда пришло и как его следует перерабатывать». Ссылайтесь только на стабильный URL, ежегодно проверяйте его на неработающие ссылки и не заявляйте о соответствии цифровому паспорту товара, пока это не подтверждено юридическим консультантом.

Поле запроса коммерческого предложения	Что зафиксировать письменно
Формат	Готовый размер, односторонняя или двусторонняя печать, выпуск под обрез, безопасные поля
Содержание	Логотип, SKU, штрихкод, цена, размер; сведения по уходу, сверенные с постоянной этикеткой
Конструкция	Диаметр и положение отверстия, углы или форма вырубки, крепление, продетый шнур или отдельная поставка
Материал и отделка	Толщина в pt или г/м ² , мелованный или немелованный материал, фольга, тиснение, выборочный УФ-лак

Цветопроба	Уровень цветопробы, номер подписанного образца, эталоны Pantone или CMYK
Коммерческие условия	Тираж, цена за единицу, стоимость образца, дни производства, отсчитываемые от утверждения образца
Приёмка	Эталон цвета, допустимое отклонение тиража, коробки, разделённые по SKU, метод выборки, уведомление о задержке

Отправляйте один и тот же опросный лист всем поставщикам, чтобы коммерческие предложения сравнивались корректно, не оставляя ничего на настройках по умолчанию. Мы ответим по строке коммерческих условий в вашем письменном коммерческом предложении, а строка приёмки станет частью заказа на поставку.

Что должен помнить каждый покупатель перед заказом?



- **2" x 3,5" — стандартный размер розничного навесного ярлыка.** — 2,0" x 3,5" — «наиболее широко используемый» размер (Источник)
- **Спецификация отверстия вызывает большинство перепечаток.** — выпуск под обрез 0,125", текст на расстоянии 0,25" от отверстия (Источник)
- **14 pt подходит для повседневной розницы, а 16 pt воспринимается как премиальный вариант.** — большинство ярлыков используют картон 14, 16, 17 или 17 pt (Источник)
- Срок производства начинается после утверждения пруфа. Подтвердите график в письменном коммерческом предложении; срок доставки указывается отдельно.
- **Навесной ярлык не может заменить постоянную этикетку по уходу.** — 16 CFR § 423,6(a) рассматривает его только как дополнительный элемент ([Источник](#))
- **Неквалифицированные заявления «экологичный» трудно обосновать.** — FTC Green Guides, 16 CFR часть 260 ([Источник](#))

Готовы превратить спецификацию в коммерческое предложение?

Надёжный заказ подвесных бирок получается, когда решения принимаются в правильном порядке: каждая бирка — отдельная задача, размер которой соответствует её информации; материал и крепление выбираются раньше премиальной отделки; файлы готовятся с вылетами под обрез и отступами от отверстия; подписанный образец служит эталоном цвета; проводятся тесты подвешивания на реальных товарах; упаковка маркируется по SKU, чтобы повторные заказы оставались прослеживаемыми. Каждое заявление на бирке должно быть проверяемым. **Отправьте заполненный опросный лист и файлы макета, чтобы запросить письменное коммерческое предложение, и мы подтвердим MOQ, цену за единицу, варианты образцов и срок производства для вашей конкретной конфигурации.**

^[1]Руководство 4OVER4 по навесным ярлыкам для одежды: Макет информации на лицевой и оборотной сторонах, 2026-07-21. [↵](#)

^[4]руководстве 4OVER4 по размерам: Перепечатки из-за отверстий, выпуск под обрез и видимая область, 2026-09-04. [↵](#)

^[9]16 CFR часть 423: Правило FTC о маркировке по уходу на eCFR. [↵](#)

^[10]Руководство UPrinting по размерам: 2,0" × 3,5" — наиболее широко используемый размер, 2025-04-14. [↵](#)

[11] **Часто задаваемые вопросы GotPrint:** диапазон доступных размеров бирок. [↵](#)

^[12]Руководство UPrinting по материалам: Картон 14, 16, 17 и 2026-01-06 pt. [↵](#)

[13] **Страница товара UPrinting:** примеры размеров отверстий. [↵](#)

^[14]Руководство XINGKUN: Слои файла и ограничения цифровых цветопроб. [↵](#)

^[15]ISO 12647-1:2013: Контрактная цветопроба как эталон производственного цвета. [↵](#)

^[18]FTC Green Guides: Ограничения широких экологических заявлений. [↵](#)

^[19]Пресс-релиз FTC: Постановление Made in USA на \$211,335, 2022-07-28. [↵](#)

^[20]Business of Fashion: Тест ЕС выявил примерно 37 % неправильной маркировки состава волокон. [↵](#)

^[21]HGI: Avery Dennison о данных QR, NFC и RFID. [↵](#)

Product Option