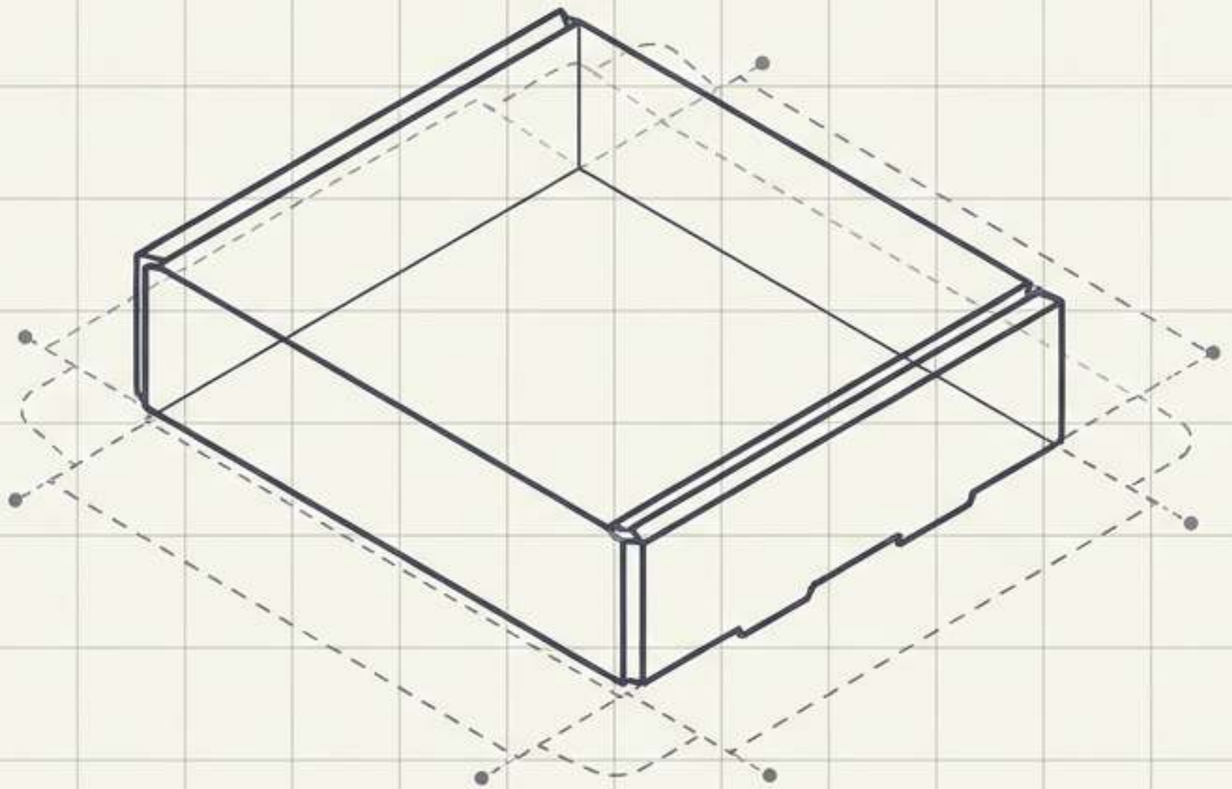
ĐĂNG KÝ



Cẩm nang tư vấn Zigpac|SKU ZPCBO011

Hộp carton gửi hàng in theo yêu cầu (Đơn hàng tối thiểu thấp)

Hướng dẫn cho người mua về sóng giấy, phương pháp in và giá thành đơn vị

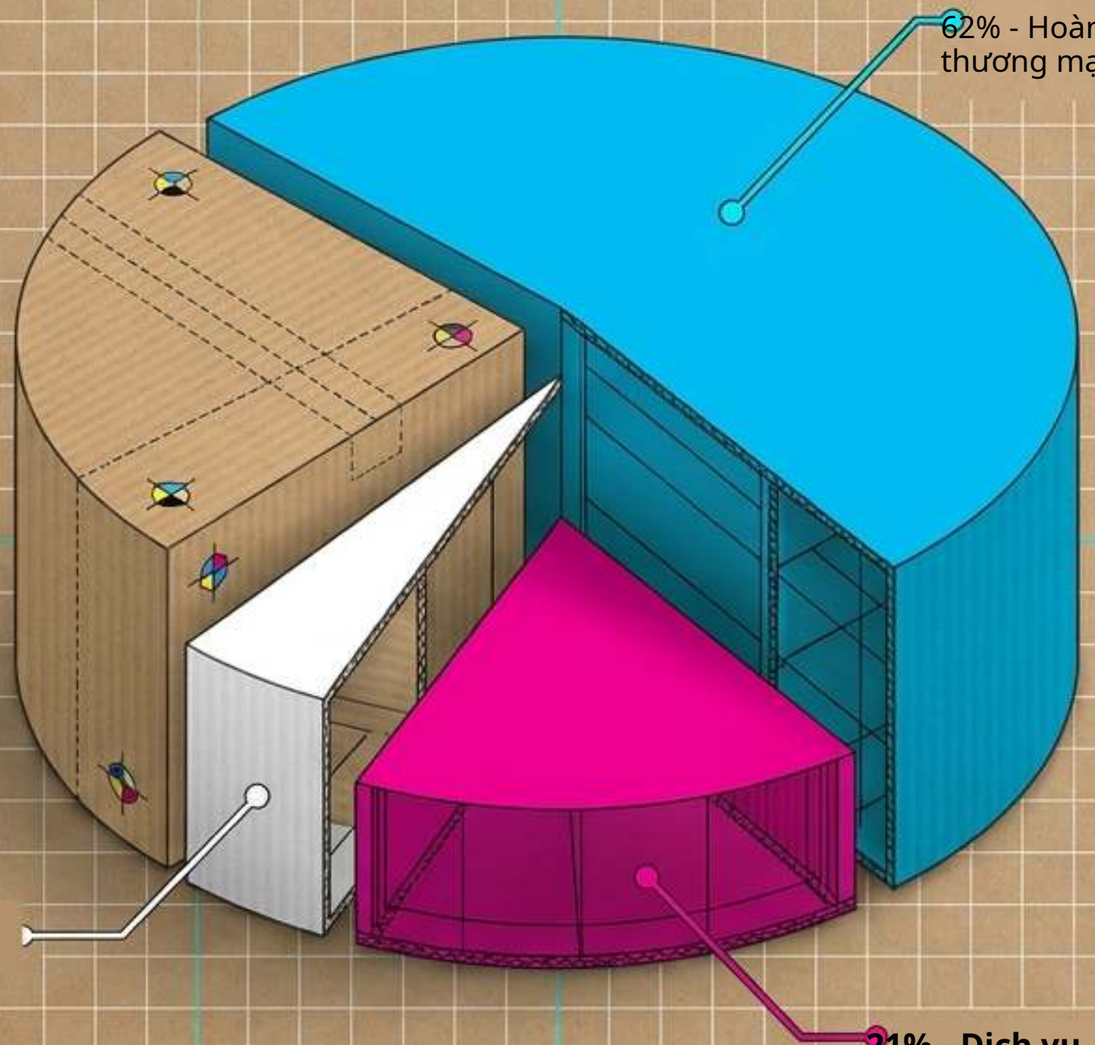
Thực tế bao bì thương mại điện tử

Hơn 62% nhu cầu hộp gửi hàng năm 2025 đến trực tiếp từ hoạt động hoàn tất đơn hàng thương mại điện tử.

**Hàng nghìn thương hiệu nhỏ đang
yêu cầu sản xuất số lượng ít cùng một lúc.**

Điểm chính
**Sản xuất số lượng ít là tiêu chuẩn
ngành, nhưng các nhà cung cấp
đóng gói các đơn này rất khác nhau, khiến việc
so sánh báo giá mù quáng trở nên nguy hiểm.**

te



i
cal es

Giải mã cái bẫy MOQ thấp

Số lượng đặt hàng tối thiểu (MOQ) là số lượng sản xuất nhỏ nhất cho một kích thước hộp và thiết kế cụ thể. Bậc giá chỉ là điểm ngắt nơi đơn giá giảm xuống.

CÁI BẪY

MOQ: ~~50~~ Chiếc

Con số 50 chiếc quảng cáo thường chỉ điểm bắt đầu của bảng giá chung, không phải mức tối thiểu đảm bảo cho mọi hộp in theo yêu cầu.

THỰC TẾ



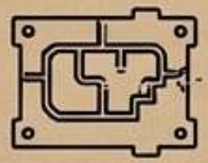
Bài toán chi phí bao bì tùy chỉnh

Giá thành đơn vị (Chi phí thiết lập ÷ Số lượng) + Chi phí biến đổi mỗi hộp

Chi phí cố định



- Chuẩn bị thiết kế

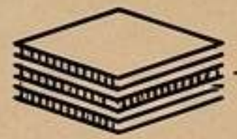


-- Kích thước mới



Chuẩn bị máy in flexo

Tăng theo sản lượng



Tấm giấy carton



Ink Volume

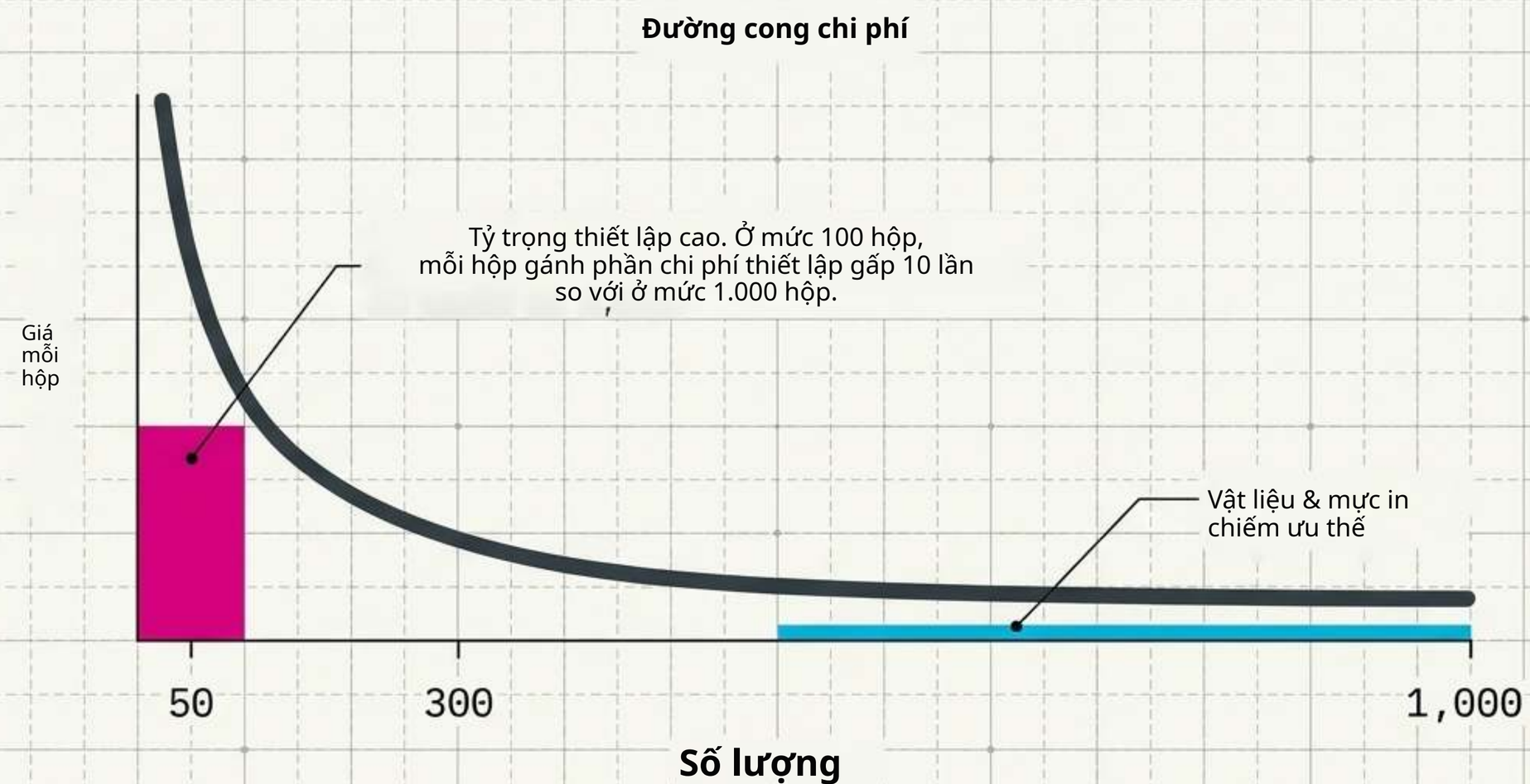


- Số lượt in



- Cước vận chuyển

Phân bổ chi phí thiết lập

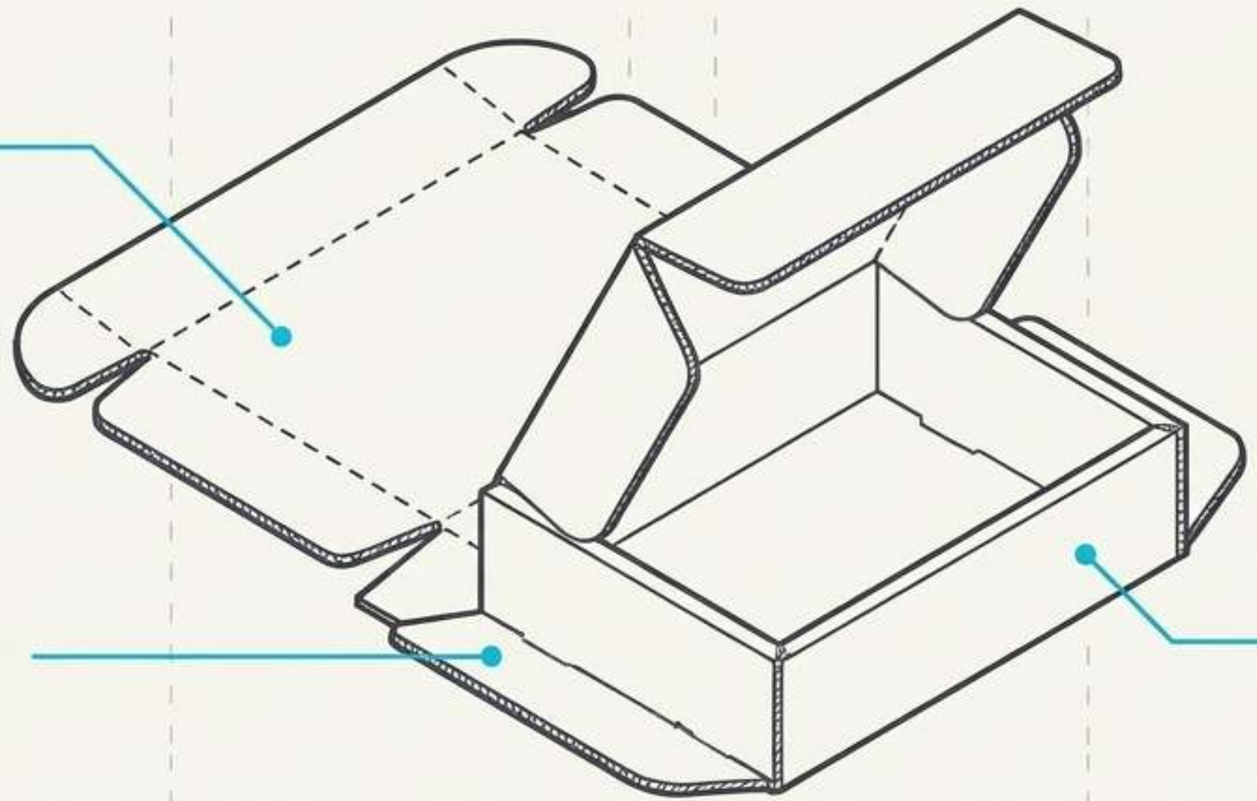


Cấu tạo hộp gửi hàng tiêu chuẩn: FEFCO 0427

Hộp gửi hàng thương mại điện tử phổ biến nhất là kiểu roll-end tuck-top. Vì sử dụng một tấm phôi duy nhất gấp thành hộp tự khóa mà không cần băng keo, nên đơn hàng số lượng ít phụ thuộc vào giấy và thiết lập in hơn là khâu lắp ráp phức tạp.

Phôi carton sóng:

Một tấm bế duy nhất.
Lý tưởng cho đơn số lượng ít.



Tai chống bụi:

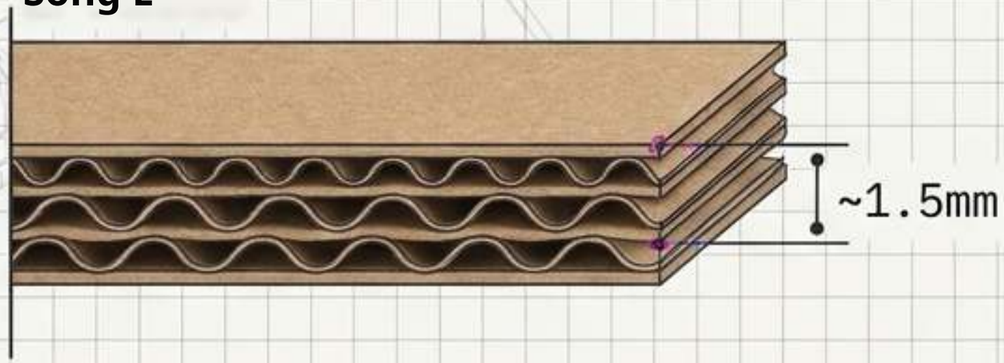
Cánh bên giúp
ngăn bụi bẩn lọt vào.

Độ sâu nắp gài:

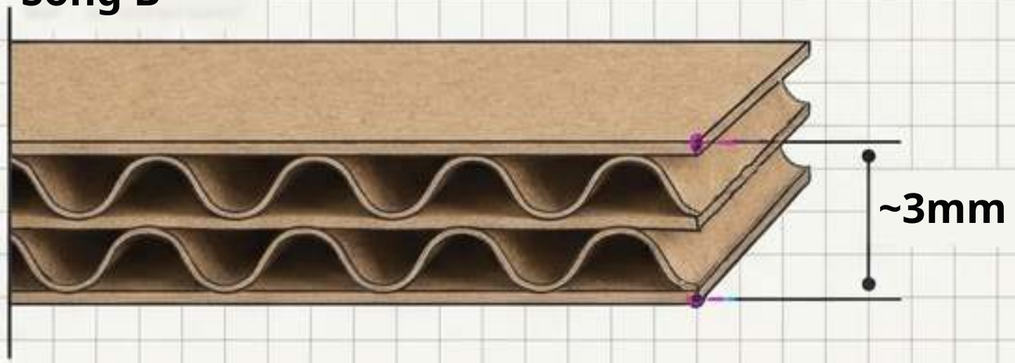
Nắp trước giúp
tự khóa hộp
mà không cần băng keo.

Cuộc đối đầu sóng giấy

Sóng E



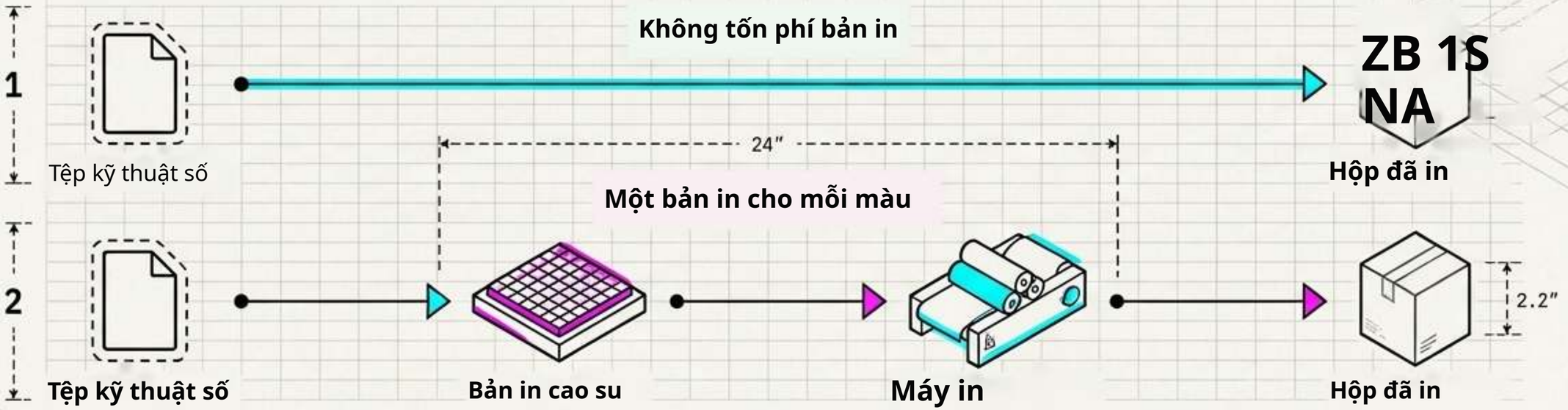
Sóng B



Yếu tố	Sóng E	Sóng B
Độ dày	~1,5mm	~3mm
Bề mặt in	Mịn hơn; in nét mảnh tốt	Thô hơn; có thể lộ vân sóng qua mảng màu đặc lớn
Chống sốc	Nhẹ hơn	Bảo vệ tốt hơn
Xếp chồng	Bưu kiện nhẹ	Độ cứng cao hơn
Lưu kho	Chồng mỏng hơn	Chiếm nhiều không gian kệ hơn
Phù hợp nhất	Quần áo, mỹ phẩm, bộ quà tặng	Sản phẩm nặng, lọ thủy tinh

Cuộc đối đầu công nghệ in

Mô hình bản in



Bảng so sánh công nghệ in

	Yếu tố	Kỹ thuật số	Flexo
1	Thiết lập ở mức 100-300 hộp	Thấp; lựa chọn thực tế	Cao; chia cho ít hộp
2	Khoảng 300-1.000	Phổ biến cho in toàn màu	Đơn đặt lại (Rất cạnh tranh)
3	Linh hoạt thiết kế	Dễ; chỉ cần một tệp	Thay đổi cần làm bản in mới
4	Phù hợp nhất cho	Chuyển màu toàn sắc	Màu thương hiệu đặc

Bề mặt thể hiện thương hiệu

Chỉ bên ngoài



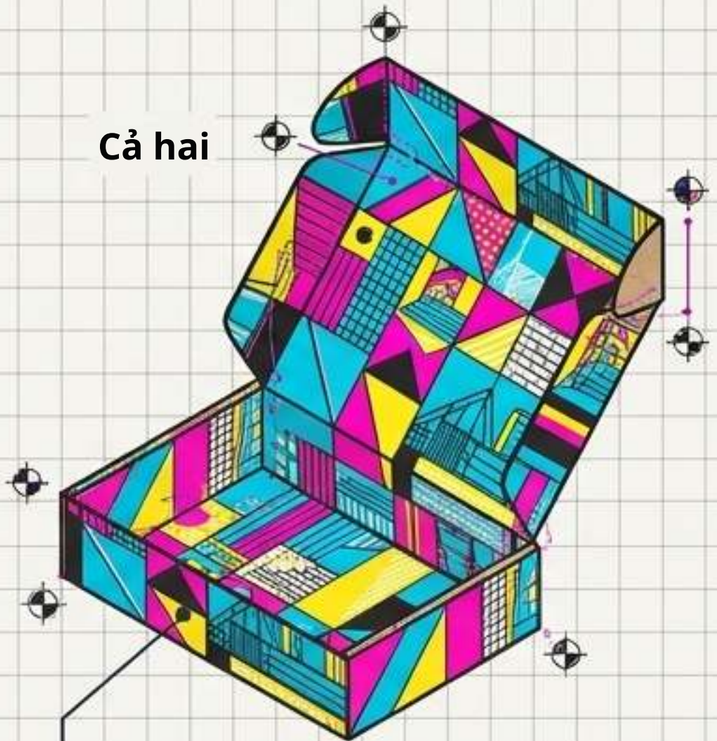
Thương hiệu hiển thị khi vận chuyển.
Vết trầy do phân loại có thể nhìn thấy.
1 lượt in

Chỉ bên trong



·Kín đáo khi vận chuyển.
Thiết kế được bảo vệ cho khoảnh khắc mở hộp.
1 lượt in

Cả hai



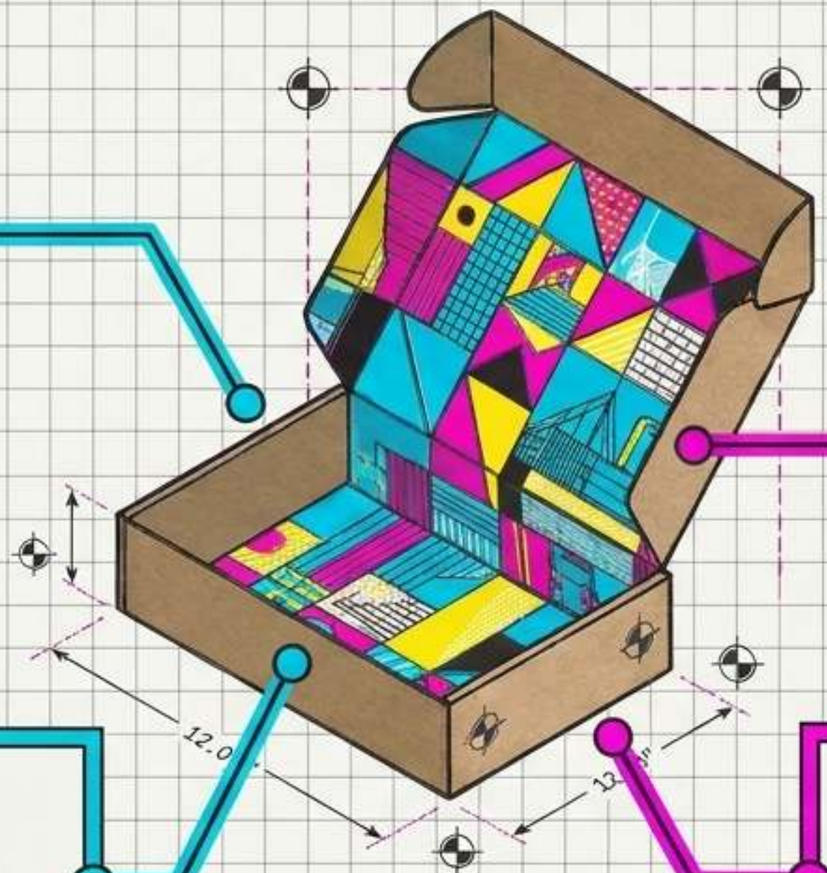
Tác động thương hiệu tối đa.
Chi phí cao nhất. Cần duyệt mẫu phần chồng nắp gài.
2 lượt in

Với đơn hàng nhỏ đầu tiên, in một mặt là cách hiệu quả nhất để có hộp mang thương hiệu.
In chỉ mặt trong rất được khuyến nghị để có trải nghiệm mở hộp cao cấp, không trầy xước.

Cấu hình khởi đầu tối ưu cho 100 hộp

Cách xây dựng chiến lược đơn hàng đầu tiên tối ưu mà không trả quá nhiều chi phí thiết lập.

Giấy sóng E
(Để lưu kho dạng phẳng hiệu quả và độ phân giải
in sắc nét).



In kỹ thuật số

(Không tốn phí bản in cho thiết kế mới, chưa được kiểm chứng).

Chỉ in mặt trong

(Bảo vệ hình in khỏi trầy xước khi vận chuyển; mang lại trải nghiệm mở hộp cao cấp
với ngân sách 1 lượt in).

Kích thước vừa vặn

(Giảm chi phí vật liệu mỗi hộp và đảm bảo tuân thủ quy định).

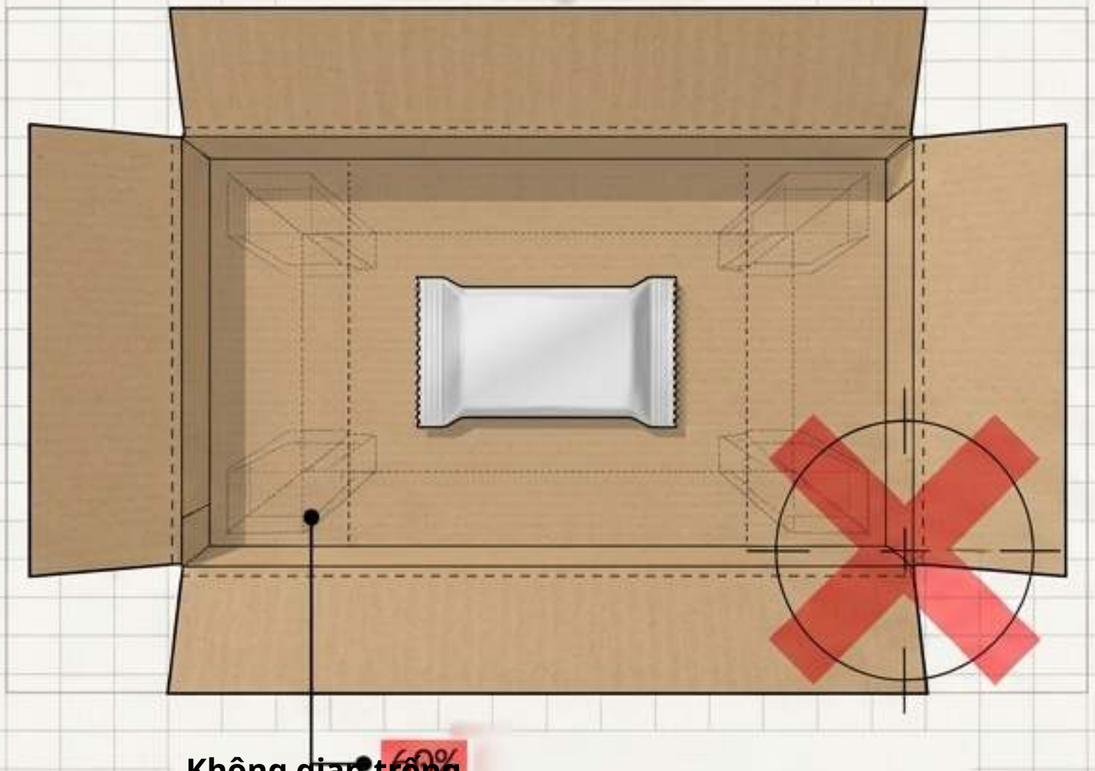
ZIGPAC

CMYK CMYK

Yêu cầu kích thước vừa vặn

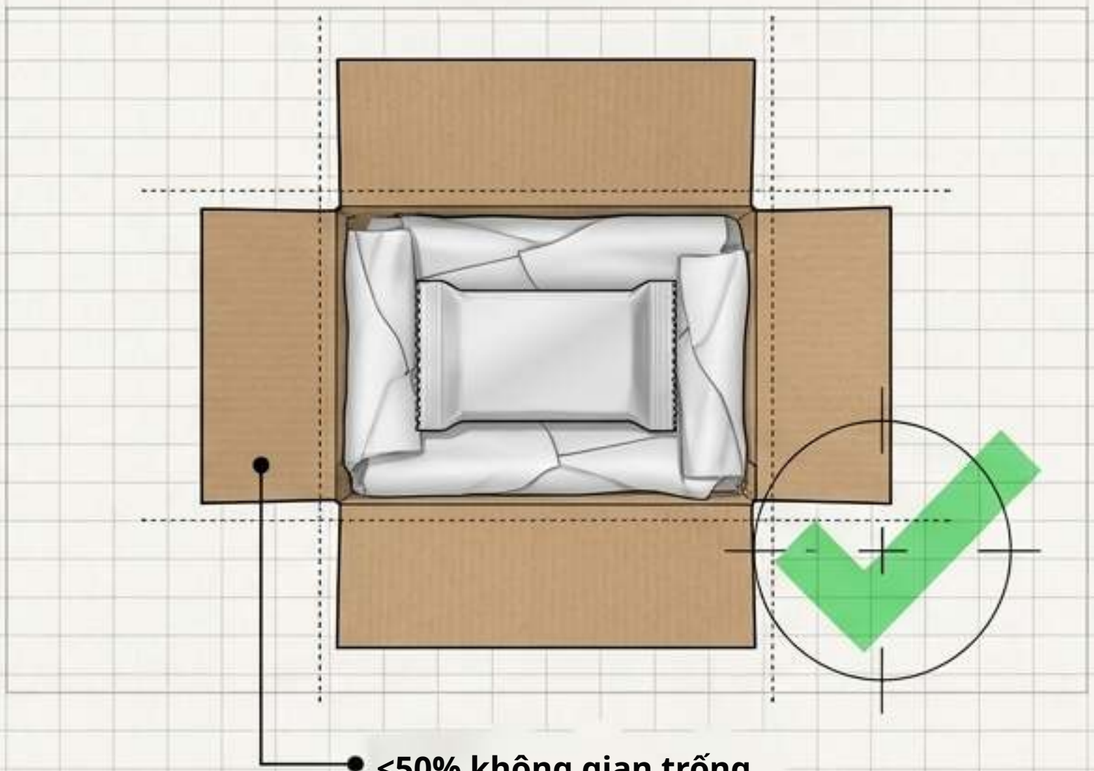
Lưu ý pháp lý: Nếu bạn giao hàng vào EU, Quy định về Bao bì và Chất thải Bao bì (PPWR),
áp dụng từ tháng 8/2026, giới hạn hợp pháp không gian trống của bao bì thương mại điện tử ở mức 50%. Kích thước trong vừa vặn là yêu cầu bắt buộc để tuân thủ, không chỉ là cách tiết kiệm chi phí.

Không tuân thủ



Không gian trống.
Lãng phí chi phí giấy, cước vận chuyển cao hơn.

Tuân thủ

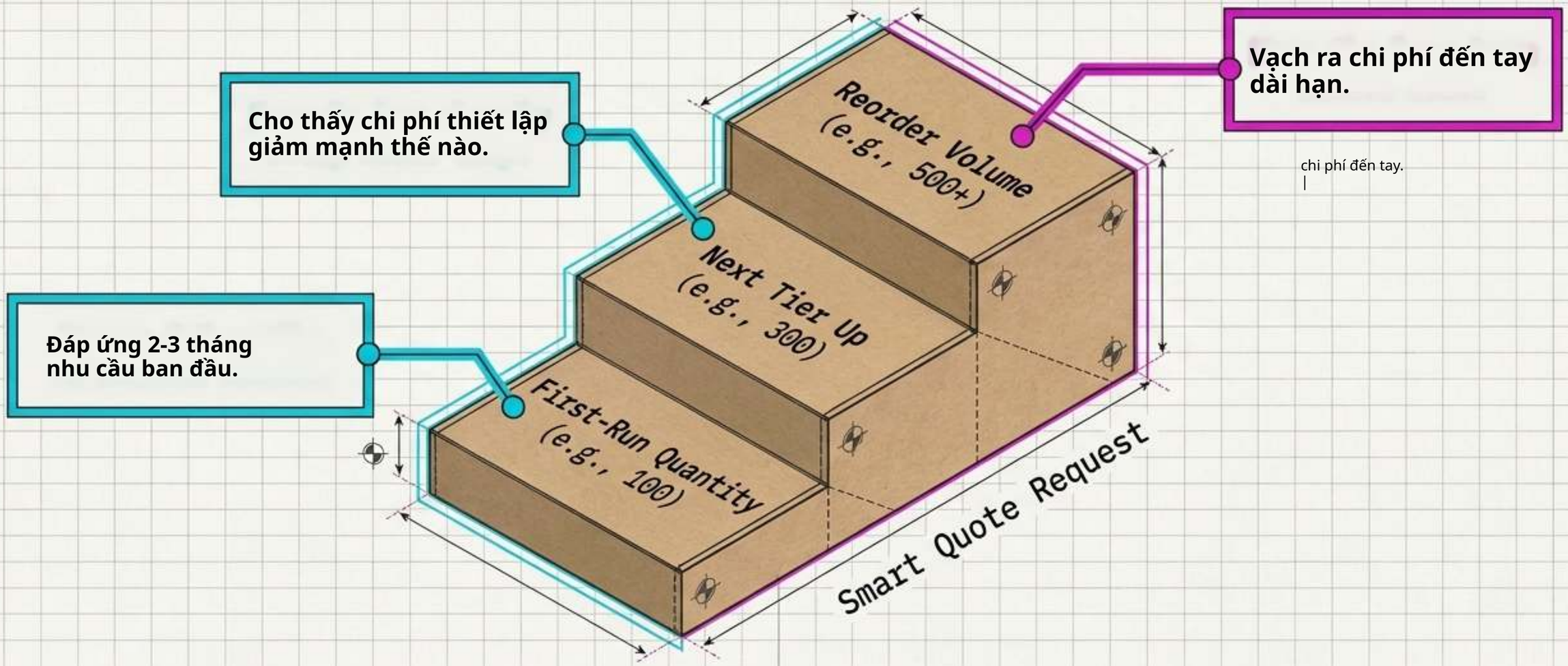


<50% không gian trống.
Chi phí tối ưu.

ZIGPAC

CMYK CMYK

Chiến lược báo giá theo bậc



chi phí đến tay.

Điểm chính: Đừng bao giờ yêu cầu báo giá một mức số lượng duy nhất. So sánh chi phí đến tay mỗi hộp giữa các bậc sẽ cho thấy liệu mua đợt đầu lớn hơn một chút có rẻ hơn việc đặt lại ngay hay không.

ZIGPAC

Lộ trình ra mắt 7 bước

1. Đo & xác định kích thước trong (+ khoảng hở).

2. Cân sản phẩm đã đóng gói (Quyết định sóng E hay B).

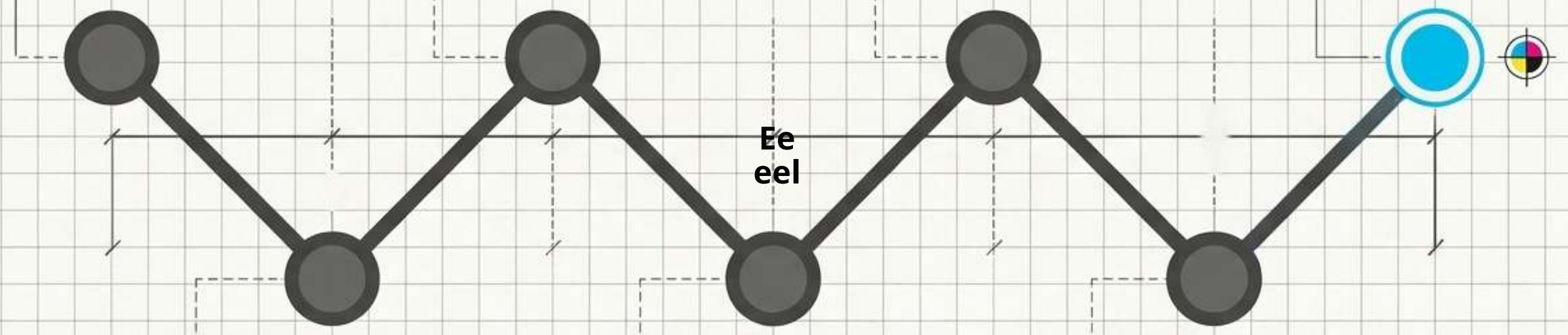
3. Chọn bậc số lượng (Chọn 2-3 điểm ngắt).

4. Lập cấu hình tạm thời (Sóng, mực, mặt in).

5. Đặt thiết kế vector lên dieline.

6. Gửi yêu cầu (Ghi rõ điểm đến để tính cước vận chuyển/tuân thủ).

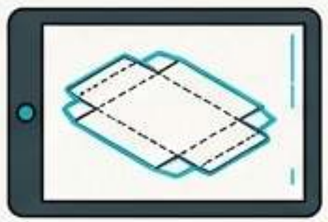
7. Duyệt mẫu & phê duyệt.



Sơ đồ lộ trình

Lưu ý: Thời gian sản xuất tiêu chuẩn tại Zigpac là 7-10 ngày sau khi duyệt cuối cùng.

Duyệt mẫu & kiểm tra



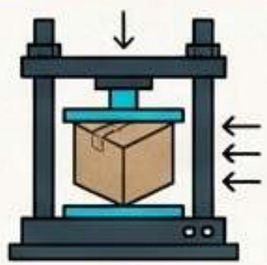
Cấp 1: eProof (Miễn phí)

Kiểm tra vị trí thiết kế trên đúng dieline. Tiêu chuẩn cho mọi đơn hàng Zigpac.



Cấp 2: Mẫu thực tế ($5-$30)

Cho phép thử đóng gói thực tế với sản phẩm của bạn. Rất khuyến nghị nếu kích thước hoặc loại giấy là mới.



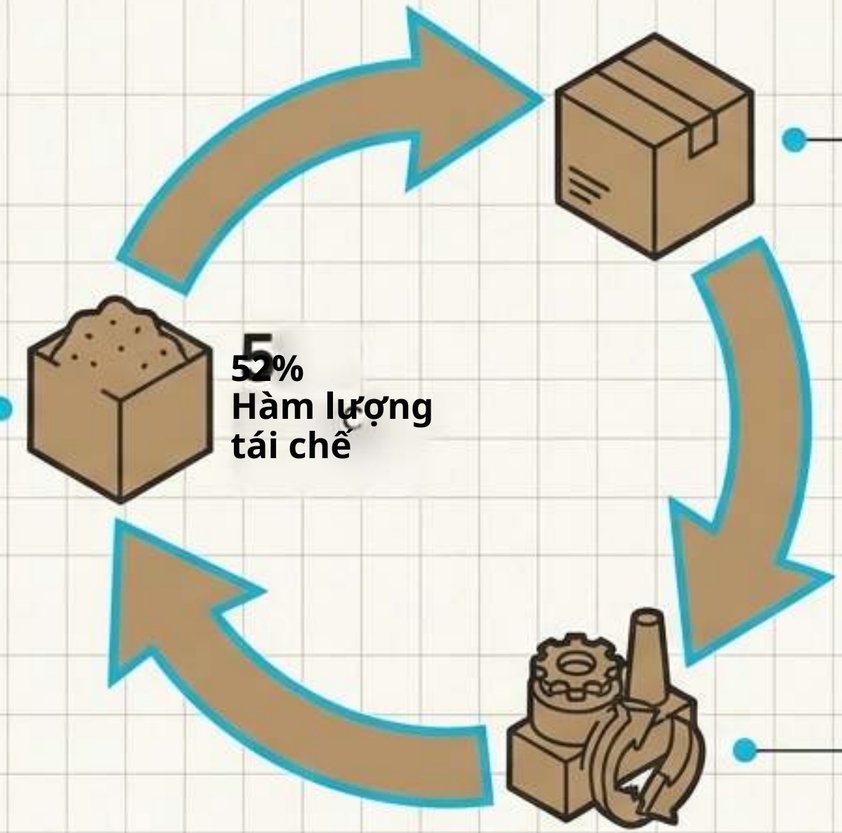
Cấp 3: Kiểm nghiệm phòng thí nghiệm (ASTM D4169)

Mô phỏng rơi, rung và nén. Cần thiết cho hàng rất dễ vỡ hoặc giá trị cao.

Thực tế về khả năng tái chế

96.5%

Tỷ lệ tái chế hộp carton sóng do U.S. EPA báo cáo (2018).



52%
Hàm lượng tái chế

52%

Hàm lượng tái chế trung bình trong
một hộp carton sóng tiêu chuẩn (Fibre Box Association).

Nhận định kết: Hộp gửi hàng carton sóng vốn hỗ trợ một câu chuyện bền vững đáng tin cậy. Để duy trì tiêu chuẩn tái nghiền bột giấy, hãy hạn chế lớp phủ hóa chất dày hoặc cán màng trong yêu cầu thiết kế. Hoàn thiện đơn giản giúp hộp quay lại chuỗi cung ứng.