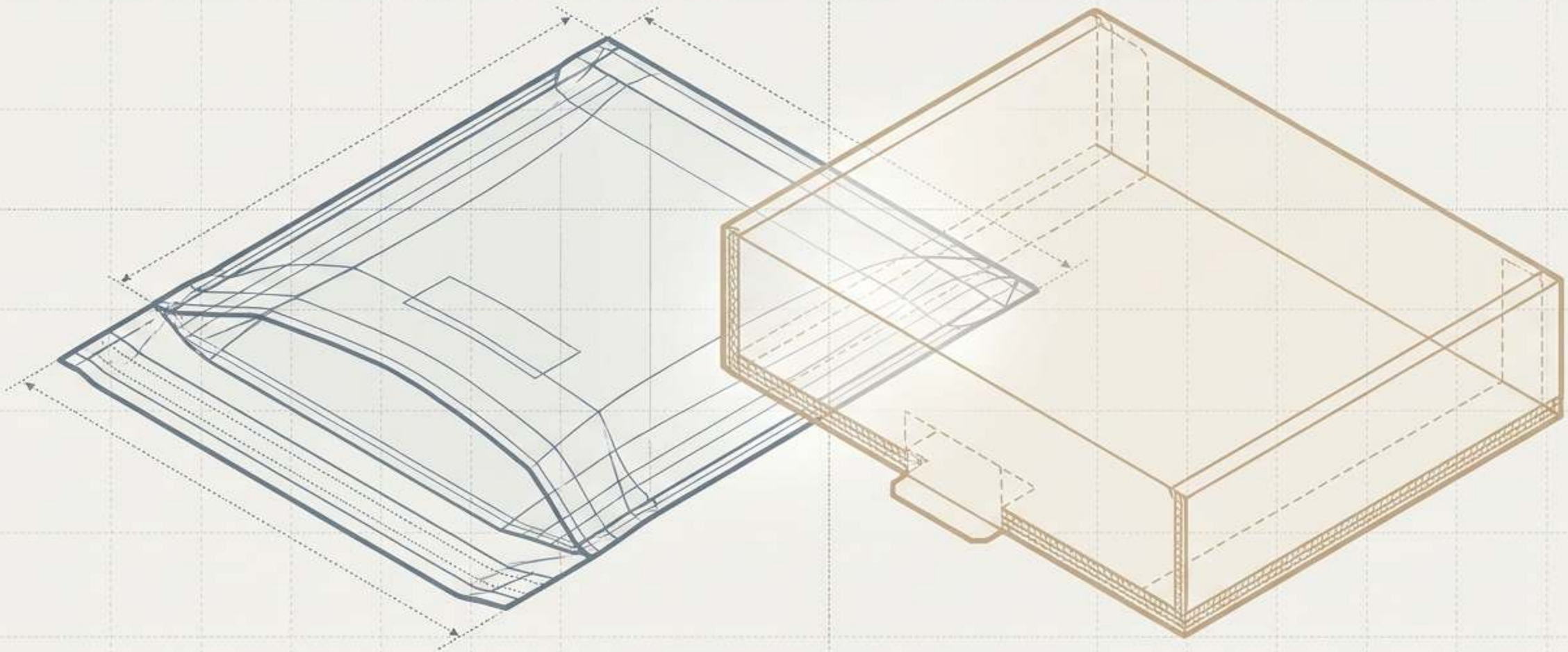
الكيس البريدي مقابل صندوق الشحن لشحن الملابس
الدليل الشامل للمشتري من Zigpac



فخ تكلفة الوحدة

تبدو مسألة التغليف بسيطة حتى تصل فواتير التنفيذ.



انطباعات أولى
محطّمة:
استخدام الأكياس
المرنة
لأطقم الهدايا المهيكلة
يؤدي إلى
منتجات منبعجة
وضرر بالعلامة التجارية.





الدفع مقابل شحن الهواء:

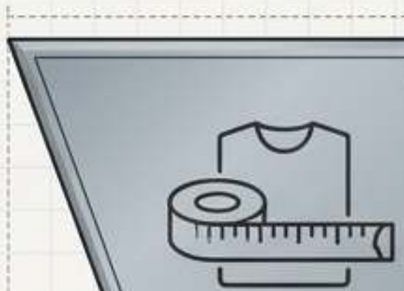
استخدام الصناديق الصلبة
للقمصان اليومية
يترتب عليه رسوم
الكرتون المموج
وعمالة التجميع
والوزن الحجمي.

كلا الخطأين مكلف. وكلاهما يحدث عند تقييم الأشكال على أساس سعر الوحدة وحده.

ZIGPAC

إطار المقارنة العادلة من 5 خطوات

قيّم التغليف بناءً على إجمالي تكلفة التسليم ونتيجة العميل باستخدام مواصفات المنتج الفعلية، لا صور الكتالوج.



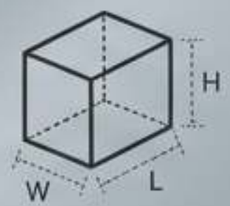
الخطوة 1: حدّد الطرد.

سجّل مقاس الملابس المطوية ووزنها وأي مكونات داخلية صلبة (علب هدايا، بطاقات صلبة).



الخطوة 2: سعّر

حسب شريحتك. قارن التغليف عند حجم طلبك الفعلي، لا عند أدنى شريحة مدرجة في الكتالوج.



الخطوة 3: قِس

الأبعاد النهائية. عبّئ عينة وقِس الطول×العرض×الارتفاع تمامًا كما ستحتسبها شركة الشحن.



الخطوة 4: أضف التكاليف الإضافية.

احسب تكلفة الشريط اللاصق والورق الرقيق والحشوات ومواد ملء الفراغ وعمالة التجميع.



الخطوة 5: قيّم النتيجة.

قيّم الحماية المطلوبة للشكل، وتأثير فتح العبوة، وإجراءات الإرجاع.

المنافس المرن:

كيس بريدي مخصص

كفاءة ملائمة للشكل للسلع اللينة اليومية.



شريط لاصق
يكشف العبث

متعدد الطبقات

غشاء مبثوق مشترك
(مثلا 2.5 mil)

زوايا ملحومة
عالية المتانة

يتشكل حسب الملابس. يُشحن مسطحًا، ويضيف وزنًا ضئيلًا، ويقلل الحجم المحتسب.

حماية من البيئة. يقاوم الرطوبة والخدوش، مثالي للطرق الممطرة والتسليم عند الباب.

خرافة السماكة: الغشاء الأسمك (2.0 إلى 3.0 mil) يضيف مقاومة حيوية للتمزق والثقب، لكنه لا يحوّل الظرف المرن إلى صندوق واقٍ.
لا توجد أي حماية هيكلية ضد السحق.

الأنسب لـ: القمصان المطوية، والهوديز، والليغنز، والطلبات اليومية كبيرة الحجم.

ZIGPAC

المنافس الصلب:

صندوق شحن من الكرتون المموج

حماية هيكلية وعرض مدروس.

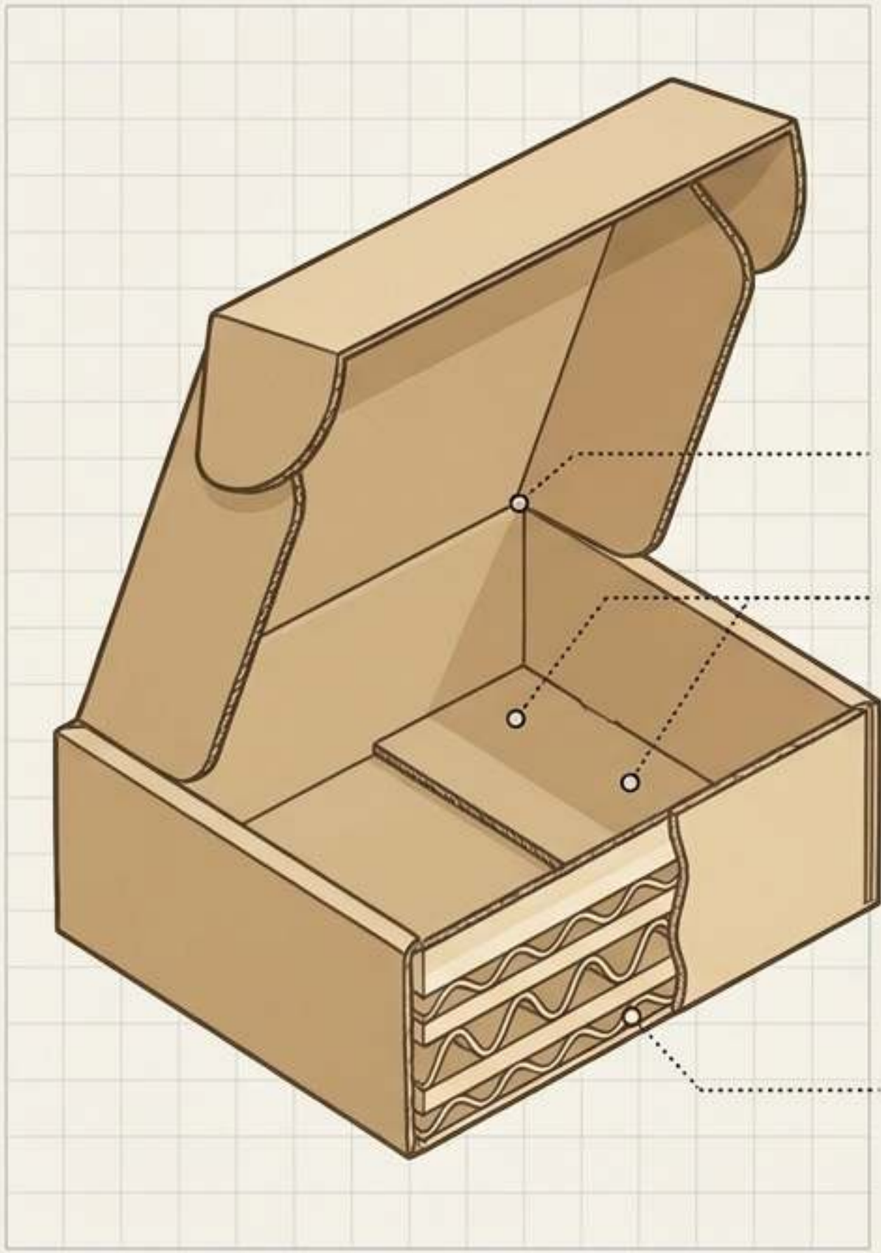
تصميم Roll-End Tuck-Top. الغطاء المفصلي وألسنة الإغلاق تخلق تجربة فتح مدروسة وفاخرة.

هندسة التموج. يوفر التموج E سماكة أنحف مع سطح طباعة أملس؛ ويضيف التموج B توسيدًا لكنه يزيد الحجم.

الواقع التشغيلي: يتطلب التجميع.
يُسلَّم مسطحًا لكنه يتطلب طيًا يدويًا ولصقًا بالشريط وغالبًا مواد ملء الفراغ في محطة التعبئة.

MO LM

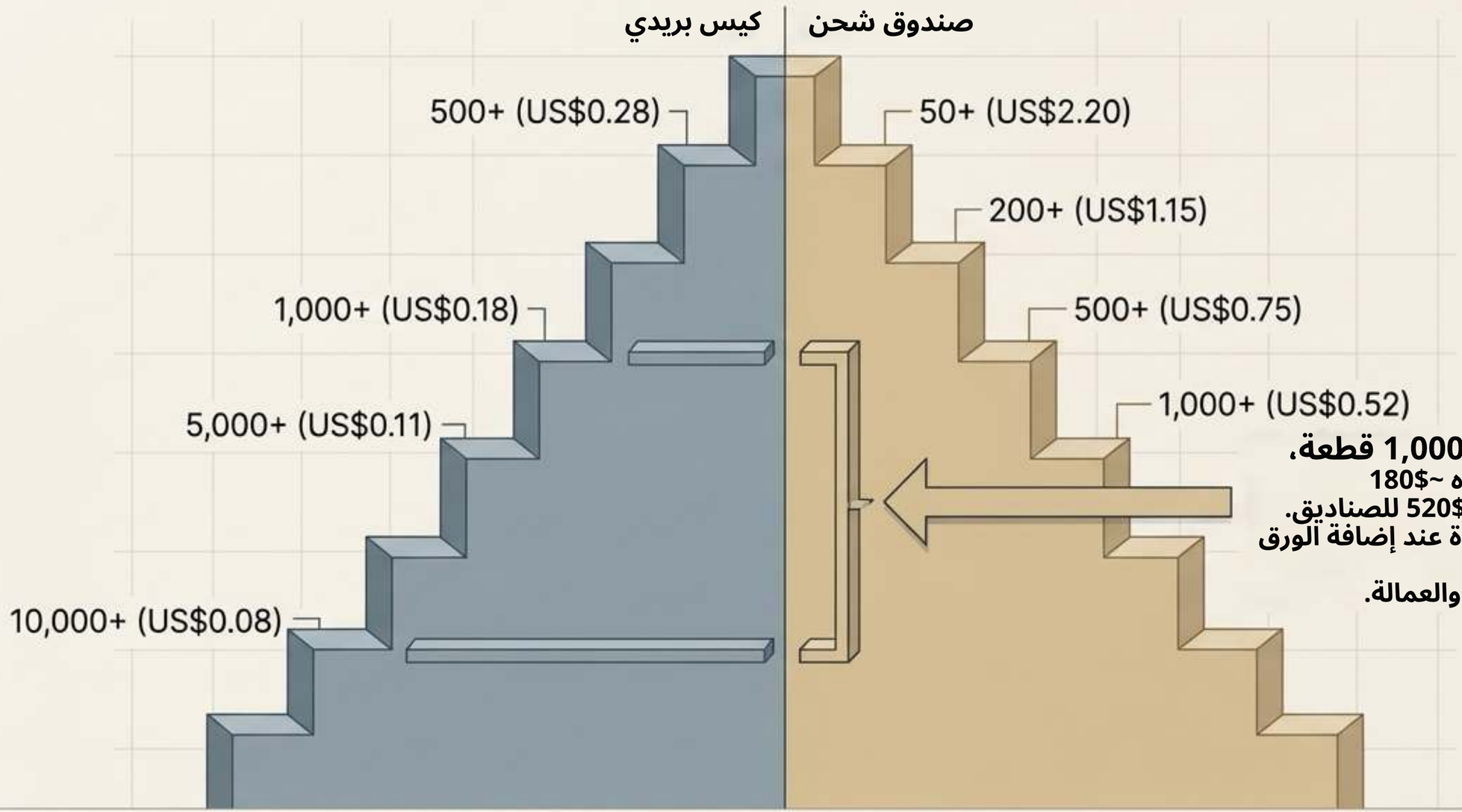
الأنسب لـ: أطقم الهدايا، وحزم العلاقات العامة، والقبعات المهيكلة، ومجموعات
الإكسسوارات، والمنتجات التي تتطلب زوايا سليمة تمامًا.



ZIGPAC

خط الأساس لتكلفة وحدة التغليف

مقارنة أسعار الشرائح لدى Zigpac لشهر نوفمبر 2026



فجوة $340: عند 1,000 قطعة،
يبلغ التغليف وحده ~$180
للأكياس مقابل ~$520 للصناديق.
وتتسع هذه الفجوة عند إضافة الورق الرقيق
والشريط اللاصق والعمالة.

أسعار توضيحية - السعر النهائي والحد الأدنى للطلب (MOQ) والجدول الزمني في عرض السعر الخاص بك.

ZIGPAC

غرامة «الهواء»: الوزن الحجمي



الكيس: 14x11x2 بوصة = 308 بوصات مكعبة.
(نحو 2.2 lb وزن حجمي -> يُقرَّب إلى 3 lb).

[الطول × العرض × الارتفاع]
÷ معامل شركة الشحن
= الوزن المحتسب
(تحتسب شركات الشحن الأكبر بين الوزن الفعلي والوزن الحجمي)



الصندوق: 12x10x4 بوصات = 480 بوصة مكعبة.
(نحو 3.5 lb وزن حجمي -> يُقرَّب إلى 4 lb).

الخلاصة: غالبًا ما يُحتسب الكيس الأنحف ضمن شريحة أقل. أما الصندوق كبير الحجم أو الكرتون الأسمك ذو التموج B فغالبًا ما يضيف تكلفة الشحن حسب الوزن النهائي.

ZIGPAC

فتح العبوة وتصوّر العلامة التجارية

العائد على الاستثمار في العرض (Ipsos / Paper and Packaging Board، 2018)

صندوق كرتون مموج





المستهلكون الذين يتفقون على أن تصميم التغليف يؤثر في قرارات الشراء لديهم.

ميزة الصندوق: الطباعة الخارجية فقط أو الداخلية فقط أو الطباعة الداخلية والخارجية معًا تخلق تسلسل «افتح الغطاء واكتشف» الضروري للهدايا ومقاطع فيديو فتح العبوات لدى المؤثرين.

كيس بريدي





المستهلكون الأكثر ميلًا لاختيار التغليف الورقي أو الكرتوني بدلًا من البلاستيك.

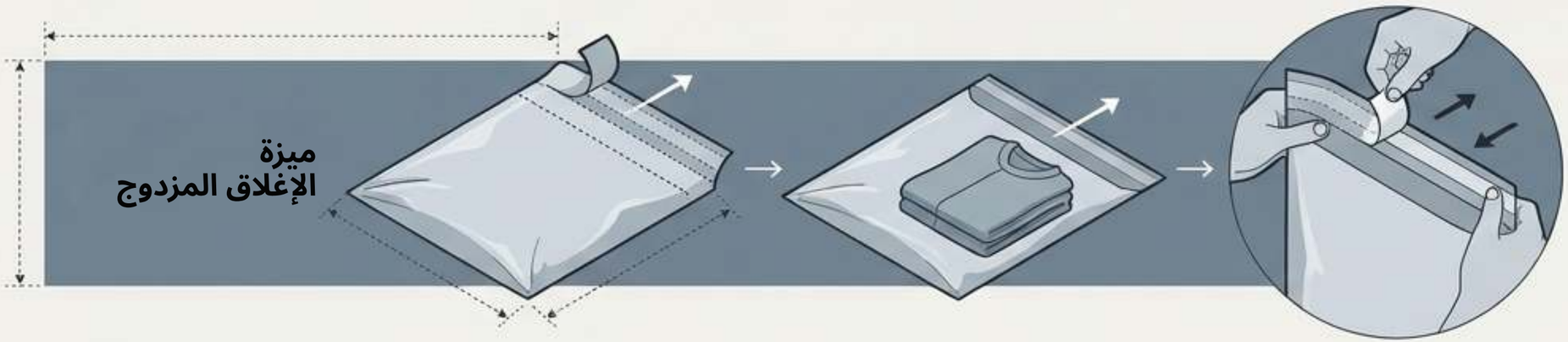
واقع الكيس: تمثل الطباعة الخارجية السطح الوحيد

للعلامة التجارية، وتنتهي بتجربة فتح سريعة بالتمزيق مصممة للسرعة لا للاستعراض.

إجراءات الإرجاع

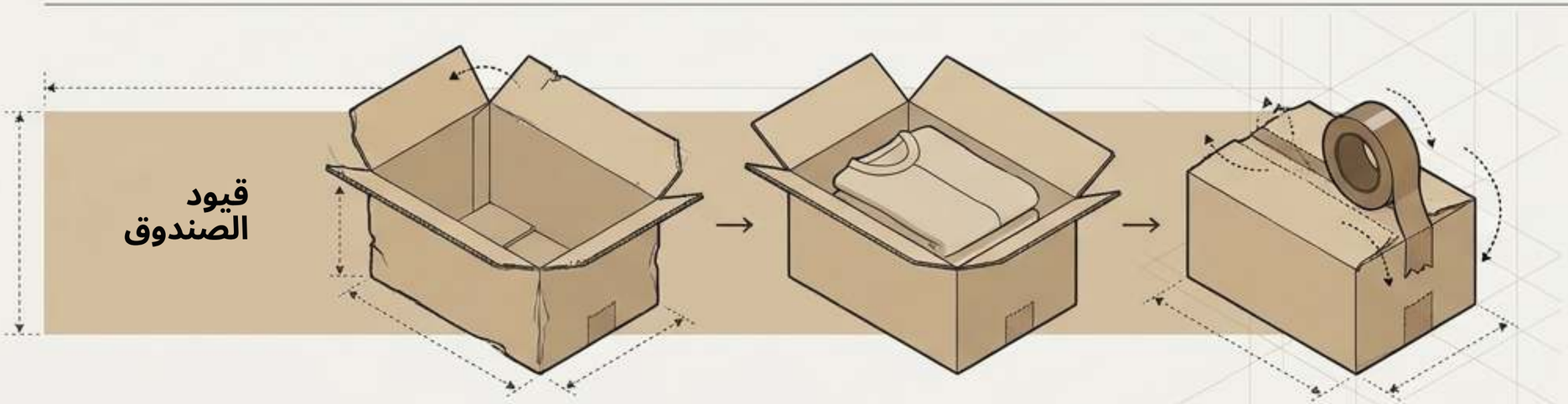
إدارة استبدال المقاسات بكفاءة.

ميزة الإغلاق المزدوج



تتميز الأكياس البريدية المخصصة القابلة للإرجاع بشريط لاصق ثانٍ. يعيد العميل إغلاق العبوة الأصلية بسهولة. (شرائح Zigpac المدرجة من US$0.33 عند 500+ وصولًا إلى US$0.10 عند 10,000+).

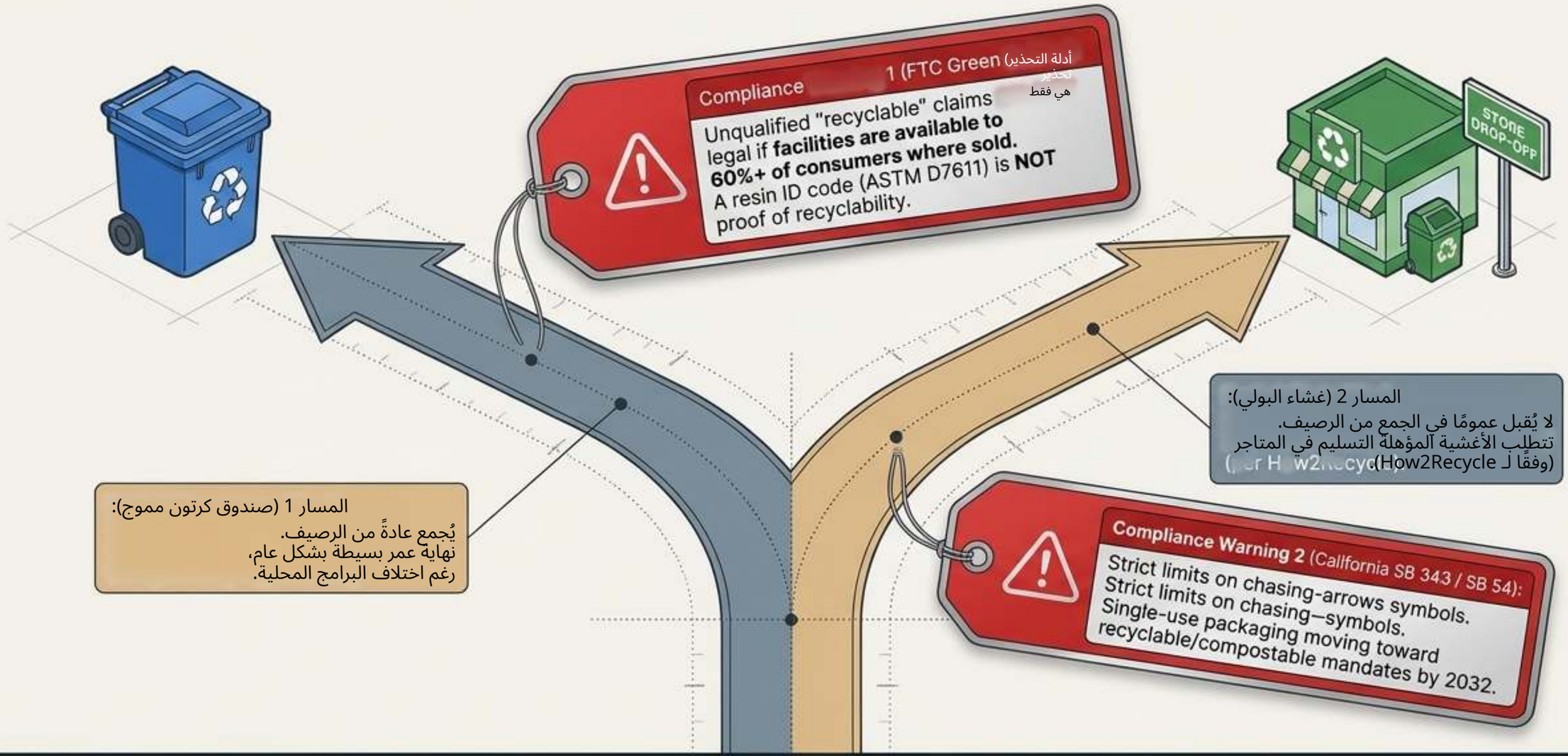
قيود الصندوق



يمكن إرجاع صناديق الشحن، لكنها تتطلب من العميل فتحها دون تمزيق الألسنة وأن يمتلك شريط تغليف. غياب شريط اللصق يحوّل الإرجاع إلى تذكرة دعم.

ZIGPAC

مسارات إعادة التدوير وواقع الامتثال
إلى أين تذهب المواد، وما المسموح لك قانونيًا بطباعته.



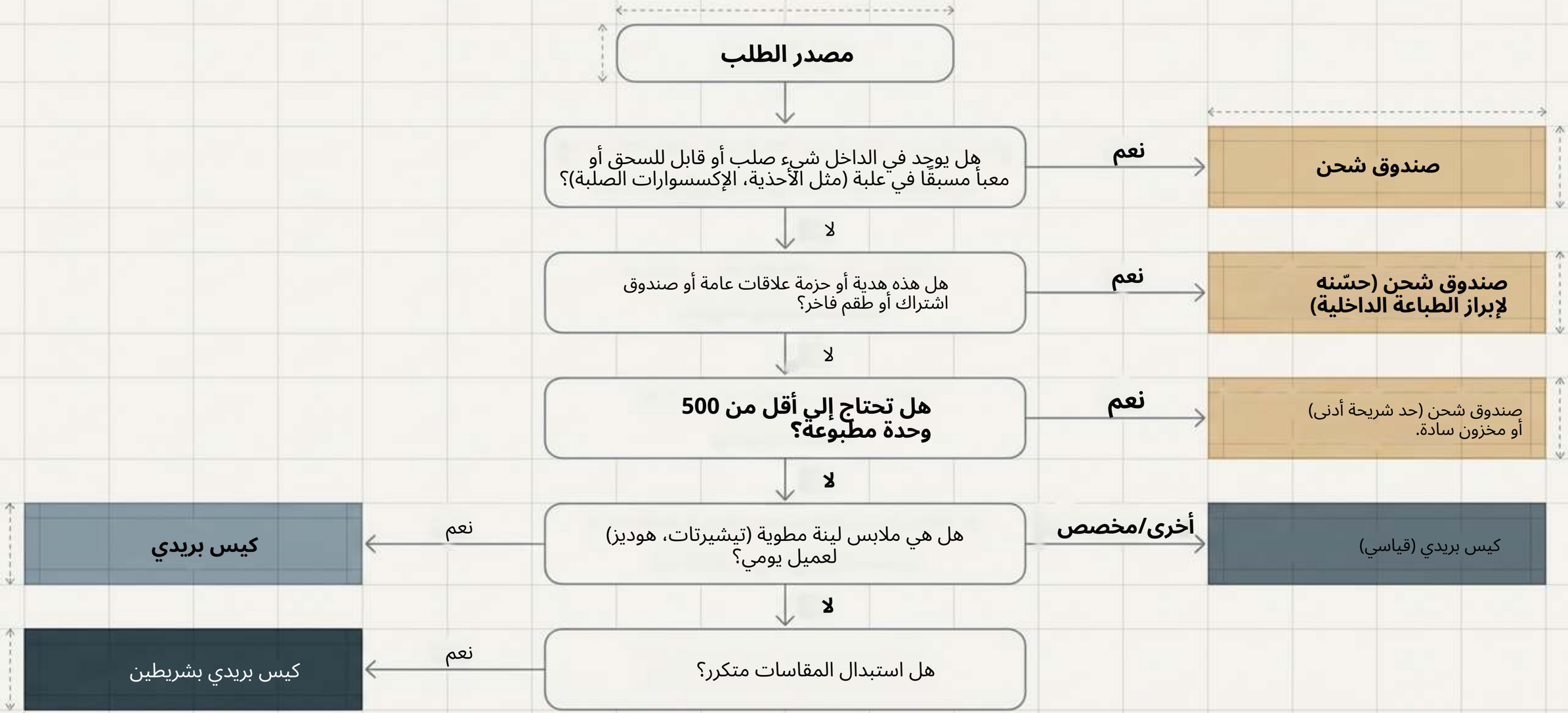
سياسة Zigpac: لا ادعاءات بيئية غير موثقة. اطبع فقط ما تدعمه وثائقك قانونيًا.

مصفوفة التشخيص الرئيسية

	كيس بريدي	صندوق شحن
تكلفة الوحدة (شريحة 1k)	US$0.18	US$0.52
التعرض لتكاليف الشحن	منخفضة - يتشكل حسب المنتج	مرتفعة - حجم ثابت + هواء محتسب
الحماية	من الرطوبة/الخدوش فقط	حماية الشكل ومن السحق
فتح العبوة	فتح سريع بالتمزيق	استعراض «افتح الغطاء واكتشف»
الإرجاع	شريط ثانٍ سلس	يتطلب شريطًا من العميل
التخزين والسرعة	رصّ مسطح موفر للمساحة، ملء وإغلاق	تخزين ضخم، طيّ-ملء-لصق
الحد الأدنى للطلب MOQ (Zigpac)	500	50

(ملاحظة إخلاء مسؤولية: الحد الأدنى للطلب والأسعار النهائية في عرض السعر الخاص بك)

شجرة قرار وحدات SKU



ZIGPAC

«لحظة الإدراك»: البرنامج الهجين

أفضل علامات الملابس لا تختار شكلًا واحدًا فقط. بل تطابق التغليف مع نوع الطلب.



الفائدة:

الحفاظ على اتساق التصميم في كلا الشكلين يُظهرهما كعلامة تجارية فاخرة واحدة. وإدارةٍ كليهما عبر مورد واحد) تضمن دورة تدقيق واحدة وجدولZigpac(زمنيًا موحدًا.

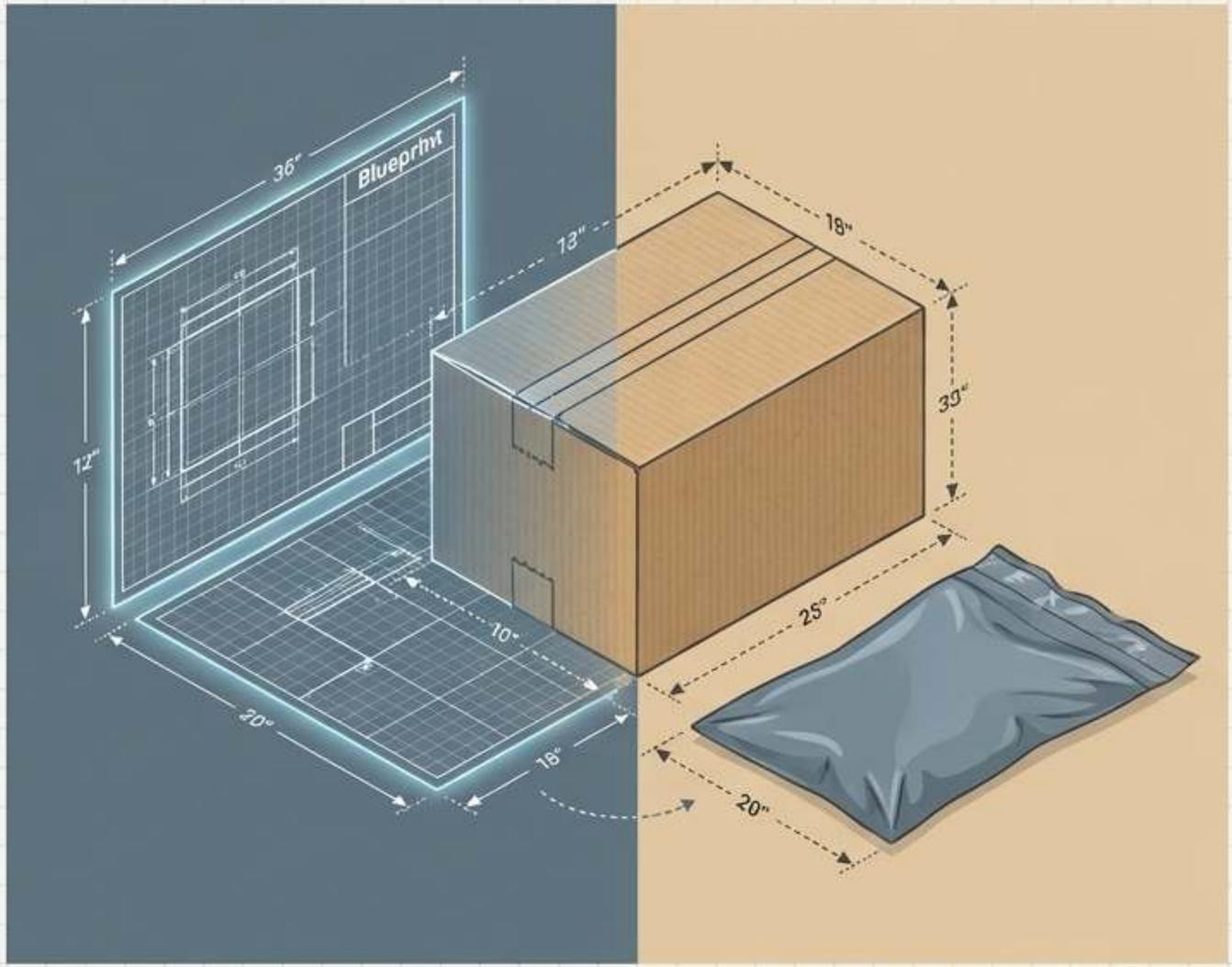


الاستراتيجية:

تغطي الأكياس البريدية المطبوعة طلبات السلع اللينة المطوية اليومية، محققة وفورات هائلة في تكلفة الوحدة والشحن على نطاق واسع. أما صناديق الشحن المطبوعة فتُخصص للدفعات الأصغر من الهدايا وإطلاقات المنتجات وحزم العلاقات العامة والمجموعات الفاخرة، حيث يبرر هامش الربح استعراض فتح العبوة.

الخطوات التالية والنماذج الأولية

اختبر ملابسك الفعلية قبل الإنتاج بالجملة.



مسار النماذج الأولية
يحصل كل طلب على نموذج eProof مجاني. توصي Zigpac
بطلب عينات فعلية
(لاختبار التعبئة وخطوط الطي$30-$5US)
والوزن الحجمي مع ملابسك الفعلية.
مدة التنفيذ القياسية 7-10 أيام.

إجراءات للحصول على عرض سعر هجين:

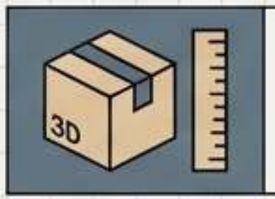
1. أرسل مقاس الملابس المطوية ووزنها.
2. قدّم حجم الطلبات الشهري مقسّمًا حسب نوع SKU.
3. أرسل تصاميم العلامة التجارية والرموز البريدية للوجهات.

ستؤكد Zigpac المقاس الدقيق والمادة
والحد الأدنى النهائي للطلب والسعر والجدول الزمني.

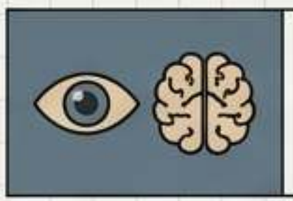
أهم النقاط



1. واقع تكلفة الوحدة: تكلفةٍ الأكياس البريدية أقل بكثير للوحدة في كل شريحة مشتركة (مثلًا 0.18$ مقابل 0.52$ عند 1,000+).



2. الوزن المحتسب: تعتمد وفورات الشحن بشدة على حجم الطرد المقاس (الوزن الحجمي)، وليس فقط على وزن العبوة الفارغة.



3. تصوّر الشراء: يؤثر تصميم التغليف بقوة في تصوّر العلامة التجارية، مع تفضيل الكرتون عمومًا لتجربة فتح العبوة الفاخرة.



4. مسارات إعادة تدوير متباينة: يتبع الغشاء (التسليم في المتاجر) والكرتون المموج (الجمع من الرصيف) مسارات إعادة تدوير مختلفة تمامًا.



5. امتثال الادعاءات: تخضع ادعاءات «قابل لإعادة التدوير» غير المقيدة لتنظيم صارم (قاعدة FTC بنسبة 60%). اطبع فقط ما يمكن لوثائقك الدفاع عنه.

ZIGPAC