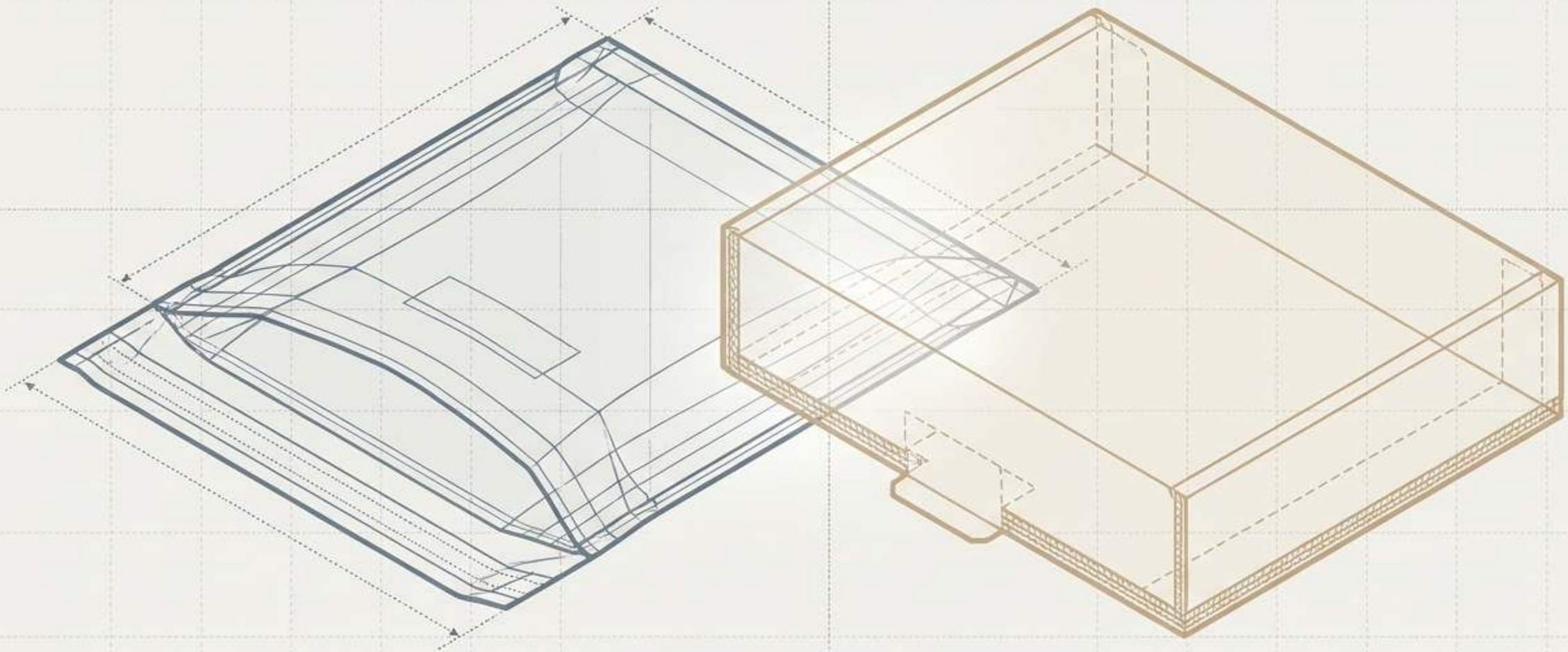
服装发货：快递袋还是飞机盒？
Zigpac 采购完整指南



单位成本陷阱

包装问题看似简单，直到履约账单到来。



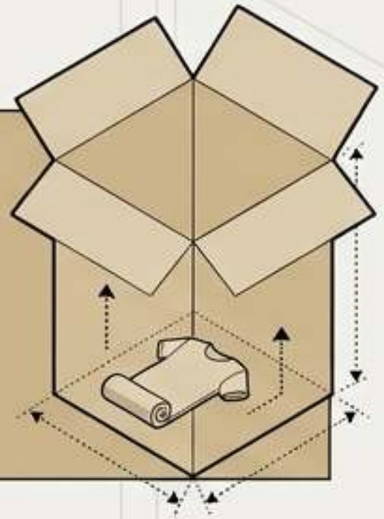
被压坏的

被压坏的
第一印象：
结构化礼盒套装
使用柔性袋
会导致
产品凹陷
和品牌受损。

单位成本：$0.25 | 数量：100 总计：$25.00

为运送空气买单：

日常T恤
使用硬质盒子
会产生
瓦楞纸板、
组装人工和
体积重费用。



材料
浪费

组装
人工工时

燃油
附加费

体积
重量
附加费

仓储
费用

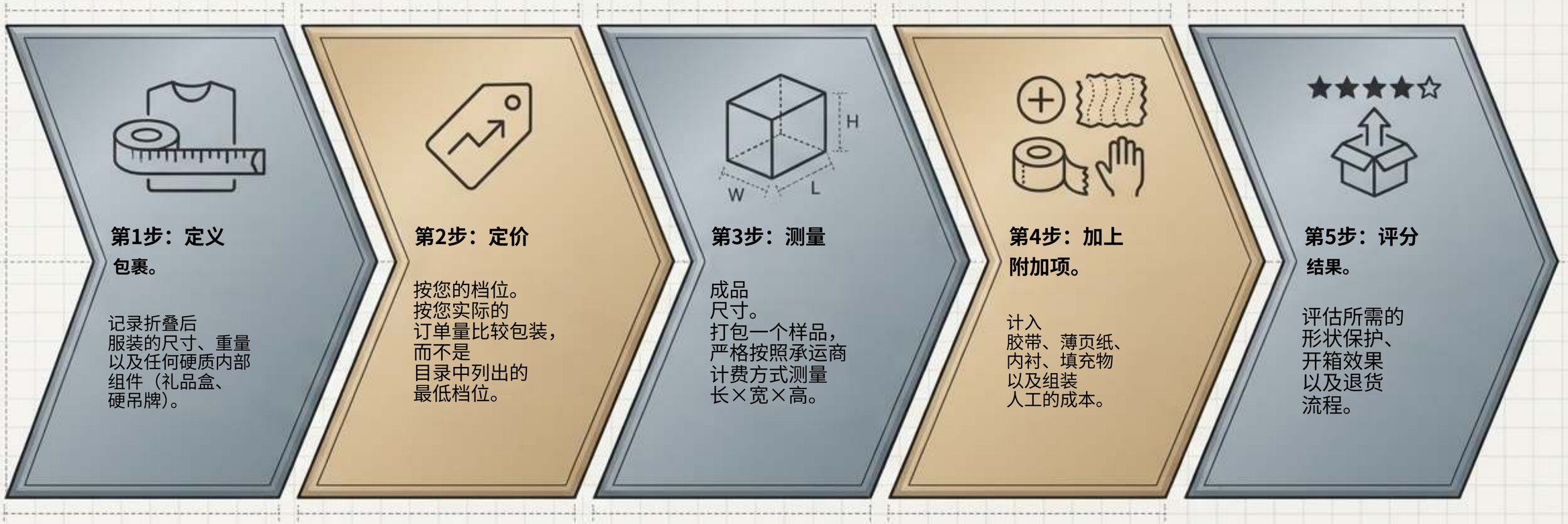
真实成本

两种错误代价都很高。两者都发生在仅凭单价评估包装形式时。

ZIGPAC

5步公平比较框架

依据真实产品规格（而非目录照片），按总到货成本和客户结果评估包装。



第1步：定义
包裹。

记录折叠后
服装的尺寸、重量
以及任何硬质内部
组件（礼品盒、
硬吊牌）。

第2步：定价

按您的档位。
按您实际的
订单量比较包装，
而不是
目录中列出的
最低档位。

第3步：测量

成品
尺寸。
打包一个样品，
严格按照承运商
计费方式测量
长×宽×高。

第4步：加上
附加项。

计入
胶带、薄页纸、
内衬、填充物
以及组装
人工的成本。

第5步：评分
结果。

评估所需的
形状保护、
开箱效果
以及退货
流程。



柔性竞争者：

定制快递袋

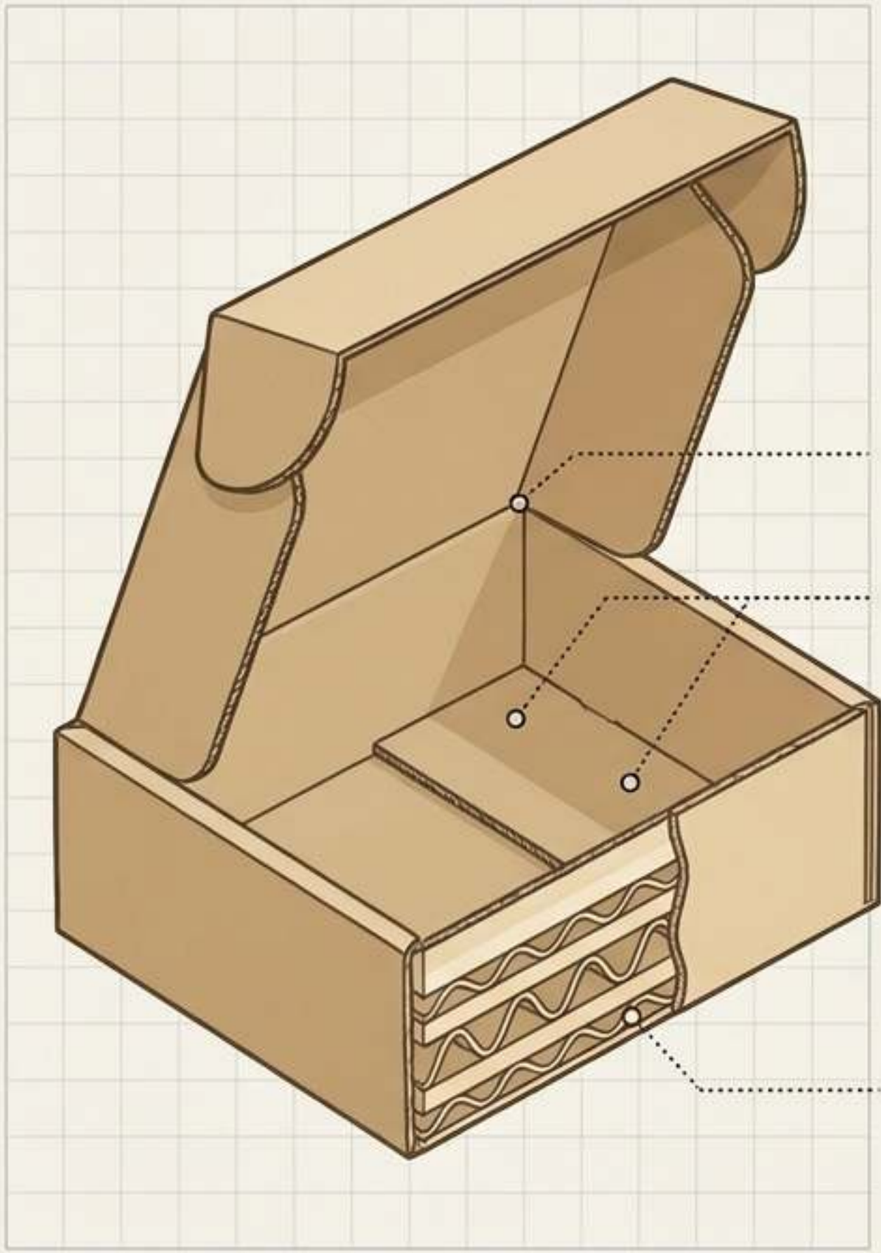
贴合日常软质商品的高效方案。

贴合服装。平放运输，增加的重量
可忽略不计，并将计费体积降至最低。

环境防护。防潮、防刮擦，
非常适合多雨路线和门廊投递。

厚度误区：更厚的薄膜（2.0 至 3.0 mil）
能显著提升抗撕裂和抗穿刺性能，但它
并不能把柔性信封袋变成保护性盒子。
对挤压零结构保护。

最适合：折叠T恤、连帽衫、打底裤
以及大批量日常订单。



硬质竞争者：

瓦楞飞机盒

结构保护与精心呈现。

卷边插舌盖。铰链盒盖和插舌封口
营造精心设计的高端开箱流程。

楞型设计。E楞外形更薄，
印刷表面平滑；B楞增加
缓冲，但会增加体积。

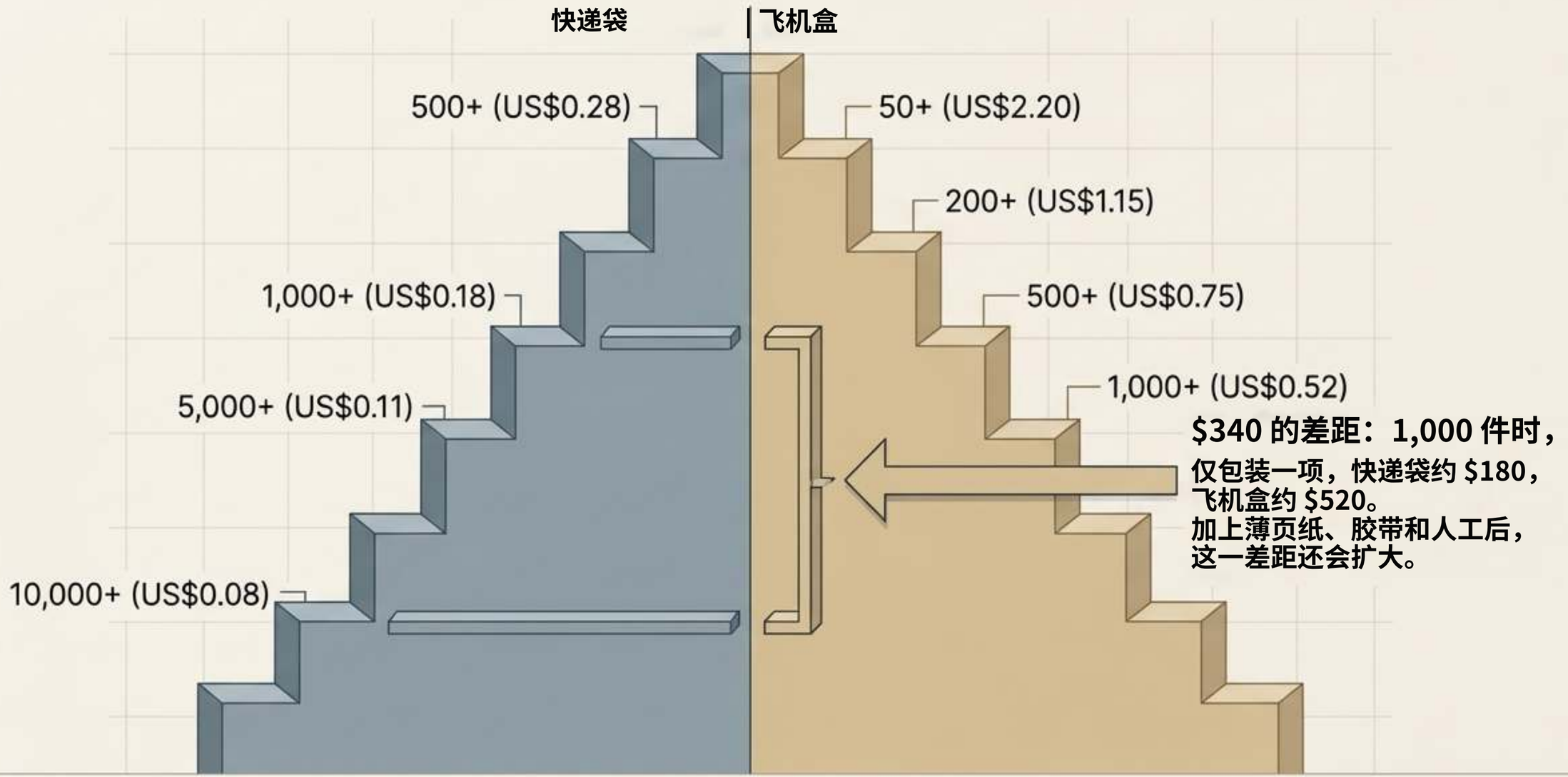
运营现实：需要组装。
平板交付，但需要在打包台手工
折叠、封胶带，且常需填充物。

MO LM

最适合：礼品套装、PR套装、硬顶帽、组合
配件，以及需要边角完好无损的商品。

包装单位成本基准

对比 Zigpac 2026年11月档位价格



$340 的差距：1,000 件时，

仅包装一项，快递袋约 $180，
飞机盒约 $520。
加上薄页纸、胶带和人工后，
这一差距还会扩大。

示例价格 - 最终价格、MOQ 和交期以您的报价为准。

“空气”罚金：体积重



袋子尺寸：14x11x2 英寸 = 308 立方英寸。
（体积重约 2.2 lb -> 取整为 3 lb）。

[长 x 宽 x 高]
÷ 承运商系数
= 计费重量
（承运商按实际重量与体积重
中较大者计费）



盒子尺寸：12x10x4 英寸 = 480 立方英寸。
（体积重约 3.5 lb -> 取整为 4 lb）。

要点：更纤薄的袋子通常按更低档位计费。过大的盒子或更厚的B楞纸板会立即增加您的最终计费重量运费。

ZIGPAC

开箱与品牌认知

呈现的投资回报（Ipsos / Paper and Packaging Board，2018）

快递袋





更倾向于选择纸质或纸板包装
而非塑料包装的消费者。

袋子的现实：外部印刷是唯一的品牌

展示面，最终以快速撕开的体验结束，该体验为
速度而优化，而非仪式感。

瓦楞纸盒





认同包装设计会
影响其购买决策的消费者。

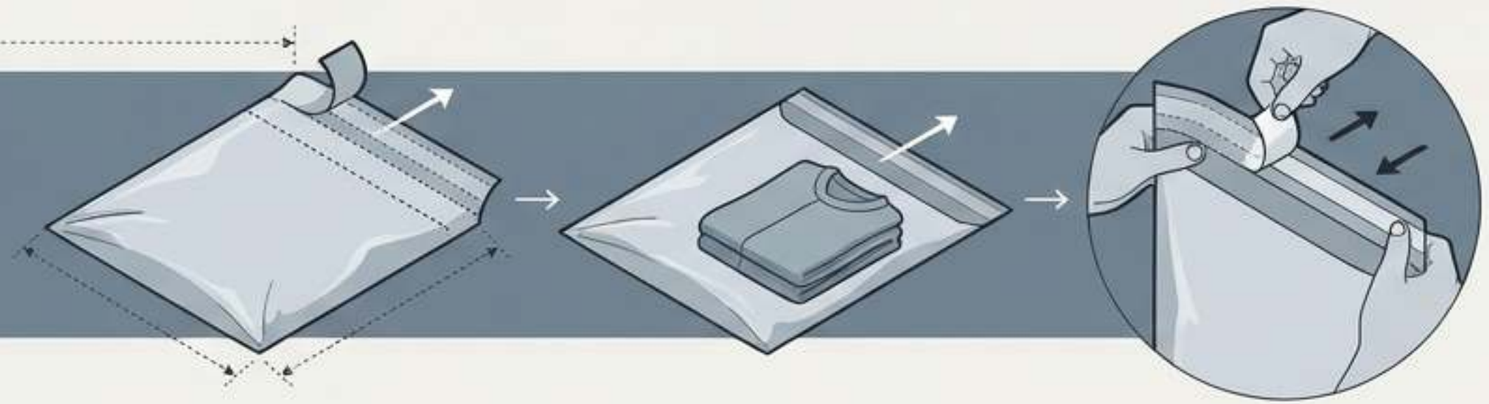
盒子的优势：仅外部、仅内部或全

内外印刷可打造“开盖揭晓”流程，
这对礼品和网红开箱视频至关重要。

退货流程

高效处理尺码换货。

双封口优势



定制可回寄快递袋带有第二条自粘条。客户可轻松重新封合原包装。（Zigpac 列出的档位从 500+ 件 US$0.33 降至 10,000+ 件 US$0.10）。

盒子的局限



飞机盒可以寄回，但需要客户在打开时不撕坏盒舌，并且自备封箱胶带。缺少一条胶带就会让退货变成一张客服工单。

回收途径与合规现实
材料去向，以及您在法律上可以印刷的内容。



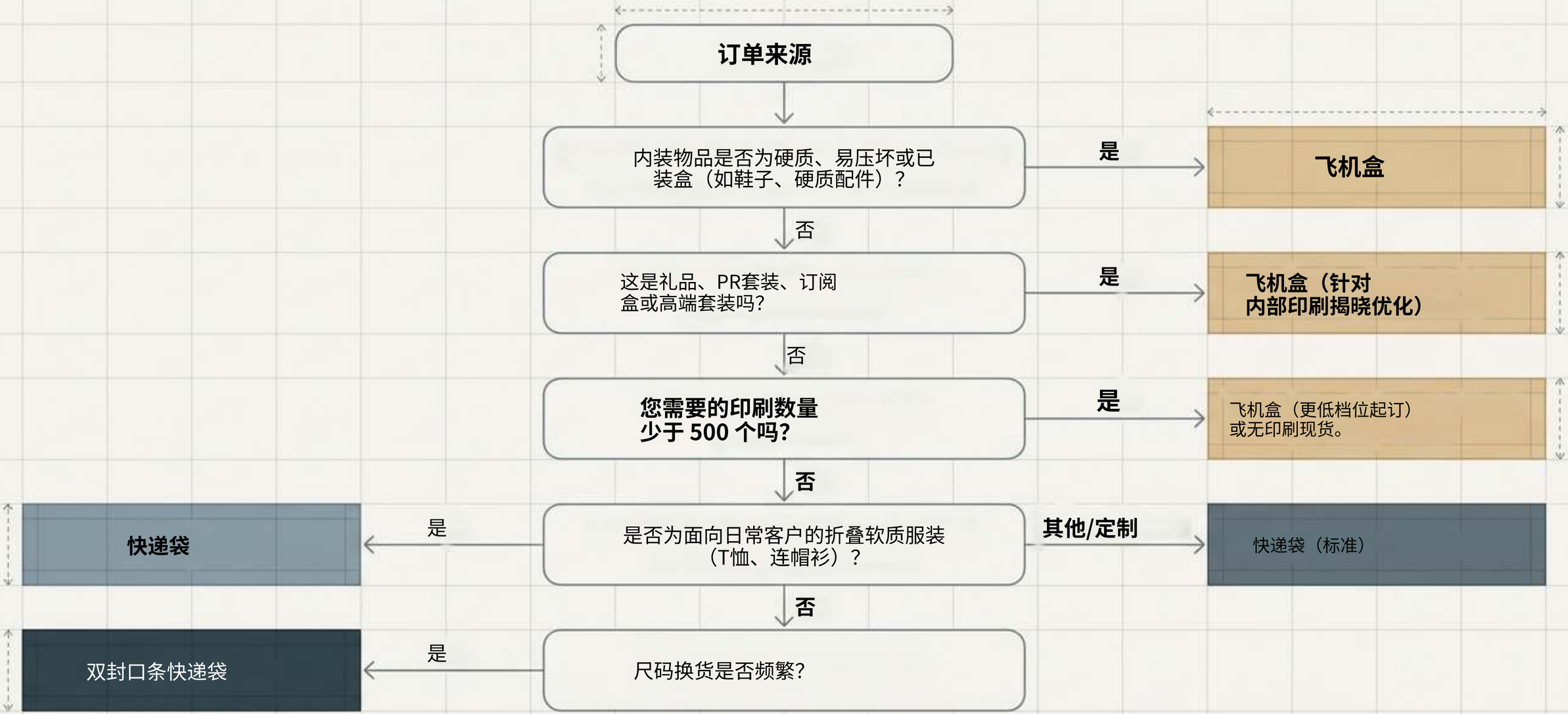
Zigpac 政策：不做未经验证的环保声明。只印刷您的文件在法律上支持的内容。

主诊断矩阵

	快递袋	飞机盒
单位成本（1k 档位）	US$0.18	US$0.52
运费风险	低 - 贴合形状	高 - 固定体积 + 计费空气
保护	仅防潮/防刮擦	形状与抗压保护
开箱	快速撕开	开盖揭晓仪式感
退货	便捷的第二条封口条	需要客户自备胶带
仓储与速度	平放堆叠节省空间，填充即封口	仓储占地大，折叠-填充-封胶带
MOQ（Zigpac）	500	50

（免责声明：最终 MOQ 和价格以您的报价为准。）

SKU 决策树


订单来源
内装物品是否为硬质、易压坏或已装盒（如鞋子、硬质配件）？
是
飞机盒
否
这是礼品、PR套装、订阅盒或高端套装吗？
是
飞机盒（针对内部印刷揭晓优化）
否
您需要的印刷数量少于 500 个吗？
是
飞机盒（更低档位起订）或无印刷现货。
否
是否为面向日常客户的折叠软质服装（T恤、连帽衫）？
其他/定制
快递袋（标准）
是
快递袋
否
尺码换货是否频繁？
是
双封口条快递袋

“顿悟时刻”：混合方案

最好的服装品牌不会只选一种形式。他们会根据订单类型匹配包装。





策略：

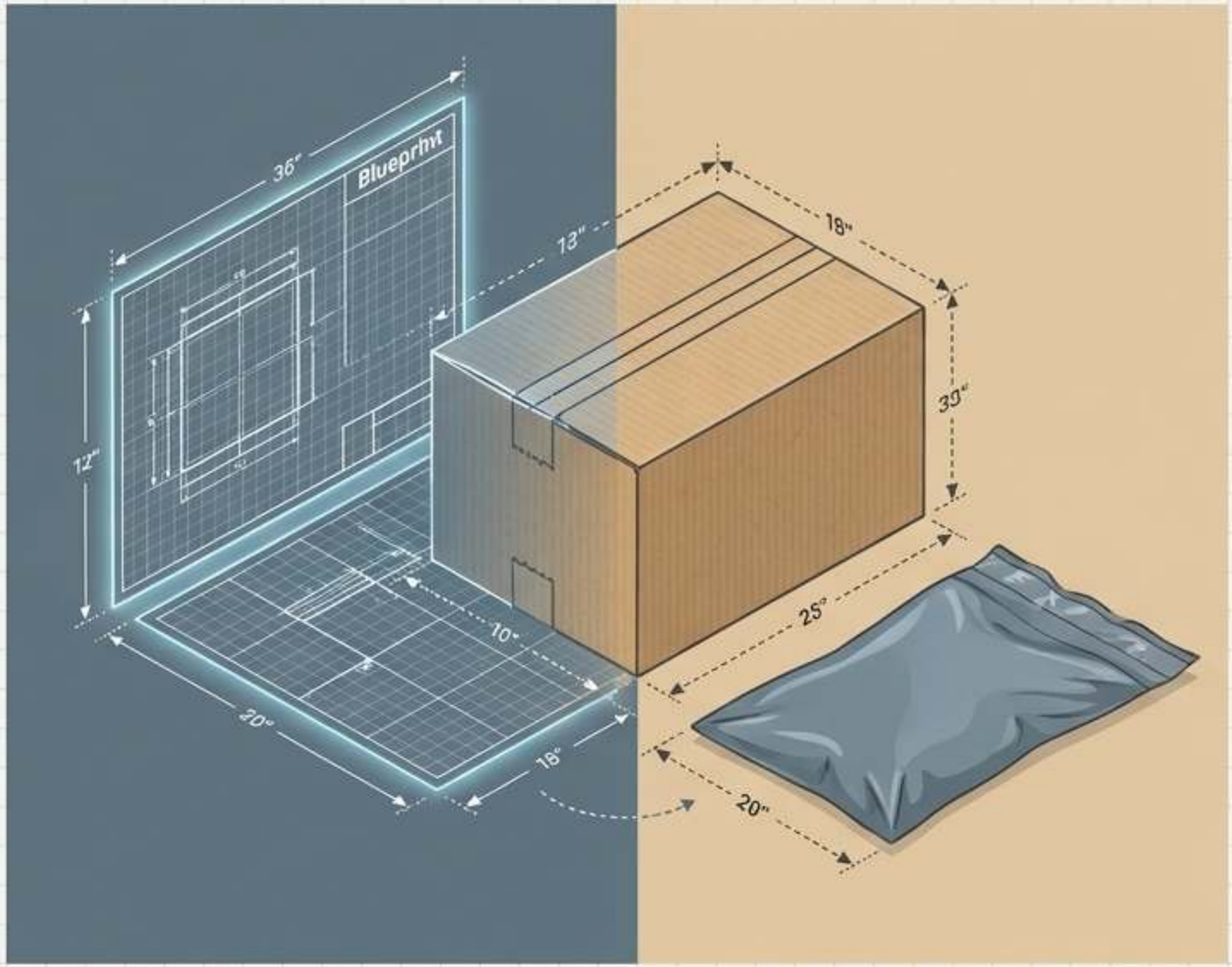
印刷快递袋覆盖日常折叠软质商品订单，
在单位成本和规模化运费上实现大幅节省。
印刷飞机盒则专用于小批量礼品、
新品发布、PR套装和高端组合，在这些场景中
利润足以支撑开箱仪式感。

收益：

在两种形式上保持设计稿一致，可呈现为
统一的高端品牌。通过同一家供应商
（Zigpac）管理两者，可确保只需一个打样周期和一个统一的
排期。

后续步骤与打样

在批量生产前测试您的实际服装。



打样流程
每个订单均可获得免费电子校样（eProof）。Zigpac 建议申请实物样品（US$5-$30），用您的实际服装测试打包、折线和体积重。
标准交期为 7-10 天。

混合报价的行动事项：

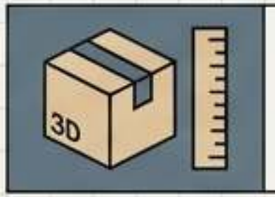
1. 发送折叠后服装的尺寸和重量。
2. 提供按 SKU 类型划分的月订单量。
3. 提交品牌设计稿和目的地邮政编码。

Zigpac 将确认确切尺寸、材料、最终 MOQ、价格和排期。

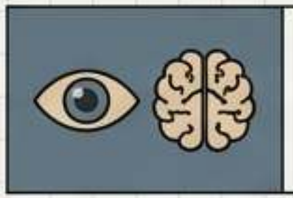
关键要点



1. 单位成本现实：在每个共同档位上，快递袋的单件成本都明显更低（例如 1,000+ 件时 $0.18 对比 $0.52）。



2. 计费重量：运费节省在很大程度上取决于实测包裹体积（体积重），而不仅仅是空包装的重量。



3. 购买认知：包装设计对品牌认知影响很大，高端开箱通常更青睐纸板。



4. 回收途径不同：薄膜（门店回收点）和瓦楞纸（路边回收）遵循完全不同的回收途径。



5. 声明合规：不加限定的“可回收”声明受到严格监管（FTC 60% 规则）。只印刷您的文件能够证明的内容。

ZIGPAC