



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



Khung ảnh nam châm làm quà lưu niệm thương hiệu: Cách doanh nghiệp giành chỗ lâu dài trên cửa tủ lạnh

Details

Trả lời nhanh: Khung ảnh nam châm là loại khung acrylic trong suốt hoặc khung có lớp lưng nam châm, dùng để giữ ảnh trên tủ lạnh hay các bề mặt thép khác. Nhiếp ảnh gia sự kiện, trường học, đại lý bất động sản, phòng khám và nhà tiếp thị khuyến mại dùng chúng làm quà lưu niệm mang thương hiệu. Chính bức ảnh của người nhận giúp khung giành được chỗ trên tủ lạnh, còn dấu thương hiệu kín đáo luôn hiện diện mỗi khi có người mở cửa.

Phần lớn quà tặng thương hiệu xoay quanh logo, nên rất nhiều món cuối cùng nằm trong ngăn kéo. Khung ảnh nam châm thì ngược lại. Nội dung là ảnh cưới của người nhận, ảnh chụp ở trường của con họ hay cả gia đình trước ngôi nhà mới, còn thương hiệu của bạn nằm trên khung hoặc ở mặt sau. Người ta giữ bức ảnh, nên cũng giữ luôn chiếc khung.

Lợi ích thực sự lớn hơn vẻ ngoài của nó. Các nhà phân phối sản phẩm khuyến mại tại Hoa Kỳ đã bán được hàng hóa trị giá \$26,8 tỷ vào năm 2024, tăng 2,63 % so với cùng kỳ năm trước, theo số liệu của [Promotional Products Association International](#)^[1]. Phần lớn khoản chi đó phải cạnh tranh để giành cùng một khoảng chú ý chỉ rộng vài foot vuông trong một ngôi nhà. Khung dán tủ lạnh giá rẻ còn kèm một rủi ro cụ thể. Các đánh giá trên sàn thương mại điện tử về khung giá rẻ cho biết nam châm quá yếu, không giữ nổi trên cửa tủ lạnh, và một thử nghiệm được chia sẻ rộng rãi ghi nhận ba trong số năm khung bị trượt hoặc rơi trong vòng 48 giờ. Một món quà lưu niệm rơi xuống sàn bếp mà vẫn mang tên bạn gây hại nhiều hơn là không tặng gì cả.

Bài viết này trình bày cách từng loại hình doanh nghiệp dùng khung ảnh trên tủ lạnh, cách lồng chúng vào sự kiện và các đợt tặng quà, cũng như cách so sánh các chương trình theo ngành. Bài chủ ý bỏ qua chi tiết sản xuất, vì phần đó thuộc về bản yêu cầu sản xuất chứ không phải kế hoạch chiến dịch.

Trong bài viết này

1. [Khung ảnh nam châm là gì và vì sao chúng giữ được sự chú ý?](#)
2. [Năm loại hình doanh nghiệp dùng khung ảnh nam châm để tăng độ nhớ thương hiệu](#)
3. [Cách lên kế hoạch đưa khung nam châm vào chiến dịch, sự kiện và quà tặng khách hàng](#)
4. [So sánh khung ảnh nam châm cho chương trình tủ lạnh theo ngành](#)
5. [Câu hỏi thường gặp](#)
6. [Điểm chính](#)
7. [Kết luận](#)



Khung ảnh nam châm là gì và vì sao chúng giữ được sự chú ý?

Khung ảnh nam châm là giá đỡ ảnh gắn vào, hoặc đặt gần, một bề mặt kim loại có từ tính. Có hai kiểu cấu tạo phổ biến. Kiểu thứ nhất là khung kẹp acrylic: hai tấm trong suốt kẹp bức ảnh ở giữa, được giữ với nhau bằng các nam châm nhỏ gắn chìm gần các góc, kèm lưng nam châm hoặc đế đứng tự do. Kiểu thứ hai là khung dạng túi: một lớp vỏ trong suốt được ép lên tấm nam châm dẻo. Ý tưởng này không hề mới. Bằng sáng chế Hoa Kỳ số 5,050,834, được cấp vào tháng Chín năm 1991, đã mô tả một [khung được nâng đỡ bằng từ tính, sử dụng các tấm acrylic trong suốt](#)^[2] để giữ thẻ ảnh trên bề mặt kim loại.

Định dạng này cũng đã được ghi nhận độc lập. Một chiếc khung nam châm acrylic 2 tấm nằm trong số các lựa chọn của New York Times trong [bài hướng dẫn chọn khung ảnh của Wirecutter](#)^[3], điều này có ý nghĩa với người mua là doanh nghiệp. Người nhận vốn đã quen kiểu dáng này như một “chiếc khung đẹp” sẽ xem món quà của bạn là một vật được chọn lựa kỹ, chứ không phải đồ phát miễn phí ở hội chợ.

Độ trong là điều giúp bức ảnh trở thành điểm nhấn của món quà. Các nhà sản xuất tấm acrylic thường công bố độ truyền sáng khoảng 92 %, đo theo phương pháp đo độ mờ và độ truyền sáng ASTM D1003. Bản thân vật liệu đã được tiêu chuẩn hóa: [ASTM D788](#)^[4] phân loại các hợp chất PMMA có polyme chứa ít nhất 70 % là methyl methacrylate và lưu ý chúng thường được dùng khi cần độ trong cực cao, còn tấm acrylic được quy định theo [ASTM D4802](#)^[5] và, ở cấp quốc tế, tấm đúc theo ISO 7823-1. Trên thực tế, một chiếc khung làm tốt trông như thể bức ảnh đang lơ lửng, nên người nhận thấy kỷ ức của mình trước và thương hiệu của bạn sau. Chính thứ tự đó làm nên hiệu quả của định dạng này.

Ba đặc tính biến chiếc khung thành công cụ gợi nhớ thương hiệu thay vì món quà chỉ tặng một lần:

- **Nội dung cá nhân.** Hình ảnh thuộc về người nhận, nên gỡ khung xuống chẳng khác nào rút bỏ một kỷ niệm.

- **Miếng chèn thay được.** Khi có thể thay ảnh, chiếc khung vẫn còn phù hợp qua bức chân dung ở trường năm sau hay ảnh đội của mùa giải kế tiếp. Mỗi lần thay ảnh là thêm một dịp người nhận cầm vật phẩm mang thương hiệu của bạn.
- **Mặt thứ hai.** Khung kẹp hai mặt giữ một tấm thẻ phía sau bức ảnh. Mặt sau đó có thể ghi thông tin liên hệ, ưu đãi giới thiệu hoặc ngày kỷ niệm mà không phải đặt chữ lên trên bức ảnh.

Nếu bạn cần phần kỹ thuật, như chọn vật liệu, lớp lưng nam châm và độ sẵn sàng để in, trang sản phẩm của chúng tôi về [nam châm khung ảnh acrylic tùy chỉnh](#) sẽ trình bày chi tiết. Phần còn lại của bài viết bàn về chiến lược.

Năm loại hình doanh nghiệp dùng khung ảnh nam châm để tăng độ nhớ thương hiệu

Nhiếp ảnh gia sự kiện: trao bản in đầu tiên ngay tại chỗ

Tại đám cưới, tiệc gala, lễ tốt nghiệp và tiệc công ty, một bức ảnh in ngay tại chỗ được lồng vào khung trong suốt trở thành món quà lưu niệm hữu hình đầu tiên khách mang về. Dấu của nhiếp ảnh gia nằm trên một dải viền mỏng hoặc trên thẻ mặt sau, kèm liên kết đến thư viện ảnh và lời nhắc đặt lịch cho các sự kiện sau. Các đánh giá của người tiêu dùng cho thấy nhiều gia đình đã tự mua những chiếc khung này. Một người đánh giá trên sàn thương mại điện tử cho biết việc tự cho ảnh chụp ở trường vào khung tủ lạnh mua ngoài cửa hàng “rẻ hơn nhiều so với đặt nam châm qua nhiếp ảnh gia”. Đó là khoản doanh thu nhiếp ảnh gia bỏ lỡ khi không cung cấp bản in có khung.

Trường học và hội phụ huynh: ngày chụp ảnh, đội thể thao và lễ tốt nghiệp

Trường học có sẵn chu kỳ thay ảnh: ngày chụp ảnh hằng năm, ảnh đội theo mùa và lễ tốt nghiệp. Chiếc khung mang huy hiệu và màu sắc của trường, tặng khi nhập học hoặc làm món bán kèm để gây quỹ, có thể được thay ảnh mỗi năm bằng bức chân dung mới. Ông bà là nhóm đối tượng thứ hai rất tự nhiên, và chính người đánh giá nói trên đã mua khung chuyên để gửi ảnh ở trường cho họ. Với học sinh nhỏ tuổi, hãy trao khung cho phụ huynh thay vì đưa trực tiếp cho các em, vì những lý do an toàn nêu bên dưới.

Đại lý bất động sản: ảnh ngày hoàn tất giao dịch

Bức ảnh người mua cầm chìa khóa trước ngôi nhà mới là một trong số ít hình ảnh mà khách hàng chủ động muốn trưng bày. Được đóng khung và trao vào ngày hoàn tất giao dịch, nó nằm trên tủ lạnh ngay trong căn nhà do đại lý bán, nơi hàng xóm và bạn bè ghé chơi, những người bán và người mua tương lai, nhìn thấy nó. Thẻ mặt sau có thể ghi thông tin liên hệ của đại lý và lời nhắc kỷ niệm ngày về nhà, và một bức ảnh mới gửi vào mỗi dịp kỷ niệm cho đại lý lý do để giữ liên lạc.

Phòng khám: ăn mừng các cột mốc, không phải các cuộc hẹn

Phòng khám nha khoa nhi, bác sĩ chỉnh nha, phòng khám thú y và các cơ sở hiếm muộn hoặc sản khoa đều tạo ra những khoảnh khắc đầy cảm xúc: nụ cười ngày tháo niềng, lần đầu chú cún con đến khám, bức ảnh trẻ sơ sinh. Một bức ảnh cột mốc được đóng khung tạo liên tưởng tích cực với phòng khám, điều mà nam châm nhắc lịch hẹn không làm được. Tuyệt đối không đưa thông tin y tế lên khung. Bức ảnh cùng một dấu nhỏ của phòng khám là đủ, và quyền riêng tư của bệnh nhân vẫn được bảo đảm.

Nhà tiếp thị khuyến mại: quây chụp ảnh và hội chợ thương mại

Các hoạt động kích hoạt thương hiệu với quây chụp ảnh giải quyết điểm yếu lớn nhất của tiếp thị sự kiện: người tham dự quên mất ai đã tổ chức quây. In ảnh chụp tại quây vào khung mang thương hiệu cho khách một món họ muốn mang đi, và thương hiệu theo họ về nhà. Các chương trình theo mùa cũng hiệu quả, chẳng hạn quà dịp lễ tặng khách hàng, ảnh đội làm quà tặng doanh nghiệp và quà lưu niệm của nhà tài trợ tại các sự kiện thể thao.



Cách lên kế hoạch đưa khung nam châm vào chiến dịch, sự kiện và quà tặng khách hàng

Điều phân biệt một chương trình quà lưu niệm với một thùng hàng tồn dư là khâu lên kế hoạch. Bảy bước dưới đây áp dụng dù bạn tổ chức một sự kiện đơn lẻ hay một lịch tặng quà quanh năm.

1. **Xác định khoảnh khắc bạn muốn khách nhớ đến.** Quyết định chiếc khung sẽ gợi lên hành động nào: đặt lại lịch, giới thiệu khách, tái đăng ký, một cuộc gọi dịp kỷ niệm ngày về nhà. Mọi thứ còn lại đều xuất phát từ đó. Nhiếp ảnh gia muốn chiếc khung hiện lên trong đầu khi một người bạn đính hôn. Đại lý muốn nó được nhớ đến khi hàng xóm rao bán nhà.
2. **Đề bức ảnh làm nhân vật chính.** Dùng những hình ảnh mà người nhận sẽ tự đóng khung: con người thật, cột mốc thật, ánh sáng đẹp. Ảnh thư viện và ảnh sản phẩm làm mất mục đích. Trong một cuộc thảo luận năm 2026 giữa các nhiếp ảnh gia phim chụp lấy liền về khung từ tính, một người tham gia đã tóm gọn tiêu chuẩn rất hay: khung “không nên cạnh tranh về mặt thị giác với bức ảnh, mà nên giúp bạn thưởng thức nó trọn vẹn hơn”.
3. **Đặt thương hiệu ở nơi không cạnh tranh với ảnh.** Chọn một trong ba vị trí: một dải màu mỏng hoặc dấu nhỏ ở viền khung, một thẻ in ở mặt sau của khung hai mặt, hoặc một miếng chèn mang thương hiệu phía sau bức ảnh “lơ lửng” nhỏ hơn. Tránh đặt logo ngang qua vùng hình ảnh, vì đó là cách nhanh nhất khiến khung bị gỡ xuống.
4. **Chọn thời điểm trao khung đúng lúc cảm xúc.** Trao khung vào đỉnh điểm cảm xúc: cuối buổi tiệc, ngày hoàn tất giao dịch, buổi hẹn tháo niềng, bức ảnh quây chụp còn ấm vừa ra khỏi máy in. Một chiếc khung gửi bưu điện sau 3 tuần chỉ còn là một gói hàng bình thường.

5. **Xây vòng thay ảnh.** Một chiếc khung thay ảnh được chỉ tạo thêm lần liên hệ nếu bạn cung cấp bức ảnh kế tiếp. Hãy lên lịch: bức chân dung năm sau, bản in kỷ niệm, buổi chụp ảnh gia đình dịp lễ. Mỗi lần thay ảnh là một điểm chạm thương hiệu chỉ tốn thêm một bản in và một phong bì.
6. **Lập kế hoạch cho an toàn và tuân thủ quy định.** Nam châm nhỏ, mạnh là mối nguy nuốt phải thực sự. Ủy ban An toàn Sản phẩm Tiêu dùng Hoa Kỳ cảnh báo rằng nam châm bị nuốt có thể [hút nhau xuyên qua thành ruột](#)^[6], gây thủng, tắc ruột hoặc tử vong. Với các sản phẩm thuộc phạm vi áp dụng, quy định liên bang về nam châm tại [16 CFR Phần 1262](#)^[7] yêu cầu mọi nam châm nằm lọt hoàn toàn trong ống thử chi tiết nhỏ phải có chỉ số từ thông thấp hơn 50 kG² mm². CPSC có [hướng dẫn dành cho doanh nghiệp về nam châm](#)^[8] giải thích phạm vi áp dụng và cách thử nghiệm, còn các sản phẩm dành cho trẻ em thuộc một khuôn khổ riêng là [yêu cầu an toàn đồ chơi](#)^[9]. Trên thực tế, hãy chỉ định nam châm gắn chìm hoàn toàn, trao khung cho người lớn tại trường học và phòng khám nhi, và hỏi nhà cung cấp họ thử nghiệm theo những quy định nào. Nếu phân phối tại California, cũng hãy xác nhận sản phẩm hoàn chỉnh có cần cảnh báo theo Proposition 65 hay không, đạo luật công bố hóa chất của tiểu bang có hiệu lực từ năm 1986. Một số sản phẩm tấm acrylic đã được kèm sẵn thông báo Prop 65.
7. **Đo lường những gì có thể.** Đặt một URL ngắn hoặc mã riêng cho từng chương trình trên thẻ mặt sau hoặc phong bì quà tặng, không đặt trên bức ảnh. Theo dõi lượt đặt lịch, lượt giới thiệu hay lượt tái đăng ký theo mã đó, và hỏi khách hàng mới “Bạn biết đến chúng tôi từ đâu?” với chiếc khung là một lựa chọn trong danh sách.



Những sai lầm khi lên kế hoạch biến quà lưu niệm thành đồ chiếm chỗ vô ích

Có bốn sai lầm lặp đi lặp lại. Sai lầm thứ nhất là **đặt khung mà không có kế hoạch về ảnh**: một chiếc khung chỉ có thể giữ chỗ thì không có lợi thế nào của định dạng này. Sai lầm thứ hai là **cho rằng tủ lạnh nào cũng có từ tính**: nhiều mặt thiết bị inox giữ nam châm yếu hoặc không giữ được, nên khung đứng tự do hoặc khung dùng được cả hai kiểu là lựa chọn an toàn hơn cho nhóm khách hàng đa dạng. Sai lầm thứ ba là **chỉ chọn theo đơn giá**: dữ liệu đánh giá về khung giá rẻ chỉ ra nam châm yếu, nam châm bật ra khỏi góc, và lớp màng bảo vệ khó bóc, để lại vết xước. Mỗi lỗi như vậy đều làm tổn hại thương hiệu in trên khung. Sai lầm thứ tư là **bỏ qua ánh nắng**: người mua khung giá rẻ cho biết ảnh phai chỉ sau vài tuần khi đặt gần cửa sổ hoặc bếp, và riêng acrylic trong suốt không

đảm bảo chống tia UV. Trước khi đặt hàng, hãy chuyển các quyết định này thành một bản yêu cầu bằng văn bản. Trang [nam châm khung ảnh acrylic](#) sẽ hướng dẫn qua các bước lấy mẫu, kiểm tra chất lượng và lên kế hoạch đặt lại hàng.

So sánh khung ảnh nam châm cho chương trình tủ lạnh theo ngành

Định dạng thì giống nhau ở mọi ngành, nhưng thiết kế chương trình thì không. Hãy dùng bảng này để điều chỉnh nội dung, vị trí thương hiệu, thời điểm trao khung và chu kỳ thay ảnh cho phù hợp với doanh nghiệp của bạn.

Doanh nghiệp	Nội dung đặt trong khung	Thời điểm trao khung phù hợp nhất	Vị trí thương hiệu	Thời điểm thay ảnh	Mục tiêu gợi nhớ
Nhiếp ảnh gia sự kiện	Ảnh in tại chỗ của cặp đôi, khách mời hoặc đội	Cuối sự kiện, trước khi khách ra về	Thẻ mặt sau có liên kết đến thư viện ảnh	Bản in kỷ niệm, buổi chụp ảnh gia đình kế tiếp	Giới thiệu khách và đặt lịch lặp lại
Trường học / Hội phụ huynh	Ảnh chân dung lớp, ảnh đội hoặc ảnh tốt nghiệp	Giao vào ngày chụp ảnh, trao cho phụ huynh	Huy hiệu và màu sắc của trường ở viền khung	Mỗi năm học mới	Niềm tự hào cộng đồng, gây quỹ, tái đăng ký
Đại lý bất động sản	Người mua cầm chìa khóa tại ngôi nhà mới	Ngày hoàn tất giao dịch	Dấu nhỏ ở viền kèm thẻ liên hệ ở mặt sau	Kỷ niệm ngày về nhà	Hàng xóm giới thiệu, tin rao bán trong tương lai
Phòng khám	Ảnh cột mốc (tháo niềng, thú cưng mới, trẻ sơ sinh)	Cuối buổi khám đánh dấu cột mốc	Chỉ có dấu kín đáo của phòng khám, không có thông tin y tế	Cột mốc kế tiếp hoặc lần khám định kỳ hằng năm	Liên tưởng tích cực, gia đình giới thiệu
Nhà tiếp thị khuyến mại	Ảnh chụp tại quầy chụp ảnh hoặc sự kiện tài trợ	Ngay sau khi chụp ảnh	Dải màu chiến dịch hoặc thẻ ưu đãi ở mặt sau	Chiến dịch theo mùa hoặc sự kiện kế tiếp	Gợi nhớ thương hiệu sau khi sự kiện kết thúc

Có hai xu hướng nổi bật. Các chương trình có chu kỳ thay ảnh tự nhiên (trường học, kỷ niệm ngày về nhà của bất động sản, các cột mốc ở phòng khám) tạo được lượt tiếp xúc lặp lại chỉ từ một chiếc khung. Các chương trình sự kiện một lần (quầy chụp ảnh, tiệc gala) phụ thuộc vào sức mạnh của khoảnh khắc đầu tiên, nên chất lượng in và việc giao ngay tại chỗ quan trọng hơn nội dung trên thẻ mặt sau.



Câu hỏi thường gặp

Câu hỏi thường gặp: Khung ảnh nam châm có dính vào tủ lạnh inox không?

Không phải lúc nào cũng vậy. Nhiều mặt thiết bị inox dùng loại thép chỉ có từ tính yếu hoặc hoàn toàn không có từ tính, nên khung bám chắc trên cửa thép sơn có thể trượt trên cửa inox. Với nhóm khách hàng có nhiều kiểu bếp khác nhau, hãy chọn khung cũng có thể đứng tự do trên kệ hoặc bàn, và thử một mẫu trên những bề mặt mà người nhận nhiều khả năng có nhất.

Câu hỏi thường gặp: Nam châm khung ảnh có an toàn để tặng tại trường học và phòng khám nhi không?

Có thể phân phối một cách có trách nhiệm, nhưng hãy coi nam châm nhỏ là mối nguy. CPSC cảnh báo rằng nam châm bị nuốt có thể gây tổn thương nghiêm trọng bên trong cơ thể. Hãy chỉ định nam châm gắn chìm hoàn toàn, trao khung cho phụ huynh thay vì trẻ nhỏ, và hỏi nhà cung cấp sản phẩm đã được đánh giá theo những quy định liên bang nào về nam châm hoặc an toàn đồ chơi.

Câu hỏi thường gặp: Logo của chúng tôi nên đặt trên khung hay trên miếng chèn dạng thẻ?

Nếu muốn khung được treo lâu, hãy để logo ngoài vùng ảnh. Một dấu mờ ở viền giúp thương hiệu nhìn thấy được từ xa bên kia gian bếp. Thẻ mặt sau trong khung hai mặt chứa được nhiều thông tin hơn, như thông tin liên hệ, ưu đãi hoặc mã giới thiệu, mà không cạnh tranh với bức ảnh. Nhiều chương trình dùng cả hai: một dấu nhỏ ở viền cộng với thẻ mặt sau.

Câu hỏi thường gặp: Ảnh có bị phai trên tủ lạnh không?

Có thể. Người mua khung giá rẻ cho biết ảnh phai rõ rệt chỉ sau vài tuần khi khung đặt gần cửa sổ hoặc bếp, và acrylic trong suốt không tự động chặn được tia UV. Hãy dùng bản in chất lượng, gợi ý vị trí tránh nắng trực tiếp và lên kế hoạch thay ảnh, để một bức ảnh phai màu trở thành lý do cho lần tiếp xúc kế tiếp chứ không phải lý do để gỡ khung.

Câu hỏi thường gặp: Chúng tôi nên lên kế hoạch cho khung trước bao lâu đối với một sự kiện hoặc mùa tặng quà?

Hãy tính ngược từ ngày trao khung, chừa thời gian cho lấy mẫu, duyệt thiết kế và sản xuất. Thời gian phụ thuộc vào số lượng, mức độ tùy chỉnh và nơi nhận, nên hãy yêu cầu lịch trình kèm báo giá thay vì dựa vào các ước tính chung chung. Mùa tặng quà cao điểm kín lịch rất nhanh.

Câu hỏi thường gặp: Làm sao biết chương trình khung ảnh có hiệu quả không?

Dùng mã hoặc URL ngắn riêng cho chương trình trên thẻ mặt sau hoặc bao bì, và theo dõi lượt đặt lịch, lượt giới thiệu hay lượt đăng ký theo mã đó. Thêm chiếc khung làm một đáp án trong câu hỏi “bạn biết đến chúng tôi qua đâu”, và so sánh tỷ lệ phản hồi sau mỗi lần thay ảnh qua từng năm.

Điểm chính

- **Quà lưu niệm thương hiệu phải cạnh tranh trong một thị trường khuyến mại đông đúc, nên chính bức ảnh của người nhận phải giành được chỗ trên tủ lạnh.** — \$26,8 tỷ doanh số của các nhà phân phối khuyến mại tại Hoa Kỳ trong năm 2024, tăng 2,63 % ([Nguồn](#))
- **Khung từ tính trong suốt để giữ thẻ ảnh trên bề mặt kim loại là một định dạng có từ lâu, không phải trào lưu nhất thời.** — Bằng sáng chế Hoa Kỳ số 5,050,834, được cấp năm 1991 ([Nguồn](#))
- **Acrylic trong suốt tạo nên hiệu ứng ảnh lơ lửng là vật liệu đã được tiêu chuẩn hóa, không phải nhựa thông thường.** — ít nhất 70 % polyme có nguồn gốc từ methyl methacrylate theo ASTM D788 ([Nguồn](#))
- **Nam châm nhỏ có thể bung ra được quản lý vì những lý do chính đáng, vì vậy hãy chỉ định nam châm gắn chìm và trao khung cho người lớn.** — chỉ số từ thông dưới 50 kG² mm² đối với nam châm nhỏ thuộc phạm vi áp dụng ([Nguồn](#))
- **Chấn thương do nuốt nam châm nghiêm trọng đến mức các cơ quan quản lý liên bang lập hẳn một trung tâm an toàn chuyên trách.** — nuốt nhiều nam châm có thể gây thủng ruột, tắc ruột hoặc tử vong ([Nguồn](#))

Kết luận

Khung ảnh nam châm hiệu quả với doanh nghiệp vì chúng đảo ngược logic khuyến mại thông thường: ký ức của người nhận là nội dung, còn thương hiệu của bạn luôn hiện diện như một phần của chiếc khung. Nhiếp ảnh gia sự kiện tạo giá trị ngay tại chỗ, trường học và phòng khám có lý do để kết nối lại mỗi năm, đại lý duy trì sự hiện diện trong những ngôi nhà họ đã bán, và nhà tiếp thị biến một lần ghé quầy thoáng qua thành thứ người ta mang về nhà. Định dạng này thành hay bại tùy vào vài quyết định: bức ảnh phù hợp, vị trí thương hiệu kín đáo, thời điểm trao khung hợp lý, kế hoạch thay ảnh, và khung vừa an toàn vừa giữ chắc.

Nếu bạn đang lên kế hoạch cho chiến dịch, sự kiện hoặc chương trình tặng quà khách hàng, hãy bắt đầu từ trường hợp sử dụng và mục tiêu gợi nhớ đã nêu ở trên, sau đó [yêu cầu báo giá và mẫu thử cho nam châm khung ảnh acrylic tùy chỉnh](#). Chúng tôi sẽ giúp bạn chọn khung phù hợp với đối tượng, số lượng và tiến độ của bạn.

Nguồn tham khảo

1. Promotional Products Association International (PPAI), “Ước tính doanh số PPAI: Tăng trưởng

- khiêm tốn trong năm 2024 nhưng vẫn có lý do để lạc quan.” ppai.org ↵
2. Bằng sáng chế Hoa Kỳ số 5,050,834, “Khung được nâng đỡ bằng từ tính dùng cho thẻ ảnh”, được cấp ngày 24 tháng 9 năm 1991. [PDF bằng sáng chế](#) ↵
 3. The New York Times Wirecutter, “Những chiếc khung ảnh tốt nhất.” nytimes.com/wirecutter ↵
 4. ASTM International, ASTM D788-24, Hệ thống phân loại tiêu chuẩn và cơ sở đặc tả cho vật liệu đúc và đùn Poly(Methyl Methacrylate) (PMMA). webstore.ansi.org ↵
 5. ASTM International, ASTM D4802-16, Đặc tả tiêu chuẩn cho tấm nhựa acrylic Poly(Methyl Methacrylate). standards.iteh.ai ↵
 6. Ủy ban An toàn Sản phẩm Tiêu dùng Hoa Kỳ, Trung tâm Thông tin về Nam châm. cpsc.gov ↵
 7. Electronic Code of Federal Regulations, 16 CFR Phần 1262, Tiêu chuẩn an toàn đối với nam châm. ecfr.gov ↵
 8. Ủy ban An toàn Sản phẩm Tiêu dùng Hoa Kỳ, Hướng dẫn dành cho doanh nghiệp: Nam châm. cpsc.gov ↵
 9. Ủy ban An toàn Sản phẩm Tiêu dùng Hoa Kỳ, Giáo dục doanh nghiệp: An toàn đồ chơi. cpsc.gov ↵

tháng 10 21, 2026