



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



Details

Trả lời nhanh: Trang sổ tay cá nhân hóa là các trang ruột được in theo bố cục riêng của bạn, chẳng hạn tiêu đề đầu trang hoặc chân trang có logo, các định dạng kẻ dòng, lưới chấm hoặc lưới ô vuông, mẫu biên bản họp hoặc mẫu kế hoạch, cùng tùy chọn đánh số trang hoặc đục lỗ xé. Càng ít mẫu trang riêng biệt, màu mực và công đoạn hoàn thiện bạn chỉ định thì chi phí in và số lượng đặt hàng tối thiểu thường càng thấp.

Cập nhật lần cuối: ngày 21 tháng 10 năm 2026 · Thời gian đọc: khoảng 11 phút

Hầu hết các dự án sổ tay doanh nghiệp bắt đầu từ bìa và xem phần bên trong là chuyện sau cùng. Như vậy là đảo ngược thứ tự ưu tiên. Bìa chỉ được nhìn thấy một lần. Trang sổ tay cá nhân hóa được nhìn thấy mỗi lần có người cầm bút viết. Hướng dẫn này trình bày cách thiết kế các trang ruột đó cho bộ quà hội nhập nhân viên mới, hội nghị, chương trình đào tạo và quà tặng khách hàng, đồng thời giải thích mỗi quyết định về bố cục làm thay đổi báo giá bạn nhận được như thế nào.

Vì sao trang ruột quyết định sổ tay có thương hiệu có được sử dụng hay không

Vấn đề: một cuốn sổ có thể có bìa in đẹp mà vẫn thất bại vì các trang không phù hợp với công việc. Logo in khắp mọi trang làm giảm không gian viết. Lịch kế hoạch đã in sẵn ngày sẽ nhanh chóng lỗi thời. Mẫu biên bản họp có những ô không ai điền khiến các trang trông như mới dùng một nửa. Trong mọi trường hợp, cuốn sổ cuối cùng nằm trong ngăn kéo, và ấn tượng về thương hiệu biến mất theo.

Điểm nhúc nhối: điều này hiện nay càng quan trọng vì người mua kỳ vọng nhiều hơn ở các sản phẩm quảng cáo. Nghiên cứu của PPAI cho biết 65 % nhà phân phối và 64 % nhà cung cấp nhận thấy mối quan tâm của người tiêu dùng đối với sản phẩm thân thiện với môi trường tăng đáng kể, và hiệp hội này nêu rằng [sản phẩm thân thiện với môi trường và tùy chỉnh sẽ thống trị^{\[1\]}](#) các sản phẩm mới ra mắt. Người nhận trẻ tuổi đặt ra tiêu chuẩn cao. Trong một nghiên cứu người tiêu dùng của PPAI, 68 % người trả lời thuộc Gen Z cho rằng hàng hóa mang thương hiệu tác động tích cực đến cách họ nhìn nhận một thương hiệu, và 89 % cho rằng tính bền vững là điều quan trọng ([Vì sao quà tặng quảng cáo hợp gu Gen Z^{\[2\]}](#)). Một cuốn sổ không ai dùng thì chẳng đóng góp gì cho ấn tượng đó.

Giải pháp: hãy coi trang ruột trước hết là một bề mặt chức năng, sau đó mới là bề mặt thương hiệu. Một nghiên cứu chung của PPAI-ASI đã tóm tắt nguyên tắc này: “Khi một món đồ có chỗ đứng trong đời sống hằng ngày của ai đó, nó thôi mang cảm giác của quảng cáo và bắt đầu vận hành giống một tiện ích hơn” ([nghiên cứu chung của PPAI-ASI^{\[3\]}](#)). Các phần dưới đây giải thích cách xây dựng những trang vận hành theo hướng đó và mỗi lựa chọn kéo theo chi phí ra sao.

Mục lục

1. [Thế nào là trang sổ tay cá nhân hóa?](#)
2. [Cách thiết kế trang sổ tay tùy chỉnh qua sáu bước](#)
3. [Trang kẻ dòng, trang lưới chấm, trang lưới ô vuông và trang mẫu](#)
4. [Mỗi lựa chọn về trang sổ tay cá nhân hóa ảnh hưởng thế nào đến chi phí và số lượng đặt hàng](#)

[tối thiểu](#)

5. [Câu hỏi thường gặp](#)
6. [Những điểm chính](#)
7. [Kết luận](#)

Thế nào là trang sổ tay cá nhân hóa?

Trang sổ tay cá nhân hóa là các tờ ruột bên trong, thường gọi là ruột sổ, được in theo bố cục do bên mua xác định thay vì họa tiết có sẵn. Bạn nên hình dung mỗi trang ruột gồm 4 lớp, vì mỗi lớp kéo theo một công đoạn sản xuất riêng:

- **Nền trang:** kiểu mẫu để viết, có thể là dòng kẻ, lưới chấm, lưới ô vuông hoặc để trống.
- **Lớp thương hiệu:** tiêu đề đầu trang có logo, chân trang, dấu hiệu ở góc, khẩu hiệu hoặc nền màu nhạt.
- **Lớp cấu trúc:** các mẫu như ghi chú cuộc họp, kế hoạch tuần, danh sách kiểm tra hoặc chương trình sự kiện.
- **Lớp chức năng:** sổ trang, đường đục lỗ xé hoặc dữ liệu biến đổi như tên người nhận.

Phương pháp đóng sổ quyết định cách sắp xếp các lớp này. Trong sổ đóng ghim gáy, các tờ gấp được lồng vào nhau và bấm ghim xuyên qua nếp gấp gáy. Mỗi tờ gấp tạo ra 4 trang, nên sổ trang tăng theo bội số của 4. Vì vậy, trang 2 và trang kế cuối được in trên cùng một tờ giấy. Nếu bạn muốn chuyển phần, chẳng hạn mười tờ kẻ dòng rồi đến một cụm mẫu biên bản họp, hãy lên kế hoạch theo các tờ gấp nguyên. Nếu không, nhà in phải sắp xếp lại việc dàn trang, tức cách bố trí các trang trên tờ in. Các dòng [sổ làm từ giấy bì kraft đóng ghim gáy](#) của chúng tôi đều theo cấu trúc này, còn trang sản phẩm trình bày kích thước, giấy và thông số kỹ thuật của bì. Bài viết này chỉ tập trung vào bố cục trang.

Thị trường đủ lớn để việc hoạch định trang ruột xứng đáng có một bản yêu cầu riêng. Doanh số sản phẩm quảng cáo tại Hoa Kỳ đạt khoảng \$26,09 tỷ vào năm 2023, và các sản phẩm bền vững chiếm khoảng \$3,09 tỷ, tức 12,2 %, theo [Báo cáo doanh số ngành PPAI 2023](#)^[4]. Các số liệu này bao gồm toàn bộ sản phẩm quảng cáo, không riêng gì sổ tay.



Cách thiết kế trang sổ tay tùy chỉnh qua sáu bước

Bước 1: Xác định nhiệm vụ mà các trang phải đảm nhận

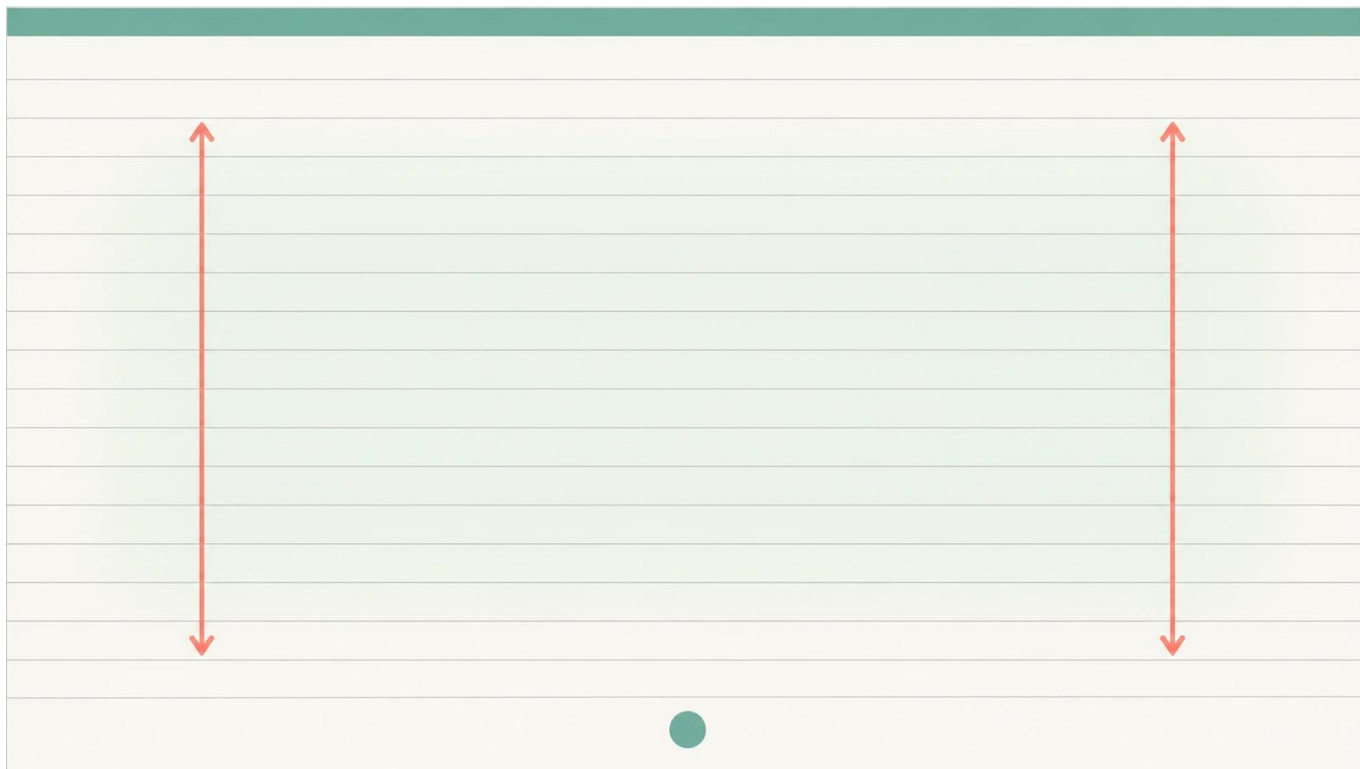
Hãy bắt đầu từ việc ai là người viết trong sổ, họ viết ở đâu và dùng trong bao lâu. Người dự hội nghị cần vài ngày để ghi chú các phiên họp. Nhân viên mới có thể dùng sổ trong nhiều tháng cho các buổi trao đổi trực tiếp một-một. Một đội làm việc hiện trường có thể cần những trang xé ra được để bàn giao. Văn phòng phẩm cũng phải cạnh tranh sự chú ý với các loại quà tặng khác. Một khảo sát của PPAI với hơn 3,000 U.S. người tiêu dùng ở độ tuổi 16-60 cho thấy trang phục xếp đầu ở mọi nhóm tuổi, còn văn phòng phẩm thì không ([phân tích chuyên sâu của PPAI về người mua cuối^{\[5\]}](#)). Một cuốn sổ giành được chỗ đứng nhờ tính hữu ích, vì vậy hãy viết ra trường hợp sử dụng chính trong một câu trước khi chọn bất kỳ định dạng nào.

Bước 2: Chọn nền trang

Hãy chọn kiểu mẫu phù hợp với công việc. Trang kẻ dòng hợp với văn xuôi, biên bản họp và ghi chú đào tạo. Lưới chấm hợp với nội dung hỗn hợp như danh sách, phác thảo và sơ đồ đơn giản, vì các chấm định hướng nét viết mà không bó nó vào đường kẻ. Lưới ô vuông hợp với các nhóm kỹ thuật, thiết kế và làm việc nhiều dữ liệu. Trang trống hợp với hội thảo sáng tạo và phác họa. Nếu người nhận có vai trò đa dạng, lưới chấm là lựa chọn đơn lẻ trung tính nhất.

Bước 3: Đặt lớp thương hiệu ở nơi không cản trở việc viết

Hãy đặt logo ở lề, không đặt trong vùng viết. Một dải tiêu đề ở đầu trang hoặc một dấu nhỏ ở chân trang giúp thương hiệu hiện diện mà không chiếm chỗ viết. Hãy in bằng một màu nhạt hoặc màu nền mờ để mực bút vẫn dễ đọc khi ai đó viết sát bên. Logo đậm hết cỡ trên mọi trang khiến ghi chú trông rối mắt. Nhiều đội chỉ in logo đầy đủ ở trang đầu và trang cuối, còn các trang ở giữa dùng một dấu nhỏ. Trước khi duyệt bản thiết kế, hãy xem lớp thương hiệu hiển thị ra sao trên bản in thử. Trang sản phẩm giải thích [các giai đoạn kiểm tra bản thiết kế và làm mẫu](#).



Bước 4: Quyết định về các mẫu trang và cách kết hợp chúng

Một mẫu chỉ có ích nếu người nhận thực sự điền vào. Mẫu biên bản họp hiệu quả nhất khi có ba hoặc bốn ô: ngày, người tham dự, ghi chú và việc cần làm. Trang kế hoạch nên để không ghi ngày, với các ô ngày để trống, để cuốn sổ vẫn dùng được vào bất cứ lúc nào được phát đi. Sổ sự kiện có thể có trang mở chương trình hoặc sơ đồ địa điểm ở đầu sổ, tiếp theo là các trang trống. Mỗi mẫu bổ sung là một thiết kế riêng cần thiết lập, nên hầu hết chương trình dùng một thiết kế lặp lại hoặc hai thiết kế sắp xếp theo cụm các tờ gấp nguyên, như đã mô tả ở phần định nghĩa phía trên.



Bước 5: Chỉ thêm đánh số trang hoặc đục lỗ xé khi có quy trình làm việc cụ thể

Việc đánh số trang hữu ích khi các mục ghi phải truy vết được, chẳng hạn trong ghi chú phòng thí nghiệm, nhật ký tuân thủ, dấu vết kiểm toán hoặc biên bản họp mà mọi người hay trích dẫn. Nó thêm một công đoạn in số thứ tự. Đục lỗ xé hữu ích khi trang được tách khỏi sổ, như phiếu phản hồi xé rời, tài liệu phát tay hoặc thẻ hồi đáp. Nó thêm một lượt hoàn thiện. Trang đục lỗ xé để lại phần cuống khi xé ra, và trong sổ đóng ghim gáy, tờ đối diện trên cùng tờ gấp vẫn dính lại ở nếp gấp. Hãy hỏi nhà cung cấp đường đục lỗ xé nằm ở vị trí nào so với ghim. Cả hai tùy chọn đều làm tăng chi phí, vì vậy chỉ đưa vào khi bạn gọi tên được quy trình mà chúng phục vụ.

Bước 6: Lập sơ đồ trang để báo giá

Hãy gửi một sơ đồ trang thay vì mô tả chung chung. Liệt kê từng thiết kế trang, số trang dùng thiết kế đó, vị trí trong trình tự, số màu mực và mọi yêu cầu về đánh số trang, đục lỗ xé hoặc dữ liệu biến đổi. Một dòng như “Trang 1-2 trang chào mừng, 2 màu; trang 3-30 lưới chấm có dấu ở chân trang, 1 màu; trang 31-32 trang liên hệ” giúp nhà cung cấp báo giá chính xác ngay lần đầu. Các phần còn lại của bản yêu cầu, gồm kích thước, giấy, hoàn thiện bìa và đóng gói, được trình bày trong [hướng dẫn thông số kỹ thuật sổ bìa các tông tùy chỉnh](#).

Trang kẻ dòng, trang lưới chấm, trang lưới ô vuông và trang mẫu

Bảng dưới đây so sánh các định dạng giấy sổ tay tùy chỉnh phổ biến theo mục đích sử dụng và theo mức độ ảnh hưởng đến sản xuất. “Mức thiết lập tương đối” cho biết một định dạng làm tăng bao nhiêu công việc tiền in và in so với một trang lập một màu. Đây không phải là giá.

Định dạng	Phù hợp nhất cho	Độ phủ mực	Mức thiết lập tương đối	Lưu ý
Trống	Hội thảo, phác họa, thương hiệu sáng tạo	Không có hoặc chỉ có dấu thương hiệu	Thấp nhất	Có thể trông thiếu đặc trưng nếu không có lớp thương hiệu
Kẻ dòng	Đào tạo, biên bản, ghi chú văn phòng chung	Nhẹ	Thấp	Nét kẻ quá đậm sẽ lấn át chữ viết tay
Lưới chấm	Nhóm đa vai trò, danh sách, sơ đồ	Rất nhẹ	Thấp	Các chấm quá mờ có thể biến mất trên giấy có màu
Lưới ô vuông	Kỹ thuật, thiết kế, công việc dữ liệu	Trung bình	Thấp đến trung bình	Lưới dày khiến ghi chú viết tay khó đọc lướt
Mẫu biên bản họp	Nhóm khách hàng, trưởng dự án	Trung bình	Trung bình (thêm một thiết kế)	Quá nhiều ô khiến trang chỉ được dùng một nửa
Lịch kế hoạch không ghi ngày	Hội nhập nhân viên mới, chương trình dài hạn	Trung bình đến nặng	Trung bình đến cao	Bản có in sẵn ngày sẽ lỗi thời trước khi được phát
Các phần hỗn hợp	Bộ sự kiện kết hợp chương trình và ghi chú	Thay đổi tùy trường hợp	Cao (nhiều thiết kế)	Điểm chuyển phần phải khớp với các tờ gấp

Mật độ họa tiết và chất lượng giấy có tác động qua lại. Các nhà đánh giá độc lập nhận thấy một cuốn sổ giá rẻ nhưng làm tốt vẫn chịu được lượng mực dày. Một người đánh giá bút máy cho biết “gần như không lộ mực ở mặt sau và hoàn toàn không thấm xuyên giấy” trên một cuốn sổ cá nhân hóa làm thủ

công ([bài đánh giá của UK Fountain Pens^{\[6\]}](#)). [Notebook Stories^{\[7\]}](#) ghi nhận rằng một cuốn nhật ký giá 97 cent gần như không bị thấm xuyên. Hiệu suất của giấy phụ thuộc vào loại giấy chứ không phải giá, vì vậy hãy thử họa tiết bạn chọn trên đúng loại giấy thực tế trong giai đoạn làm mẫu.

Mỗi lựa chọn về trang sổ tay cá nhân hóa ảnh hưởng thế nào đến chi phí và số lượng đặt hàng tối thiểu

Chi phí trang ruột phụ thuộc chủ yếu vào khâu thiết lập, không phải lượng mực. Mỗi thiết kế, màu và công đoạn hoàn thiện đều phải được chuẩn bị trước khi tờ in đạt chuẩn đầu tiên ra khỏi máy in. Khối lượng công việc cố định đó được phân bổ trên toàn đơn hàng, đó là lý do độ phức tạp tăng thêm thường làm tăng số lượng tối thiểu để một đơn hàng hợp lý về kinh tế.



Yếu tố chi phí	Vì sao làm tăng chi phí	Ảnh hưởng đến số lượng tối thiểu	Cách kiểm soát
Số lượng thiết kế trang riêng biệt	Mỗi thiết kế cần công đoạn tiền in riêng và, với máy in offset, cần bản in riêng	Tăng theo từng thiết kế	Lặp lại một thiết kế; giới hạn tối đa hai phần
Số màu mực trên mỗi trang	Một màu pha sẵn là một lượt in; in đủ màu (CMYK) dùng bốn loại mực quy trình	Cao hơn khi in offset đủ màu	In phần ruột bằng một màu thương hiệu và dành in đủ màu cho bìa
Dữ liệu biến đổi (tên, mã định danh)	Mỗi cuốn sổ khác nhau, nên cần in kỹ thuật số	Có thể thấp hơn với số lượng nhỏ, nhưng đơn giá cao hơn	In tên trên 1 trang thay vì trên mọi trang
Đánh số trang	Số thứ tự cần một lượt in có khả năng đánh số	Tăng ở mức trung bình	Chỉ đánh số các phần cần truy vết
Đục lỗ xé	Thêm một công đoạn hoàn thiện và dụng cụ gia công	Tăng ở mức trung bình	Chỉ đục lỗ xé một phần thay vì mọi trang
Độ phủ mực cao (nền màu, in tràn lề)	Nhiều mực hơn, thời gian khô lâu hơn, nguy cơ lộ mực ở mặt sau cao hơn	Tăng nhẹ	Dùng nét vẽ đường và nền màu nhạt

Trang này không nêu số lượng hay giá, vì những điều đó phụ thuộc vào toàn bộ thông số kỹ thuật. Bước hữu ích nhất là yêu cầu báo giá cho hai phiên bản: một phiên bản cơ sở với một thiết kế in 1 màu, và bố cục bạn mong muốn. Chênh lệch giữa hai báo giá cho thấy chính xác mỗi nâng cấp tốn bao nhiêu. Bạn có thể [yêu cầu báo giá cho cả hai phương án](#) từ trang sản phẩm.

Có một điểm quy định áp dụng cho chân trang. Nếu bạn định in dòng “làm từ giấy tái chế” hoặc tuyên bố tương tự, Green Guides của Ủy ban Thương mại Liên bang Hoa Kỳ coi việc tuyên bố có hàm lượng tái chế là lừa dối, trừ khi vật liệu được thu hồi từ dòng chất thải ([16 CFR 260.13^{\[8\]}](#)). Chỉ in tuyên bố này khi nhà cung cấp có thể chứng minh bằng tài liệu. Nhu cầu về các tuyên bố như vậy vẫn tiếp tục tăng: PPAI trích dẫn dữ liệu của SAGE cho thấy lượt tìm kiếm “thân thiện với môi trường” của nhà phân phối tăng 390 % trong giai đoạn 2017 to 2024 ([Hành trình bền vững của ngành quà tặng quảng cáo^{\[9\]}](#)).

Câu hỏi thường gặp

Câu hỏi thường gặp: Tôi có thể tùy chỉnh các trang sổ khác nhau trong cùng một đơn hàng không?

Có. Hầu hết nhà in có thể kết hợp nhiều thiết kế trang trong một cuốn sổ, ví dụ trang mở chương trình rồi đến các trang lưới chấm. Với sổ đóng ghim gáy, hãy lên kế hoạch từng phần theo các tờ gấp nguyên gồm 4 trang để việc dàn trang đơn giản. Mỗi thiết kế thêm vào làm tăng khâu thiết lập, nên hãy nêu rõ sơ đồ trang chính xác khi yêu cầu báo giá.

Câu hỏi thường gặp: Logo có nên xuất hiện trên mọi trang ruột không?

Thường là không, ít nhất không ở kích thước đầy đủ. Một dấu nhỏ ở chân trang hoặc một dải tiêu đề mảnh bằng một màu nhạt giúp thương hiệu hiện diện mà không chiếm chỗ viết. Nhiều chương trình dành logo đầy đủ cho trang đầu và trang cuối, nơi nó đóng vai trò lời chào và lời kết.

Câu hỏi thường gặp: Có thể in trang nhật ký tùy chỉnh kèm tên người nhận không?

Có, thông qua in kỹ thuật số dữ liệu biến đổi, cho phép mỗi bản khác nhau. In tên trên một trang riêng, chẳng hạn trang “cuốn sổ này thuộc về”, thường rẻ hơn so với cá nhân hóa mọi trang. Hãy yêu cầu nêu chênh lệch đơn giá trong báo giá của bạn.

Câu hỏi thường gặp: Định dạng trang nào phù hợp nhất với đối tượng doanh nghiệp đa dạng?

Lưới chấm. Nó hỗ trợ việc viết, lập danh sách và phác thảo đều tốt như nhau và dùng rất ít mực, nên phù hợp với các vai trò từ kinh doanh đến kỹ thuật. Hãy chọn trang kẻ dòng nếu đa số người dùng ghi biên bản họp dài.

Câu hỏi thường gặp: Trang có đánh số hoặc đục lỗ xé có làm tăng số lượng đặt hàng tối thiểu không?

Thông thường chúng làm tăng công việc thiết lập và hoàn thiện, từ đó có thể nâng số lượng mà tại đó đơn hàng có hiệu quả kinh tế. Mức tác động phụ thuộc vào toàn bộ thông số kỹ thuật, vì vậy hãy yêu cầu báo giá khi có và không có các tùy chọn này để thấy chênh lệch.

Câu hỏi thường gặp: Tôi có thể in tuyên bố về tính bền vững trên các trang ruột không?

Chỉ khi nhà cung cấp có thể chứng minh bằng tài liệu. Tại Hoa Kỳ, 16 CFR 260.13 chỉ cho phép tuyên bố hàm lượng tái chế đối với vật liệu thực sự được thu hồi từ dòng chất thải. Một chân trang trung tính, chẳng hạn logo hoặc khẩu hiệu ngắn, không có rủi ro về tuân thủ.

Những điểm chính

- **Tùy chỉnh và định vị thân thiện với môi trường đang thúc đẩy sản phẩm quảng cáo.** — 65 % nhà phân phối và 64 % nhà cung cấp cho biết mối quan tâm đến sản phẩm thân thiện với môi trường đang tăng ([Nguồn](#))
- **Những trang dùng được sẽ bảo vệ ấn tượng về thương hiệu.** — 68 % người thuộc Gen Z cho rằng hàng hóa mang thương hiệu tác động tích cực đến nhận thức về thương hiệu ([Nguồn](#))
- **Sản phẩm bền vững chiếm một tỷ trọng đo lường được của thị trường.** — \$3,09 tỷ, tức 12,2 % của 2023 U.S. doanh số sản phẩm quảng cáo ([Nguồn](#))
- **Văn phòng phẩm phải giành được sự chú ý.** — trang phục xếp đầu trong khảo sát với 3,000+ người tiêu dùng ([Nguồn](#))
- **Chất lượng giấy, chứ không phải giá, quyết định hiện tượng thấm xuyên.** — một cuốn nhật ký giá 97 cent gần như không bị thấm xuyên ([Nguồn](#))
- **Tuyên bố hàm lượng tái chế được in cần có tài liệu chứng minh.** — chịu sự điều chỉnh của 16 CFR 260.13 ([Nguồn](#))
- **Người mua ngày càng yêu cầu các lựa chọn thân thiện với môi trường.** — lượt tìm kiếm “thân thiện với môi trường” tăng 390 % trong giai đoạn 2017 to 2024 ([Nguồn](#))

Kết luận

Trang ruột tốt đến từ một vài quyết định được đưa ra theo thứ tự. Xác định nhiệm vụ, chọn nền trang phù hợp, giữ thương hiệu ở phần lề, chỉ dùng mẫu ở nơi mọi người sẽ nhìn, và chỉ thêm đánh số trang hoặc đục lỗ xé cho một quy trình đã gọi tên được. Sau đó đưa mọi thứ vào một sơ đồ trang. Sơ đồ đó kiểm soát chi phí, vì mỗi thiết kế, màu hay công đoạn hoàn thiện thêm vào đều làm tăng khâu thiết lập mà đơn hàng phải gánh. Khi bố cục đã sẵn sàng, hãy kết hợp nó với thông số bì và giấy cho dòng [sổ bì các tông tùy chỉnh với bì làm từ giấy bì kraft](#) của chúng tôi và yêu cầu báo giá cho cả phương án cơ sở lẫn phiên bản bạn ưa thích.

Chú thích

1. PPAI, “Nghiên cứu của PPAI: Sản phẩm thân thiện với môi trường và tùy chỉnh ‘thống trị’ các sản phẩm mới của ngành quà tặng quảng cáo,” ngày 3 tháng 7 năm 2024.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-research-eco-friendly-customization-dominate-promos-new-product-offerings/> ↵
2. PPAI, “Vì sao quà tặng quảng cáo hợp gu Gen Z,” ngày 1 tháng 3 năm 2024.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-consumer-study-why-promo-clicks-with-gen-z/> ↵
3. PPAI, “Nghiên cứu chung PPAI-ASI cho thấy quà tặng quảng cáo nằm trong nhóm kênh quảng cáo có tác động carbon thấp nhất,” ngày 4 tháng 2 năm 2026.
<https://www.ppai.org/media-hub/joint-ppai-asi-study-finds-promo-among-the-lowest-carbon-impact-advertising-channels/> ↵
4. PPAI Magazine, tháng 4 2024, 2023, Báo cáo doanh số ngành.
<https://flipbook.ppai.org/2024-04-01> ↵
5. PPAI, “Hiểu về người mua cuối: Phân tích chuyên sâu theo ngành 2024,” ngày 30 tháng 7 năm 2024. <https://www.ppai.org/media-hub/understanding-end-buyers-2024-industry-deep-dives/> ↵
6. UK Fountain Pens, “Đánh giá: Sổ tay làm thủ công của Personalised Stationery Co. UK,” ngày 8 tháng 4 năm 2017.
<https://ukfountainpens.com/2017/04/08/review-hand-made-notebooks-by-personalised-stationery-co-uk/> ↵
7. Notebook Stories, “Đánh giá sổ tay: Pen Gear Memo Book and Journal,” ngày 24 tháng 9 năm

2024.

<https://www.notebookstories.com/2024/09/24/notebook-review-pen-gear-memo-book-and-journal/> ↵

8. Electronic Code of Federal Regulations, 16 CFR 260.13, “Tuyên bố về hàm lượng tái chế.”
<https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-I/subchapter-B/part-260/section-260.13> ↵
9. PPAI, “Hành trình bền vững của ngành quà tặng quảng cáo,” ngày 1 tháng 10 năm 2025.
<https://www.ppai.org/media-hub/promos-sustainability-journey/> ↵

tháng 10 21, 2026