



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



Czapki New Era z haftem na zamówienie a Richardson 112: przewodnik wyboru czapki bazowej dla klientów biznesowych

Details

Krótką odpowiedź: Wybierz czapki New Era z haftem na zamówienie, jeśli zależy Ci na prestiżowej, usztywnionej kopule i rozpoznawalnej marce znanej ze sprzedaży detalicznej oraz potrafisz zarządzać rozmiarami czapek rozmiarowych i widoczną flagą na boku. Wybierz Richardson 112, jeśli szukasz swobodnej czapki typu trucker z siatką z tyłu, w jednym regulowanym rozmiarze i z haftem ograniczonym do przednich paneli. Wybierz czapkę OEM pod marką własną, gdy potrzebujesz własnych etykiet, braku znaków osób trzecich lub indywidualnej specyfikacji.

Większość kupujących, którzy szukają czapek New Era z haftem na zamówienie, ma już logo i termin. Często brakuje im jasnego sposobu porównania czapek bazowych. Wybór czapki wyłącznie po nazwie marki prowadzi do przewidywalnych problemów. Rozmiarowa czapka 59FIFTY wymaga pełnej rozpiętości rozmiarów. Flaga New Era zajmuje 1 panel boczny. Siateczkowy tył Richardson 112 nie pomieści napisu na boku. Niska, nieusztywniona kopuła może tak zmniejszyć szerokie logo, że trudno je odczytać.

Te problemy mają znaczenie, ponieważ odbiorcy oceniają jakość w ciągu kilku sekund. W badaniu konsumentów PPAI ponad 60 % osób stwierdziło, że natychmiast odrzuciłoby przedmiot promocyjny wykonany z kiepskich materiałów lub niestarczanie, a 57 % zapamiętało markę, ponieważ jej logo było czytelne ([PPAI Research, „5-sekundowy efekt”^{\[1\]}](#)). Wybrana czapka bazowa decyduje o tym, ile miejsca dostanie Twoje logo, jak czapka pasuje do zróżnicowanego zespołu i czyja marka znajdzie się obok Twojej. Ten przewodnik porównuje właśnie pod tymi kątami główne modele New Era, Richardson 112 i czapkę OEM pod marką własną.

Spis treści

1. [Czym są czapki New Era z haftem na zamówienie?](#)
2. [Dlaczego czapka bazowa ma dziś większe znaczenie](#)
3. [Jak wybrać czapki New Era z haftem na zamówienie lub Richardson 112](#)
4. [Porównanie obok siebie](#)
5. [FAQ](#)
6. [Najważniejsze wnioski](#)
7. [Podsumowanie](#)

Czym są czapki New Era z haftem na zamówienie?

Termin ten opisuje **markową czapkę bazową**: oryginalną czapkę New Era kupioną jako gotowy towar, a następnie ozdobioną Twoim logo przez zewnętrzną hafciarnię. Nie zamawiasz nowej czapki. Dodajesz haft do istniejącego produktu, który zachowuje tożsamość swojego producenta, w tym wyhaftowaną flagę New Era na panelu bocznym i wewnętrzne etykiety marki.

Czapka 112 z haftem na zamówienie działa według tego samego modelu, tylko na innej czapce bazowej. Richardson 112 to 6-panelowy trucker z usztywnionym przodem z mieszanki bawełny,

siateczkowym tyłem, wstępnie wyprofilowanym daszkiem i plastikowym zapięciem na zatrzaski. Obie drogi różnią się od **czapki OEM pod marką własną**, którą fabryka wykonuje według Twojej specyfikacji i oznacza Twoją marką. W modelu OEM kontrolujesz tkaninę, wysokość kopuły, konstrukcję przodu, zapięcie i wewnętrzne metki. Jeśli dopiero poznajesz budowę czapek, nasza strona z opisem [personalizowanych czapek baseballowych z haftem](#) wyjaśnia standardową 6-panelową konstrukcję. Ten artykuł dotyczy wyłącznie wyboru czapki bazowej.



Dlaczego czapka bazowa ma dziś większe znaczenie

Nakrycia głowy to dziś pierwszoplanowa kategoria produktów promocyjnych, a nie dodatek. Czapki i kapelusze zwiększyły swój udział z 7,2 % sprzedaży amerykańskich dystrybutorów produktów promocyjnych w 2023 to 9,0 % w 2024, wyprzedzając torby i artykuły podróżne i zajmując trzecie miejsce ([PPAI Magazine, kwiecień 2025^{\[2\]}](#)). Raport PPAI za ten rok wiąże część wzrostu popytu na czapki z promocją związaną z wyborami i zaopatrzeniem organizacji non-profit, przy łącznej wartości rynku wynoszącej \$26,78 miliarda ([Raport o wolumenie sprzedaży PPAI 2024^{\[3\]}](#)). Rynek osiągnął wartość \$27,1 miliarda w 2025, choć wzrost spowolnił pod wpływem cel i presji budżetowej ([PPAI, styczeń 2026^{\[4\]}](#)).

Gusta kupujących zmierzają też w stronę czapek, które wyglądają jak towary detaliczne. W artykule PPAI o nakryciach głowy z sierpnia 2026 czytamy, że marki coraz częściej wybierają haft ton w ton oraz małe, gęste znaki zamiast dużych logo, a nakrycia głowy opisano jako „wyrazisty element stylizacji”, a nie billboard ([PPAI, „Nakrycia głowy o jakości detalicznej”^{\[5\]}](#)). Ten trend wyjaśnia, dlaczego markowe czapki bazowe, takie jak New Era, przyciągają klientów korporacyjnych. Wyjaśnia też, dlaczego przy małym, dopracowanym logo wybór kopuły i panelu staje się ważniejszy, a nie mniej ważny.

Jak wybrać czapki New Era z haftem na zamówienie lub

Richardson 112

Przejdź przez te kroki po kolei. Każdy z nich eliminuje część opcji, zanim wydasz pieniądze na próbki.

Krok 1: Zdecyduj o modelu rozmiarów, zanim wybierzesz styl

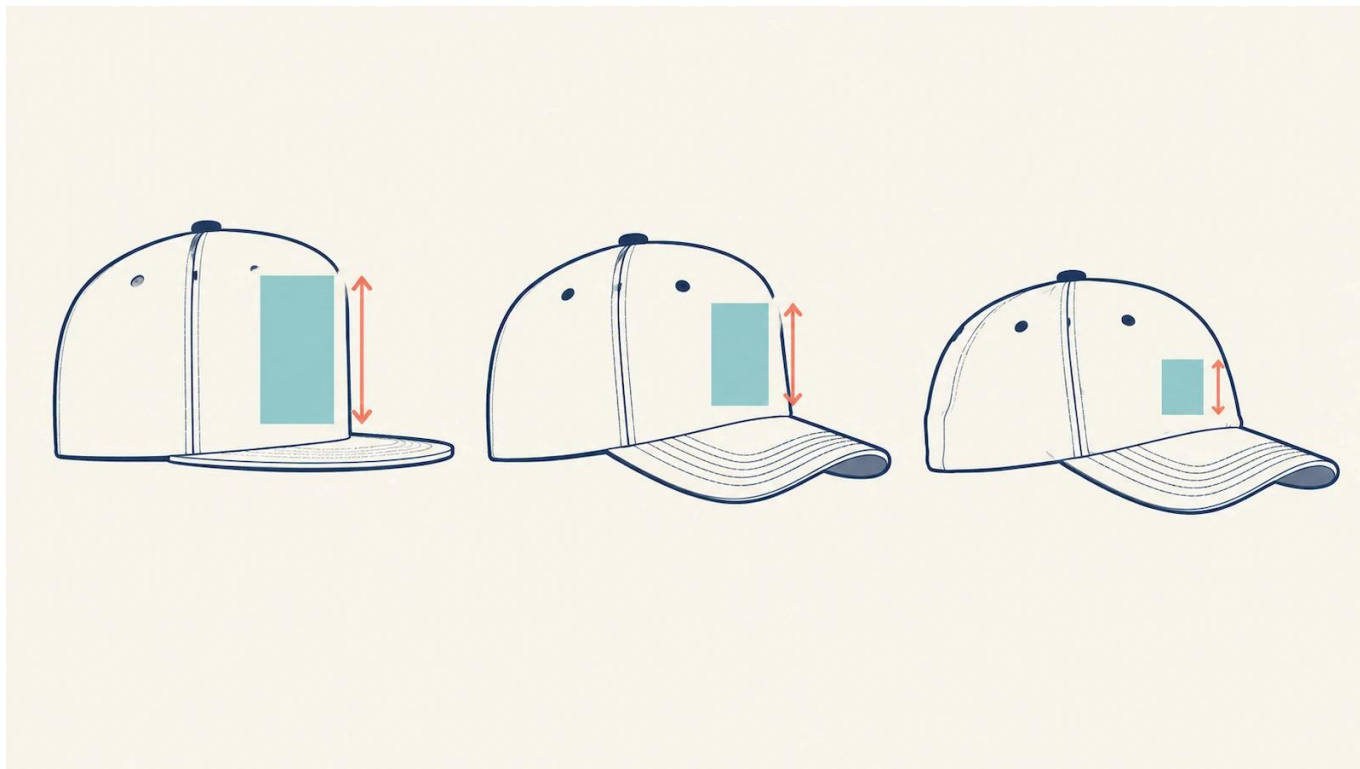
Rozmiary to pierwsze rozwidlenie. New Era 59FIFTY to prawdziwa czapka rozmiarowa, sprzedawana w indywidualnych rozmiarach obwodu głowy. Wygląda i sprawia wrażenie prestiżowej, a część użytkowników uważa czapki rozmiarowe za wyższą półkę. Kosztem jest złożoność: trzeba zebrać rozmiary głów, zamówić rozkład rozmiarów i zaakceptować zapas rozmiarów, których nikt nie wybrał. Model 39THIRTY ma elastyczną opaskę w kilku zakresach rozmiarów, co jest kompromisem. Snapback 9FIFTY, strapback 9TWENTY oraz snapback Richardson 112 występują w jednym regulowanym rozmiarze. Przy upominkach, zestawach dla nowych pracowników albo obsłudze wydarzeń, której rozmiarów nie znasz, regulowane zapięcie jest prawie zawsze praktycznym wyborem.

Krok 2: Dopasuj profil kopuły do kształtu logo

Wysokość kopuły decyduje o tym, ile miejsca w pionie oferują przednie panele.

- **Wysoka kopuła, usztywniona (59FIFTY, 9FIFTY):** Te czapki mają wysoki, płaski przód, który pasuje do znaków ułożonych w pionie lub kwadratowych. Wygląd jest odważny i w stylu streetwear, zwłaszcza z płaskim daszkiem.
- **Średni profil, usztywniona (39THIRTY, Richardson 112):** Te czapki mają niższy, bardziej wygięty przód. Dobrze sprawdzają się szerokie, poziome logotypy tekstowe. Wysokie godła zwykle trzeba pomniejszyć.
- **Niski profil, nieusztywniona (9TWENTY):** Ten kształt dad hat ma miękki przód bez sztywnego usztywnienia. Gęste logo z dużą ilością tekstu może się marszczyć lub ściągać panel do środka. Najlepiej wyglądają proste znaki o niewielkiej liczbie ściegów.

Hafciarze zwykle podają pole haftu z przodu o szerokości około 4 cali i wysokości 2 cali na standardowych czapkach oraz zalecają napisy nie mniejsze niż około 0,25 cala (6 mm). Traktuj to jako orientacyjne zasady i sprawdź je na konkretnej czapce bazowej. Na niższych kopułach użyteczna wysokość zmniejsza się jeszcze bardziej.



Krok 3: Wybierz siatkę albo pełne usztywnione panele

Siateczkowy tył modelu Richardson 112 utrzymuje chłód czapki podczas pracy na zewnątrz, na lokalnych targach i letnich wydarzeniach. Siatka ogranicza jednak zdobienie. Większość hafciarzy unika haftowania na otwartej siatce albo wykonuje tam wyłącznie bardzo małe znaki, ponieważ luźny splot się odkształca, a ściegi mają niewiele punktów zaczepienia. W modelu 112 planuj haft wyłącznie na przednich panelach. Modele New Era w całości z twillu mają pełną tkaninę na każdym panelu, więc znaki na bokach i z tyłu są możliwe. Ma to znaczenie w programach, w których poza logo z przodu potrzebny jest adres strony, hasło lub nazwa zespołu w innym miejscu.

Krok 4: Zaplanuj wolne strefy haftu, w tym flagę

Większość czapek New Era ma wyhaftowaną flagę marki na lewym panelu bocznym (z perspektywy noszącego). Ten panel jest w praktyce zarezerwowany, więc dodatkowe znaki umieszcza się po prawej stronie albo z tyłu nad zapięciem, jeśli pozwala na to konstrukcja czapki. Snapback lub strapback zostawia tylko wąski łuk nad otworem. Rozmiarowa czapka 59FIFTY ma nieprzerwany tylny panel, przydatny na hasło lub nazwę miasta. Zarówno usztywnione czapki New Era, jak i Richardson 112 mają z przodu centralny szew, więc projekt haftu musi być przygotowany tak, by czysto go przekraczał. W praktyce właśnie przy bardzo drobnych napisach najczęściej zawodzą zamówienia czapek 112: hafciarze zgłaszają, że małe słowa stają się nieczytelne na tej kopule, nawet gdy główne logo wychodzi dobrze.



Krok 5: Sprawdź zasady licencyjne i brandingowe, zanim zatwierdzisz projekt

Markowa czapka bazowa oznacza wspólny branding. Twoje logo znajdzie się obok znaku New Era lub Richardson na każdej czapce. W przypadku wielu prezentów firmowych właśnie o to chodzi, bo odbiorca rozpoznaje renomowaną markę. Takie rozwiązanie sprawia jednak kłopoty w czterech sytuacjach:

- **Wyłączność marki:** Wytyczne Twojej marki mogą zabraniać umieszczania logo osób trzecich na firmowych gadżetach albo sprzedajesz czapki jako własny produkt detaliczny.
- **Znaki licencjonowane:** Logo zawodowych i uczelnianych drużyn to znaki towarowe. Oficjalnie licencjonowane czapki New Era powstają na podstawie odrębnych umów, a zakup czapki bazowej nie daje wykonawcy zdobienia prawa do wyhaftowania znaku drużyny. Segment licencjonowany jest duży: około \$124 miliardów z łącznej wartości \$174 miliardów amerykańskiego rynku gadżetów z logo według szacunków PPAI i Oxford Economics ([PPAI x Oxford Economics^{\[6\]}](#)). Właściciele marek egzekwują więc swoje znaki.
- **Sugerowana rekomendacja:** Jeśli odsprzedajesz ozdobione czapki, opisz czapkę bazową zgodnie z prawdą. Nie twórz opisów produktów sugerujących, że producent czapek sponsoruje Twoją linię lub ją współtworzył.
- **Usuwanie etykiet:** Usuwanie metek producenta, by markową czapkę bazową podać jako własną markę prywatną, rodzi problemy związane z oznakowaniem i znakami towarowymi. Jeśli chcesz mieć własne etykiety, czystsza droga jest OEM.

Gdy w tym artykule mowa o kwestiach znaków towarowych, są to ogólne wskazówki, a nie porada prawna. Poproś prawnika o ocenę każdego programu odsprzedaży lub programu z licencjonowanym logo.

Krok 6: Zatwierdź próbny haft na właściwej czapce

Logo zatwierdzone na modelu 112 nie wyhaftuje się tak samo na modelu 9TWENTY. Zawsze zatwierdzaj fizyczną próbkę wykonaną na docelowej czapce, w docelowych kolorach nici. Nasz [poradnik zamawiania czapek](#) opisuje cały proces akceptacji, więc ten przewodnik go nie powtarza.

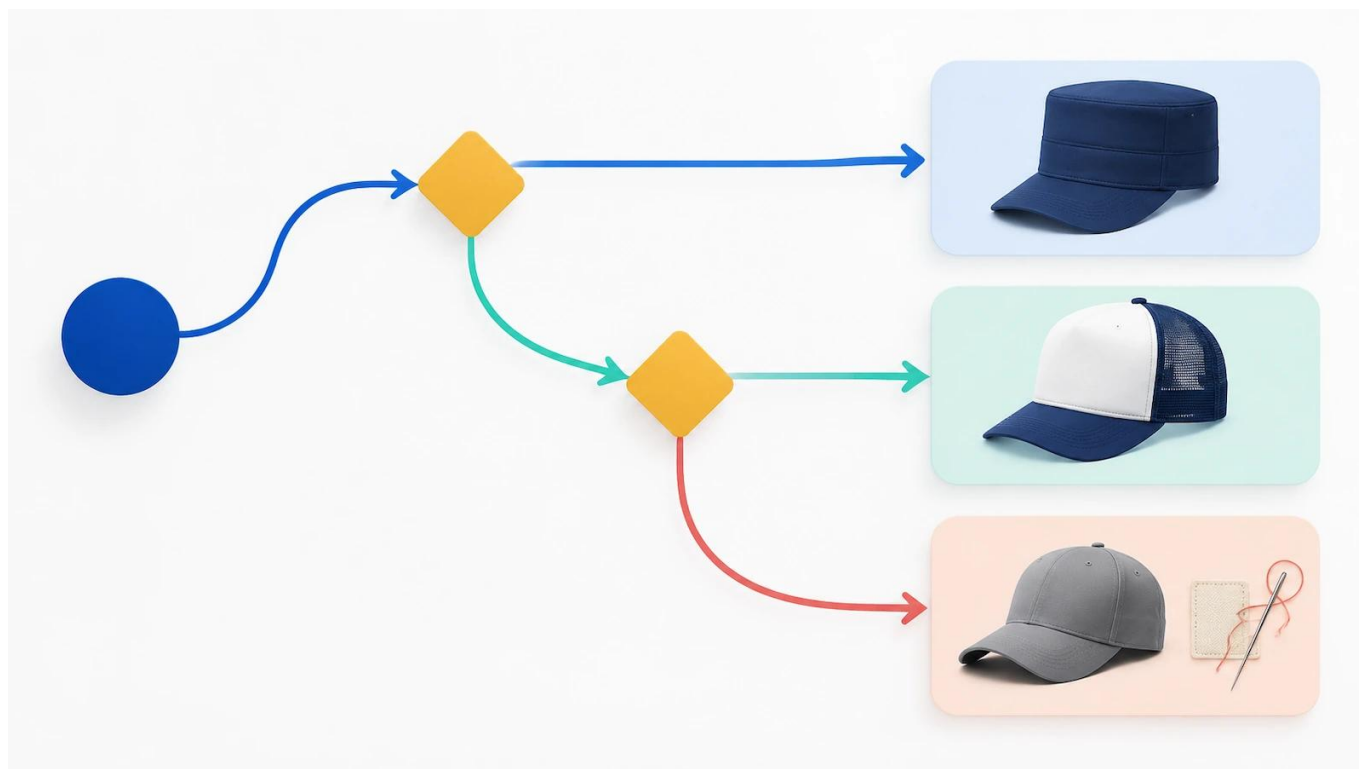
Krok 7: Kiedy lepsza jest czapka OEM pod marką własną

Przejdź na czapkę OEM, gdy spełniony jest co najmniej jeden z poniższych warunków:

- Potrzebujesz własnej tkanej etykiety, drukowanej taśmy wewnętrznej lub własnej opaski potnej bez znaków osób trzecich.
- Twoje logo wymaga bezszwowego lub sztywniejszego przedniego panelu, określonej wysokości kopuły albo tkaniny, której nie oferuje żadna czapka bazowa z katalogu.
- Planujesz powtarzalne dozamówienia i chcesz specyfikacji, która nie zmieni się po wycofaniu koloru z katalogu.
- Budujesz linię detaliczną i potrzebujesz opakowań oraz etykiet zgodnych z Twoją marką.

Kompromisem jest czas planowania. W przeciwieństwie do towaru katalogowego czapka OEM jest opracowywana i próbkowana przed produkcją seryjną, więc odpowiednio zaplanuj harmonogram. Szybkość już dziś dominuje w zakupach promocyjnych: 68,8 % czołowych dystrybutorów twierdzi, że ich odbiorcy końcowi stawiają na krótszy czas realizacji i ekspresową obsługę ([PPAI Research, październik 2025^{\[7\]}](#)). Program OEM sprawdza się najlepiej przy zaplanowanej premierze lub stałym mundurze firmowym, a nie przy czapce potrzebnej na przyszły tydzień.

Czapka pod marką własną czyni Cię też odpowiedzialnym za to, co znajduje się na etykiecie. Jeśli zdecydujesz się podać skład włókienniczy, haft pokrywający nie więcej niż 15 % powierzchni można ujawnić zwrotem „z wyłączeniem zdobień” ([16 CFR § 303,12^{\[8\]}](#)). Czapki bawełniane wymagają też dokumentacji od włókna po wyrób gotowy, ponieważ Departament Bezpieczeństwa Wewnętrznego USA wymienia bawełnę i odzież jako sektory o wysokim priorytecie w egzekwowaniu zakazu importu towarów wytwarzanych w warunkach pracy przymusowej ([DHS UFLPA FAQ^{\[9\]}](#)). Pełny zestaw zasad podsumowaliśmy na naszej [stronie produktu](#).



Porównanie obok siebie: modele New Era, Richardson 112 i

OEM

Czapka bazowa	Kopuła i konstrukcja	Rozmiary i zapięcie	Tylne panele	Wolne strefy haftu	Branding osób trzecich	Najlepsze zastosowanie
New Era 59FIFTY	Wysoka, usztywniona, płaski daszek	Rozmiarowa, indywidualne rozmiary	Pełny twill	Przód, prawy bok, cały tył	Flaga New Era na lewym boku	Gadżety w stylu detalicznym, prestiżowe czapki dla personelu o znanych rozmiarach
New Era 9FIFTY	Wysoka, usztywniona, płaski daszek	Snapback, jeden rozmiar	Pełny twill	Przód, prawy bok, mały łuk z tyłu	Flaga New Era na lewym boku	Upominki w stylu streetwear, zróżnicowane grupy
New Era 39THIRTY	Średnia, usztywniona, wygięty daszek	Zakresy rozmiarów, elastyczny krój	Pełny twill	Przód, prawy bok, tył	Flaga New Era na lewym boku	Programy firmowe i golfowe, którym zależy na czystym tyle
New Era 9TWENTY	Niska, nieusztywniona	Strapback, jeden rozmiar	Pełna tkanina	Przód (proste znaki), prawy bok, mały łuk z tyłu	Flaga New Era na lewym boku	Swobodne czapki lifestyle z małymi logo o niewielkiej liczbie ściegów
Richardson 112	Średnia, usztywniony przód	Snapback, jeden rozmiar	Siatka	W praktyce tylko przednie panele	Etykiety producenta w środku	Ekipy pracujące na zewnątrz, letnie wydarzenia, swobodny styl trucker
OEM pod marką własną	Wykonana według specyfikacji	Dowolne zapięcie	Twój wybór	Planowane na etapie projektowania wykroju	Tylko Twoje etykiety	Własna marka detaliczna, stałe mundury firmowe, programy na wyłączność

Koszt na ekspozycję tłumaczy, dlaczego dodatkowe planowanie może się opłacić. Badanie ekspozycji reklamowych ASI z 2026 roku szacuje, że czapka z daszkiem za \$13 daje średni koszt ekspozycji na poziomie około trzech dziesiątych centa ([ASI, marzec 2026^{\[10\]}](#)). Ta wartość jest prawdziwa tylko wtedy, gdy ludzie faktycznie noszą czapkę. Dopasowanie, kształt kopuły i czytelne logo robią w tym względzie więcej niż nazwa marki z boku.

FAQ

FAQ: Czy flagę New Era można usunąć lub zahaftować?

Zasadniczo nie. Flaga jest częścią gotowej czapki i wskazuje jej producenta. Zakrycie lub usunięcie jej tworzy zmieniony produkt markowy i może rodzić pytania dotyczące znaków towarowych. Jeśli potrzebujesz czapki bez znaku osób trzecich, zamów czapkę OEM pod marką własną.

FAQ: Czy czapka 112 z haftem na zamówienie sprawdzi się przy logo z drobnym tekstem?

Tylko jeśli uprościsz tekst. Przód o średniej wysokości i centralny szew modelu 112 zostawiają ograniczone miejsce, a hafciarze często zgłaszają, że drobne hasła stają się na nim nieczytelne. Powiększ logotyp tekstowy, usuń dodatkową linię albo przenieś ją na czapkę z pełnymi panelami, która pozwala na haft z boku lub z tyłu.

FAQ: Rozmiarowa czy snapback na mundur firmowy?

Wybierz czapkę rozmiarową (59FIFTY) tylko wtedy, gdy możesz zebrać rozmiary głów i domawiać czapki według rozmiarów. Przy rotującym personelu, wydarzeniach lub nieznanym odbiorcom snapback, taki jak 9FIFTY lub 112, albo elastyczny 39THIRTY pozwala uniknąć zapasów niesprzedanych rozmiarów.

FAQ: Czy mogę dodać logo zawodowej lub uczelnianej drużyny na czapce bazowej New Era?

Nie bez zgody właściciela praw. Znaki drużyn są licencjonowane osobno od samej czapki, a zakup czapki bazowej nie obejmuje tych praw. Użyj logo własnej organizacji lub skorzystaj z licencjonowanego kanału.

FAQ: Czy siatka z tyłu powoduje szybsze zużycie haftu?

Haft z przodu na modelu 112 znajduje się na panelu z mieszanki bawełny z podkładem usztywniającym, więc siatka nie skraca jego trwałości. Ograniczeniem jest rozmieszczenie: otwarta siatka to słaba podstawa do haftu, więc dodatkowe znaki planuj na pełnych panelach.

FAQ: Kiedy poprosić o wycenę OEM zamiast kupować markowe czapki bazowe?

Poproś o wycenę OEM, gdy potrzebujesz własnych etykiet, wyłącznej specyfikacji, bezszwowego lub sztywniejszego przodu albo czapki, którą będziesz domawiać przez kilka sezonów. Przy jednorazowym wydarzeniu wymagającym szybkiej dostawy ozdobione czapki bazowe z katalogu są zwykle szybszą drogą.

Najważniejsze wnioski

- **Czapki są dziś podstawową kategorią produktów promocyjnych, więc wybór czapki bazowej jest decyzją wizerunkową.** — Udział czapek w sprzedaży amerykańskich dystrybutorów wzrósł z 7,2 % do 9,0 % między 2023 a 2024 ([Źródło](#)).
- **Czytelne logo napędza zapamiętywanie marki, co przemawia za kopułami o wystarczającej wysokości przodu.** — 57 % konsumentów zapamiętało markę, ponieważ jej logo było czytelne ([Źródło](#)).
- **Słaba jakość wykonania niweluje prestiż markowej czapki bazowej.** — Ponad 60 % konsumentów natychmiast odrzuciłoby przedmiot wykonany z kiepskich materiałów lub niestarannie ([Źródło](#)).
- **Znaki drużyn i lig wymagają licencji; sama czapka bazowa nie daje żadnych praw.** — Towary licencjonowane to około \$124 miliardów z \$174 miliardów amerykańskiego rynku gadżetów z logo ([Źródło](#)).
- **Czapka, którą ludzie naprawdę noszą, to jedna z najtańszych ekspozycji w marketingu.** — Czapka z daszkiem za \$13 kosztuje średnio około 0,3 centa za ekspozycję ([Źródło](#)).

Podsumowanie

Zacznij od osób, które będą nosić czapki, a nie od marki. Jeśli rozmiary są znane, a prestiżowy wygląd z dwiema markami wzmacnia Twój przekaz, odpowiednią czapką bazową jest model New Era. Użyj 59FIFTY lub 9FIFTY, aby uzyskać wyrazisty przód, a 39THIRTY, aby uzyskać czystszy profil o średniej wysokości. Jeśli czapka będzie noszona na zewnątrz przez zróżnicowaną grupę, a Twoje logo jest proste i poziome, Richardson 112 spełni zadanie w przystępnej cenie, pod warunkiem że haft pozostanie na przednich panelach. Jeśli Twój program z logo wymaga własnych etykiet, wyłącznej specyfikacji lub stabilnych dozamówień, pomiń markowe czapki bazowe i zbuduj samą czapkę od podstaw.

Jeśli rozważasz tę ostatnią opcję, wyślij nam swoje logo i docelowe zastosowanie za pośrednictwem naszej strony [personalizowanych czapek baseballowych z haftem](#) . Powiemy Ci, jaka kopuła, konstrukcja przodu i zapięcie pasują do projektu, oraz wycenimy ilość i termin dla Twojego programu.

Przypisy

1. PPAI Research, „5-sekundowy efekt”, 3 października 2025.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-research-the-5-second-impact/> ↵
2. PPAI Magazine, kwiecień 2025, udział kategorii w sprzedaży amerykańskich dystrybutorów.
<https://flipbook.ppai.org/2025-04-01/38> ↵
3. PPAI, Raport o wolumenie sprzedaży dystrybutorów za 2024 rok (PDF), luty 2025.
<https://www.ppai.org/wp-content/uploads/2025/02/2024-PPAI-Sales-Volume-Report-2.pdf> ↵
4. PPAI, „Szacunek wolumenu sprzedaży: branża promocyjna sięga nowych wyżyn”, 12 stycznia 2026.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-sales-volume-estimate-promo-reaches-new-height-but-hampered-by-external-volatility/> ↵
5. PPAI, „Jak nakrycia głowy o jakości detalicznej zmieniają gadżety z logo marek”, 1 sierpnia 2026.
<https://www.ppai.org/media-hub/how-retail-quality-headwear-is-reshaping-branded-merch/> ↵
6. PPAI wraz z Oxford Economics, „Spojrzenie na amerykański rynek gadżetów z logo marek wart \$174 miliardów”, 22 września 2026.
<https://www.ppai.org/media-hub/inside-the-174-billion-us-branded-merchandise-market/> ↵
7. PPAI Research, „Dystrybutorzy równoważą szybkość i kreatywność w odpowiedzi na priorytety odbiorców końcowych”, 27 października 2025.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-research-distributors-balancing-speed-and-creativity-for-end-buyer-priorities/> ↵
8. Elektroniczny Kodeks Przepisów Federalnych (eCFR), 16 CFR § 303,12, Wykończenia wyrobów z włókien tekstylnych.
<https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-I/subchapter-C/part-303/section-303.12> ↵
9. Departament Bezpieczeństwa Wewnętrznego USA, najczęściej zadawane pytania dotyczące UFLPA. <https://www.dhs.gov/uflpa-frequently-asked-questions> ↵
10. ASI, „Badanie ekspozycji reklamowych ASI z 2026 roku: 5 istotnych wniosków”, 30 marca 2026.
<https://members.asicentral.com/news/strategy/march-2026/asi-s-2026-ad-impressions-study-5-compelling-takeaways/> ↵