



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



Spersonalizowane termokubki ze stali nierdzewnej na dużą skalę: jak zespoły HR i ds. upominków poprawnie zapisują każde imię i nazwisko

Details

Krótką odpowiedzi: Aby realizować spersonalizowane termokubki ze stali nierdzewnej na dużą skalę, zablokuj jeden szablon grawerowania, przygotuj jeden plik danych z jednym wierszem na termokubek, wybierz metodę zdobienia obsługującą dane zmienne (grawerowanie laserowe lub cyfrowy druk UV, nie sitodruk), zatwierdź wyrenderowany proof każdego wiersza oraz fizyczny pierwszy egzemplarz, uzgodnij liczby jednostek przy grawerowaniu i przy pakowaniu oraz zapakuj każdy termokubek według identyfikatora odbiorcy. W porównaniu ze wspólnym logo spodziewaj się większej liczby proofów, obsługi i sortowania, a zbieranie imion i nazwisk zacznij wcześniej, ponieważ czyste dane zwykle zajmują więcej czasu niż samo grawerowanie.



Dlaczego zamówienia termokubków z imionami i nazwiskami kończą się błędami?

Zamówienie ze wspólnym logo ma jeden moment zatwierdzenia: logo jest poprawne albo nie. Zamówienie z indywidualnymi danymi ma tyle momentów zatwierdzenia, ile jest nazwisk. Trzystu pracowników oznacza trzysta osobnych szans na błędną pisownię nazwiska, pominięcie znaku diakrytycznego, pomylenie dwóch osób o tym samym imieniu albo włożenie właściwego termokubka do złego pudełka. Większość problemów z upominkami firmowymi, z jakimi się stykamy, nie leży w samym zdobieniu. To błędy w danych, które zostają na stałe wygrawerowane w stali.

Stawka jest wyższa niż przy długopisie promocyjnym, bo ludzie zatrzymują akcesoria do napojów. W [raporcie ASI ASI 2026 dotyczącym wyświetleń reklam^{\[1\]}](#), ponad 87 % respondentów zadeklarowało, że

zachowa markowy przedmiot do napojów, ponieważ jest przydatny; ponad trzy czwarte używa go co najmniej raz w tygodniu i zachowuje przez co najmniej rok, a ASI szacuje, że każdy przedmiot generuje około 1,300 wyświetleń marki w całym okresie użytkowania. Żle napisane imię i nazwisko na termokubku, który ktoś zabiera na każde spotkanie, to nie drobny błąd, lecz codzienne przypomnienie, że HR tego nie sprawdził.

Czas pogarsza sprawę. Jeden organizator wydarzeń publicznie opisał, jak zamówił 80 spersonalizowanych termokubków ponad 2 miesiące przed wydarzeniem, wielokrotnie słyszał, że produkcja jest prawie gotowa, a pierwsze wideo z próbką otrzymał około 3 tygodnie przed datą, z błędnie wykonaną personalizacją. W przypadku zamówień spersonalizowanych późno wykryty błąd nie może zostać naprawiony przez ponowny wydruk jednej płyty; każdą dotkniętą jednostkę trzeba ponownie wygrawerować lub wymienić. Rozwiązaniem jest proces, który wyłapuje błędy w arkuszu, a nie na rampie wysyłkowej.

W tym przewodniku

1. [Czym są spersonalizowane termokubki ze stali nierdzewnej?](#)
2. [Jak krok po kroku przeprowadzić personalizację dla każdego odbiorcy](#)
3. [Które metody zdobienia obsługują dane zmienne?](#)
4. [Czy personalizacja zmienia obowiązki dotyczące kontaktu z żywnością i bezpieczeństwa?](#)
5. [Imiona i nazwiska a wspólne logo: wpływ na koszty i czas realizacji](#)
6. [FAQ](#)
7. [Najważniejsze wnioski](#)

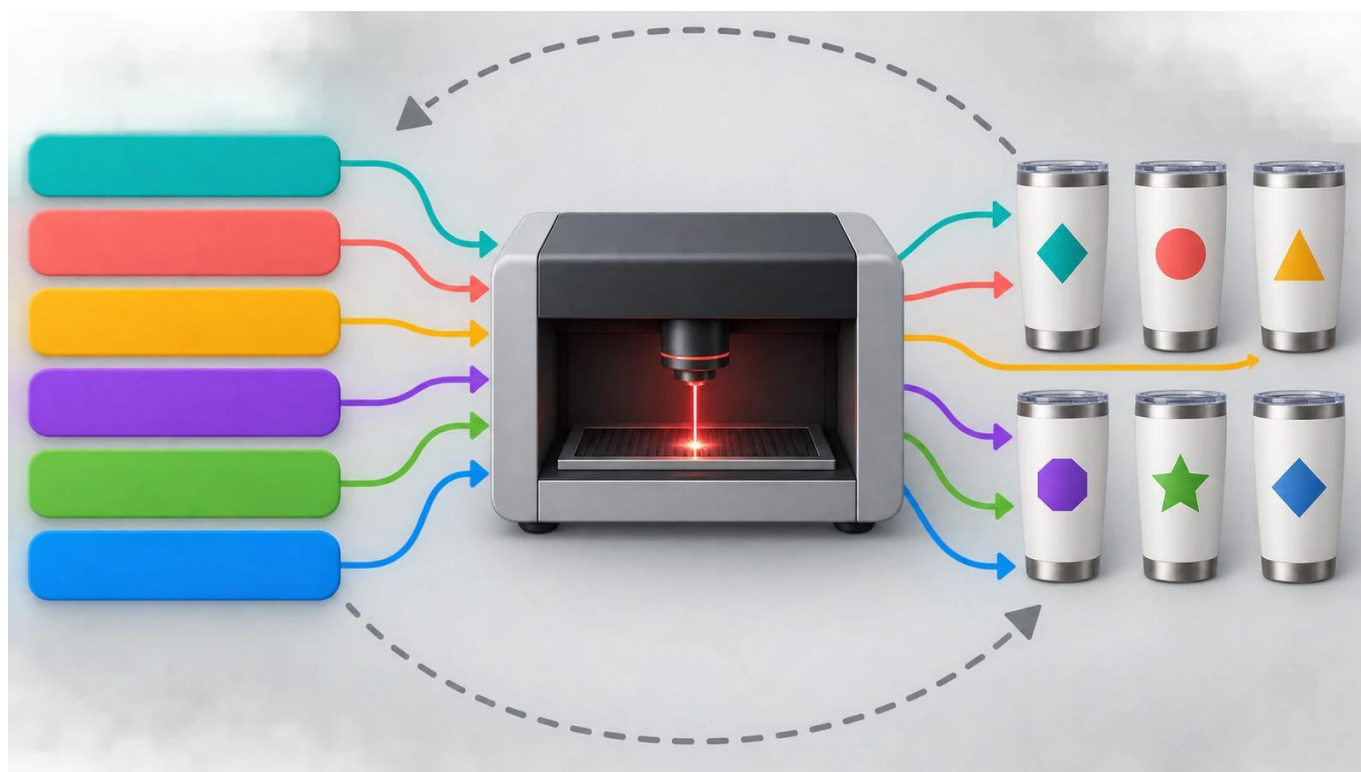
Czym są spersonalizowane termokubki ze stali nierdzewnej i czym różnią się od termokubków z logo?

W upominkach firmowych „spersonalizowany” oznacza, że każda jednostka niesie informację przypisaną jednemu odbiorcy: pełne imię i nazwisko, inicjały, stanowisko, zespół, datę rozpoczęcia pracy lub kamień milowy. Technicznie jest to *zdobienie z danymi zmiennymi*. Projekt to stały szablon (położenie logo, czcionka, układ) z jednym lub kilkoma polami skalającymi, które oprogramowanie do zdobienia wypełnia danymi z pliku, wiersz po wierszu. Termokubek z logo natomiast jest identyczny w całej partii, więc każdą jednostkę można zdobić z tego samego pliku bez sprawdzania, która jednostka jest która.

Ta jedna różnica zmienia cały projekt. Każdy termokubek ma teraz tożsamość, która musi przetrwać grawerowanie, kontrolę, pakowanie i dostawę. Sam bazowy kubek, jego gatunek stali, pokrywka, parametry próżniowe i kontrola są takie same, niezależnie od tego, czy dodasz imiona; tę część omawiamy w naszym przewodniku po [specyfikowaniu niestandardowych termokubków ze stali nierdzewnej](#). Ten artykuł skupia się wyłącznie na tym, co personalizacja dodaje ponad to.

Popyt zmierza w tym kierunku. Wystawcy na targach [ASI Show Chicago 2026^{\[2\]}](#) zgłosili, że personalizacja i funkcjonalność mają już większe znaczenie niż sama wielkość, a badania ASI wykazały, że 41 % użytkowników końcowych wskazuje akcesoria do napojów jako promocyjny przedmiot, który najbardziej chcieliby otrzymać. Ten sam proces personalizacji dotyczy innych spersonalizowanych akcesoriów do napojów, takich jak kubki podróżne i butelki, więc proces danych zbudowany raz można wykorzystać w różnych liniach produktów.

Jak krok po kroku przeprowadzić personalizację dla każdego odbiorcy?



Krok 1: zablokuj szablon, zanim zbierzesz choćby jedno imię i nazwisko

Najpierw ustal układ: która strona zawiera logo, która imię i nazwisko, ile wierszy tekstu jest dozwolonych, czcionkę oraz zasadę wielkości liter (tak jak wpisano, wszystkie wielkie litery lub wielkie litery na początku wyrazów). Następnie poproś dostawcę o wyrenderowanie szablonu z najdłuższym rzeczywistym imieniem i nazwiskiem, jakie znajdziesz w systemie HR, najlepiej z nazwiskiem dwuczłonowym lub z literą z akcentem. Ten test wyznacza maksymalną liczbę znaków w wierszu. Publikacja limitu przed zbieraniem danych zapobiega najczęstszemu późnemu problemowi: imieniu i nazwisku, które mieści się tylko po zmniejszeniu czcionki, a wtedy wygląda niespójnie obok wszystkich pozostałych.

Krok 2: przygotuj jeden plik danych z listą imion i nazwisk, jeden wiersz na termokubek

Używaj jednego wiersza na fizyczny termokubek, a nie na osobę. Jeśli menedżer dostaje dwa termokubki, to są dwa wiersze z dwoma identyfikatorami. Ogranicz plik do pól, których naprawdę potrzebuje wykonawca zdobienia, a adresy domowe trzymaj w osobnym pliku realizacyjnym, udostępnianym wyłącznie firmie wysyłającej.

Kolumna	Przeznaczenie	Typowy błąd, któremu zapobiega
Identyfikator jednostki	Unikalny klucz nadrukowany na etykiecie wewnętrznego pudełka i używany na każdym punkcie kontrolnym	Dwie osoby o tym samym imieniu otrzymują nawzajem swoje termokubki
Wiersz 1 (dokładnie tak, jak wygrawerowano)	Imię i nazwisko w ostatecznej pisowni, odstępach i wielkości liter	Imię i nazwisko prawne, grawerowane, gdy osoba używa preferowanego imienia

Kolumna	Przeznaczenie	Typowy błąd, któremu zapobiega
Wiersz 2 (opcjonalny)	Stanowisko, zespół, inicjały lub kamień milowy	Nieaktualne stanowiska po reorganizacji
Kod szablonu / wykończenia	Który kolor termokubka i który układ	Imię i nazwisko wygrawerowane na złym kolorze lub złej stronie
Grupa odbiorców	Biuro, zestaw działu lub partia wysyłki bezpośredniej	Prawidłowy termokubek wysłany pod złą lokalizację
Fala dostaw	Partia główna a partia uzupełniająca dla późniejszych zgłoszeń	Nowi pracownicy po cichu pominięci w zamówieniu

Zapisz plik jako UTF-8 CSV lub XLSX. Oprogramowanie arkuszowe wyrządza ciche szkody: usuwa wiodące zera z identyfikatorów pracowników, zamienia wpisy wyglądające jak daty, zamienia proste apostrofy na typograficzne (O'Brien staje się innym znakiem) i pozostawia spacje na końcu lub nieładliwe spacje, które przesuwają wyśrodkowany tekst. Przed wklejeniem czegokolwiek sformatuj kolumny z ID i imionami i nazwiskami jako tekst.

Krok 3: zweryfikuj dane, zanim trafią do wykonawcy zdobienia

Zbieraj imiona i nazwiska od osób, które je znają. Krótki formularz, w którym każdy odbiorca potwierdza preferowane imię, jest bardziej wiarygodny niż eksport z systemu HR, który często zawiera imiona i nazwiska prawne oraz nieaktualne stanowiska. Następnie przeprowadź te kontrole:

- Liczba wierszy równa się liczbie zamówionych termokubków, osobno dla każdego koloru i szablonu.
- Brak zduplikowanych identyfikatorów jednostek; zduplikowane imiona i nazwiska są oznaczone i potwierdzone jako rzeczywiście różne osoby.
- Brak pustych wymaganych pól i żadnego wiersza przekraczającego limit znaków ustalony w kroku 1.
- Potwierdzono, że wybrana czcionka obsługuje znaki specjalne (é, ñ, ø, ß, pisma nielacińskie).
- Listę końcową zatwierdza druga osoba, najlepiej kierownik zespołu znający odbiorców.

Po zatwierdzeniu ustaw zamrożenie danych. Zmiany po zamrożeniu trafiają do fali uzupełniającej, a nie do głównej serii. Ta jedna zasada chroni harmonogram bardziej niż jakakolwiek opłata za pośpiech.

Krok 4: zatwierdź proof każdego wiersza, a następnie fizyczny pierwszy egzemplarz

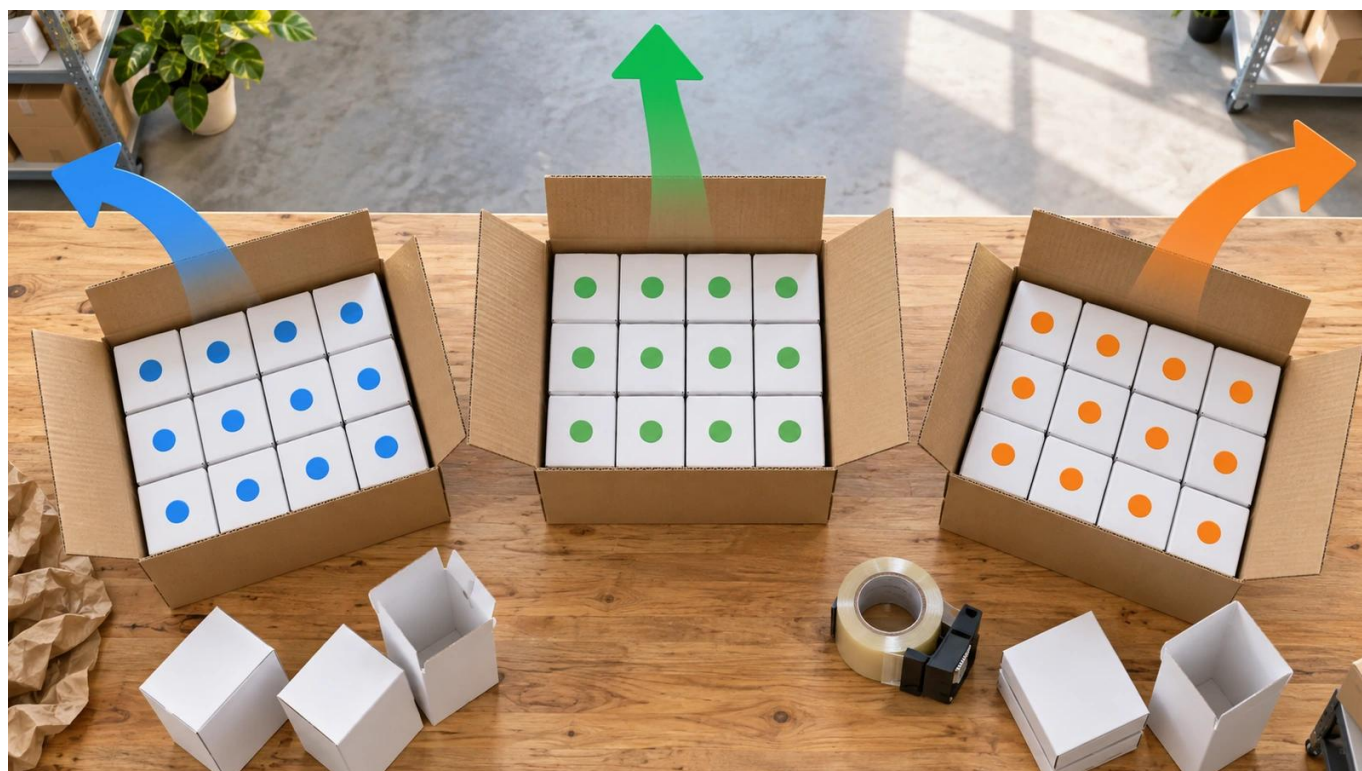
Proof układu pokazuje jedno przykładowe imię i nazwisko. Proof danych pokazuje każde imię i nazwisko wyrenderowane w rzeczywistym szablonie, rozłożone na arkuszu kontaktowym z identyfikatorami jednostek. Poproś o oba i sprawdź proof danych względem listy źródłowej, a nie z pamięci. Następnie zatwierdź niewielki fizyczny pierwszy egzemplarz: najdłuższe imię i nazwisko, najkrótsze, jedno ze znakami specjalnymi, na każdym kolorze termokubka w zamówieniu. Kontrast grawerowania laserowego zależy od koloru powłoki, więc imię i nazwisko, które czytelnie wygląda na ciemnym termokubku, może na jasnym wyglądać blade. Zatwierdzanie tych próbek na stali, a nie na ekranie, zamyka lukę między podglądem a produktem, która napędza wiele reklamacji dotyczących personalizacji.

Krok 5: produkcja ze skanowaniem i weryfikacją oraz uzgadnianie liczb

Po stronie produkcji sprawdzony schemat polega na oznaczeniu każdego bazowego termokubka jego

identyfikatorem jednostki przed zdobieniem, na tym, by operator zeskanował lub wybrał ten identyfikator, dzięki czemu oprogramowanie pobierze odpowiadający mu wiersz, oraz na sprawdzeniu każdej gotowej jednostki względem jej wiersza. Poproś dostawcę o podanie trzech liczb, które muszą się zgadzać: zdobionych jednostek, jednostek, które przeszły kontrolę, i jednostek zapakowanych. Każda odrzucona jednostka jest rejestrowana według identyfikatora i uruchamiana ponownie pojedynczo, dlatego utrzymywanie niewielkiego zapasu zapasowych bazowych termokubków w każdym kolorze ma większe znaczenie przy zamówieniach spersonalizowanych niż przy zamówieniach z logo.

Krok 6: pakowanie i wysyłka według odbiorcy



Zapakuj każdy termokubek w osobne pudełko, z identyfikatorem jednostki i imieniem i nazwiskiem odbiorcy na zewnątrz, tak aby nikt nie musiał otwierać pudełka, by znaleźć właściwy prezent. Grupuj pudełka według grupy odbiorców i dołączaj do każdego kartonu listę pakunkową wygenerowaną z tego samego pliku danych. W przypadku zespołów rozproszonych wysyłka bezpośrednia do odbiorców pozwala uniknąć kolejnego etapu obsługi w biurze, ale wymaga udostępnienia adresów; ten plik trzymaj osobno, ograniczony do realizacji, i usuń po dostawie. W programach onboardingowych stały proces uzupełnień (nowe imiona i nazwiska zbierane co miesiąc i grawerowane w małych falach) zapobiega temu, by nowi pracownicy dostawali zwykły kubek obok kolegów, którzy dostali spersonalizowane.

Które metody zdobienia obsługują dane zmienne?



Nie każda metoda pozwala zmieniać treść z 1 jednostki na następną. Decydujące pytanie brzmi, czy proces wymaga fizycznego narzędzia dla każdego projektu (sitka lub kliszy), czy odczytuje cyfrowy plik dla każdej jednostki.

Metoda	Zmienne imiona i nazwiska na jednostkę?	Jak to wygląda	Na co uważać
Grawerowanie laserowe	Tak, odczytuje plik danych bezpośrednio	Usuwa powłokę, odsłaniając gołą stal; trwałe, jednotonowe	Nie odtwarza kolorów marki; kontrast jest najniższy na białych i jasnych powłokach
Cyfrowy druk UV	Tak	Pełny kolor, może obejmować kolorowe imiona i nazwiska	Farba leży na powierzchni; potwierdź przyczepność i zalecenia dotyczące zmywarki
Sublimacja	Tak, z transferem na każdą jednostkę	Owijki w pełnym kolorze	Wymaga powłoki przystosowanej do sublimacji; dodaje etap druku i dopasowania
Sitodruk	Niepraktyczne	Jednolite kolory dodatkowe	Wymaga sitka dla każdego projektu; nadaje się do wspólnego logo, a nie imion i nazwisk
Tampondruk	Niepraktyczne	Małe oznaczenia w kolorach dodatkowych	Wymaga kliszy dla każdego projektu

Powszechnie stosowana kombinacja to model hybrydowy: wspólne logo nanosi się na 1 stronie, metodą partii dobraną do koloru marki, a imię i nazwisko po drugiej stronie metodą grawerowania laserowego. Logo pozostaje spójne w całej partii, podczas gdy dane zmienne znajdują się tylko na 1 stronie, co pozwala skupić proof na imionach i nazwiskach. Jeśli przyczepność powłoki przy zdobionych projektach jest problemem, zapytaj dostawcę, jaki test przyczepności przeprowadza (typowym odniesieniem jest test taśmą w siatce nacięć według ASTM D3359) i jaki wynik akceptuje.

Czy personalizacja zmienia obowiązki dotyczące kontaktu z żywnością i bezpieczeństwa?

Grawerowanie i nadruk wykonuje się na zewnętrznej stronie, z dala od powierzchni do picia, więc personalizacja nie zmienia wymagań dla wnętrza. Dodaje ona jednak materiały, farby i powłoki oraz narzędzie, którego nie dają zamówienia z logo: identyfikowalność na poziomie odbiorcy.

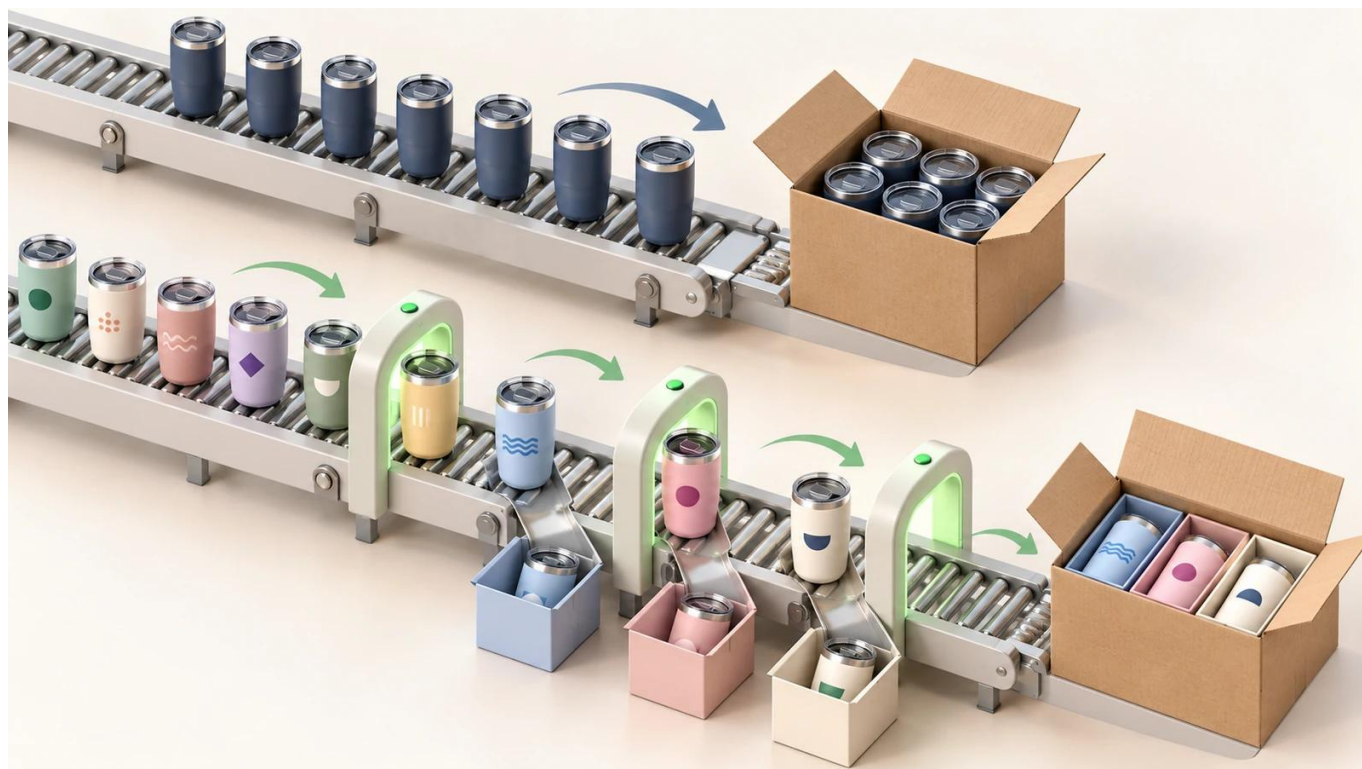
W Stanach Zjednoczonych materiały mające kontakt z żywnością muszą mieć czystość odpowiednią do zamierzonego zastosowania zgodnie z [21 CFR 174.5^{\[3\]}](#), a plastikowe pokrywki, uszczelki i słomki podlegają przepisom dotyczącym polimerów zawartym w [21 CFR część 177^{\[4\]}](#). Nie istnieje jeden „certyfikat FDA” dla gotowego termokubka, a FDA stwierdza na swojej [stronie o ołowiu w naczyniach do żywności^{\[5\]}](#) że żaden przepis nie dopuszcza ołowiu jako składnika powierzchni mających kontakt z żywnością.

Jeśli termokubki są wysyłane do pracowników w Kalifornii, powłoki i farby mają znaczenie zgodnie z Proposition 65. [OEHHHA wymienia ołów^{\[6\]}](#) z bezpiecznym progiem dla toksyczności reprodukcyjnej (MADL) wynoszącym 0,5 µg dziennie oraz z NSRL dla raka przy podaniu doustnym wynoszącym 15 µg dziennie, zapisanymi w [27 CCR §25805^{\[7\]}](#). Poproś o raporty z badań obejmujące materiały zdobnicze, a nie tylko stal.

Materiały do uszczelniania próżniowego także przyciągnęły uwagę publiczną. W kwietniu 2026 a sędzia federalny oddalił roszczenia konsumentów dotyczące ołowianej kulki zatopionej pod próżniową warstwą uszczelniającą znanej marki, uznając, że powodowie nie wykazali „konkretnego i prawdopodobnego ryzyka szkody”, jak [podała agencja Reuters^{\[8\]}](#). Pracownicy wciąż pytają, więc przed wręczeniem prezentów uzyskaj na piśmie informację o metodzie uszczelnienia.

Identyfikowalność to miejsce, w którym plik danych pokazuje swoją wartość. W 2024 r., [ASI podało^{\[9\]}](#) że 43 osoby zachorowały po promocyjnym rozdaniu termokubków (szacunkowo 33,000 sztuk) z podejrzaną pozostałością chemiczną w wnęce izolacyjnej. Anonimowe rozdania trudno prześledzić. Jeśli Twój plik łączy każdy identyfikator jednostki z partią produkcyjną i odbiorcą, możesz powiadomić dokładnie osoby dotknięte wadliwą partią, zamiast wycofywać wszystko.

Imiona i nazwiska a wspólne logo: co zmienia się w kosztach i czasie realizacji?



Personalizacja rzadko zmienia cenę samego kubka. Zmienia pracę wokół każdego kubka. Tabela pokazuje, gdzie trafia dodatkowy wysiłek, abyś mógł to zaplanować.

Czynnik	Wspólne logo	Imiona i nazwiska odbiorców	Hybryda (logo + imię i nazwisko)
Dane wejściowe grafiki	Jeden plik wektorowy	Szablon i plik danych	Plik logo, szablon i plik danych
Proofowanie	Jeden proof	Proof układu, proof danych każdego wiersza, fizyczny pierwszy egzemplarz	Proof logo jednorazowo; proofy imion i nazwisk dla każdego wiersza
Metody zdobienia	Dowolne, w tym sitodruk	Laser, cyfrowy UV, sublimacja	Metoda partii dla logo; laser lub UV dla imion i nazwisk
Obsługa produkcji	Ciągła partia	Weryfikacja jednostka po jednostce względem danych	Strona partii i weryfikacja jednostka po jednostce
Pakowanie	Zbiorcze kartony	Indywidualne pudełka, posortowane według odbiorcy i lokalizacji	Indywidualne pudełka, posortowane
Koszt błędu	Ponowne zdobienie całej partii, jeśli logo jest błędne	Ponowne przetwarzanie pojedynczych jednostek; potrzebne zapasowe bazowe termokubki	Przeważnie pojedyncze ponowne przetwarzania
Główne ryzyko harmonogramu	Akceptacja grafiki	Zbieranie imion i nazwisk oraz czyszczenie danych	Zbieranie imion i nazwisk

Z tego wynikają dwa praktyczne wnioski. Po pierwsze, największe ryzyko harmonogramu zwykle tkwi wewnątrz organizacji: w ściganiu preferowanych imion i nazwisk oraz w potwierdzaniu stanowisk w różnych działach. Zacznij zbieranie danych w dniu zatwierdzenia budżetu, a nie po wyborze dostawcy. Po drugie, czynnikami kosztów są obsługa, czas pracy przy proofowaniu, pakowanie indywidualne i zapas zapasowych bazowych termokubków, więc różnica względem wspólnego logo zależy od wielkości zamówienia, liczby kolorów i liczby lokalizacji wysyłki. Przekaż dostawcy planowaną liczbę wierszy, podział kolorów i liczbę miejsc docelowych, aby otrzymać wycenę odzwierciedlającą Twój

rzeczywisty proces, a nie cenę katalogową za sztukę.

Osoby odpowiedzialne za budżet zwykle popierają ten wysiłek. Z [badań ASI wśród nabywców końcowych](#)^[10] wynika, że nabywcy w przedziale wiekowym 25 to 34, czyli znaczna część siły roboczej, w większości planują zwiększyć wydatki promocyjne, a spersonalizowane przedmioty łatwo uzasadnić, gdy celem jest retencja i rozpoznawalność, a nie zasięg.

Najczęstsze pytania

FAQ: Czy imiona i nazwiska można nanieść na termokubki metodą sitodruku?

W praktyce nie. Sitodruk wymaga osobnego sitka dla każdego projektu, więc inne imię na każdej jednostce oznaczałoby inne sitko dla każdej jednostki. Do imion i nazwisk użyj grawerowania laserowego lub cyfrowego druku UV, a sitodruk zachowaj dla wspólnego logo, jeśli zależy Ci na konkretnym kolorze marki.

FAQ: W jakim formacie powinna być nasza lista imion i nazwisk?

Plik UTF-8 CSV lub XLSX z jednym wierszem na termokubek, unikalnym identyfikatorem jednostki, dokładnym tekstem do grawerowania oraz kodami szablonu i grupy odbiorców. Sformatuj kolumny z ID i imionami i nazwiskami jako tekst, aby arkusz nie usuwał wiodących zer, nie zamieniał wartości na daty ani nie zmieniał apostrofów.

FAQ: Jak obsługiwać nowych pracowników i zmiany imion i nazwisk po zatwierdzeniu?

Ustal datę zamrożenia danych. Wszystko, co wpłynie po niej, trafia do fali uzupełniającej wykonanej z tego samego szablonu, dzięki czemu główna partia nie ulega opóźnieniu. W programach onboardingowych zaplanuj cykliczne, małe serie uzupełniające.

FAQ: Czy imiona i nazwiska grawerowane laserowo będą pasować do koloru naszej marki?

Nie. Grawerowanie laserowe usuwa powłokę i odsłania stal pod spodem, więc imiona i nazwiska wyglądają jak goły metal. Jeśli kolorowe imiona i nazwiska są niezbędne, użyj cyfrowego druku UV i potwierdź z dostawcą przyczepność oraz zalecenia pielęgnacji.

FAQ: Czy musimy udostępniać dostawcy domowe adresy pracowników?

Tylko wtedy, gdy wybierzesz wysyłkę bezpośrednią. W przeciwnym razie wysyłaj do lokalizacji biurowych i rozdzielaj wewnętrznie. Przy wysyłce bezpośredniej trzymaj adresy w osobnym pliku ograniczonym do realizacji i poproś o ich usunięcie po dostawie.

FAQ: O ile droższa jest personalizacja niż pojedyncze logo?

Zależy to od liczby wierszy, liczby kolorów, rund proofowania i liczby miejsc docelowych, ponieważ dodatkowy koszt wynika z obsługi, weryfikacji i pakowania, a nie z samego kubka. Podaj te dane, prosząc o wycenę, aby uzyskać dokładne porównanie.

Najważniejsze wnioski

- **Źle napisane imię i nazwisko zostaje na przedmiocie i jest widoczne, zamiast trafić do kosza.** — ponad 87 % odbiorców zachowuje markowe akcesoria do napojów, a przedmiot generuje około 1,300 wyświetleń marki przez cały okres użytkowania ([Źródło](#))

- **Spersonalizowane akcesoria do napojów to prezent, którego odbiorcy najbardziej chcą.** — 41 % użytkowników końcowych wskazuje akcesoria do napojów jako promocyjny przedmiot, który najbardziej chcieliby otrzymać ([Źródło](#))
- **Materiały zdobnicze potrzebują własnych raportów z badań przy wysyłkach do Kalifornii.** — bezpieczny próg dla ołowiu w zakresie toksyczności reprodukcyjnej wg Proposition 65 wynosi 0,5 µg dziennie ([Źródło](#))
- **Zgodność w zakresie kontaktu z żywnością obejmuje kubek i pokrywkę, a nie jeden certyfikat.** — materiały muszą spełniać wymóg czystości zawarty w 21 CFR 174.5 ([Źródło](#))
- **Identyfikatory na poziomie jednostek zamieniają ogólne wycofanie w ukierunkowane powiadomienie.** — jedno nieprześlizgające rozdzienie dotknęło szacunkowo 33,000 sztuk i spowodowało zachorowanie 43 osoby ([Źródło](#))

Poprawne zapisanie każdego imienia i nazwiska za pierwszym razem

Spersonalizowane termokubki udają się lub nie w arkuszu. Zablokuj szablon, wcześniej zbieraj preferowane imiona i nazwiska, zweryfikuj i zamroź plik, zatwierdź proof każdego wiersza, zweryfikuj każdą jednostkę względem jej identyfikatora i pakuj według odbiorcy. Samo zdobienie to najbardziej przewidywalna część pracy, gdy dane są czyste. Gdy będziesz gotowy wybrać bazowy termokubek i zdobienie, zapoznaj się z tym, jak [określać niestandardowe termokubki ze stali nierdzewnej z odpowiednią stałą, proofami i kontrolą](#), a następnie wyślij nam planowaną liczbę wierszy, podział kolorów i miejsca dostawy, abyśmy mogli przygotować wycenę opartą na Twojej liście odbiorców.

Źródła

1. ASI Central, „Badanie ASI 2026 dotyczące wyświetleń reklam: akcesoria do napojów”, czerwiec 2026.
<https://members.asicentral.com/news/strategy/june-2026/asi-s-2026-ad-impressions-study-drinkware/> ↵
2. ASI Central, „ASI Show Chicago 2026: trendy w akcesoriach do napojów z hali targowej”, 23 lipca 2026.
<https://members.asicentral.com/news/strategy/july-2026/asi-show-chicago-2026-drinkware-trends-from-the-show-floor/> ↵
3. Elektroniczny Kodeks Federalnych Przepisów (eCFR), 21 CFR §174,5, ogólne przepisy dotyczące pośrednich dodatków do żywności.
<https://www.ecfr.gov/current/title-21/chapter-I/subchapter-B/part-174/section-174.5> ↵
4. Elektroniczny Kodeks Federalnych Przepisów (eCFR), 21 CFR część 177, pośrednie dodatki do żywności: polimery (wersja z dnia 2025-10-27).
<https://www.ecfr.gov/on/2025-10-27/title-21/part-177> ↵
5. Amerykańska Agencja ds. Żywności i Leków (FDA), „Ołów w żywności i naczyniach do żywności”.
<https://www.fda.gov/food/environmental-contaminants-food/lead-food-and-foodwares> ↵
6. Kalifornijski OEHHHA, Proposition 65: ołów i związki ołowiu.
<https://oehha.ca.gov/proposition-65/chemicals/lead-and-lead-compounds> ↵
7. Cal. Code Regs., tyt. 27, §25805, Szczegółowe poziomy regulacyjne: substancje powodujące toksyczność reprodukcyjną (Cornell LII).
<https://www.law.cornell.edu/regulations/california/27-CCR-25805> ↵
8. Reuters, „Producent termokubków Stanley wygrywa spór sądowy o alarm dotyczący ołowiu”, 6 kwietnia 2026.

<https://www.reuters.com/sustainability/boards-policy-regulation/maker-stanley-tumblers-prevail-s-lawsuit-over-lead-scare-2026-04-06/> ↵

9. ASI Central, „Ponad 40 osób zachorowało po zanieczyszczonych termokubkach”, 29 maja 2024.
<https://members.asicentral.com/news/industry-news/may-2024/more-than-40-people-sickened-by-contaminated-tumblers/> ↵
10. ASI Central, „Badanie nabywców końcowych: przedział wiekowy 25-34”, 12 września 2024.
<https://members.asicentral.com/news/strategy/september-2024/end-buyer-research-ages-25-34/> ↵

pazdziernika 21, 2026