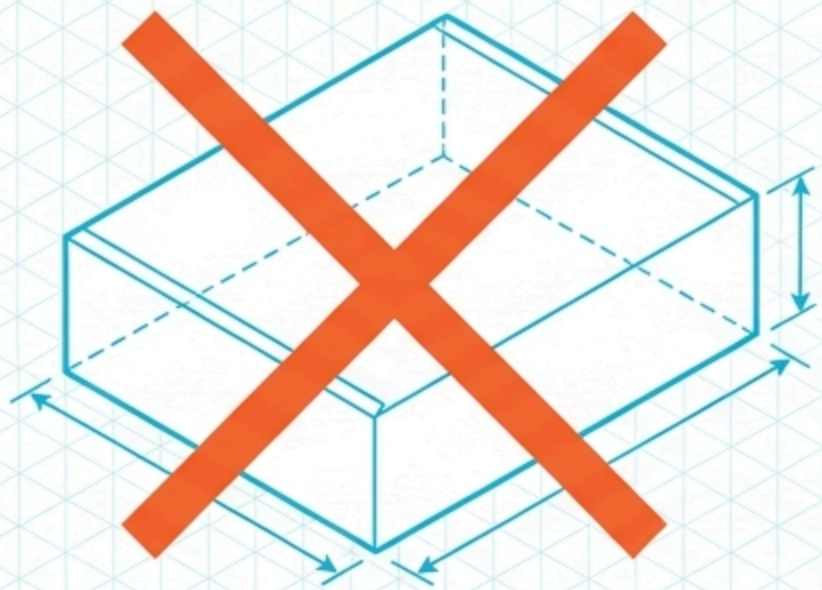


คู่มือเชิงกลยุทธ์สำหรับการจัดแพ็คเกจและจัดซื้อกล่องเมลเลอร์สั่งทำ



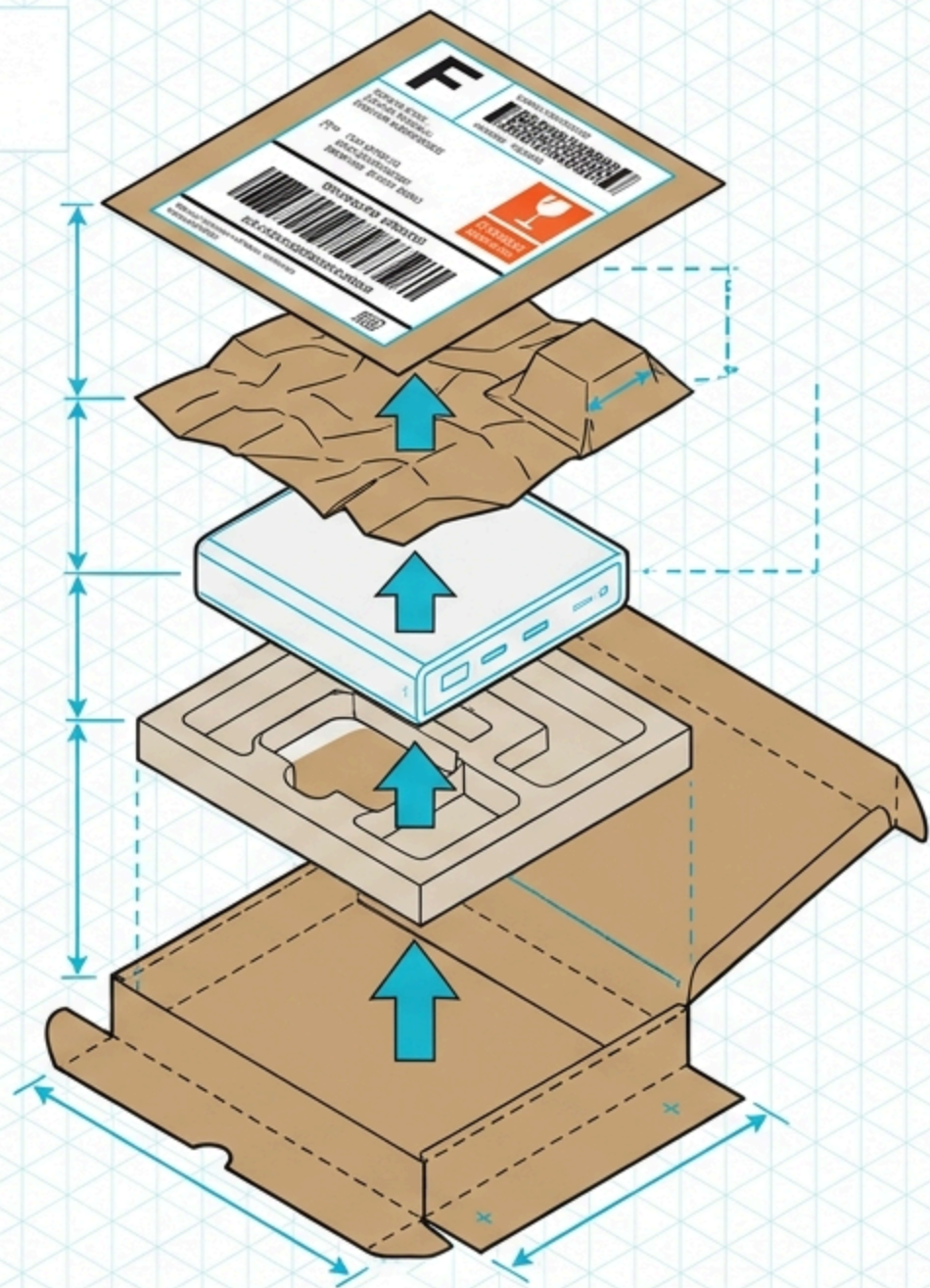
มองไกลกว่าเปลือกนอก



รูปแบบเดิม:
กล่องแบนด์ที่กำหนดด้วย
ขนาดภายนอกเพียงอย่างเดียว

รูปแบบใหม่:
ระบบจัดแพ็คและ
กระจายสินค้าแบบบูรณาการ

คำขอก่อกล่องเมลเลอร์ซึ่งต้องเริ่มจากผลิตภัณฑ์ที่แพ็คแล้ว
ขึ้นเสริม กระดาษทิชชู วัสดุเติมช่องว่าง วัสดุทางผลิตภัณฑ์ ลำดับการเปิด
ฉลาก และการใช้สำหรับคืนสินค้า ล้วนเปลี่ยนการออกแบบที่เหมาะสมโดยพื้นฐาน



การจำแนกประเภทบรรจุภัณฑ์

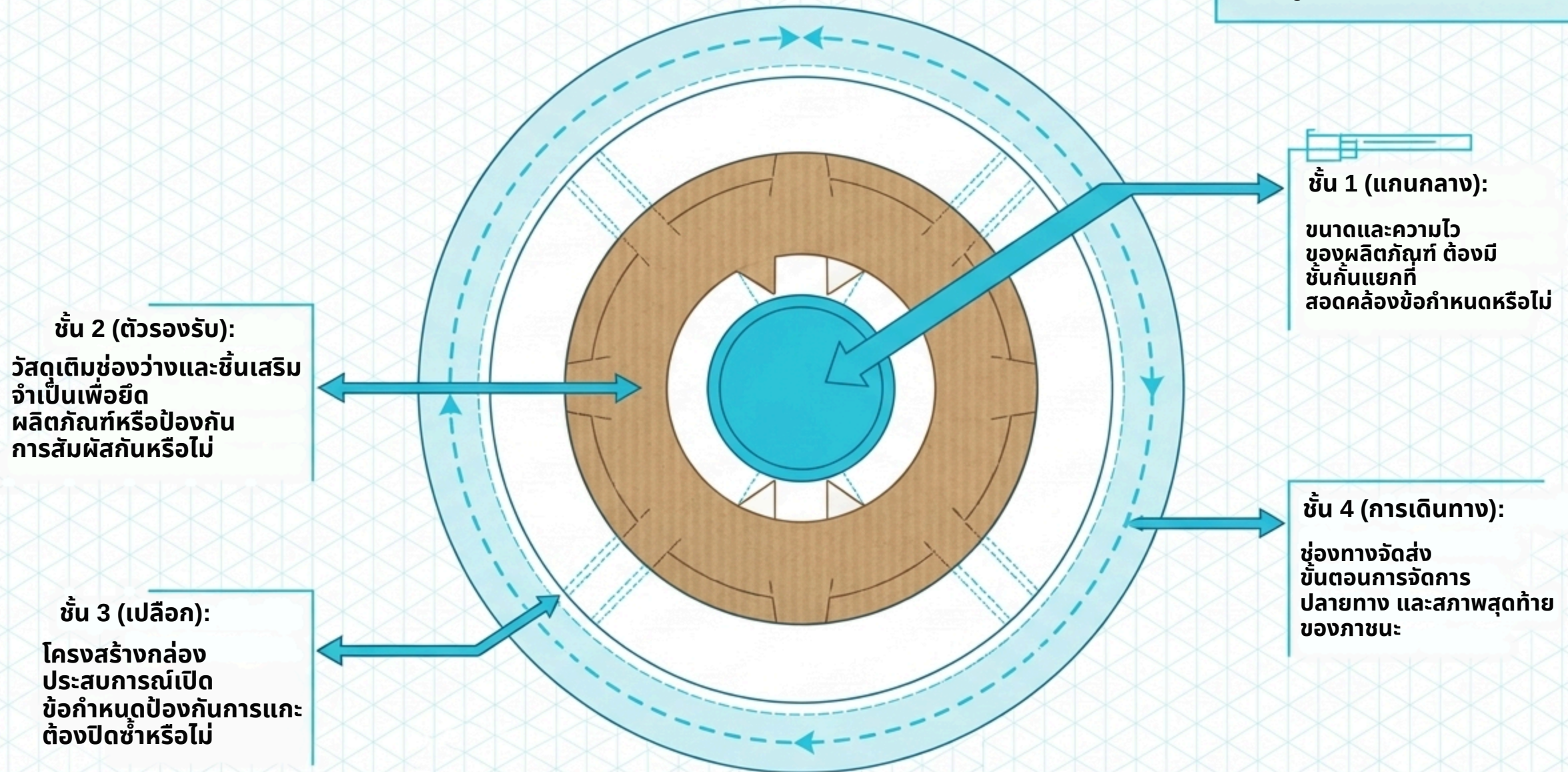
รูปแบบ	การปกป้องระหว่างขนส่ง	คุณค่าในการนำเสนอ	ปิดได้เอง
กล่องเมลเลอร์: รูปแบบพับและปิดได้เอง ออกแบบเพื่อการส่งไปรษณีย์ ฟูลฟิลเมนต์ และประสิทธิภาพแกะกล่อง	สูง	สูง	ใช่
กล่องกระดาษพับ: ห่อหรือบรรจุผลิตภัณฑ์ และมักต้องมีชั้นบรรจุภัณฑ์ภายนอกเพิ่มสำหรับการขนส่ง	ต่ำ	สูง	แตกต่างกัน
กล่องของขวัญ: เน้นการนำเสนอมากกว่าประโยชน์ด้านการขนส่ง	ต่ำ	สูงมาก	แตกต่างกัน
กล่องลูกฟูกขนส่ง: เลือกใช้เป็นหลักเพื่อการปกป้องพื้นฐานระหว่างขนส่ง	สูงมาก	ต่ำ	ไม่ (ต้องใช้เทป)

ข้อสรุป: เฉพาะ

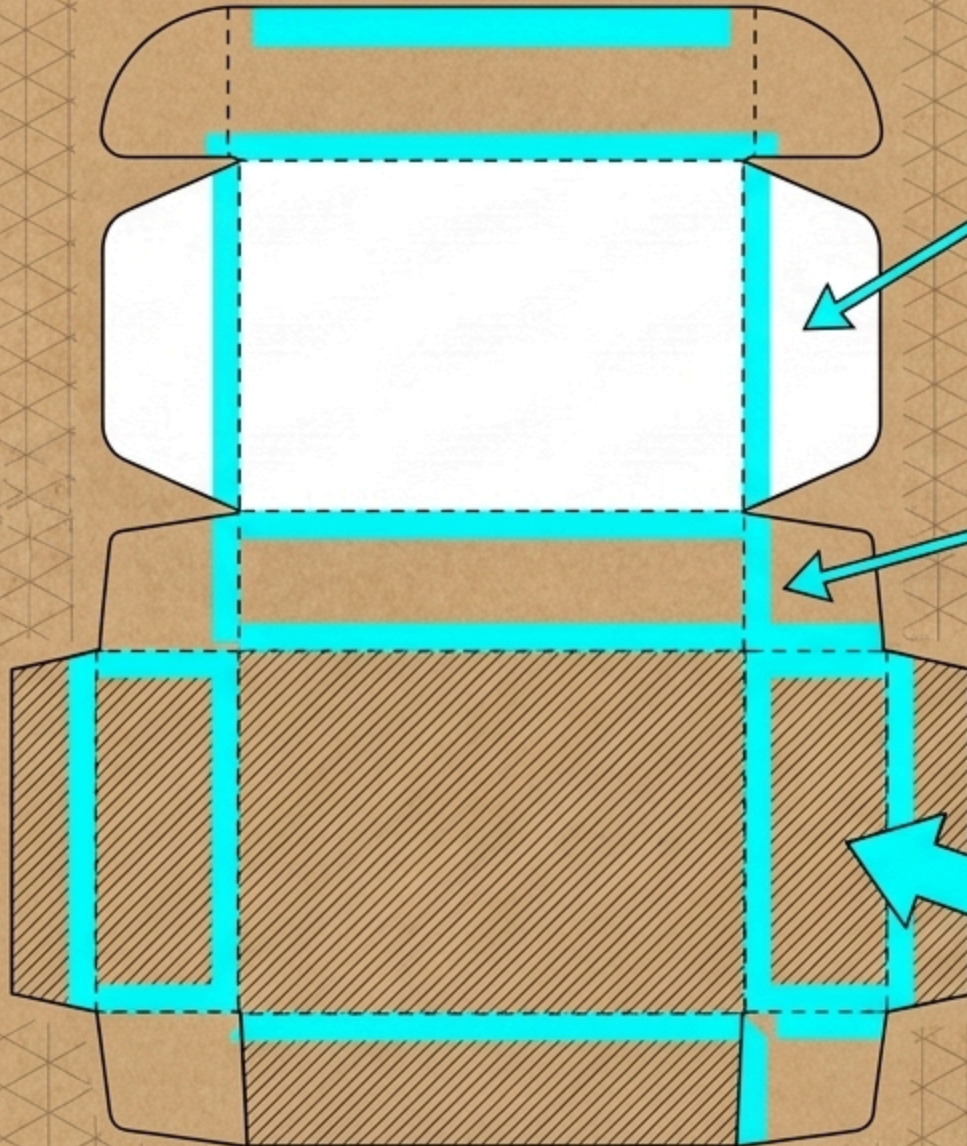
โครงสร้าง กระดาษแข็ง การปิด และระดับการปกป้องที่แน่นอนของกล่องเมลเลอร์ต้องตรวจสอบใบเสนอราคาเพื่อเชื่อมโยงว่างระหว่างการนำเสนอและการขนส่ง

สถาปัตยกรรมจากด้านในสู่ด้านนอก

กล่องที่ดูสวยจะลุ่มเหลวหาก
สิ่งของข้างในเคลื่อนไหว เสียดสี รั่ว
หรือถูกกดทับ เริ่มจากแกนกลาง



ระบุจุดตัดบนไดไลน์



พื้นที่ภายใน:

โซนข้อความภายใน
โดยเฉพาะ

จุดขัดจังหวะทางโครงสร้าง:

หลักเลียงกราฟิกสำคัญ
บนรอยพับ แลบ หรือ
โซนเทป

แผงที่ไวต่อรอยลอก:

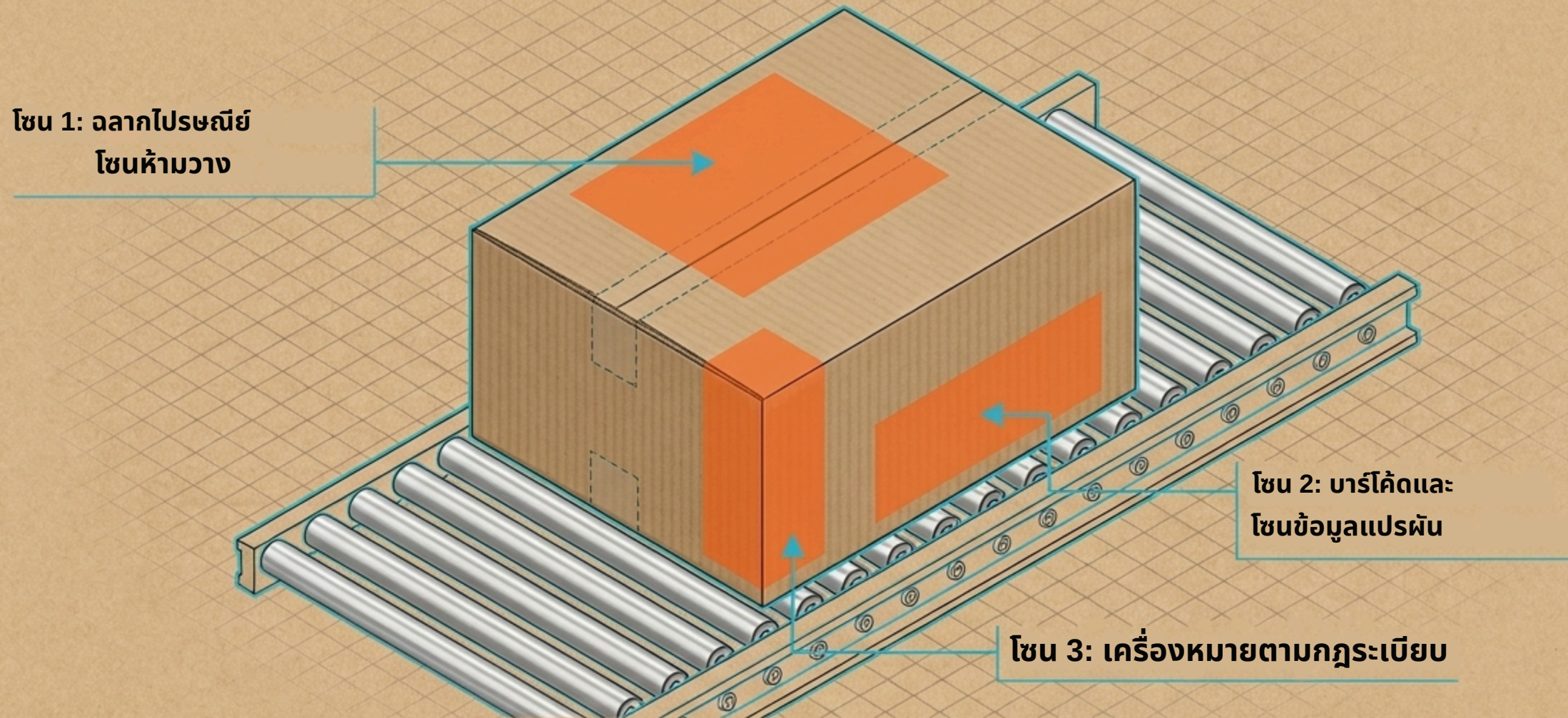
ฐานภายนอกและ
ขอบที่สัมผัสการขนส่ง

ทำเครื่องหมายกราฟิกสำคัญ
ที่ต้องไม่ถูก
รอยพับ แลบ
หรือเทปตัดผ่าน

โปรดทราบว่ากราฟิกพิมพ์
เต็มพื้นที่ พื้นผิว
สีเข้ม งานศิลปะภายใน
ซับซ้อน และคำขอ
จัดแนวแม่นยำ
จะเปลี่ยน
กระบวนการตรวจสอบ
การผลิต

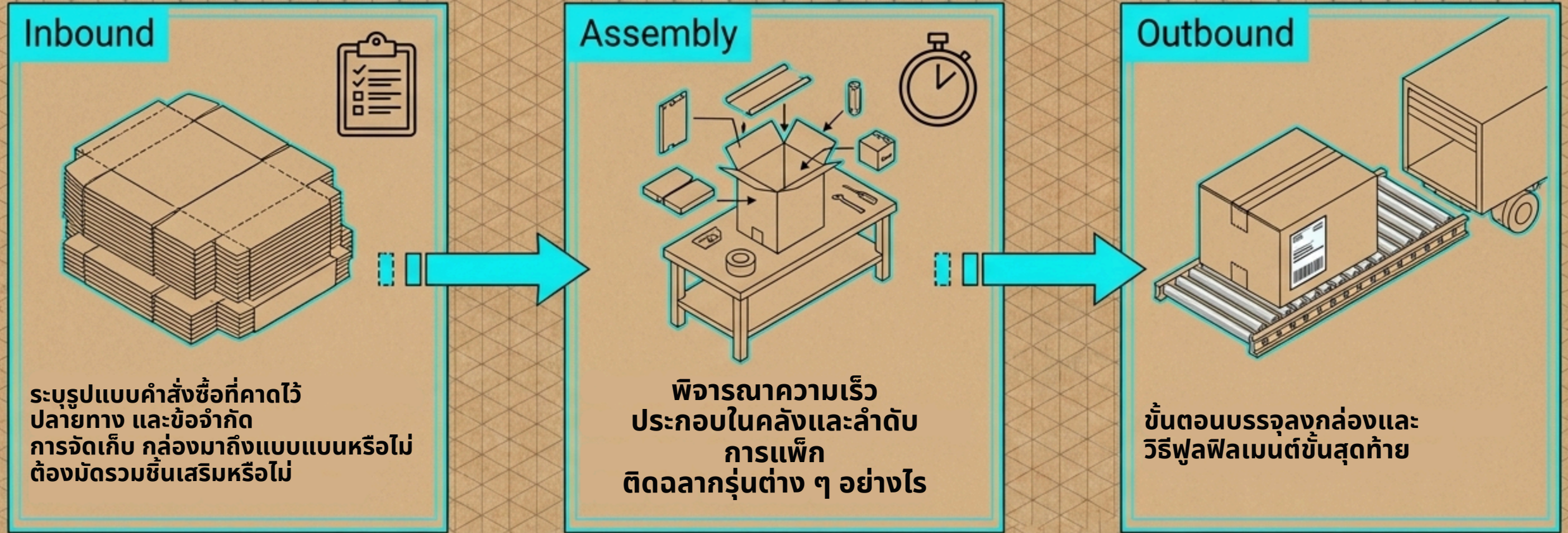
ส่งไฟล์งาน
เวกเตอร์ สีที่
ถูกต้อง และข้อความกฎหมาย

โซนห้ามวางและข้อจำกัดด้านการปฏิบัติตาม



ระบุข้อกำหนดพิเศษด้านการปฏิบัติตามตั้งแต่ต้น ผลิตภัณฑ์ที่มีข้อกำหนดด้านกฎระเบียบ การสัมผัสอาหาร เครื่องสำอาง การแพทย์ วัตถุอันตราย หรือความไวต่ออุณหภูมิหรือไม่ สิ่งเหล่านี้ทำให้ต้องใช้ขั้นตอนตรวจสอบเฉพาะและต้องกำหนดตำแหน่งร่วมกับฉลากภายนอกก่อนสรุปงานศิลป์

พลวัตคลังสินค้าและขนาดฟูลฟิลเมนต์



วิธีฟูลฟิลเมนต์ขั้นสุดท้าย

ข้อสรุป: แยกความต้องการช่วงเปิดตัวครั้งแรกจากปริมาณคาดการณ์ระยะยาว อย่าคิดว่า ราคาและรูปแบบการผลิตจะเหมือนกันในทุกขนาดการดำเนินงาน

กลไกจัดซื้อ 7 ขั้นตอน

ระยะ 1: การจัดแพ็ค

1. อธิบาย
ผลิตภัณฑ์ การจัดแพ็ค
ช่องทางจัดส่ง
ประสบการณ์ผู้รับ
ความต้องการคืนสินค้า

Phase 1: การจัดแพ็ค

2. ให้
ขนาด
ทิศทางเมื่อแพ็ค
ชั้นเสริม และโครงสร้าง
กล่องที่ต้องการ

ระยะ 2: กราฟิกและ การปฏิบัติตาม

3. ระบุ
ภายนอก/ภายใน
งานพิมพ์ โซน
ฉลาก บาร์โค้ด
ข้อความที่ต้องมี

3. ระบุ
exterior/interior
print, label zones,
barcodes, required
copy.

5. ระบุ
ข้อกำหนดตามกฎหมาย
ระเบียบ
การปฏิบัติตาม หรือ
ตลาด
ปลายทาง

4. แจ้ง
ข้อกังวลด้าน
การปกป้อง
(การเคลื่อนไหว
การเสียดสี การรั่ว
ซึม
ที่ก่อให้เกิดความเสียหาย)

ระยะ 3: ขนาดและ

6. ระบุ
จำนวนตาม SKU
รูปแบบการแพ็ค
ปลายทาง ฟูลฟิลเมนต์
ขั้นตอนงาน

Phase 3: ขนาดและ การตรวจสอบ

7. ขอตีอย่าง
โครงสร้าง งานพิมพ์
และการทดสอบ
เมื่อความพอดี การขนส่ง
หรือการนำเสนอ
สำคัญ

การตรวจสอบระบบและการเปิดตัวเชิงพาณิชย์



ยืนยันโครงสร้าง วัสดุ งานพิมพ์
การปกป้อง และเงื่อนไขการค้าที่เสนอผ่าน
ใบเสนอราคาอย่างเป็นทางการและการตรวจงานศิลป์และวัสดุ
ก่อนเปิดตัว



ข้อจำกัด:

·อย่าคิดว่ากล่องเมลเลอร์ทดแทน
ความต้องการบรรจุภัณฑ์ขนส่งภายนอก ขึ้นเสริม
หรือการปฏิบัติตามทั้งหมด

·ไม่ได้หมายรวมโดยอัตโนมัติถึงประสิทธิภาพ
ระหว่างขนส่ง เกรดวัสดุ การรับรอง หรือ

ค่าคลาดเคลื่อนของขนาด ราคา MOQ ระยะเวลาผลิต หรือ
การรับประกัน

ข้อสรุป: ข้อผูกพันทางเทคนิคและการค้าขั้นสุดท้ายต้องผ่านตัวอย่างและการทดสอบอย่างเข้มงวด
ในการตรวจสอบ ประเมินระบบ ตรวจสอบสเปก และอย่าคาดเดาประสิทธิภาพโดยไม่ทดสอบ