



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

Kısa cevap: Hoodie işine başlamak için doğrudan ulaşabileceğiniz bir niş seçin ve bunu ücretli ön siparişlerle doğrulayın. Stoksuz ilerlemek istiyorsanız talep üzerine baskıyı, daha iyi birim marjı istiyorsanız küçük partili toplu üretimi tercih edin. Fiyatı toplam varış maliyetinizden hesaplayın, bir numune partisini yıkama testinden geçirin, ardından yazılı bir şartnameyi sabitleyin; böylece her tekrar sipariş ilk seriyle aynı olur.

Hoodie işine nasıl başlanacağını araştırıyorsanız büyük olasılıkla elinizde bir tasarım, bir topluluk ya da bir marka fikri var. Şimdi ihtiyacınız olan şey, nakit akışınızı koruyan bir sıralama. Bu rehber nişi doğrulamayı, üretim modeli seçmeyi, marj için fiyatlandırmayı, küçük bir partiyi test etmeyi ve bir üretim ortağıyla tekrar siparişlere ölçeklenmeyi kapsar. Dekorasyon yöntemlerinin veya ham ürün kumaşlarının nasıl seçileceğini kapsamaz. Bu konular [özel kafadan geçmeli hoodie modelleri](#) sayfamızda ele alınıyor; bu rehber de o adıma geldiğinizde sizi oraya yönlendiriyor.

İlk Hoodie Serilerinin Çoğu Neden Tıkanır

Sorun genellikle kötü bir tasarım değildir; bir sıralama hatasıdır. Kurucu talebi kanıtlamadan stok sipariş eder, beden dağılımını tahmin eder, fiyatı yalnızca ham ürün maliyetinden belirler, sonra ilk yıkama şikayetlerinden sonra baskının ya da kalıbın dayanmadığını öğrenir. Bu hataların her biri tek başına küçüktür. Bir araya geldiklerinde geriye satılmayan XXL'ler, ince marjlar ve ilkiyle uyuşmayan bir ikinci sipariş kalır.

Piyasa bu hataları sizin yerinize telafi etmeyecek. PPAI'nın 2025 U.S. Distribütör Satış Hacmi Tahmini, markalı ürün distribütör satışlarını \$27,13 milyar olarak belirledi; bu rakam bir önceki yıla göre yalnızca 1,3 % arttı. Derneğin kendi özeti de birçok distribütörün “daha çok sattığı ama daha az kazandığı” yönündeydi ([PPAI satış hacmi tahmini^{\[1\]}](#)). Aynı bültende distribütörlerin 60 % kadarı 2026 satışlarının artacağını beklerken yalnızca 53 % kadarı daha iyi kâr bekliyordu. Logo baskılı giyime talep var. Kazanmanız gereken şey marj.

Çözüm, işi sabit bir sırayla yürütmek ve her adımda bir devam/vazgeç kontrolü yapmaktır. Bu makalenin geri kalanı o sırayı ortaya koyuyor.

İçindekiler

- [Hoodie İşı Aslında Nedir](#)
- [Hoodie İşı Yedi Adımda Nasıl Kurulur](#)
- [Üretim Modellerinin Karşılaştırması](#)
- [SSS](#)
- [Önemli Çıkarımlar](#)
- [Sonuç](#)

Hoodie İşı Aslında Nedir (ve Hangisini Kuruyorsunuz)

Bir hoodie işi, alıcının tanıdığı bir marka altında dekore edilmiş polar giysiler satar; bu bir sokak giyim

markası, bir içerik üreticisinin ürün serisi, bir spor salonu ya da bir kulüp mağazası olabilir. Hiçbir şey dikmeniz gerekmez. Çoğu kurucu bitmiş ham ürünleri satın alır ve dekore etmesi için bir ortağa ödeme yapar; bu yüzden gerçek kararlar makinelerle değil, nakit akışı, stok riski ve tutarlılıkla ilgilidir.

Kurucular genellikle dört modelden birine girer:

- **Talep üzerine baskı (POD):** her hoodie, müşteri ödeme yaptıktan sonra dekore edilir ve gönderilir. Stok tutmazsınız.
- **Küçük partili toplu üretim:** dekore edilmiş hoodie'lerden oluşan bir parti sipariş edersiniz, stoku elinizde tutarsınız ve ürünleri kendiniz ya da bir depolama ve gönderim hizmeti aracılığıyla gönderirsiniz.
- **Özel marka:** toplu üretimle aynıdır, ayrıca özel yaka etiketleri, askılı etiketler ve ambalaj eklenir; böylece giysi, dekore edilmiş bir ham ürün gibi değil, sizin ürününüz gibi görünür.
- **Kurumsal ürünler:** bir takım, şirket ya da etkinlik, teslim tarihi belli ve kişi sayısı bilinen tanıdık bir gruba satış yapar.

Pek çok kurucu, bu modelleri sırayla geçerek hoodie'yi çekirdek ürün haline getirir. POD ile başlayıp neyin sattığını öğrenir, rakamlar stok tutmayı desteklediğinde kanıtlanmış tasarımları toplu üretime taşırlar.



Hoodie İşi Yedi Adımda Nasıl Kurulur

Adım 1: Ücretli reklam olmadan ulaşabileceğiniz bir niş seçin

Bir niş, ancak alıcılarının zaten toplandığı belirli yerleri sayabiliyorsanız uygulanabilir; örneğin bir Discord sunucusu, bir koşu kulübü, bir subreddit, bir okul ya da kontrol ettiğiniz bir e-posta listesi. Alıcılara ulaşmanın tek yolu ücretli trafikse, marjınızın ilk günden müşteri edinme maliyetini karşılaması gerekir; çoğu ilk seri bunu yapamaz. Ulaşabileceğiniz üç kanalı ve her birinin gerçekte kaç kişiye ulaştığına dair bir tahmini yazın. Bu listeyi dolduramıyorsanız, doldurabilene kadar nişi daraltın.

Adım 2: Beğeniyle değil, parayla doğrulayın

Taslak görseller ve anketler ilgiyi ölçer. Ön siparişler ve kaporalalar talebi ölçer. İki ya da üç tasarımın düz taslak görselleriyle, genellikle bir ila 2 hafta süren kısa bir ön sipariş dönemi yürütün. Açmadan önce devam/vazgeç eşiğinizi belirleyin: numune maliyetinizi ve ilk üretim partinizi karşılamak için gereken ücretli sipariş sayısı. Bunu Adım 4 içindeki başabaş formülüyle hesaplayabilirsiniz. Ön siparişler size tahminin veremeyeceği bir şey de verir: gerçek bir beden dağılımı. Genel bir oranı kopyalamak yerine beden eğrinizi bununla belirleyin.

Adım 3: Üretim modelinizi seçin

POD stok riskini ortadan kaldırır, ancak size birim başına en ince marjı verir ve müşterinin kapısına hangi ham ürünün ve yüzey işleminin ulaşacağı üzerindeki kontrolünüz en azdır. Toplu üretim birim ekonomisini ve tutarlılığı iyileştirir, ancak nakdi stokta bağlar ve satılmayan her beden doğrudan zarardır. Aşağıdaki karşılaştırma tablosu bu ödünleşimleri ortaya koyuyor. Sektör kaynakları, kurucuların tek bir yöntemle bağlanmak yerine yöntemleri karıştırmalarını bekliyor. Bir ekipman uzmanı, [Graphics Pro^{\[2\]}](#) ile yaptığı röportajda, ilginin çoğunun DTF'ye gittiği 2 yılın ardından "İnsanlar DTG'ye geri dönüyor" dedi. Uygulamada aynı marka tek adetlik ürünleri dijital olarak basıp kanıtlanmış tasarımları toplu üretimde çalıştırabilir.

Adım 4: Varış maliyetinizden marj için fiyatlandırın

Fiyatı yalnızca ham ürün artı baskı teklifinden hesaplamak, en sık yapılan hesap hatasıdır. Toplam birim varış maliyetinizi (C) aşağıdaki tüm kalemlerden oluşturun:

- Ortağınızın teklifindeki dekore edilmiş birim maliyeti
- Numuneler ve kurulum, üretim partisine bölünmüş olarak
- Gelen nakliye ve varsa ithalat gümrük vergileri
- Ambalaj, etiketler ve künyeler
- Ödeme işleme ve pazar yeri ya da platform ücretleri
- Sizin karşıladığınız çıkış kargosu ile ürün toplama ve paketlenme
- İadeler, değişimler ve hatalı baskılar için ayrılan karşılık

Ardından fiyatı şu formülle belirleyin: **Fiyat = C ÷ (1 – hedef brüt marj)**. C için ortaya çıkan çarpanlar şöyledir: 1,67× (40 % marj için), 2,0× (50 % için), 2,5× (60 % için) ve 3,33× (70 % için). Sonucu nişinizin gerçekte ne ödeyeceğiyle karşılaştırın. Hedef marjınızın gerektirdiği fiyat, ön sipariş veren alıcılarınızın ödediği fiyatın üzerindeyse yalnızca fiyatı değil, maliyet kalemlerini değiştirin. Son olarak şunu hesaplayın: **başabaş adedi = sabit lansman maliyetleri ÷ (fiyat – birim başına değişken maliyet)**. Bu sayı, Adım 2 içindeki devam/vazgeç eşiğiniz olur.



Adım 5: Tam üretimden önce küçük bir partiyi test edin

Markanızı taşıyacak kalitede bir özel hoodie'yi ayırt etmek, ilk izlenimi değil kanıt gerektirir. Bir baskı poşetten çıktığında kusursuz görünüp yıkamadan sonra yine de çatlayabilir. Numuneleri en az en küçük ve en büyük bedenlerinizde sipariş edin, ardından tekrarlanabilir bir yıkama protokolünden geçirin. AATCC TM61, sektörün hızlandırılmış yıkama testidir; evde beş yıkamanın yol açtığı renk kaybını yaklaşık olarak tek bir 45 dakikalık döngüde oluşturur ve sonuçları gri skalada 5 (değişim yok) ile 1 (şiddetli değişim) arasında derecelendirir. Evde test ediyorsanız basmayı planladığınız bakım etiketindeki talimatlara uyun, ardından her bedende yıkamadan önce ve sonra göğüs, boy ve kol ölçüsünü ölçün. Bağımsız tedarik rehberleri, yeterince ön çekmesi yapılmamış ham ürünlerin bedenler arasında farklı oranlarda çekebileceği ve bunun ilk yıkamadan sonra beden eğrinizi bozduğu konusunda uyarıyor. En yoğun mürekkep alanını elle gerin ve çatlama olup olmadığına bakın. Bir numune başarısız olursa üretim siparişi vermeden önce şartnameyi düzeltin.

Dekorasyon yöntemleri ile ham ürün gramajları arasında seçim yaparken [özel kafadan geçmeli hoodie rehberimiz](#) tasarımın, adedin ve kumaş yüzeyinin sonucu nasıl etkilediğini ele alır; bu yüzden bu makalede tekrarlamıyoruz.



Adım 6: Satıştan önce evrak işlerini doğru yapın

Kendi yaka etiketiniz, dekore edilmiş ham ürünü sizin ürününüze dönüştürür ve yasal yükümlülükler getirir. FTC'nin tekstil kurallarına göre etiket; ağırlık bazında elyaf içeriğini, menşe ülkeyi ve üreticinin adını ya da RN numarasını göstermelidir ([16 CFR Bölüm 303^{\[3\]}](#)). Ayrıca bakım talimatları da gerekir ([16 CFR Bölüm 423^{\[4\]}](#)). Farklı elyaf karışımına sahip bir ham ürüne geçerseniz etiketin de değişmesi gerekir ([Textile World^{\[5\]}](#)). Polar, CPSC yanıcılık yönergesi kapsamında havlı yüzeyli bir kumaştır ([CPSC^{\[6\]}](#)), sınıfları şurada tanımlanmıştır: [16 CFR 1610.4^{\[7\]}](#). 12 ve altı çocuklara yönelik çocuk bedenleri için ayrıca kalıcı [izleme etiketleri^{\[8\]}](#) gerekir. Kuralların tam özeti şurada yer alıyor: [ürün sayfası](#).

Adım 7: Sabitlenmiş şartnameyle tekrar siparişlere ölçeklenin

Bir hoodie işi itibarını tekrar siparişlerde kazanır ya da kaybeder. Mart'ta M beden alan müşteriler Ekim'de de aynı kalıbı bekler. İlk toplu üretimden önce 1 sayfalık bir şartname yazın ve üretim ortağınızın bunu onaylamasını sağlayın. Şartnamede ham ürün modeli ve rengi, elyaf karışımı, dekorasyon yöntemi, baskı konumu ve ebadı, mürekkep ya da iplik renkleri, etiket yerleşimi ve katlama-ve-poşetleme biçimi yer almalıdır. Onaylanmış bir numuneyi fiziksel referans olarak saklayın. Her tekrar siparişte ham ürünün aynı kumaş partisinden mi yoksa yeni bir partiden mi geldiğini sorun ve her yeni partiden bir ürünü yıkama testine tabi tutun. Her tasarım ve beden için bir tekrar sipariş tetikleyicisi belirleyin; örneğin stok, üretim artı kargo süresinden daha az haftalık satışı karşıladığında. Böylece en çok satanlar tükenip bir ay boyunca boş kalmaz.

İthal ham ürün kullanıyorsanız elyaftan giysiye kayıtları dosyada tutun. CBP 8 Serbest Bırakmayı Durdurma Emri çıkardı; 3,138 sevkiyatı durdurdu ve bunların değeri yaklaşık \$220,67 milyon oldu. Bu veriler FY2026 için 30 Haziran'a kadarki dönemi kapsıyor ([CBP^{\[9\]}](#)). Ayrıca 301. Madde kapsamında 10 % veya 12,5 % oranında bir ek vergi, çoğu kaynak ülke için 2026-07-24 tarihinde yürürlüğe girdi ([USTR^{\[10\]}](#)). Gümrük vergisini Adım 4 içindeki maliyet kalemlerinize ekleyin; ayrıntılar için [kafadan geçmeli hoodie sayfamızın](#) varış maliyeti bölümüne bakın.



Üretim Modellerinin Karşılaştırması

Aşağıdaki tablo dört modeli, lansmanda en çok önem taşıyan etkenler açısından karşılaştırır. Fiyatları bilerek dışarıda bırakıyor. Maliyetler tasarıma, adede ve ham ürün seçimine bağlıdır; bu yüzden güncel tekliflerden alın.

Etken	Talep üzerine baskı	Küçük partili toplu üretim	Özel marka	Karma (POD'dan toplu üretime)
Peşin nakit ihtiyacı	En düşük; yalnızca numuneler	Orta; tam üretim satıştan önce ödenir	En yüksek; üretim artı etiket ve ambalaj	Başlangıçta düşük, tasarımlar kendini kanıtladıkça artar
Stok riski	Yok	Satılmayan bedenler doğrudan zarardır	Toplu üretimle aynı, ayrıca markalı ambalaj stoku	Kanıtlanmış tasarımlarla sınırlı
Birim başına marj	En ince; gönderim hizmeti birim maliyete dahil	Daha iyi, beden eğrisi tamamen satılırsa	Birim başına en yüksek algılanan değer	Hacim toplu üretime kaydıkça iyileşir
Ham ürün ve yüzey işlemi üzerinde kontrol	Katalogla sınırlı	Ham ürünü siz seçer, numuneyi siz onaylarsınız	Yaka etiketi dahil tam şartname	Zamanla artar
Tekrar sipariş tutarlılığı	Baskı konumları arasında kayabilir	Sabitlenmiş şartnameyle güçlü	En güçlü; şartname artı referans numune	Toplu üretime geçince güçlü
En uygun aşama	Tasarımları ve hedef kitleleri test etmek	Ön sipariş verisiyle doğrulanmış niş	Tekrar alıcıları olan yerleşik marka	İlk kez kuran çoğu girişimci

Çevrimiçi kanal her model için önemlidir. PPAI, çevrimiçi distribütör satışlarının \$7,1 milyar olduğunu bildirdi; yıl ve toplam içindeki pay: 2025, 26,3 %. PPAI'nı görevlendirdiği Oxford Economics araştırması, ABD'deki toplam markalı ürün harcamasını \$174 milyar olarak hesapladı ([PPAI ve Oxford](#))

[Economics^{\[11\]}](#)). Bu rakam lisanslı ürünleri de kapsıyor; bu yüzden onu ulaşabileceğiniz pazar olarak değil, kategorinin tavanı olarak okuyun.

SSS

SSS: Hoodie işine başlamak için ne kadar paraya ihtiyacım var?

Modele bağlıdır. POD için numuneler ve bir çevrimiçi mağaza dışında pek bir şey gerekmez. Toplu üretim için satmadan önce tam bir üretimi ödeyecek kadar kaynak gerekir. Bir rakam tahmin etmek yerine sabit lansman maliyetlerinizi (numuneler, kurulum, etiketler, çevrimiçi mağaza, ilk pazarlama hamlesi) toplayın ve kaç adet satmanız gerektiğini görmek için Adım 4 içindeki başabaş formülünü kullanın. Ardından bir üretim ortağından gerçek tasarımınız ve adedinizle ilgili teklif isteyin.

SSS: Asgari sipariş adedi olmayan özel hoodie'lerle başlayabilir miyim?

Evet. POD ve dijital dekorasyon tek adetle başlamanıza izin verir; bu, tasarımları test etmenin en temiz yoludur. Ödünleşim, birim maliyet ve tutarlılıktır. Ön siparişler veya satış verileri hangi beden ve renklerin gerçekten sattığını gösterdiğinde en çok satan tasarımlarınızı parti üretimine taşıyın.

SSS: Hoodie'lerimin satmadan önce kaliteli olduğundan nasıl emin olurum?

Numuneleri en küçük ve en büyük bedenlerinizde yıkama testinden geçirin, öncesinde ve sonrasında ölçün ve çatlama olup olmadığını görmek için en yoğun baskı alanını gerin. Laboratuvar sonucu istiyorsanız AATCC TM61, evde beş yıkamayı tek bir 45 dakikalık testte yaklaşık olarak karşılar ve şartnamenize yazabileceğiniz bir gri skala derecesi verir.

SSS: Her bedenden kaç adet sipariş edeceğime nasıl karar vermeliyim?

Genel bir oran yerine kendi ön siparişlerinizden gelen beden dağılımını kullanın. Numune yıkama testiniz bedenler arasında eşit olmayan çekme gösteriyorsa sipariş vermeden önce ham ürünü ya da beden tablosunu düzeltin. Adetleri değiştirerek telafi etmeye çalışmayın.

SSS: ABD'de hoodie satmak için kendi etiketlerime ihtiyacım var mı?

Giyisi sizin markanız altında satılıyorsa FTC kuralları gereği elyaf içeriği, menşe ülke, üreticinin adı ya da RN numarası ve bakım talimatları gerekir. 12 ve altı çocuklara yönelik çocuk bedenlerinde ayrıca izleme etiketleri de gerekir. Ürün sayfamız, kafadan geçmeli polar ürünler için geçerli kuralları özetler.

SSS: Talep üzerine baskıdan toplu üretime ne zaman geçmeliyim?

Bir tasarım, depolamayı ve satılmayan beden riskini hesaba kattıktan sonra toplu üretimin birim ekonomisinin POD marjınızı geçeceği kadar istikrarlı satıyorsa geçin. Başabaş formülünü bir toplu üretim teklifiyle çalıştırın. Bu sayıyı bir satış sezonu içinde aşabileceğinizi düşünüyorsanız geçiş genellikle karşılığını verir.

Önemli Çıkarımlar

- **Markalı giyim talebi gerçek, ancak büyüme yavaş.** — \$27,13 milyar; 2025 U.S. distribütör satışlarında 1,3 % artış ([Kaynak](#))
- **Kâr elde etmek, satış yapmaktan daha zor.** — Distribütörlerin 60 % kadarı 2026 satışlarının artacağını beklerken yalnızca 53 % kadarı daha iyi kâr bekliyordu ([Kaynak](#))

- **Çevrimiçi satış, yan kanal değil, ana kanallardan biri.** — \$7,1 milyar; bu, 26,3 % oranıyla 2025 distribütör satışlarının payına denk geliyor ([Kaynak](#))
- **Kategorinin tavanı geniş; ona ulaşılabilir kılan sizin nişiniz.** — ABD'de markalı ürünlere yapılan harcamada \$174 milyar ([Kaynak](#))
- **İthal ham ürünler için gümrük vergisi maliyet kalemlerine girmeli.** — 10 % veya 12,5 % oranında 301. Madde ek vergisi, 2026-07-24 tarihinden itibaren ([Kaynak](#))
- **Tedarik zinciri kayıtları tekrar sipariş takviminizi korur.** — 3,138 sevkiyat durduruldu; dönem: FY2026, 30 Haziran'a kadar ([Kaynak](#))
- **Çocuk bedenleri ek etiketleme yükümlülükleri getirir.** — 12 ve altı çocuklara yönelik ürünlerde izleme etiketi zorunlu ([Kaynak](#))

Sonuç

Hoodie işine nasıl başlanacağını öğrenmek, çoğunlukla doğru işlem sırasını öğrenmek demektir. Doğrudan ulaşabileceğiniz bir nişe ulaşın, talebi ücretli ön siparişlerle kanıtlayın, nakit akışınızın destekleyebileceği üretim modelini seçin, fiyatı toplam varış maliyetinizden hesaplayın, ölçeklenmeden önce yıkama testi yapın ve her tekrar siparişin ilk seriyi aynı olması için şartnameyi sabitleyin. Doğrulanmış bir tasarımı üretime dönüştürmeye hazır olduğunuzda dekorasyon, ham ürün ve sipariş ayrıntılarını [özel kafadan geçmeli hoodie modelleri](#) sayfamızdan inceleyin; ardından tasarımınız ve adediniz için teklif isteyin.

Kaynaklar

1. [PPAI, 2025 U.S. Distribütör Satış Hacmi Tahmini \(yayın tarihi: 2026-01-12\)](#) ↵
2. [Graphics Pro, “Giyim Dekorasyonunda Neler Trend”, Paula Aven Gladych \(2026-05-19\)](#) ↵
3. [eCFR, 16 CFR Bölüm 303: Tekstil Elyaf Ürünlerini Tanımlama Yasası Kapsamındaki Kurallar ve Düzenlemeler](#) ↵
4. [eCFR, 16 CFR Bölüm 423: Tekstil Giyim Ürünlerinde Bakım Etiketleme](#) ↵
5. [Textile World, “‘Uygunsuz’ Olarak Etiketlenmekten Kaçının” \(Aralık 2025\)](#) ↵
6. [ABD CPSC, Giyim İşletmeleri Rehberi \(erişim: Ekim 2026\)](#) ↵
7. [eCFR, 16 CFR 1610.4: Tekstilleri Sınıflandırma Gereklilikleri](#) ↵
8. [ABD CPSC, Çocuk Ürünleri için İzleme Etiketleri](#) ↵
9. [ABD Gümrük ve Sınır Koruma Teşkilatı, Zorla Çalıştırma Uygulaması \(güncelleme: Eylül 2026\)](#) ↵
10. [USTR, Bilgi Formu: Zorla Çalıştırma Kaynaklı İthalat Yasaklarına İlişkin 301. Madde Eylemi \(Temmuz 2026\)](#) ↵
11. [PPAI ve Oxford Economics, “\\$174 Milyarlık ABD Markalı Ürün Pazarının İçinde” \(2026-09-22\)](#) ↵