



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



Ölçekte Kişiselleştirilmiş Paslanmaz Çelik Termos Bardaklar: İK ve Hediye Ekipleri Her İsmi Doğru Nasıl Yazıyor?

Details

Kısa yanıt: Kişiselleştirilmiş paslanmaz çelik termos bardakları ölçekte üretmek için tek bir gravür şablonu kilitleyin; her termos bardak için bir satır içeren tek bir veri dosyası oluşturun; değişken veriyi okuyabilen bir dekorasyon yöntemi seçin (lazer gravür veya dijital UV baskı, serigrafi değil); her satırın işlenmiş provasını ve bir fiziksel ilk örneği onaylayın; birim sayılarını gravür ve paketlenme aşamasında karşılaştırın; her termos bardağı bir alıcı kimliğiyle paketleyin. Tek bir ortak logoyla karşılaştırıldığında daha fazla prova, elleçleme ve ayırma işi bekleyin. İsim toplamaya erken başlayın, çünkü temiz verinin toplanması genellikle gravürün kendisinden daha uzun sürer.



İsme Özel Termos Siparişleri Neden Yanlış Gider?

Ortak logolu bir siparişte tek bir onay anı vardır: logo ya doğrudur ya da yanlıştır. İsme özel bir siparişte ise isim sayısı kadar onay anı vardır. Üç yüz çalışan, bir soyadını yanlış yazma, bir aksanı düşürme, aynı ada sahip iki kişiyi karıştırma ya da doğru termos bardağı yanlış kutuya koyma olasılığının üç yüz ayrı fırsat demektir. Gördüğümüz kurumsal hediye başarısızlıklarının çoğu dekorasyon hatası değil; çeliğe kalıcı olarak gravürlenene veri hatalarıdır.

İnsanlar içecek kaplarını sakladığı için riskler, bir promosyon kalemine kıyasla daha yüksektir. Bu konudaki [ASI 2026 Reklam Gösterimi Araştırması](#)^[1], katılımcıların oranı 87 % değerinden fazlaydı ve bunlar markalı bir içecek kabını faydalı oldukları için saklayacaklarını söyledi; dörtte üçten fazlası en az haftada bir kullanıyor ve en az bir yıl saklıyor; ASI ise ürün başına yaklaşık 1,300 ömür boyu marka gösterimi tahmin ediyor. Her toplantıya götürülen bir termostaki yanlış yazılmış isim küçük bir hata değildir; İK'nın kontrol etmediğini gösteren günlük bir hatırlatıcıdır.

Zamanlama işi daha da kötüleştiriyor. Bir etkinlik organizatörü, etkinlikten 2 aydan fazla önce 80 özel termos bardak sipariş ettiğini, üretimin neredeyse bittiği yanıtını defalarca aldığını ve etkinlik tarihinden yaklaşık 3 hafta önce ilk numune videosunu aldığını, ancak özelleştirmenin yanlış olduğunu alenen anlattı. İsme özel siparişlerde geç fark edilen bir hata, tek bir plakanın yeniden basılmasıyla düzeltilemez; etkilenen her birim yeniden gravürlenmeli ya da değiştirilmelidir. Çözüm, hataları sevkiyat rıhtımında değil, elektronik tabloda yakalayan bir iş akışıdır.

Bu rehberde

1. [Kişiselleştirilmiş paslanmaz çelik termos bardaklar nedir?](#)
2. [Alıcı bazında kişiselleştirme adım adım nasıl uygulanır?](#)
3. [Hangi dekorasyon yöntemleri değişken veriyi işleyebilir?](#)
4. [Kişiselleştirme gıda temasına ilişkin ve güvenlik yükümlülüklerini değiştirir mi?](#)
5. [İsme özel ve ortak logo: maliyet ve teslim süresi etkisi](#)
6. [SSS](#)
7. [Temel çıkarımlar](#)

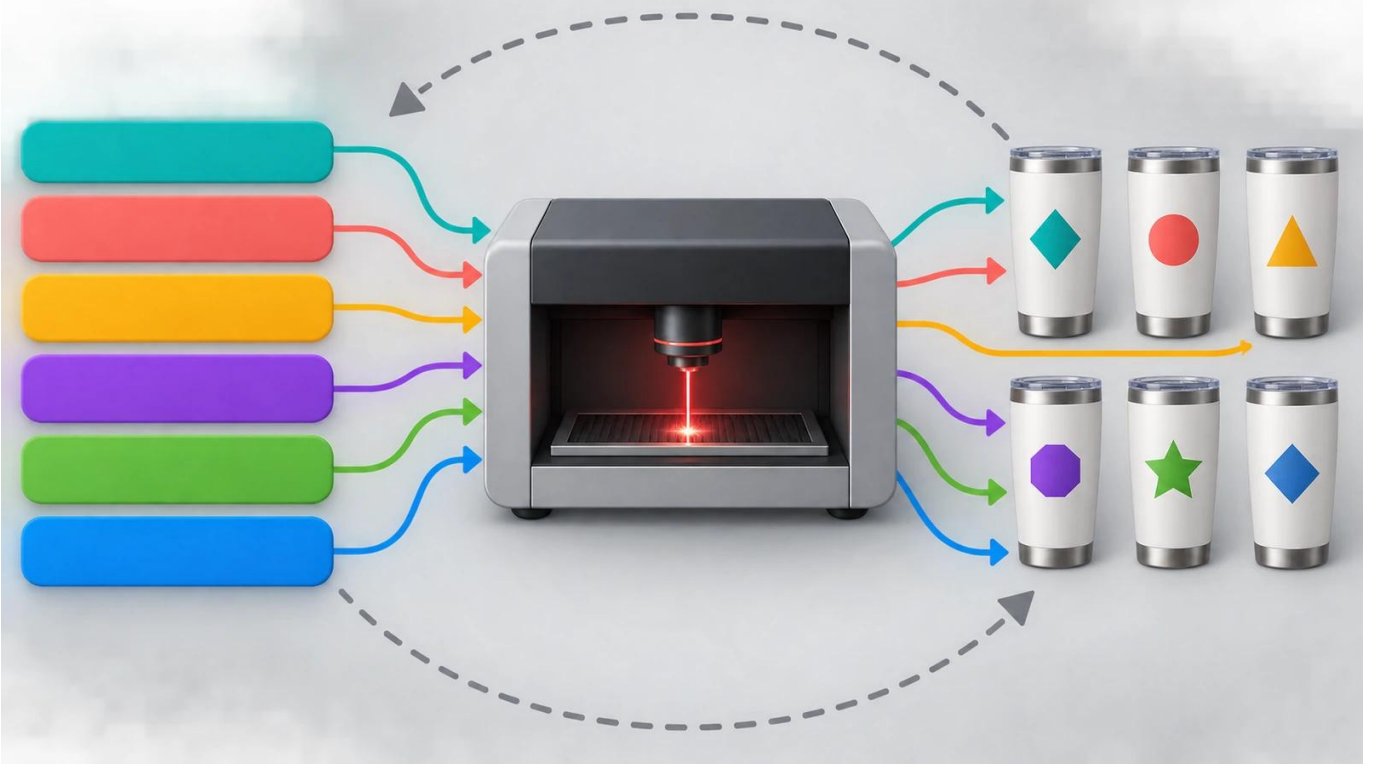
Kişiselleştirilmiş Paslanmaz Çelik Termos Bardaklar Nedir ve Logolu Termos Bardaklardan Nasıl Farklıdır?

Kurumsal hediyelerde “kişiselleştirilmiş”, her birimin tek bir alıcıya özgü bilgi taşıdığı anlamına gelir: tam ad, baş harfler, unvan, ekip, işe başlama tarihi ya da bir dönüm noktası. Teknik olarak bu, şu şekilde adlandırılır: *değişken veri dekorasyonu*. Tasarım, sabit bir şablondan (logo konumu, yazı tipi, düzen) ve dekorasyon yazılımının veri dosyasından satır satır doldurduğu bir veya daha fazla birleştirme alanından oluşur. Buna karşılık logolu bir termos bardak parti boyunca aynıdır; bu nedenle her birim, hangisinin hangisi olduğunu kontrol etmeden aynı dosyadan dekore edilebilir.

Bu tek fark, tüm işi değiştirir. Artık her termos bardağın gravür, kontrol, paketlenme ve teslimat boyunca korunması gereken bir kimliği vardır. Taban bardağın kendisi (çelik kalitesi, kapak, vakum performansı ve kontrolü), isim eklenip eklenmemesinden bağımsız olarak aynıdır; bu kısım rehberimizde ele alınır: [özel paslanmaz çelik termos bardakların belirlenmesi](#). Bu makale yalnızca kişiselleştirmenin üzerine eklediklerine odaklanır.

Talep bu yönde ilerliyor. Fuardaki sergileyenler [ASI Show Chicago 2026^{\[2\]}](#) bildirdi ki özelleştirme ve işlevselliğin artık salt boyuttan daha önemli olduğunu; ASI'nin araştırması ise son kullanıcıların 41 % kadarının içecek kabını, almaktan en çok heyecan duyacakları promosyon ürünü olarak belirttiğini ortaya koydu. Aynı kişiselleştirme iş akışı, seyahat kupaları ve şişeler gibi diğer özelleştirilmiş içecek kabı ürünlerine de uygulanabilir; bu nedenle bir kez kurduğunuz veri süreci ürün hatları arasında yeniden kullanılabilir.

Alıcı bazında kişiselleştirmeyi adım adım nasıl yürütürsünüz?



Adım 1: Tek bir isim toplamadan önce şablonu kilitleyin

Önce düzeni belirleyin: logo hangi yüzeyde, isim hangi yüzeyde yer alacak; izin verilen metin satırı sayısı kaç olacak; yazı tipi ve büyük/küçük harf kuralı (yazıldığı gibi, tamamı büyük harf ya da başlık biçimi) ne olacak? Ardından tedarikçiden, İK sisteminizde bulabildiğiniz en uzun gerçek adla şablonu hazırlamasını isteyin; ideal olarak tireli bir soyadı ya da aksanlı bir karakter içeren bir ad seçin. Bu test, satır başına en fazla karakter sayınızı belirler. Sınırı isim toplamadan önce yayımlamak, en yaygın geç sorunu önler: yalnızca yazı tipi küçültülerek sığan ve bu yüzden herkesin adının yanında tutarsız görünen bir ad.

Adım 2: Termos bardak başına bir satır olacak şekilde tek bir isim listesi veri dosyası oluşturun

Kişi başına değil, fiziksel termos bardak başına bir satır kullanın. Bir yönetici iki termos bardak alıyorsa, bu iki satır ve iki kimlik demektir. Dosyayı dekoratörün gerçekten ihtiyaç duyduğu alanlarla sınırlı tutun; ev adreslerini ise yalnızca gönderimi yapan kişiyle paylaşılan ayrı bir teslimat dosyasında saklayın.

Sütun	Amaç	Önlediği yaygın hata
Birim kimliği	İç kutu etiketinde basılı ve her kontrol noktasında kullanılan benzersiz anahtar	Aynı ada sahip iki kişinin birbirinin termos bardağını alması
Satır 1 (gravürlendiği gibi)	Son yazımıyla, boşluk ve büyük/küçük harf biçimindeki ad	Kişi tercih ettiği bir adı kullandığında yasal adın gravürlenmesi
Satır 2 (isteğe bağlı)	Görev, ekip, baş harfler ya da dönüm noktası	Yeniden yapılanmadan sonra güncelliğini yitiren unvanlar
Şablon / yüzey kodu	Hangi renkte termos bardak ve hangi düzen	Adın yanlış renkte ya da yanlış yüzeye gravürlenmesi
Teslimat grubu	Ofis, departman seti ya da doğrudan gönderim partisi	Doğru termos bardağın yanlış konuma gönderilmesi

Sütun	Amaç	Önlediği yaygın hata
Teslimat dalgası	Ana parti ile geç eklemeler için ek parti	Yeni işe alınanların siparişte sessizce eksik kalması

Dosyayı UTF-8 CSV veya XLSX olarak kaydedin. Elektronik tablo yazılımı sessiz hasarlara yol açar: çalışan kimliklerindeki baştaki sıfırları siler, tarih gibi görünen girdileri tarihe dönüştürür, düz tırnak işaretlerini kıvrık tırnak işaretlerine çevirir (O'Brien başka bir karaktere dönüşür) ve ortalanan metni kaydıran sondaki ya da kırılmaz boşlukları bırakır. Herhangi bir şey yapıştırmadan önce kimlik ve ad sütunlarını metin olarak biçimlendirin.

Adım 3: Veriyi dekoratöre ulaşmadan önce doğrulayın

İsimleri, onları tanıyan kişilerden toplayın. Her alıcının tercih ettiği adını doğruladığı kısa bir form, çoğu zaman yasal adları ve güncel olmayan unvanları içeren İK sistemini dışa aktarmaktan daha güvenilirdir. Ardından şu kontrolleri yapın:

- Satır sayısı, renk ve şablon bazında sipariş edilen termos bardak sayısına eşit olmalıdır.
- Yinelenen birim kimliği olmamalı; yinelenen adlar işaretlenmeli ve gerçekten farklı kişiler olduğu doğrulanmalıdır.
- Boş zorunlu alan olmamalı ve hiçbir satır, Adım 1'de belirlenen karakter sınırını aşmamalıdır.
- Özel karakterlerin (é, ñ, ø, ß, Latin dışı yazılar) seçilen yazı tipinde desteklendiği doğrulanmalıdır.
- İdeal olarak alıcıları tanıyan bir ekip lideri olan ikinci bir kişi son listeyi onaylamalıdır.

Onaydan sonra veri dondurmaya belirleyin. Dondurmadan sonra yapılan değişiklikler ana üretime değil, ek bir partiye alınır. Bu tek kural, herhangi bir acele ücretinden daha fazla takvimi korur.

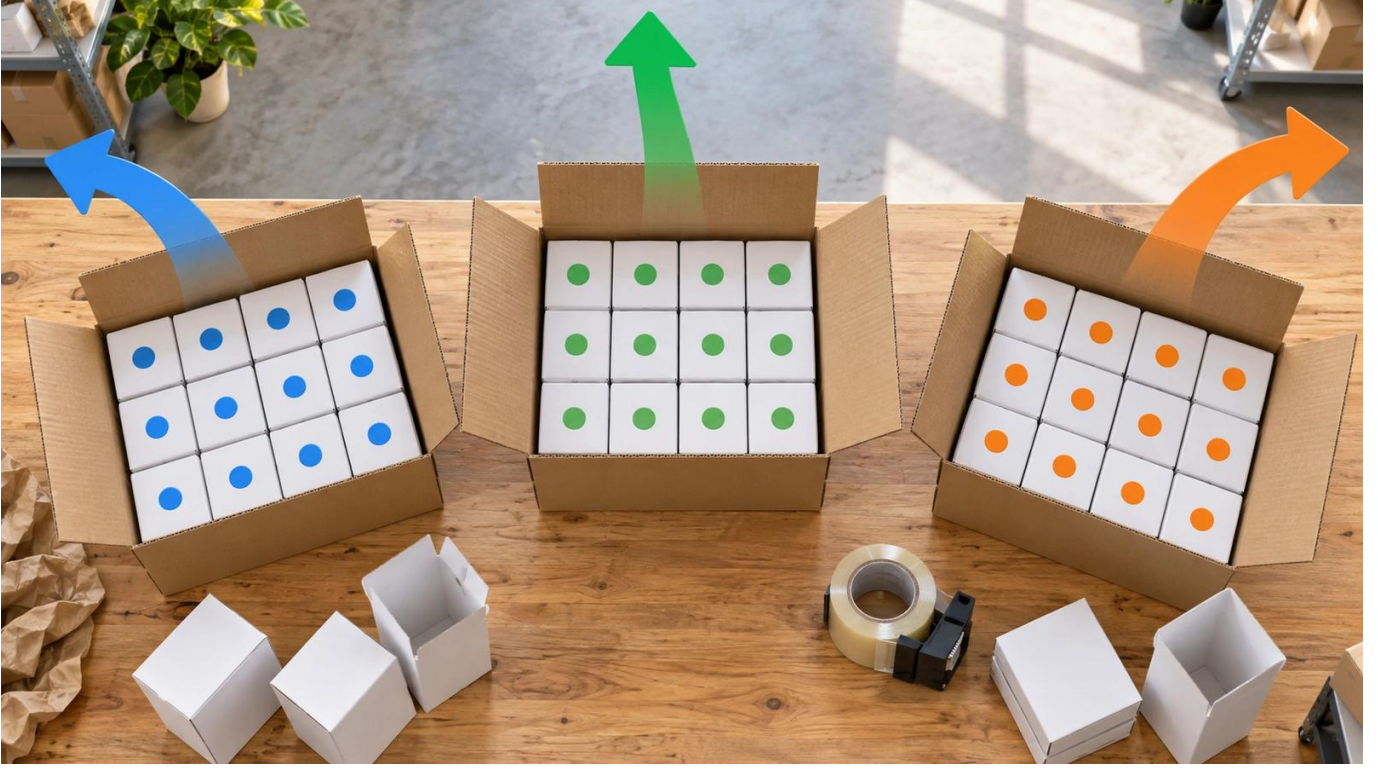
Adım 4: Her satırın provasını, ardından fiziksel ilk örneği onaylayın

Düzen provası tek bir örnek adı gösterir. Veri provası ise her adın gerçek şablonda işlendiği ve birim kimlikleriyle birlikte bir kontak sayfası olarak düzenlendiği provayı gösterir. İkisini de isteyin ve veri provasını hafızanıza göre değil, kaynak listeye göre inceleyin. Ardından küçük bir fiziksel ilk örneği onaylayın: en uzun ad, en kısa ad, özel karakter içeren bir ad; siparişteki her termos rengi için. Lazer kontrastı kaplama rengine göre değişir; koyu bir termosta net okunan bir ad, açık renkte soluk görünebilir. Bu örnekleri ekranda değil çelik üzerinde onaylamak, birçok kişiselleştirme şikayetine yol açan önizleme ile ürün arasındaki farkı kapatır.

Adım 5: Tarama ve doğrulamayla üretin, sayıları karşılaştırın

Üretim tarafında güvenilir model şudur: dekorasyondan önce her boş ürünü birim kimliğiyle etiketlemek, operatörün bu kimliği taramasını ya da seçmesini sağlayarak yazılımın eşleşen satırı çekmesini sağlamak ve bitmiş her birimi kendi satırına göre denetlemek. Tedarikçinizden eşleşmesi gereken üç sayıyı raporlamasını isteyin: dekore edilen birimler, denetimi geçen birimler ve paketlenen birimler. Reddedilen her birim kimliğiyle kaydedilir ve tek tek yeniden çalıştırılır; bu nedenle her renkte küçük bir yedek boş ürün stoğu tutmak, kişiselleştirilmiş siparişlerde logo siparişlerine göre daha önemlidir.

Adım 6: Alıcıya göre paketleyin ve dağıtın



Her termos bardağı kendi kutusuna koyun; kutunun dış yüzeyinde birim kimliği ve alıcı adı yer alsın, böylece kimse doğru hediye bulmak için kutuyu açmak zorunda kalmayın. Kutuları teslimat grubuna göre gruplandırın ve her koliye, aynı veri dosyasından üretilen bir paketleme listesi ekleyin. Dağıtık ekipler için alıcılara doğrudan gönderim, ofiste ikinci bir elleçleme adımını ortadan kaldırır ancak adres paylaşımı gerektirir; bu dosyayı ayrı tutun, yalnızca gönderimle sınırlayın ve teslimattan sonra silin. Oryantasyon programları için sürekli bir ek parti süreci (yeni isimler aylık toplanır ve küçük dalgalarda hâlinde gravürlenir), yeni işe alınanların, meslektaşları kişiselleştirilmiş bardak alırken genel bir bardak almasını önler.

Hangi Dekorasyon Yöntemleri Değişken Veriyi İşleyebilir?



Her yöntem, içeriği 1 birimden diğerine değiştirebilecek nitelikte değildir. Belirleyici soru, sürecin her tasarım için fiziksel bir araca (ekran ya da plaka) ihtiyaç duyup duymadığı, yoksa birim başına dijital bir dosyayı okuyup okumadığıdır.

Yöntem	Birim başına değişken ad?	Görünümü	Dikkat edilmesi gerekenler
Lazer gravür	Evet, veri dosyasını doğrudan okur	Kaplamayı kaldırarak çıplak çeliği ortaya çıkarır; kalıcı ve tek tonlu	Marka renklerini üretemez; kontrast beyaz ve açık kaplamalarda en zayıftır
Dijital UV baskı	Evet	Tam renkli, renkli adlar da içerebilir	Mürekkep yüzeyde durur; yapışmayı ve bulaşık makinesi talimatını doğrulayın
Süblimasyon	Evet, birim başına transferlerle	Tam renkli sarmalar	Süblimasyona hazır kaplama gerektirir; ek bir baskı ve eşleştirme adımı ekler
Serigrafi	Pratik değil	Düz spot renkler	Tasarım başına bir ekran gerektirir; isimler için değil, ortak logo için uygundur
Tampon baskı	Pratik değil	Küçük spot renk işaretleri	Tasarım başına bir plaka gerektirir

Yaygın kullanılan bir kombinasyon hibrittir: ortak logo, marka rengine uygun toplu yöntemle 1 yüze basılır, isim ise lazerle diğer yüze gravürlenir. Logo parti boyunca tutarlı kalırken yalnızca 1 yüz değişken veri taşır; bu da provayı isimlere odaklı tutar. Baskılı tasarımlarda kaplama yapışması bir sorunsal, tedarikçiye hangi yapışma testini uyguladığını (çapraz kesit bant testi, ASTM D3359 kapsamında yaygın bir referanstır) ve hangi sonucu kabul ettiğini sorun.

Kişiselleştirme gıda temasına ve güvenlik yükümlülüklerini değiştirir mi?

Gravür ve baskı, içecek yüzeyinden uzakta, dış yüzeyde gerçekleşir; bu nedenle kişiselleştirme, iç yüzeyin karşılaması gerekenleri değiştirmez. Ancak malzeme, mürekkep ve kaplama ekler ve logo siparişlerinde bulunmayan bir araç sağlar: alıcı düzeyinde izlenebilirlik.

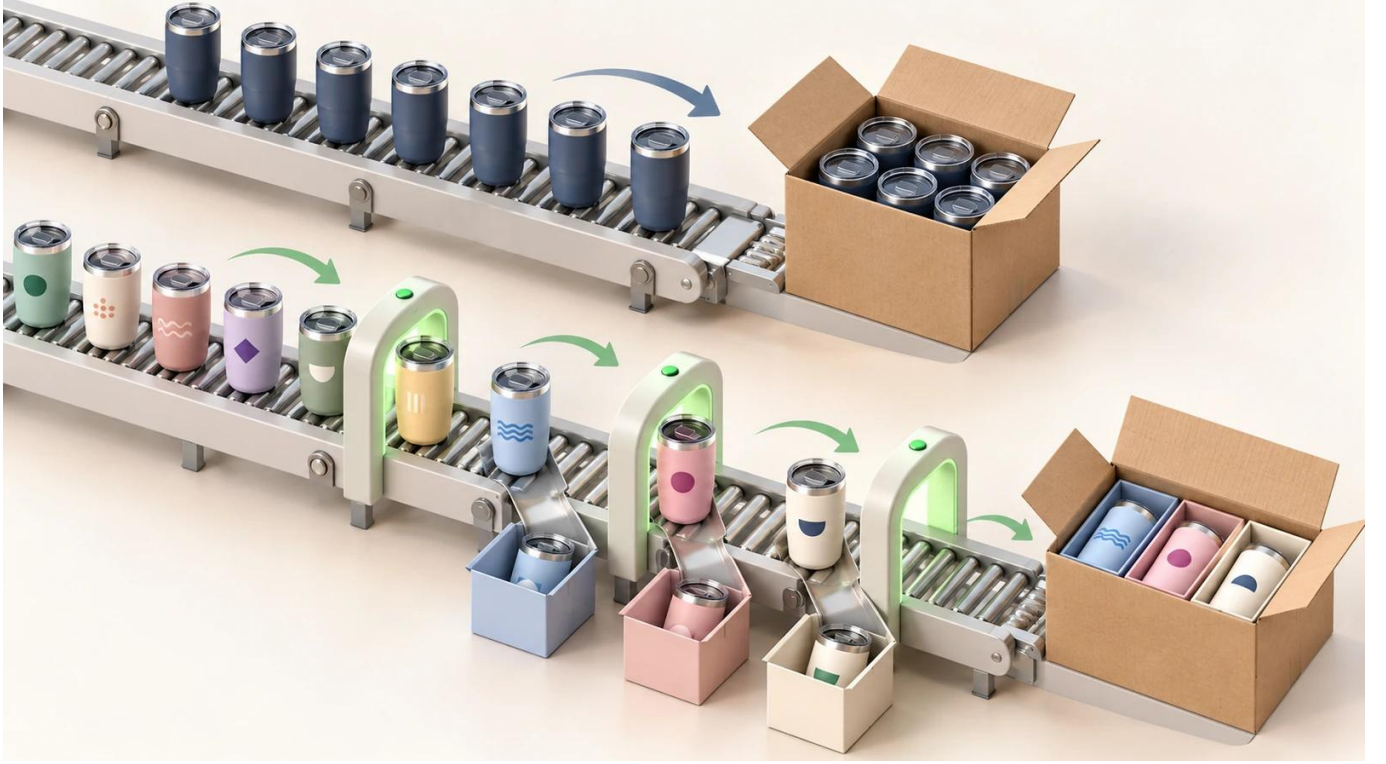
Amerika Birleşik Devletleri'nde gıdayla temas eden malzemeler, amaçlanan kullanımlarına uygun bir saflıkta olmalıdır; bu ilke şu düzenleme uyarınca belirlenir: [21 CFR 174.5^{\[3\]}](#), plastik kapaklar, contalar ve pipetler ise şu düzenlemenin polimerlere ilişkin hükümleri kapsamındadır: [21 CFR Part 177^{\[4\]}](#). Bitmiş bir termos için tek bir “FDA sertifikası” yoktur; FDA'nın kendi [gıda kaplarında kurşun sayfasında^{\[5\]}](#), gıda temasına giren yüzeylerde kurşunu bir bileşen olarak yetkilendiren hiçbir düzenleme bulunmadığını belirtiyor.

Kaliforniya'daki çalışanlara termos gönderilecekse, kaplamalar ve mürekkepler 65 Sayılı Önerge kapsamında önem taşır. [OEHHA, kurşunu^{\[6\]}](#) üreme toksisitesi için güvenli liman (MADL) günde 0,5 µg ve oral kanser NSRL'si günde 15 µg olacak şekilde listeler; bu sınırlar şu hükümde kodlanmıştır: [27 CCR §25805^{\[7\]}](#). Yalnızca çeliği değil, dekorasyon malzemelerini de kapsayan test raporları isteyin.

Vakum sızdırmazlık malzemeleri de kamuoyunun dikkatini çekti. Nisan 2026 a'de bir federal hakim, bir ünlü markanın vakum katmanının altına mühürlenmiş bir kurşun peleti nedeniyle açılan tüketici davalarını reddetti; hakim, davacıların “belirli ve makul bir zarar riski” gösteremediği sonucuna vardı, [Reuters'ın bildirdiği gibi^{\[8\]}](#). Çalışanlar hâlâ bu konuyu soruyor; bu nedenle hediye vermeden önce mühürleme yönteminin yazılı olarak alınması gerekir.

İzlenebilirlik, veri dosyanızın değerini kanıtladığı yerdir. 2024 yılında, [ASI bildirdi](#)^[9] ki 43 kişi, izolasyon boşluğunda kimyasal kalıntı şüphesi bulunan tahmini 33,000 birimlik bir promosyon termos dağıtımının ardından hastalandı. Kimliği belirsiz dağıtımları izlemek zordur. Dosyanız her birim kimliğini bir üretim partisi ve bir alıcıyla eşleştiriyorsa, sorunlu bir parti için her şeyi geri çağırmak yerine yalnızca etkilenen kişileri tam olarak bilgilendirebilirsiniz.

Kişiyeye Özel ve Ortak Logo: Maliyet ve Teslim Süresinde Ne Değişir?



Kişiselleştirme, bardağın kendisinin fiyatını nadiren değiştirir. Değiştirdiği şey, her bardağın çevresindeki iştir. Tablo, ekstra çabanın nereye düştüğünü gösterir; böylece buna göre planlama yapabilirsiniz.

Etken	Ortak logo	İsme özel adlar	Hibrit (logo + ad)
Tasarım girdisi	Tek vektör dosyası	Şablon artı veri dosyası	Logo dosyası artı şablon artı veri dosyası
Prova	Tek prova	Düzen provası, her satırın veri provası, fiziksel ilk örnek	Logo için bir kez prova; isim provaları satır başına
Dekorasyon yöntemleri	Serigrafi dâhil herhangi biri	Lazer, dijital UV, süblimasyon	Logo için toplu yöntem; isimler için lazer veya UV
Üretim elleçlemesi	Sürekli parti	Veriye göre birim birim doğrulama	Toplu taraf artı birim birim taraf
Paketleme	Toplu koliler	Alıcıya ve konuma göre sıralanmış tek tek kutular	Sıralanmış tek tek kutular
Hata maliyeti	Logo yanlışsa tüm partiyi yeniden basın	Tek tek birimleri yeniden çalıştırın; yedek boş ürün gerekir	Çoğunlukla tek tek yeniden çalıştırmalar
Ana takvim riski	Sanat eseri onayı	İsim toplama ve veri temizliği	İsim toplama

İki pratik sonuç çıkar. Birincisi, en büyük takvim riski genellikle kurumun içindedir: tercih edilen adların peşinden koşmak ve birimler arasında unvanları doğrulamak. Toplamaya, tedarikçi seçildikten sonra değil, bütçe onaylandığı gün başlayın. İkincisi, maliyet sürücüleri elleçleme, provalama işçiliği, bireysel paketleme ve yedek boş ürün tamponudur; bu nedenle ortak logoya fark, sipariş büyüklüğüne, renk sayısına ve kaç teslimat noktanız olduğuna bağlıdır. Tedarikçinize planlanan satır sayısını, renk dağılımını ve teslimat noktası sayısını gönderin; böylece birim başına liste fiyatı yerine gerçek iş akışınızı yansıtan bir teklif alırsınız.

Bütçe sahipleri genellikle bu çabayı destekler. [ASI'nin son alıcı araştırması^{\[10\]}](#) ortaya koydu ki iş gücünün büyük bir kısmını oluşturan 25 to 34 yaş aralığındaki alıcıların çoğu promosyon harcamalarını artırmayı planlıyor; hedef erişim değil bağlılık ve tanınma olduğunda kişiselleştirilmiş ürünler kolayca savunulabilir.

Sıkça Sorulan Sorular

SSS: Termoslara kişi adları serigrafi ile basılabilir mi?

Pratikte hayır. Serigrafi her tasarım için ayrı bir ekran gerektirir; dolayısıyla her birimde farklı bir ad, her birim için farklı bir ekran anlamına gelir. İsimler için lazer gravür ya da dijital UV baskı kullanın; belirli bir marka rengi istiyorsanız serigrafiyi ortak logo için saklayın.

SSS: İsim listemiz hangi dosya biçiminde olmalı?

Her termos bardak için bir satır, benzersiz bir birim kimliği, gravürlenecek tam metin ile şablon ve teslimat kodlarını içeren bir UTF-8 CSV ya da XLSX dosyası. Kimlik ve ad sütunlarını metin olarak biçimlendirin; böylece elektronik tablo baştaki sıfırları silmez, değerleri tarihe dönüştürmez ya da kesme işaretlerini değiştirmez.

SSS: Onaydan sonra yeni işe alımları ve isim değişikliklerini nasıl yönetiriz?

Bir veri dondurma tarihi belirleyin. Bu tarihten sonra gelen her şey, ana partiyi geciktirmemek için aynı şablondan üretilen bir ek dalgaya alınır. Oryantasyon programları için tekrarlayan küçük ek üretimler planlayın.

SSS: Lazer gravürlü isimler marka rengimizle eşleşir mi?

Hayır. Lazer gravür kaplamayı kaldırır ve altındaki çeliği açığa çıkarır; bu nedenle isimler çıplak metal olarak görünür. Renkli isimler şartsa dijital UV baskı kullanın ve yapışmayı ve bakım talimatlarını tedarikçiyle doğrulayın.

SSS: Çalışanların ev adreslerini tedarikçiyle paylaşmak zorunda mıyız?

Yalnızca doğrudan gönderimi seçerseniz. Aksi halde ofis konumlarına gönderin ve iç dağıtımını kendiniz yapın. Doğrudan gönderim yaparsanız, adresleri yalnızca gönderimle sınırlı ayrı bir dosyada tutun ve teslimattan sonra silinmesini isteyin.

SSS: Kişiselleştirme, tek bir logoya göre ne kadar daha pahalı?

Bu, satır sayısına, renk sayısına, provalama turlarına ve teslimat noktası sayısına bağlıdır; çünkü ek maliyet bardaktan değil, elleçleme, doğrulama ve paketlemeden gelir. Doğru bir karşılaştırma için teklif isterken bu rakamları paylaşın.

Temel Çıkarımlar

- **Yanlış yazılmış bir ad atılmaz; saklanır ve görülür.** — alıcıların oranı 87 % değerini aşıyor; markalı içecek kaplarını saklıyorlar ve yaklaşık 1,300 ömür boyu gösterim ([Kaynak](#))
- **Kişiselleştirilmiş içecek kapları, alıcıların en çok istediği hediyedir.** — son kullanıcıların oranı 41 % olup, almaktan en çok heyecan duyacakları promosyon ürünü olarak içecek kabını seçiyor ([Kaynak](#))
- **Kaliforniya sevkiyatları için dekorasyon malzemelerinin kendi test raporlarına ihtiyacı vardır.** — kurşunun 65 Sayılı Önerge kapsamındaki üreme güvenli limanı günde 0,5 µg ([Kaynak](#))
- **Gıda temasına uygunluk tek bir sertifikayla değil, bardağı ve kapağı kapsar.** — malzemeler, 21 CFR 174.5 içindeki saflık kuralını karşılamalıdır ([Kaynak](#))
- **Birim düzeyindeki kimlikler, genel bir geri çağırma hedefli bir bildirim dönüştür.** — izlenemeyen tek bir dağıtım, tahmini 33,000 birimi etkiledi ve 43 kişiyi hastalandırdı ([Kaynak](#))

Her İsmi İlk Seferde Doğru Yazmak

Kişiselleştirilmiş termoslar, elektronik tabloda başarılı olur ya da başarısız olur. Şablonu kilitleyin, tercih edilen adları erken toplayın, dosyayı doğrulayıp dondurun, her satırı provalayın, her birimi kimliğine karşı kontrol edin ve alıcıya göre paketlenin. Veri temizlendiğinde dekorasyonun kendisi işin en öngörülebilir kısmıdır. Temel termosu ve dekorasyonu seçmeye hazır olduğunuzda, bunun nasıl yapılacağını şu konuda inceleyin: [özel paslanmaz çelik termos bardakların doğru çelik, prova ve denetimle belirlenmesi](#), ardından alıcı listenize göre hazırlanmış bir teklif için planlanan satır sayınızı, renk dağılımınızı ve teslimat konumlarınızı bize gönderin.

Kaynaklar

1. ASI Central, "ASI'nin 2026 Reklam Gösterimi Araştırması: İçecek Kapları," Haziran 2026. <https://members.asicentral.com/news/strategy/june-2026/asi-s-2026-ad-impressions-study-drink-ware/> ↵
2. ASI Central, "ASI Show Chicago 2026: Fuar Alanından İçecek Kapları Trendleri," 23 Temmuz 2026. <https://members.asicentral.com/news/strategy/july-2026/asi-show-chicago-2026-drinkware-trends-from-the-show-floor/> ↵
3. Federal Düzenlemelerin Elektronik Kodu, 21 CFR §174,5, dolaylı gıda katkı maddelerine uygulanan genel hükümler. <https://www.ecfr.gov/current/title-21/chapter-I/subchapter-B/part-174/section-174.5> ↵
4. Federal Düzenlemelerin Elektronik Kodu, 21 CFR Part 177, dolaylı gıda katkı maddeleri: polimerler (erişim sürümü tarihi: 2025-10-27). <https://www.ecfr.gov/on/2025-10-27/title-21/part-177> ↵
5. ABD Gıda ve İlaç Dairesi, "Gıda ve Gıda Kaplarında Kurşun." <https://www.fda.gov/food/environmental-contaminants-food/lead-food-and-foodwares> ↵
6. Kaliforniya OEHA, 65 Sayılı Önerge: Kurşun ve Kurşun Bileşikler. <https://oehha.ca.gov/proposition-65/chemicals/lead-and-lead-compounds> ↵
7. Cal. Code Regs. tit. 27, §25805, Özel Düzenleyici Seviyeler: Üreme Toksisitesine Neden Olan Kimyasallar (Cornell LII). <https://www.law.cornell.edu/regulations/california/27-CCR-25805> ↵
8. Reuters, "Stanley termoslarının üreticisi kurşun korkusu davasını kazandı," 6 Nisan 2026. <https://www.reuters.com/sustainability/boards-policy-regulation/maker-stanley-tumblers-prevails-lawsuit-over-lead-scare-2026-04-06/> ↵

9. ASI Central, "Kirli Termos Bardaklar Nedeniyle 40'tan Fazla Kişi Hastalandı," 29 Mayıs 2024.
<https://members.asicentral.com/news/industry-news/may-2024/more-than-40-people-sickened-by-contaminated-tumblers/> ↵
 10. ASI Central, "Son Alıcı Araştırması: 25-34 Yaş Aralığı," 12 Eylül 2024.
<https://members.asicentral.com/news/strategy/september-2024/end-buyer-research-ages-25-34/> ↵
-

Ekim 21, 2026