



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

الإجابة السريعة: في طباعة المنشورات الدعائية والمطويات، اختر منشورًا من ورقة واحدة عندما تتضمن الحملة عرضًا واحدًا ودعوة واحدة إلى اتخاذ إجراء، وقارنًا لا يمنح المطبوع سوى بضع ثوانٍ. واختر مطوية عندما تحتاج الرسالة إلى عدة كتل محتوى، وسيوضع المطبوع على منصة أو يُحمل إلى البيت داخل كيس، ويكون الهدف هو الشرح لا استدعاء استجابة فورية. حدّد الصيغة أولًا، ثم اطلب عرض السعر.

لماذا يتعثر قرار الصيغة عادةً قبل عرض السعر

يبدأ معظم مشتري الطباعة بالكمية والموعد النهائي لا بالصيغة. يكتب فريق التسويق النص، ويسأل أحدهم المطبعة عن سعر «المنشورات»، فيُحسم سؤال: هل تكون الرسالة على ورقة مسطحة أم مطوية؟ بحكم الافتراض لا بحكم التصميم. ثم تُنثت الصيغة في مرحلة البروفة، حين يكون تغييرها أغلى ما يمكن.

تظهر الكلفة بطريقتين متوقعتين. ورقة واحدة يُطلب منها أن تحمل قائمة خدمات كاملة وشرائح أسعار وخريطة وشروطًا تتحول إلى جدار من الخط الصغير يتصفحه الناس سريعًا ثم يرمونه. ومطوية ثلاثية الطي أنجزت لعرض أسبوعي من سطر واحد تترك أربع لوحات من أصل 6 لوحات محشوة بصور جاهزة. وفي الحالتين يدفع المشتري ثمن مطبوع غير مناسب، وإذا اضطر إلى إعادة بناء التصميم بعد البروفة فقد تدفع إعادة الطباعة الحملة إلى ما بعد موعد الفعالية. والمواعيد الفائتة من أكثر الشكاوى تكرارًا في التقييمات العلنية لطلبات المنشورات عبر الإنترنت، وتغيير الصيغة في وقت متأخر من أسهل الطرق لحدوثها.

الحل عملية قرار قصيرة تُجرى قبل أن يطلب أحد سعرًا. يقدم لك هذا الدليل تلك العملية: أربعة عوامل، وجدول تقييم، واختبار بنموذج تجريبي، وموجز طلب تستطيع المطبعة تسعيره دون تخمين.

في هذا الدليل

1. [ما الذي تشمله طباعة المنشورات الدعائية والمطويات](#)
2. [كيف تقرر: طريقة العوامل الأربعة](#)
3. [المنشور مقابل المطوية: مقارنة حثًا إلى حنب](#)
4. [أي صيغة تناسب الحملات الشائعة](#)
5. [الأسئلة الشائعة](#)
6. [أهم الخلاصات](#)
7. [الخاتمة](#)

ما الذي تشمله طباعة المنشورات الدعائية والمطويات، وأين تتداخل المصطلحات

تُستخدم هذه الكلمات بشيء من التساهل. ففي الاستخدام الأمريكي الشمالي، المنشور الدعائي هو عادةً ورقة واحدة غير مطوية تُطبع على وجه واحد أو وجهين. وفي الإنجليزية البريطانية كثيرًا ما تدل كلمة «المطوية» على الشيء نفسه. أما كثير من المطابع فيخضّون «المطوية» بورقة تُطوى إلى لوحات، و«الكتيب» بقطع أثقل متعددة اللوحات أو مجلّدة. ولأن B2B مشتري: عرض السعر يعتمد على طريقة الصنع لا على المفردات، يعرّف هذا الدليل الصيغتين بحسب بنائهما:

- **منشور من ورقة واحدة:** ورقة مسطحة واحدة بوجهين قابلين للطباعة وبلا طي.
- **مطوية ذات طيات:** 1 ورقة مخدّدة ومطوية إلى لوحات يفتحها القارئ بتسلسل محدد.

تضع [ISO/TS 21139-1:2019](#)^[1]، ينتمي الاثنان إلى عائلة المنتجات نفسها. فالمواصفة الفنية الدولية بشأن متانة المطبوعات

المنشورات الدعائية والكتيبات في فئة واحدة هي المطبوعات التجارية الإنتاجية التي تجمع النصوص والصور والأعمال الفنية. والفرق المهم للحملة هو حجم مساحة القراءة التي تمنحها كل صيغة، وكيف يتنقل القارئ فيها.

:الطي يغيّر عدد الأوجه لا حجم الورقة. وحساب اللوحات بسيط

نمط القراءة	الأوجه / اللوحات القابلة للاستخدام	طريقة البناء
تُرى دفعة واحدة	1	ورقة مسطحة، مطبوعة على 1 وجه
الواجهة الأمامية ثم القلب	2	ورقة مسطحة، مطبوعة على الوجهين
الغلاف، الصفحتان المفتوحتان، الخلف	4	طية نصفية
الغلاف، الطية الداخلية، صفحة مفتوحة من 3 لوحات، الخلف	6	(طي ثلاثي (طي الرسالة
تُفتح بشكل متعرج وتُقرأ كشريط طويل واحد	6	Z طي على شكل
شريط متتابع، يناسب الخطوات أو الجداول الزمنية	8	أكورديون من 4 لوحات



الطباعة The Target Report السياق على مستوى الموردين يجعل قرار الصيغة الواضح أكثر قيمة لا أقل. يصف تقرير تغيير ظروف الأعمال في هذا القطاع PRINTING United Alliance التجارية بأنها [تتجه نحو الاندماج بوتيرة متسارعة](#)^[2]، وتتابع في [تقرير حالة القطاع للطباعة التجارية](#)^[3]. وحين تتغير قائمة الموردين، فإن موجزًا يحدد الصيغة وترتيب اللوحات والهدف هو ما يُبقي عروض الأسعار قابلة للمقارنة من جولة إلى أخرى.

كيف تقرر: طريقة العوامل الأربعة

ننّذ هذه الخطوات قبل أن تكتب طلب عرض السعر. تُنتج كل خطوة شيئًا يمكنك لصقه في موجز الطلب.

الخطوة 1: احصر الرسالة قبل اختيار الصيغة

اذكر كل كتلة محتوى مستقلة يجب أن يحملها المطبوع. كتلة المحتوى هي أي شيء يعدّه القارئ فكرة منفصلة: عرض العنوان مع QR الرئيسي، وقائمة الأسعار، وساعات العمل، والخريطة، وقائمة الخدمات، وشهادات العملاء، والشروط والأحكام، ورمز شرحه، وبيانات التواصل. غُدّها بأمانة، بما في ذلك السطور القانونية التي تُضاف دائمًا في النهاية.

تتسع الورقة المسطحة بسهولة لكتلة أو كتلتين. وقد تصلح ثلاث أو أربع كتل على منشور بوجهين إذا حمل الظهر التفاصيل الداعمة. أما خمس كتل فأكثر فتحتاج غالبًا إلى لوحات، لأن لكل كتلة حاجتها إلى مساحة خاصة كي تكون مقروءة.

الخطوة 2: ارسم لحظة التوزيع

دوّن بدقة أين يلتقي المطبوع بالقارئ وماذا يفعل هذا الشخص في تلك اللحظة. المنشور الذي يُورّع على الرصيف يلتقي شخصًا يمشي. وحشوة الأكياس تلتقي شخصًا يفرغ مشترياته في البيت. والمطوية في رف الاستقبال تلتقي شخصًا ينتظر ولديه وقت فائض. ومنشور المعرض التجاري يلتقي زائرًا يجمع المواد من اثني عشر جناحًا. تخبرك القناة كيف يُمسك المطبوع، ولكم من الوقت، وهل سيفتح أصلًا.

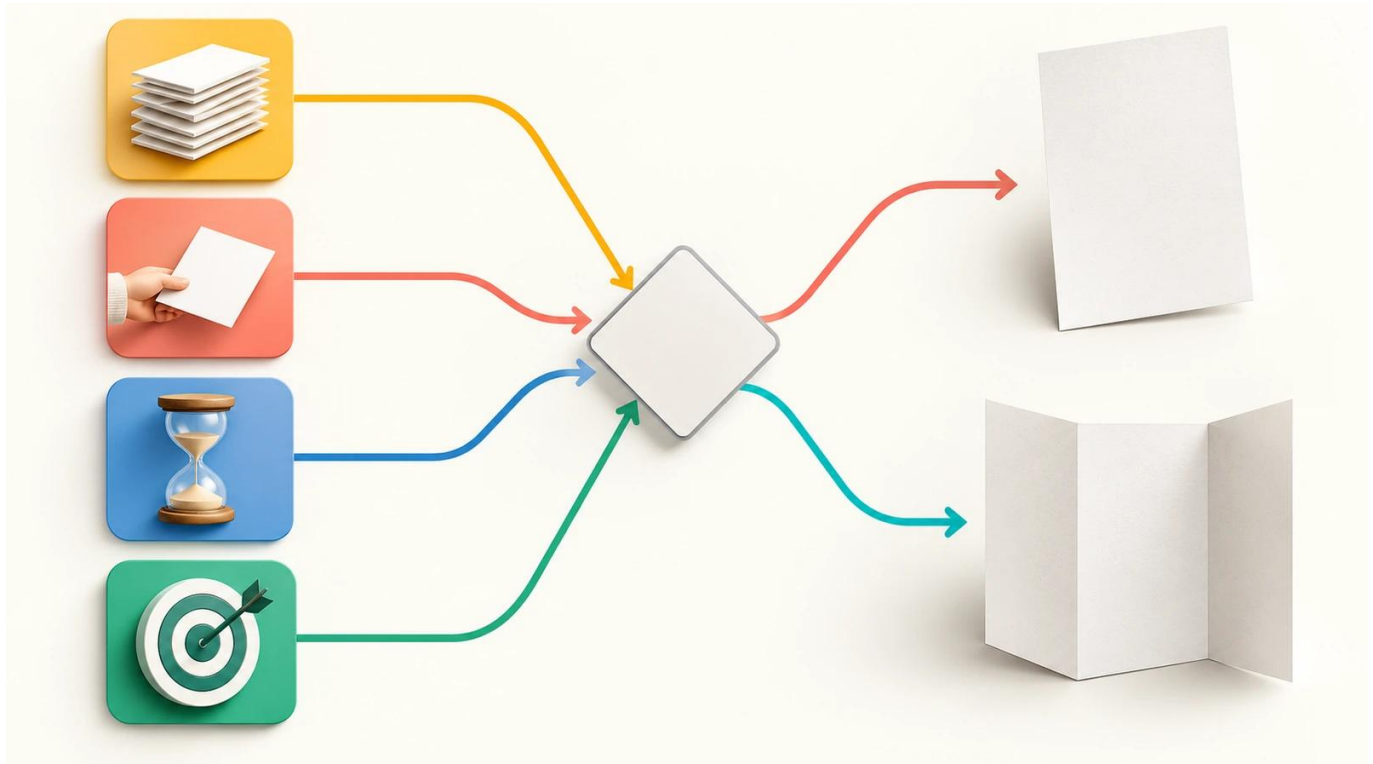
المطبوعات المطوية تحتاج إلى سبب كي تُفتح. فإن لم تمنح القناة القارئ وقتًا ولا سببًا لفتح أي شيء، بقيت اللوحات الداخلية غير مرئية.

الخطوة 3: قدر مدة التفاعل

مدة التفاعل هي المدة التي ينظر فيها القارئ فعليًا إلى المطبوع. نادرًا ما تتوفر لديك بيانات مقاسة لحملك، لذا صنفها في ثلاث فئات: نظرة عابرة (ثوانٍ، غالبًا أثناء الحركة)، أو قراءة واحدة (دقيقة أو دقيقتان، عادةً في البيت)، أو احتفاظ (يُحفظ المطبوع ويُرجع إليه مرة أخرى، مثل قائمة الطعام أو جدول الحصص أو قائمة الأسعار). القنوات ذات النظرة العابرة تكافئ تخطيط الورقة المفردة ذا الرسالة المهيمنة الواحدة. والقنوات ذات الاحتفاظ تكافئ اللوحات، لأن القارئ سيعود ليجد معلومة محددة.

الخطوة 4: سمّ هدفًا واحدًا للحملة

اختر النتيجة الوحيدة التي يتحمل المطبوع مسؤوليتها. الإجراء الفوري، مثل حضور فعالية في موعد محدد أو استرداد قسيمة، يرفع المنشور: عرض واحد، وموعد نهائي واحد، وخطوة تالية واحدة. أما الاعتبار والمفاضلة، مثل مقارنة مستويات الخدمة أو فهم عملية ما، فيرفع المطبوع، لأن القارئ يحتاج إلى التنقل بين المعلومات بترتيب. وإذا ذكر الموجز ثلاثة أهداف فلن يخدم المطبوع أيًا منها جيدًا. قسّم الحملة بدلًا من ذلك إلى 2 من القطع المطبوعة.



الخطوة 5: قيّم الصيغة

ثم اجمع المجاميع. يحوّل الجدول الخطوات الأربع أعلاه إلى قرار يمكنك الدفاع عنه أمام 2 to 10 قيم كل عامل على مقياس من 0 مدير أو عميل.

(نقاط) مطوية 2	(نقطة (أي الصيغتين 1	(نقاط (منشور 0	العامل
أو أكثر من كتل المحتوى 5	من كتل المحتوى 3-4	من كتل المحتوى 1-2	سعة الرسالة
رف المنضدة، مكتب الاستقبال، طاولة المعرض التجاري، مرجع داخل العبوة يُحتفظ به ويُعاد قراءته اعتبار أو تثقيف	التوزيع على الأبواب، الحشوة البريدية	من يد إلى يد، فريق الشارع، حشوة الأكياس، لوحة الإعلانات	قناة التوزيع
	قراءة واحدة	نظرة عابرة	مدة التفاعل
	وعى مع خطوة تالية واحدة	إجراء فوري	هدف الحملة

نقاط: منشور من ورقة واحدة. 4-5 **نقاط:** جَرَّب منشورًا بوجهين أولًا، ولا تنتقل إلى مطوية إلا إذا فشل اختبار النموذج 3-0 التجريبي. 6-8 **نقاط:** مطوية ذات طيّات

الخطوة 6: اختبر نموذجًا ورقيًا بالحجم الفعلي

اطبع تصميم المسودة بحجمه الفعلي على ورق مكتبي عادي. وإذا كان مطوية فاطوّه يدويًا بنوع الطي المقصود. ثم سلّم النموذج الورقي إلى زميل لم يطلّع على الموجز، واستعدّه بعد المدة التي سيمنحها مثلقٌ حقيقي (بضع ثوانٍ لمنشور يُورّع في الشارع، وأطول لمطبوع المنضدة)، واطرح سؤالين: ما العرض؟ وماذا ينبغي أن تفعل بعد ذلك؟ فإن لم يستطع الإجابة عن السؤالين فالصيغة أو تسلسل الأهمية خاطئ. هذا الاختبار لا يكلف شيئًا ويكشف أعلى الأخطاء قبل أن تتدخل المطبعة.



الخطوة 7: اكتب الأجزاء الخاصة بالصيغة في الموجز

يضيف الطي قرارات لا تعرفها الورقة المسطحة، ومكان كل قرار منها هو الموجز:

- نوع الطي وترتيب اللوحات:** حدّد أي لوحة هي الغلاف المغلق، وأيها الخلف، وأيها يُفتح أولًا. أرسل صورة لنموذج مطوي أو تصميمًا مسطحًا عليه علامات، كي تتمكن المطبعة من ترتيب اللوحات بشكل صحيح.
- سلوك الطي على الورق المختار:** الورق الأثقل يحتاج عادةً إلى تحديد قبل الطي لمنع تشقق الحبر عند خط الطي. اطلب من المطبعة تأكيد التخديد لورقك، وهل يسير خط الطي مع اتجاه ألياف الورق.
- مرجع الألوان:** إذا كان لون العلامة التجارية مهمًا عبر منشور ومطوية في الحملة نفسها، فاطلب طباعتها وفق طرف ISO أو التحكم في عملية الأوفست الوارد في [G7^{\[5\]}](#) المعاييرة وفق [طريقة GRACoL^{\[4\]}](#) طباعة مسمّى، مثل [مواصفة 12647-2](#) [ISO/TC 130^{\[6\]}](#) والمدرج في [إرشادات](#).
- ادعاءات مصدر الورق:** تستهلك المطوية عادةً ورقة أكبر لكل قطعة مقارنة بالمنشور، لذا يزداد وزن مصدر الورق. [للورق FSC](#) وإذا كنت تخطط لطباعة شعار شهادة، فيجب أن تملك المطبعة سلسلة حيازة سارية بموجب [قواعد](#)

^[7] **والطباعة**. وقد تخضع المطبوعات الموزعة في الاتحاد الأوروبي أيضًا للائحة إزالة الغابات التي تشمل الورق والمنتجات ^[8] **للمطابع Intergraf** المطبوعة، والتي **حللتها**.

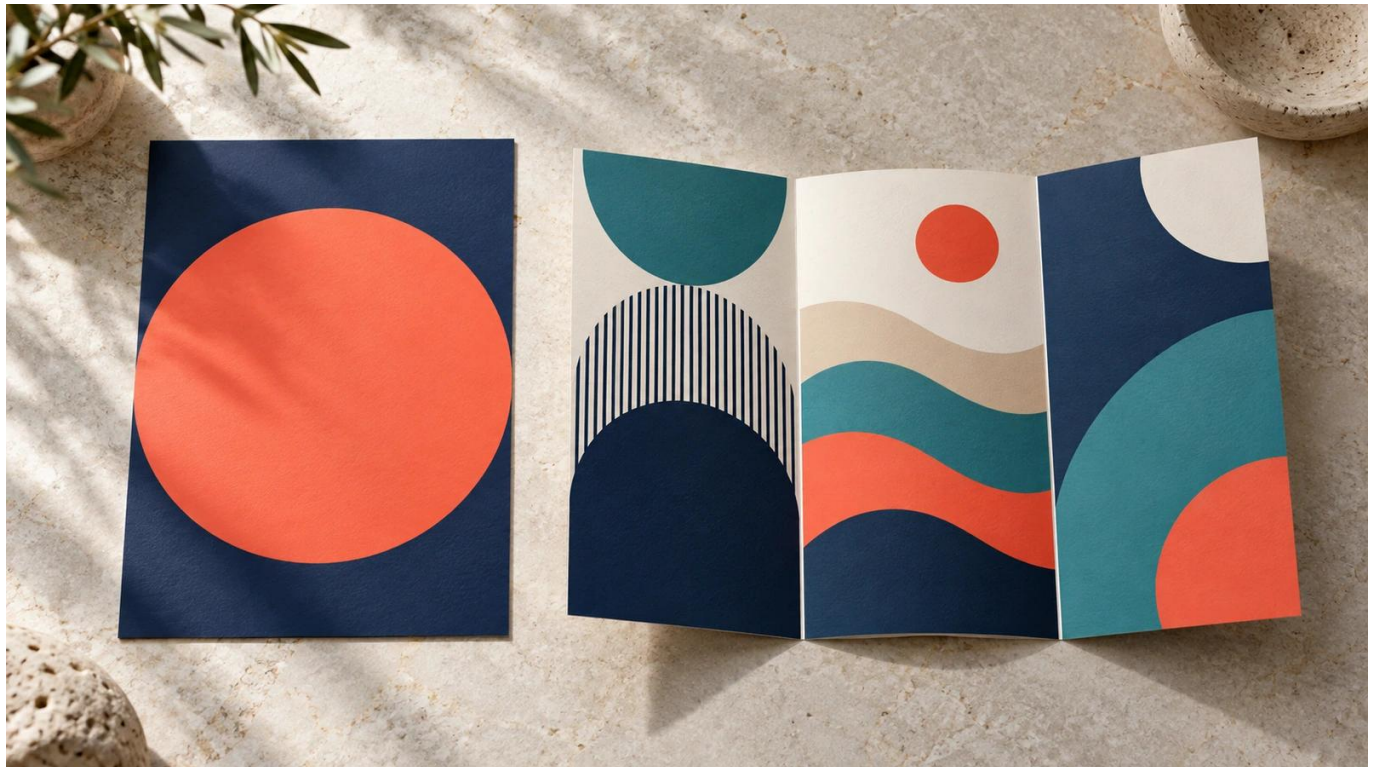
- **الامتثال البيئي للمورد:** يطلب المشترون الذين لديهم سياسات مشتريات أحيانًا من المطابع تأكيد الامتثال للوائح **لمواد الطباعة** ^[9] ومعايير المركبات العضوية المتطايرة **EPA** الأمريكية، ومنها **إرشادات تقنيات التحكم الصادرة عن الجزء 59** ^[10]. ينطبق هذا المتطلب بالطريقة نفسها على الصيغتين، لذا أضفه مرة واحدة **CFR** الواردة في **40 (VOC)** إلى استبيان الموردين.

حجم الورق وسطحه وتجهيز الملف الفني واعتماد البروفة للورقة المفردة مشروحة خطوة بخطوة في **صفحة طباعة المنشورات المخصصة من ورقة واحدة**، لذا يتوقف هذا الدليل عند قرار الصيغة.

المنشور مقابل المطوية: مقارنة جنبًا إلى جنب

متى أشارت الدرجات إلى اتجاه واحد، استخدم هذا الجدول لتأكيد الاختيار ولشرحه لأصحاب المصلحة الذين توقعوا الصيغة الأخرى.

مطوية ذات طيّات	منشور من ورقة واحدة	المعيار
ورقة، محدّدة ومطوية 1	ورقة مسطحة واحدة	طريقة البناء
لوحات بحسب نوع الطي 4-8	1-2 الأوجه القابلة للاستخدام	الأوجه القابلة للاستخدام
عدة كتل محتوى بترتيب قراءة مخطط له	عرض واحد، ودعوة واحدة إلى اتخاذ إجراء، وبيانات التواصل	سعة الرسالة
رفوف المنصدة، مناطق الاستقبال، طاولات المعارض التجارية، الحشوات الداخلية داخل العبوات، المراسلات اللاحقة	من يد إلى يد، فرق الشارع، لوحات الإعلانات، حشوات الأكياس، التوزيع على الأبواب	أفضل القنوات
تُفتح لوحة تلو لوحة، وكثيرًا ما يُحتَقَط بها	تُمسح بنظرة واحدة	سلوك القارئ
شرح الخدمات، مقارنة الخيارات، مواد مرجعية	استجابة فورية، فعاليات بمواعيد، قسائم	ملاءمة الهدف
التخديد والطي، مع فحص بروفة مطوية	لا شيء سوى الطباعة والقص	خطوات إنتاج إضافية
ترتيب لوحات خاطئ، وتشقق خطوط الطي، ولوحات محشوة	ازدحام عندما يتسع الموجز	الإخفاق المعتاد
الأمور نفسها مضافًا إليها نوع الطي والتشطيب	الكمية، الورقة، الأوجه، التشطيب	ما يحدد السعر



يستحق خياران ووسطان النظر قبل أن تلتزم بالطي. المنشور بوجهين يضاعف الأوجه القابلة للاستخدام دون إضافة خطوة يقود QR تشطيب: ضع العرض والدعوة إلى اتخاذ إجراء في الواجهة والتفاصيل الداعمة في الظهر. والمنشور الذي يحمل رمز إلى صفحة ويب مخصصة ينقل العمق إلى الإنترنت، مما يمنحك أيضًا بيانات استجابة لا يوفرها الورق وحده. وكلا الخيارين يحتفظان بسرعة الورقة المسطحة وبساطتها مع تخفيف الضغط عن التصميم.

في الحملات الأكبر، كثيرًا ما تكون الإجابة الأقوى استخدام الصيغتين بالتتابع. طباعة المنشورات الترويجية لمرحلة الشارع أو التوزيع على الأبواب تصنع الاتصال الأول، وتنتظر المطوية عند نقطة التحويل، على المنضدة أو في الجناح أو عند الاستشارة، القراء الذين صاروا مستعدين لمقارنة الخيارات.

أي صيغة تناسب الحملات الشائعة

تُنتج العوامل الأربعة نفسها إجابات متنسقة عبر حالات الاستخدام التي تهيمن على منشورات الأعمال. تفترض الدرجات أدناه موجزًا نموذجيًا؛ وقد يرفع جردك الخاص حملة ما أو يخفضها.

السبب	الصيغة الموصى بها	الدرجة المرجحة	الحملة
موعد واحد، وعرض واحد، يُقرأ أثناء التنقل	منشور دعائي	1-2	منشور توزيع لحفل افتتاح مطعم
كتل محتوى كثيرة، تُحفظ في درج المطبخ ويُعاد قراءتها	مطوية	6-7	قائمة طعام الطلبات الخارجية للمطعم
العنوان والوقت وصورة رئيسية وبيانات التواصل مع الوكيل	منشور دعائي	2-3	يوم مفتوح لمعاينة عقار
تفاصيل الغرف والمزايا تُقرأ في الموقع	مطوية أو منشور بوجهين	5-6	حزمة عرض عقار عند المعاينة
مستويات الخدمة والعملية تحتاجان إلى لوحات مرتبة	مطوية	6-8	في B2B نظرة عامة على خدمات معرض تجاري
التاريخ، القضية، خطوة تبرع واحدة	منشور دعائي	2-4	فعالية لجمع التبرعات لمنظمة غير ربحية
مادة مرجعية من فئة الاحتفاظ	مطوية	6-7	جدول حصص نادٍ رياضي أو استوديو
عرض واحد بموعد نهائي قصير	منشور دعائي	1-2	حشوة أكياس لتخفيضات موسمية في التجزئة



عند طباعة منشورات الأعمال لعدة مواقع أو عملاء، احتفظ بورقة التقييم مع سجل الطلب. وعند إعادة الطلب، أعد تقييم

العوامل التي تغيرت فقط: القناة الجديدة أو قائمة الخدمات الأطول سبب لمراجعة الصيغة، أما موعد جديد وحده فليس كذلك.

الأسئلة الشائعة

الأسئلة الشائعة: هل المطوية هي نفسها المنشور الدعائي؟

أحيانًا. في الإنجليزية البريطانية كثيرًا ما تكون الكلمتان قابلتين للتبادل، بينما يستخدم كثير من المشتريين في أمريكا الشمالية كلمة «منشور دعائي» للورقة المسطحة و«مطوية» للورقة المطوية. ولتجنب عرض سعر لمنتج خاطئ، صف البناء في الموجز، مسطحًا أو مطويًا، ونوع الطي، بدلًا من الاعتماد على الاسم.

الأسئلة الشائعة: هل يكفي منشور بوجهين بدلًا من مطوية ذات طيّات؟

للحملات التي تحصل على 4-5 في جدول العوامل الأربعة، نعم في الغالب. يمنح المنشور بوجهين وجهين دون خطوة طي. لكنه يتوقف عن الكفاية عندما يكون للمحتوى ترتيب قراءة طبيعي يزيد على مرحلتين، مثل عملية بخطوات متتابعة أو قائمة خدمات متعددة المستويات.

الأسئلة الشائعة: أي صيغة أفضل للتوزيع من باب إلى باب؟

يعتمد ذلك على الهدف. التوزيع على الأبواب لعرض بموعد محدد يناسبه المنشور لأن المقيم يقرر بنظرة. أما التوزيع الذي يقدم خدمة محلية جديدة بعدة خيارات فقد يبرر مطوية، لأن المقيم يقرأها في البيت. قيم مدة التفاعل والهدف لا القناة وحدها.

الأسئلة الشائعة: هل تستغرق المطويات ذات الطيّات وقتًا أطول في الإنتاج؟

نعم، فهي تضيف التخديد والطي بعد الطباعة، ويجب فحص البروفة في شكلها المطوي، لذا يضم جدول الإنتاج عادةً خطوات أكثر من الورقة المسطحة. اطلب الجدول الزمني كتابةً مع عرض السعر، محسوبًا من اعتماد البروفة، وأدرج موعد الفعالية في الموجز.

الأسئلة الشائعة: هل يمكن لحملة واحدة استخدام الصيغتين؟

نعم، وفي الحملات الأكبر كثيرًا ما يكون هذا أكفأ ترتيب. استخدم المنشورات حيث يمنحك القراء ثنائي، مثل فرق الشارع وحشوات الأكياس والتوزيع على الأبواب، والمطويات حيث يمنحونك دقائق، مثل المناضد والأجنحة وجلسات الاستشارة. وحافظ على اتساق الألوان والخطوط بطباعة الاثنين وفق طرف الطباعة المسمى نفسه.

الأسئلة الشائعة: ماذا أرسل للحصول على عرض سعر دقيق؟

أرسل قرار الصيغة (مسطحة أم مطوية، ونوع الطي، وترتيب اللوحات)، وقناة التوزيع، وموعد الاستلام، وورقة التقييم من هذا الدليل. وبالنسبة للورقة المفردة، فالمواصفات المتبقية مدرجة في [صفحة طباعة المنشورات المخصصة](#)؛ وإذا كان موجزك يشير إلى مطبوع مطوي فصفه في استفسارك وسنخبرك بما يمكننا تسعيره.

أهم الخلاصات

- **المنشورات والمطويات عائلة منتجات واحدة، لذا فالاختيار يتعلق بمساحة القراءة لا بالغة.** — تضع (المنشورات الدعائية والكتيبات ضمن المطبوعات التجارية الإنتاجية) [المصدر](#) ISO/TS 21139-1:2019
- **هو مرجع ISO 12647-2 — استخدم مرجع الألوان نفسه في الصيغتين عندما تعملان ضمن حملة واحدة** [المصدر](#) ISO/TC 130 التحكم في عملية الأوفست في إرشادات يناير 2024
- **المطويات ذات الطيّات تستهلك ورقًا أكثر لكل قطعة، لذا تحقق من ادعاءات مصدر الورق قبل طباعة الشعار.** — تشمل اللائحة الأوروبية 2023/1115 الورق والمنتجات المطبوعة، وكانت معظم متطلباتها مقررة في (الأصل اعتبارًا من 30 ديسمبر 2024 قبل تأجيلها) [المصدر](#)
- **ينطبق الامتثال البيئي للمورد على الصيغتين بالتساوي، فاسأل مرة واحدة.** — توجد معايير المركبات (الجزء 59 [المصدر](#) CFR، للمنتجات الاستهلاكية والتجارية في 40 VOC) العضوية المتطابقة
- **كلما تغيرت قاعدة الموردين ازدادت أهمية الموجز الدقيق.** — الطباعة التجارية تتجه نحو الاندماج «بوتيرة»

الخاتمة

تبدأ الطباعة الجيدة للمنشورات والمطويات بقرار يتجاهله معظم المشتريين: كم ينبغي أن تقول الرسالة، وأين يلتقيها القارئ، وكم يدوم نظره إليها، وماذا ينبغي أن يفعل بعد ذلك. قيّم هذه العوامل الأربعة، واختبر نموذجًا ورقيًا بالحجم الفعلي، فتتضح الصيغة. وعرض السعر الذي يلي ذلك يكون أسرع إعدادًا وأسهل مقارنة

إذا أشارت درجتك إلى ورقة مفردة، فراجع المواصفات في [صفحة طباعة المنشورات المخصصة](#) وأرسل موجزك مع القناة وموعد الاستلام. وإذا أشارت درجتك إلى مطبوع مطوي، فأدرج نوع الطي وترتيب اللوحات في استفسارك، وسنؤكد لك ما يمكننا تسعيره.

المصادر

1. ثبات المطبوعات التجارية ومئاتها، نطاق يشمل، ISO/TS 21139-1:2019، المنظمة الدولية للتوحيد القياسي. [iso.org](#) ↗. المنشورات الدعائية والكتيبات
2. The Target Report. 2026. تغطية لاندماج الطباعة التجارية، تاريخ الاطلاع [thetargetreport.com](#) ↗
3. PRINTING United Alliance. 2025. حالة القطاع: تقرير الطباعة التجارية، خريف [printing.org](#) ↗
4. PRINTING United Alliance. GRACoL، مواصفات إنتاج الطباعة. [printing.org](#) ↗
5. Idealliance. علم G7. [idealliance.org](#) ↗
6. ISO/TC 130 الطباعة. إرشادات استخدام معايير إنتاج الطباعة v2، 2024، يناير. [committee.iso.org](#) ↗
7. [fsc.org](#) ↗. إرشادات الورق والطباعة. (FSC) مجلس رعاية الغابات
8. Intergraf. الامتثال للائحة الاتحاد الأوروبي بشأن إزالة الغابات في صناعة الطباعة في الاتحاد الأوروبي، 27 سبتمبر 2024. [intergraf.eu](#) ↗
9. [epa.gov](#) ↗. وكالة حماية البيئة الأمريكية. المنتجات الاستهلاكية والتجارية، إرشادات تقنيات التحكم للمجموعة الرابعة
10. المدونة الإلكترونية للوائح الفيدرالية. العنوان 40، الجزء 59، المعايير الوطنية لانبعاثات المركبات العضوية المتطايرة [ecfr.gov](#) ↗. للمنتجات الاستهلاكية والتجارية