

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
KHOA TRUYỀN THÔNG ĐA PHƯƠNG TIỆN

-----o0o-----

NGUYỄN PHẠM QUỐC KHÁNH

THIẾT KẾ BAO BÌ SẢN PHẨM
HẠT DINH DƯỠNG GREEN NUTS

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
NGÀNH THIẾT KẾ ĐỒ HỌA

THÁI NGUYÊN, NĂM 2023

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
KHOA TRUYỀN THÔNG ĐA PHƯƠNG TIỆN

-----o0o-----



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
NGÀNH THIẾT KẾ ĐỒ HỌA

Đề tài:

THIẾT KẾ BỘ BAO BÌ SẢN PHẨM
HẠT DINH DƯỠNG GREEN NUTS

Sinh viên thực hiện : NGUYỄN PHẠM QUỐC KHÁNH

Mã sinh viên : DTC19H2104030029

Lớp : TKĐH-K18A

Giáo viên hướng dẫn : ThS. TRẦN NGUYỄN DUY TRUNG

THÁI NGUYÊN, NĂM 2023

LỜI CẢM ƠN

Em xin gửi lời cảm ơn trân trọng nhất đến các thầy cô của khoa Truyền thông đa phương tiện, nhờ sự giúp đỡ của các thầy cô và giảng viên hướng dẫn Trần Nguyễn Duy Trung – Giảng viên bộ môn Thiết kế đồ họa – Khoa Truyền thông đa phương tiện em đã hoàn thiện được đồ án tốt nghiệp năm 2023.

Trong quá trình học tập chuyên ngành Thiết kế đồ họa thuộc khoa Truyền thông đa phương tiện, trường Đại Học Công nghệ thông tin và Truyền thông – Đại học Thái Nguyên em rút ra được rất nhiều bài học cả về kiến thức chuyên ngành lẫn kiến thức trong cuộc sống. Em được các thầy cô chỉ dạy tận tình, bằng những phương pháp dạy mới mẻ, đầy năng lượng và hứng khởi của các giảng viên trong khoa. Các thầy cô đã truyền được ngọn lửa nhiệt huyết, truyền được đam mê về ngành thiết kế đồ họa cho em.

Thầy Trần Nguyễn Duy Trung đã dành nhiều thời gian và tâm huyết theo sát, chỉ bảo em những mặt được và chưa được để em có thể hoàn thành đề tài một cách tốt nhất. Em xin chân thành cảm ơn thầy.

Tuy nhiên đồ án của em vẫn còn rất nhiều khuyết điểm. Em rất mong nhận được những lời nhận xét, lời phê bình và ý kiến đóng góp của các thầy, cô để em có thể phát triển, hoàn thiện bản thân, hoàn thiện kỹ năng cũng như tư duy thiết kế.

Và lời cuối em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc, chân thành nhất tới tất cả các thầy cô, bạn bè và các đơn vị thực tập đã bên cạnh động viên em suốt thời gian qua, đã giúp em trưởng thành như ngày hôm nay, giúp em có được những kiến thức quý báu, vững vàng và tự tin hơn trước con đường tương lai.

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan những nội dung trong báo cáo là do em tự thực hiện với sự hướng dẫn trực tiếp của giảng viên hướng dẫn Th.S Trần Nguyễn Duy Trung. Đây là phần nghiên cứu và thực hiện đồ án tốt nghiệp của riêng em, không sao chép của các đồ án khác. Nếu sai em xin chịu hoàn toàn trách nhiệm.

Thái Nguyên, ngày tháng 7 năm 2023

Người cam đoan

Nguyễn Phạm Quốc Khánh

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN

LỜI CAM ĐOAN

MỤC LỤC

DANH MỤC HÌNH ẢNH

PHẦN MỞ ĐẦU

PHẦN NỘI DUNG1

CHƯƠNG I. TỔNG QUAN VỀ VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU.....1

1.1. Khái quát chung về thiết kế 1

1.1.1. Khái niệm mỹ thuật ứng dụng..... 1

1.1.2. Khái niệm thiết kế4

1.1.3. Khái niệm đồ họa6

1.1.4. Khái niệm Thiết kế đồ họa8

1.1.5. Khái niệm Bao bì sản phẩm 10

1.2. Giới thiệu về Bộ bao bì hạt dinh dưỡng Green Nuts 10

1.2.1. Giới thiệu về thương hiệu Green Nuts và mục đích xây dựng bộ bao bì hạt dinh dưỡng Green Nuts 10

1.2.2. Ý nghĩa của logo và tên thương hiệu 11

1.2.3. Quá trình hình thành và phát triển thương hiệu Green Nuts..... 11

1.2.4. Các dòng sản phẩm của thương hiệu Green Nuts 12

1.2.5. Các phần mềm được sử dụng để hình thành lên bộ bao bì sản phẩm 12

Tiểu kết chương 1 14

CHƯƠNG II. NGHIÊN CỨU CHUNG VỀ THIẾT KẾ BAO BÌ SẢN PHẨM15

2.1 Khái niệm về bao bì..... 15

2.1.1 Chức năng của bao bì hàng hóa 16

2.1.2 Các hình thức đóng gói hàng hóa..... 17

2.2 Phân loại bao bì sản phẩm 17

2.3 Các yếu tố đồ họa cơ bản của bao bì sản phẩm..... 19

2.3.1 Tổng bộ nhận diện thương hiệu 19

2.3.2 Màu sắc bao bì sản phẩm 20

2.3.3 Typography trong thiết kế bao bì sản phẩm..... 21

2.3.4 Hình ảnh trên bao bì sản phẩm.....	22
2.3.5 Kết cấu bao bì sản phẩm	23
2.3.6 Chất liệu bao bì sản phẩm	24
2.4 Logo.....	28
2.5 Yêu cầu cho một bộ bao bì sản phẩm.....	30
2.6 Quy trình xây dựng bộ bao bì sản phẩm.....	31
2.7 Tầm quan trọng của bao bì sản phẩm.....	32
2.7.1 Vai trò của bao bì sản phẩm.....	32
2.7.2 Ý nghĩa bao bì sản phẩm trên thị trường.....	35
Tiểu kết chương 2	36
CHƯƠNG III: BÁO CÁO KẾT QUẢ THIẾT KẾ	37
3.1 Logo.....	37
3.1.1 Giới thiệu các phác thảo Logo	37
3.1.2 Ý tưởng và ý nghĩa Logo	37
3.2 Giới thiệu bộ bao bì hạt dinh dưỡng Green Nuts	40
3.2.1 Ý tưởng và concept bộ bao bì hạt dinh dưỡng Green Nuts.....	40
3.2.2 Nguyên liệu sử dụng thiết kế bộ bao bì Green Nuts	40
3.2.3 Ý tưởng thiết kế bộ bao bì.....	41
3.2.4 Kết cấu bộ bao bì.....	43
3.3 Đồ án hoàn thiện.....	45
3.3.1 Bộ bao bì hạt	45
3.3.2 Bộ tem dán hạt	48
3.3.3 Bộ bao bì thanh ngũ cốc.....	53
3.3.4 Đồ án phụ	57
3.4 Tổng thể đồ án hoàn thiện	61
Tiểu kết chương 3	62
PHẦN KẾT LUẬN	63
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	64

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1. Phần mềm Adobe Illustrator CC	12
Hình 1.2. Phần mềm Adobe Photoshop CC	13
Hình 2.1: Bộ bao bì sản phẩm	15
Hình 2.2: Bộ bao bì nhận diện đồ ăn nhanh Burger King	20
Hình 2.3: Typography trên bao bì sản phẩm	22
Hình 2.4: Hình ảnh minh họa bao bì	23
Hình 2.5: Kết cấu bao bì hộp sản phẩm.....	23
Hình 2.6: Bao bì chất liệu gỗ.....	25
Hình 2.7: Bao bì chất liệu Polime	26
Hình 2.8: Bao bì chất liệu vải	26
Hình 2.9: Bao bì chất liệu giấy	27
Hình 2.10: Bao bì chất liệu kim loại.....	27
Hình 2.11: Bao bì chất liệu thủy tinh	28
Hình 2.12: Logo và bao bì thương hiệu nước trái cây Nourish Juices.....	29
Hình 3.1: Các phác thảo logo	37
Hình 3.2: Logo được chọn.....	38
Hình 3.3: Logo lên máy	38
Hình 3.4: Logo âm bản	39
Hình 3.5: Ý tưởng logo.....	39
Hình 3.6: Nguyên liệu và màu sắc sử dụng thiết kế bao bì	41
Hình 3.7: Ý tưởng background lần 1 cho bao bì hạt điều	41
Hình 3.8: Ý tưởng background lần 2 cho bao bì mắc ca.....	42
Hình 3.9: Ý tưởng background lần 3 cho bao bì hạt dẻ cười	42
Hình 3.10: Phác thảo bao bì hạt điều.....	43
Hình 3.11: Phác thảo bao bì hạt mắc ca	43
Hình 3.12: Phác thảo bao bì hạt dẻ cười.....	44
Hình 3.13: Phác thảo bao bì thanh ngũ cốc nam việt quất và hạt điều	44
Hình 3.14: Phác thảo bao bì thanh ngũ cốc nấm hương và hạt điều	45
Hình 3.15: Bao bì hạt điều.....	45
Hình 3.16: Mockup bao bì hạt điều	46

Hình 3.17: Bao bì hạt mắc ca	46
Hình 3.18: Mockup bao bì hạt mắc ca.....	47
Hình 3.19: Bao bì hạt dẻ cười.....	47
Hình 3.20: Mockup bao bì hạt dẻ cười	48
Hình 3.21: Tem nhãn mắc hạt điều	48
Hình 3.22: Mockup tem nhãn mắc hạt điều	49
Hình 3.23: Tem nhãn mắc hạt mắc ca	49
Hình 3.24: Mockup tem nhãn mắc hạt mắc ca	50
Hình 3.25: Tem nhãn mắc hạt dẻ cười	50
Hình 3.26: Mockup tem nhãn mắc hạt dẻ cười	51
Hình 3.27: Tem nhãn mắc hạt hỗn hợp	51
Hình 3.28: Mockup tem nhãn mắc hạt hỗn hợp	52
Hình 3.29: Bao bì thanh ngũ cốc nam việt quất và hạt điều.....	53
Hình 3.30: Mockup bao bì thanh ngũ cốc nam việt quất và hạt điều.....	53
Hình 3.31: Bao bì thanh ngũ cốc nấm và hạt điều	54
Hình 3.32: Mockup bao bì thanh ngũ cốc nấm và hạt điều.....	54
Hình 3.33: Vỏ bao bì thanh ngũ cốc nam việt quất và hạt điều	55
Hình 3.34: Mockup vỏ bao bì thanh ngũ cốc nam việt quất và hạt điều.....	55
Hình 3.35: Vỏ bao bì thanh ngũ cốc nấm và hạt điều	56
Hình 3.36: Mockup vỏ bao bì thanh ngũ cốc nấm và hạt điều.....	56
Hình 3.37: Bao bì hộp quà tặng.....	57
Hình 3.38: Túi giấy.....	58
Hình 3.39: Poster	59
Hình 3.40: Banner.....	60
Hình 3.41: Li xì	60
Hình 3.42: Tổng thể đồ án hoàn thiện	61

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong điều kiện nền kinh tế phát triển, lưu thông hàng hóa trong thị trường ngày càng mở rộng, việc hình thành các đơn vị kinh doanh sản xuất thương mại ngày càng nhiều và đang dạng hóa các mặt hàng. Để tiếp cận các sản phẩm một cách mạnh mẽ, ấn tượng đến người tiêu dùng thì vấn đề bao bì ngày càng trở lên quan trọng với các doanh nghiệp kinh doanh sản xuất. Một sản phẩm không những có chất lượng tốt mà phải có bao bì đẹp, có nhận diện riêng giúp người tiêu dùng phân biệt sản phẩm của doanh nghiệp giữa rất nhiều sản phẩm khác trên thị trường. Khi nhìn vào một bao bì sản phẩm, khách hàng chưa thực sự đánh giá được chất lượng hoặc không có ý định mua hàng nhưng lại bị ấn tượng bởi thiết kế thông minh, đẹp mắt, từ đó dễ dàng tạo cơ hội chinh phục được những khách hàng ngẫu hứng bằng bao bì và mẫu mã sản phẩm. Hay đối với những khách hàng quan tâm đến vấn đề môi trường và có xu hướng tiêu dùng ‘xanh’, họ sẽ bị thu hút bởi những sản phẩm được đóng gói bởi bao bì làm từ nguyên liệu thân thiện với môi trường. Thị trường đa dạng có rất nhiều sản phẩm đến từ các nhà sản xuất, thương hiệu khác nhau có công dụng và chức năng gần giống nhau, bởi vậy bao bì sản phẩm rất cần thiết cho việc giúp người tiêu dùng phân biệt và lựa chọn sản phẩm mà mình mong muốn. Bao bì là yếu tố quan trọng góp phần tạo niềm tin, đưa quyết định lựa chọn sản phẩm.

Xuất phát từ những thực tế trên, em đã chọn đề tài: “Thiết kế bộ bao bì sản phẩm hạt dinh dưỡng Green Nuts” làm đề tài nghiên cứu cho đề án của mình, hiểu biết của mình về thiết kế đồ họa đã được học trong nhà trường để tạo nên bộ bao bì đảm bảo yêu cầu về tính đồ ăn vặt và khả năng ứng dụng thực tế. Đồng thời cũng muốn chứng minh tính ứng dụng đa dạng của đồ họa đối với cuộc sống và xã hội hiện nay.

2. Mục đích nghiên cứu

Đối với doanh nghiệp để quảng bá thương hiệu rộng rãi sản phẩm trên thị trường, đạt được doanh thu cao, việc truyền thông Marketing về thương hiệu và các sản phẩm trực thuộc vô cùng quan trọng, nó chính là mũi tên đi song song với sản xuất kinh doanh quyết định sự thành công của doanh nghiệp.

Trên nhiều phương diện khác nhau, truyền thông về mọi mặt là vô cùng quan trọng, trong đó về mặt truyền thông hình ảnh đặc biệt là yếu tố bao bì có độ phủ sóng, gắn bó gần gũi và mang tính lâu dài với người dùng. Lựa chọn bao bì là giải pháp tiếp cận người dùng, thứ mà ta có thể truyền tải mọi thông tin công dụng sản phẩm đến thông tin của doanh nghiệp. Người dùng có thể nắm bắt đầy đủ thông tin qua một lần tiếp cận sản phẩm.

Do đó, em chọn thiết kế bộ bao bì thương hiệu Green Nuts không chỉ đơn giản là thiết kế bao bì để bảo quản, vận chuyển mà còn truyền tải hình ảnh, thông điệp của thương hiệu từ giá trị cốt lõi. Bộ bao bì được hệ thống các thiết kế có ý nghĩa, màu sắc phù hợp với sản phẩm cũng như mang tới cho khách hàng những thông tin và sự lựa chọn tin cậy về sản phẩm.

3. Tình hình nghiên cứu

Trong thị trường sản phẩm tiêu dùng ngày nay, có vô vàn các sản phẩm từ các thương hiệu sản xuất thương mại. Người tiêu dùng giờ đây có nhiều sự lựa chọn đáp ứng đầy đủ các nhu cầu bản thân trong cuộc sống hàng ngày. Nhưng chính sự đa dạng này lại khiến cho người tiêu dùng thấy phân vân trong việc lựa chọn nếu những sản phẩm này có kết cấu và công dụng giống nhau. Và sâu hơn đó là những thương hiệu kinh doanh thương mại này cần phải tách mình ra khỏi những đối thủ trên thị trường để người tiêu dùng có thể nhận ra họ và lựa chọn sản phẩm của họ. Vậy cách để giúp sản phẩm của họ nổi bật giữa vô vàn những sản phẩm khác ngoài tên thương hiệu ra thì việc đầu tư vào bao bì là cách đơn giản và hiệu quả nhất.

Trước tiên phải nói đến công dụng cơ bản của bao bì, từ khi bao bì xuất hiện với vai trò là vật bao bọc bên ngoài bảo vệ sản phẩm hàng hóa, để vận chuyển. Bao bì là thứ rất quan trọng không thể thiếu đối với nhiều sản phẩm, một ví dụ đơn giản đó là muốn vận chuyển lương thực như gạo ta cần có bao tải để đựng chúng hay ta cần chai lọ để đựng sữa. Để bảo quản sản phẩm ta cũng cần có bao bì bởi bao bì chính là lớp áo giáp bảo vệ sản phẩm với môi trường bên ngoài từ tác động vật lý bởi hay tác động hóa học. Chính vì vậy việc lựa chọn kiểu dáng và chất liệu bao bì phù hợp với sản phẩm cũng vô cùng quan trọng.

Không ngẫu nhiên ta lại chọn một chất liệu nào đó làm bao bì sản phẩm, tính vật lý và tính hóa học của sản phẩm sẽ quyết định đến chất liệu bao bì. Để bảo quản và