

# VAI TRÒ CỦA HÌNH ẢNH TRONG THIẾT KẾ BAO BÌ

I PHẠM THỊ THÚY AN

Email: phamthuyan99tn@gmail.com

K9C Ngành Thiết kế đồ họa - Trường ĐHSP Nghệ thuật Trung ương

## THE ROLE OF IMAGES IN PACKAGING DESIGN

### TÓM TẮT

Bao bì nhãn mác ngoài công dụng chính để đựng, bọc gói sản phẩm còn là một phương thức thể hiện trình độ thẩm mỹ, sự sáng tạo của con người. Thiết kế bao bì nhằm mục đích truyền tải thông tin sản phẩm, kích thích tiêu thụ hàng hóa, thúc đẩy nền phát triển kinh tế, thương mại, văn hóa, xã hội trong và ngoài nước. Một trong những yếu tố để tạo nên một bao bì sản phẩm có tính thẩm mỹ cao chính là sự kết hợp hoàn hảo giữa nghệ thuật chữ, hình ảnh và màu sắc, trong đó, hình ảnh giữ một vai trò vô cùng quan trọng về thẩm mỹ trong thiết kế bao bì.

**Từ khóa:** Thiết kế, bao bì, hình ảnh, sản phẩm



### ABSTRACT

Packaging of labels in addition to the main uses for packaging and wrapping products is also a means of expressing aesthetic level and creativity of people. Packaging design aims to convey product information, stimulate consumption of goods, promote economic, commercial, cultural and social development. One of the elements to create a highly aesthetic product packaging is the perfect combination of word art, images and colors, in which images play an extremely important role in Aesthetics in packaging design.

**Keywords:** Design, packaging, images, products

Vai trò của bao bì đang ngày càng trở nên quan trọng hơn trong việc xây dựng một thương hiệu mạnh, thể hiện phong cách riêng của sản phẩm. Bao bì sản phẩm là một trong những yếu tố tạo nên sự thành công cho doanh nghiệp cũng như mang lại những giá trị nhận diện cho thương hiệu, là một trong những phương tiện truyền thông marketing hữu hiệu của các nhãn hàng, một kênh phân phối tiếp thị mang lại hiệu quả kinh doanh tốt nhất. Hình ảnh là yếu tố không thể thiếu trong quá trình thiết kế bao bì sản phẩm và cũng là yếu tố tạo nên thiết kế bao bì sản phẩm đẹp. Hình ảnh được sử dụng trên bao bì còn mang mục đích thông tin tới khách hàng về nội dung của sản phẩm để định hướng người tiêu dùng trong việc lựa chọn sản phẩm.

Trong thế giới công nghệ và hình ảnh hiện nay, tính thẩm mỹ của bao bì trở nên vô cùng cần thiết. Vì vậy, thiết kế dạng hình ảnh cho bao bì có lẽ là một trong những giải pháp tối ưu cho bao bì sản phẩm.

Xét về phương diện kỹ thuật, có thể chia hình ảnh thành các dạng:

- Hình vẽ dạng véc tơ

Những dữ liệu hình vẽ kỹ thuật kiểu vector được tạo thành từ các thuật toán, sự phối trộn màu sắc dựa trên các điểm, đường giới hạn. Nó được tạo nên từ các hình cơ bản, đường cong, đường thẳng. Một đối tượng vector được tạo thành từ việc xếp chồng vô số

các đối tượng hình học cơ bản lên với nhau. Và một bản vẽ trên phần mềm đồ họa là sự kết hợp của nhiều đối tượng vector. Khi được lưu ở định dạng vector, thì cho dù thu phóng hình vẽ thế nào, chúng cũng sẽ không bị vỡ hình như định dạng ảnh ở độ phân giải thấp muốn chuyển sang độ phân giải cao hơn.

- Hình ảnh kỹ thuật số

Trong thế giới công nghệ và hình ảnh hiện nay, sáng tạo được hình ảnh đẹp là một điểm nhấn thị giác thu hút khách hàng mang ý nghĩa quyết định. Vì vậy, thiết kế bao bì dạng hình ảnh kỹ thuật số có lẽ là một giải pháp tối ưu nhất cho bao bì sản phẩm. Sau khi có bản thiết kế 2D, chúng ta có thể sử dụng các công cụ kỹ thuật số để tạo ra một bản bao bì đóng gói dạng 3D, hay chuyên hơn một chút là một bản mockup và chúng ta có thể hình dung được sản phẩm của mình sẽ trông như thế nào sau khi sản xuất. Khi sử dụng bao bì kỹ thuật số, chúng ta sẽ hình dung một cách dễ dàng nhờ trực quan sát thực với sản phẩm cuối cùng. Từ đó, sẽ biết được thiết kế và hình ảnh đưa vào có phù hợp hay không, số lượng chữ sử dụng như thế là nhiều hay ít, và liệu các thành tố có đủ để nổi bật hơn so với các sản phẩm khác? Người ta cũng có thể thử nghiệm thiết kế trên nhiều chất liệu khác nhau từ giấy, nhựa đến bìa cứng. Vừa giúp chúng ta có cảm nhận tốt hơn, vừa chọn được những chất liệu in ấn phù hợp nhất cho mục đích của mình. Bao bì kỹ thuật số giúp chúng ta hình dung được cụ thể sản phẩm của mình.

## ARTS

### *- Hình ảnh dạng bitmap*

Ngoài các dạng hình ảnh vector, hình ảnh kỹ thuật số thì hình ảnh bitmap cũng khá phổ biến được sử dụng trong bao bì. Bitmap là một dạng lưới ảnh gồm một loạt các chấm pixel nhỏ. Mỗi pixel là một hình vuông gắn với một màu và vị trí khác nhau tạo nên hình ảnh. Định dạng phổ biến của bitmap được sử dụng trên web là PNG, JPG, BMP, JPEG và GIF. Đồ họa xử lý hình ảnh dạng bitmap có thể chỉnh sửa bằng cách xoá và thay đổi màu của từng pixel (Mỗi Pixel là một ô vuông, dạng điểm ảnh mà mắt thường không thể nhìn thấy được, chúng ta chỉ thấy khi chúng được phóng to trong phần mềm đồ họa vi tính). Trong bao bì, người thiết kế thường sử dụng hình ảnh bitmap để làm cho bao bì trở nên ấn tượng hơn trong mắt người tiêu dùng.

Bao bì sản phẩm hình ảnh dạng vector và hình ảnh dạng kỹ thuật số là hai loại đang được ưa chuộng nhất trên thị trường. Ngoài các dạng hình ảnh vector, hình ảnh kỹ thuật số thì hình ảnh bitmap cũng khá phổ biến được sử dụng trong bao bì, góp phần làm cho bao bì ấn tượng hơn so với những sản phẩm khác.

Nếu nhìn về hình thức thể hiện, cũng có thể chia hình ảnh trong thiết kế bao bì theo các dạng:

### *- Hình thức thể hiện hình ảnh bằng nhiếp ảnh*

Đây là hình thức thường gặp nhất trên các bao bì sản phẩm, nhằm mục đích làm rõ nhất nội dung cần thông tin, tạo cho người tiêu dùng có những nội dung đích thực, rõ ràng.

### *- Hình thức thể hiện hình ảnh bằng thủ pháp đồ họa mảng*

Đây là hình thức thể hiện hình ảnh khá độc đáo, tạo cho bao bì sản phẩm có giá trị nghệ thuật cao. Thông qua hình thức thể hiện này mà người thiết kế có thể truyền đạt được mong muốn của mình về nội dung sản phẩm và ý đồ biểu hiện đến với khách hàng. Hình thức thể hiện hình ảnh bằng nét cũng được các nhà thiết kế đưa vào gợi ấn tượng về sản phẩm. Công năng cơ bản nhất của nét là bao ngoài để xác định giới hạn của hình ảnh, hình ảnh ở đây có thể cụ thể hoặc mang tính gợi mở về một đối tượng mà nó định diễn tả. Đối với thiết kế đồ họa nói chung hay trong thiết kế bao bì, minh họa hình ảnh bằng nét có tầm quan trọng như nhiếp ảnh để gợi sự thể hiện nội dung của sản phẩm. Phương pháp thể hiện hình ảnh bằng nét có nhiều thuận lợi hơn là dùng phương pháp nhiếp ảnh, dùng nét có thể diễn tả bất cứ điều gì mà người họa sĩ có thể tưởng tượng trong tâm trí mình.

### *- Hình thức thể hiện hình ảnh bằng các modul*

Các modul kết hợp với nhau tạo ra bộ cục hài hòa, làm nên sự độc đáo riêng cho sản phẩm. Cách thức này ta thường gặp ở một số bao bì có kết cấu đơn giản như các hộp vuông, chữ nhật, túi xách tay... Bên cạnh

đó, một số cách thể hiện hình ảnh bằng các phương khác như vẽ tranh, khắc trở để tạo hiệu quả thẩm mỹ đồng thời làm tăng giá trị sản phẩm.

Ngoài những hình thức thể hiện hình ảnh đã nói như trên, để tăng thêm phần hấp dẫn cho sản phẩm, người thiết kế cũng có thể trang trí bao bì bằng những đường diềm chạy quanh tạo thành một chuỗi hoa văn hình ảnh kéo dài nhằm lôi cuốn thị giác người tiêu dùng. Những bao bì sử dụng hình thức này thường dành cho các sản phẩm có tính chất quý hiếm như: các hộp rượu, hộp chè... hiện nay một số bao bì sản phẩm của bánh kẹo, mỹ phẩm cũng rất ưa chuộng hình thức thể hiện này. Việc sử dụng hình ảnh bằng chính logo của hãng sản xuất trên bao bì cũng đang là xu hướng hiện nay của nhiều nhà thiết kế: Trên bao bì hình ảnh logo có thể để nguyên, ghép hợp hay xen bót đều tùy thuộc vào chủ ý của họa sỹ thiết kế. Thông thường, khi dùng hình ảnh logo để trang trí thì màu sắc trên bao bì lúc này thường nhẹ nhàng hoặc ngược lại để nhấn mạnh hình ảnh của logo trên đó. Như thế, việc sử dụng hình ảnh trên bao bì là yếu tố thẩm mỹ khá độc đáo đem lại thành công cho thiết kế. Với vai trò quan trọng của việc đưa hình ảnh vào bao bì, đòi hỏi nhà thiết kế phải sử dụng hình ảnh thật tinh tế, hợp lý mà vẫn độc đáo, gây ấn tượng tốt đối với khách hàng. Nhưng đôi khi, việc sử dụng hình ảnh trên bao bì một cách quá tùy tiện, không phù hợp, không thông tin được nội dung của sản phẩm sẽ gây những hậu quả không tốt ảnh hưởng tới việc tiêu thụ hàng hoá và tâm lý khách hàng.

Cùng với yếu tố chữ vào màu sắc thì việc đưa yếu tố hình ảnh lên bao bì cũng đóng vai trò quan trọng đối với các giá trị về thẩm mỹ và công năng sử dụng của sản phẩm. Hình ảnh là yếu tố không thể thiếu trong quá trình thiết kế bao bì sản phẩm và cũng là yếu tố tạo nên thiết kế bao bì sản phẩm đẹp. Hình ảnh đó có thể là sản phẩm, phim hoạt hình, mô hình hay bất cứ thứ gì. Hình ảnh được sử dụng trên bao bì cũng mang mục đích thông tin tới khách hàng về nội dung của sản phẩm để định hướng người tiêu dùng trong việc lựa chọn sản phẩm.

Bao bì thường được các họa sỹ rất quan tâm về phần trang trí trên các bề mặt của nó. Vì thế mà yếu tố hình ảnh được sử dụng nhiều trong các thiết kế. Hình ảnh có thể là chụp ảnh, tranh vẽ (màu nước, sơn dầu...), ảnh đã qua xử lý vi tính hay bằng những hình thức đồ họa khác (mảng, nét, khắc, trở...) nhằm thông tin cho người tiêu dùng về sản phẩm. Bao bì thường được các họa sỹ rất quan tâm về phần trang trí trên các bề mặt của nó. Vì thế mà yếu tố hình ảnh được sử dụng nhiều trong các thiết kế. Hình ảnh có thể là chụp ảnh, tranh vẽ (màu nước, sơn dầu...), ảnh đã qua xử lý vi tính hay bằng những hình thức đồ họa khác khác (mảng, nét, khắc, trở...) nhằm thông tin cho người tiêu dùng về

## ARTS

sản phẩm. Điều này rất quan trọng đối với tất cả các loại hàng hoá, vì thế người hoạ sỹ thiết kế phải biết lựa chọn hình ảnh cho phù hợp với sản phẩm mà bao bì chứa đựng.

Tuỳ vào tính chất của sản phẩm, mà quyết định hình ảnh trên bao bì có xuất hiện hay không. Chẳng hạn, nếu bao bì của sản phẩm với chất liệu là nylon, nhựa trong, thuỷ tinh thì việc đưa hình ảnh sản phẩm lên đó là không cần thiết vì tự sản phẩm đó đã thể hiện nội dung của nó rồi. Nhưng đối với chất liệu bao bì là giấy, bìa hoặc những bao bì được đóng gói kín thì việc đưa hình ảnh sản phẩm vào là rất cần thiết bởi như thế khách hàng khi mua sản phẩm sẽ dễ dàng nhận biết từng loại hàng để sử dụng phù hợp. Để chứng minh cho quan điểm trên, người viết xin đưa ra ví dụ về sản phẩm sữa dành cho đối tượng là vận động viên thể thao nhưng mỗi loại lại phục vụ cho các vận động viên ở các bộ môn khác nhau, để nhận biết được điều này người ta có thể thấy ở hình ảnh thể hiện trên bao bì. Mong muốn của người thiết kế là đưa hình ảnh giúp cho khách hàng dễ nhận biết về nội dung sản phẩm một cách khác thông qua hình ảnh người ta còn cảm nhận được hương vị của nó nữa. Đơn cử, một số sản phẩm nước hoa quả, người thiết kế đã sử dụng hình ảnh của các loại trái cây đã làm ra loại nước này để người tiêu dùng dễ dàng nhận biết và lựa chọn cho mình loại nước uống phù hợp nhất. Bao bì cũng hỏi giá trị thẩm mỹ của sáng tác bởi đây là yếu tố quan trọng hàng đầu góp phần thu hút khách hàng và quảng cáo doanh nghiệp. Mỗi một sản phẩm khi đến tay người tiêu dùng đều phải mang trong nó nội dung của sản phẩm, một bao bì đạt được tính thẩm mỹ có nghĩa là đã làm tăng thêm giá trị chất lượng sản phẩm mà điều này chính là mục tiêu kinh doanh của các nhà sản xuất.

Trước tiên, phải nói đến hình dáng bên ngoài của bao bì sản phẩm. Điều này mang ý nghĩa rất quan trọng. Vì hình dáng bên ngoài của bao bì không những mang giá trị thẩm mỹ mà còn là yếu tố quyết định tính công năng sử dụng của bao bì đó. Hình dáng đề cập tới ở đây là hình khối của bao bì, bao bì có rất nhiều hình khối đa dạng như: hình chữ nhật, tam giác, hình vuông hay đa giác tuy nhiên đặc trưng của sản phẩm cũng quyết định hình dáng, chất liệu bao bì. Chẳng hạn như những mặt hàng mỹ phẩm, vì chất liệu được sử dụng đa phần là nhựa và thuỷ tinh nên có thể tạo được nhiều hình dáng khác nhau, đem lại hiệu quả thẩm mỹ cao. Khi đã có khối hình phù hợp với sản phẩm chứa bên trong thì trong quá trình thiết kế cũng phải tính tới chiều cao, độ dày mỏng của bao bì. Lúc này, tính thẩm mỹ của bao bì nằm ngay trong cấu trúc của nó: đẹp ở độ dày, độ mỏng; đẹp trong kích thước cao rộng của bao bì. Để tăng thêm sức hấp dẫn với một số bao bì là dạng túi xách thì yếu tố quai xách, nắp đáy cũng được tính đến, đôi khi phần này cũng được

coi là điểm nhấn của thiết kế. Cái đẹp ở hình dáng bên ngoài của sản phẩm còn đi kèm với các yếu tố đồ hoạ như: màu sắc, bố cục, hình ảnh... để thu hút khách hàng tiêu dùng sản phẩm trong cơ chế cạnh tranh kinh tế gay gắt như ngày nay. Một bao bì mang tính thẩm mỹ còn thể hiện được cả vẻ đẹp đặc trưng của sản phẩm, người tiêu dùng có thể nhìn thấy được trực tiếp hàng hoá đó là loại sản phẩm gì: là đồ rắn, đồ khô, hay chất lỏng... điều này thường thấy rõ ở loại bao bì có chất liệu là thuỷ tinh, nylon, nhựa trong. Để làm tăng giá trị thẩm mỹ cho sản phẩm, một số hãng còn đưa ra ý tưởng trang trí cho mặt bên trong của bao bì. Để làm tăng tính thẩm mỹ cho bao bì sản phẩm, ngoài việc lựa chọn hình ảnh cho phù hợp với nội dung, người thiết kế còn phải biết kết hợp hình thức thể hiện hình ảnh đó bằng các phương pháp khác nhau.

Ngoài ra, trong thiết kế bao bì, hình ảnh truyền tải thông tin đóng vai trò vô cùng quan trọng, giúp truyền tải khéo léo những đặc điểm, tính năng của sản phẩm một cách nghệ thuật, tinh tế, từ đó tạo ra kết nối cảm xúc và thúc đẩy khách hàng mua sản phẩm. Một số cách hữu ích chắc chắn sẽ giúp các doanh nghiệp khai thác hết được hiệu quả của ảnh minh họa để có thể đưa ra mẫu bao gói ấn tượng, nổi bật, khác biệt và góp phần vào việc tăng doanh số bán.

Bao bì không đơn thuần là thứ để bảo vệ sản phẩm mà nó phải mang yếu tố thẩm mỹ và có tính công năng cao, thuận tiện cho chiến lược marketing của nhà sản xuất thu lợi nhuận cho doanh nghiệp. Khi nhu cầu thẩm mỹ của con người nảy sinh, họ sẵn sàng trả tiền nhiều hơn một chút cho sự tiện lợi, hình thức bên ngoài, độ tin cậy và vẻ lịch sự của sản phẩm. Một bao bì với hình ảnh đẹp và phù hợp sẽ kích thích tâm lý “muốn khám phá, muốn dùng thử” của khách hàng. Chính vì vậy, hình ảnh đã góp phần vô cùng quan trọng để bao bì là yếu tố không thể thiếu trong hệ thống nhận diện thương hiệu sản phẩm.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Thị Lại Giang, Trần Thanh Hà (2013), *Giáo trình thiết kế và sản xuất bao bì*, Nxb Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh.
2. Nguyễn Thị Hợp (2008), *Bao bì - Hồn của sản phẩm*, Nxb. Mỹ thuật, Hà Nội.
3. Lê Tấn Hùng (2004), *Kỹ thuật đồ hoạ*, Nxb. Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.
4. Nguyễn Hồng Hưng (2017), *Nguyên lý Design thị giác*, Nxb. Đại học Quốc Gia TP Hồ Chí Minh.
5. Nguyễn Duy Lãm (1997), *Thiết kế mẫu mã, Hiểu biết thực tiễn*, Nxb Mỹ thuật, Hà Nội.