



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

Trả lời nhanh: Túi tote thiết kế riêng cho bản in sắc nét khi bạn quyết định được chốt trước khi ai đó bàn đến số lượng. Thứ nhất, đặt bản thiết kế vào vùng in thực tế của túi, tránh xa đường may và đường chỉ khâu quai. Thứ hai, đếm số màu mực theo màu túi, vì túi tối màu thường cần lớp lót trắng. Thứ ba, đối màu pha Pantone trên chính màu vải thật, không đối trên giấy. Thứ tư, giao tệp đã tách màu và đúng tỷ lệ: vector cho in lụa, ảnh raster 300 dpi cho in chuyển nhiệt kỹ thuật số. Làm đúng những điều này, bạn loại bỏ những nguyên nhân phổ biến nhất gây ra bản in lốm đốm, khó nhìn hoặc lệch màu thương hiệu.

Hướng dẫn này dành cho đội ngũ thương hiệu và tiếp thị ở giai đoạn thiết kế, sau khi bạn đã quyết định muốn có túi tùy chỉnh gắn logo và trước khi duyệt bản duyệt mẫu. Nội dung gồm vị trí in, xác định kích thước vùng in, độ tương phản giữa mực và màu túi, đối màu trên vải canvas màu và chuẩn bị tệp. Nếu bạn vẫn cần chọn vải, cấu trúc túi hoặc mô hình nhà cung cấp, hãy bắt đầu với [hướng dẫn chỉ định, in và kiểm tra túi tote vải canvas tùy chỉnh](#), rồi quay lại đây để làm phần bản thiết kế.

Vì sao logo đẹp lại thành túi tote kém

Lỗi thường lộ ra khi mở thùng hàng. Logo trông sắc nét trên màn hình nhưng khi nhận hàng lại bị lốm đốm vì mực thấm vào thớ vải canvas. Hoặc biểu trưng xanh navy đậm gần như biến mất trên túi xanh lá đậm. Hoặc dòng khẩu hiệu mảnh bị bết lại đến mức không đọc được. Không lỗi nào trong số này là lỗi vải. Đó là những quyết định thiết kế mà không ai chủ ý đưa ra.

Chi phí không nằm ở hóa đơn in. Vấn đề là có ai mang chiếc túi hay không. Trong một khảo sát của Custom Ink do ASI đưa tin, 67 % trong số hơn 1,000 người mua cuối thuộc doanh nghiệp cho biết họ đánh giá một chiến dịch dựa trên việc người nhận có *tự nguyện* sử dụng sản phẩm hay không, và 45 % xếp độ bền là tính năng quan trọng nhất ([bài đưa tin của ASI về khảo sát người mua cuối năm 2026^{\[1\]}](#)). Nghiên cứu riêng của ASI cho thấy 78 % người tiêu dùng Mỹ giữ lại vật phẩm quảng cáo vì chúng hữu ích ([thông cáo ASI 2026 về lượt hiển thị^{\[2\]}](#)). Một chiếc túi khiến người ta ngại mang theo thì không tạo ra lượt hiển thị nào, dù giá rẻ đến đâu. Phản hồi công khai của một người nhận về một chiếc túi tote kỷ niệm văn phòng khác là: “đễ thương nhưng lần sau hãy tặng thứ gì đó hữu dụng.”

Cách khắc phục là một quy trình thiết kế ngắn, lặp lại được. Quy trình này coi chiếc túi là bề mặt chuyển động, gấp nếp và có kết cấu, chứ không phải khung thiết kế phẳng.

Mục lục

1. [“Thiết kế riêng” có nghĩa gì với túi tote](#)
2. [Cách lên kế hoạch cho túi tote thiết kế riêng để in sắc nét: 6 bước](#)
3. [So sánh các chiến lược thiết kế in](#)
4. [Câu hỏi thường gặp](#)
5. [Điểm chính cần nhớ](#)
6. [Kết luận](#)
7. [Nguồn tham khảo](#)

“Thiết kế riêng” có nghĩa gì với túi tote

Trong hướng dẫn này, thiết kế riêng là hệ thống bản thiết kế áp dụng lên túi. Hệ thống đó gồm bốn phần: vị trí đặt biểu trưng, kích thước, các màu sử dụng so với màu vải, và các tệp sản xuất chỉ dẫn cho xưởng in chính xác phải làm gì. Nó tách biệt với cấu trúc túi, tức là độ dày vải, hông xếp và quai. Cấu trúc túi được trình bày trên trang [túi tote vải canvas tùy chỉnh](#).

Sự phân biệt này quan trọng vì hai yếu tố chỉ tác động theo một chiều. Cấu trúc túi giới hạn những gì bản thiết kế có thể làm: túi có hông xếp có mặt trước phẳng nhỏ hơn, và kiểu dệt thưa nuốt mất chi tiết mảnh. Bản thiết kế không thể sửa được cấu trúc túi. Vì vậy hãy đọc thông số túi trước rồi thiết kế theo đó.

Cá nhân hóa giờ cũng là một phần của thiết kế. Doanh số của một mẫu túi tote canvas lâu đời tăng 75 % trong nửa đầu năm 2025 so với cùng kỳ năm trước, và các lãnh đạo trong ngành nói với CNBC rằng “cá nhân hóa là một phần rất lớn [của xu hướng này]” ([CNBC, tháng Bảy năm 2025^{\[3\]}](#)). Với các đội thương hiệu, đây là lý lẽ để chọn một biểu trưng chính gọn gàng, có chỗ cho dòng tên, đội nhóm hoặc sự kiện. Nó không phải lý lẽ để nhồi nhét kín mặt túi.

Cách lên kế hoạch cho túi tote thiết kế riêng để in sắc nét: 6 bước

Bước 1: Đặt bản thiết kế ở nơi chiếc túi thực sự được nhìn thấy

Hãy bắt đầu từ cách túi được mang, không phải từ tệp logo. Khi đeo vai, dải trên của mặt trước gập vào trong khi chịu tải, còn một phần ba dưới biến mất vào hông người hoặc vào nếp hông xếp. Vùng luôn phẳng và dễ thấy là phần giữa-trên của mặt túi, cao hơn tâm thực một chút. Biểu trưng chính của bạn nên nằm ở đó.



Sau đó đánh dấu các vùng cấm trên bản vẽ mẫu của bạn:

- **Đường may bên hông và đáy.** Khung lưới in và bàn ép chuyển nhiệt không thể nằm phẳng trên đường may, nên mực bị bỏ sót hoặc ra bóng mờ ở đó.
- **Điểm gắn quai.** Đường chỉ gia cố tạo các gờ làm đứt gãy mảng màu đặc.
- **Nếp hông xếp.** Trên túi có hông xếp, bản thiết kế chạy vào nếp gấp sẽ bị chia ra hai mặt phẳng.

Hãy yêu cầu nhà cung cấp gửi bản vẽ mẫu vùng in theo tỷ lệ 1:1 và dung sai vị trí in bằng văn bản. Một số xưởng báo khoảng $\pm 0,5$ cm. Sau đó thiết kế sao cho dù lệch theo hướng nào vẫn không chạm đường may nào. Chỉ một bước này đã ngăn được lời phàn nàn “logo bị lệch” thường xuất hiện trong các đánh giá công khai về túi tote thương hiệu.

Kiểm tra kích thước: in bản thiết kế đúng kích thước thật trên giấy, dán lên một chiếc túi trơn cùng mẫu, đeo túi lên vai và nhìn từ cách xa khoảng 3 mét. Nếu không đọc được tên thương hiệu ở khoảng cách đó, hãy phóng to hoặc bỏ phần chữ phụ. Một biểu trưng chỉ chiếm một phần vùng an toàn thường trông có chủ ý hơn biểu trưng kéo giãn sát hai mép, và còn chừa biên cho dung sai vị trí in.

Bước 2: Đếm màu mực theo màu túi, không đếm theo nền trắng

Nhà thiết kế đếm màu trên khung thiết kế nền trắng. Xưởng in đếm số khung lưới trên vải thật. Hai con số đó thường khác nhau.

- **Vải canvas màu tự nhiên hoặc kem.** Mực in ra hơi ấm hơn và kém bảo hòa hơn so với trên giấy trắng, còn các màu nhạt như vàng nhạt, màu pastel và xám nhạt mất tương phản rất nhanh.
- **Túi tối màu (xanh navy, đen, xanh lá đậm, đỏ mận).** Hầu hết mực màu cần lớp lót trắng để giữ độ tươi. Lớp lót đó là một khung lưới bổ sung. Vì vậy logo 2 màu trên túi xanh navy thường là việc in ba khung lưới, và lớp mực thêm khiến bản in có cảm giác dày hơn.
- **Túi tông trung (đỏ, xanh dương hoàng gia, xanh olive).** Đây là nhóm khó nhất về độ tương phản. Nhiều bảng màu thương hiệu có độ sáng tối quá gần với màu túi.



Kiểm tra tương phản nhanh không cần phần mềm đặc biệt. Chuyển cả mẫu màu túi và từng mẫu màu

mực sang thang xám. Nếu chúng nhập thành các sắc xám gần giống nhau, biểu trưng sẽ biến mất khi nhìn từ xa, dù màu sắc thực trông thế nào. Với túi tote màu tùy chỉnh, các phương án an toàn nhất thường là kiểu khoét 1 màu, trong đó vải túi trở thành “màu” thứ hai, hoặc mực sáng trên túi tối với độ tương phản sáng tối cao.

In lụa thường tiết kiệm nhất ở mức 1–4 màu pha, vì mỗi màu thường cần khung lưới và công đoạn cài đặt riêng. Quá khoảng bốn màu pha, nhiều xưởng sẽ khuyên chuyển sang phương pháp in chuyển nhiệt kỹ thuật số hoặc đơn giản hóa bản thiết kế. Nếu logo của bạn có chuyển sắc, hãy hỏi xưởng in xem có nên mặc định dùng phiên bản màu phẳng cho túi không. Các điểm lưới bán sắc mịn thường bị vỡ trên thớ vải canvas thô. Để biết phương pháp trang trí nào phù hợp với số lượng và loại vải của bạn, hãy xem [phần so sánh các phương pháp trang trí trên trang túi tote canvas của chúng tôi](#); phần còn lại của hướng dẫn này tập trung vào bản thiết kế.

Bước 3: Đối màu pha Pantone trên chính loại vải thật

Màu Pantone được định nghĩa trên giấy. Vải canvas làm thay đổi chúng theo hai cách. Mực thấm vào sợi, và trên mọi túi không phải màu trắng, màu vải lộ qua và ám sắc lên mực. Màu đỏ thương hiệu được chỉ định là màu pha PMS có thể ra màu đỏ gạch trên canvas tự nhiên và xỉn đục trên nền be nếu không ai thử.



Một quy trình đối màu khả thi:

1. **Chỉ định màu pha bằng mã PMS** trong tệp và bằng văn bản. “Màu đỏ thương hiệu của chúng tôi” không phải là một thông số.
2. **Yêu cầu mẫu in thử màu trên đúng màu túi thật**, tức là mẫu mực thật được in trên loại vải đó. Bản duyệt kỹ thuật số xác nhận vị trí nhưng không cho bạn biết điều gì đáng tin về màu in.
3. **Đánh giá dưới ánh sáng ban ngày trung tính**. Các xưởng thường so mẫu dưới nguồn sáng chuẩn D65. Đèn LED văn phòng và màn hình sẽ đánh lừa bạn.
4. **Thống nhất dung sai**. Một số xưởng ghi giới hạn chênh lệch màu như $\Delta E \leq 2,0$ vào tiêu chí nghiệm thu. Dù dùng con số nào, hãy ghi vào đơn đặt hàng thay vì dựa vào “gần giống là được”.
5. **Coi màu túi là một phép đối màu riêng**. Nhuộm chính tấm vải theo màu thương hiệu là yêu

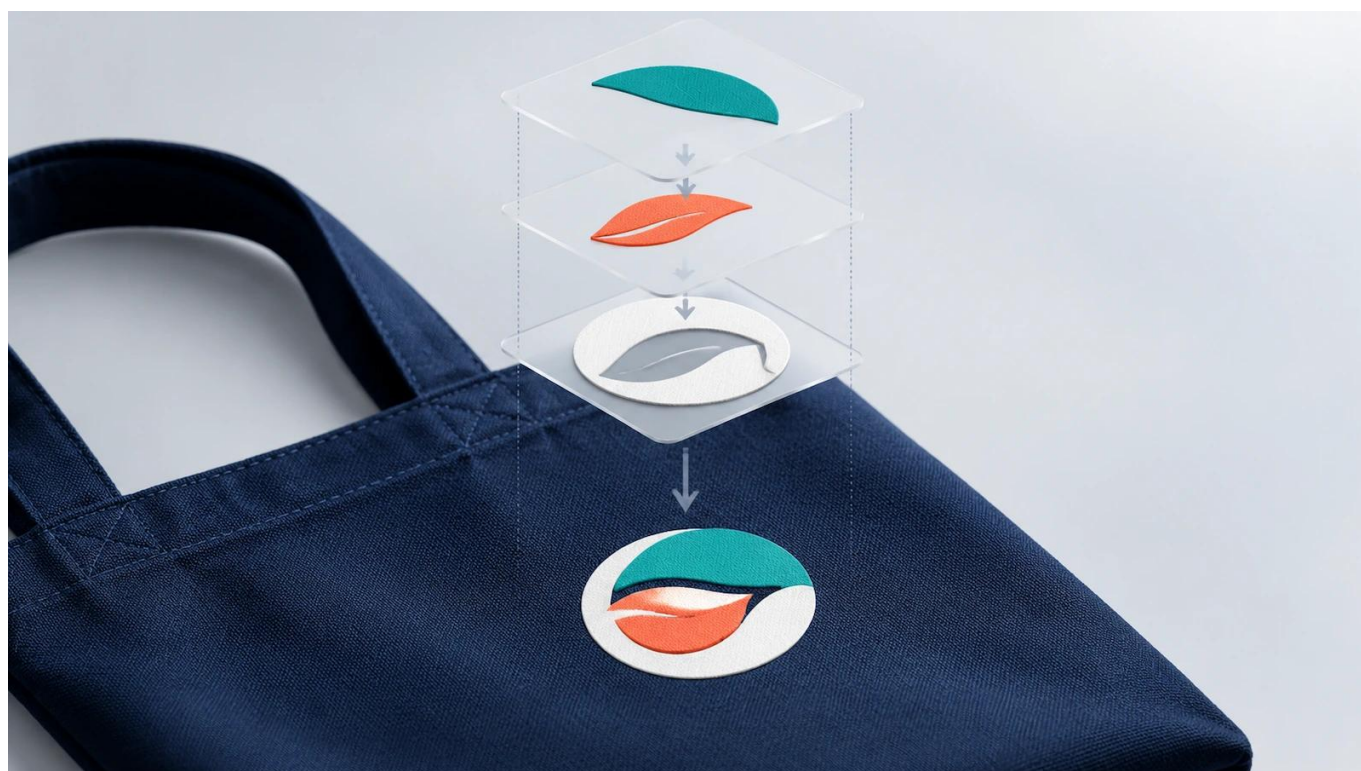
cầu khác với đối màu mực, và vải nhuộm có sự khác biệt giữa các mẻ nhuộm. Hãy yêu cầu mẫu vải từ lô sản xuất.

6. **Lưu trữ mọi thứ cho các đơn đặt lại:** ảnh mẫu in thử màu đã duyệt, mã tham chiếu mực, và tệp khung lưới hoặc tệp chuyển nhiệt. Đơn đặt lại thiếu những thứ này sẽ bị lệch màu.

Độ bền cũng là một yếu tố đầu vào của thiết kế. Số liệu do nhà cung cấp công bố rất khác nhau: mực in lụa gốc nước được cho là chịu được 50+ chu kỳ giặt, và một số bản in trực tiếp lên vải được đánh giá khoảng 15-25 lần giặt. Nếu túi sẽ được giặt, hãy yêu cầu kết quả độ bền giặt. Một phương pháp phổ biến là AATCC TM61 với thang đánh giá xám, và một số người mua đặt cấp 3 trở lên làm mức tối thiểu. Đừng suy ra độ bền từ một bức ảnh.

Bước 4: Chuẩn bị tệp để xưởng in dùng được mà không phải đoán

Bản thiết kế chưa sẵn sàng để in là một trong những nguyên nhân chậm tiến độ sản xuất được nhắc đến thường xuyên nhất: logo độ phân giải thấp, thiếu tách màu, và bản duyệt chờ nhiều người phê duyệt. Một bộ tệp gọn gàng loại bỏ các vòng sửa đó.



Phương pháp trang trí	Định dạng tệp	Phải có	Lý do bị từ chối thường gặp
In lụa	Vector AI, EPS hoặc PDF	Phông chữ đã chuyển thành đường bao; mỗi màu pha có 1 lớp riêng, đặt tên theo mã PMS; ghi chú lớp lót cho túi tối màu	JPEG nhúng giả làm “vector”; phông chữ chưa chuyển đường bao; màu không được đặt tên
DTF / DTG (kỹ thuật số)	PNG 300 dpi ở kích thước in cuối cùng	Nền trong suốt; bản thiết kế cắt đúng kích thước in thực; nhúng hồ sơ màu nếu nhóm của bạn có dùng	Ảnh chụp màn hình hoặc logo web bị phóng to; khung nền trắng sau hình

Phương pháp trang trí	Định dạng tệp	Phải có	Lý do bị từ chối thường gặp
Thêu	Tệp vector gốc, nhà cung cấp chuyển thành tệp đường kim (“số hóa mẫu thêu”)	Phiên bản đơn giản hóa, không có nét cực mảnh hay chữ quá nhỏ; mã tham chiếu màu chỉ	Chữ nhỏ bị bết mũi chỉ; mảng thêu đặc lớn làm cứng vải mỏng

Hai bổ sung giúp tiết kiệm thời gian nhất. Thứ nhất, một **bản phối vị trí in**: bản vẽ phẳng của chiếc túi với bản thiết kế đặt đúng vị trí cùng khoảng cách đến đường may trên cùng và đường tâm. Bản này chỉ thể hiện vị trí, không thêm nội dung sáng tạo nào. Thứ hai, chỉ định **một người duyệt duy nhất** được nêu tên trong bản yêu cầu, để bản duyệt không bị chuyển qua cả một hội đồng. Nếu đội kinh doanh hoặc đội sự kiện cần góp ý, hãy thu thập ý kiến trước khi gửi bản yêu cầu, không phải sau khi bản duyệt quay lại.

Bước 5: Duyệt mẫu trên túi thật và thiết kế có tính đến độ co

Chỉ duyệt trên màn hình là một trong những lỗi in túi tote phổ biến nhất mà các nhà cung cấp nêu ra. Hãy yêu cầu mẫu tiền sản xuất thực tế và đối chiếu với bản yêu cầu: vị trí, kích thước, màu dưới ánh sáng ban ngày, độ sắc nét ở mép trên thớ vải, và bản in nằm thế nào khi túi chứa đồ và khi gấp.

Tiếp theo hãy tính đến độ co của cotton. Hướng dẫn từ nhà cung cấp cho biết độ co lần giặt đầu của vải canvas cotton chưa co trước vào khoảng 5–8 %. Trên vùng in 30 cm, mức đó lên đến khoảng 2,4 cm, đủ để kéo biểu trưng căn giữa lệch hẳn vị trí hoặc làm nhẵn mảng màu đặc lớn. Hãy chỉ định vải đã co trước trong bản yêu cầu, hoặc giặt thử một mẫu rồi kiểm tra lại bản thiết kế. Kèm theo túi một dòng hướng dẫn bảo quản (giặt nước lạnh lộn trái, phơi khô tự nhiên, không ủi lên bản in) để người nhận không làm hỏng bản in ngay lần giặt đầu.



Bước 6: Kiểm tra mọi tuyên bố mà bản thiết kế của bạn đưa ra

Mọi thứ in trên túi đều là một tuyên bố công khai của thương hiệu bạn. Túi tote thông thường nhìn chung nằm ngoài quy định bắt buộc về ghi nhãn sợi dệt của FTC. Nhưng một khi bạn tự nguyện nêu thông tin về sợi như “100 % cotton”, “hữu cơ” hoặc “tái chế”, thông tin đó phải trung thực và không gây hiểu lầm ([hướng dẫn ghi nhãn của FTC^{\[4\]}](#)). Trước khi in thông điệp thân thiện với môi trường, hãy kiểm tra xem chứng nhận có tồn tại không và chứng nhận đó bao phủ những gì:

- Tuyên bố về sợi hữu cơ thường được truy nguyên đến [GOTS^{\[5\]}](#) chứng nhận kèm các chứng nhận giao dịch.
- Một chứng nhận về chất có hại như [OEKO-TEX STANDARD 100^{\[6\]}](#) bao gồm các vật liệu đã được kiểm nghiệm, kể cả bản in và phụ kiện được liệt kê trên chứng nhận. Đây không phải là tuyên bố hữu cơ. Hãy đọc phạm vi của chứng nhận, đừng đọc bản tóm tắt của nhà cung cấp.
- Nếu thiết kế nhắm đến trẻ em, chẳng hạn hình nhân vật tặng ở trường, sản phẩm có thể được xếp vào sản phẩm dành cho trẻ em theo CPSIA. Khi đó các bộ phận có thể tiếp xúc bị giới hạn ở mức 100 ppm tổng hàm lượng chì và phải được bên thứ ba kiểm nghiệm ([CPSC^{\[7\]}](#)).
- Nếu bạn đang cân nhắc lớp hoàn thiện chống thấm nước hoặc chống bẩn cho hàng phân phối tại California, AB 1817 cấm PFAS được quản lý trong sản phẩm dệt. Ngưỡng là 100 ppm tổng flo hữu cơ kể từ ngày 1 tháng 1 năm 2025, giảm xuống 50 ppm kể từ ngày 1 tháng 1 năm 2027 ([California AB 1817^{\[8\]}](#)).

Tuyên bố có giá trị thương mại chứ không chỉ về pháp lý. Trong nghiên cứu của ASI về túi năm 2026, 86 % người tiêu dùng cho biết một chiếc túi bền vững sẽ khiến họ có cái nhìn thiện cảm hơn nữa với nhà quảng cáo. Điều đó khiến một tuyên bố có thể kiểm chứng đáng được in, còn tuyên bố không thể kiểm chứng là rủi ro về uy tín ([Nghiên cứu ASI 2026 về lượt hiển thị quảng cáo: Túi^{\[9\]}](#)).

So sánh các chiến lược thiết kế in

Hầu hết biểu trưng thương hiệu phù hợp với một trong năm chiến lược. Hãy chọn theo cách chiếc túi sẽ được nhìn thấy và số khung lưới hoặc bước mà mỗi chiến lược cần trên màu túi của bạn, chứ không chọn theo phiên bản logo đầy đủ nhất.

Chiến lược	Số màu / khung lưới thường dùng	Trên túi sáng màu	Trên túi tối màu	Phù hợp nhất	Rủi ro thiết kế chính
Khoét 1 màu (màu túi lộ ra qua biểu trưng)	1	Hiệu quả với mực đậm	Hiệu quả với mực trắng hoặc sáng	Sự kiện, quà tặng số lượng lớn, thương hiệu tối giản	Mất chi tiết nếu logo gốc phụ thuộc vào đường viền
2-4 màu pha	2-4, cộng lớp lót trắng trên túi tối màu	Tốt; chú ý các sắc nhạt	Cần lớp lót trắng nền lớp mực dày hơn	Biểu trưng dùng đủ bảng màu thương hiệu, túi bán lẻ	Màu tông trung có độ tương phản thấp với màu túi
Hình ảnh hoặc minh họa đủ màu	Quy trình kỹ thuật số (không cần khung lưới theo từng màu)	Đẹp nhất trên nền trắng hoặc tự nhiên	Thường cần lớp trắng; kiểm tra cảm giác chạm tay	Túi in ảnh, hợp tác với nghệ sĩ, lô nhỏ	Tệp gốc độ phân giải thấp; một số phương pháp giảm độ bền giặt
Tông sát tông (mực gần màu túi)	1	Tinh tế	Tinh tế	Thương hiệu “kín đáo” cao cấp, quà tặng nhân viên	Vô hình khi nhìn từ xa; trượt bài kiểm tra thang xám ngay từ thiết kế

Chiến lược	Số màu / khung lưới thường dùng	Trên túi sáng màu	Trên túi tối màu	Phù hợp nhất	Rủi ro thiết kế chính
Biểu trưng hoặc chữ lồng thêu cỡ nhỏ	Màu chỉ, tính giá theo số mũi thêu	Tốt	Tốt	Quà tặng, cá nhân hóa, bộ quà dành cho lãnh đạo	Chữ nhỏ bị bết; mảng thêu đặc làm cứng vải mỏng hơn

Có hai xu hướng lặp lại trong các thảo luận của nhà sáng tạo và người mua. Tên đơn giản, chữ lồng và biểu trưng gọn gàng bán chạy và được mang theo thường xuyên hơn so với hình đồ họa rối mắt. Và vải canvas dày hơn, phẳng hơn tái hiện mực đặc và đường thêu sắc nét hơn so với vải mỏng, dệt thưa. Nếu bản thiết kế của bạn nghiêng về minh họa chi tiết, hãy xác nhận vải đủ khả năng thể hiện trước khi chốt.

Câu hỏi thường gặp

Hỏi đáp: Tôi cần định dạng tệp nào cho túi tùy chỉnh có logo?

Với in lụa, hãy gửi vector AI, EPS hoặc PDF đã chuyển phông chữ thành đường bao và mỗi màu pha trên một lớp có đặt tên riêng. Với DTF hoặc DTG, hãy gửi PNG 300 dpi ở kích thước in cuối cùng với nền trong suốt. Với thêu, hãy gửi bản thiết kế vector gốc; nhà cung cấp sẽ chuyển thành tệp đường kim. Trong mọi trường hợp, hãy kèm bản phối vị trí in thể hiện khoảng cách đến đường may trên cùng và đường tâm.

Hỏi đáp: Thiết kế túi tote nên dùng bao nhiêu màu mực?

Càng ít càng tốt trong khả năng thương hiệu chịu được. In lụa thường hiệu quả nhất ở mức 1-4 màu pha, và trên túi tối màu, lớp lót trắng thường thêm một khung lưới. Kiểu khoét 1 màu thường là lựa chọn dễ đọc nhất khi nhìn từ xa. Để so sánh chi phí theo số màu trên túi của bạn, [hãy yêu cầu báo giá](#) kèm theo bản thiết kế của bạn.

Hỏi đáp: Có thể đối màu Pantone chính xác tuyệt đối trên vải canvas màu không?

Gần đúng, không giống hệt. Vải canvas thấm mực và màu vải ám sắc lên mực, nên mã Pantone tham chiếu trên giấy sẽ bị lệch. Hãy chỉ định màu pha PMS, duyệt mẫu in thử màu thật trên đúng màu túi dưới ánh sáng ban ngày D65, và ghi dung sai màu đã thống nhất vào đơn hàng.

Hỏi đáp: Nên đặt logo ở đâu trên túi tote?

Ở phần giữa-trên của mặt trước, cao hơn tâm một chút, tránh đường may bên hông, đường chỉ quai và nếp hông xấp. Vùng đó luôn phẳng và dễ thấy khi túi chứa đồ và đeo trên vai. Hãy yêu cầu bản vẽ mẫu vùng in và dung sai vị trí in của nhà cung cấp, và thiết kế sao cho độ lệch thông thường không bao giờ chạm đường may.

Hỏi đáp: Bản in có co hoặc biến dạng sau khi giặt không?

Có thể. Hướng dẫn từ nhà cung cấp cho biết độ co lần giặt đầu của vải canvas cotton chưa co trước vào khoảng 5-8 %, có thể làm biểu trưng căn giữa bị lệch hoặc làm nhăn mảng màu đặc lớn. Hãy chỉ định vải đã co trước hoặc giặt thử một mẫu, và đưa hướng dẫn bảo quản cho người nhận: giặt nước lạnh lộn trái, phơi khô tự nhiên, không ủi trực tiếp lên bản in.

Hỏi đáp: Có thể in chữ “hữu cơ” hoặc “tái chế” lên túi không?

Chỉ khi bạn chứng minh được. Túi tote thông thường nhìn chung được miễn quy định bắt buộc về ghi

nhân sợi của FTC, nhưng các tuyên bố tự nguyện về sợi phải trung thực. Tuyên bố hữu cơ thường dựa vào chứng nhận GOTS, còn tuyên bố tái chế dựa vào tiêu chuẩn hàm lượng tái chế kèm các chứng nhận giao dịch. Hãy kiểm tra mỗi chứng nhận thực sự bao phủ những gì trước khi đưa tuyên bố vào bản thiết kế.

Điểm chính cần nhớ

- **Thiết kế cho việc sử dụng tự nguyện, vì đó là cách người mua đo mức thành công.** — 67 % trong số hơn 1,000+ người mua cuối thuộc doanh nghiệp đánh giá chiến dịch dựa trên việc người nhận có chọn sử dụng sản phẩm hay không ([Nguồn](#))
- **Một chiếc túi được mang theo là một trong những lượt hiển thị rẻ nhất trong quà tặng thương hiệu.** — gần 5,000 lượt hiển thị trong suốt vòng đời, mỗi lượt khoảng 1/10 cent ([Nguồn](#))
- **Độ bền là tín hiệu giá trị mà người mua tin nhất, nên bản in bền khi giặt là một yêu cầu thiết kế.** — 70,4 % nêu độ bền là tín hiệu mạnh nhất về giá trị sản phẩm ([Nguồn](#))
- **Tuyên bố bền vững trên túi chịu sự soi xét kỹ vì túi là nhóm có nhu cầu bền vững cao nhất.** — túi dẫn đầu các nhóm sản phẩm về mức quan tâm đến tính bền vững với 21,6 % ([Nguồn](#))
- **Bản thiết kế theo chủ đề trẻ em có thể làm thay đổi nhóm tuân thủ của chiếc túi.** — giới hạn 100 ppm tổng hàm lượng chì đối với sản phẩm trẻ em ([Nguồn](#))
- **Lớp hoàn thiện bán tại California phải tuân thủ quy định về PFAS, và giới hạn sắp được siết chặt.** — hiện nay 100 ppm tổng flo hữu cơ, 50 ppm từ ngày 1 tháng 1 năm 2027 ([Nguồn](#))
- **Kênh này đủ lớn để chất lượng thiết kế, chứ không phải sự mới lạ, mới là thứ tạo khác biệt.** — doanh số của nhà phân phối sản phẩm quảng cáo tại Mỹ đạt \$27,1 tỷ trong năm 2025 ([Nguồn](#))

Số liệu về kênh lấy từ [bản ước tính doanh số của PPAI 2025^{\[10\]}](#) và số liệu về tín hiệu giá trị lấy từ [PPAI Research^{\[11\]}](#).

Kết luận

Bản thiết kế túi tote tốt đến từ việc coi chiếc túi là bề mặt gấp nếp, có kết cấu và có màu, chứ không phải một khung thiết kế phẳng. Đặt biểu trưng ở nơi nó vẫn nhìn thấy khi túi chứa đồ. Đếm khung lưới theo màu túi thật. Đối màu pha trên vải thật dưới ánh sáng ban ngày. Giao tệp sao cho xưởng in không phải đoán gì. Duyệt mẫu trực tiếp, thiết kế có tính đến độ co, và chỉ in những tuyên bố bạn có thể chứng nhận.

Khi bản yêu cầu thiết kế của bạn đã sẵn sàng, hãy mang nó đến trang [túi tote vải canvas tùy chỉnh](#) của chúng tôi để ghép với loại vải, cấu trúc túi và kế hoạch kiểm tra phù hợp, rồi gửi tệp kèm yêu cầu báo giá để được rà soát vị trí in và màu sắc.

Nguồn tham khảo

1. [ASI: Khảo sát cho thấy người mua cuối thuộc doanh nghiệp ưu tiên quà tặng quảng cáo cao cấp, phong cách \(tháng Một năm 2026\) ↵](#)
2. [Thông cáo báo chí của ASI: Sản phẩm quảng cáo mang lại lượt hiển thị với chi phí chỉ bằng một phần nhỏ của một cent \(tháng Tư năm 2026\) ↵](#)
3. [CNBC: Chiếc túi \\$40 này đang có mùa hè ăn khách nhất từ trước đến nay \(ngày 17 tháng 7 năm 2025\) ↵](#)

[2025\) ↵](#)

4. [Ủy ban Thương mại Liên bang Hoa Kỳ: Hướng dẫn vượt qua các yêu cầu ghi nhãn theo các Đạo luật về Hàng dệt và Len ↵](#)
5. [Tiêu chuẩn Dệt hữu cơ Toàn cầu \(GOTS\), Global Standard gGmbH ↵](#)
6. [OEKO-TEX: tài liệu tiêu chuẩn STANDARD 100 ↵](#)
7. [Ủy ban An toàn Sản phẩm Tiêu dùng Hoa Kỳ: Tổng hàm lượng chì ↵](#)
8. [Thông tin Lập pháp California: AB 1817, Đạo luật Quần áo và Hàng dệt An toàn Hơn ↵](#)
9. [ASI: Nghiên cứu 2026 về lượt hiển thị quảng cáo: Túi \(tháng Sáu năm 2026\) ↵](#)
10. [PPAI: Ước tính doanh số, ngành sản phẩm quảng cáo lên đỉnh cao mới \(2026\) ↵](#)
11. [PPAI Research: Năm mới, xu hướng mới \(phần nào\) ↵](#)

tháng 10 20, 2026