



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: Tờ rơi gấp ba là 1 tờ giấy in hai mặt, gấp hai lần, tạo ra 3 phần trên mỗi mặt giấy và tổng cộng 6 phần. Tại Mỹ, tờ rơi thường bắt đầu từ tờ giấy 8,5 x 11 in (khổ Letter) và gấp lại còn khoảng 3,67 x 8,5 in. Người đọc nhìn thấy bìa trước đầu tiên, tiếp đến là cánh gấp trong, rồi ba phần bên trong cùng lúc, và cuối cùng là phần mặt sau.

Nếu bạn đã tìm kiếm “tờ rơi gấp ba là gì”, có lẽ bạn đã quen với nó như tờ gấp đặt trên quầy lễ tân hay bàn triển lãm thương mại. Điều mà phần lớn mọi người không biết là 6 phần ấy không bằng nhau về kích thước, cũng không ngang nhau về tầm quan trọng. Có 1 phần được cắt hẹp hơn một chút để gấp vào bên trong các phần còn lại. Một phần khác là thứ đầu tiên người đọc thấy sau bìa. Còn một phần nữa thường chỉ được nhìn thấy khi lật tờ rơi lại hoặc khi rút đi. Hướng dẫn này giải thích cấu tạo của định dạng, người đọc thấy phần nào ở từng bước, và cách trình tự đó quyết định vị trí đặt từng thông điệp.

Vì sao nghĩ về “sáu ô nội dung” là cách tiếp cận sai

Vấn đề: Các nhóm tiếp thị và mua hàng thường giao việc cho tờ rơi gấp ba theo kiểu “6 phần, cứ điền vào”. Sau đó nhà thiết kế bố trí nội dung từ trái sang phải trên tờ giấy phẳng, đúng như hiển thị trên màn hình.

Hệ quả: Sau khi gấp, thứ tự thay đổi. Tiêu đề định mở đầu câu chuyện có thể rơi vào mặt sau. Thông tin liên hệ có thể nằm ở cánh gấp trong, nơi người đọc thường lướt qua. Văn bản nội dung đặt vắt ngang nếp gấp có thể bị nút dọc theo đường gấp. Mỗi vấn đề này thường chỉ lộ ra ở giai đoạn duyệt proof, khi việc đổi bố cục tốn thời gian và thêm một vòng proof nữa. Phản hồi trên mạng xã hội về tờ rơi gấp ba đã in lặp lại những phàn nàn giống nhau: “lỗi căn chỉnh nhỏ ở các nếp gấp” và các phần “rời ra sau một lần dùng”.

Giải pháp: Hãy nắm cấu trúc vật lý trước: vị trí các phần, hướng gấp và trình tự đọc. Sau đó gán từng thông điệp cho một phần dựa trên thời điểm người đọc sẽ nhìn thấy nó. Phần còn lại của bài viết để cập đúng nội dung đó.

Mục lục

1. [Tờ rơi gấp ba chính xác là gì?](#)
2. [6 phần và vị trí của chúng trên tờ giấy phẳng](#)
3. [Thứ tự trang của tờ rơi gấp ba](#)
4. [Tờ rơi gấp ba 8,5 x 11: các kích thước quan trọng](#)
5. [Cách gán thông điệp theo trình tự các phần](#)
6. [Gấp ba so với gấp chữ Z, gấp đôi và gấp công](#)
7. [Cần kiểm tra gì trước khi bàn giao file thiết kế](#)
8. [Câu hỏi thường gặp](#)
9. [Điểm chính cần nhớ](#)

Tờ rơi gấp ba chính xác là gì?

Tờ rơi gấp ba là một tờ giấy phẳng duy nhất có hai nếp gấp song song chia mỗi mặt giấy thành ba cột. Cả hai mặt đều được in, nên thành phẩm mang 6 phần nội dung. Khi gấp lại, chiều rộng chỉ bằng khoảng một phần ba chiều rộng tờ giấy ban đầu. Kích thước đó vừa túi áo sơ mi, giá trưng bày tiêu chuẩn hoặc phong bì thư thương mại.

Nhiều tên gọi khác cùng mô tả một sản phẩm. “Tờ rơi gấp ba”, “tờ thông tin gấp ba”, “tờ rơi 3 phần” và “tờ rơi gấp thư” nhìn chung là cùng một sản phẩm. Các nhà in cũng dùng “gấp thư” hoặc “gấp cuộn” để chỉ phương pháp gấp cụ thể, trong đó hai phần ngoài cuộn vào nhau như một lá thư được cho vào phong bì. Khi ai đó hỏi tờ thông tin gấp ba là gì, câu trả lời vẫn là cùng một định dạng ấy, thường in trên giấy mỏng hơn và dùng để cung cấp thông tin hơn là bán hàng.

Một vài thuật ngữ sẽ giúp việc trao đổi với nhà thiết kế và nhà in dễ hơn:

- **Phần:** một trong sáu hình chữ nhật tạo ra bởi các nếp gấp.
- **Phần gập vào (cánh gập trong):** phần ngoài được gập vào bên trong. Phần này được cắt hẹp hơn một chút để không bị vênh khi ép vào nếp gấp.
- **Bấm nếp (đường gấp):** đường được ép sẵn giúp giấy dày gấp gọn mà không làm nứt lớp mực in.
- **Vùng tràn lề (bleed):** phần hình ảnh mở rộng vượt ra ngoài đường cắt xén, thường là 0,125 in (3 mm), để không xuất hiện viền trắng sau khi cắt.
- **Vùng an toàn:** lề bên trong, thường cách đường cắt xén và nếp gấp 0,125 to 0,25 in, nơi nên giữ văn bản quan trọng.



6 phần và vị trí của chúng trên tờ giấy phẳng

Tờ giấy phẳng có một mặt ngoài và một mặt trong. Mỗi nhà in đánh số các phần theo cách riêng, nên bảng dưới đây dùng tên vị trí thay vì số. Hãy dùng cách đánh số theo mẫu của nhà in bạn chọn, nhưng nhớ xác nhận vị trí của từng phần.

Mặt giấy	Cột trái	Cột giữa	Cột phải
Mặt ngoài	Cánh gấp trong (phần gấp vào, xem ngay sau bìa)	Phần mặt sau (xem cuối cùng)	Bìa trước (xem đầu tiên)
Mặt trong	Trong bên trái (ở mặt sau của bìa)	Trong ở giữa	Trong bên phải (ở mặt sau của cánh gấp)

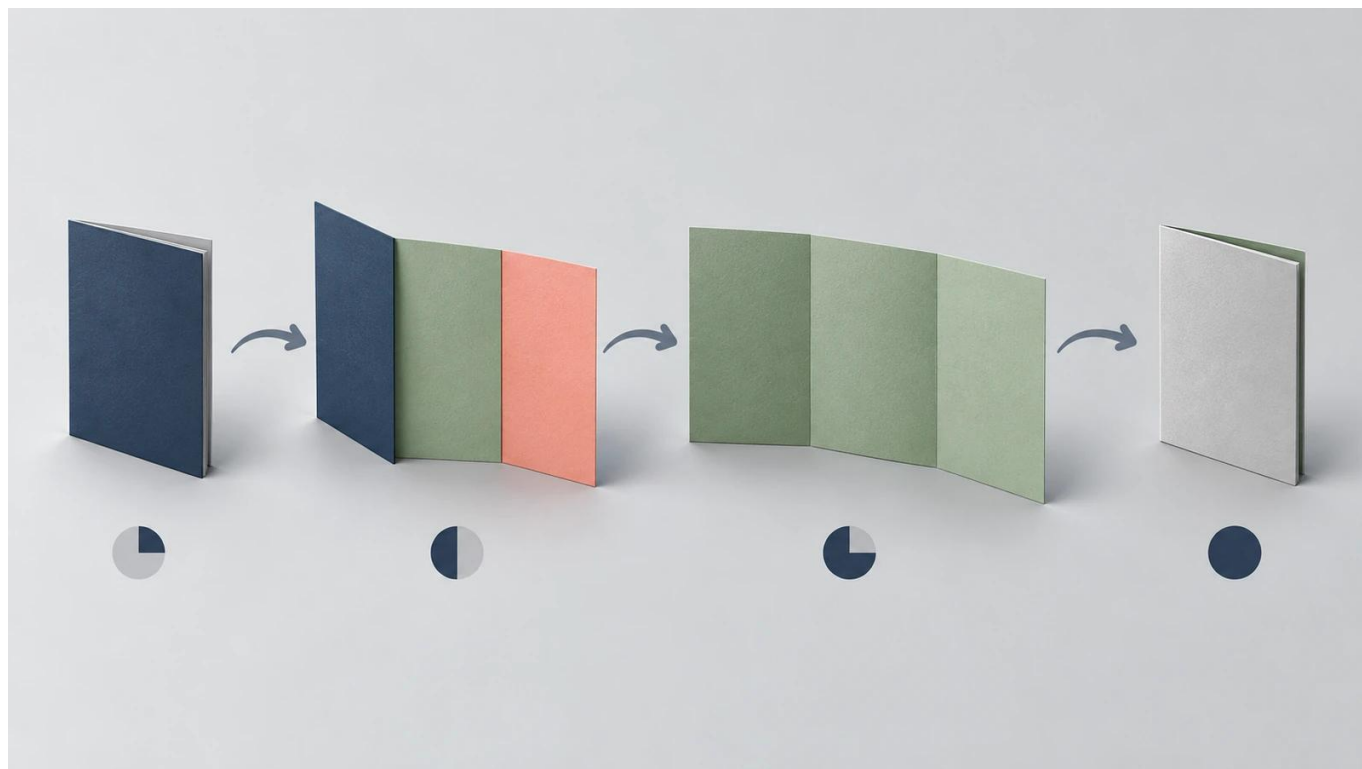
Có hai điểm khiến hầu hết người mua lần đầu bị nhầm. Thứ nhất, bìa trước nằm ở bên *phải* của mặt ngoài, chứ không phải bên trái. Thứ hai, phần mặt sau nằm ở *giữa*, vì nó trở thành mặt giống như sống gáy mà 2 phần còn lại cuộn quanh. Nếu bạn thiết kế mặt ngoài theo thứ tự đọc từ trái sang phải, bìa đi đầu, thì bìa sẽ bị gấp vào bên trong.

Thứ tự trang của tờ rơi gấp ba: người đọc thấy gì, theo trình tự

Thứ tự trang là trình tự mà một người gấp từng phần theo đúng nghĩa vật lý. Với kiểu gấp thư tiêu chuẩn, thứ tự này được cố định bởi phương pháp gấp:

1. **Bìa trước.** Phần duy nhất nhìn thấy được trên giá trưng bày hoặc trên bàn. Bìa có vài giây đầu tiên của sự chú ý.
2. **Cánh gấp trong + phần trong bên trái (mặt mở đầu tiên).** Mở bìa ra sẽ lật nó sang trái, để lộ phần trong bên trái và cánh gấp nằm cạnh nhau. Đây là góc nhìn “mở” đầu tiên, và nhiều nhà thiết kế coi cánh gấp như một đoạn gợi mở.
3. **Toàn bộ mặt trong mở ra.** Mở cánh gấp sang phải sẽ thấy phần trong bên trái, ở giữa và bên phải thành một khung rộng liền nhau, khoảng 11 x 8,5 in trên tờ giấy Letter.
4. **Phần mặt sau.** Được thấy khi người đọc gấp lại rồi lật tờ rơi qua, hoặc khi tờ rơi nằm úp mặt xuống. Phần này nhận được ít chú ý nhất, nhưng nó vẫn hiển thị khi tờ rơi được ghim lên bảng hoặc gửi đi không có phong bì.

Mặt mở đầu tiên là bước hay bị bỏ sót nhất. Trong chốc lát, người đọc thấy cánh gấp cạnh phần trong bên trái, nên 2 phần đó cần ăn khớp với nhau. Khi tờ rơi đã mở hoàn toàn, cánh gấp không còn trong tầm nhìn nữa, vì mặt in của nó hướng ra ngoài ở bên trái của tờ rơi đang gấp.



Tờ rơi gấp ba 8,5 x 11: các kích thước quan trọng

Tờ rơi gấp ba 8,5 x 11 là mặc định ở Bắc Mỹ vì nó dùng tờ giấy Letter tiêu chuẩn và gấp lại thành kích thước vừa với phong bì thương mại #10 (4,125 x 9,5 in). Các thị trường dùng khổ giấy ISO thường dùng A4, khi gấp lại thành khổ DL. Các số liệu dưới đây là hình học và thông lệ chuẩn bị bản in phổ biến, không phải thông số sản xuất. Luôn dán trang file thiết kế trên mẫu được cung cấp cho đơn hàng của bạn.

Số đo	Letter (Mỹ)	A4 (ISO)
Tờ giấy phẳng	8,5 x 11 in (215,9 x 279,4 mm)	210 x 297 mm (8,27 x 11,69 in)
Kích thước sau khi gấp (xấp xỉ)	3,67 x 8,5 in	99 x 210 mm (DL)
Chiều rộng mỗi phần theo cách chia đơn giản một phần ba	$11 \div 3 = 3,667$ in	$297 \div 3 = 99$ mm
Cách chia không đều thường gấp (phần ngoài / mặt sau / phần gấp vào)	3,6875 / 3,6875 / 3,625 in	100 / 100 / 97 mm
Vùng tràn lề điển hình cho mỗi cạnh	0,125 in	3 mm
Phong bì thường vừa	#10 (4,125 x 9,5 in)	DL (110 x 220 mm)

Phần gấp vào hẹp hơn vì giấy có độ dày. Nếu cả 3 phần đều rộng đúng một phần ba, phần gấp vào sẽ bị đẩy sát nếp gấp bên trong, phồng ra ngoài và khiến tờ rơi không nằm phẳng được. Mức cần cắt bớt phụ thuộc vào độ dày giấy (caliper). Giấy bìa dày cần độ dư lớn hơn giấy ruột mỏng. Đó là lý do mẫu của nhà in, chứ không phải bản tải xuống chung chung, mới nên quyết định cách chia cuối cùng.

Định lượng giấy cũng làm thay đổi cách các nếp gấp hoạt động. Một loại giấy in phun để bàn được bán rộng rãi có định lượng 120 gsm (32 lb) và được quảng cáo là đủ nhẹ để “gấp gọn cho tờ rơi gấp ba”. Đánh giá của người mua về phiên bản nặng hơn 44 lb mô tả nó có độ “dày dặn” và “mang lại cảm giác chuyên nghiệp”. Một người đánh giá khác nói tờ giấy mờ 140 gsm không dày hơn giấy photocopy cao cấp. Quy luật rất đơn giản: định lượng thay đổi cảm giác khi cầm tờ rơi, và giấy nặng hơn thường cần được bấm nếp trước khi gấp để nếp gấp không bị nứt. Việc chọn loại giấy cụ thể cho một đợt sản

xuất thuộc về thông số kỹ thuật của đơn hàng, được trình bày tại [trang in tờ rơi gấp ba theo yêu cầu của chúng tôi](#).

Cách gán thông điệp theo trình tự các phần

Khi bạn lên kế hoạch nội dung theo thứ tự người đọc nhìn thấy, 6 phần sẽ vận hành như một trình tự thay vì sáu áp phích riêng lẻ. Hãy dùng quy trình này trước khi bắt đầu bất kỳ thiết kế nào.

1. **Viết một câu mà bìa phải truyền tải được.** Bìa trả lời câu hỏi “đây là gì và có dành cho tôi không?” chỉ trong một cái liếc: một tiêu đề, một hình ảnh và một dấu hiệu nhận diện thương hiệu. Hãy để phần chi tiết cho bên trong.
2. **Dùng cánh gấp trong làm điểm thu hút.** Vì cánh gấp xuất hiện ở mặt mở đầu tiên, hãy cho nó lý do mạnh nhất để người đọc đọc tiếp. Ví dụ gồm một câu nêu vấn đề, một kết quả ấn tượng hoặc một lời nhận xét ngắn của khách hàng. Tránh chỉ đặt thông tin quan trọng cho việc đặt hàng ở đây, vì cánh gấp sẽ rời khỏi tầm nhìn khi tờ rơi mở hoàn toàn.
3. **Coi toàn bộ mặt trong mở ra là phần lập luận chính.** Người đọc tiếp nhận khoảng 11 in chiều rộng cùng lúc, nên ba phần bên trong có thể kể một câu chuyện liền mạch: vấn đề ở bên trái, giải pháp ở giữa, bằng chứng hoặc chi tiết cụ thể ở bên phải. Giữ văn bản nội dung tránh xa vùng nếp gấp.
4. **Đặt lời kêu gọi hành động ở nơi người đọc kết thúc.** Phần trong bên phải là phần cuối của mặt mở chính, nên đây là vị trí tự nhiên cho lời kêu gọi hành động: một đường dẫn để liên hệ, một URL hoặc mã QR dẫn đến trang đích. Các thảo luận trên mạng xã hội về tờ rơi in nhiều lần khuyến khích hợp giấy in với kiểu tiếp nối kỹ thuật số này.
5. **Dành cho phần mặt sau nội dung bền vững, ít ưu tiên.** Thông tin liên hệ, địa chỉ, bản đồ hoặc khu vực dán nhãn gửi thư đều phù hợp. Nếu tờ rơi sẽ được tự gửi qua bưu điện, hãy để trống phần này cho tem và địa chỉ người nhận. Quy định gửi thư và giá hiện hành được công bố bởi [USPSTM](#), vì vậy hãy kiểm tra trước khi thiết kế.
6. **Thử bằng bản mẫu giấy đã gấp.** In bố cục lên giấy thường theo đúng kích thước thật, gấp lại và đi qua bốn bước ở trên. Chỉ trong vài phút, bạn sẽ thấy bìa, cánh gấp và phần mặt sau có nằm đúng chỗ mình định hay không.



Gấp ba so với gấp chữ Z, gấp đôi và gấp cổng

Cả bốn định dạng đều có thể làm từ cùng một tờ giấy 8,5 x 11 in, nhưng chúng mở ra theo cách khác nhau, và điều đó làm thay đổi thứ tự đọc. Hãy chọn kiểu gấp phù hợp với cách mọi người sẽ tiếp cận ấn phẩm.

Định dạng	Nếp gấp	Số phần (tổng)	Kích thước sau khi gấp từ 8,5 x 11 in	Cách mở	Phù hợp nhất
Gấp ba (gấp thư / gấp cuộn)	2 song song, cuộn vào trong	6	≈ 3,67 x 8,5 in	Bìa, rồi cánh gập, rồi toàn bộ mặt mở	Kể chuyện theo từng giai đoạn, trưng bày trên giá, gửi trong phong bì #10
Gấp chữ Z	2 song song, gấp kiểu đàn xếp	6	≈ 3,67 x 8,5 in	Mở ra như đường zích zắc; tất cả các phần có chiều rộng bằng nhau	Hướng dẫn từng bước, bản đồ, mốc thời gian dọc thẳng một mạch
Gấp đôi (gấp làm đôi)	1	4	5,5 x 8,5 in	Mở ra như một cuốn sách	Thực đơn, chương trình sự kiện, bảng giá ngắn
Gấp cổng	2, hai cánh gập nhau ở giữa	6 (2 cánh ngoài hẹp, phần giữa rộng)	5,5 x 8,5 in	Hai cánh cửa mở ra để lộ nội dung	Ra mắt sản phẩm, thiệp mời, một hình ảnh chủ đạo duy nhất

Kiểu gấp ba và gấp chữ Z trông giống hệt nhau khi gấp lại, dẫn đến những bản yêu cầu sai. Điểm khác biệt nằm ở cấu trúc. Ở kiểu gấp chữ Z không có phần nào gập vào trong, nên cả ba cột có thể rộng bằng nhau, và toàn bộ mặt trong được mở ra chỉ bằng một lần bung, không có giai đoạn cánh gập. Nếu nội dung của bạn là một trình tự tuyến tính, gấp chữ Z có thể phù hợp hơn. Nếu bạn muốn hé lộ nội dung theo từng giai đoạn, hãy dùng kiểu gấp ba theo phương pháp gấp thư.

Cần kiểm tra gì trước khi bàn giao file thiết kế

Hiểu cấu trúc mới chỉ là một nửa công việc. Nửa còn lại là bảo đảm bản in ra khớp với file. Ba hạng mục kiểm tra gắn trực tiếp với cách một tờ rơi gấp ba được cấu tạo.

Hỏi cách proof màu. Các nếp gấp đặt màu của những phần khác nhau cạnh nhau, nên sự lệch màu ngang qua nếp gấp rất dễ nhận thấy. Nhiều nhà in tham chiếu [tiêu chuẩn proof ISO 12647-7^{\[2\]}](#) cho bản proof hợp đồng kỹ thuật số. ISO sửa đổi các phần của bộ tiêu chuẩn này theo thời gian, vì vậy hãy xác nhận nhà cung cấp muốn nói đến ấn bản nào bằng cách kiểm tra [mục trong danh mục ISO^{\[3\]}](#) trước khi ghi vào yêu cầu.

Xác minh mọi tuyên bố trên mọi phần. Tờ rơi không thể sửa sau khi in. [Hướng dẫn dành cho doanh nghiệp của Ủy ban Thương mại Liên bang Hoa Kỳ^{\[4\]}](#) giải thích các tuyên bố quảng cáo và lời chứng thực phải trung thực và có căn cứ như thế nào. Điều này quan trọng nhất ở bìa và cánh gập trong, nơi thường đặt các tuyên bố nổi bật.

Chọn giấy và mực in có tính đến vòng đời của tờ rơi. Một ấn phẩm dành cho một hội chợ thương mại có nhu cầu khác với ấn phẩm được để ở quầy lễ tân suốt một năm. Các hiệp hội ngành như [Graphic Arts Council^{\[5\]}](#) chỉ ra việc dùng vật liệu tái chế và giảm lượng mực in là các ưu tiên hiện nay. Một báo cáo của [Flexographic Technical Association^{\[6\]}](#) quy mức giảm dấu chân môi trường lên tới 35 %

cho mục gốc thực vật. Những người chỉ trích tại [Earth911](#)^[7] lập luận rằng các đợt in quá lớn cuối cùng sẽ bị chôn lấp, vì vậy việc đặt số lượng thực tế cũng là một phần của quyết định.

Các trường thông số kỹ thuật, ký duyệt proof, kiểm tra và việc chọn nguồn cung ứng được trình bày trên [trang sản phẩm tờ rơi gấp ba theo yêu cầu](#). Về số lượng, giá và thời gian, hãy yêu cầu báo giá kèm kế hoạch các phần của bạn.



Câu hỏi thường gặp về tờ rơi gấp ba

FAQ: Một tờ rơi gấp ba có bao nhiêu phần?

Sáu phần. Có 3 phần trên mỗi mặt của một tờ giấy duy nhất. Đôi khi người ta nói “3 phần” vì chỉ có ba phần hiển thị cùng lúc khi tờ rơi mở hoàn toàn, nhưng có sáu mặt chứa nội dung.

FAQ: Thứ tự trang đúng của tờ rơi gấp ba là gì?

Với kiểu gấp thư tiêu chuẩn, thứ tự là: bìa trước → mặt mở đầu tiên (phần trong bên trái cùng cánh gấp) → toàn bộ mặt trong (trái, giữa, phải) → phần mặt sau. Trên mặt ngoài phẳng, bìa nằm bên phải, mặt sau ở giữa và cánh gấp ở bên trái.

FAQ: Cả 3 phần có cùng chiều rộng trên tờ rơi gấp ba 8,5 x 11 không?

Không với kiểu gấp thư. Phần gấp vào bên trong thường được cắt hẹp hơn một chút. Cách chia phổ biến là 3,6875 / 3,6875 / 3,625 in, nhằm tính đến độ dày giấy. Kiểu gấp chữ Z, vốn không gấp vào, có thể dùng ba phần bằng nhau, mỗi phần rộng 3,667 in. Luôn làm theo mẫu của nhà in.

FAQ: Tờ thông tin gấp ba là gì và có khác tờ rơi gấp ba không?

Đó là cùng một định dạng gấp. “Pamphlet” thường gợi nội dung thông tin hoặc dịch vụ công trên giấy mỏng hơn, còn “brochure” gợi nội dung tiếp thị hoặc bán hàng. Cấu trúc, thứ tự các phần và kích thước đều giống nhau.

FAQ: Nên đặt lời kêu gọi hành động ở phần nào?

Phần trong bên phải là vị trí mạnh nhất vì đó là phần cuối của mặt mở chính. Hãy lặp lại thông tin liên hệ ở phần mặt sau để chúng vẫn hiển thị khi tờ rơi được gấp lại hoặc ghim trên bảng.

FAQ: Có thể gửi tờ rơi gấp ba qua bưu điện mà không cần phong bì không?

Tờ rơi tự gửi khá phổ biến, nhưng phải đáp ứng quy định bưu chính về kích thước, niêm phong và vị trí ghi địa chỉ, và phần mặt sau thường dành để ghi địa chỉ. Hãy kiểm tra yêu cầu và cước phí hiện hành với dịch vụ bưu chính của bạn trước khi chốt bố cục.

FAQ: Ngoài nước Mỹ, tờ rơi gấp ba có kích thước bao nhiêu?

Các nước dùng giấy ISO thường dùng A4 (210 x 297 mm), gấp lại còn khoảng 99 x 210 mm, tức khổ DL vừa với phong bì DL (110 x 220 mm).

Điểm chính cần nhớ

- **Tờ rơi gấp ba là 1 tờ giấy mang 6 phần.** — 2 nếp gấp, 3 phần mỗi mặt giấy, 6 mặt chứa nội dung ([Nguồn](#))
- **Kiểu dựng tiêu chuẩn ở Mỹ gấp 8,5 x 11 in xuống còn bề rộng vừa túi.** — khi gấp lại khoảng 3,67 x 8,5 in, vừa phong bì 4,125 x 9,5 in, loại #10 ([Nguồn](#))
- **Người đọc thấy các phần theo một thứ tự cố định, vì vậy hãy lên kế hoạch nội dung theo thứ tự đó.** — 4 bước xem: bìa, mặt mở đầu tiên, mặt mở toàn bộ, mặt sau ([Nguồn](#))
- **Thống nhất tiêu chuẩn proof trước khi duyệt màu.** — ISO 12647 Phần 7 quy định các quy trình proof kỹ thuật số ([Nguồn](#))
- **Nội dung cá nhân hóa theo từng phần là đòn bẩy đo lường được, không phải đồ trang trí.** — tỷ lệ chuyển đổi cao hơn tới 28 % được ghi nhận ở tờ rơi gấp ba cá nhân hóa bằng AI ([Nguồn](#))

Con số cuối cùng đó đến từ một cuộc phỏng vấn chuyên gia trên [Printing Impressions](#)^[8]. Hãy coi đó là mức trần được ghi nhận chứ không phải kết quả điển hình, và đo phản hồi của chính bạn bằng URL hoặc mã QR có theo dõi ở phần trong bên phải.

Kết luận

Tờ rơi gấp ba trông đơn giản, nhưng cấu trúc của nó rất chính xác. Bìa nằm bên phải của tờ giấy phẳng, mặt sau nằm ở giữa, và một cánh gấp hẹp hơn một chút gấp vào trong để tạo ra giai đoạn gọi mở ngắn trước khi mở toàn bộ. Khi bạn lên kế hoạch nội dung theo thứ tự người đọc thực sự nhìn thấy, bạn có thể giao việc cho nhà thiết kế và nhà in bằng những thuật ngữ vững vàng cho đến khi duyệt proof. Khi kế hoạch các phần đã sẵn sàng, hãy mang nó đến trang [tờ rơi gấp ba theo yêu cầu](#) để biến nó thành thông số kỹ thuật có thể báo giá chính xác.

Nguồn tham khảo

1. [Dịch vụ Bưu chính Hoa Kỳ — thông tin giá cước bưu chính](#). Tài liệu tham khảo của cơ quan bưu chính chính phủ về giá cước gửi thư và các thay đổi. ↵
2. [Tổ chức Tiêu chuẩn hóa Quốc tế — ISO 12647-7, quy trình proof làm việc trực tiếp từ dữ liệu kỹ thuật số](#). Cơ quan tiêu chuẩn quốc tế. ↵
3. [Tổ chức Tiêu chuẩn hóa Quốc tế — mục trong danh mục tiêu chuẩn](#). Dùng để xác nhận ấn bản

mà nhà cung cấp tham chiếu. ↵

4. [Ủy ban Thương mại Liên bang Hoa Kỳ — hướng dẫn dành cho doanh nghiệp về quảng cáo](#). Hướng dẫn của cơ quan chính phủ về các tuyên bố và lời chứng thực trung thực. ↵
5. [Graphic Arts Council — Báo cáo Thực hành In ấn Bền vững \(2025\)](#). Báo cáo của hiệp hội ngành về vật liệu tái chế và giảm lượng mực in. ↵
6. [Flexographic Technical Association — Báo cáo thường niên \(2025\)](#). Báo cáo của hiệp hội ngành về việc áp dụng mực gốc thực vật. ↵
7. [Earth911 — vật liệu tiếp thị thân thiện với môi trường](#). Ấn phẩm độc lập về tác động môi trường của tài liệu in. ↵
8. [Printing Impressions — phỏng vấn chuyên gia về tờ rơi cá nhân hóa bằng AI \(tháng Mười Một 2025\)](#). Ấn phẩm thương mại độc lập. ↵

tháng 10 21, 2026