



CỤC DÂN SỐ

BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU Logo Dân số và Phát triển

(Ban hành tại Quyết định số 211/QĐ-CDS ngày 15 tháng 8 năm 2025 của Cục trưởng Cục Dân số)

2 0 2 5

LỜI NÓI ĐẦU

Bộ nhận diện thương hiệu Logo Dân số và Phát triển là một hệ thống công cụ truyền thông thể hiện rõ giá trị cốt lõi, bản sắc, tầm nhìn và sứ mệnh của Cục Dân số.

Thông qua việc sử dụng hình ảnh, biểu tượng, màu sắc, ngôn ngữ và các yếu tố thiết kế đồng bộ, hệ thống này giúp khẳng định vị thế và tạo nên dấu ấn riêng biệt của Cục Dân số trong hệ thống các cơ quan ban ngành.

Bộ nhận diện không chỉ góp phần tạo sự nhất quán trong các hoạt động truyền thông, mà còn nâng cao khả năng ghi nhớ, nhận biết của công chúng về tổ chức. Từ màu sắc, kiểu chữ đến khẩu hiệu, tất cả đều được quy chuẩn và định hướng để truyền tải thông điệp rõ ràng, thống nhất về tầm quan trọng và vai trò của công tác dân số trong sự phát triển bền vững của đất nước.

Trong bối cảnh ngành Dân số đang chuyển dịch từ trọng tâm kế hoạch hóa gia đình sang định hướng toàn diện hơn là dân số và phát triển, việc xây dựng một bộ nhận diện thương hiệu chuyên nghiệp, hiện đại và mang tính biểu trưng cao là hết sức cần thiết. Đây không chỉ là bước đi chiến lược nhằm tăng cường nhận diện thương hiệu của Cục Dân số, mà còn góp phần nâng cao nhận thức cộng đồng về các vấn đề dân số, thúc đẩy sự quan tâm và đồng hành của toàn xã hội.

Bộ nhận diện thương hiệu là công cụ hỗ trợ hiệu quả trong công tác truyền thông, góp phần nâng cao hiệu suất làm việc, tăng cường uy tín của tổ chức, hướng tới dân số phát triển bền vững, hài hòa và toàn diện.

NỘI DUNG

	TRANG
1 Giới thiệu	04-11
2 Nhận diện thương hiệu SẢN PHẨM TRUYỀN THÔNG DÂN SỐ	12-35
3 Nhận diện thương hiệu SẢN PHẨM TRUYỀN THÔNG DÂN SỐ NGOÀI TRỜI	46-49
4 Nhận diện thương hiệu TRUYỀN THÔNG DÂN SỐ TRÊN MẠNG XÃ HỘI	50-65
5 Nhận diện thương hiệu VĂN PHÒNG	66-101

01. Giới thiệu

- GIỚI THIỆU VỀ LOGO
- MÀU SẮC THƯƠNG HIỆU
- YẾU TỐ ĐỒ HỌA BỔ TRỢ CHO BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU
- PHÔNG CHỮ THƯƠNG HIỆU



GIỚI THIỆU VỀ LOGO

Ngày 26/3/2025, Cục trưởng Cục Dân số đã ký Quyết định số 42/QĐ-CDS về việc phê duyệt mẫu Logo ngành dân số. Các tổ chức, cá nhân sử dụng mẫu Logo ngành dân số đúng mẫu để tuyên truyền về ý nghĩa, vai trò và tầm quan trọng của công tác dân số trong tình hình mới. Trước đó, Cục trưởng Cục Dân số đã ký Quyết định số 535/QĐ-CDS ngày 27/12/2024 về việc công nhận kết quả và trao giải thưởng cuộc thi sáng tác Logo ngành dân số.

THUYẾT MINH THIẾT KẾ MẪU LOGO:

Thiết kế có ba tông màu chủ đạo: Màu xanh lá cây, màu đỏ, và xanh nước biển, mỗi màu mang một ý nghĩa riêng thể hiện thông điệp: “Dân số và Phát triển”.

Hình tượng gia đình gồm 4 thành viên: cha mẹ và hai con, tượng trưng cho mẫu gia đình cơ bản mà xã hội đang hướng tới. Hình ảnh cha mẹ trong hình, không chỉ yêu thương mà còn nâng đỡ, hỗ trợ con cái phát triển, vươn tới tương lai. Hình ảnh hai đứa trẻ trong gia đình thể hiện sự bình đẳng giới, không phân biệt trai hay gái, và luôn được yêu thương, chăm sóc qua biểu tượng hai trái tim nhỏ. Chúng là mầm non của đất nước, đại diện thế hệ tương lai.



Phía trên cùng là hình mái nhà nơi chở che cho mưa nắng, nhưng đó cũng là biểu tượng cho mái ấm gia đình tràn đầy yêu thương. Đây là cách nhấn mạnh vào sự phát triển bền vững của dân số, không chỉ về vật chất mà còn cả tinh thần. Biểu tượng chồi non trên mái nhà lấy cảm hứng từ câu tục ngữ “tre già măng mọc”, tượng trưng cho thế hệ trẻ đầy sức sống và hy vọng nhưng cũng là sự kế thừa chất lượng từ các tri thức văn hóa từ thế hệ đi trước.



MÀU SẮC THƯƠNG HIỆU

Màu sắc của thương hiệu với 3 màu chính được lấy từ màu sắc được thể hiện trên logo của Cục Dân số:

- **Màu xanh dương** là màu chủ đạo được sử dụng chính trong thiết kế biểu trưng cho hòa bình và sự ổn định trong cuộc sống gia đình và xã hội.
- **Màu đỏ** là màu thứ cấp biểu tượng cho tình yêu, sức khỏe và nhiệt huyết, là yếu tố nền tảng cho một xã hội phát triển về cả số lượng và chất lượng.
- **Màu xanh lá cây** là màu thứ cấp, tượng trưng cho sự phát triển bền vững, hài hòa với thiên nhiên và xã hội.
- **Màu xanh nhạt** được sử dụng chủ yếu làm nền trong các ấn phẩm truyền thông như avatar, ảnh bìa, backdrop, poster... giúp làm nền trung tính, nhẹ nhàng nhưng vẫn mang bản sắc thương hiệu và giúp các yếu tố chính như logo, hình ảnh, tiêu đề trở nên nổi bật và dễ đọc hơn.

Hex: # 004c98 CMYK: 100, 75, 0, 10 RGB: 0, 76, 152	
Hex: # ed1c24 CMYK: 0, 100, 100, 0 RGB: 237, 28, 36	Hex: # 009567 CMYK: 100, 15, 80, 0 RGB: 0, 149, 103
	Hex: # e9f1fa CMYK: 0, 100, 100, 0 RGB: 7, 2, 0, 0

PHÔNG CHỮ THƯƠNG HIỆU

Phông tiêu đề: Montserrat Bold

1. Đặc điểm: Montserrat là phông chữ không chân hiện đại, có cấu trúc hình học rõ ràng, tạo cảm giác trẻ trung, mạnh mẽ và có tính đô thị cao. Chữ đậm (Bold) giúp truyền tải thông điệp một cách rõ ràng và đầy sức thuyết phục.

2. Tác dụng trong nhận diện:

- Tăng sự thu hút và nhấn mạnh: Rất phù hợp để thể hiện tiêu đề, thông điệp hoặc slogan truyền thông.
- Hiện đại – chuyên nghiệp: Phù hợp với định hướng phát triển bền vững, đổi mới, và chuyển đổi số trong hoạt động truyền thông của Cục Dân số.
- Tối ưu trên đa nền tảng: Dễ đọc và hiển thị tốt trên website, mạng xã hội, slide trình chiếu và cả in ấn – góp phần tăng độ nhận diện thương hiệu.

Helvetica Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Xx Yy Zz

0123456789

!@#\$%^&*()

Phông nội dung: SVN-Gilroy

1. Đặc điểm: SVN-Gilroy là phông chữ không chân mang phong cách hiện đại, mềm mại, dễ đọc. Thiết kế bo tròn nhẹ ở các góc chữ tạo cảm giác thân thiện, gần gũi, phù hợp với nội dung mang tính truyền thông, giáo dục cộng đồng.

2. Tác dụng trong nhận diện:

- Tăng tính ứng dụng trong truyền thông đại chúng: SVN-Gilroy dễ đọc ở mọi kích cỡ, phù hợp khi hiển thị nội dung dài hoặc trên thiết bị di động.
- Tạo nét riêng cho thương hiệu: Trong khi Helvetica mang đến sự cứng cáp thì SVN-Gilroy cân bằng lại với nét mềm mại – tạo nên tổng thể hài hòa, linh hoạt.

SVN-Gilroy Bold | Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Kk Ll Mm Nn Oo
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt

0123456789

!@#\$%^&*()

YẾU TỐ ĐỒ HỌA BỔ TRỢ CHO BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU

Yếu tố đồ họa bổ trợ cho bộ nhận diện thương hiệu

giúp tăng tính nhận diện, tạo điểm nhấn thị giác dễ ghi nhớ và truyền tải bản sắc thương hiệu theo hướng hiện đại, đồng bộ và chuyên nghiệp. Thông qua các yếu tố này, hình ảnh Cục Dân số vừa thể hiện tinh thần gần gũi, nhân văn, vừa khẳng định rõ vai trò và sứ mệnh đối với cộng đồng.

Yếu tố đồ họa được xây dựng từ hình ảnh gia đình bốn thành viên trong logo: cha, mẹ và hai con được cách điệu hiện đại để nhấn mạnh thông điệp về gia đình bình đẳng, gắn kết, phát triển toàn diện. Đi kèm là đường cong (wave) tượng trưng cho dòng chảy của thời đại, phản ánh sự chuyển mình của xã hội và vai trò cầu nối của Cục Dân số giữa chính sách và cộng đồng.

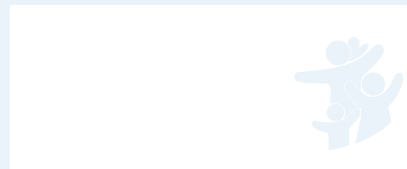
Đặc biệt, yếu tố này có thể ứng dụng linh hoạt trong nhiều ấn phẩm và nền tảng truyền thông, từ in ấn đến kỹ thuật số. Nhờ vậy, thương hiệu luôn giữ sự đồng nhất thị giác, dễ nhận biết và lan tỏa thông điệp nhân văn gắn liền với sứ mệnh nâng cao chất lượng dân số và hướng tới sự phát triển bền vững.

Ngoài ra, việc sử dụng yếu tố đồ họa bổ trợ còn giúp tạo dựng cảm giác gần gũi trong từng sản phẩm truyền thông, từ đó củng cố niềm tin của công chúng với thương hiệu. Sự lặp lại có chủ đích của những chi tiết đồ họa này khiến hình ảnh Cục Dân số dễ dàng được liên tưởng và ghi nhớ hơn. Đồng thời, nó cũng tạo nên sự linh hoạt trong thiết kế, cho phép thích ứng với nhiều bối cảnh khác nhau nhưng vẫn đảm bảo tính thống nhất và bản sắc. Chính sự kết hợp này góp phần gia tăng sức sống, sự bền vững và chiều sâu hình ảnh thương hiệu trong tâm trí cộng đồng.

PHÂN NHÓM ÁP DỤNG YẾU TỐ ĐỒ HỌA BỔ TRỢ:

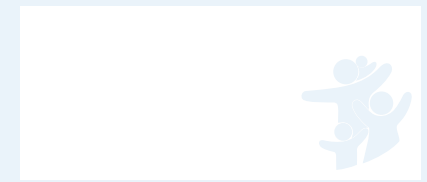
1. Yếu tố đồ họa cho nhóm: *sản phẩm truyền thông dân số, sản phẩm truyền thông dân số ngoài trời, sản phẩm truyền thông dân số trên mạng xã hội:*

Sử dụng yếu tố đồ họa có ba màu: xanh dương – đỏ – xanh lá. Điểm mạnh là mang cảm giác trẻ trung, năng động, thân thiện, ứng dụng tốt khi trình bày trên các ấn phẩm truyền thông mạng xã hội, các chiến dịch cộng đồng, các ấn phẩm hướng tới người dân.



2. Yếu tố đồ họa cho *sản phẩm nhận diện thương hiệu văn phòng:*

Sử dụng yếu tố đồ họa hai màu: xanh dương – đỏ, tối giản, trang nhã. Điểm mạnh của yếu tố đồ họa này là thể hiện rõ bản sắc truyền thống, nghiêm túc, tin cậy phù hợp với hình ảnh cơ quan nhà nước. Ứng dụng tốt khi in ấn trên giấy viết thư, văn bản hành chính, các tài liệu gửi đối ngoại hoặc dùng trong hội nghị.



Yếu tố đồ họa có thể linh hoạt tùy biến chỉ có gia đình 4 thành viên hoặc chỉ có đường cong (wave) tùy theo từng ấn phẩm thiết kế cụ thể

02. Nhận diện thương hiệu sản phẩm truyền thông dân số

- TỜ RƠI
- TỜ GẤP
- SÁCH LẬT
- BỘ TÀI LIỆU GIẢNG DẠY
- TÀI LIỆU TRUYỀN THÔNG
- VỎ ĐĨA DVD
- CD TRUYỀN HÌNH/PHÁT THANH
- TẠP CHÍ
- CẨM NANG
- PHÒNG MAKET HỘI THẢO, HỘI NGHỊ
- TẬP HUẤN, LỄ MÍT TINH
- SẢN PHẨM XÚC TIẾN
- QUÀ TẶNG
- ÁO ĐỒNG PHỤC
- MŨ



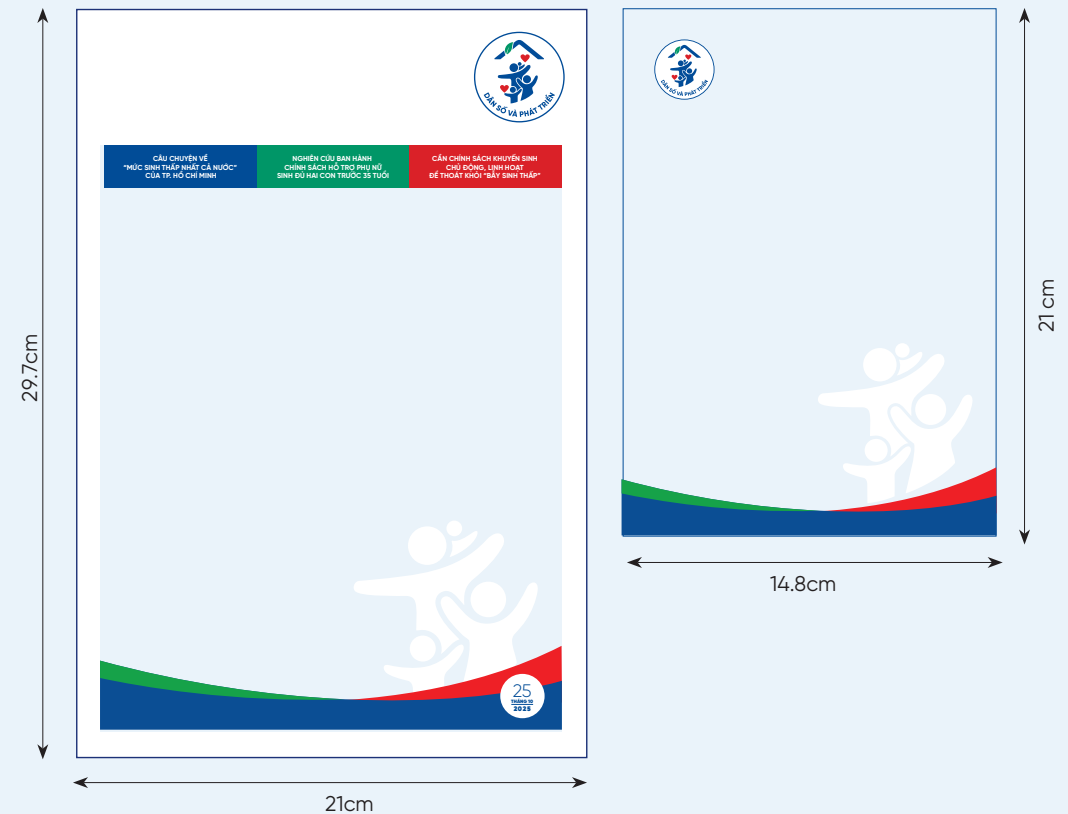
TỜ RƠI

Tờ rơi là ấn phẩm truyền thông phổ biến, có khả năng lan tỏa thông tin nhanh chóng, trực tiếp đến từng đối tượng mục tiêu trong cộng đồng. Thiết kế tờ rơi theo chuẩn nhận diện giúp:

- Thống nhất hình ảnh thương hiệu Cục Dân số trên toàn hệ thống.
- Tăng độ nhận diện với người dân nhờ các yếu tố đồ họa quen thuộc.
- Truyền tải thông điệp rõ ràng, chuyên nghiệp, dễ tiếp cận.

Kích thước A4: 21cm x 29.7cm

Kích thước A5: 21cm x 14.8cm



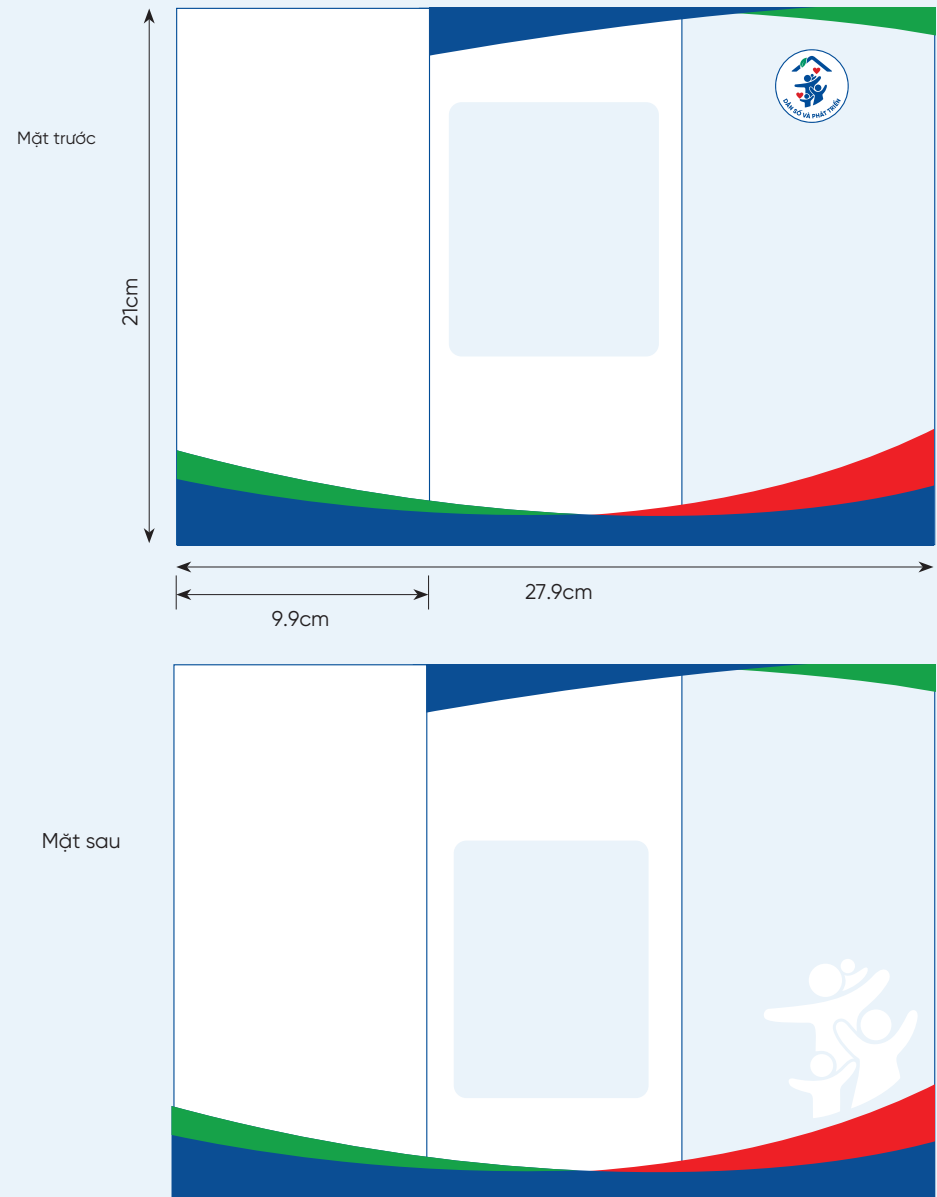


TỜ GẤP

Tờ gấp là một trong những ấn phẩm truyền thông phổ biến và linh hoạt nhất, phù hợp để:

- Giới thiệu thông tin chuyên đề (kế hoạch hóa gia đình, chăm sóc sức khỏe sinh sản, bình đẳng giới...).
- Phát hành trong hội thảo, tập huấn, chiến dịch cộng đồng.
- Phổ cập kiến thức y tế, chính sách dân số cho người dân tại địa phương.

Kích thước A4: 21cm x 29cm



TẦM SOÁT, CHẨN ĐOÁN TRƯỚC SINH CÓ THỂ PHÁT HIỆN MỘT SỐ BỆNH SAU:

Bệnh Down: Là bệnh bẩm sinh thường gặp do các tế bào của thai nhi có 3 nhiễm sắc thể số 21.

Biểu hiện của bệnh: Chậm phát triển trí tuệ; Trương lực cơ yếu; Đầu nhỏ; Lưỡi thò ra ngoài; Vóc người thấp...

Bệnh Patau: Là bệnh bẩm sinh do các tế bào của thai nhi có 3 nhiễm sắc thể số 13.

Biểu hiện của bệnh: Sứt môi và hở hàm ếch; Mắt nhỏ hoặc chỉ có một mắt; Đầu nhỏ, trán nhô ra; Tai thấp, có thể bị điếc; U máu...

Bệnh Edwards: Là bệnh bẩm sinh do các tế bào của thai nhi có 3 nhiễm sắc thể số 18.

Biểu hiện của bệnh: Chậm phát triển trong tử cung; Dị tật cơ quan: tim, tử cung; Chậm phát triển trí tuệ; Trương lực cơ tăng.

Bệnh Turner (bệnh liên quan đến nhiễm sắc thể giới tính): Là bệnh bẩm sinh do các tế bào của thai nhi có 1 nhiễm sắc thể giới tính X.

Biểu hiện của bệnh: Dị tật về cấu trúc tim; Chiều cao thấp; Rối loạn chức năng buồng trứng; Vô sinh.

Biểu hiện chính của bệnh: Thiếu máu; Chậm phát triển thể chất; Dày thì nước; Lùn; Biến dạng xương và loãng xương; Đau mỗi khớp; Trẻ xanh xao; Da vàng, mắt vàng; Nước tiểu sẫm màu.

Trên 30 tuổi, đặc biệt trên 35 tuổi.

- Có tiền sử sinh con dị tật, thai lưu, đã từng sảy thai, gia đình có người bị dị tật.
- Đối tượng hiếm muộn có hỗ trợ sinh sản.
- Bố hoặc mẹ có tiếp xúc các yếu tố gây dị tật bẩm sinh (hóa chất độc hại).

Địa chỉ cung cấp dịch vụ tư vấn tầm soát, chẩn đoán trước sinh:

Hiện nay có các Trung tâm tầm soát, chẩn đoán trước sinh, sơ sinh khu vực:

- MIỀN BẮC:**
 - Bệnh viện Phụ sản Trung ương
- MIỀN TRUNG:**
 - Trường Đại học Y Dược Huế
 - Bệnh viện Sản - Nhi Nghệ An
- MIỀN NAM:**
 - Bệnh viện Từ Dũ
 - Bệnh viện Phụ sản thành phố Cần Thơ

TẦM SOÁT, CHẨN ĐOÁN VÀ ĐIỀU TRỊ TRƯỚC SINH

HÃY TẦM SOÁT TRƯỚC SINH ĐỂ CHO RA ĐỜI NHỮNG Đứa CON KHỎE MẠNH

Hà Nội, năm 2021

LỢI ÍCH CỦA TẦM SOÁT, CHẨN ĐOÁN VÀ ĐIỀU TRỊ TRƯỚC SINH

- Cho biết nguy cơ mắc bệnh của thai nhi để chẩn đoán và điều trị.
- Phát hiện sớm các dị tật bẩm sinh.
- Theo dõi, chăm sóc bà mẹ mang thai và thai nhi.
- Xác định các bất thường có thể xảy ra trong các lần mang thai kế tiếp.
- Cơ hội sinh con khỏe mạnh nhiều hơn.
- Có thể lựa chọn ngưng thai kỳ khi phát hiện thai nhi bị dị tật bẩm sinh.
- Giảm lo lắng về khả năng sinh con bị dị tật.
- Giảm chi phí cho gia đình và xã hội.
- Góp phần nâng cao chất lượng dân số.

CÁC KHÁI NIỆM CƠ BẢN

Tầm soát trước sinh (còn gọi là sàng lọc trước sinh) là việc sử dụng các kỹ thuật trong thời gian mang thai để phát hiện nguy cơ dị tật bào thai.

Dị tật bào thai (còn gọi là dị tật bẩm sinh hay bất thường bẩm sinh) là những bất thường cấu trúc hoặc chức năng (bao gồm cả bất thường chuyển hóa) xảy ra từ thời kỳ bào thai và có thể được phát hiện trước, trong hoặc sau khi sinh.

Chẩn đoán trước sinh là việc sử dụng các kỹ thuật đặc hiệu trong thời gian mang thai để chẩn đoán những trường hợp nghi ngờ mắc dị tật bào thai được phát hiện qua tầm soát trước sinh.

HÃY TẦM SOÁT TRƯỚC SINH ĐỂ CHO RA ĐỜI NHỮNG Đứa CON KHỎE MẠNH

TẦM SOÁT TRƯỚC SINH BAO GỒM NHỮNG XÉT NGHIỆM NÀO?

● **Tầm soát huyết thanh mẹ:** Hai phương pháp tầm soát huyết thanh được sử dụng phổ biến hiện nay là: double test và triple test. Độ chính xác của phương pháp này không cao bằng xét nghiệm tầm soát không xâm lấn NIPT. Mặc dù vậy, đây vẫn là phương pháp phổ biến do công nghệ đơn giản và chi phí không cao giúp tầm soát các bệnh như Hội chứng Down; Hội chứng Edwards; Hội chứng Patau và dị tật ống thần kinh.

● **Siêu âm:** Siêu âm được sử dụng kết hợp với tầm soát huyết thanh mẹ để tính nguy cơ mắc dị tật của thai. Tuy nhiên không phải dị tật nào cũng có biểu hiện hình thái. Ví dụ: siêu âm đo độ mở da gây dễ phát hiện Down. Trẻ có độ mở da gây dày tức là có nguy cơ mắc Down. Tuy nhiên, 25% trẻ mắc Down có độ mở da gây dày thường. 50% trẻ mắc Down không có biểu hiện bất thường về mặt hình thái. Theo các bác sĩ, có 3 lần siêu âm được coi là bắt buộc để xác định thai có bình thường hay không.

→ Tầm soát các bệnh cơ bản sau: Down (trisomy 21), Edwards (trisomy 18), Patau (trisomy 13), Turner (bệnh liên quan đến nhiễm sắc thể giới tính), tan máu bẩm sinh.

→ Thực hiện từ giai đoạn sớm: tuần thứ 10 của thai kỳ.

→ Chỉ thu mẫu máu của người mẹ.

→ Độ chính xác >99% với tầm soát hội chứng Down.



SÁCH LẬT BỘ TÀI LIỆU GIẢNG DẠY, TÀI LIỆU TRUYỀN THÔNG

Hạng mục này bao gồm các ấn phẩm phục vụ công tác tập huấn, truyền thông và phổ biến kiến thức chuyên môn trong ngành dân số. Chúng được sử dụng trong các buổi đào tạo, lớp giảng dạy, hội thảo cộng đồng hoặc trong các chương trình nâng cao nhận thức cho cán bộ và người dân. Bộ tài liệu này có thể tái sử dụng cho nhiều chương trình khác nhau bằng cách thay đổi nội dung nhưng giữ nguyên định dạng khung mẫu. Bộ tài liệu góp phần nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp của Cục Dân số, giúp truyền tải kiến thức dễ hiểu, trực quan đến đội ngũ cán bộ tuyến cơ sở và người dân.

Kích thước: 29.7cm x 21cm

Chất liệu:

- Bìa: Giấy Couche 300gsm cán mờ/nhám, in 4 màu
- Ruột: Giấy Couche 120gsm hoặc định lượng tương đương, in 4 màu, đóng gáy lò xo



29.7cm



29.7cm

21cm



CẨM NANG

Cẩm nang là tài liệu chuyên đề nhằm cung cấp thông tin hệ thống, dễ tiếp cận và dễ tra cứu cho cán bộ ngành dân số, tuyên truyền viên, cộng tác viên dân số hoặc người dân. Đây là một công cụ truyền thông thiết yếu giúp phổ biến kiến thức, hướng dẫn thực hành, hỗ trợ đào tạo và tham khảo nhanh trong công việc thực tế.

Kích thước: 29.7cm x 21cm





VỎ ĐĨA DVD, CD TRUYỀN HÌNH, PHÁT THANH

Sản phẩm CD truyền thanh và truyền hình là công cụ truyền thông quan trọng, được thiết kế nhằm phát sóng các nội dung tuyên truyền về dân số, sức khỏe sinh sản, bình đẳng giới, và các thông điệp chính sách khác của ngành y tế – dân số. CD được sử dụng rộng rãi trong phát sóng trên hệ thống đài phát thanh – truyền hình từ trung ương đến địa phương trình chiếu trong các buổi tập huấn, hội thảo, hoạt động truyền thông cộng đồng.

Kích thước:

1. Đĩa CD/DVD

Đường kính: 12 cm (chuẩn quốc tế)

2. Vỏ bìa giấy đựng CD/DVD: 13cm x13 cm, tai 3cm





TẠP CHÍ

Tạp chí được sử dụng như một ấn phẩm truyền thông định kỳ hoặc chuyên đề, phục vụ các hoạt động:

- Phổ biến chính sách và chủ trương về công tác dân số
- Cập nhật thông tin chuyên môn, kiến thức kỹ thuật, mô hình hay
- Ghi nhận, biểu dương các cá nhân, đơn vị điển hình tiên tiến
- Là tài liệu tham khảo, nghiên cứu cho cán bộ, cộng tác viên dân số và người dân

Tạp chí hướng tới các cán bộ ngành Y tế, dân số – kế hoạch hoá gia đình, cộng tác viên truyền thông dân số tại cơ sở và người dân tại cộng đồng, đặc biệt là nhóm đối tượng ưu tiên (phụ nữ, thanh niên, người cao tuổi...)

Kích thước: 21cm x 29,7cm





NGÀY DÂN SỐ THẾ GIỚI 2025 QUYỀN TỰ QUYẾT VỀ SINH SẢN TRONG MỘT THẾ GIỚI ĐANG THAY ĐỔI

ĐẨY NHANH TIẾN ĐỘ XÂY DỰNG LUẬT DÂN SỐ

Phó Thủ tướng Lê Thành Long vừa ký Chỉ thị số 27/CT-TTg ngày 20/4/2024 của Thủ tướng Chính phủ về tăng cường thực hiện công tác dân số trong tình hình mới. Theo đó, Thủ tướng Chính phủ yêu cầu Bộ Y tế tăng cường kiểm tra, đôn đốc các bộ, ngành, địa phương thực hiện hiệu quả chủ trương, chính sách, pháp luật về công tác dân số, đặc biệt là các giải pháp duy trì mức sinh thay thế bền vững, chăm sóc sức khỏe người cao tuổi, thích ứng với già hóa dân số và nâng cao chất lượng dân số.

Bộ Y tế cần tập trung rà soát, sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách, pháp luật về dân số. Trọng tâm là các giải pháp nhằm duy trì mức sinh thay thế bền vững trên phạm vi cả nước, phù hợp với điều kiện của từng vùng, từng đối tượng dân cư và đảm bảo hài hòa giữa số lượng và chất lượng dân số. Đồng thời, đẩy nhanh tiến độ xây dựng Luật Dân số và báo cáo Chính phủ.

Công theo Chỉ thị, Bộ Y tế cần khẩn trương kiến toàn tổ chức, bộ máy, nâng cao hiệu lực, hiệu quả hoạt động, đồng thời nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, công chức, viên chức làm công tác dân số các cấp.

Bộ tri đó nguồn lực thực hiện có hiệu quả công tác dân số tại địa phương.

Thủ tướng Chính phủ yêu cầu UBND các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương tiếp tục tổ chức triển khai thực hiện hiệu quả các chủ

trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và công tác dân số. Trọng tâm là các giải pháp duy trì mức sinh thay thế bền vững, chăm sóc sức khỏe người cao tuổi theo chương trình, đề án đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt.

Các địa phương cần ban hành hoặc trình cấp có thẩm quyền ban hành các văn bản hướng dẫn triển khai thực hiện, nhất là ở những nơi có mức sinh thấp dưới mức sinh thay thế. Đồng thời, tiến hành rà soát, củng cố tổ chức bộ máy và nhân lực làm công tác dân số, bố trí đủ nguồn lực để triển khai hiệu quả các hoạt động tại địa phương.

Các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn được giao cần tổ chức thực hiện đồng bộ các chủ trương, chính sách, pháp luật về công tác dân số. Ban Chỉ đạo Quốc gia Dân số và Phát triển có trách nhiệm tăng cường tham mưu, đề xuất, kịp thời kiến nghị cấp có thẩm quyền các cơ chế, chính sách, giải pháp để thực hiện hiệu quả công tác dân số và phát triển.

ĐÀ SOÁT, HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH DÂN SỐ ĐỂ DUY TRÌ MỨC SINH THAY THẾ BỀN VỮNG

Trong những năm qua, Đảng, Nhà nước và Chính phủ luôn quan tâm sâu sắc đến công tác dân số, thể hiện qua việc ban hành nhiều văn bản quan trọng. Trong đó có thể kể đến Nghị quyết số -2/NQ-TW ngày 20/7/2025 của Hội nghị lần thứ sáu Ban Chấp hành Trung ương khóa XII và Nghị quyết số 137/NQ-CP ngày 20/7/2025 của Chính

PHÔNG MAKET HỘI THẢO, HỘI NGHỊ, TẬP HUẤN, LỄ MÍT TINH

Phòng maket được thiết kế nhằm sử dụng trong các hoạt động truyền thông trọng điểm như:

- Hội thảo, hội nghị chuyên đề
- Tập huấn, đào tạo cán bộ/cộng tác viên
- Lễ phát động, lễ mít tinh hưởng ứng các ngày kỷ niệm lớn

Việc quy chuẩn sử dụng phòng market để tạo không gian nhận diện nhất quán cho sự kiện góp phần nâng cao uy tín và tính trang trọng của chương trình, đảm bảo thông điệp sự kiện được truyền tải rõ ràng, mạch lạc, thu hút người tham dự và truyền thông báo chí.

Kích thước: 3m x 6m. Khi sân khấu rộng sử dụng thêm 2 backdrop nhỏ: 1.5x3m





LỄ MÍT TINH HƯỞNG ỨNG NGÀY DÂN SỐ THẾ GIỚI

Chủ đề: Quyền tự quyết về sinh sản trong một thế giới đang thay đổi

CELEBRATION OF WORLD POPULATION DAY

The Pursuit of Reproductive Agency in a Changing World

Hà Nội, ngày 11 tháng 07 năm 2025

QUYỀN TỰ QUYẾT
VỀ SINH SẢN
TRONG MỘT THẾ GIỚI
ĐANG THAY ĐỔI



SẢN PHẨM XÚC TIẾN

Sản phẩm xúc tiến được thiết kế dưới dạng túi vải đựng quà. Túi vải là một sản phẩm truyền thông hỗ trợ, được sử dụng trong các chương trình, chiến dịch truyền thông hoặc sự kiện như:

- Hội thảo, tập huấn, lễ phát động
- Các dịp trao tặng tài liệu, quà tặng lưu niệm cho đại biểu, cộng tác viên, người dân
- Phát quà khuyến khích tại các điểm truyền thông cộng đồng

Túi vải góp phần nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp của đơn vị tổ chức, lan tỏa thông điệp truyền thông nhờ sự xuất hiện rộng rãi ngoài cộng đồng. Ngoài ra túi vải còn thân thiện với môi trường, khuyến khích thói quen sử dụng túi tái sử dụng trong dân cư.

Kích thước: 30cm x 38cm x 9,5 cm





QUÀ TẶNG

Quà tặng là một vật phẩm truyền thông dùng để tặng đại biểu tại hội nghị, hội thảo, tặng lưu niệm cho đối tác, cán bộ ngành dân số hoặc trong các dịp tổng kết, khen thưởng. Cốc sứ này giúp truyền tải hình ảnh và thông điệp của ngành Dân số một cách gần gũi, thân thiện, tạo sự ghi nhớ lâu dài khi người nhận sử dụng hằng ngày, góp phần xây dựng nhận diện thương hiệu dân số thông qua sản phẩm phổ biến.

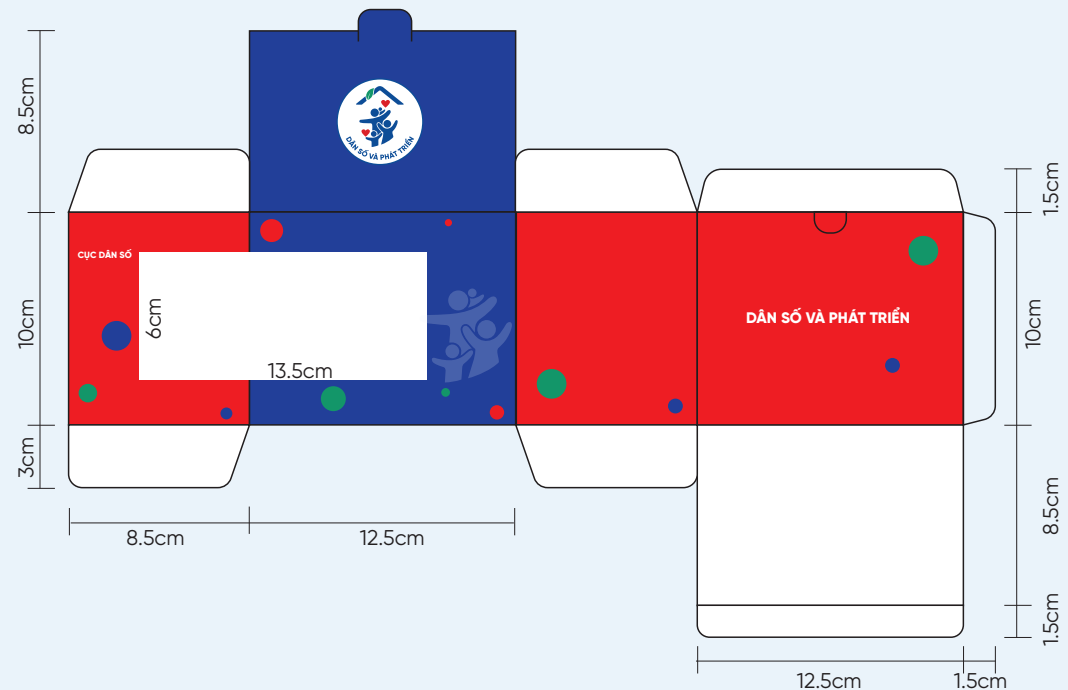
Kích thước:

1. Cốc sứ:

- Chiều cao: 9.5 cm
- Chiều dài cả tay cầm: khoảng 12 cm (gồm 4 cm tay cầm)

2. Hộp đựng cốc:

- Chiều cao hộp: 10 cm
- Chiều rộng mặt trước/sau: 12.5 cm
- Độ sâu (hông hộp): 8.5 cm





ÁO ĐỒNG PHỤC

Áo đồng phục được sử dụng trong các hoạt động truyền thông, hội nghị, tập huấn, sự kiện cộng đồng hoặc chiến dịch chuyên đề của Cục Dân số.

Mục tiêu nhằm:

- Tạo sự đồng bộ trong hình ảnh thương hiệu.
- Nâng cao mức độ nhận diện của chương trình.
- Góp phần xây dựng tác phong chuyên nghiệp và tinh thần đoàn kết trong đội ngũ.

Chất liệu: cotton %100, cotton lạnh, hoặc vải thun co giãn 2 chiều. In bằng kỹ thuật in lụa, ép nhiệt hoặc thêu vi tính tùy yêu cầu.

Kích thước theo bảng:

Size áo	Độ dài áo	Chiều rộng	Cân nặng
S	67	48	45-50kg
M	69	50	50-55kg
L	71	53	55-60kg
XL	73	56	60-65kg
XXL	75	59	65-70kg
XXXL	77	62	70-75kg





MŨ ĐỒNG PHỤC

Mũ đồng phục là sản phẩm phục vụ cho các chiến dịch truyền thông, sự kiện cộng đồng, các buổi ra quân, hội nghị ngoài trời... mục tiêu nhằm:

- Tạo sự đồng nhất trong hình ảnh nhận diện.
- Gia tăng mức độ ghi nhớ thương hiệu.
- Hỗ trợ che nắng, tạo sự thoải mái cho người tham gia.

Chất liệu: Vải kaki dày dặn, đứng form, không bị nhăn. Vành mũ lót cứng, giữ dáng. Bên trong có lớp lót thấm hút mồ hôi.

Kích thước:

- Chu vi đầu: 56 cm (có nút điều chỉnh).
- Chiều cao thân mũ: 12 cm.
- Chiều dài và rộng vành mũ: 7 cm (dài), 18 cm (rộng mặt trước).
- Độ cong sau gáy: 16 cm.





03. Nhận diện thương hiệu sản phẩm truyền thông dân số ngoài trời

- BĂNG RÔN, BANNER NGANG
- PHƯỚC THẢ
- BIỂU HIỆU TRƯỚC TÒA NHÀ LÀM VIỆC
- STANDEE, BANNER DỌC
- ÁP PHÍCH TREO TƯỜNG
- PANO

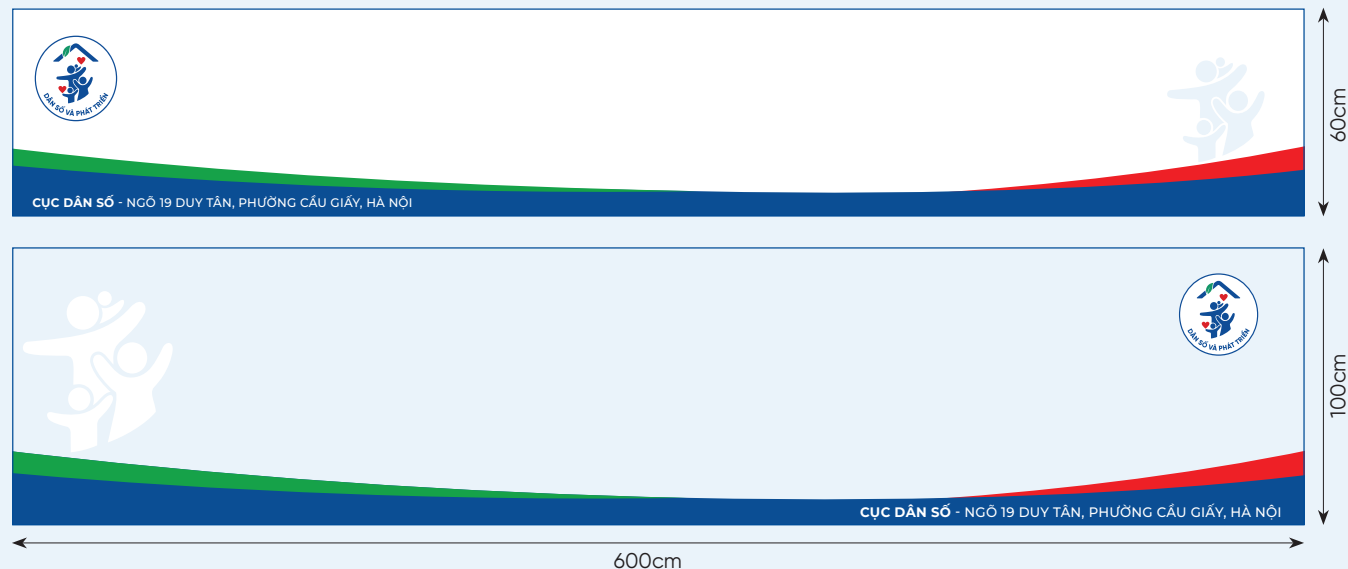


BĂNG RÔN/ BANNER NGANG

Banner ngang là một sản phẩm truyền thông ngoài trời có tính linh hoạt cao, thường được sử dụng trong:

- Chiến dịch truyền thông cộng đồng, tại các điểm công cộng, tuyến phố, cổng trường, trạm y tế.
- Các sự kiện dân số, lễ phát động, tập huấn, hội nghị, truyền thông chuyên đề.
- Là phương tiện truyền thông thị giác mạnh mẽ, truyền tải thông điệp đến cộng đồng một cách trực diện và rộng rãi.

Kích thước: 60cm x 600cm và 100cm x 600cm



NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DÂN SỐ ĐỂ PHÁT TRIỂN ĐẤT NƯỚC NHANH VÀ BỀN VỮNG

Ngày Dân số Thế giới 11/7
Quyền tự quyết về sinh sản trong một thế giới đang thay đổi



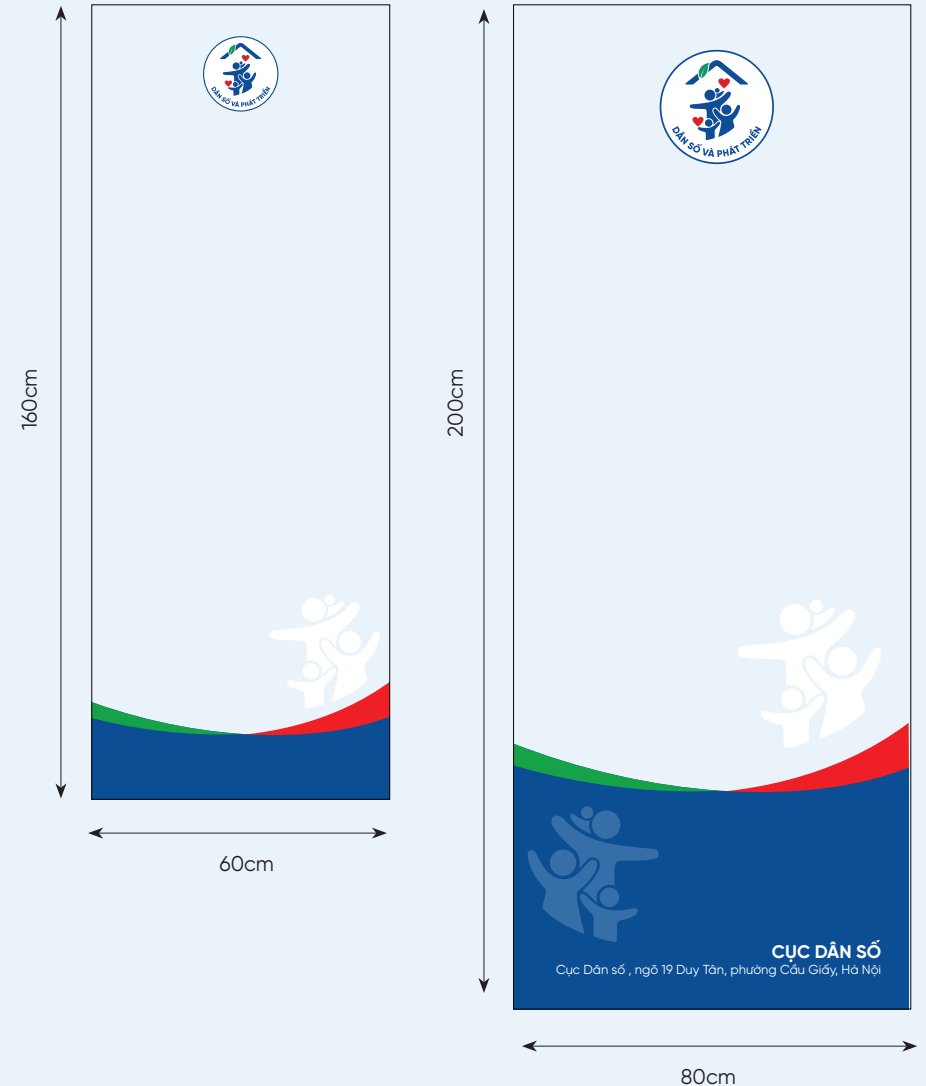
CỤC DÂN SỐ - NGÕ 19 DUY TÂN, PHƯỜNG CẦU GIẤY, HÀ NỘI

PHƯỚC THẢ

Phước thả là một trong những phương tiện truyền thông ngoài trời phổ biến, tiết kiệm, hiệu quả, đặc biệt phù hợp với:

- Các chiến dịch tuyên truyền quy mô lớn: Tháng hành động quốc gia về dân số, Ngày dân số thế giới, sự kiện cấp tỉnh,...
- Không gian công cộng đông người: trụ đèn, dải phân cách, cổng trường học, bệnh viện, trạm y tế, ủy ban,...

Kích thước: 60cm x 160cm, 80cm x 200cm





ĐƠN VỊ TÀI TRỢ

HDBank
Cùng kết hợp lợi ích cộng đồng

BIDV
Hàng đầu trong lĩnh vực ngân hàng

VPBank

Khuyến khích sinh con

RẤT CẦN CHÍNH SÁCH TOÀN DIỆN VÀ DÀI HẠN

01 Chất lượng dân số là yếu tố quyết định trực tiếp đến chất lượng nguồn nhân lực trong tương lai.

02 Nhận thức rõ điều đó, ngành Y tế tỉnh đã đẩy mạnh các chương trình tầm soát, chẩn đoán, điều trị bệnh tật trước sinh và sơ sinh,



CỤC DÂN SỐ
Ngõ 19 Duy Tân, phường Cầu Giấy, Hà Nội



NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DÂN SỐ

ĐỂ PHÁT TRIỂN ĐẤT NƯỚC NHANH VÀ BỀN VỮNG



01 Chất lượng dân số là yếu tố quyết định trực tiếp đến chất lượng nguồn nhân lực trong tương lai.

02 Nhận thức rõ điều đó, ngành Y tế tỉnh đã đẩy mạnh các chương trình tầm soát, chẩn đoán, điều trị bệnh tật trước sinh và sơ sinh,

BIỂN HIỆU TRƯỚC TÒA NHÀ LÀM VIỆC

Biển hiệu trước tòa nhà làm việc được sử dụng để nhận diện chính thức trụ sở làm việc của Cục Dân số, góp phần tạo sự uy tín, chuyên nghiệp trong giao tiếp với đối tác, công dân và cộng đồng. Đây là yếu tố nhận diện quan trọng thể hiện rõ bộ mặt và tính thống nhất của cơ quan thuộc hệ thống nhà nước.

Kích thước: 40cm x 60cm, 100cm x 200cm





CỤC DÂN SỐ

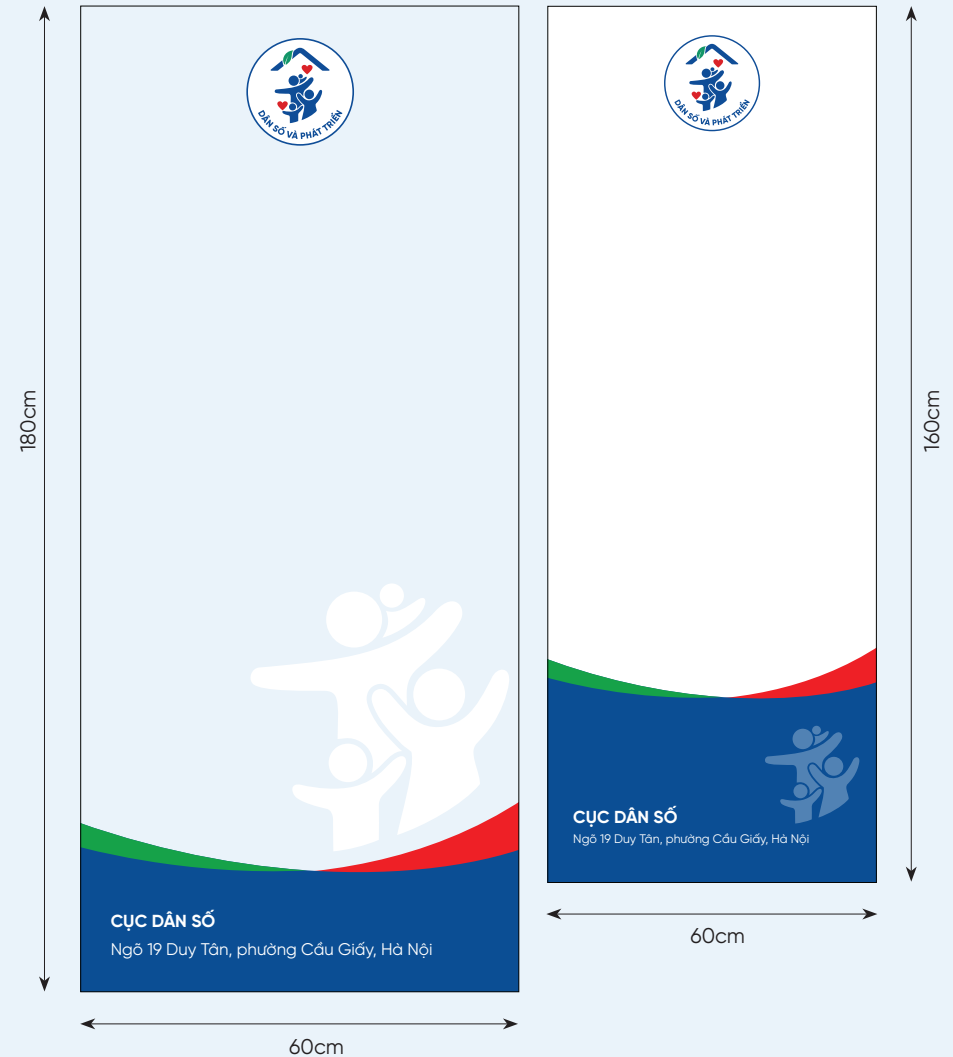
NGÕ 19 DUY TÂN, PHƯỜNG CẦU GIẤY, HÀ NỘI

STANDEE

Standee là một công cụ truyền thông trực quan, linh hoạt, thường được sử dụng:

- Trong các sự kiện truyền thông, hội nghị, lễ mít tinh, chiến dịch cộng đồng.
- Tại hành lang cơ quan, trung tâm y tế, trường học, điểm tiếp dân để truyền tải thông điệp chính sách, giáo dục sức khỏe, dân số.
- Là điểm nhấn trực quan giúp tăng mức độ tiếp cận và nhận diện thương hiệu tại các không gian công cộng.

Kích thước: Standee chữ X: 20 × 42 cm, 60 × 160 cm, 80 × 180 cm.





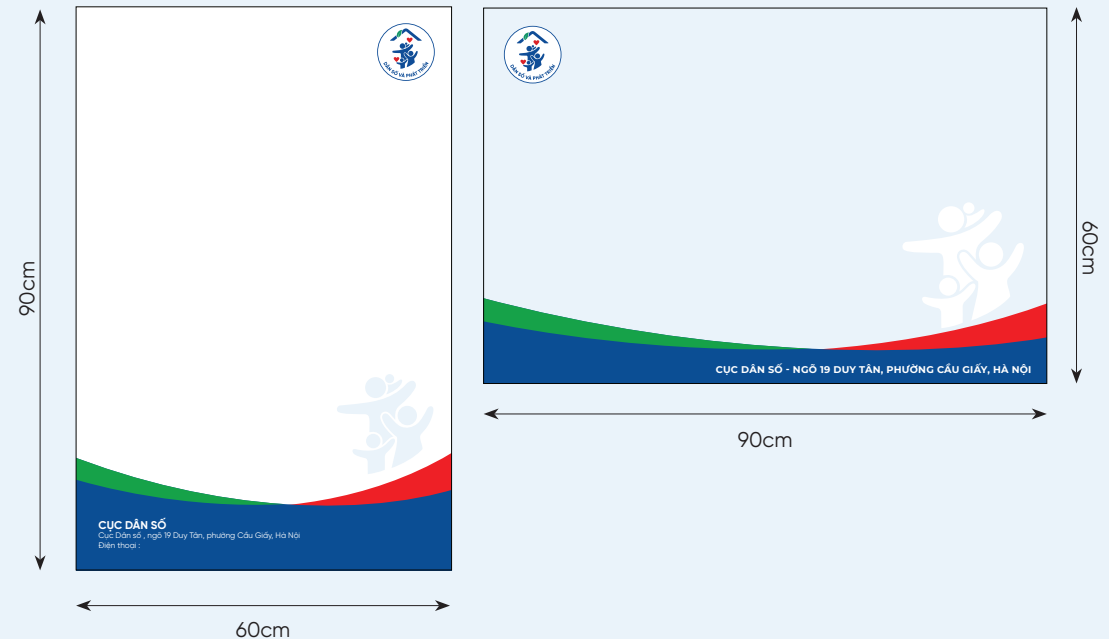
ÁP PHÍCH TREO TƯỜNG

Áp phích treo tường là một ấn phẩm truyền thông trực quan, được sử dụng rộng rãi để:

- Tuyên truyền chủ trương, chính sách dân số tới cộng đồng.
- Truyền tải thông điệp ngắn gọn – hình ảnh trực quan dễ nhớ, dễ tiếp cận.
- Được dán tại nơi công cộng, trạm y tế, trường học, hội trường, hành lang cơ quan, khu dân cư,...

Kích thước:

- Khổ dọc: 60cm x 90 cm
- Khổ ngang: 90cm x 60cm





NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DÂN SỐ để phát triển đất nước nhANH và bền vững



- 01** Chất lượng dân số là yếu tố quyết định trực tiếp đến chất lượng nguồn nhân lực trong tương lai.
- 02** Nhận thức rõ điều đó, ngành Y tế tỉnh đã đẩy mạnh các chương trình tầm soát, chẩn đoán, điều trị bệnh tật trước sinh và sơ sinh,

Khuyến khích sinh con RẤT CẦN CHÍNH SÁCH TOÀN DIỆN VÀ DÀI HẠN



- 01** Chất lượng dân số là yếu tố quyết định trực tiếp đến chất lượng nguồn nhân lực trong tương lai.
- 02** Nhận thức rõ điều đó, ngành Y tế tỉnh đã đẩy mạnh các chương trình tầm soát, chẩn đoán, điều trị bệnh tật trước sinh và sơ sinh,



CỤC DÂN SỐ

Ngõ 19 Duy Tân, phường Cầu Giấy, Hà Nội



PANO

Pano là ấn phẩm truyền thông ngoài trời có kích thước lớn, được thiết kế nhằm:

- Truyền tải các thông điệp về dân số – sức khỏe – phát triển đến cộng đồng dân cư một cách trực quan, sinh động.
- Góp phần nâng cao nhận thức, thay đổi hành vi và thúc đẩy sự tham gia của người dân vào các chương trình, chiến dịch dân số và phát triển.
- Tăng độ nhận diện thương hiệu Cục Dân số ở các địa phương và các dịp sự kiện lớn như Ngày Dân số Thế giới, Ngày Tránh thai Thế giới...

Kích thước: 6mx 12m, 10mx 30m





04. Nhận diện thương hiệu sản phẩm truyền thông dân số trên mạng xã hội

- ẢNH ĐẠI DIỆN, ẢNH BÌA FANPAGE FACEBOOK
- BÀI ĐĂNG FANPAGE FACEBOOK
- KHUNG ẢNH ĐẠI DIỆN CÁ NHÂN FACEBOOK
- ẢNH ĐẠI DIỆN, ẢNH BÌA ZALO
- ẢNH ĐẠI DIỆN, ẢNH BÌA YOUTUBE
- ẢNH ĐẠI DIỆN TIKTOK
- WEBSITE



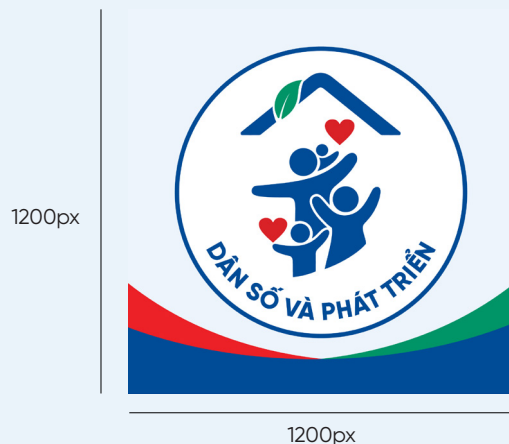
ẢNH ĐẠI DIỆN & ẢNH BÌA FACEBOOK

1. Ảnh đại diện:

Avatar facebook bao gồm logo và yếu tố đồ họa là đường uốn lượn (wave). Đường wave tượng trưng cho sự chuyển động, phát triển liên tục và mềm mại, đồng thời mang tính liên kết với biểu tượng "cuộc sống gia đình năng động và yêu thương" thể hiện trong logo. Trong ảnh đại diện, không gian hiển thị thường giới hạn (dạng hình tròn), nên việc bổ sung đường wave giúp:

- Làm nổi bật logo trong khung hình.
- Tạo thế đỡ vững chắc và cảm giác cân bằng về thị giác.
- Tăng đặc trưng nhận diện ngay cả khi logo được thu nhỏ.

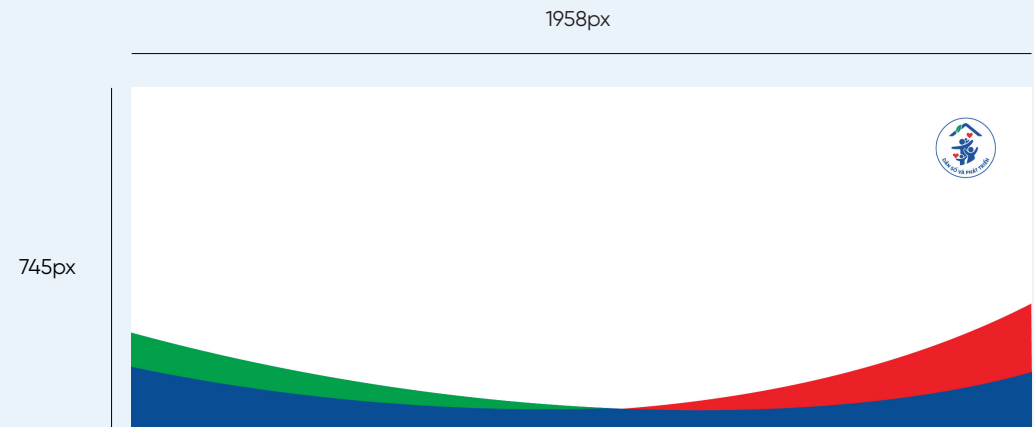
Kích thước: 1200px x 1200px

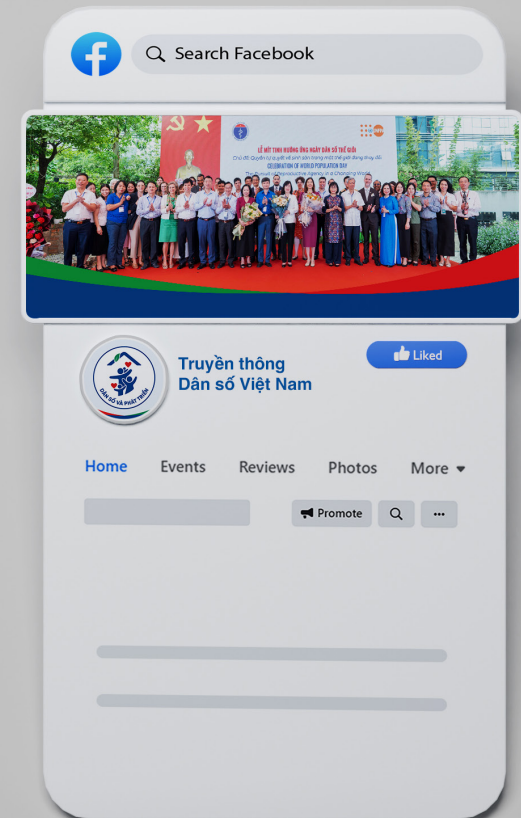
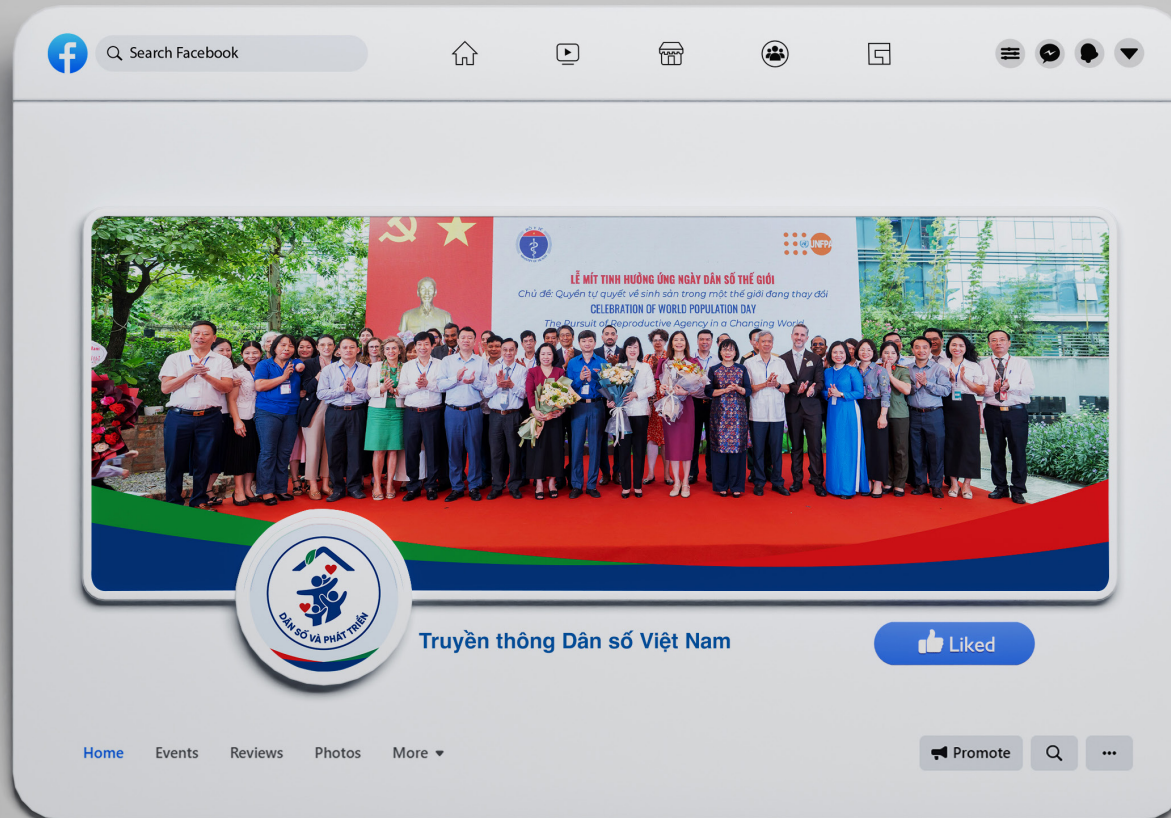


2. Ảnh bìa:

Ảnh bìa Facebook được thiết kế đồng bộ với hệ thống nhận diện thương hiệu. Thiết kế này không chỉ giúp liên kết chặt chẽ với ảnh đại diện, mà còn tạo nên một bố cục thị giác mạch lạc, giúp khung hình tổng thể trở nên chuyên nghiệp và dễ nhận diện.

Kích thước: 1958px x 745px





ẢNH ĐẠI DIỆN CÁ NHÂN FACEBOOK

Ảnh đại diện cá nhân facebook khi được gắn khung frame giúp tăng tính lan tỏa và nhận diện thương hiệu cho chiến dịch truyền thông Dân số trên nền tảng mạng xã hội. Khuyến khích cán bộ, cộng tác viên và người dân tham gia hưởng ứng Ngày Dân số Việt Nam, Ngày Dân số Thế giới hoặc các hoạt động truyền thông định kỳ và tạo hiệu ứng đồng bộ, chuyên nghiệp khi nhiều người cùng sử dụng khung avatar.

Kích thước: 1200px x 1200px

1200px



1200px

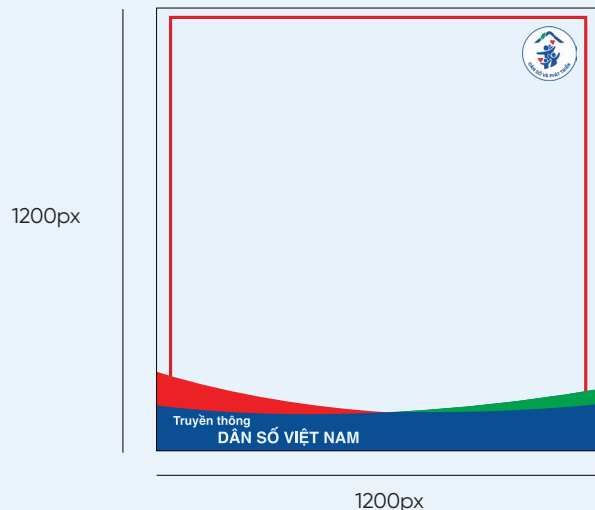


BÀI ĐĂNG FANPAGE FACEBOOK

1. Khung dành cho bài viết dạng văn bản :

Khung thiết kế sử dụng đường wave đỏ-xanh ở phần chân hình, logo được đặt ở góc trên bên phải, cùng phần tên trang facebook "Truyền thông Dân số Việt Nam" ở phía dưới. Khung giúp tạo sự chuyên nghiệp và đồng nhất, khi các bài đăng sử dụng chung một định dạng khung nền có wave 3 màu và bố cục nhất quán, người xem sẽ dễ dàng nhận ra ngay đây là nội dung chính thống đến từ Cục Dân số, ngay cả khi lướt nhanh trên newsfeed.

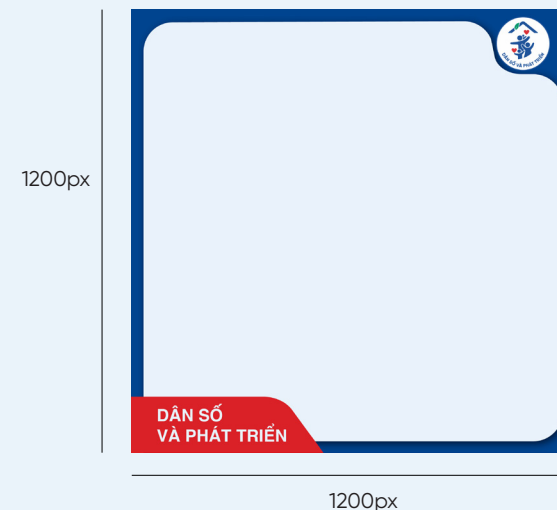
Kích thước: 1200px x 1200px

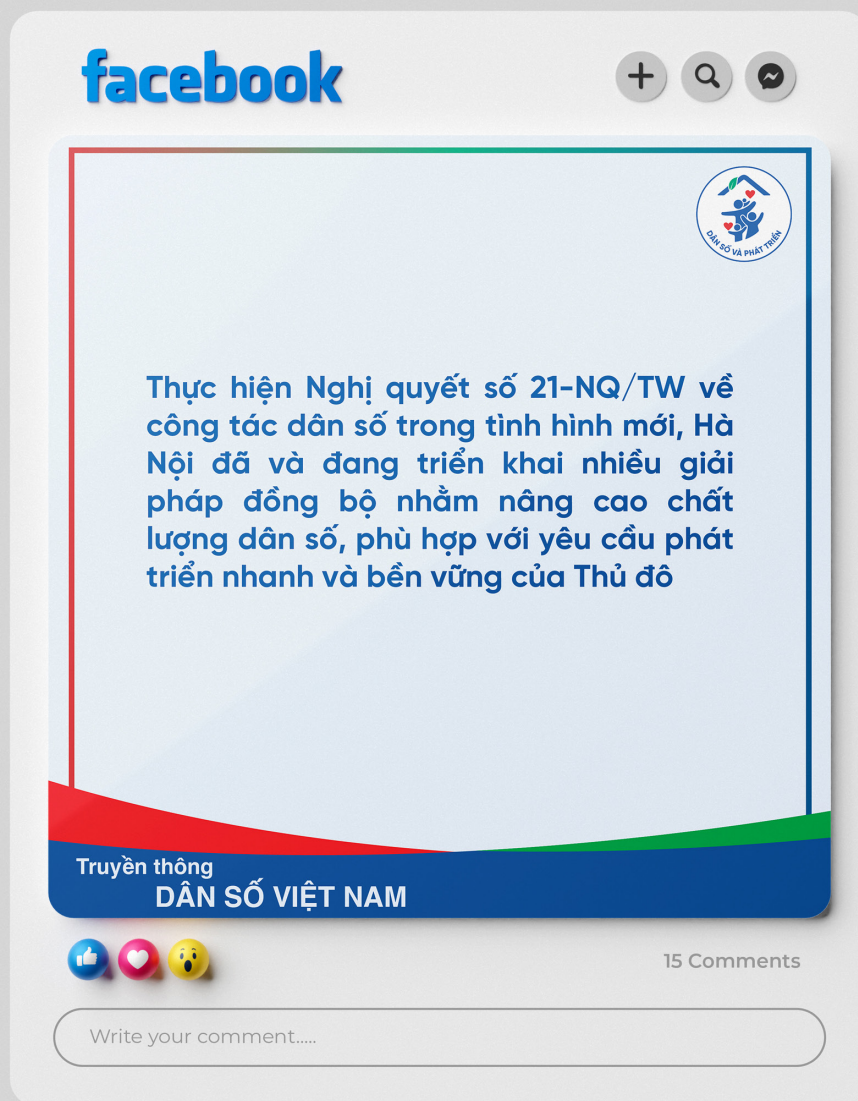


2. Khung dành cho bài viết có hình minh họa:

Khung thiết kế với các bo góc mềm mại, sử dụng màu nền chủ đạo là xanh dương, điểm nhấn là mảng màu đỏ với dòng thông điệp "Dân số và phát triển". Khung giữ được bản sắc thương hiệu khi chèn hình: Dù hình minh họa có nội dung đa dạng, bố cục khung với logo cố định và thanh tiêu đề giúp duy trì sự nhận diện thị giác thương hiệu, tránh tình trạng bài đăng bị hòa lẫn với nội dung không chính thống.

Kích thước: 1200px x 1200px





ẢNH ĐẠI DIỆN & ẢNH BÌA ZALO

1. Ảnh đại diện:

Ảnh đại diện Zalo bao gồm logo và yếu tố đồ họa là đường uốn lượn (wave). Đường wave tượng trưng cho sự chuyển động, phát triển liên tục và mềm mại, đồng thời mang tính liên kết với biểu tượng "cuộc sống gia đình năng động và yêu thương" thể hiện trong logo. Trong ảnh đại diện, không gian hiển thị thường giới hạn (dạng hình tròn), nên việc bổ sung đường wave giúp:

- Làm nổi bật logo trong khung hình.
- Tạo thế đỡ vững chắc và cảm giác cân bằng về thị giác.
- Tăng đặc trưng nhận diện ngay cả khi logo được thu nhỏ.

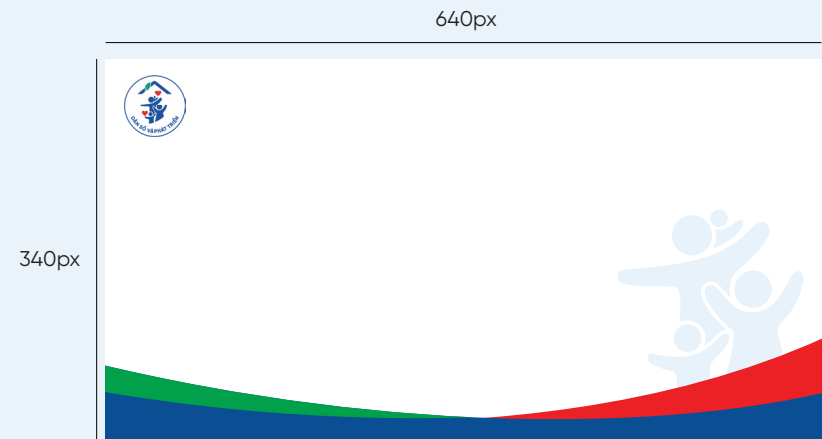
Kích thước: 150px x 150px

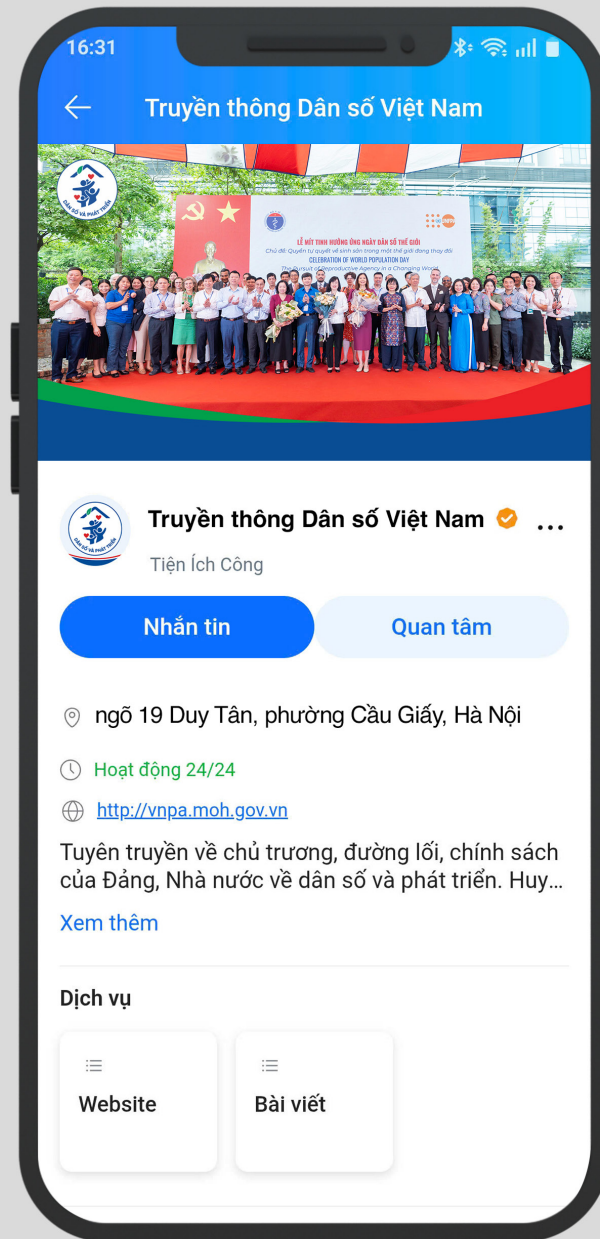


2. Ảnh bìa:

Ảnh bìa Zalo sử dụng đường wave đỏ – xanh lục – xanh lá kết hợp với pattern hình người làm nền mờ (opacity thấp), tạo chiều sâu mà vẫn giữ sự tinh tế. Thiết kế không lấn át giao diện Zalo vốn có nhiều yếu tố hệ thống như nút nhấn, biểu tượng.

Kích thước: 340px x 640px





ẢNH ĐẠI DIỆN TIKTOK

Ảnh đại diện TikTok bao gồm logo và yếu tố đồ họa là đường uốn lượn (wave). Đường wave tượng trưng cho sự chuyển động, phát triển liên tục và mềm mại, đồng thời mang tính liên kết với biểu tượng "cuộc sống gia đình năng động và yêu thương" thể hiện trong logo. Trong ảnh đại diện, không gian hiển thị thường giới hạn (dạng hình tròn), nên việc bổ sung đường wave giúp:

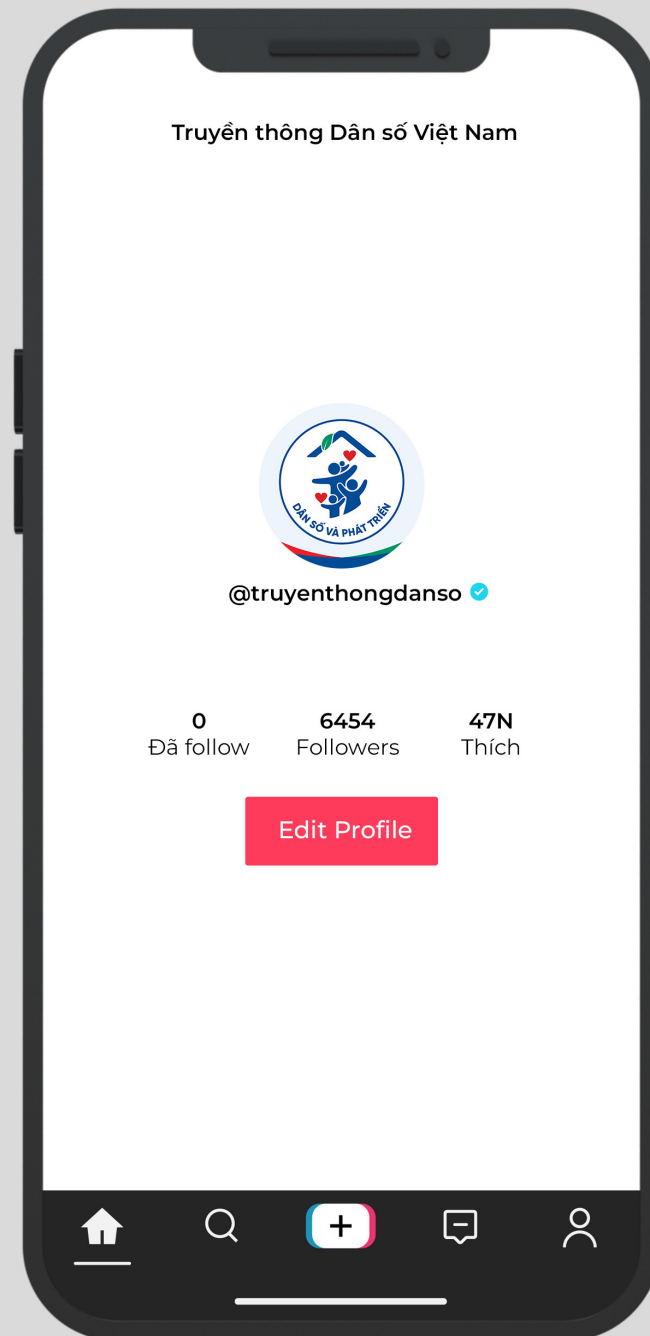
- Làm nổi bật logo trong khung hình.
- Tạo thế đỡ vững chắc và cảm giác cân bằng về thị giác.
- Tăng đặc trưng nhận diện ngay cả khi logo được thu nhỏ.

Kích thước: 150px x 150px

200px



200px



ẢNH ĐẠI DIỆN & ẢNH BÌA YOUTUBE

1. Ảnh đại diện:

Ảnh đại diện Youtube bao gồm logo và yếu tố đồ họa là đường uốn lượn (wave). Đường wave tượng trưng cho sự chuyển động, phát triển liên tục và mềm mại, đồng thời mang tính liên kết với biểu tượng "cuộc sống gia đình năng động và yêu thương" thể hiện trong logo. Trong ảnh đại diện, không gian hiển thị thường giới hạn (dạng hình tròn), nên việc bổ sung đường wave giúp:

- Làm nổi bật logo trong khung hình.
- Tạo thế đỡ vững chắc và cảm giác cân bằng về thị giác.
- Tăng đặc trưng nhận diện ngay cả khi logo được thu nhỏ.

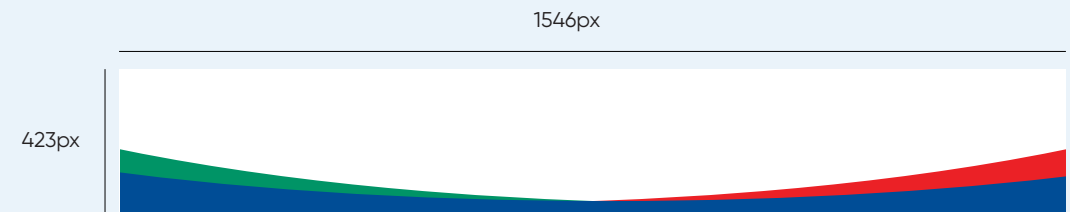
Kích thước: 800px x 800px

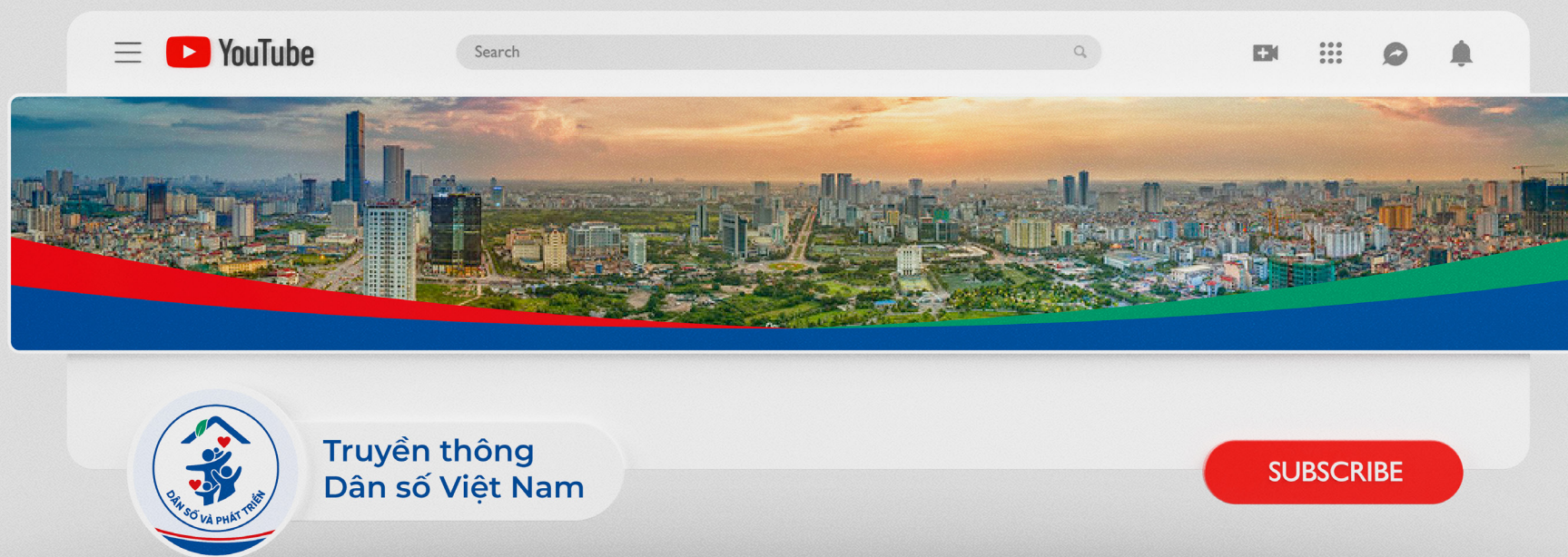


2. Ảnh bìa:

Ảnh bìa Youtube sử dụng đường wave đỏ – xanh kết hợp với pattern hình người làm nền mờ (opacity thấp), tạo chiều sâu mà vẫn giữ sự tinh tế. Thiết kế không lẫn át giao diện Youtube vốn có nhiều yếu tố hệ thống như nút nhấn, biểu tượng.

Kích thước: 1546px x 423px





WEBSITE

- Thiết kế giao diện website được điều chỉnh nhằm:
- Đồng bộ hóa hình ảnh thương hiệu với bộ nhận diện mới của Cục Dân số.
 - Tăng tính nhận diện và chuyên nghiệp cho trang thông tin chính thống. Giữ cấu trúc nội dung hiện tại để đảm bảo thói quen sử dụng của cán bộ và người dân.
 - Thanh tiêu đề chính và tiêu đề phụ phải sử dụng màu của thương hiệu và phông chữ thương hiệu của Cục Dân số.





05. Nhận diện thương hiệu Văn phòng

- GIẤY VIẾT THƯ
- DANH THIẾP
- PHONG BÌ
- TÚI Đựng TÀI LIỆU
- BÚT BI
- BIỂN TÊN CHỨC DANH
- THẺ ĐEO CÁN BỘ/NHÂN VIÊN
- GIẤY GIỚI THIỆU
- TÚI GIẤY TẶNG QUÀ
- HUY HIỆU CÀI ÁO
- SLIDE TRÌNH CHIẾU
- SỔ GHI CHÚ
- KỆP TÀI LIỆU A4
- KỆP TRÌNH KÝ
- HỒ SƠ TÀI LIỆU
- CHỮ KÝ EMAIL
- CHỨNG CHỈ



GIẤY VIẾT THƯ

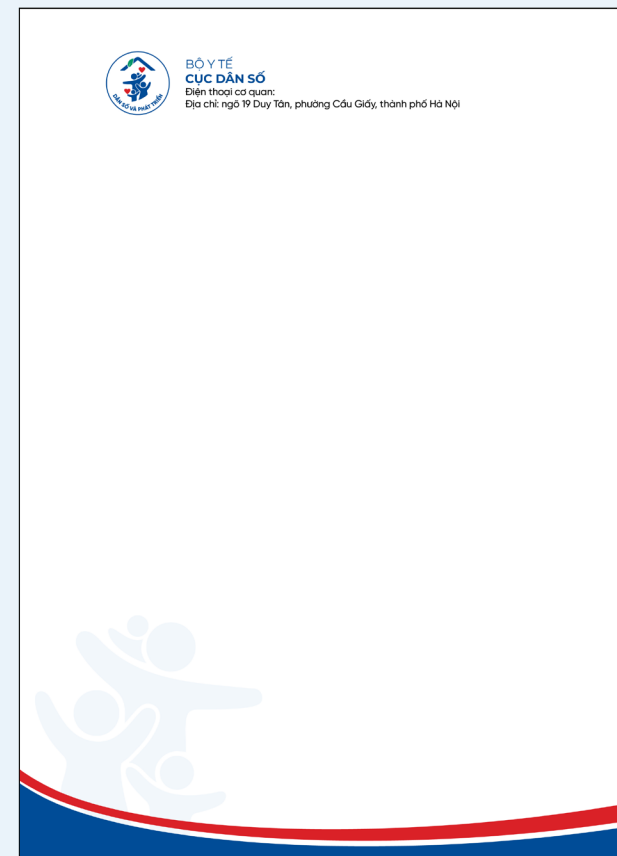
Giấy viết thư là loại ấn phẩm quan trọng đối với doanh nghiệp trong việc khẳng định thương hiệu, thường được sử dụng cho các tài liệu chính thức, thư từ, hợp đồng.....

Ý nghĩa & tính ứng dụng:

- Tạo sự thống nhất nhận diện thương hiệu trong mọi thư từ, giao tiếp chính thức của Cục Dân số.
- Góp phần chuyên nghiệp hóa hình ảnh tổ chức, tạo sự tin tưởng trong mắt đối tác và công chúng.
- Tăng tính nhận diện với logo và màu sắc nhất quán trong toàn bộ hệ thống truyền thông.
- Có thể sử dụng cả trong in ấn và văn bản số (PDF/Word), phù hợp mọi kênh giao tiếp nội bộ và đối ngoại.

Kích thước : 21cm x 29,7cm (A4)

21 cm



29,7cm



BỘ Y TẾ
CỤC DÂN SỐ
Điện thoại cơ quan:
Địa chỉ: ngõ 19 Duy Tân, phường Cầu Giấy, thành phố Hà Nội

THƯ MỜI

KÍNH GỬI: QUỸ DÂN SỐ LIÊN HỢP QUỐC TẠI VIỆT NAM (UNFPA VIỆT NAM)

Thực hiện chức năng, nhiệm vụ được giao về công tác dân số và phát triển, Nhân dịp Ngày Dân số Thế giới 11/7, Cục Dân số – Bộ Y tế trân trọng gửi lời cảm ơn tới UNFPA Việt Nam vì sự hỗ trợ tích cực, hiệu quả trong suốt thời gian qua đối với công tác dân số và phát triển tại Việt Nam.

Ngày Dân số Thế giới là dịp ý nghĩa nhằm nâng cao nhận thức của toàn xã hội về các vấn đề dân số, cũng như thúc đẩy sự tham gia của các cấp, các ngành và người dân trong việc xây dựng chính sách và hành động vì một nền dân số bền vững. Năm 2025, chủ đề dân số tiếp tục là mối quan tâm toàn cầu trong bối cảnh nhiều thách thức bền vững.

Với tinh thần hợp tác và mục tiêu chung, Cục Dân số mong muốn tiếp tục phối hợp chặt chẽ với UNFPA Việt Nam trong việc tổ chức các hoạt động, hội thảo chuyên đề, triển lãm truyền thống, phát hành ấn phẩm về mìn-tinh, hội thảo thống nhất kế hoạch triển khai cụ thể, đảm bảo tính thiết thực, hiệu quả và phù hợp với thông điệp toàn cầu của UNFPA.

Cục Dân số rất mong nhận được sự quan tâm, hỗ trợ và đồng hành của UNFPA Việt Nam trong sự kiện này, góp phần lan tỏa thông điệp tích cực tới cộng đồng, vì mục tiêu dân số ổn định, phát triển bền vững và thịnh vượng.

Trân trọng cảm ơn!

Hà Nội, ngày tháng năm
Cục trưởng

Ký, đóng dấu

DANH THIẾP

Danh thiếp là công cụ giao tiếp cơ bản, thể hiện sự chuyên nghiệp và đại diện cho hình ảnh cá nhân trong cơ quan. Dùng để trao đổi thông tin liên hệ trong các cuộc họp, hội nghị, hội thảo, công tác, đối ngoại, và hợp tác truyền thông. Danh thiếp khi được quy chuẩn sẽ góp phần xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp – minh bạch – thân thiện cho cán bộ ngành Dân số khi làm việc với các đối tác trong và ngoài nước. Tăng cường tính nhận diện đồng bộ thương hiệu qua việc sử dụng màu sắc, font chữ và bố cục thống nhất trong toàn hệ thống.

Chất liệu: Giấy Couche 300gsm hoặc Bristol cán mờ/màng mờ, tăng độ bền, chống thấm nhẹ.

Kích thước: 9cm x 5cm

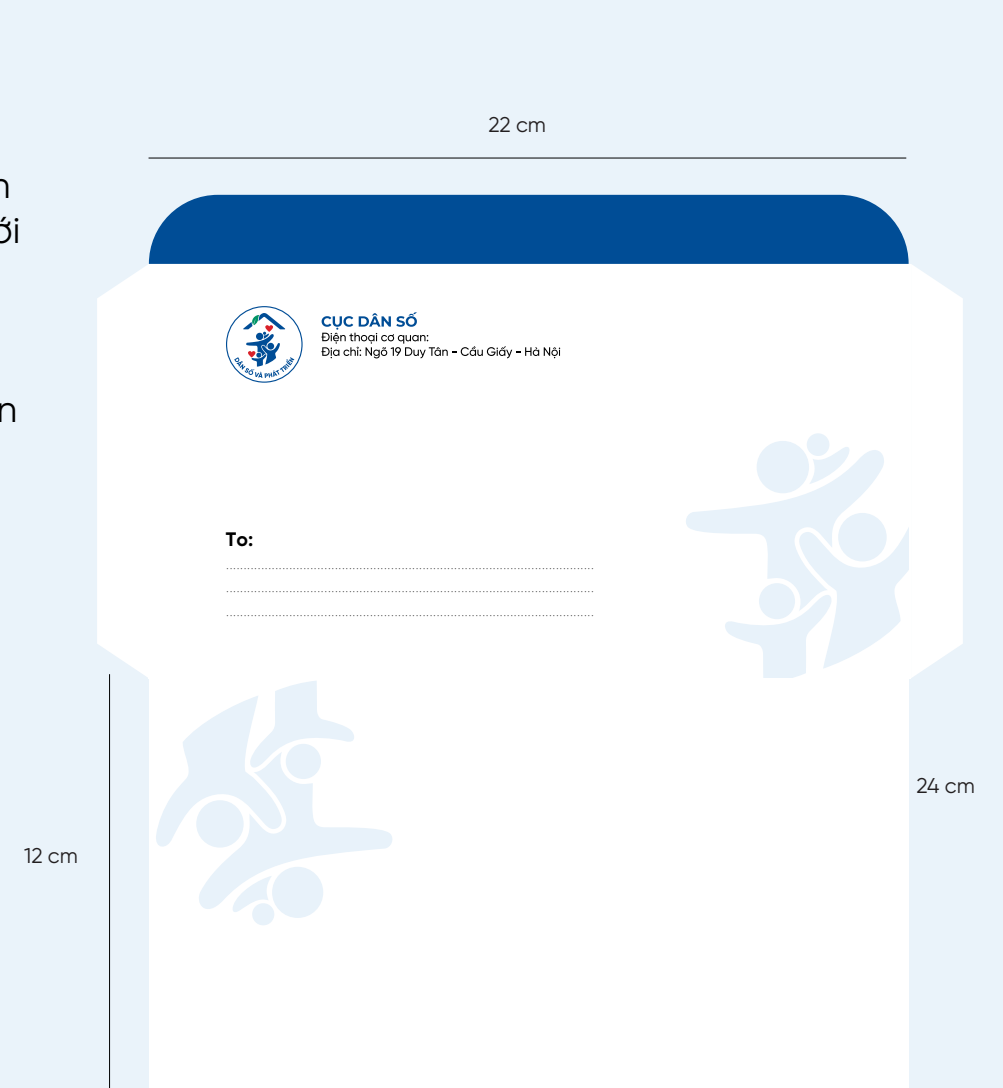




PHONG BÌ

Phong bì giúp xây dựng tính thống nhất, tạo nên hình ảnh chuyên nghiệp cho các hoạt động của Cục Dân số đối với khách hàng đồng thời với thiết kế đồng nhất cùng danh thiếp, giấy viết thư... hay các ấn phẩm khác do đó giúp đối tác nhận diện thương hiệu của Cục Dân số dễ dàng hơn. Tăng cường sự hiện diện nhất quán của bộ nhận diện thương hiệu trên mọi điểm chạm với công chúng.

Kích thước: 22cm x 12 cm





KỆP FILE (mặt ngoài)

Kẹp file mặt ngoài được thiết kế để lưu trữ và cất giữ hồ sơ tài liệu, văn bản nhưng nó cũng là bộ mặt thương hiệu cho Cục Dân số.

- Kẹp file được sử dụng trong các hội thảo, hội nghị, lớp tập huấn ngành dân số.
- Tăng tính chuyên nghiệp khi trao đổi văn bản, tài liệu với cơ quan, tổ chức bên ngoài.
- Là một phần không thể thiếu trong bộ ấn phẩm văn phòng thống nhất về nhận diện.

Kích thước: 22cm x 31 cm





KỆP FILE (mặt trong)

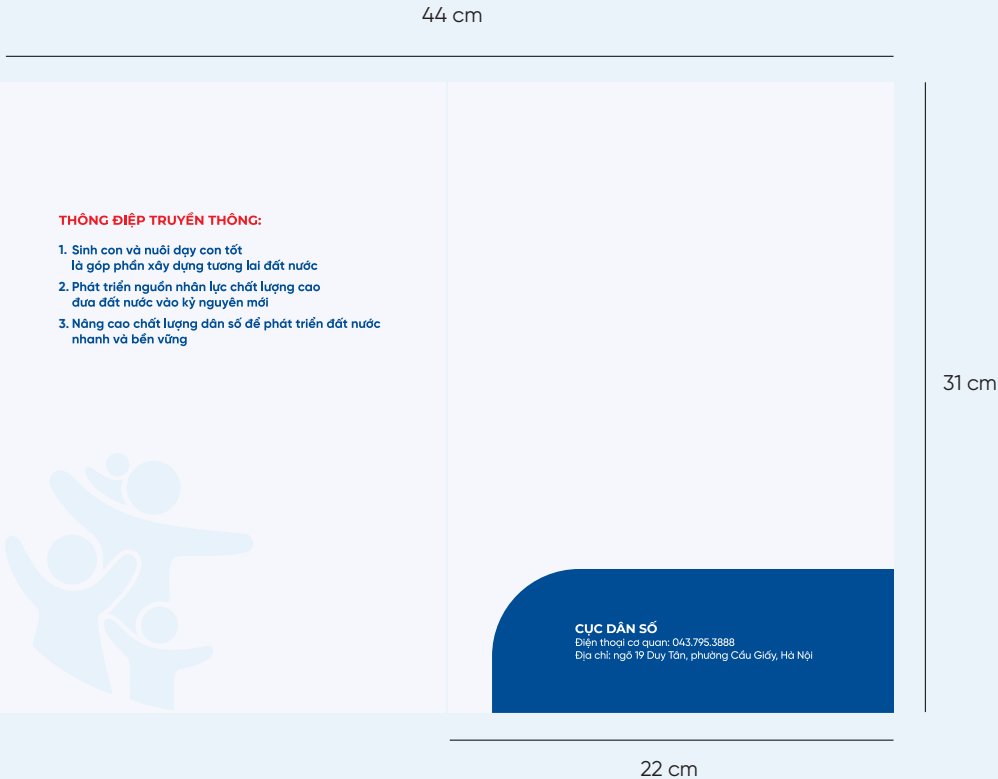
Kệp file mặt trong gồm nội dung chính là ba thông điệp tuyên truyền cốt lõi của Cục Dân số:

1. Sinh con và nuôi dạy con tốt là góp phần xây dựng tương lai đất nước.
2. Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao đưa đất nước vào kỷ nguyên mới.
3. Nâng cao chất lượng dân số để phát triển đất nước nhanh và bền vững.

Các thông điệp được trình bày bằng font chữ đậm rõ ràng, dễ đọc, giúp nhấn mạnh định hướng chiến lược của ngành Dân số.

Họa tiết đồ họa hình người và trái tim dạng chìm ở nền dưới vừa tăng tính nhận diện, vừa giữ được sự trang nhã, không gây nhiễu nội dung.

Kích thước: 22cm x 31 cm





TÚI Đựng TÀI LIỆU

Túi đựng tài liệu được thiết kế dạng túi vải canvas (túi tote) nhằm phục vụ các hoạt động chuyên môn của Cục Dân số như hội nghị, hội thảo, tập huấn, truyền thông cộng đồng...

Túi dùng để đựng các tài liệu, ấn phẩm tuyên truyền, sổ tay, biểu mẫu hoặc hồ sơ chuyên môn, đồng thời là vật phẩm nhận diện thương hiệu có tính ứng dụng cao, thân thiện với người sử dụng và môi trường. Túi vải canvas có tính ứng dụng cao, góp phần lan tỏa hình ảnh thương hiệu một cách tự nhiên, gần gũi và tiết kiệm chi phí.

Kích thước: túi: 35 x 40 cm, quai: 30cm/11.8in



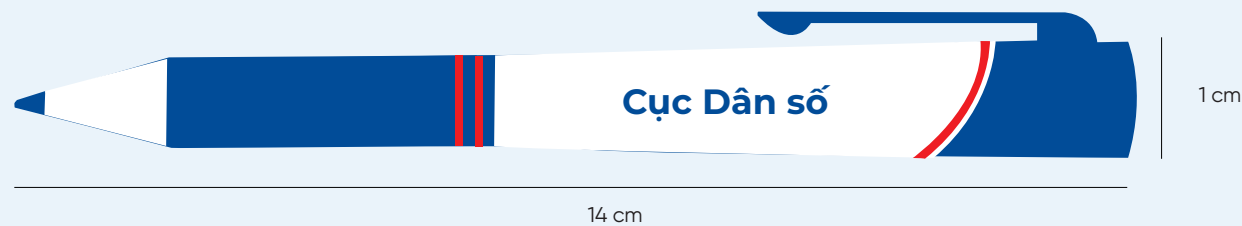


BÚT BI

Bút được sử dụng trong các hoạt động hành chính, văn phòng của Cục, dùng trong các buổi họp, hội nghị, hội thảo, ký kết, hoặc làm quà tặng lưu niệm trong các chương trình truyền thông, tuyên truyền dân số.

Chất liệu: Nhựa ABS cao cấp hoặc kim loại sơn tĩnh điện

Kích thước: 1 cm x 14 cm





BIỂN TÊN CHỨC DANH

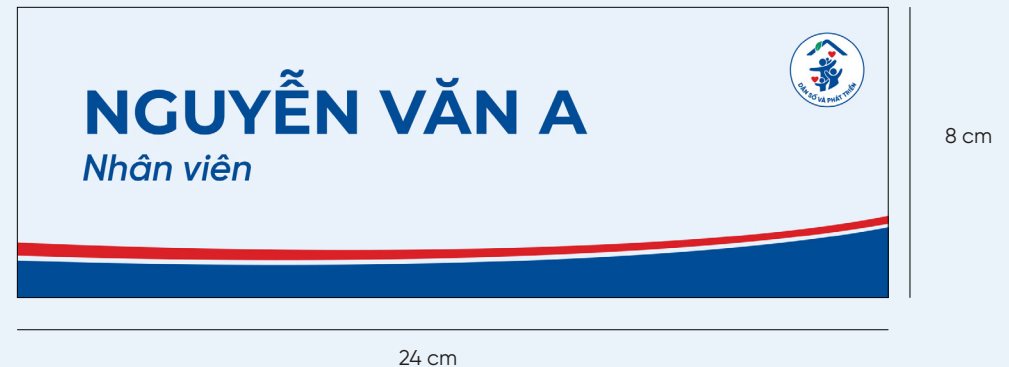
Biển tên chức danh là loại biển tên được dùng để thể hiện chức danh, chức vụ, vị trí của mỗi cá nhân trong Cục Dân số. Biển tên chức danh nhằm hiển thị đầy đủ họ tên và chức danh, giúp xác định nhanh chóng vị trí, vai trò của cán bộ trong giao tiếp hành chính và các cuộc họp. Đây là vật phẩm không thể thiếu tại các cơ quan nhà nước, góp phần tăng tính trang nghiêm và chuyên nghiệp trong môi trường công sở.

Chất liệu:

- Thân biển: Mica trong suốt hoặc kính cường lực mỏng, tạo cảm giác tinh tế và sạch sẽ.
- Chân đế: Gỗ tự nhiên sơn phủ mờ, chắc chắn và sang trọng.

Kích thước:

- Tấm Mica: 8cm x 24cm
- Chân gỗ: 3cm x 3cm x 24cm





THẺ ĐEO

Thẻ đeo được thiết kế nhằm nhận diện cá nhân trong môi trường làm việc, phục vụ kiểm soát ra vào, giao tiếp nội bộ và thể hiện hình ảnh chuyên nghiệp của cơ quan. Đây là vật phẩm bắt buộc trong hoạt động hành chính, hội họp và công tác liên ngành.

Kích thước: 5.4 cm x 8.6 cm

Chất liệu:

- Thẻ nhựa PVC cao cấp, ép laminate bóng/mờ
- Dây đeo: Dây vải, khóa kim loại.





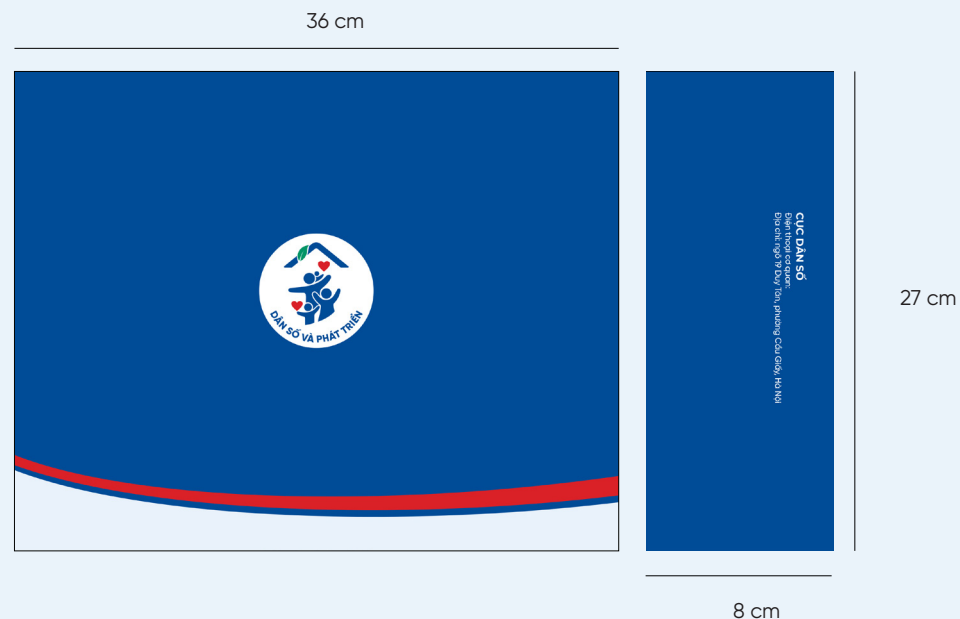
TÚI GIẤY TẶNG QUÀ

Túi giấy tặng quà được thiết kế để đựng các sản phẩm quà tặng lưu niệm trong các sự kiện, hội nghị, hội thảo, tập huấn chuyên đề do đơn vị tổ chức hoặc phối hợp tổ chức. Đây là vật phẩm hỗ trợ truyền thông nhằm tăng tính thẩm mỹ, đồng bộ nhận diện và thể hiện sự chuyên nghiệp trong công tác tổ chức.

Kích thước: 36 cm (ngang) × 27 cm (cao) × 8 cm

Đây là kích thước thông dụng, phù hợp để đựng tài liệu khổ A4, sổ tay, bút viết, áo thun, hộp quà hoặc các vật phẩm nhỏ khác.

Chất liệu: Giấy Couche định lượng 250–300gsm, có cán màng mờ giúp tăng độ bền và chống bám bẩn.





HUY HIỆU CÀI ÁO

Huy hiệu cài áo được thiết kế nhằm tăng cường tính nhận diện thương hiệu trong các sự kiện, hội nghị, hội thảo, lễ kỷ niệm ngành dân số, các chuyến công tác, và sinh hoạt chuyên môn. Huy hiệu cài áo là dấu hiệu nhận diện cán bộ, công chức, viên chức của đơn vị trong môi trường làm việc hoặc khi tham gia sự kiện đối ngoại, góp phần tạo sự chuyên nghiệp, đồng bộ và tự hào ngành trong đội ngũ cán bộ.

Kích thước: Đường kính 2.5 cm (phù hợp đeo ngực áo mà không gây vướng víu).

Chất liệu: Mặt kim loại phủ epoxy bóng (hoặc nhôm in màu), mặt sau bằng kim loại chống gỉ, cài bằng ghim kim.



L= 2.5 cm



SỔ GHI CHÚ

Sổ ghi chú được thiết kế nhằm phục vụ công tác ghi chép, họp hành, làm việc hàng ngày của cán bộ, công chức, viên chức trong đơn vị. Đây đồng thời là sản phẩm văn phòng phẩm có tính nhận diện thương hiệu, góp phần tạo nên sự đồng bộ và chuyên nghiệp trong hình ảnh cơ quan.

Kích thước: 14.5cm x 20.5 cm

Chất liệu:

- Bìa sổ: Giấy cứng bồi bìa carton, cán mờ hoặc bóng
- Ruột sổ: Giấy Fort trắng 80gsm, in dòng kẻ, đóng gáy lò xo kim loại





SLIDE TRÌNH CHIẾU

Slide trình chiếu là công cụ hỗ trợ truyền thông, giảng dạy, tập huấn và điều hành hội nghị, mục tiêu nhằm:

- Trình bày nội dung một cách khoa học, dễ hiểu, trực quan.
- Thể hiện rõ nét nhận diện thương hiệu của Cục Dân số trong các sự kiện, hội thảo, buổi làm việc với đối tác, tập huấn cán bộ hoặc truyền thông cộng đồng.
- Thống nhất phong cách truyền tải thông điệp, tạo sự chuyên nghiệp và đồng bộ trong mọi tài liệu trình chiếu.

Kích thước file theo tỷ lệ 3x4 và 16x9





KỆP TRÌNH KÝ

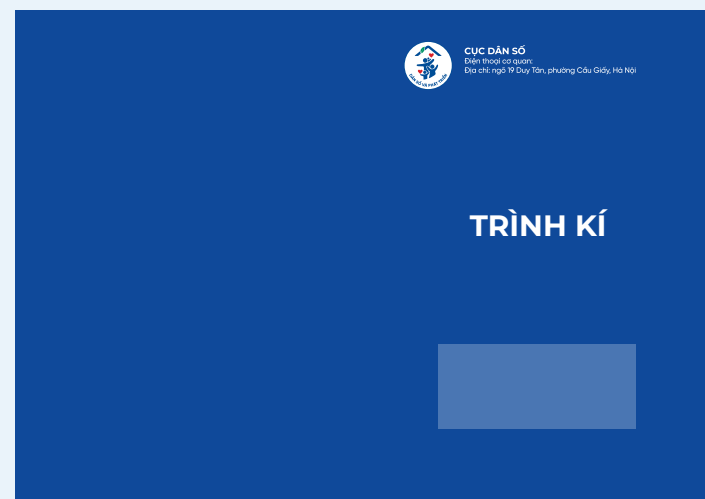
Kệ trình ký là vật dụng thiết yếu phục vụ công tác hành chính – văn phòng, dùng để trình ký các loại công văn, tài liệu, quyết định, giúp quá trình ký duyệt được thực hiện nhanh chóng, chuyên nghiệp và thuận tiện. Kệ trình ký được thiết kế hai mặt gấp: một mặt để lót giấy trình, một mặt có kệ inox để cố định tờ giấy. Phía trong có thêm khe cài tài liệu hoặc card, thuận tiện cho quản lý giấy tờ đi kèm.

Chất liệu:

- Da tổng hợp cao cấp (simili hoặc PU) – có độ đàn hồi tốt, dễ vệ sinh và bền bỉ. Bề mặt da có thể dập logo hoặc in lụa, dễ dàng gia công thương hiệu.
- Lốp lót trong là carton cứng hoặc nhựa ép form, giữ form chắc chắn, giúp người dùng dễ thao tác khi ký.
- Kệ giấy bằng inox hoặc thép mạ niken chắc chắn, chống gỉ sét, có thể mở đóng linh hoạt, giữ chặt tài liệu.

Kích thước: 23,5cm x 33cm

Mặt ngoài



23,5 cm

33 cm



Mặt trong



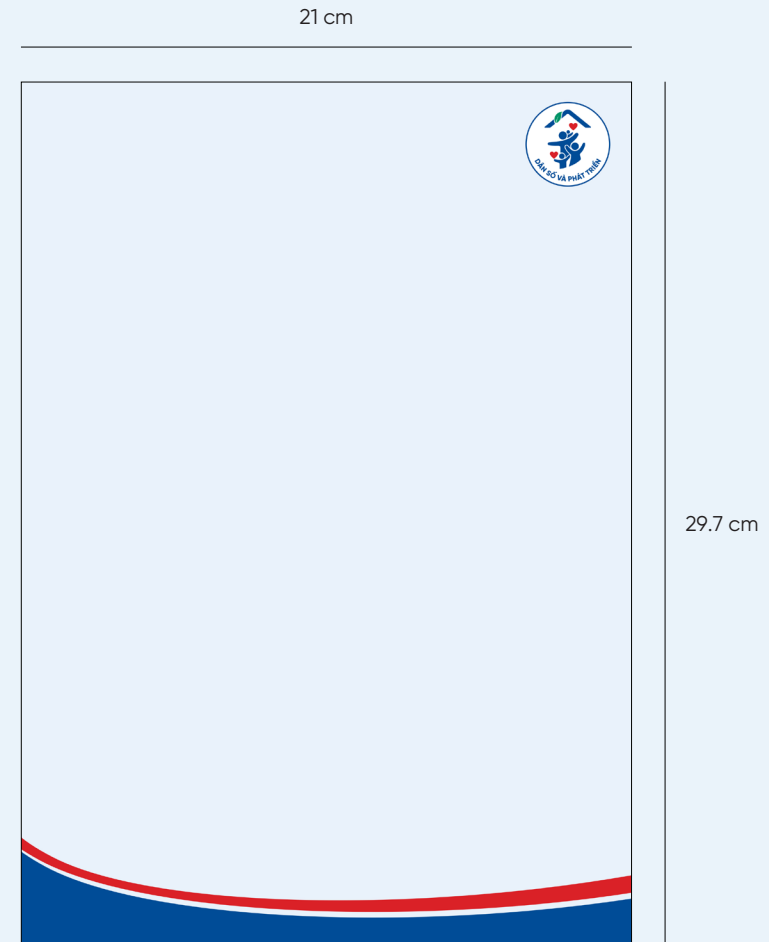
HỒ SƠ TÀI LIỆU

Hồ sơ tài liệu được thiết kế nhằm phục vụ cho các chương trình tập huấn, hội thảo, sự kiện truyền thông chuyên đề, đặc biệt nhân các dịp quan trọng như Ngày Dân số Thế giới 11/7. Tài liệu có thể được phát cho người tham dự để ghi chú, theo dõi nội dung, hoặc lưu giữ thông tin quan trọng sau chương trình.

Dải màu xanh - đỏ uốn lượn dưới chân hài hòa kết hợp với logo “Dân số và phát triển” góc phải bên trên, tạo liên kết thống nhất với toàn bộ bộ nhận diện.

Kích thước: A4 dọc (21 × 29.7 cm)

Chất liệu: Giấy C300 cán mờ bìa trước, giấy Couche 100–120gsm cho phần nội dung bên trong.





CHỮ KÝ EMAIL

Chữ ký email là một yếu tố quan trọng trong giao tiếp điện tử chuyên nghiệp, nhằm chuẩn hóa hình ảnh thương hiệu và thể hiện sự đồng nhất trong hệ thống nhận diện của Cục Dân số. Đây là công cụ truyền thông trực quan, giúp tăng tính tin cậy trong mọi email gửi đi.

Kích thước: 200px x 600 px



From

To

Subject

Cc Cco





NGUYỄN VĂN A
Nhân viên
 XXX XXX XXX
 diachiemail@gmail.com
 website.com
 ngõ 19 Duy Tân, phường Cầu Giấy, Hà Nội



SEND



GIẤY CHỨNG NHẬN

Giấy chứng nhận được thiết kế nhằm công nhận và vinh danh thành tích cá nhân/tập thể tham gia các hoạt động, cuộc thi, chương trình do Cục Dân số phát động. Đây là minh chứng chính thức, thể hiện sự trân trọng, khích lệ tinh thần đóng góp cho công tác truyền thông dân số và phát triển.

Kích thước: A4 ngang (297 x 210 mm).





LỜI KẾT

Bộ tài liệu hướng dẫn nhận diện thương hiệu Dân số và Phát triển được xây dựng nhằm đảm bảo sự đồng bộ, nhất quán và chuyên nghiệp trong toàn bộ các sản phẩm truyền thông, in ấn, tổ chức sự kiện và tài liệu của hệ thống dân số trên toàn quốc.

Việc sử dụng đúng chuẩn Bộ nhận diện không chỉ góp phần nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp và uy tín mà còn tạo nên sự nhận diện rõ ràng, thống nhất, thể hiện sự tôn trọng đối với giá trị cốt lõi, sứ mệnh và tầm nhìn của công tác Dân số và Phát triển.

Các cơ quan/đơn vị cần tuân thủ nghiêm túc các quy định về màu sắc, kiểu chữ, bố cục, cách sử dụng logo, biểu trưng, và ấn phẩm truyền thông... theo đúng hướng dẫn trong tài liệu khi thiết kế, sản xuất hoặc đặt in các sản phẩm.

Trong quá trình triển khai, nếu phát sinh nhu cầu điều chỉnh hoặc mở rộng ngoài phạm vi tài liệu, đề nghị liên hệ với bộ phận phụ trách truyền thông Cục Dân số để được hỗ trợ và thống nhất trước khi thực hiện.

Cục Dân số

Địa chỉ: Ngõ 19 phố Duy Tân,
phường Cầu Giấy, thành phố Hà Nội
Điện thoại: 0243.843.5297

Fanpage Truyền thông Dân số Việt Nam

<https://www.facebook.com/vutruythonggiaoduc>



Zalo OA Truyền thông Dân số Việt Nam

<https://zalo.me/3472444500466952626>



YouTube Truyền thông Dân số Việt Nam

<https://www.youtube.com/@truyenthongdanso-tongcucda529>



Website

<https://vnpa.moh.gov.vn/>



TikTok Truyền thông Dân số Việt Nam

<https://www.tiktok.com/@truyenthongdanso>



BỘ NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU
Logo Dân số và Phát triển

