

HÀNG HIỆU

Xa xỉ là một lối sống

ĐỒNG HỒ
Gothic

Elie Saab

Thiên tài của những
đường cong

BURJ AL ARAB

CÁNH BUỒM
XA HOA





BOSS
HUGO BOSS

LUALA

3.1 PHILLIP LIM

ALEXANDER WANG

AZZEDINE ALAIA

CANALI

COMME DES GARCONS

DRIES VAN NOTEN

ELIE SAAB

ELIZABETH AND JAMES

ERICKSON BEAMON

ESCADA

ETRO

FALCONIERE

FALKE

FRANCESCO SCOGNAMIGLIO

GIAMBATTISTA VALLI

GIUSEPPE ZANOTTI

HELENE ZUBELDIA

HILTL

JENNY PACKHAM

KITON

LEJABY

LINDA FARROW

MANOLO BLAHNIK

MARY KATRANTZOU

MISSONI

NEIL BARRETT

NINA RICCI

PAUL SMITH

TALBOT RUNHOF

THAKOON

TOM FORD

VAN LAACK

VERA WANG

VICTORIA BECKHAM




CANALI
1934

Dịch vụ may đo veston Canali dành riêng cho bạn!

Ông Giorgio Ascheri, thợ may bậc thầy người Ý của Canali, sẽ giúp bạn lựa chọn một bộ vest hoàn hảo từ những chất liệu vải tốt nhất.

Thứ Ba, ngày 29 tháng 10 năm 2013
Thứ Tư, ngày 30 tháng 10 năm 2013
tại LUALA, 61 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Thứ Năm, ngày 31 tháng 10 năm 2013
Thứ Sáu, ngày 1 tháng 11 năm 2013
tại MILANO, 88 Đồng Khởi, Quận 1, TP HCM

Vui lòng đặt hẹn trước 48 tiếng
Đường dây nóng: 096 637 6601

Contents

OCTOBER – NOVEMBER 2013

Gadget

HÀNG KHÔNG CÁ NHÂN GIÁ RẺ

Theo cách này hay cách kia, hàng không cá nhân đang ngày càng đại chúng hoá! Liệu ngành hàng không cá nhân có vì vậy mà bị đánh mất đi giá trị của mình?

22

FERRETTI 870: HIỆN ĐẠI VÀ TRUYỀN THỐNG KIỂU Ý

Mẫu du thuyền này được xem là một trong những thiết kế hoàn hảo khi có cách sắp xếp không gian, phân phối buồng vô cùng hợp lý, mang lại cho người dùng những trải nghiệm và tiện nghi thoải mái nhất!

26

LAMBORGHINI MURCIELAGO LP670-4 SV

Cùng Hàng Hiệu review một trong những chiếc siêu xe của thế giới đang có mặt tại Việt Nam!

30

ĐỒNG HỒ GOTHIC

Xương sọ - một chủ điểm thiết kế nổi loạn, mang nặng phong cách Gothic – dường như không thích hợp lắm với các mẫu đồng hồ sang trọng và thanh lịch của các quý ông. Nhưng thực tế đang chứng minh điều ngược lại!

32

AVANT GARDE JEWELLERY

Một thế hệ các nhà thiết kế trang sức mới đang thực hiện một cuộc cách tân với ngành công nghiệp trang sức – tại chính gốc rễ của nó!

38

THIẾT BỊ NHẠC RETRO

Bất chấp những thành tựu vượt bậc của ngành công nghiệp thiết bị âm thanh trong những năm gần đây, các tay chơi nhạc sành sỏi vẫn không ngừng tìm kiếm các thiết bị âm thanh cổ điển.

42



Fashion

ELIE SAAB

THIÊN TÀI CỦA NHỮNG ĐƯỜNG CONG

62

Elie Saab là một trong số ít những nhà thiết kế thâm đở quan trọng nhất của đương đại với những tác phẩm nghệ thuật đắt giá.

THỜI TRANG NỮ

78

MIX & MATCH NỮ

82

THỜI TRANG NAM

90

MIX & MATCH NAM

96

Beauty

NƯỚC HOA PHI GIỚI TÍNH

112

Sự phi giới tính này đôi khi được quyết định bởi người sử dụng, chứ không phải người sản xuất ra chúng.

SKINCARE CỦA ĐÊM

116

Giấc ngủ là chất xúc tác kỳ diệu trong đại đa số các giải pháp về chống lão hóa.

SOFITEL LEGEND METROPOLE, HANOI +84 944465555
MELIA HOTEL, HANOI +84 906242424
REX HOTEL, HCMC +84 902908888



NOTHING WILL EVER FEEL THE SAME

THE CLARITY OF THE SAPPHIRE SCREEN, THE STRENGTH
AND LIGHTNESS OF THE TITANIUM CASING, THE HARMONY OF THE
SYMPHONIC SOUND, TOGETHER WITH OUR UNIQUELY CURATED SERVICES.

SEE | TOUCH | HEAR | THE NEW VERTU TI

HANDMADE IN ENGLAND. POWERED BY ANDROID™

Contents

OCTOBER – NOVEMBER 2013

Life

BẢO TÀNG THỜI TRANG

Cách đây 05-10 năm, nghĩ tới bảo tàng là nghĩ tới những công trình với các tác phẩm hội hoạ hoặc điêu khắc. Còn nói tới bảo tàng lúc này là nói tới những công trình với các tác phẩm là những sáng tạo thời trang!

BURJ AL ARAB - CÁNH BUỒM XA HOA

"Một công trình sẽ trở thành biểu tượng khi thiết kế đơn giản và độc đáo. Nếu bạn có thể phác họa một công trình chỉ bằng vài nét vẽ và mọi người đều có thể nhận ra cả cấu trúc lẫn sự liên kết của nó với một địa danh trên thế giới, bạn đã tiến được một bước dài trên con đường tạo ra một thứ biểu tượng." (Nhà thiên văn học, toán học, kiến trúc sư người Anh, Thomas Wright)

PHO MÁT VÀ RƯỢU VANG

Pho mát và rượu vang là một sự kết hợp lạ lùng khi đồ uống và đồ ăn này có thể tay trong tay trong hàng thế kỷ nay. Chúng vừa hỗ trợ nhau trong những cung bậc hài hòa, vừa cùng nhau tạo thành những tương phản kỳ lạ, mang tới những hương vị, cấu trúc mới lạ cho nhau. Tuy nhiên, cần cân nhắc kỹ trước khi thử một số loại pho mát dưới đây, bởi chúng chống chỉ định với những người sợ nặng mùi!



126

130

136



Talk

ETHAN KOH: HOÀNG TỬ CỦA THẾ GIỚI DA THUỘC

144

Cùng Hàng Hiệu thực hiện một cuộc phỏng vấn nhỏ với người thừa kế của nhà cung cấp da thuộc cho các nhãn hiệu túi hàng đầu thế giới để hiểu thêm về túi, về da thuộc và về sự xa xỉ!

ẤN TƯỢNG ĐÊM PHONG CÁCH

148

Ngày 23/10, giới mộ điệu của Hà Nội đã đón Halloween sớm nhưng không phải hoá thân vào những phù thuỷ, ma cà rồng mà là những tay chơi đam mê tốc độ trong bữa tiệc Fast & Furious Style Party của ấn phẩm Style!

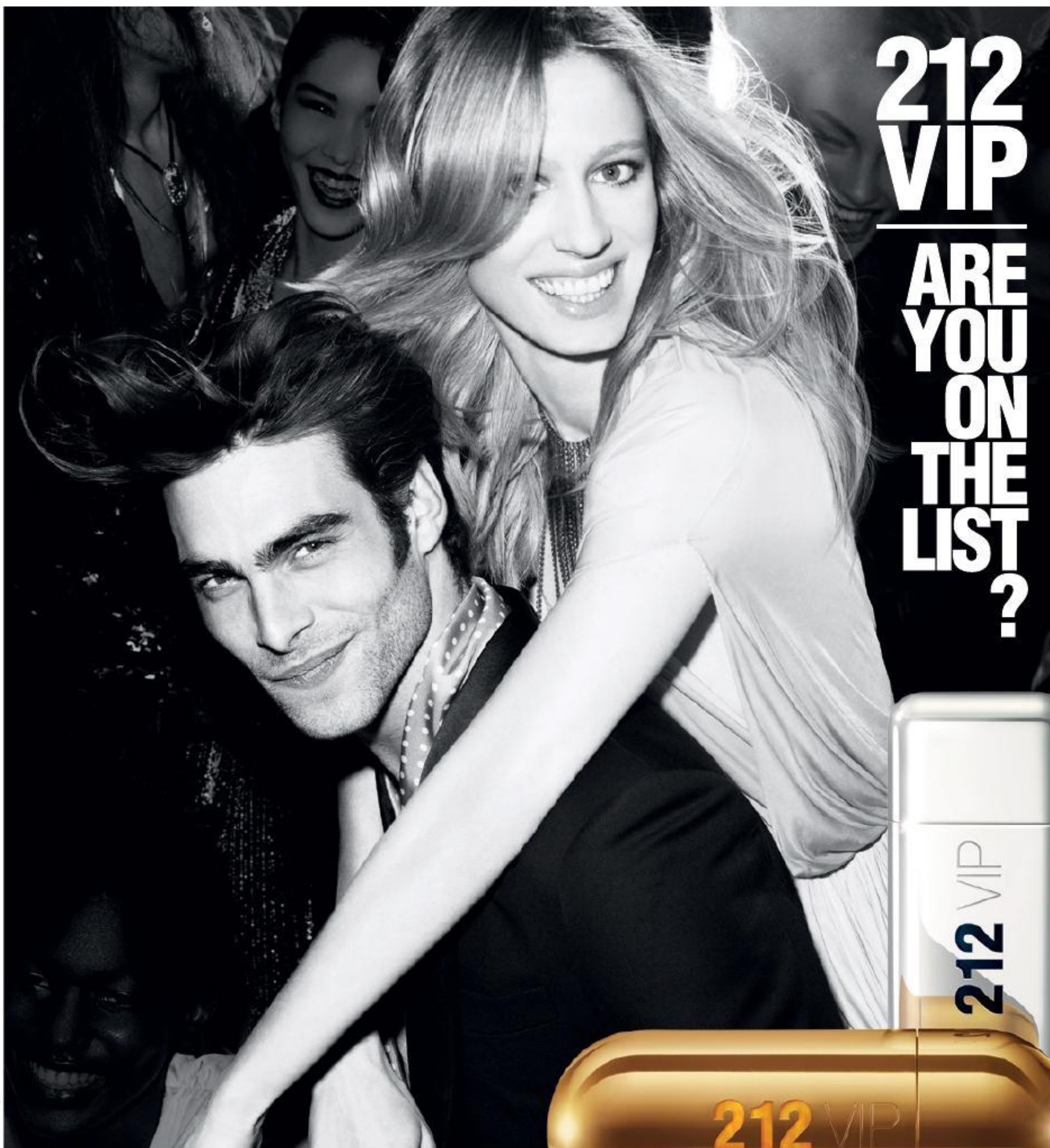
LỊCH TRÌNH KHÁCH SẠN

152

212 VIP

ARE YOU ON THE LIST ?

212areyouontheist.com



212 VIP

CAROLINA HERRERA
NEW YORK

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THƯƠNG XÁ TAX | 192 HAI BÀ TRƯNG | PARKSON SAIGONTOURIST | PICO PLAZA |
| DIAMOND PLAZA | PARKSON HÙNG VƯƠNG | PARKSON FLEMINGTON | PARKSON PARAGON | PARKSON C.T | HÀ NỘI | 23 TRĂNG THI |
| PARKSON VIET TOWER | PARKSON LANDMARK | VINCOM CITY TOWERS | VINCOM VILLAGE | VINCOM ROYAL CITY | HẢI PHÒNG | PARKSON T&D |

Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: 205/13/QCMP-HCM.



INTRODUCTION

CHANEL CRUISE 2014
Photographer: Karl Lagerfeld

Xa xỉ hay tiết kiệm?

Chúng ta luôn lên án những hành động lãng phí, không tiết kiệm!

Thế nên chẳng lạ nếu bạn có thích uống champagne, đeo đồng hồ cơ Thụy Sĩ, đi xe của Đức hoặc của một hãng nào đó nổi tiếng trên thế giới, những người tiếp cận bạn hoặc sẽ chê trách bạn vì bạn lãng phí (khoản tiền đó theo họ luôn là nên làm từ thiện tốt hơn); hoặc sẽ ngưỡng mộ bạn (vì bạn dám chi bạo). Nghĩa là theo cách này hay cách kia hành động của bạn được đánh giá khen ngợi, hoặc bị bai chê trách hoàn toàn dựa trên khoản tiền mà bạn bỏ ra chứ không phải dựa trên những giá trị mà bạn nhận được. Điều này theo bản thân tôi rất sai lầm!

Nhà đầu tư số một thế giới Warren Buffet đã có một câu trích dẫn vô cùng thú vị về giá trị và giá cả: "Giá tiền là thứ bạn trả. Giá trị là thứ bạn nhận." Warren Buffet nổi tiếng là một người tiêu sài căn cứ tới mức người ta không tin rằng ông có máy bay riêng, hay cũng rất nhiều người nghĩ rằng Buffet không đeo đồng hồ đắt tiền (thậm chí là không đeo đồng hồ). Thực tế, Buffet dùng đồng hồ Patek Philippe Calatrava.

Có lẽ nếu nhìn nhận xa xỉ theo cách của nhà đầu tư số một thế giới bạn sẽ thấy tiền có lẽ là thứ rẻ rúng nhất và nên được xếp dưới cùng. Đồng hồ Thụy Sĩ tốt, đẹp, độ thẩm mỹ cao và nổi tiếng về độ chính xác hoàn hảo mang theo mình giá trị là những bài học về tiết kiệm thời gian. Xe hơi của Đức có độ chính xác, độ thẩm mỹ cao, độ bền bỉ, tính năng và công suất lớn mang theo giá trị là những bài học về sự quyết đoán, sự kiên quyết (nhưng đừng để điều này trở thành bảo thủ). Champagne lại mang tới cho chúng ta những bài học về việc để tạo ra những thứ tốt đẹp, chúng ta cần phải cầu kỳ và lưu tâm tới những chi tiết dù là nhỏ nhất.

Và có lẽ nếu nhìn nhận theo cách của Warren Buffet, bạn sẽ thấy: "Đôi khi xa xỉ chính là cách tiết kiệm nhất!"

ÉCLAT
D'ARPÈGE

LANVIN
PARIS



TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THƯƠNG XÁ TAX | 192 HAI BÀ TRƯNG | PICO PLAZA | PARKSON HÙNG VƯƠNG |
| PARKSON FLEMINGTON | PARKSON PARAGON | HÀ NỘI | 23 TRĂNG THÌ | VINCOM CITY TOWERS | VINCOM ROYAL CITY | VINCOM VILLAGE |
| PARKSON LANDMARK KEANGNAM | HẢI PHÒNG | PARKSON T&D |

Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: 199/13/QCMP-HCM.

HÀNG HIỆU

Xa xỉ là một lối sống



BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH - NHÀ XUẤT BẢN THỂ DỤC THỂ THAO
07 TRỊNH HOÀI ĐỨC, HÀ NỘI - 48 NGUYỄN ĐÌNH CHIỂU, Q1, TP. HCM

PUBLICATION MANAGER / CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN

Nguyễn Ngọc Kim Anh

EDITORS / BIÊN TẬP

Cao Minh Phượng

Trịnh Xuân Luân

EDITORIAL MANAGER / PHỤ TRÁCH NỘI DUNG

Nguyễn Trí Tuệ

JUNIOR EDITORS / BIÊN TẬP VIÊN

Trần Nhật Minh, Nguyễn Châu Bách, Hilary Hubert

Jessica Trang, Jimmy Tran, Thanh Hoa

ART ADVISOR / CỐ VẤN HÌNH ẢNH

Samuel Hoàng

ART DIRECTION / THIẾT KẾ MỸ THUẬT

Trang Phạm

DESIGNER'S ASSISTANT

Nguyễn Cẩm Nhung

DESIGN / THIẾT KẾ

Nguyễn Media

EDITORIAL OFFICE / TRỤ SỞ CHÍNH

• Hà Nội:

5/55 Huỳnh Thúc Kháng

Tel: 04. 3773 8005

Fax: 04. 3773 8006

• Tp.HCM:

Tầng trệt, Tòa nhà Fafilm, 06 Thái Văn Lung, Q.1

Tel: 08. 3824 6841

Fax: 08. 3820 5009

ADVERTISING / QUẢNG CÁO

• Hà Nội: 091 587 2222 | Tp.HCM: 097 371 9999

Email: chaubachmedia@gmail.com

DISTRIBUTION / PHÁT HÀNH

• Công ty phát hành Trường Phát

Công ty phát hành Báo chí Trung ương - Hệ thống các sạp tại Hà Nội, Tp.HCM - Hệ thống nhà sách Trí Tuệ - Hệ thống nhà sách Tiên Phong - Hệ thống nhà sách Fahasa - Hệ thống nhà sách Phương Nam - Nhà sách Thiết bị và Giáo dục - Nhà sách Ngoại văn - Tổng công ty sách Việt Nam.

Website • www.3nana.vn

iPad /iPhone: App Store / Viet Bookstore / Hàng Hiệu

SỐ ĐĂNG KÝ KẾ HOẠCH XUẤT BẢN

551/QĐ-XBTDĐT/03-2013/CXB/66-373/TDĐT

Khổ: 21 x 28,5 cm

In tại Nhà máy In Bán Đổ

In xong và nộp lưu chiểu tháng 11 năm 2013

Giá: **39.500 VND**

UNCONVENTIONAL CHIC **LACOSTE**



CELEBRATING EIGHTY

hanoi • vincom royal city • pacific place • parkson viettower • parkson landmark keangnam
hcmc • vincom eden • new world hotel • parkson saigontourist • parkson hungvuong • parkson paragon

TOP LUXE

VUA TỐC ĐỘ

2014 Lamborghini Gallardo LP 570-4 Squadra Corse

Được ra mắt trong triển lãm Frankfurt Motor Show, mẫu 2014 Lamborghini Gallardo LP 570-4 Squadra Corse này xứng đáng là một phiên bản siêu xe đặc biệt khi có vận tốc đạt 100km/h chỉ sau có 3,4 giây. Được biết giá xe chưa nhập khẩu vào **khoảng \$259.000**.



CHIẾN LƯỢC

Cánh lái gió hậu và một nắp che động cơ có thể tách rời là một trong những chiến lược giảm tải trọng lượng. Sợi carbon được sử dụng bên trong nội thất ở các vị trí khoá cài, bảng điều khiển trung tâm, ốp cửa và thậm chí là cả bánh lái.

TỐC ĐỘ

Có trọng lượng nhẹ hơn mẫu LP 560-4 khoảng gần 70kg, được trang bị động cơ 570 mã lực, V10, mẫu xe này có khả năng đạt vận tốc khoảng 200km/h chỉ sau khoảng 10,4 giây. Vận tốc tối đa của xe là khoảng 320,3km/h.



PHONG CÁCH

Bánh xe có đường kính 19 inch, được sơn bóng màu đen. Compa của phanh (calliper) sử dụng carbon có màu đỏ hoặc vàng hoặc đen. Có 04 lựa chọn cho màu của xe là vàng Giallo Midas, trắng Bianco Monocerus, xám Grigio Thalasso và đỏ Rosso Mars.

UNCONVENTIONAL CHIC

LACOSTE



CELEBRATING EIGHTY

hanoi • vincom royal city • pacific place • parkson viettower • parkson landmark keangnam
hcmc • vincom eden • new world hotel • parkson saigontourist • parkson hungvuong • parkson paragon

TOP LUXE

THIẾT KẾ CƠ ĐỘNG

Một hệ thống cylinder (xy lanh) đặc biệt ở phía sau của tai đồng hồ có chức năng điều chỉnh để đồng hồ có thể đeo ôm tay nhất. Đồng hồ có phiên bản giới hạn trên toàn thế giới là 25 chiếc. Mỗi chiếc đều có dây đeo bằng da cá sấu.

CHINH PHỤC KHÔNG GIẢN



CÔNG NGHỆ

Mẫu đồng hồ vỏ thép với kích thước 48,5mm này được thực hiện với sự tham gia của những phần còn sót lại của con tàu Apollo 11. Mặt số của đồng hồ có sự tham gia của chất liệu bụi mặt trăng. Đồng hồ chạy máy cơ khí tự lên dây RJ3000. Được biết cỗ máy này được đặc biệt thiết kế nhằm làm nổi bật cơ chế hoạt động của tourbillon flying ở vị trí bên trái của mặt số đồng hồ.

Để tôn vinh hành trình chinh phục không gian của nhân loại, thương hiệu đồng hồ Romain Jerome mới đây đã giới thiệu mẫu đồng hồ Moon Orbiter ấn tượng với máy đồng hồ và một tourbillon flying. Đồng hồ có 05 chân kính sapphire crystal lộ. Đồng hồ hiện có giá khoảng \$115.000.



www.stylemagazine.vn

STYLE - *Phong cách của bạn*, phát hành 1 tháng / số - Đặt mua phiên bản điện tử dành cho tablet: App Store / Viet Bookstore / Style - www.3nana.vn



 **TOPTEN** Nhà Phân Phối Độc Quyền – 91 Thạch Thị Thanh, Q.1, TP.HCM – **Tel:** (84-8) 3820 3204 – **Fax:** (84-8) 3820 3959 – **Email:** contact@toptenco.com.vn – **Website:** www.toptenco.com.vn

BOUTIQUES: • **SUN WAH TOWER** 115 NGUYỄN HUỆ, Q.1, TP.HCM (3821 9279) • **BIG C VINH TRUNG PLAZA** 225-227 HÙNG VƯƠNG, TP. ĐÀ NẴNG (366 6066) • **BIG C THĂNG LONG** 222 TRẦN DUY HƯNG, Q.CG, HÀ NỘI (37832301)

SERVICE CENTER: • **SUN WAH TOWER** 115 NGUYỄN HUỆ, Q.1, TP.HCM (3821 9279)



SWISS WATCHES TO DREAM OF FOR 160 YEARS

TISSOT LUXURY AUTOMATIC GENT
TISSOT LUXURY AUTOMATIC LADY
DIAMONDS

DỰ TRỮ NĂNG LƯỢNG SUỐT 80 GIỜ



**T+
TISSOT**
SWISS WATCHES SINCE 1853
INNOVATORS BY TRADITION

160th
ANNIVERSARY
1853 - 2013

Get in touch at www.tissot.ch

ĐẠI LÝ: TP.HCM • THƯƠNG XÁ TAX 135 Nguyễn Huệ, Q.1 (38213231) • **DIAMOND PLAZA** 34 Lê Duẩn, Q.1 (38227884) • **VINCOM CENTER** 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1 (39939099) • **VINCOM A** (B1-32) 116 Nguyễn Huệ, Q.1 • **PARKSON SAIGON TOURIST** 35-45 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38277578) • **PARKSON CT PLAZA** 60A Trương Sơn, Q.TB (62971819) • **PARKSON FLEMINGTON** 182 Lê Đại Hành, Q.11 (39651298) • **TIC TAC** 72 Đồng Khởi, Q.1 (38293392) • **MAXIMARK** 15-17 Cộng Hòa, Q.TB (38116502) • **MAXIMARK** 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (39290322) • **TÂN TÂN** 133 Nguyễn Huệ, Q.1 (38218297) • **TÂN TÂN** 55 Lê Lợi, Q.1 (38213778) • **MẠNH THẮNG** 72B Lê Lợi, Q.1 (38220465) • **TDC** 393 Điện Biên Phủ, Q.3 (39290685) • **MINH AN** 867 Nguyễn Trãi, Q.5 (38554549) • **PNJ** 174 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38247311) • **PNJ** 5-7 An Dương Vương, Q.5 (38302399) • **PNJ** 159 Phan Đăng Lưu, Q.PN (39900489) • **PNJ** 52 Nguyễn Văn Trỗi, Q.PN (38441212) • **PNJ** 362A Nguyễn Văn Nghi, Q.GV (38954597) **HÀ NỘI** • **VINCOM MEGAMALL** 72A Nguyễn Trãi, Q.TX (62620560) • **DUY ANH WATCH** 7 Hàng Khay, Q.HK (66566660) • **VINCOM CENTER** 191 Bà Triệu, Q.HBT (22200268) • **DUY ANH WATCH** 212 Phố Huế, Q.HBT (22148336) • **NEW WATCH** 37 Hàng Khay, Q.HK (39344865) • **LOTTE MART** 229 Tây Sơn, Q.ĐD (62575666) • **SAVICO MEGAMALL** 7-9 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (62550099) **ĐÀ NẴNG** • **PNJ** 123 Hùng Vương (3812618) **VŨNG TÀU** • **ĐẠI HÙNG** 228 Bạc Liêu, P.3 (3530085)

HÀNGHIỆU October | November - 2013

LUXE

www.hanghieumagazine.vn

Hàng không CÁ NHÂN GIÁ RẺ



Theo cách này hay cách kia, hàng không cá nhân đang ngày càng đại chúng hoá! Liệu ngành hàng không cá nhân có vì vậy mà bị mất đi giá trị của mình?

Nếu bạn nghĩ những chuyến bay trên những chiếc chuyên cơ hàng không cá nhân chỉ dành cho những ông trùm tài phiệt hoặc giới siêu giàu – những người bạn gần như chỉ thấy xuất hiện trên truyền hình hoặc mặt báo, vậy đã tới lúc bạn cần phải thay đổi suy nghĩ đó! Thị trường tự do toàn cầu đang khiến cho mọi dịch vụ, mọi mặt hàng đều có “vạn người bán, vạn người mua”. Trong thị trường này, giá cả cạnh tranh chính là điều quyết định. Để giải quyết các vấn đề về giá, các công ty sở hữu chung, cho thuê, hoặc kinh doanh



hàng không cá nhân đang nghĩ ra rất nhiều cách.

Nếu không thể cho thuê nguyên một chiếc máy bay, vậy hãy cho thuê từng chỗ trên chiếc máy bay đó! Suy nghĩ này lập tức mở đường cho những khách hàng muốn tiết kiệm chi phí và trở thành kim chỉ nam cho các công ty kinh doanh hàng không cá nhân muốn hạ giá sản phẩm dịch vụ của mình. Nếu cách đây không lâu, lựa chọn kiểu thấp nhất hết cỡ (với ngành hàng không cá nhân) là \$2500/giờ bay thì hiện



nay khách hàng đã có thể có những gói dịch vụ khác cởi mở hơn như \$2.500/tháng. (Theo USA Today). Brian Foley là một chuyên gia trong lĩnh vực hàng không ở Mỹ. Ông chia sẻ: “Những người sử dụng dịch vụ hàng không cá nhân đang càng có nhiều lựa chọn hơn bao giờ hết. Điều hiển nhiên ở đây là những người có thể sử dụng dịch vụ hàng không cá nhân thực sự muốn sử dụng dịch vụ này. Các hãng hàng không đang biến dịch vụ của mình thành một thứ tệ hại đến mức nếu có khả năng thoát khỏi nó, bạn chắc chắn sẽ

muốn làm vậy.” Tất nhiên, ai dám phản đối ý kiến của Foley cơ chứ!? Mặc dù chưa từng sử dụng dịch vụ hàng không cá nhân (một điều vẫn rất xa vời ở Việt Nam) nhưng chỉ so sánh sự khác biệt giữa khoang hạng C với hạng economic, giữa hàng không phổ thông và hàng không giá rẻ, chúng ta đã có những khác biệt một trời một vực!

Những dịch vụ hàng không cá nhân có mức giá hợp lý hơn đang nở rộ! Và đây là kết quả tất yếu của việc thị trường



hồi phục sau khủng hoảng kinh tế thế giới. Theo Foley, chi phí dành cho các chuyến bay cá nhân hiện vẫn thấp hơn so với năm 2008 vào khoảng 20%. Tùy thuộc vào kích thước của máy bay mà mức giá thuê có thể dao động từ \$2.500 tới \$6.000/giờ. Mua một chiếc máy bay cá nhân, thậm chí ngay cả khi đồng ý chia quyền sở hữu với những người khác qua một hợp đồng sử dụng, cũng có thể khiến một người tiêu tốn hàng triệu đô. Nhưng số người muốn sử dụng dịch vụ hàng không cá nhân ngày càng tăng và rõ ràng đây là cơ hội kinh doanh cho các hãng hàng không nhanh nhạy và biết cách nắm bắt thời thế trên thị trường.

“Hàng không cá nhân là phương tiện hữu hiệu để đi từ điểm A tới điểm B,” Will Ashcroft, CEO và là người sáng lập hãng hàng không Jumpjet có trụ sở ở Las Vegas, Mỹ. Jumpjet khá mạnh dạn khi tuyên bố rằng các thành viên sử dụng dịch vụ của hãng có thể bay cá nhân với chi phí gần như chỉ cao hơn mức giá dành cho khoang hạng C. (Tất nhiên, dịch vụ hàng không cá nhân của Jumpjet cũng sẽ rất khác với dịch vụ hàng không cá nhân của các hãng khác.) Jumpjet có các chuyến bay khởi hành từ 40 thành phố của Mỹ. Hãng phát hành các loại thẻ hội viên có chi phí dựa trên quãng đường bay và thời gian đặt vé trước. Cụ thể, với loại thẻ hội viên Premier, chi phí sẽ vào khoảng \$2.350 mỗi tháng, và khách có thể thực hiện 10 chuyến bay trong quãng thời gian 12 tháng. Dễ dàng nhận thấy, với mức giá này, dịch vụ của Jumpjet hoàn toàn không dành cho những người “có thói quen săn tìm những chiếc vé máy bay giảm giá.” Tuy nhiên, ông chủ của Jumpjet tin rằng có hàng triệu triệu người vẫn quan tâm tới dịch vụ của mình.

JetSuite là một công ty kinh doanh hàng không cá nhân khác. JetSuite có tham vọng trở thành hãng “Southwest Airlines” của ngành hàng không cá nhân, tập trung vào các chuyến bay khu vực, chào giá dịch vụ thấp hơn bất kỳ đối thủ nào. Công ty này cho biết sẽ nâng đội máy bay của mình

lên 21 chiếc vào cuối năm nay. Alex Wilcox, CEO của JetSuite chia sẻ: “Mục tiêu của chúng tôi là mang dịch vụ hàng không cá nhân tới với nhiều người hơn nữa và hẳn nhiên chúng tôi đang trên con đường đó.” JetSuite hiện còn đang đưa ra các chào mời và cho phép khách bay có thể trực tiếp nhận thông tin về các chào mời này qua Facebook và Twitter. Được biết, nếu một chiếc máy bay đang trên đường tới địa điểm kế tiếp mà không có khách bay, khách hàng có thể book chỗ trên chiếc máy bay đó với giá chỉ \$499/người. Với hình thức phục vụ của mình, Alex khẳng định “tới trước, phục vụ trước.” Theo Wilcox, đây chính là mức giá thấp tới không ngờ và nên xem nó là “miễn phí”.

Một công ty khác cũng đang tham gia vào cuộc cách mạng đại chúng hoá ngành hàng không cá nhân là BlackJet. Cách làm của công ty này vẫn là bán lẻ từng chỗ trên một chiếc máy bay cá nhân. Tuy nhiên, BlackJet còn cho phép người dùng có thể đặt chỗ nhanh và đơn giản qua phần mềm ứng dụng trên smartphone của công ty hoặc ngay trên website của hãng. Tuy nhiên, khác với các công ty hàng không cá nhân khác, BlackJet không sở hữu bất kỳ chiếc máy bay nào. Các thành viên sử dụng dịch vụ của hãng (lệ phí thành viên là \$2.500/năm) có trách nhiệm thông báo thời điểm và địa

Nếu không thể cho thuê nguyên một chiếc máy bay, vậy hãy cho thuê từng chỗ trên chiếc máy bay đó! Suy nghĩ này lập tức mở đường cho những khách hàng muốn tiết kiệm chi phí và trở thành kim chỉ nam cho các công ty kinh doanh hàng không cá nhân muốn hạ giá sản phẩm dịch vụ của mình.

điểm họ muốn bay (thông qua việc chọn từ trong 12 tuyến bay của BlackJet) tối thiểu trước 02 ngày. BlackJet sẽ kết hợp các nhu cầu bay của các thành viên với nhau sau đó đi thuê một chiếc máy bay cá nhân cho nhóm thành viên.

Câu hỏi được đặt ra lúc này là: sự khác biệt giữa những hãng hàng không cá nhân như Blackjet, Jumpjet và những hãng hàng không lớn là gì khi với cả hai lựa chọn người dùng đều phải chia sẻ máy bay với những người khác, đều phải đặt vé trước?!



VỚI VIỆC CHI PHÍ CHO DỊCH VỤ HÀNG
KHÔNG CÁ NHÂN NGÀY CÀNG GIẢM
NHỮNG ƯU ĐÃI NHƯ SIÊU XE ĐƯA
ĐÓN TỚI TẬN CẦU THANG LÊN MÁY
BAY, ĐƯỢC PHỤC VỤ CHAMPAGNE CÓ
VỀ NHƯ SẼ LÀ ĐIỀU XA VỜI!

FERRETTI 870:

HIỆN ĐẠI VÀ TRUYỀN THỐNG KIỂU Ý



Mẫu du thuyền này được xem là một trong những thiết kế hoàn hảo khi có cách sắp xếp không gian, phân phối luồng vô cùng hợp lý, mang lại cho người dùng những trải nghiệm và tiện nghi thoải mái nhất!

Ferretti 870 có giá vào khoảng \$6,2 triệu (giá chưa chịu bất kỳ khoản thuế nào) và được đánh giá là một trong những chiếc du thuyền xuất sắc nhất trong phân khúc. Theo nhận xét của Andrea Frabetti – một nhân viên cấp cao của Ferretti – đã so sánh Ferretti 870 với một chiếc Mercedes E-class. Ngoài ra nếu so với một chiếc Ferretti 870, Ferretti 800 chỉ là một chiếc du thuyền “ở phân khúc hạng trung, rất truyền thống.”

Với phần bếp mở, mang phong cách vị lai, một bàn ăn sáng, phần thiết kế boong chính thoáng, rộng, Ferretti 800 hiển nhiên hướng tới đối tượng khách hàng là những người trẻ tuổi. Trong khi 870 lại hướng tới những người già dặn,



khó gây ấn tượng: những tay chơi du thuyền nhiều kinh nghiệm. Đây chính là lý do tại sao khu bếp và bàn ăn sáng của Ferretti 800 xuôi xuống boong dưới nhưng lại mở hướng ra phần cửa kính phía trên, tạo thành một tổng thể nội thất hài hòa. Phòng ngủ của chủ thuyền cũng cho thấy một phong cách hướng tới giới trẻ tương tự khi các thiết bị bơm nước được đặc biệt chú ý. Một cửa sổ lớn được thiết kế trong phòng tắm cho phép chủ thuyền có thể vừa đánh răng hoặc vừa cạo râu vừa ngắm cảnh bên ngoài.



Trong khi đó, ở mẫu 870, chủ thuyền có thể thư giãn trên một chiếc giường khổng lồ và ngắm cảnh mặt trời mọc hoặc mặt trời lặn. Hay nếu ở mẫu Ferretti 800, phần bếp có thiết kế mở và thoáng thì phần bếp của Ferretti 870 lại có thiết kế khép kín. Phòng điều khiển cũng hoàn toàn tách biệt với phòng bếp chứ không ghép như ở mẫu 800. Mục đích của thiết kế này là tạo ra một phong cách trang trọng hơn, để từ đó có sự phân biệt và chia tách hai đối tượng khách hàng mà 800 và 870 muốn hướng tới phục vụ. Cánh cửa ở mạn trái của thuyền là yếu tố

quan trọng quyết định tới phong cách của thuyền. Cánh cửa này cho phép thủy thủ và mọi người có thể vào phòng điều khiển hoặc bếp ăn hoặc boong tắm nắng mà không cần phải đi qua bất kỳ khu vực dành cho khách nào. Với lối thiết kế này, ngay cả khi thủy thủ có phải chạy trên thuyền, khách đi thuyền cũng không bị ảnh hưởng hay bị gây khó chịu.

Mặc dù truyền thống và khắt khe trong concept thiết kế, nhưng Ferretti 870 vẫn rất hiện đại. Thậm chí không ngoa

khi nói Ferretti 870 là một chiếc du thuyền động cơ (motor yacht) hiện đại kiểu Ý tới từng cm² – cho dù bạn xét đến bất kỳ khía cạnh nào dù là tính chi tiết hay thực hiện thủ công. Cặp đôi mang cá được thiết kế trang trí ở ngoại thất của thuyền (ở chính giữa thuyền) là một chi tiết thiết kế nổi bật, xuất hiện trên tất cả các mẫu Ferretti được giới thiệu trong thời gian gần đây. Phần mép thuyền được thiết kế vát là một ý tưởng tuyệt vời nhằm mang lại cho những người ngồi ở khu vực ăn tối những view đẹp và rộng. Các chi tiết của thuyền được thực hiện với gỗ sồi, thép chống gỉ và da thuộc. Để tôn vinh các giá trị xa xỉ đích thực, thuyền có thiết kế boong thoáng rộng. Các chi tiết của thuyền được thiết kế cao, thẳng và phẳng thay vì bẻ cong hoặc làm thành dạng vòm. Mục đích của việc này là tối đa hoá không gian với chiều cao của các khu vực dành cho khách và phòng ngủ khoảng xấp xỉ 2m.

Trên thuyền có 02 phòng ngủ riêng (không kể phòng ngủ chính của chủ tàu). Mỗi phòng ngủ này đều có diện tích đủ để trở thành một phòng VIP. Một phòng ngủ ở mạn bên trái của thuyền với một giường đôi. Căn phòng này có thể tách ra làm 02 phòng ngủ đơn. Phòng còn lại nằm ở phần mũi thuyền cũng sở hữu một giường đôi. Ở hướng mạn phải của thuyền là một cabin dành cho khách với giường đôi. Tất nhiên, cabin này nhỏ hơn đáng kể nếu so với 02 phòng ngủ VIP để cặp ở trên nhưng tất nhiên vẫn được thiết kế thoáng và tiện nghi với phần trần cao. Phòng nhiều ánh sáng do nhờ hiệu ứng từ một cửa sổ ở thân thuyền.

Cảm giác boong thuyền 870 rất rộng rãi. Khu vực boong cockpit phía trên được thiết rất rộng, thậm chí còn rộng hơn cả khu vực saloon và có một quầy bar riêng. Từ đây có 02 lối đi để đi tới khu vực flying bridge (cầu nổi). Phần mũi cũng là một chi tiết khá xa xỉ. Hai lối đi bên sườn du thuyền dẫn tới khu vực tắm nắng rộng và an toàn.

Vận tốc tối đa 31,1 hải lý/giờ của thuyền là một thông số khá ấn tượng so với những mẫu du thuyền cùng phân khúc. Tuy nhiên, thuyền lý tưởng nhất khi được vận hành ở tốc độ 25 hải lý.









LAMBORGHINI MURCIELAGO LP670 - 4 SV

CÙNG HÀNG HIỆU
REVIEW MỘT TRONG
NHỮNG CHIẾC SIÊU XE
CỦA THẾ GIỚI ĐANG CÓ
MẶT TẠI VIỆT NAM!

Với Lamborghini, sự xa xỉ luôn được nâng tầm – cho dù sự xa xỉ đó đã là tuyệt đối. Lamborghiniin Murcielago LP670-4 SV là một ví dụ điển hình cho điều này. Xe có giới hạn chế tác 350 chiếc và được thiết kế chuyên biệt để có trọng lượng nhẹ hơn, tốc độ nhanh hơn và tập trung hơn vào. Một tay viết chuyên bình xe nước ngoài thậm chí đã đưa ra một so sánh khá thú vị về khả năng tăng tốc của LP670-4 SV: xe có thể đạt vận tốc 100km/h thậm chí trước cả khi bạn kịp nhắm lại tên của nó. Xe chạy động cơ V12, 6,5l, hệ thống nạp (induction) và các valve của động cơ được nâng cấp để có thể gia tăng thêm 30bhp (đơn vị công suất được xác định bằng lực kế hãm). Nhờ có hệ thống thải (exhaust) được cải tiến, động cơ của xe nhẹ hơn so với bản nguyên mẫu 26kg. Xe có thể đạt được tốc độ 100km/h chỉ sau 3,2 giây và tốc độ tối đa đạt 341km/h.

Phần thân xe cũng được hãng đặc biệt thiết kế lại nhằm đạt được hiệu ứng khí động học cao nhất để tăng cường độ ổn định khi xe chạy ở tốc độ cao. Chất liệu sợi carbon được hãng sử dụng ở các chi tiết nội và ngoại thất. Việc này giúp cho tổng trọng lượng của LP670-4 SV nhẹ hơn tổng trọng lượng của LP-640 tới 100kg. Cả hai mẫu xe đều sử dụng hệ truyền động bốn bánh. Tuy nhiên, LP670-4 SV phân bổ khoảng 65% lực ở cầu trước. Hoàn toàn không ngoa khi nói LP670-4 SV chính là một tuyệt phẩm cả về tốc độ lẫn thiết kế. Dù là khi đang vận hành hay đang được đỗ, không ai có thể phủ nhận vẻ đẹp và sự hoàn hảo của chiếc siêu xe này.

Tất nhiên, một siêu xe luôn có giá thành rất đắt đỏ. Được biết mẫu xe này khi ở Mỹ có giá vào khoảng \$450.000. Động cơ V12 cũng thực sự là một cỗ máy uống xăng và chi phí bảo trì cho xe rất đắt đỏ khiến cho mẫu xe này trở thành một “đồ chơi” của những người chỉ thuộc về giới siêu giàu. Được biết khi mua mẫu xe này, chủ sở hữu sẽ nhận được một chế độ bảo hành tiêu chuẩn 03 của chính hãng.

Được biết, hiện nay ở Việt Nam đã có một chiếc LP670-4 SV. Đây là chiếc 46 trong 350 chiếc. Xe có màu đen và sở hữu biển số trùng 56S - 4646. Ước tính giá của xe khi ở Việt Nam vào khoảng 20 tỷ. Ngoài ra, biển số “4646” của xe theo quan niệm và cách phát âm của người Hoa có nghĩa “Lộc tới lúc chết!”

ĐỒNG HỒ Gothic



Xương sọ - một chủ điểm thiết kế nổi loạn, mang nặng phong cách Gothic – dường như không thích hợp lắm với các mẫu đồng hồ sang trọng và thanh lịch của các quý ông. Tuy nhiên, những hình mẫu vốn đồng hành với những tên cướp biển hoặc những kẻ tội phạm lại đang được giới nghệ thuật, thời trang và đồng hồ ưa thích. Damien Hirst thực hiện một chiếc xương sọ người khảm kim cương và gọi nó là nghệ thuật. Những mẫu sản phẩm bán chạy nhất của Alexander McQueen là những mẫu mang nặng phong cách Gothic với những hình họa tiết đầu lâu. Một loạt các thương hiệu đồng hồ cả lâu đời lẫn tiên phong như Richard Mille, Cvtoş, Daniel Strom, Perrelet, Bell & Ross, Franck Muller, Hublot, Romain Jerome, Speake-Marin đều đang có những mẫu đồng hồ xương sọ.

Mặc dù được xem là họa tiết nổi loạn, hoặc thậm chí là lời cảnh cáo về sự nguy hiểm hoặc bạo lực nhưng xương sọ cũng là lời nhắc nhở tuyệt vời mang thông điệp: Cuộc đời thì ngắn ngủi, Thời gian mới là thứ quý báu. Những chiếc đồng hồ xương sọ nhắc chúng ta hãy tận dụng từng giây phút, để sống cuộc sống trọn vẹn nhất.

Richard Mille RM 52-01 Tourbillon Skull Nano-Ceramic

Mẫu đồng hồ này có chất liệu được sử dụng để chế tác là sứ TZP có độ đặc thấp, trộn lẫn với các ống carbon nano siêu nhỏ để tạo thành chất liệu có trọng lượng siêu nhẹ, khả năng chống trầy xước, chịu lực va chạm. Đồng hồ có giới hạn chế tác 30 chiếc. Đồng hồ có phần máy và các cầu được thiết kế cách điệu tạo hình thành "đầu lâu, xương chéo." Thú vị hơn nữa khi mẫu đồng hồ có kim phút và kim giờ màu trắng không ngừng di chuyển, trông giống như 02 khúc xương di động. Đồng hồ có cơ chế tourbillon lên dây thủ công. Đồng hồ có giá khoảng \$595.000.



SPEAKE-MARIN PICCADILLY DIAMOND SKULLS

Bỏ qua mặt số hình đầu lâu xương chéo, đây là một chiếc đồng hồ cổ điển tới kinh điển. Vỏ đồng hồ platinum 950. Nút chỉnh giờ ấn tượng, cầu kỳ và tinh xảo như những chi tiết trên một chiếc xe Rolls-Royce. Phần trung tâm của nút vặn là một viên kim cương. Mặt số của đồng hồ cũng được khảm nạm 490 viên kim cương. Tương phản với mặt số là bộ ba kim giờ, phút, giây màu xanh

được tạo hình và tạo màu cầu kỳ. Được biết, để có được màu xanh huyền bí này, cặp kim của đồng hồ phải trải qua một quá trình nhiễm đồng để lên được màu xanh nọ. Để cả 03 chiếc kim có thể có được cùng một màu xanh nọ, người thợ khi thực hiện nhiễm đồng phải thực hiện cùng lúc. Thách thức đặt ra ở đây là 03 mẫu kim có kích thước khác nhau nên đòi hỏi những xử lý khác nhau.

CVSTOS RE-BELLE LADYCHARM SKULL

Tiếp nối mẫu đồng hồ trái tim vô cùng quyến rũ Cupidon, hãng đồng hồ Cvstos đã giới thiệu mẫu Re-Belle LadyCharm Skull nổi loạn, hiện đại nhưng vẫn vô cùng tinh tế. Đồng hồ có vỏ máy (case) hình thùng tonneau (thùng thuốc súng – một sự kết hợp khá ấn tượng) bằng vàng hồng 5N. Vỏ máy được trang trí với kim cương có kiểu cắt baguette. Mặt số đồng hồ được trang trí bởi họa tiết da báo. Máy đồng hồ được chế tác và sắp đặt để tạo hình xương sọ, với trung tâm của máy là phần sọ trên. Đồng hồ chạy máy Cvstos 551 Automatic, có chức năng thông báo giờ và phút. Khả năng dự trữ năng lượng trong 48 giờ. Đồng hồ có dây giả da báo vô cùng đẹp.



1. BELL & ROSS BR01-92-AIRBORNE 672

Mẫu đồng hồ này có giá khoảng \$44.000. Vỏ titanium. Mặt số hình đầu lâu, xương chéo. Tổng số kim cương được khảm nạm trên mặt số là 259 viên trắng và 413 viên kim cương đen ở gờ lắp mặt kính (bezel). Kim giờ được tạo hình thành gươm (dao găm?). Khả năng chống thấm ở độ sâu 100m. Dây da cá đuối màu đen. Có một dây canvas phụ và một bộ đồ thay dây đi kèm.



2. BELL & ROSS BR01-AIRBORNE TOURBILLON

Điểm đặc biệt của mẫu đồng hồ này là nó có cơ chế tourbillon. Giới hạn chế tác của mẫu đồng hồ này trên toàn thế giới cũng chỉ có 20 chiếc. Ngoài ra, mẫu đồng hồ này còn khác với mẫu Br 01 Airborne thông thường ở việc nó sở hữu một mặt số chính và 03 mặt số phụ. Hai kim giờ và kim phút của đồng hồ cũng hoàn toàn tách biệt. Kim giờ nằm tại vị trí của mũi xương sọ (mặt số phụ thứ 01), nằm ở phía trên của mặt số. Tại vị trí cọc số 09 giờ là một mặt số phụ thông báo năng lượng dự trữ. Tại vị trí cọc số 03 giờ là một mặt số phụ thứ 03, cho biết độ chính xác của đồng hồ.



PERRELET TURBINE TOXIC

Thoạt trông thì mẫu đồng hồ này chẳng thấy hình xương sọ đâu. Nhưng đừng để ánh mắt của bạn bị đánh lừa. Hình xương sọ được khảm kim cương sẽ hiện ra khi bạn nhấn nút cho 12 cánh quạt trên mặt số của đồng hồ quay. Được biết, phiên bản Turbine Toxic của nam giới có hình xương sọ được khảm nạm 200 viên kim cương. Trong khi đó bản dành cho nữ giới được khảm nạm 150 viên. Có hai kích thước để khách hàng lựa chọn Turbine XL: 50mm với dây đeo bằng cao su (giá khoảng \$8.600) và Turbine XS, kích thước 41mm, với dây đeo bằng cao su hoặc satin (giá khoảng \$7.950.)

DANIEL STROM AGONIUM MEMENTO MORI

Mẫu đồng hồ này cũng thực sự là một tuyệt tác của phong cách Gothic. Hiện có các bản bằng bạc, vàng hồng, palladium, hoặc platinum. Vỏ ngoài của đồng hồ với các hình hoạ điêu khắc với bán kính 47mm ôm trọn lấy một vỏ đồng hồ bên trong. Đồng hồ chạy máy tự động ETA 2824. Mặt số của đồng hồ có cảm hứng thiết kế lấy từ tháp chuông đồng hồ Big Ben ở London và tháp chuông Zytglogge ở Bern. Đồng hồ ngoài các hình hoạ điêu khắc ở hai bên mép còn có hình hoạ xương sọ điêu khắc ở tai đồng hồ. Giá khoảng 10.000 quan Thụy Sĩ.



Hublot Skull Bang

Một mẫu đồng hồ vô cùng cao cấp, với thiết kế vô cùng vui nhộn và ấn tượng, mang lại một góc nhìn hoàn toàn mới với chủ đề xương sọ. Skull Bang là mẫu đồng hồ có giới hạn trên toàn thế giới ở mức 100 chiếc. Vỏ đồng hồ có đường kính 45mm, được thực hiện từ sứ cao cấp. Các kim đồng hồ cũng được cắt tạo mặt, đánh bóng bằng bột kim cương và tạo hình rỗng. Đồng hồ chạy máy tự động HUB 1112 và có giá vào khoảng \$12.000.



ROMAINJEROME DIA DE LOS MUERTOS

Trái với các mẫu thiết kế đồng hồ Romain Jerome thường gặp, mẫu đồng hồ này có thiết kế cũng khá vui nhộn – thậm chí có thể nói có phần hơn so với Skull Bang của Hublot. Với mẫu đồng hồ này, hình xương sọ được tạo màu bởi chất liệu enamel. Đồng hồ khắc nạm 05 loại đá khác nhau là kim cương trắng, sapphire đen và đá spinel đen. Đồng hồ chạy máy cơ khí tự lên dây Caliber RJ 001-A và có giá vào khoảng \$21.500.



A v a n t G a r d e
JEWELLERY



Jason of Beverly Hills



MỘT THẾ HỆ CÁC NHÀ THIẾT KẾ TRANG SỨC MỚI ĐANG THỰC HIỆN MỘT CUỘC CÁCH TÂN VỚI NGÀNH CÔNG NGHIỆP TRANG SỨC – TẠI CHÍNH GỐC RỄ CỦA NÓ!

Ngành công nghiệp trang sức đang thay đổi. Một danh sách dài những cái tên, gồm cả những thương hiệu trứ danh lẫn những thương hiệu mới nổi đang thực hiện một cuộc cách tân với ngành công nghiệp lâu đời và đầy thử thách này. Trong khi chúng ta vẫn hướng tới những thương hiệu nữ trang nổi tiếng và lâu đời như Van Cleef & Arpels hoặc Harry Winston để mua những viên kim cương trắng, những khách hàng với tư tưởng cấp tiến hơn đang ủng hộ những nhà chế tác trang sức mới, những người đang xóa mờ các giới hạn và đưa ra những định nghĩa mới về cái đẹp.

Theo Fennell, một trong những thương hiệu nổi tiếng nhất nhờ đưa ra những mẫu thiết kế đặc biệt quái chiêu kiểu như những chiếc nhẫn cho phép mở nắp, những chiếc nhẫn với các hình thù đầu lâu, xương sọ, rắn rết, cho biết xu hướng này cho thấy một nhu cầu dành cho những sản phẩm thực sự nguyên bản và độc đáo.

“Những người mua những món trang sức này là những người có gout, có phong cách và có niềm tin thực sự vào bản thân. Họ cũng là những người đã chán ngán với những món trang sức bị làm thương hiệu quá lỗi và bán dưới cái danh ‘trang sức cao cấp’ hão để lấy lợi nhuận.” Fennell chia sẻ. “Nó cho thấy những người lựa chọn những món trang sức kiểu này là những người có đủ sự thông tuệ để sở hữu một thứ đẹp đẽ

và không ai khác ngoài họ có.” Theo Fennell tiếp tục: “Tại sao bạn không sở hữu một thứ gì đó đẹp, độc đáo và chế tác tinh xảo thay vì một thứ gì đó đắt đỏ nhưng hàm lượng ý tưởng không lớn, thiết kế cũng thường thường và gần như là bạn có thể mua ở bất kỳ sân bay hoặc bất kỳ thành phố nào?”

Những sáng tạo của Fennell là thành quả của rất nhiều cảm hứng. Kết quả của những sáng tạo này là một chiếc vòng đeo tay mô phỏng lại hàng rào chắn song ở đường Kings Road ở London, những chiếc vòng cổ hình chuẩn chuẩn được tạo ra từ kim cương và vàng, những chiếc nhẫn với mặt nhẫn là hình các lãnh tụ hoặc các yếu nhân như Ghandi, Churchill hoặc Shakespeare. Bộ sưu tập Masterwork của Theo Fennell cũng không thiếu những món đồ đặc biệt chẳng hạn một chiếc nhẫn đá emerald nhưng khi mở nắp thì phía dưới là hai chú ếch đang hôn nhau.

Joseph Banin, giám đốc của thương hiệu Frost of London, cũng là một nhà chế tác trang sức. Ông là người luôn theo đuổi các thiết kế độc đáo và đặc biệt. Bên cạnh việc bày bán các mẫu thiết kế của Theo Fennell và Jason of Beverly Hills – một thương hiệu trang sức khác từ lâu đã nổi tiếng với những thiết kế cá tính, gây tranh cãi, cửa hàng ở phố New Bond của Banin còn trưng bày nhiều mẫu thiết kế đặc biệt khác. Chẳng hạn như một chiếc nhẫn mô phỏng hình một mạng nhện với điểm nhấn là những viên





Jason of Beverly Hills

kim cương đen và đá onyx, hoặc một con voi khảm nạm kim cương trắng đội một chiếc mũ sapphire màu hồng. Banin tin rằng những khách hàng mua những món đồ này là những người đang tìm kiếm những món đồ đặc biệt.

“Chúng tôi có rất nhiều khách hàng với thị hiếu dành cho những món đồ độc đáo và thời thượng.” Ông nói. Họ hoặc là đã mua đủ những món đồ thông thường và đang tìm kiếm một món đồ gì đó đặc biệt, hoặc là những phong cách truyền thống mà cha mẹ họ từng trưng diện không còn có đủ sức hút với họ nữa.”

Điều này quả thực có một ý nghĩa lớn lao với một danh sách dài các công ty trang sức đang tìm cách khẳng định vị trí của mình trên thị trường. Tresor Paris hiện đang làm việc với các thương hiệu Anh Quốc để thực hiện các mẫu trang sức cho tuần lễ thời trang London Fashion Week. Các mẫu được giới thiệu gồm các món trang sức ở phần vai, hoặc những chiếc dây chuyền kim cương với những quả cầu đính kèm. Được biết thương hiệu này kể từ năm tới sẽ tập trung hơn vào các sáng tạo với những viên kim cương đặc biệt. Ngoài ra, hãng cũng sẽ giới thiệu một kiểu cắt kim cương mới, giúp viên đá có được nhiều mặt cắt hơn, lấp lánh hơn so với những kiểu cắt truyền thống.

Salim Hasbani, chủ tịch của thương hiệu Tresor Paris, chia sẻ: “Chúng tôi có một nhóm khách hàng đặc biệt quan tâm tới những món trang sức với thiết kế độc đáo. Thiết kế càng lạ lùng, đá càng hiếm, khách hàng của những món đồ này càng giàu có.

Họ - những người giàu - muốn sở hữu những món đồ nổi bật so với đám đông.”

Theo Salim sự thay đổi trong thói quen mua sắm này xuất phát từ sự thay đổi về quan điểm mỹ học. Nếu như trước đây, chạy theo số đông là một xu thế thì giờ là lúc khác biệt mới đang là điều được tôn vinh. Ông Salim cũng chia sẻ khi phải chi một khoản tiền lớn, khách hàng sẽ muốn sở hữu những món đồ với thiết kế nổi trội và tay nghề chế tác thủ công hoàn hảo.

Bên cạnh việc sử dụng những viên đá khác biệt, ở những vị trí rất ấn tượng và khác lạ, các nhà thiết kế trang sức trẻ đang thử nghiệm với những thử thách làm nên ngành công nghiệp nữ trang. Nhà thiết kế Matt Tremblay của thương hiệu RogueDZN đang tôn vinh ngành nghề chế tác nữ trang bằng những lựa chọn chất liệu của mình. Thay vì dùng vàng và đá quý, các món trang sức của RogueDZN ấn tượng bởi độ cứng và thiết kế có phần ngang ngược và nam tính. Các mẫu thiết kế đều được thực hiện bởi titanium cấp độ G5. Nguyên nhân của Tremblay khi lựa chọn chất liệu này để chế tác trang sức là bởi ông không bao giờ thoả hiệp. Với ông, các thiết kế đẹp đẹp, kiểu truyền thống không đủ sức để gây ấn tượng. Một thiết kế ấn tượng với ông là một thiết kế mang phong cách kiến trúc.

“Không dễ để mọi người hiểu được giá trị của những thứ họ chưa từng thấy. Nhưng tôi hi vọng có thể khiến mọi người cởi mở hơn đối với các quan niệm mới về cái đẹp. Lý do tôi không lựa chọn những kim loại và đá quý thông dụng trên thị trường là bởi tôi muốn tập trung hoàn toàn cho những thiết kế công nghiệp độc đáo, các chất liệu ưu việt. Các mẫu thiết kế đều được thực hiện bởi những cỗ máy hạng nặng.” Matt Tremblay nhấn mạnh.

Trang sức của thương hiệu Catherine Best cũng đang thách thức các định nghĩa truyền thống bằng cách mang lại cho những món đồ cũ một phong cách và dấu ấn hiện đại. Cô sử dụng kỹ thuật chạm khắc đá tạo hình để tạo ra những món đồ độc đáo và đẹp đẽ. Trong các chất liệu đá được cô sử dụng có cả đá agate - một chất liệu đá tự nhiên được sử dụng đầu tiên bởi những người La Mã. Với Catherine Best, cũng giống như với những nhà thiết kế trang sức hàng đầu khác, việc có thể tạo ra những mẫu trang sức độc đáo, bản thân nó đã là một phần thưởng lớn.

“Việc cân bằng giữa cái đẹp đầy sáng tạo với nhu cầu thực tế của khách hàng và thời gian để cho ra đời một sản phẩm độc đáo là lời nhắc nhở về vai trò quan trọng của một nhà thiết kế trang sức,” Catherine Best chia sẻ.

Chính lòng đam mê và một nhu cầu thuần khiết dành cho việc sáng tạo ra những thứ mới mẻ đẹp đẽ đang mang lại cho những nhà thiết kế trang sức trẻ một chỗ đứng vững chắc trên thị trường. Tin rằng, mặc dù những thương hiệu trang sức lâu đời sẽ vẫn có một chỗ đứng trên thị trường nhưng không phải vì thế mà trong bữa tiệc tới bạn sẽ chỉ nhìn thấy những món trang sức của Van Cleef & Arpels. Mà có thể trong bữa tiệc lần tới, bạn sẽ thấy thêm những Theo Fennell, những Catherine Best. Điều này xét cho cùng cũng giống như việc đồng hồ Patek Philippe hoàn toàn không bị soán ngôi dù MB & F hay Urwerk có ấn tượng đến đâu!



Jason of Beverly Hills



Một chiếc nhẫn trong bộ sưu tập Voyage Dans le Temps của Louis Vuitton.



Một thiết kế trang sức của Theo Fennell



Một thiết kế của Theo Fennell



Một sáng tạo thuộc bộ sưu tập Masterwork của Theo Fennell



Jason of Beverly Hills

Thiết bị nhạc RETRO

Bất chấp những thành tựu vượt bậc của ngành công nghiệp thiết bị âm thanh trong những năm gần đây, các tay chơi nhạc sành sỏi vẫn không ngừng tìm kiếm các thiết bị âm thanh cổ điển. Gần lúc, các nhà sản xuất thiết bị âm thanh hàng đầu thế giới cũng đang tìm kiếm cảm hứng từ những thiết bị âm thanh tưởng là cổ lỗ sỹ này!

**RUARK R7 RADIOGRAM**

Có thiết kế vỏ gỗ cây hạt dẻ, kiểu chân thuần tròn và nhọn ở đế, gợi nhắc về một thiết bị cũ. Tuy nhiên, đây lại là một hệ thống thiết bị âm thanh hiện đại, với loa tích hợp, chức năng Bluetooth chuẩn audiophile-grade aptX. Hệ thống này có giá vào khoảng 2.000 bảng và sẽ ra mắt ở thị trường châu Âu vào khoảng tháng 11 này.



RUARK R7 RADIOGRAM

Những tay chơi thiết bị âm thanh là những người rất tinh tế - không tinh tế sao được khi họ luôn đòi hỏi âm thanh phải đạt được độ trong sáng tới thuần khiết. Yêu cầu của họ dành cho những thiết bị âm thanh của mình là phải tốt và có thiết kế ngày càng đẹp hơn. Tuy nhiên, cuộc cách mạng kỹ thuật số đã tạo ra một hố sâu ngăn cách giữa sự thuận tiện (của việc có thể nghe nhạc ở bất kỳ đâu) với việc nghe những bản nhạc thực sự chất lượng. Tưởng tượng một file nhạc MP3 trên mạng có dung lượng bình quân khoảng 1,7MB. Trong khi đó chỉ một file nhạc FLAC (loại file có khả năng đảm bảo không làm giảm mất chất lượng) đã có dung lượng lên tới 17MB. Chất lượng xét trên một mức độ nào đó phải nhường chỗ cho sự tiện dụng.

Tuy nhiên, những tay chơi nhạc sành sỏi cũng là những người thủ cựu nhất. Dễ tìm thấy trong nhà những tay chơi nhạc này những chai vang vintage, những cuốn sách với lời đề tặng của chính tác giả. Thậm chí, nếu có tìm thấy ở trong nhà của những người này

những cuốn sách bìa da cứng, cũng không có gì là lạ cả. Rượu vang, thư viện, máy chơi nhạc đỉnh cao đều là những thứ bắt buộc mà một nhà giàu cũ thường có. Vậy nên, đừng hi vọng những tay chơi nhạc sành sỏi nhường chỗ của chất lượng cho sự tiện dụng. Nếu yêu cầu họ làm việc này, chẳng khác gì bảo họ uống vang vintage mà không cần chất. Bảo họ champagne chỉ cần một loại ly duy nhất là flute cho dù đó là champagne mature hay vintage. Hoặc bảo họ mua đồng hồ chronograph mà không cần có watchwinder. Để có thể kiểm chứng điều này, bạn chỉ cần quá bộ qua Phụng Thiên Club trên phố Hàng Trống. Bạn sẽ thấy ở đây đồng hồ, máy nghe nhạc Reuge, những bức tranh, những tấm poster cũ, và tất nhiên không thể bỏ qua là những thiết bị và hệ thống âm thanh cực kỳ ưu việt và chất lượng.

Người chơi thiết bị âm thanh đã vậy. Các nhà sản xuất thiết bị âm thanh cũng bảo thủ trong cách hoạt động. Đơn giản bởi chính những nhà sản xuất thiết bị âm thanh này cũng là những



QUAD ESL 2812 ELECTROSTATIC SPEAKERS

Hãy tạm quên mọi thứ bạn biết về loa. Mẫu loa Quad ESL 2812 electrostatic này mang phong cách của những năm 1950. Và mặc dù loa đã trải qua rất nhiều cải tiến từ thời điểm đó tới nay nhưng mẫu loa này vẫn trung thành với những gì mà nó được khởi nguồn. Loa có giá khoảng 6.500 bảng.

**MCINTOSH MA 7000 AMPLIFIER**

Khi những thứ cũ kỹ tồn tại đủ lâu, nó sẽ trở thành một sản phẩm của sự sành điệu và thời thượng. Máy có đồng hồ hiển thị kiểu cũ, núm vặn khá cũ kỹ. Một vài máy của McIntosh có hệ thống tiếp nhận đầu vào kiểu kỹ thuật số. Một số máy có kiểu tiếp nhận âm thanh đầu vào bằng các valve. Máy McIntosh MA 7000 có giá khoảng 9.000 bằng.

**MARANTZ CONSOLETE**

Được tạo ra để kỷ niệm 60 năm thành lập thương hiệu Marantz, mẫu dock Airplay đặc biệt này là sự kết hợp nhuần nhị của yếu tố đương đại và cổ điển. Có lẽ nhược điểm duy nhất của máy là thiếu Bluetooth.

connoisseur đích thực. Với họ, chất lượng hơn số lượng. Tiện dụng không thể nhường chỗ cho những đỉnh cao hoặc sự thuần khiết. Loa Klipsch Klipschorn được sản xuất và gần như không đổi nhiều từ năm 1946. Đó là chưa kể rất nhiều thiết bị âm thanh đang được thiết kế để gợi nhắc lại những thời kỳ đã qua.

Đây là một xu thế không chỉ giới hạn ở ngành thiết bị âm thanh. Có lẽ phần nào đó có thể giải thích điều này bằng thị hiếu của người tiêu dùng. Nhìn chung, mọi người có xu hướng đầu tư vào những món đồ cổ điển hoặc xe thể thao bởi vì những thiết kế cũ thường được ưa thích hơn nhiều so với những thiết kế mới. Ngoài ra, cũng phải kể tới việc tính di sản của những món đồ cũ thường làm chúng có sức hút đặc biệt so với những món đồ mới. Các thiết kế của thiết bị âm thanh trên thị trường hiện nay đều cho thấy một phong cách thiết kế mang đậm ảnh hưởng của những năm 1970 – thời kỳ Retro.

Ricardo Franassovici, người sáng lập, đồng thời là người điều hành của hãng phân phối các thiết bị âm thanh cao cấp Absolute Sounds ở London, cho biết đang có nhu cầu dành cho những thiết bị âm thanh mang phong cách cũ. “Việc sử dụng các chất liệu như nhôm nguyên khối, đồng, gỗ, da mang tới cho các thiết bị âm thanh một phong cách ‘Retro’. Với cách làm này

các thiết bị âm thanh và loa đài có thể trông vượt thời gian và bắt mắt. Mọi người đều muốn đầu tư vào những sản phẩm có thể kéo dài trong nhiều năm, thay vì những sản phẩm rẻ tiền và có thể dễ dàng vứt bỏ.”

Tuy nhiên, phong cách vượt thời gian mới là điều mà người tiêu dùng đang mong mỏi hướng tới. Alan Rourke, người sáng lập thương hiệu thiết bị âm thanh Ruark Audio – một thương hiệu chuyên sản xuất những chiếc máy radio và các thiết bị âm thanh công nghệ khác có vỏ bằng gỗ, khẳng định bản chất của việc các thiết bị âm thanh mang phong cách Retro này hoàn toàn không phải chỉ bởi mọi người ưa thích phong cách Retro. Lý do thực của việc này xuất phát từ việc mọi người cần những thiết kế đẹp và có thể vượt thời gian. “Một thiết kế tốt là một thiết kế vượt thời gian, vì vậy vấn đề ở đây là chất lượng của thiết kế. Hãy nhìn vào những chiếc ghế Barcelona. Mẫu ghế này nên được thiết kế hôm nay thay vì hơn 50 năm trước. Hoặc một chiếc đồng hồ chronograph, lựa chọn yêu thích của tôi là mẫu IWC Portuguese. Mẫu đồng hồ này có một phong cách thanh lịch tinh tế và một chất lượng chế tác tuyệt hảo và chắc chắn nó sẽ không bao giờ trở thành lỗi mốt!”

Rourke cũng khẳng định việc sử dụng

VẬY NÊN, ĐỪNG HI VỌNG NHỮNG TAY CHƠI NHẠC SÀNH SỎI NHƯỜNG CHỖ CỦA CHẤT LƯỢNG CHO SỰ TIỆN DỤNG. NẾU YÊU CẦU HỌ LÀM VIỆC NÀY, CHẴNG KHÁC GÌ BẢO HỌ UỐNG VANG VINTAGE MÀ KHÔNG CẦN CHẤT. BẢO HỌ CHAMPAGNE CHỈ CẦN MỘT LOẠI LY DUY NHẤT LÀ FLUTE CHO DÙ ĐÓ LÀ CHAMPAGNE MATURE HAY VINTAGE. HOẶC BẢO HỌ MUA ĐỒNG HỒ CHRONOGRAPH MÀ KHÔNG CẦN CÓ WATCHWINDER.

AUDIO RESEARCH VSI75

AMPLIFIER

Các valve (van dẫn) ở một chiếc amplifier (ampli) không chỉ có ý nghĩa đem phong cách Retro đến với những chiếc máy. Những tay chơi sành nhạc đều khẳng định âm thanh của những máy kiểu này có độ ấm hoàn hảo. Audio Research làm ra những máy âm thanh tốt nhất, với giá cao gấp khoảng 10 lần một chiếc amplifier thông thường. Tuy nhiên, những bóng đèn điện của Vsi75 quả thực là một điểm nhấn ấn tượng. Giá sản phẩm khoảng 7.499 bảng.



các chất liệu tự nhiên hoặc những bề mặt với những đường cong thực tế chỉ là đưa thêm vào cho các sản phẩm những giá trị mới chứ không phải tạo ra một thứ gì đó mô phỏng lại quá khứ. Quan điểm này của Rourke cũng được ủng hộ bởi Bert Kiggen, phó chủ tịch của công ty D&M Holdings, công ty mẹ của Denon and Marantz. “Nếu bạn xem xét các xu hướng thiết kế nội thất – đủ chi tiết như chúng tôi đang làm – bạn sẽ thấy xu hướng sử dụng gỗ và da thuộc đang ngày một tăng. Hãy gọi đó là xa xỉ kiểu cũ. Tuy nhiên, khi bạn sử dụng những chất liệu này cho các thiết bị âm thanh, ý nghĩa của nó sẽ hoàn toàn khác. Nó mang ý nghĩa của sự tôn vinh những giá trị xa xỉ tới từ ngày hôm qua.”

Ngoài việc sử dụng các chất liệu da, gỗ và kim loại nguyên khối, các thương hiệu đang tiến một bước xa hơn nữa khi quyết định đưa thêm các nút vặn, các mặt số, hoặc những công nghệ hiển thị kiểu cũ trong các thiết

bị âm thanh hiện đại. Theo Kiggen, ngoài những giá trị xa xỉ tới từ ngày hôm qua. Một phần lý do xuất phát từ việc mọi người mong muốn sở hữu những món đồ ở một thời kỳ khi mà mọi thứ đơn giản hoặc dễ sử dụng. Quan điểm này cũng được Rourke – người sáng lập thương hiệu Ruark Audio ủng hộ: “Chúng tôi cũng nhận ra rằng khách hàng của chúng tôi thích nhìn ngắm những sản phẩm có thể ngay lập tức cho họ ý niệm về việc đó là món đồ gì.”

Trong khi một vài tín đồ của các thiết bị âm thanh đang tìm cách che dấu đi các thiết bị của họ, những người khác lại đang tìm kiếm những thiết bị âm thanh có thể kết hợp thật ăn ý với nội thất. Mặc dù chất lượng âm thanh luôn là nhân tố hàng đầu với người tiêu dùng nhưng thiết kế của sản phẩm đang ngày càng cho thấy vị trí quan trọng. Và lúc này, những thiết kế đang được yêu thích là Retro.



NAIM NAIT 51

Naim là một hãng âm thanh khá đặc biệt và nổi tiếng của Anh với những thiết kế hiện đại nhưng vẫn có những điểm nhấn chấm phá cổ điển. Âm thanh của các thiết bị của hãng cũng không thể chê.

After Life

Concept & Creative Director: Samuel Hoang

Photography : Fuongy Nguyen

Producer: Duy Anh

Eyewear : Bentley



Bentley Eyewear B-004 Rose Gold

Địa chỉ: Miluxe Boutique - S214 Tầng 2 Tràng Tiền Plaza - 26 Hai Bà Trưng - Quận Hoàn Kiếm - Hà Nội



Bentley Eyewear B-001 White Gold



Bentley Eyewear B-625/5 Horn Rose Gold



Bentley Eyewear B-005 Rose Gold



Bentley Eyewear B-625/2 Horn White Gold





Bentley Eyewear B-624 Horn Rose Gold



Bentley Eyewear B-014 Rose Gold

WATCH GUIDE

1. Tôi đang sở hữu một chiếc TAG Heuer Monaco tự động và muốn có thêm một chiếc đồng hồ thứ 02. Sau khi nghiên cứu, tôi quyết định chọn TAG Monaco LS. Nếu sở hữu 02 chiếc TAG Monaco có ảnh hưởng gì không? Chiếc TAG Monaco hiện nay của tôi có dây bằng cao su. Trong khi chiếc LS có dây bằng kim loại.

TAG Heuer Monaco là một chiếc đồng hồ tốt. Monaco LS hẳn nhiên cũng không phải là một chiếc đồng hồ tệ. Nhưng tại sao bạn phải sở hữu tới hai chiếc TAG Monaco? Tất nhiên, trừ phi bạn muốn lập kỷ lục thế giới như Arno Haslinger! Một tay viết chuyên nghiệp cho một tạp chí chuyên về đồng hồ đã nhận xét như sau: “Thật đáng thương cho những nhà sưu tập một thương hiệu, cho dù họ có sưu tập những mẫu Chronograph của TAG, hay những mẫu đồng hồ lặn của Rolex. Hoặc thậm chí là những mẫu đồng hồ phức tạp Patek Philippe thì kết quả vẫn không có gì khác biệt. Một bộ sưu tập đồng hồ nên có một chiếc đồng hồ lặn, một chiếc đồng hồ vintage, một chiếc đồng hồ dress watch – loại thanh lịch và có thể kết hợp với đồ suit, và một chiếc đồng hồ Haute Horlogerie cao cấp thực sự.

2. Nói chung tôi thấy đồng hồ chronograph không tiện dụng và có lợi lắm trong các hoạt động hàng ngày? Bạn tôi vừa giới thiệu cho tôi một chiếc A. Lange & Sohne 1815 nhưng thú thực là tôi vẫn không thấy hợp lắm. Hàng Hiệu có thể gợi ý cho tôi một chiếc chronograph nào ổn không?

Nếu quả thực một chiếc A. Lange & Sohne 1815 Chronograph mà bạn còn chê là không phù hợp với các hoạt động ban ngày của bạn thì quả thực tôi không biết nên chọn cho bạn mẫu đồng hồ chronograph nào hơn nữa. Nên chẳng bạn sử dụng điện thoại di động hoặc đồng hồ thể thao?

3. Tôi đang có ý định sắm một chiếc đồng hồ skeleton. Lựa chọn của tôi là một chiếc Oris Artelier Skeleton nhưng tôi không biết chiếc đồng hồ này có chất lượng thực sự không? Ý tôi là không biết thiết kế của đồng hồ có khả năng vượt thời gian không?

Gợi ý, Oris Artelier Skeleton là một mẫu đồng hồ có một phần mặt số được để lộ kiểu skeleton chứ không phải là đồng hồ skeleton thực sự. Một chiếc đồng hồ skeleton thực thụ và chất lượng đòi hỏi độ chế tác cầu kỳ, thiết kế đẹp và chính bởi vậy nó có thể vượt thời gian. Trong trường hợp bạn vẫn muốn một chiếc đồng hồ có cùng phong cách với mẫu Oris Artelier Skeleton, tôi sẽ gợi ý bạn thử dùng Linde Werdelin SpidoLite hoặc một mẫu của Armin Strom.





4. Nếu chọn mua một chiếc đồng hồ tourbillon, và của hãng tốt nhất, theo Hàng Hiệu, đó sẽ là?

Đầu tiên tôi muốn nói giờ không còn nhiều người dùng đồng hồ bỏ túi nữa. Và phát minh của Monsieur Breguet là giải pháp phần nhiều có lợi ích hơn đối với những chiếc đồng hồ bỏ túi. Tuy nhiên, nếu bạn vẫn muốn lựa chọn một chiếc đồng hồ tourbillon thì tôi sẽ gợi ý với bạn một chiếc Jaeger-LeCoultre Duometre Sphérotourbillon (mẫu đồng hồ này đã được trao giải Đồng hồ của năm 2013) hoặc một chiếc Greubel Forsey Double Tourbillon. Cả hai mẫu đồng hồ này đều rất tuyệt vời, chất lượng tuyệt hảo, cùng ứng dụng tourbillon rất tốt vào đồng hồ đeo tay. Chỉ có một nhược điểm duy nhất với 2 mẫu đồng hồ này là giá tuyệt đắt.

5. Trong các phiên đấu giá trên mạng, tôi thấy các nhà đấu giá như Sotheby's đánh giá các mẫu đồng hồ được chào bán là "fine" - "tốt, tinh xảo", "very fine" - "rất tốt, rất tinh xảo" hoặc "rare" - "hiếm". Những thuật ngữ này có nghĩa gì?

Tôi xin tạm giải thích những từ này theo hiểu biết của tôi với sự tham khảo của một vài nhà phân phối đồng hồ cao cấp. Một chiếc đồng hồ "fine" khi được giới thiệu ở một phiên đấu giá, nghĩa là chiếc đồng hồ đó đã được đeo một số lần nhưng vẫn còn tốt. Trong khi đó một chiếc đồng hồ "very fine" là một chiếc đồng hồ gần như còn nguyên. Một chiếc đồng hồ "hiếm"? Bản thân chữ "hiếm" đã đủ để nói lên về phẩm hạng của đồng hồ. Còn một chiếc đồng hồ "siêu hiếm"? Theo một chuyên gia đồng hồ của một tạp chí khá nổi tiếng nước ngoài mà tôi từng có may mắn phỏng vấn, giá của nó có thể tương đương với GDP của một quốc gia nhỏ. (Tất nhiên, có thể là hơi ngoa khi đưa ra so sánh đó nhưng có lẽ đó là cách mà chuyên gia đồng hồ họ muốn diễn tả từ siêu đắt.)



6. Tôi muốn tìm một chiếc đồng hồ không chỉ phù hợp với những công việc hàng ngày mà còn phù hợp với cả những sự kiện quan trọng nhưng ngân sách của tôi chỉ là \$5.000. Hàng Hiệu có thể giới thiệu cho tôi một mẫu đồng hồ không? Một người bạn gợi ý với tôi một chiếc Rolex Datejust 1980 Two Tone, Hàng Hiệu thấy sao về gợi ý này?

Lựa chọn một chiếc đồng hồ vintage là một quyết định đúng. Một chiếc two-tone Datejust ư? Chắc chắn, tại sao lại không nhỉ? Ngoài

Datejust bạn còn có thể chọn một chiếc vintage Omega 30T2RG chronometer hoặc một chiếc TAG Heuer Autavia, hoặc một chiếc Audermars (loại dress watch). Gợi ý của tôi là bạn hãy chọn một chiếc đồng hồ mà bạn thích, phù hợp với phong cách của bạn, sau đó mới xem xét đến ngân sách. Ngoài ra, tôi cũng cực lực phản đối ý tưởng một chiếc đồng hồ cho mọi sự kiện. Bạn không định đeo một chiếc đồng hồ tourbillon và ngồi chặt thịt gà nướng hay đeo một chiếc đồng hồ thể thao tới một buổi họp báo đó chứ?



PINK STAR \$60 TRIỆU

Một viên kim cương hồng, có trọng lượng 59.60 carat sẽ được đem đấu giá bởi Sotheby's ở Geneva vào ngày 13/11 tới. Viên kim cương này có giá ước tính vào khoảng \$60 triệu. Đây là một mức kỷ lục chưa từng có đối với bất kỳ viên đá nào. Với trọng lượng 59.60 carat, Pink Star có kích thước gấp đôi viên kim cương "Graff Pink" từng được mua lại với giá \$45,6 triệu ở Geneva vào năm 2010.

Được biết, viên đá đã được khai thác ở một trong những mỏ kim cương của De Beers ở châu Phi. Sau đó nó được cắt và đánh bóng bởi công ty kim cương Steinmetz Diamonds trong 02 năm trước khi được đem triển lãm ở Monaco vào năm 2003. Lúc này, viên kim cương có tên là "The Steinmetz Pink". Viên đá được mua lại vào năm 2007 và sau đó đổi tên thành "Pink Star".

World Luxury Expo TẠI DOHA

Từ ngày 14-16/11/2013, triển lãm World Luxury Expo sẽ diễn ra tại khách sạn St. Regis ở Doha. Dự kiến những tuyệt phẩm xa hoa sẽ tiếp tục được giới thiệu trong sự kiện này gồm có: mẫu máy bay cá nhân Gulfstream G450, chiếc đàn Grand Piano "CrystalRocked" của Steinway & Sons, chiếc xe Rolls-Royce "102EX Phantom" và rất nhiều sáng tạo khác.



TRIỂN LÃM DU THUYỀN QUỐC TẾ TẠI FORT LAUDERDALE, FLORIDA, MỸ

Từ 31/10-04/11/2013 triển lãm du thuyền quốc tế Fort Lauderdale lần thứ 54 sẽ diễn ra. Triển lãm sẽ không chỉ quy tụ những mẫu du thuyền đẹp nhất, những chiếc xe hơi độc đáo nhất mà còn là nơi gặp mặt của các đại gia trong làng du thuyền. Đây sẽ là sự kiện được giới nhà giàu thế giới đặc biệt quan tâm.

ĐẤU GIÁ

IMPRESSIONIST & MODERN ART EVENING

Vào ngày 06/11/2013, tại nhà đấu giá Sotheby's New York sẽ diễn ra sự kiện đấu giá các tác phẩm thuộc trường phái Ấn tượng & Hiện đại. Các tác phẩm dự kiến sẽ được giới thiệu gồm có GAL AB I của László Moholy-Nagy; Flacon et livres của Pablo Picasso; Torse tenant par la bride une tête de cheval của Jean Arp; Éléments mécaniques của Fernand Léger; L'Oeil của Francis Picabia; Tabac, journal et bouteille de vin rosé của Juan Gris và nhiều tác phẩm khác. Trong số các tác phẩm được đấu giá, tác phẩm có giá dự kiến cao nhất là bức tượng điêu khắc Grande tête mince (Grande tête de Diego) của Alberto Giacometti. Tác phẩm này có giá ước tính trong khoảng \$35 triệu - \$50 triệu.



KỶ LỤC MỚI CHO TRANH TRUNG QUỐC

Trong phiên đấu giá của Sotheby's Hong Kong vừa diễn ra trong tháng vừa rồi, bức tranh "The Last Supper" của họa gia Zeng Fanzhi lấy cảm hứng từ tuyệt phẩm nổi tiếng của Leonardo da Vinci đã lập kỷ lục mới cho làng tranh của Trung Quốc khi được bỏ giá tới \$23,1 triệu, gấp đôi bức "Forever Lasting Love" của Zheng Xiaogang.

DUBAI INTERNATIONAL MOTOR SHOW

Sự kiện này dự kiến sẽ diễn ra từ ngày 05-09/11/2013. Trong sự kiện này dự tính sẽ quy tụ hơn 100.000 người trong lĩnh vực. Với 24 năm kinh nghiệm, triển lãm Dubai International Motor Show là một trong những sự kiện triển lãm quan trọng nhất của Dubai và Trung Đông.



Abu Dhabi Grand Prix 2013

Từ 01-03/11/2013, dự tính khoảng 50.000 người sẽ đổ về Abu Dhabi để tham dự sự kiện Grand Prix 2013. Đường đua Yas Marina đã được thiết kế bởi kiến trúc sư nổi tiếng và chuyên nghiệp Hermann Tilke. Được ra mắt lần đầu vào năm 2009, sự kiện Grand Prix Abu Dhabi hiện nay đã trở thành một trong những sự kiện quan trọng của giải đua công thức 1 (Formula One).

HÀNG HIỆU

October | November - 2013

FASHION

w w w . h a n g h i e u m a g a z i n e . v n



TOP LUXE

VALY CƠ KHÍ

Những chiếc valy đặc biệt này có vỏ bọc được làm bằng nhôm. Thiết kế và cấu trúc của valy được thực hiện nhằm tôn vinh những chiếc máy bay spitfire của Anh trong Thế Chiến II. Bộ sưu tập có tên Raleigh Spitfire và được thiết kế bởi nhà thiết kế nổi tiếng Timothy Oulton.

Valy có giá từ \$495-\$895.

Bạn có thể tham khảo tại trang web: timothyoulton.com



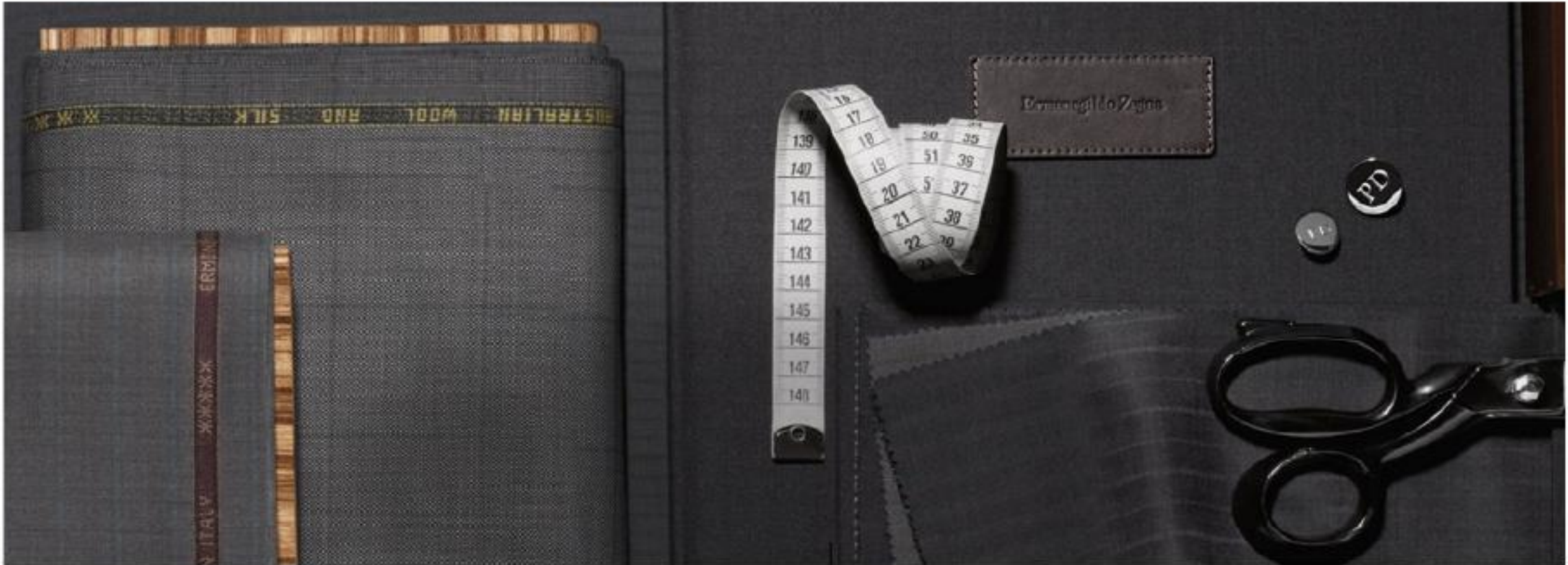
ĐỘ HOÀN THIỆN CẤU KỲ

Để hoàn thiện, lớp vỏ nhôm của valy phải trải qua một quá trình xử lý 05 bước nhằm đạt được độ bóng và độ mờ như thể chúng đều là những chiếc valy đã được sử dụng trong nhiều năm nay. Bên trong valy là một lớp lót da lộn sang trọng và tinh tế.

KÍCH THƯỚC

Valy có 04 kích thước cho bạn tùy chọn. Trong đó kích thước chiều dài nhỏ nhất là 18inch (45,7cm). Kích thước lớn nhất là 32inch (81,2cm). Mỗi valy được sử dụng với các chức năng khác nhau. Trong đó valy kích thước nhỏ nhất có thể sử dụng như một chiếc cặp táp đựng giấy tờ. Chiếc valy lớn nhất có thể sử dụng như một valy du lịch.


TOP LUXE



SU MISURA CỦA **ZEGNA**

Dịch vụ Su Misura của Zegna cho phép khách hàng có thể sở hữu những bộ suit hoàn hảo và sang trọng, độc đáo và thanh lịch. Zegna đảm bảo rằng chỉ có 100 bộ suit Su Misura được sản xuất mỗi mùa.

Mỗi bộ suit Su Misura sau khi được hoàn thiện sẽ được gửi tới khách hàng trong một chiếc túi vải viền da thuộc, móc treo áo bằng gỗ, được đánh dấu bằng những chữ cái viết tắt tên của khách hàng.

Khách hàng có thể lựa chọn loại khuy cho bộ suit của mình hoặc bằng sừng hoặc bằng bạc. Zegna cũng mang tới cho khách hàng khả năng tạo hình chữ cái viết tắt tên của khách hàng hoặc một motif tùy chọn lên khuy.

Khách hàng cũng có thể lựa chọn loại vải đặc biệt dành riêng cho mình. Dấu hiệu nhận biết loại vải này là chi tiết dệt với dòng chữ: "Exclusively for ****". Trong đó "****" là tên hoặc chữ cái viết tắt của khách hàng.



ELIE SAAB

Thiên tài của những đường cong



Nhà thiết kế Elie Saab đang thực hiện việc fitting đồ cho nữ minh tinh Dita Von Teese

ELIE SAAB LÀ MỘT TRONG SỐ ÍT NHỮNG NHÀ THIẾT KẾ THẨM ĐỎ QUAN TRỌNG NHẤT CỦA ĐƯƠNG ĐẠI VỚI NHỮNG TÁC PHẨM NGHỆ THUẬT ĐẮT GIÁ.

Khi Tuần lễ thời trang Paris đang diễn ra thì một sự kiện cũng gây chú ý không kém với giới mộ điệu: triển lãm những tác phẩm haute couture của nhà thiết kế Elie Saab tại khách sạn George V. Sáu thiết kế dạ hội lộng lẫy màu đỏ ruby và xám bạc đặt trên những bức gương plexiglas, bao quanh bởi 15000 bông hồng Naomi (được nghệ nhân Jeff Leatham xếp đặt như những tác phẩm nghệ thuật) đã cung cấp một trải nghiệm đẹp cả về thị giác và khứu giác cho bất cứ ai ghé thăm. Dưới chiếc đèn chùm Florence, một chiếc váy hoàng gia với áo lụa choàng từ vải tuyen và ren thêu sequin đứng trang nghiêm như bóng dáng của một nữ hoàng. Ngay gần đó, một chiếc váy cưới thêu đá quý lộng lẫy với chiếc khăn voan trong suốt lấp lánh kéo dài hàng m phía sau nó như một cánh bướm bạc, đặt giữa 9000 bông hồng trắng Avalanche đã tạo ra một cảnh tượng ngoạn

mục. Tất cả đều là những mẫu mới nhất trong sưu tập Haute Couture Thu Đông năm nay của Elie Saab.

SỰ TƯƠNG PHẢN CỦA HAI THẾ GIỚI

Nếu chỉ nhìn vào những chiếc váy dạ hội này, rất nhiều người sẽ nghĩ tác giả của chúng hẳn phải sinh ra và lớn lên trong một mảnh đất hoa lệ. Như Paris, như Milan, hay như London. Câu trả lời đúng ở đây là một địa danh khác. Không có chút hoa lệ nào bởi nó đã quần mình hàng thập kỷ trong chiến tranh và bom đạn.

Năm 1982, năm thứ bảy trong cuộc nội chiến Lebanon, Israel xâm lược Lebanon và bao vây thủ đô Beirut. Cũng trong cùng năm đó, một thần đồng địa phương 18 tuổi tên là Elie Saab tổ chức buổi trình diễn thời trang đầu tiên của mình. Danh tiếng của nhà thiết kế bắt đầu lan tỏa trên những mảnh đất hỗn loạn của Lebanon và



Haute Couture Fall Winter 2013

bay bổng qua biên giới của các quốc gia Trung Đông.

Năm 2006, xung đột giữa lực lượng Hezbollah và Israel lên tới đỉnh cao khiến hơn 1.000 người Lebanon thiệt mạng, Elie Saab trở thành người Ả rập đầu tiên gia nhập Nghiệp đoàn may đo cao cấp (Chambre Syndicale de la Haute Couture) và chính thức giới thiệu với thế giới những tác phẩm haute couture đến từ Trung Đông. Nhà thiết kế sống giữa hai thái cực hoàn toàn tương phản: một bên là thế giới của những chiếc váy lộng lẫy và mờ ảo như ánh sáng buổi bình minh, một bên là thế giới khốc liệt của khói lửa và đổ nát. Có mối liên quan

nào giữa chúng hay không?

Thường xuyên di chuyển giữa Paris, Milan, London và không có ý định để vợ con sinh sống tại Lebanon, nhưng Elie Saab chưa bao giờ rời xa quê hương mình: "Tôi không muốn nói với bạn về sự đau khổ. Về cuộc chiến. Tôi có những người bạn từ ngày đi học và chúng tôi cũng không nói về nó. Chiến tranh mang lại nhiều đau buồn cho tôi và gia đình tôi, nó cũng là trở ngại rất lớn cho một người mong muốn trở thành nhà thiết kế. Nhưng tôi đã sử dụng những trở ngại đó để nuôi dưỡng quyết tâm của mình. Lebanon đánh giá cao những điều tốt đẹp. Họ

có thể không giàu có, hoà bình hay phồn vinh nhưng họ có niềm hy vọng không bao giờ tắt. Cũng những hy vọng này đã luôn soi rọi con đường của tôi”.

Elie Saab sinh ra ở Damour, một thị trấn trên bờ biển phía nam Beirut vào năm 1964, con trai cả của một gia đình trung lưu. Khi Damour hầu như bị phá hủy trong năm 1976, thay vì di chuyển ra nước ngoài như rất nhiều những gia đình trung và thượng lưu của Lebanon, gia đình Elie Saab chuyển vào trung tâm Beirut để được gần nhà nội. Như rất nhiều những thiên tài về thời trang đã bộc lộ năng khiếu của mình từ rất sớm, ở tuổi lên chín, Saab bắt đầu cắt các mẫu trang phục từ tạp chí và tạo ra những chiếc váy áo từ bất cứ chất liệu gì mà cậu bé có trong tay. Lớn hơn một chút, cậu thiếu niên đã làm váy áo cho chị em, họ hàng và bạn bè và cả gia đình. Elie Saab nhớ lại: “Thực tế thì tôi đã kinh doanh từ rất lâu trước khi chính thức bước vào kinh doanh”. Và ngoại trừ một thời gian ngắn học thiết kế ở Paris năm 17 tuổi, phần lớn thời gian trong đời, Elie Saab tự học.

Ông trời đã mang đến cho Saab một tài năng thiên bẩm và cuộc đời thì đón nhận tài năng ấy một cách hoan hỉ. Hầu như có rất ít sự lặn lội bi kịch nào để chúng ta có thể ngoái đầu lại và ngậm ngùi: Saab đã chinh phục những công chúng của mình ngay từ show diễn đầu tiên. Những thiết kế pha trộn giữa Trung Đông và phương Tây thậm chí còn được hoàng tộc đón nhận: Hoàng hậu Rania của Jordan đã mặc váy Elie Saab cho lễ đăng quang của mình. Một tác phẩm của Saab được thêu 2000 carat ngọc lục bảo và 400 carat kim cương (ít nghiêm trang hơn chiếc váy của hoàng hậu Rania) đã bán cho một cô dâu ẩn danh trong giới quý tộc Trung Đông với giá 2,4 triệu USD.

Danh tiếng của Saab vượt ra ngoài biên giới Trung Đông khi Halle Berry mặc một chiếc đầm Elie Saab đến nhận giải thưởng Oscar năm 2002 – giải thưởng Oscar đầu tiên cho một phụ nữ da màu. Saab mỉm cười khi nhớ lại Berry đã yêu cầu ông thêm một số lá sequin để che phủ phần ngực trái gần như nude. Hình ảnh Halle Berry mặc chiếc váy tuyệt đẹp phát biểu trong nước mắt khi cầm bức tượng vàng Oscar đã truyền đến hàng triệu người. Chiếc váy làm từ taffeta màu burgundy kết hợp với phần voan trong vắt ở thân và những mẫu thêu hoa lá che phủ phần ngực một cách duyên dáng. Đường cắt chéo trễ hông kết nối giữa phần voan và phần taffeta nhấn mạnh vùng eo thon thả và vùng hông gợi cảm – một chi tiết quen thuộc trong trang phục múa bụng của những vũ nữ xứ ngàn lẻ một đêm. Chiếc váy này đã giúp Halle Berry không bao giờ vắng mặt trong danh sách những nữ diễn viên Oscar mặc đẹp nhất mọi thời đại. Cùng lúc đó, Elie Saab – một cái tên ít nổi tiếng hơn nhiều đã âm thầm lan truyền trong giới thời trang Paris,

Milan, London và những trung tâm còn lại của thế giới. Những ngôi sao kình kỳ của Hollywood biết mình đã có thêm một địa chỉ mới để tìm đến khi cần khoác lên người những tuyệt tác. Elie Saab cầm ngọn cờ mang tên mình lên đỉnh núi Couture vào năm 2006, khi gia nhập Chambre Syndicale de la Haute Couture Pháp – vinh dự cao nhất mà một nhà thiết kế nước ngoài có thể đạt được tại trung tâm thời trang số 1 của thế giới.

Elie Saab bán khoảng 400 đến 800 chiếc váy couture một năm với giá khởi điểm từ 35 000 USD. Khách hàng của ông đến từ Hollywood nhưng nhiều hơn là từ giới thượng lưu Trung Đông. Không có gì đáng ngạc nhiên về điều này khi Trung Đông đang trở thành một thế lực lớn mạnh và để lại những dấu ấn của mình trên couture của phương Tây. Hãy lưu ý đến chiếc quần harem của Poiret, váy caftans của Saint Laurent và mũ trùm burkas vàng của Givenchy. Những nhà thiết kế trẻ của Trung Đông cũng nối gót Elie Saab và bắt đầu công cuộc chinh phục sàn diễn phương Tây với Zuhair Murad, Georges Chakra, Rabih Kayrouz và Bouchra Jarrar.

NHỮNG CHIẾC VÁY CỦA THIÊN THẦN

Được tôn xưng là “Vua của những đường cong”, bậc thầy của sequins và lụa, người tạo ra những trang phục rực rỡ như giấc mơ, Elie Saab lại ưa thích những đường thẳng trong cuộc sống hiện thực của mình. Flagship Elie Saab ở Paris có sàn và tường bằng bê tông đánh bóng và những góc cạnh hoàn hảo. Văn phòng của nhà thiết kế đậm chất nam tính với nội thất màu đen. Nhà của ông, một căn hộ ở Paris có ban công sắt và tầm nhìn ra tháp Eiffel – không có sự hiện diện của hoa hay màn cửa. “Tôi thích những thứ gọn gàng và thẳng. Tôi không thích những thứ lộn xộn, những sự cường điệu về màu sắc hay những tấm rèm che cửa mềm mại. Có cảm giác như náo của tôi cũng có cấu trúc lập phương. Nhưng những gì tôi làm trong thời trang lại hoàn toàn khác. Khi tôi nhìn vào phụ nữ, tôi chỉ thấy những đường cong. Và dù nào tôi là một khối lập phương thì tôi vẫn tạo ra được những đường cong. Khi tôi thiết kế, tôi không thấy mình như nhà thiết kế thời trang mà như một kiến trúc sư. Tôi nghiên cứu những đường cong của phụ nữ và thiết kế một chiếc váy thanh lịch cho những đường cong ấy”.

Cũng như bậc tiền bối Valentino, Elie Saab gây dựng tên tuổi của mình từ những chiếc váy dạ hội nữ tính và lãng mạn, nhưng khác Valentino, váy dạ hội của Saab không rực rỡ phóng túng kiểu Ý cũng không thanh lịch một cách cổ kính như váy dạ hội của giới quý tộc Châu Âu. Những chiếc váy phản ánh khát vọng tự do của những khách hàng đầu tiên là phụ nữ Ả rập hiện đại – tự do được quyến rũ, tự do được trưng bày vẻ đẹp cơ thể, tự do được bày biện nhan sắc của mình dưới ánh đèn



Elie Saab



Được tôn xưng là "Vua của những đường cong", bậc thầy của sequins và lụa, người tạo ra những trang phục rực rỡ như giấc mơ, Elie Saab lại ưa thích những đường thẳng trong cuộc sống hiện thực của mình.



lộng lẫy của đêm, nhưng mặt khác, cũng bất thiệp và kín đáo theo một cách rất Á rập với khuôn mặt lấp ló sau chiếc khăn che mặt hàng thế kỷ. Váy dạ hội của Elie Saab mang đậm ảnh hưởng của phương Tây, nhưng rõ ràng vẫn xuất phát từ bàn tay của một nhà thiết kế Trung Đông thấu hiểu những thông điệp trong tiềm thức dân tộc về sự sang trọng. Thiết kế của Elie Saab thường có cấu trúc ôm và xoè cổ điển, nhấn mạnh ngực, eo và hông một cách hoàn hảo. Đồng thời chúng cũng được trang trí phức tạp với kỹ thuật thêu, nạm trang sức và đá quý, kỹ thuật tạo lớp chuyển động và tạo form dáng đỉnh cao.

Nhà thiết kế thích sử dụng những chất liệu sang trọng có khả năng bắt sáng đa dạng hoặc khả năng tạo ra hiệu ứng về sự di chuyển: taffeta (một loại vải dệt làm bằng lụa), organza (cũng làm bằng lụa), và satin đan xen với các loại vải nhẹ như voan hay ren. Ông thường kết hợp vải với sequins, đá bán quý và pha lê Swarovski từ Áo để tạo ra sự lộng lẫy cho trang phục dưới ánh đèn buổi tối – những thiên hà di động. Catherine Kallon, sáng lập của blog Red Carpet Fashion Awards nhận định rằng Elie Saab là một trong số ít những nhà thiết kế tầm cỡ quan trọng nhất của đương đại. Ông hiểu chính xác những

gì mà những người phụ nữ đẹp mong muốn: một chiếc váy quyến rũ và hiện đại làm nổi bật đến từng cm cơ thể gợi cảm của họ nhưng vẫn phải thanh lịch.

Nhiều người nói rằng Saab là một Versace của Trung Đông. Nhưng nếu xem xét kỹ về cảm hứng, tôi cho rằng các thiết kế của Saab gần gũi hơn với Valentino. Cả hai đều có sự tỳ mỷ đến từng chi tiết để tạo ra sự quyến rũ khó cưỡng đối với những cấu trúc va -va -vroom (dáng thắt eo) cổ điển. Saab có tình yêu đặc biệt với tông màu pastel sang trọng (ông hiếm khi sử dụng hoạ tiết in), nhưng điều này không ngăn cản ông khai thác những gam màu tuyệt đẹp khác. Ví dụ như trong Xuân Hè 2012, ông đã mang đến một cú shock về màu sắc trong chiếc váy cổ sâu màu xanh ngọc, với những đường sequin dọc thân; hay một chiếc váy chiffon màu mận với những tay áo nhỏ bằng ren, hay những chiếc váy vàng đậm rực rỡ như đoá hướng dương xoè nở giữa đường băng catwalk. Hay trong Haute Couture 2013, ông mang đến những chiếc váy diễn tả hành trình của ánh sáng mặt trời đi qua hành tinh của chúng ta: đầu tiên là màu đỏ - màu sắc trung tâm của mặt trời. Những chiếc váy cắt kiểu công chúa,



cổ sâu hoặc cổ tròn, không tay hoặc dài tay, với ren và sequin trong một gam đỏ burgundy mãnh liệt và trầm ấm. Ngay sau đó là đến những chiếc váy voan màu nude, màu xám lạnh – một thái cực gần như trái ngược như ánh sáng chập choạng lúc chiều tà xen lẫn những vệt tối của hoàng hôn. Rồi những chiếc váy của nửa đêm với gam xanh navy, xanh hải quân và tím hoàng gia. Khi mặt trời mọc, những chiếc váy trở về với

ánh sáng một lần nữa, trước khi rơi xuống vùng biển màu ngọc lục bảo. Dạt vào bờ, màu sắc của ánh sáng đã chuyển sang một sắc thái khác: màu vàng lấp lánh của cát và màu bạc ngập tràn lung linh như những hạt tinh thể trong suốt. Cuộc hành trình của Elie Saab đã diễn tả trọn vẹn những cung bậc của lửa và băng, ngày và đêm, biển và cát trong chuyến phiêu lưu Odyssey đầy mộng ảo.



Halle Berry trong trang phục của Elie Saab tại lễ trao giải Academy Awards năm 2002.



Ngôi sao của bộ phim Resident Evil: Extinction: Milla Jovovich trong một thiết kế trang phục của Elie Saab.



Penelope Cruz trong một thiết kế trang phục của Elie Saab tại lễ trao giải Liên Hoan Phim Cannes 2010.



Phạm Băng Băng trong một thiết kế của Elie Saab tại LHP Cannes 2011



Rachel McAdams trong một thiết kế của Elie Saab trong lễ trao giải Academy Awards 2010

CÙNG LÚC ĐÓ, ELIE SAAB – MỘT CÁI TÊN ÍT NỔI TIẾNG HƠN NHIỀU ĐÃ ÂM THẨM LAN TRUYỀN TRONG GIỚI THỜI TRANG PARIS, MILAN, LONDON VÀ NHỮNG TRUNG TÂM CÒN LẠI CỦA THẾ GIỚI. NHỮNG NGÔI SAO KIÊU KỲ CỦA HOLLYWOOD BIẾT MÌNH ĐÃ CÓ THÊM MỘT ĐỊA CHỈ MỚI ĐỂ TÌM ĐẾN KHI CẦN KHOÁC LÊN NGƯỜI NHỮNG TUYỆT TÁC. ELIE SAAB CẮM NGỌN CỜ MANG TÊN MÌNH LÊN ĐỈNH NÚI COUTURE VÀO NĂM 2006, KHI GIA NHẬP CHAMBRE SYNDICALE DE LA HAUTE COUTURE PHÁP – VINH DỰ CAO NHẤT MÀ MỘT NHÀ THIẾT KẾ NƯỚC NGOÀI CÓ THỂ ĐẠT ĐƯỢC TẠI TRUNG TÂM THỜI TRANG SỐ 1 CỦA THẾ GIỚI.



EXOTIC VOYAGES

CHANEL CRUISE 2014

Photographer: **Karl Lagerfeld**















RUNWAY

Hành trình 05 năm

Tháng 9/2008, Runway khai trương cửa hàng đầu tiên tại Hà Nội với không gian mua sắm ấm cúng, sang trọng rộng hơn 300 mét vuông trong khuôn viên tòa nhà Suncity tại 13 phố Hai Bà Trưng, Hà Nội đã hiện thực hóa đam mê thời trang của các tín đồ sành điệu Hà Thành, bước đầu mang lại trải nghiệm mua sắm thời trang cao cấp đa thương hiệu mang tên Runway.

Dấu son ấy là điểm khởi nguồn cho sự ra đời thứ 02 của Runway dưới dạng concept store. Một đế chế thời trang dựng lên từ những bức tường trắng hình thái khác nhau, cấu thành mái vòm bằng giá, khép chặt diện tích hơn 1000 mét vuông tại tầng M, TTTM Vincom, 70-72 Lê Thánh Tôn, Tp. HCM mở ra không gian mua sắm tối giản, hoang đường và đậm chất nghệ thuật.

Là mô hình concept store thời trang đầu tiên tại Việt Nam. Runway đã xóa bỏ quan niệm cửa hàng thời trang chỉ đơn thuần là nơi bán quần áo và phụ kiện. Khách hàng đến với Runway là đến với một thế giới sắp đặt đầy sáng tạo. Trang phục ở đây không chỉ để mặc lên người mà trở thành tác phẩm của nhà thiết kế được tinh tuyển theo ý tưởng nhất



Runway Hà Nội, Tòa nhà Suncity, 13 phố Hai Bà Trưng, Hà Nội.



RRR Runway, TTTM Crescent Mall, Phú Mỹ Hưng, Quận 7, Tp.HCM



Runway Sài Gòn, TTTM Vincom, 70-72 Lê Thánh Tôn, Tp. HCM

định, bày biện trong không gian tựa như một phức hợp triển lãm nghệ thuật. Một trải nghiệm mua sắm thượng đỉnh xứng đáng với đối tượng khách hàng là doanh nhân thành đạt, địa vị cao, am hiểu sâu rộng.

Bên cạnh những nhãn hiệu cao cấp, Runway không quên nuông chiều giới trẻ yêu thời trang bằng những nhãn hiệu đương thời năng động, trẻ trung như Marc by Marc Jacobs, See by Chloé,... hay trang nhã, thanh lịch với Tara Jarmon, DVF,... Ra đời muộn hơn so với những nhãn hiệu thời trang danh tiếng trải qua nhiều thập kỷ, những thương hiệu đương thời mạnh mẽ thổi làn gió phong cách tươi mới, nhanh chóng chinh phục biết bao con tim yêu thời trang gu thẩm mỹ phóng khoáng, tân thời. Những nhãn hiệu thời trang cao cấp mặc hàng ngày với tính tiện ích cao và mức giá hợp lý đang là lựa chọn số một cho các fashionista trẻ trên toàn cầu. Những con tim trẻ mê thời trang tại thành phố Hồ Chí Minh sẽ đắm say mua sắm dưới vòm tre cổ điển mà hiện đại của cửa hàng RRR Runway tại TTTM Crescent Mall, Phú Mỹ Hưng, Quận 7, Tp.HCM hay vô tư cùng bạn bè rảo bước shopping tại RRR Runway trong TTTM Diamond Plaza sang trọng, bề thế giữa trung tâm thành phố Tp.HCM.

Với niềm đam mê thời trang, yêu cái đẹp và nghệ thuật, đội ngũ mua hàng của Runway luôn túc trực tại các show diễn, không ngừng tìm kiếm để mang về các thương hiệu cao cấp, mang tính thẩm mỹ vượt bậc. Ở một khía cạnh quan



RRR Runway, Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q.1, Tp.HCM

trọng khác, Runway luôn cân nhắc để vẻ đẹp và chất lượng phải gặp nhau ở một điểm tương đồng. Đó là tiền đề cho sự có mặt của những Prabal Gurung, Roland Mouret, The Row... tại Việt Nam, góp phần nâng số nhãn hiệu cao cấp bày bán tại Runway lên hơn 60 nhãn hiệu. Cuộc hành trình “săn lùng cái đẹp” chưa bao giờ dừng lại.

Tháng 10/2013, để đánh dấu cột mốc 5 năm đam mê và cống hiến, Runway Hà Nội sẽ có nhiều chương trình khuyến mãi đặc biệt, như lời tri ân gửi đến những quý khách Thủ Đô đã ủng hộ Ruwnay trong suốt thời gian qua.

ĐỊA CHỈ WEBSITE CỦA RUNWAY:

www.runway.vn



Những thiết kế ấn tượng dành cho phụ kiện Thu Đông 2013 của Armani.

Emporio Armani

Fall 2013 Ready-To-Wear

Show diễn Thu Đông của nhà Giorgio Armani dường như đã tồn tại trong một vũ trụ riêng của họ. Trong khi các thương hiệu khác chìm trong các gam màu đặc trưng như đen, trắng, xám, beige hay các tông trầm của Thu Đông thì Armani không ngại chơi đùa với một bảng màu tươi sáng: màu vàng lá mạ, màu vàng pastel, xanh blue, xanh dương nhạt, xanh dương sáng, xanh green sáng, tím hoa cà... Một bộ sưu tập đồ sộ gần 80 mẫu, xen lẫn những phong cách khác nhau và có khả năng đáp ứng rất nhiều mong mỏi của phụ nữ. Nói cách khác, người ta khó lòng bước vào showroom của Armani mà không thể chọn được bất cứ món đồ nào cho mình.

Chúng ta có bộ suit màu tro, áo jacket xám đơn giản vài dĩa, quần tây cắt thẳng lịch sự và nển nã dành cho những phụ nữ ưa thích vẻ nam tính và lịch thiệp. Chúng ta có những chiếc váy đơn sắc màu pastel cắt hình cánh hoa dành cho những cô nàng ngọt ngào. Áo jacket ngắn tay lỡ bằng lông kết hợp với

áo top blouse và quần dáng baggy suông rộng hơi hẹp ở ống ngang mắt cá, đi cùng giày bệt... rõ ràng là một trang phục đầy chất nghệ sỹ cho những ai thích những trang phục tiên phong, thoải mái và khác thường cùng một lúc. Váy ngắn màu trang nhã kết hợp với áo jacket cổ tròn hình hộp đơn giản: sự lựa chọn cho phong cách cổ điển tối giản và duyên dáng. Những chiếc maxi trơn màu sáng, dáng oversize thùng thình đến mắt cá kết hợp với áo jacket vai tròn hình khối sắc nét hay quần ống suông bằng lông mềm màu pastel: có tín đồ thời trang nào không bị hấp dẫn bởi chúng? Và cuối cùng, nếu bạn muốn một hình ảnh khác biệt trong dạ tiệc thay vì những chiếc váy thắt eo, xòe ở hông như thường lệ, hãy chọn những chiếc váy màu đá quý bằng chất liệu nhung bắt sáng với những đường xếp nếp hình khối như nghệ thuật origami của Nhật ở phần ngực, phồng nhẹ ở hông rồi rũ xuống hẹp dần ở chân với những nếp gấp mềm mại.



Phụ kiện Thu Đông 2013 của Balenciaga

Balenciaga

Fall 2013 Ready-To-Wear

Nhiều người tự hỏi Alexander Wang sẽ mang đến những gì cho Balenciaga. Câu trả lời đến từ sưu tập Fall 2013 chưa hẳn đã làm hài lòng tất cả nhưng còn rất nhiều thời gian cho một tài năng như Wang để hòa mình vào bản sắc của một trong những thương hiệu được ca tụng nhất của thời trang.

Trước buổi biểu diễn, trả lời báo giới, Wang xác định nhiệm vụ trước mắt của mình là “quay về với bản sắc gốc rễ của Balenciaga” – một nhiệm vụ nghe có vẻ khiêm tốn nhưng thực tế chẳng hề dễ dàng. Chúng ta có: Áo khoác tổ kén, áo jacket với bờ vai phồng tròn, váy cắt cánh hoa, thiết kế peplum, tay lỡ - tất cả đều được xuất hiện một cách trang trọng trong bảng màu đen, trắng và xám quen thuộc của Balenciaga. Những đường cong và hình khối nổi tiếng trong

thiết kế của Cristobal Balenciaga được thêm vào những nhấn nhá hiện đại như các chi tiết đậm chất kiến trúc với nếp gấp origami, những đường cắt sắc nét hay cách xử lý chất liệu tài năng. Alexander Wang dùng đá cẩm thạch để làm sàn catwalk và chi tiết này được tái hiện rất rõ nét trong bộ sưu tập qua áo jacket họa tiết, áo lông dáng tròn, áo khoác đuôi tôm hay chất liệu da có họa tiết đá cẩm thạch nứt. Tất cả tạo ra một ấn tượng về sự điêu khắc sang trọng.

Nửa cuối bộ sưu tập là sự kết hợp tuyệt vời của những chất liệu hấp dẫn: da, lông, nhung và vải đục lỗ đầy nghệ thuật. Chiếc quần đục hờ da vừa gợi cảm vừa sang trọng xuất hiện gần cuối bộ sưu tập chắc chắn sẽ trở thành một item hot trong mùa Thu Đông này.



Những thiết kế phụ kiện đặc sắc dành cho Thu Đông 2013 của Chloé.

Chloé

Fall 2013 Ready-To-Wear

Clare Waight Keller, giám đốc sáng tạo của Chloe trình diễn bộ sưu tập mùa thứ tư của cô ở Chloé – bộ sưu tập cho thấy những định nghĩa bản thân rõ nét của Keller và tầm nhìn của nhà thiết kế cho thương hiệu này.

Sưu tập mang hơi hướng phong cách Anh và đôi chút gợi nhắc đến thời trang của các cậu bé. Điều này hoàn toàn có thể lý giải được khi nhìn vào quá khứ của Keller: một nhà thiết kế đồ nam danh tiếng. Giờ đây, cô đã sử dụng những kỹ năng điêu luyện của mình để trình bày ý tưởng về một nữ sinh đã phát triển phong cách và bản sắc của mình như thế nào. Keller né tránh các hình mẫu dễ thương hay nghịch ngợm hư hỏng kiểu Britney Spears thuở "Hit Me, Baby... One More Time". Thay vào đó, nhà thiết kế hướng tới sự thanh lịch sang trọng với các chất liệu len hay vải tuyết – những chất liệu quen thuộc với các nữ sinh Anh (bản thân Clare Waight Keller cũng từng trải qua thời nữ sinh ở Birmingham).

Dù vậy, không chỉ có sự thanh lịch. Sự thanh lịch đi cùng chất thô mộc trong những chiếc áo choàng dáng cape với các chi tiết kim loại, trong cách sử dụng chất liệu da bóng mờ óm sít, trong bộ đồ mang chất thể thao màu xám, hay trong bộ bodysuit đậm vẻ nam tính. Dù áo jacket ngắn, áo choàng hay quần suông đều có sức hấp dẫn riêng nhưng ngôi sao của buổi trình diễn chắc chắn phải thuộc về những chiếc váy: một chiếc váy đen đơn giản với cấu trúc không tương đồng, một chiếc váy trắng với phần top xếp nếp đổ dọc xuống eo từ vai, một chiếc váy màu bạc hà với cổ rùa và xếp nếp nhẹ ở phần vai. Mẫu thiết kế số 36 đặc biệt gây ấn tượng bởi cấu trúc rất khó xác định: jumpsuit hay váy maxi hay top và quần tách rời? Phần top màu trắng được nối liền với phần chân màu navy đậm và những đường xếp nếp trắng kéo dài từ thân áo rồi chạy dọc xuống chân váy, hòa quyện trong những nhịp bước để tạo ra một cảm giác rất sống động khi di chuyển.



Những mẫu giày và túi mạnh mẽ, thanh lịch của Calvin Klein dành cho mùa đông năm nay.

Calvin Klein Collection

Fall 2013 Ready-To-Wear

Nếu có hai điểm gây ấn tượng đầu tiên trong Siêu tập Thu Đông của Calvin Klein năm nay thì đó chính là thắt lưng và chất liệu da. Hầu như tất cả các trang phục đều nhấn mạnh vòng eo bằng những chiếc thắt lưng da với mặt kim loại ở chính giữa, tạo ra một điểm nhấn trung tâm trong các thiết kế đối xứng và vững chãi của siêu tập. Những mẫu thiết kế được trình bày trong chất liệu len, dạ và da mà đặc biệt là da. Từ các mảnh miếng chi tiết của váy hay áo, sự xuất hiện của da dần dần chiếm đến 100% trong các thiết kế: áo da, váy da, thắt lưng da và boots da.

Francisco Costa xây dựng những kiểu dáng mạnh mẽ với bờ vai cắt thẳng kiên quyết theo kiểu quân đội, thắt lưng bản rộng, các loại vải nặng chắc chắn như len, len crepe, len mohair, nhựa vinyl, vải kỹ thuật, lông cừu... Tiếp đó là những cấu trúc hình học

xuất hiện với tần số cao: cổ áo xẻ sâu hình tam giác, áo top không cổ không tay hình vuông, mặt khóa thắt lưng hình chữ nhật, những đường trang trí hình vuông, hình chữ nhật trên váy...

Nhưng nếu bạn tìm kiếm sự thanh lịch, Calvin Klein cũng không thiếu: một chiếc áo quần dáng peplum được mix với quần rộng ống hẹp dáng baggy bằng da bóng mờ, cao trên mắt cá để lộ hình dáng đẹp đẽ thanh nhã của chiếc giày cao gót màu đen cổ điển. Hay một chiếc váy da đen sang trọng dáng midi quá đầu gối, với phần chân váy được xử lý rất ấn tượng với các ô hình họa cắt xẻ hở da. Hình ảnh người mẫu bước đi trong chiếc áo khoác dáng váy bằng lông trắng muốt và boots cao cổ da đen chắc chắn sẽ gợi nhắc ngay đến những cô gái thượng lưu Châu Âu trong những ngày lạnh giá.

DRESS+ACCESSORIES



2



3



4

1. Váy Lanvin 2. Hoa tai Oscar De La Renta
3. Xắc Dolce & Gabbana 4. Giày Jimmy Choo



1

1. Váy Gucci 2. Vòng tay Alexander McQueen
3. Xắc Bottega Veneta 4. Giày Gucci



1



2



3



4

DRESS + ACCESSORIES

1. Váy Valentino 2. Nhẫn Oscar De La Renta
3. Xắc Miu Miu 4. Giày Saint Laurent



1



2



3



4

1. Váy Dolce & Gabbana 2. Hoa tai Bijoux Heart
3. Xắc Alexander McQueen 4. Giày Christian Louboutin



1



2



3



4

DRESS+ACCESSORIES



1. Sandal Versace 2. Váy Dolce & Gabbana 3. Hoa tai Erickson Beamon
4. Nhẫn Roberto Cavalli 5. Túi Christian Louboutin



1. Sandal Gucci 2. Nhẫn Rosantica 3. Váy Valentino
4. Vòng cổ Kenneth Jay Lane 5. Xắc Alexander McQueen

DRESS + ACCESSORIES



1. Giày Nicholas Kirkwood 2. Nhẫn Bijoux Heart 3. Váy Temperley London
4. Vòng cổ Alexander McQueen 5. Túi Fendi



1. Sandal Alexander McQueen 2. Nhẫn Bijoux Heart 3. Váy Chloé
4. Vòng cổ Oscar De La Renta 5. Xắc Dolce & Gabbana



Sự độc đáo luôn được tìm thấy trong những phụ kiện của Versace.

Versace

Fall 2013 Menswear

"Nam tính không phải là một cái gì đó được đưa cho bạn, mà là cái mà bạn phải tạo ra". Với trích dẫn trong thông cáo báo chí của mình, Donatella Versace gợi nhắc đến ông hoàng ưa gây gổ Norman Mailer trong làng văn học Mỹ. Donatella Versace đã mang lại một sưu tập ấn tượng, phải nói là một trong những bộ sưu tập ấn tượng nhất trong dòng menswear Thu Đông này với sự lịch lãm cổ điển xen kẽ với hài hước, điên rồ và chất nam tính được biểu hiện một cách phóng túng nhất có thể. Show diễn mở đầu với hình ảnh người đàn ông cổ điển sang trọng kiểu Jay Gatsby với chiếc áo khoác "hoàng tử xứ Wales" oversized và sự lịch lãm. Ngay sau đó, Jay Gatsby chuyển sang người đàn ông của thế kỷ 21 – người đang chạy trong một thế giới hỗn loạn và bạo động của chất liệu da và những bộ suit mang họa tiết graffiti.

Donatella cho biết bà muốn gây ấn tượng về sức mạnh với các khán giả của mình. Do đó, chúng ta có một khối lượng khá hoành tráng của các mẫu thiết kế, nhưng khối lượng chưa phải là vấn đề. Sự ấn tượng nằm ngay trong chiếc quần da rộng thùng thình và miếng tròn ở đầu gối, một bộ trang phục đua xe trong dây kéo vàng, áo khoác dạ màu xanh dương với một bộ trang phục bằng denim họa tiết graffiti hay quần da thêu và áo khoác lông. Nhưng khó quên nhất hẳn là những bộ jumpsuit bằng ren xuyên thấu và áo khoác suit đen – hai món đồ như đến từ hai thế giới đối lập nhưng bằng cách nào đó, Donatella đã mix chúng với nhau và thử thách các biên giới của thời trang và biên giới của tình dục. Dù vậy, những điều này không có gì quá mới lạ với Donatella bởi đây là bản sắc xuyên suốt trong sự nghiệp của bà.



Sự thanh lịch của Jil Sander sẽ được phát huy ở mức cao nhất với những phụ kiện này.

Jil Sander

Fall 2013 Menswear

“Sự nam tính mang màu sắc sử thi” – đó là những tuyên bố hoa mỹ của Jil Sander dành cho bộ sưu tập Thu Đông năm nay của mình. Và chẳng có điều gì nam tính hay sử thi hơn là một người đàn ông đến từ quân đội, bởi vậy có thể thấy nhà thiết kế đã tham khảo khá nhiều từ những trang phục truyền thống của quân sự: áo khoác parka ngực đôi, cổ áo dựng, màu xanh quân đội và màu đỏ, họa tiết mô phỏng vệt dây buộc súng hình chéo trên áo len. Không cần chủ đề, chỉ cần tâm trạng và ở đây, Jil Sander tiếp tục giới thiệu một tâm trạng của cổ điển: suit ba nút cài cao, áo len dệt kim dáng dài, họa tiết kẻ ô và kẻ sọc nhỏ. Sự cổ điển được pha trộn với thời thượng đến từ những chi tiết nhỏ mà bạn phải nhìn kỹ từng mẫu thiết kế mới có thể cảm nhận được

một cách rõ nét. Đơn cử, trên những gam màu truyền thống của nam giới dành cho Thu Đông: đen, xám, ghi, trắng, xanh rêu...màu đỏ xuất hiện khá đột ngột ngay trong hai mẫu suit đầu tiên và sau đó được kết hợp với áo khoác oversized bằng nhung đen.

Tính ứng dụng cao được nhìn thấy trong toàn bộ các món đồ của bộ sưu tập này với những món đồ có thể mang lại sự thoải mái cho bất cứ ai: áo Top pha đen trắng, kẻ sọc chéo, suit kẻ sọc nhỏ, blazer ghi và xám, quần âu dáng slim đơn giản với các màu nhã nhặn nhưng thời thượng: rêu, lá cây đậm, navy. Nếu bạn cần xây dựng cho mình một phong cách thanh lịch, nhẹ nhõm nhưng vẫn có những chi tiết độc đáo, Jil Sander là một thương hiệu hoàn toàn thích hợp.



Những phụ kiện basic của Tom Ford là món đồ dành cho mọi quý ông.

Tom Ford

Fall 2013 Menswear

“Món đồ nào trong bộ sưu tập cũng có thể khiến đàn ông thèm muốn” – Tom Ford phát biểu trước các biên tập viên trong buổi giới thiệu sưu tập Thu Đông của ông tại London. Và Ford đã không cường điệu. Sưu tập mang đến vẻ đẹp nhẹ nhàng của màu sắc tự nhiên và sự kết hợp điệu nghệ của các chất liệu khi được mix cùng nhau, đã tạo ra một tủ quần áo được thiết kế công phu với sự chú ý đến từng chi tiết.

Sự khác biệt giữa thời trang nam và nữ của Ford khá rõ nét: đồ cho nữ luôn thời trang và đồ cho nam hầu như luôn dựa trên nền tảng là sự cổ điển. Dường như có chút ảnh hưởng từ công việc của Ford với Daniel Craig trong phim James Bond nên thoát nhìn, chất cổ điển của Anh khá rõ nét trong sưu tập với những bộ suit bằng họa tiết caro và áo khoác rộng oversize.

Những thiết kế cũng được chú ý để phù hợp với những chàng trai cơ bắp: quần âu thẳng và xếp nếp nhẹ để tạo ra độ rộng rãi vừa phải, áo khoác và jacket dáng hộp thoải mái. Với đường may tinh tế và kiểu dáng đẹp, Tom Ford giới thiệu sự phong phú của kẻ sọc và những bộ suit lịch lãm, hoặc áo len cổ gấp từ chất liệu dày được kết hợp một cách học thuật với những chiếc quần tây mỏng tinh tế. Tom Ford từng nói sẽ không bao giờ làm đồ len, nhưng ở đây, đồ len đã phát triển thành điểm mạnh của bộ sưu tập: chúng có màu sắc tươi sáng và sự mềm mại, đậm chất cá nhân. Chất liệu lông cũng là một điểm nhấn quan trọng (và quen thuộc) trong các sáng tạo của Ford: chiếc áo khoác lông sang trọng hay những đôi boots lông xù chắc chắn sẽ là sự hấp dẫn khó cưỡng với những khách hàng đến từ Nga.



Phụ kiện Thu Đông 2013 và những họa tiết đặc trưng của Viktor&Rolf.

Viktor & Rolf

Fall 2013 Menswear

Nếu có thể đặt tên cho Siêu tập Thu Đông của Viktor & Rolf, hẳn nhiều người sẽ nghĩ đến cái tên "50 sắc thái của màu xám". Quá dễ dàng nhưng hóa ra lại không chính xác. Cặp đôi Hà Lan thiết kế trong một bảng màu với phạm vi hạn chế chủ yếu dao động từ màu đen sang màu trắng và ở giữa, những màu đơn sắc như nâu, xanh đá, đỏ và than và các gam gần với màu xám. Những màu sắc và họa tiết này đã được phát triển bởi nghệ sĩ Hà Lan Piet Parra – khá nổi tiếng trong việc thiết kế các trang phục đường phố với brand riêng của mình là Rockwell. Piet Parra chưa bao giờ thiết kế đồ runway trước đây nhưng khi Viktor & Rolf gõ cửa tìm kiếm sự hợp tác, Piet đã đáp lại một cách nhiệt tình. "Tôi

đã thực hiện hàng tấn bản vẽ". Và kết quả là những họa tiết kỳ lạ. Họa tiết Birdman (người đàn ông mỏ chim ôm đầu gối) bao phủ cả phần background của buổi trình diễn cũng như trang phục, kính hay túi. Những họa tiết khác bao gồm kính và giày trôi dạt trên những chiếc áo thun hoặc quần jeans. Lựa chọn dễ mặc nhất thuộc về họa tiết những chữ cái quá khổ trên nền trắng của chiếc áo sơ mi cổ điển.

Bản vẽ khá hoang dã, nhưng sự bay bổng của quần áo thì lại được giới hạn trong một phạm vi hẹp hơn với sơ mi, suit, quần tây, jacket dáng hộp... Sự độc đáo chỉ có thể được quan sát ở phạm vi gần nhưng đây chính là điểm thú vị tạo ra chất độc đáo của Viktor & Rolf.

10 điều đàn ông nên biết

... ĐỂ TRỞ NÊN CUỐN HÚT HƠN VỚI PHỤ NỮ!

10. Trong một nghiên cứu mới đây, người ta đã phát hiện rằng phụ nữ bị hấp dẫn giới hơn với một người đàn ông khi anh ta mặc trang phục màu đỏ hoặc đỏ sẫm. Nghiên cứu giải thích, trong suy nghĩ của những người phụ nữ, đàn ông mặc những trang phục màu đỏ hoặc đỏ sẫm là những người đàn ông có quyền lực và có vị trí cao trong xã hội. Vậy nên trong buổi hẹn hò tới với một người phụ nữ, hãy mặc suit màu Burgundy.

9. Những người phụ nữ muốn tìm kiếm một mối quan hệ lâu dài thường bị thu hút bởi những người đàn ông thân thiện, cởi mở. Trong khi đó, những phụ nữ thuộc nhóm cứ yêu đi đã, thì lại thường bị thu hút bởi những người đàn ông hãnh tiến, có chút kiêu ngạo. Nhưng cả hai nghiên cứu đều chỉ ra rằng, với cả 02 tuýp phụ nữ, những dấu hiệu về răng miệng khoẻ mạnh đều là yếu tố quan trọng. Vì vậy, dù bạn thuộc nhóm nào, một nụ cười luôn là điều quan trọng.

8. Trang phục và bề ngoài là một yếu tố quan trọng, nên chọn trang phục vừa ôm với người. Cắt tóc và cạo râu theo thời gian định kỳ.

7. Các nghiên cứu cũng chỉ ra rằng phụ nữ nói chung thường bị cuốn hút bởi những người đàn ông có đường viền của hàm dưới mạnh mẽ. Theo các nhà nghiên cứu, xương quai hàm góc cạnh (kiểu mặt vuông chữ điền) cho thấy sự nam tính, hàm lượng testosterone cao. Lời khuyên của chúng tôi hãy lựa chọn những chiếc áo len chui đầu cổ chữ V, kính vuông, tóc cắt ngắn.

6. Phụ nữ chỉ nhớ người đàn ông

làm cho họ cười. Vậy nên hãy cố làm cho người phụ nữ mà bạn đang theo đuổi mỉm cười bằng những câu chuyện hóm hỉnh có duyên. Nhưng tuyệt đối tránh để phụ nữ bật cười vì trang phục của bạn – vì lúc đó nàng không cười đâu.

5. Các nghiên cứu cũng chỉ ra rằng phụ nữ đặc biệt lưu tâm tới sức mạnh ở phần thân trên của đàn ông. Theo các nhà nghiên cứu phụ nữ thường có xu hướng bị thu hút bởi những người đàn ông với cánh tay cơ bắp và vai rộng. Lời khuyên của chúng tôi nên chọn những chiếc áo sơ mi dáng ôm để làm nổi bật cơ bắp nơi cánh tay của bạn.

4. Phụ nữ cũng có xu hướng bị thu hút bởi những người đàn ông với dáng điệu cởi mở nhiều hơn so với những người đàn ông có dáng điệu khép kín. Các nhà nghiên cứu chỉ ra rằng những người đàn ông mở rộng chân, vai và tay thường có sức hút hơn so với những người bắt chéo chúng. Lời khuyên của chúng tôi, đôi khi không cần phải mở rộng chân, hay vai, bạn chỉ cần mở cúc của áo suit thay vì đóng chặt các cúc. Lựa chọn những bộ suit có áo kiểu 02 khuy dọc thay vì những bộ suit có áo kiểu 02 hàng khuy ngang (double-breast) cũng là một quyết định tốt.

3. Tỷ lệ eo và hông hoàn hảo của phụ nữ là 0,7. Trong khi đó tỷ lệ này ở nam giới 0,85 được xem là ổn. 0,95 được xem là hoàn hảo. Tỷ lệ giữa vai và eo càng cao càng tốt. (Hiểu đơn giản là vai càng rộng, eo càng thon càng tốt.) Lời khuyên của chúng tôi, hãy chọn



cho mình những bộ suit với phần cầu vai đệm nhẹ. Mục đích của việc này là tạo cho bạn một thân trên với hình dáng chữ V.

2. Các nghiên cứu đều chỉ ra rằng phụ nữ luôn bị lôi cuốn bởi những người đàn ông có chiều cao khả quan. Chiều cao của đàn ông so với phụ nữ nên tối thiểu là 10cm nếu nàng đi giày bệt. Lời khuyên của chúng tôi, bạn có thể chọn những đôi giày độn đế. Bên cạnh đó, bạn cũng có thể chọn những bộ trang phục dáng ôm.

1. Hương thơm. Hương thơm cũng có một ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc thu hút phụ nữ. Vậy nên hãy chú ý tới chế độ ăn để đảm bảo bạn có mùi dễ chịu. Ngoài ra, bạn cũng nên cầu viện tới những loại nước hoa dành cho nam giới.

CẬP NHẬT XU HƯỚNG

Những chiếc quần bò tối màu đang là xu hướng thời trang yêu thích của nam giới ở mọi lứa tuổi. Thực tế, tôi chưa bao giờ thấy xu hướng này trở nên lỗi mốt cả. Những chiếc quần bò tối màu rất “nịnh” người mặc, thoải mái, dễ chịu. Chúng cũng có thể sử dụng trong rất nhiều dịp khác nhau.

- Ankle Boot đang là xu hướng được thịnh hành. Nếu khéo chọn, bạn sẽ có những đôi boot để diện cả trong những hoạt động cuối tuần lẫn những hoạt động ở văn phòng.

- Nếu mùa trước là áo hai hàng khuy thì mùa này xu hướng là áo khoác một hàng khuy. Hãy lựa chọn cho mình

những chiếc áo khoác một hàng khuy để trở nên lịch lãm và hiện đại, trẻ trung và phá cách trong mùa Thu-Đông này.

- Màu Burgundy đang trở lại. Và theo nghiên cứu đã được chúng tôi đề cập ở trên: màu đỏ với phụ nữ chính là màu của sự quyến rũ do nó tượng trưng cho quyền lực và địa vị cao trong xã hội.

- Màu Camel cũng là một màu đang rất được ưa thích trong mùa mốt này với thời trang dành cho nam giới. Đặc biệt, màu camel cũng rất dễ phối hợp với trang phục. Hãy chọn cho mình một chiếc áo khoác màu camel và bạn sẽ nhận thấy rằng đó là

một đầu tư hoàn hảo.

- Áo da đen. Phong cách Punk nổi loạn phá cách hay sang trọng kiểu cổ điển, classic, tùy bạn. Nhưng tôi dám chắc chắn rằng áo da đen là một sản phẩm bạn không thể bỏ qua trong mùa này.

- Phong cách timeless vẫn tiếp tục cho thấy sức ảnh hưởng của mình. Bạn có thể cho thấy sự ủng hộ của mình với phong cách này qua việc lựa chọn một chiếc áo sơ mi kẻ. Hãy kết hợp áo với một chiếc quần may đo và một chiếc áo suit. Một lưu ý nhỏ, nên chọn họa tiết kẻ caro nhỏ bởi những họa tiết kẻ caro lớn chỉ phù hợp với những người có vóc dáng đậm và lớn.



1. Bottega Veneta 2. Loro Piana 3,4. Burberry London 5. Gucci 6. Mr. Hare



Mẫu bút Venus
MONSIEUR DECO



Giày
MR.HARE



Suit
RAF SIMONS



GROSS
Kính



Sơ mi
JIL SANDER



Cà vát
BESPOKEN



Thắt lưng
SAINT LAURENT



Khuy măng sét
LANVIN



Đồng hồ
VACHERON CONSTANTIN



Giày
MR.HARE



Suit
GUCCI



Nơ
LANVIN



Ví
BOTTEGAVENETA



Sơ mi
SAINT LAURENT



Thắt lưng
LOROPIANA



Suit
BOTTEGAVENETA



Áo sơ mi
CANALI



Thắt lưng
ALVARO



Cà vạt
CHARVET



Túi
MULBERRY



Áo
BURBERRY LONDON



Điện thoại
VERTU



Quần
SLOWEAR



Giày
ARMANDO CABRAL



Găng tay
BOTTEGA VENETA



Đồng hồ
HERMÈS



Ví
DOLCE & GABBANA

Quần
SAINT LAURENT



Giày
LANVIN



Khăn
PAUL SMITH



Áo len
ALEXANDER MCQUEEN

HERMÈS BỊ CƯỚP

Một số lượng phụ kiện Hermès trị giá 400.000 euro đã bị đánh cắp khỏi một chiếc xe tải ở Milan. Việc này đã diễn ra khi các tài xế rời xe để đi ăn sáng. Vụ đánh cắp này đã khiến thương hiệu Hermès buộc phải hủy bỏ buổi trình diễn ngày hôm sau do các phụ kiện được cảnh sát giữ lại để điều tra. Được biết đây là vụ đánh cắp hàng hiệu thứ 02 trong 06 tháng tại trung tâm mua sắm Golden Quadrangle ở Milan. Vào tháng 05 vừa rồi, cửa hiệu đồng hồ Thụy Sĩ Franck Muller cũng đã bị đánh cắp bởi 06 người cầm gậy và bom xăng.



RALPH LAUREN QUYÊN TẶNG \$500.000

Đối tượng được ông trùm thời trang Mỹ quyên tặng là tổ chức Fashion Manufacturing Initiative (FMI). Tổ chức này được thành lập bởi Hội đồng các nhà thiết kế thời trang Mỹ, Andrew Rosen – một trong những nhân vật quan trọng của ngành công nghiệp thời trang Mỹ và Tập đoàn Phát triển Kinh tế thành phố New York (New York City Economic Development Corp). Mục tiêu của tổ chức là hỗ trợ sự phát triển của ngành công nghiệp dệt may của New York.

"Tôi sinh ra ở New York và đã khởi nghiệp ở đây," Lauren nói. "FMI có một ý nghĩa quan trọng trong việc hỗ trợ thành phố của chúng ta, ngành công nghiệp của chúng ta, mang tới cho các nhà thiết kế các cơ hội cần thiết để phát triển ngành nghề trong khi thúc đẩy phát triển sản xuất ở New York."



JOHN GALLIANO LÊN VOGUE ANH

Sự trở lại này khá ấn tượng và hoành tráng. John Galliano được đích thân tổng biên tập của tạp chí Vogue Anh, Alexandra Shulman mời làm biên tập và tạo dựng phong cách cho bài thời trang Fantasia. Bài thời trang ảnh này ngoài John Galliano sẽ có sự tham gia của siêu mẫu Kate Moss và nhiếp ảnh gia Tim Walker. Bài thời trang mang phong cách 1920 và được lấy cảm hứng từ đoàn ba lê Ballets Russes.



KARL LAGERFELD RA TOÀ VÌ VẠ MIỆNG?

Karl Lagerfeld đang đối mặt với một vụ kiện tụng ở Pháp sau khi một nhóm phụ nữ đệ đơn kiện ông đã có hành vi lăng nhục khi đưa ra những lời bình phẩm giễu cợt. Tổ chức phụ nữ này có tên Belle, Ronde, Sexy et Je M'assume (Xinh đẹp, Tròn trịa, Gợi cảm và Tán đồng với điều đó – muốn chứng kiến cảnh vị giám đốc sáng tạo quyền lực của Chanel bị phạt vì những nhận xét “giễu cợt và mang đầy tính phân biệt” đối với một vài phụ nữ. Quyết định đệ đơn kiện của nhóm phụ nữ được đưa ra sau khi ngài Lagerfeld đưa ra phát biểu sau trên truyền hình: “Lỗi hổng trong an ninh xã hội cũng xuất phát từ những căn bệnh mà những người quá béo đang mắc nhiễm.” Ngài Lagerfeld từ lâu đã nổi tiếng với tuyên bố: “Không còn ai muốn nhìn thấy những người phụ nữ đẩy dạn trên sàn diễn nữa.”



KỂ KẾ NGHIỆP JIL SANDER

Cho tới nay, cái tên được nội giới thời trang phần nhiều tin tưởng rằng sẽ kế nghiệp Jil Sander (sau khi bà đã quyết định giải nghệ lần thứ 03) là Gabriele Colangelo.

Nhà thiết kế trẻ tuổi này đã có thời gian làm việc cả ở Versace và Cavalli. Ngoài ra, anh còn sở hữu một kiến thức tuyệt vời về các chất liệu may mặc cao cấp, kỹ thuật cắt may điêu luyện và một quan điểm mỹ học phù hợp với thương hiệu. Tuy nhiên, có ý kiến cho rằng Dickie Mommsen – người cộng sự lâu năm của Sander – mới là lựa chọn thực sự của bà cho vị trí người sẽ lèo lái con thuyền thương hiệu Jil Sander.



GWYNETH PALTROW, MICHAEL KORS THÀNH ĐỐI TÁC

Gwyneth Paltrow sẽ hợp tác với Michael Kors để tạo ra một bộ sưu tập thật độc đáo cho mùa Giáng sinh sắp tới cho website Goop.com của cô. Bộ sưu tập sẽ được lấy cảm hứng từ những mẫu trang phục yêu thích của Gwyneth Paltrow (bao gồm cả những mẫu trong tủ quần áo cá nhân của Gwyneth và những mẫu từ bộ sưu tập của Micheal Kors). Bộ sưu tập sẽ gồm những thiết kế may sẵn như áo choàng, áo khoác và các phụ kiện chính của Kors nhưng được Gwyneth lựa chọn. Kors và Paltrow biết nhau trong khoảng gần 20 năm nay và đã thảo luận với nhau về sự hợp tác này từ rất lâu. Ngoài Kors, Paltrow từng hợp tác với hai nhà thiết kế Stella McCartney và Matthew Williamson cho website Goop của cô.



HÀNGHIỆU

October | November - 2013

BEAUTY

www.hanghieumagazine.vn



NƯỚC HOA PHI GIỚI TÍNH

*Sự phi giới tính này đôi khi
được quyết định bởi người sử
dụng, chứ không phải người sản
xuất ra chúng.*

Đã đến lúc lật đổ khái niệm giới tính của nước hoa và để mùi hương được tự do bay nhảy trong hai giới và bất cứ ai cũng có thể sử dụng mùi hương mà họ yêu thích? Hãy xem xét những mùi hương nam nổi tiếng đang vượt qua lãnh địa của mình và chinh phục nửa còn lại như thế nào.

EAU D'HADRIEN, BY ANNICK GOUTAL

Rất nhiều mùi hương nam của Annick Goutal được phụ nữ yêu thích và đây là một ví dụ điển hình. Mùi hương của Annick Goutal thường gây ấn tượng bởi sự sắc nét và nhẹ. Annick Goutal là một bông hoa nở muộn trong làng nước hoa: một nghệ sỹ piano và một model thành công nhưng rồi phát hiện ra mình bị ung thư vú và phải nuôi con một mình. Bà đã nghiên cứu về nước hoa trong những năm tháng đó và rồi cho ra đời mùi hương đầu tiên trong sự nghiệp của mình: Eau d'Hadrien vào năm 1981. Eau d'Hadrien ban đầu chỉ dành cho những người đàn ông, nhưng vô tình lại chinh phục rất nhiều phụ nữ và giờ đây được bán như một loại nước hoa unisex. Mùi hương thuộc dòng citrus với rất nhiều cam quýt và chanh: chanh Sicilia, bưởi, quýt xanh, cây bách, một số note aldehyde và ylang-ylang. Annick lấy cảm hứng cho loại nước hoa này từ cuốn tiểu thuyết "Hồi ức của Hadrian" một cuốn tiểu thuyết lịch sử về cuộc đời hoàng đế La Mã.



GENDARME BY GENDARME

Topper Schroeder đã có ý định tạo ra mùi hương này vào năm 1983 chỉ với ý định duy nhất là một mùi hương không gây dị ứng cho căn bệnh mẫn cảm của ông. Gendarme bản gốc được ra mắt vào 1991 và nhanh chóng trở thành niềm say mê của California. Những lời truyền miệng đã góp phần tạo ra thành công đình đám của mùi hương này. Gendarme thậm chí còn được coi như “hương thơm không chính thức của California”. Giờ đây, Gendarme được bán ở hơn 1.000 cửa hàng cao cấp trên toàn thế giới. Cheri Botiz, giám đốc về beauty và nước hoa cho Nordstrom không tiếc lời ngợi ca mùi hương này: “một mùi hương sạch và tươi mát, bạn không thể dùng nó mà không có ai đó chặn lại hỏi thăm. Nếu chỉ được dùng duy nhất một mùi hương, tôi sẽ chỉ chọn Gendarme”.

Topper Schroeder tuyên bố “gần 40% doanh số của chúng tôi là bán cho phụ nữ”. Phiên bản gốc của Gendarme gồm các note chanh, cỏ roi ngựa, hoa nhài, húng tây và da – mùi hương này được ghi nhận là khiến các nữ doanh nhân rất ưa thích.



SILVER MOUNTAIN WATER, BY CREED

Creed cũng là một thương hiệu nước hoa nổi tiếng trong số các thương hiệu nước hoa đàn ông mà phụ nữ say đắm. James Creed khởi nghiệp tại London vào năm 1760 và giờ đây, sau nhiều thế hệ cha truyền con nối, Creed đã tạo nên một thương hiệu nước hoa đỉnh cao. Điều lạ lùng là những mùi hương nam của Creed không hiểu sao lại có sức cuốn hút rất mãnh liệt với phụ nữ: chính họ đã góp phần tạo ra 1/3 doanh số bán ra của những chai nước hoa đàn ông và xúc chúng trên làn da của chính mình.

Silver Mountain Water do perfumer Olivier Creed tạo ra vào năm 1995, lấy cảm hứng từ núi tuyết. Sau hơn một thập niên chinh phục cả hai giới giờ đây Silver Mountain Water được coi như một loại nước hoa unisex.

Một mùi hương tươi xanh, với các note đầu là cam bergamot và quýt, note giữa là trà xanh và nho đen và những note cơ bản của galbanum, xạ hương, gỗ đàn hương và petitgrain. Creed đã mô tả hương thơm hiện đại này như dòng nước lấp lánh buốt lạnh chảy qua dây Apls phủ tuyết trắng của Thụy Sĩ. Sự kết hợp kỳ thú giữa hơi thở mát lạnh ngọt ngào trên những hương thơm của cây trái vùng nhiệt đới.



CANNABIS SANTAL EAU DE PARFUM, BY FRESH

Lev Glazman và Roytberg (chủ sở hữu của Fresh) là những người tiên phong trong việc sử dụng các thành phần hữu cơ như sữa, đậu nành, đường và gạo trong các sản phẩm làm đẹp sang trọng. Cannabis Santal là một bất ngờ của thương hiệu này, chính Fresh cũng gọi mùi hương của mình là sự "pha trộn những cảm đoán". Cannabis Santal bao gồm những note chính là hoắc hương và cần sa. Những note mùi đầu tiên như thường lệ vẫn là cam bergamot, cam Brazil, mật đen được cân bằng với xô cô la, vani, xạ hương và cỏ Vetiver. Mùi hương ấm áp bao bọc và kéo dài qua ít nhất 6-8 tiếng đồng hồ đã chinh phục rất nhiều phụ nữ. Một chút hippy, một chút trần tục thậm chí là nhục dục. Khi xúc Cannabis Santal, bạn thấy mình trở nên rất khác lạ. Và ranh giới về giới tính hẳn là điều cuối cùng mà những fan nữ của Cannabis Santal nghĩ đến.



GUERLAIN VETIVER, BY GUERLAIN

Năm 1959, Guerlain đã tạo ra một tác phẩm chinh phục khứu giác của đàn ông một cách mạnh mẽ, đó là Vetiver. Thế hệ thứ tư nhà Guerlain, Jean-Paul Guerlain đã lựa chọn thân rễ cỏ vetiver làm thành phần chính để tạo ra một mùi hương đầy nam tính và năng động. Jean-Paul Guerlain sử dụng chất xanh của cỏ vetiver với một chút mùi của thuốc lá và ông bao bọc nó trong sự tươi mát. Hình ảnh cảm hứng của Guerlain là một người đàn ông sau khi làm vườn đang thưởng thức một điếu thuốc tobacco. Hương thơm của cỏ vetiver đã trở thành một biểu tượng của nam tính, với mùi hương gợi lên những nguyên liệu thô mạnh mẽ của đất đai, cây cỏ. (Sự mạnh mẽ này đã khiến Guerlain cũng như nhiều brand nước hoa khác cùng thời đã lấy tên của nhiều nguyên liệu thô để đặt tên cho nước hoa đàn ông). Nhưng giờ đây, hương thơm của Vetiver đã vượt qua những lần ranh giới tính để chinh phục cả những phụ nữ muốn đắm mình trong mùi của đất đai và cây lá.



INFUSION D'HOMME, BY PRADA

Chai nước hoa này là phiên bản đàn ông đi kèm với phiên bản nữ Infusion d'Iris của Prada, nhưng có vẻ như sự mềm mại của nó vẫn quá nhiều. Lý giải cho điều này, tác giả Daniela Andrier nói cô muốn tạo ra một hương thơm như thể mùi của người đàn ông sử dụng xà phòng tắm của bạn gái mình và hương thơm ấy lưu giữ lại trên da của anh ta. Quả vậy, Infusion d'Homme có mùi xà phòng, sạch và mát. Nhưng chính sự sạch sẽ này lại hấp dẫn phụ nữ - những người chỉ thích các mùi hương đơn giản và tươi mát. Một biên tập viên ở Hà Nội từng nói với tôi cô luôn tìm kiếm những mùi hương nam tươi mát và không chịu nổi mùi hoa ngọt hay mùi kẹo bông. Tôi đã để cử Infusion d'Homme. Với hương quýt, cam và dầu hoa cam, galbanum, tuyết tùng, cỏ vetiver, và cánh kiến trắng... Infusion d'Homme khi lưu lại trên da của một phụ nữ hầu như không gợi ra bất cứ liên tưởng nào về việc nó được tạo ra chỉ dành cho đàn ông.





COLONIA, BY ACQUA DI PARMA

Colonia, nước hoa đặc trưng của Acqua Di Parma đã chinh phục cả hai giới từ năm 1916, năm mà nó được tạo ra. Được tạo ra để phù hợp với chiếc túi áo vuông trên những bộ suit sang trọng, Colonia nhanh chóng lọt vào mắt xanh của giới elite Châu Âu bởi mùi hương cam quýt tươi mát – cấu trúc mùi rất khác so với các mùi hương đậm của Đức và Pháp thời ấy. Một hương thơm sạch sẽ và sắc nét của hoa quả vùng Sicilia, lá cây xanh và hương gỗ. Thêm vài note hoa ngọt, Colonia đã tiến quân vào cả giới chính trị và Hollywood trong nhiều thập kỷ.

Risi-Leanne Baranja, một blogger có tiếng ở New York về beauty đã dùng mùi hương này trong hơn một thập kỷ. Risi thậm chí còn sở hữu chín mùi nước hoa đàn ông khác. Ngoài những note đầu quen thuộc như cam bergamot, chanh, cam ngọt và đắng, trung tâm mùi hương của Colonia là hoa hồng Bulgaria, cỏ roi ngựa, tuyết tùng và ylang ylang. Hương thơm cổ điển của nam giới này cũng đang được xếp vào dạng unisex, như Iris Nobile và Magnolia Nobile.



EAU SAUVAGE BY CHRISTIAN DIOR

Eau Sauvage được tạo ra bởi perfumer Edmond Roudnitska. Eau Sauvage gợi nhớ đến hương cam phảng phất của nước hoa nam truyền thống xứ Địa Trung Hải, eau de cologne, cho đến khi các lớp nhẹ tươi mát của cam bergamot và chanh tan đi để lộ một cái gì đó phức tạp hơn nhiều và bí ẩn. Nếu bạn hỏi những người phụ nữ trưởng thành về sự hấp dẫn của một người đàn ông lý tưởng, tôi chắc rằng nhiều người trong số họ sẽ nói đến sự bí ẩn. Trong trường hợp của Eau Sauvage, nó đã tạo ra sự bí ẩn đầy thành công: bắt đầu với các note đơn giản và quen thuộc của cam quýt tươi mát truyền thống, rồi đến sự lạ lùng của các phân tử Hedione – một bổ sung mới vào bảng khứu giác dành cho đàn ông, có mùi tương tự như mùi hoa nhài. Hedione đã thêm sự nhẹ nhõm và rạng rỡ cho các note trung tâm trong sáng tạo của Roudnitska và cũng là yếu tố khiến phái nữ say mê mùi hương này.



TERRE D'HERMÈS, BY HERMÈS

Thật lạ lùng khi Hermès chưa chuyển mùi hương này sang khu vực unisex. Bởi mùi hương ấm và cay đặc trưng này có sự thích hợp hoàn hảo với chất liệu da, lông trên trang phục mùa đông của phụ nữ. Terre D'Hermès có mùi như một hỗn hợp cay của gia vị và nhựa thơm bị nung nóng lên để tan chảy ra thành một chất lỏng đặc sệt, nóng bỏng và tỏa hương. Hermès giới thiệu mùi hương này như một "hương thơm của trời đất" – một làn khói màu cam được tôi luyện trên sa mạc và nham thạch. Phiên bản parfum của Terre D'Hermès chinh phục rất nhiều phụ nữ, bởi không hiểu sao nó đã giảm đi một chút vị đắng và hắc của hoắc hương so với phiên bản eau de toilette. Khi ấy, Terre D'Hermès trở nên ngọt hơn và sâu lắng hơn rất nhiều. Kinh nghiệm của tôi: Bạn càng xúc Terre D'Hermès vào gấn da thì mùi hương sẽ lưu lại càng lâu hơn.



SKINCARE CỦA ĐÊM

GIẤC NGỦ LÀ CHẤT XÚC TÁC KỲ DIỆU TRONG ĐẠİ ĐA SỐ CÁC GIẢI PHÁP VỀ CHỐNG LÃO HÓA.

Khi bạn ngủ thì lại là lúc làn da của bạn hoạt động bận rộn nhất. Hệ thống tế bào bắt đầu sửa chữa những thiệt hại mà ban ngày mang lại (ánh nắng, ô nhiễm, mỹ phẩm) và chuẩn bị cho cuộc tấn công của môi trường vào hôm sau. Nhưng phải thừa nhận rằng hầu như tất cả chúng ta đều không sở hữu một giấc ngủ hoàn hảo. Chúng ta ngủ ít hơn, nhiều mộng mị hơn, dễ thức tỉnh hơn và do đó, những hiệu quả kỳ diệu của giấc ngủ ít khi được phát huy đầy đủ. Các thương hiệu dưỡng da hiểu rõ điều này. Họ đã tạo ra những sản phẩm bù đắp lại sự thiếu hụt đó và tăng cường khả năng chiến đấu của da trong đêm tối.

Các loại kem đêm mới là bước tiến vượt bậc so với những loại kem dưỡng ẩm đêm ngày trước. Chúng được thiết kế đặc biệt để hỗ trợ, thúc đẩy và trong một số trường hợp bắt chước quá trình sửa chữa hàng đêm của da nhưng với kết quả gấp đôi. Hãy nhìn vào số lượng thuốc ngủ được sản xuất ngày càng tăng mỗi năm, những loại kem đêm này rõ ràng là một sự trấn

an hiệu quả với phái đẹp: ít nhất làn da của bạn sẽ có được những lợi ích mà một giấc ngủ đẹp mang lại (dù cho những phần còn lại của cơ thể có thể không).

Estée Lauder đi tiên phong trong lĩnh vực này từ 30 năm trước khi công ty giới thiệu loại serum đêm nổi tiếng được bán chạy cho tới tận ngày nay. Estée Lauder cho rằng làn da sẽ được cải thiện nhất khi bạn lên giường lúc 10h và chìm vào giấc ngủ trong khoảng 20 phút sau đó. Mới đây nhất, Chanel cũng ra mắt serum dành cho đêm La Nuit dựa trên những nghiên cứu về nhịp sinh học của làn da. Những nghiên cứu của Chanel cho thấy thiếu ngủ sẽ gây ảnh hưởng tiêu cực đến đặc tính của da, khiến da trở nên lệch nhịp với môi trường xung quanh. Một số triệu chứng lâm sàng chứng minh cho sự lệch nhịp của da đã được xác định như: da thiếu độ ẩm, thiếu độ đàn hồi và săn chắc, màu da không đồng đều và thiếu sự mịn màng, da trông sạm và nhợt nhạt. Chanel khuyên các khách hàng của mình nên lên giường lúc 11h.



LA PRAIRIE

La Prairie Caviar Luxe Sleep Mask

Mặt nạ đêm được thiết kế để tận dụng tình trạng nghỉ ngơi của cơ thể và bổ sung các dưỡng chất cần thiết với tinh chất caviar quý giá, giúp da hoạt động mạnh mẽ vào ban đêm.



ESTÉE LAUDER

*Estée Lauder
Advanced Night Repair
Synchronized Recovery
Complex II:*

Tinh chất giúp sửa chữa những thiệt hại của da trong ban đêm.



SARAH CHAPMAN

Sarah Chapman Overnight Body Treatment:

Sản phẩm dưỡng thể đêm tạo nên danh tiếng cho thương hiệu Sarah Chapman, kết hợp các loại tinh dầu argan, trà hoa, bao báp, Sacha inci và vitamin A, C và E với một sự pha trộn tập trung cao độ của Matrixyl® peptide, Collageneer®, Juvinity™ và guarana cho làn da rạng rỡ và một giấc ngủ thư giãn.



SISLEY

Sisley Supremya Yeux At Night The Supreme Anti-Aging Eye Serum:

Sử dụng phức hợp độc quyền LC12 Phyto chống sưng phồng vùng mắt và quá trình tích trữ nước tạo bọng mắt trong đêm, giúp bạn sở hữu đôi mắt trẻ trung vào ban ngày.



ORIGINS

Drink Up Intensive Overnight Mask:

Sáp vỏ cam, bơ, xoài và tinh chất hạt mơ giúp làm dịu da và dưỡng ẩm vào ban đêm.



CHANEL

Chanel La Nuit De Chanel:

Các phân tử Acid Hyaluronic được bọc thành thể trung tâm, thẩm thấu sâu trong tế bào da và từ từ phát huy tác dụng trong suốt đêm.



THIS WORKS

This Works No Wrinkles Tired Eyes, £42 (www.thisworks.com)

Tinh chất dưỡng đêm dành cho mắt với sự kết hợp của Retinyl Palmitate, Hyaluronic Acid và tinh dầu giúp chống lại các dấu hiệu lão hóa vùng mắt.



OMOROVICZA

Omorovicza Gold Night Drops (www.omorovicza.co.uk)

Một huyết thanh chống lão hóa ban đêm rất nổi tiếng, hoạt động trong ba giai đoạn để sửa chữa nếp nhăn, tăng cường độ ẩm tùy theo quá trình tiếp nhận của da.

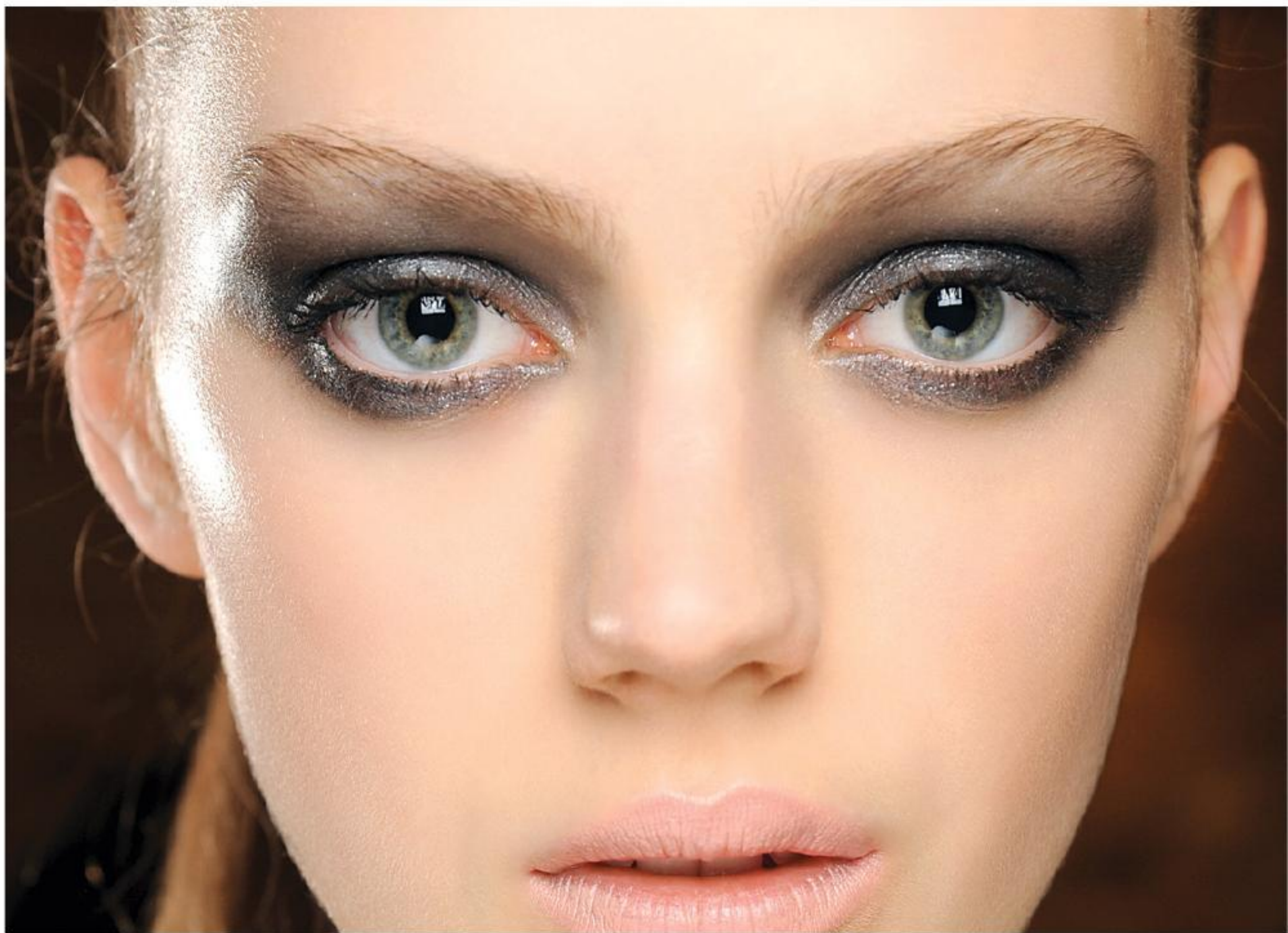


KIEHL'S

Midnight Recovery Concentrate:

Tinh chất dưỡng đêm nổi tiếng của Kiehl's chứa các axit béo thiết yếu và tinh chất dầu anh thảo giúp bổ sung độ ẩm cho da trong đêm.

QUẪNG THÂM VÀ BỌNG MẮT



SỰ LÃO HÓA VÙNG MẮT LÀ ĐIỂM KHÓ CHE GIẤU NHẤT TRÊN TOÀN BỘ KHUÔN MẶT.

MAKE UP CHE KHUYẾT VÙNG MẮT

Che phủ quầng thâm: Chọn màu kem che khuyết phù hợp với màu da hoặc hơi sáng hơn một chút. Dùng cọ Camouflage lấy một lượng nhỏ sản phẩm và dặm lên da. Đưa cọ theo những chuyển động chéo ở vùng dưới mi, hốc mắt trong và toàn bộ vùng da dưới mắt. Dùng ngón tay đeo nhẫn dặm đều ở vùng mép ngoài phía đuôi mắt. Hơi ấm từ ngón tay cũng giúp làm tan phần trên da và giúp định hình chúng.

Giảm sưng bọng mắt: Tán đều màu phấn từ màu sáng tại các hốc mắt và tối dần lên vùng giữa mắt. Việc này có tác dụng kéo dài phần hốc mắt và thu hẹp phần

bọng mắt. Một trong những lỗi thường gặp nhất khi chọn kem che khuyết là chọn màu quá sáng. Nó sẽ làm da tái nhợt thiếu cuốn hút và càng làm nổi bọng mắt. Để tránh điều đó, bạn nên thử màu kem che khuyết lên trên lớp phấn nền, nếu hai màu này hòa vào nhau và không bị lộ, thì đó chính là màu sắc bạn cần.

(Tư vấn của mỹ phẩm khoáng chất dưỡng da Jane iredale).

DƯỠNG ĐỂ GIẢM BỌNG MẮT

Nằm gối thấp

Nhẹ nhàng vỗ nhẹ vào bọng mắt vì như vậy có thể giúp chất lỏng bị tích tụ giãn ra và lưu chuyển dễ dàng hơn.

Đắp mặt nạ lạnh, giúp giảm sưng tấy (vốn là sự tích tụ chất lỏng sản sinh quá mức hình thành nên bọng mắt)

Tránh môi trường gió, mang kính để bảo vệ mắt chống lại điều kiện khí hậu của môi trường khắc nghiệt.

Uống nhiều nước. Thất thoát nước do uống quá ít nước hoặc uống các chất có cồn quá nhiều cũng là nguyên nhân gây bọng mắt vì chất lỏng bị tích tụ). Cách đơn giản nhất để giảm bọng mắt là uống nhiều nước hơn nữa. Vì nước sẽ bắt đầu lưu chuyển vào vùng da dưới mắt và lấy đi lượng chất lỏng tích tụ ở đó.

(Tư vấn của Tiến Sĩ Debbie D'Aquino - Bộ phận phát triển sản phẩm dưỡng da- đặc trị của Clinique)

MASSAGE VÙNG MẮT

Đừng dùng bàn tay vừa gõ phím máy tính để xoa lên mắt, bạn không thể biết có bao nhiêu thứ vi khuẩn hoặc bụi bẩn sẽ bám lên mắt ngay sau hành động này. Làm sạch tay rồi thoa một lớp dưỡng ẩm lên vùng mắt. Nhắm hai mắt lại, đặt ngón trỏ và ngón giữa lên bầu mắt vuốt dọc xuống rồi vuốt nhẹ sang hai bên là động tác đơn giản nhất của massage mắt. Công việc này nên thực hiện vào buổi sáng khi ngủ dậy và trước khi ngủ, sau khi đã rửa mặt sạch sẽ và tẩy trang hoàn toàn vùng mắt. Không bao giờ xoa bóp vùng mắt quá mạnh bạo hoặc dùng các chất liệu thô ráp để tẩy trang hay massage. Và chỉ nên tiến hành dưới 5 phút, không hơn.

NHỮNG SẢN PHẨM TỐT NHẤT DÀNH CHO MẮT



Estee Lauder
Idealist Cooling Eye Illuminator
giảm quầng thâm vùng mắt



Dermalogica
UltraSmoothing Eye Serum giảm bọng mắt và các dấu hiệu lão hóa



Elizabeth Arden
Prevage Eye Advanced Anti Aging Serum tinh chất chống lão hóa vùng mắt



Chanel Sublimage Eye Cream kem dưỡng mắt chống lão hóa



Kiehl's Powerful Wrinkle Reducing Eye Cream giảm nếp nhăn và bọng mắt



Menard Embellir Eye Cream kem dưỡng ẩm và chống lão hóa vùng mắt



BADGLEY MISCHKA

Sự cổ điển thời thượng

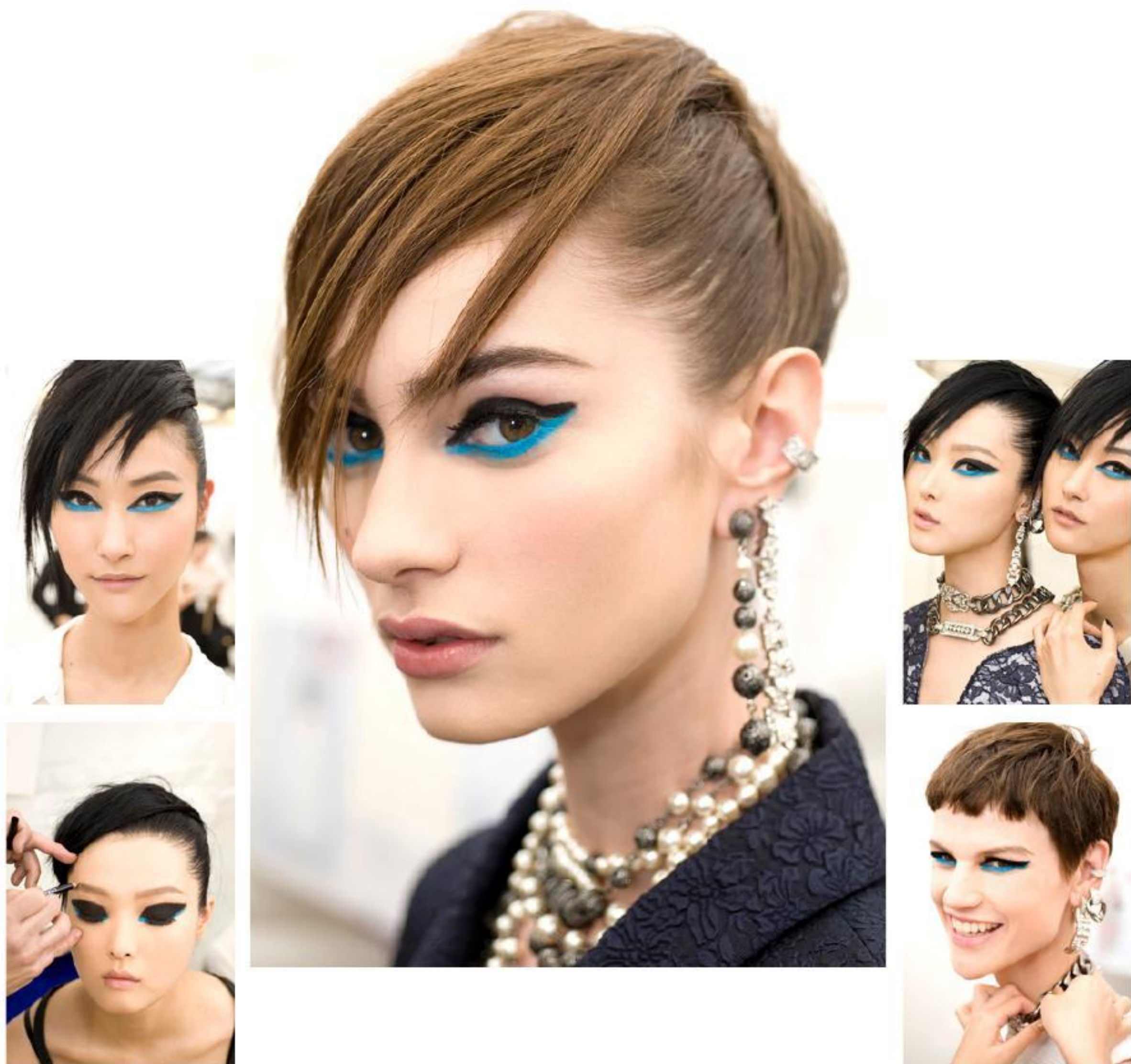
Show: Fall Winter 2013/14

Mái tóc đánh rối được tết ngược trên đỉnh đầu gợi nhắc đến kiểu tóc phồng cổ điển của giới quý tộc châu Âu xưa nhưng lại pha lẫn với những nét nam tính rất thời thượng.

Khuôn mặt người mẫu được trang điểm rất ấn tượng và tỷ mỉ: sự tập trung của phấn nền, che khuyết và phấn powder cho một làn da không tỳ vết. Đôi mắt gần như một tác phẩm nghệ thuật với đường kẻ mắt mèo tạo cảm giác quý phái và độ chuyển màu tuyệt hảo trên đường eyeliner, từ màu đen

ở đuôi mắt chuyển sang màu ánh đồng ở vùng hốc mắt. Sự sắc sảo của eyeliner ở viền mắt trên được cân bằng với sự nữ tính ngọt ngào của đường eyeliner màu xanh lam nhạt ở viền mắt dưới. Phần lông mày tuân theo đúng nguyên tắc cổ điển với vẻ đẹp tự nhiên: đậm và có độ cong tự nhiên.

Đôi môi với phần viền môi sắc nét đến từng chi tiết và màu son đỏ pha tím đặc trưng cho Thu Đông; màu đỏ này diễn tả hoàn hảo sự quý phái của người sở hữu nó.



CHANEL

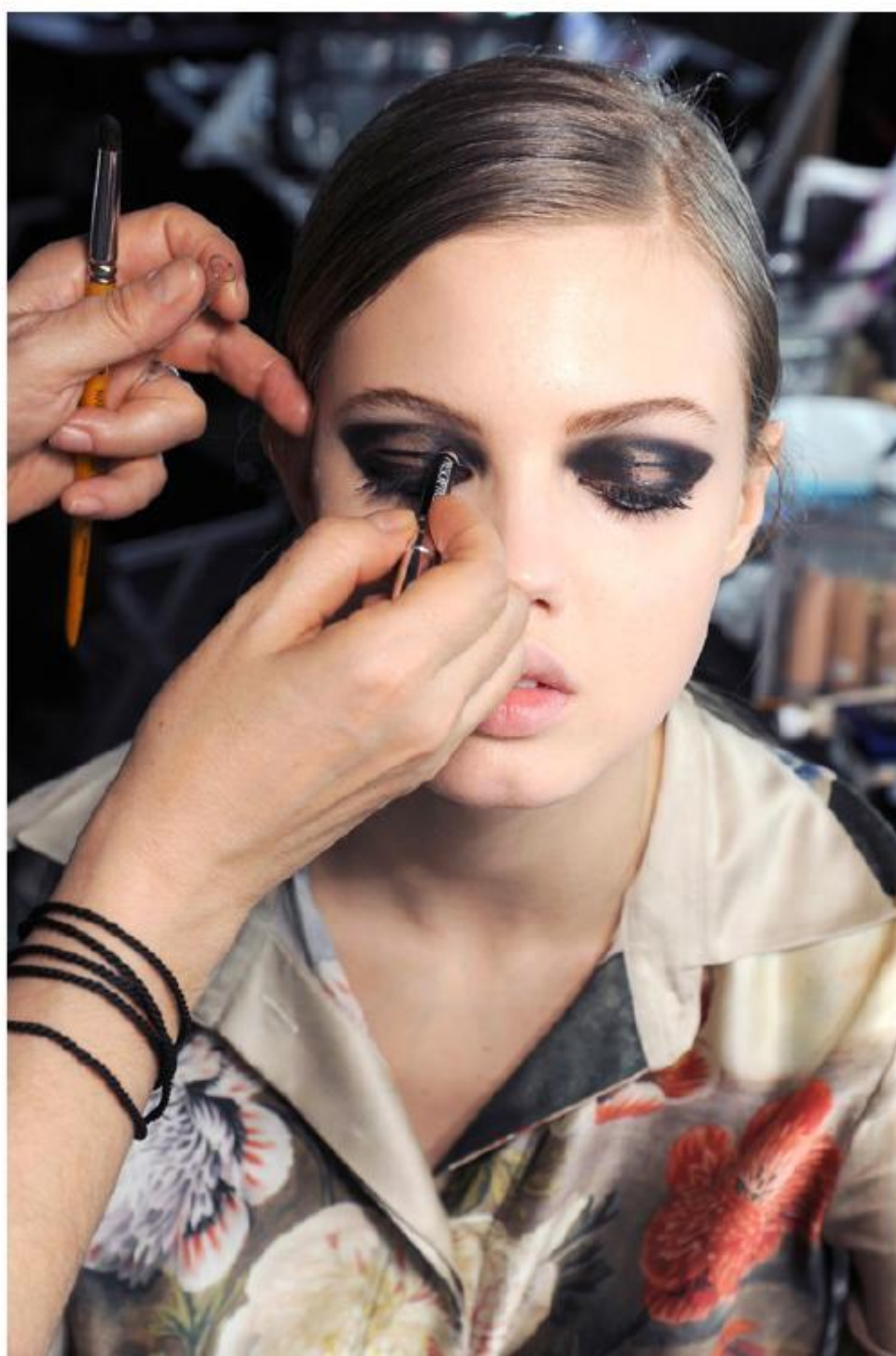
Khoảnh khắc Grunge

Show: CRUISE 2013/14

Giám đốc sáng tạo dòng Make up Peter Philips của Chanel đã tạo ra một sự kết hợp đầy ấn tượng giữa phong cách dữ dội đậm chất Grunge đang gây sóng gió trên sàn diễn Thu Đông với nét đẹp sang trọng và thời thượng. Đôi mắt là linh hồn của phong cách trang điểm này: đường viền mắt eyeliner đen mang tính cường điệu cho viền mắt trên kết hợp với đường viền màu xanh electric blue ở viền mắt dưới (một sản phẩm màu mắt mới từ bộ sưu tập Hè 2013 của

Chanel). Vùng mi mắt được chuốt mascara tỷ mỉ và đôi lông mày được nhấn nhá bằng chì LE CRAYON SOURCILS.

Làn da tỏa sáng tự nhiên với những sản phẩm đặc trưng của Chanel: kem nền VITALUMIERE AQUA và phấn phủ trong LES BEIGES. Vùng má ửng hồng một cách nhẹ nhàng với màu hồng đào tươi trẻ. Để tránh sự xao nhãng khỏi đôi mắt, Peter Philips giữ cho màu môi nhẹ nhàng tự nhiên chỉ với son dưỡng môi màu hồng nhạt.



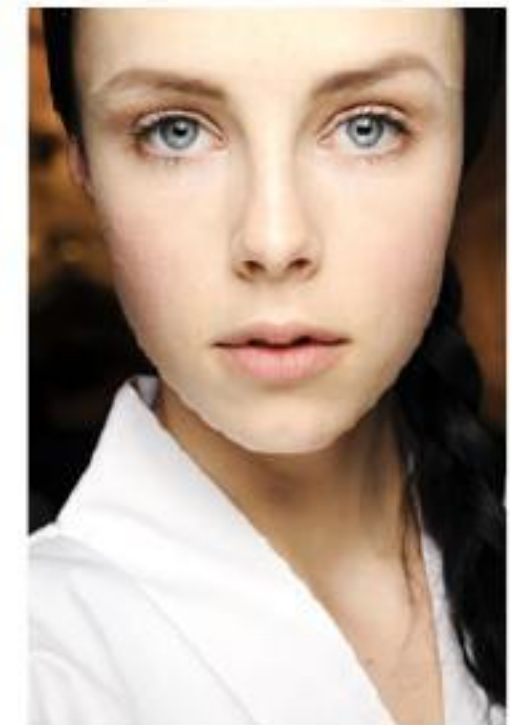
LANVIN

Vẻ đẹp của sự đơn giản

Show: Fall Winter 2013/14

Không có gì bất ngờ khi phần trang điểm và làm tóc của show diễn trông như thể được chính người mẫu thực hiện - sau khi đã làm vài ly champagne. Chuyên gia trang điểm Pat McGrath đã tạo ra bốn khuôn mặt khác nhau, vì thế mỗi người mẫu sẽ có được một kiểu trang điểm làm nổi bật cá tính của mình. "Một số sẽ có lông mày đậm, một số lại có môi tông trầm" McGrath cho biết. "Họ đều có dáng vẻ mạnh mẽ nhưng độc đáo theo cách riêng." Làn da được chuẩn bị rất đơn giản, chỉ dặm lên đôi chút kem che khuyết nếu cần

thiết và nhẹ nhàng tập trung vào gò má. Đôi mắt, thay vì vậy, lại phức tạp hơn nhiều. Phần lớn người mẫu được đánh mắt khói huyền ảo. Ở một vài người mẫu, Pat thực hiện một đường kẻ mắt đen và dày xung quanh toàn bộ phần mắt và làm nhòe màu mắt đen dọc theo bờ mi, tạo ra một đôi mắt mèo đậm sắc. Với một số khác, McGrath thực hiện một đường cong hình cung dọc theo mí mắt đi từ khóe mắt và được kéo dài tới tận đuôi, tạo thành một đường viền ngoài hình quả hạnh hoàn hảo.



VALENTINO

Sự lãng mạn của hội họa

Show: Fall Winter 2013/14

Lấy cảm hứng từ nghệ thuật vẽ tranh chân dung, phần makeup cho bộ sưu tập mùa thu của Valentino thực sự đơn giản, tập trung vào làn da mịn màng và sự nữ tính mềm mại, tạo ấn tượng một gương mặt tươi trẻ được sửa sang rất ít. Bí quyết giúp mang lại nét hội họa, tinh khôi cho phong cách này là làn da không tì vết, được xử lý tinh tế với một chút kem nền và kem che khuyết ở những vùng cần thiết nhằm tạo ra hiệu ứng bóng mờ. Làn da tỏa sáng nhẹ nhàng, điểm chút phớt hồng của má cùng với nhiều kỹ thuật highlight được áp dụng để làm bật

lên các khu vực bắt sáng tự nhiên. Phần mắt được tô điểm nhẹ nhàng với phần mắt màu be cho mí mắt, và nhấn thêm một chút màu nâu sẫm ở nếp gấp của mí. Highlight bắt sáng cũng đóng vai trò rất quan trọng ở đây với một chút bóng mắt ngọc trai phản quang tại phần khóe mắt trước khi hoàn thiện ánh nhìn với mascara chuốt ở chân mí. Nhằm giữ sự hòa hợp với phần còn lại của toàn bộ gương mặt, đôi môi được để mềm mại và tự nhiên, chỉ phủ nhẹ một lớp che khuyết, thêm vào một chút dưỡng môi trong và mỏng.

CAROLINA HERRERA CH

Eau de Parfums Sublime:
NỖI ÁM ẢNH NGỌT NGÀO

Một chai nước hoa khiến tất cả mọi phụ nữ sẽ đều choáng ngợp ngay từ cái nhìn đầu tiên tới những note hương thoang thoảng. Đó chính là CH Eau de Parfums Sublime - nguồn cảm hứng bí mật của chị em!

Chai màu tím bắt mắt và sang trọng, bọc da. Các đường chỉ khâu tay ở hai bên thành chai tinh tế như một chiếc túi. Một chiếc nơ đa tầng thực hiện từ chất liệu vải thô và hai chữ cái H và C càng làm cho thân chai trở nên điệu đà và quyến rũ. Phần nắp chai màu vàng với các chữ cái C và H đẹp đẽ đầy cảm hứng. Từ cái nhìn đầu tiên, mọi người hẳn sẽ nhận định đây là một chiếc It-bag của nữ giới. Nhưng cuối cùng thì CH Eau de Parfums Sublime vẫn là một lọ nước hoa, vậy "chiếc-túi-lọ-nước-hoa" này sẽ có mùi gì?

Đó là một sự kết hợp tinh tế đầy ý nhị của những hương thơm tươi mát. Đó là hương của cam Bergamot, của hoa Chanh dây ở note đầu. Hương giữa bùng nổ với hồng Bulgary và phong lan. Hương cuối khẽ kết thúc day dứt và đầy lắng đọng với hoắc hương và da thuộc. Điểm thú vị là mỗi mùi hương của CH Eau de Parfums Sublime khi kết hợp sẽ mang lại một trải nghiệm tuyệt vời nhưng nếu tách rời cũng sẽ tạo ra những ấn tượng độc đáo và cá tính. Đó là ấn tượng về sự khéo léo và óc hài hước của cam Bergamot; là sự lôi cuốn và ấn tượng sâu sắc của Chanh dây, là phong cách tinh tế và sự thủy chung của hoa hồng. Trong khi đó hương lan thơm ngát của CH Eau de Parfums Sublime lại mang đến sự bí ẩn và quyến rũ. Cuối cùng là mùi bản năng, và mùi của sự hấp dẫn giới được CH Eau



de Parfums Sublime truyền tải không thể tinh tế hơn với hoắc hương và da thuộc.

Được biết đến bởi những thiết kế thanh lịch và phong cách cổ điển, Carolina Herrera đã luôn gây được tiếng vang lớn trong giới thời trang bởi những thiết kế đẹp mắt, đặc trưng và thanh lịch. thương hiệu này luôn là sự lựa chọn hàng đầu của nhiều nhân vật nổi tiếng, từ đệ nhất phu nhân tổng thống John F. Kennedy cho tới nữ diễn viên "Nhật ký tiểu thư Jones" Renee Zellweger hay "nữ hoàng của các show hài" Tina Fey.

Không dừng lại ở đó, sự sang trọng và thanh lịch cũng chính là nhân tố chính cho những dòng nước hoa nổi tiếng mà Carolina Herrera đang sở hữu. Dòng sản phẩm CH với sản phẩm CH EDP SUBLIME đã khẳng định được những gì mà phụ nữ luôn yêu thích ở Carolina Herrera, đó chính là sự sang trọng và thanh lịch

Có lẽ nếu một chiếc túi xách là nơi một phụ nữ gửi gắm những yêu thương ở dạng hình hài, vật chất có thể đo đếm, đo lường, thì một chai nước hoa CH. Eau de Parfums Sublime là nơi người phụ nữ đó có thể gửi gắm những yêu thương ở dạng các cung bậc cảm xúc khó nắm bắt. Và bởi vậy, một lọ nước hoa CH. Eau de Parfums Sublime hình chiếc túi da đã vượt qua ngưỡng bậc của một nỗi ám ảnh, để trở thành một nơi chứa đựng những điều thầm kín và bí mật của mỗi người phụ nữ.

IPKN
NEW YORK

Midnight Kiss

CHÁY BỎNG ĐAM MÊ



Bộ sưu tập Luxury mới
Màu mắt I lo.16 Sơn W1 H05 OR606

thibang
강진숙 모델
최서진 스타일리스트

HÀNG HIỆU

October | November - 2013

LIFE

www.hanghieumagazine.vn



Tủ lạnh di động

Là một phần của bộ sưu tập Fiat 500 Design Collection, chiếc tủ lạnh Smeg 500 với thể tích 3,5 foot (0,3m) đã làm sống lại lịch sử hợp tác của thế kỷ 20 giữa hai huyền thoại của Ý: nhà sản xuất ô tô Fiat và nhà sản xuất thiết bị điện gia dụng Smeg. Sản phẩm này có giá dựa trên đơn đặt hàng.

Website: smeg.fiat500design.com.



HÌNH DÁNG

Phần đầu của tủ lạnh có thiết kế mô phỏng một chiếc xe Fiat với đèn pha, lưới, bánh xe, lốp và một mui xe có bản lề. Để thể hiện nguồn gốc xuất xứ của chiếc xe, tủ lạnh được thiết kế với ba lựa chọn màu, trắng và xanh.

HOẠT ĐỘNG

Bạn có thể mở nắp tủ lạnh mà không lo sợ mất hơi lạnh. Các cửa kính trượt phía dưới mui giả sẽ giữ không khí lạnh lại ở bên trong. Một hệ thống chức năng điều khiển nhiệt độ cho phép tủ có thể giữ nhiệt độ ở mức tùy ý cần thiết.

TOP LUXE

MÁY PHA CÀ PHÊ SIÊU XE

CHẾ VỊ

Phong cách pha cà phê của máy tất nhiên vẫn là cà phê Ý. Tuy nhiên, với một “ngăn chứa dầu” – thực chất là một khoang chứa rượu mạnh để chế thêm vào cà phê, bạn hoàn toàn có thể yên tâm nếu muốn có những ly cà phê thoảng mùi rượu.

Nếu là tín đồ của giải đua Công thức 1 (Formula One), bạn sẽ dễ dàng nhận thấy chiếc máy pha cà phê này có thiết kế khá giống với những động cơ xe đua trong những năm 1990. Máy pha cà phê này có tên là Espresso Veloce. **Giá thông báo khi đặt hàng.** Để mua máy hoặc tìm hiểu thêm thông tin, bạn có thể truy cập trang web espressoveloce.com.



CHẾ TÁC CƠ KHÍ

Mỗi chiếc máy pha cà phê này đều được làm hoàn toàn thủ công. Chất liệu được sử dụng để làm ra máy là cùng một chất liệu phối magiê, nhôm và titanium đã được sử dụng trong những động cơ xe đua của các tay đua huyền thoại như Senna và Schumacher.

TỐC ĐỘ

Chiếc máy này được chế tác để sử dụng loại bao nang cà phê phong cách Nespresso. Thời gian để pha cà phê và “thu hoạch” một ly espresso đặc biệt thơm ngon qua ống xả cylinder bằng titanium chưa tới 16 giây.

Bảo tàng THỜI TRANG

CÁCH ĐÂY 05-10 NĂM, NGHĨ TỚI BẢO TÀNG LÀ NGHĨ TỚI NHỮNG CÔNG TRÌNH VỚI CÁC TÁC PHẨM HỘI HOẠ HOẶC ĐIÊU KHẮC. CÒN NÓI TỚI BẢO TÀNG LÚC NÀY LÀ NÓI TỚI NHỮNG CÔNG TRÌNH VỚI CÁC TÁC PHẨM LÀ NHỮNG SÁNG TẠO THỜI TRANG!

Bạn nghĩ rằng các thương hiệu thời trang đang chỉ quan tâm tới doanh số và lợi nhuận? Câu trả lời là: Đúng! Không ai có thể phủ nhận các giá trị thương mại. Tuy nhiên, nếu trước đây, các thương hiệu quan tâm nhiều tới các chiến lược marketing thì nay, họ đang tìm những cách tinh tế hơn để quảng bá cho các sản phẩm và thương hiệu của mình. Sử dụng tấm áo nghệ thuật và di sản lâu năm vẫn là lựa chọn được yêu thích hơn cả. Tuy nhiên những tấm áo nghệ thuật này cũng không chỉ còn đơn thuần là sự hợp tác giữa một thương hiệu với một hoặc một nhóm nghệ sỹ. Các thương hiệu đang cho thấy một cuộc chơi lớn hơn khi đổ tiền vào xây các bảo tàng!

Tuy nhiên, hãy nói về triển lãm của các thương hiệu trước đã. Chủ biên chuyên mục thời trang của tờ NYT, Suzi Menkes đã đúc kết: "Gần như tại bất kỳ thời điểm nào, cũng có cả tá bảo tàng trên thế giới đang thực hiện các triển lãm thời trang – đó là chưa kể tới các triển lãm trong các gallery hoặc các trung tâm mua sắm." Masters of Style là tên của một triển lãm diễn ra trong năm 2011 ở London, Anh. Trong triển lãm này, các câu chuyện của 06 nhà thời



Triển lãm Dior Inspiration tại Moscow đã thu hút trên 150.000 người.





Các mẫu thiết kế của Alexander McQueen được trưng bày trong triển lãm Savage Beauty tại bảo tàng MoMA, Mỹ.

trang nổi tiếng nhất nước Ý là Armani, Dolce & Gabbana, Ferragamo, Gucci, Missoni và Prada đã được giới thiệu tới với mọi người. Các tấm hình quảng cáo, các tài liệu lưu trữ của thương hiệu đều trở thành nguồn cảm hứng lớn lao cho người xem. Trong khi đó, tại một nơi khác bên ngoài của đất nước hình chiếc ủng, triển lãm của Hussein Chalayan cũng diễn ra ở bảo tàng Musée des Arts Décoratifs ở Paris. Một triển lãm khác cũng diễn ra cùng thời điểm và cùng ở Paris là "The 18th Century Back in Fashion". Trong triển lãm bên cạnh những phụ kiện và trang phục còn có sự góp mặt của các nhà thiết kế nổi tiếng như Jean Paul Gaultier và Vivienne Westwood.

Không cần biết phản ứng của các nghệ sỹ và các bảo tàng, những người tiêu dùng mới chứng thực là những người quyết định cái gì là nghệ thuật và cái gì không? Ngay chính biên tập chuyên mục Thời trang của NYT, Suzi Menkes cũng phải công khai đặt câu hỏi: "Liệu thời trang có xứng để triển lãm." Câu trả lời của mọi người rất đơn giản: Triển lãm "Inspiration Dior" được thực hiện bởi Dior ở Moscow đã thu hút một lượng kỷ lục khách tới tham quan (khoảng 150.000 người). Trong



khi đó, triển lãm "Culture Chanel" không chỉ được triển lãm ở Thượng Hải mà còn được tổ chức cả ở Bắc Kinh.

Có lẽ đây chính là lý do giải thích cho sự ra đời của những bảo tàng của các thương hiệu thời trang. Balenciaga có bảo tàng riêng ở Getaria, Tây Ban Nha – quê hương của nhà thiết kế Cristóbal Balenciaga. Được biết, bảo tàng sẽ trưng bày những sáng tạo cổ nhất của nhà thiết kế huyền thoại. (Theo Suzi Menkes, Hubert de Givenchy – cái tên đứng sau bảo tàng Balenciaga đã dành một thập kỷ để thuyết phục các quý bà sở hữu những chiếc váy cao cấp Balenciaga cổ quyền tặng cho bảo tàng.) Trong khi đó, Gucci cũng có bảo tàng tại Florence. Theo giám đốc sáng tạo của thương hiệu Gucci, Frida Giannini, bảo tàng của hãng nằm trong một toà nhà cổ có từ thế kỷ 15 và sẽ là sự kết hợp hài hoà giữa "thời trang và nghệ thuật." Cùng lúc đó, ở Florence, một bảo tàng khác không thể không nhắc tới là bảo tàng của Salvatore Ferragamo.

Không chỉ có các nhà thời trang Ý mới mở bảo tàng cho



Một góc bên trong bảo tàng Museo Salvatore Ferragamo ở Florence.

thương hiệu. Dior cũng có bảo tàng riêng: Christian Dior Musée ở Grandville. Louis Vuitton có công trình Louis Vuitton Foundation for Creation. Đây là một công trình được thiết kế bởi kiến trúc sư đoạt giải Pritzker Frank Gehry – người được xem là một trong 03 kiến trúc sư chuyên thiết kế các bảo tàng đương đại. Khi mở cửa vào năm 2014, công trình trị giá \$143 triệu này sẽ là một bảo tàng nghệ thuật và một trung tâm văn hoá. Ngoài ra, Louis Vuitton hiện cũng đang có bảo tàng Louis Vuitton Museum ở Asnières – cách trung tâm Paris khoảng nửa giờ.

Bảo tàng của Hermès ở Paris mặc dù không mở cửa với công chúng nhưng đây quả thực là một công trình quý báu với những tác phẩm trưng bày là các sáng tạo và ngành nghề thủ công truyền thống của thương hiệu. Ngoài ra, thương hiệu còn có bảo tàng Promenade Hermès Museum ở Dosan Park, Hàn Quốc. Hay Chanel thì lại có bảo tàng di động Chanel Mobile Art Pavilion được thiết kế bởi Zaha Hadid

Tin rằng, sẽ tới một thời điểm, các tác phẩm được trưng bày trong các bảo tàng thời trang này cũng sẽ được đấu giá như các kiệt tác hội hoạ hoặc điêu khắc!

BALENCIAGA CÓ BẢO TÀNG RIÊNG Ở GETARIA, TÂY BAN NHA – QUÊ HƯƠNG CỦA NHÀ THIẾT KẾ CRISTÓBAL BALENCIAGA. TRONG KHI ĐÓ, GUCCI CŨNG CÓ BẢO TÀNG TẠI FLORENCE. CÙNG LÚC, Ở FLORENCE, MỘT BẢO TÀNG KHÁC KHÔNG THỂ KHÔNG NHẮC TỚI LÀ BẢO TÀNG MUSEO CỦA SALVATORE FERRAGAMO CỦA SALVATORE FERRAGAMO.



BURJ AL ARAB

Cánh buồm xa hoa



“Một công trình sẽ trở thành biểu tượng khi thiết kế đơn giản và độc đáo. Và nếu bạn có thể phác họa một công trình chỉ bằng vài nét vẽ nhưng mọi người đều có thể nhận ra cả cấu trúc lẫn sự liên kết của nó với một địa danh trên thế giới, bạn đã tiến được một bước dài trên con đường tạo ra một thứ biểu tượng.” (Nhà thiên văn học, toán học, kiến trúc sư người Anh, Thomas Wright)

Vâng, thừa Thomas Wright vĩ đại, Burj Al Arab đã làm thậm chí được nhiều hơn định nghĩa của ông. Chỉ với 03 nét vẽ, Burj Al Arab không chỉ cho thấy cấu trúc của công trình mà còn tự đưa mình vào danh sách những công trình vĩ đại nhất thế giới. Cũng chỉ với 03 nét vẽ, Burj Al Arab đã đóng góp không nhỏ để đưa Dubai khỏi cái bóng của việc là một thành viên của Liên hiệp Các Tiểu Vương Quốc Ả Rập. (Tôi biết không ít người bạn luôn nhầm lẫn Dubai là một quốc gia. Có lẽ bởi sự hoành tráng của Dubai, và sự hoành tráng đó một phần tới từ Burj Al Arab.) Thậm chí, cũng chỉ với 03 nét vẽ, Burj Al Arab đã định nghĩa lại xa xỉ, mở ra những đường chân trời mới theo cả nghĩa bóng (nâng tầm một khu vực) và nghĩa đen (thay đổi tầm nhìn của toàn bộ đường skyline của Dubai.) Cuối cùng, Dubai đã làm được một điều mà phải 09 năm sau, trong thế Vận Hội Olympics ở Bắc Kinh, Trung Quốc mới làm được: Thay đổi cách nhìn nhận của thế giới đối với mình. Dubai đang cho thấy tiền của Trung Đông không chỉ còn để phục vụ những cuộc chơi của các đại hoàng thân với các em người mẫu, hay nhập khẩu vũ khí hạt nhân. Tiền của Dubai đang được sử dụng đúng mục đích và trở thành khoản đầu tư thiết thực cho tương lai.

Gần như tất cả chỉ diễn ra sau một đêm. Dubai lột xác. Để hiểu tại sao tạp chí Vanity Fair từng so sánh Địa danh này với một cảnh trong Thần Khúc Dante. Trước khi có Burj Al Arab và một loạt các công trình khác như Tổ hợp Đảo Cọ hay Quần đảo Thế giới, Dubai chỉ là một ngôi làng đầy cát bụi của các thợ lặn tìm ngọc trai và các ngư dân Ả Rập chán đời. Gần hơn nữa là một mảnh đất của dầu lửa – dù có tiền – nhưng vẫn khói bụi và buồn tẻ. Tuy nhiên giờ đây, Dubai đang là điểm

đến của thế giới, là nơi chốn của sự xa xỉ. Tạp chí Vanity Fair từng cho biết vợ chồng David Beckhamp đang có ý định sở hữu một đảo nhỏ trong Quần đảo Thế giới. Văn tạp chí này đã từng đăng ảnh hai danh thủ quần vợt hàng đầu thế giới đang chơi đánh quần trên một sân quần nơi lưng chừng bầu trời tại chính khách sạn Burj Al Arab. Dubai đang làm điều khiến thế giới phải ngạc nhiên, dùng tiền của ngành công nghiệp gây khói, gây ô nhiễm để đầu tư cho ngành công nghiệp không khói: Du Lịch! Nên chẳng hay ví Dubai như một con tàu hướng tới tương lai và Burj Al Arab chính là cánh buồm quan trọng của con tàu đó.

Nhưng cùng lúc Burj Al Arab là lời gợi nhắc tốt nhất về quá khứ của Dubai: Một làng chài!

CÔNG TRÌNH THẾ KỶ

Tầm nhìn này đã được Jumeirah International – đơn vị sở hữu công trình - chuyển giao cho kiến trúc sư của Burj Al Arab - Tom Wright. Giá cả không phải là vấn đề! Nhận lãnh nhiệm vụ sáng tạo ra một thứ biểu tượng, một tòa nhà có thể nổi lên giữa những công trình vĩ đại nhất thế giới, khi bắt tay vào kế hoạch, Wright và nhóm cộng sự của công ty W.S Atkins & Partner đã sử dụng "Pictionary test" - một bài kiểm tra xem liệu một người có thể nhận ra tòa Burj trên một bản phác thảo chỉ sau 30 giây không. Và trong một sáng tạo độc nhất vô nhị nhắc nhớ đến lịch sử đánh cá của Dubai, các kiến trúc sư đã thông qua hình dáng đặc biệt của chiếc Dhow Ả rập, hay là hình ảnh cánh buồm.

Jumeirah muốn khách sạn sang trọng của họ được xây dựng bên ngoài bờ biển để nó có thể tách biệt ra khỏi những phát triển xung quanh. Họ cũng không muốn một tòa nhà liền khối, nó phải là một siêu cấu trúc sẽ xác định và thay đổi đường chân trời của Dubai mãi mãi. Do đó, tất cả các bên tham gia nhất trí, khách sạn cánh buồm sẽ vươn lên khỏi Vịnh Batur một cách hài hòa, được nối với bờ bằng một con đường trên biển chỉ có thể vượt qua bằng đội xe Rolls-Royce của khách sạn. Burj Al Arab chỉ thấp hơn 62m so với tòa Empire State, New York, Mỹ, vừa, đủ để bóng nó trải lên một resort bờ biển khác của Jumeirah. Nhưng để bồi đắp nền đất liền trên biển là một công việc cực kỳ khó khăn. Mất hai năm để tạo ra một hòn đảo trên phần nền là cát được giữ yên bởi lực ma sát. Các công nhân khoan những cọc sắt xuống đáy biển để hỗ trợ cho tòa nhà khổng lồ và "bọc thép" cho hòn đảo với một tổ hợp các "gian" bê tông được đúc sẵn- được đặc biệt thiết kế rỗng để làm giảm tới mức tối thiểu tác động lực từ sóng biển. Các công nhân sau đó sẽ lấp đầy kết cấu bằng cát được nạo vét từ đáy biển cách xa bờ. Hòn đảo, tuy nhiên, không chỉ đơn giản là một lâu đài cát lót bằng bê tông. Các kỹ sư xây dựng cũng làm một



lớp bề mặt đá lớn, với hình dạng lược, để đảm bảo phần nền móng không bị xói mòn. Mất tới 3 năm để hoàn thiện phần móng, bằng đúng thời gian để xây dựng toàn bộ tòa nhà..

Ngay cả khi hòn đảo nhân tạo cách bờ vịnh 280m đã được hoàn tất, các kiến trúc sư và kỹ sư vẫn còn cần thiết kế một tòa cao ốc có thể chống lại những trận gió mạnh của vùng vịnh, các cơn rung chuyển địa chấn và một môi trường ăn mòn. Tòa Burj bao gồm một bộ xương ngoài bằng thép, kính phản xạ cấp độ cao, một cột buồm và cánh buồm kết cấu rõ ràng. Bộ khung ngoài được bẻ ra thành hai cánh dáng chữ V, dựng

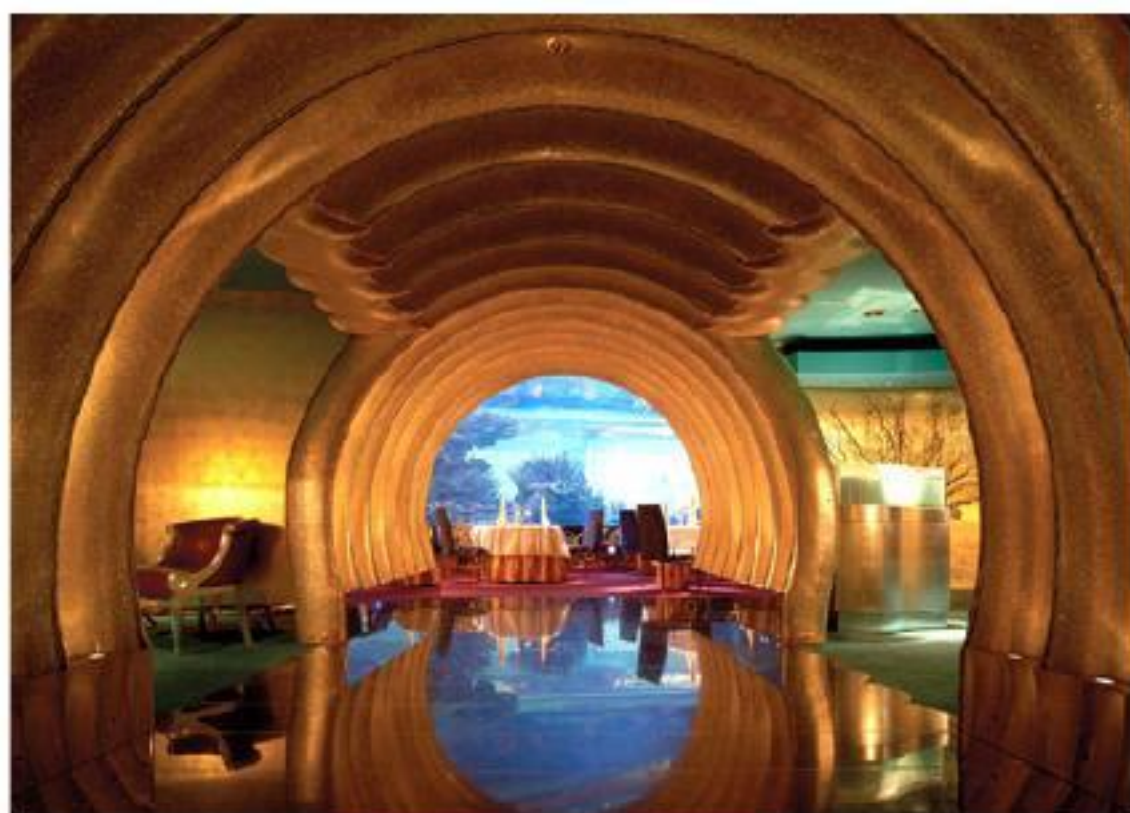


lên đường viền của cánh bướm. Khoảng không gian giữa hai cánh bướm được bao bọc bởi hai lớp "vải" sợi thủy tinh dệt phủ nhựa không dính Teflon được căng ra trên hình cung đã được kéo trước. Nó nối với các xà ngang trên hai phần cánh của tòa nhà, bẻ cong mặt trước của khách sạn và tạo ra phần hội sảnh (sân trong) phía bên trong. Thời gian ban ngày, lớp "vải" này sẽ làm dịu đi ánh mặt trời, cho phép ánh sáng dịu nhẹ chiếu vào phần hội sảnh khách sạn. Ban đêm, lớp lưới chặn lại được dùng như một màn hình chiếu cho một show trình diễn ánh sáng đầy màu sắc. Phần cánh bướm làm từ một chất liệu gọi là Dyneon, trải rộng trên diện tích 15.000m². Đơn vị thiết kế cho rằng đây là vật liệu tốt nhất để chống chịu lại thời tiết khắc nghiệt với nắng, gió, bão cát ở vùng sa mạc, và có thể duy trì trong vòng 50 năm. Cột bướm, phần không thuộc về bộ xương ngoài, vươn lên thêm 62m từ trên đỉnh tòa nhà.

Quá trình xây dựng của Burj mất tổng cộng 6 năm để hoàn tất, đòi hỏi sự tham gia của 250 kiến trúc sư từ Anh, Mỹ và Dubai cùng với hơn 3000 các công ty và nhà thầu, tiêu tốn 70.000 tấn xi măng, 9.000 tấn thép, với tổng chi phí 1,5 tỷ USD.

ĐỊNH NGHĨA XA XỈ

Đương nhiên, Burj Al Arab, được mở cửa từ năm 1999 không thực sự là một khách sạn 7 sao. Được chính thức xếp



hạng năm sao cao cấp, nhưng chính sự giàu có trông thấy đi đôi với dịch vụ chu đáo tới mức thái quá của nó khiến Burj al-Arab thường được mô tả như là "khách sạn bảy sao duy nhất trên thế giới" dù cho chính những nhà quản lý của khách sạn yêu cầu đừng bao giờ đánh giá như thế. Nguồn gốc của thuật ngữ "bảy sao" này xuất phát từ câu chuyện khi một nhà báo người Anh ghé thăm khách sạn nhân một chuyến tổ chức cho các đoàn báo chí đến tham quan khách sạn trước khi khai trương. Nhà báo này "mô tả Burj al Arab trong bài viết của mình như một khách sạn tuyệt vời hơn bất cứ thứ gì cô đã từng nhìn thấy và đã gọi nó là khách sạn bảy sao."

Phần lớn điều kỳ diệu của Burj Al Arab thần kỳ diễn ra bên trong khách sạn. Nội thất của khách sạn do Khuan Chew, người đứng đầu tập đoàn Thiết kế nổi tiếng KCA International thực hiện, người đã làm Cung điện Vua Brunei, sân bay quốc tế Dubai, khu nghỉ dưỡng Jumeirah Beach, Madinat và còn rất nhiều công trình khác nữa. Khách sạn có khoảng 8.000 m² tường, cột được dát vàng lá 22 carat và 24.000 m² đá marble, gồm 30 loại khác nhau. Bước vào hội sảnh cao chót vót của Burj Al Arab, bạn có thể nghĩ mình đang ở trong một cung điện, một lăng mộ lộng lẫy chưa được khám phá hay một kiểu phòng thương viện trong thế giới vị lai của Star War. Phần hội sảnh chiếm tới khoảng 1/3 không gian của khách sạn và vút lên 180m từ mặt sảnh. Mặt dưới của những tầng thấp hơn trong khách sạn có màu xanh đại dương sẽ phai dần đi thành màu xanh nhạt của khí quyển khi tiến gần đến trần sảnh- làm nhòa đi ranh giới giữa bên trong và ngoài khách sạn. Những cột trụ to lớn mạ vàng 22 karat kéo thẳng vài tầng dưới cùng. Cửa tới các phòng suite vạch ra các lớp ban công trắng hình vỏ sò. Cứ mỗi nửa giờ, một vòi phun sẽ bắn một dòng nước cao 43m vào không gian rộng lớn. Burj Al Arab, đương nhiên không làm rối hội sảnh êm ái sáng sủa của nó bằng một quầy check – in trần tục. Sau một sự chào đón cá nhân và màn ra mắt bằng khăn lạnh, cà phê và chà là, người hướng dẫn sẽ hộ tống các vị khách tới phòng suite của họ. Tại đây, khách sẽ gặp người quản gia riêng của mình và thực hiện các thủ tục đăng ký một cách hoàn toàn riêng tư.

Burj Al Arab chỉ có phòng suite và phòng suite hai tầng với nội thất là cầu thang bằng đá cẩm thạch, vật dùng phòng tắm đủ kích cỡ hiệu Hermes và một danh sách gồm 13 loại gối để khách lựa chọn. Phòng khách "tối tàn" nhất của Burj Al Arab, một sự dùng sai từ nếu như đã từng có, bắt đầu ở diện tích 170m². Chúng bao gồm những đặc tính xa xỉ của một phòng suite phung phí nhất ở bất kỳ một khách sạn 5 sao nào: phòng khách, lounge, quầy bar cá nhân, giường king-sized, phòng thay đồ và bốn Jacuzzi. Khách sẽ chọn cách tắm từ một menu được quản gia riêng đưa ra và có thể kết hợp cùng



Champagne, trứng cá Caviar, hoặc dầu tây. Tuy nhiên, ở Burj Al Arab sự tiện nghi chỉ có thể tiến lên xa xỉ hơn. Hai phòng Royal Suite - phòng Hoàng Gia chiếm toàn bộ tầng đôi 25. Hòa tiết da báo, vàng và đá cẩm thạch quần quanh không gian rộng 800m² và một chiếc giường mái vòm có thể xoay chuyển tái tạo một buổi thiết triều trong phòng ngủ chính. Một rạp chiếu phim và thang máy riêng cho phép các vị khách tại phòng Royal Suite tránh được các “tầng lớp thấp” cực kỳ giàu có ngụ tại những phòng giản dị hơn.

Nếu khách quan tâm tới việc ra khỏi phòng (mà họ thực sự không phải làm điều đó, quản gia sẽ cung cấp các dịch vụ phòng cực kỳ tỉ mỉ), khách sạn được coi là 7 sao này chính là ngôi nhà của những nhà hàng đẳng cấp thế giới. Một tour vòng quanh các nhà hàng của khách sạn chắc chắn sẽ khiến các vị khách phải lúng túng trong lựa chọn. Nhà hàng Al Mahara- tiếng Ả rập nghĩa là Vỏ Sò, là một trong những địa điểm dùng bữa ấn tượng nhất. Với chủ đề dưới đáy biển nhà hàng đón khách bằng một chuyến đi mô phỏng tàu ngầm. Sau đó thực khách có thể thưởng thức các món hải sản cực kỳ tinh tế trong khi ngắm nhìn những chú cá nhiệt đới bơi lượn xung quanh. Nếu hải sản không phải món khoái khẩu, bạn có thể chu du lên cao thêm 200m từ

mặt biển tới nhà hàng Al Muntara. Đạp một chuyến thang máy di chuyển với tốc độ 6m/s, chiêm ngưỡng khung cảnh tuyệt đẹp của bờ biển Jumeirah qua cửa kính trong suốt, và bạn đã tới nơi. Thực đơn nhà hàng cung cấp các món Châu Âu theo phong cách hiện đại. Ngoài ra Burj Al Arab có vô số các dịch vụ tuyệt hảo có thể đáp ứng những nhu cầu cá nhân nhất của các vị khách, Một số gợi ý cơ bản cho du khách là thư giãn trong spa lát đá hay thẳng tiến đến công viên nước Jumeirah's Wild Wadi để tắm mình trong ánh mặt trời nóng bỏng của Dubai.



PHO MÁT & RƯỢU VANG

PHO MÁT VÀ RƯỢU VANG LÀ MỘT SỰ KẾT HỢP LẠ LÙNG KHI ĐỒ UỐNG VÀ ĐỒ ĂN NÀY CÓ THỂ TAY TRONG TAY TRONG HÀNG THẾ KỶ NÀY. CHÚNG VỪA HỖ TRỢ NHAU TRONG NHỮNG CUNG BẬC HÀI HÒA, VỪA CÙNG NHAU TẠO THÀNH NHỮNG TƯƠNG PHẢN KỶ LẠ, MANG TỚI NHỮNG HƯƠNG VỊ, CẤU TRÚC MỚI LẠ CHO NHAU. TUY NHIÊN, CẦN CÂN NHẮC KỸ TRƯỚC KHI THỬ MỘT SỐ LOẠI PHO MÁT DƯỚI ĐÂY, BỞI CHÚNG CHỐNG CHỈ ĐỊNH VỚI NHỮNG NGƯỜI SỢ NẶNG MÙI!



MOODY BLUE

Được làm thành từng bánh từ sữa bò tươi của vùng Wisconsin, pho mát Moody Blue của Roth Kase có vị béo mượt, đượm vị khói do được hun khói từ một loại gỗ của cây ăn quả đặc biệt. Khi ăn, những người tinh ý dễ nhận thấy ở pho mát Moody Blue hương vị khói nhẹ, hơi thoảng mùi vị của hạt dẻ và hạt cà phê rang. Có độ cân bằng cao, vị hơi nồng, vô cùng lôi cuốn, loại pho mát này ăn tươi hợp với mứt quả mơ, lê tươi hoặc ăn kèm với chocolate đen cho món tráng miệng. Khi kết hợp pho mát với đồ uống, gợi ý của chúng tôi luôn là Cotes du Rhone, Zinfandel, bia đen nặng, hoặc bia Bỉ.

Để tạo ra loại pho mát đặc biệt này, người ta dùng loại sữa bò tươi và ngon nhất, được vắt từ những con bò Jersey và Holstein của vùng. Loại sữa này có hàm lượng bơ luôn cao hơn so với những loại sữa khác. Sữa sau khi được làm thành





những cục sữa đông, sẽ được tạo thành bánh tròn theo hình dạng truyền thống rồi đục lỗ và bỏ muối. Trung bình mỗi bánh pho mát Moody Blue sẽ được muối cẩn thận trong khoảng 04 tháng, mục đích của việc này là để những “mạch máu” màu xanh có thể hình thành tự nhiên. Mặc dù rất mất công mới có thể tạo ra loại pho mát này nhưng hương vị của nó quả thật tuyệt vời – tất nhiên, điều này chỉ đúng với những người ăn được.

Trong trường hợp kết hợp pho mát xanh Moody Blue với rượu vang, gợi ý của người viết bài là nên kết hợp với vang ngọt. Trong trường hợp kết hợp với vang trắng, nên kèm theo pho mát một vài trái nho. Điều này người viết bài đã được thử nghiệm trong bữa tiệc của Vertu tổ chức tại bảo tàng Royal Observatory ở Greenwich, London. Vị ngọt của rượu ngọt, hoặc nho là thứ cân bằng lý tưởng cho vị mặn của muối ở trong pho mát.

Khi chọn rượu ngọt, bạn cũng nên thử kết hợp pho mát với những chai rượu ngọt late-harvest. Sự kết hợp này chắc chắn sẽ tạo cho bạn không ít ngạc nhiên. Một chuyên gia rượu người nước ngoài khi nói về sự kết hợp này đã nhận xét rằng: “Đó giống như một chiếc làn được nện chặt bởi những thanh

xúc xích salami, những quả mơ khô và pho mát béo ngậy!” Hương vị đượm và đậm của pho mát xanh rất hợp với vị đậm ngọt và thơm đượm của rượu ngọt.

PHÔ MAI CHEDDAR

Với loại pho mát này, chúng tôi gợi ý bạn nên thử Flory's Truckle. Phô mai cheddar là loại phô mai cứng, có màu vàng nhạt hơi ngà trắng, có nguồn gốc từ làng Cheddar, Somerset, Anh. Đây là loại phô mai phổ biến nhất ở Anh và phổ biến thứ 02 ở Mỹ. Loại phô mai này cũng đứng số một thế giới về lượng tiêu thụ. Được biết, trong năm 2010, Mỹ sản xuất khoảng 1.466.640 tấn. Trong khi đó ở Anh, trước đó 02 năm, năm 2008, lượng phô mai Cheddar được sản xuất là 262.000 tấn. Mặc dù cái tên Phô mai Cheddar không được bảo hộ độc quyền về nguồn gốc xuất xứ ở Liên minh Châu Âu nhưng cái tên West Country Farmhouse Cheddar chỉ được dùng để nói về những miếng pho mát cheddar được làm từ sữa thu hoạch ở bốn hạt (tỉnh) của vùng South West England.

Phô mai cheddar càng ủ lâu, càng ngon. Loại phô mai này được bao rơm, lật và phủ một lớp áo mốc trước khi đem ép. Trung bình thời gian để ủ phô mai cheddar thường kéo dài từ



09-24 tháng. Pho mát cheddar thường có vị béo ngọt tuyệt hảo, hơi thoảng mùi caramel và hạt dẻ. Một lưu ý nhỏ, bạn nên kiểm tra xem loại pho mát cheddar của mình là loại gì, nếu loại pho mát cheddar bạn đang dùng có vị không quá đượm và không có thời gian ủ lâu, vậy hãy kết hợp với vang trắng, trẻ nhiều hương hoa quả. Nếu không champagne non-vintage cũng là một gợi ý không tồi. Nếu pho mát cheddar của bạn là loại đượm vị, có thời gian ủ lâu, vậy thì bạn nên kết hợp pho mát với vang Bordeaux với cấu trúc rượu chắc, nhiều tannin. Nhìn chung, khi kết hợp vị đượm, giòn của pho mát rất hợp với mùi khói và hương thuốc lá của nho Merlot và nho Cabernet Sauvignon.

DRUNKEN GOAT

Đừng nghĩ rằng loại pho mát này làm từ sữa của những con dê say rượu nhé. Mặc dù vậy, không thể phủ nhận rằng loại pho mát Tây Ban Nha này được làm từ loại sữa dê ngon nhất địa phương – phải chăng đây chính là lý do mà loại phô mai này có tên là Drunken Goat!? Phô mai có lớp vỏ ngoài màu tím và thời gian ủ trong khoảng 75 ngày. Vị của pho mát béo, mềm, hơi dai. Vị hậu của phô mai ngọt và thơm mùi hoa quả. Các chuyên gia ẩm thực gợi ý nên kết hợp pho mát với những chai rượu đỏ đậm như Rioja.

Lời khuyên của Hàng Hiệu? Loại pho mát này khá dễ kết hợp với rượu bởi vì nó không hề trội vị, hoặc có vị quá chủ đạo. Loại pho mát này không quá hăng, cũng không quá béo hoặc quá đượm. Khi kết hợp với rượu vang, bạn nên chọn những chai có vị kem nhẹ, hơi thoảng chút hương bánh nướng, hoặc các loại hạt rang do vang được ủ trong thùng gỗ sồi. Hoặc bạn cũng có thể chọn vang Bordeaux để kết hợp. Hương vị tannin khá chắc từ rượu được ủ trong thùng gỗ sồi Pháp là sự lựa chọn lý tưởng cho loại rượu vang này.

TOME DE BORDEAUX

Tome de Bordeaux là một loại pho mát được làm từ sữa dê ở Loire, Pháp. Loại pho mát này được hoàn thiện bằng cách ủ trong những hang động ở Bordeaux. Ngoài ra, trong quá trình ủ người ta cũng sử dụng thêm các loại thảo dược. Chính điều này đã giúp mang lại cho pho mát một mùi vị rất đặc biệt. Có thể kết hợp pho mát với rượu vang hồng Augusta Winery La Fleur Savage đượm mùi quả dâu và mùi cam quýt. Khi kết hợp với vang, mùi hương thảo, cỏ xạ hương và thì là từ pho mát rất ăn ý với vị chua cân bằng và hương hoa quả của rượu. Ngoài ra, bạn cũng có thể kết hợp pho mát với những loại rượu nhiều mùi gia vị, vị đậm, nặng. Gợi ý của bản thân người viết, tại sao bạn không kết hợp rượu với chính vang đỏ Bordeaux. Mùi đất, mùi khoáng, mùi gia vị mà rượu có được từ giống nho, thổ nhưỡng và thời gian ủ trong thùng gỗ sồi chính là sự kết hợp ăn ý nhất với phô mai.



MỘT LƯU Ý NHỎ, BẠN NÊN KIỂM TRA XEM LOẠI PHO MÁT CHEDDAR CỦA MÌNH LÀ LOẠI GÌ, NẾU LOẠI PHO MÁT CHEDDAR BẠN ĐANG DÙNG CÓ VỊ KHÔNG QUÁ ĐƯỢM VÀ KHÔNG CÓ THỜI GIAN Ủ LÂU, VẬY HÃY KẾT HỢP VỚI VANG TRẮNG, TRẺ NHIỀU HƯƠNG HOA QUẢ. NẾU PHO MÁT CHEDDAR CỦA BẠN LÀ LOẠI ĐƯỢM VỊ, CÓ THỜI GIAN Ủ LÂU, VẬY THÌ BẠN NÊN KẾT HỢP PHO MÁT VỚI VANG BORDEAUX VỚI CẤU TRÚC RƯỢU CHẮC, NHIỀU TANNIN.



WINE GUIDE

1. Hàng Hiệu có thể cho tôi biết điều gì giúp cho một chai rượu có thể để dành được lâu? Tôi nghe nói rượu càng chát thì càng để được lâu, không biết điều này có đúng hay không?

Bạn cần biết rằng một chai rượu để lâu được hay không phụ thuộc vào hai yếu tố. Yếu tố thứ nhất là cấu trúc của rượu. Và tannin chỉ là một trong những yếu tố làm nên cấu trúc rượu. Ngoài tannin, cấu trúc của rượu còn có acidity (có vị chua, trong khi tannin mang vị chát), nồng độ cồn và chất glycerin. Do vậy mặc dù vẫn có những chai rượu vang khi uống bạn cảm thấy rất ít vị tannin, thậm chí là chẳng thấy có nhưng vẫn để được lâu. Trong trường hợp này, những chai champagne vintage là một ví dụ không thể điển hình hơn. Tương tự, nếu uống vang Burgundy, bạn cũng thấy vang Burgundy thường có nồng độ tannin thấp. Tuy nhiên, thời gian “để dành” của những chai vang Burgundy tuyệt hảo đâu phải vì thế mà kém cạnh với Bordeaux.

Yếu tố thứ hai là cách bạn chăm sóc chai rượu đó. Một chai rượu dù là vintage hay chất lượng hảo hạng đến đâu chẳng nữa cũng không thể để lâu nếu bạn thường xuyên xúc lắc, đem đi phơi nắng, hoặc để bên cạnh lò sưởi hoặc những nguồn phát nhiệt lớn. Để có thể để dành vang lâu, đòi hỏi bạn phải có những thiết bị đặc biệt như tủ hoặc hầm rượu chuyên dụng và tuyệt đối không thể dùng tủ lạnh để thay thế.

2. Tôi thường gặp vấn đề với việc mang những chai vang đi xa. Tôi có cảm giác sau một quãng đường dài, dường như những chai vang cũng trở nên mệt mỏi nên không còn ngon như khi uống ở nhà nữa. Là do tôi mệt hay bởi những chai vang cũng mệt?

Một câu hỏi khá thú vị! Theo ý kiến của bản thân tôi thì điều này là do cả hai cùng mệt. Khi bạn cảm thấy mệt mỏi, tất nhiên, bạn không thể cảm thấy một chai vang có vị ngon ngọt như thông thường được. Ngoài ra, vang vốn giống như một người phụ nữ yếu mềm, sau một quãng đường dài tất nhiên

cũng có những xáo trộn nhất định.

Giải pháp? Bạn nên nghỉ ngơi khoẻ mạnh trước khi uống vang. Tuy nhiên, điều quan trọng nhất là bạn nên chăm sóc để chai vang của mình không bị ảnh hưởng. Mua Rolls-Royce và đặt hàng thêm một chiếc tủ rượu trên xe có lẽ là một ý kiến hay! (Tất nhiên, đây chỉ là một câu đùa. Nhưng hãy xem là thực nếu bạn có đủ điều kiện.) Bạn có thể bảo quản chất lượng của chai vang như sau: tuyệt đối không được “bức tử” chai vang bằng cách nhét nó vào trong cốp xe. Vừa nóng, vừa xóc, tin rằng chai vang của bạn sẽ trở thành chai giấm thậm chí trước cả khi bạn kịp nhận ra. Bạn nên đặt chai rượu vào lòng, hướng máy điều hoà thẳng vào chai rượu. Làm như vậy, tin rằng chai rượu của bạn dù mệt nhưng cũng không đến nỗi hoá giấm.

3. Tôi nghe mọi người nói rượu hạ thổ để càng lâu, càng ngon? Điều này có thật không? Ngoài ra, trong trường hợp nhà tôi không có hầm rượu hoặc tủ đựng rượu chuyên biệt, tôi có nên đem chôn rượu không?

Câu hỏi thứ 02 của bạn đã phần nào đó trả lời cho câu hỏi thứ nhất. Thực tế là rượu sẽ uống rất ngon khi đạt một cái đỉnh nào đó. Và để đạt cái đỉnh đó, người ta cần phải giữ và bảo quản rượu thật tốt. Đem để rượu vào trong những hang động, để dưới tầng hầm đều giúp cho rượu tránh nóng, ánh sáng và các dao động ngoài ý muốn – 03 kẻ thù của rượu vang. Để rượu trong tủ chuyên biệt cũng là một cách. Cách cuối cùng là đem rượu chôn dưới đất. Cách làm này cũng giúp rượu tránh xa các yếu tố như ánh sáng, dao động và nhiệt độ.

Tuy nhiên, thú thực chúng tôi không ủng hộ cách làm này lắm. Bạn có định trước bữa ăn, cầm một cái xẻng và hô lên: “Em yêu anh đi đào lấy một chai vang đây” không? Bản thân tôi thì sẽ không bao giờ làm điều này. Ngoài ra, rượu khi chôn dưới đất dễ làm xấu, hỏng mất nhãn mác, khi mang vào bày trên bàn không đẹp.

4. Nếu tôi phải tìm một chai vang ngọt nhất hoặc khô (dry) nhất, Hàng Hiệu có thể cho tôi gợi ý?

Gợi ý của tôi là bạn hãy tự thử tìm, lời khuyên dựa trên kinh nghiệm cá nhân luôn là lời khuyên tốt nhất. Bên cạnh đó, mỗi người đều có những phản ứng khác nhau đối với rượu vang. Bạn cũng đừng nên nghĩ Chardonnay sẽ ngọt hơn Sauvignon Blanc, hay Riesling là loại rượu ngọt nhất. Mỗi loại nho có thể sử dụng để làm ra những loại rượu khác nhau. Chẳng hạn với Riesling, người ta vẫn có thể làm ra loại vang bone-dry (một loại rượu gần như không có một chút ngọt nào.)

Một điều nữa cũng cần nên xét đến là nếu “sweet” dùng để nói về hương vị quả chín và có ít vị tannin, vậy thì vị “sweet” ở đây sẽ khác dựa theo từng người. Tôi dám khẳng định rằng, nếu đúng theo thuật ngữ này thì ngay cả những loại vang được lên men “dry” – “khô” (biến đổi toàn bộ số đường trong quả nho thành cồn) cũng có thể mang lại một ấn tượng ngọt đối với một người nào đó. Vậy nên phải thử mới biết.

5. Hàng Hiệu có thể gợi ý cho tôi cách làm sạch những vết ố rượu đỏ ở ly uống rượu hoặc bình chắt không? Các chất tẩy rửa thường lưu lại mùi trên ly, bình làm ảnh hưởng tới mùi vị của rượu. Tôi có nghe nói các phương pháp như dùng khoai tây, dùng cát và soda (thuốc muối, muối nở) đều có tác dụng rất tốt?

Thực sự là tôi rất muốn nhìn thấy cảnh bạn làm sạch một bình chắt với một củ khoai tây. Bạn làm thế nào được nhỉ? Phương pháp của tôi là sử dụng nước nóng và thuốc muối baking soda và một chiếc bàn chải chuyên dụng.

6. Hàng Hiệu có thể giới thiệu với tôi một loại vang trắng hợp với thịt đỏ không? Tôi không thích dùng vang đỏ lắm. Hay thịt đỏ, rượu đỏ đã là điều bắt buộc?

Bạn thân mến, câu thần chú “Thịt đỏ,

rượu đỏ. Thịt trắng, rượu trắng” đã trở thành lỗi thời. Câu thần chú hiện nay là “Ăn thứ bạn thích, Uống thứ bạn khoái.” Khi kết hợp vang với đồ ăn, điều quan trọng mà bạn cần lưu tâm – cho dù là bạn đang uống vang đỏ, trắng, hay hồng hoặc thậm chí là vang nổ đi nữa – là sự hài hoà giữa cấu trúc của thịt, độ đậm, vị chát, vị chua của rượu. Nguyên nhân khiến cho thịt đỏ hợp với rượu đỏ là cấu trúc và hàm lượng đạm trong thịt đẩy mạnh hương vị tannin có trong rượu đỏ. Nhưng nếu không muốn rượu đỏ thì bạn có thể dùng những chai có hương vị tinh tế, chắt, đậm Chardonnay, Pinot Gris phong cách Alsace hay Viognier.

Vang trắng có một thứ mà vang đỏ không có nhiều bằng là vị chua. Vị chua này sẽ hợp với những thức ăn có vị béo. Hãy kết hợp những chai Pinot Grigio, Sauvignon Blanc hoặc rượu Riesling không ngọt với những món thịt có sauce (sốt) hoặc thịt được chế biến ở dạng món hầm. Trong trường hợp bạn dùng những món cà ri của Ấn hoặc đồ ăn của Mexico, gợi ý của tôi là những chai Rieslings và Gewürztraminers thoảng ngọt.

7. Tôi nghe nói gỗ sồi Pháp đặc biệt tốt trong việc đóng thùng làm rượu? Có phải gỗ sồi Pháp là loại tốt nhất không Hàng Hiệu?

Không ai có thể phủ nhận chất lượng của gỗ sồi Pháp. Nhưng tốt nhất thì không phải. Có hai loại gỗ sồi thường được sử dụng để đóng thành thùng gỗ ủ rượu là gỗ sồi Pháp và gỗ sồi Mỹ. Mỗi loại gỗ sồi lại có một đặc tính riêng. Chẳng hạn gỗ sồi Pháp nổi tiếng bởi có thể mang tới cho rượu nhiều hương sắc khác nhau. Trong đó chủ đạo là những mùi hương như hương khói, hương gia vị và cấu trúc mượt mà. Tuy nhiên, một số nhà làm rượu lại thích cái vị mạnh mẽ, hương vanilla, hương béo, mượt và ngọt của gỗ sồi Mỹ. Cùng lúc đó, cũng có những nhà làm rượu thích kết hợp cả 02 loại thùng gỗ sồi này hoặc sử dụng những thùng gỗ sồi của Hungary hay Slavonia.

HÀNGHIỆU

October | November - 2013

TALK

www.hanghieumagazine.vn



ETHAN KOH:

HOÀNG TỬ CỦA THẾ GIỚI DA THUỘC

CÙNG HÀNG HIỆU THỰC HIỆN MỘT CUỘC PHỎNG VẤN NHỎ VỚI NGƯỜI THỪA KẾ CỦA NHÀ CUNG CẤP DA THUỘC CHO CÁC NHÃN HIỆU TÚI HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI ĐỂ HIỂU THÊM VỀ TÚI, VỀ DA THUỘC VÀ VỀ SỰ XA XỈ!

Cúng ta nghe nhiều tới những cái tên “phá gia chi tử”, huỷ hoại tiền đồ mà cha ông họ đã dựng lập. Hoặc nếu không, một danh sách dài những cái tên con cái của những cá nhân kiệt xuất và vĩ đại không vươn tới được đỉnh cao như cha mẹ họ. Tuy nhiên, vẫn có không ít ngoại lệ. Ethan Koh, một chàng trai người Singapore, 26 tuổi – kẻ kế nghiệp của một gia đình có 04 đời làm nghề da thuộc là một ví dụ. Ông cố của Ethan Koh là một người đã học kỹ thuật thuộc da của Anh từ cuối thế kỷ 19 và truyền lại nghề cho con cháu mình. Hiện nay, gia đình nhà Ethan Koh đang là một trong những nhà phân phối da thuộc lớn nhất thế giới, đáp ứng một phần nhu cầu của những thương hiệu đồ da cao cấp nhất thế giới như Hermès (năm 2011). Ngay LVMH cũng quyết định mua lại một lượng lớn cổ phần của doanh nghiệp này.

Với kinh nghiệm gia truyền quý báu về da thuộc, dễ hiểu tại sao thương hiệu túi đặt hàng thừa mang tên Ethan Koh sẽ tạo ra cơn sốt kế tiếp trên thị trường. Và thực tế, có lẽ khi bạn đang cầm ấn phẩm này trên tay, cơn sốt đó đã bắt đầu.

Từ đâu mà anh có cảm hứng để tạo ra những chiếc túi xinh đẹp và sáng lập nhãn hiệu túi riêng của mình?

Không giống với các thợ thủ công khác, gia đình tôi 04 đời làm nghề thuộc da. Có thể nói tôi lớn lên với xưởng thuộc da ở ngay sân sau nhà mình. Ngay từ khi còn nhỏ, tôi đã rất quan tâm tới các bí mật trong việc xử lý da thuộc. Khi tôi tới London để theo đuổi sự nghiệp thiết kế đồ da thuộc, cuộc sống ở đây đã truyền cho tôi không ít cảm hứng. Đó là hình dáng của một tay cầm cửa ở khách sạn Mayfair hay một chiếc gương ở khách sạn Claridge, tất cả đều trở thành nguồn cảm hứng của tôi.



Và mọi người có thể dễ dàng nhìn ra điều này. Một yếu tố nữa không thể bỏ qua là nguồn gốc của tôi, các sản phẩm của tôi đều được nhuộm, nhuộm để có màu phù hợp với thị hiếu của những người châu Á.

Gia đình anh có ủng hộ công việc của anh không?

Gia đình tôi hoàn toàn đứng về phía tôi. Chiếc túi đầu tiên tôi làm là để dành tặng mẹ. Các quan điểm, nhận xét và đánh giá của bà luôn giúp tôi củng cố lại các thiết kế. Tôi đã rất may mắn khi có thể khám phá rất nhiều nơi trên thế giới và ba mẹ tôi luôn dành cho tôi những thứ tốt nhất. Bên cạnh đó, lớn lên trong một gia đình làm nghề thuộc da, ngay từ khi còn nhỏ tôi đã nhìn thấy những cảnh ba tôi ngồi đánh, chải những tấm da quý trong xưởng. đam mê và cảm hứng này luôn thấm đẫm và được thể hiện trong các thiết kế túi của tôi.

Khả năng đánh giá chất lượng da không phải là điều dễ dàng, nó cần phải được “nuôi dưỡng” và truyền dạy nên không phải ai cũng hiểu và nắm bắt được kỹ năng này. Anh có thể

chia sẻ thông tin về những loại da tốt nhất hiện nay không?

Có nhiều loại da khác nhau có thể sử dụng để làm túi. Nhưng những loại da quý nhất là da cá sấu Niloticus ở Nam Phi, da cá sấu Mississippiensis từ Louisiana, Mỹ. Nhưng loại da quý hiếm nhất là da cá sấu Porosus của Úc bởi vì loại da này có lớp vảy nhỏ, đều và tinh tế hơn cả.

Khi được chăm sóc cẩn thận, những tấm da quý sẽ cho thấy một độ bền, độ chắc chắn thậm chí là đẹp lên theo cùng năm tháng. Đó chính là lý do tại sao một chiếc túi được làm bằng da hiếm, nếu biết cách sử dụng, chiếc túi đó sẽ lên màu rất đẹp.

Công việc nhuộm da là một công việc mang đầy tính nghệ thuật. Trong khi một vài người nói đây là một công việc đơn thuần mang tính công nghệ. Tôi lại cho rằng đây là một công việc một nửa mang tính khoa học công nghệ, nửa còn lại mang tính nghệ thuật. Để kiểm tra một miếng da đã thuộc, tôi luôn thực hiện ba bước sau. Kiểm tra miếng da đó dưới ánh sáng buổi sớm, dưới ánh sáng của buổi chiều muộn và dưới ánh sáng tự nhiên vào buổi tối để xem những ánh sáng khác nhau

sẽ tác động lên miếng da đó như thế nào. Đây là một trong những yếu tố giúp tôi khác biệt với những nhà thiết kế túi khác.

Công việc hiện nay của anh ở Tuscany thế nào?

Khi tới Tuscany, tôi rất thích nhìn ngắm những người thợ thủ công xử lý các loại da thuộc quý hiếm. Nghệ thuật chế tác thủ công và kinh nghiệm của họ luôn truyền cảm hứng cho tôi. Họ xử lý những tấm da với tất cả tình cảm và tấm

lòng trân trọng. Các kinh nghiệm và các tình huống mà tôi từng gặp có ý nghĩa rất quan trọng trong việc giúp tôi tạo ra những sản phẩm tốt, đẹp và hoàn mỹ. Nếu bạn mở mỗi chiếc túi của tôi ra, bạn đều thấy một chiếc gương nhỏ, theo đúng hình dáng và tỷ lệ của chiếc gương lớn ở khách sạn Claridges. Tôi luôn nhìn ngắm mình trong chiếc gương đó khi tới khách sạn. Đây cũng là lý do tại sao tôi muốn biểu tượng này của London xuất hiện trong mỗi sáng tạo của mình.

Theo anh, có phải do giá của những loại da quý hiếm đang tăng với tốc độ phi mã khiến cho những chiếc túi cũng có giá tăng tới mức chóng mặt?

Và đây cũng là nguyên nhân khiến cho một số người không có cơ hội mua túi do hết hàng?

Lạm phát giá da thuộc chỉ là một yếu tố. Điều đặc biệt ở đây thực chất không chỉ hoàn toàn là miếng da mà còn nằm ở người xử lý da. Để đơn giản hơn, bạn có thể hiểu thế này, một viên kim cương thô rất tốt nhưng không được xử lý, cắt bởi một người thợ giỏi thì chúng ta sẽ không thể có một viên kim cương đẹp. Đó chính là lý do giải thích cho việc tại sao nhiều khách hàng đánh giá cao sản phẩm của tôi. Những tấm da dùng để may túi luôn được tôi chọn lựa kỹ và kiểm tra các hiệu ứng ánh sáng trước khi được đem cắt.

Chúng tôi là một công ty chuyên phục vụ thị trường ngách (thị trường hạn hẹp, nhỏ lẻ, mang tính thiếu số). Tôi không có một đội thiết kế hùng hậu – nhưng điều này cũng có nghĩa tôi có thể giám sát toàn bộ quy trình tạo ra chiếc túi. Mặc dù da cá sấu thì đã đủ để quý hiếm, nhưng chúng tôi vẫn có những khách hàng là những người muốn những sản phẩm thực sự độc đáo và chỉ dành riêng cho họ.

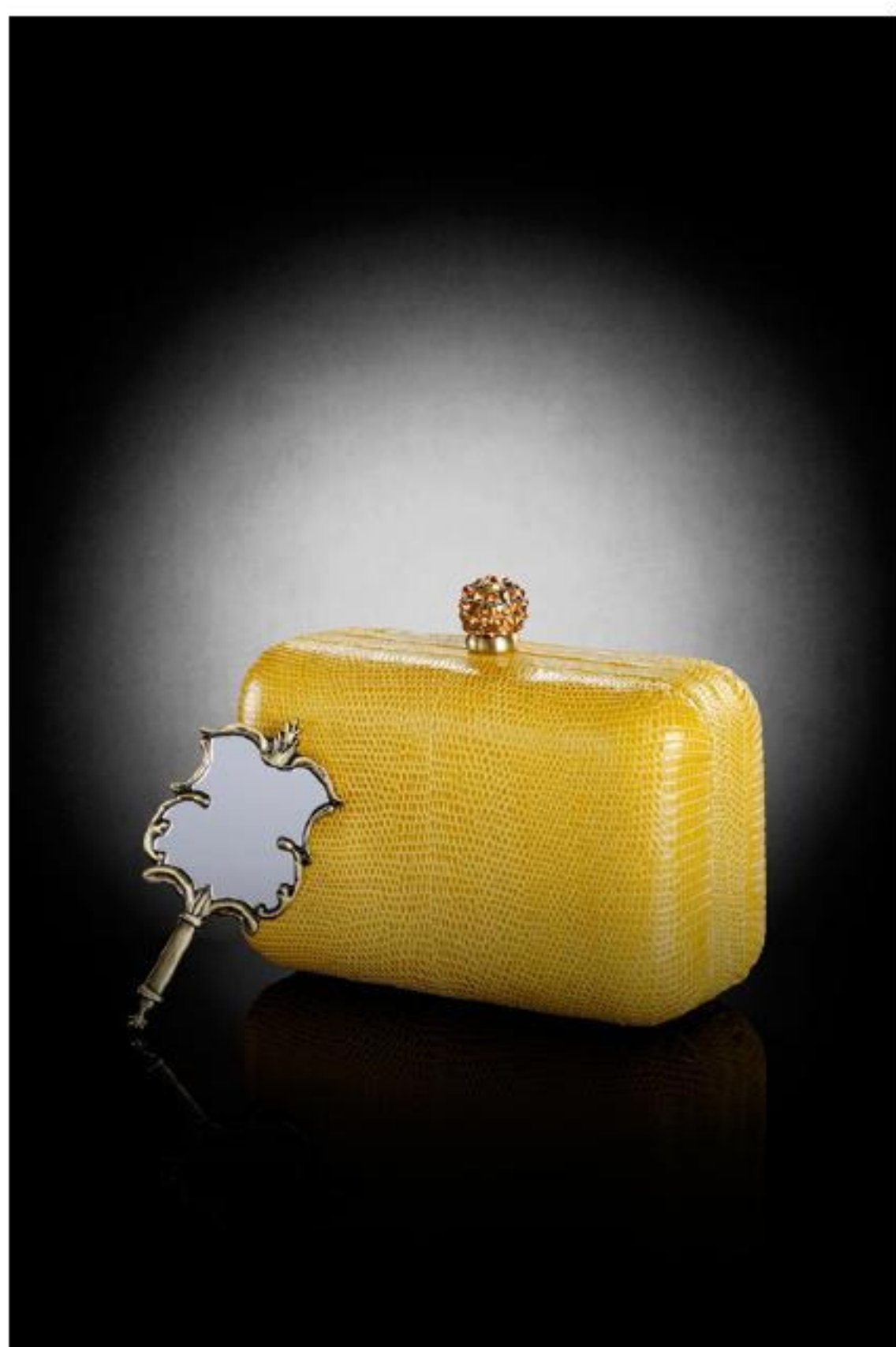


Vậy anh tạo ra những chiếc túi chỉ dành cho từng khách hàng thế nào?

Xa xỉ thực chất không gì hơn ngoài hai chữ “trải nghiệm” và “trải nghiệm”. Cách đây một vài tháng, tôi tới thăm một khách hàng ở nhà cô ấy ở London. Khi đang ngồi trong vườn, tôi nhìn thấy một khóm hoa violet rất đẹp và điều này đã thôi thúc tôi tạo ra một màu sắc chỉ dành riêng cho cô ấy. Sự kết hợp giữa hai vai trò: một nhà thiết kế và một nghệ sỹ là việc lấy niềm vui trong cuộc sống của một người nào đó để tạo ra một thứ đặc biệt chỉ dành cho họ. Tôi luôn sẵn lòng ngồi hàng giờ nói

chuyện với khách hàng để tìm hiểu xem thứ gì thực sự có ảnh hưởng tới đời sống của họ.

Gần đây, một khách hàng người Trung Đông ngỏ ý với tôi cô ấy muốn có một chiếc túi hợp với chiếc áo abaya và đồ thường ngày của cô ấy. Nói chuyện với cô ấy gần một ngày, tôi quyết định tạo ra một chiếc túi Tani với dây đeo xích có thể tách rời. Với chiếc túi này, cô có thể đeo khi mặc abaya hoặc xách tay khi mặc thường phục. Chiếc túi này đã thực sự khiến cô ấy cảm thấy mình đặc biệt. Và đây chính là điều quan trọng với những người có đủ tiền để mua bất kỳ thứ gì.



CÓ NHIỀU LOẠI DA KHÁC NHAU CÓ THỂ SỬ DỤNG ĐỂ LÀM TÚI. NHƯNG NHỮNG LOẠI DA QUÝ NHẤT LÀ DA CÁ SẴU NILOTICUS Ở NAM PHI, DA CÁ SẴU MISSISSPIENSIS TỪ LOUISIANA, MỸ. TUY VẬY QUÝ HIẾM HƠN CẢ LÀ DA CÁ SẴU POROSUS CỦA ÚC BỞI VÌ LOẠI DA NÀY CÓ LỚP VẢY NHỎ, ĐỀU VÀ VÔ CÙNG TĨNH TẾ.

ẨN TƯỢNG ĐÊM PHONG CÁCH

NGÀY 23/10, GIỚI MỘ ĐIỀU CỦA HÀ NỘI ĐÃ ĐÓN HALLOWEEN SỚM NHƯNG KHÔNG PHẢI HOÁ THÂN VÀO NHỮNG PHÙ THUỶ, MA CÀ RỒNG MÀ LÀ NHỮNG TAY CHƠI ĐAM MÊ TỐC ĐỘ TRONG BỮA TIỆC FAST & FURIOUS STYLE PARTY CỦA ẨN PHẨM STYLE!

Không dễ để có được một chai champagne vintage nhưng để uống chai champagne đó đúng điệu còn khó hơn. Không dễ để có thể kiếm đủ tiền để mua một chiếc đồng hồ Thụy Sĩ, kiểu dress watch nhưng để đeo cái đồng hồ cho ra dáng một quý ông lại càng là điều khó hơn cả. Hoặc thậm chí, ngay cả khi bạn thưởng thức một ly cocktail Belvedere, bạn cũng cần phải biết cách, biết sáng tạo để có thể phối mix thứ đồ uống trẻ trung này với một đồ ăn hợp vị với nó.

Cuộc sống là vậy, nâng tầm mọi thứ lên thành một lối sống hay một nghệ thuật đều là điều không dễ dàng. Tuy nhiên, phần thưởng mà bạn nhận được luôn là những ngạc nhiên thích thú.

Bữa tiệc Fast & Furious Style Party là một ví dụ điển hình cho nhận định trên. Toàn bộ công ty cổ phần truyền thông Châu Bách đã làm việc chăm chỉ để mang tới một đêm lễ hội vui vẻ, phong cách và trẻ trung nhất. Để

làm nên bữa tiệc hoành tráng và ấn tượng này, Phòng Thiết Kế của Châu Bách đã phải thường trực làm việc tới 07 giờ tối. Những thông cáo báo chí, những con chữ tưởng đơn giản nhưng đều được cô Phụ Trách Nội Dung của Style chăm chút và lưu ý. Khâu tổ chức được Phòng Event tiếp quản và thực hiện với thái độ chuyên nghiệp nhất. Mục đích của bữa tiệc này đơn thuần chỉ là chúng tôi muốn gửi một lời cảm ơn chân thành tới các đối tác và bạn đọc đã đồng hành cùng Style trong quãng thời gian suốt 05 năm qua. Những điệu nhảy, những niềm vui và những nụ cười của khách mời đã là lời động viên tốt nhất với chúng tôi.

Fast & Furious Style Party – tên gọi của bữa tiệc diễn ra trong đêm 23/10/13- là sự kiện nằm trong chuỗi sự kiện tôn vinh Phong Cách Sống: STYLE Nite diễn ra thường niên của ấn phẩm Style. Đây đồng thời cũng là sự kiện thứ 02 của năm do ấn phẩm Style tổ chức. (Sự kiện đầu





Người mẫu Thu Hiền và Phương Anh.

là STYLE Nite – Pool Party được tổ chức vào cuối tháng 06/2013 vừa qua.)

Trong đêm sự kiện Fast & Furious Style Party hoành tráng này, đã có hơn 200 khách mời là đối tác và độc giả đã tới tham dự. Họ có thể khác nhau về ngành nghề hoạt động, có người là diễn viên, có người là người mẫu, vũ công, rapper, doanh nhân, nhân viên văn phòng nhưng điểm chung của tất cả là một niềm đam mê thời trang và phong cách sống cá tính. Những cái tên có thể kể ra



MC Thái Dũng và người mẫu Phùng Ngọc Yến.



đây gồm Á hậu Dương Tú Anh, siêu mẫu Thu Hiền, siêu mẫu Phùng Ngọc Yến, MC Thái Dũng. Trong tiếng nhạc sôi động, các khách mời thoải mái chơi đùa, thưởng thức những ly cocktail Belvedere tuyệt ngon được pha chế theo cách "Made in Style". Phần thưởng cho những trò chơi và những giải thưởng như Style Girl trong sự kiện là những phần quà hấp dẫn và phong cách như túi Furla, trang phục Guess, đồng hồ Tissot...

Chuỗi sự kiện STYLE Nite này cũng nằm trong kế hoạch



Á Hậu Dương Tú Anh và nhà thiết kế Hà Duy.





Nhóm phóng viên và nhiếp ảnh gia.



MC Thái Dũng



Các thành viên trong ekip Style.



Các thành viên nhóm Tây Model



Các tín đồ phong cách đang nâng ly chúc mừng sự kiện.



Giám đốc sáng tạo Henri Hubert, nhiếp ảnh gia Tô Thanh Tân, và người mẫu Thu Hiền.

phát triển và mở rộng thị trường của STYLE. Mỗi sự kiện là một câu chuyện mà STYLE muốn kể cho độc giả và đối tác của mình. Đó là những mảnh ghép đầy màu sắc của cuộc sống, là những trải nghiệm rất riêng và khác biệt mà STYLE muốn gửi đến cho những ai thực sự quan tâm đến ấn phẩm. Tin rằng mỗi sự kiện STYLE Nite đều sẽ là cơ hội để mọi người có thể sống hết mình, vui chơi thoải mái và kết bạn với những người cùng sở thích. Hiện chúng tôi có kế hoạch tập trung hoạt động của chuỗi sự kiện cho thị trường Hà Nội – do đây chính là thành phố khởi nguồn cho những khái niệm và định hướng ban đầu của ấn phẩm.

STYLE hiện đang là ấn phẩm hàng đầu về thời trang và phong cách sống tại Việt Nam. Độc giả mục tiêu của ấn phẩm là những người trẻ cá tính và đam mê thời trang. Do đó chuỗi sự kiện tôn vinh Phong Cách Sống: STYLE Nite diễn ra thường niên không chỉ là một bước quan trọng để STYLE hiểu thêm về những người bạn đồng hành của mình. Đây còn là cơ hội để STYLE quảng bá hình ảnh ấn phẩm, thu hút thêm những bạn đọc mới. Cuối cùng đây cũng là dịp STYLE có thể thu nhận thêm những góp ý tích cực về nội dung, hình ảnh của ấn phẩm để có thể hoàn thiện hơn nữa ấn phẩm yêu thích của bạn đọc.



Giám đốc truyền thông thương hiệu Luala, cô Vũ Quỳnh Anh cùng những người bạn đang giơ cao những phần thưởng phong cách của bữa tiệc.



MC Thái Dũng đang trao tặng giải thưởng cho các Style Girl và Style Boy của sự kiện.

NEWS *Fashion*



LONGCHAMP

Thương hiệu Longchamp vừa giới thiệu BST thu đông 2013. Điểm nhấn của BST này là chiếc túi Quadri, sẽ là người bạn đồng hành hoàn hảo của những cô nàng cá tính, năng động và trẻ trung. Được sản xuất thủ công từ da bò thuộc và đường vân đan chéo độc đáo, mềm mại, Quadri rất thích hợp khi dạo phố trong trang phục áo phông, quần jeans thật thoải mái, tươi trẻ. Nhân dịp ra mắt BST mới này, từ 15 – 24/11, Longchamp áp dụng chương trình ưu đãi đặc biệt đến quý khách hàng. Theo đó, khi mua hàng với hóa đơn từ 10 triệu trở lên, khách hàng sẽ được giảm giá 20%. Địa chỉ tham quan và mua sắm tại cửa hàng Longchamp số 6 Phan Chu Trinh (04.3938 8432) và Diamond Plaza (08.22122947). Hãy nhanh chân để sở hữu những sản phẩm mới nhất từ Longchamp nhé.



AZZEDINE ALAÏA

Được thành lập từ những năm đầu của thập kỉ 70, đến nay Azzedine Alaïa đã nhanh chóng trở thành một trong những thương hiệu được khao khát nhất trong làng thời trang cao cấp của thế giới. Từ tháng 10/2013, DX Fashion sẽ trở thành nhà phân phối chính thức của thương hiệu Azzedine Alaïa tại Việt Nam. Nhân sự kiện này, ngày 17/10, LUALA tổ chức một tiệc trà chiều dành riêng cho các khách hàng thân thiết tại L'Orangerie, khách sạn Sofitel Legend Metropole. Trong một không gian ấm cúng và gần gũi, các khách hàng có dịp tận mắt chiêm ngưỡng những thiết kế đỉnh cao của Azzedine Alaïa. LUALA sẽ phân phối các sản phẩm ready-to-wear, túi xách, giày dép và phụ kiện của Alaïa bắt đầu từ mùa thu - đông 2013.



WOOLMARK

Nhân dịp kỷ niệm 40 năm thương mại giữa Úc và Việt Nam, công ty Woolmark (TWC) giới thiệu chương trình "40 năm thời trang len" trong triển lãm tại Tp.HCM và Hà Nội. Chương trình thời trang đầu tiên được tổ chức tại Tp.HCM vào tối ngày 17/10 tại Trung tâm Hội nghị White Place, đã trưng bày những sản phẩm thời trang len trong suốt 40 năm qua đồng thời vinh danh một số nhà thiết kế thời trang có tầm ảnh hưởng, những nhà thiết kế hàng đầu thế giới như Emilio Pucci, Thierry Mugler, Missoni, Jenny Kee, Vivienne Westwood, Versace, Burberry và Easton Pearson. Ngoài ra, Christian Wijnants – người chiến thắng giải thưởng Woolmark Quốc tế năm 2012, 2013 và Hoàng Minh Hà – nhà thiết kế trẻ Việt Nam đã giành giải nhất cuộc thi nhà thiết kế thời trang Việt Nam (Project Runway Vietnam) cũng trình diễn trong chương trình BST mới của mình.



LACOSTE

Để đánh dấu 80 năm có mặt trên toàn cầu, ngày 24/10, thương hiệu thời trang Lacoste tổ chức sự kiện dành cho báo chí và khách hàng VIP tại cửa hàng ở khách sạn New World, Tp.HCM. Ngoài mục đích kỉ niệm 80 năm thành lập thương hiệu Lacoste và tri ân khách hàng, sự kiện lần này còn nhằm mang lại một không gian giao lưu vừa thân mật, nhẹ nhàng, nhưng cũng vừa lịch sự sang trọng, đặc biệt là tạo được ấn tượng tuyệt đối về mặt thẩm mỹ.



SHOW THỜI TRANG ẤN TƯỢNG CỦA ROSEMARY BOUTIQUE

Chào mừng lễ kỷ niệm 40 năm mối quan hệ ngoại giao Anh – Việt, Rosemary Boutique đã mang đến chương trình trình diễn thời trang vô cùng đẹp mắt và ấn tượng tại dinh thự nhà Đại Sứ Anh ngày 30/09 vừa qua. Buổi trình diễn đã mang đến những giây phút thư giãn và mãn nhãn tất cả các quan khách trong và ngoài nước với những mẫu thiết kế thời thượng và sang trọng của các thương hiệu thời trang nổi tiếng Anh Quốc: Closet London, Fever London, Modalu England, Fiorelli, Darling London, Izabel London. Đặc biệt chương trình còn có sự tham gia trình diễn của siêu mẫu Hà Anh, người mẫu Hồng Nhung- Top 10 hoa hậu Việt Nam 2008 và các người mẫu xinh đẹp, tên tuổi trong nước.



NIKE

Ngày 19/10, công ty ACFC chính thức giới thiệu sản phẩm mới nhất Nike Hypervenom tại TTTM Indochina Plaza Hà Nội, 239 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội. Sự ra đời của Nike Hypervenom dựa trên những ý kiến đóng góp của Neymar, Wayne Rooney và Zlatan Ibrahimovic. Vở giày của Hypervenom sử dụng công nghệ mới NIKESKIN (một bề mặt lưới mềm dẻo dai được kết nối với một tấm polyurethane mỏng) giúp người dùng có thể làm chủ được trái bóng trong mọi điều kiện thời tiết. Đặc biệt, khung của đế giày được chế tạo từ nylon được nén chặt để có độ đàn hồi cao và trọng lượng nhẹ giúp cung cấp sức mạnh trong từng bước chân của cầu thủ.

NEWS *Beauty*



OHUI

Ngày 18/10, thương hiệu mỹ phẩm O HUI chính thức ra mắt dòng sản phẩm chăm sóc da cao cấp "O HUI - The First renewal". Dòng The First renewal mới này gồm 9 sản phẩm chăm sóc da toàn diện được ứng dụng kỹ thuật TranskinTM độc quyền của O HUI, giúp tăng khả năng hấp thụ và thẩm thấu sản phẩm qua da gấp 5 lần từ lớp sừng cho đến tận lớp hạ bì. Cùng với sự nâng cấp về thành phần và công nghệ sản phẩm, The First renewal tiếp tục đánh dấu bước tiến mới bằng lộ trình chăm sóc da hoàn thiện 6 bước gồm: Làm sạch - chấn chỉnh - tái sinh tế bào - hoạt hóa sự trao đổi chất - bảo vệ tế bào và tăng cường tế bào. Đây là lộ trình tối ưu hóa việc đưa dưỡng chất vào da, giúp làn da được chăm sóc hoàn hảo từ bước làm sạch cơ bản đến các giai đoạn chuyên sâu vào ban đêm, giúp hồi sinh làn da trẻ trung và rạng rỡ nhất.



CHANEL

Năm 1921, Gabrielle Chanel ra mắt mùi hương đầu tiên của mình: N°5, "một mùi hương mang mùi đàn bà". N°5 là loại nước hoa đầu tiên có mùi hương trừu tượng, không sao chép các loài hoa trong thiên nhiên, không mang mùi đặc trưng của bất kỳ thành phần nào trong số 80 nguyên liệu được sử dụng. Mùi hương của N°5 là một bản hòa tấu giữa hương hoàng lan, hoa nhài vùng Grasse và hoa hồng tháng năm, được làm nổi bật lên bởi Aldehyde. Kể từ khi ra đời, N°5 đã trở thành biểu tượng của sự quyến rũ và gợi cảm. Để hoàn thiện những nét thanh của mùi hương và giúp duy trì hương thơm của N°5 huyền thoại, Chanel đã sáng tạo ra dòng sản phẩm sữa tắm và dưỡng thể N°5 đầy mê hoặc gồm: Sữa tắm dạng bọt tinh tế, sữa tắm dạng kem giàu dưỡng chất, xà bông dạng cục nổi tiếng, kem dưỡng thể giúp dưỡng ẩm và bảo vệ làn da, xịt khử mùi nhẹ nhàng, và cuối cùng xịt tóc với mùi hương tinh tế, gợi cảm hoàn thiện các công đoạn hương thơm.



SISLEY

Sisley giới thiệu bộ sản phẩm chăm sóc da mới Phyto – Blanc Absolute Whitening Essence. Bộ sản phẩm gồm 4 chai nhỏ mới này sẽ giúp làn da của bạn nhanh chóng được cải thiện chỉ trong 4 tuần với hợp chất làm trắng từ thực vật được cấp bằng sáng chế với những thành phần làm trắng hiệu quả cao và hoạt động ở 3 mức độ: Hoạt động mạnh mẽ trong việc ức chế sự hình thành các tế bào melanin gây ra những đốm sạm nâu; Ngăn cản việc di chuyển của các tế bào melanin lên lớp biểu bì và cải thiện độ sáng, sự đồng đều của màu da. Ngoài ra, hoạt động làm trắng và làm mờ các đốm nâu thấy được chỉ trong 2 tuần. Đặc biệt, sản phẩm thích hợp cho mọi loại da, sử dụng loại serum nhẹ nhàng và thẩm thấu tốt này mang lại một làn da mềm mại.

NEWS *Beauty*



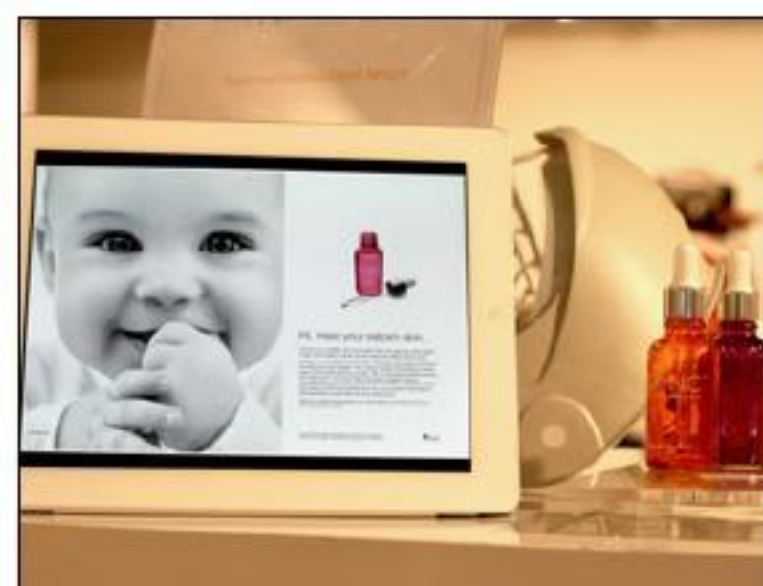
DERMAL ESSENTIALS

Dermal Essentials - nhà phân phối độc quyền sản phẩm Dermalogica và Cambodia tại Việt Nam đã chính thức khai trương salon Perfect Skin Lab Vincom Mega Mall tại Tầng B1, phòng C45, 72A Nguyễn Trãi, Quận Thanh Xuân, Tp.Hà Nội. Perfect Skin Lab Vincom Hà Nội được thiết kế theo mô hình hiện đại, thông minh và chuyên nghiệp, giúp người tiêu dùng dễ dàng trải nghiệm thương hiệu, sản phẩm dùng thử miễn phí, tư vấn da, cùng dịch vụ chăm sóc da mặt và cơ thể dành cho cả nam và nữ chuyên sâu và hiệu quả.



CLINIQUE

Luôn dẫn đầu trong các giải pháp về da liễu, các chuyên gia đầu ngành của Clinique đã áp dụng công nghệ cải tiến mới vào trong tinh chất chống lão hóa Repairwear Laser Focus Smooths, Restores, Corrects mới – một tinh chất được cải tiến ngoài việc làm mờ các nếp nhăn còn tăng gấp đôi khả năng làm mịn da so với công thức cũ. Ngoài ra, tinh chất Repairwear Laser Focus Smooths, Restores, Corrects còn chứa công nghệ tái tạo bề mặt da, kích thích nhẹ nhàng, giúp lấy đi các tế bào da chết nhằm mang lại cho làn da mịn màng và rạng rỡ hơn. Khi sử dụng vào ban đêm, tinh chất chống lão hóa Repairwear Laser Focus Smooths, Restores, Correct hoạt động suốt đêm như một quá trình tái tạo tự nhiên của da. Thêm vào đó, hợp chất LF Peptide giúp kích thích sản sinh collagen tự nhiên của da và giúp duy trì những collagen hiện tại nhờ các dưỡng chất thiết yếu, phục hồi da vào ban đêm.



SKINC

Đi bar nghe nhạc và uống cocktail – thói quen xả stress và tận hưởng cuộc sống đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hiện đại. Bắt nguồn từ ý tưởng này, mô hình “Quầy bar cho làn da” độc đáo và duy nhất trên thế giới với thương hiệu SKINC™ đã ra đời. Chính thức có mặt tại Việt Nam từ tháng 4/2012, tới nay, Skin Inc Việt Nam đã gia nhập thị trường với những dấu mốc trưởng thành. Ngày 29/9, nhân dịp Bà Jasmine Wee – Giám đốc điều hành của Skin Inc Global sang thăm hệ thống Skin Inc tại Việt Nam, Skin Inc Việt Nam tổ chức chương trình SKINC's Media Launch & Workshop. Đây cũng là chương trình gặp gỡ và tri ân các khách hàng thân thiết và đối tác quan trọng đã đồng hành và ủng hộ Skin Inc Việt Nam trong suốt thời gian qua.

NEWS *Beauty*



PPP LASER CLINIC

Hiện tại có rất nhiều bác sĩ và các thẩm mỹ viện trên thế giới sử dụng laser vào quá trình trị liệu da mặt đặc biệt là trị mụn và nám. Tuy nhiên, PPP là công nghệ độc quyền do bác sĩ Goh Seng Heng sáng tạo ra với đặc thù là tuyệt đối an toàn. Đây là phương pháp điều trị không can thiệp. Chính vì thế, PPP dành cho tất cả mọi người mọi giới và mọi lứa tuổi. Ngay cả khi bạn đang sở hữu một làn da đẹp, bạn cũng có thể đến PPP để làm sạch da và giữ cho nước da đẹp mãi. Sau khi gặt hái được nhiều thành công và nhận được sự tín nhiệm ngày càng cao của khách hàng, PPP Laser Clinic mở rộng thêm 2 chi nhánh tại Tầng 2 2F-04 Crescent Mall, Q.7 và Tầng 1 Parkson Fleminton Q.11, Tp.HCM. Mục đích của PPP là hướng tới đáp ứng nhu cầu của tất cả các khách hàng và phục vụ quý khách một cách tốt nhất và thuận tiện nhất.



DAVINES

Dưới sự giám tuyển của họa sĩ Lê Thiết Cương, những tác phẩm đương đại đã tạo thêm một điểm nhấn đẹp trên mạch nguồn của nghệ thuật và thời trang nằm trong chuỗi hoạt động Davines Art Series. Không chỉ là một triển lãm mỹ thuật thông thường, Davines Art Series số 1 có thêm phần trình diễn của nhạc sĩ Phạm Quang Trần Minh cùng những bài hát sôi động mà sâu lắng của anh chắc chắn sẽ mang lại những điều bất ngờ cho khán giả tham dự. Họa sĩ Lê Thiết Cương cho biết: "Với mục đích đưa nghệ thuật đến gần hơn với công chúng, tiếp xúc trực tiếp với công chúng nên triển lãm lần này được trưng bày trong một trung tâm thương mại. Có thể nói đây là một sự phá cách cần thiết và cũng là lần đầu chúng tôi làm như vậy. Khách hàng sẽ có cách tiếp cận nào đó với nghệ thuật mà chưa chắc những người có chuyên môn có thể có được. Ấy là chưa kể, cái đẹp luôn có con đường riêng để đến với tất cả mọi người". Triển lãm đã diễn ra từ 2/10/2013 tới 13/10/2013 tại Trung tâm thương mại Vincom Royal City.



WUTTISAK CLINIC

Ngày 29/10, thương hiệu số một Thái Lan trong lĩnh vực chăm sóc da và sắc đẹp Wuttisak Clinic chính thức khai chương chi nhánh thứ hai tại Việt Nam ở địa chỉ 263-265 đường 3 tháng 2, Q.10, Tp.HCM. Được thành lập vào tháng 6/2001 với chi nhánh đầu tiên tại Ngamwongwan, Bangkok, Thái Lan, đến nay Wuttisak Clinic đã có hơn 140 chi nhánh trên khắp thế giới với hơn 250 chuyên gia và bác sĩ giàu kinh nghiệm cùng hơn 4.000 dịch vụ tiên phong. Những thành tựu nổi bật của Wuttisak trong ngành chăm sóc da và sắc đẹp trong suốt 14 năm qua được minh chứng bởi vô số các giải thưởng như: Thương hiệu đáng tin cậy năm 2012 và 2013 do tạp chí Reader của Thái Lan công nhận; giải thưởng cho nhà doanh nghiệp được trao bởi APEA năm 2012 và thương hiệu xuất sắc năm 2013 được trao bởi Superbrand UK.

NEWS *Hitech*



PORSCHE

Ngày 10/10, Porsche Việt Nam chính thức trình làng dòng xe Panamera 2014 với đầy đủ các phiên bản Panamera, Panamera 4, Panamera S, 4S, 4S Executive, GST, Turbo và Turbo Executive. Panamera 2014 được xem là tiếp bước thành công của phiên bản trước đó 4 năm với nhiều cải tiến, đáng chú ý nhất là động cơ, khả năng tiết kiệm nhiên liệu, nâng cao hiệu suất, ngoại hình, đặc biệt là sự xuất hiện của phiên bản trực cơ sở dài nhưng vẫn đảm bảo tính năng vận hành và tiện nghi vượt trội cũng như sự linh hoạt, thoải mái khi cầm lái.



BALI LIMOUSINES

Được thành lập từ năm 2012, Công ty TNHH Bali Limousines Việt Nam chuyên cung cấp dịch vụ thuê xe và đưa đón khách tại sân bay Tân Sơn Nhất cho những doanh nhân thành đạt, các chính khách trong và ngoài nước, hay những ai muốn được trải nghiệm phong cách doanh nhân với những dòng xe cao cấp nhất như Mercedes Benz S-class, Mercedes E-Class, Cadillac Escalade, Tahoe Chevrolet, Lincoln Navigator và Mercedes Van, cùng với nội thất sang trọng bọc da cao cấp, màn hình LCD, truy cập internet không dây, Ipad cho quý khách sử dụng trên xe... Hãy cảm nhận phong cách doanh nhân tại Bali Limousine đơn giản chỉ bằng một cuộc gọi, chúng tôi luôn sẵn sàng phục vụ Quý khách với phương châm "Luôn làm hài lòng khách hàng hơn cả sự mong đợi". Liên hệ: 08.3848.6888 hoặc truy cập website: www.balilimo.vn để biết thêm thông tin chi tiết.



SONY

Từ 27 - 29/9, tất cả các công nghệ đỉnh cao của Sony trong năm 2013 sẽ cùng hội tụ trong chương trình Sony show 2013 tại Nhà văn hóa Thanh Niên, số 4 Phạm Ngọc Thạch, Quận 1, Tp.HCM. Tâm điểm của sự kiện lần này chính là sự xuất hiện của chiếc smartphone Xperia Z1. Với thiết kế siêu mỏng, Xperia Z1 được trang bị công nghệ ống kính G danh giá với góc rộng 27mm và độ mở ống kính lên đến khẩu F2.0, cảm biến hình ảnh CMOS Exmor RS cho di động với kích thước lớn 1/2.3-type độ phân giải 20.7MP và bộ xử lý hình ảnh BIONZ cho di động.



LỊCH TRÌNH KHÁCH SẠN



METROPOLE HÀ NỘI

Hãy cùng khám phá không gian thú vị của mùa thu theo cách rất riêng tại khách sạn Metropole Hanoi tháng này. Các món đặc sản thú rừng sẽ được phục vụ tại nhà hàng Le Beaulieu, trong khi đó các món ngon Phú Quốc sẽ là điểm nhấn của nhà hàng Vườn Hương Vị. Bên cạnh đó, thực khách có cơ hội thưởng thức ẩm thực Ý tinh tế qua những sáng tạo của Bếp trưởng Ivan Negro.



INTERCONTINENTAL HANOI

Trong tháng 11 này, nhà hàng Saigon của khách sạn Intercontinental Hanoi sẽ đặc biệt khai thác chủ đề hải sản cho các món ăn của mình. Tới nhà hàng vào dịp này bạn sẽ có cơ hội thưởng thức các món hải sản như: Gỏi sứa xoài xanh khế chua, hồng yến nấu thịt gà, tôm hùm đỏ nướng cay, tôm càng nướng muối ớt xanh, ốc nhảy xào tiêu, sò dương nướng sốt cay, bún cá Nha Trang. Một gợi ý nhỏ, hãy để nhân viên của nhà hàng chọn rượu vang để có thể có sự kết hợp hài hòa nhất.



HOTEL DE L'OPERA HANOI

Hãy thưởng thức bữa trưa dành cho giới doanh nhân tại nhà hàng Café Lautrec của khách sạn Hotel de l'Opera Hanoi với giá chỉ VND 360,000++/người cho thực đơn hai món và VND 460,000++/người cho thực đơn ba món. Chắc chắn những món ăn Địa Trung Hải sẽ giúp bạn cùng đồng nghiệp luôn cảm thấy mỗi bữa ăn là một chuyến du ngoạn vào thế giới ẩm thực.



FORTUNA

Một lễ hội ẩm thực tuyệt vời đang chờ đợi thực khách! Hiện Đại tiệc Sushi đang được giới thiệu vào các ngày trong tuần từ 11:00 đến 14:00 tại Nhà hàng Nhật Bản Emperor của khách sạn Fortuna Hà Nội. Chỉ với 420.000++/người lớn và 210.000++/trẻ em (dưới 12 tuổi), thực khách có thể thưởng thức hơn 70 món sushi và nhiều món ăn khác bao gồm món khai vị, món thịt và các món tráng miệng mang đậm hương vị của xứ sở mặt trời mọc. Đặc biệt hơn cả, nhà hàng đang áp dụng ưu đãi ăn 3 trả tiền 2.

NIKKO

Không ai yêu thích ẩm thực Nhật mà không biết tới lẩu Shabu-shabu. Cái tên thú vị Shabu-shabu của món lẩu đặc biệt này được đặt dựa theo âm thanh tạo ra khi nhúng thịt vào nước dùng. Những miếng thịt bò bản to được thái mỏng, nhúng qua nhúng lại trong nồi nước dùng nấu từ rong biển hoặc táo bẹ, thả thêm gia vị và rau xanh như đánh thức tất cả giác quan của thực khách. Nếu muốn ăn lẩu Shabu-shabu ngon nhất Hà Nội, gợi ý của Hàng Hiệu là tới nhà hàng Benkay của khách sạn Nikko. Giá 580,000VND/người.



JW MARRIOTT HANOI

Ngày 17/10/2013 khách sạn JW Marriott Hanoi đã tổ chức sự kiện ẩm thực đặc sắc tại nhà hàng French Grill hiện đại và sang trọng nằm tại khuôn viên khách sạn. Tại sự kiện, thực khách tự định giá cho từng món ăn được phục vụ tại nhà hàng. Đây là lần đầu tiên phương thức tự định giá đặc biệt này được tổ chức tại Việt Nam, tạo cơ hội cho các thực khách thể hiện sự trân trọng với chất lượng món ăn cũng như tinh thần phục vụ tại nhà hàng. Tham gia sự kiện có sự góp mặt của siêu mẫu Thanh Hằng, hoa hậu Thùy Lâm, vợ chồng nghệ sĩ Hồng Anh, ca sĩ Hà Linh, nhiếp ảnh gia Samuel Hoàng cùng nhiều nhân vật khác của Hà Nội.



HYATT REGENCY ĐÀ NẴNG RESORT & SPA

Bạn đã có ý tưởng nào cho Mùa Giáng Sinh và Năm Mới ấm áp đang tới gần? Gợi ý của chúng tôi là tham dự các hoạt động vui nhộn và không khí lễ hội từng bừng tại khu nghỉ Hyatt Regency Đà Nẵng Resort & Spa. Khu nghỉ đang chào mời gói nghỉ dưỡng 03 đêm với giá 19.200.000 đồng/phòng. Với gói nghỉ dưỡng này, khách hàng sẽ được miễn phí ăn sáng hàng ngày, dùng tiệc buffet vào đêm Giáng Sinh 24/12 hoặc đêm Giao Thừa 31/12 tại nhà hàng Green House. Ngoài ra, khách còn được chiết khấu 20% cho các dịch vụ massage tự chọn tại VIE Spa.

DAEWOO HANOI

Khách sạn Deawoo Hà Nội chào mừng sự khởi đầu của mùa lễ Giáng Sinh năm nay với tiệc buffet đón lễ Tạ Ơn vào ngày thứ năm cuối cùng của tháng 11, ngày 28/11. Một bữa tiệc mừng lễ Tạ Ơn kiểu Mỹ ấm cúng và sang trọng tại nhà hàng Café Promenade với các món ăn truyền thống như: Gà tây nướng, Bánh bí ngô, Bò nướng, Giăm bông cùng rất nhiều món ngon khác tại các quầy salad, hải sản, thức ăn nóng và các món tráng miệng hấp dẫn ... Giá vé VND850,000++/ người lớn và VND550,000++/ trẻ em bao gồm đồ uống nước ngọt và bia tươi. Nhà hàng phục vụ từ 18h00 – 22h00. Để biết thêm thông tin và đặt chỗ, xin liên hệ: +84 4 3831 5000, máy lẻ 3039.



AMIANA NHA TRANG

Chỉ với 315.000 đồng ++/ người (giảm giá 50% cho trẻ em từ 5-12 tuổi) là bạn có thể có một ngày ngập tràn nắng ấm và gió mát ở Amiana. Tại đây bạn sẽ được thỏa thích vùng vẫy tại hai hồ bơi lớn với hồ bơi nước mặn rộng 2.500m2 và hồ bơi nước ngọt rộng 700m2. Ngoài ra, bạn còn có thể được giảm 20% trên thực đơn trưa đặc biệt "Giấc mơ mùa hè" và giảm giá 10% các môn thể thao nước như kayak, motor nước, du thuyền...

BOUTIQUE HOI AN RESORT

Lý do bạn tới nghỉ ở Boutique Hoi An Resort trong thời điểm này (nếu vô tình bạn tới Hội An) là chương trình ưu đãi "Ở 4 đêm thanh toán chỉ 3 đêm" cho phòng Deluxe. Bên cạnh việc được hưởng mức giá phòng cực kỳ hấp dẫn, du khách có thể được tặng nhiều dịch vụ miễn phí kèm theo như ăn sáng tự chọn cho hai người tại nhà hàng Le Café, miễn phí Wifi Internet, miễn phí tham quan phố cổ Hội An bằng xe buýt và xe đạp. Boutique Hoi An Resort Tổ 6, Khối Tân Thịnh, Phường Cẩm An, Hội An, Quảng Nam, Việt Nam Tel: +(84) 0510 3939 111





LỊCH TRÌNH KHÁCH SẠN

PARK HYATT SAIGON

Tại sao bạn không tới nhà hàng Square One của khách sạn Park Hyatt Saigon vào tối ngày 21/11 tới để trải nghiệm sự kết hợp hài hoà giữa rượu vang vùng Bordeaux với những món ăn được đặc biệt chuẩn bị bởi đầu bếp Soren của nhà hàng. Trong sự kiện đặc biệt này sẽ có sự góp mặt của các nhà làm vang nổi tiếng của vùng. Đây chính là cơ hội để bạn có thể học hỏi về nghệ thuật ẩm thực và có thêm những câu chuyện về những nhà làm rượu của vùng đất trứ danh và huyền thoại của Pháp.



SHERATON SAIGON

Đến nhà hàng Saigon Café vào mỗi tối Thứ Bảy trong tháng 11 để trải nghiệm một bữa tiệc cùng các món hải sản tươi ngon như hàu nướng Kilpatrick, Rockefeller, Florentine hay hàu nướng với phô mai và xúc xích cay. Thực khách cũng có thể chọn các món hải sản tái chanh ăn cùng muối tiêu hay mù tạt, đơn giản nhưng đầy thi vị, hàu tươi sốt tabasco, hay hàu tươi và trứng cá. Giá VND 980.000++ đã bao gồm rượu sủi tăm, rượu vang, trà và cà phê phục vụ không giới hạn.



EVASON ANA MANDARA NHA TRANG

Thưởng thức Tôm hùm Nha Trang và hải sản nướng trên bãi biển với Nhạc sống, cảm nhận lớp cát mịn màng, mát rượi dưới lòng bàn chân trong khi tận hưởng những loại hải sản tươi ngon nhất cùng các loại thịt, xà lách, sushi, khoai tây chiên và nhiều hơn nữa. Tất cả được chế biến theo yêu cầu của thực khách. Bổ sung cho bữa ăn tối của bạn với một lựa chọn không thể cưỡng lại của trái cây nhiệt đới kỳ lạ và món tráng miệng tinh tế. Ăn sáng tại Pavilion để đắm mình trong ánh nắng mặt trời buổi sáng sớm và lắng nghe tiếng sóng với lựa chọn từ các loại trái cây nhiệt đới, nước ép trái cây, bánh ngọt, bánh quế, cùng nhiều món ngon từ đặc sản Việt và nhiều hơn nữa. Hãy trải nghiệm tất cả những khoảnh khắc tuyệt diệu đó tại Evason Ana Mandara Nha Trang. Để đặt phòng xin vui lòng liên hệ: **T : +84 58 352 2222** hoặc email: reservations-nhatrang@evasonresorts.com.



PULLMAN SAIGON CENTRE

Những ngày chủ nhật lười biếng chính là cơ hội để bạn thưởng thức bữa ăn Brunch – những bữa ăn kết hợp giữa bữa ăn sáng và bữa ăn trưa tại khách sạn Pullman Saigon Centre. Chỉ với 1.290.000++, bạn sẽ có cơ hội thưởng thức hơn 80 món được chế biến tinh tế. Các món khai vị rau quả được chế biến theo phong cách hiện đại rất hợp với những người ăn kiêng. Hải sản có tôm hùm. Trong khi đó, các món Âu có gan ngỗng béo. Gợi ý của Hàng Hiệu: nếu dùng bữa tại đây đừng quên gọi món kem “khí Ni-tơ” độc quyền của khách sạn.



EQUATORIAL

Bạn dự định cùng gia đình thưởng thức hương vị Gà Tây tại nhà? Bạn muốn gửi tặng người thân, bạn bè, đối tác món quà ý nghĩa nhân dịp đặc biệt. Khách sạn Equatorial hân hạnh mang đến bạn dịch vụ “Gà Tây Mang Về”. Hãy gọi hoặc điền đầy đủ thông tin vào phiếu và gửi fax/ email đến khách sạn, món Gà Tây hảo hạng sẽ được giao đến tận nhà để bạn dễ dàng có được một bữa tiệc ngon miệng, ý nghĩa và trọn vẹn. Giá bán từ: 1.565.000đ. Giá trên đã bao gồm sốt giblet, sốt cam việt quất, khoai tây nướng, đậu xanh và cà rốt.



RAMANA SAIGON

Từ 15/10/2013 – 31/03/2014, khách sạn Ramana thực hiện chương trình khuyến mãi đặc biệt cho các khách nghỉ là người Việt: Homecoming Package. Cụ thể với chương trình này, khách chỉ cần 2.232.000 VND/người và 2.784.000 VND/2 người sẽ có 3 ngày 2 đêm nghỉ. Ngoài ra, khách sẽ được ăn sáng tự chọn hàng ngày, 01 suất Massage Chân hoặc 1 Suất Ăn Tối.



REX SAIGON

Hiện Vertical Garden của khách sạn Rex Sài Gòn đang là địa chỉ ẩm thực quen thuộc của những người sành ẩm thực thành phố. Khi đến đây dùng điểm tâm vào buổi sáng hay quây quần cùng bạn bè – đối tác, cùng thưởng thức ly cà phê ngon, khách hàng có thể tận hưởng không khí mát lành buổi ban mai mang lại một cảm giác dễ chịu khi ngắm nhìn những khoảng xanh dịu mắt. Sự táo bạo trong ý tưởng và thực hiện vườn treo cho nhà hàng Vertical Garden càng khẳng định xu hướng đưa thiên nhiên hòa hợp vào cuộc sống. Ăn uống, nghỉ dưỡng trong một môi trường trong lành, thân thiện với thiên nhiên, giúp con người dễ dàng giải tỏa căng thẳng, mệt mỏi. Khách sạn Rex, 141 Nguyễn Huệ, Q1, Tp.HCM. Tel.: 848 3829 2185 – 848 3829 3115. Fax: 848 3824 8962

NOVOTEL SAIGON CENTRE

Một trong những địa điểm để ngắm Sài Gòn vào ban đêm mà Hàng Hiệu muốn giới thiệu với bạn là onTop Bar của khách sạn Novotel Saigon Centre. Mở cửa hoạt động hàng ngày từ 5.30 chiều đến khuya, onTop Bar phục vụ một thực đơn độc đáo với hơn 20 loại pho-mát và thịt nguội kết hợp hoàn hảo với các loại rượu từ khắp thế giới, các món ăn nhẹ - “tapas” phong cách Việt – Âu, các loại cocktail cả truyền thống và thời thượng nhất trên thế giới hiện nay.



RIVER HOTEL HÀ TIÊN

River Hotel Hà Tiên mang dáng dấp một con tàu nguy nga bên bờ Tô Châu, đầm Đông Hồ nổi tiếng. Khách sạn hành diện đạt chuẩn 4 sao duy nhất tại Hà Tiên, một vùng đất thụ hưởng những vẻ đẹp tuyệt

vời của tạo hóa. Khách sạn có tổng thể 81 phòng, từ loại phòng tiêu chuẩn như Superior và Deluxe đến phòng cao cấp như Junior Suite và President. Tất cả đều hướng ra biển, núi và toàn cảnh trung tâm Thị xã Hà Tiên. Cùng với đội ngũ nhân viên phục vụ chuyên nghiệp, nhiệt tình, River Hotel cam kết sẽ mang đến cho Quý khách những giây phút thực sự thoải mái, tiện nghi và ấm cúng. Hãy nhanh tay đặt phòng tại River Hotel Hà Tiên với chương trình Khuyến mãi đặc biệt “Chỉ 818,000VNĐ/ phòng/ đêm + ăn sáng và ăn trưa hoặc tối cho 02 khách”. Liên hệ phòng Kinh doanh - ĐT: 08.3547.4382 để biết thêm thông tin chi tiết.



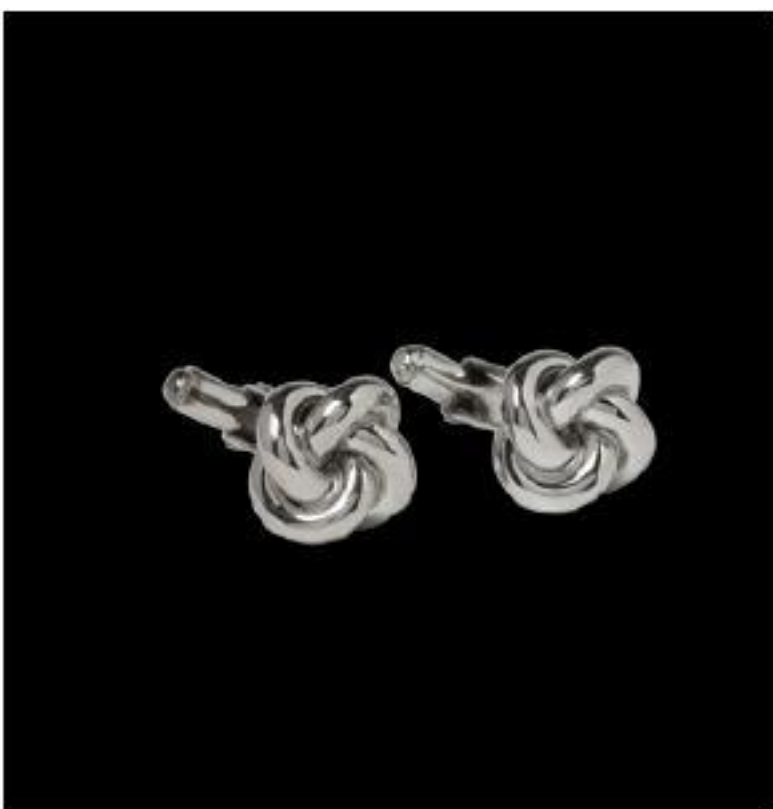
CARAVELLE

Còn gì ấm cúng hơn việc có thể quây quần cùng các thành viên gia đình và người thân trong bữa tối vào dịp lễ Tạ Ơn. Một gợi ý nhỏ về địa điểm cho bạn là nhà hàng Nineteen của khách sạn Caravelle. Chỉ với 1.013.000 đồng++/người, bạn sẽ có thể thưởng thức pho-mai Pháp, thịt nguội ngoại nhập, sushi cuốn tay, bánh mì mới nướng mềm mại, thơm lừng. Hoặc bạn cũng có thể lựa chọn các loại cá và sò tươi ngon được phục vụ chế biến theo ý thích của thực khách. Đặc biệt, món Gà Tây Nướng sẽ được phục vụ không giới hạn với các loại sốt phong phú và đầy hương vị.

INTERCONTINENTAL ASIANA SAIGON

Sau một ngày làm việc, không gì có thể thư giãn bằng việc khám phá quán cà phê The Library của khách sạn InterContinental Asiana Saigon. Điểm đặc biệt thú vị là chỉ với 330.000 VND++/khách nhưng khách hàng sẽ được trải nghiệm một sự kết hợp ẩm thực đầy thú vị giữa “văn hoá địa phương” và “văn hoá quốc tế” qua những tách trà và những món kẹo bánh truyền thống của Việt Nam. Gợi ý của Hàng Hiệu, tại sao bạn không tới The Library vào các thứ 03, thứ 04 và thứ 05? Trong những ngày này, quán sẽ phục vụ các chương trình nhạc Jazz.





www.hanghieumagazine.vn





CUỘC CÁCH MẠNG ĐỘNG CƠ CỦA THẾ KỶ 21

Nhỏ hơn - Mạnh hơn - Tiết kiệm hơn

1.0L = 1.6L = 125 mã lực



Hãy đến ngay triển lãm ô tô từ 23 - 27/10
để chiêm ngưỡng xe Ford Hoàn Toàn Mới

*Mức tiêu hao nhiên liệu được đo trong điều kiện thử tiêu chuẩn



Go Further

- HANOI FORD: 94 Ngô Thị Nhậm, Hà Nội. Tel: 04.39712439
- CAPITAL FORD: Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888
- THANGLONG FORD: 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920
- THANH XUÂN FORD: 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525
- ANDO FORD: C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055
- HATHANH FORD: KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566
- HAIPHONG FORD: 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990
- QUANGNINH FORD: Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hạ Long. Tel: 033.3628699
- VINH FORD: Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 038.3515292
- DANA FORD: 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555
- DANA FORD BÌNH ĐỊNH: 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555

- DAKLAK FORD: 35A Trương Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3954999
- DONGNAI FORD: 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130
- SAIGON FORD: 61A Cao Thắng, Quận 3, TP. HCM. Tel: 08.38181458
- SAIGON FORD CẦN THƠ: 41A Đường 3/2, Xuân Khánh. Tel: 0710.3730720
- SAIGON FORD PHỐ QUANG: 104 Phố Quang, Tân Bình, TP. HCM. Tel: 08.38442947
- CITY FORD: 78B, Quốc Lộ 13, Phường 26, Bình Thạnh, TP. HCM. Tel: 08.35120473
- CITY FORD NHA TRANG: 580 Lê Hồng Phong, TP. Nha Trang. Tel: 058.3880366
- WESTERN FORD: 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM. Tel: 08.38776732
- BENTHANH FORD: 831 Trương Chinh, Tân Phú, TP. HCM. Tel: 08.38157979
- PHÚ MỸ FORD: Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái 2, Quận 2, TP. HCM. Tel: 08.37425454

ĐƯỜNG DẪY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-568888

| ford.com.vn |



Nhà cung cấp tủ bếp chuyên nghiệp

Showroom 1: Biệt thự 17/H1, Khu đô thị mới Yên Hòa, Cầu Giấy, Hà Nội

Showroom 2: Số 113+115, Khuất Duy Tiến, Thanh Xuân, Hà Nội

Showroom 3: Tầng 5, Số 7-9-11, Nguyễn Thái Học, Hà Nội

Showroom 4: Số 18, Nguyễn Trãi, TP. Hải Dương, Hải Dương

Showroom 5: Số 351 Nguyễn Huệ, Phố Mới, TP. Lào Cai, Lào Cai

Showroom 6: Biệt thự 10A, Sông Đáy, Phường 2, Tân Bình, TP. Hồ Chí Minh

Hotline: 0934 221 222

www.bsmartkitchen.vn