

HÀNG HIỆU



Tối Giản. Định Nghĩa Mới về xa xỉ
Cách Mạng Mới ở Dior=Kris+Raf/
M.Sasek vẽ London/12 polaroids
xa xỉ/3 sao Michelin của Roux/
Góc nhìn khác của Hermès về đồng hồ/
Sức Mạnh Wraith của Rolls-Royce



CANALI.COM

LUALA

61 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội | 04. 3825 8999
88 Đồng Khởi, Quận 1, TP. HCM | 08. 3829 9288

<https://tieulun.hopto.org>





TISSOT TRADITION PERPETUAL CALENDAR. MỘT PHIÊN BẢN ĐỒNG HỒ CỔ ĐIỂN VỚI BỘ CHUYỂN ĐỘNG ĐỘC QUYỀN CÓ LỊCH VĨNH CỬU, VỎ THÉP KHÔNG RỈ 316L VÀ KÍNH SAPPHIRE CHỐNG TRẦY XUỐT. **INNOVATORS BY TRADITION.**

TISSOT.CH



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@topten.com.vn – Website: www.topten.com.vn

BOUQUES: • Sun Wah Tower 115 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (3821 9279) • 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)

<https://tieulun.hopto.org>



Perpetual Calendar



LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853

ĐẠI LÝ: TP.HCM • **Thương Xá Tax** 135 Nguyễn Huệ, Q.1 (38213231) • **Vincom Center** 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1 (39939099) • **Union Square** 116 Nguyễn Huệ, Q.1 (38257739) • **Diamond Plaza** 34 Lê Duẩn, Q.1 (38227884) • **Parkson Saigon Tourist** 35-45 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38277578) • **Parkson CT Plaza** 60A Trường Sơn, Q.TB (62971819) • **Maximark** 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991) • **Maximark** 15-17 Cộng Hòa, Q.TB (38116502) • **Tân Tân** 55 Lê Lợi, Q.1 (38213778) • **Mạnh Thắng** 72B Lê Lợi, Q.1 (38220465) • **Tic Tac** 72 Đồng Khởi, Q.1 (38293392) • **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 Trãi, Q.PN (38441212) • **PNJ** 362A Nguyễn Văn Nghi, Q.GV (38954597) **HÀ NỘI** • **Vincom Megamall Times City** 458 Minh Khai, Q.HBT (32001400) • **Vincom Megamall Royal City** 72A Nguyễn Trãi, Q.TX (62620560) • **Duy Anh Watch** 7 Hàng Khay, Q.HK (66566660) • **Vincom Center** 191 Bà Triệu, Q.HBT (22200268) • **Savico Megamall** 79 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (62550099) • **Lotte Mart**, 229 Tây Sơn, Q.ĐB (38539966) • **Duy Anh Watch** 212 Phố Huế, Q.HBT (22148336) • **New Watch** 37 Hàng Khay, Q.HK (39344865) **ĐÀ NẴNG** • **Big C Vinh Trung Plaza** 225-227 Hùng Vương (3666066) • **Indochina Riverside Mall**, Tầng 1, 74 Bạch Đằng (3843818) • **PNJ** 123 Hùng Vương (3812618) **VŨNG TÀU** • **Đại Hưng** 228 Bạc Liêu, P3 (3530085)

CONTENTS

FEATURE

- 040 | **Thời trang & môi trường**
Stella McCartney: "Có rất nhiều cách để kinh doanh thời trang và đồng thời bảo vệ môi trường".
- 048 | **Cánh buồm pha lê**
Foundation for Creation của Louis Vuitton mở cửa vào tháng Mười, 2014.
- 060 | **Power Duo**
Kris Van Assche & Raf Simons: Cặp đôi sáng tạo của Dior
- 128 | **City+Nature**
Stefano Pilati với Ermenegildo Zegna AW 2014.



LIFESTYLE

- 016 | **Whatson**
New Easy from Boss. Lux Kicks with Tom Ford
Boxed Jeweled with Chopard.
- 042 | **Living is all about...**
Chiếc rương Coffre à Lutrín của Hermès
Bộ dao đĩa của Christofle do Claudio Colucci thiết kế
- 050 | **TopLux from...**
Dior. Sawelli. Chopard. B&O. Christopher Guy.
Hermès. Cartier. Kenzo.
- 066 | **Travel in style to London**
074 | Khám phá London với phụ kiện của Salvatore Ferragamo, Rimowa và Vivienne Westwood. Tới thăm cửa hàng bán ô James Smith & Sons danh tiếng ở thủ đô của xứ sở sương mù. Dành riêng những khoảng lặng thời gian để đọc This is London và đừng quên kết thúc với...



Stella McCartney: Thời trang & môi trường trang.040
Foundation for Creation trang.046
Kris Van Assche trang.060

MERIDIIST //



THE ESSENCE OF LUXURY COMMUNICATION MERIDIIST 2nd generation

BROWN ALLIGATOR, FULL ROSE GOLD

- Dual SIM • Dual Time Unit Display • Private Concierge Service
- 28 days standby time • Sapphire Crystal Screen



TAGHeuer
AVANT-GARDE COMMUNICATION

<https://tieulun.hopto.org>

CONTENTS

FASHION

- 024 | **AW 14 - Runway Review**
 Những thiết kế mới nhất của Hermès, Etro, Burberry Prosum, Paul Smith, Roberto Cavalli, Valentino, Rag&Bone, Balmain.
- 116 | **Prints of Self**
 Lăng kính của Tim McMahon và những thiết kế thời trang nam mới nhất từ Dior Homme, Maison Martin Margiela, Totemism, Burberry, Givenchy, và Hermès. Givenchy. Saint Laurent.
- 128 | **Still Life**
 12 bức ảnh polaroid về những sản phẩm da của Saint Laurent, Maison Martin Margiela, Versace, Louis Vuitton, Salvatore Ferragamo, Céline, Dior, Hermès, Balenciaga.
- 147 | **Watch Out for The Chosen...**
 Iconoclasts: 6 nhà thiết kế lớn sáng tạo nền canvas mới kỉ niệm 160 năm lịch sử Louis Vuitton.
- 148 | **Check out the Last Look**
 Một góc nhìn mới về sự thanh lịch, túi duffle Haul Pablo Coppola thiết kế cho Bally AW 14.

BEAUTY

- 035 | **Haute Couture Beauty**
 AW 2014: Những phong cách trang điểm hiện đại và thực sự cao cấp được lấy cảm hứng từ đồ họa, mẫu thuẫn mà vẫn nữ tính và sang trọng.
- 104 | **Backstage Beauty**
 Nét thanh lịch Pháp của Métiers d'Art dưới bàn tay Karl Lagerfeld, nét hoàn hảo không tì vết với sắc màu thảo nguyên vùng Dallas.
- 110 | **Beauty. Best of the month**
 Crème de la Mer và ngày đại dương thế giới.
 Cảm hứng xa xỉ "Cuirs Fétiches". BST mỹ phẩm AW 2014 từ YSL.
 Trang điểm cho kì nghỉ. Surf & Sand từ Bobbi Brown.



BOSS
HUGO BOSS

CONTENTS

TOP MACHINE

- 068 | **Cool car from:**
Rolls-Royce Wraith
Cooper Hardtop
- 096 | **Best Yatch this month:**
Twizzle: Du thuyền cân đối tuyệt vời thiết kế bởi Dubois
Nameless: Du thuyền trang nhã từ hãng Mondo, Italy

DESTINATIONS

- 076 | **Banyan Tree**
Vịnh Lăng Cô
- 084 | **La Maison 1888**
InterContinetal Đà Nẵng
- 088 | **Amiana**
Nha Trang

WATCH + JEWELLERY

- 056 | **Camélia Privé**
Chanel và nghệ thuật chế tác đồng hồ trang sức.
- 138 | **Trang sức dành cho nam giới**
Không chỉ dành cho những ngôi sao hay thành viên hoàng gia...
- 140 | **Decorated Hour**
Xu hướng của đồng hồ
- 144 | **Đồng hồ Stepan Sarpaneva**
"The moon makes me crazy"



LIFE IS A SMILE
HAPPY SPORT AUTOMATIC

T
T A M S O N

Chopard

CỬA HÀNG CHOPARD: Tầng 1, Union Square, 116 Nguyễn Huệ, Quận 1, TP. HCM, Tel. +84 8 3823 8709

www.chopard.com

<https://tieulun.hopto.org>

SỰ TỐI GIẢN

Editor's Letter

Nhà văn Edward de Bono từng nói: “Trong một thế giới ngày càng phức tạp, sự tối giản đang trở thành một trong bốn yếu tố quan trọng.”

Chính thế, bắt đầu từ số này, ấn phẩm **Hàng Hiệu** sẽ được xây dựng lại dưới góc nhìn tối giản. Sự tối giản đó nhiều khi chỉ là đường kẻ nhỏ mờ cạnh số trang, sự tính toán trong sắp trang, chủ đề xuyên suốt của cuốn giúp bạn lật ra bất kỳ trang nào vẫn tìm được nội dung thú vị để đọc. Đó chính là sự tối giản được thiết kế có mục đích từ đầu.

Sự tối giản còn xuất hiện cả trong trang mục lục, thư toà soạn, mục sản phẩm xa xỉ TopLux, bài viết chính Feature và cả bài nhận định sản phẩm thời trang Thu Đông 2014. Không những thế, dấu ấn của sự tối giản còn hiện diện trong các phần mới như tin tức xa xỉ Watson, trang chủ đề du hành theo tháng thú vị This is... và trang về nội thất, lối sống tinh tế Living is all about... từ chiếc rương di động xa hoa của Hermès cho tới những thanh sô cô la độc đáo của anh em nhà Mast.

Vẫn chưa hết, chúng tôi còn mang sự tối giản vào việc thực hiện các bộ sưu tập. Chúng tôi đã cùng nhiếp ảnh gia chụp thời trang trong một góc nhìn mới, cân nhắc rất kỹ trong việc lựa chọn địa điểm cho buổi chụp thời trang nam giới Dior Homme, Givenchy và Maison Martin Margiela. Chúng tôi nhớ lại niềm vui giản đơn polaroid, chụp và in ngay, cho những mẫu túi xa xỉ mới nhất của Dior, Saint Laurent và Céline.

“Sự tối giản dễ vận hành nhưng thật khó để thiết kế. Ta sẽ cần sự sáng tạo.” Ông Edward de Bono đã từng nói như vậy. Và đó cũng chính là góc nhìn của ấn phẩm **Hàng Hiệu** lần này, sự tối giản là định nghĩa xa xỉ mới.

Đây là sự mở đầu. Ấn phẩm sẽ trở nên nhẹ nhàng hơn, rõ ràng tuyệt đối và có chủ ý và điểm nhấn, và vẫn bảo toàn sự xa xỉ mà bạn đọc yêu thích từ **Hàng Hiệu**.

Hoàng Anh



Hình bìa:

Rational exploration of the undersea:
irrational walk 2006
Philippe Ramette

Cỗ máy đặc biệt của Đồng hồ Hermès Dressage L'heure Masquée
Khi ở chế độ hoạt động bình thường, kim giờ ẩn mình dưới kim phút và từ từ quay về đúng giờ khi ấn nút



Hình bìa:

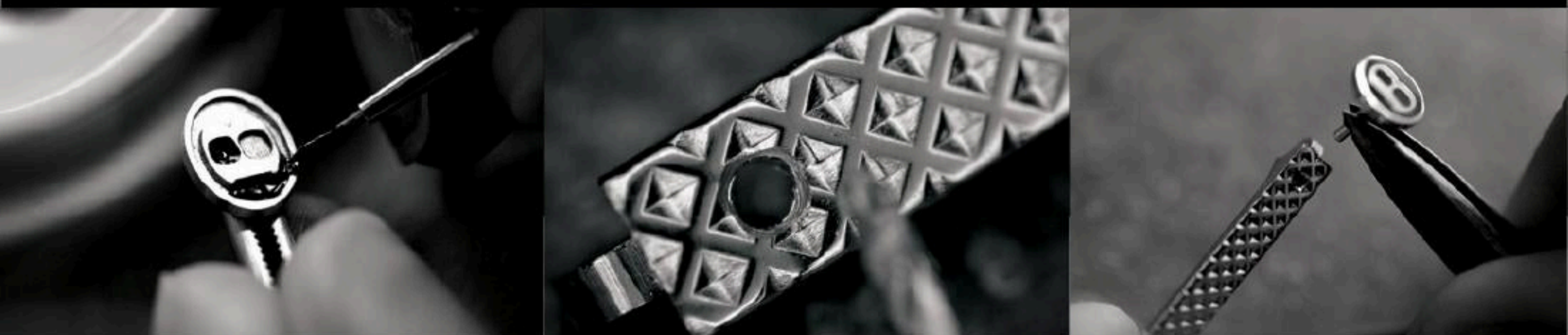
Intercontinental Nha Trang,
32-34 Tran Phu St, Nha Trang
City, Khanh Hoa Province,
Vietnam



Chúng tôi đặt lên với số đông



Handmade solid gold eyewear
(Giá: 272.000.000 VNĐ)



MILUXE Exclusive Boutique:

- * L2-34AB Vincom Center A - 171 Đồng Khởi - 116 Nguyễn Huệ, Q. 1, TP. HCM
- * 199 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Q. 3, TP. HCM
- * S214, tầng 2, Tràng Tiền Plaza, 26 Hai Bà Trưng, Q. Hoàn Kiếm, Hà Nội
- * G16 Indochina Riverside Towers, 77 Trần Phú, Q. Hải Châu, TP. Đà Nẵng

Email: contact@miluxe.vn

Kính mắt Việt Tín:

- * 345 Cầu Giấy - Q. Cầu Giấy - Hà Nội
- * C4-142 Giảng Võ - Q. Ba Đình - Hà Nội



BENTLEY

EYEWEAR

"Bentley" and the "B in Wings" are registered trademarks
© 2011 Bentley Motors

<https://tieulun.hopto.org>

EDITORIAL / BAN BIÊN TẬP

PUBLICATION MANAGER /
CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN
Giám đốc - TS Nguyễn Ngọc Kim Anh

CONSULTANT EDITORIAL / CỐ VẤN NỘI DUNG
Trần Hoàng Anh

EDITORS / BIÊN TẬP
Cao Minh Phượng
Trịnh Xuân Luân

MANAGING EDITOR / PHỤ TRÁCH NỘI DUNG
Trí Tuệ

ART / THIẾT KẾ

CREATIVE DIRECTOR /
GIÁM ĐỐC SÁNG TẠO
Rita Trömböczky

ART DIRECTOR / CHỈ ĐẠO NGHỆ THUẬT
Yến Bùi

DESIGNING DEPARTMENT /
PHỤ TRÁCH THIẾT KẾ
Nguyễn Media

DESIGNER / THIẾT KẾ
Rika Nguyễn

PHOTOGRAPHY / NHIẾP ẢNH

PHOTOGRAPHY DIRECTOR /
CHỈ ĐẠO NHIẾP ẢNH
Quý Trần

ASOCIATE PHOTOGRAPHY EDITOR /
BIÊN TẬP NHIẾP ẢNH
Trương Dương Quý

ARCHITECTURE / DESIGN / KIẾN TRÚC / THIẾT KẾ

ARCHITECTURE EDITOR /
BIÊN TẬP KIẾN TRÚC
Bùi Nguyễn Hoàng

DESIGN EDITOR / BIÊN TẬP THIẾT KẾ
Trần Anh Tuấn

FASHION / THỜI TRANG

FASHION EDITOR /
BIÊN TẬP THỜI TRANG
Bùi Ngọc Oanh

FASHION EDITOR / BIÊN TẬP THỜI TRANG
Hương Đỗ

BEAUTY / LIFESTYLE / MỸ PHẨM / LỐI SỐNG

BEAUTY EDITOR / BIÊN TẬP MỸ PHẨM
Thanh Hoa

BOOKING EDITOR / BIÊN TẬP ĐẶT BÀI
Lan Hương

LIFESTYLE EDITOR / BIÊN TẬP LỐI SỐNG
Lê Hương

TRAVEL / DU LỊCH

TRAVEL EDITOR / BIÊN TẬP DU LỊCH
Nguyễn Xuân Hòa

PRODUCTION / PHỤ TRÁCH SẢN XUẤT

PRODUCTION EDITOR / BIÊN TẬP SẢN XUẤT
Nguyễn Thùy Trang

EDITORIAL OFFICE / TRỤ SỞ CHÍNH

Hà Nội:
P2102, tầng 21, 57 Láng Hạ, Đống Đa, Hà Nội
Tel: 04. 3773 8005
Fax: 04. 3773 8006

Tp.HCM:
Tầng trệt, Toà nhà Fafilm, 06 Thái Văn Lung, Q.1
Tel: 08. 3824 6841
Fax: 08. 3820 5009

PUBLISHING

ADVERTISING / QUẢNG CÁO
Hà Nội: 091 587 2222 | Tp.HCM: 097 371 9999
Email: chaubachmedia@gmail.com

Website: www.3nana.vn
iPad / iPhone: App Store / Viet Bookstore / Hàng Hiệu

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.

SỐ ĐĂNG KÝ KẾ HOẠCH XUẤT BẢN
687/QĐ-XBTDTT/17-2014/CXB/19-619/TDĐT
Khổ: 21 x 28,5 cm
In tại Nhà máy In Bản Đồ - 85 Nguyễn Chí Thanh - Hà Nội
In xong và nộp lưu chiểu tháng 8 năm 2014
ISBN: 978-604-85-0058-0
Giá: 39.500 VND

*cuộc sống là nét đẹp năng động



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

hcmc • union square • new world hotel • hanoi • vincom royal city • pacific place

<https://tieulun.hopto.org>

WHATSON

Những thông tin mới nhất mà bạn quan tâm về Hàng Hiệu

Aug/Sept 14



New Easy

HUGO-BOSS Thu Đông 2014: SCANDINAVIA

Để định nghĩa về sự thoải mái, hãy ghé thăm các thành phố của Bắc Âu. Về đẹp không tuổi Scandinavia là sự pha trộn giữa phong cách tối giản hiện đại và những chi tiết bình dị như các hình khối kiến trúc kết hợp với các nguyên liệu tự nhiên cùng màu sắc chân thật. Điều này được thể hiện rõ qua phong cách Scandinavia của nhà hát Opetetra mới của Oslo. Một ví dụ độc nhất về thiết kế chính xác và hiện đại, sắc sảo nhưng nhã nhặn, không cầu kì nhưng cũng không hề đơn giản.

Hugo Boss đã thành công trong việc đưa phong cách Scandinavi này vào những mẫu thiết kế trang phục Thu - Đông 2014 của mình. Hãng đưa ra khái niệm một bộ đồ lịch sự có thể được tạo ra qua nhiều cách phối khác nhau: áo sơ mi và cà vạt đan len được kết hợp với áo len cardigan, áo jacket, quần kaki xanh dương và giày da lớn.

Lux Kicks

Giày thể thao mới từ Tom Ford.►

Có lẽ chẳng phải nói quá nếu chúng ta gọi Tom Ford là người đại diện tối thượng cho phong cách lịch lãm, nhưng cuối cùng thì điều gì đã khiến Tom Ford ủng hộ xu thế sản xuất giày sneakers? Tom Ford luôn cố gắng tìm cách nâng tầm cho những đôi giày của mình để có thể làm vừa lòng những quý ông khó tính. “Đạo đức nghề nghiệp khiến tôi quyết định chỉ thiết kế giày sneakers khi đã tìm ra cách để làm cho chúng xứng đáng với chất lượng mà khách hàng luôn mong đợi từ những sản phẩm của hãng”. Tom Ford chia sẻ. Mỗi một đôi Air Ford cần nhiều hơn 1 tuần để thiết kế và gia công. Giày được sản xuất từ da chất lượng nhất. Loại da này được thuộc thủ công để mang lại độ đàn hồi hoàn hảo. “Từng quá trình được thực hiện chuẩn xác cho bất kỳ đôi giày nào”. Ford nói. Bây giờ, tất cả chỉ là vấn đề thời gian chờ đợi cho tới khi bạn có thể lướt trên cỏ trong đôi wingtips và giữ đôi sneakers cho những dịp đặc biệt.



Cool Corner

◀ Bally Thu đông 2014.

Ngôi nhà lưu giữ một kho trữ bày áp phích của các nghệ sĩ Pháp như Hugo Laubi, Bernard Villemot, Lise Berset và các mẫu giày từ thế kỷ 19 là nơi mà Pablo Coppola - Giám đốc sáng tạo mới của Bally đến thăm khi ông bắt tay thiết kế bộ sưu tập đầu tiên cho hãng. Coppola thiết kế mẫu túi Gentlewoman, một chiếc hộp nhỏ bằng da tự nhiên với góc trái được thiết kế vát đi một cách gọn gàng. “Tôi rất thích ý tưởng rằng trong thời đại ngày nay và cả sau này nữa, khi mà tất cả đang bị biểu tượng hoá qua logo thì chúng tôi lại có thể tạo ra những sản phẩm vô cùng đơn giản nhưng vẫn mang đậm bản chất thương hiệu”, ông giải thích, “Tôi nghĩ biểu tượng ở đây chính là hình dạng của chiếc túi”. Các thiết kế tập trung chủ yếu với gam màu xi-măng trung tính, chất liệu da thuộc và màu đỏ thắm đặc trưng của Bally, tông màu ánh hồng của trái đào, quả mơ và màu quýt vàng. Sự tiện dụng của trang phục có thể mặc vào ban ngày và ban đêm được chú trọng, với sự tinh tế trong việc lựa chọn nguyên liệu cao cấp như da ngựa, cá sấu, thằn lằn và da lợn.

One Point Music

BANG&OLUFSEN BEOPLAY A9 ▶
đã kết nối với Spotify.

BeoPlay A9 xuất hiện với thiết kế mới tuyệt đẹp cùng hệ thống âm thanh mạnh mẽ và sống động. Phong cách màu đen huyền bí của BeoPlay A9 với lớp sơn phủ phía sau cho tới đường viền vòng loa mạ nhôm đen cùng các chân đế bằng gỗ óc chó màu nâu sẫm. Đồng thời, B&O PLAY cũng muốn nhấn mạnh về sự thay đổi lâu dài trong quá trình chọn vật liệu bằng gỗ.



Đầu chỉ đơn thuần là một chiếc loa đen bóng, hệ thống âm thanh của BeoPlay A9 đã được cải tiến với công nghệ tối tân cùng sự bổ sung Spotify Connect cho phép bạn truy cập vào hơn 20 triệu bài hát kỹ thuật số với chỉ một nút chạm. Nhờ có công nghệ Adaptive Bass Linearisation đã được cấp bằng sáng chế của Bang & Olufsen, BeoPlay A9 có khả năng truyền tải âm trầm mạnh mẽ và chuẩn xác tại tất cả các cấp độ nghe. Thuật toán kỹ thuật số này liên tục theo dõi và điều chỉnh tín hiệu âm trầm để loại bỏ tạp âm đồng thời bảo vệ các trình điều khiển bên trong. Hơn nữa, với 3 tùy chọn có sẵn về vị



trí đặt loa, các tín đồ của thế giới âm thanh có thể tối ưu hóa phong cách thưởng thức âm nhạc của mình.

Fountain Head

◀ Montblanc kỷ niệm 90 năm ngày ra mắt mẫu bút máy sang trọng Meisterstück.

Trình làng vào năm 1924, cây bút máy đặc biệt Meisterstück của thương hiệu Montblanc đã đánh dấu một bước tiến lớn, một giai đoạn phát triển vượt bậc của thương hiệu sau gần 20 năm thành lập và phát triển. Đây chính là lý do giải thích cho việc tại sao có thể coi Meisterstück là một cây bút đặc biệt, một dấu ấn, một cột mốc trong lịch sử của thương hiệu Montblanc.

Ngay từ lúc mới ra mắt, mẫu bút viết này đã trở thành một biểu tượng danh giá của thương hiệu Montblanc bởi nó được làm thủ công với kỹ thuật sản xuất truyền thống bằng các vật liệu quý, đem đến giá trị sử dụng và ấn tượng với vẻ ngoài tinh tế.

Trong số các biểu tượng xa xỉ, không thể không kể đến mẫu bút Meisterstück, người bạn trung thành của các thế hệ học giả và các nhà khoa học, các nhà thơ, nghệ sỹ, các chính khách và các nhà lãnh đạo trên khắp thế giới.



Light Out

Paul Smith + Anglepoise.►

Điều gì sẽ xảy ra khi một thương hiệu mang tính biểu tượng của Anh kết hợp với một nhà thiết kế huyền thoại người Anh? Chắc chắn đó sẽ là một sáng tạo độc đáo. Anglepoise lần này kết hợp cùng Paul Smith mang đến một phiên bản đặc biệt cho chiếc đèn bàn kinh điển của mình. Vẫn giữ hình dạng quen thuộc nhưng sản phẩm mới này được pha trộn thêm những sọc màu đặc trưng của Paul Smith trên thân đèn. Cùng với sắp xếp hợp lý và hình thức hiện đại, chiếc đèn bàn này sẽ trở thành một món đồ mà bất kỳ ai cũng mong muốn.



Travel Book

Du lịch Việt Nam qua quyển sách vẽ.▼

Bộ sưu tập “Quyển sách du lịch” của Louis Vuitton vừa được bổ sung một địa danh mới là Việt Nam. Một cách tiếp cận du lịch đời thường lai giữa quyển nhật trình và quyển sách vẽ.

Cách tiếp cận tươi mới này du khảo những nền văn hóa khác nhau qua con mắt của những nghệ sĩ hoàn toàn xa lạ với chúng ta Việt Nam là địa điểm được nghệ sĩ người Ý, Lorenzo Mattotti, khám phá nhiều lần. Mỗi nghệ sĩ đều phải đối diện với một chốn xa lạ với một góc nhìn tinh tường điều kỳ thú hay bị kích thích bởi khoái lạc của việc khám phá. Thế giới thực tế họ thấy rất đa dạng: trong suốt chuyến du hành, những người nghệ sĩ này từ những góc ngách

của thế giới được tự do lựa chọn phong thái và tự do kết nối góc nhìn của mình với những nơi khác bằng những bức vẽ, tô màu, tranh ghép, nghệ thuật đương đại, minh hoạt, họa hình hay manga. Lorenzo Mattotti sinh ra ở Brescia, nước Ý, năm 1954. Ông học kiến trúc tại Venice và sau đó chuyển hướng đi theo nghề vẽ tiểu thuyết bằng hình.

Mattotti vẽ về chính cuộc sống của mình với những cánh trí gia đình, từ những đường vẽ ốm yếu, u ám tới những vùng màu trong trẻo tràn ra thứ năng lượng và nhựa sống.

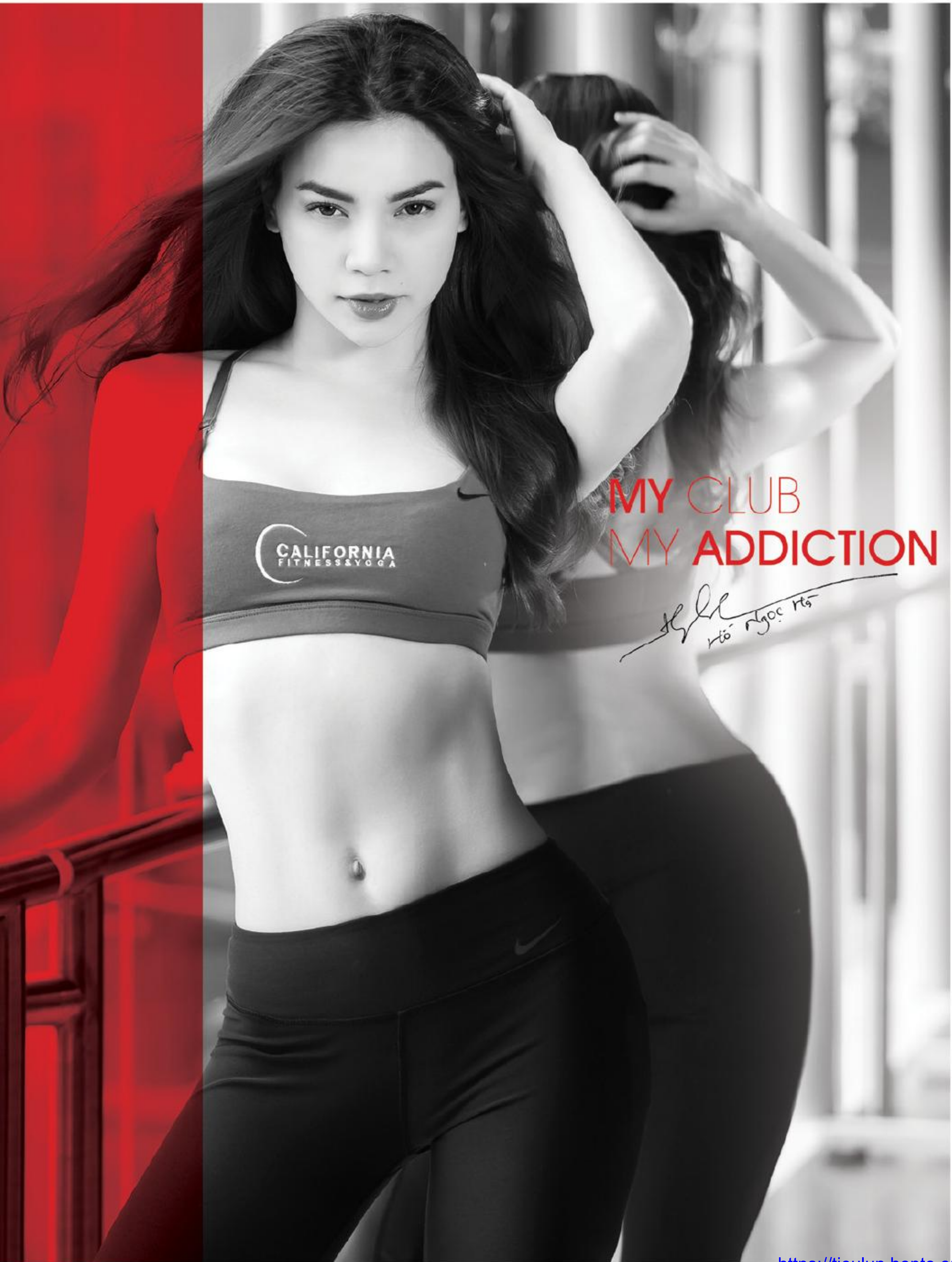
Phiên bản song ngữ: tiểu sử, lời tựa, chú thích từ họa sỹ. Từ 100 đến 120 bức vẽ độc quyền cho mỗi quyển sách. Kích thước theo chuẩn: 28 x 19 cm.



PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



MY CLUB
MY ADDICTION

Thị Ngọc Hà



Boxed Jewel

Chopard khai trương cửa hàng mới tại Sofitel Metropole, Hà Nội.

Với diện tích 44 m2 và được thiết kế tương tự cửa hàng Madison Avenue tại New York, bởi nhà thiết kế Pháp, Thierry Despont. Cửa hàng như một chiếc hộp nữ trang phóng đại. Chi tiết tại cửa hàng được phác họa trên ý tưởng của Caroline Scheufele, đồng tổng giám đốc của Chopard. Nét lịch lãm trong cửa hàng được tạo điểm nhấn với gỗ sồi trắng ốp tường, vật dụng trang trí nội thất được bọc da thanh lịch. Rèm cửa và vỏ bọc nệm ghế bằng nhung và chiếc lò sưởi ở góc phòng ấm cúng. Cửa hàng Chopard tại khách sạn Sofitel Metropole, Hà Nội được chia thành khu vực dành cho BST nữ trang, đồng hồ L.U.C và BST phụ kiện da.



Voyage Writing

Moleskine với thiết kế sổ mới nhất.►

Moleskine vừa cho ra mắt sổ tay Voyageur với thiết kế đáp ứng nhu cầu của tất cả du khách hiện đại sống trong kỷ nguyên kỹ thuật số. Các đặc điểm vốn được người tiêu dùng yêu thích ở một cuốn sổ truyền thống vẫn được giữ nguyên: các góc bao tròn, các trang giấy ngả màu hay sợi dây chun giữ sổ quen thuộc.

Voyageur notebook có lớp vỏ được làm từ vải bạt với kích thước mới mang lại sự thuận tiện tối đa. Cuốn sổ được thiết



kế với những trang trơn và trang có kèm dòng kẻ. Bản đồ thế giới được in ngay trang đầu giúp cho các du khách có thể tự tạo ra một bản đồ kỷ niệm của riêng mình và dễ dàng tìm kiếm cộng đồng sử dụng Voyageur notebook trên thế giới thông qua Flickr. Chắc chắn, cuốn sổ đa năng này không chỉ mang đến sự tiện lợi mà còn tạo ra những trải nghiệm vô cùng thú vị cho bất cứ ai đam mê du lịch.



Những điểm thú vị khác biệt của Voyageur notebook:

- Hãy duy trì kết nối cho cuốn sổ tay của mình. Việc đăng nhập vào công cụ Moleskine MSK cho phép người dùng có thể in các trang bất kỳ từ URL nào tương ứng kích thước với Voyageur. Điều này vô cùng hữu ích cho việc xác nhận chuyến bay và khách sạn.
- Phần giấy bọc bên ngoài cuốn sổ được thiết kế kèm theo một tuyên bố rằng "Tôi ở đây", "đây" có thể là bất cứ nơi nào bạn đang đến. Và đừng quên chia sẻ với bạn bè của mình những bức ảnh độc đáo trên mạng xã hội đi kèm hashtag "m_iamhere".

BURBERRY Brit RHYTHM

BURBERRY.COM



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

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: 412/13/QCMP-HCM.

<https://hopto.org>

Hermès

ETRO

BURBERRY PROSUM

PAUL SMITH

RAG & BONE

RUNWAY REVIEW AW 14

Sản diễn Thu-Đông 2014



ROBERTO CAVALLI



VALENTINO



BALMAIN



Balmain

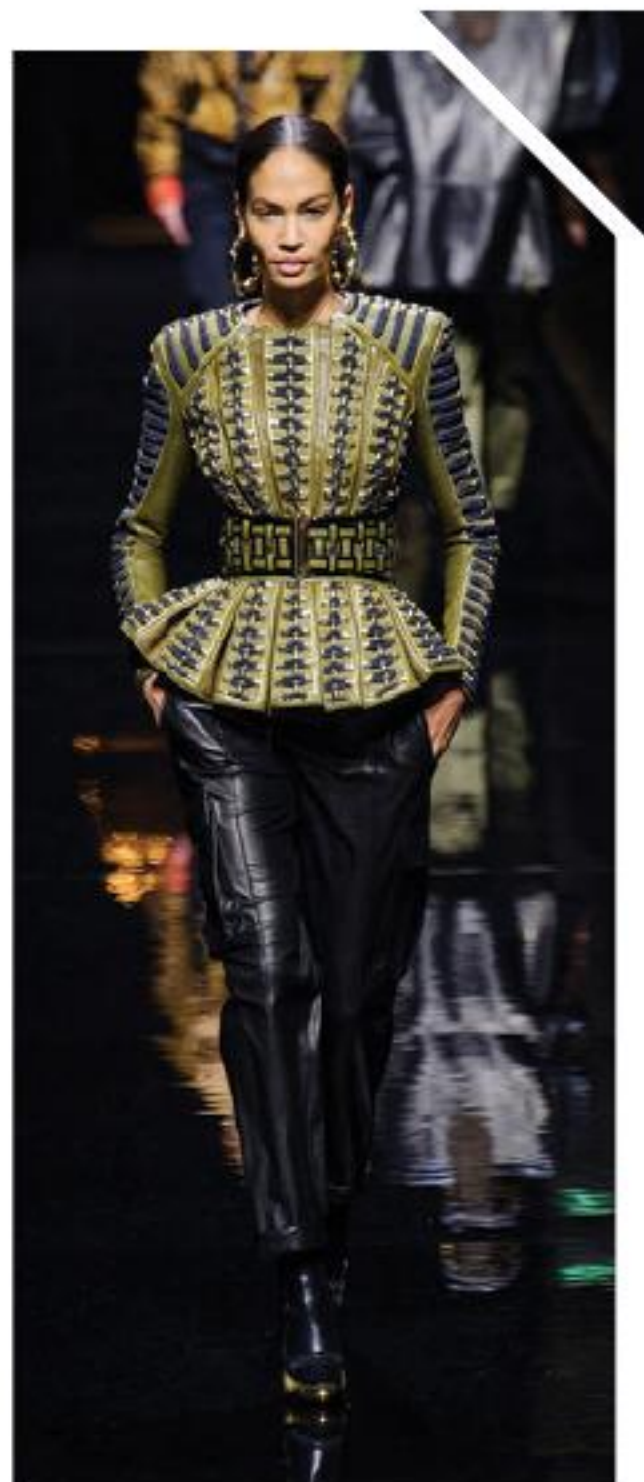
Khu rừng nhiệt đới của Olivier Rousteing

Olivier Rousteing đã tự nhận xét về bộ sưu tập mà ông dành cho Balmain là “Khu rừng nhiệt đới của tôi.” Với bộ sưu tập này, nhà thiết kế tiếp tục cho thấy một sự kết hợp hài hoà, nhuần nhị và khéo léo của 02 phong cách Safari Chic và Hip Hop. Ông cũng nhận xét rằng bộ sưu tập mang thông điệp của tự do và chủ nghĩa toàn cầu hóa. Đây chính là nguyên nhân để thấy trong bộ sưu tập của Olivier Rousteing có sự xuất hiện của cảm hứng và những dấu ấn của

những dân tộc và các vùng miền khác nhau. Và nếu để ý, bạn sẽ thấy đây là sự nối tiếp hoàn hảo cho bộ sưu tập Tiên Thu-Đông của ông.

Hãy trở về với chính những mẫu thiết kế của bộ sưu tập. Trong mùa này màu hồng non và màu xanh blue da trời cùng các hoạ tiết khuyến nha (pied-de-poule) được đưa ra khỏi đội hình chính. Thế chỗ cho chúng là những chiếc áo jacket phong trần, các hoạ tiết chấm bi leopard và các sọc zebra, chất liệu da kết hợp với đai lụa

và chuỗi dây xích màu vàng, áo khoác motorcycle quá khổ, các tua màu vàng và đỏ. “Hở” cũng là một điểm nhấn quan trọng của bộ sưu tập. Tuy nhiên, đó là một sự phô bày có ý thức. Theo Rousteing, “trong năm 2014 này, bạn vẫn có thể sexy mà không cần phô bày đôi chân dài 2m của mình.”



KENZO STORE, TRANG TIEN PLAZA, 24 HAI BA TRUNG, HANOI



KENZO PARIS

<https://tieulun.hopto.org>



Hermès

Xa xỉ toàn cầu hoá của Christophe Lemaire
tại Palais Brongniart.

Để thể hiện cái chất “xa xỉ toàn cầu hoá” của mình, Giám đốc sáng tạo của thương hiệu, ông Christophe Lemaire đã lựa chọn một bối cảnh không thể tốt hơn: Palais Brongniart. Đây là nơi từng một trung tâm của thị trường chứng khoán cũ của Pháp.

Người phụ nữ mặc đồ Hermès mùa này – trong tưởng tượng của ông – vẫn là một người phụ nữ có chút gì đó bí ẩn, một chút lạ lẫm và hoàn toàn độc lập. Lemaire có chia sẻ những tham chiếu về cảm hứng của ông là những

thảo nguyên của Nga, tuyến đường buôn bán thương mại từ Đông sang Tây: Silk Road và những tấm thảm Ba Tư. Điều này được thể hiện rõ trong các họa tiết và các thiết kế của các mẫu trang phục.

Điểm đặc biệt thú vị của bộ sưu tập là dưới sự biến hoá đầy sáng tạo của Christophe Lemaire, những cảm hứng này trở nên hiện đại và toàn cầu hoá hơn bao giờ hết. Dấu ấn của sự mạnh mẽ, quyến rũ, duyên dáng và thành thị càng thuyết phục người xem và người

mặc hơn. Ông đưa vào bên trong bộ sưu tập của mình những chiếc áo khoác dẹt len quá khổ. Điểm thú vị là tỷ lệ giữa áo khoác và quần gợi nhắc chúng ta nhớ tới thời kỳ Hermès dưới “bút trượng” của Martin Margiela. Và đây cũng chính là lời khẳng định của Christophe Lemaire khi ông về với nhà Hermès.



Etro

Nguồn cảm hứng Con đường tơ lụa của Veronica Etro.

Với mùa này, Veronica Etro chọn Silk Road làm nguồn cảm hứng. Cô xuất thân từ một gia đình người Ý nổi tiếng với nghề dệt vải, bởi vậy có thể nói Veronica đã được trang bị rất tốt cho hành trình này. Tuy nhiên, bộ sưu tập của Etro mùa này không chỉ dừng lại ở đó – nó thậm chí vượt còn qua cả các họa tiết paisley nổi tiếng của Etro. Bộ sưu tập còn cho thấy những điểm nổi bật và thú vị với cách chơi với các chất liệu, họa tiết, màu sắc và kỹ thuật

thêu. Ngoài ra, cũng không thể không kể đến những thiết kế mang phong cách blanket – một điểm nhấn thường thấy trong các bộ sưu tập lấy cảm hứng từ Silk Road.

Từ lâu Veronica đã có sở trường trong việc tìm ra những xu hướng và những xu thế mới trong thời trang và đưa Etro hội nhập vào trong dòng chảy xu thế đó. Tuy nhiên, điểm khiến bộ sưu tập này khác biệt với các bộ sưu tập khác trước đó của cô là việc

giới thiệu các mẫu đặc biệt mà những người phụ nữ có thể diện chúng vào bất kỳ thời điểm nào, từ những bữa tiệc tới cuộc sống thường ngày. Nhà thiết kế cũng chia sẻ, điểm nhấn của bộ sưu tập mùa này là sự cổ điển với những chiếc áo khoác và những chiếc váy mang phong cách vintage với những màu đặc biệt như màu đồng đỏ hoặc màu đen, hay những thiết kế lụa chiffon với các họa tiết thâm thêu với những đường sọc màu vàng.

Paul Smith

Những người phụ nữ cá tính, dám sống, dám trải nghiệm và dám nổi loạn của Paul Smith.

Với bộ sưu tập này, thương hiệu Paul Smith đã chọn cách quay trở lại giai đoạn năm 1970 – một giai đoạn trước thời kỳ high street fast fashion. Chúng ta đều biết đây là giai đoạn phụ nữ buộc phải đa dạng hoá phong cách cá nhân của họ. Để thể hiện điều này, ông đã cắt và dán các hoạ tiết để tạo ra các cấu trúc hoạ tiết mới. Từ những hoạ tiết này, chúng ta có những bộ pajama jumpsuit bằng lụa có thể diện

vào ban ngày trong những ngày trời tiết se lạnh. Các hoạ tiết có màu ánh kim, bao gồm các hoạ tiết kẻ sọc, hoạ tiết paisley và các hoạ tiết vải dệt hoa damask này có nguồn gốc từ những tấm thảm Ba Tư mang lại cho bộ sưu tập một sự mềm mại, khi kết hợp với những trang phục khoác ngoài có màu color-block đã tạo thành một tổng thể hài hoà. Ngoài ra, một điểm cũng rất đáng chú ý là mặc dù bộ sưu tập có

phong cách nam tính hơn hẳn so với những mùa gần đây, nhưng theo một cách nào đó, bộ sưu tập mùa này cũng quyến rũ hơn.

Tin rằng những người phụ nữ cá tính, dám sống, dám trải nghiệm và dám nổi loạn, dám thử thách những giá trị cũ bằng những giá trị mới mẻ sáng tạo sẽ chọn bộ sưu tập này làm trang phục cho họ trong mùa mốt Thu – Đông 2014.





Rag & bone

Nét hoài cổ với cảm hứng từ những BST ngày đầu của Marcus Wainwright và David Neville của Rag & Bone.

Với bộ sưu tập này, R&B đã chủ động tách biệt khỏi cảm hứng quân sự mà thương hiệu đã lựa chọn cho mùa mốt Xuân – Hè. Thay vào đó, thương hiệu đã lựa chọn nguồn cảm hứng từ di sản may đo phong cách Anh đặc trưng và những trang phục lao động để làm cảm hứng. Đây là lý do bạn sẽ thấy những bộ suit được kết hợp với những chiếc áo tee hoặc những

chiếc áo dệt len thay vì những chiếc áo sơ mi. Kết hợp với những bộ suit là những chiếc áo khoác trùm đầu mặc bên ngoài quần ống ly và boot đi làm. Những chiếc quần cũng được may kiểu ngắn và có phần eo cao. Tuy nhiên kiểu cắt rất hiện đại, phần đũng có dáng hơi rơi, quần kiểu carrot, kiểu may được vay mượn từ những chiếc quần biểu diễn.

Những trang phục mùa này của R&B cũng mang tính hiện đại và phá cách hơn. Các mẫu trang phục được cắt may kiểu dáng ôm, kết hợp với áo khoác ngoài dài là găng tay đen, giày boot, những chiếc áo trùm đầu phong cách bụi bặm. Ngoài ra, áo khoác da biker, áo trench coat và áo len vắn, áo da lót lông đều là những lựa chọn trong mùa này.



Burberry Prorsum

Nét pha trộn giữa nam tính và nữ tính với những chàng trai sải bước trên sân diễn của Burberry Prorsum.

Với bộ sưu tập mùa này của Burberry Prorsum, đường ranh giới giữa nam và nữ tiếp tục được xóa mờ. Những chàng trai xuất hiện trong những chiếc khăn vắt, quàng ngang vai như những người phụ nữ. Bên trong, các chàng diện những chiếc áo mắt cáo. Cũng trong mùa này, Giám đốc sáng tạo, ông Christopher Bailey đã lấy cảm hứng cho bộ sưu tập từ 04 họa sỹ. Một trong số này là Duncan Grant.

Hoàn toàn có thể khẳng định rằng với bộ sưu tập này, thương hiệu thời trang cao cấp của nước Anh, Burberry Prorsum thực sự muốn đưa hàm lượng nghệ thuật trong các bộ sưu tập của mình lên một tầm cao mới. Các họa tiết trang trí lấy cảm hứng từ các bức tranh, những món đồ được trang trí và vẽ tay. Trong khi đó những chiếc túi mang họa tiết giống như lấy từ những chiếc thảm. Đặc biệt hơn nữa là sự

xuất hiện của những tấm khăn choàng khổ lớn như những tấm toan, trên đó tất nhiên vẫn là những họa tiết như những bức tranh.

Quả thực hoàn toàn không ngoa khi nói rằng show diễn đã được thực hiện để truyền tải thông điệp về những người đàn ông mới, hiện đại, tự tin, thanh lịch, gợi cảm. Các chất liệu được Burberry Prorsum lựa chọn là vải flannel, vải tweed và da lộn.

Roberto Cavalli

Thuần chất Cavalli với nghệ thuật may đo thủ công Florence và phong cách nổi loạn Rock 'n' Roll.

Cách đây 11 năm khi những người bi quan nói rằng không ai quan tâm tới những bộ sưu tập nam mà Roberto Cavalli giới thiệu, ông đã đáp lại rằng: “Hãy thay đổi khách hàng, chứ không thay đổi bộ sưu tập!” Tuy nhiên, mọi việc không chỉ dừng lại ở đó. Với bộ sưu tập mới Roberto Cavalli còn khẳng định nó phải được thiết kế hoàn toàn theo ý kiến chủ quan của tôi

(Những bộ sưu tập của các mùa trước đó Daniele – con trai của ông - thực hiện nên sẽ có sự khác biệt giữa các bộ sưu tập của mùa trước và mùa này.)

Trở lại với bộ sưu tập, chúng ta sẽ có một bộ sưu tập thuần chất Cavalli với hai dấu ấn đặc trưng là nghệ thuật may đo thủ công Florence và phong cách nổi loạn Rock 'n' Roll. Bộ sưu tập nổi bật với những mẫu thiết kế da thực

hiện thủ công, các họa tiết động vật được cách điệu. Các mẫu thiết kế cũng có kiểu cắt ôm. Khá ấn tượng.

Một trong những điểm đáng gây chú ý trong bộ sưu tập là việc Cavalli luôn thích thú với việc trở thành một nghệ sỹ. Với bộ sưu tập này, ông đã sử dụng những bức hình của chính ông để tạo ra những họa tiết. Và đây chính là điều lãng mạn nhất trong bộ sưu tập.





Valentino

Chất funky hoà trộn khéo léo của Couture với những phong cách hiện đại.

Couture đã trở thành từ khoá cho các bộ sưu tập thời trang Nam dưới thời của Pierpaolo Piccioli và Maria Grazia Chiuri. Có lẽ một phần nguyên nhân của việc này tới từ một lịch trình kín đặc các tuần lễ thời trang. Và cuối cùng là việc tuần lễ Haute Couture diễn ra gần như cùng lúc với các show thời trang nam. Tuy nhiên, trên tất cả, lý do chính của việc này, theo Giám đốc sáng tạo của thương hiệu: Piccioli, “Couture là DNA của thương hiệu chúng tôi và điều chúng tôi nghĩ là nên tập trung

vào mỗi thứ mà chúng tôi làm.” Mặc dù vậy, vẫn không thể phủ nhận việc không thiếu cái chất funky trong bộ sưu tập này khi nó là sự hoà trộn khéo léo của từ khoá Couture với những phong cách hiện đại. Những bộ suit trở thành những bộ pajamas, quần thành quần jeans, sơ mi và cà vạt hoặc nơ thành áo ba lỗ thành áo chui đầu sweatshirt kết hợp với khăn quàng.

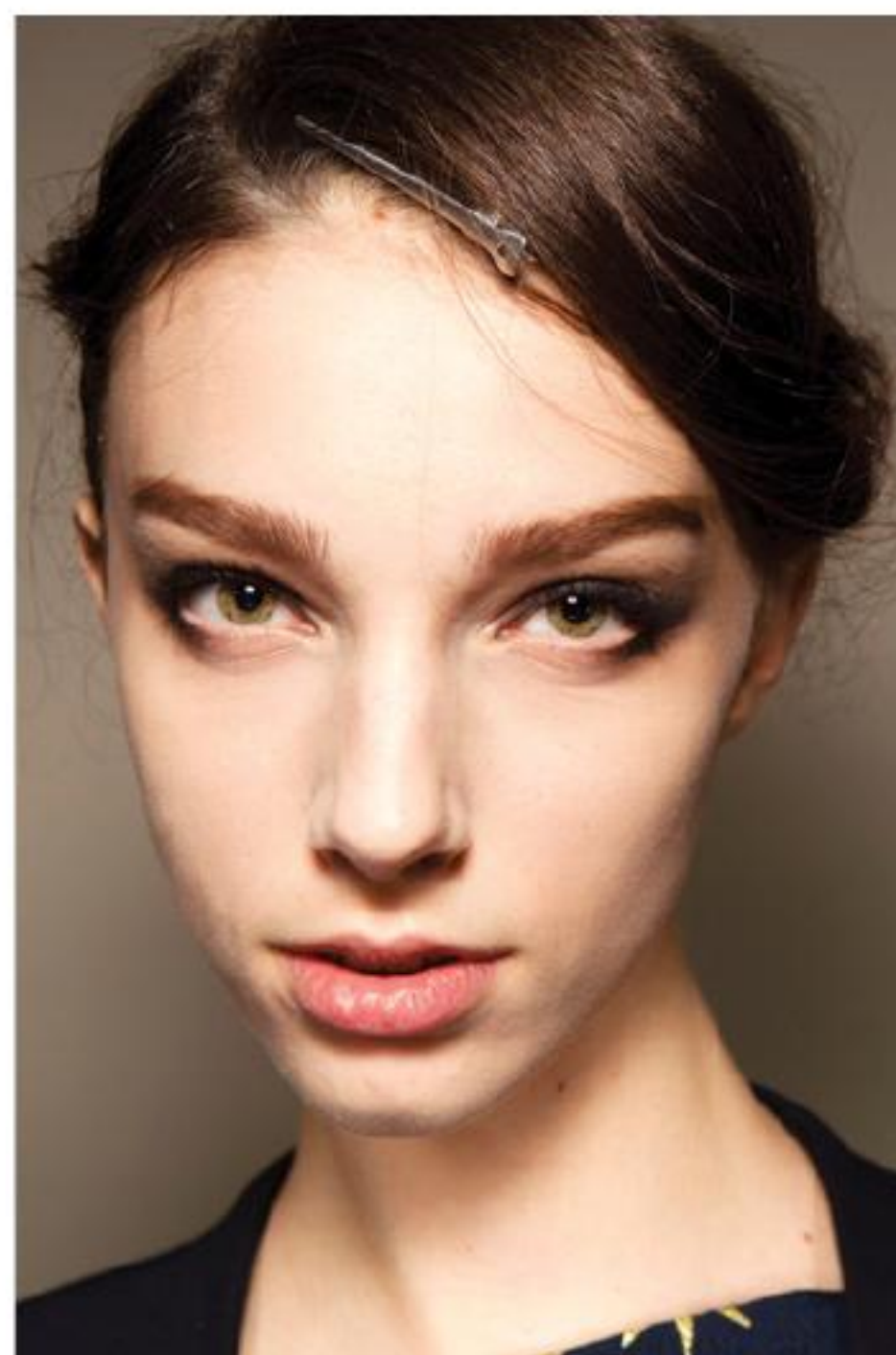
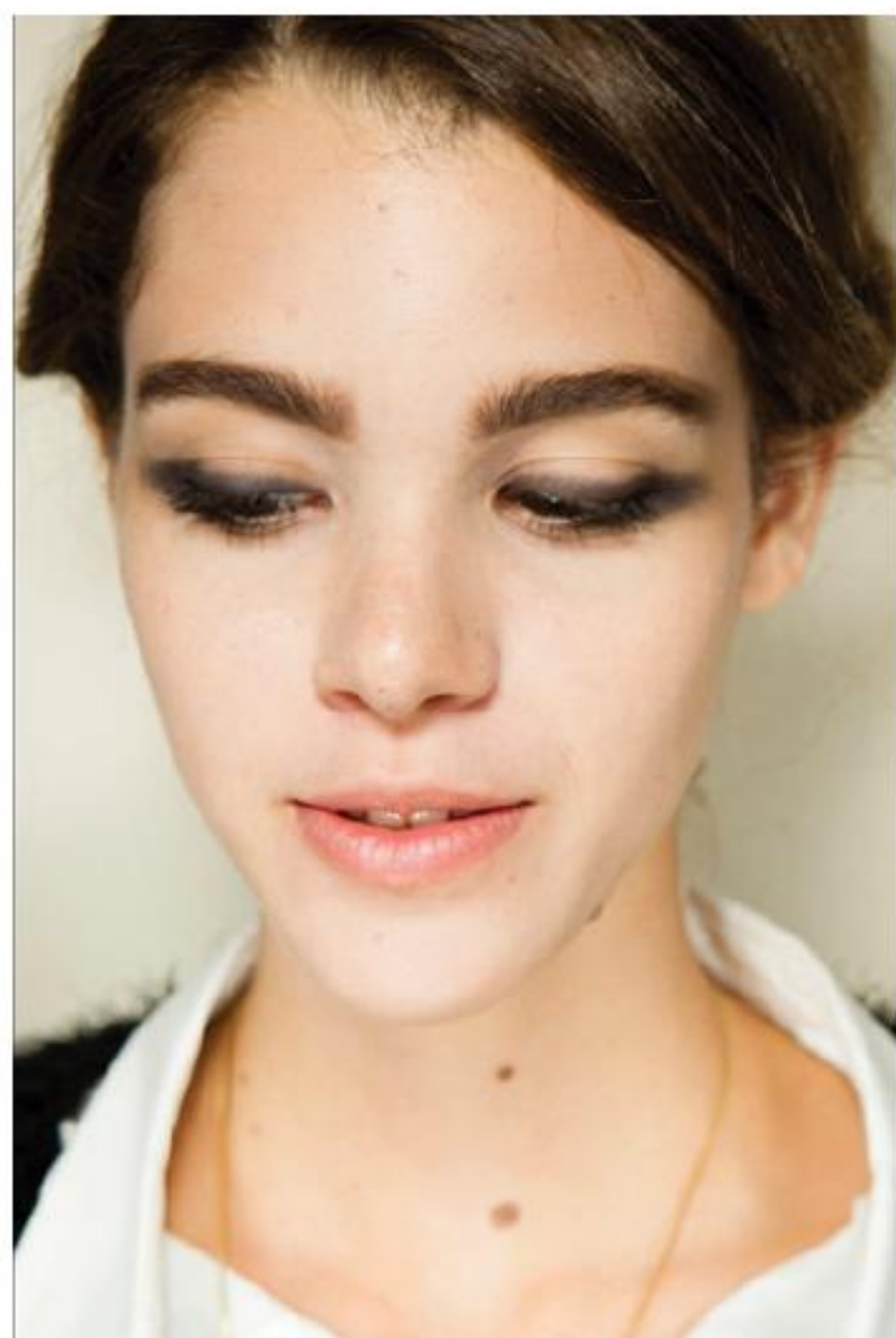
Chất liệu được hãng Valentino lựa chọn cho những chiếc áo khoác của mình trong mùa này là cashmere hai mặt được làm ở xưởng Val

ở Piazza Mignanelli, Rome. Theo Valentino đây là chất liệu phù hợp và có thể thỏa mãn mong muốn của bất kỳ người đàn ông nào. Những chiếc áo khoác được thiết kế dài, vai hơi rộng, rất phù hợp với những ngày đông lạnh. Nhìn chung đây là một bộ thiết kế đỉnh cao về may đo, phong cách hướng tới sự thoải mái và casual.

HAUTE COUTURE BEAUTY

Phong cách trang điểm tự nhiên tiếp tục được ưa chuộng trong các show diễn Haute Couture Thu Đông 2014. Đó là lối trang điểm thuần khiết với lớp nền mịn màng, trong suốt cùng màu son hồng nude hay pastel. Đồng thời, những đường kẻ sắc nét và các tông màu kim tuyến sử dụng cho mắt tạo nên điểm nhấn cho khuôn mặt.





GIORGIO ARMANI PRIVÉ

Haute Couture Fall Winter 2014

Đen và trắng là hai màu chủ đạo mà nghệ sĩ trang điểm Linda Cantello muốn hướng tới cho show diễn Haute Coutur Armani Privé. “Chúng tôi muốn một phong cách hiện đại và thực sự cao cấp. Do đó, son đỏ và kẻ mắt đen kiểu truyền thống không được lựa chọn”. Linda tạo làn da tươi tắn bằng vài giọt Maestro Zero của Armani pha trộn với phấn nền và tạo highlight cho khu vực gò má từ sản phẩm của sưu tập Orient Excess (ra mắt cuối năm nay). Đôi mắt được trình bày với sản phẩm sao của Armani: phấn mắt và lông mày Eye & Brow Maestro in Jet. Sự pha trộn giữa kẻ mắt và mắt khói được thể hiện qua kẻ mắt màu đen bị mờ nhòe một cách cố ý trên vùng

mí mắt. Lông mày được làm đậm qua một đường thẳng mạnh mẽ màu nâu, gần với tone màu của tóc. Linda sử dụng một loại mascara mới, ra mắt vào tháng 9 này của Armani: Black Ecstasy. “Một phụ nữ bí ẩn và sang trọng, nhưng những gì mà cô ấy trình bày trên gương mặt thực ra rất đơn giản và dễ tiếp cận”, Linda nhận xét.

Mái tóc được cuộn xoắn từ hai bên để rồi kết thúc ở phía sau đầu trong một búi nhỏ, hơi rối, không hoàn hảo. Nó tạo cảm giác nữ tính, mềm mại và hơi có chút cổ điển như những năm 50. Kiểu tóc này được tạo ra bởi chuyên gia Peter Gray của L'Oréal Professionnel.



Beauty

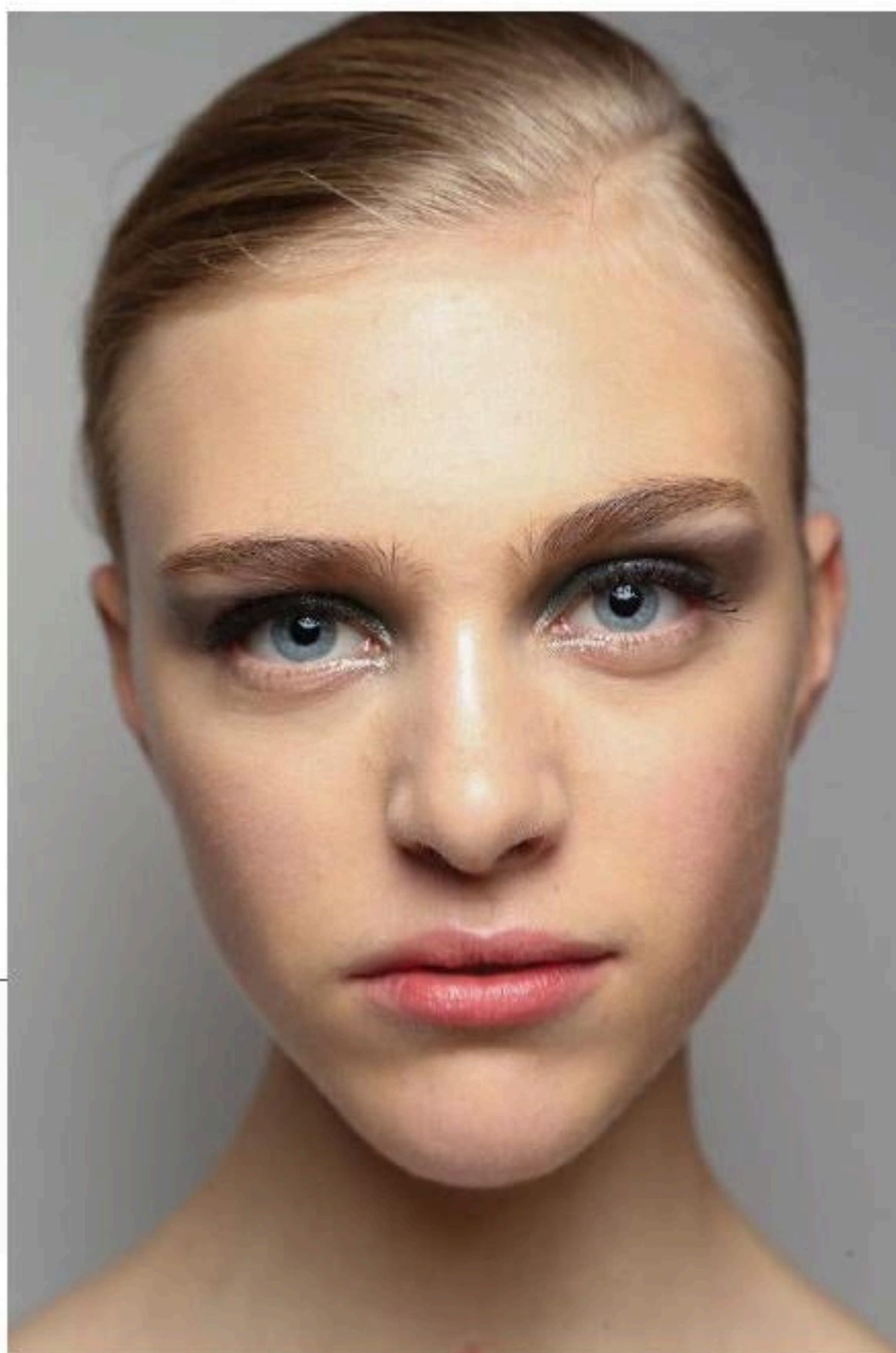
ATELIER VERSACE

Haute Couture Fall Winter 2014

“Donatella muốn làm một cái gì đó rất khác”, chuyên gia make up Pat McGrath giải thích. “Đó là một phong cách make up không chỉ phù hợp với thời trang cao cấp hiện đại, mà còn phải gợi cảm hứng về các chi tiết đồ họa, khí động học, và đặc biệt là tạo ra sự phấn khích”. McGrath tạo một đường vẽ dày đậm trên vùng mí mắt, mô phỏng lại kiểu kẻ mắt mèo cong vút ở đuôi mắt. Màu mắt xanh cánh trả được làm sáng ở hốc mắt và chuyển dần sang đậm ở đuôi mắt. Một chút bột ánh nhũ được áp dụng trên toàn bộ vùng mí còn lại, khiến màu xanh ánh lên lung linh như trên đuôi công. Chỉ một lớp mascara là hoàn thiện toàn bộ phần make up dành cho mắt.

Phần còn lại khuôn mặt được thể hiện một cách trung tính: lông mày tỉa gọn, tinh tế - làn da hoàn hảo với phần ánh sáng trên da được cân nhắc kỹ càng, môi nude mềm mại.

Tóc chải hất về sau, lộ trán, búi cao một cách rất hiếm thấy trong show của Donatella: vừa cổ điển vừa mang tính Rock & Roll. Tóc được tạo kiểu bằng keo xịt tóc cứng và sắc nét: đuôi tóc được vắn xoắn trong một búi nhỏ, vài cm đuôi tóc chìa ra ngoài như kiểu thắt lưng geisha, để lộ phần da gáy và mang tai một cách chi tiết. Không có bất cứ sợi tóc nào bị bỏ sót hay lò xoà ra bên ngoài, trái ngược với kiểu tóc rối mềm mại, kiểu tóc này gợi ra người đàn bà cá tính, quyền lực và mạnh mẽ.

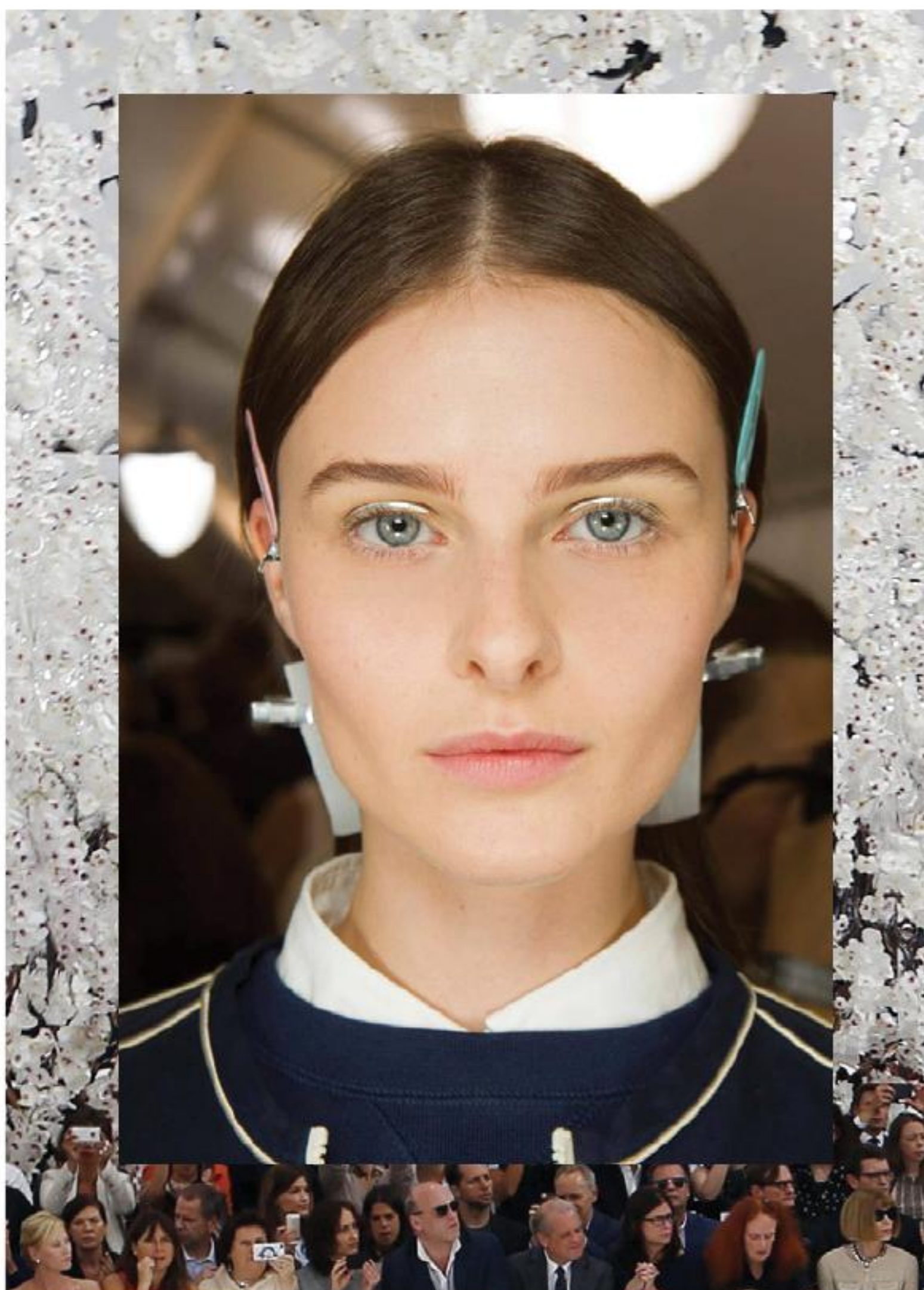


ELIE SAAB

Haute Couture Fall Winter 2014

Nữ tính, sang trọng và cổ điển là ba yếu tố không bao giờ thiếu trong các show diễn của Elie Saab, dù đó có phải là Haute Couture hay không.

“Ngài Saab muốn có một đôi mắt mềm mại, lấp lánh nhưng vẫn phải tinh tế và mạnh mẽ cùng một lúc. Bởi thế chúng tôi quyết định dùng đến phấn nhũ để tạo ra một hiệu ứng về ánh sáng”, chuyên gia make up Tom Pecheux chia sẻ. Để làm việc này, Pecheux đã sử dụng các loại phấn mắt màu kim loại kết hợp với nhũ glitter đồng vàng. Được lấy cảm hứng từ biển, màu xanh bạc, xanh pha xám được phủ bóng lên vùng mí trong một phong cách gần gũi với smoky eyes, màu xanh không đậm mà nghiêng sang gam pastel nhạt mềm mại. Lông mi giả được chuốt mascara nâu khiến đôi mắt mơ màng hơn. Và cuối cùng là đôi môi màu san hô mềm mại.



CHRISTIAN DIOR

Haute Couture Fall Winter 2014

Peter Philips đã cắt thủ công 70 cặp keo màu bạc dùng để tạo hiệu ứng eyeliner trên mắt của người mẫu nhưng chỉ vài giờ trước khi show diễn Haute Couture bắt đầu, Dior thông báo đã tìm ra cách để sản xuất hàng loạt. Điều đó hứa hẹn rằng bạn sẽ sớm có những tuýp eyeliner bạc vào cuối năm nay.

“Bộ sưu tập tập trung khai thác sự mâu thuẫn, vì vậy chúng tôi muốn giữ cho khuôn mặt model đẹp và tinh khiết – Philips giải thích. Và đường kẻ mắt ánh kim được dán (chứ không phải vẽ) trên mắt ra đời”. Philips gọi đây là “đôi mắt mộc” –

hoàn toàn không có mascara chỉ pha trộn gam vàng và trắng trong bảng màu mắt Dior Candy Choc (Thu Đông 2014) trên mí mắt. Lông mày được cắt tỉa gọn ghẽ, thanh tú. Làn da gần như trong suốt với phần nền Star Foundation, cùng chút phần má hồng Dior Blush Rose Corolle & Starlight (ra mắt trong Tháng 9). Đôi môi hoàn hảo với phong cách tinh khiết bằng gam màu hồng đào của son Rouge Dior Trompe L’Oeil. “Cô gái trông như một bông hồng mỏng manh, nhưng khi di chuyển, cô ấy tỏa sáng – thứ ánh sáng của cả quá khứ và tương lai”.

Thời trang & Môi trường

Stella McCartney: “Có thật nhiều cách để kinh doanh thời trang và đồng thời bảo vệ môi trường”.

Stella McCartney thừa nhận rằng ngay cả chính cô cũng không thể thân thiện tuyệt đối với môi trường. Về cơ bản, vấn đề bền vững và hợp thời trang cùng lúc là điều rất khó khăn.

Có một số yếu tố cần quan tâm khi nói đến việc phát triển bền vững trong thời trang. Điều đầu tiên là những việc liên quan tới quy trình sản xuất, cụ thể là việc bảo vệ môi trường hoặc quan tâm đến quyền lợi của người lao động. Một công ty không quan tâm đến các vấn đề trên có thể phải gánh chịu sự thất bại như trường hợp sập xưởng may Rana Plaza, Dhaka, Bangladesh, tháng 4 năm 2013, khiến 1130 công nhân may thiệt mạng. Yếu tố thứ hai là tỷ lệ người tiêu dùng dự kiến có mong muốn thay thế các sản phẩm cũ bằng các sản phẩm mới phong cách hơn.

Cả hai điều này đều phụ thuộc vào thái độ của giới thời trang đối với phương châm kinh doanh lấy lợi nhuận làm đầu, đây cũng chính là vấn đề mà Stella luôn dẫn đầu. Cô chia sẻ thêm: “Điều đáng buồn về ngành công nghiệp

thời trang chính là việc thay đổi mẫu mã - điều mà chúng ta vẫn luôn làm tốt. Những gì đã xuất hiện ở mùa trước thì không thể dùng cho mùa tiếp theo. Vì vậy, để giữ được tính bền vững và có trách nhiệm trong kinh doanh, ta cần phải nỗ lực không ngừng.”

McCartney chia sẻ rằng cô vẫn đang xây dựng các hoạt động mang tính bền vững cho môi trường trong việc kinh doanh của mình. Và nó đã trở thành một cam kết dài hạn. Cụ thể, thay vì sử dụng nguyên liệu da và lông thú, cô tìm tới các nhà sản xuất len thân thiện với môi trường tại Patagonia, đồng thời sử dụng vật liệu tái chế cho lớp lót túi xách. McCartney – một nhà hoạt động xã hội luôn mong muốn bảo vệ động vật - đã tạo nên câu chuyện đẹp về phát triển bền vững cho công ty. Khách hàng có thể khó nhận ra được điều này khi nhìn vào bộ sưu tập, không dễ dàng để nói về sự nghiệp của cô ấy như một nhà thiết kế ít nhất một lần không đề cập đến vấn đề bảo vệ môi trường.

“Người ta luôn không đặt câu hỏi về việc tìm nguồn cung ứng nguyên vật liệu ở đâu, và đó mới là điều cần xem

là vô cùng quan trọng”, McCartney nói. “Trong nông nghiệp, bạn biết bạn cần phải bón phân để có được một vụ mùa bội thu cho mùa tới. Còn trong ngành công nghiệp thời trang thì không phải lúc nào chúng ta cũng có thể tiếp cận nó từ quan điểm như vậy”.

Mặc dù được chứng minh rằng chúng ta có thể xây dựng một doanh nghiệp thành công khi tham gia sản xuất có trách nhiệm. Stella McCartney cam kết ►



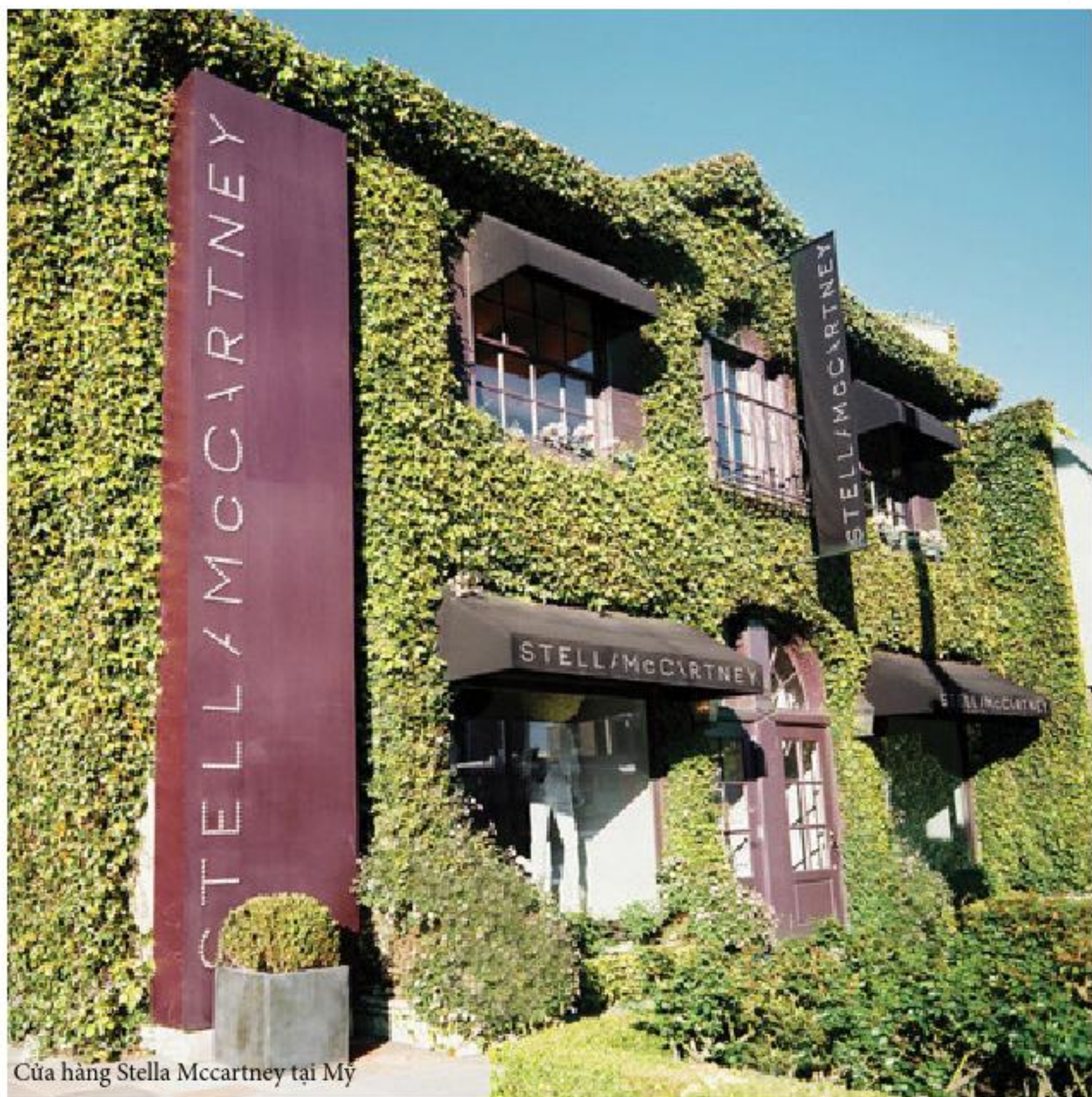
Túi đi biển tôn vinh Ngày Trái Đất (2009).

ràng thương hiệu của cô chắc chắn hoạt động dựa trên nguyên tắc này.

Không phụ thuộc vào cách thức thực hiện bộ sưu tập, McCartney thừa nhận công việc của cô là tạo ra dấu ấn trong thời trang. Điều này giống với các nhà thiết kế khác, những người sống và chết bằng việc làm cho những chiếc túi trở nên bắt mắt hơn trong các mùa.

“Tôi là một nhà thiết kế thời trang và tôi phải tạo ra những sản phẩm xa xỉ đầy sức quyến rũ mà phụ nữ mong muốn sở hữu cho dù chúng có thân thiện với môi trường hơn những sản phẩm khác,” cô nói. “Điều quan trọng là khách hàng phải khao khát những sản phẩm này”.

Đúng như vậy, để giảm thiểu tác động của ngành sản xuất thời trang qua nguyên liệu và sản xuất là điều tốt không thể chối cãi được. Tuy nhiên, chính những nhà thiết kế vẫn phải là người thuyết phục khách hàng mua và mua nhiều hơn nữa.■



Cửa hàng Stella McCartney tại Mỹ

Bảo vệ môi trường thật đơn giản

Bạn có biết hơn 60% lượng rác trong thùng có thể được tái chế. Tái chế một chai thủy tinh, ta đã có đủ năng lượng chạy một máy tính trong 25 phút.

Hãy quên góp quần áo cũ. Trung bình có hơn 01 triệu tấn quần áo bị bỏ đi mỗi năm ở một quốc gia, quên góp chúng cho hoạt động từ thiện có nghĩa là người nào đó sẽ lại có quần áo mặc.

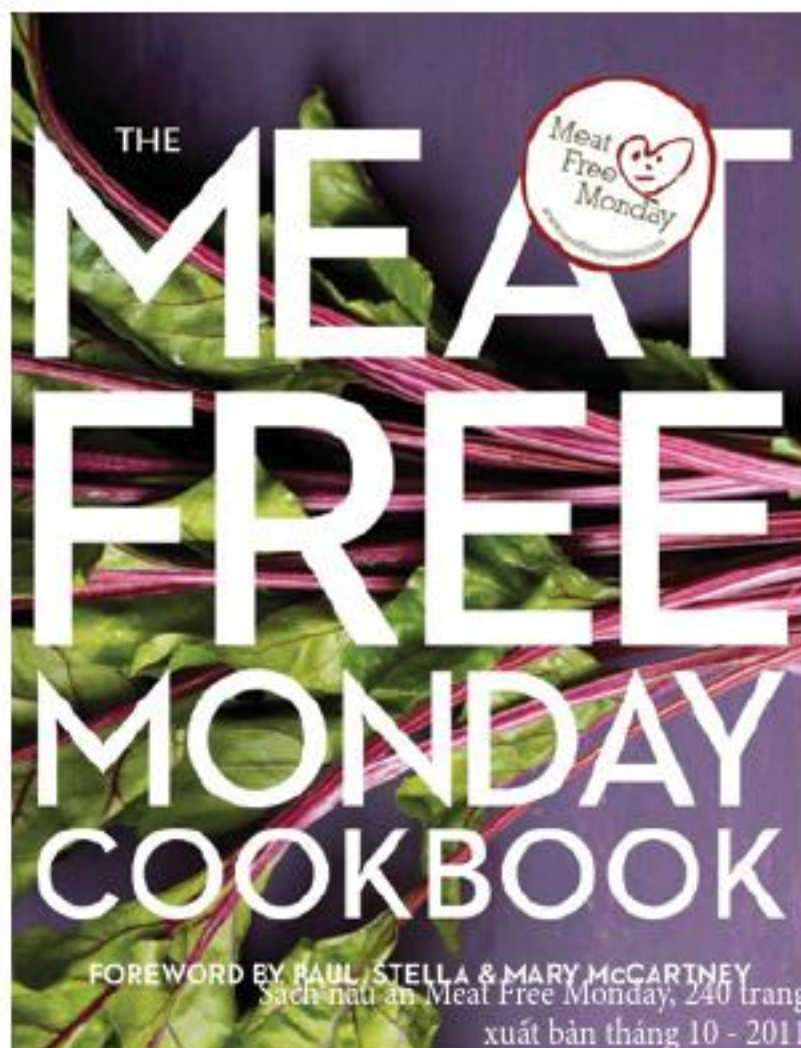
Hãy bỏ thói quen sử dụng nước uống nhập khẩu đắt tiền. Việc vận chuyển chúng vòng quanh thế giới sẽ gây hiệu ứng nhà kính không nhỏ với trái đất. Hãy tạm biệt việc sử dụng các chai lọ bằng nhựa vì chúng ảnh hưởng đến môi trường và ví tiền của bạn.

Hơn 80% hiệu ứng ô nhiễm môi trường từ quần áo của chúng ta tới từ việc giặt giũ và giặt khô. Điều này có nghĩa cách giặt quần áo của bạn sẽ có ảnh hưởng không nhỏ tới môi trường. Hãy giặt bằng nước lạnh và phơi khô thay vì cho vào máy sấy. Điều này sẽ tốt hơn cho môi trường và cả cho quần áo của bạn. Đối với đồ giặt khô, hãy tìm đại lý giặt chỉ sử dụng nguyên liệu để tự hủy và thân thiện với môi trường.

Hãy tự trồng rau sạch. Ai cũng biết thực phẩm organic tốt hơn cho chúng ta nhưng chúng không hề rẻ và dễ mua.

Meat Free Monday

Khi chúng ta nghĩ về bữa tối thì luôn theo thực đơn nhưng thực sự có rất nhiều công thức tốt cho sức khỏe và thú vị khi không có thịt. Với sự sáng tạo và giảm thiểu thịt và cá trong mỗi bữa ăn chúng ta mới có thể giúp bảo vệ môi trường cũng như giảm nạn đói trên thế giới. Hãy bắt đầu bằng một ngày ăn chay trong tuần! Thành lập bởi Paul, Stella và Mary McCartney, Meat Free Monday (ngày thứ Hai không cần thịt) là phong trào toàn cầu nhằm phát động điều này.



Phong trào này ra đời năm 2009, sau khi LHQ báo cáo ngành công nghiệp gia cầm toàn cầu tạo ra khí nhà kính nhiều hơn toàn bộ ngành công nghiệp giao thông vận tải toàn cầu cộng lại.

- Chỉ mất 38 lít nước để tạo ra 150g khoai tây trong khi phải mất tới 2400 lít nước để tạo ra 150g thịt bò cho bánh mì kẹp.
- Trong khi gần 1 tỉ người không có đủ lương thực thì 1/3 lượng ngũ cốc và hơn 90% lượng đậu tương đã bị chuyển thành thức ăn chăn nuôi.
- Trên thế giới, có khoảng 60 tỷ con gia súc được nuôi dưỡng với mục đích lấy thịt. Đa số chúng sống trong môi trường không đủ không gian để xây tổ và nuôi con

Hỏi & đáp về bảo vệ môi trường

- Có thực sự cô không dùng da hay lông thú?

- Chúng tôi không sử dụng da, da quý hiếm như da trăn, da cá sấu hay lông thú cho bất cứ sản phẩm nào của chúng tôi. Chúng tôi cũng đảm bảo rằng kể cả keo dán chúng tôi sử dụng cho việc sản xuất cũng không có nguyên liệu từ động vật.

- Sản phẩm của cô có thử trên động vật không?

- Không, các sản phẩm của Stella McCartney không thử trên động vật.



Coffre à Lutrin

Hermès ►

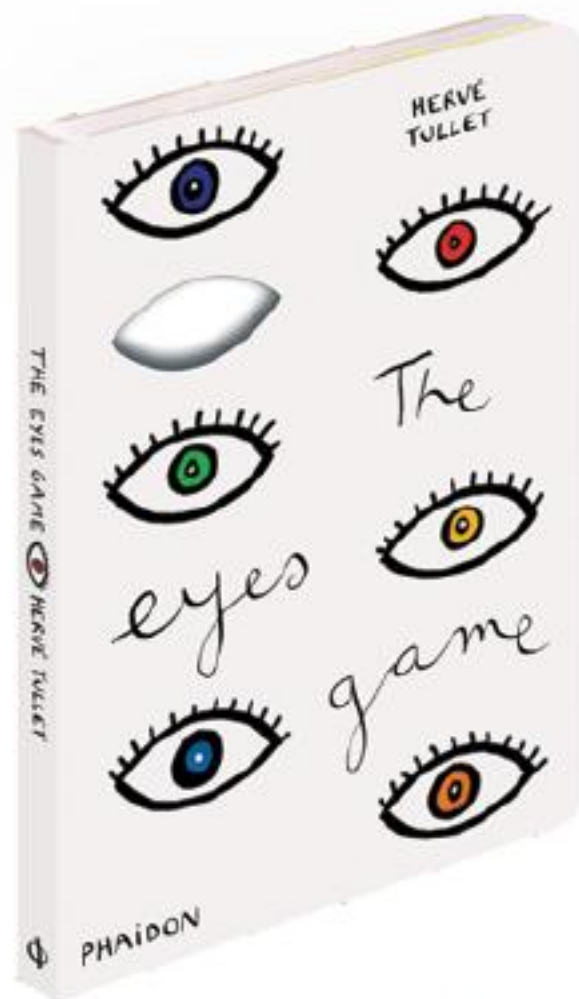
Nằm trong bộ sưu tập “Les Nécessaires d’Hermès”, chiếc rương này được lắp ráp từ 9 phần khác nhau một cách thông minh và thiết kế thêm phần bánh xe nhỏ giúp dễ dàng di chuyển, tiện lợi cho việc để đồ. Được làm thủ công theo kỹ thuật làm tủ đựng truyền thống một cách tỉ mỉ, Les Nesceessaire d’Hermès là sự kết hợp phom dáng độc đáo và chất liệu quý hiếm: gỗ cây óc chó từ Canaletto, thép không gỉ đánh bóng, chất liệu da Essential taurillon và vải dệt Hermès.



Hair Highway

◀ Thiết kế bởi Studio Swine

Nằm trong bộ sưu tập ‘Hair Highway’, chiếc bàn trang điểm của Studio Swine được làm từ tóc thật kết hợp với chất liệu nhựa tự nhiên. Các nhà thiết kế đã tạo ra một hiệu ứng màu đổi mỗi khi khéo léo sử dụng màu nhuộm cao cấp cho những bộ tóc của mình. Chiếc bàn trang điểm này nổi bật với họa tiết chữ V độc đáo và phong cách nghệ thuật lấy cảm hứng từ hình chiếu hình học mang đậm đặc trưng của thành phố Thượng Hải, Trung Quốc. Cũng với bàn trang điểm, bộ sưu tập Hair Highway còn bao gồm một số đồ vật trang trí nhỏ như lược, hộp trang trí, lọ, hộp đựng nữ trang và tấm bình phong lớn.



Eye Game Book

Herve Tullet ▲

Tullet - Bậc thầy vẽ tranh minh họa - một lần nữa mang phong cách chiết trung của riêng mình đến tới những bạn nhỏ yêu sách. Từ những chú mèo, người máy, người ngoài hành tinh, tất cả các nhân vật này đều có mắt được để trống theo một khuôn hình nhất định. Cách thể hiện đầy thú vị này đã khiến độc giả phải chơi thử để thỏa trí tò mò.

Barcelona Chair

Thiết kế bởi Mies van der Rohe, 1929.
Thuộc thương hiệu Knoll.▼



Chiếc ghế Barcelona huyền thoại với bố cục thể hiện lối kiến trúc hiện đại được Ludwig Mies van der Rohe thiết kế cho khu quầy hàng đại diện nước Đức tại triển lãm Barcelona năm 1929. Phiên bản mới dành cho trẻ em được thu nhỏ tới 80% so với kích cỡ ghế tiêu chuẩn. Đặc biệt hơn, logo KnollStudio và chữ ký của nhà thiết kế Ludwig Mies van der Rohe đều được dập nổi trên khung của mỗi chiếc ghế.

Chất liệu: Chrome và da

Kích thước: Ngang 61cm, sâu 61cm, cao lưng 63,5cm, cao ghế ngồi 35,5cm SH

Bugaboo

Bộ sưu tập mùa thu của Bugaboo.▶

Bugaboo tiếp tục cho ra mắt bộ sưu tập xe đẩy "Happy Bugs" và "So Many Stars" với sự cộng tác của Quỹ The Andy Warhol Foundation. Dựa trên các tác phẩm nghệ thuật vào những năm 1950, hai bộ sưu tập mang tới cho người tiêu dùng những góc nhìn mới về nghệ thuật cũng như lối sống mới và các trải nghiệm tiêu dùng. Được biết, trong thời gian sáng tác những bức vẽ này, ông được biết đến là một họa sĩ nổi tiếng trong lĩnh vực vẽ tranh minh họa thương mại ở New York và đồng thời là người đi tiên phong trong trường phái pre-Pop.

Được thành lập vào năm 1999 bởi nhà thiết kế Max Barenbrug và bác sỹ Eduard Zanen, Bugaboo là một thương hiệu nổi tiếng trong lĩnh vực sản xuất những chiếc xe đẩy đa năng và hợp thời trang.

Những mẫu xe được thiết kế với hàng loạt phụ kiện giúp bạn có thể dễ dàng xử lý các tình huống khó khăn trên mọi địa hình phức tạp.



Chi Makers

Máy pha cà phê bằng tay ▼

Với tham vọng thay đổi chuẩn mực văn hoá take away của người Mỹ, nghệ sỹ vẽ tranh minh hoạ Craighton Berman đã sáng lập ra dự án Manual, tập trung vào những ý tưởng DIY. Một trong số những sản phẩm thuộc dự án này chính là dụng cụ pha cà phê dùng phin lọc. Kết cấu của bình gồm 2 lớp kính chắc chắn giúp giữ nhiệt cho đồ uống. Đây là một sản phẩm mang tính thực tiễn cao mà bất kỳ ai cũng muốn có.



Spot it

Bộ ấm chén 'Aureola' của Mjolk được thiết kế bởi Luca Nichetto & Lera Moiseeva. ▼

Hai nhà thiết kế Luca Nichetto và Lera Moiseeva đã có một thời gian dài quan sát các nghi lễ trà từ khắp nơi trên thế giới. Nghiên cứu của họ cuối cùng đã cho ra đời bộ ấm chén mang tên 'Aureola'. Sử dụng chất liệu gốm và gỗ, bộ ấm chén bao gồm một ấm trà, bộ lọc và một cặp ly với những đường tròn sinh động thể hiện sự lan toả của tình yêu trong các chén trà.



Christofle

Bộ dao đĩa mới của Christofle được thiết kế bởi Claudio Colucci. ▶

Claudio Colucci nổi tiếng với phong cách thiết kế hướng đến sự pha trộn và chuyển động giữa các yếu tố hài hước, màu sắc, hình dáng và sự gợi cảm. Ông cũng kết hợp với Christofle cho ra mắt bộ dao đĩa của hãng.

Christofle là nhà sản xuất dao đĩa bằng bạc nguyên chất và phụ kiện gia đình đặt tại Pháp. Trụ sở được thành lập vào năm 1830 khi Charles Christofle đảm nhận vị trí quản lý cho xưởng làm đồ trang sức của gia đình vợ.





Michael & Rick Mast

Mast Is A Must

Mast Brothers Chocolate

Hai anh em Rick và Michael Mast đến từ Brooklyn, họ có cùng chung một niềm đam mê đó là tạo ra những thời sô cô la đích thực! Đối với họ “sô cô la còn hơn một thanh kẹo bình thường, nó đại diện cho một phương pháp sản xuất thủ công mới”. Những hạt ca cao được biết đến như một loại thực phẩm của các vị thần, chúng được



lấy từ các trang trại ca cao chất lượng nhất trên thế giới và được chế biến theo cách thuần túy và tinh tế nhất. Điều đặc biệt là những thanh sô cô la này không sử dụng thêm bơ, chất bảo quản hay bất kỳ chất nhũ hoá nào. Ngay cả giấy gói kẹo cũng được làm thủ công với các hoạ tiết độc đáo in tại xưởng in trong nhà. Sô cô la được

coi như một thứ hàng hoá, có lịch sử cũng như nguồn gốc lâu đời, đang chờ đợi để được nghiên cứu bởi chính người dùng. Kế hoạch của Rick và Michael Mast là đi thuyền đến Cộng hoà Dominica để chọn lọc những hạt cà phê và hạt ca cao tốt nhất. Tạo nên những câu chuyện cũng như hương liệu riêng của mình.



CÁNH BUỒM PHA LÊ

Foundation for Creation của Louis Vuitton mở cửa vào tháng Mười, 2014.
Một tòa lâu đài kính với cảm hứng từ tòa Grand Palais và tòa Palmarium.



Tòa nhà Fondation Louis Vuitton sẽ mở cửa chào đón công chúng vào ngày thứ Hai, 27 tháng 10 năm 2014. Được thiết kế bởi kiến trúc sư Frank Gehry, tòa nhà sẽ trở thành một địa điểm mới cho hoạt động sáng tạo nghệ thuật đương đại tại Pháp nói riêng và quốc tế nói chung.

Tập đoàn LVMH công bố lễ khánh thành tòa nhà Fondation Louis Vuitton vào thứ Hai 27 tháng 10 năm 2014. Tổ chức quỹ Fondation Louis Vuitton tọa lạc tại một tòa nhà thuộc sở hữu của Bernard Arnault và do kiến trúc sư người Mỹ Frank Gehry thiết kế. Với kiến trúc mô phỏng một cụm mây bằng thủy tinh, tòa nhà được xây dựng trong khuôn viên Jardin d'Acclimatation tại Paris, phía bắc công viên Bois de Boulogne.

Fondation Louis Vuitton có sứ mệnh khuyến khích và quảng bá các hoạt động sáng tạo nghệ thuật đương đại tại Pháp cũng như trên toàn thế giới. Các bộ sưu tập và các chương trình sẽ tiếp tục kế thừa truyền thống của những phong trào sáng tạo nghệ thuật trong thế kỉ 20 và 21.

Tòa nhà Fondation Louis Vuitton gồm các phòng triển lãm dành riêng cho những bộ sưu tập dài hạn, tác phẩm trưng bày ngắn hạn và tác phẩm nghệ thuật của các nghệ sĩ. Thiết kế tổng thể hoàn chỉnh bởi thính phòng linh động

dành cho các sự kiện và các buổi biểu diễn đa hạng mục.

Từ tòa nhà, khách tham quan sẽ có được cái nhìn toàn cảnh bao quát khắp Paris và chiêm ngưỡng cảnh quan xanh mát từ công viên Jardin d'Acclimatation – nguồn cảm hứng cho phong cách kiến trúc thủy tinh trong suốt của Frank Gehry.

Trong khuôn khổ chương trình của buổi lễ khánh thành, quỹ Fondation Louis Vuitton sẽ giới thiệu một buổi triển lãm để án kiến trúc do Frank Gehry thiết kế riêng cho quỹ. Buổi triển lãm này được giới thiệu song song với cuộc triển lãm đầu tiên tổng kết các tác phẩm tại châu Âu của Frank Gehry diễn ra tại Trung tâm nghệ thuật và văn hóa quốc gia Centre Pompidou được bắt đầu từ tháng 10, 2014.

Fondation Louis Vuitton là một quỹ doanh nghiệp và là một sáng kiến văn hóa cá nhân dành riêng cho nghệ thuật và nghệ sĩ. Quỹ đại diện cho một giai đoạn mới trong sứ mệnh bảo trợ nghệ thuật và trong một trào lưu văn hóa được LVMH khởi xướng tại Pháp cũng như trên toàn thế giới trong suốt hai thập kỉ qua.

Các thông số kiến trúc cơ bản

Diện tích khuôn viên: 1 ha

Diện tích tòa nhà: 11 700 m²

11 phòng triển lãm

Thính phòng với sức chứa 350 khán giả ■





Không gian văn hóa mới

*Bảo tàng nghệ thuật đương đại
Fondation Louis Vuitton tại Paris*

Trò chuyện với tác giả Claire Chazal, Sylviane Mondet và ngài Chủ tịch tập đoàn LVMH Bernard Arnault

Claire CHAZAL:

Đây là dự án quy mô lớn và đầy tham vọng của kiến trúc sư Frank Gehry. Bảo tàng sẽ chính thức mở cửa vào mùa thu này, và các bạn sẽ được thông báo thời gian cụ thể trong giây lát nữa thôi. Tòa nhà nổi bật như một con tàu khổng lồ giữa khung cảnh cỏ cây xanh mát xung quanh. Sau đây, Sylviane Mondet sẽ cho chúng ta một cái nhìn cận cảnh hơn về công trình kiến trúc này.

Sylviane MONDET:

Bảo tàng Fondation Louis Vuitton là một công trình kiến trúc ngoạn mục nằm ở phía tây Paris. Một con tàu lớn bằng thủy tinh và thép – tác phẩm của Frank Gehry, một trong những kiến trúc sư lớn nhất thế kỉ 21. Đây được xem như

một không gian dành riêng cho nghệ thuật, âm nhạc và thiết kế. Với vị trí đặc địa nằm bên trong khuôn viên Jardin d'Acclimatation cùng kiến trúc độc đáo, nơi đây là một điểm tham quan không thể bỏ qua.

Từ đây, bạn có thể chiêm ngưỡng khung cảnh Paris và khu vực phía tây thành phố. Sau chuyến khảo sát thực địa, Frank Gehry đã ngay lập tức hình dung nên một tòa nhà với kết cấu thoáng đãng và lộng gió. Ông thường xuyên nói về những ô kính và những cụm mây. Đó thật sự là một ý tưởng về những chuyển đạo chơi và viễn du đây



Bên trong tòa nhà

đó. Bạn sẽ không còn ý nghĩ là mình đang tham quan tại nơi này.

Sylviane MONDET:

Biển đám mây trong suốt này thành nơi tôn vinh 11 phòng triển lãm và một thánh phòng là một thách thức chưa từng có về mặt kỹ thuật. Rất nhiều máy móc đã được chế tạo và rất nhiều bằng sáng chế đã được đăng ký để xây dựng nên những gờ tường bê tông bo tròn và những ô kính uốn lượn với tổng kích thước lên đến hàng ngàn mét vuông. Nói một cách ngắn gọn, những nỗ lực tốt bậc và gần như không giới hạn đã được tiến hành để biến giấc mơ của nhà thiết kế này thành hiện thực.

Công trình kiến trúc này cần đến gần 30 bằng sáng chế, do đó, nơi này giờ đây đã trở thành trung tâm thu hút sự chú ý trong toàn giới kiến trúc. Và bảo tàng Fondation Louis Vuitton sẽ tạo nên lượng công chúng riêng. Nơi đây sẽ thu hút hàng triệu lượt khách cũng như tháp Eiffel, Trung tâm văn hóa nghệ thuật quốc gia Centre Pompidou trước đây.

Sylviane MONDET:

Để xây dựng tòa nhà Fondation Louis Vuitton, người ta cần một lượng thép ▶

gấp đôi lượng thép dùng để xây dựng tháp Eiffel. Công chúng sẽ có cơ hội khám phá một kiệt tác nghệ thuật thời trang cao cấp độc đáo: một sáng kiến bảo trợ dưới hình thức một cấu trúc mở đầy ấn tượng.

Claire CHAZAL:

Thưa ông Bernard Arnault, có phải tâm nguyện của một công ty lớn như công ty ông là đóng góp tài chính cho các hoạt động sáng tạo và nghệ thuật tại Pháp, một đất nước mà nơi chính phủ vẫn luôn giữ một vai trò quan trọng trong nền văn hóa?

Bernard ARNAULT:

Điều này từ trước tới nay vẫn luôn là tâm nguyện của chúng tôi từ khi tập đoàn được thành lập. Sự thành công ngoạn mục về mặt tài chính của tập đoàn cho phép chúng tôi có điều kiện tuyển dụng hơn 3.000 nhân viên tại Pháp mỗi năm và trở thành nhà sản xuất hàng hiệu cao cấp hàng đầu thế giới với phần lớn sản phẩm được làm ra tại Pháp – điều này đồng nghĩa với việc gần 90% sản phẩm sáng tạo của công ty đều được xuất khẩu. Thành quả này thật sự có

được từ sự thành công vượt trội của các nhà thiết kế làm việc tại công ty. Suốt 20 năm qua, chúng tôi và ngay cả cá nhân tôi luôn luôn tâm niệm chúng tôi cần phải đáp ứng công chúng bằng những gì các nhà thiết kế đã giúp tập đoàn LVMH đã đạt được trên toàn thế giới, cũng như những gì họ đã đem đến cho công ty tuyệt vời này. Do đó, chúng tôi luôn mong muốn có thể tri ân công chúng và tập thể cán bộ nhân viên - những người tự hào được làm việc cho một công ty không chỉ tập trung vào lợi nhuận mà còn biết cách đối thoại với công chúng, khuyến khích công chúng đến với những tác phẩm sáng tạo và nghệ thuật. Các bạn đã thấy tòa nhà do Frank Gehry thiết kế, và tôi cũng có thể liệt kê tất cả những sáng kiến bảo trợ của chúng tôi trong suốt 20 năm qua, cả trong lĩnh vực mỹ thuật, âm nhạc cũng như trong nhiều lĩnh vực khác.

Claire CHAZAL:

Thưa ông Bernard ARNAULT, thông qua tổ chức này, ông có thể chia sẻ về gu thẩm mỹ, cũng như những lựa chọn nghệ thuật và những sở thích cá nhân của ông?

Bernard ARNAULT:

Với một bảo tàng như thế này, chúng tôi sẽ trưng bày các bộ sưu tập hiện đang thuộc về bảo tàng và một phần các bộ sưu tập riêng của tôi. Chúng tôi cũng sẽ tổ chức những cuộc triển lãm ngắn hạn dành cho các nghệ sĩ, nghệ sĩ đương đại, các nghệ sĩ Pháp và quốc tế. Một số nghệ sĩ sẽ sáng tác các tác phẩm dành riêng cho bảo tàng. Vì thế, chúng tôi sẽ có một sự chọn lọc khá khắt khe, nhưng sự thật là tôi cũng sẽ góp phần vào quá trình tuyển chọn này.

Claire CHAZAL:

Dĩ nhiên là với tư cách cá nhân... Chính xác là bảo tàng sẽ mở cửa vào mùa thu này phải không thưa ông?

Bernard ARNAULT:

Chính xác là tòa nhà sẽ được khánh thành vào ngày 20 tháng 10. Sau đó, nơi đây sẽ mở cửa hoàn toàn tự do cho công chúng trong vòng 3 ngày cuối tuần kế tiếp; và người dân Paris có thể đặt chỗ trước để tham quan vì tôi kỳ vọng sự kiện này sẽ thu hút đông đảo người tham gia. Chúng tôi sẽ mở cửa bảo tàng bình thường bắt đầu từ ngày 27-10. ■



Bernard Arnault

President and CEO of the LVMH Group

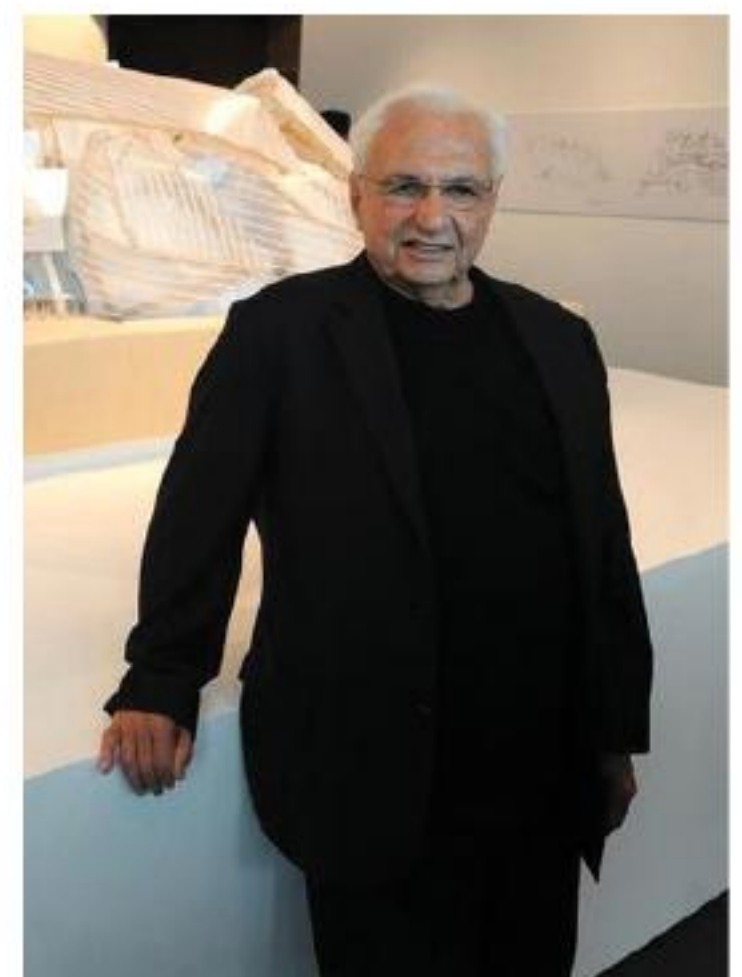
Bernard Arnault nổi tiếng là ông hoàng đồ hiệu xa xỉ và là người giàu nhất nước Pháp với gia tài 25,5 tỷ đô la. Ông hiện là Chủ tịch của Công ty Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH), đồng thời nắm giữ những thương hiệu đắt giá như Louis Vuitton, Dior, đồng hồ Tag Heuer, champagne Moët Chandon.



Foundation Louis Vuitton

Số 8 đại lộ Mahatma Gandhi, 75116 Paris

Bảo tàng khởi công năm 2006, sẽ hoạt động phi lợi nhuận để thúc đẩy nghệ thuật và văn hóa. Như một tòa lâu đài kính với cảm hứng từ tòa Grand Palais và tòa Palmarium, công trình có thiết kế như những cánh bướm lộng gió. Tòa nhà kết nối khu vườn Jardim d'Acclimatation từ hướng bắc tới công viên Bois de Boulogne ở hướng Nam.



Frank Gehry

Kiến trúc sư bảo tàng Fondation Louis Vuitton

Sinh năm 1929, Frank Gehry là kiến trúc sư người Mỹ - Canada từng đoạt giải thưởng kiến trúc cao quý Pritzker.

Công trình nổi tiếng của ông gồm có viện bảo tàng Guggenheim tại Bilbao, Tây Ban Nha với trang trí titanium, trung tâm MIT Ray và Maria Stata tại Massachusetts, viện bảo tàng nghệ thuật Weisman tại Minneapolis.

TOPLUX

Những sản phẩm xa xỉ, tinh tế và độc đáo trong thế giới Hàng Hiệu.

Aug/Sept 14

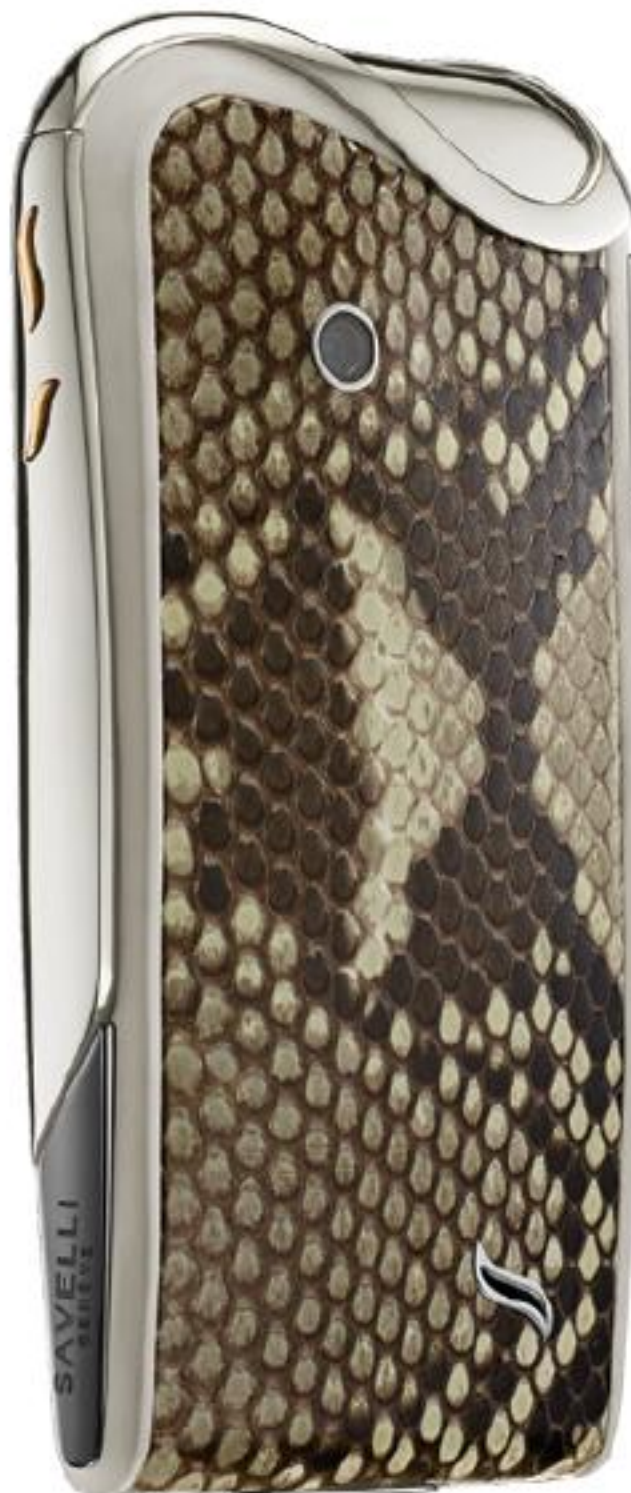


Couture Kick

Như đứa trẻ vui đùa với đồ chơi mới, Raf Simons kết hợp kỹ thuật hiện đại và thủ công cao cấp dường như chỉ để thoả mãn đam mê của chính mình. Cả BST dường như nhẹ tênh, không chỉ trong thiết kế mà còn cả tinh thần hiện đại hoá thời trang cao cấp. Dường như tất cả đều dồn đến sự kết hợp những chiếc váy may thủ công với những đôi giày thể thao đính hoa bằng tay. Simons vẽ ra viễn cảnh một người phụ nữ rời thảm đỏ, rút ra đôi giày thể thao tuyệt đẹp và đến thẳng hộp đêm vui chơi mà không cần quan tâm đến đôi giày cao gót.

Jardin Secret

Điện thoại di động từ Savelli



Những chiếc điện thoại xa xỉ đang ngày một trở nên thông minh hơn và không ai có thể đặt câu hỏi nghi ngờ về thiết kế của vỏ máy bên ngoài. Những mẫu điện thoại Savelli cũng được tạo ra dựa trên nguyên lý này. Chúng là sự kết hợp của công nghệ tiên tiến và mới nhất. Bộ sưu tập Jardin Secret gồm 11 mẫu điện thoại chính là một dấu ấn của những kiệt tác. Tất cả các máy đều chạy hệ điều hành Android OS – một hệ điều hành phổ biến có thể tìm thấy trong hầu hết những chiếc điện thoại thông minh. Mẫu điện thoại Savelli phiên bản da trăn gồm chất liệu thép không gỉ, bàn phím với vàng hồng 18-carat và các chi tiết bằng gốm đen kỹ thuật cao. Ngoài ra, thân máy cũng ấn tượng với chi tiết da trăn tinh tế. Nhiếp ảnh gia nổi tiếng Patrick Demarchelier góp phần thiết kế những biểu tượng trên màn hình của điện thoại.

Ding Dong

Đồng hồ Dressage L'heure Masquée từ Hermès



Thương hiệu chế tác đồ da thuộc và hàng xa xỉ phẩm số một giới Hermès mới đây vừa giới thiệu với giới mộ điệu mẫu đồng hồ Dressage L'heure Masquée có thiết kế vô cùng độc đáo và thú vị. Điểm đặc biệt của mẫu đồng hồ nằm ở cách vận hành của những chiếc kim và cách hiển thị giờ của đồng hồ. Cụ thể, chỉ với một thao tác ấn nơi nút chỉnh giờ, kim giờ luôn nằm ẩn dưới kim phút sẽ lập tức xuất hiện tại cọc giờ chính xác. Cửa sổ hiển thị giờ GMT cũng được thay đổi bằng giờ chính xác. Và như vậy, mỗi giây phút, mỗi khoảnh khắc được lưu lại và đối chiếu với giờ quốc tế GMT. Và như vậy, mỗi lần xem giờ của người đeo là một cột mốc thi vị trong cuộc sống. Đồng hồ Dressage L'heure Masquée của Hermès được sản xuất giới hạn với 500 chiếc với phiên bản vàng hồng 18 cara và 1000 chiếc với phiên bản thép không gỉ.

Play By Ear

Tai nghe BeoPlay H6 từ Bang & Olufsen



BeoPlay H6 xuất hiện trong diện mạo mới với hai màu nâu và đen tuyền. Không những tập trung vào vẻ ngoài, BeoPlay H6 còn được chú trọng tới chất lượng. Miếng lót tai được làm bằng lông cừu mềm, có thiết kế phù hợp với kích thước cũng như các đường cong của tai người nghe mang đến sự thoải mái khi đeo, đồng thời loại bỏ được các tạp âm bên ngoài. Với việc cân bằng giữa bass và treble, BeoPlay H6 giúp cảm nhận được âm thanh chân thật nhất. Đĩa 40mm được thiết kế riêng với nam châm neodymium được đặt góc hoàn hảo tạo khoảng cách an toàn mà vẫn truyền tải âm thanh tốt. Cấu trúc của cả bộ tai nghe được làm bằng aluminum chất lượng cao tạo độ nhẹ và chống xước. BeoPlay H6 hứa hẹn mang đến cho người nghe một trải nghiệm âm nhạc đích thực.

Best Deck

Bàn Noziere từ Christopher Guy



Với cách tạo hình mềm mại, tinh tế gợi vẻ nữ tính, cùng với chiếc ngăn kéo đơn và phần mặt bàn làm bằng gỗ mahogany, Christopher Guy đã mang đến mẫu bàn Noziere vô cùng lôi cuốn. Đây đích thực là sự lựa chọn hoàn hảo cho những người tìm kiếm một chiếc bàn làm việc, một món đồ phù hợp cho không gian tiếp tân. Không giống như các loại gỗ khác, đặc điểm của gỗ gụ (mahogany) là có ít mắt cũng như khe nứt, do đó, nó khá mịn và rất phù hợp để chế tác đồ nội thất cao cấp hay các sản phẩm thủ công. Ngoài ra, gỗ gụ là một loại gỗ vô cùng bền và chắc chắn, những sản phẩm được làm từ loại gỗ này luôn có tuổi đời cao. So với các vật liệu khác, gỗ gụ dễ dàng đánh bóng, cắt hoặc sử dụng với máy tiện gỗ. Bàn Noziere ngang 181 cm, rộng 86 cm và cao 76 cm.

Hold Tight

Bóp cầm tay Verrou từ Hermès



Chiếc bóp cầm tay Verrou với khoá cài đặc trưng được thiết kế bởi Robert Dumas vào năm 1938 đã trở lại. Trong lần ra mắt này, bóp cầm tay Verrou xuất hiện dưới hình dáng mới nổi bật cùng chất liệu da lộn. Đây là một trong những thiết kế đột phá của Robert Dumas khi sử dụng then cài cửa cho mẫu bóp cầm tay. Trước đó, vào năm 1937, khi những chiếc khăn lụa mang dấu ấn Hermès ra đời, ông cũng đã gặt hái được thành công lớn khi sáng tạo ra các hoạ tiết thể hiện sự nổi loạn phá cách. Từ đó, chiếc khăn được in rập rờ trên lụa Trung Quốc thượng hạng trở thành một biểu tượng đầy sức sống và trường tồn bền bỉ của thương hiệu Hermès.

Lucky Charm

Vòng cổ Amulette de Cartier

Amulette de Cartier ra đời lấy ý tưởng từ tấm bùa Nazar thần thoại. Và lá bùa này đã làm điều đứng biết bao thiếu nữ ngay từ ánh nhìn đầu tiên. Điểm nhấn chính là chiếc mặt tròn khuyết tạo liên tưởng tới hình ổ khoá. Những viên ngọc trai, ngọc mã não và những viên kim cương lấp lánh nằm ở ngay trung tâm được bao quanh bởi một đường viền thanh mảnh bằng vàng ròng đã tạo nên một tác phẩm hoàn hảo về thẩm mỹ. Những chiếc vòng cổ và vòng đeo tay này đều được chế tác thủ công và đạt tới độ tinh tế cao qua bàn tay điêu luyện của những người thợ kim hoàn giỏi nhất.



New Heels

Bốt da từ Kenzo



Bộ sưu tập lấy ảnh hưởng từ nhà làm phim David Lynch, với phong cách phim siêu thực và góc quay độc đáo, chính là ý tưởng của cặp đôi thiết kế Carol Lim và Humberto Leon. Làm việc cùng Lynch khi ông thiết kế sàn diễn và âm nhạc cho show, hai nhà thiết kế như bị cuốn vào tâm trí của nhà làm phim đại tài. Lấy ảnh hưởng chính từ những công nhân luyện thép vùng Tây Bắc nước Mỹ, đôi bốt bảo hộ lao động đã chuyển mình qua chất liệu da chuốt, da cao su hoá, với đế xuồng cao 150mm, cùng quai thắt pha trộn chất liệu có đai bằng đồng, hoặc thiếc.



Camélia Privé

Chanel và nghệ thuật chế tác đồng hồ trang sức.

Bộ sưu tập đồng hồ nữ trang mang tên “Mademoiselle Privé” mở ra cánh cửa tới thế giới riêng của Gabrielle Chanel và phản ánh những biểu tượng thân thuộc yêu quý của bà. Dưới bàn tay của những nghệ nhân thủ công bậc thầy – thợ nạm đá, thợ chạm trổ và thợ đặt đá quý, bộ sưu tập này mang tới một chương mới trong lịch sử sáng tạo của CHANEL và mở ra một sân chơi mới nơi những kỹ thuật thủ công tinh chế Métier d’Art vượt bậc được trổ tài trong lĩnh vực chế tác đồng hồ và nữ trang cao cấp.

Mademoiselle Privé “Camélia Brodé”

Mẫu đồng hồ Mademoiselle Privé “Camélia Brodé” mặt thêu hoa trà của Chanel đã đoạt giải cao nhất trong hạng mục “Đồng Hồ Thủ Công Nghệ Thuật” (Artistic Craft Watch) tại lễ trao giải lần thứ 13 của giải thưởng danh tiếng Grand Prix d’Horlogerie de Genève 2013 (GPHG). Giải thưởng lần này đánh dấu lần thứ hai liên tiếp Chanel được vinh danh tại sự kiện đồng hồ danh tiếng này, sau khi mẫu đồng hồ Première Flying Tourbillon đoạt giải trong hạng mục “Đồng Hồ Nữ” năm ngoái. Mẫu đồng hồ có số lượng giới hạn 18 chiếc trên toàn thế giới. Vỏ đồng hồ bằng vàng trắng 18K nạm 562 viên kim cương cắt tròn (brilliant cut – 3.07 carat). Thiết kế hoa trà, loại hoa yêu thích của Gabrielle Chanel, được thêu công phu với sợi lụa sử dụng kỹ thuật thêu tranh (needle painting) bởi nhà Lesage. Kim vàng trắng 18K và núm chỉnh giờ bằng vàng trắng 18K và đá mã não. Dây đeo satin đen với khóa gấp bằng vàng trắng 18K nạm 80 viên kim cương cắt tròn (brilliant cut – 0.49 carat).

Từ năm 1924, nhà thủ công Lesage đã là tên tuổi danh tiếng chuyên sản xuất những thiết kế thêu công phu và tinh tế đòi hỏi nhiều giờ làm việc tỉ mỉ cũng như kinh nghiệm lâu năm cho những tên tuổi hàng đầu trong làng thời trang cao cấp Haute Couture và thời trang Ready-to-Wear. Lần đầu tiên trong lịch sử, tay nghề thủ công hàng đầu của

<https://tieulun.hopto.org>

Lesage được sử dụng trong việc chế tác mặt đồng hồ. Mỗi họa tiết đều là một sáng tạo độc nhất, thể hiện sự lành nghề và công đoạn thủ công tỉ mỉ của người nghệ nhân.

Mademoiselle Privé Coromandel Dial Set Musiciennes

Bộ đôi đồng hồ lấy cảm hứng từ hình vẽ chủ đề âm nhạc trên những bức bình phong Trung Hoa – món đồ sưu tập yêu thích của Gabrielle Chanel. Mẫu đồng hồ có mặt số màu đen được sản xuất đặc biệt với vỏ vàng trắng 18K nạm 639 viên kim cương (3.88 carat) theo kỹ thuật snow-set. Hình vẽ chủ đề âm nhạc lấy cảm hứng từ bình phong Trung Hoa được tái hiện với kỹ thuật vẽ men tiểu họa Grand Feu, kiểu Geneva. Núm chỉnh giờ bằng vàng trắng 18K, nạm 53 viên kim cương (0.14 carat) theo kỹ thuật snow-set. Mặt sau vỏ đồng hồ bằng vàng trắng 18K, chạm trổ bằng tay. Dây đồng hồ bằng da cá sấu Mississippi và kim đồng hồ làm từ vàng trắng 18K. Khóa gấp bằng vàng trắng với 80 viên kim cương cắt tròn (brilliant cut – 0.49 carat).

Mẫu đồng hồ có mặt số màu trắng được sản xuất đặc biệt với vỏ vàng trắng 18K, nạm 589 viên kim cương (3.92 carat) theo kỹ thuật snow-set.

Hình vẽ chủ đề âm nhạc lấy cảm hứng từ bình phong Trung Hoa được chạm khắc từ khảm trai.

Núm chỉnh giờ bằng vàng trắng 18K, nạm 73 viên kim cương (0.18 carat) theo kỹ thuật snow-set. Mặt sau vỏ đồng hồ bằng vàng trắng 18K chạm trổ bằng tay. Dây đồng hồ bằng da cá sấu Mississippi và kim đồng hồ làm từ vàng trắng 18K. Khóa gấp bằng vàng trắng với 80 viên kim cương cắt tròn (brilliant cut – 0.49 carat).



Mademoiselle Privé Bouton de Camélia

Đồng hồ Nụ Hoa Trà có số lượng giới hạn 18 chiếc trên toàn thế giới và được đánh số thứ tự. Vỏ đồng hồ vàng trắng 18K, khảm nạm 552 viên kim cương cắt tròn (brilliant cut – 3.04 carat). Họa tiết nụ hoa trà bằng vàng trắng 18K nạm 254 viên kim cương cắt tròn (brilliant cut – 0.95 carat) trên nền đen trắng men Grand Feu và kim vàng trắng 18K. Núm chỉnh giờ đồng hồ bằng vàng trắng 18K và đá mã não. Dây đeo da cá sấu Mississippi đen với khóa gấp bằng vàng trắng 18K nạm 80 viên kim cương cắt tròn (brilliant cut – 0.49 carat).

Mademoiselle Privé Gold Camélia Motif

Mẫu đồng hồ Hoa Trà vàng có vỏ bằng vàng trắng 18K với 60 viên kim cương cắt tròn (brilliant cut – 1.00 carat). Mặt đồng hồ có màu đen mờ khảm 5 viên kim cương cắt tròn (brilliant cut – 0.11 carat) và 5 viên sapphire vàng cắt hạt dưa (navette cut – 0.09 carat). Họa tiết hoa trà bằng vàng 23K được nạm và đánh bóng bằng tay. Kim đồng hồ bằng vàng trắng 18K. Núm vặn vàng trắng 18K với đá mã não. Dây đeo satin đen, khóa gấp bằng vàng trắng 18K với 80 viên kim cương cắt tròn (brilliant cut – 0.48 carat).■



“Tại Baselworld 2014, Chanel đã khiến cả thế giới đồng hồ phải có một cái nhìn khác về mình khi giới thiệu những tuyệt phẩm đồng hồ cao cấp thuộc bộ sưu tập Mademoiselle Privé. Với việc này, hãng đồng thời đã thay đổi cả cách nhìn nhận của mọi người về những chiếc đồng hồ do các hãng thời trang cao cấp thực hiện.”



Dior Homme AW14 Backstage



KRIS VAN ASSCHE

Chủ nghĩa công nghiệp hoá đầy chất Bỉ nhưng vẫn thật mềm mại khi Kris Van Assche lấy cảm hứng thừa ban đầu của nhà Dior, với hoa linh lan mềm mại trên ghế ngồi của khách, vẽ trên giấy mời và trích dẫn của nhà văn Đức Johann Wolfgang von Goethe.

Rời khỏi Dior Homme năm 2004 để tập trung vào thương hiệu của riêng mình, Kris Van Assche quay lại Dior Homme với vai trò Giám đốc sáng tạo vào năm 2007 sau khi Slimane chuyển đến YSL.

Với BST Thu Đông 2014 mới nhất cho Dior Homme, tinh thần trẻ trung nổi loạn với dáng cắt ôm gầy truyền thống của Dior Homme vẫn được giữ nguyên, nhưng với mùa này, có chút thư giãn mà được cắt và dựng thật chặt chẽ, và vẫn qua màu sắc trầm lắng truyền thống.

Sau khi tốt nghiệp Học viện mỹ thuật Hoàng gia Antwerp, Bỉ, năm 1998 Kris Van Assche tới Paris, nơi anh bắt đầu làm trợ lý cho Hedi Slimane với dòng Rive Gauche Homme, YSL. Sự kết hợp này tiếp tục thành công vượt trội với sự ra mắt và phát triển dòng Dior Homme.

Luôn trung thành với phong cách thẩm mỹ tối giản, thiết kế của Kris luôn chú trọng tới tính chi tiết. Bảng màu trung thành của anh luôn là những sắc đen, xám, xanh dương hay màu nâu đậm, tương phản ánh cực quang. Anh luôn hướng tới sự thanh nhã không cứng nhắc qua những thiết kế cần thiết cho một lối sống phóng khoáng và hiện đại. Sự pha trộn giữa thiết kế truyền thống và chi tiết mạnh mẽ của đồng phục lao động hay tính kỹ thuật cao của đồ thể thao.

Các mẫu thiết kế Thu Đông 2014 của Dior Homme có phong cách pha mảng rất Mondrian, còn có chấm bi, mảng kẻ khác màu, pha vải denim mặc cùng áo khoác ba, bốn khuy.

Như chính anh nói “ Tôi muốn đặt lên trên hết, ý tưởng về một người đàn ông, một cá nhân, hơn cả một ý tưởng về thương hiệu” một ý tưởng của L’Homme Dior.”



RAF SIMONS

"Đối với riêng tôi, thú vị hơn khi phải nghĩ về những điều mà không phải là tôi. Tôi sẽ không bao giờ thiết kế phục trang hào nhoáng, hãy đá tôi ra khi tôi bắt đầu trở nên hào nhoáng".

Raf Simons là Giám đốc sáng tạo của Dior kể từ năm 2012. Bộ sưu tập thời trang Thu-Đông mới nhất của anh cho thương hiệu Dior một lần nữa tiếp tục đưa giới mộ điệu đi từ ngạc nhiên này sang ngạc nhiên khác.

Raf Simons rất biết cách thổi vào những mẫu thiết kế nữ của thương hiệu Dior những giá trị tinh túy nhất của văn hóa Pháp. Cùng với Dior, Raf đang gợi nhắc với giới mộ điệu một châu Âu xa xỉ

Sinh ra tại thị trấn Neerpelt, Bỉ vào năm 1968, anh là con trai của một quân nhân canh gác ban đêm và một người làm nghề lau dọn. Có lẽ, một cách kỳ lạ mà dễ giải thích, tính rõ ràng, những đường thẳng tối giản với độ chính xác cao và một phong cách quân sự luôn xuất hiện trong trang phục của ông.

Tiếp quản vai trò Giám đốc sáng tạo của dòng sản phẩm thời trang nữ của thương hiệu Dior vừa là một cơ hội mà cũng vừa

là một thử thách đối với Simons. Hơn bao giờ hết, qua ánh quang phổ của thời trang hiện đại, phiên bản New Look nổi tiếng từ năm 1947 của Dior liên tiếp được phân tích, thiết kế và kế thừa đầy cảm hứng từ mùa này sang mùa khác dưới sự chỉ đạo của Simons.

Phong cách thời trang mà Simons hướng tới luôn là sự tối giản. Thực tế này đã mang tới cả một cuộc cách mạng cho địa chỉ số 30 đại lộ Montaigne, một nơi có lẽ chưa bao giờ dành chỗ cho những bộ trang phục được thiết kế dành cho số đông. Hãy nhớ, trong lịch sử, trang phục Dior nữ luôn mang những thiết kế đặc biệt và chúng chỉ dành cho những người đặc biệt. Cuối cùng, rõ ràng với những gì mà Raf đang thể nghiệm ở nhà Dior, ông cho thấy một quyết tâm giới thiệu những mẫu thiết kế thực tế hơn - ngay cả trong những hoàn cảnh bất thường nhất dưới xưởng thủ công huyền thoại của nhà Dior.





Mövenpick

Hà Nội

Thay lời tri ân trong mùa lễ hội trăng rằm, bánh trung thu luôn là món quà đầy ý nghĩa gửi tặng người thân, đối tác và đồng nghiệp. Mừng Tết Trung thu 2014, từ nay đến ngày 08/9, khách sạn Mövenpick Hà Nội giới thiệu các sản phẩm bánh trung thu thượng hạng, là sự kết hợp của các hương vị đậm đà truyền thống và cách tân sáng tạo. Quý khách có thể lựa chọn hộp bánh bốn chiếc với giá 720.000VNĐ/hộp gồm các hương vị: hạt sen một trứng, pho-mát cà phê, trà xanh, Ngọc Thịnh Vượng; hoặc hộp bánh hai chiếc có giá 380.000VNĐ gồm hương vị: trà xanh và Ngọc Thịnh Vượng. Thông tin chi tiết và đặt bánh, vui lòng gọi: 04 3822 2800.

Pullman

Hà Nội

Tết Trung thu năm nay, hãy đến khách sạn Pullman Hà Nội mang về cho gia đình, bạn bè, người thân hay đối tác những hộp bánh Trung thu thật ý nghĩa. Tại đây, bạn có thể chọn hộp Sen gồm 6 bánh với hương

vị đặc trưng: Sen xát trứng muối, lá dứa kem sữa tươi, trà xanh trái mơ, thập cẩm, khoai môn Omochi dẻo Nhật Bản, nhân trái lựu cánh hoa hồng được bán với giá 660.000VNĐ/hộp; Hoặc bạn cũng có thể chọn hộp Tình Nhân, với vỏ hộp làm bằng chất liệu sơn mài Việt Nam mang đến một cảm giác trang nhã, thanh thoát. Bên trong hộp, ngoài bốn bánh với 4 hương vị khác nhau: Sen Xát Trứng Muối, Trà Xanh Trái Mơ, Khoai Môn Omochi Dẻo Nhật Bản, Nhân Trái Lựu Cánh Hoa Hồng, còn có một gói trà Shan Tuyết cánh hoa hồng. Hộp Tình Nhân này có giá 990.000VNĐ/hộp. Thông tin chi tiết và đặt bánh, vui lòng gọi: 04 3733 0688.



Daewoo

Hà Nội

Chắt lọc từ những nguyên liệu tự nhiên thuần khiết, cùng công thức độc quyền kết tinh sau hơn 20 năm tìm tòi và thử nghiệm, bánh trung thu Hà Nội Daewoo đã trở thành tinh hoa ẩm thực trong tiềm thức người Việt. Bánh trung thu năm nay có bốn vị đặc biệt cho quý khách lựa chọn, từ vị ngọt bùi của sen và hạt dẻ truyền thống đến vị thanh mát của khoai môn và trà xanh. Nhiều chương trình khuyến mãi được áp dụng cho các đơn hàng số lượng nhiều hoặc giao hàng miễn phí. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: 04 3831 5000.

Nikko

Hồ Chí Minh

Trung Thu là một trong những mùa lễ hội lớn của năm và là thời điểm thích hợp để trao tặng những chiếc bánh trung thu truyền thống biểu trưng cho sự đoàn viên đến với gia đình, bạn bè và đối tác. Từ nay đến ngày 08/9, khách sạn Nikko Sài Gòn giới thiệu đến thực khách sáu hương vị bánh Trung thu đặc sắc như: vị mè đen với hạt óc chó và trứng muối, vị lá dứa với dừa và hạt Macadamia, vị chanh dây với hỗn hợp nhân trái cây khô, vị đậu xanh với hạnh nhân và hạt dẻ, vị đậu đỏ với trà xanh Nhật Bản, và vị đậu xanh với hương cam, chắc chắn sẽ là món quà Trung Thu ý nghĩa của bạn dành cho những người yêu thương. Bánh Trung thu tại Nikko Sài Gòn được bán với giá 800.000VNĐ/ hộp 4 bánh. Thông tin chi tiết và đặt bánh, vui lòng liên hệ: 08 3929 5520.



ĐÓN ĐỌC STYLE

SỐ THÁNG 9



www.stylemagazine.vn
iPad/iPhone: App Store/Viet Bookstore/Style *www.3nana.vn

THIS IS TRAVELISTA

The Good Life

Perceptions of the Ordinary



Jasper Morrison

Lars Müller Publishers

The Good Life
Perceptions of the Ordinary

Jasper Morrison
Nhà xuất bản Lars Müller

Những gì khiến bạn phải để ý, và tại sao? Điều gì tưởng như là quan trọng, một chậu hoa vờ, hai chiếc bàn giống nhau được xếp cạnh. Với tuyển tập tản văn và hình ảnh này, nhà thiết kế nổi tiếng Jasper Morrison nhận xét về cuộc sống sau những tình huống tưởng như bình thường qua những hành trình của mình.

Giày thể thao cao cổ
Salvatore Ferragamo



Nghệ thuật xếp đồ và du hành đã trở thành kiến thức không thể thiếu với những người luôn ngang dọc trên địa cầu cùng những chuyến đi bận rộn.

Bao chìa khóa

Dior Homme

Một thiết kế điển hình phong cách của Kriss van Assche với chất liệu da pha với dạ, tối giản và không logo.



Đồng hồ phi công

IWC

Tông màu xanh lính với vỏ sứ, máy cơ, lên dây cót tới 68 tiếng, chống nhiễm từ và chức năng bấm giờ



Vali

Rimowa Salsa

Rimowa Salsa được thực hiện bằng chất liệu polycarbonate siêu nhẹ, nhẹ hơn 26% với những dòng Rimowa khác, cùng tay cầm chữ T, bánh xe thiết kế mới, thiết kế bên trong thông minh hơn, chia thành hai ngăn lưới giúp phân cách đồ đạc và giữ chúng cố định tại chỗ, khóa chống nước giúp đảm bảo hành lý trong mọi điều kiện thời tiết.



PARADISE CRUISES™
HALONG BAY • VIETNAM



Redefine *Luxury*

Naturally honoured with a myriad of limestone formations rising out of emerald water, Halong Bay in Vietnam's most fascinating destination. From its exclusive marina located on Tuan Chau Island at the doorstep of this world of enchantment, Paradise Cruises invites you to embark on a supremely luxurious journey for the finest immersion in the cultural heritage and natural wonders of Vietnam's most famous World Heritage Site.

Onboard majestic vessels offering spacious first class facilities and providing the highest standards of customer services for an idyllic rendez-vous with the breathtaking seascape, Paradise Cruises redefines luxury cruising in Halong Bay



PARADISE CRUISES

Tuan Chau Island, Halong City, Quang Ninh Province

Tel: (84 4) 3941 6666 | Fax: (84 4) 3936 8338

Email: info@paradisevietnam.com

Website: www.paradisevietnam.com

Available for

FIT | GROUP | CHARTER

<https://tieulun.hopto.org>





Rolls-Royce Wraith

Xe của quý ông

Có thể nói Wraith của Rolls-Royce đang là chuẩn mực mới cho sự sang trọng và tinh tế của những người đàn ông thành đạt và hiện đại!



Chúng ta đều biết Rolls-Royce nổi tiếng với những mẫu xe siêu xa xỉ. Nói tới những mẫu xe Rolls-Royce là nói tới những chiếc xe được chế tác bằng những chất liệu ưu việt nhất, đẳng cấp nhất. Với Rolls-Royce, mọi thứ chỉ là công cụ, sở thích, đam mê và trải nghiệm mới là cái đích được hướng tới. Nói tới những chiếc xe Rolls-Royce, đó hoàn toàn không phải những chiếc xe mang tinh thần thể thao mà thay vào đó là sự sang trọng, đẳng cấp, những dấu ấn của tột đỉnh xa hoa. Trong lịch sử, cũng chưa bao giờ Rolls-Royce được biết đến với những mẫu xe đua mà thường được biết đến nhiều hơn với nghệ thuật chế tác thủ công truyền thống, một phong cách tinh tế và một lịch sử với một di sản lâu bền. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa Rolls-Royce tuyệt đối không có những dấu ấn về tốc độ. Đồng sáng lập của thương hiệu Rolls-Royce, ông CS Rolls từng là một tín đồ trung thành của những mẫu xe thể thao. Ông đã chiến thắng và giành giải Isle of Man TT vào năm 1906. Trong lịch sử, Rolls-Royce cũng từng một lần đoạt giải Grand Prix.

Mặc dù Rolls-Royce đã bắt đầu lịch sử của mình với những khởi đầu “có chỉ số octane cao” (nhận xét của một ấn phẩm dành cho nam giới), thương hiệu từ lâu vẫn gắn hình ảnh của mình với những tài xế riêng thay vì các tay đua cự phách. Và đây có lẽ chính là hình ảnh của giới siêu xa xỉ. Và đây cũng chính là điều khiến các fan trung thành của Rolls-Royce phải ngạc nhiên đầy thú vị trước mẫu xe mới của hãng – chiếc Wraith.

Khái niệm xe siêu sang mới

Mẫu Wraith, mẫu xe mới nhất của Rolls-Royce, là mẫu xe mà theo định nghĩa của giới chuyên môn được thiết kế với tiêu chí sở hữu “một sức mạnh, một phong cách và một ấn tượng sẽ khiến cho thế giới ngừng quay.” Wraith, thực tế cho tới nay vẫn là mẫu xe mạnh mẽ nhất mà Rolls-Royce từng giới thiệu. Xe sở hữu một động cơ 6,6l, động cơ tăng áp kép V12, công suất 624 bhp, mô men xoắn 800Nm. Điểm thú vị của mẫu xe là khối sức mạnh này hoàn toàn không ảnh hưởng tới phong cách sang trọng, sự lịch lãm cũng như tiện

ngghi của người ngồi trong xe. Toàn bộ những thanh âm gần như được chặn ở bên ngoài, mang lại cho người ngồi trong xe một cảm giác thư thái và thoải mái nhất.

Hoàn toàn không ngoa khi nói chỉ khi ở trên đường, người lái mới có thể bắt đầu đánh giá được sự ưu việt của khối sức mạnh nằm ở động cơ của xe. Một tạp chí dành cho đàn ông của nước ngoài đã đưa ra một so sánh khá hình ảnh và thú vị là một chiếc xe tải với động cơ tăng áp được điều chỉnh để trở thành xe đua. Khi tăng ga, người lái cơ hồ cảm nhận được cả khối sức mạnh ulla vào khoang động cơ, đẩy chiếc xe về phía trước, đưa nàng tiên Spirit of Ecstasy đón gió. Khi đã vượt qua tốc độ 80mph (128km/h), có thể bạn sẽ suy nghĩ dường như không có giới hạn tốc độ với khối động cơ 6,6l của xe. Với sức mạnh từ động cơ, chiếc xe có trọng lượng 2,36 tấn dường như lướt đi trong gió.

Nội thất của xe cũng ấn tượng như chính hoạt động của xe. Ngay khi mở cửa, bạn sẽ choáng ngợp trước một nội thất hơn cả tiện nghi không chỉ ►

đối với bất kỳ chiếc Coupé 02 của mà còn đối với bất kỳ chiếc xe nào. Các chi tiết tinh tế trong từng đường nét, chất liệu da ốp sang trọng và cao cấp, thảm len dệt dày, các miếng ốp gỗ nổi rõ vân hạt. Trong trường hợp bạn muốn trang trí thêm cho chiếc xe, hệ thống đèn trần Starlight Headliner gồm 1.340 bóng đèn sợi quang sẽ tạo hiệu ứng như một bầu trời sao.

Về các thiết bị phụ kiện gadget đi kèm, xe được trang bị một hệ thống âm thanh 18 loa, một hệ thống camera 360 độ, hệ thống điều khiển hành trình chủ động (Active Cruise Control) giúp bạn an toàn tuyệt đối, hoàn toàn tránh khỏi việc có thể đâm vào xe phía trước. Ngoài ra, trên xe còn có một hệ thống điều hướng và điện thoại kích hoạt bằng giọng nói, cho phép chủ xe có thể gửi email trực tiếp khi ở trên xe.

Hoàn hảo với nhu cầu của những người thường xuyên phải di chuyển! Hệ thống Satellite Aided Transmission của xe còn sử dụng các dữ liệu thu thập được từ GPS để dự đoán về con đường phía trước để từ đó có những điều chỉnh nhằm mang lại cho người ngồi trong xe cảm giác thoải mái nhất. Tuy nhiên tính năng này của xe không được nhiều người biết – có lẽ do xe hoạt động trơn tru tới mức hoàn hảo nên gần như không ai nhận ra để chú ý.

Có thể nói mẫu Wraith của Rolls-Royce hiện không có đối thủ. Không có chiếc xe nào tồn tại kích thích này, sức mạnh động cơ này có thể mang tới cho những người ngồi trong xe một trải nghiệm như Wraith của Rolls-Royce. Và như vậy, Wraith của Rolls-Royce chính là một chiếc siêu xe của những quý ông hiện đại. ■

Nội thất của xe cũng ấn tượng như chính hoạt động của xe. Ngay khi mở cửa, bạn sẽ choáng ngợp trước một nội thất hơn cả tiện nghi không chỉ đối với bất kỳ chiếc Coupé 02 của mà còn đối với bất kỳ chiếc xe nào.



Mini Cooper 2014



Có lẽ hiếm có chiếc xe hơi nào mang tính biểu tượng và dễ nhận biết khi ở trên đường như một chiếc Mini Cooper. Mặc dù các thiết kế mới (trong năm 2014) của hãng có thể trông không khác lạ nhiều lắm so với những phiên bản cũ - nếu chỉ nhìn thoáng qua nhưng chúng thực sự là một khác biệt lớn đối với phân khúc của những chiếc xe nhỏ. Và nếu trở lại với Mini Cooper, bạn sẽ thấy điều này càng đặc biệt đúng với những chiếc Cooper Hardtop bởi chúng không còn nhỏ như chúng đã từng.

Trong trường hợp của những chiếc Cooper Hardtop 2014, xe không chỉ lưu giữ các đặc điểm ưu việt về độ thuận tiện trong vận hành của những thế hệ trước mà còn vượt trội so với các thế hệ trước nếu xét về độ rộng, tiện nghi và khả năng dễ lái, khả năng tăng tốc.

Ngoại thất & Phong cách

Giống như mẫu 911 của hãng Porsche, mẫu xe kinh điển Cooper của Mini luôn có một sự tiến hoá về phong cách với mỗi thế hệ xe - thay vì có một sự thay đổi đột ngột. Điều này đã tiếp tục là như vậy với mẫu xe năm 2014. Mặc dù, mẫu xe mới có những thay đổi về thiết kế trên toàn bộ thân, tuy nhiên điểm thay đổi đáng chú ý nhất diễn ra ở phần mũi xe. Cụm lưới tản nhiệt được thay đổi vị trí hoàn toàn ở phía trên cản sóc (hãm xung). Thiết kế của lưới tản nhiệt cũng được thực hiện một thay đổi nhỏ. Do vậy, nhìn chung, phần mũi xe có một sự thay đổi đáng kể. Về kích thước, xe cũng lớn hơn so với bản cũ - tuy nhiên không dễ để nhận ra điều này. Với kích thước chiều dài 151,1 inch (383,8 cm); 151,9 inch (385,8 cm) với bản Cooper S, xe có kích thước ở giữa

mẫu Fiat 500 và mẫu Nissan Juke (Fiat 500: 144,4 inch (366,8 cm) và Nissan Juke 162,4 inch (412,5 cm)). Nếu bạn tình cờ nhìn thấy mẫu Cooper Clubman hiện tại, bạn sẽ thấy đây là một bản mở rộng của mẫu Hardtop cũ khi có chiều dài lên tới 155,9 inch (396 cm). Trong khi đó mẫu Countryman - phiên bản SUV của Mini - có chiều dài 161,7 inch (410,7 cm).

Vận hành

Nếu như phong cách của xe không phải là một sự thay đổi lớn, tất cả những gì phía dưới vỏ của chiếc xe, đó lại là một sự khác biệt hoàn toàn.

Với mẫu 2014 này, 02 động cơ mới sẽ được giới thiệu. Bản chuẩn (base model), vẫn thường được gọi đơn giản là Cooper sẽ có một động cơ 03 cylinder, tăng áp kép, dung tích 1,5l, công suất 134 sức ▶



ngựa. Xe chuẩn số tay 06 cấp sẽ tạo ấn tượng khá lớn với người lái. Lực xoắn khá lớn nhưng hệ thống số tay đòi hỏi các tài xế phải chạy ở số thấp khi muốn tăng tốc. Mặc dù vậy, khi đã đủ lực đẩy, xe sẽ vận hành thực sự ấn tượng.

Mặc dù kích thước mới lớn hơn, nhưng cũng nhẹ hơn và chắc chắn hơn. Mặc dù xe sẽ không cho bạn cảm giác như những chiếc Cooper cũ nhưng đó có lẽ đó là một cái giá nhỏ mà người dùng phải chấp nhận cho một chiếc xe mạnh mẽ, bền bỉ.

Với chiếc Cooper S, bạn sẽ có động cơ tăng áp kép 2.0, 04 cylinder, công suất 189 mã lực. Bạn có thể thử test bản số tự động, 06 cấp. Hoàn toàn không ngoa khi nói Cooper S là chiếc xe dành cho những người thực sự quan tâm đến khả năng vận hành cao. Số tự động của xe khá tốt và một cơ chế cài đặt bổ sung sẽ cho phép

bạn sử dụng các lẫy chuyển số nằm trên vô lăng để điều chỉnh số xe.

Nhìn chung cả 02 động cơ đều được cải tiến và nâng cấp vượt bậc. Mặc dù các chỉ số tiết kiệm năng lượng chưa được công bố nhưng chắc chắn đây là con số đáng kể. Khi chạy ở chế độ Sport, cả hai mẫu được giới thiệu ở đây đều cho người lái một cảm nhận khá rõ về đường tuy nhiên trải nghiệm này dễ chịu hơn nhiều so với một chiếc BRZ coupe. Với chế độ Normal, điều khiển bản chuẩn Cooper khá dễ dàng. Tuy nhiên, Cooper S lại có nhiều trải nghiệm hơn mức mọi người vẫn mong đợi – tuy nhiên đây là trải nghiệm cá nhân.

Nội thất

Hiển nhiên những cải tiến bên trong vượt trội hơn nhiều so với những thay

đổi bên ngoài. Những nhà sản xuất xe hơi cao cấp như BMW, Audi và Mercedes-Benz đang giới thiệu những mẫu xe có giá phù hợp hơn với thị trường. Và tất nhiên, nội thất của xe cũng tùy thuộc vào từng mức giá mà có những thay đổi và điều chỉnh cho phù hợp. Với Mini Cooper, bản Hardtop 2014 có thể xem là hình mẫu cho những chiếc xe với nội thất xa xỉ phải chăng.

Nội thất của xe rộng rãi và thoải mái hơn nhờ vào việc kích thước của xe được tăng đáng kể. Điều này đặc biệt dễ nhận thấy ở khu vực ghế trước nơi tài xế và hành khách có nhiều không gian để thở. Khoảng không gian phía trên cũng rất thoải mái – nếu so với một chiếc xe cỡ nhỏ. Với kích thước 40,3 inch (102,3 cm), Mini đã qua mặt cả Fiat 500 và Nissan Juke và Golf của VW. ■

THIS IS LONDON

Sách du lịch

M. Sasek

Đây là một cuốn sách giới thiệu London bằng hình ảnh, về công viên, quảng trường, những nơi có dòng sông chảy qua mùi hương của hoa violet, sự ấm áp của bữa trà chiều lúc 4 giờ... Tất cả đều hiện lên một cách vô cùng văn minh, sáng tạo và sành điệu. Chỉ bằng những màu sắc cơ bản, qua các thiết kế táo bạo, M.Sasek đã làm toát lên linh hồn của thành phố thu hút độc giả ở mọi lứa tuổi. M. Sasek cũng sẽ mang đến cho chúng ta những cái nhìn mới về London qua con mắt của một họa sĩ với một giọng văn hóm hỉnh. Dù không viết nhiều nhưng Sasek vẫn truyền đạt một lượng thông tin khá lớn. Cuốn sách This is London của Sasek nhận được giải thưởng New York Times Choice về truyện tranh hay nhất năm dành cho trẻ em.



Globe - Trotter

Vivienne Westwood

Với niềm đam mê lớn dành cho những chiếc vali, vào năm 1959, Dame Vivienne Westwood đã hợp tác với thương hiệu thiết kế hành lý lâu đời Globe-Trotter. Chiếc vali cao cấp của nhà thiết kế 72 tuổi này gồm 2 màu: màu kem và xanh đen. Bên trong vali là lớp lót kẻ sọc, còn bên ngoài lại được tạo điểm nhấn bằng những chiếc thắt lưng da và những dây đai gọn gàng.



Ô & ba toong

James Smith & Sons

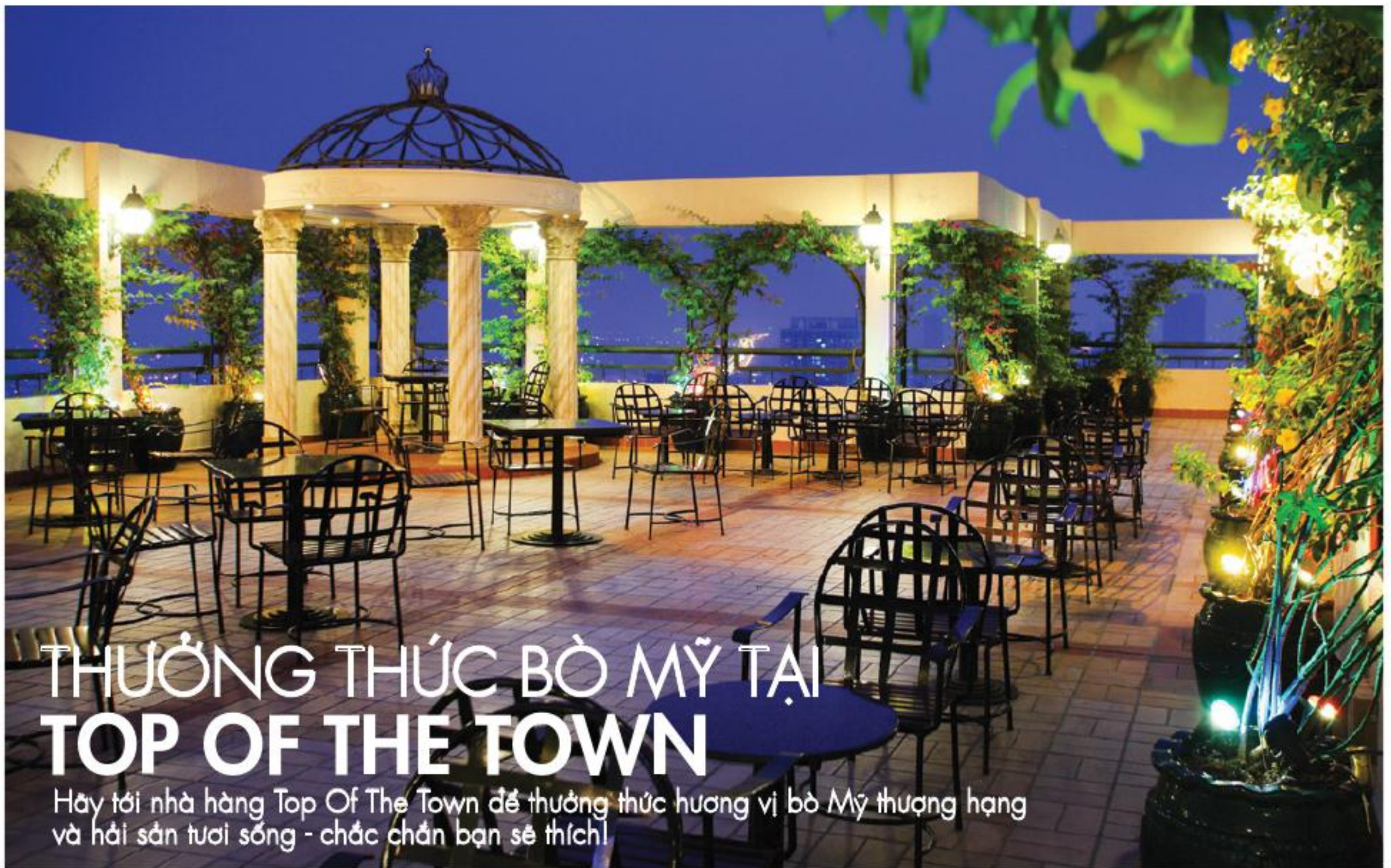
Năm phút đi bộ qua các cửa hàng mua sắm, kéo dài từ ga Tottenham Court Road về phía Tây đến đường Bond, James Smith & Sons, chẳng có gì thay đổi từ năm 1857, ngay cả khi những con phố xung quanh đã thay đổi hiện đại hơn. Cửa sổ của các cửa hàng đẹp đẽ này luôn có sức hút với bất cứ ai đi ngang qua.



Tháp London và hoa anh túc gồm

Paul Cummins & Tom Piper

"Mảnh đất nhuộm máu và dòng biển đỏ" với 888.246 bông hoa anh túc gồm đỏ được sắp đặt quanh chân tháp London nhân dịp kỷ niệm 100 năm Thế chiến I. Công trình này là sự tưởng nhớ đến những quân nhân Anh đã ngã xuống trong chiến tranh. Hoàng tử William, Công nương Kate và Hoàng tử Harry cũng đã ghé thăm và "trồng" những bông hoa anh túc gồm đỏ tại đây.



THƯỜNG THỨC BÒ MỸ TẠI TOP OF THE TOWN

Hãy tới nhà hàng Top Of The Town để thưởng thức hương vị bò Mỹ thượng hạng và hải sản tươi sống - chắc chắn bạn sẽ thích!

Với diện mạo hoàn toàn mới, Top Of The Town đang là "Talk of the town" và được giới sành điệu của thành phố đặc biệt quan tâm. Trong thực đơn mới của nhà hàng, hai hương vị chính là các món chế biến từ nguyên liệu Bò Mỹ thượng hạng và hải sản đa dạng.

Nằm tại tầng 25 của khách sạn Windsor Plaza, Top Of The Town sở hữu một không gian sang trọng và lãng mạn, thi vị. Mỗi khi đến đây, khách hàng sẽ không chỉ có được những trải nghiệm ẩm thực đẳng cấp mà còn có thể ngắm nhìn thành phố từ một góc nhìn khác, rộng hơn, bao quát hơn và hoành tráng hơn. Đặc biệt diện mạo mới đầy ấn tượng, Top Of The Town sẽ là điểm hẹn lý tưởng cho những sự kiện quan trọng, những bữa cơm gia đình hay những buổi hẹn hò.

Là nhà hàng có vị trí cao nhất Quận 5, Top Of The Town được thiết kế với hai khu vực trong nhà và ngoài trời biệt lập, mang đến cho thực khách những lựa chọn phong phú cho phong cách ẩm thực tinh tế, ấm cúng nhưng không kém phần khoáng đạt. Thực khách có thể tùy ý lựa chọn khu vực trong phòng với nội thất và trang trí theo phong cách Tây sang trọng hoặc khu ngoài trời lồng gió mang đậm chất thiên nhiên.

Nổi bật trong thực đơn mới của nhà hàng Top of the Town là các món bò nướng và hải sản tươi sống được nhập khẩu từ những nhà phân phối uy tín. Và trong tháng này, khi đến với Top Of The Town, tất cả thực khách sẽ được đích thân vị bếp trưởng người Ý với nhiều năm kinh nghiệm quản lý những nhà hàng đẳng cấp trên thế giới tự tay chọn lựa những nguyên liệu tươi ngon nhất để giới thiệu bộ sưu tập những hương vị tinh túy, thỏa mãn ngay cả những khẩu vị sành ăn nhất. Bên cạnh đó, thực đơn mới cũng không thể thiếu một số hương vị Việt nổi tiếng như bò lá lốt, gỏi cuốn,... được chế biến và trau chuốt tỉ mỉ.

Song hành với ẩm thực, Top of the Town còn phục vụ một bộ sưu tập vang quốc tế hảo hạng. Với mỗi món ăn, thực khách sẽ được đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp tư vấn một loại vang phù hợp, giúp thực khách thưởng thức trọn vẹn khẩu vị. Bên cạnh đó, thực khách còn có nhiều lựa chọn thức uống độc đáo khác như cocktail, các loại đồ uống có cồn mạnh, những dòng bia Đức nổi tiếng là bia tươi Krombacher, bia Krombacher đen, bia chai Schneider Weisse, và vang sủi bọt Henkell Trocken cũng được nhập khẩu từ Đức cho bữa tiệc thêm nồng nàn thi vị.



Thường thức những hương vị tuyệt vời trên tầng cao và ngắm thành phố về đêm lung linh ánh đèn, Top of the Town đánh thức hầu hết mọi giác quan của thực khách từ vị giác, khứu giác, thị giác đến cảm giác.

NHÀ HÀNG & BAR TOP OF THE TOWN

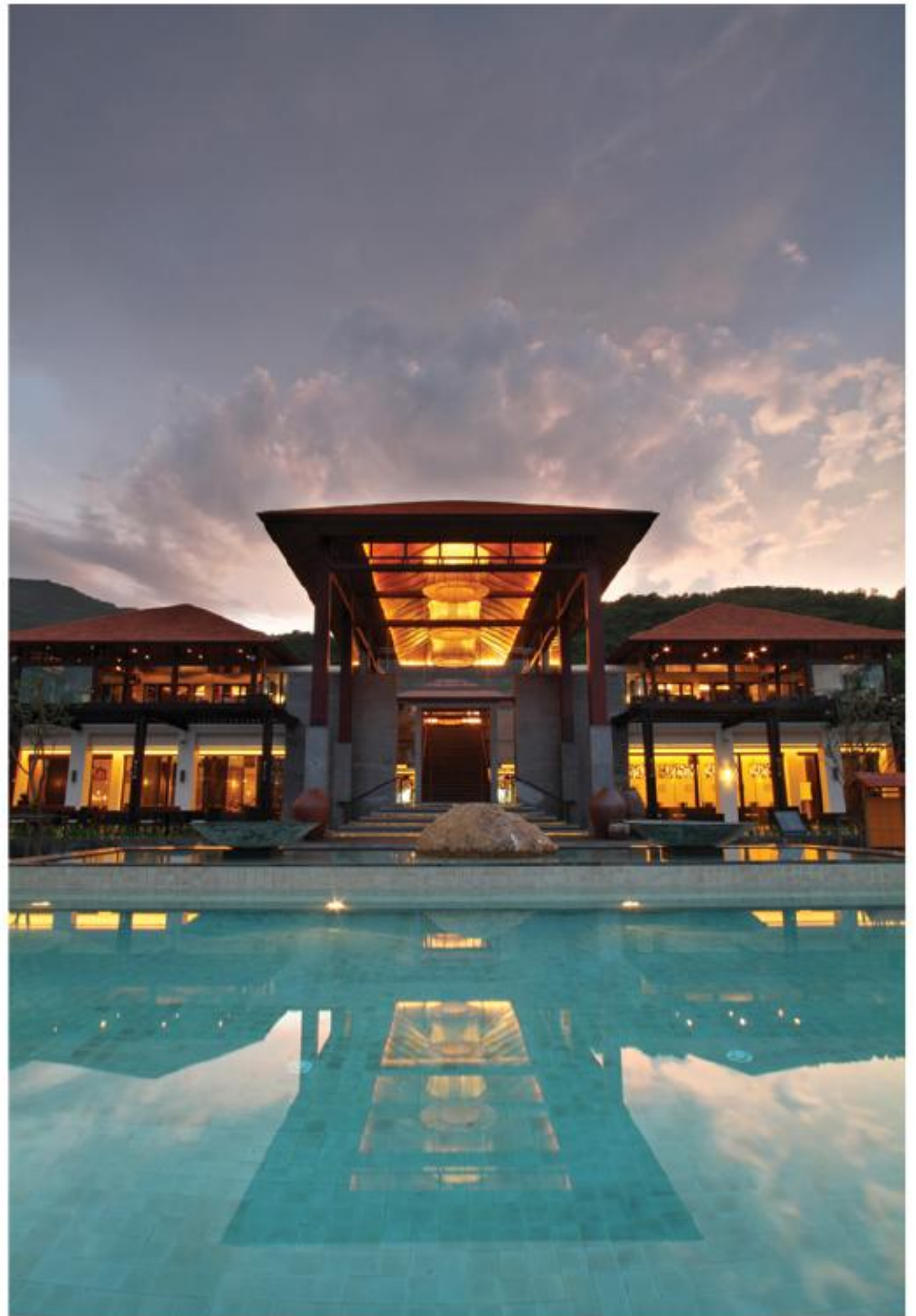
Giờ phục vụ: 6:00pm – 11:00pm

Giá từ: 148.000VNĐ++/món

Địa chỉ: tầng 25, khách sạn Windsor Plaza, 18 An Dương Vương, Quận 5, Tp.HCM

Điện thoại: 08.38336688 – ext. 2626





Yên tĩnh với Banyan Tree

Dù đã đi tới hai lần, tôi vẫn thích quay trở lại khu nghỉ Banyan Tree.

Hiện nay, ngành du lịch nghỉ dưỡng ở Việt Nam vẫn đang phát triển mạnh. Các khu nghỉ cao cấp đạt chuẩn 05 sao quốc tế được khai trương liên tục tại những vùng biển đẹp của Việt Nam. Trong số đó, nhiều khu nghỉ dành được những giải thưởng quốc tế về dịch vụ tốt nhất, tiện nghi tốt nhất, hay bãi biển đẹp nhất... do các tờ báo

chuyên về du lịch của thế giới trao tặng. Banyan Tree cũng nằm trong danh sách đầy danh giá đó.

Có thể nói, Banyan Tree có một vị thế tuyệt đẹp, lưng tựa núi, mặt hướng biển, cụ thể là vịnh Lăng Cô. Điểm lợi thứ hai là Banyan Tree nằm xa khu dân cư, khách phải chạy đến 08 km mới thấy một ngôi làng nhỏ, heo hút, hẻo lánh và bình



yên. Nhưng, bù lại cho vị trí đặc địa này, khách đều mất một giờ chạy xe từ sân bay Đà Nẵng về khu nghỉ cho khoảng 45 km.

Đến Banyan Tree, khách sẽ liên tưởng ngay đến bộ phim “Ngôi nhà nhỏ trên thảo nguyên.” Đó là khi khách nhìn thấy những căn villa xinh xắn, nằm duyên dáng và ngăn nắp trên đồi, vách núi và đều hướng về phía kênh hoặc biển. Những căn villa đẹp đó được bao phủ bởi hoa lá cỏ cây được chăm chút tỉ mỉ, lại nằm dọc con kênh nhân tạo, nước trong vắt khiến cho khu villa này vốn thanh bình, lại càng yên tĩnh, thơ mộng. Chắc vì gần Hội An (60km) nên buổi tối cả khu này được thắp sáng chủ yếu bằng những đèn lồng đủ màu sắc, đèn lồng được treo dọc kênh và ngay cả cây cầu Nhật nổi tiếng ở Hội An cũng được kiến trúc sư

mang về đây. Nói chung, Banyan Tree có khung cảnh tuyệt đẹp.

Kiến trúc của 49 căn villa, hay toàn khu nghỉ được lấy cảm hứng từ lăng tẩm của các triều đại vua chúa Việt Nam. Thế nhưng, nếu đi một vòng khu nghỉ, khách sẽ dễ nhận ra phong cách nhà truyền thống của Huế qua các đồ trang trí nội thất: tác phẩm điêu khắc đá sa thạch Champa, trống đồng Đông Sơn, nghệ thuật thư pháp Việt Nam, tranh Đông Hồ, rối nước, thêu lụa, đồ gốm và các loại vải với sắc tím hoàng gia.

Ngoài khung cảnh đẹp, trang thiết bị hoàn hảo, hiện đại nhưng vẫn thân thiện với môi trường, Banyan Tree còn được đánh giá cao về ẩm thực. Với The Watercourt, khách có thể thưởng thức ẩm thực Pháp và các món ăn tinh túy của

Việt Nam ở trong nhà hay ngoài trời. Với khu bếp mở, khách có thể quan sát các đầu bếp chế biến những món ăn để có một trải nghiệm riêng.

Trong khi đó, Saffron là sự hòa quyện khéo léo giữa ẩm thực Thái truyền thống và hiện đại. Trong khi chờ thưởng thức những món ăn Thái tuyệt ngon, khách sẽ nhận ra lối trang trí đặc biệt của nhà hàng khi dùng tơ lụa với màu tím Huế Hoàng Gia, những họa tiết thêu tinh tế. Và nếu khách phóng tầm mắt nhìn quang cảnh tuyệt đẹp chạy từ trên đồi hướng thẳng ra biển thì mới thấy một bữa tối thú vị đến mức nào.

Còn nếu bạn yêu biển và món Ý, hãy ghé Azura, nhà hàng nằm ngay trước biển, với trang trí đặc thù của làng chài Việt Nam. Nếu không thích món Ý mà

vẫn thích khung cảnh của nhà hàng, khách có thể chọn món ăn tùy thích từ thực đơn hải sản xa hoa đến những món tráng miệng ngon đến lạ thường.

Nếu đã chọn nghỉ dưỡng mà bạn không ghé khu spa để trải nghiệm thì thật đáng tiếc. Hãy thử thư giãn tại Banyan Tree spa với các phương pháp trị liệu nổi tiếng từng đoạt nhiều giải thưởng danh giá quốc tế. Đi spa, cũng giống như bạn đang tham gia vào hành trình hồi sinh sức sống trong một không gian thư thái, giúp thúc đẩy quá trình hồi phục tự nhiên của cơ thể, tận hưởng những phương pháp trị liệu độc đáo của spa sẽ làm thóa dịu những lo lắng hiện tại. Hãy trải nghiệm khoảnh khắc nuôi dưỡng các giác quan bằng phương pháp xoa bóp, chăm sóc cơ thể và khuôn mặt. Bạn sẽ cảm thấy thật thú vị vì tất cả các kỹ thuật viên tại Banyan Tree spa đều đã được qua đào tạo chính thức tại Học viện spa Banyan Tree tại Bintan, Indonesia, Phuket, Thái Lan, Lệ Giang – Trung Quốc.

Chưa hết, Banyan Tree còn đảm bảo tuyệt đối về không gian riêng tư dành cho khách. Đến đây, khách như được thoát khỏi cuộc sống ồn ào bên ngoài, chỉ dành thời gian nghỉ dưỡng thực sự với bạn đồng hành. Nhân viên khu nghỉ cũng tránh làm phiền khách tối đa, và dường như họ chỉ muốn mang lại niềm phấn khởi vui vẻ cho khách.

Nếu bạn thực sự là vị khách sành điệu, vốn am tường về du lịch, hãy trải nghiệm tại biệt thự nghỉ dưỡng đẳng cấp 5 sao của Banyan Tree để có được một kỳ nghỉ dưỡng hoàn hảo nhất. ■



“Nếu đã chọn nghỉ dưỡng mà bạn không ghé khu spa để trải nghiệm thì thật đáng tiếc. Hãy thử thư giãn tại Banyan Tree spa với các phương pháp trị liệu nổi tiếng từng đoạt nhiều giải thưởng danh giá quốc tế.”



Sofitel Plaza

Hà Nội

Rằm tháng 8 năm nay, hãy mang đến món quà ý nghĩa cho bé yêu và những giây phút ấm áp tình thân cho cả gia đình với dạ tiệc “Rộn ràng Tết Trung Thu” tại khách sạn Sofitel Plaza Hà Nội. Trong không gian lung linh của phòng tiệc Plaza Ballroom, cả gia đình bạn sẽ được tham gia vào bữa tiệc trăng rằm thú vị với màn múa lân đón trăng rộn rã, xiếc hề tung hứng vui nhộn, xiếc trăn ngoạn mục cùng nhiều tiết mục đặc sắc khác. Đặc biệt, các bé sẽ được thỏa sức sáng tạo với thử thách làm dim sum của cuộc thi “Siêu đầu bếp nhí” và nhận những phần quà hấp dẫn khi tham gia những trò chơi thú vị của chương trình. Bữa tiệc Tết Trung thu của cả gia đình sẽ thêm trọn vẹn với thực đơn phong phú gồm các món ăn tuyệt hảo như: thịt bò Mỹ nướng thơm ngon, hào nướng phoma, tôm hùm sốt bơ tỏi, và không thể thiếu những chiếc bánh trung thu đặc biệt được chính các đầu bếp của khách sạn chuẩn bị công phu. Tiệc Tết Trung thu này có giá 750.000VNĐ/trẻ em và 870.000VNĐ/người lớn.

Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04 3823 8888.



Windsor Plaza

Hồ Chí Minh

Năm nay, hãy đón mùa Trung thu sớm với những hương vị bánh đặc sắc và nhiều món ngon tuyệt hảo thiết kế riêng cho gia đình và nhóm bạn tại khách sạn Windsor Plaza Sài Gòn. Trau chuốt từ hương vị bánh đặc sắc, mỗi hộp bánh Trung thu của Windsor Plaza là một món quà cao cấp, ấm nồng yêu thương gửi tới gia đình, bạn bè và đối tác dịp Tết đoàn viên. Mẫu hộp bánh năm nay hoàn

toàn nhập khẩu với thiết kế sang trọng, tinh tế, đậm chất Á đông với hình chim công nổi bật và tinh xảo. Có 2 loại hộp bánh cho khách lựa chọn với mức giá đều là 788.000VNĐ/hộp. Trong đó hộp 8 bánh nhỏ có 2 lựa chọn màu tím hoặc đỏ hoàng gia với 8 hương vị khác nhau. Hộp 4 bánh lớn gồm một bánh thập cẩm gà quay hoặc gà quay và vị cá, cùng 3 bánh nhân ngọt tự chọn, kèm theo 1 hộp trà để thưởng thức cùng bánh Trung thu. Thông tin chi tiết và đặt bánh, vui lòng liên hệ: 08 3830 8888.

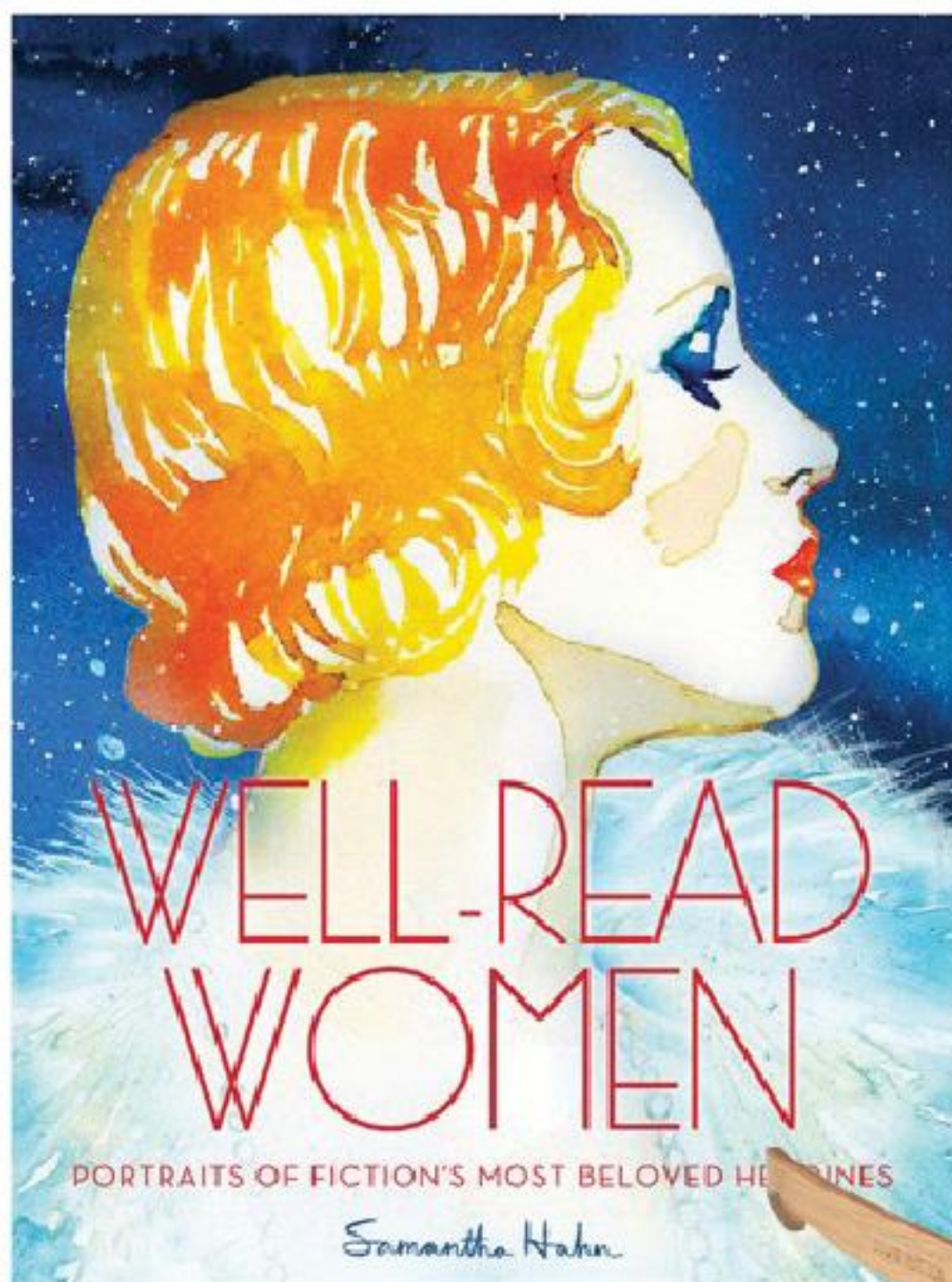
Sheraton

Hồ Chí Minh



Tết Trung thu từ lâu được biết đến không chỉ là khoảng thời gian sum vầy tuyệt vời nhất dành cho những người thương yêu, mang mọi người đến gần nhau hơn, mà còn là cơ hội để chúng ta bày tỏ tình cảm đến đáng sinh thành, bạn bè hay đơn giản chỉ là một lời cảm ơn chân thành đến đối tác. Mùa Trung thu năm nay, khách sạn Sheraton Sài Gòn mang đến những chiếc bánh Trung thu – là món quà ý nghĩa để bạn có thể dành tặng những người thân yêu nhất của mình. Bánh Trung thu tại Sheraton Sài Gòn năm nay gồm sen trắng, sen lá dứa, sen trà xanh, chà là, quả việt quất, bưởi và thập cẩm, có trứng muối hoặc không có trứng muối phù hợp với cả người không ăn chay hoặc ăn chay, với giá chỉ 998.000VNĐ/hộp 4 bánh. Thông tin chi tiết và đặt bánh, vui lòng gọi: 08 3827 2828.

THIS IS TRAVELISTA



Well-Read Women

Portraits of fiction's most beloved heroines

Tác giả Samantha Hahn

Cuốn sách bao gồm 50 bức chân dung được khắc họa bằng những bức vẽ thể hiện nét đẹp cổ điển cùng những dòng trích dẫn được viết tay của nghệ sĩ Samantha Hahn.



Bóp cầm tay

Kenzo

Chiếc bóp cầm tay Kenzo được làm bằng da mềm màu đen với khoá chữ "K" cá tính.

Một chuyến đi thành công thường bắt đầu với một danh sách các đồ dùng cần mang theo. Hãy nghĩ đến những món đồ thể hiện con người bạn.

Găng tay da

Balenciaga

Món đồ phụ kiện phong cách với các chi tiết tinh tế cùng cách phối màu độc đáo.



Kính mắt

Louis Vuitton

Thiết kế độc đáo với mắt kính nâu viền vàng cùng phần gọng gỗ được làm thủ công.



Bộ cắt móng tay

Air Safe - Czech & Speake

Một sản phẩm hữu ích dành cho cô nàng thường xuyên phải di chuyển. Nó bao gồm những dụng cụ cơ bản nhất giúp bạn sở hữu một bộ móng được cắt tỉa gọn gàng. Đặc biệt, chúng đều có thiết kế phù hợp để có thể mang lên máy bay.



Metropole

Hà Nội

Từ nay đến 30/9, hãy lên kế hoạch cùng những người thân yêu tận hưởng kỳ nghỉ đáng nhớ tại khách sạn Metropole Hà Nội với gói “Nghỉ dưỡng cùng Sofitel” để hưởng những ưu đãi hấp dẫn như: Phòng nghỉ sang trọng, tiện nghi; Bữa sáng tại nhà hàng hay tại phòng; và 60 phút mát-xa dành cho 2 người. Nếu là thực khách đam mê ẩm thực Địa Trung Hải, bạn không nên bỏ qua nhà hàng Le Beaulieu với một chuyến ngao du ẩm thực mang màu sắc truyền thống và cách tân của vùng đất Địa Trung Hải. Món ăn tại Le Beaulieu có giá từ 320.000VNĐ/món. Từ nay đến 8/9, cửa hàng L'Epicerie du Metropole giới thiệu bánh Trung thu loại 6 chiếc hoặc 4 chiếc theo đúng phong cách Việt Nam truyền thống với giá từ 1.400.000 – 8.900.000VNĐ/hộp.

Thông tin chi tiết, vui lòng gọi: 043826 6919.



Lotte Legend

Hồ Chí Minh

Tháng 9, hãy đến nhà hàng Atrium Café thưởng thức tiệc tự chọn trong không gian của thác nước, của vườn cây nhiệt đới và của hồ bơi trong xanh. Tại đây, bạn sẽ có một chuyến phiêu lưu ẩm thực thế giới thú vị nhất với rất nhiều món khai vị, món chính và món tráng miệng trong từng bữa sáng, trưa và tối. Đặc sản của nhà hàng phải kể đến các món hải sản tươi sống, thịt bò và cừu nhập từ Mỹ và Úc - tất cả đều sẽ được chế biến theo ý khách. Tráng miệng cũng đủ loại với món ngọt tuyệt hảo. Buffet trưa thứ 2 đến thứ 6 tại Atrium Café có giá 550.000VNĐ/ người; Buffet trưa thứ 7 có giá 700.000VNĐ/người; Buffet trưa Chủ Nhật có giá 840.000VNĐ/người; và buffet tối có giá 890.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3823 3333.



Hyatt Regency

Đà Nẵng

Tháng này, hãy đến nhà hàng Pool House, khu nghỉ Hyatt Regency Đà Nẵng để thưởng thức tiệc nướng BBQ ngoài trời với các món thịt nướng, sườn nướng được phục vụ ngay trên bếp nóng hổi cùng các món hải sản và salad tươi ngon bên cạnh bãi biển Non Nước xinh đẹp. Bữa tiệc kết thúc với các món tráng miệng đặc sắc có giá chỉ 790.000VNĐ/người, bao gồm miễn phí nước ngọt và 02 chai bia La Rue. Ngoài ra, bạn cũng nên ghé nhà hàng Green House tận hưởng không khí mùa hè sôi động theo phong cách Ý, cùng khám phá các món ăn theo phong cách ẩm thực châu Âu và Việt Nam. Tiệc buffet Ý này có giá 750.000VNĐ/người, bao gồm đồ uống có cồn hoặc 02 chai bia Peroni. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 0511 398 1234.

Metropole

Hồ Chí Minh

Từ ngày 26/7 – 25/8, chương trình “Buffet Sài Gòn những món chay”, “Chay và sức khỏe” được tổ chức tại Trung tâm Hội nghị và Tiệc cưới Metropole, 216 Lý Chính Thắng, P9, Q3, Tp.HCM. Với mong muốn giúp thực khách trút bỏ gánh lo trong cuộc sống, thoải mái thưởng thức hương vị thanh tao, tươi mát để tâm hồn thanh tịnh và thân thể khỏe mạnh, năm nay, Trung tâm Hội nghị và Tiệc cưới Metropole tiếp tục mang đến cho thực khách thực đơn “Chay thế giới” gồm nhiều món ngon như: Cơm trộn kiểu Mỹ, Miến đen trộn kim chi Hàn Quốc, Thịt nướng BBQ Nhật Bản, rau củ hầm hạnh nhân kiểu Pháp,... Đặc biệt, đến với Metropole, thực khách sẽ có cơ hội tận hưởng một không gian ấm cúng, sang trọng, ý nghĩa dành cho gia đình, người thân, bạn bè trong mùa Vu Lan. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3526 2288 - 0909 216 216.





Long Đình®

龍|庭|月|餅

Long Đình Moon Cake



Bánh Trung Thu

Long Đình

“Cả tâm tình gửi trao”

Hotline: 0902 286 286

Sản phẩm của Nhà Hàng Long Đình, 64B Quán Sứ, Hà Nội - Tel: (04)3 9429168

 banhtrungthulongdinh.vn

 facebook.com/banhtrungthulongdinh

<https://tieulun.hopto.org>

Bữa tối 3 sao Michelin

Michel Roux và La Maison 1888 tại InterContinental Đà Nẵng.

Gần hai năm trước, tôi được mời tham dự buổi họp báo giới thiệu việc bếp trưởng 03 sao Michelin - ông Michel Roux mở nhà hàng La Maison 1888 tại khu nghỉ InterContinental Đà Nẵng. Thực ra việc các bếp trưởng có sao Michelin đến Việt Nam không phải là chuyện hiếm. Các khách sạn 5 sao vẫn mời họ qua một tuần để phục vụ thực khách trong nước. Nhưng việc một bếp trưởng nổi tiếng thế giới như Michel Roux mở nhà hàng tại Việt Nam vẫn là bất ngờ lớn nhất đối với các tín đồ ẩm thực. Buổi họp báo được diễn

ra tại Tp.HCM và không phải nhà hàng của Michel Roux nên chúng tôi chỉ được thưởng thức những chiếc bánh macaron do ông chuẩn bị sẵn.

Thực ra, rất khó để có thể thưởng thức một bữa tối ở nhà hàng của bếp trưởng Roux. Nếu ở Anh, bạn phải gọi trước tới 06 tháng may ra mới đặt được chỗ tại nhà hàng Waterside Inn do ông sở hữu. Mỗi năm, ông chỉ ghé La Maison bốn tuần để phục vụ các thượng đế của mình. Tôi đặt bàn lúc 7.pm. Tôi đã nghĩ rằng sẽ bắt đầu bữa tối vào giờ đó. Thế nhưng, khi xe buggy vừa dừng trước cửa chính của nhà hàng, một cô phục

vụ mời chúng tôi vào trong quầy bar Buffalo để thưởng thức những ly vang hoặc champagne với đồ ăn nhẹ. Hầu như thực khách đặt bữa tối ở La Maison đều được “tiền khai vị” trong quán bar ấm cúng này. Đây là bar theo kiểu phương Tây nên nhạc khá nhẹ. Khách vẫn thoải mái nói chuyện mà không cần phải lên giọng. La Maison còn khá chu đáo khi đích thân anh Giám đốc ẩm thực của khu nghỉ đến chào và hỏi thăm từng khách.

Sau đó, chúng tôi được mời vào những căn phòng đã được đặt trước. Chúng tôi may mắn chọn được một vị trí đẹp ▶

và rất hiếm. Bên trong khu bếp có một khoảng không gian rộng nối giữa bếp và hầm chứa vang, và bàn của chúng tôi được chuẩn bị ngay tại vị trí đó. Sau khi đã ổn định chỗ ngồi, bếp trưởng Michel Roux ra chào và gửi mỗi người một tờ thực đơn. Ông giải thích sơ qua về thực đơn. Ông cũng giới thiệu các nguyên vật liệu còn tươi nguyên ngay trong gian bếp, được dùng để thực hiện thực đơn đó. Trong món ăn của mình, ông dùng hầu hết các loại rau quả hay gia vị, kể cả các loại hải sản của Việt Nam.

Nếu người Việt chỉ cần 30 phút hay một tiếng để hoàn thành bữa tối, thì người Pháp phải dành cả buổi tối và thường là ba tiếng, như thế được gọi là “thưởng thức” và khác với “ăn.” Bữa

tối này cũng vậy. Trước khi món ăn đầu tiên được dọn ra, ông Roux kể một câu chuyện về ẩm thực và các câu chuyện của ông lần lượt xen kẽ các món ăn. Tối hôm đó, ông đã kể tới bốn câu chuyện. Các câu chuyện của ông luôn rất thú vị và hài hước, như thể ông cố tình giúp chúng tôi được vui vẻ trong khi thưởng thức tài nghệ của mình.

Hôm đó, chúng tôi đã thưởng thức thực đơn bốn món: Súp cá Bouillabaisse dùng kèm với khoai tây, sốt Rouille, bánh mì tỏi và phô mai Gruyere nghiền; Gan ngỗng áp chảo kiểu Grenoble, dùng kèm với một lát dưa hấu cháy cạnh và nước sốt cam; Thịt bò phi lê áp chảo và gan ngỗng thái lát nướng, dùng kèm với bánh



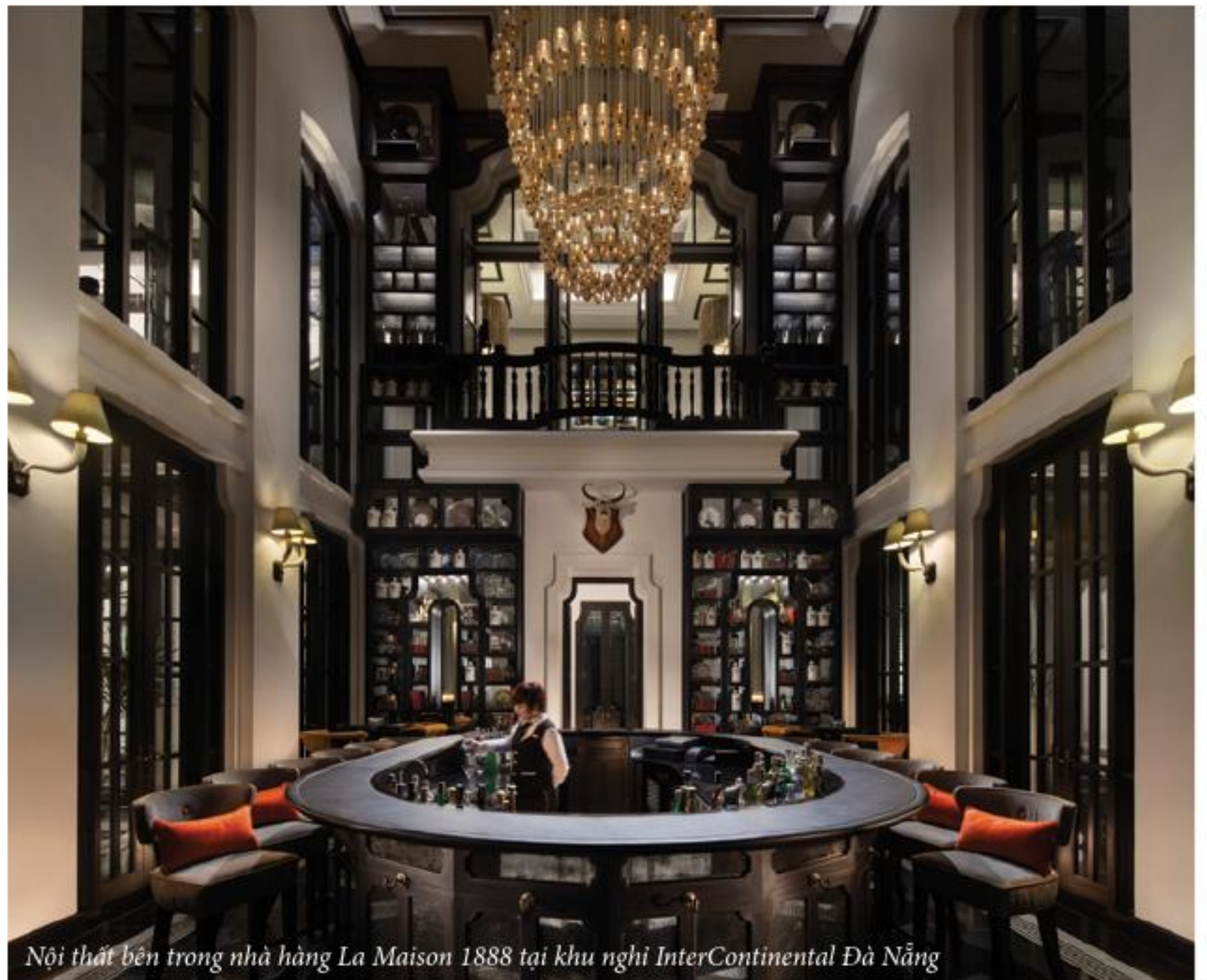
Michel Roux sinh năm 1941 là đầu bếp và chủ nhà hàng người Pháp làm việc tại Anh Quốc. Nhà hàng Le Gavroche của ông và anh trai là nhà hàng 3 sao Michelin đầu tiên tại Anh.





khoai tây chiên giòn, cần tây, củ cần tây, chuối nghiền và sốt rượu rum; và Đĩa tráng miệng chọn lọc phong cách La Maison 1888, cà phê và bánh ngọt. Các món ăn của Roux rất khiêm tốn, nhưng chất lượng, vừa đủ dùng cho một người. Các món ăn được trang trí cầu kỳ, sang trọng phù hợp với danh tiếng của Michel Roux. Giữa các món ăn, bếp trưởng Roux để cho chúng tôi thưởng thức những ly sorbet khác nhau để chuẩn bị thưởng thức món mới.

Với thực đơn bốn món, chúng tôi được thưởng thức bốn loại vang khác nhau. Nếu cho rằng vang đỏ dành cho thịt đỏ và vang trắng dành cho những món được chế biến từ thịt trắng, có nghĩa là chúng ta khá máy móc, và chưa hẳn đúng với thực đơn của bếp trưởng Roux. Roux giải thích khá kỹ với chúng tôi về cách dùng vang trong món ăn của ông, và ông cũng giải thích tại sao ông lại chọn những loại vang đó cho thực đơn của mình. Theo tôi hiểu, ông chọn vang dựa vào vị và độ gắt hay nhẹ của vang hơn là màu sắc của nó. ■



Nội thất bên trong nhà hàng La Maison 1888 tại khu nghỉ InterContinental Đà Nẵng

Và đó cũng là bữa tối ấn tượng nhất của tôi.

CHÀO MỪNG LỄ KỶ NIỆM 20 NĂM THÀNH LẬP New World Saigon Hotel

Năm 2014, New World Saigon Hotel tự hào chào mừng Lễ Kỷ Niệm Hành Trình 20 Năm Khám Phá tại trung tâm thành phố. Tháng Tư này, trong tổng số 534 nhân viên chúng tôi tuyên dương 97 anh chị nhân viên có thâm niên 20 năm làm việc tại khách sạn từ lúc khai trương năm 1994 đến nay.

Hệ thống khách sạn New World Hotels là nơi tạo nên những mối quan hệ gắn kết bền vững và là ngôi nhà thứ hai của khách hàng cũng như nhân viên các cấp của chúng tôi. Phó Tổng Giám Đốc New World Saigon Hotel ông Đặng Huy Hải chia sẻ “Với kiến thức, sự nhanh nhạy, tài trí và siêng năng, nhân viên của khách sạn đã có những tiến bộ vượt bậc, nhiều người trong số họ đã tạo nên bước tiến lớn trong sự nghiệp và trở thành những nhà lãnh đạo của khách sạn. Nhân viên chúng tôi có thể tự hào rằng với những trải nghiệm phong phú họ có thể tạo nên tên tuổi, danh tiếng cũng như một thương hiệu New World Saigon Hotel cho hôm nay và cả mai sau.”

Bộ Phận Ẩm Thực của New World Saigon Hotel có tất cả 40 nhân viên có thâm niên 20 năm làm việc kể từ năm 1994.

Anh Trần Văn Đông, Bếp Phó Căn Tin, được truyền cảm hứng nấu ăn từ mẹ, người đã dẫn dắt anh đến với ẩm thực Việt Nam truyền thống. Cơ duyên đưa anh đến làm việc tại New World Saigon Hotel là khi tham gia hội thi nấu ăn và lọt vào top 15 đầu bếp xuất sắc nhất trong tổng số 300 đầu bếp tham dự. Đây là bước khởi đầu lớn



cho sự khởi nghiệp ngành bếp của anh tại New World Saigon Hotel. Niềm tự hào trong khoảng thời gian anh Đông làm việc tại khách sạn là khi anh tham gia lễ hội ẩm thực tại Thụy Sĩ và giới thiệu tới bạn bè bốn phương những tinh hoa của ẩm thực Việt Nam.

Chị Đoàn Thị Thu Hồng, Trợ Lý Quản Lý Nhà Hàng, đã trải qua nhiều công việc khác nhau tại các nhà hàng và quầy bar của khách sạn trong suốt 20 năm qua. Và cũng chính tại The Lounge chị gặp người bạn đời của mình khi anh là nghệ sỹ dương cầm chơi nhạc mỗi tối của quầy bar. Họ nên duyên và hiện sống hạnh phúc bên cậu con trai của họ, kết quả từ sự yêu thương và gắn bó với New World Saigon Hotel.

Tổng Giám Đốc New World Saigon Hotel ông David Wicker cho biết “Lòng trung thành và sự cống hiến của 97 anh chị nhân viên có thâm niên 20 năm làm việc tại New World Saigon Hotel, những cá nhân đã phục vụ khách sạn hết mình trong suốt 20 năm qua, thật sự là nguồn cảm hứng làm việc cho mỗi chúng ta. Chúng tôi xin tuyên dương sự nỗ lực không ngừng của các anh chị và chúng ta càng tự hào hơn khi là một phần của gia đình New World Saigon Hotel.”



NEW WORLD
SAIGON HOTEL

76 LÊ LAI, QUẬN 1, THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

TEL: +84 8 3822 8888 FAX: +84 8 3823 0710

saigon@newworldhotels.com www.saigon.newworldhotels.com

<https://tieuun.hopto.org>



TÔI CHỌN AMIANA

Nha Trang nổi tiếng với những vịnh, đảo và các khu nghỉ dưỡng lý tưởng. Nếu bạn chọn Nha Trang và chọn những khu nghỉ dưỡng thực sự, Amiana cũng là một lựa chọn để bạn cân nhắc.



Vốn là người yêu thích khám phá và trải nghiệm dịch vụ nghỉ dưỡng sang trọng, tôi cũng thường đưa gia đình đi hưởng thụ ngay khi có thời gian rảnh rỗi. Đó là lúc tôi được nghỉ ngơi, thư giãn để lấy lại năng lượng cho những công việc mới. Lần này, tôi chọn Amiana là điểm dừng chân vì hầu như tôi đã đi hết các khu nghỉ cao cấp ở Việt Nam rồi.

Khi đặt chân tới đây, tôi không nghĩ rằng Amiana đẹp, bởi nhìn từ ngoài vào Amiana có vẻ hơi nhỏ bé, khá đơn giản và không lung linh. Nhưng, sau khi làm thủ tục check in, tôi được cậu nhân viên dùng xe buggy đưa đi một vòng khu nghỉ. Lúc này, tôi đã bắt đầu cảm nhận được vẻ đẹp yên bình Amiana. Điều làm tôi thích nhất đó là địa thế tựa sơn kê thủy – lưng bám núi, mặt hướng biển của Amiana. Với địa thế này, khi nhìn từ ngoài vào Amiana có vẻ như hơi “nhỏ bé” nhưng vào bên trong, sự “nhỏ bé” này đã dần biến thành người khổng lồ. Với núi xanh xám, biển xanh ngắt, và bãi cát trắng mịn, Amiana đã mang cho tôi cảm giác yên bình cần thiết của một khu nghỉ dưỡng.

Vẫn mang cảm giác đó, chúng tôi được đưa về phòng của mình. Đó là một trong số 16 căn hộ hai phòng ngủ của Amiana. Đây là lựa chọn thích hợp dành riêng cho gia đình bốn người chúng tôi. Nếu đi hai hay nhiều người, bạn cũng có nhiều lựa chọn phòng nghỉ trong tổng số 113 phòng nghỉ các loại. Nếu yêu thích không gian của núi rừng, tiếng sóng biển và khu vườn xanh mát, bạn nên chọn một trong 72 phòng hạng sang kiểu bungalow. Còn nếu thích nghe tiếng sóng biển trong suốt kỳ nghỉ, bạn hãy chọn một trong số 22 villa hướng biển, hoặc một trong số

3 villa hướng biển có hồ bơi riêng. Nói chung, ở Amiana bạn sẽ có nhiều lựa chọn loại phòng tùy vào sở thích và số lượng người nghỉ.

Ấm thực tinh tế

Trong thời gian lưu trú tại Amiana, chúng tôi sử dụng dịch vụ ẩm thực và giải trí của khu nghỉ. Về phần ẩm thực, tôi thích nhà hàng Bacaro. Bacaro lồng ghép nét văn hóa truyền thống vào thực đơn đa dạng với các món Á và quốc tế được phục vụ theo phong cách Cichetti. Nên dù là điểm tâm hay bữa tối, chúng tôi vẫn có thể tìm được những món ăn đúng khẩu vị và khá ngon tại nhà hàng này. Chúng tôi đã chọn nhà hàng này trong suốt thời gian ở Amiana.

Thỉnh thoảng, để giải trí vào buổi chiều, hay sau bữa tối khi bọn trẻ đã ngủ, chúng tôi ra quầy bar LB để thưởng thức những ly vang, sâm banh hay cocktail khá ngon. Vừa ngắm biển, và nghe tiếng sóng và vừa thưởng thức đồ uống trong tiếng nhạc nhẹ nhàng của bar vẫn luôn là cách giải trí tốt nhất mà chúng tôi lựa chọn khi đi nghỉ dưỡng. Ngoài ra, bạn có thể chạy ca nô trên biển, tôi đã thấy rất nhiều du khách chọn loại hình giải trí này, và đa số thường là các nam giới thích thể thao và mạo hiểm. Còn nữ giới, bà xã tôi cũng vậy, cô ấy chọn spa làm nơi thư giãn tốt nhất cho các kỳ nghỉ. Vì với cô ấy, không có gì thoải mái bằng việc tham gia một gói trị liệu trong spa, vừa lấy lại sức khỏe, vừa tĩnh tâm và vừa thoải mái như vừa được tiếp một nguồn năng lượng mới sau khi rời khỏi spa. ■



Angsana

Lăng Cô

Tháng 9 này, hãy đến khu nghỉ Angsana Lăng Cô trải nghiệm những hoạt động giải trí sống động trong khung cảnh thanh bình tĩnh lặng. Tại đây, du khách sẽ được thỏa sức vui đùa trong làn nước trong mát, đầy sảng khoái. Bên cạnh đó, Angsana Lăng Cô còn cung cấp nhiều hoạt động giải trí phù hợp với du khách ở mọi lứa tuổi. Trung tâm Hải Dương là nơi khám phá những hoạt động giải trí trên biển như mô tô nước, dù lượn, lướt thuyền buồm, chèo thuyền kayak và chèo thuyền chuối. Trung tâm Thể Thao có các hoạt động như bắn cung, xe đạp leo núi, xe vượt mọi địa hình, ô tô mini hai chỗ. Ngoài ra, Câu lạc bộ Golf Laguna Lăng Cô, nơi sở hữu một sân golf 18 lỗ, 71 gậy do Nick Faldo thiết kế, sẽ khiến các tuyển thủ nhà nghề lẫn người chơi nghiệp dư có những trải nghiệm chơi golf khó quên. Nhân dịp quốc khánh Việt Nam, khi đặt ít nhất 3 đêm nghỉ với giá từ 3.000.000VNĐ/đêm, khách sẽ được tặng một bữa tối miễn phí, ăn sáng hàng ngày, và đưa đón sân bay. Mức giá ưu đãi bao gồm ăn sáng hàng ngày và đưa đón sân bay.

Thông tin chi tiết và đặt phòng, vui lòng gọi: 054 3695 800.

Novotel

Đà Nẵng

Ngày 30/7, khách sạn Novotel Danang Premier Han River đã chính thức được Tổng cục Du lịch Việt Nam trao nhận tiêu chuẩn khách sạn 5 sao. Tọa lạc trên tuyến đường Bạch Đằng dọc theo con sông Hàn quyến rũ, khách sạn được trang bị nhiều tiện nghi đẳng cấp kèm theo chất lượng dịch vụ ưu việt. Đây hoàn toàn là điểm lưu trú và hội họp sang trọng phục vụ nhiều đối tượng khách hàng khác nhau: từ các doanh nghiệp trong và ngoài nước, đến khách du lịch đa quốc gia, hay nhóm đi gia đình hoặc cá nhân.

Đánh dấu sự kiện đón nhận tiêu chuẩn 5 sao, từ ngày 01/9 – 31/12, Novotel Danang Premier Han River áp dụng chương trình khuyến mãi đặc biệt đến quý khách hàng. Theo đó, khi bỏ ra 2.338.740VNĐ khách sẽ có 01 đêm nghỉ tại khách sạn, kèm ăn sáng và một lựa chọn ẩm thực ưu đãi gồm: bữa ăn trên thực đơn tại nhà hàng, tiệc tối ẩm thực tự chọn, hoặc tiệc trưa Chủ nhật.



Boutique

Hội An

Từ nay đến 31/10, hãy cùng gia đình và bạn bè tận hưởng kỳ nghỉ thú vị tại khu nghỉ Boutique Hội An với ưu đãi "Ở 4 đêm thanh toán 3 đêm". Ngoài mức giá phòng cực kỳ hấp dẫn (chỉ với 3.300.000VNĐ++), du khách còn có cơ hội nhận nhiều dịch vụ tặng kèm miễn phí 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. Đặc biệt, khi đặt phòng trước 7 ngày bạn sẽ được giảm giá đến 20%. Chương trình áp dụng cho đặt phòng trực tuyến trên website: reservation@boutiquehoianresort.com. Thông tin chi tiết, vui lòng gọi: 0510 3939 111.

Intercontinental

Nha Trang

Từ nay đến hết 30/9, khách sạn InterContinental Nha Trang giới thiệu chương trình ưu đãi đặc biệt dành cho khách nghỉ dưỡng kết hợp hội họp. Ngoài hệ thống phòng họp linh hoạt và hiện đại, khách sạn còn sở hữu sảnh tiệc lớn nhất thành phố, với sức chứa lên đến 725 khách, 5 phòng họp với ánh sáng tự nhiên. Với sự điều hành của đội ngũ InterContinental Meetings chuyên nghiệp, xứng đáng là lựa chọn số một cho việc tổ chức các sự kiện và hội nghị. Chương trình ưu đãi này có giá khởi điểm 3.000.000VNĐ/khách, bao gồm: 01 đêm nghỉ tại phòng Deluxe Room kèm theo bữa sáng và internet miễn phí; miễn phí đồ uống và đồ ăn nhẹ khi check in; miễn phí giặt ủi cho một món trang phục mỗi ngày; tặng thêm 01 phòng khi đặt từ 15 phòng trở lên. Thông tin chi tiết và đặt phòng, vui lòng gọi: 058 388 7777.



Banyan Tree

Hội An

Tháng 9 này, khu nghỉ Banyan Tree Lăng Cô giới thiệu chương trình ưu đãi đặc biệt dành cho du khách Việt Nam và nước ngoài đang sinh sống và làm việc tại Việt Nam, nhằm giúp du khách tận hưởng một kỳ nghỉ lễ quốc khánh thoải mái qua những trải nghiệm đẳng cấp Banyan Tree. Theo đó, khi đặt ít nhất 03 đêm nghỉ tại Banyan Tree Lăng Cô với mức giá 6.300.000VNĐ/đêm, khách sẽ được nghỉ tại biệt thự hướng kênh đào và tận hưởng trải nghiệm Do It Yourself BBQ tại ngay biệt thự của mình. Ngoài ra, khách có thể tận hưởng những ưu đãi khác bao gồm ăn sáng và đưa đón sân bay cho hai người. Hoặc du khách có thể chơi golf tại sân golf 18 lỗ, 71 gậy do Nick Faldo thiết kế. Thông tin chi tiết và đặt phòng, vui lòng gọi: 054 3695 888.





Havana

Nha Trang

Từ nay đến tháng 11, hãy cùng gia đình của bạn trốn khỏi cuộc sống hối hả, nhộn nhịp của thành phố để tận hưởng kỳ nghỉ tại khách sạn Havana Nha Trang với gói khuyến mãi hấp dẫn “Nghỉ dưỡng gia đình - Trọn gói yêu thương” với giá chỉ 9.990.000VNĐ/gói, bao gồm: 02 đêm nghỉ dưỡng tại phòng Deluxe hướng biển; Buffet sáng hằng ngày; Trái cây tươi khi nhận phòng; Bữa trưa thuần Việt & buffet tối tại nhà hàng Spices; Dịch vụ đón tiễn sân bay; Sử dụng miễn phí hồ bơi hướng biển, câu lạc bộ thể hình, bồn sục thủy lực, xông hơi nước, hơi khô, khu dịch vụ văn phòng, internet tốc độ cao, đường hầm dưới lòng đường Trần Phú nối ra biển. Thông tin chi tiết và đặt phòng, vui lòng gọi: 058 388 9999.



Moevenpick

Hồ Chí Minh

Tháng 9 này, hãy cùng gia đình, bạn bè và người thân đến nhà hàng Café Sài Gòn thưởng thức tiệc buffet thượng hạng với các loại tôm, tôm hùm, hải sản tươi và sashimi. Tại đây, các đầu bếp nhà hàng sẽ chuẩn bị các món hải sản và thịt theo yêu cầu của thực khách. Từ quầy hải sản tươi ngon đến các món tráng miệng thơm ngon cùng vang uống thỏa thích, tiệc tự chọn hải sản và vang sẽ mang lại cho quý khách một đêm tiệc đẳng cấp và ngon miệng. Tiệc tự chọn tại Café Sài Gòn có giá 950.000VNĐ/người, bao gồm không giới hạn các loại nước uống. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3844 9222.

Intercontinental

Hồ Chí Minh

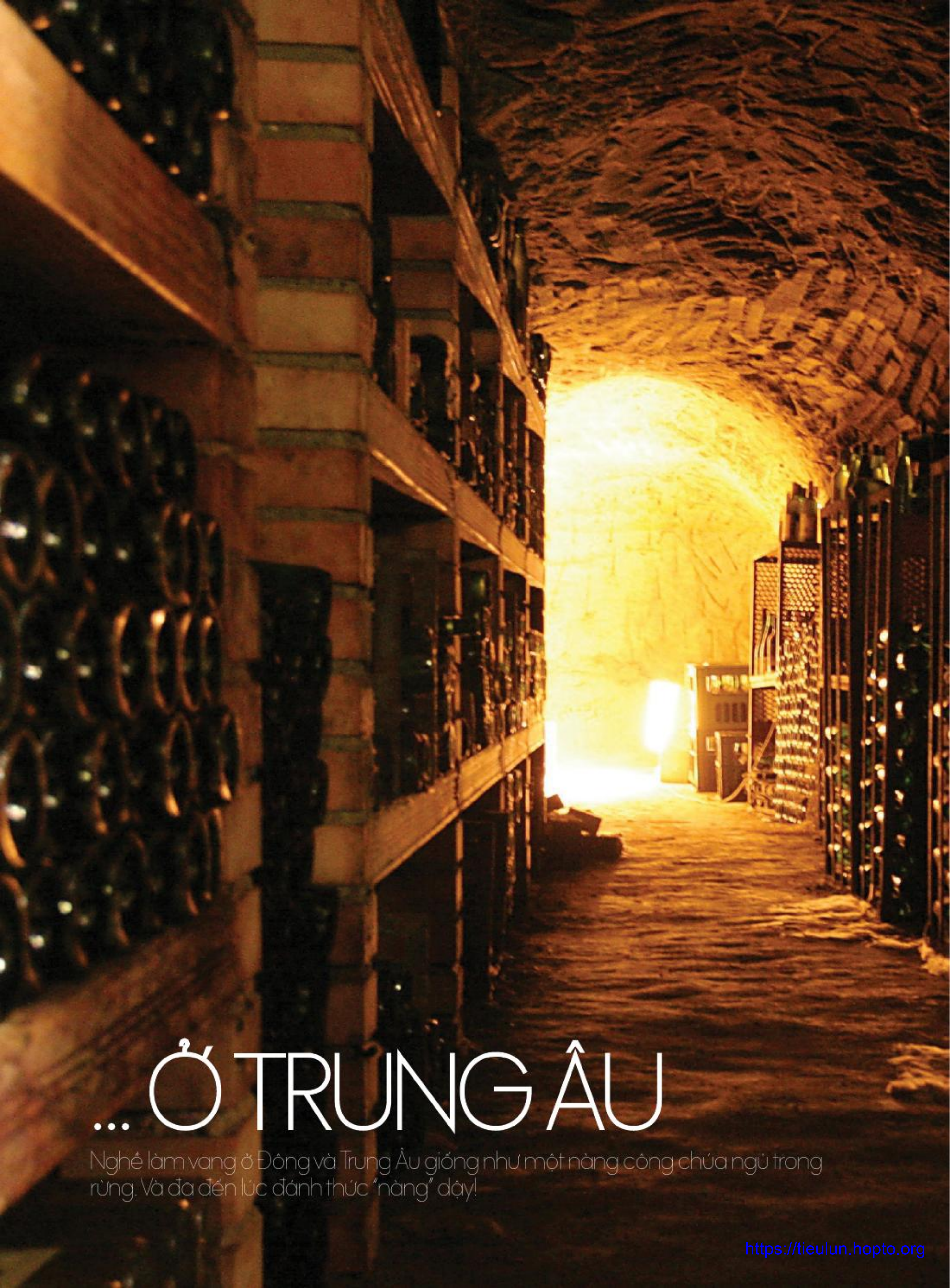
Từ nay đến 28/2/2015, khách sạn Intercontinental Sài Gòn giới thiệu đến quý khách hàng những gói ưu đãi đặc biệt dành riêng cho Mùa Lễ Hội cuối năm 2014. Theo đó, khách có thể chọn gói tiệc cho 100 đến 200 khách để nhận ưu đãi: miễn phí một phòng nền sân khấu tiêu chuẩn; miễn phí một lượt cocktail đón khách; hoặc chọn gói tiệc từ 250 khách và nhận ưu đãi: miễn phí một phòng nền sân khấu tiêu chuẩn; miễn phí tiệc nhẹ đón khách trong một giờ; miễn phí hai chai rượu sâm-panh khai tiệc; miễn phí một đêm nghỉ cho hai người tại khách sạn; miễn phí phòng chờ cao cấp; được nhân đôi số điểm cho chương trình I-Booker; các khuyến mại trên không có giá trị quy đổi; chọn ba trong số sáu ưu đãi. Thông tin chi tiết và đặt tiệc, vui lòng liên hệ: 08 3520 9206.



La Veranda

Phú Quốc

Từ nay đến 25/9, khu nghỉ La Veranda Phú Quốc áp dụng chương trình ưu đãi đặc biệt đến quý khách hàng. Theo đó, khi đặt phòng trong giai đoạn này, bạn sẽ tiết kiệm tới 33% cho giá phòng hoặc ở 03 trả 02, bao gồm ăn sáng cho 02 người, đưa đón sân bay, ưu tiên check-in tại Le Bar, đồ uống, khăn lạnh và canapé ngay khi check-in, dịch vụ chỉnh trang phòng buổi tối, miễn phí wifi trong phòng. Tại La Veranda, bạn có thể hòa mình trong khí trời nhiệt đới mát mẻ của hòn đảo Phú Quốc xinh đẹp, đắm mình trong không gian nhẹ nhàng mang phong cách Pháp của khu nghỉ, cũng như được khám phá vẻ đẹp tiềm ẩn của thiên nhiên nơi đây và trải nghiệm cuộc sống làng biển của cư dân địa phương. Thông tin chi tiết, vui lòng gọi 077 3982 988, hoặc email contact@laverandaresorts.com.



... Ở TRUNG ÂU

Nghề làm vang ở Đông và Trung Âu giống như một nàng công chúa ngủ trong rừng. Và đã đến lúc đánh thức “nàng” dậy!

Gần như bất kỳ khi nào nói tới vang, chúng ta sẽ nghĩ tới các quốc gia truyền thống và vốn rất nổi tiếng về vang của Lục Địa Già như Pháp hoặc Ý. Trong đó, Pháp vẫn nổi tiếng hơn cả với hai vùng Burgundy và Bordeaux – nơi đóng đô của những hiệu vang nổi tiếng khắp thế giới như DRC hoặc những hiệu thuộc nhóm First Growths. Rất hiếm khi, trong những câu chuyện đề cập hoặc liên quan tới vang lại có sự xuất hiện của các quốc gia và các vùng miền như Slovenina, Hungary, Romania hay Georgia. Nhưng trái ngược với suy nghĩ của những người sành điệu một nửa, vang của những khu vực trên (Đông – Trung Âu) rất ngon. Chất lượng của chúng cũng không ngừng được phát triển và hiện đã có chỗ đứng riêng trên thị trường thế giới – thậm chí là ngay cả với thị trường Mỹ nơi người tiêu dùng vốn rất ưa thích những cái tên nổi bật trên thị trường chung.

Hãy xét về số lượng xuất khẩu, có thể xem Đông và Trung Âu là đang nguồn xuất khẩu chính. Năm 2010, Romania đứng thứ sáu về sản lượng sản xuất rượu vang của Liên minh Châu Âu. Trong khi đó, vị trí thứ 05 và thứ 07 lần lượt thuộc về Đức và Hy Lạp. Hungary đứng ngay sau Hy Lạp ở vị trí thứ 08. Nếu xét về chất lượng, mặc dù những chai vang nhập khẩu từ khu vực này thường mang những cái tên khó viết, còn cách đọc thì khiến khách hàng – theo Wine Spectator là “phải đau cả miệng mới có thể phát âm đúng” nhưng vang của Slovenia, Hungary, Croatia đang được các sommelier giới thiệu với khách hàng của mình. Thomas Pastuszek là một trong những sommelier nổi tiếng ở New York. Anh đồng thời là giám đốc bộ phận phục vụ rượu của khách sạn NoMad. Anh cho biết: “Phản ứng chung của một vài người trước gợi ý của tôi về những chai rượu vang nhập khẩu từ Đông Âu thường là ngờ vực nhưng ngay sau khi thưởng thức, dùng kèm với đồ ăn, họ luôn nói cảm ơn vì đã giới thiệu cho họ ‘những viên ngọc quý, đẹp đẽ và ít người biết của thế giới’”.

Rượu vang của vùng Trung và Đông Âu cũng ngày càng hiện đại và dễ uống hơn. Không ít nhà làm rượu của khu vực này cũng bắt đầu sản xuất những chai vang từ những loại nho quen thuộc của thế giới như Merlot, Chardonnay hoặc Sauvignon Blanc và chào bán với mức giá rất hợp lý. Vang của mỗi đất nước trong khu vực đều có những đặc điểm riêng. Một số người thích vang Croatia bởi nó “đẹp” và có vị gần giống với vang Ý do thổ nhưỡng của hai quốc gia này có nhiều điểm giống nhau. Trong khi đó, vang Hungary lại giống vang “Pháp mới”. Những nhà làm vang của Hungary lại phát triển các dòng sản phẩm theo cách có định hướng, họ hiểu rất rõ các đặc điểm về thổ nhưỡng của mình và dùng các hiểu biết đó để tạo ra những chai vang ngon nhất. Nhìn chung, Hungary đa dạng về chủng loại nho và phong cách rượu. Bên cạnh những phong cách mới và hiện đại, Hungary cũng có những loại vang mang phong cách cổ điển và thuần nhất. Trong khi đó, vang của Slovenia nổi tiếng bởi sự đa dạng nhưng vẫn đặc biệt và tinh tế.

SLOVENIA

Nằm ở vị trí giữa dãy Alps và biển Địa Trung Hải, Slovenia là quê hương của những loại vang ngon nhất. Sau khi khối Đông Âu tan rã, sản lượng sản xuất vang của Slovenia bị rút giảm mạnh. Việc sản xuất vang diễn ra với quy mô nhỏ, do gia đình quản lý và mang nhiều tính thử nghiệm. Primorska là một vùng ở Slovenia, có phía Tây tiếp giáp biên giới nước Ý. Tại khu

vực này, do vấn đề biên giới không ổn định dẫn tới việc có những vườn nho thuộc về cả hai quốc gia phong cách làm vang của hai quốc gia cũng được trộn lẫn. Ở vùng này, nho trắng Rebula là loại được trồng chính. Tuy nhiên, những giống nho quốc tế như Sauvignon Blanc và Pinot Grigio cũng được trồng khá phổ biến nên loại rượu trắng ở đây khá đậm đà,

ít ngọt, và đậm hương vị. Trong số những nhà sản xuất vang nổi tiếng nhất trong vùng gồm có: Movia, Marjan Simčič, Edi Simčič, Sutor và Burja.

CROATIA

Với vị trí đối diện với Italy bởi biển Adriatic, Croatia có diện tích trải dài xuôi xuống bờ biển Dalmatian, kéo dài tới tận Albania. Vị trí này giúp Croatia trở thành một giao điểm quan trọng và đặc biệt giữa Tây và Trung Âu. Ở Croatia, những khu vực ven biển là nơi sản xuất được những loại vang ngon nhất. Khu Istria, nằm sát cạnh bờ biển của Slovenia, là vùng nổi tiếng với những loại vang đỏ chất lượng được làm từ những giống nho như Merlot, Cabernet Sauvignon và Teran. (Ở Ý, Teran còn được biết tới bởi một cái tên khác là Refosco.) Những chai vang trắng của vùng như Malvasia Istriana – một loại vang trắng được làm từ giống nho Malvasia – cũng rất ngon, đặc biệt nếu chúng là những chai vang tới từ những nhà sản xuất nổi tiếng nhất vùng như Ivica Matošević.

Các vườn vang ở bán đảo Pelješac và ở các vùng phụ cận như Dingač và Postup cũng nổi tiếng bởi sản xuất ra những chai vang Plavac Mali với vị đậm và chắc, mùi hương khá đa dạng gồm từ những mùi vị thịt và mùi đất cho tới mùi hương hoa hoặc mùi thảo mộc. Hai đảo Hvar và Korčula gần đó cho ra đời những chai vang trắng vị trẻ, thơm, mát được làm từ những trái nho Pošip bản xứ.

HUNGARY

Được miêu tả bởi vua Louis XV là “vua của những loại rượu vang và là rượu vang của những ông vua”, Tokaji Aszú là loại rượu vang truyền thống của Hungary. Rượu có vị ngon ngọt như mật ong và được làm từ những trái nho nhiễm nấm botrytis. Đây cũng là loại rượu được yêu mến bởi Thomas Jefferson và những ông Hoàng người Nga. Loại rượu được mệnh danh là sản phẩm của việc hòa trộn nhiều loại nho của Tokaji như: Furmint, Hárslevelű và các giống nho Muscat. Trong một thập kỷ trở lại đây, nhận thức được sự thay đổi của thế giới trong khẩu vị ẩm thực, những nhà sản xuất vang người Hungary đã chuyển hướng sang sản xuất những loại vang ít ngọt (dry wine). Những loại vang trắng ít ngọt từ những nhà sản xuất như Királyudvar, Patricius, Chateau Dereszla và Sauska thường được làm từ nho Furmint hoặc trộn lẫn những giống nho truyền thống của Tokaji. Vị của những loại vang này thường thơm mùi mật ong, được

hương hoa và có màu hơi vàng nhạt.

Mặc dù vang trắng Hungary rất được chú ý nhưng không vì thế mà vang đỏ của Hungary kém cạnh hoặc ít được biết đến. Egri Bikavér (“Bull’s Blood of Eger”) là một loại vang đỏ có màu ruby, được làm bằng cách pha trộn những loại nho truyền thống với những loại nho quốc tế. Đây có thể xem là loại vang đỏ nổi tiếng nhất Hungary. Trong những năm gần đây, những giống nho như Kadarka, Kékfrankos (Blafränkisch), Kékoportó (Blauer Portugieser) and Pinot Noir từ những vùng làm rượu nho đỏ của Hungary như Villány, Szekszárd và Sopron đều cho thấy một độ cân bằng và tinh tế.

Rượu vang đỏ với phong cách Bordeaux từ những nhà sản xuất của Hungary là Szőke Mátyás, Gere Attila, Sauska và Vylyan đều là những chai rượu rất đáng mua.

ROMANIA

Một điều lạ là mặc dù có một lịch sử lâu đời về làm rượu vang nhưng Romania ở trên thị trường thế giới chỉ có vị trí như một doanh nghiệp mới về vang. Là khu vực sản xuất rượu vang lớn thứ 06 của châu Âu, Romania có một vị trí không ổn ào nhưng vẫn xuất hiện khá ấn tượng và rất phổ biến ở Đông và Trung Âu. Trong những năm gần đây rất nhiều nhà máy sản xuất rượu vang quốc gia như Cramele Reaș, Murfatlar, Prahova Valley, Cramele Halewood và Senator đều không ngừng đầu tư vào công nghệ và kỹ thuật. Các kỹ thuật ▶





trồng và khử trùng khi sản xuất rượu vang của họ đang chứng minh hữu dụng khi có thể cho ra đời những sản phẩm cao cấp với độ ổn định khá đồng đều và cân bằng.

Romania cũng là quốc gia nổi tiếng với việc trồng nhiều loại nho bao gồm cả những giống nho quốc tế lẫn bản địa. Trong những năm gần đây, bên cạnh những giống nho có chất lượng đặc biệt cao của Romania như Fetească Neagră (loại nho này thường được sử dụng để làm rượu đỏ với hương vị đặc biệt của mùi quả đen và mùi thảo dược, xen lẫn mùi hương hoa) và Sarba (một loại rượu với vị acid dễ chịu, mang hương vị của những trái cây họ cam quýt). Nhìn chung, những giống nho mới được trồng chủ yếu là Pinot Noir, Cabernet Sauvignon và Chardonnay.

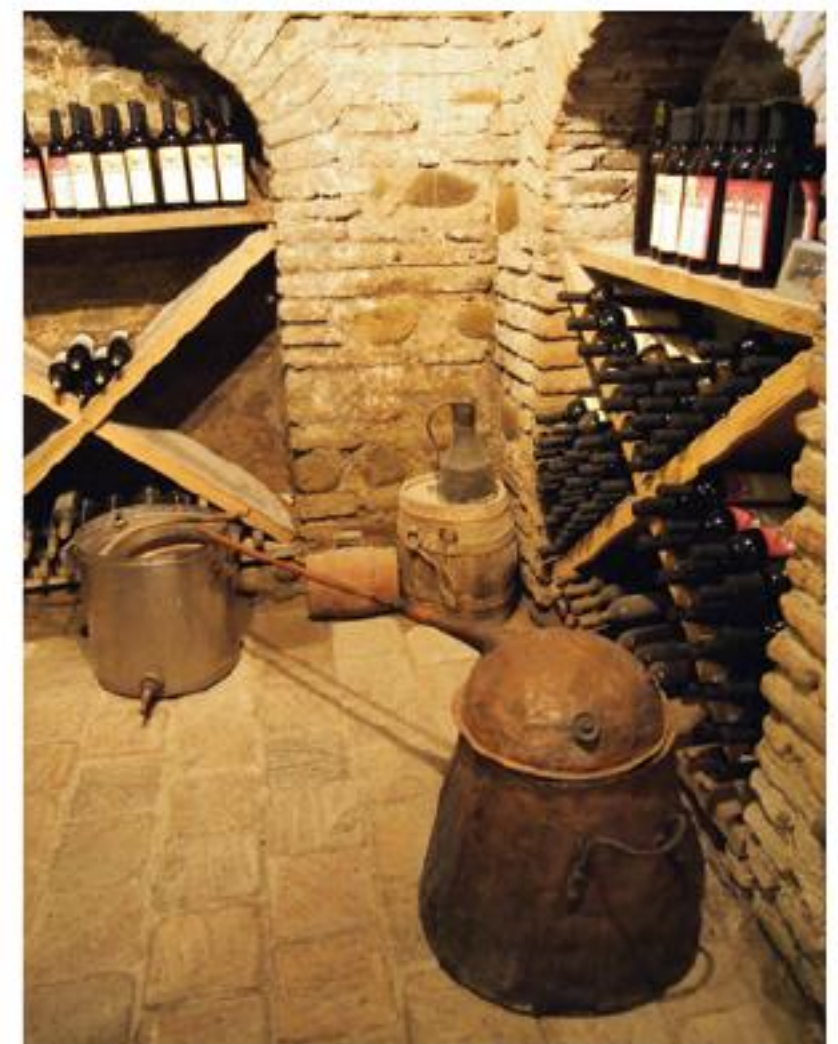
GEORGIA

Với vị trí sườn Bắc tiếp giáp với Nga, sườn Nam tiếp giáp với hai quốc gia là Thổ Nhĩ Kỳ và Mỹ, Georgia là nơi Đông Âu gặp gỡ châu Á. Georgia cũng có một truyền thống và lịch sử làm rượu vang lâu đời. Những dấu tích khai quật thu được cho biết đất nước này có nghề làm rượu vang với lịch sử lên tới 6000 năm. Các bằng chứng này gồm các dụng cụ ép vang và các bể lên men làm bằng gốm gọi là "qvevri."

Cho tới trước năm 2006, khi Nga thực hiện lệnh cấm vận đối với mặt hàng là rượu vang Georgia, 90% sản lượng rượu vang của quốc gia này được xuất khẩu sang Nga. Sau lệnh cấm vận của Nga, quốc gia này buộc phải đi tìm kiếm các thị trường mới nên đã không ngừng đa dạng hóa phong cách và nâng cao chất lượng cũng như sức cạnh tranh trên thị trường toàn cầu cho những chai vang của mình.

Saperavi là loại nho đỏ chính của Georgia. Nho thường có vị đậm, màu thẫm và thường được sử dụng để làm ra những chai vang lâu năm với lượng acid và nồng độ cồn ổn định. Loại nho trắng chính của Georgia là Rkatsiteli. Đây từng là loại nho được trồng nhiều nhất ở Liên bang Soviet. Loại nho này nổi tiếng bởi khả năng thích ứng với những phong cách làm vang khác nhau, cả hiện đại lẫn cổ điển. Những chai rượu vang nổi được làm với phương pháp Champenoise sản xuất ở Georgia kể từ cuối những năm 1800. Bên cạnh đó những loại vang ngon nhất ở Đông Âu là những loại có pha trộn những trái nho truyền thống của Georgia như Chinebuli, Mtsvane và Tsitska.

Những chai vang Georgia được sản xuất nhiều nhất hiện nay là những chai vang được làm theo cách thức cổ truyền. Loại rượu này có phong vị rất tự nhiên



và gần như không chịu nhiều sự can thiệp của nhà sản xuất. Những trái nho sau khi thu hoạch sẽ được ngâm trong những khoảng thời gian dài. Vỏ nho, thịt nho, hạt và cả cọng cuống của nho đều được cho vào trong những bể qvevri phủ sáp ong và chôn dưới đất. Nhiệt độ thấp và ổn định của những chiếc bể này hỗ trợ cho việc oxy hóa chậm của rượu, giúp cho rượu có màu đỏ thẫm (với rượu đỏ) và màu trắng ánh cam với rượu trắng. Hương vị của rượu với phương pháp ủ đặc biệt này khá đậm, mạnh mẽ, tinh tế và có hàm lượng tannins lớn. ■

Twizzle

Chiếc Porsche Panamera trên biển.
THANH THỦY



Mẫu du thuyền dài 57,5m, được thiết kế và thực hiện theo yêu cầu của khách hàng này là sự kết hợp hài hoà giữa sự hoa lệ của một cung điện với những đường nét lôi cuốn và sự quyến rũ trong thiết kế của một chiếc thuyền buồm.

Ngay cả trong thế giới đỉnh cao xa hoa và sang trọng của những chiếc siêu du thuyền, Twizzle vẫn nổi bật như một kiệt tác của ngành thiết kế hiện đại và công nghệ tiên tiến. Thuyền có nội thất được thiết kế sạch, gọn hoàn toàn xứng tầm với ngoại thất của thuyền. Trong trường hợp cần đưa ra một so sánh, chúng ta có thể xem Twizzle như một chiếc Porsche Panamera trên biển – một sự kết hợp tuyệt vời giữa một chiếc tàu nghỉ dưỡng gia đình và một chiếc du thuyền thuyền buồm.

Bởi vậy, không thể nói Twizzle không phải một kỳ công đúng nghĩa.

Các nhà thiết kế và các đơn vị đã thiết kế thuyền đã khẳng định điều này. Đó là Dubois Naval Architects, Redman Whiteley Dixon (thiết kế nội và ngoại thất) và Todhunter Earle (thiết kế nội thất). 03 cái tên hàng đầu trong lĩnh vực thiết kế du thuyền này đã mất 04 năm để thiết kế chiếc du thuyền. Tuy nhiên, theo họ, ý tưởng của những người chủ sở hữu con thuyền mới là trung tâm của sáng tạo tạo ra nó.

Chủ sở hữu của chiếc thuyền này là một cặp vợ chồng người Anh. Năm 2006, họ đã đưa cho nhóm thiết kế bản mô tả tóm tắt những gì họ mong muốn. Yêu cầu của cặp vợ chồng



người Anh này là một chiếc du thuyền có vận tốc nhanh, có thể chạy đường dài và ở dài ngày trên biển. Ngoài ra, thuyền cũng phải sang trọng, xa xỉ và có đủ đầy những tiện nghi ưu việt như của một chiếc du thuyền động cơ. Đây là một thách thức không nhỏ đối với những chiếc du thuyền kiểu thuyền buồm. Tuy nhiên, Twizzle đã thỏa mãn được tất cả các yêu cầu khó khăn và đầy thách thức này.

Về thẩm mỹ ngoại thất, thuyền có thiết kế với trọng tâm thấp, ngoại hình khá ấn tượng. Yêu cầu đặt ra là thuyền cần có thể vận hành trong tất cả các vùng và các điều kiện khí

hậu có thể diễn ra trên thế giới trong những năm tới. Nghe thật đơn giản nhưng không phải vậy! Không ngoa khi nói, Twizzle có một danh sách các mục tiêu đầy thách thức và kết quả là bằng chứng cho thấy tài năng của các nhà thiết kế.

Với những đặc điểm về thiết kế và công nghệ vận hành cao cấp, Twizzle có thể nói là một đối thủ thực sự nặng ký trong phân khúc những chiếc du thuyền có cùng kích thước. Một trong tính năng đỉnh của thuyền là sống tàu với thiết kế xoay cho phép thuyền có thể hoạt động trong khu vực nước cạn ở mức 3,8m. Điều này

cho phép chủ thuyền có thể tiếp cận những khu vực nước nông hơn.

Mọi tính năng và thiết kế của Twizzle được thực hiện với mục đích mang lại cho thuyền một tiện nghi thoải mái và một tốc độ ưu việt. Thuyền khá ổn định do trung tâm của trọng lực của thuyền được thiết kế thấp, và được ổn định quanh sống thân tàu, giúp cho các cuộc hải trình trở nên dễ chịu và thoải mái hơn. Phòng trên boong của thuyền với cấu trúc “floating” (nổi) kết hợp với với cấu nối giữa boong chính và khu vực cấu tàu để tạo ra một thiết kế tổng thể vô cùng hài hoà.■



LÊN RỪNG XUỐNG PHỐ CÙNG FORD ECOSPORT

Từ đầu tháng 7/2014, EcoSport hoàn toàn mới chính thức gia nhập thị trường ô tô Việt Nam với kỳ vọng thiết lập chuẩn mực mới cho dòng xe SUV nhỏ gọn và đa dụng. Quả thật dòng xe thành thị này đã chinh phục những cung đường có địa hình đa dạng từ Nha Trang đến Đà Lạt theo cách rất thuyết phục đối với những người sành về xe.

Làm đẹp những cung đường

Trong chuyến lái thử dọc cung đường với những đoạn đèo dốc ngoạn mục từ Nha Trang đến Đà Lạt, đoàn xe đa sắc của EcoSport thu hút người đi đường ngay từ cái nhìn đầu tiên. Nhìn cận cảnh, EcoSport chinh phục người lái với thân xe căng và những đường nét sắc sảo. Cụm đèn trước mảnh mai và hiện đại đóng khung cùng lưới tản nhiệt hình thang rộng đã truyền tải niềm tự hào và nét đặc trưng nhất trong thiết kế đầu xe của Ford vào chiếc EcoSport này.

Tính mạnh mẽ, dáng thể thao nổi bật nhờ vào những đường thân xe cơ bắp được định hình bởi cửa sổ và đường gờ cửa xe, nâng cao dần lên về phía đuôi xe. Phía đuôi xe, cửa sổ sau rộng và ôm ra cả đuôi xe kết hợp cùng cụm đèn hậu hơi xiên chéo. Không gian để đồ của

EcoSport rộng thoáng hơn với lớp dự phòng với thiết kế la-giăng và vỏ bọc đặc biệt được treo trên cửa sau đặc trưng của dòng SUV.

Ngày nay, xe dịch đã trở thành nhu cầu của số đông và người tiêu dùng càng chú tâm nhiều hơn đến những sản phẩm đáp ứng được nhu cầu đa dạng của mình. EcoSport được thiết kế cho những cư dân thành thị dễ dàng xoay chuyển trong không gian nhỏ hẹp của thành phố đông đúc lẫn mạnh mẽ chinh phục những cung đường dài liên tỉnh. Sự kết hợp của thiết kế ấn tượng, công nghệ thông minh và giá trị cao cho người tiêu dùng của EcoSport sẽ hấp dẫn các khách hàng có phong cách sống độc lập, phóng khoáng và yêu thích khám phá thế giới rộng lớn xung quanh. ▶

Vi vu lên rừng xuống phố

EcoSport hoàn toàn mới được thiết kế để mang lại độ an toàn cao và một loạt các tính năng hiện đại hỗ trợ người lái. Khoảng một nửa kết cấu khung gầm của xe được làm từ thép cứng, và siêu cứng như thép boron, giúp EcoSport có khung gầm vừa cứng vững, vừa nhẹ. Hệ thống khung gầm chắc chắn và linh hoạt của EcoSport còn được trang bị hệ thống trợ lực lái điện điều khiển điện (EPAS) và chức năng tự động bù lệch hướng, giúp lái xe giải quyết mọi khó khăn khi lái xe trong thành phố, khi đỗ xe trong các không gian nhỏ hẹp, di chuyển trong điều kiện giao thông đông đúc, hoặc quay đầu xe.

EcoSport hoàn toàn mới khiến việc lái xe trở nên thú vị và tự nhiên nhờ vào

một loạt các tính năng thông minh. Với hệ thống khóa thông minh, xe sở hữu một khả năng tự động nhận biết chủ nhân khi “đọc” được chìa khóa trong túi áo hoặc túi xách của người lái. Như vậy, tất cả những gì người lái cần là nhấn nút khởi động Ford Power Start và lên đường, tận hưởng hành trình lái xe thú vị của mình. Tính năng thông minh nổi bật khác là Ford SYNC *, cho phép người lái vừa tập trung lái xe vừa có thể chọn nhạc, thực hiện các cuộc gọi chỉ bằng khẩu lệnh. Sử dụng công nghệ kết nối Bluetooth, SYNC có thể kết nối không dây giữa chiếc EcoSport với 12 điện thoại khác nhau thông qua quy trình kết nối.

Chiếc xe thành thị hoàn toàn mới của Ford cũng đặc biệt thích nghi với

những chuyến vi vu dã ngoại, chinh phục những cung đường đèo dốc, địa hình đa dạng hay vượt ổ gà, lội nước... với khoảng sáng gầm 200mm và khả năng lội nước lên đến 550mm. Hệ thống Hỗ trợ khởi hành ngang dốc giúp lái xe khởi hành ngang dốc lên hoặc lùi đều dễ dàng nhờ duy trì lực phanh đến 3 giây. Điều này giúp xe tránh bị trôi dốc và làm tăng sự tự tin của người lái. Cảm biến lùi hỗ trợ người lái không va chạm vào những vật chướng ngại phía sau có thể không nhìn thấy qua gương chiếu hậu. Một số phiên bản trang bị 7 túi khí tiêu chuẩn cùng với hệ thống hỗ trợ người lái thông minh giúp cho việc lái xe trở thành trải nghiệm thú vị cho tất cả những cung đường, sẵn sàng cho các hoạt động công việc lẫn vui chơi. ▶





Tinh tế và kinh tế

Hệ thống trục cam đôi với công nghệ biến thiên thời gian mở van kép có khả năng kiểm soát tối ưu và chính xác đối với hiện tượng “nổi chống xú páp” hay là van nạp và van xả trong động cơ mở cùng một lúc. Đối với lái xe, điều đó có nghĩa là mô-men xoắn ở tốc độ thấp được cải thiện, và giúp tiết kiệm nhiên liệu hơn. Khả năng tiết kiệm nhiên liệu cao, cơ chế vận hành và điều khiển thông minh cùng thiết kế thực dụng và tinh tế, EcoSport thật sự là một lựa chọn đáng tiền với những người lần đầu sở hữu ô tô và mong muốn có một bạn đường thật sự tin cậy.

Khoang xe của EcoSport được tối đa hóa các khoảng không trên đầu và phía dưới đầu gối của hành khách. Trong khoang xe EcoSport hoàn toàn mới có 20 chỗ chứa đồ rất tiện dụng, bao gồm ngăn chứa đồ có thể đựng được đến 6 lon nước lạnh. Phần để hàng phía sau xe cũng rất linh hoạt. Hàng ghế sau có thể có thể ngửa ra cho thoải mái hoặc gấp lại để thêm chỗ chở hàng. Với các ghế sau gấp gọn lại sát hàng ghế trước, thể tích không gian chứa đồ của xe tăng lên thành 705 lít, có thể đặt vừa một chiếc máy giặt.

EcoSport hoàn toàn mới với 7 màu sắc năng động: Đỏ cam, Đỏ tươi, Nâu hổ phách, Bạc ánh kim, Trắng băng, Đen da báo, và Xanh dương với giá từ 598 triệu đồng đến 681 triệu đồng (đã bao gồm VAT). ■



NỘI THẤT

“Vô-lăng điều chỉnh được độ nghiêng và độ cao thấp cùng vị trí lái cao luôn cho bạn cảm giác lái thoải mái nhất.”

Giới thiệu All-New EcoSport
Mẫu xe Urban SUV đầu tiên tại Việt Nam

ĐỂ KHÁM PHÁ
theo cách riêng của bạn



Giá đặc biệt từ
606
triệu đồng*

Hãy trải nghiệm EcoSport Hoàn Toàn Mới, mẫu xe Urban SUV đầu tiên tại Việt Nam. Được thiết kế để chinh phục bất kỳ chướng ngại vật nào trong thành phố, vị trí ghế ngồi cao và khoảng sáng gầm xe lên đến 200mm giúp bạn có tầm nhìn cao hơn xung quanh. Thiết kế gọn gàng, linh hoạt giúp xe dễ dàng di chuyển qua mọi con đường. EcoSport Hoàn Toàn Mới được trang bị để giúp bạn tận hưởng tối đa hành trình khám phá thành phố của bạn.



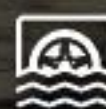
HỆ THỐNG
7 TÚI KHÍ



KHOẢNG SÁNG GẦM XE
200mm



HỆ THỐNG
SYNC™ THÔNG MINH



LỖI NƯỚC
550mm



ford.com.vn | *Giá trên đã bao gồm VAT và áp dụng cho 500 khách hàng đầu tiên

Go Further

- **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055
- **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888
- **HANOI FORD:** 94 Ngõ Thôi Nhâm, Hà Nội. Tel: 04.39712439
- **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566
- **HATHANH FORD MYDINH:** 02 Tôn Thất Thuyết, Nam Từ Liêm, Hà Nội. Tel: 04.37957518
- **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920
- **THANHXUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525
- **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
- **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555
- **DANANG FORD BINHDINH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555

- **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3954999
- **CITY FORD NHATRANG:** 580 Lê Hồng Phong, TP. Nha Trang. Tel: 058.3880366
- **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM. Tel: 08.38157979
- **CITY FORD:** 78B, Quốc Lộ 13, Phường 26, Bình Thạnh, TP. HCM. Tel: 08.35120473
- **PHUMY FORD:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái 2, Quận 2, TP. HCM. Tel: 08.37425454
- **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP. HCM. Tel: 08.38181458
- **SAIGON FORD PHOQUANG:** 104 Phổ Quang, Tân Bình, TP. HCM. Tel: 08.38442947
- **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM. Tel: 08.38776732
- **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130
- **CANTHO FORD:** Lô 11C - Võ Nguyên Giáp, Cái Răng, TP. Cần Thơ. Tel: 0710.3730720

☎ ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888

<https://tieulun.hopto.org>



Toàn bộ sàn nhà của boong chính (main deck) là đá hoa cương Carrara được yêu cầu bởi nhà thiết kế Luca Dini và khai thác ở Đông Nam Mondo Marine, Savona, Ý. Nội thất trắng-trên-trắng của du thuyền mang lại cho thuyền một phong cách hiện đại đầy ấn tượng. Điểm xuyết tại một số không gian là những tấm bảng chất liệu onyx với những màu sắc khác nhau như màu hoàng yến, mang lại cho thuyền một phong cách ấn tượng không hề nhỏ. Và đây chính là điểm đặc biệt đầu tiên của chiếc du thuyền này. Và đây cũng là điểm nhấn tinh tế đầu tiên của thuyền

Nếu nội thất của Nameless nổi bật với những tác phẩm đương đại – và hoàn toàn không ngoa khi nói vậy, ngoại thất của Nameless chính là một tác phẩm đương đại thực sự. Những đường nét thiết kế siêu cấu trúc này là tác phẩm của Gor D. Rover. Nó cho thấy một sự cân bằng hoàn hảo giữa những góc cạnh sắc nét và những đường gờ tròn. Tinh tế, hiện đại và hoàn toàn không gượng ép, thiết kế xám đen của vỏ thuyền chính là nhân tố giúp cho thuyền có được một chỉnh thể hoàn hảo.

Tất nhiên, một chiếc du thuyền thì không thể chỉ đẹp. Đến cuối cùng thì chiếc du thuyền đó phải có khả năng hoạt động và vận hành hoàn hảo. Hoàn toàn có thể nói Nameless là chiếc

thuyền như vậy. Thuyền có tốc độ tối đa là 19knot (hải lý) và có thể hoạt động liên tục trong phạm vi 3400 hải lý ở vận tốc 12 hải lý/giờ. Được biết Nameless là mẫu du thuyền thứ 08 và cũng là mẫu du thuyền cuối cùng trong series những chiếc du thuyền dài 41m của Mondo Marine. Bởi vậy, đây là một trong những chiếc du thuyền đặc biệt nhất ở phân khúc này. Nameless giống như canh bạc cuối của Mondo Marine vậy.

Với một thiết kế mũi tàu hơi cao, phần đuôi tàu có thiết kế gắn với boong pilothouse, Nameless sở hữu một phòng suite ở boong chính. Cũng giống như trong 02 phòng VIP ở boong dưới, giường ngủ cỡ king-size trong phòng suite của chủ thuyền được đặt ở trung



Nameless

Một cách tuyệt vời để tận hưởng hương vị của gió biển Địa Trung Hải là hãy ở trên Nameless một tuần. Nhưng hãy suy nghĩ thật kỹ trước khi quyết định làm điều này, bởi khoản phí cho việc này tương đương với khoản tiền bạn bỏ ra để mua một chiếc Ferrari F430.

tâm của phòng, tạo ra một cảm giác về một căn phòng rộng và cho phép có chỗ ngồi. Ở phía cuối phòng ngủ của chủ thuyền là một hành lang dành cho khách. Ngoài ra, còn có một hành lang dẫn sang phía mạn trái của thuyền đầy tiện dụng. Ngoài phòng ngủ của chủ thuyền và 02 phòng ngủ dành cho các khách VIP, thuyền còn có một phòng ngủ hai giường ở mạn trái và một phòng ngủ giường đôi ở mạn phải. Hai phòng ngủ VIP cũng được thiết kế đặc biệt nhằm mang lại cho phòng ngủ một cảm giác rộng rãi và thoải mái.

Một điểm khá ấn tượng là những trang thiết bị và các khu vực tắm của thuyền. Trên thuyền có một spa 300 foot vuông. Tại đây có một bể bơi nước xoáy là nơi

để mọi người có thể tụ tập và cùng party dưới những ánh sao đêm. Ở boong thứ 02, các khu vực dùng bữa tối và tiệc tùng được thiết kế ở cả phần mũi và đuôi thuyền. Ngoài ra, ở phía trên phòng ngủ chính của chủ thuyền là một khu vực tắm nắng rộng rãi.

Boong chính được thiết kế ở dạng mở nhưng vẫn có hệ thống che phủ. Ở phía trước, bên trong những cánh cửa kính trượt dạng cong là một phòng nghỉ, một khu vực dùng bữa tối và một salon. Đặc biệt, khu vực dùng bữa tối ấn tượng với một hệ thống đèn chùm pha lê giúp cho những bữa tối thêm lung linh, lãng mạn và tráng lệ.

Tất nhiên, nếu mọi thứ dừng lại ở đây, thứ chúng ta có sẽ là một bảo tàng di

động trên mặt biển với một không gian sang trọng nhưng lạnh lẽo. Tuy nhiên, với sự đưa vào thuyền những chi tiết mềm mại như các chất liệu len, thảm da và trang trí thuyền, con thuyền Nameless có thể nói là sự hoà trộn hài hoà của những giá trị mới và cũ.

Được biết rằng hiện nay chiếc du thuyền Nameless đang áp dụng dịch vụ cho thuê (charter). Thuyền có sức chứa khoảng 12 người (khách nghỉ). Vậy nên, trong trường hợp bạn muốn khiêu vũ với những vì sao và ánh trăng trên biển Địa Trung Hải, hãy đặt thuê du thuyền qua công ty Camper & Nicholsons International với mức chi phí là \$204.000 cho một tuần sử dụng thuyền và lệnh đênh trên biển. ■

BACKSTAGE BEAUTY CHANEL PARIS - DALLAS MÉTIERS D'ART

Peter Philips trộn hai loại bột nhũ vàng và bạch kim với tỉ lệ chính xác 7 giọt dung dịch lỏng cho mỗi lần trộn. Sau đó cọ Chanel số 7 được dùng tạo hiệu ứng vải tweed Chanel hai bên vùng thái dương và gò má của người mẫu. Philips đã dụng công cắt tỉa đầu cọ để tạo ra một bề mặt không đều nhằm in vệt sắc nét trên má người mẫu.





FLAWLESS & NATURAL

Bối cảnh show diễn BST Métiers d'Art của Chanel được Karl Lagerfeld dựng lại như trang trại cao bồi chính tại công viên hội chợ vùng Dallas, Mỹ, nổi tiếng với kiến trúc Art Deco.

Ngoài váy dài quá gối tuyệt đẹp, váy cocktail, váy phủ dài cùng áo khoác may có ba màu chính của Chanel là trắng, be và đỏ, Chanel còn tập trung vào phong cách trang điểm của 47 người mẫu trong show diễn này.

Tạo ra nét hoàn hảo không ti vết nhưng không quá cầu kỳ, mỗi khuôn mặt đều không được dặm phấn má hồng mà dặm phấn bụi vàng để tôn gò má, tạo nhiều nét nhấn có chủ ý.

Với nét hồng nhạt, sắc màu thảo nguyên như nâu, xám, tông màu lúa mạch, BST mỹ phẩm hậu trường của Chanel mang lại một vẻ đẹp tự nhiên và tôn lên những nét đẹp vốn có của khuôn mặt.

SKINCARE

Chống nếp nhăn: mục tiêu tối thượng

Nếp nhăn và làn da chảy sệ là hai yếu tố mà không người phụ nữ nào muốn nhìn thấy trên gương mặt của mình. Từ căng da mặt, laser cho đến những hộp kem đắt đỏ, nền công nghiệp làm đẹp đang không ngừng ra mắt những sản phẩm mới trong cuộc chiến chống lại những tác dụng mà không người phụ nữ nào muốn có từ thời gian này.

Già đi là một sự thật tàn nhẫn mà thời gian sẽ hằn dấu trên gương mặt của chúng ta. Lớp biểu bì mỏng dần đi, số lượng các tế bào sắc tố giảm và tệ hơn là sự đàn hồi bị mất đi trong một quá trình gọi là “elastosis”. Hãy tưởng tượng đến một sợi dây cao su còn mới: bạn kéo căng ra và nó bật trở về chỗ cũ ngay lập tức. Nhưng cũng sợi dây ấy sau khi được sử dụng liên tục trong nhiều năm: dây bị nhão ra, giãn ra và độ bật nảy trở về không còn tốt như ban đầu. Làn da cũng như vậy. Khi các mô liên kết giữa da bị thoái hóa, tính đàn hồi của da mất đi, da bị chảy sệ do tác dụng của trọng lực: vùng mí mắt, vùng má, vùng cằm. Các mạch máu suy yếu, khiến vết bầm xuất hiện nhanh hơn. Cùng với đó là nếp nhăn, đốm đồi mồi và hàng loạt dấu hiệu khác.

Vậy điều gì quyết định tốc độ lão hóa của một người? Đầu tiên là gen. Yếu tố di truyền có một ảnh hưởng to lớn đến việc nhìn bạn sẽ già hơn hay trẻ hơn những người bạn cùng lứa tuổi. Yếu tố thứ hai chính là chế độ chăm sóc mà bạn dành cho bản thân trong những năm tháng qua: bạn có cuộc sống lành mạnh không? Có hút thuốc uống rượu không? Có thường xuyên thức đêm và dày ải bản thân trong những cơn stress bất tận không? Có hay ăn đồ ăn nhanh và những thực phẩm nhiều đường, nhiều cholesterol hay không?

Chống lão hóa là một nội dung quan trọng (nếu không nói là quan trọng nhất) trong ngành công nghiệp làm đẹp. Một danh mục rộng lớn các sản phẩm và dịch vụ được gắn mác “chống lão hóa” đang được chứng minh cho điều đó.

Căng da mặt

Một quá trình căng da mặt đầy đủ (vùng mặt, vùng cổ) sẽ khôi phục lại các đường viền trẻ trung của cằm, loại bỏ da thừa chảy sệ, làm mịn da mặt và da cổ. Đây là một giải phẫu thẩm mỹ được bắt đầu với việc gây mê toàn thân, tiếp đó là cắt và nâng các vùng da bị chảy sệ và cuối cùng là sắp xếp lại và thắt chặt các cơ bắp bên dưới da. Vết mổ được thực hiện ở phía trước và phía sau tai và có thể chạy lên chân tóc.

Nhằm phục vụ các khách hàng ít tiền và ít thời gian hơn, dịch vụ căng da mặt có thể được thu gọn thành “mini lift”. Dịch vụ này không cắt qua nhiều lớp mô sâu và chỉ tập trung vào một khu vực hạn chế của khuôn mặt, chủ yếu là vùng thấp hơn cánh mũi bao gồm: vùng miệng, cằm và hai gò má dưới. “Mini Lift” sẽ chỉnh sửa các nếp nhăn quang vùng miệng, mũi, các vùng da sệ dưới cằm. Làn da được nâng lên nhưng vết mổ không lớn như khi bạn sử dụng dịch vụ căng da toàn phần. Và khách hàng chỉ cần gây tê tại chỗ.▶



Nhược điểm: căng da mặt truyền thống đòi hỏi phải gây mê toàn thân. Việc này khiến quá trình hồi phục phải mất đến hai tuần lễ chưa kể những rủi ro có thể phát sinh khi thực hiện phẫu thuật. Bạn có thể bị sưng, bị đau, bị khó chịu và mờ mắt trong các tuần phục hồi. Chi phí đắt đỏ từ 5000 – 10 000 USD. Tất nhiên, kết quả không phải là vĩnh viễn. Nó có thể kéo dài vài năm tùy vào cấu trúc xương và chế độ chăm sóc của bạn.

Tiêm tế bào gốc

Dịch vụ này được gọi là Stem-Cell Face Lift – mỡ được thu hoạch từ dạ dày, hông hoặc đùi của khách hàng, sau đó người ta tách các tế bào gốc trong mô bằng một máy ly tâm, sau đó tiêm vào mặt. Theo những người tiên phong sử dụng dịch vụ này, các tế bào gốc mới sẽ bổ sung lượng tế bào gốc cũ bị suy yếu, thúc đẩy sản xuất collagen và làm khuôn mặt căng đầy hơn.

Nhược điểm: một dịch vụ rất gây tranh cãi trong giới y học và chưa được chứng minh bằng những kết quả lâm sàng. Rất nhiều câu hỏi được đặt ra: máy ly tâm sẽ tách tế bào gốc như thế nào, với tỷ lệ là bao nhiêu? Các tế bào gốc này có thực sự hoạt động khi được di chuyển lên vùng mặt? Tỷ lệ thay đổi của da sau khi ghép mỡ chứa tế bào gốc là như thế nào? Rất tiếc, dù có nhiều người ủng hộ trị liệu này do sự tiện dụng, đơn giản của nó, nhưng bơm tế bào gốc vào mặt vẫn chưa nhận được thêm các bằng chứng cụ thể về tác dụng của nó.

Botox & Chất làm đầy

Tiêm Botox và tiêm các chất làm đầy (filler) giúp làm giảm nếp nhăn, làm căng da một cách nhanh chóng, ít tốn thời gian phục hồi, tiết kiệm chi phí, thời gian hiệu quả trong khoảng từ 6 tháng đến một năm.

Botox, một dạng tinh khiết của chất botulinum, hoạt động bằng cách làm tê liệt các cơ bắp gây ra nếp nhăn. Chúng được sử dụng ở nửa trên của khuôn mặt, phổ biến nhất là vùng đuôi mắt, trán và sống mũi. Chỉ cần một mũi tiêm, kết quả xuất hiện trong 5-7 ngày và kéo dài từ bốn đến sáu tháng. Chi phí cho dịch vụ dao động từ \$ 200 đến \$ 500 cho mỗi khu vực.

Các chất độn (chất làm đầy) phổ biến nhất: Restylane, Juvéderm và Radiesse, được tạo thành từ axit hyaluronic, collagen hoặc canxi hydroxyl apatit và được sử dụng ở vùng mặt dưới. Các chất này thường có tác dụng làm phẳng nếp nhăn vùng miệng, cằm và môi. Sản phẩm mới nhất của chất làm đầy là Belotero, được sử dụng cho các nếp nhăn quanh miệng, khiến nụ cười trông trẻ trung đồng thời vẫn tự nhiên.

Khi sử dụng các chất độn da, hiệu quả có kéo dài từ sáu hoặc bảy tháng đến một năm tùy thuộc vào làn da của bạn. Kết quả xuất hiện ngay lập tức. Các phân tử của chất độn có kích cỡ khác nhau, một số có thể sử dụng để lấp đầy các vết chân chim dạng nông, trong khi các chất độn khác có thể dùng cho các nếp nhăn sâu. Bởi thế, hầu hết mọi người cần vài mũi tiêm để đạt được hiệu quả

cùng một lúc. Chi phí dao động trong khoảng từ 450 USD đến 750 USD.

Nhược điểm: Khuôn mặt có thể dễ dàng bị thâm tím ở nơi kim tiêm. Thời gian duy trì hiệu quả không dài. Cơ mặt có thể bị mất tự nhiên.

Laser

Dịch vụ tiên phong này có hiệu quả cao trong việc phục hồi làn da bị đổi màu và kích thích sự tái phát triển của làn da khỏe mạnh. Phương pháp hoạt động dựa trên nguyên lý gây ra các vết thương nhỏ cực đại bên trong da và kích thích quá trình sản xuất ra collagen.

Các loại laser được sử dụng trên cổ, cằm, xương quai hàm, lông mày và xung quanh mắt. Công nghệ laser lạnh, phát ra các tia sáng ở cấp thấp, không tạo ra thay đổi nhiệt độ trong mô nhưng kích động làn da khỏe mạnh để phát triển. Ngược lại, laser công suất lớn sẽ sử dụng nhiệt để phá hủy mô và làm tổn thương lớp ngoài của da để da mới tự nhiên tái sinh sau đó.

Sự phát triển mới nhất trong công nghệ laser được gọi là Ultherapy. Dịch vụ này cũng đã có mặt ở Việt Nam. Ultherapy sử dụng công nghệ siêu âm tập trung để kích thích sản xuất collagen theo thời gian. Ultherapy có nhiều ưu điểm so với laser truyền thống: Nó có khả năng xuyên qua bề mặt da xuống độ sâu 3.0-4.5mm (tùy tình trạng da mỗi người) trong cấu trúc da - độ sâu này là nơi tập trung sản sinh nhiều nhất collagen và elastin, nó cũng có thể đạt được mức nhiệt tối ưu 60- 70 độ C (không cao như laser tẩm 100 độ C và không thấp như tia RF 40 – 55 độ C). Mức nhiệt và độ sâu này là lý tưởng để kích thích sản sinh collagen.

Liệu pháp Ultherapy đã được hơn 400 bệnh nhân đánh giá là có hiệu quả ở mức 70% (trên trang đánh giá realself.com). Liệu pháp này thường được sử dụng cho những bệnh nhân vừa chớm bước vào tuổi bị chảy sệ, từ 40 trở đi. Kết quả có thể kéo dài 10 năm.►



Nhược điểm: sưng nhẹ và đỏ xảy ra, nhưng giảm dần trong các ngày sau. Một số bệnh nhân phát hiện sự bầm tím. Các bác sĩ khuyên nên áp dụng từ bốn đến sáu lần điều trị (cách nhau một tháng), vì vậy sự thay đổi sẽ diễn ra chậm, khó nhận ra ngay. Giá rất đắt: 1300 USD/lần.

Mỹ phẩm tẩy da chết bằng hóa học

Khi hóa chất có tính axit được áp dụng cho mặt, chúng tách lớp ngoài của da, tẩy tế bào chết, thắt chặt lại các vùng da và kích thích sản xuất collagen. Trong quá trình này, các đốm đồi mồi sẽ nhạt đi, các nếp nhăn được giảm bớt. Sắc tố da được cải thiện nhờ lớp da mới phát triển thay thế lớp da chết đã bị tẩy (lột) đi.

Các sản phẩm tẩy da có chứa nồng độ khác nhau của axit kết hợp với các thành phần hóa học, được phân loại là nhẹ, trung bình và sâu. Sản phẩm dạng nhẹ có thể sử dụng trên tất cả các loại da, thường chứa acid glycolic. Trong khi đó, sản phẩm lột da dạng mạnh có chứa phenol và chỉ có thể được dùng một lần vì cường độ mạnh của nó, nó có thể thâm nhập vào nhiều lớp da và thậm chí có hiệu lực cho da bị bong cấp độ hai.

Nhiều mặt nạ tẩy tế bào chết có chứa axit alpha hydroxy, nhưng chúng khác nhau về nồng độ. Các mặt nạ hóa học mạnh nhất có nồng độ AHA từ 50 đến 70 %. Tuy nhiên, các nhãn hiệu mỹ phẩm thường chỉ bán các dưỡng ẩm và chất tẩy rửa với AHA có nồng độ dưới 10 % và ít hiệu quả hơn.

Thành phần tự nhiên có thể giúp làm sáng da, bao gồm vitamin C, axit lactic, axit kojic, vỏ cây liễu trắng, cà chua, khoai tây và một số chất chiết xuất từ cây nho ở dạng thuốc viên.

Nhược điểm: Khi sử dụng dịch vụ lột da dạng mạnh, thời gian phục hồi có thể lên tới 12 ngày, trong thời gian đó da sưng đỏ và rát. Chi phí dao động từ 150 USD tới 5000 USD.■



Kỉ niệm ngày World Oceans Day,
La Mer ra mắt thiết kế
hũ thủy tinh màu xanh ngọc độc
đáo cho loại kem ẩm
nổi tiếng của mình.
Quyết tâm bảo tồn địa dương của
La Mer được chứng minh rõ ràng
khi thương hiệu
mỹ phẩm cao cấp này
tiếp tục cộng tác với
National Geographic Society
để bảo vệ “trái tim xanh dương
của hành tinh của chúng ta” như
bác sỹ Earle đặt tên
cho biển cả, một phần mật thiết
cho sự sống còn của nhân loại.
Tới nay, La Mer đã đóng góp
gần 2 triệu USD cho các
tổ chức bảo tồn đại dương.
Người sáng lập thương hiệu La
Mer, Tiến Sỹ Max Huber,
đã nhận ra giá trị của đại dương
khi đi tiên phong trong việc
sử dụng tảo biển làm
thành phần chính trong
loại kem dưỡng có khả năng chữa
lành và phục hồi làn da. Kế thừa
di sản đó, La Mer
tiếp tục giúp bảo tồn hệ
sinh thái tự nhiên của loại
tảo bẹ biển đặc biệt này
bằng cách chỉ sử dụng một loại
tảo vẫn tồn tại và phát triển
không ngừng sau khi được
thu hoạch bằng tay hai
lần mỗi năm.
Hũ kem thiết kế độc đáo này là
phiên bản có hạn nhằm tôn vinh
ngày Đại Dương thế giới.

CRÈME DE LA MER

Tôn vinh ngày đại dương thế giới 2014

Tôn vinh NÉT ĐẸP Á ĐÔNG

IPKN LUXURY với thiết kế sang trọng đỉnh pha lê Swarovski như món đồ trang sức quý giá. Mẫu sắc lấy cảm hứng từ chính cuộc sống nên ở bước trang điểm nào gương mặt bạn cũng thêm đẹp và tươi sáng. Kết thúc trang điểm cũng là lúc bạn phát hiện vẻ đẹp của chính mình, nhưng thật sự nổi bật và toả sáng. Như hương thơm huyền bí vô hình vô sắc, Luxury giữa sáng tối khó phân biệt vẫn thể hiện chân giá trị của làn da!

1 IPKN LUXURY BASE Kem lót trang điểm

Kem lót dạng Essence với các phân tử Protein tạo lớp lót mỏng và ẩm mịn. Thành phần Polylift chiết xuất từ Hạnh nhân che phủ hoàn hảo và làm mềm da. Bột Ngọc trai hiệu chỉnh màu và làm sáng da chỉ với 1 lượng nhỏ. Chiết xuất hoa Cẩm quỳ, Xương rồng, Việt quất giàu độ ẩm cho lớp lót tươi sáng và tự nhiên.

Giá: 669.000đ/35ml

2 IPKN LUXURY FOUNDATION Kem nền trang điểm

Chiết xuất cây Bạch dương hiệu chỉnh màu da cho lớp nền hoàn hảo và tự nhiên. Chiết xuất thực vật và hạt phân tử siêu nhỏ che phủ khuyết điểm và nếp nhăn. Chiết xuất quả Xoài và hoa Dâm bụt cung cấp dưỡng chất và độ ẩm, giúp da mịn màng và tươi sáng hơn.

Giá: 669.000đ/35ml

3 IPKN LUXURY POWDER PACT Phấn phủ dạng nén

Bột phấn siêu mịn cho lớp phủ tươi sáng và mượt như lụa. Amino acid chiết xuất từ thực vật chống xỉn màu da và duy trì tone màu lâu bền. Tinh chất Ngọc trai tăng cường độ ẩm, cho làn da mịn màng. Phấn không làm da bị khô và bí.

Giá bán: 799.000đ/17g

4 IPKN LUXURY TWO WAY CAKE Phấn nén

Chiết xuất cây Bạch Dương và Vitamin A che phủ tàn nhang, đốm thâm nám cho lớp trang điểm đều màu và tự nhiên. Cấu trúc hạt phấn siêu nhỏ có khả năng phản sáng che phủ hoàn hảo làn da. Thành phần giàu độ ẩm không làm khô da và lâu trôi.

Giá: 689.000đ/14g

5 IPKN LUXURY POWDER Phấn phủ dạng bột

Hạt phấn siêu mịn giúp che phủ nếp nhăn, vết chân chim và đốm thâm nám. Phấn dạng phân tử siêu nhỏ kiểm soát bã nhờn giúp lớp trang điểm tươi sáng, lâu trôi. Hạt phấn phản sáng cho làn da đều màu mà không làm khô da.

Giá: 859.000đ/30g

6 IPKN LUXURY MULTI MAKE UP FINISH Kem nền 3 trong 1

Vừa là Kem lót + Kem nền + Kem chống nắng cho lớp trang điểm hoàn hảo và tự nhiên, chống nước và lâu trôi. Chỉ số chống nắng cao SPF 45 bảo vệ da hiệu quả.

Chiết xuất hoa hồng Jericho và dầu Hạnh nhân làm da mềm mại và sáng.

Giá: 699.000đ/ 50ml





Rouge Pur Couture The Mats: Sơn bột với hai màu hồng rose và đỏ.
Babydoll Eyeliner: Kẻ mắt màu xanh xám và xanh bạc.
La Laque Couture: Sơn móng màu xanh và màu nâu.



Bảng màu mắt Couture Collector Fétiche Palette gồm năm màu sáng trọng thích hợp cho phong cách smoky eye của tiệc đêm.

YVES SAINT LAURENT

Bộ sưu tập make up mùa thu của Yves Saint Laurent lấy cảm hứng từ một chất liệu xa xỉ: da. Cùng với sự xâm chiếm của chất liệu da trong thời trang Haute Couture, giám đốc sáng tạo dòng Make up Lloyd Simmonds của Yves Saint Laurent đã quyết định chọn chất liệu biểu tượng này làm cảm hứng cho sưu tập Fall 2014 “Cuir Fétiches”.

Những gam màu của “Cuir Fétiches” đậm tính rock chic, với màu nâu chủ đạo dành cho mắt, được mở rộng sang các gam smoky, bronze và xanh đá. Sơn bột dành cho môi với hai gam màu đỏ đụn và nude, được bổ sung hai màu son bóng tương tự dành cho những ai thích hiệu ứng màu bóng mờ như satin.



Sheer Lip Color

Son môi có cấu trúc nhẹ nhàng và màu sắc tự nhiên thanh thoát.



Brightening Blush

Má hồng với một chút nhũ có thể sử dụng như highlight cho vùng mặt hoặc trên gò má. Có thể dùng từng màu riêng hoặc lướt cọ qua cả 3 màu trên hộp sản phẩm. Dùng cọ Blush Brush và đánh lên vùng má.

BOBBI BROWN

Lấy cảm hứng từ địa điểm yêu thích vào kỳ nghỉ của Bobbi, Bộ sưu tập mới Surf & Sand bao gồm những công cụ làm đẹp cần thiết trong mùa hè để tạo nên phong cách trang điểm bãi biển sang trọng một cách dễ dàng. Kết hợp cùng với những màu sắc nhẹ nhàng – từ màu sandy neutrals đến surfy blues đến sunset pinks – bộ sưu tập này thật đơn giản và gợi cảm như nó vốn có.

Surf & Sand Eye Palette: hai bảng màu mắt kết hợp tám màu mắt màu nhẹ huyền ảo là công thức cho phong cách trang điểm hồ bơi và tiệc cocktail. Sản phẩm Surf Eye Palette thật hoàn hảo cho trải nghiệm những sắc thái màu pastel – từ shimmering pink đến sparkly soft blue đến soft aqua. Sản phẩm Sand Eye Palette và những khoảng màu mắt trung tính của nó – từ metallic bronze đến sparkling gold – lý tưởng cho việc tạo các lớp màu. Cả hai sản phẩm này được đóng gói bằng lớp vải như cát, gợi nhớ về chất vải thô ráp của chiếc áo bằng vải linen.

AFTERSHAVE

Sản phẩm thiết yếu của đàn ông

Sản phẩm này có thể khiến việc cạo râu trở nên dễ chịu hơn bao giờ hết.

Khi nào tôi sử dụng
Aftershave?

- Bạn dễ bị tổn thương vùng da mặt trong khi cạo râu.
- Bạn có làn da rất nhờn bị tắc lỗ chân lông và mụn đầu đen.
- Bạn có làn da rất khô hoặc da nhạy cảm.

AFTERSHAVE LÀ GÌ?

Đây là một sản phẩm dưỡng da đặc trưng dành cho nam giới: sản phẩm dùng sau khi cạo râu. Với một thanh kim loại sắc nhọn cạo trên da, các lỗ chân lông có thể nở lớn ra, một vài vết xây xước là tất yếu. Một số người có làn da nhạy cảm hơn thậm chí còn xuất hiện các vết đỏ ở vùng vừa cạo râu và cảm giác rất nhẹ như bị bỏng không lấy gì làm dễ chịu.

Lúc này, aftershave cho thấy tính tích cực của nó. Sản phẩm được thiết kế dưới dạng balm hoặc dạng cream, dạng lotion, dạng serum (thể lỏng) giúp se khít các lỗ chân lông, chống viêm, làm dịu da, làm mát da.

Thành phần của aftershave? Tất nhiên, vì đây là một sản phẩm skincare đặc trưng của nam giới nên nó hoàn toàn khác với kem dưỡng ẩm của nữ giới. Đầu tiên, aftershave sẽ chứa các thành phần giúp chống viêm, chống nhiễm khuẩn như cồn, stearate citrate hay nước phi (hazel) để phòng ngừa nhiễm trùng ở các vết cạo rí máu, đồng thời làm giảm kích ứng. Tiếp đó, một thành phần quen thuộc của aftershave là menthol – bạc hà giúp làm dịu mát da – đồng thời có khả năng gây tê nhẹ để làm giảm cảm giác kích thích trên da, giúp quá trình phục hồi nhanh chóng và bớt khó chịu hơn. Các thành phần dưỡng ẩm cũng có mặt ở aftershave để giúp bổ sung các loại dầu vừa bị mất trong quá trình cạo râu – nguyên nhân khiến da khô rát.

Và cuối cùng là mùi thơm. Nhiều aftershave sử dụng tinh dầu hoặc hương liệu tổng hợp để tạo mùi thơm dễ chịu. Rất nhiều nước hoa đàn ông khi ra mắt đã đính kèm các sản phẩm aftershave nhằm hỗ trợ cho mùi hương chính của mình. Tuy nhiên, nếu làn da dễ bị kích ứng sau khi cạo râu, sản phẩm aftershave không mùi, không fragrance thường được khuyến dùng.

AFTERSHAVE & COLOGNE

Aftershave thường hay bị nhầm lẫn với cologne bởi chúng cùng được sử dụng sau khi cạo râu. Điều này bắt nguồn từ việc một số nhà sản xuất tăng nồng độ thơm của aftershave lên và khuyến khích khách hàng của họ sử dụng aftershave như một loại nước hoa. Nhưng hai sản phẩm này về bản chất là khác nhau: mùi thơm là đặc tính chính của cologne trong khi khả năng làm dịu da, chống kích ứng và dưỡng ẩm là đặc tính chính của aftershave.

Có thể sử dụng hai sản phẩm này đồng thời không? Điều này hoàn toàn có thể. Tuy nhiên hãy lưu ý rằng, nếu sản phẩm aftershave có mùi thơm khác với sản phẩm cologne, hai mùi thơm này có thể “đánh nhau” và tạo ra một hỗn hợp mùi khó kiểm soát. Tốt nhất, nên sử dụng aftershave không mùi hoặc aftershave cùng dòng với cologne. Cologne thường được bán kèm cùng với aftershave, xà phòng và sữa tắm để tạo ra được sự thống nhất về mùi hương – một dấu hiệu nhỏ nhưng quan trọng để thể hiện rõ sự tinh tế và lịch thiệp của người đàn ông.



Dermologica Post-Shave Balm

Giảm cảm giác không thoải mái và đỏ khi cạo râu, mang lại cảm giác mát lạnh, rút ngắn thời gian phục hồi sau khi cạo râu. Dành cho tất cả tình trạng da.

Giá: 1.082.000 VND - 50ml



Dermologica Invigorating Shave Gel

Dạng gel với trọng lượng nhẹ giúp làm dịu mát và mềm. Những thành phần làm sạch cho phép những khu vực cạo râu được sạch tối đa. Sản phẩm có công dụng hữu hiệu trong việc làm dịu những vết mẩn đỏ trong khi ngăn ngừa kích ứng, không gây kích ứng khi cạo râu. Dành cho tất cả tình trạng da.

Giá: 719.000 VND - 180ml



Lab Series Max Comfort Shave Gel

Đây là sản phẩm đặc biệt giúp cho việc cạo râu hoàn thiện và dưỡng da tối đa sau khi cạo, ko tạo cảm giác rát da cũng như da bị sạm màu ở vùng râu.

Giá: 620.000 VND



Clinique Post-Shave Soother

Kem làm dịu da sau khi cạo râu. Làm mềm da khô rát và giúp dưỡng da. Giá tham khảo tại showroom.



Burberry Brit Rhythm Aftershave balm

Balm có tác dụng làm dịu da sau khi cạo râu.

Giá 950.000 VND/150ml.

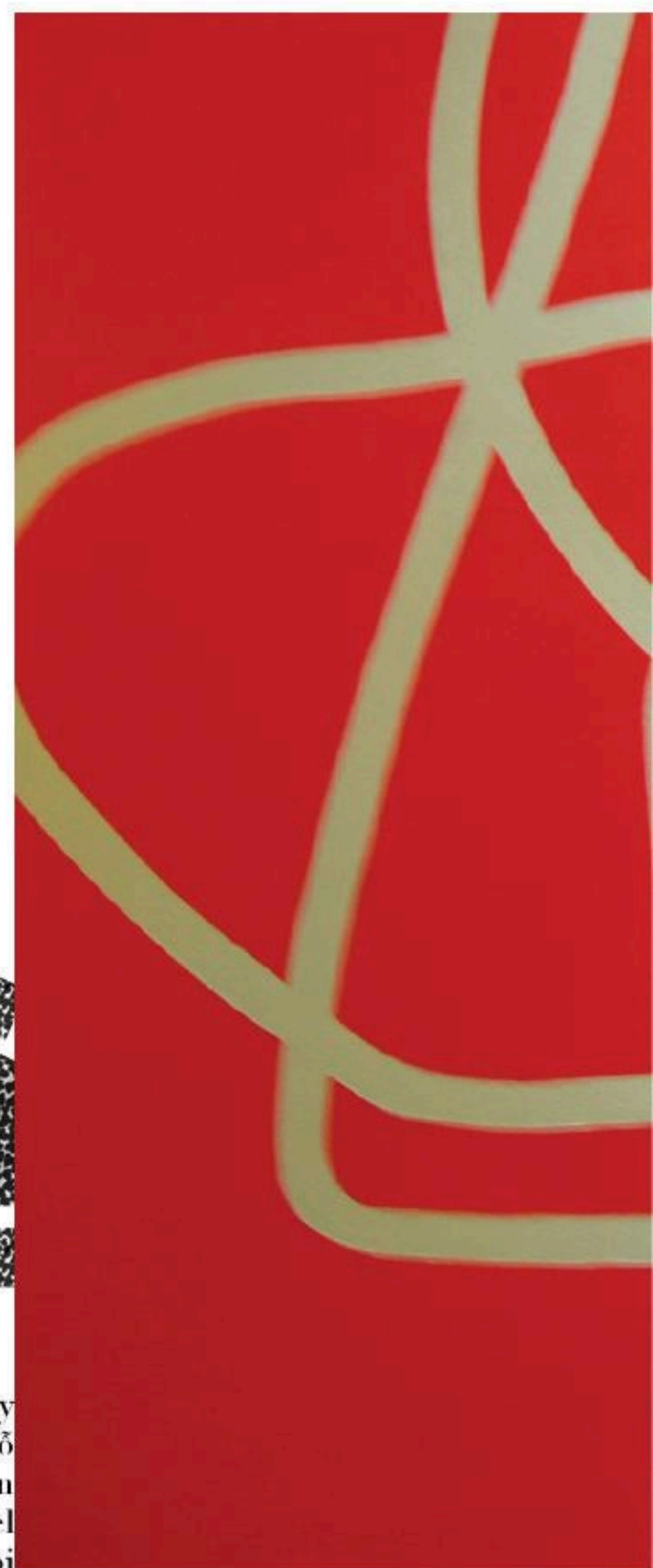


Lab Series Max Com - Fort Shave Gel

Yves Saint Laurent L'Homme After Shave Lotion. Lotion giúp làm mềm và làm da sau khi cạo râu, nên được sử dụng kết hợp với nước hoa Yves Saint Laurent L'Homme. Giá tham khảo tại showroom

PRINTS OF SELF

Creative Director: Rita Tromboczky
Assistant: Hương Đỗ
Photography: Tim McMahon
Model: Mathieu Clavel
Location: Tadioto 24 Tông Dân Hà Nội







Trang trước, áo len *Dior Homme*

Trang này, áo T-shirt *Maison Martin Margiela (Runway)*.

Khăn khâu tay *Totemism*

Đối diện, áo khoác da cừu viễn da *Burberry*





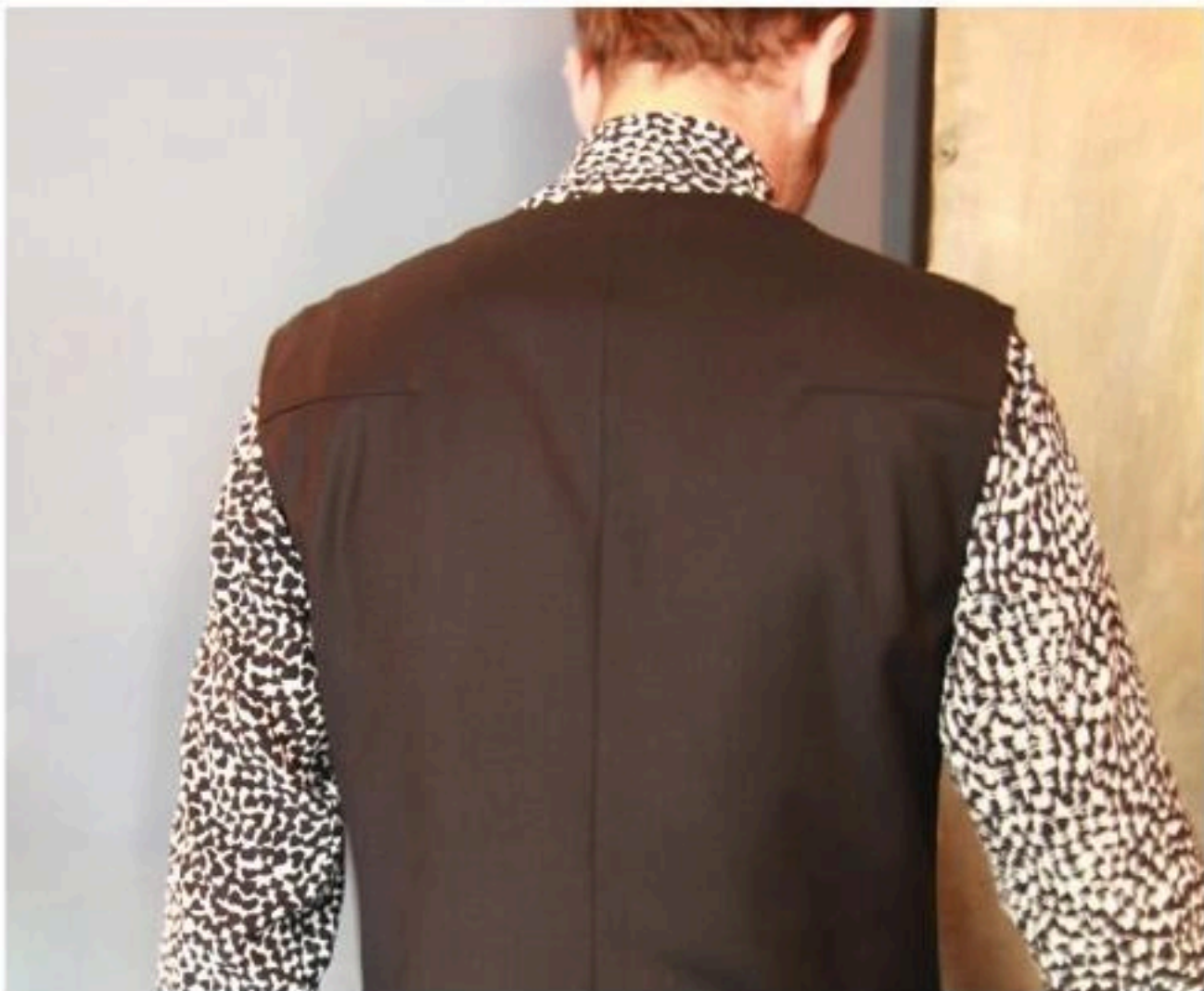


Boots da bê
Hermès





Trang này, chi tiết in trên
áo len *Dior Homme*.
Bên trái, áo sơmi *Givenchy*
(*Runway*) viền khóa kim
loại trên cổ.





Bàn trái, sơ mi lụa *Saint Laurent*
in họa tiết trái tim :
Áo gile *Dior Homme* kéo khóa.
Trang này, áo sơ mi cotton
Dior Homme. Áo cardigan
Givenchy (Runway)
<https://tieulun.hopto.org>



Hậu trường show diễn Thu Đông 2014
Ermenegildo Zegna.

CITY+NATURE

Stefano Pilati with Ermenegildo Zegna AW 2014

Với những ai từng may mắn biết trải nghiệm khoác lên người những thiết kế tuyệt đối thanh lịch của Stefano Pilati, sẽ đón nhận tin nhà thiết kế lừng danh này đã quay lại gây cảm hứng mới cho thế giới thời trang, là một tin vui.

Chưa lâu sau khi rời khỏi YSL, Pilati đã gia nhập thương hiệu sản xuất vải cao cấp thành công nhất thế giới Ermenegildo Zegna, với vai trò giám đốc sáng tạo cho dòng thời trang nam, và cả thương hiệu thời trang nữ Agnona,

Với kinh nghiệm thiết kế thời trang cao cấp lâu năm, từ Cerruti khi ông mới 18 tuổi cho tới Armani, Prada, Gucci về sau, Pilati niềm đam mê cháy bỏng với những chất liệu vải xa xỉ kiến tạo nên phong cách thiết kế của riêng ông cũng như một niềm ham thích trong công việc sáng tạo chất liệu mới.

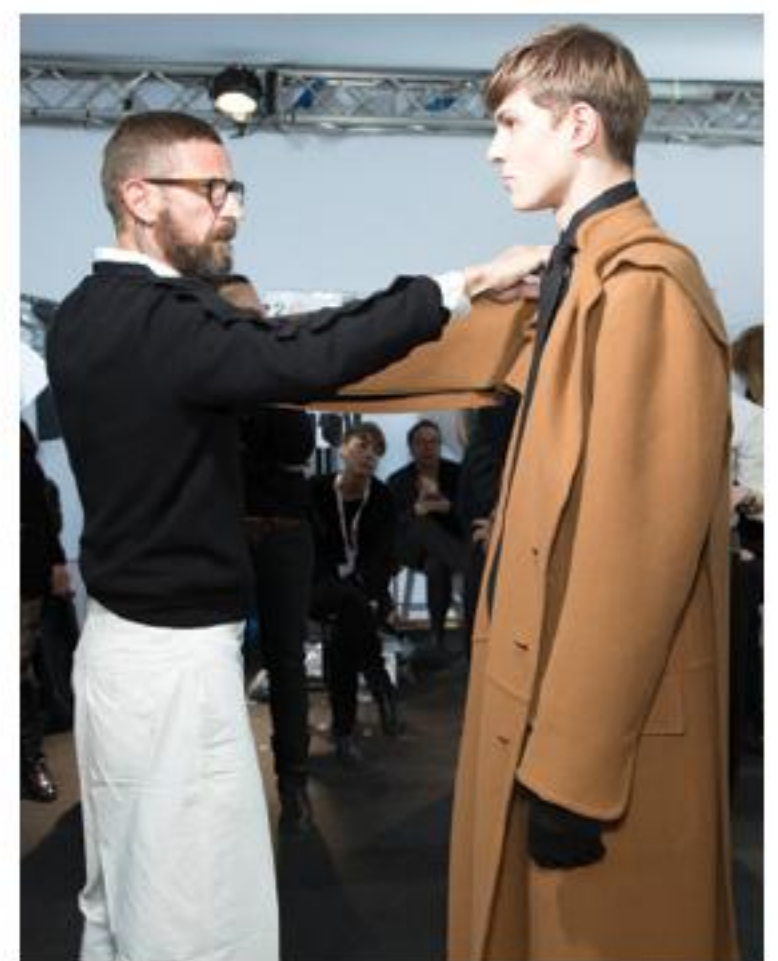
Pilati hoàn toàn có thể biến đổi nhà mầu lâu đời cả thế kỷ Zegna, cũng như lời nhận định của CEO Gildo Zegna là

“bước tiến xuất thần tới thiết kế mầu nam”, tạo dựng bởi “sự đối nghịch rõ ràng giữa ngành công nghiệp và kiến thức thủ công.”

Tiếp nối BST Xuân Hè 214 đầu tiên cho Zegna, Pilati mang tới cho BST Thu Đông 2014 thông điệp tôn vinh chất liệu tự nhiên. Cũng với bộ sưu tập này, nhà thiết kế muốn thêm một lần khẳng định danh tiếng cũng như vai trò của thương hiệu Zegna trong lịch sử của ngành công nghiệp dệt may.

Có 02 giá trị độc đáo xuất hiện với Stefano Pilati khi ông thực hiện việc thiết kế bộ sưu tập này là đô thị với tinh thần veston thanh nhã điển hình của Zegna, và Tự nhiên, qua chất liệu sợi vải đã đưa Zegna lên vị trí nhà sản xuất vải hàng đầu thế giới.

Ông khám phá, kiếm tìm, và kết hợp ý tưởng, tương đối hoá chúng với khởi nguồn của chính nó, hoà quyện tinh thần thể thao với đồ lịch lãm, ánh sáng▶



Stefano Pilati, hậu trường show diễn Thu Đông 2014, Ermenegildo Zegna.

Stefano Pilati sinh năm 1965 tại Milan, sau 10 năm thiết kế chính tại Yves Saint Laurent, chuyển tới Ermenegildo Zegna với tư cách là thiết kế chính. Với ý tưởng “thành thị” và “tự nhiên”, ông đã thiết kế và phát triển di sản của Zegna, nhà cung cấp vải cao cấp thành công nhất thế giới. Trong suốt sự nghiệp của mình, “sự pha trộn” cũng quan trọng như kiểu dáng và tỉ lệ trong thiết kế của ông.

và bóng tối, những mảng màu và sự biểu tượng hoá, chất liệu và bề mặt, tự nhiên và nhân tạo. Những loại sợi quý nhất, len cashmere xa xỉ, len vicuna quý hiếm kết đôi với vải phủ sản xuất truyền thống Anh Quốc, nylon đến từ Nhật Bản, lụa hay len dệt mịn với vải nhung thô hay vải khoa học siêu nhẹ Kevlar. Phong cách thể thao thanh lịch, đáng thanh lịch lại mới mẻ với kết hợp nhiều lớp, tạo ra thiết kế quen thuộc mà tính năng sử dụng lại trái ngược với cách dựng mẫu. Sau show diễn, Pilati giải thích: “Như những góc nhìn của thời trang, đôi khi gần và xa, nhưng luôn hiện hữu. Tất cả chỉ là tương đối.” Nói một cách khác, điều quan trọng với người này đôi khi chẳng có nghĩa lý gì với kẻ khác. Đó cũng chính là ý nghĩa sắc nhọn trong cách Pilati luôn kết hợp sự trang trọng với tính thoải mái. Ông yêu thích từ “pha trộn”. Ông tạo ra những mẫu áo khoác parka vải cashmere với những chi tiết chần hình quả trám. ông sử dụng những mẫu vải hai mặt với len vicuna. ông pha trộn những bộ veston và những chiếc áo choàng “hiệu ứng ngân hà” để chúng lấp lánh như thể được phủ một lớp bụi vũ trụ. Ông tròng vào những chiếc áo cardigan một sợi dây lưng lịch lãm và phá cách nơi ống tay áo với những hình hoạt họa thêu những chú khủng long phiến sừng.

Trong suốt sự nghiệp của mình, Pilati đã luôn áp dụng quy luật này cho những chi tiết quan trọng như kiểu dáng và tỉ lệ. Những ngạc nhiên nho nhỏ trong mỗi bộ sưu tập đã trở thành phong cách điển hình của ông: áo khoác dài, mềm phủ, áo ghi lê cách tân cài chéo vạt dưới một bộ veston, khăn quàng dài đính vào cổ áo khoác ngoài. ■



Ermenegildo Zegna Thu Đông 2014



Ermenegildo Zegna, thành lập năm 1910 vẫn đang thuộc sự quản lý của thế hệ thứ 4 của gia đình Zegna, là một trong những thương hiệu thời trang nam cao cấp hàng đầu thế giới. Từ khi ra đời Zegna nhanh chóng trở thành thương hiệu sản xuất len cao cấp cho veston. Vào cuối thập niên 30 xưởng dệt Zegna đã có hơn một nghìn công nhân. Đến năm 1945 vải của Zegna đã được bán tại hơn 40 quốc gia. Cửa hàng đầu tiên mở cửa tại Paris năm 1980, tiếp theo là Milan năm 1985. Hàng năm hãng sản xuất ra hơn 2,3 triệu mét vải, 600.000 sản phẩm quần áo nam khác và 1,7 triệu phụ kiện làm từ vải. Ngày nay, có 555 cửa hàng Zegna trên 80 nước, trong đó 311 cửa hàng được chính hãng quản lý.

STILL LIFE.
polaroids by hoang anh & rita



Saint Laurent | Sac du Jour | *Da bê*



Maison Martin Margiela | Tilted Heel Ankle Boots | *Da bê*



Versace | Signature Large Tote Gold Piping | *Da bê*



Louis Vuitton | Haute Maroquinerie Néo-Steamer | *Da bê Nomade*



Salvatore Ferragamo | Sandal | *Da bê bóng*



Céline | Flap Bag Pocket | *Da bê*



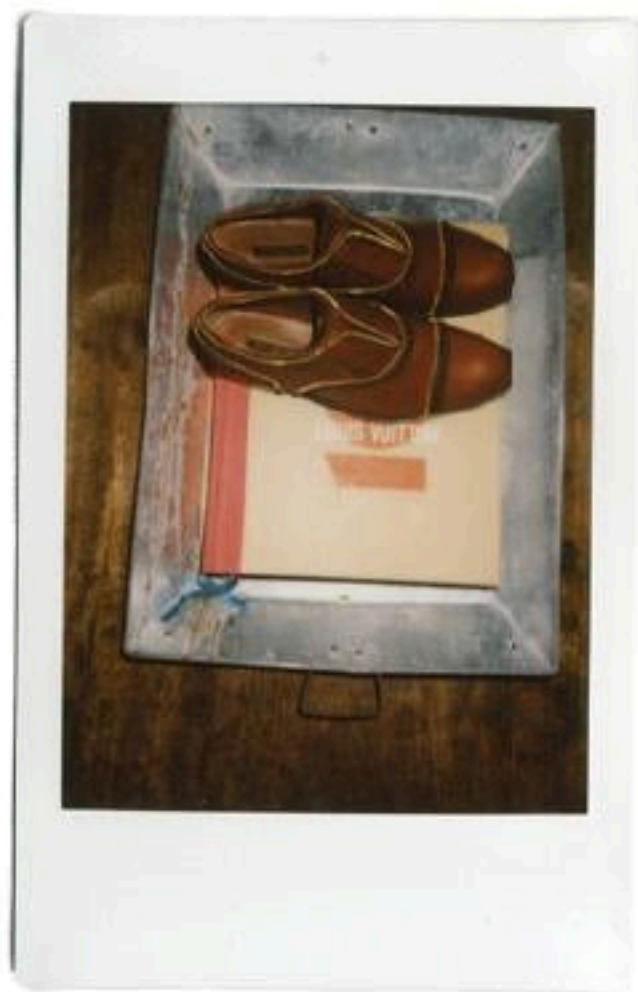
Christian Dior | Diorissimo Patch Pocket | *Da bê*



Christian Dior | Diorissimo Patch Pocket | *Da bê*



Hermès | Plume Bag | Vải Canvas in họa tiết và da bê màu xanh lục



Balenciaga | Le Dix Besace Handbag | *Da bê*
Louis Vuitton | Rockabilly Richelieu | *Da bê bóng*



SỰ LÊN NGÔI CỦA NAM TRANG

Nam trang (trang sức dành cho nam giới) đang quay trở lại và trở thành một thời thượng. Và điều đáng nói là điều này đang không chỉ diễn ra với những ngôi sao nhạc Hip-Hop hay những thành viên hoàng gia!

Trang sức cao cấp đã có mức tăng trưởng đột biến. Và điều này cũng đang diễn ra đối với thị phần trang sức dành cho đàn ông. Chỉ tính riêng ở Anh, trong năm 2010, đàn ông đã chi khoảng 168 triệu bảng cho những thứ như vòng đeo, nhẫn và dây chuyền. Ở Mỹ, doanh số từ thị phần của những món phụ kiện dành cho đàn ông đã tăng 14%, đạt mức 6 tỷ đô chỉ trong nửa đầu của năm 2011. Và những dấu hiệu đều cho thấy xu hướng này đang dần ổn định. Mặc dù sẽ không có những mức tăng đột biến như một vài năm trước nhưng việc đàn ông mua và đeo trang sức không còn là điều lạ nữa. Bằng chứng rõ nhất là việc huấn luyện viên trưởng của đội Đức – đội vô địch World Cup năm nay – đã khoe khéo chiếc vòng Shamballa.

Trong một thời gian dài, có thể nói rằng mãi cho tới tận gần đây, trang sức nam giới vẫn chỉ được tập trung vào những thứ hữu ích, hoặc có chức năng cụ thể, chủ yếu là cufflink và kẹp cà vạt. Có thể là một chiếc nhẫn mang dấu ấn riêng, hoặc nhẫn cưới. Nhưng điều này kể từ năm 2011 đã không còn đúng nữa. Thị phần của những chiếc nhẫn dành cho nam giới đã chiếm tới thiểu trên 50%. Và điều đáng nói hơn ở đây chính là việc những chiếc vòng tay, vòng cổ đang bán chạy hơn cả những chiếc khuy măng sét.

Có lẽ không gì có thể giải thích điều này tốt hơn sự ảnh hưởng của văn hoá Hip-hop và những món đồ trang sứcbling đang được những thanh niên trẻ xem như một biểu tượng của quyền lực và giàu sang. Tuy nhiên, cũng không thể phủ nhận rằng những món đồ trang sức mang phong cách táo bạo đang được săn lùng như thể chúng là các tác phẩm nghệ thuật. Thậm chí sở hữu những mẫu trang sức statement còn được xem là một dấu hiệu cho thấy sự quan tâm của đàn ông tới chi tiết và việc thể hiện cá tính cũng như sự giàu có của anh ta. Và tất nhiên, trong thị trường này, những cái tên được chú ý hơn cả là Theo Fennell, Tomasz Donocik và Jacob & Co.

Mặc dù mỗi thương hiệu đều có một phong cách riêng. Nhưng điểm chung kết nối những món đồ của các thương hiệu này là một phong cách nam tính, bóng bẩy. Những chủ đề được khai thác là xương sọ, mỏ neo, lưới câu. Ngoài ra với một số hãng thời trang, các thương



hiệu này sẽ lựa chọn những đặc điểm riêng của mình để đưa vào các mẫu trang sức và phụ kiện dành cho nam giới. Đáng chú ý nhất trong trào lưu này là mẫu ghim cài áo Queen Elizabeth của Theo Fennell. Mẫu ghim cài áo này đã từng được Sir Elton John đeo trong một buổi biểu diễn ở New York. Được tạo ra bởi bảy người thợ thủ công ở xưởng tại đường Fullham Road, đây là một mẫu trang sức đẹp, hoàn hảo và đầy táo bạo. Chia sẻ về món đồ trang sức này, Fennell nói: “Tôi muốn dùng hình ảnh một chiếc xương sọ nhưng toàn bộ mẫu thiết kế sẽ dễ dàng gợi nhắc mọi người tới một nhân vật nào đó.”

Nhà chế tác trang sức ở New York, Jacob & Co cũng tham gia vào cuộc chơi có chủ đề xương sọ này. Tất nhiên, ngoài ra, Jacob & Co cũng khai thác những chủ đề mang phong cách nam tính khác. Trong khi đó, Jason of Beverly Hills dùng vàng hồng và kim cương màu cognac để tạo ra những món trang sức với những hình đầu hổ, hình hàm cá mập, hình viên đạn hoặc dao găm.

Với những người thích phiêu lưu và mạo hiểm, những món trang sức mang phong cách androgynous đang ngày càng phổ biến. Những chiếc vòng kết hạt trứ danh Shamballa Jewels, lấy ví dụ, đang được đeo bởi cả nam giới lẫn phụ nữ. Được biết những mẫu vòng của thương hiệu này được ưa chuộng tới mức chúng trở thành những món trang sức bị mô phỏng và sao chép nhiều nhất trong 20 năm trở lại đây.

Tuy nhiên, có lẽ Tomas Donocik mới thực sự là cái tên đáng được chú ý. Từng được tờ The Telegraph của Anh đánh

giá là “một người quyết tâm mở ra một con đường mới cho trang sức dành cho nam giới”, các bộ sưu tập của ông là sự kết hợp vô cùng sáng tạo giữa những kim loại quý hiếm và kim cương với da thuộc và lông ngựa. Bên cạnh đó, điểm đặc biệt của những mẫu trang sức của ông là chúng là sự hoà trộn hài hoà tới mức phi lý của 02 yếu tố nam tính (masculine) và nữ tính (feminine).

Nhìn chung, đàn ông đang phá vỡ những rào cản định kiến cũ về thời trang để có thể cởi mở hơn với những món đồ trang sức. Nếu trước đây, trang sức của đàn ông có thể chỉ là một chiếc nhẫn cưới hay một cặp cufflink thì nay nó có thể là một chiếc vòng đeo tay, một vòng đeo cổ, dây buộc giày Rolland Iten và rất nhiều thứ khác. ■



Mẫu ghim cài áo Queen Elizabeth của Theo Fennell từng được Sir Elton John đeo trong một buổi biểu diễn ở New York.

Mẫu đồng hồ
Métiers d'Art
Montre Ronde de Cartier



Decorated Hour

Xu hướng mới của đồng hồ.

Trong những năm gần đây, ngành chế tác đồng hồ đã có một sự chuyển hướng mạnh mẽ, nhắm tới khách hàng là những người phụ nữ - thay vì chỉ tập trung vào đàn ông như trước kia. Để hiện thực hoá và có thể tiêm nhiễm vào tâm trí những người tiêu dùng quan điểm: “đồng hồ không chỉ dành cho đàn ông”, các thương hiệu buộc phải làm cho những mẫu đồng hồ trở nên quyến rũ hơn,bling hơn và cũng sinh động hơn.

Thực tế thì không phải tới giờ xu hướng này mới được bắt đầu. Nhớ lại cách đây khoảng 8 năm, Cartier đã khởi động xu thế này. Nổi tiếng với nghệ thuật chế tác đồ trang sức, nhà chế tác trang sức thuộc tập đoàn Richemont đã tập trung đầu tư vào việc chế tác đồng hồ và đã thu được những kết quả nhất

định. Ví dụ đầu tiên có thể kể ra ở đây là bộ sưu tập Cartier Art gồm 06 mẫu đồng hồ đặc biệt. 06 mẫu đồng hồ này đều được chế tác bằng những kỹ thuật đỉnh cao như miniature stone mosaics (khảm đá tạo hình mosaics), wood marquetry và chạm khắc intaglio.

Mẫu đồng hồ Ronde de Cartier 42mm (xem hình) giới thiệu năm 2011 có vỏ được làm từ vàng hồng 18 carat, khảm nam tổng cộng 68 viên kim cương với tổng trọng lượng khoảng 1,39 carat. Mặt số đồng hồ được trang trí bởi hình một con rùa biển được tạo ra bằng cách ghép những viên đá onyx, coral và đá mã não vàng, ngọc thạch anh Kalahari và đá khoáng cornelian. Những viên đá này đều có hình vuông và kích thước chỉ khoảng 0,75mm vuông. Chiều dày của mỗi viên đá chỉ khoảng 0,4mm. Riêng công đoạn thực hiện mặt số này lấy mất

của một người thợ khoảng 60 giờ đồng hồ. Giới hạn của đồng hồ ở mức 10 chiếc trên toàn thế giới.

Với những người phụ nữ mong chờ một mẫu đồng hồ cá tính hơn, nổi loạn hơn Tortue XL với motif thiết kế là hình một con báo jaguar là lựa chọn không tồi. Mẫu đồng hồ với mặt số được chế tác với hiệu ứng gần giống ảnh thực nhờ vào kỹ thuật thực hiện với bốn lớp hoàn toàn tách biệt nhưng được sắp xếp để tạo ra những độ bóng, độ sâu. Kết hợp với các chi tiết chạm khắc tinh tế như lông, mắt, râu và mõm, mẫu đồng hồ có mặt số mang hình ảnh một con báo không thể thật hơn. Quy trình để thực hiện mẫu đồng hồ này kéo dài hơn 60 giờ, ngoài ra phải còn kể thêm hơn 25 giờ thực hiện kỹ thuật enamel đặc biệt, có tên là cham-plevé grand feu để tạo ra những sắc độ màu khác nhau cho mặt số. ►



Mẫu đồng hồ Dior VIII Grand Bal đang được chế tác

Bộ sưu tập Dior VIII Grand Bal là một ví dụ hoàn hảo khác cho xu hướng này. Dior là một thương hiệu thời trang và trang sức luôn mong muốn có được một chỗ đứng trong miếng bánh thị phần đồng hồ. Hãng thực hiện chính sách toàn bộ công việc thiết kế các mẫu đồng hồ của Dior phải diễn ra ở Paris. Việc chế tác các mẫu đồng hồ diễn ra ở Thụy Sĩ và được thực hiện bởi một thiểu số các nghệ nhân mà thương hiệu đã lựa chọn rất kỹ. Toàn bộ việc này đòi hỏi một lượng đáng kể thời gian, năng lượng và tiền bạc. Nhưng những kết quả thu được luôn là cao nhất. Những mẫu đồng hồ là diễn giải hoàn hảo những giá trị tinh túy của Dior qua những mẫu đồng hồ tuyệt đẹp.

Không ít thương hiệu thời trang đã chọn cách bán thương hiệu. Họ nhờ các thương hiệu sản xuất đồng hồ hàng loạt sản xuất ra các mẫu đồng hồ, sau đó đóng nhãn mác lên và bán. Kết quả

chúng ta có được những mẫu đồng hồ chạy máy quartz của Nhật, thiết kế dờ tề và chỉ có người không hiểu biết về hàng xa xỉ phẩm mới chọn chúng.

Dior đã tuyệt đối tìm cách tránh đi vào vết xe đổ này. Hãng đã dẫn đầu trong việc sử dụng chất liệu sứ cao cấp để chế tác vỏ và dây đeo đồng hồ. Đặc biệt, với những chiếc đồng hồ của mình, hãng cũng tạo ra một dấu ấn riêng nơi



dây đeo: đó là mỗi tấm sứ ở mỗi mắt xích đều có hình của một kim tự tháp. Sự sáng tạo này Dior đã giúp cho những chiếc đồng của hãng tránh được sự nặng nề của những chiếc đồng hồ có dây đeo bằng thép nhưng lại có được độ bền, độ chắc và độ tinh xảo vượt lên hẳn những chiếc đồng hồ có dây đeo bằng satin hoặc cao su.

Bộ sưu tập Dior VIII Grand Bal 38mm là ví dụ điển hình cho việc này. 03/04 mẫu đồng hồ có gờ lắp mặt kính được khảm nam kim cương kết hợp với sứ đen được sử dụng để tạo hiệu ứng màu. Chỉ có duy nhất mẫu Plumetis là được khảm nam kim cương toàn bộ nơi mặt số. Với bộ sưu tập này, một chất liệu đặc biệt tới từ chính Việt Nam đã được tinh tuyển và sử dụng để làm mặt số. Đó là chất liệu mặt số xà cừ đen. Trên nền mặt số này là một trang trí được làm từ kim cương và vàng trắng đầy ấn tượng. Mỗi mẫu đồng hồ lại có một trang trí khác. ▶



Mẫu đồng hồ phong cách Art Deco của thương hiệu Bedat & Co trứ danh

Chopard đã khá thành công trong việc tách biệt phân tách 02 ngành hàng đồng hồ và trang sức thành 02 lĩnh vực khác biệt. Tuy nhiên, những mẫu đồng hồ tốt nhất trên của hãng hiện nay là những mẫu đồng hồ kết hợp 02 lĩnh vực này, với sự đóng góp của những nghệ nhân, nghệ sỹ và nhà thiết kế của cả lĩnh vực đồng hồ và trang sức.

Bộ sưu tập Chopard Animal World Collection được thực hiện bởi các kỹ thuật sơn mài, khảm ngọc, và kết ngọc để tạo mọi thứ từ một con công tới một con gấu nhỏ. Một trong những mẫu đồng hồ đặc biệt thú vị của hãng là mẫu Owl Watch. Đồng hồ chạy máy quartz, có vỏ bằng vàng hồng. Phiên bản năm 2011 có màu hồng. Không dưới 3,8 carat

ruby có kiểu cắt baguette được dùng để khảm nạm 02 mặt số của đồng hồ. Mỗi mặt số của đồng hồ có chức năng hiển thị một khung giờ khác.

Bedat & Co là một trong những ví dụ tôi muốn giới thiệu ở đây. Hãng lựa chọn phong cách Art Deco cho mẫu đồng hồ của mình. Đồng hồ có thiết kế mặt số hình vuông, vỏ được chế tác từ chất liệu vàng trắng mạ palladium. Đồng hồ được khảm nạm 496 viên kim cương và 34 viên kim cương baguette-cut. Gờ lắp mặt kính cũng không phải là một hình vuông đơn thuần mà nó là sự kết hợp của 02 hình chữ nhật, đặt vuông góc và có các cạnh đè xen kẽ lên nhau. Mặt số đồng hồ được làm bởi 12 miếng xà cừ. Đồng hồ có đường kính là 31mm. ▶



Một trong những mẫu đồng hồ đặc biệt thú vị của hãng Chopard là mẫu Owl Watch.



Có rất nhiều điều để nói về đồng hồ Chanel. Thương hiệu Chanel là thương hiệu đã tiên phong và thành công trong việc đưa sứ trở thành chất liệu được ưa chuộng trong thế giới đồng hồ cao cấp. Bên cạnh những mẫu đồng hồ J12 phổ thông, Chanel còn có một danh sách những mẫu đồng hồ đặc biệt khác. Không ít trong số những mẫu đồng hồ này đều lấy cảm hứng từ người đàn bà quyền lực Chanel. Đó là những chiếc đồng hồ được lấy cảm hứng từ những bức bình phong trong căn hộ của Chanel. Bộ đôi 02 mẫu đồng hồ có mặt số Rong từng được Hàng Hiệu giới thiệu là ví dụ hoàn hảo cho điều này. Bên cạnh đó, hãng cũng thực hiện những mẫu đồng hồ có mặt số được thực hiện với sự hợp tác của các nghệ nhân thủ công. Ví dụ điển hình cho trường hợp này là việc hãng hợp tác với các thợ



Công đoạn tạo hình mặt số đồng hồ Chanel

thêu ở xưởng thêu Lesage và đưa những đường thêu kinh điển từ các mẫu trang phục Haute Couture của Chanel lên mặt số đồng hồ của Chanel với mẫu Chanel Mademoiselle Privé Camellia Brodé. Tất nhiên, với mẫu đồng hồ này, mặt số được trang trí hình bông hoa nhài – loài hoa yêu thích và cũng là một trong những thành phần quan trọng trong dòng nước hoa kinh điển Chanel No.5 của hãng. Một mẫu đồng hồ khác cũng đặc biệt ấn tượng của Chanel là Chanel Première Flying Tourbillon. Mẫu đồng hồ đặc biệt này có thiết kế vỏ máy tương đồng với thiết kế vỏ chai nước hoa Chanel No.5, tương đồng với hình dáng của quảng trường Vendôme. Ở vị trí cọc chỉ giờ số 06 là một tourbillon được cách điệu thành hình bông hoa nhài tuyệt đẹp – cho thấy một đỉnh cao sáng tạo và nghệ thuật chế tác của hãng. ■



CON SÓI CÔ ĐỘC CỦA THẾ GIỚI ĐỒNG HỒ

Mỗi nhà thiết kế đồng hồ độc lập luôn có cách riêng để ghi lại dấu ấn tên tuổi của mình. Tuy nhiên, có thể nói Sarpaneva là cái tên đặc biệt nhất trong thế giới của những nhà chế tác đồng hồ độc lập khi mỗi năm ông chỉ thực hiện 50 chiếc đồng hồ cá nhân. Bởi vậy đồng hồ Sarpaneva chính là đồng hồ của thiểu số trong thiểu số.

Điều đầu tiên cần nói về Sarpaneva? Đây không phải là một thương hiệu đồng hồ Thụy Sĩ nhưng lại được các nhà chế tác đồng hồ và tạp chí đồng hồ danh tiếng nhất Thụy Sĩ và thế giới ghi nhận và đánh giá rất cao. Thực tế, ở Phần Lan – quê hương của Sarpaneva – chỉ có 02 cá nhân chế tác đồng hồ độc lập. Một - thuộc thế hệ trước - là Kari Voutilainen. Ông là một huyền thoại của thế giới đồng hồ. Người còn lại là Sarpaneva – gã nghệ sỹ crazy, con sói cô độc của thế giới này. Đồng hồ Kari cổ điển và hoàn hảo, ai cũng thích nhưng không phải ai cũng mua được. Đồng hồ của Sarpaneva? Đồng hồ của Sarpaneva cũng là đồng hồ “không dành cho mọi người” khi có thiết kế thật đặc biệt. Và điều quan trọng hơn là số lượng sản xuất mỗi năm rất ít, chỉ khoảng 50 chiếc (không bằng con số lẻ của những hãng như Rolex (1 triệu chiếc/năm), Patek Philippe (50.000 chiếc/năm), Vacheron Constantin (30.000 chiếc/năm).) Thậm

chí, hoàn toàn có thể so sánh việc sở hữu một chiếc đồng hồ Sarpaneva với việc sở hữu một tác phẩm nghệ thuật đương đại – điều này càng đặc biệt đúng nếu bạn xét tới thiết kế trên mặt số của chiếc đồng hồ.

Điều thứ 02 cần nói về Sarpaneva là 02 nguồn cảm hứng lớn nhất cho nhà chế tác đồng hồ đặc biệt này là mặt trăng và xe motor phân khối lớn. Đây chính là lý do tại sao bạn gần như sẽ thấy hình ảnh mặt trăng luôn xuất hiện trên mỗi chiếc đồng hồ của Sarpaneva. Từ những mẫu hợp tác với thương hiệu đồng hồ MB & F tới những mẫu Korona, hay những mẫu thuộc bộ sưu tập Northern Stars, tất cả đều có hình ảnh mặt trăng xuất hiện trên mặt số của những chiếc đồng hồ của hãng. Bản thân người sáng lập thương hiệu, đồng thời là nhà thiết kế và thợ chế tác của hãng, anh Stepan Sarpaneva cũng khẳng định rằng: “Mặt trăng làm tôi phát điên.” (The Moon makes me crazy.)►



Stepan và chiếc xe phân khối lớn của anh

Những hình ảnh mặt trắng trên những mẫu đồng hồ của Sarpaneva cũng có thiết kế rất đặc biệt. Nó thực tế là sự cách điệu hình ảnh khuôn mặt của chính bản thân nhà thiết kế. Thế nên, thoát nhìn, hình mặt trắng khá dữ dằn nhưng nếu nhìn thật sâu và thật kỹ, chúng ta sẽ cảm thấy dường như mặt trắng đó đang mỉm cười ý nhị. Nó giống như hình ảnh một mặt trăng, luôn theo dõi bạn, luôn đồng tình và cổ vũ các hành động nổi loạn, hướng tới tự do và sự phóng khoáng của bạn. Hoặc cũng có quan điểm cho rằng, nếu mỗi người tới với Sarpaneva bởi yêu thích phong cách đặc biệt (thậm chí là có chút gì dị biệt và cô độc), thì mặt trắng trên mặt số đồng hồ “treo” trên cổ tay họ chính là huy hiệu để những người này có thể dễ dàng nhận ra việc họ có chung một cá tính.

Có thể nói những mẫu đồng hồ của Sarpaneva là những mẫu đồng hồ dành cho những người yêu xe phân khối lớn. Mỗi lúc nhìn ngắm một chiếc đồng hồ của Sarpaneva, tôi lại có cảm giác rằng những người lựa chọn những mẫu đồng hồ này là những người đàn ông có cá tính mạnh mẽ, quyết đoán, hoang dại, cô độc. Có lẽ nếu phải lấy một nhân vật từ phim ảnh, tôi sẽ nghĩ tới nhân vật Wolverine – một người sói. Cũng mạnh mẽ, cũng cô độc, cũng yêu xe phân khối lớn và chỉ thiếu một chiếc đồng hồ Sarpaneva. Còn nếu phải lấy một nhân vật có thật là người đeo một chiếc đồng hồ Sarpaneva, tôi sẽ nghĩ tới Che Guevara. Ông có lẽ là người đầu tiên trên thế giới, có ý tưởng đi “phượt” bằng xe máy.

Ấn tượng một chiếc đồng hồ Sarpaneva là dành cho những người yêu xe phân khối lớn xuất phát từ chính những thiết kế của những mẫu đồng hồ này. Mỗi mẫu đồng hồ từ những chi tiết nhỏ nhất như ốc vít đều mang tới cho người đeo cảm nhận về một chiếc đồng hồ có cảm hứng từ xe phân khối lớn. Việc đeo một chiếc đồng hồ Sarpaneva và đi một chiếc xe phân khối lớn, mặc áo da biker chính vì vậy mà không trở nên phô trương. Thậm chí, có những mẫu đồng hồ, vỏ (case) có thiết kế trông như chính những bánh xe.

Và như vậy, với Sarpaneva, trên những cung đường trải dài, những người yêu xe phân khối lớn luôn có 02 mặt trăng dõi theo những dấu thân của họ. Một mặt trăng lơ lửng trên bầu trời. Và một mặt trăng “treo” trên cổ tay của họ! ■



HÀNG HIỆU

TRONG SỐ TÔI...

KNITNOUVEAU

Góc nhìn mới: Len+Dét



Piaget

Biennale des Antiquaires 2014



Rob Pruitt/Công thức sắc màu



Piet Hein Eek

“Không chỉ là gỗ v



Nói về Nicolas Ghesquière

WATCHOUT

Những dự án, thiết kế, sản phẩm sắp ra mắt trong thế giới Hàng Hiệu



THE CHOOSSEN

Louis Vuitton hợp tác với sáu nhà thiết kế để kỷ niệm 160 năm lịch sử.

Nhà thiết kế Karl Lagerfeld, kiến trúc sư kỳ cựu Frank Gehry, và nhiếp ảnh gia/đạo diễn Cindy Sherman đang dốc sức sáng tạo trên một nền canvas mới và đầy bất ngờ - họa tiết monogram nâu và vàng nổi danh của Louis Vuitton.

Họ - cùng với nhà thiết kế của Comme des Garçons, Rei Kawakubo, nhà thiết kế giày nổi danh Christian Louboutin và nhà thiết kế công nghiệp Marc Newson - được toàn quyền và thỏa sức sáng tạo cho những chiếc túi và hành lý dành riêng cho gã khổng lồ thời trang nước Pháp. Những sản phẩm giới hạn này sẽ sớm xuất hiện tại các cửa hàng trưng bày vào giữa tháng Mười, đem những sự chú ý đặc biệt đến với một bước ngoặt của hãng, nhằm kỷ niệm 160 thành lập. Đây sẽ là một biểu tượng đáng thêm khát nhất thế giới.

Lagerfeld và Sherman cũng sẽ tạo ra những chiếc rương với con số cực kỳ giới hạn: 25 chiếc.

Đi cùng một chiến dịch quảng cáo, một trang web tỉ mỉ, cuốn sách và một sự kiện giới thiệu tại thành phố New York vào ngày 7 tháng Mười Một, dòng sản phẩm tượng trưng cho một trong những dự án mũi nhọn có quy mô lớn

đầu tiên của Ms Arnault, ái nữ của chủ tịch tập đoàn và CEO của LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, Bernard Arnault và một thế lực đang nổi lên trong ngành xa xỉ mà gia đình cô đang thống trị.

Arnault chia sẻ đầy hào hứng về cơ hội được chứng kiến Gehry và Lagerfeld làm việc: Gehry thì tự tay làm nên những mẫu bằng giấy từ thiết kế táo bạo của mình; còn Karl thì tỉ mỉ vẽ rồi tô màu cho từng phác thảo với định lượng cực kỳ chuẩn xác.

Arnault đã lựa chọn dựa trên sự phối hợp cùng với Nicolas Ghesquière, giám đốc sáng tạo cho dòng thời trang nữ của Louis Vuitton, người đã trình diễn với tất cả niềm đam mê dành cho monogram thể hiện qua hai bộ sưu tập Vuitton đầu tiên của anh cho thương hiệu, BST Thu Đông 2014 và Cruise 2015.

Michael Burke, chủ tịch và CEO của Vuitton, chia sẻ thêm rằng dự án "Iconoclast" chào mừng monogram trên một phương diện thách thức "khái niệm cổ hủ của 'cổ điển'", và nối dài tinh thần của hãng về sự đổi mới và táo bạo.

Theo báo cáo mới của LVMN, nhà phân tích Thomas Chauvet của Citi ước đoán trong dòng hàng túi xách, tỷ lệ của

Vuitton là 50/50 giữa canvas và da thuộc với tỷ suất lợi nhuận nhỉnh hơn 10 đến 15 điểm thuộc về canvas. Ông ước đoán Vuitton đạt doanh thu trong 2013 là 7.5 tỷ euro, hay 9,96 tỷ Mỹ kim.

Là một phần không thể chối bỏ của lịch sử thương hiệu Louis Vuitton, họa tiết monogram đôi khi bí ẩn, với phong cách tân Gothic, Nhật bản và nổi kéo cùng ngôi nhà của người Paris như Georges Vuitton là những yếu tố làm nguồn cảm hứng cho những bông hoa và chữ cái hình học.

Trong những năm gần đây, những sản phẩm monogram vĩnh viễn như Keepall, Neverfull được trình diễn trong những chiến dịch quảng cáo với điểm nhấn là những cá nhân bao gồm Mikhail Gorbachev, Sean Connery, Angelina Jolie, Catherine Deneuve và Keith Richards.

Và trong khi Vuitton chiếu sáng cho dòng hàng tối xa xỉ như Capucines và Lockit, cùng nữ diễn viên Michelle Williams đại diện trong những chiến dịch, Arnault nhấn mạnh rằng monogram "đã luôn luôn là trung tâm của chiến lược kinh doanh. Họa tiết là một phần lịch sử của hãng và nó sẽ luôn là phần quan trọng nhất đối với chúng tôi." ■

The Haul

BST Bally AW 2014

Một góc nhìn hoàn toàn tươi mới với thế giới xa xỉ là ấn tượng đầu tiên về mẫu túi The Haul có dáng duffle (túi trống đứng) của Bally. Phụ kiện thuộc BST Thu Đông 2014 của thương hiệu 160 năm lịch sử này hết sức thanh lịch và kín đáo, hoàn hảo với xu hướng thời trang toàn cầu hiện nay. Để túi có được phong cách thiết kế classic mà vẫn tối giản và hiện đại, đó là nhờ có sự đóng góp của nhà thiết kế mới của thương hiệu: Pablo Coppola - người từng làm việc cho cả Christian Dior và Tom Ford.



Dòng túi Haul có 3 cỡ nhỏ, vừa cho nữ với chất liệu da bê có màu đỏ đậm biểu tượng, màu nâu đất sét và cỡ lớn cho nam giới với màu xanh lính, màu nâu vỏ cây. Các chi tiết kim loại của túi được mạ crôm và quai da tùy chỉnh.

watches

calvinklein.com

Exclusive Distributor:

Top Ten Ltd. | Tel: 84-8 38203204 | www.toptenco.com.vn

Ho Chi Minh: Tax Center (3821 3231)

Vincom Center (39369770) | Maximark 3/2 (38328991)

Sun Wah Tower (38219279) | Plaza Shops (39959338)

Ha Noi: Vincom Megamall Royal City (62620560)

Vincom Megamall Times City (66599990)

Duy Anh Watch (66566660) | Savico Megamall (62550099)

Da Nang: Big C (3666066) | Riverside Towers (38328991)

Nha Trang: Nha Trang Center (6516666)

Calvin Klein
swiss made

<https://tielun.hopto.org>



PROFESSIONAL 3AF

Sự trở lại của huyền thoại



mobiado

MOBIADO BOUTIQUE & PREMIUM SERVICE: * S24, HANOI TOWERS, THO NHUOM STREET, HANOI. T. (+844) 3936 6656.
 AUTHORIZED DISTRIBUTOR & PREMIUM SERVICE: * MILUXE, 199 NAM KY KHOI NGHIA, DISTRICT 3, HCM CITY. T. (+848) 3932 5925.
 EXCLUSIVE BOUTIQUE: * S214, 2nd FLOOR, TRANG TIEN PLAZA, 26 HAI BA TRUNG ST., HOAN KIEM DIST., HANOI T. (+848) 3934 8989
 * L2-34AB * UNIONSQUARE (OLD VINCOM CENTER A) * 171 DONG KHOI * 116 NGUYEN HUE ST., DIST.1, HCMC T. (+848) 3936 9263.

AUTHORIZED RETAILERS:
 HANOI: * IQS LUXURY, 108 HOA MA * V&V, 26 DIEN BIEN PHU, 52 HAI BA TRUNG * TOAN CAU MOBILE, 44 HAI BA TRUNG.
 HO CHI MINH CITY: * MAI NGUYEN LUXURY, 27 NGUYEN BINH KHIEM, DISTRICT 1 - 47 BA HUYEN THANH QUAN, DISTRICT 3
 - 157 NGUYEN VAN TROI, WARD 11, PHU NHUAN DISTRICT - 144 VO THI SAU, DISTRICT 3.
 DA NANG CITY: * MILUXE, 66 INDOCHINA RIVERSIDE TOWERS 74 BACH DANG, HAI CHAU DISTRICT. T. (+84 5113) 849 049.

WWW.MOBIADO.COM

<https://tieulun.hopto.org>