

HÀNG HIỆU



BÍ MẬT CỦA HƯƠNG TIƠM
BỘ TÚ MONACO
ĐẲNG SAU NIỮNG CUỘC CHUYỂN NIƯỢNG
BẢO TÀNG SOULAGES
CHÂN DUNG NICOLAS GIESQUIÈRE

LUALAMILANO

AZZEDINE ALAIA

ETRO

BLUGIRL

FALKE

BLUMARINE

FRANCESCO SCOGNAMIGLIO

CANALI

HITL

CAROLINA HERRERA

MANOLO BLAHNIK

DOLCE&GABBANA

OSCAR DE LA RENTA

DRIES VAN NOTEN

PAUL SMITH

DSQUARED2

ROBERTO CAVALLI

ELIE SAAB

TALBOT RUNHOF

EMILIO PUCCI

TOD'S

ESCADA

VICTORIA BECKHAM




CANALI
1 9 3 4



TISSOT LADY POWERMATIC 80. BỘ CHUYỂN ĐỘNG TỰ ĐỘNG
KẾT HỢP MẶT SỐ XÀ CÙ QUYỀN RÙ. CÙNG CHỨC NĂNG DỰ TRƯ
NĂNG LƯỢNG 80 GIỜ. **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.vn – Website: www.topten.vn

BOU TIQUES: • **SUN WAH TOWER** 115 NGUYỄN HUỆ, Q.1, TP.HCM (3821 9279) • **BIG C THĂNG LONG** 222 TRẦN DUY HUNG, Q.CG, HÀ NỘI (37832301)

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

<https://tieulun.hopto.org>



Deepika Padukone



T+
TISSOT

LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853

ĐẠI LÝ: TP.HCM • 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 Trương 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) • SAVKO MEGAMALL 79 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (62550099) • LOTTE CENTER, 54 Liễu Giai, Q.BĐ (32676555) • LOTTE MART, 229 Tây Sơn, Q.ĐĐ (38539966) • DUY ANH WATCH 212 Phố Huế, Q.HBT (22148336) • NEW WATCH 37 Hàng Khay, Q.HK (39344865) **ĐÀ NẴNG** • BIG C Vĩnh Trung Plaza 225-227 Hàng Vương (3666066) • INDOCHINA RIVERSIDE MALL, Tầng 1, 74 Bạch Đằng (3843818) • PNJ 123 Hàng Vương (3812618) VÙNG TÁU • ĐẠI HÙNG 228 Bạc Liêu, P3 (3530085) **NHA TRANG** • NHA TRANG CENTER 20 Trần Phú (6516666)

<https://tieulun.hopto.org>

CONTENTS

FEATURE

- 044 | **Đằng sau những cuộc chuyển nhượng**
 Bài viết lý giải "cuộc đổi ngôi" tại một danh sách các nhà thời trang nổi tiếng Louis Vuitton, Moschino, Marc by Marc Jacobs để từ đó đưa ra những gợi ý sống còn cho ngành công nghiệp.
- 052 | **Soulages Musée**
 Bài viết giới thiệu với bạn đọc một tên tuổi lớn, một nghệ sỹ tài danh. Bên cạnh đó, đưa bạn đọc tới với một trong những công trình nghệ thuật đương đại nổi tiếng nhất của nước Pháp.
- 074 | **Candy Colouring**
 Rob Pruitt là một trong những họa sỹ nổi tiếng. Đọc bài viết để biết thêm về ảnh hưởng của họa sỹ này đối với nghệ thuật đương đại và văn hóa đại chúng.
- 138 | **Gạch nói thể hệ**
 Từ những chất liệu thô ráp, xù xì và những chất liệu mang nặng tính công nghiệp, Jaime Hayon đã tạo ra một cuộc cách mạng của ngành thiết kế. Ông đã biến những điều không thể thành có thể.



LIFESTYLE

- 016 | **Watson**
 Nét thể thao Mỹ của Wang tại nhà mốt Balenciaga; triển lãm của Williams tại bảo tàng MoMA; mèo của Karl; để chế LVMH tiếp bước.
- 048 | **Living is all about...**
 Bình phong đậm chất Dlephi Hy Lạp của Brabbu; nền từ Tom Dixon; tủ Shanty của Doshi Levien; London Art Festival; và thiết kế phi xa xỉ của Piet Hein Eek.
- 058 | **TopLux from...**
 Celine và túi Belt; Givenchy và quả trứng tái sinh từ vũ khí; đồng hồ siêu mỏng từ Hublot; búp bê tiệc đậm chất McQueen; điện thoại từ Celsius, bột da trần của Ackermann, và nét hào hoa Hollywood của Bvlgari
- 086 | **Travel in style to Rome**
Thành Rome: Tận hưởng First Luxury Art hotel; lượn phố với Vespa Sprint; che nắng cùng nhà làm ô huyền thoại Pasotti.
- 072 | **Travelista:** Dành cho những người "dệt cửi" quanh địa cầu: App của Hermes; xe đạp của Stark; điện thoại Vertu
- 082 | và đồng hồ Rolex; balo Dior Homme; túi Valextra cho người phụ nữ kín đáo với vòng tay MICA; khăn Hermès và giày cao gót đi mưa của Bally.



Louis Vuitton trong *Đằng sau những cuộc chuyển nhượng* trang.044
 Phía sau Musée Soulages trang.052
 Triển lãm của Rob Pruitt tại Art Basel 2013, Thụy Sĩ. trang.074



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

SUCCESS IS <https://tieulun.hopto.org>

CONTENTS

FASHION

- 026 | **AW 14 - Runway Review**
 Những thiết kế mới của 3.1 Phillip Lim, Narciso Rodriguez, Altuzarra, Giulietta, Jil Sander, Ovadia & Son, Lanvin, Costume National.
- 126 | **A Knit Nouveau**
 Trang phục và phụ kiện của The Row, Louis Vuitton, Salvatore Ferragamo, I'm Isola Marras, Chloé, Stella McCartney, Céline, Akris dưới lăng kính của nhiếp ảnh gia Jundat và sự chỉ đạo của Rita Tromboczky.
- 140 | **The Walk**
 Trang phục và phụ kiện của Dior, Louis Vuitton, Burberry, Versace và đồng hồ Titoni dưới lăng kính của nhiếp ảnh gia Mạnh Bì và sự chỉ đạo của Rita Tromboczky.
- 161 | **Watch Out**
 Bài viết giới thiệu triển lãm 50 năm hoạt động trong lĩnh vực thời trang của một trong những biểu tượng của ngành - người đồ đứng sau thành công của cả Fendi và Chanel: Karl Lagerfeld.
- 162 | **Check out the Last Look**
 Giới thiệu mẫu đồng hồ có thiết kế mặt số đặc biệt của Louis Vuitton. Đây đồng thời cũng là một trong những cỗ máy có cơ chế hoạt động phức tạp nhất của ngành.

BEAUTY

- 039 | **Runway Beauty Review**
 Tiếp tục giới thiệu về phong cách makeup mà các thương hiệu thời trang Haute Couture ứng dụng cho show diễn của mình.
- 116 | **Guide from Backstage**
 Những thông tin chi tiết và cần thiết cho bạn đọc để có được phong cách trang điểm của những thương hiệu thời trang hàng đầu. Các gợi ý cho việc dùng mi giả, để đầu ngôi lệch.
- 114 | **Best of the month & The Beauty Pack**
 Le Crème du Teint
- 118 | The Beauty Pack gợi ý cho bạn những sản phẩm nước hoa, kem dưỡng, sản phẩm nhuộm da mà đàn ông nên có.
- 120 | **Phép màu từ mặt nạ**
 Những thông tin hữu ích về mặt nạ làm đẹp mà bạn có thể chưa biết. Bài viết sẽ không chỉ dành cho những người phụ nữ mà còn dành cho cả những người đàn ông sành điệu.
- 122 | **Diện mạo khác của hương thơm**
 Bài viết sẽ đưa bạn tới với những góc nhìn khác về hương thơm qua những thông tin mới lạ và độc đáo có thể bạn chưa biết.

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

TOP MACHINE

082 | **Cool car from:**

088 | **Siêu xe gia đình:** Một khái niệm siêu xe m do Ferrari đưa ra
Di sản thế kỉ: Một thế kỷ của siêu xe và dấu ấn quan trọng tôn vinh địa vị của những bộ máy siêu đẳng đậm chất Ý.

076 | **Best Yacht this month:**

112 | **Vua của biển:** Lễ hội du thuyền quan trọng và xa xỉ tại Cannes với những công ty đóng thuyền trứ danh nhất, những chiếc siêu du thuyền dài nhất và mới nhất.
Bộ tứ của Monaco: Triển lãm du thuyền tại Monaco sẽ mang bạn đọc tới với những chiếc siêu du thuyền, tạo ra sự kiện lớn nhất trong ngành công nghiệp siêu xa xỉ này.



DESTINATIONS

094 | **Về chốn bình yên: Amanoi**

Địa điểm độc đáo của tập đoàn Aman tại Ninh Thuận, Núi Chúa, với cảm hứng đậm văn hoá Việt trong kiến trúc.

098 | **Tinh hoa ẩm thực Nam Phan**

Góc nhìn mới về ẩm thực, về những món ăn ở Nam Phan.

100 | **Holiday Beach Đà Nẵng**

Gam màu trắng, vàng đồng, nâu trầm là sự giao thoa tuyệt vời giữa nét cổ điển truyền thống cùng tinh hoa hiện đại thế giới.



WATCH + JEWELLERY

066 | **Dấu ấn đương đại**

Khám phá sáng tạo mới nhất của Hermès cho ngành đồng hồ.

150 | **Kì nguyên trang sức độc lập**

Xu hướng mới trong nữ trang cao cấp với những nhà thiết kế mang tính cá nhân cao.

154 | **27th Paris Antique Dealers Biennale**

Extremely Piaget (Piaget), Royal Collection (Cartier) và sự quay trở lại mang tính lịch sử sau 12 năm vắng mặt của nhà Graff. Biennale 2014 có nhiều điều để khám phá hơn bạn nghĩ.



Siêu xe gia đình: FF Ferrari trang.082
 Về chốn bình yên: Amanoi trang.094
 Jo Haydes Ward trang.150



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

SUCCESS IS A MATTER OF STYLE
<https://tieulun.hopto.org>

edito- rial

Tinh tế khi ta xa xỉ hay xa xỉ giúp ta tinh tế

Có một mẫu số chung dành cho bất kỳ tagline quảng cáo, thông cáo báo chí hay những dòng mô tả về các sản phẩm của bất kỳ thương hiệu cao cấp nào là cụm từ: Hiện Đại, Tinh Tế và Xa xỉ.

Từ những cuộc chuyển nhượng quyền lực của những nhà mốt quan trọng nhất - dường như các thương hiệu đều nhấn mạnh đến sự tinh tế, không chỉ là sự tinh tế trong sản phẩm mà còn trong các chiến dịch quảng cáo, sự tinh tế đầy tính toán từ việc lựa chọn những nhiếp ảnh gia mới, những nàng thơ mới của chính những nhà thiết kế mới. Đó là nét tinh tế mà hiện đại.

Tinh tế vô cùng quan trọng và không chỉ thể hiện từ chính con người của những thương đế tiêu dùng ngày nay. Liệu vườn nhà bạn có những bình gốm Gardenias của Jamie Hayon từ Madrid? Liệu trên bàn làm việc của bạn có quả trứng Givenchy 'giá từ vũ khí'?

Thế còn hiện đại? Liệu bạn có đủ tinh tế mà hiện đại và thoáng trong cách nghĩ để cảm nhận triển lãm của MoMA về Christopher Williams, khi ông treo tranh thấp xuống như một dấu hỏi của lối suy nghĩ truyền thống? Hay bạn nở nụ cười trên những sập đặt và nét nguệch ngoạc của Rob Pruitt? Liệu bạn có bước vào bảo tàng Soulages đen và gỉ sét.

Hãy cùng xem xét len dệt của những thương hiệu hàng đầu có mặt tại Việt nam với BST A Knit Nouveau qua sự uyển chuyển - một lần nữa - của len đen, xám cashmere hay viscuna.

Hãy cùng Hàng Hiệu tháng này trải nghiệm những câu chuyện đó. Đương nhiên, nếu bạn muốn Xa xỉ, bạn phải Tinh tế trong một tinh thần thật Hiện đại!



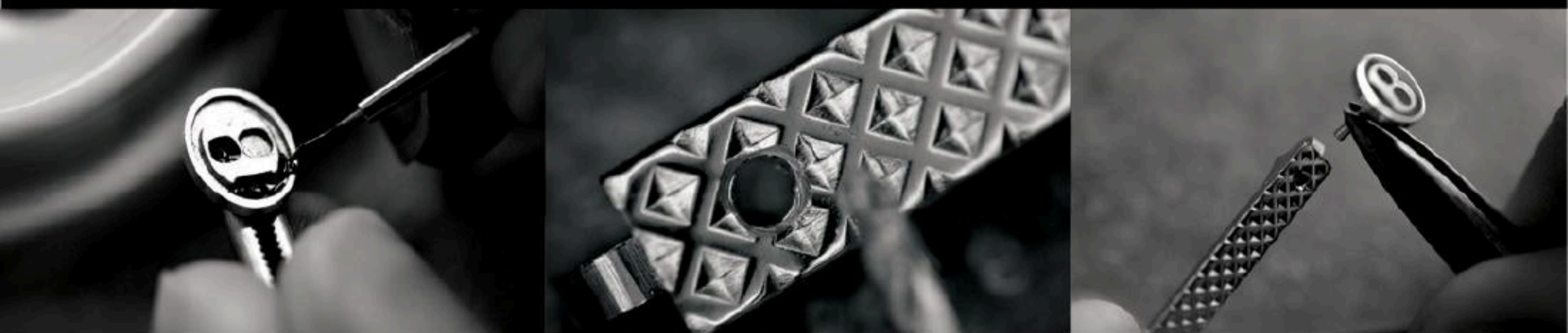
Hình bìa:
Đồng hồ để bàn tích
hợp cơ chế phát nhạc
cơ khí: Reuge Duet



Chúng tôi đòi lập 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

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

ASSOCIATE 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
Hải An

BOOKING EDITOR / BIÊN TẬP ĐẶT BÀI
Lan Hương

LIFESTYLE EDITOR / BIÊN TẬP LỐI SỐNG
Andrea Nguyễn

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
750/QĐ-XBTDĐT/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 9 năm 2014
ISBN: 978-604-85-0058-0
Giá: 39.500 VND



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

SUCCESS IS A MATTER OF STYLE <https://tieulun.hopto.org>

WHATSON

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

Sept | Oct 14

Balenciaga AW 2014

Balenciaga dưới thời của
Alexander Wang.

Trong BST Thu Đông mới của Alexander Wang cho Balenciaga, các mẫu thiết kế được giới thiệu mang tính ứng dụng cao, mang đến cho người mặc sự tự tin, thoải mái giống như cảm giác khi mặc những bộ thể thao đậm chất Mỹ. Ngay từ khi còn là một sinh viên thiết kế, Wang đã luôn chọn chất liệu vải dệt kim cho những sáng tạo của mình. Sau này, khi phát triển thương hiệu riêng, anh tiếp tục tập trung vào chất liệu này. Nếu coi Balenciaga của Wang là một phòng thí nghiệm thì những bộ quần áo mùa này chính là những sản phẩm được “lai giống” kỹ lưỡng. Trong một phỏng vấn, Wang giải thích, “Tôi quay trở lại với kiểu dáng quen thuộc, đó là một chiếc áo len, một chiếc váy quần hay một chiếc áo mưa và rồi tôi tự hỏi mình phải làm thế nào để biến chúng trở nên đặc biệt.”





CỔ MÁY KIỆT XUẤT

Chế tác thủ công tại Anh Quốc bởi một nghệ nhân duy nhất, tinh chọn những chất liệu tốt nhất, nổi bật với màn hình hiển thị Full HD được bảo vệ tuyệt đối bởi mặt kính bằng đá sapphire với khả năng chống trầy xước cao. Âm thanh trung thực tuyệt đối là kết quả hợp tác với Bang & Olufsen, máy ảnh được chứng nhận bởi Hasselblad và kết nối 4G độc nhất vô nhị. Tận hưởng những trải nghiệm hoàn toàn khác biệt cùng dịch vụ đặc quyền Concierge cho dù bạn ở bất cứ nơi đâu trên thế giới.

Điện thoại Vertu Signature Touch mới

Hãy khám phá thêm tại vertu.com và ghé thăm cửa hàng của chúng tôi

TP.HCM:

Khách sạn Rex, 141 Nguyễn Huệ, Quận 1, ĐT: +84 90 290 8888

Hà Nội:

Khách sạn Sofitel Legend Metropole, 15 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, ĐT: +84 94 446 5555

Khách sạn Melia, 44B Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, ĐT: +84 90 624 2424

VERTU

HANDMADE IN ENGLAND

<https://tieulun.hopto.org>

Conceptual Art

Triển lãm của Christopher Williams tại MoMA 27/7/2014 - 2/11/2014. ▼

Triển lãm mới nhất của họa sĩ, nhiếp ảnh gia Christopher Williams tại bảo tàng MoMA cho thấy những tác phẩm của một họa sĩ ý niệm điển hình. Điểm thú vị từ những tác phẩm được trưng bày trong dịp này của ông là không đưa ra bất kỳ gợi ý nào về ý nghĩa của các tác phẩm. Nó giống như một sự thách đố đối với người xem, tuy nhiên đó chính là phong cách Conceptual Art. Ông thậm chí còn khiêu khích sự kiên trì của người xem và khiến họ nản lòng khi cho treo những bức tranh thấp hơn bình thường để buộc mọi người tự đặt câu hỏi tại sao từ trước tới nay họ vẫn quen treo tranh ở trên cao. Nhìn chung, các tác phẩm được trưng bày trong triển lãm chủ yếu mang màu sắc rực rỡ. Với những tác phẩm trong triển lãm này, ông cũng hoàn toàn không hướng tới việc đưa ra những tác phẩm uyên thâm khiến cho những cặp lông mày phải nhíu lại. Thay vào đó, tất cả những gì mà Christopher Williams hướng tới là một nụ cười ý nhị và tinh tế. Quả thực, một lần nữa, Williams đã cho thấy khả năng sáng tạo tuyệt vời của mình qua việc truyền vào các tác phẩm những cảm xúc khác nhau.

Neon Walk

Gucci ra mắt giày sneaker mới. ▼

Thương hiệu thời trang cao cấp của Ý mới đây vừa cho ra mắt BST giày thể thao với gam màu neon độc đáo có thể làm mê mẩn bất kỳ khách hàng khó tính nào. Những đôi giày phiên bản giới hạn trong bộ sưu tập được làm bằng da mềm, đế giày màu trắng, phát quang được thiết kế khéo léo làm nổi bật logo, các chi tiết cũng được cắt laser vô cùng tinh xảo. Tuy nhiên, màu sắc mới là yếu tố chủ đạo giúp BST giày của Gucci trở nên đặc biệt. Với 03 màu chính là màu xanh lá, màu vàng và cam, hãng mong muốn mang thêm nhiều màu sắc tươi vui hơn cho những ngày mùa đông u ám của bạn.







Filippa K

Thời trang Thụy Điển ra mắt gương mặt đại diện mới. ▶

Thương hiệu thời trang danh tiếng của Thụy Điển, Filippa K mới đây đã quyết định lựa chọn Mathias Lauridsen làm người mẫu đại diện quảng bá cho mùa mốt Thu Đông 2014 của mình. Trong những shoot hình ngoài trời, Mathias mặc những bộ trang phục chủ đạo của BST lần này. Thương hiệu Filippa K muốn nhấn mạnh vào sự thanh lịch trong thiết kế bằng việc sử dụng 02 gam màu chủ đạo là đen và xám không chỉ cho áo khoác mà còn cho những bộ suit và quần âu lịch sự.

Mathias Lauridsen là một người mẫu nổi tiếng người Đan Mạch, anh đã từng xuất hiện trong một loạt các bộ hình và các chiến dịch quảng cáo cho Gucci, Jil Sander, Lacoste, Bruuns Bazaar và nhiều tên tuổi lớn khác.



LVMH

◀ **Proenza Schouler có bị thôn tóm?**

Mặc dù những thông tin chi tiết về thương vụ mua bán này vẫn chưa được hé lộ nhưng câu chuyện của những kẻ nội giới đang tập trung xoay quanh việc LVMH mua lại 40% cổ phần của Proenza Schouler. Delphine Arnault, con gái của Chủ tịch LVMH – ngài Bernard Arnault, năm ngoái, thậm chí đã công khai mối quan tâm của mình đối với thương hiệu. “Tôi yêu những sản phẩm của họ. Chúng thật tuyệt vời. Hãy nhìn vào chất liệu vải của họ mà xem! Chúng tôi đã theo sát hoạt động của hãng trong một thời gian.”

Như vậy, nếu tin đồn này là thật, Proenza Schouler sẽ là thương vụ đình đám mới nhất của LVMH trong thời gian 01 năm trở lại đây – sau Nicholas Kirkwood, J.W.Anderson và Giuseppe Zanotti.



Rimowa

Khai trương cửa hàng mới. ▲

Hà Nội, ngày 18/9/2014 - Rimowa tiếp tục chặng hành trình của mình tại Việt Nam khi chính thức khai trương cửa hàng mới nhất tại khách sạn de L'opera Hà Nội, 29 Tràng Tiền, một trong những vị trí đẹp nhất tại Hà Nội. Rimowa, hãng vali trứ danh hơn 115 năm lịch sử được ưa chuộng trên toàn thế giới, luôn in dấu ấn đậm nét với chất liệu tuyệt hảo, các thiết kế tinh tế cùng công nghệ đẳng cấp vượt trội. Trong khi vẫn trung thành với di sản của thương hiệu với văn hóa du lịch, tôn vinh những giá trị sáng tạo và cải tiến không ngừng, cửa hàng đầu tiên của Rimowa tại Hà Nội sẽ mang đến cơ hội cho những người tinh tế mong muốn sở hữu những chiếc vali mang phong cách du lịch của riêng mình. Nhân sự kiện trọng đại này, Rimowa giới thiệu bộ sưu tập mới nhất vừa ra mắt trên toàn thế giới: Bossa Nova bên cạnh các dòng như Salsa, Salsa Deluxe, Salsa Air, Limbo, Classic Flight, Topas, Topas Stealth, Topas Titanium, Bolero.

Honorary Doctorates

Hoạ sĩ, nhiếp ảnh gia, nhà thiết kế thời trang nhận bằng Tiến sĩ Danh dự. ►

Christopher Bailey – lãnh chúa sáng tạo của Burberry – và nhiếp ảnh gia Cindy Sherman là 02 trong số những người đã được trao bằng Tiến sĩ danh dự của Học viện Nghệ thuật Hoàng gia (Royal Academy of Arts). Bên cạnh đó, họa sĩ người Mỹ Faith Ringgold và kiến trúc sư và nhà thiết kế nội thất người Séc, Eva Jiřičná cũng được vinh danh trong sự kiện này.

Bailey là một cựu sinh viên của học viện RCA. Ông đã lấy bằng Thạc sĩ chuyên ngành thời trang nữ vào năm 1994. Ông hiện là giám đốc sáng tạo của Burberry.

Một trong những nhiếp ảnh gia có ảnh hưởng nhất thế giới, Sherman được biết đến qua hàng loạt tác phẩm nổi tiếng về những bức chân dung tự họa trong điện ảnh với các nhân vật khác nhau.

Ringgold đã có một thời gian dài làm việc dưới các vai trò như họa sĩ, nhà văn, diễn giả, nhà truyền thông, nhà điêu khắc và nghệ sĩ trình diễn.

Còn về Jiřičná? Tên tuổi của cô gắn với các mẫu thiết kế cầu thang bằng thép và kính. Cô có một danh sách khách hàng trải dài từ Học viện nghệ thuật hoàng gia đến trung tâm mua sắm Selfridges.



Shiseido

Khai trương cửa hàng mới tại Lotte. ▼



Đầu tháng 9 vừa qua, thương hiệu Shiseido Việt Nam chính thức khai trương cửa hàng mỹ phẩm Shiseido mới tại địa chỉ tầng 1, Lotte Centre, 54 Liễu Giai, quận Ba Đình, Hà Nội. Với ý tưởng thiết kế gồm 03 tông màu chủ đạo trắng, đỏ và đen, Shiseido mang đến với những quý khách hàng đam mê làm đẹp một không gian sang trọng và thân thiện. Màu trắng biểu tượng cho sự tinh khiết của những sản phẩm chăm sóc da với công nghệ tiên tiến. Màu đỏ là biểu tượng thương hiệu Shiseido. Cuối cùng, màu đen thể hiện tham vọng không ngừng cải tiến và đẳng cấp. Dựa trên tinh thần Omotenashi - sự trân trọng, tận tụy chăm sóc và đem đến những điều tốt nhất, các không gian của cửa hàng được bố trí hợp lý, lôi cuốn khách hàng từ khu vực tư vấn chăm sóc da, trang điểm cho đến khu massage.

Đi cùng với sự kiện khai trương này, Shiseido đồng thời chào đón sự kiện quan trọng đánh dấu bước chuyển đưa tập đoàn vào một kỷ nguyên mới – kỷ nguyên của những ứng dụng khoa học và kỹ thuật hoàn hảo lên làn da phụ nữ. Và chìa khóa mở cánh cửa kỷ nguyên ấy chính là sản phẩm Ultimune Power Infusing Concentrate mới ra mắt thị trường mỹ phẩm mà thương hiệu đã dày công dành 20 năm nghiên cứu và phát triển.

PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



MY CLUB
MY ADDICTION

Thị Ngọc Hà

New Men

Đại sứ thương hiệu độc đáo của ▶ Louis Vuitton.

Louis Vuitton vừa giới thiệu nhóm Đại sứ thương hiệu mới trên website chính thức của mình. Đầu tiên, đó là Atiq Rahimi - tác giả và đạo diễn phim mang hai dòng máu Pháp-Afghanistan, người đã giành giải Prix Goncourt với cuốn sách "The Patience Stone". Người thứ hai là Tom Reiss nhà báo, nhà sử học và nhà văn người Mỹ, đã giành giải thưởng Pulitzer cho cuốn sách "The Black Count: Glory, Revolution, Betrayal, and the Real Count of Monte Cristo". Người thứ ba là nhà tư vấn chính trị Felix Marquardt (người đã tham mưu cho Chủ tịch Colombia, Panama và Georgia). Đại diện thứ tư là Tiến sĩ Gino Yu của Đại học Bách khoa Hong Kong. Và cuối cùng là Lourenço Bustani, Giám đốc điều hành của Mandalah, người đi tiên phong trong việc lập các kế hoạch về văn hóa cho Olympic tại Brazil năm 2016. Tại diễn đàn Kinh tế thế giới ở Thụy Sĩ, tất cả họ đều cầm chiếc cặp PDV (porte-documents voyage) do Vuitton sáng tạo và thiết kế vào những năm 1930.



Choupette

BST capsule lấy cảm hứng từ ▶ nàng mèo của Karl Lagerfeld.

Karl Lagerfeld vừa cho ra mắt một bộ sưu tập capsule bao gồm áo thun, áo len, túi xách, ví và giày dành lấy cảm hứng từ Choupette - thú cưng được ông ưu ái gọi là "nàng mèo nổi tiếng nhất trên thế giới". Choupette đã có một hợp đồng xuất bản, một hợp đồng với hãng mỹ phẩm Shu Uemura cho bộ sưu tập mỹ phẩm được lấy cảm hứng từ "nàng" mang tên Shupette và 38.000 người follow trên Twitter. Bộ sưu tập đầu tiên đáng mong đợi của Karl Lagerfeld lấy cảm hứng từ Choupette sẽ được bày trên kệ trong tháng 11 tới.



Corolla Altis 2014

Dòng xe mới nhất của Toyota. ▶

Tiếp nối sự ra mắt thành công của hai dòng xe Thế hệ đột phá Vios & Yaris, ngày 23/09 vừa qua, Công ty ô tô Toyota Việt Nam chính thức giới thiệu dòng xe Corolla Altis Thế hệ đột phá 2014 tới công chúng. Đây là thế hệ thứ 11 của mẫu sedan danh tiếng Toyota Corolla với nhiều thay đổi vượt bậc, đem đến một diện mạo hoàn toàn mới - sang

trọng, hiện đại và năng động, hướng đến các khách hàng cá nhân trẻ tuổi, thành đạt, đáp ứng mục đích sử dụng cho cả công việc và gia đình. Với 03 phiên bản: 2.0V CVT-I, 1.8G CVT và 1.8G MT, Corolla Altis 2014 được kỳ vọng sẽ trở thành sự lựa chọn tốt nhất cho khách hàng trong phân khúc xe cỡ nhỏ hạng cao.

BURBERRY HERF RHYTHM

BURBERRY.COM



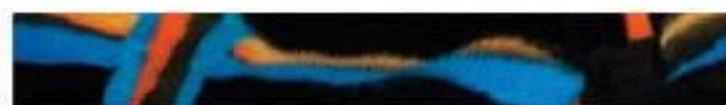
TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THƯƠNG XÁ TAX | 192 HAI BÀ TRƯNG | DIAMOND PLAZA | PARKSON SAIGONTOURIST |
| PARKSON CANTAVIL | PARKSON HÙNG VƯƠNG | PARKSON FLEMINGTON | PARKSON C.T | PARKSON PARAGON | HÀ NỘI | 23 TRĂNG THÌ |
| VINCOM CITY TOWERS | VINCOM ROYAL CITY | VINCOM VILLAGE | PARKSON VIETTOWER | PARKSON LANDMARK | HẢI PHÒNG | PARKSON 80 |
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://tieu-lun-hopto.org>

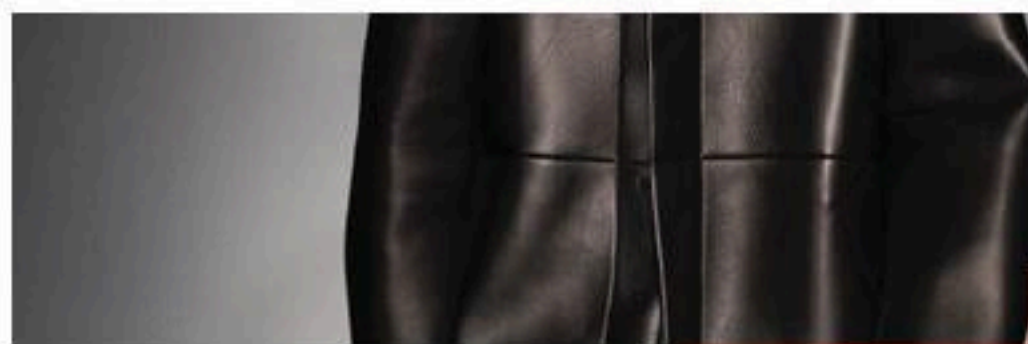
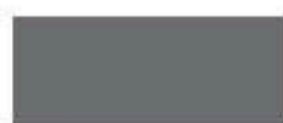
RUNWAY REVIEW AW 14

Sàn diễn Thu-Đông 2014

ALTUZARRA

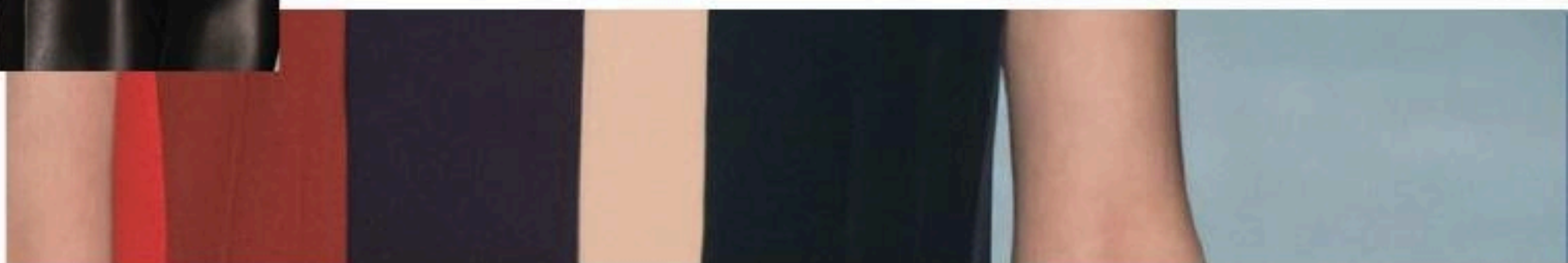


GIULIETTA



NARCISO RODRIGUEZ

JIL SANDER

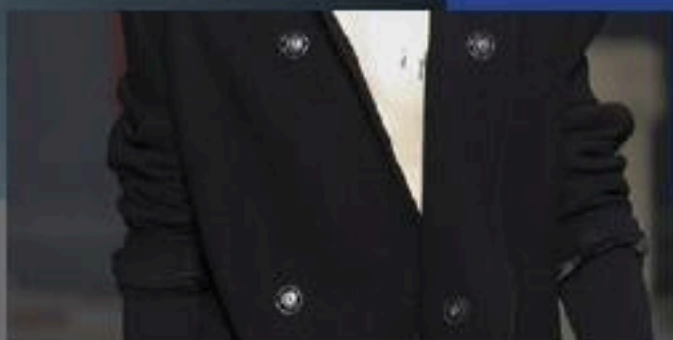


OVADIA & SONS





3.1 PHILLIP LIM



LANVIN

COSTUME NATIONAL

3.1 Phillip Lim

3.1 Phillip Lim mùa này tập trung vào chất liệu vải dệt kim, các đường điểm phá cách cùng sự kết hợp của các tông màu trầm và sáng!

Trong mùa này, Phillip Lim đã đặt cho “nàng thơ” tưởng tượng của mình cái tên Soleil và thiết kế ra một bộ sưu tập phù hợp với tính cách sôi nổi của nàng. Mặc dù đây là bộ sưu tập Thu - Đông song Phillip Lim đã khéo léo mang tới cho mùa đông một hơi thở tươi mới, đầy sức sống khi giới thiệu những thiết kế patchwork từ da cừu nhuộm màu sáng hay những thiết kế mang tông màu phấn lạnh. Cũng nên đặc biệt kể đến những chiếc váy có họa tiết in được ghép vá đầy ngẫu hứng và

sáng tạo cùng với chiếc áo sơ mi mở đầu cho show diễn.

Nếu những bộ trang phục bắt mắt mở đầu show diễn là những bộ cánh dành cho những ngày nắng đẹp, thì những bộ trang phục sau đó lại mang những gam màu trầm và hoà toàn có thể ví nó như một bài thơ buồn bã trong những ngày đông ẩm ướt. Nổi bật lên là những thiết kế dệt kim với những đường điểm phá cách. Chiếc áo len xù màu xanh được kết hợp với những mẫu quần “wrap-over” vải lụa

satin sẽ là một gợi ý đầy thuyết phục cho những bữa tiệc tối. Đồng thời, những chi tiết chắp vá cũng là điểm nhấn của bộ sưu tập lần này. Qua buổi trình diễn, chắc chắn các cô nàng sẽ phải thêm vào danh sách ‘Must-have’ của mình những món đồ dành cho mùa thu năm nay. Đó có thể là một đôi boot buộc dây cao cổ, một chiếc áo khoác da cừu, một chiếc quần baggy rộng thùng thình hay một chiếc váy dài ngang bắp chân màu hoa oải hương kết hợp cùng màu cà tím...



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



KENZO PARIS

<https://tieulun.hopto.org>



Narciso Rodriguez

Thành công của bộ sưu tập mùa này của Narciso Rodriguez tới từ việc sử dụng màu sắc và cách tạo các khối màu nổi bật.

Nếu so với bộ sưu tập mùa mốt Xuân - Hè trước đây của Rodriguez, ở bộ sưu tập mùa thu này ông đã thay đổi một chút trong cách thiết kế khi tập trung vào dáng áo rộng. Những chiếc áo khoác dạ cỡ oversize hay những chiếc váy lụa nhẹ nhàng màu đồng, màu bạc hà nhạt đều thể hiện sự tinh tế trong cảm nhận của ông. Về những chiếc áo jacket, phần trước được thiết kế với đường hở quang đan chéo nhau

trên thân. Trong khi đó, phần sau được tạo khối tròn và mảnh mang lại sự khoan thai. Những chiếc jacket còn lại được cắt gấn giống với những chiếc áo cardigan, đây cũng là một điểm nhấn khi Rodriguez muốn thể hiện sự pha trộn giữa những màu sắc khác nhau bên trong những lớp vải.

Mặt khác, điều tuyệt vời trong công việc của Rodriguez ở đây chính là việc tạo cho chúng ta cảm giác những thiết

kế của ông là kết tinh của sự đơn giản hóa. Cụ thể, chúng ta đã thấy nhiều nhà thiết kế đã phải bỏ ra rất nhiều thời gian cho việc đính những hàng dài các hạt thủy tinh để tạo sự thay đổi, phá cách cho những chiếc váy. Còn Rodriguez đi theo một hướng khác khi chỉ với một vài hạt màu titanium, platinum và đồng làm điểm nhấn đã vô tình khiến những bộ đồ tỏa sáng tự nhiên với màu kim loại thuần khiết.

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>



Altuzarra

Những mẫu thiết kế 02 mặt chính là điểm khác biệt của Altuzarra mùa này.

Tinh tế và cao cấp là 02 yếu tố gắn liền với Joseph Altuzarra kể từ khi BST đầu tiên của ông được ra mắt 05 năm trước. Việc hợp tác với tập đoàn Kering vào cuối năm ngoái đã giúp cho ông khai thác 02 yếu tố trên theo nhiều cách sâu xa hơn. Và điều đó được thể hiện qua BST Thu Đông năm nay của Altuzarra.

Mở đầu show diễn là chiếc áo khoác 02 mặt màu xanh navy chất liệu cashmere với cổ áo bẻ rộng màu xanh

cobalt. Mẫu áo khoác này còn có phiên bản khác với sự thay đổi về màu sắc nhưng vẫn giữ nguyên tắc phối màu tương phản. Đây là một thiết kế thể hiện sự tinh tế vượt thời gian.

Các mẫu váy cũng được nhuộm 02 mặt với những đường cắt cúp đơn giản, tạo điểm nhấn bằng các đường xẻ ngang ở phần thắt lưng, làm nổi bật những đường màu cam và màu san hô của vải lót trên nền váy xám. Việc sử dụng chất liệu len cashmere kết hợp

với hiệu ứng màu tương phản ở 02 mặt vải là một ý tưởng táo bạo, mang lại tiếng vang trong giới thời trang.

Đặc biệt, trong show diễn lần này, những trang phục tua rua nhiều màu sắc nổi bật cũng gây được sự chú ý cho giới chuyên môn. Ý tưởng này lấy cảm hứng từ những buổi triển lãm của nghệ sĩ người Mỹ, Sheila Hicks vào năm 1970 về kỹ thuật dệt vải, họa tiết thổ cẩm kết hợp nhiều dải màu với các kiểu rút sợi tua rua.

Giulietta

Giulietta đã không thể thành công hơn khi kể một câu chuyện cổ tích về thời trang với BST Thu - Đông năm nay.

Nhà thiết kế Sofia Sizzi của thương hiệu Giulietta là một nhà thiết kế mang phong cách lãng mạn, cô đã thiết kế bộ sưu tập mốt Thu - Đông của mình theo hơi hướng của những câu chuyện cổ tích. “Đây là câu chuyện của một cô gái ngây thơ đi vào rừng. Khi khu rừng ngập tràn bóng tối cũng là lúc cô trở nên mạnh mẽ hơn.”

Những bộ trang phục mà Sizzi tạo ra đều thể hiện tình yêu của cô đối với

điện ảnh những năm 1960 và các minh tinh màn bạc, trong đó có Catherine Deneuve, Sophia Loren và Monica Vitti. Chiếc váy dài xanh ngọc được kết hợp với một chiếc áo với phần nẹp trước nổi bật đầy nữ tính cùng áo khoác đen in hoa. Bộ jumpsuit được thiết kế với phần dưới giống như một chiếc váy. Phiên bản xanh đậm, với các tấm ô liu ở thắt lưng, là một thiết kế nổi bật của cô.

Trước khi ra mắt bộ sưu tập của mình, Sizzi đã từng làm việc cho một số thương hiệu thời trang lớn như Gucci, Calvin Klein, và Donna Karan. Những bộ jumpsuits của cô đang trở nên rất thịnh hành và nhiều nhà thiết kế nói về nó trong mùa của này. “Tôi yêu bộ sưu tập của mình,” Sizzi nói. Những quý cô thanh lịch, hiện đại, chắc chắn sẽ hài lòng khi mặc những trang phục thiết kế này của Sofia Sizzi.





Jil Sander

Với đội ngũ thiết kế mới, liệu Jil Sander có làm hài lòng được giới thời trang khó tính?

Khi cuộc hợp-tan giữa thương hiệu Jil Sander với nhà thiết kế thời trang danh tiếng Jil Sander đánh dấu mốc sang lần thứ ba cũng là lúc bà (nhà thiết kế) bước sang tuổi 71. Rodolfo Paglialunga – một nhà thiết kế người Ý - là người được chọn để tiếp quản vị trí của bà. Tập đoàn Onward Luxury Group, chủ sở hữu của thương hiệu đã đặt trọng trách lên nhóm thiết kế của thương hiệu này trong BST Thu Đông 2014 năm nay.

Jil Sander không chạy theo xu thế nhưng những thiết kế của hãng luôn có một sức hút lạ thường... Trung thành với phong cách tối giản mang tính biểu tượng của thương hiệu, BST mùa này của thương hiệu cho thấy một khả năng tuyệt vời trong cách sử dụng những màu sắc trầm tối, hài hoà kết hợp với chất liệu vải quen thuộc như da, vải tweed, len mohair, vải flannel... Một chiếc áo khoác trẻ trung, áo len với khoá kéo trước ngực

hay những hoạ tiết trên vải, tất cả đều mang đến một nét độc đáo nhất định cho Jil Sander. Tuy nhiên, những thiết kế đáng chú ý và đáng được mong đợi nhất là những chi áo boxy, áo khoác jacket đánh đứng và áo len 02 màu dường như vẫn chưa làm thoả mãn giới thời trang.

Trải qua một chặng đường đầy chông gai và khó khăn nhưng Jil Sander vẫn giữ được những giá trị cốt lõi của mình.

Ovadia & Sons

Những thiết kế độc đáo, phá cách của Ovadia & Sons được lấy ý tưởng từ phong cách của những ngôi sao nhạc rock.

Cặp song sinh nhà Ovadia được biết đến vì giống nhau tới mức họ có thể xuất hiện thay thế nhau mà không một ai có thể phát hiện ra. Họ cũng khẳng định rằng 02 người dường như có thần giao cách cảm trên tất cả các phương diện, kể cả việc đưa ra các mẫu thiết kế. Nhưng liệu có phải nhờ thần giao cách cảm mà họ đã lường trước được những phản ứng của khán giả đối với buổi trình diễn BST mới của Ovadia & Sons. Điều

này thì không ai có thể trả lời chỉ biết anh em nhà Ovadia làm nên tên tuổi với dòng thời trang may đo cao cấp mang hơi hướng của một ngôi sao nhạc rock? Như Shimon đã nói “Có thể nhiều người sẽ không thích điều này nhưng đó là một khía cạnh mà chúng tôi yêu thích.”

Điều kỳ diệu là anh em nhà Ovadia đã tìm ra cách để thể hiện sự song hành của những mảng đối lập trong thiết kế thay vì chỉ chạy theo những cảm hứng riêng

của mỗi người (là cung đường may mặc cổ điển Savile Row và tụ điểm của những người yêu nhạc Rock ở New York). Vì vậy, những ý tưởng cho bộ sưu tập mới chủ yếu được lấy từ phong cách của Kurt Cobain và David Bowie. Cặp sinh đôi nhà Ovadia mang tới show diễn những bộ suit sang trọng có hoạ tiết chữ chi, áo sơ mi kẻ sọc và mũ len hay một chiếc áo jacket vải flannel màu xanh thẫm được kết hợp cùng với áo cổ lọ len cashmere.





Lanvin

Cách xử lý vải và màu sắc chính là điều mà Lanvin muốn thể hiện trong BST Thu Đông năm nay.

Alber Elbaz và Lucas Ossendrijver bắt đầu mỗi mùa thiết kế mới cho Lanvin đều với chỉ một từ khoá. Năm nay, từ khoá mà Elbaz đã nói tại buổi giới thiệu bộ sưu tập mùa thu chính là “Digital” (công nghệ số). Và điều vô cùng thú vị ở chỗ Elbaz thậm chí còn không sở hữu một chiếc máy tính cá nhân nào. Có lẽ từ Digital đã được thốt ra là do ông bị ấn tượng trước số lượng câu hỏi dành riêng cho mình đến từ cộng đồng mạng xã hội.

Trong show diễn BST mùa mốt Thu-Đông 2014 của Lanvin lần này có một vài điểm trừ như ý tưởng sân khấu, những người mẫu với mái tóc cạo nửa đầu kiểu Berlin với vẻ mặt đăm chiêu thiếu biểu cảm. Nhưng những gương mặt đó khi được khoác lên mình những thiết kế của BST mới lại bất ngờ tạo ra điểm sáng cho cả chương trình. Elbaz đã nhấn mạnh rằng không có sự liên tưởng về quá khứ trong bộ sưu tập này, thế nhưng sự pha trộn của

những chiếc cà vạt in họa tiết Memphis mỏng, màu hồng đậm cùng họa tiết sinh động lại gợi nhắc cho chúng ta về những năm 80 của thế kỉ trước.

Trong bộ sưu tập lần này, chúng ta có thể thấy nhiều thiết kế đang là xu hướng chủ đạo của mùa Thu năm nay, như những chiếc áo khoác dáng rộng, vải da được sử dụng như một phần của việc trang trí (các mảnh vải da trông giống như da ngựa được dùng cho phần vai của áo jacket).

Costume National

Phong cách khác lạ của nam ca sĩ David Bowie chính là nguồn cảm hứng cho BST này.

BST Thu-Đông 2014 của Costume National được nhà thiết kế Ennio Capasa lấy cảm hứng từ phong cách thời trang của nam ca sĩ David Bowie trong khoảng thời gian năm từ 1977 đến 1979, khi ông sống ở Berlin để sáng tác 03 album: Low, Heroes và Lodger.

Thách thức đối với bất kỳ nhà thiết kế nào đó chính là việc đứng giữa ranh giới của việc bắt kịp với những thay đổi

nhanh chóng trong ngành thời trang và phải làm sao để tiếp tục phát huy những giá trị sẵn có. Capasa đã thay đổi hoàn toàn hướng đi của mình so với những mùa trước, ông kết hợp với những nhà tạo mẫu và may đo có tay nghề cao để mang đến những thiết kế đậm chất Bowie như những chiếc quần ống suông, áo jacket 02 hàng khuy và áo khoác dài. Điểm đặc biệt của bộ sưu

tập lần này là sự kết hợp giữa áo len và áo khoác với gấu tay áo trong được thiết kế dài hơn. Hoa tiết cẩm thạch và những chi tiết độc đáo trên nền vải len dệt mang đến sự năng động cho BST. Đồng thời, Capasa cũng rất khéo léo khi sử dụng những gam màu tối với những tông màu rực rỡ trong những trang phục được thiết kế ton sur ton hoặc kết hợp 02 màu sắc đối lập.





LUXURY SAIGON

WATCH & JEWELRY BOUTIQUE

... Khởi nguồn của niềm đam mê xa xỉ!

Ngày 19/09/2014, Luxury Saigon Watch & Jewelry boutique khai trương cửa hàng đầu tiên tại Việt Nam tại số 99B Lý Tự Trọng, Q1, T.P HCM. Đón nhận sứ mệnh trở thành sân chơi & giao lưu chính thức của các nhà sưu tập đồng hồ tại Việt Nam, Luxury Saigon rất hân hạnh chia sẻ niềm đam mê này cùng sự bảo mật tuyệt đối đến tất cả các khách hàng, đối tác trên toàn thị trường Việt Nam. Luxury Saigon Watch & Jewelry boutique có thể xem là điểm hẹn của sự đam mê xa xỉ nhất tại Việt Nam hiện nay.

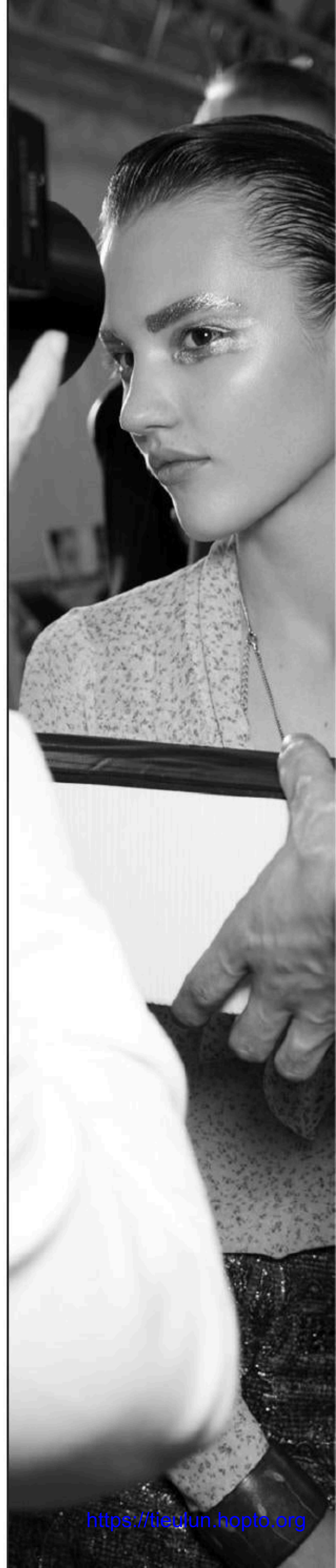
Khi cuộc sống hiện đại phát triển, chiếc đồng hồ đeo tay không phải chỉ sử dụng xem thời gian nữa, mà nó còn là một kiệt tác nghệ thuật, một thứ trang sức gây nghiện cho các quý

ông. Chính sự tinh tế trong thiết kế, từng chi tiết cơ khí cũng như giá trị thương hiệu đã tạo nên đẳng cấp riêng mang dấu riêng cho giới chính khách, doanh nhân, nghệ sĩ nổi tiếng. Luxury Saigon tự hào là sân chơi nhằm thúc đẩy sự trao đổi, giao lưu các thương hiệu đồng hồ xa xỉ & danh tiếng như: Patek Philippe, A. Lange & Söhne, Speake Marin, Richard Mille, Audemars Piguet, Piaget, Cartier, Rolex, Harry Winston, Jaeger-Lecoultré...

Với mong muốn đem đến cho khách hàng cảm giác của một thương đế với tất cả quyền lợi như khi mua hàng tại các nước khác trên thế giới, Luxury Saigon Watch & Jewelry boutique cam kết cung cấp dịch vụ bảo hành chính hãng, bảo trì trọn đời & bảo mật tuyệt đối cho khách hàng.

RUNWAY BEAUTY REVIEW

Phong cách trang điểm tự nhiên, nhẹ nhàng của những cô gái mới lớn đang là xu hướng được lựa chọn của các show diễn Haute Couture Thu - Đông 2014. Với một số show diễn, trang điểm mắt thậm chí được bỏ qua, tất cả những gì gây ấn tượng chỉ là một đôi môi hồng phớt nhạt.





VALENTINO

Haute Couture Fall Winter 2014

Xinh xắn, tự nhiên là những từ khóa đơn giản nhưng hiệu quả để miêu tả các phong cách người mẫu trong show diễn thời trang cao cấp của Valentino. Nhờ có khả năng tinh tế bậc thầy của những nghệ sĩ trang điểm, phong cách của những người mẫu có được sự tự nhiên và thoải mái nhất. Và chính từ đó mà vẻ đẹp của tuổi trẻ, của thanh xuân được bừng sáng. Về phong cách tóc? Tóc được uốn sóng qua, sau đó được cố định lại bằng chính một lọn tóc bắt ngang. Phong cách mang lại cho những người mẫu một kiểu tóc đuôi ngựa khỏe mạnh nhưng cùng lúc tạo ra một ấn tượng về một vẻ đẹp tự nhiên, có phần hoang dại của một thiếu nữ. Phía trước, tóc được rẽ ngôi rất tự nhiên. Phần trang điểm? Lớp phấn dặm đủ mỏng để miêu tả vẻ đẹp của một thiên thần. Không thể hoàn hảo hơn!



Beauty

MAISON MARTIN MARGIELA

Haute Couture Fall Winter 2014

Thực tế là không có nhiều điều để nói về phong cách trang điểm của show diễn này nếu tất cả những gì bạn mong chờ là mắt cat-eye, phấn bụi vàng, môi đỏ thắm. Show diễn của Maison Martin Margiela cho mọi người thấy vẻ đẹp của những thiếu nữ đang lớn với vẻ đẹp của tuổi thanh xuân – một vẻ đẹp hoàn hảo không cần son phấn. Với phong cách trang điểm này, lớp phấn được dặm trên mặt đủ nhẹ và đủ mỏng để mang tới cho mọi người cảm giác tự nhiên. Phấn hốc mắt và mí mắt dưới được dặm thoáng một chút phấn màu nâu nhạt tạo cho người xem cảm giác về một vẻ đượm buồn. Đôi môi cũng chỉ được tô son nhạt, phớt hồng. Tóc được chải ôm vào đầu, ấn tượng nhưng vẫn tự nhiên. Cuối cùng bên ngoài là một lớp mạng ren có hoạ tiết chấm bi, tạo ấn tượng đặc biệt cho phong cách.



GIAMBATTISTA VALLI

Haute Couture Fall - Winter 2014

Một vẻ đẹp tự nhiên với một làn da hoàn hảo trắng sứ chính là tâm điểm của show trình diễn thời trang Haute Couture cao cấp của thương hiệu Giambattista Valli. Những gì chúng ta có thể thấy được từ show diễn là một làn da long lanh như buổi sương mai, kết hợp với những đôi môi như những nụ hoa hàm tiếu. Những chiếc khăn quăn đầu Retro giúp mang lại cho phong cách một hoàn hảo, cân bằng giữa những đường nét trang điểm tự nhiên và một phong cách thời trang vintage. Vùng bầu mắt được để tự nhiên và không đậm phần quá kỹ. Phần lông mày cũng không tỉa quá kỹ mà chỉ chải rối qua, giúp cho những người mẫu có được sự trẻ trung và vẻ đẹp của nét thanh xuân gợi cảm.



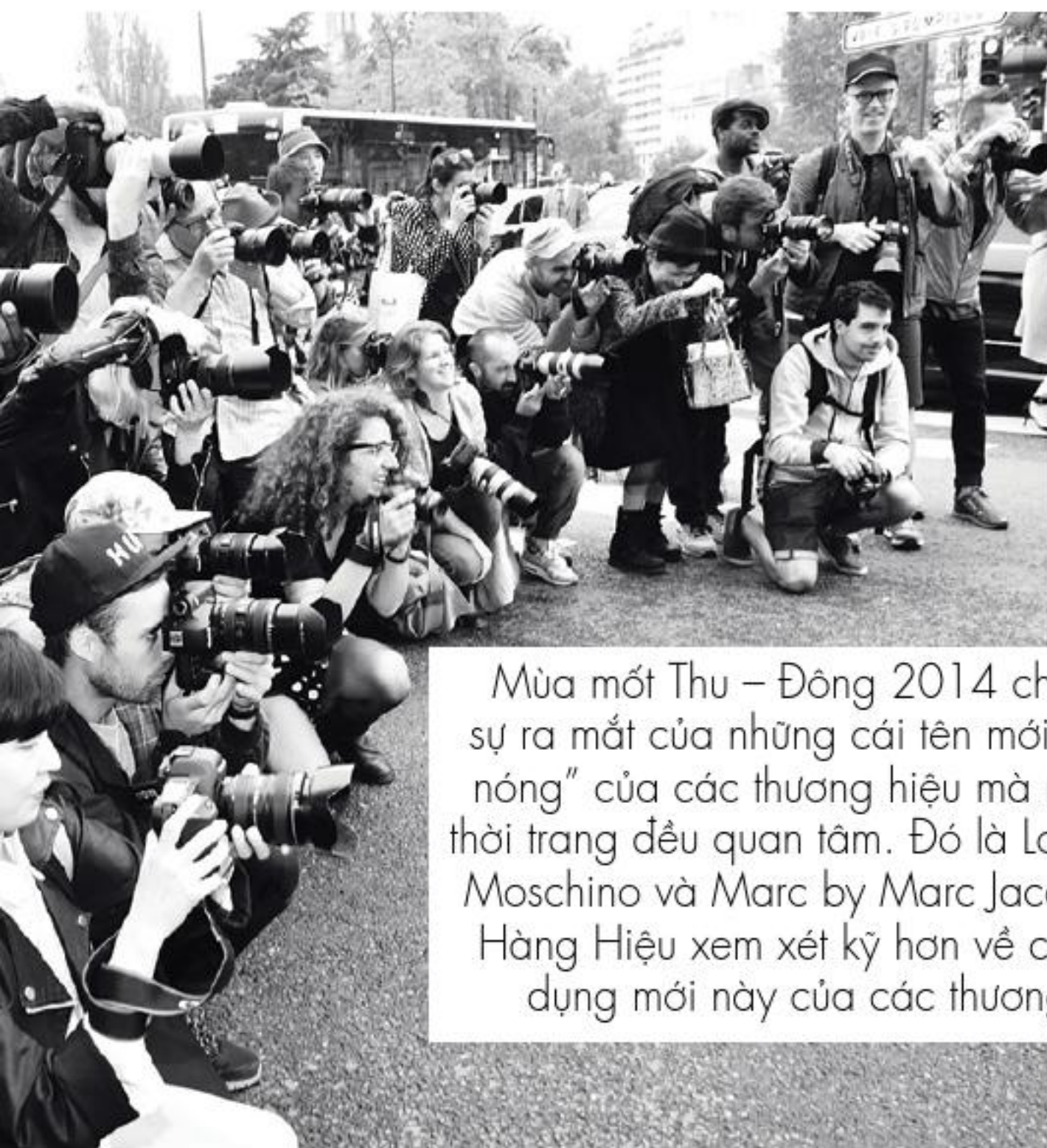
VIKTOR & ROLF

Haute Couture Fall - Winter 2014

Một phong cách tóc tự nhiên, đẹp và ấn tượng, nổi bật trong tuần lễ thời trang cao cấp Haute Couture là trong show Viktor & Rolf. Phong cách sáng tạo và ấn tượng này kết hợp hoàn hảo với trang phục. Tóc được làm rối tự nhiên như thể những cô gái của Viktor & Rolf vừa chạy từ trên đồi xuống. Thậm chí sẽ không ngoa khi nói tóc có một chút xù bông. Để làm được điều này đòi hỏi những nhà tạo mẫu tóc phải có một tay nghề cao và khả năng kiểm soát máy sấy tóc hoàn hảo. Về phần trang điểm, chúng ta có thêm một show diễn với phong cách makeup gần tới được hoàn toàn tự nhiên như thể bạn chỉ đặt lên khuôn mặt tự nhiên đó một đôi môi hồng phớt của thiếu nữ.

ĐẲNG SAU

NHỮNG CUỘC CHUYỂN NHƯỢNG



Mùa mốt Thu – Đông 2014 chứng kiến sự ra mắt của những cái tên mới cho “ghế nóng” của các thương hiệu mà mọi tín đồ thời trang đều quan tâm. Đó là Louis Vuitton, Moschino và Marc by Marc Jacobs. Cùng Hàng Hiệu xem xét kỹ hơn về cuộc tuyển dụng mới này của các thương hiệu!

Việc thay đổi vị trí Giám đốc sáng tạo với các thương hiệu giống như trò chơi bắt buộc của thế giới thời trang. Mùa mốt Thu – Đông 2014 cũng không phải trường hợp ngoại lệ. Theo tạp chí Glamour tường thuật, tối thiểu toàn bộ hàng ghế đầu của 03 show diễn Louis Vuitton, Moschino và Marc by Marc Jacobs đã bận rộn với việc cập nhật tình hình show diễn trên Twitter. Thế đủ biết sự thay đổi này được nội giới quan tâm thế nào.

Tất nhiên, mối quan tâm đầu tiên của những tín đồ thời trang vẫn là ai sẽ đảm nhận vị trí “cầm cương sáng tạo” của nhà Louis Vuitton. Thậm chí ngay cả hãng cá cược số 01 của nước Anh và thế giới, Paddy Power cũng xem đây là một vụ làm ăn lớn và nhận đặt cửa. Cuối cùng kết quả là sự lựa chọn của chính ngành công nghiệp này, Nicolas Ghesquière (người trước đây từng là giám đốc sáng tạo của Balenciaga). Tiếp đó là Moschino. Ai có thể tiếp nối vị trí của Rossella Jardini? Các đầu mối gợi ý đều hướng tới Jeremy Scott. Và cuối cùng vị trí đứng đầu bộ phận sáng tạo của thương hiệu của Ý đã thuộc về nhà thiết kế đang lên của nước Anh. Anh này lập tức biến sản phẩm của Moschino thành một cuộc diễu hành của nhân vật hoạt họa SpongeBob Squarepants và đồ ăn McDonald. Cuối cùng, với việc Marc Jacobs quyết tâm tập trung vào dòng sản phẩm thời trang chính, có một chỗ khuyết cho vị trí Giám đốc sáng tạo tại thương hiệu Marc by Marc Jacobs, hai cô gái người Anh, Katie Hillier và Luella Bartley đã được chọn để gây ấn tượng với những người nước Mỹ và mang tới cho thương hiệu một hơi thở hoàn toàn mới.

“Trong thế giới thời trang, thay đổi là cần thiết; nhưng không phải ai cũng thích nó nhưng nếu không làm vậy thì điều gì sẽ giúp cho mọi thứ phát triển,” Hillier chia sẻ về quyết định chuyển tới MBMJ (Marc by Marc Jacobs) của mình. “Chúng ta không thể chết tắc trong một thế giới nơi mà chúng ta làm cùng một thứ theo hướng lặp đi lặp lại – đó lại càng không phải là những gì mà thời trang hướng tới.” Và rõ ràng thời trang cần có những hơi thở mới của cuộc sống. Nếu chỉ giữ lại những con người cũ, các thương hiệu đang đi ngược lại xu hướng và lẫn trốn những hơi thở thời trang từ các con phố. Để hiểu được những xu hướng mới cần phải có những người trẻ.

Và cuối cùng, thực tế đã trả lời không thể tốt hơn, những con người đúng đã được đặt vào đúng vị trí. Jeremy Scott trong show diễn đã xuất hiện với một chiếc áo phông trắng với dòng chữ đầy cam kết: “Tôi không nói tiếng Ý nhưng tôi nói thứ ngôn ngữ của Moschino.” Ghesquière thì lựa chọn bối cảnh sang trọng và đầy thanh lịch của điện Louvre cho bộ sưu tập đầu tiên ở Louis Vuitton của mình – một bằng chứng cho thấy anh rất hiểu Louis Vuitton và đây có lẽ cũng là thông điệp mà anh muốn gửi tới với giới mộ điệu về phong cách của Louis Vuitton trong thời gian tới. Còn Katie Hillier và Luella Bartley? Họ đã xây dựng được một nàng muse hoàn hảo cho MBMJ. ►

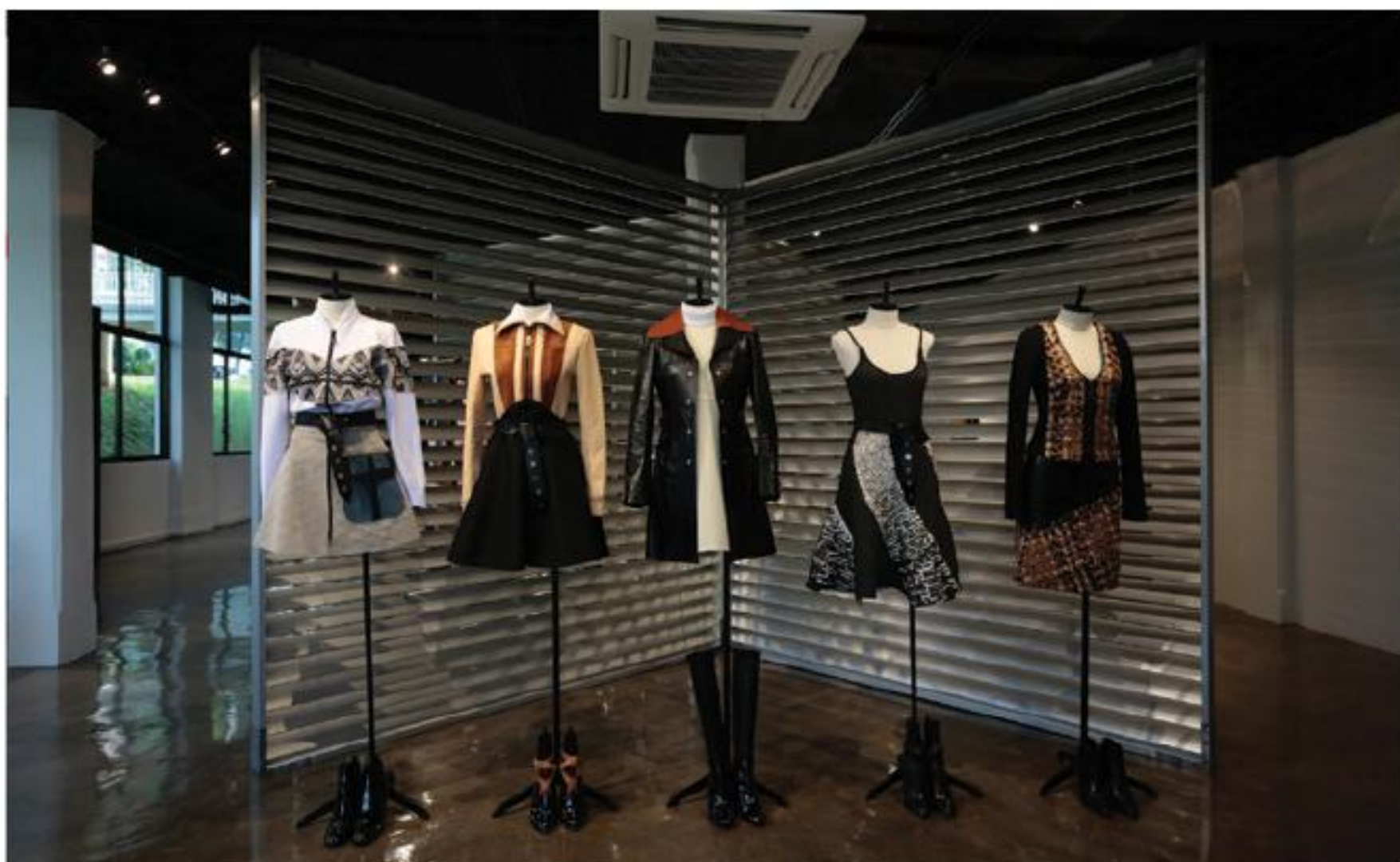
MOSCHINO

Franco Moschino – người sáng lập thương hiệu Moschino – vốn được xem là một nhà thiết kế có cá tính mạnh, những thứ ông tạo ra luôn đầy sáng tạo và đầy khiêu khích. Ông đã “thọc lét” cả làng thời trang vào những năm 80 và 90 với những mẫu áo T-shirt in những slogan vô cùng thú vị và hài hước; những bộ suit váy vải tartan của dòng sản phẩm Cheap and Chic và cả những chiếc quần jeans mà ai cũng có thể mua. Ông là người đã mang sự hài hước, dí dỏm, và thuận tiện, dễ dãi vào ngành công nghiệp này. Cũng với cá tính như vậy là Jeremy Scott. Không ai ngoài anh có thể nhắc nhở chúng ta tốt hơn về việc chẳng cần phải tiếp cận mọi thứ theo cách nghiêm trọng. Show diễn đầu tiên này đã là một màn trình diễn ấn tượng - không quá trang trọng nhưng vẫn có thể nhắc chúng ta nhớ về một thời kỳ đã qua khi mỗi show diễn thời trang giống như một đêm kịch. Người mẫu là những ngôi sao, họ xuất hiện với những nét tính cách được thể hiện rõ trên những bộ trang phục. Siêu mẫu của nước Anh, Jourdan Dunn đã làm chủ đêm diễn trong một chiếc jacket phồng và một chiếc mũ đội ngược. Ở sau cánh gà, cô đã nói lời cảm ơn Jeremy: “Tôi chưa bao giờ có được sự vui vẻ này”.

“Vui vẻ” có lẽ là từ chính xác nhất để miêu tả. “Tôi đã tìm tòi và nghiên cứu kỹ các ý tưởng cũng như những nét tính cách hài hước của ông để có thể từ đó có được một cách tiếp cận siêu thực nhất.” Scott giải thích. “Tôi nghĩ rằng do đã có quá nhiều thứ nghiêm túc đang diễn ra nên thời trang không cần cách tiếp cận như vậy. Tôi nghĩ rằng thời trang nên phù phiếm và đó là lý do tại sao chúng ta yêu thời trang. Tuy nhiên, bạn đừng nghĩ rằng thời trang chỉ là những trò chơi vui vẻ. Xét tới tận cùng thì bộ sưu tập của Scott còn mang một thông điệp chính trị về



branding và chủ nghĩa toàn cầu hóa. Ai có thể biến một chiếc hộp giấy đựng khoai rán thành một chiếc vỏ điện thoại và bán nó với giá chưa tới \$50? Ai có thể nghĩ tới việc làm ra những chiếc túi với chi tiết may hình quả trám và logo M đặc trưng của McDonald và bán nó với giá 700 bảng? Người đó chỉ có thể là Jeremy Scott – người đang được một số tờ báo nước ngoài gọi là “Warhol” của Moschino. ►



LOUIS VUITTON

Marc Jacobs hiển nhiên là nhà thiết kế có ảnh hưởng nhất trong 20 năm trở lại đây. Ông là người đã biến một thương hiệu rương hòm lâu đời và cũ kỹ của Pháp trở thành nhãn hiệu thời trang may sẵn trị giá nhiều tỷ đô (Laura Weir – biên tập viên thời trang của tờ The Sunday Times Style). Từ những sáng tạo nơi thảm đỏ hay những mẫu thiết kế mà các ngôi sao trên thế giới như Jessica Alba hay Miranda Kerr lựa chọn tới những món đồ mỗi ngày như một chiếc khăn in họa tiết leopard, Louis Vuitton đã không chỉ thay đổi bản thân thương hiệu mà còn thay đổi cả thế giới dưới thời của Marc Jacobs. Hay liệu có người phụ nữ nào không thèm muốn một chiếc túi tote của Louis Vuitton!?

Rất tự nhiên, show diễn của người thay thế Marc Jacobs là điều chúng ta thực sự mong đợi. Liệu Nicolas Ghesquière có lấp được khoảng trống của người tiền nhiệm? Nhưng câu trả lời của Ghesquière đã rất rõ tại Điện Louvre: Anh đã tiêm những liều thuốc mang tên “Mới” vào những giá trị cũ và tạo ra một điệu Rock n Roll với những giá trị đối đầu này.

Đầu tiên là một chiếc áo khoác da được may chuẩn tới từng inch, đôi boot da cao tới đầu gối, một chiếc váy chui đầu cao cổ. Và chỉ cần như vậy thôi là toàn bộ hàng ghế front row đủ hiểu và thán phục Nicolas Ghesquière. Tiếng vỗ tay lập tức vang lên từ chỗ ngồi của những biểu tượng thời trang như Charlotte Gainsbourg. Nữ minh tinh Pháp, Catherine Deneuve khẳng định: Nicolas Ghesquière đã lấp đầy khoảng trống người tiền nhiệm của mình và bơm vào thương hiệu một nguồn sinh lực hoàn toàn mới.

Cũng xuất hiện trong show diễn này là những chiếc váy cocktail, những chiếc quần vinyl màu đen và những đồ dệt len mang phong cách vintage. Nhưng quan trọng hơn cả vẫn là những chiếc túi. Ghesquière giới thiệu với giới mộ điệu những chiếc túi Petite Malle được lấy cảm hứng từ những chiếc rương hòm của Louis Vuitton. Những chiếc túi này có kích thước nhỏ xinh và nó được thiết kế đặc biệt dành cho những người phụ nữ. “Tôi đã lắng nghe tất cả những người phụ nữ quanh tôi, tìm hiểu xem họ thích gì, họ muốn gì.” Đây quả thực là buổi bình minh của một kỷ nguyên mới! ▶



MARC BY MARC JACOBS

Hãy nghĩ tới thánh đường thời trang affordable (một cách gọi khác của giá rẻ) dành cho những cô gái sành điệu và thời thượng như Dakota Fanning và Alexa Chung. Hãy nghĩ tới những chiếc túi có giá 30 bảng được đeo vắt ngang chiếc áo khoác bomber kết hợp với một chiếc vòng cổ vàng.

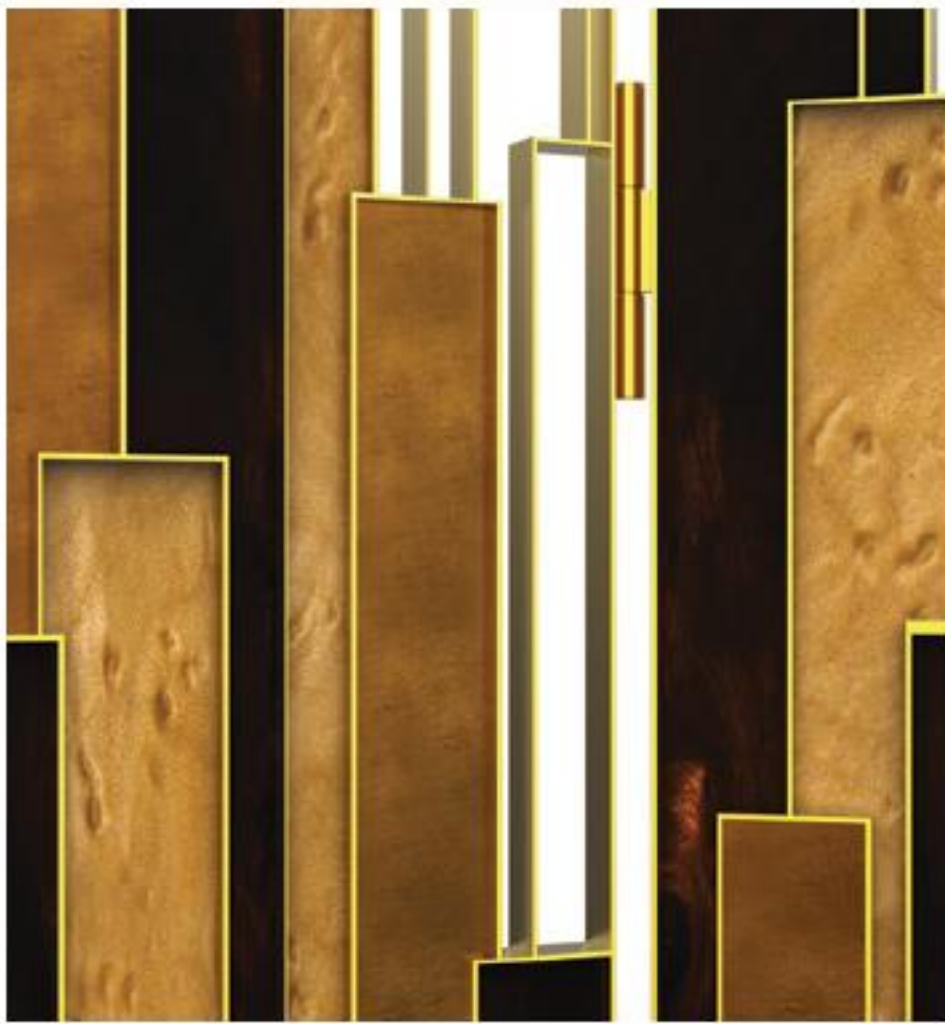
Vậy tại sao Marc Jacobs lại chuyển quyền lực sáng tạo của mình cho 02 cô gái người Anh, Katie Hillier và Luella Bartley? Liệu có phải Marc biết bộ sưu tập cần có phong cách và sự lôi cuốn của London. Được biết, Hillier từng là người phụ nữ đứng sau mỗi chiếc túi mà bạn thèm muốn từ Victoria Beckham tới Marc by Marc Jacobs. Trong khi đó Bartley là tác giả của những bộ sưu tập posh-girl-gone-bad của những năm 90. Tới nay, những bộ sưu tập này vẫn đang là hotcake trên eBay.

Vậy định hướng của bộ đôi này cho thương hiệu là gì? Hãy nghĩ tới những hình ảnh thể thao mà họ yêu thích đăng trên Tumblr: những chiếc xe BMX. Hãy nghĩ tới những hình ảnh nổi

loạn mà họ yêu thích: Joan Jett đứng trên sân khấu trong trang phục da và mái tóc “điện giật”. Hãy nghĩ tới gương mặt mới của làng thời trang, người mẫu Natalie Westling. Những cô gái của Marc by Marc Jacobs là những người không bao giờ ngồi yên, các bộ trang phục của cô ấy cá tính và ấn tượng như chính con người cô ấy. “Chúng tôi tạo ra một nhân vật, cô ấy tràn đầy năng lượng, cô ấy mạnh mẽ và độc lập. Cô ấy thông minh, nữ tính, nóng tính và mạnh mẽ. Cô ấy là hình mẫu của phụ nữ hiện đại.”

Vậy chúng ta trông đợi gì từ sản phẩm của Marc by Marc Jacobs về điều này? “May đo, đồ họa, denim và những chất liệu vải mang tính cách tân,” Hillier chia sẻ. “Người phụ nữ mặc đồ Marc by Marc Jacobs có thể làm việc, chơi guitar hoặc chơi skateboard (ván trượt). Tinh thần của bộ sưu tập mà tôi hướng tới là năng lượng và sức mạnh.” Hillier tiếp lời. “Bạn phải bảo vệ những gì bạn tin tưởng. Đó là điều mà chúng tôi đang cố gắng để làm trong show diễn.” ■





Bình Phong

Sản phẩm sáng tạo của Brabbu. ▶

Brabbu vừa giới thiệu sản phẩm sáng tạo mới nhất của mình, một tấm bình phong được lấy cảm hứng và đặt tên theo vùng đất thiêng Delphi của Hy Lạp cổ đại. Sản phẩm có khung được làm từ đồng được rèn kỹ, các chi tiết vách được làm từ rễ của những cây du lâu năm tuổi nhằm có được các đường vân kỳ ảo (hệt như những lời tiên đoán đã được đưa ra ở vùng đất thiêng này hàng ngàn năm trước). Toàn bộ các chi tiết được thực hiện hoàn toàn thủ công theo phương pháp truyền thống.



Dóng gói London

◀ Sản xuất bởi Tom Dixon.

Tom Dixon – người vừa có vinh dự nhận giải thưởng Nhà thiết kế của năm từ Hội chợ triển lãm Maison & Objet – mới đây đã đưa “The Factory” tới Paris. “The Factory” là một triển lãm sắp đặt với một nhà máy được dựng và sản xuất các sản phẩm on site (tại chỗ). Bên cạnh đó, trong triển lãm còn có một cửa hàng kiểu Pop Up. Các sản phẩm được sản xuất tại đây cũng có số lượng rất giới hạn và được bán độc quyền tại cửa hàng Maison & Objet Paris.

Một điểm thú vị nữa của triển lãm này là các sản phẩm đều mang một mùi hương đặc trưng của London. Đó là sự pha trộn tinh tế của mùi gạch đỏ, của mùi cây nghệ, cây tầm ma, gợi nhắc về các công viên ở London. Các chai tinh dầu mang mùi hương London được khắc laser bởi hãng Trumpf – đối tác của Tom Dixon trong sự kiện này.





Alan Kitching

... và London Design Festival 2014. ▲

Alan Kitching được biết đến là một bậc thầy của ngành in ấn. Ông không chỉ là một nhà thiết kế đồ họa nổi tiếng mà còn là một chuyên gia tạo khuôn trong lĩnh vực in nổi. Hiện ông đang cộng tác với nhà tổ chức London Design Festival 2014 thực hiện một chuỗi các sự kiện với tâm điểm tập trung vào các tác phẩm và di sản của 05 nhà thiết kế áp phích huyền thoại của thế kỷ trước cũng như những tác phẩm của cá nhân ông.

Tủ Shanty

▼ Thiết kế bởi Doshi Levien cho BD Barcelona.



Lấy cảm hứng từ những ngôi nhà xây thô trên thế giới, chiếc tủ Shanty màu sắc gợn sóng thiết kế bởi Nipa Doshi chính là hình ảnh mô phỏng lại những ngôi nhà ở Brazil và Ấn Độ. Hệ thống ngăn kéo của tủ được sắp xếp hợp lý và đều ẩn giấu đằng sau những tấm panel giống như những lớp tôn của những ngôi nhà ổ chuột. Nhiều người cho rằng thiết kế này không đẹp mắt và có ý nghĩa tiêu cực, song với 2 nhà thiết kế, họ lại thích thú trước những vẻ đẹp đầy ngẫu hứng này. Với 02 phiên bản đơn sắc và nhiều màu, chiếc tủ Shanty mang vẻ đẹp của lối kiến trúc tạm bợ.

Scrap Wood

Thiết kế đầu tiên của Piet Hein Eek ► vào năm 1990.

Nhà thiết kế nội thất trứ danh Piet Hein Eek sinh ra tại Hà Lan vào năm 1967. Ông tốt nghiệp Học viện Thiết kế công nghiệp tại Eindhoven vào năm 1990. Ngay từ khi còn là một sinh viên đại học, ông đã nổi tiếng với chiếc tủ gỗ đứng Scrap Wood cho bài thi của mình. Mẫu tủ này được ra đời với việc tập trung vào sử dụng những vật liệu đơn giản sẵn có. Từ các kỹ thuật xây dựng và khả năng sáng tạo của một nhà thiết kế tài năng, Piet Hein Eek đã mang đến với thế giới một cái nhìn mới mẻ, một vẻ đẹp riêng cho các sản phẩm được làm từ chất liệu gỗ thải. Piet Hein Eek đã bắt đầu tâm đến việc tạo ra những món đồ từ các vật liệu cũ từ khi ông khôi phục lại cho em gái mình một chiếc tủ gỗ. Ông nhận thấy chất liệu gỗ cũ sở hữu một vẻ đẹp ấn tượng hơn rất nhiều so với chất liệu gỗ mới. Được biết, hiện nay, các sản phẩm của ông được bày bán tại nhiều phòng trưng bày và triển lãm danh tiếng trên khắp thế giới như Bảo tàng Nghệ thuật hiện đại ở New York, Hội chợ đồ gỗ Milan tại Ý hay các địa điểm danh tiếng khác ở Cibo và Tokyo.



Giá sách Ilash

Một sản phẩm của Minimalux. ▼

Sản phẩm mà Minimalux – một công ty thiết kế và sản xuất đồ lưu niệm danh tiếng của London – lựa chọn để “tấn công” vào thế giới nội thất là một chiếc giá sách. Mẫu giá sách này được cấu tạo bởi 33 thanh kim loại được đánh bóng thủ công. Có 02 phiên bản tùy chọn là đồng (xem hình) và thép không gỉ. Đặc biệt, giá sách được sản xuất với yêu cầu chất lượng cao, có độ chính xác tương đương với độ chính xác mà hãng đòi hỏi từ những món đồ có kích thước nhỏ hơn.



Chair B

Ghế gỗ gấp, thiết kế bởi Konstantin Grcic. ▼

Mới đây, nhà thiết kế nội thất Konstantin Grcic vừa cho ra mắt mẫu ghế gỗ mang tên Chair B. Chân ghế hình chữ X, thiết kế mặt ghế có thể gấp, cho phép người dùng có thể xếp gọn nhiều ghế với nhau khi cần thiết. Toàn bộ ghế được đánh vec ni màu tro tự nhiên, mặt dưới được tráng laminate hoặc phủ nhôm. Ngoài ra còn có một phiên bản đặc biệt với mặt ghế bọc da. Với phiên bản này, mặt dưới của ghế sẽ được sơn màu tương ứng với màu của nệm da.



Máng treo thức ăn cho chim

Thiết kế bởi Claus Jensen và Henrik Holbaek. ►

Những chiếc máng treo đựng thức ăn cho chim xinh xắn của Claus Jensen và Henrik Holbaek này được làm từ thủy tinh thổi thủ công. Sản phẩm được thiết kế để có thể chống chịu được những ảnh hưởng của thời tiết như gió, mưa và những va đập trong các điều kiện thời tiết. Dù được treo trong bụi rậm, trên cây, hay treo dưới mái hiên, những quả cầu thủy tinh đựng thức ăn với kích thước đường kính 19,5 cm này đều là một món đồ decor mà khu vườn nhà bạn cần có.





Stockholm White

Mẫu giường ngủ sang trọng. ▶

Gam màu trắng ngà Stockholmsvit là một màu đậm chất Thụy Điển, được ra đời trong giai đoạn những năm 1950 khi thiết kế Scandinavia bắt đầu có ảnh hưởng tới ngành thiết kế thế giới. Chịu ảnh hưởng của chủ nghĩa hiện đại và chủ nghĩa đề cao tính công năng của sản phẩm trong thiết kế, gam màu này được sử dụng lần đầu tiên là bởi những người thợ mộc khi họ phục chế những đồ dùng trong lâu đài. Hiện nay,



màu Stockholmsvit đang có một chỗ đứng quan trọng trong các không gian hiện đại như nhà ở. Và mẫu giường Stockholm White của thương hiệu Hästens (xem hình) là một ví dụ minh chứng cho điều này.

Được làm từ những vật liệu tự nhiên cao cấp nhất, và phát triển qua nhiều thế hệ, mẫu giường này sẽ không chỉ mang tới cho căn nhà bạn một phong cách Scandinavia thời thượng mà còn mang tới cho bạn một giấc ngủ sâu hơn.



www.munchen.asia

Showroom: + B2-R6-41 TTTM Royal City, 72A Nguyễn Trãi, Thanh Xuân
+ 222 Tầng 2 TTTM SAVICO số 7-9 Nguyễn Văn Linh, Long Biên

<https://tieuukinhdotho.org>

MUSÉE SOULAGES

Bảo tàng của màu đen và sự
hoen gỉ

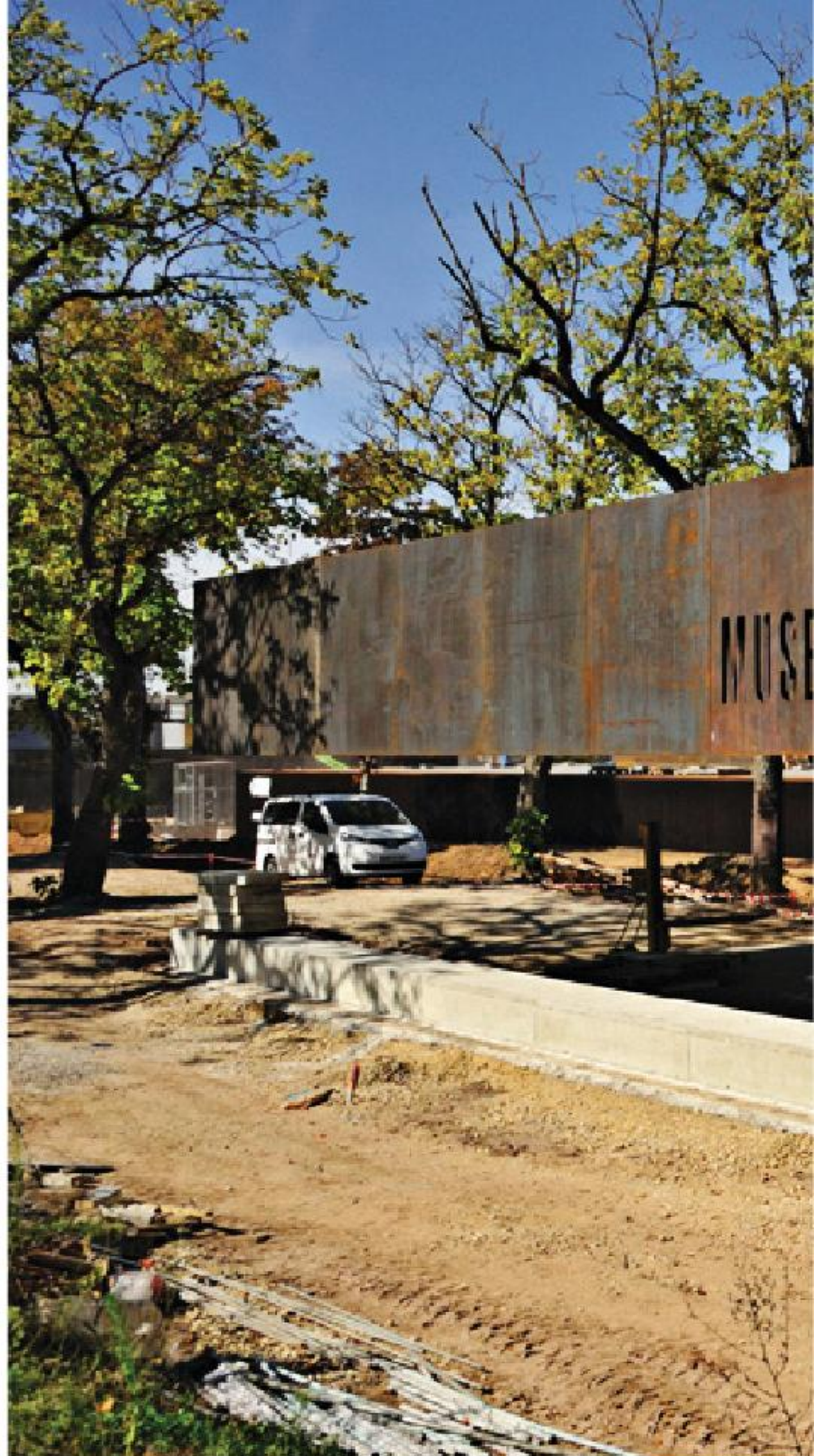
N

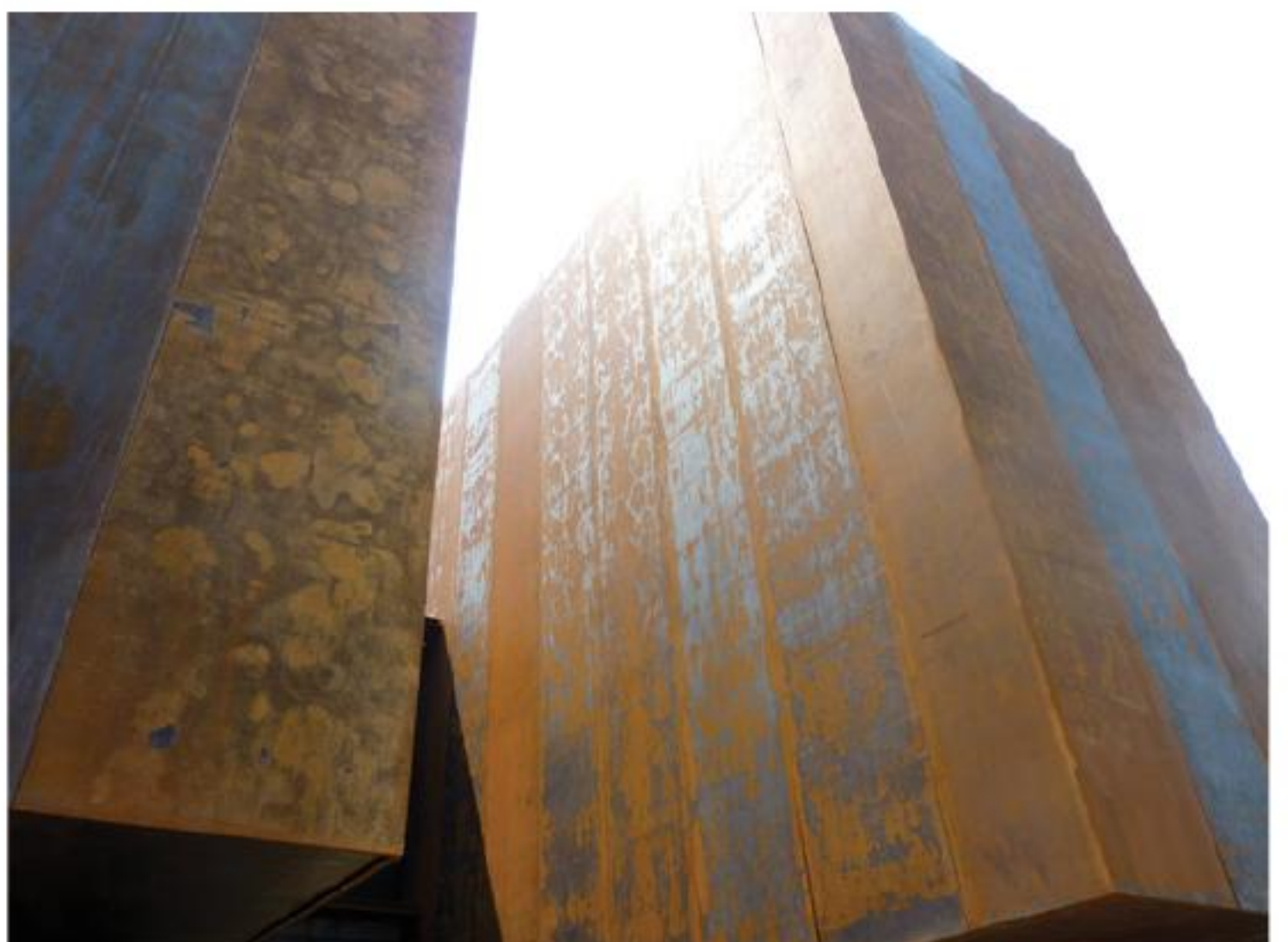
gười Pháp thường không ngạc nhiên trước những cuộc biểu tình. Vì vậy, rất ít người chú ý tới một nhóm nông dân giận dữ khi tổng thống François Hollande xuất hiện ở Rodez để tham dự khai trương bảo tàng dành cho họa sĩ Pierre Soulages. Lý do của cuộc biểu tình, tất nhiên, hoàn toàn không phải tới từ sự xuất hiện của bảo tàng này. Thực tế, lý do của cuộc biểu tình đã tới từ những chính sách nông nghiệp mà chính phủ Pháp đang đưa ra. Không cần biết những chính sách đó đúng hay sai, tuy nhiên, ngay cả như vậy thì buổi ra mắt bảo tàng mới cũng không được báo chí Pháp đăng tải nhiều thông tin nếu không nói là nó hoàn toàn chìm ngấm trong hàng đống những tin bài về các vấn đề khác. Vậy Musée Soulages có được chú ý?

Đừng nhầm lẫn rằng bảo tàng không đáng nhận được sự chú ý của giới ái mộ nghệ thuật và hội họa. Soulages - năm nay 94 tuổi và cũng là người được mở bảo tàng để trưng bày các tác phẩm của ông - là một trong những họa sĩ có ảnh hưởng nhất thế kỷ 20. Tổng thống Pháp đương nhiệm, ông François Hollande cũng từng nhận xét và đánh giá ông là họa sĩ còn sống vĩ đại nhất. Ông nổi tiếng với việc dùng màu đen nên còn được gọi là “họa sĩ của màu đen.”

Màu đen là dấu ấn hội họa trừu tượng đặc trưng của Pierre Soulages. Tờ New York Times từng so sánh màu đen của ông với màu xanh blue của Yves Klein và màu trắng với Robert Ryman. Trong một phỏng vấn, Soulages cũng chia sẻ “Màu đen đã là màu cơ bản với tôi từ thuở nhỏ.” Ông chia sẻ, chị gái ông cũng từng ngạc nhiên khi ông bắt đầu chơi với màu đen vào năm 06 tuổi.

Soulages sinh ra ở Rodez, năm 1919 (đó có lẽ là lý do tại sao bảo tàng Musée Soulages lại được xây dựng ở Rodez - chứ không phải ở đâu khác). Những bức tranh trừu tượng của Pierre Soulages được cả châu Âu yêu thích. Thậm chí không ngoa khi







nói tranh của Soulages được giới ái mộ châu Âu săn lùng. Thậm chí có thể nói ông là một trong những họa sĩ đương đại có tranh bán chạy nhất nước Pháp (tại các phiên đấu giá danh tiếng). Ông đã có triển lãm vòng quanh thế giới. Ngoài ra, ông là nghệ sĩ còn sống đầu tiên được bảo tàng State Hermitage của St. Petersburg thực hiện triển lãm (vào năm 2001). Ông cũng là họa sĩ đương đại có triển lãm lớn nhất từng tổ chức tại trung tâm nghệ thuật Pompidou Center (vào năm 2009). Cuối cùng trong cuộc đời mình, Pierre Soulages đã giành được những giải thưởng sau: Giải Grand Prix for Painting (Paris, 1975); Giải Rembrandt Award (Đức, 1976); Giải Foreign Honorary Member of the American Academy of Arts and Letters (1979); Giải Grand prix national de peinture (France, 1986); Giải Praemium Imperiale for painting (Japan, 1994); Giải Austrian Decoration for Science and Art (2005).

Từ năm 2003 tới nay, mức bỏ giá bình quân cho các tác phẩm của Soulages đã tăng lên 500%. Những bức tranh của ông trong giai đoạn 1950-1960 thường được các nhà sưu tập bỏ giá trong mức khoảng từ \$1-\$4 triệu. Triển lãm của Soulages vào năm 2009 tại trung tâm nghệ thuật Pompidou Center ở Paris đã thu hút trên 500.000 người tới xem.

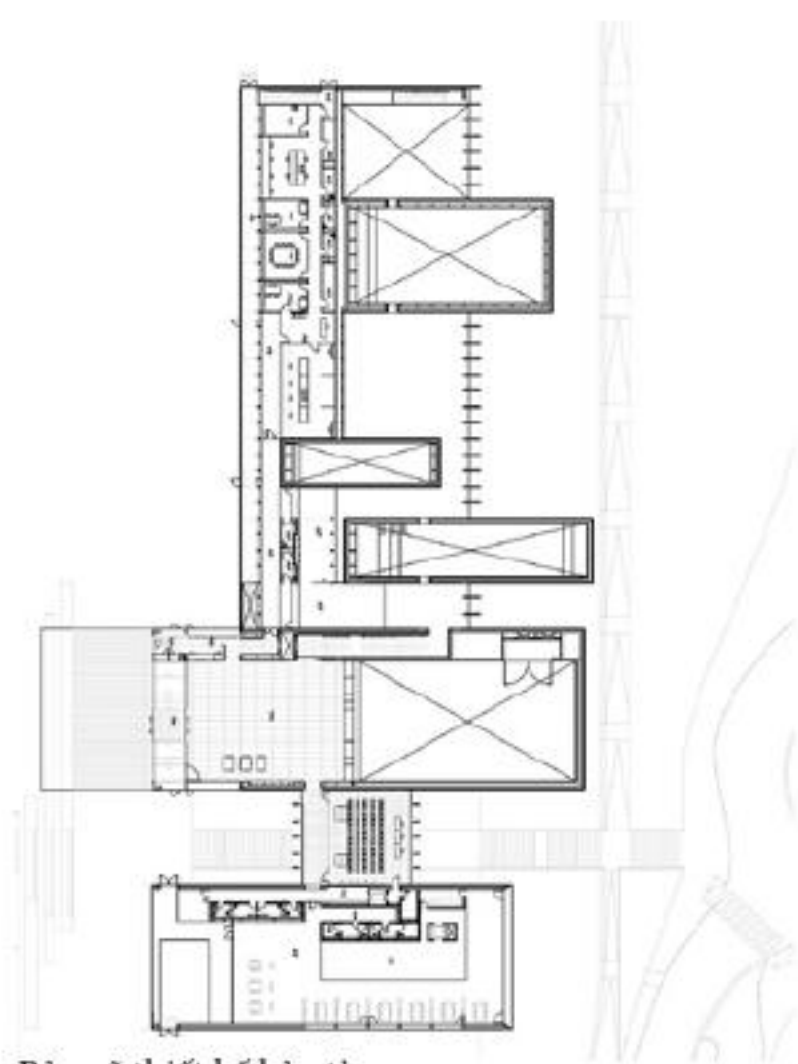
Các tác phẩm của Soulages được trưng bày ở các bảo tàng trên khắp thế giới. Trong số này có thể kể ra những cái tên hàng đầu như Solomon R. Guggenheim Museum ở New York và Tate Gallery ở London.

Một điểm đặc biệt của Soulages là hiện nay ông đã 94 tuổi và tới tháng 12 này, ông sẽ bước sang tuổi 95. Ông vẫn làm việc, vẫn sáng tạo mỗi ngày khoảng 2-3 giờ

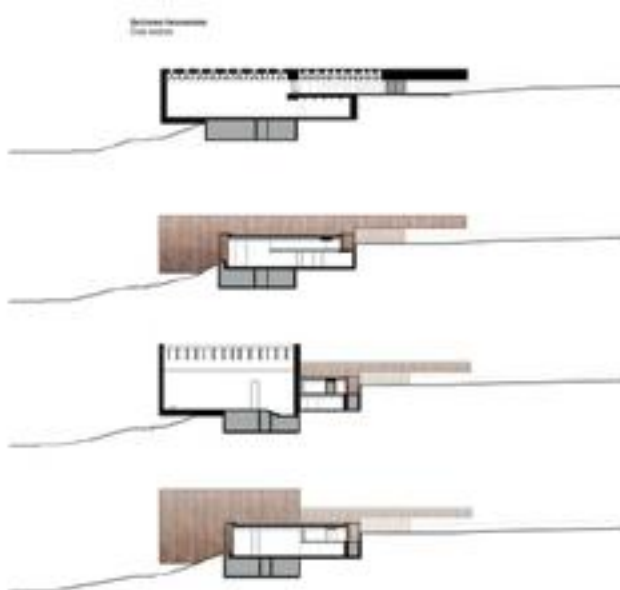
Nổi tiếng ở châu Âu và Pháp là vậy nhưng ở Mỹ danh tiếng của Soulages không được ấn tượng – hay đúng hơn là không được ổn định - lắm. Được giới thiệu với giới yêu hội họa Mỹ trong những năm 1950 bởi James Johnson Sweeney – Giám đốc

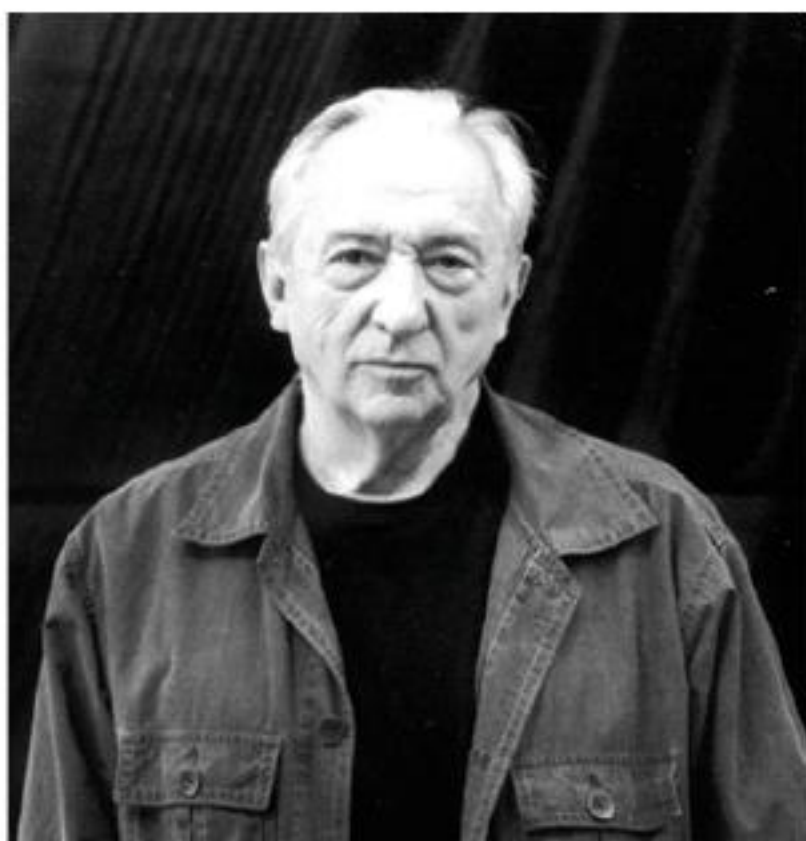
bảo tàng Guggenheim Museum New York lúc bấy giờ, ông nhanh chóng được biết tới như một họa sĩ có tên được đặt cạnh những họa sĩ theo trường phái Abstract Expressionists của châu Âu như Mark Rothko, Willem de Kooning, Milton Resnick và Robert Motherwel. Rất nhiều tác phẩm của ông được mua bởi các nhà sưu tập cả tư nhân lẫn cộng đồng. Trong đó có 04 cái tên nổi tiếng nhất là Menil ở Houston và MoMa ở New York. 02 cái tên còn lại thuộc về những nhà sưu tập tư nhân là đạo diễn, biên kịch Orson Welles và nhà làm phim Alfred Hitchcock. Tuy nhiên, ấn tượng nhất phải kể tới là những gì mà Soulages

đã làm được tại nhà triển lãm huyền thoại Samuel Kootz tại New York vào năm 1966. Gần đây, tranh của Soulages được triển lãm tại hai nhà triển lãm ở Manhattan là Dominique Lévy và Galerie ►



Bản vẽ thiết kế bảo tàng





Musée Soulages

Bảo tàng Soulages vừa mới mở tại Rodez, Pháp. Được biết, đã có tối thiểu khoảng \$34 triệu được rót vào để xây dựng bảo tàng này. Khoản tiền này tới từ hội đồng khu vực Midi-Pyrénées và Chính phủ Pháp. Bảo tàng do các kiến trúc sư Catalan RCR thiết kế và có một quán ăn nhỏ do đầu bếp Michelin ba sao Michel Bras quản lý.

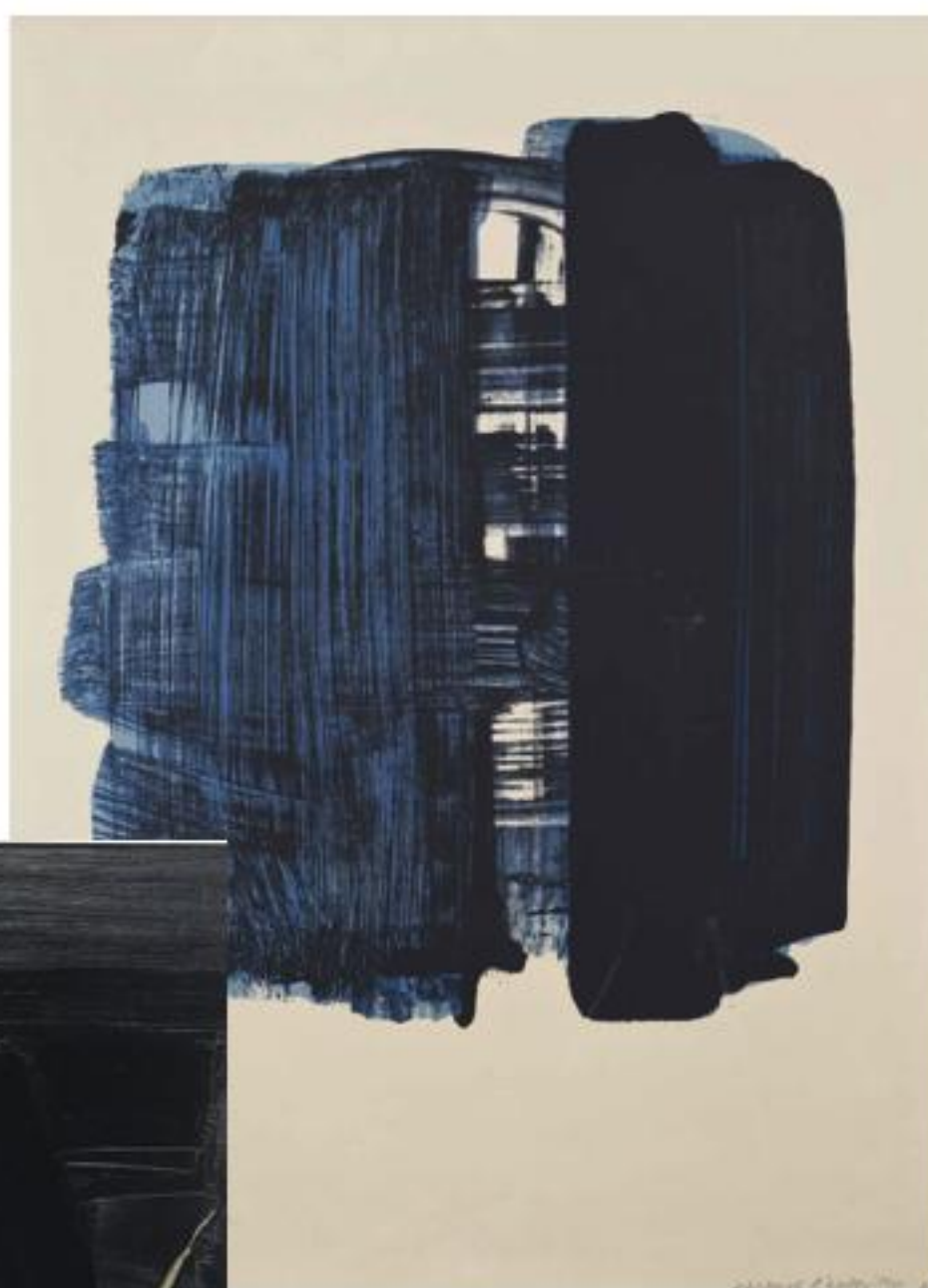


Một tác phẩm của Pierre Soulages

Perrotin. Tuy nhiên, trước đó 10 năm, tranh của Soulages không triển lãm tại Mỹ. Mặc dù thế giới rất yêu thích tranh của Soulages nhưng Soulages vẫn lấy cảm hứng sáng tác phần nhiều từ thành phố quê hương của ông. Tranh của ông luôn có những màu sắc và kết cấu của các công trình kiến trúc mang phong cách La Mã cổ đại.

Trở lại với bảo tàng. Với một thiết kế khá đơn giản nhưng rất ấn tượng, bảo tàng là sự sắp xếp của những khối hộp thép có kích thước và bề mặt khác nhau. Theo một cách nào đó, sự sắp xếp này rất ăn ý với cảnh quan xung quanh. Nhưng theo một cách khác, sự sắp xếp này lại hoàn toàn tự tách biệt nó ra khỏi bối cảnh đó. Nằm trên một ngọn đồi, bảo tàng nhìn hướng xuống một con dốc với những khu phức hợp căn hộ và những cửa hàng thiết bị công nghiệp. Tuy nhiên, cửa của bảo tàng lại mở hướng về khu vực trung tâm lịch sử thành phố.

Với thiết kế có bề mặt gỉ sét, với những note màu bổ sung màu vàng, màu vàng nâu, và màu hồng, bảo tàng như đưa ra thông điệp về một công trình kiến trúc hiện đại sẽ chống chịu cùng với thời gian. Nội thất của bảo tàng mang màu xám thép, gợi nhớ lại các mái đá của một ngôi làng cổ. Bên trong, bảo tàng là một thư

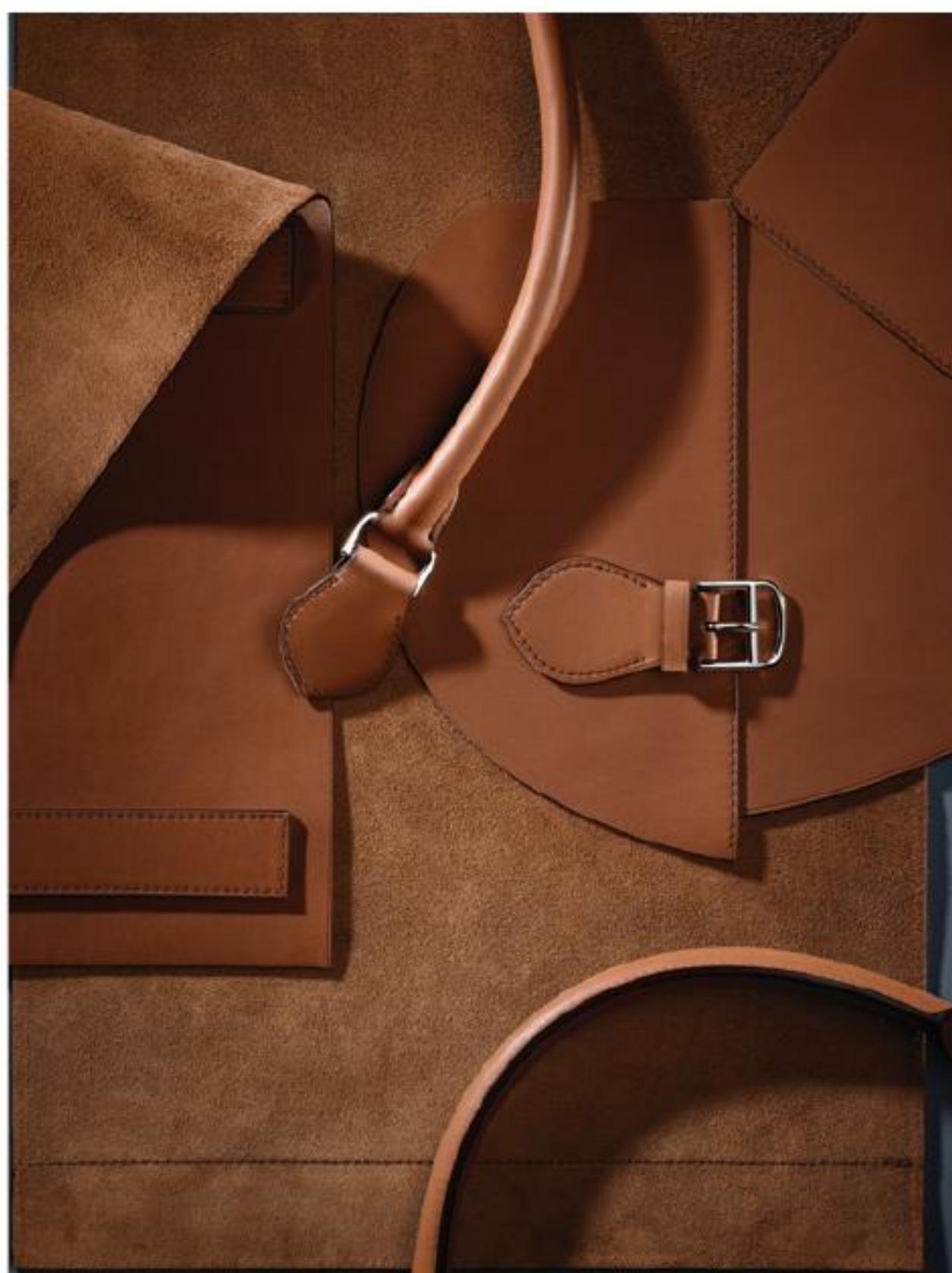


viện được nối bởi một không gian triển lãm rộng 1.672m² và một gallery trưng bày các tác phẩm đương đại rộng 5.000m². Trong các phòng trưng bày, các bức tường thép cố định các tác phẩm bằng nam châm và những lỗ khoan. Hệ thống trần đặc biệt cho phép ánh sáng nhân tạo kết hợp với ánh sáng tự nhiên để tạo ra một không gian lý tưởng cho những tác phẩm màu đen độc quyền của Soulages.

Một điểm nữa cần để cập tới khi nói tới bảo tàng là việc sử dụng những màu đen. Màu đen có một ý nghĩa đặc biệt đối với Soulages nên rất

tự nhiên nó cũng được sử dụng đầy điều luyện và tinh tế trong việc thiết kế bảo tàng. Từ ngoại thất tới nội thất, sự liên mạch của màu đen ở những sắc độ khác nhau màu thép gỉ, màu thép đen, màu xám khói, đã tạo nên sự hoàn hảo cho một công trình đặc biệt, tôn vinh một con người đặc biệt!

Được biết, bảo tàng Musée Soulages sẽ trưng bày một bộ sưu tập gồm 500 tác phẩm nghệ thuật của Pierre Soulages. Bộ sưu tập này do chính ông quyên tặng và có trị giá lên tới khoảng 40 triệu euro. Ngoài không gian trưng bày các tác phẩm của Soulages, bảo tàng còn dành một không gian rộng khoảng 5.000 foot vuông để trưng bày tác phẩm của các nghệ sĩ khác. ■



MŨI KHÂU THANH NHÃ

Cartier ra mắt bộ sưu tập túi thủ công đặc biệt.

Bộ sưu tập Louis Cartier được đặt theo tên của một thiên tài người Pháp, một nhà thám hiểm, nhà nghệ thuật vĩ đại, đồng thời ông còn là cha đẻ của thương hiệu danh tiếng Cartier.

Bộ sưu tập này giới thiệu 02 phiên bản: Túi Louis Cartier màu caramel bằng da bê với vải lót màu gỗ mun cùng các chi tiết bằng kim loại palladium và phiên bản dạng briefcase đi kèm trong hộp da bò màu đen, có vải lót màu đỏ tía, các chi tiết bằng kim loại palladium. Tổng cộng hơn 500 mét vuông da bê được lựa chọn trong số những miếng da tốt nhất để tạo nên bộ sưu tập túi Louis Cartier lần này.

Lớp sơn phủ bóng bên ngoài túi được sản xuất theo tiêu chuẩn của công nghệ cao. Chiếc túi nhỏ đi cùng bộ được thiết kế để có thể cầm tay và được làm từ miếng da màu caramel vẫn còn nguyên đường vân. Mẫu túi trống được thiết kế với khoang đựng đồ rộng rãi sẽ là sự lựa chọn hoàn hảo cho những quý ông bận rộn. Hướng tới sự tối giản trong từng chi tiết, những chiếc

túi trong bộ sưu tập này mang dáng vẻ thô cứng, cạnh túi được xử lý thô, tay cầm được may và khâu thủ công.

Với hình dáng ngang đơn giản và lộng lẫy, toàn bộ chiếc túi được làm từ những miếng da sẵn tự nhiên. Nằm ở vị trí chính giữa quai cầm gần khoá kéo là biểu tượng hình kim cương của Cartier bằng kim loại.

Để sản xuất ra bộ sưu tập Cartier Fine Leather Goods Jeanne Toussaint hay còn gọi là Louis Cartier này cần tới gần 100 thao tác như phân tách, chà nhám và gấn nhiệt. Có tới 15 mét chỉ đã được sử dụng để khâu một chiếc túi Louis Cartier.

Các mẫu thiết kế này đều đòi hỏi người thợ thủ công phải thực hiện rất nhiều công đoạn, từ việc dựng bản mẫu cho đến cắt da, ép keo, dán da, gõ búa, đánh bóng và khâu. Tất cả các công đoạn này, qua sự tỉ mỉ, khéo léo của người thợ, đã góp phần tạo nên những sản phẩm da cao cấp trong lĩnh vực sản xuất sản phẩm thủ công dành riêng cho du lịch. ■



Louis Cartier sailing on Lake Geneva. 1905

TOPLUX

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

Sept | Oct 14



BELT UP

Thật khó để không phải lòng chiếc túi Céline Belt Bag - một sản phẩm mới được bổ sung cho đại gia đình Céline. Đó là sự kết hợp giữa túi sách lớn và túi Trapeze. Với chất liệu mềm, nhẹ, thân túi được mở rộng hai phía bên cạnh, nắp phía trước được thiết kế giống hình chiếc thắt lưng (có lẽ đó là nguồn gốc tên gọi của chiếc túi mới này), phần quai túi được thiết kế tiện lợi và thoải mái cho người dùng. Một lựa chọn tuyệt vời cho những ai tìm kiếm điều gì đó khác biệt, Céline Belt Bag là chiếc túi quen thuộc nhưng độc đáo và đó là tất cả những điều bạn cần.



QUẢ TRỨNG TÁI SINH

Nhờ có Givenchy, thứ vũ khí nguy hiểm đã có một cuộc đời mới.

Bộ sưu tập Phoenix Collection của Givenchy thiết kế cho thương hiệu Fonderie 47 được lấy cảm hứng từ một quả trứng biểu trưng cho sự phồn thực, cho khả năng tái sinh. Bộ sưu tập này được chế tác giới hạn và có nguyên liệu chủ đạo là thép lấy từ súng AK47. Các miếng thép được gắn với nhau bằng những chi tiết từ vàng hồng và platinum. Bộ sưu tập gồm có những món vòng tay, khuyên tai, nhẫn và một quả trứng nghệ thuật.

“Tôi tin rằng tôi có sứ mệnh thực hiện bộ sưu tập này cho Fonderie 47. Bộ sưu tập cùng lúc có cái ngẫu hứng, vui vẻ nhưng vẫn rất mạnh mẽ. Nó mang ý nghĩa của sự tái sinh vì vậy nó là một cách chơi chữ đầy thú vị,” James de Givenchy chia sẻ.



SIÊU MỎNG

Đồng hồ Classic Fusion Classico Ultra-Thin All Black từ Hublot.

Năm nay, Hublot giới thiệu chiếc đồng hồ mới mang tên Classic Fusion Classico Ultra-Thin All Black. Đây là một sản phẩm bổ sung cho dòng đồng hồ skeleton Classic Fusion của hãng. Đúng với cái tên của mình, đồng hồ có đường kính 45 mm và độ dày vỏ máy chỉ khoảng 8,3 mm. Máy caliber HUB1300 Classico (lên dây bằng tay) được thiết kế và lắp ráp trong xưởng gia công của hãng tại Nyon, Thụy Sĩ. Mặc dù được cấu tạo bởi 130 chi tiết, với 23 chân kính nhưng máy chỉ mỏng 2,9 mm. Với thiết kế nhìn xuyên thấu (skeleton) của đồng hồ, người đeo có thể chiêm ngưỡng tất cả các chi tiết của đồng hồ như quả văng hay cái hồi cũng như cơ chế hoạt động của máy. Và cũng như vậy, việc xem giờ không chỉ còn là xem giờ mà được nâng tầm và được thi vị hoá!



XẮC ĐÁ QUÝ

Xắc cầm tay được thiết kế bởi Alexander McQueen.

Xắc hình hộp của Alexander McQueen được làm bằng lụa màu đen và mặt trong được lót da cừu mềm mại cùng màu. Điều đáng chú ý của chiếc xác cầm tay có thể xỏ ngón này chính là vẻ ngoài lấp lánh. Bề mặt của xác được đính những viên ngọc trai Swarovski cùng những viên pha lê cao cấp. Phần xỏ tay để giữ xác được thiết kế hình hoa sang trọng. Với thiết kế nhỏ gọn (chiều rộng 17cm, cao 18cm và bề dày 8cm), chiếc xác tinh tế này chính là lựa chọn lý tưởng để đựng thẻ, chìa khóa hay son môi khi các cô nàng không muốn mang quá nhiều thứ theo người tới những bữa tiệc tối.



CELSIUS X VI II

Một sản phẩm 'con lai' giữa điện thoại và đồng hồ.

Mẫu điện-thoại-đồng-hồ này có tên là LeDIX Furtif và nó cần tới 05 năm để phát triển. Trong quá trình nghiên cứu, sản phẩm đặc biệt này đã phải giải quyết rất nhiều thách thức về kỹ thuật. Đầu tiên, các bậc thầy chế tác của công ty phải tạo ra một hệ thống hiển thị thời gian đặc biệt. Hệ thống này phải bao gồm cả một tourbillon flying - được bảo vệ bởi một hệ thống chống shock. Thách thức thứ 02 là bảo vệ cơ chế khởi tiếp xúc với các trường nhiễm từ - điều sẽ có ảnh hưởng tới sự chính xác tuyệt đối của cỗ máy. Thách thức thứ 03 là tạo ra hệ thống Remontage Papillon (hệ thống lên dây cánh bướm) nằm ở trung tâm cơ chế khớp nối mang tới cho người dùng một nguồn năng lượng dự trữ 03 giờ đồng hồ mỗi khi mở vỏ máy.



BOOT DA TRẦN

Một thiết kế độc đáo đến từ thương hiệu Haider Ackermann.

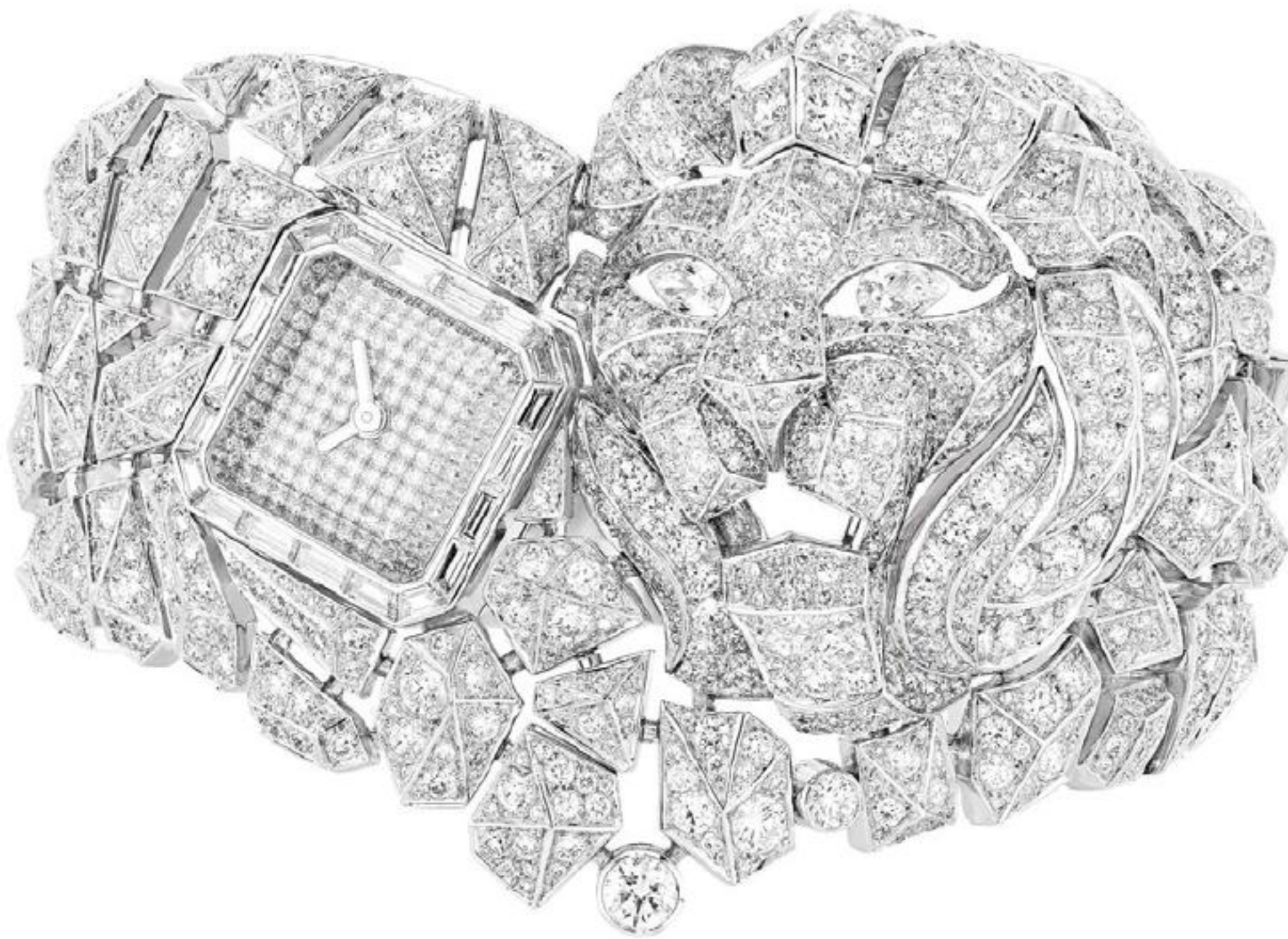
Trong buổi trình diễn BST thời trang Đông năm nay, thương hiệu Haider Ackermann lần đầu trình làng đôi boot da trần được sản xuất tại Ý trong phiên bản màu metallic. Gót giày được thiết kế theo dáng nhọn stiletto chính là sự quyến rũ đầy ma lực của mẫu thiết kế, và là sự lựa chọn hoàn hảo khi mix với chiếc quần skinny hay chiếc váy ngắn ôm bó sát trong tủ quần áo của bạn. Đôi ankle boot thời trang cổ lửng trên mắt cá chân này cao 11cm và được làm bằng da của những con trăn có xuất xứ từ Malaysia. Phần mặt da có màu bạc wilcox với những lớp vảy to được chọn cho mũi cũng như thân giày và vảy nhỏ cho thân sau của boots như gợi nhắc về bề mặt của bảo tàng Museo Soumaya ở Mexico.



VÒNG CỔ BVLGARI

Biểu tượng cho sự hào hoa của Hollywood.

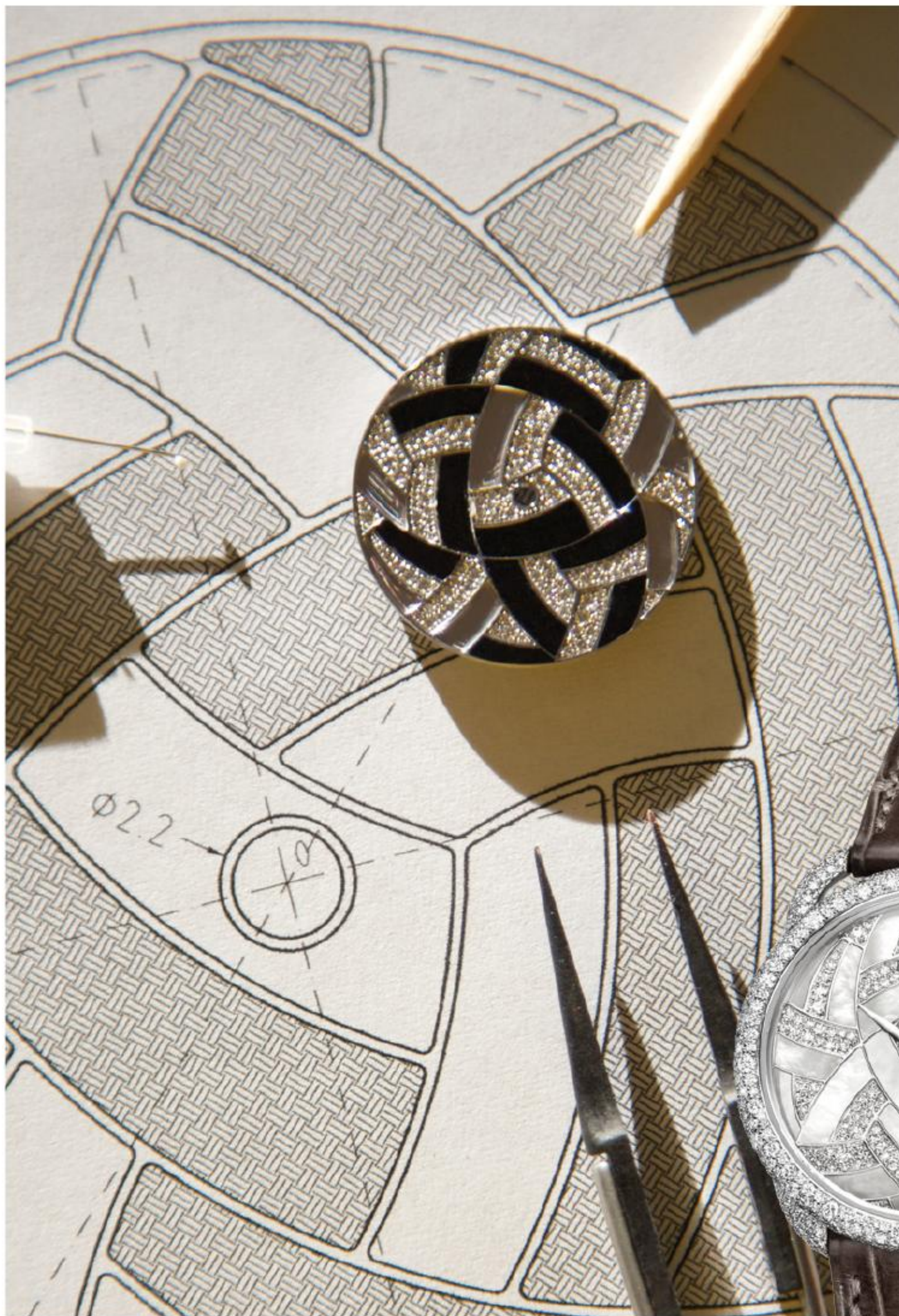
Chiếc vòng cổ BVLGARI Sapphire Sautoir này được khảm nạm một viên sapphire có trọng lượng 52,72 carat. Vòng cổ phong cách Art Deco này từng là quà tặng của tài tử xứ Wales, Richard Burton dành tặng nữ minh tinh Elizabeth Taylor nhân ngày sinh nhật lần thứ 40 của bà vào năm 1972. Vòng được mua lại với giá \$5.906.500.



LION MOSAIQUE

Một sản phẩm không thể đẹp hơn của Chanel.

Mẫu đồng hồ này được chế tác từ vàng trắng và thuộc bộ sưu tập Sous Le Signe Du Lion của Chanel. Đồng hồ được khảm nạm 1.530 viên kim cương kiểu cắt fancy và 02 viên kim cương có kiểu cắt hình quả lê. Được biết, cung hoàng đạo của người đàn bà huyền thoại của thế giới thời trang là cung Sư Tử. Ngoài ra, bà cũng được truyền rất nhiều cảm hứng thiết kế từ những con sư tử bằng đồng, có cánh ở phía trên các cột đá granite cao ở quảng trường Piazza San Marco. Đồng hồ có giá vào khoảng xấp xỉ trên dưới \$700.000.



1

1. Bản vẽ kỹ thuật và mặt đồng hồ Arceau Temari
2. Mẫu đồng hồ Arceau Temari Onyx
3. Công đoạn khảm kim cương cho đồng hồ Arceau Temari
4. Công đoạn khảm kim cương thân đồng hồ Arceau Temari

2



DẤU ẤN ĐƯƠNG ĐẠI

Mẫu đồng hồ được giới thiệu ở đây có tên là Arceau Temari. Và nó được lấy cảm hứng từ môn bóng tay Temari của Nhật Bản.

Bóng tay – Temari – có lịch sử ra đời gắn liền với những bộ kimono với những câu chuyện truyền thống của Nhật. Những vị phu nhân của các quan lại trong triều đình Nhật Bản thường mặc kimono – một trang phục truyền thống của Nhật. Tuy nhiên, việc làm ra những mẫu trang phục này thường tạo ra rất nhiều vải thừa. Để tận dụng những món vải lụa thừa này, những người thợ may khéo tay đã sử dụng những kỹ thuật thêu và khâu vô cùng tinh tế để tạo ra những quả bóng nhiều màu sắc.

Nghệ thuật lựa chọn và kết hợp những mảnh vải, ứng dụng kỹ thuật thêu và khâu của Nhật đã truyền cảm hứng cho thương hiệu Hermès để tạo ra một số mẫu khăn lụa. Tiếp nối những câu chuyện truyền thống, đưa chúng vào dòng chảy đương đại, Hermès đã lựa chọn một motif thiết kế đưa vào bộ sưu tập Arceau.

Những mẫu đồng hồ này có mặt số là sự kết hợp của kỹ thuật khảm nạm kim cương cao cấp snow-setting và nghệ thuật tạo họa tiết từ đá cứng để mô phỏng lại thiết kế của những quả bóng. Được biết những chất liệu mà Hermès sử dụng cho mẫu đồng hồ này ngoài kim cương còn có xà cừ trắng, đá onyx, lapis lazuli hoặc opal.

Có thể nói thương hiệu Hermès đang ngày một tiến xa hơn trong lĩnh vực đồng hồ. Mẫu đồng hồ được giới thiệu ở đây có khả năng tự lên dây với mức dự trữ năng lượng trong khoảng 50 giờ. Mức dao động (frequency) ở mức 4Hz. Đồng hồ phủ rhodium và có 02 kim chỉ giờ báo giờ và phút. Đường kính của đồng hồ là 34mm.

Kỹ thuật khảm/nạm kim cương snow-setting là kỹ thuật khảm kim cương thủ vị nhất tạo nên hiệu ứng tương tự như ánh sáng phản chiếu trên tuyết. Hiệu ứng lấp lánh này đạt được nhờ việc đặt các viên kim cương với kích cỡ đa dạng sát nhau theo trình tự ngẫu nhiên tránh để lộ phần kim loại bên dưới, tạo cảm giác những viên kim cương như tan chảy vào phần vỏ đồng hồ. Thách thức ở đây là, việc khảm nạm không dựa trên một kế hoạch sẵn có. Khó khăn hơn nữa khi có tới hơn 700 viên đá được khảm nạm lên mặt số đồng hồ - một công việc đòi hỏi một nghệ nhân khảm nạm lành nghề phải làm việc tới 03 tuần. Bên cạnh đó có tối thiểu 20 mảnh nhỏ từ các chất liệu khác nhau, với kích thước khác nhau, màu sắc khác nhau sẽ được sắp đặt để tạo ra mặt số thú vị này. ■



Louis Vuitton AW14



NICOLAS GHESQUIÈRE

Nicolas Ghesquière đã và đang không ngừng đưa giới mộ điệu đi từ ngạc nhiên này tới ngạc nhiên khác khi ông không chỉ thành công ở Balenciaga mà còn cả ở Louis Vuitton.

Tháng 11/2013, Nicolas Ghesquière trở thành Giám đốc nghệ thuật của Louis Vuitton. Trước đó, ông từng làm giám đốc của thương hiệu Balenciaga từ năm 1997 đến năm 2012.

Ghesquière sinh năm 1971 tại tỉnh Comines, Pháp. Sau khi tốt nghiệp, Ghesquière đạt được giấc mơ thời thơ ấu của mình: đó là được thực tập cho thương hiệu Jean Paul Gaultier.

Ông bắt đầu làm việc cho Balenciaga vào năm 1995 với vai trò là một nhà thiết kế sản phẩm. Năm 1997, ông được bổ nhiệm làm Giám đốc sáng tạo mới của hãng, thay thế Josephus Thimister. Ghesquière tránh xa danh tiếng và luôn tập trung vào công việc thiết kế. Ông cũng thừa nhận bản thân là nhà phê bình khắc nghiệt nhất. Với mỗi bộ sưu tập của mình, ông luôn đặt lên đó rất nhiều áp lực dù thương hiệu Balenciaga đủ lớn để bất kỳ

tuyên ngôn thời trang nào được đưa ra cũng được chấp nhận. Năm 2010, Ghesquière giành giải thưởng Fashion Group International's Superstar. Năm 2012, Ghesquière rời khỏi vị trí Giám đốc sáng tạo của Balenciaga sau 15 năm cống hiến. François-Henri Pinault, chủ tịch PPR – nay đã được đổi tên là Kering – cho biết: “Với tài năng sáng tạo xuất sắc, Nicolas đã có đóng góp lớn về nghệ thuật cho thương hiệu Balenciaga.”

Gần một năm sau, vào ngày 4 tháng 11 năm 2013, Nicolas Ghesquière đã trở thành giám đốc nghệ thuật mới của Louis Vuitton. “Louis Vuitton luôn là biểu tượng của sự sang trọng, đột phá và bùng nổ”, ông nói. “Tôi rất vinh dự với nhiệm vụ mà tôi được giao phó, và tự hào khi được tham gia vào ngôi nhà chung tuyệt vời này.”



Celine AW 2014

PHOEBE PHILO

Phoebe Philo là người đã đưa Chloé trở thành một thương hiệu thời trang toàn cầu. Cũng chính cô là người đang tạo ra cuộc cách mạng thời trang ở Céline.

Phoebe Philo là một nhà thiết kế thời trang người Anh. Cô được biết đến nhiều bởi những thiết kế đẹp mắt và kín đáo. Sinh ra tại Paris, Philo được đào tạo tại London nên có thể nói Philo mang trong mình những tinh hoa thời trang của thế giới. Philo cũng là người đã tốt nghiệp trường thiết kế dành cho các “thiên thần” của làng thời trang: Central Saint Martins. Năm 1997, một năm sau khi tốt nghiệp, Philo chuyển tới Paris và gia nhập nhà Chloé với cương vị trợ lý thiết kế cho Stella McCartney. Năm 2001, cô được đề bạt vào vị trí giám đốc sáng tạo trước đó của McCartney. Tháng 10 năm đó, Philo giới thiệu bộ sưu tập RTW đầu tiên cho Chloé. Năm 2002 cô cho ra mắt dòng phụ kiện của nhãn hiệu này.

Cũng năm 2002, Phoebe Philo vinh dự được nhận giải thưởng British Designer of the Year. Có thể nói, Philo là một trong

những người có đóng góp quan trọng trong việc đưa Chloé trở thành một trong những thương hiệu toàn cầu cao cấp.

Tháng 09/2008, Philo được bổ nhiệm vào vị trí giám đốc sáng tạo của thương hiệu thời trang Pháp, Céline. 01 năm sau đó, cô chính thức ra mắt bộ sưu tập Xuân Hè 2010. Philo chia sẻ về tầm nhìn của cô với thương hiệu: “Tôi cảm thấy đây là thời điểm để đưa ra một cách tiếp cận thực tế hơn cho thời trang... Để có những bộ quần áo đẹp, mạnh mẽ, và có ý tưởng tốt thì chúng phải được định hướng bởi hơi thở cuộc sống”.

Tháng 12/2010, Philo nhận giải British Designer of the Year lần thứ 02. 01 năm sau, cô nhận giải International Designer of the Year của CFDA. Cuối năm 2013, cô được trao tặng huân chương OBE và là một trong ba người có đóng góp cho ngành công nghiệp thời trang nước Anh được ghi nhận và tôn vinh.



THIS IS TRAVELISTA

Không chỉ hào hoa với thuyền buồm và siêu xe, nét tao nhã thực sự của quý ông còn thể hiện qua phong cách di chuyển thật hiện đại mà không kém phần xa xỉ.



Balo nam

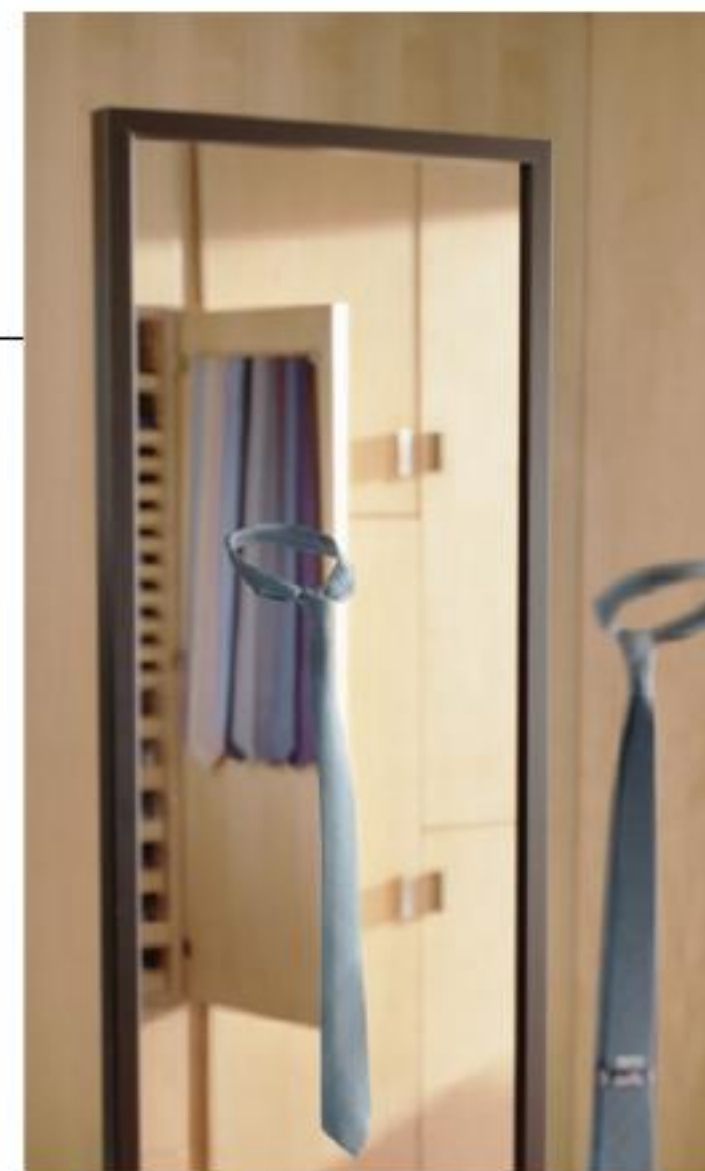
Dior Homme

Balo Dior Homme được thiết kế trẻ trung năng động và vô cùng tiện dụng.

Hermès Tie Break App

Ứng dụng trên điện thoại

Những phim ngắn, trò chơi, truyện hài, thông tin về bộ sưu tập mới của Hermès hay thậm chí là các bước thắt cà vạt, tất cả đều có trong ứng dụng này.



Rolex Deepsea

Thế hệ đồng hồ mới của Rolex

Rolex Deepsea dành cho những người yêu thích lặn biển bởi nó có khả năng chịu nước ở độ sâu 3.900 mét với lớp vỏ Oyster 44 mm được gia công bằng Ringlock System.



Xe đạp Pibal

Thiết kế bởi Philippe Starck

Philippe Starck sáng tạo ra một sản phẩm kết hợp giữa xe đạp và xe trượt trong một thiết kế nổi bật về màu sắc.



Vertu Signature Touch

Điện thoại thông minh mới của Vertu

Mẫu điện thoại thông minh siêu mỏng, sắc nét và hiện đại. Kết hợp giữa các yếu tố chức năng cùng phím bấm bằng gốm với thân vỏ bằng titanium bóng cấp độ 0.5.



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>

Rob Pruitt



CANDY COLOURING

“Tôi nghĩ rằng nghệ thuật của tôi sẽ sống động hơn nhiều khi được trưng bày và chiêm nghiệm dưới nhiều góc độ khác nhau. Quả là một điều đáng buồn nếu như nó chỉ được “tồn tại” trên những bức tường lạnh lẽo của phòng triển lãm.” Rob Pruitt trả lời khi được hỏi về sự cộng tác của anh với Jimmy Choo năm 2012.

Bạn sẽ cảm thấy thích thú khi bước chân đến thăm de la Cruz collection – một không gian trưng bày nghệ thuật đương đại ở Miami. Tại tầng thứ 3 của khu trưng bày này có đến hàng trăm tấm bảng đầy kẹo màu mô tả những gương mặt vẽ vội của Rob Pruitt với đầy đủ những cung bậc cảm xúc như vui vẻ, sùng sốt hoặc đầy suy tư.

Những gương mặt hạnh phúc mà bạn thấy được ở triển lãm của Rob Pruitt lại dường như không phải là niềm hạnh phúc thực sự, nó là sự hòa trộn giữa những tác phẩm bi thương của Félix González-Torres với sự đau buồn mất mát những người thân yêu nhất bên cạnh Pruitt – cha và người yêu. Rosa de la Cruz – chủ tịch de la Cruz collection đã giải thích lý do rằng, “Pruitt vốn dĩ nổi danh nhờ văn hóa Pop và cuộc đời thăng trầm của anh đã tạo cảm hứng rất nhiều cho tôi”. Rõ ràng là khi lớn lên, Pruitt đã tỏ ra khác biệt so với những đứa trẻ khác khi mà anh có niềm đam mê với nghệ thuật nhiều hơn là với thể thao. Cha của Pruitt nhận thấy điều này và đưa anh tới các viện bảo tàng, để anh tiếp xúc với những trang văn thơ của các văn sĩ thời bấy giờ - mặc dù khi ấy anh chưa thực sự hiểu được nghệ thuật là gì. Khi chúng tôi còn đang ngỡ ngàng đứng trước bức họa của Mark Rothko thì anh ấy đã phóng tác ra một vài trò đùa: “Nếu mà các nghệ sĩ vẽ một khuôn mặt lên đó thì chẳng phải

sẽ tốt hơn à?” Nói xong, Pruitt giơ ngón tay lên không trung và nguệch ngoạc vài nét ma thuật thành hai con mắt và một cái miệng. Rất nhiều năm sau, những khoảnh khắc ấy vẫn còn khiến tôi xúc động.

Robert Pruitt (sinh năm 1975) là nghệ sĩ người Houston, anh nổi tiếng với những bức tranh, đoạn phim và những nghiên cứu về hành trình lịch sử và đương đại của người Mỹ gốc Phi. Phụ nữ da đen trong tác phẩm của anh bao gồm gần hai mươi bức vẽ. Các yếu tố khoa học viễn tưởng, văn hóa Hip-Hop và truyện tranh đồ họa được kết hợp với nhau. Mỗi nhân vật là sự kết hợp của yếu tố chính trị với yếu tố thể chất của một người phụ nữ, một sự pha trộn cố ý của tinh thần và văn hóa.

Robert Pruitt nhận bằng cử nhân tại trường Đại học Nam Texas và bằng thạc sĩ tại trường Đại học Texas ở Austin. Ngoài công việc riêng của mình, Pruitt còn là một thành viên sáng lập của tổ chức Otabenga Jones & Associates. Anh đã trưng bày tác phẩm của mình tại một số địa điểm trong đó có bảo tàng, xưởng vải tại Philadelphia; Bảo tàng Mỹ thuật tại Houston; Bảo tàng Nghệ thuật Dallas và khu bảo tàng tại Harlem. Anh là một trong những nghệ sĩ tham gia Whitney Biennial năm 2006 và SITE Santa Fe năm 2010. Pruitt nhận giải thưởng Artadia Artist vào năm 2004 và giải thưởng Quỹ Louis Comfort Tiffany năm 2008. ■



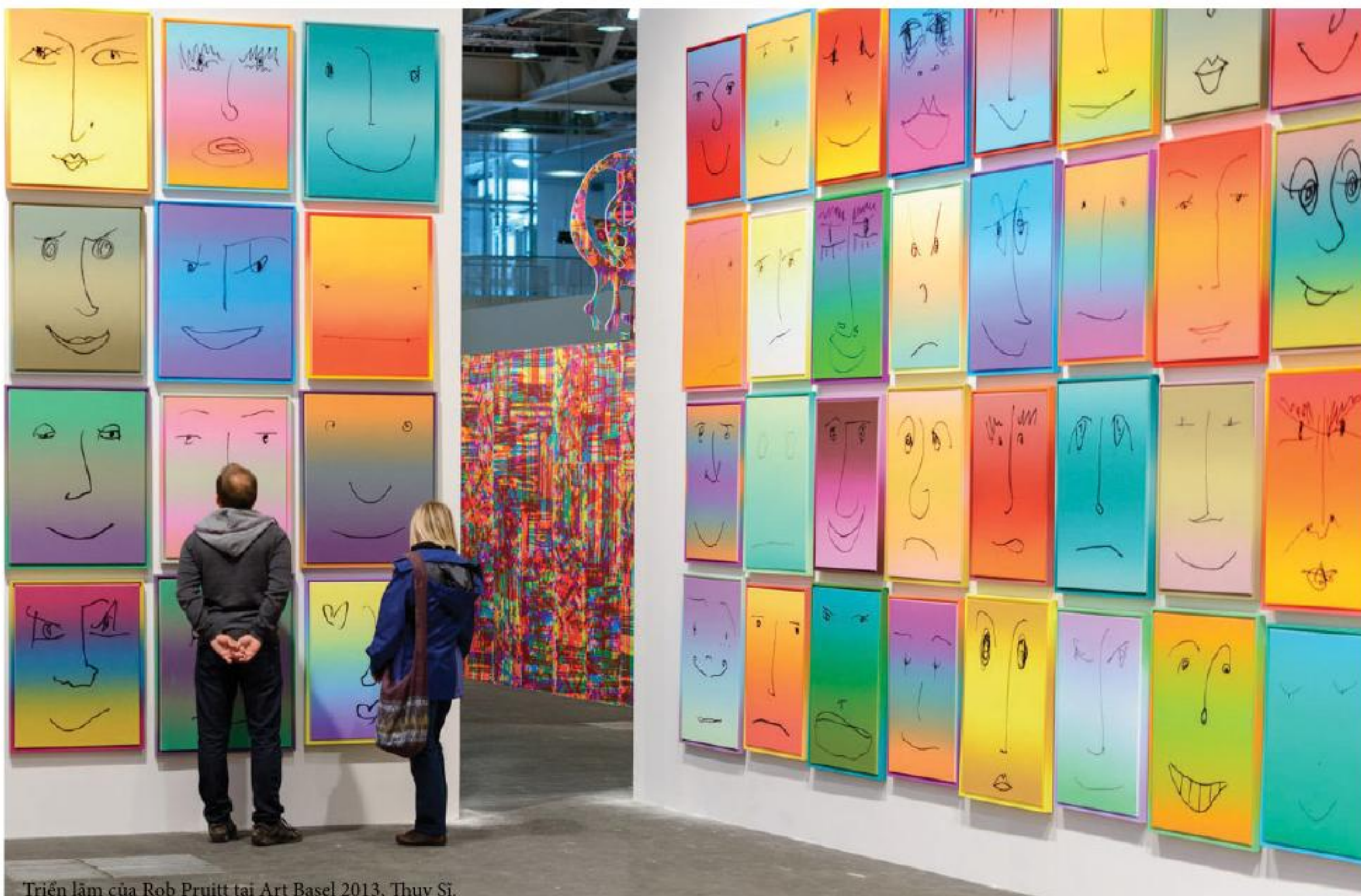
Rob Pruitt dựng tượng tưởng nhớ Andy Warhol Mahattan, Mỹ, 2011.



Rob Pruitt hợp tác với Jimmy Choo trong BST 2012.



Tác phẩm The Suicide Paintings của Rob Pruitt.



Triển lãm của Rob Pruitt tại Art Basel 2013, Thụy Sĩ.

VUA CỦA BIỂN

Chỉ trước sự kiện Monaco Yacht Show khoảng 01 tuần là sự kiện Cannes Yachting Festival, cũng hào nhoáng, cũng xa xỉ hoàn toàn không kém. Vậy anh tài nào đáng điểm mặt, chỉ tên trong sự kiện này?

Sự kiện triển lãm du thuyền thường niên tại Cannes, Cannes Yachting Festival cũng là một trong những sự kiện quan trọng của ngành du thuyền cũng như của thế giới xa xỉ. Sự kiện năm nay diễn ra từ 9-14/9/2014, với 03 khu vực trưng bày, sân chơi xa xỉ ở miền Nam nước Pháp này sẽ trưng bày khoảng 580 mẫu du thuyền. Trong sự kiện Cannes Yachting Festival 2013 đã có khoảng hơn 150 mẫu du thuyền mới được giới thiệu. Trong sự kiện này, hàng ngàn khách tham quan đã tới để chiêm ngưỡng, so sánh và đánh giá các mẫu du thuyền cũng như các phụ kiện của thứ đồ chơi xa xỉ và đắt đỏ này.

Cũng trong sự kiện này, một chuỗi các bữa tiệc cocktail buổi tối sẽ được tổ chức trong suốt tuần lễ. Rất nhiều trong số các bữa tiệc này được tài trợ bởi các thương hiệu xa xỉ.

Nhìn chung, những bữa tiệc quan trọng nhất là những bữa tiệc được tổ chức ngay bãi tàu. Như vậy, để tới được du thuyền, một người sẽ phải đi qua bữa tiệc. Một điểm đặc biệt nữa của sự kiện này, các khách hàng tiềm năng sẽ có cơ hội khám phá chiếc du thuyền mình yêu thích qua một chuyến đi trên biển.

Riva 122' Mythos

Sản phẩm con cưng mới của tập đoàn đóng thuyền trứ danh Ferretti (Ý) này có kích thước dài 37,5m và chiếc du thuyền lớn nhất từng được đóng trong lịch sử 172 năm thương hiệu. Thuyền có tốc độ là 26 knot (hải lý). Nội thất của thuyền được thực hiện cao cấp với gỗ óc chó Canaletto và nhôm siêu nhẹ. Thiết kế của thuyền trơn mượt, khí động học như một chiếc siêu xe trên biển.

Ngôi sao mới của Baglietto

Chiếc du thuyền displacement có kích thước 46,3m đầy ấn tượng này tiếp tục được thiết kế theo phong cách Nordic. Đây là phong cách đã được hình thành qua những hợp tác giữa thương hiệu Baglietto và nhà thiết kế Francesco Paszkowski. Trên thuyền có một khu giải trí mặt nước "beach club" nằm ở đuôi thuyền, một khu vực ăn tối, một phòng ngủ dành cho chủ thuyền, 04 cabin dành cho khách. Thuyền có phạm vi hoạt động trong khoảng 4.500 dặm. ▶





Riva 122' Mythos





Logica 147-01



Ngôi sao mới của Baglietto



Dreamline

Logica 147 - 01

Chiếc siêu du thuyền với kích thước 44,8m này là đứa con tinh thần – xét cả về kiến trúc hàng hải và nội thất – của nhà thiết kế hạng sao Luca Brenta. Thuyền có sức chứa 12 người với một phòng ngủ lớn dành cho chủ thuyền, một cabin VIP, 02 cabin kép và 02 cabin 02 giường. Mẫu du thuyền này được xem là một trong những khách mời danh dự quan trọng nhất của sự kiện. Thuyền có một bể bơi 5,5m ở phần mũi thuyền. Với bể bơi này, một công nghệ cao cấp và tiên tiến cũng được lắp đặt.

Dreamline

Được xem là đại diện cho thế hệ siêu du thuyền mới, chiếc Dreamline này được thiết kế với chiều dài 34m. Hình dáng và thiết kế của thuyền được đặc biệt nghiên cứu, thiết kế và phát triển để có thể giảm tối đa lượng tiêu thụ năng lượng, cho phép thuyền có thể hoạt động trơn tru trong phạm vi 3.500 dặm. Một điểm đặc biệt khác của thuyền là cabin của chủ thuyền được thiết kế vô cùng thông minh, cho phép khách nghỉ có thể ngắm nhìn quang cảnh biển theo góc 180 độ. ■

THIS IS TRAVELISTA

Từ văn phòng trên đỉnh cao thành phố cho đến những phi trường bận rộn nhất thế giới, người phụ nữ quyền lực là người phụ nữ kín đáo với những phụ kiện thanh lịch cho một chuyến công du hoàn hảo.

Valextra

Túi xách Valextra

Túi xách Valextra nữ tính với màu trắng kem và kiểu dáng độc đáo.



Evelyne

Khăn quàng cổ Hermès

Khăn được làm bằng len cashmere có thể quàng 02 mặt với 02 màu đen và nâu vàng.



MICA

My Intelligent Communication Accessory

Một món phụ kiện thời trang nữ tính, một chiếc vòng thông minh có khả năng kết nối mạng.

Giày cao gót đi mưa

Sản phẩm của Bally

Đôi giày cao gót với thiết kế cổ điển, thanh lịch này được làm từ da cao su chống nước. Đây là sự lựa chọn sáng suốt cho các cô nàng công sở trong những ngày mưa.



Amber

Kính mắt của Louis Vuitton

Chiếc kính Amber đầy lôi cuốn với những chi tiết tinh tế như hoa monogram kim loại ở gọng kính.



ROCKPORT

A GLOVE
LIKE FIT AND
CONTROLLED
FLEXIBILITY

Infused with **ADIPRENE®** by adidas

Hà Nội:

B1- R6 - 8, Royal City Shopping Mall, 72A Nguyen Trai Str, Dist Thanh Xuan.
G Floor, Vincom Shopping Mall, 191 Ba Trieu Str, Dist Hai Ba Trung.
G Floor, The Garden, Me Tri Str, Dist Nam Tu Liem.
G Floor, BigC Shopping Mall, 222 Tran Duy Hung Str, Dist Cau Giay.
2 Floor, Parkson Landmark 72 Shopping Mall, Keangnam, Pham Hung Str, Dist Nam Tu Liem

TP HCM:

No 06, 3 Floor, Parkson Hung Vuong, 126 Hung Vuong Str, Dist 5.

Website: <http://www.rockport.vn> <https://tieulun.hopto.org>
Facebook: <https://www.facebook.com/rockport.vietnam>



SIÊU XE GIA ĐÌNH

Định nghĩa tốt nhất về chiếc xe này là một chiếc Bentley Continental GT và một chiếc 458, sự kết hợp hoàn hảo giữa một chiếc xe sang 04 chỗ và một chiếc siêu xe mạnh mẽ.



Trong quá khứ, Ferrari đã rất nỗ lực trong việc tạo một chiếc siêu xe “gia đình”. Mặc dù một vài mẫu được hãng đưa ra đã tiệm cận với concept mà hãng mong muốn. Tuy nhiên, điều này vẫn chưa bao giờ có thể hoàn thiện. Thẳng thắn mà nói, mẫu Ferrari 400 cũ xét trên cơ sở nào đó thân thiện và không ấn tượng tới mức hoành tráng như chiếc 456 GT nhưng xe lại có nhược điểm lớn với những chiếc ghế sau. Tới mẫu 612 Scaglietti, đây đã là một sự cải thiện lớn. Tuy vậy, tham vọng về một chiếc siêu xe gia đình của Ferrari vẫn chưa thể đạt được ngay với mẫu thiết kế này – dù 612 có thiết kế lớn ở bên ngoài và không quá gây ấn tượng ở bên trong. Hoàn toàn có thể nói, chỉ tới FF, Ferrari mới có thể đưa ra công thức đúng cho tham vọng của mình.

Hãy bắt đầu từ khả năng vận hành của xe. Xe chạy động cơ Ferrari 599 GTO đã được điều chỉnh để có công suất 651bhp. Tuy nhiên, không giống với GTO, khối động cơ được ghép trực tiếp với một hộp số ly hợp kép 07 cấp, cho phép người lái có thể trực tiếp đổi số, thực hiện việc kiểm soát hoặc lái đối với bốn bánh thay vì 02 bánh như thông thường. Điều này có nghĩa xe sẽ dễ điều khiển hơn nhiều so với mẫu GTO.

Hệ thống lái bốn bánh (4-wheel drive system) là một hệ thống phức tạp, và chỉ làm việc khi cần thiết. Hệ thống này được khởi động qua một hộp số (đã được Ferrari đăng ký bản quyền sáng tạo). Khi hệ thống được khởi động chỉ khoảng 20% lực từ hộp số truyền tới 02 bánh trước. Với hệ thống lái bốn bánh này, chiếc FF Ferrari sẽ có thể đi tới bất kỳ đâu và có thể sử dụng quanh năm – thậm chí là vào cả những thời điểm thời tiết xấu gây ra nhiều băng tuyết trên đường như ở các nước châu Âu.

FF Ferrari cũng là một chiếc xe được thiết kế đặc biệt dành cho gia đình khi nó là một chiếc xe bốn chỗ thực sự chứ không phải một chiếc xe 02 chỗ + 02 chỗ đi kèm. Thiết kế ghế sau của xe hoàn hảo với những người có vóc dáng phổ thông của châu Âu nên chắc chắn sẽ hoàn toàn thoải mái với những khách hàng Á Đông. ▶





Thông thường với những trường hợp để cao tính thực tế, tính ứng dụng của một chiếc xe, điều đó đồng nghĩa với việc sẽ phải có những nhượng bộ, thỏa hiệp về thiết kế. Tuy nhiên điều này hoàn toàn không diễn ra với FF Ferrari. Mặc dù FF sẽ không thể là mẫu đẹp nhất từng được xuất xưởng từ nhà máy Maranello. Nó càng không thể so kè với mẫu 02 chỗ 458 Italia. Nhưng nếu xem lại tất cả khối động cơ V12 ấn tượng và hoành tráng, các khoảng trống ở cabin và khoang chứa hành lý, chúng ta sẽ thấy những thiết kế đường cong tinh tế đầy lôi cuốn và cũng mang tính khí động học rất cao – những điều thường chỉ thấy ở những chiếc xe cao cấp.

Với định hướng, FF là một chiếc siêu xe gia đình, xe khá dễ lái. Mặc dù có cảm giác hơi nhỏ so với khối sức mạnh mà xe sở hữu. Hệ thống chuyển số mượt mà khi xe chạy ở chế độ số tự động cho phép xe có thể hoạt động rất thân thiện với người

lái. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng chiếc xe sở hữu một động cơ V12, 6,3l. Chỉ cần chuyển từ chế độ số tự động sang số tay, bạn sẽ có thể cảm nhận tốc độ tăng chóng mặt, có cảm giác như hành khách sẽ dính chặt vào ghế. Tiếng máy của xe ấn tượng khẳng định về phẩm hạng của một chiếc xe đua cao cấp và mạnh mẽ. Và nếu bạn chuyển sang chế độ Thể Thao, bạn sẽ thấy chiếc xe hoạt động theo một cách khác, mạnh mẽ. Tuy nhiên, hãy nhớ một điều nhỏ, chế độ Thể Thao này chỉ phù hợp với điều kiện đường khô ráo.

Giờ là lúc nói tới chuyện giá của chiếc xe. 230.000 bảng (giá chưa thuế) cho một chiếc xe như FF Ferrari có vẻ là khá cao. Tuy nhiên, nếu bạn nhìn từ góc độ rằng FF là một chiếc xe 458 + chiếc Bentley Continental GT, bạn sẽ thấy đây là một mức giá vô cùng hợp lý. Điều duy nhất không hợp lý chỉ là mức thuế bạn phải trả để mang chiếc xe về Việt Nam. ■



THIS IS ROME



First Luxury Art Hotel Rome

Khách sạn nghệ thuật cao cấp

Mặc dù First Luxury Art Hotel Rome là một khách sạn 5 sao sang trọng, song những du khách đến đây đều có cảm giác như được bước chân về nhà. Nằm gần các địa danh nổi tiếng ở trung tâm thành phố như Piazza del Popolo, Via del Corso, và The Spanish Steps, khách sạn này chính là điểm dừng chân lý tưởng để bạn có thể dễ dàng khám phá toàn bộ thành phố.

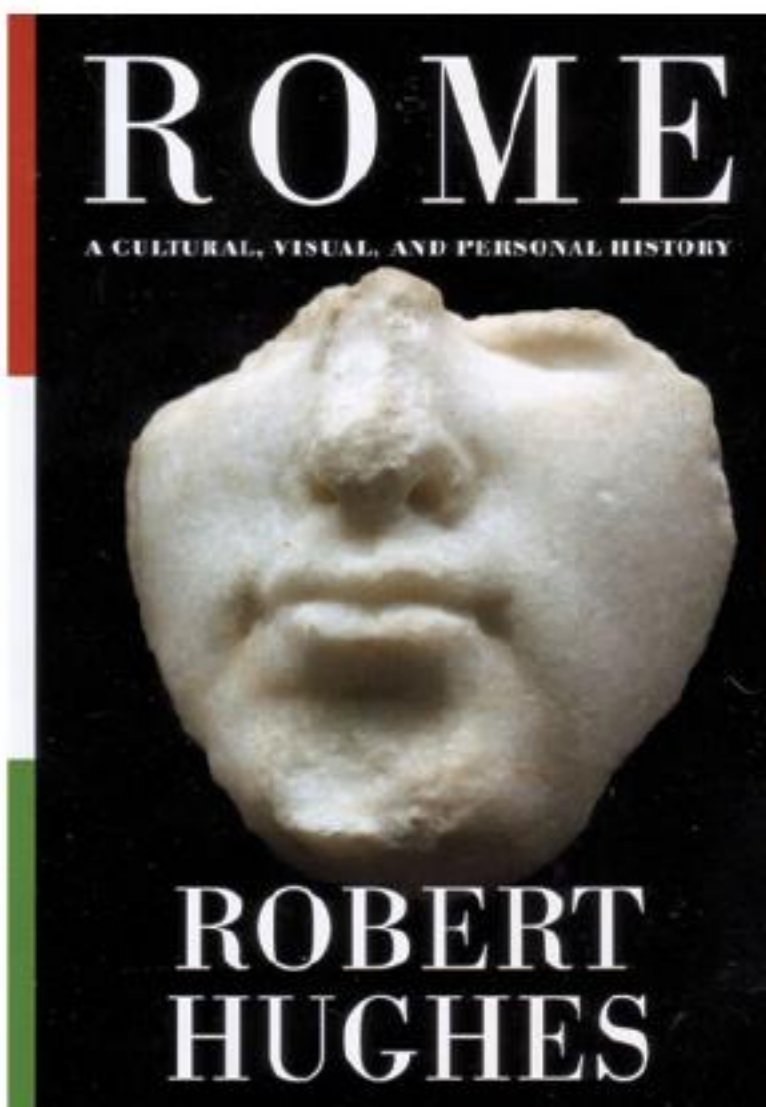
Được mệnh danh là “Thành phố của vẻ đẹp vĩnh hằng”, Rome nổi tiếng với những công trình kiến trúc mang dáng dấp của một Vương quốc La Mã cổ xưa và huyền thoại. Đến Rome, bên cạnh việc chiêm ngưỡng vẻ đẹp cổ kính của đấu trường La mã, điện Patheon lộng lẫy, giếng phun Trevi nổi tiếng..., chúng ta không thể không ghé thăm cửa hàng bán ô nổi tiếng của thương hiệu Pasotti Ombrelli, tận hưởng một đêm tại khách sạn 5 sao First Luxury Art Hotel Rome hay di chuyển bằng những chiếc xe Vespa. Và đừng quên dắt túi quyển “Rome: A cultural, visual and personal history.”



Vespa Sprint

Phiên bản mới 2014

Phiên bản Vespa Sprint thể thao huyền thoại trên đường phố Châu Âu những năm 1960 vừa trở lại lập tức đã trở thành nguồn năng lượng cho thế hệ người trẻ khao khát tự do. Vespa Sprint mới mang đến nhiều chi tiết đặc trưng như thiết kế yên đậm nét thể thao, đèn pha hình chữ nhật, bảng đồng hồ màn hình LCD, vành xe bán kính lớn và lốp rộng.



Rome

Tác giả Robert Hughes

Cuốn sách này được viết dưới dạng những bức thư tình và là sự pha trộn giữa lịch sử, khảo cổ học và trải nghiệm cá nhân. Hughes đã tạo ra một bức chân dung về một thành phố Vĩnh Cửu. Ông là một trong số ít những tác giả đã đọc tất cả mọi thứ, nhìn ngắm mọi sự việc và mạnh dạn đưa ra những quan điểm về những điều đang diễn ra xung quanh. Đọc công thức nấu món súp sò của ông cùng với những suy niệm về thành phố Rome cổ điển – nơi đã cảm hoá được trái tim Hughes nhiều thập kỷ qua – ta sẽ thấy đây là một sự kết hợp và trải nghiệm tuyệt vời.



Pasotti Ombrelli

Nhà sản xuất ô hàng đầu nước Ý

Vào năm 1956, từ vùng quê Mantova ở Castellucchio, gia đình nhà Pasotti bắt đầu sự nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực thiết kế và sản xuất ô. Được thành lập bởi Ernesta Pasotti, Pasotti Ombrelli nổi tiếng với những chiếc ô sang trọng được làm bằng tay, sử dụng loại vải đắt tiền của Ý với chất lượng đẳng cấp thế giới.

Passionately Swiss.™


MÖVENPICK
Hotel Hanoi

Khám phá hương vị mê hoặc của các chai vang Bordeaux thượng hảo hạng trong sự kiện **tiệc rượu đặc biệt** vào ngày **thứ Bảy, 25 tháng 10** tại khách sạn Mövenpick Hà Nội. Trong sự kiện này, bếp trưởng tài ba Hiệp Chu sẽ giới thiệu thực đơn gồm bốn món, được phục vụ kèm sáu dòng rượu thượng hạng đến từ Bordeaux.

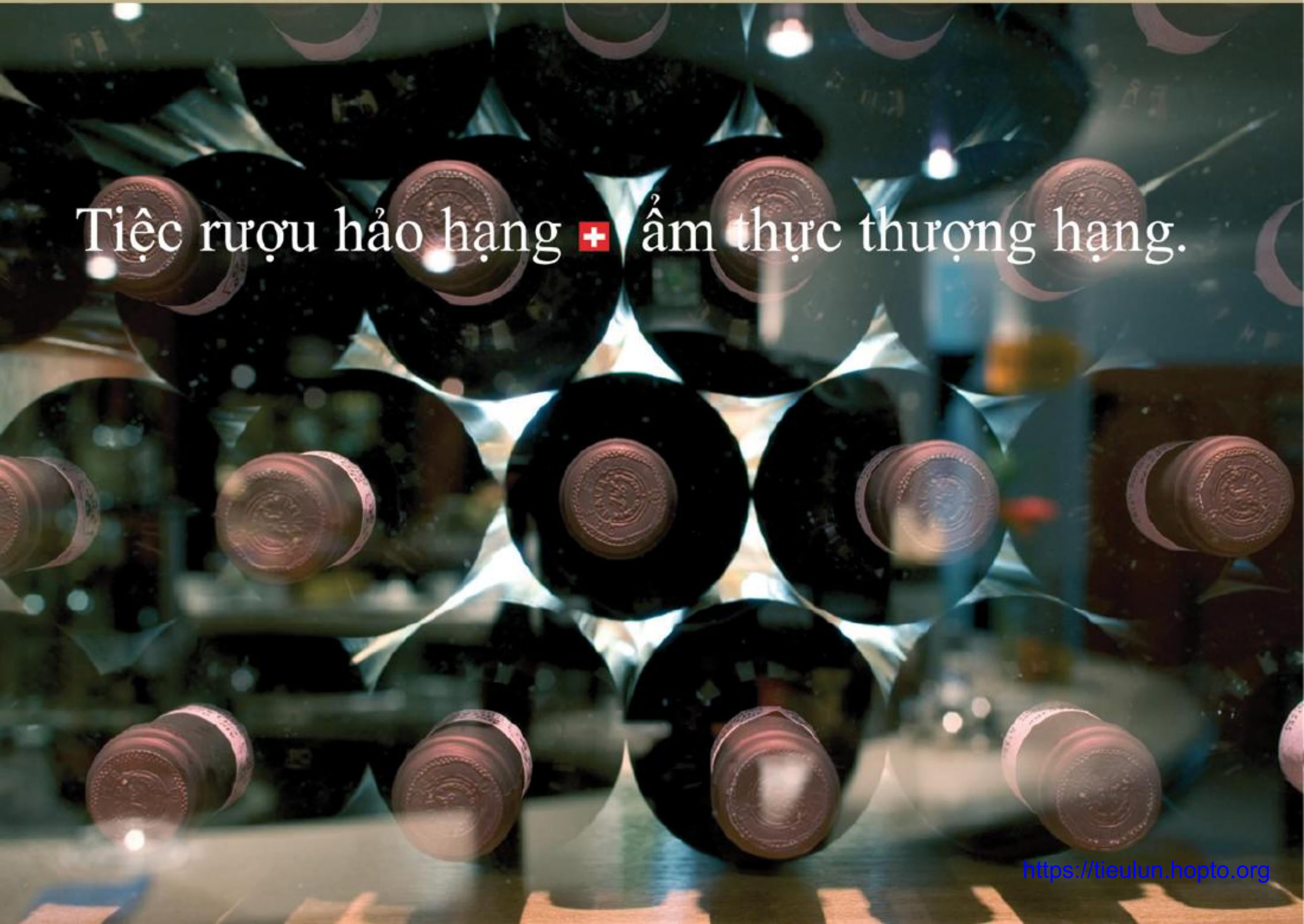
Từ xứ sở huyền thoại Pháp, thương hiệu rượu nổi tiếng Château La Rose Bellevue, AOC Premières Côtes de Blaye hội tụ cùng tinh hoa ẩm thực của khách sạn Mövenpick Hà Nội sẽ giúp bạn cảm nhận khoảnh khắc đặc biệt trong không khí bằng hữu chi giao.

Thưởng thức tiệc rượu chỉ với giá 895,000++ đồng một thực khách.

Để biết thêm chi tiết hay đặt bàn, liên hệ +844 3822 2800, máy lẻ 6201 hoặc email tại địa chỉ: anh.nguyen@moevenpick.com.

Khách sạn Mövenpick Hà Nội
83A Lý Thường Kiệt
Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội
Điện thoại: +84 4 3822 2800
Fax +84 4 3822 2822
hotel.hanoi@moevenpick.com

www.moevenpick-hotels.com



Tiệc rượu hảo hạng  ẩm thực thượng hạng.

<https://tieulun.hopto.org>

DI SẢN THẾ KỶ

Khám phá thương hiệu xe hơi hàng đầu của Ý, Maserati nhân sự kiện 100 năm thương hiệu!

2014 là một năm đặc biệt đối với thương hiệu Maserati bởi năm nay Maserati kỷ niệm tròn 100 năm lịch sử thương hiệu. Mặc dù Maserati không được biết đến nhiều như những nhà sản xuất xe hơi Ý nổi tiếng khắp thế giới khác như: Ferrari, Alfa Romeo và Fiat hay Lamborghini, tuy nhiên không phải vì vậy mà Maserati không có một chỗ đứng vững trong lòng những tín đồ tốc độ. Logo hình chiếc đinh ba của thương hiệu đã trở thành một trong những niềm đam mê của người yêu xe.

Lịch sử

Thương hiệu xe hơi Maserati đã ra đời và được đặt tên theo những người sáng lập, anh em nhà Maserati (Carlo, Bindo, Alfieri I, Alfieri II, Mario, Ettore và Ernesto) - những người cùng nhau chia sẻ niềm đam mê tốc độ và cơ khí với cha của họ, ông Rodolfo Maserati. Carlo (người anh cả) đã lãnh đạo và dẫn dắt các em mình trong việc tạo ra những chiếc xe máy, trước khi thực sự biến đam mê của họ thành những chiếc ô tô và trở thành đơn vị test xe cho thương hiệu xe hơi danh tiếng Fiat.

Không may, cả Carlo và Alfieri I bé bỏng của đại gia đình Maserati đã qua đời trước khi thương hiệu Maserati chính thức được thành lập, bỏ lại Alfieri II và Ernesto và Ettore gây dựng xưởng chế tác đầu tiên của Maserati: Officine Alfieri Maserati SA ở Bologna vào tháng 07/1914.

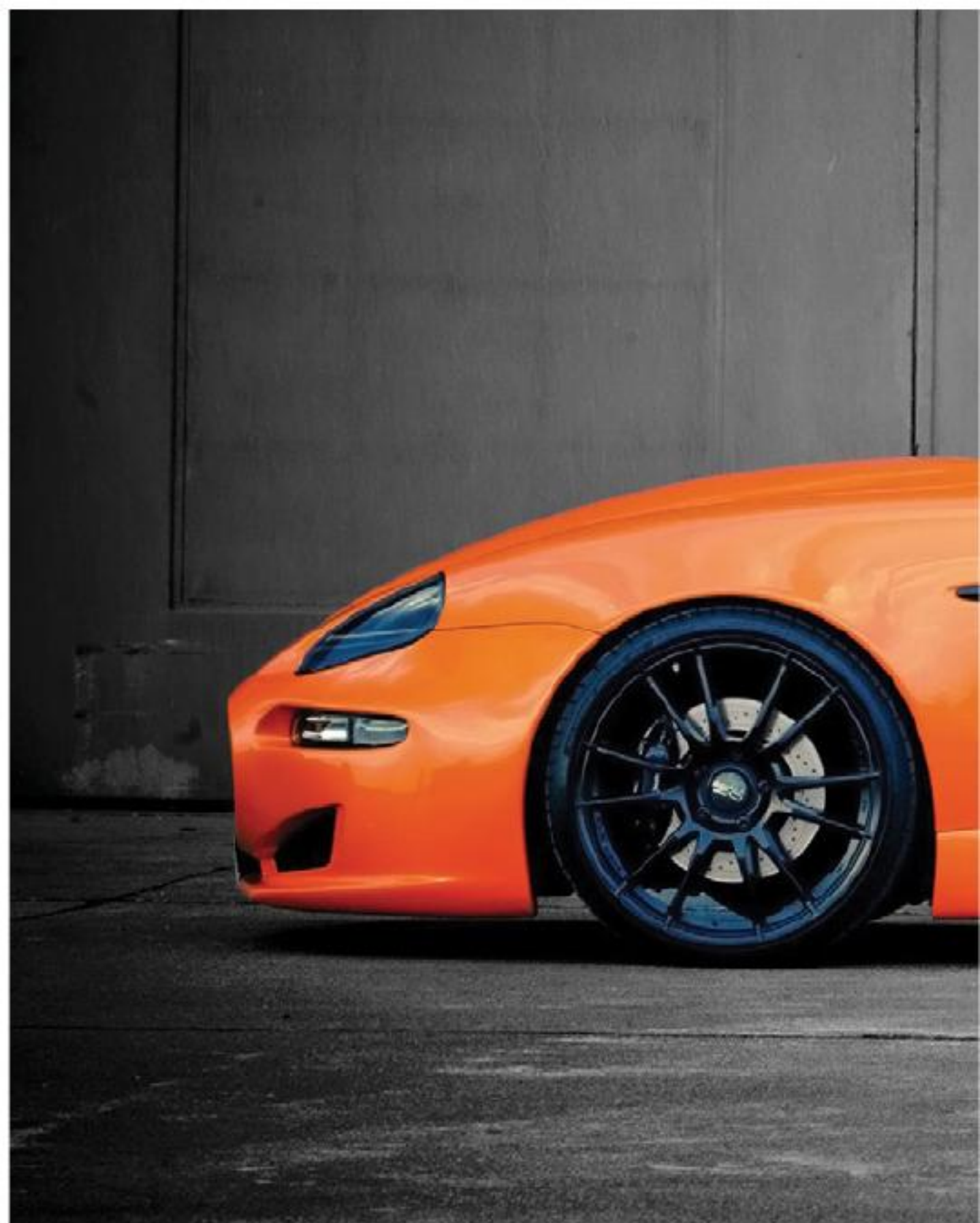
Thực tế, thương hiệu Maserati ban đầu chỉ là một nhà sản xuất các bu-gi đánh lửa cho xe hơi. 03 anh em nhà Maserati sau đó đã cầu cứu tới sự giúp đỡ hoạn sĩ của gia đình, Mario để vẽ logo của thương hiệu. Lấy cảm hứng từ bức tượng Neptune, ở Piazza Maggiore, Bologna, hình một chiếc đinh ba (biểu tượng của Bologna) đã được lựa chọn để đại diện cho công ty gia đình. Biểu tượng này cho tới nay vẫn được gắn trên bất kỳ chiếc xe nào của Maserati. Tới năm 1926, Maserati chính thức trở thành nhà sản xuất xe hơi. Mẫu xe đầu tiên của Maserati là Tipo 26. Sau khi Alfieri II qua đời vào năm 1932, Bindo quyết định cùng các anh em của mình phát triển công ty.

Đam mê tốc độ

Những người hiểu hoặc biết về di sản của thương hiệu Maserati sẽ biết những thành công mà Maserati đạt được trong những năm 1950 với mẫu 250F. Được điều khiển bởi những tay lái cự phách như người từng 05 lần vô địch thế giới, Juan Manuel Fangio, Maserati đã có được cho mình giải vô địch F1. Hay nếu nói theo cách khác và chuẩn xác hơn, Maserati đã giúp mang về cho Juan Manuel Fangio giải Formula 1 World Drivers' Championship với mẫu xe 250F.

Mặc dù Maserati, từ năm 1957 tới nay, không tham gia giải đua F1 nhưng họ đã có cho mình những vinh quang từ những giải đua khác nhờ có MC12. Được phát triển từ mẫu xe Ferrari-Enzo, động cơ V12, MC12 đã mang về cho Maserati 05 giải vô địch FIA GT Driver's Championship trong giai đoạn từ năm 2006-2010 và 02 cúp Manufacture Cup trong năm 2005 và 2007.

Sự đối đầu giữa Maserati và "Nhà của Ngựa" (Ferrari) đã khá gay gắt trong một thời gian dài, và điều này đã bắt đầu có từ khoảng những năm 1930 khi Maserati đã ẵm trọn 03 giải cao nhất trong cuộc đua đầu tiên với Enzo Ferrari tại giải Italian Grand Prix ở Monza. Tuy nhiên, sau khi Maserati trở thành một phần của tập đoàn Fiat vào năm 1993, Ferrari đã nhận ra tầm



quan trọng của thương hiệu và chính bởi vậy “Nhà của Ngựa” đã quyết định mua lại 50% cổ phần của công ty Maserati. Hai năm sau, Ferrari thực hiện việc thu tóm và nắm toàn bộ cổ phần của Ferrari. Điều này có một ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc giúp hiện đại hoá các trang thiết bị nhà máy của Maserati cũng như cải thiện chất lượng sản phẩm của thương hiệu trong những năm gần đây. Mặc dù vẫn thuộc tập đoàn Fiat, hiện nay Maserati đã sát nhập với Alfa Romeo tuy nhiên những mối quan hệ bền chặt với Ferrari vẫn được bảo lưu. Trong số này bao gồm cả việc chia sẻ các thiết bị nhà máy và các thiết bị phổ biến khác.

Trong khi Maserati luôn thu được những vinh quang từ thế giới đua xe, việc sản xuất xe hơi của họ lại không gặp nhiều thuận lợi lắm. Tuy nhiên, họ đã sản xuất một vài mẫu xe thực sự kinh điển, trong đó gồm có cả những mẫu thực sự quyến rũ như Ghibli (Tipo 115), Merak, Khamsin và Bora cũng như những mẫu xe có thiết kế thanh lịch hơn như Bituro, Ghibli thế hệ thứ 02 (Tipo 336), Karif và Shamil.

Để kỷ niệm 100 năm Maserati, các thành viên chơi siêu xe đã được mời đến mang theo những chiếc Maserati của mình và tham gia vào chương trình Centenary Photoshoot trong sự kiện Secret Supercar Meet.



3200, 4200, Gransport

3200 là mẫu xe đầu tiên của thế hệ xe Maserati thể thao, 02 cửa mới. Nó đồng thời cũng là mẫu xe Maserati đầu tiên được hãng giới thiệu kể từ khi chịu sự kiểm soát của Ferrari. Xe được đặt tên theo đúng động cơ V8, tăng áp kép, dung tích 3,2lít của xe. Những đường nét thiết kế sành điệu, sáng tạo của xe được giới thiệu lần đầu tiên là vào năm 1998. Giorgetto Giugiaro (trưởng ban Italdesign), người đã thiết kế Ghibli, Bora và Merak chịu trách nhiệm cho thiết kế này (bao gồm cả việc đưa vào thiết kế cụm đèn đuôi hình boomerang). Có hai lựa chọn cho mẫu 3200 này là bản coupé 2+2 hoặc là bản Convertible chỉ có 02 chỗ. Với mỗi mẫu xe đều có 02 lựa chọn về hệ thống số, hoặc số tay (được gọi là ‘GT’) hoặc số tự động (được gọi là ‘GTA’).

Tương tự, chúng ta có mẫu 4200 - cũng có tên được đặt theo động cơ V8, 4,2l của Ferrari. Trong một số trường hợp những mẫu xe này còn được gọi đơn giản là Coupé hoặc Spyder. Mặc

dù có thiết kế khá tương đồng về quan điểm mỹ học, tuy nhiên, ở mẫu 4200, một số chi tiết ngoại thất đã được thay đổi. Tản nhiệt trước được thiết kế lớn hơn, đèn đuôi của xe có thiết kế cổ điển hơn. Cũng giống như những chiếc 3200, mỗi chiếc 4.200 đều có 02 lựa chọn cho hệ truyền động “GT” với số tự động, và hệ thống lấy chuyển số trên vô





lãng. Hãng cũng đưa ra 02 lựa chọn cho mẫu 4200 này là bản Coupe 2+2 và Convertible 02 chỗ.

GranSport và GranSport Spyder (được hãng giới thiệu vào năm 2005/2006) là những chiếc 4200 được nâng cấp với hệ thống lấy chuyển số "CC". Cụ thể, xe được trang bị động cơ V.8, 4,2l, hệ thống lấy chuyển số cho phép người lái có thể dễ dàng chuyển số hơn, một ống xả được thiết kế đặc biệt nhằm mang lại cho người lái những trải nghiệm đầy thú vị về tiếng ồn. Ngoài ra, một điểm khác biệt dễ nhận thấy giữa một chiếc GranSport và một chiếc Standard 4200 là các chi tiết thiết kế mang tính khí động học được lắp thêm trên thân xe, có tác dụng mang lại cho xe một phong cách ấn tượng và đầy mạnh mẽ.

Granturismo, Grancabrio

Được giới thiệu trong Geneva Motor Show 2007, mẫu xe Granturismo phong cách Pininfarina đã khiến đám đông phải ngạc nhiên trước vẻ đẹp của nó. Chính thức được giới thiệu vào đầu năm 2008, xe có động cơ Ferrari, 4,2l, V8 và hệ thống số tự động 06 cấp. Với tất cả những trang bị này, GT là một chiếc cruiser tiện nghi nếu không có điểm trừ cho việc vẫn chưa đủ độ phấn khích. Phiên bản S, được giới thiệu năm 2009 đã được thiết kế để mang niềm vui quay trở lại với việc lái xe. Đầu tiên là động cơ xe mạnh mẽ hơn: 4,7l, V8. Hệ thống phanh được nâng cấp, hệ truyền động cũng được cải tiến. Và cuối cùng đặc biệt nhất là ống xả được cải tiến để có âm thanh ấn tượng, đạt chuẩn Thể thao hơn. Kể từ năm 2012, bản 'Sport' đã có mặt trên thị trường thay thế cho bản Granturismo 'S' (Coupe). Bản Sport cũng có các trang thiết



bị được cải tiến hơn với đĩa phanh có rãnh xẻ, động cơ 4,7l, V8. Cản trước và nội thất đều được cải và cải tiến về thiết kế. Với những người yêu thích những chiếc xe mang phong cách thể thao hơn nữa, Maserati giới thiệu những chiếc MC cho hai dòng Granturismo và GranCabrio.

Quattroporte

Quattroporte là một phần lịch sử của thương hiệu Maserati. Tới nay, Quattroporte đang ở thế hệ thứ 06. Mẫu xe này là một trong những chiếc xe thuộc dòng Saloon 04 chỗ với kiểu dáng thể thao được yêu thích nhất thế giới. Phiên bản Quattroporte VI ra mắt cuối năm 2012 là mẫu xe nhằm nhắm tới thị trường Trung Đông.

Ghibli

Maserati mới đây đã giới thiệu mẫu xe Ghibli mới – một mẫu Saloon 04 cửa với kích thước nhỏ hơn. Với mục tiêu nhắm tới là những khách hàng từ những tập đoàn lớn, những người mong muốn những thứ đặc biệt và khác biệt so với những thứ mà các thương hiệu xe Đức vẫn giới thiệu, có thể xem Ghibli là lựa chọn thay thế cho những chiếc BMW series 5 hoặc Audi series 6.

Tương lai của Maserati

Với những mẫu xe sắp được giới thiệu như Levante SUV (vào năm 2015) và mẫu thay thế cho GranSport

(vào 2016). Tin rằng vẫn còn rất nhiều điều về Maserati vẫn còn đang đợi chúng ta ở phía trước. Đây là lý do tại sao Maserati đang gia tăng số lượng các nhà phân phối của hãng ở Anh và ở các quốc gia khác.

Có thể nói chính thành công về mặt thương mại, cũng như những hỗ trợ từ Ferrari và những hỗ trợ tài chính từ tập đoàn Fiat, Maserati vẫn có thể tồn tại. Điều này có nghĩa chúng ta sẽ vẫn có cơ hội nhìn ngắm hoặc sở hữu những thiết kế mang đậm phong cách Ý trong khi những đối thủ ở Đức của Maserati đang chọn “lối chơi an toàn.” Vậy nên, hoàn toàn có thể nói, ngay cả trong một kỷ nguyên của sự bất ổn, vẫn có thể có một điều chắc chắn, Maserati sẽ có thể kỷ niệm 100 năm lịch sử thương hiệu ít nhất là thêm một lần nữa! ■





JW Marriott

Hà Nội

Tháng 10, hãy thưởng thức bữa tiệc Quốc tế tự chọn tại nhà hàng JW Café. Tại đây, thực khách sẽ có nhiều lựa chọn với năm quầy thức ăn tự chọn gồm các món ăn đến từ năm đất nước khác nhau trên thế giới như: Việt Nam, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc và Ý. Bữa trưa ngày chủ nhật từ 12 giờ trưa đến 15 giờ với tôm hùm, sushi, gan ngỗng, và nhiều món ăn hấp dẫn khác có giá 1.100.000VNĐ/người. JW Café còn phục vụ bữa sáng tự chọn với giá 550.000VNĐ/người, bữa trưa với giá 770.000VNĐ/người, và bữa tối với giá 990.000VNĐ/người. Riêng tối thứ bảy và tối Chủ Nhật từ 17 giờ 30 đến 22 giờ là thực đơn tự chọn hải sản phong phú với giá 1.100.000VNĐ/người.

Melia

Hà Nội

Tháng 10, nhà hàng El Oriental mang đến thực khách những trải nghiệm ấm áp với chương trình lẩu đặc biệt vào mỗi dịp cuối tuần. Tận hưởng tối cuối tuần với những hương vị dân dã, truyền thống nhưng tinh tế bên người thân tại một trong những nhà hàng Á đặc sắc nhất tại Hà Nội, thực khách sẽ có cơ hội lựa chọn 1 trong 3 loại lẩu khác nhau như: lẩu truyền thống; lẩu thập cẩm; hay lẩu hải sản đặc biệt. Mỗi nồi lẩu được dành cho 2 người với giá: 480.000VNĐ/nồi lẩu truyền thống, 550.000VNĐ/nồi lẩu thập cẩm, và 750.000VNĐ/nồi lẩu hải sản đặc biệt. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04 3934 3343.



Sheraton

Hà Nội

Từ ngày 06 – 19/10, nhà hàng Oven D'or giới thiệu chương trình ẩm thực Nhật Bản đặc sắc gồm nhiều món ăn từ sushi, sashimi và các món mỳ với giá chỉ từ 620.000 – 990.000VNĐ/người. Ngày Phụ nữ Việt Nam (20/10), hãy đưa người phụ nữ của bạn đến nhà hàng Oven D'or thưởng thức tiệc buffet tuyệt vời và nhận quà tặng hấp dẫn với giá chỉ 1.300.000VNĐ/người, hoặc đến nhà hàng Hemispheres thưởng thức các món ăn được chế biến công phu trong thực đơn A La Carte với vang miễn phí. Tháng 10, cũng tại nhà hàng Hemispheres, các đầu bếp tài năng mang đến cho thực khách thực đơn đầy thú vị với các loại hải sản nhập khẩu từ Canada như tôm hùm, cua tuyết,... Ngày 30/10, bạn đừng bỏ lỡ bữa tiệc Halloween hoành tráng nhất năm tại Bar Déjà Vu trong một không gian sáng tạo, những hoạt động vui nhộn và những màn dạo nhạc tuyệt đỉnh của DJ. Giá vé cho tiệc Halloween này là 499.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04 3719 9000.



Sofitel Plaza

Hà Nội

Thực đơn đặc biệt tháng 10 tại nhà hàng Ming mang đến thật nhiều lựa chọn hấp dẫn cho các tín đồ ẩm thực. Quý khách sẽ được thưởng thức các món ăn đầy sáng tạo như: thịt đùi heo hầm nấm đen, sườn heo hầm hạt sen và nấm tuyết, và thăn heo chiên sốt cà chua,... với giá từ 580.000 – 660.000VNĐ/người. Với sức sáng tạo tuyệt vời và niềm đam mê sự hoàn hảo của Sofitel, các đầu bếp tại Brasserie Westlake đã kết hợp các nguyên liệu truyền thống theo phong cách hoàn toàn mới lạ để mang đến thực khách các món ăn độc đáo như cá ngừ kẹp dưa hấu sốt dấm đen và mằm cải, gỏi mít với tôm, salad mộc nhĩ với sốt xì dầu cay, và gỏi vịt Vân Đình kèm bánh phồng tôm,... với giá từ 440.000 – 880.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04 3823 8888.

Daewoo

Hà Nội

Từ ngày 10 – 12/10, hãy hòa mình vào không khí sôi động của lễ hội bia Oktoberfest lớn nhất trong năm với tiệc nướng tự chọn ẩm thực quốc tế hảo hạng tại khách sạn Daewoo Hà Nội. Những món ăn truyền thống đến từ nước Đức cùng cơ hội thưởng thức bia tươi Đức thỏa thích hứa hẹn mang đến cho thực khách những giây phút sảng khoái và trải nghiệm ẩm thực phong phú. Hoặc bạn có thể đến Edo tận hưởng bữa ăn ngày cuối tuần bên người thân yêu với những món quà ẩm thực tươi ngon đến từ đất nước mặt trời mọc. Với mỗi bàn dùng bữa trưa hoặc tối cuối tuần thứ 7 và chủ nhật sẽ được phục vụ miễn phí há cảo Nhật Bản hoặc bánh xèo Nhật đặc biệt. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04 3831 5000.



Trải nghiệm một tuần cùng khu nghỉ...



...để nuôi dưỡng con người mỗi mẹ trong bạn

Trị liệu Chăm sóc sức khỏe Fusion mang đến chuỗi chương trình trị liệu tuyệt vời từ việc phát triển thể chất, tinh thần đến các chương trình chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp, từ việc tham gia các buổi tư vấn huấn luyện đến việc lập kế hoạch cho cuộc sống.

Chương trình Trị liệu Chăm sóc sức khỏe Fusion:

- 26 tháng 10 – 02 tháng 11 năm 2014 : Trị liệu Xoay vòng hướng dẫn bởi Nadine Cameron
- Từ ngày 02 – 09 tháng 11 năm 2014 : Khám phá Thiền/Sức mạnh Tinh thần hướng dẫn bởi Nadine Cameron
- Từ ngày 09 – 16 tháng 11 năm 2014 : Cân bằng Thể chất – Tinh thần hướng dẫn bởi Dr Petra Muller-Rupprecht
- Từ ngày 23 – 30 tháng 11 năm 2014 : Florist & Thrive Yoga hướng dẫn bởi Katherine Smith
- 30 tháng 11 – 07 tháng 12 năm 2014 : "Đến lúc bạn tỏa sáng" hướng dẫn bởi Mandy Amos
- Từ ngày 07 – 14 tháng 12 năm 2014 : Huấn luyện tinh thần cuộc sống hướng dẫn bởi Natalie Rivier
- Từ ngày 11 – 18 tháng 01 năm 2015 : Chiến lược cho một cuộc sống tươi đẹp hướng dẫn bởi Bhavini Kalan
- Từ ngày 22 – 29 tháng 03 năm 2015 : Dung hòa Cơ thể, Trí óc và Tâm hồn hướng dẫn bởi Samantha Ridgway



Ăn sáng mọi lúc mọi nơi



Tất cả biệt thự với hồ bơi riêng



Trị liệu spa trọn gói

Để biết thêm thông tin về Chương trình Trị liệu Fusion hoặc đặt trị liệu, vui lòng liên hệ reservation-dn@fusion-resorts.com

VỀ CHỖN BÌNH YÊN

Các khu nghỉ thuộc tập đoàn Aman đều hoàn hảo và Amanoi, ở Ninh Thuận cũng không phải là ngoại lệ!

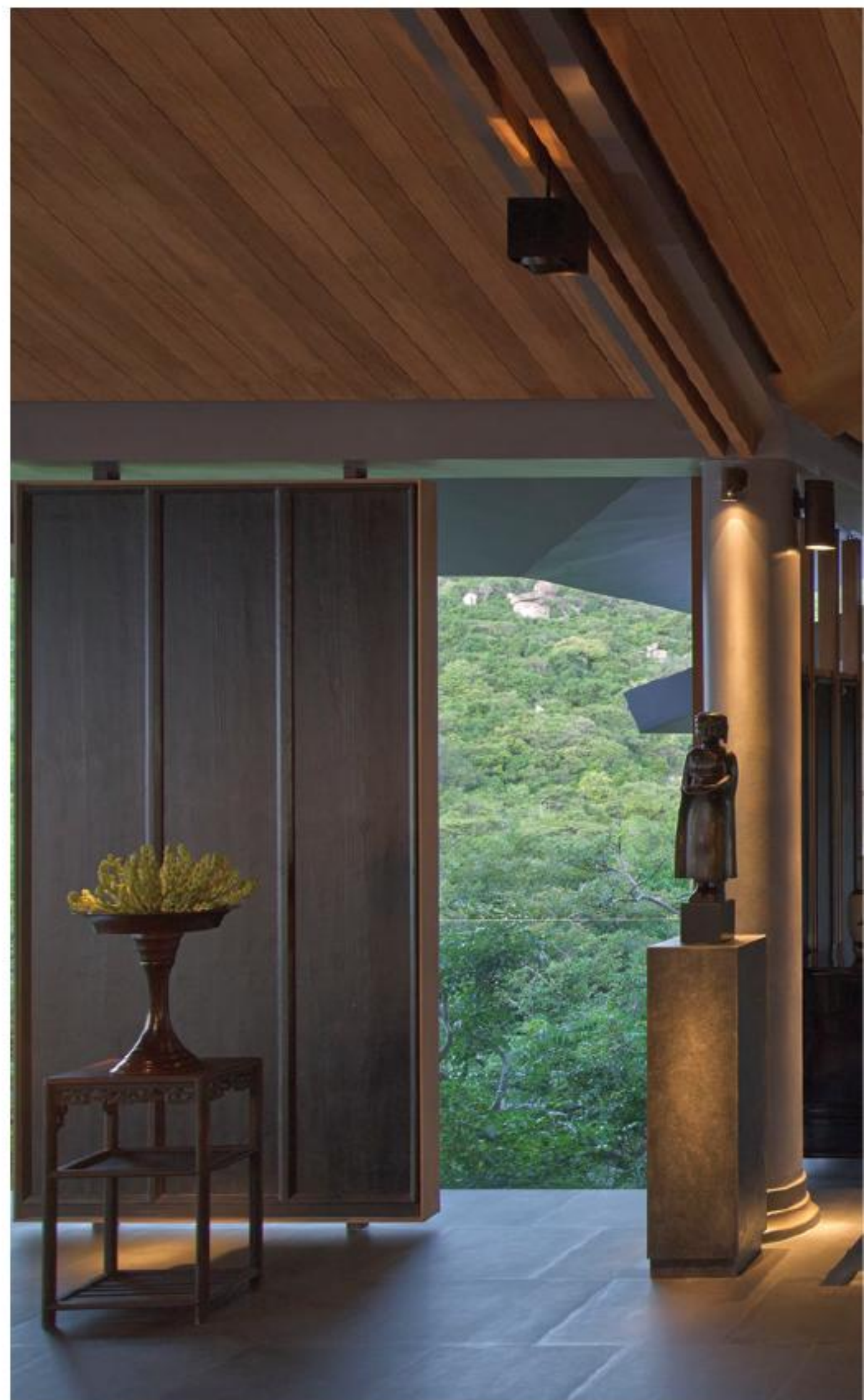
Với tôi, Ninh Thuận chưa bao giờ là một lựa chọn cho các kỳ nghỉ dưỡng của cá nhân hay gia đình. Nhưng, kể từ khi có khu nghỉ Amanoi, tôi đã thay đổi hoàn toàn những ưu tiên lựa chọn cho các kỳ nghỉ của mình, sắp xếp lại các thứ tự. Có lẽ một phần nhờ Amanoi mà Ninh Thuận luôn nằm trong top 3 lựa chọn về điểm đến của tôi

Trước đây, tôi khá ấn tượng với các khu nghỉ thuộc tập đoàn Aman của ông chủ người Indonesia Adrian Zecha. Với nhóm người thích nghỉ dưỡng, cái tên Aman như một bảo chứng cho những gì đẹp nhất, bình yên nhất, dễ chịu nhất, thoải mái nhất và đặc biệt nhất tồn tại trong một khu nghỉ. Khi Amanoi đi vào hoạt động, nhìn vào bảng giá, ai cũng cho rằng nó quá cao so với mặt bằng chung ở Việt Nam, và luôn cao hơn nhiều so với các khu nghỉ cao cấp khác cùng đẳng cấp. Rồi mọi người băn khoăn, liệu nó có thể tồn tại ở Việt Nam? Thật ra, tập đoàn Aman không nhắm vào khách địa phương. Họ có đối tượng khách riêng và trung thành, nên các khu nghỉ trong hệ thống của tập đoàn chỉ đủ để phục vụ nhóm khách hàng đặc biệt này.

Khu nghỉ Amanoi nằm gọn trong khu vực rừng quốc gia Núi Chúa, trước mặt là vịnh Vĩnh Hy, Ninh Thuận. Tôi vẫn luôn ấn tượng về cách chọn địa điểm của tập đoàn Aman. Chúng luôn rất độc đáo, khác biệt và vô cùng bình yên. Khu nghỉ Amanoi cũng vậy, giống như một bức tranh đẹp, lãng mạn màu xanh. Kiến trúc (được lấy cảm hứng từ các ngôi đình truyền thống Việt Nam) hòa vào không gian bao quanh một cách tinh tế. Nội thất nơi đây mang đậm bản sắc địa phương và được trang bị thêm các tiện nghi hiện đại, tạo nên một không gian sang trọng và ấm cúng. Các khu tòa nhà chính (nhà hàng, bar, thư viện), các căn villa, khu spa, hồ bơi... giống như điểm nhấn trên bức tranh đó. Con đường bê tông trắng kết nối giữa các điểm đó khiến cho người ta có cảm giác như con đường của Vạn Lý Trường Thành. Đương nhiên, xe buggy vẫn là phương tiện chủ yếu trong khu nghỉ.

Amanoi có tổng cộng 31 phòng, thực ra đó là 31 căn villa bằng gỗ. Mỗi căn villa đều được trang bị những tiện nghi hiện đại nhất bao gồm một giường cỡ lớn, sofa, bàn viết, TV LCD với hệ thống kênh quốc tế, dàn âm thanh tối tân, wifi, một mini-bar và máy pha cà phê. Ngoài ra, mỗi phòng còn có hồ bơi riêng và những bộ sofa xinh xắn để bạn có thể thư giãn bằng cách tắm nắng, nhâm nhi một cốc cà phê, hay đọc sách. Đúng như phương châm kinh doanh mà tập đoàn Aman đề ra, các khu nghỉ hầu như được lồng vào giữa thiên nhiên, luôn đảm bảo không mất đi cảnh quan chung, và du khách luôn có cảm giác như đang sống giữa thiên nhiên. Tập đoàn Aman cũng có một nguyên tắc vô cùng vô cùng nghiêm khắc đối với nhân viên: không được tàn sát thiên nhiên dù chỉ là một cành cây, hay con rắn. Nếu bị phát hiện, nhân viên đó sẽ lập tức bị sa thải.

Căn villa của tôi hướng vườn và núi chứ không hướng biển, được bao phủ cả rừng cây và không thể nhìn thấy căn villa bên cạnh. Từ con đường chính, họ tạo một con đường nhỏ đủ độ





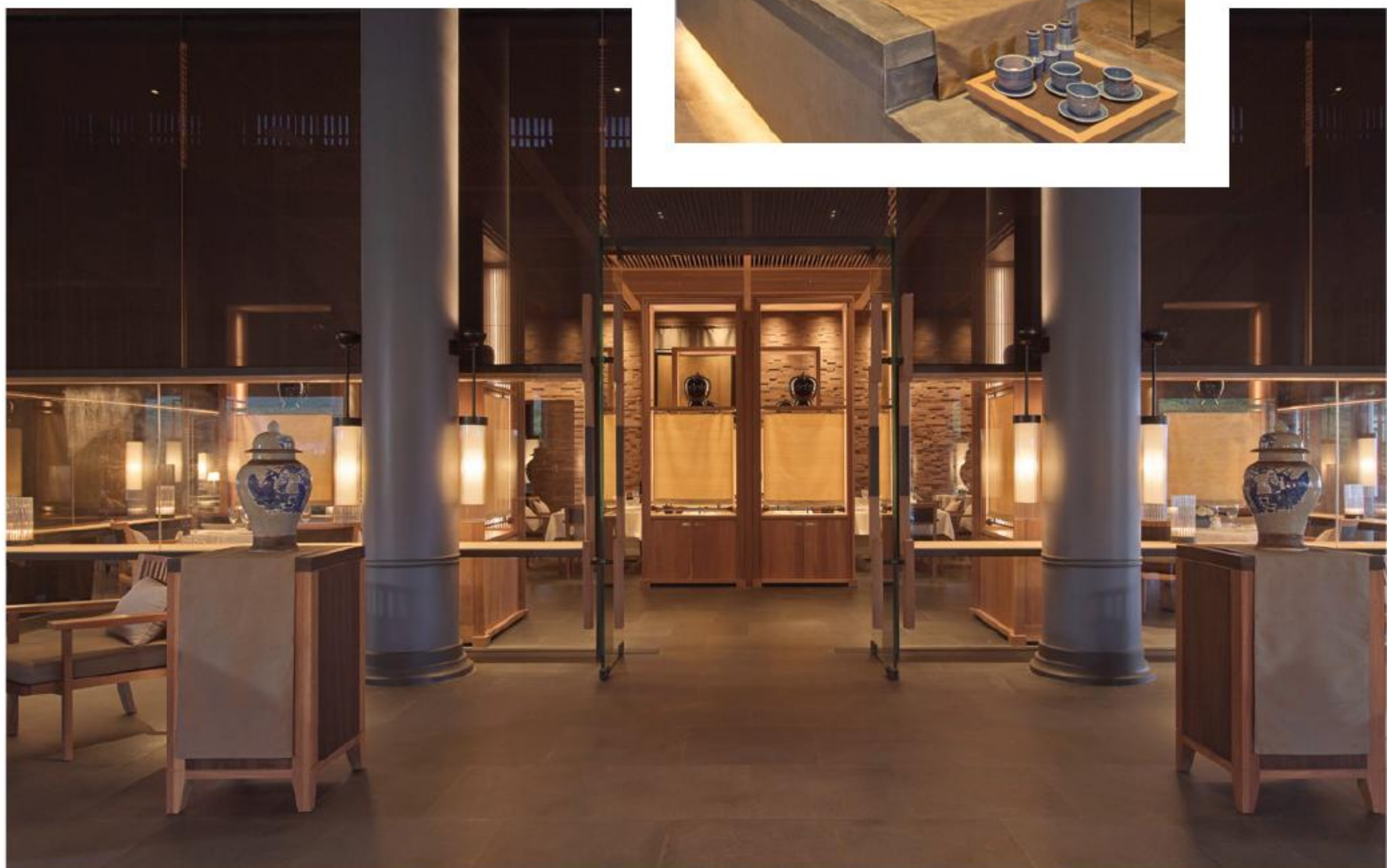
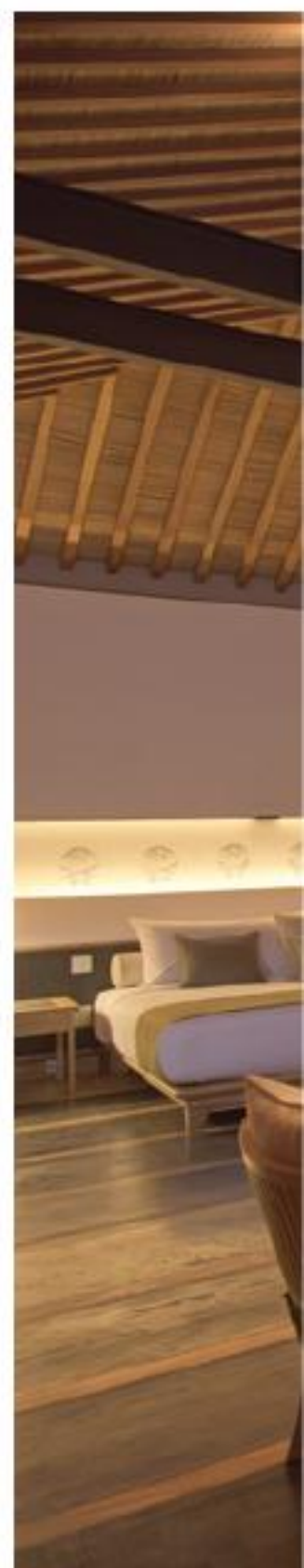
Khu nghỉ Amanoi với kiến trúc, nội thất mang đậm bản sắc địa phương với trang thiết bị tiện nghi, hiện đại.



vòng dẫn vào cửa chính của căn villa, nhưng từ ngoài không thể nhìn thẳng vào được. Vì thế, cũng như nhiều du khách, tôi luôn có cảm giác “một mình giữa rừng hoang” và chỉ có mình ta với thiên nhiên, không bị ai làm phiền. Cửa được mở tứ phía, căn villa của tôi lúc nào cũng lồng gió và đầy âm thanh tự nhiên. Khách bất đắc dĩ của chúng tôi, có chăng cũng chỉ là những chú sóc tinh nghịch thỉnh thoảng chạy vào nhòm ngó một hồi, loăng quăng chán rồi lại chạy ra. Chim chóc thì hót suốt ngày khiến tôi hay bất kỳ du khách nào cũng cảm giác như đang sống trong rừng chim. Người ta bảo rừng Núi Chúa có nhiều rắn, nhưng từ khi khu nghỉ hoạt động, rắn chuyển hết vào trong rừng vì tôi canh tới ba ngày mà vẫn không gặp chú rắn nào.

Khu trung tâm, khu spa, khu nhà hàng ven biển, khu bể bơi đều là những điểm nổi bật của Amanoi. Tất cả đều sở hữu một vị thế tuyệt đẹp, hiếm có và luôn là điểm nhấn trong bức tranh hoàn hảo đó. Ở Amanoi, khu spa cũng là một thế mạnh của các khu nghỉ trong tập đoàn Aman. Ở Amanhu spa nằm trong một khuôn viên đặc biệt yên tĩnh, trên đỉnh đồi. Trước mặt là hồ sen với chiếc thuyền tre. Du khách yêu thích không gian thơ mộng, dân dã có thể chèo thuyền trong khung cảnh đó. Từ hồ sen lên khu spa là những bậc tam cấp trải dài đầy mê hoặc. Và dịch vụ cũng như tay nghề của các nhân viên trong khu spa luôn đạt chuẩn cũng như cái tên Aman. Họ luôn làm bạn dễ chịu nhất và hài lòng nhất. Theo tôi, dù bạn thế nào bạn cũng nên dành thời gian để trải nghiệm và nạp lại năng lượng cho bản thân. Tuy nhiên, việc bạn cần làm trước khi chọn liệu pháp nào là hãy nghe tư vấn của các chuyên viên ở đây.

Như tôi đã nói, cũng như nhiều khu nghỉ trong tập đoàn, Amanoi sẽ dành nhiều ưu đãi cho khách trung thành của họ. ▶





Không gian thư giãn tuyệt vời với đầy đủ tiện nghi, dịch vụ sẽ mang tới cho bạn những trải nghiệm mới về du lịch khi tới nghỉ ở đây.



Ẩm thực cũng vậy, rất ngon, theo phong cách phương Tây và hợp với khách Tây. Tôi thích khung cảnh của nhà hàng, nằm trên đỉnh núi cao vút và lúc nào cũng căng gió. Nhiều khi tôi có cảm giác gió có thể thổi bay cả người. Từ nhà hàng, nhìn thẳng xuống vịnh hay vào rừng với những quả núi đằng sau đều tuyệt. Cảnh đẹp nên rất dễ có cảm giác ngon miệng. Thế nhưng, tôi cho rằng chúng ta nên chọn hải sản hoặc món Tây khi đi nghỉ ở các khu nghỉ đặc quánh hương vị phương Tây. Món Việt hay lợi dụng gia vị, đặc biệt là nước mắm nên rất có mùi. Mà khách Tây thì không thích mùi, nên nếu các khu nghỉ có nhiều khách nước ngoài như Amanoi thì món Việt cũng được Tây hóa để phục vụ họ. Vô hình chung, món Việt trở nên rất khó ăn với người Việt. Đó là lý do tại sao trong suốt ba ngày nghỉ tại Amanoi, chúng tôi rất ít khi chọn món Việt. Nếu chọn, chúng tôi phải nói rõ cho đầu bếp biết các gia vị cần thêm trong món ăn Việt của họ. Vì thế, tôi luôn hài lòng về các bữa ăn ở đây.



Một điểm cộng nữa dành cho Amanoi là phong cách phục vụ. Các bạn nhân viên ở tất cả các khâu, các dịch vụ đều dễ mến, luôn tôn trọng và làm khách hài lòng. Dọc đường đều có chốt bảo vệ. Các cậu ấy thay phiên nhau đứng trên đường 24/24 để có thể giúp đỡ khách trong mọi trường hợp. Gặp bất kỳ khách nào, họ cũng cúi đầu chào trân trọng, điều này khiến tôi cảm giác như đang lạc vào một quốc gia cao đạo nào đó. Mọi yêu cầu về dịch vụ đều được thỏa mãn nhanh chóng. Nhân viên luôn có ý thức, và không hề biết làm phiền khách hay khiến cho khách cảm thấy khó chịu. Vì thế, tôi luôn thấy thật thoải mái ở đây, tôi luôn được hỗ trợ hết mình.

Và tôi đã hiểu tại sao Aman luôn có một nhóm khách hàng trung thành trên thế giới, đủ để đảm bảo các khu nghỉ của họ có một lượng khách ổn định. ■

TINH HOA ẨM THỰC NAM PHAN

Lần đầu tới Nam Phan, nếu như không được giới thiệu trước, rất có thể bạn sẽ nhầm lẫn rằng mình đang bước chân đến một ngôi biệt thự riêng của một vị chủ nhân uy quyền nào đấy chứ không phải là đang đến một nhà hàng.

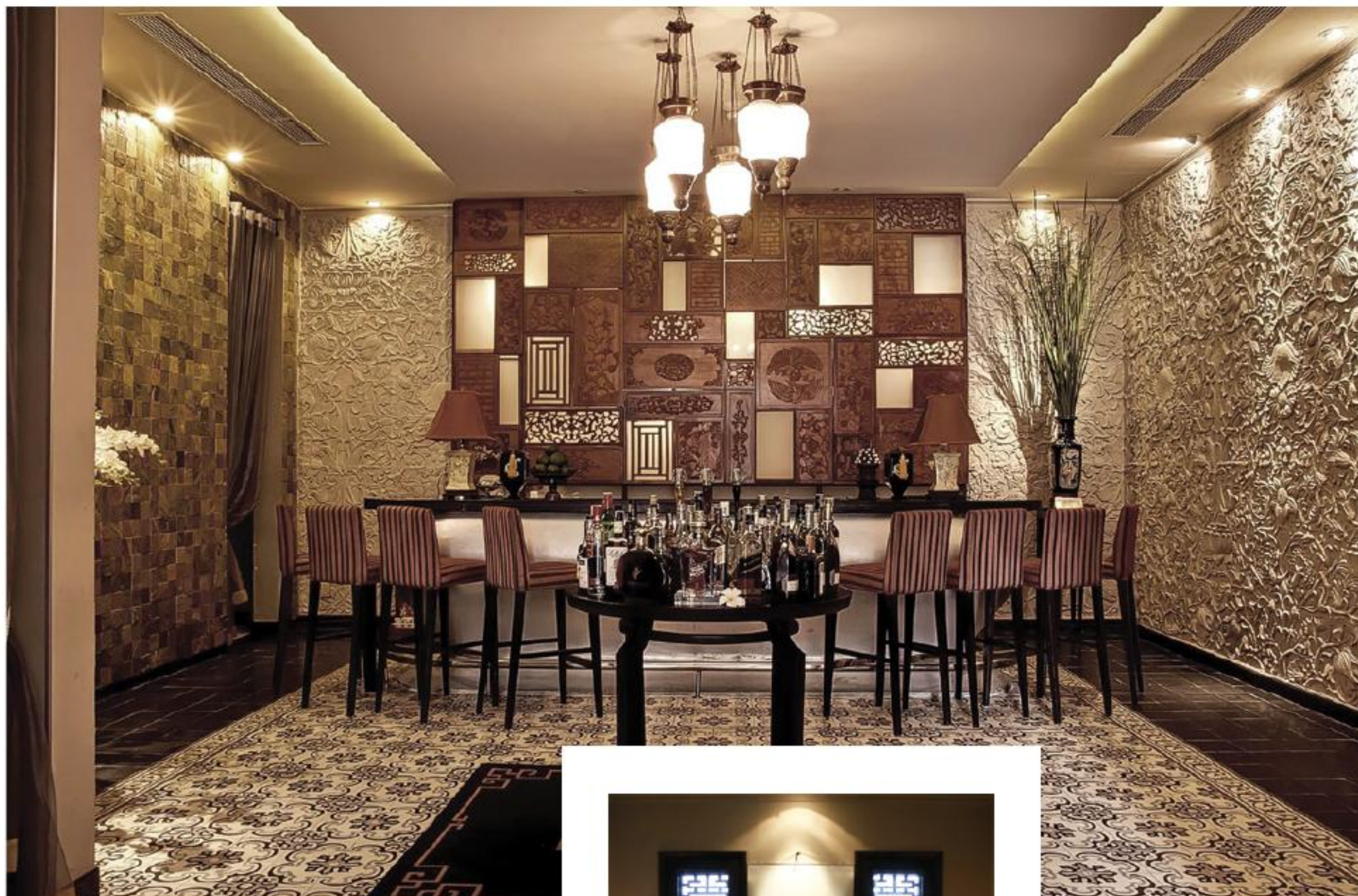
Sở dĩ nói Nam Phan giống một ngôi biệt thự hơn một nhà hàng bởi dáng vẻ bề ngoài của nó. Thường thì đã là nhà hàng phải có biển hiệu sáng quắc, tấp nập người ra vào, hoặc ít ra cũng làm cho thực khách qua lại nhận biết được. Nhưng điều đó chỉ đúng với những nhà hàng thông thường, còn ở Nam Phan lại khác nhé. Khác là vì ở đất Sài Gòn này, bạn sẽ không thể kiếm đâu ra một nhà hàng mang phong cách châu Á đương đại nghiêng về trường phái chi tiết như ở đây. Ngay từ chiếc biển hiệu thôi chắc chắn cũng sẽ gây ấn tượng với bạn bởi dòng chữ vàng “Nam Phan Vietnamese Cuisine” được đặt trên nền tấm bia đá ngay chính giữa lối vào, đủ để thực khách nhận biết đây là một nhà hàng chuyên về ẩm thực Việt. Hơn

nữa, chủ nhân của nó cũng rất chịu chơi, khi ông chọn hẳn một khu đất rộng trên con đường đặc địa của thành phố làm nơi khai sinh ra Nam Phan. Vì thế mà những thực khách Sài Gòn đã gán cho Nam Phan cái biệt danh “Nhà hàng triệu đô”.

Lần đầu tôi đến Nam Phan là vào một buổi tối. Và ngay sau đó tôi đã có ấn tượng tốt về Nam Phan. Nam Phan mang lại cho tôi cảm giác bình yên giữa một không gian nhiều cây xanh ngay từ

những bậc thềm đầu tiên. Hay ấn tượng tiếp theo là màu vàng cổ kính, huyền bí được thể hiện trên những bức tường khá cao, có vẻ như kín đáo. Thêm vào đó là sự phản chiếu của những luồng ánh sáng vàng trên mỗi góc tường lại càng làm cho Nam Phan thêm kì bí, lôi cuốn tôi bước chân vào sâu hơn để khám phá. ▶





Sau khi thả bộ trên những bậc thang mát rượi, tôi được một cậu nhân viên trong trang phục quần Áo, áo sơ mi đen ra chào đón và dẫn tới bàn đã được đặt trước. Lúc này trước mắt tôi là một thế giới vương giả, lung linh sắc màu được mở ra. Bàn ăn của chúng tôi được làm bằng thạch anh và gỗ cao cấp, được bố trí dành cho bốn người nằm ngay góc căn phòng, khá riêng tư. Bên cạnh là những bức tường được trạm khắc tinh xảo với phù điêu trang trí, những dải lụa mềm tung bay trong gió, những áo quan quân xưa,... Hòa quyện với không gian đó là hương trầm ngậy ngất, ánh sáng vàng lãng mạn từ nến cùng những ngọn đèn chùm, mang lại cho tôi cảm giác thư thái và những xúc cảm khó diễn tả.

Khi đã ổn định chỗ ngồi, chúng tôi bắt đầu chọn món ăn và đồ uống. Lật từng trang trong cuốn menu, chưa bao giờ tôi thấy việc chọn món lại khó khăn đến vậy. Có lẽ một phần vì thực đơn ở Nam Phan phong phú, có đến hơn 100 món, tất cả đều rất thuần Việt. Nhưng cuối cùng tôi cũng chọn được những món mà mọi người đều thích. Với món khai vị là ba rọi nướng riêng mẽ ăn kèm bánh hỏi. Từng miếng ba rọi vàng đều, quần quanh lõi sả trắng được đựng trong một chiếc khay xứ đen khá lạ mắt. Khi ăn tôi thấy lớp da giòn, lớp mỡ béo đậm đà nhưng không ngấy, lớp nạc ngọt mềm kết hợp rau sống, khế chua, chấm với chút mắm tôm tạo nên một bản hòa tấu ẩm thực ngon tuyệt. Đây là món ăn không quá cầu kỳ nhưng lại dễ kích thích và làm say đắm lòng những người sành ăn. Tiếp theo, chúng tôi thưởng thức món chân giò luộc chấm mắm tép. Với món này, tôi lại thích sự sáng tạo của đầu bếp, khi mắm tép được pha với chút whisky, thoang thoang mùi thơm. Gắp một lát thịt luộc,

chấm vào mắm tép và thưởng thức cùng một chút gừng, riềng thái mỏng và các loại rau, tôi cảm nhận được vị đậm đà của mắm, cái ngọt của thịt, hương thơm của các loại rau hòa quyện với nhau làm cho món ăn bình dị trở nên ngon miệng. Cá chép om dưa và canh cải cá rô là món chính mà chúng tôi chọn để ăn cùng cơm trắng. Khi được mang ra, mọi người đều thích thú và đánh giá cao món cá chép om dưa này bởi tính thẩm mỹ với màu sắc bắt

mắt, và mùi vị rất đặc trưng của dưa chua, của cá, của thì là và hành tươi. Đến lúc thưởng thức những miếng cá đầu tiên mọi người đều bị đánh gục bởi thịt cá dai, tươi ngon, gia vị nêm nếm rất vừa phải, hợp khẩu vị. Cuối cùng, món tráng miệng, chúng tôi chọn chè hạt sen nấu với nha đam. Dù phải chờ đợi khá lâu cho món này nhưng đổi lại, mọi người đều hài lòng khi được thưởng thức một món chè thanh mát, độ ngọt vừa phải, trong khi hạt sen thơm mềm và nha đam tươi, mát.

Cuối bữa ăn, không ai bảo ai nhưng dường như mọi người đều muốn nán lại Nam Phan để tận hưởng thêm chút ít mùi hương trầm quyện rữ trong tiếng nhạc du dương và cùng nhau trò chuyện vui vẻ. Khi ra về, từng người chúng tôi đều được nhân viên của Nam Phan ra chào và hỏi về bữa ăn có ngon miệng hay không. Đây là điều mà chắc chắn những nhân viên của Nam Phan sẽ làm hài lòng ngay cả những thực khách khó tính nhất. ■

TRẢI NGHIỆM CÙNG HOLIDAY BEACH DANANG

"Tọa lạc tại bãi biển Mỹ Khê – bãi biển quyến rũ nhất hành tinh do tạp chí Forbes, Mỹ bình chọn, Holiday Beach Danang Hotel & Spa là địa chỉ nghỉ dưỡng lý tưởng cho bất kỳ du khách nào khi đặt chân đến thành phố Đà Nẵng xinh đẹp."

Holiday Beach Danang Hotel & Spa khoác lên mình vẻ đẹp tinh tế, quyến rũ đặc biệt với gam màu từ trắng đến vàng đồng và nâu trầm. Khách sạn được xây dựng với ý tưởng độc đáo: sự giao hòa của nét cổ điển truyền thống được chắt lọc với tinh hoa hiện đại của thế giới, mang đến một không gian vừa ấm áp, vừa sang trọng, lịch lãm.

Với vị trí ngay trước biển và hướng ra bán đảo Sơn Trà thơ mộng, hệ thống phòng của khu nghỉ được chia thành sáu loại khác nhau cùng với kiến trúc nội - ngoại thất hiện đại. Gần 100 phòng nghỉ của khách sạn đều có tầm nhìn hướng ra biển và nhiều phòng có thiết kế thông minh với tầm nhìn mở rộng tối đa ra biển. Suốt ngày đêm, du khách thỏa sức ngắm bình minh biển tuyệt đẹp, hoàng hôn lãng mạn hay nghe tiếng sóng biển rì rào không dứt.

Để mang đến cho du khách những giây phút tận hưởng đúng nghĩa bên bờ biển xinh đẹp, toàn bộ trang thiết bị cũng như nội thất của Holiday Beach Danang Hotel & Spa được chăm chút, sang trọng đến từng chi tiết. Nơi đây hội tụ tất cả những thương hiệu hàng đầu về sức khỏe, hiện đại bậc nhất thế giới như nệm cao cấp Lamborghini, Magniflex hay Magniflex Gold sản xuất tại Ý, ghế massage Inada – loại ghế massage tốt nhất trên thế giới sản xuất tại Nhật Bản cùng các tiện ích khác...

Kỳ nghỉ của du khách sẽ không thể tuyệt vời hơn với dịch vụ spa trị liệu tặng kèm cùng giá phòng tại Muống Spa. Trong không gian yên tĩnh, ngập tràn hương thảo mộc, quý khách sẽ được nhân viên trị liệu giàu kinh nghiệm chăm sóc tận tình để tăng cường năng lượng và phục hồi sự dẻo dai của cơ thể, tận hưởng những giây phút thư giãn tuyệt vời mà không hề tốn thêm đồng chi phí nào.

Hai hồ bơi tuyệt đẹp ngoài trời và khu vui chơi dành cho trẻ em được trang bị máy Sony PlayStation 3, Nintendo Wii... lũ trẻ sẽ thích mê, còn bố mẹ có thể hoàn toàn yên tâm tận hưởng những giây phút thanh thoi cho riêng mình. Ngoài ra, ngay tại khuôn viên hồ bơi lớn Beach Garden cũng là địa điểm lý tưởng để lựa chọn là nơi tổ chức những sự kiện đa dạng dưới hình thức tiệc ngoài trời.

Chỉ cách sân bay và cảng biển quốc tế Đà Nẵng 10 phút bằng ô tô, đồng thời có thể dễ dàng di chuyển - kết nối các di sản văn hoá thế giới như cố đô Huế, đô thị cổ Hội An, thánh địa Mỹ Sơn và hai sân Golf, Holiday Beach Danang Hotel & Spa thực sự mang đến cho bạn thật nhiều trải nghiệm, thật nhiều cung bậc cảm xúc cho một kỳ nghỉ trọn vẹn bên bờ biển xinh đẹp. ■

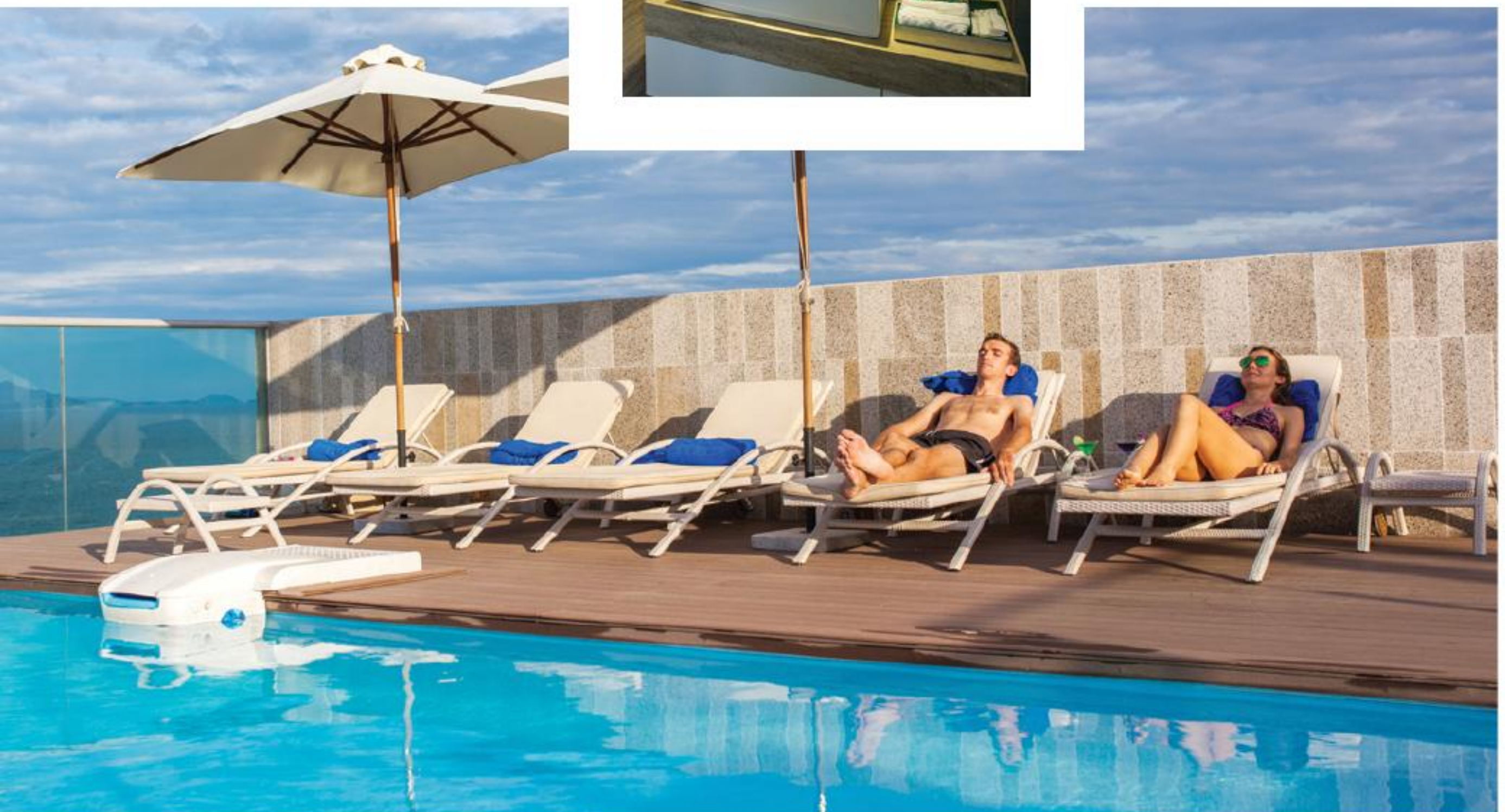


Holiday Beach Danang Hotel & Spa thực sự lý tưởng cho kỳ nghỉ dưỡng đáng nhớ.





Liên hệ:
 Holiday Beach Danang Hotel & Spa
 Địa chỉ: Biển Mỹ Khê, Đường Võ
 Nguyên Giáp, Quận Ngũ Hành Sơn,
 TP. Đà Nẵng, Việt Nam
 ĐT: 0511.396.7777.
 Email: info@holidaybeachdanang.com
 Website: www.holidaybeachdanang.com





Salinda Premium

Phú Quốc

Ngày 15/10, khu nghỉ Salinda Premium Phú Quốc chính thức đi vào hoạt động và trở thành thành viên của Hiệp hội khách sạn thế giới Worldhotels. Tọa lạc bên bờ biển đẹp và thanh bình thuộc thị trấn Dương Đông, Salinda Premium Phú Quốc được kiến tạo trên ý tưởng giao thoa giữa văn hóa bản địa và kiến trúc đương đại với 122 phòng nghỉ và biệt thự sang trọng theo tiêu chuẩn 5 sao. Mở cánh cửa ban công ngắm nhìn hoàng hôn nhuộm màu trên đảo Phú Quốc; thưởng thức bữa sáng thịnh soạn giữa khu vườn nhiệt đới; đánh thức các giác quan với liệu pháp Spa từ Thái Lan; hay nhâm nhi một ly vang, lắng nghe âm nhạc trình diễn hàng đêm tại Salinda Lounge,... chắc chắn sẽ mang đến nhiều cảm xúc đáng nhớ trong suốt kỳ nghỉ của du khách tại Salinda Premium Phú Quốc. Thông tin chi tiết và đặt phòng, vui lòng gọi: 077 399 0011.

Lotte Legend

Hồ Chí Minh

Khách sạn Lotte Legend Saigon vừa công bố chương trình khuyến mãi đặc biệt “Thứ Bảy Miễn Phí”. Từ nay đến hết ngày 31/10, khi lưu trú tại đây từ 03 đêm liên tục quý khách hàng sẽ được miễn phí đêm thứ 7. Chương trình áp dụng với giá phòng 3.700.000VNĐ/đêm trong tháng 9, hay 4.000.000VNĐ/đêm trong tháng 10 cho một hoặc hai người ở phòng Deluxe. Với mỗi đêm lưu trú, khách được mời ăn tối trên tàu du lịch 5 sao Indochina Junk; ăn sáng buffet tại nhà hàng Atrium Café; tặng cặp vé xem phim Lotte Cinema; một chai vang chào mừng; nước trái cây khi nhận phòng; giỏ trái cây và nước suối trong phòng; giảm giá 10% tất cả các loại thức ăn và thức uống trong khách sạn; miễn phí xe đưa đón đến các địa điểm tham quan chính trong thành phố; báo tiếng Anh mỗi ngày, internet tốc độ cao, và được sử dụng phòng tập thể hình, phòng tắm hơi, hồ bơi với bóng nước khổng lồ cho trẻ em và khu vui chơi trẻ em. Thông tin chi tiết và đặt phòng, vui lòng gọi: 08 3823 3333.



Renaissance Riverside

Hà Nội

Tháng 10, hãy mừng sinh nhật của bạn tại nhà hàng Riverside Café và nhà hàng Kabin cùng khách sạn Renaissance Riverside Sài Gòn để nhận nhiều ưu đãi hấp dẫn. Theo đó, từ ngày 15-18/10, với mỗi bàn 04 khách (khi có 01 khách có ngày sinh trong khoảng thời gian này), bàn sẽ được tặng gói thức uống bao gồm vang sủi tăm, vang, và một phần cocktail/người tại Atrium Lounge; giảm giá 30% tại tất cả các nhà hàng cho nhóm khách từ 15 người,... Từ ngày 01/10 – 30/12, hãy đến nhà hàng Kabin thưởng thức tiệc Dim Sum “All you can eat” với giá chỉ từ 550.000 – 660.000VNĐ/người. Ngày 30-31/10, hãy trải nghiệm mùa Halloween ghê rợn trong không gian ma quái của Riverside Café và thưởng thức các món ăn khiến bạn phải rùng mình được chế biến bởi Ma Đầu Bếp với giá chỉ từ 1.000.000 – 1.300.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3822 0033.



New World

Hồ Chí Minh

Ngày 8/10, hãy đến khách sạn New World Sài Gòn tham dự sự kiện đánh dấu 20 năm hình thành và phát triển của khách sạn với đêm gala “Cống hiến cho cộng đồng”. Sự kiện sẽ được khởi động tại đại sảnh Bến Thành bằng cocktail và sâm panh, các món ăn nhẹ và khai vị kiểu Pháp, sau đó cùng nhau thưởng thức bữa tiệc hoành tráng với thực đơn năm món cùng đồ uống có cồn hảo hạng. Đặc biệt trong đêm tiệc sẽ diễn ra chương trình đấu giá từ thiện nhằm giúp đỡ các trẻ em khuyết tật có hoàn cảnh khó khăn tại Tp.HCM thông qua Hiệp Hội Bảo Trợ Trẻ Em Christina Noble. Giá vé chỉ 4.200.000VNĐ/ khách, bao gồm một đêm nghỉ tại phòng Residence Club Deluxe cho hai người kèm bữa sáng. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3829 4000.



Metropole

Hà Nội

Tháng 10, hãy đến Le Spa du Metropole để sở hữu làn da trắng sáng rạng ngời với gói dịch vụ chăm sóc da từ dòng sản phẩm Ytsara. Chỉ với 2.200.000VNĐ/người, bạn sẽ được tận hưởng những phút giây thư giãn và xua tan những mệt mỏi, căng thẳng với liệu pháp spa kết hợp cùng trị liệu mặt làm sáng da tự nhiên và 60 phút mát xa toàn thân giúp nới lỏng cơ và cân bằng cơ thể. Từ 01 - 31/10, hãy đến nhà hàng Le Beaulieu thưởng thức hương vị khó quên của thịt thú rừng nước Pháp qua những sáng tạo mới của bếp trưởng Olivier Genique như thăn hươu quay ba tề, thịt lợn rừng,... với giá chỉ 390.000VNĐ/món. Từ 20/9 - 30/10, nhà hàng Ý Angelina cũng sẽ giới thiệu chương trình vang Pháp với chuỗi dịch vụ sang trọng cùng nhiều loại vang thượng hạng. Đây là cơ hội duy nhất trong năm để quý khách có thể sở hữu những chai vang Pháp hảo hạng, thú vị. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04 3826 6919.

Equatorial

Hồ Chí Minh

Vào mỗi tối thứ 7 trong tháng 10, hãy đến nhà hàng Chit Chat thưởng thức tiệc buffet đặc biệt với điểm nhấn là sự phong phú và tươi ngon của các loại hải sản vua như tôm hùm cùng với cách chế biến độc đáo chắc chắn sẽ thỏa mãn vị giác của những thực khách khó tính nhất. Tiệc buffet này có giá 840.000VNĐ/người, bao gồm miễn phí không giới hạn đồ uống. Vào trưa thứ 7 và Chủ nhật hàng tuần cũng trong tháng 10, nhà hàng Orientica phục vụ Dim Sum Eat All You Can với giá chỉ 338.000VNĐ/người. Ngoài ra, từ trưa thứ 2 đến thứ 6, nhà hàng sẽ phục vụ thực đơn Dimsum chọn món với giá từ 48.000VNĐ/món. Đặc biệt, khi sưu tầm đủ 10 con dấu, thực khách sẽ nhận được 1 bữa Dim Sum miễn phí. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3839 7777.



Fusion Maia

Đà Nẵng

Từ tháng 10/2014 đến hết tháng 3/2015, khu nghỉ Fusion Maia Đà Nẵng giới thiệu 8 gói trị liệu chăm sóc sức khỏe mới được thiết kế trong 8 ngày dành riêng cho du khách tìm kiếm một gói chăm sóc sức khỏe toàn diện. Bạn có thể mở đầu cho chuỗi chương trình trị liệu với gói "Trị liệu xoay vòng" (26/10 - 2/11) được hướng dẫn bởi bác sĩ Nadine Cameron thông qua chương trình thiết kế độc đáo cho các hoạt động thiền để thúc đẩy sức khỏe và sự trao đổi chất mang đến sự thư giãn và cảm hứng. Hoặc khám phá gói "Trị liệu thiền/sức mạnh nội tại" (2 - 9/11), hay gói thả lỏng cơ thể và trí óc với gói "Trị liệu cân bằng cơ thể - trí óc" (9 - 16/11) để cân bằng nhịp điệu tự nhiên của bản thân và từng bước điều hòa cuộc sống. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 0511 3967 999.



InterContinental

Hà Nội

Tháng 10 này, hãy đến Diplomat Lounge, khách sạn InterContinental Hà Nội trải nghiệm sự kết hợp giữa trà chiều cổ điển và thời trang đương đại trong một không gian sang trọng được bao quanh bởi mặt nước hồ Tây thơ mộng. Tại đây, thực khách có cơ hội thưởng thức những chiếc bánh ngọt và mận mang hình dáng của những mẫu thiết kế thời trang hiện đại được phục vụ trong tiệc trà chiều. Những chiếc túi và thoi son được làm từ sô cô la, hay những chiếc bánh quy in hình váy dạ hội và giày cao gót sang trọng, cùng nhiều loại bánh màu sắc và các loại mousse hoa quả chắc chắn sẽ làm hài lòng thực khách. Ngoài những chiếc bánh ngọt ngon mắt, khách hàng cũng sẽ có rất nhiều lựa chọn bánh mặn hấp dẫn, bao gồm bánh sừng bò kẹp phô mai Pháp, bánh su kẹp thịt gà nướng, và bánh kẹp xông khói với phô mai. Tất cả những món bánh trên đều được phục vụ cùng những loại trà phương tây hảo hạng được tuyển chọn từ những vùng đất uy tín nhất. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng truy cập: www.ihg.com, hoặc gọi số: 04 6270 8888.

Park Hyatt

Hồ Chí Minh

Tháng 10, hãy đến khách sạn Park Hyatt Sài Gòn thưởng thức tiệc trà chiều với chủ đề màu hồng. Tại đây, những món ngọt yêu thích như dâu phủ chocolate, bánh lòng trắng trứng hay macaroon màu hồng sẽ là một lý do tuyệt vời để phái nữ ghé thăm Park Lounge trong tháng này. Ngoài ra, tập thể nhân viên khách sạn sẽ có thêm những điểm nhấn màu hồng trên trang phục trắng đen thường ngày của mình. Phong cách thuộc địa Pháp của khách sạn cũng sẽ trở nên hiện đại hơn với những dấu ấn màu hồng quanh khuôn viên. Đáng chú ý hơn cả, vào ngày Phụ nữ Việt Nam (20/10), tất cả các khách nữ đến với Park Hyatt Saigon sẽ được tặng một phần quà màu hồng bất ngờ. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3824 1234.





BEER: RƯỢU VANG MỚI

Cuối cùng, chúng ta cũng có một lựa chọn mới để đặt bên cạnh rượu vang trong những bữa tiệc sang trọng. Và đó là bia!

Ngay cả với một người thích uống bia như tôi, thật khó để phủ nhận sự lãng mạn của những trang trại đẹp đẽ, những cánh đồng nho hàng nối hàng, chạy dọc theo những quả đồi nên thơ và cả những vụ nho mỗi năm một lần. Khi đem so sánh những điều này với những nhà máy hoặc xưởng ủ bia mà trong con mắt của phần đông mọi người là xấu xí với những chiếc xô đựng lúa mỳ, những chiếc thùng cũ kỹ, sự lãng mạn của rượu vang càng đẹp đẽ và vượt trội. Nhưng không thể phủ nhận các nhà làm bia đang ngày một thay đổi cách chúng ta uống và cách chúng ta thưởng thức. Họ đang mỗi ngày giới thiệu thêm nhiều loại bia ngon và đa dạng hơn nữa.

Bạn có thể dễ dàng tìm ra mùi nho Sauvignon Blanc trong một ly rượu vang Pháp và tất cả những gì bạn cần làm là khẽ xoay nhẹ chiếc ly để hương của rượu lan tỏa. Nhưng liệu bạn có phát hiện ra sự khác biệt giữa những hoa bia Citra và hoa bia Saar chỉ sau một ngụm bia? Trước kia, điều này khó khăn này dường như là không thể. Nhưng hiện nay, khi người Tiệp đang không ngừng tìm cách quảng bá hình ảnh những thương hiệu bia của mình, không ngừng xuất bản những ấn phẩm về bia, điều tưởng như không thể lại đang trở thành có thể.

Tất nhiên, không nhiều điều mới và ấn tượng về bia. Đó vẫn là một đồ uống được lên men từ lúa mạch với tuổi đời khoảng 10.000 năm. Điều mới ở đây là cách mọi người đánh giá và sự

gia tăng của số lượng và những phong cách bia khác nhau. Từ bia màu vàng nhạt tới màu đen đậm, từ ngọt tới đắng hay một chút chua, từ tinh tế tới đậm đà với những hương vị vô cùng dễ chịu, bia pilsner đắng, bia pale ale đượm mùi hương chanh, cam, bia gueuze hơi chua. Phải nói, thật khó có đồ uống nào có thể so sánh với bia về sự đa dạng hương vị. Trong trường hợp buộc phải đề xuất một ứng cử, tất nhiên, tôi sẽ chọn rượu vang.

Điều tuyệt vời đối với bia là hầu hết chúng đều có thể uống ngay chỉ sau một vài tuần ủ men chứ không nhiều năm như rượu vang. Việc ủ bia cũng hoàn toàn khác với rượu vang, nó diễn ra quanh năm. Vậy nên những nhà làm bia cũng có điều kiện để phát triển, để thử nghiệm và thậm chí là cho ra đời những loại bia mới vào bất kỳ thời điểm nào họ cảm thấy thích. Sự dễ dàng trong việc tạo ra những loại bia mới này, kết hợp với một xu hướng đối với những hương vị đậm đà có được nhờ những loại hoa bia đặc biệt đã và đang giải phóng cho ngành bia. Những hoa bia này cũng giống như những giống nho, tùy thuộc vào giống và thổ nhưỡng nơi chúng được trồng mà sẽ có những ảnh hưởng trực tiếp cho ra những loại bia có hương vị khác biệt.

Không chỉ có rượu vang mới có New World và Old World. Khái niệm Lục Địa Già và Tân Thế Giới, tất nhiên cũng áp dụng với cả bia. Châu Âu là khu vực trồng hoa bia cũ. Trong khi Mỹ, Úc và New Zealand là những thánh đường mới. Bia Pale Ale của ▶

nhà Sierra Nevada Brewing thơm mùi hoa quả với hương vị như rượu vang là nhờ có hoa bia American Cascade. Bia Kipling của nhà Thornbridge Brewery thơm mùi quả lý gai, mùi đá vôi, mùi quả xoài – những hương vị này có được là nhờ có hoa bia New Zealand Nelson Sauvin. Bia Pilsner Urquell có hương gia vị và hương hoa là nhờ hoa bia Saaz. Bia India Pale Ale đượm mùi hương mít cam và hương gỗ là nhờ có những hoa bia của Anh.

Giờ hãy thử rót những loại bia này vào trong những chiếc ly phù hợp và đặt chúng lên bàn ăn. Mặc dù không thể phủ nhận rượu vang luôn là kẻ làm chủ những bữa tối sang trọng nhưng cuối cùng chúng ta đều thấy, bia đang là một lựa chọn thay thế. Cũng giống như rượu vang, rượu vang cũng có những thể mạnh riêng. Lớp bọt đáng yêu, vị đắng nhân nhẩn rất hợp với những đồ ăn có vị béo ngậy, hương hoa bia thơm mùi gia vị và cuối cùng là hương mạch nha có trong bánh mì, thịt và bất kỳ đồ ăn nào thuộc món nướng.

Sự kết hợp tuyệt vời giữa mùi hương caramel và hương cam quýt có trong bia Sierra Nevada giúp nó trở thành đồ uống lý tưởng cho món thịt nướng và rau. Hương hoa quả ấn tượng của bia Thornbridge Kipling rất hợp với những món ăn đượm gia vị của Việt Nam và Thái. Bia có vị đắng – ngọt Pilsner Urquell lại lý tưởng và sẽ trở nên vô cùng tinh tế khi được kết hợp với đồ ăn của Ý – đặc biệt là những món nhiều tỏi và artichoke. Cuối cùng, không một loại bia nào có thể phù hợp với pho mát cheddar hơn bia India Pale Ale.

Câu hỏi đặt ra ở đây là, vậy sau cùng, bia có phải “rượu vang mới”, câu trả lời là không. Nhưng không thể phủ nhận được bia đang ngày càng ngon hơn và chúng ta nên nhân cơ hội này để khám phá cho mình một thứ đồ uống tuyệt vời mới. ■



Hunter Valley

Là thủ phủ của những thương hiệu vang danh tiếng nhất nước Úc, Hunter Valley là thánh địa của những người ưa chuộng những loại vang cao cấp, nổi tiếng vì những đặc điểm độc đáo và khả năng để lâu dài. Cùng Hàng Hiệu khám phá vùng sản xuất vang này!



Shiraz

Shiraz (hay Syrah theo cách gọi của châu Âu) tới nay vẫn là loại rượu đỏ quan trọng nhất Úc. Nho shiraz cũng rất đặc biệt, nó có khả năng thích ứng gần như với mọi điều kiện thời tiết và thổ nhưỡng. Theo những gì ghi chép lại thì nho Shiraz có nguồn gốc từ vùng trồng nho Rhône. Nhưng hiện nay, nho shiraz gần như đã được trồng trên khắp thế giới và được sử dụng để làm ra những loại rượu đỏ đậm đà và mạnh mẽ.

Ở thung lũng Hunter Valley, nho Shiraz là giống nho cao cấp và quý hiếm. Đặc biệt, đây cũng là giống nho được trồng nhiều nhất ở Úc (chiếm khoảng 40% lượng nho đỏ và 1/5 tổng số lượng sản lượng nho thu hoạch).

Nho của những cây nho Shiraz trẻ của thung lũng Hunter Valley cho ra những loại rượu có vị medium bodied, thơm mùi quả chín đỏ và chín đen, mùi gia vị và rất nhiều tannin. Tuy nhiên, đặc điểm nổi bật nhất của rượu của vùng Hunter Valley là khả năng để lâu. Khi rượu được để dành đủ lâu và đủ độ chín ngẫu sẽ có vị full bodied, tinh tế, tuy nhiên vẫn mềm và đậm đà với chút hương ả của đất.

Kết hợp với đồ ăn: Rượu Shiraz rất hợp với những món thịt bê, thịt rán (đặc biệt là những món thịt rán sốt tiêu), thịt kangaroo, thịt vịt quay, các món ăn Ấn Độ và Trung Đông, các món chocolate và các món cheese thơm mùi khói.

Chambourcin

Chambourcin là một loại nho khá mới, có vỏ màu tím. Loại nho này có xuất xứ từ sự lai tạo những giống nho Pháp và Mỹ. Rượu làm từ nho này có vị light hoặc medium bodied, màu rượu thẫm đậm với hương vị aromatic thơm ngon, ngọt ngào. Nho có thể sử dụng để làm rượu mang phong cách khô hoặc với một mức độ đường vừa phải, mang tới cho rượu một vị ngọt dễ chịu.

Ở Úc, những cây nho không được trồng cho tới cuối những năm 1970. Do khi được sử dụng làm rượu, nho thường cho màu thẫm đậm nên nhiều nhà làm vang đã quyết định sử dụng loại nho này để làm đẹp màu cho các loại rượu khác. Một số nhà làm vang còn sử dụng loại nho này để làm ra những chai vang đỏ nổ. Ngoài ra, loại nho này cũng rất hợp để sử dụng làm rượu theo phong cách Port.

Nho Chambourcin có khả năng chống lại nấm mốc rất cao vì vậy nó rất hợp với những điều kiện khí hậu của thung lũng Hunter Valley. Ngoài ra, nho Chambourcin cũng rất hợp với điều kiện khí hậu của những vùng như Coastal NSW và Queensland.

Rượu Chambourcin có màu đỏ rất đẹp. Màu rượu ấn tượng, thẫm màu. Vị rượu táo bạo, đượm vị hoa quả với hương mâm xôi, hương quả mơ, hương mận khô, nam việt quất. Rượu không nặng hay mạnh mẽ như Shiraz hoặc Cabernet Sauvignon – khá phù hợp với những người vốn không thích rượu vang ▶



đỏ. Rượu Chambourcin rất thích hợp với việc ủ trong thùng gỗ. Phương pháp này mang tới cho rượu hương vanilla hoặc hương mocha.

Kết hợp với đồ ăn: Rượu vang Chambourcin rất hợp với những loại thịt như thịt lợn, thịt cừu, xúc xích, thịt gà, pasta, pho mát và chocolate.

Pinot Noir

Rượu Pinot Noir của Úc là một trong những loại rượu ấn tượng nhất trong 03-04 năm trở lại đây. Pinot Noir được xem là loại rượu thời trang kế tiếp của Úc với diện tích trồng vào năm 2006 là 4.200ha, năm 2012 là 4.800ha.

Nho Pinot Noir có xuất xứ từ Pháp. Giống nho này có vỏ mỏng, hương vị thơm mát và là một trong những giống nho lâu đời nhất được trồng với mục đích để làm rượu.

Trong khi được sử dụng để làm ra những loại rượu tinh tế nhất, Pinot Noir cũng là loại nho khó trồng nhất. Loại nho này rất nhạy cảm với gió và sương. Sản lượng nho mỗi năm rất thấp. Nho đòi hỏi một thổ nhưỡng khắt khe. Thời tiết lý tưởng là ban



ngày ấm buổi đêm lạnh. Pinot Noir có khả năng nổi bật là thể hiện đặc điểm thổ nhưỡng nên việc kén chọn thổ nhưỡng cũng là một trong những điều rất quan trọng.

Được miêu tả như “một trong những loại rượu lãng mạn nhất” do rượu có hương vị thơm ngon đặc biệt, rượu Pinot Noir có hương vị light hoặc medium bodied với một phạm vi cấu trúc và mùi hương khá rộng, bao gồm cả những hương vị mô phỏng mùi quả cherry đỏ, mùi quả raspberry, quả lý chua và quả black berry.

Kết hợp với đồ ăn: Rượu kết hợp rất ăn ý với một danh sách dài các món ăn khác nhau nhưng phù hợp nhất là với những đồ ăn đơn giản có vị béo ngậy. Những món ăn thường thanh tao. Các món phù hợp là cá nướng, cá hồi nướng, cá kiếm nướng, bò nướng, cừu nướng hoặc vịt rừng hoặc gà rừng. ■



Grand Mercure

Đà Nẵng

Tháng 10 này, hãy đến Karma Spa để nuông chiều cơ thể với các dịch vụ mát xa Thụy Điển, Đá nóng, và tắm Cleopatra. Bạn có thể chọn gói Spa buffet trong 2 giờ với giá chỉ 1.190.000VNĐ/người, hoặc chọn gói Top To Toe với giá chỉ 1.400.000VNĐ/người để khôi phục sự cân bằng từ thể chất đến tinh thần của bạn với các kỹ thuật mát xa chuyên nghiệp của phương Tây và các phương pháp trị liệu Á Đông. Từ 01/10/2014 đến hết 31/01/2015, khách sạn Grand Mercure Đà Nẵng áp dụng chương trình khuyến mại đặc biệt dành cho mùa cưới với gói “Mãi mãi bên nhau” có giá 450.000VNĐ/người, và gói “Tình yêu bất tận” có giá 588.888VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 0511 379 7777.

Sheraton

Hồ Chí Minh

Mỗi tối thứ 7 trong tháng 10, hãy đến nhà hàng Saigon Café đón lễ hội Oktoberfest truyền thống của nước Đức, thưởng thức nhiều món ngon đặc sản của các vùng nước Đức như: pate nông trại, các món thịt nguội, khủ heo đút lò,... và đừng quên kết thúc đêm ẩm thực Oktoberfest truyền thống bằng các món tráng miệng ngọt ngào, đầy quyến rũ như bánh sô cô la black forest, bánh táo nướng, bánh cherry tart,... Tiệc này có giá 1.010.000VNĐ/người, bao gồm vang, trà và cà phê phục vụ không giới hạn. Ngày 31/10, cũng tại nhà hàng Saigon Café sẽ diễn ra đêm tiệc Halloween đầy màu sắc. Tại đây, bạn sẽ được thỏa sức trải nghiệm các món ăn phong phú trong đêm lễ hội với rau trộn bí ngô, bắp cải trộn, các loại sushi California, bắp ngô nướng, sườn nướng Kansas,... với giá chỉ 1.300.000VNĐ/người, bao gồm vang, trà và cà phê phục vụ không giới hạn. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3827 2828.



Caravelle

Hồ Chí Minh

Ngày 9/10, hãy đến nhà hàng Reflection thưởng thức những ly vang hảo hạng của vườn nho Trapiche cùng thực đơn 4 món với giá chỉ 1.480.000VNĐ/người. Từ ngày 25 – 31/10, Reflections tiếp tục giới thiệu tuần lễ “Tinh hoa trên đĩa sứ”. Tại đây, thực khách sẽ có dịp thưởng thức những món ăn kinh điển của ẩm thực Pháp như ốc nướng bơ tỏi, cá hồi với nước sốt tôm hùm hay thị bò hầm gan ngỗng,... Giá cho thực đơn ba món và bốn món lần lượt là 810.000VNĐ và 938.000VNĐ. Ngày 31/10, Saigon Saigon Bar hứa hẹn sẽ đem đến cho quý khách một đêm Halloween huyền ảo với đầy những bất ngờ thú vị. Các món ăn đáng sợ mang hình dạng các bộ phận cơ thể, những bức tranh, hình ảnh ghê rợn cùng với cảnh trí mang đậm chất kinh dị sẽ càng làm cho bầu không khí của buổi tiệc cocktail kỳ thú trên cao này thêm phần ma quái. Các bartender tài ba nơi đây cùng với các loại thức uống “có 1 không 2” của họ sẽ làm cho cuộc vui của “các vị phù thủy” kéo dài đến bất tận. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 0906 900 523.



InterContinental

Nha Trang

Từ nay đến hết ngày 24/12, tại khách sạn InterContinental Nha Trang giới thiệu chương trình ưu đãi đặc biệt đến quý khách hàng. Theo đó, với gói ưu đãi Golf, du khách chỉ phải bỏ ra 3.700.000VNĐ/người để được ở tại phòng Deluxe kèm bữa sáng, miễn phí Internet, xe đưa đón sân bay, và một vòng chơi Golf tại Vinpearl Club Nha Trang. Hoặc du khách có thể bỏ ra 2.900.000VNĐ/người cho gói ưu đãi cuối tuần để tận hưởng đêm nghỉ tại phòng Deluxe kèm bữa sáng cho hai người, miễn phí Internet, trả phòng lúc 4 giờ chiều, có 650.000VNĐ sử dụng dịch vụ trong khách sạn. Thông tin chi tiết đặt chỗ, vui lòng truy cập: nhatrang.intercontinental.com, hoặc gọi: 058 388 7777.



Sheraton

Nha Trang

Hoạt động từ năm 2010, The Club Lounge tại khách sạn Sheraton Nha Trang nhanh chóng trở thành biểu tượng chủ chốt của thương hiệu Sheraton, là nơi thực khách có thể thư giãn, giảm bớt căng thẳng thường ngày. Tháng 10 này, khách lưu trú tại các loại phòng cao cấp như phòng Club và phòng Suite sẽ được hưởng các quyền lợi đặc biệt dành riêng tại Sheraton Club Lounge ở tầng 25. Bên cạnh đó, khách có thể ăn sáng tự chọn tại nhà hàng Feast tăng một hoặc bữa sáng tự chọn ngay tại Club Lounge. Phục vụ tiệc trà chiều miễn phí từ 2 giờ 30 đến 4 giờ 30 chiều với nhiều loại bánh ngọt đa dạng từ bếp trưởng người Pháp. Bắt đầu từ 5 giờ chiều khách có thể thưởng thức tiệc nhẹ canapés và một số thức uống lựa chọn. Khách còn có thể sử dụng phòng họp nhỏ ngay cạnh Club Lounge với 1 giờ đồng hồ miễn phí trong ngày. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 058 388 0000.



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.



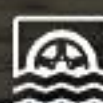
HỆ THỐNG
7 TÚI KHÍ



KHOẢNG SÁNG GẦM XE
200mm



HỆ THỐNG
SYNC™ THÔNG MINH



LỢI 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 Thù Nhậm, 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>



Bộ tứ của Monaco Show Yacht

Xin giới thiệu cùng bạn đọc bộ tứ du thuyền hàng đầu trong triển lãm Monaco Show Yacht.



Là sự kiện lớn nhất của ngành công nghiệp du thuyền, triển lãm Monaco Show Yacht (MSY) có thể xem là ngôi đền thiêng của những người yêu du thuyền trên khắp thế giới. Được tổ chức từ 24-27/09/2014, ở cảng Port Hercules của Monaco, sự kiện năm nay sẽ lớn hơn bao giờ hết. Trong sự kiện này, cũng giống như những sự kiện MSY trước đó, những chiếc siêu du thuyền sẽ là những ngôi sao của buổi diễn. Được biết, sự kiện năm nay dự kiến sẽ có khoảng 110 mẫu du thuyền được trưng bày. Vậy những cái tên nổi bật nhất trong số này sẽ là?

Cái tên đầu tiên nên được kể tới là chiếc Como dài 46m, được đóng bởi hãng đóng tàu Hà Lan, Feadship. Được thiết kế cho một đại gia đã có kinh nghiệm trong lĩnh vực chơi du thuyền, Como không giống với bất kỳ chiếc du thuyền nào khác. Ngoại thất của thuyền ấn tượng với những tấm kính lớn, phần nào đó giúp thuyền trở nên ấn tượng và đẹp đẽ. Cũng chính nhờ việc tận dụng những tấm kính cho phần ngoại thất, phần nội thất

cũng được nâng tầm. Ngoài ra, thuyền cũng được thiết kế với phong cách thể thao và chịu nhiều ảnh hưởng từ ngành công nghiệp ô tô do chủ thuyền dành tình cảm đặc biệt cho những chiếc xe đua. Nội thất được thực hiện bởi hãng Redman Whiteley Dixon, khá nam tính với các chi tiết gỗ màu tối và những điểm nhấn tinh tế. Một phần thiết kế đặc biệt còn nằm ở không gian ngoài trời được thiết kế dành riêng cho những bữa tiệc.

Athena là cái tên thứ 02. Mẫu du thuyền này được hãng Royal Huisman hạ thủy vào năm 2005. Thuyền có kích thước dài 90m. Cho tới nay ấn tượng về sự hoành tráng của thuyền so với thời điểm hạ thủy vẫn không hề giảm bớt. Là một trong những chiếc du thuyền buồm (sailing yacht) lớn nhất thế giới, Athena là sản phẩm của sự kết hợp hoàn hảo của công nghệ hiện đại và những ảnh hưởng của phong cách thiết kế truyền thống và cổ điển. Hiện đang được rao bán, Athena gần như có thể nhận biết ngay lập tức và tin rằng nó sẽ vẫn là tâm điểm của MSY năm nay. ►



Yacht Show tại Monaco



Du thuyền sang trọng COMO







Du thuyền Picchiotti



Du thuyền Illusion I

Là đứa con cưng của dòng Picchiotti Vitruvius của tập đoàn Perini Navi, chiếc du thuyền Grace E dài 73m là một chiếc du thuyền động cơ, được thiết kế để phục vụ cho những chuyến đi dài ngày trên biển. Ngoài những thiết bị đồ chơi hiện đại, thuyền còn được trang bị các thuyền tiếp nhiên liệu. Thuyền được thiết kế bởi Philippe Briand. Phần nội thất của thuyền mang dấu ấn đặc trưng của phong cách thiết kế thanh lịch đương đại. Nội thất của thuyền nhìn chung khá rộng rãi khi có diện tích mở rộng tới 05 boong. Trong những không gian này, đặc biệt phải kể tới phần boong trên. Toàn bộ phần boong này được thiết kế dành riêng cho các hoạt động thể thao, phục hồi thể lực và nghỉ dưỡng. Tại đây, có một phòng gym, một phòng massage, một phòng xông hơi sauna cũng như các trang thiết bị thủy liệu pháp có thể làm hài lòng ngay cả những khách nghỉ khó tính nhất.

Được ra mắt lần đầu với giới mộ điệu, mẫu du thuyền Illusion I là một trong những mẫu du thuyền mới nhất của hãng đóng siêu du thuyền lâu năm nhất của Ý, Benetti. Được thiết kế bởi đội của Benetti, chiếc du thuyền này thỏa mãn cùng lúc 02 yêu cầu của người chủ là nó vừa có thể phục vụ riêng tư, vừa có thể cho thuê lại. Illusion I có thiết kế tinh tế và có đủ chỗ cho 13 khách nghỉ. Thuyền có 04 cabin VIP, một phòng ngủ lớn dành cho chủ thuyền. Ở phía cuối boong dưới là khu vực beach club khá rộng rãi, cho phép khách nghỉ dễ dàng tham gia những trò chơi dưới nước với các thiết bị giải trí rất sẵn có. Khu vực không gian ngoài trời cũng được tăng cường tối đa với một boong tắm nắng rộng rãi.

Trên đây chỉ là 04 chiếc du thuyền trong số 110 chiếc sẽ được giới thiệu và trưng bày trong sự kiện. ■



LE CRÈME DU TEINT

Khoa học và thiên nhiên đang giúp cải tạo vẻ đẹp của phụ nữ.

Thương hiệu mỹ phẩm organic unisex Absolution của Pháp đã cho ra mắt sản phẩm La Crème du Teint - một sản phẩm hữu cơ tự nhiên, đáp ứng các yêu cầu mà bạn mong muốn đối với một loại kem all-in-one. Với công thức được kết hợp từ dầu mu u và dầu tamaka, La Crème du Teint có tác dụng phục hồi những tổn thương do tiếp xúc với ánh nắng mặt trời, làm đều màu và che phủ những vùng da khiếm khuyết. 97% các thành phần của sản phẩm được chiết xuất từ thiên nhiên, có chứa các hoạt chất bảo vệ da như trà xanh, chất chống viêm lô hội và helichrysum.

**THE
LUXURY**
*Thu hút mọi
ánh nhìn!*

Dòng trang điểm sang trọng và quý phái The Luxury cho bạn làn da hoàn hảo không tỳ vết. Độ ẩm được thẩm thấu tối đa nhờ vào thành phần Hyaluronic nên da không bị khô. Golden Collagen và Elastomer Gel có tác dụng chống lão hoá. Làn da được phục hồi, trở nên mịn màng và trắng sáng từ bên trong nhờ chiết xuất từ 6 thành phần hoa White Flower. Bột Ngọc trai và Ngọc trai đen phản xạ ánh sáng, cho lớp trang điểm tươi sáng, mịn màng thu hút mọi ánh nhìn.

**THE LUXURY HIỆU QUẢ 3 IN 1:
CHỐNG LÃO HOÁ+TRẮNG DA+CHỐNG NẮNG**

GUIDE FROM BACKSTAGE

Những bí mật trang điểm nơi hậu trường sẽ được tiết lộ trong bài viết!



Lớp nền tự nhiên

Trang điểm tự nhiên tiếp tục là xu hướng được lựa chọn cho các show diễn của năm. Làn da sáng, khoẻ mạnh nhưng vẫn mang vẻ sang trọng với lông mày kẻ dày được xuất hiện trong buổi trình diễn của các thương hiệu: Stella McCartney, Isabel Marant, Jil Sander và Victoria Beckham. Với các bước đơn giản dưới đây, bạn hoàn toàn có thể sở hữu vẻ đẹp cuốn hút này.

1. Sử dụng kem lót trước các bước trang điểm.
2. Dùng tay tán đều kem nền trên mặt sao cho lớp nền không quá dày.
3. Thêm một chút má hồng để tạo vẻ tươi tắn cho khuôn mặt.



Sắc xanh

Trang điểm mắt với tông màu xanh dương đã trở lại và tạo thành cơn sốt trên các sàn diễn thời trang. Sắc thu của đá sapphire, màu thiên thanh và màu blue của Yves Klein là những tông màu đã tạo nên sự nổi bật cho các show diễn của Dior và Kenzo. Sử dụng màu xanh dương cho bầu mắt và tạo điểm nhấn bằng đường kẻ sắc nét ở đuôi, bạn hoàn toàn có thể phủ trên nền ánh metallic. Để nắm bắt xu hướng này, hãy thử với những bước sau:

1. Trang điểm tự nhiên hoặc giữ mặt mộc.
2. Màu mắt xanh nên được đánh đậm và có chiều sâu.
3. Kẻ một đường liner mỏng cho mí mắt trên sẽ tạo nên vẻ sắc sảo hơn.
4. Sử dụng chì kẻ mềm màu xanh dương cho phần mí dưới.



Mi giả hay không mi giả?

Có hai xu hướng trang điểm mi khác nhau trên các sàn diễn năm nay. Đó là gán mi giả thật dày và để mi mộc. Tại show diễn của Versace và Gucci, người mẫu xuất hiện với những bộ mi giả dày, không chỉ cho mi trên mà còn cả mi dưới khiến họ trông như búp bê. Trong khi đó, Prada và Marni lại tạo điểm nhấn bằng những bộ mi lộn xộn mang một nét nổi loạn khác biệt. Ngoài ra, phong cách trang điểm tự nhiên thuần khiết với mi mộc không dùng mascara hay mi giả lại được ưa chuộng tại show diễn của Bottega Veneta, Acne và D'Squared. Để gán mi giả, bạn có thể tham khảo các bước sau:

1. Để mi mộc, tự nhiên.
2. Dùng đồng thời 02 mi giả trên cùng 01 mí mắt.
3. Che khuyết thật kĩ cho vùng bông mắt.
4. Đối với phong cách để mi mộc, làn da cần được trang điểm bóng và dày dặn.



Ngôi lệch

Xu hướng tóc được ưa chuộng trên các sàn diễn năm nay đó là kiểu tóc hất mái lệch sang một bên và phần tóc còn lại chải bám sát đầu. Xu hướng tóc mới này mang đến một vẻ đẹp tự nhiên với mái tóc mỏng và rối một cách cố ý. Để có một kiểu tóc nữ tính này, hãy làm theo 04 bước dưới đây:

1. Với mái tóc sạch sẽ giúp bạn dễ dàng tạo kiểu và đừng quên sử dụng dầu dưỡng.
2. Chia mái sao cho phần ngôi cách tai khoảng 5cm.
3. Bôi sản phẩm tạo kiểu vào ngón tay rồi sau đó xoa lên tóc để tạo vẻ rối xù tự nhiên.
4. Kết thúc bằng sản phẩm giữ nếp cho tóc. Và đừng quên vén tóc sau tai.



1



3

The Beauty Pack



2

1. Aramis Perfume Calligraphy

Một hương phẩm dành cho những chàng trai luôn xuất hiện với cuốn "Phía nam biên giới – Phía tây mặt trời".

2. Yves Saint Laurent L'Homme

L'Homme dành cho những người đàn ông theo phong cách quyến rũ và thanh lịch nổi bật với hương gỗ ấm áp, ngọt ngào.

3. Valentino Uomo

Valentino Uomo là dòng nước hoa cổ điển, hướng đến những người đàn ông có phong cách sống giản dị và lịch lãm.

4. Sartorial eau de Toilette

Đây chai nước hoa tuyệt vời dành cho những quý ông hiện đại nhưng vẫn yêu mến nét cổ điển.



4



1

1. Resurrection Aromatique Hand Balm

Sản phẩm kem dưỡng da tay được đánh giá cao của hãng Aesop. Aesop, là sự kết hợp của các loại thực vật có mùi thơm và chất làm mềm da, cung cấp đầy đủ các chất dưỡng ẩm cần thiết cho da tay của bạn.

2. Buckler's Chapped Skin remedy

Loại kem cung cấp độ ẩm sâu cho những vùng da nứt nẻ, nhạy cảm và bảo vệ da khỏi tác động của các yếu tố bên ngoài. Kem chứa chiết xuất của lô hội và quả bơ hạt mỡ.



2



3

3. Bronzing Spray Instant

Sản phẩm nhuộm mang tới cho những người đàn ông "làn da của những vị thần" trong thời gian kéo dài đến năm ngày.

4. Sisley Supremya Yeux La Nuit

Sisley có chứa phức hợp LC12 Phyto - tăng tuổi thọ của tế bào, tăng cường đáng kể sức bảo vệ và phục hồi của vùng da quanh mắt.



4

PHÉP MÀU TỪ MẶT NẠ

1. Mặt nạ mỹ phẩm có khả năng tác động mạnh mẽ. Chúng chứa hàm lượng các hoạt chất và chất dưỡng ẩm lớn hơn so với serum và cream. “Chúng được bảo quản trong túi kín và được bảo vệ khỏi bị oxy hóa – yếu tố có thể làm ảnh hưởng đến chất lượng của một số thành phần quan trọng.”
2. Mặt nạ mỹ phẩm hỗ trợ những sản phẩm chăm sóc da mà bạn đang sử dụng. Bằng cách lựa chọn các loại mặt nạ có thành phần phù hợp với các sản phẩm khác trong liệu trình chăm sóc da của mình, bạn có thể đẩy nhanh tốc độ tác động và có được kết quả tốt nhất. Nếu bạn sử dụng chất tẩy rửa axit salicylic vào buổi sáng và một loại kem có thành phần benzoyl peroxide vào ban đêm để trị mụn trứng cá thì việc sử dụng thêm mặt nạ lưu huỳnh, mỗi tuần một lần, sẽ đem đến cho bạn kết quả nhanh chóng và rõ rệt hơn.
3. Mặt nạ mỹ phẩm giúp các sản phẩm chăm sóc da của bạn có tác động sâu hơn. Đầu tiên, mặt nạ sẽ tẩy các tế bào chết và dưỡng ẩm, (Mặt nạ Rescue của Eve Lom), sẽ giữ cho da của bạn luôn có độ ẩm cao nếu sử dụng thường xuyên. Chúng chống lão hóa, và giúp cho axit và retinoids có thể thâm nhập sâu hơn vào tế bào da.
4. Nút reset cho làn da của bạn. “Giao mùa là khoảng thời gian “kinh hoàng” đối với làn da.” Mặt nạ mỹ phẩm có thể nhanh chóng mang lại sự cân bằng. Nếu bạn gặp vấn đề về tuyến dầu thì mặt nạ đất sét sẽ là một sự lựa chọn tuyệt vời để giảm lượng dầu thừa và ngăn ngừa mụn. Nếu làn da của bạn trông mệt mỏi, mặt nạ dưỡng ẩm sẽ khiến cho da trở nên rạng rỡ hơn (ít nhất là trong vài giờ đồng hồ). Mặt nạ làm mát dạng gel có thể làm giảm các vết sưng tấy ngay tức khắc (tìm đọc thêm 4 vấn đề mà mặt nạ mỹ phẩm có thể khắc phục ở trang bên). “Khi gỡ miếng mặt nạ ra, bạn sẽ phải ngạc nhiên về tác dụng của nó”.
5. Tư thế tốt nhất để sử dụng mặt nạ mỹ phẩm đó là: nằm và thư giãn. Thay vì việc băn khoăn về vốn thời gian eo hẹp mà bạn có, hãy cân nhắc: “Chỉ cần sử dụng với mặt nạ mười phút bạn có thể giảm căng thẳng, kích hoạt việc sản sinh của các phân tử kháng viêm và chất endorphins - cả hai đều có thể chữa bệnh và chống lão hóa”- Amy Wechsler, bác sĩ da liễu tại New York và được sĩ hỗ trợ tâm thần học tại trường Weill Cornell Medical cho biết. Để có kết quả ấn tượng hơn, bạn có thể thực hiện việc hít thở sâu (sử dụng cơ bụng , không phải ngực). Bằng việc đó, bạn đã làm giảm huyết áp và cortisol (mức độ căng thẳng) và “cải thiện sự lưu thông máu giúp cho làn da tươi sáng hơn,” Belisa Vranich – nhà tâm lý học.
6. Bạn thậm chí có thể mang mặt nạ khi ngủ. “Mặt nạ ngủ hiện nay đang là một xu hướng được sử dụng rộng rãi tại Hàn Quốc” - Charlotte Cho, đồng sáng lập www. soko glam.com - một trang web chuyên về các sản phẩm làm đẹp của Hàn Quốc, cho biết “Mặt nạ mỹ phẩm chứa nhiều chất dưỡng da hơn những sản phẩm kem bôi vào ban đêm thông thường”. “Da có thể mất nước trong khi ngủ; sử dụng mặt nạ mỹ phẩm có thể giúp bạn duy trì độ ẩm cho làn da.”

Giải pháp cho các vấn đề da mặt

Mặt nạ dưỡng da khá giống với “băng dính” bởi chúng có thể sửa chữa hầu như bất cứ điều gì (một cách tạm thời).

Mụn: Khi gặp vấn đề này, thứ bạn cần là một ít bùn. “Là một dạng mặt nạ đất sét khô, mặt nạ bùn có thể đẩy bất cứ bụi bẩn hay những tạp chất khác trong lỗ chân lông, hấp thụ chúng, và sau đó bạn có thể dễ dàng rửa sạch đi,” Wilson giải thích. Mặt nạ Biore Self Heating One Minute sử dụng đất sét cao lanh ít bị khô hơn so với đất sét xanh lá.

Khô da: Tắm mặt nạ thường chứa các chất làm mềm như glycerin và acid hyaluronic, và thẩm thấu những tinh chất đó vào da. Tuy nhiên, một số loại tinh chất có tác dụng làm mềm tốt hơn so với những loại khác. Những mặt nạ làm từ cellulose và hydrogel là những mặt nạ tốt nhất cho da; mặt nạ dạng giấy giúp các thành phần bay hơi nhanh hơn. Ở đây chúng tôi khuyên dùng sản phẩm Karuna Luxe Skin Regenerating Face Mask.

Làm mờ: Tái tạo làn da bằng phương pháp tẩy da chết từ mặt nạ glycolic acid hoặc lactic. “Vì mặt nạ không tiếp xúc với da của bạn trong thời gian dài nên chúng có thể sử dụng một số lượng lớn axit alpha hydroxyl hơn các loại mỹ phẩm chăm sóc da khác,” nhà hóa học mỹ phẩm Randy Schueller cho biết. “Bạn sẽ có làn da tươi sáng mà không hề bị kích ứng với sản phẩm mặt nạ Algenist Algae Brightening Mask.

Da ửng đỏ: Mặt nạ có tác dụng làm mát có thể làm dịu da ửng đỏ và thậm chí cả những trường hợp nghiêm trọng hơn như bệnh rosacea hoặc viêm da. Bạn cũng nên bảo quản sản phẩm của Freeman Cucumber Peel-Off Mask trong tủ lạnh để tăng công dụng của nó.

Nếp nhăn: Mặt nạ có tác dụng xóa nếp nhăn thường để lại một lớp tinh chất mỏng trên da. Một trong những sản phẩm tốt nhất chúng tôi đã thử nghiệm là các mặt nạ nâng cơ mặt mới của Rolox-in, có tác dụng như kem dưỡng da mà khi khô đi sẽ để lại trên da một lớp các hạt silicon siêu mịn. Sau khi dùng thử, da không trở nên săn chắc hơn nhưng mềm mại hơn, giúp cho lớp trang điểm bám trên da dễ dàng hơn.■



DIÊN MẠO KHÁC CỦA HƯƠNG THƠM

Vâng, bạn không đọc nhầm, còn chúng tôi thì cũng chẳng viết sai đâu. Bí mật của một danh sách dài những loại nước hoa cao cấp nhất thế giới không phải tới từ chiết xuất của hoa phong lan đen (vì làm gì có phong lan đen) hay từ chiết xuất của một thung lũng hoa chuông (ai có thể đóng gói mùi của cả thung lũng chứ). Bí mật nằm ở một chút mùi hương khó chịu mà chúng mang theo!

Bạn nghĩ gì khi xem những clip quảng cáo nước hoa của những thương hiệu hàng đầu thế giới trên Youtube? Bạn nghĩ tới hương cam dịu dàng và tươi mát, bạn nghĩ tới sự thanh khiết và tinh tế với quảng cáo của Dolce, The Perfume ư? Ai không nghĩ vậy cơ chứ khi ở scene cuối cả chàng và nàng đều cầm một nhành hoa cam và đánh mắt tình tứ nhìn nhau? Bạn nghĩ gì khi xem những quảng cáo nước hoa Chanel No.5? Bạn nghĩ tới một người phụ nữ tinh tế, sang trọng như những mệnh phụ, cả đời chỉ bước ra từ những chiếc limousine? Thú thật tôi cũng từng nghĩ vậy – như bạn! Nhưng xin lỗi, có thể bạn sẽ suy nghĩ khác nếu biết rằng công thức ban đầu của Chanel No.5 có một chút mùi xạ hương – thứ thu được từ đường hậu môn của những con cây hương. Còn Dolce, The Perfume? Ai dám nói bên cạnh hương cam tình tứ và lãng mạn không phải là mùi mồ hôi chua loét!

Khi thơm không chỉ là một mùi

Đừng ngạc nhiên, đừng thất vọng bởi sự thực là vậy. Jicky của Guerlain cũng có mùi thu từ đường hậu môn của một con mèo rừng con. Chai nước hoa trứ danh 1921 Emeraude của cái mũi hàng đầu ngành hương phẩm, François Coty có chứa hương của một chất nhờn nhờn, nâu nâu có thể thu được ở phần ruột gần hậu môn của hải ly. Bí mật cho thành công của Shalimar phiên bản gốc – một trong 10 loại nước hoa được xem là kinh điển nhất mọi thời đại – tới từ thứ mà cá nhà táng đào thải sau khi đã nạp đủ năng lượng cho cơ thể. Chất này dù được đặt một cái tên vô cùng mỹ miều là Long Diên Hương nhưng bản chất nó vẫn chỉ là chất thải của cá sau khi đã bị oxy hóa trong nước muối và ánh mặt trời. Tương tự, tôi tin rằng không ai dám nghĩ Amyris Femme có được mùi nữ tính là nhờ tới thứ hương đuổi gián (mùi băng phiến) sau khi đã được chuyển đổi thành mùi hương chuồng trại. Cả Hermès Hermès-enee Ambre Narguilé và Serge Lutens Ambre Sultan đều mang theo hương của một loại thảo mộc tới từ Địa Trung Hải. Nhưng này, bạn có muốn biết mùi thực sự của loại thảo mộc này là gì không? Tôi dám cá là không! Xin thưa, nó mang mùi hậu môn đó. Một ví dụ khác? Etat Libre d'Orange Sécrétions Magnifiques được ra mắt hoành tráng vào năm 2006. Nhưng nó được mô tả là sự pha trộn của một tổ hợp hương của các chất dịch cơ thể với mùi mồ hôi, máu, mùi nước bọt, mùi tinh trùng và mùi sữa mẹ. Táo bạo hơn nữa khi vỏ nhãn của lọ nước hoa này được in bức tranh vẽ một cái dương vật – vô cùng trần trụi nhưng cũng vô cùng táo bạo.

Mặt tối của hương thơm

Vậy cuối cùng chuyện quái quỷ gì đang xảy ra ở thế giới nước hoa vậy? Là chúng ta bị lừa bởi những cái đầu marketer đỉnh cao và cái mũi của





chúng ta không đủ tinh tế để phân biệt hương thơm? Hay chúng ta đang quá chạy theo hàng hiệu, chạy theo thói snobbish và vị logo đến nỗi không còn dám nói thật? Hay là...?

Những thông tin chúng tôi vừa đưa ra hoàn toàn là thật và không có ý định làm ảnh hưởng tới bất kỳ hình ảnh của thương hiệu nào. Các bậc thầy marketer của các hãng cũng hoàn toàn không có ý định đánh lừa bạn. Còn bạn, độc giả của Hàng Hiệu và cũng là những người sử dụng hàng hiệu thì thừa đủ sự tinh tế. Tất cả chỉ là bởi bí mật của việc tạo ra những loại nước hoa hàng đầu của thế kỷ 20 là hãy “ném một chút rác vào khu vườn xinh đẹp.” Nói đơn giản, muốn thơm hãy học cách thối! Jacques Guerlain – tác giả của vô số loại nước hoa đẹp đến nay vẫn được ưa chuộng – chia sẻ sự đồng tình với quan điểm này theo cách không thể ẩn tượng hơn. Ông tuyên bố: “Nước hoa, nên có mùi đung quăn lớt tình nhân của tôi.”

Sự thật trần trụi

Không thể phủ nhận những hương thơm quyến rũ nhất đều mang theo chút nào đó của những mùi hôi thối. Francis Kurkdjian – một cái tên đang nổi lên trong ngành chế tạo nước hoa - chia sẻ anh từng nhầm mùi hoa nhài với mùi nước tiểu và mùi mồ hôi của những con ngựa. Hay tay viết nước hoa nổi tiếng, Chandler Burr miêu tả hoa nhài trong cuốn *The Perfect Scent: A Year Inside the Perfume Industry in Paris and New York* là “thấm đẫm mùi hương của sự thối rữa.”

Tất cả các nhà sản xuất nước hoa hiện nay đều đang có sở thích đặc biệt với những loại hoa màu trắng như hoa nhài, hoa cam, và cây sơn. (Hãy thử Sahar Noir của Tom Ford!) Nhưng bạn có muốn biết mùi của những loại hoa và cây sơn này được cấu tạo thế nào không? Chúng có chứa chất indole, một hợp chất được tìm thấy trong ruột động vật. Cuối cùng, những cụm từ mang đầy tính khoa học và khoa trương chẳng ai hiểu nổi được các thương hiệu đang dùng để mô tả các sản phẩm của họ như “animalic”, “indolic” và “skatolic” thực chất là gì? Chúng dưới cách diễn giải của những “cái nose” hàng đầu trong ngành nước hoa sẽ là “mùi áo lót đẫm mồ hôi nam giới”, “mùi chó ướt” và “mùi nước đái mèo”.

Nguyên nhân thực sự

Nếu như vậy, chẳng phải tạo ra những loại nước hoa sẽ vô cùng đơn giản sao!? Bạn muốn có hương của Dolce, The Perfume hãy work out (tập thể dục với cường độ lớn) nơi phòng gym và dùng tắm. Còn nếu muốn có mùi Chanel No.5 phiên bản gốc, một tuần không tắm – quá dễ dàng. Mùi Jicky của Guerlain ư? Tất cả những gì bạn cần làm chỉ là hãy tới sở thú và tìm những con hải ly. Không, không có chuyện đó đâu và bạn cũng đừng đại dốt mà thử.

Bí mật ở đây là liều lượng. Ở trạng thái nguyên chất, những mùi hương đang được đề cập tới trong bài viết này đều rất nồng và không ai chịu được nhưng nếu được pha loãng ở mức 0,01%, bạn sẽ thấy những mùi hương của thiên đàng. Nói cách khác, ở một mức độ nào đó thì quỷ dữ cũng đáng yêu như chúa trời.

Một lý do nữa giải thích cho sự lựa chọn những mùi khó ưa của “các nose” hàng đầu của ngành hương phẩm là bởi họ muốn đưa vào những thứ thuần khiết nhất một chút dirty, nasty. Cái đẹp ngây thơ – theo họ - cần được tô điểm bởi sự đàng điếm, là lời và ông ẹo. Và để làm được điều này, họ cần có những mùi hương động vật, cần có mùi hương của sự thối rữa bên cạnh những mùi được gán mác là mùi khăn mùi xoa của bà ngoại như lavender hay mùi hoa hồng thuần chất. ■



Thierry Mugler Alien Eau Extraordinaire

Nguyên liệu: Ambergris tổng hợp – một hợp chất mô phỏng một hợp chất có trong ruột của cá nhà táng.
Mùi hương: Cam bergamot, hoa tiare (khá giống với hoa dành dành) và hổ phách trắng. Ấm áp và lạ kỳ.



Chanel No.5

Nguyên liệu: Xạ hương tổng hợp. Ở thể tự nhiên, chất này thường xuất hiện nhiều ở tuyến hậu môn của những con cây hương.

Mùi hương: Một tổ hợp tuyệt vời của những loại hoa như hoa nhài, hoa hồng, hoa iris và hoa ylang-ylang.



Maison Francis Kurkdjian Amyris Femme

Nguyên liệu: Indole – một hợp chất tìm thấy trong nước tiểu của bệnh nhân chậm phát triển trí tuệ
Mùi hương: Mùi cam, iris và cỏ vetiver với hương ngọt ngào mùi hoa quả.



Yves Saint Laurent Majestic Rose

Nguyên liệu: Labdanum – nhựa của một loại cây đặc biệt, thu được bằng cách chài lông của những con cừu thường cạo vào thân cây.
Mùi hương: Nước hoa có mùi hoa hồng, mùi quả raspberry.

AKN

INN

UVE

AU

Creative Director | Rita Tromboczky
Stylist | Hương Đỗ
Photographer | Jundat
Model | Hạ Vy
Make-up & Hair Artist | Monica
Thạch Thảo



The Row (Runway) | Áo len cao cổ | Len Cashmere



I'm Isola Marras (Runway) | Áo khoác mỏng | Len cừu Merino
Akris (Runway) | Quần dài

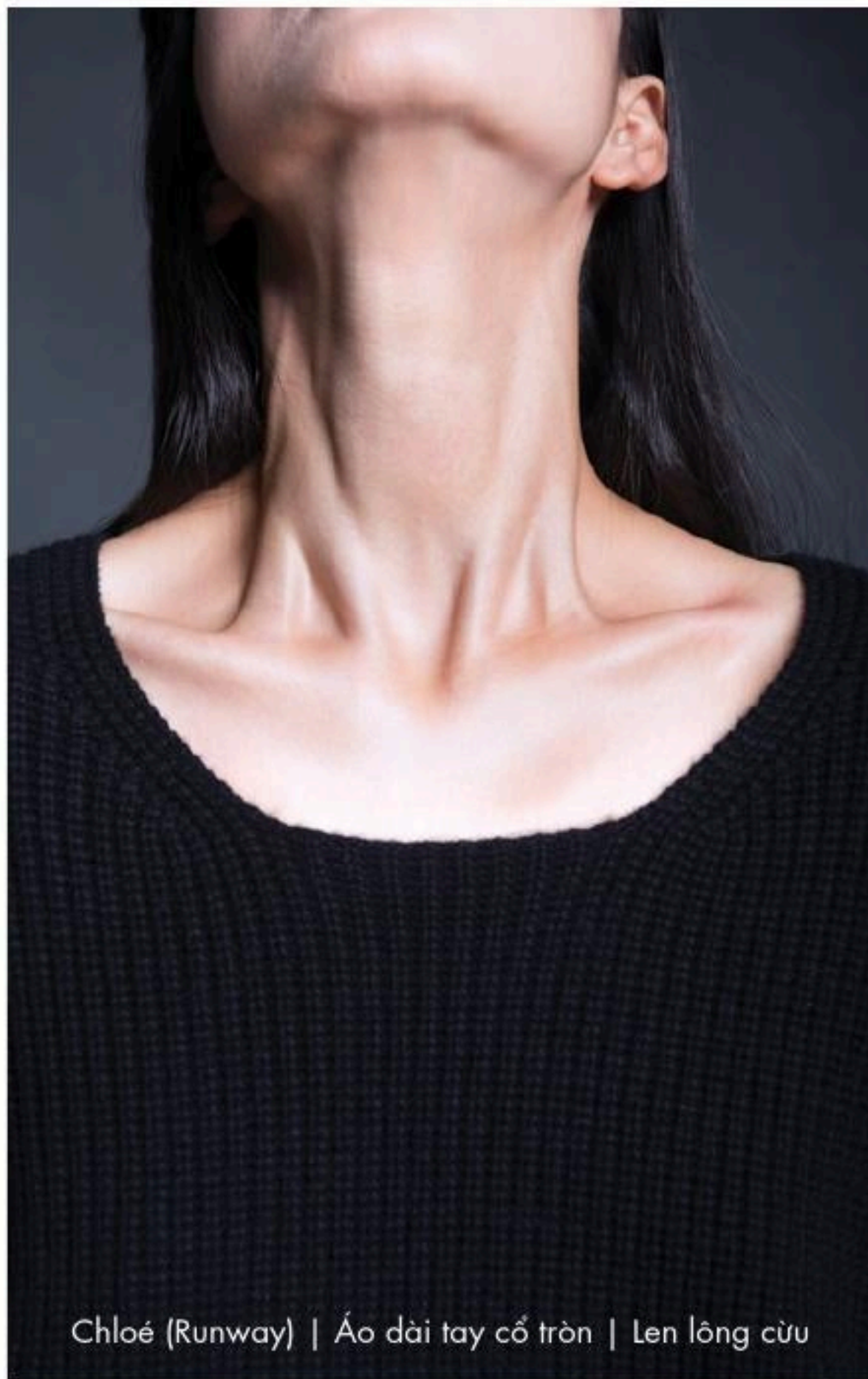


The Row (Runway) | Áo khoác | Len Cashmere | Lụa
Salvatore Ferragamo | Khăn | Len Cashmere
Louis Vuitton | Khăn | Len Cashmere



I'm Isola Marras (Runway) | Áo cổ lọ cánh dơi
I'm Isola Marras (Runway) | Áo khoác

<https://tieulun.hopto.org>



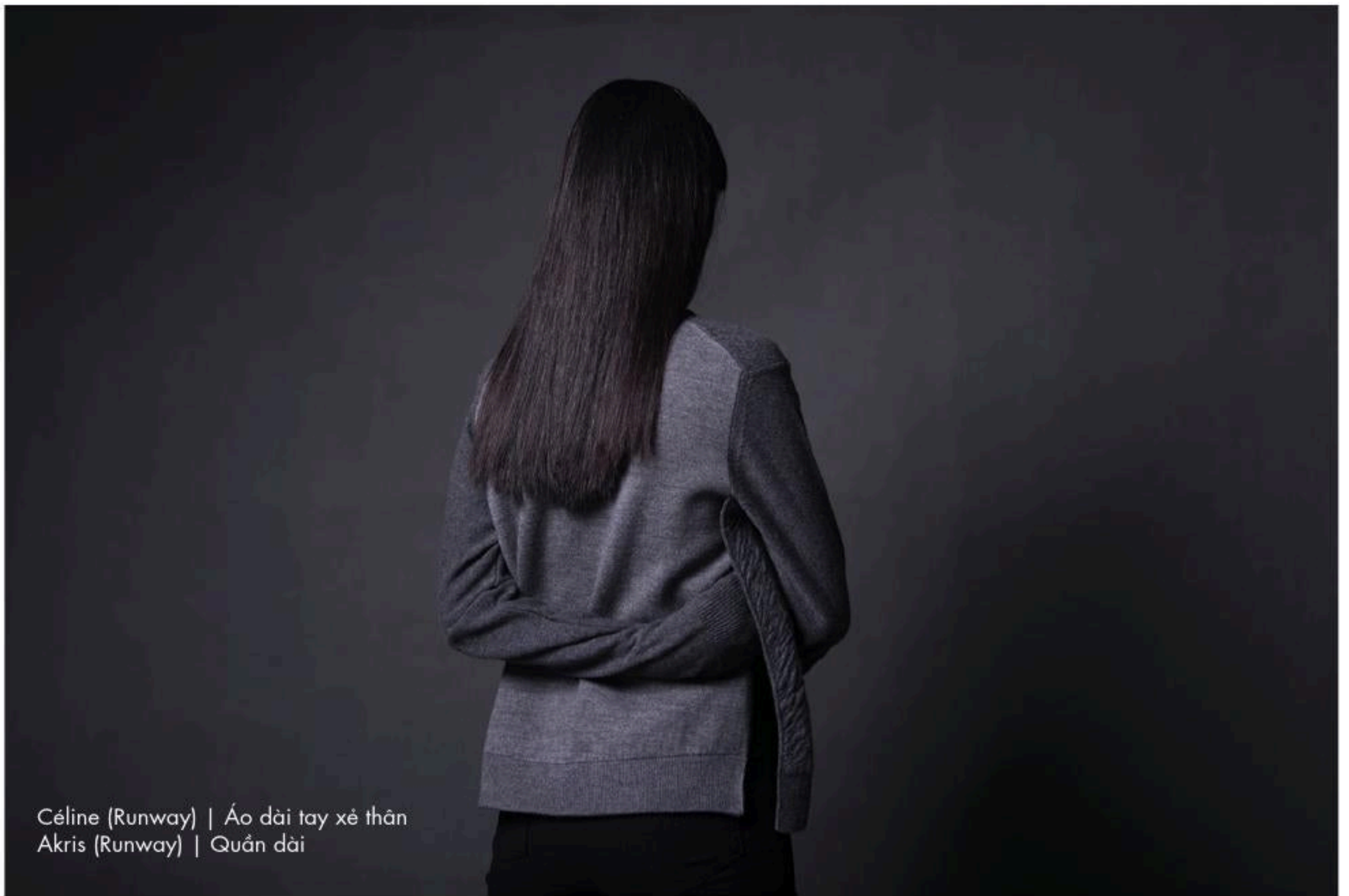
Chloé (Runway) | Áo dài tay cổ tròn | Len lông cừu



Stella McCartney (Runway) | Áo dài tay cổ tròn | Len











Ím Isola Marras (**Runway**) | Áo khoác mỏng | Len cừu Merino
Louis Vuitton | Burberry | Salvatore Ferragamo |
Tất cả Khăn len Cashmere

<https://tieulun.hopto.org>



GẠCH NỐ THỂ HỆ



Nhà thiết kế Jaime Hayon mới đây đã kết hợp giữa sự thô ráp của chất liệu đất nung và nhôm để tạo ra một bộ sưu tập các thiết bị và dụng cụ trưng bày trong vườn đầy sáng tạo, phá cách và đương đại!

Bộ sưu tập được đặt tên khá trực tiếp là Gardenias. Và nó là biểu hiện tốt nhất cho phong cách của **Jaime Hayon**: Cần có sự vui vẻ trong thiết kế. Đơn giản và thanh lịch, các mẫu thiết kế trông như thể chúng vừa nhảy ra khỏi những bức vẽ nguệch ngoạc. Nghe có vẻ đầy phi lý nhưng sự thú vị nằm chính ở sự phi lý đó – các thiết kế trông thật hơn, đáng yêu hơn. Một điểm thú vị nữa của bộ sưu tập là khả năng biến đổi những món đồ nội thất ngoài trời của Hayon từ những chất liệu khô cứng và tương như khó chịu thành những sản phẩm tự nhiên, mềm mại và dấu ấn organic như thể chúng được làm từ gỗ.

Càng đặc biệt hơn nữa khi những mẫu thiết kế có thể cùng lúc mang hai phong cách trái ngược, vừa rất hiện đại tới mức đương đại, vừa hoài cổ gợi nhắc một thời vàng son nên chúng không chỉ có thể trưng bày trong vườn mà còn có thể đặt trong phòng khách như những món đồ nội thất quan trọng. Như vậy, thách thức khó khăn nhất của công việc thiết kế là diễn giải từ những thô cứng thành một thiết kế có kiểu dáng lãng mạn và thị vị đã trở thành hiện thực. Có được điều này là nhờ Jamie đã vận dụng tới các yếu tố thiết kế đặc trưng của ông, đó là một phong cách nữ tính nhưng vẫn hiện đại.

“Tôi thích làm việc với những chất liệu bền và có thể sử dụng trong thời gian dài. Tôi luôn nghĩ rằng tại sao chúng ta phải sử dụng công nghệ cao trong khi những chất liệu bền đã có sẵn từ trước đó. Chẳng hạn đá hoa cương đã có từ thời La Mã. Gốm sứ

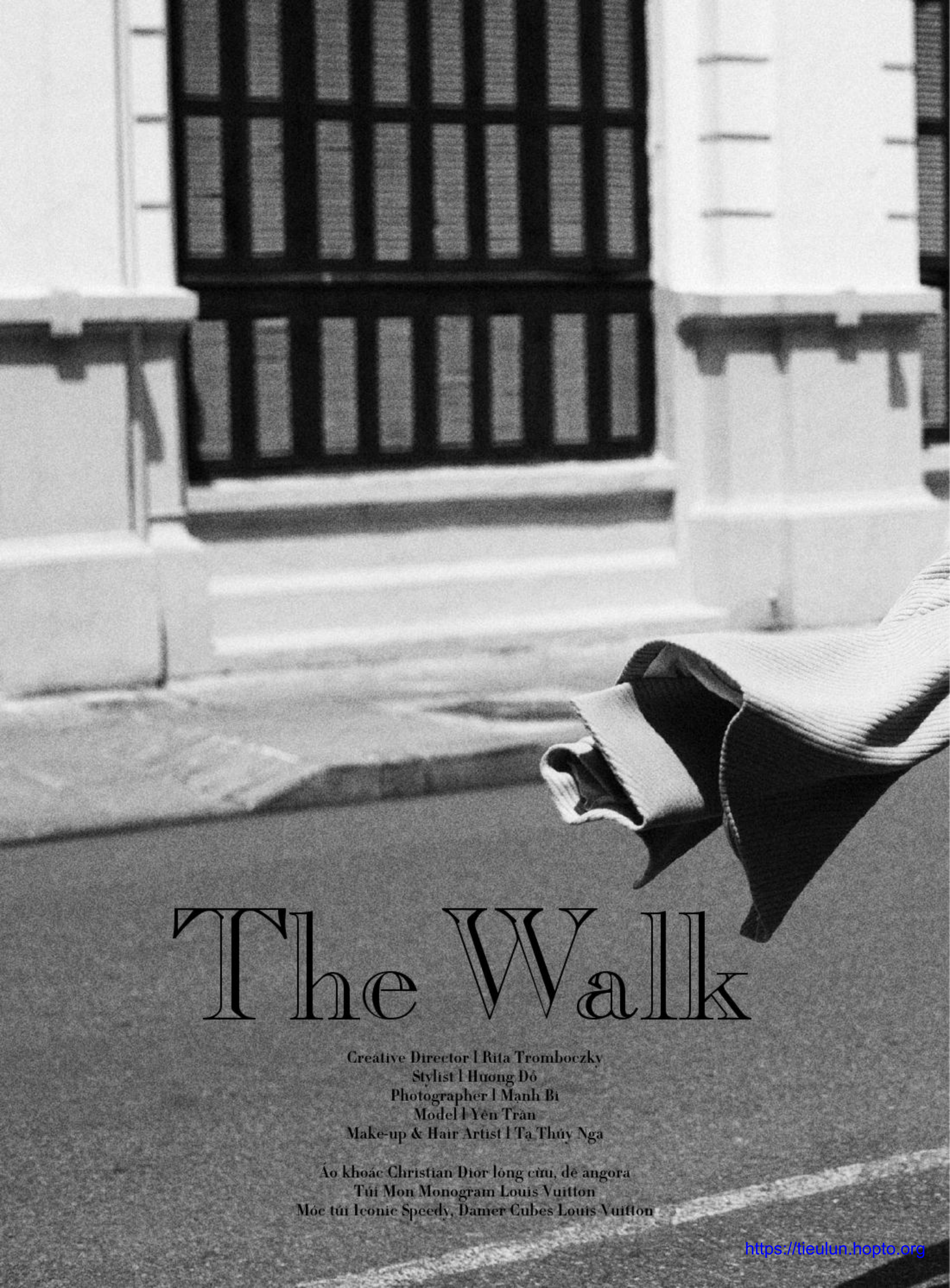
cũng là một chất liệu bền. Pha lê cũng vậy. Tôi là một người cực liệt phản đối việc sử dụng chất liệu plastic mặc dù nó sẽ dễ dàng hơn để thiết kế nhưng đó không phải là tôi.”

Jaime Hayon sinh ở Madrid vào năm 1974. Anh từng được đưa vào danh sách những nhà thiết kế có ảnh hưởng nhất thời đại trong một thập kỷ qua. Với văn phòng ở Italy, Tây Ban Nha và Anh, ông là người từng thiết kế các bộ sưu tập cho Baccarat, Fritz Hansen, Ceccotti Collezioni, Sé, Magis, Lladro và Established & Sons. Ông cũng từng thiết kế nhà hàng tuyệt đẹp La Terraza del Casino ở Madrid. Gần đây nhất, ông cũng bổ sung vào danh sách sáng tạo của mình nhà hàng Le Sergent Recruteur ở Paris. Ngoài ra, **Jaime Hayon** cũng là nhà thiết kế cho hệ thống các cửa hàng trên khắp thế giới của thương hiệu Camper.

Sau khi hoàn thiện chương trình học về thiết kế công nghiệp ở Madrid và Paris, ông gia nhập Fabrica vào năm 1997. Rất nhanh, từ vị trí một sinh viên, ông được đề bạt thành Trưởng khoa Thiết kế của học viện được tài trợ bởi tập đoàn Benetton này. Công việc của Jaime là giám sát các dự án thiết kế từ cửa hàng tới nhà hàng và các triển lãm.

Tám năm sau, **Jaime Hayon** ra mắt bộ sưu tập đầu tiên của mình. Đây là những bộ sưu tập đồ chơi, đồ sứ, đồ nội thất và các thiết kế nội thất cũng như sắp đặt. Các bộ sưu tập này lập tức đưa Jaime vào vị trí dẫn đầu của những nhà thiết kế đương thời của Tây Ban Nha. ■





The Walk

Creative Director | Rita Tromboczky

Stylist | Hương Đỗ

Photographer | Mạnh Bi

Model | Yên Trần

Make-up & Hair Artist | Tạ Thúy Nga

Áo khoác Christian Dior lông cừu, dè angora

Túi Mon Monogram Louis Vuitton

Móc túi Iconic Speedy, Damer Cubes Louis Vuitton







Áo khoác Christian Dior lót lụa
Quần Burberry
Túi Lady Dior Patch Pocket



Áo khoác Christian Dior lông cừu
Túi Diorissimo nhỏ



Váy Dilmia Hugo Boss
Túi Dior Addict
Vòng tay Diorever, Christian Dior
Vòng tay Charny Pearl Louis Vuitton



Váy Dior lụa
Nhẫn Charny Pearl Louis Vuitton

Áo khoác sát nách Dior
Vòng da Louis Vuitton
Đồng hồ Titoni

Áo khoác viền da, quần Versace
Túi Dora Monogram Louis Vuitton







KỶ NGUYÊN TRANG SỨC ĐỘC LẬP

Xu hướng mới là những món trang sức cần phải độc bản,
cần phải có tính cá nhân hoá cao!



BST Chopard Green Carpet

Trước đây việc mua nữ trang khá đơn giản, đặc biệt là với trang sức đắt tiền. Tất cả những gì bạn cần là đi tới những khu thánh đường hàng hiệu như Bond Street (nếu đang ở London), Champs Élysées (nếu ở Paris), lựa chọn cho mình bất kỳ món đồ nào bạn thích. Vòng tay Love của Cartier? Một lựa chọn không tồi! Những thiết kế của Elsa Peretti cho Tiffany? Bạn thật sành điệu! Những mẫu thiết kế lấy cảm hứng từ biểu tượng horsebit (hàm thiếc ngựa) của Gucci? Liệu còn thứ gì hợp lý hơn không!?

Tuy nhiên, điều này nay đã khác. Thật đáng thương cho những đức ông chồng nhưng thật may mắn cho toàn bộ ngành công nghiệp trang sức. Phụ nữ hiện nay khi chọn mua trang sức ngày càng ganh đua với nhau. Tôi được một doanh nhân trẻ - người thường xuyên được xếp bàn cùng với một nữ doanh nhân quyền lực trong những buổi tiệc quan trọng - chia sẻ rằng, nữ doanh nhân tên P này luôn xuất hiện với số lượng kim cương trị giá khoảng \$400.000. Người Việt đã vậy, những người giàu trên thế giới sẽ thế nào?

Nếu trước đây, cuộc đua về trang sức chủ yếu vẫn là chú trọng vào kích thước (của viên kim cương) và khoản chi phí để có thể có được những món trang sức đó thì nay, xu hướng mới của thế giới trang sức là tính cá nhân hóa trong mỗi sản phẩm. Lý do của việc này theo một tạp chí chuyên về trang sức và đồng hồ của Anh là bởi ngày càng có nhiều nhà thiết kế trẻ được yêu thích. Những nhà thiết kế trẻ này buộc những cái tên hàng đầu của ngành công nghiệp phải tập trung thêm vào các dịch vụ bespoke của mình. Ngoài ra, khách hàng cũng đang ngày một có gout hơn, họ đòi hỏi những món trang sức phải đặc biệt, và cao hơn cả là phải dành riêng cho họ hoặc ít nhất là có được những dấu ấn cá nhân của họ. Điều này cũng giống như việc một doanh nhân người Việt sở hữu một chiếc đồng hồ có 12 cọc số là chữ cái mang tên anh, hay Giám đốc tỉnh Thanh Hóa sở hữu một chiếc đồng hồ được hãng Speake-Marin làm riêng cho ông. Hay nghe nội giới đồn đại, một đại gia lĩnh vực ngân hàng và tài chính chỉ mặc những bộ âu phục được may đo riêng cho ông. Trên những bộ trang phục này là 03 chữ cái DQH (viết tắt tên riêng của ông).

“Xu hướng lựa chọn những món trang sức ‘hàng thửa’ hoàn toàn xuất phát từ nhu cầu và mong muốn cá nhân hóa những món đồ xa xỉ,” Juliet Hutton-Squire, đồng sáng lập của Adorn

Insight – một trong những công ty chuyên phân tích xu hướng của đồ trang sức tại Anh – khẳng định. “Ở cấp độ toàn cầu, chúng tôi xem xu thế này là điều hiển nhiên và nó vẫn đang tiếp tục phát triển. Bên cạnh đó, xu hướng này cũng đang minh chứng một điều, khách hàng trên thế giới cũng đang ngày càng thông minh và tinh tế hơn.”

Ở một mặt khác, điều này cũng có nghĩa, các nhà thiết kế độc lập – những người có điều kiện thực hiện những sản phẩm mang tính cá nhân hoặc theo đơn đặt hàng sẽ được mọi người tìm tới khi họ muốn có một thứ gì đó thật đặc biệt cho bản thân mình. Hattie Rickards là một nhà thiết kế nữ trang người Anh. Cô nổi tiếng với những mẫu trang sức có màu sắc ấn tượng và là sự hòa trộn đầy khéo léo giữa chủ nghĩa mỹ học hiện đại và cảm hứng sáng tạo tới từ những dân tộc thiểu số. Cô chia sẻ: “Tôi tin rằng xu hướng phổ biến nhất hiện nay là những món trang sức mang đậm dấu ấn cá nhân. Hầu hết khách hàng tìm tới tôi để yêu cầu một thiết kế thú vị và đặc biệt. Để làm được điều này khi thiết kế tôi phải xét tới rất nhiều yếu tố. Mục tiêu cuối cùng của tôi là có thể đưa ra một thiết kế mang tính cá nhân nhất, đặc biệt và độc đáo nhất.”

Nhà thiết kế trang sức gốc Pháp nổi tiếng ở London, Melanie Georgacopoulos cũng chia sẻ, cô cũng được hưởng không ít lợi ích từ xu hướng mới này. Đặc biệt khi các mẫu thiết kế trang sức của Melanie luôn ấn tượng với những biến hóa mà cô thực hiện với chất liệu ngọc trai. Melanie cũng nhấn mạnh với xu thế mới, người tiêu dùng sẽ không chỉ quan tâm tới thiết kế của những mẫu trang sức mà họ còn quan tâm tới cả cách thức và chất liệu tạo ra nó.

Nếu như trước đây, xu hướng chung cho việc lựa chọn trang sức là những món bằng vàng và được khảm nạm kim cương thì nay, người tiêu dùng ngày càng quan tâm nhiều hơn tới những món trang sức được khảm nạm bởi những viên đá nhiều màu. “Đây thực sự là một bước chuyển mới so với quá khứ,” Melanie chia sẻ. Melanie cũng chia sẻ lý do giải thích cho việc này. “Tôi cảm thấy màu sắc, hình dáng và cấu trúc bề mặt của những viên đá màu rất đa dạng. Chúng cho phép những nhà thiết kế có thể thoải mái sáng tạo và thử nghiệm với các thiết kế. Và tất nhiên, kết quả của điều này là những mẫu trang sức có thiết kế vô cùng đặc biệt, cao cấp và ấn tượng. ▶



BST Chopard Green Carpet



BST Chopard Green Carpet

“Thú vị” hẳn là từ khóa mà bạn muốn dùng để miêu tả những món trang sức của Tessa Packard. Nhà thiết kế này và cả những khách hàng của cô vốn là những người thường tham dự sự kiện Bystander của tờ Tattler có chung quan điểm rằng trang sức cao cấp không cần có sự tiết chế. Bộ sưu tập đầu tiên Mexicanam, có cảm hứng từ Mexico (như chính tên bộ sưu tập đã gợi ý) với những thiết kế hình học đặc trưng của Mexico. Trong khi đó, bộ sưu tập mới nhất của cô Predator/Prey được ra mắt vào tháng 08 vừa rồi được trang trí với hình ảnh của những con ong bắp cày.

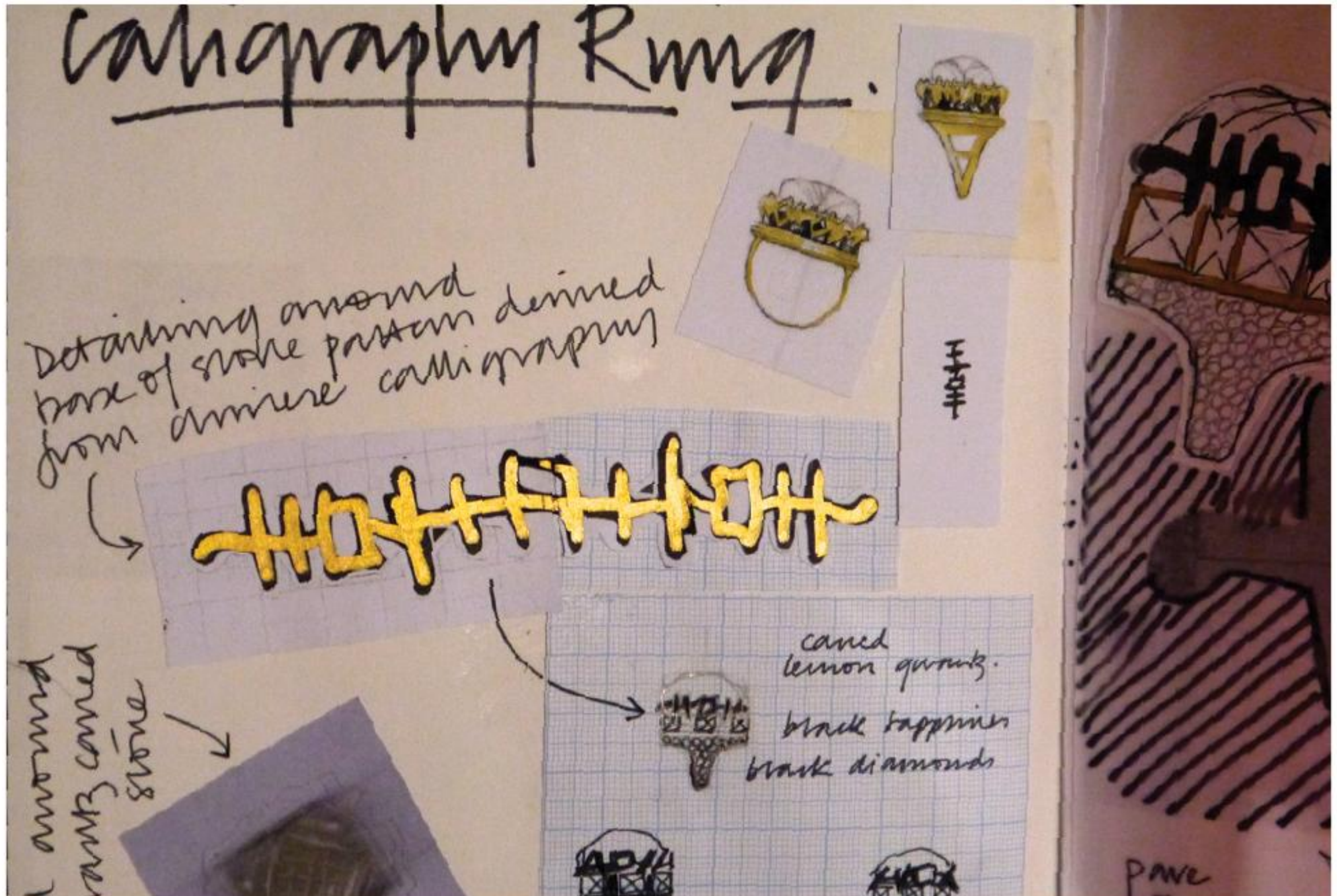
“Thực tế là luôn có thị trường dành cho những món trang sức được khảm nạm những viên đá thuộc nhóm ‘big four’ (gồm có ngọc lục bảo, ruby, sapphire và kim cương). Tuy nhiên, tôi nhận thấy nhu cầu dành cho những món trang sức chế tác từ đá bán quý như đá aquamarine, tourmaline và sapphire đen đang lớn hơn. Ngoài ra cũng phải kể tới ngọc trai khi ngày càng nhiều khách hàng ưa chuộng và yêu cầu ngọc trai cho các mẫu thiết kế trang sức của mình,” Packard chia sẻ. Ngoài ra, cô cũng nhấn mạnh, các nhà thiết kế trang sức đang ngày càng cởi mở hơn với việc sử dụng những loại đá bán quý ít được biết tới như thạch anh chrysoprase, sodalite, aventurine và chrysocolla. “Thực tế, với những loại đá này, các nhà thiết kế đang sử dụng chúng theo cách tự tin hơn và thường xuyên hơn trước đây,” cô khẳng định.

Tuy nhiên, ngành công nghiệp trang sức đang không chỉ chứng kiến những thay đổi từ việc lựa chọn những loại đá để khảm nạm. Ngành công nghiệp này đang chứng kiến cả một sự thay đổi lớn trong việc lựa chọn nguyên liệu vàng và kim loại quý. Cụ thể nguyên liệu vàng được sử dụng để chế tác những món đồ trang sức cần có xuất xứ sạch và có đạo đức. Nhưng thế nào là xuất xứ sạch và có đạo đức? Đó là vàng được sử dụng để

chế tác trang sức cần phải là loại vàng Fairtrade, Fairmined. Loại vàng này được khai thác với các tiêu chuẩn và điều kiện khắc khe nhằm giảm thiểu tối đa ảnh hưởng của nó lên môi trường tại địa phương khai thác. Ngoài ra, quyền lợi của những công nhân khai thác mỏ cũng được đảm bảo ở mức cao nhất. Tất nhiên, vẫn cùng là vàng nhưng loại vàng này sẽ có giá thành cao hơn rất nhiều lần do nó tốn kém hơn để có thể khai khoáng. Tuy nhiên, không phải vì giá thành đầu vào cao mà các thương hiệu trang sức châu Âu không dùng nó. Và dẫn đầu trong danh sách này không cái tên nào khác hơn Chopard.

Năm ngoái, Chopard đã giới thiệu bộ sưu tập Green Carpet Collection với sự hợp tác của đạo diễn Livia Firth – người đang điều hành công ty Eco-Age chuyên làm việc chặt chẽ với các tổ chức phi chính phủ NGO để giúp cải thiện thế giới. Việc của Livia Firth là làm việc với những người nổi tiếng như Marion Cotillard và Cate Blanchett để họ chỉ xuất hiện trên sự kiện thảm đỏ Cannes với những món trang sức được làm từ vàng Fairmined Gold và kim cương ethical.

Năm 2011, Firth sau khi ăn mừng chiến thắng của chồng mình tại lễ trao giải Oscar, đã thảo luận với bà Caroline Scheufele, đồng chủ tịch và là giám đốc nghệ thuật của Chopard về ý tưởng này. “Tôi đã hỏi về xuất xứ số vàng mà bà ấy sử dụng để chế tác những món trang sức và bà ấy trả lời, ‘Từ ngân hàng, tất nhiên – oh...’” “Ngay khi bà ấy trả lời như vậy, bà ấy đã nhận ra ẩn ý của tôi. Và không lâu sau sự kiện Oscars, tôi nhận được một cuộc điện thoại từ Caroline Scheufele. Bà ấy nói rằng bà đã suy nghĩ rất nhiều về cuộc nói chuyện của chúng tôi và bà ta muốn làm một điều gì đó với chúng tôi. Chúng tôi rất tự hào bởi vì họ không cần phải thay đổi nhưng họ đã muốn làm điều đó. ▶



BST Mexicanam của Tessa Packard



Fernando Jorge

Tuy nhiên, không chỉ có Chopard và những thương hiệu lớn nhảy vào cuộc chơi này. Ngay cả những thương hiệu nhỏ và những nhà thiết kế độc lập cũng đang giới thiệu những bộ sưu tập được chế tác từ vàng Fairtrade, Fairmined. Cái tên đầu tiên phải kể tới là Hattie Rickards. Cô chia sẻ: “Tôi tin rằng trách nhiệm của tôi là mang tới cho khách hàng của tôi những thiết kế được làm từ những nguyên liệu được khai thác theo những phương pháp có trách nhiệm.”

Những ngôi sao mới

Fernando Jorge

Với thiết kế mang phong cách kiến trúc, thanh lịch nhưng vẫn rất thời thượng, Fernando Jorge đang làm rung chuyển thế giới với những thiết kế đầy sáng tạo và tinh tế của mình.

Nhà thiết kế người Brazil này cũng gây ấn tượng với những thiết kế mang phong cách quyến rũ. Anh phân chia thời gian của mình ở São Paulo và London để lựa chọn những viên đá địa phương và tiếp những khách hàng quan trọng.

Jo Hayes Ward

Với quan điểm những món trang sức cao cấp không nhất thiết phải được khảm nạm toàn bộ bởi những viên đá quý, Jo tạo ra những món trang sức cao cấp mang phong cách kiến trúc và có khả năng phản chiếu ánh sáng giống như những quả cầu bằng vàng. Tuy nhiên, khi tiếp cận, bạn sẽ thấy chúng được kết bằng những hình khối vuông hoặc lục lăng.

Sophie Breitmeyer

Có ông nội là một nhân viên môi giới kim cương ở nhà De Beers, chắc chắn chỉ có một nghề là phù hợp với Sophie Breitmeyer: thiết kế trang sức. Các mẫu thiết kế của cô vô cùng tinh xảo và tinh tế. Một điểm nữa cũng cần nói tới về những thiết kế của Sophie là chúng được khảm nạm hoặc kết hợp rất nhiều với ngọc trai (chứ không phải kim cương). Vogue Italia gọi cô là “tài năng mới cần được lưu tâm.”▶



Jo Hayes Ward



Sophie Breitmeyer

27th Paris Antique Dealers Biennale

Với bộ sưu tập Extremely Piaget, thương hiệu chế tác trang sức hàng đầu thế giới đã làm sống lại giai đoạn vàng son của những năm 1960-1970!



Piaget

Trong những năm 1960 và 1970, các sự kiện và việc tham gia các sự kiện quan trọng này ngày càng trở thành điều bắt buộc với những ngôi sao và những người nổi tiếng. Các thành phố lớn trở thành sân chơi của những minh tinh màn bạc và những người có ảnh hưởng trong xã hội. Cũng tại thời điểm này Piaget đã làm rung chuyển thế giới nghệ thuật đương đại với những thiết kế cách tân và hoàn toàn tự do. Được xây dựng dựa trên việc làm chủ các kỹ thuật chế tác thủ công cao cấp và một khả năng sáng tạo và tưởng tượng vô hạn, Piaget đã biến những kim loại quý vô tri vô giác thành những tác phẩm trang sức và những mẫu đồng hồ đầy cảm xúc.

Trong suốt những năm 1960-1970, Piaget đã quyến rũ cả châu Âu với khả năng sử dụng màu sắc và đưa ra những thiết kế mới cho các mẫu trang sức. Với những ý tưởng đầy mê hoặc, sáng tạo và cách tân, Piaget đã kết hợp những thiết kế táo bạo với những kỹ thuật có truyền thống hàng trăm năm để tạo ra phong cách tôn vinh vẻ đẹp thời đại. Và chính những thiết kế táo bạo này tới nay đã trở thành những mẫu thiết kế biểu tượng của thương hiệu. Năm nay, để đánh dấu sự kiện 27th Antique Dealers Biennale và cũng là để tôn vinh lịch sử sáng tạo của mình, Piaget đã quyết đầu tư cho bộ sưu tập Extremely Piaget collection. Với bộ sưu tập này, hai chủ đề được hãng khai thác là Extremely Colourful và Extremely Sparkling. ►

Trong giai đoạn này, màu sắc – đặc biệt là những màu được kết hợp với vàng – đã trở thành một dấu ấn quan trọng trong lịch sử của Piaget. Với bộ sưu tập này, Piaget đã phá bỏ các giới hạn trong lĩnh vực chế tác đồng hồ và trang sức với những màu sắc và phong cách hoàn toàn mới. Quan trọng hơn, Piaget đã giới thiệu một mẫu đồng hồ, cho phép thiết kế có thể sử dụng những mặt số đá cứng mà không làm ảnh hưởng tới độ dày của đồng hồ. Cũng chính nhờ đó mà đá turquoise, đá opal, ruby, ngọc bích và lapis lazuli có thể xuất hiện trên mặt số của những chiếc đồng hồ Piaget.

Sử dụng các kỹ thuật tương tự các kỹ thuật may đo cao cấp Haute Couture, Piaget rèn và luyện vàng thành những tấm mạng óng ánh, cho thấy khả năng luyện vàng độc đáo của thương hiệu. Một số mẫu đồng hồ với thiết kế dạng cổ tay áo (manchette) được giới thiệu trong bộ sưu tập này cũng được thực hiện với những kỹ thuật đặc biệt nhằm có thể mang tới cho các mẫu thiết kế vẻ đẹp hoàn hảo nhất của chất liệu vàng. Nó giống như một lời gợi nhắc về slogan những năm 1970 của thương hiệu Piaget: “Piaget time... measured only in gold.”

Với những thiết kế dạng sợi vàng và những viên đá màu, chiếc vòng cổ mang vẻ đẹp xa hoa của một thời kỳ vàng son đã qua. Còn với chiếc vòng cổ, chi tiết bên ngoài của chiếc vòng được thiết kế trông giống như một chiếc nơ được làm từ lụa. Bên trong chiếc vòng là hàng trăm liên kết chặt chẽ và chính xác với nhau, tạo cảm giác giống như một mảnh vải. Là biểu tượng của Piaget, thiết kế mạng vàng này không chỉ được sử dụng cho những mẫu vòng tay hay những chiếc đồng hồ mà còn cho những chiếc vòng bằng vàng hồng và những chiếc vòng tay đính hạt turquoise và kim cương với kiểu cắt marquise hình bầu dục.

Với truyền thống chế tác đồ trang sức thủ công từ thế hệ này qua thế hệ khác, Piaget vượt trội so với những nhà thiết kế khác

bởi thiết kế tinh tế và phong cách ấn tượng. Cho thấy khả năng chế tác kim hoàn bậc thầy của thương hiệu, Piaget kết hợp thiết kế dạng mạng, chuỗi và viên vào những thiết kế trang sức của mình và gây ấn tượng với giới mộ điệu.

Màu sắc và chất liệu vàng chỉ là một phần di sản của thương hiệu Piaget. Những người thợ thủ công của Piaget đặc biệt lành nghề và có khả năng chế tác những món đồ khám nạm kim cương. Những viên ngọc đặc biệt được hãng sử dụng riêng cho bộ sưu tập Extremely Piaget. Chúng được chọn làm tâm điểm cho các mẫu vòng tay, vòng cổ, nhẫn và khuyên tai. Kim cương cũng xuất hiện trên các mẫu thiết kế với kiểu cắt hình bầu dục (marquise) hoặc baguette (hình chữ nhật).

Bộ sưu tập nổi bật với những viên kim cương có kiểu cắt hình bầu dục – một kiểu cắt có thể tạo ra độ sáng lấp lánh đặc biệt. Một trong những ngôi sao của bộ sưu tập là một mẫu thiết kế với hơn 1500 viên kim cương hình bầu dục. Có hiệu ứng tỏa sáng từ vị trí trung tâm, thiết kế cho thấy một khả năng tuyệt vời của thương hiệu trong việc tạo ra một mẫu trang sức hoàn hảo, sang trọng và đẳng cấp.

Các kỹ thuật khám nạm và cắt kim cương của Piaget đã mang về cho thương hiệu danh tiếng của một bậc thầy trong lĩnh vực chế tác tác trang sức cao cấp trong suốt 140 năm qua. Thương hiệu sở hữu kỹ thuật chế tác trang sức hàng đầu là ‘col Claudine’. Với kỹ thuật này, hàng trăm viên kim cương hình bầu dục, hình quả lê hoặc hình vuông sẽ được đặt bao quanh một viên kim cương 02 carat. Được biết, kỹ thuật này đã được Piaget hoàn thiện lần đầu tiên là vào năm 1960. Tại thời điểm đó những viên kim cương được sử dụng là những viên kim cương có kiểu cắt hình chữ nhật và được giữ bởi các ngạnh và xếp thành hai hàng để tạo ra sự mềm mại giống như một tấm vải. Cho tới nay, đây vẫn là một kỹ thuật cao cấp của thế giới trang sức. ►



Một sản phẩm thuộc bộ sưu tập Extremely Piaget



Royal Pearl trong BST 104 piece của Cartier

Cartier

Không chỉ có Piaget xem 27th Biennale des Antiquaires ở Grand Palais, Paris là một sự kiện trọng đại. Cartier và một danh sách dài các thương hiệu khác đều xem đây là cơ hội vàng cho thương hiệu. Đó chính là lý do tại sao nếu Piaget giới thiệu một Extremely Piaget thì Cartier giới thiệu bộ sưu tập Royal Collection. Hoàn toàn có thể nói, sự đầu tư của Cartier cho sự kiện này không thua kém bất kỳ thương hiệu trang sức nào. Bên cạnh đó, Cartier còn được biết tới với cái tên “thương hiệu kim hoàn của vua và vua của ngành kim hoàn” nên rất dễ hiểu tại sao thương hiệu này lại đưa ra bộ sưu tập có tên Royal Collection.

Với Cartier, “lớn hơn là tốt hơn”. Những mẫu trang sức đặc biệt mà Cartier giới thiệu từng nổi bật với những viên ruby, kim cương và ngọc emerald có kích thước ấn tượng. Trong sự kiện này, Cartier một lần nữa giới thiệu những mẫu trang sức với những viên đá khảm nạm kích thước lớn, dù đó là kim cương, ngọc emerald, sapphire hay ngọc trai. Tất cả những viên đá đều được lựa chọn dựa trên kích thước, đặc tính, độ quý hiếm, độ hoàn thiện và màu sắc.

Tuy nhiên, ấn tượng nhất trong bộ sưu tập 104 piece (mẫu thiết kế) này phải kể tới mẫu trang sức Royal Pearl. Mẫu trang

sức này gồm một viên ngọc trai Royal Pearl với trọng lượng lên tới 8,3 gram. Có xuất xứ từ vùng Vịnh Ba Tư, viên ngọc trai hình giọt lệ với tỷ lệ hoàn hảo này từng là tài sản thuộc quyền sở hữu của Hoàng hậu Mary – phu nhân của Vua George V. Viên ngọc trai này sau đó tiếp tục qua tay nhiều thành viên hoàng gia khác. Đầu tiên là Công chúa Mary, con gái của Hoàng hậu Mary. Viên ngọc trai sau này lại thuộc về hoàng thân George Lascelles, Bá tước vùng Harewood. Phu nhân của hoàng thân George Lascelles là thành viên cuối cùng của hoàng gia sở hữu viên ngọc này.

Một mẫu thiết kế đặc biệt khác có một viên Intense Red Ruby từ châu Phi – với kích thước 15,29 carat hình oval. Viên đá này được khai khoáng từ vùng Mozambique. Viên đá được đặt vào trong một thiết kế vòng cổ dạng mạng với những viên kim cương hình quả lê và những viên ruby có kiểu cắt cabochon.

Một thiết kế khác cũng ấn tượng không kém là viên ngọc emerald 26,6 carat. Viên ngọc này cũng được đặt vào trong một thiết kế vòng cổ với những viên kim cương hình cánh diều và những viên ngọc emerald tròn. Thiết kế tương đơn giản cho phép màu xanh lá của viên ngọc nổi bật và ấn tượng hơn. ▶



Bản phác thảo một mẫu trang sức của Graff

Graff

Nếu tính tới thời điểm hiện nay, thương hiệu Graff đã rút chân khỏi sân chơi Biennale đúng 12 năm (tương ứng với 06 lần sự kiện Biennale diễn ra). Vậy, điều gì khiến Graff buộc phải quay trở lại với sự kiện Biennale? Câu trả lời có lẽ nằm nhiều hơn cả ở khách hàng. Khách hàng của thế giới trang sức cao cấp đang ngày một tăng. Bên cạnh đó, nhu cầu của họ cũng tăng cả về số lượng lẫn chất lượng. Theo một tạp chí chuyên về trang sức và đồng hồ của Anh, khách hàng lựa chọn những món trang sức đang ngày một thông minh hơn, sành điệu hơn và có những yêu cầu đòi hỏi cao hơn. Họ đòi hỏi những món trang sức độc bản, có tính cá nhân hoá cao – những món trang sức cao cấp thực sự, được tạo ra theo cách của những chiếc váy Haute Couture. Bạn đã thấy điều này ở Piaget, ở Cartier và giờ là ở Graff.

Rất tự nhiên, Biennale là một sân chơi dành cho những thương hiệu muốn gửi tới những vị khách hàng chỉ chiếm khoảng 01% -05% dân số thế giới thông điệp: Thương hiệu đó có thể biến mọi ước mơ về đồ trang sức của một cá nhân thành hiện thực. Các thương hiệu muốn chia sẻ với khách hàng, hạn chế duy nhất đối với việc có thể sở hữu một món trang sức cao cấp là khả năng tưởng tượng và mong muốn của khách hàng chứ không phải tay nghề chế tác của thương hiệu. Ngoài ra, có thể nói triển lãm Biennale cũng là nơi để các thương hiệu ngấm ganh đua với nhau ở các lĩnh vực chế tác như: lựa chọn và sở hữu được những



viên đá quý nhất, chế tác được những mẫu thiết kế độc đáo và sáng tạo nhất. Cuối cùng, thông qua các mẫu thiết kế được trưng bày, các thương hiệu cũng có thể phần nào đó giới thiệu nghệ thuật chế tác thủ công truyền thống của chính mình. Piaget đã làm được điều này với những thiết kế trang sức dạng mạng, dạng lưới và dạng bề mặt của vải. Cartier đã gửi tới thông điệp “Bigger is Better”. Tất nhiên, Graff hay bất kỳ thương hiệu khác tham gia Biennale cũng sẽ có thông điệp riêng.

Với 27th Paris Antique Dealers Biennale, một chiếc vòng lấy cảm hứng từ thiên nhiên với những

hạt sapphire bao xung quanh những chiếc lá được khảm nạm kim cương. Mẫu thiết kế này được kết hợp với một đôi khuyên tai nổi bật với một viên ngọc emerald và những hạt sapphire tròn. Đây thực sự là một thách thức lớn bởi nội việc lựa chọn được những viên sapphire có kích thước và màu sắc phù hợp giữa thiết kế khuyên tai và thiết kế vòng cổ đã là một điều không hề dễ dàng gì. ■

NGÀI JULIEN RENARD:

Chúng tôi kỳ vọng vào thị trường Việt Nam.

Đầu tiên xin ông Julien Renard giới thiệu qua về bản thân ông?

Tôi là Julien Renard và tôi giữ vị trí Chủ tịch của Montblanc khu vực Châu Á Thái Bình Dương. Tôi đã làm việc ở châu Á trong khoảng 05 năm nay. Tuy nhiên, tôi chỉ đảm nhiệm công việc giám đốc Montblanc khu vực Châu Á Thái Bình Dương trong khoảng 12 tháng trở lại đây.

Ông nghĩ sao về thị trường Việt Nam?

Tôi cho rằng Việt Nam là một thị trường thú vị, đặc biệt là cho ngành hàng các sản phẩm cao cấp. Tôi đang thấy ngày càng nhiều những thương hiệu xa xỉ đặt chân vào thị trường này. Tôi có thể dự đoán rằng đây là một trong những thị trường tiềm năng cho chúng tôi và cho cả các thương hiệu khác trong thời gian sắp tới.

Vậy ông có thể tiết lộ với bạn đọc Hàng Hiệu một vài dự án của Montblanc trong thời gian sắp tới không?

Đầu tiên, việc chúng tôi giới thiệu một flag-ship store tại đây, tại không gian khách sạn Metropole đẹp đẽ này là minh chứng tốt nhất cho những dự án phát triển xa và rộng hơn của chúng tôi. Montblanc chúng tôi đã ở thị trường này được khoảng 15 năm. Chúng tôi đã mở boutique đầu tiên tại Việt Nam là vào 10 năm trước. Mục đích của chúng tôi khi mở flag-ship store ở Metropole là mong muốn mang tới giới thiệu với khách hàng những giá trị thẩm mỹ và tinh hoa thanh lịch của Montblanc. Bước kế tiếp của chúng tôi là mở thêm một store nữa ở thành phố Hồ Chí Minh.

Với 15 năm kinh doanh tại thị trường Việt Nam, và là một thương hiệu nổi tiếng với những hỗ trợ cho nghệ thuật viết và văn chương, ông có thể cho biết Montblanc có kế hoạch thực hiện hỗ trợ gì cho nghệ viết và nền văn chương Việt Nam không?

Hiển nhiên, thương hiệu Montblanc nổi tiếng với những thiết bị bút viết. Chúng tôi cũng là thương hiệu có rất nhiều đóng góp và hỗ trợ cho nghệ thuật viết và nền văn chương. Chúng tôi cũng hiểu được tầm quan trọng của việc cần đóng góp, ủng hộ cho nền văn chương và nghệ thuật của một quốc gia, tuy nhiên chúng tôi cần nghiên cứu thêm thị trường này. Bên cạnh đó, chúng tôi cũng cần thêm những đối tác khác (mặc dù chúng tôi đã có những đối tác lớn) bởi đây là một việc hoàn toàn không đơn giản. Ngoài ra, tôi cũng muốn giới thiệu với mọi người một Montblanc nổi tiếng với trang sức, đồng hồ, da thuộc. Khi mọi người tới với Montblanc, mọi người sẽ thấy một thế giới tinh tế với rất nhiều lựa chọn thanh lịch khác nhau.

Tuy nhiên, bút viết vẫn là khởi nguồn của Montblanc. Chúng tôi hân hạnh giới thiệu với khách hàng Việt Nam điều này.

Việt Nam đang ngày càng có nhiều khách hàng mong muốn những sản phẩm độc bản, mang tính cá nhân, vậy ông nghĩ sao về điều này?

Thực tế là chúng tôi cũng có dịch vụ Bespoke. Đây là một dịch vụ đặc biệt của Montblanc. Với dịch vụ này, chúng tôi sẽ trao cho khách hàng quyền lựa chọn các chất liệu và thiết kế mẫu bút, đồng hồ, trang sức mà họ mong muốn. Tuy nhiên, khách hàng của chúng tôi cũng mang tính lựa chọn.

Liệu những khách hàng Việt Nam có thể có được những sản phẩm độc bản từ Montblanc – tại cửa hàng này chứ?

Tại sao không? Nhưng chắc chắn một điều, bạn sẽ phải đầu tư không ít đâu cho chiếc đồng hồ hoặc chiếc bút viết độc bản của mình.

Vậy ông có kỳ vọng vào việc những khách hàng Việt Nam sẽ lựa chọn những mẫu đồng hồ hi-end của Montblanc?

Tất nhiên, tôi rất mong đồng hồ cao cấp Montblanc sẽ được khách hàng Việt Nam ưa chuộng. Tuy nhiên, Montblanc có rất nhiều phân khúc đồng hồ, phù hợp với khả năng tài chính của số đông người Việt Nam. Montblanc có những chiếc đồng hồ có giá từ vài ngàn euro cho tới những chiếc có giá đắt nhất vào khoảng 200-300 ngàn euro. Đó là những chiếc đồng hồ có thiết kế vô cùng tinh tế, được chế tác từ những chất liệu thực sự cao cấp, thể hiện tay nghề và đẳng cấp của một thương hiệu cao cấp.

Vậy ông có thể miêu tả những người đàn ông dùng sản phẩm Montblanc không?

Đó đầu tiên là những doanh nhân, những người yêu thích sự thanh lịch, trang nhã và sành điệu. Họ cũng là những người thực sự yêu thích những sản phẩm tốt, muốn được mọi người công nhận sự thành đạt trong xã hội nhưng không phải quá showing off và cũng không phải những người thích sự xa xỉ thanh lịch kín đáo tuyệt đối. Tuy nhiên, anh có biết điều thú vị nhất của Montblanc là gì không? Chúng tôi tự hào khi có thể đi cùng sự thành công và sự nghiệp của mọi người. Khách hàng của Montblanc có thể khởi đầu chỉ với một cây bút viết khi anh ta còn trẻ. Anh ta cũng có thể mua thêm cho mình những sản phẩm thời thượng khác như thắt lưng, ví da và cả đồng hồ. Những lựa chọn của Montblanc với anh ta sẽ được nâng cấp theo chính sự thành công của anh ta.

Còn khi anh ta còn trẻ? Montblanc có thể là người đồng hành với thành công mỗi ngày của anh ta. Anh ta đi làm với thắt lưng, bút viết Montblanc. Anh ta đi ăn tối với bạn bè với ví Montblanc. ■



Lối vào cửa hàng mới Montblanc



Mr. Julien Renard



Nội thất bên trong cửa hàng mới Montblanc

STOCKIST

Fashion

Balenciaga

Tel: 04.3938 6260 -
08.3993 9988
www.balenciaga.com

Bally

Tel: 04.3936 5942 -
08.3823 0891
www.bally.com

Bentley

Tel: 04.2246 3239 -
08.3932 5925
www.bentley-eyewear.com

Bốn Mùa

Tel: 04.3826 02214 -
08.3993 9888

Burberry

Tel: 04.3936 7120 -
08.3823 7640
www.burberry.com

Calvin Klein

Tel: 04.2246 8099 -
08.2242 8255
www.calvinklein.com

Canali

Tel: 04.3825 8999 -
08.3829 9288
www.canali.com

Cartier

Tel: 08.3521 0369
www.cartier.com

Céline

Tel: 04.3938 6260 -
08.3993 9988
www.celine.com

Chanel

Tel: 08.3823 9140
www.chanel.com

Chloé

Tel: 04.3938 6260 -
08.6291 3582
www.chloe.com

Christian Dior

Tel: 04.3824 3333
www.dior.com

Givenchy

Tel: 08.38241914
www.givenchy.com

Hermès

Tel: 04.3936 9126
www.hermes.com

Hugo Boss

Tel: 08.3823 9910
www.hugoboss.com

Kenzo

Tel: 04.3936 6672
www.kenzo.com

Lacoste

Tel: 04.3946 0108 -
08.3521 0383
www.lacoste.com

Louis Vuitton

Tel: 04.3824 2968 -
08.3827 6318
www.louisvuitton.com

Montblanc

Tel: 04.6270 2508 -
08.3822 7887
www.montblanc.vn

Rimowa

Tel: 04.3 923 0888 -
08.3 822 5034
www.rimowa.com

Runway

Tel: 04.3938 6260 -
08.3993 9988
www.runway.vn

Salvatore Ferragamo

Tel: 04.3936 5943 -
08.3823 2004
www.ferragamo.com

Valentino

Tel: 04.3938 8588 -
08.3993 9888
www.valentino.com

Watch

Chopard

Tel: 04.3937 8069 -
08.3823 8709
www.chopard.com

Rolex

Tel: 08.3823 0455
www.rolex.com

Tissot

Tel: 04.2220 0268 -
08.3993 9099
www.tissot.ch

Cellphone

Mobiado

Tel: 04.3936 6656 -
08.3932 5925
www.mobiado.com

Tag Heuer

Tel: 08.3825 6501
www.tagheuer.com

Vertu

Tel: 04.2123 6666
www.vertu.vn

Car/Motobike

Ford

Tel: 04.3750 5055 -
08.3815 7979
www.ford.com.vn

Piaggio

Tel: 04.3936 4981 -
08.3929 3915
www.piaggio.com.vn

Hitech

Bang & Olufsen

Tel: 08.3911 7353
www.beostores.bang-olufsen.com

Cosmetics

Shiseido

Tel: 04.8582 0412 -
08.3822 7847
www.shiseido.com.vn

Gym

California Fitness & Yoga

Tel: 04.3248 4888 -
08.7307 7555
www.cfyc.com.vn

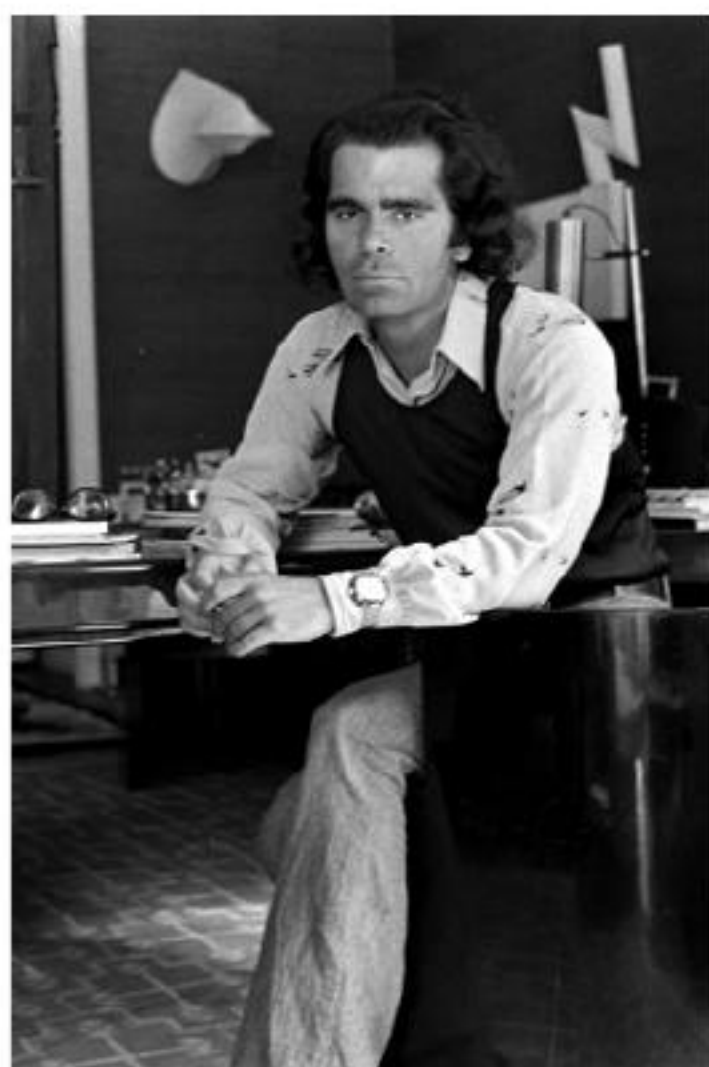
Tháng tới

HÀNG HIỆU 2014

1. Chân dung Ellen von Unwerth. 2. Triển lãm "David Bowie Is". 3. Nội thất gỗ của Raw-Edges. 4. "The spy who loved" và Quách Ngọc Ngoan



WATCHOUT



TRIỂN LÃM 50 Karl Lagerfeld NĂM

Năm mươi năm leo lái con thuyền Fendi, hơn 3 thập kỉ giữ cương vị là nhà thiết kế chính của thương hiệu đình đám Chanel, cộng tác với vô vàn nhân vật trong giới thời trang và nhiều dự án nghệ thuật; đó quả thực là một thành tựu đáng được tôn vinh của Karl Lagerfeld. Trong năm tới, bảo tàng Bundeskunsthalle tại Bonn, Đức sẽ tổ chức triển lãm cuộc đời và những đóng góp của ông đối với ngành công nghiệp thời trang thế giới.

Lagerfeld sẽ rất hài lòng khi biết được rằng buổi triển lãm sẽ được chuẩn bị hết sức kỹ lưỡng. Người đồng nghiệp lâu năm, người cố vấn cũng như nàng thơ của ông - Lady Amanda Harlech sẽ trực tiếp phụ trách – cùng với sự giúp đỡ từ những người bạn khác của Lagerfeld, một trong số đó là giám đốc Gerhard Steidl của công ty xuất bản Steidl.

Buổi triển lãm được thông báo sẽ diễn ra từ ngày 27 tháng 3 cho đến ngày 13/09/2015.



ESCALE WORLDTIME

Hiện thị 24 múi giờ chỉ trong 01 chiếc đồng hồ.

Louis Vuitton vừa cho ra mắt chiếc đồng hồ sặc sỡ mang tên Escale Worldtime. Điều đặc biệt của cỗ máy thời gian này đó là chỉ cần một cái liếc mắt, bạn có thể xem được 24 múi giờ khác nhau. Mũi tên màu vàng ở vị trí 0h0' luôn chỉ vào giờ địa phương. Mặt số của đồng hồ gồm 38 màu khác nhau và tất cả các vòng quay đều được những người thợ thủ công sơn bằng tay trong 50 giờ. Escale Worldtime có đường kính 41mm, được làm bằng vàng trắng với khả năng dự trữ năng lượng lên tới 38 giờ. Chiếc đồng hồ Escale Worldtime này được bán với giá 67.500 USD, tương đương với khoảng 1,4 tỷ đồng.

watches

calvinklein.com

Exclusive Distributor:

Top Ten Ltd. | Tel: 84.8.38203204 | www.toptenco.com.vn

Ho Chi Minh: Idx Center (3821.3231)

Vincem Center (39369770) | Maxmark 3/2 (38328991)

Son Wui Tower (38219279) | PNJ 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>