

HÀNG HIỆU

GIÁO ĐƯỜNG THỜI TRANG
HAUTE COUTURE

BESPOKE PERFUME

NHỮNG NOTE HƯƠNG TÍNH CÁCH

MERCEDES
AMG GT
DÀI HƠN, TỐT HƠN?

FALLINGWATER

NƠI CON NGƯỜI
GIAO HÒA VỚI THIÊN NHIÊN

TOURBILLON
CUỘC CHƠI TIẾP TỤC

THE OMNIA
NGÔI NHÀ TRÊN NÚI

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

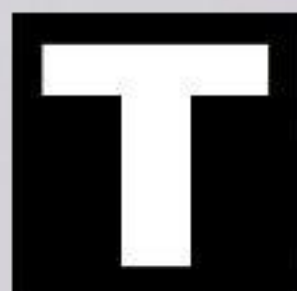


PINKY BY TISSOT VALENTINE'S DAY. MOTHER-OF-PEARL DIAL WITH SCRATCH-RESISTANT SAPPHIRE CRYSTAL AND WATER RESISTANCE UP TO 3 BAR (30 M / 100 FT). **INNOVATORS BY TRADITION.**

TISSOT.CH

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

BOUTIQUE: Sun Wah Tower 115 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (2821 9279) • Bg C Thăng Long 222 Trần Duy Hưng, Q.CG, Hà Nội (27 832301) **SERVICE CENTER:** Sun Wah Tower 115 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (2821 9279)



Hold me tight



TISSOT

LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853

SÀI GÒN • Saigon Center 48 Lê Lợi Q.1 (3823222) • Vincom Center 70-72 Lê Thánh Tôn Q.1 (39939099) • Vincom Center 216 Võ Văn Ngân Q.TĐ (37223433) • Union Square 116 Nguyễn Huệ Q.1 (38257739) • Diamond Plaza 34 Lê Duẩn Q.1 (38227884) • Parkson Saigon Tourist 25-45 Lê Thánh Tôn Q.1 (38277578) • Parkson CT Plaza 60A Trương Sơn Q.TB (62971819) • Maxlmark 2C Ba Tháng Hai Q.10 (38228991) • Maxlmark 15-17 Cộng Hòa Q.TB (39482227) • Tân Tân 55 Lê Lợi Q.1 (3823278) • Mạnh Thắng 72B Lê Lợi Q.1 (38220465) • Tica Tac 72 Đồng Khởi Q.1 (38293392) • TDC 292 Điện Biên Phủ Q.3 (39290685)] **MĨNH AN** 867 Nguyễn Trãi Q.5 (38554549) • PNU 174 Lê Thánh Tôn Q.1 (38247211) • PNU 5-7 An Dương Vương Q.5 (38302399) • PNU 159 Phan Đăng Lưu Q.PH (39900489) • PNU 52 Nguyễn Văn Trãi Q.PH (38441212) • PNU 262A Nguyễn Văn Nghi Q.GV (38954597) **HÀ NỘI** • Vincom Megamall Times City 458 Minh Khai Q.HBT (32001400) • Vincom Megamall Royal City 72A Nguyễn Trãi Q.TX (62620560) • Duy Anh Watch 7 Hàng Khay Q.HK (66566660) • Vincom Center 191 Bà Triệu Q.HBT (22200268) • Savico Megamall 7-9 Nguyễn Văn Linh Q.LB (62550099) • Lotte Center 54 Liễu Giai Q.BĐ (32676555) • Lotte Mart 229 Tây Sơn Q.BĐ (38539966) • Duy Anh Watch 200A Phố Huế Q.HBT (22148236) • New Watch 27 Hàng Khay Q.HK (39244865) **VĨNH** • Big C Vĩnh 2 Quang Trung (3596226) **ĐÀ NẴNG** • Big C Vĩnh Trung Plaza 225-227 Hùng Vương (3666066) • Indochina Riverside Mall 74 Bạch Đằng (3842818) • PNU 123 Hùng Vương (3812618) **QUY NHƠN** • PNU 324 Trần Hưng Đạo (3812590) **NHA TRANG** • Nha Trang Center 20 Trần Phú (6516666) **VŨNG TÁU** • Đại Hùng 228 Bạc Liêu P.3 (3530085) **BIÊN HOÀ** • PNU 482 Phạm Văn Thuận (3811818)

CONTENTS

FEATURE

- 052 | **Haute Couture: May đo cao cấp của nữ**
 Một thế giới của sự siêu xa xỉ, chỉ phục vụ khoảng 2.000 khách nữ trên toàn thế giới, chào mừng bạn tới với thế giới của Haute Couture!
- 092 | **Fallingwater: Nơi con người giao hòa với thiên nhiên**
 Toà nhà Fallingwater của kiến trúc sư nổi tiếng người Mỹ, Frank Lloyd Wright với chủ nghĩa hòa nhập thiên nhiên.
- 142 | **Hội hè miên man**
 Cuối năm là thời điểm để mọi người ngồi lại cùng nhau, những bữa tiệc là điều không thể thiếu. Là một doanh nhân, việc có thể làm chủ các bữa tiệc và nắm các quy trình tổ chức các bữa tiệc là điều bắt buộc. Một vài gợi ý nhỏ dưới đây có lẽ sẽ giúp được bạn phần nào đó!



LIFESTYLE

- 020 | **Whatson**
 Keira & Golden Globe Awards; The Show Goes On; Shredded Artb; Couture Leaders; Bottega Veneta; Top Job; Định hướng mới; ...
- 032 | **Living is all about...**
 Ăn tượng với Light Up; Ripping Gold; Boxed Good; Otherworldly Realm; Triển lãm nghệ thuật của Wojciech Fangor...
- 066 | **TopLux from...**
 Những Giấc Mơ Kim Hoàn; Rotonde De Cartier; Đồng Hồ Kim Cương Bảo Đốm; Bút Đắt Nhất Thế Giới
- 096 | **Travel**
 098 | **Travel to Goldeneye** - ngôi nhà thân thương của nhà văn nổi
 102 | tiếng Ian Fleming ở Jamaica đã chuyển mình một cách hoàn hảo qua bàn tay triệu phú Chris Blackwell.
This is Penang - sự diệu kỳ và xa hoa của thành phố này bắt nguồn từ chính những hình ảnh bình dị, âm hưởng nghệ thuật đường phố thấp thoáng trên từng con phố.
Travel to Steenberg Golf Club - nằm giữa vườn nho Steenberg, sân golf 18 lỗ nổi tiếng này được thiết kế theo hình dáng những dãy núi hùng vĩ phía xa.



Haute Couture: May đo cao cấp của nữ trang.052
 Fallingwater: Nơi con người giao hòa với thiên nhiên trang.092
 Hội hè miên man trang.142

FORD FOCUS

SỨC MẠNH TRONG BẠN

Nhiều người nói rằng bạn đã có tất cả và bạn biết mình đã làm việc chăm chỉ như thế nào để có được thành công. Một lúc nào đó, bạn nhận ra rằng có nhiều điều còn đáng quý hơn cả chiến thắng. Điều đó tạo ra sự khác biệt của bạn.
Ford Focus tin vào sức mạnh bên trong bạn.



FORD FOCUS
2.0 AT Sport+ 5 Cửa

Giá đặc biệt
813
triệu đồng*
+ 1 năm Bảo hiểm vật chất



Hệ thống
cân bằng điện tử



Hệ thống
kiểm soát hướng lực kéo



Hệ thống
điều khiển bằng giọng nói



Go Further

ford.com.vn

* Giá đặc biệt có đóng góp của Đại lý. Giá đã bao gồm VAT. Liên hệ Đại lý gần nhất để biết thêm chi tiết.

• **ANĐO FORD:** 11 Phạm Văn Đồng, Hà Nội, Tel: 04.37505055
• **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội, Tel: 04.36811888
• **HÀNG FORD:** 94 Ngõ 3 Phố Ván, Hà Nội, Tel: 04.39712639
• **HÀTHANH FORD:** KCN Lai Xá, Km Chung, Hoài Đức, Hà Nội, Tel: 04.33662366
• **HÀTHANH FORD MYDINH:** 02 Tôn Thất Thuyết, Nam Từ Liêm, Hà Nội, Tel: 04.37957518
• **THÀNH LONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội, Tel: 04.35621920
• **THANH XUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội, Tel: 04.35525525
• **HAI PHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng, Tel: 0313.668990
• **QUANG NINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hà Long, Tel: 033.3628699

• **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh, Tel: 038.3515292
• **DANANG FORD:** 58 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng, Tel: 051.3646555
• **DANANG FORD BINH DINH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định, Tel: 056.3546555
• **ĐAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột, Tel: 0500.3934999
• **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: 08.3510473
• **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 PHUQUANG:** 104 Phố 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
• **BINH DUONG FORD:** Lô C13, Nguyễn Huệ, Khu Liên Hợp, TP. Thủ Đức, Tel: 0650.3801381

☎ ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888

CONTENTS

FASHION

- 038 | **SS 15 - Runway Review**
Những thiết kế mới của Hermès, Haider Ackermann, Berluti, Gucci, John Varvatos, Lanvin.
- 056 | **Stargirl**
Những sản phẩm thời trang xa xỉ, tinh tế đầy ấn tượng mới xuất hiện trên sàn diễn quốc tế.
- 130 | **Men on the move**
Trang phục của Dior Homme, Brunello Cucinelli, Louis Vuitton, Etro, 3.1 Phillip Lim, Dolce & Gabbana, dưới góc nhìn của nhiếp ảnh gia Jundat và sự chỉ đạo của Trần Hoàng Anh.
- 162 | **Check out the Last Look**
New Rainbow - Rực rỡ năm mới với Valentino

BEAUTY

- 070 | **Runway Beauty Review**
Phong cách makeup các thương hiệu thời trang hàng đầu đang ứng dụng cho show diễn của mình.
- 080 | **Guide from Backstage**
Những thông tin chi tiết và cần thiết bạn đọc cần để có được phong cách trang điểm của các thương hiệu thời trang danh tiếng và hàng đầu thế giới.
- 083 | **Best of the month**
Chanel Hydra Beauty Micro Serum - Cuộc cách mạng dưỡng ẩm
- 086 | **NƯỚC HOA BESPOKE**
"Nước hoa cho chúng ta biết về một phụ nữ nhiều hơn cả chữ viết tay của cô ấy," Christian Dior.



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

TPHCM:

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

Hà Nội:

Khách sạn Sofitel Legend Metropole, 15 Ngõ 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

CONTENTS

TOP MACHINE

116 | **Best Yacht this month:**

118 | **Glorious Yacht:** Việc dạo chơi trên biển luôn mang một ý nghĩa đặc biệt với những nhà giàu. Và sẽ càng đặc biệt hơn khi có thể dạo chơi với Glorious!

Lady Moura: Chiếc du thuyền đặc biệt được trang bị cả một phòng phẫu thuật này có thể được ví như một thành phố trên biển.

120 | **Cool cars from:**

124 | **Mercedes - AMG GT:** Dài hơn, tốt hơn?

128 | **CTS-V 2016:** Mẫu xe mới của Cadillac đang hứa hẹn một đẳng cấp vượt trội.

Lexus Thăng Long: Đại lý chính hãng đầu tiên tại miền bắc



DESTINATIONS

108 | **Đến Ming Dynasty thưởng thức vịt quay**

Không biết từ khi nào, món vịt quay Bắc Kinh đã trở thành thế mạnh của ẩm thực Trung Hoa và đang được người Việt yêu thích. Nhắc đến món này, tôi nhớ ngay đến Ming Dynasty.

110 | **Intercontinental Nha Trang & Culin's Art**

Liệu có thể coi là may mắn khi bạn đi công tác lại tình cờ được tham gia một sự kiện đầy bản sắc văn hóa như Culin's Art!?

112 | **The Omnia: Ngôi nhà trên núi**

Sau khi hội chợ đồng hồ Basel kết thúc, còn ba ngày ở Thụy Sĩ, tôi quyết định đi Zermatt.



WATCH + JEWELLERY

146 | **Tourbillon - Cuộc chơi tiếp tục**

Sau khoảng hơn 200 năm, cơ chế giúp giảm thiểu ảnh hưởng trọng lực của trái đất lên đồng hồ tourbillon đang được các nhà chế tác đồng hồ lựa chọn làm tâm điểm cho cuộc đua mới.

150 | **Haute Joaillerie**

Ngành nghề chế tác thủ công đang thực sự tiến vào giai đoạn phục hưng?

159 | **Watch Out**

TRIỂN LÃM BJÖRK @ MoMA: Viện Bảo tàng nghệ thuật đương đại MoMA giới thiệu triển lãm tóm tắt sự nghiệp của Bjork.



CTS-V 2016 trang.124
The Omnia trang.112
Haute Joaillerie trang.150



Chúng tôi đối lập với số đông



Handmade solid gold eyewear
(Giá: 272.000.000 VNĐ)



MILUXE Exclusive Boutique:

* L2-34AB UNIONSQUARE 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

* G6 Indochina Riverside Towers, 74 Bạch Đằng, 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

edito- riale

Sự xa hoa cầu kỳ

Hãy nghĩ tới những dòng nước hoa cao cấp mà để tạo ra nó, người ta cần phải hái 05 triệu bông hoa nhài. Toàn bộ số hoa nhài này lại phải hái vào thời điểm sáng sớm khi mặt trời vừa hửng nắng. 05 triệu bông hoa nhài này sau đó được đem chưng cất để lấy những tinh chất tinh túy và cầu kỳ nhất để có thể sử dụng như một nguyên liệu hương thơm.

Hãy nghĩ tới những món trang sức Haute Joaillerie mà để thực hiện nó có lẽ cả Cartier và Chopard, thậm chí là thêm cả Harry Winston sẽ phải tham gia một cuộc chiến không khoan nhượng để có được một viên đá quý đặc biệt nào đó. Việc chế tác món trang sức sau đó sẽ là công việc của rất nhiều người từ các họa sỹ, thợ chế tác, nhà khám ngọc và đá quý. Thời gian thực hiện một món trang sức này thường kéo dài từ vài tháng cho tới vài năm trời.

Hãy nghĩ tới những bộ trang phục cao cấp Haute Couture siêu xa xỉ mà để tạo ra nó, người ta cần có sự tham gia của tối thiểu là 20 thợ may do người Pháp, làm việc trong khoảng từ 700 tới 900 giờ đồng hồ. Chiếc váy đó khi được chuyển tới khách hàng sẽ là một sản phẩm độc đáo và duy nhất.

Sự xa hoa cầu kỳ này chính là những cái đỉnh của mỗi ngành nghề. Nó đảm bảo cho toàn bộ những cá nhân tham gia trong ngành công nghiệp đó tin tưởng rằng luôn có được sự mơ mộng, luôn có được khát vọng hướng tới cái chân thiện mỹ.

Và đó chính là Hàng Hiệu và điều mà Hàng Hiệu luôn hướng tới.



Nhiếp ảnh: Jun Linh
Creative Direction: Hoàng Anh
Model: Kenneth Landgraf
Makeup: Cao Tuấn Đạt
Hair: Quốc Anh

Veston: Dior Homme
Sơ mi: Dolce & Gabbana
Đồng hồ: Chopard Mille Miglia Chronograph
Dây lưng & Giày: Hermès
Khuy cài áo veston: "Jellyfish Eyes" Takashi Murakami



BRUNELLO CUCINELLI

All things come from the Earth

XENOPHANES

RITAVÕ

Nhập khẩu và phân phối độc quyền

63 Lý Thái Tổ, Trảng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội

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 Minh Hùng

EDITORS / BIÊN TẬP
Cao Minh Phượng
Trịnh Xuân Luân

MANAGING EDITOR / PHỤ TRÁCH NỘI DUNG
Trí Tuệ

ART / THIẾT KẾ

DESIGNING DEPARTMENT /
PHỤ TRÁCH THIẾT KẾ
Nguyễn Media

DESIGNER / THIẾT KẾ
Rika Nguyễn

ART DIRECTOR / CHỈ ĐẠO NGHỆ THUẬT
Trần Hoàng Anh

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
Thu Thủy Lê

BEAUTY / LIFESTYLE / MỸ PHẨM / LỐI SỐNG

BEAUTY EDITOR / BIÊN TẬP MỸ PHẨM
Anna Nguyễn

BOOKING EDITOR / BIÊN TẬP ĐẶT BÀI
Thu Trang

LIFESTYLE EDITOR / BIÊN TẬP LỐI SỐNG
Essie Le

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:
TP.HCM: Lầu 6, tòa nhà Fafilm, 06 Thái Văn
Lung, Q.1 * ĐT: 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
17/QĐ - XBTDTT/09- 2015/CXB/69-914/TDTT
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 11 năm 2014
ISBN: 978-604-85-0318-5
Giá: 39.500 VND

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



M I C H E L
HERBELIN
PARIS



Cửa hàng đồng hồ **Michel Herbelin** chính hãng:

Hà Nội: WATCH GALLERY Lotte Department Store, Tel: 04.33332163

TP.HCM: WATCH GALLERY Parkson Saigon Tourist, Tel: 08.22101653

Parkson Hùng Vương, Tel: 08.22430318 • Parkson Cantavil, Tel: 08.62812292



watches

calvinklein.com



Calvin Klein

swiss made

FIND YOUR MOMENT #ckminute

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

HCM City: Saigon Center (3821323) | Vincom Center Saigon (39369770) | Sun Wah Tower (38219279) | Maximark 3/2 (38328991) | PNJ Shops (39959338) | Vincom Center Thu Duc (37223433)

Ha Noi: Vincom Megamall Royal City (62620560) | Vincom Megamall Times City (66599990) | Lotte Center (32676555) | Duy Anh Watch (66566660) | Savico Megamall (62550099) |

Da Nang City: Big C (3666066) | Riverside Towers (38328991) **Nha Trang City:** Nha Trang Center (6516666) **Vinh City:** Big C (3596226)

WHATSON

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

Jan | Feb 15



Keira & Golden Globe Awards

Keira Knightley trong trang phục Chanel
tại lễ trao giải Quả cầu vàng lần thứ 72.

Keira Knightley mới đây đã tỏa sáng tại sự kiện Lễ trao giải Quả Cầu Vàng lần thứ 72 trong trang phục và nữ trang của Chanel. Cô xuất hiện trong một thiết kế đầm dài, chất liệu vải muslin xanh nhạt, thêu sequin và lông vũ với các chi tiết nhún bèo được làm từ chất liệu vải organza bởi nhà thủ công Lemarié. Mẫu váy thuộc bộ sưu tập Pre-Fall Metiers d'Art Paris-Salzburg 2015. Để tạo ra chiếc đầm tuyệt vời "đẹp như trong một câu chuyện cổ tích" như chính nhận xét của Keira Knightley, 31 thợ thủ công của Chanel gồm các thợ lông vũ của nhà Lemarié và thợ thêu của nhà Lesage đã mất gần 800 giờ đồng hồ để thực hiện. 86.000 hạt kim sa, lông công và lông gà trống đã được sử dụng.



BOSS
HUGO BOSS

The Show Goes On

◀ Schiaparelli sẽ vẫn tiếp tục hành trình sáng tạo.

Mặc dù sự ra đi của giám đốc sáng tạo Marco Zanini đã để lại một chỗ khuyết chưa thể bù lấp nhưng những nhà lãnh đạo cao nhất của thương hiệu vẫn quyết định tiếp tục show diễn Haute Couture như đã lên kế hoạch. Được biết, bộ sưu tập được giới thiệu là sản phẩm chung của các thành viên còn lại trong ekip thiết kế của thương hiệu. Nhà thiết kế người Ý, Marco Zanini đã đầu quân cho nhà thời trang couture cao cấp vào tháng 9/2013 sau khi rời Rochas. Tuy nhiên, có vẻ Schiaparelli cũng không phải là nơi thích hợp với Zanini khi mối quan hệ này chỉ kéo dài được hơn 01 năm. Ông rời đi với giải thích về sự khác biệt về ý tưởng với chủ sở hữu Diego Della Valle. Trong khi Schiaparelli khẳng định sẽ sớm có người thay thế, vẫn chưa có những dấu hiệu mới từ Zanini.



Shredded Art

Helmut Lang, từ thời trang đến nghệ thuật. ▲

Trong hàng thập kỷ nay, Helmut Lang nổi tiếng với các thiết kế thời trang mang phong cách đương đại. Tuy nhiên, đây là lần đầu tiên những mẫu trang phục tìm được một cuộc đời mới trong triển lãm nghệ thuật đầu tiên của Lang ở Sperone Westwater Gallery, New York. Lang chia sẻ “Tôi đã làm những gì có thể với thời trang và đó đã là một thành công lớn, một trải nghiệm lớn nhưng tôi muốn

làm nhiều hơn thế với nghệ thuật.” Từ khi chia tay với phong cách tối giản mang màu sắc u ám trong những năm 90, Lang đã thực hiện một danh sách những bức tượng - một số được làm từ nhựa thông, bột màu, và thậm chí là những mảnh mẫu quần áo vụn. Một số tác phẩm khác của ông thậm chí được làm từ các hộp các tông và thùng bện. Helmut Lang không được đào tạo bài bản với cả

hai lĩnh vực nghệ thuật và thời trang. Tuy nhiên, với những nỗ lực không ngừng nghỉ, và một tinh thần sáng tạo và luôn hướng tới những thử nghiệm mới mẻ, Lang đã thành công với cả hai lĩnh vực. Ông chia sẻ: “Cuộc sống như một đường xoắn ốc, dù ở bất kỳ đâu trên đường xoắn ốc đó, dù hướng tầm nhìn của mình theo hướng nào, bạn phải không ngừng tiến về phía trước.”



KARL LAGERFELD

PARFUMS

KARL.COM #KARLPARFUMS

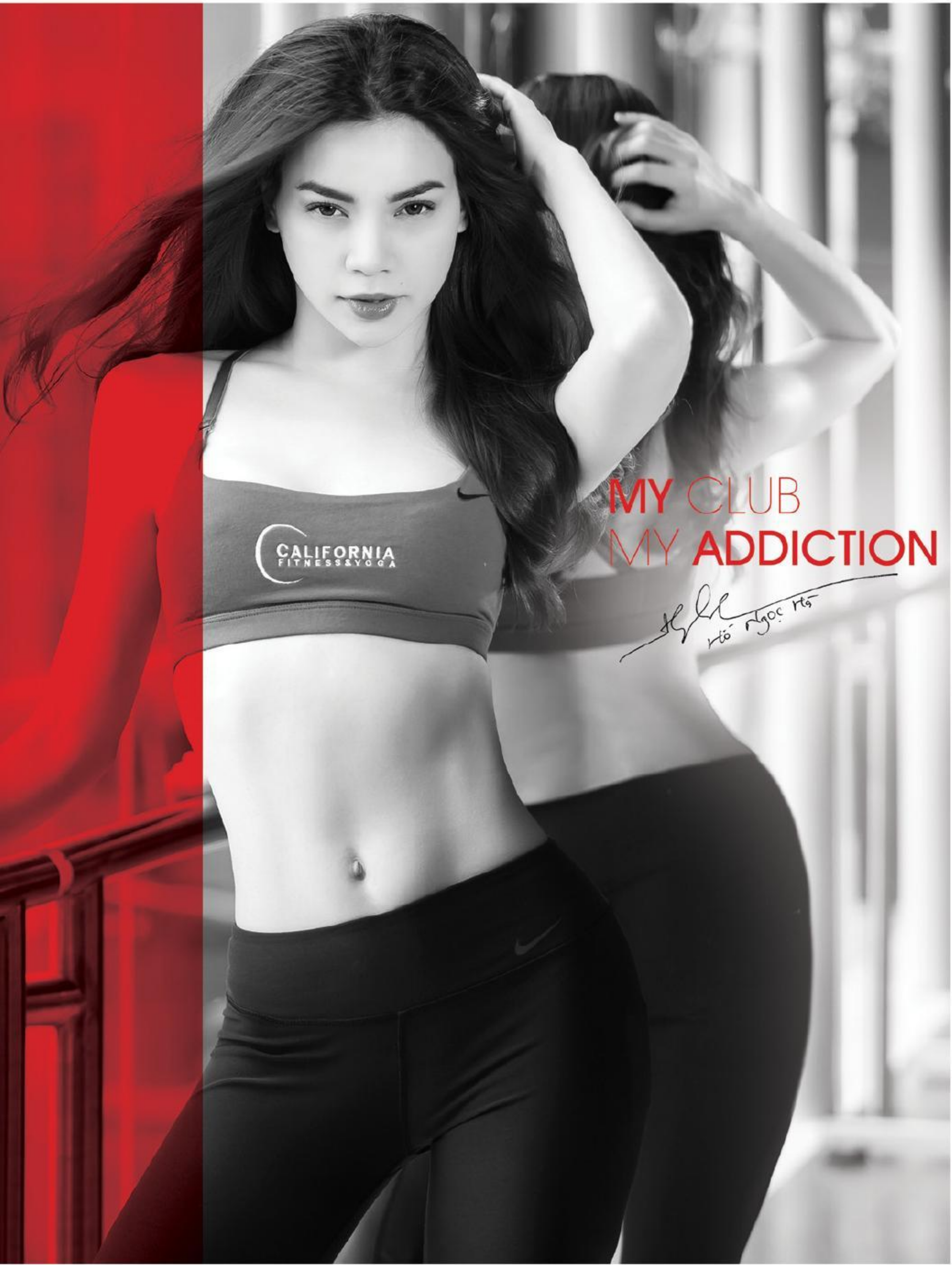
TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | PARKSON HÙNG VƯƠNG | HÀ NỘI | 1 BÀ TRIỆU | 23 TRĂNG THI |
| VINCOM ROYAL CITY | VINCOM CITY TOWERS | PARKSON VIETTOWER | PARKSON LANDMARK KEANGNAM | LOTTE CENTER |

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: 174/14/QCMP-HCM.

PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



CALIFORNIA
FITNESS & YOGA

MY CLUB
MY ADDICTION

Thị Ngọc Hà



Couture Leaders

◀ Gương mặt mới cho SS15 của Ermenegildo Zegna.

“Sự kết hợp tương phản giữa kiến trúc và không gian. Đó là điểm mà tôi bắt đầu” Stefano Pilati - NTK BST Xuân 2015 của Ermenegildo Zegna Couture chia sẻ. “Bản thân địa điểm là một phần quan trọng trong tất cả các yếu tố.” Qua lăng kính của Inez và Vinoodh, những bức ảnh đã vẽ nên một câu chuyện kì thú giữa ba thế hệ những người đàn ông. “Inez và Vinoodh là một phần hình tượng của tôi. Hơn thế, họ còn là những người bạn” Pilati nói. “ Kể từ lần hợp tác đầu tiên của chúng tôi, tôi đã bị cuốn hút bởi cách họ thể hiện cảm xúc. Trong suốt những hình ảnh mà tôi tạo ra, tôi muốn kể cho mọi người một câu chuyện về những bước đi của những nhà lãnh đạo tài ba trong thế kỉ mới. Tôi luôn luôn ngưỡng mộ sự cân bằng mà tôi đã tìm ra giữa “nghệ thuật và sức mạnh”, một yếu tố đặc biệt để phân biệt giữa những bức ảnh của Inez và Vinoodh khiến tôi tin rằng họ là người tạo ra chúng, cảm ơn những kiến thức và khái niệm mà họ mang tới cho những thiết kế cũng như nhận thức của tôi.”

Dolce & Gabbana

Khai trương tại Newbury Street, Mỹ. ▶

Giám đốc điều hành của tờ The Boston Globe, Linda Pizzuti Henry mới đây đã đứng ra làm đại diện tổ chức cho bữa tiệc khai trương cửa hàng mới của cửa hàng Dolce & Gabbana trên con phố Newbury, Boston, Mỹ. Bữa tiệc đã có sự tham dự của những người có ảnh hưởng nhất Boston. Danh sách khách mời quan trọng này gồm có nhà hoạt động thiện nguyện Corinne Grousbeck, phu nhân của chủ tịch của đội bóng Boston Red Sox, Stacey Lucchino, nhà báo Janet Wu. Tiệc chiêu đãi diễn ra với sự tham dự của chủ tịch D&G Federica Marchionni tại nhà hàng Red Lantern của ông chủ của 08 nhà hàng và câu lạc bộ đêm, Ed Kane.



Bottega Veneta

◀ Khai trương cửa hàng tại Tp.HCM

Thương hiệu phụ kiện đồ da trứ danh nước Ý mới đây vừa khai trương cửa hàng đầu tiên của hãng tại Việt Nam tại tòa nhà Union Square, trung tâm Tp.HCM. Với diện tích 193m2, cửa hàng là nơi giới thiệu các dòng sản phẩm phụ kiện và nước hoa cho cả nam và nữ. Các sản phẩm được giới thiệu có túi xách, giày, trang sức, đồ da, phụ kiện, kính mắt và nước hoa nam và nữ. Được thành lập bởi Michele Taddei vào năm 1966 với văn phòng chính ở miền Bắc nước Ý, Bottega Veneta có nghĩa là “cửa hàng Venice”. Rất nhanh những phụ kiện của hãng có thể làm hài lòng những khách hàng khó tính nhất. Bottega Veneta nổi tiếng với phong cách đa đan tinh tế, được gọi là “intrecciato”. Tin rằng với sự xuất hiện của cửa hàng Bottega Veneta, giới mộ điệu sẽ có thêm một lựa chọn cho những sở thích tao nhã và thanh lịch của mình.



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


SUCCESS IS A MATTER OF STYLE



Top Job

◀ Giám đốc sáng tạo mới của Lancome.

Lisa Eldridge mới đây vừa được chỉ định làm Giám đốc sáng tạo cho thương hiệu Lancome Make-up. Nghệ sỹ trang điểm người Anh và thương hiệu mỹ phẩm hàng đầu của Pháp đã cùng đưa ra thông báo về điều này qua Instagram với một video Eldridge tại trung tâm Lancome. Tại đây, cô sẽ tạo ra các bộ sản phẩm mới cũng như các công thức đặc biệt. Eldridge từ lâu đã là cái tên được các thương hiệu mỹ phẩm “săn đón” nhưng không có kết quả vì cam kết hợp tác của cô với thương hiệu Boots No 7 trong suốt 10 năm qua. Năm 2013 là năm hợp đồng kết thúc. Lancome và đã nắm lấy cơ hội này.

Định hướng mới

Giám đốc sáng tạo mới tại Gucci. ▶

Thương hiệu thời trang nổi tiếng Italia, Gucci mới đây vừa bổ nhiệm Giám đốc sáng tạo mới Alessandro Michele thay thế cho Frida Giannini. Michele là cái tên không xa lạ gì với những thiết kế của Gucci. Từ năm 2002, anh đã luôn sát cánh cùng Giannini sau khi được chính Tom Ford tuyển về. Trước khi về với Gucci, Michele cũng từng thiết kế tại Fendi. Theo kế hoạch Michele sẽ chịu trách nhiệm cho mọi BST và hình ảnh của Gucci trên toàn cầu. Ông Bizzarri, Tổng giám đốc mới của Gucci cũng cho biết, Michel sẽ mang lại một phong cách hoàn toàn hiện đại và trẻ trung cho thương hiệu.





Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

SUCCESS IS A MATTER OF STYLE



London Calling

◀ Tomas Maier ra mắt tại London.

Tomas Maier, giám đốc sáng tạo của thương hiệu Bottega Veneta, đang ngày càng để ý và lưu tâm tới London. Gần đây nhất ông đã quyết định mang line hàng thời trang mang tên mình (Tomas Maier) tới giới thiệu ở London - trong trung tâm mua sắm danh tiếng Harrods. “Trong 05 đến 10 năm tới, chúng tôi sẽ mở rộng mạng lưới bán buôn và bán lẻ toàn cầu.” Maier chia sẻ: “Thực sự thú vị khi có thể phục vụ các khách hàng trực tiếp ở các quốc gia khác nhau và xem cách họ phản ứng với gout thẩm mỹ của tôi.

Bên cạnh những vấn đề kinh doanh, Maier - người đã giới thiệu thương hiệu vào năm 1997 và bắt đầu hợp tác với tập đoàn Kering vào năm 2011 - cũng cảm thấy rất thích thú với London. Ông chia sẻ: “Tôi thấy phong cách chúng tôi đang quảng bá và giới thiệu hoàn toàn phù hợp với phong cách của London. Ngoài ra, một điểm đặc biệt nữa của London là những bảo tàng nổi tiếng nhất thế giới.”

Nicki Minaj

Gương mặt mới của Roberto Cavalli SS15.▶

Nicki Minaj được biết đến như một ca sỹ, một nhạc sỹ nhạc Hip-Hop tài năng. Cô đã nhận được một danh sách dài những giải thưởng âm nhạc như 04 giải American Music Awards, 08 giải BET Awards, 02 giải MTV Music Awards, 02 MTV Europe Music Award và 05 giải Billboard Music Awards.

Và Nicki cũng được biết đến bởi một gout thời trang cá tính và phong cách nhưng đầy tinh tế. Với những sức nặng ảnh hưởng tới số đông là các fan hâm mộ, với một gout thời trang thú vị, cô đã tự chứng minh là lựa chọn hoàn hảo cho chiến dịch quảng bá BST Xuân/Hè 2015 của một thương hiệu như Roberto Cavalli. Và rất tự nhiên, việc Nicki Minaj được lựa chọn để trở thành gương mặt đại diện cho Roberto Cavalli chỉ là một điều rất tất yếu dĩ nhiên. Trong bức ảnh minh họa (tay phải), Nicki xuất hiện vô cùng duyên dáng trong một chiếc đầm có họa tiết sọc vằn - một trong những họa tiết yêu thích của thương hiệu Roberto Cavalli. Tin rằng, với sự kết hợp này, Nicki sẽ mang tới cho Roberto Cavalli một đối tượng khách hàng mới và rộng hơn. Họ là những người trẻ trung và sành điệu. Bên cạnh đó, hình ảnh của thương hiệu Roberto Cavalli sẽ được cải thiện hơn nữa khi được cô gái vàng của dòng nhạc Hip-Hop đại diện.



Viva Galliano

◀ Sự trở lại của ông Hoàng Couture.

Không hẹn mà gặp, những người yêu thích thương hiệu Margiela và gã cực đoan của làng thời trang Galliano đã cùng đội bom hashtag #MargielaMonday lên Facebook ngay sau khi cả hai thông báo Galliano sẽ ra mắt bộ sưu tập Couture Xuân - Hè 2015 cho thương hiệu. Thông tin này được tiết lộ tại sự kiện bên lễ buổi ra mắt bộ sưu tập nam giới ở London. Với sự kết hợp này, một sứ mệnh lớn đã đặt lên vai Galliano. Ông vừa phải thỏa mãn thị hiếu và gout thời trang của các fan trung thành của mình - những người luôn ở bên ông cho dù trong bất kỳ trường hợp nào. Mặt khác, ông phải làm vừa lòng các tín đồ của Margiela - những fan cuồng Margiela tới mức họ đặt câu hỏi nghi ngờ về sự thích hợp của ông với nhà thời trang này. Bên cạnh đó, đây cũng là “canh bạc” để Galliano hoặc có thể “lấy lại nước Pháp” hoặc chôn vùi hoàn toàn tên tuổi của mình như trận đánh cuối cùng của hoàng đế Napoleon đúng 200 năm trước. Trong khi không thể làm hài lòng tất cả mọi người, “trận đánh của bạo chúa” - bộ sưu tập đánh dấu sự trở lại của ông - một lần nữa cho thấy tài năng đỉnh cao của Galliano. Ngay kể cả khi trong trận đánh này, “bạo chúa” vào vai một nhà ngoại giao khi tìm cách lấy lòng cả 02 phe. Kết quả cuối cùng? 200 năm trước Napoleon đã thất bại. 200 năm sau Galliano một lần nữa trở lại vũ đài lịch sử.



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

SUCCESS IS A MATTER OF STYLE



LIGHT UP

BST thiết kế đèn tại Gallery Kreo. ▲

Không gian Gallery Kreo của Didier Krzentowski và Clémence ở Paris luôn nổi tiếng là nơi giới thiệu các thiết kế ứng dụng mới mẻ đầy triển vọng. Một cách âm thầm, Gallery Kreo đã sưu tập một loạt các thiết kế nổi tiếng của Ronan & Erwan Bouroullec, Martin Szekely và Pierre Charpin. Không gian Gallery Kreo tại London cũng đã được ra mắt mùa Thu năm ngoái, nhằm mang các thiết kế độc đáo tới với những nhà sưu tập Anh quốc và đặt hàng các nhà thiết kế như Jasper Morrison và Doshi Levien. Tuy nhiên triển lãm mới nhất của Gallery Kreo giới thiệu những thiết kế đèn từ giữa thế kỷ trước của những nhà thiết kế Italia. Họ đã sưu tập các thiết kế của Achille Castiglioni, Pierre Paulin và Pierre Guariche trong suốt ba thập kỷ.

Ripping Gold

▼ H Stern kỷ niệm 70 năm lịch sử.

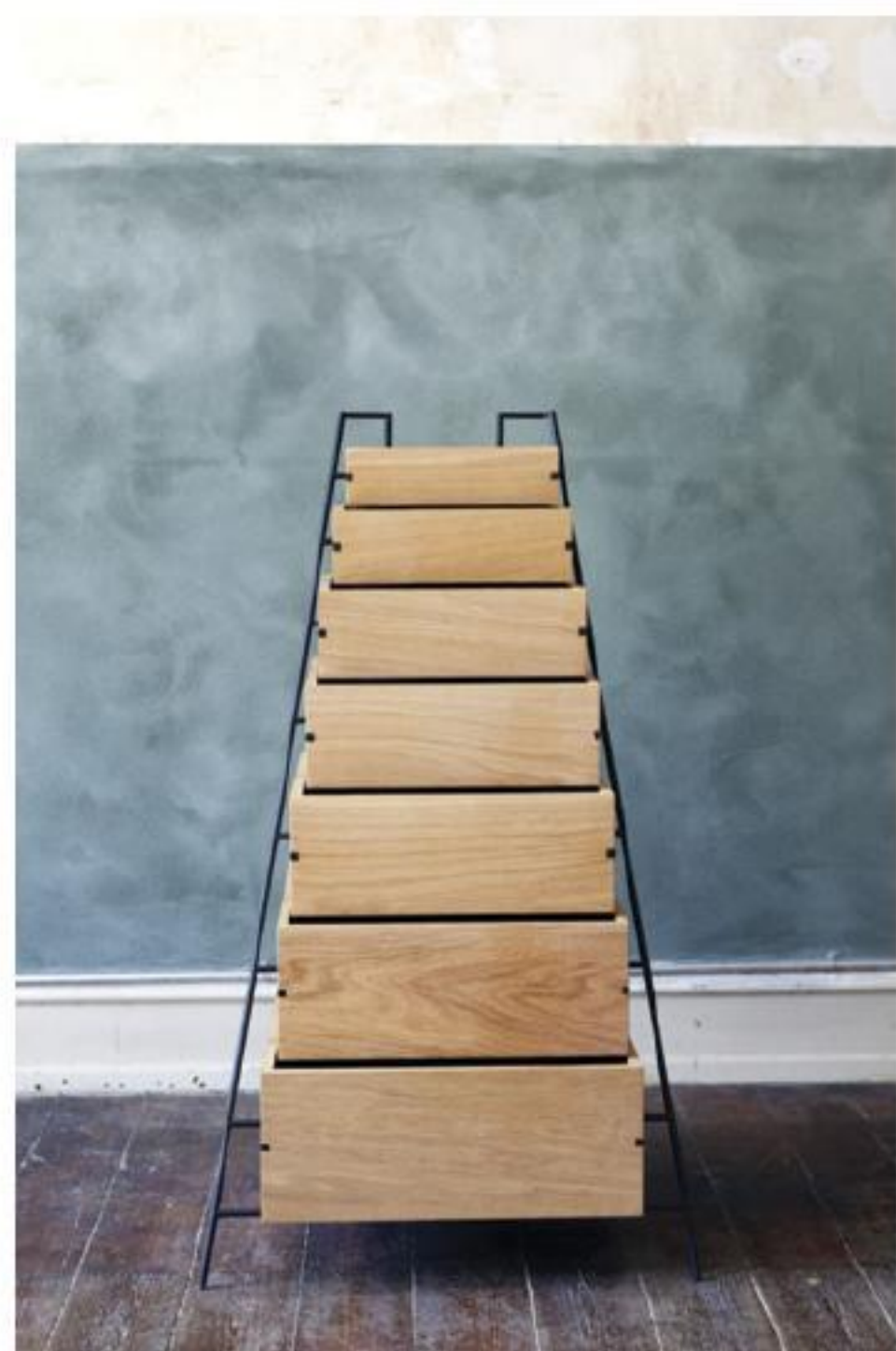


Để kỷ niệm 70 năm lịch sử thương hiệu của mình, nhà kim hoàn danh tiếng của Brazil, H Stern đã quyết định thực hiện một triển lãm tại trung tâm văn hóa Centro Cultural Banco do Brasil (CCBB) ở Rio de Janeiro. Triển lãm được đặt tên là Ouru và nó trong tiếng Bồ Đào Nha có nghĩa là Vàng. Nó là hành trình khám phá sự kết nối giữa kim loại quý này và các loại hình nghệ thuật qua 30 tác phẩm nghệ thuật của các họa sỹ trường phái Ý Niệm, điêu khắc gia, nhiếp ảnh gia. Một căn phòng được liên kết với nhau bởi một sợi chỉ vàng dài 330m, đại diện cho thiết kế vòng cổ Fuid Gold của hãng. Triển lãm cũng đã quy tụ và mời được khá nhiều họa trưng bày, sắp đặt hợp tác. Trong số này có thể kể tới Oscar Niemeyer - người đã gia nhập vào H Stern vào năm 2011 và thực hiện một bộ sưu tập những món đồ bằng vàng trắng và vàng vàng, được lấy cảm hứng từ kiến trúc. H Stern đã dành hẳn một căn phòng để trưng bày những sáng tạo ưu việt của ông. Mặc dù có sự khác biệt về phong cách giữa các tác phẩm được trưng bày trong các phòng khác nhau nhưng tất cả đều được lấy cảm hứng từ một chất liệu duy nhất là vàng.

Boxed Good

Tủ ngăn kệp 'Sukoa' của Keiji Ashizawa. ►

Nhà thiết kế nội thất nổi tiếng người Nhật, Keiji Ashizawa đã khéo léo sử dụng những thanh thép tinh tế kết hợp với chất liệu gỗ để tạo thành một hệ thống ngăn kéo 04 ngăn. Không khó để nhận thấy dưới sự sáng tạo của Keiji Ashizawa, những chất liệu thông thường thậm chí là tầm thường khi kết hợp với nhau hoàn toàn có thể tạo thành những kiệt tác ấn tượng. Vị trí của tủ ngăn kéo này là ở bất kỳ đâu ngoại trừ nhà kho, và do vậy nó có thể xem là “ngôi nhà” cho những bộ sưu tập đẹp đẽ của bạn như những món đồ trang, mỹ phẩm hoặc những chiếc đồng hồ hoặc dây lưng, túi xách. Tủ Sukoa được thực hiện tại Nhật với các vật liệu, các kỹ thuật truyền thống từ quốc gia này. Nhà thiết kế Keiji Ashizawa sống và làm việc tại Tokyo, Nhật Bản. Sau khi tốt nghiệp trường Đại Học Kiến trúc Yokohama năm 1995, ông bắt đầu công việc của một kiến trúc sư và một chuyên gia kim loại. Khoảng thời gian này ông đã tự xây dựng cho mình một nền tảng kiến thức và kinh nghiệm vững chắc về nội thất và kiến trúc. Ngoài ra, sự am hiểu của ông về kim loại cũng được đào sâu và củng cố để phục vụ cho các sáng tác trong tương lai. Hiện nay, Ashizawa tập trung vào những thiết kế được ông gọi là “Chân thực” – đơn giản mà tinh tế, đẹp mà giá cả phải chăng. Đối với ông “Chân thực” đến từ sự tự nhiên khi khai thác được đầy đủ các đặc tính và công dụng của từng loại vật liệu. Cho dù là kiến trúc, nội thất, sản phẩm, hoặc những thiết kế nội thất, các dự án của Ashizawa luôn luôn duy trì những nguyên tắc thiết kế khắt khe và đòi hỏi đặc trưng của Nhật Bản.





TUYỆT TÁC KIM CƯƠNG 73 MẶT CẮT

SỰ KHÁC BIỆT TẠO NÊN ĐẲNG CẤP



HAND MADE. PARIS FRANCE.

Khởi nguồn từ viên kim cương đen lớn nhất thế giới Korloff Noir, với sự hợp tác cùng nhiều thế hệ chế tác kim cương bậc thầy từ năm 1927, Korloff đã tạo nên sự khác biệt hoàn toàn với bí quyết cắt kim cương 73 mặt "Korloff Cut".

WWW.KORLOFF.FR

KORLOFF BOUTIQUE

PARIS . MOSCOW . NEWYORK . TOKYO . SEOUL . HONGKONG . SINGAPORE . DUBAI . KUALA LUMPUR

HANOI

1st Flr - A06. LOTTE CENTER, (+84) 35373168

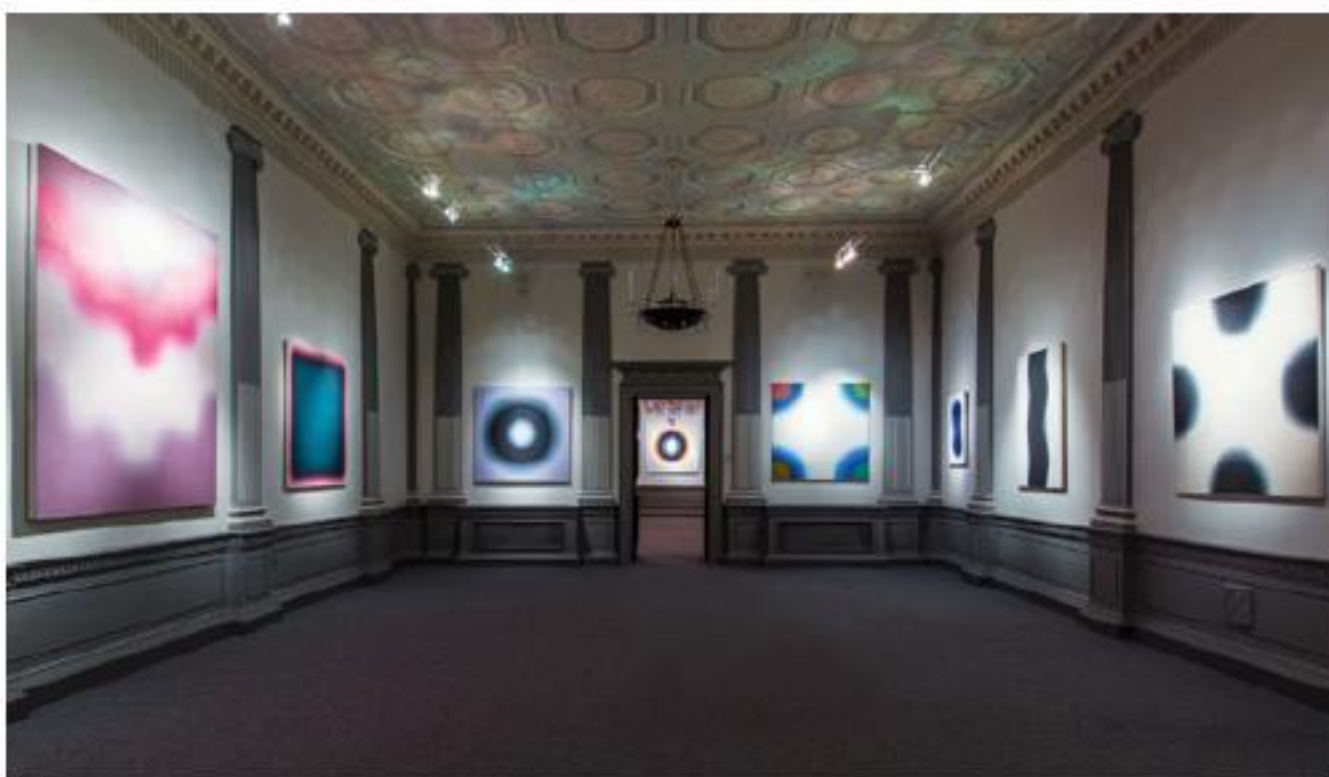
Otherworldly Realm

Triển lãm mới của Olafur Eliasson tại Fondation Louis Vuitton. ▶



Triển lãm cá nhân của Olafur Eliasson tại bảo tàng mới khai trương Fondation Louis Vuitton của L.V là triển lãm đầu tiên của anh kể từ lần cuối tại bảo tàng Nghệ thuật đương đại Pháp năm 2002. Với chủ đề lần này, người nghệ sỹ nổi tiếng với những khám phá bất ngờ đã lấy cảm hứng sáng tác từ những trải nghiệm khiến con người tò mò qua cách tương tác, thể hiện. Được đặt tên là Contact - Tiếp Xúc, anh đã phá bỏ các quy luật khắt khe, cấm người xem chạm vào các tác phẩm nghệ thuật. Với sàn nhà thiết kế nghiêng góc, những tấm gương lớn và ánh sáng màu hổ phách chạy dài khiến người xem như đang đắm mình trong vũ trụ từ một góc của một tinh cầu. Cảm giác đầu tiên đó là đâu là sắp

đặt nghệ thuật và đâu là ảo giác của các tác phẩm mang lại cho người xem. Bí quyết của triển lãm được Eliasson chia sẻ, anh chọn giấy mài màu đen của Đức giúp mang lại cảm giác như chạm vào bụi của kim cương trong phần sắp đặt trên tường mang tên Gấp đôi đường vô hạn. Ngoài ra, Eliasson còn sáng tác tác phẩm Phía trong đường chân trời riêng cho không gian bảo tàng mới do Frank Gehry thiết kế này. Đó là 43 cột tam giác phát sáng, xếp riêng biệt. Đối với Eliasson, không gian anh tạo ra mang phong cách tối giản với hai hay ba hình cơ bản như tròn, trụ và tam giác, khác biệt đầy thú vị với không gian do Frank Gehry tạo ra, tràn đầy những khối, lớp sóng, và hình học vô định.



Colour-Light-Space

Triển lãm nghệ thuật của Wojciech Fangor. ▲

Wojciech Fangor là một họa sỹ đã bước vào độ tuổi 90. Mặc dù là nghệ sỹ, họa sỹ Đương Đại được đánh giá là nổi tiếng nhất tại Ba Lan nhưng ông hầu như không được nhắc tới nhiều ở nước ngoài. Mãi cho tới gần đây, sự nghiệp của ông mới được thế giới công nhận muộn màng với một buổi triển lãm tại số 3 phố Grafton, Mayfair, London.

Fangor đã giới thiệu những tác phẩm nghệ thuật Op Art (Nghệ thuật thị giác) trước đó nhưng ông không thể tìm ra những người có chung quan điểm nghệ thuật. Vào cuối những năm 1950, ông đã quyết định chuyển từ việc thiết kế những tờ quảng cáo nghệ thuật qua các bức tranh trừu tượng đầy sinh động và hút mắt khi sử dụng nhiều lớp sơn dầu mỏng, những hình dạng gây thu hút như đan mờ vào nhau.

Fangor đã là tâm điểm trong các cuộc triển lãm 15 năm Họa Sĩ Ba Lan tại bảo tàng MoMa, New York vào năm 1961. Cũng địa điểm này, bốn năm sau cùng với Bridget Riley và Frank Stella – những người cùng nhóm Op Art - đã thực hiện hội thảo The Eye Responsive. Năm 1970, ông có một triển lãm riêng tại Guggenheim. Tiếp đó là khoảng thời gian ông dành cho những chuyến đi, Fangor đã làm việc tại Paris, London và New York trước khi trở về Ba Lan vào những năm 1980.

Một buổi trình diễn mới, Colour-Light-Space đã được giám sát chặt chẽ bởi Simon và Michaela de Pury. Triển lãm quy tụ khoảng 30 tác phẩm được Fangor sáng tác trong giai đoạn 1960-1970 (từ các bộ sưu tập cá nhân). Trong số các nhà sưu tập có Kasia Kulczyk - người đã có công lớn nhất khi thúc đẩy Fangor thực hiện cuộc triển lãm này.

Du xuân thanh tịnh tới Yên Tử & Đền Cửa Ông

"Trăm năm tích đức tu hành. Chưa đi Yên Tử, chưa thành quả tu."

Mùa xuân đầu năm nay, hãy trải nghiệm một chút bình yên cho tâm hồn khi đến với **Đền Cửa Ông** và danh thắng **Yên Tử**, nơi mà hàng năm có hàng triệu du khách thập phương đến viếng thăm và cầu an.

Với các địa danh nổi tiếng như đỉnh **Vân Tượng**, **Chùa Đồng** hay **Thiền viện Trúc Lâm Giác Tâm**, Quý khách sẽ cảm nhận được không khí thanh bình, tĩnh lặng, xa những ồn ào xô bồ của đời thường.

Nghỉ chân tại khách sạn **Paradise Suites**, sang trọng và độc đáo, với những dịch vụ nghỉ dưỡng cao cấp, sẽ góp phần làm cho hành trình của Quý khách thêm trọn vẹn.

Hành trình 2 ngày 1 đêm

Hà Nội – Yên Tử – Đảo Tuần Châu – Đền Cửa Ông

VNĐ **2,300,000**/người lớn

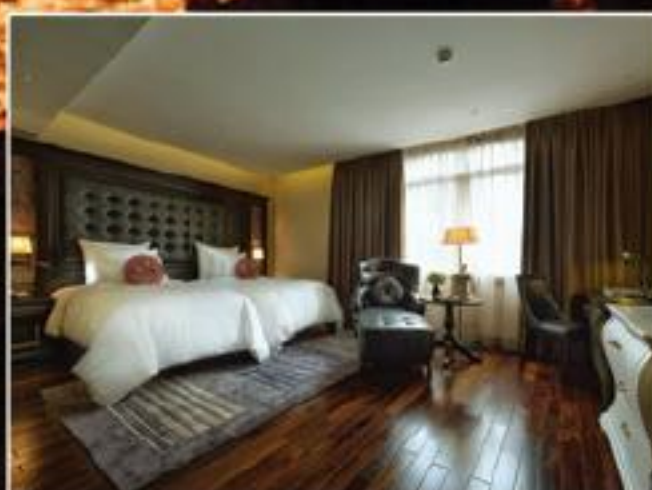
Khởi hành hàng ngày

Phụ thu VNĐ 500,000/người vào những ngày lễ:
mùng 1 - 3 Tết, Giỗ Tổ Hùng Vương, 30/4, 1/5, 2/9.

Để biết thêm chi tiết, xin vui lòng liên hệ:

Mr. Chính +84 936 508 808

Mr. Long +84 989 046 048



Driade

Cửa hàng mới của Driade. ▼

Thương hiệu thiết kế nổi tiếng của Ý, Driade vừa khai trương cửa hàng mới nhất của mình được thiết kế bởi David Chipperfield - cũng chính là Giám đốc sáng tạo mới được bổ nhiệm năm ngoái của hãng. Cửa hàng nằm trong không gian màu trắng với phong cách tối giản đã được dùng làm không gian trưng bày lịch sử 47 năm của hãng. Được thành lập vào năm 1968 bởi Enrico Astori, Antonia Astori và Adelaide Acerbi, thương hiệu thiết kế nổi tiếng này đã khai trương cửa hàng mới với triển lãm mang tên Early Years - Những năm đầu, giới thiệu các thiết kế mang tính táo bạo mà Driade đã sáng tạo từ những năm 1960, 70' và 80'. Tính sáng tạo độc đáo của Driade thể hiện mạnh mẽ qua nội thất của Nanda Vigo, Enzo Mari Lella và Massimo Vignelli. Driade luôn dám thách thức bản thân trong việc khám phá các giới hạn và đẩy xa "biên giới" của thẩm mỹ bằng ngôn ngữ thiết kế độc đáo của mình. Có thể nói, Những năm đầu đã hé mở một góc nhìn vào tương lai bằng cách tôn vinh và trân trọng quá khứ.



Patek Philippe & AW²

Cửa hàng mới của Patek Philippe ở London. ▼

Thiên đường mua sắm xa xỉ London đang trở nên xa xỉ hơn nữa tại New Bond với cửa hàng mới của Patek Philippe. Thương hiệu đồng hồ hàng đầu thế giới này đã quyết định mở rộng cửa tiệm cũ nằm đối diện với cửa tiệm của Louis Vuitton ở 15 New Bond Street, nâng diện tích lên 5 lần, (từ 85m lên tới 420m). Đơn vị được lựa chọn để thực hiện phần thiết kế cho cửa hàng là AW². Sự tin cậy của Patek Philippe đã mang lại cho họ một không gian vô cùng hiện đại, cân bằng giữa 02 yếu tố sang trọng, kín đáo và hào nhoáng - hoàn toàn tương đồng với thiết kế của những cửa hàng thời trang quanh đó. Reda Amalou - người trực tiếp thực hiện thiết kế - chia sẻ, ông đã lấy cảm hứng từ phong cách thiết kế Art Deco. Được biết cửa hàng mới của Patek Philippe sẽ giới thiệu BST đồng hồ lớn nhất của hãng. Dịch vụ sửa chữa hoàn hảo với hai thợ đồng hồ bậc thầy riêng trong xưởng sửa chữa hết sức ấn tượng ở ngay tầng dưới của ngôi nhà.



Bình gốm "Blow Away"

Thiết kế bởi Front. ►

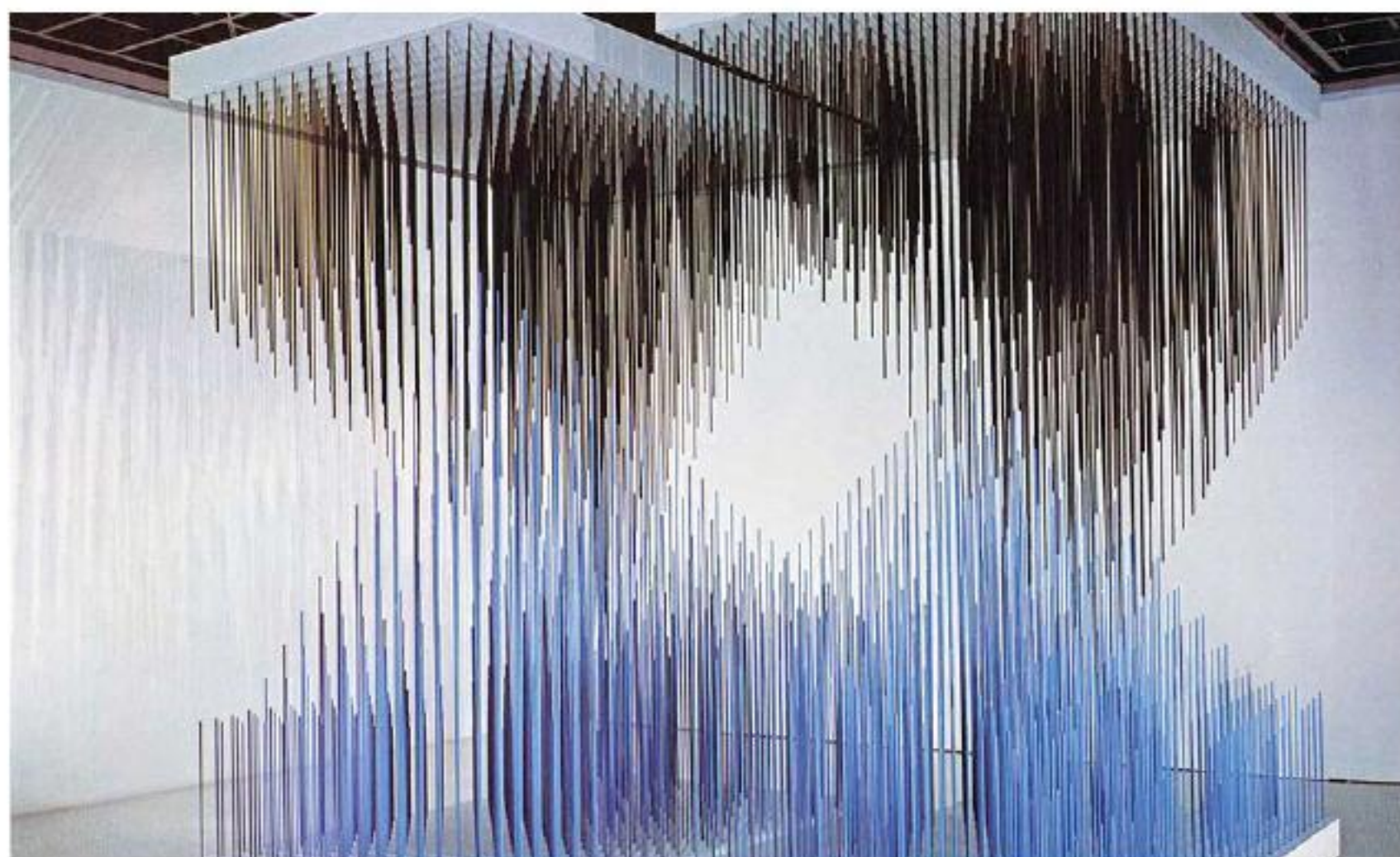
Mẫu bình này là tác phẩm của nhóm thiết kế Front cho một công ty Hà Lan có tên là Moooi. Bình được giới thiệu lần đầu vào năm 2008. Lấy cảm hứng từ những sản phẩm của công ty gốm sứ hàng đầu và lâu đời nhất thế giới Royal Delft - đây đồng thời cũng là công ty chế tác ra chiếc bình này - bình là một góc nhìn mới mẻ, hiện đại về những món đồ gốm sứ cổ điển. Mặc dù có thiết kế hiện đại, đầy phá cách nhưng bình vẫn được sản xuất theo cách rất truyền thống với các kỹ thuật vẽ tay họa tiết, nung luyện và tạo hình.



Art of Kinetic

Paris và New York cùng tôn vinh Jesús Rafael Soto.►

Tại triển lãm Emmanuel Perrotin ở Paris, Pháp, những vị khách dường như bị níu chân lâu hơn bởi những tác phẩm nghệ thuật. Bạn không thể chỉ chiêm ngưỡng những công trình được thực hiện bằng công nghệ và kỹ thuật cao của Jesús Rafael Soto. Các khách mời sẽ có những trải nghiệm nghệ thuật khác nhau với những giác quan khác nhau. Pénétrable BBL bleu là một ví dụ điển hình cho điều này khi mời những người tham dự đi qua một không gian với những tấm treo rủ. Triển lãm Marais là triển lãm đầu tiên của chuỗi triển lãm 02 sự kiện (01 ở Paris và một ở New York). Cả hai đều có tên Chronochrome. Chuỗi sự kiện triển lãm này được thực hiện với mục đích tôn vinh những đóng góp của nghệ sĩ Soto - người đã qua đời ở tuổi 81 vào năm 2005.



Một số tác phẩm được trưng bày trong triển lãm như Cube de Paris (1990) cần người xem ngắm nhìn từ những góc cạnh và góc độ khác nhau. Tác phẩm là một hình khối vuông với trung tâm là một khối vuông màu đỏ. Điểm thú vị là khối vuông này được tạo hình bởi những thiết kế giống như những cây tăm hoặc những sợi nylon.

Những tác phẩm khác như Ecriture với sự tham gia của chất liệu kim loại, thậm chí đòi hỏi người xem phải hoàn toàn thay đổi quan niệm của họ về cách thưởng thức và nhìn nhận một tác phẩm nghệ thuật. Hay một tác phẩm khác lại thách thức ý niệm của người xem theo cách khác khi có trọng lượng lên tới 01 tấn nhưng lại lơ lửng.



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

KEEP CALM AND CARRY ON

Với một xã hội ngày càng bận rộn, những khủng hoảng và tin xấu nối tiếp nhau trên mọi phương tiện thông tin đại chúng, những nhà thiết kế hàng đầu đang quay lại với những ý tưởng thiết kế nhẹ nhàng, mang lại nét bình thản dù chỉ trong phút chốc. Stella McCartney, Haider Ackermann, Hermès và Lanvin đang mang đến các sản phẩm những mẫu áo khoác nữ tính, dáng áo tunic bình yên và những chiếc váy xoè rộng trên những tông màu nhạt dịu dàng nhất.

LANVIN

Mỗi thiết kế trong bộ sưu tập mùa này của Lanvin được thiết kế dành riêng cho mỗi người mẫu.

Alber Elbaz đã “trình làng” một BST Xuân-Hè tuyệt vời cho Lanvin, nhân dịp kỷ niệm 125 năm thành lập thương hiệu. Cảm hứng của Elbaz đến từ những ngày đầu thành lập thương hiệu, từ sự nghiệp lừng lẫy của chính Jeanne Lanvin, và từ những người mẫu đã trình diễn cho ông trong nhiều năm nay. Trong show diễn, hàng loạt siêu mẫu như Amber Valletta, Kirsten Owen, Violetta Sanchez và Natasa Vojnovic đã xuất hiện trở lại. Đây đều là những tên tuổi đã trở thành biểu tượng cho sự thành công, vẻ đẹp và sự tự tin của đa số phụ nữ hiện đại. Đối với Elbaz, những thiết kế trên sàn diễn của BST này được tạo ra cho mỗi gương mặt người mẫu, chứ không phải ngược lại. Show diễn mở đầu với các mẫu váy dài bằng vải cotton jersey dù đó là lệch vai, kéo khoá bên hông hay cài khuy. Các phụ kiện như thắt lưng da rắn kèm với độ rủ vải và xếp nếp nổi tiếng của nhà Lanvin được thể hiện ấn tượng ngay phần đầu show diễn. Người xem lại trầm trồ với các thiết kế với các đường may trần, khâu chỉ nổi, dập và dán vải, xẻ hông như thể chúng vừa rời xưởng thủ công để đến với những phụ nữ thanh nhã và hiện đại nhất.



HERMÈS

Từ bộ sưu tập đầu tiên tới bộ sưu tập cuối cùng của Lemaire cho Hermès, đó luôn là tiếng kèn xung trận. Sự sáng tạo dường như chưa từng dừng lại.

Với BST cuối cùng cho Hermès, Christophe Lemaire đã không phụ lòng tin của những fan hâm mộ trên toàn thế giới. Sự tĩnh lặng, nét thanh giản và các đường cắt tối giản nhưng vô cùng tinh tế luôn là dấu ấn phong cách đặc trưng của Lemaire. Theo nội giới, những giá trị này không chỉ là đối tác hoàn hảo cho tinh thần và giá trị đẳng cấp của thương hiệu Hermès mà còn là sự tôn vinh Martin Margiela người đã đặt nền móng mở đường cho dòng sản phẩm trang phục may sẵn của nhà Hermes vào năm 1997. Lemaire đã rất thành công trong việc tiếp nối tôn vinh các giá trị tĩnh lặng mà xa xỉ của Hermès khi ông giới thiệu những mẫu khăn trùm đầu bằng da trần nhuộm vô cùng thanh nhã. Xa xỉ đến tuyệt đối, đó hoàn toàn không phải là nhận xét gây tranh cãi đối với BST Xuân - Hè 2015 của Hermès. Và nếu nói Lemaire thêm một lần quay về với cảm hứng Viễn Đông cho bộ sưu tập Xuân - Hè 2015, sẽ không thể bỏ qua dáng áo tunic dài mà ông luôn yêu thích. Rồi còn phảng phất đâu đó âm hưởng Châu Phi với những tấm khăn trùm rủ đậm màu.



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



HAIDER ACKERMANN

Haider thậm chí thách thức các tay hàng đầu thế giới về thời trang khi tìm ra cách chứng minh những điều hoàn toàn vô lý là có lý, chứng minh những điều lãng mạn là có thực.

Qua những bộ sưu tập của mình, Haider Ackermann luôn cho thấy ông giống như một nhà hiền triết của thế giới thời trang. Tính thơ ca, sự lãng mạn luôn là hai yếu tố xuyên suốt qua các thiết kế rù mềm, xếp lớp của ông. Và cũng một lần nữa, người đàn ông từng được đồn đoán sẽ là kẻ kế nghiệp của Karl Lagerfeld tiếp tục cho thấy khả năng, cho thấy tinh thần edgy, phiêu lưu, mạo hiểm và đầy quả cảm của ông trong mỗi thiết kế. Và cũng một lần nữa Haider thậm chí thách thức các tay viết về thời trang hàng đầu thế giới khi tìm ra cách chứng minh những điều hoàn toàn vô lý là có lý, chứng minh những điều lãng mạn là có thực. Nếu đôi chút thơ ca và đôi chút ngạo mạn cố hữu trong việc đưa ra các thiết kế với cấu trúc phức tạp được tinh giản, tính chính xác, sự sắc nét lại được bù vào. Điều này được thể hiện rõ qua bộ Le Smoking màu tím, hay những thiết kế ẩn tượng mà phá cách đầy thú vị khác. Chất liệu được sử dụng trong các bộ sưu tập cũng được Haider đặc biệt chú ý và đầu tư. Có thể nói chính thông qua việc chơi với các chất liệu mà bộ sưu tập và thiết kế của ông được hình thành. Bởi đây chính là DNA của Haider từ bài tốt nghiệp trường Central Saint Martins.

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



KENZO PARIS

KEEP IT NEUTRAL

Thanh nhã, lịch thiệp, cổ điển và tinh tế với những sắc màu trung tính chính là điểm nhấn của những BST nam giới của các thương hiệu hàng đầu cho mùa mới Xuân - Hè 2015. Từ các bộ veston được cắt may thủ công cho tới những thiết kế mang đậm hơi hướng thể thao, tông màu trung tính thể hiện qua các cấp độ, với cảm hứng thiên nhiên rõ rệt. Nếu Gucci giới thiệu trang phục hải quân với đồ lụa mềm kẻ sọc như pijama thì Berluti đầy khỏe khoắn với cảm hứng thể thao trên những đường may thủ công xa xỉ nhất.

Những đôi giày thủ công nổi tiếng của Berluti đã ghi điểm với các quý ông thanh lịch và tao nhã nhất từ năm 1895. Với phong cách cổ điển lịch lãm và nét phóng khoáng dựa trên các chi tiết kiến trúc của Paris, những đôi giày tuyệt đẹp của Berluti còn là biểu tượng của kỹ thuật đóng giày truyền thống kết hợp với các kỹ thuật tiên tiến nhất. Với BST thời trang nam giới năm nay, lần đầu tiên Giám đốc sáng tạo Alessandro Sartori đã chứng minh rằng, những đôi giày cao cấp nhất của Berluti chỉ là một “mỏm băng nhỏ” cho cả một sự sáng tạo không ngừng của những nghệ nhân với trí tưởng tượng không giới hạn đến từ Italia. Với BST này, các thiết kế mang tính thể thao được Berluti triệt để khai thác dù giới mộ điệu hy vọng Berluti sẽ tập trung hơn dịch vụ may đo truyền thống. Tin rằng những quý ông sang trọng nhất không ngần ngại đặt niềm tin của họ vào Berluti cho cả tủ quần áo của mình, từ quần jeans cho đến áo khoác thường ngày. Xưởng thủ công của Berluti luôn sẵn sàng vì đến 90% các sản phẩm đều được thực hiện thủ công.

BERLUTI

Nếu so với toàn bộ các sáng tạo của Berluti, ngành hàng giày da có lẽ chỉ là “mỏm băng nhỏ”. Trang phục của Berluti cũng rất tượng.



Người đàn ông của Gucci luôn hào nhoáng, đầy tính dục và tự tin. Mùa mốt Xuân Hè 2015 này, Frida Giannini một lần nữa giới thiệu những quý ông “ngang dọc địa cầu” với sự thanh lịch chiếm hữu và phảng phất đôi nét quân nhân trong các thiết kế như mọi mùa trước. Âm hưởng thiết kế quân sự vốn luôn vang vọng trong cảm hứng thiết kế của nhà Gucci, có lẽ lấy từ xu hướng trang phục những “kẻ nổi loạn” thập niên 60'. Nhưng một cách tài tình, Frida nhẹ nhàng đẩy âm hưởng quân sự ấy sang phong cách hàng hải. Nhờ vậy, một lần nữa cô lại đưa ra những đường nét mới với các họa tiết kẻ ngang. Kiểu cắt chính xác tuyệt đối của một bộ quân phục được kết hợp với những form dáng hoàn toàn thư giãn. Nổi bật là áo khoác cắt ôm viền ruy băng satin mặc ngoài quần và áo chèn may từ lụa, hay những trang phục khác lấy cảm hứng từ vải denim như áo khoác da và quần jeans kẻ sọc. Áo sơ mi dài, không cổ trông như áo pajama hay áo t-shirt cổ sâu. Đâu đó trong túi ngực là khăn mùi xoa kẻ sọc kết hợp với quần dáng thủy thủ xắn gấu. Nếu thật tinh mắt, những tín đồ thời trang sành sỏi nhất sẽ nhận ra sự uyển chuyển đầy khoái cảm ẩn dưới những bộ quân phục kẻ sọc.

GUCCI

Nếu có điều gì Frida Giannini có thể khiến giới mộ điệu thất vọng thì đó chính là khả năng không ngừng sáng tạo và việc liên tục đưa ra những mẫu thiết kế vô cùng đẹp để của cô.





JOHN VARVATOS

Thông điệp của John Varvatos mùa này rất đơn giản, ngay cả những người đàn ông bận rộn nhất cũng cần xuất hiện luôn đẹp, ấn tượng và phong cách.

John Varvatos đã hoàn toàn thuyết phục giới mộ điệu khi trình diễn BST Xuân Hè 2015 nam giới. BST tưởng chừng vô cùng đơn giản, với những thiết kế tao nhã pha chút nghệ sỹ bay bổng lần lượt được giới thiệu với những quý ông sành điệu nhất. Nhưng nếu nhìn thật gần, rất nhiều chi tiết mới đã được hoà trộn thật điệu nghệ trong BST này. “Như một phục trang mới cho ban ngày” chính là ý tưởng của John Varvatos ngay từ đầu BST. Những người đàn ông năng động và bận rộn phải chẳng cần thêm một lần thay đồ nữa, cho ban ngày trước khi những ánh đèn đêm bật sáng? Những bộ quần áo đánh mài, xoắn nhả cũng như bề mặt vải thú vị đã hoàn toàn chinh phục người xem. Những cách xử lý và các kiểu cắt cúp hoàn toàn mới trên các bộ veston, trên áo khoác cũng như những kiểu xếp lớp thú vị đã đưa người xem bước vào một mùa hè hoàn toàn thư thái - dù giữa ‘rừng bê tông’ xám xịt của đô thị hay một resort sang trọng nhất. Nếu quan sát kỹ chất liệu, ta còn thấy các hiệu ứng vải dệt được tạo ra hết sức tinh tế và mong manh, như vải xương cá dệt xuyên suốt để tạo thành một tông xám hai màu, đan xen những ánh thiếc li ti, đầy thú vị.



JASON WU

Hoàng tử bé của làng thời trang

“Hãy là chính mình”, là lời khuyên từ nhà thiết kế có dáng người nhỏ nhắn và khiêm tốn, Jason Wu khi được hỏi anh có lời khuyên gì cho những ngôi sao khi xuất hiện trên thảm đỏ. Chắc chắn Jason Wu có kinh nghiệm trong việc này khi đã thiết kế trang phục cho những sự kiện quan trọng. Đệ nhất phu nhân Mỹ, Michelle Obama tiếp tục ưu ái Jason Wu khi chọn chiếc váy dạ hội cổ yếm đỏ rực, xuất hiện trong tiệc khiêu vũ nhậm chức của Obama. Đối với chàng trai trẻ này, sự tự tin trong một chiếc váy là yếu tố quan trọng làm nên phong cách lộng lẫy. Ngoài ra diễn viên Kerry Washington trong series phim truyền hình Scandal cũng là fan hâm mộ Jason Wu từ ngày đầu, bởi thế, anh vô cùng xúc động khi Kerry chọn mẫu thiết kế của mình để tham dự thảm đỏ Oscar năm ngoái.

Jason Wu tin rằng anh thiết kế cho những người phụ nữ không chỉ vô cùng sành điệu và hợp mốt mà đó còn là những phụ nữ với rất nhiều nội lực, và vô cùng nữ tính. Thế nhưng điểm chính trong những BST của anh luôn là tinh thần may thủ công cao cấp, gần như là nỗi ám ảnh về chi tiết và hoàn hảo.

Sống phần lớn cuộc đời ở New York, Jason Wu nhanh chóng trở thành một trong những tài năng thiết kế thời trang nữ toàn

cầu. Kết hợp những yếu tố thể thao Mỹ cùng phong cách thời trang tinh tế và đa dạng toàn cầu, Wu đã tạo ra những thiết kế đi cùng với thời gian, rất classic nhưng vẫn hết sức lộng lẫy, ấn tượng. Với BST đầu tiên từ năm 2007, Jason Wu luôn tập trung vào chất lượng, đến 90% sản phẩm của anh được làm thủ công ở New York. Giày và túi xách do anh thiết kế từ năm 2001 được làm thủ công 100% tại Italia. Nguồn cảm hứng đối với Jason Wu dường như bất tận, anh đam mê nhiếp ảnh của Guy Bourdin, Charles James, Jacques Fath. Những BST của anh cũng thành hình từ những chuyến đi ngang dọc châu Á, châu Âu và Mỹ La tinh.

Chuyển đến Vancouver từ năm lên 09 tuổi với gia đình, ngay từ nhỏ Wu đã đam mê may vá, tạo mẫu và vẽ kiểu. Sau khi tốt nghiệp trung học ở Paris, Jason chuyển về New York và tham dự trường thiết kế cao quý Parsons. Dù mới chỉ 32 tuổi, Jason Wu đã có trong tay những giải thưởng cao quý như lọt vào chung kết giải CFDA 2008, nhận giải thiết kế đồ nữ CFDA năm 2010. Hiện nay với 170 điểm bán trên thế giới của thương hiệu mang tên mình, Jason Wu còn đảm nhận thiết kế BST may sẵn của nữ cho thương hiệu Hugo Boss từ tháng 6/2013. ■







JEAN MICHEL BASQUIAT

Người Nghệ sỹ của ngôn từ và góc cạnh.

Jean Michel Basquiat đến từ Brooklyn, New York và được biết đến nhiều bởi những thăng hoa hội họa từ những ngày còn nguyền ngoạc vẽ bậy trên đường phố. Qua đời vào cuối thập niên 80' ở New York, khi mới chỉ 27 tuổi nhưng anh đã sáng tác hơn 1000 tác phẩm. Là con trai của một nhân viên kế toán người Mỹ, gốc Haiti, Basquiat đã vẽ ngay lên trên giấy tờ sổ sách mà cha mình mang về làm việc ở nhà. Dù chưa tham dự bất kỳ trường lớp đào tạo hội họa nào, các tác phẩm của Basquiat luôn được đánh giá rất cao. Anh luôn dùng ngôn từ, cụm từ và các đường nét góc cạnh để thực hiện những bức tranh của mình.

Giới hội họa quốc tế luôn yêu thích sự kết hợp màu sắc hài hòa trong tranh của Basquiat. Giữa những đường nét hết sức ngẫu hứng là một sự kìm nén. Khi mới 20 tuổi, những tác phẩm của Basquiat đã được trưng bày tại các phòng tranh có tiếng nhất ở Soho, New York như Annina Nosei Gallery. Và tất nhiên

là cả các gallery ở Paris, Tokyo và Dusseldorf. Ngay từ thời điểm đó, giá tranh của Basquiat đã có mức khởi điểm từ \$25,000 đến \$50,000. Hai thập niên sau, chúng cán mốc hàng triệu đô la.

Basquiat còn được biết đến với tình bạn hữu khăng khít với họa sỹ Pop - Art của mọi thời đại Andy Warhol. Tình bạn này đã trở thành bất tử nhờ những bức tự họa mà năm 1988, nhà đấu giá Sotheby đã đưa ra thuộc BST của Warhol. Hai nghệ sỹ lớn này cũng từng thức triển lãm chung vào năm 1985 với loạt sáng tác dựa trên những nhân vật hoạt hình và logo của những tập đoàn thương mại lớn.

Hội họa của Basquiat tập trung diễn tả sự đối nghịch giữa giàu và nghèo, giữa hoà nhập và tách rời, giữa những trải nghiệm của tâm hồn trái nghịch với thể xác. Anh dùng thơ ca, hình khối, sơn dầu một cách điệu nghệ khi hoà nhập hình ảnh với ngôn từ, những ý niệm từ lịch sử vào cùng với tính phê bình hiện đại. ■





HAUTE COUTURE: MAY ĐO CAO CẤP CỦA NỮ

Một thế giới của sự siêu xa xỉ, chỉ phục vụ khoảng 2.000 khách nữ trên toàn thế giới, chào mừng bạn tới với thế giới của Haute Couture!

Haute Couture là một từ tiếng Pháp, vậy nên hãy đọc nó theo tiếng Pháp và đừng áp cho nó cách phát âm của tiếng Anh – bởi ngay cả những người Anh cũng phát âm từ này theo tiếng Pháp. Haute Couture trong tiếng Anh là “high sewing” hay “may đo cao cấp”. Đây là nghệ thuật may đo với các kỹ thuật thủ công bậc cao. Những món đồ được thực hiện theo phương pháp made-to-measure (thực hiện theo số đo), và kết quả là chúng ta có những món trang phục vừa độc đáo vừa hoàn hảo.

Lịch sử thời trang Haute Couture xuất phát từ nhu cầu dành cho các thị dân thượng lưu của Paris vào thế kỷ 19. Với mong muốn có được những trang phục cao cấp thực sự, những người phụ nữ đã tới các nhà thời trang couture danh tiếng để có những bộ trang phục hàng thửa giúp họ nổi bật lên so với bối cảnh thời trang đương thời. Những trang phục này sẽ giúp họ xuất hiện trong các sự kiện mà không bị trùng lặp trang phục. Ý nghĩa của Haute Couture hiện nay vẫn còn mang ý nghĩa như vậy với việc trang phục couture là lựa chọn của một thiểu số nhà giàu trên thế giới.

Tiêu chuẩn của một nhà may couture

Theo quy định, một nhà thiết kế chỉ có thể gắn nhãn Haute Couture nếu thỏa mãn những yêu cầu khắt khe ►

và ngặt nghèo của Bộ Công nghiệp Pháp và Hiệp hội Fédération Française de la Couture. Đầu tiên, một nhà thiết kế phải tạo ra các trang phục thực hiện theo số đo cho các khách hàng cá nhân và thực hiện việc fitting đồ (chỉnh sửa đồ). Họ cũng cần phải có một xưởng may hoạt động toàn thời gian ở Paris. Xưởng may này cần phải thuê mướn tối thiểu là 20 nhân công là các thợ may lành nghề. Cần nhớ rằng những thợ may này phải lành nghề, có bằng cấp, có kinh nghiệm (trong một số trường hợp là có sự chân truyền từ thế hệ này qua thế hệ khác.) Mỗi năm, nhà thời trang buộc phải giới thiệu 02 bộ sưu tập. Một vào tháng 01 và một vào tháng 07. Các mẫu giới thiệu phải bao gồm cả trang phục ban ngày và trang phục dạ hội. Trước đây, yêu cầu này còn cao hơn nữa khi bắt buộc số lượng mẫu phải trên 25 thiết kế cho mỗi mùa mốt.

Trong danh sách các nhà couture những cái tên chính vẫn là Christian Dior, Chanel, Valentino, Elie Saab và Jean-Paul Gaultier. Một số thương hiệu dù được yêu thích như Viktor & Rolf đang được xem là thành viên thường trực. Hervé Leroux và Zuhair Murad gần đây được chọn làm thành viên khách mời.

Thợ may couture

Thuật ngữ 'Les petite mains' (điều này có nghĩa là những đôi bàn tay nhỏ) dùng để nói về một số lượng thợ may rất nhỏ, chỉ khoảng 2.200 thợ may sẽ thực hiện các mẫu thiết kế. Làm việc trong các nhà may, những người thợ tài năng và nhẫn nại này luôn chung thủy với một nhà

may couture nào đó, dành cả cuộc đời mình làm việc cho nhà may đó. Những người thợ này luôn được đối đãi như những báu vật của các nhà may. Mặc dù các nhà thiết kế cũng sở hữu những kỹ thuật may riêng và đặc biệt nhưng những người thợ này vẫn được các nhà thiết kế, các Giám đốc sáng tạo đặc biệt tôn trọng – cho dù người đó có quyền lực như Karl Lagerfeld hay đồng đánh như John Galiano lúc còn đỉnh cao quyền lực. Mỗi người thợ trong các nhà may cũng chỉ làm chủ một chất liệu hoặc một kỹ thuật nào đó. Chẳng hạn như những người thợ may vải tweed sẽ không làm việc với các chất liệu vải silk – và ngược lại.

Giá của một thiết kế couture

Chúng ta đều biết bất kỳ thứ gì được thực hiện theo phương pháp may đo đều có giá đắt hơn nhiều lần so với những món đồ may sẵn. Tuy nhiên Haute Couture là một câu chuyện hoàn toàn khác. Với một số món đồ cần 20 người làm việc trong 700 giờ để thực hiện (hoặc như một vài thiết kế của Dior lên tới 900 giờ). Trung bình thời gian làm việc của một người thợ ở Pháp là khoảng trên dưới 36 giờ/tuần, nghĩa là một món đồ Haute Couture cần khoảng 25 tuần hay 3,5 tháng để thực hiện. Vậy nên bạn đừng thấy lạ khi những thiết kế Couture có giá đắt cả chục lần một món đồ may đo. Giá tiền trung bình cho một thiết kế Haute Couture đổ ban ngày vào khoảng 8.000 bảng. Trong khi đó những thiết kế buổi tối và đồ trang trọng sẽ tăng lên nhiều lần hơn nữa. Việc sử dụng các nguyên liệu vải quý hiếm và trang trí cầu kỳ càng khiến cho những món đồ Haute Couture đội giá lên nữa. Việc một thiết kế couture có thể có giá lên tới triệu đô là điều hoàn toàn có thể - mặc dù trong một số trường hợp ý nghĩa của những món đồ này là marketing nhiều hơn là thương mại.

Người mua

Những khách hàng mua đồ Haute Couture chính hiện nay không còn là những mệnh phụ người Pháp mà là những khách hàng tới từ Nga, Trung Quốc và Trung Đông. Những món đồ trang phục Haute Couture cao cấp có thể có giá tăng theo năm tháng và thường được xem như những món đồ sưu tập, những khoản đầu tư thông minh. Đây thực tế cũng là điều dễ hiểu nếu bạn biết rằng quota cho mỗi thiết kế Haute Couture ở mỗi quốc gia luôn là unique piece – điều này cũng đồng nghĩa gần như không thể có 02 mẫu thiết kế Haute Couture xuất hiện trong cùng một sự kiện.

Show được diễn ở đâu

Các bộ sưu tập luôn được trình diễn ở nơi sinh ra Haute Couture: Paris. Thực tế, rất nhiều quốc gia trên thế giới muốn mang Haute Couture về một thành phố nào đó của mình. Khi quân Đức ▶





tiến vào chiếm đóng Paris, Phát xít Đức đã tham vọng đưa Haute Couture về Berlin nhưng không thành hiện thực. Để mang được Haute Couture về đất nước của mình, một số quốc gia đã buộc phải chọn cách hợp tác và franchise với Hiệp hội Haute Couture của Paris.

Tuy nhiên, những địa điểm trình diễn quan trọng khác là trên những chiếc máy bay cá nhân hoặc tại “phòng ngủ” của những khách hàng quan trọng. Phương châm của ngành công nghiệp này là: “Nếu khách hàng không tới với couture, couture sẽ tới với khách hàng.” Việc này phần nào đó giải thích được việc tại sao Chanel mang váy Haute Couture tới Việt Nam cho Lý Nhã Kỳ. Giám đốc sáng tạo của thương hiệu Chanel, Karl Lagerfeld từng nhấn mạnh ảnh hưởng của những chiếc máy bay cá nhân với ngành công nghiệp này khi chia sẻ với WWD: “Hầu hết khách hàng của chúng tôi không xem các bộ sưu tập ở salon. Khách hàng của chúng tôi sẽ đưa ra các lựa chọn của mình sau khi đã xem video. Haute Couture đã khác hoàn toàn so với quá khứ.”

Lợi nhuận

Jean Paul Gaultier từng chia sẻ: “Haute Couture ư, không lãi nhưng làm marketing rất tốt.” Các nhà thời trang gần như không kiếm được một đồng lãi nào từ Haute Couture – nếu không nói là phải bù lỗ mỗi mùa. Chi phí tốn kém, khách hàng hạn hẹp (ước tính chỉ có khoảng 2.000 khách hàng trên toàn thế giới) có lẽ phần nào giải thích được tại sao trong 60 năm trở lại đây số lượng nhà thời trang couture lại giảm mạnh. Tuy nhiên, couture được xem như một khoản đầu tư dài hạn, giúp cải thiện hình ảnh thương hiệu và giúp tăng doanh số các dòng sản phẩm Ready-To-Wear và mỹ phẩm■

STARGIRL

Creative Director | Trần Hoàng Anh

Photographer | Jundat

Model | Kiều Oanh (Elite Agency)

Makeup | Cao Tuấn Đạt

Stylist | Hoàng Anh

Producer: Ngọc An

Location: Studio Jundat 875 Hồng Hà



Váy, túi: Christian Dior

Khăn, váy, hoa tai: Christian Dior
Giày: Christian Louboutin







Áo khoác, Chân váy, Vòng cổ,
Vòng tay: Christian Dior



Áo, Chân váy: Versace



Áo, chân váy: Escada
Túi: Louis Vuitton



Váy, túi: Christian Dior



Váy: Victoria Beckham
Túi: Louis Vuitton
Giày: Christian Louboutin



Váy: Victoria Beckham
Họa tại: Christian Dior

TOPLUX

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

Jan | Feb 15



NHỮNG GIẤC MƠ KIM HOÀN

Chopard Haute Joaillerie

Thương hiệu Chopard từ lâu đã được biết đến như một nhà chế tác trang sức đỉnh cao khi không ngừng giới thiệu những món trang sức dành cho các ngôi sao Hollywood và những nhân vật có ảnh hưởng trên thế giới. Dường như không có biên giới hay giới hạn cho các sáng tác của hãng. Từ kim loại và đá quý, Chopard tạo ra muôn vàn các thiết kế khác nhau, biến mọi điều mà con người có thể tưởng tượng thành hiện thực. Các kỹ thuật khảm nạm đá quý, đánh bóng, tạo hình kim loại luôn được những người thợ của Chopard thực hiện ở mức cao cấp, cầu kỳ và tinh tế nhất.



VÒNG CỔ SALTIMBANCO

Khi 02 cái đình cùng bắt tay để tạo ra một tuyệt tác.

Mẫu vòng cổ này thuộc bộ sưu tập Inspiria, gồm 20 sản phẩm, được giới thiệu 04 năm trước nhằm kỷ niệm 150 năm thành lập thương hiệu Boucheron và 25 năm thực hiện các show tạp kỹ của Cirque du Soleil. Mỗi mẫu trang sức thuộc bộ sưu tập này có số lượng chế tác rất giới hạn (chỉ 02 item cho mỗi thiết kế). Được biết, ý tưởng giúp hình thành bộ sưu tập này xuất phát từ người sáng lập nhà hát Cirque du Soleil, Guy Laliberté và Chủ tịch của Boucheron, Jean-Christophe Bedos.

Mẫu trang sức này là một sáng tạo vô cùng độc đáo khi những chiếc mặt nạ ở chính giữa sợi dây có thể sử dụng như một chiếc ghim cài. Trong khi đó, cũng có thể kết hợp và đeo chúng như một chiếc vòng cổ tuyệt đẹp. Đồng thời, vòng cổ cũng là một kiệt tác của ngành chế tác kim hoàn cao cấp với việc sử dụng các loại đá quý như ruby, kim cương đen và trắng, ngọc bảo thạch, sapphire xanh, vàng và hồng.



ĐỒNG HỒ KIM CƯƠNG BÁO ĐỒM

Lấy cảm hứng từ biểu tượng báo đốm của thương hiệu, Cartier tiếp tục gây ấn tượng với giới mộ điệu bằng sáng tạo mới nhất của mình!

Điều khiến những chiếc đồng hồ trang sức của Cartier dành cho nữ giới nổi bật so với những sáng tạo khác tại sự kiện SIHH 2015 là vẻ đẹp trong cách Cartier thể hiện những ý tưởng sáng tạo của mình. Mẫu đồng hồ này gợi nhắc với mọi người những món đồ trang sức cũ được trang trí với hình ảnh của những con báo, thường được đấu giá ở nhà Christie's. Mặt số đồng hồ được khảm nạm 136 viên kim cương với tổng trọng lượng khoảng 1.04 carat. Hình ảnh con báo phía trên được khảm nạm 250 viên kim cương với tổng trọng lượng khoảng 1,53 carat. Chi tiết đôi mắt của con báo bằng ngọc emerald rất hợp với chi tiết mũi báo bằng đá onyx. Vỏ đồng hồ được làm chủ yếu từ vàng trắng 18k. Khóa dây của đồng hồ cũng được khảm nạm 24 viên kim cương. Mẫu đồng hồ này có khả năng chống thấm ở độ sâu 30m và chạy máy quartz.



BÚT ĐẸP NHẤT THẾ GIỚI

Thế giới luôn cần những món đồ siêu xa xỉ - bởi chúng giống như những liều thuốc xoa dịu cho những khó khăn kinh tế và ảnh hưởng tiêu cực của suy thoái.

Không ai có thể nghĩ rằng đây là một cây bút – chí ít là như vậy ngay cả khi nó có thể viết, hoặc ký, hoặc vẽ hoặc sáng tác bởi cái giá “đơn giản” 1,3 triệu của nó. Được biết đến với cái tên Aurora Diamante, chiếc bút này được khảm nạm khoảng 30 carat kim cương De Beers trên một thân quản bút platinum. Ngòi bút có hai tone màu, được chế tác từ vàng 18k và tráng rhodium. Mang ý nghĩa của một món đồ trang sức hơn là một cây bút, Aurora Diamante mang phong cách cổ điển. Aurora cũng khẳng định đây là cây bút duy nhất trên thế giới được khảm nạm 30 carat kim cương. Với cái mức giá \$1,3 triệu/cây, bút có giới hạn chế tác là 01 chiếc duy nhất mỗi năm. Tuy nhiên, không biết ai sẽ là khách hàng của những cây bút siêu xa xỉ, đắt hơn cả du thuyền này.

RUNWAY BEAUTY REVIEW



Những minh tinh nổi tiếng thế giới hay những phụ nữ đã trở thành biểu tượng của quyền lực, sắc đẹp luôn toả sáng với vẻ đẹp tự nhiên và thanh khiết nhất trong những phút giây riêng tư. Không ai không biết đến Marilyn Monroe với đôi môi đỏ rực hay bà hoàng Grace của xứ Monaco, hiện thân của sự thanh nhã và nữ tính. Hãy cùng Hàng Hiệu nhìn lại một Marilyn Monroe hoàn toàn khác trong bức ảnh nổi tiếng của Elliott Erwitt chụp ở New York từ năm 1956 và cũng vào năm đó, một bức ảnh hậu trường xuất hiện của Grace Kelly trong một bữa tiệc tối cũng được chụp tại đây. Hai bức ảnh, hai người phụ nữ nổi tiếng trong giây phút bất ngờ đã được ghi lại mãi mãi với vẻ đẹp tự nhiên nhất. Theo dòng thời gian, xu hướng trang điểm "như không trang điểm" đã quay trở lại từ thảm đỏ của những giải thưởng điện ảnh cao quý hay trên những sàn diễn của những thương hiệu thời trang hàng đầu.



ALEXANDER WANG

Bare-Faced

Có lẽ chỉ duy nhất trong làng thời trang, các nghệ sĩ mới được đối đãi theo cách không cần làm việc mà vẫn đạt được mức lương yêu cầu. Alexander Wang đã quyết định đưa những người mẫu của mình lên sàn diễn năm nay với khuôn mặt hoàn toàn không được trang điểm, ngoại trừ một lớp son dưỡng tự nhiên và một vài chi tiết được giấu bởi bút che khuyết. Nhưng thông điệp lớn nhất ở đây là về một làn da thật sự tự nhiên - dù là màu bột hay màu bóng. Làn da đó luôn được hoàn hảo với kem nền, bút che khuyết và phấn phủ. Và đây sẽ là xu hướng mới trong mùa này. (Chắc chắn, xu hướng này sẽ còn tiến xa hơn nữa.)

Trong buổi trình diễn, chuyên gia trang điểm đã thực hiện một cuộc chơi đùa với ánh sáng, với những đường viền và hơn thế là những làn da mộc nhưng vẫn thật đường nét. Một sản phẩm tuyệt vời cho xu hướng này đó là phấn tạo khối của NARS, nó thực sự tone-on-tone.



GIVENCHY

Bold Graphic Cat Eye

Nếu những nghệ sĩ trang điểm không chơi với bút kẻ mắt và những đường line đơn thuần, họ sẽ đi theo những đường viền và tạo ra những đôi mắt mèo cat-eye tuyệt vời. Pat McGrath đã thêm một lần nữa chứng minh chân lý này khi giới thiệu những cặp lông mày được tẩy trắng với màu chủ đạo là nâu sẫm quanh mi mắt trong show diễn của Givenchy. Khi được đặt bên cạnh những thiết kế tươi tắn của Givenchy, điểm nhấn của những đôi mắt mèo đã trở thành một cú đột phá về phong cách của mùa mốt. Ngoài Givenchy, một số cái tên khác cũng rất đáng để ý là Cushnie et Ochs, John Galiano và Jean Pierre Braganza.



Beauty

TOM FORD

Sultry Smokey Eyes

Sẽ không còn gì thú vị khi thiếu đi sự quyến rũ, hay những đôi mắt bí ẩn? Thật không dễ dàng gì nhưng những nghệ sĩ trang điểm biết rõ điều ấy, mỗi mùa đều mang tới sự mới mẻ, lạnh lùng trong mỗi cách chọn màu mắt khói, không ngoại trừ mùa mốt Xuân - Hè này. Tom Ford mùa này đã lựa chọn chất cổ điển với những màu đậm, hăng lựa chọn phong cách đi cùng thời gian khi sử dụng những màu đen và nâu trong khi một số hãng lựa chọn những màu sắc độc đáo và phá cách cho xu hướng trang điểm này.



EMILIO PUCCI

Woodstock Girls

Những năm 1970 đang trở thành một cảm hứng lớn cho các bộ sưu tập mùa mốt Xuân - Hè năm nay với các màu sắc đặc trưng được sử dụng nhiều hơn bao giờ hết. Vẻ đẹp thời đại, phong cách vintage khiến cho nguồn cảm hứng này càng trở nên quyến rũ và đặc biệt với giới mộ điệu. Bên cạnh đó phong cách trang điểm Rock 'n' Roll của thập niên 1960 cũng được tái hiện lại trên sân diễn của Emilio Pucci. Một số cái thương hiệu khác cũng giới thiệu phong cách này là Marchesa, Anna Sui.



Beauty

LOUIS VUITTON

Spikey self-made scribble

Ngay kể cả khi đây là một “cuộc phóng túng” với việc chơi với những đường kẻ mắt, lối trang điểm này của Louis Vuitton đã để lại được những ấn tượng mạnh thực sự so với những phong cách được giới thiệu trên sàn diễn Xuân - Hè 2015. Điểm mấu chốt của phong cách này là đôi khi bạn cần nhân đôi sự ấn tượng, và đôi khi “rối tung” cũng có thể là một xu hướng.

KHÔI PHỤC

Tạo dáng và định hình

THE LIFTING CONTOUR SERUM

Tinh chất giúp tái cấu trúc khuôn mặt, tăng độ sắc nét và làm thon gọn đường nét khuôn mặt. Sự kết hợp giữa hiệu quả chữa lành huyền thoại của Miracle Broth™ và Men nâng da The Lifting Ferment, thúc đẩy khả năng sản sinh collagen tự nhiên, giúp làm sắc nét, định dạng hình khối cho khuôn mặt.

Lamer.com.vn

LA MER

Thành Phố Hồ Chí Minh: Parkson Saigon Tourist Plaza, 35Bis – 45 Lê Thánh Tôn, Quận 1 – Tel: 08 3822 4727

Hà Nội: Trảng Tiền Plaza, 24 Hai Bà Trưng, Quận Hoàn Kiếm – Tel: 3824 6247

Parkson Việt Tower, 198B Tây Sơn, Quận Đống Đa – Tel: 04 3857 5208



LA MER

the lifting contour serum
le sérum contour lifting





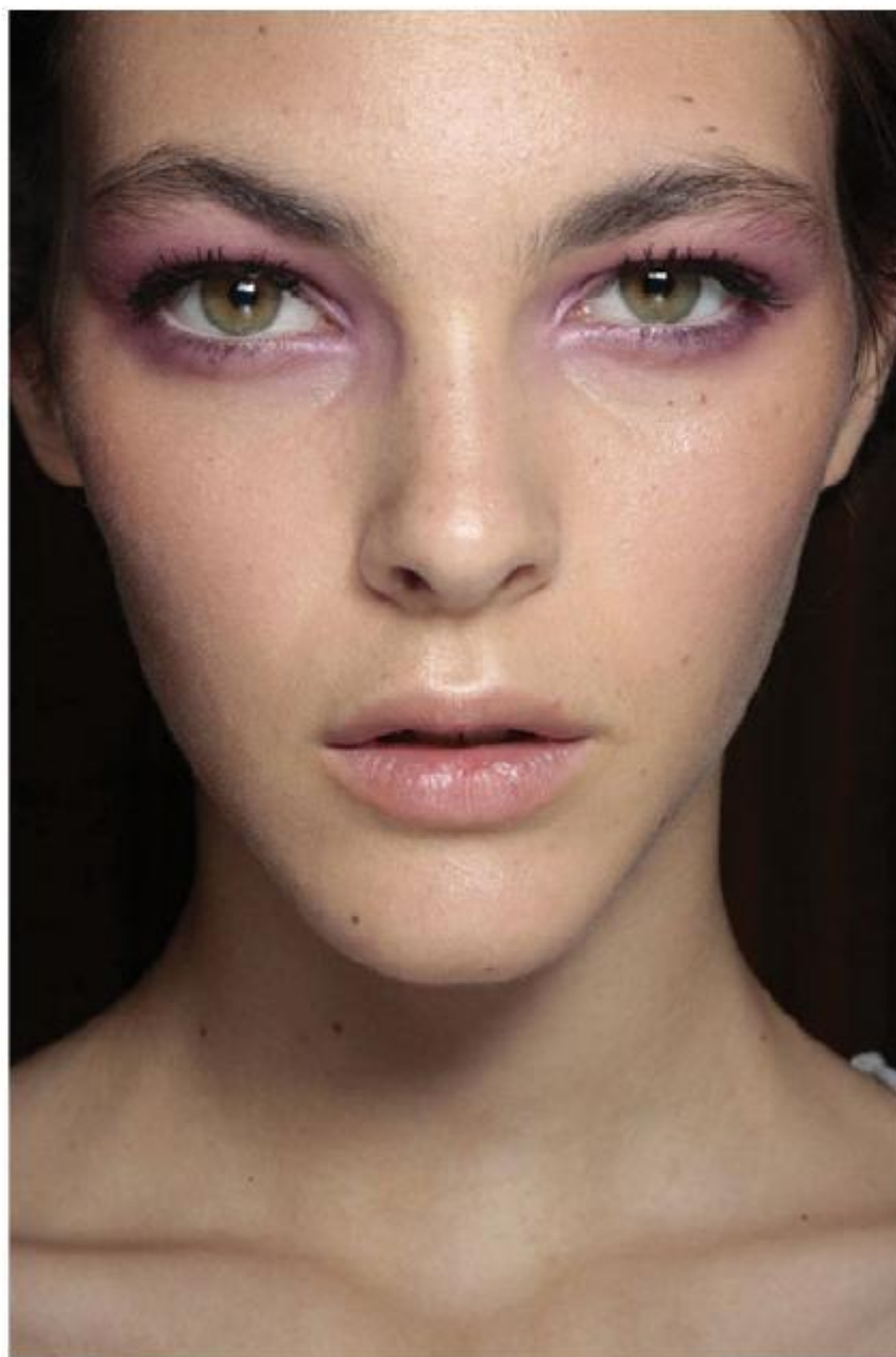
HUYỀN THOẠI CHỮA LÀNH

Câu chuyện của Crème De La Mer là một trong những hy vọng, chữa lành và sự tôn trọng sâu sắc của một người đàn ông đối với sức mạnh từ biển cả. Cách đây nhiều năm, nhà vật lý hàng không vũ trụ Tiến sỹ Max Huber bị bỏng nặng trong phòng thí nghiệm và bắt đầu quá trình tìm kiếm phương pháp phục hồi làn da bị tổn thương của ông. Ông sử dụng tảo bẹ biển vì tính năng tự tái tạo không ngừng cùng với các nguyên liệu tự nhiên khác, lên men từ ba đến bốn tháng để tạo thành Miracle Broth – nước cất huyền thoại giúp khôi phục làn da của ông.

whitening essence intens
ence éclaircissante intens

GUIDE FROM BACKSTAGE

Bạn sẽ lựa chọn phong cách nào cho mình, màu mắt, màu môi kẹo ngọt hay sự phá cách rất Rock 'n' Roll; kiểu tóc đuôi ngựa hay những bộ móng được trang điểm cầu kỳ? Chúng tôi tin rằng mỗi người đều có những lựa chọn cá nhân và không có lựa chọn sai hay đúng, chỉ có lựa chọn làm bạn đẹp hơn và đẹp hơn nữa.



Pink Panther

Nếu đồ không phải màu của bạn, và bạn thích một điều thực sự khác biệt, màu hồng của những viên kẹo ngọt từ sân diễn Xuân - Hè 2015 chắc chắn sẽ là sự lựa chọn hoàn hảo cho những chuyến phiêu lưu của bạn. Hãy để những sắc tím của kẹo hồng biến bạn trở thành cô gái ngọt ngào nhất của mùa.

1. Sử dụng một chút kem nền sau đó dùng chì kẻ viền môi màu nude để tạo viền và định hình cho môi.
2. Dùng cọ môi tán đều màu son sẽ là lựa chọn khôn ngoan để son bền màu. Sau đó sử dụng một chút son bóng để tạo độ căng mọng cho đôi môi.
3. Đánh một lớp kem che khuyết điểm quanh viền môi giúp xóa mờ những vết son lem.
4. Nếu đi dự tiệc, bạn có thể thay thế son bóng bằng những thỏi son lì có đường để có thể thoải mái trong suốt bữa tiệc mà không cần dặm lại.



Vẻ đẹp Rock 'n' Roll

Đây là vẻ đẹp Rock 'n' Roll thực sự. Hãy để chúng tôi chỉ cho bạn tại sân diễn Xuân - Hè 2015 tại Tokyo. Đây là sự pha trộn giữa những nét cổ điển và hiện đại - nơi mà tỷ lệ đóng một vai trò quan trọng. Những viên kẻ mắt với tone màu sáng, đôi mắt fuchsia cùng nghệ thuật móng đặc biệt.

1. Sử dụng tone màu lam nhạt để tạo được vẻ lạnh lùng, viền kẻ mắt đen cùng màu nhũ lấp lánh điểm trang trên mái tóc.
2. Màu son tự nhiên như tone màu nude sẽ là lựa chọn hoàn hảo cho phong cách trang điểm này.
3. Cuối cùng, kết thúc bằng cặp kính râm sẽ giúp bạn trở thành một tín đồ Rock 'n' Roll thực thụ.



Sức hút từ tóc đuôi ngựa

Được lấy cảm hứng từ sự bất ổn của thời tiết New York, kiểu tóc đuôi ngựa được mang vào sân diễn Xuân - Hè để mô tả sự lãng mạn không kém phần mạnh mẽ, phảng phất nét buồn của mùa xuân tại thành phố xa hoa nhất thế giới. Pha trộn với đó là một chút Rock Chick biến tấu tạo ra kiểu tóc thời thượng đầy mê hoặc.

1. Đầu tiên, lấy một lọn tóc nhỏ từ phần bên trái của mái tóc và chia tóc thành 03 phần.
2. Dùng kem dưỡng giúp tóc thẳng và mềm mượt hơn sau đó làm gọn phần tóc ở đằng trước khuôn mặt.
3. Giữ phần tóc này trong 10 giây để tạo nếp. Sau đó nhẹ nhàng thả, chải phần tóc đuôi còn lại cho mượt với chiếc lược gỗ.
4. Giữ cho tóc thẳng, và giữ ẩm bằng keo xịt giữ nếp. Lấy một phần tóc, quấn xung quanh chân tóc, để tạo thành một nút thắt nhỏ, cố định chúng bằng một chiếc ghim nhỏ. Cuối cùng cố định lại bằng một chút keo xịt tóc.



Nghệ thuật vẽ móng

Trong show Xuân - Hè 2015, nghệ thuật làm móng từ những show diễn tại New York mang đến vẻ đẹp quyến rũ cổ điển với phong cách nail lấy cảm hứng từ những ảo ảnh của những yếu tố quen thuộc nhưng khó lòng nhận ra.

1. Như một lớp kem nền, hãy chọn và sơn lên móng của bạn một lớp sơn bóng để bền màu các nước sơn sau.
2. Màu ghi bạc kim với các hạt nhũ bạc mịn, sáng và bóng sẽ là lựa chọn hoàn hảo cho phong cách nail này.
3. Cuối cùng, kết thúc với một lớp sơn dưỡng bóng mịn giúp tăng chiều sâu, tạo độ bóng cho những ngón tay của bạn.



Thợ cắt tóc bậc thầy Bertus của cửa tiệm Schorem Haarsnijder En Barbier ở Rotterdam, Hà Lan luôn được biết đến với những đường cạo râu thẳng và gọn nhất. Trong cửa tiệm cắt tóc nổi tiếng ở Rotterdam này, phong cách bài trí hết sức lịch thiệp với gương cạo chính có phong cách Art Deco có từ năm 1890. Bàn cắt, ngăn kéo đều được làm bằng tay và mặt bàn được làm bằng đá cẩm thạch.

1



1. Mercer + James Dao cạo vintage bằng bạc

Luôn lấy những thiết kế nguyên gốc của quá khứ, Mercer + James nổi tiếng với những sản phẩm chăm sóc cá nhân cho những quý ông thanh lịch và tao nhã. Sau Thế chiến II, dao cạo an toàn trở nên phổ biến và giới sành điệu không còn hài lòng với những lưỡi dao cạo thông dụng nữa. Làm từ bạc tinh khiết, với thiết kế đơn giản của những đường cong và thẳng thuần khiết, bộ dao cạo bằng bạc này là ví dụ điển hình cho tinh thần xa xỉ mà hết sức kín đáo riêng tư.

2. Chổi cạo

Chổi quét xà phòng cạo râu của Mercer + James được làm hoàn toàn thủ công với những chất liệu cao cấp nhất. Chổi quét xà phòng hết sức cần thiết bởi chúng giúp nâng phần râu cần cạo lên đồng thời giúp da mềm và tránh trầy xước khi cạo.



3

SHAVE LIKE A Gent



2

2. Xà phòng cạo râu

Gold Dachs đã từ lâu nổi tiếng khắp châu Âu với sản phẩm làm đẹp được chế biến từ nguyên liệu tự nhiên. Rất classic, giúp tạo bọt đặc, nhẹ và trơn láng, xà phòng cạo râu đến từ nước Đức này luôn được các quý ông yêu thích.

4. ALUM

Khoáng chất alum đặc biệt chỉ tìm thấy ở châu Âu này đã được sử dụng hàng trăm năm nay như một phương pháp chống trầy xước và cầm máu khi cạo râu. Được làm hoàn toàn từ potassium alum tự nhiên, khoáng chất này còn giúp chống gây ngứa và khó chịu cho da sau khi cạo râu.



4



CHANEL HYDRA BEAUTY MICRO SERUM

"Cuộc cách mạng dưỡng ẩm"

Chanel là thương hiệu đầu tiên giới thiệu tinh chất siêu vi lỏng chứa chiết xuất hoa trà có khả năng thấm sâu vào da giúp giữ ẩm liên tục và đem tới một làn da căng mọng. Sự thành công của công nghệ vi lỏng đã cho phép sự phát triển của một kết cấu serum chưa từng có trước đây với cảm giác nước mát lạnh nhưng ngay lập tức "chuyển thể" và thấm sâu khi vừa tiếp xúc bề mặt da. Điểm đặc biệt, khi vừa thoa trên da, thể gel của serum sẽ "vỡ tan" ra thành dạng nước. Sản phẩm có tác dụng như những ngọn sóng thấm thấu vào lớp biểu bì, giúp cung cấp dưỡng chất, làm da tươi mới và mượt mà. Sau đó, những hạt vi hoạt chất tinh dầu hoa trà Camellia Alba OFA tạo cảm giác mềm mịn dễ chịu trên bề mặt da ngay tức thì.



1. Rose day cream – Dr. Hauschka

Sản phẩm dưỡng ẩm đậm đặc có mùi thơm quyến rũ này là bí mật của chuyên gia trang điểm Gucci Westman. Kem dưỡng ẩm có công thức với chiết xuất từ hạt quả bơ, dầu avocado, giúp giảm những vết mụn đỏ và cân bằng lượng dầu trên da.

2. Egyptian Magic

"Bạn có thể dùng nó cho bất cứ mục đích gì" Benjamin Puckey, người chỉ đạo show Yigal Azrouël và MM6 cho biết. "Nó rất tiện khi mặt người mẫu bị khô, nhất là vào thời tiết lạnh như bây giờ" do đó, anh dùng nó để tạo da tươi sáng, trẻ trung và rất tự nhiên.



5. Even Skintone Illuminator – Estée Lauder

Chuyên gia trang điểm hàng đầu Tom Pecheux tin rằng chuẩn bị cho một làn da đẹp quan trọng như chính bữa sáng hàng ngày. Một trong những bí quyết của Tom là kem làm trắng sáng của Estée Lauder, tạo độ sáng tức thì mang lại một làn da hoàn hảo. Ông thường ấn mạnh kem vào da rồi xoa đều trước khi bôi kem dưỡng ẩm để tránh phải dùng quá nhiều phấn nền.

6. Dưỡng môi - Chanel

"Môi của mẫu luôn bị khô, bởi quá nhiều màu son môi và các loại kem nền." Chuyên gia trang điểm Puckey cho biết, "mỗi khi lấy kem môi ra, mọi người đều hỏi xem đó là loại kem môi gì, tôi biết đây là thương hiệu hết sức xa xỉ, nhưng chắc chắn tôi không dùng bất kỳ kem dưỡng môi nào khác."

3. Solution Micellaire - Bioderma

Yadim, bàn tay "ảo thuật" của Opening Ceremony, DKNY, nói "nếu tôi quên mang kem tẩy trang này, thì bất kỳ người mẫu chuyên nghiệp nào cũng sẽ có nó trong túi". Rất nhẹ nhàng và không bị nhờn bóng, do đó kem tẩy trang này không bỏ sót lại trên da bạn lớp màng bóng láng sau khi dùng.

4. Lait – Crème concentré – Embryolisse

Một trong những bí quyết được tìm thấy tại hậu trường tuần lễ thời trang NY là kem dưỡng ẩm vô cùng đậm đặc này. Để đạt hiệu quả cao nhất, kem cần được vỗ nhẹ lên da trước khi massage đều bằng tay. Ngoài ra Diane Kendal dùng chính kem này để tạo nhòe nét kẻ mắt nâu tại show của Jason Wu, tạo nên phong cách "mát mẻ" vô cùng mới. Còn ở show của Proenza Schouler, cô đã dùng duy nhất kem này mà không hề dùng kem nền để tạo làn da tươi mọng cho người mẫu.



7. Dưỡng da – Eau Thermale

Nhãn hiệu đến từ Pháp này luôn được ưa chuộng bởi các chuyên gia trang điểm hàng đầu. Alice Lane, phụ trách trang điểm ở thương hiệu SUNO cho biết "Trong suốt cả ngày dài, gương mặt của những người mẫu nữ sẽ được trang điểm, rồi lại tẩy trang trước khi được trang điểm tiếp, do đó chúng tôi phải có trách nhiệm chăm sóc da cho họ với công thức dưỡng da hiệu quả".

8. Multi – Miracle Glow

Chuyên gia làm đẹp Charlotte Tilbury chia sẻ tại hậu trường DKNY, cô đã tự tạo kem dưỡng ẩm cho mình hàng năm trời nay, "tôi gọi nó là Magic Cream vì mỗi khi dùng, một làn da tươi tắn rạng ngời luôn được đảm bảo". Ngai John, chuyên gia làm đẹp được phong tước, người đã tạo nên những gương mặt huyền thoại như Iman, Naomi, và Beyonce cũng đồng ý tại hậu trường show Edun rằng đây là một trong những sản phẩm yêu thích của mình.



The Beauty from NYFW

Viên Uống Dinh Dưỡng: Chìa Khóa Giúp Da Khỏe & Đẹp Từ Trong Ra Ngoài

Viên Uống Quyền Năng Murad GIẢM Nám, Tàn Nhang Từ Bên Trong



Viên Uống Tổng Thể:

FIRM AND TONE

20% + 80%
KẾT QUẢ THOA KẾT QUẢ TỪ
CHẾ ĐỘ DINH DƯỠNG & VIÊN UỐNG

Công dụng: Sản phẩm giúp làm mờ vết nám và tàn nhang, giảm nếp nhăn, giảm quá trình lão hóa da, giúp tái tạo bề mặt da, giúp da săn chắc, mềm mại và mịn màng hơn. Ngoài ra, còn giảm hiện tượng sần sùi ở da.

Firm And Tone gồm 4 viên:

- **Multivitamin:** (thành phần có chứa B1, B2, B3, B12, A, D3, Canxi, Kẽm, Selen) giúp thúc đẩy các chức năng hoạt động của làn da khỏe mạnh.
- **Cell Energizer** (Viên sạc năng lượng tế bào): giúp ngăn ngừa sự tổn hại các tế bào da đồng thời giúp thúc đẩy quá trình sản xuất năng lượng của tế bào.
- **Essential Fatty Acids:** Các axit béo thiết yếu giúp duy trì độ ẩm cần thiết cho làn da.
- **Connective Support Complex:** phức hợp hỗ trợ mô liên kết với thành phần có chứa Glucosamine, nghệ, các vitamin giúp làn da mịn màng và mịn màng hơn đồng thời làm tăng độ đàn hồi của da.

* Sản phẩm không phải là thuốc không có chức năng thay thế thuốc chữa bệnh

Murad là hệ thống sản phẩm chăm sóc da của Bác sĩ da liễu số hàng đầu tại Mỹ

Website: www.muradvietnam.vn Hotline: (08) 39291176 - 39291178



Sản phẩm đã được bày tế và cực an toàn thực phẩm cấp phép lưu hành

Đại Lý Độc Quyền Phân Phối Sản Phẩm Murad

Viện Chăm Sóc Da Murad (39/8 Võ Văn Tần, P.5, Q3, TP.HCM) - Phòng mạch Bác Sĩ Cường (106 Lê Thị Hồng, Căn D3/26, P.17, Q.Gò Vấp, TP.HCM) - Xuân Lý Spa (105 Lê Thị Hồng, Căn C3/26, P.17, Q.Gò Vấp, TP.HCM) - Linh Chi Spa (54-56 Tôn Đức Thắng, P.12, Q.Phú Nhuận, TP. HCM) - Phương Thảo Spa (730 CMT8, Khu Phố 3, P.13, TP. Tây Ninh) - Ánh Nguyệt Spa (14/10 Khu Phố 2, P. Bàu Long, Bình Hòa, Đồng Nai) - Như Quỳnh Spa (55 Lê Quý Đôn, P. Gia Cẩm, TP. Việt Trì - 2171 Hùng Vương, P. Gia Cẩm, TP. Việt Trì) - Trang Văn Spa (181 Lê Lợi, P. Vĩnh Trại, TP. Lạng Sơn) - Nhung Spa (444 Trần Hưng Đạo, TP. Phú Lý, Hà Nam) - Việt Hoa Spa (268 Lý Thường Kiệt, TP. Tân Kỳ, Quảng Nam) - Oanh Beauty (93 Phan Huy Ich, P. Trung Trú, Q. Ba Đình, Hà Nội) - Viện Da Ngọc Bích (44 Phố Sơn Lộc, P. Sơn Lộc, Tx Sơn Tây, Hà Nội) - Viện Da Khánh Linh (86 Khu Đường 2, Xã Phú Minh, H. Sóc Sơn, Hà Nội) - AnRose Spa (73 Huyện Quang, Ninh Xã, Bắc Ninh) - Đặng Hải Thanh Spa (64 Tô 20, P. Tân Quang, TP. Tuyên Quang)

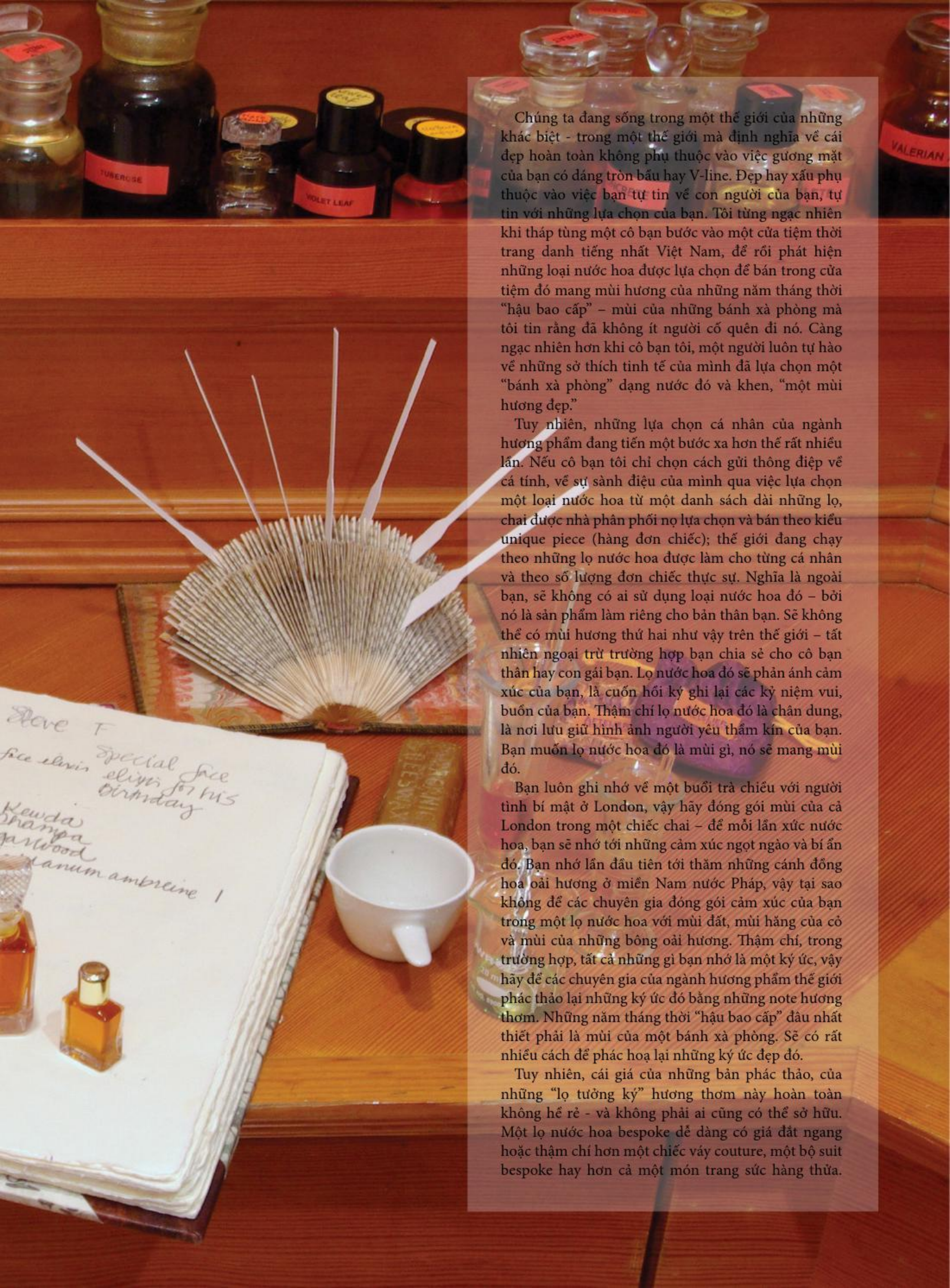
Cần tuyển dụng:

1. Giảng viên chăm sóc da.
 2. Tư vấn viên.
 3. Nhân viên kinh doanh Sản Phẩm
 4. Nhân viên Marketing
- Liên hệ: hoivadap@murad.com.vn



NƯỚC HOA BESPOKE

"Nước hoa cho chúng ta biết về một phụ nữ nhiều hơn
cả chữ viết tay của cô ấy," Christian Dior.



Chúng ta đang sống trong một thế giới của những khác biệt - trong một thế giới mà định nghĩa về cái đẹp hoàn toàn không phụ thuộc vào việc gương mặt của bạn có dáng tròn bầu hay V-line. Đẹp hay xấu phụ thuộc vào việc bạn tự tin về con người của bạn, tự tin với những lựa chọn của bạn. Tôi từng ngạc nhiên khi tháp tùng một cô bạn bước vào một cửa tiệm thời trang danh tiếng nhất Việt Nam, để rồi phát hiện những loại nước hoa được lựa chọn để bán trong cửa tiệm đó mang mùi hương của những năm tháng thời "hậu bao cấp" - mùi của những bánh xà phòng mà tôi tin rằng đã không ít người cố quên đi nó. Càng ngạc nhiên hơn khi cô bạn tôi, một người luôn tự hào về những sở thích tinh tế của mình đã lựa chọn một "bánh xà phòng" dạng nước đó và khen, "một mùi hương đẹp."

Tuy nhiên, những lựa chọn cá nhân của ngành hương phẩm đang tiến một bước xa hơn thế rất nhiều lần. Nếu cô bạn tôi chỉ chọn cách gửi thiệp về cá tính, về sự sành điệu của mình qua việc lựa chọn một loại nước hoa từ một danh sách dài những lọ, chai được nhà phân phối lựa chọn và bán theo kiểu unique piece (hàng đơn chiếc); thế giới đang chạy theo những lọ nước hoa được làm cho từng cá nhân và theo số lượng đơn chiếc thực sự. Nghĩa là ngoài bạn, sẽ không có ai sử dụng loại nước hoa đó - bởi nó là sản phẩm làm riêng cho bản thân bạn. Sẽ không thể có mùi hương thứ hai như vậy trên thế giới - tất nhiên ngoại trừ trường hợp bạn chia sẻ cho cô bạn thân hay con gái bạn. Lọ nước hoa đó sẽ phản ánh cảm xúc của bạn, là cuốn hồi ký ghi lại các kỷ niệm vui, buồn của bạn. Thậm chí lọ nước hoa đó là chân dung, là nơi lưu giữ hình ảnh người yêu thầm kín của bạn. Bạn muốn lọ nước hoa đó là mùi gì, nó sẽ mang mùi đó.

Bạn luôn ghi nhớ về một buổi trà chiều với người tình bí mật ở London, vậy hãy đóng gói mùi của cả London trong một chiếc chai - để mỗi lần xúc nước hoa, bạn sẽ nhớ tới những cảm xúc ngọt ngào và bí ẩn đó. Bạn nhớ lần đầu tiên tới thăm những cánh đồng hoa oải hương ở miền Nam nước Pháp, vậy tại sao không để các chuyên gia đóng gói cảm xúc của bạn trong một lọ nước hoa với mùi đất, mùi hăng của cỏ và mùi của những bông oải hương. Thậm chí, trong trường hợp, tất cả những gì bạn nhớ là một kỷ ức, vậy hãy để các chuyên gia của ngành hương phẩm thế giới phác thảo lại những kỷ ức đó bằng những note hương thơm. Những năm tháng thời "hậu bao cấp" đầu nhất thiết phải là mùi của một bánh xà phòng. Sẽ có rất nhiều cách để phác họa lại những kỷ ức đẹp đó.

Tuy nhiên, cái giá của những bản phác thảo, của những "lọ tưởng ký" hương thơm này hoàn toàn không hề rẻ - và không phải ai cũng có thể sở hữu. Một lọ nước hoa bespoke dễ dàng có giá đắt ngang hoặc thậm chí hơn một chiếc váy couture, một bộ suit bespoke hay hơn cả một món trang sức hàng thừa.

Giá của một lọ nước hoa hàng thừa thường dao động trong khoảng từ 20.000 tới 30.000 bảng thậm chí là hơn thế với các hãng như Cartier, Guerlain. Ngay cả với Roja Dove – một nhà chế tác nước hoa độc lập – cái giá cho sản phẩm và dịch vụ này cũng hoàn toàn không hề dễ chịu khi dao động tối thiểu từ 20.000 bảng. Dịch vụ này cũng rất đặc biệt và không nhiều hãng đưa ra được.

Trong thế giới hàng hiệu, tiền xét tới tận cùng vẫn chỉ là một công cụ. Và để sở hữu một lọ nước hoa cá nhân thực sự, đòi hỏi bạn cần có rất nhiều thứ khác. Đầu tiên là thời gian, Roja Dove chia sẻ một lọ nước hoa bespoke thường mất tối thiểu là từ 03 tháng tới 02 năm để thực hiện. Đòi hỏi tiếp theo là bạn phải đủ quả cảm, đủ lòng tin vào những nhà pha chế nước hoa để chia sẻ với họ những điều thầm kín nhất của bạn, cho họ thấy con người thực sự của bạn, cho họ biết điều mà bạn thực sự mong muốn và theo đuổi. Bởi chỉ có như vậy, họ mới có thể cho ra đời một lọ nước hoa thích hợp với bạn nhất.

Hãy nhớ, với thế giới của những lọ nước hoa hàng thừa độc bản, thách thức của bạn là điều sẽ giúp những cái mũi hàng đầu của ngành hương phẩm tạo ra những sáng tạo cao nhất. Họ không chỉ muốn bạn chia sẻ cho họ những ước mơ, nỗi buồn mà còn cả tình yêu lớn nhất. Một vị khách từng đặt hàng một lọ nước hoa hàng thừa cho chiếc máy bay trực thăng của ông. Một vị khách khác thú vị hơn đặt 1.000 lọ nước hoa hàng thừa để làm quà tặng những vị khách tới dự tiệc cưới. Tuy nhiên, thú vị nhất và đặc biệt nhất có lẽ phải kể đến đơn đặt hàng của hoàng đế Napoleon Bonaparte. Truyền thuyết kể rằng trước khi đăng quang, Napoleon Bonaparte từng đặt hàng “cái mũi” hàng đầu của ngành hương phẩm lúc đó, Francois Rance tạo ra 02 mùi hương đặc biệt. Một dành cho bản thân ông, và một dành cho người vợ yêu quý Josephine yêu quý của ông. 02 loại nước hoa này đã được thiết kế đặc biệt để nếu cùng xuất hiện trong một căn phòng, mùi nước hoa của

Josephine sẽ nổi lên hơn. Tuy nhiên, nếu Hoàng đế và Hoàng hậu tiến lại gần nhau, hai mùi nước hoa sẽ hoà lẫn để tạo ra một mùi hương mới.

Tại sao một lọ nước hoa bespoke lại đắt

Một lọ nước hoa bespoke đắt bởi nó được thực hiện dành riêng cho bạn. Ngoài ra, những nguyên liệu được sử dụng để làm ra những loại nước hoa này cũng thường mang tính thủ công nên có giá rất đắt. Roja Dove chia sẻ ông sử dụng tinh dầu hoa nhài, loại có giá lên tới 34.000 bảng/kg. Được biết để có được 1kg tinh dầu hoa nhài, người ta cần phải hái và tinh lọc tinh dầu của hơn 05 triệu bông hoa. Những lọ được sử dụng để đựng nước hoa cũng là những tuyệt phẩm khi chúng có xuất xứ từ hãng pha lê nổi tiếng Baccarat. Cuối cùng mỗi lọ nước hoa bespoke là một trải nghiệm và là một tác phẩm nghệ thuật thực sự. Một số hãng sẽ mang tới cho bạn sản phẩm cuối cùng là một lọ nước hoa được chạm khắc tên hoặc một vài câu nói thật đặc biệt trên thân vỏ của lọ.

07 cái tên hàng đầu

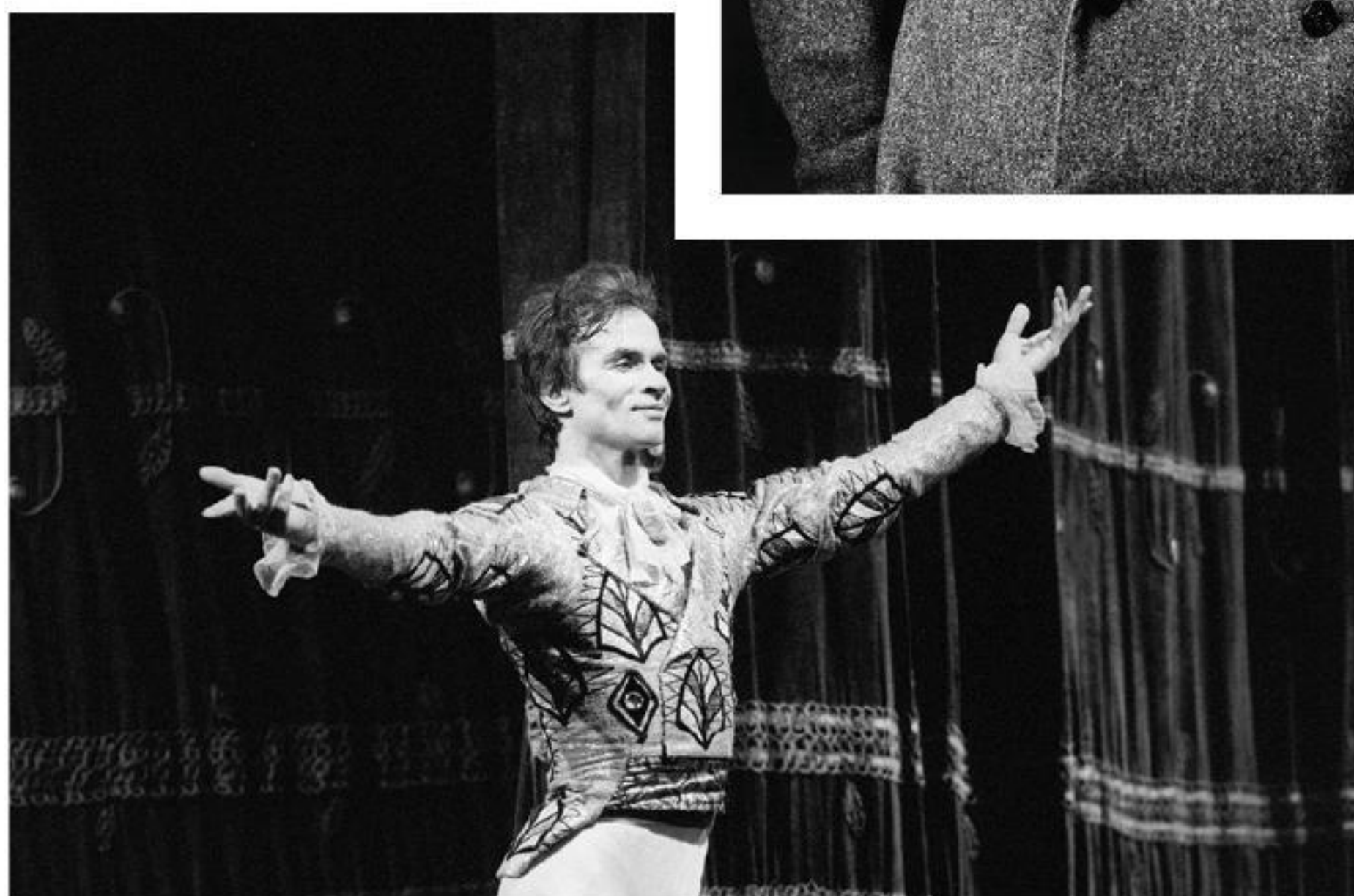
1. **Francis Kurkdjian:** Có mức phí từ \$10.500 cho 2 oz nước hoa. Nhà chế tác nước hoa này đi vòng quanh thế giới với những nguyên liệu khác nhau từ những lọ tinh dầu lavender có giá \$9 pound tới long diên hương với giá \$10.500 pound.
2. **Cartier:** Dịch vụ này được Cartier hợp tác với cái mũi của ngành hương phẩm Mathilde Laurent và có giá dao động trên \$75.000 cho 20 oz nước hoa.
3. **Guerlain:** Guerlain cũng đưa ra dịch vụ này với mức chi phí \$47.300 cho 60 oz. Guerlain từng thực hiện nước hoa hàng thừa cho đại văn hào Honoré de Balzac và các thành viên hoàng tộc của châu Âu.

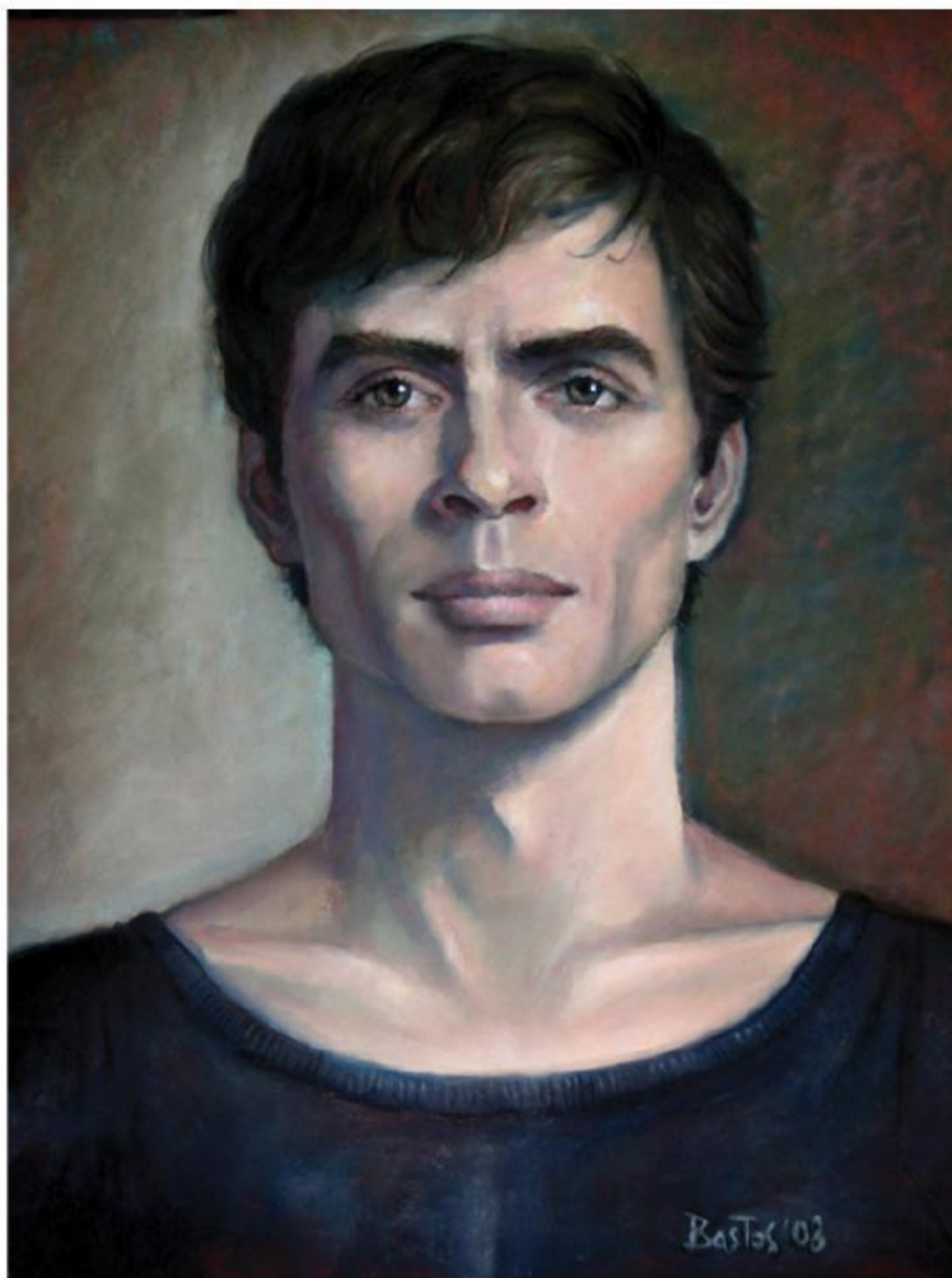




4. **Miller Harris:** Nhà pha chế nước hoa Lyn Harris giới thiệu dịch vụ này với mức giá \$11.750 cho 3.4 oz nước hoa hàng thừa. Lyn Harris mỗi năm chỉ đáp ứng yêu cầu của từ 06 tới 10 khách hàng. Danh sách khách hàng chờ đợi để có một lọ nước hoa của nhà pha chế nước hoa người Anh này dài tới trên 01 năm.
5. **Roja Dove:** Nhà pha chế nước hoa người Anh này còn được biết đến như “Giáo sư của ngành hương phẩm” với các sáng tạo được bày bán trong trung tâm mua sắm Harrods ở London. Một lọ nước hoa hàng thừa của Roja Dove thường có giá vào khoảng \$30.000 cho 68 oz. Những lọ nước hoa hàng thừa của Roja Dove luôn được hãng pha lê hàng đầu thế giới Baccarat thực hiện.
6. **Blaise Mautin:** Mức giá khởi điểm cho một lọ nước hoa hàng thừa của nhà pha chế nước hoa người Pháp này là \$10.000 cho 34 oz. Ông là người đã thiết kế mùi hương cho các khách sạn Park Hyatt. Ngoài ra, ông cũng đã duy trì dịch vụ này được 12 năm.
7. **Aftelier:** Thương hiệu này được sáng lập bởi Mandy Aftel. Cái mũi của ngành hương phẩm Mỹ này có đầu óc thực dụng hơn rất nhiều khi giới thiệu một dịch vụ vô cùng hợp lý: \$1.100 cho 1,5 ounce nước hoa hàng thừa.







RUDOLF NUREYEV

Nghệ sỹ múa ba lê và múa hiện đại được tôn vinh nhất thế kỷ 20.

Nếu từng có một nghệ sỹ luôn được văn chương, thi ca tìm đến cũng như là biểu tượng của một lối sống phóng khoáng, luôn là niềm cảm hứng cho thời trang, thì đó hẳn nhiên là Rudolf Nureyev. Luôn là “cậu bé hư” của thế giới ba lê và nhạc thính phòng đầy thanh nhã, Rudolf được cả thế giới biết đến với phong cách múa ba lê trái ngược hoàn toàn với những quy chuẩn của thập niên 50-60, nhưng chính ông đã mang lại những biểu cảm hiện đại mà những đoàn múa thời nay tuân theo.

Sinh ra trong một gia đình nghèo ở thị trấn nhỏ thuộc nước cộng hòa Bashkiria trong liên bang Xô Viết trước kia, có lẽ ánh đèn sân khấu rực sáng sẽ không bao giờ rọi chói trên gương mặt điển trai của Rudolf nếu không nhờ một tấm vé xem ba lê mà mẹ ông đã dành dụm mua và kéo cả gia đình vào xem trộm, trong đó có cậu bé Rudolf mới bảy tuổi. Rudolf đã bị gieo vào tâm hồn thơ trẻ một tình yêu, một đam mê với vở Vũ khúc của đàn sếu đêm đỏ. Vở vũ kịch đã thức tỉnh trong ông niềm yêu thích ba lê sâu sắc. Chỉ một năm sau, ông đã đi học múa. Nhưng chỉ khi đã sắp qua hết tuổi thành niên, Rudolf mới vào học ở học

viện ba lê Vaganova của đoàn Kirov ở Leningrad với hai giờ học thầy Alexander Pushkin mỗi ngày mà chính Rudolf sau này gọi đây là “hai giờ thần thánh”. Vào năm tròn 20 tuổi, chàng trai trẻ Rudolf gia nhập đoàn ba lê Kirov để rồi 03 năm sau đó, tham gia tour diễn tại Paris và London. Với những người bạn diễn châu Âu, anh đã quyết định không quay trở lại quê hương, và từ đó cả châu Âu đã biết đến người vũ công ba lê huyền thoại này. Chính vì học ba lê chính thống khi đã quá muộn, những đường nét cơ thể và chuyển động của Rudolf trở nên độc đáo, gồng ép khi những vũ công cùng thời luôn hướng tới sự nhẹ nhàng và bay bổng. Ảnh hưởng lớn tới ông những năm đầu ở châu Âu phải kể tới Margot Fonteyn, nữ vũ công chính của đoàn ba lê Hoàng gia London. Đôi múa Rudolf – Margot đã phát triển nghệ thuật ba lê lên tầm cao hoàn toàn mới.

Luôn được biết tới là một trong những vũ công hàng đầu trong lịch sử ba lê, Rudolf trước khi qua đời còn là chỉ đạo nghệ thuật của đoàn Ba lê Opera Paris, cũng như vô số đoàn ba lê nổi tiếng nhất châu Âu bấy giờ ở Berlin, Vienna và cả ở Australia, Canada. ■



FALLINGWATER

NƠI CON NGƯỜI GIAO HOÀ VỚI THIÊN NHIÊN

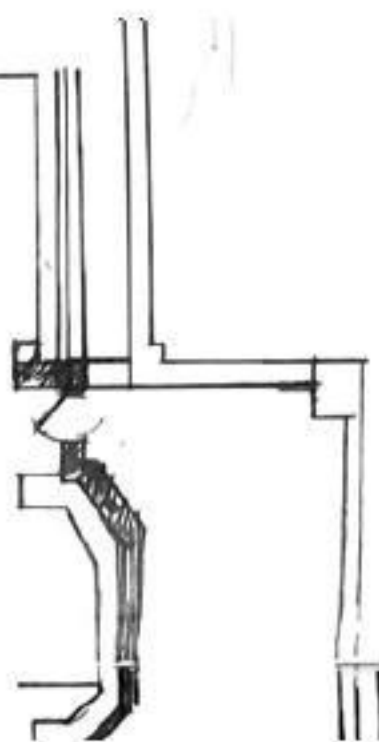
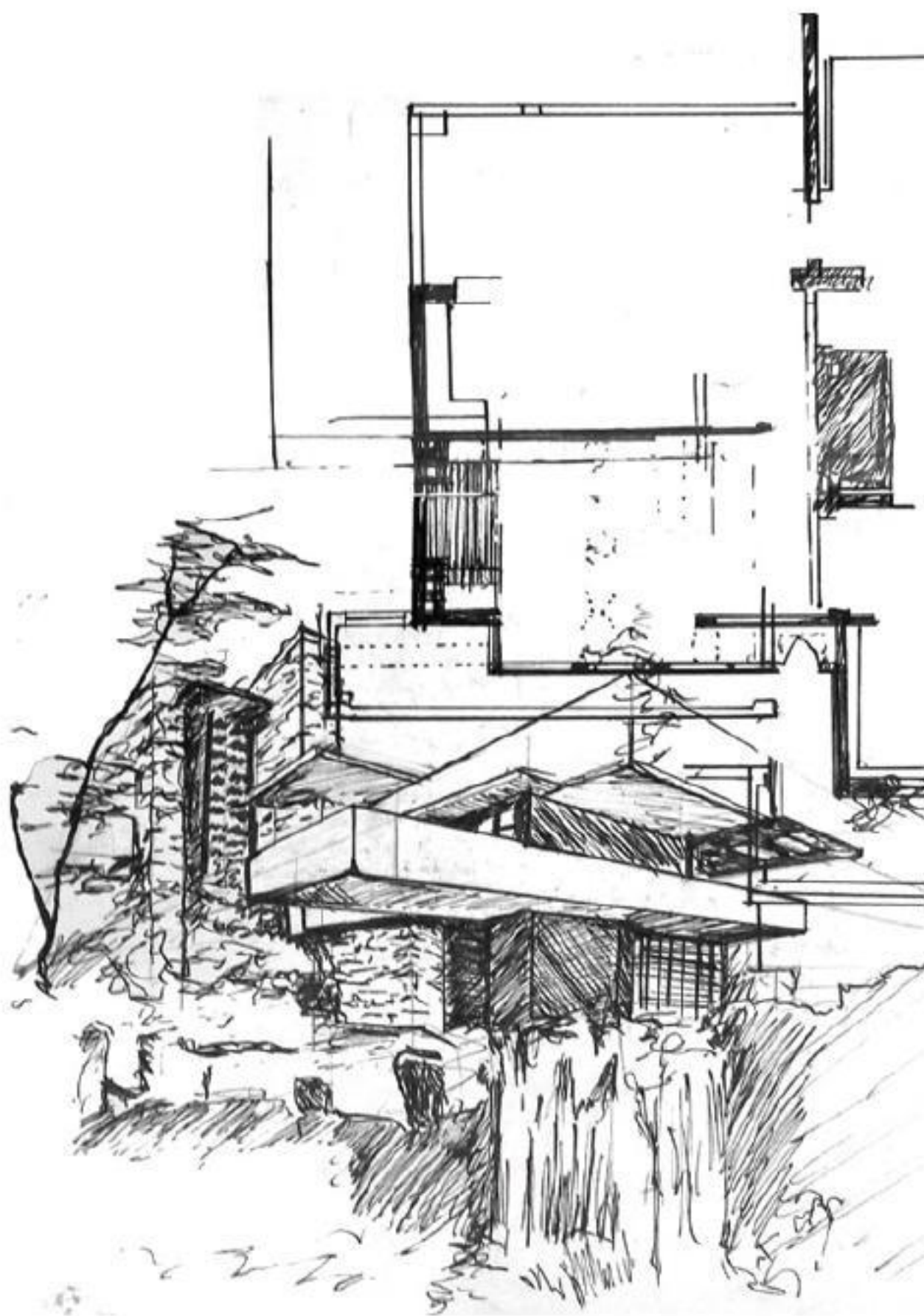
Kiến trúc phương Tây thường được biết đến với việc cải tạo môi trường và cảnh quan, trong khi đó kiến trúc phương Đông thường được biết đến với việc dựa vào môi trường. Tuy nhiên, ngày càng nhiều kiến trúc sư phương Tây thay đổi quan điểm và ủng hộ cho tư tưởng kiến trúc của phương Đông. Toà nhà Fallingwater của kiến trúc sư nổi tiếng người Mỹ, Frank Lloyd Wright là bằng chứng tốt nhất cho điều này.



Fallingwater là công trình, ngôi nhà được thiết kế bởi kiến trúc sư người Mỹ Frank Lloyd Wright cho thương gia Edgar Kaufmann ở Tây Nam Pennsylvania. Được biết, công trình này đã mất 03 năm để xây dựng và chịu ảnh hưởng nặng của phong cách kiến trúc Nhật Bản. Cụ thể, công trình kiến trúc đầu tay này của Frank Lloyd Wright là sản phẩm của những đặc thù, tinh túy nhất của kiến trúc Nhật, với cách xử lý không gian giữa con người và thiên nhiên vô cùng hài hoà để dù ở bất kỳ đâu trong ngôi nhà cũng có thể nghe thấy tiếng suối reo, tiếng lá rừng và tiếng gió xào xạc. Wright đã miêu tả phong cách kiến trúc của mình là “organic” – hài hoà với tự nhiên. Và công trình đã chứng minh điều đó!

Trong rất nhiều năm, Fallingwater đã mang lại sự thích thú cho rất nhiều người. Đây là khu nghỉ cuối tuần cho gia đình Kaufmann và bạn bè, là sự tự hào của kiến trúc sư và các đồng sự của ông. Hiện nay, công trình này được quản lý bởi tổ chức Western Pennsylvania Conservancy và là một điểm đến cho các khách du lịch khắp thế giới.

Khi Wright lần đầu tiên tới khu vực này, ông đã đánh giá cao tiếng thác nước, tiếng xào xạc của khu rừng, quang cảnh của những rặng núi đá. Những yếu tố này khi kết hợp với nhau đã tạo ra một cảm hứng đặc biệt cho công trình kiến trúc của ông. Tuy nhiên, Wright đã có một cái nhìn sâu hơn, thấu thị hơn. Ông hiểu ra rằng con người cuối cùng vẫn là những đứa con của thiên nhiên, chính vì vậy công trình kiến trúc được đưa ra không những cần phải thoả mãn được yêu cầu mong muốn của con người mà còn cần phải đáp ứng được những nhu cầu của thiên nhiên. Mặc dù Fallingwater ấn tượng với rất nhiều cửa sổ nhưng những người trong công trình vẫn có cảm giác như họ đang ở trong một động sâu và được bảo vệ. Sự chú ý của họ được hướng ra ngoài nhờ những trần thấp.►



Công trình cũng không ấn tượng với những sành sỏi ngây ngô tráng lệ. Thay vào đó, ông sử dụng những bề mặt mang phong cách và dấu ấn thiên nhiên. Các chất liệu của công trình cũng tạo dấu ấn về sự hoà hợp giữa đá và cây. Về những lối đi trong căn nhà, các cầu thang và các hành lang hoàn toàn tự nhiên và không hề có sự gượng gạo, ép buộc. Cả ngôi nhà thậm chí không có lấy một cổng chính. Thay vào đó có rất nhiều lối ra và vào. Tính cởi mở và riêng tư cùng lúc xuất hiện trong ngôi nhà. Sự tiện lợi, thoải mái của những người trong ngôi nhà song hành với những đến và đi của mỗi mùa trong năm.

Chính vì vậy, khi mọi người tới sống hoặc ở trong công trình này, họ có thể đắm chìm trong sự thoải mái, khám phá sự thú vị của một cuộc sống được chăm sóc với thiên nhiên.

Thực tế là Fallingwater đã mở ra một chương mới cho lịch sử ngành kiến trúc của nước Mỹ. Đây đồng thời có thể được xem là công trình vĩ đại nhất của Wright, giúp ông trở thành kiến trúc sư đầu tiên và trên nhất, chuyên thiết kế nhà ở. Với sự kết hợp hài hoà những bức tường đá và những sân hiên rộng và lớn, Fallingwater cũng tạo dấu ấn về kiến trúc cho rất nhiều nhà thiết kế về sau (hãy xem những công trình của Marcio Kogan). Công trình này vừa là một trong những cái nhìn thẳng thắn vào kiến trúc đương đại lại vừa đồng thời là một trong những kiệt tác của kiến trúc thế kỷ 20.

Cùng lúc chúng ta cũng không thể phủ nhận có nhiều ý nghĩa hơn thế đối với công trình này. Đây là một công trình thu hút toàn bộ trí tưởng tượng của chúng ta, cho chúng ta thấy không gian và môi trường sống theo một cách hoàn toàn khác, mới mẻ nhưng vẫn truyền thống và có phần nào đó căn bản đối với những nhu cầu tự nhiên của con người.

Công trình Fallingwater đã rất nổi tiếng, tới mức hàng năm, hàng ngàn khách thăm quan đổ về khu vực này. Câu trả lời cho điều này là việc một ngôi nhà với thiết kế đặc biệt – không chỉ vào thời điểm đó mà cho tới tận bây giờ - được đặt trong một bối cảnh đặc biệt – đẹp như trong tranh. Vào năm 1936, thậm chí ngay cả khi công trình vẫn chưa được hoàn thiện, những người nổi tiếng đã nói rất nhiều về công trình này. Fallingwater không chỉ là công trình đã giúp Wright trở nên nổi tiếng, nó thậm chí còn mang ý nghĩa hơn cả một phong cách avant-garde vào những năm 1930, nó là một công trình thách thức lực “hao mòn” của thời gian và trở thành một trong những biểu tượng cao nhất của kiến trúc. ■



Fallingwater được đưa lên bìa tạp chí Time Magazine, số tháng 01/1983.

Fallingwater là ngôi nhà được thiết kế hoàn toàn bởi Wright với nội thất, các tác phẩm nghệ thuật hoàn toàn vẫn còn nguyên vẹn.

Đã có tới trên 04 triệu người tới thăm công trình kể từ khi nó mở cửa từ năm 1964.

Chi phí cho Fallingwater lúc đó khoảng \$155.000 (bao gồm \$8.000 chi phí cho kiến trúc sư, và \$4.500 cho các chi tiết nội thất được làm từ gỗ óc chó.).



Về Frank Lloyd Wright

Frank Lloyd Wright sinh ngày 08/06/1867, mất 09/04/1959 – nhà kiến trúc sư người Mỹ, nhà thiết kế nội thất, nhà văn và nhà giáo dục học, người đã thiết kế hơn 1000 cấu trúc và 532 công trình kiến trúc. Wright cho rằng việc thiết kế các cấu trúc phải dựa trên sự hài hòa giữa con người và môi trường xung quanh, một triết lý mà ông gọi là "kiến trúc hữu cơ". Triết lý này được minh họa bởi thiết kế Fallingwater (1935), được coi là: "công trình vĩ đại nhất mọi thời đại của kiến trúc Mỹ". Wright là người dẫn đầu trào lưu kiến trúc Prairie và phát triển khái niệm nhà Usonian, tầm nhìn độc nhất vô nhị của ông về quy hoạch đô thị ở Mỹ. Các công trình của ông bao gồm các ví dụ nguyên bản và các ví dụ cách tân về các loại hình nhà cao tầng gồm: công sở, trường học, nhà thờ, các tòa nhà cao chọc trời, khách sạn và viện bảo tàng.

Wright cũng thiết kế rất nhiều yếu tố nội thất cho các tòa nhà của ông, ví dụ như đồ gia dụng và kính màu. Wright không chỉ là tác giả của 20 quyển sách và rất nhiều bài báo mà ông còn là giảng viên đại học nổi tiếng ở Mỹ và châu Âu thời đó. Đời tư đầy thăng trầm của ông đã từng là cái tát lớn trên các bài báo và đáng chú ý nhất là trận hỏa hoạn năm 1914 và vụ ám sát tại xưởng vẽ Taliesin. Dù ông nổi tiếng suốt cuộc đời mình nhưng tới năm 1991 (hơn 03 thập kỷ sau ngày mất của ông), Wright được Viện Kiến trúc sư Mỹ công nhận là kiến trúc sư vĩ đại nhất mọi thời đại của nước Mỹ."



TRAVEL TO GOLDENEYE

Ngôi nhà thân thương của nhà văn nổi tiếng Ian Fleming ở Jamaica đã chuyển mình một cách hoàn hảo dưới bàn tay triệu phú Chris Blackwell. Nơi "trú ẩn" lừng lẫy được đặt tên GoldenEye dựa theo cuốn tiểu thuyết đã khiến bao bạn đọc say mê, gồm cả villa nơi mọi tập của James Bond ra đời, kể cả chính chiếc bàn của ông từng ngồi. Công trình đã được mở rộng tới 52 héc ta để đón chào các fan của chàng điệp viên 007 hào hoa. Barbara Hulanicki, người phụ nữ Ba Lan sáng lập ra cửa hàng thời trang Biba lộng lẫy một thời, đảm nhận thiết kế phần nội thất. Mọi món đồ nội thất đều được thực hiện riêng cho GoldenEye với bảng màu xanh turquoise. Khách có thể ngả mình trước thềm chính rộng lớn thành thời ngấm hoàng hôn hay thong thả chèo thuyền trong vịnh. Sau khi đã thỏa sức tắm nắng, hãy khám phá hang động của Vịnh Treasure phía Tây Nam của đảo, lặn biển phía Winnifred Beach và dự tiệc ở Lime Cay.

MAISON MARTIN MARGIELA

Nhẫn vàng 18k của Maison Martin Margiela từ BST 'Heritage' được lấy cảm hứng từ những món trang sức gia bảo. Thiết kế một vòng tròn đứt đoạn tượng trưng cho mối liên hệ luôn thay đổi và phức tạp trong gia đình.



CHRISTOFLE

Kẹp sách bạc.



HERMÈS

Trang nhà mà nổi bật chính là điểm đặc biệt của vòng cổ Lift có thiết kế to bản và thực hiện theo cách sơn mài thủ công.



CARTIER

Đồng hồ Cartier Tank Anglaise bằng vàng hồng nạm kim cương.

CHLOÉ

Túi Drew của Chloé là dáng túi cong tròn hết sức thanh lịch của Chloé được tạo ra từ da bê tốt nhất cùng những chi tiết kim loại vàng nổi bật và tinh tế. Với chi tiết mắt xích đan trên thân túi mới nhất của mùa này, túi Drew còn lột da lộn mềm mại bên trong với nội thất tiện dụng.



BRUNELLO CUCCHINELLI

Giày da

LOUIS VUITTON

Rộng rãi, bền bỉ và hoàn toàn làm bằng tay từ gỗ cây dương, vali xách tay Alzer của Louis Vuitton là một trong những biểu tượng của phong cách du lịch tinh tế nhất.





ƯU ĐÃI BẮT NGỜ

Tận hưởng ưu đãi hấp dẫn cho những lần sử dụng kế tiếp bằng cách chi tiêu nhiều hơn hôm nay.

Vui lòng liên hệ với nhà hàng để biết thêm thông tin

Khách sạn Windsor Plaza
18 An Dương Vương, Q.5, TP.HCM
ĐT: (84.8) 3.833.6688
www.windsorplazahotel.com



Café Central An Đông
Tầng 4 - máy lẻ: 2221



Nhà hàng Ngân Đình
Tầng 5 - máy lẻ: 2263



Managed by **WMC GROUP** - www.wmcvietnam.com



Hội Ngộ Ngày Xuân



Nàng Xuân đang đến trên mọi nẻo đường không khí đón Tết cổ truyền nhộn nhịp dần lên, ùa vào mỗi gia đình, mỗi tâm hồn một cảm giác vừa xôn xao vừa lắng đọng. Vào thời khắc giao mùa này, hãy ưu ái cho bản thân, gia đình và bạn bè những khoảnh khắc thư giãn, tận hưởng hương vị mùa xuân nồng nàn và dịu ngọt.

Từ tháng 1/2015, hệ thống nhà hàng thuộc khách sạn Windsor Plaza mang đến nhiều lựa chọn thực đơn ngày Tết phong vị truyền thống và quốc tế, giúp bạn ghi dấu thời khắc Xuân viên mãn bên gia đình và người thân.

Trong suốt tháng 2, sum vầy cùng gia đình, người thân và bạn bè tại nhà hàng buffet Café Central An Đông chào đón năm mới và thưởng thức những hương vị Tết truyền thống như bánh chưng, bánh tét, gà luộc, vịt quay, heo quay và nhiều món hải sản hấp dẫn trong tiệc buffet tối hoành tráng.

Hãy tận bố tăng cường sinh lực đầu năm với hàng loạt thực đơn bổ dưỡng tại nhà hàng Ngân Đình, điển hình là món Cá Chình Tiềm Mạch Đông Đảng Sâm với giá ưu đãi 148.000VND++/người. Thực Đơn chọn món Hào Hạng Thành Ý Mừng Xuân, Cá Yu Shang, Món ăn Đoàn Viên, Thực Đơn Mừng Năm Mới Đặc Biệt với giá ưu đãi 3.980.000VND++/bàn 10 người, là những món quà Nhà Hàng Ngân Đình mong muốn mang lại cho quý khách nhân dịp đầu Xuân.

Tiệc nướng không còn xa lạ nhưng cảm giác của một buổi tiệc BBQ ngoài trời trên tầng thượng của tòa nhà 25 tầng thì thực sự khác biệt. Nhà hàng Top Of The Town mở ra không gian

thoáng dang trải rộng tới chân trời, bạn sẽ ngạc nhiên chiêm ngưỡng vẻ đẹp phồn hoa của thành phố về đêm.

Nhà hàng giới thiệu tiệc BBQ gồm phần BBQ platter với hàng chục loại thịt và hải sản như tôm, mực, sò điệp, cá, sườn bò, sườn cừu, sườn heo, đùi gà nướng thơm nóng ăn kèm rau củ và sốt hải sản, sốt tiêu. Phần ăn thích hợp cho 2 - 3 người giá chỉ 468.000VND++/phần. Hoặc bộ sưu tập hương vị ngào ngát từ lẩu với sự lựa chọn phong phú của tôm, sò, mực, cá, sữa, sò, cua, hào. Giá lẩu hải sản là 498.000VND++ cho mỗi phần với nhiều lựa chọn như Tom yam, thảo dược thiên nhiên, chua ngọt, hoặc xanh hạt tiêu nước dùng.

Thay cho lời tri ân, khởi đầu năm 2015, nhà hàng Café Central An Đông và Ngân Đình áp dụng chương trình Ưu Đãi Bất Ngờ giúp quý khách tận hưởng ưu đãi hấp dẫn và voucher liền mặt cho những lần sử dụng kế tiếp.



Khách sạn Windsor Plaza
18 An Dương Vương, Q.5, Tp HCM
www.windsorplazahotel.com

THIS IS PENANG



Âm hưởng nghệ thuật đường phố

Sẽ có rất ít thành phố trên thế giới có thể so sánh với Penang. Không phải bởi đây là thành phố có nhiều cửa tiệm thời trang cao cấp nhất thế giới. Nếu muốn làm vậy, hãy tới Paris, London hoặc Dubai. Ở Penang cả thành phố là một giáo đường nghệ thuật.

Sự song hành của cũ và mới

Bạn sẽ dễ dàng tìm thấy trên những bức tường rêu phong cổ kính là những tác phẩm hội họa đầy thú vị. Một nơi không thể tốt hơn để bạn có thể hoà mình vào cùng nghệ thuật và thoải mái với công việc selfie mà không lo trả phí.



Những góc nhìn hài hước

Marcel Duchamp từng đưa ra ý tưởng khi thay đổi bối cảnh của một món đồ, vậy đó đã là nghệ thuật. Tới Penang, bạn sẽ có được một ý tưởng thú vị hơn, nghệ thuật có thể tới từ bất kỳ đâu – điều quan trọng là bạn cần trân trọng và đủ quả cảm để chấp nhận nó. Nghệ thuật có thể là một bức tường cũ kỹ, hoặc một bức tranh. Và đôi khi việc nhận ra nghệ thuật từ một nơi quen thuộc đã là một nghệ thuật rồi.

Mỗi bức ảnh, một câu chuyện

Sự diệu kỳ và xa hoa của thành phố nằm ở nơi mỗi góc đường. Chỉ có ở Penang, mỗi người mới có thể trở thành một phần của nghệ thuật đương đại – theo cách dễ dàng và dân chủ nhất.





Here's to...The Art of the Cookie®!



*Our range of delectable cookies tells the story.
Each is a work of art, the result of a very special
mix of passion and excellence.*



Jw Marriott

Hà Nội

Tháng 02, hãy đến nhà hàng JW Café thưởng thức tiệc quốc tế tự chọn với 05 quầy thức ăn đến từ năm đất nước khác nhau trên thế giới như: Việt Nam, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc và Ý. Đặc biệt, bữa trưa ngày chủ nhật bao gồm các món ngon từ tôm hùm, sushi, gan ngỗng, và nhiều món ăn hấp dẫn khác có giá 1.100.000VNĐ/ người. JW Café còn có bữa sáng tự chọn với giá 550.000VNĐ/người, bữa trưa với giá 770.000VNĐ/người và bữa tối với 990.000VNĐ/người. Ngày 14/02, JW Café còn phục vụ tiệc tự chọn mừng ngày Lễ tình nhân gồm những món ăn đặc sắc bao gồm buffet hải sản, tôm hùm, hàu sữa, gan ngỗng, ... với giá chỉ 1.200.000VNĐ/người.

Lotte

Hà Nội

Hãy bắt đầu năm mới Ất Mùi tràn đầy may mắn với những trải nghiệm ẩm thực tuyệt vời tại nhà hàng Grill 63, khách sạn Lotte Hà Nội. Khi đến đây, thực khách có cơ hội thưởng thức các món ăn hấp dẫn được chế biến từ những nguyên liệu cao cấp cùng phong cách bài trí sinh động và tinh tế, đồng thời tận hưởng không gian và tầm nhìn tuyệt đẹp từ tầng 63 ra toàn thành phố. Trong hai ngày 18-19/02, Grill 63 giới thiệu thực đơn bao gồm 04 món đặc biệt có giá 1.200.000VNĐ/ người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04. 3333. 1701.



Metropole

Hà Nội

Tối 14/02, hãy đến khách sạn Metropole Hà Nội tận hưởng một mùa Valentine đáng nhớ, trong ánh nến lung linh, khung cảnh lãng mạn và thưởng thức các món ngon từ ẩm thực Pháp tại nhà hàng Le Beaulieu với giá chỉ 2.900.000VNĐ/02 người; hoặc thưởng thức ẩm thực Ý tại nhà hàng Angelia với giá chỉ 2.900.000VNĐ/người; hoặc thưởng thức ẩm thực Việt tại nhà hàng Spices Garden với giá chỉ 2.800.000VNĐ/người. Từ ngày 06 – 08/02, hãy đón Tết trong không gian ấm áp, dân dã của phiên chợ quê đậm đà bản sắc dân tộc của Metropole. Tại đây, du khách có cơ hội ghé thăm gian hàng gói bánh chưng, thưởng thức phở Hà Nội, hay xin một câu đối đỏ nhân dịp đầu xuân, và tham gia hội thi gói bánh chưng, gói nem hay nặn tò he, múa sập và vẽ tranh để giành những phần quà Tết từ Metropole Hà Nội,... Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04. 3826. 6919.



InterContinental

Hà Nội



Ngày Lễ tình nhân (14/02) năm nay, nhà hàng Café Du Lac là nơi bạn có thể dành cho nửa kia của mình những giây phút lãng mạn nhất với một bữa tiệc tự chọn bên hồ với giá chỉ 2.000.000VNĐ/02 người. Vào các buổi trưa chủ nhật trong tháng 02, Café Du Lac sẽ phục vụ thực khách bữa trưa chủ nhật đặc sắc của ẩm thực Việt

Nam pha trộn ẩm thực thế giới, với giá chỉ từ 1.075.000 – 2.000.000VNĐ/ người. Ngày 13 – 14/02, bạn cũng có thể bắt đầu bữa tối lãng mạn với những ly vang tại Sunset Bar khi ánh hoàng hôn buông xuống. Sau đó hãy đến nhà hàng Milan thưởng thức thực đơn Ý vô cùng hấp dẫn với giá chỉ 2.000.000VNĐ/02 người. Ngày 15/02, InterContinental Hà Nội sẽ giới thiệu đến khách hàng một phiên chợ hiện đại được tổ chức ngay trên mặt hồ Tây thanh bình. Đây là dịp để khách hàng có thể hòa cùng không khí tết đến, xuân về và chọn mua những sản phẩm đồ uống, các món ăn ngọt và mặn truyền thống cùng vô vàn các sản phẩm cho ngày Tết. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04. 6270. 8888.

Crowne Plaza

Hà Nội

Tháng 02 này, hãy cùng gia đình và bạn bè tận hưởng không khí Tết tại khách sạn Crowne Plaza West Hà Nội. Nhà hàng Lackah sẽ phục vụ thực đơn buffet đặc biệt dành riêng cho Tết Nguyên Đán với đầy ắp các món hải sản tươi ngon nhất như cá hồi, cá ngừ, hàu, tu hài,... cùng các món thịt nhập khẩu cao cấp. Đặc biệt, góc “Chợ Quê” ngày Tết sẽ giới thiệu những món ăn truyền thống như canh măng, bánh chưng, giò, chả, thịt heo nấu đông,... Tiệc buffet có giá 450.000 – 600.000VNĐ/ người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04. 6270. 6688.



DISCOVER CHRÜTERCHRAFT!*

*Swiss for Ricola's magic herb blend.

Naturally Effective Herbal Cough Lozenges



Kẹo Thảo Mộc Thiên Nhiên Từ Thụy Sĩ Thông cổ - Mát họng - Sáng khoái - Thơm miệng

Tất cả các loại thảo mộc để sản xuất kẹo Ricola hoàn toàn được thu hoạch một cách tự nhiên từ các vùng núi thiên nhiên Thụy Sĩ, đặc biệt không chất tạo màu và hương vị nhân tạo.

Ricola không chỉ đơn thuần là một loại kẹo! Với chiết xuất từ 13 loại thảo mộc thiên nhiên, Ricola tạo cảm giác sáng khoái tuyệt vời, giúp thông cổ, mát họng mà không loại kẹo nào có thể so sánh được. Đặc biệt hiệu quả khi bị cảm lạnh, ho và khàn giọng.

Ricola
The secret is Chrütercraft

 RICOLA on facebook



TRAVEL TO STEENBERG GOLF CLUB

Với vị trí tuyệt đẹp nằm giữa vườn nho Steenberg, chỉ cách trung tâm Cape Town 20 phút lái xe, sân golf 18 lỗ này nổi tiếng với trắng cỏ chơi golf lớn nhất châu Phi. Ngoài ra, khung cảnh của sân golf cũng được thiết kế theo hình dáng những dãy núi hùng vĩ phía xa. Steenberg có nghĩa là Núi đá, và là một trong những vườn nho lâu đời nhất Cape Peninsula. Được thành lập từ năm 1994, sân golf Steenberg là một trong những câu lạc bộ chơi golf đẹp và xa hoa nhất thế giới.

CUTLER AND GROSS

Nằm trong BST mới nhất của thương hiệu mắt kính hàng đầu thế giới, luôn trung thành với phong cách quý ông London lịch thiệp và nổi tiếng với chế tác thủ công, đây sẽ là mẫu mắt kính giả đổi mỗi tinh tế nhất trong mùa này.



ETRO



Mẫu khăn quàng cổ mùa hè của Etro gây ấn tượng độc đáo với hai họa tiết in kinh điển là hoa văn paisley và kẻ ô vuông. Cách kết hợp màu xanh lam, trắng ngà và pha đen giúp chiếc khăn dễ dàng kết hợp với mọi trang phục.

ALEXANDER MCQUEEN

Với màu xanh quân đội được khâu thủ công tại Italia, mẫu dây lưng này của Alexander McQueen có khoá làm bằng kim loại màu nòng súng. Hoàn toàn phù hợp cho một bộ veston xanh lam hay quần chino classic.



GUCCI



Gucci giới thiệu mẫu túi xách cuối tuần làm từ da bê có vân sần với màu sắc hết sức tinh tế. Túi có thiết kế rộng rãi và không có khung cứng tạo một phong cách thư thái và sang trọng.



BREMONT ALT1-CLASSIC

Mẫu đồng hồ tự động ALT1C Classic Bremont thanh nhã này phù hợp với một bộ veston nhưng vẫn bền bỉ với mọi thời tiết. Được làm từ thép đúc cứng với mặt đá pha lê sapphire chống xước, máy đồng hồ còn được thử trong vòng 15 ngày.

LOUIS VUITTON

Mẫu túi đựng đồ đánh golf này của Louis Vuitton là biểu tượng của sự xa hoa và lịch lãm với họa tiết Monogram nổi tiếng đã trở thành biểu tượng của hãng. Với thiết kế thanh lịch, túi có thể để được đủ bộ gậy, cùng nhiều túi nhỏ để khăn lau, ô, và bóng đánh. Đế túi hết sức bền và có thiết kế đột mắt để thoát nước.



BOTTEGA VENETA

Mang thiết kế da đan intrecciato điển hình của nhà Bottega Veneta, mẫu giày lười này hết sức thoải mái cho người sử dụng. Việc xỏ chân vào thật dễ dàng bởi da viền mỏng và đế mềm. Hãy sải bước cho những ngày cuối tuần với trang phục xanh denim đậm và áo khoác mỏng.



MỖI TRẢI NGHIỆM LÀ MỘT MÓN QUÀ VÔ GIÁ.



Mùa lễ này, InterContinental Nha Trang là một điểm đến tuyệt vời cho những ai đang mong chờ chia sẻ những phút giây đầm ấm bên cạnh người thân yêu. Chúng tôi đã chuẩn bị những tinh hoa ẩm thực từ địa phương và quốc tế cùng vô vàn chương trình giải trí hấp dẫn dành riêng cho Giáng Sinh và Tết Niên của bạn. Hãy hòa mình trong không khí hân hoan đầm ấm của những ngày cuối năm, đón chào một năm mới mang đến thật nhiều điều tốt lành và thịnh vượng nhất tại Nha Trang xinh đẹp cùng InterContinental.

Do you live an InterContinental life?

Để biết thêm thông tin và đặt chỗ, xin vui lòng
liên hệ +84 58 388 7777 hoặc fb.reservation@icnhatrang.com
hoặc khảo chi tiết tại nhatrang.intercontinental.com/vn/festiveseason



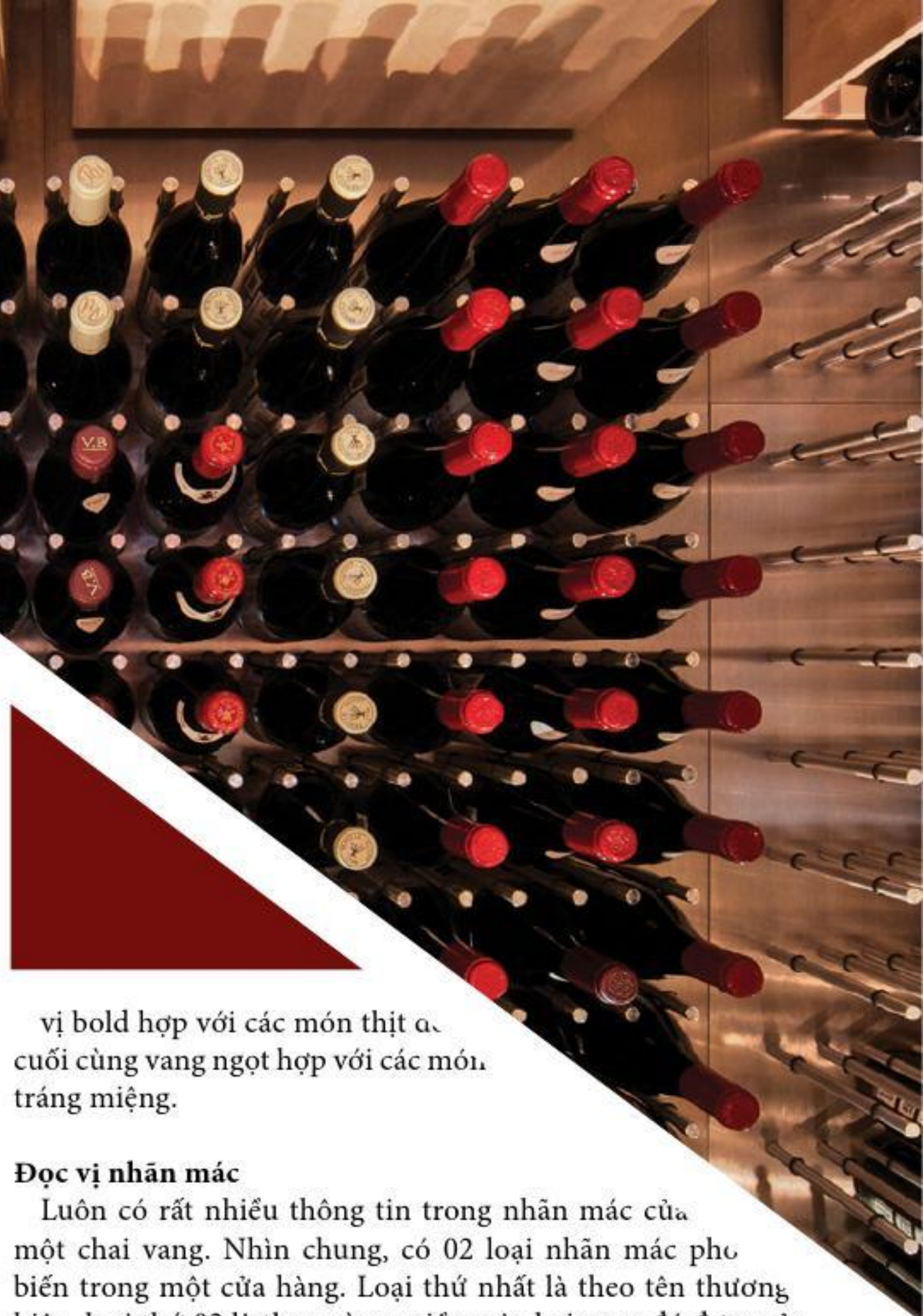
INTERCONTINENTAL®
NHA TRANG

In over 170 locations across the globe including HONG KONG • LONDON • NEW YORK • PARIS



NHẬP MÔN RƯỢU VANG

Đọc bài viết để thấy được vang chưa bao giờ dễ hiểu hơn!



vị bold hợp với các món thịt đỏ, cuối cùng vang ngọt hợp với các món tráng miệng.

Đọc vị nhãn mác

Luôn có rất nhiều thông tin trong nhãn mác của một chai vang. Nhìn chung, có 02 loại nhãn mác phổ biến trong một cửa hàng. Loại thứ nhất là theo tên thương hiệu, loại thứ 02 là theo vùng miền mà chai vang đó được sản xuất. Một chai vang có nhãn mác theo tên thương hiệu sẽ có các thông tin về giống nho, loại nho được sử dụng để làm ra loại vang (cho dù đó là chardonnay hay “red blend”). Một chai vang có nhãn mác theo tên vùng miền sản xuất sẽ phải tuân thủ các nguyên tắc của vùng miền sản xuất đó. Với loại nhãn này, để hiểu được là điều không đơn giản bởi bạn cần có các kiến thức về từng vùng miền làm vang trên thế giới. Tuy nhiên, để hiểu được nhãn mác của một chai vang là điều rất quan trọng bởi nó cho bạn một hình dung nhất định về chai vang, về cách thức cần thiết để uống chai vang đó.

09 phong cách

Rich White Wine

Nếu được phục vụ trong những chiếc ly tối màu, vang trắng đậm vị rất có thể bị nhầm lẫn với những loại vang đỏ. Điều này có thể giải thích bằng việc những loại vang trắng kiểu này cũng phải trải qua những cách thức xử lý giống vang đỏ để có thể có được hương vị mạnh mẽ, đậm đà. Cụ thể là các phương pháp ủ trong thùng gỗ sồi để đưa thêm vào vang hương vị vanilla và vị dừa béo truyền thống hoặc phương pháp Lên men sữa (Malolactic Fermentation) để biến đổi acid trong vang, giúp vang có vị mềm hơn, creamy (béo) hơn. Nhiều chai vang đậm vị có thời gian để dành có thể lên tới 10 năm nhưng nhìn chung đa số có thời gian để dành giới hạn trong khoảng 03-04 năm. Vang nên được uống trong nhiệt độ từ 07-14 độ và kết hợp với các món như cua, tôm hùm, gà, ngan, vịt và các món pho mát mềm. Đại diện tiêu biểu của nhóm là Oaked Chardonnay, Sémillon, Viognier và Marsanne. ►

Rượu vang có ý nghĩa hơn cả một đồ uống (thực chất, rượu vang là 01 trong 05 đồ uống thay đổi thế giới). Rượu vang mang ý nghĩa của một phong cách sống thượng lưu; một hành trình phiêu lưu đầy mê hoặc vào thế giới ẩm thực; một cái nhìn tinh tế đối với lịch sử; và là một cách thú vị để khám phá những nền văn hoá khác nhau. May mắn với những người mới “nhập môn” rượu vang, không có quá nhiều kỹ thuật căn bản cũng như kiến thức phổ thông. Cùng chúng tôi khám phá những thông tin cơ bản về thế giới, cũng như nghệ thuật thưởng thức đầy tinh tế và xa hoa này.

Phong cách rượu vang

Với hơn 1300 loại rượu vang, bạn sẽ không thể nhớ được tất cả. Tốt nhất là hãy chỉ nhớ những loại chất lượng và phổ biến nhất. Những loại vang này sẽ thường được uống bằng những loại ly khác nhau. Chẳng hạn như vang nổ, champagne nói chung thường được uống bằng ly flute. Vang trắng, vang đỏ nhạt, vang đỏ vị đậm, vang dùng kèm món tráng miệng, tất cả đều đòi hỏi những loại ly rất riêng và rất khác nhau. Vang nổ thường được dùng kèm với những đồ ăn có vị mặn; vang trắng khô hợp với các món rau; vang trắng ngọt hợp với những món ăn nhiều gia vị spicy; vang trắng vị đậm hợp với những món nhiều kem; vang hồng hợp với những món nhiều hương hoa quả; vang đỏ nhẹ hợp với những món nhiều hương nấm; vang medium red lại hợp với những món nướng; vang đỏ đậm



Full-bodied Red Wine

Những chai vang full-bodied (nhiều cốt, hương vị đậm đà) thường có nồng độ tannin cao hơn, độ cồn cũng cao hơn. Rượu thường mang hương vị của các loại quả đen, chẳng hạn như quả lý chua đen. Do những loại vang này tối màu, có lượng anthocyanin cao nên rất tốt cho tim mạch và phòng chống căn bệnh ung thư. Những loại vang thuộc nhóm này nên được kết hợp với những đồ ăn có hương vị đậm đà như thịt bò, thịt nướng, các món Mehico, thịt hun khói. Nhìn chung, vang nên được uống bằng những loại ly lớn. Kiểu vang này nên được uống với nhiệt độ trong phòng từ 17-21 độ C. Đại diện tiêu biểu là Syrah, Cabernet Sauvignon, Malbec. ►

Zesty Dry White Wine

Giống như một tia chớp trong miệng của bạn, loại vang này sẽ khiến bạn yêu ngay từ những ngụm đầu tiên bởi phong cách trẻ trung, tràn đầy sức sống. Vang nên được uống ngay sau khi bạn mua về - khoảng 01 - 02 năm sau vụ mùa để có thể vẫn đảm bảo hương vị hoa quả tươi mới. Trong tất cả các phong cách vang, loại vang này thường có mức giá hợp lý nhất. Tuy nhiên, bạn cũng có thể tìm được những loại có mức giá cao hơn - nếu đó mới là phong cách của bạn. Vang nên được uống ở nhiệt độ từ 07-14 độ C và kết hợp với các đồ ăn như sushi, hải sản, các món rán và các món gà. Đại diện tiêu biểu cho nhóm vang này là Grüner Veltliner, Pinot Gris/Pinot Grigio và Sauvignon Blanc.

Medium Red Wine

Nằm ở giữa hai nhóm nhạt và đậm, vang đỏ medium-bodied là loại vang thích hợp nhất để kết hợp với đồ ăn. Những ví dụ tiêu biểu của loại vang này là Sangiovese (hay còn được biết tới với một cái tên khác Máu của thần Jove) và Merlot. Tuy nhiên, do những khác biệt về thổ nhưỡng của vùng trồng nho, cách trồng nho và cách làm vang mà sẽ có những vị khác nhau. Lấy ví dụ, nho Merlot của vùng Spring Mountain ở Napa Valley sẽ có hàm lượng tannin và hương vị quả mâm xôi đậm hơn. Trong khi nho Merlot ở Lombardy, Ý với hương vị tannin tinh tế và hương vị cherry mềm mại. Vang nên được uống ở nhiệt độ trong phòng từ 17-21 độ C. Vang nên được kết hợp với lasagna, pizza và thịt nướng và hamburger.

Sweet White Wine

Hương vị ngon ngọt toả ra từ miệng ly, bao trùm lấy toàn bộ vòm miệng của bạn. Lưỡi của bạn cảm nhận được vị ngon ngọt của loại vang này gần như ngay lập tức. Mặc dù loại vang này không nổi tiếng và không thường được đánh giá cao nên có mức giá rất hợp lý nhưng bởi vì nó ngon ngọt và dễ uống nên vẫn chiếm được cảm tình của không ít người. Vang nên được uống trong khoảng nhiệt độ từ 07-14 độ C và dùng kèm với các món của Ấn, của Thái hoặc các món nhiều sốt. Đại diện của nhóm này là Gewürztraminer, Muscat Blanc (hay Moscato) và Riesling.

Rose Wine

Vang hồng là loại vang ở giữa vang trắng và vang đỏ. Tuy nhiên, vang hồng có nhiều đặc tính giống vang trắng hơn. Vang nên được phục vụ ở nhiệt độ giống nhiệt độ của vang trắng (từ 12-19) và thường có vị khô. Bạn sẽ thấy phong cách này rất phổ biến ở các khu vực làm vang ở Địa Trung Hải và miền Nam nước Pháp, các đảo Địa Trung Hải và khu phía Đông Tây Ban Nha và Ý. Vang nên được kết hợp với các món như thịt heo nướng, gà rán, đồ ăn Mehico. Các đại diện tiêu biểu là Garnacha Rosé, Côtes du Rhône Rosé, Provence Rosé, Sangiovese Rosé, Mourvèdre Rosé, Pinot Noir Rosé.

Champagne & Sparkling

Bí mật của những bong bóng champagne tới từ việc đưa thêm vào vang một chút hỗn hợp đặc biệt của đường và rượu (có tên gọi là 'liqueur d'expédition'). Vang nổ cũng có các bong bóng và nồng độ acid cao. Loại vang này có phạm vi màu từ trắng, hồng

tới đỏ. Vang nổ từ lâu đã được biết gắn liền với các bữa tiệc nhưng thực tế cũng rất dễ kết hợp với những đồ ăn khác nhau. Vang nên được dùng ở nhiệt độ từ 05-09 độ C và kết hợp với các món của Pháp, hải sản, salads. Đại diện tiêu biểu cho nhóm này là Champagne, Cava, Prosecco.

Light Red Wine

Hương vị tinh tế của vang phù hợp với những người tinh tế, những người không thích hương vị mạnh mẽ và sự ấn tượng. Phong cách này thích hợp cho cả những nhà sưu tập và những người mới bắt đầu. Vang đỏ nhạt được yêu thích bởi vị tannin tinh tế, hàm lượng acidity cân bằng tới mức lý tưởng, nồng độ cồn thấp với nhiều hương hoa quả. Vang cần được uống bằng một loại ly đặc biệt, có khả năng lưu giữ và tập trung hương vị. Do loại vang này ngày càng phổ biến, bạn sẽ thấy thêm nhiều loại vang hương vị đậm, truyền thống được làm mới với phong cách này. Vang nên được uống ở nhiệt độ từ 17-21 độ C và kết hợp với những đồ ăn như lasagna, pizza, thịt nướng. Các đại diện tiêu biểu là Zinfandel, Grenache và Merlot.

Desert & Fortified Wine

Để duy trì vị ngọt tự nhiên ở rượu fortified wine, quá trình lên men đã bị chặn đứng trước khi vi khuẩn men hoá toàn bộ lượng đường trong rượu. Cách làm này thường khiến cho vang có nồng độ cồn thấp và để giải quyết việc này, người ta thường đưa thêm một chút rượu vào trong vang. Và cũng bởi rượu có độ cồn và hàm lượng đường cao, nên người ta sẽ chỉ uống trong những chiếc ly nhỏ (với lượng rượu chừng 2-3 ounce). Vang nên kết hợp với những đồ ăn khác nhau như caramel, chocolate, bánh hay phô mát blue cheese. Những đại diện tiêu biểu của nhóm này là Port, Late Harvest Wines, Noble Rot Wines.■



ĐẾN MING DYNASTY

THƯỜNG THỨC VỊT QUAY

Không biết từ khi nào, món vịt quay Bắc Kinh đã trở thành thế mạnh của ẩm thực Trung Hoa và đang được người Việt yêu thích. Nhắc đến món này, tôi nhớ ngay đến Ming Dynasty.



Đã gần 10 năm trôi qua, nhưng tôi vẫn còn giữ nguyên ấn tượng cực tốt về Ming Dynasty. Ấn tượng đầu tiên của tôi là dành cho kiến trúc. Một cung điện của một vị vua thời nhà Minh hoành tráng uy nghi được thiết kế, chia không gian rất hợp lý và tinh tế. Nói thật, tôi đã tưởng vào nhầm một cung điện cổ bên Trung Quốc chứ không nghĩ là đang đi dạo trong một nhà hàng tại Việt Nam. Cảm giác thích thú đó vẫn còn nguyên, mỗi lần tôi đến thưởng thức bữa tối ở đây.

Thời đó, vào năm 2005, ngoài nội thất và không gian, tôi còn bị chinh phục bởi món ăn của Ming Dynasty. Tôi còn nhớ kỹ rằng anh Hoàng Khải – chủ nhà hàng đã mời những đầu bếp có tiếng tại Bắc Kinh về Ming Dynasty. Có lẽ vì thế, cho đến



giờ tôi vẫn còn nhớ bữa tiệc khai trương đó. Nó ấn tượng đến mức mỗi lần đi thưởng thức món Hoa tại bất kì nhà hàng nào tôi cũng đều nhớ đến những món đã từng thưởng thức tại Ming

Dynasty. Và lần này, tôi lại có dịp dẫn cả nhà quay trở lại Ming Dynasty để thưởng thức món vịt quay Bắc Kinh nổi tiếng.

Trở lại Ming Dynasty lần này, tôi có cảm giác như về thăm lại người bạn cũ. Mọi thứ thay đổi hoàn toàn. Cung điện của vua Minh ngày xưa giờ giống cung của Dương Quý Phi hơn. Toàn bộ nhà hàng dây leo kín mít, mát rượi. Và những chùm dây leo này vẫn được ví như mái tóc dài của mỹ nhân ngày trước. ▶

Nhưng, bước chân vào bên trong, mọi thứ vẫn thế, chỉ khác cái là thời gian khiến chúng trở nên thật hơn, sang hơn, tinh tế và cổ kính hơn.

Do đã đặt trước, chúng tôi được ưu tiên một bàn ở ngay vị trí trung tâm, trong khi hầu hết các bàn khác đều đã có khách ngồi. Từ khu vực bàn ăn của chúng tôi có thể dễ dàng quan sát mọi thứ xung quanh, và đặc biệt rất thuận lợi cho việc gọi đồ ăn hoặc gọi nhân viên phục vụ, khi mà không phải lúc nào họ cũng ở bên. Ming Dynasty đông khách là thế, nhưng tôi vẫn cảm nhận được không gian riêng tư bởi mỗi bàn ăn được bố trí cách nhau một khoảng vừa đủ để câu chuyện của bàn này không chạy qua bàn khác. Hơn nữa, thực khách của Ming Dynasty cũng khá lịch sự và đều là những người có gu trong ẩm thực và có lối sống tao nhã lịch thiệp.

Để bắt đầu bữa tiệc, tôi gọi vài món Dim Sum yêu thích từ cuốn menu, và tất nhiên gọi thêm món vịt quay Bắc Kinh có thể chế biến thành nhiều món cho cả gia đình cùng thưởng thức của nhà hàng. Sau khi thưởng thức hết các món Dim Sum một cách ngon lành, một nhân viên trong trang phục lịch sự mang lại trước bàn chúng tôi một chú vịt quay vàng ươm, cùng những dụng cụ để làm món đầu tiên là da vịt cuốn bánh tráng. Trước những động tác thành thục, những miếng da vuông vức dần được tách khỏi chú vịt để lộ ra phần thịt bên trong, trông rất ngon mắt. Vài phút sau, chúng tôi

đã có một đĩa da vịt giòn tan cuốn bánh tráng ăn kèm một loại nước sốt đặc biệt, khá ngon và lạ miệng. Dù đã từng ăn món này ở nhiều nhà hàng khác, nhưng tôi thấy ở đây là ngon nhất. Phần thịt còn lại của chú vịt, tôi yêu cầu được phục vụ thêm món rang cháy tỏi. Ngoài ra, bạn còn có nhiều lựa chọn khác như thịt vịt ngọt mềm xào cùng mì và cải thìa, hay hủ tiếu, hoặc thịt vịt rang muối, rang tỏi ớt hay chiên giòn,... tùy sở thích.

Với tôi, Ming Dynasty là một địa chỉ ẩm thực thú vị đáng để bạn trải nghiệm. Và gia đình tôi đã có một bữa tối ngon miệng với món vịt quay Bắc Kinh khá độc đáo. ■





INTERCONTINENTAL NHA TRANG & CULIN'ART

Liệu có thể coi là may mắn khi bạn đi công tác lại tình cờ được tham gia một sự kiện đầy bản sắc văn hóa như Culin'Art!? Và tôi đã may mắn như thế.

Nha Trang vốn nổi tiếng với những bãi biển đẹp, những hòn đảo tuyệt vời và cả những khu nghỉ đẳng cấp, thứ đã góp phần làm nên tên tuổi cho ngành du lịch Việt Nam. Tôi đi Nha Trang khá nhiều, công tác có, nghỉ dưỡng có. Tôi thường chọn một khu nghỉ đẹp, thanh bình và riêng tư ở ngoài đảo để nghỉ dưỡng. Còn đi công tác, để thuận tiện cho công việc, tôi sẽ chọn các khách sạn ở trung tâm. Và InterContinental Nha Trang luôn nằm trong nhóm ưu tiên đặc biệt bởi chất lượng dịch vụ cùng vị trí thuận tiện của khách sạn. Chuyển công tác đầu tiên của năm 2015 này, tôi cũng chọn InterContinental Nha Trang, cũng như chọn cho mình sự may mắn đầu năm.

Mặc dù mới đi vào hoạt động từ tháng 3 năm 2014 nhưng InterContinental Nha Trang nhanh chóng lấy được uy tín và vị thế của mình nhờ vào chất lượng dịch vụ và hệ thống quản lý quốc tế, đạt chuẩn. Tôi đã đọc hầu hết những lời đánh giá, nhận xét của khách dành cho InterContinental Nha Trang, hầu như 100% số khách đều hài lòng và đánh giá cao. Điểm cộng đầu tiên là vị trí thuận lợi của khách sạn. InterContinental Nha Trang nằm ngay trên đường Trần Phú, cách trung tâm Nha Trang khoảng 0,5 km và cách sân bay khoảng 40 phút chạy xe.

Về phòng nghỉ, InterContinental Nha Trang có tổng cộng 279 phòng, được chia thành 04 loại: Deluxe, Deluxe Ocean

View, Club InterContinental, và Club Ocean View. Tất cả các phòng đều được thiết kế khá hiện đại, tinh tế và tiện nghi, để bạn vừa có thể nghỉ ngơi vừa có thể làm việc. Xanh và nâu là hai tông màu chủ đạo ở đây, và tông màu này luôn tạo cảm giác thoải mái, dễ chịu cho khách. Hơn nữa, khách sạn còn có sảnh tiệc Grand Ballroom rộng 763 mét vuông, rất phù hợp cho các bữa tiệc sang trọng hay những sự kiện lớn. Ngoài ra, khách sạn còn sở hữu bể bơi ngoài trời, CLB, khu vui chơi dành cho trẻ em, khu spa và cả phòng gym dành cho khách quan tâm đến sức khỏe.

Lần này tôi chọn InterContinental Nha Trang đúng lúc khách sạn đang tổ chức sự kiện văn hoá Culin'Art. Nhân vật chính của sự kiện là nhiếp ảnh gia quốc tế người Pháp Thierry Beyne cùng các Đại sứ Ẩm thực của tập đoàn IHG. Theo đó, du khách có thể chiêm ngưỡng những bức ảnh nghệ thuật của Thierry Beyne để hiểu thêm về vẻ đẹp cuộc sống đương đại rất đặc trưng của Nha Trang – Khánh Hòa. Ngoài ra, tôi cũng như rất nhiều du khách còn có cơ hội trải nghiệm tài năng của các Đại sứ Ẩm thực IHG*. Sự kiện sẽ kết nối tâm hồn và cảm xúc của công chúng khi được cảm nhận màu sắc, hương vị, con người, thiên nhiên... thể hiện trong từng tác phẩm và món ăn.

Khu vực sảnh chính của khách sạn là nơi 21 tác phẩm nghệ thuật của Thierry được tạo dựng trong khuôn khổ và trưng bày theo chủ đề trên các phòng nền mang màu sắc tương phản. Tôi đã xem qua và rất ấn tượng với từng tác phẩm. Theo tôi được biết thì Thierry Beyne đã từng gắn bó với mảnh đất Nha Trang khá lâu, và qua tác phẩm của ông, tôi ngầm hiểu rằng chắc phải yêu con người và thiên nhiên nơi đây lắm thì ông mới có thể tạo ra những tác phẩm đặc sắc như vậy. Và tôi thầm nghĩ, chắc hẳn du khách sẽ dành thời gian khám phá vùng đất tuyệt đẹp này nhiều hơn sau khi chiêm ngưỡng các tác phẩm của Thierry Beyne.



Về ẩm thực, tôi thực sự thích thú với thực đơn A La Cart gồm 11 món ăn độc đáo được chế biến từ những nguyên liệu tươi ngon nhất của Nha Trang. Đó cũng chính là một phần của Culin'Art. Thực đơn này được phục vụ tại nhà hàng Cookbook Café của InterContinental Nha Trang, được chuẩn bị công phu theo công thức của những đầu bếp danh tiếng của IHG* như Ian Kittichai (ẩm thực Thái Lan), Sam Leong (ẩm thực Trung Hoa và Singapore), và Theo Randell (ẩm thực Ý). Điểm nhấn cho thực đơn 11 món ngon này chính là sự kết hợp tài tình và tinh tế giữa phong cách ẩm thực truyền thống với nguyên liệu thuần túy nhất của địa phương. Trong ba ngày ở đây, tôi đã trải nghiệm hết 11 món trong thực đơn A La Cart tuyệt vời này và cảm thấy ý tưởng Culin'Art thật độc đáo, khác biệt.

Và tôi đã có một chuyến công tác khai xuân thành công với những trải nghiệm đặc biệt thú vị thông qua những sự kiện văn hóa hết sức tình cờ. Giờ ngồi đây viết lại những dòng này, tôi thầm cảm ơn InterContinental Nha Trang về những điều thú vị mà họ luôn dành cho khách. ■





THE OMNIA

NGÔI NHÀ TRÊN NÚI

Sau khi hội chợ đồng hồ Basel kết thúc, còn ba ngày ở Thụy Sĩ, tôi quyết định đi Zermatt.

Ngoài công việc, mỗi doanh nhân đều có những đam mê riêng. Doanh nhân nam đa phần đều thích công nghệ như xe hơi, đồng hồ, âm thanh... Tôi cũng vậy, những bài viết, hình ảnh hay thông tin về đồng hồ luôn làm tôi chú ý một cách thích thú. Nhắc đến đồng hồ là nhắc đến Thụy Sĩ. Và những người yêu đồng hồ thực sự vẫn luôn mong muốn một lần tham dự những sự kiện trọng đại nhất của ngành đồng hồ. Đó là hội chợ đồng hồ Basel và SIHH. Thế nhưng, trong bài viết này, tôi không đề cập đến Basel hay SIHH, mà lại là một “đặc sản” khác của Thụy Sĩ. Đó là khu nghỉ The Omnia ở Zermatt, Thụy Sĩ.

Sau khi dành vài ngày tham quan hội chợ Basel, tôi bắt tàu đi đến Zermatt, cách Basel khoảng hơn 300km và đi tàu chỉ mất khoảng hơn ba tiếng. Tôi thích Thụy Sĩ, thích địa hình đồi núi làm cho kiến trúc chung của đất nước này trở nên tuyệt đẹp. Tôi thích những núi tuyết, những khu trượt tuyết và cả những khu nghỉ nằm giữa lưng chừng núi. Có lẽ vì thế, tôi đã chọn ngay cái tên The Omnia, khi hình ảnh đầu tiên của khách sạn xuất hiện trước mắt tôi trong phần gợi ý của Google “Top 10 khách sạn tốt nhất Thụy Sĩ”.

The Omnia nằm giữa lưng chừng núi, nhìn thẳng xuống ngôi làng Alpine của Zermatt. Với vị trí cao

hiếm có này, The Omnia vẫn được du khách vui đùa gọi là “khách sạn dùng để hái sao.” Sau khi đi thang máy lên tới độ cao chừng 45m, tôi đã đứng trước cửa khách sạn The Omnia. Không hiểu sao lúc đó, tôi lại có cảm giác giống như vừa bước chân vào khu nghỉ InterContinental Đà Nẵng của Việt Nam. Chỉ khác là nếu nhìn từ Omnia xuống thì cả một thung lũng sâu thẳm, nhìn xa chút nữa là dãy núi phủ trắng tuyết, rất thích hợp để trượt tuyết, trong khi dưới chân khu nghỉ InterContinental Đà Nẵng lại là bờ biển tuyệt đẹp.

Đăng cấp chính là ở đây, khi tôi bước vào sảnh lobby đầy ánh sáng và sự ấm cúng, và phát hiện ra đồng phục của nhân viên ở đây đều do thương hiệu Marc Jacobs thực hiện. Không gian ấm cúng của khách sạn được lấy cảm hứng từ phong cách hiện đại của Mỹ, bao gồm cả những tác phẩm của các nhà thiết kế tài hoa như Raymond Lowey và Mies van der Rohe. Còn nhà thiết kế Ali Tayar thì mang toàn bộ nội thất, kể cả ban công của khách sạn một màu xám của granite và trắng của gỗ sồi, tất cả tạo cho The Omnia một cảm giác thanh thần sạch sẽ. Tôi rất ấn tượng với cách thiết kế và sắp xếp trong phòng, nó mang lại cho tôi một cảm giác nhẹ nhàng và thoải mái. Và tôi vẫn thường ngồi trên hai chiếc ghế tắm nắng ngoài ban công, hay trải nghiệm tại trung tâm thể dục với bể bơi trong nhà, hay bể Jacuzzi ngoài trời nhìn thẳng xuống Matterhorn. Tôi rất tiếc vì không được thưởng thức một ly cocktail trong quán bar được làm bằng khối kính đặt giữa bể nước này.

The Omnia – cái tên cũng đủ nói lên chất lượng tuyệt hảo mà khách sạn dành cho du khách. Nơi mà địa điểm, kiến trúc và thiết kế hòa nhau tạo nên một khung cảnh hoàn hảo và chính bạn, tôi và tất cả du khách là một phần quan trọng trong khung cảnh tuyệt vời đó. Ngoài khung cảnh đẹp, The Omnia còn nổi tiếng với vị bếp trưởng đại tài Stephan Kriegelstein chỉ nấu ăn bằng tình yêu và đam mê. Stephan Kriegelstein là một đầu bếp rất nguyên tắc. Ông chỉ sử dụng những nguyên vật liệu tốt nhất để sáng tạo ra những món ăn ngon nhất, được trình bày một cách đẹp nhất. Về địa điểm trải nghiệm ẩm thực cũng là một điều thú vị của The Omnia. Tôi có thể ăn tại nhà hàng cao nhất, có thể ăn tại sân thượng đầy nắng, trong thư viện ấm cúng, hay trong phòng hội đồng, và thậm chí là ngay tại bàn ăn được đặt trước lò sưởi trong phòng.

Nói chung, The Omnia sẽ cho bạn những trải nghiệm tuyệt vời, cho bạn được là chính bạn theo cách đơn giản nhất. ■





Pullman

Hà Nội

Bạn đang cần ý tưởng cho một Lễ tình nhân lãng mạn và đáng nhớ? Khách sạn Pullman Hà Nội sẽ dành tặng bạn và người thân yêu một món quà Valentine mang phong cách Pullman, bao gồm: Một đêm nghỉ tại phòng Deluxe cho 02 người; bữa sáng dành cho 02 người; bữa tối dành cho 02 người kèm một chai vang cho buổi tối lãng mạn; hoa dành cho khách nữ; sử dụng phòng tập Fit Lounge, Wi-Fi và các loại nước uống miễn phí trong minibar với giá chỉ 2.700.000VNĐ. Từ nay đến 15/02, hãy thưởng thức tiệc tự chọn hoặc thực đơn chọn sẵn 05 món, được thiết kế dành riêng cho năm mới với giá chỉ 788.000VNĐ/người.

Daewoo

Hà Nội

Từ thứ 02 đến thứ 05 hàng tuần trong tháng 2, hãy đến nhà hàng Café Promenade thưởng thức tiệc buffet tự chọn quốc tế và BBQ. Vào các buổi tối cuối tuần, nhà hàng sẽ phục vụ tiệc buffet BBQ gồm các món nướng sử dụng nguyên liệu hải sản tươi sống, các loại thịt hảo hạng và tinh tế, các món salad hấp dẫn và nhiều món chính khác. Hoặc thực khách cũng có thể khởi đầu năm mới của mình với tiệc tối tại Café Promenade để nhận được ưu đãi đặc biệt, tặng miễn phí một chai vang hảo hạng cho nhóm 06 người trở lên. Tiệc tối từ thứ 02 đến thứ 05 có giá 591.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04. 3831. 5000.



Melia

Hà Nội

Ngày Lễ tình nhân (14/02) năm nay, hãy để khách sạn Melia Hà Nội mang lại cho bạn một không gian ấm cúng lãng mạn. Tại nhà hàng El Patio, một bữa tiệc tự chọn ngập tràn hải sản cao cấp sẽ được chuẩn bị dành riêng cho ngày lễ đặc biệt này. Các cặp đôi có thể thưởng thức những tinh hoa ẩm thực đến từ nhiều nơi trên thế giới gồm nhiều món ăn đa dạng như quây sushi, sashimi tươi ngon, quây đồ nướng thơm lừng hay khu đồ nóng với các món Á, Âu độc đáo. Ngoài ra, nhà hàng sẽ thiết kế một không gian ngọt ngào nhất vào bữa tối tình yêu với hoa hồng, nến, quà tặng dành cho các cặp tình nhân cùng một ly vang nổ và nhiều bất ngờ khác. Bữa tối tự chọn hải sản ngày Lễ tình nhân (14/02) tại El Patio có giá 865.000VNĐ/người. Thông tin và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04. 3934. 3343.

Sheraton

Nha Trang

Lễ tình nhân (14/02) năm nay, bạn có thể bắt đầu bữa tối lãng mạn với tiệc buffet tối trong không khí ấm áp của nhà hàng Feast với giá chỉ 639.000VNĐ/người. Ngoài ra, nếu bạn muốn có một bữa tối lãng mạn, trong ánh nến lung linh, hãy tham dự tiệc tối bên hồ bơi với giá chỉ từ 2.300.000 – 2.600.000VNĐ/cặp đôi. Sau bữa tối, bạn cũng đừng quên đến quây bar Altitude tầng 28 của khách sạn để ngắm toàn cảnh thành phố Nha Trang về đêm và thưởng thức các loại cocktail đa dạng với giá chỉ 120.000VNĐ/ly. Đêm Giao thừa (19/02) năm nay, hãy đến Sheraton Nha Trang ngắm pháo hoa tuyệt vời tại quây bar Altitude, tầng 28. Tại đây, bạn sẽ được ngắm nhìn màn pháo hoa đêm giao thừa như đang ở ngang tầm mắt với giá chỉ 350.000VNĐ/người, đã bao gồm thức uống không cồn hoặc bia. Từ ngày 19-21/02, nhà hàng Feast sẽ phục vụ các thực khách tiệc buffet tối hoành tráng để chào đón năm mới với giá 639.000VNĐ/người. Tiệc buffet gồm những món ăn đậm đà truyền thống của Việt Nam như: bánh xèo, bánh chưng, bánh tét, thịt đông,... cùng nhiều món ăn từ hải sản tươi sống, các món nướng BBQ và những món tráng miệng tuyệt hảo. Thông tin và đặt chỗ, vui lòng gọi: 058. 388. 0000.



Sofitel Plaza

Hà Nội

Thực đơn tháng 2 tại nhà hàng Ming hân hạnh mang đến thực khách các món cá hảo hạng với hương vị độc đáo. Thực khách sẽ có những trải nghiệm ẩm thực đa dạng trong từng món ăn hấp dẫn như: cá điêu hồng hấp phong cách Triều Châu, cá song hấp kiểu Hồng Kông truyền thống hay cá tuyết ướp mật ong và sốt teriyaki bỏ lò nướng. Buffet Dim Sum trưa thứ 2 đến trưa thứ 6 tại Ming có giá 580.000VNĐ/người, trưa thứ 7 đến trưa chủ nhật có giá: 660.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04. 3823 8888.



Sheraton

Hà Nội

Từ ngày 01 – 13/02, hãy đến nhà hàng Oven D'or thưởng thức tiệc buffet tối với giá 1.500.000VNĐ/người, bao gồm các món được chế biến từ tôm hùm, kềm bia, nước ngọt và cocktail không giới hạn, miễn phí 01 chai champagne cho nhóm từ 06 người trở lên. Ngày 14/02, nhà hàng Oven D'or phục vụ các cặp đôi một bữa tiệc hấp dẫn trong không gian lãng mạn với giá chỉ 1.350.000VNĐ/người, đã bao gồm đồ uống có cồn, bia, nước ngọt và Romantic Cocktail; nhà hàng Hemispheres Steak & Seafood Grill phục vụ thực đơn cho 02 người với giá 2.800.000VNĐ, bao gồm 01 ly Rose Champagne, đồ uống có cồn, bia và nước ngọt. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04. 3719. 9000.





RA MẮT BAR PRIVÉ DẦU TIÊN TẠI VIỆT NAM

Không chỉ là một showroom nội thất nổi danh “kho báu” của giới kiến trúc Việt Nam, biệt thự Thái Công còn là một “lâu đài” với nhiều góc riêng tư và ấm cúng của gia chủ. Vừa qua, tại biệt thự này đã diễn ra tiệc giới thiệu Bar Privé - quầy bar tư gia đầu tiên mang phong cách Privé Luxury dành riêng cho các quý ông thành đạt và những thượng khách yêu thích nghệ thuật và sáng tạo.

Bar Privé - điểm nhấn hoàn hảo của biệt thự Thái Công

Cũng như không gian bếp mở đầy tính nghệ thuật, phòng khách với hệ thống loa trầm và các loại bàn ghế được tỉ mỉ lựa chọn, nhập khẩu từ châu Âu, hay bể bơi nằm gọn giữa khu vườn xanh mát, Bar Privé là một điểm nhấn độc đáo nữa đầy tính “tự sự”. Được thiết kế hài hòa trong tổng thể kiến trúc của biệt thự Thái Công, Bar Privé được xem là “viên ngọc” mới tương tác rất độc đáo giữa vẻ đẹp của kính nghệ thuật hiện đại trên nền nội thất đen cổ điển, quý phái. Nhờ vậy, ở Bar Privé vừa toát lên sự mạnh mẽ, nam tính mà vẫn mềm mại và tinh tế.

Việc trau chuốt trong thiết kế giúp Bar Privé vừa bừng sáng trong ánh sáng tự nhiên ban ngày, vừa huyền hoặc và ấm áp khi đêm xuống nhờ hệ thống đèn vàng nghệ thuật. Đây cũng là không gian dành cho bộ sưu tập cognac phiên bản đặc biệt có giá trị thẩm mỹ cao, chứa đựng di sản của cả một thương hiệu lâu đời.

Do Hennessy, nhãn hàng đồ uống danh tiếng của Pháp tại Việt Nam - vốn là thương hiệu biểu tượng của sự sang trọng, lịch lãm - truyền cảm hứng, Bar Privé là một tuyệt tác được thiết kế riêng dành cho những quý ông lịch lãm và sành điệu với những trải nghiệm riêng tư và giá trị sống tinh tế.

Biểu tượng của phong cách Privé Luxury

Bar Privé không chỉ nổi bật ở phong cách hay chất liệu thiết kế, mà còn chạm đến những cung bậc cảm xúc khác nhau của người thưởng lãm. Như một điểm nhấn đầy mời gọi trong không gian biệt thự Thái Công, Bar Privé là không gian trải nghiệm sự riêng tư và những buổi trò chuyện ngẫu hứng của quý ông sành điệu cùng những người bạn thân tình.

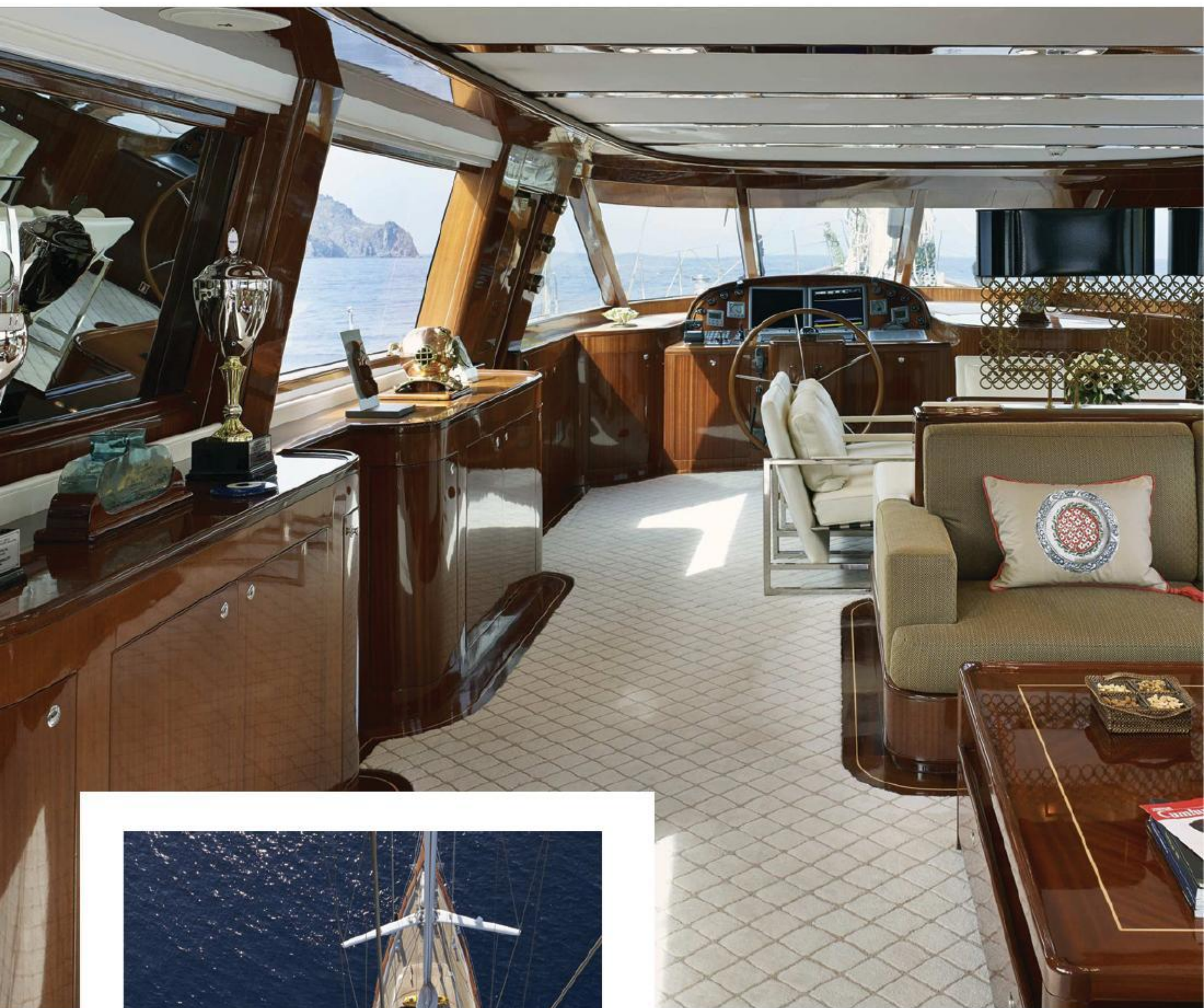
Dòng X.O lâu năm đã từng được ngài Maurice Hennessy trân trọng mời những người bạn gần bó nhất của ông, nay cũng được Thái Công dùng, để thiết đãi những khách mời đặc biệt của mình trong không gian vừa cổ điển vừa hiện đại xa hoa của Bar Privé. Sự sáng tạo, trau chuốt trong thiết kế Bar Privé “cộng hưởng” với nghệ thuật điêu khắc của bộ sưu tập, biến nơi đây thành không gian thăng hoa của nghệ thuật tạo tác đỉnh cao. Nói về mối “thâm tình” lâu năm với dòng cao cấp của thương hiệu này, Thái Công cho biết: “Hennessy và thương hiệu kiến trúc Thái Công gặp nhau ở những tác phẩm sáng tạo

đột phá, và đồng điệu trong đam mê hướng tới những giá trị hoàn mỹ chín chu trong từng chi tiết.”

Đến với biệt thự Thái Công, được đích thân gia chủ dẫn đi tham quan từng khu vực và lắng nghe những câu chuyện, cảm xúc của anh trong từng góc nhỏ, các vị khách không hẹn mà cùng gặp nhau ở suy nghĩ: Đây quả thật là một nơi lý tưởng để thư giãn, rũ bỏ những ưu tư trong cuộc sống. Đến đây, ai cũng dễ dàng tìm thấy sự thư thái và những cuộc chuyện trò sâu sắc, mở đường cho sự tận hưởng theo phong cách Privé Luxury. Một trong những vị khách quý của Thái Công, đầu bếp Tuấn Hải chia sẻ: “Bar Privé là nơi khơi nguồn cảm hứng cho những sáng tạo, đồng thời cũng là một không gian nghệ thuật lý tưởng cho những cuộc trò chuyện thân tình cùng bạn bè. Đến với Bar Privé, ta sẽ dễ dàng nghe thấy tiếng nói nội tâm mình, hòa nhịp cùng chất men sâu lắng, nồng nàn của loại đồ uống trứ danh”.



- Showroom Thái Công hoạt động từ 10h sáng đến 7h tối từ thứ 2 đến thứ 7 mỗi tuần.
- Bar Privé sẽ hân hạnh đón tiếp khách ghé thăm từ 4h chiều đến 7h tối thứ Bảy giữa và cuối mỗi tháng.



GLORIOUS YACHT

Việc dạo chơi trên biển luôn mang một ý nghĩa đặc biệt với những nhà giàu. Và sẽ càng đặc biệt hơn khi có thể dạo chơi với Glorious!



Nếu đang ở Thổ Nhĩ Kỳ, Hy Lạp hoặc Croatia, lựa chọn thuê du thuyền Glorious Yacht có thể sẽ là một trải nghiệm tuyệt vời, đáng nhớ với bạn. Tuy nhiên, hãy cân nhắc thật kỹ lưỡng điều này bởi với mức phí thuê mướn thuyền vào khoảng €38.500/tuần (khoảng 950 triệu đồng, chưa bao gồm chi phí ăn uống trên thuyền), không phải ai cũng có thể trải nghiệm sự xa hoa vương giả của du thuyền Glorious. Kể cả khi mức phí này là dành cho một không gian 04 cabin (08 người ở), một đội thủy thủ phục vụ 06 người phục vụ bạn và gia đình bạn trong suốt 07 ngày.

Hãy nhớ, giá thuê một “khách sạn” – dù có là loại nhỏ - trên biển trong thời gian 01 tuần cũng không thể thấp. Đặc biệt khi “khách sạn” đó là một chiếc du thuyền-buồm-động-cơ. Còn nếu muốn sở hữu “khách sạn” này? Giá của nó vào khoảng €6 triệu.

Vậy điều gì khiến chiếc du thuyền này lại được Hàng Hiệu lựa chọn để giới thiệu? Đầu tiên là bởi nó là một chiếc du thuyền-buồmđộng cơ. Mặc dù thế giới ngày càng nhiều du thuyền động cơ (motor-yacht) nhưng du thuyền buồm mới thực sự là sân chơi của những nhà giàu. Nó giống như một nỗi ám ảnh, chinh phục biển khơi của những cá nhân và các tập đoàn lớn trên thế giới. Các cuộc đua du thuyền buồm hàng năm đều diễn ra và nó là sân chơi chỉ dành cho những ông lớn thực

sự của thế giới. Sự quyến rũ của những chiếc thuyền buồm đặc biệt tới mức chúng khiến người ta tạo ra những chiếc thuyền hybrid giữa thuyền buồm và thuyền động cơ (motorsailing yacht). Và Glorious là một trong số đó.

Về kích thước, chiếc du thuyền này có chiều dài khá ấn tượng, khoảng 36m, chiều rộng 7,5m. Tốc độ tối đa của thuyền là 14 hải lý, tốc độ trung bình là 12 hải lý. Thuyền được xây dựng phần lớn bởi những người thợ thủ công. Việc sử dụng máy móc để đóng thuyền được hạn chế tới mức tối đa. Nội thất của thuyền được thực hiện theo yêu cầu của chủ thuyền. Riêng các chi tiết da của thuyền được thực hiện bởi hãng Louis Vuitton. Đội ngũ thủy thủ của thuyền rất chuyên nghiệp. Họ luôn trông mong mang tới cho những khách nghỉ trên thuyền một trải nghiệm khó quên.

Đặc biệt cũng phải kể tới các chi tiết nội thất được dát vàng trên thuyền. Ngoài ra, trong phòng tắm của các cabin trên thuyền đều được lắp đặt màn hình gương. Tại cabin dành cho chủ thuyền còn có một vô tuyến ngay dưới trần. Để định nghĩa về chiếc du thuyền này, bạn có thể hình dung một khách sạn Dorchester ở London thu nhỏ và được đặt lên mặt biển. Nội thất của các cabin trên thuyền mang đậm phong cách vương giả và xa hoa kiểu cũ với những lớp gỗ màu nâu trầm, xen lẫn với đó là các chi tiết màu vàng từ chăn mền, áo gối tới các thiết bị trong phòng tắm. ■





LADY MOURA

LÂU ĐÀI HAY THÀNH PHỐ TRÊN BIỂN

Phục vụ 30 hành khách là một đội thủy thủ lên tới 60 con người, chưa kể tới việc trên thuyền còn có một phòng phẫu thuật được trang bị đầy đủ các thiết bị y tế, Lady Moura thực sự là một thế giới riêng trên biển.



Với chiều dài 105m, Lady Moura thực sự là một lâu đài trên biển – điều này càng đúng hơn nữa khi chủ sở hữu của chiếc du thuyền này là một hoàng tử. Chiếc du thuyền này khi được hạ thủy vào năm 1990 đứng thứ 09 trong danh sách những chiếc du thuyền dài nhất thế giới. Tới năm 2014, do sự phục hồi về kinh tế, những người giàu ngày càng trở nên giàu hơn, những chiếc du thuyền với chiều dài trên 91m (giga yacht) ngày càng nhiều hơn, vị trí của Lady Moura đã bị rơi xuống 28 trên thế giới nhưng không phải vì thế mà chiếc du thuyền mất đi vị thế biểu tượng của nó.

Về cấu trúc của thuyền? Các chi tiết khung, rầm, siêu cấu trúc và vỏ của thuyền đều được thực hiện bằng thép. Thuyền sở hữu 02 động cơ chạy dầu Deutz, mỗi động cơ có công suất 6.868 sức ngựa, với vận tốc tối đa của thuyền là 22 hải lý/giờ. Hầu hết các trang thiết bị, bao gồm cả các tàu tiếp nhiên liệu đều được cất sau các cánh cửa điều khiển bằng hơi nước. Các chi tiết tên thuyền, biểu tượng gia huy xuất hiện trên 02 mạn và đuôi thuyền đều được chạm khắc bằng vàng 24 carat. Thuyền tiếp nhiên liệu chính cho siêu du thuyền này là có chiều dài 92 foot (khoảng 28m) và được đặt tên là Little Saf (đặt tên theo người vợ của chủ sở hữu của thuyền). Chiếc du thuyền này cũng là một trong những chiếc du thuyền đắt nhất thế giới, với chi phí ước tính khoảng trên \$200 triệu. Vào mùa hè, thuyền thường được thấy ở miền Nam nước Pháp và thường di chuyển qua lại giữa Antibes và Monaco.

Tuyệt phẩm hàng hải này là sản phẩm của công ty đóng tàu hàng đầu thế giới Đức, Blohm + Voss với sự hợp tác của kiến trúc sư lừng danh người Ý, Luigi Sturchio – người chịu trách nhiệm thiết kế nội thất cho thuyền. Thuyền có thể phục vụ 30 hành khách và một đội thủy thủ phục vụ trên thuyền lên tới 61 người. Mặc dù thuyền được giới thiệu lần đầu tiên (hạ thủy) vào những năm 1990 nhưng tới năm 2007, thuyền đã được nâng cấp các thiết bị máy móc hiện đại và các trang thiết bị khác chính bởi vậy cho tới nay thuyền vẫn là một biểu tượng của sự xa hoa và vương giả.

Một trong những điểm nhấn của thuyền là các khoá và cổng hoàn toàn tự động được vận hành bằng hơi nước. Nếu nhìn từ xa, một người có thể thấy những cánh cổng được nâng lên hoặc hạ xuống, việc nâng hoặc hạ những chiếc thuyền giải trí và lối đi cho thủy thủ đoàn và những khách đi thuyền. Khi đề cập đến các thiết bị giải trí, bạn càng có thể khẳng định đây là một lâu đài trên biển thực sự khi có một spa nhỏ, một casino, một nightclub và thậm chí là cả một phòng phẫu thuật với đầy đủ các trang thiết bị y tế để có thể thực hiện phẫu thuật ngay trên biển. Chưa kể đến việc ngoài ra còn có một khu để đậu trực thăng, các cabin và phòng ăn tối và phòng khách.

Chủ sở hữu của con thuyền là một tỷ phú với khối tài sản khoảng \$20 tỷ. Một điểm khá thú vị nữa về chiếc du thuyền này là khác với những chiếc du thuyền khác cùng phân khúc, Lady Moura không bao giờ được cho thuê – để hiểu khi chủ sở hữu của con thuyền là một trong những người giàu nhất thế giới. ■



MERCEDES - AMG GT

DÀI HƠN, TỐT HƠN?



Lý do giải thích cho sự tồn tại của mẫu xe AMG GT này của Mercedes dường như khá rõ với một số người: Đó là để thách thức những chiếc Porsche 911. Tuy nhiên, Mercedes có vẻ thực sự tham vọng khi muốn AMG GT không chỉ là đối thủ của mẫu Jaguar F-Type R Coupe. Xe được giới thiệu với thị trường với cùng một mức giá dành cho cùng một kiểu xe hướng tới cùng một đối tượng khách hàng là các doanh nhân, các chuyên gia thành đạt và đang ở độ tuổi trung niên. Với thiết kế động cơ ở phía trước, AMG GT xét trên một khía cạnh nào đó cho phép người lái dễ dàng đạt được tiệm cận tốc độ tối đa hơn “anh bạn đối thủ” có thiết kế động cơ phía sau của nó.

Nhưng hẳn nhiên, điều này hoàn toàn không có nghĩa AMG GT có thể vượt mặt 911 bởi AMG GT không có cái chất cổ điển, tinh tế đầy tao nhã đã đi vào lịch sử, điện ảnh và nghệ thuật của Porsche. Tuy nhiên, vẫn phải nói là AMG GT là một chiếc xe đẹp. Và điều này không bao giờ cần phải bàn đến. Nhưng AMG GT đẹp hơn Porsche 911? Điều này thì phụ thuộc vào sở thích, thị hiếu của mỗi cá nhân. Và nói tới sở thích và thị hiếu, không ai giống ai. Giống như việc có những người chỉ đam mê đuổi với Ferrari nhưng cũng có những người chỉ thích Lamborghini vậy.

Điều quan trọng là trong một kỷ nguyên mà những chiếc xe động cơ phía trước thường có phần mũi xe ngắn, mọi người đang mong muốn có một chiếc xe mũi dài – một kiểu mẫu mới cho những chiếc Jaguar E-Type hay một chiếc SLS kiểu mới. AMG GT đã làm được điều đó khi đưa ra một thiết kế hài hòa, cân đối và mang tính biểu tượng cao – đủ để đi cùng năm tháng. ▶





AMG GT lấy cảm hứng từ người anh em SLS với nắp capô dài, kính chắn gió thấp và phía sau cơ bắp. Dự kiến AMG GT sẽ được giới thiệu từ đầu năm 2015 với mức giá \$177.000 với phiên bản GT và GT S. Cả hai đều được trang bị động cơ 04 lít, V8 turbin tăng áp. Bản GT cho công suất 462 mã lực tại vòng tua máy 6.000 vòng/phút và mô-men xoắn cực đại 600 Nm từ 1.600-5.000 vòng/ phút. Trong khi bản GT S có công suất 510 mã lực tại 6.250 vòng/phút và mô-men xoắn cực đại 650 Nm từ 1.750-4.750 vòng/phút. Sức mạnh truyền đến các bánh xe thông qua hệ dẫn động cầu sau cùng hộp số 07 cấp ly hợp kép, với GT S tăng tốc từ 0 lên 100 km/h chỉ trong 3,8 giây và bản GT là 04 giây.

Ngoài ra, cặp đôi AMG GT còn trang bị ống xả thể thao dưới dạng tùy chọn. AMG GT sử dụng khung gầm bằng nhôm giống trên SLS, nhưng trục cơ sở ngắn hơn 50 mm ở mức 2.630 mm. Trọng lượng 1.645 kg, nhẹ hơn Porsche 911 Turbo 25 kg và F-Type R Coupe 5 kg. AMG GT trang bị động cơ 4 lít V8 Turbin tăng áp. Bên trong, bảng điều khiển với giao diện AMG truyền thống với hai hàng nút bấm và màn hình hiển thị vay mượn từ C-class mới. Trần xe bố trí thêm nút bấm điều khiển hệ thống sưởi ghế, đèn báo nguy hiểm và mở cánh lướt gió. Cốp đựng đồ phía sau dung tích 350 lít. AMG GT đã được chính thức trình làng tại Paris Auto Show 2014, sự kiện diễn ra tại Pháp trong tháng 10 vừa rồi. ■





Xét về căn bản, CTS-V 600 mã lực không phải là một kẻ thừa tự đích thực của thương hiệu xe Cadillac khi không kế thừa cái chất “cơ bắp” đặc trưng của những dòng xe Mỹ. Những chiếc xe của Cadillac trước đây hoàn toàn khác biệt so với những chiếc xe thuộc dòng CTS. Thế nên hoàn toàn không ngoa khi nói so với những chiếc xe trước của Cadillac, CTS giống như một đứa con đi du học trời Âu vừa về nước khi mang theo những đặc điểm thường thấy ở những chiếc xe sang hiện đại của Lục Địa Già. Có được điều này là bởi kể từ năm 2003, khi giới thiệu CTS, Cadillac đã quyết định thực hiện một cú “drift” chuyển hướng, lấy việc cạnh tranh với những đối thủ hàng đầu của ngành công nghiệp xe Đức làm trọng tâm. Mẫu xe 2016 CTS-V được ra mắt trong triển lãm Detroit Auto Show chính là cơ hội tốt nhất để hãng chứng minh mình.

Cho tới nay, Cadillac đã giới thiệu thành công thế hệ CTS thứ 03. 03 thế hệ CTS của Cadillac luôn làm tròn sứ mệnh của mình khi luôn là những đối thủ đáng gờm của Mercedes-Benz E-class và BMW 5-series và Audi A6. Với cùng một định hướng nâng cao các yếu tố chính xác như độ ổn định chuyển động của bánh xe khi chịu tác động từ bên ngoài, CTS-V – đứa con cưng của Cadillac - đã đặt Audi RS, BMW M và Mercedes-AMG làm đối thủ chính. CTS-V đã luôn là một chiếc xe phong cách kiểu Chevy Corvette. Mẫu V mới này thậm chí còn thắt chặt mối quan hệ với Vette hơn nữa với động cơ được lấy từ mẫu Corvette Z06. Chính bởi động cơ này mà mẫu CTS-V mới còn có một cái tên khác nữa là CTS-V06.

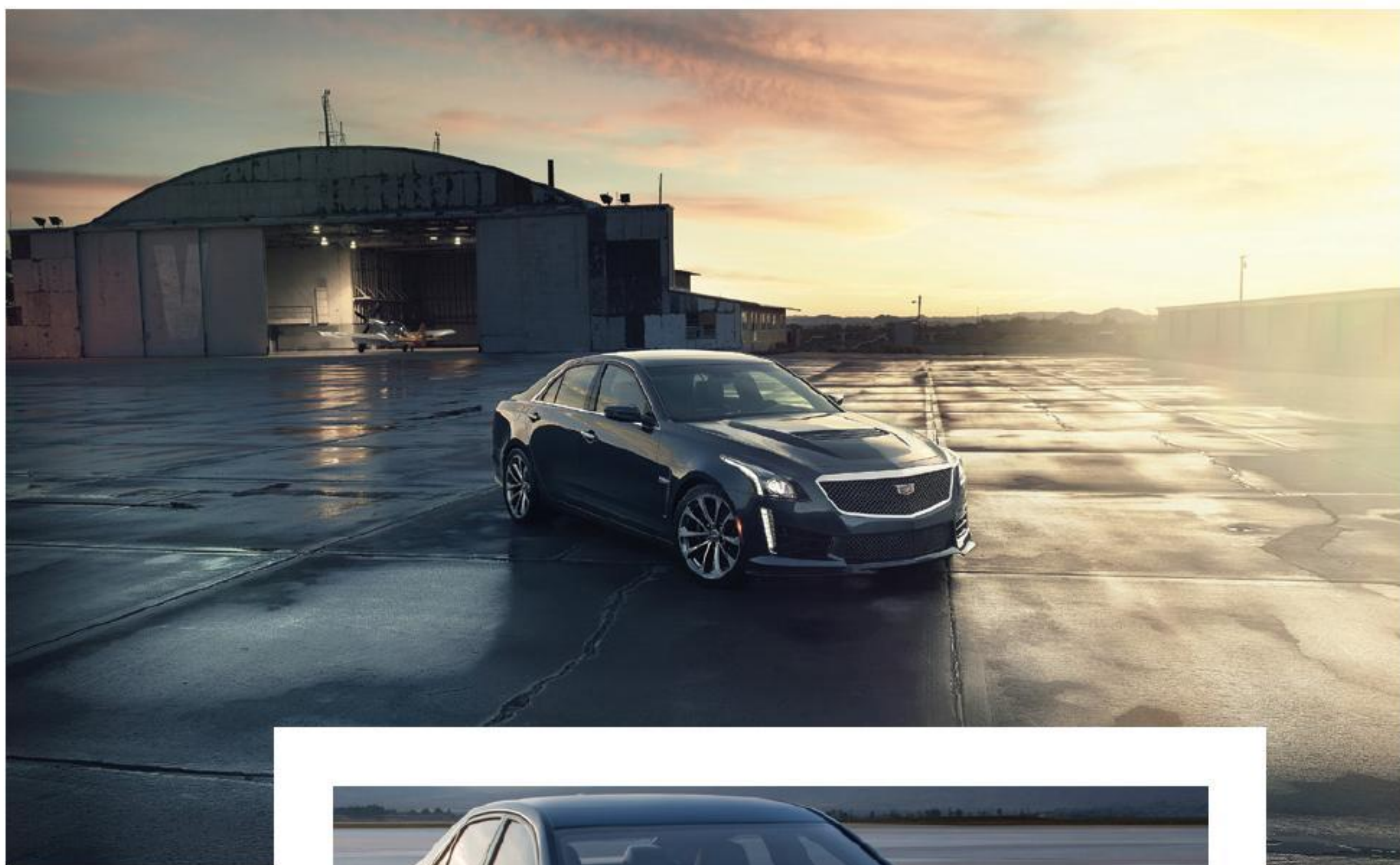
Động cơ siêu nạp, 6,2l, V-8 của xe vẫn trung thành với thiết kế và cấu tạo cũ tuy nhiên đã có những nâng cấp điều chỉnh để



CTS-V 2016

Những chiếc xe của châu Âu đang vấp phải một đối thủ thực sự nặng ký – mẫu CTS-V 2016 của Cadillac đang hứa hẹn một đẳng cấp vượt trội. Nhưng liệu CTS-V có làm nên được điều kỳ tích khi được đem đặt cạnh M5, AMG và RS?





phù hợp với mẫu CTS-V mới. Cụ thể, xe có các piston nhôm cao cấp, các van nạp titanium và một quạt gió Eaton đẩy khoảng 1,7 lít khí mỗi vòng quay. Ngoài sự khác biệt ở cách cấu tạo hệ thống nạp, xả, một khác biệt chính giữa động cơ của 02 mẫu xe Corvette và CTS-V là hệ thống bôi trơn. Động cơ của CTS-V có hệ thống bôi trơn được cải tiến về thiết kế để có thể giảm thiểu độ phức tạp cũng như trọng lượng. Với công suất trên 600 mã lực, xe có thể “cán đích” tốc độ từ 0-100km/h chỉ trong có 3,7 giây (tốc độ tối đa của xe là 322km/h). Những thông số này của CTS-V hoàn toàn tương ứng với BMW M5 nhưng thua kém so với mẫu Mercedes-Benz E63 AMG và Audi RS7 từ $\frac{1}{4}$ tới $\frac{1}{2}$ giây.

Tuy nhiên, xét tới tận cùng CTS-V vẫn là một chiếc xe Mỹ - nghĩa là nó bắt buộc phải mang khí chất của Mỹ. Những âm thanh thoát ra từ động cơ, từ ống xả thật tuyệt vời – đẩy khí chất nhưng tin rằng những người hàng xóm của bạn sẽ không nghĩ như vậy nếu bạn ra khỏi nhà (hoặc về nhà) vào lúc 5h30 sáng. Để có thể thưởng thức hết âm thanh tuyệt vời từ động cơ xe, có lẽ bạn sẽ muốn chạy xe trên đường cao tốc trong khi xe được chuyển sang chế độ lái thích hợp. ▶



Với mẫu xe mới, hệ thống khung gầm cũng được đặc biệt cải tiến, kết hợp với kiểu dáng mang lại cho xe một phong cách đầy khí phách thể thao và nam tính. Hệ thống treo trước (giảm xóc) của xe cũng được cải tiến để tối ưu hóa chất lượng của bánh lái. Hệ thống giảm xóc (hệ thống cản) lưu biến từ của xe là tiêu chuẩn cơ bản. Ngoài ra cũng không nên bỏ qua chế độ giảm trượt. Hệ thống phanh xe bằng thép được lắp trên vành nhôm trước và sau với kích thước lần lượt là 15,4 inch cho bánh trước và 14,4 inch cho bánh sau. Hệ thống này hoạt động dựa trên các cặp má phanh được xiết bởi một hệ thống 06 hoặc 04 pistol. Mặc dù các đĩa phanh của xe không có khả năng tỏa nhiệt tốt như những đĩa phanh sợi carbon nhưng việc có thêm diện tích bề mặt từ các rotor lớn cho phép các đĩa phanh (trước) có nhiệt độ tỏa cao hơn 200 độ C so với các mẫu khác.

Xe hoạt động với một hệ thống lốp phát triển riêng bởi hãng Michelin có tên là Pilot Super Sport với các thông số như sau 265/35-19 cho bánh trước và 295/30-19 cho bánh sau. Hệ thống lốp này được thực hiện với các mẫu khuôn riêng và các hợp chất cao su riêng nhằm có thể thỏa mãn 02 điều kiện là kéo dài vòng đời sử dụng của lốp cũng như nâng cao độ bám đường của lốp xe.

Một điểm khá thú vị của mẫu CTS-V 2016 là bản thân chiếc xe đã là một sự lựa chọn – nghĩa là nếu lựa chọn chiếc xe, bạn sẽ không phải đưa ra những lựa chọn cá nhân khác. Sẽ chỉ có một kiểu hệ thống giảm xóc, sẽ không có những lựa chọn như kích thước lốp lớn hơn hay hệ thống phanh sợi carbon. Theo đại diện của hãng, ông Tony Roma – kỹ sư trưởng của CTS, việc này xuất phát từ quan điểm sau: “Sản phẩm tốt là sản phẩm tốt, bởi vậy không cần có lựa chọn.”

CTS-V cũng sẽ là một lựa chọn lý tưởng cho những người yêu tốc độ và thích thử sức với những cung đường uốn khúc khi hệ thống kiểm soát điện tử độ bám đường Performance Traction Management (PTM) được đưa vào sử dụng. Được giới thiệu lần đầu với mẫu Corvette ZR1 2010, hệ thống này hiện được đưa vào ứng dụng với tất cả các mẫu Corvette. Hệ thống PTM cho phép thực hiện việc kiểm soát với các lựa chọn khác nhau từ đường ướt tới đường đua. Một hệ thống lưu trữ dữ liệu thông minh Performance Data Recorder qua một camera gắn phía trước gương chiếu hậu sẽ giúp người lái có được cái nhìn tổng quan nhất về cách thức vận hành của xe.

Dù muốn, dù không vẫn phải thừa nhận rằng sự bảo thủ của người Mỹ dành cho những chiếc xe cơ bắp đang thực sự thay đổi với CTS-V 2016. CTS-V 2016 thậm chí còn được cải tiến cả về trọng lượng của xe khi có trọng lượng 1.900kg, giảm khoảng 31,7kg so với mẫu xe trước. Và mặc dù có thể một số người sẽ nói 1.900kg vẫn chưa phải một con số thực sự ấn tượng đối với những chiếc xe cao cấp nhưng rõ ràng nó nhẹ hơn 1950,4kg của M5, nhẹ hơn 1.995,8kg của E63AMG và 2.041,1kg của RS7. Và cũng cần nói rằng, nhẹ hơn là một trong những ưu điểm mà những chiếc xe Cadillac nói riêng và những thương hiệu xe Mỹ nói chung thường rất ít lưu tâm và để ý tới. Nhưng rõ ràng điều này đang thay đổi.

Và như vậy, có lẽ câu mở đầu cho cuốn sách Nóng, Chật, Phẳng – một cuốn sách được viết để phê phán một nước Mỹ “lười sáng tạo” bởi tác giả ba lần đoạt giải Pulitzer, Thomas Friedman: “Thiết kế của Đức, cải tiến của Thụy Sĩ, không có gì của Mỹ.” đã tới lúc có thể thay thế. ■





LEXUS THĂNG LONG

ĐẠI LÝ CHÍNH HÃNG ĐẦU TIÊN CỦA LEXUS TẠI MIỀN BẮC

Lexus Thăng Long là Đại lý 3S (bán hàng, dịch vụ, phụ tùng chính hãng) thứ hai của Lexus tại Việt Nam, hứa hẹn mang đến cho khách hàng ở Hà Nội và khu vực phía Bắc những trải nghiệm hoàn hảo từ khâu Bán hàng, Dịch vụ đến Chăm sóc khách hàng theo chuẩn mực mới về dịch vụ cao cấp mà Lexus đã và đang nỗ lực thiết lập tại Việt Nam.

Sau một năm chính thức ra mắt tại Việt Nam, Lexus đã mang đến cho khách hàng Việt Nam một hành trình trải nghiệm tuyệt vời, ghi dấu ấn mới về tiêu chuẩn dịch vụ cho dòng xe hạng sang đẳng cấp. Bằng cách thấu hiểu từng nhu cầu và ước muốn dù là nhỏ nhất của khách hàng, cũng như mang đến sự hài lòng cao nhất thông qua những sản phẩm đỉnh cao và chuỗi cung ứng dịch vụ khép kín đẳng cấp, Lexus đã được khách hàng Việt Nam, đặc biệt là khách hàng khu vực phía Nam, đón nhận một cách nồng nhiệt.

Mặc dù Lexus không đặt mục tiêu doanh số trong ngắn hạn mà tập trung vào việc mang tới cho khách hàng những trải nghiệm tuyệt vời thông qua những sản phẩm đẳng cấp, hệ thống bán hàng và dịch vụ tiện ích nhất, nhưng doanh số bán đạt 385 xe và 2,380 lượt dịch vụ cùng niềm tin tưởng mà khách hàng trao tặng đã góp phần ghi dấu ấn khá ấn tượng cho năm đầu hoạt động thành công của Lexus Việt Nam.

Với diện tích xây dựng là 2.300 m² trong một khuôn viên rộng 9.000 m², Lexus Thăng Long tọa lạc trên vị trí đắc địa với giao thông vô cùng thuận tiện tại trung tâm phát triển mới của Hà Nội, là nơi giao cắt của hai con đường Phạm Hùng và Dương Đình Nghệ, xung quanh là các trung tâm mua sắm lớn.

Được phát triển theo tiêu chuẩn của Lexus toàn cầu với ý tưởng lấy khách hàng là trung tâm, từng chi tiết, từng khu vực, từng quy trình tại Lexus Thăng Long đều được chau chuốt kỹ lưỡng để mang lại những trải nghiệm tuyệt vời nhất cho khách hàng theo đúng tinh thần hiếu khách Omotenashi nổi tiếng của người Nhật.

Nhìn từ bên ngoài, Lexus Thăng Long ấn tượng với biển hiệu Lexus và những khung kính lớn ở hai mặt tiền showroom dễ dàng thu hút mọi ánh nhìn vào những mẫu xe đẳng cấp đang trưng bày. Khách hàng sẽ cảm nhận được tính tiện nghi và cảm



giác thư thái ngay từ lần ghé thăm đầu tiên với bãi đậu xe rộng rãi cùng không gian xanh chạy dọc hai đại lộ.

Với ý tưởng lấy khách hàng là trung tâm trong từng trải nghiệm với Lexus, phong cách thiết kế của Lexus Thăng Long chú trọng đến từng chi tiết nhỏ nhất nhằm mang lại sự thuận tiện, thoải mái và hài lòng cao nhất cho khách hàng, từ khoang chuyển tiếp nhiệt độ trước cửa vào vô cùng tinh tế thường chỉ có trong các khách sạn năm sao, quầy tiếp tân thân thiện, ghế sofa với không gian mở để khách hàng có thể nghỉ ngơi và thoải mái chiêm ngưỡng xe, phòng chờ được bố trí ngay trung tâm showroom, phòng vui chơi cho trẻ đem lại sự an tâm cho khách hàng đi kèm với con nhỏ, đến tấm gương lớn tại phòng giao xe mang niềm vui cho khách hàng trong khoảnh khắc đặc biệt khi lần đầu tiên ngồi lên chiếc xe hoàn mỹ của chính mình.

Xưởng dịch vụ của Lexus Thăng Long có tổng diện tích hơn 1.400 m² được đặt tại tầng một và tầng hai. Xưởng có 24 khoang sửa chữa được thiết kế ngăn nắp, hiện đại bao gồm các khu vực sửa chữa chung, sửa chữa thân vỏ, sửa chữa kỹ thuật cao, sửa chữa nhanh..... và được trang thiết bị máy móc hiện đại hàng đầu. Tận dụng ánh sáng tự nhiên và không gian mở, các khu vực chức năng được thiết kế nhằm tạo ra môi trường làm việc sạch sẽ, đơn giản mà hiệu quả cho các kỹ thuật viên dễ dàng kiểm tra xe một cách chính xác, thể hiện sự chuyên nghiệp, từ đó tạo niềm tin nơi khách hàng.

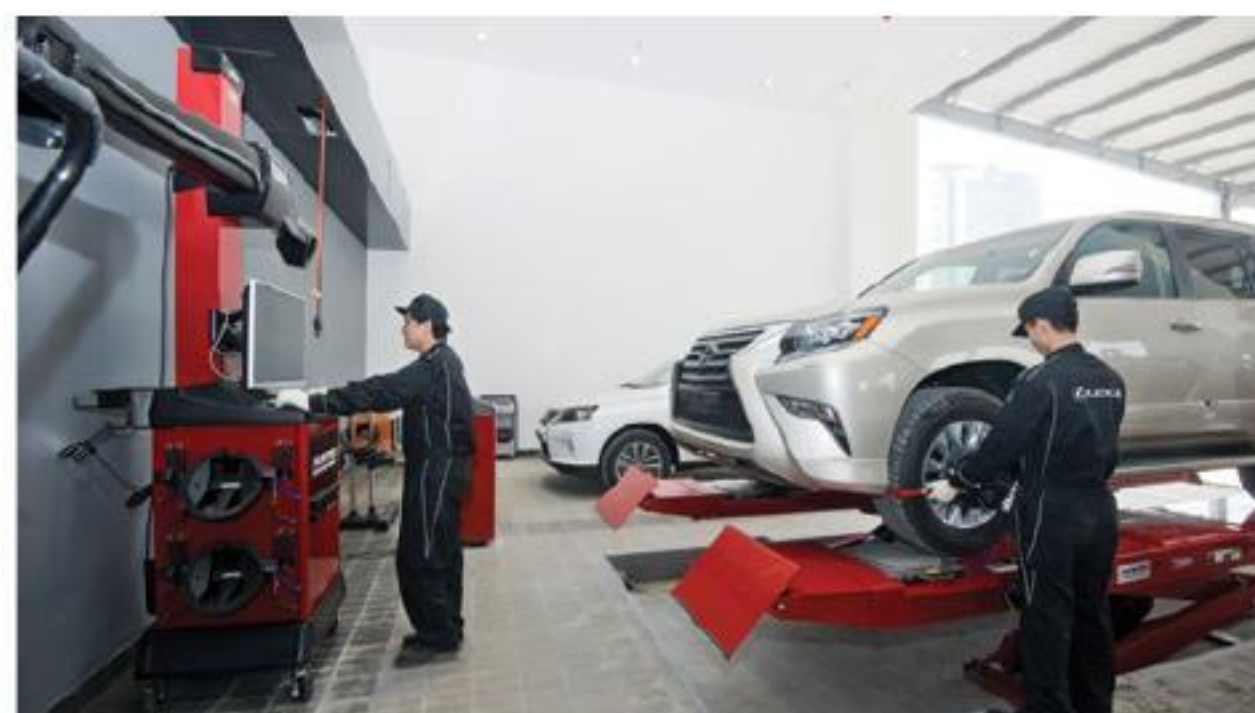
Ngay tại thời điểm ra mắt, Lexus Thăng Long cũng cung cấp đầy đủ các mẫu xe hiện có tại thị trường Việt Nam như LS 460L, GS 350, ES 350, LX 570, RX 350 và GX 460. Cùng với đó là chuỗi

cung ứng dịch vụ khép kín cao cấp của Lexus. Trong đó, chế độ bảo hành được áp dụng trong vòng 3 năm và không giới hạn số km, thay thế bất cứ hư hỏng nào trên xe Lexus bởi các kỹ thuật viên chuyên nghiệp và trang thiết bị chẩn đoán hiện đại. Riêng đối với tình trạng han gỉ bề mặt, hư hỏng sơn và ắc-quy thông thường, bảo hành 3 năm hoặc 100.000 km tùy điều kiện nào đến trước. Bảo hành cho những lỗi thùng do bị ăn mòn tới 6 năm không giới hạn số km di chuyển. Đồng thời, Lexus cũng cung cấp chế độ bảo dưỡng miễn phí (kiểm tra và thay phụ tùng bảo dưỡng chính hãng) trong 3 năm hoặc 60.000 km tùy theo điều kiện nào đến trước tính từ thời điểm giao xe.

Bên cạnh đó, Lexus Thăng Long còn cung cấp đầy đủ các dịch vụ tài chính linh hoạt được thiết kế phù hợp với những đặc thù tài chính và tâm lý của khách hàng tại thị trường Việt Nam; dịch vụ bảo hiểm đa dạng với đối tác danh tiếng hàng đầu trong lĩnh vực bảo hiểm, các gói bảo hiểm chuyên biệt dành riêng cho chủ sở hữu Lexus, cùng khả năng bồi thường tổn thất toàn bộ; cung cấp phụ tùng chính hiệu...

Bằng việc thấu hiểu nhu cầu riêng biệt của từng khách hàng, tất cả các gói dịch vụ của Lexus đều được thực hiện với quy trình nhanh chóng tiện lợi giúp khách hàng tiết kiệm được thời gian và chi phí.

“Với LEXUS Thăng Long, chúng tôi bắt đầu một thử thách mới trong hành trình mang đến những trải nghiệm tuyệt vời vượt trên sự mong đợi cho khách hàng khu vực miền Bắc. Với tinh thần hiếu khách Omotenashi nổi tiếng của người Nhật, chuỗi dịch vụ chuyên biệt đẳng cấp, cùng không gian trưng bày tiện nghi bậc nhất và tràn đầy cảm xúc, chúng tôi tin sẽ mang đến sự thoải mái và hài lòng cao nhất, cũng như thỏa mãn từng nhu cầu nhỏ nhất tới từng khách hàng. LEXUS mong muốn thử thách và sẽ không ngừng nỗ lực để trở thành thương hiệu xe sang số 1 tại Việt Nam trong thời gian tới- Ông Yoshihisa Maruta – Tổng Giám Đốc Công ty ô tô Toyota Việt Nam chia sẻ tại buổi họp báo giới thiệu đại lý LEXUS tại Hà Nội. ■



STAY

Creative Director | Trần Hoàng Anh
Photographer | Jundat
Model | Jeff Breuers (Tây Model Agency),
Kenneth Landgraf
Make-up | Cao Tuấn Đạt
Hair | Quốc Anh



Đếf I áo khoác, áo sơ mi in hoạ tiết,
quần khaki Dior Homme



Kenneth | Áo veston xanh, áo sơ mi, quần jeans, mắt kính và giày, Dior Homme

Jeff | Áo sơ mi vải thô, áo len khoác vai, quần khaki: Brunello Cucinelli, túi xách: Louis Vuitton.



Kenneth I Áo sơ mi trắng, quần jeans, Dior Homme
Balo: Louis Vuitton
Khăn: Totemism

Jeff I Áo khoác, áo sơ mi trắng, quần: Brunello Cucinelli
Khăn lụa: Etro

Kenneth | Áo len màu beige, quần
khaki, túi da đeo chéo: Dior Homme





Jeff | Áo khoác in hoạ tiết, mắt kính, quần jeans: Dior Homme

Kenneth | Áo sơ mi trắng, cà vạt in hoạ tiết, quần jeans: Dior Homme
Áo khoác đen: 3.1 Phillip Lim





Kenneth | Áo polo, sơ mi trắng, mắt kính, quần jeans,
giày thể thao: Dior Homme

Jeff | Áo sơ mi in họa tiết, quần khaki: Dior Homme
Áo gile đen: Dolce & Gabbana, balo Louis Vuitton



Jeff | Balo Louis Vuitton



Kenneth | Áo polo trắng, áo ghi lê xanh:
Brunello Cucinelli
Quần jeans: Dior Homme
Khăn cài túi: Totemism



Mövenpick

Hà Nội

Ngày Lễ tình nhân (14/02) năm nay, hãy đến khách sạn Mövenpick Hà Nội dự tiệc tối đặc biệt dành riêng cho các cặp tình nhân với giá chỉ 1.700.000VNĐ/ 02 người. Hãy cùng chia sẻ khoảnh khắc yêu thương với nửa kia của mình bằng một đêm nghỉ trong không gian riêng tư, lãng mạn tại phòng thượng hạng, được phục vụ miễn phí champagne và chocolate với giá chỉ 2.900.000VNĐ/đêm. Ngày 16 & 17/02, hãy cùng gia đình và bạn bè đến nhà hàng Mangosteens thưởng thức thực đơn đặc biệt Tết Sum Vầy để chào đón Tết Ất Mùi với các món truyền thống: Súp hải sản với gừng, ớt và nấm hương thái sợi, tôm sú hầm sốt nấm, gà cuộn hấp gừng sả,... với giá chỉ 420.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04. 3822. 2800.

InterContinental

Nha Trang

Từ ngày 22/01 – 24/02, sự kiện Culin's Art chính thức diễn ra tại khách sạn InterContinental Nha Trang. Đến với sự kiện này, nhiếp ảnh gia quốc tế Thierry Beyne được lựa chọn làm tâm điểm của triển lãm ảnh nghệ thuật kết hợp với chương trình Đại sứ ẩm thực của tập đoàn IHG. Trong thời gian diễn ra sự kiện, 21 tác phẩm nghệ thuật của Thierry được tạo dựng trong khuôn khổ và trưng bày theo chủ đề trên các phòng nền mang màu sắc tương phản tạo dấu ấn khó phai ngay lần đầu chạm mắt. Các bức ảnh chủ yếu xoay quanh chân dung con người hòa cùng vẻ đẹp thiên nhiên của Khánh Hòa. Cũng trong dịp này, nhà hàng Cookbook Café sẽ giới thiệu một thực đơn A La Cart gồm 11 món ăn độc đáo được chế biến từ những nguyên liệu tươi ngon nhất của địa phương bao gồm: nộm chuối tẩm bột chiên, tôm sú và hàu nướng sốt nấm, cá chẽm tẩm bột sốt tam vị,... Thông tin và đặt chỗ, vui lòng gọi: 058. 388. 7777.



Windsor Plaza

Hồ Chí Minh

Tháng 2 này, khách sạn Windsor Plaza mang đến nhiều lựa chọn thực đơn ngày Tết phong vị truyền thống và quốc tế, giúp thực khách ghi dấu thời khắc Xuân viên mãn bên gia đình và người thân. Trong suốt tháng 2, hãy cùng gia đình và bạn bè đến nhà hàng Café Central An Đông chào đón năm mới và thưởng thức những hương vị Tết truyền thống như bánh chưng, bánh tét, gà luộc, vịt quay, heo quay và nhiều món hải sản hấp dẫn; hoặc đến nhà hàng Ngân Đình thưởng thức các món ăn bổ dưỡng như: cá chình tiềm mạch đông Đảng sâm với giá chỉ 148.000VNĐ/người. Ngoài ra, nhà hàng Ngân Đình còn phục vụ thực đơn chọn món hảo hạng Thành Ý Mừng Xuân, Cá Yu Shang, Món Ăn Đoàn Viên, và Thực đơn mừng năm mới đặc biệt với giá chỉ 3.980.000VNĐ/bàn 10 người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3833 6688.



Boutique

Hội An

Chào đón năm mới 2015, khu nghỉ Boutique Hội An áp dụng nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn đến quý khách hàng. Theo đó, từ ngày 05/01 – 28/02, khách hàng sẽ được giảm giá 30% trên giá phòng công bố, khi đặt phòng 03 đêm liên tiếp tại website: www.boutiquehoianresort.com. Bên cạnh đó, khách hàng còn được tặng kèm nhiều dịch vụ miễn phí như: ăn sáng tự chọn cho hai người tại nhà hàng Le Café, miễn phí Wifi Internet, miễn phí tham quan phố cổ Hội An bằng xe buýt và xe đạp. Để đặt phòng hoặc biết thêm chi tiết, vui lòng liên hệ: reservation@boutiquehoianresort.com, hoặc gọi: 0510 3939 111.

Lotte Legend

Hồ Chí Minh

Từ ngày 13/2 – 01/3, khách sạn Lotte Legend Sài Gòn áp dụng chương trình ưu đãi gói phòng hấp dẫn dành cho người Việt Nam và người nước ngoài sống tại Việt Nam. Theo đó, khách hàng có thể tận hưởng những ngày nghỉ Tết đầy sáng khoái và thư giãn tại phòng Deluxe của khách sạn với giá chỉ 3.700.000VNĐ/đêm, dành cho 02 người, bao gồm: ăn sáng và ăn tối dành cho 02 người tại nhà hàng Atrium Café, giảm giá 10% cho tất cả các loại thức ăn và nước uống, miễn phí sử dụng hồ bơi, phòng tập thể hình, khu vui chơi trẻ em và phòng xông hơi. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08. 3823. 3333.



InterContinental

Hồ Chí Minh

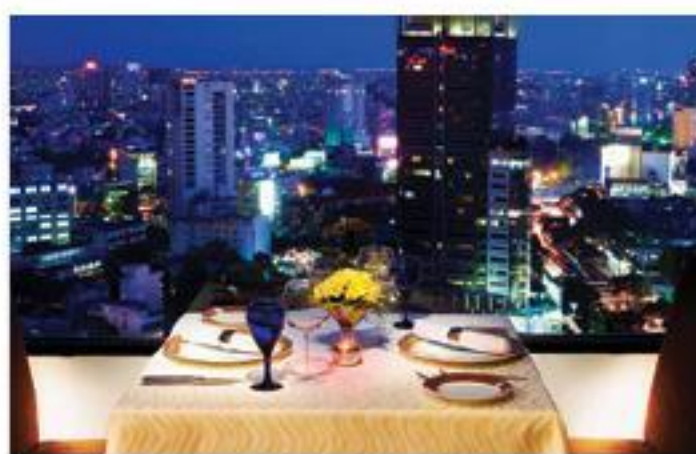
Tháng 2 này, hãy chào đón năm mới 2015 tại nhà hàng Yu Chu bằng món gỏi cá Yee-Sang - món ăn nổi tiếng thường được dùng vào dịp năm mới với ý nghĩa mang lại may mắn, thịnh vượng. Món gỏi cá đầy sắc màu này có giá từ 288.000VNĐ/phần (dành cho 2 người), 388.000VNĐ/phần (dành cho 6 người) và 688.000VNĐ/phần (dành cho 10 người). Cũng trong tháng 2, hãy tận hưởng không khí Tết truyền thống cùng những trải nghiệm tuyệt vời tại nhà hàng Market 39. Tại đây, thực khách sẽ được xem những màn trình diễn múa lân đặc sắc và thưởng thức ẩm thực truyền thống cũng như quốc tế như món: thịt kho hột vịt, các loại bánh truyền thống cùng nhiều món ngon khác với giá từ 498.000 - 1.488.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08. 3520. 9099.



Equatorial

Hồ Chí Minh

Từ nay đến 19/02, hãy đến khách sạn Equatorial Sài Gòn mang về những giỏ quà Tết dành tặng cho những người thân yêu của bạn nhân dịp năm mới này. Ngày Lễ tình nhân (14/02) năm nay, hãy đến nhà hàng Chit Chat thưởng thức tiệc buffet tình nhân ngọt ngào với giá chỉ 940.000VNĐ/ người, hoặc đến nhà hàng Orientica tham dự Dạ tiệc tình nhân và thưởng thức những món ăn thịnh soạn với giá chỉ 1.298.000VNĐ/người, hoặc đến Flo Bar thưởng thức trọn vẹn đêm Lễ tình nhân đáng nhớ với những ly cocktail tình yêu đúng điệu với giá chỉ 110.000VNĐ/ly. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08. 3839. 7777.



Sheraton

Hồ Chí Minh

Ngày Lễ tình nhân (14/02) năm nay, hãy đến nhà hàng Signature ngắm nhìn toàn cảnh thành phố về đêm và thưởng thức tiệc "Đêm tình nhân lãng mạn phong cách Paris" gồm nhiều món ngon như: hải tươi tươi sẫm banh thượng hạng, gan ngỗng áp chảo và nấm truffle, thăn bò Mỹ nướng,... với giá chỉ 1.900.000VNĐ/người. Hoặc đến nhà hàng Li Bai trải nghiệm đêm tiệc buffet thịnh soạn với thực đơn tình yêu đặc biệt dành riêng cho các cặp tình nhân như: cua lột chiên giòn với gỏi xoài, súp bào ngư hải sản, và chocolate ngọt ngào,... với giá chỉ 2.280.000VNĐ/02 người. Từ 19-25/02, đến nhà hàng Saigon Café chào đón năm mới và thưởng thức tiệc buffet đặc sắc với nhiều món mang đậm hương vị ngày Tết với giá từ 1.050.000 - 1.300.000VNĐ/người, với vang, trà và cà phê phục vụ không giới hạn. Đêm giao thừa (18/02) sẽ thêm phần đặc sắc với tiệc tự chọn chào đón Ất Mùi với nhiều món như: bánh chưng dưa món, thịt heo kho trứng và nước dừa non và chả giò đặc biệt ngày Tết. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08. 3827. 2828.



New World

Hồ Chí Minh

Ngày 13 và 14/02, hãy đến nhà hàng Parkview thưởng thức tiệc buffet đặc sắc dành riêng cho Lễ Tình Nhân. Tại đây, thực khách sẽ được khai tiệc với hải sản tươi sống như tôm hùm, tôm sú, sò điệp, hải sò, cùng nhiều món ngon khác với giá từ 610.000 - 910.000VNĐ/ người. Đặc biệt, các cặp đôi sẽ được tặng một ly vang sủi trước khi dùng bữa và một nhánh hồng đỏ cùng tấm hình kỷ niệm ngày Lễ Tình Nhân. Cũng ngày 13 và 14/02, nhà hàng Dynasty giới thiệu thực đơn sáu món dành cho hai người gồm tôm càng xanh chiên giòn dùng kèm nước sốt thơm, mì hột gà xào, và tráng miệng với chocolate trái tim với giá chỉ 1.200.000VNĐ/người. The Lounge cũng là địa điểm tuyệt vời cho buổi tối lãng mạn với tiệc buffet chocolate trong không gian được trang trí với hoa hồng và dương cầm. Cocktail hoặc mocktail có giá 300.000VNĐ/02 người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08. 3822. 8888.

Mövenpick

Hồ Chí Minh

Tháng 2 này, hãy đến khách sạn Movenpick Sài Gòn thưởng thức các món ngon Việt Nam với chủ đề Ẩm thực Việt Nam. Chủ đề này cũng là một trong số các chương trình ẩm thực các nước được thực hiện mỗi tháng tại nhà hàng Café Saigon, nơi những món ngon của các quốc gia được giới thiệu đến thực khách sành ăn. Tiệc tối tự chọn với các món ngon tại chính đất nước Việt Nam sẽ được phục vụ từ 6 - 9 giờ tối mỗi ngày với giá chỉ 799.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08. 3844. 9222, hoặc email: Hotel.saigon@moevenpick.com.



Renaissance Riverside

Hồ Chí Minh

Ngày Lễ Tình Nhân (14-15/02) năm nay, hãy đến nhà hàng Riverside Café tận hưởng khoảnh khắc lãng mạn bên người thương yêu của bạn và thưởng thức bữa tối thịnh soạn do các đầu bếp tài hoa của nhà hàng phục vụ với giá từ 1.300.000 - 2.400.000VNĐ/người, bao gồm: Chandon hồng, vang, bia, sodas và Valentine cocktail; hoặc đến nhà hàng Kabin thưởng thức những món Dim Sum ngon nhất thành phố trong khu cảnh lãng mạn nhìn xuống sông Sài Gòn. Tiệc Dim Sum tại Kabin có giá từ 700.000 - 800.000VNĐ/người. Ngày 18/02, hãy đến khách sạn đón Tết sum vầy và thưởng thức tiệc buffet tại nhà hàng Riverside Café với giá từ 900.000 - 1.100.000VNĐ/người; hoặc thưởng thức các món ngon như bò Mỹ, tôm hùm, ức gà,... tại Poolside với giá 1.900.000VNĐ/người. Trong tháng 2 này, khách sạn Renaissance còn nhiều chương trình ẩm thực hấp dẫn khác đang chờ đón bạn. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3822 0033.



HỘI HÈ MIỀN MAN

Cuối năm là thời điểm để mọi người ngồi lại cùng nhau, những bữa tiệc là điều không thể thiếu. Là một doanh nhân, việc có thể làm chủ các bữa tiệc và nắm các quy trình tổ chức các bữa tiệc là điều bắt buộc. Một vài gợi ý nhỏ dưới đây có lẽ sẽ giúp được bạn phần nào đó!



Tổ chức sự kiện chưa bao giờ là điều dễ dàng. Bạn sẽ phải chuẩn bị rất nhiều nhưng tất cả những gì bạn cần chuẩn bị sẽ trở thành con số không nếu buổi tiệc của bạn không được khách mời tới dự. Vậy, hãy làm mọi điều để những vị khách mời cảm thấy họ quan trọng và họ được trân trọng. Tuy nhiên, ngay cả trong trường hợp bạn gửi tới khách mời những tấm thiệp trang trọng nhất, cũng không có gì đảm bảo họ sẽ tới dự tiệc của bạn. Sẽ thế nào nếu trong một bữa tiệc tối trang trọng có những chỗ khuyết hoặc thậm chí là những bàn trống không có người ngồi? Để tránh tình trạng này, hãy mời khách trước ít nhất từ 01 tuần tới 10 ngày. Trước 05 ngày, hãy email và gọi điện yêu cầu xác nhận. Vào ngày diễn ra sự kiện, đừng ngại gọi điện nhắc họ tới tham dự buổi tiệc của bạn. Cùng với việc đó, hãy chuẩn bị một danh sách những khách mời dự bị để phòng trường hợp những vị khách nhận lời tham dự nhưng không thể tham dự vào phút cuối.

Xếp chỗ

Xếp chỗ là một nghệ thuật. Bạn có biết rằng Anna Wintour – tổng biên của Vogue Mỹ - từng đứng dậy bỏ về và không dự show diễn khi bị xếp chỗ ngồi cạnh biên tập viên của một ấn phẩm đối thủ. Tất nhiên, sẽ không nhiều vị khách Việt Nam có cách ứng xử này nhưng chắc chắn, bạn sẽ không muốn để họ có những ấn tượng không tốt về sự thiếu tinh tế của mình! Bên cạnh đó, cũng cần nhớ rằng mỗi người khách sẽ có những vị trí khác nhau trong xã hội. Bạn có định sắp xếp một nhân viên biên tập ngồi cùng bàn với các tổng biên? Liệu các CEO sẽ nghĩ gì khi bàn ăn của họ có một nhân viên cấp trung? Nghiên cứu kỹ thói quen, sở thích, vị trí của mỗi vị khách chính là điều bạn cần làm để có thể tạo ra ►



một bữa tiệc hoàn hảo. Tôi nhớ trong lần được mời tới London để dự bữa tiệc của Vertu tại Bảo tàng Hải dương học ở Greenwich, tôi đã được các nhân viên PR của hãng lịch thiệp nhờ trả lời một số câu hỏi để họ có thể tiện xếp chỗ và phục vụ những món ăn phù hợp nhất với thể trạng và tôn giáo (nếu có) của khách. Cũng đừng quên luôn sắp xếp một đại diện ngồi cùng bàn để tránh tạo cảm giác coi thường khách.

Trong trường hợp bạn là khách dự tiệc. Và bạn phải lựa chọn chỗ ngồi, điều đầu tiên bạn cần nhớ, bạn là ai và những vị khách ngồi cùng bàn bạn sẽ là ai. Một lần nữa, biên tập viên không thể ngồi cùng bàn của các CEO hoặc các Tổng biên tập. Nếu là một bữa tiệc mà bạn có thể tùy chọn chỗ ngồi, bạn cũng không thể theo cách “khách lấn chủ” ngồi vào vị trí đầu bàn. Nếu muốn lựa chọn chỗ ngồi đối diện, chiếu tướng với vị trí của chủ nhà, cũng cần nhớ bạn là ai, bởi vị trí đó không phải ai ngồi cũng được. Vị trí, chỗ ngồi đôi khi là cái bóng quá lớn mà bạn phải gánh. Một lựa chọn thông minh là ngồi ở bên tay phải của chủ nhà nhưng hãy nhớ càng ngồi gần vị trí của chủ nhà, bạn càng là người quan trọng. Vậy nếu không đủ quan trọng, đừng ngồi vị trí đó – hoặc ít nhất không ngồi vị trí đó nếu chưa xin phép chủ nhà.



Một số quy tắc bạn nên chú ý:

- Không được ngồi vào vị trí mà chủ nhà hoặc các thành viên quan trọng nhất lựa chọn – vị trí của chủ nhà thường ở đầu bàn. Một kỹ thuật là hãy làm như mãi mê với những cuộc chuyện trò – cho tới khi những nhân vật quan trọng nhất ổn định chỗ ngồi của họ.
- Những ông chủ lớn thường đi kèm trợ lý, bạn cũng không nên ngồi vào chỗ ngồi của họ. Vị trí của họ thường là sát bên phải của những vị khách quan trọng mà họ đi kèm.
- Đừng bao giờ để những vị khách quan trọng yêu cầu bạn chuyển chỗ ngồi - dù họ sẽ không bao giờ làm thế. Nếu họ nhìn bạn và hỏi: “Bạn có muốn ngồi đây không?” nhiều khả năng điều này đồng nghĩa với việc họ muốn bạn chuyển chỗ. Luôn để họ chọn chỗ ngồi trước và ngay kể cả khi họ mời bạn ngồi cạnh, hãy lịch thiệp hỏi xin phép họ để xác định việc họ thoải mái khi bạn ngồi cạnh.

Cocktail Party

Lời khuyên nếu bạn là khách mời: Đừng bao giờ một tay cầm ly vang, một tay lấy đồ finger food, sẽ thế nào nếu ai đó tới ►

và ngờ ý muốn bắt tay làm quen bạn. Ác mộng! Bạn sẽ làm gì với những que tăm, người tinh tế sẽ biết cách giải quyết chúng với một tấm giấy ăn.

Bên cạnh đó, dù là khách mời hay người tổ chức bữa tiệc, hãy nhớ rằng có 03 kiểu tiệc Cocktail Party. Một bữa tiệc Cocktail Party thực sự thường kéo dài 02 tiếng, bắt đầu từ 05 giờ chiều và kéo dài tới 7.0 giờ hoặc 7.30 tối. Bữa tối sẽ không bao giờ được phục vụ trong một bữa tiệc cocktail nhưng canapé sẽ được phục vụ trong suốt bữa tiệc. Đồ uống có cồn và không cồn đều được phục vụ trong tiệc này. Kiểu tiệc này linh hoạt nhất trong 03 kiểu tiệc và có phong cách từ casual tới trang trọng. Đừng quên nêu rõ yêu cầu trang phục trong bữa tiệc.

Cocktail buffet party thường kéo dài từ 06 giờ 09 các tối trong tuần. Buffet diner sẽ được phục vụ với các đồ ăn bằng bạc, bàn, ghế. Đồ ăn được phục vụ khá đa dạng và mục đích của những bữa tiệc này cũng đa dạng như giới thiệu một sản phẩm mới tới bày tỏ sự biết ơn. Trang phục yêu cầu luôn là lịch sự, trang trọng. Hãy chú ý tới những đồ ăn được phục vụ

Một vài điều cần nhớ khi tham dự Cocktail Party

- Giữ đồ uống bên tay trái để chắc chắn rằng cái bắt tay của bạn thực sự chắc chắn và tạo cảm giác thân mật đối với đối tác.
- Luôn cầm ly bên tay phải, bạn hẳn không muốn khiến người đối diện cảm giác nắm phải một con cá thu ướt và trơn lạnh (Business Etiquette For Dummies).

- Mặc dù một số người nói, bạn có thể tìm bàn để đặt đồ ăn xuống nhưng tôi không khuyến khích bạn làm điều này. Cocktail Party là nơi để chuyện trò nhiều hơn là để chứng minh mình là một giám khảo bí mật của ấn phẩm Michelin Guide.
- Dù thế nào đi nữa, tôi cũng không khuyến khích việc từ chối bắt tay trong những bữa tiệc cocktail. Bạn muốn biến mình thành kẻ thất bại ư khi tỏ ra lúng túng, rồi đẩy luống cuống gật đầu, mỉm cười và tệ hơn nữa là nhún vai với một tay là ly vang, một tay là đĩa thức ăn khi có ai đó muốn ngờ ý làm quen với bạn ư? Để tránh việc này, một bí mật nhỏ là hãy biết chọn thời điểm để chọn đồ ăn. Hãy chọn đồ ăn khi chắc chắn mọi người đang làm điều này. Hẳn nhiên, sẽ không một ai tới làm quen với bạn nữa khi cả hai tay họ còn đang bạn làm gì đó. ■





TOURBILLON

CUỘC CHƠI TIẾP TỤC

Sau khoảng hơn 200 năm, cơ chế giúp giảm thiểu ảnh hưởng trọng lực của trái đất lên đồng hồ tourbillon đang được các nhà chế tác đồng hồ lựa chọn làm tâm điểm cho cuộc đua mới. Và vô vàn những sáng tạo hay ho đang không ngừng được cho ra đời!



Thế giới sẽ mãi nhắc đến cái tên Abraham-Louis Breguet, bởi nhờ có ông những chiếc đồng hồ đang không chỉ chính xác hơn mà còn đang trở nên đẹp hơn. Cơ chế tourbillon do ông phát triển cách đây 200 năm cho tới nay vẫn không chỉ giúp những chiếc đồng hồ cơ của mỗi thương hiệu (chấp nhận trả phí bản quyền cho Breguet và đưa vào đồng hồ của mình) giảm thiểu những ảnh hưởng của trọng trường trái đất và nâng cao độ chính xác của đồng hồ; nó còn giúp cho các thương hiệu có được một nguồn cảm hứng để không ngừng thổi vào đó những sáng tạo, diễn giải những ý tưởng, nâng tầm và biến mỗi chiếc đồng hồ thành một tuyệt phẩm đo đếm thời gian – nơi cổ tay của bạn.

Với cấu tạo và thiết kế đặc biệt, tourbillon giống như một nơi mà từ đó các thương hiệu có thể thả hồ đưa ra các sáng tạo. Hãng Romain Jerome giới thiệu một mẫu đồng hồ có vỏ được cấu thành từ thép của vỏ tàu Titanic. Đồng hồ ẩn tượng với 02 tourbillon, một dành cho ban ngày và một dành cho thời gian ban đêm. Với tourbillon ban ngày, hãng cách điệu thành hình mặt trời. Trong khi đó, tourbillon ban đêm được hãng thiết kế cách điệu theo hình mặt trăng khuyết. Thú vị là tourbillon ban đêm sẽ chỉ chạy đúng 12 tiếng, và tourbillon ban ngày cũng chạy đúng 12 tiếng. Mỗi ngày lúc giờ chuyển sang 12 giờ đêm, tourbillon mặt trăng sẽ tự động được kích hoạt và hoạt động. Đến 12 giờ ngày hôm sau, tourbillon mặt trời sẽ tự động được kích

hoạt trong khi tourbillon mặt trắng sẽ dừng lại. Và như thế cái vĩnh hằng, cái vô định của thời gian, của vòng quay của mặt trăng, mặt trời được miêu tả trên mặt số của một mẫu đồng hồ gì sét.

Ngoài cái tên Romain Jerome, một danh sách các thương hiệu khác cũng đã giới thiệu các mẫu đồng hồ 02 tourbillon đầy ấn tượng và cũng không kém phần thú vị. Đó là Roger Dubuis với Excalibur Skeleton Double Flying Tourbillon. Mới đây nhất, thương hiệu này còn gây ấn tượng với mẫu đồng hồ Roger Dubuis Excalibur Quatuor. Mẫu đồng hồ này gồm 04 cái hồi (có tính năng như tourbillon nhưng không phải là tourbillon) được đặt ở 04 vị trí khác nhau. Đó là Cartier cũng với những mẫu đồng hồ double tourbillon đầy sáng tạo. Đó là ông vua của thế giới tourbillon Greubel Forsey (mặc dù Breguet là cha đẻ của tourbillon nhưng Greubel Forsey mới là vua của cơ chế này) với mẫu đồng hồ Double Tourbillon 30° Technique. Graff cũng có mẫu double tourbillon khá ấn tượng khi là sự kết hợp của ngành nghề chế tác kim hoàn với ngành nghề chế tác đồng hồ. Arnold & Son thì gây ấn tượng với mẫu đồng hồ double tourbillon bởi sự đơn giản mà thanh lịch.

Mặc dù Breguet là cha đẻ của cơ chế tourbillon và cho tới nay, mỗi thương hiệu muốn đưa cơ chế này vào đồng hồ của mình đều phải trả phí bản quyền cho hãng nhưng thực tế mỗi nhà chế tác đồng hồ luôn không ngừng sáng tạo với tourbillon. Một số thương hiệu thậm chí đã tiến một bước xa hơn trong việc đặt dấu ấn của họ với những sáng tạo với tourbillon. Girard-Perregaux nổi tiếng với việc đưa ra thiết kế tourbillon 03 cầu. Ngoài những mẫu đồng hồ tourbillon thiết kế 03 cầu cho chính thương hiệu, hãng đã kết hợp với Boucheron để giới thiệu mẫu những mẫu đồng hồ Cypris Tourbillon. Mẫu đồng hồ là sự kết hợp hoàn hảo giữa thiết kế tourbillon 03 cầu của GP với kỹ thuật chế tác đồ trang sức cao cấp của nhà Boucheron được thể hiện qua

chi tiết vỏ đồng hồ là hình ảnh con thiên nga được khảm nạm đá quý. Hay cũng với chi tiết tourbillon 03 cầu này, khi kết hợp với hình con vẹt ở mẫu đồng hồ đặc biệt Ladyhawke Tourbillon, Girard-Perregaux và Boucheron một lần nữa đã tạo ra một cái bắt tay lịch sử của ngành đồng hồ và trang sức.

Với sự tham gia của các thương hiệu thời trang, ngành đồng hồ đang có những chuyển biến lớn. Đặc biệt hơn nữa khi các thương hiệu thời trang không chỉ muốn giới thiệu những mẫu đồng hồ đơn thuần. Rất nhanh, họ nắm bắt được xu thế và sự bức thiết của việc cần đưa ra những mẫu đồng hồ có cơ chế phức tạp – mà tiêu biểu ở đây là tourbillon. Những cái tên có thể kể ra ở đây như Dior đã có mẫu đồng hồ tourbillon. Ralph Lauren cũng có đồng hồ tourbillon. Tuy nhiên, trong những cái tên này chỉ có Chanel là thực sự sáng tạo với cơ chế phức tạp này. Chanel giới thiệu mẫu đồng hồ Camélia Flying Tourbillon có cơ chế tourbillon được trang trí với hình bông hoa nhài – một trong những biểu tượng của Chanel – làm trung tâm. Với thiết kế này, cơ chế hoạt động của tourbillon sẽ phần nào đó được giấu ở phía dưới bông hoa không ngừng quay. Hay cũng vẫn là Chanel, Chanel đã giới thiệu mẫu đồng hồ J12 Flying Tourbillon. Tại chính giữa cơ chế tourbillon ở cọc chỉ giờ số 06 là một ngôi sao lấy cảm hứng từ ngôi sao chổi – một trong motif biểu tượng được đặc biệt yêu thích bởi Chanel. Cũng giống như bông hoa nhài ở mẫu Camélia Flying Tourbillon, ngôi sao ở mẫu đồng hồ J12 Flying Tourbillon cũng không ngừng quay và giấu phần nào đó cơ chế hoạt động phức tạp tourbillon phía dưới.

Không quá tập trung vào việc sử dụng những biểu tượng đã gắn liền với thương hiệu như một nguồn cảm hứng sáng tạo cho cơ chế tourbillon, Cartier trong những năm gần đây thực sự gây được ấn tượng với các mẫu đồng hồ tích hợp cơ chế flying tourbillon của mình. Có thể nói, cơ chế flying tourbillon của Cartier đang tự tạo cho mình được một chỗ đứng biểu tượng ►





với thương hiệu. Điểm thú vị của cơ chế flying tourbillon này của Cartier là nó mang đến cho mọi người một ý niệm mới về sự tự do, về sự thoát khỏi mọi ràng buộc, về sự vĩnh hằng của thời gian, của vũ trụ. Cơ chế tourbillon của đồng hồ không ngừng di chuyển trong lồng (cage) theo cách đặc biệt mà tin rằng ngay cả những chuyên gia sành sỏi nhất của ngành đồng hồ cũng phải đặt câu hỏi về sự diệu kỳ này.

Gần đây nhất, trong sự kiện SIHH thường niên của ngành đồng hồ, Richard Mille lấy được lòng những người phụ nữ quyền lực khi quyết định giới thiệu mẫu đồng hồ RM 19-02 Tourbillon Fleur. Điểm đặc biệt của mẫu đồng hồ này là cơ chế tourbillon được ẩn giấu phía bên trong một bông hoa, và cứ 05 phút, cánh hoa này sẽ mở ra và khép lại để lộ cơ chế hoạt động tourbillon ở bên trong. Trong trường hợp muốn xem trực tiếp ngay cách thức hoạt động của cơ chế, người đeo có thể ấn nút điều chỉnh tại vị trí cọc giờ số 09, các cánh của những bông hoa mộc lan sẽ hé mở. Một mẫu đồng hồ vô cùng đặc biệt, càng đặc biệt hơn khi nó có giới hạn chế tác cả thế giới chỉ khoảng 30 chiếc nhưng chiếc đồng hồ này có giá cũng rất đặc biệt vào khoảng \$1,3 triệu – chưa thuế! ■



HAUTE JOAILLERIE

Ngay cả những thương hiệu thời trang cũng đang hướng sự chú ý của mình sang lĩnh vực chế tác trang sức cao cấp. Ngành nghề chế tác thủ công đang thực sự tiến vào giai đoạn phục hưng?



Một chiếc đầm cao cấp Haute Couture – dù có thời gian thực hiện lên tới 700 giờ đồng hồ - chiếc đầm đó vẫn chỉ là một chiếc đầm. Và một chiếc đầm sẽ rất khó có thể chống chịu lại lực hao mòn của thời gian. Bởi vải vóc khác với kim loại và đá quý, vải vóc không phải là chất liệu có thể đi cùng năm tháng. Cái giá vài chục ngàn đô cho một chiếc đầm Haute Couture mặc nhiên trở thành điều không còn hợp lý trong những thời điểm kinh tế khó khăn.

Đây chính là lý do giải thích tại sao bên cạnh những bộ đầm Haute Couture cao cấp và xa hoa, các nhà giàu thế giới lại quan tâm tới những món trang sức Haute Joaillerie (Trang sức cao cấp) và đồng hồ khảm nạm kim cương tới vậy. Với họ, có rất nhiều ý nghĩa trong một món trang sức cao cấp. Nó là một món đồ biểu tượng cho quyền lực, sức mạnh, và cho địa vị xã hội. (Tất nhiên là vậy nếu bạn biết rằng một doanh nhân người Việt luôn xuất hiện với khoảng \$400.000 kim cương trong mỗi bữa tiệc cô tham dự.) Nó là một khoản đầu tư có thể giúp họ nhanh chóng lấy lại phần nào chi phí đã bỏ ra qua các phiên bán đấu giá. Nó cũng rất đẹp và có khả năng giúp họ trở nên đẹp và lộng lẫy hơn nữa trong các bữa tiệc xa hoa và đẳng cấp. Ngoài ra nó cũng có thể xem như món đồ thừa kế, gia bảo được lưu giữ từ thế hệ này qua thế hệ khác.

Tất nhiên, để có thể đạt được những yêu cầu trên một món trang sức phải thoả mãn điều kiện nó là một món trang sức Haute Joaillerie. Một món trang sức Haute Joaillerie cũng giống như một chiếc đầm Haute Couture phải được thực hiện hoàn toàn thủ công. Nhưng điểm khác biệt giữa một món trang sức Haute Joaillerie và một món đồ Haute Couture là mỗi sản phẩm Haute Joaillerie luôn có thời gian thực hiện kéo dài từ vài tháng tới hàng năm trời. Một sản phẩm Haute Joaillerie là đứa con chung của rất nhiều nghệ sỹ và nghệ nhân. Đó là các họa sỹ, các nhà thiết kế, các chuyên gia đá quý, các nghệ nhân kim hoàn, các nhà chế tác trang sức, các thợ cắt đá quý, thợ khảm nạm, thợ chạm khắc và thợ đánh bóng. Trong đó, không ít những người thợ có kinh nghiệm lên tới hàng chục năm. Đại diện của Van Cleef & Arpels từng chia sẻ với tôi rằng mỗi sản phẩm trang sức cao cấp của Van Cleef & Arpels có được thiết kế đẹp, bóng như vậy là nhờ có sự tham gia của những thợ đánh bóng các chi tiết với số kinh nghiệm lên tới 30 năm.

Cuộc đời của một món trang sức sẽ được bắt đầu từ những ý tưởng và những nét vẽ phác thảo. Không một món trang sức cao cấp nào có thể ra đời mà không có bản phác thảo. Các bản phác thảo này chính là thể hiện của những giấc mơ sáng tạo lên trang giấy. Từ những phác thảo này, các họa sỹ sẽ mất hàng giờ để hoàn thiện những bản phác thảo thành những bản vẽ chi tiết một món trang sức. Bản vẽ chi tiết này cần thể ►



hiện rõ hình dạng của món trang sức, màu sắc và cả bề mặt của món trang sức đó. Bước tiếp theo những nhà chế tác, nhà thiết kế sẽ cùng nhau xem xét nên áp dụng các kỹ thuật nào để thực hiện món đồ đó.

Trong phần lớn trường hợp, sẽ có một người thực hiện các mô hình bằng sáp để có thể có được hình dung tốt nhất về món trang sức. Điều này cũng giống như việc những chiếc đầm Haute Couture trước khi được may đo trên chất liệu thực cần được may trên những chất liệu vải giá rẻ. Hay người ta không cắt thẳng tấm vải để may những bộ bespoke suit mà họ sẽ cắt trước qua một tấm bìa. Khi những chi tiết bằng kim loại đã được thực hiện phần thô, các thợ khảm đá sẽ thực hiện và sau đó là công việc hoàn thiện cuối của các thợ đánh bóng.

Cần hiểu rằng với bất kỳ món đồ trang sức cao cấp Haute Joaillerie nào, ngoài ý tưởng, đá quý chính là linh hồn của món

trang sức đó. Các chuyên gia đá quý sẽ phải phân loại để chọn ra những viên đá tốt nhất, rồi đối chiếu với các tiêu chuẩn của từng nhà chế tác trang sức. Họ cũng phải hiểu rõ những thuộc tính ẩn của viên đá như quang ảnh bên trong, màu sắc, độ trong và độ thuần khiết. Một điểm quan trọng nữa, những viên đá được sử dụng phải hoàn toàn tự nhiên, không trải qua xử lý về nhiệt độ hoặc hoá học để có những thay đổi về màu sắc.

Những viên đá quý có tầm quan trọng tới mức, trong một số trường hợp khi chọn mua được một viên đá quý (ngọc quý), những nhà chế tác trang sức sẽ phát triển một thiết kế riêng cho viên đá đó. (Nhưng không phải lúc nào cũng có thể thực hiện được điều này do những viên đá quý hiếm thường không nhiều.) Đồng chủ tịch của Chopard, đồng thời là Giám đốc Nghệ thuật của thương hiệu Caroline Gruosi-Scheufele chia sẻ: “Thỉnh thoảng, tôi có thể mua một viên đá đặc biệt, rất truyền

cảm hứng. Trong trường hợp đó, viên đá sẽ trở thành ngôi sao và tôi sẽ tạo ra một món trang sức dựa vào viên đá. Trong một số trường hợp, nó diễn ra theo cách ngược lại: Tôi tạo ra một thiết kế và tìm kiếm những viên đá có thể giúp cho thiết kế đó trở thành hiện thực.”

Nhưng không phải lúc nào những viên đá hoàn hảo nhất cũng được chọn – có lẽ một phần lý do giải thích cho điều này vẫn bởi không dễ tìm được viên đá hoàn mỹ. Do đó lựa chọn của các thương hiệu thường là những viên đá thú vị, hay những viên đá có câu chuyện kể. Pierre Rainero, Giám đốc Hình ảnh, Chiến lược & Di sản của Cartier nhấn mạnh: “Làm việc với những viên đá đặc biệt là trọng tâm các sáng tạo trang sức cao cấp của Cartier. Tuy nhiên những viên đá được tìm kiếm nhiều nhất không phải là những viên đá có độ hoàn hảo đặc biệt cao mà là những viên đá có cá tính và có sức quyến rũ. Viên đá đó phải có một câu chuyện để kể. Cartier cũng có một quy trình thiết kế riêng: tất cả sẽ được bắt đầu với viên đá. Viên đá được lựa chọn sẽ quyết định tới thiết kế từ những đường thẳng tới những đường cong của thiết kế.” Theo ông Pierre, một thiết kế sẽ không được đưa ra nếu chưa sở hữu viên đá. ■



NEWS

Rolls-Royce

Ngày 08/01, Rolls-Royce Motor Cars chính thức giới thiệu BST xe đặc biệt mang tên Phantom Đông Sơn tại Tp.HCM. BST gồm 06 chiếc Phantom dành riêng cho thị trường Việt Nam, được lấy cảm hứng từ nền văn hóa và lịch sử của người Việt cổ. Mỗi chiếc Phantom đều sở hữu một tên gọi và ý nghĩa riêng như: Lửa Thiêng - lấy cảm hứng từ truyền thuyết Lạc Long Quân và hình ảnh ngọn lửa linh thiêng; Thủy Triều - lấy cảm hứng từ nghề đánh cá truyền thống của người Việt; Thần Núi - lấy cảm hứng từ truyền thuyết Sơn Tinh - Thủy Tinh; Ngân Vũ - lấy cảm hứng từ niềm tin dân gian vào mưa rơi là biểu hiện của sự may mắn và những điều tốt đẹp; Phù Sa - lấy cảm hứng từ truyền thống nghề làm nông của người Việt; và Mẹ Âu Cơ - lấy cảm hứng từ truyền thuyết tổ mẫu Âu Cơ và tổ tiên người Việt.



Chevrolet

Ngày 19/01, Công ty TNHH General Motors Việt Nam (GM Việt Nam) chính thức ra mắt bốn phiên bản của dòng xe Chevrolet Colorado, gồm: Chevrolet Colorado LTZ 2.8L AT 4x4, Chevrolet Colorado LTZ 2.8L MT 4x4, Chevrolet Colorado LT 2.5L MT 4x4 và Chevrolet Colorado LT 2.5L MT 4x2. Được trang bị khối động cơ tăng áp Duramax thế hệ 2 của dòng động cơ diesel Mỹ huyền thoại, Chevrolet Colorado mang đến sức mạnh động cơ từ mức khởi điểm là 2.5L MT 4x2 cho đến mức cao nhất 2.8L AT 4x4. Nhằm quảng bá những phiên bản Chevrolet Colorado mới, GM Việt Nam sẽ tổ chức một chương trình roadshow tại những thị trường trọng điểm như Hà Nội, Lào Cai, Quảng Ninh, Hải Phòng, Ninh Bình, Đắk Lắk, Biên Hòa, Bình Dương, Tp.HCM và Cần Thơ. Theo đó, từ ngày 19/1 đến 28/2, những khách hàng đặt mua Chevrolet Colorado mới sẽ nhận được ưu đãi đặc biệt từ GM Việt Nam.

Hương vị tuyệt hảo

Sau hơn 3 tháng tranh tài của 12 nhà hàng đến từ 2 miền Nam - Bắc, 2 nhà hàng xuất sắc nhất đại diện cho 2 miền là Pullman Sài Gòn và Fortuna Hà Nội chính thức bước vào vòng thi chung kết chương trình Hương Vị Tuyệt Hảo. Tại đây, các nhà hàng đã mang đến những nét mới lạ trong ẩm thực, nhằm giới thiệu đến những giám khảo một trải nghiệm hoàn toàn mới khi kết hợp cùng loại mạch nha đơn 18 tuổi tuyệt hảo, êm dịu của vùng Glen Ord. Trong cuộc thi chung kết, bằng cách kết hợp không khí giao mùa của Hà Nội với phong cách ẩm thực Nhật Bản vào thực đơn, Fortuna Hà Nội mang đến một màn trình diễn nghệ thuật ngoạn mục và giành chiến thắng với danh hiệu Hương Vị Tuyệt Hảo. Đặc biệt, góp mặt tại chương trình Chung kết Giải thưởng Hương Vị Tuyệt Hảo là hơn 40 doanh nhân, nhà báo và nghệ sĩ thành đạt.



Lexus

Ngày 19/01, Lexus Việt Nam chính thức ra mắt đại lý chính hãng thứ hai tại Việt Nam - Lexus Thăng Long. Với diện tích xây dựng là 2.300 mét vuông trên tổng diện tích 9.000 mét vuông, Lexus Thăng Long là đại lý 3S (bán hàng, dịch vụ, phụ tùng chính hãng) thứ hai



của Lexus tại Việt Nam, hứa hẹn mang đến cho khách hàng ở Hà Nội và khu vực phía Bắc những trải nghiệm hoàn hảo từ khâu Bán hàng, Dịch vụ đến Chăm sóc khách hàng theo chuẩn mực mới về dịch vụ cao cấp mà Lexus đã và đang nỗ lực thiết lập tại Việt Nam. Được phát triển theo tiêu chuẩn của Lexus toàn cầu với ý tưởng lấy khách hàng là trung tâm, từng chi tiết, từng khu vực, từng quy trình tại Lexus Thăng Long đều được chau chuốt kỹ lưỡng nhằm mang lại những trải nghiệm tuyệt vời nhất cho khách hàng theo đúng tinh thần hiếu khách Omotenashi nổi tiếng của người Nhật.

Brandt

Bien aujourd'hui, bien demain.

BONJOUR! VIET NAM



THIẾT BỊ GIA DỤNG SỐ 1 TẠI PHÁP



Cùng với sự phát triển của xã hội, người tiêu dùng ngày càng khó tính hơn khi chọn lựa những thiết bị gia dụng cho ngôi nhà của mình, đặc biệt là không gian bếp. Ngoài yếu tố đáp ứng yêu cầu khắt khe về chất lượng, các thiết bị cần hài hòa với kiến trúc tổng quan, tạo được nét tinh tế, đồng bộ nhưng riêng biệt cho từng không gian bếp. Đó chính là lý do ngày càng nhiều người tiêu dùng đã lựa chọn những dòng thiết bị thông minh, ưu việt đến từ những nước phát triển ở châu Âu như Tây Ban Nha, Pháp, vốn là những quốc gia khó tính nhất trên thế giới trong việc sáng tạo và phát triển công nghệ. Mới đây, thông qua công ty Tristar Việt Nam, thêm một thương hiệu thiết bị gia dụng cao cấp số 1 tại Pháp đã xuất hiện tại thị trường Việt Nam với tên gọi Brandt đã mang đến nhiều lựa chọn hơn cho khách hàng.

Tại buổi lễ giới thiệu thương hiệu thiết bị gia dụng cao cấp Brandt tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh do Công ty Tristar tổ chức, người tiêu dùng đã có cơ hội chiêm ngưỡng và trải nghiệm những tiện ích và tính năng độc đáo của các sản phẩm đến từ thương hiệu này như: Bếp cảm ứng từ, máy hút mùi, lò nướng, lò vi sóng, lò hấp, máy rửa bát, máy giặt, tủ lạnh, tủ rượu... và đã không khỏi bất ngờ, thích thú khi khám phá những điểm ưu việt mà sản phẩm Brandt mang lại.

Brandt luôn đặt con người là trung tâm và trân trọng giá trị nhân văn trong từng thiết kế. Đó là lý do tại sao những thiết kế của Brandt luôn hướng tới tính hiệu quả và thông minh.

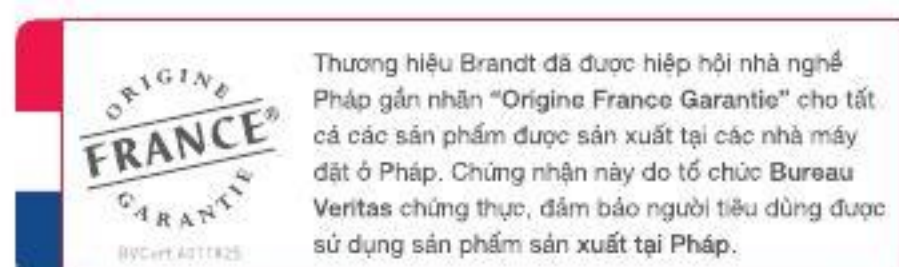
Tính sáng tạo, tiên dụng và bền bỉ trong từng sản phẩm của Brandt chính là giải pháp đáp ứng nhu cầu hàng ngày của người sử dụng, biến công việc bếp núc trở nên dễ dàng và thư giãn hơn bao giờ hết. Brandt có lịch sử lâu đời từ năm 1902 và với hơn 100 năm phát triển, Brandt đã trở thành một trong những thương hiệu thiết bị gia dụng số

1 tại Pháp và nhiều nước trên thế giới. Có thể nói, Brandt là thương hiệu tiên phong trong lĩnh vực nấu nướng bằng trực giác với công nghệ CYCLIC- công nghệ độc quyền chỉ bằng cái chạm nhẹ cho phép người dùng dễ dàng điều khiển mức công suất nấu. Thương hiệu Brandt cũng đã được hiệp hội nhà nghề Pháp gắn nhãn Origine France Garantie cho tất cả các sản phẩm được sản xuất tại các nhà máy đặt ở Pháp. (chứng nhận này do tổ chức Bureau Vertias chứng thực, đảm bảo người tiêu dùng được sử dụng sản phẩm sản xuất tại Pháp).

Nhân dịp ra mắt tại thị trường Việt Nam, công ty Tristar- đơn vị phân phối độc quyền sản phẩm Brandt đã mang đến cho người tiêu dùng một chương trình khuyến mãi hấp dẫn với tên gọi Bonjour Viet Nam! – Xin chào Việt Nam!. Chương trình được áp dụng từ ngày 6/01/2015 đến ngày 15/2/2015. Thông qua chương trình khuyến mãi này, người tiêu dùng yêu thích thương hiệu thiết bị gia dụng cao cấp số 1 tại Pháp sẽ có cơ hội sở hữu nhiều sản phẩm với mức giá hấp dẫn kèm quà tặng giá trị.

Chương trình khuyến mãi Bonjour Viet Nam! của Brandt đã mang đến cho người tiêu dùng những lợi ích thực sự thiết thực khi mà nhu cầu mua sắm các thiết bị gia dụng phục vụ gia đình trong dịp tết cổ truyền của người Việt Nam đang đến rất cận kề. Để có thể tận hưởng cơ hội mua sắm thiết bị nhà bếp cao cấp trong chương trình khuyến mãi này của Brandt, người tiêu dùng có thể đến tất cả các Showroom, Đại lý giới thiệu sản phẩm của Brandt trên toàn quốc.

Chi tiết chương trình khuyến mãi vui lòng vào trang web: www.brandt.com.vn hoặc xem cuốn Cẩm nang Khuyến Mãi Brandt được phát hành rộng rãi trên toàn quốc.



BRANDT.COM.VN



Hà Nội:

Villa B24 – Trung Hòa – Nhân Chính
Điện thoại: 04. 3726 0276

Đà Nẵng:

125 Điện Biên Phủ - Phường Thanh Khê
Điện thoại: 0511. 3645144

TPHCM:

307H Nguyễn Văn Trỗi – Phường 1 – Quận Tân Bình
Điện thoại: 08. 3844 9665



Shiseido

Thương hiệu mỹ phẩm Shiseido vừa giới thiệu sản phẩm mới Shiseido Bio Performance Glow Revival Serum. Sản phẩm mới này được chiết xuất từ Keihi có khả năng giúp điều trị sự thất thoát trong hệ thống chuyển hóa đường chất và tăng cường quá trình hoạt động để làn da dễ dàng tiếp nhận chất dinh dưỡng. Hơn nữa, với chiết xuất từ men bia (Super bio-yeast), Shiseido Bio Performance Glow Revival Serum giúp da đàn hồi, duy trì độ ẩm, khôi phục nét săn chắc, mịn màng cho làn da. Các thành phần trong Bio Performance Glow Revival Serum sẽ giải quyết các vấn đề về da trong thời kỳ tiền lão hóa như đường nhăn, sạm màu, lỗ chân lông lớn, chùng da,... Với Shiseido Bio Performance Glow Revival Serum, làn da không chỉ toả sáng mà còn sở hữu vẻ đẹp toàn diện từ sâu bên trong và từ mọi góc nhìn, mang lại vẻ rạng ngời, toả sáng cho nhan sắc phụ nữ.

Toyota

Vừa qua, công ty ô tô Toyota Việt Nam (TMV) chính thức thông báo, tháng 12/2014, doanh số bán hàng của TMV (bao gồm cả Toyota và Lexus) đạt 4.773 xe, tăng 19% so với năm 2013. Trong đó, các mẫu xe Toyota đạt 4.714 xe: thị trường miền Bắc tiêu thụ 2.302 xe (chiếm 49%), thị trường miền Trung tiêu thụ 694 xe (chiếm 15%) và thị trường miền Nam tiêu thụ 1.718 xe (chiếm 36%). Bên cạnh đó, doanh số bán hàng các mẫu xe Lexus trong tháng 12 đạt 59 xe, nâng doanh số bán hàng các mẫu xe Lexus đạt tổng số 385 xe sau 1 năm Lexus chính thức ra mắt thị trường Việt Nam. Như vậy, tính chung cả năm 2014, doanh số bán hàng của Toyota và Lexus đạt mức kỷ lục mới với 41.205 xe được bán ra thị trường, tăng 24% (tương đương 7.917 xe) so với năm 2013.



Silk Path Hà Nội

Khách sạn Silk Path Hà Nội mới đây được công nhận là khách sạn sang trọng và tốt nhất cho gia đình năm 2014 (Best Family Luxury Hotel) tại Việt Nam, thuộc hệ thống giải thưởng Khách sạn sang trọng thế giới (World Luxury Hotel Awards), giải thưởng uy tín nhất trong ngành du lịch khách sạn. Giải thưởng khách sạn sang trọng thế giới được thành lập năm 2006 nhằm vinh danh các khách sạn với dịch vụ xuất sắc chia theo 50 hạng mục khác nhau. Giải thưởng này được bình chọn hàng năm bởi các trung tâm du lịch lữ hành và khách du lịch.

Shu Uemura

Năm 2015, Shu Uemura cho ra đời bộ đôi sữa dưỡng da và kem dưỡng da Tsuya skin. Tsuya skin được biết đến là dòng sản phẩm diệu kỳ, đánh thức vẻ rạng rỡ, tái kích hoạt công tác năng lượng trẻ trung cho làn da, mang đến cho phái đẹp giải pháp hoàn thiện cho một làn da tươi trẻ, mịn màng như men sứ. Với sự kết hợp tinh túy của chiết xuất hạt dẻ và sữa ong chúa, bộ đôi sữa dưỡng da và kem dưỡng da tươi trẻ Tsuya skin còn giúp tăng cường vẻ rạng rỡ và độ đàn hồi cho da, các nếp nhăn giảm đi trông thấy, đồng thời mang lại hiệu quả trang điểm ấn tượng nhất trên làn da mịn mượt hoàn hảo. Kem dưỡng da Tsuya skin 50ml có giá 2.1 triệu đồng và sữa dưỡng da Tsuya skin 75ml có giá 1.8 triệu đồng.



Lexus



Ngày 19/01, Lexus Việt Nam chính thức ra mắt đại lý chính hãng thứ hai tại Việt Nam - Lexus Thăng Long. Với diện tích xây dựng là 2.300 mét vuông trên tổng diện tích 9.000 mét vuông, Lexus Thăng Long là đại lý 3S (bán hàng, dịch vụ, phụ tùng chính hãng) thứ hai của Lexus tại Việt Nam, hứa hẹn mang đến cho khách hàng ở Hà Nội và khu vực phía Bắc những trải nghiệm hoàn hảo từ khâu Bán hàng, Dịch vụ đến Chăm sóc khách hàng theo chuẩn mực mới về dịch vụ cao cấp mà Lexus đã và đang nỗ lực thiết lập tại Việt Nam. Được phát triển theo tiêu chuẩn của Lexus toàn cầu với ý tưởng lấy khách hàng là trung tâm, từng chi tiết, từng khu vực, từng quy trình tại Lexus Thăng Long đều được chau chuốt kỹ lưỡng nhằm mang lại những trải nghiệm tuyệt vời nhất cho khách hàng theo đúng tinh thần hiếu khách Omotenashi nổi tiếng của người Nhật.

Royal Selangor

VietinBank Gold & Jewellery chính thức trở thành đại lý phân phối dòng sản phẩm quà tặng và vật phẩm cao cấp thương hiệu Royal Selangor tại Việt Nam. Thành lập từ năm 1885, Royal Selangor là thương hiệu cao cấp đến từ Malaysia, là tập đoàn lớn nhất thế giới chuyên sản xuất các sản phẩm từ hợp kim thiếc với thiết kế độc đáo và tay nghề chế tác tinh xảo. Những nét đặc sắc, sự đa dạng của các nền văn hóa, con người và thiên nhiên trên thế giới đã được đưa vào trong thiết kế của Royal Selangor để tạo nên những sản phẩm tinh tế, đẳng cấp nhưng vẫn mang tính khả dụng cao. Các sản phẩm Royal Selangor đã có mặt tại nhiều quốc gia trên thế giới và hiện đang được trưng bày tại hệ thống showroom của VietinBank Gold & Jewellery.



BMW

16.01.2015. Việt Nam. Euro Auto – nhà nhập khẩu chính thức 02 thương hiệu xe hơi BMW và MINI tại Việt Nam, hôm nay đã tổ chức Lễ bốc thăm trúng thưởng chính thức cho tất cả khách hàng mua xe BMW & MINI, đáp ứng đầy đủ điều kiện hợp lệ của chương trình khuyến mãi “Xe sang đi trước. Lộc lướt theo sau”, được áp dụng trong giai đoạn từ 09.10.2014 đến hết ngày 29.12.2014.

STOCKIST

Fashion

Akris (Runway Boutique)

Tel: 04.3938 6260 -
08.3993 9988
www.akris.ch

Balenciaga (Runway Boutique)

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

Bally Store

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

Bentley Store

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

Bốn Mùa Boutique

Tel: 04.3826 02214 -
08.3993 9888

Burberry Store

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

Calvin Klein Store

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

Canali Store

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

Cartier Store

Tel: 08.3521 0369
www.cartier.com

Céline (Runway Boutique)

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

Chanel Store

Tel: 08.3823 9140
www.chanel.com

Chloé (Runway Boutique)

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

Christian Dior Store

Tel: 04.3824 3333
www.dior.com

Givenchy (Runway Boutique)

Tel: 08.38241914
www.givenchy.com

Hermès Store

Tel: 04.3936 9126
www.hermes.com

Hugo Boss Store

Tel: 08.3823 9910
www.hugoboss.com

I'm Isola Marras (Runway Boutique)

Tel: 04.3938 6260 -
08.3993 9988
www.antoniomarras.it

Kenzo Store

Tel: 04.3936 6672
www.kenzo.com

Lacoste Store

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

Louis Vuitton Store

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

Montblanc Store

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

Maison Martin Margiela (Runway Boutique)

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

Rimowa Store

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

Runway Boutique

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

Ralph Vaessen (Miluxe Boutique)

Tel: 04. 3934 8989 -
08. 3932 5925
www.ralphvaessen.com

Rock Port Store

Tel: 098 320 0210
www.rockport.com

Salvatore Ferragamo Store

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

Saint Laurent (Runway Boutique)

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

Stella McCartney (Runway Boutique)

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

S.T.Dupont Boutique

Tel: 04. 3824 2503
www.st-dupont.com

The Row (Runway Boutique)

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

Valentino Store

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

Versace Store

Tel: 08.3993 9003
www.versace.com

Tháng tới

HÀNG HIỆU 2014 - 2015

1. Vẻ đẹp của cái Chết 2. Radical Nudes
3. Đây là Brisbane



WATCHOUT



TRIỂN LÃM BJÖRK @ MoMA

8/3 – 7/6 2015

Viện Bảo tàng nghệ thuật đương đại MoMA sẽ giới thiệu triển lãm tóm tắt sự nghiệp 20 năm qua của Bjork, ca sỹ, nhà soạn nhạc và nghệ sỹ nổi tiếng trên toàn cầu. Cuộc triển lãm quy mô này sẽ lấy cảm hứng từ hàng loạt dự án táo bạo và vô cùng phiêu lưu của cô qua 07 album từ Debut (1993) cho tới Biophilia (2011). Nổi bật qua nhiều góc cạnh của nghệ thuật, Bjork được biết đến với một phong cách mới lạ trong âm nhạc, qua hình ảnh độc đáo của bản thân người nghệ sỹ hay hình ảnh của album, concert và nhạc cụ mà cô lựa chọn. Nổi bật hơn cả là trang phục trong những buổi biểu diễn của cô. Nghệ thuật sắp đặt tại viện bảo tàng MoMA sẽ là thuyết minh về tiểu sử có thật cũng như trong trí tưởng tượng do chính Bjork và nhà văn danh tiếng người Iceland, Sjón thực hiện. Hàng loạt những dự án Bjork cộng tác với các nhà quay phim, nhiếp ảnh gia, thiết kế thời trang và các nghệ sỹ khác cũng sẽ được giới thiệu. Đặc biệt hơn, cuộc triển lãm sẽ được xây dựng với những trải nghiệm vô cùng khác thường bởi đạo diễn Andrew Thomas Huang và thương hiệu thiết kế 3-D hàng đầu Autodesk.



STOCKIST

Watch

Chopard Boutique

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

Luxury Saigon Boutique

Tel: 08. 6681 1763
www.luxurysaigon.vn

Miluxe Boutique

Tel: 04. 3934 8989 -
08. 3932 5925
www.miluxe.com

Rolex Store

Tel: 08.3823 0455
www.rolex.com

Sarpaneva

(Miluxe Boutique)
Tel: 04. 3934 8989 -
08. 3932 5925
www.sarpanevawatches.com

Tissot Store

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

Titoni (Cititime Boutique)

Tel: 0938 208 201 -
08. 3936 9038
www.cititime.com.vn

Cellphone

Mobiado (Miluxe Boutique)

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

Tag Heuer Store

Tel: 08.3825 6501
www.tagheuer.com

Vertu Store

Tel: 04.2123 6666
www.vertu.vn

Car/Motobike

Ford Showroom

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

Piaggio Showroom

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

Hitech

Bang & Olufsen

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

Leica (Miluxe Boutique)

Tel: 04. 3934 8989 - 08. 3932 5925
www.leica-camera.com

Cosmetics

Shiseido Showroom

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

Furniture

Christopher Guy Showroom

Tel: 04. 6262 0116 -
08. 3936 9228
www.christopherguy.com

Munchen Showroom

Tel: 097 389 9669
www.munchen.com.vn

Hotel/Resort

Alma Courtyard

Tel: 0510 3917 349
www.almacourtyardhoian.com

Equatorial

Tel: 08. 3839 7777
www.hotel-equatorial-hcmc.com

Fortuna Hotel Hanoi

Tel: 04. 3831 3333
www.fortuna.vn

Fusion Maia resort

Tel: 0511 3967 999
www.maiadanang.fusion-resorts.com

Hanoi Daewoo Hotel

Tel: 04. 3831 5000
www.daewoohotel.com

Hotel Nikko Saigon

Tel: 04. 3822 3535
www.hotelnikkohanoi.com.vn

Hotel Nikko Saigon

Tel: 08. 3925 7777
www.hotelnikkosaigon.com.vn

Hyatt Regency Danang Resort & Spa

Tel: 0511 3981 234
www.danang.regency.hyatt.com

InterContinental :

Asiana Saigon

Tel: 08. 3520 9999
www.intercontinental.com

InterContinental Danang

Sun Peninsula Resort
Tel: 0511 3938 888
www.intercontinental.com

InterContinental

Hanoi Westlake

Tel: 04. 6270 8888
www.intercontinental.com

Park Hyatt Saigon Hotel

Tel: 08. 3824 1234
www.saigon.park.hyatt.com

Renaissance Riverside Hotel Saigon

Tel: 08. 3822 0033

Sheraton Hanoi

Tel: 04. 3719 9000
www.sheratonhanoi.com

Sheraton Nha Trang Hotel & Spa

Tel: 058 3880 000
www.sheratonnhatrang.com

Sheraton Saigon Hotel & Towers

Tel: 08. 3827 2828
www.sheratonsaigon.com

Six Senses Hideaways Ninh Van

Tel: 058 3728 222
www.sixsenses.com

Sofitel Legend

Metropole Hanoi

Tel: 04. 3826 6919
www.sofitel-legend.com

Sofitel Plaza Hanoi

Tel: 04. 3823 8888
www.sofitel.com

Sofitel Saigon Plaza

Tel: 08. 3824 1555
www.sofitel.com

ĐÓN ĐỌC STYLE

SỐ THÁNG 01-02



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



NEW RAINBOW

Rực rỡ năm mới với Valentino.

Mẫu túi Valentino Rockstud này đã trở thành lựa chọn được ưa chuộng trong một thời gian dài và nằm trong “Wish List” những thiết kế được nhiều người mơ ước.

Tuy nhiên, không có dấu hiệu nào cho thấy, mong muốn dành cho mẫu túi này sẽ giảm nhiệt trong thời gian tới. Đối với một thương hiệu không có nhiều đồ phụ kiện như Valentino của 10 năm trước, sự thành công của Rockstud dường như là đột phá lớn.

Điểm đặc trưng của Rockstud là những màu sắc mới mẻ, các sọc cầu vồng được làm nổi bật và thay đổi bằng mảng bóng cũng sẽ được thử nghiệm trong những mẫu mới, từ bucket bag tới mini flap. Hoa tiết bướm camo, lần đầu tiên sẽ được giới thiệu trong BST mùa Thu, và tất nhiên sẽ xuất hiện trong cả BST mùa Xuân, và một số vật trang trí hình bộ hung và đinh đá sẽ được ra mắt.

ROTARY

EST IN SWITZERLAND 1895 - WATERPROOF



**SWISS
MADE**

KHÁNG NƯỚC
BƠI LẶN CẢ NGÀY

BẢO HÀNH
TRỌN ĐỜI

www.rotarywatches.com

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

SHOPS: **Saigon** • **Maximark** 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991) • **Vincom Center** 216 Võ Văn Ngân, Q.TĐ (37223433) **Hà Nội** • **Lotte Center** 54 Liễu Giai, Q.BĐ (32676555) • **Big C** Thăng Long 222 Trần Duy Hưng, Q.CG (37833960) • **Duy Anh Watch** 7 Hàng Khay, Q.HK (66566660) **Vinh** • **Big C Vinh** 2 Quang Trung (3596226) **Đà Nẵng** • **Big C** Vinh Trung Plaza 225-227 Hùng Vương (3666066) • **Indochina Riverside Mall**, Tầng trệt, 74 Bạch Đằng (3815268) **Nha Trang** • **Nha Trang Center** 20 Trần Phú (6516666) - **SERVICE CENTERS:** • **Sun Wah** Tower 115 Nguyễn Huệ, Q.1 (3821 9279) • **Maximark** 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991)

NO. 1 BRAND IN FRANCE

Brandt

Bien aujourd'hui, bien demain.

THIẾT BỊ
GIÁ DÙNG
SỐ 1 TẠI
PHÁP



KHUYẾN MẠI LỚN
BONJOUR!
VIET NAM



Thương hiệu Brandt đã được hiệp hội nhà nghề Pháp gán nhãn "Origine France Garantie" cho tất cả các sản phẩm được sản xuất tại các nhà máy đặt ở Pháp. Chứng nhận này do tổ chức Bureau Veritas chứng thực, đảm bảo người tiêu dùng được sử dụng sản phẩm sản xuất tại Pháp.



 **tristar**

GROUPE BRANDT
Locataire-gérant
89/91, boulevard Franklin Roosevelt
92500 Rueil-Malmaison
FRANCE

Villa B24 Trung Hoa - Nhan Chinh,
Nguyen Thi Dinh St., HANOI
04-37260276

125 Dien Bien Phu St.,
Thanh Khe Dist., DANANG
0511-3645144

307H Nguyen Van Troi St.,
Tan Binh Dist., HCM
08-38449665

BRANDT.COM BRANDT.COM.VN

 **Care 1900 55 88 85**