

HÀNG HIỆU

THE REFINED

**PETER
BONAC**

NHÀ DU-HÀNH-NGHỆ-SỸ
CỦA THẾ GIỚI CƠ KHÍ

**WALK
YOUR WAY**
SÁNG TẠO LÀ VÔ HẠN

RUBY
CHẤT LIỆU XA XỈ

TIMELESS
CARTIER

EXOTIC CARS
ĐỊNH NGHĨA SIÊU XE

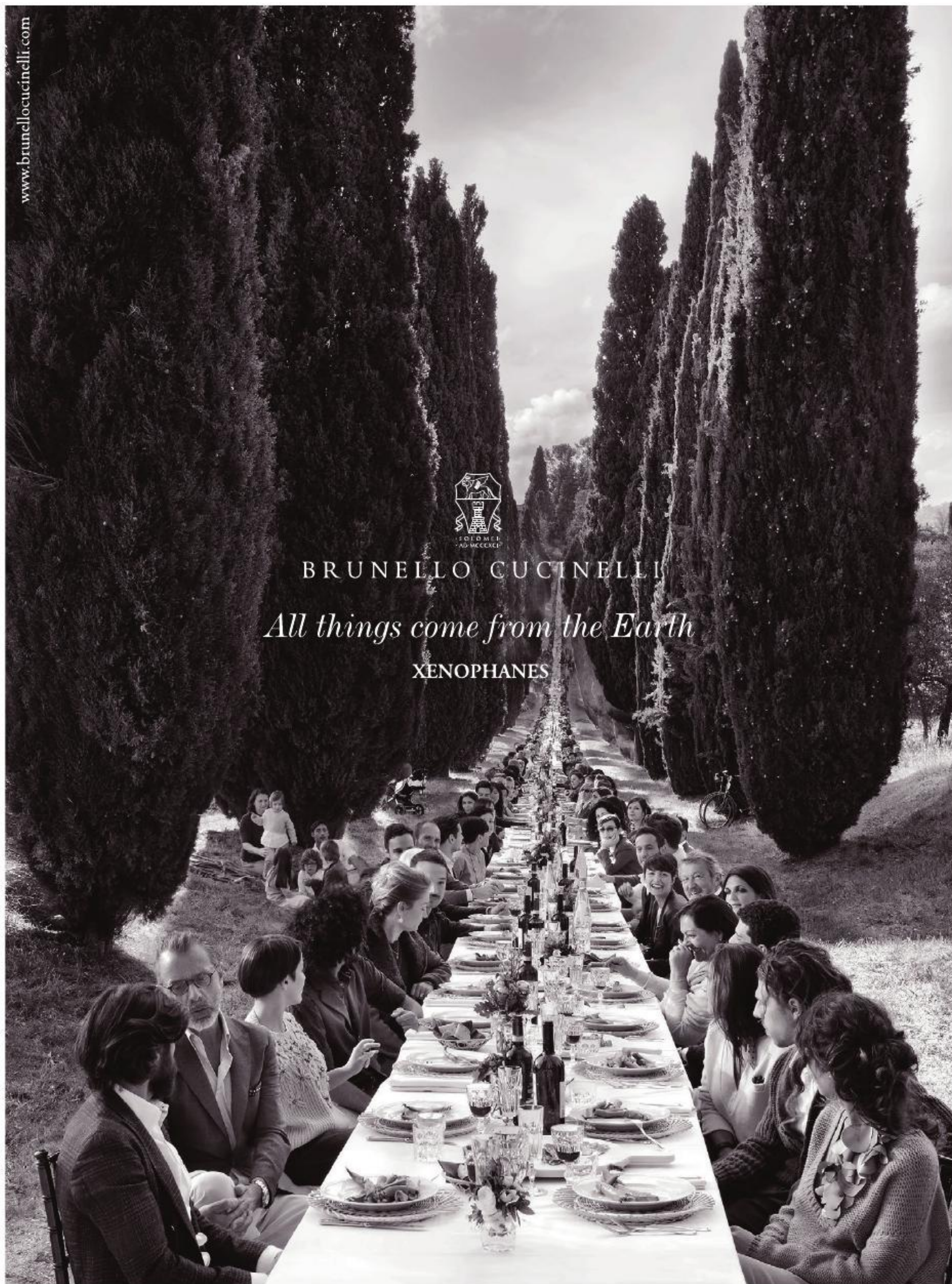




BRUNELLO CUCINELLI

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



CỔ MÁY KIỆT XUẤT

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

Điện thoại Vertu Signature Touch mới

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

TP.HCM:

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

Hà Nội:

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

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

VERTU

HANDMADE IN ENGLAND

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN / PUBLICATION MANAGER

GĐ - Nhà văn NGUYỄN TRƯỜNG

BIÊN TẬP / EDITORS

ĐOÀN PHAN THẮNG

EDITORIAL DEPARTMENT / THAM GIA BIÊN SOẠN

Fashion: ÁNH MAI

Beauty: THUY LÊ

Lifestyle: ĐỖ HOÀNG

Architecture: NGUYỄN KHẢI

Travel: KHẢ HÂN

MANAGING EDITOR / PHỤ TRÁCH NỘI DUNG

TRÍ TUỆ

ntrituehh@gmail.com

ART / MỸ THUẬT

TRÂM QUỲNH TRỊNH

STYLIST

LAN ANH

PRODUCER / SẢN XUẤT

NGỌC AN

HÀNG HIỆU

NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN Website: nxbthanhvien.vn, Email: info@nxbthanhvien.vn

Hà Nội: 64 Bà Triệu - Hoàn Kiếm - ĐT: (84.04) 39434044 - 62631704 - Fax: 04.39436024

TP. Hồ Chí Minh: 27B Nguyễn Đình Chiểu, phường Đa Kao, Quận 1 - ĐT: (08) 39305243

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

EDITORIAL OFFICE / TRỤ SỞ CHÍNH

Hà Nội: P2102, tầng 21, 57 Láng Hạ, Ba Đình, HN | ĐT: 04. 3773 8005 / Fax: 04. 3773 8006 | Tp.HCM: Lầu 6, Toà nhà Fafilm, 06 Thái Văn Lung, Q.1 | ĐT: 08.3824 6841 / Fax: 08. 3820 5009

DISTRIBUTION / PHÁT HÀNH Công ty phát hành Trường Phát / Công ty phát hành Báo 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 Thiết bị và Giáo dục - Nhà sách Ngoại văn - Tổng công ty sách Việt Nam.

SỐ XÁC NHẬN ĐĂNG KÝ XUẤT BẢN TẬP 6: 937-2015/CXBIPH/19-57/TN theo QĐXB số: 149/QĐ- NXBTN / Kích: 210 x 285 mm / In tại Nhà máy In Bản Đồ - 85 Nguyễn Chí Thanh - Hà Nội
ISBN: 978-604-64-2174-0/ Giá: 45.000 VND



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

EDITOR'S LETTER

Good things take time

Mặc dù có vẻ nghe sáo điều nhưng điều này luôn là như vậy. "Good things take time. Better things take longer." (Tạm dịch – "Những thứ tốt cần thời gian. Những thứ tốt hơn cần nhiều thời gian hơn nữa.") Để làm ra một chai vang ngon, người ta phải để những quả nho lại trên cây trong một khoảng thời gian dài đằng đẳng. Sau đó khi những quả nho đã héo, đã nhiễm nấm và rút bớt lượng nước có trong thịt quả, người ta mới chọn và đem những trái ngon nhất đi ủ để làm ra loại vang, quý giá. Chai vang đó có giá cả ngàn đô.

Hay như thịt muối Jamon Iberico. Để làm ra loại thịt muối được xem là vua của những loại thịt muối này, người ta phải muối và treo thịt trong quãng thời gian dài lên tới 36 tháng. Tới khi ăn, người ta cũng sẽ không ăn toàn bộ chiếc đùi mà chỉ lấy một phần thịt bám gần sát xương. Hay để có thể có được miếng thịt bò mềm và ngon nhất, một người bạn của Hàng Hiệu vừa từ London trở về chia sẻ rằng thịt phải được treo suốt 70 ngày. Sau đó trước khi đem làm món steak, tảng thịt sẽ được loại bỏ lớp ngoài, và chỉ lấy phần lõi ruột bên trong. Với cách làm này, người ta sẽ loại bỏ được tất cả những yếu tố dư thừa và chỉ giữ lại những gì được xem là ngon nhất, hoàn hảo nhất của miếng thịt.

Không ngoa khi nói ngành công nghiệp hàng hiệu được phát triển trên nguyên tắc này. Thời gian và sự "tinh lọc" sẽ giữ lại những gì tốt nhất không chỉ cho một thương hiệu mà cho cả người dùng. Và đó là lúc những người biết chờ đợi có thể thu hái những trái ngọt.

Hàng Hiệu tự hào khi có thể luôn phát triển theo định hướng này.



Ảnh bìa: **Peter Bonac**

Brand: **Mobiado**



BOSS
HUGO BOSS

CONTENTS

JUNE - JULY/2015

FEATURE

- 074 | **THỜI TRANG VÀ KIẾN TRÚC - CUỘC GẶP GỠ LẠ KỲ**
Bài viết giới thiệu những kết hợp của các thương hiệu thời trang danh tiếng trên thế giới với những cái tên hàng đầu của thế giới kiến trúc.



034

- 080 | **THƯỜNG VANG ĐỪNG MỞ SÁCH**
Có thể lựa chọn được những chai vang phù hợp cho bữa tiệc bên hồ, hoặc bên bãi biển là một trong những điều không thể thú vị hơn.



080

LIFESTYLE

- 014 | **WHATSON**
Những sản phẩm mới, các sự kiện tiêu điểm mới của các thương hiệu Cartier, Chopard, IWC, Vertu, SICIS Jewels, Mobiado, Donna Karan.



014

- 022 | **LIVING IS ALL ABOUT**
Ra mắt các công trình và các dịch vụ quan trọng trong thế giới kiến trúc: Caye Sereno, Hyundai Card Music Library, Rita Võ, Kaldewei, Garage Museum of Contemporary Art.



022

- 104 | **TRAVEL**
Travel to Sicily - "Miền đất không dũ"
Travel to Nha Trang - Thiên đường bị bỏ quên ở Việt Nam.



104

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
843
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.

• **ANDO FORD:** 31 Phạm Văn Đồng, Hà Nội, Tel: 04.37505055
• **CAPITAL FORD:** Ngõ 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội, Tel: 04.36811888
• **HANOI FORD:** 94 Ngõ Thị Nhâm, Hà Nội, Tel: 04.39712439
• **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội, Tel: 04.33662566
• **HATHANH FORD MYDINH:** 02 Tân Thời Thịnh, Nam Từ Liêm, Hà Nội, Tel: 04.37957518
• **THANG LONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội, Tel: 04.35621920
• **THANH LUAN FORD:** 89 Nguyễn Xiển, Hà Nội, Tel: 04.35525525
• **HAI PHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng, Tel: 0313.666990
• **QUANG NINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hà Long, Tel: 033.3628699

• **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh, Tel: 036.3515292
• **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng, Tel: 051.3646555
• **DANANG FORD BINH DINH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định, Tel: 056.3546555
• **DAK LAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột, Tel: 0500.3954999
• **CITY FORD NHA TRANG:** 580 Lê Hồng Phong, TP. Nha Trang, Tel: 058.3880366
• **BEN THANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM, Tel: 08.38157979
• **CITY FORD:** 786, Quốc Lộ 13, Phường 26, Bình Thạnh, TP. HCM, Tel: 08.35120473
• **PHU MY 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 PHU QUANG:** 104 Phố Quang, Tân Bình, TP. HCM, Tel: 08.38442947
• **WESTERN FORD:** 330 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM, Tel: 08.38776732
• **DONG NAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa, Tel: 061.3657930
• **CANTHO FORD:** Lô 11C - V8 Nguyễn Giã, Cái Răng, TP. Cần Thơ, Tel: 0710.3790720
• **BINH DUONG FORD:** Lô C3, Nguyễn Huệ, Khu Liên Hợp, TP. Thủ Đức, Tel: 0650.3801381

☎ ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888

CONTENTS

JUNE - JULY/2015

FASHION

028 | WALK YOUR WAY

Những cảm hứng mới sáng tạo và bay bổng, phá cách và ngẫu hứng của các sàn diễn 3.1 Phillip Lim, Barbara Bui, Carven.

032 | BE THE IDEAL MAN

Mang phong cách nghệ sỹ và unisex, các thương hiệu Burberry, Dior Homme, Kenzo đã đưa ra một định nghĩa hoàn toàn mới về những người đàn ông hiện đại.



028



028

BEAUTY

056 | RUNWAY BEAUTY REVIEW

Ứng dụng phong cách makeup của các thương hiệu thời trang hàng đầu thế giới.

060 | BEAUTY PACK

Giới thiệu những món đồ nhỏ nhưng thiết thực cho việc làm đẹp của phái yếu.

062 | MÙA HÈ CỦA PHÁI MẠNH

Những nguyên tắc sẽ tiếp tục đảm bảo cho những người đàn ông một phong cách lịch lãm trong mùa hè này.



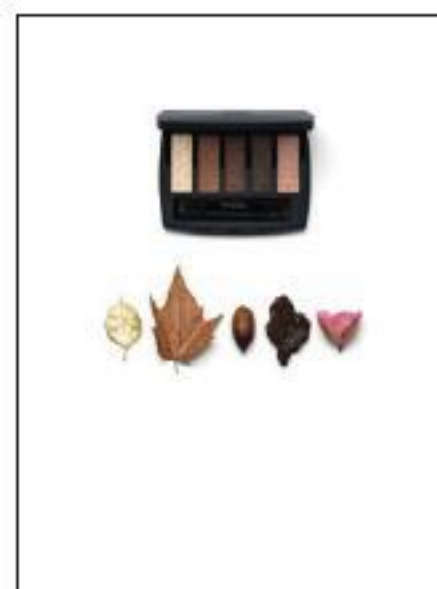
064

064 | BÍ MẬT MÙA HÈ

Những lời khuyên thiết thực cho phái yếu trong việc làm đẹp cho mùa hè này.

066 | BỘ SỬ TẬP CHANEL MAKEUP FALL

COLLECTION 2015 độc quyền Chanel dành cho Hàng Hiệu.



066

Ж
Korloff
PARIS



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 bạc thấy 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](http://WWW.KORLOFF.FR)

KORLOFF BOUTIQUE

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

HANOI

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

CONTENTS

JUNE - JULY/2015

TOP MACHINE

100 | BEST YACHT OF THE WORLD

Quinta Essentia
Absolute Navetta 58



100

100 | COOL CARS FROM

Exotic Cars – 3 giây để cán tốc độ 100m, và 30m để dừng lại – đó là những tiêu chuẩn cơ bản của những chiếc siêu xe.
Aston Martin Vanquish Volante 2015 – Một cuộc cách mạng mang tính công nghệ đã diễn ra với ngôi sao mới của hãng Aston Martin này.



100

WATCH + JEWELLERY

042 | BỘ SƯU TẬP ĐỒNG HỒ CLE DE CARTIER

Bộ sưu tập đồng hồ độc quyền Cartier dành cho Hàng Hiệu



042

112 | RUBY: CHẤT LIỆU XA XỈ

Một trong những loại đá luôn được các nhà thiết kế của các thương hiệu chế tác trang sức Van Cleef & Arpels, Cartier.



112

116 | XU HƯỚNG NGÀNH ĐỒNG HỒ CAO CẤP 2015

Những vấn đề nổi bật của ngành công nghiệp đồng hồ Thụy Sĩ trong năm 2015.

120 | THÁCH THỨC MỚI CỦA NGÀNH CÔNG NGHIỆP ĐỒNG HỒ THỤY SỸ

Liệu đồng franc Thụy Sĩ tăng giá có làm ảnh hưởng tới ngành công nghiệp đồng hồ của quốc gia này?



120

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

WHATSON

THỜI TRANG, THIẾT KẾ, VĂN HÓA, NGHỆ THUẬT.



CARTIER

C de Cartier.

Nhà chế tác đồ xa xỉ phẩm danh tiếng thế giới Cartier mới đây đã giới thiệu mẫu túi C de Cartier với những màu sắc và kiểu dáng mang phong cách đặc trưng Paris. Với các tông màu ẩn tượng nhưng vẫn vô cùng trẻ trung được lấy cảm hứng từ những viên đá quý, mẫu túi này đảm bảo sẽ mang tới cho các quý cô sự nữ tính qua những đường cong mềm mại trên kết cấu của túi. Được biết, Cartier đã lấy cảm hứng màu cho túi từ những loại đá quý và ngọc sau sau: đá amethyst (hay còn được biết đến với cái tên tử ngọc), spessartite garnet (ngọc hồng lựu), đá cordierite, turquoise (lam ngọc), đá chalcedony và thạch anh hồng. Có lẽ đây là một cách “chơi chữ” khá thú vị của nhà chế tác trang sức số 01 thế giới, mang theo thông điệp: “Với Cartier, mỗi sản phẩm – theo cách này, hay cách kia – đều là một món đồ trang sức.”



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.

CHOPARD

Giới thiệu chiến dịch quảng cáo mới.

Mới đây, Chopard vừa giới thiệu chiến dịch quảng cáo mới cho dòng sản phẩm Happy Diamonds của thương hiệu. Chiến dịch quảng cáo tập trung vào bốn bộ sưu tập chính của thương hiệu và được lên kế hoạch công bố vào những thời điểm khác nhau trong năm 2015. Hãng cũng giới thiệu một bộ phim quảng cáo thú vị được thực hiện bởi đạo diễn trẻ Justin Wu, nhà soạn nhạc Etienne de Crécy và biên đạo múa nổi tiếng người Pháp Marion Motin – người chịu trách nhiệm chuyển thể tinh thần của bộ sưu tập thành những động tác vũ đạo.



VERTU

Mê hoặc với không gian nghệ thuật đương đại.

Bước vào hệ thống cửa hàng Vertu chính hãng tại khách sạn Metropole, khách hàng như choáng ngợp bởi vẻ hoàn mỹ của không gian huyền bí hòa quyện tuyệt đối cùng phương thức trưng bày sản phẩm độc đáo tuân theo một luân lý nhất định: 1 và 3, mang những giá trị nghệ thuật đỉnh cao tạo nên cảm xúc bay bổng thăng hoa cho mỗi lần trải nghiệm. Đây được xem như một phần trong “triết lý” mà thương hiệu điện thoại sang trọng bậc nhất thế giới đã dày công tạo dựng. Vào ngày 02/07, một cửa hàng mới tại sảnh khách sạn Metropole, một vị trí đắc địa giữa trung tâm mua sắm sầm uất nhất Tp. Hà Nội sẽ đi vào hoạt động và cùng thời gian này, khi khách đến tham quan và trải nghiệm không gian mua sắm tại đây sẽ được thưởng thức các chương trình nghệ thuật mang đậm phong cách cổ điển và những quà tặng có ý nghĩa.



IWC

Hợp tác với The Laureus Foundation.

Vào ngày 15/04 vừa rồi, thương hiệu đồng hồ IWC Schaffhausen đã giới thiệu mẫu đồng hồ thứ 09 trong series đồng hồ đặc biệt, được ra mắt hàng năm với mục đích hỗ trợ tổ chức The Laureus Foundation. Được biết, kể từ năm 2000, quỹ The Laureus Foundation đã quyên góp được 60 triệu euro và sử dụng thể thao như một công cụ hữu hiệu để thiết lập mối quan hệ với các trẻ em có hoàn cảnh không may trên khắp thế giới. Cho tới nay, Laureus đã tài trợ cho 150 dự án ở 35 quốc gia.

Được biết, với dự án này trẻ em từ khắp nơi trên thế giới đã có cơ hội tham dự minh họa tag line: Time to Celebrate. Kết quả chiến thắng cuối cùng thuộc về một cậu bé 13 tuổi có tên là Nakayenga Zahara. Cậu bé lớn lên trong khu vực Nakulabye, Uganda nơi căn bệnh HIV/AIDS thì lan tràn, còn các trang thiết bị vệ sinh lại rất ít. Hình minh họa này sau đó đã chọn làm mặt sau cho mẫu đồng hồ của IWC.

ESCADA.COM

ESCADA

SICIS JEWELS

Nghệ thuật chế tác trang sức tới từ Ý.

Là một trong những thương hiệu chế tác đồ thủ công nổi tiếng của Ý, SICIS nổi tiếng với các sản phẩm khảm, nạm, tạo hình theo phong cách mosaic. Được biết một trong những món đồ đẹp nhất mà SICIS Jewels từng thực hiện là cho một khách hàng là một mặt dây chuyền được trang trí với hình Theodora, Hoàng hậu của Hoàng đế Justinian I (được tạo ra vào năm 2012). Một khách hàng người Nga cũng từng liên lạc với hãng và đặt một món quà sinh nhật cho vợ mình là một món đồ trang sức được thực hiện theo phong cách mosaic. Món quà này được thực hiện sau khi cặp đôi vợ chồng người Nga tới Ravenna và ấn tượng trước vẻ đẹp của những tác phẩm mosaic của thành phố.



MOBIADO

Ra mắt cửa hàng mới.

Mới đây thương hiệu điện thoại danh tiếng thế giới Mobiado đã ra mắt cửa hàng mới nhất tại Hà Nội. Nằm trong hệ thống cửa hiệu Mobiado chính hãng trên khắp thế giới, cửa hiệu Mobiado tại Tràng Tiễn Plaza là minh chứng cho sự ưu ái của hãng dành cho thị trường Việt Nam. Không những thế, cửa hiệu Mobiado Tràng Tiễn Plaza còn là nơi đích thân Nhà sáng lập - Chủ tịch hãng Peter Bonac giới thiệu dòng Professional 3 Voyage trong chuyến ghé thăm Việt Nam. Đây là dòng điện thoại cao cấp chứa đựng nhiều cảm hứng và triết lý sáng tạo của cá nhân ông.

Tọa lạc tại một trong những trung tâm mua sắm hàng hiệu đẳng cấp hàng đầu Việt Nam, cửa hiệu Mobiado Tràng Tiễn Plaza chính là địa chỉ ưa thích dành cho những người ưa thích trải nghiệm, khám phá, am tường giá trị của thành công và không ngại tiên phong dẫn lối - những khách hàng của Mobiado.



DONNA KARAN

Thoái vị và kỷ nguyên mới?

Donna Karan – nhà thiết kế chính và là người sáng lập ra thương hiệu Donna Karan International, người đã định nghĩa lại cách ăn mặc của phụ nữ thế giới trong hàng thập kỷ nay – mới đây vừa công bố cô sẽ rời khỏi vị trí lãnh đạo của thương hiệu mang tên cô. Được biết cô Karan vẫn làm việc trong vai trò của một nhà cố vấn với thương hiệu Donna Karan International nhưng cô sẽ dành nhiều thời gian hơn cho thương hiệu Urban Zen mới của mình. Được biết đây là một thương hiệu tập trung hướng tới cuộc sống khỏe mạnh và những sản phẩm của các nghệ nhân.

Cũng được biết, trước quyết định của Donna Karan, tập đoàn LVMH cho biết rằng họ chưa có kế hoạch để thay Karan trong vai trò của một nhà thiết kế, do vậy bộ sưu tập chính của cô sẽ tạm dừng. Như vậy, trong tháng 09 tới, sẽ không có bộ sưu tập của Donna Karan International ở New York Fashion Week.

*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 • ba trieu



MK27 Dự án Caye sereno

Studio MK27 của Brazil đã thiết kế 18 căn villa nghỉ dưỡng trên đảo Tuần Châu, trong khu vực đã được UNESCO xếp hạng di sản thế giới. Có vị trí nằm trong khu vực biển Bắc Bộ Việt Nam, khu vực này ấn tượng với một hệ thống các đảo đá vôi có lịch sử hình thành từ thời tiền sử. Được biết, dự án Caye Sereno nhằm tới đối tượng khách hàng thực sự cao cấp của Việt Nam. Dự án này dự tính có tổng diện tích lên tới 20 hecta và sẽ được hoàn thiện vào năm 2020. Dự án sẽ không chỉ bao gồm 18 căn villa mà còn bao gồm cả trường học và một bệnh viện. Được thiết kế bởi MK27 – hãng kiến trúc được sáng lập bởi Marcio Kogan nên những căn villa sẽ có thiết kế mang phong cách “cube house” “nhà hình khối” đặc trưng. Cuối cùng, dự án được phát triển bởi công ty TNHH Jen Tuần Châu – một liên doanh giữa Jen Capital (công ty trực thuộc Tập đoàn Chiaphua) và Tập đoàn Tuần Châu.



HYUNDAI CARD MUSIC LIBRARY Khai trương ở seoul

Những người yêu nhạc mới đây đã có thêm một lý do để ăn mừng khi thư viện âm nhạc Hyundai Card Music Library cuối cùng cũng khai trương. Nằm trên con phố chính Itaewon, một trong những khu vực phát triển mạnh mẽ của thủ đô của Hàn Quốc trong những năm gần đây, thư viện được ra đời với ý tưởng tạo ra một không gian cho các nghệ sĩ và các tài năng trẻ có thể tới luyện tập và biểu diễn. Bên cạnh đó, đây cũng là ngôi nhà cho một bộ sưu tập các bản ghi âm nhạc đồ sộ. Thư viện quy tụ và sưu tập hơn 10.000 đĩa vinyl và hơn 3.000 cuốn sách liên quan tới âm nhạc. Trong số này có hơn 2.600 cuốn là sách quý hiếm hoặc sách không còn in. Được thiết kế bởi kiến trúc sư Moongyu Choi, với nội thất bởi Gensler, dự án là một công trình thực sự ấn tượng với những hình khối thú vị, các không gian và các tầng khác nhau.

RITA VÕ Khai trương trung tâm nội thất N.1HOMEPRO

Trong tháng 07 tới Rita Võ sẽ khai trương trung tâm nội thất N.1HOMEPRO lớn nhất tại Việt Nam với diện tích lên đến hơn 15.000m². N.1HOMEPRO mang một sắc thái mới, phong cách mới cho khách hàng với hơn 10.000 sản phẩm nội thất, ngoại thất chất lượng cao, thiết kế cực kỳ hiện đại và luôn theo sát các xu hướng mới nhất đến từ các thương hiệu hàng đầu thế giới như: Kohler, Miele, Poliform, Natuzzi, Florim, Simmons ... Tìm hiểu thêm về công ty và sản phẩm tại: www.n1homepro.ritavo.com. Hotline: 1800 1246.



watches

calvinklein.com

FIND YOUR MOMENT #ckminute

Calvin Klein
swiss made

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: **Sai Gon** • Saigon Center 65 Lê Lợi, Q.1 [38213231] • Sun Wah Tower 115 Nguyễn Huệ, Q.1 [38219279] • Vincom Center 70-72 Lê Thành Tôn, Q.1 [39939099] • Maximark 3C Ba Thang Hai, Q.10 [38328991] • Vincom Center 216 Võ Văn Ngân, Q.TĐ [37223433] • PNJ Shops [39959338] **Hà Nội** • Lotte Center 34 Liễu Giai, Q.BĐ [32676555] • Vincom Megamall Times City 458 Minh Khai, Q.HBT [32001400] • Vincom Megamall Royal City 72A Nguyễn Trãi, Q.TX [62620560] • Big C Thăng Long 222 Trần Duy Hưng, Q.CG, Hà Nội [37832301] • Vincom Center 191 Bà Triệu, Q.HBT [22200268] • Duy Anh Ward 7 Hàng Khay, Q.HK [66566660] • Savico Megamall 79 Nguyễn Văn Linh, Q.B [62550099] • Lotte Mart 229 Tây Sơn, Q.ĐĐ [38539966] **Vinh** • Big C Vinh 2 Quang Trung [3596226] **Đà Nẵng** • Big C Vinh Trung Plaza 225-227 Hùng Vương [3666066] • Indochina Riverside Mall 74 Bạch Đằng [3843818] **Nha Trang** • Nha Trang Center 20 Trần Phú [6516666] – **SERVICE CENTERS:** • Sun Wah Tower 115 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM [3821 9279] • Maximark 3C Ba Thang Hai, Q.10 [38328991]



DUBAI Triển lãm thành tựu công nghệ in 3D

Hội đồng Cách tân Liên hiệp các tiểu vương quốc Ả Rập (The United Arab Emirates National Innovation Committee) mới đây vừa thông báo các kế hoạch xây dựng công trình được thực hiện từ kỹ thuật in 3D đầu tiên trên thế giới. Công trình này sẽ được thực hiện bởi một máy in 3D lớn với chiều cao lên tới 20 foot (khoảng 6,09m). Mặc dù cho tới nay có khá nhiều công trình ứng dụng kỹ thuật này trong xây dựng nhưng chưa từng có công trình nào được thực hiện hoàn toàn bởi công nghệ này.

Trong triển lãm công nghệ in 3D sắp tới ở Dubai, một công trình được thực hiện hoàn toàn từ công nghệ in 3D sẽ được giới thiệu. Mọi thứ - từ cấu trúc của tòa nhà, tới các chi tiết nội thất hoàn thiện và cả đồ nội thất của công trình, tất cả đều sẽ được thực hiện bởi công nghệ in 3D. Dự kiến, sau triển lãm công trình rộng 2.000 foot vuông (khoảng 185m) này sẽ được dùng làm trụ sở cho bảo tàng Museum of the Future ở Dubai.



KALDEWEI Kết hợp với Arik Levy

Vừa qua, tại hội chợ ISH 2015 Frankfurt Đức, Kaldewei đã cho ra mắt hàng loạt sản phẩm mới. Trong đó phải kể đến bộ sưu tập Meisterstücke Emerso thuộc dòng sản phẩm cao cấp Meisterstücke. Meisterstücke Emerso là kết quả từ sự kết hợp ăn ý giữa Kaldewei và nhà thiết kế danh tiếng đến từ Paris, Arik Levy.

Lấy ý tưởng từ những gợn sóng nhấp nhô nhẹ nhàng trên mặt biển, Arik Levy và Kaldewei đã tạo ra chiếc bồn tắm đứng tự do bằng thép được tráng men toàn bộ bề mặt với phần tựa lưng cao, cùng đường viền tinh tế, thoải mái dốc tựa một dải lụa mềm mại đang tung bay. Đây là một thiết kế mang vẻ đẹp hiện đại nhưng không kém phần thanh thoát, nhẹ nhàng, điểm mà vốn thường khó thấy ở các dòng bồn tắm thép (kim loại) tráng men trước đây. Theo ông, việc sản xuất thiết kế này không hề dễ dàng chút nào, bởi ông vừa muốn truyền tải thông điệp của sự mềm mại, uyển chuyển, lại vừa muốn sản phẩm có chất lượng tốt, không bị dấu ấn của thời gian làm phai mờ. Ông cho rằng với một chiếc bồn tắm được làm từ thép và men, người sử dụng có thể yên tâm về chất lượng đến 200 năm, hoặc là mãi mãi nếu muốn.

REM KOOLHAS Giới thiệu bảo tàng Garage Museum of Contemporary Art

Có vị trí nằm ở công viên Gorky của Moscow, bảo tàng Garage Museum of Contemporary Art do studio OMA của kiến trúc sư danh tiếng Rem Koolhaas thiết kế mới đây vừa mở cửa đón khách lần đầu tiên. Được biết, không gian sẽ trưng bày các tác phẩm được sưu tập bởi doanh nhân và nhà sưu tập người Nga Dasha Zhukova. Dự án bao gồm việc cải tạo và tái sử dụng một pavilion ở trong khu Vremena Goda. Dự án cũng sẽ gồm một chương trình triển lãm, đào tạo, nghiên cứu cũng như các hoạt động khác nhằm giới thiệu với mọi người văn hóa đương đại Nga.

Được biết công trình có bề mặt bên ngoài bọc bởi chất liệu polycarbonate, một thang máy có độ cao so với mặt sàn khoảng 2,25m sẽ giúp cho các khách tham quan có được những góc nhìn tốt hơn về công trình và khu vực xung quanh.



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

SUCCESS IS A MATTER OF STYLE



MASH

Nếu muốn ăn bò kiểu truyền thống của Mỹ, bạn nên tới MASH. Đầu bếp 02 sao Michelin của nhà hàng, Francis Cardenau sẽ giới thiệu với bạn món bò beefsteak lên tuổi 70 ngày độc đáo số 01 thế giới. Đây chắc chắn sẽ là một trong những kỷ niệm đáng nhớ của bạn về thành phố này.



SILK & GRAIN

Thời điểm lý tưởng nhất để dùng bữa tại đây là vào thứ 02 – nhà hàng thực hiện hẳn một chương trình đặc biệt để bạn không còn ghét thứ 02 được nữa, tất nhiên với món được lựa chọn cho chương trình là thịt bò. Nhà hàng khá nổi tiếng với các loại cocktail và món sườn bò treo nguyên trên xương để lên tuổi trong vòng 35 ngày.



GAUCHO CANARY

Nằm ở trong khu trung tâm tài chính Canary Wharf của London, nhà hàng này được thẩm định bởi những cái miệng sành ăn nhất nước Anh – bởi vậy bạn không cần phải nghi ngờ về chất lượng dịch vụ. Được biết nhà hàng này nổi tiếng với các món kiểu Mỹ Latin.



JW STEAKHOUSE & BOURBON BAR

Nằm trong khu Mayfair sang trọng và đẳng cấp, nhà hàng này có thiết kế khá cổ điển với trần cao, các chi tiết gỗ và đồng và các đèn tròn gợi nhắc một không gian vintage. Thịt bò ở đây cũng khá ngon, do những miếng thịt được lựa chọn kỹ và cũng được lên tuổi khá cầu kỳ.

NẾU BIẾT CÁCH XỬ LÝ, MỘT MIẾNG THỊT BÒ SẼ ĐỦ MỀM ĐỂ BẠN CÓ THỂ CẮT BẰNG BẤT KỲ PHẦN NÀO CỦA DAO – NGAY KỂ CẢ SỐNG!

Tôi có một người bạn ở London mới về. Vốn là một người ưa thích ăn thịt bò beefsteak, anh đã dành phần lớn thời gian của mình ở thành phố để nếm thử các nhà hàng beefsteak ngon nhất ở đây. Anh cũng giới thiệu với tôi một kỹ thuật đặc biệt mà các nhà hàng cao cấp ở đây sử dụng để chế biến nguyên liệu thịt bò là: Lên tuổi cho thịt. Điểm đặc biệt của kỹ thuật này là người ta sẽ treo tảng thịt lên trong phòng lạnh, thoáng mát với mục đích để những máu độc, máu dơ sẽ chảy hết. Khi treo thịt cũng sẽ teo lại, mất bớt nước, do vậy 200 gram thịt lên tuổi sẽ bằng 400 gram thịt chưa lên tuổi. Thịt càng được lên tuổi lâu càng quý. Những nhà hàng thông thường thường chỉ lên tuổi trong khoảng thời gian từ 11-15 ngày, nhưng có những nhà hàng “lên tuổi” cho thịt tới cả tháng hoặc vài tháng trời như nhà hàng MASH (Modern American Steak House). Một ưu điểm nữa của việc “lên tuổi” cho thịt mà ít người biết là việc này sẽ cho phép các enzyme tự nhiên có trong thịt giúp làm mềm thịt, chính nhờ đó mà thịt sẽ ngon hơn, đặc biệt hơn.



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

FOOD FOR THOUGHT

ĐỪNG QUÊN KIỂM TRA LẠI THẺ TRƯỚC KHI BƯỚC VÀO NHỮNG NHÀ HÀNG DƯỚI ĐÂY.

Mới đây, một hệ thống nhà hàng mới ra mắt ở Việt Nam đã giới thiệu một dịch vụ đặc biệt. Cụ thể nhà hàng này mời một đầu bếp nước ngoài tới Việt Nam và thực hiện các bữa ăn. Được chia sẻ bởi một số người làm truyền thông, mỗi người nếu muốn tham dự chương trình này sẽ phải chịu một mức phí từ 15 triệu tới 30 triệu đồng. Điểm đặc biệt là mức phí này chưa bao gồm đồ uống. Với mức phí này, nhà hàng họ có thể được xếp vào trong danh sách những nhà hàng danh tiếng nhất thế giới bên cạnh những cái tên như Kitcho, Kyoto, Japan hoặc Restaurant Le Meurice, Paris.

Cùng Hàng Hiệu điếm qua những ngôi sao nổi bật nhất của thế giới ẩm thực.



LE MEURICE, PARIS

Nếu muốn trải nghiệm sự vương giả của châu Âu thì có lẽ không nơi nào hơn nhà hàng Le Meurice, Paris. Được biết một bữa ăn ở đây có giá vào khoảng \$509 (cho bữa tối), \$174 (cho bữa trưa). Nhà hàng có đồ ăn tuyệt vời, không gian được lấy cảm hứng từ Salon de la Paix ở lâu đài Château de Versailles.



KITCHO, KYOTO, JAPAN

Không chỉ là nhà hàng đắt nhất Nhật Bản mà còn là nhà hàng đắt nhất thế giới, Kitcho ở Kyoto được điều hành bởi đầu bếp danh tiếng Kunio Tokuoka. Vị đầu bếp tài hoa này tin rằng mỗi món ăn phục vụ thực khách nên là một tác phẩm nghệ thuật, thể hiện các giá trị văn hoá của Nhật. Được biết, mỗi bữa ăn ở đây có giá vào khoảng \$600/người (12 triệu đồng). Nhưng theo đầu bếp, nó đáng giá tới từng xu.



MASA, NEW YORK CITY

Đây có thể xem là một trong nhà hàng Nhật đắt đỏ nhất thế giới. Đồng thời đây cũng là một trong những nhà hàng bạn phải ăn khi đến thành phố "Quả táo lớn". Nhà hàng được quản lý bởi đầu bếp Masa Takayama. Nhà hàng được Michelin đánh giá là 03 sao. Mỗi bữa ăn ở nhà hàng này có giá \$450. Mặc dù là nhà hàng nổi tiếng thế giới nhưng bạn vẫn nên cân nhắc thật kỹ trước khi có ý định tới đây dùng bữa, bởi ngay cả việc hủy book lịch ăn tối ở đây cũng có thể khiến bạn mất \$200.





Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

WALK YOUR WAY

BỞI SỰ SÁNG TẠO LÀ VÔ HẠN NÊN NGUỒN CẢM HỨNG THỜI TRANG CÓ THỂ TỚI TỪ BẤT KỲ ĐÂU. ĐÓ CÓ THỂ LÀ TỪ CHÍNH PHÒNG NGỦ NHÀ MÌNH NHƯ BỘ SƯU TẬP CỦA 3.1 PHILLIP LIM. HOẶC ĐÓ CŨNG CÓ THỂ TỚI TỪ GIAO ĐIỂM GIỮA ĐÔNG VÀ TÂY NHƯ BARBARA BUI. HOẶC ĐÓ LÀ SỰ KẾT HỢP CỦA PHONG CÁCH EDO VỚI CẢM HỨNG TỪ NHỮNG ĐƯỜNG ĐUA XE HƠI NHƯ CỦA CARVEN.



3.1 PHILLIP LIM

Phillip Lim là một nhà thiết kế kết nối rất chặt chẽ với khách hàng. Điều này dễ nhận thấy hơn khi bạn xét tới việc công việc kinh doanh của anh đang tăng trưởng mạnh mẽ. Những trang phục của Lim luôn thể hiện được một tinh thần thời thượng, phóng khoáng và đề ra những xu hướng mới. Ngôn ngữ thiết kế của Lim độc đáo. Trong những mùa gần đây, Lim đã cho thấy khả năng của mình trong việc chơi với các kết cấu hình khối và họa tiết organic, mang tới cho mỗi mẫu thiết kế một dấu ấn kiến trúc và điêu khắc. Thú vị hơn nữa, khi với bộ sưu tập mùa này, Lim lấy cảm hứng từ chính ngôi nhà của mình – nơi vừa được anh làm mới. (Như Lim đã giải thích sau show diễn). Bộ sưu tập có bề mặt vải lấy cảm hứng từ những tấm trải nệm, hay những lớp chần lót. Thậm chí có những mẫu thiết kế được lấy cảm hứng từ những chiếc áo khoác trong phòng ngủ. Tất cả những điều này đã tạo ra một bộ sưu tập đầy cảm hứng và vô cùng thú vị. Những đường cắt cúp trong các mẫu thiết kế tạo hình tạo thành những đường cong mang phong cách Art-Deco ấn tượng. Nhìn chung thiết kế của Lim mùa này là sự kết hợp tới hoàn hảo của phong cách Tối giản và Art-Deco.



BARBARA BUI

Bạn có thể nhìn qua bộ sưu tập mới nhất của Barbara Bui và nhận ra rằng cô ấy đã lấy cảm hứng từ phong cách Hip-Hop kết hợp với những trang phục của những thầy tu người Ấn Độ. Với bộ sưu tập này, Barbara Bui – một nhà thiết kế gốc Việt tại Pháp – tiếp tục cho thấy nguồn cảm hứng tới từ nguồn gốc của bản thân cô. Các thiết kế cầu kỳ với những đường thêu may thủ công. Tuy nhiên, điểm thú vị không chỉ dừng lại đó. Điểm thú vị là những họa tiết này được cô phá cách để tạo ra những thiết kế vô cùng hiện đại và ngẫu hứng, bắt kịp được dòng chảy thời trang của thế giới.

Một điểm nhấn khác của bộ sưu tập là những thiết kế mang màu trang kim, với màu ánh bạc khá ấn tượng. Các chi tiết cũng được xử lý kỹ để tạo họa tiết độc đáo với chất liệu này. Ngoài ra, cũng cần kể tới những thiết kế cut-out và những thiết kế với những lớp layer khác nhau, tạo ra một ấn tượng về sự hiện đại. Kiểu dáng thiết kế như được lấy cảm hứng từ những người lữ hành không ngừng đi từ phương Đông để tới phương Tây và ngược lại. Cuối cùng, cũng không thể bỏ qua cách chơi với những chất liệu như chiffon và tạo một sự đối ngẫu giữa những chất liệu cứng và mềm, mềm và mềm, và cuối cùng là một tiết tấu của những tone màu trắng.



CARVEN

Với bộ sưu tập mới nhất, Carven đã lựa chọn cảm hứng sáng tạo tới từ tốc độ. Guillaume Henry, Giám đốc sáng tạo của thương hiệu chia sẻ, cảm hứng chính cho bộ sưu tập mùa này của anh tới từ môn thể thao đua xe. Bạn thậm chí có thể dễ dàng thấy được những dấu ấn từ những bộ đồng phục của đội đua xe F1 hay những đường kẻ sọc mờ của những chiếc xe màu khi vào cua ở tốc độ vài trăm dặm mỗi giờ.

Nhưng những cảm hứng của Carven cho bộ sưu tập mùa này không chỉ dừng lại ở đó. Thương hiệu còn lấy cảm hứng từ những họa tiết vẽ minh họa của phong cách Edo để tạo ra một sự pha trộn đầy thú vị giữa Đông và Tây. Cuối cùng, Henry đã tạo ra một sự kết hợp hoàn hảo giữa phong cách Tối Giản với những thiết kế mang nhiều họa tiết in nổi bật. Đó là sự kết hợp của một chiếc áo khoác trơn với một chiếc váy da trần. Hay một chiếc váy trơn màu với họa tiết da trần ở chính giữa thân váy. Hay thậm chí đó là một chiếc váy da trần nhưng có một đường kẻ trơn màu, khổ lớn ở chính giữa. Các mẫu túi hộp được giới thiệu mùa này của Carven cũng khá đặc biệt và dưới góc nhìn của nhà thiết kế, nó càng thú vị hơn. Những chiếc túi được các người mẫu ôm trên tay giống như những chiếc mũ bảo hiểm.



BE THE IDEAL MAN

TỪ BURBERRY TỚI DIOR HOMME VÀ KENZO, NHỮNG NGƯỜI ĐÀN ÔNG TRONG MÙA MÙT XUÂN - HÈ 2015 NÀY ĐANG ĐƯỢC PHÁC HOẠ BỞI NHỮNG NÉT TÍNH CÁCH NGHỆ SỸ, MỘT THỊ HIẾU QUỐC TẾ VÀ MỘT PHONG CÁCH UNISEX.



BURBERRY

Trong những bộ sưu tập gần đây, Christopher Bailey luôn lấy cảm hứng từ những nhân vật danh tiếng của Anh. Đó là những nhà văn, họa sỹ. Mùa này cũng không phải ngoại lệ khi Bruce Chatwin được ông lựa chọn làm “nàng thơ” cho bộ sưu tập của mình. Bruce Chatwin là một nhà văn, một nhà du hành và là một người không ngừng đi du lịch. Nhà thiết kế, đồng thời là CEO của Burberry chia sẻ nhận định về Bruce “Ông là một người Anh chính gốc, nhưng ông luôn đấu tranh với việc chỉ đứng ở một chỗ.”

Cảm hứng của Christopher Bailey đã được ông diễn giải thành một bộ sưu tập với những chiếc áo khoác có túi lớn có thể đựng vừa những cuốn sổ. Một chiếc cặp có thể mang theo mọi thứ - những thứ sẽ không vừa với những chiếc túi trên áo khoác. Xuyên suốt bộ sưu tập là những chiếc mũ ẩn tượng với những màu khác nhau, tạo dấu ấn của một người lữ hành. Những chiếc áo khoác mùa này tiếp tục được Bailey giới thiệu. Tuy nhiên chất liệu ưa chuộng mùa này của Bailey là vải denim, vải nhung với những màu sắc lấy cảm hứng từ những cuốn bìa sách. Bộ sưu tập cũng có một cảm hứng khá rộng từ những chi tiết lấy cảm hứng từ hải quân, tới những chi tiết và họa tiết in hình các toà nhà nổi tiếng. Đặc biệt, Bailey cũng xử lý khéo léo và tinh tế với các lớp lang trang phục tạo thành những dấu ấn ẩn tượng cho các thiết kế.



DIOR HOMME

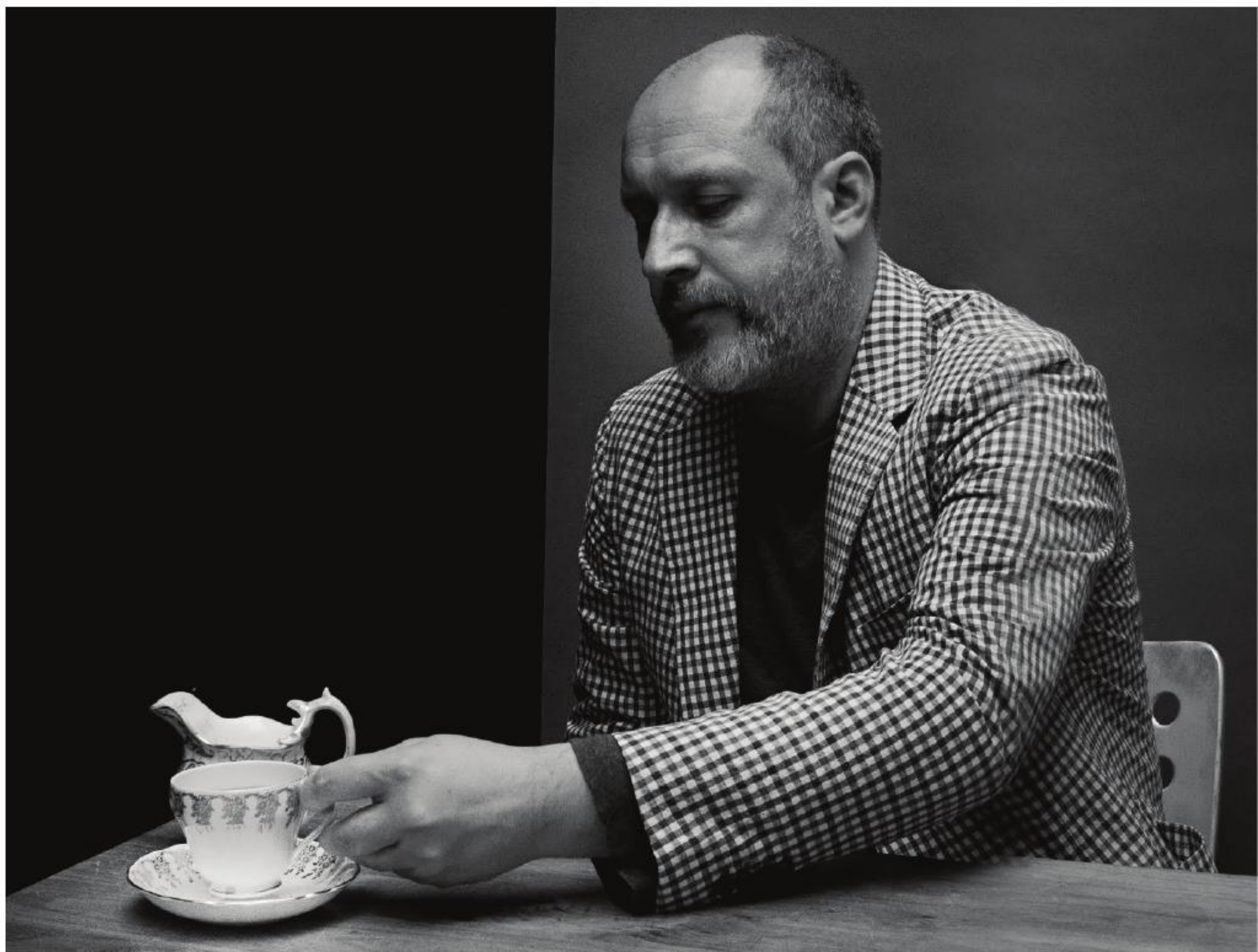
Kris Van Assche đã mở đầu show thời trang Dior Homme của mình với 03 bộ tuxedo cùng một màu, cùng một chất liệu, chỉ khác về phong cách. Nếu bộ thứ nhất mang phong cách cổ điển, bộ thứ hai phong cách thời trang, bộ thứ 03 mang phong cách nổi loạn với chi tiết khuy áo được thay thế bằng khuy cài kiểu thủy thủ. Ba bộ sưu tập này đã phần nào cho thấy được cuộc đối thoại thú vị giữa phong cách thời trang bohemia (tự do và phóng túng) và phong cách sang trọng, lịch lãm. Nhà thiết kế giải thích cho lựa chọn của mình: "Mặc dù Dior rất yêu cuộc sống về đêm của dân Paris, nhưng ông cũng thích tìm đến với thiên nhiên." Và lần này, Van Assche chọn biển làm cảm hứng cho bộ sưu tập của mình. Đó là những đôi giày thể thao có đế màu vàng của những chiếc thuyền phao cứu hộ. Là một màu xanh blue choáng ngợp với toàn bộ sưu tập. Là những đường kẻ sọc mạnh mẽ, là sử dụng những chất liệu thô. Nếu thoát nhìn, có thể thấy được một sự tương phản khá mạnh với tính cổ điển của những thiết kế suit – nhưng đó mới là điểm thú vị của Van Assche khi ông khéo léo tìm ra cách để kết hợp những điều không thể trong một tổng thể hài hòa và phù hợp. Những mẫu thiết kế mang phong cách trái ngược nhau được sắp xếp để có thể nối tiếp nhau theo cách không thể thú vị hơn, một bộ suit phi cấu trúc bằng vải denim (vải bò) mai được nối tiếp bởi một bộ suit vải denim trắng; với những đường may cầu kỳ và sắc nét. Có thể nói bộ sưu tập Dior Homme mùa này là nơi mà theo Van Assche "rất nhiều kiểu đàn ông có thể gặp gỡ."





KENZO

Với bộ sưu tập Xuân Hè 2015, Kenzo tiếp tục cho thấy một sự chuyển biến thú vị, hướng tới tinh thần hiện đại, trẻ trung hơn. Với bộ sưu tập mới nhất, cặp đôi thiết kế người Mỹ ở Paris, Humberto Leon và Carol Lim tiếp tục cho thấy khả năng làm mờ những đường biên giới tính để tạo ra những người đàn ông unisex. Cũng chính trong bộ sưu tập này, bộ đôi chứng minh khả năng tuyệt vời của mình trong việc hoà trộn những giá trị thực dụng của Mỹ và quốc tế với tinh thần rất chic của Pháp. Trong bộ sưu tập, cặp đôi thậm chí đã lồng cái cảm giác của một khách du lịch lần đầu tiên tới Paris hoặc New York. Thế nên dễ nhận thấy trong bộ sưu tập những chiếc áo khoác màu macaroon, hay những chiếc áo parkas, hoặc những chiếc áo ba lỗ với màu sắc ấn tượng. Túi xách là sự kết hợp của những hình vuông và tròn kết hợp với chi tiết kéo khoá, gợi nhắc tới kiến trúc sư danh tiếng Le Corbusier. Đặc biệt, với bộ sưu tập này, cặp đôi cũng đưa vào ứng dụng một kỹ thuật mới. Đây là kỹ thuật dệt len tạo hình. Với kỹ thuật này, các hình hoạ đã được dệt lên những chiếc áo len mà không cần có bất kỳ đường khâu hoặc chỉ thêu nào.



Peter Copping

ở de la Renta

TỐT NGHIỆP Ở NGÔI TRƯỜNG DÀNH CHO CÁC "THIÊN THẦN" CỦA NGÀNH THIẾT KẾ THỜI TRANG: CENTRAL SAINT MARTINS, VẬT LỘN ĐỂ CHỨNG MINH Ở PARIS VÀ HỨA HẸN TỎA SÁNG Ở TRÊN ĐẤT MỸ, PETER COPPING LÀ CÁI TÊN ĐÃ ĐƯỢC DE LA RENTA LỰA CHỌN LÀM NGƯỜI KẾ NGHIỆP TRƯỚC KHI QUA ĐỜI!



Gần một năm sau ngày mất của nhà thiết kế Oscar de la Renta – người sáng lập thương hiệu cùng tên, câu hỏi mà giới mộ điệu muốn có câu trả lời nhất: Ai sẽ là người ngồi vào vị trí của nhà thiết kế tài năng này, ai sẽ là người lèo lái con thuyền Oscar de la Renta tiếp tục tới với vinh quang? Peter Copping – một cái tên có lẽ khá mới với một số người - đã được lựa chọn. Dù có thể không được nhiều người biết tới, nhưng Copping cũng là một trong những nhân tài của làng thời trang London. Hay ít nhất, Oscar de la Renta (thương hiệu) có lý do riêng khi lựa chọn Copping để thay thế cho nhà thiết kế huyền thoại. Giống với rất nhiều nhà thiết kế nổi danh khác, Copping đã tốt nghiệp trường của các thiên tài thời trang Central Saint Martins.

Ngay từ khi tốt nghiệp, Copping đã được mời về làm việc cho Christian Lacroix. Công việc tiếp theo Copping làm là ở nhà Sonia Rykiel – người sau đó đã tiến cử Copping vào Louis Vuitton làm việc dưới quyền của Marc Jacobs trong suốt 12 năm. Tới năm 2009, Copping về đầu quân cho nhà Nina Ricci. Tại đây, ông dành 05 năm để theo đuổi di sản nữ tính và lãng mạn của nhà thời trang. Với những đóng góp của ông cho thương hiệu Nina Ricci, năm 2014, Copping đã được tổ chức Fashion Group International Fashion Star trao giải thưởng. Có lẽ những thông tin ngắn gọn trên vẫn chưa đủ sức thuyết phục với bạn, vậy hãy cân nhắc lại bởi đó thực tế chỉ là những dòng rất sơ lược. Peter Copping – hiện đang 48 tuổi – đã đi một quãng đường rất dài và gặp ghềnh nhưng cũng vô cùng thú vị để tới được với vị trí trở thành “người viết tiếp” câu chuyện cổ tích và những điều kỳ diệu của thương hiệu Oscar de la Renta của ngày hôm nay.

Ngay từ những năm 1984, Copping đã là nhân viên thực tập được trường Central Saint Martins gửi tới thực tập dưới quyền của John Galiano. Ông chia sẻ, ông đã khâu đính những chiếc nắp rượu vang vào những chiếc áo khoác. Trong 20 năm tiếp theo đó (sau khi tốt nghiệp trường Central Saint Martins và sau đó là trường Royal College of Art), Copping sống ở Paris và trở thành người đàn ông thám lặn cho những thương hiệu ở đây. Tuy nhiên, cũng chính những thương hiệu mà Copping từng làm việc (cả Sonia Rykiel và Louis Vuitton) đã góp phần quan trọng vào việc hình thành nên dấu ấn phong cách của Copping. Bạn sẽ thấy những chất Parisian đặc trưng trong các thiết kế mang phong cách chic và cực kỳ tinh tế của Copping.

“

Chính từ những không ngừng vật lộn để chứng minh khả năng của mình, Copping đã lọt vào mắt xanh của Oscar de la Renta – người sáng lập thương hiệu thời trang danh tiếng của Mỹ.

”

Khả năng của Copping đã được Louis Vuitton thời Marc Jacobs xác nhận và đánh giá cao. Ông được Marc đề bạt chịu trách nhiệm thực hiện các bộ sưu tập Pre-Fall và Resort. Ông chia sẻ: “Tôi đã học được rất nhiều điều từ Marc.” “Anh ta luôn để ý tới từng chi tiết nhỏ và luôn chú ý tới điều mà anh ta đang làm. Marc cũng không ngừng tự đặt câu hỏi, “Liệu thể này có tốt hơn không?” Được trọng dụng là thế nhưng tới 2009, Copping vẫn rời Louis Vuitton để tới làm Giám đốc sáng tạo ở Nina Ricci. Có thể nói tại đây, Copping đã nhanh chóng thiết lập nhận diện cho thương hiệu dựa trên những giá trị truyền thống, lãng mạn và một tinh thần Parisienne mà người sáng lập thương hiệu, Maria “Nina” Ricci đã để lại.

Chính từ những không ngừng vật lộn để chứng minh khả năng của mình, Copping đã lọt vào mắt xanh của Oscar de la Renta – người sáng lập thương hiệu thời trang danh tiếng của Mỹ. Với mong muốn bảo vệ di sản của mình, Oscar de la Renta đã có những lựa chọn riêng về mặt nhân tuyển khi ông nhận ra rằng sức khoẻ của mình đang ngày một giảm sút. Trong danh sách những người được lựa chọn này, Copping luôn đứng đầu. Cùng với kế hoạch nhân tuyển, Oscar de la Renta bổ nhiệm con rể, Alex Bolen, một chuyên gia tài chính làm CEO. Ngay lập tức, Bolen thực hiện tái cấu trúc doanh nghiệp với mục tiêu hướng tới việc phù hợp với thị trường toàn cầu.

Với Copping, Oscar de la Renta cũng là một lựa chọn lý tưởng. Ông chia sẻ: “Oscar đã luôn là nhà thiết kế tôi ngưỡng mộ. Người phụ nữ của thương hiệu Oscar de la Renta là người có sức hút đặc biệt đối với tôi. Đó là một người phụ nữ nữ tính, tinh tế. Cô ấy diện những bộ trang phục nữ tính và sang trọng, được thêu hoặc được in. Tôi cho rằng tất cả những gì tôi cần làm ở Oscar de la Renta là có thể đưa ra một lượng phù hợp vừa đủ.” Kế hoạch ban đầu là Copping sẽ làm việc cùng Oscar de la Renta trong 1 hoặc 2 mùa để hiểu và thấm nhuần tinh thần cũng như cách thức làm việc của thương hiệu. Với suy nghĩ này, Oscar de la Renta đã “đặt hàng” Copping cảm hứng sáng tạo cho bộ sưu tập Thu 2015. Tuy nhiên, kế hoạch đã không như dự định khi vào ngày 20/10 năm ngoái, Copping nhận được thông tin de la Renta qua đời khi đang tới nghỉ ở nhà một người bạn. Tất cả những gì Copping làm sau đó là bán lại căn hộ của mình ở Paris và nhanh chóng lên ý tưởng về nội thất căn nhà ở Mỹ của họ. Những ý tưởng về bộ sưu tập đầu tiên cho de la Renta lập tức được hình thành trong đầu của người đàn ông năm năm cầm quyền ở Nina Ricci này.

Với bộ sưu tập đầu tiên của Peter cho de la Renta, ông đã cho thấy một sự tôn vinh cũng như lòng thành kính của mình với nhà sáng lập thương hiệu. Về cảm hứng cho bộ sưu tập Thu đầu tay của ông cho de la Renta, ông đã cho thấy một góc nhìn, một cách làm việc hoàn toàn mới so với những nhà thiết kế khác. Những cảm hứng chính cách làm này đã cho thấy ông hiểu thương hiệu de la Renta thế nào. Trong ngày làm việc đầu tiên tại thương hiệu de la Renta, tại Đường số 42, ông đã ngồi nói chuyện với Cựu Ngoại trưởng Hillary Rodham Clinton (và đồng thời cũng là Cựu Đệ Nhất Phu Nhân), Cựu Ngoại trưởng Henry Kissinger, Cựu Thị trưởng thành phố Michael Bloomberg để hiểu thêm về nhà sáng lập thương hiệu thay vì ngồi nghe 02 trợ lý Andrea Ruiz và Fernando Garcia tóm tắt về bộ sưu tập. Cũng thay vì ngồi nhìn những phụ nữ xinh đẹp đi lại, ông dùng bữa với Laura Bush, Charlie Rose và Diane Sawyer. Những động thái này của Copping đã được chứng minh là đúng bởi bộ sưu tập mang một tinh thần Mỹ, một vẻ đẹp của giai tầng thượng lưu của Mỹ được kết hợp tinh tế với sự tinh tế của châu Âu đã được ông giới thiệu cho mùa mốt Thu 2015.





ĐIỂM CHUNG CỦA NHỮNG CON NGƯỜI VĨ ĐẠI LÀ KHÔNG NGỪNG TÌM TÒI VÀ KHÁM PHÁ THẾ GIỚI ĐỂ TRAU DỒI TRI THỨC VÀ NGUỒN CẢM HỨNG SÁNG TẠO BẢN THÂN. MOBIADO ĐÃ ĐƯỢC RA ĐỜI BỞI MỘT CON NGƯỜI NHƯ THẾ, VÀ VẪN ĐANG ĐƯỢC VIẾT TIẾP NHỮNG TRANG SỬ BỞI MỘT CON NGƯỜI NHƯ THẾ: **PETER BONAC** TỚI TỪ CANADA.

Với bản thân tôi, Peter Bonac không phải là người hay chuyện. Nếu so với những cá nhân khác như Chủ tịch Reuge, Peter không có cái già dặn, thâm trầm nhưng thú vị. Peter Bonac cũng khác hoàn toàn với một Peter khác mà tôi biết (Peter Speake-Marin). Vậy nên, những bài phỏng vấn Peter Bonac luôn là một thử thách với bất kỳ tay viết nào. Đừng mong Peter sẽ hồ hởi chào đón báo giới – có lẽ đó không phải cách làm việc của những người thợ cơ khí; cũng không phải cách làm việc của các nghệ sỹ; càng chẳng phải cách làm việc của các nhà du hành. Mà ở Peter Bonac lại cùng lúc có cả 03 người này!

Tôi từng đặt câu hỏi với Peter Bonac rằng, nếu phải định nghĩa thương hiệu Mobiado chỉ bằng 03 từ, đó sẽ là? Và câu trả lời mà tôi nhận được là: “Đó là slogan của thương hiệu.” Và tất cả chỉ dừng lại ở đó. Một câu trả lời với một số người có thể là một thách thức lớn, nhưng với tôi nó khá thú vị bởi nó đòi hỏi người phỏng vấn có một cái nhìn đủ có chiều sâu về thương hiệu để hiểu rằng Mobiado “art” thế nào, và “engineering” ra sao.

Mobiado đã từng “art” với họa tiết camo, một trong những họa tiết được ưa thích bởi các danh họa hiện đại. Mobiado cũng từng “art” với những sắc màu neon trong bộ sưu tập Dream Colours. Hay hãng cũng đã ghi tên mình vào lịch sử ngành di động khi giới thiệu những mẫu điện thoại mang theo mình và lấy cảm hứng từ những kiệt tác hội họa, với những kinh tác của các tác gia như Gustav Klimt, Mondrian hay van Gogh. Nói về cơ khí, Mobiado là thương hiệu điện thoại đầu tiên đưa đồng hồ cơ khí lên điện thoại. Hãng thay đổi hoàn toàn khái niệm chế tác thủ công, thậm chí là xóa bỏ lằn ranh giới giữa công nghệ và truyền thống; giữa chế tác, điêu khắc và sản xuất công nghiệp với việc ứng dụng công nghệ CNC vào sản xuất điện thoại Mobiado đơn chiếc. Hay nếu những vệt màu luminoso của Mobiado từng mang một hơi thở mới tới với công nghệ, việc xử lý để những tấm sapphire có những lỗ đột tròn vừa khít với từng phím bấm nhưng không được vỡ lại đặt ra cho các đối thủ của hãng vô vàn ẩn số và những thách thức lớn lao.

Nhưng điểm thú vị nhất là Peter Bonac và Mobiado đã tìm ra cách để kết hợp hội họa và cơ khí. Trong một print ad, Mobiado đã trích dẫn tuyên bố của Michelangelo “mỗi khối đá mang trong mình một kiệt tác, việc của nhà điêu khắc là khám phá ra nó”. Nhưng thực tế, nhà thiết kế này với hội họa và cơ khí đang chứng minh được điều lớn lao hơn thế: “trong bất kỳ vật chất nào đều có một ẩn số hội họa, việc của nhà thiết kế là giải mã để tìm ra ẩn số đó.” Với những sản phẩm Mobiado được thực hiện theo tỷ lệ vàng, Peter lần lượt giải mã các chất liệu khác nhau, từ mother-pearl (xà cừ) dưới đáy biển sâu, tới các tinh cầu xa xôi với chất liệu thiên thạch hay các khu rừng nguyên sinh với các burl gỗ.

Peter thậm chí không chỉ đưa những tín đồ công nghệ và nghệ thuật cơ khí chu du theo chiều không gian mà còn cả theo chiều thời gian. Chất liệu vàng hồng của Mobiado đưa chúng ta trở lại thời của các Sa Hoàng trong khi đó các thiết kế cấp





Peter Bonac

NHÀ DU-HÀNH-NGHỆ-SỸ CỦA THẾ GIỚI CƠ KHÍ

tiến của Mobiado đưa chúng ta vượt thời gian để tới với một tư duy vị lai. Là một thương hiệu hàng xa xỉ phẩm, nhưng Peter Bonac và Mobiado đã thực sự thoát ra được khỏi cái lối mòn của ngành công nghiệp. Peter Bonac đề ra Nghệ thuật Cơ khí, mà theo anh giải thích là những tác phẩm nghệ thuật được thực hiện bằng các công cụ cơ khí. Anh nhấn mạnh, với Mobiado, chất liệu không phải là thứ được đặt ở vị trí số 01. Với Mobiado, ý tưởng thiết kế, những tỷ lệ nạc và những tiêu chuẩn vàng mới là những thứ làm nên một sản phẩm xa xỉ. Anh chia sẻ: "Tôi muốn tạo ra những tác phẩm mà có thể truyền từ đời này qua đời khác. Đó sẽ là những tác phẩm thực sự mà các bạn có thể truyền lại cho các con cháu của các bạn."

Được biết, trong chuyến tới thăm Việt Nam và dự khai trương boutique mới của Mobiado ở Tràng Tiền Plaza, Peter Bonac đã kết hợp và tới thăm hang động Sơn Đoòng. Anh cũng chia sẻ anh đang thực hiện một chương trình khám phá thế giới với điểm đến là những địa điểm đẹp và vẫn còn chút gì đó hoang sơ. Peter chia sẻ anh đã tới Machu Picchu (Peru), Cortina d'Ampezzo, Italy, Marble Caves (Chile), Panorama Ridge (Canada), Parque Nacional Torres del Paine. Chính từ những chuyến du hành này mà Peter đã cho ra đời mẫu điện thoại VG3 mới nhất.

TIMELESS

THIẾT KẾ CỔ ĐIỂN, ĐƯỜNG NÉT TINH TẾ, ĐỘ HOÀN THIÊN HOÀN MỸ, NHỮNG CỖ MÁY ĐẾM GIỜ CLE DE CARTIER ĐANG LÀ THUỐC ĐO MƠI CỦA ĐẲNG CẤP.

Hình ảnh: **Cartier** BST: **Cle de Cartier**







Hình ảnh: **Cartier**
BST: **Cle de Cartier**











CARTIER

8

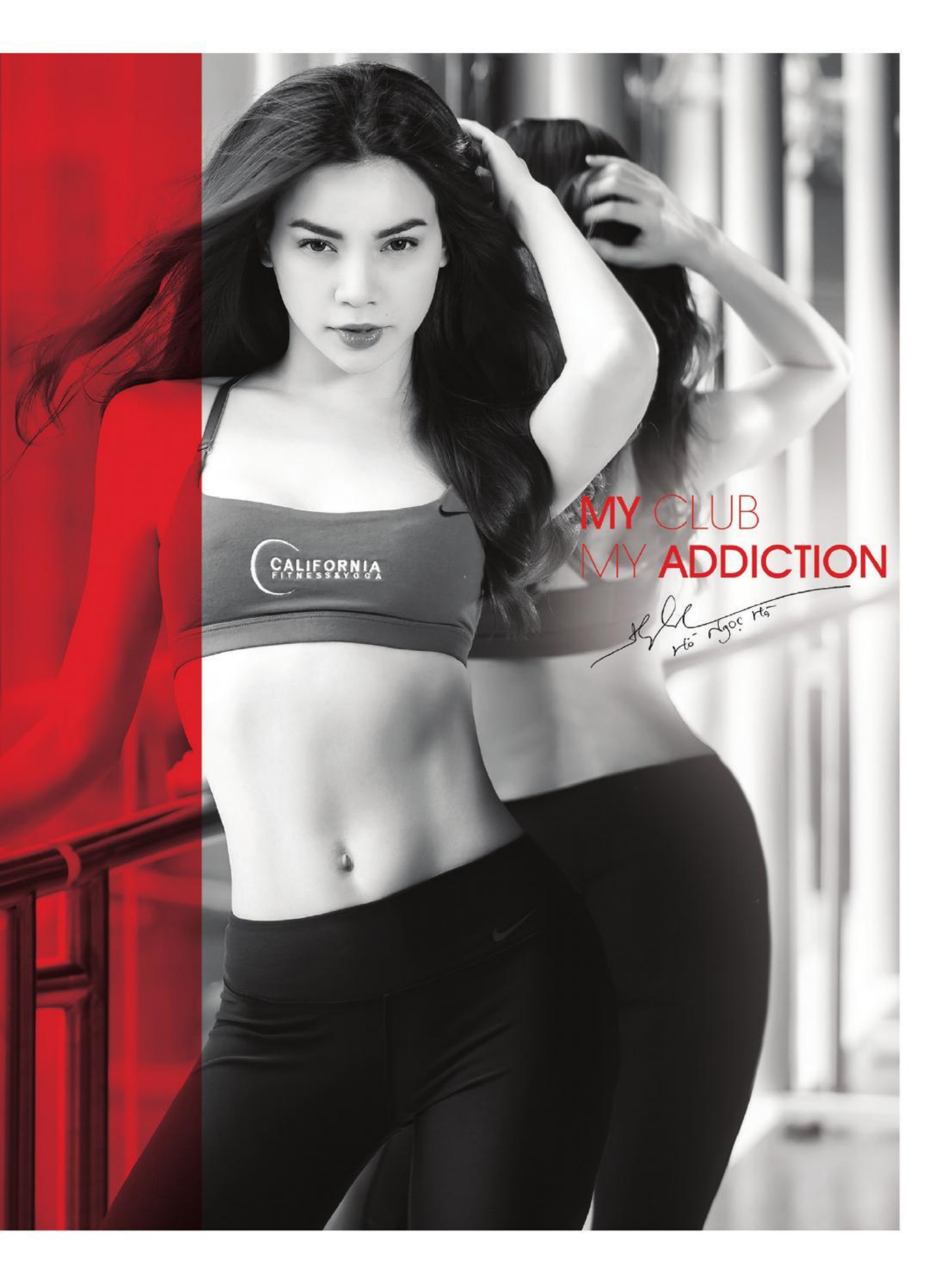




PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



CALIFORNIA
FITNESS & YOGA

MY CLUB
MY ADDICTION

Thị Ngọc Thảo



Spring/Summer 2015

GUCCI

Precious Metals

Ba tone màu vàng, bạc, đồng xuyên suốt phong cách trang điểm hay màu son nude ánh kim nhẹ nhàng, cùng đôi mắt nâu trong sáng đang trở thành xu hướng nổi bật trên sàn diễn Gucci mùa Xuân Hè 2015 này. Bên cạnh đó, chuyên gia trang điểm vận dụng một cách khéo léo, đem tới màu da hoàn hảo với lớp phấn phủ tone màu đồng, gợi vẻ đẹp tự nhiên hoàn mỹ của làn da nâu. Tiếp đến, hàng mi chuốt mascara mỏng là cách chuyên gia mang tới vẻ đẹp rằm nắng hoàn mỹ cho những người mẫu của mình. Tất cả tạo nên một tổng thể ăn nhập đầy ấn tượng, nhưng vẫn giữ được những nét tự nhiên.

NHỮNG SẢN PHẨM ĐƯỢC SỬ DỤNG:

Chanel Sublime Mascara, Dior 5 Couleurs Eyeshadow Palette Golden, Guerlain rouge G nude

TIP:

Lựa chọn những gam màu trung tính, có chứa tone màu vàng, bạc, đồng cho phần phấn nền và phần phấn dưới bầu mắt giúp làm nổi bật đôi mắt, và là da nâu bóng. Bên cạnh đó, trước khi trải mascara, nên uốn cong mi mắt trước, sau đó trải mascara nhẹ nhàng theo hướng từ trong ra ngoài.





Spring/Summer 2015

PRADA

Wet hair

Wet hair



Mùa này, nhà Prada mang tới vẻ đẹp mang hơi hướng ẩm ướt từ vùng biển nhiệt đới. Bắt đầu từ mái tóc ướt như bước lên từ bãi biển, mang tới cảm giác mát mẻ, thoải mái cùng hương vị biển, mái tóc đa phần được trải ngược, xéo và tạo kiểu giúp tóc giữ đúng khuôn nếp. Bằng cách này, những đường nét tự nhiên trên khuôn mặt trẻ trung được thể hiện ở mức tối đa. Bên cạnh đó, kiểu mắt cat eyes quen thuộc là điểm nhấn song hành cùng mái tóc ướt, mang lại một vẻ đẹp quyến rũ nhưng không kém phần sắc nét. Kết thúc với đôi môi màu nude là cách hoàn hảo để tạo ra một phong cách make up tự nhiên.

NHỮNG SẢN PHẨM ĐƯỢC SỬ DỤNG:

Bút kẻ lông mày Bobbi Brown, Son Nude Tom Ford, Bút kẻ mắt Tom Ford

TIP:

Sử dụng bột mỳ tán đều tạo cảm giác đôi lông mày mỏng. Tạo điểm nhấn vào khuôn lông mày bằng chì kẻ mày, tạo độ sắc nét cho phong cách make up.



Spring/Summer 2015

ETRO

Natural brown look

Trẻ trung, quyến rũ là những gì Etro luôn mang tới sàn diễn trong hầu hết tất cả các mùa. Cũng không nằm ngoài xu hướng đó, mùa hè này, chuyên gia trang điểm nhà Etro mong muốn mang tới vẻ đẹp tự nhiên trong suốt của làn da nâu bằng lớp nền mỏng nhẹ, và đôi môi màu nude lại một lần nữa được ưa ái trong phong cách trang điểm này. Điểm nhấn vẫn là đôi lông mày rậm, được chải một cách tự nhiên, tạo nên sự cân xứng cho tổng thể khuôn mặt.

NHỮNG SẢN PHẨM ĐƯỢC SỬ DỤNG:

Mac Care Blend Oils, and Studio Moisture Fix repairing balm, Bobbi Brown Natural Brow Shaper.

TIP:

Sử dụng lớp base đặc biệt dành cho vùng mắt, giúp phần mắt bám lâu hơn, và khó trôi. Tiếp đó, áp dụng một phần kem nền sau khi thoa kem dưỡng môi để giữ son được bền màu hơn.





Spring/Summer 2015

EMILIO PUCCI

Glow getter

Đường line cổ điển cùng kiểu tóc xõa nhẹ nhàng, thanh lịch tạo ra một tổng thể hài hòa nhưng không kém phần nổi bật bởi cách tạo khối, nền bằng tone màu nâu ấm- đặc trưng làn da vùng biển nhiệt đới. Với đường eyeliner nhấn vào khóe mắt, tạo điểm nhấn khiến cho đôi mắt sâu và to hơn, đây cũng là phong cách trang điểm ứng dụng ngày thường và ngay cả trong những dịp quan trọng.



NHỮNG SẢN PHẨM ĐƯỢC SỬ DỤNG:

Lancôme BIEFPAIT Teinté BB Cream, Mac Casual Colours, Marc Jacobs Beauty Le Marc Lip Crème

TIP:

Sử dụng cọ cỡ vừa dặm nhẹ phần tử trong phần khóe mắt trước khi tán đều màu quanh bầu mắt. Tiếp đó, dùng phần má dạng kem trộn đều với kem bắt sáng, sau đó thoa đều lên má, sống mũi tạo điểm nhấn cho làn da bóng sáng.

2



LANCÔME L'ABSOLU ROUGE

Màu son được ưa chuộng nhất mùa hè này cùng với công thức đặc biệt mang tới đôi môi mềm mại, cùng dưỡng chất Vitamin E giúp bảo vệ đôi môi khỏi những tác nhân từ ánh sáng mà vẫn giữ được màu son tươi tắn hoàn hảo.

1



CHANEL HYDRA BEAUTY ESSENCE MIST

Sản phẩm xịt khoáng được bổ sung các tinh chất dưỡng ẩm Camellia Alba PFA, các chất chống oxy hóa Blue Ginger PFA cùng vitamin C và E, thúc đẩy, tăng cường quá trình tái tạo da.

5



CLARINS

Sunscreen Care Oil Spray SPF 30
Tinh dầu dưỡng ẩm dạng xịt để bảo vệ và cung cấp độ ẩm cho làn da cũng như tóc khỏi tác động của ánh nắng trời vào mùa hè.

4



SHISEIDO ULTIMATE SUN PROTECTION LOTION SPF 50+ WETFORCE

Kem chống nắng có độ che phủ cao với công thức chống thấm nước, giúp bảo vệ làn da trong khi chơi những môn thể thao mùa hè như bơi lội, chèo thuyền.

3



CLINIQUE KEM DƯỠNG ẨM CHỐNG LÃO HÓA DÀNH CHO MẮT

Kem dưỡng ẩm chống lão hóa dành cho mắt, không chỉ giúp bảo vệ làn da khỏi tia UVA/UVB mà còn loại bỏ dấu hiệu căng thẳng, da khô vùng quanh mắt.

Chào hè với làn da *sáng đẹp rạng rỡ*

ĐẾN VỚI PPP, BẠN KHÔNG CẦN LO NGẠI VỀ NHỮNG VẤN ĐỀ DA DO CÁC TÁC NHÂN MÔI TRƯỜNG GÂY RA TRONG NHỮNG CHUYẾN DÃ NGOÀI DÀI NGÀY TRONG MÙA HÈ NÀY.

Công nghệ loại bỏ tạp chất bằng laser được chứng nhận an toàn từ năm 1992, Dr. Goh Seng Heng cùng các cộng sự đã bắt tay vào nghiên cứu "**Công nghệ làm sạch da cải tiến bằng Laser kết hợp**" phù hợp cho mọi loại da, không chỉ điều trị từng vấn đề da riêng biệt mà còn giúp hoàn thiện làn da sạch, mịn và duy trì nét tươi trẻ tự nhiên. Công nghệ làm sạch da bằng tia laser của PPP ra đời giúp mọi người có thể tiếp cận công nghệ này với mức độ an toàn tuyệt đối và có cái nhìn mới về phương pháp chăm sóc và điều trị da bằng Laser.

Chỉ với 5 phút trị liệu bằng phương pháp tiên tiến của PPP, ánh sáng Laser sẽ giúp bạn cải thiện các vấn đề về da: Mụn, sắc tố da (sạm, nám tàn nhang) và lỗ chân lông to, mang lại làn da khỏe đẹp hoàn hảo.

PPP LASER CLINIC

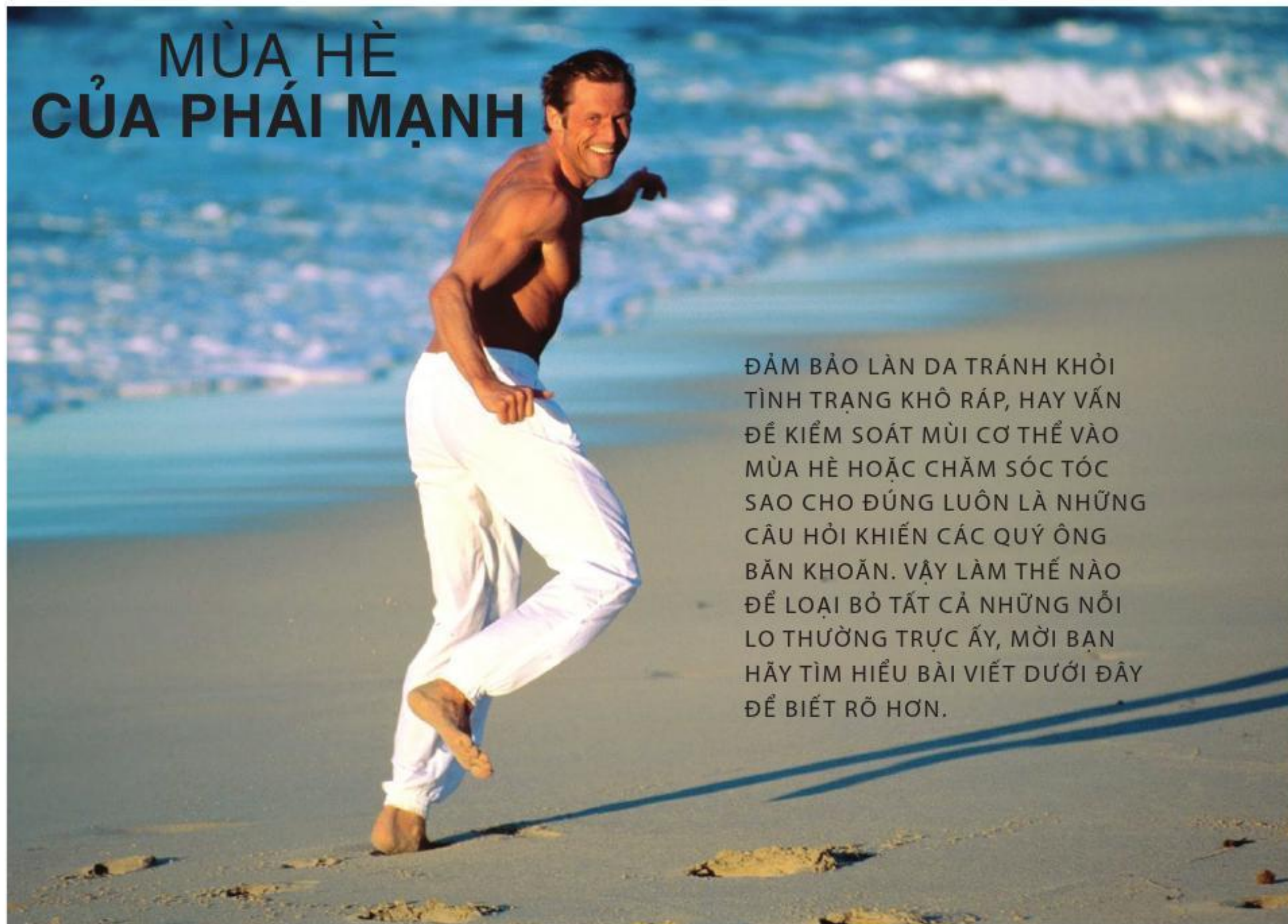
Tặng ngay liệu trình trị liệu da

10.950.000 VND

Từ: 30/06 - 31/07/2015



MÙA HÈ CỦA PHÁI MẠNH



ĐẢM BẢO LÀN DA TRÁNH KHỎI TÌNH TRẠNG KHÔ RÁP, HAY VẤN ĐỀ KIỂM SOÁT MÙI CƠ THỂ VÀO MÙA HÈ HOẶC CHĂM SÓC TÓC SAO CHO ĐÚNG LUÔN LÀ NHỮNG CÂU HỎI KHIẾN CÁC QUÝ ÔNG BẮN KHOĂN. VẬY LÀM THẾ NÀO ĐỂ LOẠI BỎ TẤT CẢ NHỮNG NỖI LO THƯỜNG TRỰC ẤY, MỜI BẠN HÃY TÌM HIỂU BÀI VIẾT DƯỚI ĐÂY ĐỂ BIẾT RÕ HƠN.

NHỮNG VẤN ĐỀ VỀ TÓC

NGUYÊN TẮC ĐẦU TIÊN:

CẮT GỌN TÓC HÀNG THÁNG

Mái tóc gọn gàng và phù hợp luôn là điều cơ bản các quý ông cần ghi nhớ, nó có thể được hiểu như một phương pháp khắc phục mọi nhược điểm trên khuôn mặt. Nếu bạn sở hữu một gương mặt tròn nữ tính, kiểu tóc mái 3/7 hoặc 4/6 và mái dài sẽ là lựa chọn hoàn hảo. Với mái tóc cắt lớp, mềm mại hay uốn xoắn nhẹ khiến các chàng trai có khuôn mặt góc cạnh đạt điểm tối đa trong lần hẹn đầu tiên. Đồng thời, các chàng nên tránh xa tóc mái ngang trán, và tránh kiểu tóc “bồ lổng” với mái tóc quá dày vào ngày hè, đây là lý do chính khiến da đầu dễ đổ mồ hôi, tạo gàu.

NGUYÊN TẮC THỨ HAI:

SỬ DỤNG SẢN PHẨM CHĂM SÓC TÓC ĐÚNG CÁCH

Tâm lý của phái mạnh là lựa chọn những sản phẩm tóc phụ thuộc vào hương thơm chúng mang tới. Nhưng không như bạn nghĩ, một số sản phẩm tóc có chứa các thành phần và công nghệ nuôi dưỡng, chăm sóc tóc khác nhau. Cần thận trọng việc lựa chọn các sản phẩm giúp bạn tránh khỏi nguy cơ dị ứng với các thành phần thảo hóa học, thảo dược. Đồng thời sử dụng những sản phẩm có chỉ số chống nắng bảo vệ da đầu khỏi những tác nhân từ tia UVA/UVB vào mùa hè, hay những sản phẩm có thành phần kích thích sự phát triển của chân tóc, ngăn gàu, ngứa, gây rụng để đạt được hiệu quả cao nhất cho mái tóc.

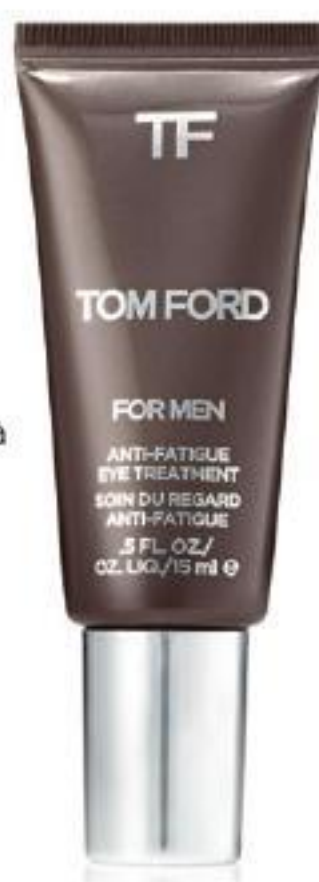
Mặt khác, thói quen xấu để tóc tiếp xúc trực tiếp với nắng và gió là nguyên nhân chính khiến tóc trở nên khô và giòn. Nếu bạn có mái tóc dầu, nên chọn sản phẩm có thành phần thảo mộc thiên nhiên. Điều này giúp tóc được giữ ẩm đồng thời tiết chế được lượng dầu sản sinh trên tóc.

Để có được những kiểu tóc đẹp, nam tính, keo vuốt tóc là điều không thể thiếu. Đây là cách đơn giản nhất có được mái tóc như ý trong một thời gian ngắn. Tuy nhiên, nếu sử dụng với tần suất quá nhiều sẽ khiến tóc khô, rối, xơ và thậm chí sẽ dẫn tới gàu. Vậy nên, đừng quá lạm dụng keo vuốt tóc là điều các chuyên gia khuyên dùng.



Clinique For Men Oil Control Moisturiser:
Tinh chất dưỡng ẩm làm dịu sau khi cạo râu dành cho da thường tới da khô.

Tom Ford Anti-Fatigue Eye Treatment:
Kem dưỡng mắt giúp xóa mờ nếp nhăn và dấu hiệu mệt mỏi.



NHỮNG VẤN ĐỀ VỀ DA

Thói quen sinh hoạt và cơ địa là hai điều ảnh hưởng trực tiếp tới làn da của phái mạnh. Vậy nên chọn lựa sản phẩm đúng với tình trạng da của mình thay vì lựa chọn bừa một sản phẩm, hay những sản phẩm phổ thông sẽ giúp khắc phục tình trạng da của bạn một cách đáng kể. Để làm được điều này, bạn cần hiểu rõ sản phẩm cũng như cách sử dụng sản phẩm một cách thông thạo.

Rửa mặt sao cho đúng? Một trong những sai lầm lớn nhất của phái mạnh là lựa chọn những sản phẩm đắt tiền, không phù hợp với làn da. Một số khác thường bỏ qua bước làm sạch da bằng các sản phẩm sữa rửa mặt thông dụng cũng làm da mất đi khả năng tái tạo và được làm sạch, khiến lỗ chân lông bị bít, dẫn tới mụn, mẩn ngứa. Việc sử dụng nước quá nóng trong quá trình làm sạch da cũng khiến da mất nước, trở nên khô ráp và dẫn xuất hiện nếp nhăn. Tuy nhiên, điều quan trọng là lựa chọn một sản phẩm phù hợp với thành phần kích ứng nhẹ, dễ dàng loại bỏ, làm sạch bụi bẩn trên da. Để cung cấp được độ ẩm vừa phải cho da, đồng thời vẫn đảm bảo loại bỏ được bụi bẩn, bạn cần các sản phẩm chứa thành phần bột yến mạch. Đây là chất làm sạch da nổi tiếng nhất, với tính chất keo yến mạch sẽ làm ẩm sau khi lấy đi hết các tế bào chết trên da.

Để khắc phục những vấn đề sau khi cạo râu, yêu cầu đầu tiên là một lưỡi dao cạo chất lượng. Chọn một chiếc dao cạo phù hợp là điều quan trọng giúp làn da nhạy cảm của bạn tránh bị tổn thương, nó cũng giúp loại bỏ những sợi râu cứng đầu một cách dễ dàng mà không gây sưng tấy, mẩn đỏ. Việc khắc phục làn da nhạy cảm, phục hồi da khô sau khi cạo râu cũng không hề dễ dàng, nên cùng với việc lựa chọn dao cạo, bạn nên sử dụng kèm loại gel dưỡng ẩm cạo râu để hỗ trợ tối đa việc bảo vệ làn da trong khi xử lý những lọn râu lộn xộn. Song song với điều này, bạn cần cung cấp độ ẩm cho da một cách cẩn thận, bởi nếu da không được cung cấp độ ẩm cần thiết, các vết mẩn đỏ, hay râu mọc ngược là điều khó tránh khỏi.

Không bao giờ ra khỏi nhà khi thiếu kem chống nắng. Dùng kem chống nắng hàng ngày hay các sản phẩm dưỡng da có thành phần chống nắng giúp da tránh khỏi các tác nhân ung thư từ tia UVA/UVB mang lại.



Shiseido Men Cleansing Foam Cleanser for Men:
Công thức dịu nhẹ giúp lấy đi mọi bụi bẩn và cung cấp độ ẩm cho da.



Shiseido Men Active Energising Concentrate:
Loại serum đặc biệt với công thức hcoonsg lão hóa, giúp da sáng hơn.



Anti-Fatigue Cooling Eye Gel Clinique:
Kem dưỡng mắt dạng gel với kết cấu viên bi lăn giúp dưỡng chất được thẩm thấu sâu hơn vào làn da.

Bí mật MÙA HÈ

NHỮNG ĐIỀU BẠN CHƯA BIẾT VỀ CHĂM SÓC DA MÙA HÈ ĐỂ
VÔ HIỆU HÓA NHỮNG DẤU HIỆU MÀ THỜI TIẾT ĐEM LẠI.

BÍ MẬT TRANG ĐIỂM

Làn da mùa hè luôn bị ảnh hưởng bởi ánh nắng và nhiệt độ một cách mạnh mẽ, vì vậy, việc lựa chọn những sản phẩm trang điểm phù hợp sẽ giúp làn da tránh khỏi những ảnh hưởng từ thời tiết. Lớp nền căng bóng sáng mịn sẽ luôn là mơ ước của mọi cô gái, do đó, bỏ qua lớp dưỡng da đầu tiên trước khi trang điểm sẽ là thiếu sót lớn để giữ làn da được bảo vệ và dưỡng trắng sáng cả ngày. Nếu bạn sợ làn da nhờn, chỉ cần chọn một trong 02 loại phấn là phấn nền và phấn phủ, đặc biệt, với các loại phấn dành cho mùa hè, thành phần chống nắng và khả năng hút nhờn cao là điều luôn phải ghi nhớ. Tiếp tới, primer sẽ là loại kem lót quan trọng giúp khắc phục những điểm yếu trên da, đây có thể được coi như một công cụ tre khuyết điểm hữu dụng dành cho ngày hè. Nếp nhăn, hay đốm đen cùng sắc tố da không đồng đều được sinh ra bởi tia UV và sự lão hóa, primer sẽ giải quyết triệt để chúng trước, trả lại làn da trạng thái khỏe mạnh nhất trước khi bạn kết thúc các bước trang điểm khác. Đồng thời, primer cũng sẽ giúp lớp trang điểm được bền màu, kem dưỡng ẩm được "bảo vệ" một cách tuyệt đối.




**Chanel Hydra Beauty
Essence Mist**

Chứa tinh chất Vitamin C và E giúp tái tạo, cung cấp độ ẩm cho da vào ngày hè.


**Estée-Lauder-Daywear-
BB-SPF-35**

Kem trang điểm dưỡng ẩm, chống nắng, bảo vệ da khỏi các tác nhân từ ánh sáng mặt trời, bụi bẩn


**Lancôme Blanc Expert
Essence In Lotion**

Nước hoa hồng cung cấp độ ẩm, mang tới sự cân bằng cho da.


**Shiseido Future
Solution LX Ultimate
Regenerating Serum**

Tinh chất làm trắng da, chống lão hóa giúp cải thiện các đốm đen cùng sắc da không đồng đều, bảo vệ làn da khỏi các yếu tố của môi trường.


Bobbi brown long wear primer

Giúp che và giảm quầng thâm vùng mắt.

CÔNG THỨC DƯỠNG ẨM

Sử dụng kem dưỡng có cấu trúc mỏng, nhẹ giúp da “dễ thở” hơn vào mùa hè. Do nhiệt độ ban ngày lên cao, khi sử dụng kem dưỡng có cấu trúc đặc khiến lỗ chân lông bít kín, dẫn tới mụn, tình trạng viêm da không đáng có. Mặt khác, da dầu, da hỗn hợp là 02 loại da đặc biệt cần sử dụng những loại kem dưỡng nhẹ hơn so với da thường, da khô. Trong số các thành phần thiết yếu, axit salicylic là thành phần quan trọng nhất trong việc cung cấp độ ẩm, giúp da mềm mịn, tươi sáng hơn, thậm chí, đây cũng là thành phần chính giúp loại bỏ các tế bào chết trên da – tác nhân gây xuống màu da, tạo lớp màng khiến các dưỡng chất khó lòng thẩm thấu sâu.

Để giúp da có vẻ tươi sáng, đều màu và đặc biệt loại bỏ những tác động từ ánh nắng mặt trời đem lại, những sản phẩm có chứa thành phần kem chống nắng sẽ không thể thiếu trong bộ mỹ phẩm chăm sóc da của bạn. Nếu bạn có làn da nhạy cảm và dễ tổn thương, kem dưỡng da có thành phần chống nắng nhẹ cùng tinh chất zin oxide và titanium dioxide sẽ là lựa chọn an toàn.

Ánh sáng, nắng nóng, không khí ô nhiễm đều là những tác nhân chính khiến vết nhăn và vùng da quanh mắt xạm màu, đây cũng chính là những vùng da quyết định tới vẻ rạng rỡ

của khuôn mặt. Đó là lý do sử dụng serum hàng ngày với công thức dưỡng ẩm chứa thành phần chống oxy hóa như vitamin C và E sẽ giúp làn da cải thiện hơn. Tuy nhiên, vitamin C không phải thành phần hoàn hảo đối với da nhạy cảm, thay vào đó, sản phẩm có thành phần với công thức dưỡng ẩm tự nhiên giúp quá trình tái tạo, đem lại vẻ đẹp rạng rỡ cho làn da. Tẩy da chết là bước dưỡng da định kỳ nên thêm vào quy trình dưỡng da hàng ngày vào mùa hè. Đây là công đoạn giúp da loại bỏ các chất bã nhờn, da chết không cần thiết, giúp da sạch dầu và dễ hấp thụ các tinh chất dưỡng da. Việc loại bỏ các tế bào da chết cũng giúp da khỏe và sáng hơn, thậm chí, lỗ chân lông cũng thu gọn lại, sắc tố da tăng đều, bên cạnh đó, các dưỡng chất được thẩm sâu hơn giúp làm trắng và tăng cường độ ẩm cho da hơn so với bình thường. Các sản phẩm chứa glycolic, lactic và salicylic acids sẽ phù hợp với mọi loại da, thậm chí là da nhạy cảm.



Bạn muốn
SẠCH NÁM
6 chỉ sau
6 TUẦN?



Công nghệ bản quyền
của Viện da liễu

SINGAPORE SCIENCE DERMA



Add: P1001, Tòa nhà Coalimex, 33 Tràng Thi, Hà Nội

Tel: 04.38827777 / 0968857777

Web: lavitaskinlab.vn

COLLECTION LES AUTOMNALES AUTUMN 2015 MAKEUP COLLECTION

Lấy cảm hứng từ cảnh vật và khung cảnh của những cánh rừng châu Âu, các tone màu của đất, của vỏ cây, của rêu sồi, và của những cây và hoa đã được Chanel lựa chọn làm màu cho bộ sưu tập sản phẩm trang điểm Thu 2015. Những màu sắc được Chanel Makeup Creation Studio xử lý để có thể lột tả được phong cách tinh tế cổ điển nhưng vẫn có thể cho thấy được chất hiện đại và phóng khoáng.

Nếu mùa thu là một tấm thảm, nó nên được dệt bởi những sợi bông vải màu nâu, màu vàng hoàng thổ và được khâu bởi những sợi chỉ màu vàng kim, vàng đồng và được tô điểm bởi những ánh màu cam...



CRÉATION EXCLUSIVE

Entrelacs

Được lấy cảm hứng từ những ô cửa sổ cũ kỹ của tu viện Cistercian và từ các chất liệu thiên nhiên như từ lá cây lunaria, lá cây tiêu huyền, hạt quả dâu, hạt dẻ và hoa thiết khôi tử, sản phẩm Exclusive Creation in Entrelacs có màu từ beige vàng, be nhung, đồng ánh vàng, nâu đậm tới màu beige. Sản phẩm có thể cho các hiệu ứng bóng mờ, hoặc bóng mượt. Trên mặt phấn là những hình ảnh 02 chữ C gắn kết với nhau, được cách điệu và tạo hình trang trí vô cùng ấn tượng.

LES 4 OMBRES

Tissé d'Automne

Lấy cảm hứng từ rêu sồi, hoa khuynh diệp, lá khuynh diệp và quả thông, sản phẩm có màu khaki vàng, màu hồng đào, màu nâu đồng, và màu khaki thâm. Sản phẩm có hiệu ứng tạo màu bóng mờ, bóng sáng, ánh kim và màu bóng mượt.





Được lấy cảm hứng từ trái cây tầm bóp, và đá kyanite xám, sản phẩm Illusion D'Ombre có hai lựa chọn màu là Rouge Gorge (màu cam bột) và Fleur de Pierre (màu xám bột) với các hiệu ứng bóng và hiệu ứng nhung mềm.

ILLUSION D'OMBRE

Rouge - Gorge

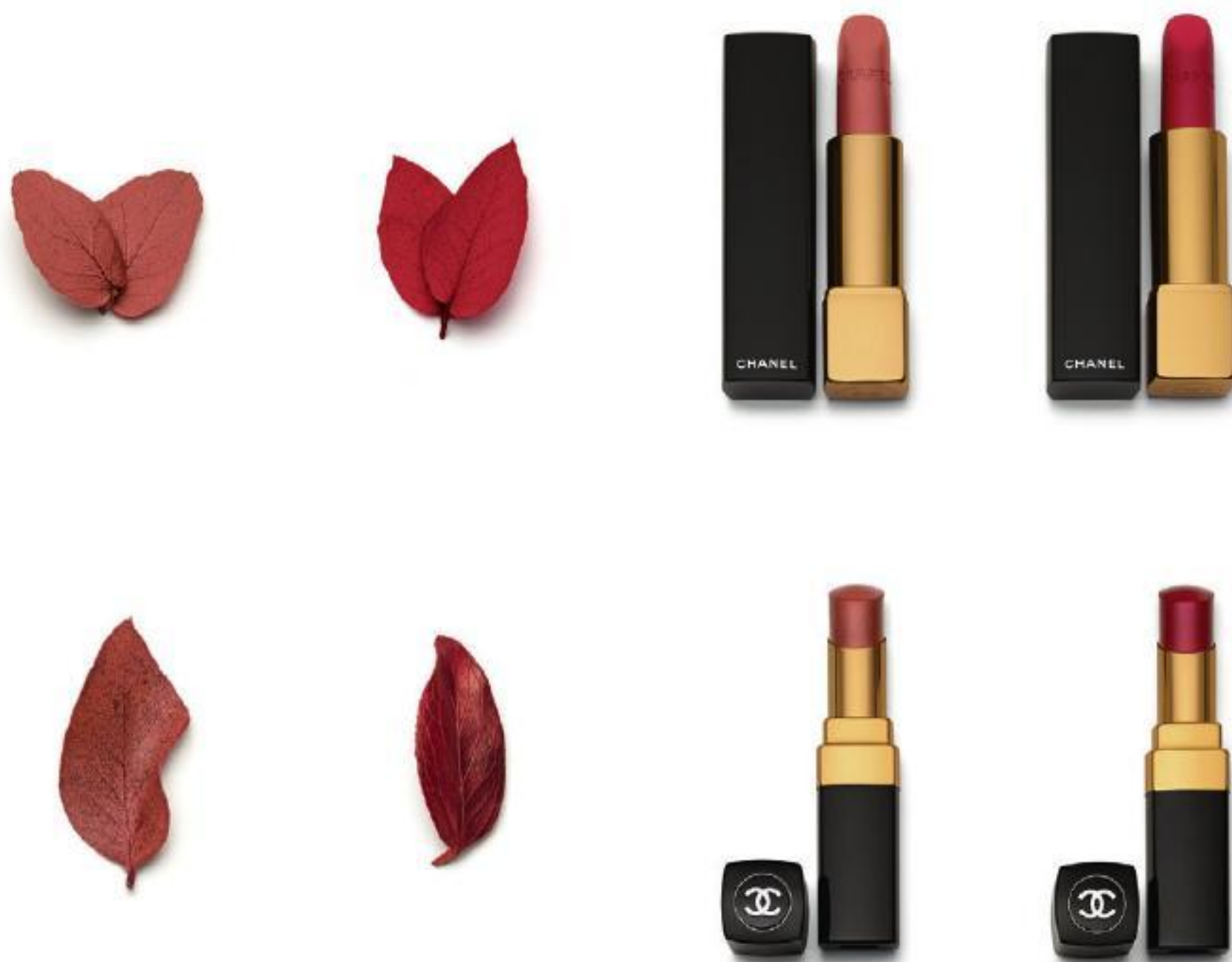
Fleur de Pierre



JOUES CONTRASTE

Alezane

Sản phẩm phấn Joues Contraste in Alezane, có cảm hứng từ cây hoa đuôi sóc (nụ tầm xuân) và lá khuynh diệp, cho màu hồng nâu với ánh vàng hơi mờ và hiệu ứng sáng ấm.



**ROUGE ALLURE
ROUGE ALLURE VELVET
ROUGE COCO SHINE**

Bộ sản phẩm gồm Rouge Allure, Rouge Allure Velvet, và Rouge Coco Shine được lấy cảm hứng từ lá cây khuynh diệp và lá cây andromeda polifolia. Với các màu beige hồng, màu đỏ tươi, màu nâu đồng và màu đỏ gạch, bộ sản phẩm có thể cho các hiệu ứng bóng mờ, bóng mượt.

LÈVRES SCINTILLANTES

Chêne Rouge

Lèvres Scintillantes (Chêne Rouge) được lấy cảm hứng từ quả chi ban là một sự gợi nhắc thú vị với chúng ta về mùa thu.





LE VERNIS

Được lấy cảm hứng màu từ lông gà tây, Le Vernis có các lựa chọn màu nâu thẫm, đỏ gạch, xanh thẫm với một chút ánh màu xanh nước biển với hiệu ứng màu bóng sơn mài.



Thời trang và **KIẾN TRÚC**

NHỮNG CÔNG TRÌNH KIẾN TRÚC ĐẸP ĐẸ ĐANG KHÔNG NGỪNG MỌC LÊN ĐỂ PHỤC VỤ CÁC THƯƠNG HIỆU THỜI TRANG! THẬM CHỈ HOÀN TOÀN KHÔNG NGOẠI KHI NÓI, NẾU TRƯỚC ĐÂY KHÁCH HÀNG CỦA CÁC KIẾN TRÚC SƯ ĐOẠT GIẢI PRITZKER LÀ CÁC THÀNH PHỐ, CÁC QUỐC GIA THÌ NAY ĐÓ LÀ CÁC THƯƠNG HIỆU THỜI TRANG.



Armani Fifth Avenue

Nếu chỉ thoát nhìn, thời trang và kiến trúc sẽ giống như 02 đường thẳng song song và hoàn toàn không có bất kỳ kết nối và liên hệ nào. Tuy nhiên, chính bởi cả thời trang và kiến trúc đều thể hiện những ý tưởng, những quan điểm cá nhân và xã hội, nên hai lĩnh vực tưởng chừng tách biệt này lại gắn kết rất chặt chẽ với nhau. Cả hai đều có thể xem là những “bức chân dung phác họa” các tiêu điểm văn hóa, phản ánh mối quan tâm hướng tới một đối tượng khách hàng và sự tham vọng của thời đại. Cả thời trang và kiến trúc đều nắm bắt cái thay đổi của thành phố và tái hiện lại nó. Hay nói cách khác, nếu thời trang làm đẹp cơ thể, kiến trúc làm đẹp các địa danh.

Kể từ những năm 1990, những thay đổi lớn đã diễn ra trong các chiến lược phát triển của các thương hiệu thời trang. Các tập đoàn lớn mua lại các nhà thời trang danh tiếng, các cửa hàng flagship store đóng một vai trò quan trọng trong các chiến lược marketing của các thương hiệu. Đây chính là điều kiện lý tưởng để các kiến trúc sư thấy mình trong những vai trò mới. Những kiến trúc sư lúc này có vai trò quan trọng như chính các nhà thiết kế thời trang. Họ phải diễn giải các ý tưởng, các giá trị thương hiệu bằng những tác phẩm là các công trình kiến trúc của mình. Cũng giống như các nhà thiết kế, họ có sứ mệnh phải mang tới cho thương hiệu một hình ảnh mới - ấn tượng, dễ nhận biết nhưng vẫn phải sâu sắc và truyền đạt tinh thần của thương hiệu.

Những kiến trúc sư nổi tiếng cũng có sức hút nhất định với công chúng. Mỗi công trình “đóng mác” tên họ sẽ là những bảo chứng tốt nhất cho sự thành công của một boutique. Đây chính là lý do giải thích cho việc các thương hiệu không ngừng tìm kiếm các ngôi sao của giới kiến trúc để hợp tác hoặc nhờ thực hiện các công trình cho mình. Thậm chí những mối quan hệ đặc biệt giữa các kiến trúc sư và các nhà thiết kế, giữa các kiến trúc sư và các thương hiệu thời trang đã hình thành. Đó là sự hợp tác giữa Giorgio Armani với cặp đôi kiến trúc sư người Ý, Massimiliano và Doriana Fuksas. Massimiliano và Doriana Fuksas là 02 người đã thiết kế các trung tâm bán hàng cho Armani ở Hong Kong, Thượng Hải và Tokyo. Hay nếu nói tới Chanel là nói tới Zaha Hadid. Nữ kiến trúc sư đoạt giải Pritzker đầu tiên trên thế giới này được nhà Chanel đặc biệt tín nhiệm và giao cho thực hiện dự án Chanel Mobile Art Pavilion.

Không ngoa khi nói rằng, trong lĩnh vực thời trang, đang tồn tại một cuộc “chiến tranh lạnh” giữa các thương hiệu để có được các công trình kiến trúc đỉnh đám nhất, đẹp nhất, ấn tượng nhất. Mỗi công trình này thậm chí còn trở thành thước đo đẳng cấp của một thương hiệu. Đó là tháp Ginza Tower của Armani; Maison Hermès do Renzo Piano thiết kế; hơn 3.000 m vuông được thiết kế bởi Herzog & De Meuron cho Prada; Bill Sofield thiết kế cho Gucci; Toyo Ito thiết kế cho Tod's; Peter Marino thiết kế Chanel. Và đây chỉ là số ít trong danh sách dài những ví dụ hợp tác giữa các thương hiệu thời trang với các kiến trúc sư danh tiếng nhất thế giới. Không thể phủ nhận những công trình này đã có những thay đổi quan trọng đối với các thành phố lớn trên thế giới như New York, London, Tokyo và những địa điểm khác.

Sự kết hợp giữa thời trang và kiến trúc mạnh mẽ tới mức nó trở thành tiêu điểm của báo chí và các kênh truyền thông. Những cuốn sách về chủ đề này được ra mắt và trở thành những cuốn sách bán chạy nhất. Ngay chính các kiến trúc sư cũng giới thiệu những cuốn sách về kiến trúc và thời trang. Kiến trúc sư danh tiếng Rem Koolhaas cũng đã giới thiệu cuốn sách Projects for Prada. Cuốn sách giới thiệu các dự án ở Mỹ và dự án Prada transformer ở Seoul. Prada transformer là một pavilion đương đại được thiết kế dựa trên ý tưởng một công trình có khả năng thay đổi và xoay với một không gian tứ diện. Công trình có thể làm địa điểm tổ chức 04 sự kiện khác nhau cùng lúc (một triển lãm, một triển lãm sắp đặt nghệ thuật, những trình chiếu và một show thời trang). Có thể nói đây là một sân chơi sáng tạo cho các mục đích sử dụng khác nhau.

Một dự án cách tân và đầy sáng tạo khác là sự kết hợp của kiến trúc sư Zaha Hadid và nhà thiết kế Karl Lagerfeld. Bộ đôi sáng tạo đã cho ra đời Chanel Mobile Art Pavilion để tôn vinh sự thành công của mẫu túi biểu tượng Chanel 2.55. Công trình đương đại này có thiết kế gần giống một chiếc phi thuyền, đã tổ chức một triển lãm nghệ thuật với các tác phẩm được thực hiện bởi 20 nghệ sỹ quốc tế. Thiết kế này sau đó được mang đi triển lãm vòng quanh thế giới, trưng bày ở các thành phố như Tokyo, Hong Kong, New York và Paris.

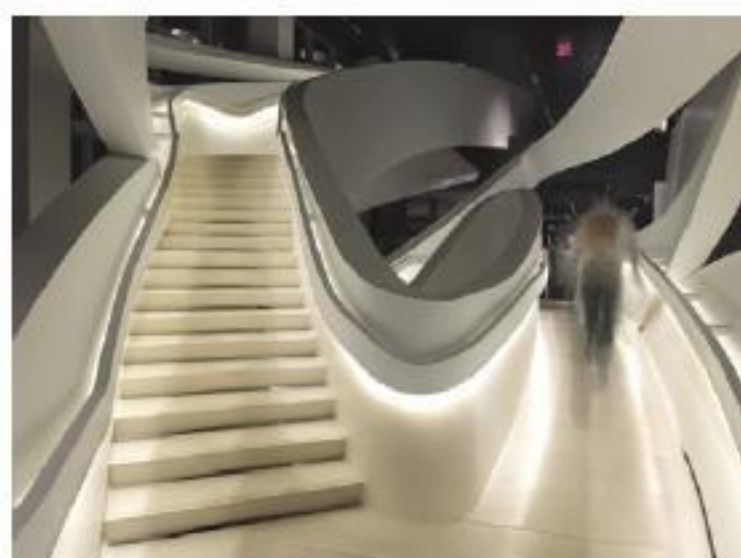


ARMANI GINZA TOWER

Công trình có thể xem như một khu phức hợp hoặc “một series các dự án dưới một lớp da”. Tòa tháp gồm một gian hàng Emporio Armani, một gian hàng Giorgio Armani Store, một nhà hàng cao cấp, một spa, và trụ sở chính của Giorgio Armani ở Nhật Bản. Nằm ở khu trung tâm mua sắm cao cấp của Tokyo, tháp Armani Ginza Tower có vai trò quan trọng chiến lược đối với sự phát triển toàn cầu của Armani. Công trình được thiết kế để hòa hợp với không gian xung quanh nhưng không vì thế mà mất đi dấu ấn riêng. Concept rừng tre với những thân và lá bao phủ hoàn toàn bề mặt 12 tầng giúp cân bằng ánh sáng và tạo ấn tượng về cảm hứng phương Đông. Các chi tiết dát vàng càng nhấn mạnh sự xa hoa vương giả. Đặc biệt yếu tố này kết hợp với hệ thống xử lý ánh sáng tân tiến và công nghệ cao của tòa tháp mang lại những hiệu ứng vượt trội.

ARMANI FIFTH AVENUE

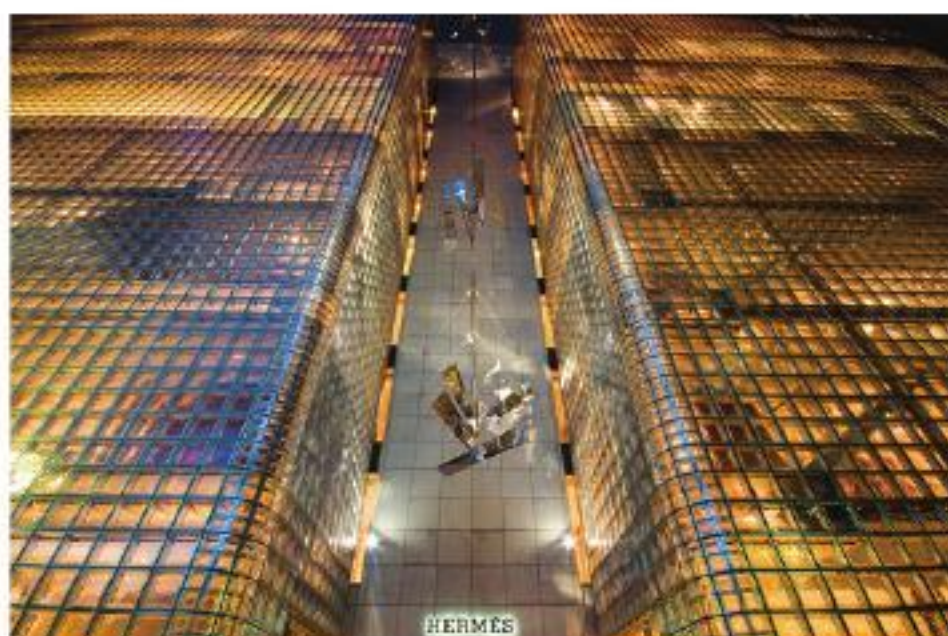
Công trình có thiết kế khá giống với một xoắn ốc hoặc một vòi rồng – tùy theo cách gọi của bạn – với lớp vỏ ngoài được bọc hoàn toàn bằng kính. Chiều dài của công trình vào khoảng 50m, chiều cao vào khoảng 13,7m. Với 04 tầng lầu, công trình có một khu mua sắm bán lẻ với diện tích lên tới khoảng 2787m vuông. Trong đó có khoảng 483m vuông là được dành cho Bar và Nhà hàng. Công trình này được Armani đặt hàng cặp đôi Doriana và Massimiliano Fuksas thực hiện và bản thân nhà thiết kế cũng đã tham gia vào toàn bộ quá trình thiết kế công trình.





CHANEL MOBILE ART PAVILION

Công trình có vỏ được thực hiện từ những sợi plastic gia cố, phần mái làm từ nhựa PVC, tích hợp hệ thống ánh sáng trần ETFE. Kết cấu công trình được thực hiện bởi 74 tấn thép với khoảng hơn 1752 điểm kết nối. Ở công trình này, một lượng lớn nhôm cũng được sử dụng trong các chi tiết kết cấu. Được biết, ý tưởng đầu tiên để cho ra đời công trình là của Giám đốc Sáng tạo của Chanel, Karl Lagerfeld và nữ kiến trúc sư đầu tiên đoạt giải Pritzker trên thế giới, Zaha Hadid. Bộ đôi sáng tạo đã cho ra đời công trình với mục đích ban đầu là tôn vinh sự thành công của mẫu túi biểu tượng 2.55.



MAISON HERMÈS, GINZA, TOKYO

Công trình này được Maison Hermès đặt hàng kiến trúc sư danh tiếng Renzo Piano thiết kế vào năm 1998. Đây có thể xem là một trong những công trình đầu tiên trải đường cho sự kết hợp giữa thời trang và kiến trúc. Công trình có toàn bộ bề mặt bao phủ là kính. Bên trong công trình là một cửa hàng, các văn phòng và một không gian triển lãm cũng như đường dẫn tới tàu điện ngầm phía dưới.

178 PRADA AOYAMA EPICENTER

Được biết, khi thiết kế công trình này, công ty kiến trúc Herzog & de Meuron đã quyết định tập trung vào hướng thẳng đứng của tòa nhà để có thể tạo ra nhiều diện tích sàn nhất. Công trình được thiết kế với cảm hứng từ các quảng trường và các không gian chung ở các thành phố châu Âu. Một điểm thú vị nữa là tùy vào từng vị trí đứng mà mỗi người sẽ có một cách nhìn khác nhau về công trình, đó có thể là một viên pha lê hoặc một công trình có mái nhà hình yên ngựa. Toàn bộ công trình được phủ kính lồi, tạo ra những hình ảnh thú vị cho cả những người ở bên trong boutique lẫn bên ngoài boutique.



MIU MIU STORE, AOYAMA, TOKYO

Hãng kiến trúc Herzog & de Meuron mới đây đã hoàn thiện cửa hàng Miu Miu Store ở Aoyama, Tokyo, Nhật cho thương hiệu Miu Miu. Cửa hàng của Miu Miu này có vị trí nằm đối diện với cửa hàng mà 15 năm trước, Herzog & de Meuron đã thực hiện cho Prada và có thiết kế giống một chiếc hộp kín đáo và sang trọng. Được biết, công trình mới này đã là một thách thức lớn với Herzog & de Meuron do những quy định về xây dựng của khu vực, cũng như do bối cảnh xung quanh. Được biết nhóm kiến trúc định hướng cửa hàng sẽ có thiết kế giống với một ngôi nhà rộng rãi và tiện nghi hơn là một khu mua sắm. Đại diện của hãng kiến trúc chia sẻ: “Công trình đã được thực hiện với những ý tưởng sau. Đây sẽ là một nơi giống một ngôi nhà hơn một cửa hàng bán lẻ; đây sẽ là nơi có thiết kế hơi khép kín thay vì rộng mở; đây sẽ là nơi vi tế hơn là phô trương; và là nơi trầm lặng hơn là bóng bẩy.”



DIOR, OMOTESANDO

Cửa hàng của thương hiệu thời trang danh tiếng của Pháp, Dior ở Tokyo có nội thất được thiết kế bởi kiến trúc sư nổi tiếng của New York, Peter Marino. Được biết, quyết định lựa chọn Peter Marino làm nhà thiết kế nội thất cho công trình tới từ 02 nhà sáng lập ra đơn vị đã thiết kế kiến trúc của cửa hàng: Kazuyo Sejima and Ryue Nishizawa (công ty SANAA). Peter Marino đã quyết định thiết kế lại không gian bên trong cửa hàng như một phiên bản hiện đại của cửa hàng flagship của Dior ở đường Avenue Montaigne ở Paris. Đại diện của thương hiệu chia sẻ: “Thiết kế của boutique mới vẫn đảm bảo một không gian hiện đại nhưng không vì thế mà làm mất đi cái chất nữ tính và tư duy mỹ thuật căn bản của nhà Dior.”





COACH, OMOTESANDO

Cửa hàng mới của Coach ở Tokyo do OMA thực hiện có thiết kế giống như một khối hộp vuông với những họa tiết đan cài hiện đại và đặc biệt. Được biết, những họa tiết này cảm hứng thiết kế từ hệ thống cất trữ bằng gỗ trong các cửa hàng của Coach vào những năm 1940. Bên ngoài cửa tiệm là một lớp kính được xử lý để có hiệu ứng mờ sương. Hệ thống đèn được thiết kế để biến cửa hàng này thành một ngọn đèn thực sự của khu phố.

LOUIS VUITTON FOUNDATION

Công trình nằm ở ngoại ô Paris này được thiết kế bởi kiến trúc sư đoạt giải Pritzker, Frank Gehry. Dự án được bắt đầu vào năm 2006 và đã được ra mắt trong năm 2014 vừa qua. Đây là một dự án bảo tàng nghệ thuật và văn hóa được tài trợ bởi tập đoàn LVMH. Ban đầu dự án này có chi phí ước tính vào khoảng \$127 triệu. Nhưng cuối cùng khi dự án hoàn thiện và được giới thiệu, con số này đã tăng lên thành 143 triệu. Do đây là công trình được tài trợ bởi LVMH nên sẽ mang logo của LVMH. Được biết, công trình này trong 55 đầu sẽ do LVMH quản lý, hết thời hạn 55 năm, công trình sẽ được chuyển giao sang cho chính quyền thành phố.



THƯỜNG VANG, ĐỪNG MỞ SÁCH



Với việc thưởng vang, cảm nhận của bạn quan trọng hơn bất kỳ thứ gì chúng tôi viết. Những điều chúng tôi viết, hoặc thậm chí ngay những điều mà các sommelier tư vấn đôi khi cũng mang tính tham khảo hơn là ứng dụng.

VANG VÀ PHO MÁT

Không ít trong số những quy tắc kết hợp giữa rượu vang và pho mát mà chúng ta vốn thường vẫn thấy chỉ là dấu hiệu của một sự thiếu cận được che đậy bằng những thứ gọi là “hiếu biết” của những người chẳng mấy khi ăn pho mát. Và trong rất nhiều trường hợp nếu bạn chỉ cố gắng học thuộc các quy tắc nhưng không thực hành, bạn sẽ không thể tạo được cho mình sự kết hợp hoàn hảo riêng. Tuy nhiên, chúng tôi vẫn đưa ra những gợi ý cho bạn. Hãy thử kết hợp vang và pho mát theo nguyên tắc thổ nhưỡng. Sự kết hợp này xuất phát từ việc đồ ăn và vang khi tới từ cùng một khu vực sẽ dễ kết hợp với nhau hơn do những cải biến và các điều chỉnh trong một thời gian dài. Đây là lý do vang đỏ Sancerre sẽ rất hợp với pho mát Crottin de Chavignol. Nhưng cần nhớ điều này không có nghĩa tất cả vang đỏ Pinot Noir đều hợp với pho mát dê. Hay mặc dù pho mát Gorgonzola rất hợp với những loại rượu Nebbiolo, Barbera và Dolcetto. Tuy nhiên, với việc ngày càng nhiều loại vang và pho mát, việc đưa ra những kết hợp thực sự mang tính vùng miền ngày càng trở nên khó hơn. Chẳng hạn bạn sẽ kết hợp pho mát Golden Cross của Anh được sản xuất ở Sussex.

Khi kết hợp vang và pho mát, bạn có thể dựa vào nồng độ muối của pho mát để đưa ra kết hợp phù hợp nhất. Đây chính là điều sẽ giúp bạn giải thích việc thường thấy pho mát hay được kết hợp với champagne hoặc vang trắng hoặc vang nổ. Vang trắng, vang nổ có hàm lượng tannin thường thấp. Trong khi đó, vang đỏ thường có hàm lượng tannin cao. Nhưng pho mát có hàm lượng muối cao khi kết hợp với tannin sẽ tạo ra một hương vị không dễ chịu. Vì vậy bạn cũng nên tránh kết hợp vang đỏ có nồng độ tannin cao với những loại pho mát có hàm lượng muối lớn. Nếu có ý định lựa chọn rượu đỏ, bạn nên kết hợp pho mát với vang trẻ nhiều hương hoa quả để có được một lựa chọn an toàn. Khi kết hợp pho mát có hàm lượng muối cao như blue cheeses với vang nên kết hợp với những loại rượu có vị ngọt sắc. Chẳng hạn Roquefort và Sauternes, hay Stilton và Cabrales.

Sự kết hợp giữa vang và pho mát còn dựa trên nguyên tắc độ chua. Độ chua là thứ có trong cả rượu vang (đặc biệt là vang trắng, vang nổ, champagne) và pho mát. Điều quan trọng khi kết hợp vang là cần tạo ra một kết hợp hài hòa giữa rượu và pho mát.



THÙNG GỖ SỒI

Gỗ sồi có ưu điểm tạo cho những giọt rượu vang mà nó ủ trong mình những hương vị và cấu trúc riêng biệt. Các hương vị phổ biến là vanilla, hương cà phê, hương bánh nướng, hương khói, hương gỗ tuyết tùng, hương xì gà, hoặc hương trái dừa hoặc hương kẹo làm bằng bơ đun với đường. Tuy nhiên, hương vị này phụ thuộc vào cách người thợ dụng lửa để làm thùng ở mức độ nào, nhẹ hoặc trung hay ở mức độ lớn. Để gắn chặt các thanh nẹp gỗ, người ta sẽ dùng các đinh gỗ và keo để chắm giữa vết nối. Những người làm rượu vang khi đi lựa mua thùng gỗ sồi sẽ phải đưa ra lựa chọn dựa trên rất nhiều yếu tố. Các yếu tố này gồm thùng được làm từ gỗ sồi loài gì, giống gì, xuất xứ từ đâu, mặt gỗ ở dạng hạt sần, mịn hay ở dạng trung đều có ảnh hưởng tới mùi vị của rượu. Ngoài ra, người làm rượu cũng phải cân nhắc về độ dụng lửa của thợ, thời gian và kiểu sấy của gỗ. Tiếp đó, việc sử dụng gỗ ở những cánh rừng khác nhau, hoặc các thanh ván gỗ có độ dày khác nhau cũng sẽ có những ảnh hưởng trực tiếp tới rượu. Kích thước của thùng gỗ cũng là một yếu tố cần phải xác định, thùng gỗ càng nhỏ thì hương gỗ sồi tác dụng lên rượu càng đậm.

Gỗ sồi Mỹ có vị ngọt hơn, hương cũng đượm hơn so với gỗ sồi Pháp vì vậy gỗ sồi Mỹ thường được sử dụng để ủ những loại rượu đỏ có mùi mạnh mẽ như Shiraz hay những loại rượu Chardonnay vùng khí hậu ấm. Thùng gỗ sồi Mỹ rất thích hợp để làm ra những loại rượu có hương vị ủ với thời gian ngắn.

Thùng gỗ sồi là một trong những dụng cụ rất đắt đỏ, vậy nên người ta chỉ sử dụng thùng gỗ sồi để làm ra những loại rượu vang quý hiếm. Cũng có một cách để cho rượu có được hương vị gỗ sồi nhưng không tinh tế bằng cách ủ rượu trong thùng là ngâm rượu vang với những miếng gỗ sồi nhỏ hoặc sử dụng bột gỗ sồi. Tuy nhiên, một lần nữa đây không phải là cách làm của các thương hiệu rượu vang lâu năm và truyền thống.





VANG VÀ LY

VANG ĐỎ: Nên chọn loại ly có kiểu miệng ly rộng, giúp cho rượu tiếp xúc nhiều với không khí hơn, “thở” nhiều hơn. Những loại rượu hợp với kiểu ly này là những loại rượu cũ với hương vị tinh tế được ủ từ những giống nho như Pinot Noir, Medoc hoặc Rioja. Rượu Burgundy cũng rất thích hợp với kiểu ly này. Rượu nên được uống trong khoảng nhiệt độ từ 15 tới 18 độ C. Cá biệt với những loại vang có vị nhạt và thanh như Beaujolais hoặc Shiraz, nên chọn loại ly có miệng và lòng nhỏ, hướng thẳng hương rượu vào mũi. Loại rượu này nên được uống trong khoảng 13-14 độ.

RƯỢU NÂNG ĐỘ: Nên lựa chọn loại ly có phần lòng tròn, cho phép hương của rượu tập trung đưa vào mũi người uống. Những loại rượu nên uống bằng loại ly này là Port, Madeira, Mistelle, Marsala. Rượu nên được uống ở nhiệt độ 14 độ C.

VANG TRẮNG: Nên chọn loại ly nhỏ hơn một chút so với loại ly vang lớn. Ly có lòng rộng. Loại ly này thích hợp dùng để uống Chardonnay, vang trắng Bordeaux, vang Verderjo và vang Burgundy. Rượu nên được uống ở nhiệt độ 11-12 độ C. Tuy nhiên, với một số loại vang như Riesling hoặc Gewurztraminer, nên chọn loại ly nhỏ miệng hẹp nhằm giữ hương vị không để dễ dàng bay mất. Rượu cũng nên uống ở nhiệt độ thấp hơn từ 1-2 độ nhằm giữ mùi cho rượu.

VANG HỒNG: Nên chọn loại ly rộng miệng, có tác dụng hướng trực tiếp rượu vào đầu lưỡi để tăng cảm giác về vị ngọt. Những loại vang hồng trẻ dễ uống mà chúng tôi có thể gợi ý ở đây là Syrah, Weisshebst, Carignan, Cigales. Rượu nên được uống ở nhiệt độ 10 độ C.

VANG NGỌT: Nên chọn loại ly có lòng tròn cho phép rượu hướng trực tiếp về phía cuối lưỡi. Ly nên được dùng để uống những loại rượu ngọt và không nâng độ như Muscato hoặc Ice Wine. Rượu nên uống ở nhiệt độ 8 độ C.

NAM PHAN

ĐẲNG CẤP FINE DINING



MỘT TRONG NHỮNG NHÀ HÀNG SANG TRỌNG BẠC NHẤT NẪM TRÊN CON ĐƯỜNG THƠ MỘNG RƠP BÓNG CÂY XANH CỦA SÀI GÒN" ĐÓ LÀ NHỮNG TỪ NGỮ ĐẦU TIÊN ĐỂ GIỚI THIỆU VỀ NAM PHAN.

KHÔNG GIAN QUYỀN QUÝ

Trau chuốt ngay từ những bậc thềm đầu tiên, ẩn ý trong nghệ thuật sắp đặt với những bụi tre xanh ngát bên những chiếc chum bằng đất nung bập bênh hoa sứ trắng, Nam Phan gợi cho ta cảm giác bình yên và tĩnh lặng sau những giây phút bộn bề trong cuộc sống. Quầy bar được trang trí bức phù điêu gỗ với những nét chạm trổ mê hoặc. Các dãy tường dọc lối đi thì chạm trổ hoa lá hết như trong các cung điện ngày xưa dẫn đến các phòng ăn sang trọng, nơi đặt những chiếc salon êm ái thiết kế theo phong cách thiền, không gian như thoảng tiếng chuông chùa vang xa. Tất cả đều mang đậm màu sắc phương Đông, gợi nhớ đến khung cảnh sang trọng, êm đềm của cung đình Việt Nam, nơi các bậc quyền quý thường thưởng thức sơn hào hải vị.

Hòa với không gian đó là mùi hương đặc biệt lan tỏa, sự lưu luyến của hương trầm hay nhẹ nhàng của hương lài như hòa quyện, ánh sáng vàng lãng mạn từ nền cùng những ngọn đèn chùm tạo cho thực khách cảm giác thoải mái, hoàn toàn thư giãn để thưởng thức món ăn được chế biến bởi những đầu bếp trứ danh.

TINH TÚY ẨM THỰC VIỆT

Không chỉ có những món ăn truyền thống của người Việt được chế biến công phu, hạn chế dầu mỡ, các đầu bếp ở Nam Phan còn mang đến cho thực khách những món cao lương bổ dưỡng, chỉ có ở các nhà hàng cực sang trọng như súp bào ngư vì cá, chè yến và đặc biệt là 10 món tuyệt chiêu. Đó là chả giò vì cá, món ăn đặc biệt nhất trong 10 món tinh chế trên. Vì cá được luộc nhiều lần cho mềm và sạch, cho vào nẹp tre để luộc với gừng và rượu khử mùi. Sau đó, sợi vì cá sẽ được chưng cách thủy, lấy ra trộn với tôm thịt và các gia vị khác rồi cuốn trong từng chiếc bánh tráng gạo, đem chiên lên sao cho có màu vàng ươm thật hấp dẫn. Hay gà nướng ống tre - một món ăn tươi ngon đậm đà hương vị núi rừng, thế nên gà là phải gà mái ghe, ức gà được chặt thành từng miếng lớn, để ráo nước. Sả thì chỉ lấy phần củ rồi cắt lát mỏng, gừng thì phải gừng già, cạo sạch vỏ, cắt chỉ. Tia tô tím nhạt lấy lá, cắt nhuyễn. Trộn đều tất cả với các loại gia vị, chút muối, đường, mật ong... ướp vào thịt gà, để thấm chừng tuần tra rồi đem ra nướng sơ trên lò than củi gỗ sồi rồi cho vào ống tre hấp khoảng non nửa canh giờ, sau đó mang ống tre ra nướng cho đến khi ống tre bên lửa hơi cháy cạnh màu vàng ươm kèm với thịt gà đã dậy mùi thơm là được.

Ngoài 2 món trên, thực khách còn có nhiều lựa chọn khác như món ba rọi nướng riêng mè, thịt ba rọi tẩm ướp theo phương pháp bí truyền của bếp trưởng nhiều kinh nghiệm, quán bên ngoài lỏi sả non, chút riềng, nướng vàng ươm trên than hồng, được dọn lên cùng chút rau thơm, bánh hỏi, mắm tôm pha Vodka, quả là sự kết hợp trên cả tuyệt vời. Nhâm nhi thêm một chút vang, chắc hẳn thực khách sẽ cảm nhận rõ rệt vị ngọt tươi, tự nhiên của món ăn nhẹ nhàng thấm vào đầu lưỡi rồi sau đó đọng lại trong vị giác và trong tâm thức lâu đến khó quên.

A photograph of a stage performance for the Hennessy Concert Series. A male violinist in a dark suit is playing a violin, standing to the left of a female pianist who is seated at a grand piano. The background is dark with a large, glowing projection of a violin and the text "Hennessy CONCERT SERIES".

Hennessy Concert 19

“Âm nhạc là ngôn ngữ toàn cầu”

Stefan Jackiw

C húng ta đang bước vào kỷ nguyên mà ở đó, ngày càng nhiều thương hiệu danh tiếng trên thế giới nhận thức được tầm quan trọng của việc bảo tồn, lưu giữ cũng như phát triển các giá trị văn hoá, đặc biệt là các giá trị văn hoá cổ điển như Nhạc Giao Hưởng. Một danh sách dài các thương hiệu danh tiếng đứng ra tài trợ cho các hoạt động này. Hãng đồng hồ nổi tiếng Thụy Sĩ, Rolex là nhà bảo trợ chính cho nhà hát The Royal Opera House (ở London) và Teatro alla Scala (ở Milan). Hay hãng đồng hồ Breguet là thương hiệu đồng hành với dàn nhạc danh tiếng của đất nước cờ hoa New York Philharmonic. Hay hãng đồng hồ của các doanh nhân thành đạt, Vacheron Constantin từ lâu là đơn vị hỗ trợ lớn trong các hoạt động nghệ thuật của nhà hát quốc gia National Opera of Paris.

Ở Việt Nam, Chương trình hoà nhạc Hennessy (Hennessy Concert) đã được ra đời với mục đích như vậy. Trong 19 năm nay (từ năm 1996), Hennessy Concert được tổ chức thường niên tại Việt Nam bởi công ty Cổ phần Phân phối Moët – Hennessy phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã góp phần thúc đẩy sự phát triển của âm nhạc thính phòng ở Việt Nam và làm giàu thêm các hoạt động văn hoá của quốc gia.

Chương trình hoà nhạc Hennessy thậm chí đã trở thành một sự kiện âm nhạc uy tín được đông đảo khán giả Việt Nam đón đợi. Với danh tiếng, tài năng vượt bậc của các nghệ sĩ biểu diễn mà chương trình đã mời về, hình thức trình tấu phong phú và các tác phẩm kinh điển, chương trình hoà nhạc đã góp phần tạo nên dấu ấn riêng trong lòng công chúng, đồng thời đem lại những ảnh hưởng tích cực cho đời sống văn hóa nghệ thuật tại đây.

Chương trình năm nay ấn tượng với màn trình diễn của nam nghệ sĩ violon Stefan Jackiw và nữ nghệ sĩ piano Anna Polonsky. Các tác phẩm được lựa chọn trình diễn là của Maurice Ravel, Witold Lutoslawski, Kaija Saariaho và Cesar Franck. Thừa hưởng hai dòng máu Đức và Hàn Quốc, nghệ sĩ Jackiw bắt đầu học violon từ khi lên 4 tuổi và giành giải thưởng danh giá Avery Fisher Career Grant vào năm 2002. Stefan Jackiw được ca ngợi bởi tiếng đàn trong trẻo, vẻ đẹp của âm sắc và kỹ thuật hoàn hảo. Trong khi đó, nghệ sĩ piano, Anna Polonsky cũng rất nổi tiếng khi từng đứng trên sân khấu cùng dàn nhạc Virtuosi Maxcova, dàn nhạc giao hưởng Buffalo, dàn nhạc giao hưởng Columbus, dàn nhạc Memphis, dàn nhạc thính phòng Philadelphia, hợp tấu thính phòng St. Luke, và nhiều dàn nhạc khác.

Stefan Jackiw:

NGHỆ SỸ NHẠC THÍNH PHÒNG LÀ NHỮNG NGƯỜI RẤT TÒ MÒ

Âm nhạc là ngôn ngữ toàn cầu và nó có tác dụng mở ra cho tôi những chân trời, những góc nhìn mới!

ANH CÓ THỂ CHIA SẺ, ÂM NHẠC THÍNH PHÒNG HAY VIOLON ĐÃ TỚI VỚI ANH THẾ NÀO?

Tôi luôn biết rằng nhạc thính phòng là thứ tôi sẽ theo đuổi suốt cuộc đời này. Mặc dù tôi sống trong một gia đình làm về khoa học nhưng gia đình tôi có một mối quan tâm đặc biệt cho nhạc thính phòng và nhạc cổ điển. Khi ở nhà chúng tôi thường cùng nhau nghe nhạc giao hưởng, bố mẹ tôi cũng thường đưa tôi đi tới nhà hát để nghe hoà nhạc. Tôi vẫn nhớ năm 04 tuổi, một người bạn của bố mẹ tôi đã mang tặng tôi một cây đàn violon và bố mẹ tìm cho tôi một thầy dạy nhạc. Từ thời điểm đó, tôi đã biết âm nhạc là lẽ sống của tôi.

TÔI NGHE NÓI ANH HỌC NGÀNH TÂM LÝ? VẬY LIỆU VIỆC THEO HỌC NGÀNH TÂM LÝ CÓ ẢNH HƯỞNG TỚI PHONG CÁCH CHƠI NHẠC CỦA ANH KHÔNG?

Thực tế tôi cho rằng, việc theo học ngành tâm lý không ảnh hưởng gì tới phong cách chơi nhạc của tôi cả. Tuy nhiên khi có nhiều trải nghiệm trong cuộc sống, có những mối quan hệ và những tri thức mới mẻ, điều này sẽ giúp chúng ta chắt lọc được những giá trị vàng của cuộc sống và thể hiện chúng qua âm nhạc. Tin rằng đây là cách làm giàu phong cách trong âm nhạc của chúng ta. Một việc nữa tôi muốn chia sẻ với các bạn là các nhạc sỹ nổi tiếng là những người tò mò. Họ không ngừng mài mê với việc khám phá thế giới này.

ĐƯỢC BIẾT MẸ ANH LÀ NGƯỜI HÀN QUỐC, LIỆU ĐIỀU NÀY CÓ ẢNH HƯỞNG TỚI CÁCH CHƠI NHẠC CỦA ANH?

Tôi không phủ nhận rằng có những ảnh hưởng nhất định. Tuy nhiên, việc có mẹ là người Hàn Quốc có làm tôi chơi nhạc hay lên không thì xin trả lời là không. Bởi vì âm nhạc là một ngôn ngữ toàn cầu. Dù bạn có là ai, bạn có nói thứ ngôn ngữ nào, trước âm nhạc chúng ta đều bình đẳng, chúng ta đều có cách cảm nhận và nhận biết các nốt nhạc giống nhau. Nói về ảnh hưởng của việc có nguồn gốc là người Hàn Quốc. Hàn Quốc là một quốc gia rất yêu thích âm nhạc cổ điển, thậm chí là rất nhiều thanh niên học nhạc cổ điển. Là một người Hàn Quốc, mẹ tôi cũng bị ảnh hưởng bởi xu hướng này. Và bà ý thức rất rõ việc cần sớm đưa tôi tiếp cận với âm nhạc cổ điển. Bà là người đầu tiên truyền cho tôi cảm hứng và tình yêu đối với âm nhạc cổ điển.

CÓ VẄ ANH CÓ MỘT MỐI QUAN TÂM ĐẶC BIỆT DÀNH CHO NHỮNG TÁC PHẨM NHẠC CỔ ĐIỂN ĐƯƠNG ĐẠI?

Quả thật tôi cũng đã được mời chơi trong những buổi công diễn giới thiệu các tác phẩm mới. Bản thân tôi cho rằng, việc chơi và giới thiệu các tác phẩm nhạc cổ điển hiện đại là sứ mệnh của các nghệ sỹ và giúp họ được biết đến ngay khi họ còn sống. Hãy nói thế này, Mozart hay Brahms là những cái tên được biết đến từ cách đây rất lâu. Sau khi họ qua đời rất lâu, chúng ta mới bắt đầu chơi nhạc của họ và dần dần mọi người mới biết tới. Vậy tại sao chúng ta không góp phần thúc đẩy để các nhạc sỹ có thể được biết đến ngay từ khi họ vẫn còn đang sống. Và đây cũng là cách giúp chúng ta thúc đẩy sự phát triển của âm nhạc thính phòng. Với bản thân tôi, việc chơi những tác phẩm mới này giúp tôi mở ra những tư tưởng, những góc nhìn mới. Thú vị hơn nữa là tôi có thể làm việc trực tiếp với những nghệ sỹ còn đang sống, tham khảo họ về ý tưởng của họ khi viết các bản nhạc – đây là điều tôi không thể có khi chơi nhạc của Mozart.

MỘT CÂU HỎI CUỐI? ANH CÓ THỂ CHIA SẺ CẢM XÚC CỦA ANH KHI TỚI BIỂU DIỄN Ở VIỆT NAM LẦN NÀY TRONG CHƯƠNG TRÌNH HOÀ NHẠC HENNESSY CONCERT 19.

Đây là điều tôi thực sự háo hức và mong đợi. Đây là lần thứ 02 tôi tới Việt Nam và tôi vẫn còn nhớ những ấn tượng của mình về sự thân thiện của con người nơi đây. Bên cạnh đó, tôi được chơi cùng với Anna Polonsky – một người bạn thân của tôi vì vậy khi có cơ hội chơi tôi đã nhận lời ngay với ban tổ chức của Chương trình hoà nhạc Hennessy.

VÀNG, XIN CẢM ƠN ANH!





INTERCONTINENTAL NHA TRANG

Vào các tối thứ 5, thứ 6, thứ 7 trong tháng 7 này, hãy đến nhà hàng Cookbook thưởng thức tiệc buffet hải sản đẳng cấp, cùng nhạc sống và bia Tiger Draught không giới hạn với giá chỉ 690.000VNĐ/người. Trong tháng 7, tất cả các nhà hàng và bar của InterContinental Nha Trang áp dụng chương trình ưu đãi đặc biệt với vang Penfold. Theo đó, khi thưởng thức một ly Penfold, thực khách sẽ được tặng thêm một ly cùng loại, kèm phiếu giảm giá 25% trên tổng giá trị hóa đơn trong lần kế tiếp. Vào mỗi tối thứ 4 và chủ nhật hàng tuần, hãy đến Aqualine Bar trải nghiệm đêm ẩm thực hải sản ngoài trời. Tại đây thực khách có cơ hội thưởng thức các món hải sản được chế biến từ những nguyên liệu tươi ngon nhất gồm tôm hùm, cá, cua biển, mực lá, và hào sừng... với giá chỉ 499.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 058 388 7777.



INTERCONTINENTAL SÀI GÒN

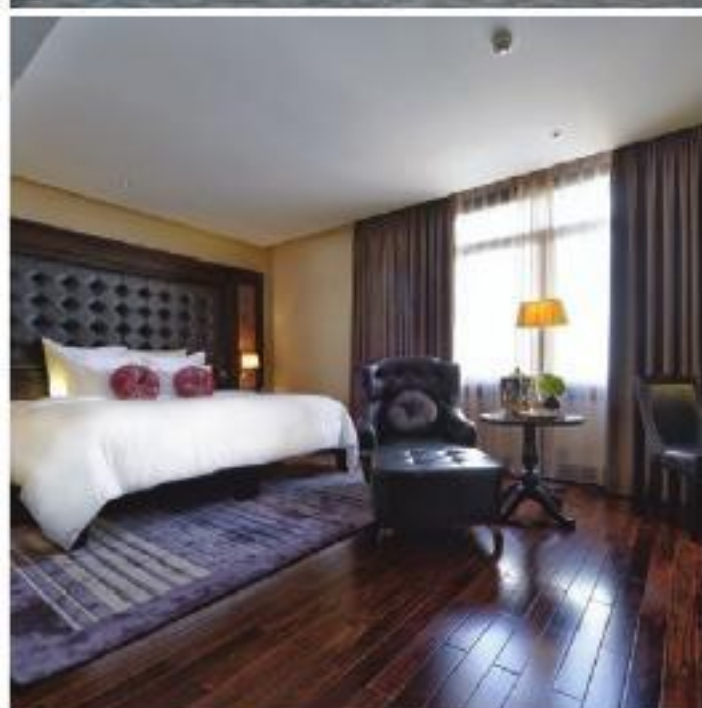
Ngày 15/8, hãy đến bất kỳ nhà hàng nào tại khách sạn InterContinental Sài Gòn thưởng thức một ly vang Penfolds để được miễn phí ly thứ hai vào lần ghé thăm kế tiếp, và nhận ưu đãi giảm giá 15% trên hoá đơn ẩm thực. Trong suốt tháng 7, hãy đến bar Purple Jade và The Library tận hưởng một ly cocktail mát lạnh được sáng tạo bởi các chuyên gia pha chế, với chương trình ưu đãi giảm 25% giá các loại cocktail đối với thực đơn Bar 150. Gói trị liệu Giải nhiệt mùa hè là sự lựa chọn hoàn hảo giúp giải nhiệt làn da trong cái nắng mùa hè oi ả. Tháng 7 này, Spa InterContinental ưu đãi 90 phút dành cho gói trị liệu Giải nhiệt mùa hè với mức giá 1.420.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3520 9999.

LOTTE LEGEND SÀI GÒN

Tháng 7 này, hãy đến nhà hàng Atrium Café thưởng thức tiệc buffet hấp dẫn, mang phong vị quốc tế đa dạng, cùng nhiều loại thức uống trong khung cảnh trang trọng, ấm cúng, với tầm nhìn hướng hồ bơi trong xanh. Nếu bạn là tín đồ của món nướng, chắc chắn không thể bỏ lỡ cơ hội thưởng thức không giới hạn hương vị BBQ ngon tuyệt trong tiệc này. Đầu bếp của nhà hàng sẽ nướng tại chỗ phục vụ bạn những món ngon như: Tôm Hùm Nướng sốt Phô Mai và Tỏi, Bò Lá Lốt, Gà Nướng Xả, mực, heo, bò, cừu, cá hồi nướng BBQ... Bên cạnh các món nướng ngoài trời, thực khách còn có thể thỏa thích thưởng thức hơn 100 món, 19 quầy thức ăn bên trong nhà hàng, bao gồm các món Á, Nhật, món nóng, món lạnh, các món bánh, kem, chè và trái cây theo mùa... với giá chỉ 990.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3823 3333.



Tận hưởng mùa hè Hạ Long cùng Paradise



HÀNH TRÌNH KHÁM PHÁ VỊNH HẠ LONG

2 ngày 1 đêm khách sạn Paradise Suites
và tàu thăm Vịnh nửa ngày

VND 2,150,000/khách

THƯỜNG NGỌAN VỊNH HẠ LONG TRÊN DU THUYỀN 5 SAO

2 ngày 1 đêm thăm Vịnh cùng
du thuyền Paradise Luxury

VND 3,150,000/khách

*Phụ thu 350,000 VND/khách cho những
ngày khởi hành vào thứ 6, thứ 7 hàng tuần.

TRẢI NGHIỆM THƯ GIÃN TRÊN VỊNH HẠ LONG

Chương trình 3 ngày 2 đêm
khách sạn Paradise Suites
và du thuyền Paradise Luxury

VND 3,900,000/khách

Áp dụng cho khách quốc tịch Việt Nam và người nước ngoài làm việc tại Việt Nam.
Tối thiểu 2 khách.
Khởi hành hàng ngày.
Chương trình áp dụng từ ngày 1/5/2015 đến 30/09/2015.

VĂN PHÒNG HÀ NỘI

Phòng 8&9A, Tầng 3, tòa nhà International Center, 17 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội
Điện thoại: +84 4 3941 6666 - Fax: +84 4 3936 8338
Hotline: 0989 046 048 / 0965 247 456 / 0967 343 003
Email: info@paradisevietnam.com - Website: www.halong2015.com



HỒ TRÀM RESORT CASINO

Mùa hè chính là thời điểm để vui chơi, nghỉ ngơi và thư giãn, vì vậy hãy để những tất bật của cuộc sống hằng ngày ở lại phía sau và đến Hồ Tràm để tận hưởng một mùa hè đầy thú vị. Cho dù bạn đang tìm kiếm một chương trình ưu đãi mùa hè để thư giãn hoặc một kỳ nghỉ đặc biệt bên gia đình và bạn bè, hay đơn giản chỉ là quay lại điểm đến yêu thích, tất cả đều có thể tìm thấy tại khu nghỉ dưỡng phức hợp Hồ Tràm Resort Casino Việt Nam. Chương trình ưu đãi Summer Escape dành cho khách lưu trú từ ngày 01/06 đến 30/09 với mức giá 2.888.000VNĐ/đêm vào các ngày trong tuần và 3.888.000VNĐ/đêm vào thứ sáu và thứ bảy. Thông tin chi tiết và đặt phòng, vui lòng gọi: 064 378 8888.



SHERATON NHA TRANG

Tháng 7 này, hãy đặt phòng trên Red Hot Deal cho kỳ nghỉ tại khách sạn Sheraton Nha Trang để nhận ngay ưu đãi giảm giá đến 50%. Với gói khuyến mãi này, du khách chỉ phải bỏ ra 2.345.000VNĐ để có 01 đêm nghỉ tại khách sạn. Cũng trong tháng 7, lần đầu tiên nhà hàng Feast giới thiệu sự kết hợp giữa ẩm thực Ấn, Thái, Trung Đông, Âu... chủ đề Buffet Hương Vị với giá chỉ 639.000VNĐ/người, bao gồm uống thỏa thích bia tươi và nước ngọt. Shine Spa của Sheraton – Spa dành cho những tâm hồn yêu cuộc sống, là nơi du khách có thể tìm lại sức sống và sự thanh thản trong những bài trị liệu từ Đông đến Tây, hòa quyện với nét độc đáo của trị liệu Việt. Hãy cùng khám phá sự pha trộn hoàn hảo của Shine Spa trị liệu qua gói khuyến mãi Spa đặc biệt: Shine Pampering 100 phút với giá chỉ 1.099.000VNĐ. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 058 388 0000.

SHERATON SÀI GÒN

Vào các tối thứ 7 trong tháng 7, hãy đến nhà hàng Saigon Café để chào đón Quốc khánh Mỹ và thưởng thức ẩm thực Mỹ đặc sắc như: tôm sốt cay Cajun nướng tiêu vàng, bắp New York và hải sản hầm, gan ngỗng áp chảo với mứt thơm... Ngoài ra, thực đơn các món tráng miệng còn có bánh nướng crumble cherry, bánh phô mai với mứt mâm xôi hay bánh táo nướng bơ đậu phộng tất cả tạo nên một sự trải nghiệm thật sự tuyệt vời cho đêm ẩm thực khám phá đất nước Mỹ. Mừng ngày Quốc khánh Pháp (14/7) hãy đến nhà hàng Saigon Café thưởng thức tiệc buffet chủ đề ẩm thực Pháp với nhiều món ngon như: đùi vịt rim hạt dẻ và trái mơ khô, gan ngỗng áp chảo, hàu, tôm, cua, cừu nướng với nước sốt tỏi và đậu tây... với giá chỉ 1.280.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3827 2828.



WINDSOR PLAZA

Ngày 20-21/6, Lễ hội Cưới Windsor 2015 với chủ đề Gấm Son đã chính thức diễn ra tại khách sạn Windsor Plaza. Lễ hội Cưới Windsor năm nay giới thiệu 3 phong cách trang trí tiệc cưới đang được ưa chuộng nhất gồm: Gấm Đỏ mang ý nghĩa thịnh vượng sung túc; Lụa là biểu tượng hạnh phúc viên mãn và Ren Trắng tượng trưng cho sự tao nhã tinh khôi. Ngoài ra, Lễ hội Cưới Windsor 2015 còn tổ chức cuộc thi ảnh online My Wow Moment dành riêng cho các đôi uyên ương. Theo đó, các cặp đôi sẽ chia sẻ bức hình hạnh phúc nhất theo phong cách riêng lên trang Facebook của khách sạn. 2 giải thưởng cho Bức ảnh đẹp nhất và Bức ảnh độc đáo nhất là voucher kỳ nghỉ trị giá 6.000.000VNĐ tại Pandanus Resort Mũi Né; giải thưởng cho Bức ảnh được nhiều người bình chọn nhất là voucher kỳ nghỉ trị giá 10.000.000VNĐ tại Pandanus Resort Mũi Né.



LONG ĐÌNH DIMSUM

HƯƠNG VỊ HONG KONG ĐÍCH THỰC



Long Đình®
龍|庭|酒|家
Dragon Palace Restaurant

64B Quán Sứ, Hà Nội
Tel: 043 942 9168 - Hotline: 0902 286 286
www.longdinh.com.vn

METROPOLE HÀ NỘI

Tháng 7, hãy tận hưởng những phút giây thư giãn và đánh thức giác quan với liệu pháp spa kết hợp cùng trị liệu mặt tại Le Spa Du Metropole với giá 2.355.000VNĐ/105 phút. Trong tháng này, thực khách yêu thích ẩm thực Địa Trung Hải có thể đến nhà hàng Ý Angelina thưởng thức thực đơn Hương vị Sicilia gồm các món đặc biệt: cá tuyết chiên, cà chua nhồi pho mát dê, Pizza Parmigiana, mỳ mực ống hay ức gà sốt cam... với giá chỉ từ 250.000VNĐ/món. Giữa mùa hè rực rỡ, còn gì vui thú hơn một bữa tiệc nướng với các nguyên liệu tươi ngon tại nhà hàng Vườn Hương vị. Tại đây, thực khách sẽ được thưởng thức bữa tối với thịt và hải sản xiên nướng than củi, điểm xuyết rau củ và xa lát mùa hè... với giá từ 290.000VNĐ. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04 3826 6919.



INTERCONTINENTAL HÀ NỘI

Tháng 7 này, hãy đến nhà hàng Café du lac thưởng thức bữa trưa chủ nhật đặc sắc trong không gian nhạc sống sôi động bên quang cảnh hồ Tây lãng mạn với giá chỉ từ 1.100.000 – 1.700.000VNĐ/người. Vào các bữa tối trong tháng, thực khách yêu thích những món ăn Âu – Á được chế biến từ hải sản tươi sống, hay quầy salad ngon miệng cùng vô vàn các món tráng miệng độc đáo cũng có thể tìm đến Café du lac. Tiệc tự chọn tối tại Café du lac có giá 990.000VNĐ/người. Trong tháng này, thực khách cũng không nên bỏ lỡ cơ hội trải nghiệm thực đơn món Ý mới tại nhà hàng Milan do chính bếp trưởng của khách sạn và đầu bếp nổi tiếng người Ý - Theo Randall sáng tạo nên. Nếu yêu thích cá tuyết, thực khách có thể đến nhà hàng Saigon thưởng thức những món ăn độc đáo được chế biến từ cá tuyết như: cá tuyết hấp với sốt xì dầu; cá tuyết nướng sốt XO... Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04 6270 9999.



EASTIN SÀI GÒN



Tháng 7 này, khi khách hàng đặt phòng trực tiếp qua website www.eastinhotelsresidences.com sẽ nhận mức giá ưu đãi giảm đến 20% trên giá tốt nhất cho loại phòng đặt trước thanh toán sau tại website. Ngoài ra khách hàng cũng sẽ nhận được phiếu quà tặng trị giá 1.080.000VNĐ (50 USD) để sử dụng các dịch vụ ẩm thực tại bất cứ nhà hàng nào của khách sạn. Để trải nghiệm được “Giá trị cho mọi nhu cầu” không chỉ đơn giản là một lời hứa thương hiệu mà còn là một lời cam kết chân thành. Chương trình khuyến mãi “Giá trị cho mọi nhu cầu” áp dụng cho các khách hàng đặt phòng từ ngày 1-31/7 với thời gian lưu trú ít nhất 3 đêm giai đoạn từ 1/9/2015 đến 31/3/2016. Việc đặt phòng có thể thực hiện tại website www.eastinhotelsresidences.com. Thông tin chi tiết, vui lòng gọi: 08 3844 9222.

EQUATORIAL SÀI GÒN



Từ ngày 3-16/7, hãy đến các nhà hàng của khách sạn Equatorial Sài Gòn chào đón Quốc Khánh Mỹ (4/7) và tham gia Lễ Hội Ẩm Thực Mỹ. Tại nhà hàng Chit Chat, thực khách sẽ được thưởng thức tiệc buffet vào mỗi tối với các món đặc sắc như: súp hải sản và tôm xào sốt cà chua, bánh táo, gà tây, bánh cầu vồng... với giá chỉ 840.000VNĐ/người; vào các trưa chủ nhật (5/7 và 12/7) nhà hàng sẽ phục vụ tiệc buffet trưa với giá 690.000VNĐ/người. Tại nhà hàng Orientica, thực khách có cơ hội thưởng thức các món ăn được chế biến từ nguyên liệu nhập khẩu Mỹ. Đặc biệt, bữa tối 7 món kết hợp với 3 loại vang và 1 loại whisky từ Mỹ vào thứ 6 (10/7) có giá chỉ 1.260.000VNĐ/người. Tại Flo Lounge, thực khách cũng có nhiều lựa chọn các món ăn chơi kiểu Mỹ như: cánh gà buffalo, burger với phô mai gấp đôi, burger Texas... kèm bia Budweiser với giá chỉ 368.000VNĐ/lốc 6 chai, hoặc 88.000VNĐ/chai. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3839 7777.

ASAHI SUSHI

NHỮNG HƯƠNG VỊ KỲ DIỆU



Asahi Sushi[®]
NHÀ HÀNG TRIỀU NHẬT
アサヒ寿司

Nhà hàng Asahi Sushi 1
288 Bà Triệu, Hà Nội
04 3974 5945 / 04 3974 5946
Hotline: 0902 286 286

Nhà hàng Asahi Sushi 2
76 Triệu Việt Vương, Hà Nội
04 3944 7966 / 04 3944 7968
www.asahisushi.vn

EXOTIC CARS

ĐỊNH NGHĨA SIÊU XE



CẦN 3 GIÂY ĐỂ TĂNG TỐC TỪ 0-100KM/H, CẦN 30M ĐỂ GIẢM TỐC 100KM/H VỀ KHÔNG, CÓ GIÁ TỐI THIỂU KHÔNG DƯỚI \$200.000, DƯỠNG NHƯ NHỮNG THÔNG TIN THÚ VỊ TRÊN VẪN CHƯA ĐỦ ĐỂ NÓI VỀ MỘT CHIẾC SIÊU XE!



Một chiếc siêu xe (hay còn được biết đến với cái tên gọi exotic car) là một chiếc xe thể thao hoặc xe grand tourer có giá rất đắt đỏ và có khả năng vận hành ưu việt. Đây cũng là những chiếc xe có số lượng sản xuất giới hạn từ vài trăm chiếc tới vài chục chiếc hoặc cá biệt là chỉ vài chiếc như Veneno của Lamborghini. Tất nhiên giá tiền của những chiếc xe sẽ tăng lên theo mức giới hạn sản xuất. Càng giới hạn, giá tiền sẽ càng cao!

Chẳng hạn, nếu Lamborghini Murciélago trong 10 năm (từ 2001 tới 2011) sản xuất khoảng 4.099 chiếc (như vậy mỗi năm sản xuất khoảng 400 chiếc), nhưng Veneno lại có mức sản xuất giới hạn tới mức Lamborghini chọn người mua để bán. Hãng xe của đất nước hình chiếc ủng đã chọn ra ba khách hàng dựa trên kiến thức và tình yêu của họ với thương hiệu siêu bò. Tất nhiên, là những người từng mua Lamborghini. Những người may mắn được lựa chọn là Krish Singh, một nhà đầu tư ở Florida và một khách hàng giấu tên tại Trung Đông. Cái giá của một chiếc Murciélago vào năm 2010 là khoảng \$350.000-\$400.000. Nhưng giá của một chiếc Veneno là \$4 triệu. Nghĩa là một chiếc Veneno có thể đổi ngang lấy 10 chiếc Murciélago. Hay một chiếc Ferrari California có giá chỉ vào khoảng trên dưới \$200.000, số lượng trung bình sản xuất mỗi năm vào khoảng 2.500 chiếc. Nhưng một chiếc Ferrari FXX K có giới hạn sản xuất vào khoảng 36 chiếc sẽ có giá đội lên tới mức \$3 triệu. Như vậy, một chiếc FXX K hoàn toàn có thể đổi ngang lấy 15 chiếc California.



Như đã nói, điểm chung của một chiếc siêu xe là giá rất đắt. Thông thường mức giá tối thiểu cũng từ \$200.000 (chưa tính thuế). Trang web dành cho người giàu therichest.com cho biết giá tối thiểu của một chiếc Lamborghini vào khoảng trên \$200.000. Còn khả năng hoạt động, tất nhiên là phải ưu việt ngoài sức tưởng tượng. Nếu như trước đây, khi công nghệ còn chưa đủ phát triển, giới hạn cho khả năng tăng tốc từ 0-100km của những chiếc siêu xe ở mức 04 giây, rồi 3,5 giây thì hiện nay thước đo này đã giảm xuống còn 3 giây. Nghĩa là chỉ sau 03 giây, một chiếc xe từ đứng im có thể đạt tốc độ giới hạn trên đường cao tốc của Việt Nam. Chưa dừng lại ở đó, giới hạn tăng tốc của những chiếc siêu xe hàng đầu thế giới hiện còn rơi xuống dưới mức 3 giây. Chẳng hạn như Bugatti Veyron Supersport đang giữ kỷ lục thế giới về tăng tốc, ở điều kiện hoàn hảo có thể bứt phá và đạt tốc độ từ 0-100km chỉ trong có 2,4 giây. Nghĩa là chỉ sau quãng thời gian bạn dậm nháy và tiếp đất, chiếc xe đã có thể đạt vận tốc gấp 2,5 lần vận

động viên chạy nhanh nhất thế giới: Usain Bolt.

Một điểm nữa dễ thấy ở những chiếc siêu xe là bên cạnh khả năng tăng tốc, xe còn cần phải có khả năng giảm tốc lý tưởng. Tưởng tượng, bạn có thể an tâm ngồi lên một con chiến mã nhưng không thể kiểm soát nó? Chắc chắn là không! Tương tự, sẽ không ai dám ngồi lên một chiếc xe có khả năng tăng tốc từ 0-100km/h chỉ trong vài cái chớp mắt nhưng lại phải vài chục phút mới có thể giảm tốc từ giới hạn của xe trên đường cao tốc xuống đứng yên! Đây chính là lý do giải thích cho việc tại sao mỗi chiếc siêu xe đều có má phanh gốm, carbon với độ chống trượt và hao mòn lên tới kỷ lục. Cụ thể, má phanh của Bugatti Veyron có thể chịu được sức nóng lên tới 1.200 độ C, cho phép má phanh không bị nung nóng tới mức nứt vỡ khi phải hãm khối sức mạnh không tưởng của động cơ xe. Các cánh gió của xe khi cần cũng được hoạt động như một hệ thống phanh. Bugatti xác nhận Veyron có khả năng giảm tốc từ 400km xuống còn đứng yên chỉ sau 10 giây. Tuy nhiên,



trong 10 giây này, quãng đường mà xe đi được cũng lên tới 500m. Hay các chuyên gia xe cũng đưa ra giới hạn sau: “Tăng tốc nhanh, giảm tốc nhanh.” Với giới hạn này, những chiếc xe cần có khả năng giảm tốc từ 100km/h xuống còn đứng yên sau quãng đường 100 feet (khoảng 30m). Và đây là tiêu chuẩn của một danh sách dài những chiếc xe từ Porsche 911 GT3 tới Lamborghini Murcielago LP670-4 SuperVeloce hay những chiếc xe khác.

Thiết kế của mỗi chiếc siêu xe đều rất đặc biệt. Nó luôn là kết quả của một quá trình nghiên cứu và phát triển lâu dài. Các tỷ lệ vàng, các phân chia tỷ lệ hoàn hảo tới mức khó tin. Mỗi chiếc siêu xe đều mang một tinh thần cấp tiến và đầy vị lai trong các thiết kế của mình. Hoặc thậm chí không ngoa khi nói, mỗi chiếc siêu xe là một hình ảnh thực của những gì con người vốn vẫn tưởng tượng và mong muốn từ một chiếc xe. Lấy ví dụ trường hợp của Veneno. Hình dáng Veneno không khác gì tàu không gian bước ra từ bộ phim Transformers, thân

xe làm hoàn toàn từ sợi carbon, hầm hố với tua tủa những nét cắt sắc gọn, hốc hút gió sâu, bí ẩn. Tất cả những nét tạo hình đều tập trung vào tính khí động học, hướng luồng gió tới động cơ và tạo lực hút, ép xe nằm ổn định khi “cắt cánh” ở tốc độ 354 km/h.

Ngoài những yếu tố căn bản này, một chiếc siêu xe còn được xác định bởi những yếu tố như chất liệu chế tác vỏ xe. Thông thường những chiếc siêu xe thường có vỏ được chế tác bằng chất liệu sợi carbon. Tuy nhiên, cũng có những trường hợp cá biệt, vỏ xe được thực hiện bằng chất liệu sứ cao cấp. Bên cạnh đó, một chiếc siêu xe cũng phải có nội thất và những trang thiết bị tương ứng. Trong trường hợp của Veneno, đó là nội thất cho cảm giác máy bay chiến đấu hạng sang, với màu đỏ tươi và đường chỉ xanh lá, da bọc thủ công bởi những người thợ Italy, bảng điều khiển sợi carbon cùng màn hình cỡ lớn. Veneno có tất cả những trang bị của một mẫu xe hiện đại, ngoại trừ radio.

Những cải tiến mới giúp Aston Martin Vanquish dễ dàng đạt tốc độ 100km/h chỉ sau 3,6 giây. Đây là bí mật làm nên điều này?



ASTON

Vanquish



MARTIN

Volante 2015



Aston Martin mới đây vừa giới thiệu mẫu Aston Martin Vanquish Volante, bản 2015. Về chi tiết đây là sự kết hợp hoàn hảo của hai dòng xe thể thao thành công của hãng là Vanquish GT và bản Rapide S bốn cửa, bốn chỗ. Mục tiêu của những chiếc xe trong năm 2015 của thương hiệu xe hơi nổi tiếng tới từ Anh này không chỉ là tăng khả năng vận hành ưu việt mà còn cả giảm mức tiêu thụ năng lượng và lượng khí thải đáng kể. Đặc biệt, với những mẫu xe 2015, hãng cũng rất đề cao tới trải nghiệm lái của tài xế.

Với sự ra mắt của hộp số tự động Touchtronic III, 8 cấp mới ở cả 02 mẫu Vanquish và Rapide S, Aston Martin cho thấy một bước tiến lớn trong việc tăng khả năng vận hành của chiếc xe và giảm mức tiêu hao năng lượng. Các kỹ sư cơ khí của thương hiệu đã làm việc tỉ mỉ với đối tác kỹ thuật ZF để phát

triển công nghệ 08 cấp này và tích hợp nó vào chiếc xe. Khả năng tăng tốc của Vanquish tăng đáng kể. Đồng hồ đo tốc độ của xe có thể cán vạch 100km/h chỉ sau có 3,8 giây. Như vậy, việc này không những giúp cải thiện tính cạnh tranh của mẫu xe trong phân khúc mà còn nâng Vanquish Volante lên thành mẫu xe có khả năng tăng tốc nhanh nhất trong lịch sử 101 năm của thương hiệu xe danh tiếng tới từ Anh này.

Những thay đổi với hộp số cho phép chiếc xe không chỉ nhanh hơn mà còn giảm lượng phát tán khí thải. Cụ thể với mẫu Vanquish, lượng khí CO2 giảm (tính trên km) xuống còn 298g. Được biết, những cải thiện về thiết kế và kỹ thuật đã giúp Vanquish Volante có thể đạt tốc độ tối đa là trên 322km/h. Một điểm đặc biệt nữa là hộp số 08 cấp, Touchtronic III mới không chỉ nhẹ hơn 03% trọng lượng của hộp số trước mà còn có kích thước ưu việt (cùng một kích thước với "người tiền



nhệm” của nó). Với hộp số tự động 08 cấp mới này, động cơ không chỉ mạnh mẽ hơn, mà lực xoắn cũng cao hơn.

Ian Minards, Giám đốc Phát triển Sản phẩm của Aston Martin chia sẻ: “Chúng tôi từ lâu đã hợp tác thành công với công ty ZF và đã tới lúc chúng tôi điều chỉnh để tích hợp hệ truyền động 8HP của họ vào trong các thiết kế hộp số mới của chúng tôi. Sản phẩm cuối cùng là kết quả của rất nhiều những tính toán kỹ thuật bao gồm các tỷ lệ, các đánh giá và tích hợp phần mềm, và cả các chiến lược chuyển số. Điều này đã thực sự tạo ra một bước tiến quan trọng trong việc giảm thiểu năng lượng, tăng khả năng vận hành trong khi vẫn bảo đảm được trải nghiệm lái cho chiếc xe.” Hệ truyền cấp này cũng cho phép những tính năng như cài đặt chế độ lái của xe Drive và Drive Sport mượt mà hơn.

Ngoài hệ truyền động ưu việt, Vanquish 2015 còn đặc biệt

được nâng cấp nhờ được ứng dụng công nghệ mới nhất Bosch Engine Management System. Hệ thống mới này cho phép kiểm soát động cơ chính xác hơn qua việc tạo ra một kết nối tốt hơn giữa hộp số và động cơ AM29 V12. Bên cạnh đó các cải thiện về điện tử và cơ khí cũng giúp chiếc Vanquish giảm độ nhiễu trong hệ truyền động, giúp xe đạt độ cân bằng lý tưởng. Các cản trước và cản sau giúp xe chắc chắn hơn, với 15% thêm ổn định ở phía thân mũi và 35% ổn định ở phía thân sau, mang lại cho xe độ an toàn vượt trội so với những dòng xe trước.

Với mẫu Aston Martin Vanquish mới, các nâng cấp về thẩm mỹ cũng vượt trội hơn hẳn. Xe có thêm một lựa chọn màu mới. Nội thất của xe được hoàn thiện bởi các chi tiết da cao cấp. Màu nội thất được xử lý tinh tế mang lại cho chiếc xe một độ hoàn thiện cao.



QUINTA ESSENTIA

VỚI KHOẢN PHÍ DÀNH CHO MỖI M CHIỀU DÀI CỦA CHIẾC DU THUYỀN NÀY,
BẠN HOÀN TOÀN CÓ THỂ LÀM CHỦ BẤT KỲ CĂN VILLA NÀO Ở VIỆT NAM





Một siêu phẩm mới của Heesen Yachts, chiếc du thuyền này có chiều dài lên tới 54m – hoặc 180 feet (tất nhiên, nếu bạn muốn sử dụng đơn vị đo quốc tế). Cái giá cho chiếc du thuyền này hiện nay vào khoảng \$100 triệu. Như vậy, ước tính cho mỗi m chiều dài của chiếc du thuyền, người mua sẽ phải bỏ ra một khoản tiền gần \$2 triệu (\$1,85 triệu). Cũng với cách tính này, cho mỗi m chiều dài của chiếc du thuyền, bạn có thể mua khoảng từ 3-5 chiếc Lamborghini (tất nhiên là giá chưa thuế và không phải những bản đặc biệt như Veneno), hoặc mua một chiếc Rolls-Royce (tất nhiên, giá đã bao gồm thuế và các khoản phí khác để nhập khẩu). Khá ấn tượng!

Được biết thuyền được hoàn thiện vào năm 2011, và được giới thiệu ở triển lãm du thuyền Yacht Monaco Show ở Quai d'Hirondelle. Thuyền là sự kết hợp hài hòa của kiểu dáng semi-displacement với thiết kế ấn tượng và khả năng vận hành ưu việt, mức độ tiêu hao năng lượng ở mức lý tưởng. Được biết, tính tới năm 2011, đây là chiếc siêu du thuyền lớn nhất mà

Heesen Yachts từng giới thiệu. Kiểu dáng của thuyền được thiết kế khá thuần và thuận, mang dấu ấn organic. Nhưng chính kiểu dáng này giúp cho Quinta Essentia nổi bật lên khi đậu đỗ ở bên cạnh những chiếc thuyền khác. Đặc biệt, với phong cách tinh tế và cổ điển, thuyền luôn nằm trong danh sách lựa chọn của những người giàu nhất thế giới. Các đường cong của thuyền càng khơi gợi, tạo sự tò mò của mọi người đối với nội thất bên trong chiếc thuyền trăm triệu đô này.

Là một chiếc siêu du thuyền, Quinta Essentia được phát triển theo cung cách bespoke. Chi tiết lớp sơn màu của ngoại thất thuyền vô cùng độc đáo và là duy nhất trên thế giới do được phát triển bởi chính chủ thuyền với sự tư vấn của hãng thiết kế danh tiếng Dobroserdov Design. Cụ thể đó là sự kết hợp của màu đỏ thâm cổ điển và màu trắng oyster. Được biết lý do thuyền có 02 màu này là bởi chủ thuyền rất yêu thích màu những chai vang quý của vùng Tuscan. Tuy là siêu phẩm của Heesen Yachts nhưng thuyền được thiết kế bởi Omega Architects, Quinta Essentia mang theo những tính năng ưu



việt mà không phải chiếc du thuyền nào trong cùng phân khúc cũng có được. Một trong những tính năng đó là một bể bơi với một thác nước ở phía cuối thuyền.

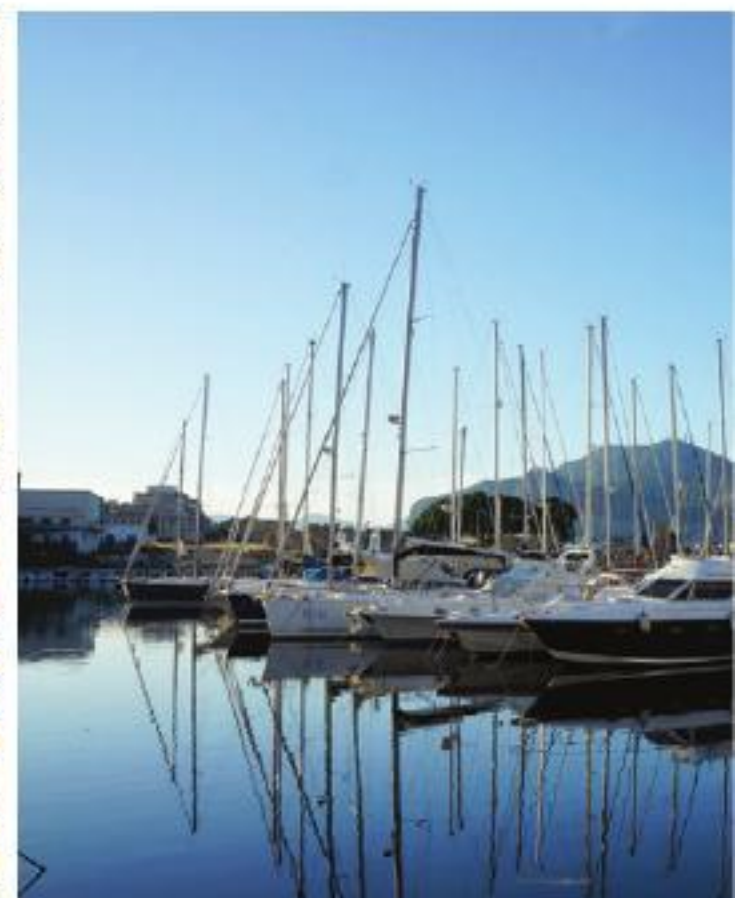
Không ngoa khi nói, nội thất của thuyền tương xứng với đẳng cấp ngoại thất. Những chất liệu xa xỉ nhất được sử dụng vô cùng hợp lý. Các căn phòng được trang trí với các màu vàng champagne ánh kim, tạo ấn tượng về một phong cách xa xỉ và quyền lực. Các chi tiết da, da thuộc với các màu be, màu rượu chát càng khẳng định vị thế của chủ thuyền. Ngoài ra, các đường cong mềm mại trong các chi tiết nội thất của thuyền giúp tạo nên một kết nối liền mạch giữa nội thất và ngoại thất, mang lại cho thuyền một kết cấu ổn định về ý tưởng thiết kế.

Được biết, tên của thuyền có nghĩa là Nguyên tố thứ 05. Đây là nguyên tố huyền thoại, là trung tâm của 04 nguyên tố Đất, Nước, Lửa và Khí. Do vậy khi thiết kế thuyền cần đảm bảo yếu tố này. Cũng chính bởi từ cái tên này, chúng ta có thể thấy sự xuất hiện của 04 nguyên tố cơ bản trong các chi tiết thiết

kế các cabin dành cho khách. Yếu tố nguyên tố thứ 05 chỉ xuất hiện trong phòng ngủ của chủ thuyền. Đây cũng là căn phòng có kích thước lớn hơn hẳn và có một ban công riêng. Ngoài ra, cũng nên kể tới 02 cabin lớn dành cho khách (có thể chuyển đổi thành một 01 cabin dành cho VIP), 02 cabin đôi và một cabin dành cho VIP ở boong chính của thuyền.

Có thể nói salon ở boong trên của Quinta Essentia là một trong những điểm nhấn quan trọng của con thuyền này. Với những ô cửa sổ rộng và cao, salon sẽ mang lại cho khách nghỉ một tầm nhìn lý tưởng. Không gian rộng rãi và đẳng cấp này được thiết kế với một lounge ở phía trước, một phòng ăn tối dẫn ra một khu vực ngoài trời rộng, rất tiện cho những bữa tiệc thịt nướng ở phía sau. Cũng ngay sát đó là một khu vực mà khách nghỉ có thể nằm phơi nắng. Tất nhiên, đó là chưa kể tới một spa ở giữa thuyền và những đồ chơi phục vụ những môn thể thao dưới nước.

Được biết thuyền có vận tốc tối đa là 24 hải lý/giờ.



ITALY, SICILY

Khi nói tới Sicily, người ta nói nhiều tới một mảnh đất giống như một khu tự trị. Ở đó mỗi cá nhân đều ý thức được sự cần thiết của việc lưu giữ các giá trị truyền thống. Với những cá nhân ở đó, “mảnh đất dữ” Sicily đẹp hơn bất kỳ nơi nào và có sức hút hơn bất kỳ nơi nào. Ở đó mỗi luật lệ cần được tôn trọng và bảo vệ dù luật lệ và truyền thống đó có kéo dài tới hàng ngàn năm. Và như vậy, dù có đi tới đâu, dòng máu Sicily vẫn luôn chảy trong huyết quản của những đứa con ra đi từ đây.



6

MŨ MELISSA ODABASH

Mẫu Jemima này có vành rộng giúp bạn ngăn cản ánh sáng mặt trời. Thiết kế với kiểu dáng cổ điển, được đan từ chất liệu bền với một quai da thật màu nâu, mũ sẽ đảm bảo cho bạn một phong cách trẻ trung và ấn tượng.



2



4

NHẪN STEPHEN WEBSTER

Phong cách Art-Deco của nhẫn chính là một sự bổ sung hoàn mỹ cho chuyến đi tới Sicily của bạn. Nhẫn được khảm đá lam ngọc 13,64 carat, chất liệu vàng 18 carat, khảm nạm 0,7 carat kim cương.

TẠP CHÍ HÀNG HIỆU

Đừng bao giờ bỏ quên cuốn tạp chí của bạn – dù bất kỳ vì lý do nào. Hàng Hiệu sẽ giúp bạn cập nhật các thông tin tin tức và thiết thực nhất.



5

GIÀY VALENTINO

Không có sự lựa chọn nào tốt hơn phụ kiện của Ý kết hợp với trang phục của Ý. Đáng chú ý hơn là mẫu giày này có thiết kế dạng ren, màu trắng ngà. Được làm tại Ý, giày có đế cao su, chống trượt. Các chi tiết mép vải được viền da rất tinh tế.

KÍNH GUCCI

Kính được trang trí với họa tiết hoa cam và hoa mận sáng. Được làm tại Ý, cặp kính này là một phụ kiện thực sự xa xỉ và lý tưởng cho những ai muốn có một kỳ nghỉ tuyệt vời.



3



1

TÚI DOLCE & GABBANA

Túi tote, chất liệu PVC với họa tiết in là một chiếc bưu thiếp in hình đảo Italy. Túi có lớp lót bằng da lộn để đảm bảo những món đồ bên trong không bị xước, với tay cầm và quai đeo bằng da.

VÁY DOLCE & GABBANA

Váy có họa tiết in với tone màu xanh được lấy cảm hứng từ một phong cách đồ sù cổ của Ý (có từ giai đoạn Phục Hưng). Váy được may bằng chất liệu cotton-poplin, chiếc váy midi này có phần thân áo được lót, một hàng cúc được đính chạy dọc ở trước ngực.



7



An aerial photograph of a ship's wake in the ocean. The wake is a series of white, frothy waves trailing behind the ship, creating a sharp, V-shaped pattern in the deep blue water. The text 'ABSOLUTE NAVETTA 58' is overlaid on the upper part of the image.

ABSOLUTE NAVETTA 58

NAVETTA — TÊN CỦA CHIẾC THUYỀN - CÓ NGHĨA LÀ MỘT CHIẾC THUYỀN NHỎ NHƯNG QUYẾN RŨ. THUYỀN LÀ KẾT QUẢ CỦA MỘT BỀ DÀY KINH NGHIỆM TRONG LĨNH VỰC ĐÓNG THUYỀN CỦA HÃNG ABSOLUTE, MỘT TƯ DUY THIẾT KẾ MẠCH LẠC VÀ MỘT TINH THẦN Cởi MỞ VÀ HIỆN ĐẠI.



Hãy gọi đây là chiếc xe bus hoặc chiếc xe cab trên biển của bạn. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng sau cùng, chiếc Absolute Navetta 58 này là một chiếc thuyền thực sự. Một định nghĩa khá lạ lẫm tuy nhiên rất cần thiết để bạn có thể tách biệt chiếc Absolute Navetta 58 này với những mẫu du thuyền khác. Thông thường, khi nói tới du thuyền, người ta thường nói tới sự xa xỉ với những tính năng như bể bơi trên thuyền, hầm rượu vang trên thuyền, hay thậm chí trong rất nhiều trường hợp là mang cả thế giới lên chiếc thuyền đó nhưng không ít trường hợp, quên mất rằng một chiếc du thuyền trước hết phải là một chiếc thuyền đã.

Navetta là một chiếc thuyền được lấy cảm hứng từ những con người thực sự yêu biển, đứng tuổi, đủ kín kẽ, thâm trầm và cũng đủ yêu biển. Không khó hiểu khi nhà đóng thuyền

người Ý, Absolute Yachts lựa chọn hướng phát triển này cho thuyền. Với một kích thước chiều dài khiêm tốn (không đủ để được xếp vào phân khúc siêu du thuyền) chỉ dừng ở 17m, thuyền có thiết kế của những chiếc thuyền vạm vỡ, mạnh mẽ, giống như những chiếc thuyền đánh cá hoặc thuyền chở hàng hơn là một chiếc du thuyền sang trọng. Tuy nhiên, điểm khác biệt giữa Navetta 58 và những chiếc thuyền kiểu này là Navetta 58 sở hữu những tiện nghi cấp cao mà ngay cả một căn chung cư hạng đỉnh cũng không có.

Phải nói rằng Navetta 58 có thiết kế mạnh mẽ, mang lại cho bạn cảm giác an toàn từ những bước chân đầu tiên để đi lên thuyền. Dáng thuyền hơi bè, mập và ngắn, luôn mang tới cho mọi người cảm giác yên tâm. Để đi lên boong thuyền, bạn sẽ có bốn lối đi lựa chọn. 02 trong số đó là từ phần đuôi tàu và 02 từ lối đi bên sườn. Cảm giác an toàn cũng tới từ những



“bức tường” bao lấy mép thuyền dọc theo boong chính và cầu tàu. Các tay vịn xuất hiện dọc theo những lối đi. Boong thuyền được đóng bằng gỗ teak với những bề mặt chống trượt. Các diện tích bề mặt bên ngoài được thiết kế để có thể mang tới cho hành khách đi trên thuyền những tầm nhìn tốt nhất. Hay đặc biệt là những công nghệ được ứng dụng cho chiếc thuyền này. Các hệ thống điều khiển được nâng cấp và đảm bảo từ trung tâm buồng lái, mang tới cho mọi người cảm giác thoải mái nhất.

Trái ngược với hình dáng có phần thô ráp của thuyền, Navetta 58 sẽ mang tới cho bạn những trải nghiệm hoàn hảo và tiện nghi nhất. Những cửa sổ ở 2 bên thành thuyền sẽ mang tới cho bạn những hướng nhìn hoàn hảo về biển. Các căn phòng được thiết kế với trần nhà cao. Các tầng được nối với nhau linh hoạt như tạo cảm giác đang ở nhà. Tính tiện nghi và sự thoải mái của khách nghỉ được đề cao tới mức

chúng được đặt lên hàng đầu – trên tất cả các yếu tố khác. Trên thuyền có các khu tắm nắng, hai phòng bếp riêng, phòng ngủ dành cho thuyền trưởng và các nhân viên phục vụ. Ngoài ra, thuyền còn sở hữu 03 cabin đôi có phòng ngủ riêng với toàn bộ các trang thiết bị, các đồ dùng gia đình, tủ quần áo và các thiết bị truyền thông đa phương tiện.

Thuyền có thiết kế của một tàu lưới đánh cá điển hình khá mạnh mẽ, nhưng bù lại thuyền lại sở hữu một lớp sơn màu bạc hà tinh tế. Thuyền có tốc độ dao động từ 10 tới 26 hải lý/giờ. Được đánh giá là một trong những niềm tự hào của ngành công nghiệp đóng thuyền của Ý, thuyền có “ngôn ngữ thiết kế” mạnh mẽ. Các không gian boong được thiết kế hoàn hảo, tận dụng triệt để mang lại những tiện nghi như đã nói cho thuyền. Thuyền có số người phục vụ cũng thấp, chỉ khoảng 06 người, đảm bảo mỗi hành khách đều có được sự chăm sóc cẩn thận và riêng tư nhất.



1



VÁY MAXI CỦA ETRO

Hoạ tiết đặc trưng paisley của thương hiệu Etro sẽ mang tới cho chuyến đi biển của bạn một dấu ấn phong cách khó quên. Với thiết kế cổ chữ V, xẻ sâu, dáng váy maxi kết hợp với những đường viền tinh tế, chắc chắn chiếc đầm này sẽ biến bạn thành nữ hoàng của mỗi bữa tiệc bên bãi biển.



2

KÍNH ILLESTEVA

Mẫu kính mát Leonard II được thiết kế lại với tone màu kem pha đá xám, mắt kính màu xanh. Kính được hoàn thiện thủ công, đảm bảo sẽ mang tới cho bạn những trải nghiệm thú vị.

3



GIÀY JIMMY CHOO

Giày đế bện thừng, chất liệu da thuộc màu đen này của Jimmy Choo sẽ là phụ kiện lý tưởng cho chuyến đi tới biển. Đế giày mềm mại, không chỉ phù hợp với những chuyến đi trên những bờ cát dài mà còn đỡ chân, đưa bạn đi khám phá thành phố.



NHA TRANG

Đừng bao giờ vì quá mê mải với những thành phố ở châu Âu mà lãng quên đi những thành phố trong chính đất nước quê hương bạn. Nếu là một “lữ khách” mang “quốc tịch toàn cầu”, bạn sẽ thấy Nha Trang cũng đẹp và cũng thơ mộng không khác gì bất kỳ thành phố biển nào trên thế giới. Hãy nhớ, sự thú vị của một thành phố chỉ xuất hiện khi bạn cố tìm, và học cách yêu nó. Vậy nên, đừng so sánh Nha Trang với bất kỳ thành phố biển nào.

5



ĐỒ BƠI CỦA MISSONI

Một sáng tạo thú vị của Missoni khi có họa tiết truyền thống được kết hợp với những hạt ánh kim, mang lại dấu ấn đặc biệt cho mỗi bộ đồ tắm.

4



TÚI BOTTEGA VENETA

Mẫu túi hold all của Bottega Veneta này đảm bảo sẽ là phụ kiện vật bất ly thân của bạn trong những chuyến đi tới các thành phố biển. Túi sẽ là món phụ kiện đẳng cấp cho những chuyến đi tham quan thành phố, nhưng cũng có thể trở thành phụ kiện hữu dụng khi bạn cần đựng khăn tắm hoặc đồ bơi khô.

Trăm cái áo hồng hạc khảm kim cương và ruby của Cartier.



RUBY

CHẤT LIỆU XA XỈ

VỚI MÀU ĐỎ QUYỀN LỰC, RUBY CÙNG VỚI KIM CƯƠNG VÀ NGỌC TRAI LÀ NHỮNG LOẠI ĐÁ RẤT ĐƯỢC ƯA DÙNG TRONG CÁC MÓN TRANG SỨC HIGH JEWELLERY!

Trong lịch sử nhân loại, màu đỏ luôn tượng trưng cho đam mê và sự lãng mạn. Đây cũng được xem là màu của những cảm xúc mãnh liệt, của tình yêu, của sự giận dữ. Màu đỏ cũng thường đi kèm với những biểu tượng của quyền lực, khát vọng của những chiếc xe mạnh mẽ và những bông hồng tươi thắm. Cũng mang màu đỏ, ruby - loại đá corundum - đã được dùng trong hàng thế kỷ nay để biểu tượng những cảm xúc này. Chính vì vậy, một món trang sức được khảm nạm đá ruby là một món quà hoàn hảo. Trong văn hoá cổ đại, người ta tin rằng đá ruby biểu tượng cho dòng máu chảy trong huyết quản của chúng ta, chính bởi vậy chúng có thứ sức mạnh hồi sinh.

Trong tiếng Phạn, đá ruby được biết tới với cái tên Ratna Raj hay “vua của những viên đá quý”. Đạo Hindu cổ đại tin rằng những người đem triều cống những viên ruby đẹp cho Thần Krishna sẽ được luân hồi chuyển thế làm vua. Cần nói rằng chính những đặc tính của viên đá đã mang lại cho viên đá những ý nghĩa tốt đẹp. Đó là sự thuần khiết, tính bền bỉ và độ quý hiếm. Cho tới nay, ruby vẫn được xem là một loại đá quý hiếm và luôn được săn tìm. Đây là loại đá có giá trị cao nhất trong nhóm đá corundum và có thể có được mức giá cao nhất tính theo carat trong nhóm đá màu.

NGUỒN GỐC CỦA RUBY

Nhà du hành người Pháp và cũng là thương nhân, Jean Baptise Tavernier đã thực hiện việc giao thương đá quý vào giữa những năm 1600. Ông là người đầu tiên xác nhận những mỏ đá ruby. Theo ông, đá ruby có nhiều ở Ceylon (Sri Lanka), Vương quốc Pegu (Burma hoặc Myanmar theo cách gọi hiện nay) là những địa danh chính có nhiều mỏ đá ruby. Bên cạnh đó, theo ông Kyatpyen là một địa danh khác có đá ruby. Tuy nhiên không nên tiếp cận tới đây theo đường đất bởi những người lữ hành sẽ phải đối mặt với các khu rừng, sư tử, hổ và voi. Từ Burmese ban đầu có xuất phát từ những viên ruby tới từ khu vực Mogok của Burma. Do vậy, thuật ngữ màu “Burmese đỏ” được sử dụng để nói về những viên đá đẹp nhất, chất lượng nhất – bất kể nguồn gốc. Những viên đá ruby đỏ Burmese thường có màu từ đỏ tới màu đỏ tím với một độ no và một tông màu tới huyền ảo. Những viên đá này thường mang một màu đỏ phát quang và có bao hạt rất nhỏ, cho phép mang lại cho viên đá một màu đỏ mềm mại. Một cách khác để gọi những viên đá có phẩm hạng này là màu “máu bồ câu”.

Những địa danh khác cũng có những nguồn ruby quan trọng. Một trong những nơi này là quốc đảo Madagascar. Việc khai thác ruby đã bắt đầu ở đây từ năm 2000. Khu vực này từ lâu đã nguồn khai khoáng cho ra đời những viên sapphire màu xanh, và từ năm 2000, đây trở thành nguồn khai khoáng quan trọng những viên ruby quý. Ngoài ra, một số các quốc gia như Afghanistan, Kenya, Malawi, Tanzania, Mozambique, Việt Nam và Tajikistan đều là những nơi có mỏ đá ruby.



Trâm cài áo Van Cleef & Arpels, khảm nạm hơn 7 carat kim cương và 10,0 carat ruby.



Trâm cài áo Van Cleef & Arpels, khảm nạm kim cương và 159 viên hồng ngọc.

Vòng cổ khảm nam đá quý của Bulgari.



PHẨM HẠNG CỦA RUBY

Giống như ngọc trai và kim cương, một viên ruby cũng có thước đo riêng. Đó là màu của viên đá, kiểu cắt và độ tinh xảo khi cắt, độ trong và cách viên đá đó được xử lý. Tùy thuộc vào những yếu tố này mà một viên ruby có thể được xếp vào hàng thương phẩm, hạng tốt, và hạng xuất sắc. Cũng phụ thuộc vào phẩm hạng của viên đá mà cách giao dịch có thể diễn ra theo cách mua bán những viên đá thương phẩm trên thị trường để trang trí và khảm nạm cho những món trang sức hoặc được để dành cho những thương hiệu trang sức lớn và danh tiếng trên thế giới.

MÀU SẮC

Màu sắc là yếu tố quan trọng có ảnh hưởng trực tiếp tới chất lượng của viên đá. Đá ruby có màu từ hơi cam tới đỏ hoặc đỏ tím. Một viên ruby thực sự có chất lượng sẽ có màu từ đỏ thuần khiết tới màu đỏ pha lẫn ánh tím. Khi viên ruby trở nên có màu cam hoặc nhiều màu tím hơn, phẩm hạng của viên đá sẽ bị rơi xuống phía dưới thuộc nhóm tốt hoặc hàng thương phẩm. Những viên đá ruby thường có độ no rất sinh động và hoàn hảo. Những viên đá có độ màu ở mức độ từ trung tới màu tối ở hạng trung cũng rất được yêu thích miễn là màu tối này không ảnh hưởng tới độ sáng của viên đá. Trong trường hợp nếu nước màu của viên đá quá nhạt, nó sẽ bị xếp vào nhóm những viên sapphire màu hồng. Trong lịch sử, có một lý do người ta luôn gọi những viên ruby là màu đỏ - dù màu thực chất của nó là hồng là bởi giá trị của những viên ruby khác hoàn toàn nếu so với những viên sapphire hồng.

KÍCH THƯỚC VÀ KIỂU CẮT

Những viên ruby cao cấp với kích thước hơn 1 carat thường khá hiếm (cũng giống như kim cương). Những viên ruby ở chất lượng thương phẩm thường có kích thước trong khoảng trên 0,15 carat. Kiểu cắt phổ biến với những viên ruby là hình oval và hình vuông. Tuy nhiên, cũng có những viên ruby có hình tròn, hình quả lê, hình bầu dục, tuy nhiên những hình này khi có kích thước lớn sẽ quý và hiếm hơn.



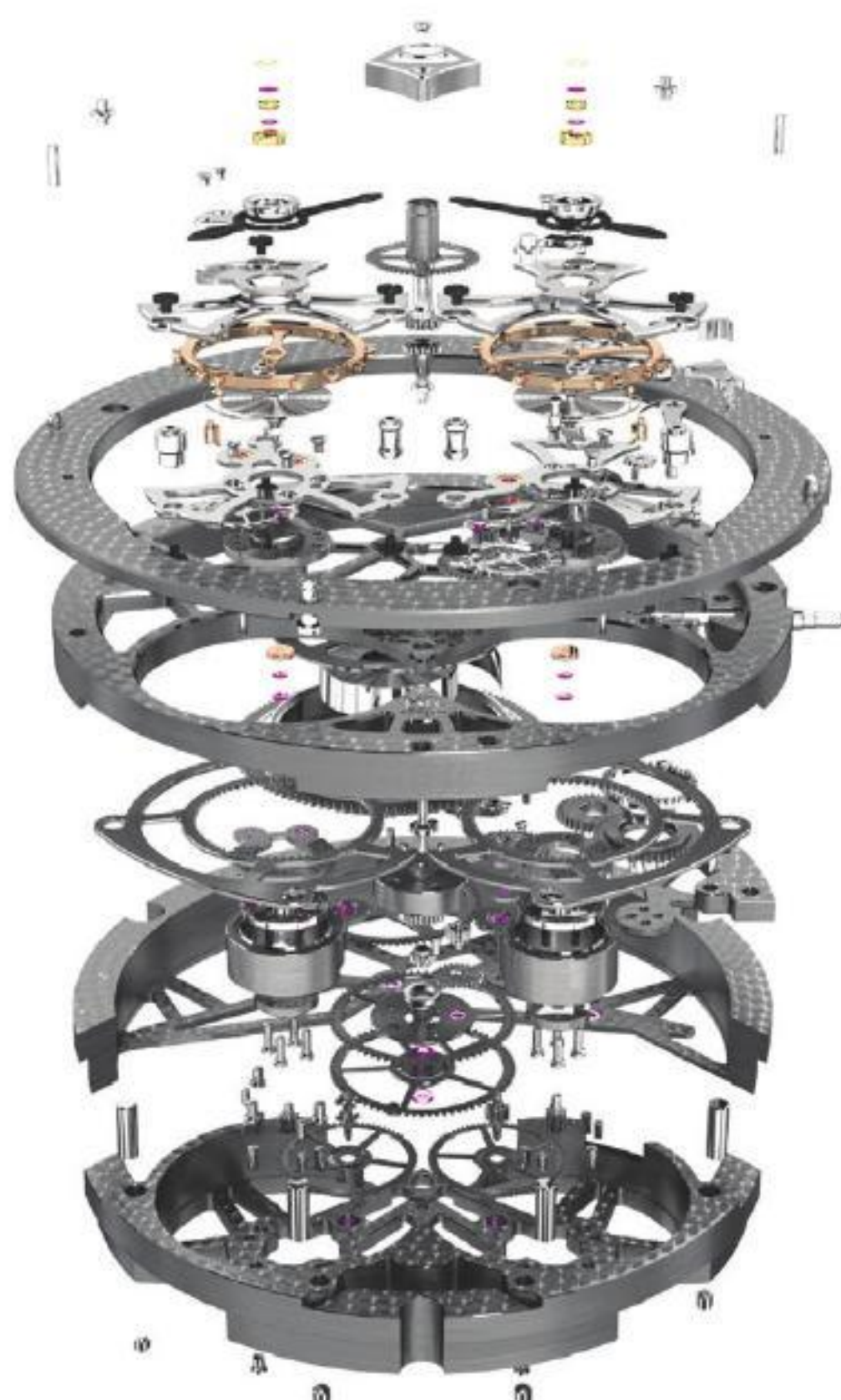
ĐỘ SẠCH

Gần như tất cả các viên ruby đều có bao hạt. Những viên ruby thường có các bao hạt như nhỏ và mảnh như cây kim, chứa khoáng chất rutile hoặc những thứ khác. Bao hạt của một viên ruby không phải lúc nào cũng xấu. Bao hạt giúp xác định được đâu là một viên đá tự nhiên và đâu là một viên đá nhân tạo. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng, chỉ có những chuyên gia đá quý thực sự mới có thể đưa ra quyết định đâu là viên đá nhân tạo và đâu là viên đá tự nhiên. Bên cạnh đó, một số bao hạt cũng có những tác động tốt tới viên đá. Sự xuất hiện của bao hạt rutile cho phép ánh sáng có thể lan toả ra các mặt (các góc) của viên đá, giúp cho viên đá không bị trông quá tối. Việc này thậm chí sẽ mang tới cho viên đá một màu sắc mềm mại và lan toả ánh sáng tới mặt giác trên cùng. Những viên đá ruby khai thác được từ Myanmar thường mang thuộc tính này. Trong khi đó những viên ruby tới từ Thái Lan, Campuchia thì lại không chứa bao hạt rutile silk (dạng sợi rutile). Tất nhiên, trong trường hợp những bao hạt lớn và nằm ngay dưới bề mặt của viên đá, nó sẽ ảnh hưởng tới độ dẫn sáng và cuối cùng là giá trị của viên đá. Ngoài ra, bao hạt cũng có ảnh hưởng tới độ bền của đá.



Hầu hết những viên ruby hiện nay đều được xử lý nhiệt. Bởi vậy, những viên ruby tự nhiên, chưa qua xử lý nhiệt sẽ quý hiếm hơn cả. Việc xác định được một viên ruby tự nhiên thuần khiết hay không chỉ có thể thực hiện bởi những người thợ giám định kinh nghiệm và lành nghề và tốt nhất là hãy lựa chọn những viên đá được giám định bởi tổ chức đá quý danh tiếng GIA. Ngoài xử lý nhiệt, người ta còn có những cách khác để xử lý viên đá là dùng dầu màu hoặc dùng hợp chất epoxy hoặc thủy tinh. Những cách sau này đều không được chấp nhận.

Cấu tạo máy của mẫu Roger Dubuis Excalibur Spider Skeleton Double Flying Tourbillon.



XU HƯỚNG NGÀNH ĐỒNG HỒ XA XỈ **2015**

NHỮNG ĐIỂM NHẤN NỔI BẬT
CỦA NGÀNH CÔNG NGHIỆP
ĐỒNG HỒ THỤY SĨ TRONG
NĂM 2015!



Cartier Rotonde De Cartier
Astrotourbillon Skeleton (SIHH 2015).

20 năm trước, Cartier và một nhóm các thương hiệu đồng hồ Thụy Sĩ đã quyết định rời bỏ sự kiện lớn nhất và uy tín nhất của ngành công nghiệp đồng hồ - một sự kiện thường niên được tổ chức ở Basel từ năm 1917 - để tổ chức một sự kiện thay thế ở trung tâm thành phố Palexpo. Họ đã cùng nhau đặt tên cho sự kiện này là Salon International de la Haute Horlogerie hay SIHH. Lúc đó đây đã giống như một canh bạc đối với tương lai của ngành công nghiệp đồng hồ. Những thương hiệu chọn cách ra đi khi đó gồm có Baume & Mercier, Piaget, Daniel Roth và Gérald Genta - đã chọn con đường theo đuổi phân khúc cao cấp. Roberta Naas, một tay viết về đồng hồ người Mỹ và là người thường xuyên tham dự sự kiện SIHH chia sẻ: "Tất cả chúng tôi - những người tới tham dự sự kiện năm đó - đều phân vân tự hỏi: Liệu có thể thành công không?"

Không phụ sự trông đợi của những con người quả cảm, nhu cầu dành cho những chiếc đồng hồ Thụy Sĩ cao cấp đã tăng đột biến. Từ năm 1990 tới năm 2013, sản lượng đồng hồ Thụy Sĩ đã tăng trưởng gấp 04 lần (xét về giá trị), từ khoảng \$5,4 tỷ lên tới \$24 tỷ. Cùng với thời gian, SIHH chứng kiến sự đến và đi của các nhà triển lãm, tuy nhiên, cho tới nay, đây vẫn là một sự kiện đặc biệt. Hiện nay, SIHH là sân chơi của 16 thương hiệu (trong đó có 12 thương hiệu thuộc tập đoàn Compagnie Financière Richemont), có tổng diện tích lên tới khoảng 40.000m vuông. Trong số này, tất nhiên, không thiếu những thương hiệu giới thiệu những mẫu đồng hồ trên \$200.000.

Fabienne Lupo, nữ chủ tịch và là giám đốc điều hành của tổ chức Fondation de la Haute Horlogerie đã miêu tả SIHH như một nhân tố đi đầu trong việc đề ra các xu hướng. Từ năm 2009, SIHH đã bắt đầu được tổ chức vào tháng 01 thay vì tháng 03 hoặc tháng 04 để tránh cạnh tranh trực tiếp với đối thủ chính là Baselworld. Mặc dù không nhiều người đồng tình với việc này nhưng theo Naas, đây là một quyết định chiến lược. "Chắc chắn, bạn có thể so sánh những thứ bạn đã thấy ở SIHH với những thứ bạn thấy ở Baselworld." Việc tổ chức sự kiện vào tháng 01, xét trên một khía cạnh nào đó, còn mang ý nghĩa dự báo những xu hướng mới của ngành.



Ở nhà Roger Dubuis, bộ sưu tập mang tính biểu tượng Excalibur cũng được nâng cấp với 02 mẫu đồng hồ mới là mẫu Excalibur Spider Skeleton Flying Tourbillon và mẫu Excalibur Automatic Skeleton.



Trong sự kiện SIHH lần thứ 25 năm nay, có thể thấy xu hướng tập trung vào những chiếc đồng hồ sang trọng, mang phong cách cổ điển. “Nhu cầu dành cho những chiếc đồng hồ sang trọng và cổ điển vẫn rất lớn,” ông Jérôme Lambert, CEO của Montblanc chia sẻ. Jaeger-LeCoultre trong sự kiện này cũng giới thiệu một chiếc Master Calendar mới. Đây là một chiếc đồng hồ có đường kính 39mm, với mặt số tròn được thực hiện từ chất liệu thiên thạch có nguồn gốc từ vùng vành đai giữa sao Hỏa và sao Mộc là một ví dụ tốt. Nó cho thấy nổi ảnh của ngành công nghiệp đồng hồ với những thứ có liên quan tới thiên văn. Xu hướng đề cao những chiếc đồng hồ sang trọng, cổ điển và lịch lãm còn thể hiện ở việc các nhà chế tác đặc biệt lưu tâm tới các kỹ thuật cao cấp và khó. Một danh sách dài những mẫu đồng hồ skeleton đã được giới thiệu.

Hay năm nay, Cartier giới thiệu mẫu đồng hồ Ronde de Cartier Astrotourbillon (lần thứ 3) kể từ năm 2010. Mẫu đồng hồ này của hãng năm nay cũng có thiết kế cho thấy một phần cơ chế hoạt động bên trong của cỗ máy và có vỏ chế tác bằng vàng trắng 18karat, đường kính 47mm. Ở nhà Roger Dubuis, bộ sưu tập mang tính biểu tượng Excalibur cũng được nâng cấp với 02 mẫu đồng hồ mới là mẫu Excalibur Spider Skeleton Flying Tourbillon và mẫu Excalibur Automatic Skeleton. Với mẫu tourbillon, đồng hồ có vỏ chế tác bằng titanium, đường kính 45mm. Giống như tất cả những chiếc đồng hồ skeleton mang phong cách đương đại từ Roger Dubuis, mẫu đồng hồ này cũng có motif thiết kế với một ngôi sao bất đối xứng.

Một xu hướng khác không thể bỏ qua là việc cuộc đua đưa ra những mẫu đồng hồ mỏng nhất thế giới vẫn tiếp tục. Piaget, nổi tiếng với những cỗ máy siêu mỏng, năm nay tiếp tục tiến một bước xa hơn trên con đường này với Altiplano Chronograph (có độ dày chỉ khoảng 4,65mm).

Bên cạnh đó, một xu thế đáng chú ý hiện nay trong thế giới đồng hồ là bước ngoặt chuyển hướng sang những chiếc đồng hồ dành cho nữ. IWC năm nay đã giới thiệu bộ sưu tập Portofino Midsized collection như một lựa chọn sành điệu trên cổ tay dành cho phái yếu. Tất nhiên, cái giá của chúng thì không hề “yếu” chút nào khi được khảm nạm kim cương. Tại một sự kiện ở Miami vào tháng 12/2014, ông Kern, CEO của thương hiệu thậm chí đã chia sẻ IWC sẽ bỏ tagline “Engineered for Men” trong các quảng cáo dành cho những mẫu đồng hồ này. Hay Richard Mille, một nhà chế tác đồng hồ tiên phong, nổi tiếng với những thiết kế được chế tác từ kỹ nguyên space-age, cũng đang chuyển hướng sang thị trường đồng hồ dành cho nữ giới. “Tôi luôn quan tâm tới những mẫu đồng hồ dành cho nữ. Trước đây, tôi từng bị gắn mác “thợ cơ khí” và giờ tôi muốn giảm bớt đôi chút.” Ông Mille cũng khẳng định: “Thị trường dành cho đồng hồ nữ đang tăng mạnh mỗi năm. Hiện tại, xét về doanh thu, nó chiếm khoảng 20% nhưng tôi đang nhắm tới mức 30%.” Tất nhiên, Mille có lý do khi tuyên bố như vậy, bởi ông vừa giới thiệu với thị trường một mẫu đồng hồ nữ có giá lên tới \$800.000.

BEHIND A WATCH

THÁCH THỨC MỚI
CỦA NGÀNH CÔNG NGHIỆP
ĐỒNG HỒ THỤY SỸ

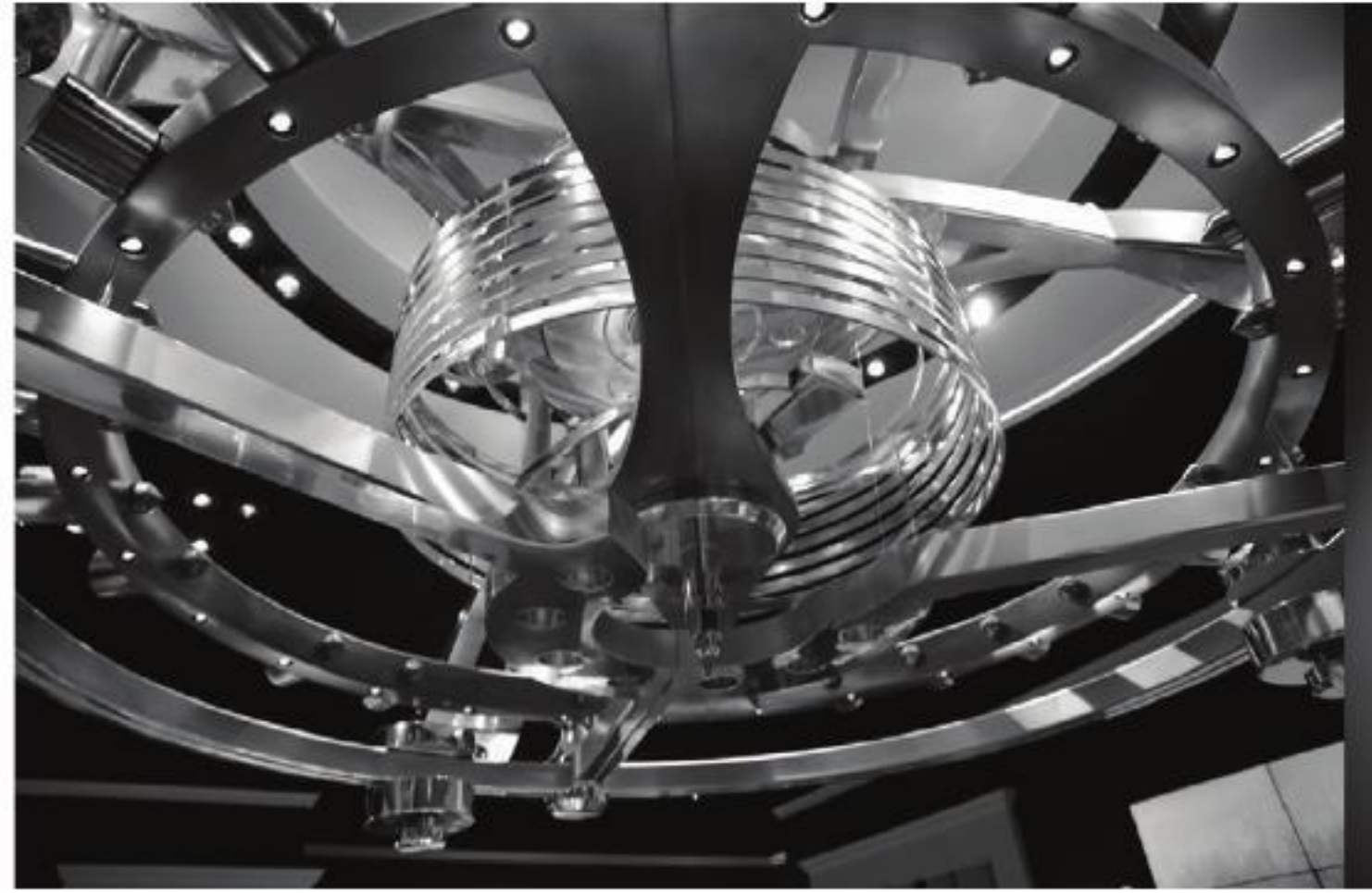


GIÁ TRỊ CỦA ĐỒNG THUY SỸ TĂNG, SỨC MUA CỦA CẢ TRUNG QUỐC VÀ NGA ĐỀU GIẢM ĐANG ĐẶT RA NHỮNG THÁCH THỨC MỚI CHO NGÀNH CÔNG NGHIỆP ĐỒNG HỒ THUY SỸ

Trong một cuộc phỏng vấn gần đây với Giám đốc Marketing của một nhà phân phối đồng hồ, người đàn ông tới từ Hong Kong và thường xuyên có mặt ở Thụy Sĩ này đã chia sẻ: “Các bạn đang thấy một cuộc suy thoái lớn lao của ngành đồng hồ. Rất nhiều thương hiệu đang phải thu hẹp quy mô sản xuất. Nếu trước kia xưởng chế tác của C*****r mỗi tuần làm việc 05 ngày thì nay thời gian làm việc chỉ còn 02 ngày. Nguyên nhân chính giải thích điều này là việc chính quyền Trung Quốc đang xiết chặt việc bài trừ tệ nạn tham nhũng.” Nhớ lại trong một phỏng vấn với một doanh nhân thường xuyên làm việc với các doanh nghiệp Trung Quốc khác trong tháng 06, chủ của một doanh nghiệp hiện đang phân phối những chiếc xe siêu sang và đồng thời cũng là người sở hữu khoảng 100 chiếc đồng hồ cơ của Thụy Sĩ chia sẻ: “Chính sách mới của Tập Cận Bình khiến cho công việc kinh doanh trở nên khó khăn hơn bao giờ hết.”

Việc kinh doanh của ngành đồng hồ cao cấp ở quốc gia này, tất nhiên sẽ ngày càng trở nên khó khăn. Trong 01 thập kỷ trở lại đây, nhận thức của những người Trung Quốc về hàng hiệu ngày càng được cải thiện. Bạn sẽ không khó bắt gặp những bộ phim có vang First Growth và đồng hồ cao cấp được lựa chọn làm phụ kiện. Văn học mạng do chính những người trẻ Trung Quốc viết có sự xuất hiện của đồng hồ Vacheron Constantin và thời trang Chanel. Một bài văn thi đại học đã sử dụng cụm từ “Đại ca đồng hồ” để chỉ trích một vị quan tham. Nhận thức của những người Trung Quốc giờ đủ lớn để họ có thể dễ dàng nhận biết chiếc đồng hồ của một quan chức đeo thuộc hiệu gì, và chiếc đồng hồ đó có giá bao nhiêu tiền. Bằng chứng của việc này là năm 2013, một quan chức Trung Quốc đã “ngã ngựa” chỉ bởi những bức ảnh chụp ảnh ông đang đeo những chiếc đồng hồ đắt tiền được đăng tải trên mạng đã trở thành bằng chứng tố cáo ông, dẫn tới một điều tra về khối tài sản của quan chức này.

Tất nhiên, mọi việc sẽ không có vấn đề gì nếu một quan chức đeo một chiếc đồng hồ Patek Philippe hoặc Vacheron Constantin trong một xã hội mà nói theo Vogue là đi từ Karl Max sang Karl Lagerfeld. Mọi việc cũng sẽ không thành vấn đề nếu đó là trong một xã hội mà theo cách gọi của Time là Me Generation. Tuy nhiên, nếu cách đây không lâu có thể miêu tả Trung Quốc như một xã hội với phương châm: “Greed is Good” (Wall Street: Money Never Sleeps), thì nay toàn bộ cách nghĩ trên không còn hợp thời. Nếu như trước đây giàu sang là điều đáng tự hào thì nay các quan chức đang phải học cách giấu giếm đi sự tự hào đó. Nói đơn giản hơn, nếu muốn giữ cái ghế của mình, quan chức Trung Quốc cần phải học cách “ăn gà bằng kéo.” Nhưng điều này thì không thể áp dụng với những phụ kiện cao cấp và quý tộc như đồng hồ.



Một điều đáng nói nữa là việc thắt chặt chính sách mạnh tay với tệ nạn tham nhũng không chỉ diễn ra ở trung ương hoặc những thành phố lớn của Trung Quốc. Ngay kể cả các tỉnh xa xôi, việc điều tra tệ nạn tham nhũng cũng đang diễn ra mạnh mẽ. Một quan chức Trung Quốc chia sẻ: “Nếu trong quá khứ, diện đồ hiệu cao cấp có thể thu hút sự ngưỡng mộ thì bây giờ nó là thứ kích động sự nghi ngờ việc dính líu tới việc tham nhũng vì vậy, mỗi người, mỗi ngày đang phải học cách kham khổ.” Chỉ trong năm ngoái đã có khoảng 15.000 đảng viên và quan chức chính phủ bị điều tra. Ở hầu hết các tỉnh, nếu trước đây, những cửa hàng hàng hiệu cao cấp là nơi tới lui của các doanh nhân và các chính khách và quan lại thì nay số lượng đã giảm đột ngột.

Thực tế là ngay kể cả không có những chiến dịch bài trừ tham nhũng vô cùng mạnh tay của Tập Cận Bình, thị trường đồng hồ ở Trung Quốc vẫn giảm nhiệt – một dấu hiệu đã bắt đầu từ 02 năm trước sau khi doanh số đạt đỉnh vào năm 2012. Ngay chính chủ tịch của tập đoàn Swatch Group, Nick Hayek cũng khẳng định điều này: “Không thể mong chờ một thị trường tăng trưởng liên tục 30% mỗi năm.” Đầu năm 2013, ông Francois-Henry Bennahmias, một nhân sự cấp cao của Audemars Piguet đã chia sẻ họ đã đóng 06 trên tổng số 22 cửa hàng đồng hồ ở Trung Quốc. “Chúng tôi đang giảm tốc ở Trung Quốc và mỗi bước đi đều phải tính toán rất cẩn thận.” John Simonian – một nhà phân phối đồng hồ và là chủ của Westime – một nhà bán lẻ đồng hồ ở Los Angeles chia sẻ: “Dường như mọi người đang quá phóng đại về Trung Quốc. Những cửa hàng của Trung Quốc đang chật ních hàng tới mức không thể bán hết.”

Cùng lúc đó, một vấn đề không nhỏ là việc đồng franc Thụy Sĩ tăng trưởng và lớn mạnh. Tại hội chợ đồng hồ cao cấp thường niên, SIHH ở Geneva vừa rồi, Vincent Malissen – Giám đốc marketing của thương hiệu Vacheron Constantin - tự hào bao nhiêu trước sự cầu kỳ của một mẫu đồng hồ được trưng bày thì lại thất vọng bấy nhiêu khi giá đồng hồ được quy đổi từ đồng franc Thụy Sĩ sang đồng dollar. Trong 03 năm nay, chính sách neo đồng franc Thụy Sĩ với đồng euro Ngân hàng Quốc gia Thụy Sĩ đã bảo vệ các nhà xuất khẩu của Thụy Sĩ khỏi sự suy yếu của đồng euro. Tuy nhiên, việc dỡ bỏ trần tỷ giá với đồng euro vừa qua đã khiến đồng franc Thụy Sĩ tăng kỷ lục 30%. Trước quyết định ảnh hưởng quay ngược 180 độ này của Ngân hàng Trung ương Thụy



Sỹ, Nick Hayek - chủ tịch của tập đoàn Swatch Group nhấn mạnh: đây là “một cơn sóng thần cho ngành công nghiệp xuất khẩu và du lịch và cuối cùng là cho toàn bộ đất nước.”

Tuy nhiên, các phân tích của các chuyên gia đầu tư lại chỉ ra rằng vấn đề không hoàn toàn nằm ở việc tăng hay giảm xét về giá trị của đồng Franc. Không ít thương hiệu vẫn rất lạc quan trước tình huống này. Alain Bernard, Chủ tịch thị trường Mỹ của thương hiệu Van Cleef & Arpels, đã chia sẻ công ty “không có bất kỳ kế hoạch thay đổi gì về giá để phù hợp với điều kiện kinh doanh mới cả.” Ông thậm chí còn lạc quan đùa vui rằng, “Tối thiểu khi chúng ta mệt mỏi với việc nói chuyện về đồng hồ, chúng ta có một thứ gì đó để nói chuyện.” Trong khi đó, các nhà chế tạo đồng hồ khác cũng khẳng định những vị khách hàng thực sự chịu chi cho những mẫu đồng hồ thực sự xa xỉ là những người rất hiếm khi quan tâm quá nhiều tới giá cả. Richard Mille, người sáng lập và là chủ tịch của thương hiệu Richard Mille khẳng định: “Khi bạn đã gắn lên chiếc đồng hồ của mình tag giá \$600.000, tag giá đó có thay đổi thành \$650.000 hay \$680.000 cũng không ảnh hưởng quá nhiều. Bởi vậy, tôi sẽ không tự tạo cho mình bất kỳ lo lắng không đáng nào.”

Vậy rõ ràng vấn đề kinh doanh của các thương hiệu đồng hồ danh tiếng của Thụy Sĩ không hoàn toàn do giá của đồng Thụy Sĩ quyết định. Với những thương hiệu đồng hồ có hình ảnh mạnh mẽ, đủ để trở thành niềm mơ ước trong đời của bất kỳ người đàn ông nào, việc tăng hay giảm giá trị của đồng franc Thụy Sĩ trên trường quốc tế càng không thể làm ảnh hưởng tới quyết định mua đồng hồ của họ. Rõ ràng, với những thương hiệu này (Patek Philippe), việc tranh cãi giá trị đồng franc Thụy Sĩ tăng hay giảm có làm ảnh hưởng tới doanh số bán hay không chẳng khác gì tranh cãi việc nên mua những chiếc đồng hồ có giá từ \$30.000 hay nên mua một chiếc iPhone để xem giờ.

Vậy vấn đề nằm ở? Theo một số chuyên gia đầu tư, vấn đề nằm ở việc quá nhiều thương hiệu tin vào sức mua của “hai con gấu của thế giới”, “Gấu trúc” và “Gấu Xám Misha”. Trong khi đó, cả hai quốc gia này đều đang phải đối mặt với những vấn đề của nước mình. Nếu ở Trung Quốc, đó là chiến dịch bàn tay sắt và “đả hổ diệt ruồi” của Chủ tịch Tập Cận Bình thì ở Nga, khối tài sản của các trùm dầu mỏ đã “bốc hơi” khá nhiều sau những biến động trong năm nay. Tin rằng, đã tới lúc các nhà chế tác đồng hồ Thụy Sĩ dành nhiều quan tâm hơn cho các thị trường mới



PEONY

Ngày 17/4, thương hiệu Peony Viet Nam chính thức ra mắt BST áo dài mang tên "Asean Beauty - những cánh hoa Asean" tại cửa hàng Peony, Tp.HCM. Lấy ý tưởng từ tinh thần đoàn kết hữu nghị 10 nước ASEAN, NTK Kevin Nguyễn đã cho ra đời BST với chất liệu chính là lụa tơ tằm. Phác thảo ý tưởng trên nền mỗi chiếc áo là hình ảnh Quốc hoa của mỗi nước được các họa sĩ khéo léo vẽ tay. BST Asean Beauty chú trọng đến các yếu tố như kiểu dáng, đường nét cắt may, cách phối màu, tạo cho người mặc sự thanh lịch, trẻ trung mà vẫn toát lên tính thời trang tinh tế, hiện đại. Đối tượng Peony hướng tới là phụ nữ trung niên trên 30 tuổi, nhất là giới Doanh nhân, Thương gia thường xuyên giao tiếp và tham dự các sự kiện sang trọng.



SONY

Ngày 16/6, Sony giới thiệu đến người dùng Việt Nam chiếc smartphone mới Xperia Z3+. Xperia Z3+ không những được chế tác vô cùng tinh xảo, mỏng hơn (6.9mm) và nhẹ hơn (144g) mà còn có thiết kế chống nước và bụi bẩn (IP65/68) để sử dụng trong mọi điều kiện. Việc lược bỏ chấu sạc từ cũng làm tăng thêm phần lịch lãm và liền mạch cho tổng thể thiết kế của Xperia Z3+. Camera sau của Xperia Z3+ sử dụng cảm biến ảnh Exmor RS™ 20.7MP, bộ xử lý ảnh BIONZ™ và ống kính cao cấp Sony G góc rộng 25mm sẽ mang lại cho bạn những bức ảnh đẹp đến ngỡ ngàng ngay từ lần chụp đầu tiên với tính năng Tự Động Cao Cấp. Ngoài ra, Xperia Z3+ được trang bị bộ vi xử lý Snapdragon 810 và CPU 8 nhân 64 bit², cho phép bạn thao tác nhanh hơn bao giờ hết với các trải nghiệm đồ họa tối ưu. Thông tin chi tiết về sản phẩm, vui lòng truy cập:

<http://www.sonymobile.com/vn/products/phones/xperia-z3-plus/>.

THE COFFEE BEAN & TEA LEAF

Ngày 5/6, The Coffee Bean & Tea Leaf® Việt Nam đã tổ chức lễ ra mắt thẻ ưu đãi VIP Bean Card với chủ đề "Espresso your lifestyle" tại Bitexco Financial Tower, Tp.HCM. Theo đó, từ ngày 6/6, VIP Bean Card bắt đầu được phát hành trong toàn bộ cửa hàng The Coffee Bean & Tea Leaf® tại HN và TP HCM. Khách hàng có thể đăng ký mua thẻ với giá 300.000VNĐ để nhận kèm bộ quà tặng gồm một cuốn sổ da cao cấp, một cây viết, và voucher miễn phí một phần Hazelnut Truffle từ The Coffee Bean®. Với VIP Bean card, khách hàng không những được giảm giá 10% tại hệ thống của The Coffee Bean & Tea Leaf® mà còn được hưởng nhiều ưu đãi từ California Fitness & Yoga Centers, Star BHD Cineplex, Hotel Quickly... Thông tin chi tiết vui lòng truy cập: www.coffeebean.com.vn hoặc liên hệ tại các cửa hàng The Coffee Bean & Tea Leaf® trên toàn quốc.



THE CROWN

Vừa qua, công ty TNHH CapitaLand chính thức ra mắt căn hộ mẫu tòa The Crown. Tọa lạc tại trung tâm tổ hợp khu chung cư cao cấp Mulberry Lane, tòa căn hộ hạng sang The Crown có chiều cao 35 tầng, trong đó có 5 tầng để phục vụ đỗ xe và tiện ích chung, từ tầng 6 tới tầng 35 là hơn 200 căn hộ với nhiều lựa chọn cho khách hàng. Các căn hộ của The Crown – Mulberry Lane được thiết kế thông minh theo tiêu chuẩn Singapore, với diện tích từ 123 - 154m² có hướng nhìn ra khoảng xanh hoặc hồ nước. Đặc biệt, dòng sản phẩm "Dual key – 2 trong 1" là dạng căn hộ tích hợp tạo ra 2 không gian sống riêng biệt trong cùng 1 căn hộ. Với thiết kế thông minh này, mỗi người đều có thể tìm thấy không gian riêng tư cho mình ngay trong ngôi nhà chung của cả đại gia đình.





GOLF & LIFE MAGAZINE
GOLF
& CUỘC SỐNG ★★★★★



10
Year
Anniversary
GOLF & LIFE MAGAZINE

GOLF & LIFE TOURNAMENT 2015



NGÀY 25/7/2015
SÂN GOLF THE DUNES ĐÀ NẴNG



Mercedes-Benz

**TURKISH
AIRLINES**



THẾ GIỚI
KIM CƯƠNG
DIAMOND WORLD



RELATED
REB-5
www.RelatedUSA.com



FUSIONSUITES
da nang beach

LACOSTE



DANANG GOLF CLUB
VIETNAM

htc

Häagen-Dazs



Thông tin liên hệ: **Tạp chí golf & cuộc sống**, Số 3 Trương Định, phường 6, Quận 3, Tp.HCM
Tel: **(84 8) 39330884** | Fax: (84 8) 39309617 - Hotline: **0121220 8523** (Ms. Ngân) E: ngan@adkvn.com

STOCKIST

ĐỊA CHỈ MUA SẮM

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 (Miluxe Boutique)

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.montblac.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

WATCH

Chopard Boutique

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

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



AMADORA WELLNESS & SPA

Giữa phố xá tấp nập, Amadora Wellness & Spa với không gian mang đậm dấu ấn phương Đông đã thực sự trở thành chốn bình yên và khác biệt. Màu xanh được xuyên suốt tại mọi không gian thư giãn. Bạn có thể ngâm mình giữa làn nước trong veo, thả hồn theo tiếng nước róc rách chảy, lặng nhìn những chậu cây xanh mướt, tán lá dịu mát. Khám phá những góc vườn nhỏ xinh, trong tiếng nhạc du dương, êm dịu giúp bạn cảm nhận được sự thư thái ngập tràn. Tháng 7 này, hãy tận hưởng không gian thiên nhiên giữa lòng Hà Nội, nuông chiều và thư giãn cơ thể, làn da với các liệu trình tại Amadora Wellnes & Spa sẽ giúp bạn phục hồi năng lượng cơ thể, cân bằng và thư giãn tinh thần. Thông tin chi tiết và đặt hẹn, vui lòng gọi: 04 3978 5407, hoặc truy cập: <http://amadoraspa.vn>.



L'OCCITANE

Dầu dưỡng thể Almond (Hạnh nhân) dùng cho da khô hay da mất độ săn chắc. Giàu tinh dầu Hạnh nhân nguyên chất với omega 6, omega 3 giúp tái tạo lớp màng giữ ẩm, cho làn da mềm mại, không còn cảm giác căng da khó chịu. Để tăng hiệu quả làm săn chắc, sản phẩm còn có thành phần Silicium giúp thúc đẩy sự liên kết giữa các mô tế bào da. Làn da trở nên săn chắc và mịn màng hơn.

Dầu dưỡng thể Hạnh nhân còn được sử dụng như một sản phẩm đặc trị chuyên dành cho phụ nữ trong quá trình giảm cân hoặc đang mang thai, giúp tăng cường khả năng đàn hồi của da, ngăn ngừa sự xuất hiện các vết rạn mới và làm mờ các vết rạn cũ.



DIỆN MẠO MỚI CỦA MENARD SHOP&SPA HÙNG VƯƠNG

Nằm trong trung tâm thương mại sầm uất của Sài Gòn, Menard Shop&Spa Hùng Vương hiện hữu như một món quà bất ngờ cho những ai muốn kiếm tìm cảm giác bình yên. Mong muốn đem đến cho khách hàng không gian thư giãn lý tưởng, Menard Hùng Vương luôn nỗ lực làm mới mình từ những mảng màu, đồ vật trang trí và cấu trúc của Spa. Diện mạo mới của Menard Shop & Spa Hùng Vương chắc hẳn sẽ làm nức lòng khách hàng qua những bức tranh thêu tay, nghệ thuật gốm thủ công, chiếc đèn trang trí độc đáo mang đậm phong cách phương Đông... Trong tháng 7 này, đến trải nghiệm dịch vụ tại Menard Shop & Spa Hùng Vương, bạn sẽ có cơ hội khám phá những chương trình quà tặng khai trương đặc biệt hấp dẫn.

Địa chỉ liên hệ: Menard Shop & Spa Parkson Hùng Vương, tầng 2, 126 Hùng Vương, Q.5
Số điện thoại: 08 2222 0257 / 2222 0258



PARK HYATT SAIGON

Ngày 14/06, khách sạn Park Hyatt Saigon đã chính thức mở cửa trở lại. Các nhà hàng Square One, Opera và Park Lounge thuộc khách sạn cũng đã chào đón và phục vụ bữa tối từ 5 giờ chiều ngày 12/06 với các thực đơn mới vô cùng hấp dẫn. Sau khi hoàn thành dự án tu bổ Luxury Redefinition, Park Hyatt Saigon đã mang đến một đẳng cấp mới cho sự sang trọng và thanh lịch. Bên cạnh hơi thở của kiến trúc Pháp cổ điển, những màu sắc tươi sáng như trắng và trắng ngà đã tô điểm cho các khu vực công cộng và Park Lounge một cách tinh tế. Nội thất được làm hoàn toàn bằng tay với nhiều màu sắc, hoa văn duyên dáng và hài hòa, mang đến cho khách sạn một diện mạo mới. Đặc biệt, toàn bộ 245 phòng của khách sạn được trang bị các sản phẩm công nghệ hiện đại như máy pha cà phê Nespresso, iPad, hệ thống chiếu sáng tự động và máy điều hòa không khí trung tâm, hứa hẹn mang lại trải nghiệm hoàn toàn mới cho khách. Để biết thông tin chi tiết vui lòng tham khảo: www.parkhyattsai.com, hoặc gọi: 08 3824 1234.

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

COMESTIC

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.fusionresorts.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

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



Cuộc cách mạng mang tên Pablo Coppola

Một năm sau cột mốc quan trọng trong lịch sử phát triển của Bally, giám đốc sáng tạo mới của hãng, Pablo Coppola đã thổi luồng sinh khí hoàn toàn mới vào từng thiết kế của thương hiệu vốn được mệnh danh là di sản cao cấp của người Thụy Sĩ. Với định hướng mới, ngoài việc phát triển những giá trị mang tính di sản của Bally, Pablo Coppola xây dựng phong cách hoàn hảo nhưng gần gũi với cuộc sống và đặc biệt đề cao tính ứng dụng. Những hình ảnh mới của Bally Thu Đông đã cho thấy một cuộc lột xác về kiểu dáng. Đó là vẻ nữ tính và thanh thoát của Bally hiện đại được kết hợp với gout thẩm mỹ của Á Đông.



TISSOT BRIDGEPORT AUTOMATIC. 316L STAINLESS STEEL CASE WITH SEE-THROUGH CASEBACK AND SCRATCH-RESISTANT SAPPHIRE CRYSTAL. THE LADY'S VERSION FEATURES TOP WESSELTON DIAMONDS ON THE DIAL, WHILE THE GENT VERSION OFFERS UP TO 80 HOURS OF POWER RESERVE. **INNOVATORS BY TRADITION.**

TISSOT.CH

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

BOUTIQUES: . **SUN WAH TOWER** 115 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (38219279) . **BIG C THĂNG LONG** 222 Trần Duy Hưng, Q.CG, Hà Nội (37832301)

SERVICE CENTERS: . **SUN WAH TOWER** 115 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (38219279) . **MAXIMARK 3C** - Ba Tháng Hai, Q.10, TP.HCM (38328991)



tradition



TISSOT

LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853

SHOPS: SAIGON • Saigon Center - 65 Lê Lợi, Q.1 (38213231) • Vincom Center - 72 Lê Thánh Tôn, Q.1 (39939099) • Vincom Center - 216 Võ Văn Ngân, Q.TB (37223433) • Union Square - 116 Nguyễn Huệ, Q.1 (38257739) • Diamond Plaza - 34 Lê Duẩn, Q.1 (38227884) • Parkson Saigon Tourist - 35 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38277578) • Parkson CT Plaza - 60A Trường Sơn, Q.TB (62971819) • Maximark 3C - Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991) • Maximark - 15 Cộng Hòa, Q.TB (39483327) • Tân Tân - 48 Lê Lợi, Q.1 (38272067) • Mạnh Thắng - 72B Lê Lợi, Q.1 (38220465) • Tic Tac - 72 Đồng Khởi, Q.1 (38293392) • TDC - 393 Điện Biên Phủ, Q.3 (39290685) • Minh An - 867 Nguyễn Trãi, Q.5 (38554549) • PNJ - 174 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38247311) • PNJ - 5 An Dương Vương, Q.5 (38302399) • PNJ - 159 Phạm Đăng Lưu, Q.PN (39900489) • PNJ - 52 Nguyễn Văn Trỗi, Q.PN (38441212) • PNJ - 362A Nguyễn Văn Nghi, Q.GV (38954597) **HÀ NỘI** • Vincom Megamall 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 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 (22148336) • New Watch 37 - Hàng Khay, Q.HK (39344865) **VINH** • Big C Vinh - 2 Quang Trung (3596226) **ĐÀ NẴNG** • Big C Vĩnh Trung Plaza - 225 Hùng Vương (3666066) • Indochina Riverside Mall - 74 Bạch Đằng (3843818) • PNJ - 123 Hùng Vương (3812618) **QUY NHƠN** • PNJ - 334 Trần Hưng Đạo (3812590) **NHA TRANG** • Nha Trang Center - 20 Trần Phú (6516666) **VUNG TÀU** • Đại Hùng - 228 Bạcu, P.3 (3530085) **BIÊN HÒA** • PNJ - 482 Phạm Văn Thuận (3811818)



PRO3 GCB
ENGINEERING ART



MOBIADO BOUTIQUE: * S24, HANOI TOWER, THO NHUOM ST., HA NOI. T. (+844) 3936 6656 * L2-348 UNIONSQUARE, 171 DONG KHOI ST., DIST. 1, HCMC. T. (+848) 3936 9263.

MOBIADO PREMIUM SERVICE: * S24, HANOI TOWER, THO NHUOM ST., HA NOI. T. (+844) 3936 6656 * 199 NAM KY KHOI NGHIA ST., DIST. 3, HCMC. T. (+848) 3932 5925.

AUTHORIZED RETAILER:

HA NOI: * MILUXE BOUTIQUE, S214, 2ND FLOOR, TRANG TIEN PLAZA, 26 HA BA TRUNG ST. * IQS LUXURY, 108 HOA MA ST.

* V&V, 26 DIEN BIEN PHU ST. * TOAN CAU LUXURY, 44 HA BA TRUNG ST.,

HCMC: * MAI NGUYEN LUXURY, 27 NGUYEN BINH KHIEM ST., DIST. 1 - 47 BA HUYEN THANH QUAN ST., DIST. 3 - 157 NGUYEN VAN TROI ST.,

PHU NHUAN, - 144 VO THI SAU ST., DIST 3.

DA NANG CITY: * MILUXE BOUTIQUE, 66 INDOCHINA RIVERSIDE TOWERS, 74 BACH DANG ST., HAI CHAU, T. (+845113) 849 049.

WWW.MOBIADO.COM