

HÀNG HIỆU

THE REFINED



BVLGARI
ITALIAN GARDEN
TRANG SỨC CAO CẤP CỦA BVLGARI

MENSWEAR
AT ITS CORE



NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN



BRUNELLO CUCINELLI

Nhập khẩu và phân phối độc quyền: Công ty TNHH RITA VÕ
63 Lý Thái Tổ, 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 Melia, 44B Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, ĐT: +84 90 624 2424

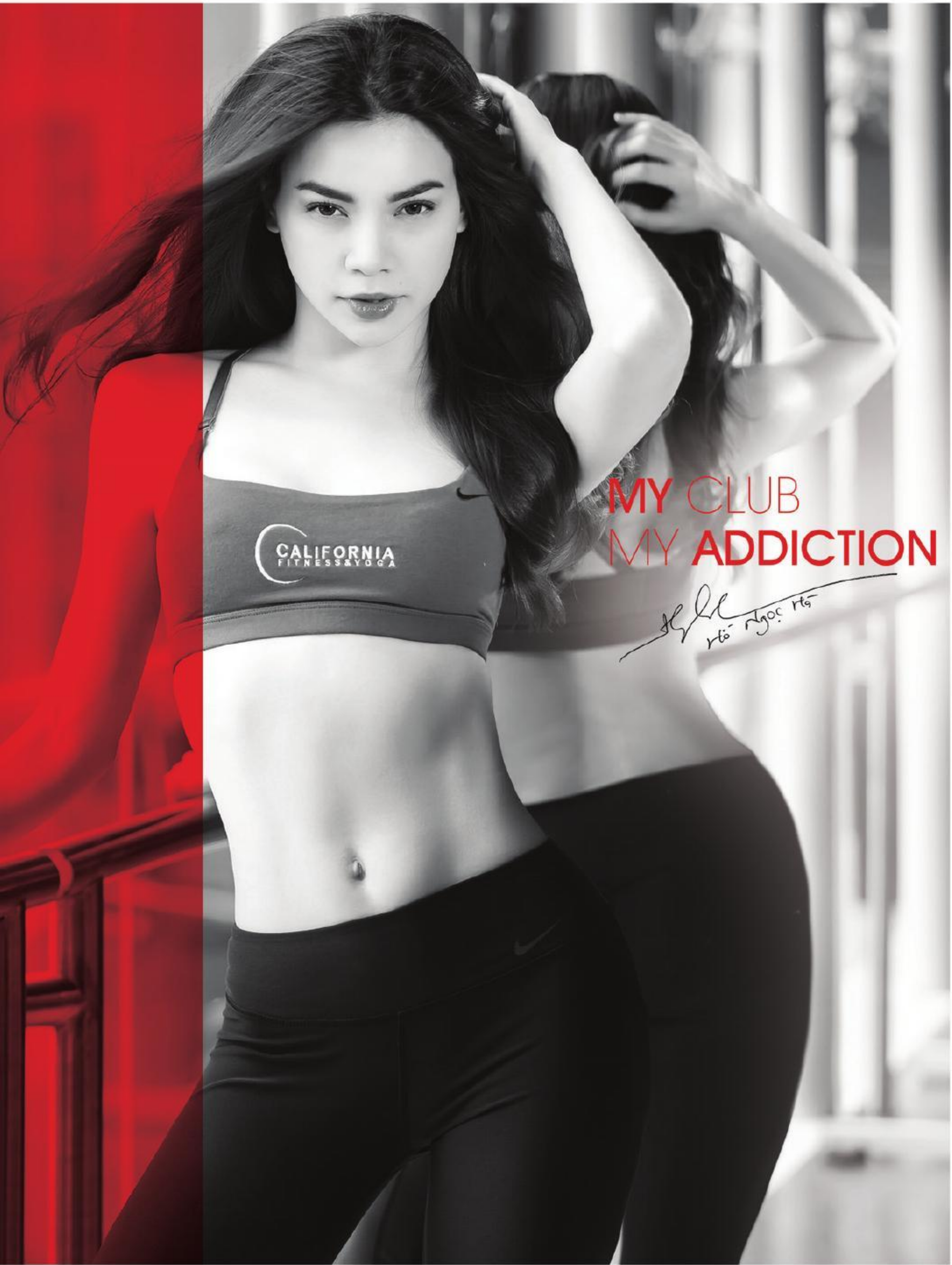
VERTU

HANDMADE IN ENGLAND

PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



CALIFORNIA
FITNESS & YOGA

MY CLUB
MY ADDICTION

Thị Ngọc Hà

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN / PUBLICATION MANAGER

GIÁM ĐỐC - TỔNG BIÊN TẬP

Nhà văn NGUYỄN TRƯỜNG

BIÊN TẬP / EDITORS

ĐOÀN PHAN THẮNG

EDITORIAL DEPARTMENT / THAM GIA BIÊN SOẠN

Fashion: HOÀNG MINH CHÂU

Beauty: BÙI THANH HOA

Lifestyle: ĐỖ HOÀNG

Architecture: NGUYỄN KHẢI

Travel: KHẢ HÂN

MANAGING EDITOR / PHỤ TRÁCH NỘI DUNG

TRÍ TUỆ

ntrituehh@gmail.com

EDITOR / CỐ VẤN NỘI DUNG

TRẦN MINH HÙNG

ART / MỸ THUẬT

TRÂM QUỲNH TRỊNH

STYLIST

LAN ANH

PRODUCER / SẢN XUẤT

NGỌC AN

HÀNG HIỆU

NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN Website: nxbthanhnien.vn. Email: info@nxbthanhnien.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 Tiến 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 10: 937-2015/CXBIPH/24-57/TN theo QĐXB số: 334/QĐ-NXBTN / Khổ: 210 x 285 mm / In tại Nhà máy In Bản Đồ - 85 Nguyễn Chí Thanh - Hà Nội
ISBN: 978-604-64-2179-5 / 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

Dòng chảy Hàng Hiệu

Tôi luôn tin rằng bất kỳ ai trong chúng ta đều muốn tin vào những câu chuyện cổ tích. Có lẽ bởi vậy nên các thương hiệu sẽ không bao giờ ngừng nghiên cứu, phát triển để cho ra đời những sản phẩm mới, hoàn hảo hơn, tốt hơn. Từ ví dụ nhỏ nhất là hiện nay, chúng ta đã có iPhone 6S Plus và đang chuẩn bị có iPhone 7 – mặc dù những chiếc điện thoại iPhone đầu tiên đã thay đổi diện mạo công nghệ điện thoại khi đó. Cũng bởi vậy, chúng ta lại có những chiếc đồng hồ năm Thân với hình những chú khỉ được dùng để trang trí mặt số. Những thương hiệu champagne mới đây cũng vừa thay đổi để giới thiệu những dòng sản phẩm mới phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng hơn. Những hãng xe cũng không ngừng tạo ra những bút phá mới với hi vọng biến mỗi chiếc xe thành một “thiết bị tự di động” thực sự. Và qua mỗi ngày, chúng ta lại một lần tiến tới được với mục tiêu đó, và để vươn tới mục tiêu khác.

Chúng ta sẽ không biết được cái đích cuối cùng của dòng chảy hàng hiệu là đâu nhưng chúng ta có thể khẳng định nhờ hàng hiệu cuộc sống đang tốt lên mỗi ngày.



Ảnh bìa: Người mẫu **KIM LÝ**
Trang phục **XUÂN LÊ**; Đồng hồ **EBEL**



BOSS
HUGO BOSS

CONTENTS

DEC - JAN/2015

FEATURE

048 | MET GALA

Một sự kiện "Oscar" của ngành thời trang, được ra đời để các ngôi sao tỏa sáng.



048

076 | CẢM HỨNG TỪ CUỘC SỐNG

Những công trình cảm hứng từ thiên nhiên và cuộc sống sẽ mang tới một cái nhìn hoàn toàn mới mẻ về kiến trúc.



076

085 | VANG VÀ NHỮNG ĐIỀU CHƯA BIẾT

Thế giới vang tồn tại vô số điều thú vị mà chúng ta vẫn chưa biết.



085

088 | CABENET SAUVIGNON

Một trong những loại vang danh tiếng nhất thế giới.

LIFESTYLE

016 | WHATSON

Điểm tin các thương hiệu cao cấp như:
Louis Vuitton, Balenciaga, Rolex, Tudor,...



016

022 | LIVING IS ALL ABOUT

BST đèn của Forestier Paris, gạch nút Kaza, triển lãm Davines Art Series 4, các tác phẩm kiến trúc Wuxi Grand Theatre, Monterrey,...



022

KHÓ KHĂN? CÓ LÙI BƯỚC? KHÔNG FORD RANGER MỚI CHINH PHỤC CẢ THẾ GIỚI



**KHÓA VI SAI
CẦU SAU ĐIỆN**



**LỢI NƯỚC VÔ ĐỊCH
800mm**



**HỆ THỐNG
SYNC™ 2**



**HỆ THỐNG CẢNH BÁO VÀ CHẠM
BẰNG ÂM THANH, HÌNH ẢNH**

• **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055 • **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888 • **HANOI FORD:** 94 Ngõ Thỉ Nhậm, Hà Nội. Tel: 04.39712439 • **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566 • **HATHANH FORD MYDINH:** 02 Tôn Thất Thuyết, Nam Từ Liêm, Hà Nội. Tel: 04.37957518 • **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920 • **THANHXUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525 • **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990 • **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hà Long. Tel: 033.3628699 • **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 038.3515292 • **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555 • **DANANG FORD BINHDINH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555 • **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3954999 • **CITY FORD NHA TRANG:** 580 Lê Hồng Phong, TP. Nha Trang. Tel: 058.3880366 • **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM. Tel: 08.38157979 • **CITY FORD:** Số 216-218, Quốc Lộ 13, Phường Hiệp Bình Chánh, Q. Thủ Đức, TP. HCM. Tel: 08.37262626 • **PHUMY FORD:** Lê 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 PHO QUANG:** 104 Phố Quang, Tân Bình, TP. HCM. Tel: 08.38442947 • **SAIGON FORD TRAN HUNG DAO:** 6A, Trần Hưng Đạo, Phường Phạm Ngũ Lão, Quận 1, TP. HCM. Tel: 08.39153244 • **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM. Tel: 08.38776732 • **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130 • **CANTHO FORD:** Lê 11C – Võ Nguyên Giáp, Cái Răng, TP. Cần Thơ. Tel: 0710.3730720 • **BINH DUONG FORD:** Lê C13, Nguyễn Huệ, Khu Liên Hợp, TP. Thủ Dầu Một. Tel: 0650.3801381 • **ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888**



Go Further

ford.com.vn

CONTENTS

DEC - JAN/2015

FASHION

030 | MENSWEAR AT ITS CORE

Kết hợp nét chính thống và phá cách, giao thoa thẩm mỹ phái nam và vẻ đẹp phái nữ là điểm chung trong BST của Giorgio Armani, Belstaff và Hardy Amies.



030

038 | WHEN OLD MADE NEW

Khả năng biến hóa tài tình khi khai thác những chất liệu cũ trong các BST của Chloé, Moschino và Roberto Cavalli.



038

BEAUTY

066 | VINTAGE, NGƯỢC DÒNG THỜI GIAN

Nước hoa Vintage mang trong nó sức hấp dẫn tuyệt vời như tất cả những thứ sắp hoặc đã không còn tồn tại nữa.



066

070 | SPA HƠN MỘT THÚ VUI

Hiểu về làn da của mình để quyết định gói dịch vụ phù hợp.



070

074 | HOLIDAY

Những sản phẩm rực rỡ này có thể khiến những ngày cuối năm trở nên bùng sáng.



074



KENZO PARIS

PRESENTS

A MOVIE BY GREGG ARAKI

HERE



NOW

KENZO.COM/HERENOW

CONTENTS

DEC - JAN/2015

TOP MACHINE

116 | PORSCHE 911 (2017)

Giới thiệu mẫu xe thể thao bản nâng cấp sức tinh chỉnh lại động cơ 3,8 lít V6 sẽ được ra mắt tại Detroit Motor Show 2016.



116

118 | BMW i8

Siêu phẩm là tập hợp của các công nghệ tiên phong và ưu tú nhất.



118

122 | SUERTE YACHT

Với chiều dài lên tới 69,3m, sức chứa 12 khách với 06 cabin, Suerte thực sự là một siêu du thuyền.



122

WATCH + JEWELLERY

096 | ĐỒNG HỒ NỮ GIỚI

Những chiếc đồng hồ nữ giới đang làm mưa làm gió trên thị trường đồng hồ cao cấp.



096

106 | TRANG SỨC CỦA CHANEL

Những món trang sức của Chanel chính là một phần lý do để cả thế giới tôn vinh và kính phục người đàn bà đẹp Coco Chanel.



106

108 | BVLGARI ITALIAN GARDEN

Bộ sưu tập nữ trang bay bổng lấy cảm hứng từ nghệ thuật làm vườn mang đậm phong cách ý.

110 | SOIE DIOR

Những món đồ trang sức cao cấp của Dior mang một phong cách sành điệu và hoa lệ.



WWW.LINDAFARROW.COM

LINDA FARROW

MILUXE®

Exclusive Boutique :

* Hà Nội: S215 tầng 2 - 26 Hai Bà Trưng, Quận Hoàn Kiếm. Tel: (04) 3934 8989

* TP. HCM: L2-34AB Union Square - 171 Đồng Khởi, Quận 1. Tel: (08) 3936 9263

199 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Quận 3. Tel: (08) 3932 5925

* Đà Nẵng: G6 Indochina Riverside Towers, Quận Hải Châu. Tel: (0511) 3849 049

WHATSON

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



VOLEZ, VOGUEZ, VOYAGEZ – LOUIS VUITTON

Triển lãm của Louis Vuitton tại Grand Palais.

Để đánh dấu đêm khai mạc triển lãm Volez, Voguez, Voyagez – Louis Vuitton ở Grand Palais, ông Bernard Arnault CEO của tập đoàn LVMH và Michael Burke, CEO của thương hiệu Louis Vuitton đã chào đón ông Emmanuel Macron, Bộ trưởng kinh tế, công nghiệp và công nghệ số. Tham dự sự kiện là những khách mời tới từ thế giới nghệ thuật như Daniel Buren, Bertrand Lavier, Christian de Portzamparc, Xavier Veilhan, Olafur Eliasson. Bên cạnh đó, cũng không thể không kể tới những “khách mời quan trọng” là những món đồ di sản của Louis Vuitton. Với sự tham gia của giám tuyển Olivier Saillard, triển lãm sẽ trưng bày chân dung của những người sáng lập thương hiệu cũng như những người đang kiến tạo một Louis Vuitton của tương lai, để qua đó kể câu chuyện về một Louis Vuitton đích thực từ năm 1854 cho tới nay.

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 Gòn** • Saigon Center 65 Lê Lợi, Q.1 [3821221] • Sun Wah Tower 113 Nguyễn Huệ, Q.1 [38219279] • Vincom Center 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1 [39939099] • Maximark 3C Ba Tháng Hai, Q.10 [38328991] • Vincom Center 216 Võ Văn Ngân, Q.TĐ [37223433] • PNJ Shops [39959338] **Hà Nội** • Lotte Center 54 Liễu Giai, Q.BĐ [32676553] • 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 Ba Triệu, Q.HBT [22200268] • Duy Anh Watch 7 Hàng Khay, Q.HK [66366660] • Savico Megamall 79 Nguyễn Văn Linh, Q.B [62530099] • Lotte Mart 229 Tây Sơn, Q.ĐĐ [38329966] **Vinh** • Big C Vinh 2 Quang Trung [3596226] **Đà Nẵng** • Big C Vinh Trung Plaza 223-227 Hùng Vương [3666066] • Indochina Riverside Mall 74 Bạch Đằng [3843818] **Nha Trang** • Nha Trang Center 20 Trần Phú [6316666] - **SERVICE CENTERS:** • Sun Wah Tower 113 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM [3821 9279] • Maximark 3C Ba Tháng Hai, Q.10 [38328991]



TERRANOVA VÀ CALLIOPE

Ra mắt tại AEON Long Biên, Hà Nội.

HÀ NỘI, 6/12/2015 – Lễ khai trương cửa hàng đầu tiên của hai thương hiệu thời trang Italy, Terranova và Calliope tại Trung tâm thương mại AEON Long Biên, Hà Nội đã diễn ra sáng ngày 6/12/2015 với sự tham dự của hàng trăm tín đồ thời trang cùng phần trình diễn sôi động của các nhóm nhạc, nhóm nhảy, rapper, hot vlogger, hot teen đang rất được mến mộ. Lễ khai trương là một bữa tiệc thời trang, âm nhạc độc đáo với sự xuất hiện của các khách mời đặc biệt: Á Hậu Dương Tú Anh, Hot Teen Quỳnh Anh Shyn, An Japan, Salim, Hà Min, Nhóm nhảy St. 319, Dcrownfly, Mr. A và DJ từ Fuse Hà Nội. Các chương trình quay số trúng thưởng đã được thực hiện cùng rất nhiều giải thưởng như: áo thun, vòng tay, túi vải, voucher tặng quà. Bên cạnh đó còn có các hoạt động đặc sắc như trình diễn thời trang, minigame, chụp hình Polaroid và các chương trình khuyến mại khác.



BALENCIAGA

Đăng ký bảo vệ bản quyền cho thiết kế phụ kiện.

Balenciaga đã đăng ký bằng sáng chế cho một trong các thiết kế vòng tay của mình, lần đầu được ra mắt dưới thời cựu giám đốc sáng tạo Alexander Wang. Theo đó, chiếc phụ kiện bạc đã được bảo vệ chống sao chép, và bất kỳ thương hiệu nào bị phát hiện nhái lại thiết kế này sẽ chịu những hậu quả pháp lý từ nhà mốt nước Pháp. Chiếc kiềng tay kiểu dáng thất nơ được ra mắt lần đầu vào tháng 2 năm 2013 trong bộ sưu tập đầu tay của Alexander Wang cho Balenciaga, mặc dù trên thực tế, phụ kiện này trước đó đã thiết kế bởi Charlotte Chesnais. "Bằng sáng chế cho món đồ này đã được ban hành cho thương hiệu Balenciaga vào ngày 10/11 vừa rồi", Thời báo The Fashion Law (Luật Thời trang) cho biết. "Nghĩa là chỉ hơn sáu tháng kể từ khi yêu cầu này được đệ trình, như vậy là khá nhanh đối với các loại bằng sáng chế thiết kế, đặc biệt khi thủ tục này khá tốn kém và mất thời gian. Cũng chính vì vậy mà người ta hiếm thấy các thương hiệu thời trang bỏ công bỏ sức để có được một tấm bằng sáng chế."



VICTORIA & ALBERT

Triển lãm đồ lót tại bảo tàng.

Theo nguồn tin mới nhất, từ tháng 4 năm 2016 đến tháng 2 năm 2017 tại Bảo tàng Victoria & Albert (London, nước Anh) sẽ diễn ra triển lãm "Undressed: A Brief History of Underwear" (Tạm dịch là "Lột tả: Lược sử về thời trang đồ lót"). Giám tuyển của triển lãm, Edwina Ehrman, và trợ lý nghiên cứu, Susanna Cordner, đã tiết lộ một số lựa chọn yêu thích của họ như: Lồng váy bằng khung mây của Dolce & Gabbana, Xuân/Hè 2013, Quần lót chữ Y (cho nam) được trưng bày trên mô hình, Váy và đồ lót do John Galiano thiết kế cho Givenchy (bộ sưu tập haute couture Xuân/Hè 1996), Quần lót nam của thương hiệu Sunspel (2015) và những mẫu thiết kế váy lót độn cùng tất vớ hình con rắn (VADAR). Chắc hẳn với sự sàng lọc kĩ lưỡng này, những tín đồ mộ điệu sẽ không khỏi nóng lòng khám phá về những món đồ thời trang gần gũi và riêng tư với mọi phụ nữ và cánh mày râu trên toàn thế giới.

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



BẢO VẬT TINH HOA

Đồng hồ Đông Sơn Tourbillon.

Trống đồng – biểu trưng của cả một nền văn minh quá khứ: Đông Sơn. Tourbillon - biểu tượng kỹ thuật đỉnh cao của một môn nghệ hiện đại: Chế tác đồng hồ. Xuyên không gian và thời gian, cả hai thứ bảo vật ấy cùng hội tụ trên một vật phẩm để tôn vinh những gì là tinh hoa, trí tuệ từ bàn tay và khối óc con người. Cảm hứng hoa văn ngàn xưa của mặt trống đồng Đông Sơn được tinh tế cách điệu trên mặt số vàng hồng của Đông Sơn Tourbillon. Với chủ đích đầy ý tứ, Peter Speake-Marin đã chọn thân vỏ Piccadilly kinh điển với thiết kế tựa như một mặt trống cho mẫu đồng hồ này. Bảo chứng cho tất cả những sáng tạo đặc trưng khác của bậc thầy người Anh trên mẫu đồng hồ đặc biệt là bộ kim xanh đánh bóng và đốt nhiệt thủ công tạo màu tự nhiên; máy đồng hồ với độ hoàn thiện tuyệt mỹ; và núm điều chỉnh khắc rãnh trứ danh, tinh tế nạm vào một viên kim cương.



ROLEX

Hợp tác với 07 nghệ sĩ tài năng.

Bây trong số những nghệ sĩ tài năng nhất thế giới đã nhận lời mời cố vấn cho những tài năng trẻ đang phát triển trong vòng một năm của chương trình Sáng kiến Rolex Mentor và Protégé Arts. Bảy nghệ sĩ bao gồm: David Chipperfield (kiến trúc), Mia Couto (văn học), Alfonso Cuarón (điện ảnh), Philip Glass (âm nhạc), Joan Jonas (nghệ thuật tạo hình), Robert Lepage (kịch trường) và Ohad Naharin (khiêu vũ). Vào ngày 6 tháng 12 năm 2015, tại Mexico, danh sách các cố vấn mới đã được công bố tại buổi lễ vinh danh những cố vấn và thí sinh trong năm 2014-2015 của Sáng kiến Nghệ thuật Rolex. Chương trình nhân đạo quốc tế này nhằm tìm kiếm những nghệ sĩ trẻ tài năng trên khắp nơi trên thế giới và tạo điều kiện cho họ gặp gỡ những bậc thầy. Trong một năm, những bậc thầy này sẽ đích thân hướng dẫn các nghệ sĩ trẻ cùng phát huy khả năng sáng tạo theo phương pháp một kèm một. Mỗi ứng viên sẽ được nhận 25.000 franc Thụy Sĩ phí hỗ trợ tham gia chương trình, cùng với 25.000 franc Thụy Sĩ được trao tặng trong đợt kế tiếp để phục vụ cho việc sáng tạo nghệ thuật khi kết thúc năm tham gia chương trình, bắt đầu vào giữa năm 2016.



TUDOR

*Ra mắt mẫu đồng hồ
Fastrider Black Shield.*

Lấy cảm hứng trực tiếp từ sự thanh lịch mang phong cách thể thao của mẫu xe Ducati XDiavel, Tudor mới đây vừa giới thiệu mẫu đồng hồ Fastrider Black Shield. Mẫu đồng hồ này có cơ chế tự lên dây, được chế tác từ chất liệu ceramic. Mẫu đồng hồ Fastrider này lần đầu được giới thiệu vào năm 2011 và là kết quả của sự hợp tác giữa Tudor và thương hiệu xe Ducati. Như vậy, cho tới nay Ducati và Tudor đã hợp tác được với nhau trong 04 năm.



ESCADA

LUALA MILANO 61 LY THAI TO HANOI +84 4 39369899
136 NAM KY KHOI NGHIA HCMC (OPENING SOON)

ESCADA.COM



GOLDEN LYPRES® ĐẲNG CẤP QUỐC TẾ - UY TÍN TIN CẬY

Từ quá trình nghiên cứu phát minh, cho đến khâu sản xuất thành phẩm và tiêu thụ, tất cả sản phẩm **GOLDEN LYPRES®** đều được thực hiện theo quy trình hoàn hảo, khép kín và tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn Quốc tế như ISO 22000, GMP, HACCP, HALAL. Các chứng nhận mà **GOLDEN LYPRES®** sở hữu đều được cấp bởi Tổ chức TÜV của Đức – một trong những tổ chức kiểm định uy tín nhất tại châu Âu và trên thế giới. Bên cạnh đó, sản phẩm **GOLDEN LYPRES®** còn được bảo vệ độc quyền thông qua Hiệp Ước PCT. Vì thế, nói đến **GOLDEN LYPRES®** không chỉ là nói đến một sản phẩm chăm sóc sức khỏe có hiệu quả vượt trội mà còn là uy tín chất lượng của một thương hiệu mang đẳng cấp Quốc tế. Nếu bạn hứng thú kinh doanh một sản phẩm bảo vệ sức khỏe xa xỉ và đẳng cấp như **GOLDEN LYPRES®**, hãy đặt cuộc hẹn làm đại lý phân phối qua số: 08 3770 0915 – 08 3827 6446 – 0919 632 772.



FORESTIER PARIS RA MẮT BỘ SƯU TẬP ĐÈN FIL DE FER.

Thương hiệu nội thất danh tiếng của Paris, Forestier Paris đã cho ra mắt bộ sưu tập đèn bàn và đèn treo đầy tính nghệ thuật được làm từ sắt mang tên Fil de fer. Được biết Forestier Paris là một thương hiệu đồ nội thất mang phong cách kiến trúc rất hiện đại với những thiết kế được làm từ sợi thép uốn. Và các sản phẩm thường được lấy cảm hứng từ thiên nhiên cây cỏ thực vật. Điểm nổi bật của đồ nội thất của Forestier Paris là cách những món đồ nội thất dần sang. Cũng được biết, Forestier – người sang lập thương hiệu đã từng hợp tác với rất nhiều tên tuổi lớn của làng thiết kế như Arik Levy, Normal Studio, Noé Duchaufour-Lawrence và Emmanuel Gallina.

KAZA GIỚI THIỆU GẠCH NÚT.

Nhà sản xuất gạch bê tông danh tiếng nước Anh, KAZA mới đây đã hợp tác với công ty thiết kế Codolagni Design Studio để giới thiệu mẫu gạch button. Sử dụng một chất liệu đặc biệt, cũng như một quy trình đặc biệt, những viên gạch nút này đã được tạo ra với một bề mặt vô cùng phá cách và ấn tượng. Được biết, ý tưởng dành cho thiết kế này là giảm thiểu tối đa sự can thiệp của con người và để bề mặt chất liệu có thể tự hình thành.





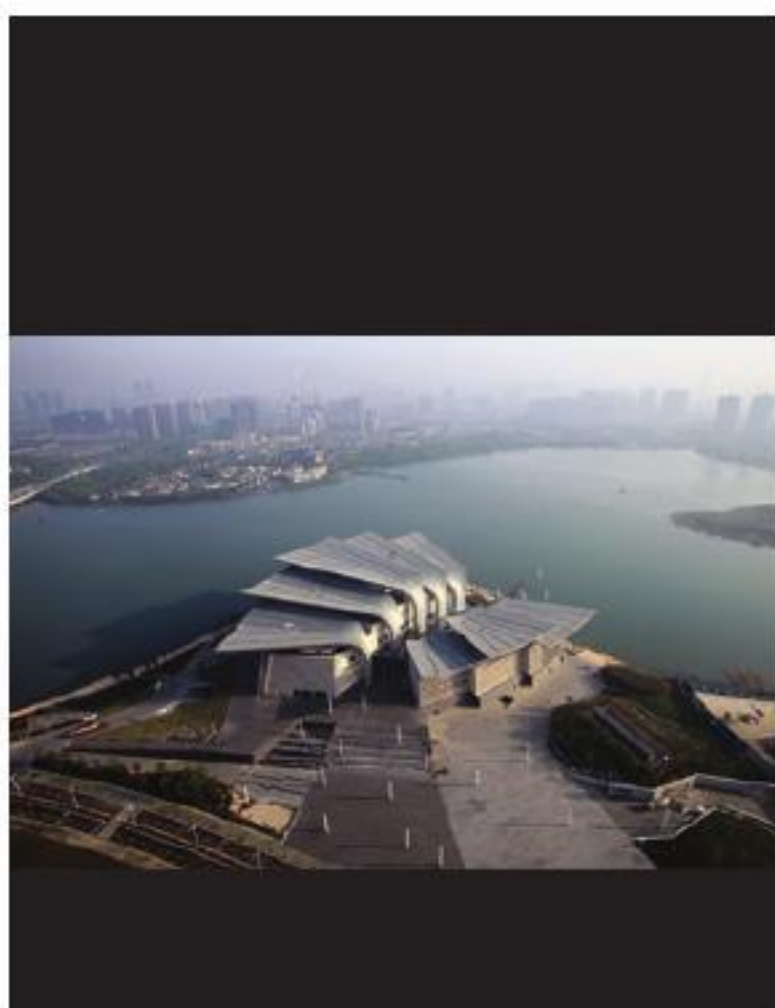

CANALI
1 9 3 4

CANALI.COM

Available at
61 Ly Thai To, Hoan Kiem, Hanoi | +84 4 39369899
136 Nam Ky Khoi Nghia, HCMC (Opening Soon)
Lualamilano.com

DAVINES TRIỂN LÃM DAVINES ART SERIES SỐ 4.

Chuỗi hoạt động nghệ thuật thường niên Davines Art Series Số 4 với chủ đề Tôi Gìn Giữ Vẻ Đẹp trở lại với 4 ngày triển lãm (15.11.2015 – 18.11.2015) tại Hàng Da Galleria, Tầng 3, Trung tâm Thương mại Hàng Da, Hà Nội. Triển lãm lần này trưng bày những tác phẩm tôn vinh những con người gìn giữ vẻ đẹp được Ban giám khảo và Cộng đồng bình chọn trong cuộc thi làm phim/chụp ảnh Tôi Gìn Giữ Vẻ Đẹp. Đến với triển lãm, người xem được hòa mình vào một cuộc hành trình với những câu chuyện kể đầy cảm hứng về những con người đang gìn giữ vẻ đẹp trong các lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, các giá trị xã hội của Việt Nam.



WUXI GRAND THEATRE TÁC PHẨM CỦA PES-ARCHITECTS.

Công ty kiến trúc PES-Architects mới đây đã hoàn thành thiết kế kiến trúc của Nhà hát Wuxi Grand Theatre ở Giang Tô, Trung Quốc. Ý tưởng chính của Wuxi Grand Theatre được dựa trên vị trí của nó. Nằm trên Bán đảo nhân tạo bên bờ biển phía bắc của Thái Hồ và cầu đường cao tốc ở gần đó, Wuxi Grand Theatre đã làm cho vị trí này có thể so sánh với Nhà hát Opera Sydney. Do vị trí tòa nhà đặc biệt như vậy nên chiều cao được nâng lên 50m, nhìn từ xa tòa nhà giống như một tác phẩm điêu khắc lớn, 8 đôi cánh của mái nhà khổng lồ kéo dài tượng trưng cho những cánh bướm và bảo vệ tòa nhà khỏi sức nóng của mặt trời.



MONTERREY MỘT SẢN PHẨM CỦA CÔNG TY KIẾN TRÚC BROOKS + SCARPA.

Trung tâm nghiên cứu và cải tiến công nghệ Monterrey được thiết kế bởi Brooks + Scarpa là công trình đầu tiên của Mexico đạt chứng chỉ LEED Bạch Kim. Khu đất thiết kế đặt tại Monterrey, gần sân bay và tiếp giáp với một khu rừng tự nhiên. Công trình bao gồm các phòng thí nghiệm, văn phòng, cơ sở thử nghiệm và các nhà kho. Công ty kiến trúc Brooks + Scarpa được yêu cầu để thiết kế một tòa nhà dành cho công nghiệp nhưng phải khác với các khuôn mẫu và cấu trúc sẵn có, và với một chức năng duy nhất cho các hoạt động của nhà máy. Các tính năng đạt được của tòa nhà trong đó phải tận dụng được ánh sáng tự nhiên và tương tác trong ngoài thông qua các chuyển động khác nhau trong kiến trúc. Tổng thể công trình nổi bật với hình răng cưa, là hình ảnh ẩn dụ của dãy núi Monterrey gần đây, cấu trúc này dẫn hướng cho ánh sáng mặt trời chiếu vào nội thất công trình. Đây là một chức năng đặc biệt, bởi ánh sáng tự nhiên được dẫn hướng, chi phối lượng ánh sáng vào từng phòng tùy theo mục đích sử dụng. Mặt tiền công trình được phủ một lớp vỏ kim loại nhôm có đục lỗ, những lỗ nhỏ này cho phép ánh sáng lọt vào khu vực nghiên cứu nhưng vẫn duy trì được sự riêng tư cần thiết cho công trình.

*cuộc sống là nét đẹp năng động



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

tp hcm • unionsquare • new world hotel • hà nội • vincom royal city • pacific place • bà triệu • lotte center



ANNA ELZER OSCARSON RA MẮT BỘ SƯU TẬP GỐM DUSTY DIAMONDS.

Thương hiệu Anna Elzer Oscarson đã giới thiệu bộ sưu tập gốm Dusty Diamonds. Đây là một bộ sưu tập với thiết kế được lấy cảm hứng từ những viên kim cương với bề mặt ẩn tượng bởi các giác cắt, tạo hình dáng giống như những viên kim cương.



AUTOSTADT TRUNG TÂM DỊCH VỤ CHĂM SÓC XE HƠI TẠI WOLFSBURG, ĐỨC.

Hãng thiết kế GRAFT đã hợp tác cùng kiến trúc sư cảnh quan WES-Landschaftsarchitektur và các kỹ sư Schlaich Bergermann để thiết kế trung tâm dịch vụ chăm sóc xe hơi Autostadt tại Wolfsburg, Đức. Kiến trúc mái che tạo thành một nơi trú ẩn cho xe ô tô để lái xe ra vào khu vực đỗ xe, bảo vệ chúng khỏi ánh sáng mặt trời và mưa gió, đồng thời tận dụng ánh sáng tự nhiên vào ban ngày nhằm tiết kiệm điện. Được xây dựng từ một nền tảng bê tông cốt thép, mái nhà có khung đôi cong bằng thép tấm hàn. Một khung dây thép đan chéo qua bên dưới. Bên trong là các gian hàng dịch vụ để phục vụ các yêu cầu của khách hàng về xe, phụ kiện, và tham quan các khu vực khác, trong đó bao gồm một gian hàng trưng bày xe từ Porsche. Nhìn gần, phần mái che của trung tâm chăm sóc xe hơi trông như mạng lưới mạng nhện vô cùng chắc chắn. Phía dưới là hệ thống đường hiện đại cho phép các xe ra vào bãi đậu xe. Mái che được lắp hệ thống chiếu sáng hiện đại, đảm bảo cho xe ra vào an toàn về đêm.



DEAR GINZA SÁNG TẠO CỦA AMANO.

Văn phòng kiến trúc Amano đã hoàn thành thiết kế dự án xây dựng tòa nhà Dear Ginza nằm ở mặt sau của một con phố trung tâm ở Ginza, Tokyo, Nhật Bản, một khu vực được bao quanh bởi các tòa nhà lớn. Chủ sở hữu tòa nhà là một công ty lập trình với yêu cầu xây dựng một tòa tháp thương mại/văn phòng 9 tầng có kiến trúc độc đáo, thu hút khách hàng. Xung quanh vị trí xây dựng là những tòa nhà đồ sộ, vì vậy, để Dear Ginza trở nên nổi bật trong khu vực, bắt mắt với khách hàng, các kiến trúc sư đã thiết kế nhấn mạnh vào mặt tiền của tòa nhà. Sử dụng tấm lưới nhôm được gấp nếp theo dạng hình học ngẫu nhiên và in họa tiết hoa văn phía ngoài, bên trong là một lớp kính trong suốt, tòa nhà đã trở nên thực sự khác biệt, độc đáo, kiến trúc ấn tượng mang đến cảm giác thích thú, lạ lẫm cho các khách hàng ngay từ cái nhìn đầu tiên. Hệ thống ánh sáng phía sau các tấm lưới nhôm được lập trình để thay đổi màu sắc tùy theo mùa, chuyển đổi giữa các màu đỏ, xanh dương và xanh lá cây. Vào buổi tối, khi bật đèn, tòa nhà trở nên lung linh, huyền ảo và vô cùng lôi cuốn.

"cuộc sống là nét đẹp năng động"



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

tp hcm • unionsquare • new world hotel • hà nội • vincom royal city • pacific place • bà triệu • lotte center



ACCORHOTELS KHAI TRƯỞNG KHÁCH SẠN PULLMAN VUNG TAU.

AccorHotels chính thức công bố khai trương khách sạn Pullman Vung Tau, khách sạn năm sao quốc tế đầu tiên tại Vũng Tàu, cách thành phố Hồ Chí Minh 1.5h lái xe, cũng là bãi biển gần thành phố nhất. Với trung tâm hội nghị hội thảo lớn nhất miền Nam Việt Nam, khách sạn là điểm đến lý tưởng cho khách công vụ hay nghỉ dưỡng, hoặc du khách tìm kiếm chốn nghỉ ngơi gần thành phố Hồ Chí Minh. “Pullman là thương hiệu Cao Cấp dành riêng cho du khách của thời hiện đại” Ông Patrick Basset, Giám Đốc Điều Hành AccorHotels khu vực Đông Nam và Đông Bắc Châu Á cho biết. “Đây là thương hiệu có sự hiện diện mạnh mẽ tại Châu Á Thái Bình Dương, với nửa tổng số khách sạn có mặt tại đây, điều này tạo nên một thương hiệu được ưa thích và mong muốn nhất trong khu vực. Vì vậy chúng tôi tự hào giới thiệu Pullman Vung Tau, tiếp theo việc khai trương thành công ba khách sạn Pullman khác tại Hà Nội, Đà Nẵng và thành phố Hồ Chí Minh. Pullman Vung Tau góp thêm một sự lựa chọn mới cho điểm du lịch nổi tiếng với hạ tầng giao thông ngày càng thuận tiện.”



8600 WILSHIRE MỘT SẢN PHẨM CỦA MAD ARCHITECTS.

Hãng kiến trúc MAD đã tiết lộ thiết kế cho dự án “8600 Wilshire”, một cộng đồng dân cư mới ở khu vực Beverly Hills, Los Angeles được bao bọc bởi một “bức tường sống” lấy cảm hứng từ hệ thực vật địa phương. Dự án được bao quanh bởi một bức tường thực vật nằm trên một diện tích khoảng 465 m² gồm các loài xương rồng và cây leo bản địa. Khu vườn thẳng đứng nhấp nhô xung quanh các khung cửa sổ, mở rộng không gian nội thất cho ban công bên ngoài và cung cấp một màn hình màu xanh lá cây tự nhiên cho cư dân. 8600 Wilshire được bao bọc bởi một “bức tường sống” bao gồm các loài thực vật bản địa. Những bức tường sống sẽ được tưới tiêu bằng một hệ thống tự động sử dụng bộ phát vi nhỏ giọt và cảm biến 24/7 giám sát từ xa. Điều này sẽ đảm bảo rằng nước chỉ được sử dụng khi cần thiết, duy trì hiệu quả và giảm thiểu lượng nước dư thừa được sử dụng trong các bức tường sống bất cứ lúc nào.

CARLSON REZIDOR HOTEL GROUP CHÍNH THỨC GIA NHẬP THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM.

Ngày 25/11/ vừa qua, tập đoàn Carlson Rezidor Hotel Group, một trong những tập đoàn khách sạn lớn và năng động nhất thế giới đã thông báo lễ ký kết hợp đồng quản lý với Công ty Cổ phần Đầu tư và Du Lịch Eurowindow Nha Trang để phát triển dự án Radisson Blu Vịnh Cam Ranh. Được dự kiến mở cửa vào quý một năm 2019, Radisson Blu Vịnh Cam Ranh là một trong những khu nghỉ dưỡng sát biển mới được mong đợi nhất tại Việt Nam. “Trong quá trình mở rộng thị trường tại Châu Á – Thái Bình Dương, chúng tôi mong muốn mở rộng sự hiện diện của mình đến Việt Nam thông qua việc đầu tư vào lĩnh vực vẫn còn ở những giai đoạn phát triển bước đầu trong khu vực”, ông Thorsten Kirschke, Chủ tịch Carlson Rezidor Hotel Group khu vực Châu Á – Thái Bình Dương, chia sẻ. “Là thương hiệu nổi bật của Tập đoàn, khách sạn Radisson Blu mới nhất này sẽ cung cấp cho khách du lịch nội địa và nước ngoài các dịch vụ và sản phẩm sáng tạo, mang đến trải nghiệm độc đáo và hấp dẫn với phương châm “Vâng, chúng tôi có thể!”.



GOLDEN LYPRES®

KHÁC BIỆT LÀM NÊN ĐẲNG CẤP

Nổi tiếng trên khắp thế giới bởi “Nghịch lý Pháp”, Resveratrol trong **GOLDEN LYPRES®** được nâng lên tầm cao mới khi kết hợp cùng Lycopene – cặp đôi danh tiếng và tinh tế trong lĩnh vực bảo vệ sức khỏe toàn diện.



Muốn tặng quà
hãy tặng sức khỏe;
Muốn sức khỏe hãy dùng
GOLDEN LYPRES®!
GOLDEN LYPRES® bảo vệ
sức khỏe của bạn suốt đời!

01 Cực phẩm thiên nhiên – Thuần túy sinh học

Chắc lọc tinh hoa đất trời, sản phẩm là sự kết hợp vô cùng tinh tế của hai hoạt chất chống oxy hóa mạnh có nhiều trong hoa quả tự nhiên với tỷ lệ vàng hiếm có là 65mg Lycopene và 135mg Resveratrol.



03 Kết hợp hoàn hảo – Đảm bảo an toàn

Không chỉ hàm lượng cao, độ tinh khiết của Lycopene và Resveratrol trong **GOLDEN LYPRES®** cũng đạt mức lý tưởng – trên 98%.

02 Công nghệ tuyệt vời – Toàn cầu công nhận

Sử dụng công nghệ nano, từng hạt vi tinh thể **GOLDEN LYPRES®** đều là tâm huyết của cả đội ngũ Hsiehs Biotech.



04 Vẻ ngoài sang trọng – Chất lượng đỉnh cao

Bao bì sản phẩm được thiết kế an toàn sang trọng và tiện lợi.

Nếu bạn hứng thú kinh doanh một sản phẩm bảo vệ sức khỏe xa xỉ và đẳng cấp như **GOLDEN LYPRES®**, hãy liên hệ với chúng tôi:
Điện thoại: +84-8-38276446 **Hotline:** 0919 632 772
Cửa hàng **GOLDEN LYPRES®** tại Sheraton Saigon Hotel & Towers.
Địa chỉ: 80 Đông Du, P. Bến Nghé, Q1, TP.Hồ Chí Minh

HSIEHS BIOTECH (SINGAPORE) PTE.LTD.

MENSWEAR AT ITS CORE

BA BỘ SƯU TẬP ĐẾN TỪ THƯƠNG HIỆU GIORGIO ARMANI, BELSTAFF VÀ HARDY AMIES DÙ MANG BA PHONG CÁCH KHÁC NHAU, NHƯNG ĐỀU CÓ MỘT ĐIỂM CHUNG: TÌM VỀ NHỮNG NÉT CĂN BẢN CỦA THỜI TRANG NAM (MENSWEAR): ĐÓ LÀ SỰ KẾT HỢP GIỮA TÍNH CHÍNH THỐNG VÀ NÉT PHÁ CÁCH, SỰ GIAO THOA GIỮA THẨM MỸ PHÁI NAM VÀ VẼ ĐẸP PHÁI NỮ, VÀ ĐẶC BIỆT HƠN CẢ LÀ THAM VỌNG LỘT TẢ NHỮNG GÌ NAM TÍNH MẠNH MẼ NHẤT CỦA BẢN NGÃ ĐÀN ÔNG. CẢ BA NHÀ MỐT NÀY ĐỀU LÀ NHỮNG THƯƠNG HIỆU LÂU ĐỜI ĐẾN TỪ ANH VÀ Ý, NHƯNG SO VỚI MỘT GIORGIO ARMANI TRÚ DANH VÀ MỘT HARDY AMIES GIÀU TRUYỀN THỐNG, BELSTAFF CÓ VẼ “ÍT NỔI” HƠN MỘT CHÚT. NHƯNG ĐIỀU ĐÓ KHÔNG CÓ NGHĨA ĐÂY THỰC SỰ LÀ MỘT THƯƠNG HIỆU GIÀU TIỀM NĂNG VÀ HỨA HẸN SẼ CÒN GẶT HÁI NHỮNG THÀNH CÔNG LỚN TRONG TƯƠNG LAI. HÃY CÙNG CHỜ XEM NHÉ!





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.

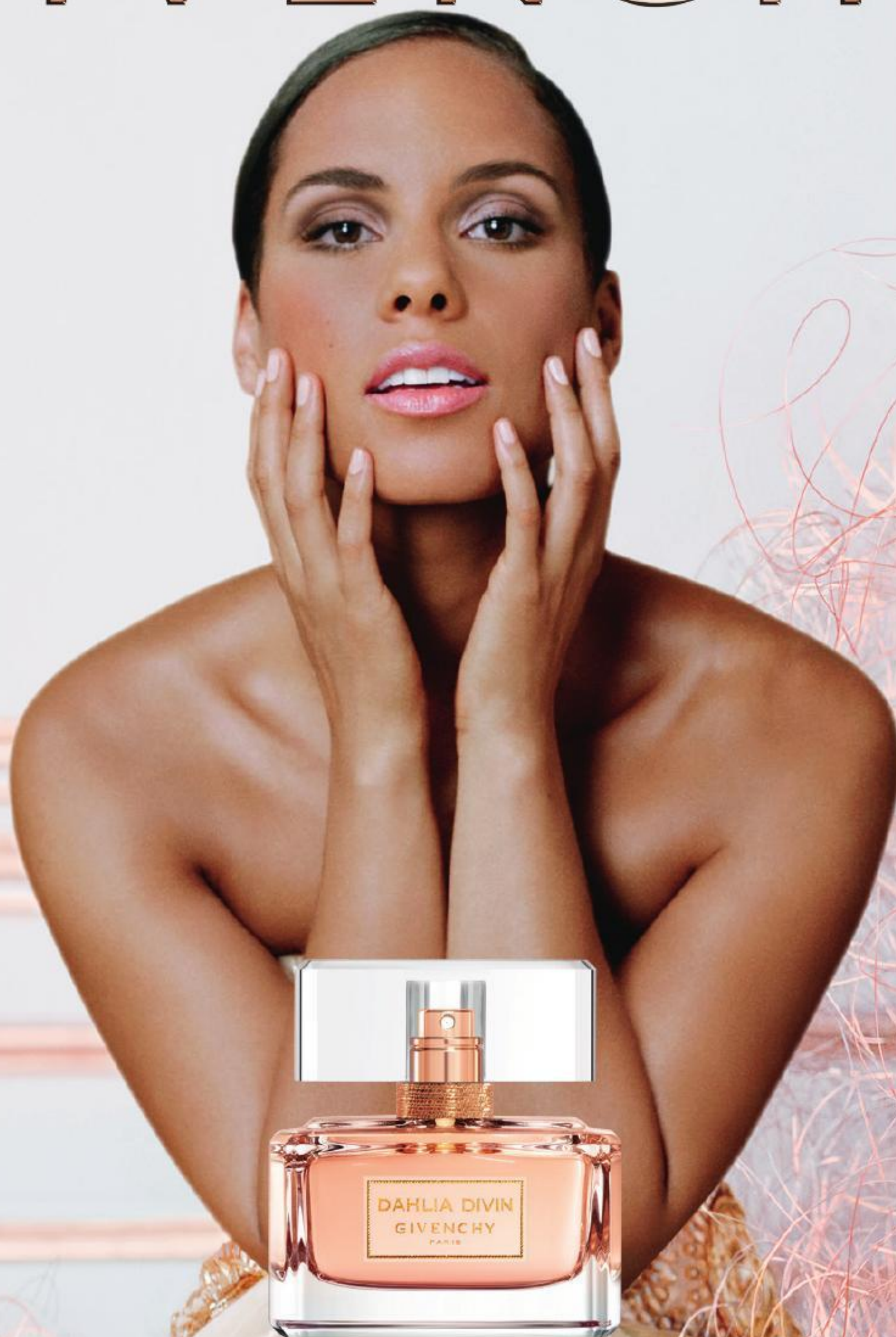


GIORGIO ARMANI

Ông chủ của thương hiệu hơn 40 tuổi đã chọn cho mình những đề tài cảm hứng hết sức thú vị cho bộ sưu tập Thu Đông năm nay: tình bạn và tình yêu, nét lãng tính trong thời trang và sự tôn vinh vẻ đẹp nam giới, tất cả được gói gọn trong một tên gọi hết sức lãng mạn "Romance". Một điều dễ thấy ở bộ sưu tập lần này là sự kết hợp, đặt cạnh đối lập giữa nét lịch lãm, cổ điển xa xỉ và vẻ hiện đại phóng khoáng thời thượng: những chất liệu đắt tiền như nhung, lông thú và da cá sấu xuất hiện trên những thiết kế áo khoác, áo blazer cùng lúc với những mẫu quần dáng rộng, suông trẻ trung phá cách. Và tất nhiên vẫn không thể thiếu được những chiếc áo khoác hai hàng khuy (double-breasted jackets), món đồ thời trang biểu tượng đã trở thành trademark của nhà mốt nước Ý. Có thể nói, mặc dù đã ở tuổi 80, Giorgio Armani vẫn thể hiện một sức sáng tạo dồi dào ít ai có thể sánh được trong thế giới menswear (như những gì mà ông hoàng Karl Lagerfeld đã làm được với những bộ sưu tập womenswear của mình!).



GIVENCHY



DAHLIA DIVIN

HƯƠNG THƠM MỚI

Eau de toilette

ALICIA KEYS

www.givenchybeauty.com

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | DIAMOND PLAZA | PARKSON SAIGONTOURIST | PARKSON HÙNG VƯƠNG |
HÀ NỘI | 1 BÀ TRIỆU | VINCOM ROYAL CITY | VINCOM CITY TOWERS | PARKSON VIETTOWER | LOTTE CENTER | HẢI PHÒNG | PARKSON T&D |

Chịu trách nhiệm đưa sản phẩm ra thị trường: Công ty TNHH Thương Mại Dịch Vụ Phương Phát - Phòng 609-610, 37 Tôn Đức Thắng, Quận 1, TP HCM. Số giấy xác nhận nội dung quảng cáo của Sở Y Tế TP HCM: 2930/2015/XNQC-YTHCM.



BELSTAFF

Có vẻ như Harry Slatkin và The Labelux Group đang làm rất tốt phần việc của mình trong kế hoạch dài hơi “thay da đổi thịt” cho Belstaff. Thành công này không biết là vì hiệu ứng thần tượng sau khi David Beckham xuất hiện trong bộ phim ngắn Outlaws do Belstaff sản xuất ra mắt hồi cuối tháng 9 vừa rồi hay vì nguyên lý “hữu xạ tự nhiên hương” khi các bộ sưu tập của Belstaff ngày càng ấn tượng và được yêu thích rộng rãi! Cảm hứng chính trong các thiết kế Thu Đông 2015 của Belstaff xoay quanh dòng văn hóa subculture mang tên “Ton-up” nổi lên những năm 1950 ở Anh Quốc với những chàng trai đua mô-tô “biker guys” mạnh mẽ, phong độ. Nổi bật là những đôi boots da cổ lông cừu, những chiếc áo khoác bomber lông cừu hoặc da kẻ ca-rô (checkered) rất ngẫu và rất cool. Đồng thời vẫn có thể thấy dáng dấp những chiếc áo bu-dông chống rét “dã chiến” – những di sản thực thụ của thương hiệu nước Anh gần 100 năm tuổi. Cứ với đà này thì chỉ trong một thời gian không lâu nữa thôi, Belstaff sẽ lại viết nên câu chuyện thành công cho riêng mình, câu chuyện về một thương hiệu với xuất phát điểm khiêm tốn như những Louis Vuitton, Prada, Hermès, Burberry... đã có thể vươn lên trở thành một trong những gã khổng lồ thực sự của nền công nghiệp thời trang thế giới.

Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

SUCCESS IS A MATTER OF STYLE



HARDY AMIES

Trong số các bộ sưu tập thời trang nam mùa Thu Đông 2015, nếu để chọn ra một bộ sưu tập mang tính ứng dụng cao (very wearable!) nhưng vẫn không bị lạc điệu và lỗi mốt, có thể đó chính là những thiết kế đến từ Hardy Amies, một thương hiệu lâu đời tọa lạc tại ngay con phố may đo huyền thoại ở London, Savile Row. Không giống như những cơn sóng của trào lưu và xu hướng tôn vinh tính sáng tạo, tinh thần đổi mới nắm bắt cái “hiện tại” (the now) vẫn thay nhau thống trị các sàn diễn womenswear từ mùa này qua mùa khác, tính truyền thống và những giá trị chuẩn mực là một trong những điểm căn bản để làm nên thành công của một thương hiệu thời trang nam. Và có thể nói, giống như Giorgio Armani, Ralph Lauren, Canali, Ermenegildo Zegna, Brooks Brothers, Dolce & Gabbana...

Hardy Amies là một trong những thương hiệu đã làm được điều đó. Không nói đến những anh chàng nghệ sĩ vừa cool vừa “lập dị” kiểu hipster hay những anh chàng fashionisto sành điệu edgy, đối với các chàng trai công sở kiểu doanh nhân bảnh bao, bộ sưu tập Thu Đông 2015 mang đến cho họ một “package” hoàn hảo với đủ các kiểu trang phục phù hợp cho mọi bối cảnh từ đi làm, đi chơi đến đi tiệc. Lịch lãm, cổ điển nhưng không kém phần trẻ trung, hiện đại.



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

■ WHEN OLD MADE NEW

NHỮNG ĐỀ TÀI ĐƯỢC KHAI THÁC TRONG BA BỘ SƯU TẬP CỦA CHLOÉ, MOSCHINO VÀ ROBERTO CAVALLI ĐỀU KHÔNG THỰC MỚI: SỰ ĐẶT CẠNH ĐỐI LẬP GIỮA NÉT MẠNH MẼ VÀ SỰ NỮ TÍNH, KHI PHƯƠNG ĐÔNG GẶP GỠ PHƯƠNG TÂY (WHEN EAST MEETS WEST) HAY NHỮNG CẢM HỨNG ĐẾN TỪ HOẠT HÌNH, VĂN HÓA ĐẠI CHÚNG, NGHỆ THUẬT ĐƯỜNG PHỐ (GRAFFITI). TUY VẬY, ĐIỂM THÚ VỊ Ở ĐÂY CHÍNH LÀ KHẢ NĂNG BIẾN HÓA TÀI TÌNH CỦA BA GIÁM ĐỐC SÁNG TẠO CLARE WAIGHT KELLER, ROBERTO CAVALLI VÀ JEREMY SCOTT KHI SỬ DỤNG NHỮNG NGUYÊN LIỆU CŨ ĐỂ LÀM NÊN NHỮNG SÁNG TẠO MỚI. PHẢI CHĂNG ĐÓ CŨNG CHÍNH LÀ BẢN CHẤT CỦA THỜI TRANG: NHỮNG NGƯỜI YÊU THỜI TRANG AI CŨNG BIẾT RẰNG CÁC XU HƯỚNG PHONG CÁCH LUÔN LUÔN DIỄN TIẾN THEO NGUYÊN LÝ QUAY VÒNG, ẤY VẬY MÀ MỖI MÙA, MỖI BỘ SƯU TẬP CÁC NHÀ THIẾT KẾ ĐỀU ĐƯA RA TRÌNH LÀN NHỮNG GÌ MỚI NHẤT, NHỮNG GÌ CHƯA TỪNG ĐƯỢC THẤY, NHỮNG GÌ ĐỦ SỨC HẤP DẪN ĐỂ KHIẾN NHỮNG TÍN ĐỒ THỜI TRANG PHẢI SĂN ĐUỔI VÀ “THÈM MUỐN”. CŨNG KHÔNG PHẢI NGẪU NHIÊN MÀ HÀNG HIỆU GIỚI THIỆU ĐẾN ĐỘC GIẢ NHỮNG THIẾT KẾ THU ĐÔNG CỦA ROBERTO CAVALLI VÌ ĐÂY CHÍNH LÀ BỘ SƯU TẬP CUỐI CÙNG MÀ NHÀ THIẾT KẾ TRƯ DANH CHO RA MẮT DƯỚI CƯƠNG VỊ GIÁM ĐỐC SÁNG TẠO. CHẮC CHẮN CÁC FAN CỦA ROBERTO CAVALLI SẼ KHÔNG THẤT VỌNG KHI BIẾT NGƯỜI TIỀN NHIỆM CỦA ÔNG KHÔNG AI KHÁC CHÍNH LÀ PETER DUNDAS TỚI TỪ EMILIO PUCCI, MỘT NHÀ MỐT NƯỚC Ý CŨNG ẮN TƯỢNG VÀ XUẤT SẮC KHÔNG KÉM!



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

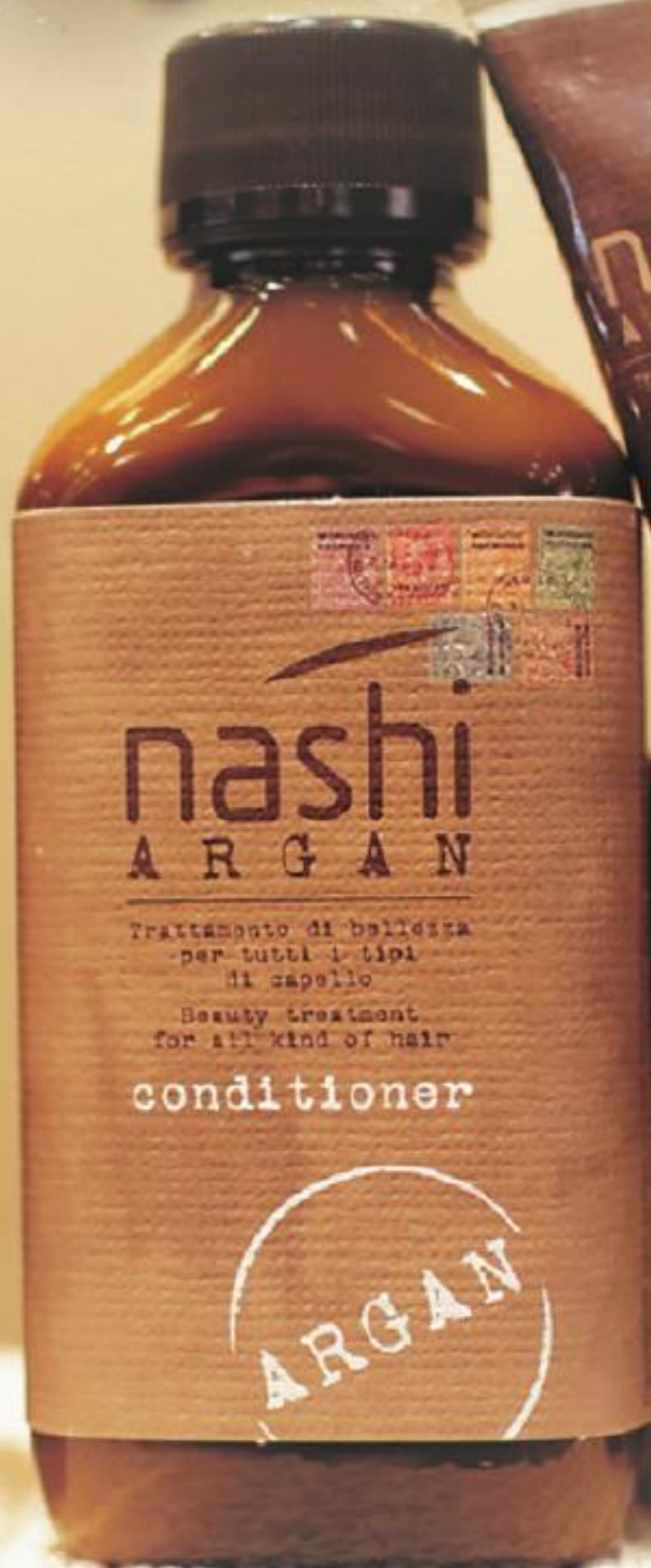
CHLOÉ



Bộ sưu tập Thu Đông 2015 có thể nói là show diễn thành công nhất kể của Clare Waight Keller kể từ khi đảm nhận cương vị Giám đốc sáng tạo nhà mốt Chloé. Càng đặc biệt ý nghĩa hơn khi show trình diễn được tổ chức vào đúng ngày Quốc tế phụ nữ 8/3 trong khuôn khổ Tuần lễ thời trang Paris diễn ra tại Pháp.

Hòa cùng dòng chảy xu hướng của năm 2015, những thiết kế Thu Đông năm nay của Chloé mang những nét đặc trưng rõ rệt của thập niên 70 với việc sử dụng các chất liệu như nhung, lông cừu, da lộn, các chi tiết đắp vá trên áo poncho theo phong cách bohemian và những món đồ phụ kiện như thắt lưng và khăn nhỏ dài quàng cổ kết hợp cùng váy maxi cổ chữ V mỏng nhẹ. Cũng không thể không nhắc đến những chiếc reefer jackets đầy ấn tượng lấy cảm hứng từ trang phục của hải quân Mỹ cùng những chiếc áo khoác greatcoat dài chấm đất, món đồ "chống rét" đầy cá tính, phóng khoáng nổi bật đang rất hot trong mùa Thu Đông năm nay. Có thể nói, các thiết kế trong bộ sưu tập lần này là sự kết hợp hài hòa giữa những đường cắt mạnh mẽ đầy nam tính, kiểu dáng suông thẳng với những chất liệu mỏng nhẹ, uyển chuyển đầy nữ tính. Không thể phủ nhận sức cuốn hút bất ngờ của những cô gái Chloé xuất hiện vừa trẻ trung vừa sexy, vừa dịu dàng vừa cá tính trên sàn diễn với nền nhạc quen thuộc của ban nhạc huyền thoại Fleetwood Mac. Đây cũng chính là hình ảnh những người phụ nữ hiện đại mà nhà mốt nước Pháp luôn nỗ lực vươn tới.

nashi
A R G A N



Phụ nữ là Thế đây

Bạn có muốn trở nên **QUYỀN LỰC** và **XINH ĐẸP** trước phái mạnh?

Hãy cùng Nashi Argan tham gia ngay sự kiện **PHỤ NỮ LÀ THẾ ĐÂY** để được **THẤU HIỂU** hơn về quyền lực của phái đẹp và có cơ hội nhận được nhiều **QUÀ TẶNG** hấp dẫn mỗi ngày.

Nhận quà tặng tại hệ thống Salon trên toàn quốc và hệ thống Online của Nashi Argan.

Thời gian: Từ ngày 11/11/2015 đến 31/12/2015

THIEN AN COSMETICS - Web: www.thienanco.vn - www.yeulamdep.vn - Nashi Argan Vietnam - Nashi Argan Vietnam

HN: 94 Lương Yên, Q. Hai Bà Trưng - **HCM:** 47B Lê Văn Lương, P. Tân Phong, Q. 7 - **Hotline:** 0988226644 - **Mar.:** 0986235029



Quét mã để nhận quà tặng

MOSCHINO



Bộ sưu tập Thu Đông 2015 đánh dấu một năm kể từ khi Jeremy Scott bắt đầu đảm nhiệm vai trò Giám đốc sáng tạo của thương hiệu Moschino. Ở bộ sưu tập lần này, không nằm ngoài dự đoán của hầu hết giới mộ điệu, Jeremy Scott một lần nữa khai thác những cảm hứng vô cùng gần gũi với giới trẻ như: văn hóa đại chúng, phim hoạt hình, các môn thể thao và graffiti,... Mở đầu bộ sưu tập là các trang phục điển hình thích hợp với những chuyến du lịch mùa đông kỳ thú như áo khoác chần bông quá khổ, áo lửng crop top, túi du lịch, bộ đồ bơi, mũ lưỡi trai cùng những đôi boot "dã chiến". Những sắc màu rực rỡ của vàng, da cam, xanh nõn chuối, xanh dương như làm bừng sáng, xua đi cái lạnh băng giá của những ngày đông âm ỉm. Xuất hiện tiếp sau là một đàn những chiếc váy kiểu tunic, sweatshirt in hình các nhân vật hoạt hình sống động như Looney Tunes, Tweety Bird, Sylvester, Daffy Duck, Bugs Bunny hay Taz & Porky Pig. Đây hoàn toàn không phải là lần đầu tiên Jeremy Scott khai thác đề tài này và đưa chúng vào những thiết kế của mình nhưng rõ ràng chúng vẫn có một sức hút rất lớn với các tín đồ thời trang yêu thích sự tinh nghịch, trẻ trung. Chất liệu denim, hai màu trắng đen, họa tiết năng động đi kèm thật nhiều phụ kiện cũng là những motif nổi bật trong các thiết kế Thu Đông của thương hiệu nước Ý. Bộ sưu tập kết thúc đầy ấn tượng với những chiếc váy in phun sơn kiểu graffiti vô cùng đẹp mắt, mới lạ và phá cách.



ROBERTO CAVALLI

Ở bộ sưu tập cuối cùng trong sự nghiệp của mình, Roberto Cavalli đã cho chúng ta thấy lại nét đặc trưng nhất đã làm nên dấu ấn của thương hiệu mang tên ông, đó là các họa tiết in động vật (animal print) và chất liệu lông thú xa xỉ quen thuộc. Đây cũng không phải lần đầu tiên Roberto Cavalli hướng đến “phương Đông huyền bí” để tìm cho mình những cảm hứng thiết kế đặc sắc ở họa tiết và phom dáng (hẳn bạn còn nhớ chiếc váy in hình bình gốm thời Minh nổi tiếng gắn liền với hình ảnh của Victoria Beckham?). Sự tinh xảo của bộ sưu tập lần này nằm ở các chi tiết chạm khắc, nạm vàng cầu kỳ, sắc sảo trên những phụ kiện như giày, thắt lưng, vòng cổ, ví cầm tay (clutch). Nét tinh tế còn thể hiện qua các họa tiết ren và những thiết kế thêu đính công phu, lộng lẫy. Sự lịch lãm, cổ điển lại hiện diện trên các motif bèo nhúm, xếp nếp trên cổ áo và tay áo blouse. Mặc dù vậy, không thể phủ nhận tinh thần tự do, phóng khoáng, hiện đại, kêu gọi đến khiêu khích (một trademark đích thực!) luôn toát lên từ mỗi bộ sưu tập của Roberto Cavalli, điểm xuyết ở những nét chấm phá của tua rua, các đường cut-out, cổ sâu chữ V, thiết kế hở lưng hay váy maxi uyển chuyển, chất liệu sequin và metallic đầy quyến rũ. Peter Dundas sẽ tiếp nối những di sản của Roberto Cavalli như thế nào, bảo tồn hay thay đổi diện mạo nhà mốt nước Ý ra sao? Chúng ta hãy cùng chờ xem.



Vivienne Westwood

Vivienne Westwood từng tâm sự "Tôi tự hỏi không biết bằng cách nào một cô gái xuất thân từ tầng lớp lao động như tôi có thể kiếm sống trong thế giới nghệ thuật." Chính suy nghĩ này đã khiến Vivienne phải đưa ra một quyết định đầu đời không mấy dễ dàng khi từ bỏ việc học tập tại Harrow School of Art (Trường nghệ thuật Harrow) chỉ sau một học kỳ. Để có đủ tiền trang trải cho cuộc sống, Vivienne xin vào làm việc tại một nhà máy, sau đó tiếp tục tham gia một khóa đào tạo sư phạm để trở thành giáo viên tiểu học. Cuộc hôn nhân đầu tiên thất bại, những tường mọi cánh cửa của số phận đã đóng lại đối với người phụ nữ trẻ trong khi thực ra tất cả mới chỉ bắt đầu. Cuộc đời Vivienne rẽ sang một trang mới khi cô quyết tâm theo đuổi đam mê đích thực của bản thân, thời trang và nghệ thuật. Năm 1971, Vivienne cùng bạn trai lúc đó là Malcolm McLaren mở một cửa hàng thời trang mang tên "Let it rock" (sau này được biết đến nhiều hơn với cái tên "Sex", ngày nay là Worlds End) tại King's Road, London. Các thiết kế của Vivienne nhanh chóng được biết đến và chỉ trong một thời gian ngắn, Vivienne Westwood đã trở thành người khởi xướng và thúc đẩy trào lưu punk đầy nổi loạn và phá cách đạt đến cực thịnh trong suốt thập niên 70 của thế kỷ trước.



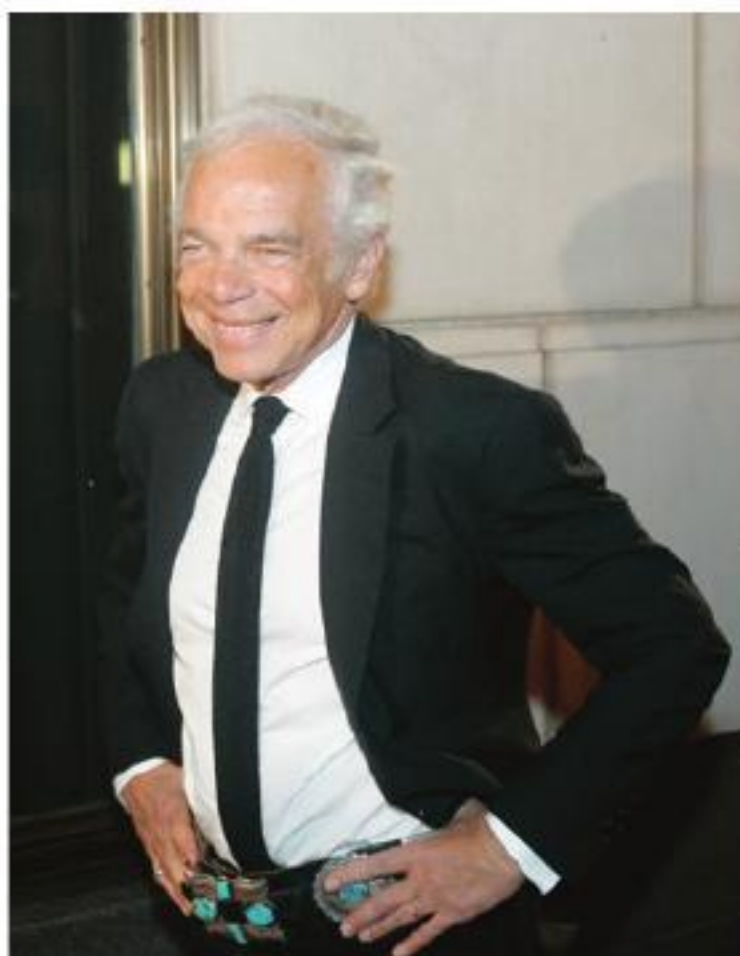
Vera Wang



Khó ai có thể tưởng tượng Vera Wang từng dành những năm tháng đầu đời để theo đuổi sự nghiệp của một vận động viên trượt băng chuyên nghiệp. Cô từng thi đấu tại giải vô địch U.S Figure Skating Championship năm 19 tuổi và xuất hiện trong chuyên mục "Faces in the Crown" của tạp chí thể thao danh tiếng "Sports Illustrated" số tháng 1 năm 1986. Tuy nhiên, thất bại khi không thể lọt vào đội tuyển quốc gia tham dự Thế vận hội Olympics đã khiến Vera cân nhắc lại bước đi tiếp theo trong sự nghiệp của mình. Với những kiến thức sẵn có về lịch sử nghệ thuật trau dồi trong những năm tháng sinh viên, Vera bắt tay vào công việc mới với tư cách biên tập viên thời trang cho tạp chí Vogue. Sau gần 20 năm miệt mài làm việc và cống hiến tại đây, Vera Wang lại một lần nữa phải đối diện với cảm giác thất vọng khi để vuột mất chiếc ghế Tổng biên tập vào tay Anna Wintour năm 1988. Không vì thế mà từ bỏ cơ duyên với thời trang, Vera chuyển tới làm việc cho thương hiệu Ralph Lauren, đảm nhận vị trí Giám đốc thiết kế trong vòng 2 năm. Cuối cùng thì cú huých thực sự trong cuộc đời Vera Wang cũng tới khi cô quyết định thử "vận may" của mình trong vai trò một nhà thiết kế độc lập ở tuổi 40. Kể từ đó đến nay, Vera đã gặt hái được vô số thành công với dòng thời trang váy cưới hiện đại mà thanh lịch. Vera Wang Bridal đã trở thành sự lựa chọn của rất nhiều ngôi sao và biểu tượng phong cách hàng đầu như Victoria Beckham, Jennifer Lopez, Uma Thurman, Ivanka Trump, Mariah Carey, Kim Kardashian.



Sinh ra trong một gia đình Do Thái di cư, Ralph Lauren trải qua một tuổi thơ vất vả và nghèo khó. Tuy vậy, điều này không ngăn Ralph mơ ước về một cuộc sống giàu có và sung túc. Trong cuốn niên giám Clinton tại trường cấp 2 Marsha Stern Talmudical Academy, Ralph đã bày tỏ hoài bão sẽ trở thành một triệu phú trong tương lai. Luôn nung nấu mong muốn làm giàu, Ralph quyết định theo học ngành Kinh doanh tại Baruch College. Vì nhiều lí do khác nhau mà việc học tập tại trường đại học của Ralph trở nên dang dở sau 2 năm đèn sách. Ralph nhập ngũ và phục vụ trong quân đội từ năm 1962 đến 1964. Những trải nghiệm đầu tiên với thế giới thời trang thực sự bắt đầu khi Ralph nhận công việc trợ lý bán hàng cho thương hiệu giàu truyền thống Brook Brothers. 2 năm sau, Ralph đã tự mình thiết kế một chiếc cà vạt bản to theo phong cách Châu Âu, lấy cảm hứng từ hình ảnh của sĩ quan hải quân kiêm diễn viên lừng danh Douglas Fairbanks, Jr. Tuy vậy, mẫu thiết kế này bị chính công ty cà vạt nơi Ralph đang làm việc từ chối. Không nản lòng hay mất niềm tin vào khả năng của bản thân, Ralph xin thôi việc và quyết định mở công ty riêng chuyên thiết kế và sản xuất cà vạt. Mọi chuyện tưởng như sẽ dừng lại ở đó cho tới một ngày, Ralph bất ngờ nhận được đơn đặt hàng với số lượng lớn từ thương hiệu bán lẻ thời trang cao cấp Neiman Marcus. Năm 1967, Ralph Lauren có một bước đi chiến lược quan trọng: khai trương cửa hàng cà vạt đầu tiên với sự trợ giúp tài chính của một công ty may mặc có tên là Norman Hilton tại Manhattan, New York. Từ đó đến nay, thương hiệu Polo Ralph Lauren đã không ngừng phát triển và lớn mạnh. Ước mơ ngày nào của chàng trai nghèo đã thành sự thực. Ralph Lauren trở thành "ông hoàng" của thời trang Mỹ, với những thiết kế đại diện cho lối sống thượng lưu đầy xa hoa nơi miền Tây (West Coast). Tính đến tháng 1 năm 2015, Ralph Lauren được tạp chí Forbes xếp ở vị trí thứ 155 trong danh sách những người giàu nhất thế giới, với tổng giá trị tài sản lên tới 8 tỷ đô-la Mỹ.



Ralph Lauren





Jil Sander

Nhà thiết kế nữ người Đức Jil Sander (JS) được mệnh danh là “Queen of Less” trong giới thời trang. Nói đến đây chắc hẳn bạn có thể đoán được phần nào phong cách thời trang của thương hiệu cùng tên JS. Vâng, đó chính là một phong cách được nhắc tới rất nhiều trong những năm gần đây, tối giản (minimalism). Đơn giản và thanh lịch nhưng thời thượng và tinh tế, đó là tất cả những gì người ta cảm nhận được từ thương hiệu JS.

Những thiết kế của JS với những đường cắt đơn giản, sắc sảo đã được so sánh với phong cách kiến trúc Bauhaus nổi tiếng của nước Đức. Người ta hầu như không thấy các họa tiết hay khâu đính kim sa (embellishment) đầy ấn tượng. Tất cả nhường chỗ cho điểm nhấn ở màu sắc và chất liệu vải cao cấp, sang trọng. JS thường trình bày bộ sưu tập của mình bằng việc mix và match (kết hợp) nhiều lớp trang phục (layering) với cùng một màu sắc hoặc chất liệu vải. Về phom dáng, JS dành sự ưu ái đặc biệt cho “empowering silhouette” với các dáng xuông phóng khoáng lấy cảm hứng từ thời trang dành cho nam giới. Tất cả toát lên vẻ trẻ trung, hiện đại, đầy cá tính và tự tin cho người mặc. Có lẽ bởi vậy mà các thiết kế của JS rất được giới phụ nữ thành đạt và thượng lưu ưa chuộng.

Triết lý thiết kế đơn giản nhưng hiệu quả của JS với phương châm vẻ đẹp cần phải được song hành cùng tính tiện dụng và sự thoải mái đã giúp cô và thương hiệu cùng tên (mặc dù hiện nay JS đã từ bỏ vị trí giám đốc sáng tạo hãng) có một chỗ đứng vững chắc trong làng thời trang thế giới từ suốt những năm 1980 cho đến tận bây giờ.



MET GALA

Sinh ra để các ngôi sao toả sáng

Với số lượng khách mời chỉ bằng 1/10 triệu dân số thế giới, Met Gala đích thực là một nơi đến để biết mình vẫn còn nghèo. Những khách mời tới tham dự đều là những người đứng đầu ngành thời trang, điện ảnh và showbiz!





Mỗi ngành công nghiệp luôn cần có các “sự-kiện-Oscar-của-ngành” để nhắc mọi người nhớ rằng chúng ta không chỉ đang làm thương mại mà còn làm cả nghệ thuật. Đây là sự kiện thúc đẩy mọi người không ngừng đưa ra các ý tưởng và tìm lại được sự lãng mạn trong những công việc (cho dù sáng tạo nhất cũng có những lúc buồn chán). Bởi có thể nói nếu không có sự lãng mạn từ các lễ trao giải thưởng, có lẽ James Cameron sẽ không tìm đâu cảm hứng để tạo ra Titanic và Avatar. Tương tự, nếu không có Pritzker, các kiến trúc sư sẽ khó có được động lực để cho ra đời những toà nhà đẹp đẽ và khác biệt. Hay Pulitzer là giải thưởng danh tiếng về báo chí và văn học.



Ngành thời trang cũng không phải ngoại lệ, và Met Gala là một trong những sự kiện đó. Đây là nơi gặp gỡ của các nhà thiết kế có ảnh hưởng nhất trong ngành và các ngôi sao hạng A của ngành công nghiệp giải trí. Những cái tên được mời luôn được lựa chọn kỹ lưỡng, tới mức người ta có thể nghĩ họ là những người “được đề cử giải Oscar” của làng thời trang. Hoặc có thể đơn giản hoá ý nghĩa việc có thể trở thành khách mời của Met Gala như sau: nó có ý nghĩa như được lên bìa của Vogue với một ngôi sao hạng A, và một bài phỏng vấn 04 trang với một nhà thiết kế.

Thế nên, những cái tên được mời tới dự tiệc Met Gala đều là những ngôi sao thực thụ và phải có được những đóng góp lớn lao, hoặc có ảnh hưởng lớn tới ngành công nghiệp giải trí. Vậy nên, không có chuyện năm nay được mời, năm sau lại tiếp tục được dự. Rất tự nhiên, Met Gala trở thành một “hàn thử biểu” đo sức ảnh hưởng của các ngôi sao và các nhà thiết kế. Không tin? Vậy hãy thử Google và bạn sẽ thấy danh sách khách mời của Met Gala không có năm nào giống năm nào. Chẳng hạn trong danh sách khách mời của Met Gala 2014 có Maggie Q nhưng tới năm 2015, cái tên này đã bị loại khỏi danh sách. Hay Bradley Cooper xuất hiện trong danh sách khách mời của Met Gala 2015 nhưng lại không có trong 2014. Tổng số khách mời tới tham dự sự kiện mỗi năm chỉ khoảng 650-700 người, nghĩa là chỉ bằng 1/10000000 (1/10 triệu dân số thế giới).

Cũng đừng suy nghĩ cho rằng, sẽ có ai đó có thể lấy lý do rằng vì bận, hoặc vì sao đó mà từ chối trước nên không có tên trong danh sách khách mời. Bởi được trở thành khách mời của Met Gala đã thành một đặc quyền, một thứ giống như giải thưởng ghi nhận tầm ảnh hưởng của một nhân vật vậy. Ngay kể cả khi không tham gia thì cái tên này vẫn sẽ được công bố. Chẳng hạn như năm nay, sự kiện Met Gala trùng với thời gian Chanel diễn ra show diễn Cruise ở Seoul nhưng 02 cái tên thân thiết của nhà Chanel là Karl Lagerfeld và Cara Delevingne đều được đưa vào danh sách khách mời của Met Gala (do Anna Wintour chọn). Và điều này có nghĩa, “kiểu chơi khó” này của Wintour khiến người đàn ông quyền lực nhất của ngành thời trang Karl Lagerfeld và người luôn đóng chốt show diễn của Chanel phải đưa ra lựa chọn, hoặc là (nể mặt người đàn bà quyền lực nhất ngành công nghiệp thời trang Wintour) tới tham dự sự kiện Met Gala ở New York hoặc là bỏ Wintour để đi dự show của Chanel. Và với Wintour, người nổi tiếng với hành động gõ vào mặt sổ đồng hồ để lệnh cho một show diễn phải bắt đầu ngay lập tức, “Mời là phải Đến.”



Tuy nhiên, hãy nhìn từ góc nhìn khác, chúng ta sẽ đều hiểu rằng với những gì mà Karl Lagerfeld và Cara Delevingne đã đóng góp cho ngành thời trang, và sức ảnh hưởng của họ, sẽ thật là không phải nếu không đưa họ và danh sách khách mời. Vậy nên, Wintour vẫn phải đưa cả nhà thiết kế Karl Lagerfeld và Cara Delevingne vào danh sách khách mời. Còn việc có tham dự được hay không đó là việc của Karl và Cara. Được biết, khi được đặt câu hỏi về vấn đề này, đại diện của Chanel đã từ chối đưa ra bình luận. Thay vào đó, hãng chỉ đáp lại như sau: “Chanel luôn ghi nhận sự hỗ trợ mà tổ chức Anna Wintour Costume Institute Benefit dành cho. Chúng tôi cũng thực sự trân trọng những đóng góp to lớn mà Anna Wintour và bảo tàng MoMA đối với việc bảo tồn, giáo dục và quảng bá nghệ thuật thời trang và tự hào là một nhà ủng hộ tổ chức.”

Có một cách khác để có thể tới tham dự sự kiện Met Gala đó là mua vé (đối với công chúng, những người không thuộc danh sách khách mời). Một lần nữa điều này diễn ra rất chặt chẽ, cho dù có là ngôi sao hạng A, khi không phải là khách mời, và muốn tham dự thì vẫn chỉ là công chúng. Và muốn tham dự thì phải móc hầu bao, bỏ tiền. Giá vé để tham dự Met Gala thấp nhất cũng từ \$15.000, cá biệt như trường hợp Met Gala 2014, giá vé đội lên tới mức \$25.000 nhưng có những người muốn mua mà không được. Khoản tiền gây quỹ từ sự kiện này cũng dao động từ vài triệu tới cả chục triệu đô la Mỹ (như năm 2014 là 12 triệu đô). Khoản tiền thu được từ hoạt động gây quỹ được dành cho các hoạt động của bảo tàng Metropolitan Museum of Art thuộc Costume Institute tại New York (luôn diễn ra và kéo dài vài tháng sau đó). Met Gala thực tế là sự kiện đánh dấu thời điểm khai trương cuộc triển lãm thời trang thường niên này.



Mỗi buổi tiệc Met Gala được chia làm 2 phần, mỗi người tham dự sẽ phải chuẩn bị 2 bộ trang phục khác nhau đúng theo tinh thần của tiệc cocktail (semi-formal) và tiệc black tie (formal). Nhưng điểm thú vị của Met Gala là hội đồng tổ chức (đứng đầu là Anna Wintour từ năm 1995) luôn đặt ra thách thức cho sự sáng tạo của người tham gia bằng cách đưa ra một chủ đề và mọi người phải lựa chọn trang phục phù hợp với chủ đề đó. Chủ đề trang phục luôn phù hợp với nội dung của triển lãm sẽ diễn ra tại bảo tàng MoMA. Những người mặc đẹp nhất sẽ được tôn vinh. Người mặc xấu nhất? Tất nhiên, cũng sẽ có hân hạnh có tên trên mặt báo. Và việc lựa chọn được diễn ra rất công bằng, được đánh giá bởi những tờ báo và các phương tiện truyền thông lớn nhỏ. Vậy nên những người tham dự Met Gala hãy chuẩn bị tâm lý sẵn sàng hoặc bị cả tỷ người cười chê; hoặc được cả tỷ người tôn vinh và phong cách ăn mặc của họ sẽ trở thành chủ đề bình luận của công chúng yêu thời trang. Thậm chí trở thành nguồn cảm hứng cho các thương hiệu thời trang lớn nhỏ, được các tín đồ sao chép, copy và mặc theo trong suốt một thời gian dài sau đó.

Theo đánh giá của nhà báo Cathy Horyn, Met Ball và bữa tiệc after-party Vanity Fair thuộc khuôn khổ Lễ trao giải Oscar là hai sự kiện thảm đỏ lớn nhất trong năm, “một chín một mười” về qui mô, đẳng cấp và mức độ xa hoa. Trong khi Vanity Fair của Oscar là sự kiện tôn vinh tài năng và danh tiếng với sự góp mặt của những ngôi sao hàng đầu thì Met Ball là một bữa tiệc thời trang đích thực, lộng lẫy và đa dạng, với sự tham gia của những biểu tượng thời trang số một thế giới.



A full-page photograph of a man in a teal suit, light blue shirt, and patterned tie. He is sitting on a dark wood desk, leaning forward with his right hand on a rotary phone. On the desk, there is also a white cup of coffee on a saucer and a small brass bell. The background features a window with sheer white curtains and a patterned rug. The overall tone is professional and sophisticated.

SUIT UP

LẤY CẢM HỨNG TỪ NHỮNG BỘ PHIM VỀ NHỮNG NGƯỜI ĐÀN ÔNG LỊCH LẼM KHÔNG NGỪNG ĐI TỚI NHỮNG VÙNG MIỀN KHÁC NHAU TRÊN THẾ GIỚI, DIỄN VIÊN ĐIỆN ẢNH KIM LÝ ĐÃ HOÁ THÂN VÀO VAI MỘT NGƯỜI ĐÀN ÔNG MẠNH MẼ, QUYỀN LỰC VỚI TRANG PHỤC XUÂN LẼ.







Trang phục: XUÂN LÊ

Phụ Kiện: Đồng hồ Ebel, Kính Bentley,
Linda Farrow Luxe (Miluxe), Vali Rimowa

Photographer: TÔ THANH TÂN

Người mẫu: KIM LÝ

Stylist: XUÂN LÊ

MUA: KENNY THAI

Hair Stylist: VÂN TRẦN

Location: Khách sạn Apricot



















VINTAGE,

NGƯỢC CHIỀU THỜI GIAN

VINTAGE LÀ MỘT LÃNH ĐỊA NGUY HIỂM CỦA NƯỚC HOA, VÌ MỘT KHI ĐÃ TRỐT SA CHÂN, BẠN CÓ THỂ CHẴNG MUỐN QUAY VỀ.

Nước hoa Vintage mang trong nó sức hấp dẫn tuyệt vời như tất cả những thứ sắp hoặc đã không còn tồn tại nữa. Nếu bạn thích mùi hương cổ điển với hương rêu sồi trong dòng chypres, long diên hương tự nhiên, cây hương, xạ hương, hay tinh dầu hoa tự nhiên, thì tìm kiếm và thưởng thức những mùi hương Vintage từ nhiều thập niên trước chắc chắn sẽ đem lại niềm vui vô tận.

Rất nhiều perfumista săn lùng các chai Vintage để thỏa mãn đam mê của mình. Nhưng điều này không đơn giản là lái xe tới một trung tâm thương mại gần nhất. Nước hoa có tuổi thọ gần như vô hạn nếu được lưu trữ đúng cách, và đúng cách ở đây bao gồm được giữ trong lọ kín ở nhiệt độ thấp, không tiếp xúc với ánh sáng và không khí. Điều này thật vô cùng khó khăn nếu xét đến việc nước hoa được sản xuất để sử dụng chứ không phải để cất giữ

trong két sắt. Do đó, phần nhiều nước hoa Vintage đã bị biến đổi ít nhiều ở các note hương đầu (mà đây lại chính là phần gây ấn tượng nhất của nước hoa). Tiếp theo là giá cả. Như mọi món đồ hiếm khác, giá của nước hoa Vintage luôn cao hơn nhiều giá trị ban đầu của chính nó. Cũng giống như các mùi hương "limited" (giới hạn) hoặc "discontinued" (dừng sản xuất). Ngay khi hãng vừa ban bố lệnh dừng sản xuất hoặc thay đổi công thức cho một mùi hương nào đó, lập tức giá của mùi hương cũ sẽ bị đẩy lên.

Tôi vẫn luôn tự hỏi nước hoa Vintage liệu có hấp dẫn như người ta thường nói hay không. Và mùi hương của chúng liệu có thực sự xuất sắc, không thể thay thế hay đơn giản chỉ quý vì hiếm?

Và tôi có câu trả lời khi được test thử một số mùi nước hoa Vintage nổi tiếng.



GUCCI L'ARTE DI GUCCI

L'Arte di Gucci, ra mắt năm 1991, chính là kiểu nước hoa mà tôi yêu: mùi hương ngọt đậm phong phú, với hỗn hợp hoa hồng trái cây, pha thêm chút rượu mật ong, sau đó là mùi bạc hà và aldehydic dần chuyển sang mùi xạ hương khô và hoắc hương. L'Arte di Gucci đã dừng sản xuất, nhưng nếu ai đó mời tôi mua chai nước hoa này với giá cao thì câu trả lời là không. Bởi tôi hoàn toàn có thể thay thế L'Arte di Gucci bằng rất nhiều nước hoa tương tự như Agent Provocateur, Estee Lauder Knowing, hay thậm chí Miller Harris Geranium Bourbon - dù L'Arte di Gucci ngọt ngào hơn bất kỳ mùi hương nào trong số này. Nếu bạn ưa thích mùi hương đậm đà với hoa hồng đỏ thì hãy thử Vintage Rose Sonoma Scent Studio. Nếu muốn mùi hương giảm đi chút đen tối thì chúng ta có Etat Libre d'Orange Rossy de Palma, Tom Ford Noir de Noir, By Kilian Liaisons Dangereuse, hoặc Guerlain Rose Barbare (mùi hương này có chút chua như bia Bỉ rất khó nhận biết).



CARTIER PANTHÈRE

Panthère ra mắt vào năm 1986, được sáng tác bởi Alberto Morillas nhưng đã bị Cartier dừng sản xuất vào giữa những năm 90. Năm ngoái Cartier ra mắt một phiên bản mới là La Panthère nhưng tin xấu (hoặc tốt) là hai phiên bản cũ và mới hầu như chẳng liên quan gì đến nhau.

Trong khi Panthère cũ là một hương thơm của hoa và quả chín (xu hướng này rất phổ biến ở những năm 80, 90) thì phiên bản mới lại có mùi hoa kết hợp với xạ hương, thêm một liều mạnh của oakmoss ở hương nền. Sau khi đã thử cả hai phiên bản, tôi cho rằng mình thích những cảm nhận của Panthère cũ hơn. Các note mùi hoa (bao gồm hoa huệ) rất ngọt ngào và đậm đặc, được làm ấm lên bởi mùi cây hương, và tạo ra một cảm giác về trái cây chín nẫu. Sự phảng phất của nhựa thơm, gần như mùi aldehydic nhẹ khiến Panthère lưu giữ đặc biệt lâu trên da hoặc trên quần áo. Đây là một mùi nước hoa không hề cổ điển, nhưng cũng không hiện đại, gần như 24 Faubourg của Hermes - một hương thơm tuyệt đẹp dành cho phụ nữ trưởng thành.

FENDI THEOREMA

Một mùi hương gourmand ngọt với gỗ cay phương Đông kết hợp với sự lan tỏa của hoa: hoa hồng, hoa nhài, osmanthus, ylang-ylang, hoa cam. Hạt tiêu và gia vị tạo ra một sự bùng nổ nho nhỏ. Đây là một mùi hương khá xuất sắc của Fendi nhưng rất tiếc đã bị ngừng sản xuất mà không rõ tại sao. Những thành phần như hoa hồng, hạt tiêu, hồ phách, gỗ guaiac trong Theorema cũng xuất hiện trong một mùi hương tương tự là Le Feu d'Issey và điều trùng hợp là cả Le Feu d'Issey cũng không còn sản xuất nữa.

Nếu phải lựa chọn một mùi hương nào đó gợi nhắc đến Theorema, thì đó hẳn là Roberto Cavalli Oro (một hương cam cay đậm chất phương Đông) hay

Nu YSL (hương gỗ cay), hoặc Ormonde Jayne Woman (hương gia vị phong phú). Về giá cả, Oro rẻ nhất nhưng thật thú vị là mùi hương này cũng tinh tế nhất trong số ba lựa chọn kể trên.



GUERLAIN VEGA

Vega là câu trả lời của Guerlain với Chanel số 5 trong 15 năm sau (năm 1936), hoặc cũng nhiều khả năng là câu trả lời cho Chanel số 22. Cả ba đều đậm hương aldehydes ngọt ngào. Khi được sử dụng ở nồng độ cao như vậy, mùi aldehydes có tác dụng tạo ra một lăng kính mềm làm nhòa mờ đi ranh giới của mọi note mùi. Ở cả ba tác phẩm trên, thật khó mà tách bạch ra một mùi hoa có thực tế nào: giống như bạn đang nhìn chúng qua cánh cửa thủy tinh mờ của một phòng tắm nước nóng.

Vega rất cổ điển và rất nữ tính, với mùi powdery và một chút animalic, như hầu hết những mùi Guerlain vào thời điểm đó. Đầu tiên là hoa cam lấp lánh, rồi khi khô xuống, nó chuyển sang mùi aldehydes, vani trước khi kết thúc ở một hương nền đậm chất phương Đông. Phải nói rằng tôi không ấn tượng nhiều lắm với gu nước hoa của thập niên 30 với sự thống trị mạnh mẽ của aldehydes bởi chúng nhắc tôi về các chất khử mùi của ngày nay. Tuy nhiên, nếu bạn là fan của Chanel số 5 và số 22, bạn nhất định nên thử Vega, tất nhiên là phiên bản Vintage. Bởi Vega vẫn đang được sản xuất nhưng chắc chắn công thức đã không còn như xưa.



JEAN DESPREZ BAL A VERSAILLES

Bal A Versailles, ra mắt vào năm 1962, hoàn toàn không phải hương thơm theo kiểu nhẹ nhàng nữ tính như ngày nay. Đây là nước hoa với một cây hương phong phú, chưa kể những vật liệu animalic (thú tính) khác có thể tạo ra một hiệu ứng mạnh mẽ gây sốc. Rất may mẫu Bal A Versailles cổ điển mà tôi được test thử là một mẫu vintage eau de cologne với sự giảm nhẹ của animalic. Thay vì xạ hương, tôi ngửi thấy một mùi da phong phú, với một chút phấn hoa cam và hậu thuần của hoắc hương trần tục – dai và ngọt. Hương dry down khá giống Paco Rabanne Pour Homme ở một khía cạnh nào đó.

Mùi hương này thực sự nhắc nhở người ta về những ngày tháng cũ đầy hoài niệm.



DIOR DIORELLA

Phiên bản Eau De Cologne Dior Diorella được tạo ra bởi perfumer Edmond Roudnitska vào năm 1972, một loại nước hoa chypre với các note hoa và lá cây (với chanh, rau xanh, húng quế, cam bergamot, dưa, hoa nhài, hoa hồng, cẩm chướng, anh thảo, oakmoss, cỏ vetiver, xạ hương, hoắc hương). Hương thơm tươi tắn và hầu như không đáng sợ như nhiều mùi hương chypres quá sắc nét của thời kỳ này. Trừ việc có nhiều hoa hơn thì Diorella gợi nhắc khá nhiều đến Eau Sauvage cũng của Roudnitska – một hương thơm cho đàn ông. Diorella cũng có một chút gì đó ngọt ngào kiểu trần tục, có thể là do note mùi dưa gây ra.

Tôi đã từng nghe mô tả về Diorella là lạ lùng và animalic, nhưng với tôi nó có mùi tươi, sạch sẽ, dễ tiếp cận và đoan trang. Nó là một hình mẫu vintage của những năm 70, 80. Từ khi ra mắt đến nay, Diorella đã thay đổi công thức khá nhiều, thậm chí có người còn khẳng định nó có sự khác biệt theo năm (phiên bản 2006 có mùi khác với phiên bản từ sau 2007). Bởi vậy, mua Diorella vintage là cả một sự may rủi.



LANVIN SCANDAL

Scandal của Lanvin, ra mắt từ 1933, là sự pha trộn giữa aldehydes và da. Aldehyde khô và sắc nét như ở White Linen hoặc First (hoàn toàn trái ngược với aldehydic hoa cỏ ngọt ngào của Chanel số 22 hoặc Vega ở trên), cho phép các mùi hương nền toả sáng trong các note mùi animalic. Trong mẫu thử của tôi (Extrait vintage), aldehyde đốt cháy một cách nhanh chóng, để lại âm hưởng da sexy và phảng phất những khía cạnh hoa. Một mùi da rất thanh lịch, như mùi nội thất sang trọng của một chiếc xe hơi.

Sau khi thưởng thức vài mùi hương vintage, tôi cảm thấy vui mừng rằng mình không bị cảm dỗ quá nhiều.

Tôi cho rằng nhiều sản phẩm độc đáo của nước hoa niche hiện đại hoàn toàn có thể đánh bại được những cầu thủ vĩ đại trong quá khứ, hoặc ít ra là cạnh tranh với họ một cách công bằng. Nhưng niềm vui dành cho vintage – như nhiều người đã chia sẻ với tôi – đôi khi không chỉ vì mùi hương, mà còn vì sức hấp dẫn của một yếu tố khác: thời gian. Bởi vậy, nếu yêu nước hoa vintage, hãy cứ tiếp tục cuộc hành trình của bạn.



SPA

HƠN MỘT THỨ VUI

NGÀY Càng nhiều trị liệu mới với những dịch vụ hấp dẫn (tất nhiên, mức giá không hề mềm) được đưa vào bảng “thực đơn” của SPA. Nếu không biết chính xác hiệu quả của những dịch vụ này, bạn có thể bị lạc trong một mê cung.

Điều đầu tiên trước khi đến spa là bạn cần hiểu biết chính xác về tình trạng làn da của mình và nên có ý định rõ ràng về việc thực hiện trị liệu gì hay dùng sản phẩm nào. Tất nhiên, không phải ai cũng làm được điều này. Một số người hoàn toàn dựa vào ý kiến của tư vấn viên để quyết định gói dịch vụ cho mình. Nhưng bạn quên rằng nhiều tư vấn viên có áp lực về việc bán hàng và rất ít người sẽ mời khách một gói chăm sóc thường nếu họ thấy có khả năng bán được gói cao cấp hơn. Chưa kể, tư vấn viên sẽ không thể hiểu được làn da của bạn bằng chính bạn nếu chỉ gặp mặt một vài lần. Có thể tham khảo ý kiến của các tư vấn viên về các gói dịch vụ nhưng quyết định cuối cùng nên là chính bạn.

DA THƯỜNG: hầu như không có các vấn đề bất thường và chỉ muốn khuôn mặt tươi tắn hơn, bạn nên chọn gói dịch vụ cơ bản. Gói này bao gồm việc làm sạch, xông hơi, lấy mụn đầu đen (nếu có), tẩy da chết vùng mặt và thường kết thúc bằng một loại kem dưỡng ẩm thông thường giúp làm mịn da, cung cấp nước, mang đến hiệu quả trẻ hóa tức thời (nhưng không kéo dài lâu).

DA MỤN: gói dịch vụ giúp khử trùng, làm se da, làm dịu da, làm sạch da. Không nên chấp nhận những trị liệu thảo dược hoặc gia truyền không rõ nguồn gốc.

DA THÔ, XỈN MÀU, KHÔNG ĐỀU MÀU (TÌNH TRẠNG THƯỜNG ĐIỂN RA SAU MỤN): một trị liệu lột tẩy trong 2 tháng có thể là câu trả lời. Trị liệu này sử dụng các chất lột tẩy như AHA, BHA ở các nồng độ nhất định kết hợp với các enzyme khác có khả năng bóc tách lớp da thô bề mặt và thúc đẩy lớp da non tái sinh, mang đến bề mặt da đều màu hơn và mịn hơn.

DA LÃO HÓA: Những sản phẩm đang được quảng cáo ở spa như collagen, mặt nạ vàng, mặt nạ tinh chất nhau thai cừu, oxygen... có rất ít hiệu quả với các triệu chứng lão hóa như nếp nhăn, da chùng nhão, bông mắt. Bạn không nên đến spa để chữa trị các dấu hiệu này. Hãy đến một trung tâm thẩm mỹ và can thiệp bằng các biện pháp phẫu thuật mạnh mẽ hơn.

DA KHÔ: một loại cream dưỡng ẩm cao cấp được massage một cách chuyên nghiệp, kết hợp với các thiết bị điện di giúp cream thẩm thấu mạnh mẽ vào da là điều bạn cần.



DỪNG ĐẾN SPA ĐỂ...

1.CHỮA KHỎI MỤN. Mụn, đặc biệt là mụn viêm ở dạng nang, được hình thành do nhiều nguyên nhân. Bất kể spa có quảng cáo như thế nào, không có dịch vụ nào chắc chắn chữa khỏi mụn viêm nặng. Điều họ có thể làm là làm sạch da, lấy nhân mụn đầu đen, khử trùng, giúp mụn không lây lan. Trong trường hợp bị mụn viêm, hãy đến thẳng bệnh viện. Isotretinoin là giải pháp trị mụn duy nhất có hiệu quả cho đến thời điểm hiện tại (với những rủi ro về sức khỏe khác kèm theo nó).

2.TRẺ HÓA DA NHƯ CÁC PHƯƠNG PHÁP BOTOX, LASER, ĐỘN DA. Việc can thiệp dao kéo là công việc của các bệnh viện thẩm mỹ với các bác sĩ có chứng nhận phẫu thuật, không phải việc của các chuyên viên massage ở spa. Nếu spa đề nghị thực hiện luôn những việc này cho bạn, hãy xem xét bằng cấp chuyên môn của người thực hiện.

3.NÂNG DA BỊ CHẢY SẼ. Như đã nói, dấu hiệu lão hóa này cần được trị liệu ở mức cao hơn.

4.LOẠI BỎ QUẩNG THÂM, BỌNG MẮT.

5.LÀM TRẮNG DA, TRỊ NÁM. Mọi gói dịch vụ làm trắng, trị nám ở spa đều dựa trên một công thức tẩy da chết, lột tẩy da cũ, tái sinh da mới và chống nắng nghiêm ngặt. Làn da của bạn thực tế không hề trắng lên mà chỉ là làn da mới không bắt nắng mà thôi. Da sẽ quay về màu sắc như cũ sau một thời gian.

DA MỤN, DA NHẠY CẢM CẦN TRÁNH

1. Xông hơi quá nóng, quá lâu. Quá trình xông hơi cho da nhạy cảm và da mụn chỉ nên kéo dài 15-20 phút ở nhiệt độ vừa phải. Xông hơi quá nóng có thể làm trầm trọng tình trạng đỏ da, phá vỡ các mao mạch.

2. Nặn mụn quá mạnh. Có thể cấu trúc da bị vỡ ra, để lại sẹo khó chữa và làm tình trạng mụn tệ hơn.

3. Sử dụng tinh dầu. Tinh dầu là một trong những thành phần dễ gây kích ứng nhất và có tỷ lệ kích ứng nhiều nhất trong số các thành phần tự nhiên. Hãy sử dụng trên cơ thể chứ không phải trên mặt.

4. Sử dụng các sản phẩm chứa cồn, bạc hà hoặc các chất gây kích ứng. Kiểm tra mục Thành phần tất cả các sản phẩm mà bạn dùng ở spa để chắc chắn về điều này.

5. Sử dụng các thiết bị laser hoặc công nghệ mà nhân viên spa hoàn toàn không có chứng chỉ về y tế.

NHỮNG THIẾT BỊ QUEN THUỘC CỦA SPA

THIẾT BỊ ĐIỆN DI

Một thiết bị cầm tay, trong đó có một vi mạch nhạy cảm sẽ phát ra các xung liên tục của dòng điện tiếp xúc vào da qua các đầu dò kim loại. Các chuyên viên thẩm mỹ sẽ chà xát hoặc massage nhẹ thiết bị điện di trên khuôn mặt bằng những thao tác ổn định và thông qua sự tiếp xúc này, các ion âm và dương sẽ chuyển động vào làn da, thâm nhập vào các mô dưới da. Giống như nam châm, các ion này tạo ra các lực hút hoặc lực đẩy, tăng cường hoạt động của mạch máu và bạch huyết, cải thiện chức năng của tế bào. Các chất lỏng hay bụi bẩn bị mắc kẹt dưới da sẽ bị phân tách, giải phóng khỏi da còn các dưỡng chất thì được đẩy mạnh vào sâu trong da.

ƯU: có thể giúp sản phẩm thẩm thấu sâu hơn.

NHƯỢC: có thể gây nguy hiểm nếu cơ thể khách hàng chứa kim loại như răng giả. Ngoài ra, độ thẩm thấu sâu hơn còn chưa có dữ liệu rõ ràng.

THIẾT BỊ MÀI MÒN MICRODERMABRASION

Thiết bị này dùng máy bắn ra những hạt nhỏ li ti (có thể là hạt nhôm oxit, hạt khoáng pha lê cực mịn...) lên bề mặt da hoặc dùng đầu kim cương thao tác trên bề mặt da. Dưới tác dụng của luồng áp suất cao, các hạt nói trên sẽ có nhiệm vụ lột, mài đi lớp da xạm, loại bỏ đi lớp da chết bên ngoài (vùng thượng bì). Tác dụng lớn nhất của công nghệ siêu mài mòn này là giúp tẩy đi các tế bào chết bám trên bề mặt da, từ đó kích thích sự sinh sản của các tế bào mới và sợi collagen, góp phần làm da sáng mịn hơn. Tóm lại, đây là phương pháp tẩy da chết mạnh mẽ kiểu cơ học.

ƯU: tinh chỉnh các lỗ chân lông, cải thiện sự xuất hiện của những vết sẹo mụn trứng cá, và giúp đỡ ngay cả ra lốm đốm, dày, da mặt trời bị hư hại.

NHƯỢC: có thể quá khắc nghiệt trên da khi thực hiện thường xuyên, dẫn đến suy giảm collagen. Có thể gây suy giảm hoặc gia tăng sắc tố làm da không đều màu ở các vùng khác nhau nếu mài mòn quá mạnh.

THIẾT BỊ OXYGEN

Khi chúng ta già đi, cơ thể chúng ta không dễ dàng đồng hóa oxy trong máu vào da. Điều này dẫn đến sự sụt giảm trong nhiều vấn đề, bao gồm giảm collagen và elastin, dẫn đến các dấu hiệu lão hóa như nếp nhăn. Nếu oxy được truyền vào da như serum, chúng sẽ giải quyết các vấn đề này. Thiết bị Oxygen áp dụng một lượng tập trung oxy bôi lên da mặt thông qua một ống nhỏ nối với một máy oxy. Khuôn mặt của bạn được bao phủ bởi một mái vòm mặt nạ đặc biệt để giữ oxy không thoát ra ngoài. Thiết bị chạy trong khoảng 20 phút.

NHƯỢC: Mặc dù về mặt lý thuyết quy trình này có thể cải thiện lưu thông và thúc đẩy trẻ hóa da, nhưng hầu hết các nhà nghiên cứu cho rằng điều này rất khó xảy ra, đặc biệt là nếu sử dụng trên làn da khỏe mạnh, nguyên vẹn.

Oxy không thể đi qua da trừ khi nó được gửi trong một áp lực đặc biệt cao. Thiết bị có thể mang đến một cảm giác trẻ hóa tạm thời.



Estée Lauder Solid Perfume Carousel, Pleasures. Nước hoa khô nằm trong bộ sưu tập thường niên của Estee Lauder với mùi hương ngọt ngào của Pleasures. Một tác phẩm nghệ thuật xinh đẹp cho mùa Giáng Sinh.



Chanel SUNKISS RIBBON (Sưu tập Xuân Hè 2016). Chút phớt hồng tô điểm gò má, hòa quyện kì diệu với ánh be vàng rực rỡ, mang đến màu râm nắng sống động như cú lướt nhẹ của tia nắng tinh nghịch trên làn da.



Chanel SUBLIMAGE L'EXTRAIT. Tinh chất dưỡng chuyên sâu đặc biệt giúp da cải thiện một cách rõ rệt và hình thành được lớp màng bảo vệ khỏi những tác nhân gây lão hóa da.



Christian Louboutin Sheer Voile Lip Colour In Rouge Louboutin. Không thể không nhắc tới thỏi son từng làm mưa làm gió trong năm 2015 này. Còn món quà Giáng Sinh nào tuyệt hơn.

HOLIDAY

NHỮNG SẢN PHẨM RỰC RỠ NÀY CÓ THỂ KHIẾN NHỮNG NGÀY CUỐI NĂM TRỞ NÊN BÙNG SÁNG. CHÀO HOLIDAY!

CLÉ DE PEAU BEAUTÉ Eye Color Quad (sưu tập Holiday 2015). Bảng màu mắt sang trọng rực rỡ theo phong cách cổ điển làm nổi bật vẻ đẹp của bạn với từng lớp màu được sử dụng chồng lên nhau.





Giorgio Armani ROSE D'ARABIE L'OR DU DESERT. Mùi hương hoa hồng pha trộn với hoắc hương vô cùng sang trọng và quyến rũ. Một sản phẩm đặc biệt cho Giáng Sinh của Armani.



BVLGARI OMNIA PARAIBA. Lấy cảm hứng từ viên đá quý Brazil Paraiba Tourmaline nổi tiếng với màu xanh dương tươi mát, ngọt ngào, Omnia Paraiba mang đến sự trẻ trung, nồng nàn, say đắm của vũ điệu Brazil nóng bỏng. Giá: 1,850,000 VND/65ml.



Guerlain Palette Ors et Merveilles. Bảng màu tuyệt đẹp này thuộc về bộ sưu tập Giáng Sinh 2015 của Guerlain với sự sang trọng như thường lệ.



L'occitane Jasmine Immortelle Neroli Body Lotion. Dưỡng thể giúp làm mềm da và mang lại hương thơm quyến rũ với mùi hương là sự kết hợp giữa hương hoa Nhài và Cúc Trường Sinh vùng Corsican. Giá: 730.000 VND



Sisley Supremya Yeux La Nuit. Tinh chất giảm các nếp nhăn đồng thời chống các tác nhân gây lão hóa hay di truyền. Mi mắt săn chắc hơn, quầng thâm và bọng mỡ cũng sẽ được cải thiện triệt để. Giá: 4.700.000 VND



Maison Francis Kurkdjian The Fragrance Wardrobe. Bộ sưu tập những mùi hương tuyệt vời của hãng Maison Francis Kurkdjian có thể hạ gục bất cứ quý bà nào.



Lancôme L'Absolu Rouge Définition. Màu sắc rực rỡ, lên màu chính xác, lì và rất thoải mái cho làn môi. Giá: 850.000 VND



Shiseido Festive Camellia. Bảng màu hoàn hảo cùng với kết cấu mềm mại tươi tắn, với màu mắt, má hồng tỏa sáng trong mùa lễ hội. Giá: 1.550.000 VND



The Body Shop SPA Of The World™ Japanese Camellia Body. Kem dưỡng thể với mùi hương tinh tế từ dầu hoa Trà My – thành phần được phụ nữ Nhật Bản sử dụng từ thế kỉ thứ 8 như một liệu pháp làm mềm và dưỡng ẩm cho da. Giá: 1.999.999 VND



Kose Infinity Compact Powder Royal Flower Collection 2015. Sản phẩm phấn powder giới hạn dành cho Giáng Sinh với thiết kế bao bì tinh tế sang trọng (gồm 1 khay phấn, 2 refill 2 bông phấn). Giá: 2.100.000 VND/set.

CẢM HỨNG từ cuộc sống

NHỮNG CÔNG TRÌNH DƯỚI ĐÂY VỚI CẢM HỨNG TỪ THIÊN NHIÊN ĐÃ MANG LẠI CHO CHÚNG TA NHỮNG CÁI NHÌN KHÁC, HOÀN TOÀN MỚI MẸ VỀ KIẾN TRÚC.

LOTUS TEMPLE Ở NEW DELHI, INDIA

Ngôi đền này là một trong những địa điểm thu hút nhiều khách du lịch nhất Ấn Độ từ năm 1986. Kiến trúc của đền được lấy cảm hứng từ những cánh hoa sen. Cấu trúc cơ bản của công trình bao gồm 27 cánh hoa đứng thẳng bằng đá hoa cương, được sắp xếp để tạo ra một công trình mái vòm 09 cạnh với sức chứa 2.500 người. Mặc dù công trình đã gần 30 năm tuổi nhưng nó vẫn là một biểu tượng và thách thức đối với ngành kiến trúc hiện đại của Ấn Độ và toàn thế giới.

LONGABERGER HEADQUARTERS Ở OHIO, USA

Với cảm hứng tới từ một chiếc giỏ đan, toà nhà cao 07 tầng này là sự tái hiện lại một phần của cuộc sống. Toà nhà có diện tích lên tới khoảng 16.722m. Công trình đặc biệt này cũng là cách hoàn hảo để nói về lịch sử của thương hiệu gắn liền với những chiếc giỏ đan. Ngoài việc có thể xách chiếc giỏ này đi, đây chính xác là một chiếc giỏ.



SIMONE HANDBAG MUSEUM Ở SEOUL, SOUTH KOREA

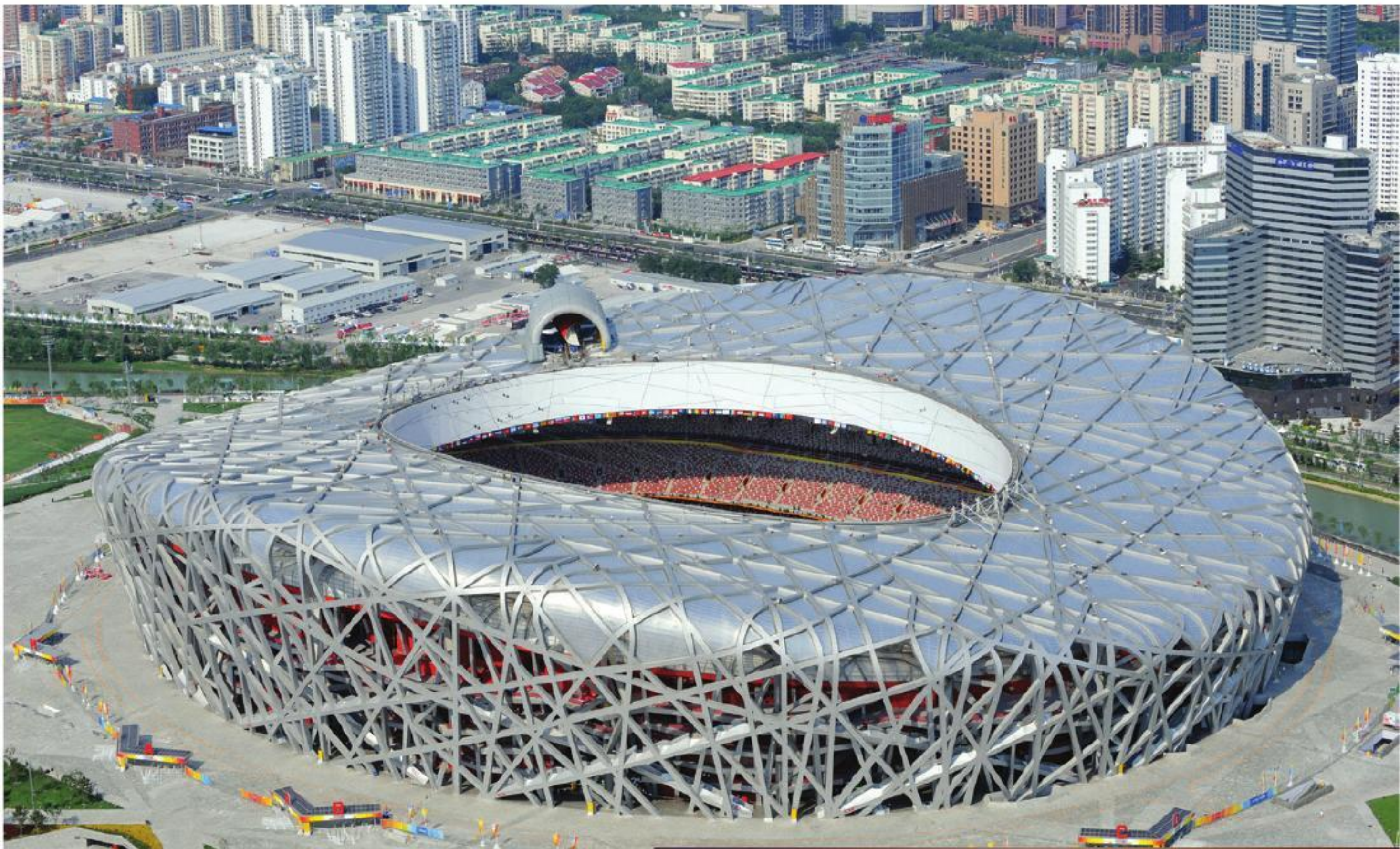
Được khai trương ở bên ngoài Seoul vào năm 2012, bảo tàng này là nơi trưng bày 500 năm lịch sử của những chiếc túi. Có thể nói toà nhà là một sự kết hợp thời thượng của những chủ đề truyền thống với văn hoá đương đại. Được thiết kế bởi công ty túi xa xỉ Simone, bảo tàng đã chọn một cách không thể thú vị hơn để nói về những chiếc túi là trở thành một chiếc túi (qua kiến trúc). Các mẫu túi được trưng bày trong bảo tàng tới từ khắp nơi trên thế giới. Có thể nói mặc dù bảo tàng không phải là một thánh địa dành cho những chiếc túi nhưng kiến trúc của toà nhà rất đáng để một lần tới thăm.





ZHUHAI OBSERVATION TOWER Ở DOUMEN DISTRICT, TRUNG QUỐC

Tự nhiên luôn chứng minh là nguồn cảm hứng tốt nhất cho kiến trúc. Công trình lấy cảm hứng từ một con cá này có vị trí ở quận Doumen District. Lý do lựa chọn thiết kế này là bởi quận Doumen District là nơi hội tụ của 02 con sông. Tòa tháp được thiết kế để có ảnh hưởng nhỏ nhất với môi trường xung quanh trong khi vẫn tạo thành một điểm nhấn của khu vực. Với một cấu trúc vỏ ngoài là thiết kế xương thép, tòa nhà mô phỏng một con cá đang quẫy lên khỏi mặt nước. Các lớp “vảy” của tòa nhà được thiết kế để có thể lọc khí và che chắn cho tòa nhà khỏi ánh nắng mặt trời.



BEIJING NATIONAL STADIUM Ở TRUNG QUỐC

Còn được biết tới với cái tên sân vận động Tổ Chim, Sân vận động Beijing National Stadium này được thiết kế và hoàn thiện vào năm 2008. Công trình mô phỏng một tổ chim khổng lồ, được làm bởi 110.000 tấn thép. Các thiết kế đường đi bên trong toà nhà rất ưu việt cho phép khách thăm có thể khám phá các không gian trong sân vận động. Công trình này cũng được tích hợp rất nhiều công nghệ tiên tiến cho phép giảm thiểu mức năng lượng tiêu thụ tới mức tối đa.

FURAMA ĐÀ NẴNG

Tháng 11/2015, Khu nghỉ Furama Đà Nẵng hoàn thành cải tạo sân vườn và bể bơi chính với tổng chi phí đầu tư 500.000 USD (khoảng 11 tỷ đồng) với tổng thời gian thực hiện trong vòng 60 ngày. Nằm trong dự án cải tạo khách sạn 2015 – 2016, sân vườn Furama được nâng cấp và mở rộng phần bể cảnh lên tới diện tích 300m² nổi liền cảnh quan tầm nhìn hướng ra bể bơi và thẳng ra biển. Thiết kế khéo léo khoe trọn mặt sàn gỗ bao quanh bể cảnh với mặt nước lớn sóng sánh bởi vòi phun từ các chậu sành đất nung của vùng Quảng Nam tạo cho các du khách cảm giác hứng khởi, tràn đầy sáng khoái và thư giãn bất kể đang trong kỳ nghỉ hè sôi động hay chỉ đơn giản là chuyến công tác ngắn ngày tại khu nghỉ mát đáng mơ ước này.



ANGSANA LĂNG CÔ

Đến Angsana Lăng Cô và thưởng thức trải nghiệm golf đẳng cấp mỗi ngày trên sân gôn 18 lỗ được thiết kế bởi huyền thoại Nick Faldo, hay tận hưởng những liệu trình Spa đoạt nhiều giải thưởng quốc tế, và những món ăn Việt Nam tuyệt hảo. Đắm mình trong không gian thư giãn tại khu nghỉ dưỡng với những phòng nghỉ được thiết kế phong cách nằm gần nhiều di sản văn hoá được thế giới công nhận. Từ nay đến 21/12, hãy đặt chương trình Absolute Angsana* Lăng Cô với giá từ 5.200.000VNĐ/đêm gồm nhiều ưu đãi hấp dẫn như: miễn phí ăn sáng cho 2 người tại nhà hàng Market Place; lựa chọn không giới hạn một trong những dịch vụ chơi gôn, dịch vụ Spa, dịch vụ lưu trú bao gồm tất cả các bữa ăn tại nhà hàng của Angsana Lăng Cô, miễn phí xe bus tham quan Hội An và Huế hàng ngày, miễn phí trả phòng trễ đến 18.00 giờ. Thông tin chi tiết và đặt phòng, vui lòng gọi: 054 3695 800.



CARAVELLE



Từ ngày 5-23/12, hãy ghé thăm Café de l'Opera thưởng thức tiệc trà chiều truyền thống Anh Quốc. Từ trưa đến 17 giờ 30, quý khách sẽ được phục vụ các loại bánh mận và ngọt tuyệt hảo được bài trí đẹp mắt trên khay ba tầng, dùng kèm với trà Ronnefeldt thượng hạng hoặc một ly sâm-banh Veuve Clicquot. Giá cho một phần trà chiều là 450.000VNĐ. Ngày 24-25/12, hãy đến nhà hàng Nineteen chào đón Giáng Sinh bằng bữa tiệc buffet hải sản trứ danh. Cuộc viếng thăm bất ngờ của Ông Già Noel với những món quà thú vị dành tặng trẻ em, những bài hát mừng Giáng Sinh truyền thống với giai điệu du dương, ấm áp và màn trình diễn của ban tứ tấu nhạc Jazz sẽ là những điểm nhấn đầy thú vị cho những bữa tiệc. Đặc biệt hơn nữa, Quý thực khách còn được thưởng thức không giới hạn các loại cocktail, vang hảo hạng và thêm một ly sâm-banh Veuve Clicquot. Trong đêm Giáng Sinh (24/12), tiệc tối từ 5 giờ chiều đến 7 giờ 30 có giá 1.390.000VNĐ/người và tiệc nửa đêm bắt đầu sau 8 giờ có giá 1.980.000VNĐ/người. Vào ngày Giáng Sinh (25/12), tiệc trưa có giá 2.280.000VNĐ/người và tiệc tối có giá 1.680.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3824 7155.

MOËT & CHANDON

Từ ngày 1/11 - 24/12, kiệt tác giới hạn "Moët & Chandon Impérial Golden Leaf" dung tích 3l sẽ bắt đầu được đấu giá tại Moët Champagne Corner, khách sạn Caravelle Sài Gòn nhằm quyền góp giúp đỡ quỹ từ thiện Nhịp tim Việt Nam. Với mỗi lượt sử dụng Moët & Chandon Impérial tại Caravelle, quý khách có cơ hội đấu giá và kết quả sẽ được công bố trong đợt bốc thăm diễn ra vào ngày 25/12. Phiên bản champagne giới hạn được khảm vàng lá bởi bàn tay của những nghệ nhân thủ công hàng đầu nước Pháp, thể hiện sự tôn vinh đỉnh cao của nhà Champagne với gần 300 năm lịch sử, đánh dấu sự đột phá đầy tính nghệ thuật và hoàn toàn xứng đáng để những thượng khách sành Champagne trên thế giới phải suy tầm.





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

Nhà Hàng Long Đình

Hương vị Hồng Kông đích thực



Nhà hàng Long Đình 64B Quán Sứ, Hà Nội - Tel: 043 942 9168 - Hotline: 0902 286 286

 longdinh.vn

 [nhahanglongdinh](https://www.facebook.com/nhahanglongdinh)

THE REVERIE SAIGON

Tháng 12 này, hãy đến nhà hàng Café Cardinal thưởng thức Tiệc trưa Chủ nhật với những món ăn Pháp tinh túy, mỹ vị cùng sâm panh và vang nổ thượng hạng làm tròn khẩu vị. Bắt đầu buổi tiệc, thực khách sẽ được thưởng thức các loại hải sản tươi ngon, thịt nguội nhập khẩu, những món rau trộn và món ướp lạnh tại quầy buffet. Khu vực bếp mở phục vụ các món chính được chế biến từ hải sản tươi, bò Mỹ nhập khẩu và thịt cừu hầm nóng sốt. Với thực khách ưa thích hương vị đặc trưng nhiệt đới, Café Cardinal mang đến những chọn lựa tuyệt vời của Việt Nam và châu Á như cà ri gà, mì xào bò kway teaw và đặc sản Việt như Bún bò Huế, Bò kho và Phở. Và cuối cùng là món tráng miệng ngọt ngào không thể cưỡng nổi với sô-cô-la Bỉ thượng hạng, bánh macaroon quyến rũ hoặc thỏa mãn với tháp sô-cô-la nóng chảy có thể phủ đủ loại trái cây tươi, bánh thơm giòn và nhiều loại phô mai Pháp. Tiệc trưa Chủ nhật tại nhà hàng Café Cardinal có giá 988.000VNĐ/người, bao gồm thoải mái dùng trà và cà phê và một ly vang sủi Henkell Trocken Kardinal. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3823 6688.

**EASTIN GRAND SAIGON**

Từ nay đến ngày 31/12, khi đặt các dịch vụ của chương trình ưu đãi đặt chỗ sớm tại khách sạn Eastin Grand Sài Gòn, quý khách sẽ được trải nghiệm các chương trình ẩm thực phong phú, dịch vụ chu đáo theo yêu cầu trong một không gian sang trọng đẳng cấp 5 sao với mức giá đặc biệt. Gói ưu đãi chương trình đặt chỗ sớm áp dụng cho: Tiệc mừng mùa lễ hội chỉ từ 450.000VNĐ/khách cho tiệc trưa và 490.000VNĐ/khách cho tiệc tối. Với gói tiệc từ 550.000VNĐ/khách, khách hàng sẽ được các ưu đãi cộng thêm như miễn phí thức uống và thức ăn nhẹ đón khách; Tiệc cưới cuối năm chỉ từ 450.000VNĐ/khách cho tiệc trưa và 490.000VNĐ/khách cho tiệc tối với số lượng đặt bàn tối thiểu là 15 bàn; Phòng ở chỉ từ 1.800.000VNĐ/đêm áp dụng cho khách đoàn đặt từ 8 đêm trở lên, bao gồm ăn sáng miễn phí. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3844 9222.

**INTERCONTINENTAL SÀI GÒN**

Mùa lễ hội là dịp để gia đình và bạn bè cùng nhau sum họp và tận hưởng những khoảng thời gian tuyệt vời nhất. Tại khách sạn InterContinental Asiana Saigon, mùa lễ hội của bạn sẽ trở nên thú vị hơn bao giờ hết với những trải nghiệm thú vị về mùi vị, âm thanh, cũng như không gian bài trí Giáng Sinh rực rỡ. Nhà hàng Market 39 chắc chắn là một điểm đến lý tưởng cho những buổi tiệc cuối năm cùng gia đình, bạn bè và những người thân yêu. Nhằm tạo ra những món ăn ngon hài lòng thực khách, bếp trưởng Erik Fettke cùng đội ngũ đầu bếp tài hoa của ông luôn cố gắng lựa chọn và sử dụng những nguyên liệu tốt nhất để sáng tạo ra những món ăn tươi ngon, phong phú và thịnh soạn cho mùa lễ hội năm nay. Tiệc tối đêm Giáng Sinh (24/12) có giá 1.988.000VNĐ/ người. Tiệc trưa Giáng Sinh (25/12) có giá 2.100.000VNĐ/người lớn. Tiệc tối Tết Niên (31/12) có giá 2.388.000VNĐ/người. Tiệc trưa Tân Niên (01/01) có giá 1.688.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3520 9999.

LOTTE LEGEND SAIGON

Mùa lễ hội năm nay, hãy đến khách sạn Lotte Legend Sài Gòn tận hưởng những khoảnh khắc ngọt ngào diệu kỳ cùng hương vị ẩm thực đặc sắc. Đêm Giáng Sinh (24/12) và đêm Giao Thừa (31/12) hãy tham dự dạ tiệc hoành tráng tại nhà hàng Atrium và khuôn viên hồ bơi với giá chỉ 1.900.000VNĐ/người. Tại đêm tiệc, thực khách sẽ được thưởng thức những bản nhạc tuyệt vời do ban nhạc Philippine biểu diễn, rút thăm may mắn, tặng phẩm hóa trang, quà tặng, không giới hạn thức uống, vang, bia, nước ngọt, trà và cà phê. Từ ngày 22-26/12, hãy đến nhà hàng Yoshino thưởng thức phong vị Nhật với thực đơn tối Kaiseki 10 món có giá chỉ 1.400.000VNĐ/người hoặc hộp mặt đầu năm với thực đơn truyền thống Osechi 10 món với giá chỉ 1.600.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3823 3333.



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
AsahiSushi.vn / Hotline: 0902 286 286

Nhà hàng Asahi Sushi 2
76 Triệu Việt Vương-Hà Nội
AsahiSushi.vn / Hotline: 0902 286 286

INTERCONTINENTAL NHA TRANG

Bạn đang tìm kiếm một địa điểm hoàn hảo để cùng gia đình trải nghiệm niềm vui vô tận cho mùa lễ này? Nha Trang thực sự là một nơi lí tưởng với rất nhiều cảm xúc bất ngờ cùng các sự kiện lí thú. Đặc biệt tại khách sạn InterContinental Nha Trang, các đội ngũ bếp dày công chuẩn bị các sự kiện ẩm thực xuyên suốt từ buffet đến set menu đón mừng lễ Giáng Sinh và đêm Tất Niên với các món ngon năm châu. Toàn bộ khách sạn sẽ được trang hoàng lộng lẫy trong không khí Giáng Sinh và ánh sáng lung linh vui tươi. Hơn thế nữa, bạn sẽ không thể bỏ qua các sự kiện độc đáo cho mùa lễ từ nghi thức thắp sáng cây thông Giáng Sinh vào ngày 22/12 tại cổng đài phun nước của khách sạn, hay lớp dạy làm "Ngôi Nhà Bánh Gừng" truyền thống vào mỗi dịp Giáng Sinh. Đây sẽ là những trải nghiệm tuyệt vời dành cho các em nhỏ khi tự tay trang trí nên những ngôi nhà từ từng miếng bánh gừng ngọt ngào, gắn kết gia đình và tận hưởng cảm giác sum vầy ấm áp những ngày cuối năm. Thông tin chi tiết, vui lòng tham khảo brochure của Mùa Lễ hoặc liên hệ 058 3888 7777.

**INTERCONTINENTAL HÀ NỘI**

Để chuẩn bị cho dịp lễ Giáng Sinh năm nay, ngày 5/12 hãy cùng người thân tham dự phiên chợ Giáng Sinh truyền thống tại Sunset Bar và khám phá những sản phẩm đặc trưng của mùa lễ ẩm cúng này, bao gồm vang nóng, bánh quy gừng và bánh crepe với kem phết nutella. Ngày 5, 12 và 19/12, hãy cùng hòa mình vào không khí vui tươi chuẩn bị cho dịp lễ Giáng Sinh với một bữa tối tự chọn thịnh soạn trong không gian trang hoàng lộng lẫy của nhà hàng Café du lac với giá chỉ từ 999.000VNĐ/người. Ngày 6, 13 và 20/12, hãy thưởng thức bữa trưa chủ nhật đặc biệt với chủ đề Giáng Sinh tại nhà hàng Café du lac với vô vàn các món ăn Á & Âu tinh tế được chế biến riêng cho mùa lễ hội với giá chỉ 1.100.000VNĐ/người cho gói Festive Brunch và 2.310.000VNĐ/người cho gói Champagne Brunch. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04 6270 8888.

**SHERATON SÀI GÒN**

Mùa Giáng Sinh lại về, hãy sum vầy cùng gia đình và những người thân yêu đón chào những khoảnh khắc đáng nhớ tại khách sạn Sheraton Sài Gòn. Từ ngày 24/11/2015 đến ngày 01/01/2016, Sheraton Sài Gòn phục vụ "Gà tây mang về" cho dịp lễ Tạ Ơn và Giáng Sinh. Khách hàng có thể chọn món gà tây nướng truyền thống, đùi heo xông khói nướng, sườn bò nướng hay thăn bò nướng thảo mộc thơm phức cho buổi tiệc của mình. Ngoài ra, các loại sốt đặc trưng và thức ăn phụ đi kèm phong phú sẽ góp phần tăng thêm thi vị cho món chính, gồm hạt dẻ nhồi, bắp cải bruxen trộn, khoai tây nướng bơ tỏi, khoai tây nghiền, nấm hầm, rau thảo mộc nướng, sốt việt quất, sốt táo và sốt tiêu xanh. Gà tây nướng truyền thống Mỹ có giá 2.500.000VNĐ/con, sườn bò Mỹ và thăn bò Mỹ nướng có giá 1.800.000VNĐ/kg, và đùi heo xông khói nướng có giá 720.000VNĐ/kg. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3827 2828.

SHERATON HÀ NỘI

Mùa Giáng Sinh, mùa đẹp nhất trong năm đã tới. Từ ngày 01-23/12, hãy quây quần bên người thân yêu của bạn trong một không gian lễ hội được trang trí lộng lẫy và thưởng thức những món ăn Giáng Sinh ngon miệng được chuẩn bị công phu bởi nhà hàng Oven D'or với giá chỉ từ 1.100.000VNĐ/người, bao gồm nước hoa quả, nước ngọt, cà phê và trà không giới hạn. Từ 01/31/12, hãy là người đầu tiên thưởng thức ưu đãi đặc biệt chỉ có tại nhà hàng Hemispheres Steak & Seafood Grill. Nhà hàng dễ làm hài lòng thực khách yêu mến bít tết với một phần thịt bò Úc Wagyu Margret thơm ngon bao gồm thịt bò bít tết Ribeye và sirloin, khoai tây nghiền, đậu pháp và sốt ngô, hạt tiêu xanh cùng cognac với giá chỉ từ 1.800.000VNĐ/phần và 2.200.000VNĐ/phần bò Hitachi. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04 3719 9000.

VANG

VÀ NHỮNG ĐIỀU CHƯA BIẾT

Thế giới vang tồn tại vô vàn những điều thú vị mà chúng ta còn cần phải khám phá!

Chúng ta có khuynh hướng uống vang trắng ở nhiệt độ lạnh và vang đỏ ở nhiệt độ ấm. Thực ra, nếu uống quá lạnh thì vang sẽ bị mất mùi. Chẳng hạn vang trắng hoặc champagne chỉ nên uống ở nhiệt độ 12 độ C. Còn vang đỏ là 15-18 độ C. Không nên uống vang quá ấm vì nó sẽ làm rượu bay hơi nhanh nhưng cũng đừng vì thế mà trong ngày đông giá lạnh vang đỏ được ngâm trong một xô đá.

Để cho rượu vang “thở” là cách để nó toát ra hương vị quyến rũ. Nhưng nếu chỉ đơn giản là bật nút và dựng đứng chai rượu thì bạn sẽ không thể cảm nhận được hết. Để làm được điều này người ta sẽ sử dụng một bình chất.

Có gần 60 loại nho ngon có thể làm nguyên liệu cho những loại rượu vang hảo hạng. Khá đặc biệt khi loại nho Shiraz phổ biến (ở Pháp và Mỹ gọi là Syrah) từng được cho là có nguồn gốc từ... Iran, một quốc gia Hồi giáo không có mấy người uống rượu vang.

Loại nho không quyết định vị ngọt của rượu vang mà chính những nhà sản xuất mới là người quyết định. Loại nho nào cũng có thể tạo ra rượu ngọt hoặc rượu chát. Bởi đơn giản loại quả nào cũng có một hàm lượng tannin nhất định. Một số người để tăng hàm lượng tannin, người ta sẽ nghiền nho cả hạt để lấy vị đắng nhân nhẩn từ những hạt này.

Chai rượu vang đắt nhất là chai Chateau Lafite năm 1787 được bán với giá 160.000 USD vào năm 1985. Dĩ nhiên, nó quá cũ nên không thể uống loại rượu bên trong những vỏ đất vì từng thuộc sở hữu của cựu Tổng thống Mỹ Thomas Jefferson và có khắc tên họ viết tắt của ông trên đó.



Lắc ly rượu vang không chỉ làm bạn trông sành điệu hơn mà còn giúp khứu giác của bạn cảm nhận hương vị tuyệt vời hơn. Lắc rộng làm tăng thiết diện tiếp xúc, mùi thơm sẽ càng thêm ngào ngạt.

Chai rượu vang nào cũng có một vết lõm ở đáy. Có rất nhiều giả thuyết về xuất xứ cũng như tác dụng của nó. Ba giả thuyết là: Để giúp xếp chồng lên nhau thuận tiện; Các chai rượu vang đứng vững vàng với đáy lõm hơn là với đáy bằng; Đáy lõm giúp lắng cặn ở các loại rượu vang đỏ ngày xưa và giúp rót ra dễ dàng hơn.

Nho và rượu vang chia sẻ hương vị với rất nhiều loại thảo mộc, gia vị, rau củ, trái cây và chất hữu cơ khác. Có được điều này không chỉ bởi bản thân trái/giống nho và những khoáng chất mà nó hút từ đất. (Bạn sẽ thấy những loại nho được trồng ở những vùng đá vôi có hương vị thoang thoảng của những loại cây cũng được trồng ở những nơi có thổ nhưỡng như vậy như cam, quýt.) Hương vị của vang giống với các loại thảo mộc và gia vị khác còn bởi quá trình lên men rượu – hay nói cách khác hương vị tới từ vi khuẩn.

Mặc dù Champagne thường có màu trắng, nhưng chủ yếu là từ nho đỏ.

Tại sao champagne rót ra lại sủi bọt? Trông có vẻ ngoạn mục nhưng lí giải khá đơn giản: Khi rượu lên men, carbon dioxide được tạo ra. Khi rượu đóng vào chai, khí này cũng bị đóng kín. Bật nút chai, áp suất được giải tỏa khiến khí bị hòa tan tạo thành những ly rượu sủi tăm đẹp mắt.

Nước ép từ tất cả loại nho làm rượu vang đều rất trong. Vang đỏ được lên men với cả vỏ để tạo ra màu sắc. Chỉ có một số lượng tương đối nhỏ các loại rượu vang sản xuất hàng năm là có độ ngọt tăng lên theo thời gian cất giữ.

Phần lớn là vang đỏ hảo hạng, vang trắng có độ ngọt cao và vài loại vang trắng chát danh tiếng.

VANG VÀ 05 CHỮ S

CÙNG CHÚNG TÔI KHÁM PHÁ CÁCH LỰA CHỌN VÀ
THƯỜNG THỨC VANG VỚI 05 CHỮ S!

SEE (NHÌN NGẮM)

Rượu được rót ra tối đa không quá ½ ly. Thực tế ngay cả việc rót ½ ly đã là quá nhiều và không ai rót thể cả. Ly đựng vang luôn là loại ly mỏng, trong veo để có thể quan sát màu sắc, cũng như cấu trúc của rượu. Đối với những loại vang đỏ cao cấp để lâu năm, chất lượng vẫn hoàn hảo (loại này rất hiếm và rất đắt) thì thường có màu đỏ nâu, những loại thông dụng và ít năm hơn thường có màu đỏ ruby. Những người sành điệu cũng có một cách khá hay để nhận biết rượu và màu của rượu là nghiêng ly và nhìn ánh đèn neon qua ly rượu. Từ đó họ sẽ có thể biết được các kiểu màu, các ánh màu và đưa ra nhận định. Một số người khác thì đặt ly rượu lên bàn và để 02 ngón tay phía dưới chân đáy để nhận biết độ sậm màu.

SMELL (NGŨI)

Sau khi rượu được lắc nhẹ sánh lên thành ly và từ từ trôi xuống, bạn hãy ghé mũi vào miệng ly để ngửi và cảm nhận hết hương vị đặc trưng và hoàn toàn thiên nhiên chỉ có ở rượu vang. Có thể bạn sẽ ngửi thấy mùi khói từ thùng gỗ sồi được hun khói, mùi nho, táo, vani hay một vài loại hoa quả nào đó. Từ những mùi vị này mà bạn có thể phần nào đó khoanh vùng địa lý nơi sản xuất của rượu vang và những đồ ăn nên kết hợp. Chẳng hạn rượu vang hương vị spicy thì dễ tới từ Bordeaux. Nhưng cần nhớ, đây cũng chỉ là một phương pháp khoanh vùng bởi có rất nhiều vùng làm ra những loại rượu có mùi hương spicy.

SWIRL (LẮC NHẸ)

Hãy lắc nhẹ ly cho rượu sóng sánh lên thành ly để quan sát kỹ hơn độ kết dính và giúp ta cảm nhận đầy đủ nhất các bước tiếp theo. Phần vang bám vào thành được người ta gọi là áo rượu. Từ độ kết dính và màu sắc của áo rượu này mà chúng ta có thể đưa ra những nhận định nhất định về loại vang mình đang dùng.



SNAP (NẾM)

Sau khi nhận biết hương vị, bạn bắt đầu cảm nhận rượu vang bằng vị giác. Hãy để một chút không khí tràn vào miệng cùng với ít một rượu vang, bởi như thế vị rượu sẽ đậm đà hơn rất nhiều. Nhớ là trong bước này bạn chỉ ngậm một chút rượu vang trong vòm miệng thôi nhé. Đôi khi trong những tiệc nhem rượu, bạn sẽ bắt gặp hình ảnh một người sành rượu mắt lim dim, ngửa cổ ra phía sau. Đừng ngạc nhiên, bởi đó là một cách cảm nhận hương vị rượu vang tốt nhất, hãy để những giọt rượu từ từ lan tỏa khắp lưỡi trước khi vào cuống họng.

SAVOUR (NHẤM NHÁP)

Từ từ mở mắt trong tư thế ngả đầu, bạn có thể cảm nhận, đánh giá được hương vị của rượu vang còn đọng lại sau khi uống. Có thể là vị chất nhẹ, chất nồng hơn hay cũng có thể là vị ngọt khó tả, thoáng nhẹ mà ta không thể nắm bắt. Và cũng chỉ trong bước này, bạn mới thấy hương vị của mật ong, vani, hương vị đặc trưng của cây cỏ thiên nhiên hiện diện trong rượu vang, mùi hương dịu dàng lan tỏa quyện với vị hơi cay nồng.

PHÂN LOẠI VANG

Rượu vang được chia thành khoảng 200 loại khác nhau theo phong cách và hương vị. Các kiến thức cơ bản dưới đây sẽ là sơ đồ giúp bạn khám phá những hương vị mới trên bàn đồ thưởng thức rượu vang của mình.



TẤT CẢ CÁC LOẠI VANG CÓ THỂ ĐƯỢC XẾP VÀO 5 NHÓM CƠ BẢN. TRONG MỖI NHÓM SẼ CÓ HÀNG TRĂM LOẠI NHO KHÁC NHAU VỚI HÀNG TRĂM PHONG CÁCH CHẾ BIẾN KHÁC NHAU.

VANG ĐỎ: Đây là loại vang được làm từ nho đỏ. Hương vị của vang đỏ có vị từ rất chát đến ngọt (bone-dry đến sweet).

VANG TRẮNG: Thường được làm từ nho trắng nhưng đôi khi cũng có thể dùng nho đỏ để làm nguyên liệu. Vang trắng có nồng độ cồn nhẹ rất đặc trưng. Loại rượu này có thể có nhiều hương vị như nho, cam, táo, lê.

ROSE WINE: Loại vang này cũng được làm từ nho đỏ nhưng lớp vỏ nhỏ sẽ được loại bỏ trước khi hoặc sau khi ủ rượu một vài ngày. Tuy nhiên, Rose wine cũng có thể là sản phẩm của việc pha trộn các loại vang trắng và vang đỏ. Rose wine có tất cả các hương vị đặc trưng từ chát đến ngọt.

VANG SÙI TẮM: Vang sủi bọt là loại rượu được sục khí (thường là cacbonic) trước khi đóng chai. Loại vang này có thể là vang đỏ, trắng hoặc Rose. Hương vị cũng rất phong phú từ chát đến ngọt.

Tương ứng với 5 loại rượu kể trên là những mức độ ngọt khác nhau và hầu hết đều có hương vị dao động trong khoảng từ ngọt đến chát.

DRY (CHÁT): Vang chát là loại dùng rượu chủ yếu chỉ dùng nho để sản xuất, do đó thành phẩm sẽ không có vị ngọt của đường. Các nhà sản xuất có thể thêm vào một số loại phụ liệu để làm tăng hương vị nhưng không làm ngọt rượu.

SEMI-SWEET (BÁN NGỌT): Là loại vang có một phần ngọt. Loại này thường được thêm thành phần axit hoặc hương trái cây.

SWEET (NGỌT): Loại này thường được sản xuất bằng cách trộn thêm đường vào nho trước khi ủ. Nếu không được tăng cường, vang ngọt thường có nồng độ cồn thấp hơn các loại khác.

Rượu vang thường đặc trưng bởi cách sản xuất, vùng miền và nguyên liệu. Vì sự đa dạng này mà rượu vang còn được phân biệt theo hương vị. Thông thường vang được định danh thông qua hương vị trái cây chính trong rượu. Bên cạnh đó, người ta cũng phân biệt rượu vang theo các nhóm như Tannin cao, Round và Spicy.

TANNIN CAO: Khi uống, loại vang này sẽ khiến bạn cảm thấy như bị khô miệng. Cảm giác tương tự như đặt một túi trà khô trong miệng.

ROUND: Loại này có nồng độ tannin thấp và thường có xu hướng cân bằng axit ở cuối vị. Round được nhận xét là êm và dễ uống hơn Tannin cao.

SPICY: Nhóm này thường có xu hướng giàu axit hoặc có nồng độ cồn cao.

CABENET SAUVIGNON

MỘT TRONG NHỮNG LOẠI VANG DANH TIẾNG NHẤT THẾ GIỚI!



Thế giới có rất nhiều giống nho, nhưng nổi tiếng nhất, được sử dụng nhiều nhất là 3 đỏ và 3 trắng. Ba đỏ là Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir và 3 trắng là: Sauvignon Blanc, Chardonnay, Riesling. Trong 3 đỏ, Cabernet Sauvignon phổ biến nhất vì lò vang nào, quốc gia làm vang nào cũng trồng. Được ví như một người đàn ông khỏe mạnh, tráng kiện, điềm tĩnh; Cabernet Sauvignon là giống nho dễ trồng, có khả năng thích ứng với nhiều vùng thủy thổ khác nhau, và đem trồng ở đâu cũng có khả năng giữ được những tính chất vừa kể - kể cả Việt Nam ở khu vực Lâm Đồng.

Tuy là giống nho đỏ thông dụng nhất thế giới nhưng Cabernet Sauvignon được tạo ra cách đây không lâu, vào khoảng thế kỷ thứ 17. Một nghiên cứu DNA năm 1996 cho thấy Cabernet Sauvignon hình thành bởi sự lai tạo tự nhiên giữa hai giống Cabernet Franc và Sauvignon Blanc. Giống nho này thích hợp nhiều vùng đất khác nhau, nhưng tốt nhất là đất sỏi và nhiệt độ ấm, trồng lâu hơn Merlot và Cabernet Franc.

Mặc dù Cabernet Sauvignon được trồng khắp thế giới trong nhiều dạng khí hậu khác nhau, nhưng nho Cabernet Sauvignon ngon nhất là ở Bordeaux. Nhưng cũng cần nói, khi được đem trồng ở Australia, Chile hay California, Tuscany, nho cũng cho ra đời thứ rượu ngon thượng hạng.

Cây nho cần được nhiều nắng để phát triển, và càng già càng cho trái đậm đà hương vị. Với vị trái cây chín mọng đậm đà và mùi hương nồng mạnh mẽ, Cabernet Sauvignon đã trở thành dòng nho biểu trưng cho cuộc sống sôi nổi hiện đại ngày nay. Hào nhoáng và lôi cuốn, Cabernet Sauvignon là phần mào đầu vui vẻ trong các bữa tiệc, thứ rượu dễ dàng để thưởng thức và sáng khoái khi tận hưởng.

Rượu làm từ loại nho này đòi hỏi phải có thời gian ủ từ 3 đến 5 năm để trưởng thành và chín muồi trong thùng gỗ sồi thì mới đạt tới mức tuyệt hảo của nó. Khi ngon nhất, Cabernet Sauvignon mang màu đỏ đậm, mang hương thơm chắc, mạnh của sim đen (blackberry), cà phê (coffee, mocha), sô cô la đen (black chocolate), xì gà (cigar box), thuốc lá (tobacco), phúc bồn đen (blackcurrant), mảnh gọt bút chì (lead pencil shavings). Quả nho Cabernet Sauvignon khá nhỏ, màu đỏ đen đậm, vỏ dày và trong điều kiện thích hợp, có thể chứa rất nhiều mùi thơm, khi làm vang tạo nên sự đậm đà, vị vang phức hợp và hương thơm nhiều tầng, cùng với vị chất mạnh tạo cho giống nho này trở nên lý tưởng để làm vang có thời gian ủ được lâu trong thùng gỗ.

Những chai Cabernet Sauvignon được sản xuất từ Tân thế giới (New World) như Úc, Chile, Mỹ đã chinh phục được khẩu vị của người Việt Nam. Đặc biệt khi các món ăn Việt thuộc hàng nhiều gia vị, nấu kỹ và nêm nếm nhiều thành phần thì vang đỏ mạnh như Cabernet Sauvignon phù hợp hơn. Đặc biệt có một sự kết hợp hết sức độc đáo của người Úc từ giống nho Cabernet Sauvignon nổi tiếng khắp thế giới và giống nho Shiraz đình đám của Úc để tạo một thứ rượu vang thượng đẳng BIN 989 Shiraz Cabernet của nhà làm vang Wyndham Estate.

TRỮ VANG

Việc lưu trữ rượu vang rất quan trọng, vì trong những trường hợp bạn mua vang về nhưng chưa sẵn sàng uống hoặc bạn muốn sưu tập vang để uống dần.

GIỮ VANG Ở NƠI MÁT:

Nhiệt độ là kẻ thù số một cho rượu vang. Nhiệt độ cao hơn 70°F sẽ làm cho rượu mất hương vị nhanh hơn bình thường. Nhiệt độ lý tưởng là giữa 45°F và 65°F. 55°F thường được trích dẫn là gần hoàn hảo. Tuy nhiên, không nên để quá lạnh. Lý do là khi mang vang ra uống, vang có thể bị “shock nhiệt” mất ngon hoặc sẽ mất một thời gian rất lâu để vang trở lại nhiệt độ cũ và có thể uống. Còn nếu uống lạnh quá, hương vị của vang sẽ vị lẫn át và mất mùi.

Bạn cũng tuyệt đối không nên để vang trong tủ lạnh vì không khí trong tủ lạnh thường khô nên làm khô nút chai và không khí sẽ tràn vào làm hỏng rượu. Nếu bạn lưu chai vang trong ngăn đá, chai vang có thể bị vỡ vì rượu trong quá trình đông cứng sẽ nở ra. Chưa kể tới quá trình shock nhiệt kể trên.

TẮT CÁC NGUỒN ÁNH SÁNG:

Ánh sáng, đặc biệt là ánh sáng mặt trời, với các tia cực tím là một trong những nguyên nhân chính “bức tử” những chai vang. Đây chính là lý do tại sao những chai vang quý thường có màu tối. Còn với những chai vang uống trẻ, tất cả những gì cần chỉ là mua về và khai ra uống ngay nên không cần vỏ chai có màu. Có thể nói những chai vang có vỏ màu giống như “kính mát” cho rượu vang. Ánh sáng từ bóng đèn hộ gia đình có thể không gây tổn hại bản thân rượu, nhưng có thể mờ dần các nhãn của bạn trong thời gian dài. Bóng đèn sợi đốt an toàn hơn so với bóng đèn huỳnh quang, vì nó phát ra một lượng rất nhỏ của ánh sáng tia cực tím.



ĐIỀU BẠN CẦN BIẾT TRƯỚC TIÊN LÀ KHÔNG PHẢI LOẠI RƯỢU VANG NÀO CŨNG LƯU TRỮ ĐƯỢC LÂU CẢ: CHỈ CÓ MỘT SỐ ÍT LÀ PHÙ HỢP VỚI VIỆC LƯU TRỮ LÂU NĂM, CÒN LẠI ĐA SỐ LÀ DÙNG NGAY TRONG VÀI BA NĂM ĐƯỢC SẢN XUẤT RA. DƯỚI ĐÂY LÀ MỘT SỐ HƯỚNG DẪN ĐƠN GIẢN ĐỂ BẠN LƯU TRỮ VANG CỦA BẠN.

ĐỘ ẨM CŨNG ẢNH HƯỞNG TỚI VANG:

Độ ẩm lý tưởng cho vang là từ 50 - 80%. Nếu dưới 50% thì nút có thể bị khô, bạn cần có chậu nước đặt trong nơi lưu trữ vang của bạn. Còn khi độ ẩm vượt quá 80% thì sẽ làm nấm mốc phát triển ảnh hưởng tới nhãn chai (tuy không làm ảnh hưởng tới vang), bạn nên có một máy hút ẩm.

Đặt chai nằm nghiêng là cách tối ưu nhất. Vì rượu làm cho nút chai không bị khô nên luôn kín. Có thể có loại chai được niêm phong bằng cách khác như nút nhựa, nút thủy tinh... thì không cần thiết phải đặt nghiêng chai.

SỰ RUNG LẮC CŨNG ẢNH HƯỞNG TỚI VANG:

Rung lắc sẽ làm quá trình phản ứng hoá học trong rượu xảy ra nhanh hơn. Tuy nhiên, cũng đừng quá lo lắng nếu nhà bạn không ngay cạnh đường xe lửa hoặc một quán bar. Với những nguyên tắc trên, bạn có thể dùng bất kỳ nơi đâu trong nhà của bạn để lưu trữ rượu vang. Có thể một tủ quần áo cũ để không, một góc nhà có dựng các giá để chứa... miễn là phù hợp với 5 nguyên tắc trên. Có nhiều người mua tủ trữ rượu vang. Các tủ này sẽ giúp nhiệt độ, độ ẩm ổn định, có kính chống tia cực tím và chống rung nên nó rất đắt.



21SIX

ME & MY STYLE

216 Ba Trieu, Hai Ba Trung, Ha Noi | +84 4 39752626

ĐI ĐÀ LẠT MÙA LỄ HỘI?

Mùa lễ hội luôn nhộn nhịp, nhưng chắc chắn chúng ta vẫn cần những niềm vui riêng tư. Vậy Đà Lạt cũng là một điểm hẹn lý tưởng.

Thời đại công nghệ, ngành hàng không phát triển mạnh, chưa bao giờ tôi thấy đi đâu dễ đến vậy. Cái thời, bạn không phải phụ thuộc vào tour, công ty du lịch, hay khách sạn nữa. Bây giờ, muốn đi đâu, chỉ cần gõ www.airbnb.com và điểm nơi cần đến, bạn sẽ chọn được chỗ ở phù hợp với khả năng của mình. Chẳng hạn, nếu muốn đi Đà Lạt với khoản ngân sách 300 ngàn, 500 ngàn, hay một triệu cho một đêm nghỉ, bạn chỉ cần điền khoản ngân sách đó vào phần giá, chọn loại phòng phù hợp, chọn ngày đến và đi. Airbnb sẽ có một loạt lựa chọn. Việc cuối cùng, bạn chọn phòng phù hợp nhất và chuẩn bị xách vali lên và đi. Trước đây, Đà Lạt công nhận là khó đi vì chỉ có Vietnam Airlines khai thác tuyến này. Do vậy, dân Sài Gòn toàn chọn xe buýt, hoặc bay đi Nha Trang rồi ngồi thêm 03 tiếng xe buýt. Kiểu gì cũng rất mệt, nhất là nhà có trẻ em. Bây giờ, đi Đà Lạt vô cùng tiện. Sân bay Liên Khương của Đà Lạt cũng kết nối với khá nhiều sân bay

trong nước và quốc tế. Nếu tại Việt Nam, để tới Đà Lạt, bạn có thể bay từ Hà Nội, Tp.Hồ Chí Minh, Vinh, Huế, Đà Nẵng, Phú Quốc. Ngày nào cũng có chuyến bay, và giá luôn rất ưu đãi nếu so với các chặng bay khác. Vì thế, với thời tiết ưu đãi, thiên nhiên cảnh sắc tươi đẹp, Đà Lạt luôn là điểm đến hoàn hảo cho những ai sợ nắng nóng, ồn ào, bụi bặm và cả những căng thẳng, mệt mỏi trong công việc. Đà Lạt chỗ nào cũng đẹp, nhìn đâu cũng đẹp nên tôi chỉ thích đi nghỉ dưỡng. Tôi thích giao phó toàn bộ thời gian của mình cho một khu nghỉ đẹp. Và tự mình nghỉ theo cách rất riêng. Nhất là trong mùa lễ hội, tôi vẫn giữ thú vui đó, và cảm giác mình được sống và trải nghiệm thật thú vị. Bạn có muốn được nghỉ dưỡng trong những khu nghỉ đẹp nhất của Đà Lạt, ngắm hoa, và cảnh thiên nhiên bên hồ Tuyền Lâm lãng mạn, hoặc những đôi thông thơ mộng – thứ mà góp phần tạo nên cái hồn cho Đà Lạt!? Style xin giới thiệu năm khu nghỉ dưỡng tuyệt đẹp của Đà Lạt.

BÌNH AN VILLAGE RESORT

Bình An Village resort luôn là lựa chọn hàng đầu của tôi. Một khu nghỉ dưỡng xinh xắn được xây dựng ven hồ Tuyền Lâm Đà Lạt, là một chuỗi công trình kiến trúc kết hợp tinh tế hài hòa giữa kiến trúc cổ điển Pháp và những tinh hoa kiến trúc chất lọc từ văn hoá dân gian địa phương. Nhìn tổng thể, Bình An giống như một ốc đảo đầy hoa được bao phủ bởi thiên nhiên đẹp lãng mạn đến say lòng người. Từ mỗi ô cửa sổ của tất cả mọi căn phòng trong resort, những cảnh quan như trong những câu chuyện mở ra với những cánh rừng thông xanh ngát trải dài đến tận mặt hồ. Tiếng chim hót véo von đâu đó trên những cành cao. Không khí trong lành mát mẻ quanh năm. Tất cả khiến cho Bình An trở thành nơi hoàn hảo để tận hưởng vẻ đẹp của thiên nhiên. Mỗi sáng thức dậy, từ những ô cửa sổ xinh, bạn có thể ngắm hồ Tuyền Lâm dịu dàng trong màn sương huyền ảo, đắm mình trong không gian vô cùng thoáng đãng và trong lành, hay cảm nhận tiết trời se lạnh bởi sự thấm dần của những làn gió trên da thịt. Đường như tất cả vẻ đẹp đều quyện vào nhau, đưa bạn lạc bước lãng du đến với một thế giới thần tiên, một ốc đảo tuyệt đẹp đầy hoa thơm cỏ lạ. Không chỉ có cảnh quan thiên nhiên tuyệt diệu, mỗi căn phòng, mỗi ngôi biệt thự, mỗi góc vườn, mỗi đoạn đường cong, mỗi cảnh hoa, chiếc lá... đều được chú ý chăm chút tỉ mỉ để mỗi du khách đến đây đều cảm nhận sự ấm cúng, thân thuộc, bình an như một nơi trở về yên ấm và thanh thản. Và chắc chắn, khi rời khỏi nơi này, bạn sẽ nhớ về Bình An như là ngôi nhà thứ 2 của mình.

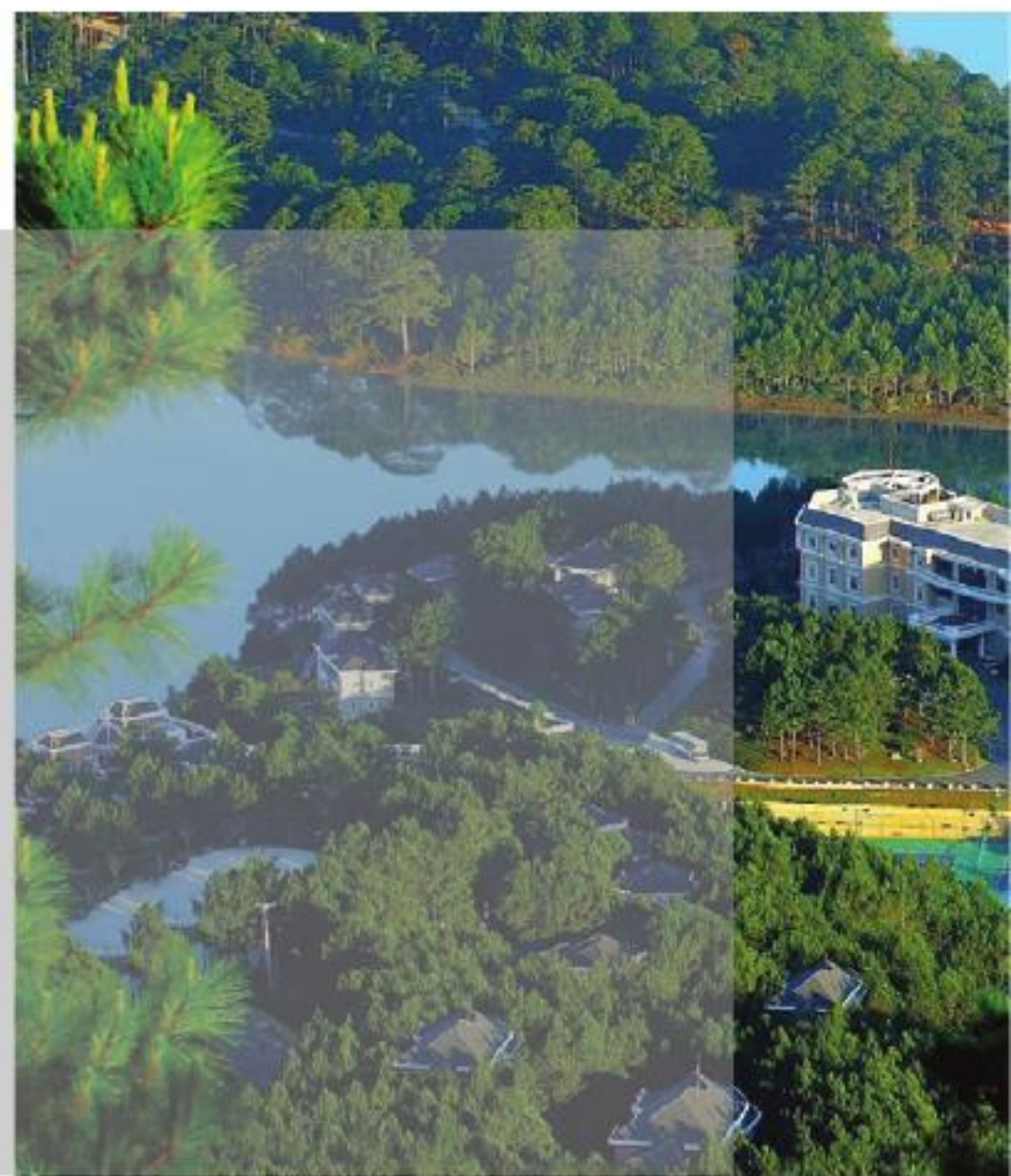
ANAMANDARA VILLAS ĐÀ LẠT RESORT & SPA

Ana Mandara Villas Đà Lạt Resort & Spa với những buổi trời chiều hoàng hôn ấm áp mang đến cho bạn cảm giác dịu nhẹ, một chút gì đó thư thái, và một chút gì đó bình yên. Không đơn giản là một nơi cho bạn nghỉ ngơi mà là một resort để bạn có thể thả hồn mình vào một giấc mơ yên bình, là một thiên đường để bạn nghỉ dưỡng. Ana Mandara Villas Đà Lạt Resort & Spa với khuôn viên rộng 14ha, gồm 17 căn biệt thự, với 72 phòng nghỉ. Mỗi căn biệt thự có từ 3 đến 6 phòng đầy đủ tiện nghi. Mỗi căn biệt thự đều có nhà bếp riêng nhằm phục vụ bữa sáng cũng như tiệc theo yêu cầu của bạn. Ngoài ra, bạn cũng có thể thưởng thức các món ăn đặc trưng Âu, Á hoặc Việt Nam tại nhà hàng Le Petit Dalat, ghé thăm quầy bar và hầm rượu với kiến trúc đặc biệt phục vụ rất nhiều loại rượu nổi tiếng hoặc nhâm nhi ly trà, cà phê với các loại bánh ngọt tại Courtyard. Bạn hãy thử một lần trải nghiệm dịch vụ spa tại Ana Mandara Villas Đà Lạt Resort & Spa. Với đội ngũ nhân viên giàu kinh nghiệm, thân thiện mến khách. Ana Mandara Villas Đà Lạt Resort & Spa sẽ mang lại cho bạn những phút giây thư giãn tuyệt vời.



DALAT EDENSEE LAKE RESORT & SPA

Dalat Edensee Lake Resort & Spa tọa lạc trên Hồ Tuyền Lâm thơ mộng - một trong những khu du lịch nổi tiếng của thành phố Đà Lạt. Nằm cách trung tâm thành phố 12km, Dalat Edensee dễ dàng tiếp cận các khu vực khác trong thành phố nhờ có đường xá thuận lợi về mọi mặt. Với tầm nhìn bao quát ra các khu rừng và hồ nước, Dalat Edensee cung cấp chỗ ở 5 sao sang trọng với wi-fi miễn phí và bể sục riêng. Tại đây có các sân golf mô phỏng, rạp chiếu phim và phòng hút xì gà. Với ban công riêng có tầm nhìn đẹp mắt, các phòng nghỉ trang nhã được trang bị TV màn hình phẳng và ghế bành thoải mái. Khi lưu trú tại đây, bạn sẽ có cảm giác như đang ở thiên đường nghỉ dưỡng với những điểm khác lạ đặc biệt so với những khu vực khác trong thành phố. Với 112 phòng đầy đủ tiện nghi đạt tiêu chuẩn 5 sao như tủ lạnh, tắm bồn, tắm hơi vòi hoa sen riêng, phòng xông hơi thuốc lá, máy pha trà, cafe, câu lạc bộ trẻ em, sân tennis, bể bơi (trẻ em) bể sục... Dalat Edensee sẽ giúp bạn hoàn toàn thoải mái sau một ngày bận rộn. Ngoài ra, bạn có thể thưởng thức nhiều món ăn Việt Nam, châu Á và Quốc tế tại nhà hàng của khu nghỉ.



DALAT PALACE

Dalat Palace tọa lạc tại 12 Trần Phú một trong những con đường đẹp nhất thành phố Ngàn Hoa. Dalat Palace được các kiến trúc sư người Pháp thiết kế và xây dựng năm 1916, năm 1922 với tên gọi Lang Biang Place; sau đổi tên thành Dalat Palace, được xem là một công trình kiến trúc tiêu biểu của Đà Lạt. Với khuôn viên rộng 40.000m² được bao bọc bởi những thảm cỏ, vườn hoa và rừng thông xanh đẹp, từ Dalat Palace chỉ mất khoảng 5 phút để du khách thả bộ dọc những con dốc uốn lượn trong bầu không khí se lạnh của Đà Lạt và thưởng thức phong cảnh thi vị của Hồ Xuân Hương khi tiến vào trung tâm thành phố. Từ khách sạn, bạn có thể dễ dàng di chuyển đến các địa điểm du lịch Đà Lạt cũng như khu mua sắm mà không mất nhiều thời gian. Không những vậy, Dalat Palace có đầy đủ các tiện nghi hiện đại như wifi, nhà hàng, quán bar, phòng tập thể dục, spa, bãi đậu xe rộng rãi cùng các dịch vụ tiện nghi khác như đặt vé máy bay, đổi tiền tệ... giúp bạn thoải mái như ở chính ngôi nhà của mình. Đặc biệt, khách sạn với 38 phòng và 5 căn hộ theo phong cách Pháp mang lại cho bạn cảm giác như mình đang du lịch châu Âu khi vừa uống coffee tại phòng, vừa ngắm nhìn khung cảnh huyền ảo mờ sương, và vừa tận hưởng sự ấm áp với hệ thống sưởi riêng được lắp đặt tại từng phòng. Hãy đến và trải nghiệm một khung cảnh lãng mạn thật châu Âu tại Dalat Palace.

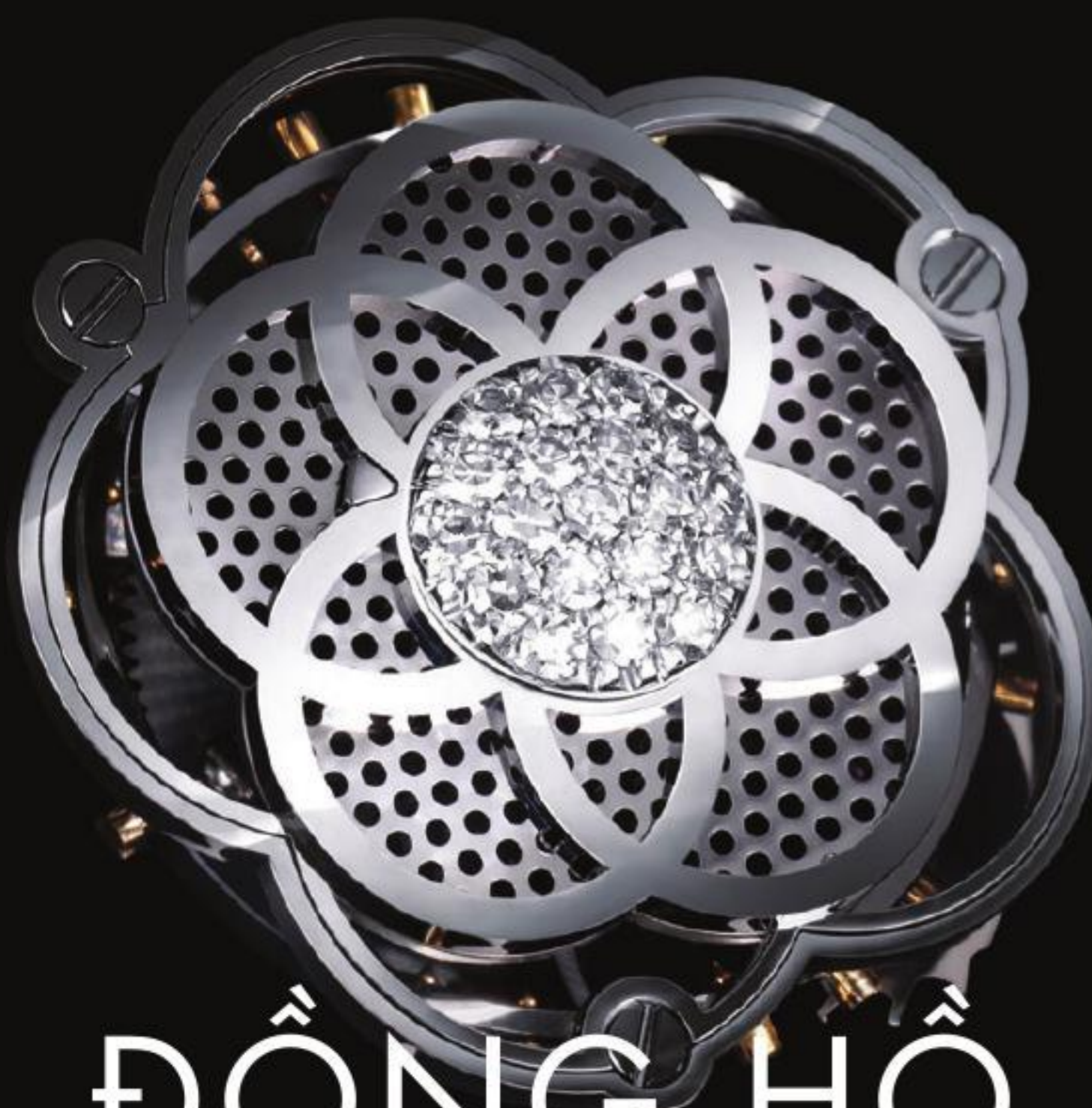


Bạn đã gõ chữ Đà Lạt vào trang
www.airbnb.com chưa?



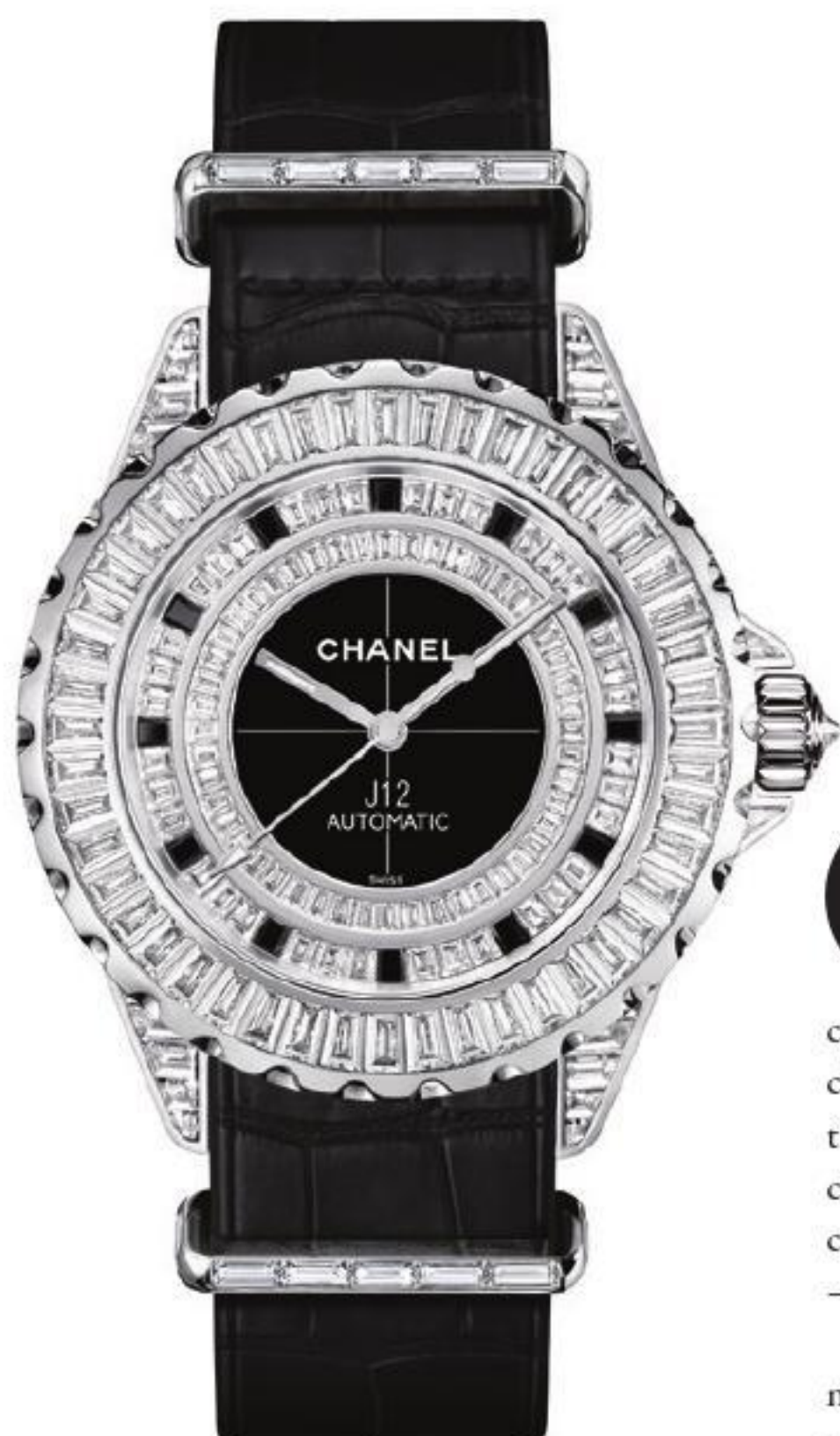
SACOM TUYỀN LÂM GOLF CLUB & RESORT

Nằm cách trung tâm thành phố Đà Lạt 10km, Sacom Tuyền Lâm Golf Club & Resort là khu nghỉ dưỡng kết hợp hài hòa giữa không gian tươi xanh của thiên nhiên và sự tiện nghi hiện đại của những công trình nhân tạo. Khu nghỉ được thiết kế nhằm mang đến cho du khách một khung cảnh độc đáo với hai không gian khác biệt, bao gồm: Phân khu chức năng số 7 là một bán đảo nằm giữa hồ, ở vị trí trung tâm của toàn khu du lịch Hồ Tuyền Lâm, tách biệt với các khu vực còn lại. Khu nghỉ Sacom có 125 căn biệt thự bán đảo hướng mặt ra hồ, lưng tựa vào núi, 45 căn biệt thự khu vực bến du thuyền. Ngoài ra, resort còn có thêm một tổ hợp hội nghị hội thảo, vui chơi, giải trí, thể thao cao cấp phục vụ không những cho khách nghỉ dưỡng tại khu du lịch mà còn cho khách du lịch bên ngoài đến tham quan. Phân khu chức năng 8 nằm ở phía Đông của khu du lịch Hồ Tuyền Lâm được bao bọc bởi những đồi dốc và những cánh rừng thông nguyên sinh, sân Golf 18 lỗ, nhà câu lạc bộ golf, khu khách sạn. Trên con đường uốn lượn theo triền đồi dẫn đến CLB, đứng ở bất kì đâu bạn cũng cảm nhận được một quần thể công trình cao cấp giữa đồi núi tự nhiên trong lành.



ĐỒNG HỒ NỮ GIỚI

Những chiếc đồng hồ nữ giới tiếp tục làm mưa,
làm gió trên thị trường đồng hồ cao cấp!



Chanel từng nổi tiếng với chiếc váy đen nhỏ LBD hoặc những chiếc túi có kiểu may chần tạo họa tiết hình quả trám. Nhưng Chanel giờ còn nổi tiếng với những mẫu đồng hồ từ J12 tới những mẫu đồng hồ cao cấp có giá từ vài chục ngàn thậm chí tới cả trăm ngàn đô. Khác với những dòng sản phẩm khác của các thương hiệu thời trang khác, J12 hoàn toàn không phải một mẫu đồng hồ plastic, được cho ra đời với mục đích để bán cùng với những lọ nước hoa của thương hiệu trong các trung tâm mua sắm. Thay vào đó, đồng hồ có giá tối thiểu trên 1000 bảng. Đồng hồ không những chỉ được sản xuất trong xưởng chuyên dụng của hãng ở trung tâm La Chaux-de-Fonds mà còn được tạo ra từ chất liệu mà tới thời điểm đó chỉ có duy nhất một thương hiệu Thụy Sĩ – Rado của tập đoàn Swatch Group – có thể làm chủ: Sứ cao cấp.

Sự thay đổi mẫu đồng hồ này kéo dài tới 07 năm. Cần phải tìm ra một chất liệu thỏa mãn yêu cầu khắt khe của Helleu về một thiết kế đồng hồ đen óng. Quan trọng hơn nữa là chất liệu này không được phép dễ dàng nứt, gãy như những chất liệu mạ vật lý bóc hơi bám trụ bề mặt PVD. Sau khi cậy nhờ chuyên môn của một nhà thiết kế cầu và nghiên cứu bề mặt má phanh máy bay chiến đấu, Helleu đã cho ra đời chiếc vỏ đồng hồ bằng sứ của riêng ông. Helleu, vào năm 2006 – trước ngày ông mất khoảng 01 năm – chia sẻ: “Một vài người ở bộ phận kinh doanh ban đầu đã nói với tôi rằng đó sẽ là một sản phẩm không thể bán, rằng đó sẽ là một quyết định sai lầm lớn và tôi không nên làm điều đó. Những người đó giờ không còn ở đây với chúng tôi nữa.” Hẳn nhiên, thuyết phục đồng nghiệp của ông để chỉ sản xuất một mẫu đồng hồ hoành tráng thay vì một danh sách các mẫu đồng hồ khác nhau mới chỉ là một nửa của cuộc chiến. Helleu, sau đó, phải thuyết phục đồng nghiệp của mình thừa nhận sứ là một chất liệu xa xỉ. “Đó là một quyết định mạo hiểm,” Helleu nói.

Helleu quả thực đã bỏ tất cả trứng vào một giỏ khi “đặt cửa” tất tay vào J12 với hy vọng sẽ tạo ra một dòng sản phẩm hạt nhân cho Chanel – giống hệt như những điều mà LBD hay Chanel 2.55 đã làm được từ trước tới nay. Đây thực sự là một vụ đầu tư mạo hiểm sinh lời lớn bất chấp những lo lắng của cấp trên của ông. Với một thiết kế linh hoạt nhưng ổn định, từ một mẫu đồng hồ J12 ban đầu, nay chúng ta có thêm rất nhiều phiên bản mới, trong đó gồm cả các mẫu đồng hồ tourbillon và các mẫu Chromatic bằng chất liệu sứ được phát triển riêng bởi chính hãng.



Bronwyn Cosgrave – cựu biên tập viên chuyên thực hiện các bài viết đặc biệt về thời trang cho tờ Vogue, đồng thời cũng là một trong những chuyên gia về lịch sử của ngành thời trang – ghi nhận, Chanel đã đưa ra một bước đi mạo hiểm khi trở thành thương hiệu thời trang đầu tiên của Pháp sở hữu một mẫu đồng hồ “Swiss Made”. “Mang tới cho J12 một phong cách unisex cũng là một bước đi rất thông minh vì Chanel không muốn tạo ra một thị trường dành riêng cho đàn ông ngoài thị trường nước hoa.” Cosgrave tiếp tục. “Bởi vậy, đây chính là một phép thử đối với thị trường dành cho nam giới. Với sự thành công của J12, tôi tin rằng việc Chanel giới thiệu một bộ sưu tập thời trang may sẵn dành cho nam giới chỉ còn là vấn đề của thời gian.”

“Nhưng điều rất nhiều người không nhận ra là những chiếc đồng hồ này là một dạng kết hợp giữa thời trang và trang sức của các nhà thời trang cao cấp. Xu hướng hiện nay của các nhà thời trang cao cấp là sử dụng đồng hồ như một cây cầu để đưa các khách hàng chuyên mua đồ may sẵn của họ tới với các bộ sưu tập nữ trang quý hiếm.” Kể từ khi J12 được ra mắt, gần như bất kỳ nhà thời trang nào cũng hoặc nhắm nhe hoặc nhảy ngay vào thị trường đồng hồ, mặc dù ở những mức độ khác nhau. Bạn thậm chí sẽ thấy đồng hồ Fendi với những túm lông đặc trưng. Và tuyệt vời hơn là mẫu đồng hồ này đang xuất hiện ở Hà Nội, qua hệ thống phân phối Miluxe.

Trước sự ngạc nhiên của không ít người, bao gồm cả những nhà chế tác đồng hồ danh tiếng, một vài mẫu đồng hồ xuất sắc đã xuất hiện từ chính các thương hiệu thời trang và chế tác đồ da thuộc. Đó là Tambour của Louis Vuitton, Britain của Burberry. Ngoài ra cũng không thể không kể đến những mẫu đồng hồ của Dior hay đặc biệt nhất là những mẫu đồng hồ của Hermès. Thay vì tập trung vào một dòng sản phẩm hạt nhân như Chanel, Dior lại giới thiệu những mẫu đồng hồ khác nhau được thiết kế bởi những nhà thiết kế hàng đầu. Đó là John Galliano, tác giả của dòng sản phẩm “Christal” với ý tưởng lớp vỏ của đồng hồ sáng



bóng và lung linh như sapphire. Dòng sản phẩm này hiện nay đã phát triển và cho ra đời dòng sản phẩm “VIII”. Đó là Hedi Slimane. Những chiếc đồng hồ Chiffre Rouge của Hedi hiện vẫn là biểu tượng cho những thiết kế thời trang phong cách Dior Homme mà Hedi lấy cảm hứng từ ban nhạc Lounge Lizard (phong cách này hiện có thể thấy ở YSL.) Cuối cùng là Victoire de Castellane với những mẫu đồng hồ đầy màu sắc vui nhộn và hứng khởi “La D”.

Những chiếc đồng hồ “La D” có mặt số được tạo thành từ đá bán quý hardstone với phong cách được lấy cảm hứng từ những năm 1970. Valérie Lachaux, CEO của bộ phận Dior Watches ghi nhận, đây là việc đưa ra một lựa chọn mới nhưng ở mức độ cao nhất. “Mặc dù việc sử dụng những nhà thiết kế khác nhau để thiết kế những mẫu đồng hồ khác nhau là chủ ý của chúng tôi nhưng chính sự cách tân, đổi mới mới là tác nhân thúc đẩy những thay đổi này. Nó đã trở thành một yếu tố quan trọng trong sự thành công ở thị trường đồng hồ thời trang, đặc biệt khi xét đến các chất liệu được sử dụng. Một ví dụ điển hình là việc sử dụng tinh thể sapphire với kiểu cắt pyramid trong bộ sưu tập Christal.” “Sau cùng, đồng hồ không còn được tạo ra chỉ để thông báo giờ!” Valérie Lachaux, CEO của bộ phận Dior Watches tiếp tục khẳng định.

Các thương hiệu đồng hồ Thụy Sĩ về cơ bản thường tập trung vào các cơ chế hoạt động bên trong. Trong khi đó, các thương hiệu thời trang lại tập trung vào thiết kế bên ngoài. Sự thành công của các thương hiệu thời trang khiến cho các thương hiệu đồng hồ Thụy Sĩ hiện nay đang phải có những cái nhìn mới về thiết kế. Đó chính là lý do tại sao bạn có thể thấy có một sự nâng cấp và cải thiện đáng kể của các thương hiệu đồng hồ trong việc thiết kế và thực hiện mặt số và vỏ máy. Và nhờ vậy, phụ nữ khi mua đồng hồ sẽ không phải mua một chiếc đồng hồ mà thoát trông người ta đã phát hiện đây là một chiếc đồng hồ của nam giới. Toàn bộ những khác biệt giữa một chiếc đồng hồ dành cho nữ và một chiếc đồng hồ dành nam cũng không chỉ còn là: Nhỏ hơn; được đính kim cương và có quá nhiều màu hồng.



Premier Glacier

Premier Glacier của Harry Winston càng là một sự xa xỉ khi đồng hồ vẫn được thực hiện theo phong cách full-diamond. Tuy nhiên, phần mặt số của đồng hồ lại được thực hiện theo cách rất ngẫu hứng nhưng đầy chủ ý để tạo hình thành vô vàn bông tuyết. Chính sự “ngẫu hứng đầy chủ ý” trong cách sắp xếp các viên kim cương này là một thách thức vô cùng lớn, nó đòi hỏi phải được tính toán vô cùng chính xác (với sai số chỉ là 1/100mm). Một thách thức nữa là những viên kim cương khi khảm nạm cạnh nhau cần tuyệt đối không được hở hoặc lộ kim loại phía dưới. Được biết, một người thợ 17 năm kinh nghiệm của nhà Harry Winston mỗi ngày cũng chỉ có thể khảm 5-7 viên kim cương. Mẫu đồng hồ này chỉ có 05 chiếc và mỗi chiếc được khảm 497 viên kim cương với tổng trọng lượng lên tới 30,59 carat.



Breguet Reine de Naples Princesse

Mẫu đồng hồ có thiết kế hình quả trứng, Reine de Naples Princesse này đã phá bỏ hoàn toàn các quy tắc thiết kế truyền thống của Breguet, mang tới cho giới mộ điệu những ngạc nhiên thú vị. Là mẫu thiết kế mới nhất cho dòng sản phẩm Reine de Naples, đồng hồ có giá \$27.200 và một thiết kế vô cùng quyến rũ. Khác với những mẫu đồng hồ mang phong cách sang trọng, có thiết kế cầu kỳ lấy cảm hứng từ di sản thương hiệu trước đó, Reine de Naples Princesse mang phong cách thanh lịch đầy phá cách, cho phép nó trở thành phụ kiện hoàn hảo để kết hợp với đồ jeans. Tinh thần phá cách này hiện rõ trong cách hăng chơi với các cọc số 12 và 06, cùng kiểu hoạ tiết guilloche độc đáo, phi truyền thống. Được biết, hoạ tiết guilloche này là kết quả thử nghiệm của bộ phận chính máy của thương hiệu. Mẫu đồng hồ không quá xa rời gout thẩm mỹ tinh tế của Breguet, đảm bảo nó không chỉ là một chiếc đồng hồ cho các sự kiện phổ thông mà còn là một chiếc đồng hồ của các sự kiện quan trọng.



Crazy Carat

MỘT MẪU ĐỒNG HỒ HOÀN HẢO DÀNH CHO NHỮNG
NGƯỜI PHỤ NỮ HOÀN HẢO. BLINK!

Mẫu đồng hồ Crazy Carat (trong hình) này là một trong những sáng tạo vô cùng thú vị của Fendi. Núm vặn ở cọc chỉ giờ số 04 cho phép đồng hồ có thể thay đổi hoàn toàn mặt số bằng cách chuyển đổi những loại đá quý đang được dùng để trang điểm 12 cọc số. Riêng cọc chỉ giờ số 12 luôn được cố định trong khi các cọc số khác có thể thay đổi bằng một cơ chế đặc biệt của riêng Fendi. Một chiếc đồng hồ Crazy Carat của Fendi có 03 lựa chọn mặt số. Được biết, cũng với một chiếc đồng hồ Crazy Carat khách hàng hoàn toàn có thể lựa chọn những kiểu cọc số khác nhau qua những loại đá quý khác nhau. Bởi vậy hoàn toàn không ngoa khi nói không có giới hạn giá cho một chiếc đồng hồ crazy carat. Bên cạnh đó, với phiên bản mới, những chiếc đồng hồ Crazy Carat của Fendi được kết hợp với lông thú cao cấp nên còn có giá cao hơn nữa.

EBEL WAVE

NGƯỜI TÌNH CỦA NƯỚC MỸ



Mẫu đồng hồ Ebel Wave này ra đời năm 1978 và nhanh chóng trở thành một hiện tượng phong cách của nước Mỹ khi xuất hiện trên bộ phim Miami Vice. Thiết kế dây sóng, điểm vàng đảm bảo cho đồng hồ một phong cách lịch lãm, sang trọng nhưng vẫn casual. Đây có thể nói là một trong những mẫu đồng hồ hoàn hảo cho những người đàn ông năng động và sành điệu. Đồng hồ chạy máy Automatic Swiss Movement, có mức dự trữ năng lượng 38 giờ, 25 chân kính, tần số dao động 28.800 vph.

HUBLOT MP-05

“LAFERRARI” HUBLOT



Được giới thiệu vào năm 2013 nhưng cho tới nay, mẫu đồng hồ 11 ổ cốt này vẫn là một trong những thách thức của toàn ngành về khả năng dự trữ năng lượng. Với thời gian dự trữ năng lượng lên tới 50 ngày, mẫu đồng hồ được thiết kế để trở thành sản phẩm đồng hành với những chiếc LaFerrari và có cảm hứng đến từ chính mẫu siêu xe này. Để giải quyết thách thức về khả năng dự trữ năng lượng, Hublot đã thiết kế một hệ thống gồm 11 ổ cốt, và một «cây súng» chuyên dụng, để lên dây cốt cho đồng hồ. MP-05 «LaFerrari» có hai cylinder, trong đó cylinder bên trái cho biết mức năng lượng còn lại, cylinder bên phải cho biết thời gian.



CHRONOSWISS

ĐẲNG CẤP THỤY SỸ

*NHỮNG CHIẾC ĐỒNG HỒ CHRONOSWISS ĐANG LÀ
NHỮNG MÓN ĐỒ YÊU THÍCH CỦA GIỚI MỘ ĐIỆU!*

Chronoswiss là hãng đồng hồ Thụy Sĩ cao cấp với trụ sở đặt tại địa danh Lucerne nổi tiếng, được biết đến như một thương hiệu đạt tiêu chuẩn cao nhất về chất lượng, uy tín vững bền và mang tinh hoa giá trị Thụy Sĩ truyền thống.

Chronoswiss là một trong những hãng đồng hồ thành công hiếm thấy của Thụy Sĩ với các bộ sưu tập hoàn toàn là đồng hồ cơ và có thể tự sản xuất phần máy cho đồng hồ của mình. Công nghệ chế tác đồng hồ trăm năm tuổi, sử dụng vật liệu truyền thống cao cấp được tinh lọc hết sức cẩn trọng, mỗi tác phẩm hoàn thiện cần phải trải qua ít nhất 60 công đoạn với các yêu cầu vô cùng khắt khe. Vì vậy, mỗi sản phẩm của Chronoswiss đều là độc nhất, không có chiếc thứ 2 giống hệt.

Vẻ đẹp vô giá của thương hiệu Chronoswiss bắt đầu từ nghệ thuật khắc tạo hình Guilloche, kỹ nghệ tráng men tạo màu độc đáo và thuật tạo tác đồng hồ khung xương đỉnh cao.

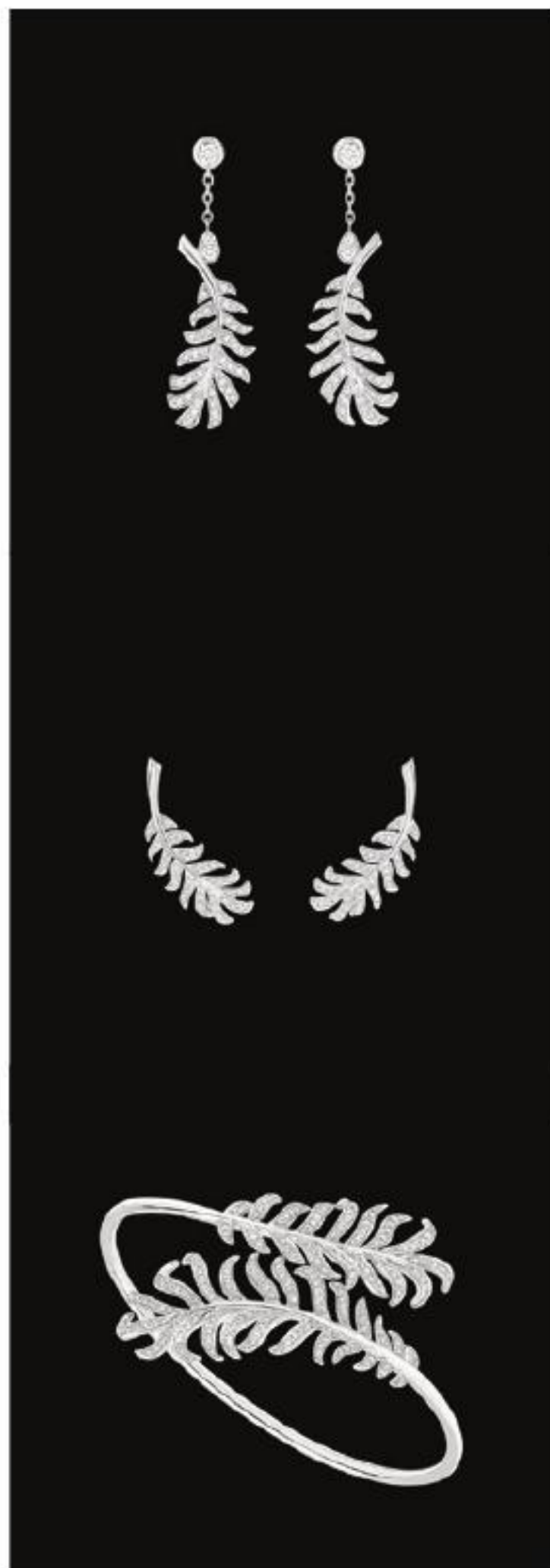
Guilloche là nghệ thuật tạo hình đỉnh cao cầu kỳ trên kim loại, dựa trên các thuật tạo hình thủ công hoàng gia ở châu Âu từ thế kỷ 16 dành cho các tác phẩm trang trí của tầng lớp quý tộc. Chỉ với đôi bàn tay của mình, các nghệ nhân tạo ra các đường khắc tinh xảo chỉ mỏng bằng một phần mười milimet trên các bề mặt bé xíu của mặt số và trong phần máy.

Sau 12 công đoạn làm sạch, loại bỏ hết tạp chất, bề

mặt của chiếc đồng hồ được phủ men nhiều lớp qua tối thiểu 7 lượt nung để bột thủy tinh tan chảy vào kim loại dưới nhiệt độ cao, đạt tới màu sắc và sự sáng bóng hoàn hảo. Quá trình đòi hỏi sự tập trung cao độ bởi khi các sản phẩm bị sai sót dù là nhỏ nhất đều không thể điều chỉnh hay tái sử dụng. Vẻ đẹp của các sắc màu, sự rạng rỡ và sáng bóng của lớp men tạo nên giá trị nghệ thuật bền vững và vô giá cho tác phẩm.

Bắt đầu xuất hiện từ thế kỷ 18, những chiếc đồng hồ khung xương đã mê hoặc biết bao thế hệ trong hơn 300 năm qua. Đầu tiên, thợ đồng hồ phác thảo các đường nét sơ bộ lên các vật liệu chỉ với một cây kim. Sau một số công đoạn khoan cắt tỉ mỉ, các chi tiết thừa bị loại bỏ bằng một chiếc cưa tay chuyên dụng, đảm bảo các cạnh được vát 45 độ trong khi các bề mặt được giữ mịn bóng loáng. Các họa tiết được khắc bằng tay và công đoạn tạo hình Guilloche được áp dụng cho hầu hết các bề mặt. Phần kim và các ốc vít được tôi luyện để đạt tới màu xanh biếc đẹp mắt. Hàng trăm chi tiết rời tinh xảo được gọt giũa cẩn thận, ráp nối với nhau chính xác vừa khít đảm bảo các chuyển động cơ học trong bộ máy đều được nhìn thấy rõ ràng.

Các bộ sưu tập Chronoswiss độc đáo mang tinh hoa của thuật chế tạo đồng hồ đỉnh cao của Thụy Sĩ đã có mặt tại Việt Nam, được giới thiệu và trưng bày tại Galle Watch 25 Hàng Khay, Q. Hoàn Kiếm, Hà Nội từ tháng 10 năm 2015.



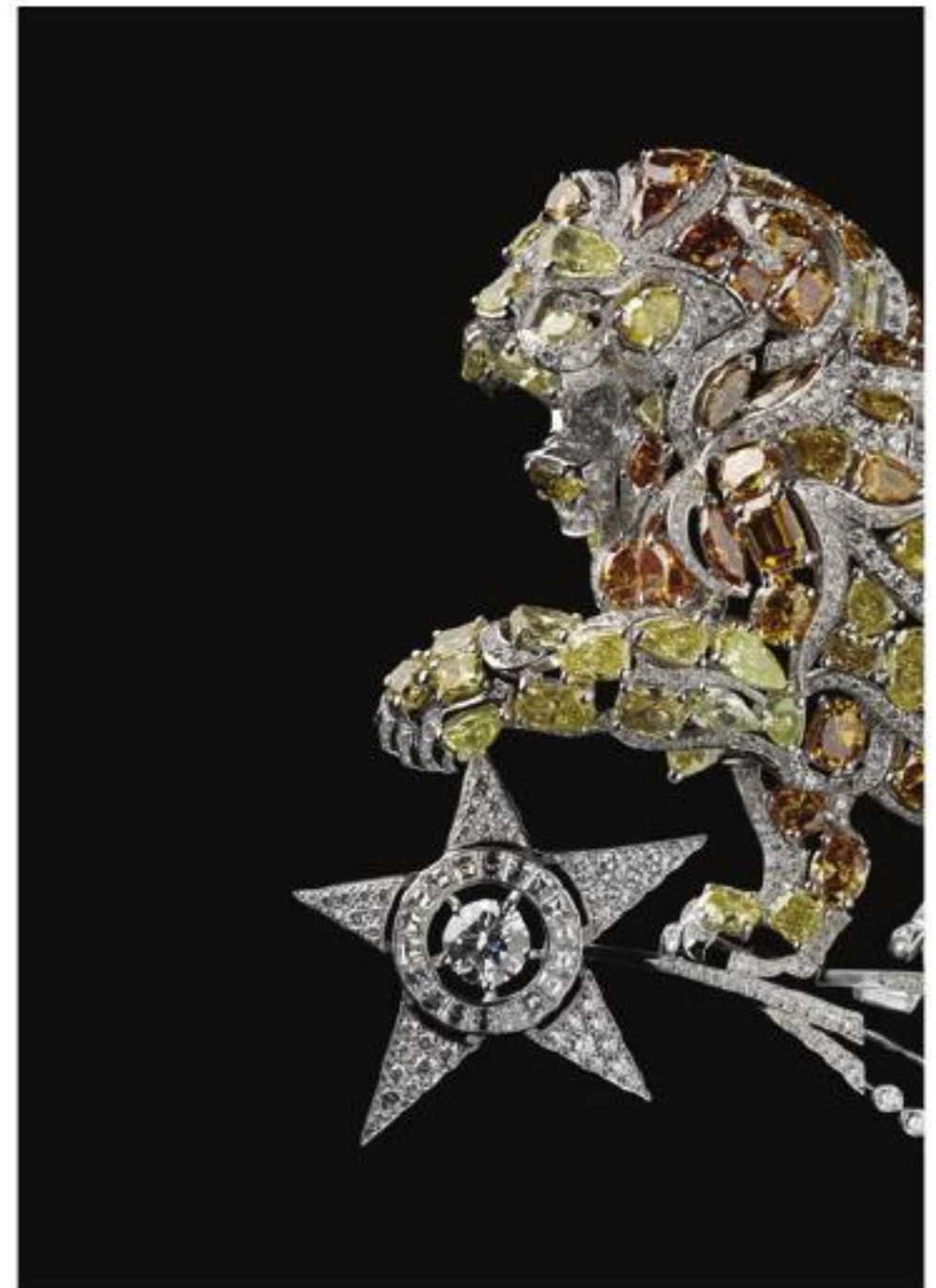
TRANG SỨC CỦA CHANEL

Thế giới thêm một lần nữa có lý do để tôn vinh và kính phục người đàn bà đẹp Coco Chanel và di sản lớn nhất của bà thương hiệu Chanel!

Dòng sản phẩm trang sức của nhà Chanel đã có lịch sử bắt đầu từ năm 1932 với bộ sưu tập kim cương Comet nổi tiếng của Coco. Khi thương hiệu được hồi sinh bởi Karl Lagerfeld vào năm 1983, nhà Chanel đã tập trung vào việc giới thiệu những sản phẩm trang sức thời trang (costume jewellery – đây là những mẫu trang sức không đắt và không quý hiếm). Tuy nhiên, phải sau 10 năm kể từ ngày ngài Karl tới với Chanel, trang sức cao cấp mới được hăng ra mắt lại. Lúc này đây cũng là thời điểm mà những nhà giàu mới đang trông chờ và háo hức sở hữu những món trang sức mới. Các bộ sưu tập của Chanel kể từ đó luôn được xây dựng dựa trên các biểu tượng của nhà thời trang như bông hoa trà (camellia) hoặc chiếc nơ. Trong số các mẫu trang sức được giới thiệu trong 20 năm trở lại đây, đặc biệt nhất phải kể đến 80 món trang sức có giá từ 11.000 euro tới 5 triệu euro. 80 món trang sức này nằm trong bộ sưu tập có tên gọi chung là The 1932 Collection.

Đúng như tên gọi The 1932 Collection, bộ sưu tập trang sức cao cấp được Chanel giới thiệu năm ngoái là những hình ảnh gợi nhắc về bộ sưu tập đầu tiên khi có cảm hứng xuất phát từ những nguyên mẫu trong bộ sưu tập này. Các mẫu thiết kế trong The 1932 Collection là sự diễn giải mới hơn, hiện đại hơn nhưng vẫn được trang trí bởi những ngôi sao, những ngôi sao chổi được khảm nạm kim cương. Trong các mẫu thiết kế, những thiết kế ẩn tượng là một vương miện được trang trí bởi ba ngôi sao, một chiếc vòng cổ hình sao chổi, một đồng hồ được trang trí bởi những ngôi sao, một chiếc vòng đeo tay cũng với chủ đề này. Đặc biệt, Chanel đã đưa thêm vào bộ sưu tập một chủ đề mới đó là chòm sao Sư Tử với những thiết kế vô cùng đặc biệt như hình con sư tử được chạm khắc bằng đá pha lê đang chơi đùa với một viên kim cương vàng với kích thước đầy ẩn tượng.







BVLGARI ITALIAN GARDEN

Bộ sưu tập nữ trang BVLGARI Italian Garden lấy cảm hứng từ nghệ thuật làm vườn mang đậm phong cách Ý là những kiệt tác của trí tưởng tượng bay bổng và kỹ thuật chế tác đỉnh cao.

Có thể nói, thời kỳ Phục Hưng chứng kiến sự lên ngôi của nghệ thuật làm vườn. Đây là khoảng thời gian khi kiến trúc sư, họa sĩ và nhà điêu khắc tái hiện văn hóa cổ xưa giúp thay đổi quan niệm, quy chuẩn về cái đẹp. Trong khuôn viên những căn biệt thự và villa của giới quý tộc, những khu vườn là nơi giao hòa của thiên nhiên và nghệ thuật.

HIDDEN TREASURES

Lấy cảm hứng từ nghệ thuật làm vườn đỉnh cao của Ý, nhãn hiệu trang sức và đồng hồ BVLGARI đã mang đến bộ sưu tập Italian Garden với dấu ấn thiên nhiên và yếu tố nghệ thuật được truyền tải qua những viên đá quý và kỹ thuật chế tác tinh xảo. Vẻ đẹp đầy mê hoặc của bức tường cây xanh trong khu vườn thượng uyển truyền cảm hứng đến những người thợ chế tác kim hoàn bậc thầy tạo nên những đôi hoa tai bằng ngọc lục bảo từ vùng đất Zambia. Mỗi chiếc hoa tai gồm 2 viên đá đính với nhau bằng kim cương cắt tròn (brilliant cut) (2ct). Quy trình chế tác đòi hỏi trình độ kỹ thuật điêu luyện. Bốn viên đá nặng 143,1ct được người thợ kim hoàn cắt từ viên đá lớn 400ct nguyên bản. Góc cắt khác biệt giúp bề mặt đá sáng hơn cùng chi tiết ổ (claw) có nạm kim cương (8,40ct) ôm lấy những viên ngọc lục bảo tạo vẻ đẹp sang trọng nổi bật.



BLUE IRIDESCENT

Những mẫu vòng cổ Blue Iridescent được lấy cảm hứng từ những dải hoa leo trong hang động La Mã vào thế kỷ 16 và được tái hiện lại bởi họa sĩ Raphael. Những viên đá sapphire trong mẫu vòng cổ này có xuất xứ từ nhiều vùng đất khác nhau trên thế giới và phải trải qua quá trình tuyển chọn khắt khe bởi người thợ kim hoàn để đảm bảo đáp ứng tiêu chuẩn hoàn hảo. Bề mặt đá sapphire ánh lên vẻ đẹp lấp lánh, màu sắc khơi gợi cảm xúc và đẹp lộng lẫy trong những bữa tiệc tối. Những viên đá sapphire màu xanh được sắp xếp xen kẽ cùng với những viên đá spinel màu hồng (81,13 ct) và những viên kim cương tằm (24,75ct). Sự phối kết hợp màu sắc nóng - lạnh khác nhau tạo nên những âm hưởng nhịp nhàng như "lay động" thị giác khi nhìn ngắm.



SPARKLING HEARTS

Với thiết kế gợi nhớ hình ảnh những luống hoa trong khu vườn thượng uyển tại Ý, thiết kế vòng cổ Sparkling Hearts mang vẻ đẹp lãng mạn trên nền thiết kế mang hơi hướng Phục Hưng. Những người thợ chế tác của BVLGARI khéo léo sử dụng những đường cong lãng mạn kết hợp cùng đường nét kiến trúc hình khối một cách hài hòa để tạo nên tuyệt tác vòng cổ này. Tượng trưng cho tình yêu lứa đôi, mô típ hình trái tim trên bề mặt dây đeo được nạm những viên đá kim cương cắt tròn gắn liền với tên tuổi của nhà chế tác BVLGARI. Thiết kế phần dây chuyển nổi bật, được chế tác rất tinh xảo gợi đến hình ảnh suối nước tượng trưng cho dòng chảy và cả những bông hoa nở hai bên bờ.



WATER SYMPHONY

Lấy cảm hứng từ “vũ điệu” từ các đài phun nước ở Ý, những mẫu vòng cổ Water Symphony được ví như một bản nhạc hòa tấu nhịp nhàng. Bên trên mặt dây nổi bật với viên đá sapphire chính tâm có trọng lượng nguyên bản 53ct và được những nghệ nhân kim hoàn chế tác cực kỳ khéo léo, tính toán rất kỹ càng để giúp ánh sáng tự nhiên lọt qua làm nổi bật lên sắc xanh da trời nguyên thủy của đá. Toàn bộ phần dây đeo được nạm kim cương cắt tinh xảo (brilliant cut) và ngọc trai trên chi tiết dải ruy băng đan xen kẽ nhau một cách mềm mại với tổng trọng lượng khoảng 38,73 ct. Những mẫu vòng đeo cổ Water Symphony có thể được sử dụng như ghim cài áo (brooch) hoặc dây chuyền đeo cổ.

SPRING ENCOUNTER

Thiết kế Spring Encounter dựa trên mẫu vòng cổ nguyên bản được BVLGARI trình làng vào năm 1969 với kiểu dáng thể hiện ý niệm lưu dấu thời khắc thức tỉnh của thiên nhiên sau giấc ngủ đông, giống như bức tranh “Allegory of Spring” của họa sĩ Sandro Botticelli. Mẫu vòng cổ Spring Encounter được chế tác từ vàng hồng, vàng trắng và kim cương. Kỹ thuật chế tác đỉnh cao được thể hiện qua chi tiết 16 viên kim cương cỡ vừa và lớn ở vị trí nhị hoa được bố trí xung quanh vòng cổ. Chi tiết những cánh hoa mỏng manh nạm kim cương tằm rất tinh xảo. Không đơn thuần là một chiếc vòng đeo cổ thông thường, Spring Encounter giống như một tác phẩm nghệ thuật đỉnh cao qua bàn tay tài ba của người thợ chế tác tại nhà BVLGARI.



SECRET GARDEN

Mỗi khu vườn mang phong cách thời kỳ Phục Hưng tại Ý đều ẩn chứa một không gian bí mật nơi vẻ đẹp của những cánh hoa đang nở và tâm hồn của người đang yêu, tất cả hòa quyện cùng nhau tạo nên một mạch cảm xúc không tưởng. Từng cung bậc cảm xúc được truyền tải qua đá rubellite màu hồng, tanzanite màu xanh, citrine màu cam, amethyst màu thạch anh tím, và aquamarine màu xanh biển. Kỹ thuật chế tác đỉnh cao của những người thợ ở nhà BVLGARI được thể hiện qua các chi tiết nhỏ, ví dụ như phần ổ ôm lấy những viên đá quý nhiều màu sắc. Ngoài ra, kỹ thuật cắt khéo léo giúp tạo những hình khối độc đáo trên form dáng tự nhiên của các viên đá quý gợi nhớ đến hình ảnh cỏ bốn lá, biểu tượng của sự may mắn.



SOIE DIOR

Được đặt tên theo các kỹ thuật thiết kế, những món đồ trang sức cao cấp của Dior (từ bộ sưu tập Soie Dior) mang một phong cách sành điệu và hoa lệ.

Với bộ sưu tập trang sức cao cấp Soie Dior này, thương hiệu của những chiếc váy may đo cao cấp một lần nữa cho thấy khả năng sáng tạo vô hạn của mình khi không ngần ngại đưa những cảm hứng từ các kỹ thuật may đo cao cấp Haute Couture vào trong những món đồ trang sức. Điểm thú vị hơn nữa là toàn bộ các thiết kế đã làm được điều giống như những chiếc váy: uốn lượn với các xếp nếp và toả sáng với những viên đá quý. Thậm chí những món trang sức đã tái hiện lại được cái chuyển động tinh tế tới mức vi diệu của những chiếc đầm, những đường uốn lượn của những ribbon (ruy băng) và cả sự thanh thoát của những chiếc đầm dạ hội. Những món trang sức được giới thiệu gồm có những chiếc nhẫn, những đôi khuyên tai, những chiếc vòng tay, vòng cổ



được khảm nạm kim cương và đá quý như đá sapphire, ngọc emerald và ruby. Một trong những món đồ sẽ dễ dàng đón tim các mệnh phụ là một chiếc vòng cổ bằng vàng trắng và vàng hồng 18k, được khảm kim cương trắng, vàng và cam được thực hiện với cảm hứng từ kỹ thuật thêu.

Cũng đáng để cập tới là một cặp khuyên tai trắng với những đường cong khảm nạm kim cương, đá sapphire hồng và ruby. Được biết món trang sức này được thực hiện với cảm hứng từ một kỹ thuật ráp chất liệu. Hay một chiếc nhẫn vàng ẩn tượng với những viên kim cương vàng, đá sapphire hồng thì được lấy cảm hứng từ những đường xếp nếp vốn nổi tiếng trong những chiếc đầm couture của Dior.





LAMBORGHINI MANSORY CARBONADO APERTOS

NẾU ĐỂ MỘT CHIẾC LAMBORGHINI TRỞ THÀNH MỘT SIÊU PHẨM HƠN NỮA,
VẬY THÌ CÁI TÊN CẦN ĐƯỢC VIẾT TỚI CHỈ CÓ THỂ LÀ MANSORY.



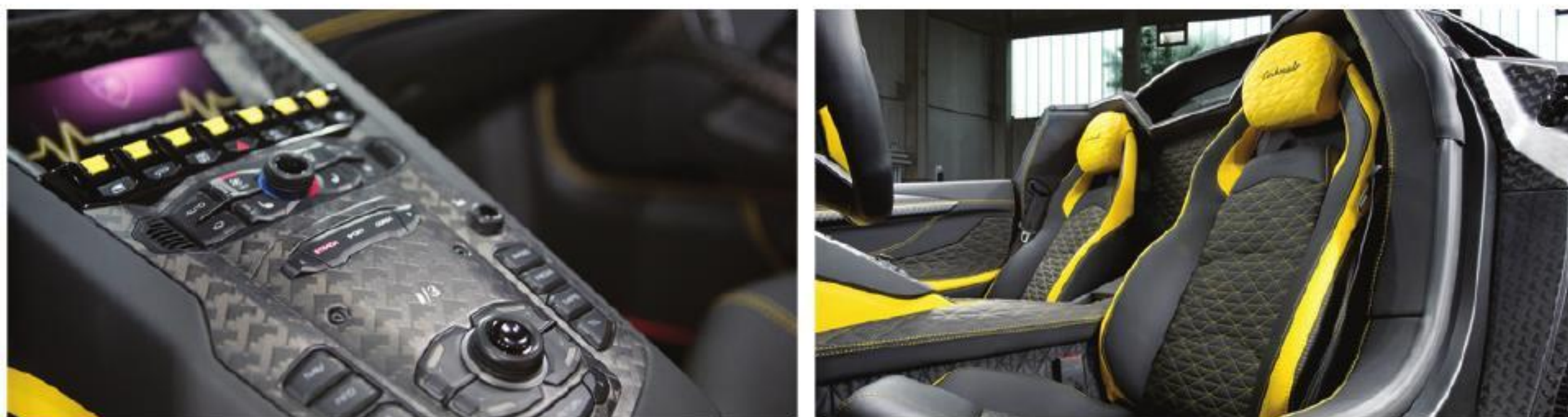
Sản phẩm độ Mansory Carbonado Apertos khiến siêu bò Aventador Roadster như lột xác hoàn toàn. Siêu xe mui trần của Lamborghini trở nên hầm hố và góc cạnh hơn rất nhiều lần, với một loạt chi tiết mới trên thân xe.

Vốn dĩ đã rất góc cạnh, bodykit mới do Mansory thiết kế càng khiến phong cách xe trở nên rõ nét hơn. Hốc gió trước được hăng độ xe sở một thế giới thiết kế lại. Hai bên sườn xe gân guốc. Nắp khoang hành lý phía trước bổ sung thêm các đường cắt ngay phía trên cụm đèn pha.

Các đường nét rất góc cạnh ở cản trước và hai bên sườn khiến bản độ Carbonado Apertos khác biệt so với bản độ Carbonado tiêu chuẩn. Điểm chung trên bộ bodykit này có lẽ là việc sử dụng hoàn toàn chất liệu sợi carbon.

Bộ bodykit mới của xe không chỉ mang đến diện mạo ấn tượng hơn cho Aventador Roadster. Tính khí động học và khả năng tản nhiệt cho động cơ cũng tốt hơn so với phiên bản tiêu chuẩn. Trong khi đó, phía đuôi xe cũng nhận được sự thay đổi về thiết





kế cản sau, trang bị thêm cánh gió sợi carbon. Vành xe kích thước 20 inch phía trước và 21 inch phía sau.

Ngoài những thay đổi ở ngoại thất, sản phẩm độ của Mansory cũng nhận được những thay đổi từ nội thất. Nhiều vị trí bên trong thân xe cũng sử dụng vật liệu carbon, kết hợp cùng da bọc cao cấp. Mansory phối màu vàng đen ở nội thất, chi tiết cũng mang màu vàng như nhiều vị trí khác.

Mặc dù vậy, vô lăng mang lại cảm giác hơi thiếu tinh tế, khi màu vàng được sử dụng quá nhiều, lẫn át màu sắc của da bọc và sợi carbon. Cụm điều khiển của Aventador Roadster cũng được ốp sợi carbon. Thiết kế các nút bấm được giữ nguyên.

Khối động cơ của Aventador Roadster tiêu chuẩn được nâng cấp với 2 tầng áp kép, nâng công suất lên mức 1.250 mã lực, giúp xe có thể tăng tốc 0-100 km/h trong 2,6 giây và có thể đạt vận tốc tối đa 380 km/h. Theo Mansory, pít-tông, trục khuỷu, thanh truyền... đều được thay thế mới. Hãng cũng thay đổi hệ thống xả nguyên gốc để đạt được sức mạnh như trên.



Porsche 911 (2017)





Cùng Hàng Hiệu tìm hiểu mẫu xe thể thao bản nâng cấp sức tinh chỉnh lại động cơ 3,8 lít V6 tăng công suất, ra mắt tại Detroit Motor Show 2016.

Có sẵn với 2 bản coupe và convertible, 911 Turbo và Turbo S bản nâng cấp 2017 dành riêng cho thị trường Mỹ, 911 Turbo và Turbo S 2016 cho những thị trường còn lại. Bản nâng cấp tập trung cải tiến động cơ 3,8l, bi-turbo V6 tăng công suất thêm 20 mã lực cho cả 2 bản Turbo và Turbo S, tương ứng 533 mã lực và 572 mã lực.

Theo Porsche, để tăng công suất thêm 20 mã lực, hãng xe Đức tinh chỉnh lại đầu xi-lanh, vòi phun mới, áp suất nhiên liệu cao hơn. Phiên bản Turbo S trang bị tăng áp mới với máy nén lớn hơn. Cả hai phiên bản đều trang bị thêm tính năng Dynamic Boost mới giúp cải thiện phản ứng động cơ khi nhả ga. Hiệu ứng rõ rệt hơn khi chạy xe ở chế độ Sport và Sport Plus. Bên cạnh tăng công suất, mô-men xoắn cực đại cao hơn 750 Nm, so với 710 Nm. Redline trên Turbo và Turbo S cũng cao hơn ở mức 7.200 vòng/phút thay vì 7.000 vòng/phút. Theo kế hoạch, Porsche 911 2017 Turbo và Turbo S sẽ chính thức ra mắt tại triển lãm Detroit, trong tháng 1/2016 ở Mỹ.

BMW i8



HIỆN NAY, DÙ MỚI CÓ MẶT TRÊN THẾ GIỚI TRONG KHOẢNG 1 NĂM TRỞ LẠI ĐÂY NHƯNG ĐÃ CÓ KHOẢNG 20 CHIẾC BMW i8 ĐANG LĂN BÁNH TẠI VIỆT NAM

Có thể nói, BMW i8 là tập hợp của những công nghệ tiên phong và ưu tú nhất. Xe thậm chí hiếm có thể nghe thấy tiếng nổ động cơ, hay âm thanh ống xả. Thậm chí còn không có khí thải carbonic. Thậm chí không ngoa khi nói, nếu không có hình dáng đặc biệt thu hút mọi ánh nhìn thì sẽ chẳng ai nói đây là một chiếc ô tô. Cựu biên tập viên của Top Gear, Jeremy Clarkson, đã đúc kết chiếc xe bằng một nhận định không thể tốt hơn: “Xanh như Toyota Prius, đáng khao khát như Ferrari”.

Chiếc coupe chào đón người lái bằng kiểu mở cửa cánh bướm độc đáo, chỉ dấu của hàng siêu xe triệu đô như Pagani Huayra, Koenigsegg Agera R hay cỡ rẻ hơn là Lamborghini Aventador, Mercedes SLR McLaren. Thiết kế mang đậm chất vị lai, cùng vẻ bí hiểm của kiểu mở cửa cánh bướm vô tình khiến mức giá 136.000 USD tại Mỹ của BMW i8 trở nên khá dễ chịu.

Minh chứng cho nỗ lực “giảm cân” của i8 là hàng loạt vật liệu chưa từng có tiền lệ ở nhà máy của BMW tại Leipzig, Đức. Chất dẻo kết hợp gia cố sợi carbon hệ khung liền khối. Vật liệu carbon ở mũi, bậc cửa, khung cánh cửa. Tấm ốp cửa, nắp capô bằng nhôm. Nhựa composite cho ba-đờ-sốc trước; kính cường lực Gorilla của smartphone cho tấm kính sau... Tất cả những vật liệu trên nhằm giúp i8 đạt trọng lượng lý tưởng 1.465 kg, trong khi tổng công suất đạt 362 mã lực, sức kéo 570 Nm.

Sức mạnh của BMW i8 là sự kết hợp giữa mô-tơ điện và động cơ xăng. Mô-tơ điện

đặt dưới nắp ca-pô trước, cho ra công suất 131 mã lực và sức kéo 250 Nm. Thông qua hai cấp số, lực kéo được truyền trực tiếp xuống cầu trước, có khả năng sử dụng biệt lập (ở chế độ lái eDrive) hoặc sử dụng kết hợp với động cơ đốt trong (các chế độ lái khác). Với lượng pin sạc đầy, mô-tơ điện có tầm hoạt động 40 km ở chế độ eDrive (thuần điện và dẫn động cầu trước). Quan trọng hơn là thao tác sạc BMW i8 đơn giản như xe đạp điện, thời gian đầy pin khoảng 2 giờ với nguồn điện 220V tại Việt Nam. Thậm chí, chủ nhân có thể theo dõi tình trạng thông qua ứng dụng cài đặt trên điện thoại di động.

Động cơ đốt trong của BMW i8 đặt ở phía sau, loại 3 xi-lanh, dung tích 1,5 lít nhưng cho sức mạnh lên tới 231 mã lực và sức kéo 320 Nm nhờ giải pháp tăng áp kép Twin-turbo. Điều phối sức mạnh từ động cơ xuống hệ cầu sau là hộp số tự động 6 cấp của Aisin (Nhật Bản). Tổng công suất mà BMW i8 đạt được là 362 mã lực, sức kéo 570 Nm cho phép tăng tốc 0-100 km/h trong 4,4 giây trước khi đạt tốc độ giới hạn điện tử là 250 km/h. BMW công bố mức tiêu thụ nhiên liệu của i8 là 2,5 lít/100 km, dù thử nghiệm tại Mỹ lên tới con số 6-7 lít/100 km. Với lượng pin và bình xăng đầy, BMW i8 có thể vận hành trên tổng quãng đường 600 km ở chế độ lái bình thường và 500 km nếu ở chế độ lái thể thao.

Nhìn sang các đối thủ, Audi R8 máy V8, dung tích 4.2 Quattro (423 mã lực, 430 Nm)



tăng tốc từ 0-100 km/h trong 4,8 giây; Porsche 911 Carrera động cơ 6 xi-lanh (370 mã lực, 450Nm) đạt con số 4,4 giây. Những con số phần nào thấy sự tối ưu i8. Nhưng có một đặc điểm mà các đối thủ của BMW i8 không thể có, đó là tùy biến.

Bấm nút khởi động, thay vì tiếng ồ ồ, i8 phát ra âm thanh lời chào thân mật như khi khởi động máy tính. Phải thật sự chú ý mới biết được xe sẵn sàng lăn bánh, khá giống dòng hybrid Lexus. Nếu muốn nhẹ nhàng, ở chế độ eDrive, i8 vận hành nhàn nhã như Toyota Prius. Không tiếng động cơ, thậm chí lớp vóng lên cabin cũng không đáng là bao. Lúc này, i8 dẫn động cầu trước, bằng mô-tơ điện hoàn toàn. Ca-bin cách âm tốt khiến cảm giác vận hành thỏa mái hơn bao giờ hết. Tầm nhìn phía trước thoáng đãng, cột A đẩy lùi hẳn ra phía sau nâng tầm quan sát trong nội thành tốt hơn.

Ở chế độ EcoPro (tiết kiệm) và Comfort (thoải mái), động cơ xăng hoạt động song song, cung cấp năng lượng sạc cho pin của bộ mô-tơ điện. Sự khác nhau với chế độ vận hành eDrive không quá đáng kể, vẫn là thứ cảm giác nhẹ nhàng, linh hoạt và thỏa mái. Nằm trong gói công nghệ Efficient Dynamics, hệ thống tái tạo năng lượng phanh liên tục hoạt động nhằm tối ưu hóa nguồn cấp năng lượng cho những thiết bị điện tử bên trong cabin. Ở chế độ lái Sport, BMW i8 thực sự đáng được đặc cách, "thò chân" vào hàng ngũ siêu xe. Gạt cần số, i8 chuyển sang chế độ lái thể thao. Bảng đồng hồ lập tức chuyển đổi. Âm thanh sục sạo, gầm ghè sau lưng. Đạp lút ga ở cấp số 1 (M1) tiếng động cơ gắt gỏng từ phía sau lưng, cảm giác tăng tốc đến xấp xỉ mặt mày. Gây sang số 2, i8 bắt tốc ngay tắp lự và ít gián đoạn (hộp số Aisin 6 cấp), trái ngược hoàn toàn với cảm giác 'cú sút' trên hộp số PDK của Porsche. Càng ở vận tốc cao, i8 càng cho cảm giác an toàn nhờ hệ thống lái thích ứng cao cùng thiết kế khí động học với chỉ số cản gió ở mức 0,26 Cd.

Toyota S-FR



DÙ LÀ SẢN PHẨM CỦA TOYOTA NHƯNG BẢN S-FR (CONCEPT) DƯỠNG NHƯ SẴN SÀNG THÁCH THỨC NHỮNG ĐỐI THỦ ĐÁNG GỜM NHẤT TRÊN ĐƯỜNG ĐUA.

Bắt đầu với S-FR concept ra mắt tại triển lãm Tokyo vừa qua, Toyota nâng cấp thành phiên bản đường đua và sẽ giới thiệu tại Tokyo Auto Salon diễn ra ngay trong tháng đầu tiên của năm 2016. Những tinh chỉnh về phong cách giúp S-FR sở hữu “bộ mặt” dữ dằn, phía sau là cánh gió bằng sợi carbon, thêm khe gió trên nắp ca-pô tăng vẻ thể thao. Chiếc concept còn sử dụng bộ vành trọng lượng nhẹ và bộ nẹp sườn tăng tính khí động học. S-FR có kết cấu động cơ đặt trước và hệ dẫn động cầu sau. Kích thước tổng thể với 4.100 mm dài, 1.700 mm rộng và chỉ 1.300 mm cao.

Mẫu concept xuất hiện ở Tokyo Motor Show vừa qua trang bị loại 1,5 lít 4 xi-lanh cho công suất 128 mã lực và mô-men xoắn 148 Nm cùng hộp số sàn 6 cấp. Nếu S-FR được sản xuất, Toyota sẽ có danh mục xe thể thao 3 mẫu ẩn tượng gồm GT86 hiện hành, mẫu xe thay thế Supra và S-FR. Giá bán dự kiến của S-FR tại Nhật là 12.500 USD. Tokyo Auto Salon là triển lãm ô tô hàng năm của Nhật, giống SEMA của Mỹ. Sự kiện diễn ra vào tháng 1 tại trung tâm triển lãm Makuhari, Chiba.



S-FR được viết tắt từ các cụm từ Small, Front-Engine, Rear-Drive. Ý tưởng chính đằng sau mẫu xe khái niệm này là một chiếc xe thể thao trọng lượng nhẹ, nhằm hướng tới những người muốn sở hữu chiếc xe thể thao nhỏ gọn động cơ lắp phía trước. Chiếc xe này chỉ dài 3990 mm, rộng 1.695 mm và cao 1.320 mm, với chiều dài cơ sở 2.480 mm một và một cabin bốn chỗ ngồi. Thiết kế đơn giản và tròn trịa mang lại cho nó một hình ảnh dễ thương trong khi khoác trên mình cơ thể màu vàng là độc đáo tương phản bằng một mái nhà màu đen.

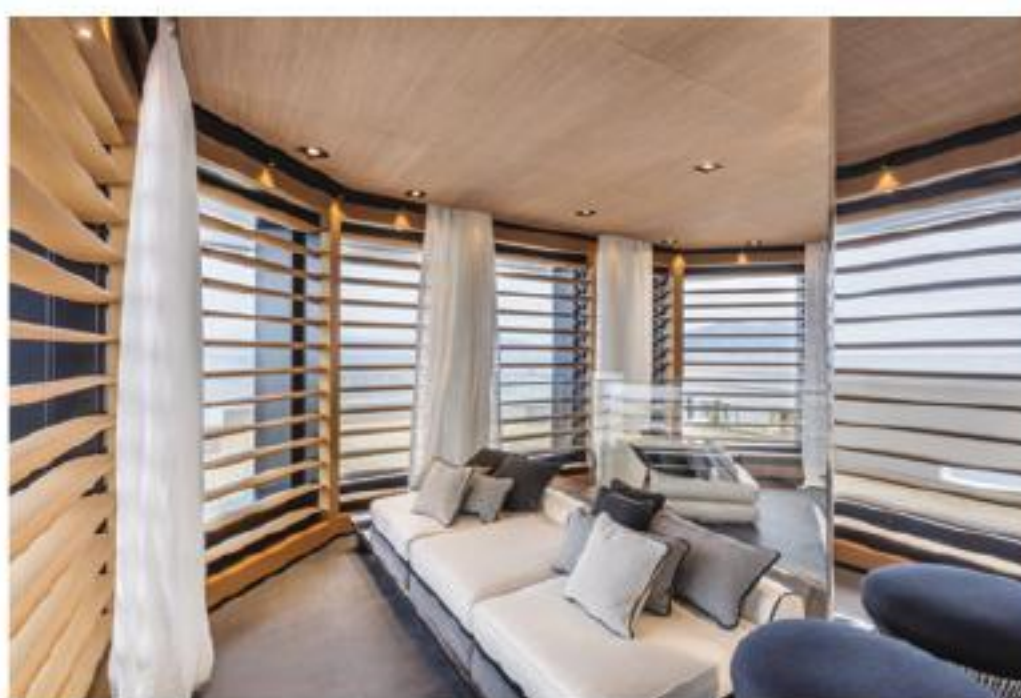
Nội thất cũng là khá cơ bản và đi kèm với một cụm thiết bị hoàn toàn kỹ thuật số và chỉ cần một vài nút cho hệ thống kiểm soát khí hậu cùng với cổng USB, hệ thống start/stop và một ổ cắm điện gắn xuống thấp. Cũng đáng chú ý là, Toyota S-FR Concept trang bị hộp số tay 6 cấp, tuy nhiên phía Toyota không tiết lộ cụ thể về sức mạnh động cơ của xe. Họ chỉ đề cập tới việc chiếc xe cung cấp tốc độ êm cùng với sự phân bố trọng lượng tối ưu và hệ thống treo độc lập S-FR.



SUERTE

MẪU SIÊU DU THUYỀN SUERTE NÀY DÀI 69,3M, ĐƯỢC ĐÓNG THEO ĐƠN ĐẶT HÀNG TRONG NĂM 2015 BỞI HÃNG ĐÓNG TÀU DANH TIẾNG TANKOA YACHTS VÀ CÓ FRANCESCO PASZKOWSKI THỰC HIỆN THIẾT KẾ PHẦN NGOẠI THẤT VÀ NỘI THẤT.





Suerte có thiết kế nội thất lên tới 12 vị khách với 06 phòng ngủ. Trong đó có một phòng dành cho chủ thuyền, một phòng VIP và 02 cabin đôi, 02 cabin có thể biến đổi. Thuyền có một đội ngũ phục vụ (thủy thủ) lên tới 19 người đảm bảo cho bất kỳ vị khách nghỉ nào cũng được chăm sóc. Thuyền có phong cách nội thất và các tính năng nghỉ dưỡng ưu việt, đảm bảo cho thuyền một không gian thanh lịch và tiện nghi.

Những khu vực boong rộng rãi với rất nhiều tiện nghi sang trọng như một quán bar ngoài trời, một không gian rộng rãi để tắm nắng và nghỉ dưỡng. Các thiết bị giải trí và nghỉ ngơi của thuyền đa dạng giúp cho thuyền trở thành một trong những chiếc thuyền được lựa chọn để thuê nhiều nhất. Đây hứa hẹn sẽ là một khu nghỉ hoặc một hòn đảo di động trên biển dành cho những người thuộc tầng lớp nhà giàu – những người sẽ tới đây để nghỉ dưỡng, họp hành và giải trí cùng bạn bè và gia đình. Thuyền được đóng với vỏ thép và kết cấu siêu cấu trúc được thực hiện bằng nhôm cao cấp. Thuyền được tích hợp một hệ thống ổn định cho phép thuyền đạt được độ ổn định tối đa khi không chạy (ngay kể cả trong điều kiện thời tiết xấu). Thuyền có tốc độ từ 15 hải lý tới 16,5 (và trong một số điều kiện, có thể đạt tới trên 18) hải lý/giờ. Phạm vi hoạt động của thuyền tới 5500 hải lý khi ở tốc độ 12 hải lý/giờ.

Với công nghệ mới, thuyền cũng có khả năng giảm ồn, nhiễu và rung vượt trội so với những mẫu du thuyền khác cùng phân khúc. Những tiện nghi hiện đại nhất cũng được tích hợp trên thuyền như một bể bơi lớn. Đó là chưa kể tới khu vực đón đỗ trực thăng, một bể cá với thể tích lên tới 900l và một màn hình 80 inch.

MASERATI

Ngày 03/12, New City Auto tổ chức họp báo công bố nhà phân phối chính thức thương hiệu Maserati tại Việt Nam. Theo đó, New City Auto sẽ là nhà nhập khẩu chính thức các dòng xe Maserati và Auto Modena là đơn vị phân phối dòng xe này tại thị trường Việt Nam. Theo kế hoạch, bước đầu, Auto Modena sẽ phân phối 04 dòng xe nổi tiếng của Maserati: Maserati Ghibli; Maserati Quattroporte; Maserati GranTurismo và Maserati GranCabrio. Nằm trong chiến lược đem đến cho khách hàng những trải nghiệm hoàn hảo nhất từ bán hàng đến dịch vụ hậu mãi, Maserati cũng sẽ khai trương đại lý 3S (bán hàng, dịch vụ và phụ tùng chính hãng) đầu tiên tại Tp.HCM. Showroom đầu tiên này đặt tại số 1-5 Lê Duẩn, P. Bến Nghé, Q1 được thiết kế theo tiêu chuẩn toàn cầu của Maserati với đầy đủ các tiện nghi và dịch vụ cao cấp.



THE HENNESSY 250 TOUR

Trong năm 2015, "The Hennessy 250 Tour" (H250) là chuỗi sự kiện văn hóa nghệ thuật đánh dấu kỷ niệm 250 năm thành lập của thương hiệu - được tổ chức tại các thành phố biểu tượng của 5 châu lục từ tháng 3 đến tháng 9/2015. Kết hợp triển lãm nghệ thuật với lễ hội văn hóa, sự kiện đánh dấu lần đầu tiên gia tộc danh giá này kể lại lịch sử đầy lừng lẫy của thương hiệu bằng chuỗi sự kiện nghệ thuật đỉnh cao qua góc nhìn 360° về quá khứ, hiện tại và tương lai của thương hiệu. Một điểm nhấn quan trọng của H250 là The Time Barrel – di sản thời gian. Đây là một hoạt động mời gọi thực khách năm châu để lại dấu ấn cho tương lai bằng cách chia sẻ một thông điệp kỹ thuật số. Tại Việt Nam, mỗi người truy cập vào www.thongdiepduonglai.com sẽ có cơ hội gửi thông điệp đến người mình yêu thương cùng hình ảnh thể hiện những giá trị vĩnh cửu và trường tồn với thời gian.



STRONGBOW CIDER

Ngày 12/11, sự kiện ra mắt "Strongbow Cider - Chất men mới từ táo" đã diễn ra tại Gem Center, Tp.HCM, đánh dấu sự gia nhập thị trường thức uống Việt Nam của Strongbow Cider. Cider (Apple Cider - hay nước táo lên men) là loại thức uống có nguồn gốc từ châu Âu và đã phổ biến toàn cầu từ hàng trăm năm nay. Khác với các loại thức uống có cồn khác, sự hấp dẫn của Cider được cho là nằm ở cách thức chế biến đầy ấn tượng từ quá trình lên men táo tự nhiên mang đến men say thuần khiết, hài hòa và đầy cuốn hút. Với một chút ngọt dịu, thanh mát kết hợp cùng vị chất nhẹ đặc trưng của táo cùng độ men vừa phải đủ để lâng lâng hứng khởi, Cider trở thành thức uống hội tụ đầy đủ tinh hoa một cách chọn lọc từ thiên nhiên.



VERTU

Vertu – hãng điện thoại di động siêu sang của Anh vừa giới thiệu thế hệ điện thoại thông minh mới có tên gọi New Signature Touch tại cửa hàng khách sạn Rex, Tp.HCM. New Signature Touch là mẫu điện thoại thông minh màn hình cảm ứng mới nhất của Vertu được kết hợp công nghệ hiện đại nhất với các vật liệu thủ công tinh tuyền, bao gồm titanium cấp độ 5 và da bê thuộc thủ công, hệ điều hành Android 5.1 Lollipop đảm bảo cho tốc độ xử lý vượt trội, mượt mà. Đây là mẫu điện thoại đỉnh cao của Vertu với sự kết hợp giữa trình độ tay nghề của nghệ nhân, loa công nghệ âm thanh vòm ảo Dolby® Digital Plus cùng các dịch vụ đẳng cấp xứng tầm như Vertu CONCIERGE, Vertu LIFE và Vertu CERTAINTY.





GUCCI

Ngày 19/11, trong sự kiện khai trương cửa hàng chính hãng đầu tiên tại Tp.HCM, thương hiệu thời trang Gucci đã tổ chức một buổi tiệc cocktail thân mật và ra mắt BST phụ kiện từng gây ấn tượng trong buổi trình diễn thời trang Cruise 2016 – GG Blooms và GG Caleido. Toạ lạc tại tầng trệt khách sạn Sheraton Saigon, cửa hàng Gucci ứng dụng không gian mở với thiết kế thanh lịch tạo nên một bối cảnh tinh tế, tôn vinh vẻ đẹp của các BST thời trang. Với diện tích 270 m2, cửa hàng Gucci là nơi trưng bày những BST phụ kiện dành cho nam và nữ mang tên GG Blooms và GG Caleido đầy tinh tế của nhà mốt. Từ các hình mẫu khối học qua hiệu ứng lăng kính vạn hoa độc đáo đến cách điểm xuyết những đóa hoa quyến rũ với sắc xanh và hồng, hai họa tiết mới lạ này thật sự hài hòa cùng nét GG đặc trưng trong mùa mốt các mẫu thiết kế phụ kiện bằng da sắc sảo đang là mốt được ưa chuộng.

TÂN HOÀNG MINH



Ra mắt dự án D'Le Roi Soleil Quảng An.

Tại Lễ tri ân khách hàng và Công bố hợp tác giữa Ngân hàng SHB và Tập đoàn Tân Hoàng Minh đối với dự án D'Le Roi Soleil Quảng An, chủ đầu tư đã dành tặng cho chủ nhân các căn hộ cao cấp rất nhiều những phần quà ý nghĩa. Chia sẻ cảm xúc của mình, Á hậu Tú Anh tâm sự: "Tú Anh thực sự ấn tượng với các dự án mà Tập đoàn Tân Hoàng Minh đã và đang thực hiện, đặc biệt là D'Le Roi Soleil – Quảng An, một công trình tuyệt phẩm kiến trúc Pháp bên Hồ Tây. Điều làm Tú Anh bất ngờ nữa chính là sự chuyên nghiệp trong bán hàng và những ưu đãi mà chủ đầu tư Tân Hoàng Minh dành cho khách hàng".

DAVINES HAIR SHOW 2015

Ngày 5/11, Davines Hair Show 2015 (DHS 2015) mùa thứ 10 đã diễn ra tại GEM Center, Tp.HCM. Chương trình thời trang, nghệ thuật tạo mẫu tóc lần này là khúc ca về hành trình gìn giữ vẻ đẹp do Tổng đạo diễn Việt Tú dàn dựng. Chương trình đã một lần nữa chinh phục khán giả yêu thời trang và nghệ thuật Tp.HCM bằng nét cổ điển sang trọng mang hơi hướng Châu Âu của những thập niên từ 60 - 80 của thế kỷ trước, vẻ đẹp đương đại cho tới cảm hứng của những thiết kế hiện đại đến từ tương lai. Lần đầu tiên trên sân khấu Davines Hair Show xuất hiện bộ môn nghệ thuật kịch câm với phần thể hiện của nghệ sĩ Hoàng Tùng trong vai người dẫn chuyện, kết nối các vẻ đẹp của Quá Khứ, Hiện Tại và Tương Lai. Trong hành trình đó, Nhà tạo mẫu tóc (NTMT) Hoàng Minh Tâm, NTMT Don Hậu và các NTMT đến từ Học viện đào tạo tóc Allilon, London là những con người đang gìn giữ vẻ đẹp.



BMW

Ngày 20/11, Euro Auto đã chính thức ra mắt dòng xe BMW Series 7 hoàn toàn mới, phiên bản thân dài 740Li. BMW 740Li được phân phối tiêu chuẩn tại Việt Nam, trang bị động cơ sáu xy-lanh thẳng hàng, công nghệ BMW TwinPower Turbo. Carbon Core – nguyên lý sử dụng sợi Carbon trong kết cấu vật liệu từng được áp dụng trên các mẫu xe BMW M và BMW i, lần đầu tiên áp dụng trên mẫu xe BMW Series 7, cũng là mẫu xe đầu tiên trong phân khúc được sử dụng chất liệu nhựa gia cố sợi carbon (CFRP) kết hợp cùng thép và aluminium. Và chìa khóa hiển thị thông minh BMW Display Key giúp chủ nhân dễ dàng truy cập các thông tin qua màn hình cảm ứng như: thời gian, mức nhiên liệu hiện tại và quãng đường còn đi được, cũng như các cửa xe, cửa kính, và cửa sổ trời đã được đóng/mở chưa.



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.montblanc.vn

Maison Martin Margiela (Runway Boutique)

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

Rimowa Store

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

Runway Boutique

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

Ralph Vaessen (Miluxe Boutique)

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

Rock Port Store

Tel: 098 320 0210
www.rockport.com

Salvatore Ferragamo Store

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

Saint Laurent (Runway Boutique)

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

Stella McCartney (Runway Boutique)

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

S.T.Dupont Boutique

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

The Row (Runway Boutique)

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

Valentino Store

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

Versace Store

Tel: 08.3993 9003
www.versace.com

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

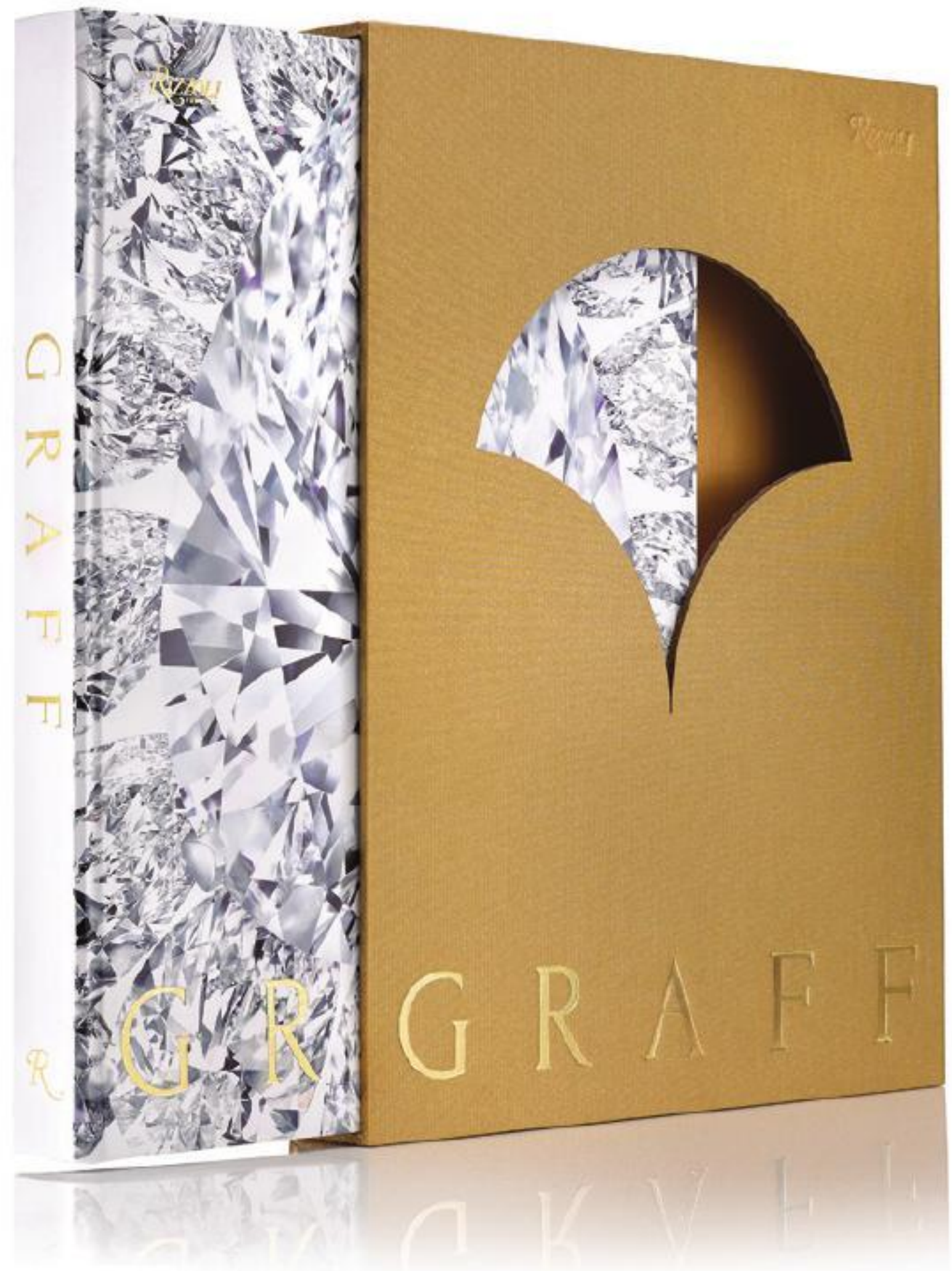
Tissot Store

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

Titoni (Cititime Boutique)

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

WATCHOUT



TRUE ROMANCE

Năm chuyên gia danh tiếng nhất thế giới trong lĩnh vực trang sức: Maria Doulton, Nina Hald, Vivienne Becker, Joanna Hardy và Suzy Menkes đã hợp tác với nhau thực hiện một cuốn sách khám phá lịch sử của một trong những nhà trang sức danh tiếng nhất nước Anh: Graff Diamonds. Được thành lập bởi Laurence Graff OBE vào năm 1960. Mặc dù không phải là một thương hiệu có lịch sử lâu đời, nhưng Graff đã đánh bại và vượt mặt rất nhiều cái tên bởi chính kỹ nghệ chế tác đá quý đỉnh cao của mình trong gần 06 thập kỷ. Những viên kim cương danh tiếng của Graff Diamonds gồm có Delaire Sunrise (118 carat), viên kim cương tròn, Flawless D lớn nhất thế giới Graff Constellation và Lesotho Promise.

STOCKIST

ĐỊA CHỈ MUA SẮM

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

Golden Lypres

Tel: 08 3827 6446

www.hsbiotech.com

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

FURNITURE

Christopher Guy Showroom

Tel: 04. 6262 0116 - 08.

3936 9228

www.christopherguy.com

Munchen Showroom

Tel: 097 389 9669

www.munchen.com.vn



DOLCE & GABBANA S/S 2016

Dolce & Gabbana đã mang tới cho giới mộ điệu một ngày hội thực sự, theo cách trẻ trung, sành điệu và - nói như giới trẻ là - “xì tin” nhất. Bộ sưu tập không chỉ ấn tượng với những họa tiết in về những địa danh của hòn đảo Sicily mà còn gây ấn tượng với các phụ kiện như túi với thiết kế máy ảnh và những ốp, áo điện thoại. Và còn gì nữa? Những người mẫu cùng nhau selfie và tạo dáng trên sàn catwalk. Đây chắc chắn là điều rất hiếm gặp trong bất kỳ show thời trang nào.

Thời khắc cho nét duyên dáng tỏa sáng.

LƯU DIỆC PHI.

CÔ ẤY LÀ MỘT TRONG
NHỮNG DIỄN VIÊN NỔI
TIẾNG NHẤT CHÂU Á, ĐÃ
ĐÓNG HƠN 15 BỘ PHIM
KỂ TỪ KHI 15 TUỔI.
LƯU DIỆC PHI CÒN LÀ
MỘT CA SĨ, NHẠC CÔNG
PIANO VÀ VŨ CÔNG GIỎI.

LƯU DIỆC PHI ĐANG ĐEO CHIẾC ĐỒNG
HỒ TISSOT CHEMIN DES TOURELLES
LADY VỚI BỘ MÁY POWERMATIC 80
DỰ TRỮ NĂNG LƯỢNG LÊN ĐẾN 80
GIỜ. SẢN PHẨM NỔI BẬT VỚI MẶT SỐ
XÀ CỬ ĐÌNH KIM CƯƠNG.



SÀI GÒN ■ Vincom Đồng Khởi (39939099) ■ Vincom Thảo Điền (0926789789) ■ Vincom Thủ Đức (37223433) ■ Vincom Gò Vấp (38945689) ■ Big C Quận 7 (0926789789) ■ Diamond Plaza (38227884) ■ Parkson Saigon Tourist (38277578) ■ Parkson CT Plaza (62971819) ■ Maximark 3/2 (38328991) ■ Maximark Cộng Hòa (39483327) ■ Tân Tân (38272067) ■ Mạnh Thống (38220465) ■ TDC (38385595) ■ Minh An (38554549) ■ Hải Triều (01253246810) ■ Hệ thống PNJ (39959336)
HÀ NỘI ■ Vincom Times City (32001400) ■ Vincom Royal City (62620560) ■ Duy Anh Watch Hàng Khay (66566660) ■ Vincom Bà Triệu (22200268) ■ Savico Megamall (62550099) ■ Lotte Center (32676555) ■ Lotte Mart (38539966) ■ Duy Anh Watch Phố Huế (22148336) ■ Minh Tường (38288579) ■ New Watch (39344865) **VINH** ■ Big C Vinh (3596226) **HẢI PHÒNG** ■ Vincom Hải Phòng (2299268) **ĐÀ NẴNG** ■ Big C Vĩnh Trung (3666066) ■ Indochina Riverside Mall (3843818) ■ PNJ (3812618) **QUY NHƠN** ■ PNJ (3812590) **NHA TRANG** ■ Nha Trang Center (6516666) **VŨNG TÀU** ■ Đại Hùng (3530085) **BIÊN HÒA** ■ Big C Tam Hiệp (0926789789) ■ PNJ (3811818) **TÂY NINH** ■ PNJ (3631838)



T+TISSOT THIS IS YOUR TIME

Resveratrol – “Ly nước thánh chống lão hóa”

Vào những năm đầu của thập niên 60, Châu Âu bùng nổ bệnh tim mạch. Các nhà khoa học chạy đua cùng các nghiên cứu và phát hiện tỷ lệ mắc bệnh tim mạch của người Pháp chỉ bằng 1/3 người Mỹ. Mãi đến năm 1992, trường Đại Học Cornell Mỹ mới khám phá ra rằng Resveratrol trong rượu vang đỏ chính là câu trả lời thỏa đáng nhất.

GOLDEN LYPRES® không chỉ chứa Resveratrol với độ tinh khiết cao.

Đồng thời kết hợp hoạt chất chống oxy hóa nổi tiếng “Lycopene” với tỷ lệ vô cùng độc đáo, đem lại tác dụng bảo vệ sức khỏe tối ưu nhất. Sự ra đời của **GOLDEN LYPRES®** đã tạo nên bước đột phá cho phân khúc thực phẩm chức năng cao cấp trên thị trường Quốc Tế.

GOLDEN LYPRES® – Sản phẩm bảo vệ sức khỏe thế kỉ 21!



Made in Singapore

GOLDEN LYPRES®

Muốn tặng quà, hãy tặng sức khỏe - Muốn sức khỏe, hãy dùng **GOLDEN LYPRES®**
GOLDEN LYPRES® bảo vệ sức khỏe của bạn suốt đời!



Giá bán: 30,800,000 VND / hộp

Địa chỉ (Việt Nam):

1. TP.HCM: Cửa hàng **GOLDEN LYPRES®** tại Sheraton Saigon Hotel & Towers

2. TP.Hà Nội: Nhà thuốc Bệnh viện đa khoa Quốc Tế Vinmec

Tel: +84-8-38276446 | Website: www.hsbiotech.com

Số XNQC: 846/2015/XNQC-ATTP

Sản phẩm này không phải là thuốc và không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh.