

HÀNG HIỆU

THE REFINED



TRANG SỨC
TRONG MƠ

**TROPICAL
FREEDOM**

BEIJING
GALAXY SOHO

HARRY WINSTON
HISTOIRE DE TOURBILLON 6

**KORLOFF
EUGÉNIE**

A LIFE
IN STYLE

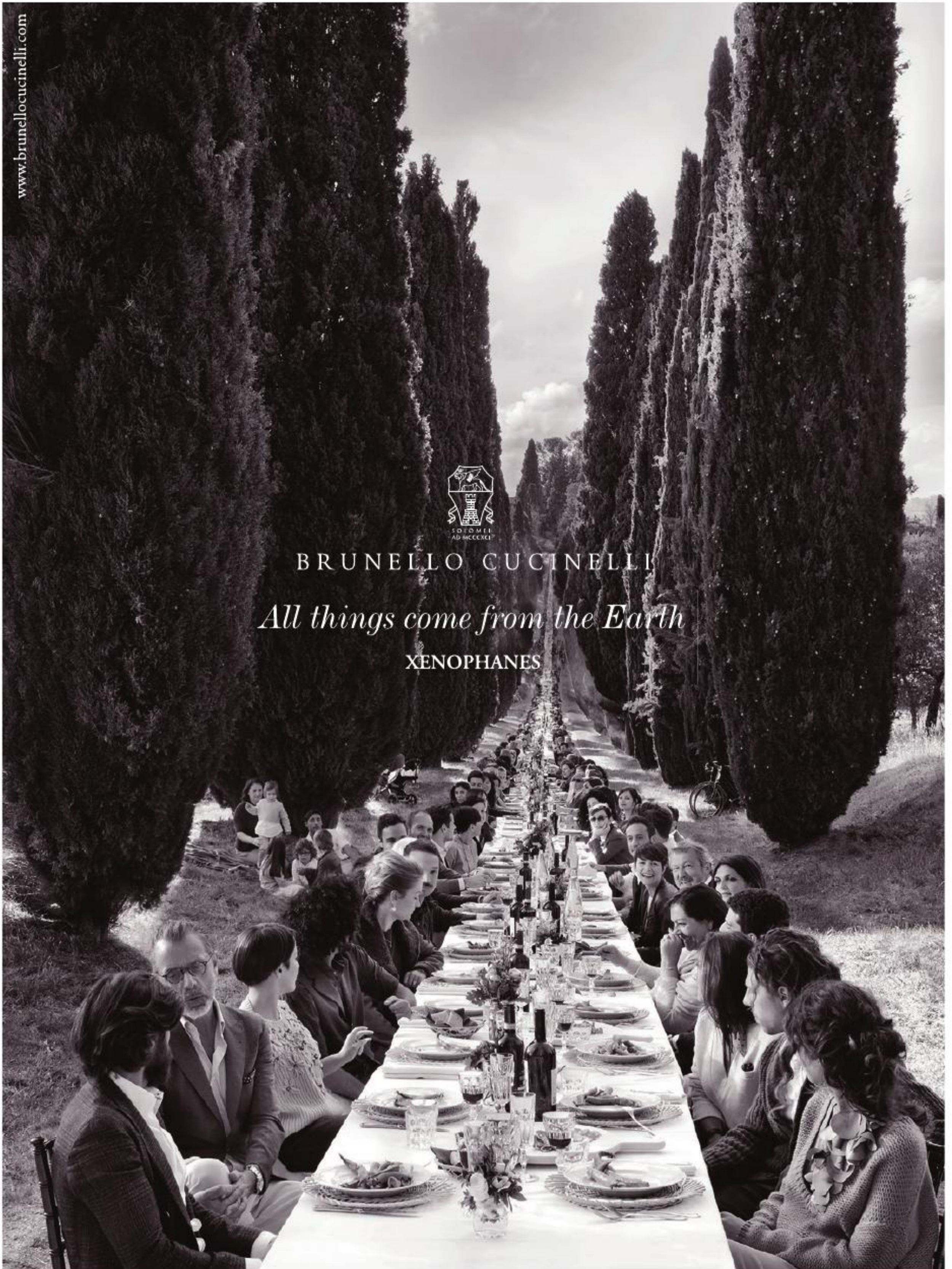




BRUNELLO CUCINELLI

All things come from the Earth

XENOPHANES



RITAVÕ

Nhập khẩu và phân phối độc quyền

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



CỔ MÁY KIỆT XUẤT

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

Điện thoại Vertu Signature Touch mới

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

TP.HCM:

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

Hà Nội:

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

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

VERTU

HANDMADE IN ENGLAND

<https://tieulun.hopto.org>

HÀNG HIỆU

NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

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

Fax: 04.39436024. Website: nxbthanhnien.vn. Email: info@nxbthanhnien.vn

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

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN / PUBLICATION MANAGER

PGĐ - Nhà văn NGUYỄN TRƯỜNG

BIÊN TẬP / EDITORS

ĐOÀN PHAN THẮNG

MANAGING EDITOR / PHỤ TRÁCH NỘI DUNG

TRÍ TUỆ

ntrituehh@gmail.com

EDITORIAL DEPARTMENT / THAM GIA BIÊN SOẠN

Fashion: TRẦN HOÀNG ANH

Beauty: THUY LÊ

Lifestyle: ĐỖ HOÀNG

Architecture: NHUNG NGUYỄN

Travel: KHẢ HÂN

Assistant: THUY NGUYỄN

ART DIRECTOR / GIÁM ĐỐC MỸ THUẬT

TRẦN HOÀNG ANH

DESIGNER / THIẾT KẾ MỸ THUẬT

TRÂM QUỲNH TRINH

STYLIST

LAN ANH

PRODUCER / SẢN XUẤT

NGỌC AN

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

ADVERTISING / QUẢNG CÁO

Hà Nội: 091 587 2222 | Tp.HCM: 097 371 9999

Email: chaubachmedia@gmail.com

Website: www.3nana.vn

iPad / iPhone: App Store / Viet Bookstore / Hàng Hiệu

DISTRIBUTION / PHÁT HÀNH Công ty phát hành Trường Phát / Công ty phát hành Báo 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 4: 937-2015/CXBIPH/18-57/TN theo QĐXB số: 100/QĐ- NXBTN / Khổ: 210 x 285 mm / In tại Nhà máy In Bản Đồ - 85 Nguyễn Chí Thanh - Hà Nội
ISBN: 978-604-64-2173-3/ 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

Xa xỉ theo cách mới

Hãy đưa ống kính máy quay vào bất kỳ góc nào trong một sự kiện, bạn sẽ thấy những người phụ nữ, những người đàn ông đang selfie với chiếc điện thoại trên tay. Và chỉ sau đó một vài giây, những bức ảnh này sẽ được đẩy lên Instagram, lên Twitter, lên Facebook và được hàng triệu người theo dõi, nhấn nút like hoặc thậm chí là nút share. Lại sẽ cả triệu người truy cập, chia sẻ và nhấn nút like. Nói cách khác, dù bạn đang kết hôn hay bạn đang dùng bữa, dù bạn đang mua sắm hay bạn đang dự show, bạn đều mong muốn cả triệu triệu người theo dõi và ủng hộ.

Không còn nghi ngờ gì nữa, xa xỉ đang được định nghĩa theo cách mới, thú vị hơn và cũng vui vẻ hơn. Nếu trước đây, xa xỉ là sở hữu những món đồ trị giá lên tới 06 con số với đơn vị là USD và chỉ giữ cho riêng mình. Thì nay xa xỉ vẫn là sở hữu những món đồ đó nhưng có điều chúng cần được chia sẻ hình ảnh trên Facebook, Twitter và Instagram. Nói cách khác, sự xa xỉ đang đi theo xu hướng trải nghiệm và chia sẻ những trải nghiệm đó. Và theo ý nghĩa này, bạn sẽ thấy, xa xỉ không chỉ còn là sở hữu những món đồ đắt tiền mà còn là đi và khám phá những địa điểm mới, thử dùng bữa ở những nhà hàng mới, tham dự những sự kiện quan trọng mà ở đó khoảng cách giữa bạn và những ngôi sao thường chỉ thấy ở những buổi công chiếu chỉ là trong gang tấc.

Xa xỉ đang "go online" và đã thay đổi hoàn toàn với định nghĩa của thế hệ trước nhưng đó chính là điều chúng ta đang mong muốn và trông đợi. Mọi thứ luôn cần tiến hóa và phát triển. Và Hàng Hiệu tự hào là một trong những ấn phẩm không ngừng theo đuổi và ghi chép lại sự phát triển đó.



Ảnh bìa: Harry Winston

HUGO BOSS Phone +84 4 3937 8131 www.hugoboss.com



BOSS
HUGO BOSS

Hanoi BOSS Store 60 Ly Thai To, Hoan Kiem District
HCMC BOSS Store Vincom A, 116 Nguyen Hue, District 1

<https://tieulun.hopto.org>

CONTENTS

APRIL - MAY /2015

FEATURE

- 034 | **A LIFE IN STYLE**
Người đàn bà Pháp, Coco Chanel đã ghi tên mình vào lịch sử và trở thành một tượng đài bất tử của làng thời trang.
- 080 | **VANG CHO MÙA HẠ**
Có thể lựa chọn được những chai vang phù hợp cho bữa tiệc bên hồ, hoặc bên bãi biển là một trong những điều không thể thiếu hơn.
- 086 | **CHAMPAGNE ĐẮT NHẤT THẾ GIỚI**
Liệu bạn có sẵn lòng hi sinh một chiếc Mercedes SLS AMG 2014 (giá khoảng \$275.000) để đổi lấy một chai champagne?



034



080



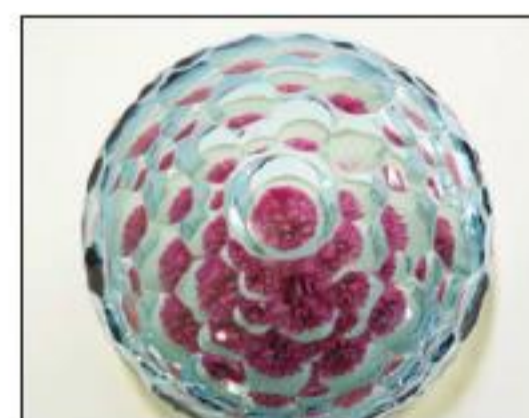
086

LIFESTYLE

- 014 | **WHATSON**
Bộ sưu tập mới của Dior diễn tại nhà của Pierre Cardin; Serpenti 1940s Bulgari + Zaha Hadid; Mini Heroes Brioni; Blossom rain Alexander McQueen + Studio WiekiSomers & Kvadrat;
- 022 | **LIVING IS ALL ABOUT**
Bình OP ra mắt tại Milan 2015; Tai nghe siêu mỏng ứng dụng công nghệ điện tử in ấn Maxime Loiseau; Những món đồ nội thất chuyển màu Patricia Urquiola.
- 026 | **BOOK PAGE**
Philip Jodidio - Hadid Complete Works 1979 – 2013; Rossella Menegazzo, Stefania Piotti and Kenya Hara - WA: The Essence of Japanese Design; Journal, Recipes and Snapshots - René Redzepi: A Work in Progress
- 090 | **TRAVEL**
Travel to MacKenzie Falls - Đây là một thác nước đặc biệt khi chảy quanh năm và có nước đổ xuống từ độ cao khoảng 35m.
Travel to Barossa Valley - Nằm cách trung tâm thành phố Adelaide, Nam Úc khoảng 60km về phía Đông Bắc và được biết đến nhiều như là một khu vực sản xuất rượu vang nước Úc.



014



022



026

PHIÊN BẢN MỚI
FIESTA TREND SEDAN AT

Nạp đầy hứng khởi

Với gói bảo dưỡng 2 năm miễn phí*



Hệ thống phanh ABS



Hệ thống hỗ trợ khởi hành ngang dốc



Hệ thống cân bằng điện tử

Giá đặc biệt: **566** triệu đồng

Trải nghiệm ngay cảm giác phần kích trên chiếc **Ford Fiesta Trend Sedan AT** mới. Công nghệ an toàn hàng đầu cho bạn tự tin trên mọi cung đường. Bạn sẽ sớm nhận ra niềm vui sau vô-lăng mới chỉ là điểm khởi đầu.

Hãy lái thử và “Nạp đầy hứng khởi” ngay hôm nay tại các Đại lý Ford trên toàn quốc.



Go Further

ford.com.vn

*Gói bảo dưỡng định kì trọn gói 2 năm hoặc trong 40 000 KM. Chỉ dành cho 100 khách hàng mua xe đầu tiên. Chương trình có thể thay đổi không cần báo trước và không muộn hơn 30.06.2015

- **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 Ngô Thì 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, Quý 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:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái 2, Quận 2, TP. HCM. Tel: 08.37425454
- **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP. HCM. Tel: 08.38181458
- **SAIGON FORD PHOQUANG:** 104 Phố Quang, Tân Bình, TP. HCM. Tel: 08.38442947
- **SAIGONFORD 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:** Lô 11C - Võ Nguyên Giáp, Cái Răng, TP. Cần Thơ. Tel: 0710.3730720
- **BINH DUONG FORD:** Lô C13, Nguyễn Huệ, Khu Liên Hợp, TP. Thủ Dầu Một. Tel: 0605.3801381

☎ ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888

<https://tieulun.hopto.org>

CONTENTS

APRIL - MAY /2015

FASHION

028 | INTO THE SUMMER

Với mùa mốt này, các thương hiệu thời trang nữ đỉnh đám của thế giới tiếp tục đưa ra định nghĩa xu hướng mùa Hạ với các chất liệu mỏng, xuyên thấu và gợi cảm.

032 | BOLD IN YOUR WAY

Trong mùa mốt thời trang năm nay, bạn sẽ thấy sự lên ngôi của những trang phục mang màu sắc ấn tượng.

040 | TROPICAL FREEDOM

Trang phục của Burberry, Christian Dior, Kenzo, Hugo Boss cùng hoa trang trí đặc biệt của nghệ nhân Jeremy Martin - Metaphore - Khách sạn Sofitel Metropole Hà Nội.



028



040

BEAUTY

068 | RUNWAY BEAUTY REVIEW

Phong cách makeup các thương hiệu thời trang hàng đầu ứng dụng cho show diễn Xuân Hè 2015.

072 | TẮM NẮNG NHÂN TẠO

Đối lập với vẻ đẹp trắng hồng, tươi tắn, làn da nâu đem lại vẻ đẹp mạnh mẽ, khỏe khoắn và nét quyến rũ khác biệt. Nhưng liệu vẻ đẹp nhân tạo có thực sự an toàn?



074

074 | GROOMING PACK

Những sản phẩm làm đẹp, những công thức dưỡng da dành cho phái mạnh.

075 | BEST OF THE MONTH

Mùa hè Địa Trung Hải – Vẻ đẹp mới từ nhà Chanel dành cho mùa này.



075

K
Korloff
PARIS



TUYỆT TÁC KIM CƯƠNG 73 MẶT CẮT
SỰ KHÁC BIỆT TẠO NÊN ĐẲNG CẤP



HAND MADE. PARIS FRANCE.

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

WWW. KORLOFF.FR

KORLOFF BOUTIQUE

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

HANOI

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

<https://tieulun.hopto.org>

CONTENTS

APRIL - MAY /2015

TOP MACHINE

112 | **BEST YACHT OF THIS MONTH**
Broadwater



112

108 | **BEST MACHINE OF THIS MONTH**
G650ER

100 | **COOL CAR FROM**
Mc Laren MP4 12C – Với tốc độ tối đa 329km/h, mẫu xe này thực sự là giấc mơ của không ít những tay lái đam mê tốc độ và muốn thử thách những giới hạn của bản thân!
2016 Cadillac ATS-V Coupe – Được trang bị một động cơ tương xứng với hệ truyền động đẳng cấp, chiếc 2016 Cadillac ATS -V Coupe này giống như một ngôi sao cô đơn trên những cung đường xa xôi.



100

ARCHITECTURE

078 | **BEIJING GLAXY SOHO**
Bắc Kinh vẫn tiếp tục “Đổi áo” nhờ vào những công trình như Wangjing Soho. Thậm chí, hoàn toàn không ngoa khi nói New York của phương Đông đang dịch chuyển từ Thượng Hải về Bắc Kinh.



078

WATCH + JEWELLERY

120 | **10 THƯƠNG HIỆU TRANG SỨC TRONG MƠ CỦA PHỤ NỮ**
Không một người phụ nữ nào không muốn sở hữu thêm một món trang sức từ những thương hiệu này!

132 | **BÍ MẬT CỦA ROLEX**
Cấp tiến, tiên phong chưa đủ để nói về Rolex, truyền thống lại càng chỉ là bề nổi của một tảng băng chìm của thương hiệu đồng hồ số 01 thế giới này!



120

MERIDIIST //



THE ESSENCE OF LUXURY COMMUNICATION MERIDIIST 2nd generation

BROWN ALLIGATOR, FULL ROSE GOLD

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



TAGHeuer

AVANT-GARDE COMMUNICATION

<https://tieulun.hopto.org>

WHATSON

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



BỘ SƯU TẬP MỚI CỦA DIOR DIỄN TẠI NHÀ CỦA PIERRE CARDIN.

Dior Cruise

Mới đây, “cậu bé vàng” của nhà Dior đã giới thiệu với giới mộ điệu bộ sưu tập Cruise tại nhà nghỉ cuối tuần Bubble Palace của nhà thiết kế Pierre Cardin. Được xây nhìn hướng ra vịnh Bay of Cannes, công trình này gồm 26 “kén” với diện tích lên tới 12.900 foot vuông, được thiết kế bởi kiến trúc sư Antti Lovag. Để hoàn thiện công trình này, người ta đã mất tới 14 năm xây dựng (từ năm 1975 tới 1989). Năm 1992, nhà thiết kế Pierre Cardin mua lại công trình này làm nhà nghỉ cuối tuần. Được biết, Pierre Cardin vào cuối những năm 40 của thế kỷ trước cũng từng nắm giữ vai trò Giám đốc Sáng tạo của Dior.



**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.

<https://tieulun.hopto.org>

SERPENTI 1940S

Bulgari + Zaha Hadid

Một sắp đặt dài 20m, cao 03m, với kết cấu được cấu tạo từ nhiều đa giác trắng mới đây vừa được dựng lên ở trong vườn của khách sạn Bulgari Hotel Milano với mục đích làm giá trưng bày cho triển lãm những món đồ thuộc bộ sưu tập Bulgari Heritage. Được lên ý tưởng bởi nữ kiến trúc sư đoạt giải Pritzker, Zaha Hadid, công trình này có cảm hứng tới từ dòng sản phẩm trang sức biểu tượng của hãng Serpenti. Serpenti là dòng sản phẩm trang sức cao cấp của Bulgari có cảm hứng thiết kế tới từ những con rắn. Được biết, các thiết kế trang sức được trưng bày trong kết cấu khung giá này đều là những sáng tạo theo motif Serpenti của Bulgari từ những năm 1940s.



MINI HEROES

Brioni

Mới đây trong sự kiện Salone del Mobile, các thợ may nhà nghề của thương hiệu thời trang nam giới Brioni đã cùng nhau chung tay thực hiện một triển lãm nhỏ nhằm tôn vinh phong cách lịch lãm của những con người thành Viennese. Được biết, đây cũng là nguồn cảm hứng quan trọng cho bộ sưu tập mới nhất của thương hiệu. Cụ thể để thực hiện triển lãm đặc biệt này, thương hiệu Brioni đã hợp tác với nhà thổi thủy tinh danh tiếng ở Vienna: Lobmeyr để tái hiện lại những nhân vật chính (đã được thu nhỏ) của bộ sưu tập với trang phục cũng được thu nhỏ theo bộ sưu tập.

BLOSSOM RAIN

Alexander McQueen + Studio Wieki Somers & Kvadrat

Studio Wieki Somers & Kvadrat mới đây đã hợp tác cùng thương hiệu Alexander McQueen ở Milan để thực hiện một triển lãm sắp đặt trong chính boutique của hãng. Hợp tác này diễn ra trong suốt chương trình triển lãm nội thất Salone del Mobile. Với tiêu đề là Blossom Rain, sắp đặt này được thực hiện dựa trên cảm hứng từ bộ sưu tập Xuân Hè 2015 của thương hiệu, với trọng tâm là 3 chiến binh geisha bên cạnh những chiếc đèn, tương phản với khung nền vải được xử lý tạo hình bằng phương pháp laser cut ở đằng sau. Được biết, không chỉ tham gia với cửa sổ trưng bày, cửa hàng còn trưng bày một số tác phẩm mang phong cách hiện thực của Studio Wieki Somers. Trong số này đã bao gồm những món đồ đã làm nên tên tuổi của thương hiệu Mitate, Frozen in Time, Time Flies, Sprout và Magic Mirror. Studio Wieki Somers & Kvadrat được thành lập bởi Wieki Somers và Dylan van den Berg. Cặp đôi này nổi tiếng với những thiết kế ấn tượng và cầu kỳ.



Brooks Brothers

CELEBRATING FATHERHOOD
SINCE 1818



COOPER,
JOHN AND
ELLIOTT

THE ORIGINAL AMERICAN BRAND

NEW YORK

LONDON

MILAN

MADRID

ISTANBUL

TOKYO

HONGKONG

SHANGHAI

TP. HCM

UNION SQUARE (VINCOM A) - LẦU 2, 24&25
171 ĐỒNG KHỞI, QUẬN 1
ĐIỆN THOẠI: (08) 39390477

HÀ NỘI

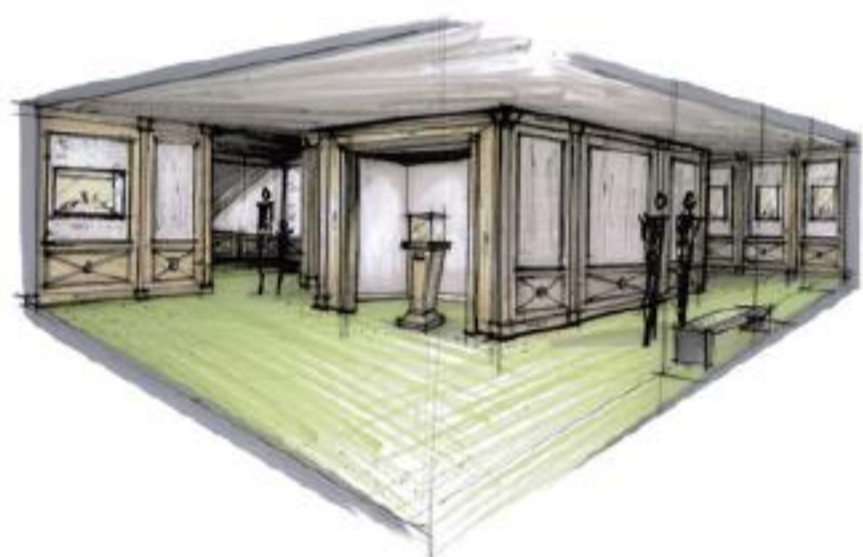
CENTRAL BUILDING
31 HAI BÀ TRUNG, QUẬN HOÀN KIẾM
ĐIỆN THOẠI: (04) 32668206

<https://tieulun.hopto.org>

KORLOFF

Ra mắt bộ sưu tập EUGÉNIE

Eugénie là một hoàng hậu rất nổi tiếng trong lịch sử nước Pháp. Hoàng hậu Eugénie gặp Hoàng tử Louis Napoléon sau khi ông trở thành người kế vị vào năm 1849. Vẻ đẹp của bà đã quyến rũ Louis Napoleon đại đế. Nhà vua có hỏi: “Đường đến trái tim của nàng là gì?” và hoàng hậu Eugénie đã trả lời: “Thông qua các nhà nguyện”. Sau khi trở thành hoàng đế, Napoleon đã chính thức làm lễ kết hôn với nàng Eugénie vào năm 1853, bằng một buổi lễ hết sức long trọng và sa hoa tại khu vườn Tuileries. Họ cũng đã làm lễ thánh theo các nghi thức của tôn giáo ở nhà thờ Notre Dame tại Paris. Eugénie xuất thân trong một gia đình quý tộc Tây Ban Nha ở Granada. Ngay từ khi còn trẻ, Eugénie đã được biết đến như một quý cô thanh lịch với gu thời trang vô cùng tinh tế. Với phong cách và trí thông minh của mình, Eugénie có một tầm ảnh hưởng rất lớn trong giới quý tộc và hoàng gia Pháp lúc bấy giờ. Sự tôn kính và ngưỡng mộ đặc biệt đối với hoàng hậu Eugénie chính là cảm hứng cho bộ sưu tập trang sức tuyệt vời của Korloff năm 2014.



PATEK PHILIPPE

Triển lãm Watch Art Grand Exhibition tại London.

Patek Philippe sẽ thực hiện triển lãm Watch Art Grand Exhibition tại London trong thời gian từ 27/05-07/06/2015. Được biết triển lãm này sẽ mang tới cho người xem những góc nhìn mới mẻ và sâu sắc về thương hiệu đồng hồ gia đình lâu đời của Thụy Sĩ. Khác với tham quan sẽ có thể khám phá lịch sử của thương hiệu qua 400 mẫu vật trưng bày, được bài trí trong 15 căn phòng chủ đề khác nhau. Với diện tích tổng lên tới 2000m vuông, các căn phòng này sẽ không chỉ tái hiện lại trụ sở lâu đời của hãng ở Geneva mà còn đưa khách xem tới không gian của các xưởng chế tác và bảo tàng của thương hiệu. Các mẫu đồng hồ được trưng bày gồm có các mẫu complication (phức tạp) và grand complication (siêu phức tạp). Các cơ chế này gồm có lịch vạn niên và minute repeaters. Cũng tại triển lãm, các thợ chế tác sẽ thể hiện và giới thiệu tay nghề của họ với các kỹ thuật như enamelling, guilloché (chạm khắc tạo hoa văn) và khắc nạm đá quý.

TADAO ANDO

Giới thiệu chung cư tối giản ở Manhattan.

Kiến trúc sư đoạt giải Pritzker, người Nhật, Tadao Ando mới đây đã giới thiệu với New York một công trình mang phong cách tối giản. Tòa chung cư này gây ấn tượng bởi cách xử lý chất liệu thô ráp để tạo ra một công trình hiện đại. Bề mặt của công trình mang dấu ấn kiến trúc đặc trưng của Ando từng thể hiện qua rất nhiều công trình trên thế giới như bảo tàng Modern Art Museum of Fort Worth ở Texas, Mỹ hay nhà thờ Church of the Light ở Osaka, Nhật Bản. Toàn bộ tòa nhà luôn mang một màu xám đặc biệt – dù ở những sắc độ khác nhau. Hệ thống ánh sáng được xử lý bằng những tấm kính cho phép dẫn ánh sáng tự nhiên vào trong nhà. Với dự án này, ngoài Tadao Ando, còn có sự cộng tác của rất nhiều tên tuổi khác trong làng kiến trúc và xây dựng như Ismael Leyva, bộ đôi Michael Gabellini và Kimberly Sheppard.



*cuộc sống là nét đẹp năng động



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

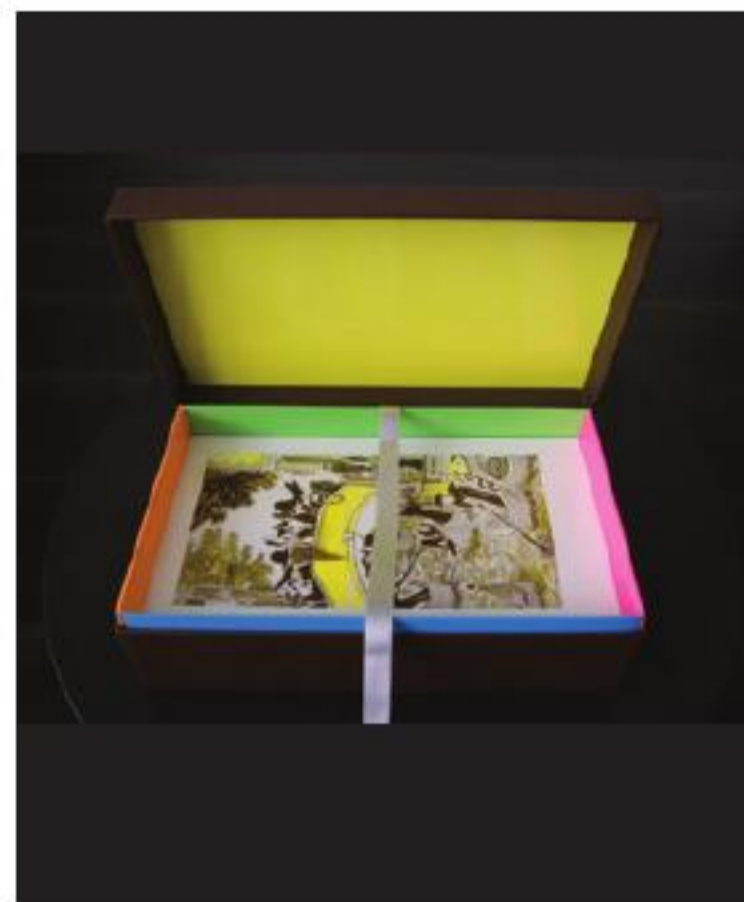
hcmc • union square • new world hotel • hanoi • vincom royal city • pacific place • ba trieu

<https://tieulun.hopto.org>

LOUIS VUITTON

Xuất bản tranh vẽ của họa sỹ Ruben Toledo.

Mùa xuân năm 2015, nhà Louis Vuitton xuất bản một ấn phẩm giới hạn gồm 30 bức vẽ được đánh số và ký tay trong số những tranh minh họa xuất sắc nhất của Ruben Toledo. Hơn 15 năm qua, Ruben Toledo đã sáng tạo riêng cho bộ sách Louis Vuitton City Guide một trăm hình ảnh minh họa chưa được xuất bản – tất cả đều hóm hỉnh và đầy ắp cảm hứng. Được trình bày trong một chiếc hộp thanh nhâ, tuyển tập các bức vẽ này đi kèm một chuyên khảo về quá trình làm việc của Ruben Toledo cho ấn phẩm Louis Vuitton City Guide từ năm 2000 đến năm 2012. Là một ấn phẩm vô cùng cầu kỳ và tinh tế, tất cả những chiếc hộp đều được “đóng dấu cá nhân” bởi một tác phẩm nghệ thuật độc đáo được người nghệ sĩ thiết kế tại Paris vào tháng 9 năm 2014. Ấn phẩm này được xuất bản với số lượng giới hạn gồm 30 bản được đánh số từ 01 đến 30 và chỉ được bán tại một số cửa hàng Louis Vuitton chọn lọc. Chiếc hộp được chế tạo tại xưởng ECR1 ở Reims. Tất cả các chi tiết của bức vẽ đều mang chữ ký tay của chính Ruben Toledo.



BOODLES

Hợp tác với nhà hát Royal Opera House.

Mới đây thương hiệu trang sức nổi tiếng London đã hợp tác với nhà hát danh tiếng của thành phố Royal Opera House để thực hiện một bộ sưu tập trang sức đặc biệt có tên là Pas de deux. Được biết bộ sưu tập này lấy cảm hứng từ những động tác vũ ballet cổ điển. Nhà thiết kế chính của thương hiệu Boodles, Rebecca Hawkins chia sẻ cô có một tình yêu lớn dành cho bộ môn múa nghệ thuật này, chính bởi vậy khi có cơ hội hợp tác với Phó Giám Đốc của The Royal Ballet, cô đã lập tức nắm lấy. Điểm nhấn của bộ sưu tập này là những viên pha lê hình cánh diều mô phỏng lại những động tác múa đôi và những viên kim cương được mô phỏng lại động tác cân bằng của diễn viên múa. Được biết bộ sưu tập sẽ được ra mắt tại London trong tháng 06 này.



FRIDA GIANNINI

Kết hôn với Patrizio di Marco.

Được biết, Cựu Giám đốc sáng tạo của Gucci, Frida Giannini và Cựu Chủ tịch và CEO của Gucci, Patrizio di Marco đang lên kế hoạch kết hôn. Cặp đôi đã có với nhau một mặt con đã lên kế hoạch kết hôn trong tháng 06 này. Ngày cưới dự tính cũng sẽ là ngày sinh nhật của di Marco. Theo WWD, lễ cưới sẽ diễn ra ở Sabaudia – một khu nghỉ bên bãi biển cách Rome khoảng 60 dặm. Có vẻ đây là tin tức đầu tiên của cặp đôi kín tiếng này kể từ sau khi rời khỏi Gucci.



MARY-KATE VÀ ASHLEY OLSEN

Tiếp tục thắng lớn ở CFDA.

Bộ đôi mới đây vừa tiếp tục được giành được giải thưởng của CFDA cho thương hiệu thời trang nữ The Row. Cặp đôi “nhà vô địch” năm ngoái của hạng mục “Nhà thiết kế phụ kiện xuất sắc nhất” năm nay đã thực hiện một cú vượt mặt ngoạn mục, bỏ xa những cái tên lớn như Proenza Schouler, Michael Kors, Marc Jacobs và Joseph Altuzarra để giành giải thưởng ở hạng mục Nhà thiết kế thời trang nữ xuất sắc nhất.



watches

calvinklein.com



FIND YOUR MOMENT #ckminute

Calvin Klein

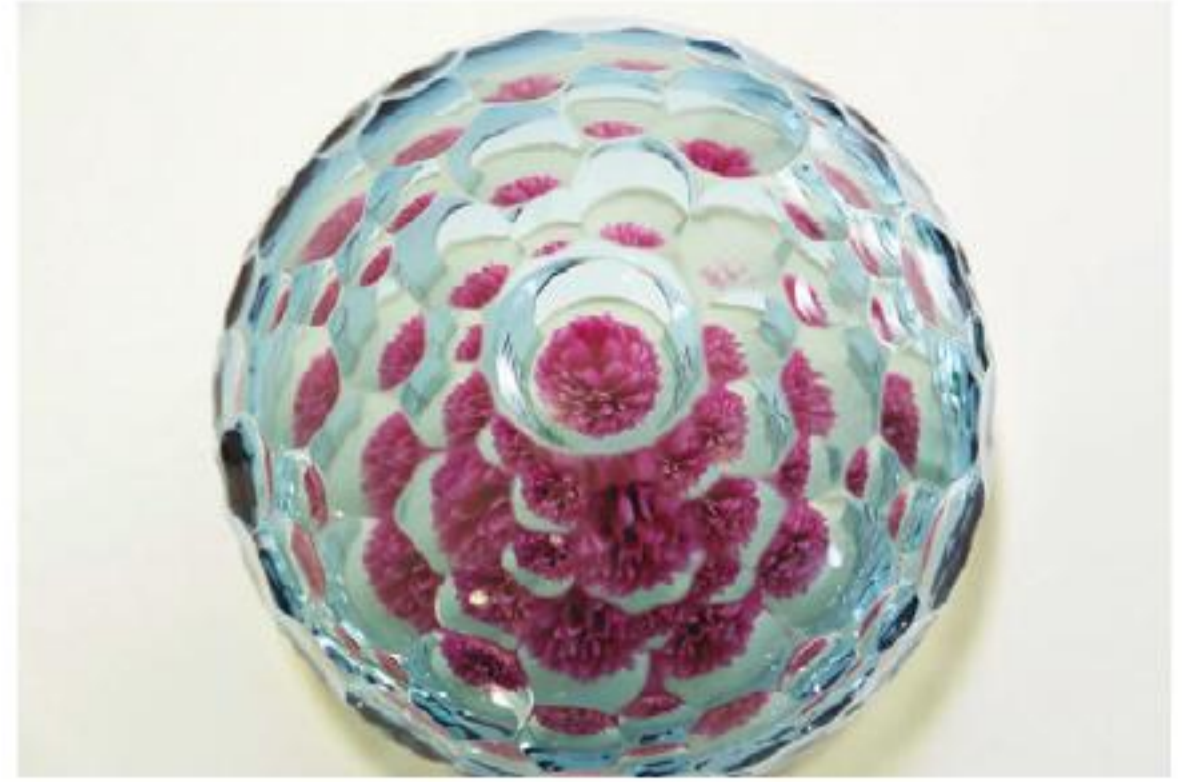
swiss made

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

SHOPS: Sai Gon • Saigon Center 63 Lê Lợi, Q.1 [38212231] • Sun Wah Tower 115 Nguyễn Huệ, Q.1 [38219279] • Vincom Center 70-72 Lê Thành Tôn, Q.1 [39939099] • Maximark JC Ba Thang Hai, Q.10 [38328991] • Vincom Center 216 Võ Văn Ngân, Q.TĐ [37223433] • PNJ Shops [39959338] **Ha Noi** • Lotte Center 34 Liễu Giai, Q.BĐ [32676555] • Vincom Megamall Times City 458 Minh Khai, Q.HBT [32001400] • Vincom Megamall Royal City 72A Nguyễn Trãi, Q.TX [62620560] • Big C Thăng Long 222 Trần Duy Hưng, Q.CG, Hà Nội [37832301] • Vincom Center 191 Bà Triệu, Q.HBT [22200268] • Duy Anh Watch 7 Hàng Khay, Q.HK [66566660] • Savico Megamall 79 Nguyễn Văn Linh, Q.B [62550099] • Lotte Mart 229 Tây Sơn, Q.Đ [38539966] **Vinh** • Big C Vinh 2 Ông Trọng, Q.Đ [38539966] **Hà Nội** • Big C Việt Trì Plaza 223-227 Hùng Vương [3666066] • Indochina Riverside Mall 74 Bạch Đằng [3843818] **Nha Trang** • Nha Trang Center 20 Trần Phú [6516666] – **SERVICE CENTERS:** • Sun Wah Tower 115 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM [3821 9279] • Lotte Center 34 Liễu Giai, Q.BĐ [32676555] • Vincom Center 70-72 Lê Thành Tôn, Q.1 [39939099] • Maximark JC Ba Thang Hai, Q.10 [38328991] • Vincom Center 216 Võ Văn Ngân, Q.TĐ [37223433] • PNJ Shops [39959338] <https://tieu lun.hopto.org>

BÌNH OP Ra mắt tại Milan 2015

Những chiếc bình OP này (xem hình) được ra mắt trong tuần lễ Milan Design Week 2015. Bình có thiết kế khá độc đáo mang ý nghĩa thay đổi hoàn toàn ý niệm của số đông về một chiếc bình trưng/cắm hoa. Những chiếc bình có thiết kế khá giống những hang động cách điệu với lớp vỏ được lấy cảm hứng từ những ống kính màu kaleidoscope, tạo hiệu ứng đa màu sắc và cảm giác có rất nhiều bông hoa đang nở và đua sắc ở bên trong bình. Mỗi khi người xem thay đổi vị trí, những bông hoa cũng thay đổi và tạo ra những cảm xúc trong trẻo và mới lạ.



TAI NGHE SIÊU MỎNG ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ ĐIỆN TỬ IN ẤN maxime loiseau

“Roll to Roll” là một công nghệ mới đang được ứng dụng để thu nhỏ các vi mạch và đơn giản hóa kết cấu của một thiết bị điện tử. Được giới thiệu trong tuần lễ triển lãm New York Design Week 2015, Maxime Loiseau đã lập tức ứng dụng công nghệ này để cho ra đời một sản phẩm giải trí ưu việt là tai nghe. Để thực hiện mẫu tai nghe này, quy trình sản xuất, chất liệu, tất cả đều phải được đơn giản hóa tối đa. Các vi mạch điện được in thay vì sử dụng dây thép như thông thường. Cũng chính bởi áp dụng công nghệ mới nên các yếu tố cũ như kiểu thiết kế và các mối hàn được loại bỏ triệt để. Sản phẩm sẽ mang một thiết kế tối giản và ấn tượng. Tin rằng với việc ứng dụng công nghệ này vào tai nghe, hãng Maxime Loiseau sẽ tiên phong và mở ra một hướng phát triển hoàn toàn mới cho các sản phẩm công nghệ điện tử.



NHỮNG MÓN ĐỒ NỘI THẤT CHUYỂN MÀU patricia urquiola

Mới đây, trong triển lãm Salone del Mobile 2015, hãng thiết kế và sản xuất đồ nội thất Patricia Urquiola đã giới thiệu một series các thiết kế đồ nội thất đổi màu. Điểm đặc biệt của những món nội thất này là khi tiếp xúc với những nguồn sáng khác nhau hoặc được nhìn từ những góc độ khác nhau, những món đồ nội thất sẽ cho những màu sắc khác nhau. Bí mật làm nên điều kỳ diệu của những món đồ nội thất này là chúng được làm từ những loại kính đặc biệt. Khi ghép tại đúng những điểm cân tác động trên những tấm kính này, chúng ta sẽ có được hiệu ứng chuyển màu đặc biệt đó. Tuy nhiên, cách xử lý cụ thể thế nào thì vẫn chỉ có Patricia Urquiola là nắm rõ.



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

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



CHRISTOPHER GUY

Thương hiệu nội thất Christopher Guy càng lúc càng khẳng định vị thế của mình trên đỉnh cao của thế giới nội thất. Thương hiệu trứ danh này khiến cho những khác hàng thượng lưu trên khắp các vùng Trung Đông, Bắc Mỹ, châu Âu và ngay cả châu Á cũng không khỏi say mê và bị chinh phục với những sáng tạo không biên giới trong hàng loạt những dòng sản phẩm danh giá được thể hiện bởi sự thanh lịch, tao nhã và phong cách thiết kế vượt thời gian. Bằng tình yêu và sự rung cảm của người nghệ sĩ, CAODONG đã truyền cảm hứng từ những sáng tạo của Christopher Guy vào những công trình đẳng cấp tại Việt Nam, đem đến cho những khách hàng am hiểu nghệ thuật sống những trải nghiệm đầy bất ngờ qua dự án căn hộ mẫu Riviera Point.

RIMOWA ONYX siêu phẩm cao cấp hài hòa giữa công nghệ và thời trang...

Dòng vali RIMOWA ONYX cao cấp mới với vỏ làm từ sợi carbon siêu bền, màu đen quyền lực điểm xuyết khung viền nhôm cứng cáp màu bạc nổi bật cùng phụ kiện da sang trọng chinh phục tất cả những doanh nhân kĩ tính nhất.

Mục tiêu mang đến sự thoải mái và tiện dụng nhất cho các chuyến công tác thường xuyên của các doanh nhân, dòng vali cao cấp được giới thiệu vào mùa Xuân – Hè 2015 này rất chú trọng phong cách thiết kế hài hòa với tính hữu dụng, tinh tế trong từng chi tiết cải tiến dù là nhỏ nhất. Dòng ONYX với hai phiên bản: vali tùy chọn cùng 4 kích cỡ khác nhau thuận tiện cho các chuyến đi dài ngày hoặc ngắn ngày; cặp táp đựng máy tính xách tay và tài liệu với 3 kích thước phù hợp.

Vali ONYX có vỏ làm bằng chất liệu Polycarbonate cao cấp sáng bóng. Đối với 2 loại vali lớn, thân trước được phủ bằng một lớp da cao cấp sang trọng cùng với vải Kepotect chắc bền. Loại nhỏ nhất được trang bị thêm 1 ngăn với lớp lót dày, mềm mại để đựng máy tính xách tay hoặc tài liệu. Với vali loại nhỏ này, toàn bộ phần thân trước bằng da cao cấp với các đường rãnh đặc trưng của thương hiệu nhằm đưa sản phẩm đạt đến sự sang trọng và tinh tế tuyệt đối.



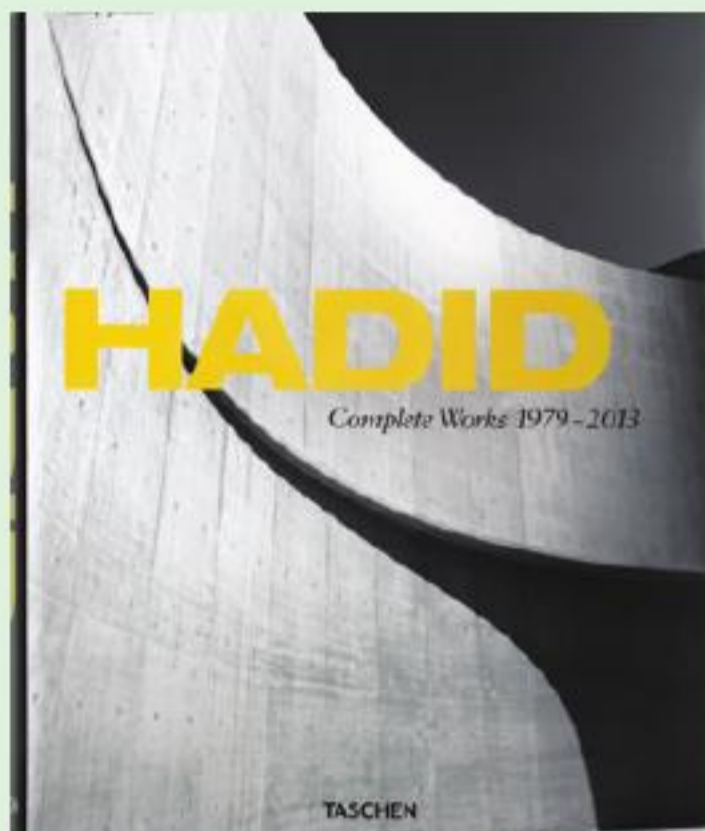


Enjoy Responsibly



FONDE  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


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



HADID COMPLETE WORKS 1979 - 2013

Tác giả: Philip Jodidio

Có thể bạn luôn muốn biết về người phụ nữ đầu tiên trên thế giới đoạt giải “Oscar của kiến trúc” những điều bà đã làm cũng như cống hiến cho ngành kiến trúc thế giới trong hơn 30 năm nay? Cuốn sách Hadid Complete Works 1979 – 2013 của tác giả Philip Jodidio sẽ phần nào giải thích giúp bạn về điều này. Cuốn sách là tập hợp các công trình Hadid đã thực hiện cho tới năm 2013. Sách được minh họa bởi những bức ảnh đẹp, những bài viết chuyên sâu và cả những bức vẽ do chính Hadid thực hiện.

WA: THE ESSENCE OF JAPANESE DESIGN

Tác giả: Rossella Menegazzo,
Stefania Piotti and Kenya Hara

Với 300 món đồ và các mẫu thiết kế, cuốn sách này sẽ đưa bạn đọc tới với thế giới của thiết kế đương đại của Nhật Bản, từ những món đồ thường ngày và các bao bì sản phẩm tới những thiết kế nội thất và cách xử lý ánh sáng. Trên tất cả cuốn sách này hướng tới việc khám phá cách người Nhật sử dụng các thiết kế để làm chủ các chất liệu – dù là tự nhiên hay tổng hợp. Cuối cùng một yếu tố không nhỏ nữa là việc kết hợp thái độ tôn trọng các giá trị truyền thống với lối tư duy cấp tiến và thể nghiệm – tất cả chỉ qua các thiết kế. Cuốn sách cũng có một cách tiếp cận khá mới mẻ. Thay vì đưa bạn đọc tới tiếp cận các thiết kế của Nhật Bản theo cách tiếp cận các nhà thiết kế, cuốn sách lựa chọn những đồ vật bởi vì sự ảnh hưởng của tư duy Nhật Bản này đang có đối với văn hóa Tây Âu. Cuốn sách sẽ bao gồm các ví dụ là các nhà thiết kế Nhật Bản quan trọng nhất như Sori Yanagi và Shiro Kuramata; Naoto Fukasawa và Tokujin Yoshioka. Đặc biệt, cuốn sách sẽ có một phần giới thiệu rất thú vị về thiết kế của Nhật Bản được viết bởi Kenya Hara.



RENÉ REDZEPI: A WORK IN PROGRESS Journal, Recipes and Snapshots

Có lẽ trước khi tìm hiểu về bộ 03 cuốn sách, chúng ta hãy tìm hiểu về tác giả của nó: René Redzepi. René Redzepi là một đầu bếp 02 sao Michelin, người Đan Mạch. Anh đang điều hành nhà hàng 02 sao Michelin, Noma. Bộ sách này là thành quả của một năm làm việc của René Redzepi. Bộ ba cuốn sách này sẽ hé lộ cuộc sống thường nhật của René Redzepi ở Noma, từ việc thử và phát triển những món ăn mới tới việc thành công và đoạt những giải thưởng danh giá trong ngành ẩm thực. Bộ sách cũng giới thiệu công thức của hơn 100 món ăn. Bên cạnh đó là những góc nhìn thú vị, hài hước nhưng chuyên sâu về ngành ẩm thực.

Tin rằng bộ ba cuốn sách này sẽ không chỉ hữu ích và có sức hút với những bạn đọc đam mê ẩm thực mà còn với cả những bạn đọc phổ thông.



Enjoy Responsibly

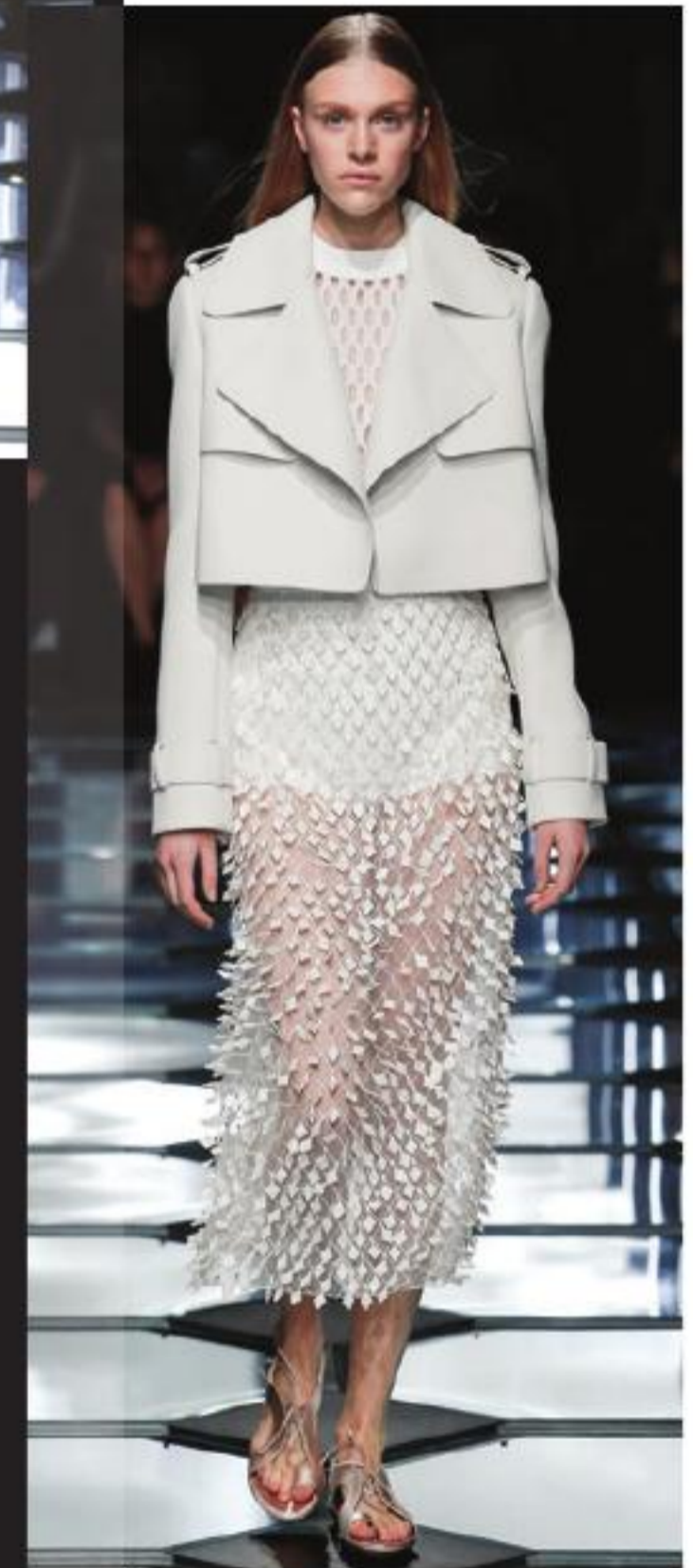


FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

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

■ INTO THE SUMMER

Với mùa mới này, các thương hiệu thời trang nữ đỉnh đám của thế giới tiếp tục đưa ra định nghĩa xu hướng mùa Hạ với các chất liệu mỏng, xuyên thấu và gợi cảm. Các chất liệu ren, lưới được triệt để sử dụng. Bên cạnh đó, một điểm nhấn của mùa là các họa tiết in ấn tượng và các họa tiết kẻ ca rô phá cách. Đây là các khuynh hướng sẽ được giới thiệu bởi Balenciaga, Louis Vuitton và Chanel.



Có thể nói từ khi về với Balenciaga, Alexander Wang vẫn luôn cho thấy một sự trân trọng với những giá trị cũ của thương hiệu dù đó là những giá trị thuộc về người sáng lập thương hiệu Cristóbal Balenciaga hay nhà thiết kế tiền nhiệm Nicolas Ghesquière. Chỉ tới show diễn SS 2015 này, Wang mới bắt đầu cho thấy những dấu ấn phong cách cá nhân rõ nét hơn. Mở màn show diễn là một chiếc áo khoác dài chấm mắt cá, cộc tay kết hợp với trang phục váy/quần short và áo top bên trong, tạo ấn tượng về một phong cách đường phố khá táo bạo. Những mẫu thiết kế tiếp theo là sự hòa trộn khéo léo giữa phong cách thể thao, phong cách đường phố và tính hiện đại nhưng vẫn sang trọng của những mẫu trang phục dành cho các hoạt động ban ngày. Ấn tượng hơn nữa khi nhà thiết kế đã tạo ra những cất cúp thú vị để những trang phục đó không chỉ hợp với môi trường công sở mà còn hợp cả với những buổi tiệc tối hoặc những buổi dạo chơi trên phố.

Trong bộ sưu tập này, 02 màu chủ đạo được Wang lựa chọn là trắng và đen. Với 02 màu này Wang đã tạo ra rất nhiều những kiểu cách kết hợp khác nhau. Từ trắng với trắng, trắng với đen, đen với đen. Cũng trong bộ sưu tập này Wang còn cho thấy sự kết hợp vô cùng sáng tạo giữa các chất liệu của mình. Đó là sự kết hợp các chất liệu có bề mặt sần và cứng với các chất liệu trong hoặc lưới. Các kỹ thuật đính kết công phu cũng được nhà thiết kế tận dụng triệt để. Về bộ sưu tập, chính bản thân Wang cũng nhận xét và chia sẻ: "Đây là một câu chuyện dài về các kỹ thuật xử lý cắt may và trang trí cho trang phục."

BALENCIAGA



LOUIS VUITTON

Nếu có điều gì mà một show diễn Louis Vuitton khiến người xem phải thất vọng đó là không bao giờ tồn tại sự nhàm chán trong cách dẫn truyện của thương hiệu. Mỗi mùa qua đi, mỗi show diễn tới đều là cơ hội để cho Louis Vuitton chứng tỏ sức sáng tạo vô hạn của tập thể này. Mùa một này cũng không phải ngoại lệ, hãng đã thực hiện một show diễn với một tinh thần sci-fi không thể ẩn tượng hơn. Âm nhạc được kết hợp là nhạc của Simon & Garfunkel (The Sound Of Silence). Và rồi người mẫu xuất hiện trong một chiếc đầm trắng ngắn LWD (Little White Dress) với một đôi boot da đen. Chiếc đầm có cổ cao và cổ định bởi một sợi dây satin (?) đen tạo ấn tượng như một chiếc cà vạt. Các họa tiết trên thân áo khá ấn tượng và đặc biệt. Khéo hơn khi nhà thiết kế có thể dễ dàng đưa phong cách Retro này vào kết hợp với những điểm nhấn của phong cách thời trang hiện đại như những chiếc quần ống loe với gấu quần được cắt cúp ngay phía trên mắt cá. Kết hợp với item này là một chiếc áo khoác trông thật thoải mái nhưng vẫn chic. Vẫn theo cách đó, Ghesquière kết hợp một chiếc áo khoác màu xanh hải quân hai hàng khuy với những chiếc váy vải jersey trắng và ngắn, tạo ra một phong cách hiện đại, quyến rũ và thoải mái. Điểm thú vị cuối cùng không nên bỏ qua là những món đồ jeans được in hình những món đồ gia dụng Retro như máy sấy tóc, máy ghi âm, điện thoại, ô tô, các chai sơn móng tay. Quả thực, qua mỗi mùa, dù dưới thời bất kỳ nhà thiết kế nào, Louis Vuitton vẫn luôn biết cách trở nên duyên dáng, hợp thời và chiều lòng giới trẻ.



Hãy nói thế này, không ai trong thế giới thời trang biết cách nắm bắt xu hướng thời thượng hơn người đàn ông tóc bạc Karl Lagerfeld. Hoặc hãy nói rằng không người đàn ông nào trong thế giới thời trang biết cách “nịnh” phụ nữ hơn Ngài Karl. Với show diễn Xuân-Hè 2015, Karl đã biến sàn diễn thành một cuộc diễu hành đòi bình quyền cho phụ nữ và chính ông cũng tham gia trong cuộc diễu hành đó như một người đàn ông cấp tiến. Những khẩu hiệu với những kiểu cách chơi chữ không thể thú vị hơn được căng lên.

Với bộ sưu tập mùa này, Karl Lagerfeld cũng cho mọi người thấy một góc khác của con người ông. Ông là một người ủng hộ nhiệt thành cho chủ nghĩa nữ quyền. Và là một nhà thiết kế thời trang, Karl có cách riêng để thể hiện sự ủng hộ đó – qua các mẫu thiết kế. Ông chia sẻ bộ sưu tập mùa này được thiết kế dành cho mọi phụ nữ - những người có đủ khả năng mua Chanel. “Vâng, ý tưởng là vậy. Bộ sưu tập sẽ bớt mang tính thời trang hơn nhưng sẽ mang tinh thần “mode vie” (trang phục cho cuộc sống nhiều hơn.” Đây chính là lý do những người mẫu của Chanel mùa này ở những độ tuổi khác nhau. Một điểm đặc biệt nữa là trong mùa này, lần đầu tiên Karl Lagerfeld bỏ qua màu đen kinh điển trong các thiết kế của mình. Ông cũng chia sẻ: “Tôi đã quá mệt mỏi với việc luôn phải sử dụng màu đen. Và kết quả của điều này là một bộ sưu tập với Cara Delevingne trong áo đồ suit vải tweed màu xám, kết hợp với giày đế thấp. Sam Rollinson diện một chiếc áo khoác 07 sắc cầu. Caroline de Maigret lại ấn tượng với những đợc kẻ sọc hải quân.

CHANEL

BOLD IN YOUR WAY

Trong mùa một thời trang này, bạn sẽ thấy sự lên ngôi của những trang phục mang màu sắc ấn tượng. Nếu màu hồng, màu vàng chanh, màu cam hoặc màu đỏ trước đây là những màu không dành cho đàn ông, thì nay những màu sắc tương chừng dành cho phái yếu này đang làm một cuộc chinh phục với mọi sàn diễn thời trang lớn nhỏ dành cho nam giới. Vậy nên, xét cho cùng không có màu sắc dành cho nam, không có màu dành cho nữ, chỉ có màu dành cho những người dám hoặc không dám chứng minh và thử nghiệm với những phong cách mới. Và thời trang nam, bên cạnh sự lịch lãm còn cần cả sự quá cảm.



ETRO

Phải nói ẩm thực đóng một vai trò quan trọng trong văn hóa Ý. Nếu hiểu được điều này bạn sẽ dễ dàng giải thích được tại sao Dolce & Gabbana từng giới thiệu những mẫu thiết kế với họa tiết in hình hoa quả. Và lần này thì tới lượt Etro giới thiệu những mẫu thiết kế nam giới đầy thú vị và vui nhộn với các họa tiết in là hình những con trai, những chiếc bánh hoặc những đĩa thức ăn đựng cá mòi, cá trứng, những con tôm hay món kem gelato. Tuy nhiên, điểm thú vị là những thiết kế này với những màu sắc tươi sáng của những món ăn đã mang tới được cho những bộ trang phục một phong cách trẻ trung, năng động và khá nghệ sỹ. Nội giới thời trang của nước ngoài đánh giá Etro mùa này gợi nhắc chúng ta nhớ tới những bức tranh vẽ rau quả nổi tiếng từ thế kỷ 16 của Arcimboldo.

Bên cạnh những thiết kế với các họa tiết "you wear what you eat" là những thiết kế khá thanh lịch, gợi nhắc mọi người tới những năm 1960-1970 khi thanh niên mặc những chiếc áo khoác 02 hàng khuy có cầu vai hơi rộng đầy phóng túng. Kết hợp với những bộ suit trắng đó là những đôi giày màu trắng pha màu kem caramel. Ngoài ra, hãng cũng giới thiệu những mẫu quần cách điệu từ những chiếc quần thể thao với ống khá rộng, thoải mái. Kết hợp với những mẫu quần này là những đôi giày sneaker trắng thời thượng. Những màu sắc được giới thiệu trong mùa này của Etro cũng khá đa dạng tuy nhiên, dấu ấn vẫn tập trung vào những màu tươi sáng, năng động như màu vàng chanh, màu gạch non. Tin rằng, đây sẽ là một bộ sưu tập dành cho những người đàn ông nghệ sỹ.





CANALI

Không ngoa khi nói Andrea Pompilio đang mang tới cho Canali một hơi thở mới, trẻ trung hơn, năng động hơn và cũng sành điệu hơn. Đầu tiên là những đôi giày thể thao sneaker màu trắng kết hợp với những chiếc quần và bộ suit có họa tiết chấm ... "hình quả trám." Kế đó là những kiểu xắn gấu cao cho những chiếc quần ông côn. Đây đều là những chi tiết tin rằng không mấy ai trông đợi từ một thương hiệu 80 năm tuổi đời như Canali, và càng không phải là điều thường thấy ở những thương hiệu thuộc phân khúc cao. Tuy nhiên, trước sự ngạc nhiên của giới mộ điệu, những thiết kế này chính là lý do Pompilio được tuyển dụng làm chuyên gia tư vấn sáng tạo. Ngạc nhiên hơn khi những thiết kế thuộc bộ sưu tập Capsule Collection này sẽ song hành với dòng sản phẩm chính của thương hiệu tới từ Ý. Có lẽ những cái tên trong giai tầng cao cấp quản lý thương hiệu Canali đang ý thức được việc cần phải học cách chiều lòng giới trẻ chăng?

"Thực tế là khi tới với Canali, tôi chỉ giới thiệu những thứ thuộc về bản thân tôi với thương hiệu. Bởi tôi quan niệm đó là sự tôn trọng thương hiệu ở mức cao nhất. Qua bộ sưu tập, tôi giới thiệu với mọi người một Canali qua lăng kính, qua góc nhìn của Andrea Pompilio." Kết quả là chúng ta có áo T-shirt vải cashmere kết hợp với suit, tạo ra một phong cách rất chic, rất đường phố. Đặc biệt, Andrea Pompilio cũng cho thấy một cách chơi màu vô cùng thú vị khi kết hợp màu xanh blue và màu burgundi với màu thiên thanh gì, màu hồng nhạt với màu trắng của da bê. Ngoài ra, Pompilio cũng tạo dấu ấn với các chi tiết vay mượn từ đồ thể thao. Quần short Bermuda ngắn trên gối với họa tiết thập niên 1950 kết hợp cùng giày sneaker tạo ấn tượng rất "ngầu" và Retro. Giày da lộn nhuộm vàng cam mang đến sự trẻ trung và sôi nổi.




GUCCI

Ý tưởng của Cựu Giám đốc Sáng tạo của Gucci, Frida Giannini cho bộ sưu tập thời trang nam cuối cùng trước khi cô rời thương hiệu này là những người đàn ông hải quân. Tuy nhiên, trái với những nhà thiết kế khác, cô đã tìm cách kết hợp và đưa tinh thần Rock 'n' Roll vào với chủ đề này. Và từ đó, cô tìm ra cách vô cùng thú vị để kết hợp giữa một phong cách đi biển truyền thống với cái nổi loạn của những anh chàng metrosexual thị dân sành điệu kiểu mới. Các chi tiết hải quân được làm mềm và làm mới. Các chi tiết khuy áo được xử lý làm mờ thay vì được mạ vàng. Những chiếc quần thủy thủ trông tươi mới và cũng được cắt như thể chúng có đũng tụt. Ngay cả mẫu túi duffle bag cũng được làm mới với một mẫu luxe mini me version với chất liệu da đặc biệt. Một điểm nữa, không có gì ngạc nhiên khi các đường kẻ sọc có một vai trò quan trọng trong bộ sưu tập. Với trang phục ban ngày, những thiết kế màu đen với kẻ sọc trắng được đưa vào những chiếc quần tới mắt cá, kết hợp với áo khoác cao cổ hoặc sơ mi tunic. Trong khi đó, với các bộ sưu tập dành cho buổi tối, các bộ trang phục màu đen sang trọng kết hợp với những chiếc quần may đo khéo tạo thành một bộ trang phục không thể hoàn hảo hơn.



A life IN STYLE

KHÔNG NGOA KHI NÓI, VỚI NHỮNG THIẾT KẾ VÀ SÁNG TẠO HAY HO CỦA MÌNH, NGƯỜI ĐÀN BÀ PHÁP, COCO CHANEL ĐÃ GHI TÊN MÌNH VÀO LỊCH SỬ VÀ TRỞ THÀNH MỘT TƯỢNG ĐÀI BẤT TỬ CỦA LÀNG THỜI TRANG THẾ GIỚI.



Sẽ rất khó để tìm ra điểm bắt đầu cho câu chuyện về di sản khổng lồ mà Chanel để lại cho thế giới thời trang và quan trọng hơn là cho những người phụ nữ. Bà đã không chỉ thay đổi cách ăn mặc của những người phụ nữ mà còn thay đổi cả lối sống của họ. Chanel là người phụ nữ đầu tiên trên thế giới cắt tóc ngắn và để tóc ngắn trong suốt cuộc đời mình. Bà cũng là người phụ nữ đầu tiên giới thiệu với những người phụ nữ những bộ suit may đo cho nữ giới, giúp mang tới cho phụ nữ những thay đổi về địa vị xã hội cũng như những ấn tượng về quyền lực – thứ trước đây vốn thuộc về nam giới. Justine Picardie – tác giả cuốn sách viết về Chanel, *Coco Chanel: The Legend and the Life* chia sẻ: “Đàn ông gây ấn tượng với những bộ suit cắt may chuẩn. Điều đơn giản này đã không dành cho phụ nữ cho tới thời của Chanel.”

Không chỉ dừng lại ở đó. Những chiếc áo jacket vải tweed mà bạn có thể thấy ở bất kỳ con phố quan trọng nào trên thế giới từ Whistles tới Boden là một “phát minh hoàn toàn của Chanel”. Vải tweed được sử dụng để may những chiếc jacket của Chanel hiện vẫn được khai thác từ Scotland và Cumbria – nơi Chanel bắt đầu tìm ra và lựa chọn chất liệu này. Chanel cũng là nhân tố giúp phụ nữ có những cách nhìn nhận mới mẻ về thời trang. Bà thay đổi cách nghĩ của họ, giải phóng họ, đưa họ tới với việc diện những bộ đồ thoải mái, dễ chịu, những bộ quần áo dáng ôm. Bà tìm kiếm không ít cảm hứng cho những mẫu thiết kế của mình từ cách thức ăn mặc của đàn ông. Bà thậm chí đưa những chiếc áo kẻ sọc của thủy thủ vào trong các thiết kế của mình và biến nó thành một trong những điểm nhấn của phong cách Chanel.

Chanel đã thực hiện một cuộc cách mạng thực sự với màu đen – màu vốn vẫn được ưa dùng trong các buổi tang lễ. Mở đầu cuốn sách của mình, Justine Picardie đã đưa ra trích dẫn của Chanel về màu đen: “Tôi yêu màu đen và nó vẫn tiếp tục trở nên mạnh mẽ cho tới giờ, bởi màu đen thổi bay và quét sạch toàn bộ những thứ quanh nó.” Và cũng chính sự đau khổ và tiếc thương của bà dành cho người đàn ông của mình: Boy Capel vào năm 1919 (cùng hàng trăm góa phụ khác bởi Thế Chiến II) đã khai sinh ra một item khác: váy LBD. Justine chia sẻ: “Thực tế là việc biết mẹ tôi kết hôn trong chiếc váy LBD đã khiến tôi hiểu với phụ nữ Chanel quan trọng thế nào. Mặc dù mẹ tôi không kết hôn trong một chiếc váy Chanel, mà chỉ là trong một chiếc váy LBD nhưng khi hiểu thêm về thời trang tôi hiểu được rằng việc lựa chọn một chiếc váy LBD làm váy cưới nó mang ý nghĩa thế nào và tôi càng muốn tìm hiểu Chanel hơn nữa.”



Cuộc đời của Chanel mang tính truyền cảm hứng tới mức người ta đã dựng phim, viết sách về nó. Bộ phim do Anne Fontaine đạo diễn, với sự tham gia của Audrey Tautou trong vai Gabrielle Chanel.



Chanel đang thực hiện việc fitting đồ cho một khách hàng.



Chanel đang thực hiện trang phục cho nữ diễn viên Romy Schneider người Đức.

Chanel cũng là người đã đưa ra rất nhiều ý tưởng về thời trang, chẳng hạn như bà khẳng định rằng mỗi người phụ nữ nên có thể đi lại trong đôi giày của mình. Bà cũng là người nói rằng, phụ nữ nên diện màu đỏ (dù chỉ một chút) để nhắc nhở về dòng máu chảy trong người chúng ta. Bà là người biến những điều không thể thành có thể khi dùng chất liệu may đồ lót của nam giới để may trang phục cho nữ giới. Lý do bà lựa chọn chất liệu này bởi đây là chất liệu duy nhất bà có thể có trong những năm 1920. Tuy nhiên, sự sáng tạo của Chanel đã mang tới cho chất liệu này một cuộc đời mới, một vị thế mới. Hay bà cũng là người đầu tiên ở Pháp, nghĩ và hiện thực hóa việc cho ra đời loại nước hoa có mùi hương tổng hợp.

Ngoài một cuộc sống thời trang, Chanel còn có một cuộc sống khá thú vị và đôi lúc nó gây ra khá nhiều tranh cãi. Tuy nhiên, 02 cuộc sống này của bà, cuộc sống thời trang và cuộc sống riêng của bà khá gắn kết với nhau. Nó không tách rời nhau mà hỗ trợ cho nhau. Những mẫu thiết kế của bà đều được lấy cảm hứng từ những trải nghiệm trong cuộc sống của bà. Chẳng hạn chiếc túi 2.55 do bà giới thiệu có lớp lót màu burgundy cùng với màu đồng phục ở tu viện nơi bà đã lớn lên. Ở dưới nắp túi trước là một ngăn nhỏ, người ta đồn rằng đây là nơi Chanel thường cất giấu những bức thư tình của bà. Hay ở trên thân túi là những hình quả trám, được thực hiện theo kiểu may chần. Người ta cũng đồn đoán rằng thiết kế này có cảm hứng tới từ những ô cửa sổ ở tu viện Aubazine – nơi Chanel đã trải qua thời thơ ấu. Những thiết kế mang bông hoa trà là bởi khi còn nhỏ Chanel rất ấn tượng với tác phẩm *La Dame aux Camélias* của đại văn hào Alexandre Dumas. Bà giới thiệu những mẫu trang sức có cảm hứng từ chính con người bà, từ ý thích của bà, từ chính những câu chuyện liên quan tới cuộc sống của bà.

Hay sự ra đời của loại nước hoa bán chạy nhất thế giới cũng có nguồn gốc gắn liền với cá nhân của Chanel. Bà luôn tin rằng con số 05 là một con số may mắn, đồn rằng con đường đưa Chanel tới nhà thờ mỗi ngày cũng có hình con số 5. Hay khi được giới thiệu những lọ nước hoa mẫu, nhỏ đánh số từ 1 tới 5, từ 20 tới 24, bà đã chọn lọ số 05 và nói: “Tôi giới thiệu các bộ sưu tập của tôi vào ngày 5/5 – tháng thứ 05 của năm, vậy chúng ta hãy lấy lọ này và giữ lại cái tên mà nó đã có, tin rằng những điều tốt lành sẽ tới.”

Nói như tác giả của cuốn *Coco Chanel: The Legend and the Life*, Chanel đã tự viết lại cuộc đời của mình, tự kể những câu chuyện theo cách riêng của mình. Và như vậy, Chanel là người phụ nữ tiên phong, mở đầu cho một lối sống, một phong cách sống mà cả trăm năm sau mới trở nên thịnh hành. Từ một người không là ai cả, sinh ra trong một gia đình túng quẫn, Chanel đã trở thành một tượng đài thời trang. Bà trở thành biểu tượng cho sự mạnh mẽ, độc lập, cá tính và là người phụ nữ làm chủ cuộc sống của mình. Cuộc đời của bà không chỉ là cảm hứng cho những nhà viết sách và những nhà làm phim mà còn trở thành động lực để hoàn thiện mình của những người phụ nữ gần 100 năm sau.



Model: KATHERINE MACDONALD
Áo: **Burberry**
Quần: **Hugo Boss**

Model: ANISHA RAJGURU
Quần, áo vest: **Burberry**
Vòng cổ, vòng tay: **Christian Dior**
Giày: **Kenzo**

TROPICAL FREEDOM

CONCEPT & CREATIVE: **Hoàng Anh**

PHOTOGRAPHER: **Jun Dat**

MODEL: **Anisha Rajguru, Katherine MacDonald**

MAKEUP: **Selena Trang**

LOCATION: 875 Hồng Hà - Hà Nội

FASHION: **Burberry, Christian Dior, Kenzo, Hugo Boss**

HOA: Trang trí hoa đặc biệt của nghệ nhân **Jeremy Martin** -
Metaphore - Khách sạn Sofitel Metropole Hà Nội





Model: ANISHA RAJGURU
Quần, áo: **Kenzo**



Model: ANISHA RAJGURU
Áo khoác, váy: **Burberry**



Váy: Kenzo



Áo khoác, túi: **Burberry**





Váy: **Hugo Boss**





Váy: **Hugo Boss**
Vòng tay: **Christian Dior**



Váy: **Hugo Boss**



Hussein Chalayan

KỂ CÁCH MẠNG THỜI TRANG



HUSSEIN CHALAYAN LÀ MỘT TRONG NHỮNG NHÀ THIẾT KẾ THỜI TRANG CÓ ẢNH HƯỞNG NHẤT KHI ĐƯA RA KHÁI NIỆM WEARABLE ART VÀ WEARABLE GARMENT. ÔNG CŨNG LÀ MỘT BẠC THẦY TRONG VIỆC KẾT HỢP THỜI TRANG VỚI CÁC SẮP ĐẶT ĐIỆN ẢNH, NGHỆ THUẬT VÀ PHIM ẢNH.

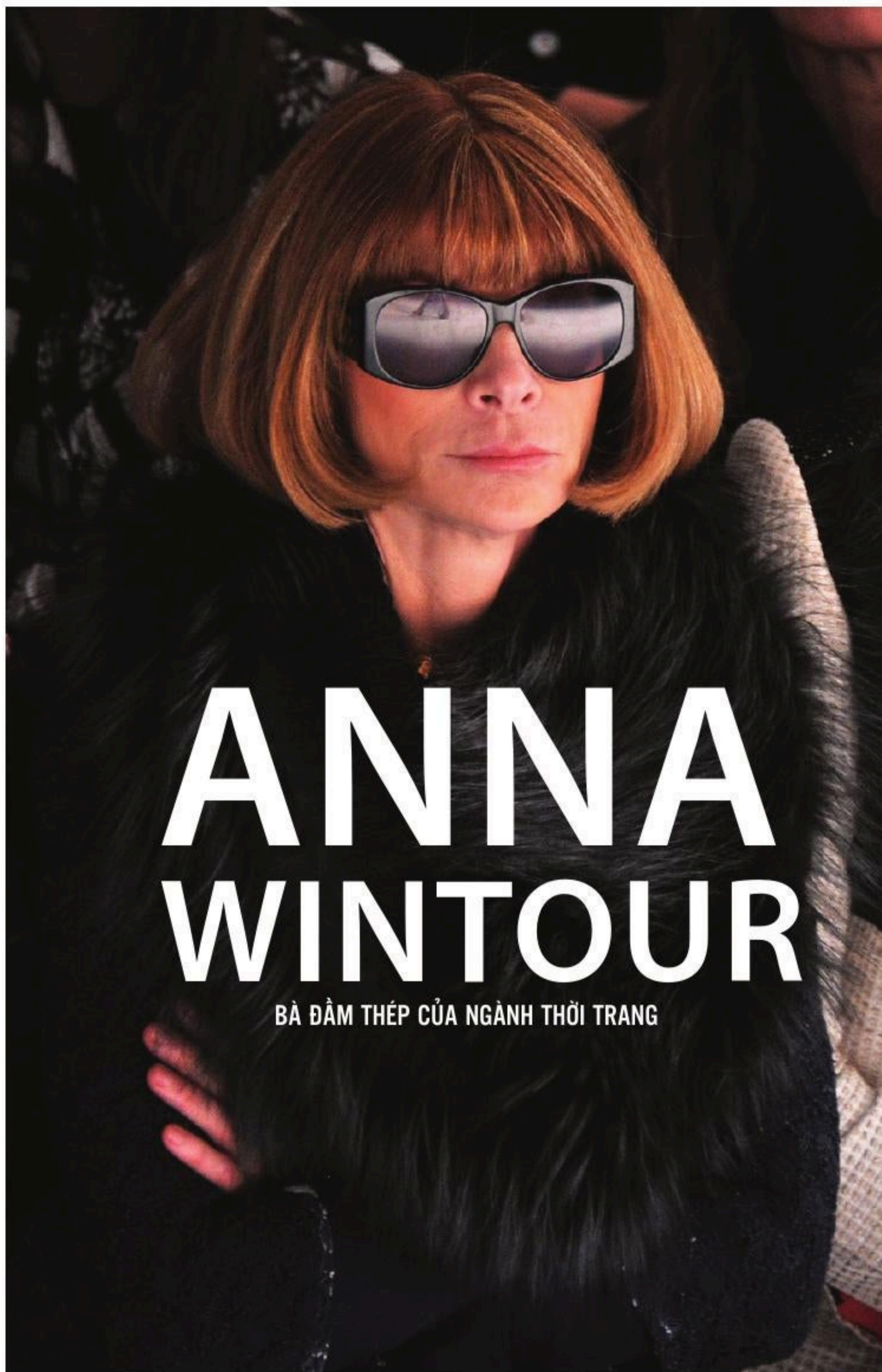


Hussein Chalayan sinh ra ở Nicosia, Cyprus năm 1970. Chalayan và gia đình đã di cư tới Anh vào năm 1978. Ông đã tốt nghiệp “giáo đường thời trang của các thiên tài” Central Saint Martins College of Art and Design ở London. Bộ sưu tập tốt nghiệp của ông ở trường Central Saint Martins có tên là “The Tangent Flows”, gồm những món đồ được ông chôn ở sân sau nhà và chỉ đào lên ngay trước khi show diễn bắt đầu. Được biết, ý tưởng của bộ sưu tập xuất phát từ sự sống, cái chết và sự mục ruỗng của đô thị. Bộ sưu tập đã lập tức thu hút sự chú ý của boutique Browns ở London và được lựa chọn làm bộ sưu tập trưng bày ở cửa sổ.

Chalayan thành lập công ty riêng, Cartesia Ltd., vào năm 1994. Đồng thời ông cũng giới thiệu với thị trường dòng sản phẩm may sẵn Hussein Chalayan. Dòng sản phẩm này về sau được ông đổi tên thành Chalayan vào năm 2010. Điểm đặc biệt trong thời trang của Hussein Chalayan là ông luôn tìm ra cách để đặt cơ thể con người và trang phục bên cạnh các tiến bộ về công nghệ, khoa học, kiến trúc. Bên cạnh đó, ông còn là bậc thầy trong việc đưa ra những câu chuyện kể thú vị được xây dựng dựa trên văn hóa và khoa học về nhân loại. Ông thậm chí tạo ra một sự kết hợp hoàn hảo giữa thời trang nghệ thuật của mình với các sắp đặt âm nhạc và điện ảnh. Đây là lý do giải thích cho việc tại sao mỗi show diễn của Chalayan luôn được xem như những buổi diễn nghệ thuật thay vì chỉ là những buổi trình diễn thời trang đơn thuần. Hay có thể nói, theo một cách nào đó, Chalayan là Marcel Duchamp của làng thời trang. Ông thay đổi ý niệm thời trang theo cách thay đổi bối cảnh của các sự vật. Ông tạo ra một chiếc váy bong bóng, có thể thay đổi kết cấu và hình dạng chỉ sau một nút nhấn. Hay ông cũng là một trong những người tiên phong trong việc đưa ra ý niệm về một “wearable art” – “tác phẩm nghệ thuật có thể mặc”.

Có thể nói tới nay, dù các thiết kế của Chalayan đã mang tính ứng dụng nhiều hơn nhưng không vì thế mà ảnh hưởng nghệ thuật của ông đi xuống. Ông vẫn được xem là một trong những nhà thiết kế tiên phong và độc lập hàng đầu. Những thiết kế của Chalayan đã được ông trưng bày ở bảo tàng Design Museum ở London vào năm 2009. Ngay từ những năm 1995, Chalayan đã thực hiện một “bách chiến”, vượt qua 100 nhà thiết kế khác để đoạt giải London fashion design award trị giá £28.000. Cũng trong năm 1995, Chalayan đã hợp tác với ca sĩ Björk. Cụ thể, Chalayan đã thiết kế chiếc áo jacket cho Björk mặc và chụp bìa cho album Post. Bộ sưu tập Lands Without (mùa mốt Xuân-Hè 1997), Chalayan đã giới thiệu những chiếc váy “Kite” – “Cánh diều” được đánh giá cao do cách Chalayan xử lý để tạo mối quan hệ giữa trang phục và cơ thể.

Ông thậm chí được phong tặng danh hiệu Nhà thiết kế Anh quốc của năm vào năm 1999 và được trao tặng Huân chương Bảo Quốc vào năm 2006. Năm 2011, ông cùng nhà thiết kế Nicola Formichetti hợp tác với nữ ca sĩ nổi tiếng, Lady Gaga tại lễ trao giải Annual Grammy Awards lần thứ 53.



*NGƯỜI PHỤ NỮ CÓ Ý NGHĨA HƠN CẢ
HUYỀN THOẠI CỦA ...NGÀNH THỜI TRANG!*



Anna Wintour là Tổng Biên Tập của tạp chí Vogue, Mỹ. Điều này dường như ai cũng biết. Tin rằng số người biết Anna Wintour là Tổng Biên của tạp chí Vogue, Mỹ nhiều hơn cả số người biết đến gia tộc Rothschild. Theo lẽ thường, mọi người sẽ nghĩ Anna Wintour là một nhà văn, một tay viết cự phách từng vô số lần đoạt giải Pulitzer. Nhưng thực tế hoàn toàn không phải như vậy, Anna Wintour hoàn toàn không giỏi trong trò chơi câu chữ. Thực tế với Wintour, theo các đồng nghiệp của bà thì việc có thể viết được một editor note (thư tòa soạn) đã là một tiến bộ lớn.

Tuy nhiên, Anna Wintour vẫn là cái tên quyền lực số 01 trong thế giới thời trang. Đồn rằng nhân viên PR của một hãng thời trang từng phải tìm cách đổi chỗ cho một khách mời chỉ bởi Wintour không thích phải nhìn thấy biên tập viên nọ. Cũng có giai thoại kể rằng, lần nọ khi được mời tham dự một show diễn thời trang, khi đã ổn định chỗ ngồi nhưng show diễn vẫn chưa diễn ra, Wintour đã hành động như sau, tháo cặp kính đen và nhìn về phía nhân viên PR rồi gõ gõ lên cổ tay nơi đeo đồng hồ. Show diễn gần như đã diễn ra ngay sau đó. Tất nhiên, về Wintour giai thoại vẫn nhiều hơn thực tế - có lẽ do người đàn bà này quá quyền lực chẳng? Sự chuyên quyền, độc đoán của Wintour khiến bà thành hình mẫu cho một cuốn tiểu thuyết và sau đó là một bộ phim. Nhưng cùng lúc, sự tận tụy của Wintour cũng là một phần cảm hứng cho một bộ phim khác.

Vậy điều gì khiến Wintour có thể trở thành một “bà đầm thép” của ngành thời trang trong khi hiển nhiên viết Wintour không bằng Suzy Menkes, chụp Wintour càng chẳng thể bằng Annie Leibovitz – đó là giả sử Wintour biết chụp hình. Quyền lực của Wintour nằm ở chỗ khác, Wintour giống như một chuyên gia affair chính trị của giới thời trang. Gần như không có cái tên nào nổi tiếng mà không có sự sắp đặt của Wintour. Từ John Galliano tới Marc Jacobs và rất nhiều cái tên khác đã, đang làm cho các thương hiệu, tất cả đều do sự dàn xếp của Wintour. Thậm chí ngay cả Chủ tịch của LVMH còn hỏi xin tư vấn của Wintour về việc dàn xếp nhân sự cho các thương hiệu của mình. Với thứ quyền lực và mối quan hệ đó, Wintour thừa sức biến một kẻ từ không tên tuổi trở thành rất có tên tuổi, từ một kẻ thất bại trở thành một thiên tài. Hay nếu người viết nhớ không nhầm thì trước kia Marc Jacobs về với Louis Vuitton là nhờ có Wintour tiến cử. Vậy nên, có thể mất lòng bất kỳ ai nhưng không thể làm mất lòng Wintour.

Dường như Wintour ý thức rất rõ tầm quan trọng và mức độ sống còn của việc cân chọn đúng phe. Thế nên, Wintour thậm chí không chỉ hoạt động trong lĩnh vực thời trang mà còn có ý định lấn sân tham gia cả chính trường. Trong vòng bầu cử của Tổng thống Mỹ Obama, chính Wintour là người đi gây quỹ cho Tổng thống.

Không chỉ cá nhân Wintour thành công mà Vogue, Mỹ dưới sự dẫn dắt cũng rất thành công – tới mức việc được lên bìa của Vogue là mục tiêu phấn đấu của bất kỳ ngôi sao nào. Thậm chí có thể so sánh việc lên bìa của Vogue với việc nhận tượng vàng hoặc ít nhất là cũng tăng khả năng nhận tượng vàng. Vogue, Mỹ nhờ có sự dẫn dắt của Wintour đã thực sự trở thành cuốn “thánh kinh của làng thời trang thế giới.”



MECHANICAL FREEDOM

TRONG CÁI VÒNG XOÁY VÔ TẬN CỦA THỜI GIAN, NHỮNG BÁNH RĂNG KHÔNG NGỪNG CHUYỂN ĐỘNG ĐỂ GHI CHÉP VÀ
MÔ PHỎNG MỘT SỰ TỰ DO VĨNH HẰNG.













SCRAMBLER





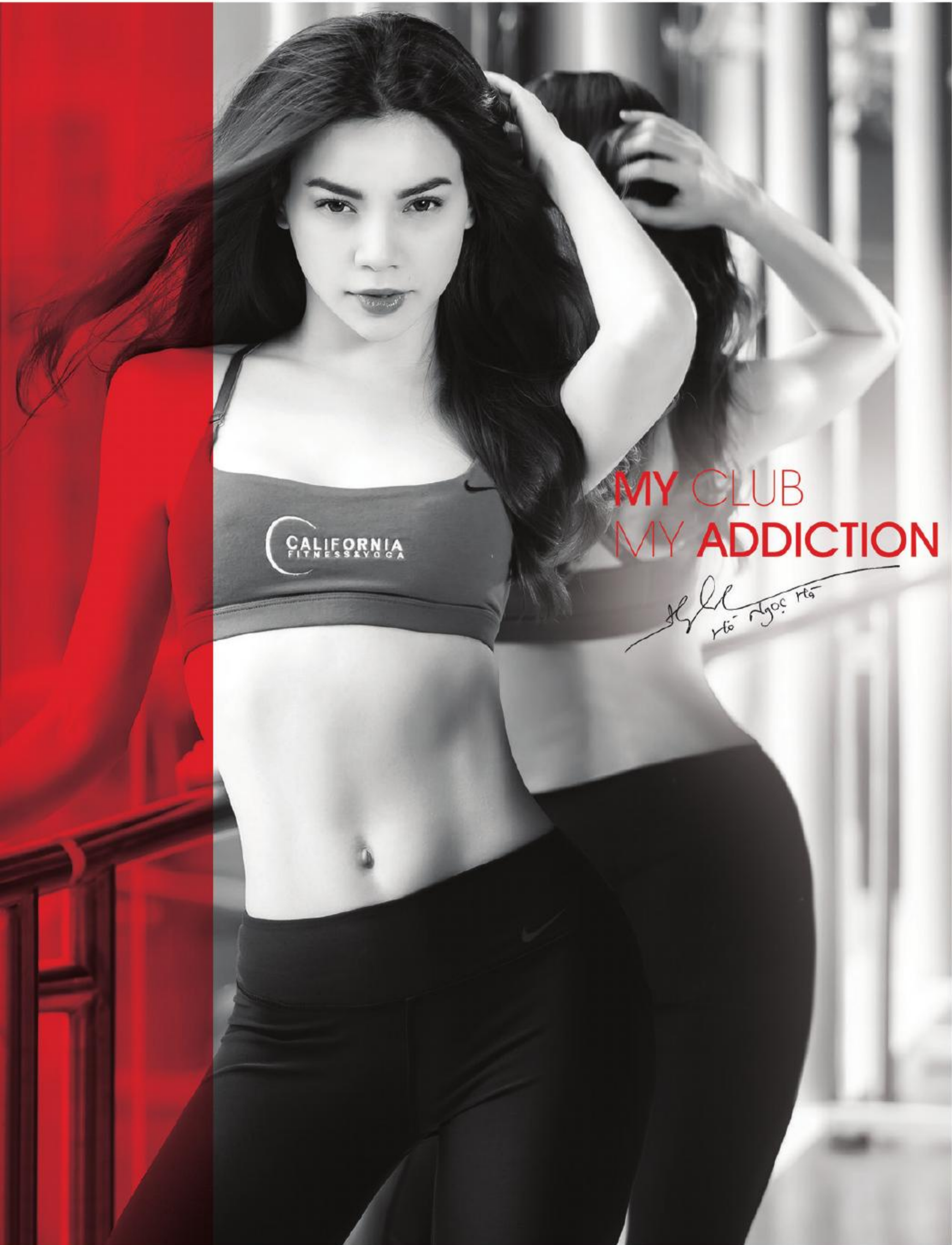
SCRAMBLER
DUCATI



PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



CALIFORNIA
FITNESS & YOGA

MY CLUB
MY ADDICTION

*Thy ll
rto rto rto*

RUIN WAWY BEAUTY *REVIEW*

Trái với định nghĩa về phong cách tự nhiên xuyên suốt các sàn diễn lớn nhỏ trên thế giới bấy lâu, mùa này vẻ đẹp tự nhiên được gắn liền với vẻ đẹp đến từ vùng đất Địa Trung Hải cùng đặc trưng làn da nâu, khỏe khoắn và quyến rũ. Giambattista Valli sử dụng kiểu tóc tết rối lãng mạn của nữ thần Hy Lạp. Giorgio Armani hướng tới xu hướng trang điểm đơn giản nhưng ấn tượng với những đường eyeliner đặc trưng màu bạc. D&G giới thiệu một vẻ đẹp Địa Trung Hải đích thực với đôi mắt bí ẩn cùng đôi môi đỏ mọng quyến rũ.



Spring/Summer 2015

DOLCE & GABBANA

Đôi môi mỏng

Đôi môi mỏng, ánh nhìn đầy quyến lực cùng kiểu tóc upod tạo nên một tổng thể hòa hợp giữ vẻ đẹp quyến lực và phong cách cổ điển lãng mạn. Một lần nữa Path McGrath mang tới sàn diễn D&G mùa hè 2015 này xu hướng đơn giản hiện đại, kết hợp với nét cổ điển sang trọng, quyến rũ. Bắt đầu từ vẻ đẹp đầy quyến lực của đôi mắt cùng đôi môi đỏ mỏng quyến rũ, chuyên gia trang điểm Path McGrath hoàn thiện vẻ đẹp đó với kiểu tóc búi thấp trang trí bằng hoa. Bên cạnh đó, kiểu vẽ mắt cat eyes nổi tiếng lại một lần nữa phát huy năng lực khi lôi cuốn ánh nhìn của đối phương một cách hoàn hảo.



NHỮNG SẢN PHẨM ĐƯỢC SỬ DỤNG:

Dolce & Gabbana Classic Cream Lipstick in Ultra and Amethyst, Dolce Matte Lipstick in Dolce Desire và Intense Liquid Eyeliner in Black Intense

TIP:

Bước đầu tiên để có được một đôi môi đầy đặn, quyến rũ là sử dụng cọ son môi đánh đều loại son kem ở viền môi. Sau đó, đánh một lớp son màu thứ hai bên trong lòng môi, tạo ra đôi môi đầy đặn hình cung.



Spring/Summer 2015

Đường line táo bạo cùng kiểu tóc tết giữa nhẹ nhàng, thanh lịch, một sự kết hợp táo bạo tạo nên một tổng thể hòa hợp quyến rũ khác biệt. Với eyesliner dày cá tính chạy từ trong khé mắt thẳng ra bên ngoài, đây không phải phong cách dễ ứng dụng cho kiểu make up hàng ngày nhưng sẽ là điểm nhấn đặt biệt vào mỗi dịp quan trọng. Tiếp đến là kiểu tóc tết được tạo kiểu từ đỉnh đầu xuống hết chân tóc, tạo điểm nhấn cho mái tóc buông lơi tạo nên sự tự tin thoải mái cho người mẫu. Một sự kết hợp hoàn toàn hảo.

GIAMBATTISTA VALLI

Tóc tết ngôi giữa

NHỮNG SẢN PHẨM ĐƯỢC SỬ DỤNG:

Cream liner and Haute và Naughty Lash Mascara

TIP:

Thay bằng những đường kẻ mắt tự nhiên kéo dọc theo mí mắt, hãy giữ cho đường kẻ của bạn thẳng tới cuối đuôi mắt.





Spring/Summer 2015

GIORGIO ARMANI

Những đường kẻ bạc

Mạnh mẽ, cá tính và trẻ trung nhưng vẫn thật quyến rũ, mùa hè này Giorgio Armani mang tới sàn diễn Milan xu hướng trang điểm đơn giản nhưng ấn tượng với eyeliner đặc trưng màu bạc. Với phong cách nhấn đôi mắt này, chuyên gia trang điểm Linda Cantello đã mang tới cho người mẫu làn da trong suốt bằng lớp nền mỏng nhẹ cùng đôi môi trang điểm màu nude. Nói về tóc, mái tóc tết khéo từ đỉnh và cố định lại bằng chiếc thun cột tóc, lộ vầng trán cao khiến toàn bộ khuôn mặt được khắc họa một cách rõ nét hơn.



NHỮNG SẢN PHẨM ĐƯỢC SỬ DỤNG:

Phần highlighter Giorgio Armani, son màu nude, phấn mắt màu bạc.

TIP:

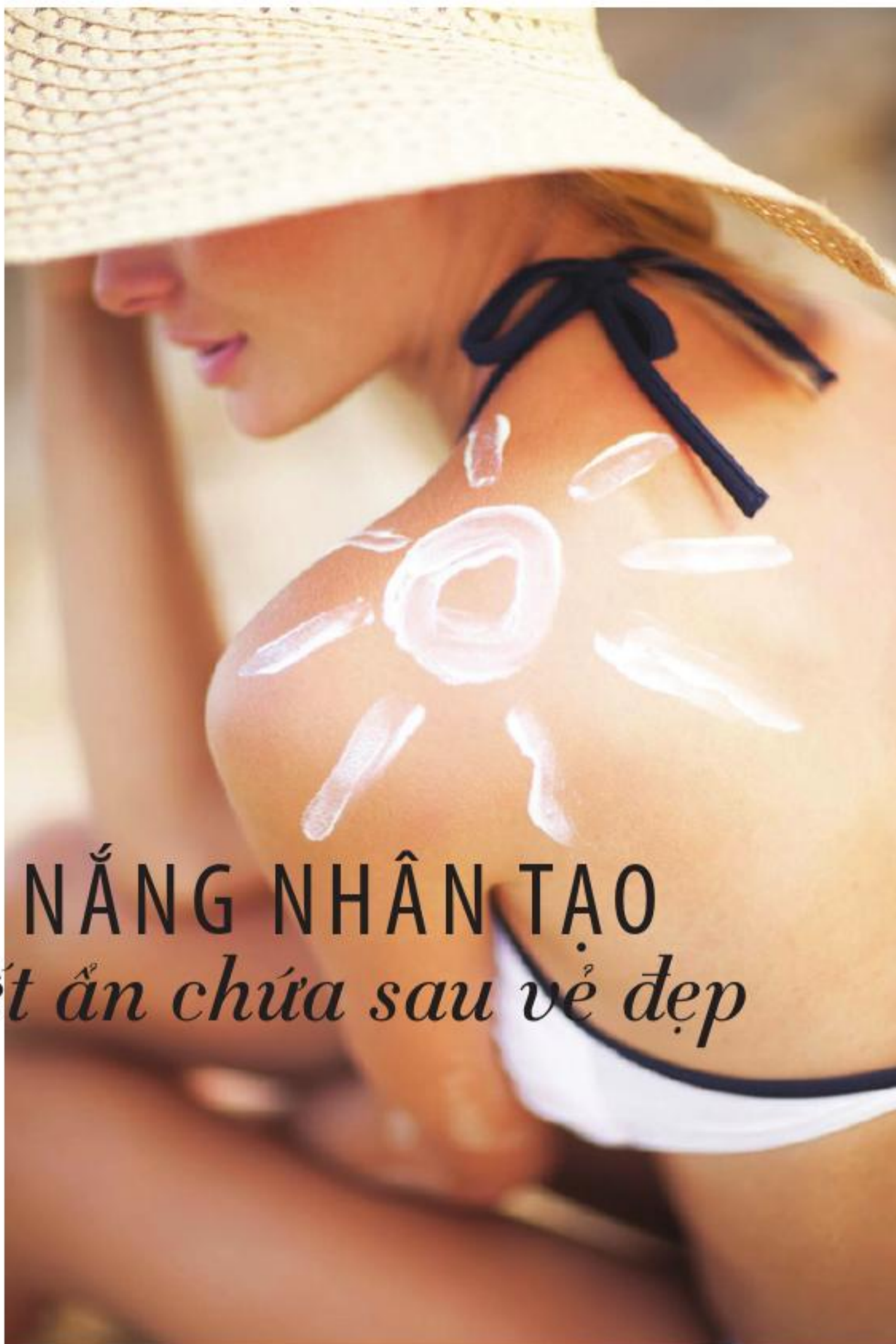
Sử dụng kem nền mắt trước khi trang điểm để có được lớp phấn mắt bền màu.



CLARINS UV PLUS HP SPF 40 DAY SCREEN :
sản phẩm sử dụng sau quá trình chăm sóc da và trước khi
make up, không gây kích ứng da, chống thấm nước.

TẮM NẮNG NHÂN TẠO

Cái chết ẩn chứa sau vẻ đẹp



1. TẮM NẮNG - VẺ ĐẸP HAY CÁI CHẾT?

Nếu thực sự tìm hiểu, bạn có lẽ sẽ bất ngờ với sự nguy hiểm của các tia bức xạ mang lại từ các giường nhuộm da hay thói quen tắm nắng. Do tác động của ánh sáng, bất kỳ vùng da nào có dấu hiệu đổi màu đều sự tổn thương các tế bào gây nên khi tiếp xúc với các tia cực tím, UV. Tiếp xúc với ánh sáng, da hoạt động với phương thức tự vệ, chất melanin được biết tới như một trong những sắc tố làm đổi màu da được sản xuất nhiều hơn. Điều này đẩy nhanh quá trình lão hóa, chất melanin sản xuất quá nhiều giúp tế bào ung thư phát triển mạnh hơn mức bình thường. Chưa kể đến, UVA và UVB càng làm da thêm cháy nắng, tổn thương. Tệ hơn, những spa có dịch vụ nhuộm da thường sử dụng cả 02 loại tia này để đạt được hiệu ứng cần thiết. Trong trường hợp này, tắm nắng tự nhiên hay tắm nắng bằng lồng nhân tạo đều có những ảnh hưởng mạnh mẽ lên tế bào da.

2. NHUỘM DA: KHỞI NGUỒN CỦA NHỮNG TẾ BÀO UNG THƯ

Theo một số nghiên cứu từ Viện ung thư quốc gia Mỹ (NCI), quá lạm dụng nguồn nhiên liệu nhân tạo trong quá trình chăm sóc da nói chung và nhuộm da nói riêng sẽ kích thích, cũng như làm tăng nguy cơ phát triển các tế bào ung thư. Một trong những thành viên của Tổ chức Y tế Thế giới, IARC đã khẳng định các thiết bị sử dụng trong quá trình nhuộm da phát ra bức xạ tia cực tím với nguy cơ gây ung thư cao hơn gấp nhiều lần so với bình thường. Loại ung thư từ tia cực tím cũng được tổ chức này xếp vào hàng nguy hiểm nhất với con người. Chính vì lý do này, IARC đã đề nghị cấm việc nhuộm da, và khuyên không nên tắm nắng quá nhiều, đặc biệt là sau 10 giờ sáng với những trẻ chưa tới 18 tuổi.

ĐỐI LẬP VỚI VẺ ĐẸP TRẮNG HỒNG, TƯƠI TẮN, LÀN DA NÂU ĐEM LẠI VẺ ĐẸP MẠNH MẼ, KHỎE KHOẺ VÀ NÉT QUYẾN RŨ KHÁC BIỆT. CŨNG CHÍNH VÌ SỰ KHÁC BIỆT NÀY, KHÔNG ÍT NGƯỜI ĐÃ TRỞ THÀNH TÍN ĐỒ CỦA TẮM NẮNG TỰ NHIÊN, TẮM NẮNG NHÂN TẠO. NHƯNG LIỆU VẺ ĐẸP NHÂN TẠO CÓ THỰC SỰ AN TOÀN?

AVÈNE VERY HIGH PROTECTION EMULISON 50+: kem chống nắng công thức đặc biệt dành cho da nhạy cảm, giúp cân bằng độ ẩm khi da tiếp xúc với ánh nắng mặt trời.



LANCÔME FLASH BRONZER TRANSFER-RESISTANT BODY SELF-TANNING LOTION: Kem dưỡng thể dùng cho tắm nắng, giảm thiểu tác động của tia UV, giúp da đều màu.



LANCÔME SOLEIL BRONZER SUN BB CREAM 50+: sự kết hợp sáng tạo giữa tinh chất Vitamin E và nhân tố điều chỉnh sắc màu da, giúp bảo vệ da khỏi những dấu hiệu lão hóa từ tắm nắng.

3. RỦI RO KHÔNG NGỜ TỚI

Tắm nắng tự nhiên, hay tắm nắng nhân tạo đều là nguyên nhân chính khiến cho vấn đề sức khỏe trở nên ngày càng khó kiểm soát. Ung thư, sự ức chế hệ miễn dịch, tổn thương võng mạc mắt là những vấn đề cần chú ý hàng đầu khi bạn trở thành tín đồ của tắm nắng. Tắm nắng làm cho da mất đi độ đàn hồi rõ nét. Điều này sẽ chỉ được thể hiện rõ ràng sau nhiều năm, sau những nỗ lực không ngừng gìn giữ làn da nâu được bền màu. Chưa kể, lạm dụng những phương pháp này khiến da trở nên dễ kích ứng, nhạy cảm hơn với bức xạ UV. Da mẩn đỏ, phát ban tức thì sau mỗi lần tiếp xúc với ánh nắng là điều dễ thấy nhất.

4. NGĂN NGỪA

Nếu vẫn chưa muốn từ bỏ làn da nâu quyến rũ, bạn nên đeo kính và mũ thường xuyên để bảo vệ da và mắt giúp hạn chế tối đa những ảnh hưởng. Kính và mũ phủ kín khuôn mặt khi tiếp xúc với ánh nắng sẽ giúp tránh tia cực tím chạm đến da và vùng mắt. Kem chống nắng, các sản phẩm làm đẹp có chứa thành phần chống nắng cũng sẽ là giải pháp an toàn. Trong số đó, Retin - A là thành phần có ảnh hưởng tốt tới làn da, giúp da săn chắc, khỏe mạnh. Nhưng sự pha trộn giữa Retin-A có trong các thành phần làm đẹp ban ngày không khác gì một chất kích thích, khiến da trở nên nhạy cảm hơn bình thường tới 70%. Vì vậy, các chuyên gia khuyên bạn chỉ nên sử dụng các sản phẩm có thành phần Retin-A vào ban đêm

lavita
NATURAL WHITE SKIN LAB

Bạn muốn
SẠCH NÁM
6 chỉ sau
6 TUẦN?

ĐỊA CHỈ
DUY NHẤT
CAM KẾT HOÀN TIỀN
NẾU **KHÔNG**
HIỆU QUẢ



Công nghệ bản quyền
của Viện da liễu

SINGAPORE SCIENCE DERMA



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

Tel: 04.38827777 / 0968857777

Web: lavitaskinlab.vn

1



PANKHURST LONDON RAZOR SET

Sản phẩm lý tưởng dành cho những quý ông thích sử dụng bộ ria mép theo cách cổ điển với cạo chải bột mềm mịn cũng lưỡi dao cạo giúp tia gọn từng lọn râu một cách nhẹ nhàng nhất.

2



CZECH & SPEAKE NO. 88 AFTERSHAVE SHAKER

Một sản phẩm làm đẹp khác tới từ bộ Czech & Speake 88 với sự kết hợp hoàn hảo từ hương cam bergamot, cây phong lữ và gỗ đàn hương giúp làm dịu nhẹ làn da sau khi cạo râu. Công thức tới từ Vương Quốc Anh có đặc tính sản khuẩn nhẹ, loại bỏ bụi bẩn khỏi da, làm se khít lỗ chân lông mang tới cho quý ông một làn da mịn màng.

CZECH & SPEAKE NUMBER 88 SHAVING SOAP REFILL

Con số 88 là biểu tượng đặc trưng của mùi hương Czech & Speake và đồng thời đây cũng là loại hương thơm cổ điển của vùng đất Anh Quốc. Thành phần cấu tạo từ những note mùi tươi mát, đặc biệt là hương gỗ giúp nâng cao tinh thần, mang lại cảm hứng mạnh mẽ hơn.



3

4



M.E. SKIN LAB ESSENCE 27 - BIO-VITALIZING CELL HYDRATING FLUID

Sản phẩm Serum chứa tới 99% tinh chất tự nhiên như tinh chất hyaluronic acid, vitamin C và Centella Asiatica giúp ngăn ngừa, chống oxy hóa cho da, cân bằng độ ẩm, loại bỏ dấu hiệu lão hóa. Với kết cấu dạng mousse nhẹ nhàng, giúp thấm sâu vào da, giúp bổ sung, duy trì độ ẩm mang tới hiệu quả tối ưu nhất.



5

M.E. SKIN LAB CLEANSER 27 - BIO BALANCING CELL CLEANSING CREAM

Được thiết kế riêng dành cho việc tẩy da chết hàng ngày với công thức làm sạch nhẹ nhàng. Đồng thời, đây cũng là sản phẩm được lấy cảm hứng từ những thành phần thiên nhiên với hương thơm thực vật và chiết xuất hoa cúc nhẹ nhàng hay bột tre. Sự kết hợp này mang tới sự độc đáo, giúp cải thiện làn da một cách đáng kể với khả năng loại bỏ dầu nhờn và bụi bẩn một cách triệt để.

Création Exclusive Lumière d'Été

Với màu sắc đặc trưng của Địa Trung Hải, màu vàng đồng, nổi bật với thiết kế hoa trà cùng kết cấu glow mang lại vẻ đẹp khỏe khoắn cho làn da.



Sơn móng tay Le Vernis

Với 4 sắc màu táo bạo như một làn gió mới đầy tươi mới: Màu TERRANA nâu sôcôla với nhũ hồng, màu COQUELICOT đỏ sơn bóng lì, màu LAVANDA tím violet nổi bật, và đặc biệt là màu MÉDITERANÉE xanh thẳm đặc trưng của đại dương.

MÙA HÈ ĐỊA TRUNG HẢI

Stylo Eyeshadow Olivine

Stylo Eyeshadow Olivine sản phẩm dành cho trang điểm mùa hè với những sắc màu đa dạng, phù hợp với ánh nắng hè, đặc biệt sự tiện lợi khi mang theo. Kết cấu kem giúp bền màu, tạo điểm nhấn rạng rỡ trên bầu mắt.

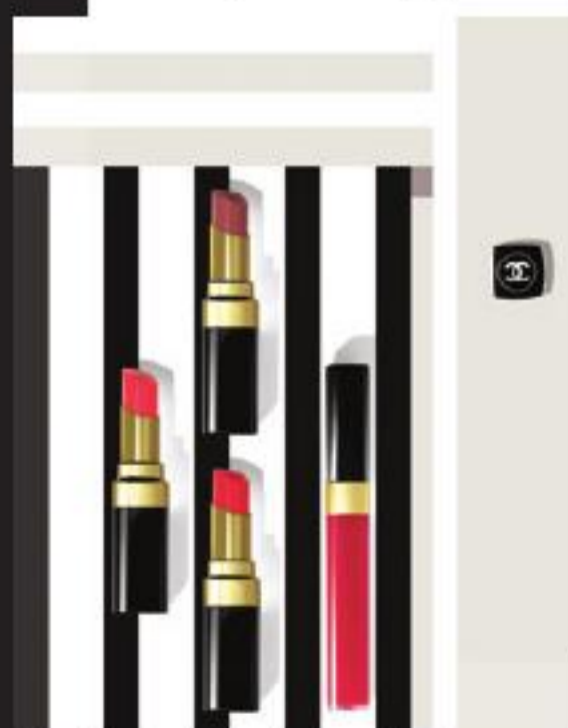


Lèvres Scintillantes (son bóng)

Son bóng màu sắc tươi sáng tự nhiên, mang tới đôi môi căng mọng, mềm mại và quyến rũ. Công thức giàu hydration giúp son bền màu là bước cuối cùng để hoàn thiện, tôn lên vẻ đẹp tự nhiên hoàn hảo.

Rouge Coco Shine

Rouge Coco Shine nổi tiếng của Chanel cùng công thức sáng tạo mới với Hydratendre Complex, những sắc tố tăng cường giúp mang tới màu sắc tươi tắn và nét trẻ trung cho đôi môi. Sơn lì cho hiệu ứng bết nhưng vẫn đủ độ mềm mại, lâu trôi.



GIẢI QUYẾT TRIỆT ĐỂ VẤN ĐỀ VỀ DA BẰNG CÔNG NGHỆ LASER

Ngày nay, công nghệ Laser đã đem lại rất nhiều bước tiến đột phá trong lĩnh vực thẩm mỹ chăm sóc và trị liệu da. Dr. Goh Heng Seng- chủ tịch Hiệp hội thẩm mỹ Singapore là người tiên phong nghiên cứu phát triển ứng dụng Laser kết hợp ánh sáng (LLCS) thành công nghệ trị liệu da an toàn hiệu quả



Tia Laser tiếp tục được phát triển thành nhiều công nghệ đem lại các tác dụng trị liệu khác nhau đối với các vấn đề thường gặp phổ biến nhất trên da mặt:

CÔNG NGHỆ LASER KẾT HỢP ÁNH SÁNG (LLCS):

tia laser làm bốc hơi các bụi bẩn, phân huỷ các hắc tố trên bề mặt da, đi vào lớp hạ bì kích thích tăng sinh collagen làm săn chắc da, giảm sự bài tiết của tuyến bã nhờn, ngăn ngừa sự hình thành mụn, se khít lỗ chân lông. Công nghệ này chuyên biệt trị liệu sắc tố da (nám, sạm, tàn nhang), lỗ chân lông to và mụn.

CÔNG NGHỆ MICRO LASER VÀ COOL TOUCH

- Micro Laser là công nghệ mới tiên tiến nhất rút ngắn quá trình tái tạo bề mặt da bằng cách loại bỏ lớp tế bào chết trên bề mặt da, cải thiện tức thì, đem lại một làn da láng mịn, trắng hồng.

- Năng lượng Laser của Cool Touch cũng đi qua lớp da bề mặt nhẹ nhàng kích thích tổng hợp collagen ở bề sâu của da. Cơ chế này làm tăng sinh collagen, khiến cho da mặt trở nên khỏe và săn chắc hơn, thúc đẩy quá trình hồi phục da.

- Công nghệ Micro Laser và Cool Touch rất hiệu quả với việc tái tạo bề mặt da, làm đầy sẹo lõm, thu hẹp lỗ chân lông to, giảm các nếp nhăn đặc biệt ở trán, đuôi mắt, vùng da giữa hai lông mày và vùng da nhân dưới mắt.

THỜI GIAN ĐĂNG KÝ

TỪ: 15/5 đến hết 30/6/2015

Hotline đăng ký **012 333 48**

333 – 09 333 48 333

Thông tin xem tại :

www.ppp.com.vn

Nhân dịp khai trương chi nhánh mới PPP Opera Hà Nội tại số 60, Lý Thái Tổ, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội. PPP Laser Clinic dành tặng 30 suất trải nghiệm trị liệu da bằng công nghệ LLCS cho quý khách hàng tại chi nhánh mới này.



Ngày nay, công nghệ Laser đã đem lại rất nhiều bước tiến đột phá trong lĩnh vực thẩm mỹ chăm sóc và trị liệu da. Dr. Goh Heng Seng - chủ tịch Hiệp hội thẩm mỹ Singapore là người tiên phong nghiên cứu phát triển ứng dụng Laser kết hợp ánh sáng (LLCS) thành công nghệ trị liệu da an toàn hiệu quả.

MỪNG KHAI TRƯƠNG CHI NHÁNH PPP OPERA HÀ NỘI TẶNG NGAY 50 SUẤT TRỊ LIỆU MIỄN PHÍ

Thời gian diễn ra từ: 15/05 - 10/06/2015

HOTLINE ĐĂNG KÝ:

012.333.48.333 - 09.333.48.333

Tại viện PPP, chúng tôi sử dụng công nghệ hiện đại nhất của Laser kết hợp ánh sáng để làm sạch da của bạn một cách **Hiệu quả**, **An toàn** và **Thoải mái** nhất.

Giải pháp chăm sóc da hàng ngày và chuyên biệt trị liệu các vấn đề về **mụn**, **sắc tố da** (nám, sạm, tàn nhang...) và **lỗ chân lông to**.



BẮC KINH VẪN TIẾP TỤC “ĐỔI ÁO” NHỜ VÀO NHỮNG CÔNG TRÌNH NHƯ WANGJING SOHO. THẬM CHÍ HOÀN TOÀN KHÔNG NGOA KHI NÓI NEW YORK CỦA PHƯƠNG ĐÔNG ĐANG DỊCH CHUYỂN TỪ THƯỢNG HẢI VỀ BẮC KINH.

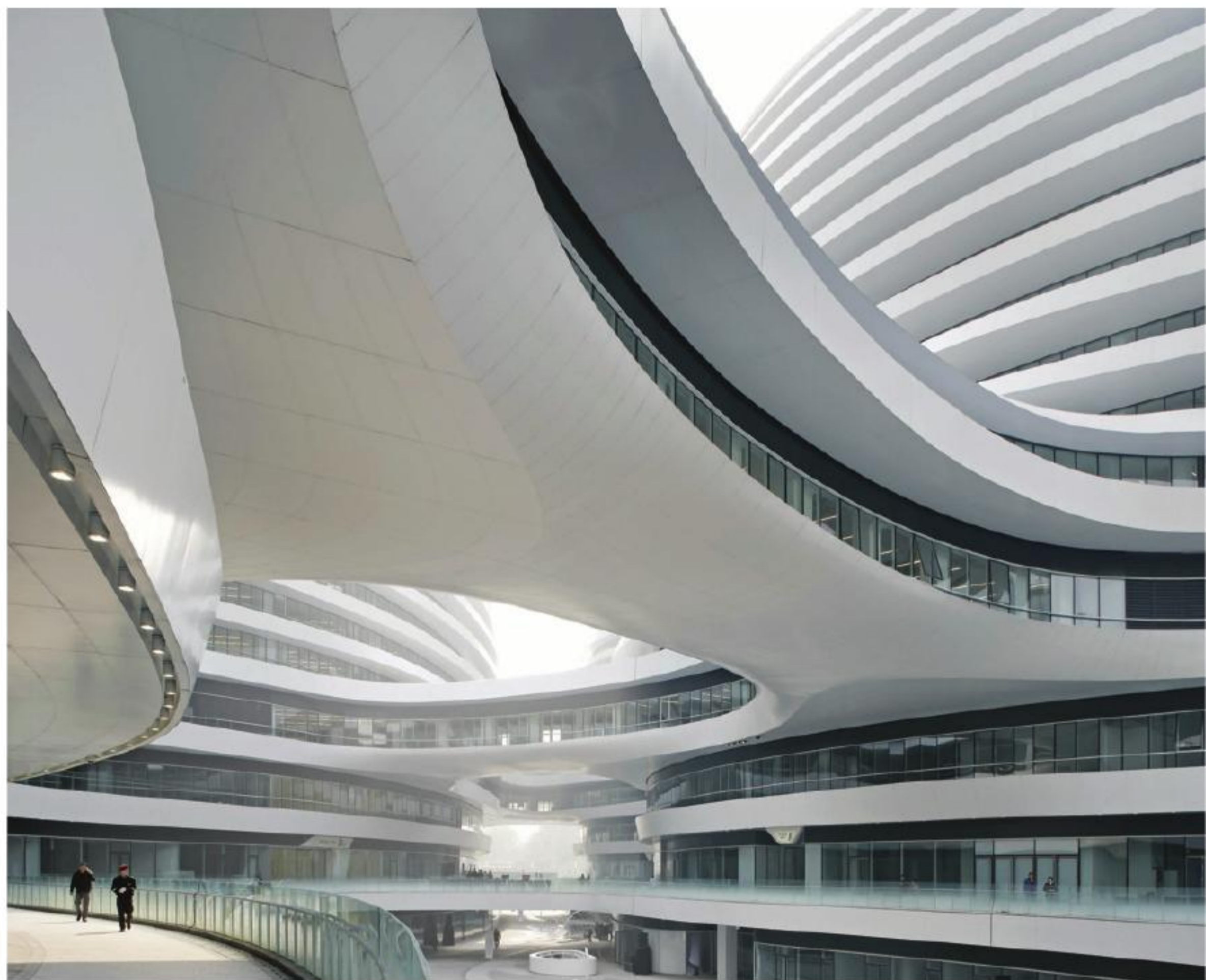
Nằm giữa hai đường Ring Road số 04 và số 05, thuộc quận Chaoyang District (Đông Bắc thành phố Bắc Kinh), khu phức hợp Wangjing SOHO là tác phẩm của công ty kiến trúc Zaha Hadid Architects. Được biết đây là nơi tập trung văn phòng đại diện của các công ty đa quốc gia đang hoạt động ở Trung Quốc. Trong đó có những cái tên đáng chú ý nhất là Microsoft, Daimler, Caterpillar, Panasonic, Nortel và Siemens. Bên cạnh đó cũng thể không kể tới một danh sách dài những công ty mới thành lập của Trung Quốc. Có thể nói, sau Olympics “Toàn Phát” 2008, diện mạo kiến trúc Bắc Kinh một lần nữa lại được làm mới. Đó là nhờ vào công trình hiện đại, nhưng truyền thống và có vai trò giống như một gạch nối quá khứ với tương lai này.

Được biết thiết kế của tòa nhà được lấy cảm hứng từ những cây quạt của Trung Quốc không ngừng đan cài vào nhau tạo thành một giai điệu đầy ngẫu hứng. Không thể phủ nhận việc đây là một ý tưởng vô cùng thú vị, cho thấy đội ngũ thiết kế của Hadid đã bỏ không ít công sức trong việc nghiên cứu văn hóa truyền thống và lịch sử Trung Quốc. Bên cạnh đó, một số chuyên gia kiến trúc trên thế giới đã đem so sánh thiết kế kiến trúc của tòa nhà và hình ảnh những thửa ruộng bậc thang. Và quả

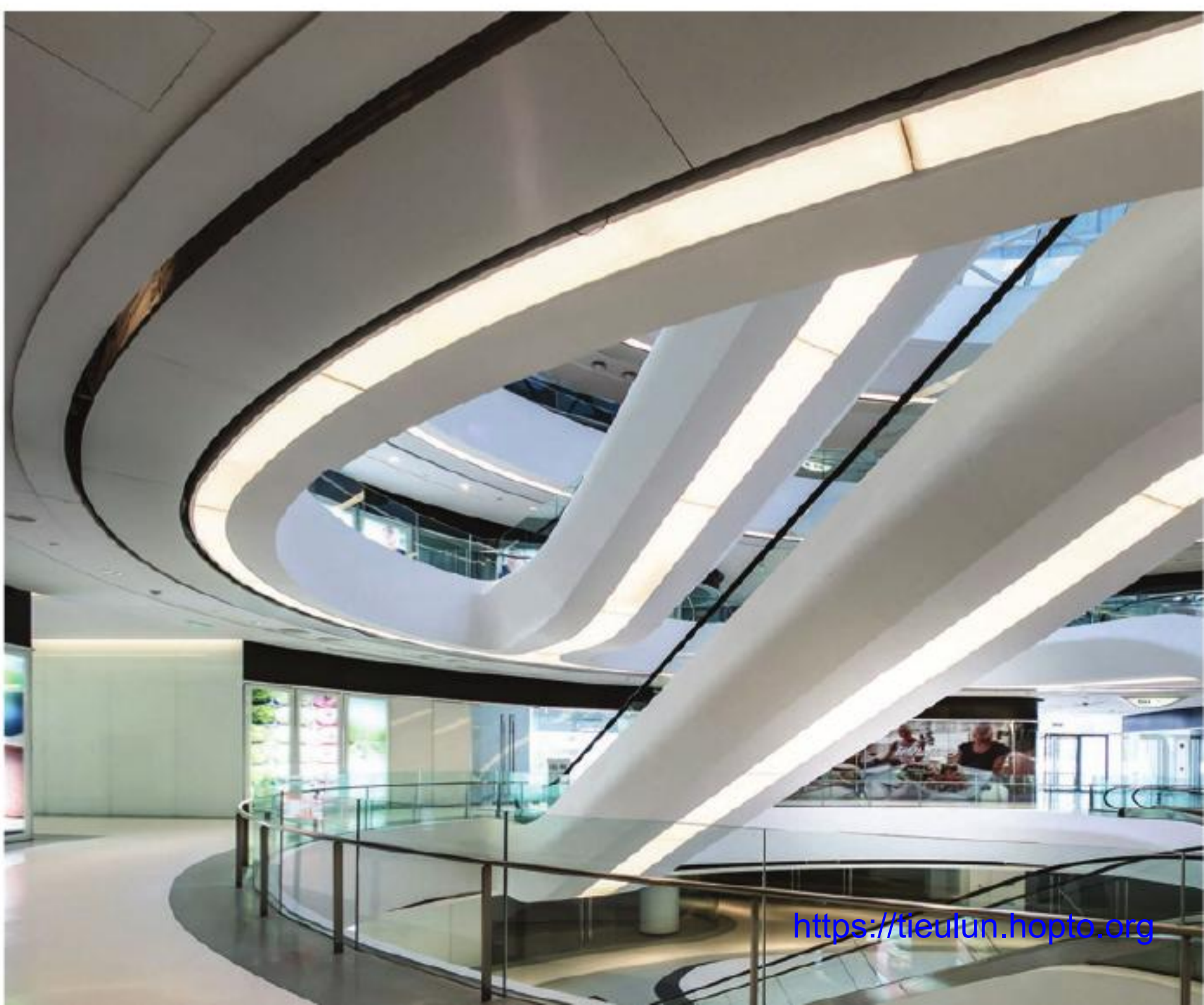
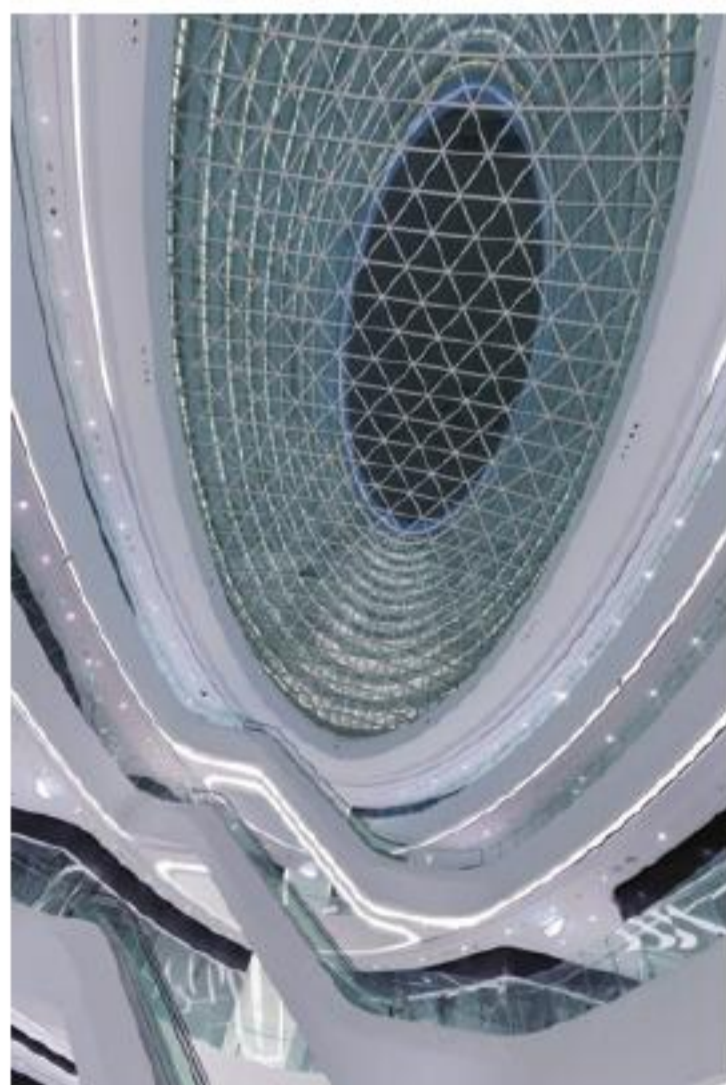
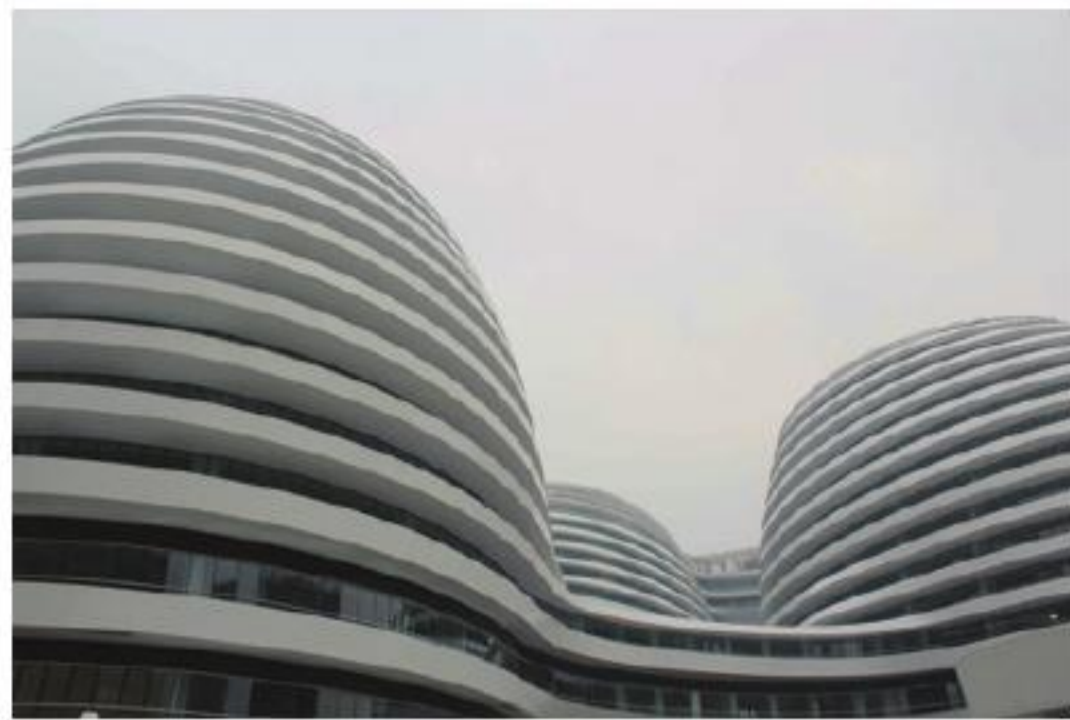




**BEIJING
GALAXY
SOHO**



thực khi đem đặt hai bức ảnh chụp Wangjing SOHO và một thửa ruộng bậc thang ở cạnh nhau, chúng ta có thể thấy không ít những điểm tương đồng. Khi thực hiện công trình này, thách thức lớn nhất mà công ty Zaha Hadid Architects phải đối mặt là một cảnh quan kiến trúc tổng thể khá đa dạng do công trình nằm dọc trên tuyến đường hành lang dẫn tới Sân Bay Quốc Tế Thủ đô Bắc Kinh. Kiến trúc của khu vực khá đa dạng và điển hình đặc trưng với những tòa nhà cao trái ngược với những không gian chung rộng và thoáng. Một điều nữa, là một sản phẩm của các giá trị thương mại (khu trung tâm mua sắm và phức hợp văn phòng), công trình phải mang tới cho mọi người một cảm nhận thân quen, như thể đã được nhìn thấy từ trước ở đâu đó. Càng khó hơn, khi công trình này được đặt tại thủ đô của một quốc gia vốn mang nổi tiếng là truyền thống và giàu các giá trị văn hóa phương Đông.



Những “thách thức” này đã được trả lời bằng một không gian rộng tới 330.000m vuông. Đây là một tổ hợp mua sắm, văn phòng và giải trí hoành tráng bậc nhất Bắc Kinh. Tòa nhà gồm 04 công trình mái vòm (mặc dù có những ý tưởng vui, gọi đây là công trình 03 hạt tiêu – bởi nếu nhìn từ trên một độ cao phù hợp, bạn sẽ thấy công trình này khá giống với so sánh trên.) 04 khu mái vòm được kết nối với nhau bởi các cây cầu. Các mặt phẳng rộng ở giữa các tầng được xử lý mang tinh thần hiện đại, tạo ra ấn tượng về một không gian tự nhiên, mở, hợp lý và hiện đại. Nữ kiến trúc sư đoạt giải Pritzker và là cái tên hợp tác lâu năm với thương hiệu Chanel chia sẻ: “Thiết kế của khu phức hợp hướng tới phản ánh mối quan hệ đa chiều và những điều kiện năng động trong nền kinh tế của Bắc Kinh. Mục đích của chúng tôi là tạo ra rất nhiều không gian chung, kết nối trực tiếp với thành phố. Công trình sẽ là sự diễn giải hoàn hảo tinh thần kiến trúc đô thị truyền thống và những yếu tố của cuộc sống đương đại. Ngoài ra, đây cũng là một công trình đô thị có thiết kế kiến trúc được lấy cảm hứng từ thiên nhiên.”

Khu phức hợp tổng cộng có 18 tầng, đã bao gồm 03 tầng dưới lòng mặt đất. Các khu mua sắm bao quanh các khu vực sân ở các tầng thấp. Văn phòng nằm từ tầng 04 tới tầng 15. Các nhà hàng và các quán bar nằm ở các tầng cao hơn. Ngoại thất của tòa nhà được phủ bọc bởi nhôm và đá trong khi nội thất gồm kính, đá terrazzo và thép không gỉ, thủy tinh được gia cố bởi thạch cao. Một điểm đáng chú ý nữa là với công trình này tiếp tục thể hiện tinh thần thiết kế đặc trưng của Hadid. Bà vẫn cho thấy khả năng ưu việt trong sử dụng các thiết kế hình khối và những đường tròn lượn và gợn sóng. Như vậy, trong một công trình Hadid đã cho thấy rất nhiều yếu tố. Đó là tính đương đại, phong cách kiến trúc đã làm nên danh tiếng của Hadid và những giá trị truyền thống của Trung Quốc.



VANG

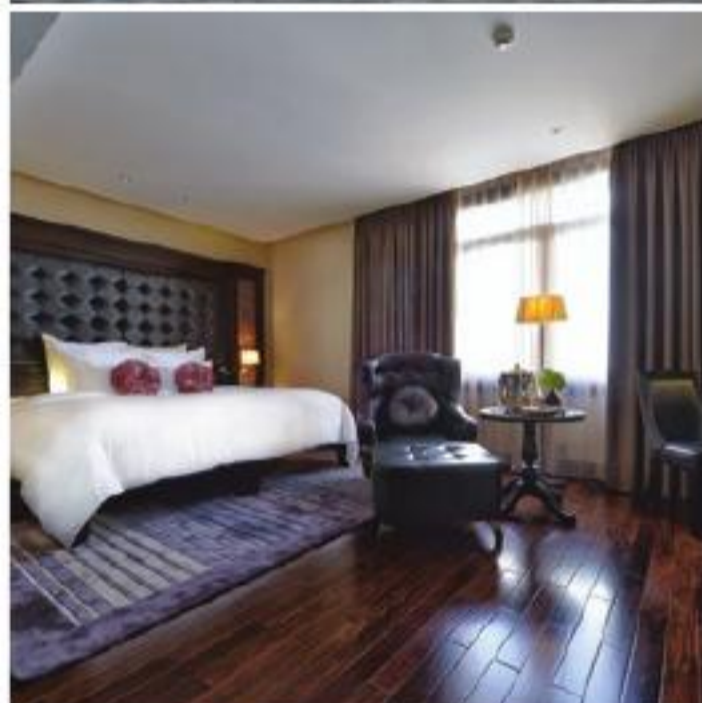
CHO MÙA HẠ

Có thể lựa chọn được những chai vang phù hợp cho những bữa tiệc bên hồ hoặc bên bãi biển là một trong những điều không thể thú vị hơn!

Cuối cùng mùa Hạ cũng quay trở lại. Những bữa tiệc bên hồ bơi, kiểu của Đại Gia Gatsby đang chờ đón và mời gọi bạn. Còn gì thú vị bằng những bữa tiệc thịt nướng BBQ vào những buổi chiều muộn khi ánh nắng cuối ngày vừa kịp tắt... Mùa hè về cũng là lúc bạn cho phép mình có đôi chút “làm nhác”, thực hiện những chuyến đi nghỉ dài ở những khu nghỉ tuyệt đẹp bên bãi biển. Khi đó sẽ thật tuyệt nếu có thể nằm dài, ngắm ánh hoàng hôn trong khi thưởng thức những ly vang tuyệt hảo. Tuy nhiên, theo Ernest Hemingway, nhà văn huyền thoại người Mỹ: “Vang là tạo vật văn minh nhất nhân loại” nên nếu muốn có được những trải nghiệm thú vị giữa vang và mùa Hạ, bạn cũng cần có những bí quyết riêng bên cạnh những kiến thức chung về rượu vang.

Một gợi ý nhỏ của người viết bài, thú vị là bạn ở bên bể bơi và thưởng thức một ly vang trắng, lý thú hơn nữa là một ly vang hồng. Và cuộc sống sẽ là hoàn hảo nếu bạn có thể thưởng thức một ly champagne được rót trực tiếp từ một chai vintage mature ngâm trong một xô đá ở bên cạnh.

Tận hưởng mùa hè Hạ Long cùng Paradise



HÀNH TRÌNH KHÁM PHÁ VỊNH HẠ LONG

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

VND 2.150.000/khách

THƯỜNG NGOẠN VỊNH HẠ LONG TRÊN DU THUYỀN 5 SAO

2 ngày 1 đêm thăm Vịnh cùng
du thuyền Paradise Luxury

VND 3.150.000/khách

*Phụ thu 350.000 VND/khách cho những
ngày khởi hành vào thứ 6, thứ 7 hàng tuần.

TRẢI NGHIỆM THƯ GIẢN TRÊN VỊNH HẠ LONG

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

VND 3.900.000/khách

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

VĂN PHÒNG HÀ NỘI

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



VANG ĐỎ

Theo bài viết 50 Điều Bạn Cần Biết Về Vang của tạp GQ, dù vang trắng, vang hồng thích hợp hơn cho mùa hè nhưng không phải vì vậy mà chúng ta nên bỏ qua vang đỏ trong thời gian oi bức. Điều này mới đây cũng được một Việt kiều Pháp chia sẻ. (Ông là người đang có kế hoạch mang nghề làm vang và trồng nho về Ninh Thuận). Nhưng có một ghi nhớ nhỏ là thời tiết mùa Hạ oi ả, không phù hợp với những loại vang đỏ có nồng độ cồn cao. Thay vào đó, bạn nên chọn những chai vang có nồng độ cồn vừa phải, đượm mùi vị hoa quả. Những chai vang đỏ lý tưởng cho mùa Hạ gồm có Beaujolais của nước Pháp, Dolcetto của Ý, vang sủi Shiraz của Úc, Pinot Noirs của các vùng Burgundy, Oregon hoặc New Zealand. Trong trường hợp bạn muốn những chai Bordeaux hoặc Cabernet Sauvignon của California, đây sẽ không phải là một lựa chọn hoàn hảo do vị chắc đậm của vang phù hợp hơn với thời tiết mát mẻ. Khi chọn vang, cũng nên lưu tâm tới nồng độ cồn có trong rượu bởi nồng độ cồn càng cao, vang càng có vị nóng và bức.

Trái với suy nghĩ thông thường là nhiệt độ mát lạnh chỉ dành cho vang trắng (nên chỉ uống vang trắng ướp đá). Thực tế, một số loại vang đỏ đặc biệt là những cái tên vừa được đề cập ở trên sẽ ngon ngọt hơn khi được uống ướp lạnh. Câu chuyện này kiểu như sau, có một người phụ nữ hàng ngày đều tới cửa hàng Starbucks để uống capucino, bỗng ngày kia khám phá ra rằng chẳng có lý do gì mà không uống capucino với đá. Chính câu hỏi này đã giúp ra đời một phong cách cà phê mới. Một câu hỏi tương tự tin rằng sẽ giúp làm giàu thêm một cách uống mới. Vậy nên, hãy để vang đỏ vào tủ lạnh trước khi uống. Vang đỏ dành cho mùa hè là những chai vang trẻ. Những chai vang này (vang đỏ dưới 02 năm tuổi) có độ acid cao nên rất phù hợp với đồ hải sản salads và những món nướng trong các bữa tiệc BBQ trên bãi biển hoặc bên các hồ bơi.

LONG ĐÌNH DIMSUM

HƯƠNG VỊ HONG KONG ĐÍCH THỰC



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

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

www.longdinh.com. <https://tieulun.hopto.org>

TRẮNG VÀ HỒNG

Việc chọn vang cho mùa Hạ sẽ không phải là vấn đề quá lớn nếu bạn ghi nhớ một nguyên tắc đơn giản và vô cùng quan trọng sau: Hãy chọn những chai vang dễ mua và dễ uống. Vang trắng và vang hồng thích hợp với những món salads và hải sản nướng. Vang đỏ có vị đượm mùi hoa quả nên được kết hợp với thịt nướng và thịt hun khói. Khi chọn vang trắng cho mùa hè, nên chọn những chai có vị thanh mát, đượm mùi hoa quả. Những món ăn mùa hè thường dùng hoặc được trộn với dầu giấm thay vì các loại nước sốt, vậy nên bạn hãy chọn những chai có nồng độ acid cao. Bên cạnh đó, một số người đưa ra gợi ý không chọn những chai được ủ trong thùng gỗ sồi do những chai này thường nhẹ hơn, uống cũng dễ hơn do có ít vị tannin hơn.

Trong trường hợp bạn lựa chọn vang hồng? Không thể hoàn hảo hơn, vậy nên bạn chẳng cần chú ý gì tới các nguyên tắc nữa. Chỉ là hãy kết hợp vang hồng với các món hải sản phù hợp.

DÙNG VANG Ở NHÀ HÀNG

Hẳn là bạn không muốn bị xem là những tay mơ, những người gọi rượu theo cách “mua đồng hồ Rolex từ những kẻ xách cặp tấp trên phố” phải không? Hãy chỉ lắng nghe lời khuyên của các sommelier thực thụ - những người thường đeo chiếc cốc bạc trước ngực. Đây là một trong những biểu hiện thường thấy của các sommelier. Một sommelier sẽ không bao giờ gợi ý tới 08 loại vang khác nhau để dùng cho một bữa ăn (cuối cùng thì bữa ăn của bạn đâu phải một buổi giới thiệu vang). Nếu làm vậy, bạn không chỉ lãng phí mà còn tự biến mình thành một trọc phú với đôi tai lừa. Tốt nhất hãy bắt đầu bữa ăn với một chai vang trắng ngon, sau đó là một chai vang đỏ. Như thế có lẽ là đã đủ. Nếu muốn, bạn có thể dùng thêm vang ngọt cho món tráng miệng.

Một điều nữa, công việc của các sommelier là lắng nghe và phục vụ. Vì vậy thay vì lắng nghe họ, hãy lắng nghe bản thân bạn, xem bạn muốn gì. Cũng đừng bao giờ chấp nhận thỏa hiệp nếu bạn thấy một chai vang không phù hợp với mình hoặc với đồ ăn trên bàn. Nguyên tắc thử vang là ngậm đầu để cảm nhận. Nếu không cảm thấy phù hợp, hãy nhấp thêm ngậm thứ 02. Trong trường hợp phải thử tới ngậm thứ 03, bạn hãy thử lắng nghe mình trước khi làm điều này sau đó vài phút. Uống vang xét cho cùng là cho bạn chứ không phải cho nhà hàng hay người bán rượu.

Nếu đặt vang theo món hãy đảm bảo rằng vang được đưa lên trước. Bởi không ít trường hợp, thiếu đồ ăn, vang vẫn ngon nhưng thiếu vang đồ ăn thành dở tệ. Khi thử vang, bạn cũng được quyền yêu cầu nhân viên phục vụ một lượng vừa đủ. Còn khi uống, hãy chú ý xem nhân viên có rót quá đầy và liên tục không. Một người phục vụ rượu giỏi sẽ hiểu thế nào là vừa và đủ. Ngoài ra, nếu bạn bắt đầu quan tâm tới vang, hãy bắt đầu chú ý tới các vụ mùa và gọi vang theo nhân và vụ mùa. Một chai vang ngon phải được ủ từ nguyên liệu tốt. Nguyên liệu tốt phải tới từ vụ mùa tốt. Tuy nhiên, một số sommelier khi phục vụ trong nhà hàng lại chẳng hề quan tâm tới điều này. Cái họ quan tâm giới thiệu cho bạn là các thương hiệu bởi đây mới là những người thường xuyên cùng họ gặp gỡ, ăn tối và tặng quà.



ASAHI SUSHI NHỮNG HƯƠNG VỊ KỶ DIỆU



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

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

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

www.asahisushi.vn
<http://www.asahisushi.hopto.org>

Champagne

ĐẮT NHẤT THẾ GIỚI

Liệu bạn có sẵn lòng hi sinh một chiếc Mercedes SLS AMG 2014 (giá khoảng \$275.000) để đổi lấy một chai champagne?

Champagne được biết tới như một trong những đồ uống dành cho những bữa tiệc hoặc những sự kiện ăn mừng bởi vì champagne là thứ đồ uống gắn liền với các gia đình hoàng tộc và giới siêu giàu. Mọi người yêu thích champagne bởi những danh tiếng mà đồ uống này đi kèm. Champagne chỉ được sản xuất ở vùng Champagne ở Pháp, và là sản phẩm của một quy trình lên men nho với những phương pháp xử lý riêng. Hàng Hiệu xin giới thiệu với bạn 07 loại champagne đắt nhất thế giới.



7. KRUG CLOS D'AMBONNAY

Dòng champagne này của Krug có giá vào khoảng \$3.500 một chai. Được biết đây là dòng vang nổ hàng đầu được sản xuất bởi công ty Krug. Hãng sử dụng nho đỏ để ủ champagne nên rượu có vị khá đặc biệt và ấn tượng.

6. PERRIER - JOUET CHAMPAGNE

Đứng thứ 06 là Perrier-Jouet Champagne. Được biết mỗi chai Perrier-Jouet Champagne có giá vào khoảng \$6.485, hãng cũng không bán từng chai lẻ mà bán theo bộ 12 chai. Như vậy, mỗi bộ sẽ có giá vào khoảng \$80.000. Đại diện của hãng chia sẻ hãng nhắm tới khoảng 100 khách hàng giàu có nhất thế giới – những người muốn cá nhân hóa những chai champagne của họ.

5. CHAMPAGNE CRISTAL BRUT 1990

Để sở hữu một chai Champagne Cristal Brut 1990, bạn hãy chuẩn bị chi ra \$17.625. Theo chuyên trang dành cho người giàu Bornrich, dòng champagne này được biết đến trên toàn thế giới với cái tên Methuselah. Lý do đằng sau cái giá cao ngất ngưỡng của dòng champagne là hãng sản xuất với số lượng rất giới hạn và hiện không còn sản xuất nữa.

4. KRUG 1928

Krug 1928 là cái tên đứng thứ 04 trong danh sách những chai champagne đắt nhất thế giới khi có giá lên tới \$21.000 cho một chai. (Với khoản tiền này, bạn có thể chọn mua khá nhiều mẫu xe, tất nhiên là với cái giá chưa thuế, từ Fiat 500 tới Mazda3.) Tuy nhiên, sở hữu một chai champagne có tuổi đời lên tới gần 01 thế kỷ thì cũng rất đáng tự hào.

3. DOM PERIGNON WHITE GOLD JEROBOAM

Với cái giá lên tới 40.000 cho một chai, Dom Perignon White Gold Jeroboam có vị trí đứng thứ 03 trong danh sách. Đây là một trong những kiệt tác của ngành rượu vang với thiết kế ấn tượng tới mức đảm bảo bất kỳ người nào nhìn thấy nó (cho dù là lần đầu tiên cũng sẽ muốn dốc hầu bao để sở hữu.)

PERNOD RICARD PERRIER JOUET

Dòng sản phẩm này được bán theo set, một set 12 chai và giá của mỗi chai vào khoảng \$50.000. Như vậy cứ mỗi chai Pernod Ricard Perrier Jouet có giá tương ứng với ¼ chiếc Ferrari. Còn giá nguyên set? Bạn có thể dùng khoản tiền đó để thuê một chiếc siêu du thuyền đi dạo biển Địa Trung Hải trong suốt 02 tuần.

SHIPWRECKED 1907 HEIDSEICK

Với cái giá \$275.000 cho một chai champagne loại này, tin rằng sẽ không có người đàn ông nào nữ khai mở nó. Những chai champagne này có từ năm 1907 và được bảo quản ở một điều kiện lý tưởng là ở dưới đáy biển sâu trong khu vực tàu đắm. Tới năm 1997, những chai vang được trục vớt và nó đã trở thành “chén thánh” của ngành champagne.

VINEYARDS IN BAROSSA VALLEY SOUTH_AUSTRALIA



Thung lũng Barossa Valley nằm cách trung tâm thành phố Adelaide, Nam Úc khoảng 60km về phía Đông Bắc và được biết đến nhiều như là một khu vực sản xuất rượu vang cũng như một điểm đến thu hút khách du lịch của nước Úc. Thung lũng được hình thành bởi con sông North Para. Tại đây, đường Barossa Valley Way là con đường chính duy nhất dẫn qua thung lũng, kết nối các thị trấn chính Nuriootpa, Tanunda, Rowland Flat và Lyndoch với nhau.

Tới thăm Barossa Valley, khách du lịch sẽ không chỉ có cơ hội khám phá những khung cảnh đẹp như trong bộ phim A Walk in the Clouds mà còn có cơ hội khám phá một nền ẩm thực phong phú và đa dạng, cùng việc nếm thử các loại rượu vang.



- 1. MẮT KÍNH EXALTATION CỦA LOUIS VUITTON
- 2. TÚI XÁCH CANVAS CALECHE EXPRESS CỦA HERMES
- 3. VÒNG ĐEO TAY VÀNG HỒNG CLOUD CỦA LOUIS VUITTON
- 4. DÂY LƯNG BOTTEGA VENETA

- 5. ĐỒNG HỒ CHOPARD LUC 8HF
- 6. GIÀY DA LINE LOUIS VUITTON
- 7. VALI KÉO CALECHE EXPRESS CỦA HERMES
- 8. VÍ ĐỰNG CARD CỦA VALEXTRA

Khám phá

những trải nghiệm nghỉ dưỡng

đậm chất văn hóa địa phương.

BANYAN TREE LĂNG CÔ, MIỀN TRUNG VIỆT NAM

Đặt Chương trình Ultimate Banyan Tree Lăng Cô từ 14,800,000 VND++/đêm* và tận hưởng thoải mái trải nghiệm spa độc đáo, hay chơi gôn đầy lý thú theo thiết kế của Ngài Nick Faldo, hay những món ăn truyền thống Việt Nam và quốc tế tinh tế.

*Ưu đãi áp dụng cho kỳ nghỉ đến 22 tháng 12 năm 2015 với điều kiện đi kèm.



BANYAN TREE
LĂNG CÔ
CENTRAL VIETNAM

Thánh đường của các giác quan.



ĐẶT PHÒNG: 054 3695 888 • BANYANTREE.COM

MACKENZIE FALLS, AUSTRALIA

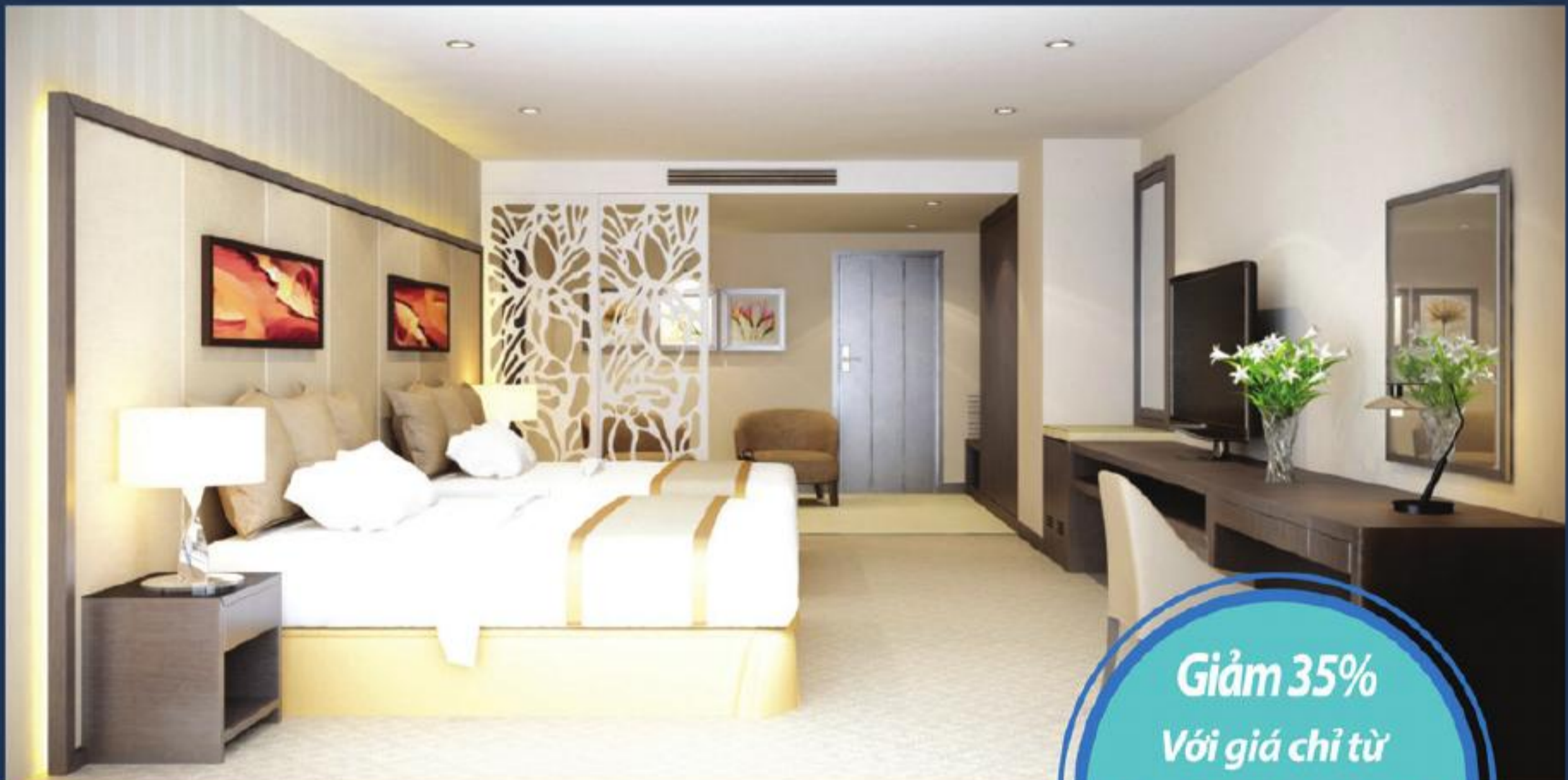


Mackenzie Falls nằm ở vườn quốc gia Grampians National Park, Victoria, Úc. Đây là một thác nước đặc biệt khi chảy quanh năm và có nước đổ xuống từ độ cao khoảng 35m. Thác nằm ở vị trí cách thành phố Melbourne khoảng 03 giờ lái xe về hướng Tây Bắc. Khi tới thác nước, bạn có thể bơi hoặc chụp ảnh ở phía dưới. Chú ý từ điểm đỗ xe tới thác nước chỉ có thể đi bộ và đoạn đường là 2,5km – không quá xa và đường cũng không khó đi.



1. MẮT KÍNH IN HOẠ TIẾT VÀI TWEET CỦA CHANEL
2. Ồ CẨM CỦA DIANE VON FURSTENBERG
3. VÒNG CỔ LOUIS VUITTON
4. BỐT DA LỘN CỦA PRADA
5. GĂNG TAY DA CỪU VÀ VẢI TWEET CỦA CHANEL
6. TÚI EVELYNE III CỦA HERMES
7. Ồ HOẠ TIẾT MONOGRAM IDYLLE CỦA LOUIS VUITTON

Tưng Bưng Khai Trương
Bavico International Hotel
❁❁❁ Nha Trang ❁❁❁



Giảm 35%
Với giá chỉ từ
1,350,000
VNĐ/phòng (*)

Bavico International Hotel tọa lạc tại trung tâm của thành phố biển xinh đẹp Nha Trang. Lối kiến trúc độc đáo theo hình bầu dục, tòa tháp cao 25 tầng với 285 phòng đều có các hướng nhìn tuyệt đẹp ra biển, sông, núi hoặc thành phố. Được xem như một khu phức hợp với đầy đủ các dịch vụ tiện ích như: nhà hàng bia tươi, 08 hầm rượu vang, hồ bơi, Karaoke và Spa, khu hội nghị đa năng và yến tiệc, Sky bar, khu mua sắm và quà lưu niệm, café sân vườn. Bavico International Hotel - Nha Trang đạt tiêu chuẩn quốc tế 4 sao là sự kết hợp hài hòa giữa cung cách phục vụ chuyên nghiệp và bài trí ấn tượng của Việt Nam và Nhật Bản chắc chắn sẽ luôn làm hài lòng quý khách khi nghỉ dưỡng tại đây.

(*) Áp dụng đến hết ngày 30/09/2015
(Phụ thu vào các ngày Lễ, Tết)



Liên hệ đặt phòng:
BAVICO INTERNATIONAL HOTEL - NHA TRANG
02 Phan Bội Châu, TP. Nha Trang, Việt Nam
ĐT: 058 6266 555 | Fax: 058 6266 555
W: www.bavicohotelnhatrang.com | E: reservation@bavicohotelnhatrang.com

JW MARIOTT HÀ NỘI

Sau một tuần bận rộn, hãy cùng gia đình và bạn bè thưởng thức các món ăn Pháp chính thống tại nhà hàng French Grill vào trưa chủ nhật hàng tuần với thực đơn “Bữa sáng muộn – Brunch Buffet” đặc sắc. Tại đây, thực khách sẽ được bắt đầu chuyến du ngoạn ẩm thực với đa dạng các món khai vị tự chọn, trong đó phải kể đến các món nguội cao cấp chỉ có tại French Grill như thịt nấu đông từ gan ngỗng, giăm-bông hay xúc-xích hảo hạng đi kèm với quầy phô mai nhập khẩu thượng hạng... Bên cạnh đó, thực khách còn có cơ hội thưởng thức hương vị biển tươi ngon của món hàu Fins de Claire nhập khẩu trực tiếp từ Pháp, món vẹm xanh từ New Zealand, tôm hoàng đế hay cá hồi xông khói. Bữa trưa cuối tuần tại nhà hàng French Grill có giá 1.500.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04 3833 5588.



INTERCONTINENTAL HÀ NỘI

Trong tháng 6, vào các trưa chủ nhật bạn có thể đến nhà hàng Café du lac thưởng thức tiệc trưa đặc sắc với nhiều món ăn hấp dẫn được chế biến trực tiếp theo yêu cầu với giá chỉ từ 1.100.000 – 1.700.000VNĐ/người; hay vào tất cả các bữa tối, bạn có cơ hội thưởng thức những món ăn Âu & Á hấp dẫn tại quầy tự chọn, bao gồm hải sản tươi sống, những món nướng hấp dẫn, quầy salad ngon miệng cùng vô vàn các món tráng miệng độc đáo... với giá chỉ từ 990.000VNĐ/người. Từ ngày 06/06, nhà hàng Milan giới thiệu một thực đơn hoàn toàn mới với những món Ý vô cùng tinh tế. Thực đơn này không chỉ bao gồm những món ăn do bếp trưởng của khách sạn sáng tạo nên mà còn bao gồm các món ăn của đầu bếp người Anh - Theo Randall. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04 6270 8888.



CARAVELLE SÀI GÒN

Từ ngày 01-07/06, hãy đến Café de l'Opera thưởng thức vị béo ngậy của gan ngỗng được tẩm ướp khéo léo, đẩy sáng tạo trong vang đỏ, dùng kèm với bánh mì nướng bơ kiểu Pháp và mứt dứa hương vani nóng nần với giá chỉ 480.000VNĐ/phần, bao gồm ly Noval Tawny. Chủ nhật ngày 21/6, hãy cảm ơn Bố của bạn bằng bữa tiệc buffet tại nhà hàng Nineteen. Đây sẽ là buổi tiệc đặc biệt ý nghĩa và hoành tráng hơn bao giờ hết, không những bởi vô vàn yêu thương và hạnh phúc mà còn vì đây ấp hải sản tươi ngon và các món ăn phong phú được chế biến theo khẩu vị và sở thích riêng của từng thực khách. Tiệc Buffet brunch có giá 1.490.000VNĐ/người và tiệc buffet tối có giá 1.118.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3823 4999.



PARKROYAL SÀI GÒN

Từ ngày 15-21/06, hãy đến khách sạn ParkRoyal Sài Gòn tham dự tuần lễ ẩm thực Philippines, với sự góp mặt của hai đầu bếp tài năng Atoy Guillera và Teddy Castro đến từ khách sạn Pan Pacific Manila. Đến với tuần lễ ẩm thực này, thực khách sẽ được thưởng thức những món ăn truyền thống và đặc trưng của người Phillipines như: gỏi xoài với tôm và trứng muối, Crispy Pata – đùi heo chiên giòn, Adobo – nước sauce độc đáo được nấu kèm với thịt heo hay gà, Kare-Kare – món hầm với nước sốt đậu phộng... cùng nhiều món ăn khác sẽ thỏa mãn và làm phong phú gu ẩm thực của bạn. Trong tuần lễ này, khách sạn còn phục vụ thực khách nhiều món ngon từ quầy hải sản tươi sống bao gồm ghẹ, cá hồi, hàu, tôm, các loại ốc và thịt bò, cừu nhập khẩu từ New Zealand. Buffet trưa từ thứ 2 đến thứ 6 có giá 499.000VNĐ/người và buffet tối tất cả các ngày có giá 799.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3842 1111.





BANYAN TREE LĂNG CÔ

Với thiết kế độc đáo nhằm mang đến sự riêng tư tuyệt đối cho du khách, khu nghỉ Banyan Tree Lăng Cô nằm trọn vẹn trong vịnh biển hình lưỡi liềm bao quanh bởi bờ biển dài 3 km và thôn quê tươi đẹp của miền Trung Việt Nam, một khu vực nổi tiếng với bờ biển nguyên sơ, những cánh rừng nhiệt đới và các đỉnh núi cheo leo. Khu nghỉ dưỡng tọa lạc tại vị trí rất thuận lợi chỉ cách sân bay quốc tế Đà Nẵng 60 phút lái xe và tiếp giáp với Khu di sản văn hóa thế giới đã được UNESCO công nhận như cố đô Huế, phố cổ Hội An và thánh địa Mỹ Sơn. Từ nay đến 19/12, khi đặt ưu đãi Stay 3 Pay 2 tại Banyan Tree Lăng Cô, du khách sẽ nhận được ưu đãi đêm thứ ba miễn phí với giá từ 7.700.000VNĐ/đêm, bao gồm bữa sáng cho 2 người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 054 3695 888.



SHERATON NHA TRANG

Từ nay đến 30/6, hãy chọn khách sạn Sheraton Nha Trang cho kì nghỉ hè 2015 để nhận gói khuyến mãi hấp dẫn dành cho gia đình. Với gói khuyến mãi này, du khách chỉ phải bỏ ra 2.700.000VNĐ để cả gia đình có thể tận hưởng 01 đêm nghỉ tại phòng Deluxe hướng biển cho 2 người lớn và 2 em bé dưới 12 tuổi ở cùng giường với bố mẹ. Ngoài ra cả gia đình còn được thưởng thức miễn phí bữa sáng tự chọn đặc sắc tại nhà hàng Feast. Tháng 6, du khách cũng không nên bỏ lỡ cơ hội thưởng thức những ly đồ uống ngon tuyệt tại Altitude Bar, tầng 28 khách sạn Sheraton Nha Trang cùng nhiều ưu đãi hấp dẫn vào tất cả các ngày trong tuần. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 058 388 0000.

SUNRISE NHA TRANG

Tháng 6 này, hãy cùng gia đình trải nghiệm kì nghỉ hè tại khách sạn Sunrise Nha Trang tọa lạc ngay trung tâm thành phố Nha Trang, nổi tiếng với kiểu kiến trúc thuộc địa sang trọng. Với giá 5.750.000VNĐ, cả gia đình bạn sẽ có kỳ nghỉ 03 ngày 02 đêm ở phòng Superior hướng biển bao gồm: Buffet sáng hàng ngày; Đón tiễn sân bay; Một bữa ăn tối dành cho gia đình; Tặng đồ chơi trên biển cho trẻ em; 30 phút mát-xa chân dành cho 2 người lớn; 01 phiếu tắm bùn trong 1 giờ dành cho gia đình; Miễn phí 2 lon nước ngọt và 2 lon bia trong phòng; Miễn phí sử dụng phòng tập thể dục, xông hơi; Giảm 15% giá phòng nghỉ cho đêm ở tiếp theo; Trả phòng trễ đến 2pm (phụ thuộc vào tình trạng phòng tại thời điểm)... Thông tin chi tiết và đặt phòng, vui lòng gọi: 058 3820 999.



WINDSOR PLAZA

Tháng 6 này, hãy cùng gia đình và bạn bè đến nhà hàng Café Central An Đông tận hưởng những món ăn tươi ngon mang hương vị Nhật Bản truyền thống như: sashimi, sushi, mì soba, lươn Nhật nướng sốt teriyaki, cá ngừ, cùng nhiều món tráng miệng phong phú. Buffet tối tại Café Central An Đông được phục vụ từ 18-22 giờ mỗi ngày với giá 528.000VNĐ/người từ thứ Hai đến thứ Sáu và 588.000VNĐ/người lớn vào thứ Bảy và Chủ Nhật. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3833 6688.





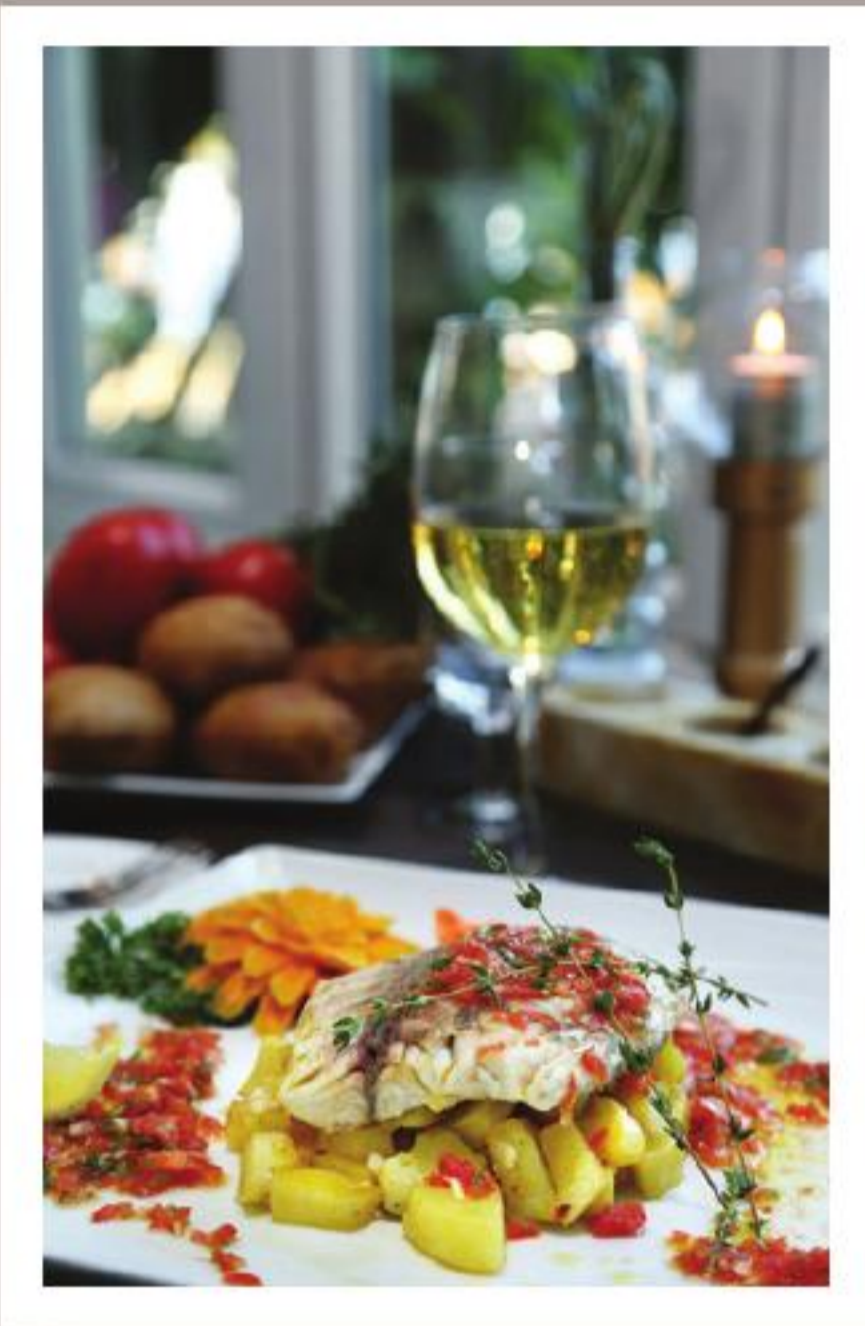
DON CIPRIANI'S

ĐIỂM HẸN CỦA NGƯỜI SÀNH ĂN

NẾU BẠN PHẢI TIẾP KHÁCH NGOẠI QUỐC Ở ĐÀ NẴNG, HÃY ĐẾN NHÀ HÀNG DON CIPRIANI'S TRONG KHU NGHỈ FURARA ĐÀ NẴNG. BẠN SẼ CÓ MỘT BỮA TỐI THẬT ẤN TƯỢNG.

Đ ối với tôi, Đà Nẵng không phải là một nơi xa lạ. Mỗi năm, tôi đi Đà Nẵng tới vài lần, cả công tác lẫn đi nghỉ cùng gia đình. Thực ra, với những thành phố biển, ẩm thực không phải là mối qua tâm chính, vì hải sản luôn là món ăn hấp dẫn tất cả mọi người. Nhưng, nếu để ăn ngon và hợp khẩu vị, thì khu nghỉ Furama luôn là một địa chỉ tin cậy, và đầy uy tín. Tôi đã từng ở và thử món ăn tại nhà hàng của nhiều khu nghỉ khác nhau dọc bờ biển từ thành phố Đà Nẵng tới Hội An, và tôi vẫn chắm các nhà hàng của Furama. Còn nếu bạn muốn ăn đồ Ý, và tiếp khách người châu Âu thì đừng bao giờ quên cái tên Don Cipriani's trong khu nghỉ này nhé.

Don Cipriani's là sự chất lọc tinh túy của vẻ đẹp, phong cảnh vùng Bắc Ý. Được thiết kế chân thực dựa trên lối kiến trúc xây dựng nhà hàng trên sườn đồi, Don Cipriani's tọa lạc ở một khu đẹp nhất trong khu nghỉ mát ẩm thực nổi tiếng Furama Resort Đà Nẵng. Đó là hướng nhìn ra một trong sáu bãi biển đẹp nhất hành tinh.



Nếu lần đầu bạn đến Furama, thì ấn tượng đầu tiên chắc chắn sẽ là nụ cười niềm nở của các nhân viên. Nụ cười đó theo bạn đi khắp khu nghỉ, hiện diện trên môi bếp trưởng cùng đội ngũ đầu bếp thân thiện đón chào bạn tại căn bếp mở thiết kế tinh tế với gỗ và ngói của nhà hàng Don Cipriani's. Nhà hàng có rất nhiều chỗ ngồi lý tưởng dành cho bạn. Nếu đi với đối tác, bạn nên chọn bàn trang trọng nằm ở giữa hoặc bên trong nhà hàng, tránh ngồi bàn nhìn ra biển hoặc nhìn ra bể bơi, vì khi mãi ngắm cảnh đẹp bên ngoài, đối tác của bạn có thể quên chú ý đến câu chuyện. Những chỗ đẹp mà tôi vừa khuyên bạn tránh kia, chỉ phù hợp nếu bạn đi cùng gia đình, bạn gái hoặc vợ của mình thôi.

Sau khi ổn định chỗ ngồi, và vì là khu bếp mở, tôi mới để ý đến quá trình tạo ra món ăn của bếp trưởng. Và bạn cũng đừng ngạc nhiên khi bếp trưởng của nhà hàng Ý nổi tiếng ngon này lại là người Việt. Vì theo tôi trong ngành ẩm thực, quốc tịch chưa bao giờ đóng vai trò quan trọng, chính món ăn mới có quyền quyết định nhé. Cách chế biến món ăn ở Don Cipriani's cũng lạ lắm. Tôi để ý thấy đầu bếp ở đây chế biến thức ăn dưới một giàn treo chắc chắn với các đèn xúc xích Ý, các tảng pho mát và các búi tỏi treo lủng lẳng bên dưới.

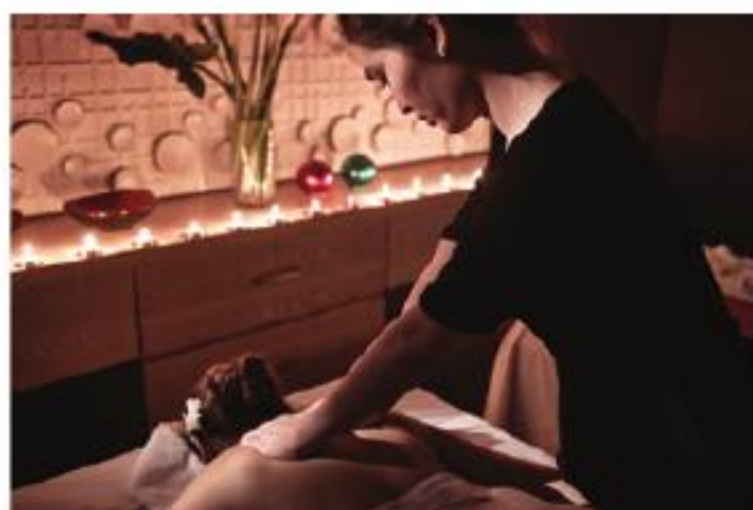
Quan sát kỹ hơn, tôi thấy những vật liệu tự nhiên với tông màu trầm ấm đem đến sự mộc mạc cho căn bếp lớn hình Ovan này. Các ngăn và kệ được bày trí những lọ gia vị nhập khẩu từ Ý và những loại dầu do chính tay bếp trưởng sáng tạo. Sàn bếp được lát những viên gạch làm bằng đất nung, pha nét văn hóa địa phương, hài hòa cùng với ánh sáng dịu nhẹ từ những chiếc đèn treo trên trần và tường đem đến cho thực khách một cảm giác thân thuộc như đang ở nhà, thưởng thức một bữa tối ấm cúng và riêng tư, quên đi nhịp sống hối hả bên ngoài.

Don Cipriani's là nơi lý tưởng để thưởng thức các món ăn của Ý. Khung cảnh đậm chất Ý. Món ăn hay gia vị hay cách trang trí cũng rất Ý. Ngay cả bàn ghế được trải những tấm khăn và những chiếc nệm êm ái với màu sắc nhẹ nhàng cũng tạo nên một khung cảnh hài hòa và thú vị đúng kiểu Ý. Với thiết kế hầu hết bằng kính, những bức tường chung quanh giờ đây hệt như những chiếc cửa sổ lớn, hướng tầm mắt thực khách ra bãi biển trong như pha lê và những dải cát trắng trải dài như bất tận. Với thiết kế tường và trần nhà bằng kính trong suốt, Don Cipriani's đã thành công trong việc mang sự lãng mạn của một bữa tối ngoài trời vào bên trong nhà hàng.

Trong khi tôi đang ngắm nghía không gian ấm cúng này, cô nhân viên nhẹ nhàng để khay bánh mì nướng bàn cùng ba lọ dầu nhỏ vị vani, ớt và cà phê. Tất cả đều do đầu bếp của nhà hàng chế biến hoàn toàn bằng nguyên liệu tại Việt Nam. Ngoài ba loại dầu được phục vụ trong tối hôm đó, Don Cipriani's còn có rất nhiều loại dầu khác nhau giống như một bộ sưu tập khổng lồ của các chuyên gia ẩm thực. Pizza cũng được nướng tại chỗ, ngay trong lò nướng được xây bằng gạch và đun bằng củi. Đúng kiểu pizza truyền thống của người Ý. Tôi không thể gợi ý các món ăn cho bạn, vì mỗi người đều có những lựa chọn riêng, nhưng tôi có thể khẳng định, dù thích ăn món nào tại Don Cipriani's, bạn cũng sẽ hài lòng và mãn nguyện.

SỰ NỒNG NHIỆT VÀ HIẾU KHÁCH, YẾU TỐ TẠO NÊN THƯƠNG HIỆU FURAMA, CÙNG VỚI MÙI THOM ĐÁU ĐÂY CỦA TỪNG SỢI MÌ Ý NÓNG HỒI CHÍNH LÀ MINH CHỨNG CHO PHONG CÁCH ẨM THỰC CỦA Ý, MỘT CẢM GIÁC KHÓ QUÊN TRONG LÒNG THỰC KHÁCH. HÃY ĐẾN VÀ TRẢI NGHIỆM.

PULLMAN HÀ NỘI



Mùa hè này, khách sạn Pullman Hà Nội mang đến ưu đãi đặc biệt cho những người yêu thích thể thao: Giảm 25% trên phí hội viên cho nhóm 2 người, thành viên Accor Plus sẽ được chiết khấu thêm 10%; thẻ bơi cho trẻ em chỉ với 2.000.000/tháng. Phòng tập Fit Lounge của khách sạn với diện tích rộng 250 mét vuông được trang bị nhiều thiết bị hiện đại từ máy tập tim mạch đến các máy tập cơ, hệ thống phòng xông khô, xông ướt và bể sục jacuzzi, đội ngũ nhân viên và chuyên viên hướng dẫn giàu kinh nghiệm. Đặc biệt, hội viên và khách lưu trú tại khách sạn sẽ được tham gia các lớp yoga miễn phí. Nằm trong khu vực Fit Lounge là một bể bơi lớn ngoài trời với tầm nhìn bao quát toàn cảnh thành phố sẽ là nơi lý tưởng để thư giãn và nhâm nhi ly cocktail yêu thích. Thông tin chi tiết, vui lòng gọi: 04 3733 0688.

NIKKO HÀ NỘI



Tháng 6 này, hãy đến nhà hàng La Brasserie trải nghiệm hành trình ẩm thực Á-Âu đa dạng với những nguyên liệu tươi ngon. Tại đây, thực khách có cơ hội khám phá những món hải sản cao cấp trong Tiệc Tối Tự Chọn Hải Sản Và Tôm Hùm vào các tối thứ 7 hay tiệc Tự Chọn Quốc Tế cùng thực đơn thay đổi thường xuyên vào trưa và tối các ngày trong tuần. Tháng 6, nhà hàng Benkay cũng giới thiệu đến thực khách thực đơn Kaiseki gồm các món ăn được chế biến từ nguyên liệu tươi ngon theo mùa với giá chỉ 1.600.000VNĐ/người. Nếu thực khách yêu thích ẩm thực Trung Hoa hãy đến nhà hàng Taoli thưởng thức hơn 40 loại Dim Sum khác nhau như há cảo, xiu mại... cùng các món ăn được chế biến từ hải sản, các món ăn truyền thống như vịt quay Bắc Kinh, lợn sữa quay... với giá chỉ 350.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04 3822 3535.

SHERATON HÀ NỘI

Vào các tối thứ hai hàng tuần trong tháng 6, hãy nạp năng lượng cho tuần mới với tiệc tự chọn ấn tượng tại nhà hàng Oven D'or với giá chỉ 650.000VNĐ/suất. Tại đây, nhà hàng sẽ phục vụ bạn hàng loạt những món ăn ngon tại quầy và quầy tráng miệng tuyệt hảo. Chào mừng ngày Quốc tế Thiếu nhi (01/6), Oven D'or cũng giới thiệu tiệc tự chọn dành cho các bé với giá chỉ 600.000VNĐ/ bé từ 5-12 tuổi, bao gồm: không giới hạn mocktail cho trẻ em, bia, nước ngọt, ăn không giới hạn tôm hùm và gan ngỗng. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 04 3719 9000.



MOVENPICK HÀ NỘI

Vào các tối thứ sáu trong tháng 6 này, hãy đến Lounge 83, khách sạn Movenpick Hà Nội thưởng thức những ly cocktail ngon tuyệt do các bartender giàu kinh nghiệm pha chế và nhâm nhi đồ ăn nhẹ hấp dẫn từ thực đơn của bếp trưởng để cùng đi hết từ ngạc nhiên này đến ngạc nhiên khác với những chiêu ma thuật cực bất ngờ. Thực đơn uống thả ga có giá 180.000VNĐ/khách, bao gồm bia tươi, vang và nước ngọt.





LEXUS

Ngày 26/05, Lexus Việt Nam chính thức giới thiệu mẫu xe Lexus NX200t tại Hà Nội. Mẫu xe mới này của Lexus được phát triển dựa trên ý tưởng “Xe thể thao đô thị hạng sang” với thiết kế mạnh mẽ, giàu cảm xúc, dành cho những khách hàng thành đạt trẻ tuổi yêu thích phong cách sống năng động. Lexus NX200t được trang động cơ tăng áp cuộn đôi 2.0L có nắp máy được làm mát bằng nước và đặc biệt là tích hợp với cổ xả, giúp mang tới một sự kết hợp hoàn hảo giữa khả năng vận hành mạnh mẽ của động cơ xăng cỡ nhỏ mà vẫn tiết kiệm nhiên liệu, thân thiện môi trường. Cùng với nhiều lựa chọn màu sắc đa dạng và cá tính – gồm 7 màu ngoại thất và 3 màu nội thất – mẫu xe SUV giàu cảm xúc NX200t hứa hẹn sẽ mang tới cho khách hàng những trải nghiệm tuyệt vời để khám phá mọi mặt của cuộc sống và khám phá chính bản thân mình.



VISTA VERDE

Ngày 26/5, CapitalLand và công ty TNHH Thiên Đức thông báo mở bán tòa Lotus - một trong bốn tòa hạng sang thuộc dự án nhà ở cao cấp Vista Verde. Tòa Lotus có tổng cộng 218 căn gồm các thiết kế đa dạng và thiết bị cao cấp. Hệ thống lọc nước của Lotus sẽ cung cấp nước tinh khiết uống được từ các vòi và hệ thống điện dự phòng 100% cho toàn bộ dự án. Tòa Lotus được mở bán chính thức từ ngày 30/5 với giá bán thay đổi theo từng loại căn hộ với mức khung là 35 triệu đồng/ mét vuông. Đặc biệt với loại căn hộ bốn phòng ngủ (150 m2), khách hàng sẽ được nhận gói ưu đãi mang tên “Phong cách doanh nhân”. Với gói ưu đãi này, khách hàng sẽ được miễn phí 5 năm chỗ đậu xe hơi và một vị trí trong khu Văn phòng Dịch vụ sử dụng miễn phí trong vòng 5 năm.



HENNESSY CONCERT XIX

Chương trình năm nay với sự trình diễn của nam nghệ sĩ violon Stefan Jackiw và nữ nghệ sĩ piano Anna Polonsky sẽ thể hiện những tác phẩm kinh điển của Mozart, Lutoslawski, Saariaho và Brahms. Thừa hưởng hai dòng máu Đức và Hàn Quốc, nghệ sĩ Jackiw bắt đầu học violon từ khi lên 4 tuổi và giành được giải thưởng danh giá Avery Fisher Career Grant năm 2002. Stefan Jackiw luôn được ca ngợi bởi tiếng đàn trong trẻo, vẻ đẹp của âm sắc và kỹ thuật hoàn hảo. Trong khi đó, nghệ sĩ Anna Polonsky từng biểu diễn độc tấu piano lần đầu tiên khi mới lên 7 tại Trường nhạc Trung ương tại Maxcova, Nga. Là một nghệ sĩ thính phòng nổi tiếng, cô đã đứng trên sân khấu cùng dàn nhạc Virtuosi Maxcova, dàn nhạc giao hưởng Buffalo, dàn nhạc giao hưởng Columbus, dàn nhạc Memphis, dàn nhạc thính phòng Philadelphia, hợp tấu thính phòng St. Luke, và nhiều dàn nhạc khác.



PORSCHE

Vừa qua Porsche Châu Á Thái Bình Dương cùng các nhà nhập khẩu trong khu vực thành lập quỹ SportCares, quỹ tài trợ giúp cải thiện cuộc sống của trẻ em nghèo, thanh niên có hoàn cảnh khó khăn, người già neo đơn và cộng đồng người khuyết tật. Phiên bản trưng bày Porsche 919 Hybrid kích thước thực sẽ được bán đấu giá để gây quỹ từ thiện. Trên thế giới chỉ có tổng cộng 13 mô hình kích thước 1:1 và phiên bản được đấu giá này là một trong số đó. Các mô hình hay nói cách khác là phiên bản trưng bày này đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển nguyên mẫu mà các nhà sản xuất ô tô thường dùng cho mục đích nghiên cứu. Bất kỳ ai quan tâm đến việc sở hữu phiên bản trưng bày này đều có thể đăng ký tham gia đấu giá trực tuyến trên eBay từ ngày 8-14/6, với mức khởi điểm tối thiểu 10.000 SGD tại <http://www.919hybridauction.com/>.

MCLAREN

MP4 12C



VỚI TỐC ĐỘ TỐI ĐA 329KM/H, MẪU XE NÀY THỰC SỰ LÀ GIẤC MƠ CỦA KHÔNG ÍT NHỮNG TAY LÁI ĐAM MÊ TỐC ĐỘ VÀ MUỐN THỬ THÁCH NHỮNG GIỚI HẠN CỦA BẢN THÂN!





Là mẫu xe thể thao đầu tiên do McLaren tự thiết kế và sản xuất kể từ sau McLaren F1 (1992), MP4-12C tận dụng công nghệ của xe đua F1 với sức mạnh gần 600 mã nên có thể nói, đây chính là những chiếc F1 bản phổ thông. Hoặc bạn cũng có thể gọi đây là những chiếc F1 gắn biển số. Tên của xe xuất phát từ 03 cụm từ sau: MP4 (McLaren Project 4) - những chiếc McLaren tham gia các giải đua Grand Prix đều sử dụng tên gọi này kể từ năm 1981; 12 - con số may mắn theo sự phân chia hiệu suất bí ẩn của McLaren; và C - là viết tắt của chất liệu được dùng để làm vỏ xe: Sợi Carbon.

Có thể nói MP4-12C hay McLaren 12C là sự đột phá

và thách thức mới của làng siêu xe thế giới kể từ khi xuất hiện vào năm 2011. Tạp chí nổi tiếng thế giới về xe hơi, Top Gear đã chứng minh được mẫu xe này từng là chiếc xe nhanh nhất thế giới. Một đặc điểm khác giúp MP4-12C vươn tới đẳng cấp mới là sự phát triển hệ thống điện tử Brake Steer từng được sử dụng trên chiếc F1 MP4/12 1997. Thực chất, đây là một hệ thống giúp hãm bánh sau khi chiếc xe vào cua quá nhanh. MP4-12C được trang bị động cơ V8, tăng áp kép, dung tích 3,8 lít có công suất hơn 590 mã lực với những tùy chọn riêng cho khách hàng. Với hơn 17 màu sơn tùy chọn, trong đó có màu cam đặc trưng McLaren, và 14 kiểu trang trí nội thất, chỉ sản xuất với số lượng hạn hẹp, tin rằng sẽ



không thể có 02 chiếc McLaren 12C giống nhau. Đặc biệt hơn nữa khi sau khi đã giới thiệu bản nâng cấp và mở rộng MP4-12C Spider, (và được đổi tên thành 12C Spider) vào năm 2012, McLaren đã quyết định dừng sản xuất vào năm 2014.

Nội thất MP4-12C mang những trang thiết bị hạng sang trong đó có hệ thống stereo Meridan đầu tiên trên thế giới được đưa vào xe hơi, vô-lăng nâng cấp, đầy đủ túi khí, điều khiển điều hòa tự động, hệ thống audio, cảm biến lùi, máy tính thiết lập hành trình, điều khiển hành trình và ghế ngồi điều khiển điện tích hợp bộ nhớ. Xe có khả năng tăng tốc đáng kinh ngạc khi ở điều kiện hoàn hảo, xe có thể tăng tốc từ 0 tới 100km/h

chỉ trong khoảng 2,8 giây. Mặc dù hãng chỉ "khiêm tốn" thông báo xe có thể đạt tốc độ tối đa là 333km/h nhưng SportAuto.de đã chứng minh được rằng xe có thể đạt tốc độ lên 343km/h. Xe cũng cho thấy một độ an toàn cao khi có thể dừng lại khi đang chạy ở tốc độ 200km/h chỉ sau 05 giây. Trong trường hợp xe đang chạy ở tốc độ 100m và muốn dừng lại, tất cả những gì cần chỉ là một quãng đường dài 30m và một lần thắng phanh. Khoảng cách 30m này chỉ tương đương với chiều dài của 07 chiếc xe. Được biết, vào năm 2011, Tag Heuer đã giới thiệu một mẫu đồng hồ phiên bản giới hạn 1000 chiếc: Carrera MP4-12C Chronograph được lấy cảm hứng từ mẫu xe này.





2016 CADILLAC ATS-V COUPE

ĐƯỢC TRANG BỊ MỘT ĐỘNG CƠ TƯƠNG XỨNG VỚI HỆ TRUYỀN ĐỘNG ĐẲNG CẤP, CHIẾC 2016 CADILLAC ATS-V COUPE NÀY GIỐNG NHƯ MỘT NGÔI SAO CÔ ĐƠN TRÊN NHỮNG CUNG ĐƯỜNG XA XÔI.



Cuối cùng thì sau 13 năm, Cadillac cũng có thứ để “ăn thua đủ” với BMW. Mẫu xe 2016 Cadillac ATS-V có thể xem là đối thủ nặng ký của 464 mã lực BMW. Với ATS-V bản Coupe và bản Sedan, Cadillac đã đưa ra một tuyên bố mạnh mẽ về phong cách, về hiệu năng và những trải nghiệm lái. ATS-V là sản phẩm của một ê-kíp đam mê tốc độ. Được biết, ATS-V sedan sẽ có giá khởi điểm cho bản chuẩn (chưa thuế) vào khoảng \$62.455 trong khi bản coupe có giá vào khoảng \$64.655. Đây là mức giá xấp xỉ với giá của BMW M3 và M4 (nếu không nói là thấp hơn một vài trăm đô).

Một vài chuyên gia cho rằng trong những năm gần đây

Cadillac có thay đổi về thiết kế nhưng chất lượng chưa được như mong muốn – ít nhất là theo định vị của một thương hiệu cao cấp là đối thủ của những cái tên như Audi, BMW, Mercedes và Porsche. Vẫn theo các đánh giá thì người ta sẽ có những tính toán kỹ lưỡng khi phải chọn CTS và BMW 5 Series; hay chọn giữa SRX và Audi Q3. Nhưng mọi việc đã khác, ATS giống như một bước đệm để tiến tới những sản phẩm thông minh, và đẳng cấp. Xe được phát triển không dựa trên nền tảng là động cơ BMW 3-Series, và cũng có thiết kế không dựa trên sự thanh lịch của Mercedes CLA-Class. Ấn tượng đầu tiên về chiếc xe ATS Coupe mới là xe trông đẹp, khá ấn tượng với



thiết kế compact. Xe có lưới tản nhiệt màu đen sạm, cản sốc trước hầm hố với nhiều hốc hút gió, nắp capo mới mạnh mẽ và thể thao với hốc thoát gió. Bên cạnh đó là bộ la-zăng thể thao, bên trong là cặp má phanh hầm hố. Đuôi xe nổi bật với cánh gió lớn và hệ thống bốn ống xả đặc trưng của dòng Cadillac "cộc máu" V.

Trái tim của Cadillac ATS-V 2016 là khối động cơ V6, 3.6L, tăng áp turbo kép hiện đang được sử dụng cho mẫu CTS Vsport. Tuy nhiên các kỹ sư của Cadillac đã hiệu chỉnh lại khối động cơ này, giúp tăng công suất lên 450 mã lực và mô-men xoắn cực đại 603 Nm. Toàn bộ sức mạnh của động cơ được truyền đến cầu sau thông qua hộp số sàn

6 cấp hoặc hộp số tự động tám cấp (tùy chọn). Có được sức mạnh trên là nhờ tay biên mới được làm bằng titan, bộ tăng áp turbo titan, bộ tản nhiệt trong và kết nước mới dành riêng cho hộp số và bộ vi sai chống trượt điện tử. Được biết xe có khả năng tăng tốc từ 0-100km trong khoảng thời gian là 3,9 giây,

Gánh trên mình sức nặng 1.600kg của xe cũng như sức mạnh động cơ là bộ lốp Michelin Pilot Sport. Với sức mạnh và trang bị nói trên, Cadillac ATS-V Coupe hứa hẹn sẽ trở thành đối thủ nặng ký của BMW M4 Coupe hay Mercedes-Benz C63 AMG.



G650ER

VỚI MẪU SIÊU MÁY BAY CÁ NHÂN MỚI NHẤT CỦA GULFSTREAM:
MẪU G650ER, THẾ GIỚI DƯỜNG NHƯ ĐANG NHỎ LẠI KHI MỘT
NGƯỜI CÓ THỂ BAY LIÊN TỤC GIỮA 02 ĐỊA ĐIỂM CỦA THẾ GIỚI.





Mẫu G650ER của Gulfstream hiện đang bị cạnh tranh bởi những đối thủ như Falcon 8X, Global 7000 và Global 8000. Trong đó, Global 8000 có phạm vi hoạt động trên 9.000 dặm. Những điều này cho thấy quãng đường bay liên tục đang là cuộc đua vũ trang mới của các hãng sản xuất máy bay nhưng tin rằng nó sẽ sớm kết thúc. Steve Cass, một quan chức cấp cao của Gulfstream chia sẻ với truyền thông: "Chúng tôi đang tiến dần tới việc đưa con người tới với khả năng chinh phục mọi khoảng cách."

Trong một thời gian dài, dường như hàng không cá nhân chỉ có 02 nhược điểm là có chi phí quá cao. Nhược điểm thứ 02 là khó thực hiện những chuyến bay dài và liên tục. Nhược điểm thứ nhất đã được khắc phục với dịch vụ Charter và Time Sharing. Nhược điểm thứ 02 cũng bắt đầu được khắc phục khi ngày càng nhiều hãng sản xuất máy bay tham gia vào việc giải quyết khó khăn này. Tuy nhiên, có thể nói, có được những bước tiến mạnh mẽ nhất phải kể tới Gulfstream. Vào tháng 05/2014, Gulfstream đã thông báo mẫu máy bay mới nhất của mình mẫu G650 sẽ được nâng cấp để có thể thực hiện những chuyến bay dài thêm khoảng 460 dặm. Mẫu máy bay mới, G650ER này có giá bán chuẩn vào khoảng \$66,5 triệu. Máy bay có thể bay liên tục trên quãng đường dài 8.600 dặm, điều này đồng nghĩa với cất cánh từ London, máy bay sẽ có thể bay tới bất kỳ quốc gia nào trên thế giới (ngoại trừ Úc) mà không cần hạ cánh để tiếp nhiên liệu. Máy bay hoạt động với tốc độ vào khoảng 562mph.





Hẳn nhiên, những chiếc máy bay cabin lớn và có phạm vi hoạt động khủng sẽ là làn sóng của tương lai. Đối với các nhà sản xuất máy bay, chúng là đại diện cho một phân khúc quan trọng bởi nhu cầu của khách hàng dành cho những chiếc máy bay có thể bay xuyên lục địa và vượt các đại dương đang tăng mạnh ngay cả trong trường hợp những chiếc máy bay này đang có giá vượt quá \$70 triệu. Thực tế, điều này không khó giải thích. Việc nhu cầu dành cho những chiếc máy bay thuộc phân khúc này gia tăng mạnh là do các tập đoàn toàn cầu ngày càng nhận ra tầm quan trọng của những chiếc máy bay cá nhân xuyên lục địa. Chúng có thể hoạt động như một văn phòng trên trời, mang tới cho những quản lý cấp C-level những giường ngủ để phục vụ cho những chuyến bay liên tục kéo dài tới 14 tiếng. “Nhu cầu dành cho những chiếc máy bay cabin lớn và phạm vi hoạt động xa đang không ngừng tăng.” Đại diện của hãng chế tạo máy bay Bombardier, Annie Cossette khẳng định. “Phân khúc thị trường này sẽ giúp tăng nhu cầu dành cho những chiếc máy bay cá nhân trong 20 năm tới.”

Một bằng chứng nữa minh chứng cho điều này là việc những đơn đặt hàng những mẫu máy bay G650ER đã hết chỗ tối thiểu trong 02 năm tới. Đáng nói hơn nữa là những người đang sở hữu những chiếc máy bay G650 cũng có thể bán lại chúng dễ dàng với giá cao hơn mức giá ban đầu họ mua. Được biết, tháng 02/2014, Dick’s Sporting Goods đã bán lại một chiếc máy G650 với giá khoảng 73,5 triệu.

Tác nhân khởi động dành cho cuộc đua này là mẫu G650 của Gulfstream. Được chính thức đi vào phục vụ từ cuối năm 2012, đây là mẫu máy bay đầu tiên trên thế giới có thể thực hiện những chuyến bay kéo dài tới 8.000 dặm. Kể từ đó tới nay, Gulfstream đã cung cấp được khoảng 60 chiếc máy bay cho các tập đoàn Wal-Mart, Exxon Mobil, Qualcomm và nhiều cái tên khác nữa. Cass – đại diện của hãng Gulfstream chia sẻ: “Khi chúng tôi thiết kế lại mẫu máy bay này, khách hàng tiếp tục chia sẻ với chúng tôi, họ muốn những chiếc máy bay có thể bay xa và nhanh hơn.”



BROADWATER

ĐƯỢC ĐÓNG TỪ NHỮNG NĂM 1990, VÀ ĐƯỢC LÀM MỚI VÀO NĂM 2014, CHIẾC DU THUYỀN NÀY ĐÃ “HỒI SINH” ĐỂ MANG NHỮNG TRẢI NGHIỆM VỀ SỰ XA XỈ TỚI VỚI GIỚI MỘ ĐIỆU!





BROADWATER



Broadwater có thể xem là một trong những chiếc siêu du thuyền đầu tiên trên thế giới, góp phần giúp những nhà giàu thế giới đưa ra định nghĩa hoàn hảo về một chiếc siêu du thuyền khi được đóng vào những năm 1990 với chiều dài 49m. Vào thời điểm đó, vỏ thuyền được thực hiện bởi hãng kiến trúc hàng hải De Voogt danh tiếng của Netherland. Mới đây, chiếc thuyền đã được “độ” lại phần vỏ nhằm đảm bảo cho thuyền một phong cách mới, hoàn hảo hơn và hợp thời hơn. Bên cạnh đó, cũng có những thay đổi đáng kể về nội thất của thuyền để có thể vẫn giữ được phong cách cổ kính sang trọng nhưng không vì thế mà khiến thuyền mang phong cách cũ kỹ.

Cụ thể, nội thất của thuyền đã được trang trí mới với hai màu beige và màu kem. Những món đồ trang trí cổ và cũ vẫn được bảo lưu. Tuy nhiên, các thiết bị hiện đại và xa hoa trên thuyền như phòng tập gym, wet bar (khu quầy bar hiện đại) và thậm chí là cả một bồn tắm Jacuzzi. Đây có thể không phải là những thiết bị và tiện nghi xa hoa với những chiếc du thuyền kiểu mới nhưng sẽ là những thứ đặc biệt với những chiếc du thuyền kiểu cũ như Broadwater. Cũng cần hiểu đôi khi việc nâng cấp một chiếc du thuyền xuất phát phần lớn từ sở thích của chủ thuyền thay vì tiết kiệm.

Broadwater có lối vận hành khá êm, mượt so với những chiếc du thuyền cùng thời và cùng tuổi. Có được điều này là nhờ thuyền được trang bị một hệ thống ổn định, cân bằng. Thuyền có thể chạy với vận tốc trung bình là 14 hải lý và vận tốc tối đa là 16 hải lý. Thuyền có thể phục vụ 10 người với 05 cabin. Trong đó có một cabin dành cho chủ thuyền và 04 cabin đôi dành cho 02 người. Cùng với những cải tạo mới, hệ thống giải trí của thuyền cũng được nâng cấp với một ván lướt sóng, 02 chiếc thuyền buồm loại nhỏ và một bạt căng lò xo. Tất nhiên, các tiện nghi như điều hòa, kết nối wifi là những tiện nghi không thể thiếu trên những chiếc du thuyền và Broadwater không phải là ngoại lệ. Nhìn chung, với giá thuê vào khoảng từ 180.000 tới 210.000 bảng mỗi tuần, chiếc thuyền này sẽ là lựa chọn cho những người ưa thích sự kết hợp của những giá trị cũ và mới.









Lagoon 630

MỘT MẪU THUYỀN ĐƯỢC THIẾT KẾ KHÔNG CHỈ ĐỂ CHINH PHỤC MẶT BIỂN MÀ CÒN ĐỂ CHINH PHỤC CÁC ĐỈNH CAO XA HOA VÀ XA XỈ!





Đã khá lâu kể từ lần cuối chúng ta chứng kiến sự xuất hiện của một chiếc du thuyền hai thân tại một triển lãm du thuyền quốc tế. Thực tế, những chiếc du thuyền 02 thân vốn là điều không dễ thấy. Một chiếc du thuyền của hãng Lagoon lại càng là điều hiếm gặp. Còn nhớ trước khi ra mắt mẫu du thuyền Lagoon 630, hãng đã dừng sản xuất và không đưa ra mẫu du thuyền nào trong suốt 8-9 năm. Vậy nên, việc ra mắt mẫu Lagoon 630 giống như một sự kiện trong năm 2014.

Mẫu du thuyền 02 thân Lagoon 630 này được đóng dựa trên mẫu du thuyền bán chạy nhất 620. Để có thể có được mẫu du thuyền hoàn hảo nhất, đội thiết kế của Lagoon đã kết hợp với Nauta Design và Van Peteghem-Lauriot Prévost để cho ra đời một mẫu du thuyền mới có thể ứng dụng và phát huy cấu trúc của mẫu 620. Những dấu ấn của mẫu du thuyền 620 rõ nét tới mức bất kỳ ai cũng có thể nhận ra. Bạn hoàn toàn có thể đưa ra những lựa chọn về thiết kế boong từ 04 tới 06 cabin. Trong bản giới thiệu năm 2014, thuyền có 04 cabin và một bếp lớn. Trong mỗi cabin là các tiện nghi vương giả và xa hoa như ở các phòng trong một khách sạn 05 sao.

Ấn tượng đầu tiên về Lagoon 630 là một bong chính rộng và ấn tượng. Trong khi 630 thừa kế 620 cấu trúc bên sườn, vỏ của thuyền đã có những thay đổi quan trọng ở phía đuôi thuyền nhằm tăng khả năng mang theo động cơ. Sống thuyền được thiết kế lại để tăng độ ổn định cho thuyền, đồng thời cải thiện hoạt động của thuyền. 02 động cơ chuẩn Volvo D4-260 có tác dụng giúp bạn tăng tốc thuyền lên tới 12 hải lý mỗi giờ. Trong trường hợp thuyền chạy ở tốc độ tối đa, vận tốc có thể lên tới 16 hải lý. Bên cạnh đó, bình chứa lên tới 3.000 lít nhiên liệu cũng cho phép thuyền hoạt động trên một phạm vi rộng. Tuy nhiên, đây vẫn chỉ mới là bản chuẩn. Bản nâng cấp bình chứa nhiên liệu lên 5.000 lít sẽ cho phép bạn biến thuyền thành một "chiếc hạm" vượt đại dương thực sự. Hoặc ít nhất bạn có thể so sánh Lagoon 630 như thế.

Với chiều rộng của thuyền lên tới 10m, Lagoon có chiều rộng gấp đôi một chiếc thuyền bình thường. Thực tế, nếu bạn so sánh chiều rộng này với những chiếc thuyền khác trên thị trường, bạn sẽ chỉ có thể tìm thấy chiều rộng này ở những chiếc du thuyền có chiều dài từ khoảng 49m trở lên. Nói cách khác, theo chuẩn của những chiếc du thuyền dài khoảng 20m, Lagoon có một không gian rộng rãi mà mọi đối thủ trong cùng phân khúc phải ghen tị. Những cabin trên thuyền được thiết kế như những căn hộ thu nhỏ với giường đôi, lounge, tủ tường và phòng tắm tiện nghi. Thú vị hơn khi từ cabin đi lên boong thuyền chỉ mất vài bước chân. Thuyền lại được thiết kế để dẫn ánh sáng tự nhiên vào các phòng. Phòng của chủ thuyền có lối dẫn thẳng tới phía cuối boong. Và đây là một trong những đặc quyền của căn phòng này.

JEWELRY

NHỮNG SẢN PHẨM XA XỈ, TINH TẾ VÀ ĐỘC ĐÁO.

| 10 |

THƯƠNG HIỆU
TRANG SỨC TRONG MƠ
CỦA PHỤ NỮ

KHÔNG MỘT NGƯỜI PHỤ NỮ NÀO
KHÔNG MUỐN SỞ HỮU THÊM
MỘT MÓN TRANG SỨC TỪ NHỮNG
THƯƠNG HIỆU NÀY!

| 01 |

CHOPARD

Thương hiệu trang sức và đồng hồ danh tiếng của Thụy Sĩ này tin rằng chỉ có những chất liệu tốt nhất mới cho ra đời những sản phẩm đẹp nhất. Và đó cũng là một trong những bí mật làm nên danh tiếng của Chopard. Mỗi ngày, các sản phẩm của Chopard đều được làm từ đá quý thực và vàng 18karat. Ở Chopard, chất lượng song hành cùng với độ chính xác bởi vì mỗi chi tiết cho dù nhỏ bé tới đâu cũng đóng một vai trò quan trọng trong thiết kế tổng thể của sản phẩm. Chopard nổi tiếng với những thiết kế của dòng sản phẩm Happy Diamonds. Trong những năm gần đây, Chopard được biết đến nhiều với việc giới thiệu các bộ sưu tập Green Carpet Collection.



MIKIMOTO

Kokichi Mikimoto đã bắt đầu sự nghiệp kinh doanh trang sức của mình vào năm 1893. Anh được biết tới như một nhà thiết kế tiên phong cho dòng sản phẩm trang sức ngọc trai nhân tạo. Các thiết kế của Mikimoto được thực hiện với những loại ngọc trai tốt nhất như ngọc trai quý hiếm biển South Sea, ngọc trai hồng, ngọc trai Titian, ngọc trai trắng. Ngoài ngọc trai, hãng chỉ sử dụng kim loại quý và hiếm vàng hoặc platinum 18 karat, kim cương cao cấp VS, màu G. Mỗi thiết kế trang sức của Mikimoto luôn là duy nhất và được thiết kế để có thể đeo cả ban ngày và trong các buổi tiệc tối. Một thiết kế nổi tiếng của hãng là chiếc vòng cổ Empress Necklace.

| 02 |



BVLGARI

Kể từ khi thành lập vào năm 1884, Bvlgari đã luôn là người dẫn đầu trong thế giới trang sức cao cấp. Nhà chế tác trang sức này có trụ sở chính ở Rome. Tại đây mỗi năm, mỗi mùa hãng đều cho ra mắt những mẫu chế tác trang sức cầu kỳ, kết hợp phong cách truyền thống với những thiết kế cách tân, sáng tạo. Bên cạnh những thiết kế trang sức ẩn tượng và có thiết kế mang phong cách táo bạo, hãng còn giới thiệu những thiết kế mang phong cách Ý cổ điển. Đặc biệt, hãng luôn lấy cảm hứng thiết kế từ những motif thuộc về thiên nhiên như hoa và quả hoặc động vật. Đặc biệt chiếc vòng Serpenti của Bvlgari được rất nhiều sao trên thế yêu thích. Bvlgari cũng là hãng chỉ dùng những nguyên liệu tốt nhất, như đá quý tốt nhất và vàng 18 karat.

| 03 |



PIAGET

George Piaget thành lập thương hiệu vào năm 1874. Ban đầu thương hiệu tập trung vào chế tác những chiếc đồng hồ cao cấp nhất. Rất nhanh, Piaget trở thành cái tên yêu thích và quen thuộc của toàn châu Âu. Cùng với thời gian, Piaget mở rộng công việc kinh doanh sang cả trang sức cao cấp. Những món trang sức của Piaget luôn mang âm hưởng phong cách thiết kế sang trọng của Lục Địa Già. Bên cạnh đó, những thiết kế của hãng cũng ghi dấu ấn với sự tinh tế của phong cách Hollywood. Một trong những điểm nhấn khác trong thiết kế của Piaget là cảm hứng tới từ những bông hoa hồng và những thiết kế mang tính hoạt động, chuyển động.

| 04 |



GRAFF

Graff được biết tới bởi chất lượng thượng hạng và dịch vụ tuyệt vời. Có thể nói Graff là hãng trang sức chỉ dành cho các nhà giàu. Tuy nhiên, điều làm nên tên tuổi của Graff là những viên đá. Bản thân người sáng lập thương hiệu, Laurence Graff từng chia sẻ rằng những viên kim cương lớn, những viên đá thực sự quý mới là điều khiến Graff quan tâm. Và cũng chính quyết định mở rộng thị trường ra toàn cầu để đáp ứng nhu cầu dành cho những viên kim cương cỡ lớn đã giúp Laurence ghi tên mình vào danh sách các tỷ phú thế giới. Nếu muốn biết thêm về Graff, bạn có thể tìm đọc cuốn sách *The Most Fabulous Jewels in the World* (\$150).

| 05 |



TIFFANY & CO

Nếu một chàng trai tặng một cô gái một chiếc nhẫn Tiffany, điều đó đồng nghĩa với việc chàng trai đó muốn cầu hôn cô gái. Tuy nhiên, Tiffany không chỉ có những món trang sức dành cho nữ, mà còn có cả trang sức và phụ kiện dành cho nam giới và thậm chí là trẻ nhỏ. Cũng giống như các thương hiệu trang sức khác, chất lượng mới là thứ làm nên danh tiếng của thương hiệu này. Bạn sẽ không thể không thấy ấn tượng trước chất liệu vàng và bạc của Tiffany. Trong khi đó những viên đá của Tiffany lại luôn hoàn hảo tới độ gần như không tỳ vết. Mỗi chi tiết trên các món trang sức luôn chính xác và tinh xảo. Mặc dù thiết kế của Tiffany luôn hiện đại và đơn giản nhưng thương hiệu đã được thành lập từ năm 1837.

06



BUCCELLATI

Là thương hiệu trang sức nổi tiếng của Ý nhưng thực tế lại không nhiều người Việt Nam biết tới thương hiệu này. Buccellati nổi tiếng với những thiết kế hoàn hảo, và không tỳ vết. Hãng có di sản và phong cách thiết kế chịu nhiều ảnh hưởng của phong cách La Mã. Một trong những ví dụ điển hình cho điều này là những chiếc vòng cuff nhưng trông có thiết kế dạng ren hoặc chạm khắc, khắc nhưng vẫn mềm mại nếu nhìn từ xa. Thương hiệu cũng nổi tiếng bởi khả năng xử lý bề mặt kim loại cũng như đá quý.



| 07 |

VAN CLEEF & ARPELS

Một trong những thương hiệu trang sức có thể “đốn” tim bất kỳ người phụ nữ nào. Thực tế, với bản thân người viết bài, Van Cleef & Arpels mới là cái tên số 01. Hãng đã ra đời với sự kết hợp của 02 cái tên Estelle Arpels và Alfred Van Cleef. Có xuất xứ ban đầu ở Pháp (sau đó rời sang Thụy Sĩ), thương hiệu trang sức này nổi tiếng bởi những thiết kế mang phong cách châu Âu cũ. Cảm hứng thiết kế của Van Cleef & Arpels thường tới từ thiên nhiên. Theo đại diện của hãng mà người viết bài từng phỏng vấn hãng dành một mối quan tâm đặc biệt tới hoa, bướm, chim và những yếu tố lãng mạn trong thiên nhiên. Van Cleef & Arpels đặc biệt nổi tiếng với dòng sản phẩm đồng hồ trang sức Poetic Wish.

| 08 |



HARRY WINSTON

Nổi tiếng với những thiết kế cổ điển những vẫn ấn tượng và không hề lạc mốt, Harry Winston cũng là một trong những thương hiệu trang sức hàng đầu. Thương hiệu được thành lập vào năm 1932, hãng cũng có tôn chỉ là chỉ sử dụng những loại đá quý, kim cương và kim loại quý nhất. (Vậy nên trong rất nhiều trường hợp người ta thường biết tới Harry Winston ở mức độ kim cương nhiều hơn.) Mỗi món đồ trang sức của Harry Winston đều là vật bảo chứng của tay nghề chế tác cao cấp và độ bền hoàn hảo. Đây cũng là thương hiệu yêu thích của rất nhiều ngôi sao điện ảnh. Vậy nên cũng không ngoa khi nói mỗi dịp thăm dò ở nước ngoài giống như một cuộc “tuần hành” của thương hiệu này.



| 09 |

|10|



CARTIER

Tôi tin rằng với người Việt Nam, không lời tỏ tình nào ngọt ngào hơn một chiếc nhẫn LOVE của Cartier. Thực tế, tôi có khá nhiều người bạn chọn nhẫn LOVE của Cartier làm nhẫn cưới. Được biết chiếc nhẫn Trinity của Cartier còn từng được dùng như một đạo cụ trong bộ phim Tân Bến Thượng Hải (vì vậy nên bạn cũng đừng lạ khi thấy những người Hong Kong rất yêu thích thương hiệu này.) Cartier từng được phong là “nhà chế tác trang sức của các vị vua và vua của các nhà chế tác trang sức.” Món trang sức nổi tiếng nhất của Cartier có giá lên tới \$7 triệu. Hãng nổi tiếng với những thiết kế lấy cảm hứng từ hình con báo Panther. Ngoài ra, trong những năm gần đây Cartier cũng ghi điểm với các mẫu đồng hồ có cơ chế phức tạp.





BÍ MẬT CỦA ROLEX

*CẤP TIẾN, TIÊN PHONG CHƯA ĐỦ ĐỂ NÓI VỀ
ROLEX, TRUYỀN THỐNG LẠI CÀNG CHỈ LÀ BỀ NỔI
CỦA MỘT TẢNG BĂNG CHÌM CỦA THƯƠNG HIỆU
ĐỒNG HỒ SỐ 01 THẾ GIỚI NÀY!*



Sẽ rất khó để không ngưỡng mộ trước những gì Rolex đã đạt được. Tầm vóc thương hiệu; sức mạnh của cái tên Rolex; các thành tựu mà hãng đã được ghi nhận qua các giải thưởng; các sản phẩm siêu ấn tượng; sự tự hào của những con người tạo ra các cỗ máy đếm giờ Rolex và cả những con người đã lựa chọn những cỗ máy đếm giờ đó làm bạn đồng hành... Rolex là một đế chế, một quốc gia hoàn toàn riêng biệt. André Heiniger, CEO của thương hiệu từ 1962-1992, từng chia sẻ: “Rolex không phải một công ty đồng hồ. Chúng tôi là một công ty xa xỉ phẩm.” Có lẽ chính ý tưởng này là điều dẫn dắt Rolex tới tầm vóc của ngày hôm nay: 04 nhà máy, hơn 6.000 nhân viên toàn cầu.

Có lẽ điều ấn tượng trên nhất ở Rolex là sự rõ ràng. Mỗi chi tiết nhỏ nhất đều phải được tự sản xuất hoặc chế tác thủ công. Khác với các thương hiệu khác, Rolex đưa ra quan điểm sau trong việc sử dụng máy móc để sản xuất đồng hồ: những thứ cần thực hiện bằng máy móc tự động, Rolex sẽ sử dụng máy. Những thứ cần sự tham gia và thực hiện bởi con người, sẽ được thực hiện bởi con người. Thậm chí, Rolex còn áp một cái nhìn mới mẻ vào ngành công nghiệp đồng hồ khi chấp nhận cả việc đặt hàng bên ngoài (outsourcing) nếu như điều đó là cần thiết. Có khoảng xấp xỉ 150 người tham gia vào công việc và quá trình lắp đặt cuối cùng. Kết hợp với đó là robot với đủ các kích thước và hình dáng.

Thông thường, các chi tiết sau khi đã được kiểm tra sẽ được vận chuyển tới nhà máy Acacias. Vỏ và dây đeo kim loại tới từ nhà máy Plan-les-Ouates, mặt số và các chi tiết khảm đá tới từ Chêne Bourg, máy đồng hồ tới từ Biemme. Tại Acacias, các chi tiết này sẽ được lắp đặt với 10 công đoạn khác nhau. Mỗi chi tiết trong các công đoạn này đều được thực hiện với các quy định nghiêm ngặt nhằm đảm bảo cho mỗi chiếc đồng hồ Rolex một chất lượng cao cấp, vượt trội và ổn định nhất. Một ví dụ điển hình cho việc này là trước khi các kim đồng hồ được lắp đặt vào máy, kỹ thuật viên sẽ lắp máy vào trong một chiếc



máy chuyên dụng được thiết kế đặc biệt để điều chỉnh cơ cấu về thời điểm chính xác trước lúc nửa đêm. Mục đích của điều này là để ngày mới của mỗi chiếc đồng hồ Rolex sẽ thay đổi vào lúc nửa đêm. Ngoài ra, khác với một số công ty đồng hồ Thụy Sĩ, 100% số đồng hồ Rolex xuất xưởng đều được kiểm tra kỹ.

Cùng với sự ổn định, độ bền, độ chính xác cao, một trong những giá trị quan trọng của một chiếc đồng hồ Rolex là khả năng chống thấm. Rolex nổi tiếng với một dòng đồng hồ có tên là Oyster. Để đảm bảo khả năng chống thấm tuyệt vời này, Rolex đã phát triển một hệ thống kiểm tra chống thấm riêng. 100% đồng hồ đều được kiểm tra trong điều kiện thật (trong các thùng nước lớn). Những chiếc đồng hồ không phải dành cho việc lặn (non-dive watch) được kiểm tra trong những điều kiện sâu hơn 10% so với những thông tin công bố. Trong khi đó những chiếc đồng hồ lặn được thử nghiệm ở độ sâu hơn 25% so với thông tin công bố chính thức (do được áp dụng chỉ số ISO 6425). Chẳng hạn, Rolex Deepsea được hãng thông báo có khả năng chống thấm ở độ sâu 3.900m nhưng được thử nghiệm ở độ sâu 4.875m trong những chiếc thùng được phát triển cho Rolex bởi COMEX. Mỗi chiếc đồng hồ phải trải qua rất nhiều vòng kiểm tra độ chính xác, và thậm chí là một bài kiểm tra 24 giờ được giả lập các vị trí đeo đồng hồ khác nhau bởi robot.

Mỗi chiếc đồng hồ Rolex gồm rất nhiều các chi tiết khác nhau như vỏ đồng hồ, gờ lắp mặt kính và một núm chỉnh giờ. Tất cả khi kết hợp sẽ lên tới khoảng 10-20 chi tiết, cần tới 150 công đoạn. Các chi tiết vỏ máy ban đầu sẽ được thực hiện theo cách đập đột lên



các tấm kim loại. Các chi tiết này sau đó sẽ được đánh bóng và hoàn thiện. Trong khi đó, dây đeo kim loại gồm tới hơn 110 chi tiết, đòi hỏi tới hơn 900 công đoạn để thực hiện.

Việc chế tác mặt số đồng hồ là một công đoạn đậm tính truyền thống và Rolex vẫn lưu giữ truyền thống này bằng cách sử dụng những thiết bị máy móc truyền thống. Để mỗi chiếc mặt số đồng hồ Rolex ra đời cần tới 60 công đoạn khác nhau. Được sản xuất chủ yếu bằng đồng, các mặt số được cắt và tạo hình từ những tấm lá đồng bằng máy. Sau đó, mặt số sẽ được gửi đi trang trí và nhuộm màu. Tùy thuộc vào thiết kế một số mặt số có thể chế tác trực tiếp bằng máy. Số lượng thiết kế và số lượng mặt số đồng hồ mà Rolex sản xuất mỗi năm là minh chứng cho việc sản xuất mặt số ở Rolex ở cấp độ khác so với các nhà máy sản xuất đồng hồ thông thường khác.

Bởi Rolex tự sản xuất những cỗ máy sản xuất này nên những cỗ máy của hãng hoàn toàn độc đáo và đặc biệt với ngành. Sau khi các chi tiết được cắt hoặc tạo hình bằng phương pháp dập đột, chúng sẽ được làm sạch và luyện ở nhiệt độ 200 độ C. Các chi tiết như quả văng, cái hái, cò 7, tất cả đều được sản xuất rất cầu kỳ và phức tạp. Được biết, Rolex sử dụng đồng beryllium để làm ra quả văng với 03 lựa chọn khác nhau là 10mm cho đồng hồ nam, 8mm cho máy đồng hồ nữ và 9mm cho máy Calibre 4130. Kể từ năm 2000, Rolex đã sản xuất thành công quả văng của riêng mình với tên gọi Parachrom, dễ dàng nhận diện đặc điểm của quả văng này bởi màu xanh đặc trưng, sáng tạo này đảm bảo cho Rolex vị thế độc lập của một công ty sản xuất đồng hồ.



CUỘC CHƠI CỦA ROLEX

Ở BASELWORLD 2015

TRONG SỰ KIỆN BASELWORLD 2015 NÀY, ROLEX ĐÃ THỰC SỰ GÂY ẤN TƯỢNG VỚI NHỮNG MẪU ĐỒNG HỒ ĐẶC BIỆT CỦA MÌNH. VÀ ĐÓ LÀ?



DAY-DATE 40 VÀ BỘ CHUYỂN ĐỘNG 3255 MỚI

Rolex giới thiệu thế hệ mới của mẫu đồng hồ danh tiếng nhất của hãng, Oyster Perpetual Day-Date. Đây là mẫu đồng hồ được biết đến như là “đồng hồ của tổng thống” nhờ vào sự tin dùng của các nhân vật nổi tiếng và lỗi lạc. Mẫu đồng hồ này có thiết kế được hiện đại hóa với lớp vỏ có đường kính 40mm cùng bộ chuyển động cơ học mới, calibre 3255 đã đặt ra tiêu chuẩn mới cho hiệu suất đồng hồ chronometric. Đồng hồ Day-Date mới sẽ có sứ mạng tái khẳng định vị thế của bộ chuyển động Superlative Chronometer được Rolex trình làng trong những năm 1950. Động cơ Calibre 3255 là một ví dụ đầy thuyết phục cho công nghệ chế tác đồng hồ avant-garde sở hữu 14 bằng sáng chế. Bộ chuyển động mang tính đột phá này tăng cường các chức năng cơ bản về độ chính xác, năng lượng dự trữ, chống sốc và kháng từ. Bộ chuyển động kết hợp chặt chẽ với cấu trúc hồi Chronergy có bằng sáng chế của Rolex, đem đến sự kết hợp giữa hiệu quả năng lượng và độ tin cậy cao. Mẫu đồng hồ Day-Date mới chỉ được chế tác đặc biệt bằng bạch kim 950 hoặc vàng vàng 18 ct, vàng trắng hoặc vàng hồng Everose cùng với một số mặt đồng hồ được chế tác công phu, là những đặc điểm nhận diện sự đổi mới của chiếc đồng hồ này.



LADY-DATEJUST 28

Rolex giới thiệu thế hệ mới của đồng hồ Oyster Perpetual Lady-Datejust, có vỏ đồng hồ được thiết kế lại với đường kính tăng lên 28mm và sử dụng động cơ calibre 2236, Rolex trang bị cho mẫu đồng hồ này bộ chuyển động cơ học được trang bị dây tóc Syloxi silicon có bằng sáng chế để đạt đến hiệu suất chronometric tối ưu. Tạo thành một cặp hoàn hảo với mẫu Day-Date, chiếc đồng hồ Lady-Datejust này được chế tác bằng bạch kim 950 và vàng vàng 18 ct hoặc vàng hồng Everose cùng với thiết kế mới và đặc biệt cho mặt đồng hồ.

YACHT-MASTER VÀ DÂY ĐEO OYSTERFLEX

Rolex ra mắt phiên bản mới của chiếc đồng hồ thuộc về thế giới biển Oyster Perpetual Yacht-Master với hai tông màu đen và vàng hồng Everose 18 ct, đi kèm dây đeo Oysterflex độc quyền mang tính đột phá được Rolex phát triển và sở hữu bằng sáng chế. Dây đeo độc đáo này là sự kết hợp thú vị giữa sự vững chãi và bền bỉ của dây đeo kim loại cùng sự uyển chuyển, thoải mái và tính thẩm mỹ của dây đeo đàn hồi. Chiếc đồng hồ Yacht-Master mới này có hai cỡ: 40mm và mẫu mới có đường kính 37mm. Vỏ đồng hồ được làm bằng vàng hồng Everose 18 ct có khung xoay gắn với móc gài Cerachrom bằng sứ đen với số được đánh bóng trên nền mờ mịn.



OYSTER PERPETUAL PHIÊN BẢN MỚI

Rolex giới thiệu các phiên bản mới của dòng đồng hồ tinh hoa Oyster Perpetual lần này có mặt số mới và có các kích cỡ 26, 31, 34mm, cũng như một mẫu hoàn toàn mới có kích cỡ 39mm. Các phiên bản mới này cùng với các mẫu được giới thiệu năm 2014 (31mm và 36mm) tạo thành một gia đình đồng hồ có kích cỡ khác nhau với mặt số có màu sắc quyến rũ mang đậm chất huyền thoại của Rolex.



DATEJUST PEARLMASTER 39

Rolex ra mắt các phiên bản mới của đồng hồ Oyster Perpetual Datejust Pearlmaster có đường kính 39mm và làm từ vàng vàng 18 ct hoặc vàng trắng tạo nên một sự kết hợp tuyệt mỹ giữa nghệ thuật chế tác đồng hồ của Rolex và vẻ quyến rũ đến từ vàng và đá quý. Với động cơ mới calibre 3235, những chiếc đồng hồ cần đá quý này nổi bật với phần viền được gắn 48 viên sapphire cắt dạng baguette có nhiều sắc độ khác nhau – từ xanh dương đến hồng fuchsia, xanh dương đến xanh lá, hay từ cam đến vàng. Việc kết hợp các viên đá quý tự nhiên với các sắc độ khác nhau là một thử thách lớn nhưng đã tạo ra một chiếc đồng hồ có viền cần sapphire độc đáo.



ĐỒNG HỒ CELLINI TIME ĐÍNH ĐÁ QUÝ

Trong bộ sưu tập Cellini cổ điển, Rolex giới thiệu bốn phiên bản cần đá quý mới của đồng hồ Cellini Time. Những chiếc đồng hồ mới này làm từ vàng trắng 18 ct hoặc vàng hồng Everose, có kích cỡ 39mm và có viền kim cương đơn hoặc kép. Chiếc đồng hồ có viền kép kết hợp một dải kim cương với phần rãnh mang tính biểu tượng của Rolex, cùng với 11 viên kim cương trên số chỉ giờ nổi bật trên mặt đồng hồ đen bóng. Các phiên bản mới với viền kim cương đơn có mặt số màu hồng hoặc rhodium sáng và chỉ số giờ hình trụ dài.

ĐỒNG HỒ NỮ

CUỘC CHƠI MỚI CỦA THỤY SỸ



CHÚNG TA ĐANG NGHE NÓI NHIỀU TỚI NHỮNG CHIẾC ĐỒNG HỒ DÀNH CHO NỮ GIỚI. THẬM CHÍ CẢ SPEAKE - MARIN, MỘT THƯƠNG HIỆU VỐN TRUNG THÀNH VỚI NHỮNG THIẾT NAM TÍNH TRONG SỰ KIỆN BASELWORLD 2015 VỪA RỒI CŨNG GIỚI THIỆU NHỮNG CHIẾC ĐỒNG HỒ NỮ TÍNH. LIỆU TƯƠNG LAI CỦA NGÀNH CÔNG NGHIỆP CÓ THỰC SỰ THUỘC VÀO NHỮNG KHÁCH HÀNG PHÁI YẾU?



SHENANDOAH BY SPEAKE-MARIN

Đây là lần đầu tiên Speake-Marin giới thiệu mẫu đồng hồ dành cho phái đẹp có tên Shenandoah, bổ sung vào bộ sưu tập J-Class truyền thống (J-Class là chiếc du thuyền ra đời năm 1902, và cho đến nay đây là chiếc du thuyền lâu đời và đẹp nhất trên thế giới). Cái tên Shenandoah lấy cảm hứng từ con sông nổi tiếng vùng Virginia của Mỹ, theo tiếng của tộc người Da Đỏ có nghĩa là "Cô gái đẹp giữa những vì tinh tú". Shenandoah có thiết kế hình ô-van với 12 lựa chọn khác nhau về múi giờ, chất liệu vàng, viên kim cương cùng mặt số và dây đeo...



FENDI MY WAY

Vui vẻ, màu sắc và trên tất cả là xa hoa, bộ sưu tập này của Fendi gồm 04 series có giới hạn 50 chiếc. Đồng hồ mang phong cách vương giả, siêu xa xỉ, siêu nữ tính với một lớp vỏ case khảm nạm kim cương và một lớp “cổ áo lông” có thể tách rời. Với thiết kế này, đồng hồ sẽ là bạn đồng hành của phụ nữ. Nếu bỏ lớp “cổ áo lông cáo” chúng ta sẽ có một chiếc đồng hồ sang trọng nhưng vẫn năng động cho thời điểm ban ngày. Trong khi đó, “lớp cổ áo lông” sẽ biến đồng hồ thành một phụ kiện đắt giá ban đêm. Được biết có 02 lựa chọn cho mẫu đồng hồ này là bản nhỏ được khảm nạm 421 viên kim cương, bản lớn khảm nạm 667 viên. Đồng hồ chạy máy quartz.



J12 SOFT BLUE, SOFT MINT & SOFT ROSE

Lần đầu tiên trong lịch sử, những mẫu đồng hồ J12 trắng đổi áo màu. Những màu được giới thiệu là màu xanh blue nhạt, màu hồng phấn và màu xanh bạc hà. Những thay đổi về màu này được thể hiện ở phần gờ lắp mặt kính. Sản phẩm có giới hạn chế tác ở mức 1.200 chiếc cho mỗi màu.



MIDNIGHT FEATHERS AUTOMATIC 42MM BY HARRY WINSTON

Với mẫu đồng hồ này, thương hiệu Harry Winston đã cho thấy giới hạn của sự sáng tạo trong ngành đồng hồ là không biên giới. Điểm đặc biệt của mẫu đồng hồ là với sự kết hợp của ngành nghề xử lý lông vũ và ngành chế tác đồng hồ, mỗi chiếc đồng hồ sẽ là một sản phẩm duy nhất. Để chế tạo mặt số, mỗi chiếc lông sẽ được lựa chọn, tạo hình và thực hiện những sắp đặt với sự hỗ trợ của một chiếc kính loup nhằm đảm bảo độ chính xác cao nhất. Đồng hồ có dây da cá sấu màu nâu chocolate, vỏ bằng vàng hồng, máy cơ, 28 chân kính hồng ngọc.



SURYA SOLAR DEITY BY FREDERIC JOUVENOT



Frederic Jouvenot mới đây đã một lần nữa tự đặt mình vào vị trí một nhà chế tác đồng hồ tiên phong hàng đầu thế giới khi giới thiệu một mẫu đồng hồ không có kim, không có cọc số và cũng chẳng có cả đĩa quay. Thay vào đó đồng hồ có 12 cánh hoa. Đồng hồ có 02 mặt, một mặt số dành cho ban ngày và một mặt số dành cho ban đêm. Vào thời điểm ban ngày, các cánh hoa có màu sáng xanh nhưng các cánh hoa chuyển sang màu đen với mỗi giờ trôi qua. Cứ như vậy, tới thời điểm 12 giờ, toàn bộ các cánh hoa sẽ chuyển thành màu đen – màu của đêm. Phút được đo đếm bởi một đĩa quay ở trung tâm của mặt số. Được biết, phải mất 02 năm để hoàn thiện cơ chế máy của đồng hồ cũng như các chi tiết khảm nạm kim cương trên mặt số. Đồng hồ được khảm nạm tổng cộng 54 viên kim cương ở gờ lắp mặt kính, có vỏ bằng vàng trắng và giới hạn chế tác là 88 chiếc.





CRUISE 2015 PINK, TURQUOISE AND RED BY LOUIS VUITTON

Louis Vuitton mới đây đã giới thiệu một bộ sưu tập đồng hồ trang sức được lấy cảm hứng từ show diễn Cruise 2015 với họa tiết Ramage (từ bộ sưu tập) nổi bật trên mặt số. Trong bộ sưu tập này, Louis Vuitton đã kết hợp tính hiện đại và nghệ thuật chế tác thủ công truyền thống. Đặc biệt, đồng hồ được thực hiện với hai kỹ thuật vô cùng phức tạp là tiểu họa (miniature-painting) và khảm nạm kim cương theo lối snow-setting. Kỹ thuật khảm nạm snow-setting giúp tạo hiệu ứng tương tự ánh sáng phản chiếu trên tuyết. Hiệu ứng lấp lánh này đạt được nhờ việc đặt các viên kim cương với kích cỡ đa dạng sát nhau theo trình tự ngẫu nhiên tránh để lộ phần kim loại bên dưới, tạo cảm giác những viên kim cương như tan chảy bề mặt được khảm nạm. Kỹ thuật miniature-painting cho phép tái hiện lại họa tiết Ramage trên mặt số. Chi tiết này được vẽ tay bởi những người thợ ở xưởng La Fabrique du Temps Manufacture. Được biết mỗi mặt số đồng hồ cần tới 30 giờ để thực hiện.



LVCEA CỦA BULGARI

Được thiết kế dành riêng cho phụ nữ, mẫu đồng hồ LVCEA này là sự kết hợp hài hòa giữa những giá trị lịch sử và hiện đại, giữa thiết kế và công năng với cảm hứng tới từ những thiết bị đo giờ của thời kỳ cổ đại. Đồng hồ mang một sức mạnh bí ẩn, là lời gợi nhắc về những giá trị lấy cảm hứng từ ngành nghề chế tác trang sức cổ xưa của Bulgari, là xác nhận dành cho phong cách tối giản hiện đại luôn là một trong những thách thức lớn của công việc sáng tạo. Giống như hầu hết những mẫu đồng hồ trong các bộ sưu tập khác của Bulgari, năm 2015, đồng hồ sẽ được giới thiệu size mới, các tùy chỉnh mới. Một bản vàng hồng khảm ngọc, và một bản vàng trắng khảm kim cương sẽ được giới thiệu. Cả hai bản đều có dây da cá sấu và đều có gờ lắp mặt kính khảm nạm kim cương, mặt số làm từ chất liệu xà cừ. Máy cơ tự động lên dây.





CRESCENDO BY CENTURY

Một mẫu đồng hồ đặc biệt và vô cùng độc đáo, Crescendo nắm giữ quyền lực quyến rũ bất kỳ người phụ nữ nào ngay từ những ánh nhìn đầu tiên khi có dây da cá sấu, vỏ bằng vàng trắng khảm nạm kim cương với kỹ thuật snow-setting đặc biệt. Kim cương tiếp tục được khảm nạm trên mặt số với sự kết hợp của các đường chạm khắc tạo hình hoa lá vô cùng thú vị. (Tổng số kim cương được khảm nạm lên tới 582 viên.) Một viên pha lê màu khói xám với 64 mặt cắt được đặt ở vị trí của gờ mặt số càng làm chiếc đồng hồ thêm ấn tượng. Đồng hồ chạy máy quartz.



ÉLÉGANTE

FP Journe đã phát triển một concept đồng hồ mang tính cách mạng đầu tiên dành cho nữ giới. Mẫu đồng hồ này được thiết kế và cho ra đời hoàn toàn dựa trên ý tưởng dành cho nữ giới. Các chi tiết cơ khí siêu chính xác cho phép đồng hồ tự vận hành trong thời gian từ 8-10 năm nếu đeo và sẽ lên tới 18 năm trong trường hợp để ở chế độ nghỉ. Để cho ra đời mẫu đồng hồ này, FP Journe đã mất 8 năm nghiên cứu và phát triển máy đồng hồ. Cơ máy này là sự kết hợp đầy sáng tạo của tính tiện dụng trong sử dụng và khả năng vận hành ưu việt của một chiếc đồng hồ điện tử cơ khí với những đường nét thiết kế nữ tính, thanh lịch và độ chính xác. Mẫu đồng hồ thậm chí thay đổi cả những khái niệm cơ bản về những cỗ máy đếm giờ khi cho phép đồng hồ có thể chạy, nghỉ, và lại tiếp tục chạy. Được biết tất cả các chi tiết cơ khí của máy đồng hồ được thực hiện in-house bởi chính những người thợ của FP Journe. Các chi tiết điện tử được thực hiện bởi một kỹ sư người Thụy Sĩ và cũng được thực hiện hoàn toàn ở Thụy Sĩ.

Đồng hồ có cơ chế hoạt động như sau, ở cọc chỉ giờ số 05 là một thiết bị dò chuyển động điện tử. Khi phát hiện đồng hồ không được chuyển động, đồng hồ sẽ tự động dừng lại sau 30 phút. Ở chế độ tạm nghỉ này, cơ chế điện tử sẽ tiếp tục công việc đếm giờ trong khi các chi tiết cơ khí sẽ nghỉ để tiết kiệm năng lượng. Khi được đeo lại, đồng hồ sẽ tự động chuyển về giờ đúng.



FORD

Ngày 23/04, Ford Việt Nam vinh dự tiếp đón ngài Ted Osius, Đại sứ Mỹ tại Việt Nam tới thăm nhà máy Ford tại Hải Dương trong khuôn khổ các hoạt động kỷ niệm 20 năm thiết lập quan hệ ngoại giao Việt – Mỹ. Vào năm 1997, Ford là nhà sản xuất ô tô ngoại đầu tiên xây dựng dây chuyền lắp ráp ô tô tại Việt Nam và cho tới nay hãng đã đầu tư gần 125 triệu đô la Mỹ cho nhà máy Hải Dương. Bên cạnh công việc lắp ráp, tiếp thị và cung cấp những dòng xe toàn cầu của Ford tại Việt Nam, hãng cũng tích cực đóng góp cho cộng đồng địa phương thông qua hàng loạt các chương trình và sáng kiến trách nhiệm xã hội doanh nghiệp như: Hướng dẫn lái xe an toàn, thân thiện với môi trường; K0 Còi và Tuần lễ tình nguyện Ford.



AB INBEV

Ngày 21/05, công ty Anheuser-Busch InBev Việt Nam tổ chức lễ khánh thành Nhà máy bia AB InBev tại Bình Dương. Đây là nhà máy bia hiện đại bậc nhất tại Việt Nam và Đông Nam Á, sở hữu diện tích lên đến 100.000 mét vuông, với năng suất lên đến 50 triệu lít bia mỗi năm trong giai đoạn 01 và dự kiến mở rộng lên đến 100 triệu lít bia mỗi năm cho giai đoạn tiếp theo. Nhà máy bia mới này sẽ mang đến cho người tiêu dùng Việt Nam trải nghiệm những sản phẩm bia Budweiser và Beck's tươi nhất. Đồng thời, AB InBev cũng nhấn mạnh cam kết của mình để chủ động quảng bá cho việc uống bia có trách nhiệm, bảo vệ môi trường và hỗ trợ cộng đồng bằng cách chung tay với người dân địa phương thực hiện ước mơ của công ty – trở thành Công ty sản xuất Bia tốt nhất trong một thế giới tốt đẹp hơn.

K+

Ngày 11/5, Truyền hình số vệ tinh K+ (VSTV) công bố chiến lược nội dung mới trên K+. Cụ thể, K+ hợp tác với các hãng phim lớn để sản xuất và đưa các bộ phim điện ảnh chiếu rạp phục vụ khán giả truyền hình ngay tại nhà. Theo đó, các bộ phim được K+ lựa chọn đầu tư sản xuất cùng các hãng phim sẽ được phát sóng độc quyền sớm nhất trên các kênh K+ sau khi chiếu rạp. Việc hợp tác này mở đầu cho những chuỗi thỏa thuận tiếp theo giữa K+ và các đối tác lớn khác để hiện thực hóa chiến lược nói trên. Với chiến lược Trải nghiệm thế giới điện ảnh ngay tại nhà, khán giả truyền hình K+ ở mọi nơi trên khắp cả nước nay có thêm cơ hội thưởng thức những bộ phim điện ảnh Việt Nam và quốc tế mà trước đây chỉ có thể xem được ngoài rạp ngay trên các kênh K+ tại nhà.



L'OCCITANE

L'occitane vừa giới thiệu: tinh dầu Lavender Essential Oil được chưng cất từ những cánh đồng hoa oải hương tốt nhất của vùng Haute-Provence nước Pháp, giúp bạn thư giãn và dễ dàng đi vào giấc ngủ; dòng sản phẩm Collection De Grasse được kết hợp từ những thành phần tinh túy của vùng Grasse của Provence với những thành phần quý giá khác từ các nơi khác trên thế giới; dòng sản phẩm Iris Bleu & Blanc được chiết xuất từ hoa diên vĩ xanh của vùng Grasse và hoa diên vĩ trắng của vùng Địa Trung Hải mang lại mùi hương mượt mà sang trọng; Dòng sản phẩm Collection De Grasse Fleur D'or & Acacia kết hợp từ hoa mimosa và cây keo mang đến mùi hương ngọt ngào đầy nữ tính; Dòng sản phẩm Collection De Grasse Magnolia & Mure mang lại mùi hương bí ẩn và quyến rũ từ hoa mộc lan được kết hợp một cách khéo léo với xạ hương.



ERI INTERNATIONAL



Ngày 6/5, Tập đoàn California Management Group (CMG) chính thức ra mắt Eri Clinic International - Viện chăm sóc da quốc tế hàng đầu Nhật Bản tại Việt Nam. Eri Clinic International là viện chăm sóc và giải pháp về sắc đẹp cao cấp hàng đầu tại Nhật Bản, do bác sĩ Eri Katagiri sáng lập và quản lý. Với kinh nghiệm 30 năm, bác sĩ Eri là người đứng sau vẻ đẹp của nhiều mỹ nhân nổi tiếng châu Á và quốc tế, trong đó có Hoa Hậu Hoàn Vũ 2007 Riyo Mori. Sau thời gian tìm hiểu và trải nghiệm thực tế, bác sĩ Eri đã nghiên cứu điều chế một dòng sản phẩm mang tên E Special. Với mục đích mang đến giải pháp chăm sóc căn bản nhất cho làn da Châu Á, dòng sản phẩm E Special nhanh chóng chiếm được tình cảm của đông đảo người tiêu dùng ở Nhật và được bình chọn là Top 3 sản phẩm được yêu thích nhất tại đây.

BUDWEISER



Vừa qua, ông Michael Kraemer, người thừa kế thứ 05 thuộc nhóm các Chuyên Gia Ủ Bia hàng đầu đã đến Việt Nam, đem theo niềm đam mê cháy bỏng và sự cống hiến của ông với nhãn hiệu bia nổi tiếng thế giới Budweiser. Ủ bia không chỉ đơn thuần là một quá trình, mà đó còn là sự cộng hưởng giữa nghệ thuật và khoa học. Đó là lý do vì sao những Chuyên Gia Ủ Bia là những người nghệ sĩ thấu hiểu tất cả các nguyên tắc và kỹ năng cơ bản khi nấu bia - từ công đoạn ở nhà nấu bia, quá trình lên men, lọc, cho đến đóng chai. Mọi chi tiết dù là nhỏ nhất trong quá trình ủ bia đều là thành quả của một sự chuẩn bị đầy chi tiết và chính chu từ đầu đến cuối; bởi khi sản phẩm hoàn thành, mỗi sự thay đổi nhỏ trong quá trình này chính là điểm tạo ra sự khác biệt giữa Budweiser và các loại bia khác. Chính vì thế, Budweiser từ lâu đã trở thành nhãn bia Mỹ được yêu thích nhất nhờ đảm bảo được tính đồng nhất trong chất lượng và hương vị trong suốt quy trình sản xuất.

BVLGARI

Ngày 15 /5 , Thương hiệu trang sức và đồng hồ cao cấp Bulgari đã giới thiệu triển lãm dành cho tổ chức từ thiện Save the Children tại Tp.HCM. Tại triển lãm, Bvlgari đã giới thiệu 02 sản phẩm là nhẫn và dây chuyền từ bộ sưu tập biểu tượng của hãng là B.Zero1. Sản phẩm làm từ bạc và Ceramic với logo của tổ chức Save the Children. Với mỗi sản phẩm được bán ra với 12.980.000 đồng (giá tại thị trường Việt Nam), Bvlgari sẽ quyên góp 110 USD cho tổ chức Save the Children. Trên thế giới, dự án này đã thu hút hơn 250 nhân vật nổi tiếng như diễn viên Chương Tử Di, Thư Kỳ, Tô Hữu Bằng, Chân Tử Đan, ca sĩ Ricky Martin, cô đào nóng bỏng Dita Von Teese... Từ khi dự án được bắt đầu đến nay, Bvlgari đã quyên góp hơn 35 triệu USD cho tổ chức từ thiện Save the Children. Nhờ đó đã cải thiện cuộc sống của hơn 700.000 trẻ em tại hơn 25 quốc gia trên thế giới.



EASTIN GRAND SÀI GÒN

Ngày 20/05, khách sạn Eastin Grand Sài Gòn tổ chức đêm tiệc ra mắt thương hiệu mới tại phòng Đại Yến của khách sạn. Đêm tiệc thu hút hơn 300 quan khách đến tham dự. Khai mạc đêm tiệc là lời phát biểu của ông Lê Đức Bình – Phó Tổng Giám Đốc công ty A-1 International Vietnam là chủ đầu tư khách sạn. Tiếp đó là chia sẻ sâu sắc của ông Jonathan Wigley – Tổng Giám Đốc Điều hành của tập đoàn Absolute Hotel Services (AHS) là công ty quản lý trực tiếp của chuỗi thương hiệu khách sạn Eastin Grand Hotels. Các vị lãnh đạo bao gồm ông Lê Đức Bình, ông Jonathan Wigley, ông Danny Tse Chi Ho – Tổng Giám Đốc công ty A-1 International Vietnam, ông Mark Heather – Giám Đốc quản lý vùng Đông Dương của tập đoàn AHS, ông Markus Schneider - Tổng quản lý của khách sạn Eastin Grand Sài Gòn đã cùng nhau nâng ly chúc mừng chính thức thương hiệu mới Eastin Grand Hotel Saigon của tập đoàn AHS.



LACOSTE



New Store, New Concept, New Lacoste

Mới đây, thương hiệu thời trang lâu năm của Pháp, Lacoste đã khai trương cửa hàng lớn nhất Việt Nam tại mảnh đất vàng của Hà Nội (số 01 Bà Triệu). Được biết đây là cửa hàng số 11 của hãng, có một vai trò quan trọng trong việc quảng bá, giới thiệu với giới mộ điệu Việt Nam một phong cách mới của Lacoste. Cửa hàng mới có nội thất thiết kế ấn tượng theo chuẩn new concept boutique: The Standard.

Cửa hàng mới bên cạnh giới thiệu những bộ trang phục mới sẽ là công cụ hữu hiệu giúp Lacoste truyền tải thông điệp và slogan mới của hãng (từ năm 2014): Life Is A Beautiful Sport, tạm dịch Cuộc sống là nét đẹp năng động. Đại diện hãng chia sẻ: "Đây là cam kết của Lacoste đối với việc quay trở lại với những giá trị cốt lõi của một thương hiệu thời trang thể thao Pháp lâu năm, giúp định nghĩa lại nét đẹp năng động của cuộc sống qua những thiết kế trẻ trung mà thanh lịch, tự do và phóng khoáng."

Cửa hàng mới của Lacoste có diện tích lên tới 230m vuông và là sự kết hợp hài hòa giữa phong cách nội thất hiện đại bên trong với phong cách kiến trúc bên ngoài. Buổi khai trương có sự góp mặt của các khách mời là Doanh nhân, Đại sứ và tham tán thương mại Pháp, MC, Ca sỹ - Người mẫu Hà Anh, MC Anh Tuấn, Hoa hậu Jennifer Phạm cùng chồng, Á Hậu Tú Anh và Diễn viên Hồ Vĩnh Khoa, hotgirl Mi Vân, stylist Hoàng Ku...



Đại diện Lacoste Việt Nam, ông Trần Quốc Chung và tham tán thương mại Pháp tại Việt Nam.



STOCKIST

ĐỊA CHỈ MUA SẴM

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



ẨM TƯỢNG ĐÊM

“Brooks Brothers”

TẠI HÀ NỘI

Khi nói tới thế giới xa xỉ, người ta thường nói tới một bề dày văn hoá và lịch sử, những biểu tượng đã đi vào lịch sử nhân loại thường được mang ra để so sánh. Tuy nhiên, không nhiều thương hiệu có thể làm được điều này. Brooks Brothers là một trong số ít những thương hiệu có thể làm được điều đó. Mặc dù là một thương hiệu lâu đời, với một di sản lên tới gần 200 năm tuổi nhưng Brooks Brothers rất năng động, thương hiệu đã làm nên tên tuổi của mình khi trở thành nhà tài trợ cho một loạt những bộ phim đình đám như *The Wolf of Wall Street*, *Wall Street: Money Never Sleeps* và *The Great Gatsby*.

Ngoài cửa hàng **Brooks Brothers** ở TP.HCM tọa lạc tại Lầu 2, 24&25 Union Square (Vincom A), 171 Đồng Khởi, Phường Bến Nghé, Quận 1, mới đây nhất Brooks Brothers đã mở thêm một cửa hàng tại 31 Hai Bà Trưng, Hà Nội. Buổi lễ khai trương diễn ra tốt đẹp với sự tham gia của các nghệ sĩ tại Hà Nội và những quan khách là những người có ảnh hưởng trong xã hội.



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

FURNITURE

Christopher Guy Showroom

Tel: 04. 6262 0116 - 08. 3936 9228

www.christopherguy.com

Munchen Showroom

Tel: 097 389 9669

www.munchen.com.vn

HOTEL / RESORT

Alma Courtyard

Tel: 0510 3917 349

www.almacourtyardhoian.com

Equatorial

Tel: 08. 3839 7777

www.hotel-equatorial-hcmc.com

Fortuna Hotel Hanoi

Tel: 04. 3831 3333

www.fortuna.vn

Fusion Maia resort

Tel: 0511 3967 999

www.maiadanang.fusionresorts.com

Hanoi Daewoo Hotel

Tel: 04. 3831 5000

www.daewoohotel.com

Hotel Nikko Saigon

Tel: 04. 3822 3535

www.hotelnikkohanoi.com.vn

Hotel Nikko Saigon

Tel: 08. 3925 7777

www.hotelnikkosaigon.com.vn

Hyatt Regency Danang

Resort & Spa

Tel: 0511 3981 234

www.danang.regency.hyatt.com

InterContinental: Asiana Saigon

Tel: 08. 3520 9999

www.intercontinental.com

InterContinental Danang

Sun Peninsula Resort

Tel: 0511 3938 888

www.intercontinental.com

Hanoi Westlake

Tel: 04. 6270 8888

www.intercontinental.com

Park Hyatt Saigon Hotel

Tel: 08. 3824 1234

www.saigon.park.hyatt.com

Renaissance Riverside Hotel Saigon

Tel: 08. 3822 0033

Sheraton Hanoi

Tel: 04. 3719 9000

www.sheratonhanoi.com

Sheraton Nha Trang Hotel & Spa

Tel: 058 3880 000

www.sheratonnhatrang.com

Sheraton Saigon Hotel & Towers

Tel: 08. 3827 2828

www.sheratonsaigon.com

Six Senses Hideaways Ninh Van

Tel: 058 3728 222

www.sixsenses.com

Sofitel Legend Metropole Hanoi

Tel: 04. 3826 6919

www.sofitel-legend.com

Sofitel Plaza Hanoi

Tel: 04. 3823 8888

www.sofitel.com

Sofitel Saigon Plaza

Tel: 08. 3824 1555

www.sofitel.com



TISSOT

SWISS WATCHES SINCE 1853

GIẢM



Hàng hiệu giá rẻ Vui vẻ nhận quà!



Vali du lịch cao cấp



Dù xếp tiện lợi



Dây đồng hồ ZRC của Pháp



Pin đồng hồ Renata của Thụy Sĩ

CƠ HỘI

DUY NHẤT

TRONG NĂM

Từ 19/06 đến 02/07/2015
hoặc đến khi hết hàng khuyến mãi



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

ĐÀ LẠT • Sun Wah Tower - 115 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (3821 9279) • Big C Thăng Long - 222 Trần Duy Hưng, Q.CG, Hà Nội (3783 2301) **SHOPS - SÀI GÒN** • Saigon Center - 65 Lê Lợi, Q.1 (38213231) • Vincom Center - 70 Lê Thánh Tôn, Q.1 (39939099) • Vincom Center - 216 Võ Văn Ngân, Q.TĐ (37223433) • Union Square - 116 Nguyễn Huệ, Q.1 (38257739) • Diamond Plaza - 34 Lê Duẩn, Q.1 (38227884) • Parkson Saigon Tourist - 35 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38277578) • Parkson CT Plaza - 60A Trường Sơn, Q.TB (62971819) • Maximark 3C - Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991) • Maximark - 15 Công Hòa, Q.TB (39483327) • Tân Tân - 48 Lê Lợi, Q.1 (38272067) • Mạnh Thắng - 728 Lê Lợi, Q.1 (38220465) • Tic Tac - 72 Đồng Khởi, Q.1 (38293392) • TDC - 393 Điện Biên Phủ, Q.3 (39290685) • Minh An - 867 Nguyễn Trãi, Q.5 (38554549) • PNJ - 174 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38247311) • PNJ - 5 An Dương Vương, Q.5 (38302399) • PNJ - 159 Phan Đăng Lưu, Q.PN (39900489) • PNJ - 52 Nguyễn Văn Trãi, Q.PN (38441212) • PNJ - 362A Nguyễn Văn Nghi, Q.GV (38954597) **HÀ NỘI** • Vincom Megamall Times City - 458 Minh Khai, Q.HBT (32001400) • Vincom Megamall Royal City - 72A Nguyễn Trãi, Q.TX (62620560) • Duy Anh Watch - 7 Hàng Khay, Q.HK (66566660) • Vincom Center - 191 Bà Triệu, Q.HBT (22200268) • Savico Megamall - 7 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (62550099) • Lotte Center - 54 Liễu Giai, Q.BB (32676555) • Lotte Mart - 229 Tây Sơn, Q.ĐD (38539966) • Duy Anh Watch - 200A Phố Huế, Q.HBT (22148336) • New Watch 37 - Hàng Khay, Q.HK (39344865) **VINH** • Big C Vinh - 2 Quang Trung (3596226) **ĐÀ NẴNG** • Big C Vinh Trung Plaza - 225 Hùng Vương (3666066) • Indochina Riverside Mall - 74 Bạch Đằng (3843818) • PNJ - 123 Hùng Vương (3812618) **QUY NHƠN** • PNJ - 334 Trần Hưng Đạo (3812590) **NHA TRANG** • Nha Trang Center - 20 Trần Phú (6516666) **VŨNG TÀU** • Đại Hùng - 228 Bacu, P3 (3530085) **BIÊN HÒA** • PNJ - 482 Phạm Văn Thuận (3811818) **SERVICE CENTERS** • Sun Wah Tower - 115 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (3821 9279) • Maximark 3/2 - 3C Ba Tháng Hai, Q.10, TP.HCM (3832 8991)



TISSOT FLAMINGO. STAINLESS STEEL CASE,
SCRATCH-RESISTANT SAPPHIRE CRYSTAL AND
WATER RESISTANCE UP TO 3 BAR (30 M / 100 FT).
INNOVATORS BY TRADITION

TISSOT.CH



The Beauty Within

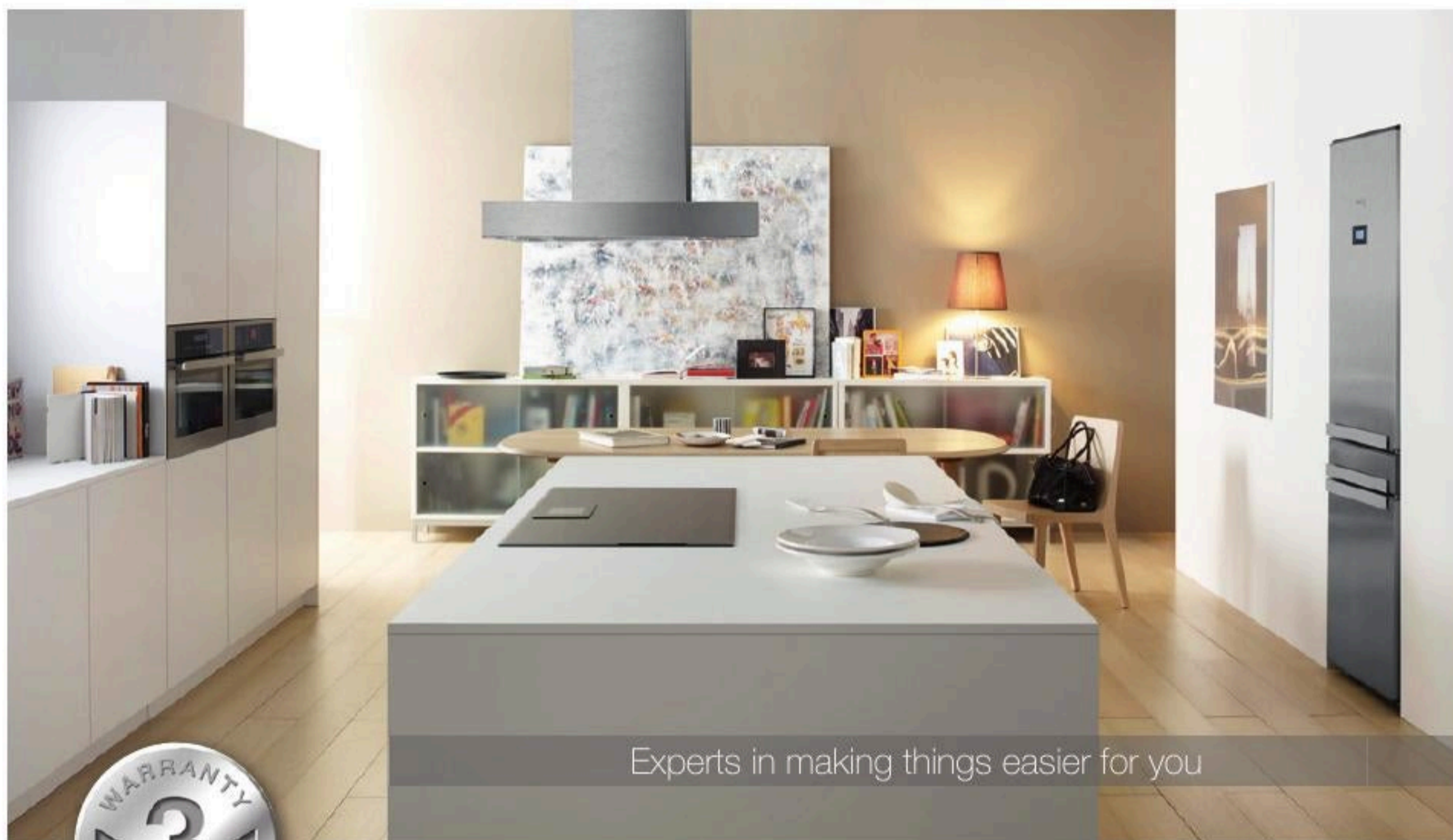


LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853

SHOPS: SÀI GÒN . Saigon Center 65 Lê Lợi Q.1 (3821323) . Vincom Center 72 Lê Thành Tôn Q.1 (3993000) . Vincom Center 216 Võ Văn Kiệt Q.1 (3722343) . Union Square - Tô Nguyễn Huệ Q.1 (3825773) . Diamond Plaza - 34 Lê Duẩn Q.1 (3822884) . Nelson Saigon Tourist 35 Lê Thành Tôn Q.1 (3827378) . Nelson CT Plaza - 60A Trường Sơn Q.1 (6297181) . Maximark 3C - Bà Trưng Hai Q.10 (3832800) . Maximark 15 Công Hòa Q.18 (3048332) . Tân Tân - 48 Lê Lợi Q.1 (3827206) . Minh Thành - 728 Lê Lợi Q.1 (3821046) . Tic Tac - 72 Đinh Khuê Q.1 (3820339) . TDC - 393 Điện Biên Phủ Q.3 (3020068) . Minh An - 867 Nguyễn Trãi Q.5 (3855449) . Pi U - 17 Lê Thành Tôn Q.1 (3824731) . Pi U - 3 An Dương Vương Q.5 (3830230) . Pi U - 159 Phan Đăng Lưu Q.1 (3000048) . Pi U - 52 Nguyễn Văn Trãi Q.1 (3848212) . Pi U - 362A Nguyễn Văn Nghi Q.1 (3895497) HANOI . Vincom Megamall Times City - 458 Minh Khai Q.HBT (3200100) . Vincom Megamall Royal City - 72A Nguyễn Trãi Q.TX (6262056) . Duy Anh Watch - 7 Hàng Khay Q.HK (6656660) . Vincom Center - 191 Bà Triệu Q.HBT (2220026) . Service Megamall - 7 Nguyễn Văn Linh Q.18 (6255000) . Ict Center - 54 Liễu Giai Q.BĐ (3267555) . Ict Mart - 220 Tây Sơn Q.ĐĐ (3853066) . Duy Anh Watch - 200A Phố Huế Q.HBT (2218336) . Hòa Watch 37 - Hàng Khay Q.HK (3034485) VINH . Big C Vinh - 2 Quang Trung (3904226) ĐÀ NẴNG . Big C Vinh Trang Plaza - 225 Hùng Vương (3666066) . Indochina Riverside Mall - 71 Bạch Đằng (3843818) . Pi U - 123 Hùng Vương (3812618) QUY NHƠN . Pi U - 33 Lê Tấn Hưng Đạo (3812590) NHA TRANG . Ict Trung Center - 20 Trần Phú (656666) VŨNG TÁU . Đại Hùng - 228 Bàu P3 (3530085) BIÊN HÒA . Pi U - 482 Phan Văn Thuận (3811818)

MADE IN EU

FAGOR
Experts in you



Experts in making things easier for you



THIẾT BỊ
GIÁ DÙNG
LỚN NHẤT
TÂY BAN NHA



tristar

iCare 1900 55 88 85

FAGOR.COM.VN

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

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

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

<https://tieulun.hopto.org>