

HÀNG CHIEU

THE REFINED

GREY COMES BACK

XU HƯỚNG F/W 2015

THOM
BROWNE
THIÊN TÀI
PHÁ CÁCH

A TOUCH OF
MANNERISM

FRÉDÉRIQUE
CONSTANT

Slimline Tourbillon



NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

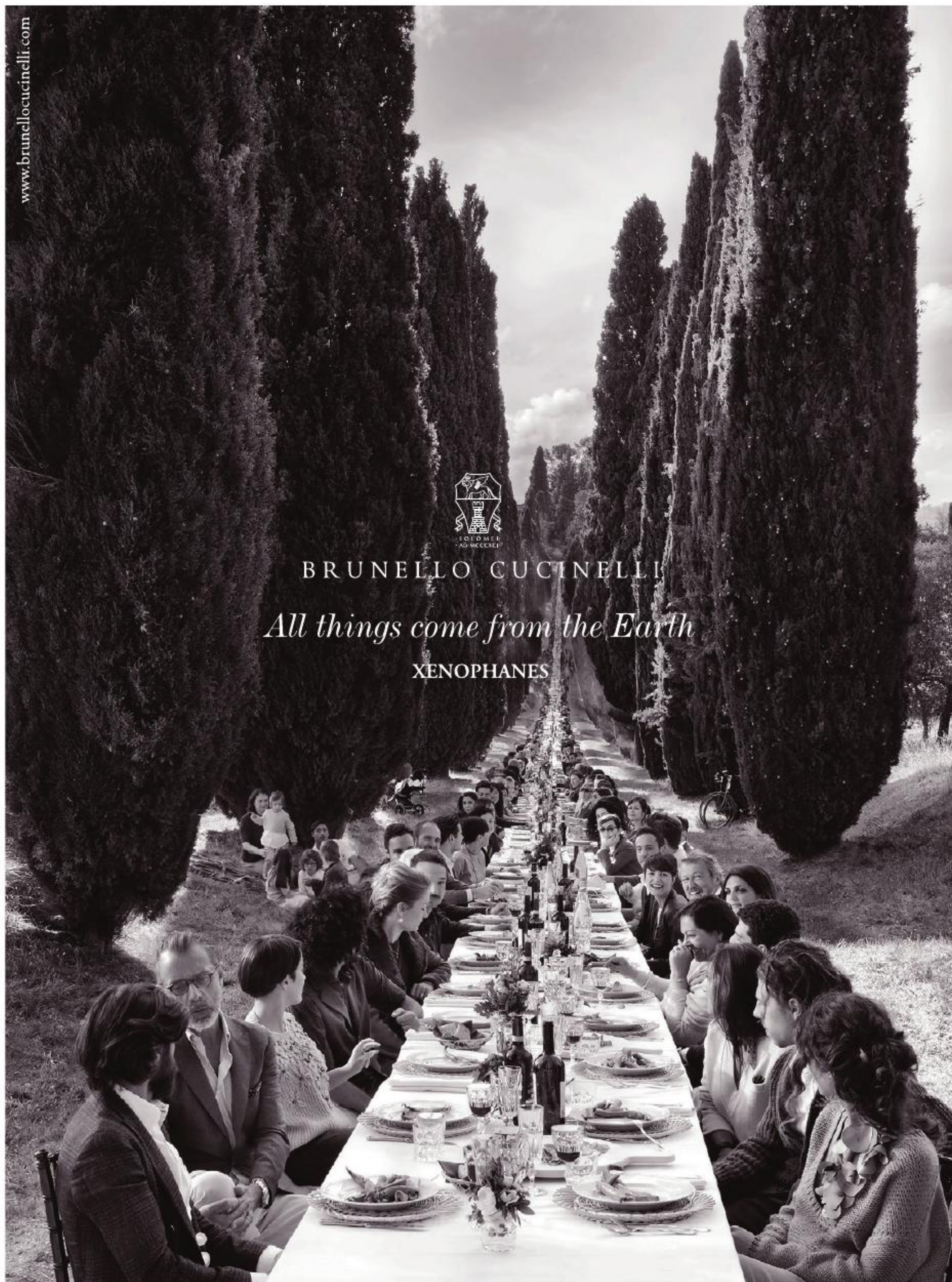
<https://tieulun.hopto.org>



BRUNELLO CUCINELLI

All things come from the Earth

XENOPHANES



RITAVÕ

Nhập khẩu và phân phối độc quyền

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



CỔ MÁY KIỆT XUẤT

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

Điện thoại Vertu Signature Touch mới

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

TP.HCM:

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

Hà Nội:

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

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

VERTU

HANDMADE IN ENGLAND

<https://tieulun.hopto.org>

WHEN THE WORLD'S
MOST FAMOUS
MONUMENT BECOMES
A TIMEPIECE...





MADE OF
TOUR EIFFEL

SAINT HONORÉ

SWISS TIMEPIECES

SAINTHONORE.COM

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN / PUBLICATION MANAGER

GIÁM ĐỐC - TỔNG BIÊN TẬP

Nhà văn NGUYỄN TRƯỜNG

BIÊN TẬP / EDITORS

ĐOÀN PHAN THẮNG

EDITORIAL DEPARTMENT / THAM GIA BIÊN SOẠN

Fashion: ÁNH MAI

Beauty: THUỶ LÊ

Lifestyle: ĐỖ HOÀNG

Architecture: NGUYỄN KHẢI

Travel: KHẢ HÂN

MANAGING EDITOR / PHỤ TRÁCH NỘI DUNG

TRÍ TUỆ

ntrituehh@gmail.com

EDITOR / CỐ VẤN NỘI DUNG

TRẦN MINH HÙNG

ART / MỸ THUẬT

TRÂM QUỲNH TRỊNH

STYLIST

LAN ANH

PRODUCER / SẢN XUẤT

NGỌC AN

HÀNG HIỆU

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

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

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

ADVERTISING / QUẢNG CÁO

Hà Nội: 091 587 2222 | Tp.HCM: 097 371 9999 | Email: chaubachmedia@gmail.com | Website: www.3nana.vn | iPad/iPhone: App Store / Viet Bookstore / Hàng Hiệu

EDITORIAL OFFICE / TRỤ SỞ CHÍNH

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

DISTRIBUTION / PHÁT HÀNH Công ty phát hành Trường Phát / Công ty phát hành Báo Trung ương - Hệ thống các sạp tại Hà Nội, Tp.HCM - Hệ thống nhà sách Trí Tuệ - Hệ thống nhà sách Tiến Phong - Hệ thống nhà sách Fahasa - Hệ thống nhà sách Phương Nam - Nhà sách Thiết bị và Giáo dục - Nhà sách Thiết bị và Giáo dục - Nhà sách Ngoại văn - Tổng công ty sách Việt Nam.

SỐ XÁC NHẬN ĐĂNG KÝ XUẤT BẢN TẬP 9: 937-2015/CXBIPH/22-57/TN theo QĐXB số: 266/QĐ-NXBTN / Kích: 210 x 285 mm / In tại Nhà máy In Bản Đồ - 85 Nguyễn Chí Thanh - Hà Nội
ISBN: 978-604-64-2677-1/ 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

Hàng Hiệu và Đẳng Cấp

Nếu từng bước vào nhà hàng Mash nổi tiếng ở London và phân vân không biết gọi đúng món beefsteak (và loại rượu vang phù hợp đi kèm), bạn sẽ hiểu thế nào là đẳng cấp. Tương tự, nếu bước vào một quán bar ở New York và không biết gọi đồ uống gì cho phù hợp, bạn sẽ hiểu sự khác biệt giữa những tay chơi thực thụ và những kẻ sành điệu một nửa. Hay nếu không thể trong 10 phút làm thay đổi hoàn toàn phong cách của một người, bạn sẽ không thể nói bạn đủ sành điệu. Thực tế là chúng ta đang có cơ hội chứng kiến công nghệ mở đường cho các nhiếp ảnh gia, Facebook rộng đường sự nghiệp cho các Stylist, Youtube tạo cơ hội cho mọi người nổi tiếng. Nhưng sẽ rất ít người có được cái năng lực của Annie Leibovitz: mỗi bức ảnh rung động triệu trái tim; Càng có ít người được như stylist Rachel Zoe với khả năng được khẳng định bởi các đơn hàng từ các ông hoàng Trung Đông; Càng ít người có được thứ danh tiếng của Taylor Swift: Người tình của nước Mỹ. Và càng ít người hơn nữa có được thứ quyền lực của Ferran Adrià, người sáng lập nhà hàng El bulli: Cho dù là tổng thống Pháp muốn tới ăn cũng phải xếp hàng.

Bởi xét cho cùng đẳng cấp của hàng hiệu là điều không dễ để có. Mà nó cần có sự nỗ lực của cả một đời người!



Ảnh bìa: Chanel F/W 2015



CONTENTS

OCT - NOV/2015

FEATURE

046 CÚ BẰ LÁI COUTURE

Đây thậm chí còn là tin mừng dành cho cả các đấng mày râu khi Slimane công bố rằng Saint Laurent sẽ thực hiện cả đồ Couture dành cho nam giới.



046

066 CHẾNH CHOÁNG CANNABIS

Cannabis Santal phiên bản Eau de Parfum mở ra với sự cay ngọt ấm áp. Bạn có thể nhận ra ngay những note cam chanh nhẹ nhưng được làm mượt với mùi mận chín.



066

094 PINOT NOIR: NHO QUÝ TỘC

Có lẽ phần nào đó Pinot Noir được xem là giống nho quý tộc chính là bởi nhờ một loại vang vương giả được ủ từ loại nho này: Domaine de la Romanée-Conti hay còn được gọi tắt là DRC.

076 MARCIO KOGAN & MK27

Không ngừng lấy ý tưởng từ chính những thước phim, Marcio Kogan và công ty của ông đã chơi với các mặt phẳng để tạo ra những ngôi như hình ống, khối hộp theo những cách không thể mới mẻ, không thể hiện đại hơn. Có lẽ, không ngoa khi nói rằng Marcio Kogan chính là vị nhạc trưởng của kiến trúc đô thị hiện đại.



076

LIFESTYLE

018 WHATSON

Những sản phẩm mới, các sự kiện tiêu điểm mới của các thương hiệu thời trang và trang sức danh tiếng của thế giới.



018

026 LIVING IS ALL ABOUT

Các thông tin về các dự án kiến trúc, bất động sản danh tiếng thế giới và trong nước.

089 TRAVEL

Tallinn

Tallinn sẽ là mọi hình dung của bạn về một thủ đô Châu Âu hiện đại, tiếp cận dễ dàng và chi phí thân thiện!

Prague

Prague được công nhận là một trong những thành phố đẹp nhất trên thế giới, đôi lúc người ta hay so sánh nó với vẻ đẹp của Paris.



089

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



**KHÓA VI SAI
CẦU SAU ĐIỆN**



**LỢI NƯỚC VÔ ĐỊCH
800mm**



**HỆ THỐNG
SYNC™ 2**



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



Go Further

<https://tieuun.hopto.org>

• **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055 • **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888 • **HANOI FORD:** 94 Ngõ Thị Nhâm, Hà Nội. Tel: 04.39712439 • **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566 • **HATHANH FORD MYDINH:** 02 Tôn Thất Thuyết, Nam Từ Liêm, Hà Nội. Tel: 04.37957518 • **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920 • **THANHXUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525 • **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990 • **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hạ Long. Tel: 033.3628699 • **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 038.3515292 • **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555 • **DANANG FORD BINHDINH:** 73 Tây Sơn, 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:** 58 216-218, 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 PHO QUANG:** 104 Phố Quang, Tân Bình, TP. HCM. Tel: 08.38442947 • **SAIGON FORD TRAN HUNG DAO:** 6A, Trần Hưng Đạo, Phường Phạm Ngũ Lão, Quận 1, TP. HCM. Tel: 08.39153244 • **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM. Tel: 08.38776732 • **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa, Tel: 061.3857130 • **CANTHO FORD:** 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: 0650.3801381 • **ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888**

CONTENTS

OCT - NOV/2015

FASHION

034 | MIRACLE OF TEXTURE

Cùng Hàng Hiệu khám phá các chất liệu và những kiểu dáng mà các thương hiệu Chanel, Valentino và Versace giới thiệu trong mùa này.



034

042 | GREY COMES BACK

Có lẽ thần chú mới cho mùa mốt thời trang Thu-Đông 2015 sẽ là: Wear Grey! Cùng Hàng Hiệu tham khảo các mẫu thiết kế mới nhất của các thương hiệu Lemaire, Hermès và Louis Vuitton.

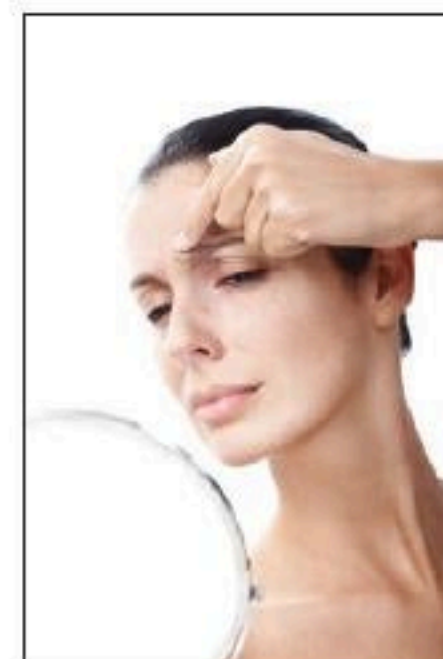


042

BEAUTY

070 | NÂNG CƠ

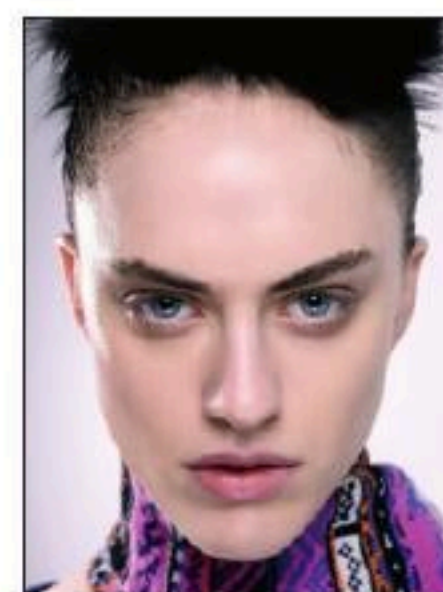
Căng da mặt hay nâng cơ không phẫu thuật thường được khuyến khích nếu bạn đặt chân vào một trung tâm thẩm mỹ không được cấp phép cho những trị liệu phức tạp cần dao kéo.



070

074 | RUNWAY BEAUTY REVIEW

Tự nhiên vẫn là một xu hướng quen thuộc của Thu Đông 2015 nhưng sự tinh tế trong phong cách trang điểm này nằm ở nét mộc mạc xen lẫn sự hoàn hảo chần chừ. Không chỉ là làn da phủ sương trong suốt, kiểu trang điểm này giằng co giữa hoàn chỉnh và dang dở, chơi đùa với những gam màu trung tính và kết cấu đơn giản.



074



KENZO PARIS

PRESENTS

A MOVIE BY GREGG ARAKI

HERE



NOW

KENZO.COM/HERENOW

CONTENTS

OCT - NOV/2015

TOP MACHINE

- 100 | **MUA CHUYỀN CƠ VÀ NHỮNG ĐIỀU CẦN BIẾT**
Điều này cũng giống như việc bạn chuẩn bị ly hôn trước khi kết hôn, chuẩn bị bị phá sản trước khi mở công ty. Và chiến lược ở đây là hãy định sẵn khoản tiền có thể bị bốc hơi của mình. Hoặc bạn có thể xem như ký một hợp đồng tiền hôn nhân với chiếc máy bay của mình.



100

- 104 | **COOL CARS FROM**
Top 10 Siêu Xe của năm 2015
Chúng ta đều không ngừng phấn đấu để thành đạt. Hãy nhìn vào những siêu xe hàng đầu thế giới và phấn đấu.



104

WATCH + JEWELLERY

- 118 | **NHỮNG MẪU ĐỒNG HỒ ĐẸP TỪ CÁC THƯƠNG HIỆU:**
APPLE WATCH HERMÈS
Sự kết hợp của cái tên tiên phong trong thế giới công nghệ và cái tên hàng đầu trong thế giới chế tác sẽ mang tới nhiều hơn những giá trị đẳng cấp và trải nghiệm.
- SALVATORE FERRAGAMO**
"Trình làng" các mẫu đồng hồ kế thừa di sản.
- FRÉDÉRIQUE CONSTANT SLIMLINE TOURBILLON**
Hoàn toàn không quá khi nói mẫu đồng hồ Slimline Tourbillon mới của Frederique Constant là một trong những tuyệt phẩm được ra đời bởi sự kết hợp giữa công nghệ hiện đại và nghệ thuật chế tác truyền thống.



118





WWW.LINDAFARROW.COM

LINDA FARROW

MILUXE®

Exclusive Boutique :

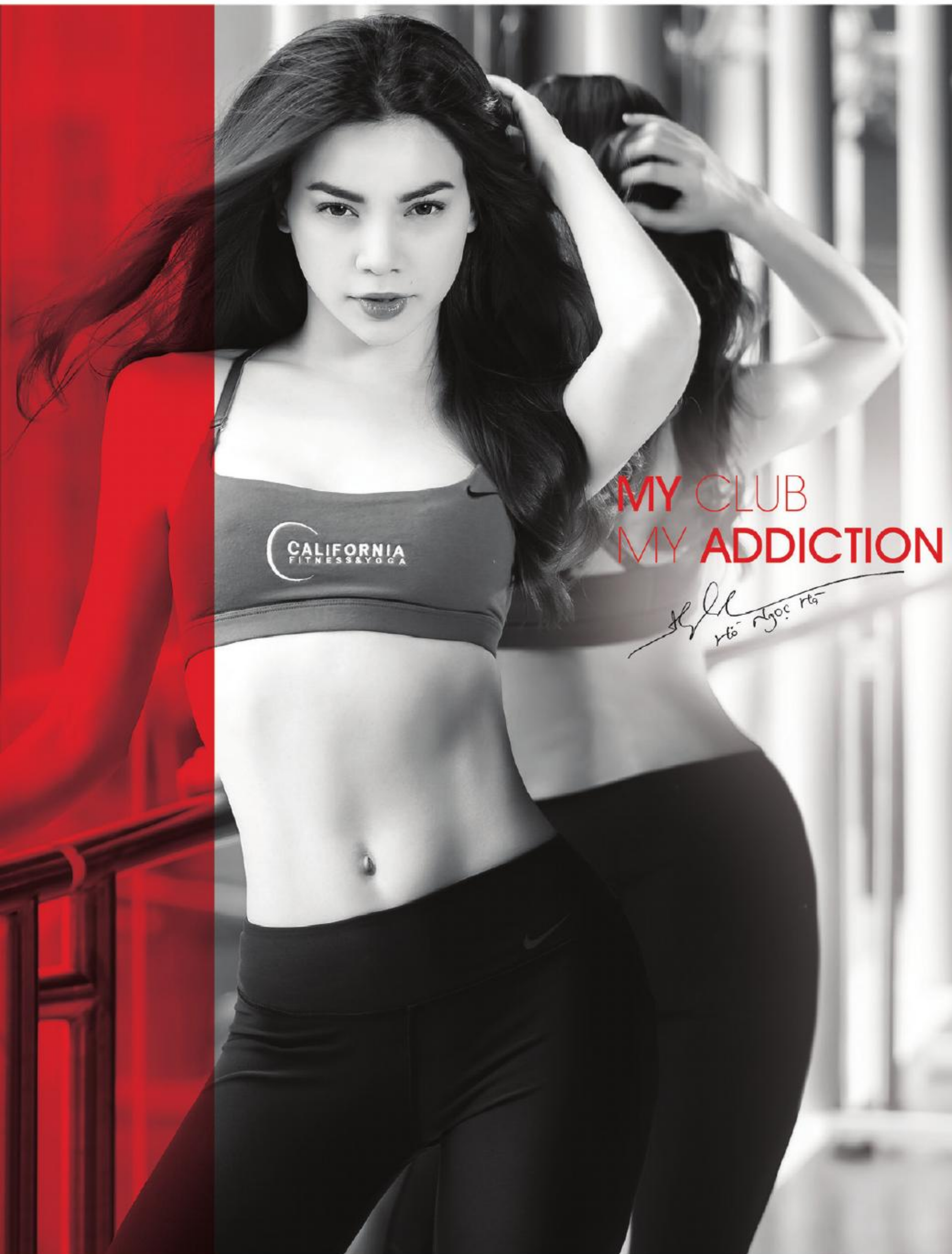
- * Hà Nội: S215 tầng 2 - 26 Hai Bà Trưng, Quận Hoàn Kiếm. Tel: (04) 3934 8989
- * TP. HCM: L2-34AB Union Square - 171 Đồng Khởi, Quận 1. Tel: (08) 3936 9263
199 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Quận 3. Tel: (08) 3932 5925
- * Đà Nẵng: G6 Indochina Riverside Towers, Quận Hải Châu. Tel: (0511) 3849 049

<https://tieulun.hopto.org>

PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



CALIFORNIA
FITNESS & YOGA

MY CLUB
MY ADDICTION

Thị Ngọc Hà

WHATSON

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



SERGIO ROSSI

Giới thiệu bộ sưu tập thân thiện với môi trường

Với bộ sưu tập Green Carpet Collection, Sergio Rossi đã trở thành thương hiệu đầu tiên sản xuất giày thân thiện với môi trường. Đồng thực hiện dự án này là hãng tư vấn thương hiệu phát triển bền vững Eco-Age, hoạt động dưới sự chỉ đạo của Livia Firth, vợ của diễn viên người Anh Colin Firth. Ngôi sao nổi tiếng Emma Watson và nhà thiết kế Erdem Moralioglu cũng góp phần thực hiện bộ sưu tập này. Được biết bộ sưu tập đã được ra mắt trên trang Sergiorossi.com đồng thời xuất hiện tại các cửa hàng bán lẻ của thương hiệu từ ngày 04/09. Các mẫu thiết kế trong bộ sưu tập đều là những đôi giày dạ tiệc lấy cảm hứng từ cánh bướm, kết hợp cùng chiếc ví pochette xinh xắn dễ thương.

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>



NATALIE MASSENET
Quyết định rời Net-a-Porter.

Quyết định ra đi khỏi trang mạng bán hàng trực tuyến lớn nhất thế giới, Net-a-Porter của Natalie Massenet, tại thời điểm công ty này đang tiến hành các thủ tục sáp nhập với tập đoàn Yoox đã khiến làng thời trang thế giới xôn xao, đặt ra không ít câu hỏi về lý do cho quyết định này của Massenet đồng thời thắc mắc về bước đi tiếp theo của Chủ tịch Hội đồng thời trang Anh Quốc (British Fashion Council). Phát biểu trong một tuyên bố mới đây, Massenet cho hay “Quá trình hoàn thiện việc sáp nhập Net-a-Porter với tập đoàn Yoox là thời điểm thích hợp để tôi dừng lại và theo đuổi một hướng đi mới, với những ý tưởng và cơ hội mới... Việc sáp nhập với tập đoàn Yoox sẽ khiến Net-a-porter phát triển mạnh mẽ hơn nữa trên qui mô lớn, đặc biệt là dưới sự chỉ đạo của Federico Marchetti... Những trải nghiệm và kỉ niệm tuyệt vời trong suốt 15 năm qua với những đồng nghiệp tôi đã có vinh dự được cùng làm việc sẽ mãi là nguồn cảm hứng lớn lao cho tôi, bây giờ và cả sau này.”



GIVENCHY

Đón chào những người ngoại đạo.

Vậy là chúng ta đều biết show diễn thời trang Xuân Hè 2016 vào ngày 11/09 vừa rồi của Givenchy đã diễn ra tại Tuần lễ thời trang New York, thay vì Paris như mọi năm, để chào mừng khai trương cửa hàng flagship store của hãng này tại Manhattan, New York. Đặc biệt hơn, show diễn năm nay còn chứng kiến một ngoại lệ chưa từng có: Đó là sự hiện diện của 1.200 khách mời không phải là các ngôi sao trong làng giải trí, cũng không hẳn là những “insider” trong giới thời trang mà là những người ngoại đạo cùng các sinh viên tới từ khoa thời trang của các trường đại học, học viện trên toàn nước Mỹ. Được biết, 800 vé mời đã được chuyển tới những người đăng ký trực tuyến trên trang web lập ra bởi Nycgo.com.



KRISTEN STEWART
Vào vai Coco Chanel.

Vậy là Kristen Stewart đã trở thành người tiếp theo, sau Keira Knightley, Anna Mouglalis và Audrey Tautou có được vinh dự vào vai nhà thiết kế thời trang huyền thoại Coco Chanel. Lần này, không phải là một bộ phim độc lập mà là một bộ phim phục vụ cho chính thương hiệu thời trang đình đám Chanel. Tất nhiên do chính người đàn ông tài năng, Giám đốc sáng tạo Karl Lagerfeld của thương hiệu chỉ đạo diễn xuất. Bộ phim dự kiến sẽ được trình chiếu tại show diễn Métiers d'Art của hãng vào tháng 12 tới đây tại Rome. Stewart là một gương mặt không xa lạ gì với nhà mốt nước Pháp. Cô thường xuyên xuất hiện tại hàng ghế đầu các show trình diễn thời trang ứng dụng (Ready-to-Wear) và Haute Couture trong suốt những năm gần đây. Cô đồng thời là gương mặt cho bộ sưu tập kính mắt và một vài chiến dịch quảng cáo khác của Chanel. Đặc biệt, trong show diễn Couture Thu Đông 2015 vừa rồi, Stewart cùng những tên tuổi đình đám khác như Vanessa Paradis, Julianne Moore, Stella Tennant đã tham gia với vai trò là những người mẫu trình diễn. Theo đánh giá của Lagerfeld, Stewart đã thể hiện xuất sắc vai diễn này, gây được ấn tượng với cả một người khó tính và cầu toàn như ông.

ESCADA.COM

ESCADA

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

<https://tieulun.hopto.org>

ROOPAL PATEL

Làm Giám đốc thời trang Saks Fifth Avenue.

Mới đây, Roopal Patel vừa được thông báo bổ nhiệm làm Giám đốc thời trang của chuỗi cửa hàng bách hóa Saks Fifth Avenue. Với vị trí này, công việc của cô Patel sẽ bao gồm việc dự đoán các xu hướng sẽ ảnh hưởng tới việc mua sắm mỗi mùa ở chuỗi cửa hàng bách hóa Saks Fifth Avenue cũng như tham gia vào việc thiết kế các thông điệp mà Saks Fifth Avenue muốn gửi tới người tiêu dùng. Bên cạnh đó, cô Roopal Patel cũng đảm nhiệm công việc tìm kiếm ra các tài năng mới trong làng thiết kế thời trang thế giới. Được biết, trước đây cô Patel điều hành một công ty tư vấn có tên là Roopal Patel Consulting (do chính cô thành lập vào năm 2012). Với công ty Roopal Patel Consulting, cô Patel tập trung vào các lĩnh vực chiến lược phát triển thương hiệu, định vị thương hiệu, trưng bày bán lẻ và dự đoán xu hướng.

Được biết quyết định bổ nhiệm Patel được đưa ra khi tuần lễ thời trang New York Fashion Week vừa kết thúc và quyết định này gần như có hiệu lực ngay lập tức. Patel từng Fashion Director cho cả Moda Operandi lẫn Bergdorf Goodman. Ngoài ra, cô còn là biên tập viên mảng phụ kiện cho Neiman Marcus. Được biết Patel rất cảm thấy tự hào vì được giao trọng trách và được tin cậy cho đảm nhiệm chức vụ này.



GUCCI

Ra mắt thiết kế cửa sổ mới cho mùa mốt Thu 2015.

Mới đây, thương hiệu thời trang tới từ đất nước hình chiếc ủng, Gucci đã giới thiệu các mẫu thiết kế cửa sổ mới (dưới sự chỉ đạo của Giám đốc sáng tạo mới của thương hiệu Alessandro Michele) cho mùa mốt Thu 2015. Đúng theo tinh thần mà vị Giám đốc sáng tạo mới của Gucci theo đuổi và đã giới thiệu với toàn bộ ngành công nghiệp, đây là một cái nhìn hoàn toàn mới mẻ so với những thiết kế cổ điển của Gucci. Các cửa sổ được trang hoàng bởi các bóng đèn LED màu ngọc lam và màu tím nhằm tạo ra một hiệu ứng 3D thú vị. Cụ thể, một trong những thiết kế đó được thể hiện theo cách sàn nhà gồm một lá thép được cách điệu hình kim cương với các mẫu trang phục Ready-to-Wear được treo trên các giá công nghiệp mô phỏng lại giá treo của một tiệm giặt là. Hay với một thiết kế khác, cửa sổ ấn tượng với hình một con ong đang bay với chiếc túi Dionysus thời thượng của mùa được xách ở 02 chân trước.

SAINT LAURENT

Ra mắt bộ sưu tập Couture.

Mới đây, Giám đốc sáng tạo Hedi Slimane đã giới thiệu với giới mộ điệu những hình ảnh đầu tiên về bộ sưu tập Couture của thương hiệu Saint Laurent với việc thực hiện một bộ ảnh đen trắng (chụp tại chính địa điểm mà nhà Saint Laurent đang "đóng đô": Hôtel de Seneckerre tại địa chỉ 24 Rue de l'Université). Được biết, thương hiệu Saint Laurent cũng đang thực hiện một chiến dịch quảng bá đặc biệt có tên là Rue de l'Université. Bộ sưu tập đánh dấu sự trở lại với sân chơi Couture của thương hiệu Saint Laurent gồm các thiết kế độc bản (one-of-a-kind) dành cho nữ giới và nam giới. Tất cả đều nắm bắt được cái thần thái và tinh thần của mẫu thiết kế đặc trưng của thương hiệu với những chiếc áo khoác kiểu tuxedo và những chiếc đầm cao cấp và tinh tế.





61 Ly Thai To, Hoan Kiem, Hanoi | +84 4 39369899

136 Nam Ky Khoi Nghia, HCMC (Opening Soon)

Lualamilano.com

<https://tieulun.hopto.org>



RIMOWA

Ra mắt Thẻ hành lý điện tử đầu tiên trên thế giới.

Lần đầu tiên trên thế giới, RIMOWA và đối tác Lufthansa đã cho ra mắt phát minh mới của họ - Thẻ điện tử RIMOWA, công nghệ kết nối giữa hãng hàng không, vali RIMOWA và ứng dụng phần mềm được cài đặt trên điện thoại của các khách hàng để có thể check-in hành lý ký gửi trực tuyến. Phát minh này được công bố tại Triển lãm Trải nghiệm du hành tương lai toàn cầu (Future Travel Experience) diễn ra từ 9 – 11/9 tại Mỹ. Đây được coi là triển lãm của ngành du lịch, vận chuyển, công nghiệp hàng không lớn nhất trên Thế giới. Sản phẩm này là kết quả của dự án BAG2GO, một dự án hợp tác giữa T-Systems, Airbus và RIMOWA, ngay khi thử nghiệm và ra mắt đã thu hút được sự quan tâm rất lớn trên toàn thế giới. Dự án thành công mở ra một bước ngoặt mới đầy tiện ích cho du khách hay di chuyển bằng máy bay cũng như tiến đề thành công của BAG2GO GmbH hoàn toàn thuộc sở hữu của RIMOWA vào năm 2014.



TRINITY DE CARTIER 2015

Rạng ngời đôi mắt.

Bộ sưu tập kính mắt Trinity de Cartier 2015 hội tụ đủ yếu tố của một mẫu kính mắt hoàn hảo: thiết kế gọn thanh thoát trên nền mã màu nhã nhặn cùng chi tiết lấy cảm hứng từ chiếc nhẫn Trinity huyền thoại thắt chặt trang trí bên gọng kính tựa như mắt xích kết nối những giá trị lưu truyền giữa nhiều thế hệ. Tinh thần tươi mới và sức sống trẻ căng tràn được gửi gắm vào những mẫu kính mắt Trinity de Cartier. Dấu ấn này thể hiện qua gọng kính làm từ chất liệu kim loại và vàng mạ lót Palladium thay thế cho nhựa ở nhiều phiên bản trước đây. Ưu điểm của chất liệu kim loại ngoài độ bền, cứng cáp còn không gây dị ứng nhờ lớp mạ lót Palladium. Ở vị trí điểm gá nối gọng và tròng kính, chi tiết nhẫn Trinity xoắn vào nhau là cách thể hiện sự trân trọng tới thiết kế huyền thoại của dòng nữ trang Trinity. Kể từ khi ra đời vào năm 1924, chi tiết nút thắt xoắn chặt ba vòng vào nhau là hiện thân của vẻ đẹp kiêu sa, cuốn hút mọi ánh nhìn ngay từ lần đầu tiên.



PAUL & SHARK

Ứng dụng công nghệ dệt may cao cấp.

Ngoài việc tiếp nối yếu tố di sản của thương hiệu với nguồn cảm hứng từ du thuyền và biển cả, BST Paul&Shark nam Thu Đông 2015 là cuộc cách mạng về kiểu dáng, tiêu biểu cho phong cách thanh lịch nhưng không kém phần cá tính.

BST Thu Đông ứng dụng những công nghệ tiên tiến tạo nên tên tuổi Paul & Shark như công nghệ "3 trong 1", công nghệ Typhoon 20000 chống thấm nước hay Fill Power 900 – Goose Down dành cho những chiếc áo khoác lông ngỗng siêu nhẹ...Chất liệu mang đến sự thoải mái và bền bỉ dành cho dòng trang phục thể thao, kết hợp những gam màu mạnh mẽ như xanh dương phi công (aviation blue), xanh lá đậm, xám phi công (aviation grey), nâu đậm và đen. Những thiết kế bằng len sợi Merino nổi tiếng xuất xứ từ nước Úc hay chất liệu Cashmere trứ danh, những hình in và gam màu tinh tế phối hợp ăn ý cùng thiết kế mang phong cách cổ điển. Tất cả tạo nên sự hài hòa giữa vẻ đẹp tinh tế và thanh lịch.

*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>



KONSTANIN GRICIC & ALEX THOMSON THIẾT KẾ THUYỀN ĐUA CHO HUGO BOSS.

Nhà thiết kế người Đức, Konstanin Grcic mới đây đã hợp tác với tay đua thuyền buồm trẻ và nổi tiếng người Anh, Alex Thomson để thiết kế một chiếc thuyền buồm cho thương hiệu thời trang Hugo Boss. Được biết mẫu thuyền này sẽ tham gia vào một cuộc đua vòng quanh thế giới. Theo chuyên trang nổi tiếng về kiến trúc và thiết kế Dezeen, mẫu thuyền do Grcic thiết kế cho Hugo Boss ấn tượng với một boong thuyền được lấy cảm hứng từ tổ ong với các bề mặt là sợi carbon. Trong khi đó, các đường nối ghép hoàn hảo trên thân thuyền đại diện cho sự ưu việt trong ngành nghề may đo thủ công của thương hiệu Hugo Boss. Cũng theo chuyên trang Dezeen, Thomson – người hiện đang giữ 02 kỷ lục thế giới về đua thuyền buồm và là tay đua thuyền buồm trẻ nhất đoạt giải vô địch giải đua vòng quanh thế giới sẽ sử dụng chiếc thuyền của Grcic để thi đấu trong giải đua Vendée Globe – một giải đua cá nhân vòng quanh thế giới bắt đầu từ tháng 10/2016.

RENZO PIANO VS DILLER SCOFIDIO + RENFRO CHO DỰ ÁN THIẾT KẾ THƯ VIỆN CỦA TỔNG THỐNG MỸ.

Có tới thiểu là 11 công ty đã được mời tham dự thầu hợp đồng thiết kế thư viện Barack Obama Presidential Library ở Chicago. Các công ty có tiềm năng từ Chicago và từ khắp nước Mỹ cùng một số hãng kiến trúc nước ngoài đã được quỹ Barack Obama Foundation liên lạc và mời tham dự đấu thầu thiết kế cho dự án. Theo tay viết chuyên về kiến trúc Blair Kamin, Renzo Piano – công ty của kiến trúc sư đã đoạt giải Oscar của làng kiến trúc, người đã có những đóng góp không nhỏ vào công trình Art Institute of Chicago cách đây một vài năm – cũng đã được mời tham dự. Ngoài ra bảo tàng Whitney Museum mới ở New York của Piano cũng đã được khai mạc bởi Đệ nhất Phu nhân Michelle Obama. Mặc dù có được sự ủng hộ lớn từ gia đình Tổng thống nhưng không có nghĩa rằng công ty Renzo Piano đã nắm chắc trong tay hợp đồng thiết kế thư viện khi rất nhiều công ty danh tiếng cũng tham gia vào cuộc cạnh tranh này. Trong đó phải kể đến Robert A.M. Stern (đơn vị thiết kế trung tâm George W Bush Presidential Center tại đại học Southern Methodist University) và Ennead (thiết kế thư viện Clinton ở Little Rock). Ngoài ra cũng cần phải kể thêm tới một cái tên khác là Diller Scofidio + Renfro – đơn vị thiết kế bảo tàng The Broad.



FLIGHT 93 MEMORIAL RA MẮT KHU TƯỢNG NIỆM FLIGHT 93 MEMORIAL.

Khu tưởng niệm Flight 93 Memorial (được xây dựng tại địa điểm tìm ra xác máy bay để tưởng nhớ những nạn nhân của sự kiện ngày 11/09 cách đây 14 năm) vừa qua đã được mở cửa ra mắt công chúng tại Shanksville, Pennsylvania. Đây là một trong 03 nơi ở Mỹ đã bị khủng bố tấn công vào ngày 11/09 năm 2001, gồm có trung tâm World Trade Center ở New York và tòa Pentagon ở Washington DC và Shanksville Pennsylvania. Đây cũng là địa điểm cuối cùng được xây đài tưởng niệm. Công trình được thiết kế bởi công ty kiến trúc Paul Murdoch Architects và công ty thiết kế cảnh quan Nelson Byrd Woltz Landscape Architects. Dự án này gồm một trung tâm dành cho khách tham quan ở giữa 02 bức tường bê tông cao 12,19m. Tên của mỗi người trong chuyến bay được khắc lên một bức tường đá cẩm thạch có các đường gấp nếp. 02 bức tường chạy dọc theo đường cong mà máy bay đã hạ cánh. Một tảng đá cuội lớn được sử dụng như một điểm đánh dấu ghi nhớ những mất mát mà những người Mỹ phải hứng chịu.



Bảo tàng Whitney Museum mới



KARL LAGERFELD

PARFUMS

KARL.COM #KARLPARFUMS

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

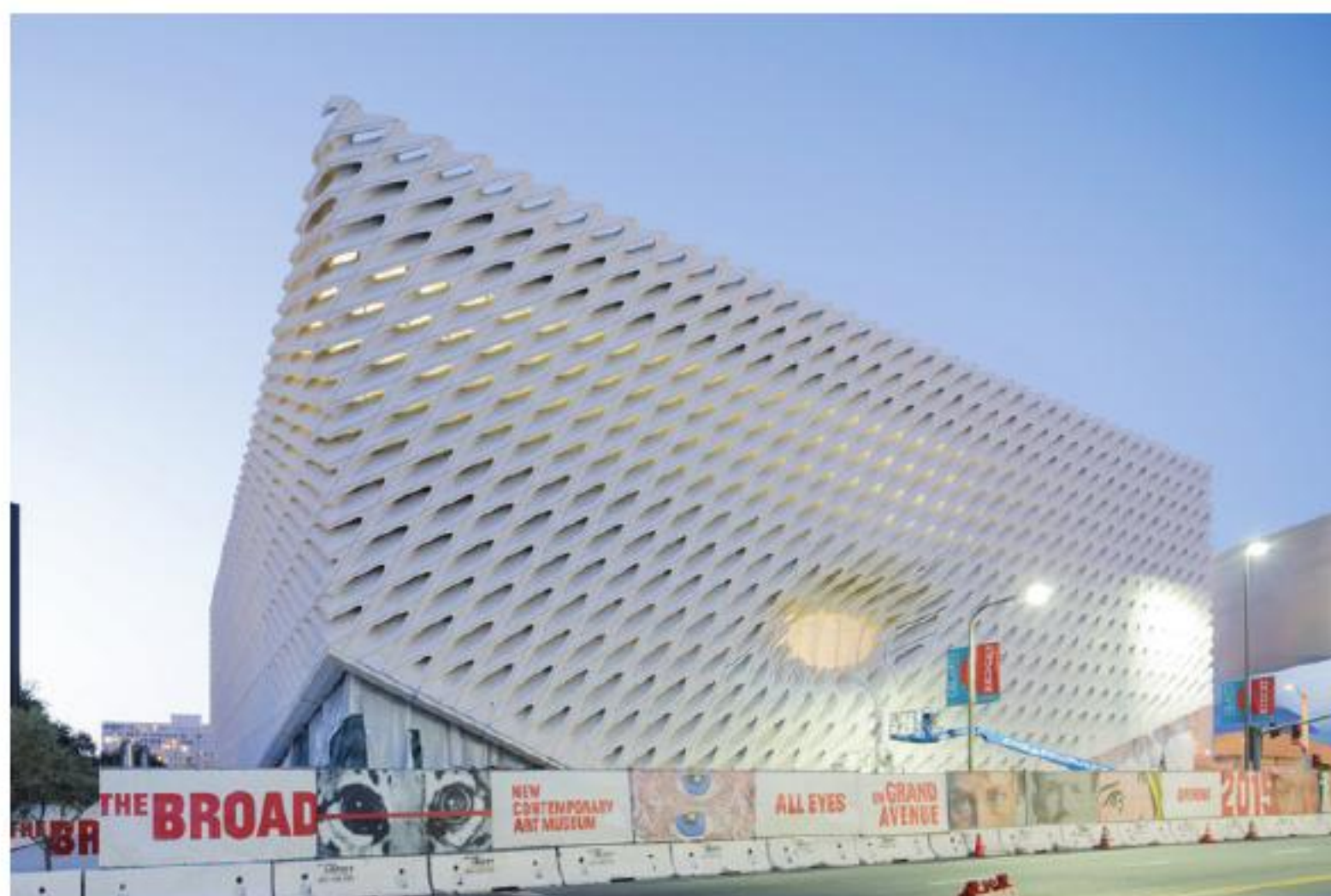
Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP HCM: 174/HQCM-P-HCM.

<https://tieulun.hopto.org>



NGHỆ THUẬT ĐƯƠNG ĐẠI CHO THẤY XU HƯỚNG HẠ NHIỆT.

Thị trường nghệ thuật đương đại vốn nổi tiếng là một ngành công nghiệp đầy rẫy những điều khó hiểu. Trong một vài năm trở lại đây, việc đầu tư vào những nghệ sĩ đang lên cho thấy những khả năng sinh lời mạnh mẽ. Có thể nói, tới tận năm 2014, những tác phẩm của những họa sĩ trù tượng đang lên như Oscar Murillo, Lucien Smith, Alex Israel, Mark Flood và Christian Rosa vẫn còn là những tấm vé số độc đắc dành cho những ai đã khôn ngoan đầu tư vào đó. Tuy nhiên, trong 06 tháng trở lại đây, phân khúc thị trường này (nơi mà những kẻ nội giới không ngừng lướt Facebook và Instagram để tìm kiếm Damien Hirst kế tiếp) này đã trải qua những điều chỉnh quan trọng. Nền kinh tế thế giới đang trở nên kém ổn định hơn dẫn tới việc những nhà đầu tư vào thị trường các tác phẩm nghệ thuật đương đại của các nghệ sĩ đang lên cũng dè dặt hơn trong việc móc hầu bao. Cụ thể, vào tháng 02/2014, bức họa Rain (vẽ năm 2012) của Lucien Smith (26 tuổi) (được mua trong một đấu giá của Sotheby's) có giá khoảng \$372,000, cao gấp 30 lần so với giá mua ban đầu. Tháng 05 năm nay, tại nhà triển lãm Phillips ở New York, một bức họa "Rain" khác của Smith với cùng kích thước, cùng năm vẽ nhưng có giá chốt chỉ khoảng 1/6 giá năm ngoái (\$62.500).



THE BROAD BẢO TÀNG PHONG CÁCH CŨ CHO CÁC TÁC PHẨM PHONG CÁCH MỚI.

Các bảo tàng nghệ thuật và hội họa truyền thống vốn được xem như các tổ chức bảo thủ và thủ cựu nhất thế giới. Đây là những nơi được xây dựng với mục đích trở thành các kho tàng gìn giữ quá khứ và trở thành những chứng tích của thời gian. Chẳng hạn với kỷ nguyên vàng ở Mỹ: Gilded Age America khoảng 01 thế kỷ trước, rất nhiều bảo tàng đã được xây dựng và cho tới nay, đây vẫn là những nơi lưu giữ các bộ sưu tập cá nhân của những cái tên như Henry Clay Frick, J. P. Morgan và Isabella Stewart Gardner. Trong kỷ nguyên vàng mới (của thế kỷ 21), các bảo tàng một lần nữa được ra đời tuy nhiên các bảo tàng này đều nhằm tới nền nghệ thuật mới (mà không cần quá khứ). Tuy nhiên, bảo tàng The Broad của đôi vợ chồng tỷ phú Eli and Edythe Broad là một trường hợp ngoại lệ. Bảo tàng được thành lập để giới thiệu những tác phẩm đương đại theo nhóm tác giả. New York Times khi viết về bảo tàng này đã đánh giá đây là một bảo tàng theo phong cách cũ dành cho các tác phẩm đương đại của thời kỳ vàng Gilded Age mới.



SAVILLS VIỆT NAM ĐƯỢC BỔ NHIỆM LÀM ĐẠI LÝ PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN...

Công ty tư vấn bất động sản quốc tế Savills được chỉ định là đơn vị phụ trách các chương trình phân phối bán hàng cho Caye Sereno, dự án siêu biệt thự nghỉ dưỡng vừa giành giải "Dự án biệt thự nghỉ dưỡng đẹp nhất" tại Giải thưởng Bất động sản Việt Nam 2015. Được phát triển bởi Công ty TNHH Jen Tuấn Châu – một liên doanh giữa Jen Capital (công ty trực thuộc Tập đoàn Chiaphua) và Tập đoàn Tuấn Châu, Caye Sereno là dự án biệt thự độc đáo và riêng biệt tại khu danh thắng nổi tiếng thế giới, Vịnh Hạ Long. Dự án được thiết kế bởi kiến trúc sư lừng danh người Brazil, Marcio Kogan. Các căn biệt thự tuyệt mỹ đều sở hữu tầm nhìn hướng ra quần thể những hòn đảo thuộc vịnh Hạ Long, mang đến cho người sử dụng một không gian sống độc đáo và là chốn nghỉ dưỡng lý tưởng.

GIVENCHY

GENTLEMEN
ONLY

CASUAL CHIC

PHONG CÁCH THANH LỊCH - HƯƠNG THƠM NAM TÍNH



www.givenchybeauty.com

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | PARKSON SAIGONTOURIST | PARKSON HÙNG VƯƠNG |
HÀ NỘI | 1 BÀ TRIỆU | VINCOM ROYAL CITY | VINCOM CITY TOWERS | LOTTE CENTER | HẢI PHÒNG | PARKSON T&D |
Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.609, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM. <https://tielun.hopto.org>



ĐÔNG OXFORD STREET ĐỔI ÁO VỚI PHONG CÁCH HIỆN ĐẠI HƠN.

Mua sắm trực tuyến đang cho thấy sức ảnh hưởng mạnh mẽ của nó lên ngành bán lẻ truyền thống với những tác động gần như trực tiếp tới bất kỳ kinh đô thời trang nào của thế giới. Tuy nhiên, khu phố mua sắm nổi tiếng của London, Oxford Street vẫn là một trong những trung tâm bán lẻ lớn nhất, đông đúc và bận rộn thế giới. Trong khi khu vực phía tây của khu phố tiếp cận với hai con phố sành điệu Bond Street và Marylebone thì khu vực phía đông Oxford phát triển chậm hơn. Tuy nhiên điều này thay đổi. Khu phía Đông đang cựa mình để bắt kịp xu thế.

Các dự án mới đang hứa hẹn biến đổi hoàn toàn khu vực này. Tuy sân ga Crossrail ở đường Tottenham Court Road dự kiến sẽ không thể hoàn thiện trước năm 2017 nhưng lối vào và phòng bán vé được thiết kế bởi công ty Hawkins\Brown trưng bày các tác phẩm của Daniel Buren đang cho thấy những thay đổi đầu tiên. Đặc biệt công trình 61 Oxford Street được thiết kế bởi công ty kiến trúc AHMM được lấy cảm hứng từ chiếc bình Aalto Vase của Alvar Alto sẽ có tác dụng thực sự biến đổi hoàn toàn khu vực này, mang tới cho khu vực một diện mạo mới hiện đại hơn.

FRANK GEHRY THIẾT KẾ CỦA FRANK GEHRY TRÊN ĐẠI LỘ SUNSET BOULEVARD.

Có vị trí gần như nằm đối diện với khách sạn Chateau Marmont nổi tiếng trên đường Sunset Boulevard (tại địa chỉ 8150) là công trình mới nhất của kiến trúc sư Frank Gehry. Đây là một dự án đã được các nhà phát triển bất động sản Mỹ, Townscape Partners quyết định sẽ giao cho Gehry. Thiết kế của công trình, với phong cách kiến trúc tiêu biểu của vị kiến trúc sư tài năng này, mới đây cũng vừa được công bố. Được biết đây là một tổ hợp liên kết của 05 công trình với 02 tòa căn hộ đã bao gồm 249 đơn vị phục vụ như cửa hàng bán lẻ, trung tâm giải trí cũng như các không gian cộng đồng và thực vật. Với vị trí này, dự án sẽ có địa thế nằm ở phía Đông đường Sunset và nhìn hướng ra khu Hollywood Hills ở phía Bắc. Công trình này được thai nghén với mục tiêu tạo ra một đối thoại đa chiều với tỷ lệ của các tòa nhà xung quanh. Dự kiến công trình sẽ bắt đầu được khởi công xây dựng trong năm 2017.



ZAHA HADID ARCHITECTS ĐẤU TRANH VÌ DỰ ÁN TOKYO OLYMPIC STADIUM.

Sau hơn một năm dài thách thức - trước những quan ngại của không ít người Nhật về khoản chi phí quá lớn cho việc xây dựng lại Sân vận động Tokyo Olympics Stadium (khoảng 1,3 tỷ bảng), công ty kiến trúc Zaha Hadid Architects (ZHA) đã quyết định xuất bản một đoạn phim dài 23 phút để thuyết phục chính phủ và người dân Nhật tiếp tục dự án với thiết kế ban đầu mà công ty đã đưa ra. Không chỉ mang tới một cái nhìn về tính thực tiễn của công trình, đoạn phim cũng hứa hẹn bản thiết kế (kéo dài trong suốt 02 năm qua và đã tiêu tốn khoản chi phí lên tới 1,47 tỷ yên) đã sẵn sàng để đi vào xây dựng và sẽ được hoàn thiện để phục vụ cho sự kiện Rugby World Cup 2019 cũng như các sự kiện thử nghiệm trước sự kiện Olympics 2020.



SANG TRỌNG TỪ BÊN TRONG

GOLDEN LYPRES® mang vàng cho sức khỏe

Một trang sức đắt giá không chỉ bởi vẻ hào nhoáng bên ngoài mà còn nằm ở cốt cách bên trong. Đối với chúng tôi giá trị đích thực của một sản phẩm xa xỉ chính là **chất lượng**.



Là một thực phẩm bổ sung dưỡng chất mang đẳng cấp Quốc tế đến từ đảo quốc sư tử Singapore xinh đẹp, GOLDEN LYPRES® tự hào là sản phẩm chăm sóc sức khỏe uy tín, chất lượng cao, duy nhất trên thị trường hiện nay kết hợp được hai thành phần bảo vệ sức khỏe nổi tiếng là Lycopene và Resveratrol với tỷ lệ vàng dưới dạng bột. Hơn thế nữa danh thế của GOLDEN LYPRES® ngày càng được khẳng định thông qua Hiệp ước độc quyền sáng chế PCT trên nhiều quốc gia.

Chính vì luôn đặt mục tiêu “Trân trọng sức khỏe” làm gốc nên chúng tôi luôn tận tâm chăm sóc sức khỏe của bạn một

cách toàn diện nhất. Đồng hành cùng GOLDEN LYPRES®, bạn không chỉ sang trọng bên ngoài mà còn toát lên được khí chất sang trọng ngay từ bên trong.

Với một sản phẩm đẳng cấp như GOLDEN LYPRES® cùng với định hướng phát triển mang tính thời đại, Công ty HSIEHS BIOTECH đã và đang phân phối sản phẩm ở những địa điểm xa hoa bậc nhất. Đó là những Khách sạn 5 sao, Bệnh viện đa khoa đạt chuẩn Quốc tế và các Trung tâm Thương mại quy mô lớn ở nhiều quốc gia trên Thế giới như Singapore, Trung Quốc, Macao, Việt Nam....

***GOLDEN LYPRES®** chính là “trang sức vàng của sức khỏe” mà HSIEHS BIOTECH muốn trao gửi đến bạn.*

Nếu bạn hứng thú kinh doanh một sản phẩm bảo vệ sức khỏe xa xỉ và đẳng cấp như GOLDEN LYPRES®, hãy đặt cuộc hẹn làm đại lý phân phối với chúng tôi:

Điện thoại 08 – 37700915 **Hotline** 0919 632 772

Website www.hsbiotech.com **Email** pvservice@hsbiotech.com

Giá bán 30,800,000 VND/hộp

Cửa hàng phân phối tại Việt Nam:

TP.HCM Cửa hàng GOLDEN LYPRES tại Sheraton Saigon Hotel & Towers.

TP.Hà Nội Nhà thuốc Bệnh viện đa khoa Quốc tế Vinmec.

Số XNQC: 846/2015/ XNQC- ATTP

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



PRAGUE



Prague được công nhận là một trong những thành phố đẹp nhất trên thế giới, đôi lúc người ta hay so sánh nó với vẻ đẹp của Paris. Lịch sử của thủ đô của đất nước Cộng Hòa Séc đáng yêu này đã bắt đầu cách đây khoảng một thiên niên kỷ và bia địa phương của vùng đất này được xem là ngon nhất châu Âu và cũng có lẽ là tuyệt nhất thế giới. Nếu có dịp đến đây, đừng quên khám phá thành phố qua việc tới thăm các tu viện được xây theo kiểu kiến trúc Gothic, thưởng thức các buổi hoà nhạc cổ điển trong những nhà thờ kiểu Baroque hay thư giãn trong những khu vườn Renaissance tuyệt đẹp. Và nhớ là cũng đừng quên thưởng thức vị bia Tiệp hảo hạng.



PRAGUE BEER MUSEUM

Mặc dù tên của bảo tàng dường như có vẻ hướng tới việc phục vụ khách du lịch nhưng đây lại cũng là địa điểm được đặc biệt yêu thích bởi những người Prager. Bảo tàng này có khoảng 30 loại bia cho bạn lựa chọn và menu thì rất đa dạng món.

KHÁCH SẠN ALCHYMIST

Khách sạn có thiết kế vô cùng lãng mạn khi trần nhà được trang trí kiểu kiến trúc Gothic (ở cả phòng khách và phòng tắm). Phòng ngủ bao gồm một giường ngủ cỡ king size và một ban công kiểu Ý. Từ ban công bạn có thể thưởng thức cảnh đẹp bên trong thành phố. Điểm đặc trưng của nơi đây là những phòng tắm lớn xây bằng đá cẩm thạch độc đáo với bốn tắm được đặt ở trung tâm và một vòi sen riêng biệt. Ngoài ra, khách sạn Prague sang trọng còn miễn phí phí vào cửa với các khách nghỉ muốn sử dụng dịch vụ từ câu lạc bộ sức khoẻ của họ.



TRẠI TẬP TRUNG TEREZIN

Trại tập trung Terezin ban đầu được thành lập vào năm 1780 như một pháo đài quân sự bảo vệ thành phố Prague khỏi sự tấn công, sau đó đã bị chuyển thành khu ổ chuột của người Do Thái trong suốt thời kỳ Đức Quốc xã chiếm đóng Tiệp Khắc trong Thế chiến thứ 2. Khi tham quan trại tập trung Terezin, bạn sẽ được giới thiệu toàn bộ khu trại và được nghe những câu chuyện, những ký ức đầy ảm đạm và các trải nghiệm đáng sợ về một giai đoạn u tối dưới thời Đức Quốc Xã.



LÂU ĐÀI PRAGUE

Lâu đài Prague là một trong lâu đài cổ lớn nhất trên thế giới, với tổng diện tích lớn hơn 7 sân bóng đá, nằm giữa trung tâm thành phố như một pháo đài cổ tích. Quần thể lâu đài Prague như một bộ sưu tập các công trình kiến trúc các toà nhà, nhà hát và phòng trưng bày tranh lịch sử, đưa nó trở thành biểu tượng của kho tàng nghệ thuật và văn hoá lớn nhất của Cộng hoà Séc.

ROTARY

EST IN SWITZERLAND 1895 - WATERPROOF



**SWISS
MADE**

KHÁNG NƯỚC
BOI LẶN CẢ NGÀY

BẢO HÀNH
TRỌN ĐỜI

www.rotarywatches.com

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

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

<https://tieulun.hopto.org>

MIRACLE OF TEXTURE

MỖI MÙA MỐT HAUTE COUTURE LUÔN LÀ MỘT SỰ KIỆN ĐỂ CÁC THƯƠNG HIỆU THỂ NGHIỆM VỚI CÁC CHẤT LIỆU MỚI, HOẶC NHỮNG CÁCH LÀM HOÀN TOÀN MỚI VỚI NHỮNG CHẤT LIỆU CŨ TẠO RA NHỮNG ĐIỀU TWIST THÚ VỊ GIỮA THỜI TRANG VÀ CÁC THIẾT KẾ FORM DÁNG. CÁC THƯƠNG HIỆU CŨNG XEM ĐÂY LÀ MỘT CƠ HỘI HIẾM CÓ ĐỂ THỂ HIỆN CÁC KỸ THUẬT THÊU VÀ VIỆC KẾT HỢP CÁC CHẤT LIỆU KHÁC NHAU. CÙNG HÀNG HIỆU KHÁM PHÁ CÁC CHẤT LIỆU VÀ NHỮNG KIỂU DÁNG MÀ CÁC THƯƠNG HIỆU CHANEL, VALENTINO VÀ VERSACE GIỚI THIỆU TRONG MÙA NÀY.

calvinklein.com

Calvin Klein
swiss made

SHOPS: **Sai Gon** • Saigon Center 63 Lê Lợi, Q.1 [38.21.23.1] • Sun Wah Tower 115 Nguyễn Huệ, Q.1 [38.21.9.279] • Vincom Center 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1 [39.919099] • Maximark 3C Ba Thang Hai, Q.10 [38.328991] • Vincom Center 216 Yê Văn Nặng, Q.70 [37.23.433] • PNJ Shops [39.959318] **Ha Noi** • Lotte Center 34 Liễu Giai, Q.80 [3.26.76555] • Vincom Megamall Times City 438 Minh Khai, Q.HBT [3.2001.400] • Vincom Megamall Royal City 72A Nguyễn Trãi, Q.TX [6.26.20360] • Big C Thăng Long 222 Trần Duy Hưng, Q.CG, Hà Nội [3.78.3.2301] • Vincom Center 191 Ba Trung, Q.HBT [2.2200.268] • Duty Anvi Watch 7 Hàng Khay, Q.HK [6.66.66666] • Savico Megamall 79 Nguyễn Văn Linh, Q.10 [6.62.50099] • Lotte Mart 229 Tây Sơn, Q.30 [38.31.99966] **Vinh** • Big C Vinh 2 • Trung tâm Thương mại và Giải Trí Bông Sen Plaza 225-227 Hùng Vương [3.66.606] • Indochina Riverside Mall 74 Bê Tông [38.43.116] **Nha Trang** • Nha Trang Center 20 Trần Phú [6.31.66666] • **SERVICE CENTERS:** Sun Wah Tower 115 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM [38.21.9.279] • Công ty Cổ phần Thương mại và Dịch vụ Bông Sen Plaza 225-227 Hùng Vương [3.66.606] • Công ty Cổ phần Thương mại và Dịch vụ Bông Sen Plaza 225-227 Hùng Vương [3.66.606] • Công ty Cổ phần Thương mại và Dịch vụ Bông Sen Plaza 225-227 Hùng Vương [3.66.606]

VALENTINO

Không phải ngẫu nhiên mà bộ sưu tập Thu Đông 2015 của Valentino có được sự đón nhận nồng nhiệt đến vậy. Không ngớt những tràng pháo tay nổ ra khi Maria Grazia Chiuri và Pierpaolo Piccioli bước ra chào khán giả cuối buổi trình diễn. Maria và Pierpaolo đã làm được một điều đặc biệt trong bộ sưu tập này: tôn vinh những giá trị lịch sử của Rome, Thành phố Vĩnh hằng (Eternal City). Những chiếc váy toga, váy maxi có đuôi, váy mini chiến binh (gladiator mini dress), sandal chiến binh (gladiator sandal), áo choàng (cape) chấm đất, váy bất đối xứng một vai, tất cả đều mang dáng dấp trang phục La Mã cách đây hàng nghìn năm. Những người mẫu đầu đội vương miện, bước đi thướt tha đẹp tựa những nữ thần thấp thoáng trong các ngôi đền La Mã cổ kính. Hầu hết tối giản về mặt họa tiết, những chiếc váy đen được xử lý tỉ mỉ bằng các kỹ thuật thêu đính, kết ren, những món đồ trang sức đi kèm được thiết kế công phu và tinh xảo dưới bàn tay của bậc thầy Alessandro Gaggio. Chúng mang những hình ảnh biểu tượng đầy quyền uy của đế quốc La Mã như: chim đại bàng, bông lúa mạch, quái vật sư tử đầu chim (griffin). Các chất liệu đắt tiền như nhung, ren, gấm, voan, lông thú, lông vũ, cashmere đã làm toát lên vẻ sang trọng, quý tộc và đài các cho cả bộ sưu tập. Những chiếc váy đỏ huyền thoại đã trở thành một phần không thể thiếu trong các bộ sưu tập của Valentino, lần này còn mang trong mình những ý nghĩa đặc biệt: gợi nhớ tới màu đỏ xiêm y của các giám mục tòa thánh Vatican, màu đỏ tiết bò gắn liền với phong tục tế bò thờ thần linh của người La Mã cổ đại. Trả lời những thắc mắc khi sử dụng màu đen duy nhất tới quá nửa bộ sưu tập, Maria và Pierpaolo cho biết, họ muốn lột tả nét đẹp sâu kín, tôn nghiêm, thần bí và điều tàn của Rome, kinh đô với bề dày lịch sử, văn hóa, tôn giáo bậc nhất châu Âu.



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

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



VERSACE



Bộ sưu tập Haute Couture Thu Đông 2015 có lẽ là một bất ngờ nho nhỏ tiếp theo mà Donatella Versace dành cho giới mộ điệu sau khi trực tiếp tham gia vào chiến dịch quảng cáo đầy ấn tượng cho nhà mốt Givenchy. Trong bộ sưu tập lần này, Donatella muốn cho công chúng thấy một khía cạnh khác mềm mại và dịu dàng hơn của Versace "We wanted to show the softer side of Versace". Đây thực sự là một lựa chọn khôn ngoan, bởi những gì mới mẻ thường mang lại sức hút nhất định, tránh cho mọi thứ đi vào lối mòn của sự đơn điệu một màu. Donatella đã sử dụng một bảng màu hết sức nữ tính với gam màu phấn hiển hòa, điểm xuyết bằng sắc cam và hồng fuschia rực rỡ, đồng thời khai thác những chất liệu mỏng mảnh như organza hay georgette. Điểm nhấn tiếp theo trong bộ sưu tập phải kể đến các thiết kế tay áo xòe quả chuông (bell sleeves), váy maxi cổ chữ V với cấu trúc bất đối xứng, xẻ tà quen thuộc từ lâu đã là dấu ấn riêng của Versace. Đáng chú ý hơn cả có lẽ là hai chiếc váy dạ hội lông vũ lông lầy kiêu sa theo kiểu "Oscar de la Renta", hứa hẹn sẽ xuất hiện trên các sự kiện thảm đỏ trong thời gian tới. Dù hiền dịu, mềm mại, uyển chuyển nhưng bộ sưu tập lần này vẫn không thiếu đi chất "sex appeal" (hấp dẫn tình dục) quen thuộc của thương hiệu nước Ý: gợi cảm, sexy và phóng khoáng. Những đường nét quyến rũ nhất trên cơ thể người phụ nữ đều được "khoe" ra hoặc "tôn lên" không chút nhu mì e lệ. Những chiếc vòng hoa quấn tóc làm ta gợi nhớ tới trào lưu hippie phản chiến những năm 60 của thế kỷ trước. Rõ ràng là trong thời trang, tính truyền thống và tính hiện đại luôn luôn gắn kết đan xen, những di sản cũ vẫn luôn là nguồn cảm hứng vô tận cho những cải tiến, phá cách đương đại. Cũng chính bởi vậy, thời trang là một câu chuyện không có hồi kết.



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


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



CHANEL

Karl Lagerfeld từ lâu vẫn nổi tiếng khó tính, cầu kỳ và “chịu chơi” trong việc sắp đặt tổ chức những buổi trình diễn thời trang có một không hai. Bộ sưu tập Haute Couture Thu Đông 2015 không là một ngoại lệ, được đặt trong bối cảnh một sòng bạc thú vị với người chơi là những nàng thơ trứ danh của Chanel như Kristen Stewart, Geraldine Chaplin, Vanessa Paradis, Julianne Moore, Rita Ora, Stella Tennant, Rinko Kikuchi hay Lara Stone xuất hiện đầy ấn tượng trong những món đồ trang sức lộng lẫy được phục chế từ thiết kế năm 1932 của Coco Chanel. Họ diện những trang phục được Karl thiết kế riêng, phản ánh góc nhìn của ông về tính cách, khí chất mỗi người. Vẫn là những bộ Chanel skirt suit trần bông hay vải tweed quen thuộc, di sản huyền thoại mà Coco Chanel đã để lại, nhưng với mỗi mùa thời trang, cái cũ đều được làm mới mà vẫn giữ được bản sắc riêng. Lần này chúng được thử nghiệm với kỹ thuật dựng 3D và laser đầy công phu. Những điểm nhấn quan trọng trong bộ sưu tập lần này là những chiếc áo độn cầu vai phong cách quân đội mang đậm dấu ấn những năm 80 (của thế kỷ trước), những chiếc áo sơ mi gấn nơ, những chiếc váy dạ tiệc chữ A lấp lánh, những bộ váy cocktail với motif xếp tầng (tiered) hoặc đường gấu lượn cong bất đối xứng. Không thể không nhắc đến hình ảnh siêu mẫu Kendall Jenner xuất hiện đầy thanh lịch nhưng cá tính trong thiết kế cô dâu cuối cùng với bộ pant suit hai hàng khuy (double-breasted) màu ngà vải satin có phần đuôi bằng vải tulle. Vậy còn thông điệp ẩn dụ của sòng bạc, con quay và black jack? Karl Lagerfeld cho biết “Tôi đánh bạc với những bộ sưu tập của mình”. Không bao giờ thỏa hiệp với sự an toàn và những lối mòn cũ kỹ, Karl luôn táo bạo đưa ra những sáng tạo mới, triết lý mới, cách thể hiện mới cho các bộ sưu tập của mình. Phải chăng đó chính là bí quyết thành công của “ông trùm” thời trang 81 tuổi trong suốt những năm qua? Chúng ta không ai là không biết rõ câu trả lời.



Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

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



GREY COMES BACK

XÁM CÓ THỂ ĐƯỢC XEM LÀ MỘT MÀU THIÊN ĐỊNH DÀNH CHO MÙA MỐI THU – ĐÔNG, VÌ VẬY KHÔNG CÓ GÌ LẠ KHI MÀU SẮC NÀY MỘT LẦN NỮA QUAY TRỞ LẠI VÀ GIÀNH LẤY VỊ TRÍ CHỦ ĐẠO TRONG CÁC BỘ SƯU TẬP CỦA CÁC THƯƠNG HIỆU THỜI TRANG MÙA NÀY. VẬY NÊN, CÓ LẼ THẮN CHÚ MỜI CHO MÙA MỐI THỜI TRANG THU-ĐÔNG 2015 SẼ LÀ: WEAR GREY! CÙNG HÀNG HIỆU THAM KHẢO CÁC MẪU THIẾT KẾ MỚI NHẤT CỦA CÁC THƯƠNG HIỆU LEMAIRE, HERMÈS VÀ LOUIS VUITTON.



LEMAIRE

Những đôi mắt tinh ý sẽ dễ dàng nhận ra rằng thương hiệu Christophe Lemaire vừa được đổi tên lại thành Lemaire. Mục đích của việc này theo người sáng lập thương hiệu, ông Christophe Lemaire, tới từ việc ông muốn mọi người thấy được đây là một thương hiệu được xây dựng bởi một tập thể gồm Sarah-Linh Tran và các thành viên khác trong nhóm 12 người của ông. "Chúng tôi cho rằng đã đến lúc chúng tôi cần có một cái tên chung phản ánh việc chúng tôi là một đội." Một nửa của thương hiệu Lemaire, cô Linh Tran cũng bổ sung: "Chúng tôi tất cả đều làm việc dựa trên tinh thần đồng đội, tất nhiên, ai cũng làm việc cho một cái tên nào đó nhưng cái tên mới này sẽ không đậm yếu tố cá nhân như trước."

Bộ sưu tập mùa mốt này của Lemaire được lấy cảm hứng từ nhân vật Alexandre, vai chính phức tạp lồi cuồn trong bộ phim La Maman et la Putain. Một số mẫu thiết kế đặc biệt gây ấn tượng như mẫu số 09 và số 16, người mẫu xuất hiện với mái tóc bù xù và đôi mắt sâu lắng cùng boot cao cổ và quần cạp cao. Điều này không chỉ là một sự tôn vinh với phong cách của khu vực Rive Gauche trong giai đoạn thập niên 1960 và 1970. Kiểu áo khoác 02 hàng khuy, vạt bề rộng giống như một tuyên ngôn mới về sự gợi cảm và thoải mái của nam giới. Cũng với bộ sưu tập này, Lemaire cho thấy một lối chơi với các tỷ lệ vô cùng tinh tế khi giới thiệu các mẫu trang phục với những kích thước và hình dáng khác nhau, từ áo khoác dáng ôm tới những chiếc áo dáng rộng như poncho. Thắt lưng cao kết hợp với quần ống rộng dài trên mắt cá chân khoảng 2 inch gọn gàng, ăn ý.





HERMÈS

Với cảm hứng tới từ những Người Đàn Ông Thành Thị, show diễn mùa mốt Thu – Đông 2015 đã diễn ra với bối cảnh bên cạnh những cửa sổ lớn nhìn ra một Paris hoa lệ và sáng đèn. Vậy nên không lạ khi người đàn bà bí mật của Hermès, người chịu trách nhiệm thực hiện bộ sưu tập thời trang nam giới Véronique Nichanian đã quyết định bộ sưu tập cần mang nhiều yếu tố thành thị hơn với việc kết hợp những chất liệu có họa tiết kẻ sọc nhỏ và họa tiết caro glen plaid đầy truyền thống với các thiết kế trẻ trung và đậm chất thể thao. Và cũng với tinh thần này, Hermès đang đưa ra tuyên bố rằng áo khoác (Jacket) và quần thể thao track pants đang là sự kết hợp It combination của mùa. Đương nhiên, điều này có phần khác biệt với những gì được xem là niêm luật là quy chuẩn của thời trang nam giới. Tuy nhiên, Hermès có quyền như vậy bởi Hermès là Hermès. Thêm một điều nữa, những chiếc quần track pants của Hermès cũng được may với một chất liệu len dệt lông vô cùng đặc biệt và xa xỉ. Một điều nữa cũng cần xác định, Véronique Nichanian là một người có thâm niên trong việc thay đổi những khái niệm về sự xa xỉ, biến những thứ phổ thông thành cao cấp, tất nhiên là với những thiết kế mềm mại và tiện dụng. Liệu một chiếc áo chui đầu sweatshirt có còn là một chiếc áo chui đầu nếu nó được may bởi da cá sấu.



LOUIS VUITTON



Một bí mật nhỏ: Christopher Nemeth không chỉ là nhà thiết kế yêu thích mà còn lại người có ảnh hưởng lớn tới gu thẩm mỹ của Kim Jones – Style Director dòng sản phẩm thời trang nam giới (hiện nay) của thương hiệu Louis Vuitton. Mặc dù sống ở nước ngoài từ năm 1986 cho tới khi qua đời (năm 2010) nhưng Nemeth lại không được nhiều người biết đến. Do vậy, với bộ sưu Thu Đông 2015, nhà thiết kế danh tiếng người Anh này đã quyết định giống như một sự tri ân và giới thiệu với thế giới về nhà thiết kế London này. Từ những bản lưu các mẫu thiết kế của Nemeth, Jones đã lựa chọn ra bốn tác phẩm và với khả năng sáng tạo của mình, ông đã kết hợp giữa những tác phẩm đó của Nemeth với những kỹ thuật cắt may thủ công cầu kỳ của các xưởng (atelier) của Louis Vuitton. Kết quả là chúng ta có một bộ sưu tập với những chiếc áo khoác có họa tiết Nemeth xử lý bằng laser, những món đồ vải denim pha len và cashmere với các họa tiết hình in lấy cảm hứng từ những bức tranh tô màu trên giấy. Trên tất cả là với cách kết hợp này, Jones đã cho thấy một phong cách trẻ trung và vô cùng năng động nhưng vẫn lịch lãm và tinh tế. Có lẽ cũng chỉ với Jones những thiết kế nam của Vuitton mới trở nên sành điệu tới vậy, dù đó là những chiếc áo khoác parkas vải thô hay vải jeans hay những mẫu áo khoác, áo da hoặc áo trùm đầu.

Thực tế, Jones không chỉ là có một đôi mắt sáng tạo mà ông có cả một bộ óc về kinh doanh. Đã 130 năm kể từ khi cửa hàng đầu tiên của Vuitton bên ngoài nước Pháp được khai trương (tại London). Vì vậy vinh danh người nhà thiết kế Nemeth còn là một lời gợi nhắc khéo léo về điều này.

CÚ BÈ LÁI Couture

VỀ COUTURE LUÔN TỒN TẠI SONG SONG 02 NHÂN ĐỊNH, MỘT CHO RẰNG COUTURE ĐANG CHẾT. Ý KIẾN CÒN LẠI LUÔN KHÁNG ĐỊNH COUTURE ĐANG HỒI SINH. THẾ NÊN LUÔN CÓ NHỮNG NGƯỜI ĐẾN VÀ ĐI VỚI SÂN CHƠI NÀY. TUY NHIÊN, TRONG MỘT VÀI MÙA TRỞ LẠI ĐÂY, XU HƯỚNG CHO THẤY KHÔNG ÍT NHÀ THỜI TRANG ĐANG QUAY LẠI VỚI SÂN CHƠI HAUTE COUTURE ĐẲNG CẤP. THẬM CHỈ, GẦN ĐÂY MỘT SỐ THƯƠNG HIỆU CÒN CHÍNH THỨC THÔNG BÁO TỪ BỎ READY-TO-WEAR VÀ CHỈ TẬP TRUNG VÀO DÒNG HÀNG COUTURE. XU HƯỚNG NÀY SẼ KHÔNG CÓ GÌ LÀ KHÓ HIỂU NẾU KINH TẾ TRUNG QUỐC PHÁT TRIỂN, NHÀ NƯỚC KHÔNG THỰC HIỆN CÁC CHÍNH SÁCH ĐẶC BIỆT ĐỐI VỚI VIỆC TIÊU DÙNG HÀNG XA XÍ PHẨM; HAY NẾU ĐỒNG RUBLE CỦA NGÀ VÀ CẢ GIÁ XĂNG DẦU KHÔNG BI MẤT GIÁ THÊ THẨM. THẬM CHỈ NGAY CHÍNH NHỮNG TẬP ĐOÀN XA XÍ NHƯ LVMH VÀ KERING ĐỀU ĐANG CHỨNG KIẾN SỰ SÚT GIẢM VÀ CÒ HEP CỦA THI TRƯỜNG. VẬY ĐÂY LÀ LÝ DO KHIẾN CHO CÁC THƯƠNG HIỆU VÀ CÁC NHÀ THIẾT KẾ QUYẾT ĐỊNH TẬP TRUNG VÀO MỘT SÂN CHƠI VỐN ĐƯỢC XEM LÀ ĐỒNG ĐÁNH, KHÓ CHIỀU.

Viktor & Rolf | Haute Couture Fall Winter 2015/2016

Những show diễn Couture của Chanel luôn là một thách thức với các nhà thời trang khác, trong khi lại là nguồn cảm hứng cho rất nhiều nhà thiết kế danh tiếng.



Couture trở lại

Đầu tiên là sự trở lại đầy ngoạn mục của John Galliano với một show diễn Haute Couture cho nhà Martin Margiela được tổ chức không phải ở Paris như thường lệ mà thay vào đó là ở London. Tuy nhiên, có vẻ tới tháng 07 vừa rồi thì Galliano đã thực sự sẵn sàng cho sự trở lại, show diễn của Margiela lúc này được tổ chức chính tại Paris. Và không làm cho bất kỳ tín đồ thời trang nào phải thất vọng, Galliano đã cho thấy điều mà ông giỏi nhất, gây shock với toàn bộ ngành công nghiệp thời trang theo một cách vô cùng dễ chịu. Và lần này, Galliano lựa chọn phong cách Androgyny khi dùng 03 người mẫu nam để diễn đồ với đầy đủ giày cao gót và đầm dạ hội. Tiếp đến, không thể không kể tới Givenchy. Mặc dù không tham gia vào Tuần lễ Haute Couture nhưng thương hiệu đã thực hiện một cách làm vô cùng thú vị khi đem bộ sưu tập mini collection của mình vào giới thiệu trong show trình diễn Menswear 2015. Những cái tên như Kendall Jenner, Naomi Campbell và Candice Swanepoel đã được Tisci mời tham dự show diễn và được gọi là Ultimate Dream Gang.

Một cái tên hoàn toàn mới trong Tuần Lễ là Fendi – thương hiệu đã kỷ niệm 50 năm hợp tác với nhà thiết kế

Karl Lagerfeld với một show diễn “đồ lông thú cao cấp” với 36 mẫu thiết kế độc đáo và đầy khiêu khích với các tín đồ của PETA khi toàn bộ là lông. Với bộ sưu tập này, Karl được đưa lên một vị trí hoàn toàn mới khi là nhà thiết kế duy nhất trong lịch sử từng có 02 show diễn Couture trong một tuần lễ. Cũng không thể không kể tới Saint Laurent. Giám đốc sáng tạo của thương hiệu Hedi Slimane mới đây đã thông báo quyết định sẽ quay trở lại với Couture. Đây thực sự là một tin mừng dành cho các tín đồ của Saint Laurent bởi lần cuối cùng thương hiệu tham gia sân chơi Couture là vào năm 2002. Đây thậm chí còn là tin mừng dành cho cả các đấng mày râu khi Slimane công bố rằng Saint Laurent sẽ thực hiện cả đồ Couture dành cho nam giới. Tuy nhiên, mặc dù hãng đã công bố một chiến dịch quảng bá cho đồ Couture của hãng nhưng tới nay, việc có show trình diễn ở Tuần Lễ Couture hay không vẫn chưa được hãng quyết định và thông báo. Thông cáo báo chí của hãng cho biết, Saint Laurent sẽ bắt đầu thực hiện những món đồ thủ công cho các ngôi sao điện ảnh và các ca sỹ. Một số sản phẩm sẽ được thêm logo Yves Saint Laurent của thương hiệu. Các đơn đặt hàng này cũng sẽ được ghi chép trong một cuốn sổ với logo lông ghép màu vàng.



Viktor & Rolf | Haute Couture Fall Winter 2015/2016



Ảnh hưởng từ kinh tế thế giới

Kinh tế thế giới đang cho thấy những dấu hiệu đi xuống do những khủng hoảng kinh tế ở Trung Quốc và sự rớt giá của đồng Nhân Dân Tệ (tới 03 lần). Bên cạnh đó cũng phải kể đến sự rớt giá của dầu mỏ dẫn tới khối tài sản của không ít nhà giàu ở Trung Đông và Nga – những thị trường tiềm năng của những món đồ Couture – đã bốc hơi qua cửa sổ. Và những điều này gần như có ảnh hưởng trực tiếp tới ngành công nghiệp xa xỉ. Đại diện của một nhãn hàng từng chia sẻ với người viết bài, nếu trước đây, một nhà chế tác đồng hồ cao cấp của Thụy Sĩ (xin được giấu tên) hoạt động hết công suất thì nay việc hoạt động đang mang tính cầm chừng và cắt giảm gần như ½.

Trung Đông, một trong những khu vực thịnh vượng nhất thế giới, đang chứng kiến không ít những khó khăn trong những tháng gần đây. Giá dầu gần như đã giảm tới 40% kể từ tháng 06 vừa rồi. Từ mức giá \$115/thùng trong quá khứ, giá xăng dầu hiện nay chỉ còn khoảng \$70. Các nhà phân tích đã không ngần ngại dự đoán rằng sự rớt giá của vàng đen sẽ có những ảnh hưởng trực tiếp lên nền kinh tế ổn định của Saudi Arabia và thậm chí đẩy các quốc gia và vùng miền lân cận ở Trung Đông vào thế đối mặt với khủng hoảng trong một vài năm sắp tới. Và theo hiệu ứng domino thì ảnh hưởng tới cuộc sống xa hoa ở đây chỉ là điều đầu tiên diễn ra. Không chỉ Trung Đông, nền kinh tế nước Nga hiện nay cũng không mấy khởi sắc nếu không nói là đi xuống. Giá dầu giảm, kết hợp với những lệnh trừng phạt mà châu Âu đặt ra, giá trị đồng ruble so với đồng dollar bị bay hơi gần ½. Tất cả những điều này như một điều tất yếu ảnh hưởng tới sức mua của những người dân Nga.

Đáng lo ngại hơn cả là những gì đang diễn ra ở Trung Quốc. Chính sách bài trừ tham nhũng và việc thắt chặt đối với việc tặng quà quan chức đã khiến sức mua của nước này giảm mạnh. Các nhà phân tích thậm chí ước tính rằng sự rớt giá của đồng nhân dân tệ cộng với các chính sách, ngành công nghiệp xa xỉ của Pháp sẽ chứng kiến một sự sụt giảm mạnh mẽ xét trên yếu tố doanh số. Tin rằng, bạn sẽ dễ dàng hiểu được điều này hơn nếu biết hiện Trung Quốc đang chiếm khoảng 30% sức mua hàng xa xỉ phẩm trên thế giới với những mặt hàng như túi xách, đồng hồ và quần áo. Mới đây, các tập đoàn xa xỉ như LVMH và Kering đều thông báo rằng họ đã cảm nhận được hệ quả của việc chính quyền Trung Quốc đang muốn đặt dấu chấm hết

cho những hành động chi tiêu xa hoa và phung phí, và đó là điều đang làm chậm lại sự phát triển kinh tế. Cả Kering và LVMH đều chia sẻ rằng năm ngoái, lần đầu tiên họ chứng kiến sự co hẹp thị trường dành cho các sản phẩm cao cấp.

Tuy nhiên, có vẻ chính những ảnh hưởng lớn lao từ kinh tế thế giới và sự co hẹp lại của thị trường toàn cầu dành cho những món đồ xa xỉ lại là điều khiến các thương hiệu quay sang với Couture. Một số thương hiệu đang từ bỏ sân chơi Ready-to-Wear và thông báo chỉ tập trung vào Couture như Viktor & Rolf và Jean Paul Gaultier. Một số thương hiệu khác chọn cách trở về với Versace. Một số thương hiệu mở rộng cũng thực hiện cuộc tiến công đầu tiên vào sân chơi này như Roland Mouret.



Chanel Fall-Winter 2015/16 Haute Couture



Điều khiến các thương hiệu từ trước tới nay vẫn trung thành với dòng sản phẩm Couture là bởi đây là cách tốt nhất để thu hút sự chú ý.



Đi tìm nguyên nhân

Các nhà thiết kế kiếm được rất ít lợi nhuận từ dòng thời trang cao cấp, thậm chí họ còn có thể mất trắng. Nguyên nhân là do chi phí nguyên vật liệu đắt đỏ cùng lượng khách hàng ít ỏi (con số này được ước tính chỉ trong khoảng từ vài trăm tới 4000 người trên toàn thế giới). Jean-Jacques Picart, nhà đồng sáng lập thương hiệu Lacroix (đã rút chân khỏi sân chơi Couture vào năm 2008) từng chia sẻ: “Dù có thành công đến đâu thì cũng thể chẳng kiếm nổi một đồng lợi nhuận từ dòng sản phẩm này.” Điều khiến các thương hiệu từ trước tới nay vẫn trung thành với dòng sản phẩm Couture là bởi đây là cách tốt nhất để thu hút sự chú ý. Phải tốn hàng chục ngàn đô cho bộ sưu tập thời trang cao cấp, nhưng doanh thu lại không hề được đảm bảo. Pierre Bergé, đồng sáng lập thương hiệu Yves Saint Laurent, từng phát biểu vào năm 1987: “Chúng tôi không kiếm tìm lợi nhuận từ thời trang Couture nhưng đây không phải vấn đề. Nó nằm trong chi phí quảng cáo của chúng tôi.”

Đối với rất nhiều nhà thiết kế, động lực để tạo nên những bộ trang phục thượng hạng là lợi nhuận khổng lồ đến từ việc bán những món đồ xinh đẹp và nước hoa. Theo quan điểm của họ, khả năng tiếp cận và khả năng chi trả là nguồn gốc sâu xa nhất của doanh thu thực tế. Các mặt hàng thông thường của hãng chỉ chiếm một lượng ít ỏi trong vô số các thiết kế sang trọng, nhưng hầu như ai cũng có thể mua được chúng. Doanh số của nước hoa và những món đồ dễ thương luôn được ấn định bởi danh tiếng của công ty, thông qua những bộ sưu tập thời trang cao cấp và quảng cáo trên tạp chí toàn cầu. Sau khi nhìn thấy một vài quảng cáo về những sản phẩm cao cấp của hãng, người tiêu dùng thường có xu hướng cộng hưởng với các thương hiệu mà không cần bất kỳ sự tiếp cận nào, thậm chí một vài năng lực tiềm ẩn còn thôi thúc người ta mua những mặt hàng khác của hãng.

Kinh tế thế giới có thể đi xuống khiến người ta phải do dự trước những mặt hàng đắt tiền. Nhưng có một sự thật là các nhà thiết kế đã, đang và sẽ sớm trở lại với dòng thời trang đẳng cấp. Thời trang cao cấp là thứ gì đó còn hơn cả xa xỉ, thứ gì đó mà chỉ một phần rất nhỏ của thế giới có thể chạm đến. Điều đó luôn xảy ra và sẽ không ngừng tiếp diễn.



CHANEL 2.55 BIỂU TƯỢNG 60 NĂM

*KHÔNG CHỈ LÀ MỘT BIỂU
TƯỢNG, MẪU TÚI CHANEL
2.55 CÒN CÓ NHỮNG BẢN ĐẶC
BIỆT SEASONAL, MANG TỚI
CHO GIỚI MỘ ĐIỀU VÔ VÀN
CÁC LỰA CHỌN TRENDY VÀ
ĐẦY THÚ VỊ.*

Ít người biết được rằng để hoàn thiện một chiếc túi Chanel 2.55, người ta cần tới 180 bước thực hiện thủ công vô cùng tỉ mỉ. Mỗi chiếc túi xách cần có sự đóng góp của từ 6-15 thợ thủ công. Sau khi chiếc túi được hoàn thiện nó còn phải trải qua các "bài kiểm tra chất lượng" ngặt nghèo như hiệu ứng thay đổi màu sắc, kiểm tra chống độ ma sát, độ ẩm, kiểm tra nhiệt (chẳng hạn như chiếc túi được đặt trong một môi trường có nhiệt độ lên tới 60 độ c và độ ẩm lên tới 95% trong 72 giờ). Thậm chí, ngay cả quy trình đóng gói cũng rất ngặt nghèo. Đó là lý do tại sao mỗi chiếc túi Chanel 2.55 luôn là một kiệt tác.



Mỗi năm trôi qua là minh chứng cho vẻ đẹp vượt thời gian và sự trường tồn của 2.55. Từ lúc ra đời cho đến bây giờ, luôn luôn là điểm chuẩn của phong cách thời trang sang trọng, là cột mốc của thời trang và cùng một chiếc túi đó bất kỳ ai ở bất kỳ lứa tuổi nào cũng có thể dùng được. 2.55 – túi được đặt tên theo tháng và năm mà Gabrielle Chanel đã cho ra đời mẫu túi da biểu tượng với kiểu dáng được may chần, với quai đeo kim loại. Trong suốt 60 năm nay, Chanel 2.55 luôn là chiếc túi bán chạy nhất, và trở thành một sản phẩm phải có đối với các tín đồ thời trang. 2.55 là niềm tự hào của nhà Chanel nói riêng, một tượng đài của thời trang nói chung. Mỗi năm trôi qua là minh chứng của sự thời thượng nhưng cũng là sự trường tồn mãi với thời trang. Nó thậm chí vượt ra khỏi khái niệm của một phụ kiện thời trang khi có sức ảnh hưởng lên các nhà thiết kế của các thương hiệu khác, góp phần cho ra đời vô số các thiết kế túi đẹp đẽ và được xem như một điểm nhấn quan trọng của ngành thiết kế thời trang những năm 1950. Chanel 2.55 không chỉ dừng lại ở phiên bản da đen quen thuộc mà nó vô vàn kiểu cách điệu mùa này qua mùa khác. Vậy điều gì đưa chiếc túi 2.55 tới được với vị thế của một biểu tượng thời trang như vậy? Có lẽ phần nào đó là bởi 2.55 là mẫu túi đầu tiên được thiết kế dựa trên tính ứng dụng hơn là kiểu dáng khoe khoang. Với suy nghĩ của Chanel khi đó là đôi tay của phụ nữ nên được giải phóng để làm những công việc khác, quan trọng hơn là chỉ để cầm một chiếc xách. Chính bởi vậy, chiếc túi đầu tiên của Chanel – The Chanel bag – đã là phụ kiện nữ tính cơ bản của mọi người phụ nữ khi nó cho phép những người phụ nữ có thể sống cuộc sống thực sự là của họ, và làm những công việc mà họ yêu thích.

Khi Coco Chanel mở lại nhà thời trang vào những năm 1950 và cập nhật các mẫu thiết kế mới cho phong cách Garconne thoải mái và phi cấu trúc đã làm nên tên tuổi mình, các mẫu thiết kế cũng được làm mới. Chiếc túi 2.55 đã ra đời vào năm 1955. Với mẫu túi mới, nhà thiết kế đã thêm vào túi một lớp lót màu rượu đỏ. Được biết màu đỏ burgundy này được lấy cảm hứng từ những bộ đồng phục ở trại trẻ mồ côi Aubazine Abbey nơi mà nhà thiết kế tài năng đã được nuôi dưỡng khi còn thơ ấu. Tuy nhiên, nếu nhìn từ góc độ thực tế thì chính màu thâm tối của lớp lót là điều giúp cho người dùng dễ tìm thấy các món đồ của mình hơn – một điều những nhà thiết kế

*ĐỂ HIỂU KHI TẠI SAO CHO TỚI NAY, CHANEL 2.55
VẪN KHÔNG CHỈ LÀ MỘT MẪU TÚI ĐƯỢC LỰA CHỌN
MÀ CÒN CÓ ẢNH HƯỞNG TỚI THIẾT KẾ CỦA TOÀN
BỘ CÁC THỂ HỆ TÚI VỀ SAU.*

túi nên lưu tâm. Thực tế hơn khi khóa của túi được thiết kế ở dạng khóa vận, giúp cho phần nắp túi được cố định hơn. Nhà Chanel về sau đã đặt tên cho chi tiết khóa này là Mademoiselle để tưởng nhớ Gabrielle Chanel. Trong khi đó, thiết kế chân quả trám được lấy cảm hứng từ yên ngựa và áo vest jockey (người đua ngựa) – một trong những nguồn cảm hứng của Chanel. Trở lại những năm 50 của thế kỷ trước, Chanel 2.55 gần như là lựa chọn duy nhất của mọi người, chủ yếu là bởi vào thời điểm đó, gần như không có nhiều mẫu túi của các thương hiệu thời trang cao cấp trên thị trường, quan trọng hơn cả là không có mẫu túi nào có được sự tinh tế cũng như tính tiện dụng như Chanel 2.55. Thế nên, để hiểu khi tại sao cho tới nay, Chanel 2.55 vẫn không chỉ là một mẫu túi được lựa chọn mà còn có ảnh hưởng tới thiết kế của toàn bộ các thể hệ túi về sau. Chủ yếu là với hi vọng sẽ có thể tái tạo lại công thức huyền thoại đã giúp Chanel 2.55 trở thành chiếc túi luôn bán chạy. Thực tế, không nhiều nếu không nói là không có mấy nhà thiết kế làm được điều như Chanel: đưa thời trang lên thành phong cách. Phong cách của Coco Chanel (người phụ nữ sáng lập thương hiệu) đóng một vai trò quan trọng trong sự thành công của những sáng tạo của bà. Đây chính là lý do phần nào đó giải thích cho việc tại sao thiết kế của Chanel 2.55 xuất hiện trong vô số các mẫu túi khác nhau của các thương hiệu khác nhau. Danh sách các nhà thiết kế và các thương hiệu chịu ảnh hưởng phong cách của bà cứ nối dài. Từ những cái tên đặc biệt như Tory Burch tới Mulberry hay những thương hiệu phổ thông như Topshop, tất cả đều khó có thể đưa ra mẫu thiết kế nào mà không tạo ra cảm giác “copy” một phần nào đó của Chanel.

Nhà mốt Chanel đã tự hồi sinh vào những năm 80 của thế kỷ trước – dưới sự cảm quyền của thiên tài tóc bạc của làng thời trang Karl Lagerfeld. Mùa này qua mùa khác, 2.55 được khoác áo mới với những biến tấu đặc sắc và đầy sáng tạo. Và mặc dù, sau nhiều thập kỷ, các mẫu túi sành điệu, hợp mốt của các thương hiệu danh tiếng khác đã bị lãng quên trong dòng chảy của lịch sử thời trang hoặc nằm trong những cửa hàng bán đồ từ thiện hoặc được rao bán trên eBay, mẫu túi có tuổi đời tới 60 năm, Chanel 2.55 này vẫn tiếp tục là phụ kiện được lựa chọn và không ngừng tôn vinh bởi các tín đồ thời trang. Và điều này sẽ vẫn còn tiếp tục và thậm chí kéo dài hơn nữa, cho tới khi vẫn còn người yêu thích thời trang.

THOM BROWNE

THIÊN TÀI PHÁ CÁCH

Không chỉ là thương hiệu được yêu thích bởi ngôi sao âm nhạc Hàn Quốc: G-Dragon, cái tên Thom Browne còn được yêu thích bởi rất nhiều quý ông lịch lãm và sang trọng. Về sáng tạo trên sàn diễn, Thom Browne cho chúng ta thấy một John Galliano của 10 năm trước. Về ứng dụng, Thom Browne cho thấy một lối cắt may chuẩn xác nhưng vẫn phá cách với những kiểu tay cộc và quần cộc. Đáng chú ý hơn cả là sau hơn 1 thập kỷ nỗ lực, cái tên Thom Browne được biết đến như một thương hiệu thực sự thay vì chỉ dừng lại ở vị thế của một nhân viên cũ của Ralph Lauren hay Armani.

Sinh ra ở Pennsylvania, Mỹ, Thom Browne chưa từng nghĩ mình sẽ trở thành NTK thời trang thậm chí khi đã bước chân vào giảng đường đại học với chuyên ngành Kinh tế học và cũng là tuyển thủ bơi lội. Năm 1997, anh tới New York để xin việc làm. Công việc đầu tiên của anh chính là bán hàng tại phòng trưng bày của Giorgio Armani. Từ đây Thom dần dần đắm mình trong thế giới thời trang. Sau đó, anh làm việc ở Club Monaco của Ralph Lauren và tích lũy kinh nghiệm liên quan đến việc thiết kế với thời trang. Không lâu sau đó, vào năm 2001, anh đã ra mắt thương hiệu mang chính tên mình Thom Browne. Dù chưa học thiết kế một cách chính thức, đầy đủ nhưng với kinh nghiệm bản thân, anh đã tạo ra những bộ suit vô cùng đặc biệt.

Điểm nổi bật của những bộ suit của Thom Browne là chúng có tay áo và ống quần ngắn hơn so với những mẫu thiết kế truyền thống. Ban đầu, những thiết kế của Thom đã khiến mọi người cảm thấy khó chịu bởi nó phủ nhận những gì vốn thuộc về truyền thống của đồ suit. Tuy nhiên, cùng với thời gian, những thiết kế của anh đã chứng minh cho mọi người thấy sự độc đáo và đặc biệt nên đã được chấp nhận và yêu thích. Thậm chí thiết kế của anh còn truyền cảm hứng cho thương hiệu khác.

Cứ thế mỗi mùa, Thom Browne lại mang đến cho giới yêu thời trang những trải nghiệm mới lạ với những thiết kế mang đậm tinh thần giới trẻ thành thị – hiện đại, bận rộn, lúng túng. Thú vị hơn nữa, mỗi show diễn của Thom Browne luôn có điểm nhấn của kịch nghệ, biến mỗi show diễn thành một trình diễn thực thụ. Khi được hỏi về Thom, Tommy Fazio - Giám đốc sáng tạo của Bergdorf Goodman nói: “Thom đã thổi một làn gió mới, tươi mát vào các bộ suit. Tôi thấy thiết kế na ná của Thom ở mọi nơi nhưng không ai tạo ra sự khác biệt như Thom. Và vì Chúa, ở các cửa hàng mua sắm, tôi nghe các chàng trai hỏi người bán hàng của Thom ở đâu còn nhiều hơn là hỏi các quý cô xinh đẹp đang ở đâu vậy! Chuyện ngỡ như đùa mà lại thật!”

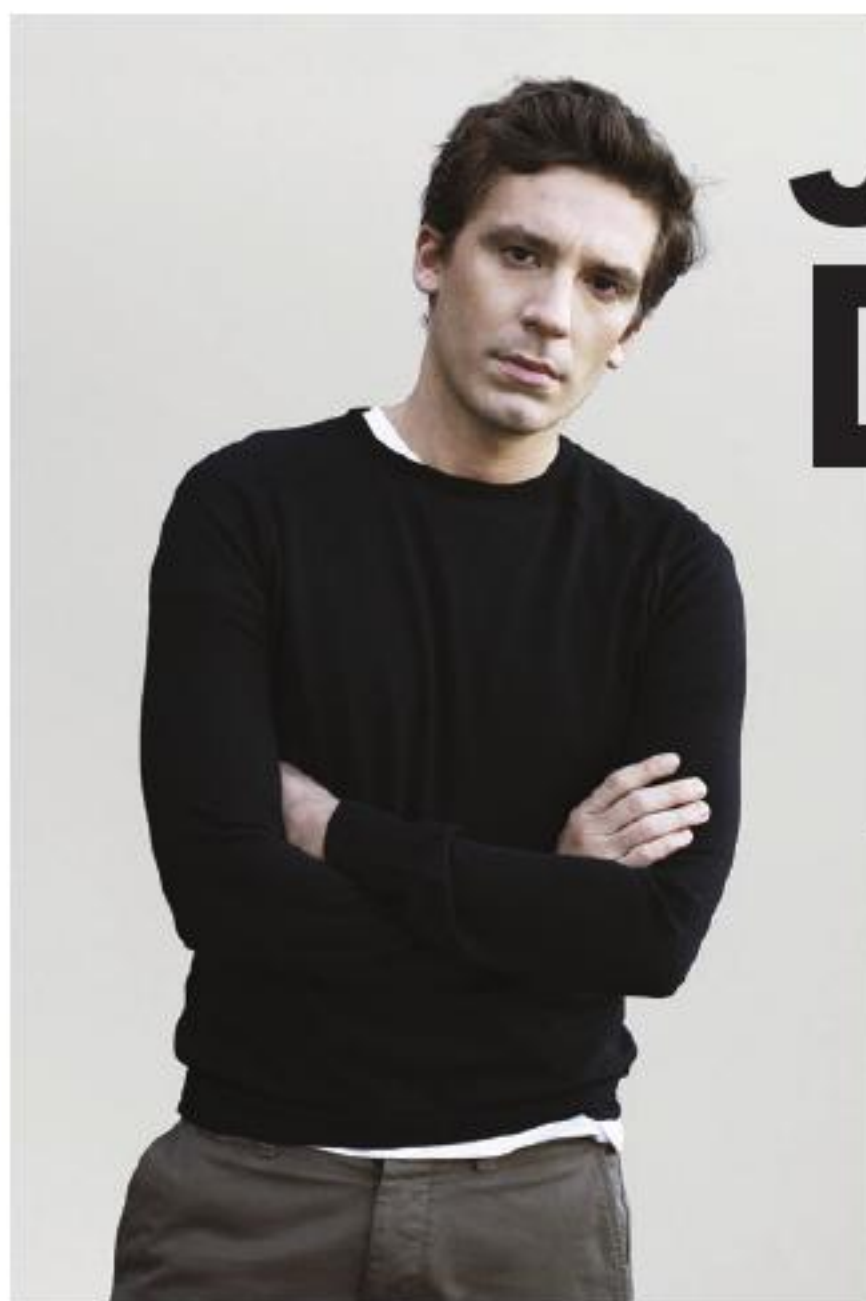
Năm 2006 được xem là thời khắc quan trọng nhất trong sự nghiệp của Thom khi ông giành giải nhà thiết kế trang phục nam giới ấn tượng nhất năm do hội đồng các nhà thiết kế Hoa Kỳ bình chọn CFDA (Council of Fashion Designers of America). Với một sự phá cách và khả năng sáng tạo, Thom đang chứng minh cho cả thế giới biết rằng không có qui tắc chung trong thời trang và càng không có khái niệm effortless chic. Với tâm hồn tự do và cá tính mạnh, Thom đang dẫn chỉ phối phong cách ăn mặc của một bộ phận giới trẻ toàn cầu và tìm cho mình chỗ đứng riêng trong ngành công nghiệp may mặc khắc nghiệt luôn đòi hỏi sự tươi mới.





TỐT NGHIỆP CHUYÊN NGÀNH KINH TẾ ĐẠI HỌC NOTRE DAME NHƯNG KHÔNG TÌM ĐƯỢC TIẾNG NÓI CHUNG VỚI NHỮNG CON SỐ, THOM BROWNE ĐÃ ĐẾN LA ĐỂ THEO ĐUỔI NGHỆ THUẬT. 02 ĐIỀU NÀY VỀ SAU CÓ ẢNH HƯỞNG RẤT LỚN TỚI THỜI TRANG CỦA THOM BROWNE – NÓ MANG CÁI ẢNH HƯỞNG CẢ TỪ KỊCH NGHỆ LẦN SỰ CHÍNH XÁC CỦA CÁC TỶ LỆ.





JULIEN DOSSENA

NGƯỜI HỒI SINH
PACO RABANNE

DƯỚI THỜI CỦA JULIEN DOSSENA,
THƯƠNG HIỆU PACO RABANNE ĐANG TRỞ
LẠI VỚI THỜI KỲ HƯNG THỊNH CỦA MÌNH
– TUY NHIÊN THEO MỘT CÁCH MỚI MẸ VÀ
HIỆN ĐẠI HƠN NHIỀU!





Gần 02 năm trở lại đây, thế giới thời trang bắt đầu ngày càng chú ý tới một nhà thiết kế trẻ. Anh là Julien Dossena và là người đã tiếp quản vai trò Giám đốc sáng tạo của thương hiệu Paco Rabanne – một thương hiệu vốn nổi tiếng với những mẫu thiết kế mang dấu ấn tiên phong avant-garde trong giai đoạn 1960. Phải nói rằng, trước khi Julien Dossena tới với Paco Rabanne, trong một thời gian dài thương hiệu này không ngừng loay hoay trong nỗ lực làm mới mình. Những nhà thiết kế đến rồi đi và Paco Rabanne vẫn không gì hơn một dấu chấm mờ nhạt trong các bản đồ tuần lễ. Chỉ khi Julien Dossena về với thương hiệu, Paco Rabanne mới thực sự trở nên mới mẻ.

Chỉ có Julien Dossena, người đã từng làm việc ở Balenciaga dưới thời của nhà thiết kế Nicolas Ghesquière, mới có thể tìm ra một cách mới mẻ để kết hợp với chất liệu chain mail (mắt xích) đã trở thành DNA của Rabanne. Bộ sưu tập mới nhất của Dossena, bộ sưu tập thứ 04 của anh dành cho Rabanne đã thực sự là một cú hit của mùa. Những đơn hàng yêu cầu những chiếc váy làm từ các vòng tròn bằng nhựa và những chiếc váy baby doll bằng da đen được gửi tới Rabanne từ khắp nơi trên thế giới. Trong số tháng 09 mới đây, tạp chí InStyle bình chọn Dossena vào danh sách 10 nhà thiết kế trẻ và quyền lực đang hồi sinh thành công những thương hiệu cổ điển.

Bộ sưu tập đầu tiên của Dossena cho thương hiệu Rabanne đã là một tiếng vang ngay từ khi vừa được giới thiệu. Những chiếc váy da bóng, những chiếc áo top kiểu kim loại ghép và những chiếc quần bò màu bạc trở thành những món đồ được dân Paris rất ưa chuộng. “Tôi đã luôn yêu thích thương hiệu Paco Rabanne bởi sự nổi loạn và tính hiện đại của họ.” Dossena chia sẻ. “Tôi muốn các bộ sưu tập mới của thương hiệu vẫn mang âm hưởng mỹ học của thương hiệu nhưng nó phải dành cho những người phụ nữ của thế kỷ 21.” Không có gì lạ khi Dossena là lựa chọn lý tưởng cho thương hiệu khi bản thân Dossena là một người có những góc nhìn rất mới mẻ và mang hơi hướng vị lai. Bên cạnh đó, anh cũng là người yêu thích những tác phẩm sci-fi như những tiểu thuyết của tác giả J.G. Ballard. Anh chia sẻ: “Điều mang lại cho tôi những hứng khởi từ những tác phẩm sci-fi là bạn phải tạo ra một thế giới hoàn toàn mới, phải hoàn thiện tất cả từ quang cảnh tới kiến trúc và các nhân vật. Paco Rabanne đã làm được điều đó với những người phụ nữ của ông trong những chiếc váy kim loại được bao quanh bởi những bức tường kim loại và những món nội thất kim loại. Giờ tới tôi, tôi sẽ xây dựng ý tưởng đó theo góc nhìn thực tế của tôi.”

Dossena sinh ra ở Brittany, học lịch sử nghệ thuật ở Paris và sau đó là học thời trang ở Brussels. Sau khi tốt nghiệp vào năm 2008, anh được Ghesquière thuê. Hiện nay Ghesquière đang là bạn trai của Dossena. Chính thời gian làm việc ở Balenciaga và tham gia vào quá trình thử nghiệm các kỹ thuật mới đã tạo cho Dossena một tiền đề vững chắc để cất cánh ở nhà Paco Rabanne. Những thiết kế chain mail tưởng rằng sẽ nặng nề của nhà Paco Rabanne trở nên nhẹ nhàng thanh thoát và như không với các thiết kế của Dossena. Và như vậy, không ngoa khi nói Dossena đã hồi sinh Rabanne.

Hiện nay ngoài việc làm giám đốc sáng tạo cho Paco Rabanne, Dossena còn đang điều hành thương hiệu Atto, một nhãn hiệu anh đồng sáng lập với 02 cự tượng của nhà Balenciaga. Giống với Ghesquière và các nhà thiết kế khác mà anh ngưỡng mộ (Martin Margiela và Helmut Lang), anh coi bộ sưu tập là một phần của một tầm nhìn lớn hơn. “Nếu bạn bắt đầu với quần áo, sau đó là những chiếc túi, logo, các cửa hàng và những thứ khác, bạn sẽ có thể lao đi với tốc độ của một viên đạn đại bác.”

A TOUCH OF MANNERISM

Giovanni | www.giovanni-italy.com | Facebook: [Giovanni.luxury](https://www.facebook.com/Giovanni.luxury)





Concept/Photographer: Mạnh Bì
Stylist: Nhung Kiko
Model: Kuba K. (Tây Model Agency)
Makeup & Hair: Thu Bê
Producer: Ngọc An
Clothing & Accessories: Giovanni | www.giovanni-italy.com | Facebook: [Giovanni.luxury](https://www.facebook.com/Giovanni.luxury)
Watch: Frederique Constant

















Chénh choáng CANNABIS

KHÔNG HÚT “CỎ” NHƯNG BẠN VẪN CÓ THỂ
NGHIỆN “CỎ” THEO MỘT CÁCH KHÁC.

Cannabis, hay cần sa, là một thành phần không phổ biến nhưng không quá kỳ dị trong nước hoa. Cannabis xuất hiện trong ít nhất 50 mùi hương (phổ biến và không phổ biến) theo liệt kê mới nhất trên trang web fragrantica.com. Tôi không có ấn tượng gì nhiều về note mùi này cho đến vài tháng trước, khi nhiếp ảnh gia của chúng tôi bắt đầu một câu chuyện về Cannabis Santal của Fresh. Trong vòng nửa tiếng, tôi nghe thấy những câu cảm thán lặp đi lặp lại, kiểu “mùi hương tuyệt vời”, “không thể chán được”, “như một kiểu gây nghiện” (nếu anh chàng này không phải PR của Fresh thì thật chẳng biết nên gọi anh ta là gì?).

Fresh là một thương hiệu mỹ phẩm độc lập tại Boston, ra đời từ năm 1991, nổi tiếng với việc sử dụng những thành phần tự nhiên trong một concept sang trọng. Đây là một thành công đáng nể của Fresh, nhất là khi thương hiệu này mới chân ướt chân ráo bước vào địa hạt nước hoa được vài năm. Có lẽ sự có mặt của Cannabis chính là yếu tố gây tò mò đến mức không thể chịu nổi và dẫn đến sự thành công vang dội của loại nước hoa này (nếu ta xét đến việc 49% người Mỹ đã từng hút cỏ ít nhất một lần trong đời). Tuy nhiên, thành thực mà nói, tôi không nhận ra note mùi đặc biệt nào chứng minh sự hiện diện của Cannabis trong mùi hương này.

Cannabis Santal phiên bản Eau de Parfum mở ra với sự cay ngọt ấm áp. Bạn có thể nhận ra ngay những note cam chanh nhẹ nhưng được làm mượt với mùi mật chín. Mặc dù mật nằm trong danh mục hoa quả nhưng thực tế note mùi này hoạt động như hổ phách hay đàn hương – nó có khả năng đặc biệt trong việc làm mềm những note mùi trái cây quá sắc sảo, xoa dịu sự sắc cạnh và giúp chúng liên kết với các note mùi khác một cách mượt mà.

Ở hương giữa, hoắc hương và hoa hồng tạo ra một bộ đôi quen thuộc của ngọt ấm và quyến rũ. Kiểu ngọt ngào ám khói của hương tro, không giống với gỗ bạch dương (tar) mà gần với mùi gỗ trầm incense nhưng vẫn không phải incense. Mùi hương chuyển xuống drydown để thành một chiếc bánh kem bơ với vanilla, sô cô la đen, xạ hương và cỏ vetiver. Vẫn chưa thấy dấu hiệu nào của Cannabis, hoặc tôi chưa đủ quen thuộc với “cỏ” ở mức ám ảnh để có thể nhận ra nó ngay trong hàng loạt note mùi quá quen thuộc, quá dễ nhận biết khác?

Hoá ra tôi không phải kẻ duy nhất có vấn đề với Cannabis của Fresh. Hàng loạt thành viên của Fragrantica (hầu hết đều rất có kinh nghiệm với mùi Cannabis) đã xác nhận lại điều này. Và buồn thay, dường như điều này lại xảy ra một lần nữa ở Cannabis Rose – mùi hương Cannabis thứ hai của Fresh. Cannabis Rose là một liều hoắc hương mãnh liệt và đen tối pha trộn với mùi hồng Bulgari. Rất ít người cảm nhận được mùi lá cần sa, dù nó được ghi chú ở hương giữa của Cannabis Rose, giống y như người anh em Cannabis Santal trước đó.





Một số người nói rằng họ nhận ra rất rõ mùi lá cannabis tươi ở ngay những note đầu tiên, dù chúng biến mất rất nhanh hoặc ở những note cuối cùng. Nhưng trên da tôi, "Smoke for the soul" bắt đầu với hương bưởi và bạch đàn, kéo dài khá lâu, lâu hơn bất cứ mùi cam quýt nào thường thấy.

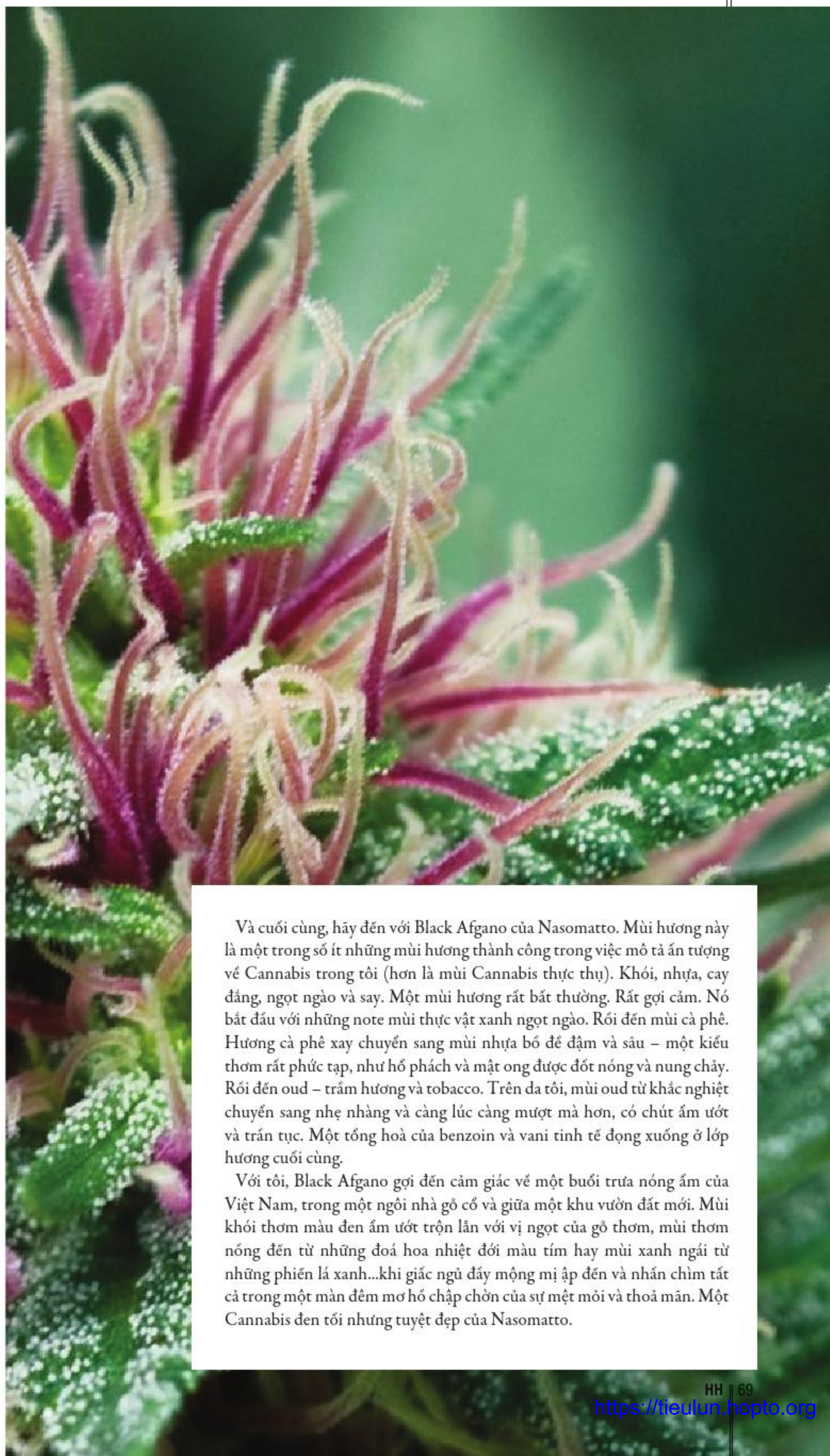
Đến đây, một vấn đề mới hiện lên trong tôi: vậy thì chính xác note mùi Cannabis mà các hãng nước hoa sử dụng trong sản phẩm của họ là mùi gì? Mùi lá Cannabis tươi khi vừa thu hoạch, hăng và tươi, đậm chất thảo mộc? Mùi lá Cannabis khô được cuộn lại và đốt lên cho những cơn phê chảnh choáng và thăng hoa, vẫn hăng và hôi và thơm một cách khác biệt khó diễn tả? Hay mùi nhựa Cannabis đốt cháy, chất kích thích mạnh nhất từ cây cần sa? Dù là note mùi nào, thật khó để mô tả lại nó một cách chính xác bởi mỗi loại "cỏ" lại có một mùi khác nhau. Cũng giống như những người hút thuốc lá không thể mô tả lại mùi thuốc lá một cách chính xác cho những ai chưa từng ngửi thấy mùi khói thuốc, mùi "cỏ" cũng giống hệt như vậy. Ta có thể nói cỏ Canada thơm hơn cỏ Việt, nhưng chính xác là kiểu thơm nào thì thật khó lòng diễn tả. Chỉ biết rằng nó là thứ mùi riêng biệt đặc trưng của cần sa mà chỉ những ai từng trải qua mới có thể nhận ra được. Có lẽ khi perfumer đặt tên 'cannabis' cho một mùi hương, hẳn họ muốn diễn tả một trong hai điều: Hoặc là mùi thảo dược xanh tươi hoặc là cảm giác chảnh choáng chao nghiêng nào đó hơn là mô tả một mùi cần sa thực thụ. Và cái công việc mà tôi đã làm, tức là chăm chăm đi tìm mùi Cannabis cụ thể trong nước hoa, bỗng trở nên vô nghĩa và khó khăn biết bao.

Vậy hãy đơn giản hoá mọi việc bằng cách đi tìm một ấn tượng Cannabis, cảm xúc Cannabis trong nước hoa.

Chúng ta có Smoke for the soul (2014), một phiên bản cần sa của By Kilian, đậm hương tobacco với gỗ và thảo mộc. Những note mùi đặc trưng của Smoke for the soul là bạch đàn, bưởi, thuốc lá, mate, bạch dương, gỗ cashmir, cần sa và bạch đậu khấu.

Một số người nói rằng họ nhận ra rất rõ mùi lá cannabis tươi ở ngay những note đầu tiên, dù chúng biến mất rất nhanh hoặc ở những note cuối cùng. Nhưng trên da tôi, "Smoke for the soul" bắt đầu với hương bưởi và bạch đàn, kéo dài khá lâu, lâu hơn bất cứ mùi cam quýt nào thường thấy. Nó vẫn còn tồn tại cho đến khi mùi khói thuốc pha lẫn những note thảo dược xanh xuất hiện. Mùi hương gỗ ngọt ấm. Mùi cay đầu đó của gia vị. Khi mùi bạch đàn lắng xuống, hương gỗ trở nên mạnh mẽ hơn nhưng vẫn khá mềm mại trong các note mùi xanh lá cây, cay và ngọt. Một hương thơm thanh lịch, đẹp nhưng không quá ấn tượng hay gây shock. Cannabis ở đây, nếu có, hẳn là một mùi hương tươi đậm chất thảo dược và xanh ngái, đẹp vừa đủ.

Hãy xem xét một phiên bản khác, Cannabis Flower của Demeter. Hoa cần sa. Không phải lá mà là hoa. Hoa cần sa, trong trường hợp bạn chưa biết, có mùi khá đơn giản. Nếu lá cần sa tươi cho chúng ta mùi thảo dược tươi và ngái thì hoa cần sa cũng mang đến một ấn tượng tương tự: một mùi thảo dược xanh cay đắng và ngọt. Nó thậm chí còn gợi ra mùi hoa khô và sẽ có thể làm bạn khó chịu nếu bạn hít sâu mùi hương của nó quá lâu. Cannabis Flower của Demeter có gợi ra mùi hoa cần sa đích thực hay không? Một câu hỏi rất khó trả lời, dù cho note mùi này được liệt kê như note mùi duy nhất trong tác phẩm của Demeter. Một mùi hương gia vị cay và trần tục, với vị đắng sôi nổi nhưng dịu mát. Một chút thoang thoang của hoa. Nhiều người nói rằng Cannabis Flower không có mùi của cần sa nhưng lại nhắc người ta nhớ đến cần sa. Nhưng bạn tôi, người từng xúc Cannabis Flower khi đi dưới một chuyến tàu điện ngầm ở London đã nghe thấy rõ ràng có ai đó thì thầm sau lưng (cách khoảng vài mét) về một mùi Cannabis rất tuyệt, rất "ngon lành", kèm thắc mắc: "không biết gã nào đang hút?".



Và cuối cùng, hãy đến với Black Afgano của Nasomatto. Mùi hương này là một trong số ít những mùi hương thành công trong việc mô tả ấn tượng về Cannabis trong tôi (hơn là mùi Cannabis thực thụ). Khói, nhựa, cay đắng, ngọt ngào và say. Một mùi hương rất bất thường. Rất gợi cảm. Nó bắt đầu với những note mùi thực vật xanh ngọt ngào. Rồi đến mùi cà phê. Hương cà phê xoay chuyển sang mùi nhựa bở để đậm và sâu – một kiểu thơm rất phức tạp, như hổ phách và mật ong được đốt nóng và nung chảy. Rồi đến oud – trầm hương và tobacco. Trên da tôi, mùi oud từ khắc nghiệt chuyển sang nhẹ nhàng và càng lúc càng mượt mà hơn, có chút ẩm ướt và trần tục. Một tổng hoà của benzoin và vani tinh tế đọng xuống ở lớp hương cuối cùng.

Với tôi, Black Afgano gợi đến cảm giác về một buổi trưa nóng ẩm của Việt Nam, trong một ngôi nhà gỗ cổ và giữa một khu vườn đất mới. Mùi khói thơm màu đen ẩm ướt trộn lẫn với vị ngọt của gỗ thơm, mùi thơm nồng đến từ những đoá hoa nhiệt đới màu tím hay mùi xanh ngái từ những phiến lá xanh...khi giấc ngủ đầy mộng mị ập đến và nhấn chìm tất cả trong một màn đêm mơ hồ chấp chờn của sự mệt mỏi và thoả mãn. Một Cannabis đen tối nhưng tuyệt đẹp của Nasomatto.



NÂNG CƠ KHÔNG PHẪU THUẬT

TÔI ĐÃ BƯỚC VÀO TUỔI 40, CÁC NẾP NHĂN SÂU ĐÃ BẮT ĐẦU XUẤT HIỆN. TÔI CÓ CẢM GIÁC CƠ MẶT KHÔNG CÒN SẼN CHẮC VÀ BẮT ĐẦU CHẢY SẼ. TÔI KHÔNG MUỐN TIẾN HÀNH PHẪU THUẬT VÌ KHÔNG CÓ THỜI GIAN PHỤC HỒI LÂU. LIỆU CÓ BIỆN PHÁP NÀO GIÚP NÂNG CƠ THẬT SỰ HIỆU QUẢ MÀ KHÔNG CẦN PHẢI PHẪU THUẬT KHÔNG? SỰ KHÁC BIỆT CỦA CÁC BIỆN PHÁP NÀY LÀ NHƯ THẾ NÀO?

BA KIỂU NÂNG CƠ KHÔNG PHẪU THUẬT PHỔ BIẾN

Bác sĩ Adam Rubinstein (Bác sĩ PTTM tại Miami, Mỹ. Website: dr-Rubinstein.com).

Phải nói rằng không có biện pháp nào giúp nâng cơ hiệu quả bằng phương pháp phẫu thuật. Tuy nhiên, vẫn có một loạt các phương pháp trị liệu không cần phẫu thuật dành cho những ai không có ấn tượng tốt với dao kéo. Tùy theo nhu cầu, bạn có thể lựa chọn một trong ba nhóm phương pháp sau đây:

1. Phương pháp đầu tiên là một mũi tiêm Botox hoặc Dysport (về cơ bản là giống nhau nhưng xuất xứ từ hai công ty khác nhau). Những sản phẩm này được tiêm vào cơ bắp để thư giãn và ngăn chặn sự tiến triển hay sản xuất của các nếp nhăn trên khuôn mặt. Ưu điểm của tiêm Botox/ Dysport là đã được kiểm chứng với một lượng lớn dân số sử dụng, rất an toàn, hiệu quả và giá cả phải chăng. Một mũi tiêm cũng chỉ làm mất của bạn vài phút, thậm chí không cần thời gian phục hồi. Nhưng hiệu quả sẽ chỉ duy trì từ 3-4 tháng. Tôi đề nghị bạn thực hiện biện pháp này nếu các nếp nhăn của bạn tập trung ở vùng giữa mắt và trên trán. Đây là hai khu vực đáp ứng rất tốt với Botox và Dysport.

2. Đối với các nếp nhăn sâu hơn, ở khoé mũi, góc miệng (còn được gọi là các nếp gấp nasolabial), bạn có thể xem xét tiêm chất làm đầy. Loại nổi tiếng nhất là chất làm đầy axit hyaluronic (các trị liệu như Restylane, Perlane, Juvederm, Hydrelle và Prevelle về cơ bản đều sử dụng chất làm đầy axit hyaluronic). Chất làm đầy được tiêm vào mặt để chèn vào các nếp nhăn sâu.

Kết quả có thể kéo dài từ 2 tháng đến một năm tùy theo sản phẩm được sử dụng và vị trí tiêm. Ngoài axit hyaluronic, một chất liệu đang rất được ưa chuộng là sử dụng mỡ tự thân – tức là lấy mỡ từ các vùng khác của cơ thể và tiêm vào mặt để làm phẳng các nếp nhăn.

3. Phương pháp cuối cùng là tái tạo bề mặt da hoặc làm săn chắc da bằng liệu pháp lột tẩy hay laser. Trong khi lột tẩy hoá học thường chỉ can thiệp vào lớp da bên ngoài và giúp xử lý những vết chân chim nhỏ thì laser có thể can thiệp sâu hơn trong lớp đáy của da và mang đến hiệu quả tốt hơn. Trị liệu laser tốt nhất hiện nay theo tôi là điều trị bằng laser CO2 fractional. Với phương pháp điều trị này, bạn sẽ thấy trên da xuất hiện các lưới chấm đen nhỏ như vết nám sau khi chiếu laser nhưng đừng lo, chỉ sau khoảng một tuần, lớp nám này sẽ được bóc ra và thay bằng làn da mới săn chắc hơn. Tuy nhiên, cũng phải nhắc lại là biện pháp này sẽ giúp tổng thể khuôn mặt nhìn trẻ trung hơn với các dấu hiệu tích cực liên quan đến sắc tố, sự săn chắc nhưng không thực sự giải quyết hết những nếp nhăn sâu trên gương mặt.

NÂNG CƠ BẰNG CHỈ: THON GỌN KIỂU VLINE

Bác sỹ Kwon Han Jin (người phát minh ra phương pháp nâng cơ Ultra V Lift gây sốt tại Hàn Quốc và thế giới trong 2 năm qua).

Nâng cơ Ultra V Lift là biện pháp nâng cơ không phẫu thuật rất khác biệt và hầu như không áp dụng bất cứ kỹ thuật nâng cơ truyền thống nào. Bạn có thể gọi đây là kiểu nâng cơ bằng chỉ. Chúng tôi sử dụng chỉ sinh học polydioxanone, hay còn gọi là PDO – được đưa vào khu vực cần điều trị dưới da theo hình mạng lưới để kích thích tế bào da. Kết quả là, các mô da nguyên bào sợi tạo mô mới và collagen, để tạo ra một hiệu ứng thắt chặt từ bên trong. Phần da chảy sệ sẽ được thắt chặt tự nhiên.

Trị liệu này có thể áp dụng ngay khi bạn 30 tuổi để gương mặt thon gọn hơn về tổng thể (với đường nét Vline đang rất được ưa chuộng ở Châu Á) chứ không chỉ là giảm nếp nhăn. Nếu bạn từ 30-40 tuổi, bạn có thể chỉ cần 1 lần/1 năm. Nếu bạn từ 40- 50 tuổi, bạn có thể phải thực hiện liệu pháp này 2 lần/năm, nhưng không cần hơn.

Điều duy nhất cần chuẩn bị cho nâng cơ bằng chỉ là bạn nên áp dụng kem dưỡng ẩm tái tạo của chúng tôi trong 1-2 tuần trước khi thực hiện và tránh uống rượu. Thời gian thực hiện chỉ mất một bữa trưa và thời gian phục hồi là rất ngắn, chỉ có một chút sưng hay bầm tím nhỏ. Kỹ thuật này đang được áp dụng tại hơn 2000 thẩm mỹ viện của Hàn Quốc, chưa kể Nhật Bản, Trung Quốc và Việt Nam.

NÂNG CƠ KHÔNG PHẪU THUẬT CÓ THỂ TỐN KÉM VÀ ÍT HIỆU QUẢ

Bác sỹ David L. Mobley

(Bác sỹ phẫu thuật tại Sarasota, Mỹ. Website: www.sarasotaplasticsurgery.com).

Căng da mặt hay nâng cơ không phẫu thuật thường được khuyến khích nếu bạn đặt chân vào một trung tâm thẩm mỹ không được cấp phép cho những trị liệu phức tạp cần dao kéo. Ở những nơi này, nhân viên chỉ được cấp phép cho những biện pháp không xâm lấn nên họ rất thích đề nghị bạn thực hiện tất cả những biện pháp không phẫu thuật. Họ thường thổi phồng tác dụng của những trị liệu này, sau đó đánh vào tâm lý sợ dao kéo của bệnh nhân. So với việc phải nằm trên bàn mổ, gây mê và cảm thấy có ai đó đang rạch vài nhát trên gương mặt, hẳn ai cũng thích chỉ cần một mũi tiêm là có thể giải quyết được vấn đề. Nhưng bạn cần hiểu cốt lõi của vấn đề trước khi thực hiện bất cứ trị liệu nào, bởi gương mặt của bạn chỉ có một.

Thông thường nhu cầu căng da mặt trở nên đặc biệt cấp thiết khi bạn bước qua tuổi 40. Về tổng thể, không chỉ các nếp nhăn xuất hiện mà đáng quan tâm hơn là da bị chùng xuống, lỏng lẻo, kém săn chắc. Giải quyết một nếp nhăn có thể rất đơn giản: một mũi tiêm Botox hay sử dụng các chất làm đầy phổ biến hiện nay. Nhưng bạn không thể làm da săn chắc hơn chỉ bằng một mũi tiêm. Đây là lúc chúng tôi cần đến phẫu thuật bóc tách mỡ, nâng các cơ mặt lên phía trên hay phía sau, tái cấu trúc da để da trở nên săn chắc hơn, giảm lỏng lẻo và chảy sệ. Chúng tôi có thể sẽ phải sử dụng hơn một liệu pháp: với người này phải kết hợp cả laser và phẫu thuật, với người kia có thể là phẫu thuật và ghép mỡ tự thân hay một mũi tiêm chất làm đầy... Kết quả từ sự kết hợp này có thể bền đến 7 hay 10 năm. Chi phí ban đầu của phẫu thuật có thể tốn kém hơn các trị liệu không phẫu thuật nhưng nếu bạn tính đến việc phải lặp lại các trị liệu không phẫu thuật sau 3,4 tháng thì chưa biết phương pháp nào tiết kiệm hơn.

NÂNG CƠ BẰNG CHỈ SINH HỌC ĐƯỢC BÁC SỸ KWON HAN JIN CÔNG BỐ TỪ NĂM 2013. MẶC DÙ LIỆU PHÁP NÀY ĐANG RẤT ĐƯỢC ƯA CHUỘNG TRONG GIỚI DIỄN VIÊN CA SỸ HÀN VÀ ĐANG LAN TOẢ SANG CHÂU Á NHƯNG LỊCH SỬ CỦA NÓ MỚI ĐƯỢC 2 NĂM. CÁC PHẢN HỒI VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯA NHIỀU NẾU SO VỚI CÁC BIỆN PHÁP TRUYỀN THỐNG.





ĐỂ TRÁNH BỊ THU HÚT BỞI NHỮNG CHIÊU MARKETING TỪ CÁC SPA KHÔNG ĐƯỢC CẤP PHÉP CHO PHẪU THUẬT, BẠN NÊN QUAN TÂM TỚI NHỮNG VẤN ĐỀ SAU:

1. Trình độ của bác sĩ. Bác sĩ có trình độ ở mức nào, có làm việc trong những bệnh viện uy tín hay không? Bác sĩ có được cấp phép để thực hiện phẫu thuật thẩm mỹ hay không?

2. Tránh kiểu bác sĩ (hoặc nhân viên thẩm mỹ) điều trị cho mọi dấu hiệu lão hoá trên gương mặt bằng một mũi tiêm hay chất làm đầy. Nếu bác sĩ bảo với bạn rằng nâng cơ không phẫu thuật có thể hiệu quả vĩnh viễn hay vài chục năm, hoàn toàn có thể thay thế cho nâng cơ bằng phẫu thuật, hãy chấm dứt thăm khám với vị này ngay.

3. Hãy nhớ rằng chất độn da, Botox và mỹ phẩm nâng cơ có khả năng giúp gương mặt nhìn đầy đặn hơn, có vẻ phẳng hơn và giúp bạn trông trẻ hơn. Nhưng thực tế không biện pháp nào trong số này giải quyết được tình trạng chảy sệ, nhão da, lỏng cơ. Chỉ cần chạm vào khuôn mặt là bạn có thể đánh giá được tình hình.

4. Bạn cũng cần hiểu rằng không phải bệnh nhân nào bị lão hoá da cũng cần phẫu thuật. Nếu da bạn có rất ít triệu chứng cho sự chảy sệ và vẻ cơ bản bạn chỉ có vài nếp chân chim không đáng kể thì tôi vẫn khuyên bạn nên đến với một mũi tiêm Botox. Nhưng thường thì bệnh nhân không tự đánh giá được tình trạng của mình, do đó, bạn nên thăm khám ở một địa chỉ tin cậy.

nashi

PHƯƠNG PHÁP MỚI CHĂM SÓC VẺ ĐẸP

Với thành phần bao gồm Tinh dầu Argan, tinh dầu hạt lanh, Tensioactive lưỡng tính, chất Hydrat hóa nguồn gốc từ đường, sản phẩm gội xả phục hồi chuyên sâu Nashi Argan giúp phục hồi, nuôi dưỡng và tạo độ bóng sáng hoàn hảo cho mái tóc. Giúp bảo vệ mái tóc khỏi sự khô ráp từ các yếu tố bên ngoài, trong khi vẫn tạo được hiệu quả chống lão hóa và chống oxy hóa cho tóc. Phục hồi, nuôi dưỡng những mái tóc bị hư tổn và đem lại sự mềm mại, mượt mà, kiểm soát được lọn tóc tuyệt đối và bảo vệ tóc khỏi tia UV, các yếu tố gây hại từ môi trường.

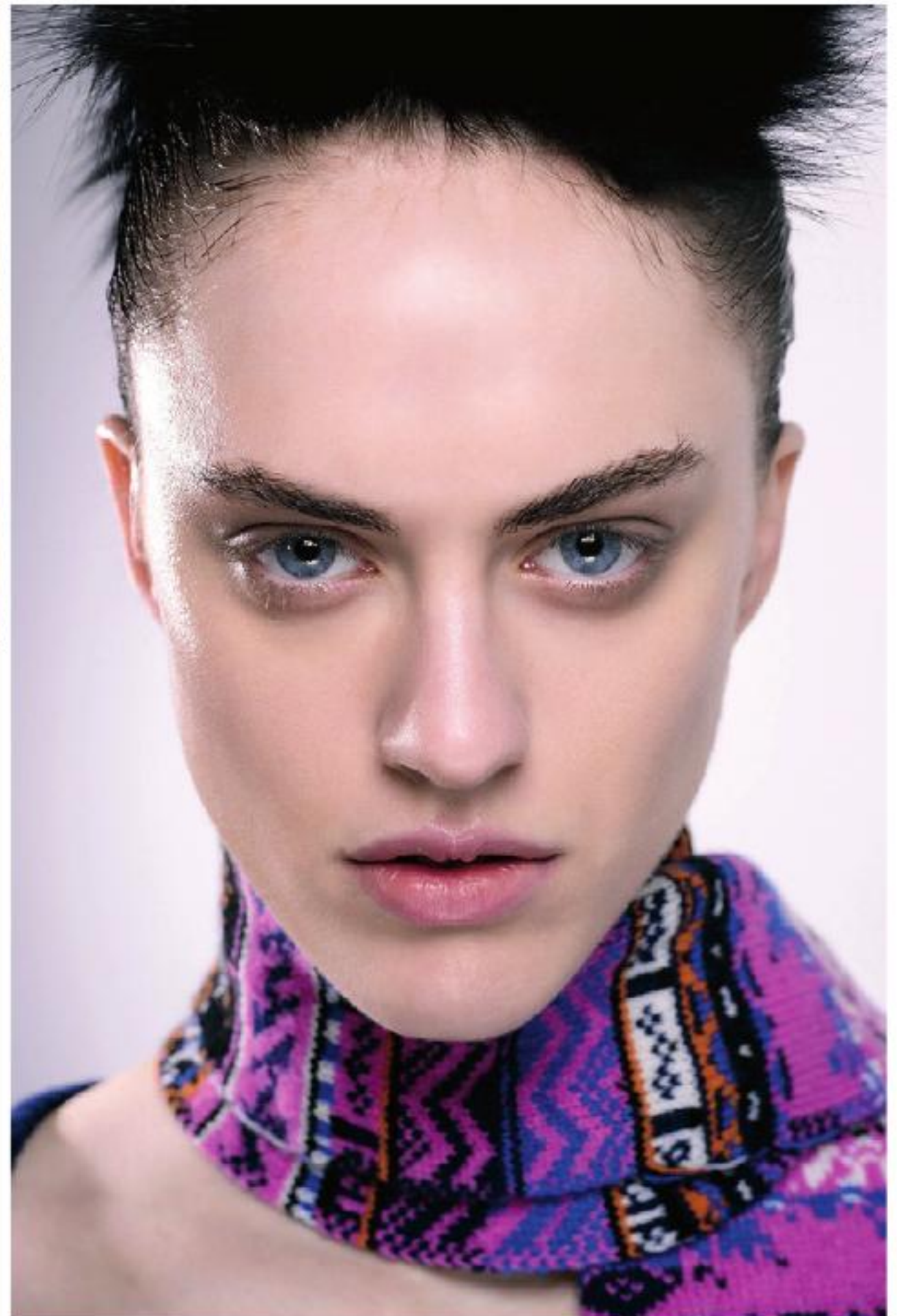


THIEN AN COSMETICS - 94 Lương Yên, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội - **ĐT:** 04 3972 8182, **Fax:** 04 3972 7880
HCM: 47B Lê Văn Lương, P. Tân Phong, Q.7 - **ĐT:** 08 37760064, **Hotline:** 0988 226644, **Tech:** 0932 131131
Website: www.thienanco.vn - **Showroom:** www.yeulamdep.vn - **Facebook:** Nashi Argan Vietnam



<https://tieulun.hopto.org>

SHOW: PRABAL GURUNG, TADASHI SHOJI, ZAC POSEN, J.W. ANDERSON ,
JONATHAN SAUNDERS, ALBERTA FERRETTI, DSQUARED2, MOSCHINO.



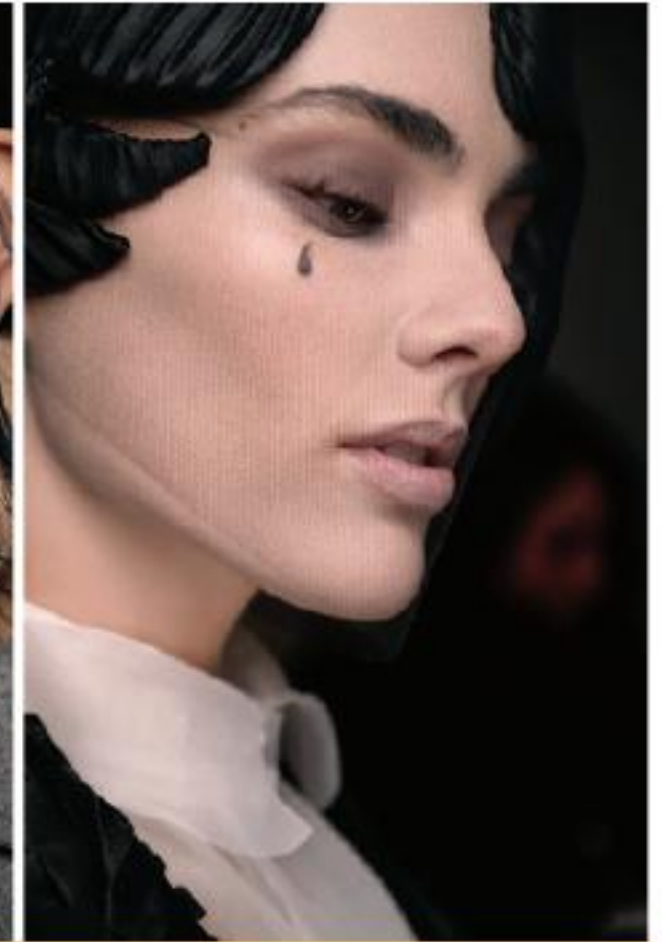
SỰ MỘC MẠC TINH TẾ

Tự nhiên vẫn là một xu hướng quen thuộc của Thu Đông 2015 nhưng sự tinh tế trong phong cách trang điểm này nằm ở nét mộc mạc xen lẫn sự hoàn hảo chần chừ. Không chỉ là làn da phủ sương trong suốt, kiểu trang điểm này giăng co giữa hoàn chỉnh và dang dở, chơi đùa với những gam màu trung tính và kết cấu đơn giản. "Màu sắc hay kết cấu không nên được nhìn thấy một cách quá rõ nét", chuyên gia trang điểm Val Garland nhận xét "Ấn tượng quan trọng đầu tiên là làn da tươi tắn". "Phong cách này không hoàn toàn là sự tự nhiên, nó thậm chí còn khá bóng bẩy, trau chuốt nhưng vẫn tôn trọng cá tính riêng", Chuyên gia Lyne Desnoyers cho biết thêm: "Chúng tôi làm rõ nét khuôn mặt nhưng không thay đổi hình dạng hay cấu trúc của nó".

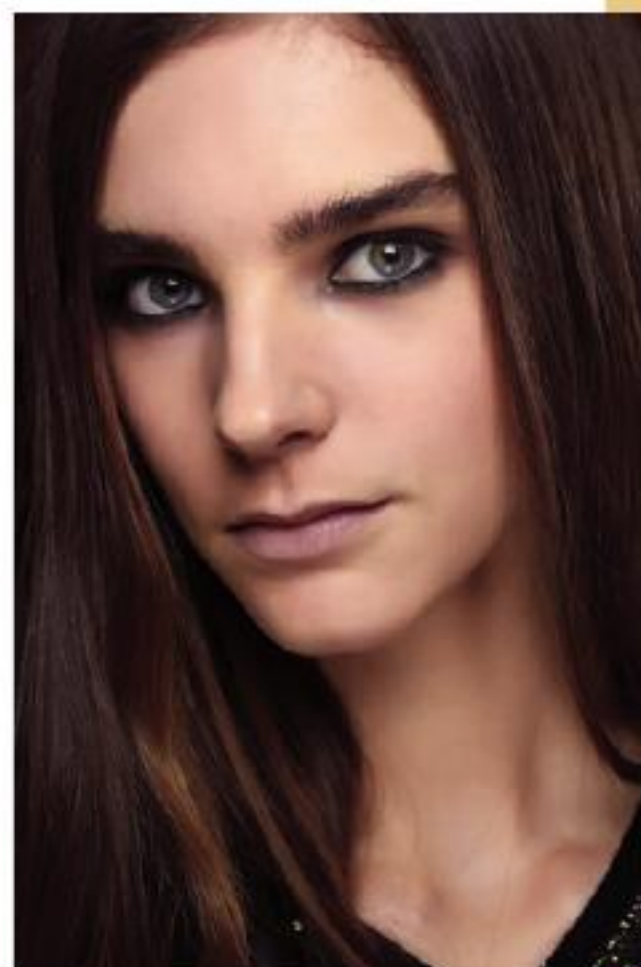
Phong cách này là định nghĩa mới cho sự thanh lịch và hình thành nên chất hiện đại cho trang điểm. Và những chi tiết nhỏ sẽ tạo ra những điểm nhấn quan trọng nhất: đôi chân mày rõ nét, thẳng hơn, rậm hơn và dứt khoát; những đường tạo khối sắc nét với phấn má hồng, bronze; mascara đen và trau chuốt. "Chúng tôi tập trung vào sự tinh chỉnh, cũng giống như một bộ đồ hàng hiệu chỉ có thể cảm nhận được hết sự tinh xảo nếu bạn nhìn gần vào những chi tiết tỉ mỉ của nó. Trang điểm cần phải được đo đếm để mang đến sự phù hợp hoàn hảo". (Terry Barber)



SHOW: ALTUZARRA, THOM BROWNE, HOLLY FULTON, MARQUES' ALMEIDA, PAUL SMITH
SASS AND BIDE, SIMONE ROCHA, BLUMARINE



MẮT LEM KIỂU MỚI



Yếu tố “thật” được đánh giá cao trong vài mùa gần đây, khi lối trang điểm chuyên nghiệp của catwalk đôi khi quá hoàn hảo, quá tinh xảo đến mức không thể áp dụng nổi. Và làm thế nào để gợi lên chất “thật” này? Kiểu trang điểm mắt lem là một điểm nhấn để tạo ra sự tương tác và gắn gũi với cuộc sống: đôi mắt không hoàn hảo nhìn như sản phẩm của một cô gái thích tự trang điểm ở nhà. Dĩ nhiên, chất “thật” này khi qua tay các chuyên gia trang điểm đỉnh cao vẫn không thể che giấu được sự gợi cảm và tinh tế. “Nó gợi cảm hơn cả phong cách Grungy, nó đưa trang điểm truyền thống lên một tầm cao mới. Một phiên bản khác của những thứ đã từng vô cùng hoàn chỉnh trong quá khứ”, theo Terry Barber. Mascara như được để qua đêm, liner bị lem, sắc đen hơi nhàu và màu sắc như bị phai mờ đi là những yếu tố chính và cơ bản của phong cách trang điểm mắt này. “Đây là kiểu trang điểm đặt mọi thứ lên sau đó lấy dần đi cho đến khi chỉ còn sót lại những chi tiết “thật” một cách hoàn hảo” (Lyne Desnoyers)

**MARCIO
KOGAN**
và
MK27



KHÔNG NGỪNG LẤY Ý TƯỞNG TỪ CHÍNH NHỮNG THƯỚC PHIM, MARCIO KOGAN VÀ CÔNG TY CỦA ÔNG ĐÃ CHƠI VỚI CÁC MẶT PHẲNG ĐỂ TẠO RA NHỮNG NGÔI NHƯ HÌNH ỒNG, KHỐI HỘP THEO NHỮNG CÁCH KHÔNG THỂ MƠI MẸ, KHÔNG THỂ HIỆN ĐẠI HƠN. CÓ LẼ, KHÔNG NGOA KHI NÓI RẰNG MARCIO KOGAN CHÍNH LÀ VỊ NHẠC TRƯỞNG CỦA KIẾN TRÚC ĐÔ THỊ HIỆN ĐẠI.

Khi nói về các quốc gia kiến trúc, người ta thường nghĩ về các cường quốc như Mỹ, Anh, Pháp, Đức, Tây Ban Nha hơn là nghĩ về Brazil. Điều này cũng đơn giản và dễ hiểu bởi những quốc gia trên là những quốc gia vốn mê xây dựng, đặc biệt là Mỹ. Theo tỷ phú Mỹ Donald Trump thì cứ cách 2,5km, Mỹ lại có một công trình trị giá lên tới \$9,5 triệu. Để kiểm chứng thêm về việc các quốc gia trên là các cường quốc kiến trúc, hãy cùng người viết bài cũng xem qua danh sách nhận giải Oscar của kiến trúc: Pritzker. Mỹ: 07 lần nhận giải thưởng Pritzker. Anh: 04 lần nhận giải thưởng Pritzker, gấp đôi số lần của Pháp. Tuy nhiên, mặc dù các nước như Tây Ban Nha hoặc Đức chỉ mới một lần đoạt giải Pritzker nhưng đây vẫn có thể xếp vào danh sách các cường quốc kiến trúc do họ đã có một bề dày lịch sử văn hóa kiến trúc từ trước đó.

Tuy nhiên, nếu so với các quốc gia trên thì Brazil không mang lại cho mọi người một ấn tượng về lớn về kiến trúc. Thực tế, Brazil gây ấn tượng nhiều hơn với mọi người với những người mẫu và những danh thủ bộ môn túc cầu. Nhưng mọi thứ đã bắt đầu có xu hướng thay đổi khi vào năm 1988, Brazil đã chính thức ghi tên mình vào danh sách những quốc gia đoạt giải Pritzker. Điểm đặc biệt ở đây là trước đó Brazil không có một sự kiện giống như Thế vận hội Olympics “toàn phát” 08/08/2008 của Trung Quốc. Trong sự kiện này, Trung Quốc đã mời các kiến trúc sư hàng đầu của thế giới tới để cải tạo lại diện mạo cho Bắc Kinh – đồng thời đây cũng có thể coi là một nguồn cảm hứng cho các kiến trúc sư Trung Quốc. Kết quả như chúng ta đều biết, 04 năm sau Trung Quốc đã có công trình Pritzker của riêng mình, do người Trung Quốc thiết kế, xây tại chính Bắc Kinh – nơi trước đây chỉ có những cái tên như Norman Foster hay Frank Gehry tô điểm.

Trở lại với kiến trúc của Brazil, thực tế kiến trúc Brazil có thể coi chính là xu hướng của kiến trúc đương đại. Lối kiến trúc này có phần rất khác biệt so với lối kiến trúc của người châu Á. Đó là nếu như người châu Á thực hiện việc cải tổ lại thiên nhiên và môi trường sống thì kiến trúc Brazil và kiến trúc của một số nước Tây Âu lại chọn cách khác: họ tìm cách hòa nhập vào và trở thành một phần của môi trường sống đó. Và đây cũng chính là ví dụ tiêu biểu cho kiến trúc xanh hay kiến trúc bền vững.

Tuy nhiên, tác giả của những công trình được chụp hình và đăng tải ở đây không phải kiến trúc sư người Brazil đã đoạt giải Pritzker vào năm 1988. Ông cũng chẳng phải người Brazil đã đoạt giải Pritzker vào năm 2006. Nhưng không ai có thể phủ nhận Marcio Kogan là một kiến trúc sư tiêu biểu cho kiến trúc của Brazil khi ông biết cách tận dụng triệt để thiên nhiên để phục vụ cho các công trình của mình. Ông tìm ra cách hòa mình vào thiên nhiên theo cách sành điệu và thời thượng nhất. Nhìn vào những công trình của Marcio Kogan, chúng ta có thể dễ dàng cảm thấy như trước mắt chúng ta là những công trình bên bờ biển Địa Trung Hải – đầy ấn tượng.

Ngài Jonathan Cheng – Giám đốc điều hành của Jen Capital, đơn vị đang hợp tác với MK 27 Studio chia sẻ: “Marcio Kogan

là một kiến trúc sư đặc biệt. Ông có một ngôn ngữ kiến trúc đặc biệt. Anh có thể dễ dàng nhận thấy điểm chung và nổi bật trong các dự án nhà mà ông thiết kế. Chẳng hạn như những thiết kế của Paraty House hay Chimney House, Panama House, tất cả đều có điểm chung khiến mọi người chỉ nhìn qua là đều có thể dễ dàng nhận ra phong cách của Marcio Kogan.” Ngài Jonathan Cheng chia sẻ thêm: *“Là một kiến trúc sư từng có sự nghiệp là một đạo diễn phim, Marcio Kogan nhấn mạnh và đề cao các diện tích bề mặt thoáng rộng và khoáng đạt. Với ông, những bề mặt diện tích giống như những màn hình chiếu phim. Cùng một diện tích nhưng Marcio Kogan tạo ra rất nhiều bề mặt diện tích khác nhau để mọi người có thể cùng vui chơi và giải trí và thư giãn.”*

Lối kiến trúc của Marcio Kogan cực kỳ đơn giản, đơn giản từ việc bố cục các hình khối không gian tới việc sử dụng chất liệu tự nhiên để tạo ra một sự tương phản đối chọi. Tuy nhiên, càng tiếp cận kiến trúc của Marcio Kogan, bạn càng dễ dàng nhận thấy các công trình của ông hoàn toàn không đơn giản. Ông xử lý ánh sáng, xử lý các khoảng không gian, các diện tích để sự đơn giản của ông không bị nhàm chán mà trở thành tinh tế, hài hòa và phức tạp.



CƯ DÂN VINHOMES ĐƯỢC TẶNG RAU SẠCH VINECO

BÀI: XUÂN MINH

Báo cáo “Cận cảnh người tiêu dùng Việt Nam 2015” do Nielsen Việt Nam công bố tháng 8 vừa qua cho biết 39% người tiêu dùng coi sức khỏe là mối quan tâm hàng đầu. 73% người tiêu dùng sẵn sàng trả nhiều tiền hơn cho dịch vụ, sản phẩm chất lượng cao, và trung bình họ dành tới 12% thu nhập mỗi tháng (đứng thứ 2 sau chi tiêu cho con cái) vào các sản phẩm và dịch vụ liên quan tới sức khỏe. Trong đó, thực phẩm sạch là một trong những từ khóa “hot” nhất.

Bởi vậy, không khó hiểu khi những thông tin về dự án nông sản sạch VinEco của Tập đoàn Vingroup đã được đón đợi ngay từ khi công bố hồi đầu năm, và được người tiêu dùng quan tâm, ủng hộ từ lúc khởi công nhà kính cho đến khi mẻ rau đầu tiên đưa mắt ngày 1/10. Theo kế hoạch, mỗi ngày VinEco sẽ cung ứng hơn 30 tấn rau sạch đạt tiêu chuẩn VietGAP và GlobalGAP ra thị trường. Chúng loại rau khá đa dạng, đáp ứng nhu cầu hàng ngày như rau muống, mướp đắng, mướp ngọt, cải củ ăn lá, dền đỏ, dền xanh, dền tía, rau lang ngọn, bí đao, bí đỏ, xà lách, dưa chuột, cà tím, đậu cove... phân phối qua hệ thống siêu thị VinMart và cửa hàng VinMart+.

Thấu hiểu mối quan tâm lo lắng của người dân, đồng thời để tri ân những khách hàng đã tin tưởng lựa chọn Vinhomes, ngày 5/10 vừa qua, Tập đoàn Vingroup đã khởi động chương trình “Rau quả sạch cho mọi nhà” tại chuỗi đô thị Vinhomes. Bước đầu, chương trình cung cấp miễn phí các sản phẩm rau củ quả sạch trong thời gian từ 1 - 3 tháng (tùy từng dự án/khu đô thị) cho các chủ sở hữu căn hộ và biệt thự Vinhomes tại Hà Nội và TP.HCM:



TRONG BỐI CẢNH NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐẶT THỰC PHẨM SẠCH VÀ CÁC VẤN ĐỀ LIÊN QUAN TỚI SỨC KHỎE THÀNH MỐI QUAN TÂM HÀNG ĐẦU, THÔNG TIN RAU SẠCH VINECO... ĐÃ THU HÚT SỰ QUAN TÂM ĐẶC BIỆT CỦA CÔNG CHÚNG.

Vinhomes Times City, Vinhomes Royal City, Vinhomes Đồng Khởi, Vinhomes Central Park,...

Điều đặc biệt là từng phần rau củ tươi xanh, an toàn gửi đến các hộ gia đình cư dân Vinhomes đều được các chuyên gia VinEco tính toán, cân đối theo độ dinh dưỡng. Nhờ vậy, cư dân có thể tiết kiệm thời gian lên thực đơn và đi chợ mà vẫn có những bữa ăn dinh dưỡng trọn vẹn.

Về nước sau mười năm cư trú ở Anh, chị Nguyễn Minh Phương – một cư dân Vinhomes Times City cho biết: “Chồng mình là người Anh, rất coi trọng sức khỏe đòi hỏi tiêu chuẩn sống cao. Anh ấy rất hài lòng với môi trường sống dịch vụ tại Vinhomes nhưng vẫn lo lắng về vấn đề an toàn thực phẩm vì mình vẫn đang mua rau quả ở chợ. Khi biết thông tin Tập đoàn Vingroup đầu tư vào nông nghiệp, hai vợ chồng mình đều rất trông ngóng. Bởi là cư dân đang sống tại khu đô thị của Vinhomes, được chứng kiến những gì Tập đoàn Vingroup cam kết và hành động, chúng mình hoàn toàn tin tưởng vào VinEco.”

Chương trình tặng rau miễn phí cho cư dân chỉ là một trong rất nhiều giá trị gia tăng mà khách hàng liên tục nhận được từ chủ đầu tư sau khi quyết định trở thành cư dân Vinhomes. Không dừng lại ở việc kiến tạo nên những khu đô thị đáng sống bậc nhất Việt Nam, với sứ mệnh “Vì một cuộc sống tốt đẹp hơn cho người Việt”, Tập đoàn Vingroup và Vinhomes luôn nỗ lực gia tăng giá trị sống cho khách hàng, thể hiện uy tín và sự cam kết về một cuộc sống xanh thực sự tại Vinhomes. Đặc biệt, chương trình áp dụng cho cả khách hàng sẽ mua căn hộ/biệt thự Vinhomes từ bây giờ đến cuối năm 2015.

TRAVEL TO MILAN, ITALY



Là thánh đường của thời trang Ý, Milan có một sức hút đặc biệt với các tín đồ thời trang và giới mộ điệu không chỉ bởi những cung đường hàng hiệu, các trung tâm mua sắm luôn được trang hoàng rực rỡ mà còn bởi không khí đặc biệt nơi đây. Nếu một lần tới Milan vậy đừng quên dành thời gian khám phá các bộ sưu tập nghệ thuật, nhà hát opera La Scala và nếm thử những món đồ ăn đặc trưng của Ý.

**BLAZER DOLCE & GABBANA**

Một chiếc áo blazer không thể đẹp hơn, tinh tế và thể hiện tay nghề may đo tinh tế và tỉ mỉ của Ý. Phong cách nữ tính hoàn hảo, áo được may từ chất liệu len pha cao cấp với cấu vai độn.

**TÚI LOUIS VUITTON**

Một điểm nhấn ấn tượng cho set đồ, mẫu túi Louis Vuitton của mùa một Thu – Đông cũng là lời khẳng định và tuyên bố đầy ấn tượng của bạn về phong cách thời trang của mình.

**ÁO SAINT LAURENT**

Áo được Saint Laurent với các chi tiết trang trí hình ngôi sao màu vàng, một motif rất được ưa chuộng của thương hiệu. Áo được may tại Ý từ chất liệu lụa crepe mềm với dáng ôm, thanh nhã.

QUẦN J BRAND

Quần ống côn, cạp cao và thắt eo, rất phù hợp với những thời điểm cần phải chuyển nhiều khi đi du lịch.

**ÁO BLAZER SONIA RYKIEL**

Áo blazer Sonia Rykiel cổ điển nhưng vẫn sành điệu. Áo được may bằng chất liệu vải tweed với các chi tiết trang trí là móc kim băng bằng bạc và vàng. Với một lớp lót mềm mại, tin rằng áo sẽ là món đồ đồng hành với bạn dù ở bất kỳ đâu trong những lúc tiết trời vào Thu.

**GIÀY LOUIS VUITTON**

Một lựa chọn luôn đúng, những đôi giày Louis Vuitton sẽ có tác dụng khiến bạn biến đổi hoàn toàn chỉ trong vài phút. Hãy chọn boot cho những ngày trời lạnh và chọn giày xỏ dây mang phong cách nam tính như một sự phá cách hoàn hảo.



Nơi chốn THÂN QUEN

Bài: VIỆT TRANG



Tọa lạc trên con phố Lý Thường Kiệt, Lounge 83 nay đã là một điểm hẹn phong cách không còn xa lạ của thành phố. Nép mình trong khuôn viên chung của khách sạn Moevenpick Hà Nội, đây được coi là nơi chốn riêng tư, tạo cảm hứng cho những cuộc hẹn hò lãng mạn hay những giây phút vui vẻ với bạn bè sau nhiều bận bịu của đời sống thường nhật.

Lấy cảm hứng từ lối kiến trúc thuộc địa sang trọng, xuyên suốt từ tông màu nâu chủ đạo cho đến cách bài trí nội thất, sự thoải mái, ấm cúng sẽ là những cảm nhận đầu tiên mà không gian này mang lại. Thêm vào đó, những khung cửa kính to sẽ giúp bạn có góc nhìn gợi mở với không gian ngoài trời, đồng điệu cùng sự thanh bình, dung dị của con phố. Từ đây, bạn có thể thưởng thức những thức uống ngon được làm từ nguyên liệu tươi theo mùa hay nhắm nháp ly cocktail được pha chế theo công thức fusion, vừa truyền thống, vừa mới lạ như Chili Passion Martini, Piña colada hay Singapore Sling. Hay đơn giản chỉ là nhâm nhi một tách trà, thưởng thức điểm tâm từ thực đơn đồ ăn nhẹ phong phú để song hành cùng những câu chuyện nhỏ quên tháng ngày.

Với những người bận rộn, sau một ngày làm việc căng thẳng, hãy để Lounge 83 mang đến cho bạn trải nghiệm tiện nghi, thư giãn bằng phong thái tận thiện và dịch vụ chu đáo nổi bật, trong không gian thanh lịch, sang trọng đặc trưng của khách sạn boutique danh tiếng.

TỪ THÁNG 9 NÀY, HÃY CÙNG KHÁM PHÁ GÓI ƯU ĐÃI HẤP DẪN TẠI LOUNGE 83 DÀNH CHO BẠN MỖI NGÀY TRONG TUẦN:

THỨ HAI: Giảm giá 50% trên giá công bố cho các loại đồ uống có cồn nằm trong danh mục.

THỨ BA: Mua một ly vang trắng hoặc đỏ của nhà hàng, tặng một ly miễn phí.

THỨ TƯ: Uống thoải thích bia tươi Carlsberg với giá chỉ 190,000 đồng++

THỨ NĂM: Giải nhiệt cơn khát: Giảm giá 50% các loại bia chai.

THỨ SÁU:

Đêm tiệc cocktail: Giảm giá công bố 50% cho các loại cocktail.

CUỐI TUẦN PHẤN CHẤN: Giảm giá 50% cho toàn bộ bia tươi và các loại rượu vang của nhà hàng.

TƯ VẤN CHỌN MÓN:

Bạn có thể gọi một số món sa-lát như sa-lát Hoàng Đế truyền thống hay sa-lát Nicoise với cá ngừ và nhắm nháp một ly vang nhẹ như Tarapaca Reserva Sauvignon Blanc.

Thêm vào đó, Há cảo tôm chiên hay Mực chiên với sốt Tartar cũng rất phù hợp để nhâm nhi cùng ly bia tươi mát lạnh.

Nếu bạn là người hảo ngọt, chè Sago được làm từ nước cốt dừa, dưa ngọt cùng một viên kem vani chính là sự lựa chọn lí tưởng dành cho bạn.

Ngoài ra, một ấm trà truyền thống với những vị đặc trưng như trà bá tước, cúc La Mã sẽ giúp bạn thư giãn hiệu quả.

THÔNG TIN VỀ LOUNGE 83

Địa chỉ: Sảnh tầng 1, Khách sạn Mövenpick Hà Nội, 83A Lý Thường Kiệt, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội, Việt Nam.

Điện thoại: +84 8 3822 2800 | Website: www.movenpick.com

Giờ mở cửa: 7.00 sáng – 11.00 tối

TRAVEL TO PARIS, FRANCE



Dấu ấn của một lịch sử huy hoàng của châu Âu và những câu chuyện, những trang sách của Alexandre Dumas dường như nằm ở mỗi góc đường, mỗi góc của con phố với những toà nhà cổ nằm 02 bên đường trải đá cuội. Nếu tới thăm Paris, bên cạnh việc ghé thăm nhà thờ Cathedral Church of Notre Dame, tháp Eiffel Tower, bạn cũng đừng quên ghé thăm những địa điểm khác, các công trình đương đại và các quận mới dành cho nghệ sỹ.



ÁO KHOÁC THE ROW

Mẫu thiết kế Tiên Thu của thương hiệu The Row này được lấy cảm hứng một dòng tiểu văn hoá ở California vào những năm 1960-1970. Áo có tên là Zuri và được may khá rộng.



KHĂN QUÀNG CỔ LOUIS VUITTON

Đôi khi một chiếc khăn quàng cổ Louis Vuitton thôi cũng đủ khiến bạn trở nên trendy và hợp mốt lên rất nhiều.



VÁY MOSCHINO

Một mẫu váy khá thú vị thuộc bộ sưu tập Tiên Thu của Moschino với những khuy cúc màu vàng hiện đại mà vẫn sang trọng. Đây sẽ là chiếc váy cho mọi người thấy sự mạnh mẽ và trẻ trung của bạn.



KHUYỀN MŨI GIVENCHY

Là một trong những sáng tạo hoàn toàn mới, khuyên mũi của Givenchy sẽ giúp bạn trở thành một cô nàng sành điệu đích thực. Tin rằng đây sẽ là món phụ kiện khiến mọi ống kính máy ảnh đều hướng về phía bạn.



GIÀY GIUSEPPE ZANOTTI

Được thiết kế với phong cách sạch và tối giản, đôi giày sneaker này sẽ là lựa chọn lý tưởng của bạn khi có thể kết hợp với rất nhiều mẫu thiết kế và phong cách. Đặc biệt hơn nữa là đôi giày này sẽ rất thích hợp cho những chuyến du lịch.



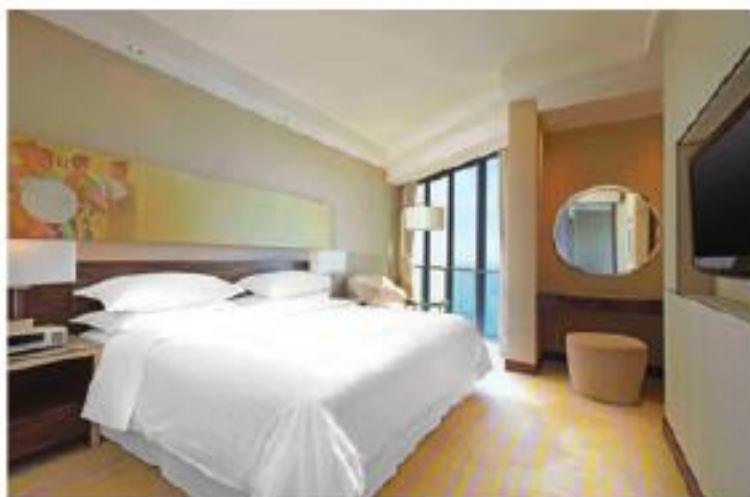
HOME
VIETNAMESE RESTAURANT

THERE'S NO PLACE LIKE HOME!

34 Chau Long Street, Ba Dinh District, Hanoi, Vietnam

T: (+84) 4 3939 2222 | F: (+84) 4 3939 2233 | E: info@vietdeli.vn | W: www.homerestaurant.vn

<https://tieulun.hopto.org>



SHERATON NHA TRANG

Tháng 9 này hãy tận hưởng tầm nhìn toàn cảnh vịnh Nha Trang từ tất cả phòng nghỉ của khách sạn Sheraton Nha Trang và thư giãn bên hồ bơi tràn bờ, rèn luyện tại trung tâm thể dục hoặc thử tài nấu nướng của bạn tại trường dạy nấu ăn của khách sạn với gói ưu đãi phòng ở LIMITED TIME OFFER với giá chỉ từ 2.450.000VNĐ/đêm. Chào mừng ngày Quốc khánh (2/9), hãy đến khách sạn thưởng thức tiệc tối tự chọn với sự kết hợp hài hòa của 5 gia vị cơ bản trong ẩm thực Việt Nam kích thích vị giác. Với sự cân bằng giữa các loại thảo mộc, thịt và sự chọn lọc các loại gia vị sẽ tạo nên hương vị tinh tế nhất qua từng món ăn. Tiệc tối này có giá 639.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 058.388 0000.

CARAVELLE SÀI GÒN

Ngày 2/9, hãy đến nhà hàng Nineteen thưởng thức tiệc buffet tung bừng và hoành tráng mừng Quốc Khánh. Đây là bữa tiệc buffet đầy ắp hải sản được phục vụ với chất lượng đỉnh cao và cách chế biến phong phú, phù hợp nhất với khẩu vị của tất cả các thực khách với giá từ 890.000 – 1.490.000VNĐ/người. Ngày 3-4/9, hãy đến nhà hàng Reflections Fine Dining trở tài nấu ăn cùng bếp trưởng Francesc Rovia. Trong suốt thời gian lưu trú tại Caravelle, đầu bếp Rovira sẽ phô diễn tài năng của mình bằng những món ngon đầy sáng tạo và các hoạt động ẩm thực đặc sắc. Từ ngày 14-20/9, các đầu bếp tài hoa của nhà hàng Reflections sẽ thiết đãi thực khách thực đơn bò Mỹ với nguyên liệu chủ đạo là thăn bò cao cấp được tẩm ướp và chế biến công phu theo phong cách truyền thống, dùng kèm với hai món ăn nhẹ chỉ với giá chỉ từ 490.000 – 650.000VNĐ/200g. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3823 4999.



SOFITEL SÀI GÒN

Vừa qua, khách sạn Sofitel Sài Gòn đã chính thức giới thiệu nhà hàng Mezz được thiết kế theo phong cách hiện đại của những nhà hàng Pháp pha lẫn nét truyền thống của kiến trúc Việt Nam với hai tông màu chủ đạo là đen và vàng. Mezz mang đến một phong cách ăn buffet hoàn toàn mới với nhiều chủ đề đa dạng được bố trí tại các quầy bếp mở tương tác nơi các món ăn được chế biến ngay tại chỗ. Khác với phong cách ăn buffet thông thường, nhà hàng Mezz đảm bảo thực khách được tận hưởng những món ăn nóng sốt và nguyên liệu được bảo quản tốt nhất. Các chủ đề buffet tối tại Mezz cũng được thay đổi hàng ngày trong tuần, buffet trưa chủ nhật trừ danh cùng phong cách thưởng thức tiệc buffet hoàn toàn mới sẽ mang đến một lựa chọn sáng giá cho người yêu ẩm thực tại Việt Nam, đặc biệt là tại Tp.HCM. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi 08 3824 1555.



GRAND MERCURE ĐÀ NẴNG

Khách sạn Grand Mercure Đà Nẵng là nơi bạn có thể cùng gia đình và bạn bè tận hưởng những giây phút tuyệt vời và khám phá vẻ đẹp của miền Trung Việt Nam. Thư giãn sau những bận rộn thường nhật với chương trình khuyến mãi đặc biệt của Grand Mercure Đà Nẵng, từ nay đến hết ngày 30/12, khi khách hàng đặt lưu trú hai đêm tại khách sạn sẽ nhận ưu đãi giá đặc biệt cho phòng Superior với giá chỉ 1.890.000VNĐ/đêm. Chương trình khuyến mãi bao gồm đưa đón sân bay, bữa sáng hàng ngày dành cho 2 người và 2 trẻ em (dưới 12 tuổi), xe đưa đón đến trung tâm thành phố và bãi biển 4 lần một ngày theo lịch trình của khách sạn. Hơn nữa, khách sẽ được tặng một bữa trưa hoặc bữa tối miễn phí dành cho hai người tại nhà hàng Trung hoa – Golden Dragon khi nghỉ hai đêm. Thông tin chi tiết và đặt phòng, vui lòng gọi: 0511 379 7777.





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

Nhà Hàng Long Đình

Hương vị Hồng Kông đích thực



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

 longdinh.vn

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

<https://tieulun.hopto.org>

BANYAN TREE LĂNG CÔ

Bao quanh khung cảnh tuyệt đẹp của Biển Đông và sự hùng vĩ của dãy núi Trường Sơn, khu nghỉ dưỡng Banyan Tree Lăng Cô với thiết kế độc đáo mang đến sự yên tĩnh và riêng tư cho du khách là một điểm nghỉ dưỡng lý tưởng cùng người thân yêu. Từ nay đến 28/03/2016, khi đặt ưu đãi Stay 3 Pay 2 du khách sẽ được tận hưởng đêm thứ ba miễn phí với giá từ 7.300.000VNĐ/đêm, bao gồm bữa sáng cho 2 người (chương trình không áp dụng cho giai đoạn từ ngày 7-14/2/2016. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 054 3695 888.

**NEW WORLD SÀI GÒN**

Từ ngày 5-13/9, nhà hàng Parkview phối hợp với Tổng Cục Du Lịch Malaysia tại Tp.HCM tổ chức tuần lễ ẩm thực Malaysia năm thứ 3 liên tiếp. Trong tuần lễ này, Bếp phó điều hành người Mã Lai Alan Hew và đội ngũ đầu bếp tài năng của nhà hàng Parkview sẽ giới thiệu đến thực khách những món ăn đậm chất truyền thống Mã Lai được lựa chọn từ những nguyên liệu tươi ngon nhất và chế biến tỉ mỉ như Cà Ri Mã Lai truyền thống, Bò Rendang Xào Nước Cốt Dừa, Bánh xèo Ấn Độ, Cá Sốt Tương Đen, hoặc Gỏi Xoài Mã Lai... Giá buffet tối cho 1 khách tại chương trình này là 960.000VNĐ/người, bao gồm vang, bia tươi Sapporo, thức uống nhẹ, trà và cà phê. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi 08 3822 8888.

**WINDSOR PLAZA**

Từ ngày 8-10 và 14-17/10, Lễ hội Oktoberfest Việt Nam sẽ quay trở lại Tp.HCM thỏa mãn mong đợi của hàng ngàn người hâm mộ. Bắt nguồn từ lễ hội Oktoberfest tổ chức tại thành phố Munich (vùng Bavaria - Đức), Oktoberfest Việt Nam đã trở thành sự kiện uy tín thường niên nhằm giới thiệu văn hóa truyền thống và tình bằng hữu đậm bản sắc Đức tới người Việt. Lễ hội năm nay tiếp tục mang tới không gian sôi động đầy hứng khởi trong lều bia khổng lồ mô phỏng theo đúng phong cách Oktoberfest truyền thống, đẩy áp các hương vị ẩm thực Đức, âm nhạc truyền thống Đức và tất nhiên không thể thiếu bia Đức nhập khẩu thượng hạng. Đặc biệt năm nay lễ hội chào đón ban nhạc mới An Ton Show Band. Là ban nhạc kỳ cựu qua các kỳ lễ hội Oktoberfest truyền thống và đã lưu diễn nhiều nơi trên thế giới, An Ton Show Band sẽ góp phần khuấy động tinh thần lễ hội Đức đúng điệu.

METROPOLE HÀ NỘI

Tháng 9 này, khách sạn Metropole Hà Nội kết hợp với khách sạn Sofitel So Bangkok khởi động chương trình giao lưu ẩm thực. Hành trình sẽ đưa hai đại sứ ẩm thực Nguyễn Kim Bình và Trần Văn Thắng cùng tinh hoa ẩm thực Hà thành đến đất nước chùa vàng, đồng thời chia sẻ kinh nghiệm và những bí quyết làm nên giá trị của món ăn Việt. Đồng thời, khách sạn Metropole Hà Nội cũng chào đón hai đầu bếp từ Sofitel So Bangkok - Panida Utaiwasin và Surat Disawat. Họ sẽ mang hương vị đặc sắc của món ăn Thái đến với nhà hàng Spices Garden. Bữa tiệc Món ngon đất Thái sẽ diễn ra tại nhà hàng Spices Garden từ ngày 01-08/9 với những sự lựa chọn không thể chối từ: Tom Yum Gung tỏa hương thơm tinh túy, Tom Kha Talay (hải sản cay và súp thảo mộc), Phad Thai Goong (mì xào với tôm, đậu phụ, giá đỗ, tỏi, hẹ với giá chỉ từ 760.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi : 04 3826 6919.



Asahi Sushi

Những hương vị kỳ diệu



Asahi Sushi®
NHÀ HÀNG TRIỀU NHẬT
アサヒ寿司

Nhà hàng Asahi Sushi 1
288 Bà Triệu-Hà Nội
AsahiSushi.vn / Hotline: 0902 286 286

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



VIETNAM STAR AUTOMOBILE

Vừa qua, Vietnam Star Trường Chinh đã bàn giao chiếc xe AMG GTs Edition 1 đầu tiên cho khách hàng tại thị trường Việt Nam. Siêu phẩm AMG GT S Edition 1 này sở hữu ngoại hình đầy nam tính với màu sơn đen nhám Magno Selenite Grey. Cản trước, tấm ốp sườn được tái thiết kế vừa mang lại hiệu quả thẩm mỹ, vừa cải thiện tính năng khí động học. Cánh gió cố định ở phía sau giúp mang lại nhiều lực ép xuống mặt đất, giúp xe vận hành ổn định và cân bằng ở tốc độ cao. AMG GT S Edition 1 nổi bật hơn với những chi tiết màu đen bóng như lưới tản nhiệt kim cương, gương chiếu hậu, vây lướt gió trên cản trước, viền tấm khuếch tán và chụp ống xả. Trong khoang nội thất, phong cách xe đua được thể hiện rõ rệt khi sợi carbon hiện diện từ bảng điều khiển trung tâm đến viền cửa hay viền khe gió. Tay lái thể thao bọc da DINAMICA với ký tự "Edition 1" sẽ mê hoặc người lái ngay khi chạm vào.



GURKHA GIỚI THIỆU BST THU ĐÔNG 2015

Bộ sưu tập túi xách Thu Đông 2015 mới nhất từ thương hiệu Ý Cromia nổi tiếng chính là món quà đặc biệt từ hãng này mừng sự kiện khai trương gian hàng mới của Gurkha tại địa chỉ Tầng B2, TTTM Vincom Center Đồng Khởi, số 72 Lê Thánh Tôn, phường Bến Nghé, Quận 1, HCM. Trong hơn 200 cửa hàng phân phối của Cromia, Gurkha là hệ thống có sự xuất hiện của BST Thu Đông 2015 sớm nhất và duy nhất tại thời điểm này. Qua đây, Cromia đã dành tặng một món quà khai trương đặc biệt ý nghĩa dành tặng riêng nhà phân phối độc quyền của hãng tại Việt Nam.

SHARP

Công ty Sharp Việt Nam chính thức ra mắt thị trường Hà Nội các giải pháp nâng cao chất lượng môi trường sống và làm việc bao gồm: hai dòng sản phẩm chính là máy Tạo Ion - Lọc Khí - Hút Ẩm, máy Tạo Ion - Lọc Khí - Diệt Muỗi với công nghệ Plasmacluster Ion (PCI), độc quyền từ Sharp và các giải pháp văn phòng như máy photocopy đa chức năng, máy chiếu, bảng cảm ứng và các dòng máy đa tính năng,... Đây cũng là hoạt động tiếp nối thành công của buổi họp báo trước đó của Sharp tại Tp. HCM vào ngày 21/08/2015. Tiên phong trong việc áp dụng công nghệ Plasmacluster Ion, năm 2012 Sharp đã phối hợp cùng Viện Pasteur chứng nhận thành công khả năng loại bỏ 99% hoạt động virus H1N1 trong vòng 66 phút với mật độ ion cao. Đặc biệt, không gian được sử dụng để thực nghiệm có thể tích lên đến 25m³, tương đương với không gian sống thông dụng như phòng khách, phòng ngủ, bếp.



VIETNAM INTERNATIONAL MOTOR SHOW 2015

Triển lãm Ô tô Quốc tế Việt Nam 2015 – Vietnam International Motor Show 2015 (VIMS) từ 09-13/10 do Audi, BMW, Jaguar, Land Rover, Luxgen, MINI, Porsche, Renault và BAIC phối hợp tổ chức, hướng đến mục tiêu xây dựng một triển lãm dành riêng cho các hãng xe nhập khẩu tại Việt Nam. Tại sự kiện năm nay, ngoài cơ hội được trải nghiệm những mẫu xe sang đến từ nhiều thương hiệu khác nhau, người tham dự còn có cơ hội chiêm ngưỡng những chiếc siêu xe, xe thể thao và xe đua tại triển lãm. Với tổng diện tích hơn 4.000 m², mỗi gian hàng trưng bày tại VIMS đều được thiết kế theo tiêu chuẩn quốc tế nhưng vẫn có sự độc đáo và sáng tạo riêng, làm nổi bật phong cách và dấu ấn đặc sắc của từng hãng. Tất cả những điều này kiến tạo nên một không gian phù hợp để khách mời có thể ghi lại những khoảnh khắc ấn tượng bên những mẫu xe yêu thích.



TALLINN DẤU ẤN BẮC ÂU

TALLINN SẼ LÀ MỌI HÌNH DUNG CỦA BẠN VỀ MỘT THỦ ĐÔ CHÂU ÂU HIỆN ĐẠI, TIẾP CẬN DỄ DÀNG VÀ CHI PHÍ THÂN THIỆN!



THREE SISTERS HOTEL:

Là khách sạn duy nhất ở Baltic States được đưa vào danh sách thành viên của tập đoàn khách sạn Design Hotels danh tiếng. Ba khu nhà cổ được xây từ năm 1362 đã được cách tân và đưa vào hệ thống của Three Sisters từ 2003. Khách sạn hứa hẹn sẽ mang tới cho du khách những trải nghiệm gợi nhắc về một Trung Cổ xa xưa và huyền bí.



SEAPLANE HARBOUR:

Là một gợi ý không tồi nếu bạn muốn thăm quan một bảo tàng ở Châu Âu. Tại đây, bạn sẽ được nghe những câu chuyện về đại dương sâu thẳm. Những ngày không tổ chức những triển lãm đặc biệt, ngôi sao của bảo tàng sẽ là tàu phá băng Suur Tõll với tuổi đời lên tới 100 năm. Nếu tới đây vào mùa hè đừng quên ghé quán Laevaköök để nếm thử những món ăn từng có trong thực đơn hàng ngày của các thủy thủ đã phục vụ trên tàu.

KAERAJAAN:

Có vị trí tại quảng trường Town Hall Square, nhà hàng Kaerajaan là nơi sẽ mang tới cho bạn những phiên bản hiện đại của ẩm thực truyền thống. Một bí mật nhỏ vô cùng thú vị, tên nhà hàng được đặt theo một điệu nhảy truyền thống của địa phương.



BẢO TÀNG KGB:

Từ năm 1972 cho đến năm 1992, bảo tàng này đã hoạt động như một trụ sở của KGB với cái vỏ bọc là khách sạn mang tên Viru. Hiện nay, công trình được sử dụng như một "chứng nhân" cho lịch sử cận đại của Estonia với sự tồn tại của cả 02 thế giới, hào hoa phù phiếm và khắc nghiệt đấu tranh – những điều tưởng chừng vốn chỉ xuất hiện trong những câu chuyện mang màu sắc của những bộ phim về các điệp viên KGB và James Bond.



ROTERMANN QUARTER:

Trái tim của thủ đô, tọa lạc trong khu vực thu hút nhất của thành phố, nơi những khu nhà công nghiệp cũ được tái sử dụng cho những nhiệm vụ mới bên cạnh những công trình kiến trúc hiện đại hơn. Khu công nghiệp có lịch sử này đang dần phát triển như là nơi của kinh doanh hiện đại và giải trí của Tallinn. Roter mann có những văn phòng, cửa hiệu rất tiện nghi và hợp thời, những nhà hàng ngon tuyệt, cùng các quán cà phê nhỏ, tiệm làm đẹp và hơn thế nữa...

GOLDEN LYPRES

SẢN PHẨM CHĂM SÓC SỨC KHỎE ĐẾN TỪ SINGAPORE

Theo định hướng phát triển thị trường cũng như mong muốn mang đến cho quý khách hàng một không gian mua sắm sang trọng và tiện lợi, Công ty Hsiehs Biotech đã chọn Sheraton Saigon – một trong những khách sạn danh tiếng và đẳng cấp nhất Việt Nam làm nơi trưng bày và phân phối sản phẩm Golden Lypres. Đến với cửa hàng, quý khách sẽ nhận được sự phục vụ tận tình, tư vấn chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên.

Muốn tặng quà, hãy tặng sức khỏe. Muốn sức khỏe, hãy dùng GOLDEN LYPRES

GOLDEN LYPRES – bảo vệ sức khỏe của bạn suốt đời!

Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ Cửa hàng GOLDEN LYPRES tại địa chỉ: số 80 Đồng Du, Quận 1, Tp.HCM, Việt Nam, hoặc gọi số: 08 3827 6446.



ROLLS-ROYCE

Buổi lễ ra mắt trực tuyến của xe Rolls-Royce Dawn với tên gọi Digital Dawn đã diễn ra vào thứ Ba, ngày 8/9 với thành công rực rỡ. Rolls-Royce Dawn trở thành từ khóa được tìm kiếm nhiều nhất trên Google và buổi lễ được chứng kiến bởi hơn 4000 đơn vị truyền thông trên toàn thế giới. Chiếc xe thực sự đã mở ra một kỉ nguyên mới cho dòng xe mui xếp siêu sang. Bằng việc sử dụng ánh sáng để tạo ra hiệu ứng của những tia nắng lúc hừng đông, Rolls-Royce Motor Cars sẽ ra mắt chiếc xe ô tô tiện nghi và quyến rũ hàng đầu đến truyền thông quốc tế tại Rolls-Royce Villa, Hall 11 vào lúc 14:00 (giờ Hà Nội) tại Frankfurt International Motor Show (Đức) vào thứ Ba, ngày 15/9.



KHAI TRƯƠNG MINI SÀI GÒN

Tọa lạc tại địa chỉ số 74 Nguyễn Văn Trỗi, phường 8, Quận Phú Nhuận, showroom MINI hiện diện tại khu vực trung tâm sầm uất của Sài Gòn. Với quy mô 510m2, showroom MINI có khả năng trưng bày 9 mẫu xe MINI đa dạng, một khu vực trưng bày các sản phẩm phụ kiện và thời trang chính hãng được dành riêng cho những người hâm mộ MINI, cùng với khu văn phòng làm việc. Với phong cách thiết kế độc đáo và cá tính, ngôi nhà thứ 2 của MINI tại Việt Nam mong muốn truyền tải bầu không khí "Thành phố sôi động về đêm" thông qua tông màu Đen chủ đạo, được kết hợp tương phản khéo léo với những gam màu tươi sáng, tất cả hòa quyện vào nhau để tạo thành một nơi hẹn hò lý tưởng và tận hưởng phong cách sống thời thượng mà chỉ fan MINI mới có.



DULUX

Vừa qua, AkzoNobel vừa cho ra đời dòng sơn trang trí nội thất siêu cao cấp Dulux Ambiance™ mới. Dulux Ambiance™ bao gồm 2 dòng sản phẩm: sơn phủ nội thất siêu cao cấp Dulux Ambiance™ 5 IN 1 khẳng định chất lượng đỉnh cao với bề mặt đẹp láng mịn và những gam màu sắc nét & độc đáo phản ánh khiếu thẩm mỹ tinh tế và tao nhã; và sơn hiệu ứng đặc biệt Dulux Ambiance™ Special Effects là sự chọn lọc từ những hoa văn và vân đẹp mắt tạo nên dáng vẻ đặc trưng và vô cùng độc đáo cho bức tường như Linen (vải lanh mộc mạc); Marble (đá cẩm thạch); Metallic (Ánh kim); Velvet (lớp vải nhung mịn). Bằng sự kết hợp giữa những gam màu sắc nét và lớp phủ tinh tế với các hiệu ứng đặc biệt, những ý tưởng biến hóa và làm rực rỡ thêm căn nhà của bạn là điều nằm trong tầm tay và luôn bắt tận.





THE SHELLS PHÚ QUỐC

Vừa qua, The Shells Resort & Spa đã vinh dự nhận giải thưởng cho hạng mục Best Hotel Interior Design (Thiết kế nội thất khách sạn tốt nhất), Best Hotel Architecture Design (Kiến trúc khách sạn đẹp nhất) và Best Hotel Development (Dự án phát triển khách sạn tốt nhất). Với mục tiêu tôn vinh những dự án xuất sắc cùng nhà phát triển hàng đầu tại Việt Nam, VPA lần đầu tiên đến Việt Nam mang lại phần khởi cho ngành bất động sản bởi sự quy mô và uy tín của giải thưởng đã xây dựng trước đó trong khu vực châu Á. Hội đồng cố vấn với sự hiện diện của các nhà chuyên môn trong lĩnh vực, VPA 2015 còn được sự giám sát độc lập của BDO, mạng lưới tài chính lớn thứ 5 thế giới. Trong đêm trao giải, có tất cả 20 giải thưởng phân theo 04 nhóm chính bao gồm: Thiết kế, Dự án, Chủ đầu tư và Dự án của năm. Tiêu chí tuyển chọn của từng hạng mục giải thưởng được công khai trên website của ban tổ chức <http://www.asiapropertyawards.com/>. Sau quá trình sàng lọc và thẩm tra nghiêm túc, ban tổ chức đã chọn ra từ 2 đến 5 ứng viên cho từng hạng mục giải thưởng.



FUSION MAIA

Nhằm giúp du khách mang cảm xúc Fusion về nhà, khu nghỉ dưỡng Fusion Maia đã cho ra đời các sản phẩm thời trang và phong cách sống tại cửa hàng mới khai trương mang tên Maia Lifestyle Boutique. BST thời trang Maia Fashion Collection được xây dựng xoay quanh đồng phục của nhân viên và được cắt may bằng tinh thần và sự quan tâm có thể nhận thấy xuyên suốt khu nghỉ. Lấy cảm hứng từ Quan Thế Âm Bồ Tát và Phật Bà nhìn về biển Mỹ Khê, đồng phục của khu nghỉ dưỡng là sự kết hợp toàn diện của văn hóa và con người. Những cánh hoa sen là nhân tố chủ đạo của tinh thần BST về khía cạnh màu sắc lẫn nét nhẹ nhàng, trang nhã. Điều thú vị là BST được trình diễn khắp khu nghỉ thông qua các Fusionista như những người mẫu thực sự. Mỗi Fusionista thể hiện phong cách riêng giúp mỗi bộ trang phục mang một màu sắc độc đáo.



EASTIN GRAND SÀI GÒN

Tháng 9, hãy đến khách sạn Eastin Grand Sài Gòn thưởng thức tiệc tối Grand Buffet với hơn 80 món ăn Âu-Á đa dạng, chắc chắn sẽ làm cho thực khách hài lòng. Ngoài các món ăn tại các quầy tự chọn, thực khách còn được thưởng thức các món hải sản được chế biến tươi mới theo yêu cầu với các món trong thực đơn được phục vụ tại bàn. Tiệc tối tự chọn kết hợp gọi món từ thứ 6 – chủ nhật có giá 799.000VNĐ/người. Ngày 30-31/10, nhà hàng Café Saigon sẽ tổ chức một bữa tiệc buffet Halloween đặc biệt dành cho cả gia đình. Một đêm Halloween vui vẻ và đầy bất ngờ cho các trẻ em với giá chỉ từ 799.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3844 9222.



SHISEIDO

Tiếp nối thành công từ Tinh chất Ultimune Power Infusing Concentrate, mùa Thu Đông năm nay Shiseido tiếp tục cho ra mắt sản phẩm chăm sóc vùng mắt Ultimune Power Infusing Eye Concentrate. Công nghệ của Ultimune dựa trên việc tập trung vào chức năng tự bảo vệ của làn da nay được phát triển đặc biệt cho vùng da mỏng manh quanh mắt. Không chỉ cảm nhận vấn đề lão hóa quanh mắt được cải thiện hơn, mà hiệu quả của những sản phẩm chăm sóc vùng mắt hiện tại được tăng cường hơn nữa, mang lại sự mượt mà, săn chắc và rạng rỡ của làn da quanh mắt. Ultimune Power Infusing Eye Concentrate được bán tại hệ thống Shiseido toàn quốc với giá 1.650.000VNĐ/sản phẩm (15ml).



FUSION RESORT NHA TRANG

KHU NGHỈ DƯỠNG ĐỘC ĐÁO

Ý TƯỞNG SPA TRỌN GÓI TẠI FUSION RESORT NHA TRANG LẤY CẢM HỨNG TỪ AYURVEDA VỚI LIỆU PHÁP THIÊN NHIÊN SỬ DỤNG CÁC THẢO MỘC BẢN ĐỊA, KẾT HỢP CÙNG CÁC YẾU TỐ CỦA VĂN HÓA CHĂM GIÀU BẢN SẮC TẠI VIỆT NAM.

Fusion Resort Nha Trang là khu nghỉ dưỡng ven biển độc đáo nằm trên đường bờ biển ban sơ xinh đẹp của Cam Ranh – Nha Trang. Hướng theo triết lý của Fusion Resorts, Fusion Resort Nha Trang sẽ mang đến sự thư giãn và tự do tối đa cho du khách bằng ý tưởng spa trọn gói và ăn sáng mọi lúc mọi nơi.

Nằm trải dài trên 13.6 hecta, trên cồn cát cao 12m nhìn thẳng xuống bãi biển, Fusion Resort Nha Trang có 72 phòng suite và biệt thự hồ bơi được bố trí chiến lược sao cho mỗi phòng đều có thể nhìn thấy toàn cảnh bãi biển. Đặc biệt, phòng tại khu nghỉ có bốn tấm treo được thiết kế đặc biệt với dáng vẻ độc đáo cùng một vòng mái vòm sắc sảo kết hợp cùng nội thất đầy đủ và hiện đại.

Đến với Fusion Resort Nha Trang, du khách có thể lựa chọn biệt thự và phòng suite tùy theo nhu cầu khác nhau. Phòng Chic Suites và Spa Suites mang đến tầm nhìn biển 180 độ liên tục với khu vực lounge thoải mái hoặc phòng spa thiết kế chuyên biệt. Khách đi dạng gia đình có thể lựa chọn phòng Family Suites và Double Pool Villas. Cả hai đều có 2 phòng ngủ, với khu vực sinh hoạt và bếp riêng – lý tưởng cho gia đình nhỏ. Ngoài ra, Double Pool Villas còn có hồ bơi riêng và khu vườn mở cho cả gia đình thư giãn. Trong khi đó, biệt thự Ocean Front Pool Villas với lối đi hướng thẳng ra bãi biển sẽ giúp du khách dễ dàng hòa mình vào thiên nhiên với

FUSION RESORT NHA TRANG

Đường Nguyễn Tất Thành, Phường Cam Hải
Đông, Cam Lâm, Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa

ĐT: +84 58 3989 777

Email: reservations@fusionresortnhatrang.com

www.fusionresortnhatrang.com



bãi cát vàng xinh đẹp của biển Cam Ranh từ hồ bơi riêng. Nổi bật nhất là biệt thự Ocean Front Grand Beach Villa, sẽ mang đến đẳng cấp của sự sang trọng mà du khách khó thấy được ở những khu nghỉ biển tốt nhất Đông Nam Á với 2 phòng giường king và 2 phòng giường twin, tất cả có phòng tắm rộng rãi nằm trong phòng. Biệt thự có khu vực sinh hoạt và khu vực ăn uống riêng biệt với nhà bếp, lý tưởng để giải trí và tổ chức các buổi tiệc riêng tư. Bên ngoài biệt thự là khu vườn hướng biển với hồ bơi riêng rộng lớn, bồn tắm Jacuzzi, có nhiều không gian để thư giãn và ăn uống ngoài trời.

Tại khu nghỉ, du khách có nhiều lựa chọn ăn uống bao gồm nhà hàng hướng biển Fresh, phục vụ cả ngày với phong cách ẩm thực hiện đại và lành mạnh, có khu vực nướng riêng biệt nổi bật hoặc Zen Bar, nằm ở khu vực hành lang đón khách ấn tượng với tầm nhìn tuyệt vời.

Fusion Resort Nha Trang sẽ là điểm đến lý tưởng mang đến đẳng cấp mới của sự sang trọng cho vùng biển miền Nam Việt Nam, phục vụ cho các du khách yêu thích spa và du lịch biển cũng như mang đến kỳ nghỉ hoàn hảo dành cho gia đình.

Pinot NOIR

NHO QUÝ TỘC

“Ẩm thực” là một cụm từ mà mọi người vẫn thường dùng để nói về một lối ăn uống, đã được nâng tầm lên thành nghệ thuật. Đây chính là lý do tại sao mỗi khi nói tới “ẩm thực,” người ta hay sử dụng những từ Gastronomy hoặc Cuisine hay nghệ thuật “Ẩm Thực”. Nghĩa là trong ăn có uống, trong uống có ăn. Sự kết hợp giữa “Ăn” và “Uống” phải trở nên nhuần nhuyễn như thế biết nên chọn loại vang gì để kết hợp với món gì, trong thời điểm nào, và tiếp đối tác nào. Tuy nhiên, không ít người “thực bất tri kỳ vị” thường chỉ nghĩ tới các món ăn mà quên đi mất đồ uống, vô tình làm mất đi cái vẻ tròn đầy, điệu nghệ và cũng vô cùng tuyệt vời của nghệ thuật ẩm thực.

Bộ phim Ratatouille ở ngay từ phần đầu đã khẳng định, khi nói tới “Ẩm thực” người ta sẽ nói tới nước Pháp... Tuy nhiên, nếu trong bộ phim hoạt hình nổi tiếng về ẩm thực này, người ta đề cao Paris như kinh đô ẩm thực thế giới, nơi những món ngon nhất, những sáng tạo được cho ra đời, chúng tôi ở đây lại muốn giới thiệu với bạn về Bourgogne hay một cái tên khác mà nhiều người sẽ cảm thấy quen thuộc hơn là Burgundy. Và nhắc tới Burgundy là nhắc tới Pinot Noir, một giống nho đặc biệt, chỉ thích hợp với điều kiện thời tiết mát và ẩm. Nho cũng rất đồng hành, vô cùng khó trồng, nên thường được biết đến với một cái tên khác là “dòng nho quý tộc.”

Tuy Pinot Noir khó trồng nhưng khi được mùa nó sẽ cho ra một thứ rượu vang quyến rũ biết bao tâm hồn của những vị khách sành ẩm. Vậy mùi vị của Pinot Noir ra sao mà lại quyến rũ đến vậy? Nhận xét của chuyên gia vang hàng đầu Việt Nam, bác Tô Việt về nho Pinot Noir là: “Bàn tay sắt bọc trong chiếc khăn nhung” phần nào đã cho thấy được cái mùi vị đặc biệt và thượng đẳng của loại rượu vang này. Hay bạn cũng có thể xem xét so sánh sau. Cùng được trồng ở Burgundy nhưng Pinot Noir khác với Merlot, và càng khác biệt nếu so với Cabernet Sauvignon. Nếu như Cabernet Sauvignon được ví như một người đàn ông cường tráng với hương vị mạnh mẽ đậm đà; hoặc nếu Merlot có chút mềm mại hơn, mang hương thơm nồng nàn, đậm thấm như một người đàn bà quyến rũ và hấp dẫn, Pinot Noir lại sở hữu vẻ đẹp dịu dàng, yếu điệu, mềm mại và êm ái nhưng vẫn không kém phần nồng nàn quyến rũ giống như sức hấp dẫn của cô gái đôi mươi.

Một cô gái có đẹp, có yêu kiều, hấp dẫn đến đâu thì cũng cần có một hình bóng bên cạnh để chở che, yêu thương, để làm tăng thêm giá trị và sức hấp dẫn của mình. Thế nên, vang Pinot Noir cũng cần có những ăn món ăn phù hợp để đưa đẩy. Món “Đùi cừu nướng Ấn Độ” là món được chọn ra từ rất nhiều món có thể kết hợp với Pinot Noir. Đùi cừu nướng Ấn Độ là món mang đậm chất Ấn. Thịt cừu nướng ở quốc gia nào trên thế giới chẳng có, thế nhưng chỉ có ở Ấn

Độ người thưởng thức mới có thể cảm nhận đúng cái hương vị của thịt cừu non. Nguyên liệu để làm món đùi cừu nướng Ấn Độ rất đặc biệt. Người ta chọn ra những chú cừu non (cừu dưới 01 năm tuổi) được nuôi trong môi trường thức ăn hoàn

toàn là hữu cơ (cỏ). Vì khi dùng cừu non thì thịt sẽ có vị thanh nhẹ, ngọt đậm, thịt mềm và giàu giá trị dinh dưỡng còn thịt cừu từ 2-3 năm tuổi thì sẽ không mang lại được những hương vị giống như cừu non. Thịt cừu là loại thịt rất tốt cho sức khỏe nhất là vào mùa lạnh, nó giúp tăng cường sức đề kháng, có lợi cho những người mắc bệnh hen suyễn và bệnh về phổi. Sức hấp dẫn của cừu nướng còn bởi được tẩm ướp kỹ lưỡng với các gia vị thảo mộc đặc trưng của Ấn Độ lại càng giúp tăng thêm mùi vị và sức hấp dẫn cho món ăn.

Sự kết hợp của chàng trai với hương vị đậm chất Phương Đông với một cô gái hiện đại, nóng nản, quyến rũ đậm chất Âu Châu. Pinot Noir (vang đỏ) và Cừu nướng được hòa quyện với nhau sẽ làm cho cả hai hương vị càng thêm mặn nồng khó phai.

Nếu bạn còn nghi ngờ về đẳng cấp của giống nho này? Người viết bài xin chia sẻ với bạn thông tin sau, có lẽ phần nào đó Pinot Noir được xem là giống nho quý tộc chính là bởi nhờ một loại vang vương giả được ủ từ loại nho này: Domaine de la Romanée-Conti hay còn được gọi tắt là DRC. Loại vang này được ủ từ những loại nho được trồng trong những vườn nhỏ Grand Cru danh tiếng nhất của vùng Burgundy (tất cả chỉ có 08 vườn). Trong số này, vườn nho lâu đời nhất được trồng từ năm 1241. Theo website của Romanée-Conti, chỉ những vụ nho tốt nhất, những cây nho tốt nhất mới được lựa chọn. Việc thực hiện vang lại được đặc biệt lưu tâm tới từng bước nhỏ trong quy trình. Đây chính là điều khiến cho một chai Domaine de la Romanée-Conti Romanée-Conti có thể có giá dao động từ \$13.000 tới \$16.000.



Có lẽ bạn sẽ không thể nào tin rằng một chai Domaine de la Romanée-Conti vụ mùa 2005 có giá dao động từ \$13.000 tới \$16.000 (tương đương với chiếc đồng hồ Patek Philippe Calatrava). Và loại vang này được ủ từ nho Pinot Noir.



Vang

CHO NHỮNG NGƯỜI UA “MẠO HIỂM”

Nếu không dám dấn thân và thử tìm tòi những điều mới mẻ, bạn sẽ không thể biết rằng ở ngoài kia vẫn còn muôn vàn điều thú vị đang chờ đợi bạn! Những chai vang của những nhà làm vang độc lập là một ví dụ tiêu biểu cho điều đó.

Trong suốt hơn 400 năm nay, Château le Puy (một tiểu khu thuộc Bordeaux) là một khu khá yên tĩnh. Thậm chí có thể nói Château le Puy là cái tên mà chẳng mấy ai biết, từ các chuyên gia cho tới những người thích uống vang, dù vang Château le Puy có giá rất hợp lý, chỉ trên dưới 20 euro/chai. Trong khi đó, vang khá ngon. Tuy nhiên, mọi chuyện hoàn toàn thay đổi chỉ trong một đêm. Đúng hơn là chỉ sau vài tiếng chiếu chương cuối của series Kami no Shizuku (vào ngày 11/03/2009). Trong chương trình được xây dựng dựa trên một bộ truyện tranh nổi tiếng của Nhật về vang này, một chai Château le Puy 2003 đã được đề cập. Gần như ngay khi chương trình kết thúc, các bản fax đã được liên tục in từ máy fax của nhà vang. Và tới khi máy fax hết sạch giấy thì điện thoại bắt đầu đổ chuông, ở đầu dây kia là những câu hỏi bằng tiếng Anh với đủ thứ giọng với các âm điệu khác nhau. Francoise Amoreau – chủ của nhà làm vang chia sẻ, “Chúng tôi không thể hiểu điều gì đang diễn ra, thực tình đây là lần đầu tiên chúng tôi gặp chuyện này.”

Các nhà báo từ khắp nơi trên thế giới đã lập tức bốc máy để gọi tới cho le Puy trong khi các nhà buôn thì la hét vào điện thoại đòi bằng được loại rượu vang đó. “Không cần biết giá, chúng tôi sẽ mua hết,” họ quát lên trong điện thoại,” Francoise chia sẻ. Thậm chí khá giống với nguyên tác từ bộ truyện tranh, một cặp đôi đã lái xe suốt 07 tiếng đồng hồ trong đêm để tới le Puy (mà không quan tâm tới việc cần hẹn trước) chỉ để có thể kịp mua những chai rượu còn lại.

Château le Puy không phải trường hợp duy nhất. Nhưng nó có thể làm ví dụ điển hình cho một hiện tượng đang diễn ra trong thế giới rượu vang. Khách hàng sẽ không quan tâm tới các sommelier nói gì hay các hãng rượu chạy bao nhiêu quảng cáo. Thay vào đó, họ quan tâm thông tin được đăng tải từ các bộ phim độc lập, từ những chia sẻ mang tính rất ngẫu nhiên của những người nổi tiếng. Điều đáng nói là những người này có những bộ lọc rất tốt, nếu ai đó tin rằng việc có thể sử dụng những người nổi tiếng để làm hình ảnh cho thương hiệu, từ đó đẩy mạnh doanh số, chắc chắn người đó đã nhầm. Bởi le Puy đã hoàn toàn không chi bất kỳ đồng nào cho những đạo diễn



CUỐN UNDER THE TUSCAN SUN CỦA FRANCES MAYES ĐÃ GIỚI THIỆU KHÁCH DU LỊCH TỚI VỚI THỊ TRẤN CORTONA NƠI CÓ LOẠI VANG VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO. “CHÚNG TÔI ĐÃ CÓ MỘT GIAI ĐOẠN RẤT TỐT,” ÔNG FEDERICO CARLETTI TỚI TỪ NHÀ VANG AZIENDA AGRICOLA POLIZIANO. “KHÁCH DU LỊCH ĐÃ KHÔNG NGỪNG TỚI ĐÂY VÀ NÓI VỀ CUỐN SÁCH VÀ LOẠI RƯỢU ĐỊA PHƯƠNG.”

cách họ nửa vòng trái đất để đưa cái tên le Puy vào chương trình. Đó là chưa kể tới việc bản thân le Puy cũng có năng lực sản xuất rất thấp, chỉ đủ để phục vụ một cộng đồng nhỏ.

Hãy nói tới một ví dụ khác là Sideway. Đây cũng là một bộ phim độc lập, được sản xuất với một ngân sách eo hẹp, nói về hành trình tới thử vang ở Santa Barbara của một vài người bạn. Phim phát hành năm 2004. Trong bộ phim, tác giả đã ca ngợi đặc tính của Pinot Noir và có phần hạ thấp Merlot. Ngay lập tức, bộ phim đã có ảnh hưởng nhất định tới doanh thu của các nhà làm vang với 02 loại nho này, cả ở thị trường Mỹ và cả thị trường bên ngoài. Jon Priest, một nhà làm vang ở Etude Winery ở Napa chia sẻ: “Bất chấp việc trước đây chúng tôi không ngừng quảng bá giống nho Pinot Noir nhưng chẳng mấy ai biết. Chỉ sau bộ phim, ai cũng hiểu Pinot Noir là gì.”

Trong quá khứ, những nhận xét tích cực từ các nhà phê bình hàng đầu và những lời giới thiệu và những lời giới thiệu từ các sommelier có ý nghĩa quyết định đối với doanh số bán của các hãng vang. Điều này không có gì là khó hiểu bởi các sommelier là những người trực tiếp

tiếp xúc với khách hàng và đưa ra những lời tư vấn giúp khách hàng lựa chọn. Còn các nhà phê bình? Họ là những người mà chúng ta đặt lòng tin. Tuy nhiên, dường như sức ép thương mại đã khiến người tiêu dùng dần mất lòng tin vào các nhà phê bình và cả các sommelier. Có lẽ trong lĩnh vực ẩm thực, cái tên luôn giữ được sự tín nhiệm của khách hàng chỉ còn Michelin Guide, do cuốn sách này được thực hiện theo cách hoàn toàn độc lập. Ngay kể các nhà phê bình đánh giá của sách cũng hoàn toàn bí mật và thực hiện công việc của họ bình lặng giống như các thám tử hơn. Đây là lúc người tiêu dùng cần tìm tới những nguồn tin độc lập, đủ tin cậy. Và liệu có điều gì đáng tin cậy hơn những chia sẻ của những người nổi tiếng, hay những chương trình truyền hình mà ở đó, nội dung mới là điều người ta thực sự quan tâm và để ý. Thế nên, đừng ngạc nhiên nếu một sự kiện ngẫu nhiên nào đó có thể giúp mang lại những ảnh hưởng tích cực rất lớn đối với một nhà máy sản xuất rượu, một giống nho hoặc một khu vực sản xuất vang nào đó. Ngay chính bản thân Jon Priest, một nhà làm vang ở Etude Winery ở Napa,



KHI SỰ KIỆN 2010 FIFA WORLD CUP ĐƯỢC TỔ CHỨC Ở NAM PHI, VANG CỦA TOÀN BỘ ĐẤT ĐƯỢC NÀY CŨNG ĐƯỢC HƯỞNG LÂY DANH TIẾNG VÀ CÓ MỨC DOANH SỐ BÁN BÙNG NỔ. MIKE RATCLIFFE, GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH THƯƠNG HIỆU VANG CỦA GIA ĐÌNH WARWICK VÀ THƯƠNG HIỆU CỦA RIÊNG ÔNG VILAFONTE CHIA SẺ “CHỈ TRONG MỘT NĂM, DOANH SỐ BÁN CỦA CHÚNG TÔI SANG MỸ ĐÃ TĂNG GẤP ĐÔI”

cũng từng chứng kiến điều này, tất nhiên với quy mô nhỏ hơn. Ông từng làm việc tại Wild Horse, một cửa hàng ở vùng Paso Robles California. Ngày nọ, khi cô ca sĩ nhạc đồng quê nổi tiếng thời đó là Dolly Parton kể rằng cô rất thích nhà máy rượu Riesling, cửa hàng của ông đã bán hết toàn bộ Riesling chỉ trong một ngày.

Ngoài việc thiếu nguồn tin đáng tin cậy, việc lựa chọn vang theo những bộ phim hoặc theo người nổi tiếng có thể được giải thích như sau: Rượu vang vốn là một đồ uống mang tính “đua đòi”. Hoặc ít nhất, theo một nghĩa nào bạn có thể hiểu như vậy. Nếu trước đây, người ta nói Đồ ăn cho biết bạn là ai – và không ít người phân vân về điều này thì nay điều này hoàn toàn có thể ứng dụng vào với những chai rượu vang. Thế nên, bạn sẽ dễ dàng thấy người ta đang chọn champagne theo cách của Jay Z hay Kanye West (tất nhiên là khi đi bar); theo cách của Pierce Brosnan (khi dùng bữa cùng phụ nữ). Thậm chí nếu một ngôi sao bóng đá nào đó tuyên bố rằng anh ta thích một loại vang nào đó, thì hãy đề chừng bởi loại vang đó sẽ trở thành cơn sốt – tất nhiên chỉ cần loại vang đó không có mùi vị quá

tệ. Không ít thương hiệu đã dựa vào điều này để làm thương hiệu, để đẩy mạnh và bán các sản phẩm của mình. Một số sản phẩm rất tốt, thú thực tới giờ tôi vẫn không quên nỗi cảm giác khi khai mở một chai Bollinger.

Không thể phủ nhận rằng, có những nhà làm vang nhỏ lẻ chưa được biết nhiều tới nhưng vang của họ rất chất lượng. Tất cả những gì họ cần là một lời gợi ý của những người nổi tiếng, hoặc một bộ phim, hoặc một chương trong một series truyền hình. Vậy nên, lời khuyên của chúng tôi là hãy để ý, nếu nghe giới thiệu từ một ai đó hoặc một chương trình nào đó về một loại rượu vang mà bạn chưa từng nghe tới, đừng ngần ngại bỏ tiền mua một chai. Còn nếu đó là một thương hiệu rất nổi tiếng, nghĩa là lời gợi ý đó có thể đã bị “mua”, vậy hãy bỏ qua.

Sự thú vị và những điều thích thú luôn chỉ dành cho những người chịu bỏ thời gian và nỗ lực để tìm kiếm.



Dry Aged BEEF



GIỐNG NHƯ VIỆC NGƯỜI TA CHỦ ĐỘNG LOẠI BỎ TỚI ½ SỐ LƯỢNG NHO TRÊN MỖI CÂY NHO MERLOT ĐỂ CÓ THỂ CÓ MỘT VỤ MÙA TỐT VÀ TỪ ĐÓ TẠO RA NHỮNG CHAI PETRUS TUYỆT VỜI, PHƯƠNG PHÁP DRY AGED BEEF CŨNG LÀ LOẠI BỎ BỚT LƯỢNG NƯỚC CŨNG NHƯ PHẦN THỊT THỪA ĐỂ CÓ THỂ CÓ ĐƯỢC NHỮNG MIẾNG THỊT ĐỦ MỀM MẠI ĐỂ CÓ THỂ CẮT BẰNG SỔNG DAO.

Lần nọ khi ngồi dùng bữa với một người bạn, tôi được chia sẻ về một đĩa bò beefsteak có vị mềm mượt như nhung, ngọt như lựu tháng 08 và thơm như hạt quả hạch. Tất nhiên, điều này khá khó tin với tôi – cho tới khi tôi được thử món “bò lên tuổi 70 ngày” ở London. Tất nhiên, khi nói “bò lên tuổi” là tôi nói tới kiểu lên tuổi khô hay dry aged beef, một thuật ngữ hoặc một món ăn còn khá xa lạ với người Việt. Tuy nhiên, tin rằng ai đã tới El Gaucho hoặc New York Steakhouse thì không lạ gì với kiểu thịt bò lên tuổi khô này. Giá tiền của những đĩa bò beefsteak lên tuổi khô ở New York Steakhouse cũng thường đắt hơn so với những đĩa steakhouse lên tuổi ướt từ 100-150 ngàn đồng. Khoản tiền này thừa đủ để bạn làm một đĩa bít tết ở nhà hàng phổ thông nào đó.

Vậy, bò lên tuổi khô là gì? Bò lên tuổi khô có thể giải thích như sau đây là một cách “ủ” để làm cho thịt trở nên ngon hơn. Cách làm được thực hiện như sau. Vào khoảng đầu thế kỷ 20, những người bán thịt phát hiện ra rằng nếu họ bỏ đói bò để làm sạch ruột. Sau đó, khi giết thịt xong, họ sẽ treo thịt lên, nước trong thịt sẽ rút đi và giúp cho thịt có vị đậm đà hơn. Ngoài ra, do trong quá trình ủ, các vi khuẩn sẽ xuất hiện trên bề mặt của thịt. Những vi khuẩn này không chỉ phân hủy bề mặt của thịt mà chúng còn “tiêm” vào thịt một thứ acid giúp làm cho mềm cơ của thịt. Nghe thì có vẻ hơi mất vệ sinh, rất nhiều người có thể sẽ hỏi như vậy thịt không phân hủy à? Tuy nhiên, hãy nhìn việc này theo cách sản xuất pho mát hoặc cách làm rượu vang Château d'Yquem. Với loại vang đắt đỏ này, người ta cũng lựa chọn những trái nho đã bị nhiễm nấm Botrytis để ủ ra những chai vang có giá không dưới \$500/chai. Hay pho mát thực chất cũng chỉ là sữa lên men.

Nghe thì đơn giản vậy, tới mức tưởng rằng ai cũng có thể tự làm được thịt bò lên tuổi ngay ở chính nhà mình. Nhưng thực tế lại không phải vậy. Để lên tuổi khô cho thịt bò, người ta phải treo thịt trong một phòng lạnh với nhiệt độ khoảng từ 0-1 độ C, độ ẩm là khoảng 80% với sức gió khoảng từ 0,5 tới 2,5/giây. Cứ như vậy, quá trình này kéo dài từ 14 tới 28 ngày.

Vậy lý do gì khiến cho thịt bò lên tuổi khô đắt hơn lên tuổi



ướt? Đơn giản, với cách lên tuổi ướt, bạn sẽ không cần đến một hệ thống làm lạnh đặc biệt có khả năng kiểm soát độ ẩm và tạo ra và kiểm soát sức gió. Đó là chưa kể việc không ai ăn phần bề mặt bên ngoài của miếng thịt lên tuổi khô (bởi đó là nấm mốc). Do thịt bò chiếm tới 72% là nước nên thịt càng để lâu sẽ càng mất nước, càng co ngót, lớp thịt mốc bỏ đi càng lớn. Giải thích đơn giản hơn, bạn có thể hiểu như sau, cùng là cách lên tuổi (aging) nhưng lên tuổi khô là cách khiến cho thịt giảm đi chỉ còn 1/2 và thu lấy những gì tinh hoa và ngon mềm nhất, đậm đà nhất của miếng thịt (tới mức như một số người vẫn thường nói vui rằng, thịt mềm tới mức có thể cắt bằng sống dao).

Trong khi đó, với cách lên tuổi ướt, thịt gần như vẫn còn nguyên. Theo cuốn The Butcher's Apprentice của Aliza Green thì với cách làm lên tuổi khô, trọng lượng thịt mỗi ngày mất đi sẽ khoảng 1%. Như vậy sau từ 2-3 tuần lên tuổi, thịt sẽ bị ngót đi 1/3. Trong khi theo các chuyên gia, thịt bò chỉ cần lên tuổi trong khoảng 3-4 tuần, bởi sau thời gian này, chất lượng của thịt sẽ đạt độ bão hòa nên việc lên tuổi sẽ không cải thiện được nhiều. Tuy nhiên, vẫn có những nhà hàng muốn mang tới cho khách hàng một trải nghiệm hoàn mỹ nhất với đĩa beefsteak nên đã kéo dài thời gian lên tuổi tới tận 70 ngày, gấp gần 10 lần thời gian lên tuổi của New York Steakhouse.

Thực tế là có thể mọi người nghĩ rằng người ta chỉ lên tuổi cho thịt bò nhưng thực tế là người ta lên tuổi cả cho thịt cừu. Hay một số loại gà rừng như gà lôi, chim trĩ khi săn được người ta cũng thường lên tuổi trong thời gian từ 03-07 ngày để tăng hương vị và độ mềm mại. Hay một điểm thú vị nữa là mặc dù nước Pháp có thể xem là đất nước của ẩm thực nhưng thực tế, việc lên tuổi khô cho thịt ở đất nước của rượu vang này lại bị xem là bất hợp pháp. Một chú ý cuối cùng, nếu gọi món beefsteak với thịt bò dry aged beef, hãy nhớ là nên gọi kiểu Rare hoặc Blue Rare, bởi chỉ có như vậy, bạn mới có thể thấy được cái vị mềm mượt như nhung, ngọt ngào như lựu và béo bùi như những hạt quả hạch.

BUFFET HẢI SẢN "HOÀNH TRÁNG" TẠI CARAVELLE SAIGON

Nhà hàng Nineteen – Tầng trệt. 18:00 – 22:00



Hãy cùng bạn bè và người thân thưởng thức buffet tối trong khung cảnh sang trọng và ấm cúng tại nhà hàng Nineteen, tầng trệt của Khách sạn Caravelle Saigon.

Điểm nhấn của Nineteen là sự đa dạng của các loại hải sản đầy ắp và tươi ngon như tôm hùm, tôm mũ ni, cua, ghẹ, hàu sữa... được chế biến theo khẩu vị của từng thực khách. Các món khai vị, súp, các món nóng đều được chế biến công phu mang đến hương vị đậm đà đặc biệt. Quầy thịt nướng, sushi, phô-mai ngoại nhập và nhất là khu vực của các món ngọt hấp dẫn với tháp sô-cô-la thơm lừng và bánh flan Caravelle trứ danh sẽ làm hài lòng các thực khách khó tính nhất.

Buffet tối có giá:

1.490.000 đồng:

bao gồm rượu champagne, cocktail, bia và các loại rượu vang hảo hạng.

1.090.000 đồng:

bao gồm cocktail, bia và các loại rượu vang hảo hạng.

990.000 đồng:

bao gồm nước ngọt, nước trái cây và các loại cocktail không cồn.

890.000 đồng:

không bao gồm thức uống.

**Ưu đãi dành cho hội viên
Caravelle Classique Club sẽ được áp dụng.**

*Giá chưa bao gồm 5% phí phục vụ và 10% VAT
Để biết thêm thông tin, vui lòng gọi (84) 906 900 523
hoặc email: eam-fb@caravellehotel.com*

CARAVELLE – THE HEART OF SAIGON



Furama Hotels & Resorts International
WORLDHOTELS
deluxe



buffet
NINETEEN



19-23 Lam Son Square, District 1, Ho Chi Minh City, Vietnam
hotel@caravellehotel.com caravellehotel.com

<https://tieuim.hopto.org>



MUA CHUYÊN CƠ

và những điều cần biết

Dưới đây là một số vấn đề mà một người có ý định mua máy bay riêng có thể gặp phải?

Nếu lần đầu mua máy bay riêng, sẽ có một số câu hỏi bạn cần đặt ra. Đó là nhu cầu bay mỗi năm? Khoảng cách bay trung bình mỗi lần? Hành lý mang theo? Có chấp nhận chia sẻ máy bay với người lạ? Thường bay cùng ai? Chiều cao trung bình của khách bay? Hành lý của họ? Đây sẽ là những câu hỏi giúp bạn có thể quyết định mua máy bay hay sẽ dùng các dịch vụ chia sẻ hoặc thuê mướn máy bay đang nở rộ. Tất nhiên, bạn sẽ cần có sự hỗ trợ của các chuyên gia và các nhà môi giới nhưng hãy chú ý bởi không phải lúc nào các nhà môi giới cũng là người làm việc cho bạn. Bởi giống như mọi ngành nghề, họ cũng chịu áp lực doanh số nên càng bán được nhiều, họ càng được thưởng nhiều. Thậm chí ngay cả các chuyên gia trong lĩnh vực cũng khẳng định rằng, không phải chiếc máy bay nào mà các nhà môi giới giới

thiệu cho bạn đều phù hợp với bạn. Đó là chưa kể giống như thị trường bất động sản, ngay cả các nhà môi giới máy bay quốc tế cũng không thể nắm bắt tất cả các loại máy bay mà họ sẽ chỉ chuyên từng phân khúc. Và cũng không ít trường hợp, họ muốn hướng nhu cầu của bạn theo phân khúc của họ - nếu có thể. Vậy để loại bỏ tất cả những điều này, bạn nên thuê một hai hoặc hai tư vấn độc lập riêng.

Chúng ta đều biết rằng không phải ai cũng có thể mua một chiếc máy bay mới 100%. Trong trường hợp đó, hãy yêu cầu các tham chiếu từ những người đã làm việc với người bán máy bay hoặc người môi giới. Điều này sẽ giúp bạn biết được phần nào về người bán hoặc người môi giới của bạn. Nếu lịch sử của anh ta sạch sẽ, hoặc tốt vậy bạn sẽ có thể tin tưởng vào những gợi ý của người đó. Điều này cũng giống như việc bạn xem portfolio của một công



FRÉDÉRIQUE CONSTANT SLIMLINE TOURBILLON



*HOÀN TOÀN KHÔNG QUÁ KHI NÓI MẪU
ĐỒNG HỒ SLIMLINE TOURBILLON MỚI CỦA
FRÉDÉRIQUE CONSTANT LÀ MỘT TRONG
NHỮNG TUYỆT PHẨM ĐƯỢC RA ĐỜI BỞI SỰ
KẾT HỢP GIỮA CÔNG NGHỆ HIỆN ĐẠI VÀ
NGHỆ THUẬT CHẾ TÁC TRUYỀN THỐNG.*

Hãng đồng hồ nổi tiếng Thụy Sĩ Frédérique Constant liên tục tung ra những phiên bản đồng hồ giới hạn không chỉ nổi trội trong thiết kế mà còn thực sự khiến giới mộ điệu ngưỡng mộ bởi việc kết hợp những công nghệ tiên tiến hiện đại nhất trong quá trình chế tác đồng hồ. Trong đó không thể không nhắc đến thành công vang dội của Slimline Tourbillon thuộc dòng Manufacture - tất cả bộ máy được sử dụng đều được phát triển, chế tác, hoàn thiện hoàn toàn tại nhà máy của hãng ở Plan - les - Ouates, Geneva.

Mỗi mẫu Slimline Tourbillon đều được sản xuất giới hạn 188 chiếc với bộ cơ tự động FC-980 Manufacture. Những thiên tài công nghệ chế tác đồng hồ đã tạo lên mỗi sản phẩm này từ hơn 200 chi tiết riêng lẻ, đặc biệt nhất là hãng sử dụng bánh xe bằng silicium và neo để tăng độ chính xác, tránh các yếu tố nhiệt độ và độ ẩm ảnh hưởng đến bộ máy.

Không chỉ thế, sản phẩm này còn được khoác lên mình một diện mạo vô cùng tuyệt mỹ với đường kính 43mm, vỏ được mạ vàng hồng 18k, lộ một phần bộ máy Tourbillon tại vị trí 6h. Số lượng chân kính lên đến 33, năng lượng dự trữ 48h và chức năng thông báo lịch sáng chiếu qua 2 kim nhỏ cách điệu trên mặt số.

Nhập khẩu và Phân phối: Hamex Co., Ltd

Địa chỉ: 41 Thi Sách, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội | 352 Lê Văn Sỹ, Q.3, Tp.HCM

Hotline: 0977253186 | www.gallewatch.com | www.frederique-constant.com



ty hoặc CV của một ứng viên xin việc. Ngoài ra, bản tham chiếu này cũng cung cấp cho bạn những thông tin tốt nhất về việc người môi giới của bạn có phải một chuyên gia trong lĩnh vực hay không? Hoặc bạn có thể biết anh ta chuyên về loại máy bay gì. Có thể bạn sẽ không hợp tác với anh ta lần này nhưng những thông tin mà bạn có được từ anh ta sẽ đưa bạn tới hợp tác với anh ta trong lần sau.

Trong rất nhiều trường hợp, điều quan trọng hơn cả là bạn phải xác định xem mình có thực sự cần một chiếc máy bay. Những nhà môi giới kém lương tâm thường áp dụng nguyên tắc sau một cách máy móc, nếu bạn bay khoảng 300 – 400 giờ/năm, bạn là một ứng viên sáng giá, bạn làm một khách hàng tiềm năng. Nhưng nếu ở dưới mức đó, bạn nên tham gia vào các hợp đồng thuê mướn. Tuy nhiên, theo các chuyên gia quy tắc này đơn giản và bạn không nên nghe theo.

Theo James Butler, CEO của Shaircraft Solutions bạn cần xem xét điều sau: “Liệu bạn có thực sự muốn quản lý một chiếc máy bay, thuê và trả lương cho một phi công và cả một phi hành đoàn. Bạn sẽ phải trả phí đỗ đậu và cả phí bảo trì hàng năm?” Bạn cũng cần hiểu rằng máy bay không phải một tài sản dễ lưu động, thông thường khoảng thời gian để bán một chiếc máy bay thường kéo dài hàng năm trời đó là chưa kể giá của máy bay sẽ bị bốc hơi theo những biến động của thị trường. Bạn chỉ nên sở hữu một chiếc máy bay hoặc chuyên cơ riêng nếu mỗi

chữ ký của bạn có giá trị thực sự và bạn là người phải đối mặt với những hợp đồng kinh tế khổng lồ và bạn thường xuyên tới tham dự những hội nghị như Diễn Đàn Kinh Tế Thế Giới.

Khi mua máy bay cá nhân, người mua cũng có thể cân nhắc việc có nên mua lại một chiếc máy bay cũ hay không? Lý do của việc này là một chiếc máy bay cá nhân cũ có thể có giá chỉ bằng ½ máy bay cá nhân mới. Điều này có nghĩa là cho dù có chi thêm tiền để tân trang lại thì chiếc máy bay sẽ vẫn có chi phí thấp hơn với việc mua một chiếc máy bay mới trong khi những chiếc máy bay cũ (từ 10 thậm chí là 20 năm tuổi) được bảo trì tốt ở Mỹ có độ an toàn không kém gì một chiếc máy bay mới. Một điều nữa khi chuẩn bị mua chuyên cơ cá nhân là bạn hãy chuẩn bị tới phương án rút lui. Điều này cũng giống như việc bạn chuẩn bị ly hôn trước khi kết hôn, chuẩn bị bị phá sản trước khi mở công ty. Và chiến lược ở đây là hãy định sẵn khoản tiền có thể bị bốc hơi của mình. Hoặc bạn có thể xem như ký một hợp đồng tiền hôn nhân với chiếc máy bay của mình.

Sau khi mua máy bay, một số người cũng có thể quyết định lựa chọn đem cho thuê chiếc máy bay đó. Tuy nhiên, nếu như vậy, tại sao bạn không làm theo cách ngược lại, đi thuê máy bay thay vì mua nó. Bởi như thế, bạn sẽ không mất chi phí bảo trì, bạn cũng chẳng cần phải lo tới việc mất giá và rõ ràng khoản tiền đó bạn hoàn toàn có thể đầu tư vào những lĩnh vực khác.

INFINITI Q30



Ngoại thất độc đáo đầy biểu cảm của mẫu compact cao cấp đầu tiên của thương hiệu xe hơi tới từ Nhật, Infiniti: Q30 sẽ mang tới cho mọi người một khái niệm hoàn toàn mới về học thuyết khí động học. Đây sẽ là một mô hình kiểu mẫu có ý nghĩa thay đổi hoàn toàn quan niệm của mọi người về nguyên lý khí động học trong phân khúc xe compact. Tương tự, nội thất của Q30 với những mảng miếng hình khối và những đường cong đầy tính biểu cảm và gợi cảm giống như tạo ra một cá tính riêng bao trùm lên người lái và hành khách ngồi trong xe. Những nhà thiết kế nội thất của Infiniti đã lựa chọn những chất liệu cao cấp nhất và xử lý chúng để tạo nên một không gian hiện đại đầy sang trọng. Một trong những chi tiết có thể giúp chúng ta cảm nhận được rõ ràng điều này là việc hãng đã sử dụng những chất liệu cao cấp nhất như da lộn hiệu Dinamica đến từ Ý. Được sử dụng ngày càng rộng rãi trong ngành thời trang cao cấp, giờ đây chất liệu này được sử dụng làm đường viền cho phần trần xe và các trụ chống trong khoang lái của Q30.

LỄ RA MẮT THẾ GIỚI
CỦA CHIẾC COMPACT
CAO CẤP ĐẦU TIÊN
CỦA INFINITI: INFINITI
Q30 THEO KẾ HOẠCH
SẼ DIỄN RA TẠI TRIỂN
LÂM Ô TÔ QUỐC TẾ
FRANKFURT TRONG
NĂM NÀY.



Ghế ngồi của người lái và hành khách được thiết kế để tăng cường sự thoải mái và hỗ trợ với một điểm tựa hông nâng cao mang lại cảm giác kiểm soát hoàn toàn đồng thời kết hợp hài hòa với kiểu dáng khí động học sắc nét của Q30 dù là trên những con phố trong đô thị hay trên mọi nẻo đường. "Thiết kế ngoại thất như điêu khắc và khoang lái mang tính bất đối xứng của Q30 chính là đặc tính không thể nhầm lẫn của Infiniti. Với Q30, chúng tôi đang bước vào một phân khúc mới và mở rộng thêm lựa chọn cho khách hàng của Infiniti. Chiếc xe này là một phần quan trọng trong chiến lược của chúng tôi trong mục tiêu trở thành nhà sản xuất hàng đầu thế giới trong lĩnh vực xe ô tô cao cấp." Ông Roland Krueger, Chủ tịch của Infiniti phát biểu.

TOP SIÊU XE 2015

CHÚNG TA ĐỀU KHÔNG NGỪNG PHẤN ĐẤU ĐỂ THÀNH ĐẠT. HÃY
NHÌN VÀO NHỮNG SIÊU XE HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI VÀ PHẤN ĐẤU.



ZENVO ST1

\$1,2 TRIỆU

Đứng đầu trong danh sách của chúng ta cái tên Zenvo ST1 – có thể là khá mới đối với bạn đọc Việt Nam, nhưng không lạ đối với những tay chơi sành sỏi của thế giới. Xe được lắp ở Zealand, Đan Mạch với động cơ 6,8l, V8 tích hợp cả chức năng siêu áp và tăng áp kép. Xe có công suất 1.104 mã lực với lực xoắn lên tới 1.054 pound/feet. Mẫu ST1 này được thực hiện gần như thủ công hoàn toàn. Tuy nhiên, theo những đánh giá của các chuyên gia thì mẫu xe ST1 này thì nó chưa đủ đáp ứng những kỳ vọng của giới mộ điệu do bị chậm hoặc trễ hơn mức trông đợi. Tuy nhiên theo phản hồi của Zenvo thì nguyên nhân của những gì mà các chuyên gia nêu ra là do nhiều giờ lái xe ở tốc độ cực điểm. Về thiết kế của xe, khá mạnh mẽ và ấn tượng với những đường gờ và các mảng miếng.



FERRARI LAFERRARI

\$1,4 TRIỆU

Mẫu xe 950 mã lực nay nổi tiếng tới mức nó còn được biết đến với cái tên The Ferrari trong tiếng Ý. Là mẫu xe hybrid đầu tiên của "Nhà Của Ngựa", LaFerrari được trang bị động cơ 6,3l, V12 cùng với một motor điện và hệ thống Kinetic Energy Recovery System mang tới cho xe những đợt phá hoàn toàn mới cả về lực xoắn lẫn công suất. Thậm chí hoàn toàn không ngoa khi nói, rất ít mẫu xe trên đường có được ấn tượng này và thậm chí ít mẫu xe có được sức mạnh đó. Với một trọng lượng chưa tới 1.270kg, chiếc xe được các chuyên gia ví có khả năng của rồng này có thể tăng tốc từ 0-96km trong vòng chưa tới 3 giây, và để đạt tốc độ xấp xỉ 200km/h xe không cần vượt tới giây thứ 07. Nếu được chạy hết ga, hết số, xe sẽ có tốc độ 349km/h. Nếu có gì có thể nhanh hơn có lẽ là chính khả năng bán chạy của chiếc xe, 499 chiếc (toàn bộ số xe) đã được bán hết trước khi bạn kịp có ý định rinh về garage nhà mình một trong số chúng.

PAGANI HUAYRA

\$1,4 TRIỆU



Pagani hoàn toàn có thể xem là một cái tên high profile trong những cái tên low profile và ngược lại. Hay đơn giản hơn thì đây là một cái tên ít được biết tới nhưng lại rất được ưa chuộng trong giới sưu tập siêu xe trên thế giới. Huayra – tên của mẫu xe đang được giới thiệu – được đặt theo tên của vị thần gió của Nam Mỹ. Huayra (phát âm là why-rah) sở hữu một động cơ AMG (hàng đặt), 6,0l, V12 với một cặp tăng áp kép, mang tới cho xe một khối sức mạnh lên tới 620 mã lực và một lực xoắn lên tới 740lb-ft. Khi được test trên đường đua của Top Gear, xe đã vượt mặt Bugatti Veyron Super Sport. Nó thậm chí còn đã đánh bại Ariel Atom 500. Thiết kế của xe cũng vô cùng đặc biệt với lối mở cửa nâng lên, biến chiếc xe thành một tuyệt phẩm cả về tốc độ lẫn thiết kế khi ở trên đường.

ASTON MARTIN ONE-77

\$1,4 TRIỆU

Với cái giá 1,4 triệu đô, Aston Martin One-77 hoàn toàn xứng đáng nằm trong danh sách những chiếc siêu xe của thế giới. Và đó có lẽ là điều mà hãng Aston Martin muốn mang tới cho giới mộ điệu khi giới thiệu phiên bản đặc biệt và giới hạn này. Được biết giới hạn cho phiên bản này là 77 chiếc vì vậy chỉ thực sự may mắn, một người mới có thể làm chủ một chiếc Aston Martin One-77. Xe được thực hiện với khung gầm monocoque sợi carbon, vỏ nhôm chế tác thủ công mang tới cho xe một thiết kế hiện đại nhưng vẫn vô cùng mạnh mẽ. Dưới cái lớp vỏ đó là một động cơ V12, với dung tích lên tới 7,3l, sản sinh ra một khối sức mạnh lên tới 750 mã lực, với lực xoắn lên tới 553lb-ft. Được biết, đây có thể xem là mẫu xe Aston Martin nhanh nhất khi tốc độ tối đa trong điều kiện hoàn hảo có thể cán mức 354km/h. Xe có thể tăng tốc từ 0-96km/h trong vòng 3,5 giây.



KOENIGSEGG ONE

\$2 TRIỆU



Tin rằng, bạn có thể mua rất nhiều thứ với \$2 triệu. Một căn nhà thật đẹp, khoảng 80 chiếc Mazda MX-5 hoặc đơn giản chỉ là một chiếc xe megacar của Thụy Điển được giới thiệu ở đây. Một người có óc thực tế sẽ nghĩ ra rất nhiều thứ hợp lý hơn là bỏ một khoản tiền khổng lồ chỉ để mua một chiếc xe mà thậm chí từ một quốc gia vốn không nổi tiếng về xe hơi. Tuy nhiên bạn đừng mang cách suy nghĩ thông thường ra để áp cho những chiếc xe megacar bởi đó là những chiếc xe megacar. Điều này cũng giống như việc không ai mua siêu xe mà quan tâm đất hay rẻ cả. Mẫu xe được phát triển dựa trên nền tảng của Agera R với tỷ lệ kg-sức ngựa lý tưởng: 1-1. Một tỷ lệ hoàn hảo và có thể xem là tỷ lệ vàng khi chiếc xe có công suất 1.340 mã lực và trọng lượng 1.340kg. Trong điều kiện hoàn hảo, xe có thể đạt tốc độ tối đa 439km/h. Để đơn giản hơn, bạn có thể hiểu đây là một chiếc trực thăng trên đường với phong cách F1-style, má phanh bằng sứ với các lỗ thông hơi – được biết đây hiện tại là một trong những công nghệ mới nhất. Xe có giới hạn chế tác chỉ 06 chiếc và tiếc là cả 06 chiếc đã được bán hết.



Nhân dịp 60 năm đóng đô của hãng xe Ferrari tại Bắc Mỹ, thương hiệu xe siêu sang gây dựng được danh tiếng ấn tượng nhất tại vùng đất này, “Nhà Cửa Ngựa” đã ra mắt mẫu xe F60 America để kỷ niệm hành trình đặc biệt hơn nửa thế kỷ chinh phục người Mỹ này. Được phát triển dựa trên nguyên mẫu F12 Berlinetta, F60 mang thiết kế ấn tượng với một màu xanh với các chi tiết sao và sọc, ghế được trang trí với chi tiết mang hình lá cờ Mỹ và màu sơn cổ điển xung quanh. Có hệ thống máy giống với mẫu F12 nhưng không nên xem F60 America là một chiếc Fiat Panda (chỉ biết tiết kiệm nhiên liệu). Với động cơ V12, 6,2l, 740 mã lực, mẫu siêu xe có phiên bản siêu giới hạn này dễ dàng cán tốc độ 96km/h chỉ trong 3,1 giây. Và như vậy, siêu phẩm này đang làm sống lại những giai đoạn quá khứ oai hùng của Ferrari khi hãng đưa ra những mẫu xe thể thao dành riêng cho thị trường Bắc Mỹ vào những năm 50-60.

FERRARI F60 AMERICA

\$2,5 TRIỆU

MANSORY VIVERE BUGATTI

\$3,4 TRIỆU

Danh sách những siêu xe hàng đầu sẽ không thể đầy đủ khi thiếu đi một số phiên bản của Bugatti (Veyron) hùng mạnh. Ở đây, chúng tôi muốn dành một quan tâm đặc biệt đến phiên bản Mansory Vivere, bởi nó không chỉ là một trong những chiếc xe nhanh nhất thế giới mà còn là một trong những chiếc xe đắt tiền nhất. Được lên đời bởi những bàn tay phù thủy đầy ma thuật của hãng độ xe Mansory, mẫu Veyron 1.200 mã lực này hoàn toàn có thể đặt cạnh và so sánh với chính mẫu xe độc đáo Grand Sport Vitesse Roadster. Xe được “phẫu thuật thẩm mỹ” để tôn thêm vẻ đẹp long lanh của thân xe bằng sợi carbon, đèn LED được nâng cấp, cabin được cải tiến. Lưới tản nhiệt trước được thiết kế lại để có thể mang tới một thiết kế ấn tượng nhất. Giới mộ điệu thích ví von chiếc Veyron độ này với một tác phẩm nghệ thuật khi một bản đồ của các cuộc đua lịch sử kiểu Targa Florio được khắc bằng tia laser vào nội và ngoại thất của xe. Ồ, và nó có vận tốc 408km/h.





W MOTORS LYKAN HYPERSPORT

\$3,4 TRIỆU

Như đã biết, Lykan HyperSport là sản phẩm của hãng siêu xe W Motors được thành lập tại Li-băng vào năm 2012. Siêu xe Lykan HyperSport đã lần đầu tiên trình làng tại triển lãm ô tô quốc tế Dubai diễn ra vào tháng 11/2013. Tuy nhiên, phải đến khi xuất hiện trong bộ phim bom tấn "Fast & Furious 7", siêu xe Lykan HyperSport mới được nhiều người trên toàn thế giới chú ý và biết đến. Trong Fast & Furious 7, siêu xe Lykan HyperSport đã gây ấn tượng mạnh với màn bay giữa hai tòa nhà chọc trời cực ngoạn mục.

Tuy nhiên, không phải ai cũng có cơ hội sắm siêu xe Lykan HyperSport vì hãng W Motors chỉ dự định sản xuất đúng 7 chiếc. Ngoài số lượng giới hạn, Lykan HyperSport còn đắt là bởi được trang bị cụm đèn pha LED làm từ titan và đính 420 viên kim cương. Lykan HyperSport được trang bị động cơ 6 xi-lanh phẳng, tăng áp kép, dung tích 3,7 lít, sản sinh công suất tối đa 750 mã lực và mô-men xoắn cực đại 960 Nm. Đây là động cơ do hãng độ nổi tiếng Ruf chuyên về xe Porsche cung cấp. Nhờ đó, siêu xe đến từ Li-băng có thể tăng tốc từ 0-100 km/h trong 2,8 giây trước khi đạt vận tốc tối đa 385 km/h.

LAMBORGHINI VENENO

\$4,5 TRIỆU



Lamborghini Veneno đặt theo tên chú bò tót nổi tiếng giết chết đấu sĩ vào năm 1914. Việc giảm trọng lượng quan trọng đến mức hãng siêu xe Italy còn sử dụng những công nghệ đỉnh cao khác như composite gia cường để làm ghế ngồi và vật liệu sợi carbon dệt ở ghế ngồi với các điểm nhấn, cũng như phần khung xe và chi tiết ngoại thất. Veneno sở hữu động cơ 6,5 lít V12 công suất 750 mã lực và tốc độ tối đa 354 km/h. Với ngoại hình khác biệt so với phần lớn các sản phẩm cùng “Nhà Cua Bò”, Veneno sở hữu thiết kế khí động học được tối ưu hóa, trong đó có cánh hướng gió trước, hốc gió và bộ khuếch tán sau cỡ lớn hay bộ phận giống như vây cá mập chạy theo đường xương sống trên nóc xe. Ngoài ra xe còn có kiểu cửa cắt kéo, đèn pha và đèn hậu dạng chữ Y cùng vành xe bất đối xứng. Tại Việt Nam, Veneno có giá khoảng \$11,7 triệu nếu đóng đủ thuế.

KOENIGSEGG CCXR TREVITA

\$4,8 TRIỆU



Với phiên bản CCXR Trevita, Koenigsegg đã xuất hiện trong danh sách với danh hiệu chiếc xe đắt nhất thế giới. Tại sao chiếc siêu xe lại đắt như vậy? Tôi không hề cường điệu khi nói rằng, đó là chiếc xe tráng kim cương, mà kim cương thì không hề rẻ nhé. Chỉ có ba chiếc được sản xuất (siêu siêu giới hạn), siêu xe Trevita có vỏ bằng sợi carbon với công nghệ dệt kim cương độc quyền của Koenigsegg. Trevita thuộc phiên bản cực hiếm của hãng sản xuất siêu xe Thụy Điển, phát triển dựa trên mẫu xe Koenigsegg CCXR. Koenigsegg CCXR Trevita được trang bị cần chuyển số, hệ thống ống xả inconell, bộ má phanh bằng carbon ceramic, hệ thống thủy lực và một loạt trang thiết bị tiện nghi. CCXR Trevita dùng động cơ tăng áp kép, dung tích 4,8 lít V8, sản sinh 1.018 mã lực tại vòng tua máy 7.000 vòng/phút và 1.080 Nm mô-men xoắn tại 5.600 vòng/phút. CCXR Trevita có thể tăng tốc 0-100 km/h trong 2,9 giây, tốc độ tối đa 410 km/h.

An orange Ford Ranger Wildtrak 3.2L is parked on a dark, rocky beach. The background features a turquoise ocean with white waves crashing against the shore, and a blue sky with scattered white clouds. In the distance, there are green, forested hills or islands. The overall scene conveys a sense of adventure and ruggedness.

FORD RANGER MỚI

PHIÊN BẢN WILDTRAK 3.2L

MANG ĐẾN KHẢ NĂNG VẬN HÀNH VƯỢT TRỘI CỦA DÒNG XE ĐƯỢC MỆNH DANH "VUA BÁN TẢI" VỚI CÔNG SUẤT 118KW, MẪU RANGER WILDTRAK MỚI 2015 CỦA FORD SỞ HỮU MỘT HỘP SỐ SÁU CẤP TỰ ĐỘNG VÀ KHẢ NĂNG LỘI NƯỚC 800MM DẪN ĐẦU PHÂN KHÚC.



Đầu xe được thiết kế mạnh mẽ với lưới tản nhiệt, cản trước xám ánh kim sẫm cùng tấm chống trượt bạc là những điểm nhấn sắc nét lột tả diện mạo nam tính của Ranger Wildtrak Mới.

Được giới thiệu chính thức tại Việt Nam vào ngày 06/08 vừa qua với những thay đổi mang tính toàn diện từ thiết kế tới công nghệ về cả thiết bị và hỗ trợ lái. Ranger Mới này được kỳ vọng để tiếp tục dẫn đầu phân khúc bán tải tại thị trường Việt Nam, hiện đang có Nissan Navara, Mazda BT-50 và Mitsubishi Triton. Ngay từ cái nhìn đầu tiên, có thể thấy **Ranger Wildtrak Mới** sở hữu một ngoại thất nam tính, mạnh mẽ, vượt địa hình, nhưng không kém phần sang trọng với nội thất được chau chuốt như một chiếc SUV hạng sang, phù hợp cả khi di chuyển trong phố. Với phiên bản mới này, xe được trang bị lưới tản nhiệt hình thang sáng bóng và nổi bật với 03 thanh mạ crom ấn tượng – một thiết kế thừa hưởng từ “đàn anh” Ford F-150 Raptor.

Hoàn toàn có thể nói **Ranger Wildtrak Mới** mang một vẻ đẹp cơ bắp, hơn hẳn so với những phiên bản trước. Nắp capo mới của xe mạnh mẽ và nổi bật với những đường gân dập nổi to bản chứ không phẳng lì như phiên bản cũ. Cụm đèn pha và đèn sương mù của xe sau khi đã cải tiến về thiết kế trông sắc nước hơn. Với đèn pha, Ford cũng sử dụng công nghệ đèn Projector theo đúng trào lưu hiện đại. Với phiên bản này, phần sườn xe cũng được thiết kế lại mang tính ứng dụng và thực tế hơn với bậc cửa lên xuống không còn dạng ống kim loại mà bằng nhựa, khá rộng, dễ đặt chân, giảm bớt khó khăn trong quá trình vệ sinh xe.

Trong khi đó, thiết kế khí động học của dòng xe Ford Ranger vẫn được giữ nguyên. Thiết kế nội thất của Ranger Wildtrak Mới được coi là một cuộc cách mạng so với phiên bản cũ và gợi liên tưởng đến mẫu xe thể thao đa dụng Everest thế hệ mới. Thiết kế nội thất trên Ranger mới là những đường thẳng và thiết kế nằm ngang mạnh mẽ mang đến cảm giác rộng rãi trong khoang lái, bảng táp lô cùng nhiều tính năng mới với điểm nhấn là màn hình cảm ứng 8 inch không chỉ tăng thêm sự tiện nghi cho người lái mà còn mang lại sự sang trọng cho chiếc xe. Các nút điều khiển trong tầm tay và dễ thấy, nhiều chỗ chứa đồ, tiếng ồn và rung lắc được giảm đáng kể.



Ranger Wildtrak Mới thu hút ngay tức khắc với vẻ ngoài cơ bắp, đậm chất thể thao mà vẫn đầy lịch lãm. Sắc cam ấn tượng càng làm nổi bật thiết kế táo bạo vốn có của Ranger, khẳng định sự hiện diện của chiếc xe trên mọi cung đường.



Wildtrak Mới khẳng định đẳng cấp mới của dòng xe bán tải khi sở hữu một không gian nội thất tiện nghi, sang trọng và sắc sảo.



Ấn tượng nhất là hệ thống kết nối trong ô tô mới nhất của Ford, SYNC2 với màn hình hiển thị cảm ứng 8-inch cho phép tài xế liên lạc, điều chỉnh nhiệt độ, định vị v.v bằng giọng nói.

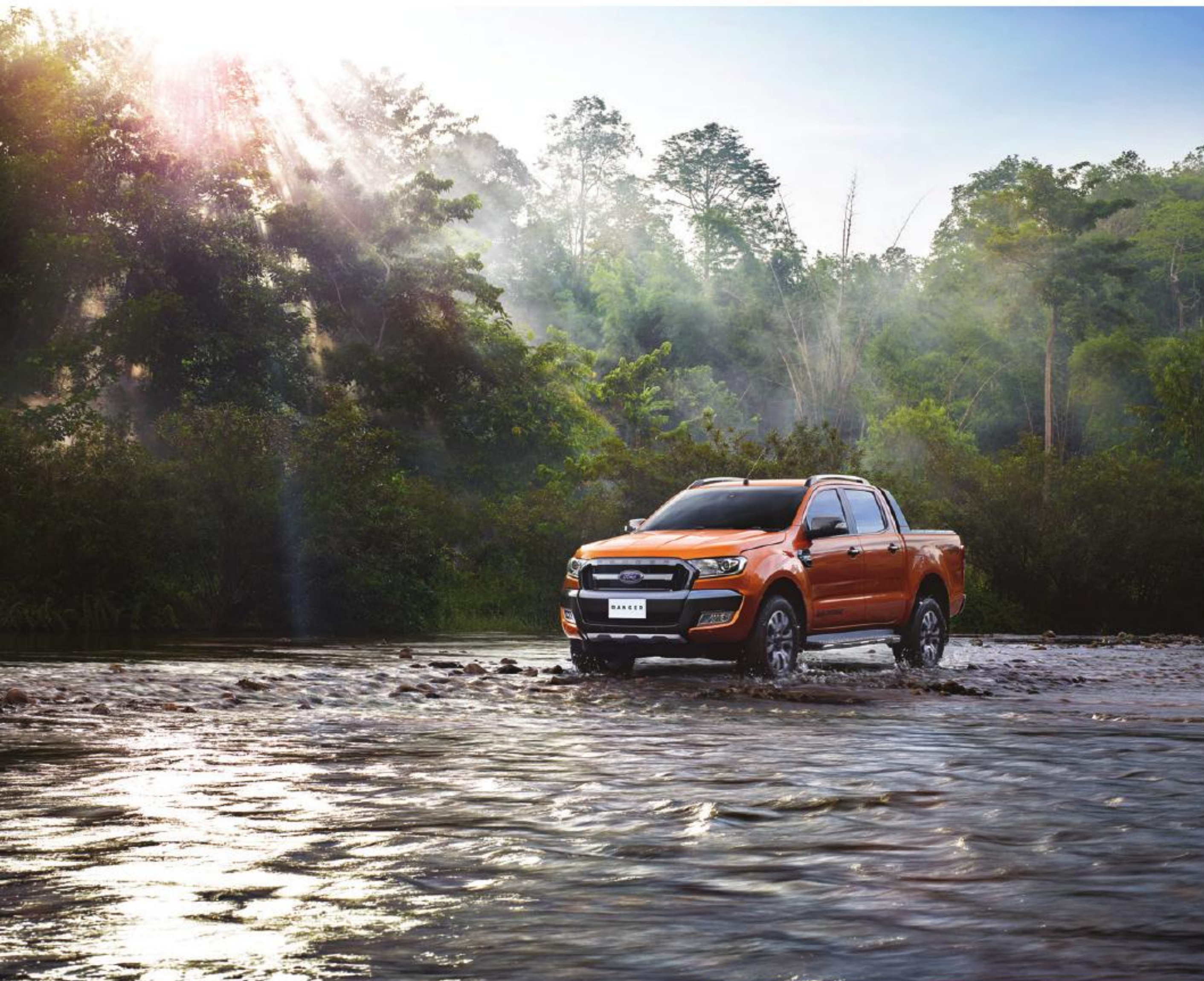


Vô lăng bọc da, khâu chỉ cam cá tính của Wildtrak.



Wildtrak sở hữu khả năng vận hành vượt trội của dòng xe được mệnh danh "vua bán tải" với công suất ấn tượng 118kW, hộp số sáu cấp tự động và khả năng lội nước 800mm dẫn đầu phân khúc.





Ranger Wildtrak. Mới cá tính, mạnh mẽ và sắc sảo xứng đáng là người đồng hành trên con đường chinh phục thành công của mỗi người đàn ông.

Ranger Wildtrak được trang bị công nghệ trợ lái tiên tiến như Hệ thống kiểm soát hành trình, cảm biến hỗ trợ đỗ xe phía sau, hỗ trợ đổ đèo và khởi hành ngang dốc. Sự hiện đại giúp các tay lái làm chủ vô lăng một cách tự tin và an toàn.



APPLEWATCH HERMÈS

SỰ KẾT HỢP CỦA CÁI TÊN TIÊN PHONG TRONG THẾ
GIỚI CÔNG NGHỆ VÀ CÁI TÊN HÀNG ĐẦU TRONG THẾ
GIỚI CHẾ TÁC SẼ MANG TỚI NHIỀU HƠN NHỮNG GIÁ TRỊ
ĐẲNG CẤP VÀ TRẢI NGHIỆM.

Mới đây hãng công nghệ số một thế giới, Apple và nhà chế tác đồ xa xỉ phẩm hàng đầu nước Pháp, Hermès đã cùng hợp tác cho ra mắt bộ sưu tập đồng hồ phiên bản đặc biệt đồng hồ Apple Watch Hermès. Ông Jonathan Ive, Giám đốc thiết kế của Apple phát biểu: “Dù Apple và Hermès là hai thương hiệu thực sự khác biệt về sản phẩm, tuy nhiên chúng tôi đều có cùng mối quan tâm sâu sắc tới những thiết kế và chất lượng của sản phẩm. Trong khi đó, ông Pierre-Alexis Dumas, phó chủ tịch điều hành phụ trách sáng tạo của Hermès cũng chia sẻ: “Chúng tôi đều theo đuổi một niềm đam mê chân thành với các giá trị tạo nên sự hoàn hảo với chất lượng không khoan nhượng. Đồng hồ Apple Hermès là một minh chứng rõ ràng cho niềm tin ấy. Tại Hermès, chúng tôi luôn nỗ lực phấn đấu để mang lại cho khách hàng những sản phẩm thanh lịch, sáng tạo và đặc biệt hữu dụng trong cuộc sống hàng ngày. Không gì có thể hòa hợp hơn với nguyên lý này của chúng tôi bằng sự hợp tác đương thời này với Apple. Đây là sự kết hợp mạnh mẽ bởi các ý tưởng và nguyên tắc giống nhau. Tôi coi đây như một việc thiết lập đồng minh có cùng các yêu cầu về sự xuất sắc, như con ngựa và cỗ xe làm nên những cộng sự hoàn hảo.”

Được biết Apple Watch Hermès có ba lựa chọn kiểu dây khác nhau (single tour, double tour và cuff) với phần vỏ đồng hồ bằng thép không gỉ được khắc logo của Hermès và mặt đồng hồ tùy biến gồm ba thiết kế độc quyền lấy cảm hứng từ mặt đồng hồ Clipper, Cape Cod và Espace của Hermès.

“LÀN DA THỜI
TRANG VỚI VẺ
ĐẸP BẤT TẬN”



DÂY ĐEO ĐỒNG HỒ SỐ 1 CỦA PHÁP

Z R C
1904

La vie est Aventures


TOPTEN

NHÀ PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN

Tel: (84-8) 3820 3204 – Email: contact@toptenco.com.vn – Website: www.toptenco.com.vn

<https://tieulun.hopto.org>

SALVATORE FERRAGAMO

“TRÌNH LÀNG” CÁC MẪU ĐỒNG HỒ KẾ THỪA DI SẢN



Hình nơ Vara được những người thợ lành nghề của Salvatore Ferragamo khéo léo biến hóa thành điểm nhấn trang trí đặc sắc.

Lấy cảm hứng từ mẫu nơ Vara, chi tiết khóa Gancio cùng tinh hoa kỹ thuật sản xuất đồ da thủ công, bộ ba mẫu đồng hồ Varina, Gancino và Intreccio vừa được trình làng tại Baselworld 2015 thể hiện nỗ lực của Salvatore Ferragamo không ngừng sáng tạo qua những mẫu thiết kế khơi gợi cảm hứng.

VARINA

Dòng đồng hồ Varina là hình ảnh ẩn dụ gửi gắm bức thông điệp mang tinh hoa truyền thống của nhà mốt Salvatore Ferragamo. Vẻ đẹp thanh tao đầy cuốn hút toát lên qua bố cục thiết kế mềm mại, nữ tính, mẫu đồng hồ Varina gợi nhớ hình ảnh chi tiết nơ trang trí phần mũi giày Varina huyền thoại, một trong những biểu tượng trứ danh của nhà mốt Salvatore Ferragamo.

Mẫu đồng hồ Varina được trang bị bộ máy hoạt động quartz (Ronda 1032.2) với khả năng chống thấm nước ở độ sâu 50m. Dòng đồng hồ Varina rất đa dạng với nhiều màu sắc của dây đeo như màu đào, hồng vân anh (fuchsia), màu champagne, màu chàm và màu của chất liệu da thuộc. Ở phiên bản cao cấp hơn, vòng đai quanh mặt đồng hồ được nạm kim cương tằm.

GANCINO BRACELET

Cùng với dòng đồng hồ Varina, triết lý thiết kế tôn vinh những giá trị truyền thống cũng được đội ngũ thợ chế tác lành nghề gửi gắm qua mẫu đồng hồ Gancino Bracelet. Vẫn giữ kiểu dáng nguyên bản, mẫu đồng hồ Gancino Bracelet thu hút người đối diện ngay từ ánh nhìn đầu tiên với phần vòng đeo được xử lý hiệu ứng như chất liệu đồi mồi rất khéo léo, thay vì dây đeo da như thông thường.

“Trái tim” của những mẫu đồng hồ Gancino Bracelet là bộ máy hoạt động quartz (Ronda 751) với khả năng chịu nước ở độ sâu 50m. Phần vỏ mặt đồng hồ được chế tác từ chất liệu kim loại với thiết kế mô phỏng một nửa mẫu khóa đôi Gancio thường thấy trên những món đồ phụ kiện da của Salvatore Ferragamo.



Phần vòng đeo được làm từ chất liệu acetate với đặc tính mỏng và cứng. Vẻ đẹp của hiệu ứng đồi mồi được thể hiện qua sự pha trộn màu sắc.



Phiên bản màu hồng hoa vân anh và đen được trang bị lẫn lượt bộ máy quartz (Ronda 762) và quartz (Ronda 782) với khả năng chống nước ở độ sâu 50m.

INTRECCIO

Tại sự kiện Hội chợ Baselworld 2015, Salvatore Ferragamo trình làng dòng đồng hồ Intreccio với thiết kế thể hiện vẻ đẹp mang dấu ấn đương đại. Điểm nhấn của mẫu đồng hồ Intreccio là những đường vân giao thoa tinh xảo và phức tạp trên mặt đồng hồ. Kỹ thuật chế tác đồ da thủ công của Salvatore Ferragamo được thể hiện một cách tinh tế qua chi tiết đường chỉ khâu nổi dọc hai bên dây đeo làm từ da dê.

Những mẫu đồng hồ Intreccio ra mắt năm 2015 gồm hai phiên bản đường kính 31mm và 36mm. Phiên bản đường kính 31mm nổi bật với phần vòng đai quanh mặt đồng hồ được trang hoàng bởi 48 viên đá trang sức gồm 3 lựa chọn màu hồng, xanh da trời hoặc cam. Trong khi đó, phiên bản đường kính 36mm gồm có 4 lựa chọn màu sắc gồm tím, đen, đỏ ruby và ngọc lam.

BEST LOOKS

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



Với bộ sưu tập cho tuần lễ Couture Thu - Đông 2015, **VALENTINO** đã đưa ra một thông điệp mới về sự gợi cảm, quyến rũ, nữ tính. Hay đúng hơn là những định nghĩa về Quyền Lực Mềm.





Với Couture Thu Đông 2015, sà
diễn của **CHANEL** được tổ chức và
thực hiện giống như một casino.
Nên không có gì lạ khi mỗi mẫu
thiết kế đều mang một sự mạnh mẽ
quyền lực. Các thiết kế là một kiểu
chơi đầy thú vị của các chất liệu.

DIOR COUTURE mùa này thì ấn tượng với sự trẻ trung và ngây thơ của những thiếu nữ. Một lần nữa Raf Simons cho thấy sức sáng tạo vô hạn, khả năng chơi với form dáng và các chất liệu đầy điều luyện của mình.



BEST LOOKS



Mẫu váy này là của **SCHIAPARELLI**. Và liệu nó có đủ để thu hút bạn. Kỹ thuật (in/vẽ) trên chất liệu mang tới cho chiếc váy một ấn tượng hoàn toàn khác, và đây thực sự là một cách tiếp cận hoàn toàn mới với Couture.

STOCKIST

ĐỊA CHỈ MUA SẮM

FASHION

Akris (Runway Boutique)

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

Balenciaga (Runway Boutique)

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

Bally Store

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

Bentley (Miluxe Boutique)

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

Bốn Mùa Boutique

Tel: 04.3826 02214 - 08.3993 9888

Burberry Store

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

Calvin Klein Store

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

Canali Store

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

Cartier Store

Tel: 08.3521 0369
www.cartier.com

Céline (Runway Boutique)

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

Chanel Store

Tel: 08.3823 9140
www.chanel.com

Chloé (Runway Boutique)

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

Christian Dior Store

Tel: 04.3824 3333
www.dior.com

Givenchy (Runway Boutique)

Tel: 08.38241914
www.givenchy.com

Hermès Store

Tel: 04.3936 9126
www.hermes.com

Hugo Boss Store

Tel: 08.3823 9910
www.hugoboss.com

I'm Isola Marras (Runway Boutique)

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

Kenzo Store

Tel: 04.3936 6672
www.kenzo.com

Lacoste Store

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

Louis Vuitton Store

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

Montblanc Store

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

Maison Martin Margiela (Runway Boutique)

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

Rimowa Store

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

Runway Boutique

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

Ralph Vaessen (Miluxe Boutique)

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

Rock Port Store

Tel: 098 320 0210
www.rockport.com

Salvatore Ferragamo Store

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

Saint Laurent (Runway Boutique)

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

Stella McCartney (Runway Boutique)

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

S.T.Dupont Boutique

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

The Row (Runway Boutique)

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

Valentino Store

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

Versace Store

Tel: 08.3993 9003
www.versace.com

WATCH

Chopard Boutique

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

Miluxe Boutique

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

Rolex Store

Tel: 08.3823 0455
www.rolex.com

Sarpaneva (Miluxe Boutique)

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

Tissot Store

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

Titoni (Cititime Boutique)

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



WATCH OUT

MONACO YACHT SHOW

Địa điểm: CẢNG PORT
HERCULES, MONACO

Thời gian: 23-26/09/2015

Với những người muốn tìm hiểu rõ hơn và mang tính cá nhân hơn về thị trường siêu du thuyền, sự kiện triển lãm Monaco Yacht Show sẽ là một địa điểm tốt để bắt đầu. Năm nay đánh dấu kỷ niệm 25 năm thành lập triển lãm du thuyền xa hoa và đắt đỏ nhất thế giới, hứa hẹn những mẫu du thuyền mới nhất và xa xỉ nhất sẽ được giới thiệu và ra mắt công chúng. Sự kiện kéo dài 04 ngày này sẽ bao gồm các buổi họp báo, các buổi tiệc cocktail và rất nhiều cơ hội mở rộng làm ăn.

STOCKIST

ĐỊA CHỈ MUA SẮM

CELLPHONE

Mobiado (Miluxe Boutique)

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

Tag Heuer Store

Tel: 08.3825 6501
www.tagheuer.com

Vertu Store

Tel: 04.2123 6666
www.vertu.vn

CAR/ MOTOBIKE

Ford Showroom

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

Piaggio Showroom

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

HITECH

Bang & Olufsen

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

Leica (Miluxe Boutique)

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

COMESTIC

Shiseido Showroom

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

GYM

California Fitness & Yoga

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

Golden Lypres

Tel: 08 3827 6446
www.hsbiotech.com

HOTEL / RESORT

Alma Courtyard

Tel: 0510 3917 349
www.almacourtyardhoian.com

Equatorial

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

Fortuna Hotel Hanoi

Tel: 04. 3831 3333
www.fortuna.vn

Fusion Maia resort

Tel: 0511 3967 999
www.maiadanang.fusionresorts.com

Hanoi Daewoo Hotel

Tel: 04. 3831 5000
www.daewoohotel.com
Hotel Nikko Saigon
Tel: 04. 3822 3535
www.hotelnikkohanoi.com.vn

Hotel Nikko Saigon

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

Hyatt Regency Danang

Resort & Spa
Tel: 0511 3981 234
www.danang.regency.hyatt.com

InterContinental: Asiana Saigon

Tel: 08. 3520 9999
www.intercontinental.com

InterContinental Danang

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

Hanoi Westlake

Tel: 04. 6270 8888
www.intercontinental.com

Park Hyatt Saigon Hotel

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

Renaissance Riverside Hotel Saigon

Tel: 08. 3822 0033

Sheraton Hanoi

Tel: 04. 3719 9000
www.sheratonhanoi.com
Sheraton Nha Trang Hotel & Spa
Tel: 058 3880 000
www.sheratonnhatrang.com
Sheraton Saigon Hotel & Towers
Tel: 08. 3827 2828
www.sheratonsaigon.com

Six Senses Hideaways Ninh Van

Tel: 058 3728 222
www.sixsenses.com

Sofitel Legend Metropole Hanoi

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

Sofitel Plaza Hanoi

Tel: 04. 3823 8888
www.sofitel.com

Sofitel Saigon Plaza

Tel: 08. 3824 1555
www.sofitel.com

FURNITURE

Christopher Guy Showroom

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

Munchen Showroom

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

Mùa mốt Thu Đông 2015 có thể xem như cột mốc quan trọng đánh dấu cuộc cách mạng về kiểu dáng của thương hiệu Bally sau hơn 164 năm gây dựng. Sau hơn 1,5 thế kỷ, thương hiệu Bally hiện đang được biết đến như một di sản vô giá của đất nước Thụy Sĩ với các sản phẩm da thuộc kinh điển thể hiện kỹ thuật thủ công bậc thầy của nhà Bally, đặc biệt là giày và túi xách dành cho nam. BST phụ kiện mới gây chú ý mạnh mẽ dưới bàn tay bậc thầy của giám đốc sáng tạo mới - Pablo Coppola. Ngoài chất lượng và kỹ thuật thủ công khó có thương hiệu đồ da nào sánh kịp, Bally còn thể hiện họ là thương hiệu dẫn đầu xu hướng với những thiết kế hiện đại, đón đầu xu hướng cùng bảng màu sắc sinh động của năm 2015. Xanh rêu, đen, xám, cam và nâu tạo nên sự kết hợp hài hòa giữa vẻ lịch lãm của quý ông, một chút cổ điển nhưng cũng vô cùng thời trang. Những mẫu túi xách da Bally là sự lựa chọn hàng đầu cho doanh nhân với vẻ đẹp đẳng cấp, tỉ mỉ đến từng chi tiết. Một vài gam màu sáng như vàng, cam, xanh rêu cùng kiểu dáng nhẹ nhàng của những chiếc túi Tote mang đến cho tín đồ hàng hiệu thêm nhiều sự lựa chọn.

BALLY F/W 2015 **SỰ HÒA QUYỀN GIỮA NÉT CỔ ĐIỂN** **VÀ HIỆN ĐẠI.**



TISSOT CHEMIN DES TOURELLES AUTOMATIC. 316 L STAINLESS STEEL CASE, SCRATCH-RESISTANT SAPPHIRE CRYSTAL AND WATER RESISTANCE UP TO 5 BAR (50 M / 165 FT). **INNOVATORS BY TRADITION**

TISSOT.CH

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

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

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



Origin



TISSOT

LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853

SHOPS: SÀI GÒN • Vincom Đồng Khởi - 72 Lê Thánh Tôn, Q.1 (399 89099) • Vincom Thủ Đức - 216 Võ Văn Ngân, Q. TB (27 223 423) • Vincom Gò Vấp - 190 Quang Trung, Q. GV (289 456 89) • Union Square - 116 Nguyễn Huệ, Q.1 (28 257 739) • Diamond Plaza - 34 Lê Duẩn, Q.1 (28 227 884) • Parkson Saigon Tourist - 35 Lê Thánh Tôn, Q.1 (28 277 578) • Parkson CT Plaza - 60A Trường Sơn, Q. TB (6 297 1819) • Maximark 3C - Ba Tháng Hai, Q.10 (28 328 991) • Maximark - 15 Cộng Hòa, Q. TB (29 482 227) • Tân Tân - 48 Lê Lợi, Q.1 (28 27 2067) • Mạnh Thắng - 72B Lê Lợi, Q.1 (28 220 465) • TDC - 393 Điện Biên Phủ, Q.2 (39 290 685) • Minh An - 267 Nguyễn Trãi, Q.5 (28 554 549) • Hải Triều - 188A Trần Quang Khải, Q.1 (01 253 246 810) • Hệ thống cửa hàng P.I.J (29 959 326) **HÀ NỘI** • Vincom Megamall Times City - 458 Minh Khai, Q. HBT (22001 400) • Vincom Megamall Royal City - 72A Nguyễn Trãi, Q. TX (6 26 205 60) • Duy Anh Watch - 7 Hàng Khay, Q. HK (66 666 660) • Vincom Ba Triệu - 191 Ba Triệu, Q. HBT (22 200 268) • Savico Megamall - 7 Nguyễn Văn Linh, Q. LB (6 25 500 99) • Ito Fa Center - 54 Liễu Giai, Q. BĐ (26 76 555) • Ito Fa Mart - 229 Tây Sơn, Q. BĐ (28 5 39 966) • Duy Anh Watch - 200A Phố Huế, Q. HBT (22 483 326) • New Watch 27 - Hàng Khay, Q. HK (29 244 865) **VII H** • Big C Vĩnh - 2 Quang Trung (35 96 226) **HẢI PHÒNG** • Vincom Hải Phòng - 4 Lê Thánh Tông, Q. HH (091 246 87 88) **ĐÀ NẴNG** • Big C Vĩnh Trung - 225 Hùng Vương (26 660 666) • Indochina Riverside Mall - 74 Bạch Đằng (28 43 818) • P.I.J - 123 Hùng Vương (281 2618) **QUY NHƠN** • P.I.J - 324 Trần Hưng Đạo (281 25 90) **NHA TRANG** • Ito Fa Center - 20 Trần Phú (65 16 666) **VŨNG TÀU** • Đại Hưng - 228 Bàu P2 (25 300 85) **BIÊN HÒA** • P.I.J - 482 Phạm Văn Thuận (281 1818) **TÂY NINH** • P.I.J - 778 Cách Mạng Tháng Tám (26 218 28)



GOLDEN LYPRES® tự hào là sản phẩm tạo nên bước đột phá mới cho phân khúc thực phẩm chức năng cao cấp trên thị trường Quốc Tế.



Made in Singapore

GOLDEN LYPRES®

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



Sản phẩm được bảo vệ Độc Quyền tại America, European Union, China, Taiwan, Hong Kong, Japan và Singapore.

Sản phẩm đã mua bảo hiểm trách nhiệm 5,000,000 USD của Bảo Hiểm Fubon.

Chứng nhận tiêu chuẩn sản phẩm số: 26992/2013/ATTP-XNCB.

Sản phẩm đã đạt chứng nhận GMP, HACCP, ISO22000, HALAL.

Địa chỉ (Việt Nam):

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

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

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

Số XNQC: 846/2015/XNQC-ATTP

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



<https://leulun.hopto.org>