

HÀNG HIỆU

THE REFINED



KIM CƯƠNG

BẠN THÂN CỦA PHỤ NỮ



TOP LUXE
Les Talismans
De Chanel

DIFFUSION LINE
Dấu chấm cho một
thời hoàng kim?

STELLA MCCARTNEY
Bà đầm thép của
thời trang Anh



NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

THƯƠNG
HIỆU
SỐ 1 NƯỚC
PHÁP



Brandt

Bien aujourd'hui, bien demain.



**MOST
IN
BRANDT**

KHUYẾN MẠI ĐẶC BIỆT

**CHƯƠNG TRÌNH ÁP DỤNG TỪ
22/06/2016 ĐẾN 31/08/2016**

BRANDT.COM.VN

BRANDT

ƯCARE 1900 55 88 85

tristar
Group

Độc Quyền Phân phối và Tiếp thị tại VIETNAM



LIVE EXTRAORDINARY

Introducing Signature Touch for Bentley. With two-part Bentley leather, contrast stitching and a 24-hour Concierge service, it's the evolution of an icon. Discover the world of Vertu – where extraordinary becomes reality.

Discover more at vertu.com

VERTU

HANDMADE IN ENGLAND

— FOR —



BENTLEY

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

Khách sạn Rex, 141 Nguyễn Huệ, Quận 1, TP.HCM, ĐT: +84 90 290 8888
 Khách sạn Sofitel Legend Metropole, 15 Ngô Quyền, Hà Nội, ĐT: +84 94 446 5555
 Khách sạn Melia, 44B Lý Thường Kiệt, Hà Nội, ĐT: +84 90 624 2424



Punctually Unpredictable



MILUXE BOUTIQUE:

• S215 TRANG TIEN PLAZA HOAN KIEM DISTRICT, HANOI

• GROUND FLOOR- SHERATON SAI GON HOTEL & TOWERS, 88 ĐÔNG KHÔI DISTRICT 1, HO CHI MINH CITY

FENDI
TIMEPIECES



CRAZY CARATS

A twist of the crown magically reveals
different gemstones, your different moods.

[FENDI.COM/TIMEPIECES](https://www.fendi.com/timepieces)

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN / PUBLICATION MANAGER

GIÁM ĐỐC - TỔNG BIÊN TẬP
NGUYỄN XUÂN TRƯỜNG

BIÊN TẬP / EDITORS
ĐOÀN PHAN THẮNG

MANAGING EDITOR / PHỤ TRÁCH NỘI DUNG

TRÍ TUỆ
ntrituehh@gmail.com

EDITOR / CỐ VẤN NỘI DUNG
TRẦN MINH HÙNG

EDITORIAL DEPARTMENT / THAM GIA BIÊN SOẠN

Fashion: BÙI THANH HOA

Lifestyle: ĐỖ HOÀNG

Architecture: NGUYỄN KHẢI

Travel: KHẢ HÂN

ART / MỸ THUẬT

NGUYỄN CẨM NHUNG

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 4, 216 Bà Triệu, Hai Bà Trưng | ĐT: 04. 3773 8005 / Fax: 04. 3773 8006 | Tp.HCM: Lầu 6, 68 Hoàng Diệu P12, Q.4 | ĐT: 08. 3825 3567 / Fax: 08. 3825 3559

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

SỐ XÁC NHẬN ĐĂNG KÝ XUẤT BẢN TẬP 6: 231-2016/CXBIPH/77-04/TN theo QĐXB số454/ QĐ-NXBTN / Khổ: 210 x 285 mm / In 10.000 cuốn tại Nhà máy In Bản Đồ - 85 Nguyễn Chí Thanh - Hà Nội
ISBN: 978-604-64-3608-9 / Giá: 45.000 VND



BRUNELLO CUCINELLI

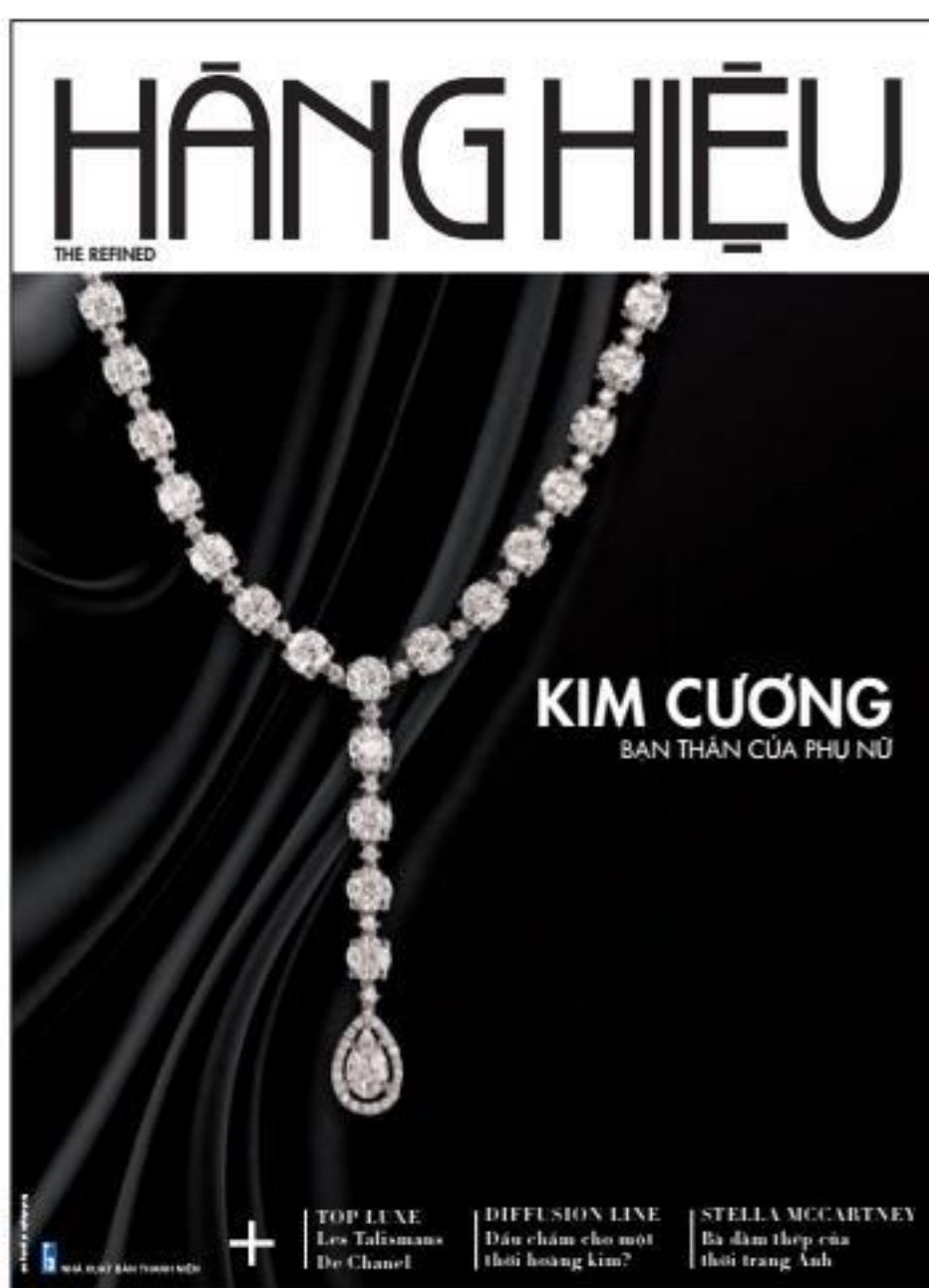
Nhập khẩu và phân phối độc quyền: Công ty TNHH RITA VÕ
63 Lý Thái Tổ, Hà Nội

TRUY CẦU SỰ HOÀN HẢO

Với thế giới hàng hiệu, không điều gì quan trọng hơn sự hoàn hảo. Những người thợ khâu túi với hơn 30 năm kinh nghiệm của Hermès vẫn hàng ngày làm việc với mong muốn tạo ra những chiếc túi hoàn mỹ. Những người thợ đánh bóng các chi tiết của nhà Van Cleef & Arpels cũng không ngừng tìm kiếm cho những chiếc đồng hồ của mình những nước bóng đen – điều chỉ có thể đạt được khi đồng hồ đã đạt được một độ bóng, phẳng và tinh xảo tới cực hạn. Hay nhà làm vang Chateau Petrus thì nghĩ ra phương pháp chủ động loại bỏ 50% số nho, để những dưỡng chất tinh túy mà rễ cây đâm sâu vào đất để tìm kiếm sẽ chỉ dành cho những quả nho tốt nhất.

Và Hàng Hiệu chúng tôi cũng vậy! Với mỗi ấn phẩm, chúng tôi luôn đặt toàn bộ ekip vào những truy cầu cực hạn, với mong muốn có thể tạo ra một ấn phẩm đủ tốt để phục vụ bạn đọc. Chúng tôi luôn sẵn sàng đối mặt với những thách thức về việc lựa chọn ra những sản phẩm cao cấp nhất, những xu hướng mới mẻ nhất và những câu chuyện hay ho nhất để mang tới cho bạn đọc. Và chúng tôi tin rằng những nỗ lực này của chúng tôi sẽ vẫn luôn được bạn đọc dõi theo!

Xin chân thành cảm ơn!



Ảnh bìa: KORLOFF SS 2016



Oscar de la Renta

CONTENTS

JUNE - JULY/2016

FEATURE

040 | BỮA TIỆC TÀN CỦA MỘT THỜI KỲ HOÀNG KIM?

Cụ thể, Dolce & Gabbana đóng cửa D & G, Michael Kors đóng cửa Kors by Michael Kors, Burberry đóng cửa Burberry Sport, Marc Jacobs đóng cửa Marc by Marc Jacobs. Prada đưa Miu Miu lên làm thương hiệu chính. Trong đó, Dolce & Gabbana đóng cửa D & G khi tổng thu nhập năm 2011 vào khoảng 400 triệu euro.



040

072 | NƯỚC NHẬT “ĐỔI ÁO”

Có lẽ với người Nhật, cái mới là cái cũ được làm mới. Ví dụ để chứng minh điều này không chỉ nằm ở ngôi đền 20 năm được xây một lần mà còn nằm ở 03 công trình vừa bị dỡ bỏ ở Tokyo.



042

082 | ĐI TRỐN Ở INTERCONTINENTAL

Hè luôn là mùa du lịch cao điểm. Các khu nghỉ và dịch vụ du lịch đua nhau tăng giá, tuy nhiên Intercontinental Đà Nẵng lại đưa ra chính sách giảm giá đặc biệt dành cho khách Việt nhân dịp hè này!



072

088 | BỘ TỬ QUYỀN LỰC

Ngoài ra, cũng cần kể tới việc Petrus thực hiện việc loại bỏ thủ công 50% số quả nho trên mỗi cây ngay khi các quả nho còn xanh. Mục đích của việc này là loại bỏ những quả không ngon, không đạt chất lượng để cây nho có thể tập trung dinh dưỡng nuôi những quả nho còn lại.



088

LIFESTYLE

024 | WHATSON

Điểm tin các thương hiệu cao cấp như: Burberry, Ralph Lauren, Michael Kors cùng các sự kiện thảm đỏ danh tiếng trên thế giới.



026

032 | LIVING IS ALL ABOUT

Các tin nổi bật về các công trình dự án kiến trúc trên khắp thế giới.



034

FORD SẴN GIÁ TỐT

Ưu đãi vàng ngay hôm nay!
Không cần chờ giảm thuế tiêu thụ đặc biệt.

EcoSport 1.5L
AT Titanium
Giá đặc biệt
658 triệu



Focus 1.5L EcoBoost

GIÁ ĐẶC BIỆT
868 triệu
TIẾT KIỆM ĐẾN
31 triệu



Fiesta 1.0L AT Sport +

GIÁ ĐẶC BIỆT
638 triệu
TIẾT KIỆM ĐẾN
21 triệu



Go Further

ford.com.vn

* Truy cập website <http://www.ford.com.vn> để biết thêm chi tiết.

• **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 Nhậm, Hà Nội. Tel: 04.39712439 • **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566 • **HATHANH FORD MYDINH:** 02 Tôn Thất Thuyết,
Nam Từ Liêm, Hà Nội. Tel: 04.37957518 • **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920 • **THANH XUAN 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, Quy Nhơn,
Bình Định. Tel: 056.3546555 • **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Ma Thuột. Tel: 0500.3954999 • **BINH DUONG FORD:** Lô C13, Nguyễn Huệ, Khu Liên Hợp,
TP. Thủ Dầu Một. Tel: 0650.3801381 • **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM. Tel: 08.38157979 • **CITY FORD:** Số 216-218, Quốc Lộ 13, Phường Hiệp
Bình Chánh, Q. Thủ Đức, TP. HCM. Tel: 08.37262626 • **CITY FORD VUNGTAU:** Số 40A, Đường 30/04 Phường 9, TP. Vũng Tàu. Tel: 0643.594778 • **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

☎ ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888

CONTENTS

JUNE - JULY/2016

FASHION

046 | REVIEW BST: BRUNELLO CUCINELLI, VERSACE MAXMARA, ALEXANDER MCQUEEN

Bộ sưu tập mang tới cho người xem cảm giác chiêm ngưỡng những bức ảnh của nhiếp ảnh gia Julia Margaret Cameron trong thời kỳ Victoria. Bộ sưu tập này có thể nói cũng là bộ sưu tập đẹp nhất với những dấu ấn cá nhân rõ nét của nhà thiết kế Sarah Burton kể từ khi cô tiếp nhận vai trò Giám đốc sáng tạo của thương hiệu Alexander McQueen.



052

058 | BOTTEGA VENETA PRE-FALL 2016

Cùng Hàng Hiệu khám phá BST độc quyền của thương hiệu Bottega Veneta dành cho ấn phẩm.



060

TOPLUXE

016 | LES TALISMANS DE CHANEL

Chiếc vòng cổ vàng trắng 18 carat, khảm sứ enamel này nằm trong bộ sưu tập Les Talisman de Chanel. Vòng được khảm một viên kim cương 02 carat, giác cắt quả lê (pear cut), 02 viên kim cương tròn và 731 viên kim cương khác.



016

018 | X-TREM-1- TUYỆT PHẨM CỦA CHRISTOPHE CLARET

Mẫu đồng hồ này là kết tinh của tinh hoa chế tác cơ khí siêu chính xác và một gout thẩm mỹ sáng tạo, đi trước thời đại khi sở hữu một tourbillon với góc nghiêng 30 độ nằm trên một tấm khung cơ bản (mainplate) bằng titan.



018

020 | MILLECAVALLI: SIÊU XE BẠO CHÚA

Là phiên bản hiệu suất cao của Evantra, Millecavalli là sản phẩm của hãng xe độc lập Mazzanti, tại Tuscany. Millecavalli sở hữu động cơ V8, 7,2 lít, twin-turbo, với công suất 1.000 mã lực và mô-men xoắn 1.200 Nm.



020



PROFESSIONAL 3 GCB YEAR OF THE MONKEY
PHIÊN BẢN GIỚI HẠN 100 CHIẾC



MOBIADO BOUTIQUE: * SHOP 203B - 2ND FLOOR, TRANG TIEN PLAZA, 26 HAI BA TRUNG ST., HA NOI. T. (+844) 3936 6656
* SHOP 24, HANDI TOWERS, 49 HAI BA TRUNG ST., HOAN KIEM DIST., HA NOI. T. (+848) 3936 6615
* L2-348 UNIONSQUARE, 171 DONG KHOI, 116 NGUYEN HUE ST., DIST. 1, HCMC. T. (+844) 3932 5925

MOBIADO PREMIUM SERVICE: * NG 703, 7TH FLOOR, HANDI TOWERS, 49 HAI BA TRUNG STREET, HOAN KIEM DIST, HANDI. T. (+848) 3936 6615
* 199 NAM KY KHOI NGHIA ST., DIST. 3, HCM. T. (+848) 3932 5925.

AUTHORIZED RETAILER:
HA NOI: * IQS LUXURY, 108 HOA MA ST. * V&V, 26 DIEN BIEN PHU ST. * TOAN CAU LUXURY, 44 HA BA TRUNG ST.,
HCMC: * MAI NGUYEN LUXURY, 27 NGUYEN BINH KHIEM ST., DIST. 1 - 47 BA HUYEN THANH QUAN ST., DIST .3 - 157 NGUYEN VAN TROI ST., PHU NHUAN,
- 144 VO THI SAU ST., DIST 3.
DA NANG CITY: * MILUXE BOUTIQUE, G6 INDOCHINA RIVERSIDE TOWERS, 74 BACH DANG ST., HAI CHAU, T. (+845113) 849 049.

WWW.MOBIADO.COM

CONTENTS

JUNE - JULY/2016

LUXE FEATURE

106 | INCEPTION: VILLA TRÊN MẶT BIỂN

Được ra đời cách đây gần 01 thập kỷ, mẫu du thuyền Inception này có nguồn cảm hứng từ phong cách Art Deco. thuyền cũng được thiết kế để với các tiện nghi đầy đủ nhằm đáp ứng những chuyến đi nghỉ của các gia đình trẻ trên biển!



106

104 | GENESIS WIDER 150

Với mức giá xấp xỉ 30 triệu đô (chưa thuế và các chi phí khác như bảo hành hàng năm, thuê thủy thủ), tin rằng chiếc du thuyền này mang ý nghĩa của một khoản đầu tư hơn là một lựa chọn cho một thú chơi!



104

108 | PORSCHE 911 TURBO S 2017

Với Porsche, sự hoàn mỹ nhất cũng có thể cải thiện và điều đó đã chứng minh với Porsche 911 Turbo S 2017!



108

WATCH + JEWELLERY

100 | TIFFANY & CO VÀ NHỮNG ĐIỀU CHƯA BIẾT

Được thành lập bởi Charles Lewis Tiffany và John B. Young, cửa hàng đầu tiên của thương hiệu có tên gọi là Young and Ellis, chuyên bán những đồ tạp phẩm và “những thứ hay ho”.



100

096 | GIA TÀI TRÊN CỔ TAY

Chiếc Blancpain 1735 Grande Complication nằm trong nhóm những chiếc đồng hồ đắt nhất thế giới. Một vài bộ phận như bộ phận lên dây tự động, được chế tác bằng vàng 18 karat.



096

✂
Korloff
PARIS



ĐẲNG CẤP TỪ SỰ KHÁC BIỆT
JARDIN DU LUXEMBOURG COLLECTION



HAND MADE. PARIS FRANCE

JARDIN DU LUXEMBOURG COLLECTION - Là bộ sưu tập trang sức và đồng hồ gắn kim cương mới nhất của Korloff, được lấy cảm hứng từ khu vườn thượng uyển của hoàng gia Pháp. Sản phẩm được chế tác hoàn toàn bằng tay với kim cương tự nhiên. **KORLOFFPARIS.COM**

KORLOFF BOUTIQUE

HANOI

F2-03A, TRANG TIEN PLAZA, 24 HAI BA TRUNG HOTLINE: 0979 186 668 korloff@goldensun.com.vn



LES TALISMANS DE CHANEL

MÓN QUÀ TỪ CHANEL

Chanel đang không ngừng cho thấy một gout thẩm mỹ tinh tế, một tay nghề chế tác đỉnh cao qua những món trang sức Haute Joaillerie!

Chiếc vòng cổ vàng trắng 18 carat, khảm sứ enamel này nằm trong bộ sưu tập Le Talismans de Chanel. Đây là một bộ sưu tập gồm 50 thiết kế cao cấp, được thực hiện từ vàng trắng, vàng hồng, được khảm nạm kim cương, ngọc trai và các loại đá quý. Vòng được khảm một viên kim cương 02 carat, giác cắt quả lê (pear cut), 02 viên kim cương tròn và 731 viên kim cương khác. Ở trung tâm của chiếc vòng cổ là hình ảnh của những bông hoa trà được tạo hình bởi kỹ thuật enamel Grand Feu cao cấp. Đi cùng với chuỗi vòng cổ này là một bộ khuyên tai, vòng tay và vòng cổ, với thiết kế hoa trà được thực hiện bằng phương pháp tương tự.



BEOLAB 90

BANG & OLUFSEN

BeoLab 90 is our most advanced loudspeaker to date featuring groundbreaking new technologies.

Bang & Olufsen Hanoi
Melia Hotel, 44B Lý Thường Kiệt
Hoàn Kiếm District
Hà Nội, Việt Nam
T: 04 3946 0100
E: hanoi@bang-olufsensg.com



X-TREM-1- TUYỆT PHẨM CỦA CHRISTOPHE CLARET

Nhà chế tác đồng hồ danh tiếng Thụy Sĩ tới từ thành phố tự trị Le Locle mới đây vừa giới thiệu 02 phiên bản của dòng đồng hồ X-TREM-1, được thực hiện từ thép damascus, và giới hạn chế tác ở mức 08 chiếc.

Mẫu đồng hồ này là kết tinh của tinh hoa chế tác cơ khí siêu chính xác và một gout thẩm mỹ sáng tạo, đi trước thời đại khi sở hữu một tourbillon với góc nghiêng 30 độ nằm trên một tấm khung cơ bản (mainplate) bằng titan. Đồng hồ sở hữu một hệ thống hiển thị giờ và phút retrograde (kim hồi) hoàn toàn khác biệt với phương pháp truyền thống. Hai quả cầu bằng thép ở 02 bên trái phải sẽ dịch chuyển nhờ vào những tác động của từ trường. Đồng hồ được cấu thành bởi 419 chi tiết, 64 chân kính hồng ngọc, và mức dự trữ năng lượng trên 50 giờ, tần số dao động 3 Hz.

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



MILLECAVALLI

SIÊU XE BẠO CHÚA

Với công suất lên tới 1000 mã lực, Millecavalli hứa hẹn trở thành “chú khủng long bạo chúa” trong lĩnh vực siêu xe!

Ra mắt tại Turin Auto Show 2016, mẫu xe Millecavalli này đã vượt qua Ferrari LaFerrari để trở thành chiếc xe mạnh nhất của đất nước hình chiếc ủng. Là phiên bản hiệu suất cao của Evantra, Millecavalli là sản phẩm của hãng xe độc lập Mazzanti, tại Tuscany. Millecavalli sở hữu động cơ V8, 7,2 lít, twin-turbo, với công suất 1.000 mã lực và mô-men xoắn 1.200 Nm. Sức mạnh chuyển đến các bánh sau thông qua hộp số tuần tự 6 tốc độ. Với trọng lượng 1.300 kg, siêu xe có khả năng tăng tốc từ 0 đến 96 km/h trong 2,7 giây và có thể đạt tốc độ tối đa là 402 km/h. Xe sử dụng hệ thống phanh công nghệ xe đua Brembo (gốm và carbon) cho phép dừng lại ở tốc độ 300 km/h chỉ sau 7 giây. Dự kiến nhà sản xuất sẽ tung ra khoảng 25 chiếc nhưng trong đó đã có chiếc mẫu được bán kể từ giai đoạn lập kế hoạch.

ROTARY

Les Originales

SWISS MADE 1895 - WATERPROOF

120 years of Swiss watchmaking

1895

Vào năm 1895, M. Dreyfuss mở nhà máy tại thành phố La Chaux de Fonds, Thụy Sĩ. Nhu cầu sản phẩm tốt và chất lượng cao đã thúc đẩy công ty phát triển nhanh chóng.

1940

Rotary được chỉ định là nhà cung cấp đồng hồ chính thức cho Quân Đội Anh.

2009

Rotary giới thiệu 2 sáng kiến quan trọng – Tiêu Chuẩn Chống Nước và Bảo Hành Vĩnh Viễn.

2013

Rotary trở thành Nhà Bấm Thời Gian Chính Thức Toàn Cầu cho CLB Bóng Đá Chelsea.

2014

Rotary được trao giải thưởng Queen's Award hạng mục Thương mại Quốc Tế.

2015

Rotary kỷ niệm 120 năm là nhà chế tác đồng hồ Thụy Sĩ và kế thừa truyền thống gia đình.



Jura Limited Edition

Một tạo tác mới từ bộ sưu tập Swiss Made đầy cuốn hút với bộ máy tự động kiểu khung xương. Phiên bản giới hạn chỉ có 500 chiếc trên toàn cầu.

Giá: 22,700,000đ và tặng kèm hộp xoay đồng hồ (watch winder) trị giá 5,000,000đ

SWISS
MADE

BẢO HÀNH
TRỌN ĐỜI

KHÁNG NƯỚC
BOI LẠN CẢ NGÀY

MẮT KÍNH
SAPPHIRE

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: Sài Gòn • Maximark 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991) • Vincom Thảo Điền 159 Xa Lộ Hà Nội, Q.2 (37442889) • Vincom Gò Vấp 190 Quang Trung, Q.GV (38945689) • Vincom Thủ Đức 216 Võ Văn Ngân, Q.TĐ (37223433) • Big C Quận 7 99 Nguyễn Thị Thập, Q.7 (0932171735) • Hải Triều 188A Trần Quang Khải, Q.1 (01253246810) Hà Nội • Lotte Center, 54 Liễu Giai, Q.BD (32676555) • Big C Thăng Long 222 Trần Duy Hưng, Q.CG (37833960) • Vincom Royal City 72A Nguyễn Trãi, Q.TX (62620560) • Minh Tường 101 Hàng Bông, Quận HK (38288579) 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) Biên Hòa • Big C Tân Hiệp (0926789789) – **SERVICE CENTERS:** • Sun Wah Tower 115 Nguyễn Huệ, Q.1 (38219279) • Maximark 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991)



SERENE

GIGAYACHT 134M

Với chiều dài lớn hơn chiều dài của sân vận động Old Trafford, Serene hứa hẹn mang tới cho bất kỳ khách nghỉ nào một trải nghiệm trong mơ!

Thuyền được đóng và hạ thủy vào năm 2011 bởi công ty Fincantieri. Ngoại thất của thuyền và các chi tiết thiết kế cơ khí là tác phẩm của công ty Espen Oeino. Trong khi đó, nội thất của thuyền được thiết kế bởi công ty Raymond Langton Design. Thuyền được thiết kế 15 phòng ngủ (cabin), với một phòng dành cho chủ tàu master suite, một phòng VIP, 08 cabin đôi, và 03 cabin twin. Thuyền có khả năng chở theo một đội thủy thủ 52 người, đảm bảo mỗi khách nghỉ đều được chăm sóc ở mức tốt nhất. Trên thuyền có đầy đủ các tiện nghi như phòng tập gym, bể sục jacuzzi, thang máy cuốn, kết nối WiFi, điều hoà nhiệt độ. Ngoài ra thuyền còn sở hữu một hệ thống cân bằng siêu hiện đại giúp giảm thiểu những ảnh hưởng của tác động từ môi trường biển lên thân tàu, đảm bảo cho khách nghỉ có được những thời gian thư thái nhất. Bên cạnh đó, thuyền sở hữu một bến đậu trực thăng, tất nhiên với chiều dài 134m, Serene có thừa đủ quyền đó. Thuyền còn có một bể bơi nước mặn trên thuyền, hồ bơi trên boong tắm nắng và thậm chí là cả một rạp chiếu phim.

SNOW BIRD

A film by Sean Baker
kenzo.com/snowbird



KENZO PARIS

WHAT'S ON

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



MOBIDO PROFESSIONAL 3 GCB FIRE DRAGON

Vinh danh hình tượng Rồng Lửa.

Ra đời từ thừa bình minh sơ khai, Rồng là sản phẩm được tạo ra bởi trí tưởng tượng phong phú của loài người trong quá trình nhận thức và khám phá thế giới. Hình ảnh Rồng là biểu tượng của sự mạnh mẽ, chất hùng tráng cùng uy lực bất bại của linh vật này trong tự nhiên. Lấy nguyên mẫu từ hình tượng Rồng phương Đông – “Rồng quần hỏa châu” do bản nguyên tích cực và là cội nguồn sức mạnh của sự sống, Mobido giới thiệu mẫu thiết bị di động cao cấp FIRE DRAGON, phiên bản đặc biệt giới hạn 200 chiếc.

Với uy danh là linh vật thiêng bậc nhất trong Tứ Tượng “Huyền Vũ- Thanh Long- Bạch Hổ- Chu Tước”, hình tượng Rồng thuộc hành Mộc ở phương Đông tương ứng với mùa xuân, song hành với những ước nguyện từ xưa của người cổ : cầu mưa, cầu phồn thực và mùa màng bội thu. Sau này khi hệ ý thức xã hội phát triển, Rồng dần trở thành sứ giả truyền tải các thông điệp tâm lý – xã hội như điểm lành, sự may mắn, thịnh vượng hay sự thông thái.

BARTON PERREIRA

EYEWEAR MEANS COOL



M
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

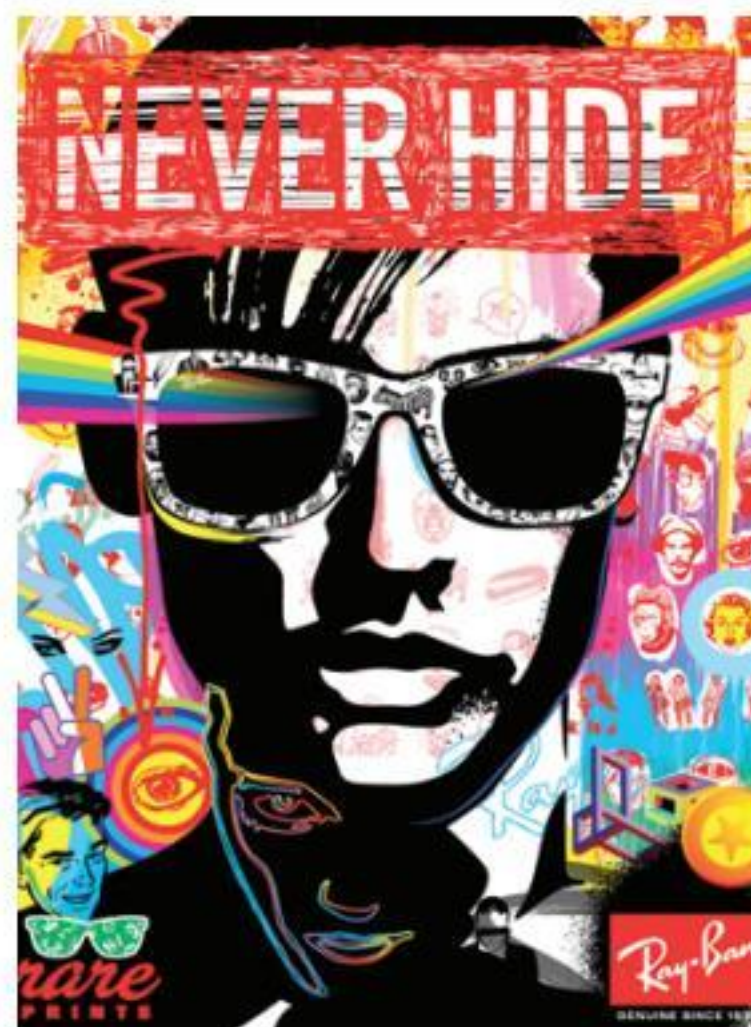
* Đà Nẵng: G 6 Indochina Riverside Towers, Quận Hải Châu. Tel: (0511) 3849 049



PETA

Đối đầu với Hermès

Ngày 31/05/2016 vừa rồi, hiệp hội bảo vệ động vật PETA đã chính thức sử dụng quyền sở hữu một cổ phiếu của Hermès để đối mặt với CEO của thương hiệu, ông Axel Dumas trong cuộc họp thường niên. Trong cuộc họp, đại diện của PETA, cô Isabelle Goetz đã viện dẫn những ngược đãi đối với động vật và đòi hỏi ông Dumas đưa ra lời giải thích cho việc sử dụng những loại da đặc biệt để làm túi. Và ông Dumas đã đưa ra câu trả lời cứng rắn như sau: “Các bạn luôn quan tâm tới những đối đãi đối với động vật. Chúng tôi tôn trọng điều này nhưng chúng tôi không nhất thiết phải đứng chung một vị trí với các bạn xét trên vấn đề nuôi dưỡng động vật.” Ông cũng bổ sung, “Các điều kiện nuôi dưỡng động vật của chúng tôi tuân thủ chặt chẽ luật quốc tế bởi chúng tôi luôn muốn áp dụng những biện pháp tốt nhất, và tôi cho là Hermès luôn tiên phong trong việc quan tâm tới các vấn đề thuộc về đạo đức cũng như chăm sóc động vật.”



LUXOTTICA

Khởi kiện BCBG Max Azria

Được biết, nhà sản xuất kính số một thế giới Luxottica mới đây vừa quyết định khởi kiện BCBG Max Azria do vi phạm sở hữu trí tuệ. Cụ thể theo Luxottica, BCBG Max Azria đã copy mẫu khung càng kính Wayfarer nổi tiếng thuộc về thương hiệu Ray-Ban, một nhãn hiệu mà Luxottica đang sở hữu. Được biết BCBG Max Azria đã được yêu cầu công bố những lợi nhuận mà công ty đã thu được từ việc “cạnh tranh không lành mạnh, xâm phạm bản quyền, và làm ảnh hưởng tới nguồn gốc xuất xứ” và trả lại cho Luxottica. Được biết, vụ kiện vẫn đang tiếp diễn và chưa có kết quả cuối cùng. Rất có thể phần thắng của vụ kiện này sẽ không phải thuộc về Luxottica mà thuộc về BCBG Max Azria. Điều này trong quá khứ đã từng diễn ra đối với vụ kiện giày để đó giữa một thương hiệu thời trang của Ý và nhãn hiệu Christian Louboutin.



CHRISTOPHER LEMAIRE

Trở thành Tân Giám đốc Nghệ thuật của Uniqlo

Mới đây thương hiệu thời trang của Nhật Uniqlo vừa công bố việc tuyển dụng và để bạt Lemaire vào vị trí Artistic Director của thương hiệu. Với vai trò mới, cái tên từng kinh qua các thương hiệu như Lacoste và Hermès, sẽ chịu trách nhiệm giới thiệu một dòng sản phẩm thời trang mới cho thương hiệu có giá phù hợp hơn với tên gọi là Uniqlo U. Và đáng nói hơn nữa là dòng sản phẩm này sẽ được giới thiệu trong tuần lễ thời trang Paris Couture Week trong thời gian tới. Vị Tân Giám đốc Sáng tạo chia sẻ: “Tham vọng của chúng tôi là lấp đầy khoảng trống giữa những thiết kế thời trang và thiết kế phổ thông. Tôi biết từ normcore hiện đang bị lạm dụng nhưng tôi luôn thấy một thứ gì đó vô cùng thú vị trong sự đơn giản. Vấn đề là bạn làm thế nào để tạo ra một thiết kế siêu đơn giản, nhưng tinh tế, thú vị và được mong chờ?”

LAPERLA.COM



NHẬP KHẨU VÀ PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN: CÔNG TY TNHH RITA VÔ
M16 - VINCOM CENTER DÒNG KHÔI - 72 LÊ THÁNH TÔN, Q1, TP HCM

LAPERLA



PROENZA SCHOULER

Tuyển “tướng” từ Selfridges.

Được biết, Proenza Schouler vừa bổ nhiệm Giám đốc dòng sản phẩm Thời trang nữ và Phụ kiện của Selfridges, Judd Crane làm CEO mới. Crane – người đã làm việc cho trung tâm thương mại danh tiếng số 01 London trong 04 năm – sẽ thay thế vị trí của Ron Frasch vào tháng 09 này và sẽ làm việc với 02 nhà thiết kế của thương hiệu là Jack McCollough và Lazaro Hernandez. Đánh giá của bộ đôi Giám đốc Sáng tạo của thương hiệu Proenza Schouler về Judd Crane là “một thương nhân đẳng cấp thế giới, người có thể hiểu và chia sẻ với chúng tôi về đường hướng phát triển thương hiệu trong những năm sắp tới.”



MICHAEL KORS

Nói không với mạng xã hội?

Trái ngược với xu hướng ủng hộ mạng xã hội, thương hiệu Michael Kors mới đây vừa đưa ra một chiến dịch khá mạnh tay với mạng xã hội chỉ trước khi thương hiệu ra mắt bộ sưu tập Tiên Xuân – Hè 2017. Được biết, thương hiệu sẽ chỉ cung cấp 05 bức hình vào ngày diễn show cho các biên tập viên để sử dụng làm tài liệu cho các bài review cũng như cho các mạng xã hội. Hình ảnh của những thiết kế còn lại sẽ được lưu giữ chặt chẽ cho tới khi bộ sưu tập được giới thiệu ở các cửa tiệm vào tháng 10 tới. Được biết, lookbook sẽ được gửi tới các biên tập viên tạp chí (như thông lệ) nhưng chỉ được sử dụng với mục đích cho các bài viết và bài hình ảnh.



NICOLAS GHESQUIÈRE

Ra mắt thương hiệu cùng tên?

Vị Giám đốc Sáng tạo đương nhiệm của Louis Vuitton mới đây vừa tiết lộ tham vọng sẽ ra mắt dòng sản phẩm thời trang riêng trong thời gian tới. Việc Nicolas có thể cùng lúc quản lý 02 thương hiệu Louis Vuitton và thương hiệu riêng – như Marc Jacobs, người tiền nhiệm của anh ở nhà thời trang số 01 của Pháp – hay không tới nay vẫn chưa được xác định. Nhưng điều chúng ta có thể chắc chắn là Ghesquière đã chia sẻ với talk show của Pháp, Le Petit Journal rằng “anh muốn làm điều đó sớm.” Được biết rằng, những tin đồn Ghesquière sẽ ra mắt dòng sản phẩm thời trang riêng lần đầu là vào năm 2014 (với tờ Wall Street Journal) khi anh rời Balenciaga nhưng sau đó Ghesquière đã hoãn kế hoạch lại để tập trung cho thương hiệu Louis Vuitton.



E T R O

HANOI 61 LY THAI TO 884 38 258 999 HCMC 136 NAM KY KHOI NGHIA 848 38 299 288
LUALAMILANO.COM



BURBERRY

Giám đốc của Christopher Bailey.

Vị Giám đốc Sáng tạo của thương hiệu Burberry, Christopher Bailey mới đây đã chứng kiến lương của mình bị cắt giảm tới 75% trong năm tài khóa kết thúc vào tháng 03/2016 vừa rồi (từ khoảng 7,5 triệu bảng xuống còn 1,9 triệu bảng). Cùng với Bailey, một danh sách các Giám đốc cấp cao khác cũng có mức lương bị cắt giảm. Trong đó có CFO (Giám đốc Tài chính) Carol Fairweather: cắt từ 1,6 triệu bảng xuống còn 683.000; COO (Giám đốc Điều hành) John Smith: cắt từ 1,5 triệu bảng xuống còn 813.000. Mức cắt giảm này có nguyên nhân xuất phát từ việc các Giám đốc không được nhận khoản thưởng thường niên, và việc cắt thưởng này dựa trên một kế hoạch vào năm 2013. Chủ tịch của thương hiệu, ông John Peace cũng nhấn mạnh rằng Burberry là một công ty dựa trên hiệu suất làm việc, vậy nên kết quả kinh doanh và sự tăng trưởng của giá cổ phiếu của Burberry luôn có những ảnh hưởng trực tiếp tới thu nhập của các giám đốc và quản lý.



RALPH LAUREN

Thực hiện tái cấu trúc.

Ngày 07/06 vừa qua, một đại diện của Ralph Lauren đã xác nhận với hãng thông tấn Reuters về kế hoạch tái cấu trúc của thương hiệu. Theo đó, sẽ có 50 cửa hàng bị đóng cửa, 1.000 nhân viên bị cắt giảm. Mục tiêu của hoạt động này là nhằm cắt giảm chi phí của nhà thời trang. Dự đoán, việc tái cấu trúc này sẽ giúp công ty tiết kiệm từ 180 triệu tới 220 triệu đô mỗi năm. Với kế hoạch mới này (của CEO Steffen Larsson), hãng sẽ chuyển hướng tập trung vào những lĩnh vực đang mang lại lợi nhuận cho công ty. Ông Steffen Larsson chia sẻ: "Công ty sẽ tập trung vào dòng sản phẩm cao cấp Ralph Lauren và dòng sản phẩm Polo và các thương hiệu Lauren." Tuy nhiên, với kế hoạch này thì Ralph Lauren vẫn sở hữu 440 cửa hàng với số lượng nhân viên thuê mướn lên tới 25.000 người.

SAINT LAURENT

Chính thức khai trương cửa hàng đầu tiên tại Việt Nam.



Sau một tháng có mặt tại Việt Nam, thương hiệu Saint Laurent chính thức chào đón cửa hàng đầu tiên tại Thành phố Hồ Chí Minh với sự góp mặt của đồng đảo giới mộ điệu thời trang vào ngày 10/6 vừa qua. Saint Laurent là thương hiệu được yêu mến trên toàn thế giới, và chưa hề có dấu hiệu hạ nhiệt khi đặt chân tới thành phố Hồ Chí Minh. Qua nhiều thập kỷ, logo YSL là luôn được sùng bái bởi hàng triệu fashionista trên khắp thế giới, và trở thành biểu tượng của sự thanh lịch vĩnh cửu, sự xa hoa tối thượng. Dưới triều đại của Hedi Slimane, phong cách thiết kế của thương hiệu trở nên quyến rũ hơn, táo bạo hơn và hiện đại hơn, nhưng vẫn duy trì được tinh thần thanh lịch xuyên suốt khởi đầu bởi Yves Saint Laurent. Trên đà thành công về danh tiếng và doanh số, nhà mốt Saint Laurent tiếp tục đưa khách hàng đắm chìm vào một cuộc phiêu lưu mới khi chia tay Hedi Slimane, và chào đón Giám đốc sáng tạo mới Anthony Vaccarello. Chưa bao giờ đồng nghĩa khái niệm an toàn và nhàm chán, quyết định này của Saint Laurent chắc chắn sẽ mang lại nhiều hứng khởi cho khách hàng và giới mộ điệu thời trang.



BRUNELLO CUCINELLI

Nhập khẩu và phân phối độc quyền: Công ty TNHH RITA VÕ
63 Lý Thái Tổ, Hà Nội



VILLA SAWARIN

Đứa con tinh thần của Jean-Michel Gathy và Phillipe Starck.

Được thiết kế bởi kiến trúc sư Jean-Michel Gathy và Phillipe Starck, công trình này mang phong cách hiện đại, kết hợp với kiến trúc Thái. Nằm trong khuôn viên rộng 4000m², bên bờ biển của bán đảo Yamu, biệt thự có view nhìn tuyệt đẹp ra vịnh Phang Nga. Từng chi tiết trong khu biệt thự này đều làm cho nó trở nên trang trọng, tinh tế. Villa tích hợp một hồ bơi dài 24m, với không gian thoáng đãng, trong lành và sang trọng. Khu nghỉ dưỡng cũng được thiết kế một sân golf riêng, không chỉ là nơi giải trí mà nó còn là không gian xanh tạo sự gắn kết với môi trường thiên nhiên. Không gian sinh hoạt chung sử dụng vách kính để tận dụng tối đa ánh sáng tự nhiên. Nội thất được thiết kế mang hơi thở của biển. Điểm nhấn của căn biệt thự là sàn nhà màu xanh dương tạo cảm giác mát mẻ, dễ chịu.



EURASIA CONCEPT

Khai mạc triển lãm "Italian Legacy – Di sản Ý".

Hà Nội, ngày 16/06, triển lãm nội thất cổ điển đẳng cấp thế giới lần đầu tiên tại Việt Nam "Italian Legacy – Di sản Ý" nhân kỷ niệm một năm có mặt trên thị trường của nhà phân phối Eurasia Concept chính thức được khai mạc. Triển lãm trưng bày hơn 800 sản phẩm nội thất và trang trí nội thất cổ điển Ý. Đúng với tên gọi "Italian Legacy – Di sản Ý", triển lãm hướng tới những vẻ đẹp được truyền thụ, gìn giữ, và phát huy từ đời này sang đời khác dưới đôi bàn tay tài hoa của những nghệ nhân nước Ý. Các thương hiệu có mặt tại triển lãm quy mô lần đầu tiên tại Việt Nam này gồm có Colombostile, Medea, Carpanelli, Rozzoni, Luigi Minotti và nhiều tên tuổi nổi tiếng khác, cùng điểm nhấn ấn tượng là chiếc bàn đá khổng lồ của thương hiệu Baldi. Đây đều là những tên tuổi đình đám đi cùng lịch sử hình thành và phát triển của ngành nội thất Châu Âu nói chung cũng như của nước Ý nói riêng, cho thấy định hướng rõ ràng của Eurasia Concept vào phân khúc nội thất cao cấp nhất với những chế tác thủ công và để cao những thiết kế nguyên bản danh giá.

PARIS BALLET PAR VPBANK

Công diễn tại Hà Nội.



Được sản xuất bởi Opal Việt Nam với sự bảo trợ của Đại sứ quán Pháp và Viện Pháp Học tại Việt Nam, đặc biệt được dàn dựng dựa trên ý tưởng độc đáo của Giám đốc nghệ thuật Frédéric Fontan, Paris Ballet được kỳ vọng sẽ là một điểm nhấn quan trọng trên bức tranh toàn cảnh về văn hóa nghệ thuật của Việt Nam trong năm nay. Buổi biểu diễn sẽ có sự góp mặt của các vũ công nổi tiếng thế giới trong đó có tới 4 étoiles (ngôi sao) trình diễn những màn "múa đôi" (pas de deux) kinh điển của nghệ thuật ballet. Múa đôi xuất hiện vào giữa thế kỷ XVIII và phát triển rực rỡ ở thế kỷ XIX trong giai đoạn ballet lãng mạn, tượng trưng cho tình yêu đôi lứa và thể hiện những khoảnh khắc nên thơ nhất của ballet. Phần lớn các vũ công được đào tạo theo phong cách ballet Pháp và đến từ Nhà hát Opéra de Paris. Trong đó phải kể đến những tên tuổi đã gắn bó và thành danh từ nhà hát này như: Agnès Letestu, huyền thoại sống của ballet đương đại, Mathilde Froustey, vũ công khách mời tại Nhà hát Opéra de Paris, Florian Magnenet và Audric Bézard, những vũ công hàng đầu tại Nhà hát Opéra de Paris.

Thông tin mới nhất
về QX80 Mega-SUV



NỔI BẬT VÀ SANG TRỌNG

Kích cỡ lớn sẽ là vấn đề được quan tâm hơn khi nó trở nên sang trọng, rộng rãi và tiện nghi. Thiết kế của QX80 - chính là sự thể hiện của không gian khoáng đạt và sự mạnh mẽ đáp ứng mong muốn của bạn. Vẻ đẹp độc đáo thể hiện thị hiếu tinh tế cũng như không gian khoáng đạt của QX80 sẽ đáp ứng mọi nhu cầu của cả gia đình bạn.

Hãy ghé thăm Showroom của chúng tôi để được lái thử và trải nghiệm khả năng vận hành mạnh mẽ cùng sự sang trọng bậc nhất của QX80 Mega-SUV.



QX80 5.6L V8

Tốc độ tối đa: 210km/giờ | khả năng tăng tốc từ 0-100km/giờ: 6.8 giây

Hệ dẫn động 4 bánh thông minh toàn thời gian điều khiển bằng máy tính

Hệ Thống Treo Thủy Lực Kiểm Soát Chuyển Động Thân Xe

Hệ thống âm thanh cao cấp BOSE® | Ghế tựa đầu hàng thứ hai với màn hình giải trí 7 inch

Màn hình Quan sát Xung quanh | 3 hàng ghế ngồi thoải mái tiện nghi

TRUNG TÂM INFINITI TP. HỒ CHÍ MINH | Điện thoại: 0938 611 113 | www.infiniti-vietnam.com.vn
Số 181, Đường Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Phường 7, Quận 3, TP. Hồ Chí Minh, VIỆT NAM.

Thông số kỹ thuật được thể hiện ở đây có thể khác so với thông số kỹ thuật trên xe thực tế.



LONDON COLLEGE OF FASHION

Chọn nhà mới ở phía Đông.

Được biết theo kế hoạch thì tới năm 2021, ngôi trường nổi tiếng về thời trang của thế giới London College of Fashion sẽ chuyển tới khu vực 2012 Olympic village ở Đông London. Trung tâm văn hoá và giáo dục mới của London Stratford Waterfront này (tại công viên Queen Elizabeth Olympic Park) sẽ dành một không gian đặc biệt cho khuôn viên trường học London College of Fashion (LCF) và cho trường University College London. Trong đó, toà nhà của LCF sẽ được thiết kế với diện tích lên tới 30.000m² đủ không gian cho hơn 5.500 học sinh và 500 nhân viên và giáo vụ.



BMW WELT

Nét nghệ thuật của BMW.

Dự án BMW Welt bắt đầu xây dựng vào tháng 8 năm 2003. Tập đoàn BMW đã lựa chọn phương án của công ty kiến trúc Coop Himmelblau, Áo vì đó là một công trình độc đáo với một tầm nhìn chiến lược, bền vững và linh hoạt. Công trình tọa lạc trong khuôn viên rộng 25 000 mét vuông, bên cạnh nhà máy chính của BMW, tòa tháp biểu trưng và bảo tàng hình cái bát của BMW. Công trình gây sự chú ý bởi sự vượt trội trong thiết kế về quy mô và hình khối kiến trúc. Nó như một tác phẩm điêu khắc hoành tráng với kết cấu mái hình chóp nón được làm từ thép và kính đầy ngoạn mục. Pin mặt trời được sử dụng trong các công trình của BMW với mục đích tạo ra nhiều điện năng sử dụng, giúp tiết kiệm năng lượng tối đa. BMW Welt nằm trong Công viên Olympic ở Munich, ở giữa khuôn viên của BMW và gần sân vận động nổi tiếng được thiết kế bởi Frei Otto.

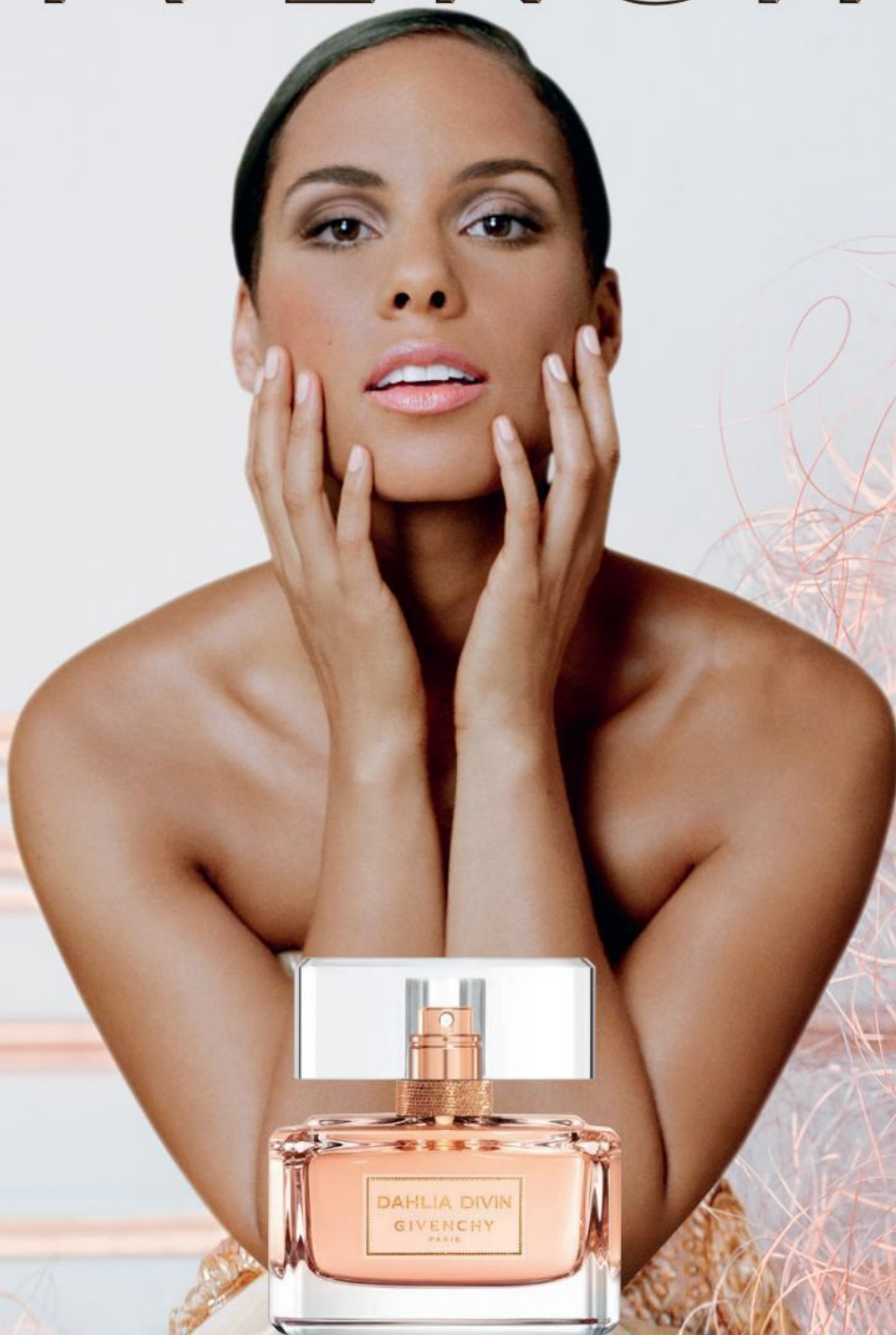
ROLEX

Và chương trình Rolex Mentor and Protégé năm 2016 – 2017.



Nối tiếp công bố tháng 12/2015, bảy nghệ sĩ trẻ đã được hãng lựa chọn sau khi xét duyệt một danh sách các ứng viên trên toàn thế giới cho chương trình đào tạo theo phương pháp “một kèm một” trong vòng một năm với các cố vấn nổi tiếng trong chương trình Sáng kiến Nghệ thuật Rolex Mentor and Protégé năm 2016 – 2017. Các cặp cố vấn-ứng viên là: Kiến trúc: Simon Kretz (Thụy Sĩ) được Sir David Chipperfield (Vương quốc Anh) cố vấn và lựa chọn; Khiêu vũ: Londiwe Khoza (Nam Phi) được Ohad Naharin (Israel) cố vấn và lựa chọn; Điện ảnh: Chaitanya Tamhane (Ấn Độ) được Alfonso Cuarón (Mexico) cố vấn và lựa chọn; Văn học: Julián Fuks (Brazil và Argentina) được Mia Couto (Mozambique) cố vấn và lựa chọn; Âm nhạc: Pauchi Sasaki (Peru) được cố vấn Philip Glass (Mỹ) cố vấn và lựa chọn; Kịch trường: Matías Umpierrez (Argentina và Tây Ban Nha) được Robert Lepage (Canada) cố vấn và lựa chọn; Nghệ thuật tạo hình: Thao Nguyen Phan (Việt Nam) được Joan Jonas (Mỹ) cố vấn và lựa chọn. Mỗi cặp cố vấn-ứng viên được tự do làm việc cùng nhau theo bất kỳ phương pháp nào trong thời gian tối thiểu sáu tuần, và thường xuyên giữ liên lạc trong suốt năm. Thành quả của việc hợp tác sẽ được ra mắt tại sự kiện Rolex Arts Weekend, được tổ chức khi chương trình cố vấn kết thúc; tại sự kiện, những người tham gia sẽ có cơ hội chia sẻ kinh nghiệm thú vị của mình trong quá trình làm việc.

GIVENCHY



DAHLIA DIVIN

HƯƠNG THƠM MỚI

Eau de toilette

ALICIA KEYS

www.givenchybeauty.com

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

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



KTS RAFAEL VINO

Giới thiệu nhà mới của đại học Tổng hợp Hà Lan.

Tòa nhà mới của trường đại học Tổng hợp Hà Lan tại thành phố Wageningen mang tên Atlas đã được thiết kế bởi KTS Rafael Vinoly với lối kiến trúc lưới bê tông cao nhưng ý tưởng lại là “thân thiện với môi trường”. Phía trong là lối kiến trúc theo phong cách các văn phòng ở New York hiện hành - điều đó đã góp phần tạo nên sự đa dạng của bộ mặt kiến trúc Hà Lan. Công trình lần này đã tuân thủ nghiêm ngặt những đặc tính kỹ thuật căn bản nhất trong xây dựng và là một trong ba tòa nhà mới thuộc khu liên hợp Đại học Tổng hợp. Rafael Vinoly và các cộng sự của ông, các học trò, sinh viên khoa kiến trúc môi trường (faculty environmental study) đã đề ra mục tiêu thiết kế, sáng tạo một cách hết sức tự nhiên, nhưng không thô kệch, nhằm đến sự kích hoạt tinh thần sáng tạo. Khi hoàn thành, công trình mang phong cách lập thể hay trong toán học là khối vuông, nhưng cảm hứng của nó lại xuất phát từ những đám sậy khô. Tòa nhà sử dụng nguồn nước ngầm tại chỗ để cung cấp cũng như làm mát cho toàn bộ công trình.



CTY CP ĐẦU TƯ KINH DOANH BĐS L&L

DepotMetro Tower-S Tham Lương.

Theo Cty CP Đầu tư kinh doanh BĐS L&L, ngày 19/6 vừa rồi, công ty đã làm lễ công bố dự án DepotMetro Tower-S Tham Lương cũng như tổ chức bốc thăm trúng thưởng cho khách hàng tham dự tại Trung tâm hội nghị Royal Palace TP HCM. Dự án DepotMetro Tower-S Tham Lương là khu phức hợp căn hộ và thương mại dịch vụ, tọa lạc tại mặt tiền đường Dương Thị Giang, phường Tân Thới Nhất, quận 12, TP HCM, được tư vấn thiết kế bởi các chuyên gia đến từ Singapore. Nằm cách ga metro số 2 Bến Thành – Tham Lương chỉ 2 phút cũng như cách sân bay Tân Sơn Nhất chỉ 15 phút, dự án còn nằm gần Trung tâm điện máy Thiên Hoà và bến xe An Sương. Với vị trí giao thông liên vùng tiện lợi, DepotMetro-S Tham Lương là điểm kết nối giữa quận Tân Bình, Tân Phú, Gò Vấp và quận 12; Quốc lộ 22 đi Tây Ninh, đường Phan Văn Hớn đi Long An, Quốc lộ 1A liên kết dự án với các tỉnh miền Tây Nam Bộ, Bình Dương, Đồng Nai. DepotMetro Tower-S Tham Lương có đầy đủ các tiện ích như: Hồ bơi, sân vườn, công viên, tầng thương mại. Đặc biệt là mảng xanh phủ quanh dự án với mật độ xây dựng cực kỳ thấp. Dự án có 15 tầng bao gồm 02 tầng hầm, với 126 căn hộ có diện tích 69 – 92 m² (tính theo tim tường).

Không chỉ mang đến sự thuận tiện trong giao thông, cư dân dự án DepotMetro Tower-S Tham Lương sẽ được trải nghiệm một cuộc sống sang trọng, hiện đại với nội thất cao cấp, thiết kế căn hộ theo tiêu chuẩn Singapore.



NHÀ ĐẤU GIÁ CHRISTIE'S

Đấu giá ghế ngồi của Gabrielle “Coco” Chanel.

Được biết rằng những chiếc ghế này là món quà mà nhà thiết kế thời trang huyền thoại Gabrielle “Coco” Chanel đã dành tặng cho một bác sỹ mà bà từng gặp ở phòng khám Valmont, Thụy Sĩ. Đôi ghế này do Diego Giacometti thiết kế. Những chiếc ghế này có tên là Pommeaux de Canne, được sản xuất vào năm 1963, các chi tiết kim loại của ghế được tráng đồng thau. Được biết những chiếc ghế này cho tới trước phiên đấu giá vẫn là tài sản của gia đình vị bác sỹ nọ.



LINDA FARROW

WWW.LINDAFARROW.COM

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: G 6 Indochina Riverside Towers, Quận Hải Châu. Tel: (0511) 3849 049



TOWER INFINITY

Tháp tàng hình ở Seoul, Hàn Quốc.

Tower Infinity là kết quả từ cuộc thi thiết kế kiến trúc năm 2008. Bài dự thi của công ty thiết kế GDS đã vượt qua 145 bài thi khác đến từ 46 đất nước để giành quyền đặt dấu ấn của mình trên thủ đô đất nước Hàn Quốc. Dự kiến tòa tháp Tower Infinity sẽ có độ cao 450 m và chiếm dụng đến 145.000 m² diện tích. Với quy mô dự án lớn như vậy, độ cao của tòa tháp thực sự vẫn còn rất khiêm tốn. Tòa tháp cao nhất hiện nay là Tokyo Skytree tại thủ đô Nhật Bản với chiều cao 634 m, trong khi công trình cao nhất thế giới hiện vẫn là Burj Khalifa cao 830 m. Đây là điều hoàn toàn có dụng ý, theo chính hãng thiết kế GDS: “Ngọn tháp ngụ ý miêu tả sự phát triển vị thế của đất nước Hàn Quốc trên thương trường quốc tế. Nhưng thay vì phô trương một cách ngạo mạn, cũng như Hàn Quốc, Tower Infinity sẽ “ăn nhập” vào môi trường xung quanh và ẩn bản thân mình vào hình nền”.



DUBAI

Ra mắt thư viện vật liệu D-Town.

Thư viện D-Town, đứa con tinh thần của Giám đốc điều hành D-Town Enterprises, Rowdha Ali Mohammed AlSakit, được hi vọng sẽ trở thành kho lưu trữ vật liệu xây dựng lớn nhất thế giới. Dự án sẽ cung cấp nguồn dữ liệu về vật liệu xây dựng cho lĩnh vực thiết kế và triển lãm cho công chúng. Ông AlSakit cho biết: “Khái niệm về thư viện D-Town đã được quan tâm sau khi chúng tôi nhận ra những khoảng trống trong thị trường toàn cầu, thư viện này sẽ kết nối giữa kiến thức và thương mại”. “Khái niệm này sẽ kết nối và thu hẹp khoảng cách giữa các ngành công nghiệp trên thế giới và người tiêu dùng. Mọi người cần biết tới những vật liệu xây dựng có sẵn và làm cách nào để sử dụng chúng hiệu quả, tạo ra sự đổi mới trong tiêu thụ vật liệu trên thị trường toàn cầu”, AlSakit cho biết thêm. Thư viện dự kiến sẽ mở cửa vào cuối năm nay, có khả năng sẽ trưng bày hàng ngàn mẫu vật liệu. Các kho lưu trữ sẽ bao gồm vật liệu với các ứng dụng trên nhiều lĩnh vực bao gồm xây dựng, sản xuất, may mặc. Khách tới tham quan thư viện sẽ có cơ hội tham khảo ý kiến từ các kỹ sư liên quan với các ứng dụng, các chi tiết sản xuất.

ADRIAN SMITH ± GORDON GILL ARCHITECTURE

Giới thiệu dự án Kazakhstan Pavilion.



Nằm ở trung tâm của khuôn viên triển lãm Expo City 2017, Kazakhstan Pavilion sẽ là một biểu tượng thực sự của khái niệm “Năng lượng tương lai”. Mặt tiền biến đổi của nó sẽ làm giảm sự mất nhiệt và giảm độ chói của mặt trời vào các không gian bên trong, đồng thời làm tăng sản lượng năng lượng của tòa nhà thông qua sự tích hợp các hệ thống bền vững như quang điện. Mỗi tòa nhà được thiết kế để giảm thiểu việc sử dụng năng lượng và tăng mức năng lượng năng sạch thu được. Ngoài hiệu suất năng lượng tuyệt vời của các tòa nhà riêng lẻ, các kiến trúc sư cũng đảm bảo toàn bộ kết cấu được kết nối với nhau bằng những lưới điện, hệ thống nước tái chế thông minh, hệ thống quản lý chất thải tổng hợp và hệ thống lưu trữ năng lượng ngầm theo mùa. Sau khi hội chợ triển lãm kết thúc, không gian sẽ được chuyển đổi thành một văn phòng và cơ sở nghiên cứu cho các công ty quốc tế và các doanh nhân.



— GOLDEN LYPRES® —

CHÍNH THỨC RA MẮT QUY CÁCH 30 VIÊN

● Chất lượng đi đầu – Toàn cầu công nhận

GOLDEN LYPRES® trong quy cách 30 viên/hộp giữ vững chất lượng với thành phần, hàm lượng không đổi, được chiết xuất 100% từ thiên nhiên dựa trên các tiêu chuẩn Quốc tế về chất lượng và quy trình sản xuất nghiêm ngặt.

● Đăng cấp Quốc tế - Uy tín tin cậy

GOLDEN LYPRES® quy cách mới 30 viên giữ trọn tinh túy của Lycopene và Resveratrol là sự cam kết của sản phẩm không ngừng mang đến cho khách hàng sản phẩm có chất lượng cao, xứng tầm Quốc tế.

● Sang trọng tinh tế - Giá trị tối ưu

Bao bì mang những đặc trưng dễ nhận diện của dòng thực phẩm chức năng cao cấp **GOLDEN LYPRES®** như: Logo khắc nổi ba chiều độc đáo thể hiện sự hiện đại chạy dọc khắp thân hộp là biểu tượng đặc trưng của **GOLDEN LYPRES®**, nhãn hiệu tráng đồng tinh tế, thiết kế bao bì sang trọng.

● Quà tặng cao cấp – Ý nghĩa bền vững

GOLDEN LYPRES® không chỉ là sản phẩm chăm sóc sức khỏe đơn thuần mà còn là một món quà nhiều ý nghĩa trao gửi người thân, gia đình, bạn bè và là sự lựa chọn đẳng cấp dành tặng đối tác.



**Một sản phẩm đẳng cấp
luôn mang trong mình hai yếu tố quyết định
Chất lượng và Sáng tạo.**



Sản phẩm đã được bảo vệ Độc quyền

Nếu bạn hứng thú kinh doanh một sản phẩm bảo vệ sức khỏe chất lượng và uy tín như **GOLDEN LYPRES®**, hãy đặt cuộc hẹn làm đại lý phân phối với chúng tôi :

Điện thoại: 08.3770 0915 - Hotline: 0919 632 772

Cửa hàng **GOLDEN LYPRES®**
tại Sheraton Saigon Hotel & Towers
Đ/c: 80 Đồng Du, P. Bến Nghé, Q1, TP.Hồ Chí Minh
SDT: 08.3827 6446
Website: www.hsbiotech.com
Email: pvservice@hsbiotech.com

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

DIFFUSION LINE

BỮA TIỆC TÀN CỦA MỘT THỜI KỲ HOÀNG KIM?



LÝ DO GÌ KHIẾN CHO CÁC THƯƠNG HIỆU BUỘC PHẢI LỰA CHỌN HƯỚNG ĐÓNG CỦA NHỮNG DÒNG SẢN PHẨM
SECOND LINE HAY DIFFUSION LINE TỪNG MỘT THỜI ĐƯỢC XEM LÀ NHỮNG CỖ MÁY IN TIỀN CỦA HỌ?



Tin buồn: Lợi nhuận của Burberry bị sút giảm 7% (điều không thể đã trở thành có thể) kéo theo những chỉ trích của các cổ đông về việc Christopher Bailey đồng thời đảm nhiệm 02 vị trí quan trọng; Lương của Christopher Bailey (CEO và Creative Director của thương hiệu) và cũng bị giảm 75%. Nhưng đó chưa phải là tất cả, Hugo Boss cũng vừa thông báo sẽ cắt giảm chi phí khoảng 50 triệu euro (trong năm nay) khi doanh số của hãng so với cùng kỳ năm ngoái bị tụt giảm khoảng 4%. Ông Philip Gajzer, Giám đốc điều hành của Move Now Commercial Brokers, một công ty chuyên tư vấn các nhân hàng xa xỉ về bất động sản cho biết: “Sự suy thoái của ngành diễn ra khá sâu sắc.” Theo ông, lượng người tới các cửa hàng ở London giảm khoảng 20% trong những tháng gần đây. Cá biệt có những khu vực tỷ lệ này giảm tới 50%. Hay mặc dù tập đoàn Kering có mức tăng trưởng trong quý đầu 2016 tăng, tuy nhiên mức này vẫn còn thấp hơn con số mong đợi khoảng 2,6%.

Ở một diễn biến khác, một danh sách các thương hiệu đã quyết định đóng cửa dòng thời trang second line hay diffusion line của mình. Cụ thể, Dolce & Gabbana đóng cửa D & G, Michael Kors đóng cửa Kors by Michael Kors, Burberry đóng cửa Burberry Sport, Marc Jacobs đóng cửa Marc by Marc Jacobs. Prada đưa Miu Miu lên làm thương hiệu chính. Trong đó, Dolce & Gabbana đóng cửa D & G khi tổng thu nhập năm 2011 vào khoảng 400 triệu euro. Còn dòng thời trang second line của Marc Jacobs, Marc by Marc Jacobs chiếm 70% doanh số của cả thương hiệu vào năm 2014.

Vậy đâu là nguyên nhân chính của những điều này. Lý do gì khiến cho các thương hiệu buộc phải lựa chọn hướng đóng cửa những dòng sản phẩm second line? Theo tờ Financial Times, ngành công nghiệp thời trang chính thức đang ở trong tình trạng bất ổn và hỗn loạn khi thị trường châu Á tiềm năng sụp đổ. Trung Quốc – một thị trường chiếm tỷ trọng 1/3 sức mua của toàn thế giới đối với ngành công nghiệp hàng hiệu – đột nhiên trở nên “kiềm khem”. Hệ thống thuế mới được giới thiệu vào tháng 04 vừa rồi của Trung Quốc càng giống như một “cú đòn” bổ thêm vào nền công nghiệp vốn đã mong manh sau một dây chuyền những vấn đề từ khủng hoảng kinh tế 2008 và khủng bố ở Paris và Brussels – nhận định của một số nhà thời trang.





Trở lại với Burberry và Trung Quốc. Có thể nói ẩn sau những hoạt động về thuế khoá, các suy giảm về kinh doanh của Burberry là một vấn đề khác. Và điều này có lẽ sẽ phần nào đó giải thích được lý do các thương hiệu bắt đầu đóng cửa đối với dòng sản phẩm thời trang diffusion line (hay second line). Hãy bắt đầu câu trả lời với phần mở đầu của cuốn sách Tình Yêu Hàng Hiệu của tác giả Radha Chadha và Paul Husband: “Sao cửa hàng anh không có chiếc khăn kẻ ca-rô giống như chiếc khăn của Thủ tướng.’ Người đặt câu hỏi này là Giang Trạch Dân, nguyên Chủ tịch Trung Quốc và vị Thủ tướng ông nhắc tới không phải ai khác ngoài nhân vật đầy năng động, được coi là người cải tổ nền kinh tế Trung Quốc, Chu Dung Cơ, và chiếc khăn cổ được yêu cầu chính là chiếc khăn thời thượng hiệu Burberry...” Để thấy rằng, sau khi ông Tập Cận Bình đưa ra những chiến dịch bàn tay sắt, thời kỳ của những món đồ hàng hiệu ở Trung Quốc bắt đầu gặp những khó khăn lớn. Thậm chí một chuyên gia đồng hồ Thụy Sĩ đã chia sẻ về tin đồn, nếu nhà máy của Cartier trước đây hoạt động hết công suất thì hiện nay thời gian làm việc chỉ là 3 ngày/tuần.

Trước những động thái này của Trung Quốc, những khách hàng thuộc tầng lớp trung lưu sẽ là những người đầu tiên chịu ảnh hưởng. Họ bắt đầu phải học cách “kiêng khem” hoặc tỏ ra “kiêng khem”. Những biểu tượng và logo nếu trước đây được xem là thứ giúp một người có thể được nhận việc thì nay lại là thứ khiến họ bị dò xét. Và khi tầng lớp trung lưu bị ảnh hưởng, điều này cũng đồng nghĩa với đối tượng khách hàng của dòng thời trang diffusion line bị ảnh hưởng. Việc đóng cửa các dòng thời trang second line lúc này giống như một phản ứng theo nhu cầu thị trường. Việc đóng cửa này, với một số người chỉ một quyết định thông thường. Nhưng đối với các chuyên gia tài chính (các CFO), đây là một trong những cách cắt giảm chi phí hiệu quả nhất. Đừng quên chi phí cho mỗi show diễn kéo dài 12 phút thường có giá hàng triệu đô (nói như Glamour thì 1 triệu đô với mỗi show diễn chỉ như muối bỏ bể.) Còn chi phí thiết kế, cái giá vài trăm ngàn đô cho một mùa cũng không phải điều lạ - và đây còn là mức chi phí tối thiểu!

“cuộc sống là nét đẹp năng động”



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

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



Ông Luca Solca, người đứng đầu công ty tư vấn tài chính Exane BNP Paribas cũng khẳng định (cách đây 02 năm) là việc duy trì các thương hiệu second line rất mạo hiểm “bởi các thương hiệu sub-brand không xoay sở để đạt đủ doanh thu để cân đối các chi phí cố định.” Các khoản chi phí này gồm có chi phí dành cho đội ngũ thiết kế, chi phí showroom, các chiến dịch bán hàng và quảng bá cũng như các show diễn.

Tất nhiên, không thể phủ nhận rằng những trang phục streetwear (trang phục thường ngày) và phong cách Normcore đang mạnh mẽ tiến công vào những bữa tiệc thời trang. Trong trường hợp này, sự xuất hiện của những dòng second line có vẻ là một lựa chọn hợp lý. Nhưng từ một góc độ khác, vẫn cần khẳng định rằng với chúng ta second line là second line, và second line không thể so sánh với first line.

Một điều nữa cũng có thể tính tới là nguyên nhân dẫn đến sự đóng cửa của những dòng thời trang second line là sự cạnh tranh mạnh mẽ của những thương hiệu trẻ và mới như 3.1 Phillip Lim hay Alexander Wang. Đó là còn chưa kể tới các cạnh tranh của những cái tên thuộc dòng fast fashion như Zara, H & M – đặc biệt khi những nhãn hiệu này còn hợp tác với các nhà thiết kế (Karl Lagerfeld và H & M) và thậm chí là thương hiệu như trường hợp của Balmain x H&M hay Alexander Wang và H & M. Vậy nên, bạn sẽ thấy không

khó hiểu khi việc đóng cửa các thương hiệu second line chủ yếu diễn ra với các thương hiệu nổi tiếng và đình đám. Trong khi đó, những thương hiệu mới nổi như Jason Wu lại giới thiệu dòng thời trang phân nhánh này!

Một lý giải nữa cho việc đóng cửa dòng thời trang second line nằm ở việc các thương hiệu tung ra chiến lược “see now, buy now” vào hồi tháng 02 vừa rồi. Những cái tên đi đầu trong xu hướng này là Burberry (và Burberry cũng là thương hiệu đóng cửa Burberry Sport), Tom Ford (một cái tên vốn quá nổi tiếng với việc chú trọng lợi nhuận) và DVF. Cụ thể, với chiến lược này, khách hàng gần như có thể mua các mẫu thiết kế ngay sau khi show diễn giới thiệu. Với cách làm này, các thương hiệu đã trực tiếp đặt mình vào cuộc chạy đua với những cái tên thuộc dòng fast fashion. Việc “cut cost” và dành toàn lực cho dòng sản phẩm chính tự nhiên là điều dễ hiểu.

Bên cạnh đó, cũng với cách làm thay đổi hoàn toàn format hoạt động của ngành thời trang (kéo dài hơn 50 năm nay), các thương hiệu lớn đã tạo ra những cạnh tranh mạnh mẽ với các thương hiệu độc lập. Người đứng đầu của ngành thời trang Pháp (về cả độ tuổi lẫn quyền lực), ngài Karl Lagerfeld khẳng định đây sẽ là khó khăn cho những thương hiệu nhỏ đang phải phụ thuộc vào việc bán hàng loạt. Còn đây sẽ là cơ hội của các thương hiệu lớn với hệ thống sản xuất hoàn thiện, kênh phân phối riêng.

*cuộc sống là nét đẹp năng động



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

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

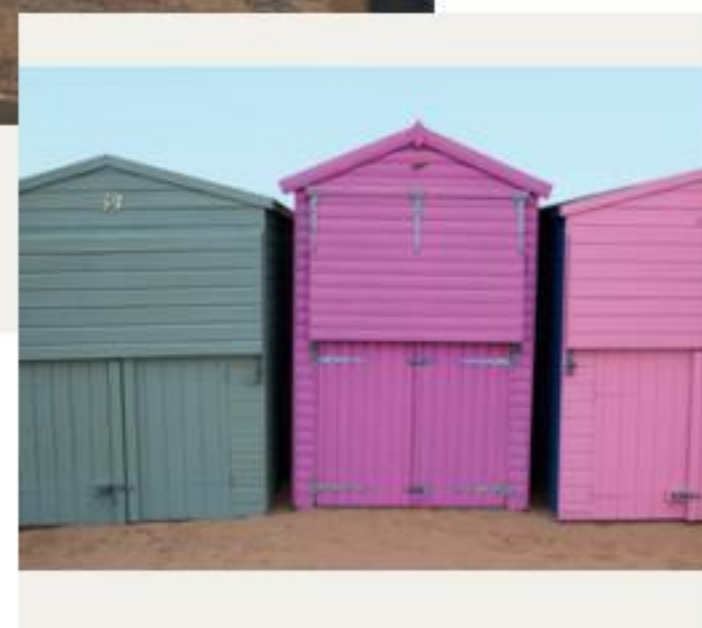
VERSACE SS 2016



Với những chiếc khăn lụa, cát ở dưới chân và một dòng chữ Ả Rập được chiếu trên tường, có lẽ chúng ta đều biết cảm hứng cho bộ sưu tập mùa này của những đàn ông Versace là gì. Những chiếc áo blouson, những bộ đồ da, những kiểu dáng độn vai, tất cả đều thật ăn nhập với chủ đề mà nhà thiết kế lựa chọn. Đặc biệt là một mẫu thiết kế áo sơ mi, kiểu button – down với chiều dài tương ứng chiếc áo kurta truyền thống của Ấn Độ được mặc kết hợp cùng một bộ suit mềm. Nhìn chung, đây vẫn là một bộ sưu tập của những “nhà lữ hành trên con đường tơ lụa” (và điều này được thể hiện rất rõ qua cách Donatella Versace lựa chọn màu cho bộ sưu tập như màu cát, màu hạt hồ tiêu, màu tím hoàng hôn và màu xanh navy đêm). Quả thực với bộ sưu tập này nhà thiết kế đã thực hiện những kiểu dáng khá suôn mềm, những lối chơi với các tỷ lệ được vận dụng đầy thú vị. Các kiểu dáng tương chừng rất ít gặp ở những bộ sưu tập của nam giới cũng xuất hiện trong bộ sưu tập này. Đó là những chiếc áo khoác oversized. Ngoài ra, cũng phải kể tới những chiếc quần ống rộng, những chiếc áo phông dáng dài và ôm như những chiếc váy.



DSQUARED2





Mùa mốt này, thương hiệu thời trang tới từ đất nước hình chiếc ủng tiếp tục gây ngạc nhiên với mọi người trước những kiểu dáng phóng khoáng và đầy phá cách. Những nguyên tắc thời trang cao nhất bị nhà thiết kế bẻ cong và biến nó thành những điều thú vị. Hoặc có thể nói, là một nhà thiết kế, Brunello Cucinelli đã tìm ra những điểm vui vẻ trong từng nguyên tắc cứng nhắc nhất. Những màu sắc được nhà thiết kế lựa chọn cho mùa này là những gam màu đất như xám, caramel, màu hoàng thổ. Các chất liệu được ông lựa chọn bao gồm cả những chất liệu thô mộc như vải jeans, kha ki và những chất liệu như da lộn, da thuộc. Tin rằng, đây sẽ là một bộ sưu tập của những nhà du hành thế giới với các thiết kế đề cao sự tiện dụng (trong cả chất liệu lẫn kiểu dáng). Thoạt trông, chúng ta sẽ thấy những phá cách tưởng rằng tùy tiện như kết hợp giày thể thao với quần bò và áo jacket và cà vạt, nhưng tất cả lại tạo ra một tổng thể hài hòa và trang nhã. Cuối cùng, cũng cần nói tới những mẫu thiết kế với lối cắt may chuẩn và lịch lãm của quý ông.

Paul

Switu

MAXMARA SS 2016



Nếu như mùa trước Gigi Hadid bước ra và mang tới cho mọi người cảm nhận về một Marilyn Monroe thứ hai; nếu như mùa trước ấn tượng của mọi người về bộ sưu tập của MaxMara là một bộ sưu tập dành cho một ngôi sao hạng A, mùa này cảm hứng của thương hiệu thời trang tới từ Ý là những thủy thủ trên biển. Mặc dù những cảm hứng này không được thể hiện rõ nhưng tinh thần off-shore (ngoài khơi) vẫn có thể thấy thoáng qua các mẫu thiết kế. Các họa tiết sọc ngang đen trắng được thiết kế rất thú vị với kiểu dáng oversized. Những kiểu áo double breast (02 hàng khuy) cũng là những gợi ý cho mọi người về một phong cách thủy thủ. Đặc biệt những chi tiết khuy đồng còng là điểm nhấn của một phong cách masculine (nam tính) kết hợp với những kiểu dáng feminine (nữ tính). Ngoài ra, bộ sưu tập cũng khá ấn tượng với cách xử lý các họa tiết sao và chấm bi trên thân các mẫu váy, quần cạp cao và áo.



ALEXANDER MCQUEEN SS 2016

Bộ sưu tập mang tới cho người xem cảm giác chiêm ngưỡng những bức ảnh của nhiếp ảnh gia Julia Margaret Cameron trong thời kỳ Victoria. Bộ sưu tập này có thể nói cũng là bộ sưu tập đẹp nhất với những dấu ấn cá nhân rõ nét của nhà thiết kế Sarah Burton kể từ khi cô tiếp nhận vai trò Giám đốc sáng tạo của thương hiệu Alexander McQueen. Những thiết kế mạng che, trùm đầu hay những thân dáng corset được bỏ hết, những đôi giày cao gót móng ngựa cũng được nói lời tạm biệt. Nhà thiết kế chia sẻ, cô muốn bộ sưu tập của mình thật "rung động và mềm mại". Đây chính là lý do giải thích cho những chi tiết xếp nếp ôm lấy cơ thể, rủ xuống từ vai. Nhà thiết kế cũng khéo léo chọn các màu hồng nhạt, màu trắng hay các chất liệu họa tiết hoa cho những thiết kế của mình. Bên cạnh đó, cũng cần nói, bộ sưu tập này là kết quả của những kỹ thuật may đo cao cấp. Nhà thiết kế chia sẻ cô đã được truyền cảm hứng từ những nghệ nhân dệt lụa Spitalfields (ở thế kỷ 17) nên bộ sưu tập này cũng được cô đưa vào ứng dụng các kỹ thuật cổ truyền để

Olivier Rousteing

Cậu bé vàng của thời trang Pháp



ĐƯỢC BỔ NHIỆM VÀO VỊ TRÍ GIÁM ĐỐC SÁNG TẠO CỦA BALMAIN, KHI MỚI 24 TUỔI, OLIVIER ROUSTEING ĐÃ TRỞ THÀNH VỊ GIÁM ĐỐC SÁNG TẠO TRẺ TUỔI NHẤT TRONG LỊCH SỬ CỦA KINH ĐÔ THỜI TRANG PARIS (CHỈ SAU YVES SAINT LAURENT VỚI KỶ LỤC 17 TUỔI)!





Có thể nói các công ty thời trang đang hoạt động ngày một giống đội bóng. Mỗi nhà thiết kế sẽ giống một cầu thủ, và việc lựa chọn một cầu thủ hạng sao luôn tùy vào từng thời điểm để có những quyết sách. Năm 2011, Olivier Rousteing được lựa chọn – và lý do nằm sau quyết định của Balmain là một kế hoạch digital marketing chiến lược. Có thể nói nhà thiết kế 24 tuổi này khi đó có vai trò như một cây cầu nối giữa thương hiệu và giới trẻ (thế hệ millennial) – những người ăn Facebook, ngủ Twitter và yêu qua Instagram. Không phụ lòng sự trông đợi của Balmain, Olivier đã mang tới những điều hơn cả mong đợi khi trở thành nhà thiết kế được follow nhiều nhất nước Pháp với số lượng người theo dõi lên tới hơn 1 triệu người.

Với sự hỗ trợ của những người bạn (với hẳn một tên gọi là Balmain Army), Olivier không ngừng gửi những thông điệp, các thông tin hậu trường, những câu chuyện lý thú của nhà thời trang Pháp tới với giới mộ điệu. Balmain Army là một “đội quân” của những người phụ nữ nổi tiếng nhất thế giới như Rihanna, Kim Kardashian West và Rosie Huntington Whiteley. Cũng với sự hỗ trợ của đội quân này, Olivier đã hiện thực hoá ý tưởng “Một người phụ nữ mặc đồ Balmain là một chiến binh thực sự” (Olivier trả lời Vogue Anh). “Những người phụ nữ tôi hướng tới là những người mạnh mẽ, họ là những người sẽ thay đổi thế giới.” Alain Hivelin, Chủ tịch của Balmain chia sẻ: “Ước mơ của cậu ấy (Olivier) là biến Balmain trở thành một đế chế mạnh mẽ và toàn cầu.” Vậy, phải chăng chúng ta sẽ có cơ hội chứng kiến một “Marc Jacobs thứ hai”? Chúng ta hãy cùng chờ câu trả lời trong một tương lai gần.

Nhưng không thể phủ nhận, trước khi Olivier có thể mang lại những phép màu như Marc Jacobs (với Louis Vuitton), Olivier đã tạo ra được những cú huých đột phá cho Balmain. chàng trai có 05 năm kinh nghiệm làm việc trong vai trò của một nhà thiết kế ở thương hiệu Roberto Cavalli đã giúp cho Balmain trở thành một thương hiệu được nam giới yêu thích hơn nữa. Được biết, kể từ khi Olivier về với Balmain, doanh số của dòng thời trang nam giới chiếm 40% tổng doanh thu của hãng. Và mặc dù công ty không đưa ra thông báo nhưng các chuyên gia ước tính rằng doanh số của Balmain đã tăng trưởng từ 15%-20%.

Một điểm thú vị khác ở Olivier Rousteing là dù còn rất trẻ, và là một người hoạt động năng nổ trên Instagram nhưng anh luôn định hướng thương hiệu Balmain theo những cách tiếp cận rất “Couture”. Bên cạnh đó các thiết kế của Balmain thời Olivier còn có thể những điểm nhấn cảm hứng của Á châu bởi khách hàng châu Á chiếm một tỷ trọng quan trọng trong lượng khách hàng của Balmain.

Stella McCartney

**Bà đầm thép của làng
thời trang**



KHÔNG PHẢI LÚC NÀO
NHẬN ĐỊNH CỦA NGÀI
KARL LAGERFELD CŨNG
ĐÚNG. THỰC TẾ NÀY ĐÃ
ĐƯỢC CHỨNG MINH VỚI
TRƯỜNG HỢP CỦA STELLA
MCCARTNEY!



Năm 1997, khi tên của Stella McCartney được xướng lên trong vai trò của vị Giám đốc sáng tạo cho thương hiệu Chloé, người tiền nhiệm của cô, ngài Karl Lagerfeld đã đưa ra nhận định đủ để “đim chết” một ngôi sao đang lên như sau: “Tôi nghĩ rằng họ đáng ra nên lựa chọn một ‘big name’. Họ đã làm vậy – chỉ là với âm nhạc, chứ không phải thời trang. Chúng ta hãy cùng hi vọng rằng cô ấy sẽ tài năng như bố mình.” Năm đó Stella mới 25 tuổi, và cũng chỉ vừa mới vừa tốt nghiệp “học viện thánh đường thời trang” Central Saint Martins được 02 năm! Và có lẽ đây cũng là lần duy nhất ngài Karl đưa ra nhận định sai trong thời trang!

Trong khoảng 20 năm sau đó, ngài Karl và cô công chúa bé nhỏ Stella McCartney năm nào giống như 02 đường thẳng song song với những quan điểm thời trang hoàn toàn trái ngược. Điều khác biệt duy nhất là cả hai đều rất thành công. Thậm chí ngay cả vị trí Giám đốc

sáng tạo của Chloé cũng không thể giữ chân cô lâu. 04 năm, dường như còn không đủ để người ta nhớ tới một Stella McCartney làm nên một chương, một đoạn của nhà thời trang Chloé. Những gì người ta nhớ về Stella McCartney là sự sáng tạo của cô khi có thể nói không với những chất liệu da thuộc và lông thú nhưng vẫn có thể đưa ra các thiết kế có thể “đốn tim” bất kỳ người phụ nữ nào. Những gì người ta sẽ nhớ tới Stella McCartney là cái tên của cô được đặt bên cạnh các tài năng thiết kế Alexander McQueen và Nicholas Ghesquiere ở Balenciaga. Những yêu cầu của nhà đầu tư khi đó (năm 2005) là tới năm 2007, cả 03 thương hiệu này đều phải “có lãi”. Tuy nhiên, theo Independent thì khả năng mang lại lãi của thương hiệu Stella McCartney đáng nhẽ có thể tới sớm hơn nếu tập đoàn Gucci khi đó không đầu tư các khoản khổng lồ vào các cửa tiệm ở London và New York.

Phải nói rằng Stella McCartney thành công khi còn rất sớm, chỉ 03 năm sau khi tốt nghiệp học viện của các thiên tài thời trang Central Saint Martins, tên của cô đã được xướng lên với giải thưởng Designer of the Year (Nhà thiết kế của Năm). Để đạt được giải thưởng này, Stella McCartney đầu tiên phải nằm trong danh sách bầu chọn (các nominee). Bản danh sách này được thực hiện với sự tham khảo của các biên tập viên thời trang, các nhà báo, các giám tuyển, stylist, nhà thiết kế, nhiếp ảnh gia. Cần biết rằng cơ hội đoạt giải thưởng của Stella là rất thấp (chances seem slim – trích từ tự truyện của Stella McCartney). Bởi năm trước đó, những danh sách được đề cử đều là những cái tên rất khủng như Calvin Klein, Donna Karan, Giorgio Armani. Kết quả chiến thắng giải thậm chí nằm ngoài sức tưởng tượng của cô.

Có thể nói, chỉ trong 05 năm đầu tiên này, Stella đã tiến một bước dài trên con đường sự nghiệp thời trang, từ một sinh viên tốt nghiệp trở thành Giám đốc sáng tạo của Chloé. Và con đường của 05 năm sau của Stella còn dài hơn con đường của 05 năm trước. Cô trở nên nổi tiếng khắp thế giới bởi tham vọng và sự quyết tâm. Những người giàu có và nổi tiếng mặc các thiết kế của cô ở London và những kinh đô khác của thế giới. Thương hiệu Stella McCartney trở thành lựa chọn của những ngôi sao như Kate Moss, Madonna, Natalie Portman, Scarlett Johansson và thậm chí là Zara Phillips, cháu gái của nữ hoàng Elizabeth. Còn hiện nay? Stella McCartney đã nhận được tước hiệu Hiệp sỹ OBE và được đưa vào danh sách Time 100 năm 2009. Về quan điểm thời trang, McCartney giải thích rất đơn giản, cô thiết kế những gì cô cảm thấy thích, và những gì cả cô và bạn bè cô đều thích mặc. Cô tin rằng phong cách và gout thời trang này nên được mở rộng tới mọi người phụ nữ. Thực tế đã chứng minh rằng McCartney đã đúng khi lựa chọn cách tiếp cận này. Được biết mức lãi trước thuế của thương hiệu McCartney tăng lên từ 5 triệu bảng (năm 2014) thành 10 triệu bảng (vào năm 2015).



BOTTEGA VENETA
PRE-FALL 2016





























Casual Suit

Hãy kết hợp chiếc áo suit phong cách Pajamas đang hot này với một chiếc quần ống đứng, đôi giày lười loafer và một chiếc vòng cổ xinh xắn. Đôi tay của bạn sẽ cần sự nâng đỡ của một chiếc túi (xác) của Gucci. Đây chính là set đồ lý tưởng cho một buổi dạo phố!



Power Suit

Một sự kết hợp vui vẻ nhưng vẫn vô cùng phá cách giữa suit hai hàng khuy (với cảm hứng từ hải quân) với đồ jeans và sơ mi trắng. Hãy kết hợp set đồ này với giỏ xách của Bottega Veneta, bạn đã sẵn sàng vào vai người phụ nữ mạnh mẽ, thích chinh phục thế giới.

NƯỚC NHẬT “ĐỔI ÁO” ...

HAY CÂU CHUYỆN VỀ HÀNH TRÌNH KHÔNG NGỪNG TÌM KIẾM NHỮNG ĐIỀU MỚI MẸ CHO KIẾN TRÚC CỦA NHẬT BẢN!



National Olympic Stadium by Zaha Hadid.

Okura Hotel



Cứ 20 năm một lần, Thần cung Ise (Grand Shrine) (một đền Thần đạo thờ phụng Thiên Chiếu Đại Thần Amaterasu-Ōmikami, ở thành phố Ise, tỉnh Mie) lại được phá hủy và thay thế bởi một ngôi đền mới nhưng được xây để trông giống như ngôi đền đã trải qua mưa nắng của hàng thế kỷ nay. (Ngôi đền đầu tiên được xây bởi một hoàng đế vào khoảng thế kỷ thứ 07 sau công nguyên.) Với rất nhiều người điều này nghe thật khôi hài, và khó tin. Một tác giả người phương Tây đã đưa ra so sánh (trên New York Times) rằng việc này giống như việc sẽ xây lại Bức tường Than khóc hay cứ cách một thế hệ lại sơn lại Nhà nguyện Sistine. Tuy nhiên, người Nhật có cách nghĩ riêng về sự nguyên bản, về mối quan hệ giữa cái mới và cái cũ. Và điều này có ảnh hưởng lớn tới kiến trúc của quốc gia này.

Có lẽ với người Nhật, cái mới là cái cũ được làm mới. Ví dụ để chứng minh điều này không chỉ nằm ở ngôi đền 20 năm được xây một lần mà còn nằm ở 03 công trình vừa bị dỡ bỏ ở Tokyo. Đó là khách sạn Okura, một biểu tượng của phong cách kiến trúc Modernism của Nhật, được xây vào năm 1962 để ghi nhớ sự kiện quốc gia này giành được quyền đăng cai tổ chức Thế vận hội Olympics 1964. Thế chỗ cho công trình này sẽ là 02 tòa tháp bọc kính – mục đích của việc này là để thông báo việc Nhật Bản sẽ là quốc gia đăng cai tổ chức Thế vận hội Olympics 2020. Công trình kế tiếp đang bị dỡ bỏ là sân vận động quốc gia National Olympic Stadium, được thiết kế bởi Mitsuo Katayama cho sự kiện Thế vận hội 1964. Thế chỗ cho nó là một công trình mới mang phong cách kiến trúc vị lai và được thiết kế bởi cố thiên tài kiến trúc Zaha Hadid. Cuối cùng, ngay cả chợ cá lớn nhất thế giới Tsukiji (nơi sẽ cung cấp những miếng cá ngon nhất cho những nhà hàng làm sushi nổi tiếng nhất New York) sẽ được thế chỗ bởi một khu mua sắm với lời đảm bảo về một bản sao của khu vực có thiết kế giống với nguyên bản hơn cả bản gốc.



Okura Hotel





Những dỡ bỏ này khiến cả thế giới phải đặt câu hỏi về việc người Nhật đang suy nghĩ gì? Thậm chí vị Giám đốc sáng tạo của Bottega Veneta, Tomas Maier đã chủ động liên lạc với một tổ chức và đứng ra kêu gọi bảo vệ công trình kiến trúc hiện đại của Nhật Bản.

Câu trả lời rất đơn giản: Đó là nước Nhật. Nếu bạn biết rằng để kỷ niệm sự kiện 1.200 tuổi của mình (vào năm 1994), thành phố Kyoto đã dựng nên một khách sạn 17 tầng (hiện cũng đang được điều hành bởi chuỗi quản lý Okura) ở trung tâm cố đô, kéo theo đó là việc hi sinh một vài công trình và cảnh quan xung quanh, bạn sẽ phần nào hiểu được kiến trúc của người Nhật. Hay nếu bạn biết khoảng ¼ thế kỷ trước đó, khách sạn Imperial Hotel ở Tokyo – công trình mang tính biểu tượng của kiến trúc sư Frank Lloyd Wright – dù đã sống sót qua bom rơi đạn lạc của Thế chiến II và cả trận động đất Great Kanto Earthquake năm 1923 nhưng vẫn bị phá hủy để nhường chỗ cho một công trình nhà cao tầng mới, bạn sẽ không thấy những điều này là lạ.

Tất nhiên, một số người sẽ nói rằng đây là hệ lụy của quá trình đô thị hóa hoặc của một không gian quá eo hẹp. Tuy nhiên, cũng cần nói rằng văn hóa của người Nhật nhất quán trong ý tưởng rằng những thứ cũ kỹ sẽ không ngừng quay trở lại trong những hình hài và dạng thức mới sau mỗi năm. Cũng cần nói rằng nước Nhật được xây dựng từ những bất ổn với hàng thế kỷ chiến tranh, động đất và hỏa hoạn, tạo ra một nếp nghĩ không gắn bám với những công trình không trường tồn. Thay vào đó, điều người Nhật chọn là các giá trị.

Phần lớn du khách tới Nhật sẽ ngạc nhiên trước sự hiện đại của quốc gia này. Các công trình và những phong cách mới gần như ở khắp mọi nơi. Thanh niên luôn sẵn lòng dốc hầu bao chỉ để đảm bảo họ không bị lạc hậu. Và mới nước Nhật cũng vậy, Thế vận hội Olympics 2020 chính là cơ hội cho thấy đất nước này cấp tiến thế nào. Tuy nhiên, việc Nhật có thể dễ dàng “đổi áo” đối với kiến trúc là bởi quốc gia này không thay đổi những tư duy và nếp nghĩ truyền thống. Đây sẽ là điều khá khó hiểu với những người trông đợi ở Nhật sự cởi mở của phương Tây. Đất nước này có thể phát cuồng bởi bóng chày; các cửa hàng KFC thì bùng nổ; hay có tới 17.000 cửa hàng tiện ích 7 – Eleven nhưng đừng trông chờ tư duy Âu hóa, thay vào đó hãy chấp nhận một Nhật Bản truyền thống.

Bất kỳ khi nào một công trình mọc lên (hoặc thay thế cho một công trình khác) sẽ xuất hiện 02 luồng tư tưởng trái chiều. Một bảo vệ - giống như việc không ít người đang kêu gọi bảo những công trình kiến trúc Modernist của Nhật Bản. Một ủng hộ những điều mới mẻ. Tuy nhiên cần nhớ rằng tìm kiếm những điều mới là một phần huyết mạch của những người dân nơi đây, và là một truyền thống cổ xưa thậm chí đã bắt đầu trước cả cuộc Cải cách Minh Trị (Minh Trị Duy Tân). Và điều này đúng như tuyên bố của nhà văn cô đơn người Sicili, Giuseppe Tomasi di Lampedusa (trong cuốn tiểu thuyết lịch sử hay nhất mọi thời đại của ông, The Leopard): “Nếu chúng ta muốn mọi thứ như vốn chúng phải thế, chúng ta phải chấp nhận sự thay đổi.”

Design for life.

Impress me.

Miele's food and wine preservation appliances join an impressive wave of state-of-the-art products. Miele innovation and quality are inherently built into each MasterCool product – creating truly unique solutions to easily and safely maintain food and wine without sacrificing freshness, texture or body.

Above all. Miele cares for you.



RITAVÕ®

HCM: 5A Đường số 3, Khu Phố 4, Phường An Phú, Quận 2 - Tel: (848) 3744 4399 / 846 - 848 Sư Vạn Hạnh, Quận 10, TP. HCM - Tel: (848) 38623988

Hanoi: 12A B1 Nguyễn Khánh Toàn, Quận Cầu Giấy, Hà Nội - Tel: (84-4) 6282 2846 / Royal City - 72 Nguyễn Trãi, Phường Thượng Đình, Quận Thanh Xuân, Hà Nội - Tel: (84-4) 6262 0289



Miele
IMMER BESSER



BOLOGNA

Ngôi sao của châu Âu

Được xem là “ngôi sao mới” của những khách du lịch châu Âu, thành phố này nằm ở Đông Bắc Ý. Thành phố nằm giữa sông Po và dãy núi Apennine, cụ thể là giữa sông Reno và sông Savena. Ngoài việc được biết đến bởi cả thế giới qua thứ nước sốt thần thánh Bologna, thành phố này còn nổi tiếng với trường đại học cổ nhất thế giới (được thành lập từ năm 1088). Nếu bạn tới Ý và tới thời Bologna vào thời điểm này, thời tiết khá mát, giống với kiểu thời tiết cuối Thu, đầu Đông của Hà Nội.



ACNE:

Kiểu dáng thể thao, khá casual, đảm bảo cho bạn một phong cách Normcore thời thượng. Giày nhẹ, đế khá êm, đảm bảo mang tới cho bạn sự tiện lợi hoàn hảo khi khám phá những góc đường ở Ý.



Bell & Ross



Burberry London



Neil Barrett

RIMOWA:

Với thiết kế màu đen nòng sừng, chiếc vali này đảm bảo chất masculine trong từng góc cạnh. Sản phẩm sẽ là bạn đồng hành tuyệt vời của bạn trên những cung đường rong ruổi ở châu Âu.



Alexander McQueen

Pullman Hanoi

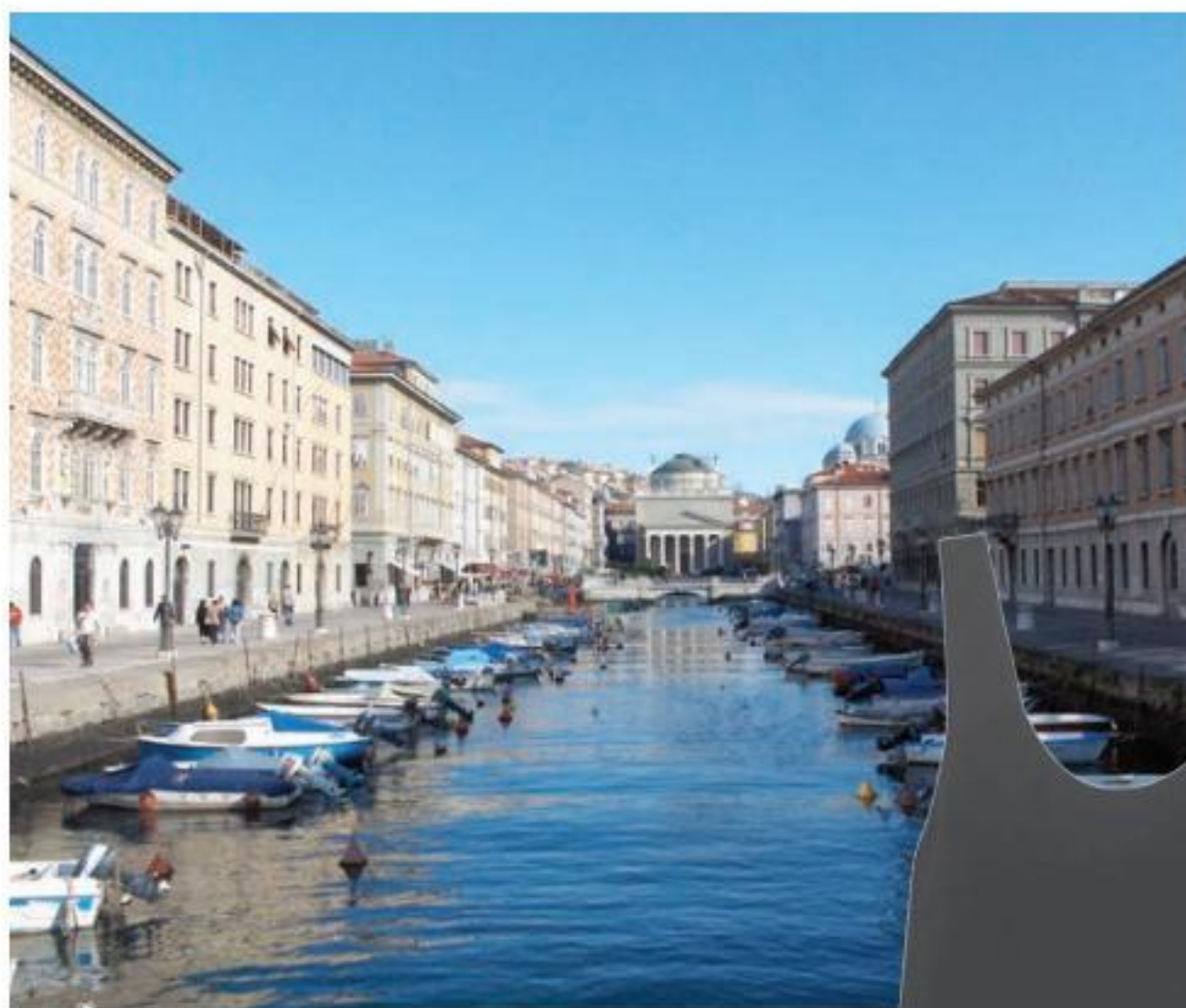
Take time to relax

Tapastry hấp dẫn tại Mint Bar, giá từ VND 80,000++/ đĩa*

40 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội - T: +84 4 3733 0688 máy lẻ 42315 - E: h7579-fb3@accor.com - accorhotels.com, pullman-hanoi.com



OUR WORLD IS YOUR PLAYGROUND



Equipment

TRIESTE

Thành phố hải cảng này nằm ở đông bắc Ý, ở dải đất giữa biển Adriatic và biên giới Ý, giáp với Slovenia. Lịch sử của thành phố chịu ảnh hưởng từ các nền văn hóa Đức, La tinh và Slav. Được biết đây cũng một trong những vùng lãnh thổ cổ xưa nhất thuộc quyền quản lý của nhà Habsburg (từ năm 1382 đến 1918). Vào thế kỷ 19, nó là một trong những hải cảng quan trọng nhất của đế quốc Áo (sau là đế quốc Áo-Hung), một trong những cường quốc châu Âu thời đó.



Uribe



Charlotte Chesnais



Solace London



BALMAIN:

Một thiết kế cho thấy sự mạnh mẽ của những người phụ nữ. Kiểu dáng double-breast của áo khoác với cảm hứng từ hải quân sẽ là tuyên ngôn hoàn hảo cho cá tính thời trang của bạn!



Givenchy



Gianvito Rossi



RIMOWA:

Chiếc vali màu xanh lơ này sẽ là một điểm nhấn cho những chuyến du lịch thú vị của bạn. Sẽ là một cảm xúc tuyệt vời khi đi dạo bên kênh đào với chiếc vali màu xanh nhạt này bên cạnh!

LA VELA CRUISES
BY PARADISE HOTELS & CRUISES

MÙA HÈ HẠ LONG SÔI ĐỘNG CÙNG DU THUYỀN LA VELA

Giá từ
4,500,000 VND
cho 2 người



- Giá áp dụng cho khách Việt Nam và khách nước ngoài làm việc tại Việt Nam
- Khởi hành hàng ngày
- Áp dụng cho lịch trình khởi hành từ ngày 1/5 đến 30/9/2016

VĂN PHÒNG HÀ NỘI

Phòng 201, tầng 2, Tháp Hà Nội - tòa Văn phòng, 49 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội

T: +84 4 3939 2929 | F: +84 4 3936 8338 | Hotline: +84 904 075 746

E: info@lavelacruisehalong.com | W: www.lavelacruisehalong.com

ĐI TRỐN Ở INTERCONTINENTAL

HÈ LUÔN LÀ MÙA DU LỊCH CAO ĐIỂM. CÁC KHU NGHỈ VÀ DỊCH VỤ DU LỊCH ĐUA NHAU TĂNG GIÁ, TUY NHIÊN INTERCONTINENTAL ĐÀ NẴNG LẠI ĐƯA RA CHÍNH SÁCH GIẢM GIÁ ĐẶC BIỆT DÀNH CHO KHÁCH VIỆT NHÂN DỊP HÈ NÀY!



Có lẽ Intercontinental Đà Nẵng là khu nghỉ duy nhất cho phòng chờ riêng tại ga đi và ga đến ở sân bay Đà Nẵng. Chúng tôi thường nói đùa với nhau: “Sao phòng chờ của khu nghỉ còn sang và lịch sự hơn nhiều so với phòng chờ thương gia của Vietnam Airlines?”

Quả thật, không những phòng chờ của khu nghỉ sang trọng mà nhân viên ở đây còn tận tình chu đáo và chuyên nghiệp. Bạn cứ ngồi ăn sáng, uống café ở phòng chờ trong khi nhân viên của khu nghỉ đi lấy hành lý, hoặc kiểm tra giờ bay và báo bạn khi nào phải ra máy bay. Nói chung đây là khu nghỉ đầu tiên ở Việt Nam có dịch vụ đặc biệt này.

Do đặc thù công việc, tôi đi Đà Nẵng công tác khá nhiều, và đã từng ở Intercontinental Đà Nẵng vài lần, đa số là vào các ngày trong tuần. Tuy nhiên, tôi không may mắn khi chủ yếu ra vì công việc nên thường phải chi về đây ngủ vào buổi tối. Thời gian ban ngày tôi thường phải vào khu trung tâm họp rồi khảo sát. Do đó tới trước chuyến đi này, tôi vẫn thực sự không biết hết các dịch vụ của khu nghỉ. Chỉ biết rằng, khu nghỉ rất đẹp, nhân viên chuyên nghiệp và các nhà hàng phục vụ món ăn khá ngon. Và đây có lẽ là lần duy nhất, tôi được tự do khám phá khu nghỉ một cách bị động, nghĩa là theo cả nhà.

Kiến trúc, nội thất

Khu nghỉ gồm 04 tầng, kiến trúc khá giống ruộng bậc thang của miền núi phía Bắc, vì thế trông chúng khá quen thuộc và gần gũi. Tầng trên cùng là Heaven, tiếp theo là Style, Earth và dưới cùng là Sea. Thực ra, vị kiến trúc sư lừng danh Bill Bensley đã tận dụng sự thoải mái của núi Monkey và nét văn hoá của người Việt để tạo ra kiến trúc bậc thang cho toàn bộ khu nghỉ này. Mỗi tầng đều có vài căn biệt thự. Mỗi căn biệt thự cũng được chia ra từng tầng, nhưng dù ở tầng nào hay phòng nào bạn cũng nhìn ra biển. Mở cửa ra là gió biển ulla thẳng vào phòng.

Ngay cả nội thất, ông Bill Bensley cũng lấy cảm hứng từ kiến trúc Việt, từ những chiếc lồng đèn treo cao, những chiếc ghế chạm nển được chạm trổ đến những bức tượng hình rồng, voi, sư tử và hoa sen thường thấy trong đền chùa. Phòng khách thì có những song cửa sổ bằng gỗ và hình dáng của chiếc đèn lồng Hội An. Gồm từ làng gốm Bát Tràng được sử dụng để lát những bức tường của Club Peninsula Suite và chiếc bốn tấm xa hoa của Seaside Pool Villas on the Rocks. Ngay cả minibar đặt trong phòng cũng lấy cảm hứng từ những ngăn tủ nhỏ thường thấy trong một hiệu thuốc Đông Y từ Hà Nội.

Phòng tắm thì có những chiếc ghế kiểu Pháp, bức tượng chim đà điểu bằng đồng...

Ẩm thực

Có thể nói, khu nghỉ Intercontinental Đà Nẵng thực sự là một địa chỉ ẩm thực nổi tiếng nhất của Việt Nam. Ngoài vị trí tuyệt vời, khu nghỉ còn tích cực hợp tác với những đầu bếp 3 sao Michelin nổi tiếng thế giới nhằm giúp thượng khách có những trải nghiệm ẩm thực mới và tốt nhất.

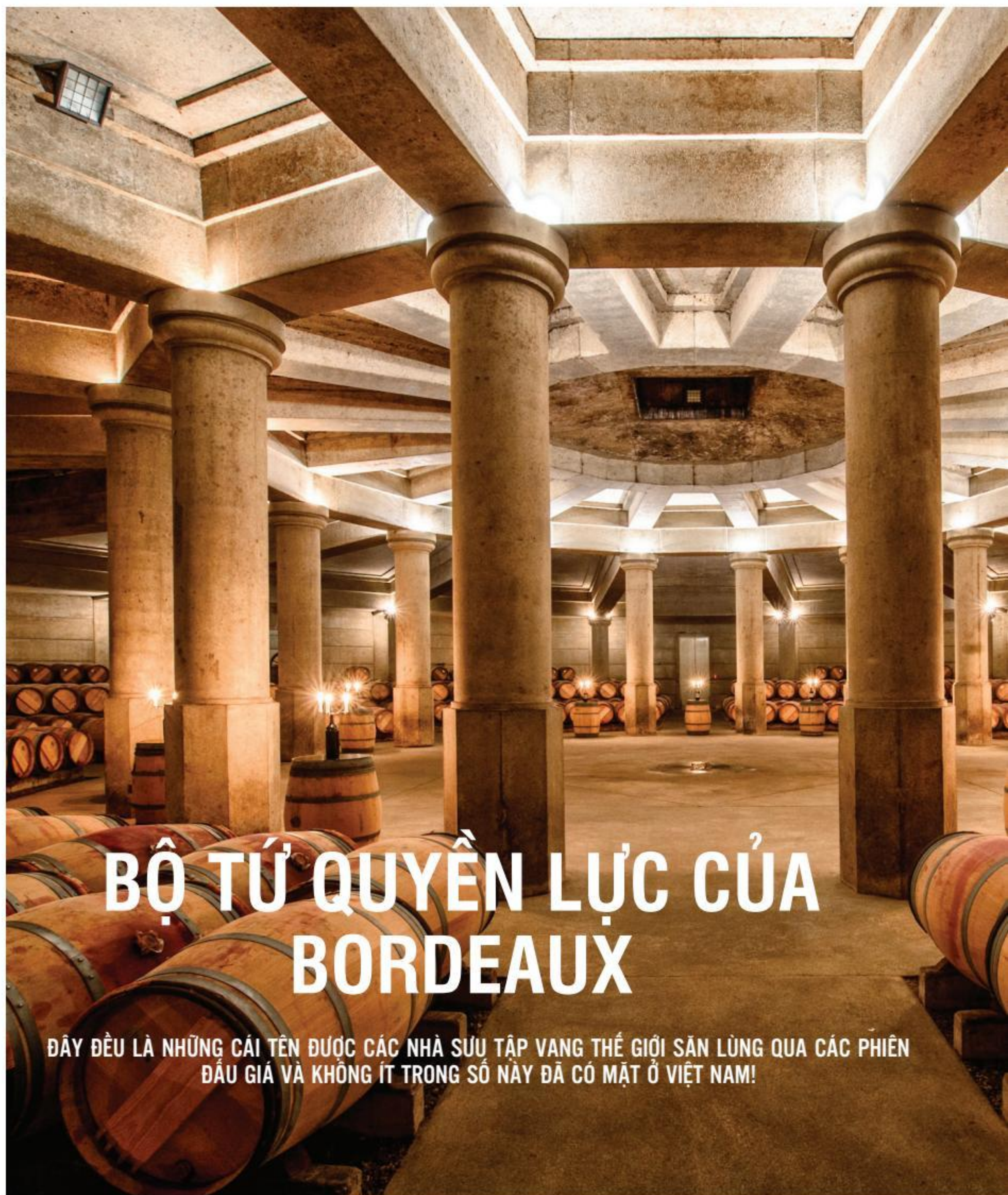
Đầu tiên phải kể đến La Maison 1888. Nhà hàng sang trọng chỉ phục vụ thực đơn à la carte đặc biệt với các món Pháp tinh tế. La Maison 1888, nhà hàng chính và nổi bật nhất của khu nghỉ, là nhà hàng đầu tiên tại Việt Nam có cơ hội hợp tác với bếp trưởng ba sao Michelin và sau ba năm rất thành công với bếp trưởng Michel Roux, La Maison 1888 nay sẽ tiếp tục hợp tác cùng Pierre Gagnaire.

Trong khi đó, nhà hàng Citron phục vụ buffet sáng từ các loại ngũ cốc và bánh ngọt đến món trứng yêu thích và đặc sản Việt Nam. Trong ngày, Citron mở cửa phục vụ bữa trưa và bữa tối, quý khách có thể thưởng thức hương vị đặc sắc của ẩm thực ba miền từ Bắc đến Nam. Thực đơn của nhà hàng do nghệ sĩ ẩm thực Ánh Tuyết xây dựng. Và bạn nên thưởng thức món gà nướng mật ong trứ danh của bà được đầu bếp nổi tiếng Anthony Bourdain ví là món ăn Việt ngon nhất mà ông từng nếm. Ngoài ra, Citron còn phục vụ các món ăn đặc sắc của miền Địa Trung Hải.

Tôi thích thưởng thức các món hải sản tại Barefoot. Đây là nơi thích hợp để thưởng thức bữa tối thân mật và tận hưởng làn gió mát từ đại dương. Ngoài ra, Barefoot còn phục vụ các món pizza, pasta, sandwiches trứ danh cùng với các loại thịt và hải sản nướng tươi ngon. Hãy đến Barefoot vào buổi tối để thưởng thức bữa tối thật ngon bên những ngọn đuốc, với tiếng sóng vỗ bờ.

Nếu có điều kiện, bạn nên “nâng cấp phòng” để có thể tận hưởng những dịch vụ ưu đãi của Sun Peninsula Club Lounge. Sun Peninsula Club Lounge, địa điểm lý tưởng để tận hưởng các lợi ích đặc biệt và trải nghiệm các giây phút tuyệt vời, có tiệc trà chiều, tiệc cocktail nhẹ, nhâm nhi các món canapes hoặc thưởng thức bữa buffet sáng thịnh soạn.





BỘ TỨ QUYỀN LỰC CỦA BORDEAUX

ĐÂY ĐỀU LÀ NHỮNG CÁI TÊN ĐƯỢC CÁC NHÀ SƯU TẬP VANG THẾ GIỚI SĂN LÙNG QUA CÁC PHIÊN ĐẤU GIÁ VÀ KHÔNG ÍT TRONG SỐ NÀY ĐÃ CÓ MẶT Ở VIỆT NAM!



Mặc dù vang đỏ Bordeaux đã nổi tiếng tới mức trở thành chuẩn mực của thế giới vang nhưng thực tế khi nói tới Bordeaux, người ta sẽ nói tới những cái tên như Château Lafite Rothschild, Château Margaux, Chateau Le Pin và Chateau Petrus. Những thương hiệu này chính là nơi lưu giữ những giá trị cốt lõi, những giá trị hạt nhân trong nghề sản xuất làm vang của vùng và của cả nước Pháp. Mỗi chai vang của mỗi thương hiệu kể tên ở đây có giá tối thiểu cả ngàn đô trở lên.

Chateau Petrus

Vườn trồng nho của Petrus nằm trên một cao nguyên ở phía đông Pomerol với diện tích rất hạn hẹp chỉ khoảng 11,4ha. Đặc điểm của đất nơi đây là có hàm lượng sắt cao nên chỉ thích hợp với nho Merlot. Đó chính là lý do tại sao nho được trồng ở đây 95% là nho Merlot, 5% là nho Cabernet Franc. Đây cũng chính là lý do tại sao nho Merlot lại là loại nho chính được sử dụng để làm rượu Petrus, thậm chí vào những vụ đặc biệt, người ta còn sử dụng hoàn toàn nho Merlot để ủ rượu.

Tuy nhiên, nho Merlot không phải là một loại nho quý. Đây là loại nho thường được dùng để pha thêm nhằm tạo hương vị đặc biệt cho rượu. Nhưng nho Merlot ở nhà Petrus lại là điều hoàn toàn khác. Do lượng sắt trong đất sét ở vùng này cao nên rễ của cây nho sẽ không thể cắm quá sâu vào đất khiến cây nho ngắn, lượng đường trong những quả nho nhờ vậy cũng đậm đặc hơn, rượu ủ từ nho cũng ngon hơn.

Ngoài ra, cũng cần kể tới việc Petrus thực hiện việc loại bỏ thủ công 50% số quả nho trên mỗi cây ngay khi các quả nho còn xanh. Mục đích của việc này là loại bỏ những quả không ngon, không đạt chất lượng để cây nho có thể tập trung dinh dưỡng nuôi những quả nho còn lại. Hiện nay, một chai Petrus năm 1982 có thể có giá tới \$23.036. Mỗi năm nhà Petrus chỉ sản xuất khoảng 2500 case vang. (Trung bình một case dung tích khoảng 09 lít, tương ứng với 12 chai 75cl, hoặc 06 chai Magnum 1,5l.)



Chateau Le Pin

Chateau Le Pin là một cái tên khác cũng tới từ vùng Pomerol. Chateau Le Pin có số lượng sản xuất rất giới hạn với diện tích trồng chỉ trong khoảng 2,7 hecta. Có phần giống với chất đất vườn nho của nhà Petrus, đất trồng nho của nhà Le Pin là loại đất sét trộn lẫn cát và sỏi, đất cũng có hàm lượng oxide sắt cao. Nho được trồng hoàn toàn là nho Merlot. Các cây nho có độ tuổi bình quân là 35 năm. Với độ trồng phủ khoảng 6.000 cây/hecta, tổng số cây mà nhà Le Pin gồm có vào khoảng 12.000 cây. Mỗi năm Le Pin chỉ sản xuất khoảng 400-600 case vang như vậy tính ra sản lượng của Le Pin chỉ bằng 1/4-1/5 của Petrus. Cá biệt trong những vụ mùa mà nho không đạt đủ chất lượng, Le Pin sẽ tuyên bố do chất lượng không đủ nên sẽ không sản xuất vang trong đó. Trong lịch sử khoảng 34 năm thương hiệu, điều này đã diễn ra một lần vào năm 2003. Vang nhà Le Pin gợi nhắc về một sự xa hoa cực điểm với mùi quả chín, mùi trái anh đào đại chín ngấu, mùi trái black berry, mùi quả mận. Điểm đặc biệt của rượu Le Pin là có mùi dừa và mùi hương cam rất đặc trưng. Rượu được ủ trong những thùng gỗ sồi Pháp, mới 100%. Đây là một điều thực sự xa xỉ bởi thùng gỗ sồi của Pháp phải được làm từ những cây sồi có độ tuổi từ 120 năm trở lên.



Tinh tế Dim Sum tại nhà hàng Tao Li.

Những năm gần đây, nhà hàng Tao Li của khách sạn Nikko Hà Nội trở thành một địa chỉ có tiếng về phục vụ Dim Sum tại Hà Nội bởi các món “điểm sấm” ở đây vừa thể hiện được cái hồn của ẩm thực Trung Hoa truyền thống vừa thể hiện được sự sáng tạo của người đầu bếp



Dim Sum hay còn gọi là “điểm sấm” (người Việt hay gọi trại thành “điểm tâm”) có nguồn gốc xuất phát từ thói quen dùng chân dùng trà cho lại sức dọc theo con đường Tơ Lụa từ thời xa xưa. Thoạt đầu các trà quán chỉ phục vụ trà mà không có thức ăn bởi ngày đó người ta vẫn tin rằng dùng trà chung với thức ăn rất dễ gây tăng cân. Nhưng từ khi phát hiện ra tác dụng giảm cân của trà, các món ăn nhẹ bắt đầu được bán tại các trà quán này. Và cũng từ đó các món Dim sum bắt đầu được phát triển và trở nên đa dạng như ngày nay. Trong kho tàng ẩm thực Trung Hoa, các món Dim Sum không chỉ thơm ngon hấp dẫn mà còn có giá trị cao về mặt ẩm thực và có giá trị kết nối văn hóa.

Những năm gần đây, nhà hàng Tao Li của khách sạn Nikko Hà Nội trở thành một địa chỉ có tiếng về phục vụ Dim Sum tại Hà Nội bởi các món “điểm sấm” ở đây vừa thể hiện được cái hồn của ẩm thực Trung Hoa truyền thống vừa thể hiện được sự sáng tạo

của người đầu bếp. Ngoài các món quen thuộc đã làm nên tên tuổi của nhà hàng như: Vịt quay Bắc Kinh, lợn sữa quay giòn bì, há cảo hay xiu mại,... thì còn có nhiều món mới với hình dạng “ngon mắt” như: bánh bao trứng sữa được nặn thành hình chú nhím xinh xắn, bánh rán nhân mít được nặn thành hình trái bí ngô, bánh rán hình trái ngô hay bánh hình trái cà tím,... Tất cả các món ăn đều được chế biến cầu kỳ, tỉ mỉ hoàn toàn bằng tay bởi các đầu bếp yêu nghề có nhiều năm kinh nghiệm. Hiện tại vào buổi trưa thứ 7 và chủ nhật hàng tuần, nhà hàng Tao Li đang phục vụ tiệc Dim Sum được phục vụ theo kiểu “All you can eat” tức là một dạng buffet gọi món thỏa thích được phục vụ tại bàn với giá 350,000VND++/người. Đặc biệt trưa và tối các ngày mùng 8, 18 và 25 nhà hàng còn áp dụng khuyến mại “Đi 4 trả 3” dành cho các khách có thể thành viên One Harmony (để đăng ký thẻ thành viên, vui lòng truy cập website <http://hotelnikkohanoi.com.vn>).

Nhà hàng Tao Li

Tầng 2, khách sạn Nikko Hà Nội

04 3822 3535

<http://hotelnikkohanoi.com.vn>

<http://facebook.com/hotelnikkohanoi>



Chateau Margaux

Người ta nói rằng trên thế giới có hai thương hiệu vang có thể khiến bất kỳ nhà sưu tập nào phải móc hầu bao. Đó là Domaine de la Romanée-Conti (tuy vậy thương hiệu này không thuộc nhóm Big Nine do Big Nine là các thương hiệu ở Bordeaux. Domaine de la Romanée-Conti là thương hiệu ở Burgundy.) Thương hiệu còn lại là Chateau Margaux. Chateau Margaux là thương hiệu vang đầu tiên được bán đấu giá ở nhà Christie's vào năm 1771. Năm 1787, Thomas Jefferson – một trong những người được xem là vị cha già của nước Mỹ đã đánh giá Chateau Margaux là một trong “bốn thương hiệu vang cao cấp nhất.” Diện tích trồng nho của nhà Margaux khá lớn so với 02 cái tên được đề cập ở phần đầu, khoảng 262 hectare. Trong số này có 75% diện tích trồng nho Cabernet Sauvignon, 20% diện tích trồng nho Merlot, 2% trồng nho Cabernet Franc và Petit verdot. Ngoài ra, Margaux còn dành khoảng 12 hectare để trồng nho Sauvignon Blanc để lấy nho ủ rượu trắng Pavillon Blanc.

Chateau Lafite Rothschild

Không có gì định nghĩa giá trị cốt lõi, sang trọng, xa hoa và cao quý của rượu vang Lafite Rothschild tốt bằng thông tin sau: “Chỉ nội cái vỏ của một chai Lafite Rothschild 1982 còn nguyên tem, không nứt mẻ cũng có giá vào khoảng \$500.” Lafite Rothschild là loại vang rất được giới nhà giàu mới nổi của Trung Quốc ưa thích. Tuy nhiên, người ta tin rằng 70% số vang Chateaux Lafite Rothschild ở Trung Quốc là hàng giả. Nếu thực sự vang Lafite Rothschild là vang thật, trị giá của số vang này sẽ lên tới \$16 triệu. Cái tên Lafite tới từ một từ Gascon là “la hite” có nghĩa “cánh đồng nhỏ”. Trong thế kỷ 18, vang Lafite Rothschild từng được xem là vang của vua.

Mức giá kỷ lục cho một chai Lafite Rothschild được mua trong một phiên đấu giá là \$156.000. Phiên đấu giá này đã diễn ra vào năm 1787. Và chai vang được mua này được tin là đã từng thuộc về Thomas Jefferson.

Vườn nho của nhà Lafite Rothschild rộng khoảng 107 hectare, trong số này có 70% diện tích trồng nho Cabernet Sauvignon, 25% trồng nho Merlot, 3% trồng nho Cabernet Franc và 2% nho Petit Verdot. Sản lượng bình quân của nhà ủ vang này là 35.000 thùng/năm. Trong số này, chỉ khoảng 15.000-25.000 thùng mỗi năm là đạt chuẩn First Growth. Những chai First Growth của Lafite Rothschild thường có hàm lượng nho Cabernet Sauvignon khoảng từ 80-95%. Trong một số vụ mùa đặc biệt, chẳng hạn như vụ mùa 1961, vang được làm từ 100% là nho Cabernet Sauvignon.





DIMSUM HONGKONG

ĐÀU BÉP HỒNG KÔNG
HƯƠNG VỊ HỒNG KÔNG ĐÍCH THỰC



LONG ĐÌNH®
龍 | 庭 | 酒 | 家
Dragon Palace Restaurant

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



CÂU CHUYỆN 250 NĂM - 8 THẾ HỆ

NĂM 2016 ĐÁNH DẤU SỰ CHUYỂN GIAO LỊCH SỬ CỦA MỘT TRONG NHỮNG THƯƠNG HIỆU ĐỒ UỐNG HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI KHI TRƯỞNG BAN PHA CHẾ YANN FILLIOUX CHUẨN BỊ TRAO LẠI CHÌA KHÓA “KHO BẢO” DANH TIẾNG CHO CHÁU TRAI CỦA MÌNH: RENAUD FILLIOUX DE GIRONDE.

Năm 2016 là năm đánh dấu sự khởi đầu quan trọng cho một chương mới trong lịch sử 250 năm thành lập của thương hiệu Hennessy. Từ tháng 02/2016, trưởng ban pha chế đương nhiệm Yann Fillioux, đã chính thức giao quyền cho cháu trai của mình là Renaud Fillioux de Gironde, thế hệ thứ 8 của gia đình Fillioux, với cương vị trưởng ban pha chế kế nhiệm của thương hiệu. Dưới sự hướng dẫn của chú mình, Renaud Fillioux de Gironde sẽ tiếp tục mài giũa các kỹ năng cần thiết. Là thành viên của hội đồng pha chế trong 14 năm qua, Renaud Fillioux de Gironde sẽ kế tục sự nghiệp của chú mình, sau khi Yann Fillioux lui về giữ vai trò của “người bảo hộ”.

Để vinh danh cho sự khởi đầu của trưởng ban pha chế đời thứ 8, cũng như danh tiếng lấy lòng và vững bền trong việc chế tạo ra sản phẩm tinh hoa của dòng họ, Yann Fillioux đã tự tay tạo nên dòng sản phẩm tuyệt hảo mang tên Hennessy 8, chứa đựng sự tinh túy nhất của lịch sử 250 năm. Với sự độc nhất và mang tính lịch sử này, sản phẩm này sẽ chỉ được sản xuất với số lượng có hạn: 250 chai, bắt đầu từ tháng 3/2016 và sẽ không bao giờ được sản xuất trở lại.

Kết tinh của 250 năm

Sở hữu cả giá trị vĩnh cửu và hơi thở đương đại, đây thực sự là một biểu tượng danh truyền mang tính tiếp nối thế hệ ở cả nghĩa đen lẫn nghĩa bóng. Là thành quả của cả một quá trình pha chế quý giá, tuyệt tác này còn có ý nghĩa là 8 loại eaux-de-vie cấu thành nên nó. 7 loại trong số đó được chính tay Yann Fillioux tuyển lựa, mang ý biểu đạt cho 7 thế hệ thành công của các trưởng ban pha chế dòng họ Fillioux. Loại eau-de-vie thứ 8 được chọn lựa bởi Renaud Fillioux de Gironde, trưởng ban pha chế đời thứ 8, người sẽ chịu trách nhiệm kế tục di sản sáng chế lẫy lừng của thương hiệu. Như vậy, sản phẩm được tạo ra với tôn chỉ đây sẽ là tuyệt tác duy nhất, một khúc ca độc nhất về sự tự do, đam mê và nguyên bản. Với Yann Fillioux, phiên bản cognac này không gì khác chính là “giấc mơ thành hiện thực” của mọi trưởng ban chế. “Con số 8 là biểu tượng vĩnh hằng cho sự hoàn hảo, cũng như những gì mà tuyệt tác này mang đến”, Yann Fillioux chia sẻ. “Với tôi, nó vừa là sự nguyên sơ lý tưởng, vừa là sự hoàn hảo tuyệt đối.”

Hiểu rằng một tuyệt tác cần đi với những gì xứng tầm, hãng đã cộng tác với Arik Levy, một nhà thiết kế tên tuổi trên thế giới, đồng thời là người bạn lâu năm, để cho ra đời thiết kế mẫu bao bì sản phẩm. Và không phụ lòng tin của Yann Fillioux,

Arik Levy đã mang tới một tác phẩm nghệ thuật đương đại được làm từ pha lê Baccarat, cho thấy kỹ thuật điêu luyện và tinh xảo. Thiết kế có 8 vòng tròn tách rời, một sự cách điệu thể hiện 8 thế hệ trưởng ban pha chế và 8 loại eaux-de-vie quý hiếm. Nhìn tổng thể thiết kế là một thể thống nhất từ những vòng tròn riêng biệt, tượng trưng cho sự chuyển động không ngừng và vinh danh cho những truyền thống đáng ngưỡng mộ của thương hiệu: luôn cải tiến không ngừng và kế tục toàn vẹn bí quyết, tinh thần qua các thế hệ.

Lịch sử song hành cùng đương đại

Đặc biệt, khác hẳn với các thiết kế trước đây, phần hộp đựng được thiết kế bao lấy thân chai như một bệ đỡ an toàn vững chãi. Sử dụng gỗ sồi lấy từ La Sarrazine, Arik Levy đã tạo nên thiết kế bao gồm 25 lớp, mỗi lớp biểu trưng cho 1 thập kỷ lịch sử của thương hiệu. Một đường cắt xẻ phóng khoáng dọc theo chiều dài của hộp minh họa cho con sông Charente vốn chảy qua vùng Cognac, thể hiện sự tri ân đến dòng sông ánh sáng đầy biểu tượng. Bên trong hộp đựng, lớp khảm đồng tạo hành hình nổi chứng cất truyền thống, một biểu tượng khác cho tay nghề điêu luyện của dòng họ. Phần mẫu chai được làm bằng tay tại Atelier des Editions Rares, một xưởng chế tác tâm huyết chuyên gia công những thiết kế cao cấp nhất của thương hiệu.



SOFITEL PLAZA HANOI



Dưới tài năng của người pha chế, hương vị đích thực của mùa hè nằm gọn gàng trong một ly Hà Nội Martini. Sự kết hợp vị thơm, chua dịu của quả cóc, vị nồng ấm của Vodka Smirnoff đỏ với vị mằn mặn của muối tôm Tây Ninh quanh vành ly sẽ mang lại cho bạn cảm giác mới mẻ và nồng nàn. Trong âm nhạc rộn ràng, nhâm nhi một ly cocktail đặc sắc, ngắm nhìn hoàng hôn, cảnh trời mây bất tận từ nóc nhà thành phố chắc chắn sẽ là một trải nghiệm khó quên. Hoặc bạn cũng có thể thưởng thức một ly Sangria Mùa Hè Tươi Mát theo kiểu của Summit Lounge, khách sạn Sofitel Plaza Hanoi. Không chỉ nổi tiếng là một trong những đồ uống kết hợp giữa rượu và hoa quả ngon nhất, Sangria còn là thức uống hoàn hảo để xua tan đi cái nóng gay gắt của mùa hè. Tươi mới và mát lạnh, Sangria của Summit là sự pha trộn tinh tế giữa trái cây nhiệt đới tươi ngon cùng lá bạc hà và rượu vang trắng. Ngay sau ngụm đầu tiên, vị ngọt ngào, quyến rũ, của men rượu và hương trái cây sẽ làm bạn muốn thưởng thức mãi không thôi.

CARAVELLE SAIGON

Hưởng ứng “Ngày hội sức khỏe toàn cầu” (11/6), Caravelle Saigon hân hạnh chào mời Quý thực khách đến thưởng thức hương vị thanh mát tự nhiên của những ly “Detox” với giá chỉ 110.000VNĐ, được chế biến từ các loại trái cây tươi như cam, ki-wi, dâu, chanh dây... kết hợp với các loại thảo mộc như sả, lá hương thảo... xua tan sự oi bức đầu hạ và thanh lọc cơ thể, tạo cảm giác sảng khoái. Ngày 01/6, hãy đến nhà hàng Reflections Fine Dining thưởng thức tiệc Barton & Guestier với thực đơn thật thân thuộc, được chế biến công phu như bánh khọt nhân tôm, nghêu hấp xả, sò nướng cay, cá rô phi nướng, cà ri vịt, bò lúc lắc với giá chỉ 1.880.000VNĐ/người. Chủ nhật, ngày 19/6, ngày vinh danh các ông Bô tuyệt vời của Thế Giới, nhà hàng Nineteen hân hạnh được phục vụ Quý thực khách bằng thực đơn buffet “brunch” đặc biệt. Đây sẽ là buổi tiệc đặc biệt ý nghĩa và “hoành tráng” hơn bao giờ hết, không những bởi vô vàn yêu thương và hạnh phúc mà còn vì đầy ắp các món ăn phong phú như quẩy thịt nướng nổi bật với đùi cừu Úc, thịt bò Mỹ, cá hồi, tôm hùm Canada hay món thịt nguội Virginia nướng mật ong hấp dẫn. Giá cho mỗi thực khách từ 890.000 – 1.490.000VNĐ. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3823 4999..



HỘI AN RIVER TOWN HOTEL

Từ nay đến 20/6, khi đặt phòng trực tiếp tại Hội An River Town Hotel, quý du khách sẽ nhận được những ưu đãi hấp dẫn với giá đặc biệt chỉ từ 52\$/đêm dành cho 2 người. Bên cạnh được hưởng mức giá phòng cực kỳ hấp dẫn, du khách có thể được tặng nhiều dịch vụ miễn phí kèm theo tour xe đạp thưởng ngoạn phong cảnh miền quê cùng hướng dẫn viên, miễn phí kết nối Wi-Fi khắp khách sạn, sử dụng phòng tập thể dục, hồ bơi, thuê xe đạp miễn phí, đưa đón miễn phí theo lịch trình đến bãi biển An Bàng. Ngoài ra, đối với đặt phòng từ 2 đêm trở lên, du khách sẽ được tặng 1 bữa trưa hoặc tối với 4 món ăn truyền thống Việt Nam. Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng vui lòng truy cập www.hoianrivertown.com hoặc gọi 068 549 750.

WINDSOR PLAZA

Tháng này, hãy ghé nhà hàng Café Central An Đông trải nghiệm hành trình ẩm thực Ấn Độ đặc sắc. Từ không gian nhà hàng khắc họa những nét văn hóa thuần Ấn đến dãy buffet được bổ sung thêm hàng chục món ăn tươi tắn sắc màu và nồng nàn gia vị. Cùng khám phá các món cà ri đích thực, cơm chiên cay, bánh mì naan, bánh chapathi, bánh rôtì nóng hổi tại chỗ ăn cùng gà korma, salad cà rốt sữa chua... Tất cả được sắp xếp tinh tế, bên cạnh những hương vị buffet quốc tế hấp dẫn mỗi tối với giá chỉ từ 558.000VNĐ/người. Tri ân Ngày của Cha (19/6), nhà hàng tặng vang trắng hoặc vang đỏ thỏa thích cho tất cả những người cha dùng bữa trong ngày đặc biệt này. Buffet trưa giá chỉ 388.000VNĐ/người, buffet tối 628.000VNĐ/người. Cũng trong tháng này, nhà hàng Ngân Đình giới thiệu thực đơn mới tuyển lựa những hương vị cơm tay cầm nổi tiếng của Hồng Kông, bao gồm cơm gà, ếch, bò bằm hay lạp vị được chế biến tinh tế hòa quyện với cơm dẻo thơm. Phần ăn được phục vụ với giá 178.000VNĐ/02 người, tùy chọn hương vị. Bên cạnh đó, thực khách yêu thích các món dim sum hảo hạng của Ngân Đình sẽ không thể bỏ qua thực đơn trưa ưu đãi 8 món giá chỉ 788.000VNĐ/04 người hoặc thực đơn 9 món giá 988.000VNĐ/06 người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3833 6688.



NEW WORLD SÀI GÒN

Từ ngày 4-17/7, khách sạn New World Sài Gòn phối hợp với Bộ Nông Nghiệp Hoa Kỳ, giới thiệu chương trình Lễ Hội Ẩm Thực Mỹ với sự tham gia của đầu bếp khách mời John Le. Trong dịp này, New World Sài Gòn giới thiệu những món ngon mang đậm chất Mỹ tại nhà hàng Parkview do chính đầu bếp khách mời John Le chuẩn bị. Nhà hàng Parkview phục vụ tiệc buffet trưa và tối với nhiều món ngon từ Hoa Kỳ cũng như phục vụ các loại hải sản tươi ngon để thỏa mãn vị giác của thực khách tham gia lễ hội với giá chỉ 620.000VNĐ/khách cho buffet trưa và 930.000VNĐ/khách cho buffet tối. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3822 8888 hoặc email saigon@newworldhotels.com.



REVERIE SÀI GÒN

Tháng này, hãy cùng đắm chìm trong hành trình ẩm thực Pháp cổ điển với thực đơn đa dạng các món ăn đặc trưng bao gồm cá tuyết với couscous hòa quyện tinh tế cùng sốt ớt xay, gà hầm nổi đất Tajine với confit chanh và quả oliu tại nhà hàng Café Cardinal. Đặc biệt, bắp cừu hầm với mận khô và hạnh nhân cũng là một trong những điểm nhấn của khúc biến tấu đặc sắc với giá chỉ 188.000VNĐ/món. Vào dịp cuối tuần, thưởng thức chuyến du hành hương vị độc đáo với ẩm thực Pháp thanh tao cùng khẩu vị phương Đông tinh tế trong bữa tiệc trưa Sunday Brunch với ưu đãi một ly vang sủi hoặc cà phê, trà tùy chọn. Tiệc brunch được phục vụ vào Chủ nhật hàng tuần từ 11:30 đến 14:30, là phút thanh thoi thư giãn tuyệt vời cho dịp cuối tuần. Cũng trong tháng này, hãy khám phá bộ sưu tập hương vị Venice truyền thống được biến tấu từ các loại mỳ thủ công và những nguyên liệu tươi ngon tại nhà hàng Ý R&J. Thực đơn bao gồm nhiều món ngon không thể bỏ lỡ như Granchio, Scoglio, Brasato, Risotto... với giá chỉ từ 138.000VNĐ/món. Thông tin chi tiết và đặt bàn, vui lòng gọi: 08 3823 6688.



PULLMAN VŨNG TÀU

Từ nay đến tháng 12, khách sạn Pullman Vũng Tàu giới thiệu đến du khách chương trình "Kỳ Nghỉ Cuối Tuần". Theo đó, quý du khách chỉ phải trả 2.600.000VNĐ để được trải nghiệm kỳ nghỉ cuối tuần hấp dẫn với tiệc tối tuyệt hảo bên gia đình và bạn bè. Chương trình bao gồm lựa chọn loại phòng ở cùng các tiện nghi hấp dẫn khác như kết nối mạng Wifi miễn phí, bữa sáng buffet tại Nhà hàng Riviera, phòng tập Fit Lounge cũng như bể bơi ngoài trời. Đặc biệt, du khách có thể lựa chọn thưởng thức Tiệc BBQ tối thứ 6 với đồ uống bia và nước ngọt thỏa thích hoặc Tiệc hải sản tối thứ 7 với các món ngon hải sản tuyệt hảo. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 064 355 1777.

FUSION SUITE SÀI GÒN

Được biết đến bởi sự thành công với cách tiếp cận dịch vụ tiên phong, hướng đến việc chăm sóc sức khỏe, Tập đoàn Serenity Holding đang mở rộng thương hiệu Fusion với khách sạn đầu tiên tại Tp.HCM mang tên Fusion Suites Sài Gòn. Với lợi thế nằm tại trung tâm, vị trí thuận tiện và liền kề các điểm du lịch hấp dẫn, Fusion Suites Sài Gòn sẽ đáp ứng tất cả yêu cầu của khách du lịch hiện đại. Tại Fusion Suites Sài Gòn, có tất cả 71 phòng dạng suite mang lối thiết kế hiện đại và tối giản, được trang bị đầy đủ tiện nghi, có khu vực bếp tích hợp bên trong phòng, hoàn toàn lý tưởng cho các cặp đôi, gia đình hoặc những du khách thường xuyên di chuyển. Điểm khác biệt của Fusion Suites Sài Gòn nằm ở ý tưởng và cách tiếp cận hướng đến việc chăm sóc sức khỏe. Cho mỗi đêm lưu trú, du khách sẽ được trải nghiệm một trị liệu spa độc đáo từ các chuyên gia trị liệu lành nghề.



THE SHELLS PHÚ QUỐC

Vừa qua, The Shells Resort & Spa Phú Quốc được chứng nhận là một trong những khu nghỉ dưỡng 5 sao có chất lượng phục vụ tuyệt vời dựa trên phần đánh giá của các khách hàng đã sử dụng dịch vụ lưu trú tại website Hotels.com. "Guest Review Award" là giải thưởng được Hotels.com chọn trao nhằm tôn vinh những khu nghỉ dưỡng và khách sạn đẳng cấp trên toàn thế giới. Với tổng số điểm là 4.5/5 trong năm 2016, The Shells Resort & Spa Phú Quốc được khách hàng đánh giá cao về chất lượng phục vụ cũng như sự thoải mái, tiện nghi khi lưu trú ở đây. Hơn 2.700 khách sạn và khu nghỉ dưỡng của 94 quốc gia, trong đó có Việt Nam đã được khách hàng của trang web Hotels.com đánh giá xuất sắc với số điểm từ 4.5 đến 5.0 điểm. Giải thưởng "Love by Guests" của Hotels.com được đánh giá dựa trên những nhận xét của khách hàng dành cho các khách sạn và resort mà họ đã từng trải nghiệm.

LOTTE LEGEND SÀI GÒN



Bạn có nhớ lần cuối cùng bạn nói “Con Yêu Cha” với người Cha thân yêu của mình là khi nào không? Hãy Cho Ông thấy tình yêu của bạn giành cho Cha lớn lao và Cha có ý nghĩa quan trọng như thế nào trong cuộc đời bạn. Nhân dịp này, nhà hàng Atrium Café dành tặng cho Cha một món quà vô cùng ý nghĩa đó là phiếu tập thể dục ở phòng Gym của khách sạn Lotte Legend khi sử dụng buffet tối hoặc buffet trưa. Buffet tại nhà hàng Atrium Café phong phú với hơn 100 món ẩm thực Âu, Á, hải sản cao cấp, bò nhập khẩu, đặc biệt tôm hùm và gan ngỗng là 2 món đặc trưng và luôn được giới sành ăn Sài Gòn yêu thích. Ngoài ra, thực khách thoải thích thưởng thức không giới hạn vang, bia, cocktail, nước ép trái cây, nước ngọt, trà và café.

BAY HOTEL

Sau thành công của Bay Hotel Singapore - khách sạn boutique lớn nhất tại đảo quốc Sư Tử, Bay Hotel Ho Chi Minh mở cửa vào ngày 30/5 bao gồm 251 phòng. Thiết kế nhằm tạo ấn tượng cho khách du lịch nghỉ dưỡng và khách công tác qua thái độ phục vụ chuyên nghiệp và đặt sự thoải mái đặt lên hàng đầu, Bay Hotel Ho Chi Minh vì thế mang một phong cách đặc trưng với những dịch vụ xuất sắc đi kèm. Bay Hotel Ho Chi Minh có 16 tầng khách với lối kiến trúc đương đại được tạo nên từ những trang thiết bị sang trọng, quan tâm đến yếu tố tiện nghi và sử dụng công nghệ cao, tất cả hòa quyện một cách tự nhiên đem đến không gian hoàn toàn thư thái. Từ sự thoải mái mà hệ thống giường ngủ BAYCOMFORT truyền tải đến dịch vụ wifi và mini bar không giới hạn hoàn toàn miễn phí, nhà hàng Chic với phong cách đơn giản, tinh tế, nhà hàng Propeller trên tầng cao nhất tầm nhìn ra sông Sài Gòn, phòng gym và hồ bơi không gian mở, tất cả không nằm ngoài mục đích đem đến những trải nghiệm thích thú và khó quên cho khách lưu trú.



INTERCONTINENTAL HANOI WESTLAKE

Vừa qua khách sạn InterContinental Hanoi Westlake đã tổ chức chương trình “Thời Trang & Trà Chiều” với sự tham gia của hai thương hiệu thiết kế thời trang khách mời là Chula và Huu La La. Chương trình Thời Trang & Trà Chiều diễn ra hàng tháng với ý tưởng kết hợp văn hóa trà chiều cổ điển và cùng màn trình diễn thời trang bắt mắt đến từ các nhà thiết kế trẻ tại Việt Nam. Điểm nhấn của chương trình không chỉ nằm ở hình ảnh các người mẫu sải bước trên sàn diễn mà còn bởi chính các tạo hình bắt mắt của các loại bánh phục vụ tại chương trình trà chiều. Trong lần trình diễn này, thương hiệu Chula mang đến BST mùa hè cùng BST áo dài độc đáo. Các mẫu thiết kế áo dài trắng tinh khôi được chấm phá bằng họa tiết hoa tu líp cầu kỳ. Bên cạnh đó, BST mùa hè lại được làm nổi bật bằng những họa tiết và hình ảnh quen thuộc của thủ đô Hà Nội.



GIA TÀI MANG TÊN CỔ MÁY ĐẾM GIỜ

NHÌN VÀO GIÁ NHỮNG CỔ MÁY ĐẾM GIỜ ĐẮT NHẤT THẾ GIỚI, CHÚNG TA LUÔN NGHĨ RẰNG THỜI GIAN THỰC SỰ CÓ GIÁ TRỊ, THẬM CHÍ ĐÁNG GIÁ CẢ MỘT GIA TÀI KHỔNG LỒ. VẬY HÃY XEM, CHÚNG LÀ NHỮNG NHÂN VẬT NÀO.



Patek Philippe Supercomplication

Chiếc đồng hồ bỏ túi bằng vàng độc đáo này được Henry Graves Jr, một người làm trong lĩnh vực ngân hàng nhưng lại rất đam mê đồng hồ đặt hàng Patek Philippe vào năm 1925 sau khi ông và nhà sản xuất ô tô James Ward Packard đã có một cuộc tranh luận về việc thực hiện một chiếc đồng hồ phức tạp nhất - một cuộc thách đấu thực sự kỳ lạ. Tuy nhiên, Patek Philippe đã phải mất tới 3 năm nghiên cứu và thêm 5 năm thực hiện để có thể cho ra đời chiếc đồng hồ làm bằng tay phức tạp nhất vào năm 1933. Chiếc đồng hồ này đã giữ danh hiệu chiếc đồng hồ phức tạp nhất thế giới trong suốt 56 năm. Henry Graves Jr Supercomplication có trọng lượng hơn 0,5kg, được chế tác từ 900 bộ phận riêng biệt và có tới 24 chức năng, bao gồm cả lịch vạn niên, bầu trời đêm của thành phố New York, chu kỳ mặt trăng, dự trữ năng lượng, chỉ báo hướng mặt trời mọc và mặt trời lặn... Giá 11 triệu đô.

Breguet Pocket Watch 1970 BA/12

Được chế tác bằng vàng 18 karat, chiếc Breguet Pocket Watch thực sự là một kiệt tác và là một trong những chiếc đồng hồ cổ đắt nhất thế giới. Siêu phẩm tinh tế này có khuôn mặt màu bạc. Như bạn cũng biết, Breguet là một công ty gắn liền với lịch sử của sự xa xỉ. Một vài mẫu đồng hồ bỏ túi của Breguet từ thời Abraham-Louis Breguet bao gồm cả chiếc Breguet Pocket Watch 1970 tồn tại cho đến ngày nay đều có giá khoảng 734.000USD. Những chiếc đồng hồ gốc của Breguet còn lại đến ngày nay đều đang nằm rải rác trong các bảo tàng hay bộ sưu tập cá nhân. Mặt số đơn giản và phong cách đẹp đã mê hoặc giới mê đồng hồ cổ trong nhiều thập kỷ. Giá: 734.000VND



Blancpain 1735 Grande Complication

Chiếc Blancpain 1735 Grande Complication nằm trong nhóm những chiếc đồng hồ đắt nhất thế giới. Một vài bộ phận như bộ phận lên dây tự động, được chế tác bằng vàng 18 karat. Blancpain 1735 khá độc đáo bởi vì được phát triển từ kỹ thuật làm đồng hồ hiện đại trên máy tính ngay từ giai đoạn thai nghén. Thiết kế đáng kinh ngạc của mẫu này được ưa chuộng qua nhiều thập kỷ. Vào năm 2014, chiếc Blancpain 1735 Grande Complication hiếm hoi này có giá khoảng 265.000USD tới 370.000USD. Chiếc đồng hồ này có cả chức năng lịch vạn niên, lịch tuần trăng, tourbillon, cơ máy tách giây đồng trục và điểm phút. Vỏ platinum dày 17mm. Giá: 800.000USD.

Vacheron Constantin Tour De l'Île

Tour De l'Île là chiếc đồng hồ đeo tay phức tạp nhất do nhà chế tác đồng hồ danh tiếng Vacheron Constantin sản xuất. Đây cũng là mẫu đồng hồ đắt nhất từng được bán. Chiếc này nằm trong bộ sưu tập vô cùng giới hạn, chỉ 07 chiếc được sản xuất vào năm 2005 nhân kỷ niệm 250 năm của thương hiệu. Tour de l'Île có 16 chức năng với 834 bộ phận. Phải mất 10.000 giờ để thiết kế chiếc đồng hồ này với mặt sau có gắn sapphire, dây đeo da cá sấu, và mô típ kim guilloché ở mặt số sau. Mẫu đồng hồ này được làm từ vàng 18 karat và kính không phản chiếu sapphire xanh. Chiếc đồng hồ hai mặt Tour De l'Île có giá 1.5 triệu đô.



Louis Moinet Magistralis

Có lẽ chiếc Louis Moinet Magistralis là một trong những chiếc đồng hồ đắt giá nhất thế giới do chính nghệ nhân đồng hồ kiêm họa sĩ, nhà điêu khắc người Pháp Louis Moinet sáng chế. Giống như chiếc Blancpain 1735, Magistralis cũng là một Grande Complication. Nó có chức năng chronograph bánh xe trục đẩy đơn, điểm phút bằng nhạc công chiêng nhà thờ và bộ khuếch đại âm thanh phong cách violin, lịch vạn niên, và nhiều đồ cổ khác. Nó được sản xuất ở Geneva hơn 100 năm trước và vì thế có dấu ấn chất lượng của Poinçon de Genève. Bên trong mặt số là những cây kim màu xanh, các chữ số. Ước tính giá của siêu phẩm này vào khoảng 860.000USD.

Hublot Black Caviar Bang

Chiếc đồng hồ này có vỏ làm bằng vàng trắng 18 karat. Mặt đồng hồ được gắn 501 viên kim cương trắng và kim cương đen cắt kiểu baguette. Được sản xuất vào năm 2009, chiếc đồng hồ Black Caviar Bang trị giá một triệu đô thực sự là một siêu phẩm. 322 viên kim cương trên mặt số, 179 viên trên vòng đệm bezel, 30 viên trên nút bấm. Trọng lượng tổng của 501 viên kim cương này là 34,5 karat. Nó thực sự nổi bật và đẳng cấp. Nó là mẫu đồng hồ nhẹ và thời trang. Mẫu này dùng dây da có thể điều chỉnh. Giá: 1 triệu đô.



Patek Philippe Sky Moon Tourbillon

Chiếc đồng hồ này thực sự là một sản phẩm nghệ thuật đẹp tuyệt đối. Patek Philippe thực sự chiến thắng hoàn hảo về kỹ thuật và nghệ thuật. Chiếc Sky Moon Tourbillon có đường kính dài 42.8mm và cao 16.25mm. Mặt số bằng vàng đặc và trắng men xanh? Trong những chiếc đồng hồ đeo tay mang tên Patek Philippe, Sky Moon Tourbillon là chiếc có nhiều chức năng phức tạp nhất. Siêu phẩm này có hai mặt số, mặt trước và mặt sau. Ở mặt trước có ngày hồi ngược, lịch vạn niên và biểu đồ các ngôi sao trên trời trong khi ở mặt sau có biểu đồ vàng và xanh. Giá: 1.3 triệu đô.

TIFFANY & CO

VÀ NHỮNG ĐIỀU CHƯA BIẾT

MẶC DÙ CẢ THẾ GIỚI BIẾT TỚI TIFFANY & CO, BIẾT TỚI NHỮNG CHIẾC HỘP CÓ MÀU XANH VỎ TRỨNG CỦA NHỮNG CHÚ CHIM CỔ ĐỎ NHƯNG VẪN CÒN RẤT NHIỀU ĐIỀU HỌ CÒN CHƯA BIẾT VỀ THƯƠNG HIỆU NÀY!





1. Được thành lập bởi Charles Lewis Tiffany và John B. Young, cửa hàng đầu tiên của thương hiệu có tên gọi là Young and Ellis, chuyên bán những đồ tạp phẩm và “những thứ hay ho”. Vốn vay đầu tư cho “start-up” này khi đó là \$1.000 và từ bố của Tiffany. Gia đình Tiffany mua lại công ty vào năm 1853, đổi tên thành Tiffany & Company với quyết định tập trung vào ngành hàng nữ trang.
2. Vào thế kỷ 19, phu nhân của Napoleon III, Hoàng hậu Eugenie de Montijo là biểu tượng thời trang được yêu mến và hâm mộ nhất. Khi ông Charles Tiffany nhìn thấy bức tranh vẽ chân dung bà, ông đã biết rằng một ngày kia màu xanh ở chiếc váy của bà sẽ trở nên nổi tiếng. Vì vậy, ông đã quyết định lựa chọn màu này trở thành màu của Tiffany.
3. Màu xanh vỏ trứng của những chú chim cổ đỏ (robin) này sau đó đã hăng được đặt tên là màu Pantone number 1837. Màu sắc này được sử dụng cho những chiếc hộp và túi đựng những món đồ của Tiffany. Con số 1837 là thời điểm Tiffany bắt đầu hoạt động. Vào năm này công ty có tên Tiffany & Young. Một bí mật nhỏ là những chiếc hộp đựng trang sức của Tiffany & Co cũng rất quý do chỉ những khách hàng mua đồ Tiffany mới có thể có những chiếc hộp này. Một số người sưu tập những chiếc hộp này như những món đồ kỷ niệm.
4. Từ năm 1862, Tiffany & Company là nhà cung cấp các sản phẩm như kiếm (gươm), các thiết bị phẫu thuật cho quân đội Union Army trong nội chiến Mỹ.

5. Vào năm 1886, Charles Tiffany đã quyết định ông sẽ đưa kim cương lên phía trên giá đỡ và biến nó trở thành một chiếc nhẫn đính hôn. Rất nhanh, mỗi người phụ nữ đều muốn một chiếc nhẫn Tiffany. Có lẽ đây là lý do giải thích cho việc tại sao khi một người phụ nữ Mỹ được trao tặng hoặc tìm thấy một chiếc nhẫn Tiffany trong nhà, cô ấy sẽ xem đây là một lời cầu hôn.

6. Tổng thống Mỹ John F. Kennedy từng đặt hàng nhà thiết kế của hãng, ông Jean Schlumberger thực hiện một chiếc gim cài áo cho vị Đệ nhất Phu nhân Jackie yêu quý của mình. Hay để kỷ niệm Đại lễ Kim Cương, đánh dấu cột mốc 60 năm cai trị của Nữ hoàng Elizabeth II, Tổng thống Barack Obama và Phu nhân Michelle đã dành tặng Nữ hoàng một món thiết kế vintage của Tiffany. Được biết, trong những dạ tiệc tối của Nhà Trắng, người ta vẫn sử dụng những đồ sứ của thương hiệu Tiffany để chiêu đãi các quan khách.

7. Rất ít người biết rằng người sáng lập ra hãng Apple, Steve Jobs lại có một tình yêu đặc biệt với thương hiệu Tiffany. Thậm chí có thể nói Tiffany có một ảnh hưởng lớn tới các thiết kế của vị cố thiên tài này.

8. Nếu không thể mua nhẫn kim cương của Tiffany, hãy mua những món trang sức bằng bạc của hãng này. Bởi đơn giản, Tiffany còn nổi tiếng với tay nghề chế tác bạc cao cấp. Trong triển lãm Paris năm 1878, Tiffany đã là nhà chế tác bạc Mỹ đầu tiên được trao giải thưởng cho tay nghề chế tác bạc.





9. Bộ phim *Breakfast at Tiffany's* được thực hiện đánh dấu lần đầu tiên việc quay phim được diễn ra trong một cửa hàng. Chỉ có điều với bộ phim này thì Audrey Hepburn không diện trang sức Tiffany mà diện trang sức của Chanel. Bên cạnh đó, trong quá trình quay phim, người ta đã phải yêu cầu 40 vệ sỹ để đảm bảo những món trang sức được bảo vệ tốt nhất.

10. Vị Giám đốc nghệ thuật đầu tiên của Tiffany là con trai của Charles, ông Louis Comfort Tiffany. Ông được biết tới nhiều qua những tác phẩm thủy tinh và pha lê vô cùng đẹp đẽ.

11. Viên kim cương màu vàng Tiffany yellow diamond là một trong những viên kim cương vàng lớn nhất thế giới từng được phát hiện. Trong lượng ban đầu của viên đá là 287 carat (khi được phát hiện) và đã được cắt xuống còn 129 carat trước khi đưa đi tạo tác thành đồ trang sức. Hiện nay, viên kim cương này được đặt ở cửa hàng ở Fifth Avenue với thiết kế hình một chú chim (robin) đang đậu trên một viên đá – một gợi nhắc hoàn hảo về lịch sử và di sản lâu đời của thương hiệu.

12. Rất nhiều người nghĩ tới Tiffany như một thương hiệu kim cương. Nhưng hãng trang sức này lại làm nên tên tuổi với một loại đá quý khác: Tanzanite. Henry B. Platt, cháu trai của Louis Comfort Tiffany, đồng thời là Phó Chủ tịch của Tiffany & Co là người đã nghĩ ra cái tên cho loại đá tanzanite và khen gọi đây là “loại đá màu xanh nước biển đẹp nhất đã tìm ra trong 2.000 năm trở lại đây”. Ông cũng tự hào tuyên bố đá tanzanite chỉ có thể tìm thấy ở hai nơi trên thế giới. Một là ở Tanzania, nơi còn lại trên thế giới là Tiffany & Co.



GENESIS WIDER 150

VỚI MỨC GIÁ XẤP XỈ 30 TRIỆU ĐÔ (CHƯA THUẾ VÀ CÁC CHI PHÍ KHÁC NHƯ BẢO HÀNH HÀNG NĂM, THUÊ THỦY THỦ), TIN RẰNG CHIẾC DU THUYỀN NÀY MANG Ý NGHĨA CỦA MỘT KHOẢN ĐẦU TƯ HƠN LÀ MỘT LỰA CHỌN CHO MỘT THÚ CHƠI!



Mẫu siêu du thuyền với hệ thống động cơ phản lực điện dầu diesel này sở hữu một thiết kế thông minh, vượt trội với độ hoàn thiện ở mức cao nhất. Các tính năng nổi bật của thuyền gồm có các thiết kế không gian ngoài trời, đặc biệt là khu vực beach club (khu vực tiếp cận mặt nước để khách nghỉ có thể tắm biển từ thuyền). Ngoài ra, cũng cần kể tới các công nghệ tân tiến nhất trong việc xử lý âm thanh và tiếng ồn nhằm mang lại cho khách nghỉ của thuyền những giây phút thư giãn và thoải mái nhất.

Được biết mẫu siêu du thuyền này đã được hạ thủy vào thời điểm tháng 09/2015. Dự án phát triển chiếc du thuyền này có tên là WIDER 150 luxury yacht GENESIS. Thuyền được đóng bởi nhà đóng thuyền danh tiếng của nước Ý, WIDER Yachts. Với thiết kế hiện đại, thuyền là món đồ chơi của những tay tài phiệt trẻ - những người mong muốn những khoảng không gian ngoài trời rộng rãi cho chiếc du thuyền của mình. Bên cạnh đó, đây cũng là những người sẽ mong muốn những tiện nghi trong nhà vượt trội. Thuyền sở hữu một không gian ngoài trời rộng lên tới 350m², với rất nhiều địa điểm nghỉ dưỡng kết nối trực tiếp với biển. Trong số này, phải kể tới khu vực beach club với không gian rộng tới 90m² với một bể bơi nước biển dài 7m. Cần nói rằng đây là một thách thức thực sự trong thiết kế bởi với những chiếc du thuyền có kích thước này, việc sở hữu bể bơi và một beach club với kích cỡ đó là điều không hề đơn giản.

Nói thêm về hệ thống động cơ phản lực chạy điện dầu diesel của thuyền. Cần biết rằng đây là chiếc thuyền duy nhất ở kích thước này sở hữu hệ thống động cơ phản lực Azimuthal và công nghệ pin dự trữ. Ưu điểm của công nghệ này so với công nghệ động cơ phản lực truyền thống là thuyền sẽ có thể chạy hoàn toàn bằng pin vào ban đêm nhằm giảm tuyệt đối tiếng ồn. Hay để đơn giản hơn thì bạn hãy nghĩ tới một chiếc thuyền không khói, không mùi, không có tiếng ồn. Thực tế, tiếng ồn duy nhất khi ở trên thuyền là tiếng sóng nước vỗ vào mạn thuyền. Tất cả những điều này càng giúp Genesis lý tưởng hơn!

Được biết rằng thuyền có tốc độ tối đa là 20 hải lý, phạm vi hoạt động là khoảng 1.100 hải lý (cho một lần nạp đầy nhiên liệu), với khả năng phục vụ 11 khách nghỉ. Nội thất của thuyền cũng rất cầu kỳ với các chi tiết da khâu ốp tường nhằm góp phần làm giảm những ảnh hưởng của tiếng ồn lên thuyền. Các chi tiết trong phòng tắm của thuyền của cũng được ốp đá hoa cương Carrara trắng. Ngoài ra cũng cần kể tới các tiện nghi khác như ban công trên boong chính cho phòng của chủ thuyền. Đặc biệt, phòng của chủ thuyền được thiết kế với kích thước của một căn chung cư thực sự khi có diện tích lên tới 75m².

INCEPTION VILLA TRÊN MẶT BIỂN

ĐƯỢC RA ĐỜI CÁCH ĐÂY GẦN 01 THẬP KỶ, MẪU DU THUYỀN INCEPTION NÀY CÓ NGUỒN CẢM HỨNG TỪ PHONG CÁCH ART DECO. THUYỀN CŨNG ĐƯỢC THIẾT KẾ ĐỂ VỚI CÁC TIỆN NGHI ĐẦY ĐỦ NHẪM ĐÁP ỨNG NHỮNG CHUYẾN ĐI NGHỈ CỦA CÁC GIA ĐÌNH TRẺ TRÊN BIỂN!





Về nội thất của thuyền, 02 nhà thiết kế đứng sau công ty nội thất Ausberg Interiors (ở Michigan) này đã được “đặt hàng” một phong cách đủ hiện đại với cảm hứng từ Art Deco. Thế nên không lạ gì khi thuyền sở hữu những màu sắc táo bạo, các lớp đèn trang trí, các đường nét và chi tiết kẻ mạnh mẽ, sắc cạnh và cuối cùng là các chi tiết phủ chrome sáng bóng. Bộ đôi thiết kế nội thất cho thuyền cũng đã lựa chọn gỗ mun Macassar làm chất liệu chính. (Gỗ mun Macassar cũng là chất liệu ưa thích và thường được sử dụng để thực hiện nội thất cho những chiếc xe Rolls-Royce.) Kết hợp với chất liệu này là những món đồ nội thất màu kem sáng bóng hoặc các thiết kế với cá tính mạnh với ánh màu kim loại. Điều này được thể hiện đặc biệt rõ nét ở salon chính với khu quầy bar và một bàn ăn tối trang trọng. Salon càng ấn tượng hơn với một bức tường thiết kế giống như một bức phù điêu hiện đại với vô số những quả bóng thủy tinh xếp chồng lên nhau.

Được hạ thủy năm 2008, Inception là chiếc đầu tiên trong series du thuyền đóng mới theo yêu cầu của nhà đóng tàu danh tiếng Heesen. Yêu cầu đặt ra của chủ thuyền với hãng Heesen là một chiếc du thuyền motor (loại du thuyền động cơ, dùng để phân biệt với du thuyền buồm) có thể thỏa mãn các nhu cầu của một gia đình trẻ. Tuy nhiên sản phẩm hoàn thiện cần phải đủ thuyết phục một nhóm khách hàng rộng lớn sẽ thuê mướn (charter) chiếc thuyền này trong tương lai. Kết quả là chúng ta có một chiếc du thuyền dành cho cả người lớn và trẻ nhỏ. Cụ thể, trẻ em có thể giải trí ở khu vực beach platform hay những phòng stateroom (khánh tiết) phía dưới.

Với thiết kế đi ngược lại những khuôn mẫu thường thấy của một chiếc siêu du thuyền, phòng của chủ thuyền (master suite) và thư phòng nằm ở boong trên (upper deck). Với lối thiết kế này, thuyền sẽ không còn sky lounge tuy nhiên bù lại các tiện ích vượt trội cho những căn phòng nghỉ dành cho cả chủ thuyền lẫn khách. Trong đó đặc biệt phải kể tới những cửa sổ với kích thước bằng chính những bức tường, một chiếc giường có thể xoay (chỉ ở phòng của chủ thuyền) cho phép chủ thuyền có thể ngắm cảnh biển chân thực nhất. Ở boong trên này, cũng cần kể tới các trang thiết bị và tiện nghi như một bể bơi spa, các không gian thư giãn dành cho khách nghỉ.

Ngoại thất của thuyền cũng mang dấu ấn thiết kế mạnh mẽ với những điểm nhấn đặc biệt. Trước khi thuyền được đóng, yêu cầu của chủ thuyền là không gian bên trong và bên ngoài cần tương xứng. Để đáp ứng điều này đội ngũ thiết kế ngoại thất tài tình của công ty Omega Architects đã tận dụng và xử lý từng inch vuông trên boong thuyền. Và kết quả của những nỗ lực này là có một thiết kế dạng vỏ sò mà khi mở, bên trong sẽ là một lounge ngoài trời để mọi người “tắm” truyện. Nhưng tất nhiên đó chỉ là một phần của chiếc thuyền. Ở boong ngoài trời (sundeck), khách có thể dùng bữa tối đồ nước kiểu alfresco ở phía trước, hoặc tắm bể sục jacuzzi ở phía sau. Đặc biệt, toàn bộ khu vực này có thể được che nắng bởi một hệ thống thủy lực cao cấp.

Ngoài ra, cũng cần kể tới những tiện nghi khác. Ở phía cuối boong chính của thuyền là một khu vực lounge mới (vừa được cải tổ vào năm 2015) và một bể sục nhỏ. Được biết, thuyền được thiết kế để phục vụ 10-12 người, với một phòng cho chủ thuyền và 04 cabin dành cho khách.

PORSCHE 911 TURBO S 2017

KHÔNG GÌ LÀ KHÔNG THỂ!

VỚI PORSCHE, SỰ HOÀN MỸ NHẤT CŨNG CÓ THỂ CẢI THIỆN VÀ ĐIỀU ĐÓ ĐÃ CHỨNG MINH VỚI
PORSCHE 911 TURBO S 2017!





Theo tay viết nổi tiếng về xe hơi Chris Chilton, chiếc 991 Tubors S mới (chiếc 2017) là một chiếc xe có thể dễ dàng cho một chiếc GT3 RS hít khói chỉ trong vài giây. Với động cơ 572 mã lực xe bứt phá khỏi giới hạn 200 dặm/giờ một cách dễ dàng. (Thực tế xe có thể đạt tốc độ 205 dặm/giờ). Xe sở hữu một hộp số 07 cấp chuyển số siêu nhanh PDK, bánh lái 04 bánh và chỉ nặng có 1.600kg, giúp xe đạt được tỷ lệ mã lực/cân nặng hoàn hảo, đưa chiếc xe trở thành anh tài mới trong cuộc chiến siêu xe vốn chỉ thuộc về các quốc gia Đức, Anh, Ý và Thụy Điển!

Vậy xe có thể đạt tốc độ 100km/h trong bao lâu? Câu trả lời là 2,9 giây! Không phải ở mức kỷ lục nhưng rất đáng ngưỡng mộ. Và thực tế thì mức này so với mức kỷ lục 2,6 giây cũng không khác biệt nhiều lắm, nếu không nói về những khác biệt lớn lao có thể tới từ người lái. Đặc biệt, xe còn sở hữu nút bấm Sports Response. Mặc dù tính năng này đã xuất hiện trong các phiên bản trước đó như Porsche 911 Carrera và Carrera S 2016 nhưng nó vẫn tiếp tục cho thấy sự ưu việt với 911 Turbo S 2017. Cụ thể, tất cả những gì bạn cần làm là nhấn nút và hộp số sẽ tự động lựa chọn cấp số tối ưu và hệ thống quản lý động cơ được điều chỉnh ở mức phản hồi chính

xác nhằm giúp xe có khả năng tăng tốc hoàn hảo nhất trong khoảng thời gian là 20 giây.

Có thể nói các hệ thống bánh lái điện tử của Porsche rất ưu việt và sau 04 năm kể từ khi hãng giới thiệu, nó vẫn là một cái “đỉnh”. Hệ thống bánh lái phía sau của xe đảm bảo việc điều khiển chiếc xe vẫn nhẹ nhàng khi chạy ở tốc độ thấp, và đặc biệt là không bị understeer khiến bánh trước trượt đi. Việc bánh sau bị trượt khi vào cua (oversteer) cũng được loại bỏ. Tuy nhiên, hãng vẫn trao cho bạn cơ hội “chơi đùa” với chiếc xe với chế độ lái PSM (ESP) Sport mode.

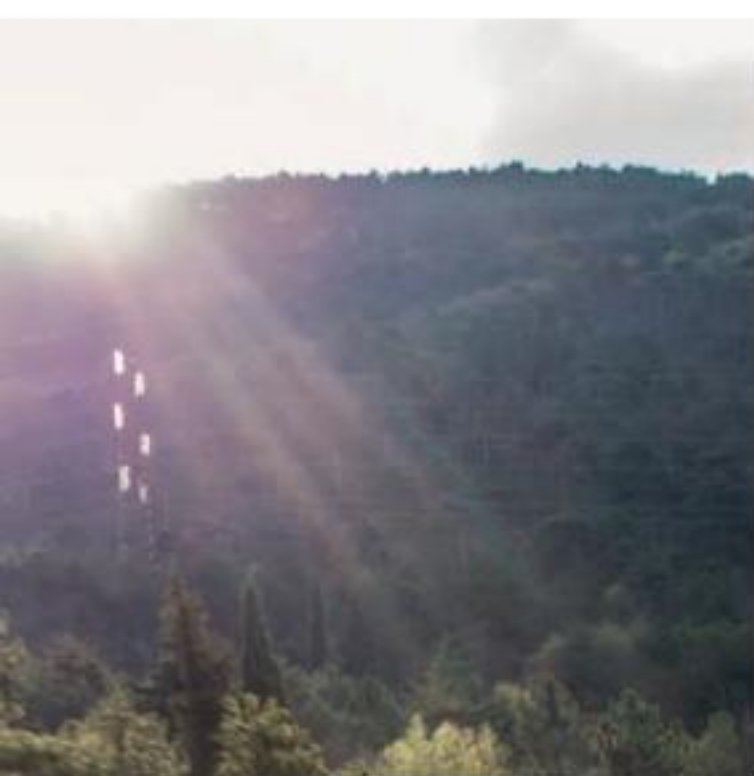
Về thiết kế, bản Turbo S 2017 này được nâng đời với một bộ đèn sau (taillight) 3D (đã được giới thiệu ở mẫu Carrera), các tay nắm cửa nhỏ gọn hơn. Bên trong xe là một hệ thống định vị, một nút điều chỉnh mùi xe và một hệ thống lái cho phép bạn có thể thực hiện những điều chỉnh hoàn hảo nhất khi đánh lái – hay theo cách nói của một tay viết về xe hơi thì nó loại bỏ cho bạn cảm giác của việc phá két ngân hàng khi chỉ cần tip vài đồng (ở những đoạn cua.) Với những ưu việt đó, Turbo S 2017 có đối thủ là Ferrari 488 GTB. Tuy nhiên điểm khác biệt là với GTB, cái giá bạn phải trả thêm là \$55.000. Có thể nói đây là một chiếc xe hoàn hảo cho những gia đình có thu nhập thuộc nhóm thượng lưu, cao cấp.



MINI COUNTRYMAN

NGƯỜI HÙNG PHỐ THỊ

VỚI TÍNH NĂNG AN TOÀN VƯỢT TRỘI, MINI COUNTRYMAN TỰ HÀO ĐƯỢC XẾP HẠNG 5 SAO VỀ THỬ NGHIỆM VA CHẠM THEO CHUẨN EURO NCAP, NHỜ CÓ CÁC TÍNH NĂNG HỖ TRỢ TỐI ƯU TRONG CÁC TÌNH HUỐNG VA CHẠM CHỦ ĐỘNG VÀ BỊ ĐỘNG.



Có thể nói trong gia đình MINI (tại Việt Nam), Countryman là người “anh cả” với dáng vóc bề thế nhất (cũng như giá bán cao hơn những người em còn lại). Đây cũng là dòng MINI đầu tiên có thiết kế 5 cửa, với cửa sau mở lên cao như hatchback. Tuy vậy, vẫn phải khẳng định, dù với bất kỳ phiên bản nào, những đường nét thiết kế tròn trịa nhưng có phần bảo thủ của người Anh, thiết kế tinh giản nhỏ gọn so với các mẫu xe khác cùng phân khúc luôn là điểm nhấn đặc biệt của MINI.

Cần khẳng định, Countryman giống như một dấu gạch nối giữa những đường nét thiết kế hiện đại và truyền thống của MINI. Đầu xe là nơi kết hợp khéo léo giữa sự cổ điển và phong cách trẻ trung nam tính. Mọi thứ vốn gắn liền với tên tuổi của MINI từ đèn pha và đèn sương mù tròn đặc trưng cho đến lưới tản nhiệt đều cho thấy một tinh thần thiết kế cao cấp. Ngoài ra, cũng cần kể tới các tính năng khác như điều hòa tự động, nút chuyển chế độ lái Sport, hệ thống giảm xóc kiểu thể thao, tay lái bọc da thể thao với hộp số tự động, tay lái đa chức năng, hệ thống âm thanh Hi-Fi và các phụ kiện tùy chọn đặc trưng MINI khác. Lốp an toàn runflat được trang bị tiêu chuẩn.

MINI Countryman phiên bản mới cung cấp thêm 04 tùy chọn màu sơn ngoại thất mới: Jungle Green; Midnight Grey, Starlight Blue và Piano Black. Ngoài ra MINI cũng bổ sung các tùy chọn phong phú cho màu sơn trên nóc xe, ốp gương chiếu hậu, và sọc thể thao trên nắp ca-pô. Tại Việt Nam, cả hai phiên bản MINI Countryman Cooper và Cooper S đều được trang trí nẹp Chrome hai bên hông xe và cản trước.

Nội thất ngày càng nổi bật hơn với những chi tiết tinh tế, bọc vải da với sọc trang trí Parallel Lines, dàn âm thanh được tối ưu hóa, và những trang bị cao cấp hơn. Phiên bản Cooper được trang bị các đường viền nội thất màu đen Carbon. Năm chỗ ngồi được thay đổi đặc biệt với ghế sau có thể dịch chuyển 13cm theo chiều dọc, tựa ghế có thể điều chỉnh độ nghiêng và có thể gập lại với tỷ lệ 40: 20: 40, thể tích khoang hành lý có thể dao động từ 350 đến 1.170 lít khi ghế sau gập xuống hoàn toàn.

MINI Countryman phiên bản sử dụng động cơ xăng 04 xy-lanh có tỷ lệ khí thải theo chuẩn EU6. Đặc biệt, phiên bản MINI Countryman Cooper S được tăng thêm sức mạnh 5kW, công suất cực đại đạt đến 190 mã lực, hiệu suất truyền động được tối ưu hóa và lượng tiêu thụ nhiên liệu ấn tượng chỉ 6,8 lít/ 100km nhờ công nghệ thông minh MINIMALISM, hộp số tự động 6-cấp được trang bị tiêu chuẩn.

STANDARD CHARTERED

Standard Chartered Việt Nam vừa được vinh danh là Ngân hàng cung cấp nguồn vốn và vốn lưu động tốt nhất Việt Nam và Nhà cung cấp dịch vụ tốt nhất Việt Nam ở nhiều hạng mục trong khuôn khổ Giải thưởng Tripple A về Nguồn vốn, Thương mại và Quản trị Rủi ro năm 2016 của Tạp chí tài chính hàng đầu thế giới The Asset. Cụ thể, Standard Chartered được vinh danh là Ngân hàng cung cấp nguồn vốn và vốn lưu động tốt nhất cho các công ty đa quốc gia, công ty nội địa lớn, các tổ chức tài chính và các tổ chức tài chính phi ngân hàng. Đối với hạng mục Nhà cung cấp dịch vụ tốt nhất, Standard Chartered được ghi nhận là Ngân hàng giao dịch tốt nhất, Ngân hàng quản lý dòng tiền tốt nhất và Ngân hàng đối tác về công nghệ và các giải pháp điện tử tốt nhất. Trong những năm gần đây, Standard Chartered luôn đi đầu trong quá trình số hóa nhằm mang đến cho khách hàng những trải nghiệm dịch vụ tốt hơn.



BUDWEISER

Vừa qua, công ty AB InBev Việt Nam – nhà sản xuất bia hàng đầu và là một trong năm công ty hàng tiêu dùng đứng đầu thế giới, đã tổ chức Lễ Kỷ niệm một năm khánh thành nhà máy bia AB InBev tại Việt Nam. Nhân dịp đặc biệt này, AB InBev đã giới thiệu diện mạo mới của Budweiser đến với người tiêu dùng tại Việt Nam. Hình ảnh mới của thương hiệu làm nổi bật những chi tiết thể hiện sự cao cấp và chất lượng thượng hạng của Budweiser, thông qua biểu tượng chiếc nơ, màu đỏ đặc trưng và kiểu chữ cổ điển... toát lên sự mới mẻ, hiện đại, đồng thời vẫn giữ được nét truyền thống lâu đời. Tại AB InBev, quy trình ủ bia 140 năm tuổi của Budweiser được áp dụng tại tất cả các nhà máy bia trên toàn thế giới, mang đến cho người tiêu dùng tại hơn 80 quốc gia những sản phẩm bia chất lượng thượng hạng.



GOLDEN LYPRES® - SẢN PHẨM VÀNG TRONG TẦM TAY



GOLDEN LYPRES® Quy cách 30 viên là bước ngoặt vô cùng quan trọng đánh dấu một bước tiến mới trong việc phát triển sản phẩm. Theo đó, **GOLDEN LYPRES®** đã triển khai Chương trình SẢN PHẨM VÀNG TRONG TẦM TAY như một món quà tri ân đến Quý khách hàng. **GOLDEN LYPRES®** là sản phẩm chăm sóc sức khỏe vượt trội, luôn đặt chất lượng cao làm tiêu chí hàng đầu. Đối với thị trường Việt Nam, sản phẩm nhiều năm liền được Hiệp hội Thực phẩm chức năng công nhận là “SẢN PHẨM VÀNG VÌ SỨC KHỎE CỘNG ĐỒNG” bên cạnh các chứng nhận của quốc tế như ISO 22000, GMP, HALAL, HACCP... Cùng với việc ra mắt **GOLDEN LYPRES®** Quy cách 30 viên và không ngừng nâng cao vị thế uy tín chất lượng của sản phẩm trên thị trường, **GOLDEN LYPRES®** tự tin là sự lựa chọn tối ưu dành cho sức khỏe mọi người. Thông tin chi tiết: www.hsbiotech.com – (08) 38276446 – 0919 408 118.

HEINEKEN



Mùa hè này, Heineken Việt Nam chính thức thay đổi toàn bộ bao bì với thiết kế mới “Xanh hơn, đẳng cấp hơn”. Sắc xanh vốn đã là biểu tượng đặc trưng của Heineken, đặc biệt là trên các sản phẩm của mình như lon, chai, thùng Heineken... nay tiếp tục được khoác lên một diện mạo khác biệt và đẳng cấp hơn bao giờ hết. Với dấu ấn mới này, thương hiệu bia cao cấp quốc tế Heineken tiếp tục khẳng định vị thế cũng như nỗ lực không ngừng nghỉ nhằm mang lại những đột phá trên từng thiết kế bao bì sản phẩm. Với chiến dịch “Xanh hơn, đẳng cấp hơn”, thiết kế mới sẽ gây ấn tượng với người tiêu dùng bởi màu xanh đặc trưng và những cải tiến vượt bậc. Toàn bộ phần thân lon và logo Heineken sẽ được biến hoá mới mẻ hơn khi được bao phủ bởi màu xanh huyền thoại. Ngôi sao đỏ - biểu tượng chất lượng của thương hiệu sẽ nổi bật và sắc nét hơn trên nhãn chai và lon.

BMW



Vừa qua, Euro Auto đã chính thức công bố việc bàn giao thành công cặp đôi BMW X6 xDrive35i, lần lượt mang 2 màu sơn đặc biệt: Đen ánh kim của Ngọc Sapphire và Đỏ ánh kim Vermillion Red. Hai chiếc BMW X6 sẽ đồng loạt được phục vụ tại 2 sân gôn của Vinpearl Golf đang vận hành theo tiêu chuẩn quốc tế tại Nha Trang và đảo Phú Quốc. BMW X6 từ lâu đã là một dòng xe đặc biệt và chưa tìm được đối thủ xứng tầm trong phân khúc độc đáo: coupé địa hình hạng sang (Sport Activity Coupé). X6 được yêu thích bởi ngôn ngữ thiết kế sáng tạo, giàu biểu cảm, kết hợp tinh tế nét khỏe khoắn và sang trọng của một chiếc coupé cùng vẻ quyền uy, vững chãi của dòng địa hình đa dụng. X6 là lời minh chứng cho sức sáng tạo không ngừng của tập đoàn BMW.

CHANEL



Trong BST Métiers d'art Paris in Rome 2015/16, CHANEL đã mang lên sàn diễn những thiết kế túi xách mới từ chất liệu da siêu mềm. Bắt nguồn từ phần quý giá nhất trên tấm da bê non, những người thợ thủ công CHANEL đã dùng kỹ thuật cao cấp và phương pháp xử lý ít gây tổn hại nhất để có thể giữ gìn được chất lượng tuyệt hảo của da. Sản phẩm cuối cùng là những thiết kế với sự hoàn hảo tuyệt đối, khai thác tối đa vẻ đẹp của chất liệu. Phiên bản túi xách 2.55 kinh điển được làm mới hoàn toàn với chất liệu da siêu mềm mới này. Thiết kế phiên bản 2.55 Nude tỏa ra sức cuốn hút vừa cá tính, vừa hiện đại, tinh giản bằng các tông màu bất diệt như: đen, be, nâu, xanh hải quân và đỏ burgundy. Trên thân túi được nhấn nhá bằng những dải ruy băng grosgrain, mô típ đan jacquard hoặc được đính những chiếc huy chương nhỏ. Cảm giác chạm vào da túi cũng êm và mịn hết như cảm giác khi vừa khẽ chạm vào vỏ trái đào, hứa hẹn sẽ lưu lại trọn vẹn những dấu ấn thời gian đẹp đẽ.

LG

LG vừa giới thiệu các mẫu màn hình mới nhất năm 2016, trong đó nổi bật là 3 mẫu 34UC98, 29UC88, 24MP88HM với khả năng hiển thị đến hơn 99% dải màu sRGB và Color Calibrated. Đây là những sản phẩm lý tưởng dành cho những người dùng có yêu cầu cao về chất lượng hình ảnh. Bên cạnh khả năng hiển thị màu chuẩn xác, các mẫu màn hình còn được tích hợp những tính năng nổi trội cho game như công nghệ FreeSync, cân bằng tối (Black Stabilizer), Dynamic action sync và Game mode, giúp trải nghiệm của game thủ trở nên hoàn hảo hơn bao giờ hết. Năm 2016 này, LG đã đưa ra thị trường tổng cộng 15 mẫu màn hình với nhiều tính năng mới và tiên tiến phù hợp cho chơi game, thiết kế và làm việc văn phòng. Với những công nghệ mới độc đáo, màn hình LG đã được vinh danh với giải thưởng sáng tạo tại triển lãm thương mại quốc tế về thiết bị điện tử và công nghệ 2016.



ORIS

Thương hiệu Oris vô cùng tự hào giới thiệu mẫu đồng hồ bằng chất liệu đồng để tưởng nhớ Carl Brashear, người Mỹ da màu đầu tiên được phong làm đội trưởng đội lặn Hải quân Mỹ Carl Brashear tham gia Hải quân vào năm 1948, khi ông vừa tròn 17 tuổi. BST vinh danh Carl Brashear là dòng đồng hồ Oris đầu tiên được chế tác bằng đồng, vốn là chất liệu để sản xuất nón bảo hộ lặn biển. Thiết kế là một sự pha trộn tinh túy chứa đựng trọn vẹn ý tưởng dựa trên nguyên mẫu dòng Divers Sixty-Five. Chất liệu kim loại trang nhã, sáng bóng ban đầu sẽ mờ dần do phản ứng tương tác với độ ẩm và khí CO2. Điều này đồng nghĩa với việc, theo thời gian, mỗi chiếc đồng hồ sẽ hình thành nên lớp gỉ đồng màu xanh lục như đánh dấu cho mối quan hệ với người sở hữu. Hơn hẳn những chiếc đồng hồ thông thường, Oris Carl Brashear vượt qua các chức năng của nó để mang trong mình là mẫu đồng hồ tràn đầy ý nghĩa, thẩm mỹ và cảm xúc.



STOCKIST

ĐỊA CHỈ MUA SẴM

FASHION

Akris (Runway Boutique)

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

Balenciaga (Runway Boutique)

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

Bally Store

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

Bentley (Miluxe Boutique)

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

Bốn Mùa Boutique

Tel: 04.3826 02214 - 08.3993 9888

Burberry Store

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

Calvin Klein Store

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

Canali Store

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

Cartier Store

Tel: 08.3521 0369
www.cartier.com

Céline (Runway Boutique)

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

Chanel Store

Tel: 08.3823 9140
www.chanel.com

Chloé (Runway Boutique)

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

Christian Dior Store

Tel: 04.3824 3333
www.dior.com

Givenchy (Runway Boutique)

Tel: 08.38241914
www.givenchy.com

Hermès Store

Tel: 04.3936 9126
www.hermes.com

Hugo Boss Store

Tel: 08.3823 9910
www.hugoboss.com

I'm Isola Marras (Runway Boutique)

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

Kenzo Store

Tel: 04.3936 6672
www.kenzo.com

Lacoste Store

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

Louis Vuitton Store

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

Montblanc Store

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

Maison Martin Margiela (Runway Boutique)

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

Rimowa Store

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

Runway Boutique

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

Ralph Vaessen

(Miluxe Boutique)

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

Rock Port Store

Tel: 098 320 0210
www.rockport.com

Salvatore Ferragamo Store

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

Saint Laurent (Runway Boutique)

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

Stella McCartney (Runway Boutique)

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

S.T.Dupont Boutique

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

The Row (Runway Boutique)

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

Valentino Store

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

Versace Store

Tel: 08.3993 9003
www.versace.com

WATCH

Chopard Boutique

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

Miluxe Boutique

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

Rolex Store

Tel: 08.3823 0455
www.rolex.com

Sarpaneva (Miluxe Boutique)

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

Tissot Store

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

Titoni (Cititime Boutique)

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

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



RIMOWA ELECTRONIC TAG

THẺ HÀNH LÝ ĐIỆN TỬ ĐẦU TIÊN TRÊN THẾ GIỚI TẠI VIỆT NAM!

RIMOWA lần đầu tiên ra mắt thị trường Việt Nam công nghệ đột phá lần đầu tiên trên thế giới cho ngành du lịch trong tương lai mang tên RIMOWA Electronic Tag – Thẻ Hành lý điện tử, phát minh được trao giải ‘Sáng kiến đột phá dành cho Hành lý’ tại triển lãm Trải nghiệm du hành tương lai toàn cầu (Future Travel Experience) diễn ra ở Las Vegas, Mỹ vừa qua.

Chiếc vali có gắn Thẻ Hành lý điện tử RIMOWA được tích hợp đầy đủ công nghệ kỹ thuật số cho phép du khách có thể check-in hành lý ký gửi trực tuyến thông qua kết nối ứng dụng được cài sẵn trên điện thoại thông minh. Thông qua ứng dụng thông minh này, hành khách sẽ nhận được thông tin điện tử cho hành lý ký gửi của mình từ hãng hàng không. Những thông tin này sẽ ngay lập tức được hiển thị trên màn hình thiết bị gắn trên vali RIMOWA có cài đặt kết nối Bluetooth với điện thoại thông minh của hành khách. Các thông tin này ngay lập tức được hiển thị trên module dữ liệu được cung cấp bởi E Ink® và các Vali của RIMOWA có thể được thông quan trong vòng vài giây tại sân bay.

will peltz
actor
kenya kinski
model

Life in the now.
SHARE YOUR #CKMINUTE



Calvin Klein
swiss made

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

HCM City: Vincom Dong Khoi (39369770) | Vincom Thao Dien (37442889) | Sun Wah Tower (38219279) | Maximark 3/2 (38328991) | Vincom Thu Duc (37223433) | Vincom Go Vap (38945689) | Big C Quan 7 (0932171735) | Hai Trieu (01253246810) | PNJ Chain Shops (39959336) Ha Noi: Vincom Ba Trieu (22200268) | Vincom Megamall Royal City (62620560) | Vincom Megamall Times City (66599990) | Lotte Center (32676555) | Duy Anh Watch (66566660) | Savico Megamall (62550099) | Big C Thang Long (37832301) | Minh Tuong (38288579) | Xwatch Luxury (0888882345) Da Nang City: Big C (3666066) | Riverside Towers (3843818) Nha Trang City: Nha Trang Center (6516666) Vinh City: Big C (3596226) Bien Hoa: Hai Trieu (01253246810)

Đây là lúc
để sống, yêu
và vui cười.

DEEPIKA PADUKONE.

DEEPIKA LÀ MỘT TRONG
NHỮNG NỮ DIỄN VIÊN NỔI
TIẾNG NHẤT ẤN ĐỘ. SAU KHI
CHIẾN ĐẤU VỚI NỖI TUYỆT
VỌNG, CÔ ẤY THÀNH LẬP
TỔ CHỨC "LIVE LOVE LAUGH"
VỚI MỤC TIÊU NÂNG CAO
NHẬN THỨC VỀ VẤN ĐỀ NÀY.

DEEPIKA ĐANG ĐEO CHIẾC ĐỒNG HỒ
TISSOT GENEROSI-T, MỘT BIỂU TƯỢNG DÀNH
RIÊNG CHO PHÁI NỮ TÔN VINH THIẾT KẾ
THANH LỊCH VÀ ĐƯỢC HOÀN THIỆN VỚI
DÂY ĐEO THÉP KHÔNG RỈ RẮN CHẮC.



SÀI GÒN ■ Sun Wah Tower (38219279) ■ Vincom Đồng Khởi (39939099) ■ Vincom Thảo Điền (0926789789) ■ Vincom Thủ Đức (37223433) ■ Vincom Gò Vấp (38945689) ■ Big C Quận 7 (0932171735) ■ Diamond Plaza (38227884) ■ Parkson Saigon Tourist (38277578) ■ Parkson CT Plaza (62971819) ■ Maximark 3/2 (38328991) ■ Maximark Cộng Hòa (39483327) ■ Tân Tân (38272067) ■ Mạnh Thống (38220465) ■ Minh An (38554549) ■ Hải Triều (01253246810) ■ Hệ thống PNJ (39959336) **HÀ NỘI** ■ Big C Thăng Long (37832301) ■ Vincom Times City (32001400) ■ Vincom Royal City (62620560) ■ Duy Anh Watch Hàng Khay (66566660) ■ Vincom Bà Triệu (22200268) ■ Savico Megamall (62550099) ■ Lotte Center (32676555) ■ Lotte Mart (38539966) ■ Duy Anh Watch Phố Huế (22148336) ■ Minh Tường (38288579) ■ New Watch (39344865) ■ Xwatch luxury (0888882345) **VINH** ■ Big C Vinh (3596226) **HẢI PHÒNG** ■ Vincom Hải Phòng (2299268) **ĐÀ NẴNG** ■ Big C Vinh Trung (3666066) ■ Indochina Riverside Mall (3843818) ■ PNJ (3812618) **QUY NHƠN** ■ PNJ (3812590) **NHA TRANG** ■ Nha Trang Center (6516666) **VŨNG TÀU** ■ Đại Hùng (3530085) **BIÊN HÒA** ■ Hải Triều (01253246810) ■ PNJ (3811818) **TÂY NINH** ■ PNJ (3631838)



T+TISSOT THIS IS YOUR TIME

Thực phẩm chức năng cao cấp **GOLDEN LYPRES®** - Sản phẩm chăm sóc sức khỏe uy tín chất lượng đến từ Singapore. **GOLDEN LYPRES®** là sản phẩm chăm sóc sức khỏe kết hợp hai hoạt chất chống oxy hóa mạnh là Lycopene và Resveratrol với tỷ lệ vàng, dưới dạng bột vi tinh thể.

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

GOLDEN LYPRES®

Sản Phẩm Vàng Vì Sức Khỏe Cộng Đồng



Giá bán:

30,800,000VNĐ/ hộp (60 viên) - 16,500,000VNĐ/ hộp (30 viên)

Địa chỉ (Việt Nam):

1. TP.HCM: Cửa hàng **GOLDEN LYPRES®** tại Sheraton Saigon Hotel & Towers
2. HÀ NỘI: Nhà thuốc Bệnh viện đa khoa Quốc Tế Vinmec
Tel: 08.3827 6446 - Website: www.hsbiotech.com

Số XNQC: 846/2015/XNQC-ATTP

Xác nhận tiêu chuẩn sản phẩm số: 5589/2014/ATTP-XNCB

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