

HÀNG HIỆU

THE REFINED

FEATURE

MẶT TRÁI CỦA
SEE NOW, BUY NOW



NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN



TOP LUXE
McLaren P1

COLLECTION
Cartier's Cactus Jewelry

ARCHITECTURE
Khi Dior gặp St. Regis

<https://beidun.hopto.org>

FAGOR

DEVOTED TO YOU

MADE IN EU

dẫn đầu **tuyệt đối****TRISTAR VIET NAM**

đã tiếp tục ký kết hợp đồng phân phối độc quyền thương hiệu thiết bị gia dụng lớn nhất Tây Ban Nha - FAGOR với Tập đoàn CNA Group.

Tại buổi lễ ký kết hợp đồng phân phối độc quyền thương hiệu này tại Việt Nam, Tập đoàn **CNA Group** đã khẳng định toàn bộ các nhà máy của Fagor tại Tây Ban Nha đã hoạt động sản xuất bình thường trở lại vào cuối năm 2014. Điều này đã đảm bảo được nguồn cung ứng cho tất cả các nhà phân phối trên toàn cầu nói chung và **Việt Nam** nói riêng. Thông tin này mang lại niềm vui và sự tin tưởng cho những người đã, đang và sẽ lựa chọn sản phẩm Fagor cho ngôi nhà của mình.

Cũng trong buổi lễ ký kết hợp đồng độc quyền phân phối **Fagor tại thị trường Việt Nam**, tập đoàn **CNA Group** nhấn mạnh vai trò quan trọng của Công ty **TRISTAR VIETNAM** và đánh giá cao những thành tựu mà thương hiệu Fagor đã đạt được trong suốt 13 năm qua tại thị trường Việt Nam.

Vừa qua tại Hà Nội, Công ty **TRISTAR VIET NAM** đã tiếp tục ký kết hợp đồng phân phối độc quyền thương hiệu thiết bị gia dụng lớn nhất Tây Ban Nha - FAGOR với **Tập đoàn CNA Group**.

Trong suốt hơn 13 năm qua, thương hiệu Fagor đã được Công ty **TRISTAR VIETNAM** nhập khẩu nguyên chiếc và phân phối độc quyền tại thị trường Việt Nam. Đây cũng là thương hiệu được người tiêu dùng Việt đánh giá cao về chất lượng ưu việt và kiểu dáng trang nhã, sang trọng của các sản phẩm

khuyến mại

SUMMER PROMO2

15.07.2016 to 15.09.2016

Chương trình áp dụng
15/07/2016 đến 15/09/2016

✓Care 1900 55 88 85

FAGOR.COM.VN



Fagor Việt Nam



Độc Quyền Phân phối và Tiếp thị tại VIỆT NAM
TRISTAR VIETNAM LIMITED

HANOI
Villa B24 Trung Hoa - Nhan Chinh Street,
Thanh Xuan District, Hanoi Vietnam
ph : [84 4] 3726 0276

DA NANG
125 Dien Bien Phu Street, Chinh Gian Ward,
Thanh Khe District, Da Nang, Vietnam
ph : [84-511] 3645144 - 3645145

HO CHI MINH CITY
307H, Nguyen Van Troi Street, Ward 1, Tan Binh District,
HCMC - VIETNAM
ph : [84-8] 3645144 - 3645145
<https://tielun.hopto.org>



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

<https://tieulun.hopto.org>

FENDI

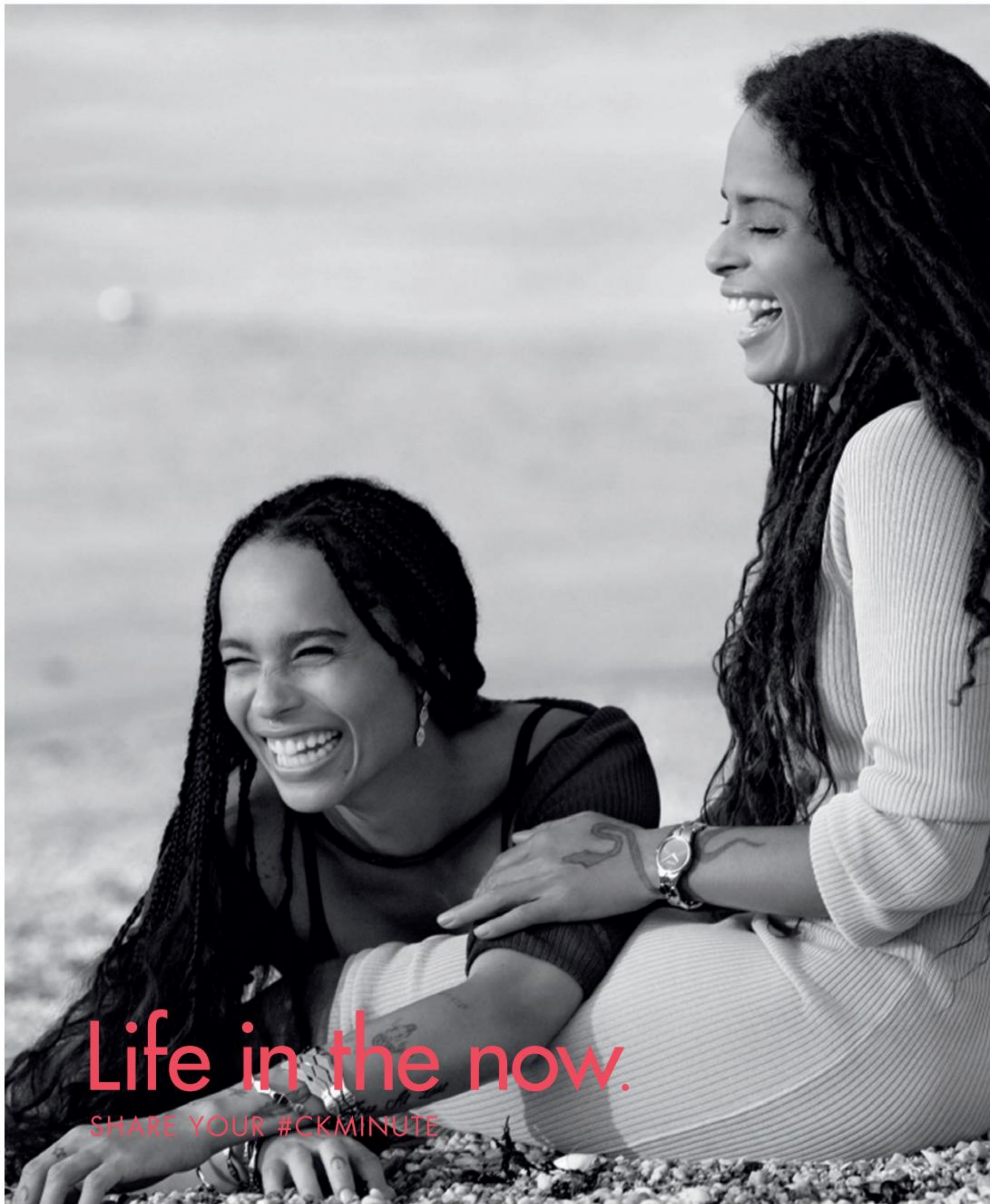
TIMEPIECES



CRAZY CARATS

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

FENDI.COM/TIMEPIECES
<https://tieulun.hopto.org>



Life in the now.

SHARE YOUR #CKMINUTE

lisa bonet
actress
zoe kravitz
actress/musician

Calvin Klein

swiss made



HCM City: Vincom Dong Khoi (39369770) | Vincom Thao Dien (37442889) | Sun Wah Tower (38219279) | Takashimaya (66812758) | Maxmark 3/2 (38326991) | Vincom Thu Duc (37223433) | Vincom Go Vap (38945689) | Big C Quan 7 (0932171735) | Hai Trieu (01253246810) | P&N Chain Shops (39959336) | Gale Watch (39290685) | Citime Plaza (0918088661) **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 Trang (38288579) | Xwatch Luxury (0888882345) | Gale Watch (38265170) **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) **Can Tho:** Vincom Xuan Khanh (3769898)

<https://tieulun.hopto.org>

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 8: 231-2016/CXBIPH/79-04/TN theo QĐXB số 573/ QĐ-NXB TN / Khổ: 210 x 285 mm / In 10.000 cuốn tại Nhà máy In Bản Đồ - 85 Nguyễn Chí Thanh - Hà Nội
ISBN: 978-604-64-3610-2 / Giá: 45.000 VND



BRUNELLO CUCINELLI

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

NHỮNG ĐAM MÊ ĐÍCH THỰC

Trong một buổi nói chuyện với một doanh nghiệp start-up trong lĩnh vực trà, khi được hỏi về cách làm truyền thông của các thương hiệu cao cấp, tôi đã im lặng thật lâu, sau đó hỏi ngược lại: "Bạn có thực sự đầu tư cho các sản phẩm của mình. Nếu có, tất cả những gì bạn cần làm là nói thật! Còn nếu không, tôi sẽ không có câu trả lời cho bạn."

Một số người luôn nói tới những giá trị bề nổi, các câu chuyện thương hiệu và mặc nhiên cho rằng hàng hiệu đắt là bởi vậy. Nhưng có lẽ họ chưa từng được tham quan nhà máy chế tác điện thoại của Vertu, nhìn những cảnh những người thợ xử lý và bắt từng con ốc vít vào vỏ máy tại ngoại ô London. Hoặc họ cũng chưa từng nhìn thấy cách một chiếc túi Hermès được khâu, cảnh các chi tiết của những món trang sức Van Cleef & Arpels được đánh bóng. Thực tế là với hàng hiệu, bạn luôn nhận được những gì xứng đáng với sự đầu tư của bạn. Một chiếc đầm được thực hiện trong hàng trăm giờ bởi các thợ thủ công lành nghề chắc chắn phải có một sự khác biệt với những chiếc đầm được may trong một dây chuyền công nghiệp. Một chiếc đồng hồ có máy in-house với dấu đập Geneva Seal chắc chắn phải khác với những chiếc đồng hồ chạy máy ETA.

Hàng hiệu xét cho cùng là câu chuyện của chi tiết và sự đầu tư của bạn. Và chúng tôi tự hào khi mỗi ấn phẩm của chúng tôi đều là một sự dày công đầu tư hết mực.

Xin chân thành cảm ơn!



Ảnh bìa: **CARTIER**



Oscar de la Renta

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

CONTENTS

JULY - AUGUST

FEATURE

038 | MẶT TRÁI CỦA SEE NOW, BUY NOW

Chủ đề được quan tâm nhất trong mùa mốt này là liệu mô thức của các show diễn thời trang đã diễn ra trong 50 năm nay có nên được tiếp tục? Liệu các thương hiệu có nên áp dụng chính sách "See now, Buy now"?



038

070 | KHÁC SẠN THỜI TRANG

Thời trang và khách sạn đang ngày càng có mối quan hệ mật thiết đặc biệt khi các nhãn hàng thời trang cho thấy những mối quan tâm đặc biệt tới dịch vụ nghỉ dưỡng.



070

078 | NƠI TRUNG ĐÔNG GẶP GỠ PHƯƠNG TÂY

Sự khác biệt của Riyadh nằm ở mấu chốt của phương pháp phát triển mà Saudi Arabia tiếp cận, và đó là lý do thuyết phục để bắt đầu hành trình tới Trung Đông!



078

084 | VANG: TRẺ HAY GIÀ

Rượu quý là rượu có thể để được lâu nhưng bạn cũng cần ghi nhớ việc không phải cứ vang quý là phù hợp với bạn, với món ăn của bạn.



084

LIFESTYLE

024 | WHATSON

Điểm tin các thương hiệu cao cấp của Gucci, Versace, Salvatore Ferragamo và những vấn đề của ngành thời trang và hàng cao cấp.



024

032 | LIVING IS ALL ABOUT

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



032

2 THỂ THAO

LÀM VIỆC

Giá mới hấp dẫn
648 triệu*



Bạn dùng EcoSport như thế nào?

Hơn cả một chiếc SUV thông thường, EcoSport sở hữu không gian rộng rãi cho mọi hoạt động thể thao, giải trí, dã ngoại hay bất cứ sở thích nào của bạn. Hãy tận hưởng cảm giác lái tuyệt vời của EcoSport với công nghệ an toàn vượt trội.

*Phiên bản EcoSport 1.5L AT Titanium

Giá bao gồm đóng góp của Ford VN và đại lý. Chương trình có hiệu lực đến hết 31 tháng 8 hoặc có thể kết thúc trước thời hạn mà không cần báo trước. Liên hệ đại lý gần nhất 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 Thôi Nhâm, Hà Nội, Tel: 04.39712439 • **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội, Tel: 04.33662566 • **HATHANH FORD MYDINH:** 02 Tôn Thất Thuyết, Nam Từ Liêm, Hà Nội, Tel: 04.37957518 • **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội, Tel: 04.35621920 • **THANHXUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội, Tel: 04.35525525 • **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng, Tel: 0313.668990 • **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hạ Long, Tel: 033.3628699 • **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh, Tel: 038.3515292 • **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng, Tel: 0511.3646555 • **DANANG FORD BINHDINH:** 73 Tây Sơn, 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



Go Further

ford.com.vn

<https://tieulun.hopto.org>

CONTENTS

JULY - AUGUST

FASHION

046 | REVIEW BST: HERMÈS, DSQUARED2 SALVATORE FERRAGAMO VÀ OSCAR DE LA RENTA

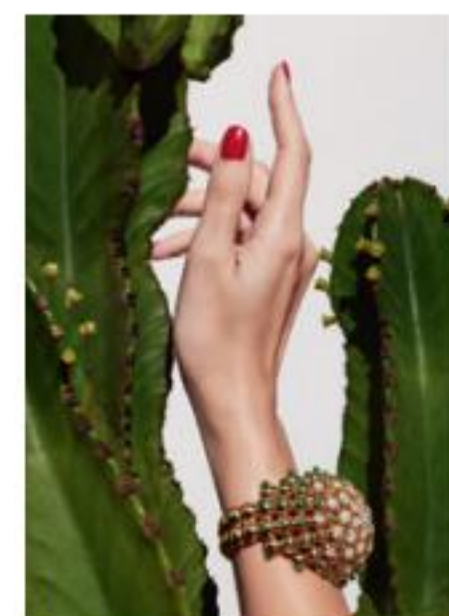
Với gam màu đơn giản nhưng tinh tế cùng với chất liệu cao cấp, bộ sưu tập lần này của Hermès mang phong cách casual nhưng vẫn toát lên được sự sang trọng và lịch thiệp của những quý ông đam mê đồ hiệu



046

054 | CARTIER'S CACTUS JEWELRY COLLECTION

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



054

TOPLUXE

018 | CHRISTOPHE CLARET

Đồng hồ có mặt số với các cọc số 3, 6 và 9 được hiển thị ở dạng chữ số Ả Rập. Một mặt số phụ nằm dưới và một cơ chế đặc biệt sẽ cho phép đồng hồ hiển thị dòng chữ: "Il m'aime passionnément" (He loves me passionately) chỉ sau một nút nhấn.



018

020 | THE CHARMING BIRD

The Charming Bird phiên bản 2015 giành chiến thắng trong hạng mục "Mechanical Exception" - hạng mục dành cho đồng hồ có cấu tạo phức tạp hoặc siêu phức tạp tại Grand Prix D'Horlogerie de Genève 2015 (giải Oscar của ngành công nghiệp đồng hồ).



020

022 | MCLAREN P1

"Chén thánh" của những người yêu xe này hiện nay vẫn được giới sưu tầm săn lùng!



022



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

<https://tieulun.hopto.org>

CONTENTS

JULY - AUGUST

LUXE FEATURE

100 | NHỮNG CHIẾC AIR FORCE ONE CÁ NHÂN

Xu hướng hiện này là những không gian dành cho 350 hành khách nhưng chỉ còn phục vụ có 04 người. Với một chiếc máy bay riêng cỡ này, bạn hoàn toàn có thể mang theo đầu bếp riêng.



100

104 | AXANTHA II

Nội thất của thuyền mang phong cách khá bảo thủ, thanh nhã với những dấu ấn thiết kế của một chiếc du thuyền truyền thống.



104

106 | LA DEA II

Phòng của chủ thuyền (master cabin) nằm phía trước salon và không gian ăn tối trang trọng - tất nhiên vẫn ở boong chính.



106

WATCH + JEWELLERY

092 | DRESS WATCH

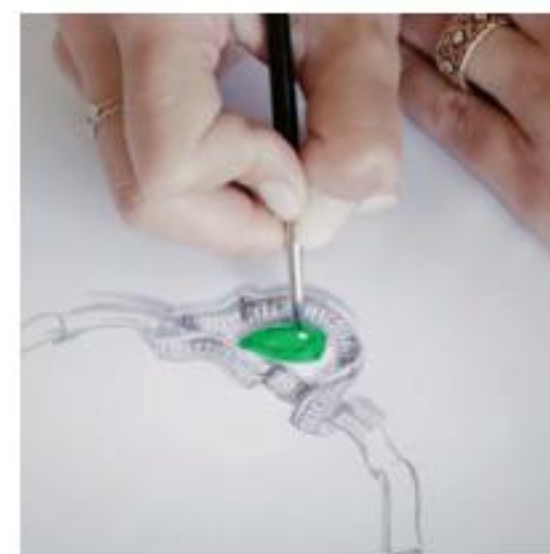
Một chiếc đồng hồ dress watch sẽ là cách thể hiện tinh tế rằng bạn luôn quan tâm tới chi tiết, rằng bạn có một phong cách cổ điển và hướng tới những giá trị vượt thời gian.



092

098 | SOIE DIOR

Thực tế, không phải Dior chưa từng thử nghiệm với những món trang sức lấy cảm hứng từ thiên nhiên với những chim muông, cỏ cây, hoa lá.



098

K
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

<https://tieulun.hopto.org>



CHRISTOPHE CLARET

Tin rằng mẫu đồng hồ này sẽ thay bạn nói lời cầu hôn theo cách ngọt ngào nhất!

Là một trong những mẫu đồng hồ từng đoạt giải "Oscar" của ngành đồng hồ cho hạng mục Ladies' High-Mech (vào năm 2014), mẫu đồng hồ này chính là món quà độc đáo nhất mà một người đàn ông có thể dành tặng cho một người phụ nữ. Đồng hồ có mặt số với các cọc số 3, 6 và 9 được hiển thị ở dạng chữ số Ả Rập. Một mặt số phụ nằm dưới và một cơ chế đặc biệt sẽ cho phép đồng hồ hiển thị dòng chữ: "Il m'aime passionnément" (He loves me passionately) chỉ sau một nút nhấn. Nút nhấn kích hoạt cơ chế này nằm ở vị trí cọc chỉ giờ số 2. Được biết, với mẫu đồng hồ này, người đặt hàng có thể tùy ý yêu cầu dòng chữ sẽ được hiển thị, bao gồm cả dòng chữ: "Will you marry me?" vô cùng ngọt ngào. Cũng được biết, mẫu đồng hồ này có 5 phiên bản. Mỗi phiên bản có giới hạn chế tác là 30 chiếc. Ngoài ra, phiên bản vàng 5N của mẫu này năm nay sẽ tiếp tục tranh giải GPHG.



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



THE CHARMING BIRD 2016

Với Jaquet Droz, men xanh ngọc chưa phải là tất cả. Hãng còn được biết đến bởi những cách tân đã thực hiện với cơ chế piston mang lại âm thanh tinh tế của ngành đồng hồ!

The Charming Bird phiên bản 2015 giành chiến thắng trong hạng mục "Mechanical Exception" - hạng mục dành cho đồng hồ có cấu tạo phức tạp hoặc siêu phức tạp tại Grand Prix D'Horlogerie de Genève 2015 (giải Oscar của ngành công nghiệp đồng hồ). Những giai điệu của chiếc đồng hồ này – bài hát của những chú chim – được tạo ra bằng cách nén không khí chứ không phải bằng sự dao động. Không khí được đưa vào những ống sapphire trong ba phút. Không khí đi vào ống đầu tiên, sau đó được lưu trong ống thứ hai và cuối cùng đẩy vào ống thứ ba, từ đó điều chỉnh các giai điệu theo khối lượng của không khí và tốc độ của pít tông. Phía sau của mặt đồng hồ được vẽ thủ công và chạm khắc ngọc trai, tái hiện lại phong cảnh của vùng đồng quê Thụy Sĩ, một mô típ đã đi vào lịch sử của Jaquet Droz. Các kỹ thuật cắt giấy truyền thống đã truyền cảm hứng cho mẫu đồng hồ này - một tác phẩm nghệ thuật với các chi tiết hội tụ chuyên môn đỉnh cao trong chạm khắc và kỹ năng vẽ thu nhỏ.

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

<https://tieulun.hopto.org>



MCLAREN P1

“Chén thánh” của những người yêu xe này hiện nay vẫn được giới sưu tầm săn lùng!

Chưa bao giờ mẫu xe McLaren P1 này hết sốt. Một trong những lý do của việc này là thế giới chỉ có 375 chiếc. Được biết chiếc xe thứ 371 trong số 375 chiếc này có giá chào bán ở Mỹ lên tới \$2 triệu. Với động cơ 3,8 lít V8 tăng áp turbin kép và các động cơ điện, xe có tổng công suất 903 mã lực và sức kéo 978 Nm. P1 có khả năng tăng tốc từ 0-100 km/h chỉ sau 2,8 giây trước khi đạt tốc độ tối đa giới hạn điện tử 350 km/h. Được biết, ngoài việc nằm trong top những siêu xe đắt nhất thế giới, chiếc P1 này còn nằm trong top 5 chiếc xe mạnh mẽ nhất thế giới!



WWW.LINDAFARROW.COM

LINDA FARROW

MILUXE®

Exclusive Boutique :

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

* TP. HCM: L2-34AB Union Square - 171 Đồng Khởi, Quận 1. Tel: (08) 3936 9263
199 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Quận 3. Tel: (08) 3932 5925

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

<https://tieulun.hopto.org>



DUCATI STREETFIGHTER 848

Với Ducati, bất kỳ chiếc xe nào đều là một tuyệt phẩm!

Xe sở hữu khối động cơ Testastretta V-Twin 849 phân khối cho công suất tối đa 132 mã lực và vận tốc tối đa khoảng 288 km/h. Mặc dù cùng là dòng xe Naked-Bike nhưng thiết kế của Streetfighter lại hơi khác so với Ducati Monster. Cụ thể: xe có dáng cao hơn, kết cấu hung hãn hơn, tay lái hơi thấp so với yên tạo tư thế ngồi hơi cúi người về phía trước và cặp ống xả song song đặt kế nhau tạo cho người xem một cảm giác rất mạnh. Giá của một chiếc Streetfighter 848 đời 2013 tại thị trường nước ngoài là 13.295 USD. Xe được trang bị khá nhiều đồ chơi cao cấp ví dụ như phuộc trước dạng hành trình ngược đường kính 43mm của hãng Marzocchi, bánh trước 2 thắng đĩa sử dụng heo dầu của hãng Brembo, nhưng một điều đáng tiếc là xe lại không có ABS, công nghệ chống bó cứng phanh

Snow Bird

A film by Sean Baker
kenzo.com/snowbird



KENZO PARIS

<https://tieulun.hopto.org>



HUYỀN THOẠI GIANNI VERSACE

Trở thành đề tài cho màn ảnh rộng?

Một bộ phim thuật lại cuộc đời và cái chết bí ẩn của nhà thiết kế huyền thoại Gianni Versace sẽ được bấm máy quay vào tháng 12 năm nay với sự xuất hiện của siêu sao Antonio Banderas (cho vai nam chính). Nam diễn viên huyền thoại này đã làm cho giới thời trang không khỏi ngạc nhiên khi đăng ký học thiết kế thời trang ở Central Saint Martins vào năm ngoái. Trả lời phỏng vấn của chương trình truyền hình ban ngày Loose Women, ông chia sẻ “Central Saint Martins có lẽ là một trong những trường tốt nhất trên thế giới, vì thế tôi sẽ bắt đầu học với họ. Nó khiến tôi thực sự cảm thấy được trẻ lại khi quay lại trường học một lần nữa và cố gắng tìm hiểu một lĩnh vực khác.” Thông tin chi tiết về bộ phim vẫn còn rất hạn hẹp, nhưng một điều chúng ta có thể biết chắc chắn rằng dự án phim này sẽ được chỉ đạo bởi đạo diễn Bille August tại Milan.

LAPERLA.COM



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

LAPERLA

<https://tieulun.hopto.org>



JENNIFER LOPEZ

Và cái bắt tay với nhà thiết kế giày Giuseppe Zanotti?

Jennifer Lopez vừa tiết lộ kế hoạch hợp tác với thương hiệu giày của Ý, Giuseppe Zanotti để ra mắt bộ sưu tập giày và phụ kiện đầu tay vào tháng 01/2017. “Jennifer luôn là người truyền cảm hứng cho các thiết kế của tôi. Nên việc hợp tác này là một điều rất tự nhiên,” nhà thiết kế người Ý chia sẻ. Bản thân người sáng lập thương hiệu thời trang JLO vào năm 2001 cũng cho biết: “Giống như những phụ nữ khác, tôi rất yêu thích những đôi giày đẹp. Bất kể khi đi dự thảm đỏ hay đơn giản chỉ là đi dạo phố, một đôi giày phù hợp sẽ khiến tôi cảm thấy xinh đẹp, quyến rũ và bản lĩnh hơn.”

Zanotti hứa hẹn bộ sưu tập mới này sẽ mang đậm phong cách của Jennifer Lopez: bốc lửa, đẳng cấp, hiện đại nhưng cũng vô cùng tinh nghịch và sắc sảo. Với phom dáng signature của nhà thiết kế, chúng ta sẽ có những đôi boot hờ ngón đỉnh pha lê theo đuổi xu hướng embellishment; những đôi giày thể thao đế xuống và những đôi sandals chiến binh da rắn. Bên cạnh đó, các mẫu túi da và phụ kiện khác cũng sẽ được ra mắt. Nữ danh ca cũng chia sẻ rằng bộ sưu tập này là “tất cả những gì mà các bạn trông đợi từ chúng tôi. Những đôi giày cao gót ‘chất lừ’ và đương nhiên là sẽ lấp lánh!”



APPLE VS SAMSUNG

Khi các nhà thiết kế đứng về phía “Quả táo cắn dở”.

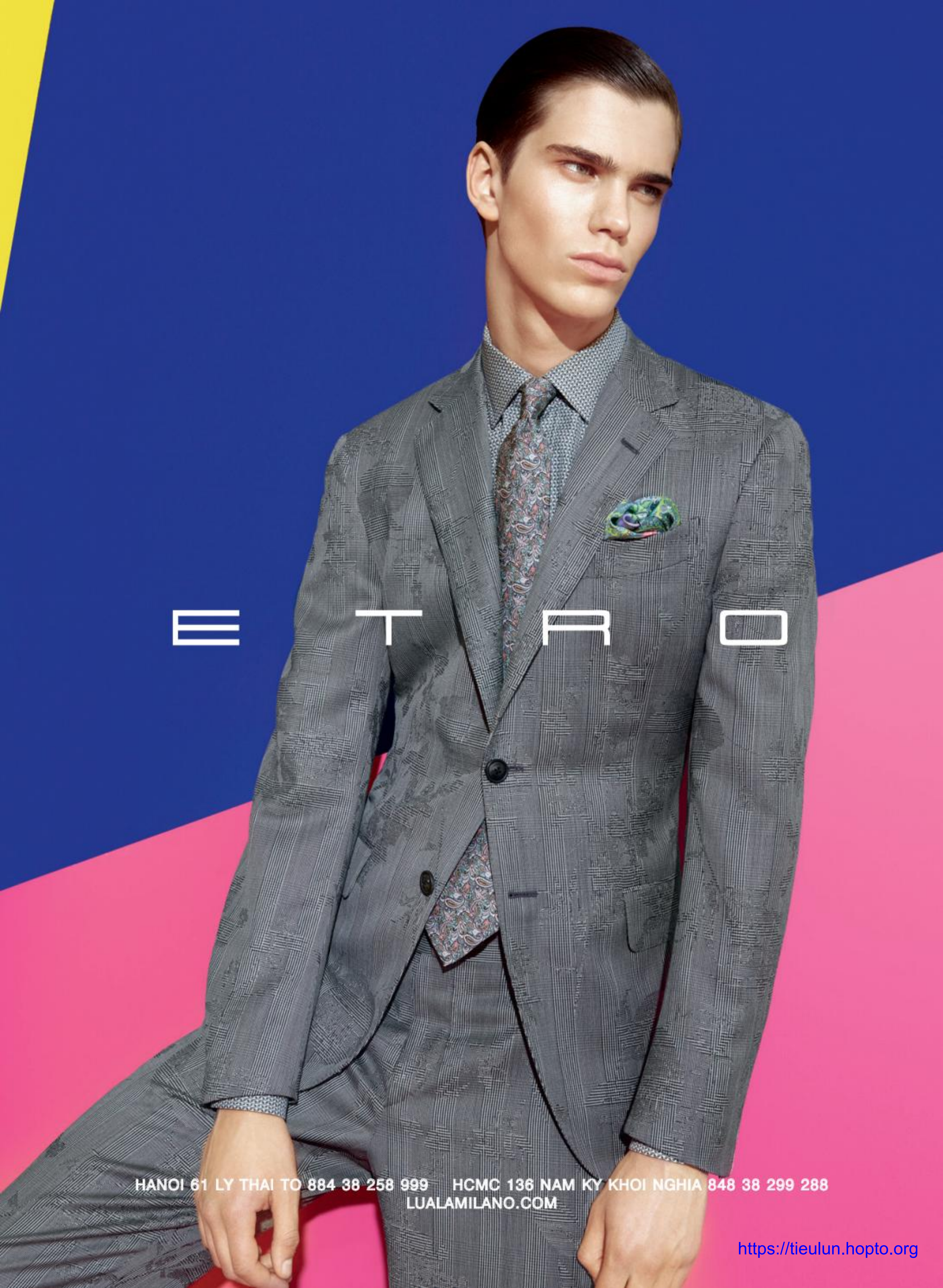
Vụ kiện tụng giữa Apple và Samsung về cáo buộc công ty điện tử viễn thông số 01 Hàn Quốc đã vi phạm bản quyền sở hữu trí tuệ các thiết kế của “Quả táo cắn dở” đang nhận được sự ủng hộ của các nhà thiết kế thời trang tên tuổi như Alexander Wang, Calvin Klein, Dries Van Noten... cùng những cái tên khác như Giám đốc sáng tạo của Microsoft, Giám đốc thiết kế của Bentley. Được biết rằng, vụ kiện tụng về khoản chi phí bồi thường của Samsung cho Apple vì đã vi phạm bản quyền sở hữu trí tuệ cho các thiết kế đã bắt đầu từ năm 2012 khi toà án Mỹ phán quyết Samsung có trách nhiệm bồi thường một khoản tiền cho Apple là 930 triệu đô. Tuy nhiên, hãng sản xuất điện thoại tới từ Hàn Quốc đã có một “pha lợi ngược dòng” và đảo ngược tình thế, giúp cho khoản tiền nộp phạt của họ còn \$548 triệu. Tuy nhiên, thắng lợi này của Samsung đã khiến không ít nhà thiết kế lo ngại rằng nó sẽ khuyến khích việc vi phạm bản quyền nên đã quyết định cùng nhau đứng về phía Apple và bảo vệ cho hãng sản xuất điện thoại này qua một văn bản góp ý (amicus brief).



GUCCI BAMBOO

Vũ phi tối tân của phái đẹp.

Với tư cách là đại diện cho chiến dịch mới của Gucci, nữ diễn viên Wonder Woman là hiện thân của tinh thần độc lập, của mùi hương mãnh liệt nhưng vẫn dịu dàng đầy nữ tính. Gucci Bamboo là thiết kế dành cho những quý cô hiện đại với nét quyến rũ nữ tính không thể bắt chước và nó hội tụ đủ những yếu tố mà chúng tôi cần cho hương nước hoa vào thời tiết ấm, mùi hương có thể lưu giữ cả một ngày dài. Đó là sự mới mẻ nhưng đặc biệt, nâng cao tinh thần nhưng gợi cảm. Gucci Bamboo hội tụ đủ sự hoà hợp hoàn hảo giữa sức mạnh và nữ tính, một mùi hương mà các quý cô đã chọn để “khoác” lên mình, mang lại sự cho họ sự cân bằng và tự tin từ phòng họp cho đến những bữa tiệc buổi tối. Sẽ không một ai có thể cưỡng lại được hương thơm quyến rũ của Gucci Bamboo, thứ sẽ mang đến sự điểm tĩnh và tự tin cho phái đẹp.



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

<https://tieulun.hopto.org>



SALVATORE FERRAGAMO

Và cuộc chiến nhân tuyển mới.

Michele Norsa – CEO của Salvatore Ferragamo – sẽ từ chức sau 10 năm điều hành và quản lý hãng. Chủ tịch tập đoàn thời trang người Ý, ông Ferruccio Ferragamo cho biết ông rất biết ơn Norsa vì những cống hiến hết mình trong một thập kỷ qua với hãng. Ông nói thêm “Tôi nợ ông ấy một lời cảm ơn sâu sắc trước mặt mọi người” khi đang ngồi họp với Ban giám đốc. Như vậy, có thể thấy rằng nước Ý đang diễn ra một cuộc đại cách mạng với những màn “chuyển nhượng” cho những vị trí quan trọng. Cụ thể, Roberto Cavalli đã bổ nhiệm một CEO cũ của Versace; Versace thì tuyên bố Jonathan Akeroyd – một CEO lâu năm của Alexander McQueen – sẽ về làm Giám đốc điều hành cho Versace sau khi đã được hãng “chiêu mộ” hồi tháng 05. Cuối cùng, Eraldo Poletto – CEO cũ của Furla – sẽ đảm nhận chức vụ của Norsa tại Salvatore Ferragamo.



PURA MELA

Thời trang cao cấp phong cách italia.

Pura Mela, nhãn hàng thời trang cao cấp phong cách Ý được dẫn dắt bởi Giám đốc sáng tạo người Ý – Melania Pintus – mới đây đã chính thức ra mắt tại Hà Nội, Việt Nam. Bằng tình yêu sâu sắc đối với đất nước xinh đẹp Việt Nam, với mong muốn được mang tới quý khách hàng, công chúng những tác phẩm hoàn hảo, phù hợp với phom dáng người Việt, nổi bật phong cách cá nhân, hoà chung cùng dòng chảy thời trang thế giới, chúng tôi – Thương hiệu thời trang cao cấp phong cách Ý – Pura Mela hân hạnh được có mặt, phục vụ quý khách hàng Việt Nam. Trong cái tên của thương hiệu thì Pura chỉ sự hoà quyện nhuần nhuyễn, tinh tế giữa các yếu tố cơ bản tượng trưng cho tiêu chí, phong cách của nhãn hàng bao gồm: Không khí – Nước – Lửa – Đất. Còn Mela – quả táo ngọt ngào – tượng trưng cho trí tuệ thông thái và sự lãng mạn, bay bổng đậm chất “yêu” như tình yêu ngọt ngào của chàng Paris đối với nữ thần xinh đẹp Aphrodite trong thần thoại Hy Lạp.



GWYNETH PALTROW

Muốn tách khỏi Goop.

Người đàn bà làm chủ trái tim của Iron Man mới đây vừa tiết lộ kế hoạch sớm rời khỏi ấn phẩm lifestyle Goop (do chính cô thành lập năm 2008). Trả lời phỏng vấn tạp chí Vanity Fair tại Hội nghị Thượng đỉnh được tổ chức ở Chicago, cô chia sẻ “Tôi luôn tìm cách phát triển Goop, tìm cách để có thể tách ra khỏi Goop và để ấn phẩm phát triển như một thương hiệu độc lập. Mong ước của tôi là một ngày nào đó, sẽ không ai còn nhớ đến những gì tôi đã làm cho ấn phẩm và tôi không liên quan đến nó.”

Mặc dù chủ đích của Gwyneth Paltrow là tách khỏi Goop nhưng cô cũng chia sẻ, cô đã rất vui khi được dẫn dắt tạp chí. “Những thử thách tôi phải đương đầu mỗi ngày kể từ khi thành lập và điều hành kinh doanh thật sự thú vị nhưng cũng vô cùng đáng sợ. Đó quả là một hành trình tuyệt vời.”



Paul

Switu



LVMH

Bán Donna Karan cho G-III Apparel.

Trong phỏng vấn trả lời BoF, ông Pierre-Yves Roussel, Chủ tịch và CEO của LVMH Fashion Group đã chia sẻ: “Chúng tôi không định bán Donna Karan International. Mọi việc đang được chúng tôi điều hành rất tốt, và tôi thậm chí nghĩ rằng chúng tôi đang phát triển... Nhưng G-III đã đưa ra một cái giá không thể hời hơn.” Vậy cái giá mà G-III - một công ty chuyển sản xuất trang phục dưới giấy phép nhượng quyền của những cái tên như Calvin Klein, Tommy Hilfiger và Karl Lagerfeld - là bao nhiêu? Câu trả lời của BoF là \$650 triệu. Vị chiến lược gia của LVMH Fashion Group cũng khẳng định, nếu không nhận được lời chào mời “béo bở” của G-III, Donna Karan International sẽ vẫn thành công chỉ sau 02-03 năm tới. Tuy nhiên, ông cũng thừa nhận vị trí tốt hơn cho Donna Karan là ở G-III chứ không phải ở LVMH Fashion Group.



RAF SIMONS

Và cuộc chinh phục mới ở Calvin Klein.

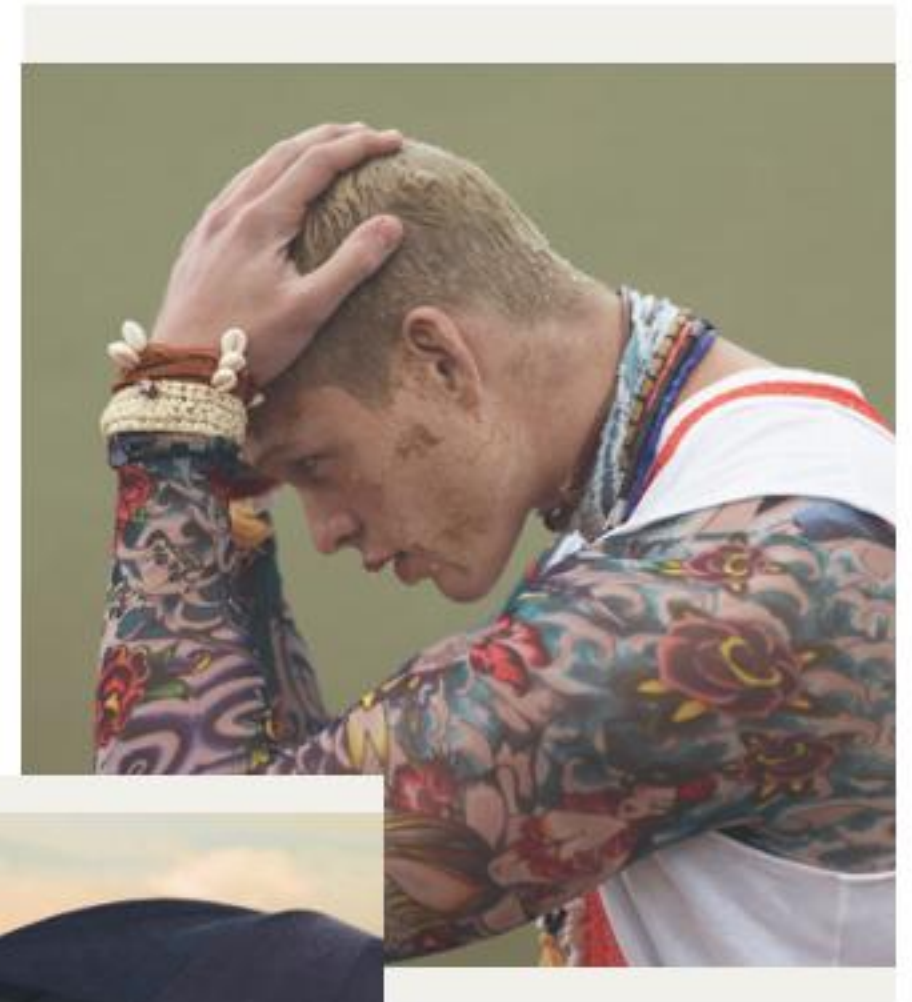
Raf Simons mới đây đã được chính thức bổ nhiệm vào vị trí Giám đốc sáng tạo của Calvin Klein. Thông tin này cũng được hãng chia sẻ trên các trang mạng xã hội như Instagram, Facebook và Twitter. CEO của Calvin Klein, ông Steve Shiffman cho biết: “Sự đóng góp (mới này) của Raf Simons trong vai trò Giám đốc sáng tạo báo hiệu một bước ngoặt quan trọng cho tập đoàn. Kể từ sau cuộc chuyển giao số một từ người sáng lập thương hiệu là ngài Calvin Klein, tất cả các dòng sản phẩm của thương hiệu chưa từng được phát triển và quản lý tập trung dưới một định hướng sáng tạo. Tôi tin rằng quyết định này sẽ mang đến một dấu ấn mạnh mẽ cần thiết cho tương lai của thương hiệu.” Được biết, ekip của Raf sẽ chính thức ra mắt BST Thu – Đông 2017 cho dòng sản phẩm Calvin Klein Collections vào tháng 1/2017. Sự kiện này hứa hẹn sẽ là một trong những cột mốc được đón chờ nhiều nhất, và sẽ là một điểm sáng của Tuần lễ thời trang New York sắp tới.



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 bật 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?”



DSQUARED2





KALLISTA

Giới thiệu bộ sưu tập nội thất Paletta.

Mới đây, Kallista (thương hiệu hàng đầu thế giới về thiết kế và cung ứng các thiết bị nhà bếp và phòng tắm cao cấp, thuộc sở hữu toàn phần của Kohler) hợp tác với nhà thiết kế nội thất tài năng Laura Kirar để giới thiệu bộ sưu tập nội thất mới Paletta. Paletta là bộ sưu tập thứ hai mà Laura Kirar cộng tác với Kallista. Là sự kết hợp giữa nghệ thuật hình khối với phong cách điêu khắc cổ điển, bộ sưu tập gồm hai phiên bản Pinna Paletta và Pure Paletta. Với Pinna Paletta, tính cá nhân và tầm nhìn của Laura được tái hiện một cách khéo léo khi đan xen phương thức thiết kế hình khối truyền thống với chất nghệ sĩ của chính cô nhằm làm hài hòa hoặc đôi khi tạo nên sự tương phản. Pinna Paletta mang đến cho người dùng nhiều trải nghiệm xúc giác độc đáo khi chạm vào thanh nâng, vòi nước và tay chỉnh bởi các phần này đều có đường chạm khắc tinh xảo, được tạo nên một cách tỉ mỉ bằng máy chế tác đồ trang sức.



NHÀ HÁT OPERA SYDNEY

Và dự án cải tạo 202 triệu đô.

Mới đây đã có thông tin tiết lộ dự án cải tạo Nhà hát Opera Sydney có tổng chi phí lên tới 202 triệu đô. Chính quyền tiểu bang NSW đã vạch ra bốn lĩnh vực chính cần đổi mới cho nhà hát là: Nâng cấp hiệu ứng âm thanh để phù hợp với không gian nhà hát; Chuyển đổi không gian làm việc thành một trung tâm học tập sáng tạo mới; Xây dựng một trung tâm chức năng cao cấp; Cải thiện tiến sảnh. Như vậy, có thể nói đây là dự án cải tạo và nâng cấp hoành tráng nhất cho công trình của cố kiến trúc sư đại tài Jørn Utzon kể từ năm 1973. Theo Bộ trưởng Bộ Nghệ thuật, ông Troy Grant, mục đích chính của dự án này là “Để cải tiến và đảm bảo đáp ứng được nhu cầu cũng như sự mong đợi của khán thính giả, các nghệ sĩ và 8,2 triệu người tham quan mỗi năm.

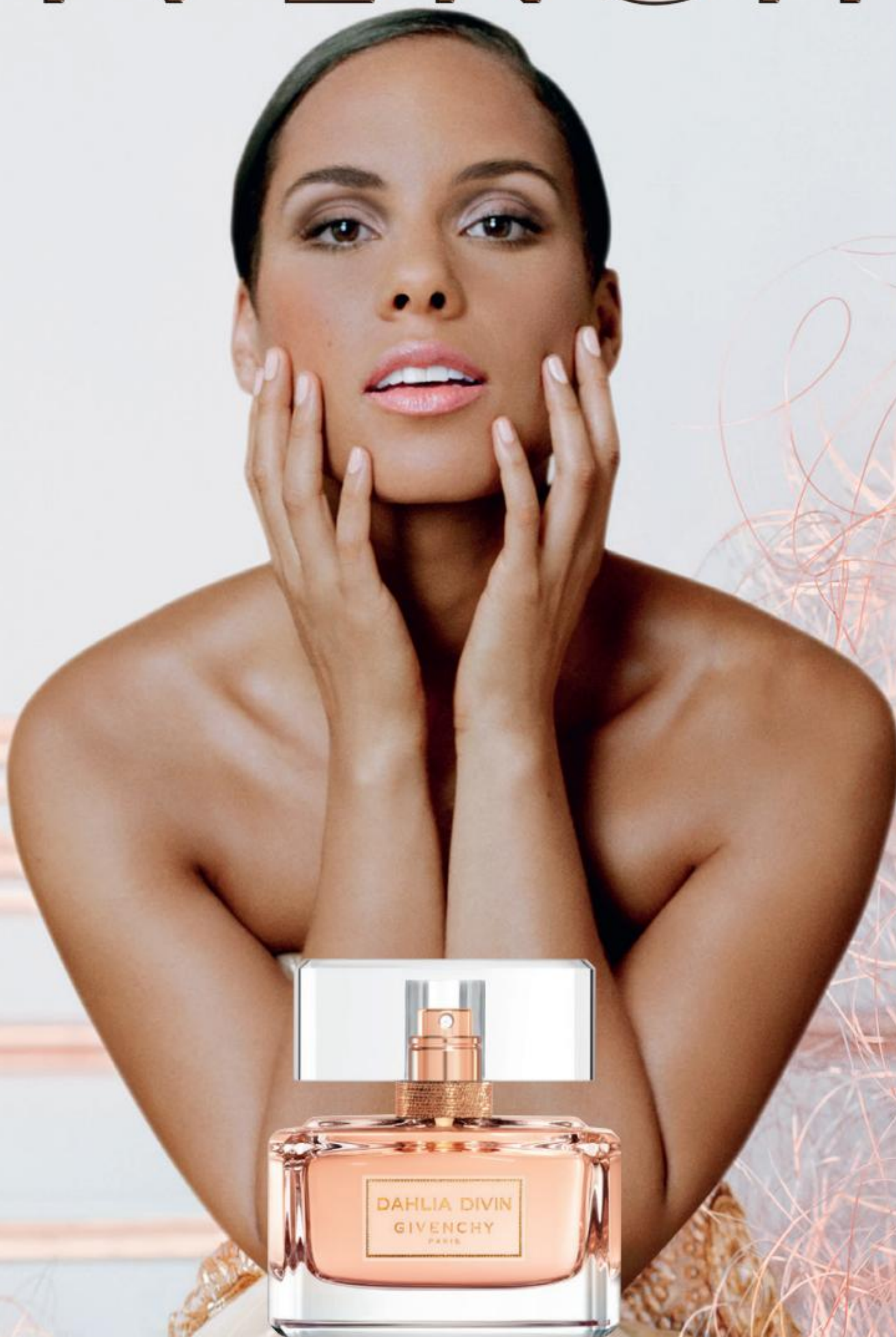
BEOPLAY A2

Mẫu loa Bluetooth đầu tiên của Bang & Olufsen.



Thiết bị này hội tụ đầy đủ những cải tiến vượt trội về âm thanh, chức năng cũng như thiết kế của một hệ thống loa tiên tiến nhất. Là chiếc loa di động đầu tiên trên thế giới sử dụng công nghệ âm thanh “omni-directional” - True360, Beoplay A2 hòa toàn có thể giúp người nghe thưởng thức âm thanh hoàn hảo cho dù được đặt ở bất cứ vị trí nào. Beoplay A2 được thiết kế gồm 2 kênh trên mỗi bên đồng thời áp dụng giải pháp mới của Bang & Olufsen có tên gọi “Power Response Enhancement”. Giải pháp này tích hợp thêm một chiếc loa cao tần vào phía sau của trình điều khiển chính nhằm phát ra âm thanh với tần số cao xung quanh các cạnh bên. Được kết hợp với giải pháp phân tán âm thanh dựa trên công nghệ “omni-directional” của các trình điều khiển loa chính ở tần số thấp, Beoplay A2 mang lại cho người nghe trải nghiệm âm thanh vượt trội với tên gọi True360 – âm thanh mạnh mẽ lan tỏa khắp căn phòng từ mọi hướng.

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 | BÀ TRIEU | 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 Văn Hóa và Thể Thao Thành phố Hồ Chí Minh là 18/2019/GP-XN-NĐ.



POLIFORM

Giới thiệu mẫu ghế bành Mad King.

Poliform dẫn đầu cho những ý tưởng táo bạo bắt nguồn từ sự đam mê tự nhiên với thiết kế. Các sản phẩm nội thất Poliform nhấn mạnh thời gian và không gian tạo nên những cảnh quan không thể diễn tả hết bằng lời. Một yếu tố nữa khẳng định sự xuất sắc của Poliform trong việc diễn giải những phong cách phức tạp, trong những môi trường đa dạng như chính cá tính của những chủ nhân đang sử dụng. Ghế bành Mad King – điển hình tiêu biểu cho phong cách hoàn hảo từ Poliform – mô tả một hình ảnh thanh mảnh, gọn gàng ghi dấu một sự xuất hiện mới mẻ và ấn tượng, được quyết định trong thành phần cấu tạo hoàn chỉnh: một chiếc ghế bành tiện dụng với một trong hai tay vịn có thể thay thế bằng một chiếc khay gỗ linh hoạt và hữu ích. Phần chân gỗ được phủ vải và da sắc sảo, tạo nên một tổng thể hoàn thiện và thư giãn để khách hàng có thể cảm nhận được sự thoải mái kể cả khi bản thân họ đang không thực sự như vậy.



CHRIST & GANTENBEIN

Bước đầu hoàn thiện việc nâng cấp Bảo tàng quốc gia Thụy Sĩ.

Tác phẩm kiến trúc năm 1898 của kiến trúc sư Gustav Gull đã đặt ra một nhu cầu bức thiết đối với việc cải tạo và nâng cấp khi số lượng tác phẩm bảo tàng trưng bày vượt quá không gian đáp ứng của bảo tàng. Để giải quyết nhu cầu này, cái tên Christ & Gantenbein đã được lựa chọn sau khi chiến thắng một cuộc thi về thiết kế cho dự án mở rộng bảo tàng vào năm 2002. Thiết kế không gian mới (new wing) của bảo tàng mang phong cách vô cùng hiện đại, tạo nên một đối chọi gay gắt nhưng đầy thú vị với công trình kiến trúc cổ và cả công viên Platzspitz Park ở gần đó. Tuy nhiên, được biết đây vẫn chưa phải điểm cuối của dự án tái phát triển bảo tàng (thành cơ quan cấp viện). Không gian phía Tây (west wing) và toà tháp sẽ được đóng cửa vào năm 2017 để tu bổ và mở cửa lại vào năm 2020.



MARCEL WANDERS

Giới thiệu bộ sưu tập nội thất Dream.

Chúng ta ai cũng có những ước mơ. Nhưng trên tất cả, chúng ta có khả năng biến giấc mơ thành sự thật. Đó là lý do vì sao Marcel Wanders cho ra mắt bộ sưu tập Dream với các mẫu giường và phụ kiện phòng ngủ được thực hiện với cảm giác thoải mái tối đa từ chất liệu tạo thành. Chất lượng sản phẩm cũng tới cả từ sự khéo léo của người thợ tài hoa, uy tín của thương hiệu. Sự hợp nhất giữa thực tế và trí tưởng tượng, nét hài hòa giữa thực tại và giấc mơ để mang đến những điều tốt đẹp cho cuộc sống. Việc chuyển đổi ý tưởng thành sản phẩm hữu hình, đây là bộ sưu tập của giấc mơ tồn tại trong đời thực.

GOLDEN LYPRES® SINGAPORE

BƯỚC ĐƯỜNG PHÁT TRIỂN LÀ NHỮNG NỐT THĂNG HOÀN HẢO

TS. Ewa Hudson – người đứng đầu các nghiên cứu sức khỏe tại Euromonitor International cho biết: “Con người ngày càng chú ý nhiều hơn đến nguồn gốc của các sản phẩm thực phẩm mà họ sử dụng. Do đó, những loại thực phẩm chức năng sử dụng nguyên liệu tự nhiên, sạch và an toàn đang dần chiếm ưu thế áp đảo so với những loại sản phẩm tăng cường trước đây”.

Thuần thiên nhiên là điều tất yếu tạo nên chất lượng các sản phẩm chăm sóc sức khỏe ngày nay, nhưng **GOLDEN LYPRES®** không chỉ dừng lại ở một sản phẩm đến từ tự nhiên mà còn sở hữu những giá trị chỉ có thể tìm thấy ở những dòng sản phẩm cao cấp và xa xỉ.

Với hơn 10 năm nghiên cứu và sự đầu tư mạnh mẽ để phát triển, **GOLDEN LYPRES®** hiện nay đã có mặt tại nhiều địa điểm và được giới thượng lưu cũng như người tiêu dùng ở nhiều nước nhận định, đánh giá là một sản phẩm chăm sóc sức khỏe toàn diện có chất lượng cao, độ tinh khiết hiếm thấy và đặc biệt mang đến nhiều công dụng ưu việt cho sức khỏe con người.

- **T**huần thiên nhiên, hoàn toàn không sử dụng phụ gia và chất bảo quản
- **Đ**ộ tinh khiết cao cùng tỷ lệ thành phần độc đáo
- **K**ỹ thuật vi tinh thể tăng khả năng hấp thu
- **B**ao bì hiện đại sang trọng, giúp tránh nắng và oxy hóa



Bên cạnh chất lượng, người tiêu dùng ngày nay còn quan tâm đến sự tiện lợi. Sự phát triển như vũ bão của các trang mạng xã hội và thiết bị công nghệ là điều kiện tất yếu kéo theo sự tăng mạnh về nhu cầu giao dịch trực tuyến tại thị trường Việt Nam nói riêng và Thế giới nói chung.

Tiếp nối sự thành công và tiếp tục phát triển toàn diện, **GOLDEN LYPRES®** ra mắt trang bán hàng trực tuyến. Website ra đời đem đến cho Quý khách hàng thêm một địa chỉ uy tín để tiếp cận thông tin sản phẩm và mua hàng một cách tiện lợi. Sức khỏe và lợi ích của khách hàng là những gì mà **GOLDEN LYPRES®** quan tâm nhất. Chúng tôi rất vui mừng khi nhận được rất nhiều phản hồi tích cực cũng như những nụ cười hài lòng với chất lượng và dịch vụ mà sản phẩm mang lại.

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

Trang bán hàng trực tuyến: www.goldenlypres.com

Tư vấn và mua hàng trực tiếp tại:

Cửa hàng **GOLDEN LYPRES®** tại Sheraton Saigon Hotel & Towers

Địa chỉ: 80 Đông Du, P. Bến Nghé, Q1, TP.Hồ Chí Minh

Điện thoại: (08) 3 8276446 - Email: pvservice@hsbiotech.com - Website: www.hsbiotech.com



MICHAEL MALTZAN

Thiết kế Trung Tâm Thế Nghiệm Nghệ Thuật cho Đại học Rice.

Công ty kiến trúc Michael Maltzan Architecture mới đây vừa ra mắt những hình ảnh về thiết kế của họ cho trung tâm nghệ thuật Moody Center for the Arts tại Đại học Rice, Houston, Texas. Được biết trung tâm này sẽ mở cửa chào đón công chúng vào ngày 24/02/2017. Công trình được ấp ủ trở thành một không gian đa chức năng, khuyến khích tư duy sáng tạo. Đây sẽ vừa là nơi thai nghén, thể hiện các hình thức nghệ thuật đa chiều, vừa là nơi giảng dạy và chia sẻ ý tưởng của các nghệ sĩ trong và ngoài nước. Với mức đầu tư lên tới \$30 triệu, và nằm trên một diện tích rộng 50.000 feet vuông (khoảng 4645 m vuông), trung tâm sẽ gồm một không gian triển lãm nghệ thuật, một phòng chiếu phim 150 chỗ, một phòng trình diễn nghệ thuật thể nghiệm, và một quán café. Toàn bộ những không gian này được đặt trong một không gian tràn ngập ánh sáng, trong đó có phòng thí nghiệm được trang bị hiện tại, bên cạnh các quầy hàng gỗ, quầy kim loại, khu sơn màu, các phòng học, thư viện công nghệ cùng phòng chỉnh sửa video.



ARCHITENSIONS

Trở thành ứng viên tiềm năng cho thiết kế Civic Center nhờ sử dụng cây xanh bản địa.

Công ty kiến trúc có trụ sở tại New York, Architensions mới đây vừa công bố mẫu thiết kế Rising Ryde của mình cho trung tâm Ryde Civic Center ở Sydney, Úc. Với nỗ lực tạo ra một liên kết chặt giữa công trình với môi trường xung quanh, ý tưởng của Architensions là một công trình lấy cảm hứng từ kết cấu của một quả đồi với các "thảm thực vật" bản địa. Architensions tin rằng với cách làm này – tạo ra một tổ hợp các kết nối xã hội với những tương tác với thiên nhiên, yếu tố con người sẽ được tập trung và ưu tiên. Tòa nhà được kết cấu bởi rất nhiều ô vuông không gian. Các kiến trúc sư của Architensions đã khéo léo kết hợp hệ thống dẫn khí của tòa nhà với các giếng trời xen kẽ giữa khu vực công cộng và khoảng xanh đô thị. Có thể khẳng định, với quy mô của một thành phố thu nhỏ với những mật độ phân bố dân cư khác nhau, kết hợp với các không gian dành cho văn phòng, các khu vườn và các cụm công trình khác, dự án này sẽ có nhiều cơ hội trở thành lựa chọn của Ryde Civic Center.



CHARLESTON, SOUTH CAROLINA, MỸ

Được bình chọn là Thành phố thân thiện nhất thế giới.

Trong cuộc khảo sát thường niên do tạp chí du lịch danh tiếng Conde Nast Traveler (Mỹ) thực hiện, Charleston đã được lựa chọn là Thành phố thân thiện nhất thế giới nhờ vẻ đẹp quyến rũ đậm chất miền Nam, văn hóa ẩm thực phong phú cùng các kiến trúc xây dựng độc đáo. Ngay sau là Sydney, quán quân năm ngoái. Ở vị trí thứ 3 là Dublin của Ireland, tiếp đến là Queenstown ở New Zealand - điểm đến lý tưởng cho những du khách ưa mạo hiểm. Điểm mặt trong top 5 thành phố thân thiện nhất thế giới còn có Park City thuộc bang Utah, miền Tây nước Mỹ..



BẢO TÀNG HÀ NỘI

Được bình chọn là một trong 36 bảo tàng có kiến trúc đẹp nhất thế giới!

Nằm trên đường Phạm Hùng, Bảo tàng Hà Nội là một trong những công trình quan trọng khánh thành nhân dịp đại lễ 1.000 năm Thăng Long-Hà Nội. Với khuôn viên rộng rãi hơn 50.000m², tòa nhà gồm bốn tầng nổi và hai tầng hầm, chiều cao 30,7m, diện tích xây dựng gần 1,2ha, diện tích sàn xây dựng hơn 30.000m². Đặc biệt, kiến trúc công trình có dạng kim tự tháp ngược, với cầu thang xoáy ốc đưa khách đến các khu trưng bày. Đây chính là yếu tố để tờ Business Insider bình chọn là một trong những bảo tàng có kiến trúc đẹp nhất thế giới. Cùng với Bảo tàng Hà Nội, các bảo tàng khác cũng nằm trong danh sách những bảo tàng có kiến trúc đẹp nhất thế giới (của Business Insider) là Bảo tàng Hoàng cung (Trung Quốc), Bảo tàng Guggenheim Bilbao (Tây Ban Nha), Bảo tàng lịch sử tự nhiên (London, Anh), Bảo tàng Louvre (Paris, Pháp), Bảo tàng Do Thái (Berlin, Đức), Bảo tàng Royal Ontario (Canada), Bảo tàng lịch sử Moskva (Nga), Bảo tàng Louis Vuitton (Paris, Pháp), Bảo tàng nghệ thuật Metropolitan (New York, Mỹ), Bảo tàng Salvador Dalí (Figueres, Tây Ban Nha).../.



ONE THOUSAND MUSEUM

Dự án của những “chung cư” triệu đô!

Là “tác phẩm” của công ty kiến trúc Zaha Hadid, công trình Bảo tàng One Thousand đã được bắt đầu từ năm 2015 ở Miami, Mỹ và hiện đã hoàn thành được 18 tầng. Có vị trí đối diện bảo tàng Pérez Art Museum Miami (một công trình thuộc về công ty kiến trúc Herzog & de Meuron), công trình này có cấu trúc kiểu exoskeleton (hiểu đơn giản là dạng xương), đạt độ cao tối đa trên 210m với hơn 62 tầng. Được biết, dự án này sẽ được hoàn thành vào năm 2018. Công trình sẽ gồm 83 dinh thự với các tiện nghi xa xỉ và sang trọng. Với tên gọi được đặt theo khu vực đối diện, với view “đắt giá” nhìn thẳng sang vịnh Biscayne, mỗi dinh cơ của công trình này có giá ít là trên 06 triệu đô. Và đó chỉ là cái giá áp dụng cho những căn cơ bản với diện tích khoảng 427,3m vuông.



VIỆN BẢO TÀNG NGHỆ THUẬT JOLIETTE

Musée d'art de Joliette (Viện Bảo tàng nghệ thuật Joliette) được công nhận là bảo tàng nghệ thuật quan trọng nhất của Quebec.

Tiếp tục phát huy di sản từ nửa thế kỷ trước, Bảo tàng Joliette không ngừng phát triển bộ sưu tập đồ sộ của mình. Hiện bộ sưu tập các tác phẩm nghệ thuật của bảo tàng đã gồm 8.500 tác phẩm, được phân loại theo bốn hạng mục sau: Nghệ thuật Canada, Nghệ thuật Châu Âu, Nghệ thuật đương đại và Khảo cổ học. Mục tiêu của bảo tàng là nhằm tăng cường sự kết nối với công chúng. Dự án đòi hỏi một sự nâng cấp phù hợp với không gian hiện có, bao gồm cả việc cải tạo tầng hầm; thay thế tất cả các hệ thống cơ khí và điện; xây dựng không gian văn phòng mới... Từ khi khánh thành, bảo tàng đã trở thành một nơi quan trọng cho các hoạt động xã hội như hội họp, biểu diễn, triển lãm, hướng dẫn du lịch, giải trí và các buổi hoà nhạc.

MẶT TRÁI CỦA SEE NOW, BUY NOW





TOÀN BỘ NGÀNH CÔNG NGHIỆP THỜI TRANG ĐANG TUNG HÔ VÀ XEM SEE NOW, BUY NOW NHƯ MỘT LIỀU DOPING GIÚP CÁC THƯƠNG HIỆU GIA TĂNG DOANH SỐ. NHƯNG LIỆU NHỮNG KỶ VỌNG CỦA LÀNG THỜI TRANG CÓ THỂ THÀNH HIỆN THỰC? CÙNG ĐỌC BÀI VIẾT ĐỂ KHÁM PHÁ THÊM VỀ NHỮNG MẶT TRÁI CỦA CHIẾN LƯỢC NÀY!

Ngành công nghiệp thời trang vẫn tiếp tục cuộc hành trình phức tạp của nó. Buổi trình diễn những chiếc đầm lấy cảm hứng từ những năm 1980 của Hedi Slimane cuối cùng hóa ra lại là kiệt tác cuối của ông với Yves Saint Laurent. 03 tuần sau show diễn, một danh sách dài những tờ báo và tạp chí thời trang đồng loạt đăng tin ông chấm dứt hợp tác với Saint Laurent sau 04 năm. Vấn đề của Hedi Slimane và thương hiệu là các xung đột trong việc quản lý các quảng cáo các dòng sản phẩm beauty của nhãn hàng. Văn phòng của Hedi Slimane nhanh chóng được đổi chủ, và nó thuộc về một nhà thiết kế người Bỉ: Anthony Vaccarello. Ông là người đã giới thiệu show diễn của mình ở Paris kể từ tháng 01/2009 và giữ vai trò Giám đốc sáng tạo của thương hiệu Versus trong 04 mùa gần đây.

Ngay sau đó là sự bổ nhiệm Bouchra Jarrar vào cái ghế trước đó thuộc về Alber Elbaz. Nhưng đó chưa phải là tất cả, các quyết định về cái ghế bỏ lại của Raf Simons ở nhà Dior liên tục được đưa ra. Đầu tiên là 02 nhà thiết kế in-house Lucie Meier và Serge Ruffieux sẽ chịu trách nhiệm công việc của Raf trong khi thương hiệu tìm được cái tên mới. Và lựa chọn cuối cùng của hãng đã được đưa ra nhanh tới mức Lucie Meier và Serge Ruffieux còn chưa kịp nuôi hi vọng về việc sẽ là người nối tiếp cho những bước đi của các "ông lớn", Maria Grazia Chiuri được xác nhận sẽ là người viết tiếp vinh quang cho "ngôi nhà nghệ thuật" của LVMH, cho di sản của ngành công nghiệp thời trang Pháp.



Nhưng trong mùa mốt này, việc nhà thiết kế nào đi, nhà thiết kế nào ở lại không phải vấn đề nóng hổi và thu được nhiều sự quan tâm nhất. Chủ đề được quan tâm nhất trong mùa mốt này là liệu mô thức của các show diễn thời trang đã diễn ra trong 50 năm nay có nên được tiếp tục? Liệu các thương hiệu có nên áp dụng chính sách "See now, Buy now"? Liệu quy trình 06 tháng sau show diễn các trang phục mới ra store có nên được thay thế bằng sách lược trang phục sẽ được bán ngay sau đêm diễn? Vào tháng 09 tới, Burberry sẽ kết hợp 02 dòng sản phẩm nam và nữ trong một show diễn "không mùa". Các thiết kế sẽ được tung ra bán ngay ở các store của Burberry sau đó. Với cách làm này, khách hàng sẽ là những người trực tiếp hưởng lợi khi có thể mua các sản phẩm gần như ngay lập tức sau show diễn. Các công ty nổi tiếng trong vai trò những đế chế copy-cat chắc chắn sẽ gặp những khó khăn thực sự khi không chỉ họ là mới là người nhanh có hàng bán nhất.

Ở Mỹ, Tom Ford đã huỷ show vào tháng 02 vừa rồi và đưa ra thông báo rằng ông sẽ giới thiệu show diễn của mình vào tháng 09. Tommy Hilfiger thì tuyên bố rằng ông cũng sẽ áp dụng mô thức See Now/Buy Now kể từ bộ sưu tập Xuân – Hè 2017. Nghe thì có vẻ, các nhà thiết kế đang ủng hộ xu hướng này. Nhưng thực tế lại không phải vậy. Hầu hết các nhà thiết kế châu Âu đều phản đối việc áp dụng chiến lược See Now/Buy Now. Vị Giám đốc sáng tạo quyền lực của Chanel, ông Karl Lagerfeld nhận định: "Đó là một mớ hỗn độn." Vị Giám đốc sáng tạo không chỉ của Chanel mà còn của Fendi nhấn mạnh rằng cách làm mới này sẽ là cơn ác mộng với những nhà thiết kế nhỏ và độc lập – những người có doanh thu phụ thuộc vào việc bán buôn hơn là kết quả từ hệ thống cửa hàng.

“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

<https://tieulun.hopto.org>



Dường như thế giới thời trang thực sự chia làm 02 nửa khi một bên ủng hộ chiến lược See Now, Buy Now. Còn bên còn lại thì phủ nhận chiến lược và hệ thống này. Điều đáng nói là những phủ nhận chiến lược này không chỉ tới từ các nhà thiết kế mà còn tới từ chính ông chủ của các thương hiệu. "Ý tưởng See now/Wear now, hay Sell now sẽ bóp chết cái mơ mộng, thèm khát và mong muốn có trong thời trang," Chủ tịch của tập đoàn Kering, ông François-Henri Pinault — người đang nắm trong tay một danh sách dài các thương hiệu như Gucci, Balenciaga, Alexander McQueen, và Bottega Veneta — chia sẻ với tờ WWD. Như vậy, không khó để có thể tiên liệu rằng những cái tên như Gucci sẽ không ủng hộ cho xu hướng See Now, Buy Now này. Ngoài ông François-Henri Pinault, một cái tên quan trọng khác của ngành thời trang như Ralph Toledano, Chủ tịch Ngành thời trang của tập đoàn Puig (đơn vị sở hữu Paco Rabanne) cũng không ủng hộ chiến lược See Now, Buy Now. Theo ông Ralph Toledano, thay vì áp dụng công thức See Now, Buy Now, các công ty nên chú trọng vào các show diễn giữa các mùa (Pre-Fall và Resort) bởi đây đều là các nguồn doanh thu chính của thương hiệu.

Có lẽ điều một trong những điều mà các nhà thiết kế thời trang đặc biệt quan tâm, đây đồng thời cũng là câu hỏi của rất nhiều người là: Liệu See Now, Buy Now có làm mất đi sự sáng tạo của ngành

thời trang hay không? Theo rất nhiều nhà thiết kế thì khi chúng ta đặt quá nặng vấn đề vào doanh số, vào lợi nhuận, tính sáng tạo trong mỗi thiết kế có thể mất đi. Còn với các nhà kinh doanh thì đây giống như một ván cược lớn bởi sẽ không ai biết được khách hàng sẽ phản ứng thế nào với mỗi thiết kế. Với cách làm cũ, chúng ta còn có thời gian để chờ đợi những phản ứng của khách hàng và đưa ra quyết định đúng.

Không thể phủ nhận See Now, Buy Now mang lại rất nhiều lợi thế cho những thương hiệu lớn nhờ các hệ thống phân phối, sản xuất và phát triển cực kỳ chuyên nghiệp. Chính nhà thiết kế Karl Lagerfeld cũng khẳng định về điều này. Ông cho rằng việc này sẽ tạo ra một cạnh tranh bất bình đẳng giữa những thương hiệu lớn và thương hiệu nhỏ. Tuy nhiên, đôi khi chính điểm mạnh của một thương hiệu lại có thể trở thành điểm yếu. Hệ thống sản xuất và phân phối lớn sẽ đồng nghĩa với việc nếu sản xuất và không đáp ứng được thị hiếu của khách hàng, thương hiệu sẽ phải gánh chịu những tổn thất nặng nề. Đây cũng chính là lý do giải thích cho việc tại sao một số thương hiệu ủng hộ xu hướng See Now, Buy Now này đều là những thương hiệu có mối quan hệ chặt chẽ với khách hàng, hiểu rất rõ khách hàng, và có thể dự đoán được doanh số cho mỗi bộ sưu tập.

"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

<https://tieulun.hopto.org>

HERMÈS AW 2016



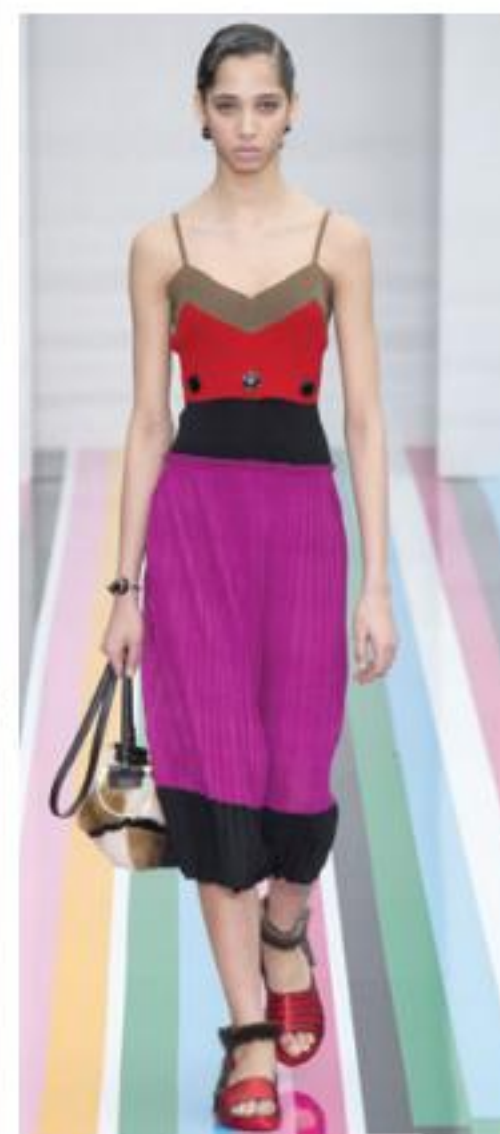
Không chạy theo xu hướng mà luôn chú trọng tới sự thanh lịch, đó là tiêu chí mà nhà thiết kế Veronique Nichanian luôn đề cao trong mỗi bộ sưu tập của Hermès. Với những gam màu đơn giản nhưng tinh tế cùng với chất liệu cao cấp, bộ sưu tập lần này của hãng mang phong cách casual nhưng vẫn toát lên được sự sang trọng và lịch thiệp của những quý ông đam mê đồ hiệu. Dưới đôi bàn tay “kỳ diệu” của những người thợ và óc sáng tạo không ngừng nghỉ của nhà thiết kế Nichanian, những bộ suit tinh tế; những chiếc quần skinny jeans, quần kaki; áo sweater cổ tròn và cổ lọ; áo khoác da sành điệu; phụ kiện đi kèm là những chiếc khăn lụa được in những họa tiết rất “Hermès” đều trở nên đẳng cấp và vô cùng thời thượng. Phải nói rằng, bộ sưu tập Fall/Winter này của Hermès không quá cầu kỳ về màu sắc cũng như kiểu dáng nhưng nó vẫn đem lại những cái nhìn thán phục cho làng thời trang thế giới.



DSQUARED2 AW 2016

Với bộ sưu tập nam mùa mốt Thu Đông 2016, thương hiệu đã phối trộn phong cách Anh Quốc với Nhật Bản cho dòng trang phục mới đầy màu sắc, giao thoa và một tinh thần Dsquared2 nguyên bản. Lấy cảm hứng từ trang phục các chiến binh Samurai, hai nhà thiết kế Dean và Dan Caten đã cho ra đời bộ sưu tập với những thiết kế độc đáo và sáng tạo. Những chiếc quần hakama của Nhật hay những chiếc váy kilt truyền thống của Scotland được mặc ngoài quần hoặc kết hợp với các trang phục khoẻ khoắn để vẫn giữ nguyên nét nam tính. Ngoài ra, các hoạ tiết mang đậm chất Nhật bản như các hoạ tiết lấy từ các bộ trang phục của Geisha hay hoa anh đào đều xuất hiện trong bộ sưu tập cùng với các hoạ tiết hoa, tartan và những chi tiết màu neon gắn trên áo khoác da. Hãng cũng đã khéo léo thêm vào các mẫu áo khoác bomber, quần túi hộp, áo khoác jeans, hoạ tiết camo, graffiti hay giày đan dây tribal... mix match khéo léo tạo nên một bản mash-up độc đáo chỉ có ở Dsquared2.

SALVATORE FERRAGAMO AW 2016



Có thể nói, nhà thiết kế Massimiliano Giornetti đã rất biết cách “chơi” với màu sắc trong bộ sưu tập lần này. Mở màn show là chiếc áo choàng đen phủ kín chân nhưng sau đó nhà mốt đã mang đến một bất ngờ lớn tràn đầy niềm vui và năng lượng qua các trang phục màu sắc tương chừng như chỉ xuất hiện ở mùa Xuân: màu vàng, xanh da trời, san hô... Không ngoa khi khẳng định bộ sưu tập lần này là một bản nâng cấp của bộ sưu tập mùa mốt Xuân Hè khi chất liệu dệt kim một lần nữa được nhà thiết kế tin dùng với các biến tấu thêm qua các chi tiết thắt nút, thắt lưng hay xếp ly. Những chiếc đầm suông đơn giản vô cùng nữ tính với điểm nhấn là các họa tiết zigzag độc đáo, kết hợp với boots da lộn hay giày cao gót quai chữ T (trên mu bàn chân) cá tính đã tạo nên một “bức tranh” màu sắc sinh động. Sự sáng tạo của nhà thiết kế Giornetti còn được thể hiện qua cách ông mix đồ như: váy da bóng đen với điểm nhấn là thắt lưng màu vàng hay chiếc áo choàng đỏ duyên dáng với đường cắt răng thưa dọc theo đường may... Ferragamo và Giornetti đã chinh phục người xem bằng một bảng màu sắc sống động nhưng không kém phần sang trọng.



OSCAR DE LA RENTA AW 2016

Năm 1973, Oscar de la Renta là một trong năm nhà thiết kế người Mỹ dám khuấy động làng thời trang tại Paris. Cũng chính sự kiện đó, với các thiết kế dung hoà được sự đối lập giữa hiện đại và truyền thống, đã ăn sâu vào tiềm thức của người kế vị, Peter Copping, khiến chúng trở thành động lực để ông mài dũa cho những bộ sưu tập về sau. Vì vậy, những gì ta thấy ở show diễn Oscar de la Renta ở mùa Thu Đông năm nay là sự tương phản giữa phong cách đơn giản, sporty, minimal của nước Mỹ trên nền vải chất lượng cao dành cho dân chơi thể thao, được khéo léo cắt may thành những kiểu dáng áo đầm, áo khoác đậm nét truyền thống Pháp. Những chiếc áo lót nâng ngực của các quý cô thời xưa được làm bằng vải len co giãn, những chiếc áo sweater được may bằng thứ vải mỏng như khăn giấy, phô diễn được kỹ thuật cao tay của thương hiệu Oscar de la Renta. Đầu đó vẫn có những ý kiến cho rằng, so với bộ sưu tập Xuân Hè, lần này màu sắc của Copping chưa thực sự bùng nổ. Tuy nhiên, các mẫu thiết kế đậm đà tiệc tinh xảo mang phong cách thế kỷ 18 tại Pháp với những sợi dẹt vàng óng ánh và đính cườm pha lê trong suốt, vẫn đem lại sự thích thú và thành công cho bộ sưu tập.

Alexander McQueen

Mãi mãi một tượng đài



SỰ NGHIỆP THIẾT KẾ THỜI TRANG CỦA ALEXANDER MCQUEEN ĐÃ BẮT ĐẦU TỪ MỘT TÌNH YÊU VÀ TRỞ THÀNH BẤT TỬ BỞI VIỆC KHÔNG NGỪNG NỔI LOẠN.



Phong cách của McQueen luôn có gì đó rất rõ ràng, thậm chí tới cực đoan. Với McQueen chẳng có gì khó trong việc chuyển từ những chiếc quần cạp thấp “bumster” sang những trang phục mang các họa tiết da rắn, hay những bộ cánh Haute Couture cầu kỳ lột tả các kỹ năng cắt may mà McQueen được truyền dạy ở cung đường Savile Row. Thậm chí với McQueen việc giúp phụ nữ có được vẻ duyên dáng, đáng yêu chỉ giống như một cái phẩy tay, hay như việc mang lại những cái nhìn mới mẻ và đầy táo bạo cho nhà Givenchy.

Alexander McQueen được sinh ra với cái tên là Lee McQueen. Anh là con của một người lái xe cab ở khu phía Tây London, nơi được mọi người coi là London thực sự, vào năm 1969. (Và mất năm

2010.) Ngay từ nhỏ McQueen đã bộc lộ thiên hướng nữ tính, và khát khao trở thành nữ giới, và một tình yêu dành cho các trang phục cháy bỏng. Anh đã luôn thiết kế và may vá trang phục cho các chị em gái của mình. Ước mơ đó của McQueen vẫn cứ tiếp tục được nuôi dưỡng và nó đã trở thành tấm vé cho anh tới học việc tại các nhà may nổi tiếng của Savile Row. Trong thời gian ở đây, McQueen đã có cơ hội thực hiện đồ cho những người nổi tiếng như cựu tổng thống Nga Mikhail Gorbachev và hoàng tử xứ Wales.

Tới năm 20 tuổi, McQueen làm việc trong một khoảng thời gian ngắn cho nhà thiết kế người Nhật Koji Tatsuno trước khi quyết định sang Ý. Ở Milan, Ý, McQueen làm việc cho Romeo Gigli, một trong những nhà thiết kế có ảnh hưởng rất lớn tới các sáng tạo của anh về sau. Kế tiếp, McQueen trở về London, ở đây anh đã xin công việc trợ giảng bộ môn cắt may tại trường St Martins, cái nôi của rất nhiều nhà thiết kế nổi tiếng hiện nay, trong số này có cả Stella McCartney. Vận may đã mỉm cười với McQueen tại chính quê hương anh, hết như việc chàng hiệp sỹ trong bộ phim *A Knight's Tale* đi khắp nơi trên thế giới và cuối cùng tìm được vinh quang trên chính mảnh đất của mình. McQueen được mời học cao học ngành thiết kế thời trang, và bộ sưu tập tốt nghiệp của anh được Isabella Blow đặt mua lại toàn bộ với giá £5.000. Sau đó chính Blow đã thuyết phục McQueen đổi từ Lee thành Alexander và giúp anh cho ra một thương hiệu thời trang mang tên anh.

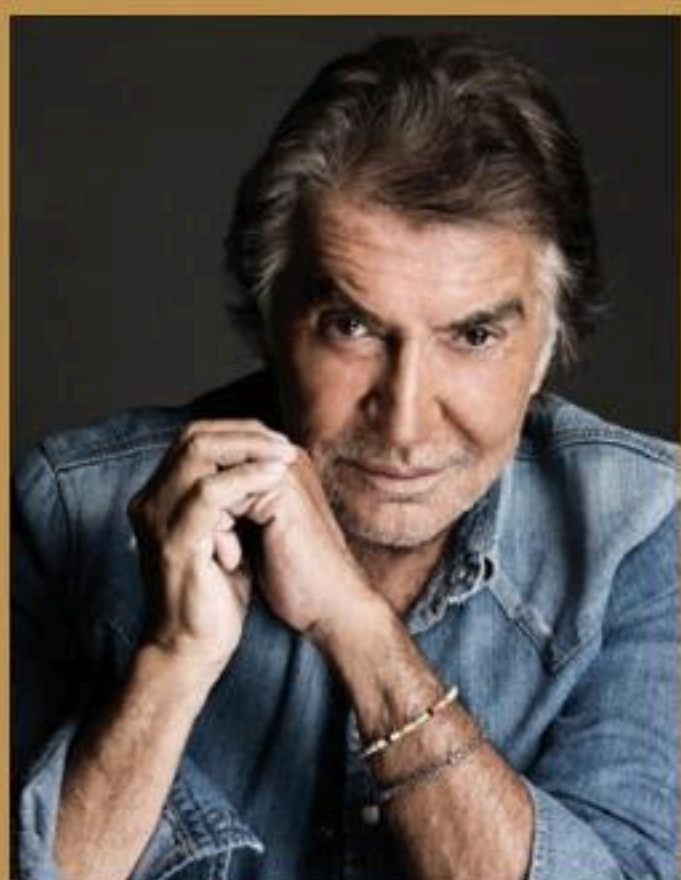
Người ta hay gán cho McQueen khá nhiều biệt danh, và các biệt danh này phần lớn xuất phát từ cái đầu nổi loạn của anh. Chẳng hạn như “enfant terrible” - “kẻ thích sống lập dị” hoặc “hooligan of English fashion” - “tên du côn của làng thời trang Anh.” McQueen gán như nổi loạn ngay từ những thiết kế đầu tiên của mình. Mẫu thiết kế Highland Rape của anh – chỉ cái tên này bạn cũng hiểu sự nổi loạn của McQueen – giống như một phóng túng với các đường kẻ caro đỏ và đen. Đặc biệt trong bộ sưu tập này, vẫn có sự xuất hiện của chiếc quần “bumster” trong chất liệu caro - thứ mà tới nay nhiều người vẫn cho rằng không ai dám mặc một chiếc quần có cạp thấp tới như vậy.

Sự nổi loạn cũng là thứ giúp McQueen thành công, thử nghĩ nếu McQueen không dám mắng ông chủ của Givenchy là chả hiểu tí gì về thời trang, là không tương thích thì McQueen sẽ khó có thể thành lập một thương hiệu riêng và cũng khó có thể bán lại 51% cổ phần của thương hiệu đó cho tập đoàn Gucci để lấy \$50 triệu. Nếu không có sự nổi loạn đó, e rằng những chai, lọ nước hoa, các thiết kế của McQueen sẽ trở thành những thứ nhàn nhạt, khó ưa. Và sẽ chẳng có ai chịu bỏ một xu để mua chúng. Và có lẽ cũng chính vì sự nổi loạn đó mà chúng ta yêu McQueen, và có bài báo bạn đang cầm đọc.



Roberto Cavalli

**Người kích hoạt “ngòi nổ
gợi cảm” cho thời trang**



NGƯỜI TA THÍCH VÍ ROBERTO CAVALLI VỚI KARL LAGERFELD, NHƯNG CÓ ĐIỀU ROBERTO LÀ NỬA TRẮNG, CÒN LAGERFELD LÀ NỬA ĐEN ẨM ĐẠM!



Một chiếc Rolls-Royce Phantom màu bạc khẽ xóc nhẹ khi đang xuôi một con phố ở ngoại ô Florence. Trời ngoài xe tối, chắc đã quá nửa đêm. Trong xe, ở khu ghế sau là ba người mẫu – 2 nữ, một nam. Một trong hai cô gái tỏ vẻ sốt sắng, “Các cậu có nghĩ chúng ta tới muộn không?” Lại một điều, cô gái vừa đặt câu hỏi là một người Mỹ, và tiệc tùng của người Mỹ đâu có khái niệm muộn hay không, hẳn bữa tiệc phải được mong chờ lắm. “Cậu không thể muộn bữa tiệc được,” nam người mẫu cười tinh quái. “Bữa tiệc của Roberto Cavalli là những bữa tiệc không hồi kết, từ ngày này qua ngày khác...” Một villa. Choáng ngợp bởi ánh đèn. Âm nhạc. Những tấm màn nhung đỏ. Những người ăn mặc đẹp, đi lại phô diễn. Thỉnh thoảng lại có ai đó nhảy xuống hồ bơi. Một giọng nói. Một người mẫu khác, một “huyền thoại” khác trong một bộ váy lộng lẫy.

“Đây có phải lần đầu tiên các cậu tới đây không?” Cô gái hỏi. Giọng của cô gái nghe háo hức như tiếng của những viên viagra. “Tớ ở đây được bốn ngày rồi. Nhưng thực ra tớ nghĩ tớ đã ở đây được gần một

tháng...” một người mẫu gần đó cho biết. Cách đó không xa một chiếc trực thăng vừa hạ cánh, những cánh quạt của chiếc trực thăng như xé toạc bầu trời, nhưng vẫn chẳng ai buồn ngoái mắt nhìn lên. Ở kia chẳng phải Theodora – con gái của cây guitar gạo cội của ban nhạc Rolling Stone. “Ở đây thật rõ đại,” Theodora lên lớp giống hệt cha mình. “Thực tế tôi đã định ở Cannes sáu ngày trước, nhưng chẳng hiểu sao cuối cùng vẫn thấy mình tiếp tục ở đây.” Thêm nhiều giọng nói khác. “Tôi không thể tìm thấy ông ta.” “Có ai thấy ông ta ở đâu không?” “Hắn chỉ ở đâu đó thôi.” “Tôi thực sự muốn gặp ông ta.”

Sự im lặng đột nhiên chiếm lĩnh toàn bộ tâm trí của những người đang mãi mê chèn chén. Một vài giây sau, đột nhiên có giọng ai đó như phá vỡ toàn bộ không gian câm lặng đè nặng lên ngực mọi người. “Tôi phải đi, tôi nghĩ chắc chắn ông ta chỉ ở đâu đó đây thôi.”

Rồi đột nhiên khi những hàng mi bắt đầu thấy trĩu nặng vì tiệc tùng thì nhiều, bọt champagne nổ đầy trời, và Roberto Cavalli đột ngột xuất hiện. Có tiếng ai đó vọng lên, “Roberto! Ông ở đâu vậy? Ông đã bỏ lỡ bữa tiệc!” “Bỏ lỡ bữa tiệc ư,” Roberto đáp lại tiếng nói. “Làm sao tôi có thể bỏ lỡ bữa tiệc nhỉ?” ông tiếp lời rồi ngạo mạn chỉ toàn đám đông đang quay cuồng và mỉm cười nói tiếp “Tôi mới là bữa tiệc thực sự!”

Những cảnh trên có thể là miêu tả cho một quảng cáo truyền hình được đạo diễn bởi Johan Renck đại tài thay vì một chuỗi các sự kiện thực. Đoạn quảng cáo trên đã được phát sóng trên truyền hình và trên các rạp chiếu phim Mỹ như một phần của chương trình marketing cho sự hợp tác của Roberto Cavalli với H&M. Khoảng 20 bộ trang phục cho nam giới và 25 bộ trang phục cho nữ giới – được trưng bày trong hơn 200 cửa hàng tại các trục phố lớn, đã bán hết trong vòng chỉ có một giờ. Tới cuối ngày khai trương, các cửa hàng đã bị vét nhẵn tới mức ngay cả các mannequin cũng không còn quần áo để mặc.

Đó là khoảnh khắc có ý nghĩa với Roberto Cavalli, khoảnh khắc đánh dấu sự phục hưng đáng ngạc nhiên của ông. Thành công của nhà thiết kế không tới từ việc Cavalli lo lắng về những đồng đánh của việc trở nên cực đoan, mà tới từ việc ông gần như lờ đi mọi trào lưu hiện tại, và bám vào thứ sẽ giúp bán hàng. Và thứ bán được hàng là gì, là sex – hay đúng hơn là những đường nét gợi cảm của cơ thể. Hơn 50 năm về trước Cavalli đã bắt đầu sửa chữa những chiếc áo chữ T bán chúng ở những góc phố. Hiện nay, đế chế Cavalli phân nhánh ra làm 16 công ty độc lập, những sản phẩm thuộc đế chế rất đa dạng từ đồ lót, nước hoa, rượu, đồng hồ, các câu lạc bộ đêm, các quán café, kính mắt và quần áo. Các thiết kế của ông được bán trong hàng trăm cửa hàng trên toàn thế giới.

Tuy rằng hiện nay nhà thiết kế đã rời khỏi vị trí Giám đốc sáng tạo của thương hiệu nhưng tin rằng, những gì ông đã từng làm sẽ để lại những dấu ấn không nhỏ cho thương hiệu.





CARTIER'S CACTUS JEWELRY

COLLECTION





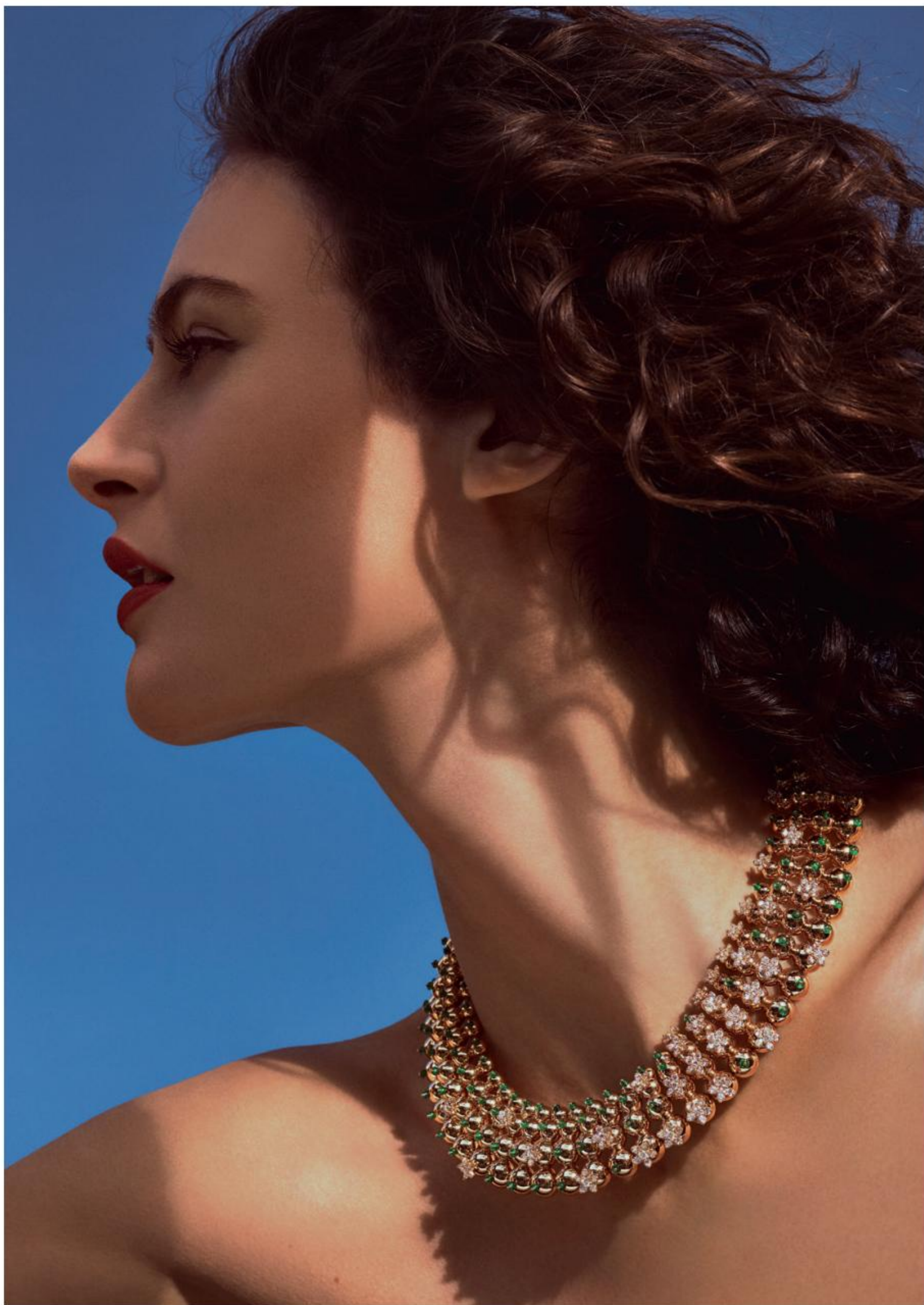


















Urban Outfit



Bottega Veneta



Golden Lypres



Loro Piana



Polo Ralph Lauren



Edward Green



RIMOWA



Kingsman

Lịch lãm bên ngoài và sự thịnh vượng sức khỏe bên trong - Điều không thể thiếu với những người đàn ông hiện đại và mạnh mẽ. GOLDEN LYPES là sự lựa chọn khẳng định đẳng cấp của phái mạnh.

Party Guy

Dưới đây là những lựa chọn hoàn hảo cho những buổi tiệc tối. Hãy kết hợp thêm với một vài phụ kiện có tính ứng dụng cao, bạn có thể đi thẳng từ công sở tới các buổi lễ của âm nhạc và màu sắc.



Dolce & Gabbana



Tom Ford



Tom Ford



Golden Lypres



Larvin



Hugo Boss



Loewe



Etro

Kingsman



Montblanc



Brunello Cucinelli



Golden Lypres

New Classic

Cho một phong cách cổ điển mà vẫn hiện đại, những trang phục và phụ kiện dưới đây sẽ là lựa chọn hoàn hảo của bạn.



Tom Ford



Tom Ford



George Cleverley



Emma Willis



Power Suit

Sự mạnh mẽ của những người đàn ông hoàn toàn có thể được khẳng định bởi những phụ kiện và trang phục dưới đây.



Tod's



Ressence



Ermenegildo Zegna



Golden Lypres



Dunhill

Polo
Ralph Lauren

Berluti



Montblanc



Turnbull & Asser



KHÁCH SẠN THỜI TRANG

THỜI TRANG VÀ KHÁCH SẠN ĐANG NGÀY CÀNG CÓ MỐI QUAN HỆ MẬT THIẾT, ĐẶC BIỆT KHI CÁC NHÃN HÀNG THỜI TRANG CHO THẤY NHỮNG MỐI QUAN TÂM TỚI DỊCH VỤ NGHỈ DƯỠNG, CÒN CÁC KHÁCH SẠN THÌ MUỐN KHOÁC LÊN MÌNH NHỮNG CHIẾC ÁO NGHỆ THUẬT VÀ THỜI TRANG!



Hotel Metropole Monte-Carlo

Được thiết kế bởi ông Hoàng thời trang Karl Lagerfeld, Odyssey ở khách sạn Hotel Metropole Monte-Carlo ở Monaco là một khu vực giải trí mới với bể bơi, không gian ăn tối với 15 tấm kính phong cách fresco.



Hotel du Petit Moulin, Paris

Khách sạn này được cải tạo từ một công trình có từ thế kỷ 17 dưới thiết kế của nhà thiết kế thời trang Christian Lacroix. Điểm đặc biệt của khách sạn này là mỗi căn phòng đều khác biệt do nhà thiết kế có tham vọng mang tới với giới mộ điệu một khách sạn thực sự "Couture".





Vivienne Tam Designer Suite, Hotel Icon

Nhà thiết kế gốc Hong Kong hiện đang sống ở Mỹ, Vivienne Tam đã hợp tác và thực hiện cho khách sạn Hotel Icon ở khu Kowloon, Hong Kong một phòng suite đặc biệt. Căn phòng này khá giống với căn hộ của cô ở Manhattan.



Dior Suite, St. Regis New York

Căn phòng sang trọng này của khách sạn St. Regis được lấy cảm hứng từ trụ sở chính của thương hiệu Dior tại Paris với rất nhiều tham chiếu về nhà thời trang. Đây chắc chắn sẽ là một khám phá mới lạ của bạn về sự kết nối giữa nội thất, kiến trúc và thời trang.

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

IMMERBESSERT <https://tielun.hopto.org>



VIENNA THƠ MỘNG

CÓ MỘT VIENNA THƠ MỘNG NHƯ THẾ!

Vienna – thủ đô lãng mạn của nước Cộng hoà Áo - nằm yên bình bên dòng Danube êm đềm. Đây chính là cái nôi của âm nhạc cổ điển Châu Âu, nơi rất nhiều nhạc sĩ nổi tiến như Beethoven, Mozart, Schubert... đã viết nên những bản nhạc bất hủ. Thành phố còn nổi tiếng bởi các địa điểm du lịch độc đáo như cung điện Hoàng gia Hofburg hay vườn thượng uyển Burggarten – cũng là nơi tưởng niệm nhạc sĩ Mozart... Đến Vienna vào mùa thu là đẹp nhất, bởi, ta có thể hưởng trọn vẹn cái khí trời trong lành và ngắm nhìn thành phố lãng mạn này khi đi tàu trên sông Danube.



THE POSH MILANO



MILAN (HAY THEO TIẾNG Ý LÀ MILANO) – LÀ MỘT THÀNH PHỐ NỔI TIẾNG VỚI CÁC NHÃN HIỆU THỜI TRANG CAO CẤP CỦA Ý, NƠI MÀ CÁC THIẾT KẾ TRÊN SÀN CATWALK CÓ MẶT NGAY TRONG CÁC CỬA HÀNG VÀO NGÀY HÔM SAU.

Nói tới Milan, nhiều người ví nó như một thành phố trẻ hay một thành phố mới, mang diện mạo hiện đại hiện đại dù trong lòng nó đầy vết tích của sự cổ kính. Thành phố này còn được biết tới như một “ngã tư quốc tế” bởi những ảnh hưởng lớn của nó đối với các hoạt động thương mại, công nghiệp, âm nhạc, thể thao, văn học, nghệ thuật của khu vực và thế giới... Tới Milan du lịch bạn cần chuẩn bị những gì? Hàng Hiệu sẽ gợi ý một set đồ để bạn có thể trở thành một quý ông Milano thứ thiệt!



Dries Van Noten



Loro Piana



Caruso

Garrett Leight
California Optical

Junghans



Casely Hayford



Valentino



D R Harris



John Lobb



RIMOWA

RIYADH

NƠI TRUNG ĐÔNG GẶP GỠ PHƯƠNG TÂY

SO VỚI ĐẢO CỘ NHÂN TẠO CỦA DUBAI HOẶC ĐIỆN LOURVE CỦA ABU DHABI, RÕ RÀNG RIYADH SẼ KÉM CẠNH VỀ SỨC HÚT ĐỐI VỚI BÁO CHÍ; THÔ KỊCH VỚI CÁC NGÔI SAO VÀ “NHÀ QUÊ” VỚI CÁC TỶ PHÚ. SỰ KHÁC BIỆT CỦA RIYADH NẪM Ở MẤU CHỐT CỦA PHƯƠNG PHÁP PHÁT TRIỂN MÀ SAUDI ARABIA TIẾP CẬN, VÀ ĐÓ LÀ LÝ DO THUYẾT PHỤC ĐỂ BẮT ĐẦU HÀNH TRÌNH TỚI CỦA NGŨ CỦA TRUNG ĐÔNG!





Bước xuống sân bay quốc tế King Khalid ở Riyadh, cảm nhận điều tiên đối với bất kỳ du khách nào sẽ là chẳng nơi nào giống (hoặc có thể sánh) với Saudi. Đó là cảnh hành lý của từng người bị khám xét kỹ lưỡng (vì quốc gia lâm tiến này ghét buôn lậu); là cảnh nhà đón khách của sân bay trắng một màu áo abaya (dành cho phụ nữ) và dishdashas (dành cho đàn ông.) Đó là sân bay cực kỳ tối tân, thẳng cánh và là kiệt tác kiến trúc Hồi giáo.

Được bắt đầu trong những năm 70, sân bay King Khalid hiện ra từ xa, dưới một cổng vòm khổng lồ mang màu sắc của thuyết vị lai và được nối kết với một đền thờ Hồi giáo hình lục giác khổng lồ với chỗ ngồi đủ cho 5000 người cầu nguyện và một khoảng sân đủ rộng để có đủ chỗ thêm cho 4000 người khác. Chi phí cho toàn bộ tổ hợp này vượt quá \$3,2 tỷ và cần tới 10 năm để hoàn thiện. Tuy nhiên, nó chỉ là một cá thể của quần thể các dự án phát triển mà chính phủ Saudi đã thực hiện nhờ vào nguồn lợi tức khổng lồ tới từ các mỏ dầu mỗi năm chảy đều đặn vào ngân khố quốc gia. Với những khách du lịch lần đầu tới đây, kiến trúc thiết kế cao tầng này được đặt cạnh các khoảng không gian rộng rãi truyền thống nơi các lữ khách bận rộn nhất cũng có thể dừng lại và cầu nguyện là một ngạc nhiên thú vị. Nhưng hãy gạt ngạc nhiên, gạt cả những am tường về kiến trúc sang một bên và cùng nhớ lại King Khalid có vị thế cửa ngõ của một quốc gia nơi các công trình cộng đồng đang đua nhau mọc lên. Và nó là biểu tượng số một cho sự căng thẳng, ganh đua của hai xu hướng văn hóa: bảo thủ và cấp tiến đang xuất hiện ở Saudi này.

Kể từ khi sân bay mở cửa đón khách, Riyadh đã buộc khách du lịch phải đối mặt lại với với các định kiến tai tiếng trước đó, và cùng lúc tạo dựng hình ảnh một vùng vịnh mới – một vùng vịnh không phải của người phương Tây. Việc tới được Riyadh vẫn là việc “trên trời”: điều kiện số một theo đạo Hồi, điều kiện số hai (dành cho những người không theo đạo Hồi) là có hộ hàng với một trong những hướng dẫn viên du lịch, hoặc có người bảo lãnh sống ở đây. Khó khăn là vậy nhưng khi đã ở trong Riyadh, du khách sẽ được chào đón hơn cả “thượng đế.” Không thể phủ nhận rằng xã hội Saudi rất bảo thủ và truyền thống, thậm chí trong một số trường hợp bảo thủ chuyển sang cực đoan và độc đoán – nhưng nó cũng rất hiện đại trong quan điểm duy mỹ đương đại, và thực sự hiếu khách với những người lạ có thể hiểu và tôn trọng các tập tục của nó.



Sự căng thẳng này dịch chuyển từ sân bay vào trung tâm thành phố Riyadh, nơi vừa là thủ đô vừa là thành phố lớn nhất Arab Saudi. Trung tâm thành phố là chứng nhân của lịch sử với các gia đình hoàng gia và pháo đài lịch sử Masmak, nơi cuộc chiếm đóng của Ibn Saud dẫn tới sự thành lập của triều đại cầm quyền đương thời. Ở đây, phụ nữ không được phép lái xe, không được giao tiếp với những đàn ông không phải thành viên gia đình. Tuy nhiên thành phố này vẫn “thạo đời,” vẫn thích khoe khoang thể hiện sự có học, có văn hóa và am hiểu của người dân nước mình. Nhờ vào sự hậu thuẫn của các tài khoản ngân hàng đang ngày một phình lên bởi nền kinh tế dầu mỏ, những người dân Saudi Arabia đang vươn tới khắp nơi trên thế giới để học tập, kinh doanh giải trí và khi quay trở về nhà từ những địa danh như Mumbai, London và Paris, họ mang theo một phong cách, khiếu thẩm mỹ dành cho cả phương Đông và phương Tây.

Tạm quên đi “cổng trời” King Khalid, và trở lại thực tại. Ấn tượng thứ hai của du khách là con người lẫn át thiên nhiên. Riyadh có thể coi như một ốc đảo với những tòa nhà Kingdom Centre 45 tầng hình mở nút chai, và tháp 45 tầng Al Faisaliah Tower bị bao quanh bởi một xa mạc mênh mông cát. Chủ nghĩa hiện đại tới sống sượng đua gánh với vẻ tráng lệ tự nhiên giống như một phép ẩn dụ về những phát triển nặng về công nghệ mà chính phủ đang nỗ lực theo đuổi. The Kingdom Centre thuộc quyền sở hữu của hoàng tử Alwaleed bin Talal bin Abdulaziz al-Saud, vị tỷ phú nhiều tham vọng, người hiện đang là cổ đông chính trong tập đoàn khách sạn Bốn Mùa. Trong tòa tháp là các văn phòng, một khách

sạn Bốn Mùa, các khăn hộ, các tổ hợp mua sắm xa xỉ và “một chiếc cầu trên trời.” Ở một góc độ sâu hơn, kiến trúc nội thất của tòa tháp có thể nói là “sự xếp tầng của các bức chân dung của Benjamin Franklin”, được thiết kế để gây ấn tượng và tạo nỗi sợ hãi giống như rất nhiều khoảng không công cộng khác ở Riyadh.

Sự đua giành giữa yếu tố mỹ học đương đại giữa thiên nhiên và con người đó đột ngột giạt cục trước thông lọng của tôn giáo truyền thống Wahhabism (hồi giáo cực đoan.) Đàn ông và đàn bà (phải nhắc lại thêm một lần nữa) không được tự do giao tiếp; âm nhạc không được chơi nơi công cộng. Khách du lịch muốn trải nghiệm cảm giác này, hãy vào tiền sảnh rộng lớn của Kingdom Centre. Hoặc họ cũng có thể nhận thấy điều này khi ở trong cửa hàng Harvey Nichols ở tháp Al Faisaliah, nơi mà âm thanh của các giọng nói hòa trộn với những tiếng click click của các đôi giày gót cao và nhón nện lên mặt sàn (nhưng tuyệt nhiên vẫn không có một điệu nhạc hay một lời ca). Ấn tượng thứ ba này với người lạ là thậm chí vô lý, nhưng với những người Riyadh, hãy nhớ tới giới luật của đạo Hồi.

Có vẻ hơi ngoa khi nói mỗi cửa hàng ở Riyadh là một bảo tàng – một nhà đấu giá Sotheby’s. Nhưng mỗi cửa hàng ở đây đưa ra cả nghìn lựa chọn, và cả tỷ món đồ hàng hiệu: túi Gucci, áo choàng vải sa ... nhưng lại dính mác hiệu Armani khiến các vị khách bảo thủ nhất cũng khó cầm lòng. Với những người tư tưởng thoáng đòi hỏi những thứ thời trang hơn, yên tâm sẽ có DNA, cửa hàng thời trang thú vị nhất ở Saudi Arabia. DNA là cửa hàng số một

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

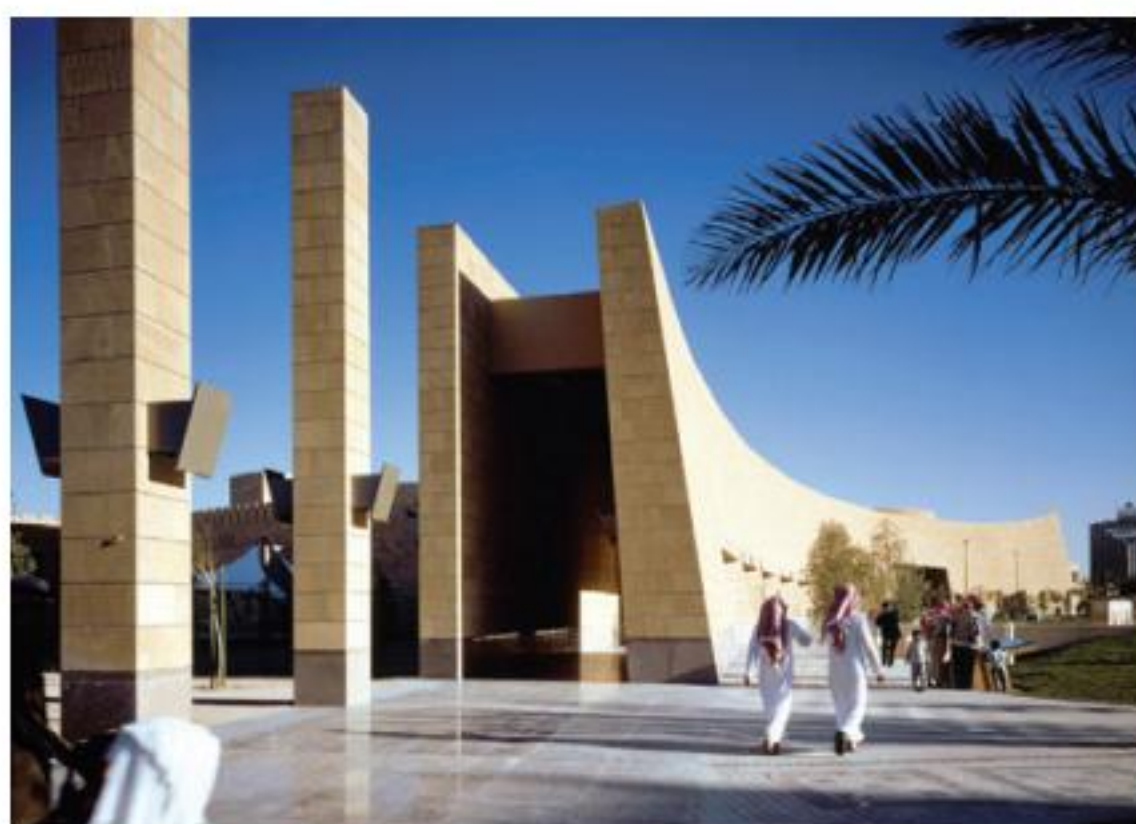
VĂN PHÒNG HÀ NỘI

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

<https://tieu.lun.hopto.org>



của khu vực, giống như à la Colette ở Paris hoặc 10 Corso Como ở Milan. Nó nằm trên một không gian (thêm một ví dụ về khái niệm nhà sưu tập-tiêu dùng) giống bảo tàng hơn cửa hàng, rộng tới 800m vuông, được chất đầy các món đồ của các nhà thiết kế trẻ, đương đại như bậc thầy thời trang cao cấp người Tunisia, Azzedine Alaïa và nhóm thiết kế thời trang ThreeasFour của New York. Thậm chí ngay cả những cái tên nổi tiếng như Michel Klein và Martine Sitbon cũng nhận lời thực hiện những chiếc áo abaya theo đơn đặt của khách cho cửa hàng. Diane von Furstenberg và Proenza Schouler thì chấp nhận “lệch bút” vẽ dài các mẫu váy ngắn của mình. “Hầu hết mọi người nghĩ rằng phụ nữ ở vùng Vịnh hoặc thuộc nhóm Al Qaeda hoặc từ đầu đến chân phủ kín đồ hiệu,” chủ cửa hàng nói. “Chúng tôi muốn thay đổi nhận thức đó. Phụ nữ vùng Vịnh không chỉ có đồ hiệu mà còn am hiểu và nhận thức tốt về phong cách và các xu hướng.”

Hết bay, mặc, ở giờ đến ăn cũng không thoát khỏi việc trở thành nạn nhân của sự xung đột giữa hai lối văn hóa. Sự căng thẳng giữa truyền thống và hiện đại thể hiện rất rõ ở trong mỗi cửa hàng của Saudi. Ăn tối cho tới nay vẫn luôn là một thú tiêu khiển mang tầm quốc gia, với những bữa tối nhiều món kéo dài mãi tới nửa đêm. Nhà hàng Địa Cầu, nằm trên đỉnh của khách sạn Rosewood ở tháp Al Faisaliah mang tới cho khách du lịch một ví dụ “hoa mắt” về cái gọi là nơi Trung Đông gặp gỡ Phương Tây. Nhìn từ xa cửa hàng giống một quả bóng bằng kính lơ lửng trong không trung. Khách hàng sẽ nhận được rất nhiều cái “no mắt” từ



những công trình này, “no mắt” với cảnh trước một góc nhìn 360 độ trong một quả cầu trong suốt; “no mắt” với món lườn bò “cắm thạch” Wagyu ăn kèm một loại gia vị hăng cay gần giống Wasabi; và sự an tâm tuyệt đối về thức ăn của mình. Nhưng giống như bất kỳ kiến trúc nào khác của thành phố, bên trong nhà hàng lại tồn tại những điều phi lý: các gia đình ngồi yên lặng, đối thoại bằng mắt trong khi nhấp mocktail được pha chế cầu kỳ đựng trong những chiếc ly thủy tinh; một người phụ nữ mặc burqa nhanh tay dứt một miếng foie gras sau vành khăn che mặt vào miệng.

Có lẽ cách tốt nhất để đánh giá hết được sự được sự căng thẳng của hai trào lưu văn hóa đang hiện hữu ở Saudi Arabia là tới bảo tàng và cố công tìm hiểu lịch sử của nó. Bảo tàng quốc gia ở Riyadh là nơi quy tụ các món đồ cổ, các bản thảo viết tay và tài liệu liên quan tới sự phát triển của đạo Hồi và Saudi Arabia. 8 căn phòng của bảo tàng được sắp xếp theo trật tự niên đại; căn phòng thứ nhất khám phá các cư dân đầu tiên của vùng và sự phát triển của người Ả Rập; rồi “Thời Kỳ Mông Muội” – thời kỳ trước khi có đạo Hồi; sự xuất hiện của Muhammad và sự phát triển của đạo Hồi; cuối cùng là Riyadh hiện đại.

Pháo đài được khôi phục cẩn thận Masmak, được xây dựng vào năm 1865, bao gồm một bảo tàng trưng bày các loại súng cổ, các loại trang phục và nông cụ - các di tích của cuộc sống Saudi vào thời đại này. Tòa nhà được thấp sáng rực rỡ này là một trong những rất ít kiến trúc còn tồn tại đồng thời là một ví dụ sống động về việc thăng cảnh của Saudi đã bị thay đổi thế nào bởi sự phát hiện ra dầu mỏ. Mặc dù nằm trong khu phố cổ Old Town, nhưng pháo đài vẫn bị vây quanh bởi hàng loạt những tòa nhà hiện đại.

Nhưng mâu thuẫn đối chiếu đó có thể khiến Saudi Arabia trở thành một nơi kích thích khách du lịch tới thăm. Phụ nữ (lại một lần cần nhắc lại) không được thuê ô tô hoặc một chiếc váy mùa hè trong cái nóng như thiêu như đốt. Những người tìm kiếm một kỳ nghỉ với các mua sắm, tắm nắng, và những cốc cocktail bên bể bơi tốt nhất hãy hướng tới Dubai, chủ nghĩa khoái lạc là thứ bị bài trừ ở Saudi Arabia. Nhưng sự tò mò đáng ngưỡng mộ hiển nhiên vẫn còn đó. Nó có thể là nơi duy nhất trên thế giới nơi mà thuyết vị lai của Buckminster Fuller gặp gỡ âm thực đương đại Pháp, và gặp gỡ Hồi giáo cực đoan – một bằng chứng thuyết phục rằng luôn có hơn một định nghĩa đối với cuộc sống.



DIMSUM HONGKONG

ĐÀU BẾP 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 <https://tieulun.hopto.org>



VANG TRẺ HAY GIÀ?

VANG TRẺ HAY VANG GIÀ (VANG CŨ) CHỈ LÀ NHỮNG LỰA CHỌN MÀ BẠN ĐƯA RA. KHÔNG PHẢI LÚC NÀO VANG GIÀ CŨNG LÀ VANG NGON, VÀ KHÔNG PHẢI LÚC NÀO VANG TRẺ CŨNG LÀ VANG TỆ! THỰC TẾ, MỘT CHAI VANG NGON LÀ MỘT CHAI VANG BẠN CẢM THẤY PHÙ HỢP VÀ... THẤY NGON.



Một câu chuyện tưởng thật như đùa, hai cậu bạn gặp lại nhau trong một buổi họp lớp. Một cậu bạn huênh hoang đánh giá một chai vang, và hỏi: “Này, chai vang này ngon đó, hẳn nó phải là Lafite (một trong những dòng vang First Growth nổi tiếng của Bordeaux – pv).” Cậu bạn kia trả lời rằng, không chai vang đó cậu chỉ mua với giá chưa tới 20 đồng.

Thông thường, nói tới rượu vang, người ta thường nghĩ rằng một chai vang để càng lâu càng tốt. Vấn đề là không ai nghĩ hoặc tìm hiểu xem rượu vang là gì? Rượu vang về bản chất vẫn là một tồn tại dạng hữu cơ (nghĩa là có thể hỏng) với vô số vi khuẩn trong đó (nghĩa là có thể chết). Một số chuyên gia vang thường ví von một chai rượu vang với một người phụ nữ, nghĩa là cũng có sinh, lão, bệnh và tử. Khi mua một chai vang về (với những dòng vintage, nghĩa là có vụ mùa), người uống sẽ cần xác định đâu là năm hoàn hảo để dùng rượu. Nếu uống sớm quá, vang chưa đạt độ “chín”, rượu sẽ không có được những hương vị mong muốn, nếu uống muộn quá, vang quá tuổi cũng sẽ mất ngon.

Một số người cho rằng, vang quý là vang có thể để được lâu năm (và giá của nó đắt). Tôi không phủ nhận điều này. Nhưng nếu nói vang Bordeaux quý hơn Burgundy vì có hàm lượng tannin lớn, giúp vang có thể cất trữ lâu hơn thì tôi sẽ không tán đồng.

Bởi đơn giản, có rất nhiều cách để một chai vang có thể cất trữ lâu. Nếu những chai vang Bordeaux bảo quản được lâu nhờ một hàm lượng tannin lớn có trong rượu thì những chai vang Burgundy lại được bảo quản nhờ hàm lượng acidity. Thực tế cần hiểu thế này, một chai vang có thể bảo quản được lâu hay mau phụ thuộc vào cấu trúc của chai rượu đó. Cấu trúc của rượu sẽ không chỉ bao gồm tannin hay acidity mà còn có cả nồng độ cồn và chất glycerin. Và điều quan trọng hơn nữa là khả năng cất trữ của chai vang phụ thuộc vào cách bạn vận chuyển, cách bạn cất chai vang đó. Luôn nhớ rằng, hầm rượu nhà bạn không phải là một bệnh viện để có thể biến chai rượu dở thành một chai rượu có độ cân bằng và mùi vị ngon ngọt. Ngoài ra, không phải cứ uống rượu vang cũ mới là sành điệu. Không ai có thể phủ nhận có những chai vang mới, trẻ, nhiều hương vị, rất ngon.

Nói tới vị rượu, thông thường những chai rượu để lâu sẽ có những mùi hương đặc biệt rất riêng, thiên hướng sẽ là có mùi hương gia vị, mùi thịt nướng nhiều hơn. Lý do của việc này là do sau một quá trình lâu dài, hương vị của những thùng gỗ sồi sẽ thấm thấu vào rượu, giúp cho rượu có những hương vị này. Màu của rượu cũng sẽ sậm hơn và kèm theo đó là vang còn có mùi quả khô (kiểu mùi đặc trưng của những quả ô mai). Nếu bạn thấy khó tin về điều này thì hãy lưu ý rằng một số sản phẩm đồ uống thậm chí có nguồn gốc từ những giọt vang trắng nhưng sau nhiều năm được ủ trong thùng gỗ, chúng ta sẽ có những giọt đồ uống màu hổ phách với những hương vị mật ong, quả chín và những mùi gia vị quyến rũ. Đây chính là lý do tại sao, người ta thường gợi ý rượu vang đỏ lâu năm nên dùng với những món như gan ngỗng béo, thịt nướng. Vị của rượu vang lâu năm thường cũng mềm mại hơn do hàm lượng acidity và tannin đã được trung hoà.

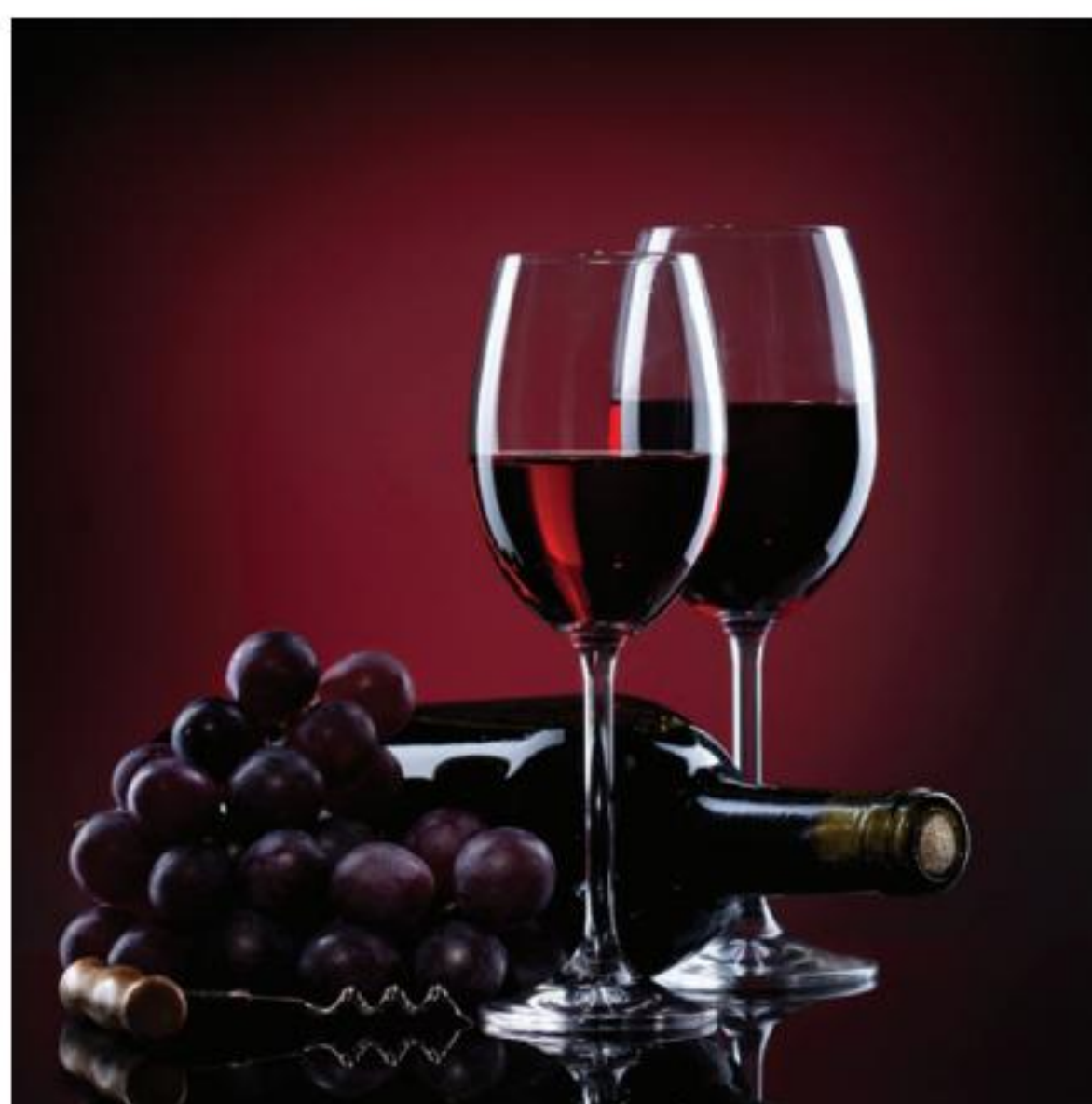


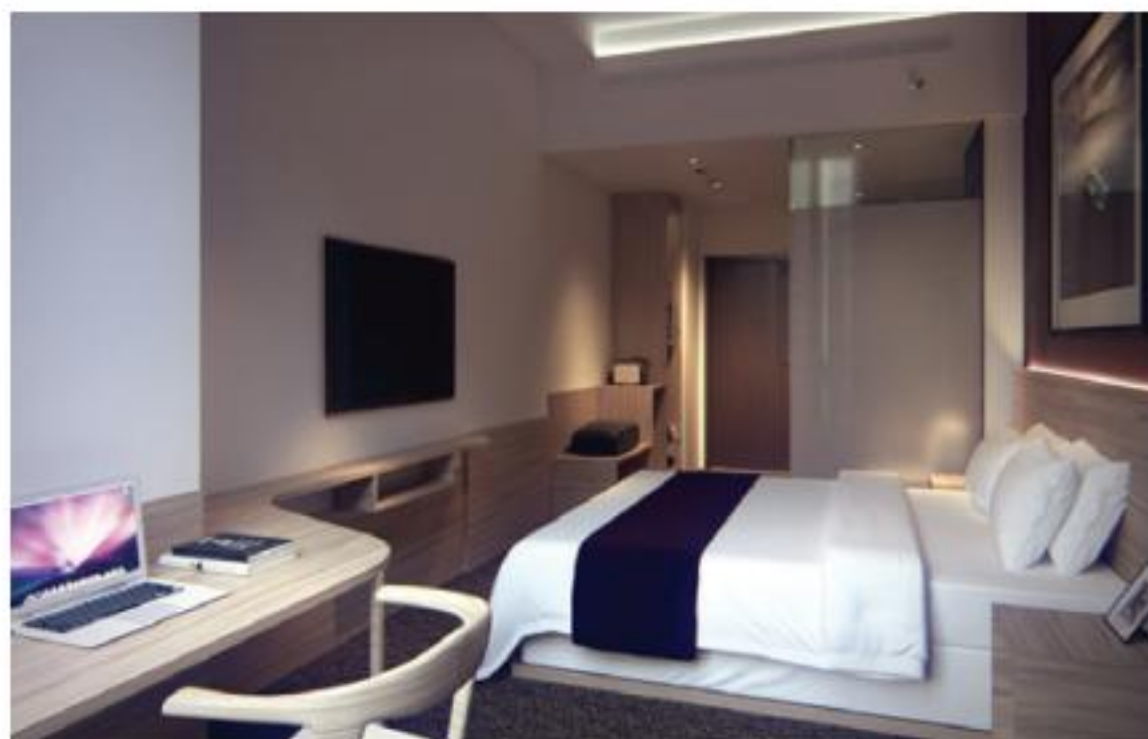
Thông thường, với những chai vang để lâu năm, trước khi uống, người ta sẽ chắt vang. Về bản chất, điều này là làm sạch cặn lắng có trong rượu. Giải thích đơn giản như sau, sau nhiều năm, các cặn lắng tích tụ có trong rượu sẽ xuất hiện. Các cặn lắng này tới từ những phần tử thịt và hạt của trái nho. Việc chắt rượu sẽ không chỉ giúp cho rượu “sạch” hơn mà còn giúp rượu được sục khí oxy nên sẽ mềm hơn, mượt hơn, thơm hơn. Trong ngành rượu vang nói chung, người ta gọi quy trình này là dành cho rượu thời gian để thở.

Cũng không thể phủ nhận chất lượng của những chai vang cất trữ, được để dành để uống đúng thời điểm. Những chai vang được để dành luôn là những chai vang ngon, được làm từ những vụ mùa nho đặc biệt. Một số thương hiệu rượu vang (như Petrus) sẵn sàng bỏ mùa và không ủ rượu trong năm đó nếu những giống nho không đủ chất lượng. Giới trong nghề gọi điều này là “người có tên, rượu có tuổi”. Tuổi ở đây không dành cho số năm chai rượu được cất trữ mà là dành cho năm vụ mùa nho được thu hoạch để dùng ủ rượu. Các chuyên gia phân tích rượu có hẳn các mức thang điểm cho rượu vang của các năm. Kèm theo những bản đánh giá cho điểm, người ta cũng sẽ có những bản nhận định thời điểm nào phù hợp nhất để dùng loại rượu đó. Những người mua rượu thường sẽ mua cả thùng (06 chai) để uống dần mỗi năm quanh thời điểm được nhận định đó.

Về việc lựa chọn vang, bạn cần luôn ghi nhớ rằng Good things take time. Rượu quý là rượu có thể để được lâu nhưng bạn cũng cần ghi nhớ việc không phải cứ vang quý là phù hợp với bạn, với món ăn của bạn. Những chai vang cũ thường có hương vị tinh tế, khó nắm bắt và không phải người nào cũng nhận ra được cái hay cái đẹp của chúng. Trong khi đó, những chai vang trẻ có giá rẻ hơn nhiều mà lại phù hợp với một số người do hương vị của vang mạnh mẽ hơn, rõ nét, tươi trẻ và mới hơn.

Các thứ tự dùng rượu vang trong bữa ăn	05 quy tắc kết hợp đồ ăn và rượu	Dấu hiệu nhận biết “sức khỏe” của rượu
Người ta thường bắt đầu bằng rượu vang trẻ và kết thúc bằng những chai rượu vang lâu năm. Rượu vang trắng được dùng trước vang đỏ. Loại nhẹ trước loại nặng. Rượu trẻ trước rượu trưởng thành. Uống loại rượu vang lạnh trước các loại rượu vang để mát. Uống rượu vang chua trước loại vang dịu Uống loại vang thường trước loại vang ngon.	- Biết kết hợp nồng độ hương vị. Nhìn chung, các chai light-bodied (ít cồn, nhiều mùi, vị trái cây) như vang đỏ Pinot Noir và Gamay và vang trắng Sauvignon Blanc và Pinot Blanc thích hợp với các món ăn nhẹ. Các chai fuller-bodied (loại nhiều chất cồn hơn) như Shiraz nên kết hợp với các món ăn béo và thịnh soạn. - Món ăn có vị nồng hợp với rượu có vị ngọt và sủi tăm. - Các món nóng hoặc cay chuộng các loại rượu sủi tăm hoặc rượu off-dry Riesling Gewurztraminer và Chenin Blanc. - Các món rán và pizza hợp với những loại rượu có nồng độ acid cao. - Hãy chọn Sauvignon Blanc cho vang trắng hoặc Chianti hay Pinot Noir cho vang đỏ. - Rượu vang đỏ hợp với pho mát cứng, vang trắng hợp với pho mát mềm. Các loại rượu có nồng độ cồn cao như Port (Bồ Đào Nha) hợp với các loại pho mát xanh như Gorgonzola và Stilton.	- Chai vẫn được đóng nút bần nhưng rượu có mùi nấm mốc, hoặc nếm có vị hôi. Điều này chứng tỏ rượu đã bị đóng bần bởi một nút nhiễm khuẩn hoặc bị mốc. - Chai chưa mở, nhưng rượu có mùi giống vang Bồ Đào Nha trong khi không phải là vang Bồ Đào Nha, hoặc rượu đã chuyển qua màu nâu nhạt. điều này cho thấy rượu đã hút quá nhiều nhiệt. - Rượu bị ôxy hóa. Nếu người thấy rượu có mùi giống giấm và thấy sắc nâu, nhiều khả năng rượu đã bị hỏng do tiếp xúc nhiều với ôxy do nút bần bị khô, tạo khoảng hở cho không khí tràn vào.





BAY HOTEL

Đón mừng ngày Quốc khánh Singapore lần thứ 51, Bay Hotel Ho Chi Minh áp dụng chương trình khuyến mãi đặc biệt: “Ở 3 trả 2”. Quý khách hàng sẽ có 1 kỳ nghỉ lý tưởng với mức giá vô cùng hấp dẫn, chỉ 2.250.000VNĐ/phòng/đêm; hoặc chỉ phải trả 4.500.000VNĐ thay vì phải trả 13.400.000VNĐ để tận hưởng những dịch vụ sau: 03 đêm phòng sang trọng tại khách sạn với mức giá dành cho 2 đêm; Miễn phí ăn sáng cho 02 người; Tặng 500.000VNĐ ăn tối tại nhà hàng CHIC vào ngày 9/8 và 02/9; Miễn phí WIFI; Miễn phí thức uống chào mừng; Miễn phí Minibar; Trả phòng muộn lúc 6h chiều (phụ thuộc tình trạng phòng). Ngoài ra, sẽ có 03 khách hàng may mắn được nghỉ 03 ngày 02 đêm tại Bay Hotel Singapore. Chương trình khuyến mãi dành cho những đặt phòng trong thời gian từ 01/8-30/9. Số tiền 500.000VNĐ ăn tối sẽ được căn trừ vào hóa đơn khi trả phòng và không được đổi sang tiền mặt hoặc chuyển sang lần đặt phòng sau. Có điều khoản và điều kiện đi kèm. Để đặt chỗ, vui lòng email đến reservations@bayhotelhcm.com.

LOTTE LEGEND SAIGON

Sự kết hợp tinh tế giữa kiến trúc hiện đại của phương Tây và nét hài hòa, quyến rũ đậm chất phương Đông là điểm nhấn nổi bật tại Spa Lotte Legend (tọa lạc tại tầng trệt của khách sạn khách sạn Lotte Legend Saigon). Với diện tích hơn 210m2 được chia thành 5 phòng trị liệu khác nhau, các gói trị liệu của Spa được thiết kế đa dạng đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách hàng. Đặc biệt với gói trị liệu Shiatsu là một phương pháp bấm huyệt của Nhật Bản, lực sẽ được tác động lên các huyệt trên cơ thể giúp giảm căng thẳng và mệt mỏi; Liệu pháp Aroma 4 tay là quy trình dùng tinh dầu thoa trực tiếp lên da và chăm sóc cơ thể bằng các kỹ thuật, động tác nhẹ nhàng bởi 2 kỹ thuật viên kinh nghiệm. Đặc biệt hơn, phòng VIP được trang bị bốn tấm thủy lực giúp tẩy tế bào chết một cách nhẹ nhàng, bổ sung oxy cho da và giúp cơ thể thư giãn rũ bỏ hoàn toàn sự mệt mỏi, căng thẳng. Từ nay đến hết tháng 9, khi đến Spa Lotte Legend, khách hàng sẽ được tặng ngay gói massage chân 30 phút với đá nóng khi mua gói chăm sóc mặt 70 phút cùng nhiều ưu đãi hấp dẫn thú vị. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3823 3333.



MERCURE BANA HILLS FRENCH VILLAGE

Vừa qua, khách sạn Mercure Bana Hills French Village đã giới thiệu hạng phòng mới và chương trình ưu đãi đặc biệt được thiết kế nhằm đáp ứng nhu cầu lưu trú tham quan tại khu du lịch Bà Nà, Đà Nẵng. Với không gian thoải mái trên đỉnh núi dành cho các gia đình nhỏ hay nhóm bạn bè thân yêu, loại phòng bunk bed mang đến một trải nghiệm lưu trú hoàn toàn độc đáo. Mỗi phòng có 2 giường tầng, tạo ra nơi nghỉ ngơi hoàn hảo dành cho 4 người trong không gian 25 m2. Được thiết kế hài hòa với cách bố trí thông minh pha lẫn màu sắc hiện đại, phòng Family Bunk Bed còn đem lại cho bạn cảnh quan làng Pháp xinh đẹp. Trong tháng 8, khi khách hàng tham quan tại Bà Nà có thể đặt phòng tiết kiệm và trọn gói tại khách sạn Mercure với ưu đãi hấp dẫn “Trải Nghiệm Làng Pháp” với giá khởi điểm từ 3.123.000VNĐ/đêm phòng bao gồm buffet sáng, vé đi cáp treo 2 chiều lên đỉnh Bà Nà và phiếu ẩm thực trị giá 500.000VNĐ/ngày. Gói ưu đãi đặc biệt này giúp bạn và người thân khám phá vẻ đẹp ấn tượng của khu kiến trúc làng Pháp giữa những dãy núi bất tận, trải nghiệm cáp treo độc đáo cùng các hoạt động vui nhộn và nghỉ dưỡng tại khách sạn Mercure sang trọng theo kiến trúc độc đáo được quản lý bởi tập đoàn AccorHotels. Thông tin chi tiết và đặt phòng, vui lòng gọi: 05113 799 888.

ROYAL HOI AN



Đồng hành cùng tuần lễ trao đổi văn hóa Nhật Bản tại Hội An, Hotel Royal Hoi An, MGallery by Sofitel tổ chức “Tuần lễ ẩm thực Nhật Bản” từ ngày 16 – 21/8 tại Nhà hàng Wakaku với nhiều hoạt động ẩm thực đặc sắc và các món ăn hấp tiêu biểu do chính tay bếp trưởng trứ danh người Nhật – Chef Hiromi Yonekawad đến từ Sofitel Philippine Plaza Manila chuẩn bị.

Những hoạt động ẩm thực đặc biệt gồm: Thưởng hoàng hôn cùng Sake từ 16:00 – 18:000 hằng ngày cùng cocktail từ sake dùng kèm món ăn đường phố Nhật; Thực đơn Teishoku từ 16-19/8: một thực đơn đặt biệt với các món ăn truyền thống của Nhật tại nhà hàng Wakaku và Faifo Café; và thực đơn đặc biệt cuối tuần “Đông Tây Giao Hòa” từ 20-21/8: thực đơn với các món Nhật ăn cùng vang Pháp tại nhà hàng Wakaku.



PARK HYATT SAIGON

Trung Thu năm nay, khách sạn Park Hyatt Saigon giới thiệu BST bánh trung thu cao cấp, thích hợp cho những dịp gia đình đoàn viên hoặc làm quà tặng sang trọng. BST bánh Trung Thu gồm bốn bánh đặc sắc mang hương vị truyền thống và hiện đại, xứng tầm đẳng cấp năm sao. Bánh nhân sen hai trứng muối với lớp vỏ bánh mềm mịn là lựa chọn tuyệt vời dành cho những ai yêu thích hương vị truyền thống. Bánh trà xanh cao cấp với lớp nhân sen thơm lừng sẽ mang đến cho bạn trải nghiệm độc đáo nhưng không kém phần hấp dẫn. Loại bánh thứ ba có tên trong BST năm nay chính là bánh Trung Thu nhân hạt thập cẩm đặc sắc được làm từ các loại hạt hạnh nhân, óc chó, hạt dưa... Loại bánh thứ tư với lớp nhân đậu đỏ và mút cam sẽ mang đến cho bạn cảm giác lạ miệng và thú vị. Bánh Trung Thu của khách sạn Park Hyatt Saigon được đựng trong ba loại hộp tinh tế và sang trọng, thích hợp để làm quà tặng cho đối tác và người thân. Bên cạnh loại hộp cơ bản chỉ gồm bốn bánh Trung Thu, loại hộp thứ hai có thêm một hộp bánh cookie và trà xanh. Loại hộp thứ ba bao gồm bánh Trung Thu, cookie, trà xanh và rượu ngọt Muscat Beaumes De Venise nhập khẩu từ Pháp, thích hợp với một bữa tiệc ngọt ngào trong đêm trăng rằm. Thông tin chi tiết và đặt bánh, vui lòng gọi: 08 3824 1234.

INTERCONTINENTAL HANOI WESTLAKE

Tết Trung Thu này, hãy thể hiện tình yêu thương với gia đình và bạn bè bằng những món quà ý nghĩa đến từ khách sạn InterContinental Hanoi Westlake. Nhân dịp này, khách sạn InterContinental Hanoi Westlake giới thiệu đến quý khách hàng dòng sản phẩm bánh nướng cao cấp được chế biến tỉ mỉ từ nguồn nguyên liệu thượng hạng nhất. Những chiếc bánh trung thu được chế biến tỉ mỉ với 6 hương vị hấp dẫn, bao gồm: Khoai môn nhân trứng; Dưa vàng nhân trứng; Sen trắng nhân trứng; Trà xanh nhân trứng; Cốm nhân trứng; và Hạt dẻ nhân trứng. Giá của hộp 04 bánh và hộp 06 bánh lần lượt là 680.000VNĐ và 930.000VNĐ. Đặc biệt, từ ngày 15/7 đến hết 15/8, khách hàng sẽ được tặng 1 hộp bánh miễn phí khi mua 10 hộp cùng loại. Khách sạn sẽ miễn phí in logo công ty trên sticker với đơn hàng tối thiểu 100 hộp. Thời gian hoàn thành: 1 tuần kể từ ngày duyệt mẫu. Đối với đơn hàng trên 50 hộp, miễn phí giao tại một địa điểm bán kính 10km từ khách sạn. Thông tin chi tiết và đặt bánh, vui lòng gọi: 04 6270 8888.



TÔI CHỌN SUNDAY BRUNCH Ở NINETEEN

HÃY ĐỂ CHÚNG TÔI GIỚI THIỆU VỚI BẠN MỘT ĐỊA CHỈ UY TÍNH DÀNH CHO SUNDAY BRUNCH CÙNG GIA ĐÌNH.



Theo quan điểm của người phương Tây, chúng ta có cả tuần làm việc bận rộn và mệt mỏi, nên không có cơ hội đưa gia đình đi tiệm ăn hay nhà hàng, không có thời gian nói chuyện hay chăm sóc con cái, vậy nên chủ nhật chính là ngày dành cho gia đình. Như thường lệ, sau khi tự thưởng cho mình một ngày chủ nhật ngủ nướng, nghĩa là dậy muộn hơn so với các ngày khác, cả nhà chuẩn bị đi ăn sáng kèm cả bữa trưa. Từ đó, văn hóa gia đình được đẩy mạnh, cả nhà được vui đùa ăn uống cùng nhau. Chắc vì những nguyên nhân đầy nhân văn như trên, Sunday Brunch ra đời và trở thành nhân tố chính của văn hóa ẩm thực thế giới.

Chủ nhật tuần rồi, tôi chọn Sunday Brunch cho cả nhà ở nhà hàng Nineteen, khách sạn Caravelle. Nói thật, về buffet, tôi vẫn chấm điểm cao cho Nineteen. Sunday Brunch là một phiên bản đặc biệt của buffet tối. Và không chỉ trưa chủ nhật, ngày nào ở Nineteen, các bữa tiệc được phục vụ liên tục từ sáng, trưa đến tối muộn dành cho tất cả các thực khách.

Điểm nhấn của Nineteen là hải sản tươi sống và được phục vụ không giới hạn! Hàu Pháp, tôm hùm, cua, vẹm xanh, bạch tuộc..., tất cả đều hết sức tươi ngon. Tôi thích nhất hàu và cá hồi sống. Ngon không có đối thủ. Nếu bạn không quen với món sống mà vẫn thích ăn hải sản, đừng ngần ngại! Hãy yêu cầu các đầu bếp tài ba chế biến theo khẩu vị và ý thích của bạn. Ngoài ra, Nineteen còn có hẳn một quầy Sushi, Sashimi và đầy ắp các món chế biến từ thịt bò Mỹ, đùi cừu Úc, thịt ngỗng Virginia ướp mật. Tất cả sẽ cho bạn một Sunday Brunch hoàn hảo. Nhớ đừng bỏ qua các món tráng miệng của Nineteen nhé, đặc biệt là bánh Flan hảo hạng của bếp bánh đã từng nổi danh với nhiều giải thưởng trong và ngoài nước.

Sunday Brunch tại Nineteen được phục vụ từ 12:00 – 15:00 giờ, với nhiều mức giá cho bạn lựa chọn từ 890.000 – 990.000 – 1.090.000 – 1.490.000VNĐ (chưa bao gồm thuế và phí phục vụ). Đặc biệt, từ nay cho đến hết tháng 10, khi bạn đặt bàn cho 05 người trở lên sẽ được giảm ngay 20% tổng hóa đơn.

INTERCONTINENTAL NHA TRANG

Ngày Chủ nhật và thứ 2 hàng tuần trong tháng, nhà hàng Cookbook Cafe sẽ giới thiệu Buffet Ẩm Thực Quốc Tế và Buffet Hải Sản Nha Trang cuối tuần. Hai chương trình buffet này nhằm mang lại nhiều cơ hội hơn để những ai đam mê ẩm thực có thể thỏa thích tận hưởng các món ngon đặc sắc từ biển Nha Trang trong Buffet Hải Sản và các hương vị năm châu độc đáo của Buffet Ẩm Thực Quốc Tế. Buffet Ẩm Thực Quốc Tế và Buffet Hải Sản Nha Trang được bán với giá chỉ từ 740.000VNĐ/người, bao gồm bia Tiger draught không giới hạn.



EASTIN GRAND SÀI GÒN



Ngày 26/7, ông William Ong đã chính thức được bổ nhiệm làm bếp trưởng mới của khách sạn Eastin Grand Hotel Sài Gòn. Với hơn 12 năm kinh nghiệm làm việc trong lĩnh vực ẩm thực tại nhiều nhà hàng và khách sạn tại châu Á, ông William Ong được kì vọng sẽ làm thỏa mãn các yêu cầu của thực khách tại các nhà hàng của khách sạn. Ông William bắt đầu công việc nấu ăn từ năm 16 tuổi.

Với sự cố gắng trong công việc cùng với khả năng sáng tạo của mình, ông đã được công nhận và kinh qua nhiều vị trí quan trọng, điểm dừng chân gần đây nhất của ông trước khi đến với Eastin Grand Sài Gòn là khách sạn Novotel Bangkok Bangna với cương vị là giám đốc Ẩm thực kiêm Bếp trưởng.

"GIỜ VÀNG" HẤP DẪN TẠI CAFÉ DE L'OPERA

từ 19:00 đến khuya



Không những nổi tiếng
với trà chiều kiểu Anh truyền thống,
Café de l'Opera, tầng trệt khách sạn Caravelle,
còn được biết đến như một điểm hẹn lý tưởng
giữa lòng Sài Gòn hoa lệ.

Hãy ghé thăm không gian sang trọng
và ấm cúng này để cùng bạn bè và người thân
trò chuyện thân mật bên những ô cửa kính trong suốt,
thưởng thức giọng hát hút hồn của bộ đôi nghệ sĩ
Sitti và Jazon và tận hưởng ưu đãi **"Giờ Vàng"**
tại đây với mức **giảm giá 50%** cho các loại
thức uống từ sau 19 giờ.

**Ưu đãi này không áp dụng
cho các loại rượu bán theo ly hoặc chai.**

Để biết thêm thông tin, vui lòng gọi (84) 906 900 523
hoặc email: culinary@caravellehotel.com

CARAVELLE HOTEL – THE HEART OF SAIGON



19-23 Công Trường Lam Sơn, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam
hotel@caravellehotel.com caravellehotel.com <https://tielun.hopto.org>

DRESS WATCH

MỘT CHIẾC ĐỒNG HỒ DRESS WATCH SẼ LÀ CÁCH THỂ HIỆN TINH TẾ RẰNG BẠN LUÔN QUAN TÂM TỚI CHI TIẾT, RẰNG BẠN CÓ MỘT PHONG CÁCH CỔ ĐIỂN VÀ HƯỚNG TỚI NHỮNG GIÁ TRỊ VƯỢT THỜI GIAN. TRONG KHI ĐÓ, NẾU KẾT HỢP MỘT CHIẾC ĐỒNG HỒ KHÔNG PHÙ HỢP, VẬY KHÔNG CÓ GÌ TỆ HƠN. ĐỒNG HỒ DRESS WATCH CŨNG CHỈ THƯỜNG ĐEO MỘT THÁNG MỘT LẦN ĐÂY CHÍNH LÀ LÝ DO GIẢI THÍCH CHO VIỆC ĐÀN ÔNG THANH LỊCH LUÔN SỞ HỮU MỘT BỘ SƯU TẬP ĐỒNG HỒ DRESS WATCH.



Jaeger-LeCoultre Master Control

Được lấy cảm hứng từ những mẫu đồng hồ biểu tượng từ những năm 1950 và được đặt tên theo một hệ thống các bài test, mẫu đồng hồ Master Control được giới thiệu lần đầu vào năm 1992 và đã lập tức trở thành phụ kiện được yêu thích của những người đàn ông thành đạt. Đồng hồ có đường kính 39mm, chạy máy in-house caliber 899 với mức dự trữ năng lượng 43 giờ.



Cartier Tank

Được ra đời vào năm 1917, và được chính thức bán vào năm 1922, Cartier Tank là một mẫu đồng hồ biểu tượng với ý nghĩa vượt thời gian. Người ta đồn đoán rằng Tank của Cartier đã ra đời với cảm hứng tới từ những chiếc xe tank Renault FT-17 khi Louis Cartier thấy những cỗ xe tank này trên nhật báo. Và mẫu đồng hồ đầu tiên được sản xuất như là một món quà dành cho Tướng John J. Pershing từ nước Pháp.



A. Lange & Söhne Saxonia Thin

Được ra đời vào năm 1917, và được chính thức bán vào năm 1922, Cartier Tank là một mẫu đồng hồ biểu tượng với ý nghĩa vượt thời gian. Người ta đồn đoán rằng Tank của Cartier đã ra đời với cảm hứng tới từ những chiếc xe tank Renault FT-17 khi Louis Cartier thấy những cỗ xe tank này trên nhật báo. Và mẫu đồng hồ đầu tiên được sản xuất như là một món quà dành cho Tướng John J. Pershing từ nước Pháp.



Vacheron Constantin Historiques Ultra Fine

Những cái tên Vacheron Constantin, Breguet, Patek Philippe là những “bảo chứng vàng” về những chiếc đồng hồ tốt nhất cả về thiết kế lẫn chất lượng. Trong những năm 1950 và 1960, Vacheron Constantin đã sản xuất những chiếc đồng hồ mỏng nhất thế giới: Historiques Ultra Thin (vào năm 1955 và 1968). Năm 2010, hãng tiếp tục giới thiệu các mẫu Historiques Ultra Fine. Có thể xem đây là những bản làm mới của các mẫu Historiques Ultra Thin khi có thiết kế đường kính so với bản gốc được nâng lên từ 32mm tới 36mm. Độ dày so với bản 1955 cũng mỏng hơn.



Breguet Classique 5967

Breguet có lẽ là cái tên luôn đúng đối với đồng hồ dress watch. Rất tự nhiên, lựa chọn của bạn với mẫu đồng hồ Classique 5967 này sẽ không thể đúng hơn. Đồng hồ chạy máy lên dây thủ công với 02 cây kim giờ và phút. Các chi tiết của đồng hồ ẩn tượng với các thiết kế đã trở thành DNA của hãng như tai (quai) đeo và bộ kim của đồng hồ. Mặt đồng hồ được trang trí bởi họa tiết Art deco Damier ẩn tượng và mang tới cho đồng hồ một phong cách hiện đại, thanh nhã.



CHARRIOL

GENEVE



ST-TROPEZ™ 35
watch collection

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

- HCM City : Vincom Megamall Thao Dien, 161 Hanoi Highway, Dist. 2 (37442889) | Big C City Land, 99 Nguyen Thi Thap, Dist. 7 (0932171735)
- Ha Noi : Duy Anh Watch - 7 Hang Khay, Hoan Kiem Dist. (66566660)
- Da Nang City : Big C, 225 Hung Vuong (3666066) | Riverside Towers, 74 Bach Dang (3843818)
- Can Tho City : Vincom Plaza, 209 30/4 (3769898)

www.charriol.com | www.facebook.com/CharriolOfficial

<https://tieulun.hopto.org>



Chopard L.U.C XP

Mẫu đồng hồ L.U.C XP của Chopard đã đoạt giải Grand Prix d'Horlogerie de Geneve ở hạng mục Đồng hồ siêu mỏng khi được ra mắt giới mộ điệu vào năm 2006. Với kích thước chỉ dày 6,8mm, đồng hồ chạy máy tự động Chopard L.U.C chỉ dày 3mm.



Piaget Altiplano

Siêu mỏng là một trong những đặc điểm mang tính biểu tượng thương hiệu đồng hồ Piaget, đặc biệt là sau khi hãng ra mắt bộ máy Calibre 9P vào năm 1957 và sau đó là bộ máy lên dây bằng tay và máy Caliber 12P lên dây tự động vào năm 1960. Năm 2010, để kỷ niệm 50 năm ngày ra đời bộ máy 12P, hãng đã ra mắt dòng đồng hồ Altiplano chạy máy calibre 1200P. Với kích thước đường kính 43mm, đồng hồ sẽ khá lớn so với tiêu chuẩn thông thường của một chiếc dress watch nhưng thiết kế siêu mỏng và tối giản của đồng hồ đã giúp cân bằng điều này một cách hoàn hảo.

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
BƠI Lặn 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. TB (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 Hàng 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)

<https://tieulun.hopto.org>

SOIE DIOR

KHI VẢI VÓC LÀ CẢM HỨNG CỦA ĐÁ QUÝ

TỪ NHỮNG THIẾT KẾ CỦA CHRISTIAN DIOR, NHÀ THIẾT KẾ NỮ TRANG CỦA THƯƠNG HIỆU VICTOIRE DE CASTELLANE ĐÃ TÁI HIỆN LẠI MỘT GIẤC MƠ ĐÁ QUÝ VỚI NHỮNG HÌNH KHỐI NHƯ CÁC SÓNG VẢI, CÁC XẾP NẾP, CÁC CHI TIẾT THẬT NƠ VÔ CÙNG ĐẲNG CẤP!



Thế giới trang sức đã bị lay chuyển bởi Victoire de Castellane (hệt như việc thế giới thời trang từng sững sốt trước những thiết kế New Look của Dior). Một lần nữa nhà thiết kế trang sức danh tiếng của Dior lại chứng minh được rằng với một óc sáng tạo vô hạn, một tay nghề chế tác thủ công lão luyện, không gì là không thể. Các thiết kế được cô giới thiệu trong bộ sưu tập Soie Dior là sự kết hợp của đá quý và kim loại nhưng hiệu ứng mà nó hướng tới là cách của những sóng vải, của các xếp nếp. Và đây là điều không nhiều nhà thiết kế cũng như các nhà trang sức trước đó nghĩ tới.

Nếu một chiếc đầm couture của Dior cần ít nhất là 200 giờ làm việc thì những món trang sức Soie Dior này cũng mất một lượng thời gian không hề kém, nếu không nói là cần nhiều thời gian hơn cho những thiết kế vì điều này. Tại trang web của Dior, hãng cũng chi tiết hoá các khâu để tạo ra những món trang sức này. Các bước để tạo ra trang sức gồm có những khâu từ đưa ra các phác thảo, tạo mô hình tới khâu nạm đánh bóng và hoàn thiện. Mỗi khâu trong toàn bộ quá trình đều là những thách thức không hề nhỏ đối với bất kỳ nghệ nhân chế tác đồ trang sức nào của Dior.

Trong lịch sử ngành chế tác trang sức cao cấp, chúng ta không lạ với những thiết kế lấy cảm hứng từ thiên nhiên – từ những chú ếch của nhà Chaumet, tới những báo đốm, cá sấu của Cartier, hay những chim và bướm của Van Cleef & Arpels hoặc những khu vườn của Bulgari. Tuy nhiên, chỉ Dior và cũng chỉ có Dior, bộ sưu tập trang sức với cảm hứng từ những mẫu trang phục, những chiếc đầm dạ hội xa hoa mới thành hiện thực. Trong tiếng Pháp, Soie nghĩa là lụa. Thế



nên, càng không khó hiểu khi những thiết kế trong bộ sưu tập này phải phản ánh được cái chất, cái sự tinh tế của lụa. Tuy nhiên, để các viên đá, và kim loại có thể di chuyển hoặc phản ánh được cái vi diệu của lụa lại điều hoàn toàn khác. Nó là một thách thức không nhỏ!

Thực tế, không phải Dior chưa từng thử nghiệm với những món trang sức lấy cảm hứng từ thiên nhiên với những chim muông, cỏ cây, hoa lá. Tuy nhiên, nếu tất cả chỉ dừng lại ở đây thì đó không phải là thương hiệu được xem là biểu tượng của thời trang. Một lý do nữa giải thích cho việc lựa chọn Soie (lụa) làm cái tên của bộ sưu tập, theo tờ Telegraph là bởi nó ẩn ý “Soit” Dior (hay “be” Dior), hãy trưng diện những món trang sức Dior và sống với những giấc mơ của Dior. Không phụ sự mong đợi của giới mộ điệu, những món trang sức của Soie Dior với kết cấu 3D đã giống như những tác phẩm điêu khắc về lụa, về cách lụa xếp nếp hay cách lụa tạo sóng hoặc phản ứng với ánh sáng, bao quanh lấy một viên đá trung tâm.

Những thiết kế ribbon được khảm nạm kim cương trắng, kim cương giác cắt baguette và kim cương giác cắt tròn bao quanh một viên ngọc emerald hình giọt nước, những dải kim cương vàng uốn lượn xung quanh một viên kim cương trắng, những xếp nếp kim cương vàng “chơi” với một viên sapphire hồng. Với những thiết kế này, Victoire de Castellane đã cho thấy một sự nắm bắt nhanh nhạy với sự thay đổi về quan điểm của nữ tính. Hãng cũng cho thấy cách thay đổi của vải di chuyển trên cơ thể, của mối quan hệ giữa trang sức và cơ thể. Cuối cùng, bộ sưu tập này còn cho thấy một phong cách vô cùng edgy khi các thiết kế là sự kết hợp hài hoà của sự tối giản và đẳng cấp, của phong cách đương đại với hoài niệm.

NHỮNG CHIẾC AIR FORCE ONE CÁ NHÂN

HÃY NGHĨ TỚI NHỮNG CHIẾC MÁY BAY BOEING 787 HOẶC NHỮNG CHIẾC AIRBUS A350 CÓ THỂ BAY KHÔNG NGHỈ NỐI LIỀN 02 THÀNH PHỐ BẤT KỲ TRÊN THẾ GIỚI; VÀ HÃY NGHĨ TỚI MỘT KHÔNG GIAN DÀNH CHO 350 HÀNH KHÁCH NHƯNG CHỈ PHỤC VỤ CHO MỘT GIA ĐÌNH 04 NGƯỜI. CÓ GÌ ĐẶC BIỆT TRONG NHỮNG CHUYẾN BAY NÀY?



Thế giới có thể không giàu lên nhưng những nhà giàu sẽ tiếp tục giàu lên. Và những yêu cầu của họ ngày càng trở nên đòi hỏi hơn. Trước đây, một chiếc máy bay cá nhân được định nghĩa là một chiếc máy bay cỡ nhỏ, với khả năng chuyên chở hạn chế do phải tiếp nhiên liệu trong quá trình bay. Hiện nay, khái niệm về một chiếc máy bay cá nhân đã được mở rộng thêm rất nhiều lần. Những gì vốn thuộc về quá khứ như xe đưa đón có vẻ không còn thực sự đẳng cấp bởi đơn giản dịch vụ này ngay cả các khách sạn 05 sao và các resort cũng đang đưa ra. Thay vào đó, đẳng cấp của ngành hàng không bây giờ phải là “muốn gì có đó”. Ví dụ điển hình cho việc này là những yêu cầu của Kanye West về thịt bò filet mignon và tempura trên những chuyến bay của mình.



Đẳng cấp của hàng không bây giờ là tiện nghi. Khi nói tới tiện nghi tôi muốn nói tới những trải nghiệm xa hoa của mặt đất nhưng lại xuất hiện ở độ cao 10.000m. Bạn đã bao giờ nghĩ tới việc tắm vòi hoa sen hoặc tắm bồn khi đang ở trên trời? Hay bạn đã bao giờ nghĩ tới việc dù ở độ cao trên cả đỉnh Everest nhưng nước tắm của bạn vẫn phải nóng và phải phun ra với áp suất ở mức 2,2 gallon/phút. So với những tiện nghi ở mức này, thực hiện các cuộc gọi điện thoại khi ở trên trời xem ra vẫn là những tiêu chuẩn rất phổ thông.

Nói tới đẳng cấp khi đang ở trên bầu trời cũng có nghĩa là nói tới việc tự chiếu mình trong những không gian rộng rãi. Nghe thì thật đơn giản nhưng hãy đặt không gian rộng rãi này vào độ cao 10.000m, bạn sẽ thấy được sự khác biệt. Xu hướng hiện nay là những không gian dành cho 350 hành khách nhưng chỉ còn phục vụ có 04 người. Với một chiếc máy bay riêng cỡ này, bạn hoàn toàn có thể mang theo đầu bếp riêng. Giờ bạn đã hiểu tại sao thịt bò filet mignon hoặc tempura là những điều hoàn toàn có thể trên máy bay.

Với những không gian rộng rãi trên trời, việc trang hoàng cũng là một trong những điều rất thách thức và thậm chí là rất tốn kém – đặc biệt khi những yêu cầu của những vị khách hàng đẳng cấp luôn rất đòi hỏi. Bạn không thể dùng thời gian theo đơn vị ngày hay giờ để đo đếm cho quá trình thiết kế và thực hiện nội thất của máy bay (như cách chúng ta vẫn dùng với đồ Couture hay những chiếc đồng hồ). Ông Stephen Vella của công ty Kestrel (một công ty đang kinh doanh trong lĩnh vực hàng không) chia sẻ: “Phải mất 02 năm để hoàn thiện thiết kế nội thất cho một chiếc máy bay loại này (công việc này gồm cả thiết kế và hoàn thiện - pv).” Và mọi thứ phải được thực hiện ở mức quan tâm nhất.”

“Tôi phải đi chọn mua 02 tấn đá hoa cương, thậm chí là giám sát cả việc khối lượng đá được xẻ ra thế nào. Khách hàng của chúng tôi luôn thích mọi thứ phải thật mỏng. Điều này cũng là một thách thức không nhỏ. Sau khi đá được xẻ, chúng tôi phải gắn, ốp chúng bằng một loại keo đặc biệt, có thể cố định đá và chịu được các chấn động giúp cho những tấm đá sẽ không bị nứt vỡ trong quá trình máy bay hoạt động.” Ông Vella cũng chia sẻ, một trong những thách thức đối với công việc của ông là không bao giờ chỉ phục vụ một nhóm đối tượng khách hàng (cho một chiếc máy bay). Ông đã hợp tác với một công ty thiết kế của Pháp để thực hiện nội thất một chiếc máy bay có thể đáp ứng yêu cầu của một tỷ phú nhưng vẫn phải đủ thanh nhã để cho các khách hàng Trung Đông.

Theo tờ WSJ mặc dù ngành công nghiệp máy bay cá nhân đang phải đối mặt với những khó khăn nhưng không thể phủ nhận việc vẫn có những nhà giàu muốn trang bị cho mình những mẫu máy bay cá nhân cỡ khổng lồ (jumbo jet). Tờ tạp chí của giới kinh doanh tài chính cho biết, trong những năm gần đây Boeing đã bán được 15 chiếc 787 nhưng phần lớn đều là các khách hàng cá nhân. Ông David Longridge, chủ tịch của Boeing Business Jets chia sẻ: “Thế giới tiếp tục tiến lên còn những nhà giàu thì lái những chiếc máy bay cỡ lớn (hơn nữa).” Lý do giải thích cho điều này theo ông Longridge là “bởi các nhà giàu không thích phải dừng lại khi đang bay”.

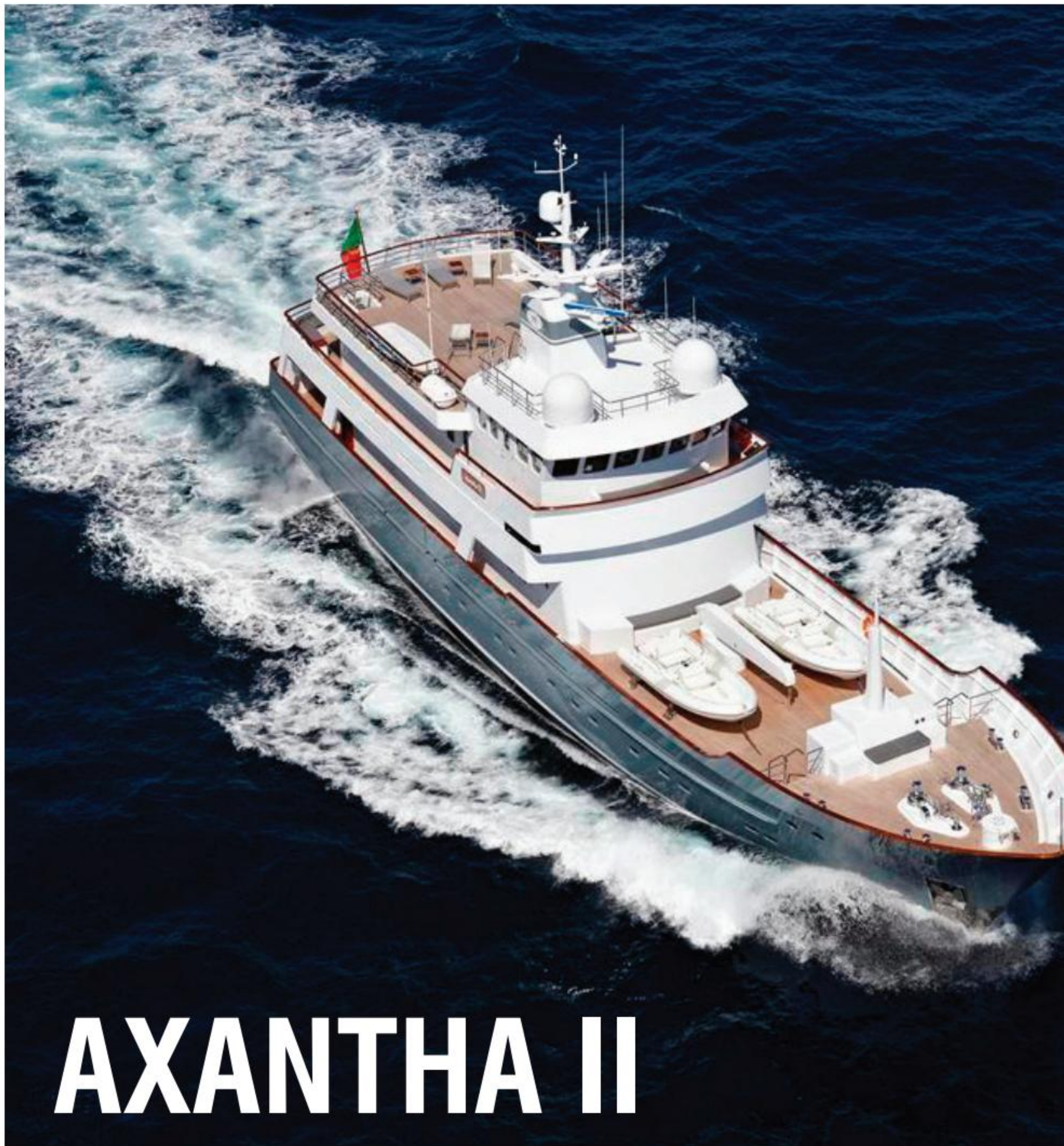




Trong những chiếc máy bay cỡ lớn hơn nữa này luôn có một phòng khách, một phòng ăn tối, một thư phòng. Do lửa bị cấm trên máy bay nên bếp sẽ là bếp từ. Ngoài ra, máy bay sẽ được trang bị một danh sách dài các thiết bị làm bếp hiện đại như lò hầm đối lưu, máy làm lạnh, tủ lạnh, máy pha cà phê, nồi nấu. Dù hiện đại vậy, nhưng tôi tin rằng sẽ không có vị khách nào có cơ hội vào bếp bởi đơn giản những máy bay này đều có đầu bếp riêng.

Greenpoint là một trong những công ty hoạt động trong lĩnh vực lắp đặt nội thất cho máy bay. Các đại diện của hãng chia sẻ phân lắp đặt nội thất của những mẫu máy bay kích cỡ này cần một khoảng thời gian ít nhất là trên 1 năm trời. Bret Neely, Phó chủ tịch của hãng chia sẻ, một chiếc máy bay cá nhân Boeing 787 hoàn toàn có thể so sánh với một khách sạn cá nhân 05 sao trên trời. Ông cũng khẳng định “787 và A350 chính là tương lai của những dịch vụ dành cho các VIP”. Quả thực điều này nghe rất khó tin nhưng bạn sẽ hiểu được nếu biết rằng, một chiếc máy bay cá nhân jumbo jet đẳng cấp sẽ không chỉ có phòng ngủ, văn phòng, khu vực dành cho nhân viên mà có thể có cả phòng y tế.

Theo WSJ, một số chiếc còn được trang bị hệ thống phòng thủ tên lửa – mặc dù không hiện đại như hệ thống trên chiếc Air Force One (Chuyên cơ của Tổng thống Mỹ). Các hệ thống an ninh cảnh báo của chiếc máy bay này đều hiện đại với các camera và các cảm biến chuyển động. Mặc dù chỉ một số chiếc được trang bị các ngăn khoá cất súng nhưng tất cả đều có két an toàn để cất trang sức và tiền mặt. Ngoài ra, trên những chiếc máy bay này đều được thiết kế các không gian để cất trữ các phụ kiện thay thế cho máy bay.



AXANTHA II

LÀ SẢN PHẨM CỦA CÔNG TY ĐÓNG TÀU NAVAL ARCHITECT VRIPACK, CHIẾC SIÊU DU THUYỀN DÀI 43M NÀY ĐƯỢC ĐỊNH NGHĨA LÀ MỘT EXPLORER YACHT VỚI SỨ MỆNH CHINH PHỤC VÀ KHÁM PHÁ!

Điểm đặc biệt của Axantha II hoàn toàn không phải tới từ thiết kế của nó. Bản thân người viết bài cho rằng thiết kế của thuyền không quá ấn tượng nếu không nói là buồn tẻ và thô kệch. Điểm đặc biệt của chiếc du thuyền này là phạm vi hoạt động của nó: 8.000 hải lý (tương đương với khoảng 14.000km) cho một chiếc du thuyền – thứ vốn dành cho những kỳ nghỉ và các hoạt động giải trí – có lẽ là hơi nhiều. Để dễ hình dung, bạn hãy tưởng tượng tới một quãng đường gấp ít nhất là 04 lần hành trình dọc theo đường bờ biển Việt Nam. Còn nếu bạn muốn một hình dung lãng mạn, hãy tưởng tượng tới một khu resort trên biển cho phép bạn ngắm toàn bộ các cảnh đẹp của biển Địa Trung Hải. Thuyền có đủ chỗ cho 10 khách nghỉ trên 05 cabin tiện nghi và sang trọng.

Nội thất của thuyền mang phong cách khá bảo thủ, thanh nhã với những dấu ấn thiết kế của một chiếc du thuyền truyền thống. Thuyền có chiều dài lên tới 141 foot (tương đương với 43m). Thuyền được hạ thủy vào năm 2011 ở xưởng đóng tàu JFA Yachts ở Pháp. Thiết kế của thuyền là do công ty Vripack đảm trách. Khi thực hiện chiếc du thuyền này, toàn bộ ekip thiết kế và kỹ sư đã đặt mục tiêu tạo ra một chiếc du thuyền có thể chinh phục thế giới. Đây có lẽ chính là lý do giải thích cho việc tại sao thuyền có mức tiêu thụ nhiên liệu lý tưởng, chỉ khoảng 90l/giờ khi chạy ở tốc độ 10 hải lý. Theo đánh giá của các chuyên gia, đây chính là một kỷ lục so với những chiếc du thuyền ở cùng một phân khúc. Hiện nay, thuyền đang được rao bán và trong thời điểm này, nó vẫn được cho thuê (charter) và phục vụ ở khu vực Tây Địa Trung Hải. Lý do của việc thuyền được rao bán là bởi ngay sau khi thuyền được hạ thủy, chủ thuyền đã quyết định đóng một chiếc du thuyền khác.

Trái ngược với ngoại thất, nội thất của thuyền khá phong cách và ấn tượng khi được trang hoàng bởi những món đồ gỗ Mỹ. Với phong cách cổ điển, chiếc du thuyền này sẽ là lựa chọn hoàn hảo cho những người ưa hoài niệm và thích những thiết kế du thuyền ở thời kỳ đầu. Cabin của chủ thuyền (master cabin) được thiết kế rất rộng (full beam ngang theo thân thuyền). Phòng có một giường king size, phòng tắm riêng. Ngoài cabin master, thuyền còn có 02 phòng với giường kích thước queen-bed, một cabin giường đôi và một cabin 2 giường đơn. Trong trường hợp cần thiết, chủ thuyền có thể sử dụng một cabin thứ 06 ở khu vực bridge deck (boong trên cùng, vốn được sử dụng làm boong dành cho thuyền trưởng).

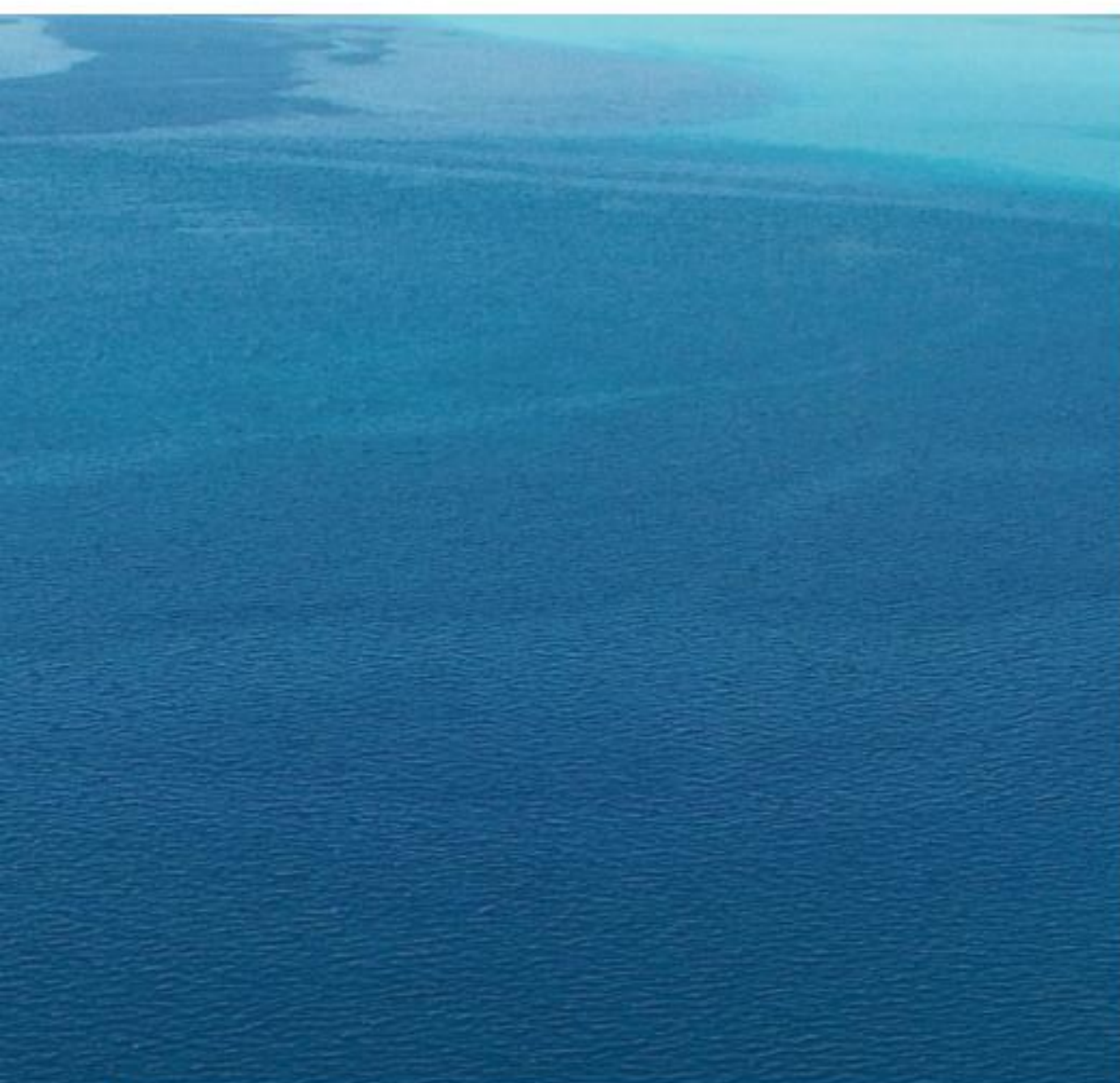
Không gian ấn tượng của thuyền là khu vực sky lounge với những cửa kính mở rộng mang lại cho không gian này một sự pha trộn hoàn hảo giữa không gian bên trong và không gian bên ngoài. Các khách nghỉ trên thuyền được chăm sóc và phục vụ bởi một đội ngũ thủy thủ 08 người. Được biết, giá thuê charter thuyền một tuần là vào khoảng €120,000.





LA DEA II

VỚI TÊN GỌI BAN ĐẦU LÀ MAIDELLE, CHIẾC TÀU NÀY TỪNG ĐƯỢC XEM LÀ MỘT BIỂU TƯỢNG KHI ĐƯỢC HẠ THỦY VÀO NĂM 2007. SAU MỘT THẬP KỶ, TRẢI QUA VIỆC LÀM MỚI VÀ CẢI TẠO, THUYỀN LẠI TRỞ THÀNH BIỂU TƯỢNG MỚI CỦA NGÀNH HÀNG HẢI XA XỈ!



LA DEA II là một chiếc du thuyền sang trọng với chiều dài thừa đủ để đặt nó vào phân khúc của những chiếc siêu du thuyền: 49m. Thuyền được đóng bởi hãng đóng tàu danh tiếng Trinity và hạ thủy vào năm 2007. Từ đó tới nay, thuyền đã trải qua ít nhất là bốn lần cải tạo và chỉnh sửa vào các năm 2010, 2012, 2014 và 2015. Tuy nhiên, về kết cấu có thể nói thuyền vẫn giữ được cái cốt cơ bản của một chiếc thuyền của hãng Trinity với thiết kế bề mặt mạnh mẽ, dáng tàu thuần dài nổi rõ yếu tố khí động học. Trong khi đó, nội thất của thuyền lại được thực hiện bởi 02 nhà thiết kế danh tiếng là Evan Marshall và Sylvie Charest. Với một không gian rộng rãi và "thừa đủ đất" để cho các nhà thiết kế nội thất phô diễn, không có gì LA DEA II lại phải tự giới hạn mình về số lượng khách nghỉ. Theo những thông tin về phiên bản nâng cấp mới nhất, thuyền có 05 cabin deluxe với số khách nghỉ lên tới 12 người.

Là một chiếc du thuyền có 03 boong, LA DEA II sở hữu một không gian nội thất khá ấn tượng so với những chiếc du thuyền cùng phân khúc với các trang thiết bị hiện đại - đừng quên rằng lần cải tạo mới nhất của thuyền là cách đây chưa tới 12 tháng. Salon được phối cảnh ở boong chính với rất nhiều chỗ ngồi khi có 02 sofa, 04 ghế phụ. Một chiếc piano được trưng bày như tâm điểm trang trí cho không gian xa hoa và tráng lệ. Được ngăn cách bởi một tấm vách, không gian dành cho tiệc tối ở phía trước của salon trong một không gian được thiết kế thân mật và riêng tư. Không gian này thông thường sẽ được chiếu sáng bởi nguồn sáng tự nhiên qua các cửa sổ lớn dọc theo thân thuyền.

Phòng của chủ thuyền (master cabin) nằm phía trước salon và không gian ăn tối trang trọng - tất nhiên vẫn ở boong chính. Mục đích của việc này là mang tới sự tiện nghi tối đa cho những con người quyền lực được xếp nghỉ trong phòng này. Trong phòng master cabin là những tiện nghi hoàn toàn có thể so sánh với một khách sạn 05 sao khi có văn phòng riêng để tiếp khách, sofa, giường cỡ king size, các tủ quần áo riêng. Phòng có chiều rộng tương đương với chiều rộng của thuyền là 8,5m. Thiết kế full beam này cũng cho phép phòng có được nguồn sáng tự nhiên, và luôn giúp cho phòng có được sự thoáng đãng. Cuối cùng, phòng tắm của master cabin cũng rộng rãi với một bồn tắm với chức năng xoáy nước. Các phòng nghỉ (cabin) khác nằm ở boong dưới. Trong đó có 02 cabin có giường đôi king size, 02 cabin, mỗi cabin 02 giường đơn. Tất cả 04 cabin này đều được trang bị vô tuyến và đều có phòng tắm riêng.

Ở boong trên, LA DEA II được thiết kế với một không gian giải trí rộng rãi với sky lounge ấn tượng. Khu vực này có một chiếc sofa hình chữ L, rất nhiều ghế, bàn uống cà phê và một quầy wet bar để pha chế đồ uống. Trong khi đó, ở boong chính, phía cuối boong là một khu vực dành cho những buổi tiệc nướng ngoài trời. Xa hơn nữa, ở phía tận cùng là khu vực tiếp nước để tắm biển. Đây là nơi lý tưởng để bạn khám phá những đồ chơi của chiếc du thuyền này như chiếc cano với chiều dài 6,5m, động cơ 260 mã lực hay những chiếc thuyền kayak, hoặc những chiếc wakeboard (ván lướt sóng). Quay trở lại với khu vực boong trên, nếu bạn không muốn tổ chức tiệc alfresco ở boong chính, vậy boong trên sẽ là một lựa chọn khác cho bạn. Không gian này ở ngay sát cạnh khu vực skylounge, rất lý tưởng cho những hoạt động giải trí cả trang trọng lẫn thân mật.

Ở khu vực phía trước của skylounge, boong trước được trưng bày những chiếc bàn nhỏ và 02 giường tắm nắng để phục vụ các quý cô. Với lợi thế của một chiếc du thuyền 03 boong, LA DEA II có một boong tắm nắng ở trên với các tiện nghi cao cấp nhất. Thuyền chạy động cơ CAT 3384hp với tốc độ tối đa là từ 18 – 24 hải lý/giờ.



BMW M2 COUPÉ

HOÀN TOÀN MỚI, THUẦN CHẤT M

GHẾ NGỒI THỂ THAO, TAY LÁI THỂ THAO BỌC DA THIẾT KẾ M VÀ CẦN SANG SỐ M
ĐẢM BẢO NGƯỜI CẦM LÁI CHIẾC BMW M2 SẼ LÀ NGƯỜI CHỈ HUY HOÀN HẢO CỦA
CHIẾC XE TRONG MỌI KHOẢNH KHẮC.



Thiết kế M đặc trưng.

Chỉ trong ánh nhìn đầu tiên, bạn có thể dễ dàng nhận ra chiếc BMW M2 Coupe là một thành viên thuộc gia đình BMW M, với phong cách thể hiện thuộc tính năng động đặc trưng của dòng xe. Lấy cảm hứng từ những dòng xe từ lịch sử của BMW trong các cuộc đua, chiếc M2 Coupe không ngại thể hiện tiềm năng phi thường của nó. Với cản trước thấp và hốc lấy gió lớn, phần bên hông xe cứng cáp với mang các đường gân M đặc trưng, bánh xe bằng nhôm có kích thước 19" cùng thiết kế nan kép quen thuộc theo phong cách M, cản sau rộng với hệ thống ống xả kép xả M-specific ấn tượng. Các đặc trưng lâu đời của xe BMW M cũng có được thể hiện chính xác trong thiết kế nội thất của chiếc xe. Chất liệu cao cấp Alcantara tại phần tay nắm bên trong cửa và tại khung vực điều khiển trung tâm cùng với ốp nội thất làm từ sợi carbon tạo ra một không gian chất lượng hiếm có.

Sự bùng nổ hiệu suất.

Động cơ 3.0L sáu xi-lanh thẳng hàng mới được phát triển cho chiếc BMW M2 mới được hoạt động theo công nghệ tiên phong M TwinPower Turbo để đạt được công suất cực đại 370 mã lực tại 6.500 vòng/phút (mức tiêu thụ nhiên liệu: 8,5 lít / 100 km; Mức thải CO₂: 199 g / km) *, với các thông số như trên, chiếc xe đem lại dấu ấn trong phân khúc các xe thể thao nhỏ gọn với hiệu suất cao. Tương tự, chiếc xe cũng mang đến hiệu suất cao cho người dùng. Mô-men xoắn cực đại tại 465 Nm tại khoảng vòng tua máy 1.400 – 5.560 vòng/phút và có thể được tăng lên đến 500 Nm trong các lần tăng tốc. Với hệ thống động cơ trên cho phép BMW M2 Coupe mới chế độ tùy chọn Hộp số ly-hợp kép M với 7 tốc độ (M Double Clutch Transmission - M DCT) và tính năng Hỗ trợ khởi động (Launch Control) để tăng tốc từ 0 lên 100 km / h (62 mph) chỉ trong 4,3 giây. Tốc độ tối đa đến 250 km / h.

Chiếc xe thể thao chuyên dụng.

Với mặt trước bằng nhôm trọng lượng nhẹ và trục sau thừa kế từ dòng BMW M3 / M4, bánh xe bằng nhôm 19-inch với lốp xe nhiều kích thước, vô lăng M Servotronic hai tùy chọn thiết lập và phanh hợp chất M mang hiệu quả phù hợp, chiếc BMW M2 Coupe đã nâng tầm khách hàng một lần nữa trong xe thể thao nhỏ gọn hiệu suất cao khi nói đến trải nghiệm lái năng động. BMW M2 Coupe mới được trang bị đầy đủ các trang thiết bị tiêu chuẩn của dòng xe hiệu suất cao. Hộp số ly-hợp kép M với 7 tốc độ (M Double Clutch Transmission – M DCT) với hệ thống Drivelogic, được thiết lập như một chế độ tùy chọn, giúp thay đổi bánh răng trong tích tắc mà không gây gián đoạn dòng công suất cũng như sự truyền động công suất.

Lướt trên đường đua.

M Dynamic Mode (MDM) cho phép BMW M2 thỏa mãn những tay lái tìm kiếm sự năng động khi lái. MDM là một chức năng phụ của Dynamic Stability Control (DSC). DSC hiệu quả trong việc chống văng đuôi, xia đầu hoặc mất lực kéo bằng các bước cần thiết (giảm công suất động cơ, phanh riêng các bánh xe) để ổn định xe. Tuy nhiên, đối với xe BMW trong những tình huống nhất định - như khi sử dụng chế độ lái thể thao hoặc chế độ lái năng động trên đường đua - những bánh xe có thể quay ở góc lớn hơn sẽ là một lợi thế. M Dynamic Mode được kích hoạt tự động trong chế độ đua (SPORT +) hoặc có thể được khởi động bằng tay chỉ với một nút bật trong DSC để cho phép sức trượt lớn hơn. Các biện pháp ổn định xe quen thuộc từ chế độ DSC sẽ giúp đỡ tay lái tự do điều khiển xe một cách chủ động nhất có thể.



LEVANTE: SỰ THAY ĐỔI ĐẦY THỰC DỤNG CỦA **MASERATI**

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





Là chiếc SUV đầu tiên trong lịch sử 102 năm của Maserati, Levante giống như phép thử của một thương hiệu của những chiếc siêu xe và xe sang đối với cuộc đua giới thiệu những mẫu xe mang tính ứng dụng cao.

Hiện nay trên thị trường, chúng ta đang chứng kiến cuộc đua giới thiệu xe SUV của các thương hiệu cao cấp như Bentley (với Bentayga), Lamborghini (với Urus) hay Rolls-Royce (với 4x4). Chính bản thân CTO (Chief Technology Officer) của thương hiệu, ông Harald Wester cũng khẳng định đây thực sự là một cơ hội kinh doanh của hãng. Trở lại với Levante, mẫu xe này tập trung vào 02 yếu tố chủ đạo đã làm nên danh tiếng của thương hiệu là cá tính thiết kế và hiệu suất vận hành cao.

Giống với các mẫu xe khác của hãng, Levante sở hữu một thiết kế thể thao đặc trưng - điều giúp xe trở thành đối thủ của Porsche Cayenne - một chiếc SUV của thương hiệu danh tiếng đến từ Đức. Levante phát triển dựa trên nền tảng nâng cấp từ loại sử dụng cho 2 mẫu coupe 4 cửa Ghibli và Quattroporte. Với thân dáng mạnh mẽ nam tính đầy góc cạnh, nắp ca-pô và thân xe mang theo các đường gân lực lưỡng. Xe cũng có lưới tản nhiệt cỡ lớn đặc trưng, với logo cây đinh ba được đặt chính giữa. Không khó để nhận ra chất Ý và Maserati trong chiếc xe được chăm chút từ ngoại hình tới nội thất này. Xe có đèn pha mảnh vượt ngược về sau và đèn sương mù kiểu tròn cổ điển. Ba lỗ thông hơi sau vòm chắn bùn trước là chi tiết xuất hiện trên hầu hết xe của Maserati.

Thiết kế bên trong của Levante được hoàn thiện với các vật liệu tốt nhất như da cao cấp. Các trang thiết bị và tiện nghi trên xe cũng vô cùng sang trọng. Hệ thống thông tin giải trí của xe được hiển thị qua màn hình 8,4 inch, vô-lăng chỉnh điện, gương tự động chống chói và hệ thống âm thanh 8 loa. Một số tính năng đáng chú ý khác như cảm biến gạt mưa tự động, cốp sau mở điện và kính riêng tư. Hãng còn cung cấp tùy chọn cửa sổ trời, gói nâng cấp Luxury và Zegna Edition thêm nhiều vật liệu cao cấp.

Tại sự kiện ra mắt ở Luân Đôn, dòng xe nay sẽ có giá khởi điểm là 54 nghìn bảng và với giá này bạn sẽ có được động cơ diesel 3.0 V6. Maserati Levante còn có bản S Twin Turbo với sức mạnh 424 mã lực. Thời gian tăng tốc 0-100km/h của bản S là 5 giây. Tất cả các phiên bản của Levante đều được trang bị hộp số tự động 8 cấp ZF và hệ dẫn động Q4 thông minh của Maserati. Hệ thống này có khả năng chuyển mô-men xoắn giữa các trục xe ngay lập tức khi cần thiết.

Mức tiêu hao nhiên liệu của Levante khá khiêm tốn. Đối với bản tiêu chuẩn mức tiêu hao nhiên liệu trung bình vào khoảng 10.7L/100km và lượng CO₂ thải ra 249g/km. Còn đối với bản S thì mức tiêu hao chỉ nhỉnh hơn bản tiêu chuẩn 0.2L/100km và mức khí thải CO₂ là 253g/km. Trong khi đó phiên bản máy dầu cho mức tiết kiệm nhiên liệu ấn tượng khi chỉ mất 7.2L cho quãng đường 100km.

BVLGARI

Lấy cảm hứng từ sức mạnh siêu phàm của cuộc gặp gỡ giữa băng và dung nham nóng chảy, Black Cologne là một sản phẩm EDT hiện đại, thể hiện mùi hương tươi mát của các thành phần một cách rõ rệt và mạnh mẽ. Nếu tầng hương đầu biểu lộ sự tươi mát của rum lạnh kết hợp với rau xanh, cam chanh tạo ra một liên minh tương phản thì tầng hương chính mang đến mùi hương của hoa cỏ và gia vị. Ở tầng hương này, mùi hương sẽ chuyển hóa từ sự xanh tươi của rau xanh sang sự tươi sáng, ngọt ngào của hương hoa, trong đó, mùi hương hoa cam một lần nữa nhấn mạnh sự tươi mát, mùi hương chủ đạo của sản phẩm. Tầng hương cuối, với sự tròn trĩnh và gợi cảm, kết cấu của hương gỗ được tạo ra bởi gỗ trắng và xạ hương, mang đến sự gợi cảm và thoải mái. Sự góp mặt của hương gia vị giúp tầng hương cuối bùng cháy, tạo nên một mùi hương đặc trưng.



SC VIVOCITY

Nhân dịp kỷ niệm sinh nhật lần thứ nhất, TTTM SC VivoCity từng bừng tổ chức tháng lễ hội "Chào tuổi mới, bội niềm vui" với các hoạt động giải trí, khuyến mãi phong phú từ nay đến ngày 02/10. Mở đầu tháng lễ hội là chuỗi hoạt động "Đến Phố Trắng, vui hội trắng rằm" diễn ra tại khu vực sảnh chính tầng 1. Tại đây, khách hàng sẽ được chào đón với sân khấu là mô hình bánh sinh nhật khổng lồ kỷ niệm SC VivoCity tròn 01 tuổi, cùng các phần quà rút thăm trúng thưởng có giá trị lên đến gần 200 triệu được bày trí bắt mắt và hấp dẫn. Tiến vào khu vực Phố Trắng, khách hàng dạo bước dưới không gian lung linh sắc màu với hơn 500 chiếc đèn lồng, cùng những gian hàng trung thu, trò chơi dân gian tái hiện khung cảnh Tết Trung Thu của làng quê xưa. Đặc biệt, 500 chiếc đèn lồng này sẽ được tăng dần lên 1.000 chiếc vào đêm Trung Thu 15/09 khi khách đến tham quan và tham gia trang trí lồng đèn.



GOLDEN LYPRES® - CHUNG TAY XOA DỊU NỖI ĐAU DA CAM



Với văn hóa doanh nghiệp "Thành tâm trọng tín - Hết lòng quan tâm - Biết ơn cống hiến", **GOLDEN LYPRES®** hân hạnh là nhà tài trợ đồng hành cùng chương trình "Vi nạn nhân chất độc da cam" toàn quốc lần thứ III và "Mít tinh kỷ niệm 55 năm thảm họa da cam" do Hội Nạn nhân chất độc da cam/dioxin Việt Nam (VAVA) tổ chức, đây là sự kiện quan trọng có ý nghĩa lớn không chỉ với Việt Nam mà còn nhận được sự quan tâm từ bạn bè Quốc tế. Đặt tiêu chí "Sức khỏe là Vàng", lấy sức khỏe làm trọng tâm để phát triển, **GOLDEN LYPRES®** mong muốn mang đến những giá trị tốt đẹp trong việc cải thiện sức khỏe và nâng cao giá trị cuộc sống. Thông tin liên hệ: Cửa hàng **GOLDEN LYPRES®** tại Sheraton Saigon Hotel & Towers, 80 Đồng Du, P.Bến Nghé, Q.1, Tp.HCM; Điện thoại: 08 3827 6446/0919 408 118; Email: pvservice@hsbiotech.com - Website: www.hsbiotech.com.

THE SPA



The Spa của khách sạn The Reverie Saigon vừa được CNN vinh danh là một trong "Những Spa mới tốt nhất thế giới". Mang đến trải nghiệm hoàn toàn mới lạ tại trung tâm thành phố, The Spa chính là thiên đường của sự thư giãn và yên bình tuyệt đối. Với các phòng trị liệu và làm đẹp riêng biệt, cơ sở vật chất hiện đại, kết hợp cùng các loại mỹ phẩm hữu cơ cao cấp, không gian nghỉ dưỡng tại The Spa chính là một tiêu chuẩn hoàn mỹ mới về sự thư giãn, tái tạo và trẻ hóa, nuông chiều cơ thể cho các yếu nhân và những người sành điệu. Tại khu vực xông hơi tối tân, các vị khách nữ có thể thả mình thư giãn tại phòng xông hơi khô với đá muối hồng Himalaya hoặc phòng xông hơi ướt với liệu pháp sắc màu, trong khi đó các vị khách nam lại được thỏa sức tận hưởng cảm giác sảng khoái như đang được tiếp thêm năng lượng tại khu vực đắp đá lạnh sau khi xông hơi.

PORSCHE



Với 117.963 chiếc xe mới được giao trên toàn thế giới, Porsche AG đã tăng trưởng tương đương 3% trong nửa đầu năm 2016 so với cùng kỳ năm trước. Sự tăng trưởng này đạt được là nhờ vào hai dòng xe Cayman và Boxster. Cayman và Boxster đóng vai trò quan trọng cho sự tăng trưởng: với 6.115 xe Cayman mới và 6.740 xe Boxster được giao trên toàn thế giới, cả hai mẫu xe đều thể hiện rõ tốc độ tăng trưởng bằng hai con số. So với cùng kỳ năm ngoái, Macan cũng đạt mức tăng 11% tương đương với tổng số 45.086 xe mới được giao, cũng như dòng xe 911 với 18.579 chiếc (tăng 10%). Về sự thay đổi cho dòng xe Panamera thế hệ mới, doanh số đạt được của dòng xe này vẫn thấp hơn so với cùng kỳ năm trước. Thị trường độc lập mạnh nhất trong nửa đầu năm 2016 một lần nữa thuộc về Trung Quốc: với 30.440 xe mới được giao, tiếp sau đó là thị trường Mỹ (đã giao 26.708 chiếc).

BMW



Ngày 5/7, cửa hàng thời trang Harley-Davidson® tại Tp.HCM đã chính thức trở lại với diện mạo hoàn toàn mới, trẻ trung và cá tính hơn. Ý tưởng mới về cửa hàng được phát triển bởi công ty Harley-Davidson và thuộc quyền sở hữu cũng như điều hành độc lập bởi Đại lý ủy quyền chính hãng Harley-Davidson Sài Gòn. Lối thiết kế hiện đại, đơn giản nhằm nâng cao hơn trải nghiệm mua sắm cho khách hàng, với không gian mặt tiền thân thiện, gần gũi. Không gian nội thất được mở rộng, sáng sủa hơn nhưng vẫn giữ lại các chất liệu chủ đạo mang đậm tính biểu tượng của văn hóa Harley-Davidson như kim loại, crôm và da. Bên cạnh việc ra mắt diện mạo mới, cửa hàng Harley-Davidson còn đem đến những Chương trình ưu đãi hấp dẫn dành cho khách hàng mua sắm nhân dịp Quốc Khánh Mỹ. Để biết thêm thông tin, vui lòng ghé thăm cửa hàng từ 10:00-22:00 vào tất cả các ngày.

LEXUS

Sau hai tháng với 2 trận vòng loại được tổ chức thành công tại miền Nam và miền Bắc, mùa giải Lexus Cup 2016 sắp bước vào chặng cuối cùng với trận cầu dự kiến vô cùng kịch tính trên sân golf The Dunes, Đà Nẵng từ ngày 26-28/8. Các golfer tham dự được chia theo 3 bảng: A (HDC 00 - 11), B (12 - 20) và C (HDC 21 - 28) thi đấu theo thể thức đấu gậy 18 lỗ. Ngoài những giải thưởng giá trị dành cho người thắng cuộc, ban tổ chức sẽ dành tặng giải thưởng hole-in-one là một chiếc Lexus RX200t trị giá 3,06 tỷ đồng cho tay golf nào chinh phục được lỗ số 11 chỉ với một gậy. Đây là mẫu xe lần đầu tiên được Lexus giới thiệu đến khách hàng Việt vào đầu năm nay. Với thiết kế sang trọng, trẻ trung đầy lôi cuốn cùng khả năng vận hành êm ái, tràn đầy hứng khởi, RX200t chính là người bạn đồng hành lý tưởng của những doanh nhân thành đạt.



CITITIME MALL

Ngày 18/08, Công ty Cititime đã chính thức khai trương trung tâm Cititime Mall tại số 10 Phạm Ngọc Thạch, quận 3, Tp.HCM. Cititime Mall là trung tâm đồng hồ chính hãng lớn nhất và đầu tiên tại Việt Nam được ủy quyền bởi các thương hiệu đồng hồ nổi tiếng trên thế giới: từ đồng hồ sử dụng bộ máy Nhật, đồng hồ thời trang, cho đến đồng hồ Thụy Sĩ cao cấp. Cititime Mall có diện tích 1.400m2 gồm 3 tầng lầu với lối bài trí sang trọng trên những chất liệu như đá cẩm thạch, kim loại, gương kính, gỗ và thảm dệt. Tầng trệt là không gian dành riêng cho những sản phẩm cao cấp nhất trong các nhãn hiệu được phân phối bởi Cititime như Audemars Piguet, Sacar, Girard-Perregaux, S.T. Dupont (đồng hồ và phụ kiện). Tầng một là nơi hội tụ những thương hiệu đồng hồ thời trang nổi tiếng và sành điệu, là "bạn đồng hành" của rất nhiều những tín đồ thời trang trên thế giới.



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



SPEAKE-MARIN SPIRIT SEAFIRE

ĐỒNG HỒ THỂ THAO DÀNH CHO QUÝ ÔNG.

Sau những chiếc đồng hồ “dress watch” lịch sự, Speake-Marin cho ra mắt bộ sưu tập Spirit Seafire, những chiếc đồng hồ mang phong cách thể thao. Không giống với những chiếc đồng hồ thể thao hầm hố thường thấy, vẻ thanh lịch vốn có của Speake-Marin vẫn thể hiện rõ ở bộ vỏ Picadilly cổ điển, chữ số La Mã, bộ kim Foundation đặc trưng và kim giây “topping tool” tuyệt đẹp. Bộ sưu tập Speake-Marin Spirit Seafire giới hạn 28 chiếc trên toàn thế giới với 2 lựa chọn Xanh (Blue) và Trắng (White).

Spirit Seafire được trang bị bộ máy Chronograph lên dây cót tự động, được lắp ráp và hoàn thiện thủ công, dự trữ năng lượng 48 giờ, chống nước 30 mét. Mặt số được sơn thủ công lớp dạ quang Super Luminova siêu sáng. Thân vỏ được chế tác từ Titanium 5N, đây là một chất liệu đặc biệt nhẹ và siêu bền dùng trong chế tạo tàu vũ trụ, nhưng lại đặc biệt khó chế tác. Mặt sau thân vỏ của hai mẫu đồng hồ này đều khắc dòng chữ “FIGHT, LOVE & PERSEVERE” với ngụ ý sâu sắc tới chủ nhân rằng: “hãy sống, chiến đấu và yêu hết mình—đừng bao giờ từ bỏ ước mơ”. Có rất nhiều lựa chọn đa dạng về màu sắc và chất liệu dây đeo, phù hợp với mọi hoàn cảnh, từ dây cao su thể thao, dây canvas bụi bặm hay dây da lịch lãm.

MỘT KỶ NGHỈ LÃNG MẠN TẠI BANYAN TREE LÃNG CÔ

Khám phá những trải nghiệm golf đầy thách thức mới lạ, đắm mình trong liệu trình Spa tinh tế hay thưởng thức những món ăn được chế biến đầy sáng tạo. Đem đến sự bất ngờ cho người thân yêu với những khoảnh khắc ngọt ngào hạnh phúc.

Đặt hai đêm nghỉ từ 16,000,000 VND* và tận hưởng một lần golf, một lần Spa hay một bữa ăn chính trong suốt kỳ nghỉ. *Ưu đãi có giới hạn đến 22 tháng 12, 2016. Điều kiện áp dụng.

Để biết thêm về chương trình ưu đãi hay đặt phòng, vui lòng liên hệ
reservations-langco@banyantree.com hay 054 3695 888.



BANYAN TREE
LÃNG CÔ
CENTRAL VIETNAM

Thánh đường của các giác quan

TRUNG QUỐC • INDONESIA • HÀN QUỐC • MALDIVES • MEXICO • SEYCHELLES
VIỆT NAM • THÁI LAN • CÁC TIỂU VƯƠNG QUỐC Ả RẬP THỐNG NHẤT

banyantree.com



<https://tieulun.hopto.org>

T+TISSOT

THIS IS YOUR TIME

SÀI GÒN ■ Sun Wah Tower (38219279) ■ Takashimaya (66812758) ■ Vincom Đồng Khởi (39939099) ■ Vincom Thảo Điền (37442889) ■ 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 (38328999) ■ Maximark Cộng Hòa (39483327) ■ Tân Tân (38272067) ■ Minh Thưởng (38220465) ■ Minh An (38554549) ■ Hải Triều (01253246810) ■ Hệ thống PNJ (39959336) ■ Galle Watch (39290685) ■ Cititime Plaza (0918088661) **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) ■ Galle Watch (38265170) **VINH** ■ Big C Vinh (3596226) **HẢI PHÒNG** ■ Vincom Hải Phòng (2299268) **ĐÀ NẴNG** ■ Big C Vĩnh Trung (3666066) ■ Indochina Riverside Mall (3843818) ■ PNJ (3812618) **QUY NHƠN** ■ PNJ (3812590) **NHA TRANG** ■ Nha Trang Center (6516666) **VŨNG TÀU** ■ Đại Hùng (3530085) **BIÊN HÒA** ■ Hải Triều (01253246810) ■ PNJ (3811818) **TÂY NINH** ■ PNJ (3631838) **CẦN THƠ** ■ Vincom Xuân Khánh (3769898)

<https://tieulun.hopto.org>

Đã đến lúc thể hiện bản thân.

TISSOT TRADITION.

ĐỒNG HỒ TISSOT TRADITION
AUTOMATIC KẾT HỢP VẺ ĐẸP
THANH LỊCH CÙNG CÔNG
NGHỆ HIỆN ĐẠI. THIẾT KẾ
CỔ XUA VÀ TINH TẾ VỚI CỬA
SỐ TRÊN MẶT SỐ VÀ NẮP
LÚNG TRONG SUỐT GIÚP
BẠN CHIÊM NGƯỠNG BỘ
CHUYỂN ĐỘNG
POWERMATIC 80.



Với văn hóa "Thành tâm trọng tín - Hết lòng quan tâm - Biết ơn cống hiến" HSIEHS BIOTECH luôn lấy chất lượng sản phẩm là yếu tố hàng đầu. Đặt tiêu chí "Sức khỏe là Vàng", **GOLDEN LYPRES®** mong muốn mang đến những giá trị tốt đẹp trong việc cải thiện sức khỏe và nâng cao chất lượng cuộc sống.

GOLDEN LYPRES® được bảo vệ độc quyền theo Hiệp ước Hợp tác sáng chế PCT cùng với những Tiêu chuẩn chất lượng Quốc tế như ISO 22000, GMP, HACCP, HALAL.



Made in Singapore

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

Chứng 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.