

HÀNG TIÊU

THE REFINED

ĐỒNG HỒ
**PREMIERE
CHANEL**

JANNARELLY DESIGN-1

SIÊU XE CONCEPT

**QUINTESSENTIALLY
ITALIAN**

ĐẲNG CẤP TỐI TỪ NƯỚC Ý



NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

<https://tieulun.hopto.org>

Brandt

Bien aujourd'hui, bien demain.



ORIGINE
FRANCE®
GARANTIE

BVCEntL6011825

Thương hiệu Brandt đã được hiệp hội nhà nghề Pháp gán nhãn "Origine France Garantie" cho tất cả các sản phẩm được sản xuất tại các nhà máy đặt ở Pháp. Chứng nhận này do tổ chức Bureau Veritas chứng thực, đảm bảo người tiêu dùng được sử dụng sản phẩm sản xuất tại Pháp.



THIẾT BỊ
GIA DỤNG
SỐ 1 TẠI
PHÁP

Conçu et Fabriqué en
Designed and Made in
FRANCE

VỚI HƠN 100 NĂM
KINH NGHIỆM BRANDT
LÀ CHUYÊN GIA TRONG
LĨNH VỰC THIẾT BỊ
GIA DỤNG SỐ 1 TẠI PHÁP



VENTE SPÉCIALE

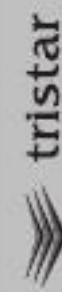
SUR TOUS LES ARTICLES
Jusqu'à - 40%

Chết khấu tiền mặt kèm
Quà tặng chính Hãng

ORIGINE
FRANCE®
GARANTIE



Chương trình áp dụng
từ ngày **15/10/2015** đến ngày **05/02/2016**



307H Nguyễn Văn Trỗi,
P.1 - Q.Tân Bình, TPHCM
08-38449665

125 Điện Biên Phủ,
Q.Thanh Khê, Đà Nẵng
0511-3645144

Villa B24 Trung Hòa - Nhân Chính,
Nguyễn Thị Đình, Hà Nội
04-37260276

BRANDT.COM BRANDT.COM.VN
uCare 1900 55 88 85



CỔ MÁY KIỆT XUẤT

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

Điện thoại Vertu Signature Touch mới

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

TP.HCM:

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

Hà Nội:

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

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

VERTU

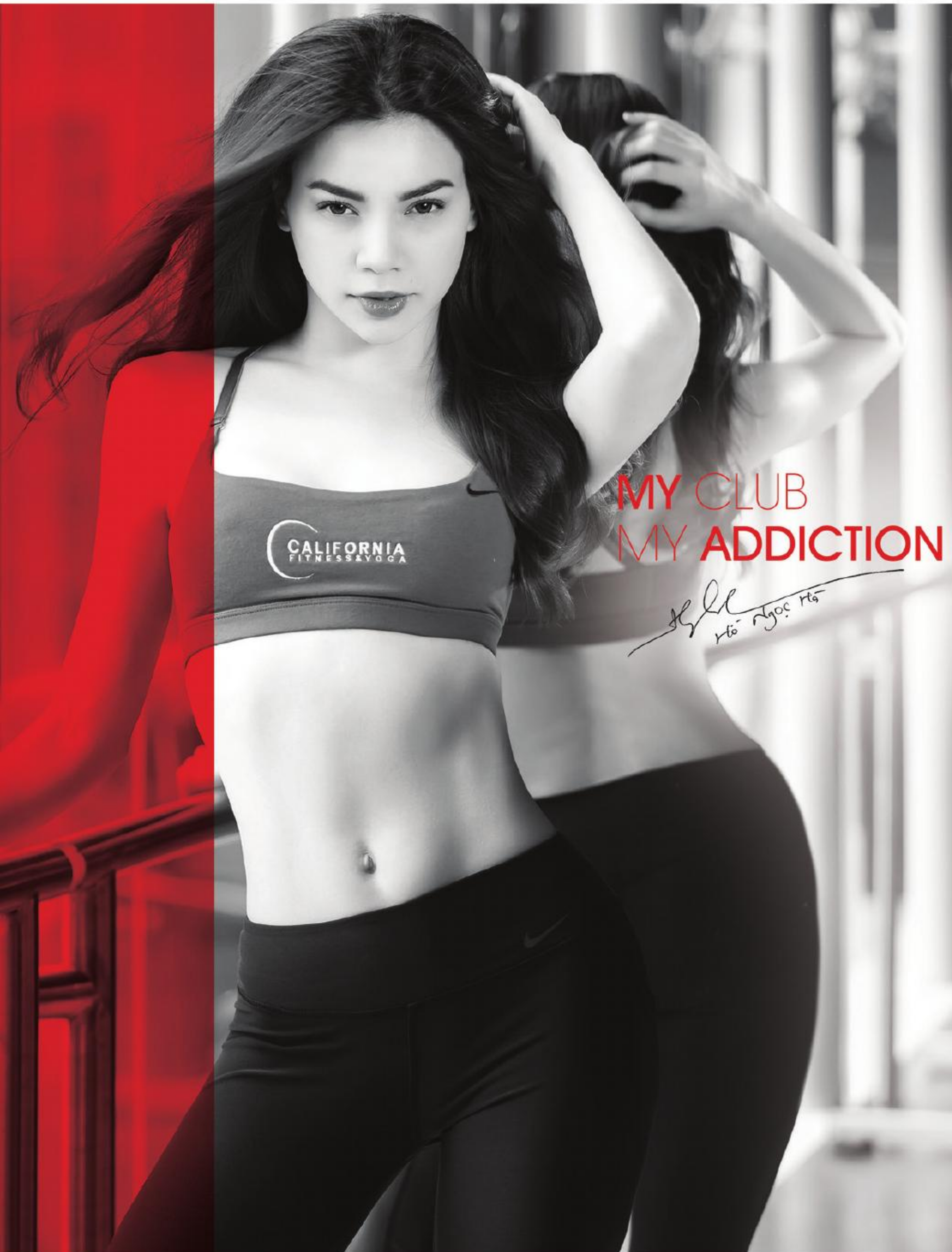
HANDMADE IN ENGLAND

<https://tieulun.hopto.org>

PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



CALIFORNIA
FITNESS & YOGA

MY CLUB
MY ADDICTION

Thị Ngọc Hà

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN / PUBLICATION MANAGER

GIÁM ĐỐC - TỔNG BIÊN TẬP
NGUYỄN XUÂN TRƯỜNG

BIÊN TẬP / EDITORS
ĐOÀN PHAN THẮNG

EDITORIAL DEPARTMENT / THAM GIA BIÊN SOẠN

Fashion: HOÀNG MINH CHÂU

Beauty: BÙI THANH HOA

Lifestyle: ĐỖ HOÀNG

Architecture: NGUYỄN KHẢI

Travel: KHẢ HÂN

MANAGING EDITOR / PHỤ TRÁCH NỘI DUNG

TRÍ TUỆ
ntrituehh@gmail.com

EDITOR / CỐ VẤN NỘI DUNG
TRẦN MINH HÙNG

ART / MỸ THUẬT
TRÂM QUỲNH TRỊNH

STYLIST

LAN ANH

PRODUCER / SẢN XUẤT
NGỌC AN

HÀNG HIỆU

NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN Website: nxbthanhvien.vn. Email: info@nxbthanhvien.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 Tiến Phong - Hệ thống nhà sách Fahasa - Hệ thống nhà sách Phương Nam - Nhà sách Thiết bị và Giáo dục - Nhà sách Thiết bị và Giáo dục - Nhà sách Ngoại văn - Tổng công ty sách Việt Nam.

SỐ XÁC NHẬN ĐĂNG KÝ XUẤT BẢN TẬP 1: 937-2015/CXBIPH/28-57/TN theo QĐXB số: 435QĐ-NXBTN / Khổ: 210 x 285 mm / In tại Nhà máy In Bán Đồ - 85 Nguyễn Chí Thanh - Hà Nội
ISBN: 978-604-64-2183-2/ Giá: 45.000 VND



BRUNELLO CUCINELLI

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

<https://tieulun.hopto.org>

Hàng Hiệu: Ảo và Thật

Mọi người khi nhìn vào thế giới hàng hiệu thường có con mắt không mấy thiện cảm. Tuy nhiên chính hàng hiệu đang là động lực giúp thế giới tốt thêm mỗi ngày. Nó không chỉ là cầu nối giữa Đông và Tây mà còn nhắc chúng ta về những giá trị cốt lõi của mỗi người – về việc chúng ta là ai, chúng ta từ đâu tới. Những chiếc đồng hồ Year Of The Monkey là ví dụ điển hình nhất cho điều này. (Và chúng ta có cả những chiếc Mobiado phiên bản đặc biệt dành cho năm nay.) Cũng chính hàng hiệu giúp chúng ta bảo lưu những ngành nghề thủ công truyền thống giữa một kỷ nguyên của những giá trị số và ảo.

Và đó cũng là điều mà những đại diện của Mobiado từng chia sẻ với chúng tôi. Người sáng lập thương hiệu Mobiado, Peter Bonac vẫn không ngừng đi du lịch tới những vùng miền khác nhau trên thế giới để khám phá và tìm ra những nguồn cảm hứng. Bởi trong kỷ nguyên của những giá trị ảo, chúng ta vẫn cần nhớ rằng chúng ta vẫn cần tin vào những câu chuyện thật, những cách làm cũ kiểu như mất bao nhiêu giờ để chạm khắc một họa tiết hay mất bao lâu để ráp được một cơ chế phức tạp của đồng hồ. Và đó chính là sự lãng mạn cũng như vô cùng thực tế của thế giới hàng hiệu.



Ảnh bìa: **Brunello Cucinelli**
Fall Winter 2015 Ready-to-Wear Collection



BOSS
HUGO BOSS

CONTENTS

JANUARY/2016

FEATURE

- 056 | **CUỘC HÔN PHỐI TRONG MƠ**
Mặc dù sự kết hợp giữa thời trang và nghệ thuật ngày càng trở nên phổ biến và sâu sắc trong những năm gần đây, cuộc tranh luận “thời trang có phải là nghệ thuật” dường như không có hồi kết.
- 082 | **BẢO TÀNG THỜI TRANG**
Những bảo tàng đang không ngừng mọc lên trên khắp thế giới – nhưng lần này những món đồ trưng bày là những thiết kế thời trang chứ không phải những tác phẩm của các họa gia bậc thầy!
- 096 | **VANG LỤC ĐỊA GIÀ HAY TÂN THẾ GIỚI?**
Sự thẩm định trên cả hai lục địa đã phải tôn vinh vị trí hàng đầu của một Ridge Monte Bello Babernet Sauvignon 1971. Rượu đỏ Californian Chateau Mouton-Rothschild 1970 đã 6 lần chiếm vị trí tiếp theo sau thứ hạng cao nhất của Bordeaux.
- 090 | **NÉT TINH TẾ TRONG NGHỆ THUẬT BÀI TRÍ MÓN ĂN NHẬT BẢN**
Một món ăn điển hình của Nhật Bản Tại Benkay cho thấy cả một quá trình sáng tạo nghệ thuật công phu và chau chuốt của người đầu bếp mà điển hình là lối bài trí bất đối xứng đầy ẩn ý, tạo nên sự cân bằng và hài hòa qua những màu sắc sống động và góc độ sắc nét.



056



082



096



016



022

LIFESTYLE

- 016 | **WHATSON**
Điểm tin các thương hiệu cao cấp như: Gucci, Balenciaga, Fendi Timepieces...
- 022 | **LIVING IS ALL ABOUT**
Các tin nổi bật về các công trình dự án kiến trúc trên khắp thế giới.

YES

Chúng tôi thiết kế để bạn thể hiện



**ĐỘNG CƠ 1.5L ECOBOOST
MẠNH MẼ HOÀN TOÀN MỚI**



**ĐỘNG CƠ ECOBOOST 1.5L
TIẾT KIỆM NHIÊN LIỆU HIỆU QUẢ**



**HỆ THỐNG HỖ TRỢ ĐỖ XE
TỰ ĐỘNG TOÀN DIỆN**



**2000 LỆNH ĐIỀU KHIỂN XE
BẰNG GIỌNG NÓI SYNC™ 2**



Go Further

ford.com.vn

• **ANDO FORD:** 11 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 • **THANH XUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525 • **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990 • **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hạ Long. Tel: 033.3628699 • **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 036.3515292 • **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555 • **DANANG FORD BINHDINH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555 • **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3954999 • **NHA TRANG FORD:** 51, Đường Lê Hồng Phong, Phường Phước Tân, TP. Nha Trang, Tỉnh Khánh Hòa, Việt Nam. Tel: 0583.885539 • **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM. Tel: 08.38157979 • **CITY FORD:** Số 216-218, Quốc Lộ 13, Phường Hiệp Bình Chánh, Q. Thủ Đức, TP. HCM. Tel: 08.37262626 • **PHUMY FORD:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái 2, Quận 2, TP. HCM. Tel: 08.37425454 • **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP. HCM. Tel: 08.38181458 • **SAIGON FORD 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 T1C - Võ Nguyên Giáp, Cái Răng, TP. Cần Thơ. Tel: 0710.3730720 • **BINH DUONG FORD:** Lô C13, Nguyễn Huệ, Khu Liên Hòa, TP. Thủ Đức Một. Tel: 0650.3801381 • **CITY FORD VUNG TAU:** Số 40A, Đường 30/04 Phường 9, TP. Vũng Tàu. Tel: 0643.594778 **ĐƯỜNG DẪY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888**

<https://tielun.hopto.org>

CONTENTS

JANUARY/2016

FASHION

028 | QUINTESSENTIALLY ITALIAN

3 bộ sưu tập Xuân Hè mà Hàng Hiệu giới thiệu tới bạn đọc lần này đều của 3 thương hiệu nước Ý: Gucci, Valentino và Dolce & Gabbana. Mặc dù khác nhau về chủ đề và cảm hứng nhưng chúng đều gặp nhau tại một điểm: tôn vinh di sản thời trang đặc sắc của đất nước xinh đẹp bên bờ Địa Trung Hải.



028

036 | THE CELEBRATION OF COLOURS

Thời trang nam những năm gần đây đã có những bước tiến rất lớn trong việc đa dạng hóa màu sắc và kiểu dáng thiết kế, với những thử nghiệm mới, phá cách và táo bạo chứ không còn nhàm chán, chỉ “quanh đi quẩn lại” với những thiết kế basic mang tính thực dụng cao.



036

BEAUTY

070 | SỰ TRỞ LẠI CỦA VÀNG

Không phải bây giờ màu vàng mới hiện diện trong các dòng nước hoa sang trọng. Nếu theo dõi thị trường này, bạn sẽ thấy những phiên bản đặc biệt của nhiều thương hiệu lớn đã gắn bó với Ánh Kim từ nhiều năm trở lại đây.



070

074 | KHÔNG CHỈ LÀ FOUNDATION

Với mức giá đắt đỏ, những chai foundation này không chỉ mang đến một lớp phủ mịn như sương. Chúng còn là một chai skincare đúng nghĩa.



074

076 | SPA MÙA ĐÔNG

Việc chăm sóc da về cơ bản là 'làm sạch'. Vì vậy, chọn sữa rửa mặt phù hợp cho mỗi mùa là điều rất quan trọng. Bạn nên đổi sang một loại sữa rửa mặt dưỡng ẩm và dịu nhẹ hơn so với mùa hè.



076



Chúng tôi đối lập với số đông



Handmade solid gold eyewear
(Giá: 272.000.000 VNĐ)



MILUXE Exclusive Boutique:

- * L2-34AB UNIONSQUARE A - 171 Đồng Khởi - 116 Nguyễn Huệ, Q. 1, TP. HCM
- * 199 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Q. 3, TP. HCM
- * S214, tầng 2, Tràng Tiền Plaza, 26 Hai Bà Trưng, Q. Hoàn Kiếm, Hà Nội
- * G6 Indochina Riverside Towers, 74 Bạch Đằng, Q. Hải Châu, TP. Đà Nẵng

Email: contact@miluxe.vn

Kính mắt Việt Tín:

- * 345 Cầu Giấy - Q. Cầu Giấy - Hà Nội
- * C4-142 Giảng Võ - Q. Ba Đình - Hà Nội



BENTLEY

EYEWEAR

"Bentley" and the "B in Wings" are registered trademarks
© 2011 Bentley Motors

CONTENTS

JANUARY/2016

TOP MACHINE

108 | LAMBORGHINI URUS CROSSOVER

Được biết đây là một trong những dự án mới nhất của Lamborghini. Giám đốc điều hành Stephan Winkelmann đã khẳng định Lamborghini đã phát triển thành công ít nhất một mẫu thử nghiệm cho một trong những mô hình sắp tới.



108

110 | JANNARELLY DESIGN-1

Được biết, thiết kế của chiếc Design-1 là ý tưởng của Anthony Jannarelli và Frederic Juillot. Anthony là nhà thiết kế đứng sau các mẫu siêu xe Lykan HyperSport và Fenyr SuperSport của W Motors.



110

118 | PHONG CÁCH CỦA SANLORENZO

Phong cách cổ điển, vượt thời gian là điểm đặc trưng dễ nhận thấy của những chiếc du thuyền tới từ xưởng đóng tàu Sanlorenzo. Triết lý kinh doanh của hãng là luôn tập trung vào những yêu cầu làm thỏa mãn khách hàng.



118

WATCH + JEWELLERY

100 | SỰ DIỆU KỲ TỪ NHỮNG BÁNH RĂNG

Cùng Chronoswiss khám phá vẻ đẹp của chiếc đồng hồ cơ Thụy Sĩ nổi tiếng!



102

102 | ĐỒNG HỒ PREMIERE CHANEL

Với mẫu đồng hồ này, biến tấu màu sắc đã được thực hiện vô cùng thú vị khi khai thác một bản màu sáng với những sắc màu nổi bật như hồng và xanh ngọc (lấy cảm hứng từ nghệ thuật Pop Art và sự rực rỡ của mùa hè.)



103

103 | ĐỒNG HỒ HAPPY FISH

Chiếc đồng hồ Métiers d'art, với tên gọi Happy Fish của Chopard mới đây đã chính thức được giới thiệu và mang chúng ta chiêm ngưỡng vẻ đẹp của đại dương huyền ảo được tái hiện lại trên mặt số với hình ảnh chú cá làm trung tâm và những viên kim cương không ngừng chuyển động.



KENZO PARIS

PRESENTS

A MOVIE BY GREGG ARAKI

HERE



NOW

KENZO.COM/HERENOW

WHATSON

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



MOBIADO

Year of the Monkey.

Tri ân nền văn hóa Á Đông, năm 2016 - theo Thập nhị Địa Chi ứng với năm Bính Thân - Mobiado lần đầu tiên giới thiệu mẫu thiết bị di động cao cấp Year of the Monkey, phiên bản đặc biệt giới hạn 100 chiếc. Nói tri ân là bởi, nền văn hóa châu Á – trong đó có Việt Nam – từ lâu đã khơi tạo nguồn cảm hứng cho nhiều ý tưởng sáng tạo của nhà thiết kế, Chủ tịch Mobiado, Peter Bonac. Có cảm giác là càng đi nhiều, nhà du hành trẻ tuổi này càng thâm trầm chất lọc. Để rồi mang những giá trị lắng đọng ấy lên những thiết bị di động mang tên Mobiado.



WWW.LINDAFARROW.COM

LINDA FARROW

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

<https://tieulun.hopto.org>



FENDI TIMEPIECES

Ra mắt tại Việt Nam.

Năm 2016 đánh dấu lần đầu tiên thương hiệu đồng hồ Fendi có mặt tại Việt Nam, bằng các bộ sưu tập đồng hồ tinh tế và thanh lịch đậm tính di sản từ thành Rome, qua hệ thống phân phối độc quyền của Miluxe, với giá bán tương đương boutique nước ngoài. Miluxe hiện là bạn đồng hành lâu năm tại Việt Nam và khu vực của các tên tuổi xa xỉ hàng đầu thế giới như: Mobiado (điện thoại), Speake-Marin (đồng hồ), H. Moser & Cie. (đồng hồ), Reuge (hộp nhạc cơ khí), Grayson Tighe (bút viết), Sarpaneva (đồng hồ), Angular Momentum (đồng hồ), Bell & Ross (đồng hồ) Ebel (đồng hồ), Bentley Estede (kính mắt), Ralph Vaessen (kính mắt), Lunor (kính mắt), Linda Farrow (kính mắt), MYKITA (kính mắt), Lafont (kính mắt).



SHOW TRÌNH DIỄN CỦA GUCCI

Tới London.

Theo nguồn tin mới nhất, bộ sưu tập pre-spring (chớm xuân) 2017 của thương hiệu Gucci sẽ được trình diễn tại kinh đô thời trang London, thay vì Milan như thường lệ, mặc dù bất cứ thông tin chi tiết nào - về ngày diễn và địa điểm chính xác của show diễn - cho tới nay vẫn chưa được công bố.

Thông tin này được tung ra ngay sau khi Chanel khẳng định nhà mốt này sẽ đưa bộ sưu tập pre-spring (chớm xuân) 2017 của mình đến trình diễn tại Cuba vào đầu tháng 5, hưởng ứng trào lưu ra mắt các bộ sưu tập cruise collection tại những địa điểm khác nhau đang được rất nhiều thương hiệu lớn áp dụng.

Với thiên hướng thẩm mỹ thiên về cảm hứng vintage của Michele, sự thực là có rất nhiều địa điểm độc lạ mang tính chất lịch sử sẽ phù hợp với chất liệu của bộ sưu tập chớm xuân pre-spring collection (đã được tổ chức tại New York mùa hè năm ngoái) của thương hiệu Gucci. Mới đây thôi, nhà thiết kế nổi tiếng đã chia sẻ với Style, "Tôi yêu người Anh, bởi họ là những cá nhân khác biệt, độc đáo nhất trên thế giới và thường không bận tâm người khác nghĩ gì về mình."



BALENCIAGA

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

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



TRIỂN LÃM ĐỒ LÓT

Tại bảo tàng Victoria & Albert.

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

MERIDIIST //



THE ESSENCE OF LUXURY COMMUNICATION MERIDIIST 2nd generation

BROWN ALLIGATOR, FULL ROSE GOLD

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



TAGHeuer

AVANT-GARDE COMMUNICATION

<https://tieulun.hopto.org>



GIẢI THƯỞNG THỜI TRANG PHI ĐỘNG VẬT

Và những người chiến thắng.

Giải thưởng thời trang phi động vật của PETA lần thứ 3 tôn vinh "thời trang và phụ kiện bảo vệ động vật" cùng những người chiến thắng gồm một nhóm các ngôi sao thiết kế danh giá. Giải thưởng Túi xách phong cách nhất (The Most Stylish Handbag) thuộc về Vivienne Westwood với dòng túi da cá sấu Jungle; Giải thưởng Túi dạ tiệc phong cách nhất (The Most Stylish Evening Bag) được trao cho Simone Rocha; trong khi Stella McCartney và Shrimps lần lượt nhận giải thưởng cho Ví cầm tay (purse) phong cách nhất (The Most Stylish Purse) và Áo khoác phong cách nhất (The Most Stylish Coat).

Các thương hiệu nổi tiếng khác giành giải là Zara, với áo khoác da lộn - giải thưởng Áo khoác phong cách nhất (The Most Stylish Jacket), ASOS với thiết kế gile có mũ - giải Món đồ phong cách nhất (The Most Stylish Down-free Item), cuối cùng là H&M với thiết kế áo cánh dơi kẻ ca-rô - giải Áo cánh dơi phong cách nhất (The Most Stylish Poncho).

ZENITH

Follow your own star.

Là một trong số rất hiếm những nhà sản xuất đồng hồ xa xỉ táo bạo và sáng tạo nhất của ngành, sở hữu hàng trăm phát minh và các bộ máy ứng dụng rộng rãi cùng hàng ngàn giải thưởng danh giá. Zenith ra đời năm 1865, là thành viên thuộc tập đoàn xa xỉ trứ danh LVMH. Đồng hồ Zenith có thiết kế không cầu kỳ, và độ chính xác rất cao, nhiều mẫu có tần số dao động lên tới 5z (36000 vph) đã đưa ra chuẩn mực mới cho ngành đồng hồ thế giới và là thương hiệu dẫn đầu thị trường với công nghệ vượt trội này. Không chỉ có sức mạnh kĩ thuật, độ chính xác, Zenith cũng trình làng nhiều mẫu thiết kế hết sức độc đáo. Chiếc "Academy Christophe Colomb" là hiện thân cho một cuộc cách mạng trong ngành chế tác đồng hồ thế kỉ 21 với hệ thống kiểm soát lực hấp dẫn tinh vi, đạt giải thưởng Geneva Watchmaking Grand Prix danh giá.



KẾT QUẢ BRITISH FASHION AWARDS

Những người chiến thắng.

Vừa qua, Giải thưởng thời trang Anh quốc đã được trao cho rất nhiều nhà thiết kế nổi tiếng tại London Coliseum. Đây thực sự là một đêm đáng nhớ đối với JW Anderson – nhà thiết kế Bắc Ailen giành cả hai giải thưởng Nhà thiết kế thời trang nam và Nhà thiết kế thời trang nữ, một chiến thắng hiếm có. Vinh quang cũng được dành cho các nhà thiết kế đến từ London như Thomas Tait, Mary Katrantzou, và Erdem. Buổi lễ có sự tham dự của David và Victoria Beckham, Georgia May Jagger, Karlie Kloss, Kate Bosworth, Kate Moss, Liv Tyler, Poppy Delevingne, và Salma Hayek Pinault.

Danh sách một số giải thưởng quan trọng: Nhà thiết kế thời trang nữ mới nổi: Thomas Tait; Nhà thiết kế thời trang nam mới nổi: Grace Wales Bonner; Nhà thiết kế trang sức, phụ kiện mới nổi: Jordan Askill; Nhà thiết kế trang phục thảm đỏ: Tom Ford, Người mẫu của năm: Jourdan Dunn; Nhà thiết kế có thành tựu nổi bật: Karl Lagerfeld; Thương hiệu có chiến dịch quảng cáo sáng tạo nhất: Burberry; Nhà thiết kế quốc tế xuất sắc: Alessandro Michele (Gucci); Nhà thiết kế mới nổi xuất sắc: Mary Katrantzou; Nhà thiết kế xuất sắc: Erdem; Thương hiệu của năm: Stella McCartney; Giải thưởng Isabella Blow dành cho thiết kế thời trang: Nick Knight OBE; Phong cách Anh quốc – người cách tân thời trang: FKA Twigs; Phong cách Anh Quốc – Đại sứ thảm đỏ: Gwendoline Christie; Nhà thiết kế trang sức của năm: Charlotte Olympia; Nhà thiết kế trang phục nam của năm: JW Anderson; Nhà thiết kế trang phục nữ của năm: JW Anderson.



ESCADA

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

<https://tieulun.hopto.org>



MUSEUM OF TOMORROW BẢO TÀNG CỦA TƯƠNG LAI Ở RIO DE JANEIRO.

Thành phố Rio de Janeiro đã mở một bảo tàng “thử nghiệm” có tên gọi “Museum of Tomorrow” dành để khám phá các khả năng của một tương lai bền vững thông qua các hiện vật tương tác giữa khoa học, nghệ thuật, công nghệ và văn hóa với nhau. Bảo tàng được đặt trong một tòa nhà có hình dáng giống như con tàu vũ trụ trắng lệt được thiết lập để trở thành trung tâm của một dự án tái tạo lớn của khu phố Porto Maravilha. Yếu tố bắt mắt nhất của tòa nhà là cấu trúc mái khổng lồ nhô theo đường chéo hướng lên bầu trời. Được thiết kế bởi kiến trúc sư Tây Ban Nha Santiago Calatrava, người tạo ra các tòa nhà biểu tượng trên toàn thế giới, bao gồm sân vận động Olympic Athens 2004. “Bảo tàng của Tương lai” bao gồm các sáng kiến thiết kế bền vững, kết hợp với năng lượng tự nhiên và các nguồn ánh sáng, chẳng hạn như sử dụng các tấm pin mặt trời để cung cấp điện cho tòa nhà và nguồn nước từ vịnh để điều chỉnh nhiệt độ bên trong của nó.



TYRA BANKS RAO BÁN BIỆT THỰ.

Tyra vừa quyết định nói lời tạm biệt với ngôi biệt thự này để chuyển đến một ngôi biệt thự sang trọng khác ở khu vực Malibu Hills. Trước đó, Tyra từng bỏ 2 triệu USD để tu sửa ngôi biệt thự này. Biệt thự sang trọng của siêu mẫu Tyra Banks có sảnh ăn uống ngoài trời và không gian bên ngoài được siêu mẫu sửa sang lại phù hợp với nhu cầu sử dụng. Căn nhà có tổng diện tích hơn 561m2 với 3 phòng ngủ, được trang bị nội thất hầu như là đồ thủ công mỹ nghệ, kể cả gạch ốp tường cũng là ốp thủ công. Ngôi nhà được xây vào năm 1926, nguyên bản của nó được thiết kế bởi các nghệ nhân của Mission gồm có đài phun nước ngoài trời và cầu thang trong nhà chính.



KẾ HOẠCH CỦA NEW YORK DÀNH CHO NHÀ GA PENNSYLVANIA STATION.

Thống đốc Andrew Cuomo mới đây vừa giới thiệu kế hoạch cải tạo lại nhà ga Pennsylvania Station và khu James A. Farley Post Office thành một trung tâm giao thông tầm cỡ thế giới. Được biết rằng nhà ga tàu Penn Station là nhà ga đông nhất Bắc Mỹ, được thiết kế vào năm 1910 với khả năng đáp ứng lưu lượng lên tới 200.000 người. Tuy nhiên, hiện nay, nhà ga đang phải phục vụ khoảng 650.000 người mỗi ngày. Được biết cho tới nay, kiến trúc sư cho dự án vẫn chưa được quyết định nhưng được biết tổng kinh phí cho dự án này khoảng 3 tỷ đô. Ngoài ra, công trình mới – kết hợp bởi công trình cũ – sẽ có tên gọi là Empire Station Complex.




CANALI
1 9 3 4

CANALI.COM

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

<https://tieulun.hopto.org>

KATE MOSS

KHÁM PHÁ BIỆT THỰ CỦA KATE MOSS.

Ngôi nhà này có giá không hề rẻ, ít nhất 2,5 triệu bảng. Nhà có năm phòng ngủ. Kate Moss chia sẻ: “John, chủ tịch của The Lakes by yoo, và tôi đã trở thành bạn bè tri kỷ vì tình yêu với miền quê nước Anh (và các quán rượu)... Khi anh nói với tôi về căn nhà The Barnhouse nằm giữa rừng bạch dương, tôi đã rất tò mò và sau đó vui mừng trở thành một phần của đội ngũ thiết kế. Chúng tôi đã tạo ra một thiên đường sang trọng trong rừng, một nơi hoàn hảo để thoát khỏi nhịp sống hối hả để vui vầy với gia đình và bạn bè. David Haddock, một thợ thủ công địa phương, người đã xây dựng phòng thay đồ cá nhân của Kate ở London, đã được mời chế tác các món đồ nội thất tại căn nhà mới như bộ bàn ăn với băng ghế sang trọng và tủ kê TV.

Được biết căn hộ do chính Kate Moss thiết kế nội thất, ngôi nhà nằm giữa một khu rừng tư nhân rộng 1 mẫu, cách thủ đô London 90 phút lái xe. Nhà có trần cao gấp đôi bình thường, gồm 5 phòng ngủ lớn, một boong giải trí ngoài trời, hồ bơi riêng và cửa ra vào lớn.



“BIỆT THỰ CỦA BOND”

ĐƯỢC RAO BÁN.

Khi cơn sốt của bộ phim mới nhất về điệp viên 007, Spectre vẫn còn chưa hạ nhiệt, bối cảnh của phim đã được rao bán với giá 4 triệu USD. Biệt thự ở Marrakech, Morocco là một trong những bối cảnh ấn tượng nhất trong tập phim Spectre. Theo kịch bản, ngôi nhà này nằm giữa sa mạc nhưng thực tế nó nằm gần thành phố Marrakesh và được xây dựng trên mặt bằng 929m² trong khuôn viên rộng 20.000m², gồm nhà chính và nhà cho khách. Công trình được hoàn thành vào năm 2006, do KTS Phillipe Starck thiết kế. Công trình có lối thiết kế hiện đại nhà đẹp. Không gian trong nhà được giao hòa với thiên nhiên nhờ hệ cửa kính lớn nội thất đẹp. Nội thất trong nhà được sử dụng theo phong cách Bắc Âu với các tông màu đơn giản như trắng, đen.. phòng ngủ lớn. Khu nhà chính có 3 phòng ngủ lớn, khép kín. Khu nhà dành cho khách cũng có 3 phòng ngủ.

MILEY CYRUS
BIỆT THỰ ĐẲNG CẤP.

Ngôi nhà có giá triệu đô đậm chất Mid-century Modern này là của Miley Cyrus, thần tượng âm nhạc, điện ảnh nổi tiếng khắp thế giới. Ngôi nhà được mua lại năm 2011 với giá 3,9 triệu đô và được tu sửa lại theo phong cách Mid-century Modern. Nhà có diện tích rộng 480m², 5 phòng ngủ và 6 phòng tắm. Ngôi nhà với một lối vào duy nhất, luôn được đảm bảo an ninh tối đa. Cánh cửa nổi bật với gam màu xanh neon bắt mắt. Phòng khách ở vị trí trung tâm và là không gian có view đẹp nhất, có gam màu trắng kết hợp thảm lông mềm mại tăng thêm sự hiện đại. Phòng ăn với hai gam màu đen - trắng tinh tế. Không gian phòng ngủ đơn giản nhưng được thiết kế hoàn chỉnh đậm phong cách Mid - century Modern Góc làm việc của căn nhà khá đơn giản, độc đáo.

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.

SWISS
MADE

BẢO HÀNH
TRỌN ĐỜI

KHÁNG NƯỚC
BƠI LẠN CẢ NGÀY

MẮT KÍNH
SAPPHIRE

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

SHOPS: Sài Gòn • **Maximark** 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991) • **Vincom Tháo Điện** 159 Xa Lộ Hà Nội, Q.2 (37442889) • **Vincom Gò Vấp** 190 Quang Trung, Q.GV (38945689) • **Vincom Thủ Đức** 216 Võ Văn Ngân, Q.TĐ (37223433) • **Big C Quận 7** 99 Nguyễn Thị Thập, Q.7 (0926789789) • **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 Tuông** 101 Hàng Bông, Quận HK (38288579) **Vinh** • **Big C Vinh** 2 Quang Trung (3596226) **Đà Nẵng** • **Big C Vinh Trung Plaza** 225-227 Hồng 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>



GENSLER HOÀN THIỆN THÁP THƯỢNG HẢI

Tháp Thượng Hải hay Shanghai Tower vừa mới hoàn thiện là tòa nhà cao thứ 02 trên thế giới và cao nhất tại Trung Quốc. Với độ cao 632m, Shanghai Tower là tòa nhà thứ 03 trên thế giới vượt qua được chiều cao 600m. Được biết rằng tòa nhà này cũng là một bước đại nhảy vọt trong ngành kiến trúc không chỉ về chiều cao mà còn cả về thiết kế của tòa nhà cho phép tòa nhà có thể đạt được kết cấu ổn định và bền vững nhất.



DIOR DẢI LỤA TRONG LÒNG SEOUL.

Cửa hàng là tác phẩm của kiến trúc sư Christian de Portzamparc. Nhận xét về công trình, ông đã chia sẻ: “Tôi muốn một công trình biểu tượng cho hãng thời trang Dior và phản ánh những việc mà Christian Dior đã cống hiến. Tôi muốn có một bề mặt tựa như một dòng chảy, như một nhà thiết kế mềm mỏng, được dệt nên từ vải cotton trắng. Những bề mặt này, hòa lẫn vào nền trời và gợn sóng như đang chuyển động, chỉ bị cắt bởi một vài nét. Chúng được làm từ lớp vỏ đúc từ sợi thủy tinh, với độ chính xác của các chi tiết trong kĩ thuật hàng không.”



TIMMERHUIS BIỂU TƯỢNG MỚI Ở ROTTERDAM, HÀ LAN.

Đây là tòa nhà được xem là bền vững nhất Hà Lan thiết kế bởi OMA. Với Timmerhuis - một công trình vừa là hội trường mới của thành phố cung cấp các dịch vụ đô thị, văn phòng và nhà ở cho các cư dân, OMA quan niệm nó là một toà nhà dạng mô đun với những đơn vị lặp lại dần dần quay lưng ra phố và phát triển thành hai đỉnh tháp. Tổ hợp công trình của những đơn nguyên nhỏ tạo nên một hình thức ấn tượng, phức tạp khi nhìn từ Coolensingel, một trong những trục giao thông chính của Rotterdam. Hệ thống kết cấu tân tiến của Timmerhuis đem lại hiệu quả và sự linh hoạt tối đa cả trong xây dựng lẫn trong bố trí chức năng: những đơn vị có thể thích hợp với những không gian văn phòng hoặc đáp ứng được những thông số của không gian ở tùy theo ý muốn. Các hàng hiên xanh trên các tầng cao biến các căn hộ trở thành một khu vườn xanh trong lòng đô thị Rotterdam. Trên mặt phố, cấu trúc này cho phép tạo một không gian mở thoáng đạt, với nhiều mô đun nhô ra, khuyến khích sự năng động và gắn kết hài hòa giữa Timmerhuis và thành phố.



CHARRIOL

GENEVE

ST-TROPEZ™ STYLE
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 (0926789789) • **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)

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

<https://tieulun.hopto.org>

QUINTESSENTIALLY ITALIAN

3 BỘ SƯU TẬP XUÂN HÈ MÀ HÀNG HIỆU GIỚI THIỆU TỚI BẠN ĐỌC LẦN NÀY ĐỀU CỦA 3 THƯƠNG HIỆU NƯỚC Ý: GUCCI, VALENTINO VÀ DOLCE & GABBANA. MẶC DÙ KHÁC NHAU VỀ CHỦ ĐỀ VÀ CẢM HỨNG NHƯNG CHÚNG ĐỀU GẶP NHAU TẠI MỘT ĐIỂM: TÔN VINH DI SẢN THỜI TRANG ĐẶC SẮC CỦA ĐẤT NƯỚC XINH ĐẸP BÊN BỜ ĐỊA TRUNG HẢI. ĐẲNG CẤP VÀ SỰ TINH TẾ CỦA THỜI TRANG Ý LUÔN THỂ HIỆN RÕ NÉT TRONG NHỮNG CHẤT LIỆU VẢI CAO CẤP ĐƯỢC CUNG ỨNG NỘI ĐỊA BỞI NỀN CÔNG NGHIỆP DỆT MAY TRONG NƯỚC VỐN ĐÃ PHÁT TRIỂN RẤT VỮNG MẠNH TỪ NHIỀU NĂM NAY, TRONG TỪNG ĐƯỜNG KIM MŨI CHỈ TINH XẢO CỦA NGHỆ THUẬT THỦ CÔNG ĐỈNH CAO (CRAFTSMANSHIP), TRONG MÀU SẮC RỰC RỠ, LỘNG LẪY VÀ NHỮNG HỌA TIẾT THÊU, IN PHONG PHÚ, HOA MỸ. MỜI BẠN LẬT GIỜ TỪNG TRANG BÁO VÀ KHÁM PHÁ CÙNG CHÚNG TÔI!

*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>



VALENTINO

Không nghi ngờ gì nữa, văn hóa của “lục địa đen” Châu Phi chính là cảm hứng chính trong bộ sưu tập Xuân Hè 2016 của thương hiệu “khổng lồ” Valentino. Nhưng tại sao lại là Châu Phi? Tưởng không liên quan mà thực ra lại rất có lý. Cuộc khủng hoảng di cư với hàng vạn người tị nạn tới từ Senegal, Nigeria, Gambia, Mali trên những chiếc thuyền lênh đênh vượt Địa Trung Hải để đến với miền Nam nước Ý đã và đang diễn ra từ hơn một năm nay, trở thành một trong những vấn đề nhức nhối cho tất cả giới chức lẫn công dân nước Ý. Qua bộ sưu tập lần này, Maria Grazia Chiuri và Pierpaolo Piccioli muốn gửi gắm đến công chúng một thông điệp nhỏ về sự dung thứ và lòng bao dung cùng nỗ lực nâng cao hiểu biết giữa hai nền văn hóa Châu Phi và Italia. Họ muốn chứng minh rằng, thời trang không hoàn toàn và cũng không nên đứng ngoài cuộc với những biến động của đời sống chính trị, xã hội. Đúng như những gì Coco Chanel từng nhận xét “Thời trang không chỉ hiện diện trên những bộ quần áo. Thời trang tồn tại trên bầu trời, trên đường phố, thời trang gắn liền với các ý tưởng, cách chúng ta sống và những gì đang diễn ra.” Thông qua những họa tiết trang trí kiểu Mansai phong phú và đặc sắc, tinh thần và cuộc sống Châu Phi được tái hiện đầy sống động và chân thực trên những thước vải mang gam màu đất chủ đạo, đôi lúc điểm xuyết thêm trắng, xanh và da cam. Nổi bật hơn cả là những chiếc vòng choker kiểu panga, những bộ váy dài xếp tầng và những chi tiết tua rua trên vải da, da lộn hoặc lông vũ (feather) được khai thác triệt để. Một bộ sưu tập đồ sộ với 91 thiết kế công phu, tinh xảo, cầu kỳ được thể hiện ở một đẳng cấp bậc thầy đã cho thấy rõ sức sáng tạo không giới hạn của Maria Grazia Chiuri và Pierpaolo Piccioli, người kế nhiệm xứng đáng của huyền thoại Valentino Garavani.

*cuộc sống là nét đẹp năng động



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

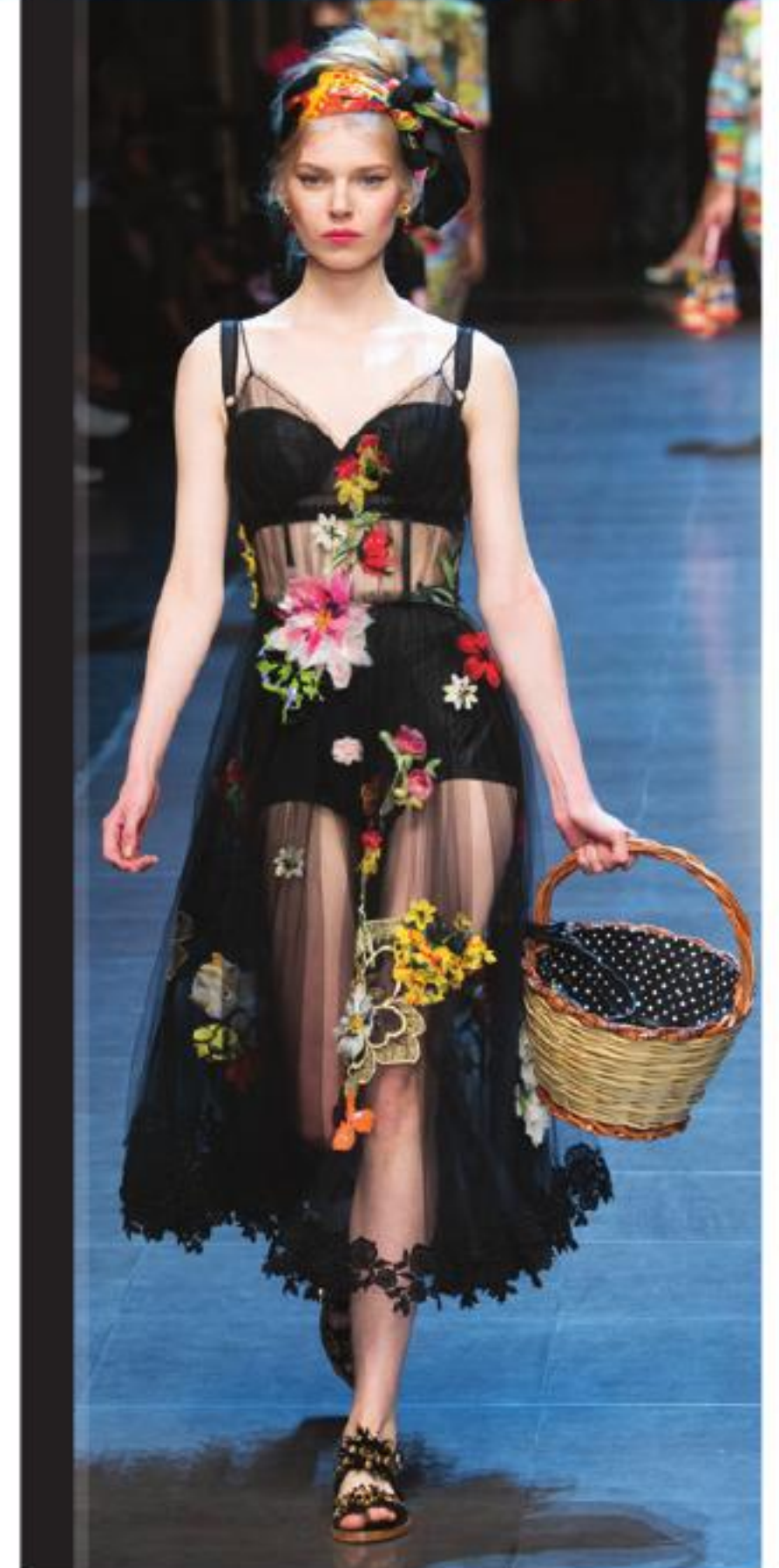
tp hcm • unionsquare • new world hotel • hà nội • vincom royal city • pacific place • bà triệu • lotte center

<https://tieulun.hopto.org>



DOLCE & GABBANA

Không có gì quá mới ở bộ sưu tập lần này của Dolce & Gabbana, nhưng theo quan điểm của nhà báo thời trang lừng danh Suzy Menkes, "Dolce & Gabbana may have become predictable....Consistency is looking good" (tạm dịch là "Dolce & Gabbana xem ra vẫn đi theo một kiểu thiết kế quen thuộc....Sự nhất quán dù sao cũng tốt"). Vì vậy có thể khẳng định, thương hiệu nước Ý đã làm được một trong những điều quan trọng nhất của một nhà mốt: khẳng định được chỗ đứng và tạo ra được dấu ấn riêng. Trong khi không ít các nhà thiết kế trẻ muốn theo đuổi những phong cách khá gai góc và nổi loạn kiểu punk, rock hay gothic thì nét tươi vui, trẻ trung, hoa mỹ và phóng khoáng của trong những thiết kế của Dolce & Gabbana vẫn được công chúng đón nhận nồng nhiệt. Bước ra từ backdrop với hình ảnh tái hiện những cửa hàng hoa quả, gốm sứ và café bên bờ Địa Trung Hải thanh bình, những người mẫu bước ra sàn diễn với chiếc điện thoại trên tay và chiếc giỏ rơm bên hoa, bên kia cầm túi shopping Dolce & Gabbana. Họ bắt đầu chụp ảnh selfie một cách rất tự nhiên, tất cả diễn ra như một cảnh tượng thường ngày tại một thành phố nước Ý, có thể là Capri, Venice, Rome hay Florence. Những cảnh đẹp và địa điểm du lịch nổi tiếng của nước Ý được tái hiện một cách sinh động trên những chiếc váy summer dress in 3D dễ thương và quyến rũ. Không thể thiếu được trong một bộ sưu tập hoàn chỉnh của Dolce & Gabbana là những món phụ kiện xinh xắn, cầu kỳ như giày, kính mát và túi clutch nam đá, hoa, pha lê tinh xảo. Vẫn có mặt ở bộ sưu tập lần này là những họa tiết thêu, in hoa kỳ công và đẹp mắt vốn đã trở thành dấu ấn rất riêng của nhà mốt nước Ý. Lại một lần nữa, giới mộ điệu được chứng kiến một bữa tiệc thịnh soạn của những sắc màu rực rỡ, họa tiết sống động và nghệ thuật thủ công điêu luyện, những yếu tố mà không phải thương hiệu nào cũng làm tới và làm tốt như Dolce & Gabbana.





KARL LAGERFELD

PARFUMS

KARL.COM #KARLPARFUMS

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

Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP HCM: 174/14/QCMP-HCM

<https://tieulun.hopto.org>

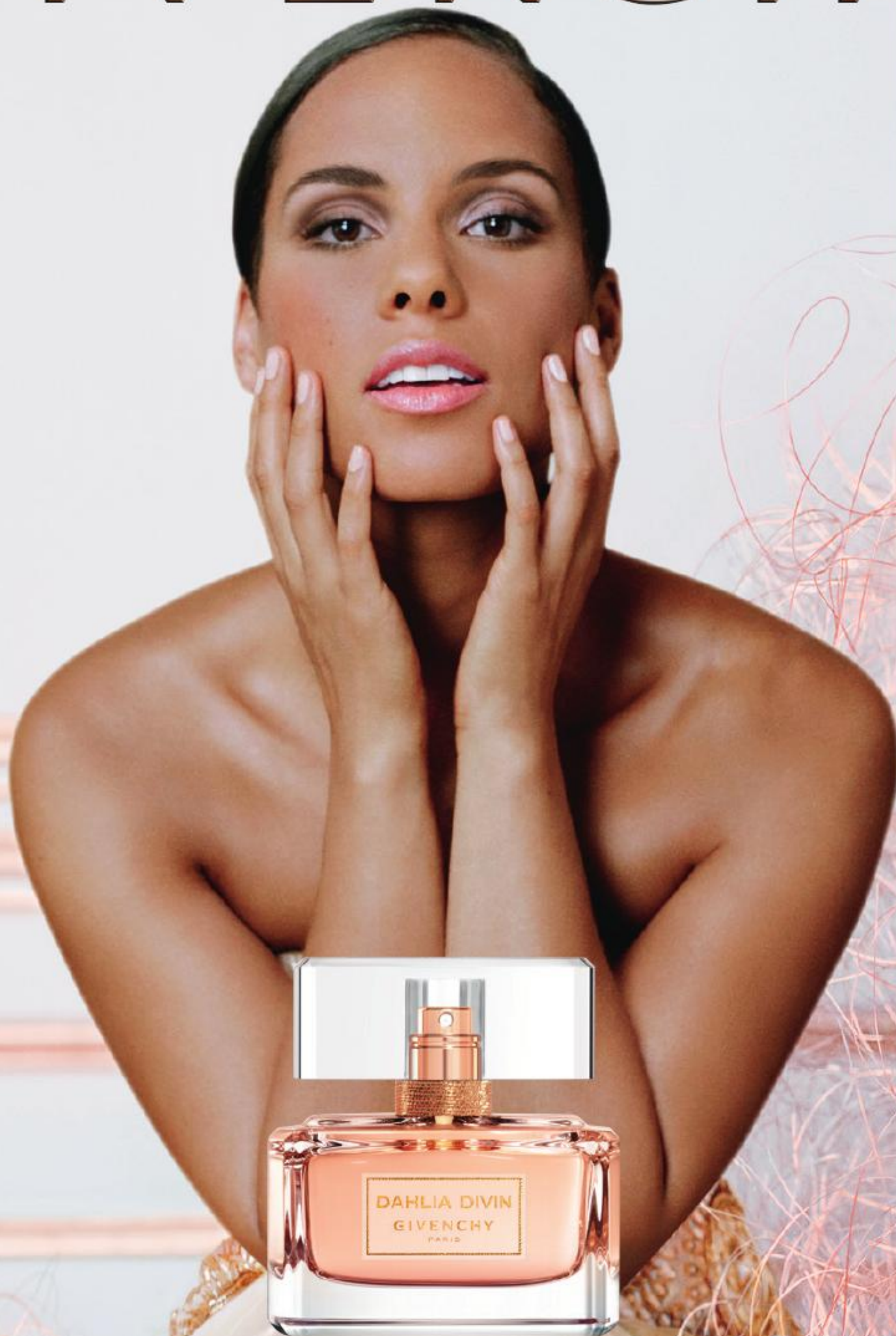


GUCCI

Không ngạc nhiên gì khi Alessandro Michele đã lựa chọn một phong cách thiết kế mới cho thương hiệu Gucci, khác biệt khá nhiều so với những gì Frida Giannini đã thử nghiệm, đã làm và đã lựa chọn. Sự thành công của một thương hiệu không chỉ nằm ở khả năng phát huy những di sản truyền thống đã làm nên cái riêng, làm nên tên tuổi của nhà mốt, mà còn nằm ở những nỗ lực “cải cách”, luôn luôn làm biến đổi và đem đến những bất ngờ cho công chúng. Có thể nói, Alessandro bước đầu đã làm được điều này. Bộ sưu tập Xuân Hè 2016 của Gucci là sự kết hợp thú vị giữa dấu ấn vintage, cảm hứng thời trang Phục Hưng (Renaissance) kết hợp thời trang những năm 1970 cùng phong cách geek chic pha chút hóm hỉnh, vui nhộn và độc đáo (quirkiness). Bằng chứng là bộ sưu tập lần này sử dụng những chất liệu đắt giá như gấm, ren, lụa, tuyn, satin, da rắn, lông thú, dệt kim Lurex, chiffon và rất nhiều những họa tiết in hoa, in kaleidoscope (kính vạn hoa) hay in phối cảnh cầu kỳ và phong phú trong một bảng màu đa dạng có cả pastel lẫn neon, mang đến một bữa tiệc thị giác thực thụ cho tất cả người xem. Ở bộ sưu tập này, có đủ những thiết kế mang vẻ cổ điển, thanh lịch, nền nã (ví như những chiếc váy maxi trong chất liệu chiffon xuyên thấu) nhưng vẫn không thiếu đi những thiết kế vừa lãng mạn, trẻ trung và phóng khoáng đến bất ngờ.



G I V E N C H Y



DAHLIA DIVIN

HƯƠNG THƠM MỚI

Eau de toilette

ALICIA KEYS

www.givenchybeauty.com

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | DIAMOND PLAZA | PARKSON SAIGONTOURIST | PARKSON HÙNG VƯƠNG |
HÀ NỘI | 1 BÀ 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

THE CELEBRATION OF COLOURS

BẢN CHẤT CỦA THỜI TRANG LÀ LUÔN CÁCH TÂN VÀ ĐỔI MỚI. SẼ LÀ “LỖI THỜI” NẾU CHO RẰNG CÁC QUÝ ÔNG NÊN TRÁNH MẶC NHỮNG MÀU NÓNG, NHỮNG MÀU PHẤN HOẶC SỬ DỤNG MÀU SẮC QUÁ BẮT MẮT BỞI TRÔNG CHÚNG THẬT GAY! THỜI TRANG NAM NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY ĐÃ CÓ NHỮNG BƯỚC TIẾN RẤT LỚN TRONG VIỆC ĐA DẠNG HÓA MÀU SẮC VÀ KIỂU DÁNG THIẾT KẾ, VỚI NHỮNG THỬ NGHIỆM MỚI, PHÁ CÁCH VÀ TÁO BẠO CHỨ KHÔNG CÒN NHÀM CHÁN, CHỈ “QUANH Đİ QUẪN LẠI” VỚI NHỮNG THIẾT KẾ BASIC MANG TÍNH THỰC DỤNG CAO. CÙNG HÀNG HIỆU ĐIỂM QUA 3 BỘ SƯU TẬP CỦA CÁC THƯƠNG HIỆU CANALI, BALLY VÀ BERLUTI ĐỂ CÙNG CHIÊM NGƯỠNG NHỮNG “BỮA TIỆC” SẮC MÀU TRÊN SÀN DIỄN MENSWEAR XUÂN HÈ 2016.



CANALI

“Khi nghĩ về Canali, tôi thường liên tưởng đến những năm 1950. Đó thực sự là một thập kỷ tiêu biểu cho nét nam tính trong các thiết kế thời trang”, Andrea Pompilio, Tư vấn sáng tạo của nhà mốt này nhận xét. Kể từ khi đảm nhiệm cương vị này, Pompilio đã thổi một luồng gió mới của nét hiện đại, trẻ trung vào các thiết kế vốn nổi tiếng lịch lãm, cổ điển của thương hiệu nước Ý. Ngoài những bộ suit đẳng cấp quen thuộc với những đường cắt may tỉ mỉ, bộ sưu tập lần này mang đến những lựa chọn đa dạng cho tủ đồ Xuân Hè của các quý ông như: áo khoác chắn bụi (duster coat), áo khoác blouson, áo jacket phong cách quân đội (military style), áo gió mỏng nhẹ (windcheater jacket), áo polo dáng rộng cách điệu... Một điều thú vị nữa là sự kết hợp hài hòa, tinh tế của những cặp màu tương đồng trong tông màu phần mới mẻ, tươi trẻ, tông màu trầm sang trọng, nam tính, tông màu nóng nổi bật, cá tính hoặc đơn giản là những trang phục tông xuyên tông không thể bắt mắt hơn!



BALLY

Bộ sưu tập Xuân Hè 2016 của thương hiệu Bally là sự kết hợp hoàn hảo giữa yếu tố cổ điển và hiện đại, chuẩn mực và phá cách với tinh thần hipster-luxe theo như nhận định của phóng viên thời trang Luke Leitch (Vogue.com). Cứ nhìn vào những thiết kế mở đầu, không ai là không nghĩ đến những chuyến đi kỳ thú đến nơi núi rừng sâu thẳm hay băng tuyết lạnh giá. Nhưng càng về cuối, chúng ta càng thấy được tính thực dụng, hoàn thiện của bộ sưu tập, với các thiết kế không chỉ dành để đi du lịch, dã ngoại mà còn thích hợp để đi tiệc, đi chơi, đi sự kiện. Người xem có thể dễ dàng nhận thấy nét thú vị trong việc kết hợp quần âu, áo vest nhung (đỏ, xanh lam) cổ nơ gắn cài áo hoa trắng theo phong cách black tie "formal" với giày thể thao casual và năng động. Bộ sưu tập sử dụng một bảng màu vô cùng phong phú: từ chiếc áo khoác, ba-lô da cam đến chiếc quần, chiếc áo vest hồng và một loạt những sắc thái màu sắc cơ bản hoặc trung tính khác. Những phụ kiện nhiều màu sắc, tinh nghịch, vui mắt cũng là nét điểm xuyết đầy ấn tượng cho những trang phục vốn đã rất bảnh bao và cá tính.



BERLUTI

Có thể bạn chưa biết nhưng sự thật là trong thế giới thời trang cao cấp đang ngầm diễn ra một cuộc “chạy đua” về chất liệu: sự cao cấp tỉ lệ thuận với độ nhẹ của chất vải. Và nếu đó thực sự là thước đo cho đẳng cấp và sự tiên phong thì Bộ sưu tập được trình diễn lần này tại khu vườn xinh đẹp Musée Picasso của Giám đốc sáng tạo Berluti Alessandro Sartori đã đủ khiến Berluti nổi bật và vượt trội hơn các thương hiệu khác. Không thể không nhắc đến những chiếc áo jacket được dệt từ sự kết hợp độc đáo giữa lụa và giấy, khiến chúng trở nên siêu nhẹ. Sartori cũng sử dụng cotton và len để tạo nên một chất liệu vừa rất nhẹ lại rất bền cho những chiếc áo suit và áo jacket. Là một thương hiệu nổi tiếng với các thiết kế đồ da, ở bộ sưu tập này, Berluti mang đến những trang phục được làm từ da kangaroo và da bê (calfskin) được phủ một lớp màng chắn chống nước thật mịn. Một yếu tố nữa mang đến sự thành công đáng kể cho bộ sưu tập là bảng màu sắc phong phú, đa dạng lấy cảm hứng từ những công trình kiến trúc ở thị trấn Chandigarh, Ấn Độ, được thiết kế bởi kiến trúc sư huyền thoại Le Corbusier. Điều đặc biệt ở đây là tất cả các thước vải đã được nhuộm nhúng (dip-dye) màu ghi trước khi các chất nhuộm màu khác được phủ lên. Người xem khó lòng có thể rời mắt khỏi những bộ quần áo kết hợp các cặp màu xanh dương – xanh nước biển, xanh lá cây – vàng, vàng – xanh nước biển thật trẻ trung, cá tính và nổi bật.



01



Maison Martin Margiela

Độc đáo, đột phá, khiêu khích và nổi loạn, người ta gọi thời trang của Martin Margiela là thời trang thể nghiệm (avant-garde fashion) bởi nó luôn thách thức những quan niệm thời trang truyền thống.

Người ta thường thấy các bộ quần áo quá khổ trong các phom dáng (silhouette) phá cách, các đường cắt bất đối xứng, lót áo và các đường may lờm chờm lộ ra ngoài trên những tấm vải nhàu nhủ, rách rưới với nhiều những nếp gấp và tua rua, điển hình cho phong cách "deconstruction". Rất nhiều trang phục của Martin Margiela là sản phẩm được may lại (reconstruction) hoặc tái chế. Bạn hãy nghĩ đến những trang phục được tạo ra từ những chất liệu phi truyền thống như một chiếc áo khoét nách làm từ găng tay da chẳng hạn.

Trong suốt sự nghiệp của mình, Martin Margiela được biết tới như một con người rất kín đáo. Anh luôn từ chối trả lời phỏng vấn và không bao giờ xuất hiện trước công chúng cuối mỗi show diễn của mình. Mặc dù không còn giữ cương vị Giám đốc sáng tạo thương hiệu mang tên mình nhưng Martin Margiela vẫn thường xuyên được làng thời trang thế giới nhắc tới như một trong những nhà thiết kế tài năng và đặc biệt nhất từ trước đến nay.

Cũng giống như sự ẩn dật của Martin Margiela, không ngạc nhiên gì khi thương hiệu Maison Margiela không chọn cho mình một logo nhất định. Mác áo các trang phục hầu như không được để tên hãng. Nó đơn giản chỉ là một miếng vải màu trắng hình chữ nhật với những dãy số từ 0 đến 23 (để chỉ 23 dòng thiết kế khác nhau Maison Margiela).

Erdem Moralioglu



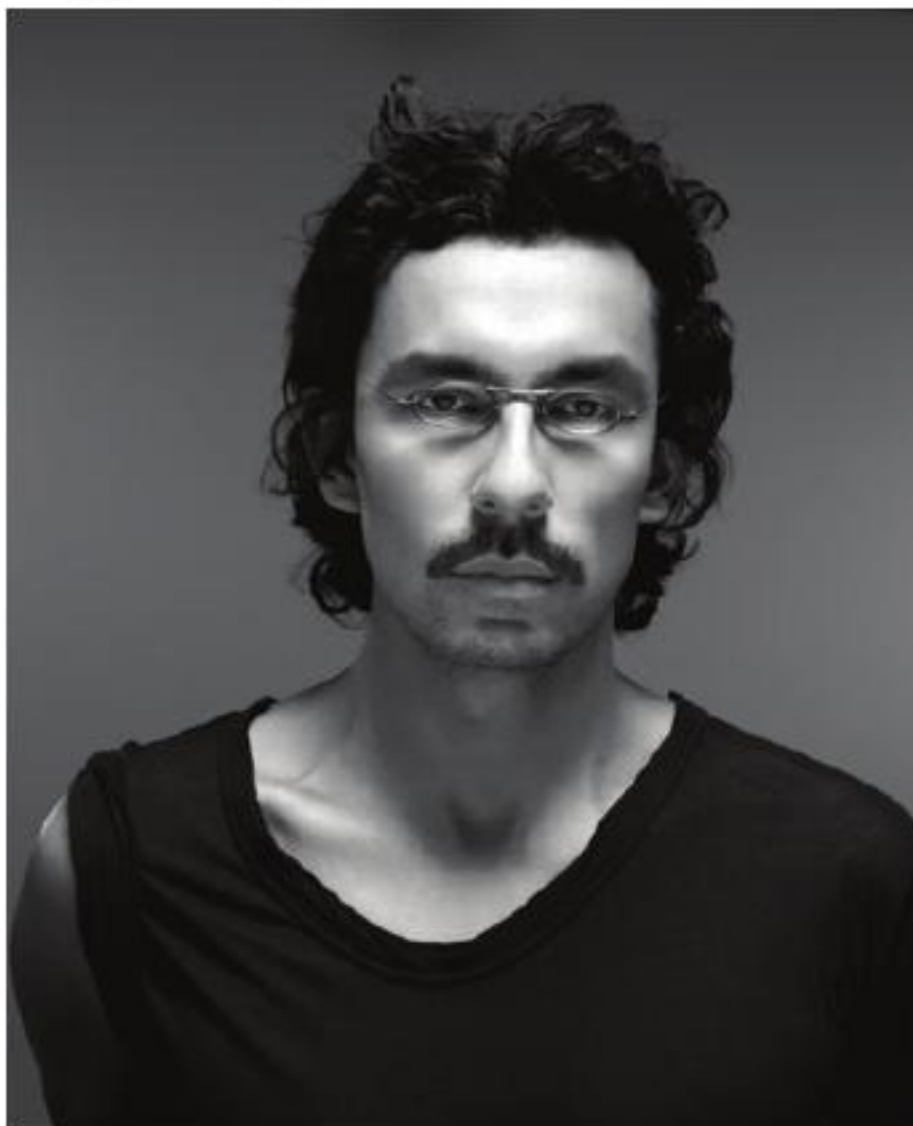
02

Trong làng thời trang hiện nay, không ai thiết kế các trang phục với họa tiết in (prints) nhiều như Holly Fulton, Mary Katrantzou và Erdem Moralioglu. Tuy nhiên, nếu để so sánh một trong ba, thì Erdem sử dụng floral prints (họa tiết in hoa) nhiều nhất. Đồng thời các trang phục của hãng thời trang mang tên nhà thiết kế Erdem cũng được giới celebrity ưa chuộng hơn cả. Xinh xắn, thanh lịch và sang trọng, đó có lẽ là những từ miêu tả thích hợp những gì mà một bộ trang phục của Erdem có thể mang lại cho bất kỳ người phụ nữ nào mặc chúng.

Các thiết kế của Erdem thường mang phom dáng (silhouette) đơn giản, gọn gàng, trẻ trung và nữ tính với các đường cắt sắc nét, nhường chỗ cho sự nổi bật của các họa tiết in tuyệt đẹp trên các chất liệu vải đắt tiền như satin, ren, lụa, organza, chiffon, vải pan. Các họa tiết in (phần lớn là in hoa) với đủ các sắc độ màu hòa quyện một cách hài hòa và đầy thơ mộng, đôi khi khiến người ta liên tưởng đến những khu vườn hồng nước Anh hay các bức vẽ của Monet. Sẽ là không phóng đại nếu nói Erdem là họa sĩ trên những thước vải. Kỹ thuật in 3D và thêu của Erdem luôn đạt tới mức bậc thầy và tinh xảo. Không những thế, nhà thiết kế này còn thực sự am hiểu về các chất liệu vải và biết cách sử dụng nó vào các thiết kế của mình sao cho hiệu quả nhất.



03



Haider Ackermann



Câu chuyện đời tư của Haider Ackermann (HA) có lẽ không giống với bất kỳ nhà thiết kế nổi danh nào trong làng thời trang thế giới. Có phải chính lối sống du mục thời niên thiếu và việc trải nghiệm nhiều nền văn hóa khác nhau đã khiến Haider Ackermann có một phong cách thời trang riêng biệt, không lẫn với những nhà thiết kế khác?

Ảnh hưởng đa văn hóa luôn bao trùm trong cảm hứng sáng tạo của HA: đôi khi là chiếc áo choàng Kimono cùng chiếc thắt lưng Obi của Nhật Bản, mạng che mặt của phụ nữ Kenya, áo Sari của phụ nữ Ấn Độ hay những chiếc váy chiton của phụ nữ Hy Lạp cổ đại. Tất cả đều được thể hiện trong phong cách thiết kế của HA, với những trang phục nhiều lớp (layering), những chiếc váy dài bất đối xứng, các đường vải rủ lờ lững uyển chuyển, những cô người mẫu xuất hiện với mạng che mặt đầy bí hiểm. Kỹ thuật rất thường được HA sử dụng trong các thiết kế của mình là draping (cách làm lớp cắt kỹ thuật trên ma-nơ-canh hoặc người mẫu một cách ngẫu hứng). Trong trang phục của HA người ta vừa nhận thấy nét bí ẩn của phương Đông, lại vừa cảm nhận được sự hiện đại và lạnh lùng của phương Tây. Có một điều rất đặc biệt là HA vô cùng yêu thích các trang phục dài, đến nỗi người ta chưa từng thấy khi nào đường gấu (hemline) trong thiết kế của HA lên tới đầu gối.

Có thể nói, thời trang của HA đặc biệt như chính con người và cuộc đời đầy thăng trầm của nhà thiết kế người Columbia này.



04

Esteban Cortazar

Đối với thần đồng thiết kế Esteban Cortazar, 2015 là một năm đặc biệt bởi nó đánh dấu một khởi đầu mới mẻ đầy hứa hẹn sau một quãng đường dài "tìm lại chính mình". Chúng ta biết tới những Alexander Wang, Zac Posen, Marios Schwab hay Christopher Kane thành lập thương hiệu của riêng mình và gặt hái được thành công rực rỡ khi tuổi đời còn rất trẻ. Ấy thế nhưng, chưa ai trong số họ chính thức bước chân vào làng thời trang thế giới sớm như Esteban Cortazar. Bộ sưu tập đầu tiên của Esteban ra mắt tại Tuần lễ thời trang New York năm 2002 khi anh mới 18 tuổi. Từ đó cho tới nay, chưa một nhà thiết kế trẻ nào làm được điều tương tự. 5 năm sau ở tuổi 23, Esteban chuyển tới Paris khi được bổ nhiệm làm Giám đốc sáng tạo cho thương hiệu danh tiếng Emanuel Ungaro. Esteban từ bỏ vị trí tại Emanuel Ungaro sau 2 năm để tập trung xây dựng thương hiệu của riêng mình tại Paris. Từ năm 2012 đến 2014, Esteban cộng tác với website bán hàng online phổ biến nhất hiện nay Net-a-Porter để cho ra mắt 2 bộ sưu tập nhỏ (capsule collection) Xuân Hè 2012 và Thu Đông 2014. Cuối cùng, sau 5 năm trầm trồ suy nghĩ về hướng đi và bản sắc riêng cho thương hiệu của mình, đồng thời cất công tìm kiếm nhà đầu tư và đối tác kinh doanh, Esteban cuối cùng cũng đã sẵn sàng để bắt đầu một hành trình mới. Sự trở lại của thương hiệu Cortazar, một hãng thời trang mang đậm di sản văn hóa Latin kết hợp với nét hiện đại nữ tính đầy quyến rũ đã thu hút sự quan tâm chú ý mạnh mẽ của giới truyền thông trong năm vừa qua. Chúng ta hãy cùng chờ xem tài năng trẻ này sẽ còn gặt hái được những thành công nào nữa trong tương lai!



INTO THE WILD

Brunello Cucinelli

Fall Winter 2015 Ready-to-Wear Collection























Art & CUỘC HÔN PHỐI TRONG MƠ Fashion

Mặc dù sự kết hợp giữa thời trang và nghệ thuật ngày càng trở nên phổ biến và sâu sắc trong những năm gần đây, cuộc tranh luận "thời trang có phải là nghệ thuật" dường như không có hồi kết.



Raf Simons & Sterling Ruby

“ART IS ART. FASHION IS FASHION” (KARL LAGERFELD)

Nói thế này nghe có vẻ thật bất công nhưng sự thực thì nghệ thuật luôn được đánh giá cao như một loại hình cao cấp, tôn vinh những giá trị tinh thần phi vật thể trong khi thời trang, thường gắn liền với vẻ đẹp hình thể và sự hấp dẫn giới tính tình dục, luôn bị coi là mang tính thực dụng thậm chí tầm thường. Bản chất của thời trang là luôn đổi mới, nó bị chi phối bởi sự nhất thời của các xu hướng thay đổi theo từng mùa. Trong thời trang, cái cũ trở nên lỗi thời rất nhanh, nhường chỗ cho cái mới. Vậy nên mới có câu “Thay như thay áo”. Ngược lại, các tác phẩm nghệ thuật thường có giá trị lâu bền và vĩnh cửu. Có lẽ đó là lý do một tác phẩm nghệ thuật ngày càng trở nên đắt giá theo thời gian trong khi giá trị của một món đồ thời trang ứng dụng giảm mạnh khi nó bị coi là đã lỗi mốt.

Mỗi món đồ thời trang mang trong nó một mục đích sử dụng rõ ràng. Trong thời buổi hiện nay, mô hình fast-fashion (như H&M, Zara, Topshop) hướng đến quy trình sản xuất hàng loạt với chi phí thấp. Thời trang ứng dụng hướng tới số đông và vì lẽ đó, tính nghệ thuật ắt hẳn phải nhường chỗ cho tính thương mại. Ngược lại, nghệ thuật đơn thuần là thứ để chiêm ngưỡng, chúng không chỉ có giá trị cao về mặt thẩm mỹ mà hầu hết còn truyền tải những thông điệp nhân văn mang tính chính trị xã hội. Các tác phẩm nghệ thuật hầu hết được làm bằng tay đơn chiếc và chỉ được bán cho một hoặc một số khách hàng nhất định.



Keith Haring for Nicholas Kirkwood



Cindy Sherman for Comme des Garçons

FASHION IS ART

Có một điều không thể phủ nhận là cả thời trang và mỹ thuật đều bao hàm trong nó các yếu tố về hình ảnh như màu sắc, hình dáng, họa tiết, chất liệu. Nếu như mỹ thuật và các loại hình nghệ thuật khác đòi hỏi rất nhiều tính sáng tạo và kỹ thuật tinh xảo thì thời trang cũng vậy. Để làm ra được một chiếc váy couture hoàn hảo, người ta cần một ý tưởng, sau đó là cảm hứng sáng tạo. Rồi đến khâu minh họa, cắt rập, khâu may và cuối cùng là hoàn thiện. Từng đó công đoạn đòi hỏi sự sáng tạo, tỉ mỉ, công phu, cầu kỳ không kém gì quá trình làm ra các tác phẩm nghệ thuật. Theo nhà thiết kế huyền thoại Cristobal Balenciaga, “một couturier phải là một kiến trúc sư của những đường cắt, nhà điêu khắc của từng phom dáng, họa sĩ của các màu sắc, nhạc sĩ của sự hài hòa và triết gia trong mỗi phong cách”.

Nói đến khía cạnh nghệ thuật trong thời trang, không thể không nhắc đến mối tương đồng giữa một số buổi trình diễn thời trang (fashion show) thể nghiệm và nghệ thuật sân khấu. Hầu hết các fashion show diễn ra khá đơn giản theo lối thông thường. Tuy nhiên bên cạnh đó vẫn có những show diễn vô cùng sáng tạo và độc đáo, mang tính nghệ thuật rất cao. Những buổi trình diễn của các nhà thiết kế avant-garde như Hussein Chalayan, Martin Margiela, Viktor & Rolf, Gareth Pugh thường diễn ra tại những địa điểm khác thường, người mẫu trình diễn theo một phong cách hơi quái dị (đội những chiếc mũ kỳ dị hay bịt kín mặt) trên nền nhạc ma mị cùng các yếu tố trợ giúp về mặt công nghệ được khéo léo đan cài. Trong khi đó, các show trình diễn của Alexander McQueen, John Galiano,



Thierry Mugler hay Karl Lagerfeld thường có những chủ đề nhất định với những sắp đặt rất công phu toát lên chất kịch tính của nghệ thuật sân khấu.

Pamela Golbin, giám tuyển tại Bảo tàng Musée de la Mode et du Textile tại Paris, cho rằng “Không có sự đối lập giữa thời trang với tư cách một nền công nghiệp và một loại hình nghệ thuật...”. Không chỉ riêng ở Pháp, một đất nước nổi tiếng là lãng mạn và tôn sùng cái đẹp mà tại nhiều nơi khác trên thế giới, một lượng đông đảo nghệ sĩ và giới phê bình có cùng quan điểm cho rằng haute couture hay avant-garde fashion (thời trang thể nghiệm) nên được coi là một loại hình nghệ thuật đích thực. Những chiếc váy couture luôn được cất giữ, nâng niu và trân trọng, theo cái cách mà người ta đối xử với một tác phẩm nghệ thuật thực thụ. Và cũng như những tác phẩm nghệ thuật có giá cất cổ, bạn nhiều khi cũng phải bỏ ra vài trăm ngàn đô mới mua được một chiếc váy haute couture của Chanel, Dior, Valentino hay Christian Lacroix. Nhiều chiếc váy couture đã trở thành những collector's item có giá trị và không bao giờ lỗi mốt.

Nếu như hội họa, điêu khắc, gốm... là những loại hình nghệ thuật đầu tiên có chỗ đứng trong các bảo tàng nghệ thuật thì trong những năm gần đây, triển lãm thời trang cũng may mắn có được một vị trí xứng đáng trong các bảo tàng nghệ thuật danh giá hàng đầu thế giới như Metropolitan Museum of Art, bảo tàng Solomon R. Guggenheim ở New York, bảo tàng Louvre ở Paris hay Bảo tàng Victoria & Albert ở London.

SỰ KẾT HỢP GIỮA THỜI TRANG VÀ NGHỆ THUẬT



Sự kết hợp giữa thời trang và nghệ thuật không phải là một khái niệm hiếm gặp. Lịch sử đã chứng kiến rất nhiều mối lương duyên được ví như “a marriage made in heaven” giữa các nhà thiết kế và họa sĩ, kể từ năm 1937-1938 khi Elsa Schiaparelli, nhà thiết kế huyền thoại người Ý cộng tác với họa sĩ Tây Ban Nha theo trường phái siêu thực Salvador Dali và cho ra đời 3 iconic fashion items vẫn luôn được nhắc đến cho tới ngày nay: Chiếc mũ hình giấy cao gót Shoe Hat, váy Tear Dress, chiếc váy Lobster vải organza gây nhiều tranh cãi mang ẩn dụ về những ham muốn tình dục của phụ nữ.

Xu hướng kết hợp giữa thời trang và nghệ thuật đang ngày càng trở nên thịnh hành những năm gần đây. Nếu để chọn một thương hiệu có nhiều dự án cộng tác nhất với các nghệ sĩ, đó chắc hẳn phải là Louis Vuitton (dưới thời Marc Jacobs còn là Giám đốc sáng tạo). Danh sách dài các nghệ sĩ đương đại đã từng cộng tác với Louis Vuitton (LV) phải kể đến Yayoi Kusama, Takashi Murakami, Daniel Buren, Fabrizio Plessi. Sự cộng tác giữa các nhà thiết kế thời trang và nghệ sĩ không chỉ dừng lại ở khuôn khổ cùng nhau tạo ra các bộ sưu tập hay các họa sĩ đưa ra concept trang trí nội thất và sắp đặt (installation) cho các flagship store, một số bộ đôi sáng tạo còn cùng nhau tạo nên các sản phẩm không liên quan đến thời trang, như trường hợp của Paul Smith và Charming Baker tạo ra một sản phẩm điêu khắc với tên gọi “Triumph in the face of Absurdity” hay Mary Katrantzou cùng Mark Titchner sáng tạo một video hình ảnh động, cả hai đều thuộc khuôn khổ dự án “Britain Creates 2012”.

Nếu như nghệ thuật đã luôn là một trong những nguồn cảm hứng chính của thời trang thì ngược lại, thời trang cũng đóng một vai trò vô cùng quan trọng trong việc phổ biến nghệ thuật, đưa nghệ thuật đến gần hơn với cuộc sống, thông qua việc đưa vào trang phục các hình ảnh và motif hội họa đặc sắc. Mặc dù không thể sánh ngang với các tác phẩm nghệ thuật đích thực nhưng có thể nhận thấy, giá trị

của các fashion item này cũng có xu hướng tăng vọt theo thời gian. Lấy ví dụ, năm 1965, những chiếc váy do Yves Saint Laurent thiết kế lấy cảm hứng từ các tác phẩm hội họa trường phái De Stijl của họa sĩ người Hà Lan Piet Mondrian có giá từ 3000-4500 Franc. Đến năm 2011, một chiếc váy trong bộ sưu tập này đã được bán ra ở mức giá 30,000 với tư cách là một món đồ sưu tầm.

Có lẽ công việc của các nhà báo, những nhà phê bình thời trang chính là giúp công chúng nhận ra rằng thời trang cũng mang trong nó những giá trị nghệ thuật nhất định. Thời trang không chỉ là cái áo cái quần chúng ta khoác lên hàng ngày, những thứ tầm thường hôm nay chúng ta thích thì mặc vào, ngày mai chán thì vứt bỏ. Nói thời trang là sự phù phiếm bốc đồng nhất thời cũng không hẳn đã chính xác. Ngược lại, thời trang mang trong mình những giá trị và ý nghĩa đích thực tôn vinh cái đẹp của con người đồng thời phản ánh xu thế phát triển của đời sống văn hóa xã hội.





Fendi



Pomellato



Tom Ford



Victoria Beckham



Louis Vuitton



Gucci

GLAM UP!

Tình yêu của phụ nữ luôn tới từ những thứ óng ánh và phát quang. Đó là lý do tại sao những món đồ ánh kim với các chi tiết đính sequin luôn là lựa chọn hoàn hảo cho những bữa tiệc tối. Trong khi đó, những chiếc áo lông và kính mát lại là những món đồ dành cho những buổi đi dạo.



Lanvin



Tom Ford



Hugo Boss



Hugo Boss



Tom Ford



Montblanc

SUIT UP!

Sự thanh lịch của đàn ông luôn tới từ những điều nhỏ nhất nhưng đầy tinh tế như việc biết cài đúng khuy, chọn một chiếc cà vạt của Tom Ford, một chiếc áo sơ mi của Hugo Boss, hay một đôi giày của Etro. Và sự tinh tế đó luôn chỉ tới từ những người đàn ông sành điệu và thanh lịch.

Louis Vuitton

Spring-Summer 2016 Ready-To-Wear

THE MAGIC OF COLOURS













GOLDEN LYPRES®

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

Nhân dịp Xuân về hãy cùng **GOLDEN LYPRES®** "vun tưới" cho sức khỏe để
"nuôi dưỡng" một cơ thể khỏe mạnh, một tâm hồn "tràn đầy sức sống" không
những cho chính bản thân mà cho cả người bạn quan tâm nhất.



Sản phẩm được bảo vệ Độc Quyền

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

Sản phẩm đã mua bảo hiểm trách nhiệm 5.000.000 USD của Bảo hiểm Fubon

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

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

Điện thoại: 08-37700915 - **Hotline:** 0919 632 772

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

Giá bán: 30.800.000 VNĐ/hộp

Cửa hàng phân phối tại Việt Nam:

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

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

Số XNQC: 846/2015/XNQC-ATTP

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



Made in Singapore

SỰ TRỞ LẠI CỦA VÀNG

Từng có thời màu đen được xem là đỉnh cao của sự sang trọng và tinh tế trong các dòng nước hoa niche. Màu đen tạo ra cảm giác về quyền lực, cá tính và sự độc đáo. Nhưng mùa đông năm nay, chúng ta đang chứng kiến sự trở lại đầy uy lực của một sắc màu vương giả cổ điển: màu vàng kim.

Thực tế thì không phải bây giờ màu vàng mới hiện diện trong các dòng nước hoa sang trọng. Nếu theo dõi thị trường này, bạn sẽ thấy những phiên bản đặc biệt của nhiều thương hiệu lớn đã gắn bó với Ánh Kim từ nhiều năm trở lại đây. Những phiên bản Vàng này có thiết kế tuyệt đẹp, mùi hương chất lượng cao và điều quan trọng là chúng KHÔNG CÓ SẴN trên toàn thế giới. Một số chai xuất hiện đầu tiên tại Trung Đông – thị trường đặc biệt của vàng kim, sau đó mới bắt đầu được ra mắt tại một số quốc gia quan trọng tại Châu Âu, Châu Á và Mỹ. Một số chai thì

vĩnh viễn không bao giờ bán lẻ rộng rãi: bạn chỉ có thể mua được khi tới một số địa điểm nhất định tại một số quốc gia nhất định. Những phiên bản Vàng này trở nên khó sở hữu hơn bởi chính sách phân phối hạn chế và theo quy luật tất yếu, chúng trở thành những chai nước hoa đáng được săn lùng của nhiều tín đồ perfume. Có thể kể ra những cái tên quan trọng như Narciso Rodriguez Amber Musc, YSL collection Oriental, Lancome L'Outre Oud, Lancome Oud Bouquet, Versace Oud Oriental, L'Occitane Oud & Rose, Armani Prive Sable Or, Armani Prive Rose d'Arabie L'Or du Desert và nhiều hơn nữa. Tuy vậy, nếu đặt bên cạnh sự thống trị của màu đen – trắng thì vàng kim vẫn chỉ là một dòng chảy ngầm, mãnh liệt nhưng đơn lẻ.

Phải đến mùa đông 2015, màu vàng kim mới thực sự đánh dấu sự trở lại mạnh mẽ đầy ấn tượng. Một số tác phẩm lấy cảm hứng từ vàng một

cách ẩn ý: đặt tên liên quan đến Vàng (golden), chứa các hạt nhũ vàng lấp lánh sẽ lưu lại trên da cùng lúc với mùi hương, chứa mùi hương nóng ấm có màu vàng hổ phách. Một số khác thì trực tiếp hơn, khi bao phủ toàn bộ thiết kế chai với màu vàng kim rực rỡ, hay chỉ ít cũng phải là một số chi tiết nhắc nhở sự hiện diện của vàng. Gu thẩm mỹ tinh tế của những chuyên gia thiết kế Flacon đã thực sự biến vàng trở thành biểu tượng mới của sự quyến rũ, lộng lẫy và sang trọng – như nó đã từng trong một quá khứ vàng son. Sự quê kệch, giàu có – những lý do từng khiến vàng bị đì hàng không thương tiếc trong nhiều thập niên, nay bỗng trở nên ít quan trọng. Bức tranh âm đạm của thế giới khiến người ta bỗng nhận ra sự đáng yêu của màu vàng kim: nếu so với hai màu sang chảnh trắng- đen lạnh lùng, màu vàng kim rõ ràng là ấm áp hơn và đầy sức sống hơn.

BIỂU TƯỢNG CỦA SỰ SANG
TRỌNG VÀ GIÀU CÓ ĐANG
QUAY TRỞ LẠI TRONG LÃNH
ĐỊA THIẾT KẾ NƯỚC HOA.



Bulgari mới ra mắt chai nước hoa Goldea, tương tự như Versace Eros Pour Femme và Paco Rabanne Olympea, lấy cảm hứng từ ánh sáng và chất liệu Vàng. Thiết kế hai hình cầu tròn xếp chồng lên nhau, với phần nút chai vàng óng như một viên hổ phách lỏng lánh, Goldea gợi nhắc rất nhiều về những bộ trang sức đá quý lấp lánh của Bvlgari. Về mùi hương, đây là một hương thơm mềm mại, mịn màng như cream với ylang ylang và vani, được hâm nóng với xạ hương. Tôi đã test thử Goldea trong một ngày nắng và nhận được kết quả không quá xuất sắc như sự mong đợi, nhưng tôi vẫn đang chờ đợi xem mùi hương này sẽ thế nào trong những ngày trời lạnh – môi trường cần thiết cho vani và xạ hương.



Cartier Must Gold là nước hoa mới của nhà Cartier, được xem là phiên bản hiện đại của của Must de Cartier – một mùi hương cũ từ năm 1981. Đúng như tên gọi của nó, mọi thứ trong chai nước hoa này đều gợi nhắc đến Vàng: chất lỏng màu vàng, nguyên liệu màu vàng (mật ong, vị trái cây dựa trên mùi osmanthus và nhựa osmanthus) và thiết kế nắp vàng. Năm nay, Cartier có vẻ đi theo khuynh hướng Vàng một cách triệt để với hai tác phẩm mới cuối năm: La Panthère Eau de Parfum Edition Noël – phiên bản giới hạn với hình đầu báo ẩn sau mạng lưới chấm vàng li ti và Oud Radieux nằm trong sưu tập Les heures Voyageuses. Oud Radieux có màu vàng kim nhạt thanh lịch với thiết kế nữ tính, nhưng không quá mềm mại. Hương thơm gỗ cay của Oud Radieux được dệt bằng các note mùi của trầm hương, gừng và hạt tiêu Tứ Xuyên.

Sau phiên bản J'Adore L'Or sang trọng hiện đại của J'Adore cổ điển, Dior đã tung ra phiên bản Oil dành cho mùa thu đông năm nay. J'Adore Touche de Parfum vẫn tiếp tục khai thác thiết kế flacon cũ với những đường cong duyên dáng và sắc vàng ấn tượng. Mùi hương của Touche khá đậm đặc, với những nguyên liệu quý như tinh dầu hoa nhài Sambac Ấn Độ, tinh dầu hoa hồng Damacus và tinh chất đàn hương từ Sri Lanka – tất cả hoà quyện trên da tạo ra một hơi thở ấm ngọt tuyệt vời. J'Adore Touche de Parfum có thể được sử dụng như hương nền cho các loại nước hoa khác bởi mùi hương lâu dài đáng kinh ngạc.



Nhiều thương hiệu khác cũng liên tục cho ra mắt các chai nước hoa ánh vàng với tinh thần của Giáng Sinh. Trong số này có Burberry My Festive, rực rỡ như một khối vàng tan chảy, Nina Ricci Nina Edition d'Or hoặc Elie Saab Le Parfum L'Edition Argent – tất cả đều tái dựng lại những mùi hương cũ nhưng trong một phiên bản óng ánh mới, đậm tính trang sức.



Elizabeth Arden giới thiệu một phiên bản mạnh mẽ hơn của Untold, là Untold Luxe với những chi tiết vàng đặc trưng trên thân chai. Mùi hương được xây dựng từ những đoá hoa màu trắng, xô cô la trắng, quế, nhựa nóng và hương gỗ - một mùi hương gourmand chính hiệu sành điệu và gây nghiện.

Thierry Mugler, trong phiên bản Alien Eau Extraordinaire Golden Shimmer, quyết định rằng một mùi hương có thể vẫn chưa đủ. Nhà sản xuất tạo ra các hạt nhũ vàng liti pha trộn trong nước hoa lỏng, các hạt này sẽ bám trên da khi chúng ta xúc nước hoa và tạo ra những chấm li ti óng ánh vàng. Trái ngược với phiên bản nhẹ nhàng này, Thierry Mugler đã tạo ra một sản phẩm đặc biệt ấn tượng cho thị trường Ả Rập, với màu vàng hổ phách đậm Alien Oud Majestueux. Mùi hương pha trộn giữa Đông và Tây, hoà quyện giữa hoa nhài và một loạt những note mùi phương Đông dễ nhận biết như nghệ tây, đinh hương, trầm hương, hổ phách.





Lolita Lempicka Minuit d'Or thuộc về phiên bản lễ hội truyền thống của Eau de Minuit được Lolita Lempicka đưa ra mỗi năm. Trong trái táo màu vàng này, người ta có thể tìm thấy những đặc tính quen thuộc của mùi hương phương Đông với cam thảo, nhựa thơm, hoa nhài, iris, vanilla, benzoin.



Khác với sự thanh lịch sang trọng mà các ấn bản Vàng nói trên mang lại, Jean Paul Gaultier Classique Intense Collector Glam Edition lại đem đến một cảm giác rất Disco với chiếc corset lấp lánh được thiết kế trên vỏ chai. Mặc dù mùi hương không có gì mới (được lặp lại từ năm 2014 với bản Intense Classique), nhưng phiên bản giới hạn này hoàn toàn đủ sức tạo ra một cú hit mới trong năm nay.

Dành cho những tín đồ của Paco Rabanne, bộ sưu tập vàng của thương hiệu này năm nay được bổ sung với 1 Million Cologne – mùi hương tươi tắn hơn, nhẹ nhàng hơn rất nhiều so với các phiên bản cổ điển như 1 Million Eau de Toilette hay Lady Million Eau de Parfum. Cảm hứng Vàng còn chạm chiếc đĩa thần của nó lên hàng loạt những mùi hương khác như David Beckham Instinct Gold Edition, Ted Lapidus Pour Homme Gold Extreme, By Kilian Gold Oud, Michael Kors 24 Brilliant Gold, hay Boucheron Place Vendome White Gold - phiên bản đặc biệt lấy cảm hứng từ vàng trắng với mùi hương của hoa – trái cây ấm áp và ngọt ngào.

Để kết thúc bài viết này, xin nhắc đến một cái tên rất mới trong làng nước hoa, mà chắc nhiều người chưa từng nghe đến: Atelier des ORS. Thương hiệu niche này vừa cho ra mắt bộ sưu tập năm mùi hương mới vào mùa Thu 2015. Có gì đặc biệt ở Atelier des ORS? Thiết kế xa xỉ với logo dập nổi bằng vàng 24k và những mẫu vàng lấp lánh trôi nổi trong nước hoa gợi ra liên tưởng đến một dung dịch vàng lỏng đang tan chảy. Tất nhiên, mức giá của dung dịch vàng không hề rẻ.



KHÔNG CHỈ LÀ FOUNDATION

VỚI MỨC GIÁ ĐẮT ĐỎ, NHỮNG CHAI
FOUNDATION NÀY KHÔNG CHỈ MANG ĐẾN
MỘT LỚP PHỦ MỊN NHƯ SƯỜNG. CHÚNG CÒN
LÀ MỘT CHAI SKINCARE ĐÚNG NGHĨA.



GIORGIO ARMANI BEAUTY CREMA NUDA

Một lớp phủ mịn màng như lụa dành cho những ai yêu thích sự tự nhiên trên làn da. Giorgio Armani Beauty Crema Nuda còn giúp da dưỡng ẩm một cách đầy đủ trong 12h với công nghệ Maestro nổi tiếng của Giorgio Armani. Bạn có thể sử dụng sản phẩm này riêng lẻ nếu thích phong cách Tự nhiên, hoặc dùng nó như một loại kem lót có màu trước khi sử dụng các phần nền khác có độ che phủ dày hơn.



SISLEY SKINLEYA

Chai phần nền này thừa hưởng tất cả những tinh hoa trong các dòng skincare xuất sắc của Sisley. Được ca ngợi hết lời vì sự mềm mại và màu sắc tự nhiên, tươi tắn, Sisley Skinleya luôn nằm trong Top các sản phẩm đáng mơ ước nhất.



LA PRAIRIE SKIN CAVIAR CONCEALER FOUNDATION

Tinh chất trứng cá tằm vốn là một thành phần nổi tiếng trong các dòng dưỡng da của La Prairie. Thành phần này có dưỡng chất dồi dào, giúp mang đến sự tươi trẻ và mịn màng cho làn da. Khi thành phần này được kết hợp trong một hộp kem Foundation, bạn sẽ yên tâm là làn da được chăm sóc cả ngày, ngay dưới lớp trang điểm.



SENSAI CELLULAR PERFORMANCE CREAM FOUNDATION

Sự kết hợp tối ưu của màu sắc, sự thoải mái, độ che phủ đã tạo ra một điểm A cho sản phẩm phấn nền của Kanebo. Nhưng với hơn 50% độ ẩm vượt trội, sản phẩm này còn giúp chống lại các triệu chứng chảy sệ và tạo ra cảm giác săn chắc độc đáo.



GUERLAIN ORCHIDÉE IMPÉRIALE CREAM FOUNDATION

Tinh chất Lan Hoàng Đế xa xỉ được nghiên cứu nhiều năm trong các phòng thí nghiệm của Guerlain đã được kết hợp với phấn nền để tạo ra sản phẩm trang điểm chống lão hóa 2 trong 1 này. Độ bảo vệ hoàn hảo với lớp che phủ mềm, mịn, làn da trở nên tươi sáng ngay tức khắc. Càng sử dụng, bạn sẽ càng cảm nhận được sự thay đổi của làn da.



NHỮNG BÍ QUYẾT TRỊ LIỆU DÀNH CHO CƠ THỂ ĐẾN TỪ NHỮNG CHUYÊN GIA SPA HÀN QUỐC

Tip 1:

Việc chăm sóc da về cơ bản là “làm sạch”. Vì vậy, chọn sữa rửa mặt phù hợp cho mỗi mùa là điều rất quan trọng. Bạn nên đổi sang một loại sữa rửa mặt dưỡng ẩm và dịu nhẹ hơn so với mùa hè. Tôi đã chuyển từ loại sữa rửa mặt tạo bọt sang loại gel (sữa rửa mặt càng chứa nhiều bọt thì khả năng làm khô da càng nhiều). Nếu bạn có thời gian, đắp mặt nạ 2 lần một tuần sẽ cải thiện độ ẩm của da rất tốt (Quản lý V Valmont Spa – Seoul).



**Tip 3:**

Tôi đề nghị một trị liệu massage ở tuyến bạch huyết. Các điểm hệ bạch huyết nằm ngay dưới da, chạy khắp cơ thể, tập chung nhiều ở vùng sau tai, nách, hang, khớp khuỷu chân. Hệ thống bạch huyết giống như các cống thoát trong ngôi nhà bạn và máu thì giống như các vòi nước sạch. Chúng cần được kích hoạt để hoạt động hiệu quả hơn nữa trong mùa đông vì đây là mùa mà đại đa số chúng ta ít đi lại hoạt động hơn hẳn. Nếu thường xuyên massage ở vùng này, bạn sẽ thấy làn da trở nên sáng hơn và các cơ bắp dẻo dai hơn. (Kim Ji - Young - Trị liệu viên tại khách sạn Park Hyatt – Seoul).

Tip 2:

Sử dụng các gạc ẩm để mở lỗ chân lông ngay sau khi tẩy trang là bí quyết của tôi để khiến da trở nên sạch sẽ hơn. Đây là một bước không thể ở mọi trị liệu spa. Sau bước này, dùng sữa rửa mặt sẽ càng hiệu quả hơn. Sau đó, chúng tôi sử dụng các loại kem dưỡng chứa thảo mộc để xoa dịu và nâng cao sức đề kháng của da. Gừng là một thành phần rất được ưa chuộng trong mùa lạnh này (Quản lý của spa tại khách sạn Grand Hyatt – Seoul).

Tip 4:

Các loại kem dưỡng ẩm cơ thể cần được sử dụng ngay sau khi tắm. Và massage nhẹ nhàng khi thoa kem là một trị liệu homemade rất tốt. Tập trung ở vùng đùi và bên trong cánh tay. Nếu bạn có vấn đề với việc tiêu hoá, nên massage lên bụng theo chiều kim đồng hồ trong ít nhất là 10 phút. Việc này giúp nhu động hệ tiêu hoá và có thể cải thiện quá trình trao đổi chất của bạn” (Jeongjiyeon – Quản lý Spa Guerlain tại khách sạn Shilla – Seoul).

Tip 5:

Ngâm cơ thể trong bồn tắm nước nóng sẽ giúp giảm đau cơ và mệt mỏi. Dùng muối Biển chết để loại bỏ các tế bào chết, việc này cần được thực hiện một tuần một lần trong mùa đông. Vì đây là mùa mà tế bào chết rất nhiều nhưng lại được tích lũy trên da và dễ khiến da xỉn màu rất nhiều so với mùa hè” (Spa Tấn Sơn – Seoul).

Tip 6:

“Không nên đi tất cả ngày mà nên cởi ra để massage chân. Có thể dùng cùi chỏ tay để ấn vào lòng bàn chân sau khi thoa một loại kem massage. Hoạt động này giúp lưu thông máu đặc biệt khi bàn chân bị bao bọc trong tất và giày cả ngày trong mùa đông” (Quản lý spa Burt's Bee – Seoul).

Phụ nữ là THẾ đây

Nashi Argan đã có sự kết hợp hoàn hảo cùng với một trong những nữ DJ nổi tiếng Hà Thành - DJ Trang Moon để thực hiện video đầu tiên bảo vệ nữ quyền dành cho phái đẹp. Là một trong những DJ xinh đẹp và đang tạo được dấu ấn đặc biệt trong dòng nhạc EDM, Trang Moon đã chia sẻ bí kíp đặc biệt để giúp chị em trở nên QUYỀN LỰC và XINH ĐẸP hơn trước phái mạnh. Các bạn có thể dễ dàng bắt gặp những suy tư và trăn trở thường ngày được tái hiện sinh động qua lời kể của Trang Moon với sự đồng hành của Hotboy Đức Nguyễn. Chi tiết clip chia sẻ của DJ Trang Moon: <https://www.youtube.com/watch?v=WIAyuLBU2JM>

Minh chứng cho sức hút đặc biệt từ chiến dịch "Nashi Argan - Phụ nữ là THẾ đây" với hơn 200.000 lượt view trên Youtube sau 1 tháng ra mắt.

Còn điều gì sẽ giúp chị em trở nên XINH ĐẸP hơn? Đó chính là những quà tặng và chương trình khuyến mãi đặc biệt mà Nashi Argan dành tặng tới các fan của mình.

Nếu bạn đã bị chinh phục hoàn toàn bởi khả năng làm mềm mượt ngay lập tức cho mái tóc với hương thơm trứ danh từ tinh dầu Nashi Argan thì chắc chắn bạn cũng sẽ mê mẩn bởi sự mềm mại mà kem dưỡng da Nashi Argan mang lại cho làn da. Chỉ với 780k bạn đã sở hữu trọn bộ Facekit gồm 2 siêu phẩm chăm sóc dưỡng này. Đặc biệt, Nashi Argan còn dành tặng nhiều quà tặng hấp dẫn hàng tuần trên hệ thống Online và tại hệ thống salon trên toàn quốc.

Thương hiệu Nashi Argan tiếp tục khuynh đảo giới mộ điệu với các quảng cáo ấn tượng - Print Adv xuất hiện trên các tạp chí danh tiếng từ Hàng Hiệu, Style, Tóc Đẹp, Tư Vấn Tiêu Dùng cho tới Heritage Fashion - tạp chí độc quyền trên tất cả mọi chuyến bay của Vietnam Airline. Không chỉ tạo xu hướng và quyền lực cho giới nữ mà Nashi Argan còn giới thiệu bộ quà tặng độc đáo duy nhất - Nashi Argan Hand Kit trong dịp Giáng Sinh và năm mới 2016

Thời gian áp dụng chương trình: 11/11/2015 – 11/01/2016.

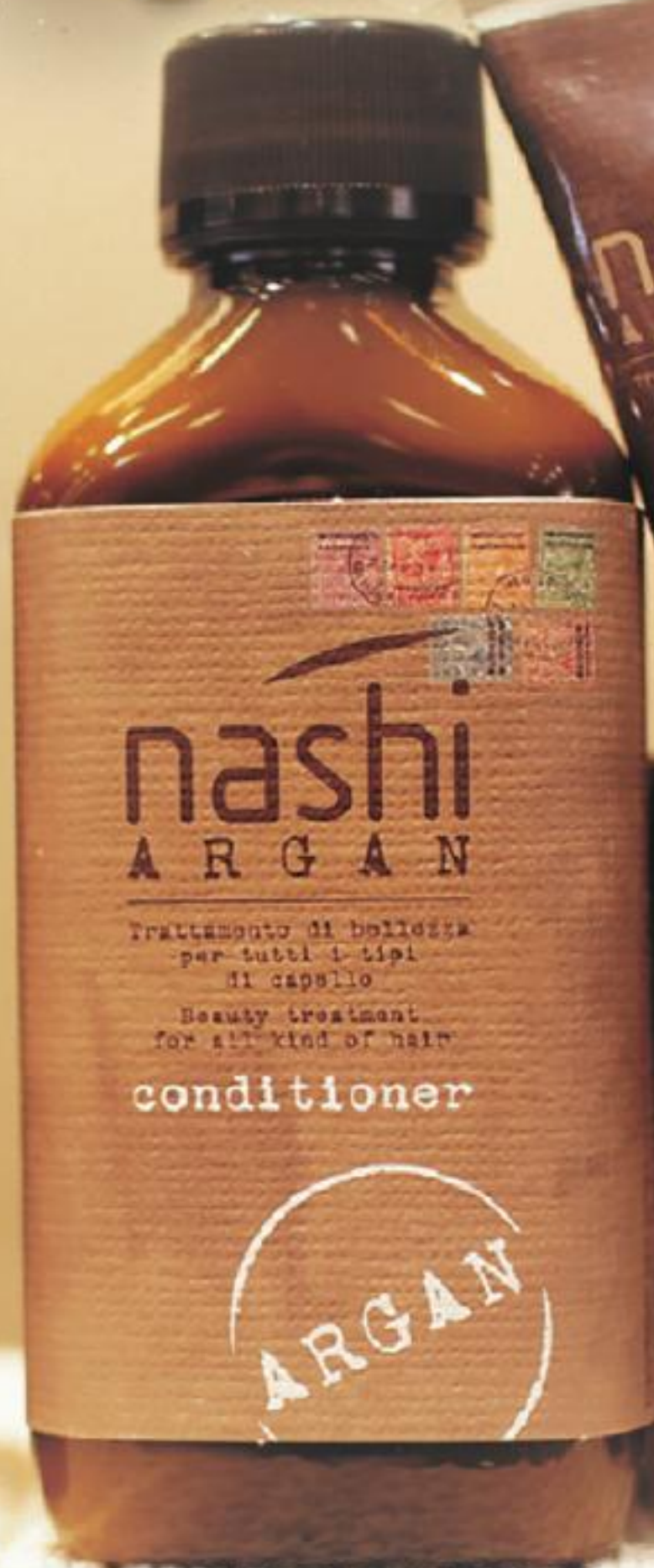
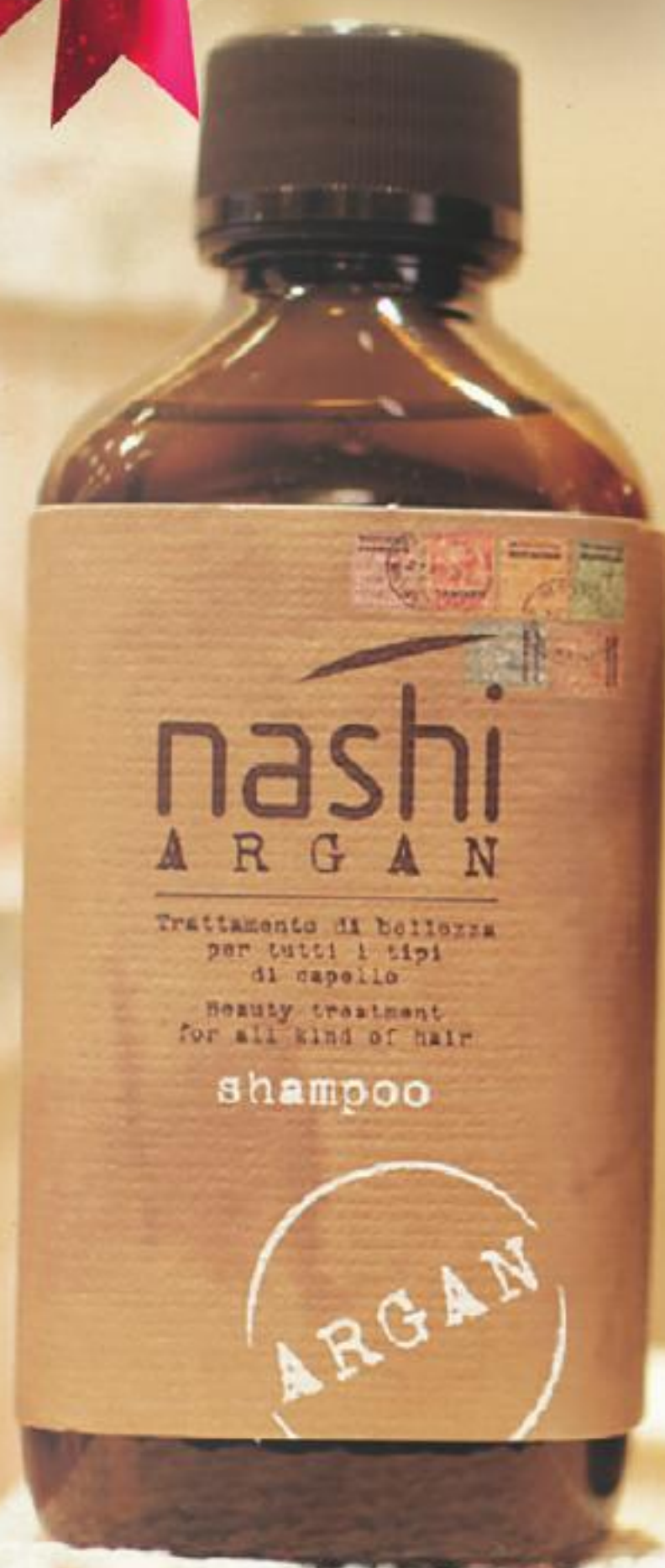


Sẽ còn rất nhiều chương trình khuyến mãi và quà tặng hấp dẫn được thương hiệu Nashi triển khai liên tục trong thời gian tới. Các bạn đừng quên cập nhật thường xuyên để có cơ hội nhận thêm nhiều quà tặng từ thương hiệu chăm sóc tóc hàng đầu tại:



Nashi Argan Vietnam

nashi
A R G A N



Phụ nữ là Thế đây

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

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

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

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

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

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



<https://tieulun.hopto.org>

Quét mã để nhận quà tặng



21SIX

ME & MY STYLE

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



Bảo tàng Thời trang

Những bảo tàng đang không ngừng mọc lên trên khắp thế giới nhưng lần này những món đồ trưng bày là những thiết kế thời trang chứ không phải những tác phẩm của các họa gia bậc thầy!



CHRISTIAN DIOR MUSEUM AND GARDEN—GRANVILLE, FRANCE

Một trong những nơi sẽ cho bạn biết nhiều về Dior hơn bất kỳ cuốn sách nào – tất nhiên đó là nếu bạn có dịp tới thăm. Không những thế, bảo tàng còn mang tới cho bạn những kiến thức về các cung cách giao tế và kết hợp trang phục với phụ kiện từ thế kỷ 19. Trước đây, bảo tàng là ngôi nhà nơi Christian Dior từng lớn lên khi còn thơ ấu. Ngôi nhà ở thị trấn Granville, vùng Normandy và trên một mỏm đá nhìn hướng ra biển. Một điểm nữa, đây cũng là nơi tốt nhất để bạn khám phá những dòng sản phẩm mỹ phẩm của Dior. Được biết, bảo tàng còn tổ chức các buổi workshop (buổi nói chuyện) về nước hoa vào buổi chiều.





FERRAGAMO MUSEO—FLORENCE, ITALY

Nằm ở Florence, ở tầng trệt của Palazzo Spini Feroni, Via Tornabuoni n. 2, bảo tàng đã được mở cửa với công chúng từ năm 1995 bởi gia đình Ferragamo với nỗ lực mang tới cho mọi người hiểu thêm về nghệ thuật đóng giày cũng như vai trò của người sáng lập thương hiệu trong lịch sử thời trang và lịch sử ngành thiết kế giày. Được biết, ngoài những bức ảnh, các bức phác thảo, sách, tạp chí, bảo tàng còn trưng bày khoảng 10.000 mẫu thiết kế do Ferragamo thực hiện trong giai đoạn từ 1920 tới 1960. Cũng được biết tòa nhà Palazzo Spini Feroni là một cung điện có từ thời kỳ Trung Cổ được xây dựng từ năm 1289. Trải qua rất nhiều người chủ, tòa nhà đã được Salvatore Ferragamo mua vào năm 1938 và đặt trụ sở cũng như xưởng ở đây. Năm 2000, tòa nhà đã được phục chế và cũng trở thành nơi trưng bày các tác phẩm hội họa từ thế kỷ 17 của vùng.



FONDATION PIERRE BERGÉ – YVES SAINT LAURENT – PARIS

Bảo tàng Fondation Pierre Bergé - Yves Saint Laurent đã được ra mắt với công chúng vào năm 2004 với mục đích lưu giữ lịch sử của thương hiệu thời trang Yves Saint Laurent. Mặc dù thương hiệu đã chấm dứt hoạt động thời trang cao cấp Haute Couture vào ngày 31/10/2002 nhưng những thiết kế của Yves Saint Laurent vẫn truyền cảm hứng tới rất nhiều người. Những sản phẩm của YSL vẫn là mong ước thôi thúc đối với các cô gái. Bảo tàng trưng bày hơn 40 năm thiết kế và theo dấu của những trào lưu thời trang mà Yves Saint Laurent – người sáng lập thương hiệu đã tạo ra. Được biết, mỗi năm sẽ có ít nhất 02 triển lãm các tác phẩm của YSL.



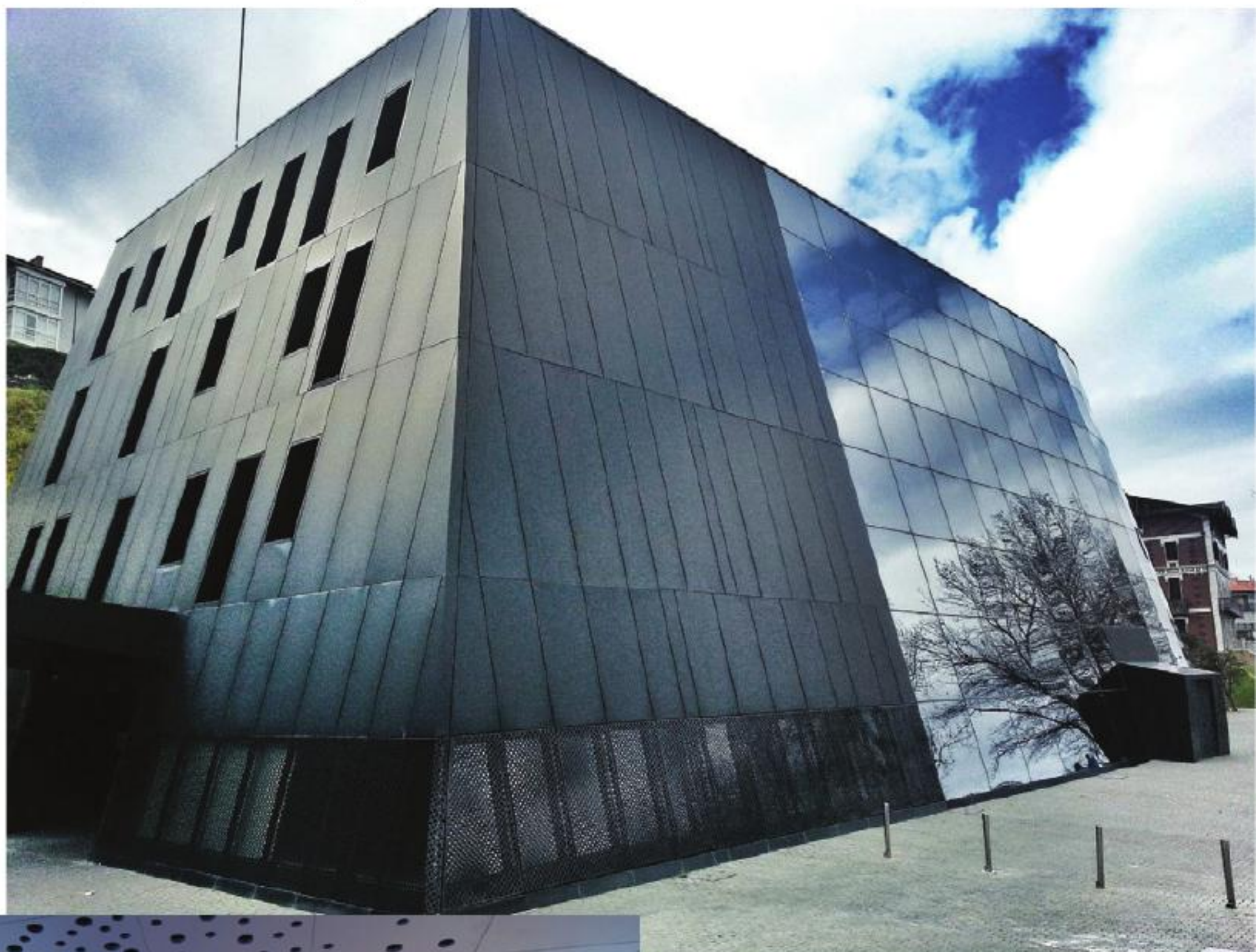
GUCCI – FLORENCE

Bảo tàng được mở cửa với công chúng từ năm 2011, và nằm trong một tòa nhà từ thế kỷ 14 ở Piazza della Signoria. Bảo tàng được thiết kế để tôn vinh một di sản lâu đời của thương hiệu. Đồng thời, bảo tàng cũng được thiết kế để đảm bảo một sự cân bằng hoàn hảo giữa di sản với nghệ thuật hiện đại. Được biết ý tưởng đối diện cùng lúc cả quá khứ lẫn hiện tại với slogan “forever now” là đứa con tinh thần của cựu Giám đốc sáng tạo của Gucci, Frida Giannini. Bảo tàng cũng trưng bày những tác phẩm của các danh họa như Giorgio Vasari.



BALENCIAGA MUSEUM - GETARIA, SPAIN

Được mở cửa từ năm 2011, bảo tàng nằm trên sườn đồi của một làng chài có tên là Basque, ở Getaria, Tây Ban Nha. Đây cũng chính là nơi mà người sáng lập thương hiệu Balenciaga đã sinh ra và lớn lên. Có thể nói, đây là nguồn cảm hứng lớn lao truyền vào trong mỗi thiết kế của ông. Hay theo như Vogue nhận định thì có lẽ nếu Paris là thành phố giới thiệu Cristóbal Balenciaga với thế giới, thì các thiết kế của Balenciaga lại luôn kể một câu chuyện khác, về một địa danh khác ở Basque. Được biết trong lễ khánh thành bảo tàng, Nữ hoàng Tây Ban Nha đã là một trong những khách mời danh dự. Ngoài ra, bảo tàng sẽ trưng bày khoảng 1.200 thiết kế được thực hiện bởi Cristóbal Balenciaga. Rất nhiều trong số này tới từ những nhà sưu tập, nhà thiết kế và nghệ sỹ danh tiếng như Hubert de Givenchy.





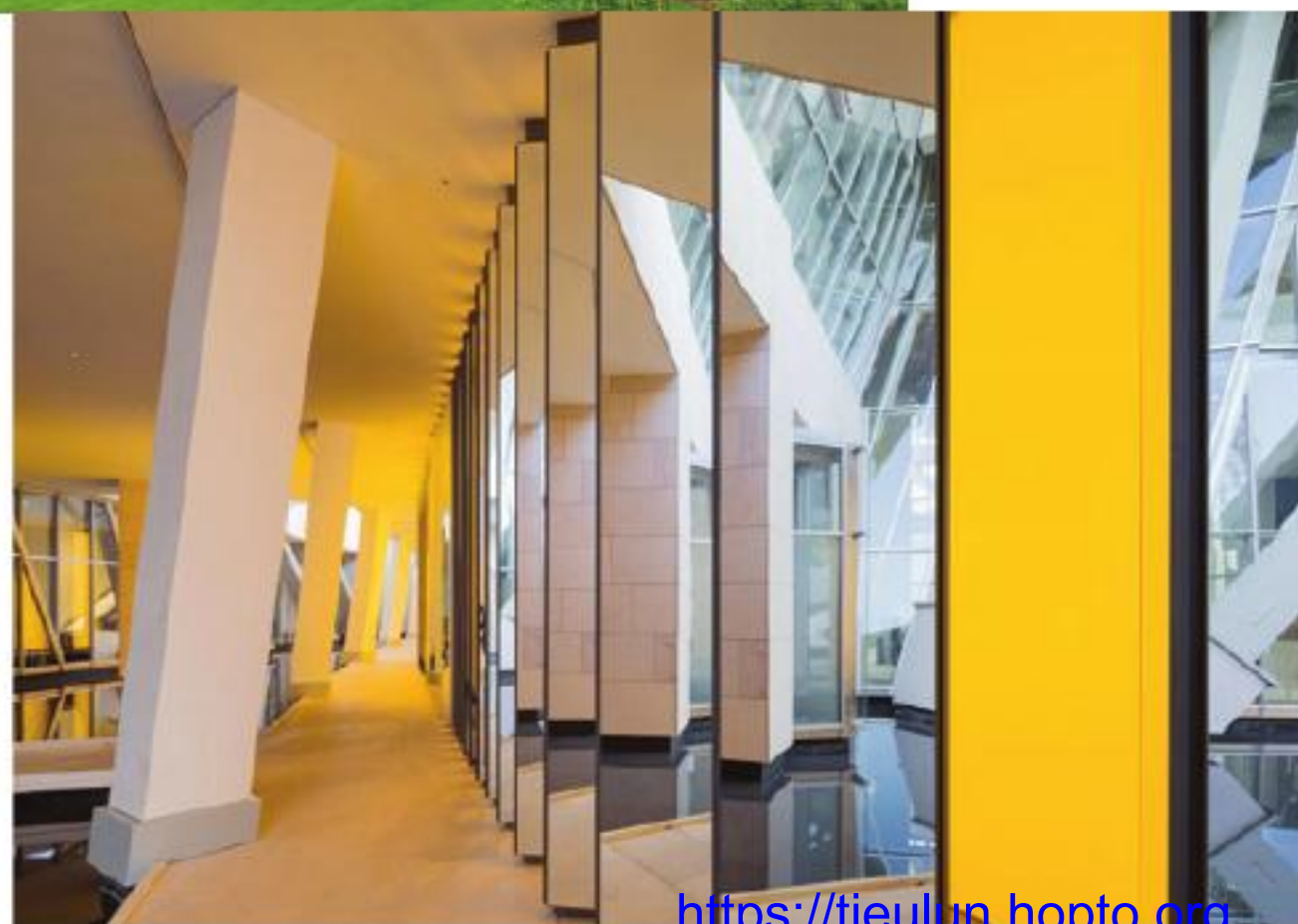
BATA SHOE MUSEUM - TORONTO

Năm 2015 vừa rồi đánh dấu kỷ niệm 20 năm thành lập bảo tàng Bata Shoe Museum (BSM). Trong suốt 02 thập kỷ qua, bảo tàng BSM không ngừng nỗ lực để kể những câu chuyện về văn hóa, lịch sử, xã hội và con người. Những câu chuyện và cách kể chuyện của bảo tàng BSM rất đa dạng. Bên cạnh đó, các mẫu hiện vật được trưng bày cũng rất đa dạng với con số lên tới hơn 13.500 hiện vật. Đặc biệt, bảo tàng còn tổ chức 3-4 triển lãm, các bài giảng và các sự kiện. Ngoài ra, bảo tàng còn có các event giới thiệu thương hiệu Bata với mọi người. Được biết bảo tàng được thành lập với ý tưởng ban đầu bởi Sonja Bata. Bà đã đi vòng quanh thế giới cùng chồng trong những chuyến đi công tác và sưu tập các mẫu giày cổ.



FONDATION LOUIS VUITTON

Bảo tàng này được bắt đầu từ năm 2006 và được tài trợ bởi tập đoàn LVMH, cần 08 năm để hoàn thiện với mức tổng kinh phí đầu tư lên tới \$143 triệu. Kiến trúc sư trưởng cho dự án này là một cái tên đoạt giải Oscar của ngành kiến trúc, Frank Gehry. Cũng được biết, để bắt đầu dự án, năm 2001, ngài Bernard Arnault chủ tịch của tập đoàn LVMH đã tiếp cận ngài Frank Gehry. Tuy nhiên, tới năm 2007, dự án mới được cấp giấy phép xây dựng. Cũng được biết chỉ riêng phần thiết kế công trình này đã cần một đội lên tới 400 người. Bề mặt của công trình đòi hỏi hơn 3600 tấm kính và trên 19.000 tấm bê tông.





HERMÈS MUSEUM - PARIS

Bảo tàng Hermès Museum này không được mở cửa với công chúng và cũng không theo cách của một bảo tàng truyền thống khi chỉ là một tập hợp các phòng chứa và trưng bày những món đồ thú vị. Tuy nhiên, nếu có thể thăm viếng bảo tàng một lần, bạn sẽ hiểu được sự xa xỉ, những giá trị tinh tế và xa hoa của châu Âu trong hàng thế kỷ nay. Để trở thành khách thăm bảo tàng, bạn phải là một ai đó và có mối quan hệ với Hermès và phải có hẹn trước.



Nhà hàng La Cheminée

Ẩm thực đương đại tôn trọng lịch sử

Tại sao nhà hàng có tên là La Cheminée?

La Cheminée là tên tiếng Pháp của từ 'ống khói', công trình nằm trong khuôn viên của khách sạn Pullman Hanoi. Ống khói là một phần của nhà máy gạch được xây dựng năm 1920 trên nền đất của Pullman Hanoi ngày nay. Đây đã từng được người Hà Nội coi là một trong những công trình cao nhất thành phố những năm 1920-1980. Khi khách sạn khởi công năm 1990, các nhà Đầu Tư quyết định giữ lại và tu bổ di tích này như một chứng nhân của lịch sử.

Nhà hàng La Cheminée là nhà hàng thuộc khách sạn năm sao quốc tế Pullman Hanoi. Nhà hàng phục vụ các món ăn lấy cảm hứng từ ẩm thực địa phương truyền thống với món ăn quốc tế được chế biến theo xu hướng thời đại. Thực đơn Buffet tự chọn phong phú, thực đơn gọi món được chuẩn bị và trang trí cầu kỳ ngon và đẹp mắt bởi đầu bếp trong nước và nước ngoài. Các món ăn được chế biến tại Bếp Mở (Open Kitchen) nên thực khách vừa có cơ hội thưởng thức món ăn vừa được chứng kiến phong cách chế biến điêu luyện của các đầu bếp chuyên nghiệp. Tất cả đều được thực hiện nhằm đem đến cho thực khách một không gian thoáng đạt, linh hoạt nhưng cũng rất gần gũi.



NÉT TINH TẾ TRONG NGHỆ THUẬT BÀI TRÍ MÓN ĂN NHẬT BẢN



Có thể nói sức hấp dẫn của ẩm thực Nhật Bản đến từ sự tinh tế, khéo léo trong cách sắp xếp, bài trí các món ăn vô cùng đẹp mắt, mang tính thẩm mỹ cao chứ không đơn thuần là hương vị của thức ăn. Người dân xứ anh đào vốn có quan niệm mỹ học rất sâu sắc, do đó cái đẹp trở thành chuẩn mực hàng đầu trong nghệ thuật ẩm thực Nhật Bản. Là một trong những nhà hàng tiên phong nổi tiếng nhất về ẩm thực Nhật Bản chính hiệu tại Hà Nội, Benkay (Hotel Nikko) đặc biệt chú trọng trong việc thể hiện một cách đầy đủ tính thẩm mỹ trong từng chi tiết.

Một món ăn điển hình của Nhật Bản Tại Benkay cho thấy cả một quá trình sáng tạo nghệ thuật công phu và chau chuốt của người đầu bếp mà điển hình là lối bài trí bất đối xứng đầy ẩn ý, tạo nên sự cân bằng và hài hòa qua những màu sắc sống động và góc độ sắc nét. Mỗi phần thức ăn được tính toán tỉ mỉ sao cho chỉ vừa đủ đặt tại trung tâm chứ không để đầy tràn hết cả đĩa, tạo nên sự nổi bật cho chủ thể, sự cân bằng về bố cục và cũng để người ăn có thể thưởng thức được cả nét đẹp của vật dụng đựng nó.

Một phần sashimi hoặc sushi đặc trưng được sắp xếp theo từng nhóm với bố cục cao dần đều. Súp nấm, một trong những món khai vị vô cùng được ưa thích của nhà hàng được đặt trong một chiếc ấm với họa tiết sơn mài tinh tế trong khi các món sashimi tươi sống hoặc món ăn nguội được bảo quản lạnh trên bề mặt đá hoặc đồ đựng bằng thủy tinh. Dưới bàn tay khéo léo cùng óc thẩm mỹ sáng tạo, những đầu bếp tài năng tại nhà hàng Benkay đã gửi gắm cả tấm lòng và tâm huyết vào từng món ăn, khiến chúng trở thành những kiệt tác nghệ thuật đặc trưng nhất.



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

Nhà Hàng Long Đình

Hương vị Hồng Kông đích thực



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

 longdinh.vn

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

<https://tieulun.hopto.org>

CARAVELLE

Từ ngày 11-17/01, Café de l'Opera hân hạnh phục vụ các loại bánh "Dolci" đầy màu sắc và hương vị mê ly. Tại đây, quý khách sẽ thích thú và hài lòng với những chiếc bánh phủ thạch Affogato đúng kiểu Ý, bánh Sette Veli với bảy lớp hạt và sô cô la thơm lừng hay món tráng miệng kinh điển Gelo di Melone của vùng Địa Trung Hải thơm mát vị dưa hấu với giá 118.000VNĐ/phần. Từ ngày 18-24/01, tuần lễ ẩm thực Amuse Bouche đặc sắc sẽ chính thức diễn ra tại nhà hàng Reflections hứa hẹn là một cuộc du ngoạn của nghệ thuật ẩm thực đầy màu sắc và hương vị. Trong tuần lễ này, thực khách sẽ có cơ hội thưởng thức thực đơn 12 món của bếp trưởng Darren Watson và các cộng sự, thể hiện tinh sáng tạo và sự tinh tế trong việc khéo léo kết hợp các loại nguyên liệu với nhau. Giá cho một thực khách là 1.298.000VNĐ.

Thông tin chi tiết và đặt chỗ vui lòng gọi: 08 3823 4999.



FURAMA ĐÀ NẴNG

Khu nghỉ Furama Đà Nẵng vinh dự nhận giải thưởng "Thương Hiệu Uy Tín 2015 – Trusted Brand 2015" do Viện Doanh Nghiệp Việt Nam trao tặng. Giải thưởng ghi nhận những nỗ lực của Công ty Cổ Phần Khu Du Lịch Bắc Mỹ An đã xây dựng và phát triển thành công các giá trị thương hiệu theo các chuẩn mực mang tầm quốc tế. "Trusted Brand" là chỉ số tín nhiệm được chứng nhận do các doanh nghiệp đáp ứng các giá trị thương hiệu theo tiêu chí của Hội Đồng Viện Doanh Nghiệp Việt Nam dưới sự giám sát chất lượng của các tổ chức quốc tế như NQA của Vương Quốc Anh, Tổ chức đánh giá và chứng nhận toàn cầu InterConformity của Cộng Hòa Liên Bang Đức,... Trải qua hơn 17 năm hình thành và phát triển, "Thương Hiệu Uy Tín" khẳng định niềm tin và sự yêu quý của khách hàng trong và ngoài nước cũng như của các tổ chức quốc tế đầu ngành đối với thương hiệu Furama Resort Đà Nẵng.



LE MÉRIDIEN



Vào mỗi tối thứ 6 và thứ 7 hàng tuần trong tháng 1, hãy đến nhà hàng Latest Recipe thưởng thức tiệc Buffet Hải Sản Hương Vị Thế Giới gồm những món ăn phong phú được chế biến từ các loại hải sản cao cấp từ địa phương và nhập khẩu như Tôm hùm Canada, cua biển, hào sống "Fine de Claire" danh tiếng với giá chỉ 1.200.000VNĐ/người, bao gồm không giới hạn Champagne Taittinger, cocktails Le Tini. Ngoài ra, thực khách yêu thích trà chiều cũng không nên bỏ qua cơ hội trải nghiệm tiệc trà chiều tự chọn không giới hạn tại Latitude 10. Tại đây, thực khách sẽ cùng tán gẫu, thưởng thức các loại thức ăn nhẹ và bánh ngọt được chuẩn bị hết sức công phu cùng bộ sưu tập các loại trà và cà phê đặc trưng của thương hiệu Le Méridien với giá chỉ từ 600.000 – 7500.000VNĐ/ 02 người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 6263 6688.

THE REVERIE SÀI GÒN



The Reverie Saigon là khách sạn sang trọng hàng đầu tại Tp.HCM. Nổi tiếng với nội thất thiết kế tinh xảo, tráng lệ, đồng thời chú trọng vào chất lượng dịch vụ, The Reverie Saigon mang đến không gian nghỉ dưỡng thượng lưu và dịch vụ đẳng cấp thế giới ngay với 12 phong cách nội thất tráng lệ thông qua hệ thống 224 phòng nghỉ và 62 suite thượng đẳng. Sở hữu năm phòng hội nghị lớn, bốn phòng họp được bố trí tiện lợi tại lầu 8 của khách sạn cùng phòng họp cao cấp tại lầu 39 mở ra không gian bất tận bao quát vẻ đẹp của thành phố từ trên cao. Mỗi phòng họp được thiết kế tinh xảo và được trang bị thiết bị nghe nhìn hiện đại nhất. Chính vì những điều đó mà vừa qua The Reverie Saigon đã vinh dự được xếp hạng là một trong mười khách sạn mới sang trọng bậc nhất trong năm 2015 do công ty chuyên xếp hạng các khách sạn sang trọng uy tín hàng đầu - Luxury Travel Intelligence bình chọn. Lần vinh danh này là một trong những thành công tiếp nối của khách sạn The Reverie Saigon sau ngày khai trương 01/09/2015.



Asahi Sushi

Những hương vị kỳ diệu



Asahi Sushi®
NHÀ HÀNG TRIỀU NHẬT
アサヒ寿司

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

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

PARADISE HOTELS & CRUISES

Nhằm khẳng định vị trí dẫn đầu trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ du thuyền nghỉ dưỡng tại kỳ quan thiên nhiên thế giới Vịnh Hạ Long, Paradise Hotels & Cruises đã tiến hành đợt nâng cấp toàn bộ du thuyền Paradise Luxury. Quá trình nâng cấp chính thức hoàn thành cuối tháng trước. Du thuyền Paradise Luxury được cải tiến theo phong cách hiện đại, nhưng vẫn giữ được nét sang trọng cùng vẻ đẹp đẳng cấp vốn có. Phòng ngủ trên tàu được làm mới hoàn toàn với buồng tắm đầy đủ tiện nghi, giường đệm rộng rãi, đem đến cho du khách giấc ngủ êm ái trên suốt hành trình như tại chính căn nhà quen thuộc. Khu vực nhà hàng trên tầng 3 được thay đổi với cách bày trí và màu sắc mới, tạo nên một không gian ẩm thực ấm cúng mà thư giãn.



CROWNE PLAZA WEST HANOI

Tết đến Xuân về là lúc chúng ta nói lời tri ân tới người thân, bạn bè, đối tác, những người đã cùng bạn tạo nên một năm thành công rực rỡ. Hiểu được mong muốn ấy, khách sạn Crowne Plaza West Hanoi mang đến một món Quà Tết Đón Xuân đặc biệt với muôn vàn lời chúc TÀI – PHÚC – LỘC – THỌ gửi đến Quý khách hàng của mình. Hộp Quà Tết Đón Xuân có hai lựa chọn và đều có những sản phẩm cao cấp cùng các loại đặc sản do chính tay các đầu bếp của Crowne Plaza West Hanoi làm ra với 02 mức giá từ 1,2 triệu tới 2,19 triệu.



SUMMIT LOUNGE

Thêm vào thực đơn đồ uống đặc sắc của Summit Lounge, tháng Giêng này, các chuyên gia pha chế tài ba của chúng tôi tạo ra bộ ba cocktail Mùa Đông Không Lạnh dành cho những người đam mê thưởng thức cái mới lạ, với tên gọi Winter On Top, Red Breeze và Summit Deluxe. Lấy cảm hứng từ vẻ đẹp huyền bí của mùa đông Hà Nội, ba tuyệt tác này sẽ đưa bạn vào một chuyến phiêu lưu khám phá sự pha trộn bùng nổ của hương vị và màu sắc. Buổi tối mùa đông của bạn sẽ trở nên ấm áp hơn bao giờ hết trong không gian lãng mạn và khung cảnh đẹp nhất Hà Nội.



LA TABLE DU CHEF

La Table du Chef nằm trên tầng 3 của tòa nhà Press Club, trước đây vốn là nơi giao lưu, gặp gỡ của giới báo chí Việt Nam. Năm 1997, một tòa nhà 7 tầng kiêu hãnh mọc lên trên mảnh đất xưa, ngay cạnh căn biệt thự cổ, góp thêm một nét chấm phá lộng lẫy trên nền kiến trúc Pháp thời thuộc địa, cùng với những công trình đã đi vào lịch sử như Nhà hát lớn hay khách sạn Sofitel Metropole. Năm 2015, tòa nhà tiếp tục được tu sửa một phần để làm mới phong cách trang trí nội thất, hồi sinh nghệ thuật ẩm thực Pháp đỉnh cao và nâng cấp công nghệ cho tòa nhà lấy cảm hứng từ dòng chữ viết tay của những người làm nghề cầm bút, thiết kế nội thất của La Table du Chef lý tưởng hóa cử động của đôi bàn tay giống như “chiếc máy in của bộ não sáng tạo”. Đây là hành trình khám phá những gì tinh túy nhất được tạo nên từ đôi bàn tay con người: thủ công mỹ nghệ, hội họa, ẩm thực và nghệ thuật làm rượu của Việt Nam và Pháp.





GOOD IS IN THE DETAILS.™



Our range of delectable cookies tells the story. Each is a work of art, the result of a very special mix of passion and excellence.



MADE IN USA

<https://leulun.hopto.org>

VANG

LỤC ĐỊA GIÀ HAY TÂN THẾ GIỚI?

CÙNG HÀNG HIỆU KHÁM PHÁ THẾ GIỚI VANG ĐỂ CÓ
THỂ ĐƯA RA LỰA CHỌN ĐÚNG NHẤT CHO MÌNH!

Năm 1976, thế giới chứng kiến một cuộc cạnh tranh rượu vang rất nổi tiếng giữa rượu của thế giới mới và rượu của thế giới cũ được tổ chức tại Paris bởi Steven Spurrier, một thương gia rượu người Anh và Francophile – người chỉ thích bán rượu vang Pháp. Ông được lựa chọn như một người sành sỏi nhất để kiểm định chất lượng của rượu Chardonnay và Cabernet Sauvignon đến từ Pháp và California. Kết quả nằm ngoài sức tưởng tượng. Những chai rượu đến từ thủ đô Paris lãng mạn của năm 1976 hay “Judgment Paris” đã hoàn toàn gây sốc cho người thưởng thức chúng, mang về thất bại buồn đến nao lòng. Rượu của bang California đã được xếp hạng cao nhất ở mỗi thể loại, điều đã gây ra một sự tổn thương lớn cho giới sành rượu trên toàn thế giới bởi vì Pháp thường được coi là mảnh đất của những loại rượu ngon nhất trên thế giới.

Và 30 năm sau, Steven Spurrier làm tái hiện ngày lễ trọng đại của thức uống kinh điển này trên cả hai phần của Atlantic trong năm 2006. Theo tờ The Times thì “Mặc cho những hy vọng của người Pháp, nhiều người tham gia vào lễ hội thử rượu lúc ban đầu đã giành sự mong đợi cho những vườn nho của nước Mỹ, và họ đã phải thừa nhận rằng Cabernets của California đã một lần nữa đánh bại chúng. Sự thẩm định trên cả hai lục địa đã phải tôn vinh vị trí hàng đầu của một Ridge Monte Bello Cabernet Sauvignon 1971. Rượu đỏ Californian Chateau Mouton-Rothschild 1970 đã 6 lần chiếm vị trí tiếp theo sau thứ hạng cao nhất của Bordeaux. Kết quả thử rượu như sau:

- Hạng nhất: United States – Ridge Monte Bello 1971
- Hạng 2: United States – Stag’s Leap Wine Cellars 1973
- Hạng 3: United States – Mayacarnas Vineyards 1971
- Hạng 4: United States – Heitz Wine Cellars, Martha’s Vineyard’ 1970
- Hạng 5: United States – Clos Du Val Winery 1972
- Hạng 6: France – Chateau Mouton- Rothschild 1970
- Hạng 7: France – Chateau Montrose 1970
- Hạng 8: France – Chateau Haut-Brion 1970
- Hạng 9: France – Chateau Leoville Las Cases 1971
- Hạng 10: United States – Freemark Abbey Winery 1967

Vậy là kể từ năm 1976, sau 30 năm làm thế giới phải sững sờ trong lần cạnh tranh khốc liệt ấy, dù nhận được rất nhiều những sự đánh

giá khác nhau nhưng rượu California vẫn được công nhận có một bước tiến lớn, đánh dấu bước ngoặt được nâng lên trong bảng xếp hạng. Còn nhớ năm 1976, những chai rượu của xứ sở này nằm trong ½ top dẫn đầu. Nhưng chỉ đến năm 2006, 5 thứ bậc trong top đầu đều thuộc về California. Khi người ta đem chúng đặt cạnh những chai rượu vang của Pháp thì bất kỳ ai cũng đều có thể thấy được sự tiến bộ đáng nể của ngành sản xuất rượu California. Trong khi đó, rượu vang Pháp lại luôn được coi là biểu tượng hàng đầu của dân chơi thời thượng.

Thế là người Pháp bắt đầu tỉnh ngộ và tăng tốc. Ngày hội thử rượu Paris năm 1976 đã mở ra một cuộc cách mạng về việc mở rộng sản xuất và không ngừng nâng cao uy tín của rượu trong thế giới mới. Sự phân xét buồn bã năm nào giống như một cú đòn nghiệt ngã, làm chuyển đổi cả một ngành công nghiệp sản xuất rượu truyền thống của Pháp. Những thói quen và lòng tự mãn dần dần thay đổi, thế chỗ cho một ngành sản xuất rượu của thế kỷ 21 đầy tính cạnh tranh và đòi hỏi cao về chất lượng. Mặc dù tồn tại một sự hạn chế trong bình quân tiêu thụ nhưng những người sản xuất rượu Pháp vẫn hết sức lạc quan bởi xuất khẩu và giá cả vẫn tăng cao nhờ những cải tiến lớn trong sản xuất. Kết quả là, người Pháp đã thành công, đem đến một sự cải thiện lớn về rượu trên toàn thế giới.

Một chai Chateaux hàng đầu hay các sản phẩm của Pháp đã đi theo sự dẫn dắt của người tiên hành cải cách California như Robert Mondavi. Và vì lý do đó, người Pháp bắt tay vào đầu tư những bốn thép không rỉ (trước đây, rượu được làm trong những bồn xi măng kém vệ sinh). Việc chuyển đổi sang sử dụng các thiết bị mới và công nghệ làm rượu vang kiểu mới từ các chuyên gia kỹ thuật như Michael Roland (nhà làm rượu du lịch) đã khiến rượu như tinh khiết hơn, mạnh mẽ và đầy hấp lực như những gì mà một chai rượu California có thể làm. Nếu như Robert Parker được sùng kính ở khắp mọi nơi thì tại Pháp, với lý do sản xuất lại dựa vào độ đậm đà và tính phức tạp của rượu nên nó phải chịu sự thẩm định chặt chẽ đến không tưởng trong phong cách làm rượu và nếm rượu của thế giới mới.

Trong khi rượu của thế giới cũ lại được xem là sự khác biệt tẻ nhạt, tào nhả và tinh chế thì nhiều người lại sẵn sàng trút ra một khoản tiền khổng lồ để sẵn cho kỳ được một Parker/Roland Style thượng hạng.

Vậy có nghĩa là: thế giới cũ đang hồi sinh để thế giới mới trở về quá khứ.

DANH SÁCH CÁC LOẠI RƯỢU THƯỢNG HẠNG TRONG THẾ GIỚI MỚI VÀ CŨ

THẾ GIỚI CŨ

PHÁP:

Domaine de la Romanée-Conti
Domaine Meo-Camuzet
Vosne-Romanée Les Chaumes
Château la Mission Haut-Brion
Château Pichon-Lalande
Château Lynch-Bages
Zind-Humbrecht
DRC Montrachet
Château Margaux
Château d'Yquem
Château Le Pin
Champagne Krug
Guigal La Mouline
Château Pétrus
Dom Perignon
Domaine Leroy
L'écaille
La Tache

ĐỨC:

J.J Prüm Riesling

Ý:

Tenuta dell'Ornellaia
Sori Tildin Gaja
Biondi Santi
Brunello di Montalcino
Casanova di Neri

BỒ ĐÀO NHA:

Dow's Vintage Porto
Barca Velha

TÂY BAN NHA:

Pingus
Vega Sicilia
Marimar Torres Chardonnay

THẾ GIỚI MỚI

AUSTRALIA:

Penfolds Grange
Henschke Hill of Grace
Ben schild estate
The Dead Arm
Penfolds Yattama
Wise Donnybrook Single

CANADA:

Le Clos Jordane
Osoyoos Larose
Inniskilin Vidal

CHILE:

Montes Folly

NEW ZEALAND:

Cloudy Bay Sauvignon Blanc
Oyster Bay Sauvignon Blanc
Vynfield Pinot Noir Reserve

NAM PHI:

Kanonkop Pinotage
Vergelegen

USA

Grace Family Vineyards
Opus One Proprietary Red
Screaming Eagle
Lewis Napa Valley Cabemet
Suckhorn Napa Valley Merlot
Pillitteri Estates Icewine
Almvs
Miura Pinot Noir
Merryvale Napa Valley Profile
Isignia Napa Valley Red
Caymus
Vineyard Chardonnay
Wiemer Riesling

RUỘT PHÁP LÊN NGÔI

Vào cuối những năm 1800, dịch bệnh rệp rệp nhỏ đã phá hủy hầu hết các vườn nho ở Châu Âu và đặc biệt là tại Pháp. Bệnh này đã được cảnh báo ở Châu Âu những năm 1860. Nó đã tàn phá nghiêm trọng nền công nghiệp rượu Châu Âu đang phát triển và lan rộng ra nhanh chóng. Ước tính có khoảng từ 2/3 đến 9/10 vườn nho của Châu Âu bị hủy diệt. Để xây dựng lại ngành sản xuất rượu nho, người ta đã ngừng việc sử dụng rệp nhỏ của Mỹ, khôi phục lại vị rượu gốc như một thách thức chống lại bệnh dịch. Điều này đã mang lại nhiều tranh cãi cho đến ngày nay là liệu những sản phẩm rượu được làm từ rệp nhỏ có tốt hơn những loại được làm từ sự cấy ghép hay không. đương nhiên, bản khoản này là hết sức cần thiết. Những rệp nhỏ của người Mỹ không sẵn sàng để sử dụng và cũng không có ngành công nghiệp sản xuất rượu ở Châu Âu hay nhiều nơi khác như là Chile, Washington, Nam Phi, Argentina và Australia.

THẾ GIỚI CŨ LẠI LÀ THẾ GIỚI MỚI

Sassicaia, Tiganello và Masseto, Masseto all super Tuscan là rượu Ý của thế giới cũ chăng? Có lẽ là không. Gần đây, những loại rượu này được tạo nên theo kiểu California Parker hiện đại, sử dụng hàng loạt các loại nho Pháp thuộc California cổ điển, chủ yếu là Cabernet và Merlot. Có cả một câu chuyện dài đằng sau người làm những chai rượu Piedmont hảo hạng - Angelo Gaja. Người ta đồn rằng cái tên yêu Cabernet đã bắt nguồn từ chuyện người ông của Angelo Gaja đi qua vườn nho, lắc đầu và nói "Darmaji, Darmaji" có nghĩa là "xấu hổ, xấu hổ". Gaja Darmaji Cabernet Sauvignon đã từng được xuất

ra ở ngưỡng trên 200 đô la Mỹ một chai. Nhiều chai Gaja và Super Tuscan chỉ xuất hiện trên bàn tiệc với sự cổ điển đã lỗi thời. Điều này cũng xảy ra ở Pháp với "Garagist". Được làm với số lượng nhỏ theo kiểu Parker và thậm chí là Cheval Blanc và Chateau Petrus – những loại rượu Bordeaux đắt nhất và luôn được săn đón bởi những nhà sưu tầm rượu đáng gờm, Garagist vẫn nép sau những loại rượu đời đầu như Margaux, Lafite, Mouton, Rothschild, Haut Brion và Latour. Ông chủ của Petrus và Mouton cũng có những chai rượu sản xuất tại California gọi là Dominus và Opus One. Chúng mang hơi thở của rượu tân thời song cũng là một phiên bản nhẹ cân của các bậc tiền bối trong thế giới cũ – nơi mà những quyết định đáng tin cậy về hương vị của rượu đặt ra những câu hỏi đầy bí ẩn về Paris Judgment.





Zippo

NGỌN ĐUỐC PHONG CÁCH VĨNH CỬU



HÃY HỎI BẤT KỲ AI, DÙ LÀ NAM GIỚI HAY NỮ GIỚI, BẠN SẼ ĐỀU NHẬN ĐƯỢC CÂU TRẢ LỜI, VỚI HỌ NẮM TRONG TAY MỘT CHIẾC BẬT LỬA ZIPPO KHÔNG CHỈ MANG Ý NGHĨA CỦA VIỆC TRỞ NÊN PHONG CÁCH MÀ CÒN ĐỒNG NGHĨA VỚI VIỆC CẢM NHẬN LÀ NGƯỜI LÃNH ĐẠO, KẺ TIỀN PHONG, LUÔN ĐI ĐẦU VÀ NẮM THỂ CHỦ ĐỘNG TRONG MỌI VIỆC.

Chiếc bật lửa Zippo đã ra đời tại một thị trấn nhỏ của Pennsylvania, Mỹ tại một thời điểm không thể trì trệ hơn trong lịch sử. Một buổi tối mùa hè năm 1932 – thời điểm giữa 02 cuộc chiến, tại một buổi khiêu vũ tại Bradford Country Club, trong khi những người tham dự tiệc sôi nổi với những câu chuyện về chính trị và các phe phái thì George G. Blaisdell, người sau này được biết đến với biệt danh “Mr. Zippo” đi ra ban công để hút thuốc. Tại đây, ông nhìn thấy người bạn đang cố gắng châm thuốc bằng một chiếc bật lửa đồng xấu xí và cộc cạch. Hình ảnh người đàn ông cố gắng một cách ngốc nghếch để châm lửa trông thật lố bịch khiến Blaisdell suýt bật cười. “Anh đóng bộ chỉnh tề, sao không sắm cho mình một chiếc bật lửa thơm mát?”. “Nó cháy”, vị khách lạ trả bảo thủ nhưng đầy thực tế. Hai từ “nó cháy” quay tít trong đầu George Blaisdell đêm ấy. Thời điểm này, ai cũng tìm kiếm các mặt hàng rẻ và bền chứ không nghĩ tới đẹp và phong cách.

Tưởng rằng công việc kinh doanh với bật lửa sẽ dễ dàng, tuy nhiên Blaisdell lại gặp khó khăn bởi lý do rất đơn giản những chiếc bật lửa đầu tiên “không cháy” – hay đúng nhất là dễ bị tắt lửa. Và đây chính là điểm gút cho sự hình thành của một loại bật lửa đặc biệt về sau, bật lửa Zippo có khả năng giữ lửa rất tốt ngay cả trong các thời tiết khắc nghiệt.



tiếp tục trở thành kim chỉ nam cho sự phát triển của Zippo. Tận cùng một chiếc bật lửa cần gì? “Nó cháy”. Chính điều này đã khiến Blaisdell đưa ra ý tưởng bảo hành cho các sản phẩm bật lửa của mình. Công ty Zippo sửa chữa mọi hỏng hóc và gửi lại bật lửa qua đường bưu điện trong 48 giờ với lời nhắn: “Chúng tôi cảm ơn vì có cơ hội được phục vụ cho bật lửa của bạn”.

Từ một lát cắt khác, những chiếc bật lửa Zippo được lựa chọn bởi nó đã ra đời giống như những chiếc bút bi. Nghĩa là ở trong mọi điều kiện thời tiết, khi tất cả những chiếc bật lửa khác phải đầu hàng, thì Zippo vẫn cháy, vẫn hữu hiệu. Bởi vậy, Zippo trở thành chiếc bật lửa đồng hành của các quân nhân Mỹ. Nó đi theo những người lính Mỹ tới mọi địa điểm và vùng miền xa xôi, hẻo lánh. Cũng chính từ đây, chiếc bật lửa Zippo chứng tỏ được khả năng ưu việt và tạo ra vô số kỳ tích. Chiếc bật lửa không chỉ để nhóm bếp mà còn được dùng để báo hiệu cho đồng đội hoặc cứu viện (bởi khả năng cháy sáng lâu dài của nó). Đặc biệt, có những giai thoại kể rằng, có những người lính đã thoát chết trong đường tơ kẽ tóc khi viên đạn bắn trúng phải chiếc bật lửa mà anh ta để ở trong túi áo trước ngực.

Ngọn lửa lớn, luôn cháy sáng của Zippo và những giai thoại của nó, cùng sự kiên cường, bất khuất của nó còn trở thành biểu tượng của giới trẻ. Dễ thấy rằng trong những đêm nhạc Rock, giới trẻ thường giơ cao bật lửa Zippo lên như biểu thị một sự đồng tình. Cuối cùng, sự phong trần của những người lính, nét hoang sơ và mạnh mẽ của những người đàn ông luôn dùng bật lửa Zippo truyền cảm hứng tới cho các bộ phim, mở đường đưa nó tới với Hollywood. Chỉ ít tới nay đã có khoảng 1.800 bộ phim có Zippo xuất hiện. Lúc này, bật lửa Zippo đã thoát khỏi vị thế của một chiếc bật lửa thông thường mà nó đã trở thành một biểu tượng, một ngọn đuốc sáng của phong cách. Được biết, tới nay đã có khoảng trên nửa tỷ chiếc Zippo được sản xuất, mang theo vô vàn các câu chuyện về các số phận, con người và những phong cách khác nhau. Cũng được biết, chỉ tính riêng số lượng bật lửa Zippo bình quân mỗi ngày được sản xuất đã lên tới 70.000 chiếc.



Blaisdell đã thuê lại một góc tầng hai công ty Rickerson & Pryde trên đường Boylston với giá \$10/tháng. Mọi thiết bị nghiên cứu mà ông cùng 03 người thợ của mình sử dụng đều là đồ cũ (với tổng giá trị chỉ khoảng \$260). Rút kinh nghiệm từ người khách trong bữa tiệc nọ và cũng là từ chính thất bại của mình, ông đã tạo ra một chiếc bật lửa với kích thước nhỏ hơn (chỉ vừa gọn trong lòng bàn tay), một khớp nối cho phép nắp bật lửa nối với thân – và chính thiết kế này về sau đã được giới trẻ tận dụng để tạo ra hàng ngàn kiểu mở nắp và bật lửa sành điệu chỉ bằng một tay khác nhau. Ông cũng đưa thêm vào mẫu thiết kế một nắp chắn gió quanh bắc. Nắp chắn gió này được lấy cảm hứng từ mẫu bật lửa của Áo mà ban đầu Blaisdell đã thất bại và đặt tên cho thiết kế mới là Zippo. Nhưng đó vẫn chỉ là thiết kế ban đầu vào năm 1932. Sau này bật lửa được thu nhỏ lại.

Câu trả lời của vị khách năm nào trong bữa tiệc mà Blaisdell tham dự

Chronoswiss

SỰ DIỆU KỲ TỪ NHỮNG BÁNH RĂNG

Cùng Chronoswiss khám phá vẻ đẹp của
chiếc đồng hồ cơ Thụy Sĩ nổi tiếng!



Dành cho những niềm đam mê luôn cháy bỏng với tinh hoa nghệ thuật thủ công của Thụy Sĩ, những chiếc đồng hồ của hãng Chronoswiss – một trong những vẻ đẹp danh giá và đầy tự hào của xứ sở đồng hồ này là minh chứng cho những giá trị truyền thống còn mãi với thời gian. Nổi bật trong những chiếc đồng hồ cơ của Chronoswiss, chiếc Chronograph Skeleton thuộc bộ sưu tập Sirius Collection khiến người ta không khỏi ngưỡng mộ trước những kĩ thuật chế tác tinh xảo, cầu kì. Bộ máy skeleton hé mở một tầm nhìn sâu rộng vào thế giới quyến rũ của một chiếc đồng hồ cơ hoàn hảo. Nghệ thuật tạo tác khung xương từ thế kỉ 18 đã được những bàn tay tài hoa của người nghệ nhân phô diễn đầy ấn tượng. Với đường kính đồng hồ chỉ 42mm, các chi tiết được gia công xử lý tỉ mỉ bởi các nghệ nhân lành nghề lão luyện. Những chi tiết thừa bị loại bỏ bằng một chiếc cưa chuyên dụng, đảm bảo các cạnh được vát đúng 45 độ trong khi các bề mặt được giữ mịn bóng loáng. Phần kim và các ốc vít được tôi luyện cầu kỳ để đạt tới màu xanh biếc đẹp mắt. Hơn một trăm chi tiết rời tinh xảo được gọt giũa cẩn thận, ráp nối với nhau chính xác vừa khít đảm bảo hoạt động bộ máy trơn tru. Qua lớp kính sapphire trong vát chống phản quang tối đa, chuyển động cơ học trong bộ máy đều được nhìn thấy rõ ràng. Chức năng hiển thị giờ thông thường và tính giờ thể thao chronograph được trình diễn hết sức tinh vi qua các vòng tròn đẹp mắt trên mặt số. Và với 25 chân kính, bộ máy có sự đảm bảo về tính ổn định và chính xác cao. Trong khi đó, sự sang trọng của tác phẩm được nâng niu trong những chất liệu cao cấp, quý hiếm như mặt số bằng bạc 925, dây da cá sấu Louisiana. Đặc trưng không thể thiếu của đồng hồ quý phái mang thương hiệu Chronoswiss chính là chiếc núm củ hành, vành vỏ có đường khía tinh xảo, tai xoay cứng cáp đơn giản mà thanh lịch. Với sự trân trọng dành cho những giá trị cổ điển tinh túy của Thụy Sĩ, chiếc Chronograph Skeleton của Chronoswiss xứng đáng là một món quà đậm chất nghệ thuật đỉnh cao, tinh tế, dành cho những trái tim hướng về cái nôi đồng hồ Thụy Sĩ!

tilda lindstam
model
john hein
model

Life in the now.

SHARE YOUR #CKMINUTE



Calvin Klein
swiss made

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

HCM City: Vincom Dong Khoi (39369770) | Vincom Thao Dien (37442889) | Sun Wah Tower (38219279) | Maximark 3/2 (38328991) | Vincom Thu Duc (37223433) | Vincom Go Vap (38945689) | Big C Quan 7 (0926789789) | Hai Trieu (01253246810) | PNJ Chain Shops (39959336) Ha Noi: Vincom Ba Trieu (22200268) | Vincom Megamall Royal City (62620560) | Vincom Megamall Times City (66599990) | Lotte Center (32676555) | Duy Anh Watch (66566660) | Savico Megamall (62550099) | Big C Thang Long (37832301) | Minh Tuong (38288579) Da Nang City: Big C (3666066) | Riverside Towers (38328991) Nha Trang City: Nha Trang Center (6516666) Vinh City: Big C (3596226) Bien Hoa: Big C Tan Hiep (0926789789)

<https://tieulun.hopto.org>

ĐỒNG HỒ PREMIERE

TINH HOA TRONG PHONG CÁCH CHANEL

Đồng hồ có thiết kế dây xích ấn tượng, là biểu tượng của sự tự do và thoải mái, thích hợp trong mọi hoàn cảnh và tâm trạng. Chuỗi dây xích chạy vòng theo cổ tay của đồng hồ mang đến sự nữ tính mềm mại và đầy cuốn hút. Dây còn được biết tới như ngôn ngữ nhận diện mạnh mẽ của nhà CHANEL từ năm 1955 đi kèm với sự ra đời của chiếc túi xách 2.55 kinh điển. Mặt số đồng hồ có hình bát giác. Đây là hình dạng của quảng trường Place Vendome ở Paris, đồng thời cũng là hình dáng nắp chai nước hoa N5 huyền thoại.

Với mẫu đồng hồ này, biến tấu màu sắc đã được thực hiện vô cùng thú vị khi khai thác một bản màu sáng với những sắc màu nổi bật như hồng và xanh ngọc (lấy cảm hứng từ nghệ thuật Pop Art và sự rực rỡ của mùa hè.) Những sắc màu tươi sáng và nổi bật truyền đến nguồn năng lượng bùng nổ, sự vui vẻ và niềm hạnh phúc bất tận.

Bên cạnh đó, không khó để nhận ra rằng đây là một tuyên ngôn thời trang cá tính. Sở hữu một thiết kế thời thượng, Premiere có thể tỏa sáng độc lập hay tạo điểm nhấn sắc màu đầy ấn tượng cho những món đồ thời trang như quần áo, giày, sơn móng... Điều thú vị hơn nữa là việc Premiere không chỉ có thể đeo ở cổ tay mà còn có dùng như một chiếc băng đô, vòng cổ hoặc thậm chí là vòng trang sức. Được biết, đồng hồ có số lượng sản xuất 1000 mẫu trên mỗi thiết kế.



Première Pop Pink



Première Pop Turquoise

“Believe me, I know woman, give them chains, women love chains”
Gabrielle Chanel

ĐỒNG HỒ Happy Fish

KHÁM PHÁ VẺ ĐẸP CỦA ĐẠI DƯƠNG

Chiếc đồng hồ Métiers d'art, với tên gọi Happy Fish của Chopard mới đây đã chính thức được giới thiệu và mang chúng ta chiêm ngưỡng vẻ đẹp của đại dương huyền ảo được tái hiện lại trên mặt số với hình ảnh chú cá làm trung tâm và những viên kim cương không ngừng chuyển động.



Happy Fish đang được trưng bày tại cửa hàng Chopard:
Hà Nội: Khách sạn Sofitel Legend Metropole, mặt phố Lê Phụng Hiểu.
ĐT: 04.39365223
TP HCM: Tầng 1, Unionsquare, 116 Nguyễn Huệ, Quận 1.
ĐT: 08 38238709

Đại dương vô cùng sống động và tráng lệ dưới cái nhìn của Chopard. Rộn ràng theo những con sóng, những viên kim cương trên mặt số đồng hồ đưa chúng ta vào điệu nhảy nhộn nhịp, và hòa mình vào vẻ đẹp tuyệt vời của biển cả. Chúng tỏa sáng, tràn đầy sức sống đầy thi vị qua những sắc màu đáng sống sờ của thiên đường xa xăm. Hình ảnh những con sóng bạc màu được mô phỏng bằng dải đá sapphire xanh chuyển màu trên nền ánh xạ cù. Được biết, Happy Fish là điểm nhấn trong BST Happy Sport, được ra mắt từ năm 2002. BST Happy Sport được khởi nguồn từ ý tưởng của bà Caroline Scheufele vào năm 1993, đã làm đảo lộn những quy tắc trong ngành chế tác đồng hồ bởi sự kết hợp giữa thép và kim cương. Đây là một bộ sưu tập mang tính hiện đại với những chất liệu tạo nên sự kết hợp hoàn hảo với tinh thần sống động của Happy Diamonds, những viên kim cương chuyển động tự do giữa hai mặt kính sapphire.

Chiếc đồng hồ Happy Fish, Métiers d'Art tôn vinh vẻ đẹp huyền diệu của biển cả. Nét độc đáo thể hiện trong sự hài hòa giữa màu sắc và đường nét. Trên nền ngọc lam, bật lên đường viền vàng theo đường cong mềm mại của chú cá biển tạo nên hiệu ứng bắt sáng, hòa nhịp với vẻ óng ánh xạ cù tạo nên bức tranh đại dương tuyệt mỹ. Những đường gợn sóng được viền bởi vàng lá được đính bằng tay tạo nên những đường sáng mềm mại như những con sóng tôn lên mảng xanh chuyển màu như mặt biển tạo bởi những viên sapphire đính dày đặc. Nhảy múa theo những con sóng là bảy viên kim cương tự do chuyển động. Mắt chú cá đính bằng ngọc đỏ như một điểm nhấn nổi bật trên nền ngọc lam. Một lần nữa, Chopard đã thể hiện giá trị qua tay nghề thủ công xuất sắc của thợ kim hoàn. Để tạo tổng thể hoàn mỹ, viên đồng hồ đính kim cương với 03 kích cỡ khác nhau. Mặt đồng hồ có kích thước 36x12 mm. Các chi tiết làm bằng vàng hồng 18 carat, dây da cá sấu. Đồng hồ Happy Fish sử dụng bộ máy automatic Sellita SW300 với tần số dao động đạt 4Hz (tương đương với 28.800 dao động/h). Nó giúp chiếc đồng hồ hoạt động vô cùng bền bỉ và chính xác. Đồng hồ Happy Fish thuộc phiên bản đặc biệt, chỉ sản xuất 25 chiếc trên toàn thế giới với mức giá khoảng 1,3 tỷ đồng.

NHỮNG THƯƠNG HIỆU TRANG SỨC TRẺ VÀ DANH TIẾNG

So với những thương hiệu trang sức thực sự lâu đời thì những cái tên dưới đây thuộc lớp trẻ nhưng không phải vì vậy mà họ không nổi tiếng!



DAVID MORRIS

Thương hiệu trang sức David Morris ra đời năm 1959. Chỉ sau 03 năm, David Morris từ vị trí của một người thợ kim hoàn đã đoạt hai giải thưởng quốc tế về lĩnh vực đồ trang sức là giải thưởng Diamond International. Với giải thưởng này, David đủ tự tin để mở một cửa tiệm tại London. David cũng mở thêm những gian trưng bày và giới thiệu sản phẩm tại các bách hóa tổng hợp lớn như Harrods và Selfridges. Tới nay, David đã có các boutiques ở rất nhiều nơi trên thế giới như ở Doha, Dubai, và Moscow.

Hiện nay, David Morris là một trong những thương hiệu trang sức được yêu thích bởi những người nổi tiếng và các thành viên hoàng tộc. David Morris cũng là thương hiệu đã thiết kế những mẫu trang sức cho các bộ phim James Bond. Vẻ đẹp của những món trang sức của David Morris không chỉ nằm ở những thiết kế độc đáo và sáng tạo mà còn nằm ở những viên đá được lựa chọn hoàn toàn thủ công và kỹ lưỡng. Một người phụ nữ diện trang sức của David Morris là người phụ nữ mạnh mẽ, độc lập và quyến rũ. Cô ấy sở hữu một vẻ thanh tao và luôn kiếm tìm những thứ thực sự độc đáo.

Cuối cùng, có lẽ không gì nhận xét về David Morris tốt hơn sự tin tưởng của họ vào việc những món đồ trang sức của họ sẽ vẫn độc đáo và đẹp đẽ ngay cả sau 200 năm nữa.



JAR

Không nhiều người trên thế giới sở hữu một món đồ trang sức của hãng JAR. Bởi nếu bạn biết rằng, mỗi năm hãng này chỉ cho ra đời khoảng 70-80 sản phẩm, bạn sẽ hiểu đây là một thương hiệu trang sức thực sự hướng tới việc giới hạn số lượng sản phẩm được chế tác. Trong 70-80 sản phẩm này, tất cả lại đều là những món đồ độc bản và là sản phẩm kết hợp giữa nhu cầu của khách hàng với khả năng sáng tạo của đội ngũ thiết kế và tay nghề chế tác bậc cao của các thợ thủ công. Chính vì những điều này nên hoàn toàn không ngoa khi nói rằng JAR chọn khách, chứ khách hàng không được phép chọn JAR.

Cửa hàng của JAR ở Vendome, Paris không có cửa sổ trưng bày, cũng chẳng có giờ tiếp khách. Thương hiệu này cũng chẳng có những chiến dịch quảng bá marketing rầm rộ. Đó là lý do tại sao nếu bạn lên wiki, gõ JAR bạn sẽ không nhận được kết quả nào. Đó cũng là lý do tại sao nếu bạn vào google, gõ JAR, kích thước ảnh của các sản phẩm của JAR đều ở kích cỡ nhỏ. Tuy nhiên, hãy nhớ rằng, nếu mua được một sản phẩm của JAR và có ý định đầu giá, sản phẩm của bạn sẽ có giá tối thiểu là gấp đôi.

Tất nhiên, JAR cũng có những vị khách nổi tiếng. Đó là Elizabeth Taylor và Sarah Jessica Parker.





DAVID YURMAN

David Yurman là một thương hiệu trang sức nổi tiếng của Mỹ, được thành lập bởi chính David Yurman (sinh năm 1942). Hiện nay, David Yurman có trụ sở chính tại New York City. Tính tới giữa năm 2009, David Yurman có 18 boutique ở 10 bang và 04 boutique khác tại ba thành phố trung tâm của thế giới. Sản phẩm đã đưa tên tuổi của David Yurman trở thành huyền thoại – đây cũng là sản phẩm đặc trưng của David Yurman là những chiếc vòng kiểu cable (sợi cáp).

David Yurman lớn lên ở Long Island, NY, ban đầu làm công việc của một nhà thiết kế và một người bán những bức tượng nhỏ trong một quán cà phê trung học để kiếm sống. Năm 16 tuổi, David trong một lần tới thăm chị gái của mình đã gặp một nghệ sĩ điêu khắc nổi tiếng. Đây chính là một trong những tiền đề cho David trở thành một trong những cái tên hàng đầu của làng trang sức.

Người thực sự giúp David Yurman trở thành một thương hiệu trang sức nổi tiếng là họa sĩ tài năng Sybil Kleinrock. Sybil Kleinrock cũng là vợ của David Yurman. Lần nọ vào những năm 1970, chủ của một gallery đã cảm thấy thích thú với món trang sức mà David thực hiện cho Sybil đã hỏi mua lại. Mặc dù David lúc này vẫn chưa cảm thấy thích thú với những món đồ mang tính cá nhân nhưng Sybil nhận thấy đây là một cơ hội lớn. Vào giữa những năm 1980, Yurman đã trở thành một cái tên thực sự với những chiếc vòng cable.



STEPHEN WEBSTER

Là một trong những nhà chế tác trang sức nổi tiếng nhất nước Anh, Stephen Webster đồng hành với những người nổi tiếng khi nhân cưới của Madonna do Stephen thiết kế. Những khách hàng của Stephen gồm có Johnny Depp, Sharon Stone, Axl Rose, Carl Barat, Ozzy Osbourne, Charlize Theron, Kate Moss, Elton John và Christina Aguilera.

Các thiết kế của Stephen Webster nổi tiếng bởi một phong cách hiện đại và phi truyền thống. Là một nhà thiết kế người Anh, nhưng Stephen đã tới rất nhiều nơi trên thế giới. Stephen lớn lên ở Gravesend, Kent, Anh. Stephen cũng từng ở Canada, California và Los Angeles. Tất cả những nơi mà Stephen đã đi qua cho anh một cảm hứng dồi dào để tạo ra những món trang sức hay ho và thú vị. Trước đây, các sản phẩm của Stephen Webster luôn có giá trên 10.000 bảng nhưng mới đây, Stephen đã giới thiệu một bộ sưu tập những món đồ trang sức có giá từ 150 tới 1500 bảng.



McLaren

675LT Spider

MỘT SIÊU PHẨM MỚI CỦA MCLAREN!

Theo thông cáo báo chí, những chiếc xe McLaren 675LT Spider sẽ được trao tay khách hàng là các đại gia trong mùa hè 2016. Xe sở hữu một ngoại thất ấn tượng và mạnh mẽ với một cánh gió lớn phía trước. Cánh đuôi gió của xe lớn hơn 50% so với mẫu Super Series khác. Xe cũng có một hệ thống ống xả kép titan, một mui gấp cứng, và bánh xe hợp kim rèn siêu nhẹ độc đáo khoảng 19-20-inch với lốp xe đặc biệt P Zero Trofeo R. Kiểu dáng độc đáo tiếp tục được phát triển trong cabin, 675LT Spider được trang bị ghế đua carbon, dáp nổi chữ 675LT. Hệ thống điều hòa không khí của 675 LT Spider đã được gỡ bỏ để giảm trọng lượng nhưng khách hàng có thể thêm nó mà không phải chi trả thêm khoản chi phí nào. Dưới nắp ca-pô, động cơ twin-turbo V8 3,8 lít tạo ra công suất 666 mã lực (675 PS/496 kW) và mô-men xoắn 516 lb-ft (700 Nm). Điều này cho phép chiếc xe tăng tốc từ 0-62 mph (0-100 km/h) chỉ trong 2,9 giây trước khi chạm tốc độ tối đa 203 mph (326 km/h). Tổng cộng 500 chiếc được bán ra, McLaren 675LT Spider được giới thiệu với mức giá 285.450 bảng Anh.





Ferrari Sergio

ĐƯỢC ĐÁNH GIÁ LÀ CHIẾC FERRARI ĐẸP NHẤT TRONG MỘT THẬP KỶ TRỞ LẠI ĐÂY, SERGIO MANG THEO NHỮNG ĐƯỜNG NÉT THIẾT KẾ VỊ LAI, ẤN TƯỢNG!

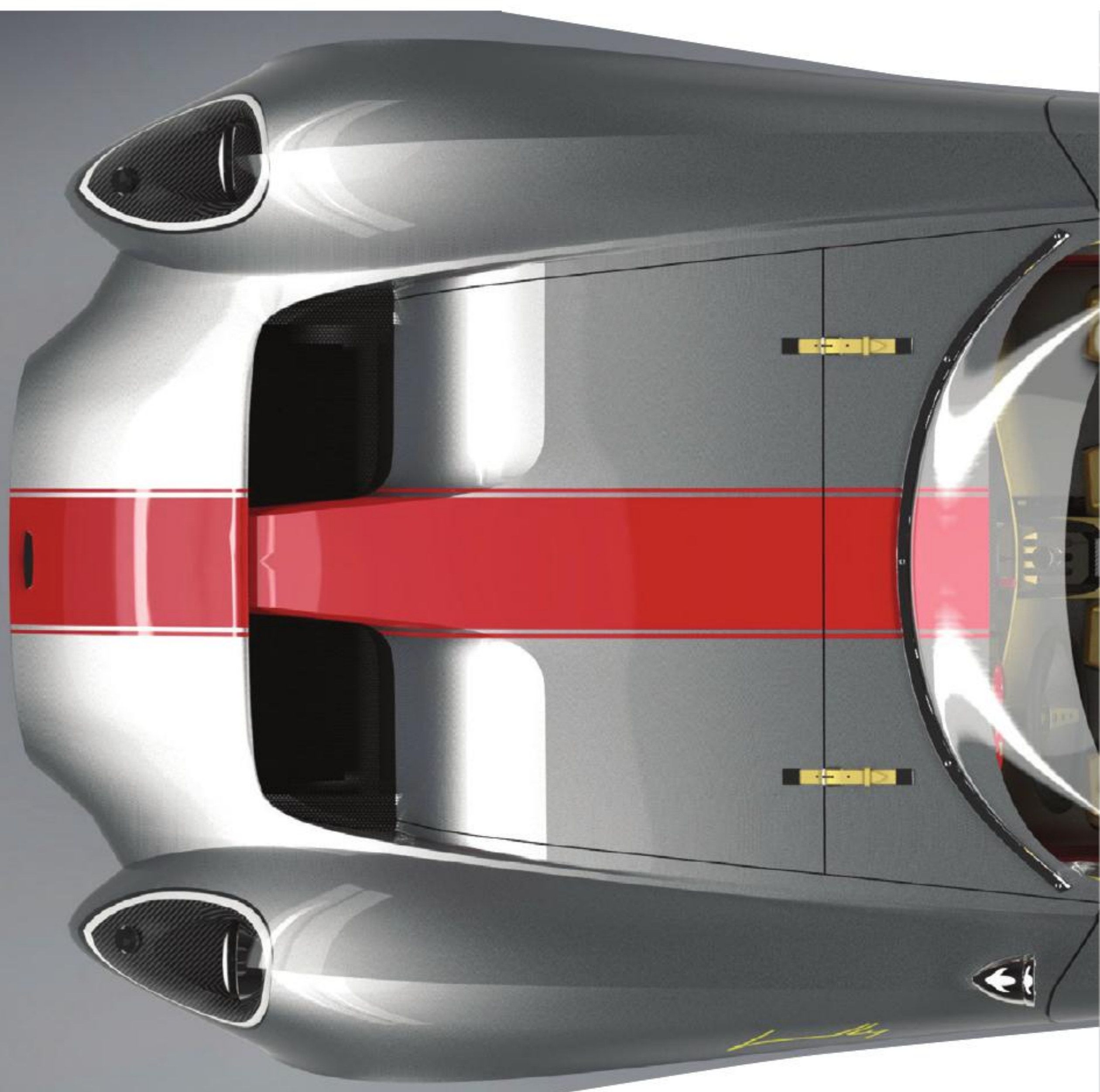


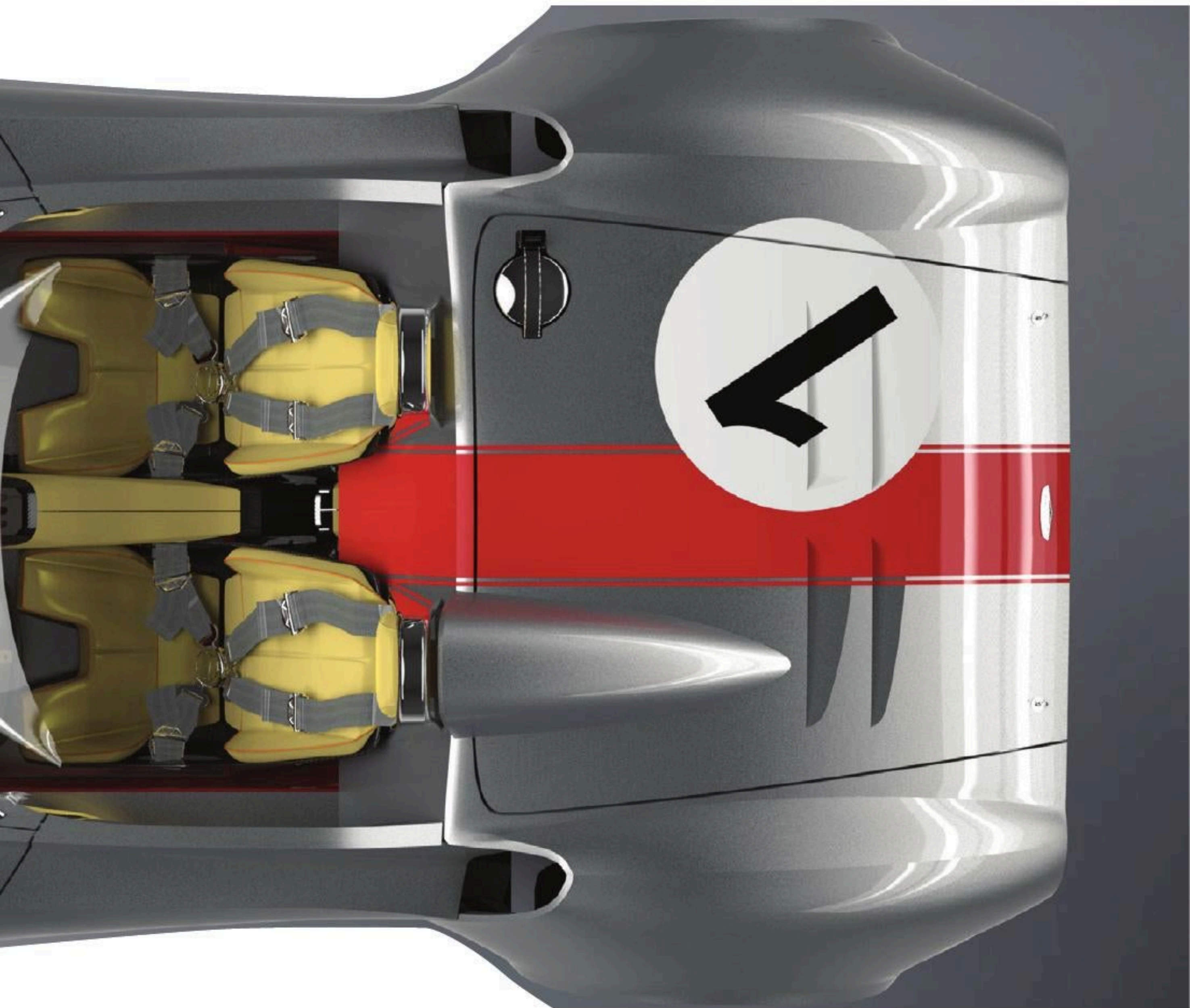
Được biết, xe có giá tương đương 4 triệu USD tại châu Âu. Như vậy, giá của một chiếc Ferrari Sergio cao hơn một chiếc Ferrari 458 Speciale gần 13 lần. (Ferrari 458 Speciale có giá vào khoảng 300.000 USD). Siêu xe sử dụng động cơ V8 dung tích 4,5 lít, công suất cực đại 605 mã lực và mô men xoắn cực đại 540 Nm. Khách hàng đầu tiên mua Sergio tới từ Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất UAE. Một số chi tiết đáng chú ý khác như cửa sổ phía sau nhỏ kết hợp thành cuộn mui, các lỗ thông hơi hình tròn dành cho động cơ phía sau, đèn hậu dạng tròn, hệ thống ống xả kép và bộ la-zăng hình kim cương màu vàng nổi bật. Bên trong cabin phần lớn vay mượn từ 458 Spider, nhưng phiên bản đặc biệt này sở hữu ghế bọc da thể thao Alcantara, với các đường chỉ khâu màu đỏ khá nổi bật, một số chi tiết bằng carbon, trong khi bảng điều khiển có dòng chữ "Sergio".



Jannarely Design-1

LÀ SẢN PHẨM CỦA MỘT CÔNG TY MỚI THÀNH LẬP NHƯNG
JANNARELY DESIGN-1 SỞ HỮU MỘT THIẾT KẾ
MANG PHONG CÁCH CỔ ĐIỂN, ẤN TƯỢNG!







Được biết, thiết kế của chiếc Design-1 là ý tưởng của Anthony Jannarely và Frederic Juillot. Anthony là nhà thiết kế đứng sau các mẫu siêu xe Lykan HyperSport và Fenyr SuperSport của W Motors. Trong khi Frederic Juillot là chủ hãng phụ tùng sợi carbon Equation Composite. Theo thông tin mới nhất, chiếc Design-1 sẽ mang phong cách cổ điển với động cơ V6 3.5 lít loại hút khí tự nhiên, có khả năng sản sinh công suất 304 mã lực và mô-men xoắn 274 lb-ft. Sức mạnh được truyền tải tới các bánh sau kích thước 16 inch thông qua hộp số sàn 6 cấp. Dự kiến, chiếc xe sẽ tăng tốc từ 0-100 km/giờ chỉ trong

4 giây, và đạt vận tốc tối đa 217km/giờ. Một số tính năng kỹ thuật khác của chiếc roadster này như có trọng lượng khoảng 700kg, với hai hệ thống treo xương đòn và bộ giảm chấn, sườn xe sử dụng bộ khung thép ống và các tấm nhôm, thân xe chủ yếu là sợi carbon và sợi thủy tinh, hệ thống phanh đua với 4 piston calipers phía trước kết hợp đĩa và 2 piston calipers phía sau. Dự kiến, Design-1 sẽ có giá khởi điểm 55.000 USD và được thanh toán thành 3 đợt, đợt 1 là 10%, đợt 2 là 40% và đợt cuối 50%.





LAMBORGHINI URUS CROSSOVER

LAMBORGHINI ĐANG NGÀY MỘT CHO THẤY NHIỀU HƠN NHỮNG ĐỘNG THÁI LÀM MỚI THƯƠNG HIỆU VỚI MỤC ĐÍCH VƯƠN TỚI ĐỐI TƯỢNG KHÁCH HÀNG RỘNG HƠN.

Được biết đây là một trong những dự án mới nhất của Lamborghini. Giám đốc điều hành Stephan Winkelmann đã khẳng định Lamborghini đã phát triển thành công ít nhất một mẫu thử nghiệm cho một trong những mô hình sắp tới. Ông Winkelmann cho biết, ông đã lái một mẫu thử nghiệm. Ông cũng chia sẻ chiếc crossover đã "vượt qua sự kỳ vọng của bất kỳ ai trong chúng ta". Mặc dù chưa có thông tin tiết lộ chính thức, nhưng vị Giám đốc điều hành đã khẳng định chiếc xe có công suất vô cùng mạnh mẽ và dễ lái. Stephan Winkelmann cũng tiết lộ, chiếc xe mới mang lại cảm giác thoải mái cho người sử dụng và khiến người ta liên tưởng tới cảm giác của chiếc xe Limousine. Giám đốc Nghiên cứu và Phát triển Lamborghini, Maurizio Reggiani cũng tiết lộ, động cơ twin-turbo V8 4.0L là "sự lựa chọn tốt nhất" cho chiếc crossover này. Ông giải thích, "động cơ phải mạnh mẽ cho công suất và mô-men xoắn với số vòng quay thấp để cho phép chiếc xe phải được "đàn hồi" trong mọi loại điều kiện. Bên cạnh đó, ông Reggiani đã tiết lộ, động cơ twin-turbo sẽ được cung cấp duy nhất cho Lamborghini và sẽ là động cơ "mạnh mẽ nhất chưa từng có". Kiểu dáng bên ngoài vẫn chưa hoàn chỉnh và Winkelmann ám chỉ phiên bản sản xuất của nó sẽ có một nội thất rộng rãi hơn và "thiết kế tiến hóa" nhiều hơn nữa hơn so với phiên bản Lamborghini Urus Concept. Hãng dự kiến sẽ bán ra vào năm 2018 và doanh số nhắm tới hàng năm của hãng dự kiến khoảng 3.000 chiếc.





Mercedes

SLC Roadster 2017

VỚI THIẾT KẾ SANG TRỌNG SLC ROADSTER 2017 HỨA HẸN LÀ MỘT TRONG NHỮNG CHIẾC MUI TRẦN 02 CHỖ ĐƯỢC TRÔNG ĐỢI NHẤT TRONG NĂM TỚI!

Chiếc Mercedes SLC roadster 2017 có cản trước mới, lưới tản nhiệt điều chỉnh mới, và đèn pha thiết kế lại với việc tích hợp đèn LED chạy ban ngày. Nếu chú ý, có thể thấy cản sau thể thao hơn, đèn hậu LED mới, và hệ thống ống xả kép được sửa đổi. Xe cũng được trang bị mui xếp cứng được cải tiến có thể được mở/đóng ở tốc độ lên đến 25 mph (40 km/h). Nội thất được trang bị vô lăng thể thao mới, cụm đồng hồ đã sửa đổi. Bên cạnh đó nội thất xe còn được bọc da Nappa, trang bị hệ thống thông tin giải trí Comand với độ phân giải cao và màn hình 7 inch.

Tại Mỹ, Mercedes SLC roadster sẽ có sẵn hai tùy chọn động cơ. Phiên bản SLC300 được trang bị động cơ turbo tăng áp bốn xi-lanh 2.0 lít, sản sinh công suất 241 mã lực (179 kW) và mô-men xoắn cực đại đạt 273 lb-ft (369 Nm). Xe được kết nối với hộp số tự động 9 cấp, cho phép xe tăng tốc từ

0-100km/h trong 4,6 giây trước khi đạt tốc độ tối đa 130 mph (209 km/h). Bên cạnh đó, các phiên bản SLC có được một hệ thống Dynamic Select với các tính năng Comfort, Sport, Sport +, Eco, và chế độ cá nhân. Mercedes SLC roadster sẽ có camera quan sát phía sau và một phanh mới và hệ thống cảnh báo an toàn. Nếu lái xe không phản ứng, hệ thống sẽ tự động áp dụng phanh để ngăn ngừa hoặc làm giảm mức độ nghiêm trọng của vụ va chạm. Mercedes SLC 2017 sẽ được bán tại Mỹ vào mùa xuân tới và hiện nay giá cả vẫn chưa được tiết lộ. Mercedes cũng tiết lộ mẫu xe Mercedes -AMG SLC43 được trang bị động cơ twin-turbo V6 3.0 lít, sản sinh 362 mã lực (270 kW) và mô-men xoắn cực đại đạt 384 lb-ft (520 Nm). Chiếc xe này có thể đạt mức giới hạn tốc độ tối đa 155 mph (250 km/h).

FENYR SuperSport

THÊM MỘT LỰA CHỌN SIÊU XE CHO CÁC NHÀ SƯU TẬP HÀNG ĐẦU
THẾ GIỚI, HỨA HẸN MANG TỚI CẢM GIÁC LÀM CHỦ TỐC ĐỘ CHO
NHỮNG NGƯỜI NGỒI SAU TAY LÁI!



Hãng W Motors mới đây đã tung ra đoạn video giới thiệu mẫu siêu xe Fenyr SuperSport hoàn toàn mới. Cũng nhờ đó mà những hình ảnh đầu tiên của chiếc siêu xe của thương hiệu xe tới từ Lebanon được tiết lộ. Và cụ thể, màn giới thiệu về chiếc xe đã không thể ấn tượng hơn: "Trái đất sẽ rung chuyển mạnh, cây cối bật rễ, núi lở và mọi liên kết bị bẻ gãy khi Fenyr được thả tự do". Về cơ bản đây là sản phẩm hợp tác giữa nhãn hiệu W Motors, công ty sản xuất xe hơi Magna Steyr ở Áo và hãng độ RUF danh tiếng. Fenyr SuperSport đồng thời cũng là mẫu siêu xe thứ hai của hãng W Motors sau thành công vang dội của Lykan Hypersport. So với mẫu xe đàn anh Lykan Hypersport, Fenyr SuperSport thậm chí còn nhanh và mạnh hơn.

Fenyr SuperSport gây ấn tượng với thiết kế tổng thể vô cùng góc cạnh và hầm hố. Toàn bộ các tấm thân vỏ của Fenyr SuperSport đều được làm bằng sợi carbon để giảm trọng

lượng mà vẫn giữ độ bền cao. Ngoài ra, các tấm thân vỏ còn được chế tạo với kiểu dáng tối ưu hóa tính khí động học. Được biết, xe có thể tăng tốc từ 0-100 km/h trong thời gian chưa đến 2,7 giây và đạt vận tốc tối đa hơn 400 km/h. Như vậy, trên lý thuyết, Fenyr SuperSport hiện là một trong những mẫu siêu xe thương mại nhanh nhất thế giới, bên cạnh Bugatti Veyron và Hennessey Venom GT. Sức mạnh của siêu xe Fenyr SuperSport bắt nguồn từ khối động cơ 6 xi-lanh thẳng hàng, tăng áp kép, dung tích 4.0 lít do hãng RUF sản xuất. Động cơ tạo ra công suất tối đa ít nhất 900 mã lực và mô-men xoắn cực đại 1.200 Nm. Hiện vẫn chưa có hình ảnh cụ thể của không gian nội thất bên trong siêu xe Fenyr SuperSport. Giá bán của siêu xe Fenyr SuperSport vẫn được giữ kín. Dự đoán, Fenyr SuperSport sẽ đắt hơn siêu xe đàn anh Lykan Hypersport trị giá lên đến 3,4 triệu USD.



TOP MACHINE

SANLORENZO

NHÀ ĐÓNG TÀU CỦA TỶ PHÚ

CÂU CHUYỆN CỦA THƯƠNG HIỆU ĐÓNG THUYỀN SANLORENZO ĐÃ BẮT ĐẦU TỪ NĂM 1958, KHI NGƯỜI THỢ ĐÓNG THUYỀN NGƯỜI Ý, GIOVANNI JANNETTI THÀNH LẬP XƯỞNG ĐÓNG TÀU CANTIERE NAVALI SAN LORENZO Ở VIAREGGIO, Ý.





Sau hơn 50 năm, giờ cái tên Sanlorenzo đã có được một chỗ đứng vững chắc trên thị trường bởi chất lượng, uy tín và thiết kế thanh nhã vượt thời gian từ những chiếc thuyền mà hãng thực hiện. Với hơn 600 chiếc du thuyền (đã được sản xuất), Sanlorenzo hiện đang đứng thứ 02 trong danh sách top 10 nhà sản xuất du thuyền tốt nhất thế giới do 2015 Global Order Book công bố. Hiện nay, Sanlorenzo thuộc quyền sở hữu của doanh nhân người Ý, Massimo Perotti – người đã cho thấy một mối quan tâm đặc biệt với công ty khi trở thành đại cổ đông của công ty từ năm 2005. Hiện công ty cũng đang sở hữu 02 xưởng đóng thuyền ở Ameglia và Viareggio. Mỗi xưởng nhắm tới một đối tượng khách hàng khác nhau. Cụ thể, xưởng đóng tàu ở Ameglia phục vụ những đơn hàng dành cho những chiếc du thuyền hàng thừa với chiều dài từ 23m tới 35m (với vật liệu sợi thủy tinh) và 28m tới 38m (với vật liệu tổng hợp). Trong khi đó, xưởng Viareggio đáp ứng các đơn đặt hàng dành cho những chiếc siêu du thuyền với chiều dài từ 40m -60m với vỏ bằng hợp kim và thép. Mỗi chiếc cũng là một sản phẩm hàng thừa. Được biết mới đây Salorenzo đã hợp tác với 02 đối tác ở Trung Quốc và châu Á là Sundiro và Simpson Marine.



NHỮNG CỘT MỐC QUAN TRỌNG

Từ năm 1958, tất cả du thuyền sản xuất bởi Sanlorenzo đều được làm bằng gỗ, chỉ đến năm 1995 thì mẫu du thuyền với vỏ bằng sợi thủy tinh mới được giới thiệu. Mẫu thuyền SL75 đã mở ra một viễn cảnh mới cho phân khúc du thuyền máy của Sanlorenzo, nhưng mãi cho đến khi mẫu SL100 ra đời năm 1998, Sanlorenzo mới thực sự trở thành nhà sản xuất siêu thuyền hàng đầu. Công ty sau đó đã mở rộng thêm cơ sở hạ tầng vào năm 1999 ở Ameglia, La Spezia và thiết lập cam kết bảo vệ môi trường, thương hiệu nhận được chứng nhận ISO 14001 về Quản lý môi trường. Cột mốc tiếp theo của Sanlorenzo vào năm 2005 khi hãng chuyển nhượng quyền sở hữu và Massimo Perotti trở thành đại cổ đông của công ty.

PHONG CÁCH CỦA SANLORENZO

Phong cách cổ điển, vượt thời gian là điểm đặc trưng dễ nhận thấy của những chiếc du thuyền tới từ xưởng đóng tàu Sanlorenzo. Triết lý kinh doanh của hãng là luôn tập trung vào những yêu cầu làm thỏa mãn khách hàng. Trong 10 năm qua, Sanlorenzo đã sản xuất không ít hơn 10 mẫu du thuyền quan trọng, dẫn đầu xu hướng, trang bị tối tân và đậm chất Sanlorenzo. Trong số này có thể kể ra 03 mẫu SD92 (27m), một SD112 (33.6m) có vỏ tàu bằng vật liệu tổng hợp. Các mẫu nổi bật khác gồm có SL76 (23m), SL86 (26m), SL96 (28m) và SL106 (32m) từng thắng giải Italian Innovation ADI Award vào 2011. Năm 2007, Sanlorenzo giới thiệu mẫu 40Alloy. Chiếc siêu du thuyền này có vỏ và khung bằng nhôm cao cấp, nhẹ, có thể lướt trên mặt biển với vận tốc 27 hải lý. Sanlorenzo cũng là thương hiệu đóng thuyền đầu tiên đưa cảm hứng “ruộng bậc thang” vào kết cấu thuyền, tạo ra một cấu trúc vô cùng đặc biệt.

BIỂU TƯỢNG CỦA SANLORENZO

46Steel là mẫu du thuyền lớn nhất mà Sanlorenzo từng sản xuất. Thuyền có kết cấu bằng thép và nhôm cao cấp, được hạ thủy vào tháng 02/2010, ban đầu model có tên 44Steel, sau đó đổi thành 46Steel với những tùy chỉnh nhất định (46 là độ dài mực nước). Với kích thước cân đối, thuyền có thiết kế phần mũi mạnh mẽ của 499GT, duy trì dưới mức 500GT SOLAS. Thiết kế thanh lịch của thuyền thêm hoàn hảo với những tính năng và các tiện nghi độc đáo như một beach club với một cửa gập. 46Steel được thiết kế có 1 Garage với cửa bên phải mạn thuyền và trần được mở ra.

CHINH PHỤC THẾ GIỚI

Sau 02 thập kỷ liên tiếp thành công với SL72 và SL82, Sanlorenzo đã hợp tác với một trong những công ty thiết kế danh tiếng nhất của Ý, Officina Italian Design, quản lý bởi Mauro Micheli và Sergio Baretta để làm mới 2 mẫu du thuyền này. Mẫu SL86 mới, được công bố trong sự kiện Cannes Yachting vừa rồi được đánh giá là một siêu phẩm công nghệ với thiết kế khu phòng ở phía mũi tàu với đầy đủ sofa, bàn, ghế và dù che nắng. Ở phòng chính, cửa sổ rộng cho phép khách ngồi tận hưởng khung cảnh biển. Dưới sàn tàu, công nghệ lọc âm nhẹ hơn cả tiếng thì thầm, SL86 được trang bị bởi động cơ MTU 12V2000 M94 (1.947 hp) và có thể đạt vận tốc 32kts.

Một sự ra mắt khác vào năm 2015 đó là siêu thuyền du thám bằng thép 460Exp tại Triển lãm Monaco Yacht. Đây có lẽ là mẫu nổi bật của dòng thuyền thám hiểm Sanlorenzo, được thiết kế bởi Francesco Paszkowski. Với tổng trọng lượng lên đến 420 tấn, dài 42m, 460Exp đưa đến sự tự chủ, an toàn và ổn định. Du thuyền có khả năng đi đến những miền đất xa xôi và có khả năng định vị đất liền. Dưới sàn thuyền là 1 club tích hợp đủ bar, phòng xông hơi, phòng tập gym và bể bơi. 460Exp được trang bị 2 động cơ CAT C32 Acert (1319HP) có thể chạy liên 4000 dặm không nghỉ với tốc độ trung bình 11kts.



NHÀ THIẾT KẾ MỚI

Để kỷ niệm 10 năm ngày Massimo Perrotti tiếp quản Sanlorenzo, một sự hợp tác giữa nhà thiết kế người Mỹ Chris Bangle và đội CBA, chịu trách nhiệm chính cho những thiết kế du thuyền thế hệ tiếp theo đây. Sự kết hợp này sẽ là một làn gió mới trong phong cách thiết kế của du thuyền Sanlorenzo. Chris Bangle được biết đến như ngôi sao của thiết kế xe hơi, dẫn dắt đội thiết kế của BMW, MINI và Rolls-Royce, đây sẽ là lần đá trái sân đầu tiên của Chris Bangle ở lĩnh vực Siêu thuyền. Tầm nhìn chiến lược của Bangle, tài lãnh đạo và sự khôn ngoan trong kết hợp chiến lược đích của Sanlorenzo và cảm hứng chuyên môn của những kỹ sư, kiến trúc sư và thợ đóng tàu.

ELITE DAY

Hơn 350 khách trên khắp thế giới đã được trao tặng cơ hội để tương tác với Sanlorenzo. 14 du thuyền Sanlorenzo được neo ở cầu tàu Cảng Carlo Riva, đưa đến cho khách mời cơ hội trải nghiệm quanh vịnh Portofino xinh đẹp bằng tuyệt tác của Sanlorenzo. Toàn bộ khung cảnh hoàn mỹ của "Elite Day" là điều mà Sanlorenzo muốn thể hiện với khách hàng của mình về quan điểm triết lý, trong khi đó đem đến cho quý khách những trải nghiệm hoàn mỹ nhất. Trong đó bao gồm cả cơ hội gặp gỡ nghệ nhân đồng hồ của IWC Schaffhausen, cơ hội pha chế nên hương nước hoa của riêng mình dưới sự hướng dẫn của Sileno Cheloni – nghệ nhân pha chế nước hoa của Florence Aquaflor boutique, chu du khắp các cung đường của Vịnh Portofino trên chiếc Rolls-Royce sang trọng, hay thử trải nghiệm dòng xe động cơ điện dẫn dầu công nghệ mới nhất của BMW C Evolution. Khách mời còn được trải nghiệm ngắm nhìn nghệ thuật sắp đặt được thực hiện bởi Giovanni Frangi trên chiếc siêu thuyền 40m của Sanlorenzo, 40Alloy, trong khi thưởng thức bộ đôi cá hồi thượng nguồn và sâmpanh Laurent-Perrier và thử hút xì gà tuyệt nhất Cuba của vùng Diadema. Buổi Gala tuyệt hảo được tổ chức tại ngôi biệt thự lâu năm Villa Cervara với khung cảnh hoàn mỹ bên bờ biển Portofino.

HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Năm 2013, Sanlorenzo tham gia vào một dự án liên doanh với Sundiro Holdings để phát triển một dòng du thuyền Sundiro Yacht cho thị trường Trung Quốc. Sundiro Holdings là đối tác chiến lược của Simpson Marine giúp phát triển thị trường Trung Quốc. Simpson Marine là phân phối độc quyền của Sanlorenzo tại thị trường Châu Á, chủ yếu tại Hong Kông, Trung Quốc và Singapore. Zhao Xu Hong, Chủ tịch tập đoàn Sundiro Holdings vui mừng giới thiệu sự ra đời của mẫu SY7 tại Gold Coast Boat Show ở Hong Kông. Dự án sẽ tiếp tục phát triển những mẫu du thuyền 10-20m tại Trung Quốc cũng như phân phối du thuyền máy 22-62m từ Ý đến thị trường Trung Quốc.

Dự án liên doanh mới đem đến cho Sanlorenzo một nguồn vốn 30 triệu Euro, và Perotti vẫn là đại cổ đông của công ty bằng cách giữ phần lớn cổ phần. Một đối tác chiến lược khác của Tập đoàn Simpson Marine, là phân phối độc quyền đến thị trường Châu Á của Sanlorenzo.

Perotti phát biểu: "Sanlorenzo đã được biết đến trong thị trường Châu Á từ lâu, nhưng với đối tác mới là Simpson Marine này, công ty sẽ chia sẻ tầm nhìn và những giá trị chung. Sanlorenzo biểu trưng cho lịch sử và tương lai, của những giá trị chất lượng đầy cảm hứng, thanh lịch và độc đáo trở thành thành tựu chung".

KAYTOO

CHIẾC DU THUYỀN CỦA PARAGON NÀY ĐƯỢC THIẾT KẾ ĐỂ KHÁCH NGHỈ CÓ THỂ CÓ ĐƯỢC TRẢI NGHIỆM TỪ VIỆC SỐNG TRÊN MỘT HÒN ĐẢO NỔI GIỮA MẶT BIỂN KHƠI XANH THẳM!



Từ những cái nhìn đầu tiên, bạn sẽ có thể thắc mắc về những cánh cửa sổ trên Kaytoo - một chiếc 100 Bahamas Skymaster của hãng du thuyền Paragon Motor Yacht. Tôi cứ nghĩ rằng việc lựa chọn cửa sổ đúng thay vì cửa sổ kéo ngang cho thấy một xu hướng thiết kế tân thời. Nhưng tôi chỉ đúng một phần, vì còn nhiều những lý do khác nữa – thực tế hơn. Tất cả hướng tới mục đích sau, để các thuyền viên có thể thoát hiểm. Đầu tiên, cửa sổ đúng cho phép tăng khối lượng và kích thước cabin, mở rộng tầm nhìn cả phía trước và sau, khách nghỉ có thể tận hưởng và cảm nhận thế giới bên ngoài một cách dễ dàng hơn. Ngoài ra, một lợi ích khác là giảm sức nóng.

"Kaytoo là một chiếc Bluewater lý tưởng để du ngoạn về những vùng biển Đông nhưng trước tiên, chúng tôi đã sở hữu một con thuyền có kích thước và điều kiện đủ để đến những địa điểm yêu thích ở Bahamas" – Lassetter, một khách hàng của Paragon, chia sẻ. Lassetter nói: "Chúng tôi đã từng du miên 2000 giờ trên biển, trải qua mọi loại điều kiện khí hậu biển khơi trên chiếc Paragon. Chúng tôi muốn chiếc thuyền mới cũng có khả năng ấy". Lassetter kỳ vọng cao vào sự thoải mái khi neo đậu ở các đảo. Đó là lý do Kaytoo có sức chứa 8 khách với 3 phòng thượng hạng và 4 phòng tiêu chuẩn. Ông nói "Cho đến nay, Kaytoo đã đáp ứng kỳ vọng của chúng tôi".

Thiết kế Paragon 100 Bahamas Skymaster giống như một thách thức. Kết hợp kỹ thuật truyền thống với những nguyên vật liệu công nghiệp hiện đại. Tạo ra một kết cấu bền chắc nhưng không quá nặng. Robinson cho biết thợ lắp ráp đã hoàn thành bằng cách làm như sau trong nhà máy đóng tàu:

"Chúng tôi lắp tấm khiên bảo vệ với bọt urethane từ mũi phía sau với những cánh cửa thân tàu để tạo cho thân một cảm giác thực sự vững chắc. Khi bạn lướt trên những con sóng, sợi thủy tinh giúp thân tàu không tạo ra âm thanh như tiếng trống. Thân tàu được ép với nguyên liệu và được bọc chân không."

Fort Lauderdale, nhà thiết kế chính của Marty Lowe cho biết: "Thiết kế của Kaytoo được lấy cảm hứng từ lối sống du miên trên thuyền từ lâu". Và nó tạo ra một môi trường, mà ở đó những cảm hứng từ đảo xanh hòa lẫn trong thiết kế tổng thể. Và khi bạn bước xuống thuyền, bạn sẽ phải gạt đầu hải lòng với vẻ cổ điển của con thuyền, đó là lý do chúng ta sẽ yêu nó.

Robinson cho biết tất cả các khung portlight, bộ phận tạo phản lực và ống phản lực, bản ghi trục và các ống được ép trong thân tàu trong quá trình kiến tạo, để không phải chấp vá về sau này. Điều này tạo thành một tổng thể cho toàn bộ chứ không phải là liên kết thứ cấp. Trên đỉnh các du thuyền, tất cả đồ nội thất flybridge và vòm radar được làm bằng sợi carbon, giữ trọng lượng ở trên cao đến mức tối thiểu.

Robinson nói: "Chúng tôi làm việc không ngừng nghỉ để tạo ra một con thuyền yên tĩnh và chống rung, được làm từ những vật liệu cơ khí và hoạt động êm ái". Thêm vào đó, hệ thống trục được cung cấp bởi Seatorque Control Systems tại Stuart, Florida và động cơ chính từ Hà Lan của Rubber Design, tạo ra một hệ trục dẫn động, trơn tru. Pyrotek cung cấp các chi tiết cho hệ thống giảm âm và giảm động.



BULGARI

Bulgari - một trong những thương hiệu nước hoa luôn được biết đến và yêu thích. Kỷ niệm 130 năm ra đời, Bulgari ra mắt dòng nước hoa mới với tên gọi Bulgari Man In Black. Bulgari Man In Black như một đội quân phòng ngự xuất phát từ phiên bản gốc Bulgari Man (2010) đầy sức lôi cuốn với thành phần dữ dội của hổ phách, da, gia vị và rừng. Cảm hứng xuất phát từ những huyền thoại về sự ra đời của Vulcan, thần của trái đất, giải thích một cách phù hợp với con người hiện đại. Bộ quà tặng Man In Black mới gồm: 01 Nước hoa EDP 100ml; 01 Nước hoa EDP 15ml; 01 Shampoo & Shower Gel 100ml; 01 After Shave Balm 100ml có giá 2.950000VND.



BMW

Ngày 08/12, Euro Auto đã chính thức giới thiệu dòng xe BMW Series 1 phiên bản mới. BMW Series 1 là chiếc xe duy nhất trong phân khúc hatchback cỡ nhỏ sử dụng công nghệ dẫn động cầu sau kết hợp cùng công nghệ khung gầm tiên tiến, mang lại cho Series 1 sự năng động và linh hoạt đến bất ngờ. Một yếu tố góp phần giảm trọng lượng cho xe, hệ thống treo sử dụng vật liệu nhẹ mang đến sự linh hoạt và chính xác khi đánh lái. Ngoài ra, sức mạnh, sự êm ái và hiệu suất vận hành của BMW Series 1 được tối ưu hóa nhờ được trang bị Hộp số tự động 8-cấp Steptronic cho phép các lần chuyển số gần như không kịp để bạn có thể nhận ra và sự êm ái là tất yếu. Đặc biệt, tính năng chuyển đổi chế độ vận hành với các chế độ SPORT, COMFORT, ECO PRO với nút bấm chuyển đổi được bố trí cạnh cần chuyển số, dễ dàng thao tác, mang đến cho người dùng những trải nghiệm lái thú vị.



GOLDEN LYPRES®



Chào năm mới 2016, nhãn hàng **GOLDEN LYPRES®** xin gửi đến Quý khách hàng cùng gia đình lời chúc Sức khỏe – Thành công – Thịnh vượng. Sự tin tưởng, ủng hộ và yêu mến của Quý khách dành cho **GOLDEN LYPRES®** trong suốt thời gian qua chính là thành công lớn nhất mà HSIEHS BIOTECH có được. Nhằm gửi lời tri ân và lời cảm ơn chân thành, **GOLDEN LYPRES®** xin gửi đến Quý khách hàng một món quà đặc biệt là GẬY ĐẬU VÀNG. Đây là gậy massage của **GOLDEN LYPRES®** có thiết kế độc đáo, chất liệu mới mẻ và vẻ ngoài sang trọng. GẬY ĐẬU VÀNG hứa hẹn sẽ là món quà giúp Quý khách đón một mùa xuân trọn niềm vui, giàu sức khỏe. GẬY ĐẬU VÀNG là sản phẩm tặng kèm không bán. Quý khách có thể nhận quà tại hệ thống cửa hàng **GOLDEN LYPRES®** trên toàn Thế giới. Thông tin chi tiết xin liên hệ:

Cửa hàng **GOLDEN LYPRES®** tại Sheraton Saigon Hotel & Towers, 80 Đông Du, P.Bến Nghé, Q1, Tp.HCM. Điện thoại: +84-8-38276446, Hotline: 0919408118. Email: pvservice@hsbiotech.com.

HUGO BOSS



Ngày 10/12, nhân dịp sinh nhật 3 năm, Hugo Boss đã tổ chức tiệc sinh nhật tại hai cửa hàng Hà Nội và Tp.HCM cho các khách hàng thân thiết. Hugo Boss tiếp tục khẳng định vị thế là sự lựa chọn hàng đầu cho trang phục quý ông cao cấp khi hai năm liền nhận giải thưởng "Best Men's Fashion" - Thương hiệu Thời trang nam giới tốt nhất do Robb Report bầu chọn. Dòng sản phẩm Boss Women của NTK Jason Wu cũng ngày càng chiếm được tình cảm từ các nữ doanh nhân. Nhân dịp này, Hugo Boss giới thiệu BST Pre-Spring với chất liệu sang trọng và bảng màu tinh tế, trong đó trang phục đi tiệc là điểm nhấn rõ nét. Mùa lễ hội với tiết trời se lạnh chính là khoảng thời gian tuyệt vời nhất để gây ấn tượng bằng phong cách ăn vận lịch thiệp mà sành điệu.

MOROCCANOIL



Moroccanoil® vừa giới thiệu BST Moroccanoil Suôn Mượt Mới – Moroccanoil Smooth Collection. BST mới này được thiết kế đặc biệt để tạo độ suôn và dễ chải ngay tức thì cho tóc, ngay cả những kiểu tóc khó kiểm soát nhất cũng có thể đạt được độ hoàn hảo về sự óng ả, suôn mượt. BST gồm: Dầu Gội Suôn Mượt Moroccanoil và Dầu Xả Suôn Mượt Moroccanoil giúp chuẩn bước nền hoàn hảo cho việc tạo những kiểu tóc suôn mượt ngay từ trong nhà tắm; Kem Sấy Suôn Mượt Moroccanoil hỗ trợ sấy tóc giúp tạo độ suôn mềm, óng ả lâu dài và kiểm soát tóc vào nếp không còn rối xù; và Mặt Nạ Suôn Mượt Moroccanoil giúp cải thiện đáng kể tình trạng tóc xơ, xù tự nhiên hay xơ xù, rối do những tác động bên ngoài như sử dụng hoá chất uốn, duỗi, nhuộm trên tóc, nắng, gió, nước bể bơi .v.v.. đưa tóc vào nếp suôn mềm, dễ chải và tạo kiểu dễ dàng.

SAINT HONORÉ



Kỉ niệm 130 năm lịch sử thương hiệu, từ nay đến ngày 10/01, công ty TOPTEN – nhà phân phối độc quyền Saint Honoré tại Việt Nam – áp dụng chương trình khuyến mãi đặc biệt dành tặng quý khách hàng thân thiết cũng như khách hàng yêu mến thương hiệu Saint Honoré. Theo đó, khi mua đồng hồ Saint Honoré có giá dưới 10 triệu, quý khách hàng sẽ được tặng bút Saint Honoré cao cấp trị giá 2.9 triệu; và khi mua đồng hồ Saint Honoré có giá từ 10 triệu trở lên, quý khách hàng sẽ được tặng bút Saint Honoré cao cấp trị giá 2.9 triệu + phiếu thay dây đeo ZRC của Pháp 500.000VNĐ + phiếu thay pin Renata Thụy Sĩ 250.000VNĐ. Ngoài quà tặng, quý khách hàng còn được giảm giá đồng loạt 13% tất cả các sản phẩm Saint Honoré. Chương trình được áp dụng tại tất cả các cửa hàng trên toàn quốc.

ZIPPO

Công ty Zippo, thành lập bởi George G. Blaisdell, sẽ đánh dấu cột mốc 84 năm hoạt động vào năm 2016 với hơn 538 triệu bật lửa được sản xuất. Những chiếc bật lửa không tắt trước gió đã trở thành biểu tượng cho các chuyến đi của mọi người đàn ông. Hơn 70.000 chiếc bật lửa được sản xuất mỗi ngày và Zippo cũng đã xuất hiện trong hơn 1,800 bộ phim. Ngày 15/12, Zippo Việt Nam chính thức giới thiệu “rocker” Phạm Anh Khoa là đại sứ thương hiệu của nhãn hàng tại Việt Nam. Nhân dịp này, Zippo Việt Nam ra mắt dòng bật lửa phiên bản giới hạn “PAK”, với logo thể hiện rõ nét hình ảnh người đàn ông mạnh mẽ, được khắc họa kể từ album đầu tay của chàng rocker cá tính.



RIMOWA

Ngày 15/12, RIMOWA chính thức khai trương cửa hàng mới nhất tại khách sạn Sheraton, 88 Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM. Trong khi vẫn trung thành với di sản của thương hiệu với văn hóa du lịch, tôn vinh những giá trị sáng tạo và cải tiến không ngừng, cửa hàng thứ ba của RIMOWA tại Việt Nam sẽ mang đến cơ hội cho những doanh nhân, ngôi sao hay những người yêu thời trang mong muốn sở hữu những chiếc vali cao cấp của riêng mình. Nhân sự kiện trọng đại này, RIMOWA giới thiệu BST mới nhất vừa ra mắt trên toàn thế giới: Bossa Nova bên cạnh các dòng như Salsa, Salsa Deluxe, Salsa Air, Limbo, Classic Flight, Topas, Topas Stealth, Topas Titanium, Bolero.



STOCKIST

ĐỊA CHỈ MUA SẮM

FASHION

Akris (Runway Boutique)

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

Balenciaga (Runway Boutique)

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

Bally Store

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

Bentley (Miluxe Boutique)

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

Bốn Mùa Boutique

Tel: 04.3826 02214 - 08.3993 9888

Burberry Store

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

Calvin Klein Store

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

Canali Store

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

Cartier Store

Tel: 08.3521 0369
www.cartier.com

Céline (Runway Boutique)

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

Chanel Store

Tel: 08.3823 9140
www.chanel.com

Chloé (Runway Boutique)

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

Christian Dior Store

Tel: 04.3824 3333
www.dior.com

Givenchy (Runway Boutique)

Tel: 08.38241914
www.givenchy.com

Hermès Store

Tel: 04.3936 9126
www.hermes.com

Hugo Boss Store

Tel: 08.3823 9910
www.hugoboss.com

I'm Isola Marras (Runway Boutique)

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

Kenzo Store

Tel: 04.3936 6672
www.kenzo.com

Lacoste Store

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

Louis Vuitton Store

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

Montblanc Store

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

Maison Martin Margiela (Runway Boutique)

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

Rimowa Store

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

Runway Boutique

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

Ralph Vaessen (Miluxe Boutique)

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

Rock Port Store

Tel: 098 320 0210
www.rockport.com

Salvatore Ferragamo Store

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

Saint Laurent (Runway Boutique)

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

Stella McCartney (Runway Boutique)

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

S.T.Dupont Boutique

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

The Row (Runway Boutique)

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

Valentino Store

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

Versace Store

Tel: 08.3993 9003
www.versace.com

WATCH

Chopard Boutique

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

Miluxe Boutique

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

Rolex Store

Tel: 08.3823 0455
www.rolex.com

Sarpaneva (Miluxe Boutique)

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

Tissot Store

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

Titoni (Cititime Boutique)

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



SHISEIDO

Shiseido mang vẻ đẹp của mùa Đông vào một sản phẩm trang điểm kết hợp dưỡng da phiên bản đặc biệt - Maquillage Snow Beauty. Lấy cảm hứng từ những bông tuyết nhảy múa trên vùng trời đêm Bắc Âu, Maquillage Snow Beauty được bao phủ bởi hoạ tiết lấp lánh như pha lê nổi bật trên gam màu xanh bạc lung linh sắc màu lễ hội, được đặt trong hộp giấy trang trọng cùng hai bông phấn thiết kế đặc biệt để sử dụng cho ban ngày và ban đêm. Phần phủ dưỡng da Maquillage Snow Beauty có kết cấu mỏng mịn như tan trên da, cùng hiệu ứng ánh sáng cầu vồng sẽ tạo lớp phủ cuối hoàn hảo khi trang điểm. Đặc biệt là loại phấn này được dùng để dưỡng da cả vào ban đêm với thành phần dưỡng trắng và hương hoa thanh khiết nhẹ nhàng.



MICROSOFT

Ngày 18/12, Microsoft Việt Nam chính thức giới thiệu Lumia 950 và Lumia 950 XL. Là hai thiết bị cao cấp mới nhất trong danh mục Lumia và là những smartphone đầu tiên chạy trên Windows 10, Lumia 950 và Lumia 950 XL mang đến cho người dùng trải nghiệm quen thuộc với những tính năng mới như Windows Hello Beta cho Lumia và Continuum trên điện thoại. Bên cạnh đó, hai sản phẩm này cũng sở hữu màn hình hiển thị HD sắc nét, camera PureView độ phân giải lên đến 20 megapixel, sử dụng 3 đèn LED flash tự nhiên cho phép quay video 4K, cùng bộ xử lý tiên tiến, Lumia 950 và Lumia 950 XL là đại diện cho những sáng tạo mới nhất từ Microsoft. Tại Việt Nam, Lumia 950 và Lumia 950 XL hiện có 2 màu đen và trắng được bán với giá lần lượt là 13.990.000VNĐ và 15.990.000VNĐ.

H-ARTISTRY 2015

Ngày 21/12, đêm nghệ thuật Hennessy lần thứ 7 được tổ chức lúc 20h tại Nhà thi đấu Nguyễn Du, Q1, Tp.HCM. Là sự kiện âm nhạc được mong chờ nhất trong năm, H-Artistry quy tụ những ca sĩ và nhóm nhạc quốc tế như Rita Ora (Anh), Lucky J (Hàn Quốc) và những đại diện trẻ của Việt Nam như ca sĩ Ngọc Trâm, Bảo Kun – Quán quân và Á quân cuộc thi "Dám chinh phục ước mơ" mùa 2 và nam ca sĩ khách mời Cường Seven. Trong những năm qua, chương trình đã mang đến cho khán giả khắp nơi cơ hội được giao lưu và gặp gỡ với các nghệ sĩ đặc biệt – những người mà thành công của họ được tạo nên bởi tài năng, bởi niềm đam mê đối với âm nhạc, và đặc biệt là sự quyết tâm theo đuổi ước mơ đến cùng. Bên cạnh đó, H-Artistry cũng là nơi mà những cá tính, những phong cách âm nhạc cùng hòa quyện và tỏa sáng trên sân khấu để tạo nên những tác động mạnh mẽ đến công chúng yêu nhạc.



DOWNY

Ngày 20/12, Downy giới thiệu mùi hương mới nhất trong BST nước hoa, với tên gọi Downy Romance (Cảm Xúc), giúp khơi gợi cảm xúc lãng mạn mỗi ngày. BST nước hoa cũng chính thức được thay đổi nhận diện mới với thiết kế chai tiện dụng, tinh tế và sang trọng. Ở tầng hương đầu, người dùng được nuông chiều bởi sự kết hợp ngọt ngào giữa hương cam đắng và chanh. Tầng hương thứ hai mang lại sự nồng nàn rạo rực cùng hương hồng bạch, hương huệ và dành dành trắng. Hoàn thiện 3 tầng hương sâu lắng chính là xạ hương trắng, hổ phách và gỗ Tuyết Tùng để lưu ấn tượng thanh nhẹ mà bền lâu của sự thơm sạch, tươi mát. Đồng điệu với tinh thần bao trùm BST nước hoa của Downy, Downy Cảm Xúc mang cá tính mùi hương thật riêng trong ngôn ngữ thiết kế thời thượng với nhiều điểm nhấn chi tiết mới. Nắp đen sắc sảo trên tông màu hồng "lạ" của sản phẩm tạo nên tổng thể sang trọng và thể hiện trọn vẹn hương hoa thơm ngọt ngào, lãng mạn.



STOCKIST

ĐỊA CHỈ MUA SẮM

CELLPHONE

Mobiado (Miluxe Boutique)

Tel: 04.3936 6656 - 08.3932 5925

www.mobiado.com

Tag Heuer Store

Tel: 08.3825 6501

www.tagheuer.com

Vertu Store

Tel: 04.2123 6666

www.vertu.vn

CAR/ MOTOBIKE

Ford Showroom

Tel: 04.3750 5055 - 08.3815 7979

www.ford.com.vn

Piaggio Showroom

Tel: 04.3936 4981 - 08.3929 3915

www.piaggio.com.vn

HITECH

Bang & Olufsen

Tel: 08.3911 7353

www.beostores.bang-olufsen.com

Leica (Miluxe Boutique)

Tel: 04. 3934 8989 - 08. 3932 5925

www.leica-camera.com

COMESTIC

Shiseido Showroom

Tel: 04.8582 0412 - 08.3822 7847

www.shiseido.com.vn

GYM

California Fitness & Yoga

Tel: 04.3248 4888 - 08.7307 7555

www.cfyc.com.vn

Golden Lypres®

Tel: 08 3827 6446

www.hsbiotech.com

HOTEL / RESORT

Alma Courtyard

Tel: 0510 3917 349

www.almacourtyardhoian.com

Equatorial

Tel: 08. 3839 7777

www.hotel-equatorial-hcmc.com

Fortuna Hotel Hanoi

Tel: 04. 3831 3333

www.fortuna.vn

Fusion Maia resort

Tel: 0511 3967 999

www.maiadanang.fusionresorts.com

Hanoi Daewoo Hotel

Tel: 04. 3831 5000

www.daewoohotel.com

Hotel Nikko Saigon

Tel: 04. 3822 3535

www.hotelnikkohanoi.com.vn

Hotel Nikko Saigon

Tel: 08. 3925 7777

www.hotelnikkosaigon.com.vn

Hyatt Regency Danang

Resort & Spa

Tel: 0511 3981 234

www.danang.regency.hyatt.com

InterContinental: Asiana Saigon

Tel: 08. 3520 9999

www.intercontinental.com

InterContinental Danang

Sun Peninsula Resort

Tel: 0511 3938 888

www.intercontinental.com

Hanoi Westlake

Tel: 04. 6270 8888

www.intercontinental.com

Park Hyatt Saigon Hotel

Tel: 08. 3824 1234

www.saigon.park.hyatt.com

Renaissance Riverside Hotel Saigon

Tel: 08. 3822 0033

Sheraton Hanoi

Tel: 04. 3719 9000

www.sheratonhanoi.com

Sheraton Nha Trang Hotel & Spa

Tel: 058 3880 000

www.sheratonnhatrang.com

Sheraton Saigon Hotel & Towers

Tel: 08. 3827 2828

www.sheratonsaigon.com

Six Senses Hideaways Ninh Van

Tel: 058 3728 222

www.sixsenses.com

Sofitel Legend

Metropole Hanoi

Tel: 04. 3826 6919

www.sofitel-legend.com

Sofitel Plaza Hanoi

Tel: 04. 3823 8888

www.sofitel.com

Sofitel Saigon Plaza

Tel: 08. 3824 1555

www.sofitel.com

FURNITURE

Christopher Guy Showroom

Tel: 04. 6262 0116 - 08.

3936 9228

www.christopherguy.com

Munchen Showroom

Tel: 097 389 9669

www.munchen.com.vn

LAST LOOK



CHANEL
SPRING /SUMMER 2016

Chanel tiếp tục cho thấy tinh thần tiên phong của mình trong thế giới thời thượng với bộ sưu tập Chanel SS 2016. Ở bộ sưu tập này, tinh thần thể thao được hãng triệt để khai thác với những phụ kiện vô cùng độc đáo, có thể cùng lúc làm hài lòng không chỉ các tín đồ thể thao mà còn có thể khiến những tín đồ của Chanel thêm yêu Chanel hơn nữa. Tin rằng nếu sở hữu cặp vợt kèm bóng này, những tín đồ hàng hiệu sẽ không chỉ bổ sung vào bộ sưu tập Chanel của mình mà còn có thể biết thêm về một môn thể thao mới.

T+TISSOT

THIS IS YOUR TIME

SÀI GÒN ■ Vincom Đồng Khởi (39939099) ■ Vincom Thảo Điền (37442889) ■ Vincom Thủ Đức (37223433) ■ Vincom Gò Vấp (38945689) ■ Big C Quận 7 (0926789789) ■ Diamond Plaza (38227884) ■ Parkson Saigon Tourist (38277578) ■ Parkson CT Plaza (62971819) ■ Maximark 3/2 (38328991) ■ Maximark Cộng Hòa (39483327) ■ Tân Tân (38272067) ■ Mạnh Thắng (38220465) ■ TDC (38385595) ■ Minh An (38554549) ■ Hải Triều (01253246810) ■ Hệ thống PNJ (39959336)
HÀ NỘI ■ Vincom Times City (32001400) ■ Vincom Royal City (62620560) ■ Duy Anh Watch Hàng Khay (66566660) ■ Vincom Bà Triệu (22200268) ■ Savico Megamall (62550099) ■ Lotte Center (32676555) ■ Lotte Mart (38539966) ■ Duy Anh Watch Phố Huế (22148336) ■ Minh Tường (38288579) ■ New Watch (39344865) **VINH** ■ Big C Vinh (3596226) **HẢI PHÒNG** ■ Vincom Hải Phòng (2299268) **ĐÀ NẴNG** ■ Big C Vinh Trung (3666066) ■ Indochina Riverside Mall (3843818) ■ PNJ (3812618) **QUY NHƠN** ■ PNJ (3812590) **NHA TRANG** ■ Nha Trang Center (6516666) **VŨNG TÀU** ■ Đại Hùng (3530085) **BIÊN HÒA** ■ Big C Tân Hiệp (0926789789) ■ PNJ (3811818) **TÂY NINH** ■ PNJ (3631838)

<https://tieulun.hopto.org>

Đây là dịp để có
một ngày valentine
không thể nào quên.

TISSOT FLAMINGO VALENTINE'S DAY.

LÀ MỘT TRONG NHỮNG CHIẾC ĐỒNG HỒ THANH LỊCH
VÀ ĐƯỢC YÊU THÍCH NHẤT CỦA TISSOT, VỚI MẶT SỐ
KHẸM XÀ CÙ VÀ HÌNH ẢNH SỐ 8 UỐN Lượn NHE
NHÀNG TƯỢNG TRƯNG CHO KÝ HIỆU VỎ CỤC ĐẦY
SÁNG TẠO, ĐÂY LÀ MÓN QUÀ HOÀN HẢO ĐỂ
THỂ HIỆN TÌNH YÊU BẤT DIỆT VỚI MỘT NỬA
YÊU THƯƠNG LUÔN SƯỜI ẤM TRÁI TIM
BẠN. THIẾT KẾ NỔI BẬT VỚI MẶT KÍNH
SAPPHIRE CHỐNG TRẦY XƯỚC
VÀ DÂY DA TRẮNG TRANG
NHÃ CÙNG KHÓA GẤP
CÁNH BƯỚM.



Sản phẩm đã được đăng ký độc quyền tại các nước như:
Mỹ, Nhật Bản, Liên Minh Châu Âu, Trung Quốc, Đài Loan,
Hong Kông, Singapore.

Sản phẩm đã mua bảo hiểm trách nhiệm 5.000.000 USD của Bảo
hiểm Fubon.

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

Sản phẩm đã đạt chứng nhận GMP, HACCP, ISO 22000, HALAL



Made in Singapore

GOLDEN LYPRES®

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

GOLDEN LYPRES®

Món quà ý nghĩa trao gửi yêu thương, thắt chặt tâm tình

Sự lựa chọn tinh tế cho một năm mới

SỨC KHỎE – THÀNH CÔNG – THỊNH VƯỢNG



Giá bán: 30,800,000 VNĐ / hộp

Địa chỉ (Việt Nam):

1. TP.HCM: Cửa hàng **GOLDEN LYPRES®** tại Sheraton Saigon Hotel & Towers
 2. TP.Hà Nội: Nhà thuốc Bệnh viện đa khoa Quốc Tế Vinmec
- Tel: +84-8-38276446 | Website: www.hsbiotech.com

Số XNQC: 846/2015/XNQC-ATTP

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