

HÀNG HIỆU

THE REFINED



BAY SAU
NHỮNG CÚ
CLICKCHUỘT

Brandt

Bien aujourd'hui, bien demain.

NO.1 BRAND IN FRANCE



THƯƠNG
HIỆU
SỐ 1 TẠI
PHÁP



Trong hơn 100 năm qua
Brandt luôn tạo cho bạn những đam mê.



TỦ BẢO QUẢN RƯỢU VANG

CAV50B . Black

ORIGINE
FRANCE®
GARANTIE



ÚCare 1900 55 88 85

BRANDT.COM.VN

f BRANDT



Marketing & Exclusive Distribution in Vietnam
TRISTAR VIETNAM LIMITED

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

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

HO CHI MINH CITY
307H, Nguyen Van Troi Street, Ward 1, Tan Binh District,
HCMC - VIETNAM
ph : [84-8] 3844 9665

<https://tieulun.hopto.org>



LIVE EXTRAORDINARY

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

Discover more at vertu.com

VERTU

HANDMADE IN ENGLAND

— FOR —



BENTLEY

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

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

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN / PUBLICATION MANAGER

GIÁM ĐỐC - TỔNG BIÊN TẬP
NGUYỄN XUÂN TRƯỜNG

BIÊN TẬP / EDITORS
ĐOÀN PHAN THẮNG

MANAGING EDITOR / PHỤ TRÁCH NỘI DUNG

TRÍ TUỆ
ntrituehh@gmail.com

EDITOR / CỐ VẤN NỘI DUNG
TRẦN MINH HÙNG

EDITORIAL DEPARTMENT / THAM GIA BIÊN SOẠN

Fashion: BÙI THANH HOA

Lifestyle: LINH NGUYỄN

Architecture: NGUYỄN KHÀI

Travel: KHẢ HÂN

ART / MỸ THUẬT

NGUYỄN CẨM NHUNG

STYLIST

LAN ANH

PRODUCER / SẢN XUẤT

NGỌC AN

HÀNG HIỆU

NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN Website: nxbthanhnien.vn. Email: info@nxbthanhnien.vn
Hà Nội: 64 Bà Triệu - Hoàn Kiếm - ĐT: (84.04) 39434044 - 62631704 - Fax: 04.39436024
TP. Hồ Chí Minh: 27B Nguyễn Đình Chiểu, phường Đa Kao, Quận 1 - ĐT: (08) 39305243

ADVERTISING / QUẢNG CÁO

Hà Nội: 091 587 2222 | Tp.HCM: 097 580 0999 | 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: 231-2016/CXBIPH/79-04/TN theo QĐXB số 573/ QĐ-NXB TN / Khổ: 210 x 285 mm / In 10.000 cuốn tại Nhà máy In Bản Đồ - 85 Nguyễn Chí Thanh - Hà Nội
ISBN: 978-604-64-3610-2 / Giá: 45.000 VND



MILUXE BOUTIQUE:

- S215 TRANG TIEN PLAZA HOAN KIEM DISTRICT, HANOI
- GROUND FLOOR- SHERATON SAI GON HOTEL & TOWERS
- 88 ĐÔNG KHÔI DISTRICT 1, HO CHI MINH CITY

FENDI
TIMEPIECES

<https://tieulun.hopto.org>

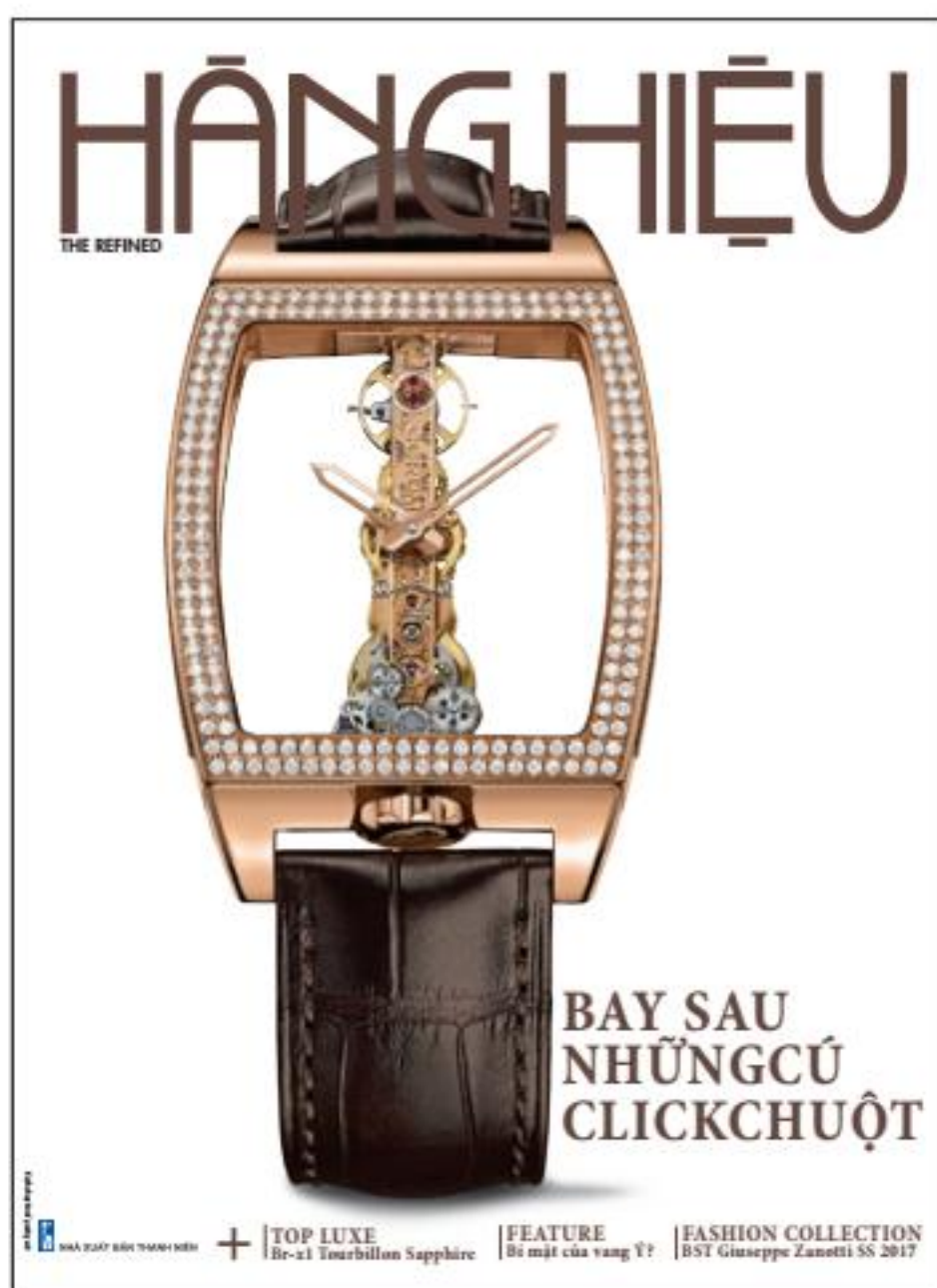
ĐI TÌM Ý NGHĨA HÀNG HIỆU

Trong cuốn tình yêu Hàng Hiệu của 02 tác giả Radha Chadha - Paul Husband, hàng hiệu được đề cập tới như một thứ tôn giáo, sở hữu một quyền năng đặc biệt, khiến cho mọi người (cả đàn ông và đàn bà) đều phải quy phục. Thực tế tác giả còn đưa tên các thương hiệu vào trong những lời nguyện cầu của những cô gái. Tất cả những điều này thôi thúc chúng tôi đi tìm kiếm ý nghĩa của 02 chữ "hàng hiệu". Và sau rất nhiều cuộc nói chuyện với đại diện các thương hiệu, phần nào đó chúng tôi hiểu được rằng hàng hiệu chính là những đam mê, những khát khao một con người thực sự mong mỏi và luôn tìm kiếm.

Chính trong quá trình tìm kiếm này, chúng tôi hiểu được rằng không có gì vô lý cả khi một con người có đam mê. Và chính như vậy sự tồn tại của những chiếc đồng hồ URWERK hay Christophe Claret với tag giá tối thiểu từ trên \$70.000 hay những chiếc túi mà để có nó, một người phụ nữ phải ghi tên mình vào danh sách waiting list là điều không khó hiểu. Cũng chính từ quá trình này, chúng tôi hiểu được rằng hoàn toàn không phải tự nhiên ý nghĩa vùng miền của những chai vang Ý, DOC và DOCG được các nhà làm vang ở đây trân trọng và đặc biệt đề cao như một chuẩn mực cho chất lượng.

Chúng tôi, những con người thực hiện ấn phẩm này, tin rằng chỉ cần có đam mê, ý nghĩa của hàng hiệu sẽ vẫn còn tồn tại!

Xin chân thành cảm ơn!



ẢNH BÌA: ĐỒNG HỒ CORUM

✂
Korloff
PARIS



ĐẲNG CẤP TỪ SỰ KHÁC BIỆT
JARDIN DU LUXEMBOURG COLLECTION



HAND MADE. PARIS FRANCE

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

KORLOFF BOUTIQUE

HANOI

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

<https://tieulun.hopto.org>

CONTENTS

JANUARY/FEBRUARY 2017

FEATURE

028 | 10 ĐIỂM NHẤN ĐÁNG CHÚ Ý VỀ “TRIỀU ĐẠI” RICCARDO TISCI TẠI GIVENCHY

Hành trình chinh phục giới mộ điệu của Riccardo Tisci tại nhà mốt thời trang danh tiếng Givenchy (kéo dài hơn một thập kỷ) đã chính thức khép lại!



028

056 | LOWLINE CÔNG VIÊN NGẦM ĐẦU TIÊN TRÊN THẾ GIỚI

Trong tương lai không xa của thành phố New York, khi mà con người đã phát triển dân số đến mức “chóng mặt” thì tàu điện ngầm không còn là thứ duy nhất được đặt dưới lòng đất nữa.



056

060 | VERSAILLES TRÁNG LỆ

Cùng Hàng Hiệu khám phá cung điện Versailles và toàn bộ sự tráng lệ của nó qua triển lãm Versailles: Treasures From the Palace!



060

064 | PROSECCO: ĐỐI THỦ CỦA CHAMPAGNE

Bản đồ phân loại đẳng cấp vang Ý một lần nữa lại được thay đổi. Hãy cùng Hàng Hiệu tìm hiểu những thông tin chuyên sâu trong sự thay đổi này!



064

LIFESTYLE

020 | WHATSON

Điểm tin các thương hiệu cao cấp như: Saint Laurent, Hermès, Tommy Hilfiger, Dior, Tiffany & Co., Bottega Veneta, Ralph Lauren và những vấn đề của ngành thời trang cao cấp.



020

024 | LIVING IS ALL ABOUT

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



024

FOCUS TREND MỚI 1.5L ECOBOOST GIÁ ĐẶC BIỆT HẤP DẪN



Chỉ 699 triệu đồng

Tặng ngay iPhone 7 cho 100 khách hàng đầu tiên



Động cơ 1.5L EcoBoost
Mạnh mẽ vượt trội với
công suất cực đại 180PS
và mô men xoắn 240Nm



Hộp số Tự động 6 cấp Mới
Làm chủ mọi cung đường cho
trải nghiệm lái mượt mà hơn



EPAS
Trợ lực lái điện nâng cao
khả năng kiểm soát lái
trên mọi hành trình



ESP
Hệ thống cân bằng điện tử
chuẩn mực an toàn hàng đầu



Go Further

ford.com.vn

• **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội, Tel: 04.37505055 • **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội, Tel: 04.36811888 • **HANOI FORD:** 94 Ngõ Thi Nhậm, Hà Nội, Tel: 04.39712439 • **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội, Tel: 04.33662566 • **HATHANH FORD MYDINH:** 02 Tôn Thất Thuyết, Nam Từ Liêm, Hà Nội, Tel: 04.37957518 • **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội, Tel: 04.35621920 • **THANHXUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội, Tel: 04.35525525 • **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng, Tel: 0313.668990 • **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hạ Long, Tel: 033.3628699 • **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh, Tel: 038.3515292 • **THANHHA FORD:** Lô 87, Đại lộ Võ Nguyên Giáp, Phường Quảng Thành, TP. Thanh Hóa, Tel: 0373.727799 • **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng, Tel: 0511.3646555 • **DANANG FORD BINHDINH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định, Tel: 056.3546555 • **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Ma Thuột, Tel: 0500.3954999 • **NHATRANG FORD:** 51, Đường Lê Hồng Phong, Phường Phước Tân, TP. Nha Trang, Tel: 0583.885539 • **BINH DUONG FORD:** Lô C13, Nguyễn Huệ, Khu Liên Hợp, TP. Thủ Dầu Một, Tel: 0650.3801381 • **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM, Tel: 08.38157979 • **CITY FORD:** Số 218, Quốc Lộ 13, Phường Hiệp Bình Chánh, Q. Thủ Đức, TP. HCM, Tel: 08.37263626 • **CITY FORD VUNGTAU:** Số 40A, Đường 30/04 Phường 9, TP. Vũng Tàu, Tel: 0643.594778 • **PHUMY FORD:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái 2, Quận 2, TP. HCM, Tel: 08.37425454 • **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP. HCM, Tel: 08.38181458 • **SAIGON FORD PHO QUANG:** 104 Phố Quang, Tân Bình, TP. HCM, Tel: 08.38442947 • **SAIGON FORD TRAN HUNG DAO:** 6A, Trần Hưng Đạo, Phường Phạm Ngũ Lão, Quận 1, TP. HCM, Tel: 08.39153244 • **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM, Tel: 08.38776732 • **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa, Tel: 061.3857130 • **CANTHO FORD:** Lô 11C - Võ Nguyên Giáp, Cái Răng, TP. Cần Thơ, Tel: 0710.3730720 **ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888**

<https://tieulun.hopto.org>

CONTENTS

JANUARY/FEBRUARY 2017

FASHION

032 | REVIEW BST: GUCCI S/S 2017; ERMENEGILDO ZEGNA S/S 2017; DOLCE & GABBANA S/S 2017; THOM BROWNE S/S 2017

Trong BST Xuân - Hè 2017 lần này, Stefano Gabbana và Domenico Dolce đã đưa giới mộ điệu đến thăm một khu vườn cổ tích đầy màu sắc của nước Ý.



032

040 | BST GIUSEPPE ZANOTTI SS 2017

Cùng Hàng Hiệu khám phá những shoot hình trong bộ sưu tập đặc biệt của Giuseppe Zanotti.



040

TOPLUXE

014 | TIFFANY X EDDIE BORGO

Những mẫu trang sức Tiffany x Eddie Borgo đang là cơn sốt mới của giới mộ điệu!



014

016 | RONIN MOTOR WORKS

Bộ sưu tập 47 chiếc xe motor độ lấy cảm hứng từ bộ phim 47 Lãng Khách!



016

018 | BR-X1 TOURBILLON SAPPHIRE

Một thiết kế kinh điển, một tạo tác hoàn mỹ của Bell & Ross!



018

LAPERLA.COM



NHẬP KHẨU VÀ PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN: CÔNG TY RITAVÔ
L2 - Ô17 - TAKASHIMAYA 92-94 NAM KỶ KHÔI NGHĨA, P. BẾN NGHÉ, Q.1, TP HCM

LA PERLA

<https://tieulun.hopto.org>

CONTENTS

JANUARY/FEBRUARY 2017

LUXE FEATURE

082 | HÀNG KHÔNG CÁ NHÂN BAY SAU NHỮNG CÚ CLICK CHUỘT

Trong những năm gần đây, “sân chơi” bầu trời của các nhà giàu thế giới đang gặp rất nhiều thay đổi, dù vẫn phục vụ cho một nhóm đối tượng rất “niche”.



082

088 | AB YACHTS 100 SPECTRE

Mẫu du thuyền được lấy cảm hứng từ bộ phim nổi tiếng về James Bond này được xem là một trong những biểu tượng mới về tốc độ!



088

190 | KHI AMG MUỐN TÁI HIỆN LỊCH SỬ

Nếu trong quá khứ, AMG từng thất bại trong việc đưa ra đối thủ của 911 GT3 thì hiện nay với mẫu GT R mới, hãng buộc tất cả các đối thủ phải dè chừng!



190

WATCH + JEWELLERY

070 | 05 XU HƯỚNG ĐỊNH HÌNH NGÀNH ĐỒNG HỒ 2017

Cùng Hàng Hiệu điểm qua những xu hướng sẽ định hình ngành chế tác đồng hồ 2017.



070

074 | ĐỒNG HỒ TRANG SỨC CUỘC CHƠI VẪN TIẾP TỤC

Bling Bling, những chiếc đồng hồ trang sức một lần nữa được các thương hiệu đồng hồ danh tiếng của thế giới lựa chọn như một hướng phát triển!



074



PROFESSIONAL 3 GCB FIRE DRAGON PHIÊN BẢN GIỚI HẠN 200 CHIẾC

MOBIADO BOUTIQUE: * SHOP 203B - FLOOR 2ND, TRANG TIEN PLAZA, 26 HAI BA TRUNG ST., HA NOI, T. (+844) 3936 6656
* L2-34B UNIONSQUARE, 171 DONG KHOI, 116 NGUYEN HUE ST., DIST. 1, HCMC. T. (+848) 3936 9263.

MOBIADO PREMIUM SERVICE: * NO. 703, FLOOR 7TH, HANOI TOWERS, 49 HAI BA TRUNG ST., HOAN KIEM DIST, HANOI. T. (+844) 3936 6615
* NO. 1B, FLOOR 3RD, THE PRINCE RESIDENCE, 17-19-21 NGUYEN VAN TROI ST., WARD 12, PHU NHUAN DIST., HCMC. TEL: (+848) 3995 6688.

AUTHORIZED RETAILER:

HA NOI: * IQS LUXURY, 10B HOA MA ST. * V&V, 26 DIEN BIEN PHU ST. * TOAN CAU LUXURY, 44 HA BA TRUNG ST.
HCMC: * MAI NGUYEN LUXURY, 27 NGUYEN BINH KHIEM ST., DIST. 1 - B PHAM NGOC THACH ST., DIST. 3 - 157 NGUYEN VAN TROI ST., PHU NHUAN
- 144 VO THI SAU ST., DIST. 3 - 215 - 217 TRAN HUNG DAO ST., DIST. 1.
DA NANG CITY: * MILUXE BOUTIQUE, 66 INDOCHINA RIVERSIDE TOWERS, 74 BACH DANG ST., HAI CHAU, T. (+845113) 849 049.





TIFFANY X EDDIE BORGO

Những mẫu trang sức Tiffany x Eddie Borgo đang là cơn sốt mới của giới mộ điệu!

Nhà thiết kế trang sức Eddie Borgo đã hợp tác với thương hiệu trang sức biểu tượng Tiffany & Co để thực hiện một bộ sưu tập trang sức capsule collection. Borgo cũng là cái tên đã chiến thắng và nhận giải thưởng của CFDA/Vogue Fashion Fund Tiffany & Co. Development Grant. Được biết các mẫu thiết kế mà Borgo thực hiện có thể mua qua mạng hoặc mua tại cửa hàng flagship store của Tiffany tại đường Fifth Avenue. Bộ sưu tập gồm 07 món, gợi lên phong cách cổ điển với những hình khối và phong cách graphic kiến trúc đặc trưng của Borgo. Được biết, bộ sưu tập này được thực hiện dưới sự chỉ đạo của giám đốc thiết kế của Tiffany, Francesca Amfitheatrof. Bộ sưu tập được thực hiện với nguồn cảm hứng tới từ phong cách và tinh thần của Gertrude Vanderbilt Whitney – người sáng lập bảo tàng Whitney Museum.



BEOLAB 90
BANG & OLUFSEN

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

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



RONIN MOTOR WORKS

**Giới thiệu bộ sưu tập 47 chiếc xe motor được lấy cảm hứng từ bộ phim
47 Lãng Khách!**

Năm 2010, công ty Magpul Industries ở Mỹ đã ra mắt mẫu xe Ronin concept – một chiếc xe motor độc bản có tên là Buel 1125R. Tên của chiếc xe tới từ một thanh gươm dành cho một samurai – người đã đánh mất chủ nhân của mình. Mẫu xe này giống như một ẩn ý về việc Harley-Davidson quyết định dừng dòng sản phẩm Buell năm 2009. Concept của mẫu xe này đã thu hút được rất nhiều sự chú ý và cuối cùng những người thành lập công ty Magpul quyết định thành lập công ty Ronin Motor Works – một sự gợi nhắc về câu chuyện của Nhật Bản về 47 lãng khách đã đi báo thù cho chủ nhân của mình. Công ty đã sản xuất 07 mẫu xe, mỗi mẫu sở hữu một màu và một thiết kế hoàn toàn khác biệt. Được biết, mỗi chiếc xe đều được lắp đặt thủ công, kết hợp giữa các phương pháp chế tác truyền thống với công nghệ hiện đại. Mỗi chiếc xe đều được đánh số và khắc tên của vị lãng khách mà nó tượng trưng.

BARTON PERREIRA

EYEWEAR MEANS COOL



M
MILUXE®

Exclusive Boutique :

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

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

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

<https://tieulun.hopto.org>



BR-X1 TOURBILLON SAPPHIRE

Một thiết kế kinh điển, một tạo tác hoàn mỹ của Bell & Ross!

Thiết kế và tạo ra mẫu đồng hồ BR-X1 TOURBILLON SAPPHIRE là một trong những bước tiến đại nhảy vọt mang tính kỹ thuật. Thiết kế vỏ đa thành phần của mẫu đồng hồ đặc biệt này với khả năng xuyên thấu độc đáo được chạm từ một khối sapphire. Đồng hồ mang theo cả cơ chế chronograph lẫn tourbillon cho phép đồng hồ không chỉ có thể đếm giờ sự kiện mà còn có thể đạt được một độ chính xác hoàn hảo. Các chi tiết có độ hoàn thiện ở mức vô cùng cao.



IXOOST ESAVOX

Âm thanh tuyệt hảo từ những ống xả!

ESAVOX là sáng tạo mới nhất mà iXOOST hợp tác với thương hiệu Automobili Lamborghini để thực hiện. Hoạt động như một thiết bị docking station kết hợp với loa, thiết bị này có phần vỏ khá giống với phần đuôi của một chiếc xe Lamborghini Aventador với những ống xả hoành tráng và ấn tượng. Loa có hệ thống khung được thực hiện từ chất liệu sợi carbon, hệ thống mô phỏng ống xả gốc của Lamborghini với sự kiểm soát áp suất âm bass, sử dụng hệ thống giảm xóc để làm giảm độ rung của loa. Với công suất lên tới 800 watt, thiết bị âm thanh này hoàn toàn xứng với vị thế của một "chiếc siêu xe" trong thế giới công nghệ. Được biết, từng bộ phận của thiết bị âm thanh này được chế tác bởi các nghệ nhân tay nghề cao, cũng chính là những bậc thầy đã chế tạo ra những chiếc siêu xe nước Ý cho hiện tại và trong tương lai.



SAINT LAURENT

Giới thiệu mẫu giày Opyum Shoes.

Cho mùa mốt Xuân – Hè 2017, thương hiệu Saint Laurent giới thiệu mẫu giày cao gót signature Opyum Shoes. Được thiết kế bởi Anthony Vaccarello, mẫu giày cao gót này mang phong cách nữ tính, phần gót giày được thiết kế theo logo YSL trứ danh của họa sỹ Cassandre. Giày được thiết kế thanh nhã, hiện đại, kết hợp với chất liệu da đen bóng, với gót cao 4,3 inch. Giày được giới thiệu tại các cửa hàng boutique của hãng từ 02/2017.



MILUXE BOUTIQUE

- * 5215 TRANG TIEN PLAZA HOAN KIEM DISTRICT, HANOI
- * GROUND FLOOR - SHERATON SAI GON HOTEL & TOWERS
88 ĐÔNG KHÔI DISTRICT 1, HO CHI MINH CITY
- * G6 INDOCHINA RIVERSIDE TOWERS, 74 BACH DANG, DA NANG
- * WEBSITE: WWW.MILUXE.COM
- TOÀN CẦU LUXURY**
- * 44 HAI BA TRUNG, HOAN KIEM, HANOI

LINDA FARROW

<https://tieulun.hopto.org>



HERMÈS

Giới thiệu bộ sưu tập Thu-Đông 2017 cho nam giới.

Rạng sáng ngày 22/01 vừa qua, Hermès đã cho ra mắt BST Thu-Đông 2017 dành cho nam tại đường phố Paris hoa lệ. Bộ sưu tập vẫn do nhà thiết kế Véronique Nichanian thực hiện. Đây là sự kiện đặc biệt trong làng thời trang cao cấp khi nhà thiết kế nữ Véronique Nichanian đã lựa chọn thời trang nam giới làm sự nghiệp và rất thành công với lựa chọn này. Bà Nichanian cho biết: “Tôi không có khái niệm về sự nam tính chuẩn mực. Tôi nghĩ đàn ông cũng cần phải học cách thể hiện cá tính của họ. Tôi không thiết kế một bộ đồ trọn vẹn. Tôi thiết kế mọi thứ như một chủ điểm. Sau khi thiết kế quần, áo, áo khoác, áo len chui đầu, tôi mới mix chúng lại với nhau. Mỗi món đồ sẽ có điểm mạnh riêng. Ở trên sàn diễn, tôi sẽ chọn đồ giống cách bạn chọn quần áo trong tủ đồ của mình mỗi khi cần ăn diện vậy.” Điểm nhấn của bộ sưu tập lần này là sự chấm phá một số màu sắc thú vị trong tủ đồ của cánh mày râu như màu nâu đất và xanh ngọc. Những bộ trang phục dành cho nam giới của Hermès mang đậm chất lịch thiệp, nho nhã và bánh bao chứ không quay cuồng trong những item bụi bặm phong trần.



TOMMY HILFINGER

Sản xuất Barbie dành riêng cho Hadid.

Mới đây, hãng sản xuất búp bê nổi tiếng nhất thế giới Barbie đã trình làng một cô búp bê mới. Đây là hiện thân của Gigi Hadid, nhân sự kiện ra mắt bộ sưu tập thứ hai hợp tác giữa Tommy Hilfiger và Gigi. Ra mắt tại Los Angeles, Mỹ, búp bê Barbie Hadid đã sánh bước cùng búp bê Barbie truyền thống đi trượt patin và chụp hình tại bãi biển Venice, đây cũng là nơi tổ chức show ra mắt bộ sưu tập của Tommy Hilfiger sắp tới. Ngay chính cả chủ nhân, cô nàng Gigi cũng không giấu nổi niềm vinh hạnh và chia sẻ: “Không thể tin được đây là tôi!!!! Cảm ơn vì đã cho tôi niềm vinh dự này!” Tháng 09 năm ngoái, The Mattel, hãng đã sản xuất ra Barbie Hadid cũng đã hợp tác và sản xuất một cô búp bê trong trang phục từ bộ sưu tập của Tommy Hilfiger và đặt cô búp bê này chụp trên sàn runway - địa điểm ra mắt bộ sưu tập tháng 9 và người hâm mộ cũng đang rất chờ đón sự xuất hiện của Barbie Hadid tại show diễn sắp tới của thương hiệu Tommy Hilfiger.

BOTTEGA VENETA

Hợp tác với Trung tâm Nhiếp ảnh Thượng Hải



Kể từ tháng 01/2017, Bottega Veneta sẽ hợp tác với Trung tâm Nhiếp ảnh Thượng Hải (SCoP), một trong những học viện nhiếp ảnh danh giá của Trung Quốc. Được biết, hãng sẽ bảo trợ 04 triển lãm tầm cỡ quốc tế được tổ chức tại SCoP, thể hiện cam kết mạnh mẽ của hãng với việc bảo tồn và phát triển nghệ thuật, văn hóa cũng như tôn vinh mối quan hệ gắn bó và lâu dài giữa Giám đốc sáng tạo Tomas Maier với nhiếp ảnh. Kể từ khi gia nhập Bottega Veneta vào năm 2001, Tomas Maier đã giới thiệu dự án Nghệ thuật Hợp tác (Art of Collaboration) và mở ra cơ hội hợp tác với những nghệ sĩ thị giác và nhiếp ảnh gia hàng đầu cho mỗi chiến dịch của thương hiệu, thông qua đó thể hiện tính thẩm mỹ qua cái nhìn đặc sắc của mỗi nghệ sĩ. Lần hợp tác này hứa hẹn sẽ là một thành công nữa sau thành công vào năm 2015 với sự ra mắt cuốn sách Bottega Veneta: Nghệ thuật hợp tác với hơn 1000 tấm ảnh.



A\$AP ROCKY

Đại diện cho Dior.

Tiếp nối Rihanna, A\$AP Rocky là cái tên mới nhất và trở thành gương mặt nam da màu đầu tiên đại diện cho Dior. Với gout thẩm mỹ tuyệt vời và gương mặt được ưa chuộng. Trong chiến dịch này, nam Rapper đến từ New York vận trên người trang phục vô cùng táo bạo (khá bắt mắt) với quần thêu và áo jacket. Ngay lập tức, A\$AP Rocky đã chứng tỏ sức hút của mình và được đánh giá rất cao. Được biết, ngoài A\$AP Rocky, chiến dịch quảng cáo lần này của Dior còn có sự tham gia của ca-nhạc sỹ Boy George, người mẫu Ernest Klimkin và nam diễn viên Rami Malek



TIFFANY & CO.

"Ngai vương" còn bỏ trống.

CEO của Tiffany & Co., ông Frederic Cumenal đã chính thức từ chức. Được biết, ông Michael Kowalski, Giám đốc điều hành (người đã gia nhập LVMH từ năm 2001) sẽ là người thay thế tạm thời vị trí của Cumenal trước khi tìm được người kế nhiệm. Chia sẻ với báo giới về sự ra đi này, ông Cumenal chia sẻ: "Tôi rất tự hào về những gì tôi đã làm được trong suốt những năm tháng ở Tiffany & Co. và tôi muốn cảm ơn đội ngũ quản lý cũng như những nhân viên tài năng của công ty trên toàn thế giới đã giúp tôi có động lực để thực hiện tốt nhiệm vụ của mình." Bên cạnh đó, Cumenal cũng cho biết, ông "có niềm tin rất lớn vào thương hiệu, định hướng chiến lược cũng như nguồn nhân lực của Tiffany hiện tại và hy vọng thương hiệu sẽ gặt hái được nhiều thành công trong tương lai."



RALPH LAUREN

"Đối tượng"!

Chỉ sau hơn 02 năm cống hiến, CEO của Ralph Lauren, ông Stefan Larsson đã chia tay với thương hiệu đến từ New York. "Stefan và tôi cùng chia sẻ một tình yêu và sự tôn trọng đối với DNA của thương hiệu và cả hai chúng tôi đều nhận thấy nhu cầu phát triển," Ralph Lauren – người sáng lập công ty, chủ tịch điều hành kiêm giám đốc sáng tạo – cho biết. "Tuy nhiên, chúng tôi đã nhận thấy rằng chúng tôi có những quan điểm khác nhau giữa phần sáng tạo và phần tiếp cận đối với người tiêu dùng. Sau nhiều cuộc nói chuyện, ban giám đốc đã đi đến quyết định cuối cùng. Tôi rất biết ơn những đóng góp của Stefan dành cho công ty nhưng sự chia tay là điều không thể khác được." Con số giảm 12% doanh thu thuần trong quý cuối cùng của năm 2016 có lẽ là nguyên nhân chính dẫn đến cuộc đổ vỡ này.



BẢO TÀNG NGHỆ THUẬT MONTREAL

Giới thiệu gian trưng bày mới.

Được mở cửa tới công chúng từ ngày 19/11, gian trưng bày mới của bảo tàng nghệ thuật Montreal với tên gọi Michal and Renata Hornstein là công trình xây dựng mới nhất của bảo tàng. Đây đồng thời cũng là công trình đầu tiên trong nhóm dự án cơ sở hạ tầng dự định được hoàn thành để chào mừng lễ kỷ niệm lần thứ 375 của thành phố vào năm 2017. Toà nhà 6 tầng có diện tích lên đến 5000 mét vuông trưng bày khoảng 40.000 tác phẩm nghệ thuật từ thời Phục Hưng, kiến trúc sư Katsuhiko Yamazaki của công ty kiến trúc Atelier TAG có trụ sở tại Montreal cho biết, thiết kế này cho phép người thăm quan có thể đồng thời vừa chiêm ngưỡng các tác phẩm nghệ thuật được trưng bày vừa tận hưởng quang cảnh xung quanh của thành phố. Chính sự kết hợp giữa hình ảnh những ngôi nhà thấp kiểu Victoria, những toà tháp hùng vĩ với thiết kế tầng lớp bằng bê tông và gỗ của toà nhà trưng bày mang đến cho khách tham quan cảm giác về một dòng chảy lịch sử của nghệ thuật.



DỰ ÁN TỔ HỢP THÁP SYDNEY

Dự án 03 toà tháp xây ở nam Barangaroo, Sydney hoàn thiện.

Có mặt hướng về phía tây Sydney, bề mặt ba toà tháp được bao phủ bởi các tấm ghép đầy màu sắc với mục đích tản nhiệt nhưng đồng thời vẫn cho ánh sáng chiếu vào bên trong tòa nhà. Nếu nhìn tổng thể, 3 toà tháp tạo nên một khối thống nhất về mặt kiến trúc song mỗi tháp lại mang nét đặc trưng riêng của mình. Không chỉ tô điểm thêm cho vẻ đẹp đậm chất hình khối của khu vực, 3 toà tháp với các tấm pin mặt trời, hệ thống thu gom nước mưa, xử lý và tái sử dụng nước thải và bãi dành cho xe đạp dưới tầng hầm còn nhận được đánh giá cao bởi thiết kế thân thiện với môi trường và nhận được đánh giá hạng 06 sao Green Star (một hệ thống đánh giá tính bền vững tự nguyện cho các tòa nhà ở Úc). Với mặt sàn rộng tới 2.500 mét vuông bao gồm các không gian linh hoạt dành cho văn phòng và khu thương mại, các toà tháp chắc chắn sẽ phù hợp với tất cả các yêu cầu về loại hình làm việc hiện đại.

ROLEX

Hành trình cố vấn nghệ thuật.



Joan Jonas, nghệ sĩ trình diễn và video art lừng danh, người cố vấn trong chương trình Rolex Mentor & Protégé Arts Initiative, và nghệ sĩ thị giác Phan Thảo Nguyên sẽ có buổi thuyết trình diễn ra tại Trung tâm Nghệ thuật Đương đại The Factory, Việt Nam. Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 8 tháng 2 năm 2017 – Joan Jonas, nghệ sĩ Mỹ đã được quốc tế vinh danh như một huyền thoại với những thực hành Performance và Video art tiên phong sẽ cùng nghệ sĩ thị giác Phan Thảo Nguyên, người “học trò” do chính bà lựa chọn và điều dắt trong suốt chương trình Rolex Mentor & Protégé Arts Initiative niên khoá 2016-2017, đối thoại trong buổi thuyết trình nghệ thuật được tổ chức tại Trung tâm Nghệ thuật Đương đại The Factory, lúc 16h ngày 12 tháng 2 năm 2017.



HANOIA

Ra mắt không gian văn hoá.

Mở đầu một năm mới dồi dào năng lượng và sinh lực sáng tạo, ngày 4.1.2017 Không gian Văn hóa Hanoi chính thức công bố lễ ra mắt tại Ngõ Nhà Di Sản 38 Hàng Đào. Đây là chuỗi chương trình được thực hiện định kỳ hàng tháng, do thương hiệu sơn mài Hanoi khởi xướng, với các buổi đàm đạo xoay quanh các câu chuyện về văn hóa và phong cách sống, khách mời là các học giả - nhà nghiên cứu - nghệ sĩ... Mục đích của không gian này là nhằm giới thiệu những vẻ đẹp truyền thống đã bị lãng quên, giới thiệu những vẻ đẹp mới trong sáng tạo; giao lưu và liên kết giữa các trí thức, nghệ sĩ và những công chúng quan tâm đến văn hóa nghệ thuật, tinh hoa truyền thống và phong cách sống... nhằm đánh thức những cảm xúc lành mạnh, gợi mở những ý tưởng sống và sáng tạo, giải tỏa những áp lực của cuộc sống hiện đại...



ATELIER DESHAUS

Giới thiệu công trình trà thất nghệ thuật tại Thượng Hải.

Trà thất này được đặt giữa một mảnh vườn nhỏ, liền kề văn phòng của một thương hiệu thời trang. Trước khi được khai thác, khoảng sân 110 mét vuông có một cặp cầu thang ở hai đầu dẫn lên văn phòng của thương hiệu thời trang. Sau đó, nó đã được chuyển đổi thành một khu vườn cảnh quan bởi công ty July Cooperative. Trà thất dựa lưng vào một bức tường phía tây bắc, được bao bọc bởi tán lá của cây Paulownia lớn. Hình dáng mặt bằng chữ L của công trình vươn ra khỏi bức tường, mở ra khoảng sân nhỏ phía sau nơi tán cây vươn lên. "Sân sau được tận dụng như một không gian bên ngoài của trà thất, thân cây Paulownia với đường kính gần 90 cm đóng vai trò như một nhân vật mang lại sự sống động cho không gian." Xung quanh các cạnh của từng phòng, các cột thép hỗ trợ bằng ghế trải dài, vượt ngưỡng từ bên trong ra bên ngoài. Ở ngoài, băng ghế được treo giữ từ mái tạo khoảng cách nhất định giống như đang lơ lửng trên mặt đất.



RIMOWA

Salsa Air sắc đỏ tươi - Tình yêu từ cái nhìn đầu tiên.

Tình yêu quả là một điều thú vị khi nó có thể hạ gục bạn chỉ trong vài giây ngắn ngủi. Với RIMOWA Salsa Air sắc Đỏ tươi, đó chính là tình yêu từ cái nhìn đầu tiên. Màu đỏ nổi bật, kết hợp với những cảm nhận ánh sáng của vali, khiến cho trái tim của mọi du khách phải lỡ nhịp. Một điều không kém phần quan trọng làm nên tình yêu của mọi hành khách với RIMOWA Salsa Air đó là hệ thống bánh xe Multiwheel® linh hoạt và hệ thống khóa TSA thông minh. Du khách sẽ không bao giờ muốn rời xa chiếc vali yêu quý của mình.



NHÀ THỜ OOPEAA'S SUVELA

Nét nhấn kiến trúc ấn tượng của một nhà thờ nhỏ ở ngoại ô Helsinki.

Bất chấp vẻ ngoài màu đồng hào nhoáng, nhà thờ OOPEAA's Suvela nằm giữa không gian yên bình ở vùng ngoại ô Espoo của Helsinki. Thiết kế hình chữ U kéo gần hết chu vi tạo ra cho nhà thờ này một khoảng sân yên bình chính giữa trong khi các hạng mục khác bố trí ở hai bên cánh và đáy của khối hình cũng có được sự tĩnh lặng cần thiết. Bên cạnh sự khiêm nhường được tạo ra từ ấn tượng về việc nhà thờ chỉ có một tầng, sự đặc sắc về kiến trúc cũng có thể được cảm nhận thông qua thay đổi bất ngờ về độ cao của các phần trong tổng thể bố cục. Trong khi chiều cao trần cho các phòng trong nhà thờ chỉ là 2.8 m thì tháp lại có chiều cao lên đến tận 12 m. Ngoài ra, cách phối màu cho các chất liệu cũng làm tăng thêm sự tương phản cho phần bên trong và bên ngoài của nhà thờ. Nếu màu đồng bên ngoài khiến nó nổi bật so với khung cảnh xung quanh, màu sam làm cho phần bên trong nhà thờ thêm tôn kính.



NHÀ GA UTRECHT CENTRAAL, HÀ LAN

Chính thức mở cửa hoạt động.

Các hành khách đi tàu ở Hà Lan hẳn rất vui khi biết được nhà ga mới mang tên Utrecht Centraal thiết kế bởi các kiến trúc sư tới từ Benthem Crouwel đã mở cửa. Nhà ga này được xây dựng từ năm 2010 nhưng các kiến trúc sư đã bắt đầu lên ý tưởng từ năm 2003. Đây là nhà ga lớn nhất Hà Lan, là nơi trung chuyển của cả tàu hỏa, xe buýt và tàu điện. Số lượng hành khách ra vào hàng năm dự kiến khoảng 88 triệu người và con số này có thể sẽ tăng lên thành 100 triệu người vào năm 2030. Tất cả các hoạt động của nhà ga sẽ diễn ra bên dưới một mái che gọn sóng bằng kim loại trải dài từ vị trí có các lối vào đến vị trí của các lối ra. Các đèn led sẽ giúp chiếu sáng vào ban đêm còn ban ngày ánh sáng tự nhiên sẽ được tận dụng nhờ vào các tấm kính trên trần. Thiết kế gọn sóng của mái che cũng giúp cho không khí trong nhà ga luôn được lưu thông một cách tốt nhất. Ngoài ra với thiết kế kiến trúc độc đáo của mình, nhà ga Utrecht Centraal cùng với các công trình khác hứa hẹn sẽ làm thay đổi suy nghĩ của những người đến và trải nghiệm thành phố.



MURPHY HOUSE

Đoạt giải thưởng ngôi nhà của năm 2016!

Ngôi nhà với tên gọi Murphy House nằm cuối một con phố ở Edinburgh và mang đậm dấu ấn cá nhân của kiến trúc sư Richard Murphy - người đã dồn hết tâm sức và nhiệt huyết kiến trúc vào tác phẩm của mình - mới đây đã được trao giải ngôi nhà của năm bởi các giám khảo thuộc RIBA. Ngoài việc sử dụng đa dạng các hình khối và chất liệu thiết kế bên ngoài, phần bên trong căn nhà cũng chứa đựng những nét đặc sắc trong đó phải kể đến hệ thống giá sách trượt trải dài quanh phòng đọc bên cạnh vô số các cấu trúc kín và trượt như bốn tấm được dấu khéo léo trong phòng ngủ hay cửa sổ trời điều khiển bằng điện. Tầng trệt có thiết kế mở giúp nối liền không gian bên trong và bên ngoài căn nhà vừa gợi nên vẻ ấm cúng, tràn ngập ánh sáng vừa tạo được sự thoáng mát phù hợp với khí hậu địa phương. Trong thiết kế của mình, Murphy cho thấy ảnh hưởng rõ nét từ kiến trúc sư người Ý Carlo Scarpa với những đường nét lịch sử cộng thêm sự kết hợp hài hòa giữa kiến trúc và thiết kế nội thất. Phải mất gần 10 năm để kiến trúc sư hoàn thành ngôi nhà của mình do đó nó còn được gọi là tác phẩm của sức lao động và tình yêu đồng thời xứng đáng với danh hiệu Ngôi nhà của năm.



BẢO TÀNG NGHỆ THUẬT DI SẢN CỦA RÉHAHN

Tôn vinh nhiếp ảnh gia tài danh người Pháp!

Từ ngày 18/01/2017, Bảo Tàng nghệ thuật Di sản quý giá của nhiếp ảnh gia người Pháp Réhahn đã bắt đầu mở cửa đón công chúng. Nằm tại khu phố cổ Hội An, bảo tàng là nơi lưu giữ cuộc hành trình đến 54 dân tộc Việt Nam trong vòng 5 năm không ngừng nghỉ của Réhahn. Đây cũng là nơi trưng bày hơn 30 trang phục truyền thống, 200 tác phẩm nhiếp ảnh và những câu chuyện được dịch theo 3 ngôn ngữ Pháp, Anh và Việt. Bảo tàng ẩn mình trong một con phố yên tĩnh, cách xa khu phố cổ ồn ào, đông đúc. Mục đích của bảo tàng nhằm giúp người xem trải nghiệm và theo bước Réhahn khám phá những điều huyền bí của Việt Nam. Đã có dịp gặp gỡ 45 trong tổng số 54 dân tộc, Réhahn tin rằng sứ mệnh của mình là mang hình ảnh của các dân tộc đến gần hơn với con người Việt Nam.



VĂN PHÒNG MỚI CỦA, LONDON

Thông qua thiết kế của các kiến trúc sư từ Ben Adams.

Monotype, London là một công ty chuyên thiết kế các phông chữ được yêu thích toàn cầu như Gill Sans, Times New Roman và phân phối các phông chữ hiện đại như Helvetica và Frutiger. Công ty mới đây đã mời các kiến trúc sư từ Ben Adams thiết kế văn phòng mới cho mình ở Shoreditch, để đáp ứng nhu cầu một văn phòng lớn hơn phù hợp với số lượng nhân viên ngày càng tăng và cần không gian mới phù hợp với tính chất công việc của họ.

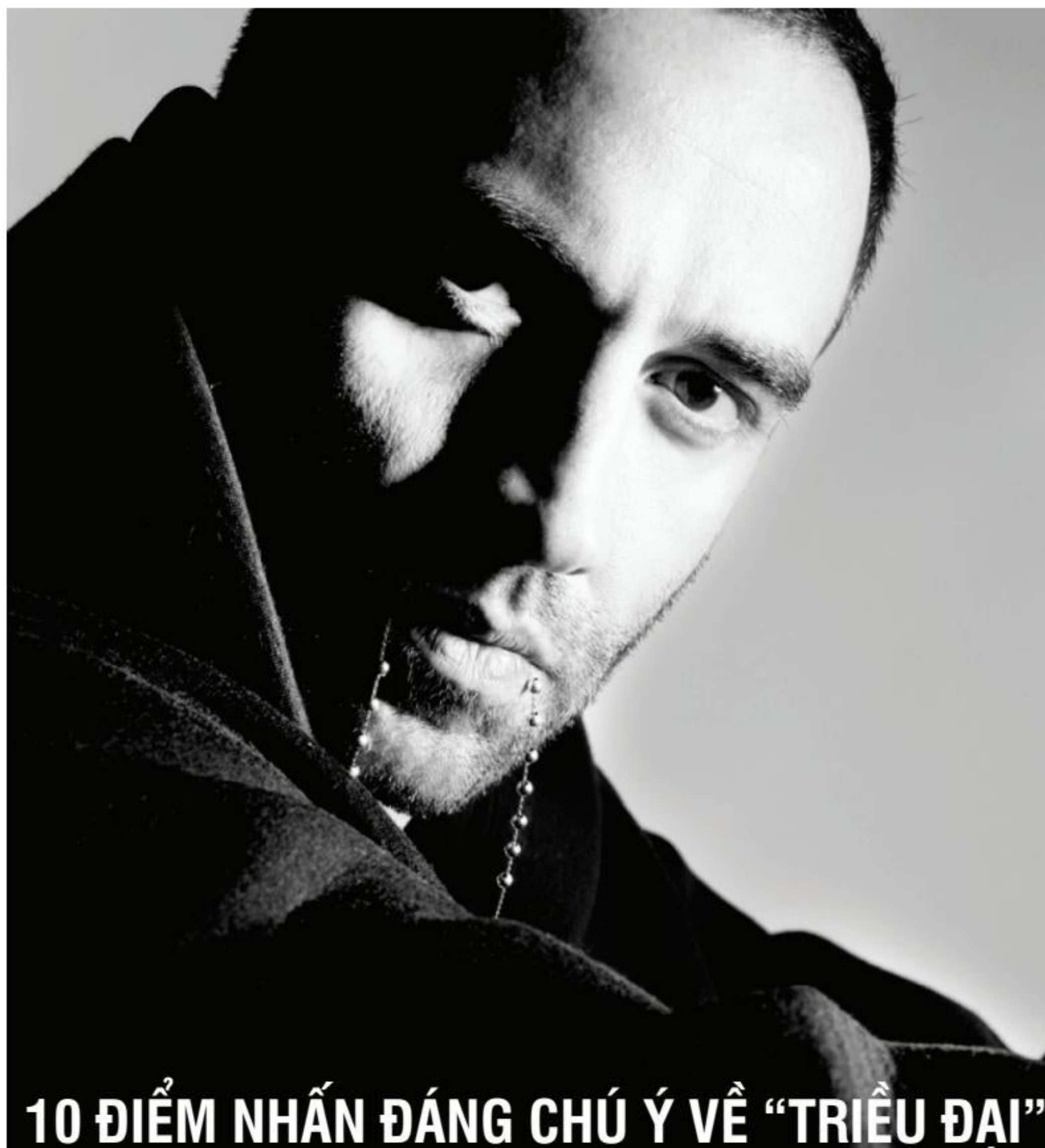
Trên các bức tường, sàn, trần làm từ gỗ bạch dương là 1500 logo của Monotype kí hiệu chữ "M" được in theo 750 phông chữ khác nhau, trải dài từ kho lưu trữ dẫn vào văn phòng. Kiến trúc sư đã tạo ra một môi trường làm việc sáng tạo mang lại cảm hứng không chỉ cho nhân viên, cộng tác viên mà còn cho cả khách hàng.

VÕ TRỌNG NGHĨA ARCHITECT

Ra mắt phòng trưng bày Nanoco.

Phòng trưng bày ánh sáng Nanoco tọa lạc ở quận Đống Đa, Hà Nội được xây dựng theo phong cách mới sử dụng gạch bông gió ở các mặt tiền tạo nên một biểu tượng tương tác với phong cảnh xung quanh. Công trình này vừa đoạt giải cao trong cuộc thi Kiến trúc Xanh SPEC GO GREEN 2016 hạng mục KTS trẻ. Phòng triển lãm được đặt tại tầng mái, nhìn thẳng ra một cái cây lớn phía trước công trình, đồng thời các khe giếng trời phía trên để lộ ra khu vườn trên mái. Điều này tạo nên một không gian lý tưởng cho Kiến trúc sư và chuyên gia thiết kế cùng tương tác với nhau. Gạch bông gió là loại gạch đất nung truyền thống của Việt Nam được sử dụng trước khi có điều hòa không khí. Được thiết kế cho vùng khí hậu nhiệt đới, chúng cho phép sự thông gió tự nhiên và tạo bóng râm khỏi sức nóng của ánh nắng mặt trời mùa hè ở Hà Nội.





10 ĐIỂM NHẤN ĐÁNG CHÚ Ý VỀ “TRIỀU ĐẠI”

Riccardo Tisci **TẠI GIVENCHY**

NHƯ VẬY HÀNH TRÌNH CHINH PHỤC GIỚI MÔ ĐỆU CỦA RICCARDO TISCI TẠI NHÀ THỜI TRANG DANH TIẾNG GIVENCHY (KÉO DÀI HƠN MỘT THẬP KỶ) ĐÃ CHÍNH THỨC KHÉP LẠI VÀO NGÀY 02/02/2017 KHI THƯƠNG HIỆU THÔNG BÁO NHÀ THIẾT KẾ THỜI TRANG ĐÃ RỜI KHỎI. ĐƯỢC BIẾT, BỘ SƯU TẬP XUÂN – HÈ 2017 CỦA THƯƠNG HIỆU (VÀO NGÀY 05/03) SẼ KHÔNG DIỄN RA NHƯ KẾ HOẠCH ĐÃ DỰ KIẾN. SAU ĐÂY, CHÚNG TA HÃY CÙNG ĐIỂM LẠI 10 ĐIỂM NHẤN ĐÁNG CHÚ Ý NHẤT TRONG SUỐT QUÃNG THỜI GIAN 12 NĂM CẦM QUYỀN CỦA TISCI.

Định hướng tầm nhìn và xây dựng hướng đi cho Givenchy

Với 12 năm ở nhà Givenchy, Tisci đã thiết kế những bộ trang phục từ Couture, Ready-to-Wear dành cho nữ đến những bộ trang phục dành cho nam (kể từ bộ sưu tập dành cho nam giới Spring/Summer 2009). Nhà thiết kế, theo đạo Thiên Chúa, lớn lên ở miền Nam Italia, đã mang đến cho Givenchy một phong cách có thể miêu tả là “sự lãng mạn từ bóng tối” với cảm hứng từ các hình tượng tôn giáo. Những thiết kế của Tisci nổi bật bởi các motif độc đáo. Một ví dụ điển hình cho việc này là đưa những cảm hứng từ bức họa Madonna and child lên những chiếc áo T-shirt và áo ni. Nhưng vị cựu Giám đốc sáng tạo quyền lực này của nhà Givenchy hoàn toàn không phải là một người ‘đơn sắc’, ông cũng thường đưa thêm nhiều chủ đề khác nhau lên những thiết kế của mình. Những hình tượng từ động vật (chẳng hạn như những chú chó Rottweiler và những con báo đen panther) và những loài hoa cỏ cũng là nguồn cảm hứng bất tận của Tisci cho những bộ sưu tập. “Mọi người thường gọi tôi là nhà thiết kế mang phong cách Gothic – nhưng tôi không nghĩ đó là tôi,” Tisci chia sẻ với Cathy Horyn trên tờ New York Times vào năm 2007. “Tôi yêu chủ nghĩa lãng mạn và những xúc cảm tình dục, một phần có lẽ bởi vì tôi đến từ một gia đình có 08 chị em. Tôi cũng là một người rất tình cảm. Tôi thích màu đen và màu trắng. Tôi không thích những gì trung tính. Sàn diễn chính là nơi để tôi truyền tải điều đó!”



lễ trao giải Met Gala và tại các buổi biểu diễn. Tisci đã thiết kế trang phục cho nữ danh ca cho tour diễn Sticky & Sweet (năm 2008) cũng như tại sự kiện Super Bowl (năm 2012). Beyoncé cũng là một ngôi sao yêu thích các trang phục của Tisci và cô đã mặc thiết kế của ông để đến dự sự kiện Met Gala trong 05 năm liên tiếp, đáng chú ý nhất là chiếc váy hoàn toàn bằng cao su năm ngoái. Tisci chia sẻ với biên tập viên thời trang Jacob Bernstein của tờ New York Times: “Tôi không thiết kế trang phục cho những ngôi sao nổi tiếng vì những lợi ích từ việc này. Tôi chỉ thiết kế trang phục cho những người mà tôi yêu thích.”

Tisci: Ngôi sao thảm đỏ

Những thiết kế của Tisci luôn gắn liền với những chương trình trao giải, những đêm Gala. Không ngoa khi nói ông là nhà thiết kế của những ngôi sao, bởi gần như vào bất cứ lúc nào, luôn có một nơi nào đó trên thế giới, có một người nổi tiếng diện đồ của ông. Tisci là người đã thiết kế trang phục cho Cựu Đệ nhất phu nhân Michelle Obama, các minh tinh Cate Blanchett và Julia Roberts. Nữ danh ca Madonna đã khoác lên mình thiết kế derrière của ông tại

Thúc đẩy những ý tưởng về vẻ đẹp dị biệt

Tisci chính là người đã tuyển chọn cô trợ lý chuyển giới người Brazil, Leandra Medeiros Cerezo cho chiến dịch quảng cáo Fall/Winter 2010 của Givenchy và giới thiệu cô với thế giới thời trang. Cô lấy nghệ danh Lea T (chữ T đại diện cho Tisci). Ông tiếp tục nâng tầm Lea T và đưa người mẫu chuyển giới này trở thành gương mặt đại diện cho Givenchy, mở đường cho những người mẫu phi truyền thống tới với thời trang. Lea T sau đó đã phát triển sự nghiệp cá nhân, không còn bị bó buộc trong những bức tường của nhà mốt hàng đầu nước Pháp. Cô thậm chí trở thành gương mặt chuyển giới đầu tiên của thương hiệu Redken (Mỹ) và được mời xuất hiện trong chương trình The Oprah Winfrey Show. Tisci luôn là người ủng hộ những ý tưởng phi truyền thống về cái đẹp, ông đã book người mẫu bị bạch tạng Stephen Thompson và vô số tài năng lưỡng tính khác cho những show diễn của mình.



Những ý tưởng cách tân về cái Đẹp

Một sản catwalk của Givenchy luôn đồng nghĩa với những thay đổi. Nếu năm 2007, Givenchy gây ấn tượng với mọi người bằng một lông mày tẩy trắng (Spring 2007 Couture), mùa mốt Fall 2015, ông lại giới thiệu những khuôn mặt được trang điểm bởi những phụ kiện trang sức. Và mùa sau đó, ông đã tiếp tục gây ấn tượng với giới mộ điệu khi giới thiệu những người mẫu với những khuôn mặt được đính lông vũ, ngọc trai và đá quý.

Đặt phong cách thể thao athleisure lên bản đồ thời trang thế giới

Không phải ngẫu nhiên mà thuật ngữ “athleisure” bén rễ trong làng thời trang từ năm 2014. Năm 2014 cũng chính là năm Tisci bắt đầu quá trình hợp tác đa mùa với hãng thể thao Nike, được đánh dấu bằng việc nâng cấp đôi sneaker Air Force 1 Spring 2014. Kể từ đó, ông đã thiết kế các mẫu giày Dunk và Zoom Legend, và tạo ra các bộ sưu tập workout wear, thậm chí là để lại dấu ấn đậm nét tại Olympics Rio năm ngoái. Tisci từ lâu đã quan tâm và lấy cảm hứng từ thời trang đường phố, đưa ra các thiết kế áo T-shirt và áo ni cũng như áo khoác từ trước năm 2010.

Nhờ Tisci, Givenchy đã trở thành một nhà mốt thương mại siêu cường

Theo số liệu từ WWD, doanh số hàng năm của Givenchy là hơn \$540 triệu, đồng nghĩa với việc tăng 600% doanh số so với thời điểm một thập kỷ trước khi Tisci trở thành Giám đốc Sáng tạo. Công ty mẹ của Givenchy, LVMH đã giới thiệu nhà mốt như một trong những thương hiệu tốt nhất của LVMH và Givenchy hiện nay đã có các địa điểm bán lẻ tại 25 quốc gia.



Nhận sự ủng hộ của Kim Kardashian và Kanye West

Suốt “nhiệm kỳ” của Tisci, Givenchy đã trở thành điểm đến yêu thích của cặp đôi Kimye, và cặp đôi này đã sử dụng những trang phục của nhà thiết kế này trong những sự kiện quan trọng của họ. Năm 2013, năm mà Tisci đồng chủ trì Met Gala, một Kardashian mang bầu nổi tiếng đã lần đầu tiên tham dự trong trang phục váy in hoa của Givenchy gây nhiều tranh cãi. Cũng 06 tháng trước đó, West đã từng gây xôn xao khi diện một chiếc váy xếp nếp bằng da thuộc và chiếc quần matching (sản phẩm của Givenchy) tại một buổi concert ở New York City. Và sự kiện quan trọng nhất, đám cưới năm 2014 của cặp đôi cũng do chính Tisci thiết kế các trang phục.

Tưởng nhớ sự kiện 11/09 bằng những thiết kế của mình

Năm 2015, Tisci đã phá vỡ truyền thống, lựa chọn New York thay vì Paris để trình diễn show Women Spring/Summer 2016 và tưởng nhớ sự kiện 11/09. Ông đã tổ chức show bên ngoài Pier 26, ngay dưới Freedom Tower (với sự tham gia của nghệ sĩ Marina Abramovic. Vanessa Friedman đã viết về thời điểm đó: “Sức mạnh của thời trang chính là sự phản ánh lại lịch sử và chia sẻ lại kinh nghiệm, để kết nối chúng với nhau, nghĩa là, đằng sau những trang phục mà chúng ta mặc chính là vẻ đẹp tương lai của nó – 06 tháng chẳng hạn, thậm chí xa hơn nữa.”

Cộng tác với các nghệ sĩ

Tisci đã cho thấy sự quan tâm đặc biệt của mình với những sáng tạo nghệ thuật. Ông từng làm việc với Kehinde Wiley với series “An Economy of Grace”, thiết kế trang phục cho các nhân vật của Wiley. Vào năm 2013, ông đã tạo ra dòng áo nỉ với nghệ sĩ Benjamin Shine, có các biểu tượng Madonna and Child in trên vải tuyền. Và show 11/09 cũng không phải lần đầu tiên ông đóng cặp cùng Marina Abramovic.

Tương lai phía trước

Tisci đã không gia hạn hợp đồng của ông và rời khỏi Givenchy trên một tình thần thân thiện. Nhiều người đồn đoán Tisci đang hướng tới Versace (ông và Donatella có mối quan hệ khá thân thiết và bà thậm chí còn giúp Givenchy thực hiện chiến dịch quảng cáo năm 2015). Tuy nhiên, những năm qua cũng đã có những lời bàn tán về việc Tisci sẽ về Gucci. Tất cả vẫn còn là tương lai phía trước.





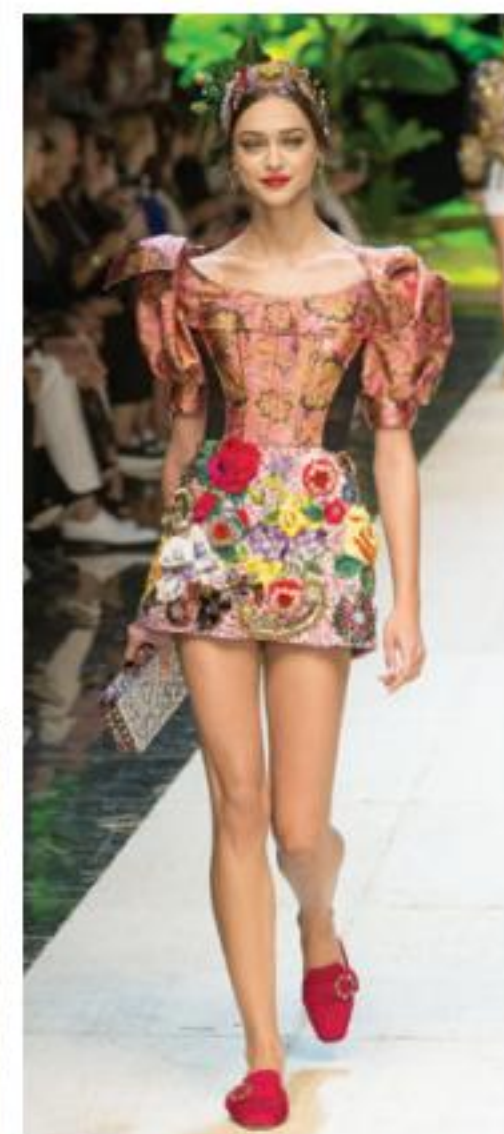
Bộ sưu tập bắt đầu bằng những chiếc áo khoác phong phú hoa văn thêu và họa tiết thổ cẩm, trông giống như những bộ quân phục sĩ quan hải quân từng mặc trong các trang tiểu thuyết của nữ văn sỹ Jane Austen. Chúng cũng tựa tựa như một bộ sưu tập kỷ vật gồm các bộ suit tơ tằm, những chú vịt Donald mặc áo khoác da đi giày lười. Từng trang phục của Bộ sưu tập nam Xuân - Hè 2017 chính là những phản ánh của chuyến du thám này. Chúng giữ lại những dấu vết quá khứ, là tiếng vang của hồi tưởng, là hình ảnh từ trí tưởng tượng. Mỗi bộ suit là kính vạn hoa của những phối hợp đầy chất thơ tạo nên tầng ngữ nghĩa mới.



ERMENEGILDO ZEGNA S/S 2017

Ermenegildo Zegna là biểu tượng đẳng cấp của các quý ông thành đạt với phong cách thiết kế lịch lãm và nam tính, tập trung vào những đường may tuyệt hảo, kiểu dáng đơn giản, màu sắc thanh lịch. BST xuân hè 2017 này là một “vỡ kịch” giữa sự chín chu của những bộ vest và sự phóng khoáng của những bộ cánh casual – nhưng cả 02 phong cách đều chịu sự ảnh hưởng của xu hướng thời trang thập niên 50s tại Ý với những chiếc quần ống xuống cạp cao. Dù mang phong cách nào đi chăng nữa, thì dưới sự chỉ đạo tài tình của nhà Giám đốc sáng tạo Stefano Pilati, các bộ cánh luôn được may một cách tỉ mỉ và cẩn thận.

DOLCE & GABBANA S/S 2017



Trong BST xuân hè 2017 lần này, Stefano Gabbana và Domenico Dolce đã đưa giới mộ điệu đến thăm một khu vườn cổ tích đầy màu sắc của nước Ý. Những chiếc quần denim patchwork ấn tượng, áo khoác phong cách hoàng gia, áo khoác ni oversize dáng dài, đầm đính sequin nhiều màu sắc... đều làm bật lên khái niệm về một mùa hè nóng bỏng, sôi động và ngập tràn những bữa tiệc vui ngây ngất. Những chiếc đầm midi thướt tha in hình hoa cúc, hoa hồng, đầm dáng bút chì ôm sát chất liệu da, đầm ren xuyên thấu đủ xinh đẹp cho những hoài niệm về chuyến du hành đầy háo hức ở Ý với những bãi cát trải dài và hàng cọ đứng đưa.

Trên đường băng của Dolce & Gabbana, chúng ta thấy rõ được sự hòa lệ từ các chi tiết đính đá xen lẫn với nguồn cảm hứng bất tận từ tôn giáo và những điểm rất đặc trưng của nước Ý như mì spaghetti, gelatos, nước sốt cà chua... tất cả đều được đưa vào BST bằng một tinh thần vui nhộn, náo nhiệt hơn bao giờ hết. Và như một điều hiển nhiên, Domenico Dolce và Stefano Gabbana lại khiến toàn bộ khách mời có mặt đi từ bất ngờ đến thích thú rồi say đắm mãi không thôi.



THOM BROWNE S/S 2017

Có vẻ như “Bình thường” không bao giờ xuất hiện trong từ điển của Thom Browne. Nếu như BST Xuân-Hè cho nam với những thiết kế 1 mảnh in hình giả 3D thì BST Xuân-Hè 2017 lần này, Thom Browne mang đến những thiết kế với nguồn cảm hứng từ bức ảnh chụp mang tên “Cuộc sống tươi đẹp” bên hồ bơi tại Palm Beach của Slim Aarons năm 1955.

Từ bức ảnh đó, Thom Browne biến sân diễn thành hồ bơi với những miếng gạch lát màu xanh và những người mẫu đội mũ và áo choàng tắm rực rỡ. Không chỉ dừng lại ở đó, BST chuyển tiếp bởi chiếc váy sequin ánh bạc phủ với chiếc mũ hình Hector – chú chó của Browne và cũng là một hình ảnh quen thuộc của thương hiệu. Hình ảnh của Hector cũng xuất hiện qua những chiếc túi xách trong BST. Có thể nói, Thom Browne sử dụng tối đa những thiết kế in tạo cảm giác 3D trong BST lần này của mình. Những chiếc váy nhìn qua những bộ suits kẻ ô sặc sỡ. Cầu kỳ và chi tiết trong từng đường cắt may, ráp nối nhưng hầu hết các thiết kế chỉ cần một khoá kéo sau. Thật là một ý tưởng hoàn hảo khiến giới mộ điệu luôn phải “wow” trước mỗi BST của ông.

Jonathan Saunders

Kẻ truyền sinh khí mới cho DVF



KẾ HOẠCH TIẾP SINH KHÍ CỦA NHÀ THIẾT KẾ NGƯỜI SCOTLAND, JONATHAN SAUNDERS CHO DVF LÀ? TRẢ LỜI, TẬP TRUNG VÀO SỰ KẾT NỐI VỀ CẢM XÚC CHÚNG TA CÓ VỚI NHỮNG BỘ TRANG PHỤC CỦA MÌNH!



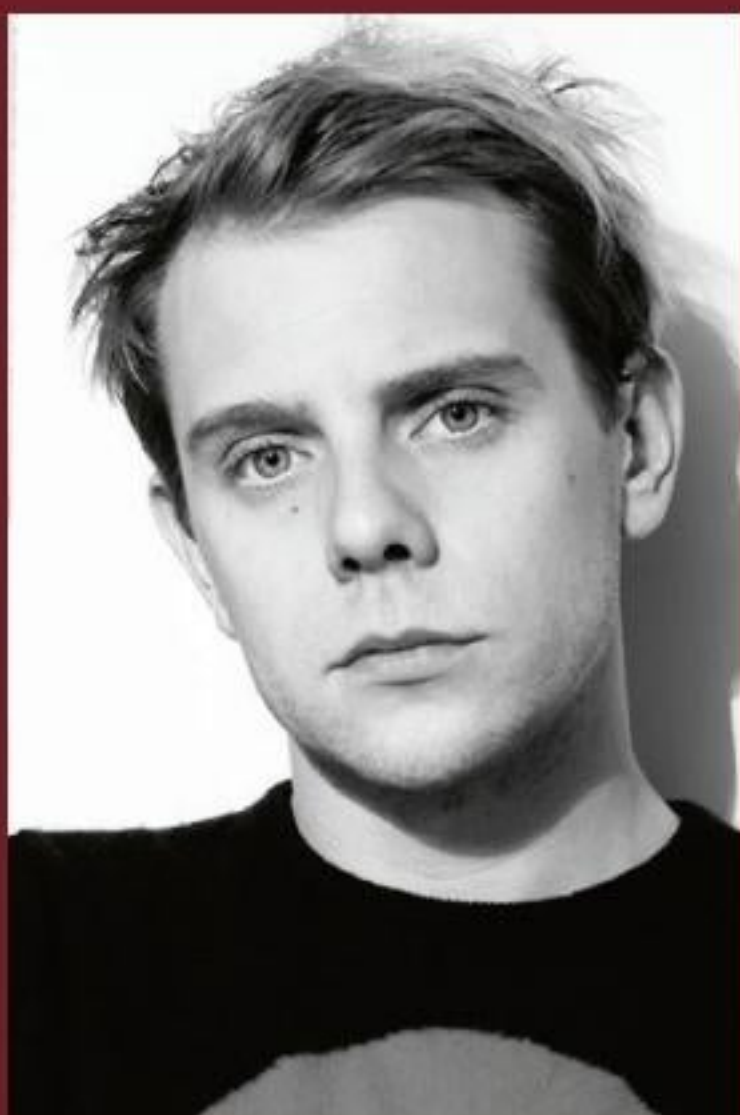


Nếu bạn “google” từ khoá “wrap dress”, kết quả đầu tiên chắc chắn sẽ là Diane von Furstenberg – thương hiệu. Khi nhà thiết kế Diane von Furstenberg, người phụ nữ, tạo ra phong cách này là cách đây 4 thập kỷ. Trong suốt 40 năm đó, bà đã giúp những người phụ nữ tạo ra một bước ngoặt cho ngành công nghiệp thời trang của Mỹ - bà không chỉ giúp họ có thể thiết kế những bộ trang phục mà còn giúp họ tạo ra một đế chế với những bộ trang phục đó. Bởi vậy, có lẽ bạn sẽ ngạc nhiên khi biết người Diane lựa chọn để tiếp quản vị trí Giám đốc sáng tạo của bà vào tháng 05 năm ngoái là một người đàn ông – người đã chỉ là một cậu bé khi DVF đang khiêu vũ trong những thiết kế kinh điển của bà với Andy Warhol tại Studio 54. Tuy nhiên, nếu bạn biết Jonathan Saunders, bạn sẽ hiểu tại sao người sáng lập thương hiệu lại chọn người đàn ông này.

“Với tôi, người phụ nữ là phần quan trọng nhất của toàn bộ mọi thứ,” Jonathan chia sẻ, sau gần một năm làm việc ở DVF. “Tôi muốn khiến người phụ nữ của mình phải thực sự cảm thấy kích thích trước các thiết kế.” Saunders đã có một lịch sử lâu dài thực hiện được điều này khi ông điều hành thành công thương hiệu của mình ở London trong suốt 12 năm, thiết kế trang phục cho những người nổi tiếng nhất từ Madonna tới Michelle Obama. Ông đã đóng cửa thương hiệu của mình vào cuối năm 2015 và von Furstenberg đã thấy được đây là cơ hội để tuyển dụng nhà thiết kế sinh ra ở Glasgow này cho đội của mình. Saunders thuật lại: “Có rất nhiều sự đồng điệu giữa những gì mà tôi yêu thích với những đặc điểm nhận biết của thương hiệu DVF.” Với những người đã quen thuộc với những “tác phẩm” của Saunders, tình yêu của ông dành cho màu sắc và các hoạ tiết in chính là điều giúp ông trở thành lựa chọn hoàn hảo cho thương hiệu DVF. “Không nhiều người từng đặt câu hỏi về sự phù hợp của tôi với công việc này,” Jonathan khẳng định. Với bộ sưu tập đầu tiên của Saunders cho thương hiệu DVF trong mùa mốt Xuân – Hè này, nhà thiết kế giới thiệu những chiếc váy có thiết kế bất đối xứng, những chiếc quần ống rộng, những chiếc áo top lấy cảm hứng từ phòng ngủ với những hoạ tiết đối chọi và những sắc màu rực rỡ. Hẳn nhiên, với bộ sưu tập này, Jonathan đã cho thấy với thời trang và cuộc sống ở Mỹ, ông đã hoà mẫn và gặp gỡ người phụ nữ đã thay đổi cuộc đời của ông.

Jonathan Anderson

& Cuộc cách mạng ở Loewe



MUỐN THÀNH CÔNG TRONG THỊ TRƯỜNG THỜI TRANG HIỆN NAY, SÁNG TẠO KHÔNG THÔI CHƯA ĐỦ, QUAN TRỌNG ĐÓ LÀ SỰ NỖ LỰC VÀ CỐNG HIẾN ĐẾN TẬN CÙNG. JONATHAN ANDERSON CÓ LẼ LÀ MINH CHỨNG CHO SỰ KỶ DIỆU ĐẦY ĐIỂN RÕ CỦA NHỮNG NỖ LỰC CỐNG HIẾN ĐÓ.



Tìm kiếm một chút khe hở trong lịch trình của Jonathan Anderson để có một cuộc trò chuyện quả là một thách thức không hề nhỏ. Hàng tuần, hàng ngày thậm chí hàng giờ của anh đều đã được lên lịch cẩn thận. Thời gian của anh được phân chia rất kỹ cho công việc trong vai trò nhà thiết kế chính cho thương hiệu Loewe và cho công việc của thương hiệu mang tên anh. Bạn hẳn sẽ rất ngạc nhiên khi biết cả 02 thương hiệu dưới sự lãnh đạo của Jonathan trong những năm gần đây đã rất thành công (tất cả những điều này là nhờ sự nỗ lực đáng khâm phục của anh).

Thậm chí ngay cả những phóng viên của những tờ tạp chí lớn muốn phỏng vấn Jonathan Anderson cũng cần phải viết mail trước hàng tuần. Và thứ họ nhận được (rất có thể) là một email về lịch trình làm việc trong 02 tuần tới của nhà thiết kế: làm việc tại Loewe store, thực hiện một buổi triển lãm tại Madrid; 02 ngày ở Art Basel

tại Miami Beach cũng như những buổi ký tặng sách khắp châu Âu; 02 chuyến đi đến New York, họp với nhiếp ảnh gia thời trang Steven Meisel (tại New York) để hợp tác và chuẩn bị cho chiến dịch Thu/Đông 2017 sắp tới của Loewe.

Có thể nói lịch trình của Jonathan là minh chứng rõ nét nhất cho những gì mà một nhà thiết kế hiện đại cần phải thực hiện trong bối cảnh của làng thời trang hiện nay: đảm nhiệm các công việc (không chỉ thiết kế). Làm việc chăm chỉ, thậm chí đến mức điên rồ. Cuộc sống của Anderson chỉ xoay quanh giữa những thành phố và những studio. Mỗi chiều chủ nhật, anh đến Paris để làm việc tại xưởng của Loewe đến đêm thứ ba và bay trở lại London để làm việc trong studio J.W Anderson của mình ở Dalson từ thứ tư đến thứ sáu. Xem lẫn vào đó là vô số những cuộc họp quan trọng mỗi ngày, mỗi cuộc họp kéo dài 45 phút. Jonathan có tới 03 trợ lý. Và nếu ai đó nghĩ sở hữu 03 chiếc iPhone là một cách khoe của (của giới trẻ) thì với Jonathan, 03 chiếc iPhone là 03 công cụ để hỗ trợ công việc. Để đơn giản, bạn hãy tưởng tượng khối lượng công việc của riêng Loewe một năm mà Jonathan phải đảm nhiệm là 08 bộ sưu tập (cho cả nam và nữ) và thêm 08 bộ sưu tập cho thương hiệu mang tên anh. Đó là chưa kể tới những thiết kế dành cho dòng hàng phụ kiện như túi xách, giày dép, đồ trang sức – những mặt hàng đang phát triển hiện nay.

Những ngày đầu năm, có vô số những sự kiện văn hóa và sự kiện hợp tác mà Jonathan phải thực hiện và tham gia. Đó là trưng bày bộ sưu tập nghệ thuật Loewe Foundation, giới thiệu những bức tranh tĩnh vật hoa cỏ tuyệt đẹp của Meisel, hội thảo JW Anderson Workshops (hợp tác với các nghệ sĩ khác) và triển lãm sắp tới (của Jonathan) tại phòng trưng bày Hepworth Wakefield, triển lãm Disobedient Bodies (lựa chọn nghệ thuật của anh là về chủ đề cơ thể con người.)

Với cường độ làm việc như vậy, không khó hiểu nếu bạn bắt gặp một Anderson đi giày Nike, mặc quần denim màu trắng bạc và áo len xanh blue. Cũng đừng ngạc nhiên khi thấy cách châm thuốc của Jonathan. Anh chia sẻ: “Tôi không thể kiểm soát nếu không xuất hiện trực tiếp ở đó.” Nhiệm vụ của Jonathan là “duy trì di sản của Loewe để nó không bị mai một.” Jonathan đã về Loewe năm 2014 và ngay lập tức thay đổi diện mạo mới cho thương hiệu này. Anh tiếp tục tập trung vào các kỹ thuật may đo thủ công truyền thống, kết hợp với sự sáng tạo và những kiến thức tuyệt vời của thương hiệu về da thuộc.

Jonathan chia sẻ về đam mê làm việc của anh: “Khi bắt đầu công việc ở một thương hiệu, bạn dường như bị ám ảnh.” Và kết quả sự phát triển của Loewe – thương hiệu thuộc tập đoàn xa xỉ LVMH – là bằng chứng tốt nhất cho thấy những nỗ lực làm việc của Jonathan Anderson. Thương hiệu đã có thêm 40 cửa hàng mới trên toàn thế giới và tăng gấp đôi kích thước nhà máy của nó ở Madrid kể từ khi Anderson đặt chân đến.



GIUSEPPE ZANOTTI

SS 2017

CÙNG HÀNG HIỆU KHÁM PHÁ NHỮNG SHOOT HÌNH TRONG BỘ
SƯU TẬP ĐẶC BIỆT CỦA GIUSEPPE ZANOTTI.



Phân phối tại: JACQUELINE Boutique

<https://tieulun.hopto.org>

Singh







Singh



Sing







Gianni





THE STYLISH SPORTY MAN

Đã là một quý ông Hàng Hiệu thì việc ăn vận đẹp tựa như một “sứ mệnh” của bạn. Và dù cho bạn có đang đi dự tiệc hay chơi thể thao đi chăng nữa, Hàng Hiệu sẽ luôn giúp bạn chọn được những bộ đồ đẹp nhất! Dưới đây là một set thể thao dành cho những quý ông đam mê bộ môn tennis.



Ray-Ban



Lacoste



Lacoste



Babolat



Jordan



Nike



A TRADITION OF 325 YEARS

The end of the 16th century marked the start of Swiss watch making in the legendary Jura mountains. The Les Vauberts collection pays tribute to this era and features a historic farmhouse engraving on each caseback in which our

predecessors lived, made and assembled clocks during the harsh winter months. Today Edox timepieces are still hand-assembled, respecting the tradition of our elders. **Les Vauberts – A genuine tribute to a proud 4 centuries old tradition.**




EDOX

Maître Horloger - Les Genevez
depuis 1884

PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN: LÂM TRẦN LTD. Tel: +84.8 3824 4213

Tp. Hồ Chí Minh: WATCH GALLERY Parkson Saigon Tourist: 08.22101653 • Parkson Hùng Vương: 08.22430318 • Parkson Cantavil: 08.62812292 • THÀNH PHÁT Vincom B: 08.39369770
• Saigon Center: 08.38213231 • Hà Nội: A&M Trảng Tiến Plaza: 04.35160868 • Aeon Mall Long Biên: 04.66686999 • WATCH GALLERY Lotte Department Store: 04.33332163

<https://tieulun.hopto.org>

Information & Shops > www.edox.ch

THE CASUAL STYLE

Nếu bạn cảm thấy đã quá “đủ” với những bộ suits lịch lãm và sang trọng, hãy thử đổi mới cho mình bằng một set đồ cực casual dưới đây mà Hàng Hiệu “pick” cho bạn!



Maison Margiela



Lanvin



Chimala



Alex Mill



Oliver Spencer



Want Les Essentiels



Grenson



Elvis Presley

ELVIS PRESLEY

www.hamiltonwatch.com



VENTURA ELVIS[®]
AUTOMATIC SWISS MADE

ICON
LEGEND
THIS IS VENTURA


AMERICAN SPIRIT • SWISS PRECISION

PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN:

LÂM TRẦN LTD. Tel: +84 8 3824 4213

Tp. Hồ Chí Minh: WATCH GALLERY Parkson Saigon Tourist: 08 22101653 •

Parkson Hùng Vương: 08 22430318 • Parkson Cantavil: 08 62812292 •

THÀNH PHÁT Vincom B: 08 39369770 • Saigon Center: 08 3821 3231

Hà Nội: WATCH GALLERY Trảng Tiễn Plaza: 04 35160868 • Aeon Mall Long Biên: 04 66686999 • Lotte Department store: 04 3332163 • Times City: 04 3200 2680

<https://tieulun.hopto.org>



Ralph Lauren Purple Label



Prada



Loro Piana



Gucci



Acne Studios



Common Projects



Brunello Cucinelli

AMAZING AMSTERDAM

**HÃY CÙNG HÀNG HIỆU
ĐẾN THĂM MỘT THÀNH
PHỐ DƯỚI CON MẮT CỦA
MỘT QUÝ ÔNG SÀNH ĐIỀU!**

Amsterdam là thủ đô của đất nước Hà Lan. Thành phố này nằm trên bờ sông Amstel và mang dáng dấp của một thành phố cổ châu Âu điển hình. Khung cảnh toàn thành phố Amsterdam gần giống như một thế giới cổ tích với những chiếc cối xay gió, những ngôi nhà cổ, những cây cầu và những ngôi nhà sàn tuyệt đẹp. Dưới đây là set đồ mà Hàng Hiệu gợi ý cho bạn trong chuyến đi lần này!

BORN IN LES GENEVEZ, SWITZERLAND*



* Residence of Claude Bernard.
The historic home of clock and
watchmaking for 450 years.



claude bernard
swiss made watches

PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN: LÂM TRẦN LTD. Tel: +84.8 3824 4213

Tp. Hồ Chí Minh: WATCH GALLERY Parkson Saigon Tourist: 08.22101653 • Parkson Hùng Vương: 08.22430318 • Parkson Cantavil: 08.62812292 • THÀNH PHÁT Vincom B: 08.39369770
• Saigon Center: 08.38213231 • Hà Nội: ĐỒNG HỒ TỐT Big C Thăng Long: 0983987968 • Savico Mall: 0935618668 • Royal City: 0935618668 • A&M Trảng Tiến Plaza: 04.35160868
• Aeon Mall Long Biên: 04.66686999 • Vincom Hai Bà Trưng: 04.22200268 WATCH GALLERY Lotte Department Store: 04.33332163 • DUY ANH Times City: 04.22148335 • 212 Phố Huế: 04.22148336 • REAL WATCH Garden Mall: 0904629989 • ĐỒNG HỒ 36 Đội Cấn: 0906111160 • KASHI 23 Hàng Khay: 0934257689 • Hải Phòng: WATCH GALLERY Parkson TD Plaza: 031.38602161 • 51 Hoàng Văn Thụ: 031.3754488 • Thái Nguyên: NGUYỄN HÙNG 111 Hoàng Văn Thụ: 0280 3855 836 • Hạ Long: SK TIME Vincom Hạ Long: 0903634373 • Lạng Sơn: CTY THÀNH SƠN 31A Bắc Sơn: 025 3775885



Prada



Gucci



Alexander McQueen



Christian Louboutin



Chloé



Gucci



Hermès

CIAO ITALIA!

**HÃY CÙNG HÀNG HIỆU
“PICK” ĐỒ ĐỂ TỚI “THÀNH
PHỐ NƯỚC” CỦA ĐẤT
NƯỚC Ý XINH ĐẸP!**

Được biết đến là Thành phố của nước, Venice là thành phố lãng mạn đối với khách du lịch yêu thích những cuộc du ngoạn bằng thuyền đẩy bằng trên con kênh thơ mộng. Đã tới Italia, không ai có thể bỏ sót được Venice – nơi được mệnh danh như thiên đường hạ giới. Hãy cùng chúng tôi khám phá vẻ đẹp của đất nước này với set đồ đậm chất Ý dưới đây!

Designed to resist the
countless scratches of
the world.

Crafted with Super Titanium™; a watch born from
a ceaseless effort to improve and the pursuit for
harder, better material.



CITIZEN

BETTER STARTS NOW

LOWLINE

CÔNG VIÊN NGẦM ĐẦU TIÊN TRÊN THẾ GIỚI



TRONG TƯƠNG LAI KHÔNG XA CỦA THÀNH PHỐ NEW YORK, KHI MÀ CON NGƯỜI ĐÃ PHÁT TRIỂN DÂN SỐ ĐẾN MỨC “CHÓNG MẶT” THÌ TÀU ĐIỆN NGẦM KHÔNG CÒN LÀ THỨ DUY NHẤT ĐƯỢC ĐẶT DƯỚI LÒNG ĐẤT NỮA. BÊN CẠNH ĐÓ, CHÚNG TA SẼ CÓ CẢ MỘT CÔNG VIÊN ĐẦU TIÊN ĐƯỢC XÂY DỰNG DƯỚI LÒNG ĐẤT.



Câu chuyện được bắt đầu từ năm 2009, khi công viên High Line được xây dựng trên hệ thống đường ray xe hoả thời không sử dụng vừa mới được mở cửa ở phía tây của Manhattan. Cách đó không xa, nằm bên dưới khu Lower East Side, có một hệ thống tàu điện ngầm đã từng được hoạt động trong suốt 04 thập kỷ trước khi bị lãng quên từ năm 1948 tới nay, các đường ray nổi trên mặt đất của nhà ga Williamsburg Bridge được phá bỏ để xây dựng đường ô tô. Chính những điều này đã gợi lên ý tưởng làm sống lại nơi đây của Dan Barasch và nhà thiết kế kiến trúc James Ramsey bằng cách xây dựng một công viên ngầm dưới lòng đất và mọi người bắt đầu gọi nó bằng cái tên Lowline.

Những ý kiến trái chiều.

Khi dự án này bắt đầu, một số người cho rằng ý tưởng về một công viên nằm ngay dưới chân khiến họ thích thú và cảm thấy bị kích thích mãnh liệt. Tuy nhiên, số khác lại tỏ ra e ngại trước các vấn đề về không khí thiếu trong lành hay tệ hơn là chuột bọ hay các loài gặm nhấm. Không ít người lại cảm thấy bị cô lập do giới hạn về không gian và bất an trước nguy cơ bị tấn công khủng bố. Để giải đáp những nghi ngại, Dan Barasch, giám đốc điều hành dự án Lowline cho biết, vấn đề không khí sẽ được đảm bảo nhờ một hệ thống thông gió hiệu quả cộng với việc chính cây cối cũng sẽ đảm nhiệm chức năng này. An ninh sẽ được đảm bảo 24/24 ngoài ra công viên sẽ luôn được bảo trì và giữ gìn sạch sẽ. Rác thải nhanh chóng được chuyển ra ngoài để phòng việc thu hút các loài gặm nhấm có thể gây hại.

Dự án công viên Lowline cũng nhận được sự ủng hộ từ giới chức địa phương cũng như những người thích sự mới lạ tuy nhiên vẫn có không ít rào cản và dự kiến nó sẽ không thể hoàn thành trước năm 2021. Ông Victor Papa, Chủ tịch hội đồng Two Bridges Neighborhood, một cộng đồng các tổ chức phát triển và nhà ở tại khu vực Lower East Side cho biết bản thân ông cảm thấy rất hoài nghi về thành công cũng như giá trị của dự án này. Những người như ông không muốn công viên sau khi hoàn thành sẽ là nơi chỉ để thu hút những người nổi tiếng và giới nhà giàu, thay vào đó nó nên là nơi đem đến cho người dân địa phương nhất là trẻ nhỏ những kiến thức về khoa học và các hoạt động tương tự.

Định hướng phát triển.

Để cho công chúng có thể hình dung về diện mạo của Lowline, hai người đặt ra mục tiêu quyên góp 100 nghìn đô la để trang trải cho hoạt động trưng bày kéo dài 1 tháng vào năm 2012. Thực tế số tiền họ quyên được lên tới 150 nghìn đô la. Với số tiền này họ đã cải tạo một nhà kho tối thành một công viên mini với một cây phong Nhật Bản trồng trên ngọn đồi nhỏ đầy rêu. Công trình đã thu hút được hơn 11.000 người tới chiêm ngưỡng. Năm ngoái, một chiến dịch tương tự đã thu về 225.000 đô la cho dự án gian thí nghiệm trưng bày trên phố Essex. Cùng với công ty Sunportal của Hàn Quốc, những người thuộc dự án đã lắp đặt một hệ thống phản xạ ánh sáng mặt trời mà họ gọi là “ánh sáng từ xa”. Một tấm gương lớn được đặt trên mái của gian thí nghiệm sẽ phản chiếu ánh sáng vào mắt của một kính viễn vọng lớn. Ánh sáng sau đó được hội tụ và phản chiếu xuống dưới thông qua các ống đặt trên 03 khe hở của mái nhà trước khi lan toả đi khắp gian phòng nhờ vào vòm rộng 30 phút được ghép từ các tấm nhôm. Vào những ngày âm u, gian thí nghiệm sẽ được chiếu sáng nhờ vào hệ thống đèn LED. Ngày 14/7 vừa qua, Phó Thị trưởng Alicia Glen và Tập đoàn Phát triển Kinh tế của thành phố New York đã chấp thuận dự án này, đây sẽ là nơi phục vụ nhu cầu thư giãn cho cả cộng đồng người dân địa phương và lượng khách du lịch vô cùng lớn đến New York mỗi năm. Chi phí xây dựng dự kiến khoảng 80 triệu đô la.

Hệ thống cây xanh phong phú.

Trung tâm của gian thí nghiệm là một khu vườn xum xuê với 3.000 cây xanh bao gồm hơn 60 loài thực vật khác nhau. Dương xỉ, rêu và nấm phát triển rất tốt bên cạnh cà chua, hành và tỏi. Bạc hà trở nên rậm rạp và phải được hái hàng ngày. Dâu tây ra quả và có thể ăn được. Mặc dù vậy vẫn có những cây không sinh trưởng tốt đến độ phải nhổ bỏ. Trong số các cây trồng ở đây, Ramsey tỏ ra đặc biệt thích thú với cây tán bì, loại cây đặc trưng của New York, cao khoảng 70 cm ở chính giữa khu vườn. Đã có hơn 80.000 người ghé thăm gian thí nghiệm





bao gồm cả thị trường thành phố Seoul. Mọi người được phép chạm vào cây cối và được khuyến khích đi dạo trong không gian vườn. Các lớp học Yoga và khí công đã được tổ chức ở đây, ngoài ra một chương trình ngoại khoá cũng đã được tiến hành tại khu vườn để giảng dạy khoa học và toán cho 2.000 học sinh trung học. Với kết quả thu được từ gian thí nghiệm trưng bày, Dan Barasch cho rằng mọi người đã sẵn sàng đón nhận một công viên ngầm dưới đất nhất là trong bối cảnh mọi người dân New York đều đang phải vật lộn để kiếm cho mình từng chút ít không gian với cây xanh và sự thanh bình của thiên nhiên.

Với tên gọi là Lowline, công viên rộng 1 mẫu Anh nằm dưới phố Delancey sẽ là một khu vườn 4 mùa với thảm thực vật xanh tốt quanh năm. Bà Alicia Glen, phó thị trưởng phụ trách xây dựng và phát triển kinh tế cho biết công viên Lowline sẽ tạo thêm không gian công cộng cho khu vực tập trung đông dân cư nhất của thành phố đồng thời là hình mẫu để các thành phố khác tham khảo. Trên thực tế kế hoạch xây dựng công viên này cũng đã thu hút được sự chú ý từ giới chức và các nhà hoạch định đô thị đến từ London, Moscow, Paris và Seoul.

VERSAILLES

TRÁNG LỆ



**CÙNG HÀNG HIỆU KHÁM PHÁ CUNG ĐIỆN VERSAILLES VÀ TOÀN BỘ SỰ TRÁNG LỆ CỦA NÓ QUA
TRIỂN LÃM VERSAILLES: TREASURES FROM THE PALACE!**





Khi tới phòng triển lãm Hall of Mirrors, cả căn phòng chỉ có mình tôi do tôi là khách tham quan đầu tiên của ngày. Những ánh sáng của một buổi sớm đi qua các cửa sổ vòm, và được phản chiếu bởi những chiếc gương đối diện bên trong. Trước mắt tôi là khoảng 73m sàn gỗ trải rộng, còn phía trên đầu là những chiếc đèn chùm treo dưới trần uốn vòm. Dưới thời vua Louis XIV, vị vua còn được biết đến với cái tên Sun King (Thái Dương Vương), căn phòng chật ních các cận thần và được thắp sáng bởi khoảng 20.000 cây nến trong các chân đế pha lê và những cột đèn khổng lồ dát vàng. Mặc dù ít người nhận ra nhưng 02 trong số những cây cột này đã được di dời.

Triển lãm Versailles: Treasures from the Palace hiện đang diễn ra tại bảo tàng (kéo dài tới ngày 17/04/2017) sẽ đưa khách tham quan trở lại thời đại của quyền lực, xa hoa. Lần đầu tiên trong lịch sử, hơn 130 bức tranh, tấm thảm, tượng điêu khắc, những món đồ nội thất tiết lộ cuộc sống mỗi ngày của giới tinh anh trong quá khứ đã rời Pháp và tới Canberra.

Mặc dù đã hơn 02 thế kỷ kể từ thời hoàng kim của lâu đài, thế giới vẫn bị mê hoặc bởi điện Versailles và những người từng sống tại đây. Và điều này càng đúng hơn sau khi đạo diễn Sofia Coppola giới thiệu bộ phim Marie Antoinette, còn đài SBS giới thiệu series Versailles.

Tất cả bắt đầu vào khoảng những năm 1600s khi vua Louis XIII xây dựng một căn nhà đi săn bên cạnh một đầm lầy đầy muỗi gần ngôi làng Versailles. Con trai ông, vua Louis XIV, đã xây nhà nghỉ này thành một lâu đài với các khu vườn tuyệt đẹp (mà chúng ta

biết của ngày hôm nay). Ông đã đích thân mời kiến trúc sư tài danh Louis Le Vau và bậc thầy vẽ làm vườn, André Le Nôtre vẽ tham gia vào dự án này. Sau đó ông vừa khuyến khích vừa ép buộc các cận thần của mình chuyển tới sống ở đây, biến nơi này thành một quần thể kiến trúc xa hoa bậc nhất châu Âu. Lãnh địa hoàng gia lớn nhất thế giới hiện nay nằm trên một diện tích rộng lên tới 800 hecta, bao gồm các khu vườn cầu kỳ, các đài phun nước của Le Nôtre, hai cung điện nhỏ, công trình Queen's Hamlet, một ngôi làng nhỏ Marie Antoinette đã xây để tận hưởng cuộc sống mô phỏng cuộc sống diễn viên, thôn dã.

Trong 700 căn phòng của cung điện (bao gồm cả các căn hộ dành cho các thành viên hoàng gia, các salon và văn phòng), phòng Hall of Mirrors (Sảnh Gương) là căn phòng nổi tiếng nhất. Trong những món đồ được trưng bày trong sự kiện triển lãm này, món đồ nổi tiếng nhất là một chiếc bàn dành cho Thái tử, được thực hiện cho lễ cưới năm 1745 của con trai vua Louis XV. Với những đường cong Rococo (một phong cách còn được biết đến với cái tên Late Baroque), các ngăn kéo bí mật và những chi tiết bọc vàng giúp cho chiếc bàn này trở thành một trong những biểu tượng của nghệ thuật định nghĩa cho cuộc sống xa hoa ở điện Versailles. Mặc dù vậy, trên tất cả, những món đồ ở đây, mang tính nghệ thuật này cho thấy một tay nghề chế tác thủ công hàng đầu thế giới của những người thợ Pháp. Những tấm thảm lớn từ series Life of the King được thực hiện bởi xưởng dệt Gobelins cũng được chuyển tới triển lãm. Ngoài ra, triển lãm còn trưng bày một bức tranh chân dung các thành viên của gia đình hầu tước Sourches và bức tranh chân dung Thái Dương Vương nổi tiếng của họa sỹ người Pháp, Hyacinthe Rigaud.



Cung điện thậm chí có một nhà hát riêng với 700 chỗ ngồi. Mỗi mùa đây sẽ là nơi diễn các vở opera, các buổi hòa nhạc và múa ballet cổ điển. Các chi tiết trang trí nội thất được thực hiện ở dạng vòng xoắn, các tiểu thiên sứ, các tấm gương, các quả chuông, và các vị thần. Thậm chí chỉ riêng một bữa ăn tối riêng của vua cũng cho thấy sự cầu kỳ với sự tham gia của rất nhiều khăn ăn.

Sau khi đã trải nghiệm sự tráng lệ của cung điện, các khu vườn là điểm khám phá yêu thích của những khách tham quan. Tôi chọn cách khám phá khuôn viên này, tôi thuê một chiếc xe độc mã – một lựa chọn lý tưởng để bạn có thể ngắm cảnh mặc dù tôi vẫn phải thú nhận, so với một chiếc xe độc mã, cưỡi một chú ngựa trắng sẽ phù hợp hơn. Trong những quang cảnh yêu thích của các khách tham quan là đài phun nước Latona Fountain – một kiệt tác miêu tả lại cảnh đức mẹ của thần Apollo đang nguyên rửa những người nông dân và biến họ thành những con cóc. Bà đứng trên cao, ở chính giữa trung tâm, được bao quanh bởi những loài lưỡng cư đang phun nước (mặc dù vậy bức tượng thật không còn được trưng bày, bức tượng mọi người xem không phải bức tượng nguyên bản). Sau một “cuộc gặp” không được mấy vui vẻ với những kẻ quá khích, chuyên phá

hoại các công trình nghệ thuật vào đầu những năm 1980 (và một quá trình phục hồi của những người không chuyên), bức tượng nguyên bản hiện nay đang nằm trong két an toàn.

Những khách tới thăm điện Versailles trong thời gian này sẽ có cơ hội trải nghiệm những khu vườn tuyệt đẹp theo một sắp đặt được lấy cảm hứng từ bảo tàng Orangerie và những bồn hoa xung quanh. Ngoài ra, khách tham quan còn được giới thiệu loại nước hoa yêu thích của vua Louis XIV với sự sắp đặt của nghệ nhân pha chế nước hoa danh tiếng Francis Kurkdjian.

Nằm sâu trong khu vườn là 02 cung điện, Grand Trianon – nơi nghỉ riêng của vua Louis XIV nơi ông có thể thoải mái bỏ mái tóc giả xuống. Cung điện còn lại được xây sau đó là Petit Trianon là nơi ở riêng của hoàng hậu Marie Antoinette – một công trình với thiết kế nội thất nữ tính nổi bật. Đây là nơi bà tìm kiếm sự yên bình trong những thứ đơn giản, được minh họa bởi những bông hoa nhài trang trí những món đồ nội thất. Căn phòng cuối cùng của triển lãm được dành để trưng bày những món đồ yêu thích của vị hoàng hậu huyền thoại như những chiếc đàn hạc, những bức tranh chân dung yêu thích.



BẢN ĐỒ PHÂN LOẠI ĐẲNG CẤP VANG Ý MỘT LẦN NỮA LẠI ĐƯỢC THAY ĐỔI. HÃY CÙNG HÀNG HIỆU TÌM HIỂU NHỮNG THÔNG TIN CHUYÊN SÂU TRONG SỰ THAY ĐỔI NÀY!



07

năm về trước, bản đồ rượu vang của Prosecco đã được thay đổi. Khu vực trồng nho và ủ rượu truyền thống trên những ngọn đồi nằm giữa vùng Conegliano và Valdobbiadene đã được nâng lên mức DOCG và một khu DOC mới đã được hình thành, kéo dài từ những cánh đồng của Veneto tới Friuli, từ Treviso đến Trieste. Bản đồ của những vùng làm vang DOC và DOCG đã được thay đổi. Và để bạn đọc có thể tiện cùng chúng tôi tìm hiểu thông tin, chúng tôi xin đưa ra giải thích về hệ thống phân phối DOCG và DOC. Cụ thể hệ thống DOC (Denominazione di Origine Controllata) được dành cho những chai vang cao cấp, tuy nhiên phổ biến hơn, các quy định về quản lý chất lượng và xuất xứ mặc dù nghiêm ngặt nhưng vẫn “thoáng” hơn hệ thống DOCG. Một ví dụ điển hình là vùng trồng vang lớn hơn, quy định dành cho việc sử dụng nho trong quá trình ủ rượu cũng không chặt chẽ bằng DOCG. Hiện nay, chỉ có khoảng 74 nhãn rượu vang của Ý được mang in DOCG trên nhãn mác rượu của mình.

Ranh giới giữa DOC và DOCG một lần nữa mở rộng. Với diện tích đất trồng nho mới được cấp phép trong năm nay, diện tích trồng nho sản xuất vang DOC đã tăng lên 23.000ha. Trong khi đó, diện tích đất sản xuất vang DOCG vẫn ở mức dưới

6.000ha. Khu vực truyền thống sản xuất 83 triệu chai vang mỗi năm; nhưng con số đó chưa là gì nếu so với số chai vang sản xuất từ những đồng bằng (dự kiến đạt mức 500 triệu chai vào năm 2019). Tuy nhiên, sự khác biệt thực sự giữa 02 loại vang DOC và DOCG không nằm ở số lượng mà chính là chất lượng. Cả 02 vùng đều sử dụng giống nho Glera. Tuy nhiên, nếu trong thời gian gần đây, DOC được trồng trên đất phù sa và được cơ giới hóa; DOCG lại vẫn giữ được truyền thống của mình với những ruộng nho lâu đời trên núi đá và triền dốc của dãy Alpine, và các khâu trong sản xuất đều được thực hiện hoàn toàn thủ công – theo nghĩa đen nhất của từ này. Chính điều đó đã tạo nên những khác biệt về hương vị và chất lượng. Vấn đề đặt ra đối với những nhà sản xuất vang DOCG vào năm 2009 là truyền bá cho giới mộ điệu về sự khác biệt giữa 02 loại vang đẳng cấp này. Đây chính là lúc ký tự ‘rive’ được đưa vào sử dụng. Những tiêu chuẩn DOCG giúp cho ‘rive’ được sử dụng để gắn lên nhãn chai với tên về ngôi làng, gắn liền với nguồn gốc và giúp xác định các tiểu vùng có ‘rive’ lâu đời. Rive là một từ phương ngữ, để chỉ những sườn đồi đặc trưng của vùng. Rượu vang gắn mác Rive phải tuân thủ các quy định nhất định: sản lượng thấp, nho phải được lựa chọn bằng tay và phải ghi rõ mùa vụ trên nhãn chai. Sự thu hút ban đầu khá chậm và nhiều nhà sản xuất lo ngại rằng thế giới bên ngoài sẽ không hiểu hết được ý nghĩa của nhãn hiệu Rive; thậm chí, nhiều nhà sản xuất rượu vang dẫn đầu như Ruggeri, Bisol và Nino Franco đã quyết định sẽ không sử dụng cái tên Rive trong top những lựa chọn của họ.



Ý nghĩa vùng miền

Tình hình hiện nay là gì? Hai năm sau chuyến thăm đầu tiên của tôi tới khu Rive giữa Conegliano và Valdobbiadene, tôi đã có lần trở lại vùng đất này để nếm rượu và lắng nghe những chia sẻ. Đây có phải là vùng trồng nho? Và nếu đúng như vậy, nó bổ sung thêm những gì vào kiến thức cũng như sự thích thú của chúng ta về các loại rượu vang? Xét về số liệu, 02 mùa vụ gần nhất đã cho thấy một sự gia tăng đáng kể về số lượng những chai Rive. Thậm chí người ta còn dự đoán con số này cán mốc 2,5 triệu chai vào năm tới. Có một số lượng lớn trong số lượng những chai Rive này đến từ những nhà sản xuất nhỏ và trung bình – những người sử dụng nhãn Rive như một cách để tách biệt mình với các thương hiệu lớn.

Clemente Codello là chủ công ty gia đình Roccat, sở hữu 7ha đất trồng nho được trồng từ thời ông nội ở khu Rive di San Pietro di Barbozza. Ông đã chấp nhận nhãn tiểu khu ngay sau khi DOCG mới xuất hiện. Ông cho biết: “Họ chưa thực sự hiểu rõ về Rive, nhưng chúng tôi tin tưởng vào họ. Chúng tôi thực sự tin họ sẽ tạo ra được những khác biệt.” Ở Colfosco, Renzo Montesel đã lựa chọn tham gia DOCG từ mùa vụ 2015. Ông nói: “Chúng tôi đã quyết định ghi Rive lên trên nhãn mác bởi vì nó được trồng trên

những vườn trồng nho nhỏ và những vườn nho này được chăm sóc hoàn toàn bằng tay. Nó tạo nên một sự uy tín về rượu vang.” Ông hiện đang có 8ha đất trồng nho cổ thụ ở vùng đất đá vôi trên độ cao 250m.

Gabriella Vettoretti hiện đang làm việc trên một diện tích 43ha đất trồng nho DOCG ở nhà máy rượu La Tordera. Cô có thể ghi nhãn tất cả DOCG Prosecco của cô với cái tên Rive (tiểu khu) tương ứng, nhưng tin rằng nó sẽ tạo ra sự nhầm lẫn. Cô bảo lưu tên vùng trồng nho cho loại rượu vang đặc biệt nhất của cô: ủ chín tự nhiên từ những cây nho cổ thụ ở Guia. Cô ủng hộ quan điểm sử dụng ký tự Rive trên nhãn mác bởi ý nghĩa của chúng: “Số lượng không phải cái quyết định, chính chất lượng và bản sắc mới là quan trọng nhất,” cô nói.

Nhà sản xuất rượu vang lâu đời Bortolomiol là một trong những nhà sản xuất lớn đã lựa chọn gắn mác Rive. Theo họ, tên gọi của vùng đất trồng nho được dành riêng cho loại rượu vang độc quyền của vùng đất đó. Một ví dụ điển hình cho trường hợp này là Riserva del Fondatore Motus Vitae của tiểu khu Rive di San Pietro di Barbozza, rượu đượm vị, đầy tinh tế, đặc trưng của những chai rượu vang được ủ lâu năm của vùng Prosecco. Tuy nhiên, cái gì cũng có cái giá của nó, mỗi chai Riserva del Fondatore Motus Vitae



DIMSUM HONGKONG

ĐÀU BẾP HỒNG KÔNG
HƯƠNG VỊ HỒNG KÔNG ĐÍCH THỰC



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

NHÀ HÀNG LONG ĐÌNH
64B Quán Sứ, Hà Nội
Tel: 043 942 9168 - Hotline: 0902 286 286
www.longdinh.com.vn <https://tieulun.hopto.org>



thời gian ủ thường kéo dài tối thiểu là 02 năm.

Những mục tiêu mới, cao hơn

Nhưng ‘hệ thống’ phân loại này cũng có điểm yếu riêng của nó. Nói theo một cách nào đó, Rive (tiểu khu) được xác định theo địa giới hành chính nhiều hơn là những tiêu chuẩn chuẩn xác. Bạn có thể hiểu thế này, bất kỳ ngôi làng nào thuộc vùng sản xuất vang DOCG (dù lớn hay nhỏ) cũng đều có thể gắn tên làng lên những chai rượu. Tuy nhiên, có nhiều ngôi làng lớn đã phát triển giống nho mới khác xa giống thuần chủng và không phải tất cả mọi ngôi làng đều trung thành với nghề trồng nho thủ công. Thêm nữa, sự ra đời của Rive chỉ đơn giản giống như “một bài tập dán lại nhãn chai”. Nói chung, về mặt cơ bản, chúng ta vẫn đang uống cùng một loại rượu như trước chỉ có điều, chúng được ghi thêm một số thông tin ở bên dưới chai.

Đó là một sự thật (mặc dù vẫn có những trường hợp ngoại lệ như trường hợp của Franco Adami – người đã phát triển loại vang Col Credas mới – đáp ứng những tiêu chuẩn mới), nhưng chắc chắn nó không làm mất đi chủ đích ban đầu: Mô tả vị trí xuất xứ của chai rượu thêm cụ thể hơn.

Bên cạnh đó, có một số câu hỏi thực tế hơn. Trước hết, Có phải Rive là ký tự dẫn chúng ta đến một vùng trồng nho nào đó và đặc tính của loại rượu vang đó? Đó là một câu hỏi khó trả lời bởi vì những ví dụ vẫn còn khá hạn chế. Nhưng, trên cơ sở những gì chúng ta có, tôi nghĩ rằng chúng ta có thể bắt đầu hình thành nên những ký tự cụ thể: Sự tươi mới và tinh tế của Rive di San Pietro di Barbozza (những đặc điểm chia sẻ với những vùng lân cận như Rive di Santo Stefano và Rive di Guia).; rượu vang từ Rive di Rolle; và những vùng thuộc phía đông ấm áp như Rive di Ogliono mềm mại

Câu hỏi thứ hai, Rive (thông tin về tiểu khu) cho chúng ta biết đó là một loại rượu có chất lượng tốt? Trong trường hợp này, câu trả lời khá tự tin: Đúng! Đã được gắn mác DOCG cũng đồng nghĩa với việc chai vang đó đã phải trải qua quá trình sản xuất theo một tiêu chuẩn rất cao. Các nhà sản xuất sử dụng Rive trên những chai vang hàng đầu của họ và với rất nhiều loại rượu vang được ủ chín tự nhiên đã giúp Prosecco tạo ra cảm hứng để uống.



Miele. For everything you really love. **One appliance. Twice the possibilities.**

To satisfy your guests' every wish, create a whole new spectrum of culinary enjoyment. With the space-saving Miele built-in steam ovens featuring integrated microwave – the first to combine both functions in one appliance.



RITAVÕ PRO

Ho Chi Minh City

5A, Street No.3, An Phu Ward, District 2 – Tel: (848) 3744 4399
846 – 848 Su Van Hanh Street, District 10 – Tel: (848) 3862 3988

Hanoi

147 Hoang Quoc Viet Street, Cau Giay District - Tel: (844) 6282 2846

www.ritavo.com Hotline: 18001246

Miele
IMMER BESSER

<https://tieulun.hopto.org>

05 XU HƯỚNG ĐỊNH HÌNH NGÀNH ĐỒNG HỒ 2017

CÙNG HÀNG HIỆU ĐIỂM QUA NHỮNG XU HƯỚNG SẼ ĐỊNH HÌNH NGÀNH CHẾ TÁC ĐỒNG HỒ 2017!

Bất chấp các khó khăn của kinh tế thế giới, và sự suy giảm của doanh số bán trong năm vừa rồi, năm nay sự kiện SIHH 2017 vẫn tiếp tục diễn ra với đầy đủ những tráng lệ, nếu không nói là hoành tráng hơn năm ngoái. Năm nay, số hãng tham gia sự kiện được nâng lên thành 30, với số hãng đồng hồ truyền thống tăng từ 16 lên 18. Cũng giống với năm ngoái, năm nay sự kiện SIHH dành một chỗ đặc biệt cho các hãng đồng hồ độc lập như Speake-Marin, H. Moser & Cie, HYT và Ressence. Cùng chúng tôi điểm qua các xu hướng chính của ngành đồng hồ năm nay.

Công nghệ cao

Đừng để bị đánh lừa bởi nổi ám ảnh về những truyền thống của ngành công nghiệp đồng hồ Thụy Sĩ. Thực tế là các thương hiệu danh tiếng của thế giới đồng hồ cao cấp đang tập trung ứng dụng các công nghệ như laser-cut. Điều này đặc biệt đúng với những thương hiệu vốn đề cao tính thử nghiệm như Richard Mille, Roger Dubuis hay thậm chí là với thương hiệu cổ điển hơn như Panerai. Cả 03 thương hiệu này năm nay đều mang tới sự kiện SIHH 2017 những thiết kế được sản xuất từ ứng dụng công nghệ cao (tất nhiên khi nói vậy tôi không có ý nói tới việc sử dụng chất liệu titanium grade 5 hay công nghệ sơn phủ PVD). Cụ thể Roger Dubuis giới thiệu một mẫu đồng hồ Excalibur Quatuor Cobalt MicroMelt được chế tác từ cobalt chrome - một hợp kim hiệu suất cao mượn từ ngành y tế và ngành công nghiệp hàng không. Richard Mille giới thiệu mẫu RM 50-03 McLaren F1 được thực hiện từ chất liệu grapheme - một dạng carbon được thương hiệu mô tả như một “dạng vật chất nano nhẹ gấp 06 lần nhưng cứng gấp 200 lần thép”. Trong khi đó, Panerai giới thiệu mẫu đồng hồ LAB-ID được bảo hành 50 năm nhờ ứng dụng các công nghệ cao của thế kỷ 21, trong đó phải kể đến việc vỏ được thực hiện bằng chất liệu carbotech, các đĩa và các cấu tự bôi trơn.





Đồng hồ nữ giới

Khi một thương hiệu từng dành trọn 15 năm để gắn liền tên tuổi thương hiệu của mình với các thiết kế đồng hồ dành cho nam giới và tag line “Engineered for men” như IWC Schaffhausen lại dành toàn bộ phần giới thiệu trong sự kiện SIHH 2017 vừa rồi để giới thiệu một bộ sưu tập đồng hồ được thiết kế dành cho nữ (dòng Da Vinci với phong cách hoàn toàn mới), hẳn phải có một thay đổi lớn về tư tưởng và chiến lược. Mặc dù vẫn được xem là phân khúc không được đánh giá cao ở Thụy Sĩ, đồng hồ dành cho nữ hiện được các thương hiệu truyền thống (vốn dành cho nam giới) quan tâm hơn. Có thể kể đến những cái tên như A. Lange & Söhne và Urwerk.

Giá hợp lý hơn

SIHH 2017 chứng kiến sự lên ngôi của những mẫu đồng hồ có mức giá hợp lý. Các thương hiệu dường như đang chạy đua đưa ra những sản phẩm mới với mức giá khởi điểm thấp hơn. Tiêu biểu cho xu hướng này là 03 cái tên Parmigiani, Jaeger-LeCoultre và Cartier. 03 thương hiệu này đều chọn chiến lược đưa ra những dòng sản phẩm có giá khởi điểm thấp để tiếp cận nhóm khách hàng rộng hơn, đặc biệt là những người thuộc nhóm tuổi Millennial (sinh từ 1980 tới đầu 2000). Cụ thể, Parmigiani giới thiệu những mẫu Tonda 1950 Steel, được thương hiệu mô tả là mẫu “đồng hồ siêu mỏng” có giá \$9.000. Jaeger-LeCoultre giới thiệu mẫu Master Control có giá \$5.260 và Cartier thì giới thiệu lại những mẫu đồng hồ dành cho nữ đã ra mắt trong những năm 80 của thế kỷ trước với cái giá chỉ khoảng \$4.000.



Đồng hồ giá cao

Theo một chiều ngược lại, một phân khúc khác được các thương hiệu đồng hồ khai thác. Những chiếc đồng hồ với những tag giá “trên trời” vẫn tiếp tục được giới thiệu (đừng quên mẫu Greubel Forsey Grande Sonnerie với giá triệu đô được đề cập ở trên). Có thể kể ra ở đây những cái tên như A. Lange & Söhne giới thiệu một chiếc Tourbograph Perpetual “Pour le Mérite” có giá 480.000 euro; Roger Dubuis giới thiệu một chiếc Excalibur Spider Pirelli có dây cao su được làm từ những lốp của những chiếc xe ô tô chiến thắng trong giải đua F1, có giá bán lẻ vào khoảng \$280.300. Tuy nhiên, nổi bật nhất có lẽ phải kể tới mẫu đồng hồ siêu nhẹ RM 50-03 Tourbillon Split Seconds Chronograph Ultralight McLaren F1 của Richard Mille với giá \$980.000.



Điểm chuông

Bộ máy chiming (điểm chuông) đang là cơ chế thời thượng. Từ những thương hiệu đồng hồ lâu đời như Vacheron Constantin, và Jaeger-LeCoultre tới những thương hiệu đồng hồ độc lập như Greubel Forsey, tất cả đều đã không hèn mà gặp giới thiệu các phiên bản đồng hồ điểm chuông siêu phức tạp, siêu đắt đỏ grande sonnerie. Thường được miêu tả như “Chén Thánh” của thế giới đồng hồ, cơ chế này có chức năng điểm chuông báo mỗi ¼ giờ, một chiếc đồng hồ với chức năng grande sonnerie không chỉ đắt đỏ bởi số part để cấu thành nên nó vô cùng lớn (như với Greubel Forsey là 935 part) mà còn bởi việc chế tạo ra nó vô cùng phức tạp. Được biết chiếc đồng hồ điểm chuông Greubel Forsey Grande Sonnerie có giá \$1,15 million.



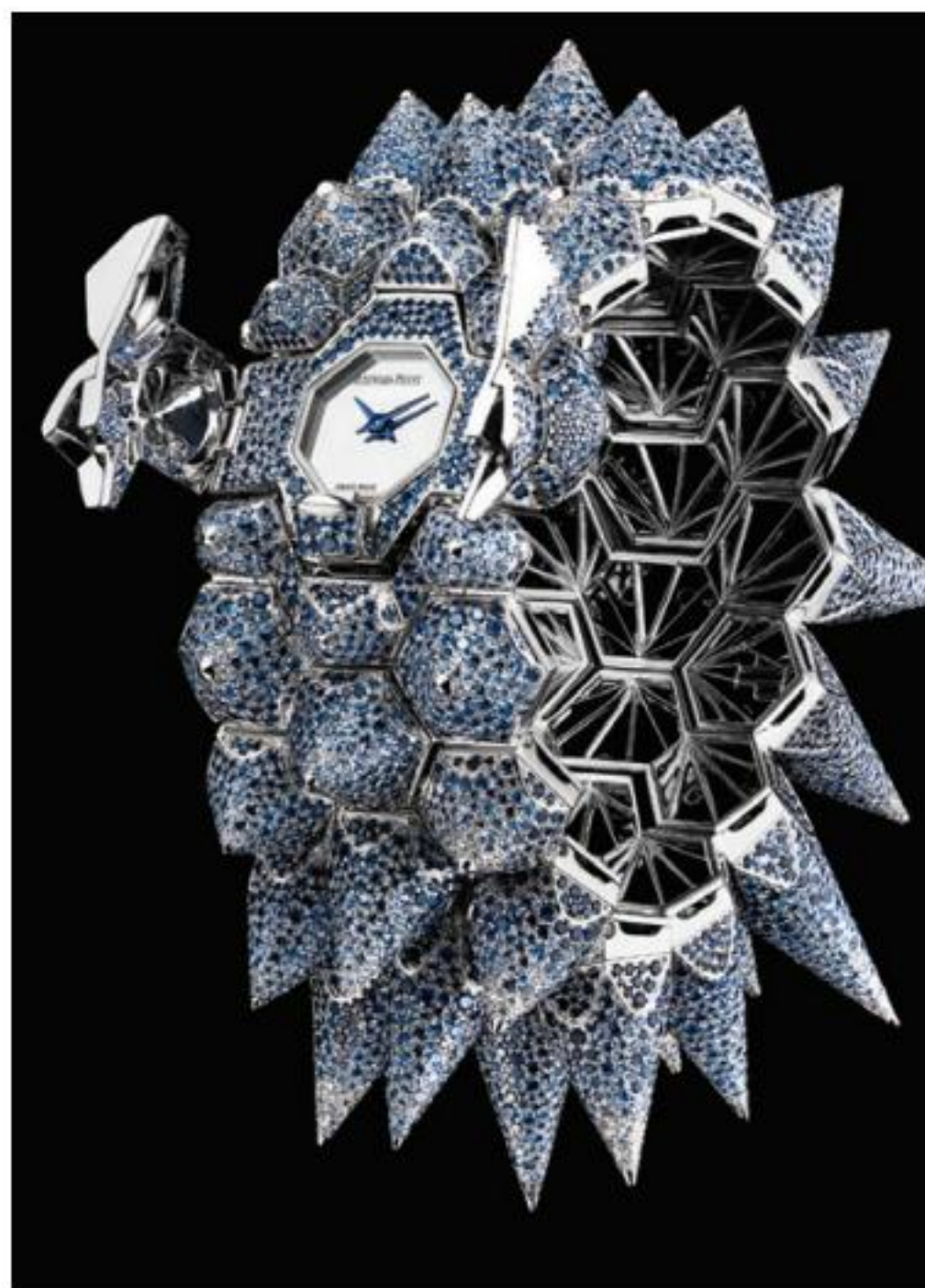
ĐỒNG HỒ TRANG SỨC CUỘC CHƠI VẪN TIẾP TỤC

BLING, BLING, NHỮNG CHIẾC ĐỒNG HỒ TRANG SỨC MỘT LẦN NỮA ĐƯỢC CÁC THƯƠNG HIỆU ĐỒNG HỒ DANH TIẾNG CỦA THẾ GIỚI LỰA CHỌN NHƯ MỘT HƯỚNG PHÁT TRIỂN!

Bất chấp những suy giảm trong việc chi dùng cho những chiếc đồng hồ cao cấp, các thương hiệu như Cartier, Audemars Piguet và Richard Mille vẫn đang đầu tư vào phân khúc của những chiếc đồng hồ trang sức. Có thể thấy xu hướng hiện nay, các thương hiệu đồng hồ cao cấp không chỉ còn tập trung vào những khách hàng là nam giới mà thay vào đó đã mở rộng nhóm khách hàng sang nữ giới. Một điểm nữa có thể thấy trong xu hướng này là mặc dù vẫn mang tới những sản phẩm độc đáo, xa xỉ và đẳng cấp nhưng có thể thấy các thương hiệu đã có phần “tiết chế” hơn so với giai đoạn đỉnh cao của ngành đồng hồ. Thay vì sử dụng những loại đá quý và hiếm, các thương hiệu lựa chọn những loại đá màu có giá trị thấp hơn. Một trong những ví dụ điển hình là việc lựa chọn sapphire thay vì kim cương.

Audemars Piguet Diamond Outrage (Sapphire)

Mẫu đồng hồ này là phần thứ 03 của bộ sưu tập Diamond Trilogy, tiếp theo mẫu đồng hồ Diamond Fury được ra mắt năm ngoái. Giống với những mẫu thiết kế trước, Outrage có thiết kế hình vòng với những gai nhọn, khá ấn tượng. Thiết kế độc đáo này có 02 phiên bản, một được thực hiện từ vàng trắng 18 carat, khảm nạm 11.043 viên sapphire màu xanh (khoảng 65,47 carat); và một được thực hiện từ 9.923 viên kim cương trắng, giác cắt tròn (khoảng 50,06 carat) và 354 viên kim cương giác cắt baguette (khoảng 15,85 carat). Được biết, mẫu đồng hồ này cần tới 2.500 giờ công và số lượng kim cương sử dụng có thể thấy gấp đôi số lượng kim cương được sử dụng trong mẫu thiết kế trước. Mặt số đồng hồ được ẩn giấu khéo để làm nổi bật những gai nhọn và không làm ảnh hưởng tới thiết kế chung.



Vacheron Constantin Copernicus Celestial Spheres

Mẫu đồng hồ có mặt số được thực hiện bằng phương pháp luyện men Grand Feu truyền thống này là một trong những ngôi sao mới của sự kiện SIHH 2017. Về đẹp của chiếc đồng hồ không chỉ tới từ mặt số mà còn tới từ bộ máy của đồng hồ, vốn được thiết kế để tôn vinh Nicolas Copernicus và học thuyết về việc mặt trăng quay quanh trái đất, trái đất quay quanh mặt trời của ông. Bạn nhận biết thời gian thông qua 02 chỉ thị giờ nhỏ bằng vàng ở gờ mặt số (với chỉ thị hình mũi tên rộng cho biết giờ, chỉ thị hình mũi tên chắc cho biết phút). Trái đất (hiển thị trên mặt số) quay quanh mặt trời với thời gian đúng một năm dương lịch. Trái đất (này) cũng tự quay quanh trục của mình trong thời gian 01 ngày.



Jaeger-LeCoultre Rendez-Vous

Sonatina in White Gold

Bộ sưu tập đồng hồ dành cho nữ giới của Jaeger-LeCoultre được mở rộng trong năm nay. Mẫu đồng hồ có vỏ được thực hiện vàng trắng, khả năng chống thấm ở áp suất nước 5 bar, đường kính 38,2mm, độ dày 10,59mm. Đồng hồ chạy máy tự động lên dây, với 286 chi tiết, tần số dao động 28.800, 40 chân kính, 01 ổ cốt. Mặt số đồng hồ được trang trí bằng kỹ thuật chạm khắc guilloché, các cọc số phủ bạc.

Cartier Panthère Royale

Mẫu đồng hồ này là một trong ngôi sao thực sự của sự kiện SIHH 2017. Cartier năm nay tiếp tục khai thác hình tượng chú báo cho những mẫu đồng hồ trang sức của mình. Mẫu đồng hồ được lấy cảm hứng bởi một chú báo nổi tiếng và một chiếc trâm cài bằng sapphire được Cartier thực hiện vào năm 1949. Đây là mẫu trâm cài mà Cartier thực hiện cho nữ công tước Duchess of Windsor. Trâm cài được thực hiện với một bộ các đường tròn đồng tâm khảm kim cương bao quanh một chú báo khảm kim cương.



Van Cleef & Arpels Lady Arpel Papillon Automate

Với mẫu đồng hồ này, một chú bướm được hãng đặc biệt thiết kế trên mặt số đồng hồ. Đôi cánh của chú bướm có thể tự động chuyển động và chuyển động theo yêu cầu bởi một nút nhấn (pusher). Theo thông tin của hãng, đây là chiếc đồng hồ đầu tiên người dùng sẽ có một mối quan hệ trực tiếp với thứ hoạt động bên trong mẫu đồng hồ. Cụ thể thì sự chuyển động đôi cánh của chú bướm phụ thuộc vào sự chuyển động của con lắc dao động, và điều này phụ thuộc vào chuyển động của bạn. Hiều đơn giản thì sự chuyển động của cánh bướm phụ thuộc hoàn toàn vào sự chuyển động của người đeo. Khi đồng hồ được lên dây và đặt lên bàn, đôi cánh bướm sẽ “đập” từ 1-4 lần, phụ thuộc vào mức năng lượng dự trữ còn. Nếu đồng hồ được đeo và chuyển động, số lần đập cánh bướm sẽ tăng.



Piaget Altiplano 900P

Mẫu đồng hồ Altiplano 900P là kết tinh của hơn nửa thế kỷ nghiên cứu và chế tác những chiếc đồng hồ siêu mỏng. Với mẫu đồng hồ này Piaget Altiplano 900P, một lần nữa thương hiệu đồng hồ danh tiếng của Thụy Sĩ cho thấy vị trí quan trọng của mình trong ngành đồng hồ. Đồng hồ có vỏ (case) chỉ khoảng 3,65mm, mỏng hơn 9,9% so với mẫu đồng hồ mỏng nhất trước đó: chiếc đồng hồ Jaeger-LeCoultre Master Ultra-Thin Jubilee. Đồng hồ có vỏ được thực hiện từ vàng hồng hoặc vàng trắng.

LALIQUE Ý TƯỞNG KHÁC VỀ TRANG SỨC

LÀ MỘT TRONG HAI THƯƠNG HIỆU PHA
LÊ DANH TIẾNG NHẤT THẾ GIỚI, LALIQUE
CÒN LÀ MỘT CÁI TÊN RẤT ĐƯỢC GIỚI
SƯU TẬP ĐỒ TRANG SỨC YÊU THÍCH BỞI
TÍNH CHI TIẾT VÀ SỰ SÁNG TẠO CỦA
CÁC THIẾT KẾ!





Rất nhiều tác phẩm nghệ thuật và các tư tưởng độc đáo đã nảy nở trong suốt thời kỳ Belle Époque (hay “beautiful era” – “kỷ nguyên tươi đẹp”) ở châu Âu trong giai đoạn từ cuối thế kỷ 19 và Thế chiến I. Mặc dù thời kỳ này đã kết thúc từ rất lâu nhưng các cách tân, sáng tạo của nó trong các lĩnh vực nghệ thuật, âm nhạc, kịch nghệ, khoa học và công nghệ của thời kỳ đó vẫn còn vang vọng tới nay. Trong số này phải kể tới các sáng tạo của họa sỹ người Pháp, phong cách Art Nouveau, Rene Lalique (1860-1945). Những tác phẩm của vị họa sỹ, nhà chế tác trang sức và pha lê này cho tới nay vẫn biểu tượng cho một phong cách và một vẻ đẹp lâu bền và vĩnh cửu.

Lalique đã bắt đầu nghiên cứu nghệ thuật vào năm 12 tuổi. Ông đã theo học trường Collège Turgot nơi ông đã rèn luyện các kỹ năng vẽ và phác thảo. Hai năm sau, ông trở thành một thợ học việc của tiệm kim hoàn Louis Aucoc ở Paris trong 02 năm, còn buổi tối thì theo học lớp buổi tối ở trường École des Arts Décoratifs. Sau đó, ông lại dành 02 năm tại trường Crystal Palace School of Art Sydenham ở London, chính tại đây thiên bẩm hội họa của ông tiếp tục phát triển.



Khi trở về Anh, người sáng lập thương hiệu pha lê số một thế giới ban đầu làm công việc của một họa sỹ freelance, chuyên thiết kế trang sức cho các nhà chế tác trang sức danh tiếng nhất nước Pháp như Cartier, Boucheron và các thương hiệu khác. Năm 1855, ông mở cửa tiệm riêng, chuyên thiết kế và chế tác các mẫu trang sức và những món đồ pha lê khác. Những thiết kế trang sức của ông khai thác chủ đề thiên nhiên, các hệ thực vật và động vật, các hình thái biến hóa và sự nữ tính. Trong khi hầu hết các nhà chế tác trang sức của thời kỳ này đều phụ thuộc vào những viên đá quý như kim cương, ngọc trai và các kim loại quý hiếm, Lalique lại thử nghiệm các kỹ thuật mới với các chất liệu phi truyền thống như sừng, ngà, enamel và thủy tinh. Người sáng lập thương hiệu pha lê số 01 thế giới từng chia sẻ: “Tôi làm việc không ngừng nghỉ với mong muốn đạt được một kết quả và tạo ra một thứ gì đó mà trước đây chúng ta chưa từng thấy.”

Mẫu trâm cài Dragonfly Lady danh tiếng, cũng là một trong những thiết kế yêu thích của Lalique, là sự kết hợp của một người phụ nữ và của một con côn trùng. Đây là một ví dụ điển hình về những tác phẩm cùng lúc mang phong cách siêu thực và phong cách huyền ảo của Lalique. Ông đã sử dụng đá chrysoprase màu xanh tảo quý hiếm cho phần đầu và phần cơ thể của người phụ nữ. Chi tiết cánh chuồn chuồn được làm từ enamel, khảm vàng và những viên đá mặt trăng, kết hợp với đó là những viên kim cương. Thiết kế này đã được trưng bày tại Triển lãm thế giới ở Paris năm 1900. Trong triển lãm, một khách thăm quan người Anh khi nhìn thấy thiết kế này đã hỏi: “Rất cầu kỳ và tinh xảo, nhưng nó có phải một món trang sức?”





Khả năng thiết kế của Lalique không chỉ thể hiện ở đó mà còn ở những bình, những lọ nước hoa, các chân, đèn chùm, đồng hồ và cả những trang trí trên xe hơi. Trong số này có thể kể tới những trang trí của ông cho các cửa sổ, tường, cũng như các chi tiết nội thất, các tấm màn cho các con tàu, nhà thờ và những toa tàu Orient Express. Lalique luôn biết cách làm ngạc nhiên những khách hàng của mình – những người vốn là các diễn viên, người nổi tiếng, các chủ tịch và các hoàng thân. Khi Lalique qua đời ở Paris ở tuổi 85, người bạn đồng thời là nhà sưu tập của ông Calouste Gulbenkian nhấn mạnh: “Ông sẽ vẫn là một trong những họa sỹ vĩ đại nhất trong lịch sử nghệ thuật. Khả năng độc đáo, trí tưởng tượng đáng ngạc nhiên của ông và sức sáng tạo vô hạn sẽ mang lại cho ông sự ngưỡng mộ của những người nổi tiếng trong tương lai.”

Hiện nay, những thiết kế biểu tượng nhất, được bán chạy nhất của René Lalique vẫn được sản xuất. Công ty Lalique, được lãnh đạo bởi CEO Silvo Denz kể từ năm 2008, mới đây đã giới thiệu những bộ sưu tập trang sức mang phong cách đương đại để tôn vinh tinh thần của người sáng lập thương hiệu. Những chi tiết tỷ mỉ, độc đáo cũng có thể tìm thấy ở những thiết kế mới. Vẻ đẹp của tự nhiên, của các hệ thực vật, động vật được phản ánh bởi những viên đá quý như sapphire màu vàng, màu xanh blue, màu tím, và màu xanh lá. Ngoài ra cũng phải kể tới những viên đá tsavorite màu xanh lục, đá opal lửa, đá turquoise cũng như enamel, xà cừ và sơn mài (lacquer). Một trong những thiết kế nổi bật và gợi nhắc tới quá khứ là chiếc vòng Vesta, được thiết kế với cảm hứng từ thần lửa và con chim thần thánh phượng hoàng. Vòng được cấu thành bởi 03 phần, một chiếc vòng cổ, một chiếc trâm cài, và một mặt dây chuyền. Các thiết kế khác trong các bộ sưu tập mới khai thác các motif độc đáo như chim công, hoa anh túc, xương rồng, rồng và chuồn chuồn. Tất cả những thiết kế này đặt ra câu hỏi của 117 năm trước, đó có phải là trang sức?



HÀNG KHÔNG CÁ NHÂN BAY SAU NHỮNG CÚ CLICK CHUỘT

VIỆC BOOK CHARTER MỘT CHUYẾN BAY CÁ NHÂN ĐANG ĐƯỢC THỰC HIỆN THÔNG QUA NHỮNG CHIẾC ĐIỆN THOẠI, VÀ KHÁCH HÀNG CHỈ PHẢI TRẢ MỘT PHẦN CHI PHÍ!



Những chiếc máy bay cá nhân vốn trước đây chỉ để phục vụ các tỷ phú và những người nổi tiếng thì nay nó đang hướng tới một nhóm khách hàng rộng hơn. Nếu trước đây, bầu trời là “sân chơi” của những chiếc rương Louis Vuitton và những doanh nhân giàu có. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, điều này đã thay đổi mặc dù những chuyến bay cá nhân vẫn dành cho một thị trường rất “niche”. Cụ thể, một thị trường hoàn toàn mới đang được mở ra, ở đó công nghệ đang nắm giữ vai trò chủ đạo. Vai trò của hàng không truyền thống đang thực sự bị thay đổi.

Hãy tưởng tượng, tất cả những gì bạn cần làm lúc này là cầm iPhone và 20 phút sau, bạn đang ngồi trên một chuyến bay cá nhân với chi phí phải trả chỉ là một phần của tổng chi phí của chuyến bay. Một trong những công ty đang dẫn đầu thị trường này là Victor với dịch vụ thuê charter máy bay qua điện thoại hoặc máy tính: “Chúng tôi đang cho phép các khách hàng của mình có thể book chuyến bay qua web hoặc app mà không cần có người môi giới. (Với dịch vụ charter máy bay truyền thống, các hoạt động phải thông qua người môi giới – đây là người kết nối người vận hành máy bay và khách hàng, tuy nhiên họ sẽ không bao giờ cung cấp thông tin về giá cả, hoặc những thông tin chi tiết về chuyến bay và máy bay.)” Clive Jackson, CEO và đồng thời là người sáng lập của Victor, chia sẻ. “Từ những dữ liệu của chúng tôi, có thể thấy ngày càng nhiều khách hàng đang hưởng lợi từ những lựa chọn mà chúng tôi mang lại. Khách hàng cũng đang cho thấy họ tin tưởng vào cách tiếp cận đơn giản, rõ ràng mà chúng tôi mang tới.”

Jackson nhấn mạnh rằng các khách hàng rất yêu thích phong cách tiêu dùng “sharing” này bởi nó không chỉ giúp mọi người tiết kiệm chi phí mà còn tiết kiệm cả thời gian – thứ quý giá nhất trên thế giới. Theo người sáng lập công ty Victor, lợi ích thực sự của các doanh nghiệp hàng không có mô hình on-demand (phục vụ theo nhu cầu) như công ty ông là giúp cuộc sống của mọi người thêm hiệu quả khi thoát khỏi những chuyến bay delay mỗi ngày. Sự hợp tác giữa những ngành dịch vụ on-demand và nền kinh tế chia sẻ này đang thúc đẩy mỗi ngày công nghiệp phát triển để mang tới cho khách hàng chính xác thứ khách hàng mong muốn và vào thời điểm mong muốn.

Victor đã là công ty đầu tiên trên thế giới công bố thông tin các chuyến bay, máy bay và đội ngũ phi công và những so sánh về các dịch vụ. Ngoài ra, công ty còn cho phép khách hàng nhận biết được chi phí ước tính nếu tham gia sử dụng dịch vụ. Hiện nay, Victor đang là công ty đứng thứ 20 trong danh sách các công ty công nghệ phát triển của Anh quốc với mức tăng trưởng doanh số bán lên tới 139%. Và những điều này có thể cho thấy Victor đang lựa chọn hướng đi đúng.



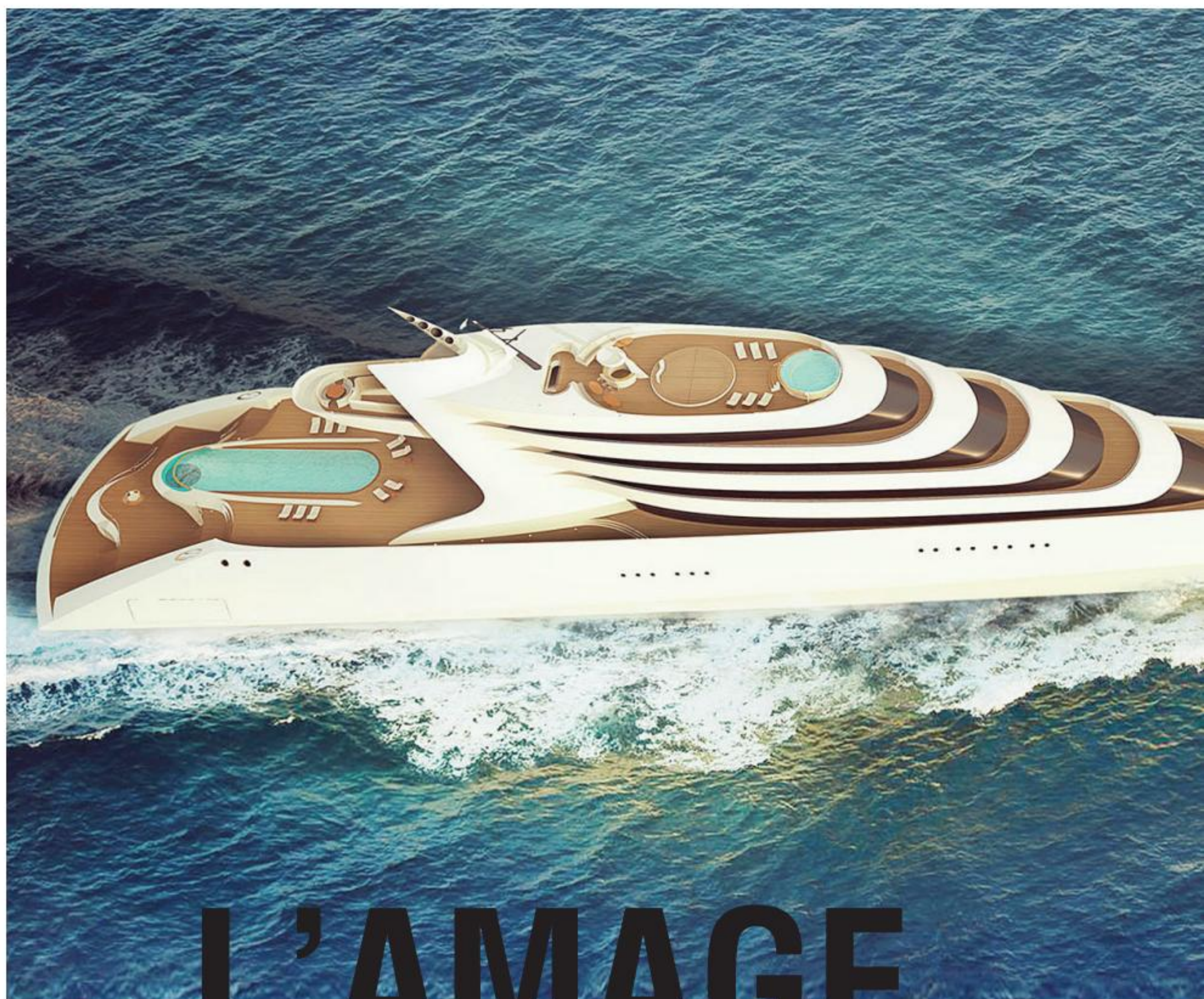
Thực tế là trong 05 năm trở lại đây, rất nhiều ứng dụng tương tự đã được giới thiệu. Có thể kể ra trong số này là JetSuite và Surf Air (một số ứng dụng còn đang nỗ lực phát triển theo hướng trở thành mô hình đăng ký). Nhu cầu cho các chuyến bay dạng này cũng ngày một tăng do những đường lane bảo vệ đang ngày càng trở nên dài ra; các sân bay cũng ngày một trở nên không thể kiểm soát; việc trì hoãn các chuyến bay thậm chí trở thành một phần của những chuyến bay.

Tradewind là một công ty hàng không cá nhân, có trụ sở ở Mỹ. Với mỗi chuyến bay, công ty có 02 phi công để đảm bảo độ an toàn cho chuyến bay. Theo đại diện hãng, mặc dù Tradewind ứng dụng rất nhiều công nghệ cao nhưng công ty không chọn cách trở thành: “Uber của thế giới hàng không cá nhân”. Công ty mang tới cho khách hàng rất nhiều lựa chọn khác nhau từ những chuyến bay miễn phí đồ ăn và đồ uống tới những chuyến bay không cần kiểm tra an ninh TSA với mức chi phí của một vé máy bay. David Zipkin, người sáng lập công ty Tradewind chia sẻ: “Hành khách có thể mua vé trọn gói hoặc mua vé từng chặng.” Ông David cũng chia sẻ vé máy bay cũng có thể trao đổi giữa các thành viên trong gia đình và bạn bè mà không cần mất phí. Ngoài ra, khách hàng cũng có thể hủy chuyến vài giờ trước khi chuyến bay diễn ra – tất nhiên, cũng không cần mất phí. Theo ông Zipkin, nhiều công ty hàng không mới đang được mở ra với những hứa hẹn đầy quyến rũ. Tuy nhiên, không phải hứa hẹn nào cũng thành hiện thực. Người sáng lập của công ty Zipkin chia sẻ: “Chúng tôi điều hành một đội máy bay Pilatus riêng từ năm 2001, việc này cho phép chúng tôi có thể mang lại những dịch vụ và lợi ích mà chỉ những công ty có trên 15 năm kinh nghiệm và sở hữu một đội máy bay riêng mới có thể đưa ra.”

Thực tế có thể thấy không nhiều công ty hàng không cá nhân chọn hướng trở thành một Uber của bầu trời. Điều mà các công ty hàng không cá nhân đang hướng tới thực tế chỉ là việc ứng dụng công nghệ thông tin để vươn tới một nhóm đối tượng khách hàng rộng lớn hơn qua việc chào mời những mức giá hợp lý hơn nhưng vẫn có thể mang tới cho những khách hàng một trải nghiệm thú vị và dễ chịu với mỗi chuyến bay. Jamie Walker, Chủ tịch và CEO của công ty hàng không cá nhân Jet Linx chia sẻ: “Những nhu cầu mới đang tới, tuy nhiên, chúng tôi không nhận thấy đây là một ảnh hưởng thực sự lớn. Khách hàng của chúng tôi vẫn mong muốn những chuyến bay được thiết kế riêng, mang tính cá nhân hóa cao và phải đảm bảo những tiêu chuẩn khắt khe về độ an toàn. Nếu, hoặc khi, khách hàng của chúng tôi muốn lựa chọn một cách tiếp cận theo hướng Uber cho ngành hàng không cá nhân, chúng tôi sẽ đưa ra dịch vụ đó.”

Theo nhận định của các chuyên gia ngành hàng không thế giới, xu hướng này sẽ còn mạnh mẽ hơn nữa khi các nền kinh tế Việt Nam, Malaysia, Thái Lan, Indonesia và Campuchia đang không ngừng trỗi dậy, thu hút thêm nhiều nhà đầu tư tới châu Á. Theo ông Jackson, những chuyến bay cá nhân sẽ là giải pháp tiết kiệm thời gian cho những nhà đầu tư quyền lực, thường xuyên phải thực hiện những chuyến bay xuyên châu Á nhưng muốn tiết kiệm thời gian tiêu tốn ở những sân bay châu Á chật chội và đông đúc. Ông cũng khẳng định, châu Á là một thị trường tiềm năng cho dịch vụ này khi ngày càng nhiều người muốn được bay theo cách và vào thời điểm họ muốn.





L'AMAGE

NGÔI SAO MỚI CỦA GIỚI SIÊU GIÀU

NẾU ĐƯỢC THỰC HIỆN, TIN RẰNG MẪU DU THUYỀN CONCEPT NÀY SẼ KHIẾN CHO BẢN DANH SÁCH NHỮNG CHIẾC DU THUYỀN LỚN NHẤT THẾ GIỚI CÓ NHỮNG THAY ĐỔI LỚN!



Vào tháng 09 vừa rồi, công ty thiết kế HBD Studios ở Milan đã giới thiệu mẫu du thuyền concept L'Amage tại triển lãm Monaco Yacht Show. Trên thế giới, không thiếu những chiếc du thuyền được xem là huyền thoại, gắn liền với những danh hiệu như “lớn nhất”, “khủng nhất”, thậm chí là “xa xỉ nhất”. Tuy nhiên, với sự ra mắt L'Amage của HBD Studios, không ít mẫu du thuyền đã bị phủ nhận khi chiều dài của L'Amage lên tới 190m. Mẫu du thuyền concept mang phong cách vị lai, ấn tượng với thiết kế sang trọng.

Điều khiển chiếc du thuyền này trở thành ngôi sao mới của giới nhà giàu là kích thước của nó. Như đã nói ở trên, thuyền có chiều dài 190. Chiều rộng của thuyền vào khoảng 30,5m. Thuyền được thiết kế cho 28 khách nghỉ với 14 phòng và một căn hộ riêng tư cho chủ thuyền. Ngoài các không gian này, thuyền còn có không gian dành cho một thủy thủ đoàn lên tới 70 người. Thuyền được thiết kế để sử dụng một trong những công nghệ hàng đầu của ngành hàng hải là CODAG (turbine gas và động cơ diesel kết hợp) cùng với các chân vịt kiểm soát tốc độ của thuyền vốn chỉ xuất hiện trên tàu chiến đấu công nghệ cao.

Kết quả của những công nghệ này là thuyền có thể đạt tốc độ tối đa là 32 hải lý (nhờ 95.000 mã lực sản sinh bởi 02 động cơ diesel cùng với 02 turbine chạy gas.) Với thể tích chứa năng lượng tính theo tấn, L'Amage được thiết kế để chinh phục những chuyến đi biển dài ngày với quãng đường lên tới 6.000 hải lý. Riêng chi phí cho một lần nạp nhiên liệu của thuyền vào khoảng \$600.000 – thừa đủ để bạn mua một chiếc xe thể thao loại cao cấp. Được biết, thuyền cũng được trang bị rất nhiều tiện nghi cao cấp vốn chỉ dành cho giới nhà giàu như một bể bơi infinity (hãy nghĩ tới bể bơi trên đỉnh tòa nhà Marina Bay Sand), một bồn tắm nước nóng. Mỗi tiện nghi trên nằm ở những tầng riêng biệt. Ở boong dưới, thuyền sở hữu một ban công rộng rãi với một lò sưởi – đây là nơi để chủ thuyền tổ chức các bữa tiệc.

Ở mũi thuyền là một sân đỗ trực thăng. Tiện nghi này là một trong những tiện nghi phải có của những chiếc du thuyền đẳng cấp, nó cho phép thuyền có thể đón và trả khách trực tiếp và rất riêng tư. Mặc dù giá của thuyền chưa được thông báo nhưng ước tính nó có thể dễ dàng cán mốc trên trăm triệu đô.

AB YACHTS 100 SPECTRE

MẪU DU THUYỀN LẤY CẢM HỨNG TỪ BỘ PHIM NỔI TIẾNG VỀ JAMES BOND NÀY ĐƯỢC XEM LÀ MỘT TRONG NHỮNG BIỂU TƯỢNG MỚI VỀ TỐC ĐỘ!





“Đặt hàng” một chiếc du thuyền 100 feet (30,48m) có khả năng cán tốc độ 62mph (100km/h) nghe có vẻ như là một phản ứng lại khủng hoảng tuổi trung niên. Nhưng chủ sở hữu của chiếc du thuyền này, một chiếc AB Yachts 100 được đặt tên là Spectre, có lý do hoàn hảo để mua mẫu du thuyền này: chiếc du thuyền trước đó của ông chỉ đạt tốc độ 25mph (khoảng 40km/h) và điều ông thực sự mong muốn là “khả năng tới đích sớm” (ông Rudolf Berglehner – người đảm nhiệm vị trí Giám đốc marketing và sale của công ty mẹ của AB Yachts, Fipa Group – chia sẻ). Ông Berglehner cũng khẳng định chiếc du thuyền AB 100 này là “một món đồ chơi khủng cho những nhà giàu thực sự.”

AB Yachts là một công ty đóng du thuyền của Ý, đã hoạt động từ năm 1992. Mẫu du thuyền AB Yachts 100 này được thực hiện bởi các chất liệu nhẹ, trang bị 03 động cơ 1.900 mã lực MAN, mỗi động cơ lại được kết hợp với một động cơ phun nước MJP. Mặc dù chiếc du thuyền này hướng tới tốc độ nhưng không phải vì thế mà bỏ qua những tiện nghi vì điều này. Các không gian nghỉ dưỡng và thư giãn của thuyền gồm có một saloon rộng rãi ở boong chính, một phòng chủ thuyền có chiều rộng ngang với chiều rộng của thuyền, một garage cho những chiếc thuyền nhỏ hoặc thuyền kayak. Khu vực này phía cuối thuyền có khả năng chuyển đổi thành một beach club để giải trí.

DU THUYỀN NHANH NHẤT THẾ GIỚI

KHI GEORGE WOOD ĐẠT TỐC ĐỘ 92,8MPH (149,3KM/H) TRONG SỰ KIẾN MISS AMERICA VII TRÊN SÔNG DETROIT RIVER VÀO NĂM 1928, ÔNG ĐÃ ĐẶT RA KỶ LỤC THẾ GIỚI ĐẦU TIÊN VỀ TỐC ĐỘ CỦA CÁC PHƯƠNG TIỆN ĐƯỜNG THỦY. MỘT NĂM SAU, ANH TRAI CỦA ÔNG GAR ĐÃ SỬ DỤNG CÙNG CHÍNH CHIẾC THUYỀN ĐÓ VÀ ĐẠT ĐƯỢC MỘT KỶ LỤC MỚI 93,12 MPH (149,8KM/H). TỚI KHOẢNG GIỮA NHỮNG NĂM 1950, VỚI SỰ PHÁT TRIỂN CỦA CÁC ĐỘNG CƠ PHẢN LỰC VÀ THỦY PHI CƠ, TỐC ĐỘ LÚC NÀY ĐÃ CÓ THỂ ĐẠT TỚI MỨC 200MPH (321,8KM/H). TỚI NĂM 1977, KEN WARBY ĐÃ CẮM LÁI CHIẾC SPIRIT OF AUSTRALIA (ĐƯỢC ÔNG THIẾT KẾ VÀ XÂY DỰNG Ở SÂN SAU NHÀ MÌNH Ở SYDNEY) VÀ CÁN TỐC ĐỘ 288,6MPH (464,4KM/H). WARBY ĐÃ SỬ DỤNG NHỮNG HỢP ĐỒNG TÀI TRỢ ĐỂ CẢI THIỆN CHO CHIẾC THUYỀN CỦA MÌNH. THUYỀN ĐƯỢC LẮP ĐỘNG CƠ WESTING HOUSE CỦA NHỮNG CHIẾC MÁY BAY CHIẾN ĐẤU. TỚI NGÀY 08/10/1978, TRÊN CON SÔNG TUMUT RIVER CỦA ÚC, ÔNG ĐÃ THỐI BAY GIỚI HẠN 300MPH (482,8KM/H) VÀ ĐẠT VẬN TỐC TRUNG BÌNH 317,6MPH (511,1KM/H) SAU 02 LƯỢT CHẠY. TỐC ĐỘ TỐI ĐA MÀ ÔNG ĐẠT ĐƯỢC LÀ 345MPH (555,2KM/H). KỶ LỤC NÀY CỦA ÔNG TỚI NAY VẪN KHÔNG THỂ PHÁ BỎ, CHIẾC SPIRIT OF AUSTRALIA VẪN ĐƯỢC TRƯNG BÀY Ở BẢO TÀNG HÀNG HẢI ÚC, AUSTRALIAN NATIONAL MARITIME MUSEUM Ở SYDNEY.



GT R

KHI AMG MUỐN TÁI HIỆN LỊCH SỬ

NẾU TRONG QUÁ KHỨ, AMG TỪNG THẤT BẠI TRONG VIỆC ĐƯA RA MỘT ĐỐI THỦ CỦA 911 GT3 THÌ HIỆN NAY VỚI MẪU GT R MỚI, HÃNG BƯỚC TẤT CẢ CÁC ĐỐI THỦ CỦA MÌNH PHẢI DÈ CHỪNG!



Nghĩ tới AMG, không gì tốt hơn hãy nghĩ tới một anh bạn ham vui - người sẽ sẵn sàng thả một ly Jägerbomb vào chiếc cốc nửa lít bia. Và dòng GT là thách thức mới của những kỹ sư tài năng của “anh bạn” người Đức này. Là một dòng xe thể thao đặc biệt hướng tới việc cạnh tranh với những chiếc xe như Porsche 911 và rất nhiều đối thủ khác, GT của AMG đã mang theo rất nhiều hoài bão, tuy nhiên không phải lúc nào những hoài bão này cũng được thỏa mãn. Tất cả những điều này giờ trở thành áp lực đè lên mẫu xe GT R. Với nhiệm vụ này, mẫu xe GT R mới buộc phải là một bước đại nhảy vọt. Động cơ cần phải mạnh mẽ hơn, thiết kế cần phải mang tính khí động học hơn, trọng lượng thấp hơn, hệ truyền động cần mạnh mẽ và hoàn hảo hơn. Nó nên là – và phải là – chiếc xe hoàn thiện và mạnh mẽ nhất của AMG.

Trong quá khứ, những mẫu Black Series của AMG từng có chút làm thất vọng người yêu xe – với ngoại lệ là chiếc SLS Black, một chiếc xe có thể xem là một huyền thoại. Tuy nhiên đó là một phiên bản có giới hạn – không phải một phiên bản sản xuất số lượng lớn. Mục tiêu của GT R là phải tái hiện lại phép màu đó. Với tham vọng đó, chúng ta có một chiếc xe chạy động cơ V8, bi-turbo, dung tích cylinder 4l. Xe có công suất 577bhp (mã lực), tăng 74bhp so với mẫu GT S, lực xoắn tăng lên 516lb ft. Để đạt được, động cơ của xe đã được thiết kế và chỉnh sửa để tăng áp suất từ 1,2 bar tăng lên 1,35 bar. Động cơ xe cũng được thay đổi về tỷ lệ áp suất, bên cạnh đó, trọng lượng của động cơ xe cũng giảm so với động cơ của GT S nhờ sử dụng bánh đà kép

flywheel nhẹ hơn 0,7kg. Hệ truyền động ly hợp kép, 07 cấp. Tốc độ tối đa của xe đạt 198mph (318,6km/h), tăng 5mph (8km/h). Xe cán tốc độ 100km/h (từ 0) chỉ sau 3,6 giây, tăng 0,2 giây.

Do GT R là một chiếc xe “track & road” nên chiếc xe này được đặc biệt đầu tư vào chi tiết. Dưới “lớp da” của chiếc xe này là rất nhiều những công nghệ nhằm làm giảm trọng lượng cho chiếc xe. Sợi carbon được sử dụng để thực hiện trục truyền động và ống đẩy, và sử dụng magnesium cho phần đầu xe. Xe sử dụng pin lithium-ion. Ngoài ra, những thay đổi rõ nhất của mẫu xe này là thiết kế thân xe. Được thực hiện từ sợi carbon và nhôm, các cánh gió của xe được kéo dài ra tới 46mm (cho cánh gió trước) và 57mm (cho cánh gió sau). Phần mũi xe, xe được trang bị một lưới tản nhiệt mới với những cánh hút gió (fin) đứng giống cánh gió của GT3. Cụ thể, lưới tản nhiệt với các nan dọc mạ chrome, nan ngang sơn đen thay cho kiểu lưới tổ ong trên phiên bản cũ. Ngôn ngữ thiết kế của chiếc xe trông giống một loài rắn lục, hung bạo và dữ tợn hơn.

Bên dưới lưới tản nhiệt, cánh khí động học có điều chỉnh để điều khiển luồng khí đi phía dưới xe. Các cánh gió mũi bằng sợi carbon tạo lực ép 40 kg xuống mặt đường khi xe chạy tốc độ 250 km/h. Đây cũng là mẫu xe đầu tiên sử dụng hệ truyền động cầu sau. Với mẫu xe GT R, xe có thể thay đổi độ “đám” theo các chế độ lái Race, Comfort, Sport và Sport + nhằm mang lại cho người lái trải nghiệm hoàn hảo nhất. Quái vật màu xanh lá cây sử dụng vành hợp kim 19 inch trục trước và 20 inch phía sau, đi kèm lốp Michelin Sport Cup 275/35 ZR 19 trước và 325/30 ZR 20 sau.

MX-5 RF LAUNCH EDITION



VỚI CÁI GIÁ CHƯA THUẾ VÀO KHOẢNG TRÊN 700 TRIỆU, GIỚI HẠN TOÀN THẾ GIỚI Ở MỨC 1.000 CHIẾC, MẪU XE MX-5 RF LAUNCH EDITION THỰC SỰ ĐANG LÀ MỘT CƠ SỐT VỚI GIỚI MỘ ĐIỀU!



Việc đưa thêm vào MX-5 mui xếp có vẻ như hoàn toàn đi ngược lại với triết lý đằng sau những chiếc xe thể thao của Mazda. Sau nữa, những chiếc xe của Mazda luôn nổi tiếng bởi sự đơn giản và độ thuần khiết trong ngôn ngữ thiết kế hơn là việc hấp dẫn một thị trường số đông với những cơ chế bị những người khó tính gán cho 02 chữ “làm màu”. Tuy nhiên, trong một thế giới của rất nhiều những cạnh tranh, những chiếc Porsche Boxster, Lotus Elise, BMW Z4, Mercedes-Benz SLC và Fiat 124 Spider, mui xếp có lẽ là thứ thực sự cần thiết với những chiếc MX-5.

Mazda MX-5 RF là phiên bản mới nhất của dòng xe mui xếp mềm nổi tiếng Mazda MX-5, nay đã bước sang thế hệ thứ 4. Ở bên ngoài, Mazda MX-5 RF Launch Edition vẫn sở hữu ngôn ngữ thiết kế Kodo với phần đầu thấp và rộng kết hợp cùng những đường chảy không khí được vuốt khá mượt trên thân xe như MX-5 Roadster. Điểm khác biệt lớn nhất của chiếc xe đó là thay vì mui xếp mềm, các kỹ sư Mazda đã trang bị cho MX-5 RF mui cứng dạng targa (phần sau mui xe vẫn có dạng kín, khi mui đóng lại chỉ có trần xe mở ra.)

Tất nhiên, có một lý do quan trọng đằng sau việc giới thiệu mẫu xe RF MX-5 của Mazda (RF là viết tắt của Retractable Fastback) bất chấp việc này có thể tạo ra cạnh tranh với mẫu mui mềm: bản mui xếp cứng của mẫu Mk3 MX-5 đã có doanh số bán rất tốt, cho thấy mặc dù chủ nhân của những chiếc MX-5 có thể thích ý tưởng những cơn gió lướt qua tóc, họ thực tế vẫn thích một mui cứng phía trên hơn là một mui mềm. (Thị trường Anh đã nhập 500 chiếc RF Launch

Edition.) Xe sở hữu động cơ 158 mã lực, 04 cylinder, dung tích 2 lít. Xe có thể cán tốc độ 100km/h (từ 0km) sau khoảng 7,3 giây. Dự kiến xe xuất hiện trên thị trường vào tháng 03/2017.

Thiết kế ghế ngồi của xe mạnh mẽ, rộng rãi, được tận dụng từ bản MX-5 Recaro Edition. Các chi tiết bảng đồng hồ và cánh cửa bọc da Alcantara. Xe sở hữu bánh BBS màu đen, cản chắn Bilstein. Một điểm đặc biệt là trong giới hạn 1.000 chiếc (500 chiếc cho thị trường Anh, 500 chiếc cho thị trường Mỹ), tất cả đều được sơn màu xám kim loại Machine Gray với trần xe có thể rút lại được.

Giá chưa thuế cho một chiếc Launch Edition RF vào khoảng 28.995 bảng, giá sẽ cao hơn khoảng 3.300 bảng cho mẫu Sport Nav. Với kết cấu 03 phần, mái xe của RF hoạt động hoàn toàn tự động. Thiết kế ưu việt của xe đảm bảo mui xếp cứng của xe không gây ra bất kỳ ảnh hưởng gì. Cụ thể, kết cấu mui của MX-5 RF cũng rất độc đáo với toàn bộ phần sau được mở lên để có thể giấu gọn mui xếp cứng. Được biết, hiện nay, ngoài Mazda, chỉ có Porsche với dòng 911 Targa có thiết kế tương tự. Khi đóng mui hoàn toàn, MX-5 RF trông như một chiếc coupe mui kín bình thường, và đây là mục tiêu chính của các kỹ sư Mazda khi thiết kế chiếc xe.

Với mẫu xe này, hãng cũng mang tới lựa chọn số tự động 06 cấp. Rất tự nhiên, mẫu xe này có trọng lượng trên 1.000kg. Được biết, MX-5 RF Launch Edition ra đời để dành cho những khách hàng trung thành nhất của hãng. Khi mua MX-5 RF Launch Edition, khách hàng sẽ được tặng một chiếc đồng hồ Tourneau 42mm có thiết kế riêng và đánh số thứ tự tương ứng với xe.

STOCKIST

ĐỊA CHỈ MUA SẴM

FASHION

Akris (Runway Boutique)

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

Balenciaga (Runway Boutique)

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

Bally Store

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

Bentley (Miluxe Boutique)

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

Bốn Mùa Boutique

Tel: 04.3826 02214 - 08.3993 9888

Burberry Store

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

Calvin Klein Store

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

Canali Store

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

Cartier Store

Tel: 08.3521 0369
www.cartier.com

Céline (Runway Boutique)

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

Chanel Store

Tel: 08.3823 9140
www.chanel.com

Chloé (Runway Boutique)

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

Christian Dior Store

Tel: 04.3824 3333
www.dior.com

Givenchy (Runway Boutique)

Tel: 08.38241914
www.givenchy.com

Hermès Store

Tel: 04.3936 9126
www.hermes.com

Hugo Boss Store

Tel: 08.3823 9910
www.hugoboss.com

I'm Isola Marras (Runway Boutique)

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

Kenzo Store

Tel: 04.3936 6672
www.kenzo.com

Lacoste Store

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

Louis Vuitton Store

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

Montblanc Store

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

Maison Martin Margiela (Runway Boutique)

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

Rimowa Store

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

Runway Boutique

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

Ralph Vaessen

(Miluxe Boutique)

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

Rock Port Store

Tel: 098 320 0210
www.rockport.com

Salvatore Ferragamo Store

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

Saint Laurent (Runway Boutique)

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

Stella McCartney (Runway Boutique)

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

S.T.Dupont Boutique

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

The Row (Runway Boutique)

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

Valentino Store

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

Versace Store

Tel: 08.3993 9003
www.versace.com

WATCH

Chopard Boutique

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

Miluxe Boutique

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

Rolex Store

Tel: 08.3823 0455
www.rolex.com

Sarpaneva (Miluxe Boutique)

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

Tissot Store

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

Titoni (Cititime Boutique)

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

CELLPHONE

Mobiado (Miluxe Boutique)

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

Tag Heuer Store

Tel: 08.3825 6501
www.tagheuer.com

Vertu Store

Tel: 04.2123 6666
www.vertu.vn

CAR/ MOTOBIKE

Ford Showroom

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

Piaggio Showroom

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

HITECH

Bang & Olufsen

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

Leica (Miluxe Boutique)

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

COMESTIC

Shiseido Showroom

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

GYM

California Fitness & Yoga

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

Golden Lypres®

Tel: 08 3827 6446
www.hsbiotech.com

HOTEL / RESORT

Alma Courtyard

Tel: 0510 3917 349
www.almacourtyardhoian.com

Equatorial

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

Fortuna Hotel Hanoi

Tel: 04. 3831 3333
www.fortuna.vn

Fusion Maia resort

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

Hanoi Daewoo Hotel

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

Hotel Nikko Saigon

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

Hyatt Regency Danang

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

InterContinental: Asiana Saigon

Tel: 08. 3520 9999
www.intercontinental.com

InterContinental Danang

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

Hanoi Westlake

Tel: 04. 6270 8888
www.intercontinental.com

Park Hyatt Saigon Hotel

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

Renaissance Riverside Hotel Saigon

Tel: 08. 3822 0033

Sheraton Hanoi

Tel: 04. 3719 9000
www.sheratonhanoi.com

Sheraton Nha Trang Hotel & Spa

Tel: 058 3880 000
www.sheratonnhatrang.com

Sheraton Saigon Hotel & Towers

Tel: 08. 3827 2828
www.sheratonsaigon.com

Six Senses Hideaways Ninh Van

Tel: 058 3728 222
www.sixsenses.com

Sofitel Legend

Metropole Hanoi

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

Sofitel Plaza Hanoi

Tel: 04. 3823 8888
www.sofitel.com

Sofitel Saigon Plaza

Tel: 08. 3824 1555
www.sofitel.com

FURNITURE

Christopher Guy Showroom

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

Munchen Showroom

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



EXTRAORDINARY OBJECT: THE AUTOMATE FÉE ONDINE

NGÔI SAO CƠ KHÍ CỦA SỰ KIỆN SIHH 2017!

Trong sự kiện SIHH 2017, Van Cleef & Arpels giới thiệu thiết kế phi thường đặc biệt của mình, mẫu đồng hồ Automate Fée Ondine. Thiết kế này là thành quả của rất nhiều năm nghiên cứu và hợp tác với nhà chế tác các thiết bị tự động Francois Junod. Ngoài ra, cũng cần phải kể tới đóng góp của rất nhiều thợ chế tác thủ công. Kết hợp trang sức với nghệ thuật chế tác đồng hồ, sản phẩm đặc biệt này mở ra một chương mới cho nhà chế tác trang sức và đồng hồ danh tiếng số một thế giới. Cơ chế phức tạp với khả năng mô phỏng chuyển động của nhân vật và bông hoa sen này đồng thời có khả năng thông báo giờ. Với thiết kế này, khả năng sáng tạo, chế tạo và trí tưởng tượng của thương hiệu đã vượt xa những gì giới mộ điệu vẫn trông chờ.

LA VELA CRUISES
BY PARADISE HOTELS & CRUISES

KHÁM PHÁ HẠ LONG SÔI ĐỘNG CÙNG DU THUYỀN LA VELA



LA VELA CRUISES
BY PARADISE HOTELS & CRUISES

VĂN PHÒNG HÀ NỘI

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

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

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

<https://tieulun.hopto.org>



DẪN BƯỚC TƯƠNG LAI



ĐÓN ĐẦU THỜI ĐẠI,
TOILET THÔNG MINH
VEIL* ĐA CHỨC NĂNG.

KOHLERVN.COM | facebook.com/kohlervietnam

KOHLER®

RITAVÕ

Nhà Phân Phối Chính Thức

KOHLER Design Center & Boutique Showrooms

TP. HCM: • 5A Đường số 3, P. An Phú, Quận 2, ĐT: (08) 3744 4399 • Đường Nguyễn Hữu Thọ, Phường Tân Hưng, Quận 7, ĐT: (08) 3775 4598

Hà Nội: • 12A B1 Nguyễn Khánh Toàn, Quận Cầu Giấy, ĐT: (04) 6282 2846 / 6282 2848

RITAVÕ PRO

TP. HCM: • 5A Đường số 3, Phường An Phú, Quận 2, ĐT: (08) 3744 4399 • 846 - 848 Sư Vạn Hạnh, Phường 13, Quận 10, ĐT: (08) 3862 3988

Hà Nội: • Tầng B2, Vincom Mega Mall, Royal City - 72A Nguyễn Trãi, Quận Thanh Xuân, ĐT: (04) 6262 0289

<https://tieulun.hopto.org>