

HÀNG HIỆU

THE REFINED

RACE ON

FEATURE
GHOST II: Ý NIỆM MỚI VỀ SỰ XA XÍ

TOP LUXE
MONSIEUR DE CHANEL

COLLECTION
GIOVANNI SS 2017

<https://lieulun.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

✂
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>

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: DƯƠNG MỸ ANH

Lifestyle: HOÀI ANH

Architecture: NGUYỄN KHẢI

Travel: KHẢ HÂN

ART / MỸ THUẬT

NGUYỄN XUÂN HẢI

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: 68/14 Đường Hoàng Diệu, P.12, Quận 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 4/2017: 628-2017/CXBIPH/110-24/TN THEO QĐXB SỐ 242 / QĐ-NXB TN / Khổ: 205 x 275 mm / In 10.000 cuốn tại Nhà In Đại Thành - 273 Ngõ 35 Khương Hạ, Hà Nội.
ISBN : 978-604-64-6922-3 / Giá: 65.000 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

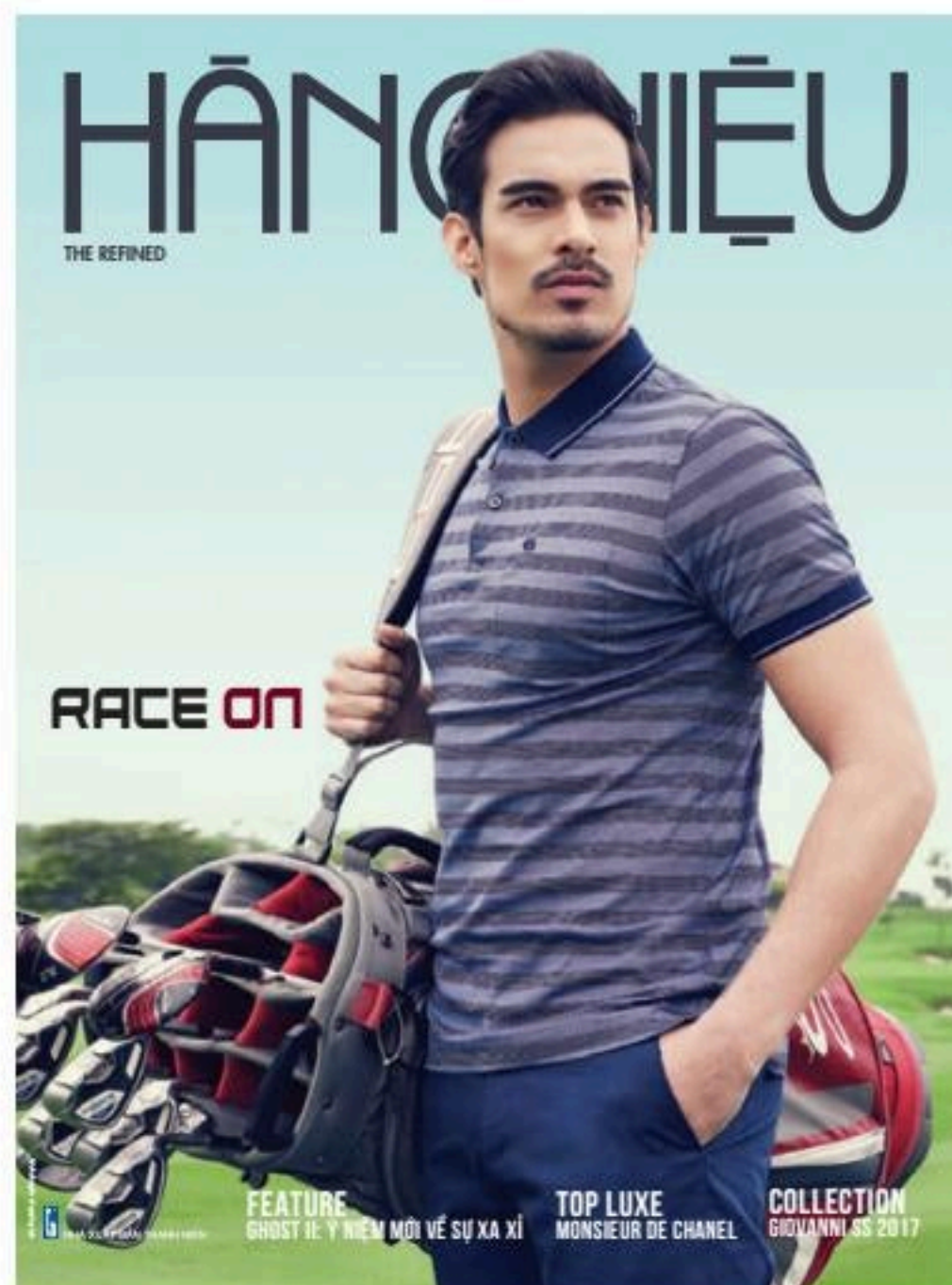
FENDI
TIMEPIECES

<https://tieulun.hopto.org>

NHỮNG MONG MUỐN PHÙ PHIẾM

Có lẽ thế giới không cần một chiếc đồng hồ với khả năng tự đếm lịch chính xác tới mức trong suốt 350 năm nữa không cần một lần hiệu chỉnh. Thế giới có lẽ cũng không cần tới những chai rượu vang mà để làm ra nó, người ta thường chủ động cắt bớt đi một nửa số lượng nho có trên cây ngay từ đầu vụ. Và thế giới cũng không cần, đúng hơn là không có chỗ cho một chiếc xe có thể vào cua ở tốc độ 200km/h. Thế giới cũng không cần tới những viên đá (kim cương) với độ quý hiếm tới mức trong cả 01 triệu viên phổ thông mới có lấy 01 viên. Nhưng liệu có ai – ngay kể cả những người giàu nhất – không một lần mơ về những thứ đó. Bởi đơn giản, nhân loại không ngừng hướng tới những gì tốt đẹp và tuyệt mỹ nhất. Và cũng chính mong muốn có thể vươn tới sự hoàn mỹ ấy mà nhân loại đang ngày một tiến xa hơn, mỗi ngày thêm tạo ra những thứ hoàn thiện hơn.

Xin chân thành cảm ơn!



TRANG PHỤC: GIOVANNI SS 2017



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

CONTENTS

MARCH - APRIL

FEATURE

- 030 | **COCKTAIL DRESS: LỰA CHỌN CỦA CÁC TU MI NAM TỬ**
Cùng HÀNG HIỆU khám phá những quy tắc cơ bản trong việc lựa chọn trang phục và giải mã cụm từ "Dress code: Cocktail dress" thường thấy trong các tấm thiệp mời dự tiệc!
- 054 | **NO.1 POULTRY: CÔNG TRÌNH GÂY TRANH CÃI THỂ KỲ Ở LONDON**
Là một trong những công trình kiến trúc cả danh tiếng lẫn tai tiếng, tòa nhà văn phòng và bán lẻ No.1 Poultry ở London là đứa con hoài thai của cả trường phái kiến trúc hiện đại và hậu hiện đại!
- 062 | **PARIS MƠ MỘNG**
Nếu bạn chưa có bất kỳ dự định cho kỳ nghỉ kế tiếp của mình, hãy để HÀNG HIỆU giúp bạn lựa chọn những khách sạn cho kỳ nghỉ thú vị nhất hành tinh: Paris thẳng tiến!
- 070 | **TRENTO DOC: "CHAMPAGNE" CỦA NƯỚC Ý**
Nếu tất cả những gì bạn biết về vang nổ của Ý chỉ là Prosecco, vậy đó sẽ là thiếu sót lớn – bởi đất nước hình chiếc ủng này còn có rất nhiều lựa chọn. Trento DOC là một trong số đó!



030



054



062



070

LIFESTYLE

- 022 | **WHAT'S ON**
Điểm tin các thương hiệu cao cấp như: Burberry, Hermès, Givenchy, Chanel, LVMH, Jil Sander và các vấn đề của ngành thời trang cao cấp.
- 026 | **LIVING IS ALL ABOUT**
Các tin tức nổi bật về các dự án và các công trình kiến trúc đang xây dựng trên khắp thế giới.



022



026



CONTENTS

MARCH - APRIL

FASHION

034 | REVIEW BST: PRADA VÀ DOLCE & GABBANA XUÂN-HÈ 2017

Với gần 100 thiết kế, bộ sưu tập Xuân-Hè 2017 của cặp đôi Domenico Dolce và Stefano Gabbana đã đem đến giới mộ điệu bộ sưu tập của âm nhạc, thơ và nghệ thuật trình diễn trên mỗi mét vải.



034

038 | GIOVANNI SS 2017

Áo polo và bộ môn golf luôn là người bạn đồng hành, cùng HÀNG HIỆU khám phá bộ sưu tập áo polo của Giovanni mùa mốt Xuân-Hè 2017.



038

TOPLUXE

014 | CHRISTOPHE CLARET X-TREM-1-STINGHD

Một lần nữa, Christophe Claret cho thấy sự sáng tạo của mình là không giới hạn khi giới thiệu mẫu đồng hồ Christophe Claret X-TREM-1-StingHD.



014

015 | MONSIEUR DE CHANEL

Tuyệt phẩm cơ khí đếm giờ dành cho đàn ông tới từ thương hiệu trên 100 năm tuổi Chanel!



015

016 | BULGARI HORA DOMUS

Khi đồng hồ vượt khỏi vị thế một thiết bị mang tính công năng đơn thuần để trở thành một người bạn thân thiết luôn nhắc bạn là ai, bạn từ đâu tới và bạn sẽ đi tới đâu!



016



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. 18, 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, 108 HOA MA ST. * V&V, 26 DIEN BIEN PHU ST. * TOAN CAU LUXURY, 44 HA BA TRUNG ST.
HCMC: * MAI NGUYEN LUXURY, 27 NGUYEN BINH KHIEM ST., DIST. 1 - 8 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.

CONTENTS

MARCH - APRIL

LUXE FEATURE

088 | GHOST II: GIÁ TRỊ XA XỈ ĐƯỢC ĐỊNH NGHĨA LẠI

Nếu có điểm gì đó chung giữa những chiếc Rolls-Royce và mẫu du thuyền Ghost II của Gulf Craft, đó là các siêu phẩm này đều chỉ dành cho giới siêu giàu!



088

094 | CHIẾN MÃ MCLAREN 720S: BỨT PHÁ GIỚI HẠN 03 GIÂY

Tốc độ vốn vẫn được xem là một trong những niềm tự hào của McLaren và McLaren 720S Velocity cũng không phải ngoại lệ.



094

052 | DƯỠNG SAU CẠO: DƯỠNG DA ĐỘC QUYỀN ĐÀN ÔNG

Các loại dưỡng sau cạo (râu) dạng nước và dạng gel (after-shave) có một vị trí đặc biệt trong tủ đồ của những người đàn ông hiện đại. Thậm chí chúng là một phần quan trọng trong hành lý du lịch của cánh mày râu!



052

WATCH + JEWELLERY

074 | HUYỀN THOẠI CORUM

Một huyền thoại đã ra đời các đây nửa thế kỷ và vẫn đang cho ra đời nhiều huyền thoại khác. Đó chính là thương hiệu đồng hồ Corum với những mẫu đồng hồ biểu tượng của mình!



074

078 | BÁU VẬT KIM HOÀN CỦA CÁC SA HOÀNG

Nếu như người Pháp có thương hiệu trang sức Cartier danh tiếng, Thụy Sĩ có Van Cleef & Arpels thì người Nga cũng có Fabergé – thương hiệu kim hoàn yêu thích của các Sa Hoàng với những quả trứng phục sinh tinh xảo cầu kỳ và đắt đỏ!



078

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>

CHRISTOPHE CLARET X-TREM-1 - STINGHD

MỘT LẦN NỮA CHRISTOPHE CLARET CHO THẤY SỰ SÁNG TẠO CỦA MÌNH LÀ KHÔNG GIỚI HẠN KHI GIỚI THIỆU MẪU ĐỒNG HỒ CHRISTOPHE CLARET X-TREM-1 – STINGHD - MỘT CHIẾC ĐỒNG HỒ GÂY ẤN TƯỢNG BẰNG THIẾT KẾ ĐẬM CHẤT GOTHIC VỚI CHI TIẾT TRANG TRÍ HÌNH XƯƠNG SỌ.

● Tourbillon được thiết kế ở dạng bay (flying) phức tạp với góc nghiêng 30° và trang trí với hình một xương sọ ở chính giữa.

● Đồng hồ có vỏ được thực hiện bằng chất liệu titanium grade 5, xử lý màu đen bằng công nghệ nhuộm tĩnh điện PVD kết hợp với những chi tiết sơn mài (lacquer) tạo màu đỏ hai bên mặt số đồng hồ.

● Mức dự trữ năng lượng lên tới trên 50 giờ nhờ thiết kế 02 ổ cốt sáng tạo. Trong 02 ổ cốt này, một dành cho hiển thị thời gian, một dành cho các bánh răng của bộ chuyển động. Tourbillon của đồng hồ hoạt động ở tần số 3 Hz, với vòng quay 60 giây.

● Đồng hồ chạy máy caliber FLY11, lên dây bằng tay, với tổng số chi tiết lên tới 432 part và 66 chân kính hồng ngọc.

08

là giới hạn chế tác
của phiên bản
này.

MONSIEUR DE CHANEL

*TUYỆT PHẨM CƠ KHÍ ĐẾM GIỜ DÀNH CHO ĐÀN ÔNG TỐI TỬ
THƯƠNG HIỆU TRÊN 100 NĂM TUỔI CHANEL!*



Dây đeo làm từ da cá sấu đen.

• Chống thấm ở áp lực nước ở độ sâu 30m.

• Dự trữ năng lượng lên tới 03 ngày.

Kim đồng hồ dát vàng 18k, màu beige độc quyền của Chanel.

• Vỏ và nút vận bằng vàng hồng 18k, màu beige gold.

Đường kính 40mm, độ dày 10,4mm.

• Mặt số đồng hồ màu trắng ngà với mặt số phụ kèm kim phút retrograde, hiển thị giờ ở dạng jumping hour qua ô cửa sổ ở cọc chỉ số 06 giờ.

TOP LUXE

BVLGARI HORA DOMVS

*MẪU ĐỒNG HỒ VƯỢT KHỎI VỊ THẾ MỘT THIẾT BỊ XEM GIỜ
ĐƠN THUẦN ĐỂ TRỞ THÀNH MỘT NGƯỜI BẠN THÂN THIẾT
LUÔN NHẮC BẠN LÀ AI, BẠN TỪ ĐÁU TỚI
VÀ BẠN SẼ ĐI TỚI ĐÁU.*

Trên đồng hồ có tới 02 kim giờ, một kim hiển thị giờ ở quê nhà (Home Time), một kim hiển thị giờ địa phương (Local Time). Ở vị trí cọc chỉ giờ số 09, một cửa sổ cho biết mùa. Dưới cọc chỉ giờ 12 là hiển thị ngày đêm ở định dạng AM/PM.

- Trong tiếng Latinh Hora Domvs có nghĩa là Home Time, như vậy chỉ từ tên của chiếc đồng hồ chúng ta đã biết đây là một chiếc đồng hồ hiển thị 02 múi giờ. Một hiển thị giờ nơi người đeo đang tới và một hiển thị giờ cho quê nhà của anh ta.

- Hai cửa sổ lớn ngay dưới các vị trí cọc chỉ giờ số 12 và số 06 lần lượt là tên của 02 thành phố quê nhà và thành phố người đeo đang tới. Khi người đeo không đi du lịch, các hiển thị giờ và thành phố sẽ được đồng nhất.



- Đồng hồ chạy máy BVL 191 in-house của Bulgari, tần số dao động 21.600 nhịp mỗi giờ. Case (vỏ) rộng 45mm, bằng vàng hồng 18k.



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
* 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>

F1 2017 RACE ON



**2017 HỨA HẸN SẼ LÀ KỶ
NGUYÊN MỚI CỦA GIẢI ĐUA
XE SỐ 01 THẾ GIỚI,
FORMULA 1 (F1) VỚI NHỮNG
THAY ĐỔI LỚN TỪ CÁC QUY
ĐỊNH CỐT LÕI CỦA MÔN THỂ
THAO TỐC ĐỘ NÀY NHẪM
THÚC ĐẨY YẾU TỐ NGÂY
NGẠC NHIÊN HƠN NỮA. ĐÂY
CŨNG SẼ LÀ MỘT MÙA GIẢI
VỚI NHỮNG GIÁ TRỊ LỊCH SỬ
ĐƯỢC ĐỀ CAO!**

Những quy định mới của giải đua F1 sẽ cho phép những chiếc xe có thể chạy nhanh hơn 05 giây một vòng lặp và trông ấn tượng hơn. Những chiếc xe sẽ trông hoành tráng hơn với lốp lớn hơn; cánh gió trước thấp hình mũi tên và cánh gió sau trông dữ tợn hơn. Các quy định này đồng thời sẽ đòi hỏi thể lực của các tay đua nhiều hơn khi lực ép thân xe xuống mặt đường tăng thêm 1G ở các khúc cua gấp. Vậy tại sao lại có những quy định này? Nói một cách đơn giản, các quy định được đưa ra để trả lại yếu tố “hero factor” cho giải đua. Những ông chủ của F1 cảm thấy sự cần thiết đối với việc cải thiện chất lượng giải đua là bức thiết khi lượng khán giả truyền hình theo dõi giải đua F1 đang sụt giảm. Tuy nhiên, không phải ai cũng hài lòng về những quy định này. Tháng 11/2015, hãng Mercedes đã nỗ lực đến cùng để ngăn chặn việc F1 sẽ áp dụng những quy định mới. Trong một cuộc họp của các Giám đốc kỹ thuật trước thềm Grand Prix Brazil năm 2015, nhà đương kim vô địch thế giới Mercedes đã đưa ra câu hỏi về mong muốn xe chạy nhanh hơn 05 giây mỗi vòng đua khi những chiếc xe đã tiếp cận đến tốc độ cao nhất trong lịch sử và nêu lên quan ngại về khả năng của những chiếc lốp Pirelli có thể chịu đựng được hay không?

Nhưng nhiều đội đua khác đã gạt bỏ những phàn nàn của Mercedes bởi họ tin rằng những điều Mercedes đang cố chứng minh bắt nguồn từ lợi thế cạnh tranh (của riêng đội Mercedes) và nhìn thấy trong những thay đổi này cơ hội để tỏa sáng sau 03 năm thống trị của Mercedes. Và vì thế, khi mùa giải F1 2017 bắt đầu, sẽ có những biến động lớn nhất trong 08 năm qua. Có rất nhiều người chờ đợi và với nhiều người, đây sẽ là một năm quan trọng.

Luật mới, Xe Mới

Những quy định mới thường dẫn đến những thay đổi trong thứ tự xếp hạng. Sự ra đời của động cơ Hybrid vào năm 2014 đã kết thúc kỷ nguyên thống trị của đội Red Bull và mở ra 03 năm hoàng kim của Mercedes. Hãng xe đến từ Đức đã nghiên cứu từ rất sớm những quy định mới và có những chuẩn bị quan trọng so với tất cả những đối thủ cạnh tranh còn lại. Nhưng những thay đổi được đưa ra vào năm 2017 sẽ khác. Những quy định về động cơ vẫn giữ nguyên – với ngoại lệ là sự tự do phát triển – nhưng những quy định về khung gầm đã được điều chỉnh. Hai lần, những quy định mới được giới thiệu, “thời kỳ thịnh trị” của một đội đua đã kết thúc để mở ra chương khác trong lịch sử F1. McLaren đã thế chỗ Williams vào năm 1998 với việc giới thiệu bánh xe hẹp và lớp xe có rãnh. Sau đó vào năm 2009, Red Bull đã lên ngôi vô địch khi Brawn suy yếu.

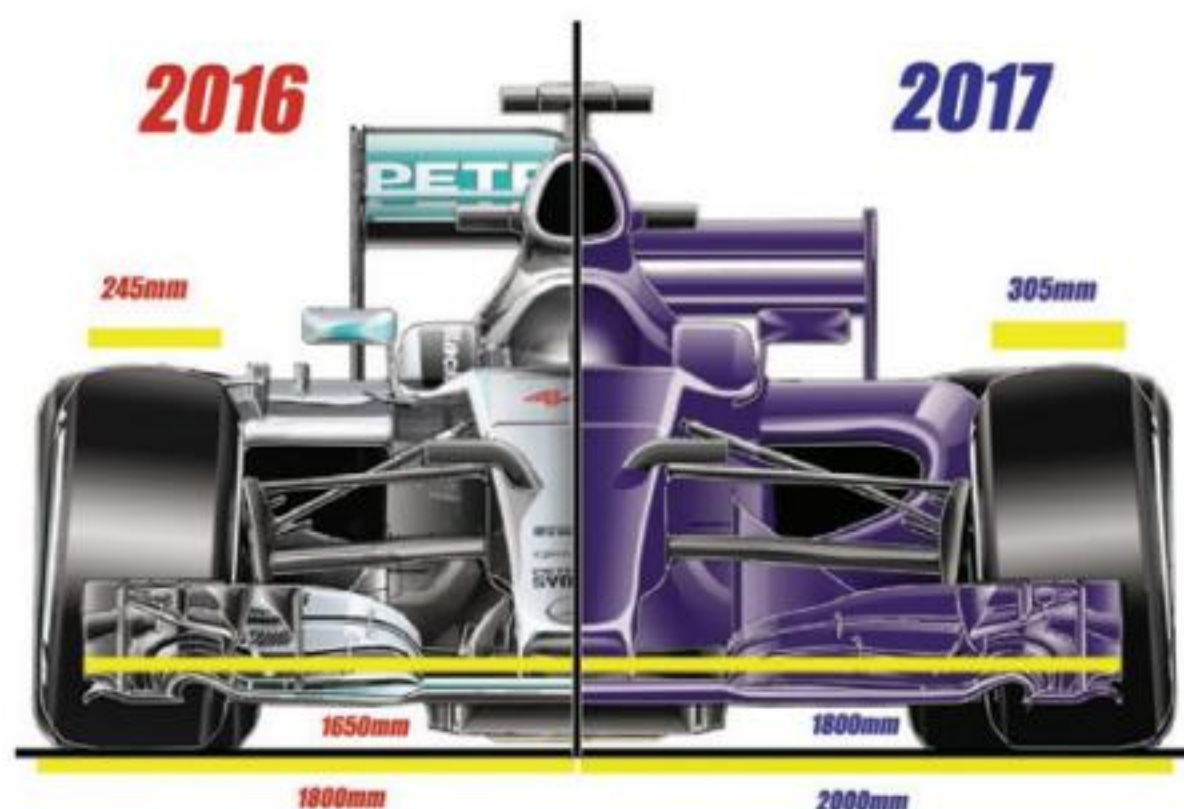
Vì vậy, những quy định mới về khung gầm cũng có nghĩa là ngay cả khi Mercedes tiếp tục có ưu thế về sức mạnh và về hiệu suất của xe, (có khả năng) một đội khác sẽ có thể rút ngắn khoảng cách với đội đua này khi giới thiệu một chiếc xe chạy nhanh hơn. Có một mối liên hệ quan trọng giữa 02 lần hay đổi các quy định gần đây nhất. Trong cả 02 trường hợp, Adrian Newey chính là Giám đốc kỹ thuật đã đưa một đội đua nào đó bước vào kỷ nguyên mới. Lần gần nhất là Red Bull và trước đó là McLaren. Newey (58 tuổi) là một nhà thiết kế khí động học ưu việt của F1 và thuộc đội Red Bull. Ông chỉ dành 50% thời gian của mình cho F1 và thời gian còn lại ông dành cho các dự án đặc biệt khác (dự án Aston Martin-Red Bull

chẳng hạn). Tuy nhiên theo một số người, sự nhiệt huyết của Newey dành cho F1 đã suy giảm kể từ năm 2014 và họ hy vọng với những quy định mới trong năm 2017 sẽ giúp ông nạp lại năng lượng và trở lại mạnh mẽ.

Mục đích của những người đưa ra quy định mới là nhằm tăng tốc độ của những chiếc xe thông qua sự kết hợp của thiết kế khí động học và động cơ của xe. Cụ thể, lớp xe rộng hơn, thân xe được nâng kích thước lên tới 2m, trở về với kích thước của xe năm 1998. Thân xe lớn và rộng, làm cho bề mặt gầm xe cũng lớn, góp phần tăng lực ép của thân xe xuống mặt đường. Bên cạnh đó, kích thước bộ tản nhiệt cũng được tăng đáng kể.

Vậy bao nhiêu lực ép thân xe xuống mặt đường sẽ được tạo ra? Đó là một con số đáng kinh ngạc. Một tài liệu do FIA thu được từ những nghiên cứu và phát triển của các đội (đối với các mẫu xe đua mới) cho biết lực ép xuống mặt đường của xe có thể tăng trung bình là 15% và tối đa 31%. Nhưng những người trong cuộc gợi ý rằng lực ép xuống mặt đường này có thể tăng lên 40%. Điều này có ý nghĩa thế nào trong thực tế? Điều này có nghĩa ở một số góc cua, theo các kỹ sư, lực tác động lên thân xe có thể đạt mức kỷ lục trong lịch sử. Những người trong cuộc đang đưa ra ví dụ

về Turn 3 ở Barcelona nơi các tay đua sẽ phải vượt qua một góc cua phức tạp với tốc độ khá cao, thay vì phải kiểm soát xe ở tốc độ 210km/h, họ sẽ phải thực hiện điều này ở tốc độ tối thiểu 250km/h. Điều này sẽ là một thách thức lớn dành cho các tay đua, và là một phần ý tưởng đằng sau các quy định. Và có rất nhiều tay đua rất hào hứng với điều này. Mặc dù vậy nhiều người vẫn thắc mắc liệu những quy định này có thực sự thu hút khán giả?



Xe rộng hơn, lốp lớn hơn và lực ép xuống đường lớn hơn đồng nghĩa với tốc độ sẽ chậm hơn trên các đoạn đường thẳng. Do đó, khoảng cách phanh cũng sẽ ngắn hơn ngay cả khi tốc độ của không đổi. Nhưng vì tốc độ tăng, khoảng cách phanh ngắn hơn sẽ vẫn còn.

Cuối cùng, việc tạo ra những chiếc xe chạy nhanh hơn 05 giây mỗi vòng lặp sẽ chẳng có ý nghĩa gì nếu các tay đua không thể thực sự làm chủ chúng bởi vì những lốp xe mất độ bám dính nếu họ tăng tốc nhiều lần trong một vòng lặp. Điều đó đã xảy ra trong 06 mùa giải vừa qua. Tay đua Fernando Alonso cho biết: “Chúng tôi biết có những chiếc xe sẽ có thể chạy nhanh hơn 04 hoặc 05 giây. Nhưng nếu đó là nhanh hơn 04 hoặc 05 giây ở ngay vòng đầu tiên và 02 giây nhanh hơn ở vòng lặp thứ hai, đó không phải là niềm vui nữa.” Pirelli đã đưa ra một bộ sưu tập lốp xe trong mùa

giải này để giải quyết các vấn đề. Được cho biết đó là những lốp xe mà các tay đua có thể chạy suốt một chặng Grand Prix. Một trong những câu hỏi lớn nhất được đặt ra trước mùa giải: Liệu Pirelli có thành công và F1 sẽ làm những gì nếu Pirelli không thành công?

Nhận định của các đội đua

Ngay cả khi những quy định này đã được thống nhất, những tranh cãi gay gắt vẫn nổ ra giữa các đội đua. “Chúng tôi không phải là những người quá ủng hộ những quyết định thay đổi này,” ông Toto Wolff, nhân vật đầy quyền lực của đội đua Mercedes chia sẻ. “Không phải vì chúng tôi muốn chiếm ưu thế với những quy định cũ, nhưng rõ ràng là khi các quy định đang ổn định, cuối cùng sự hiệu quả cũng sẽ đến. Bởi vì chúng tôi không dám chắc rằng thay đổi sẽ là con đường đúng dành cho F1”.

Đội Red Bull lại có quan điểm hoàn toàn ngược lại, họ cho rằng F1 cần có sự thay đổi về quy định để tăng thêm sự thú vị cũng như giúp những chiếc xe trở nên hoành tráng hơn. Họ cho rằng tất cả mọi thứ đã đạt đến điểm bão hòa và giải F1 đang trở nên quá an toàn, không còn thú vị. Và ngay cả ông Wolff cũng thừa nhận: “Những chiếc xe trông rất hoành tráng, rất to với những chiếc lốp lớn và cá nhân tôi rất háo hức chờ xem những chiếc xe này chạy những đường chạy đầu tiên.”

Tuy nhiên, không phải ai cũng đồng ý rằng ngoại hình của những chiếc xe đã được tính toán cẩn thận. Hiện nay, thân xe đã được tăng lên một khoảng tương đương với độ rộng của làn đua, tỉ lệ kích thước tương đương và những chiếc xe đơn giản là lớn hơn và nặng hơn. Một Giám đốc kỹ thuật đã mô tả tổng thể điều này “gần giống với một bộ phim truyền hình”.



GIỚI THIỆU THƯƠNG HIỆU ĐỒNG HỒ CORUM TẠI VIỆT NAM

EVENT

BỘ SƯU TẬP *Golden Bridge*



(Từ trái qua) Mr. Francis Leong
- Giám đốc Thương hiệu Corum
vùng Đông Nam Á;
Ms. Selina Ang - Giám đốc
Marketing của Corum vùng Đông
Nam Á;
Ms. Tuyết, Ms. Thảo &
Mr. Phương - Đại diện của hàng
đồng hồ Thành Phát điểm bán
Corum tại Takashimaya;
Mr. John Lim & Ms. Trinh - Tổng
Giám đốc Công ty Lâm Trần - Nhà
phân phối độc quyền Corum
tại Việt Nam;
Ms. Jade Huỳnh - Giám Đốc
Công ty Oriental Media Vietnam

SỰ TRỞ LẠI CỦA *Golden Bridge*

Vào ngày 05/01/2017 vừa qua tại River House Restaurant & Terrace thuộc Thảo Điền Village đã chứng kiến buổi tiệc Cocktail giới thiệu thương hiệu đồng hồ nổi tiếng Thụy Sĩ Corum và bộ sưu tập kinh điển Golden Bridge, được thiết kế mô phỏng theo hình dáng Chiếc Cầu Cổng Vàng của thành phố San Francisco. Buổi tiệc diễn ra bên cạnh bờ sông Sài Gòn thơ mộng, với sự góp mặt của ông Francis Leong – Giám đốc thương hiệu Corum tại khu vực Đông Nam Á và bà Selina Ang, Giám đốc Marketing khu vực Đông Nam Á của hãng đã có những lời chia sẻ về lịch sử hình thành, phát triển cũng như những bộ sưu tập bất hủ của Corum. Với sự hiện diện của hơn 130 quan khách là những người yêu thích đồng hồ, giới truyền thông, các sản phẩm của Corum được trưng bày trong các kệ kính sang trọng và cũng như trình diễn bởi những người mẫu xinh đẹp đến từ Nga, Tây Ban Nha và Brazil. Những mẫu đồng hồ như Golden Bridge Round, Coin Watch, Admiral's Cup, Heritage lần lượt được tận mắt thưởng lãm trọn vẹn bởi giới mộ điệu đồng hồ.



Người mẫu trình diễn đồng hồ Corum



Khách tham dự thử trên tay chiếc đồng hồ Corum Golden Bridge Tourbillon Paniramique trị giá hơn 500.000 USD tại sự kiện.

THỜI TRANG, THIẾT KẾ, VĂN HÓA, NGHỆ THUẬT

WHAT'S ON



JIL SANDER

Giám đốc Sáng tạo Rodolfo Paglialunga từ chức.

Sau 03 năm giữ vai trò Giám đốc sáng tạo cho nhà mốt Jil Sander, ông Rodolfo Paglialunga, đã chính thức từ chức sau một thoả thuận được ký kết giữa 02 bên. Trước khi gia nhập thương hiệu vào năm 2014 (sau khi nhà thiết kế Jil Sander rời bỏ thương hiệu mang tên mình lần thứ 03), ông Rodolfo Paglialunga từng làm việc tại Prada trong vai trò Giám đốc thiết kế dòng thời trang nữ và tại Vionnet, nơi ông giữ vai trò Giám đốc sáng tạo. Sau khi trình diễn bộ sưu tập cuối cùng cho nhà mốt đến từ nước Đức tại Tuần lễ thời trang Milan vào tháng trước, ông Rodolfo Paglialunga đã tuyên bố sẽ rời nhà mốt này. “Chúng tôi đã quyết định chấm dứt cuộc hành trình của mình với Rodolfo Paglialunga,” Giám đốc điều hành của Jil Sander, cô Alessandra Bettari chia sẻ. “Chúng tôi muốn gửi lời cảm ơn sâu sắc đến ông Paglialunga vì những điều tuyệt vời mà ông đã dành cho Jil Sander và sự tôn trọng của ông dành cho DNA của thương hiệu.”



RICCARDO TISCI

Bỏ ngó khả năng hợp tác với Versace.

Sau khi rời nhà mốt Givenchy, nhà thiết kế Riccardo Tisci hiện vẫn đang ở trong tình trạng 'thất nghiệp'. Với những đồn đoán về việc nhà thiết kế sẽ về đầu quân cho Versace, nhà thiết kế chia sẻ: "Có rất nhiều điều thú vị đang được đặt lên bàn tính và tôi sẽ đưa ra quyết định cuối cùng trước mùa hè. Tôi không lo lắng nhiều về tương lai. Những người yêu mến tôi sẽ có thể chờ đợi tôi." Tuy hiện nay chưa đầu quân cho nhà mốt nào nhưng Riccardo Tisci đã hợp tác với "ông trùm" của dòng sản phẩm thể thao Nike trong dự án ra mắt mẫu giày NikeLab Air Max 97 Mid x RT. Được biết những mẫu giày này sẽ ra mắt trong ngày 26/03. Giày có thiết kế một túi kéo khóa nhỏ ở phần lưỡi gà (vùng đệm phía dưới khu vực buộc dây của giày).

PHARRELL WILLIAMS

'Chàng thơ' mới của nhà Chanel?

Pharrell Williams sẽ chính thức trở thành 'chàng thơ' đầu tiên quảng cáo cho dòng sản phẩm túi xách của nhà mốt Chanel. Cụ thể, nam ca sỹ đoạt 11 giải Grammy này sẽ xuất hiện cùng mẫu túi Gabrielle của nhà mốt trong chiến dịch quảng cáo mới nhất của thương hiệu. Mặc dù trước đây, Pharrell từng xuất hiện trong các quảng cáo và tham gia show diễn của nhà mốt Chanel nhưng đây là lần đầu tiên anh – hay bất kỳ người đàn ông nào – xuất hiện trong một chiến dịch quảng cáo túi của nhà mốt danh tiếng bậc nhất Paris này. Ngài Karl Lagerfeld đã chia sẻ chiếc túi Gabrielle này có thể được sử dụng trong "nhiều hoàn cảnh khác nhau" – thậm chí là ngay cả với một người đàn ông. Vậy là sau tất cả, nhà mốt đã tìm ra một người đàn ông, một ngôi sao thời trang có thể thể nghiệm với các phụ kiện dành cho nữ giới, chẳng hạn như chiếc dây chuyền à la Lagerfeld và chiếc túi Gabrielle.



HERMÈS

Bữa tiệc hipster tại trung tâm Los Angeles.

Thương hiệu cao cấp Hermès đã lựa chọn trung tâm thành phố Los Angeles làm nơi để tổ chức một bữa tiệc hipster hoàn hảo với một show diễn hoàn toàn ngoài trời, các triển lãm tương tác, các xe đồ ăn và một buổi hòa nhạc indie. Với lựa chọn này, thương hiệu đến từ Paris đã gia nhập vào danh sách các thương hiệu nổi tiếng đang diễn show ở California bên cạnh các show diễn trong các tuần lễ thời trang truyền thống ở New York, Paris hay Milan. Giải thích cho quyết định tổ chức show diễn ở Los Angeles, ông Robert Chavez, chủ tịch kiêm CEO của Hermès Bắc Mỹ, chia sẻ: "Ở đây (West Coast), các kết quả kinh doanh của chúng tôi rất khả quan. Los Angeles đang thực sự là trung tâm của ngành thời trang, và đã tới lúc chúng tôi có cửa hàng tại khu trung tâm. Chúng tôi rất thích concept giản dị, sang trọng, thoải mái, sáng tạo và ngẫu hứng".

Show diễn lần này của Hermès diễn ra trong một nhà kho với các mẫu thiết kế thuộc bộ sưu tập dành cho nam giới, Xuân – Hè 2017. Bộ sưu tập này trước đó đã được diễn ở Paris.





SIR ELTON JOHN

Và bộ sưu tập kính mắt siêu ấn tượng.

Với một số ngôi sao, thời trang mang ý nghĩa như một phương thức thể hiện. Với một số người khác, thời trang có ý nghĩa như một cách sống. Với riêng Sir Elton John (người vừa bước sang tuổi 70) thời trang không chỉ là cuộc sống mà còn là mục đích sống của ông. Bắt đầu nổi lên trong vai trò của một ngôi sao nhạc Rock vào cuối thập niên 60, 05 thập kỷ qua, giới mộ điệu luôn ghi nhận ông là một trong những ngôi sao âm nhạc thành công nhất. Nhưng song song với âm nhạc, ngọn lửa tình yêu với thời trang của ông vẫn luôn luôn bùng cháy. Với những set đồ của John, một vị trí quan trọng là dành cho những chiếc kính mắt bởi nó chính là thứ phụ kiện bổ sung cho những bộ suit bespoke của ông. Trong tủ đồ của John là những cây kính mắt đặc biệt từ chất liệu tới thiết kế. Đó là những cây kính khảm đá, đính lông với những kiểu dáng, kích thước, phong cách và màu sắc luôn tự đặt nó trong tinh thần avant – garde tiên phong táo bạo.

BURBERRY

Và kế hoạch “thay máu” của Christopher Bailey.

Kể từ ngày đảm nhiệm vai trò CEO của thương hiệu Burberry, người đàn ông quyền lực Christopher Bailey luôn nhận thức rõ những điểm mạnh của thương hiệu: Dòng sản phẩm phụ kiện (chiếm 40% tổng doanh thu của thương hiệu). Do đó, trước khi mùa hè đến, ông đã có những động thái nhằm củng cố vị thế và doanh thu cho dòng sản phẩm này. Cái tên được chọn để giao cho sứ mệnh này là một người (cũ) của Dior, chuyên gia dòng hàng phụ kiện Sabrina Bonesi. Với quyết định của Bailey, cô Sabrina Bonesi sẽ trở thành Giám đốc thiết kế dòng sản phẩm đồ da thuộc và giày dép. Cô sẽ là người chịu trách nhiệm cho các dòng sản phẩm phụ kiện túi xách, giày cho cả nam và nữ. Bonesi không phải nữ chiến binh mới duy nhất trong team của Burberry năm nay. Trước cô, thương hiệu được xem là di sản của xứ sở sương mù đã tuyển dụng đồng sáng lập của Net-a-Porter, Claudia Plant vào vị trí Phó chủ tịch cấp cao với sự mệnh “đem các trải nghiệm thời trang và các sản phẩm của thương hiệu đến với khách hàng.”



GIVENCHY

Có nữ Giám đốc nghệ thuật đầu tiên: Clare Waight Keller.

Sáng ngày 16/03 vừa qua, nhà mốt Givenchy đã đưa ra thông báo chính thức về việc nhà thiết kế Clare Waight Keller sẽ trở thành nữ Giám đốc Nghệ thuật đầu tiên của thương hiệu, tiếp quản “vương triều” của Riccardo Tisci. Thông tin này đã được đăng tải trên Instagram chính thức của thương hiệu (nơi có tới hơn 07 triệu lượt theo dõi). Được biết, đầu năm nay, Clare Waight Keller đã đưa ra thông báo cô sẽ rời khỏi Chloé, nơi cô đang giữ vai trò Giám đốc sáng tạo trong 06 năm. Như vậy, với việc Clare Keller trở thành nữ Giám đốc nghệ thuật đầu tiên - sau những cái tên đình đám trước đó như Hubert de Givenchy (người sáng lập thương hiệu), John Galliano, Alexander McQueen, Julien MacDonald và Riccardo Tisci, những người ái mộ Givenchy và giới mộ điệu có quyền hy vọng một làn gió mới sẽ đến với nhà mốt hàng đầu của nước Pháp.



LVMH

Mua lại công ty Maison Francis Kurkdjian.

Tập đoàn thời trang và hàng xa xỉ phẩm hàng đầu thế giới LVMH mới đây đã tiến hành mua lại phần lớn cổ phần của công ty Maison Francis Kurkdjian - một thương hiệu nước hoa độc lập, ra đời năm 2009. Marc Chaya, Giám đốc điều hành và cũng là người đồng sáng lập thương hiệu chia sẻ về thương vụ mua bán lịch sử này: "Chúng tôi cho rằng đây sẽ là một cơ hội tuyệt vời để ổn định những thứ chúng tôi đã theo đuổi trong 09 năm qua và tập trung vào việc tiếp tục thúc đẩy công việc kinh doanh với những trải nghiệm và phương thức mới mẻ hơn." Nhà pha chế nước hoa Francis Kurkdjian cũng chia sẻ: "Điều này có nghĩa, nếu có một sản phẩm tôi không thể tự làm do những hạn chế về kỹ thuật thì nay LVMH sẽ hỗ trợ cho tôi, biến ý tưởng của chúng tôi thành hiện thực. Việc mua lại Francis Kurkdjian (của chúng tôi) cũng sẽ giúp đưa LVMH tới với những hành trình khám phá những lãnh địa mới và sản phẩm mới. Tôi chưa từng ngần ngại phát triển, điều duy nhất tôi lo ngại (trước đây) là tìm ra đúng người để thực hiện những gì tôi đang sáng tạo."

SUPREME

Hợp tác cùng Lacoste.

Trong lúc chờ đợi để có thể bổ sung bộ sưu tập của mình một chiếc rương Supreme x Louis Vuitton, bạn có thể tạm nuông chiều mình với những sản phẩm Supreme x Lacoste. Nhân hiệu được yêu thích của dòng sản phẩm thời trang đường phố (streetwear) này hiện đã hợp tác với thương hiệu thời trang thể thao cao cấp của Pháp, Lacoste cho ra mắt một bộ sưu tập. Được biết, các thiết kế này đã có mặt tại các cửa hàng ở New York, Los Angeles, London và Paris. Bạn cũng có thể mua các thiết kế này từ địa chỉ website: supremenewyork.com. Với sự hợp tác này, bạn sẽ có cho mình logo của Supreme bên cạnh biểu tượng chú cá sấu của Lacoste trên những chiếc áo polo màu pastel, những chiếc áo tennis chui đầu, những chiếc mũ bóng chày. Tin chắc, bộ sưu tập Supreme x Lacoste này sẽ một lần nữa làm say đắm giới mộ điệu, đặc biệt là những người yêu thích phong cách Athleisure, khi cả Lacoste và Supreme đều là những thương hiệu nổi tiếng về dòng thời trang thể thao.



TOM FORD

Ra mắt bộ sưu tập Xuân-Hè 2017.

Tom Ford chưa từng giấu diếm tình yêu của ông cho thời trang những năm 70. Kể từ quãng thời gian còn làm việc tại Gucci, Ford luôn tìm ra cách hoà trộn các yếu tố về phong cách (tiêu biểu nhất) của thập niên 70 với bất cứ điều gì đang xảy ra trong nghệ thuật và thời trang đương đại. BST Xuân-Hè 2017 mới được ra mắt của ông tiếp tục đi theo xu hướng đó. Bộ sưu tập mới gồm các trang phục được thiết kế để phù hợp với các sự kiện mang tính trang trọng (formal) và thường nhật (casual). Đó là các bộ suit với ve áo rộng và những chiếc jacket dự tiệc. Bên cạnh đó là những chiếc jacket bằng da thuộc dành cho những ngôi sao nhạc Rock, những chiếc áo bomber, áo dệt kim và những chiếc quần jean. Bộ sưu tập này là món quà Ford dành cho người hâm mộ - những người luôn mong muốn có phong cách hiện đại như một ngôi sao điện ảnh thời kỳ trước. Có lẽ, sau khi đạt được những thành công nhất định trong vai trò một đạo diễn, một nhà làm phim, Hollywood chính là niềm cảm hứng lớn nhất để Ford sáng tạo nên bộ sưu tập này.



NEW YORK

Ra mắt dự án năng lượng mặt trời cộng đồng tại Brooklyn

New York mới đây đã ký kết với các công ty UGE International và Gotham Community Solar hợp đồng phát triển và xây dựng dự án năng lượng mặt trời cộng đồng đầu tiên của bang tại khu thương mại ở Brooklyn. Nằm giữa Park Slope và Boerum Hill, dự án dự kiến hoàn thành vào đầu mùa hè này có công suất lên tới khoảng 100KW. Theo UGE, đây là dự án đầu tiên trong chuỗi các dự án chuẩn bị được và đang được thực hiện. Chính quyền New York gần đây đã thực hiện cam kết xây dựng các chuỗi dự án phát triển nguồn năng lượng mặt trời cho cộng đồng để sản xuất ra nguồn điện phân bố (Distributed Energy Resources – DER). Về dự án, Giám đốc khu vực của UGE, ông Tim Woodcock chia sẻ: “Thật vinh dự khi được hợp tác với ConEd, Bộ xây dựng và tập đoàn sở hữu dự án để phát triển dự án này.” Ông Tim Woodcock cũng chia sẻ thêm: “Năng lượng mặt trời do dự án này tạo ra sẽ được cung cấp cho đông đảo các hộ dân cư trú ở đây, mang lại cho họ nhiều quyền lợi và chi phí năng lượng thấp”.

CÔNG TY KALYON-HANWHA

Xây dựng nhà máy năng lượng mặt trời lớn nhất Thổ Nhĩ Kỳ.

Dự án xây dựng nhà máy năng lượng mặt trời Karapınar Renewable Energy Resource Area – YEKA là một trong những dự án tham vọng nhất với mục đích tạo dựng một nhà máy điện công suất 1.000 megawatt. 04 tập đoàn Limak-CMEC-Hareon Solar, Kalyon-Hanwha Group, Çalık Enerji-Solargiga và AKC and Güneş đã tham gia bỏ thầu và chiến thắng cuối cùng thuộc về Kalyon-Hanwha khi tập đoàn đưa ra mức giá bỏ thầu tốt nhất. Việc bỏ thầu này được căn cứ trên giá điện thấp nhất mà công ty trúng thầu có thể bán ra thị trường. Tập đoàn Kalyon-Hanwha đã vượt qua mức giá của tập đoàn AKC and Güneş (7,05cent/kWh được đưa ra trong phiên thứ 18) để đưa ra mức 6,99 cent ở phiên 19. Dự kiến, dự án này sẽ được bắt đầu và hoàn thiện trong vòng 36 tháng nữa và đảm bảo năng lực hoạt động trong vòng 15 năm. Phát biểu sau phiên đấu thầu này, Bộ trưởng bộ Năng lượng và Tài nguyên của Thổ Nhĩ Kỳ, ông Berat Albayrak, đã mô tả nhà máy điện mặt trời Karapınar là “một dự án năng lượng lớn,” và đặc biệt nhấn mạnh vào khoản đầu tư \$1,3 tỷ sẽ được rót cho nhà máy.



CỬA HÀNG MỚI CỦA DOLCE & GABBANA TẠI ST BARTS

Cảm hứng tới từ hàng hải.

Kiến trúc sư đến từ New York, Steven Harris, đã được nhà mốt Dolce & Gabbana mời thiết kế cửa hàng mới của hãng trên hòn đảo nhiệt đới St Barts. Ông đã rất vui mừng khi có thể cùng chia sẻ niềm đam mê của ông về những chiếc xuồng Riva Aquarama với những nhà sáng lập của hãng. “Tôi lớn lên ở Florida vào những năm 50s và đó là khoảng thời gian tôi đã dành rất nhiều thời gian của mình trên thuyền,” Harris giải thích. “Thế giới của các bến thuyền và bến tàu, những chiếc xuồng ba lá và những chiếc thuyền nhỏ là một phần cuộc sống của tôi khi đó.” Và do đó, không có gì khó hiểu khi niềm cảm hứng của Harris cho thiết kế mới này là tàu thuyền và những chuyến đi của ông, kết hợp với kiến trúc của hòn đảo trên vùng biển Caribbean thuộc Địa Trung Hải. Bước vào cửa hàng 2 tầng mới, không gian của 314m2, quý khách sẽ được chào đón bởi các thiết kế nội thất được lấy cảm hứng từ phong cách Ý từ những năm 50. Các sàn nhà bằng đá cẩm thạch trắng lấy cảm hứng từ Casa Malaparte trên đảo Capri, và Villa Planchart của kiến trúc sư Gio

Ponti ở Venezuela (những chiếc ghế của Ponti được trưng bày ở cửa hàng Via Monte Napoleone tại Milan, khai trương vào mùa thu năm 2016). Các mặt bàn bằng đá cẩm thạch bày các mẫu giày dép và các phụ kiện cho nữ giới được đặt ở tầng 1.





INTERCONTINENTAL NHA TRANG

Triển lãm nghệ thuật lần 03.

Triển Lãm Nghệ Thuật Ẩm Thực lần 03 liên tiếp được tổ chức tại khách sạn InterContinental Nha Trang từ ngày 11/03/2017. Năm nay, khách sạn giới thiệu các tác phẩm tranh vẽ của họa sĩ nổi tiếng Bridget March và một thực đơn trà chiều ba miền đầy nghệ thuật được chuẩn bị công phu bởi đầu bếp Khanh Nguyễn. Triển Lãm Nghệ Thuật Ẩm Thực 2017 tiếp tục khơi nguồn cảm hứng của du khách về vẻ đẹp đất nước Việt Nam. Họa sĩ nổi tiếng người Anh, Bridget March cùng với đầu bếp Khanh Nguyễn và nhóm cộng sự thông qua việc pha trộn, kết hợp những màu sắc, hương vị và cảm xúc khác nhau mà họ có dịp trải nghiệm tại nhiều vùng miền Việt Nam, để mang đến sự hòa quyện, đan xen tuyệt vời giữa nghệ thuật và ẩm thực trong sự kiện lần này. Triển lãm diễn ra đến 14/04/2017, giới thiệu đến du khách 19 tác phẩm đặc sắc khắc họa những nét đẹp riêng biệt của từng vùng miền Việt Nam do chính Bridget chọn lựa. Các tác phẩm này được trưng bày tại sảnh chính sang trọng của khách sạn, đồng thời cũng là nơi đội ngũ bếp giới thiệu các món ăn đặc sắc, nâng tầm những nguyên liệu đa dạng và phong phú của từng địa phương đến với các thực khách.

CARAVELLE SAIGON

Tài nghệ của đầu bếp sao Michelin: Nicolas Isnard.

Tối ngày 22 và 23 tháng 3, nhà hàng Reflections giới thiệu thực đơn năm món hảo hạng, thể hiện phong cách kết hợp độc đáo của hai nền ẩm thực nổi tiếng Pháp – Ý từ đầu bếp Isnard, người đứng sau thành công của nhà hàng 3 sao Michelin danh giá Auberge de la Charme. Trước đó, vào ngày 21 tháng 03, thực khách có thể thưởng thức tài nghệ của đầu bếp Isnard tại đêm tiệc 'Goût de France', diễn ra trong khuôn viên Lãnh sự quán Pháp, với sự hợp tác cùng Caravelle Saigon. Dù lớn lên tại miền Nam nước Pháp, nền tảng ẩm thực của Isnard lại được nuôi dưỡng từ căn bếp nhỏ của bà nội ông - một phụ nữ gốc Ý. Từ khi còn nhỏ, Isnard rất thích sự đổi mới và luôn cố gắng thử nghiệm tạo ra phong cách của riêng mình dựa trên các công thức nấu ăn truyền thống. Những nỗ lực và rèn luyện không ngừng nghỉ đã giúp Isnard theo đuổi công việc huấn luyện ẩm thực và cho ông cơ hội học nghề tại nhà hàng Relais & Châteaux. Từ đó, Isnard nhanh chóng gặt hái được nhiều thành tựu ở các nhà hàng sao Michelin khác. Ở tuổi 25 tuổi, Isnard trở thành Bếp trưởng của Nhà hàng - Auberge de Vieux Puits, có 3 sao trên bảng xếp hạng Michelin.



FRANCIS KÉRÉ

Ra mắt Pavilion Serpentine, London.



Mùa hè năm nay, công trình Pavilion Serpentine sẽ được thiết kế bởi kiến trúc sư người châu Phi, Diébédo Francis Kéré, hiệu trưởng trường Kéré Architecture và hiện đang làm việc tại thủ đô Berlin của Đức. Nổi tiếng với các thiết kế vì mục đích dân sinh và xã hội, kiến trúc sư Diébédo Francis Kéré sẽ tạo ra một 'siêu vũ trụ thu nhỏ' với 'một cấu trúc cộng đồng'. Công này sẽ là sự kết hợp hài hòa vốn kiến thức văn hóa cùng kinh nghiệm xây dựng của ông. Được biết, công trình sẽ có kết cấu bộ khung bằng thép với mái vòm rộng bằng gỗ. Đây sẽ là nơi khách tham quan có thể trú mưa, trong khi đó cấu trúc với hàng nghìn cửa sổ nhỏ cho phép ánh sáng có thể chiếu xuyên qua mái vòm. Mái vòm này được thiết kế đặc biệt, tựa như cái phễu khổng lồ và khi trời mưa, chúng sẽ tự động hút nước trên mái nhà và sau đó cung cấp nước cho khu vườn Kensington Gardens.

NGHỆ SỸ FUJIKO NAKAYA

“Đốt cháy” tòa Switch House của Tate Modern, London.



Nữ nghệ sĩ Fujiko Nakaya đã được mời tới “đốt cháy” tòa Switch House của nhà triển lãm Tate Modern, London. Đây thực chất là một triển lãm sắp đặt của nghệ sĩ 83 tuổi. Nổi tiếng với những tác phẩm nghệ thuật sắp đặt với ...hơi nước, nữ nghệ sĩ này đã được công chúng biết tới hơn 40 năm kể từ khi bà hợp tác với tổ chức nghệ thuật Experimental in Art and Technology. Các tác phẩm sương khói của bà đã tạo ra những khoảnh khắc huyền ảo cho các cây cầu ở Bristol, bảo tàng Guggenheim ở Bilbao và ngôi nhà kính Glass House của Philip Johnson. Được biết triển lãm lần này của nghệ sĩ là một phần trong khuôn khổ dự án BMW Tate Live Exhibition: Ten Days Six Nights, bắt đầu từ ngày 24/03. Ngoài Fujiko Nakaya, sự kiện còn có sự góp mặt của rất nhiều nghệ sĩ trẻ như Isabel Lewis – theo một cách nào đó có thể nói đây sẽ là sự kết hợp của sức trẻ 38 và sự từng trải 83 để tạo

ra những phép màu nghệ thuật. Ông Achim Borchardt-Hume, Giám đốc của triển lãm, cho biết. “Trong kỷ nguyên kỹ thuật số và kết nối này, các nghệ sĩ và khán giả đang ngày càng bị thu hút hơn bởi các trải nghiệm thực tế.”

BẢO TÀNG DESIGN MUSEUM, LONDON

Thực hiện triển lãm về chủ đề kiến trúc Nga – Xô Viết.

Một cuộc triển lãm mới về kiến trúc thời kỳ Xô Viết đã được mở cửa ở bảo tàng Design Museum, London. Triển lãm có tên gọi: Imagine Moscow: Architecture, Propaganda, Revolution và là triển lãm để trình bày những ‘tầm nhìn lý tưởng’ của các kiến trúc sư Liên Xô thời bấy giờ (khoảng những năm 20 và 30 của thế kỷ trước) qua 06 thiết kế kiến trúc đã không được xây. “Đây là thời kỳ kiến trúc, chính trị và xã hội kết nối với nhau chặt chẽ nhất,” nhà phân tích lịch sử kiến trúc Eszter Steierhoffer nhận xét. “Đây là giai đoạn các kiến trúc sư cố gắng đưa ra các bản kế hoạch và thiết kế nhằm xây dựng một xã hội mới tốt đẹp hơn. Trong giai đoạn sau đó, tư tưởng này đã thay đổi và nó có thiên hướng mang tính tuyên truyền”. Các thiết kế tiêu biểu có thể kể ra trong triển lãm này gồm có Cloud Iron của Lissitzky. Đây là một series 08 tòa nhà chọc trời được thiết kế để giải quyết vấn đề quá tải giao thông công cộng trong thành phố. Hay như các bản thiết kế của Yakov Chernikhov, mà theo nhận xét của Steierhoffer, đó là “một sự mới mẻ đặc biệt đối với ngôn ngữ kiến trúc”. Hay có thể nói đó là các bản vẽ có tính thẩm mỹ mà người ta có thể bắt gặp khi xem các bản thiết kế của các kiến trúc sư tài danh như Zaha Hadid, Rem Koolhaas và Peter Eisenman.





PAUL KASMIN GALLERY

Triển lãm tác phẩm điêu khắc của bộ đôi Les Lalanne.

Năm 1993, Yves Saint Laurent đã “đặt hàng” họa sĩ Claude Lalanne một chiếc gương với phần khung được trang trí bởi motif những lá cây lily. Gương có độ cao gần 10ft (3m). Đây là một trong những chiếc gương lớn nhất mà Claude đã từng làm. Hiện nay chiếc gương này đang được triển lãm trong sự kiện Les Lalanne do phòng triển lãm Paul Kasmin Gallery, New York tổ chức. Triển lãm sẽ trưng bày hơn 20 tác phẩm, cả cũ lẫn mới, của 02 vợ chồng nhà điêu khắc huyền thoại người Pháp là François-Xavier Lalanne (1927–2008) và Claude Lalanne (sinh 1924). (02 nhà điêu khắc này vẫn được biết tới với nghệ danh chung là Les Lalanne.) Trong các tác phẩm của mình, Claude Lalanne đặc biệt chú ý đến việc sử dụng motif động vật và thực vật để trang trí các tác phẩm điêu khắc. Cô thường nhìn ra vườn để tìm cảm hứng. Cô kết hợp dây leo, lá và hoa vào đồ nội thất và các tác phẩm điêu khắc mà cô thiết kế. Điều này có thể thấy rõ trong các tác phẩm được giới thiệu gần đây: một chiếc bàn làm việc bằng đồng bọc da cá sấu (2009); những chiếc ghế tựa và ghế dài, với các thanh tre đan xen hay chiếc gương Yves Saint Laurent đặt làm.

REBECCA LOUISE LAW

Triển lãm tại Now Gallery, London.

Dây đồng, dây leo kết hợp với trí tưởng tượng vô biên đã giúp Rebecca Louise Law thực hiện rất nhiều các tác phẩm đương đại với thông điệp bảo vệ trái đất. “Tôi muốn chia sẻ và bảo vệ vẻ đẹp của trái đất,” Law cho biết. “Tôi muốn mọi người thực sự cảm nhận được bản chất và trân trọng nó. Đó là điều thúc đẩy tôi.” Và tới đây, Law đã tiếp tục gửi đi một thông điệp nữa thông qua bảo tàng Now Gallery, Greenwich Peninsula, London – một triển lãm mang tên gọi: The Iris. “Mục tiêu của tôi là tạo ra sản phẩm theo mùa, phản đối những đồng thời cũng ca ngợi môi trường xung quanh nó – về cơ bản là một trung tâm cụ thể,” cô tiết lộ. Để làm được điều này, cô rà soát lại lịch sử của mảnh đất và phát hiện loài cây từng xuất hiện ở đây. “Tôi đã khám phá ra rằng cỏ iris đã mọc ở đó. Ngay lập tức, tôi đã bị nó hấp dẫn, tôi yêu loài hoa này và thực tế thì đó là loài hoa phổ biến nhất trong xã hội hiện đại của chúng ta,” cô chia sẻ. Phải thừa nhận rằng, mua hoa iris từ một siêu thị địa phương thì thật dễ, nhưng để chiêm ngưỡng 10.000 bông hoa được nối với nhau bằng dây đồng và treo từ phòng khách thì không phải chuyện dễ. “Tôi muốn tạo ra dòng chảy này và dòng chảy của rất nhiều hoa iris từ trần xuống sàn,” cô tự hào.



DESIGN SHANGHAI 2017

Sự kiện được giới nghệ thuật quan tâm.

2017 là năm thứ 04 Design Shanghai được tổ chức. Tham gia sự kiện triển lãm lần này là một danh sách tham dự của hơn 400 thương hiệu của Trung Quốc và thế giới. Đặc biệt các phòng trưng bày và các nhà thiết kế danh tiếng cũng tới góp mặt trong sự kiện. Và năm nay, những bức tường Kitchen & Bathroom chính là sự bổ sung hoàn hảo, bên cạnh việc trưng bày những không gian làm việc. Xintiandi Design Festival (Liên hoan Thiết kế Xintiandi) cũng đã được khởi động với bộ sưu tập của 18 không gian và thiết lập tương tác lẫn nhau, tán dương cả những tài năng mới nổi và những tài năng đã thành danh.



COCKTAIL DRESS

LỰA CHỌN CỦA CÁC TU MI NAM TỬ

CÙNG HÀNG HIỆU KHÁM PHÁ NHỮNG QUY TẮC CƠ BẢN TRONG VIỆC LỰA CHỌN TRANG PHỤC VÀ GIẢI MÃ CỤM TỪ "DRESS CODE: COCKTAIL DRESS" THƯỜNG THẤY TRONG CÁC TẤM THIỆP MỜI DỰ TIỆC!

Ra đời từ những năm 20 và 30 của thế kỷ trước, trang phục cocktail đã trở thành một quy tắc về trang phục (Dress Code) dành cho các sự kiện bán trang trọng. Các trang phục Cocktail Dress là giao điểm của trang phục thường nhật với những thiết kế dành cho những sự kiện trang trọng khi kết hợp các yếu tố thanh lịch, hiện đại và cổ điển trong một bộ trang phục. Do trang phục cocktail đòi hỏi phải cân bằng các yếu tố, mang đến cho người mặc một hình ảnh tinh tế về một người đàn ông hiện đại nên người mặc phải nắm vững một số quy tắc trong việc phối kết hợp đồ. Cocktail Dress không nên quá trang trọng với các quy tắc của Black Tie Dress Code hay cao hơn là White Tie Dress Code. Gợi ý của HÀNG HIỆU là đưa ra những lựa chọn hướng tới phong cách trang nhã và tinh tế. Bí quyết để hoàn thiện quy tắc ăn mặc này là một sự kết hợp giữa tính thẩm mỹ truyền thống với phong cách trẻ trung, thanh lịch. Người mặc cần phải đặt việc tôn vinh những sắc thái cổ điển của trang phục truyền thống bên cạnh sự trẻ trung và năng động của các thiết kế.

Suit & Blazer

Một bộ suit may đo sẽ là thứ bạn luôn cần có trong tủ đồ của mình. Bên cạnh đó, bạn cũng nên có những chiếc áo khoác blazer, hoặc những chiếc quần với phong cách bán cổ điển để bổ sung cho những trang phục cocktail. Những bộ suit tối màu luôn là lựa chọn cổ điển và hoàn hảo cho Cocktail Dress. Vì vậy, hãy chú trọng vào sự cổ điển, nên lựa chọn những màu như xanh navy, coban hoặc màu xám. Trang phục cho những buổi tiệc cocktail cần có độ fit phù hợp nhưng không được quá bó. Gấu quần trong trang phục cocktail có độ dài vừa chạm nhẹ vào mép giày để không bị đổ, hoặc “gãy”. Bạn có thể kết hợp thêm các phụ kiện như khăn túi (pocket square).

Áo sơ mi

Áo sơ mi cần có độ fit vừa phải. Những lựa chọn an toàn và cổ điển là những chiếc sơ mi màu trắng hoặc xanh lơ. Tuy nhiên, không phải lúc nào chạy theo sự cổ điển cũng là điều thú vị và phù hợp. Bạn nên thử kết hợp những chiếc áo sơ mi có hoạ tiết ấn tượng với những phong cách cổ điển để tạo ra một ngầu hứng thú vị. Nếu chọn áo sơ mi màu trơn, nên kết hợp áo sơ mi theo cách phù hợp với trang phục của những bộ suit và tạo nên phong cách cá nhân của bạn.

Cavat

Với những sự kiện bán trang trọng, không cavat và một vài cúc áo được mở là một sự lựa chọn mang đến sự thoải mái. Không

thể phủ nhận rằng đó là một phong cách khá phổ biến vì nó đem đến sự thoải mái và bổ sung thêm phong cách cho các trang phục cocktail. Nhưng một chiếc cavat mảnh cũng là một lựa chọn không tồi. Đừng ngại thử phối trang phục với những chiếc cavat có màu sắc đậm như xanh, đỏ hay xanh lá cây để tạo sự trẻ trung mà không quá chói mắt.

Các loại thắt lưng

Khi quyết định lựa chọn một chiếc thắt lưng phù hợp với trang phục cocktail của bạn, hãy nghĩ đến những chiếc thắt lưng cổ điển. Hãy mua những chiếc thắt lưng đắt tiền nhưng đơn giản và nó sẽ là điều kiện đảm bảo để bạn có thể sử dụng trong nhiều năm và cho những sự kiện khác nhau. Hãy tìm kiếm sự đơn giản trong một chất liệu tốt với phong cách cổ điển và kết hợp với trang phục cocktail để tạo nên phong cách hiện đại hơn. Da thuộc và da lộn là những lựa chọn an toàn và đảm bảo để bạn có thể sử dụng trong nhiều năm.

Những đôi giày

Những đôi giày phù hợp sẽ là sự bổ sung hoàn hảo cho một bộ trang phục cocktail, vậy nên đừng bao giờ đánh giá thấp tầm quan trọng của những đôi giày. Một đôi giày môm tròn kiểu Oxford luôn là lựa chọn số một cho những trang phục phong cách cocktail bởi yếu tố cổ điển của nó. Hãy lựa chọn những mẫu giày tương tự nhưng có kiểu dáng bề mặt khác, Brogue là một gợi ý. Nếu bạn muốn diện giày lười Loafer, hãy đảm bảo rằng sự kiện đó không thực sự trang trọng và trong trường hợp này, cũng chỉ nên chọn những màu cổ điển như xanh navy, nâu và màu đen.

Pocket square

Những chiếc khăn túi (pocket square) sẽ giúp cho bộ trang phục tăng thêm yếu tố cổ điển và sự lịch lãm cho nam giới. Mặc dù có những nguyên tắc cơ bản về việc kết hợp pocket square nhưng với xu hướng mới, phụ kiện này được xem như một lựa chọn để thể hiện cá tính của người mặc. Vì vậy, hãy tự do sáng tạo và phối hợp với màu sắc của trang phục. Tuy nhiên, đừng làm điều gì quá và không phù hợp với sự kiện mà bạn sẽ tham dự. Đừng bao giờ quên, với một người đàn ông, trang phục cần phải mang tới được cho họ sự tinh tế, lịch thiệp và mạnh mẽ.

Nước hoa

Không liên quan nhiều đến việc kết hợp trang phục nhưng nước hoa là phụ kiện quan trọng mà bạn không nên bỏ quên khi mặc đồ cocktail. Nước hoa giống như thành phần bổ sung hoàn hảo và tạo nên mùi hương tuyệt vời và đáng nhớ để làm tăng thêm sức hút cho bạn. Giữ mọi thứ đơn giản bằng những mùi hương nhẹ nhàng tinh tế sẽ giúp mang đến cho bạn một cái nhìn tươi mới và sẽ là bước đệm hoàn hảo cho bộ trang phục cocktail.



PAUL SMITH

HIỆP SỸ CỦA LÀNG THỜI TRANG ANH QUỐC



CÙNG VỚI NHỮNG ĐƯỜNG KÉ SỌC ĐẶC TRÚNG, SIR PAUL SMITH ĐÃ TẠO RA MỘT ĐẾ CHẾ THỜI TRANG. HIỆN NAY, KHI ĐÃ BƯỚC QUA TUỔI 70, NHƯNG HIỆP SỸ CỦA LÀNG THỜI TRANG ANH QUỐC CHƯA TỪNG MỘT LẦN CHO THẤY MÌNH LÀ NGƯỜI KHÔNG BẮT KỊP THỜI CUỘC - NẾU KHÔNG NÓI LÀ ÔNG VẪN CÒN RẤT NHIỀU “VÕ”.

Thậm chí nếu bạn là người hoàn toàn chẳng quan tâm đến thời trang, câu chuyện của vị hiệp sỹ của làng thời trang Anh quốc, Sir Paul Smith cũng sẽ có một sức hút riêng mà bạn khó có thể gặp ở bất kỳ đâu hay bất kỳ người nào. Bằng cách nào thương hiệu của một người đàn ông có thể trở thành một đế chế toàn cầu với doanh thu trong năm 2015 là £192 triệu? Làm thế nào một người bắt đầu công việc trong một cửa hàng bé tới mức không thể bé hơn có thể là chủ của một công ty có 39 cửa hàng ở Nhật Bản, 180 cửa hàng nhượng quyền ở 60 nước. Tất cả sẽ được giải đáp trong bài viết này.

Đáng nói hơn nữa khi đây là câu chuyện của một người không có nhiều kinh nghiệm may đo và còn mắc chứng khó đọc.



Smith mở cửa hàng đầu tiên, Paul Smith Vêtement Pour Homme, vào năm 1970 tại quê nhà, khi ông mới 23 tuổi. Mặc dù cửa hàng đầu tiên của Smith chưa có các thiết kế của riêng ông nhưng đã có một số yếu tố sau này trở thành dấu ấn riêng của thương hiệu Paul Smith. Trong khi phần lớn các nhà bán lẻ hướng tới doanh thu cố định tính theo mỗi foot vuông, các boutique của Smith luôn tập trung vào việc tạo ra một “trải nghiệm đặc biệt” cho khách hàng. Thay vì chọn cách tập trung vào những mẫu thiết kế trang phục, ông giới thiệu thêm các băng nhạc và tạp chí. Bạn sẽ thấy điều này rõ hơn với cửa hàng flagship store của ông ở Số 09, Phố Albemarle, Mayfair. Tại đây có một căn phòng với 26.000 quân domino phủ kín tường, với mục đích là thúc đẩy đối thoại giữa khách hàng với các nhân viên của hãng. Và rõ ràng lịch sử đã chứng minh Smith đúng.

Smith bắt đầu sản xuất trang phục cho thương hiệu riêng từ giữa thập kỷ 70. Năm 21 tuổi, ông gặp một cô gái đến từ London, Pauline Denyer (người sau này đã trở thành vợ của ông). Cô là một sinh viên năm thứ 5 chuyên ngành thời trang trường Royal College of Art. Pauline Denyer đã dạy Smith các kỹ thuật cắt may. Smith đăng ký học thêm các lớp buổi tối với một người chuyên cắt

may các trang phục quân đội và những chiếc váy dành cho các mệnh phụ. Hai cách tiếp cận này đã tạo điều kiện để tạo ra cho làng thời trang một Smith “cổ điển mà phá cách” (classic with a twist) - điều chúng ta đều biết là công thức thành công chung cho thời trang. Và điều trên hoàn toàn “không quá” khi dùng để nói về Sir Paul Smith. Cùng với nhà thiết kế Giorgio Armani, ông đã dẫn dắt xu hướng “làm mềm” những đường line của các bộ suit trong những năm 1980. Ngoài ra, ông còn được biết tới là người có công trong việc phổ biến lại chiếc quần short boxer.

Trước khi là một nhà thiết kế, một người hoạt động trong lĩnh vực thời trang, Smith từng là một vận động viên đua xe đạp trong suốt 06 năm. Ông chia sẻ: “Tôi từng là một tay đua xe đạp từ năm 12 đến năm 18 tuổi. Là một cựu vận động viên xe đạp, tôi đã rèn luyện được cho mình tinh thần chiến đấu, khả năng làm việc theo nhóm. Đây chính là điều giúp tôi có thể điều hành 180 con người trong xưởng sáng tạo của mình.”

Nếu mọi người thường nói về khả năng cạnh tranh thì ngài Smith lại khẳng định rằng, ông ta không có khả năng cạnh tranh. Thế mạnh thực sự của ông, theo Smith, là “bản năng tồn tại” và luôn tìm ra “lối thoát cho một vấn đề”. Một trong những ví dụ rõ nét nhất cho điều này là việc khi Smith nhận ra thị trường có dấu hiệu đi xuống, ông đã tìm cách bán hàng trực tuyến – một bước đi đầy cấp tiến, đặc biệt là với người thuộc thế cũ như ông.

Đối với một người đàn ông đã qua tuổi 70 tuổi như Smith, ông là người không hề ngại thay đổi. Mỗi mùa, thương hiệu Paul Smith đều “đội bom” lên các sàn diễn và các cửa hàng với những thiết kế mới. Smith chia sẻ, mục tiêu của ông là không để bất kỳ khách hàng nào bước vào một quán bar và thấy một ai đó diện một chiếc áo giống mình.

Tuy nhiên, những thay đổi của Smith chưa từng chỉ dừng lại ở những thiết kế. Đối với vị hiệp sỹ của làng thời trang Anh quốc này, nếu cần thiết, một quyết định sẽ được ông đưa ra không chút chần chừ. Tháng 12/2015, Smith thông báo ông sẽ tinh giản công việc kinh doanh của hãng từ 12 dòng hàng xuống còn 02 dòng hàng: Paul Smith và dòng hàng có mức giá phải chăng PS by Paul Smith. Động thái này là kết quả của việc doanh thu của thương hiệu giảm xuống 8,4% mặc dù doanh thu thương mại điện tử tăng 12%. Những điều này cho thấy Smith có một khả năng kinh doanh thời trang đặc biệt với một đầu óc kinh doanh nhạy bén và luôn đưa ra những quyết định kịp thời.

“Tôi từng là một tay đua xe đạp từ năm 12 đến năm 18 tuổi. Là một cựu vận động viên xe đạp, tôi đã rèn luyện được cho mình tinh thần chiến đấu, khả năng làm việc theo nhóm. Đây chính là điều giúp tôi có thể điều hành 180 con người trong xưởng sáng tạo của mình.”



XUÂN-HÈ 2017



Với gần 100 thiết kế, bộ sưu tập Xuân-Hè 2017 của cặp đôi Dolce & Gabbana đã đem đến cho giới mộ điệu rất nhiều cảm xúc với các thiết kế đậm chất thơ, nhạc và có thể nói là kết tinh của nghệ thuật trình diễn. Những chiếc áo chữ T được thiết kế với rất nhiều họa tiết in hình cây cọ, hình quả dừa, hình nhạc cụ và các mảng màu cũng như các mảng lõm đốm trên các trang phục. Một chiếc áo jacket được in họa tiết hoa cúc vàng hay một bộ trang phục quân đội loang lổ gợi nhắc về hình ảnh của những ban nhạc năm 50. Bên cạnh những thiết kế này là những bộ suit lịch thiệp với các màu đen và trắng. Cách xử lý của bộ đôi 02 nhà thiết kế rất tinh tế khi đặt đen và trắng cạnh nhau tạo thành một phép cộng hoàn hảo không hề lỗi mốt.

TẠO DẤU ẤN RIÊNG VỚI BOTTEGA VENETA



VỚI DỊCH VỤ CÁ NHÂN HÓA CỦA BOTTEGA VENETA,
BẠN SẼ CÓ CƠ HỘI DẬP TÊN MÌNH
TRÊN NHỮNG MÓN ĐỒ DA YÊU THÍCH
VÀ KHẮNG ĐỊNH DẤU ẤN BẢN THÂN
Ở NƠI SỰ IM LẶNG CHÍNH LÀ
TỐT CÙNG XA XỈ.

Có những đồ vật, dù nhỏ bé sẽ theo bạn trong suốt cuộc đời. Còn gì tuyệt vời hơn khi bạn có thể để lại tên mình trên đó, như một cách khẳng định lòng tự tin hay tình yêu đối với những vẻ đẹp tinh tế, khiêm nhường ẩn sau chất liệu, hoa văn và tay nghề thủ công khéo léo. Bottega Veneta là thế. Hàng chục năm qua, thương hiệu này luôn tôn vinh triết lý về tính cá nhân qua từng sản phẩm, và thể hiện xuất sắc câu khẩu hiệu: “Khi chữ viết tắt của bạn là đủ”.

Ra đời vào những năm 1970, câu khẩu hiệu này biểu đạt một niềm tin sâu sắc từ nhà sáng lập của hãng - dấu ấn của Bottega Veneta chính là kỹ thuật thủ công dùng để tạo ra sản phẩm đó. Vào những năm 2000, tôn chỉ này bị rơi vào quên lãng, nhưng Tomas Maier đã vực dậy nó. “Đưa logo lên sản phẩm không phải là truyền thống của Bottega Veneta. Khách hàng của chúng tôi là những người am hiểu về phong cách của chính mình. Và họ không muốn mang tên người khác trên đồ dùng của họ.”

Các sản phẩm của Bottega Veneta đều được chế tác bằng tay tại xưởng Montebello Vicentino, vùng Vicenza với 230 nghệ

nhân làm việc. Có thể nói, những chiếc túi của Bottega Veneta là tấm hộ chiếu để người dùng đặt chân vào một thế giới xa hoa bí ẩn, một nơi dành riêng cho họ, cho tầng lớp của họ.

Quay về những giá trị nguyên bản của thương hiệu, xây dựng một nhà mốt tập trung vào sản phẩm và tôn vinh sự xa xỉ cá nhân là đích đến mà ông muốn đưa hãng quay trở lại. Logo của thương hiệu chính là cách một sản phẩm được tạo ra. Đây là con đường phát triển của Bottega Veneta trong 15 năm qua, và sẽ là như vậy trong tương lai.

Dịch vụ cá nhân hóa được áp dụng trên một số dòng sản phẩm đồ da nhỏ như ví tiền, ví đựng card, clutch dành cho nam, nữ. Chương trình ưu đãi này sẽ diễn ra tại cửa hàng Bottega Veneta, Union Square, 171 Đồng Khởi từ 25/3 – 8/4 và tại cửa hàng Bottega Veneta, K.S Sofitel Metropole, Hà Nội từ ngày 15-29/4.

PRADA

XUÂN-HÈ 2017



Bộ sưu tập Xuân-Hè 2017 dành cho nam giới của Prada được lấy cảm hứng từ những người dân nhập cư đang chạy trốn khỏi Syria và những dòng người nhập cư ồ ạt đổ về châu Âu trong thời kỳ kinh tế khủng hoảng. Những người đàn ông của Prada, tựa như những lính khách, trong các trang phục được mix đầy phá cách nhưng vẫn quyến rũ với cái chất phong trần, mạnh mẽ. Ngay kể cả những thiết kế cổ điển nhất cũng được kết hợp theo cách không tưởng. Đó là những chiếc áo gilet đồ màu bóng; quần dệt kim với áo chui đầu dài tay; sơ mi họa tiết in và những chiếc áo suit thắt ngang lưng, kết hợp với những chiếc mũ dáng rộng kiểu tai bèo. Cuối cùng không thể bỏ qua sự kết hợp của những chiếc balo kiểu rất "phượt".

07 LỜI KHUYÊN ĐẮT GIÁ CHO CHIẾC TÚI ĐẮT TIỀN

BẠN TRẢ MỘT KHOẢN TIỀN LỚN CHO MỘT CHIẾC TÚI, VẬY HÃY ĐỐI XỬ VỚI NÓ THẬT TỐT. DƯỚI ĐÂY, CHÚNG TÔI CÓ 07 LỜI KHUYÊN DÀNH CHO BẠN ĐỂ CHĂM SÓC THẬT TỐT CHO CHIẾC TÚI CỦA MÌNH!

1. Hãy kiểm tra xem bạn đã đặt bao nhiêu thứ vào trong túi. Bạn quan tâm đến cân nặng của mình ư, vậy tại sao không làm thế với chiếc túi. Chiếc túi có thể trông khá lớn (rộng) nhưng điều đó không có nghĩa, bạn có thể ném tất cả mọi thứ vào trong đó - như cái cách bạn vẫn làm với bồn rửa bát. Túi sẽ không chỉ căng kénh mà còn căng ra. Bạn có thực sự cần tất cả mọi thứ cho một buổi tối đi chơi không? Không, chắc chắn là không!

2. Đối xử với những chiếc túi thật nhẹ nhàng, đặc biệt là chiếc túi làm từ da thuộc. Theo thời gian, một chiếc túi có thể bị rách do phải chịu lực quá lớn. Bạn nên nhớ, nếu túi rách, quai đứt, đó không phải lỗi của thương hiệu, đó là lỗi của bạn!

3. Giữ cho chiếc túi khỏi nấm mốc bằng một chiếc bao gối 100% cotton hay bằng lụa. Da thuộc có thành phần cấu tạo là hữu cơ nên túi "có thể thở". Khi đặt chiếc túi vào trong một chiếc hộp hoặc đặt trong tủ, bạn đang gián tiếp làm nó 'chết ngạt' mà không biết. Và đó, kẻ thù tồi tệ nhất của những chiếc túi, Mr. Mould (Nấm mốc) cũng sẽ đến thăm chúng. Khi làm sạch những nấm mốc này, rất có thể bạn sẽ khiến túi bị biến dạng.

4. Giữ túi tránh xa ánh sáng trực tiếp từ ánh nắng mặt trời. Giống rượu vang, túi hiệu không yêu ánh nắng. Để túi xa cửa sổ, nhưng, đừng, đừng để chúng dưới giường hoặc sau cánh cửa. Ánh sáng mặt

trời có thể làm túi phai màu. Giờ có lẽ bạn đã biết màu nâu không đồng đều ở chiếc túi của bạn là do đâu.

5. Không - xin lặp lại một lần nữa - không để túi gần nhà vệ sinh, bồn rửa mặt hay bất cứ khu vực nào có nước. Ms. Moisture (Độ ẩm) - là một kẻ thù khác của những chiếc túi da. Đó là những nơi có độ ẩm cao, độ ẩm thích da thuộc và Bạn biết đấy!

6. Một trong những cách để giữ nguyên hình dáng chiếc túi như ban đầu là hãy làm đầy nó. Tuy nhiên, hãy tránh xa những tờ báo in hoặc bất kỳ thứ gì có mực bởi vì nó có thể lem bẩn ra túi. Hãy sử dụng những tờ giấy trắng hoặc tốt nhất là sử dụng những bao nilon bởi vì giấy trắng có thể sẽ mời gọi Mr. Mould và chiếc túi của bạn sẽ bị ảnh hưởng.

7. Da thuộc thích được sử dụng và cần được sử dụng. Chất dầu tự nhiên ở tay của bạn là chất điều hoà lý tưởng cho chiếc túi da. Vì thế, mang, chạm hay vuốt ve chúng - bất cứ cách nào mà bạn muốn - miễn là càng nhiều càng tốt. Nếu không? Điều đó đồng nghĩa với việc bạn có thể không còn muốn chiếc túi đó nữa, và chúng sẽ xuống cấp nhanh hơn.



TEE OFF

Áo polo cao cấp của Giovanni và bộ môn thể thao quý tộc golf luôn là người bạn đồng hành thân thiết. Hãy cùng Hàng Hiệu khám phá bộ sưu tập áo polo Filo di Scozia mùa mốt Xuân-Hè 2017 của thương hiệu danh tiếng Giovanni.

GIOVANNI SS 2017

Producer/stylist: Hugh Tran, Thuy Do
Photographer: Bee Nguyen
Model: Julian (Tay Model Management)
Location: Skylake Golf Club









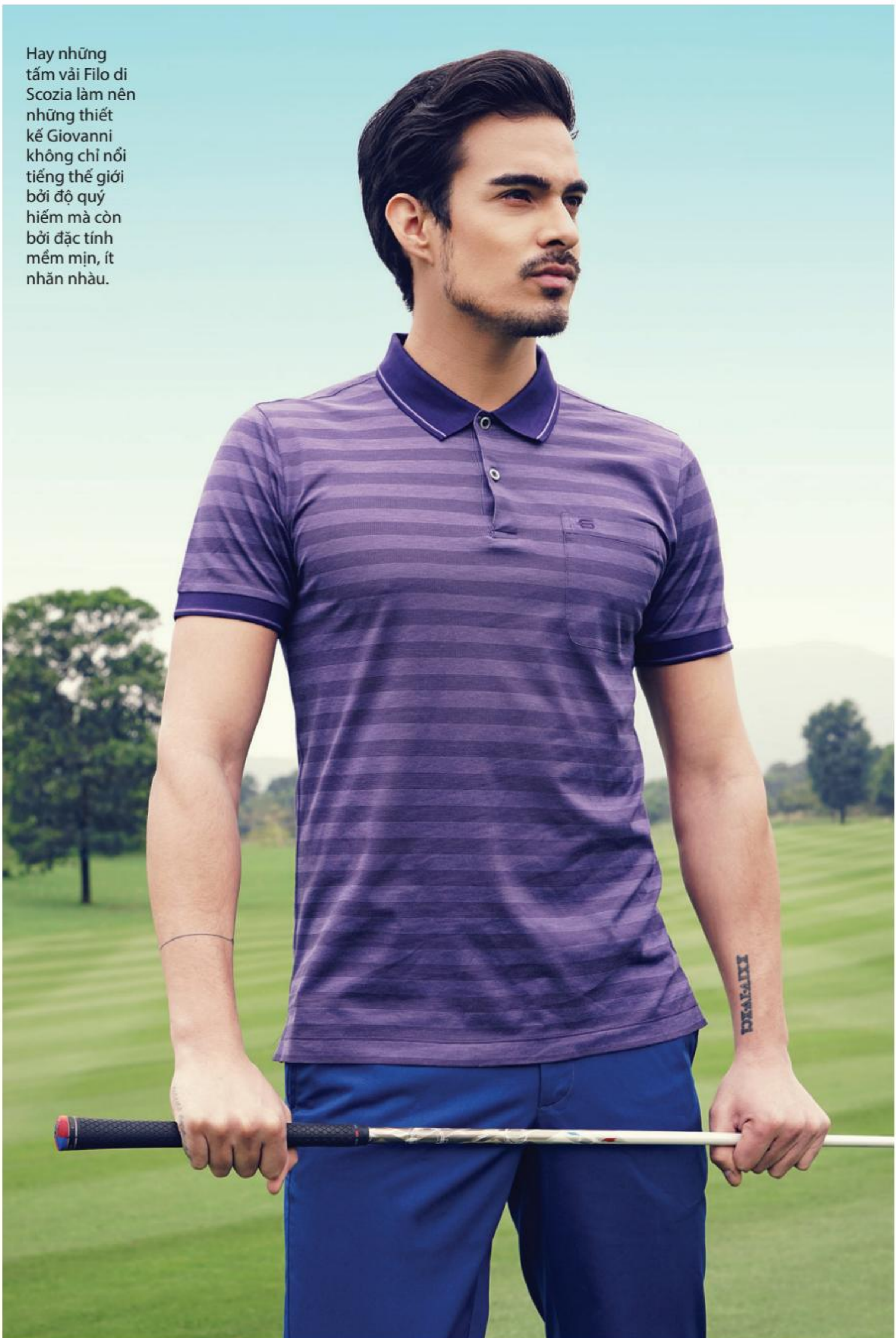
Sử dụng chất
liệu cotton
Ai Cập, mỗi
thiết kế của
Giovanni có
chất lượng
hoàn hảo
với độ bền,
độ thấm hút
vượt trội so
với các sản
phẩm khác.

Chất liệu cotton
pha lụa thượng
hạng của hãng
là kết quả của
một loạt các
quá trình xử lý
khắt khe và đòi
hỏi, nhằm đảm
bảo các sản
phẩm có được
chất lượng cao
nhất.





Hay những
tấm vải Filo di
Scozia làm nên
những thiết
kế Giovanni
không chỉ nổi
tiếng thế giới
bởi độ quý
hiếm mà còn
bởi đặc tính
mềm mịn, ít
nhăn nhàu.





Chất vải bền,
khỏe, thoáng
mát và bền
màu hơn rất
nhiều lần so
với những
loại vải
cotton thông
thường.







MODERN MAN ON THE MOVE

Với mùa mốt
Xuân-Hè 2017,
dòng sản phẩm
BOSS Travel Line
của thương hiệu
Hugo Boss để
cao yếu tố tiện
dụng và thoải mái
bên cạnh yếu tố
phong cách và
thanh lịch.





FOREVER
WATCH COLLECTION



CHARRIOL
GENEVE

#CHARRIOLFOREVER

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

• HCM City: Vincom Megamall Thao Dien, 161 Hanoi Highway, Dist. 2 (37442889) • Ha Noi: Duy Anh Watch - 7 Hang Khay, Hoan Kiem Dist. (66566660) | Vincom Megamall Times City (38388866)
• Da Nang City: Vincom Da Nang, 910A Ngo Quyen (3919989) | Big C, 225 Hung Vuong (3666066) | Riverside Towers, 74 Bach Dang (3843818) • Can Tho: Vincom Xuan Khanh, 209 30/4 (3769898)

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

<https://tieulun.hopto.org>

MODERN MAN ON THE MOVE

Phong cách lịch lãm của những bộ suit Hugo Boss được đảm bảo bởi chất liệu cao cấp, kết hợp với cấu trúc và kiểu dáng hợp thời. Chất liệu được sử dụng là len sợi tự nhiên đã qua xử lý rất phù hợp với những doanh nhân có cuộc sống bận rộn, thường phải di chuyển.



watches
calvinklein.com



Calvin Klein
swiss made

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

HCM City: Vincom Dong Khoi [39369770] | Vincom Thao Dien [37442889] | Sun Wah Tower [38219279] | Saigon Center [66812758] | Maximark 3/2 [38328991] | Vincom Thu Duc [37223433] | Vincom Go Vap [38945689] | Hai Trieu [01253246810] | PNJ Shops [39959336] | Galle Watch [39290685] | Cititime Mall [0918088661] | Crescent Mall [62971819] | Pearl Plaza [0946131918] **Ha Noi:** Vincom Ba Trieu [22200268] | Vincom Megamall Royal City [62620560] | Vincom Megamall Times City [38388866] | Lotte Center [32676555] | Duy Anh Watch [66566660] | Savico Megamall [62550099] | Big C Thang Long [37832301] | Minh Tuong [38288579] | Xwatch Luxury [0888882345] | Galle Watch [38265170] **Ha Long:** Vincom Ha Long [2460568] **Da Nang City:** Vincom Da Nang [3919989] | Big C [3666066] | Riverside Towers [3843818] **Nha Trang City:** Nha Trang Center [6516666] **Vinh City:** Quang Minh [3845081] **Bien Hoa:** Hai Trieu [01253246810] **Phan Thiet:** Tan Thai [3790088] **Can Tho:** Vincom Xuan Khanh [3769898]

<https://tieulun.hopto.org>

DƯỠNG SAU CẠO

DƯỠNG DA ĐỘC QUYỀN ĐÀN ÔNG



CÁC LOẠI DƯỠNG SAU CẠO (RÂU) DẠNG NƯỚC VÀ DẠNG GEL (AFTER-SHAVE) CÓ MỘT VỊ TRÍ ĐẶC BIỆT TRONG TỦ ĐỒ CỦA NHỮNG NGƯỜI ĐÀN ÔNG HIỆN ĐẠI. THẬM CHỈ CHÚNG LÀ MỘT PHẦN QUAN TRỌNG TRONG HÀNH LÝ DU LỊCH CỦA CÁN BỘ MÀY RÂU!

Dưỡng sau cạo râu là gì?

Khi cạo râu, các lỗ chân lông nở ra. Do tiếp xúc với lưỡi dao trong tình trạng này, da mặt dễ gặp phải những xây xước không đáng có. Một số người da nhạy cảm có thể thấy xuất hiện các vết đỏ, cảm giác bỏng rát ở khu vực cạo râu. Đây chính là chỗ dành cho những lọ dưỡng sau cạo râu. Mặc dù ở những thể dạng khác nhau, từ dạng balm (hay dạng sáp theo cách gọi phổ thông), tới dạng lotion hoặc dạng cream (kem) hoặc tinh chất serum, các sản phẩm (after-shave) dưỡng sau cạo râu này có chung tác dụng là giúp se khít các lỗ chân lông, chống viêm, làm dịu và mát da.

Thành phần của after-shave?

Là sản phẩm skincare đặc trưng của nam giới, after-shave có thành phần hoàn toàn khác với kem dưỡng ẩm của nữ giới. After-shave sẽ chứa các thành phần giúp chống viêm, chống nhiễm khuẩn như cồn, stearate citrate hay nước phi (hazel) để chống nhiễm trùng cho các vết xước và chống kích ứng cho da. Một thành phần quen thuộc khác của after-shave là menthol hay bạc hà. Tác dụng của thành phần này là giúp làm dịu mát da. Thành phần này cũng có tác dụng gây tê nhẹ để giảm kích ứng trên da, giúp da nhanh chóng phục hồi và bớt khó chịu. Các thành phần dưỡng ẩm cũng “có mặt” trong các sản phẩm after-shave với mục tiêu giúp bổ sung cho da các loại dầu đã mất trong quá trình cạo râu – nguyên nhân khiến da luôn trở nên khô rát sau khi cạo.

Để tạo mùi thơm cho sản phẩm after-shave, một số sản phẩm có công thức chứa tinh dầu hoặc các hương liệu tổng hợp. Tuy nhiên, với những làn da dễ bị kích ứng sau khi cạo râu, lời khuyên của HÀNG HIỆU chúng tôi là hãy sử dụng các sản phẩm không mùi, không fragrance.

Phân biệt after-shave và cologne

Trong một số trường hợp after-shave bị hiểu nhầm là cologne bởi chúng cũng được sử dụng sau khi cạo râu. Điều này bắt nguồn từ việc một số nhà sản xuất tăng nồng độ thơm của after-shave lên và khuyến khích khách hàng của họ sử dụng after-shave như một loại nước hoa. Nhưng hai sản phẩm này về bản chất khác nhau. Nếu mùi thơm là đặc tính chính của cologne (nước hoa), khả năng làm dịu, chống kích ứng và dưỡng ẩm cho da là các đặc tính chính của after-shave.

Có thể sử dụng hai sản phẩm này đồng thời không? Tất nhiên là được. Nhưng hãy lưu ý, nếu after-shave có mùi thơm khác với cologne, hai mùi thơm này có thể “đánh nhau” và tạo ra một hỗn hợp mùi khó kiểm soát và khó chịu. Tốt nhất, hãy sử dụng after-shave không mùi hoặc sử dụng after-shave cùng dòng với cologne. Cologne thường được bán kèm với after-shave, xà phòng và sữa tắm để tạo ra chỉnh thể thống nhất về mùi hương – một dấu hiệu nhỏ nhưng quan trọng cho thấy sự tinh tế và lịch thiệp của người đàn ông hiện đại, quyền lực và sành điệu.



• Set Cạo Râu D R Harris

Được thiết kế với hình ảnh người đàn ông hiện đại ở trung tâm của ý tưởng, set cạo râu 04 món của D R Harris này gồm một dao cạo 03 lưỡi, một bát pha bột xà phòng, một chổi cạo đi kèm một giá treo. Được làm từ lông con lửng, chổi cạo này có khoảng 14.000 sợi lông, có tác dụng giúp bạn có được những trải nghiệm thú vị khi cạo râu cũng như có được hiệu quả tốt nhất.



• Dưỡng sau cạo

Dermalogica Post-Shave Balm

Dưỡng dạng sáp, có tác dụng giúp giảm loại bỏ mụn đỏ, mang lại cho làn da cảm giác mát lạnh, rút ngắn thời gian phục hồi sau mỗi lần cạo. Sản phẩm dành cho mọi loại da.



• Dưỡng sau cạo

Dermalogica Invigorating Shave Gel

Dưỡng dạng gel, có tác dụng làm dịu mát và mềm da sau mỗi lần cạo. Các thành phần làm sạch của sản phẩm giúp các khu vực cạo được làm sạch tối đa. Sản phẩm cũng có công dụng hữu hiệu trong việc làm dịu các vết mụn đỏ và ngăn ngừa kích ứng, không gây kích ứng khi cạo râu. Sản phẩm dành cho mọi loại da.



• Dưỡng sau cạo Lab Series Max Comfort Shave Gel

Một sản phẩm sẽ giúp bạn hoàn thiện công việc cạo râu đầy khó chịu với tác dụng làm sạch và dưỡng da tối đa, loại bỏ cảm giác rát và hiện tượng da sạm màu ở vùng cạo. Cách sử dụng, massage sản phẩm vào vùng râu sẽ cạo, thực hiện cạo, cuối cùng rửa sạch.



• Dưỡng sau cạo Clinique Post-Shave Soother

Sản phẩm dạng kem, có tác dụng làm dịu da sau mỗi lần cạo, giúp da mềm, không khô rát.



• Dưỡng sau cạo Burberry Brit Rhythm Aftershave Balm

Sản phẩm dạng sáp, có tác dụng làm dịu mát da sau mỗi lần cạo.

Dưỡng sau cạo Yves Saint Laurent L'Homme After Shave Lotion

Sản phẩm có tác dụng giúp làm mềm da sau khi cạo, nên được sử dụng kết hợp với nước hoa Yves Saint Laurent L'Homme.



Dưỡng trước cạo

D R Harris Arlington Pre-Shave Lotion

Sản phẩm lotion với hương thơm nhẹ nhàng này sẽ hoàn thiện việc cạo râu mỗi ngày của bạn. Được "thiết kế" với công thức giúp làm mềm sợi râu và dưỡng da, sản phẩm đảm bảo giúp bạn có được những đường cạo sắc ngọt và chuẩn xác.



Xà bông cạo Czech & Speake No. 88

Shaving Soap Refill

Sản phẩm xà bông cạo râu này mang mùi hương Anh quốc cổ điển, với công thức được "thiết kế" để làm mềm râu nhằm mang tới cho người dùng những đường cạo ngọt sắc. Mùi hương gỗ thanh sạch của sản phẩm đảm bảo cho bạn một cảm xúc phấn khởi và tràn đầy năng lượng mỗi ngày.



Dưỡng sau cạo Czech and Speake No. 88

Aftershave Splash – Bergamot

Sản phẩm dưỡng sau cạo này của Czech and Speake có mùi hương đặc trưng của hãng, mùi cam Bergamot kết hợp với mùi hương hoa mào hạc và mùi gỗ đàn hương. Công thức thành phần cấu tạo của sản phẩm gồm có cả các chất khử trùng nhẹ.



Kem cạo râu Malin and Goetz Vitamin E Shaving Cream

Sản phẩm kem cạo râu này có công thức làm mát với thành phần bạc hà, dưỡng da với vitamin E và các acid amino để cân bằng và chuẩn bị cho da bạn trước khi cạo.



Lotion cạo râu

Lavett & Chin Shaving Lotion.

Loại lotion cạo râu này dùng sau khi đã làm ướt da mặt. Sản phẩm gồm các dưỡng chất và các hợp chất có tác dụng giúp da chống lại các tổn thương trong quá trình cạo như các chiết xuất từ lô hội, táo xoắn Nhật và nước hoa oải hương.



NO. 1 POULTRY

CÔNG TRÌNH GÂY TRANH CÃI THỂ KỲ Ở LONDON

LÀ MỘT TRONG NHỮNG CÔNG TRÌNH KIẾN TRÚC CẢ DANH TIẾNG LẤN TAI TIẾNG, TÒA NHÀ VĂN PHÒNG VÀ BÁN LẺ NO. 1 POULTRY Ở LONDON LÀ ĐỨA CON HOÀI THAI CỦA CẢ TRƯỜNG PHÁI KIẾN TRÚC HIỆN ĐẠI VÀ HẬU HIỆN ĐẠI KHI LẦN LƯỢT NHỮNG NGƯỜI TỪNG THIẾT KẾ CHO CÔNG TRÌNH NÀY LÀ HAI KIẾN TRÚC SƯ MIES VAN DER ROHE VÀ JAMES STIRLING.



Tại trung tâm thành phố London nơi 08 con phố giao nhau (gần ngân hàng Bank of England), các công trình kiến trúc giống như những tông đồ trong một giáo đường của các kiến trúc sư danh tiếng. Sir John Soane – một trong những kiến trúc sư vĩ đại của London và thế giới – có gần bó không nhỏ với kiến trúc như một pháo đài của ngân hàng (mặc dù ngân hàng mà khách du lịch ngày hôm nay tới London và tham quan là do kiến trúc sư Sir Herbert Baker thiết kế, được xây dựng trong 14 năm từ năm 1925 tới 1939).

Ở ngay trên con đường đối diện là công trình Royal Exchange được thiết kế bởi Sir William Tite – một kiến trúc sư nổi tiếng với những thiết kế nhà ga xe lửa. Công trình này giống như một điểm son của phong cách kiến trúc La Mã trên con phố. Ngay cạnh đó là công trình Mansion House phong cách Palladian do kiến trúc sư George Dance the Elder thiết kế vào năm 1752. Công trình đã được xây cho thị trường London. Đây là công trình được xem là có thiết kế “thuần” nhất so với các thiết kế cạnh đó.

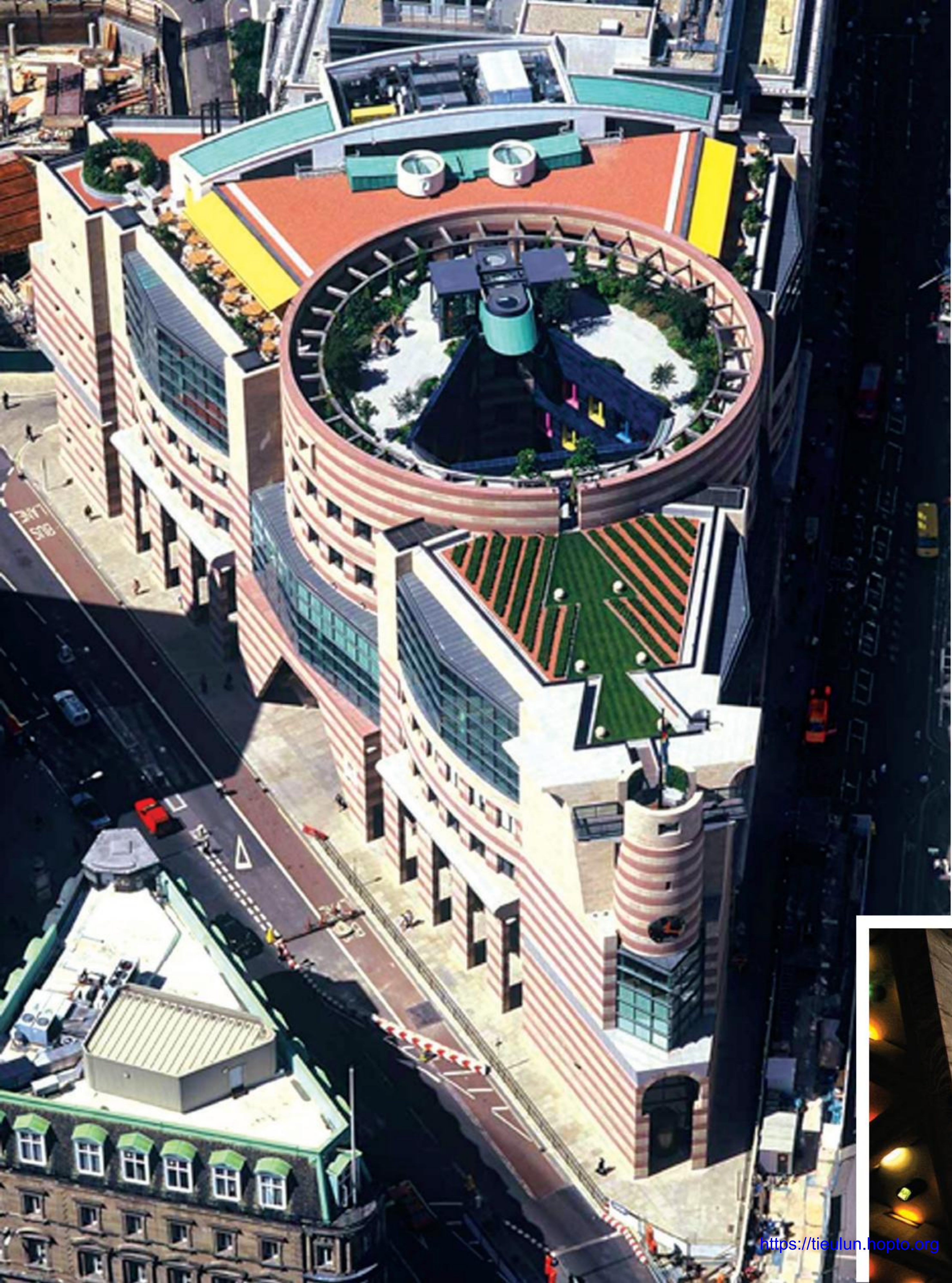
Còn ở phố Poultry, Sir Edwin Cooper đã thiết kế một công trình nay là trụ sở của ngân hàng National Westminster. Nằm kế bên là công trình ngân hàng Midland Bank HQ (nay là tòa

nhà của ngân hàng HSBC) của Sir Edwin Lutyens. 02 công trình này được xem là các phép thử của phong cách Tân Cổ Điển từ năm 1920. Trong khi đó, giấu mình trong các góc đường là 02 công trình kiến trúc nhà thờ St Mary Woolnoth của Nicholas Hawksmoor (1727) và St Stephen Walbrook của Sir Christopher Wren (1687). Đây chính là lý do giải thích cho việc khi nhà phát triển bất động sản Peter Palumbo quyết định dựng lên ở đây một tòa nhà mới (trong những năm 1960), ông đã quyết định cần phải có một cái tên đủ lớn.

Những ý tưởng mà 02 kiến trúc sư được ông Palumbo thuê đưa ra đã trở thành chủ đề cho cuộc triển lãm của Hiệp hội Kiến trúc sư Hoàng gia Anh (RIBA): Mies van der Rohe và James Stirling: Circling the Square. Triển lãm tập trung vào các giải pháp thiết kế tương phản của 02 kiến trúc sư hơn là cuộc chiến mà Palumbo phải đối mặt trong nỗ lực hiện thực hóa giấc mơ của mình. Những giải pháp này nằm ở trung tâm của một trong những chiến dịch bảo tồn khắt khe nhất trong 06 thập kỷ qua. Và điều này thậm chí đã thúc đẩy Thái tử Charles tham gia trong vai trò người đại diện các giá trị truyền thống trong kiến trúc.

Những công trình mới và tham vọng xuất hiện trong những khu vực đô thị đông đúc đồng nghĩa với việc phải hi sinh những công trình cũ. Trong quá khứ, người ta thường không quá để ý đến điều đó. Một ví dụ điển hình, công trình Royal Exchange của Tite đòi hỏi phải phá hủy nhà thờ Wren trên đường St Benet Fink. Tuy nhiên, ở những thập kỷ cuối của thế kỷ trước, phong trào bảo vệ các công trình ngày càng trở nên gay gắt hơn. Khi thực tế chứng minh rằng kế hoạch của Palumbo sẽ đồng nghĩa với “ùi phằng” rất nhiều ngôi nhà (gồm cả chi nhánh mang phong cách kiến trúc Neo Gothic của thương hiệu chế tác trang





sức Mappin & Webb), những phản đối đã lan rộng ra như một làn sóng bùng phát.

Palumbo đã phải trải qua 02 cuộc điều tra công khai trước khi kế hoạch của ông được chấp thuận. Đáng buồn là công trình này năm ngoái chỉ được xếp hạng Grade II thay vì những thứ hạng cao hơn như Grade II* hay Grade I trong danh sách các công trình cần được bảo vệ ở Anh bởi chính phủ Anh.

Rất nhiều người đã có những đánh giá không phù hợp dành cho công trình No. 1 Poultry (tên của công trình) này. Bản thân Thái tử Charles từng so sánh tòa nhà với hệ thống không dây của những năm 1930. Một số người khác có xu hướng cho thấy những hành động bài xích với những gì mới lạ. Tuy nhiên có thể khẳng định nếu đề xuất của kiến trúc sư Ludwig Mies van der Rohe được duyệt, chúng ta sẽ có một công trình hoàn toàn khác.

Được xem là một trong những người sáng lập phong cách Modernist trong kiến trúc, ông Ludwig Mies van der Rohe đã định cư ở Mỹ vào năm 1933. Đây là nơi Ludwig Mies van der Rohe có thể tìm ra cơ hội để phát triển ý tưởng của mình. Mặc dù các nhà phê bình luôn gán cho Ludwig Mies van der Rohe tội danh là người mở đầu cho một kỷ nguyên kiến trúc mà ở đó các thiết kế bị rập khuôn theo một công thức, các công trình của các tập đoàn cho thấy một thái độ hoàn toàn thờ ơ với cảnh quan xung quanh, nhưng không ai có thể phủ nhận các công trình của ông có một tỷ lệ cân đối hoàn hảo và duyên dáng thanh lịch. Sáng tạo nổi tiếng nhất của Ludwig Mies van der Rohe là tòa nhà chọc trời cao 38 tầng ở New York, tòa tháp Seagram Building, nằm trên đại lộ Park Avenue. Một trong những khía cạnh đáng chú ý nhất ở công trình này là ông cũng đã “cho thấy một thái độ hoàn toàn thờ ơ” với những tính toán kinh tế của các chủ đầu tư khi đưa vào thiết kế một quảng trường lớn với rất nhiều đài phun nước, cây xanh và các trang thiết bị cho cộng đồng.

Ý tưởng có một công trình ở London được thiết kế bởi một trong những kiến trúc sư nổi tiếng nhất trường phái Hiện đại đã thực sự lôi cuốn nhà phát triển bất động sản Palumbo. Ông tiếp cận Ludwig Mies van der Rohe vào năm 1962. Năm 1967 sau khi

đã nghiên cứu kỹ mặt bằng, Ludwig Mies van der Rohe đã gửi tới Palumbo bản thiết kế tòa tháp cao 19 tầng màu ánh đồng với trung tâm mua sắm dưới lòng đất và một quảng trường rộng lớn. Vào năm Mies qua đời, giấy phép xây dựng công trình đã được thông qua. Tuy nhiên, điều đặt ra lúc này là Palumbo phải sở hữu toàn bộ khu vực. Với 13 giấy chứng nhận sở hữu bất động sản vô thời hạn, 348 hợp đồng thuê đất có thời hạn, Palumbo đã mất 12 năm dài để làm được điều này. Nhưng lúc này, ông lại cần một giấy phép xây dựng mới.

Vào khoảng đầu những năm 1980, một làn sóng phản đối các công trình kiến trúc cao tầng nổ ra. Bất chấp những cam kết với quy hoạch và thiết kế đô thị qua thiết kế của công trình, tòa tháp của Mies bị đặt câu hỏi về việc có thể phá vỡ thiết kế cảnh quan chung. Bị bác bỏ sau một cuộc điều tra phản ứng của cộng đồng, Palumbo đã quyết định tìm tới một kiến trúc sư khác: James Stirling.

Tại thời điểm đó James Stirling còn được biết đến với cái tên “Big Jim” – một ngôi sao của giới kiến trúc người Anh. Và lý do mà Palumbo tìm tới James Stirling là bởi khi Big Jim còn là một sinh viên, Mies van der Rohe chính là thần tượng của ông. Tuy nhiên nếu Mies van der Rohe được xem là cha đẻ của kiến trúc Hiện đại (Modern), Stirling lại là cha đẻ của kiến trúc Hậu Hiện đại (Post-Modern) – dù rằng bản thân Stirling rất căm ghét việc bị gán với phong cách này.

Điều khiến Stirling trở thành kiến trúc sư được lựa chọn ở thời điểm đó là bản kế hoạch của ông đã loại bỏ sự lạnh lùng cố hữu của phong cách kiến trúc Hiện đại khi sử dụng những đường cong thay thế cho những thiết kế đường thẳng khối hộp, tập trung vào tính chức năng. Nếu khẳng định rằng đây là một công trình đẹp, nó sẽ là gương ép. Nhưng không thể phủ nhận công trình này có đủ sự mềm mại để số đông thấy rằng nó có thể chấp nhận. Với những bề mặt đá hồng và thiết kế bao quanh góc phố như mũi của một con tàu, công trình này là lựa chọn hoàn hảo cho diện tích mặt bằng – đặc biệt khi nó cho thấy một sự lưu tâm tới phần góc nhọn của phố Poultry hệt như cách mà tòa nhà Mappin & Webb trước đây từng làm.

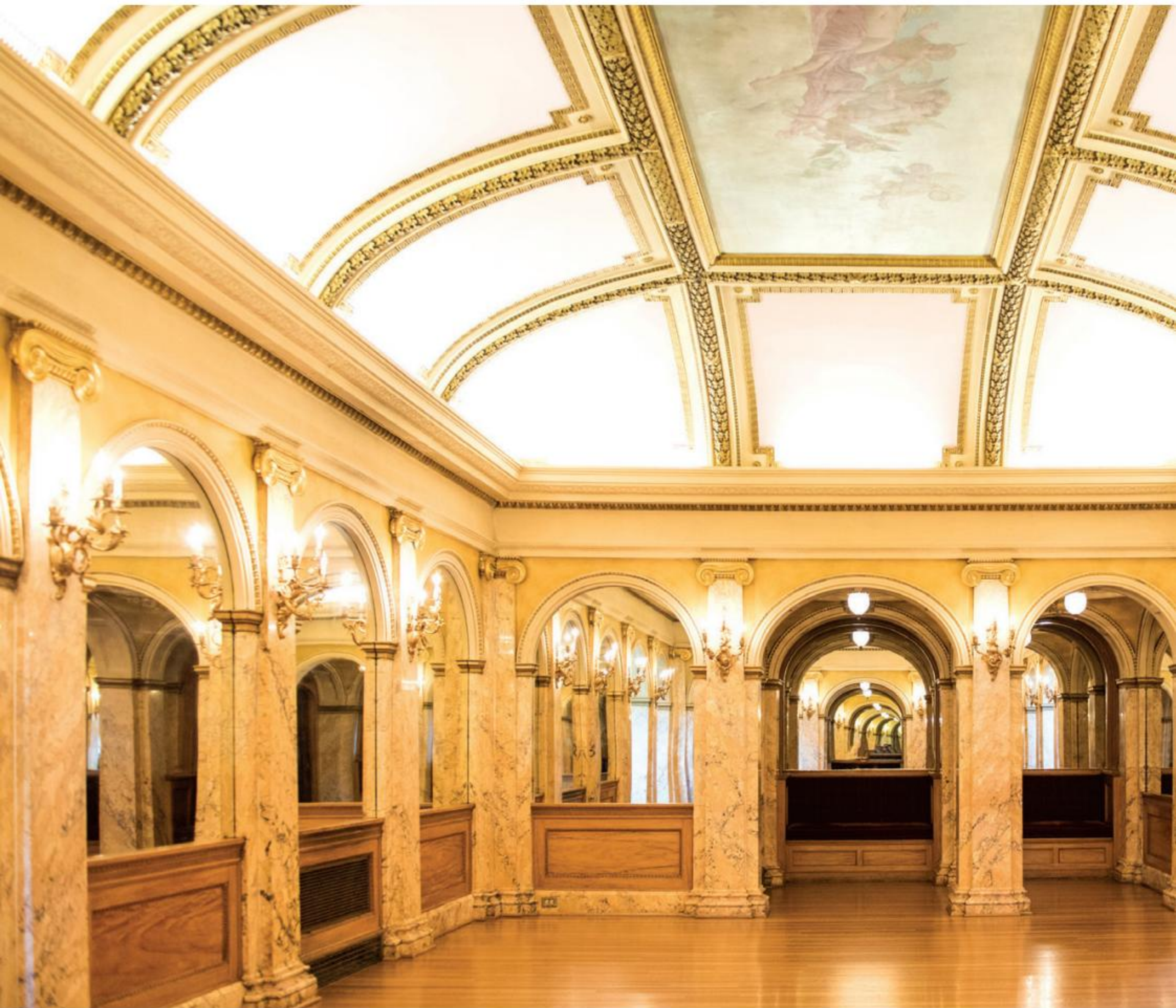
Tuy nhiên, ngay cả những thỏa hiệp này cũng không thể làm hài lòng tất cả mọi người. Phải 05 năm sau khi Stirling mất, công trình mới được hoàn thiện và khai trương. Và cho tới bây giờ, No. 1 Poultry mới được đưa vào danh sách bảo vệ theo cách “OK to like”. Có lẽ đây chính là lý do khiến RIBA tổ chức một triển lãm để chúng ta có thể đứng tách ra khỏi những ồn ào và xì xèo quanh công trình này và có những cái nhìn khách quan hơn đối với cách tiếp cận của 02 kiến trúc sư với vấn đề thiết kế đô thị.

Triển lãm Mies van de Rohe và James Stirling: Circling the Square diễn ra từ 08/03/2017 tới 25/06/2017 tại Architecture Gallery, 66 Portland Place W1b, London.



MCCUNE MANSION

TINH HOA KIẾN TRÚC CHÂU ÂU Ở UTAH, MỸ



“BẢO TỒN, THEO MỘT Ý NGHĨA NÀO ĐÓ LÀ SỰ GẮN KẾT VỚI QUÁ KHỨ TRONG MỘT ĐỐI THOẠI VỚI HIỆN TẠI VỀ MỘT MỐI QUAN TÂM CHUNG CHO TƯƠNG LAI,” WILLIAM MURTAGH, MỘT SỬ GIA VỀ KIẾN TRÚC ĐỒNG THỜI LÀ NGƯỜI QUẢN LÝ ĐẦU TIÊN SỞ BỘ ĐỊA DANH LỊCH SỬ QUỐC GIA HOA KỲ, CHO BIẾT.



Không thể phủ nhận, hiện đại là tốt. Tất cả chúng ta đều yêu thích các không gian hiện đại bởi những thiết kế phóng khoáng với những mặt phẳng rộng, những đường nét thẳng, mạnh mẽ. Nhưng cùng lúc đó, chúng ta, tất nhiên, vẫn dành một tình cảm cho những không gian mang phong cách cổ điển. Và điều tuyệt vời sẽ đến khi những không gian này được đặt cạnh nhau trong một “nhịp điệu” phù hợp. McCune Mansion là một trong những công trình lịch sử được đặt trong một không gian hiện đại và bảo tồn cho tương lai trong một “nhịp điệu” phù hợp như thế.

Giống như một quả trứng Fabergé được bảo vệ hoàn hảo trong cả thế kỷ nay, công trình McCune Mansion nằm ở phía trên cao của một ngọn đồi với hướng nhìn bao quát toàn thành phố Salt Lake City. Với mục đích ban đầu là tạo ra một ngôi nhà theo mẫu hình chuẩn của một ngôi nhà khác ở New York, công trình này mang phong cách cổ điển theo ý nghĩa chính xác nhất của từ này. Mặc dù vậy, không thể phủ nhận, với sự đa dạng trong chi tiết của các căn phòng, công trình này là sự hoà trộn của các phong cách như Áo, Đức, Ý và Pháp với những dấu ấn của thời Victoria.



Chủ sở hữu ban đầu của tòa dinh thự này là Elizabeth và Alfred McCune – một cái tên quan trọng trong ngành hoá xa, khai mỏ, chăn nuôi gia súc và khai thác gỗ. Tuy nhiên, một trong những công việc kinh doanh quan trọng và thành công nhất của ông là hợp tác khai khoáng mỏ với công ty JP Morgan, ông trùm truyền thông William Randolph Hearst và gia đình Vanderbilt (gia đình này hiện vẫn là một trong công ty khai thác bạc lớn nhất thế giới). Cùng với vợ mình, Alfred đã thành công trong việc đem một phần (tính hoa) châu Âu về đặt trong lòng nước Mỹ, ở ngoại ô Utah.



Nhưng làm thế nào một ngôi nhà ở Salt Lake City có thể phản ánh được vẻ đẹp và sự thanh lãm của Lục Địa Già – một nơi vốn ở đầu kia của thế giới. Câu trả lời không gì hơn sự chính xác, tận tâm, một khát khao dành cho những thiết kế đẹp và rất rất nhiều tiền.

Sau khi phu nhân McCune có được những bức ảnh tham khảo cho ngôi nhà (từ khắp nơi trên nước Mỹ), bà đã gửi kiến trúc sư tới châu Âu để lựa chọn những món đồ nghệ thuật cũng như những chất liệu xây dựng quý hiếm (theo các ghi chép thì công cuộc tìm kiếm này đã kéo dài 02 năm). Trong số những chất liệu này có những thứ rất đáng chú ý là đá onyx (thạch anh) Utah, đá cẩm thạch Nubia và Ireland, những tấm thảm dệt thủ công của Pháp, gỗ gụ Nam Mỹ, da thuộc của Nga, ngói lợp Hà Lan, một vài loại gỗ quý hiếm như gỗ thích vân điệu nhân, gỗ gụ kim sắc Nam Mỹ, một cây sồi 400 năm tuổi của Anh và những chiếc gương của Đức.

Là một ngôi nhà của các kiệt tác, dinh thự này sở hữu một chiếc gương khổng lồ tới mức sau khi được vận chuyển bằng đường thủy tới Mỹ, nó không thể được chở về bằng toa hàng. Để chuyên chở chiếc gương này, người ta đã phải thiết kế riêng một toa chở hàng. Khi đưa chiếc gương này vào ngôi nhà, người ta phải đục tường. Bên cạnh đó, toà nhà còn có một bức tượng Nữ hoàng Cleopatra nặng gần 2 tấn được đưa vào qua ban công tầng trên.

Một trong những căn phòng sang trọng nhất dinh cơ 03 tầng này, tất nhiên, là sảnh khánh tiết. Trần căn phòng được mạ vàng thủ công như tạo ra một đối thoại tinh tế với cảm hứng sáng tạo



từ những công trình ở Florence, Italia. Nếu sảnh khánh tiết là sự tái hiện lại phong cách Italiano, một căn phòng khác lại cho thấy phong cách Pháp với những chi tiết được thiết kế bởi kiến trúc sư C.S.Dallas như một gợi nhắc tinh tế về những cung điện của Thái Dương Vương, Louis XIX. Đây cũng chính là lý do căn phòng này vẫn được gọi là phòng Louis XIX. Trong một căn phòng khác, McCune muốn có sàn lát đá cẩm thạch. Tuy nhiên, do trọng lượng của sàn nhà quá lớn so với cấu trúc chịu lực của ngôi nhà, McCune đã thuê một kiến trúc sư người Đức, người đã dành 09 tháng để thiết kế một sàn nhà trông giống như được lát bằng đá cẩm thạch nhưng nhẹ hơn.

Với việc hướng tới biến ngôi nhà thành một bộ sưu tập các phong cách tinh túy của châu Âu, gia đình McCune quyết định đã tạo dựng “một ngôi đền thiêng của kiến trúc” ở Utah. Các chi tiết trong nhà được dát vàng lá thủ công. Ngôi nhà đồng thời giống như một viện bảo tàng khi trên những bức tường thanh nhả là những bức bích họa. Tường được trang trí với các chi tiết bằng thạch cao, trưng bày các tác phẩm nghệ thuật cầu kỳ, các bức tranh trường phái Ấn tượng của Nga trong các khung gỗ. Tất cả mọi chi tiết đều được xem xét tỉ mỉ trước khi thực hiện. Các yếu tố hoành tráng được cân bằng hoàn hảo với các thiết kế hiện đại nhằm mang tới cho những người bước vào không gian này một trạng thái trong dòng suy tưởng giữa quá khứ và hiện tại.

Công trình McCune Mansion nằm trên một diện tích 2.044m² và mất 03 năm để xây dựng (từ 1898 đến 1901), và đó là tòa lâu

đài trị giá 1 triệu đô la đầu tiên ở Utah. Ông bà McCune đã sở hữu ngôi nhà 20 năm trước khi họ chuyển tới Los Angeles. Khi rời đi, họ đã quyên tặng ngôi nhà này cho nhà thờ LDS. Ngôi nhà sau đó đã phục vụ cho trường McCune School of Music and Art.

Công trình này tổng cộng đã 07 lần đổi chủ, trước khi được mua lại lần cuối cùng bởi các ông chủ hiện nay, gia đình McCarthey (vào năm 1999). Trải qua nhiều lần đổi chủ, chỉ có thư viện và nhà bếp của ngôi nhà bị thay đổi và dùng làm sân khấu và văn phòng của hiệu trưởng trường nhạc. Tòa nhà McCune Mansion vẫn giữ 70% kiến trúc nguyên bản và chủ sở hữu hiện tại luôn quan tâm đến việc bảo tồn các di sản của lâu đài này. Lần tới, khi bạn đi qua đây, hãy thăm viếng công trình hoặc chỉ đơn giản là đứng trước cửa và ngả mũ để Alfred McCune và Elizabeth biết rằng những ý tưởng cấp tiến và gout thẩm mỹ kiến trúc của họ là điều đã giúp họ trở thành bất tử!



DESTINATION

PARIS MƠ MỘNG

NẾU BẠN CHƯA CÓ BẤT KỲ DỰ ĐỊNH CHO KỶ
NGHỈ KẾ TIẾP CỦA MÌNH, HÃY ĐỂ HÀNG HIỆU GIÚP
BẠN LỰA CHỌN NHỮNG KHÁCH SẠN CHO KỶ NGHỈ
THÚ VỊ NHẤT HÀNH TINH: PARIS THẮNG TIẾN!



Liệu có điều gì lãng mạn hơn những căn phòng tuyệt đẹp trong những khách sạn xa hoa tới phù phiếm ở một thành phố không thể hoàn hảo hơn như Paris!?

SHANGRI LA

Tọa lạc ở vị trí đặc địa, nhìn thẳng ra công trình kiến trúc biểu tượng của nước Pháp và thế giới, tháp Eiffel, cung điện cũ của Hoàng đế Napoléon Bonaparte giờ là khách sạn Shangri La – một trong những khách sạn xa xỉ nhất thế giới. Để khôi phục lại những ánh hào quang trong quá khứ, khách sạn đã đầu tư không hề nhỏ vào việc khôi phục các căn phòng. Trong số các căn phòng được khôi phục, phòng Roland Suite đã được đưa vào danh sách địa danh Di sản nước Pháp. Nếu nghỉ ở khách sạn, bạn sẽ cảm thấy như đang đắm mình trong thế giới của sự vương giả với những chi tiết trang trí mạ vàng, những bức chạm nổi hoàng đế, những bức tường cầu kỳ, trần nhà trang trí ấn tượng. Nhưng đó chưa phải là tất cả. Hãy nghĩ tới những căn phòng với phòng tắm lát đá cẩm thạch, sàn nhà được sưởi ấm, vòi tắm hoa sen, những tấm chăn ga, gối nệm được dệt dày sợi và đồ nội thất thực sự sang trọng. Bạn chắc chắn sẽ không muốn gì hơn nữa.

Shangri-la.com



HOTEL VERNET

Nằm trong một tòa nhà trên đại lộ Champs-Élysées, khách sạn Hotel Vernet được mở cửa lại vào năm 2014 với 50 phòng. Công trình mang phong cách Hậu Haussmann này là “tác phẩm” của kiến trúc sư người Pháp, Albert Joseph Sélonier. Ông là người đã tham gia thiết kế khoảng 300 công trình ở Paris. Phong cách Paris đương đại được thể hiện rõ trong các căn phòng và phòng suite rộng rãi của khách sạn. Phòng cho nguyên thủ (Presidential Suite) là phòng có diện tích lớn nhất (100m²), vô cùng sang trọng và tiện nghi với phòng khách và 02 phòng ngủ rộng rãi. Bên cạnh đó, khách sạn này còn nằm ở vị trí vô cùng đặc địa khi nằm giữa khu vực ‘Tam Giác Vàng’ của thành phố. Có thể nói, khách sạn là điểm đến hoàn hảo để du khách có thể khám phá những điểm tham quan tuyệt vời nhất của Kinh đô ánh sáng, Paris.

hotelvernet-paris.com



FOUR SEASONS HOTEL GEORGES V

Nếu bạn đang tìm kiếm một trải nghiệm nghỉ dưỡng đẳng cấp hoàng gia, một nhà hàng với các món ăn ngon tuyệt hảo và những trưng bày hoa tươi đẹp nhất thành phố, vậy hãy đi thẳng tới khách sạn Four Seasons Hotel Georges V. Kể từ năm 1928, khách sạn này luôn là một đẳng cấp khi ngay cả những căn phòng đơn giản nhất của khách sạn như phòng Superior hoặc Deluxe cũng có thể làm hài lòng những vị khách khó tính nhất bởi cách bài trí hoa lệ của nó. Hãy nghĩ tới những chiếc giường với kích thước lớn, các phòng suite với các phòng thay đồ lớn. Phòng tắm, tất nhiên phải là đá cẩm thạch. Còn nhà hàng của khách sạn? Đây là lần thứ 03 nhà hàng Le Cinq được xếp hạng Michelin 3-star. Thật khó để đưa ra lời từ chối với khách sạn này!

Fourseasons.com



LA RESERVE

Nằm ở quận 08, dinh cơ cũ này đã được chuyển đổi thành khách sạn boutique đa phong cách với hướng nhìn thẳng ra tháp Eiffel. Khách sạn từng là nhà của nhà thiết kế thời trang Pierre Cardin danh tiếng trước khi nó 'biến hóa' đầy tham vọng dưới bàn tay của Jacques Garcia – một nhà thiết kế nổi tiếng thế giới. Nhà thiết kế Jacques Garcia là người đã thực hiện thiết kế cho các công trình cao cấp hàng đầu thế giới như khách sạn NoMad ở New York City và La Mamounia ở Marrakech. Ông nổi tiếng bởi khả năng đưa phong cách đương đại tinh tế vào các công trình lâu đời nhưng không làm mất đi cấu trúc và nguồn gốc lịch sử của nó. Khách sạn sẽ gây ấn tượng với du khách bằng các bộ đồ cổ, các tác phẩm nghệ thuật cổ điển trong 14 căn phòng và 26 phòng suite của khách sạn. Bên cạnh đó, một spa, quầy bar ở sảnh chờ và một nhà hàng Pháp hiện đại là những thứ bổ sung cho khách sạn vô cùng lãng mạn này.

lareserve-paris.com



MANDARIN ORIENTAL

Bản thân người viết bài là fan hâm mộ nhiệt thành của tập đoàn khách sạn MO nên luôn theo dõi những thông tin từ tập đoàn này. Khách sạn Mandarin Oriental ở Paris có 138 phòng với những tiện nghi không hề kém bất kỳ khách sạn nào trên thế giới. Một trong những bằng chứng tốt nhất cho điều này là tiện nghi và cách bài trí của căn phòng Royale Mandarin Suite quyến rũ. Không gian này là nơi trưng bày các tác phẩm của nghệ sỹ, nhiếp ảnh gia người Mỹ, Man Ray; một cầu thang xoắn ốc bằng kim loại với những họa tiết guilloche dẫn bạn tới một quán bar cá nhân, một thư phòng, một phòng bếp và một phòng tập gym. Khách sạn cũng rất gần các boutique thời trang danh tiếng của đường St-Honore như Balenciaga, Cavalli, Hermès.

mandarinoriental.com

HOTEL DANIEL

Trong số các khách sạn cao cấp nằm ở bờ phải Paris, Hotel Daniel là một viên ngọc mà bạn chắc chắn sẽ không bao giờ muốn bỏ lỡ. Sang trọng và thân thiện, khách sạn Daniel chỉ có 26 phòng và chỉ cách đại lộ Champs-Élysées 05 phút đi bộ. Nội thất của khách sạn Daniel được lấy cảm hứng từ nội thất tinh tế và không gian xa hoa của Pháp thế kỷ 18. Sự kết hợp này cho phép khách sạn có vinh dự trở thành khách sạn duy nhất được Relais & Châteaux (Hiệp hội khách sạn sang trọng) đưa vào danh sách khách sạn hạng sang có mặt ở trung tâm thành phố. Đây sẽ là nơi mang tới cho bạn cảm giác sống trong thời kỳ huy hoàng với đủ những xa hoa, tráng lệ vốn có của nó.

hoteldanielparis.com



RITZ

Sau hơn 04 năm “tân trang” với tổng số tiền lên tới hơn €400 triệu, khách sạn Ritz – một trong những biểu tượng của Paris – cuối cùng đã mở cửa lại. Nói Ritz là biểu tượng của Paris bởi nơi đây là nơi đã quay 03 bộ phim của diễn viên biểu tượng thời trang Audrey Hepburn và là nơi Coco Chanel sống trong khoảng hơn 30 năm. Thiết kế mới của khách sạn mang phong cách Pháp tự nhiên tới hoàn hảo. Thậm chí chúng tôi dám cá rằng bạn sẽ không tìm được bất kỳ công trình nào chịu ảnh hưởng bởi môi trường thành phố xung quanh hơn khách sạn này. Với thiết kế sau khi đã được tân trang, những người đã quen với khách sạn Ritz sẽ có thể thấy đôi chút lạ lẫm với quán bar Hemingway khi không gian này được ốp các tấm gỗ sồi và trưng bày những món đồ décor độc lạ với chủ đề đi săn. Nhưng quán bar Ritz vẫn không thay đổi là mấy.

ritzparis.com



PENINSULA

Có diện tích mặt bằng chiếm trọn một block (một ô) ở gần công trình Khải Hoàn Môn, khách sạn Peninsula này thực sự gây ấn tượng bởi các tiêu chuẩn về sự sang trọng cũng như thiết kế độc đáo của nó. Bản thân những người chủ của khách sạn này cũng không xem nó là khách sạn mà xem nó như một chiếc siêu du thuyền của thế giới khách sạn. Cách đây không lâu những người chủ sở hữu khách sạn đã cho tân trang lại khách sạn với một khoản chi phí lên tới €800 triệu. Và trọng tâm của đợt tân trang này là những tấm đá cẩm thạch được lát từ dưới sàn nhà lên tới tầng thượng của khách sạn. Với hơn 200 phòng, khách sạn thực sự giống như một cung điện (được trang bị các công nghệ hiện đại nhất của thế kỷ 21).

Paris.peninsula.com





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>



NOLINSKI

Được mở cửa vào mùa hè năm 2016, khách sạn boutique 06 tầng này nằm gần các vườn hoa của Điện Louvre và của cung điện Palais Royal. Khách sạn có 45 phòng, mỗi phòng mang một thiết kế riêng, ấn tượng cho phép thỏa mãn những nhu cầu khác nhau của mỗi khách nghỉ. Các không gian chung vô cùng tinh tế. Bạn hoàn toàn có thể chọn cách thưởng thức bữa trưa bên trong những chiếc ghế bành bọc da hay dùng một vài ly cocktail vào lúc tối muộn bên lò sưởi.

nolinskiparis.com

BUDDHA BAR

Một cảm giác choáng ngợp trước không gian xa hoa và tráng lệ sẽ tới với bạn ngay khi bạn bước qua cửa của khách sạn boutique này. Không gian khách sạn được trang trí với những chiếc đèn lồng đỏ, những chi tiết hình rồng, các tấm sơn mài và vải lụa satin. Đây sẽ là một sự bùng nổ về màu sắc giữa không gian bên trong và bên ngoài – nơi có một khu vườn tuyệt đẹp. Bên cạnh đó, quán bar Le Quatre của khách sạn là quán bar ưa thích nhất Paris với những loại cocktail độc đáo và những bản nhạc mix của các DJ vào những ngày nghỉ cuối tuần. Trong các phòng tuyệt vời ở đây, phòng Suite De Gagny có không gian nội thất được lấy cảm hứng từ nhà sưu tập các tác phẩm nghệ thuật và là chương quỹ cho vua Louis XV, ông Augustin Blondel De Gagny. Ông cũng là người đã sống ở đây gần như suốt thế kỷ 18.

buddhabarhotelparis.com





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.



RITAVO 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>



TRENTO DOC

“CHAMPAGNE” CỦA NƯỚC Ý

NẾU TẤT CẢ NHỮNG GÌ BẠN BIẾT VỀ VANG NỔ CỦA Ý CHỈ LÀ PROSECCO, VẬY ĐÓ SẼ LÀ THIẾU SÓT LỚN - BỞI ĐẤT NƯỚC HÌNH CHIẾC ỦNG NÀY CÒN CÓ RẤT NHIỀU LỰA CHỌN. TRENTO DOC LÀ MỘT TRONG SỐ ĐÓ.

1. Trento DOC là một loại vang nổ của Ý, ra đời vào khoảng những năm 1900 khi một nhà làm rượu thời đó tên là Giulio Ferrari đã mang về Trento, Ý giống nho Chardonnay. Kỹ nghệ làm vang nổ của Giulio Ferrari và thương hiệu do ông thành lập là sự kết hợp của những kiến thức vang nổ của Đức với kinh nghiệm ông học hỏi và đúc rút từ Champagne.

2. Chúng ta có thể phân biệt Trento DOC với các loại vang sủi/vang nổ Ý khác qua màu vàng rơm đặc trưng của rượu. Một điểm khác biệt bạn có thể dùng để nhận biết vang Trento Doc: độ cồn thấp nhất của Trento DOC là 11% Alc, còn vang nổ phổ thông độ cồn thấp nhất là 12% Alc.

3. Có thể dùng những giống nho sau để làm vang nổ Trento: Chardonnay, Pinot Noir, Pinot Meunier và Pinot Blanc. Tuy nhiên, điều kiện tiên quyết là nho phải được trồng ở tỉnh Trento. Điều này cũng giống như việc Champagne phải được làm từ nho trồng tại Champagne. Tại Trento, các sườn đồi trồng nho nằm ở độ cao từ 200-800m so với mực nước biển và được bao quanh bởi dãy núi Dolomite Mountains.

4. Đặc điểm chung của loại vang nổ Trento DOC là thanh nhã, tươi mát do nho được trồng trong một khu vực có kiểu khí hậu và thổ nhưỡng độc đáo, rất phù hợp cho sản xuất vang nổ. Bên cạnh đó, chất lượng của vang Trento DOC có được là nhờ những nghiên cứu và hỗ trợ của trường dạy nghề làm vang Fondazione Mach San Michele all'Adige.

5. Các vụ mùa 2006, 2008 và 2010 là những vụ tuyệt vời, đã cho ra được những chai vang Trento DOC hoàn hảo. Nên nếu có ý định mua trữ hoặc mua uống, đừng quên lựa chọn những vụ mùa này. Ở Trento, có hẳn một viện về rượu vang Trento DOC: Istituto Trento Doc. Nhiệm vụ của viện này là thúc đẩy phát triển danh tiếng và thương hiệu rượu của vùng.

6. Cũng giống như Champagne, việc sản xuất vang nổ ở Trento DOC đòi hỏi phải tuân thủ những quy định rất khắt khe của vùng. Các quy định này được áp dụng với việc trồng nho, chăm dưỡng, cắt tỉa, thu hoạch bằng tay, và cả ủ rượu. Cụ thể, mọi hình thức ép, thúc với cây nho không được sử dụng. Hoạt động tưới tiêu chỉ được thực hiện trong trường hợp cấp thiết.

7. Rượu phải có thời gian “nghỉ” (thời gian trước khi đưa ra thị trường nhưng sau khi đóng chai) tối thiểu là 15 tháng với những chai không vụ mùa, 24 tháng với những chai có vụ mùa, và 36 tháng với những chai riserva.



DÙNG BỮA VỚI SOMMELIER: PHONG THÁI CỦA MỘT TÔN ÔNG

05 câu hỏi cho sommelier

1. Tôi vừa thử (tên một loại rượu nào đó) và cảm thấy thích nó. Anh có loại nào tương tự không?

Trong trường hợp này, bạn nên đề cập đến tên một loại vang cụ thể (như Domaine Drouhin 2012) hay thậm chí là một vùng sản xuất (Oregon Pinot Noir). Như thế sẽ hữu ích hơn nhiều so với việc bạn cố mô tả hương vị. Bạn biết đó, có thể từ điển của bạn và của sommelier rất khác nhau trong việc đưa ra định nghĩa về độ mềm mượt, độ tannin, độ cứng hay độ chua của rượu.

2. Tôi rất hiếu kỳ với (tên một vùng làm vang). Anh có lời gợi ý cho tôi hay có ý định giới thiệu cho tôi một cái tên nào đó chăng?

Cho dù bạn là người lần đầu biết tới Loire Valley Chenin Blanc hoặc là người thậm chí chẳng biết Bordeaux là gì, câu hỏi này sẽ giúp sommelier biết bạn đang trông đợi gì từ anh ta để anh ta có thể có được sự phục vụ chu đáo và hoàn hảo nhất. Nêu tên vùng làm vang luôn là một lựa chọn tốt cho người hỏi.

3. Anh có thể chỉ cho tôi chai vang yêu thích của anh với mức giá dưới (số tiền)? Hoặc: Tôi muốn một chai có giá dưới (số tiền)?

Các sommelier không phải những người sẽ đi vòng quanh thế giới để uống những loại rượu đắt đỏ và quý hiếm. Thay vào đó, họ luôn tìm kiếm những chai có giá tốt và chất lượng. Khi tin tưởng và đặt câu hỏi cho họ, những điều bạn nhận được sẽ là những kiến thức thực sự về rượu.

4. Chai vang anh thích nhất trong list rượu này là?

Cách chắc chắn nhất để có thể chọn được cho mình một chai vang ngon là xin sự trợ giúp của các sommelier – họ được trả tiền để làm điều này cơ mà. Các sommelier có lợi thế thường xuyên tiếp xúc với những chai vang từ khắp nơi trên thế giới, chắc chắn họ sẽ có lựa chọn tốt hơn bạn.

5. Chúng tôi đều muốn dùng cá nhưng lại muốn uống rượu đỏ. Anh có gợi ý gì không?

Hãy đưa ra những “thông số” để các sommelier có thể lựa chọn giúp bạn. Vang đỏ với cá ư? Sommelier sẽ chọn giúp bạn những chai vang đỏ nhẹ nhàng và không lấn át hương vị đồ ăn.

05 câu hỏi không nên hỏi

1. Chai vang này có ngon không? (Hoặc thậm chí) chai vang này mà ngon à?

Nếu một chai vang có tên trong danh sách, nghĩa là sommelier là người đã đưa nó vào đó. Không có sommelier nào lại muốn đưa một chai rượu tệ vào danh sách phục vụ cả - bởi điều đó sẽ làm xấu mặt anh ta. Nếu bạn vẫn muốn hỏi hãy thử câu: “Điều gì làm chai rượu này đặc biệt?”

2. Chai vang này bao nhiêu điểm vậy?

Với hầu hết các sommelier, thông tin họ ít quan tâm nhất là điểm số cho vụ mùa của một chai vang. Dễ hiểu, bởi họ không phải là các nhà sưu tập. Điều một sommelier quan tâm thường là chai rượu có hợp với món ăn của đầu bếp của nhà hàng không?

3. Bạn có bằng chứng nhận không?

Bạn bước vào một nhà hàng, liệu bạn có muốn bị sommelier hỏi: Anh có tiền (để vào nhà hàng này) không? Tất nhiên là KHÔNG. Vậy bạn cũng không nên làm như vậy với một sommelier chỉ vì bạn có tiền để vào nhà hàng đó. Ngoài ra, một người phục vụ rượu trong một nhà hàng chắc chắn anh ta sẽ hiểu rượu cách rượu và món ăn của nhà hàng đó kết hợp với nhau tốt hơn bạn.

4. Tại sao anh không thêm (loại vang nào đó) vào danh sách?

Một chai vang dù rất ngon nhưng không phù hợp với phong cách ẩm thực của nhà hàng sẽ không được đưa vào danh sách. Có thể bạn sẽ nghĩ câu hỏi này không hề ác ý, nó chỉ là một lời khuyên (cho nhà hàng). Tuy nhiên, thực tế là bạn vừa “bật hệ thống phòng vệ” của các sommelier. Và cuối cùng, bạn tới một nhà hàng là để trải nghiệm, bạn trả tiền để dùng bữa, bạn đâu được trả tiền để đưa ra lời khuyên, vậy tại sao phải làm điều đó.

5. Nó có phải một mùa nho tệ không?

Tất nhiên, chúng ta đều biết có những vụ mùa điểm cao, có những vụ mùa điểm thấp. Tuy nhiên, hãy nhớ lại, một chai vang xuất hiện trong danh sách chọn rượu là bởi sommelier đã chọn nó. Bạn nghĩ thế nào nếu một người thậm chí chưa dùng thử sản phẩm của bạn đã nói “Nó có tệ không?” Nếu bạn cảm thấy khó chịu, vậy tại sao bạn làm điều đó với người khác.



VANG HỒNG

SAU NHIỀU NĂM BỊ QUÊN LÃNG, VANG HỒNG ĐANG TRỞ LẠI. DOANH SỐ BÁN CỦA ROSE WINE ĐÃ TĂNG 10 LẦN SO VỚI NHỮNG LOẠI VANG KHÁC TRONG NHỮNG NĂM QUA. DƯỚI ĐÂY LÀ NHỮNG CHAI BẠN NÊN TÌM KIẾM.

ITALIA:

Các nhà sản xuất vang Prosecco gọi vang hồng sparkling của họ là Spumante (về mặt kỹ thuật, vang nổ Prosecco chỉ có thể làm từ nho trắng). Loại vang ngon ngọt và nhiều hương vị hoa quả rất được yêu thích là NV Bisol Jeio Rosé Cuvée Valdobbiadene.



TÂY BAN NHA:

Khí hậu ấm của Tây Ban Nha giúp cho những trái nho Tempranillo và Garnacha có hương vị hoa quả chín và màu hồng sâu thắm. Để xuất của HÀNG HIỆU là Bodegas Muga Rosado 2015.



PHÁP:

Provence sản xuất khoảng **140** triệu chai vang hồng mỗi năm. Gợi ý của HÀNG HIỆU là Commanderie de la Bargemone Rosé 2015.



CALIFORNIA:

Được giới thiệu vào những năm 1970, vang ngọt White Zinfandel đã có một vị trí quan trọng. Tuy nhiên, hiện nay vang hồng đang trở lại với phong cách ưa thích là vang “khá chín”. Để xuất của HÀNG HIỆU là 2015 Lynmar Estate Rosé of Pinot Noir.



Với màu hồng gợi cảm, bản thân mỗi chai vang hồng là một đóa hồng cho mỗi bữa tiệc. Những loại nho được dùng để ủ vang hồng khá đa dạng. Tuy nhiên, xuất sắc nhất trong số này có Grenache, Pinot Noir, Gamay, Cabernet Franc, Mourvedre, Cinsault.

Vị của vang hồng nhìn chung thường mềm, thơm mùi quả mọng, mùi quýt, kết hợp với mùi vị thanh mát của dưa hấu. Vang hồng thường uống ở nhiệt độ mát, phù hợp để kết hợp với đồ hải sản, thịt bò, thịt gà, thịt muối hoặc các món salad có trứng. Những chai vang hồng cũng là những chai lý tưởng cho những buổi picnic dã ngoại hoặc những bữa tiệc nướng barbeque ngoài trời.



Giáo hoàng Francis từng nói: “Không có bữa tiệc nào lại thiếu vắng rượu vang” như một lời nhắc về việc Chúa Jesus từng biến nước thành rượu.

Hương Mùa Xuân

G giống như việc một số loại vang có mùi quả mâm xôi (Shiraz) hoặc mùi khói (Pouilly-Fumé), một số chai có thể có mùi hương của hoa xuân. Những mùi hương này là kết quả của một quá trình ủ vang từ một loại nho đặc biệt nào đó. Cùng HÀNG HIỆU tìm hiểu thêm về điều này!

HƯƠNG

GIỐNG NHO

ĐỀ XUẤT HÀNG HIỆU

Cánh hoa hồng

Gewürztraminer

2013 Trimbach Gewürztraminer

Hoa violet

Touriga Nacional

2011 Pombal do Vesuvio

Chanh, cam

Muscat

2014 Botani Moscatel

- **Grenache:** Có vị quả mọng như dâu tây và mâm xôi.
- **Pinot Noir:** Có vị dâu tây và anh đào.
- **Gamay:** Mùi quả mọng, vanilla, gỗ sồi.
- **Cabernet Franc:** Mùi quả chín.
- **Mourvedre:** Hương quả chín.
- **Cinsault:** Vị dâu tây.





SƯU TẬP VANG KIỂU SOTHEBY'S

CÙNG HÀNG HIỆU TÌM HIỂU THÊM VỀ VIỆC SƯU TẬP VANG VỚI NHỮNG CHIA SẺ CỦA CHUYÊN GIA JAMIE RITCHIE TỚI TỪ NHÀ ĐẤU GIÁ SỐ 01 THẾ GIỚI SOTHEBY'S.

Cùng HÀNG HIỆU tìm hiểu thêm về việc sưu tập vang với những chia sẻ của chuyên gia Jamie Ritchie tới từ nhà đấu giá số 01 thế giới Sotheby's.

Ông làm việc cho Sotheby's trong hơn 25

năm. Ông có những lời khuyên nào dành cho những người có ý định sưu tập vang không?

Đầu tiên, những gì các bạn cần là hãy liên lạc với chúng tôi. Chúng tôi rất sẵn lòng mang tới cho các bạn các thông tin miễn phí về loại vang mà bạn đang tìm kiếm, loại vang sẽ được đấu giá, cách thức đấu giá. Nếu họ quan tâm tới vang như một kênh đầu tư, hay chỉ để uống, hoặc uống trong 10 năm tới, tất cả chúng tôi đều cung cấp hoàn toàn miễn phí.

Ông có gợi ý nào không?

Tôi sẽ cảnh giác với việc mua quá nhiều những chai có thể uống trong một thời điểm, chẳng hạn tôi sẽ cảnh giác với việc mua quá nhiều thùng Bordeaux cùng một vụ mùa. Bên cạnh đó, nếu bạn có ý định chọn vang làm một kênh đầu tư, có rất ít chai vang có thể tăng giá theo thời gian. Nếu tính ra thì chỉ khoảng từ 20-30 nhà ở Bordeaux, khoảng 10 nhà ở Burgundy và cũng chỉ có những chai tốt nhất, vụ mùa tốt nhất.

Phần lớn những bản tin của các nhà đấu giá đều ngập tràn những chữ "siêu": "siêu đắt", "siêu hiếm". Liệu có chai vang nào có giá không "siêu" mà chất lượng không ông?

Tất nhiên. Có rất nhiều điều bạn có thể khám phá với rượu vang, đó có thể là vụ mùa, nhà sản xuất hay vùng sản xuất. Tôi xin đưa ra một số chai được chúng tôi đánh giá cao nhưng có giá rất hợp lý là 1978 và 1981 Ducru-Beaucaillous, 1981 Gruaud Laroses. Trong một phiên đấu giá của Sotheby's khách đã mua với giá \$49/chai. Chai 2014 Ducru-Beaucaillou có giá khoảng \$110.

Phiên đấu giá lớn nhất ông từng điều hành?

Một bộ sưu tập của 75.000 chai vang, thuộc sở hữu của Hoàng tử Johannes von Thurn und Taxis của Đức. Chúng tôi đã phải nhờ tới 22 sinh viên Hà Lan giúp chỉ để đóng gói trong 10 ngày. Chúng tôi đã phải đưa những chai vang ra khỏi hầm của lâu đài. Trước đây, hoàng tử thường tổ chức các bữa tiệc, anh biết đó, cho cả ngàn người. Và nếu bạn chuẩn bị bữa tối cho cả ngàn người với rượu được rót liên tục, bạn cần có rất nhiều vang. Hoàng tử Johannes von Thurn und Taxis là người thực sự rất thích tiệc tùng.

Chai vang đắt nhất ông từng bán?

Lafite 1869. Chúng tôi bán năm 2010 ở Hong Kong. 03 chai vang đó đã được mua với giá \$233.000/chai. Cho tới bây giờ đây vẫn là cái giá cao nhất cho một chai vang được mua trong một phiên đấu giá. 03 chai vang đã được mua lần lượt từng chai một, tất cả đều bởi cùng một người mua. Chúng tôi đã ước tính chai vang đó có thể tăng giá thêm khoảng \$5.000 nữa.

Với những người không muốn chi hàng trăm ngàn đô cho một chai rượu vang, ông có gợi ý gì?

Mọi người dường như quên mất rằng có những chai Bordeaux có giá dưới \$25 nhưng chất lượng rất tuyệt. Tại cửa hàng bán lẻ của chúng tôi, tôi có thể tìm thấy 10 chai vang như thế với cái giá dưới \$25. Một trong số những lựa chọn yêu thích của tôi là Château Barreyre 2010 và Divin de Corbin năm 2011. Không có điểm gì để chê trách về chất lượng của chúng! Ngoài ra, trong các phiên đấu giá, hãy để ý những chai vang tốt nhưng bị bỏ sót. Hiện nay những chai vang sau năm 2001 đang hoàn toàn lu mờ so với những chai 2000. Những chai mùa 1998 là những chai đã bị lãng quên trên thị trường. Và có một số loại vang ở mùa 2004 cũng như vậy.

Bordeaux có phải vẫn là trung tâm của thị trường đấu giá?

Tên 60 phần trăm doanh thu hàng năm của chúng tôi vẫn tới từ những chai Bordeaux. Đó là do hàng năm Bordeaux vẫn luôn sản xuất những chai vang tốt với giá cao. Tuy nhiên, những chai Colgins, Harlans hoặc Screaming Eagles ở Napa cũng đang đóng góp rất nhiều vào doanh thu của chúng tôi. Và cuối cùng không thể bỏ qua là Burgundy.

Đâu là lý do khiến ông dẫn thân vào thế giới đấu giá rượu vang?

Vào cuối thập niên 80, tôi đã suy nghĩ về sự nghiệp của mình trong ngành kinh doanh rượu vang. Tôi, khi đó, đang làm việc trong một nhà hàng và là một sinh viên ngành luật. Và tôi đã nghĩ rằng có lẽ tôi quá tham vọng, nhưng nếu tôi sống đến năm 70 tuổi và uống một chai vang mỗi ngày, tôi có thể sẽ uống khoảng 20.000 chai vang trong cuộc đời mình. Và do đó, tôi đã nghĩ nếu tôi muốn dẫn thân vào ngành này, tôi phải theo tới cùng. Bên cạnh đó, tôi luôn muốn mình trở thành một diễn viên. Ở Anh, một diễn viên thất bại sẽ trở thành một luật sư, bởi vì bạn sẽ phải đứng trước toà, và một luật sư thất bại sẽ trở thành một nhà đấu giá cũng vì lý do tương tự.

Hỏi: Ông đã uống được bao nhiêu chai trong số 20.000 chai?

Hiếm có ngày nào mà tôi không uống một ly vang và năm nay tôi 52 tuổi ... Vậy thế, có thể là 12.500 chai chẳng. Một nhà đấu giá rượu cũng phải là một người giỏi toán!



HUYỀN THOẠI CORUM

MỘT HUYỀN THOẠI ĐÃ RA ĐỜI CÁCH ĐÂY
NỬA THẾ KỶ VÀ VẪN ĐANG CHO RA ĐỜI
NHIỀU HUYỀN THOẠI KHÁC. ĐÓ CHÍNH LÀ
THƯƠNG HIỆU ĐỒNG HỒ CORUM VỚI NHỮNG
MẪU ĐỒNG HỒ BIỂU TƯỢNG CỦA MÌNH!

Một chiều muộn 1955, anh thanh niên Rene Bannwart đã tới xưởng sản xuất đồng hồ của chú Gaston Ries của mình. Ở đó, tại phòng làm việc riêng của Gaston, cậu thanh niên trẻ Rene Bannwart chợt nảy ra ý tưởng về một mẫu đồng hồ mới và rất nhanh đã phác thảo nó lên giấy. Không hiểu số phận run rủi thế nào, bản phác thảo đó rơi vào tay chú Gaston của cậu. Nhìn bản vẽ, chú Gaston lập tức hiểu rằng đây chính là người mình cần để biến ước mơ về một thương hiệu đồng hồ đẳng cấp thành hiện thực. Nhưng cả chú Gaston và người đàn ông trẻ tuổi nọ đều đã không lường tượng hết sự phát triển của thương hiệu do họ lập ra. Ông chẳng thể nghĩ một ngày Corum sẽ là một trong những cái tên được “cuốn thánh kinh” của ngành công nghiệp xa xỉ, The Cult of the Luxury Brand nhắc tới.

Giống như suy nghĩ của Dolce và Gabbana khi xây dựng thương hiệu: “Một thương hiệu cần phải có gạch nối của sự công bằng,” Gaston và Rene đã đặt tên thương hiệu hai người sáng lập là Corum. Nó là cách đọc chệch đi của Quorum – một từ Latinh có nghĩa là “số người tối thiểu để họp và đưa ra quyết định.” Kế đó để thể hiện trọn vẹn phương châm hoạt động “Chìa khóa đối với thời gian chính xác,” Gaston và Rene chọn hình chiếc chìa khóa cách điệu làm logo trang trí trên mặt đồng hồ. Theo những nhân viên kị cừu của Corum: Biểu tượng này gợi nhắc quy trình lên dây cót cho những chiếc đồng hồ cổ. Nó đòi hỏi sự tinh tế và chính xác đối với từng vận động cơ khí nhỏ bé nhất.

Bên cạnh tinh tế, chính xác, Corum còn tự hào với vai trò một nhà sản xuất đồng hồ của những cách tân hay ho. Những chiếc đồng hồ Corum luôn sử dụng những màu sắc đặc biệt. Chúng là những màu vàng... mù tạc, đỏ magenta hay lục nhạt. Để tạo ra những màu sắc này, Corum buộc mình vào vô số những nghiên cứu và cách tân, đòi hỏi hãng phải đầu tư thực sự cho những mẫu đồng hồ là các sản phẩm tinh tế của mình. Những màu sắc này kết hợp với các phương pháp đính, khảm kim cương đặc biệt của hãng mang lại cho đồng hồ Corum những nét thanh tú riêng biệt, khác hẳn với những mẫu đồng hồ khác.

CORUM ADMIRAL'S CUP

Trong khi những chiếc Romulus là những sản phẩm của chi tiết tinh tế thì Admiral's Cup Leap Second 48 lại mang tính phiêu lưu và thể thao hơn. Nằm bên trong lớp vỏ Titan có đường kính 48mm là bộ chuyển động Calibre CO-895 được Corum kết hợp với La Joux Perret chế tạo để đạt được độ chính xác lập kỷ lục tại thời điểm ra mắt. Trong những chiếc Admiral's Cup, ấn tượng nhất là những chiếc Leap Second. Trong tiếng Việt, Leap Second tạm hiểu là Giấy xen kẽ. Cụm từ này được dùng để chỉ việc đồng hồ có thể một kim giây màu đỏ nằm ở mặt số phụ ở cọc chỉ giờ số 09. Khi được kích hoạt, kim giây này sẽ đếm từng giây với khoảng chia nhỏ thời gian là 08 phần. Hiểu đơn giản, bạn sẽ có thể có được sự chính xác tới 1/8 giây đồng hồ. Bên cạnh phiên bản dành cho nam giới, Corum cũng phát triển phiên bản Admiral's Cup dành cho nữ giới với kiểu mẫu vỏ vàng hồng, đính 66 viên kim cương, đường kính 40mm, mặt số xà cừ, bộ chuyển động tự động, năng lượng dự trữ 42 giờ sau khi lên giây cót, chống thấm ở áp lực độ sâu 55m.





CORUM ROMVLVS

Hiện nay, Corum có rất nhiều mẫu đồng hồ đáng nhớ và đã đi vào lịch sử như Watch Coin – Đồng hồ Đồng xu, Golden Bridge – Cây cầu vàng, Romvlvs và Admiral's Cup. Trong đó mỗi mẫu đồng hồ đều có những nét đặc trưng lý thú riêng. Xuất phát từ mẫu đồng hồ kinh điển Romvlvs được trưng bày tại Triển Lãm Đồng Hồ & Nữ Trang Basel 1966, những chiếc đồng hồ Romvlvs Large Date là sự kết hợp của vàng hồng đánh bóng, thép không gỉ và dây đeo satin. Vỏ ngoài của những chiếc Romvlvs mới (cả Romvlvs Large Date và Romvlvs Chronograph) đều được cải tiến vồng lên. Mặt kính sapphire chống trầy dạng lõi của đồng hồ đòi hỏi khi lắp ráp (được thực hiện thủ công) cần phải thực hiện bằng một dụng cụ đặc biệt để đảm bảo nước không ngấm vào đồng hồ. Việc khắc nổi các con số La Mã cho đồng hồ cũng rất cầu kỳ, đòi hỏi tới 50 thao tác riêng biệt.



CORUM GOLDEN BRIDGE

Mẫu đồng hồ thứ ba mà chúng tôi muốn đề cập chi tiết trong khuôn khổ bài báo này là Golden Bridge – Cây cầu vàng. Đây là mẫu đồng hồ ấn tượng nhất, biểu tượng nhất của thương hiệu. Chiếc Golden Bridge gây ấn tượng mạnh mẽ bởi phong cách cổ điển và có chút gì đó huyền bí khi toàn bộ các chi tiết máy của đồng hồ tạo hình thành một cây cầu trôi nổi trên mặt số. Mẫu đồng hồ cơ học này thể hiện đỉnh cao của nghệ thuật kim hoàn trong kỹ nghệ chế tác các bộ phận và chi tiết. Việc kết hợp giữa sự trong suốt đến kì lạ của pha lê và các kim loại quý hiếm trên chiếc cầu nhỏ xíu giữ các chi tiết máy cho phép người đeo thấy qua phiên bản Golden Bridge Platinum. Chiếc đồng hồ này có cơ cấu chuyển động bằng vàng hồng, bên cạnh đó nó còn có một phiên bản khác có bộ chuyển động bằng vàng trắng được đính thêm những viên kim cương sáng óng ánh.

BÁU VẬT CỦA CÁC SA HOÀNG

**NẾU NHƯ NGƯỜI
PHÁP CÓ THƯƠNG HIỆU TRANG
SỨC CARTIER DANH TIẾNG, THỤY
SỸ CÓ VAN CLEEF & ARPELS THÌ NGƯỜI
NGA CŨNG CÓ FABERGÉ – THƯƠNG HIỆU
KIM HOÀN YÊU THÍCH CỦA CÁC SA
HOÀNG VỚI NHỮNG QUẢ TRỨNG
PHỤC SINH TINH XẢO CẦU
KỲ VÀ ĐẮT ĐỎ.**

Sự thành công và danh tiếng của thương hiệu Fabergé đã được bắt đầu từ một câu chuyện tình mang nhiều màu sắc lãng mạn và cổ tích của các công chúa, hoàng tử, hoàng hậu và hoàng đế (Sa Hoàng). Năm 1885, để kỷ niệm 20 năm ngày cưới của mình và cũng là để chúc mừng ngày lễ Phục Sinh, Sa hoàng Alexander III đã quyết định đặt làm một quả trứng Phục Sinh dành tặng cho người vợ yêu của mình, Hoàng hậu Maria Feodorovna.



Nhưng Fabergé không chỉ nổi danh với những quả trứng huyền thoại. Cái tên Fabergé còn gắn liền với đồng hồ và những món đồ trang sức tinh tế. Những bộ sưu tập đồng hồ và trang sức hiện nay của hãng là kết tinh các cảm hứng từ quá khứ. Các sản phẩm tinh hoa này hiện đã có ở các cửa hàng Fabergé ở New York và London. Các cặp đôi của thế kỷ 21 vẫn mua các sáng tạo của họ - như một chứng nhân cho tình yêu bền chặt.

Có thể nói mẫu đồng hồ Fabergé Visionnaire DTZ là minh chứng cho sự táo bạo và hiện đại nhưng cũng phản ánh sự nổi tiếng của các di sản Fabergé. Fabergé đã giới thiệu thiết kế nam tính với phiên bản Fabergé Visionnaire I, lấy cảm hứng từ những quả trứng. Đồng hồ có các cơ chế tourbillion bay và mở rộng với múi giờ kép. Đồng hồ DTZ có khả năng tự lên dây cót, áp dụng một phương pháp hợp lý và trực quan, hiển thị 02 múi giờ cùng một lúc và sử dụng một gờ lắp mặt kính bezel mỏng. Vấu (tai đồng hồ) được thiết kế cầu kỳ và tinh xảo. Mặt đồng hồ được thiết kế lớn, các bánh răng chuyển động có thể nhìn thấy giữa

hình khối một dạng hoa hồng motif 3D ở trung tâm của đồng hồ. Có 02 phiên bản Fabergé Visionnaire DTZ. Một được làm bằng titan và vàng hồng 18 carat. Bản còn lại là DLC đen – xử lý titan và vàng trắng 18 carat. 02 bản đều dùng dây đeo cá sấu.



Trong khi đó, Lady Compliquée Haute Horlogerie lại là bộ sưu tập đồng hồ dành cho nữ. Bộ sưu tập là lời tôn vinh khả năng tạo tác truyền thống và các tinh hoa của kỹ nghệ chế tác của nhà kim hoàn Peter Carl Fabergé với mặt số đồng hồ được Agenhor Manufacture phát triển độc quyền cho hãng. Bộ sưu tập đã giành giải thưởng danh giá ở Grand Prix d'Horlogerie de Genève năm 2015 cho hạng mục giải thưởng High Mechanical. Mặt đồng hồ mô tả những nét đặc trưng nhất tại trung tâm mặt số. Mặt đồng hồ Lady Compliquée Winter được lấy cảm hứng từ quả trứng 'Winter Egg' năm 1913. Trong khi mặt đồng hồ Lady Compliquée Peacock lại lấy cảm hứng từ quả trứng Peacock Egg năm 1908 và có 04 biến thể màu sắc khác nhau với: màu lục bảo, hồng ngọc, sapphire và kim cương.

Ngược trở về quá khứ, ý tưởng cho món quà độc đáo của vị Sa hoàng vĩ đại – người đã giúp Fabergé có được một chỗ đứng trong lịch sử nhân loại - đã được bắt đầu từ câu chuyện một thiếu nữ người Nga thường kể cho cậu bạn (tương lai sẽ là Sa hoàng Alexander III) về một quả trứng mà cô bé rất thích. Đó là một quả trứng Phục Sinh được cán đá quý thay vì được tô nhiều màu. Câu chuyện này đã đi theo cặp vợ chồng Sa hoàng hơn 02 thập kỷ để một ngày kia vị Sa hoàng của nước Nga, Alexander III bí mật đặt hàng nghệ nhân chế tác kim hoàn Peter Carl Fabergé một quả trứng Phục Sinh vô cùng đặc biệt. Với tên gọi Hen Egg, quả trứng tới nay vẫn là một chiến công của ngành kim hoàn. Trứng được chế tác bằng vàng, tráng men màu trắng bạc. Khi được tách đôi, trứng sẽ lộ một lòng đỏ bằng vàng với nước bóng mờ. Bên trong lòng đỏ này là một chú gà bằng vàng dát ngọc với đôi mắt đính hồng ngọc. Bên trong chú gà là 02 điều ngạc nhiên khác: Một tiểu vương miện bằng kim cương và một sợi dây chuyền mặt hồng ngọc.

Niềm hạnh phúc của vị hoàng hậu đối với món quà đã dẫn tới việc trong suốt 32 năm sau đó (cho tới năm 1917), những quả trứng Phục Sinh Fabergé luôn là món quà yêu thích của các thành viên hoàng tộc. Cũng chính nhờ điều này mà thế giới đã có những quả trứng Phục Sinh đẹp đẽ và cầu kỳ nhất. Có thể nói, bản thân mỗi quả trứng chính là một viên ngọc quý. Mỗi quả trứng Phục Sinh này là một “chén thánh” của kỹ nghệ chế tác kim hoàn. Trung bình, để hoàn thiện một quả trứng Phục Sinh, cần ít nhất một năm (hoặc hơn) với sự tham gia của

một ekip các nghệ nhân có tay nghề chế tác thủ công cao. Những người này làm việc hoàn toàn bí mật. Fabergé được phép toàn quyền trong các thiết kế và thực hiện, với điều kiện tiên quyết đó là: Phải tạo ra bất ngờ bên trong mỗi sáng tạo.



Với khả năng sáng tạo vô hạn nhưng để những món quà thêm ý nghĩa, Fabergé đã lấy ý tưởng cho các tinh phẩm của mình từ những mối quan hệ trong gia đình hoàng tộc, các sự kiện cung đình, hay những thành tựu của triều đại Romanov. Quả trứng Phục Sinh Fifteenth Anniversary Egg (năm 1911) được làm ra để kỷ niệm 15 năm ngày Sa hoàng Nicolas II lên ngôi. Còn quả trứng Romanov Tercentenary Egg (năm 1913) lại được nhà kim hoàn hàng đầu của nước Nga tạo ra để kỷ niệm 300 năm triều đại của gia đình Romanov, với những mô hình về các vị vua dưới triều đại.

Trong tổng số 50 quả trứng được làm cho gia đình Hoàng gia (kể từ năm 1885 đến 1916), 43 quả vẫn còn được lưu giữ lại cho đến ngày nay và được trưng bày ở một số bảo tàng lớn cũng như trong các bộ sưu tập tư nhân trên thế giới. Riêng Nữ hoàng Anh sở hữu 03 quả Imperial Egg và là một phần của bộ sưu tập Hoàng gia. Trong 03

quả trứng này có Mosaic Egg, được Hoàng đế Nicolas II đặt làm cho hoàng hậu Tsarina Alexandra Feodorovna vào lễ Phục Sinh năm 1914. Lòng quả trứng được nạm kim cương và hồng ngọc cùng mô hình 05 người con của Hoàng đế Nicolas II và hoàng hậu được đặt bên trong đó. Quả trứng cầu kỳ này đã được King George V mua với giá 250 bảng.

KIM CƯƠNG MÀU - NHỮNG GIỌT MÁU CỦA CHÚA

SẼ LÀ KHÔNG NGOA NẾU VÍ VON NHỮNG VIÊN KIM CƯƠNG MÀU FANCY COLOR VỚI NHỮNG GIỌT MÁU CỦA CHÚA BỞI CẢ THẾ GIỚI TỚI NAY CHỈ MỚI CÓ 04 VIÊN KIM CƯƠNG FANCY RED THUẦN KHIẾT!

Trước hết, hãy bắt đầu với những điều cơ bản. Hầu hết những điều bạn biết là có một thang màu của kim cương từ D đến Z. Trong đó, D là hoàn toàn không có màu trong khi đó Z lại có màu vàng (vàng đậm hoặc vàng nhạt). Các cuộc thảo luận về việc phân loại các viên kim cương trắng vẫn còn tiếp tục gây tranh cãi. Một viên kim cương có màu Z vẫn thường được xem là viên kim cương trắng có màu vàng (đậm hoặc nhạt). Tuy nhiên, thế giới của các viên kim cương không chỉ dừng lại ở đó. Những viên kim cương không nằm trong thang màu này, chúng thường được gọi bằng cái tên: Fancy Color Diamond hay Fancy Diamond.

Kim cương Fancy Color là gì?

Đó là những viên kim cương không nằm trong thang màu được nhắc tới ở trên bởi chúng có màu khác với màu vàng, hoặc màu vàng bên trong chúng mạnh tới mức chúng không còn được coi là một viên kim cương trắng nhiễm màu nữa. Kim cương màu có thể có nhiều màu sắc khác nhau.

Kim cương màu sắc tự nhiên và kim cương nhân tạo

Có một sự khác biệt cần được làm rõ ở đây trước khi chúng ta tiếp tục tìm hiểu về các viên kim cương Fancy Color. Khi mua những viên kim cương Fancy Color, điều quan trọng là bạn phải mua nó từ một đại lý uy tín và có xác nhận đó là một viên kim cương Fancy Color tự nhiên thay vì một viên Fancy Color nhân tạo. Một phương pháp nhuộm màu rất được ưa dùng để tạo ra những viên kim cương màu là mua lại những viên kim cương có màu nâu rẻ tiền và tiến hành xử lý chúng dưới áp suất và nhiệt độ cao nhằm thay đổi màu sắc của chúng. Nếu bạn mua những viên kim cương này, hãy lưu ý rằng giá của chúng rẻ hơn rất nhiều so

với một viên Fancy Color tự nhiên bởi lẽ chúng được tạo ra từ những viên kim cương có giá rẻ nhất. Trong khi đó, một viên kim cương Fancy Color loại tốt có khả năng xuất hiện là 1/1 triệu viên kim cương phổ thông.

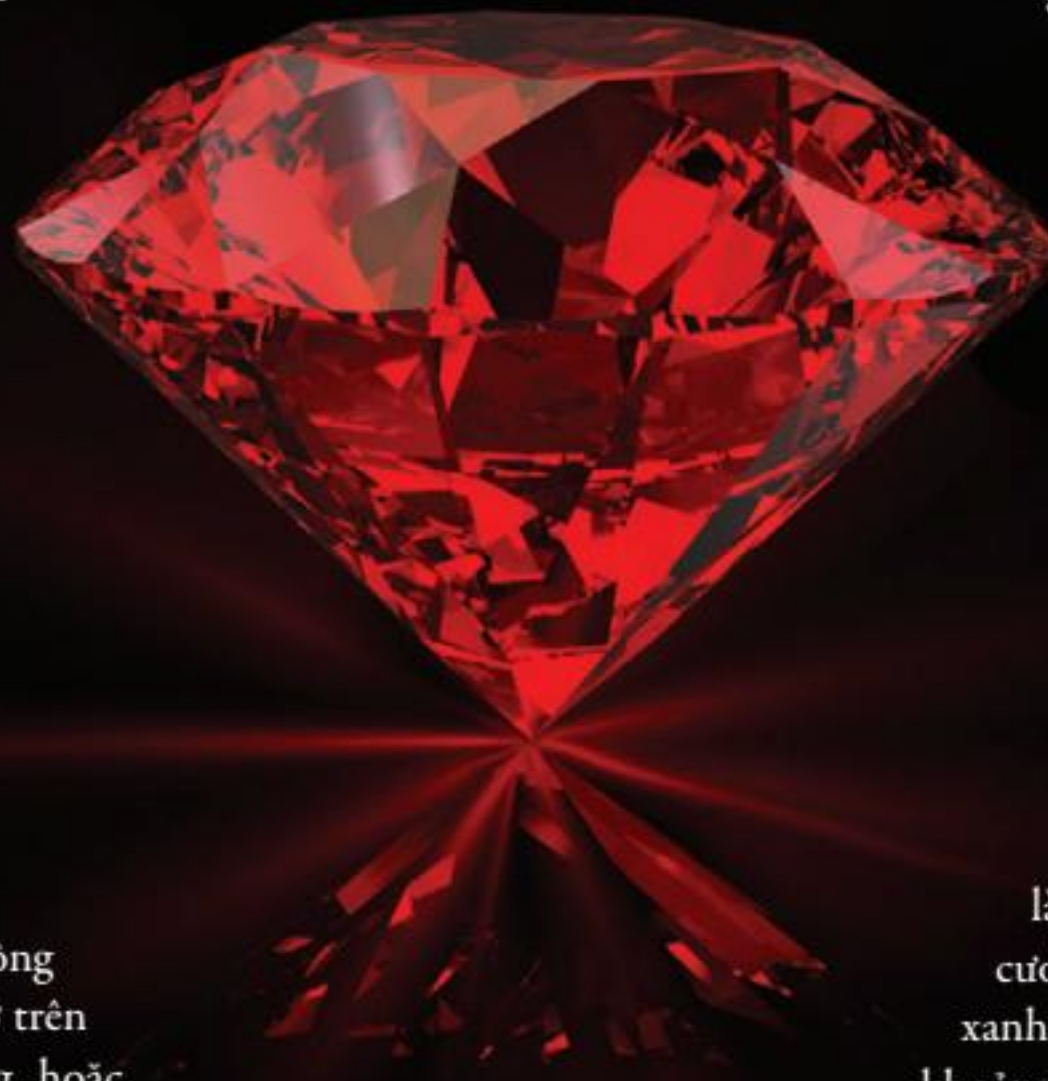
Không khó để chỉ ra sự khác biệt giữa một viên kim cương màu sắc tự nhiên và một viên kim cương đã qua xử lý. Đó là sự bão hòa về màu sắc trong mỗi viên kim cương đã qua xử lý rất mạnh mẽ và hầu hết trong số chúng chỉ trông giống một viên đá quý với màu sắc đặc biệt.

Phân loại Fancy Color Diamond

Màu sắc của Fancy Color được phân loại theo 03 trục khác nhau. Đầu tiên là trục màu. Đây là trục màu tự nhiên của viên kim cương với các màu đỏ, xanh dương, xanh lá cây hay bất cứ màu sắc nào trong khoảng này. Kế đến là trục về sắc độ (tone).

Đây là độ sáng tương đối hoặc độ đậm của màu. Cuối cùng là độ bão hòa (saturation) hay độ mạnh yếu về màu sắc của viên đá. Trục hue (trục màu) thường được mô tả là sự kết hợp của hai hay nhiều màu sắc. Trong đó, màu đầu tiên được viết dưới dạng một tính từ và màu thứ hai được viết dưới dạng danh từ (ví dụ: Orangy Yellow). Màu đầu tiên là màu sữa đổi và màu thứ hai là màu chính của viên kim cương.

Trong một số trường hợp màu của những viên Fancy Color có tỉ lệ là 50/50 tách biệt giữa hai màu sắc. Trong trường hợp này, màu của viên kim cương đó sẽ được viết dưới dạng 02 danh từ (như Orange Yellow - màu cam vàng). Những viên đá có màu tinh khiết mà không có bất kỳ "hiệu chỉnh" nào luôn cực kỳ hiếm và do vậy sẽ có giá trị hơn. Theo GIA, trên cả thế giới tới nay chỉ mới có bốn viên kim cương màu Fancy Red thuần khiết được tìm ra.



SỰ DIỆU KỲ TRONG MỖI THANH ÂM RUNG ĐỘNG

VỚI THIẾT KẾ VINTAGE Ở BÊN NGOÀI, CÁC CÔNG NGHỆ VƯỢT TRỘI Ở BÊN TRONG,
NHỮNG THIẾT BỊ ÂM THANH DƯỚI ĐÂY SẼ BIẾT CÁCH CHIỀU LÒNG NGAY CẢ
NHỮNG ĐÔI TAI VÀ ĐÔI MẮT KHÓ TÍNH NHẤT!

Nếu David Bowie đã dạy chúng ta điều gì, đó sẽ là không ngừng làm mới hình ảnh để được mãi mãi yêu thích. Với những thay đổi liên tục, với những biến hoá không ngừng, cho tới tận khi qua đời, Bowie vẫn là nhân vật được đặc biệt yêu thích. Tuy nhiên, cuộc chơi của các thiết bị âm thanh lại đi theo một nguyên tắc ngược lại. Các công nghệ và kỹ thuật nòng cốt bên trong sẽ không ngừng được cải tiến, trong khi các thiết kế bên ngoài lại theo hướng vintage và có phần cũ kỹ. Cùng HÀNG HIỆU khám phá một số thiết bị như vậy.



VPI PRIME

Siêu phẩm đầu đĩa than VPI Prime đã từng được ví như 'superdeck' trong giới công nghệ bởi nó được sản xuất theo cùng một tiêu chuẩn với việc sản xuất một chiếc siêu xe. Nói như vậy cũng hoàn toàn không ngoa bởi để tạo ra nó điều bạn cần là đặt cuốn sách các quy tắc thiết kế sang một bên và không thỏa hiệp với thiết kế bằng bất cứ giá nào. Tuy nhiên, đừng để vẻ bề ngoài của thiết bị đánh lừa bạn bởi lẽ vẻ đẹp của VPI Prime nằm ở chính sự đơn giản của nó. Đây là chiếc máy phát nhạc sẽ tạo nên những âm thanh tuyệt diệu, đầy mê lực với đầy đủ các chi tiết phức tạp và ấm áp. Bộ khung của Prime được làm từ gỗ công nghiệp MDF cong, được đỡ bằng tấm thép dày 3mm. Máy có một motor AC cỡ lớn với 24 cột, đảm bảo âm thanh đủ mạnh mẽ giống như những giai điệu Prog Rock những năm 70.

Giá £4.000

PRIMALUNA PROLOGUE PREMIUM CD PLAYER

Khi mà phần lớn những bài hát yêu thích của bạn vẫn nằm trong các đĩa disc và âm thanh của chúng thực sự hay hơn so với khi tải về hay xem trực tiếp, đó là lúc bạn cần tìm một chiếc đầu đĩa. Chào mừng bạn đến với đầu ampli đèn tích hợp PrimaLuna ProLogue Premium CD Player. Đây là siêu phẩm kết hợp giữa công nghệ truyền thống và hiện đại. Máy nặng 32kg, sử dụng 06 bóng 12AU7 thay vì chỉ 04 bóng như truyền thống (hai bóng 12AX7 và hai bóng 12AU7) giúp cho chu trình tín hiệu tăng âm đầu và tăng âm điều khiển năng động và mạnh mẽ hơn, tăng tần số băng thông, giảm độ méo, tăng độ tuyến tính khuếch đại. Máy có 02 chế độ tùy chỉnh là Ultra-linear và Triode. Với tag giá £2.950, PrimaLuna ProLogue Premium CD Player là đối thủ thách thức tất cả các thương hiệu khác trong tầm giá có thể cung cấp.

Giá bán: £2.950





AUDEZE LCD-4

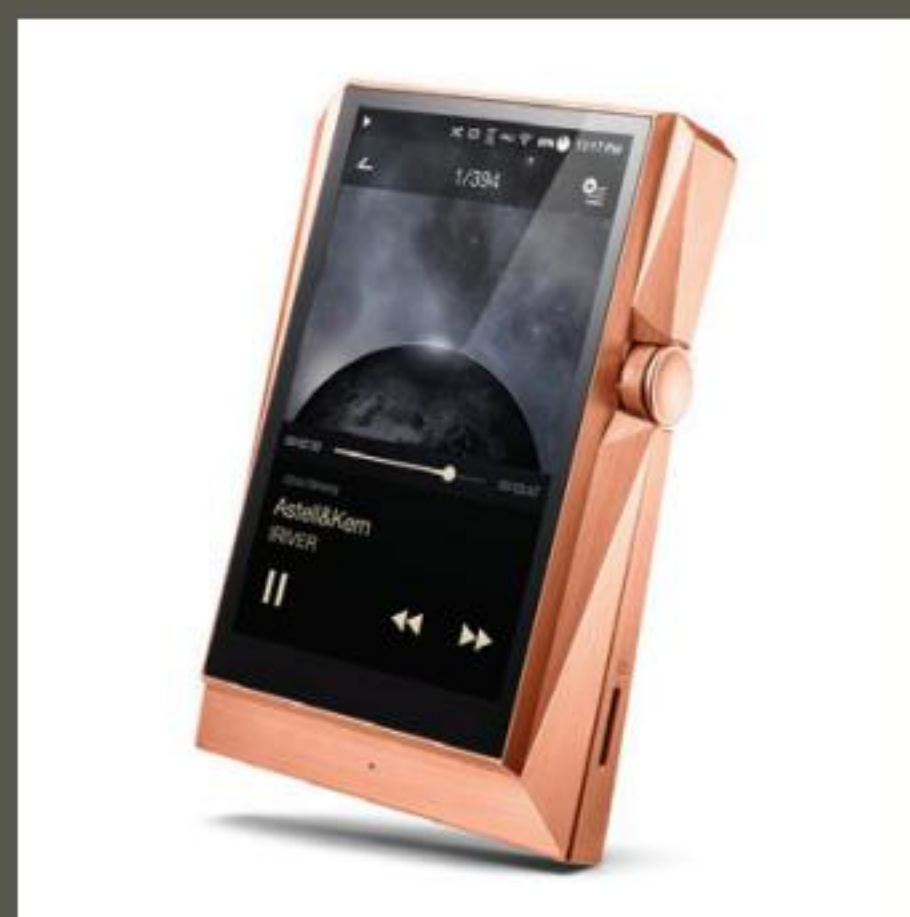
Có thể nói, cặp tai nghe tốt nhất từng được sản xuất chính là cặp tai nghe LCD-4 của Audeze. Thành tựu khoa học của thế kỷ 21 này được gói gọn trong một sản phẩm làm bằng gỗ cocobolo, sợi carbon và da cừu. LCD-4 sử dụng màng nano UniForce™ diaphragm có độ dày 0,5 micron (nhỏ hơn 200 lần so với sợi tóc của con người). Đây là một tiêu chuẩn độc quyền của Audeze. Sự độc đáo của LCD-4 nằm ở hệ thống nam châm Double Fluxor™ và mật độ từ thông mạnh nhất hiện nay. Đáng ngạc nhiên nhất là khả năng cung cấp một cảm ứng lực từ có giá trị đến 1,5 Tesla. Audeze tự tin tuyên bố LCD-4 có âm thanh êm ái nhất, sâu sắc nhất, phản hồi âm bass chính xác nhất so với bất kỳ tai nghe nào trên thị trường.

Giá bán: £3.299

ASTELL&KERN AK380 COPPER

Chiếc máy nghe nhạc Astell&Kern AK380 Copper được đánh giá là máy nghe nhạc có độ phân giải cao được sản xuất từ những vật liệu tốt nhất. AK380 không có nhiều thay đổi so với các phiên bản trước đó về mặt công nghệ và trang bị đi kèm; nhưng sự khác biệt lớn nhất nằm ở chất liệu. Thay vì chất liệu bằng gỗ như mọi khi, AK380 được làm bằng đồng nguyên khối 1,7kg trên phiên bản giới hạn – điều đó cũng đồng nghĩa với việc nó sẽ bị oxy hóa theo thời gian và trải qua quá trình biến đổi thay đổi màu sắc, điều đó tạo nên hình ảnh của máy có phần cổ điển. Copper đã lựa chọn chất liệu đồng còn vì lý do khác: khả năng dẫn điện tốt hơn so với thiếc, niken và kẽm nên tối ưu cho việc nghe nhạc khi máy tạo ra những âm thanh có chiều sâu. Về cấu hình, AK 380 Copper vẫn dùng chip AKM AK4490 cùng bộ tạo xung nhịp VCXO. Hỗ trợ các định dạng nhạc số độ phân giải cao như WAV, FLAC và AIFF cũng như các định dạng thấp hơn như MP3, WMA và AAC chuẩn 32-bit/384 kHz. Astell&Kern cũng bổ sung 02 chip giải mã AKM AK4490, cấu hình dual-mono chuẩn cho từng kênh riêng biệt và tăng âm mở rộng.

Giá bán: £3.299.



RUARK R7

Việc định nghĩa lại những chiếc radio có máy quay đĩa vẫn chưa đến hồi kết khi R7 tiếp tục tiến hành một loạt những cải tiến công nghệ mới, bên cạnh duy trì các yếu tố truyền thống đã thu hút sự yêu thích của Công nương Kate Middleton đối với thương hiệu của Anh quốc này. DNLA Wi-Fi (phương tiện chia sẻ hình ảnh, âm thanh, ...) và tích hợp chức năng Bluetooth và aptX, một đầu đĩa CD player. Bên cạnh đó, thiết kế thân vỏ bằng gỗ cây hạt dẻ và kiểu chân tròn cũng như nhện ở đế, như một lời gợi nhắc về các thiết kế trong quá khứ của thương hiệu.

Giá bán £2.000



DYNAUDIO CONTOUR S1.4 LE

Dynaudio Contour S1.4 LE không chỉ đơn thuần là chiếc loa bookshelf (loa để trên kệ, chân loa hoặc treo) mà còn là minh chứng cho đẳng cấp của thương hiệu âm thanh đến từ Đan Mạch. Dynaudio là thương hiệu âm thanh tốt nhất, được tin cậy bởi những cái tên đình đám như BBC, Air Studios và Abbey Road. Đó là chưa kể tới những cái tên vốn là chủ sở hữu của những siêu xe Bugatti Veyron. Dynaudio vốn nổi tiếng với kỹ thuật chế tác thủ công nổi tiếng trên toàn thế giới. Dynaudio S1.4 LE thu hút mọi người không chỉ bởi vẻ ngoài quý tộc mà còn bởi chất âm thanh tinh tế mà nó đem lại. Mặt trước bao gồm kết cấu 03 lớp: lớp đầu tiên là thùng loa MDF có mặt trước là lớp thép sơn màu đen, ở giữa là lớp cao su đặc tính hấp thụ cộng hưởng, cuối cùng là lưới tản nhiệt. Những loa kép Esotec được sắp xếp theo truyền thống riêng của thương hiệu - bên dưới những loa trầm.

Giá bán: £2.950.



OPPO HA-2

Lấy cảm hứng từ bao thuốc lá của James Bond, Oppo HA-2 là bộ tăng âm mini (Portable Headphone Amplifier) cao cấp của Oppo và là thiết bị DAC (Digital to Analogue Converter) có khả năng chuyển đổi tín hiệu số thành tín hiệu analog. Đặc điểm nổi bật của Oppo HA-2 nằm ở dung lượng pin 3.000mAh và có thể sạc lại. Thiết kế siêu mỏng của Oppo HA-2 có thể dễ dàng tương thích với mọi thiết bị smartphone, máy tính bảng hay laptop – cũng như các hệ điều hành: Apple, Android, PC hay Mac. Oppo còn tích hợp vào HA-2 một số tính năng nhằm bảo vệ đôi tai của bạn khỏi những thay đổi đột ngột của cường độ âm thanh và đây sẽ là "đối tác" hoàn hảo với chiếc Audeze LCD-4.

Giá bán £259,99.

TECHNICS STEREO POWER AMPLIFIER SE-R1

Nói đến Technics cũng là nói đến thương hiệu của những ampli, máy thu thanh, đầu đọc đĩa CD, nằm trong phân khúc hi-end, sành điệu hơn cả bàn xoay DJ. Là một phần của dòng sản phẩm Reference Class R1 Series, được định giá ở phân khúc hàng cao cấp và là lời công bố cho sự trở lại của thương hiệu, khẳng định công nghệ ampli kỹ thuật số hiện đại trong bộ khung nhỏ gọn và những tính năng đã từng có trong quá khứ. Technics SE-R1 sử dụng chế độ vận hành pin ảo và bộ lọc số lấy mẫu, bên cạnh đó là sử dụng cổng vào Ethernet, USB-A, USB-B, Bluetooth aptX và cho công suất 45 watt. Với tag giá £11.999, SE-R1 sẽ biến căn phòng của bạn thành một club nhạc lounge chính hiệu.

Giá bán: £11.999





BANG & OLUFSEN BEOLAB 90



Siêu phẩm BeoLab 90 của thương hiệu audio/video hàng đầu thế giới Bang & Olufsen của Đan Mạch là một kiệt tác cả về thiết kế lẫn công nghệ âm thanh hiện đại nhất. Với công suất mỗi loa lên tới 8200 W nhờ 18 driver được chế tác cẩn thận và 4 bộ amplifier Heliox Class D. Để dễ hình dung, bạn có thể so sánh với dàn âm thanh của ô tô chỉ là vài trăm watt; trong khi ở các rạp chiếu phim, con số này là 3000-5000 W. Với các driver được bố trí ở nhiều hướng khác nhau cùng tính năng điều chỉnh dải âm thanh thông minh, BeoLab 90 cho phép trải nghiệm âm nhạc 360 với chất lượng đỉnh cao. Có quá nhiều lựa chọn cài đặt sẵn hoặc tùy chọn dành cho những người dùng sành điệu, hiệu ứng nhạc dành cho xem phim hay nghe nhạc, chơi game... chỉ cần nhất nút là xong. Như định nghĩa của B&O dành cho bộ loa này "The future of Sound", BeoLab 90 đi đầu trong dòng loa thông minh công suất lớn dành cho gia đình. Tag giá USD 104.000 1 cặp là lời khẳng định về đẳng cấp của dòng loa siêu sang này.

BENETTI B-NOW FAST

SIÊU DU THUYỀN, SIÊU NHANH

**CÔNG CUỘC CHINH PHỤC MẶT BIỂN CỦA BENETTI
ĐANG ẤN TƯỢNG HƠN VỚI NHỮNG MẪU
DU THUYỀN BENETTI B-NOW FAST!**



Luôn được biết đến như một cái tên tiên phong với những ý tưởng mới mẻ, mang ý nghĩa cách mạng ngành công nghiệp chế tạo du thuyền, Benetti từ lâu đã là đích đến của những nhà giàu thế giới và của những đại gia, những hoàng thân Trung Đông. Bạn hồ nghi về điều này? Đó là bởi bạn chưa biết tới việc Benetti là nhà đóng du thuyền lớn nhất thế giới. Mới đây, hãng đã giới thiệu phân khúc

Benetti B-Now Fast ngay sau khi vừa ra mắt với những ông chủ lớn của thế giới những chiếc du thuyền Benetti Now.

Benetti Now là dòng sản phẩm bán tùy chỉnh đầu tiên trên thế giới với chiều dài của thuyền có thể tùy chọn. Nhờ cách làm mới của Benetti, những chiếc du thuyền như B164, B192, B214 và B240 (các con số tương ứng với chiều dài tính theo đơn vị feet) có thể được chế tạo trong khoảng thời gian còn một nửa so với thời gian cần thiết để thực hiện một chiếc du thuyền tùy chọn.

B164 và B192 hiện đang được hãng thực hiện để sớm trình làng và mang tới cho các công ty charter du thuyền trên thế giới.

Chưa dừng lại ở đó, Benetti đã bổ sung thêm một hướng mới cho dòng Now của mình bằng việc cho giới thiệu thêm 03 mẫu du thuyền mới thuộc dòng Fast nâng cấp: BF164, BF184, và BF224 tại triển lãm du thuyền ở Miami vừa qua. Và theo thông tin đến từ Benetti, các siêu phẩm này sẽ là sự kết hợp của các “siêu sao” trong các lĩnh vực thiết kế. Phần nội thất sẽ do đội ngũ thiết kế Enrico Gobbi thực hiện. Trong khi đó phần ngoại thất và cấu trúc thân tàu sẽ do các công ty của Hà Lan đảm nhiệm (ở đây chúng ta có 02 cái tên là Omega Architects và Mulder Design). Từ Fast được hãng sử dụng để đặt tên cho dòng sản phẩm mới này một phần xuất phát từ việc thuyền có năng lực chuyển động rất nhanh, không những có thể đạt đến tốc độ 20 hải lý/giờ mà còn có thể đi xuyên qua Đại Tây Dương với tốc độ 12 hải lý/giờ - điều vốn từ trước tới nay vẫn được xem là một thách thức không hề nhỏ của những công ty đóng du thuyền.

Chiếc BF164 (dài 50m) sẽ được chế tạo hoàn toàn bằng chất liệu nhôm. Trong khi đó, BF184 (dài 56m) và BF224 (dài 68m) lại được chế tạo với vỏ bằng thép và thân bằng nhôm. Phần ngoại thất của những chiếc du thuyền có thể tùy chỉnh theo yêu cầu và các lựa chọn của khách hàng. Khách hàng có thể lựa chọn một sàn tắm nắng (sundeck) hoặc buồng hoa tiêu (pilothouse) nâng lên. BF224 còn có thêm một tùy chọn nữa với mặt phẳng đủ để đồ trực thăng ở phía trước mũi thuyền. Bên cạnh đó, không gian ngoài trời cũng rất thoải mái với hồ bơi ở boong trên cùng và bể sục jacuzzi lớn phía boong sau du thuyền.

Frank Laupman của Omega Architects, người thiết kế ngoại thất của những du thuyền siêu nhanh, đã trả lời tại một cuộc họp báo rằng ông tin rằng đây sẽ là một hợp tác quan trọng và đầy hứa hẹn do các công ty đều có chung một xuất phát điểm từ châu Âu và có cùng một phong cách. “Tôi nghĩ chúng tôi đang phát triển chung một ngôn ngữ (thiết kế) và điều này giúp chúng tôi trở nên mạnh hơn,” ông cho biết. “Điều đó chắc chắn sẽ thúc đẩy chúng tôi – những người hoạt động trong lĩnh vực du thuyền - lên một tầm mới”.

Frank Mulder của công ty Mulder Design đã gọi đây là “một thách thức thực sự” bởi vì nó liên quan đến những thay đổi lớn trong hoạt động của du thuyền. “Nó cho phép bạn đi nhanh hơn 30% bên cạnh việc tiết kiệm nhiên liệu – điều vốn chỉ có thể ở tốc độ thấp hơn,” ông cho biết. “Bạn có thể di chuyển trên những hành trình dài mà hoàn toàn cảm thấy thoải mái. Hiểu đơn giản đây là tiện ích hai trong một”.

Enrico Gobbi cho biết ông được giao nhiệm vụ thiết kế 03 phong cách nội thất với “những dấu ấn của Ý”. Các đồ nội thất cho du thuyền được lựa chọn từ các loại gỗ khác nhau và áp dụng cho từng mẫu du thuyền. Với BF164 là màu sáng của gỗ sồi kết hợp với màu tối của gỗ óc chó. Với BF184 là các gỗ mun kết hợp với gỗ sồi. Và BF224 được đánh giá là chiếc du thuyền có thiết kế nội thất cổ điển nhất với bề mặt được trang trí lộng lẫy, kết hợp màu sáng của gỗ sồi với màu xanh dương Tiffany). Nhưng các khách hàng hãy yên tâm bởi công ty của Gobbi sẽ làm việc với các yêu cầu tùy chọn nội thất của khách hàng.





GHOST II

GIÁ TRỊ XA XỈ ĐƯỢC ĐỊNH NGHĨA LẠI

NẾU CÓ ĐIỂM GÌ ĐÓ CHUNG GIỮA NHỮNG CHIẾC ROLLS-ROYCE VÀ MẪU DU THUYỀN GHOST II CỦA GULF CRAFT, ĐÓ LÀ CÁC SIÊU PHẨM NÀY ĐỀU CHỈ DÀNH CHO GIỚI SIÊU GIÀU!



Hoàn toàn không ngoa khi nói Rolls-Royce và chiếc du thuyền Ghost II này không hề có bất kỳ liên quan gì tới nhau. Nếu hãng xe Rolls-Royce có trụ sở tại Anh quốc, công ty đóng mẫu du thuyền Ghost II lại có “đóng đô” tại UAE (Các tiểu vương quốc Ả Rập Thống Nhất). Những điểm chung của những chiếc Rolls-Royce và mẫu du thuyền này chỉ là cả hai đều là những “cái đỉnh” của ngành vận tải cao cấp. Nếu Rolls-Royce là ngôi sao của các cung đường, Ghost II là một trong những chiếc du thuyền cho phép con người có thể làm chủ mặt nước. Cả hai đều là những sản phẩm có giá tính theo đơn vị triệu đô và đều được thực hiện theo lối bespoke (hàng thửa). Trong đó, Ghost II có giá xấp xỉ vào khoảng \$14 triệu.



Được ra mắt và bàn giao tới cảng Sydney vào tháng 10/2016, chiếc du thuyền Ghost II này có chiều dài vừa đủ kích thước của một siêu du thuyền (trên ngưỡng 35m). Thuyền (Ghost II) được xem là một phiên bản mới mẻ đầy cảm hứng của mẫu Majesty 122. Thuyền có thiết kế boong chính màu bạc, nội thất sang trọng.

Được thiết kế theo hướng mang tới cho khách đặt (hàng) một căn biệt thự hạng sang trên mặt nước, Ghost II có sức chứa 12 hành khách với 04 phòng ngủ. Trong đó, phòng dành cho chủ thuyền được trang trí sang trọng với các thiết bị tiện nghi và hiện đại. Cabin có phòng tắm riêng được lát đá cẩm thạch. Bên cạnh đó, không gian làm việc của chủ thuyền có cửa sổ mở rộng, hướng ra đại dương, mang lại cảm hứng làm việc cho chủ thuyền. Ngoài ra, thuyền còn 02 phòng giường đôi và 02 phòng, mỗi phòng 02 giường đơn. Du thuyền còn có cabin cho thuyền trưởng và không gian nghỉ cho 05 người thủy thủ đoàn của thuyền.

Như đã nói ở trên, nội thất và ngoại thất của thuyền được thiết kế để đem đến cho các khách nghỉ cảm giác được trân trọng, thoải mái và tiện nghi. Thuyền nổi bật với những ổ cửa sổ kéo dài từ sàn tới trần, và dọc theo chiều dài của thuyền nhằm mang tới cho các khách nghỉ những view ngắm cảnh thoải mái và hoàn hảo nhất. Trong trường hợp chủ sở hữu muốn chiêu đãi một số lượng khách lớn, nhà bếp được trang bị đầy đủ tiện nghi của thuyền cho phép phục vụ 115 hành khách với tiệc cocktail, hoặc 60 khách nếu là tiệc tối trang trọng. Các không gian phục vụ khách gồm có 02 boong mở rộng và 04 khu vực dùng bữa tối trên thuyền.



Sẽ là thiếu sót nếu không kể tới các tiện ích giải trí trên thuyền. Thuyền có một cano Castoldi với sức chở 10 người, một chiếc xe máy nước (jet-sky) Yamaha. Cả hai trang bị này đều được cất trong garage. Ngoài những thiết bị này, khách hàng có thể bổ sung các thiết bị khác như xuồng/thuyền máy tốc độ cao, những chiếc thuyền kayak, các tấm ván lướt sóng và một cặp xe-máy-tàu-ngắm-mini Seabob.

Ghost II có thiết kế mạnh mẽ, để cao tính thẩm mỹ thể thao. Thuyền chạy động cơ diesel Caterpillar với khả năng cán tốc 24 hải lý/giờ. Trong trường hợp chạy ở tốc độ trung bình, thuyền hoạt động ở tốc độ 10 hải lý/giờ. Được biết, không lâu sau khi GHOST II cập bến Cảng Sydney, dưới sự quản lý của Ocean Alliance, nó đã nhanh chóng tạo được sự chú ý và ám ảnh mạnh mẽ đối với tất cả mọi người và đặc biệt là dịch vụ thuê du thuyền đã tăng đáng kể.



AUDI RS3 SPORTBACK 2017

CHIẾC AUDI RS3 SPORTBACK 2017 CUỐI CÙNG CŨNG ĐÃ XUẤT HIỆN VÀ NÓ HỨA HẸN SẼ TIẾP TỤC LÀM BÙNG NỔ CUỘC CHIẾN TAY BA KHÔNG HỒI KẾT VỀ ĐỘNG CƠ VÀ KỸ THUẬT: AUDI, MERCEDES VÀ FOCUS RS.

Phiên bản RS3 Sportback 2017 này thực sự là một cuộc dạo chơi về sức mạnh và công nghệ với một loạt cải tiến mới của Audi: Sử dụng công nghệ mới, trọng lượng xe được giảm xuống, tiết kiệm nhiên liệu tốt hơn, cơ năng mạnh mẽ hơn và tăng thêm sức mạnh mega-hatch của Audi. Tuy nhiên, điều quan trọng nhất đó là RS3 là một chiếc hatchback 400 mã lực. Loại sản phẩm đặc biệt chỉ dành cho những con quái vật nhiều cylinder giờ đây đã có mặt trong Audi RS3 và một lần nữa, chiếc xe lại chứng tỏ khả năng có thể so kè với những đối thủ của mình như: Mercedes-AMG A45.

Thật "điên rồ" khi nghĩ rằng một chiếc xe như thế lại là một chiếc hatchback gia đình và đại diện cho sự khởi đầu của RS. Chiếc xe này chỉ kém đúng 20 mã lực so với chiếc RS4 sử dụng động cơ V8 phiên bản 2005. Và động cơ tuyệt vời này của nó đem đến nhiều sự hấp dẫn hơn nếu so với bất kỳ đối thủ dung tích 2.0l nào của nó.

Vậy có phải RS3 là chiếc xe không đủ nhanh?

Không hẳn như vậy, nhưng với động cơ 2,5l, turbocharged (quạt gió ly tâm được dẫn động thông qua tuốc bin sử dụng dòng khí xả của động cơ) 05 xi lanh thẳng hàng từ TT RS; chiếc xe có thể tăng tốc từ 0-100 km/h trong vòng 4,1 giây, nghĩa là cải thiện 0,2 giây, nhanh hơn 0,1 so với Mercedes-AMG A45 và chậm gần nửa giây so với những chiếc siêu xe - nhà cung cấp động cơ coupe hỗ trợ - với các ghế ngồi phía sau và khoang hành lý rộng lớn.

Kích hoạt sự kiểm soát quá trình khởi động bằng cách cài đặt hệ thống cân bằng điện tử ESC và hộp số cho phiên bản Sport và RS3 mang đến cảm giác cực nhanh ngoài đường mặc dù không quá đáng sợ như 4,1 giây tăng tốc, nhờ vào khả năng dự đoán và động cơ công suất tuyến tính của nó. Hệ thống ưu việt của xe không chỉ giúp xe tăng độ ổn định trong những điều kiện vận hành khó khăn ở tốc độ cao hay ở những địa hình phức tạp cho chiếc xe mà còn giúp khi ở chế độ lái thể thao, hệ thống cho phép RS3 có khả năng drift trong mức chiếc xe có thể kiểm soát được mà không cần phải tắt tính năng chống trượt.

Không có ranh giới về tốc độ, các mô men xoắn rất rộng, cung cấp công suất mô men là 354lb ft, nằm giữa 1700 vòng/phút và 5850 vòng/phút, cho công suất cực hạn là 394 mã lực (và tất nhiên con số 400 mã lực chỉ dành cho những kẻ liều lĩnh) tại 7.000 vòng/phút. Âm thanh của nó cũng vô cùng tuyệt vời.

Bên cạnh đó, sự hấp dẫn của RS3 còn đến từ sự kết hợp hoàn hảo giữa 05 cửa, 02 Isofix (ghế an toàn cho trẻ em), các thanh đỡ mui xe và kéo dài 335 đến 1175 lít hành trình là những điều không thể phủ nhận.



Trở lại với những cải tiến về động cơ

Một điều đáng tiếc cho mẫu xe này là việc khi Ford Focus RS được kích hoạt chế độ Drift-Mode, xe cũng có tốc độ ăn tưởng đủ khiến người lái cảm thấy thích thú sau vô lăng trong khi giá xe hợp lý hơn nhiều. Kiểu dáng của RS3 Sportback được cải tiến đáng kể để trọng lượng của nó có thể nhẹ hơn tới 26kg (với chất liệu bằng nhôm và máy bơm dầu, trục khuỷu khá nhẹ và bánh đà cùng với khay nhớt magie) giúp chiếc xe trở nên thanh thoát và nhanh nhẹn hơn.

Những cải tiến khác phải kể đến là việc tập trung chủ yếu vào điều chỉnh hệ thống dẫn động Quattro và bộ ly hợp với nhiều đĩa ma sát của nó. Điều này có thể mang đến từ 50-100% mô men xoắn của động cơ về phía sau, theo phong cách lái của bạn và liệu bạn có chọn hệ thống lái của Sport Audi hay không?

Chiếc RS3 có thể thực hiện power slide (rê bánh xe) không?

Trong khi những cải tiến không chuyển sang bộ khung xe, cảm giác không tự nhiên Dagenham oversteer (rê bánh khi vào cua), sự khó khăn khi vào cua, chúng ta thấy rằng trục sau khá chắc chắn, mặc dù nếu tác động bởi một hệ thống hãm phanh (late brake) và hệ thống giảm tốc bằng chân.

Mặt sau đã được kích hoạt dần dần ngay cả khi kích hoạt chức năng kiểm soát lực kéo, nhưng chế độ half-off đặc biệt của Sport ESC và RS3 của chiếc xe cho phép bạn có cơ hội tự do thể hiện bản thân nhiều hơn trước khi ngắt cần phanh để kéo mọi thứ trở lại, với một sự rê bánh nhẹ sau khi hệ thống dẫn động Quattro thực hiện nhiệm vụ cân bằng của nó.

Cũng cần phải nói thêm về những con đường bị phủ lớp đá cát và nó sẽ tạo cảm giác không mấy gì thích thú so với những

con đường ở Anh, vì vậy sẽ rất thú vị khi xem chiếc RS3 hoạt động ở khu vực này sẽ như thế nào.

Mặc dù truyền thống của RS3 là sản xuất ra những chiếc xe có trọng lượng lớn, độ ma sát (sự chắc chắn) đáng tin cậy. Nhưng chiếc RS3 Sportback mới này chắc chắn sẽ đem đến những cảm giác thú vị hơn và đó chẳng phải là những gì bạn muốn về một chiếc Audi RS hay sao?

Tiếp tục cải tiến

Về cơ bản, những cải tiến của RS3 này khiến nó gần giống với chiếc Audi A3 mới được nâng cấp gần đây. Các vành bánh xe được nới rộng hơn, hệ thống đèn LED (với tùy chọn nâng cấp Matrix), hệ thống ống xả thể thao và cản sau có thêm các cánh khuếch tán không khí. Bên cạnh đó là hệ thống lưới tản nhiệt kiểu tổ ong, chữ 'quattro' được in ngay phía dưới logo của thương hiệu và ống xả lớn hình oval. Nội thất của RS3 cũng khá giống với A3; chiếc xe cũng có bảng đồng hồ kỹ thuật số Virtual Cockpit 12,3 inch và hiển thị các thông tin khi xe vận hành trên đường. Các ghế nổi bật hơn với các ghế ngồi ôm lưng bọc da cao cấp với các đường vân dập ô với chữ RS được in lên khá đẹp mắt và vô-lăng thể thao.

Giá của chiếc RS3 Sportback mới này vẫn chưa được công bố chính thức, tuy nhiên chúng ta hy vọng rằng nó sẽ có giá khoảng £45.000 kèm theo một số tùy chọn đi kèm như ống xả thể thao, chất liệu ceramic carbon và các giảm chấn từ trường. Khi đó, bạn sẽ có một chiếc xe hatchback hoàn chỉnh với giá £50.000.



160
YEARS



ETERNA

SINCE 1856



ADVENTIC GMT CALIBRE MAISON ETERNA 3914A

Phiên bản mới Eterna Adventic GMT tôn vinh hoàn hảo giá trị của thời gian. Đây là một tạo tác của ngành chế tác đồng hồ tinh xảo nhấn mạnh tầm quan trọng của cả nội chất và ngoại diện. Về ngoài cuốn hút kết hợp cùng công nghệ hiện đại, chức năng hữu dụng, chất lượng hàng đầu và độ tin cậy cao.

eterna.com

The Pioneers

NHÀ PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN: TOPTEN LTD. - 91 Thạch Thị Thanh, Quận 1, TP.HCM, Tel: 84-8 38203204, Email: contact@toptenco.com.vn
SHOPS: **Sài Gòn** Cititime Mall 10 Phạm Ngọc Thạch (0918088661) **Đà Nẵng** Vincom Đà Nẵng 910A Ngô Quyền (3919989), Indochina Riverside 74 Bạch Đằng (3843818) **Nha Trang** Nha Trang Center 20 Trần Phú (6516666) **Cần Thơ** Vincom Xuân Khánh 209 30/4 (3769898)
SERVICE CENTER: 18Bis/21 Nguyễn Thị Minh Khai, Q.1 (39111699)


TOPTEN

<https://tieulun.hopto.org>



CHIẾN MÃ MCLAREN 720S: BÚT PHÁ GIỚI HẠN 03 GIÂY

720S ĐÃ ĐƯỢC RA
MẮT LẦN ĐẦU TIÊN TẠI TRIỂN LÃM
GENEVA INTERNATIONAL MOTOR SHOW
LẦN THỨ 87. CHIẾC XE ĐƯỢC MỆNH DANH LÀ
'BÌNH MINH CHO KỶ NGUYÊN MỚI CỦA DÒNG
SUPER SERIES CỦA MCLAREN.' PHIÊN BẢN
720S – VỚI TÊN GỌI VELOCITY – ĐƯỢC DỰ
KIẾN SẼ ĐẾN TAY CÁC KHÁCH HÀNG KỂ
TỪ THÁNG 05/2017.



Theo tiết lộ từ McLaren, siêu phẩm 720S mới này là phiên bản đặc biệt được đội ngũ của McLaren Special Operations (MSO) lên kế hoạch thực hiện. So với mô hình đầu tiên của McLaren Super Series, chiếc McLaren 650S, chiếc xe thuộc thế hệ thứ hai, 720S, được đánh giá là nhẹ hơn, nhanh hơn và linh hoạt hơn và có không gian thiết kế nội thất tuyệt vời.

Như thường lệ, MSO cho phép một phạm vi (gần như vô hạn) các tùy chọn cá nhân để làm nổi bật mức độ độc quyền mới mà những người mua 720S có thể mong muốn. “Nhiệm vụ của MSO là đáp ứng các mong muốn của khách hàng về những sự tùy chọn độc quyền của họ khi họ lựa chọn McLaren,” ông Ansar Ali, Giám đốc điều hành của MSO cho biết. “Sự tinh gọn và vẻ đẹp hình khối của chiếc 720S mới này là điểm khởi đầu hoàn hảo, cho phép các chủ sở hữu thỏa sức sáng tạo và các chỉ dẫn kỹ thuật để chế tạo nên những chiếc 720S theo yêu cầu của từng khách hàng.”

Bên cạnh đó, những đặc điểm về thiết kế nội thất và ngoại thất cũng là điều khiến 720S Velocity trở nên đặc biệt. Về ngoại thất, bộ áo của Velocity được nhấn mạnh bởi 02 màu ngọc bích đỏ đặc biệt bao gồm: Nerello Red và Volcano Red. Nerello Red được sử dụng cho tấm cản phía trước và trên thân xe, bao gồm cả nắp đậy bằng sợi carbon; trong khi đó, Volcano Red lại được sử dụng cho 02 bên thân và phía sau của chiếc xe giúp chiếc xe có ngoại hình trông khá bắt mắt và nhỏ gọn. Bên cạnh đó, thiết kế theo kiểu dáng khí động học cũng là điểm nhấn của 720S. Các vành bánh xe được làm từ hợp kim đồng thau, hệ thống đèn LED sử dụng công nghệ Adaptive Headlights (công nghệ đèn pha có bổ sung thêm các diốt, chỉ chiếu sáng phụ thuộc theo hướng tay lái), bộ cánh cửa bướm đặc trưng của thương hiệu McLaren và hệ thống ống xả nằm hai bên ở phía sau đuôi xe cũng như bộ khuếch tán gió. Mô hình khung xe bằng sợi carbon được dựa trên chiếc Monocage II của McLaren. Trên thực tế, mọi chiếc xe đường bộ (road car) của thương hiệu xe hơi từ Anh quốc kể từ chiếc McLaren F1 vào năm 1993 đã có một khung xe sợi carbon.

Bên trong chiếc xe là không gian sang trọng với rất nhiều chi tiết được làm từ sợi carbon. Bên cạnh

chất liệu da lộn tổng hợp Carbon Black Alcantara được sử dụng để bổ sung thêm một cảm giác thể thao, kỹ thuật hơn cho xe, đối lập với các chi tiết được làm từ da Harissa Red. Trong đó, Harissa Red nổi bật tiếp tục được sử dụng cho toàn bộ nội thất xe, bao gồm trên khung xe, tay lái, cửa ra vào và qua những chiếc ghế thể thao mà bạn có thể nhận được như là tiêu chuẩn của 720S. Bên cạnh đó là thiết bị chuyển mạch bằng nhôm (aluminium switches) và giao diện điều khiển mới của McLaren, bao gồm một Folding Driver Display và Central Infotainment Screen.

Về phần động cơ, McLaren 720S Velocity được trang bị động cơ M480T mới, động cơ V8 4.0 lít mới công suất động cơ 720PS và 770Nm với chỉ số công suất và trọng lượng lên đến 561PS/tấn. Tốc độ vốn vẫn được xem là một trong những niềm tự hào của McLaren và McLaren 720S Velocity cũng không phải ngoại lệ. Xe có thể đạt vận tốc 0-60mph trong 2,8 giây (0-100km/h trong 2,9 giây) và vận tốc 0-200km/h (124mph) trong 7,8 giây và tốc độ tối đa của xe là 341km/h (212mph). Bên cạnh đó, điểm đặc biệt trong hệ thống tốc độ của những chiếc McLaren 720S còn nằm ở hệ thống phanh ấn tượng. Áp dụng những công nghệ được sử dụng cho những chiếc xe đua McLaren, chiếc 720S này có khả năng dừng lại từ 200km/h xuống 0 chỉ trong 4,6 giây. “Super Series là cốt lõi của ngành kinh doanh McLaren và thể hiện sự kết hợp giữa hiệu suất tối đa, thủ công sang trọng và sự tham gia chưa từng có mà là trung tâm McLaren,” Mike Flewitt, Giám đốc điều hành, McLaren Automotive cho biết. “Đây là lần đầu tiên chúng tôi thay thế một dòng sản phẩm mới và chiếc 720S mới hoàn toàn đúng với tinh thần tiên phong của McLaren trong bước nhảy vọt của cuộc cách mạng cho cả thương hiệu và phân khúc siêu xe”.



NHỮNG KÝ TỰ CÓ GIÁ NGHÌN BẢNG

THẾ GIỚI CỦA CÁC NHÀ SƯU TẬP ĐANG ĐƯỢC MỞ RỘNG CÁC GIỚI HẠN TỪ NHỮNG MÓN ĐỒ CỔ, TỚI ĐỒNG HỒ, NHỮNG BỨC TRANH VÀ MỚI NHẤT LÀ NHỮNG TỜ TIỀN GIẤY CÓ SERIES ĐẸP.



Ngân hàng đầu tiên phát hành tiền giấy là Ngân hàng Anh quốc, được thành lập vào năm 1694 bởi thương nhân người Scotland, William Paterson. Đây là ngân hàng Anh quốc đầu tiên có quyền phát hành tiền giấy do những người đứng đầu ngân hàng cho chính phủ vay vốn. Ban đầu, những tờ tiền giấy được viết bằng tay và tới năm 1695, những tờ tiền giấy ở dạng bản bán in. Sau đó vào năm 1697, những tờ tiền giấy có họa tiết độc quyền được giới thiệu. Gần một thế kỷ sau đó, năm 1745, việc in những tờ tiền được mang vào trong ngân hàng và được kiểm soát bởi một thu ngân trưởng. Sau đó thêm khoảng 100 năm, tới năm 1855, tiền giấy mới được in đầy đủ và không cần có tên người nhận hay chữ ký của thủ quỹ. Hiện nay, các số series trên mỗi tờ tiền là căn cứ để các nhà in/phát hành tiền kiểm soát và theo dõi những tờ tiền giấy họ đã in (trị giá lên tới hàng triệu triệu bảng).

Một anh chàng lái taxi được trả 05 bảng, anh cất vào ví. Theo một cách nào đó, tờ 05 bảng đã rất có duyên với anh, bởi mỗi lần anh định dùng tờ 05 bảng đó cho một khoản tiêu vặt nào đó, anh lại rút ra những tờ tiền mệnh giá khác. Để một ngày kia, anh phát hiện một tờ 05 bảng được mua lại với cái giá gấp khoảng vài trăm lần. Thú vị hơn nữa là tờ 05 bảng đó có series ngay sát tờ 05 bảng của mình.

Nghe có vẻ không tưởng nhưng nếu bạn theo một cách may mắn nào đó có được một tờ 05 bảng với số series đẹp, điều không tưởng này sẽ thực sự trở thành hiện thực. Và khi nói tới số series đẹp, người viết bài không chỉ có ý định nói tới những số series toàn 9 hoặc toàn 8. Một tờ tiền có số series đẹp thường mang theo rất nhiều bí mật. Chẳng hạn, với những tờ tiền của Anh, AA01 là “các

ký tự và con số đầu tiên được các nhà sưu tập tiền tìm kiếm”. Ông Pamela West – Giám đốc điều hành website britishnotes.co.uk, một doanh nghiệp được thành lập để thực hiện việc mua và bán những tờ tiền giấy của Anh trong gần 25 năm chia sẻ: “Bên cạnh những tờ 05 bảng có số series đẹp như 06 số 2 (222222) hoặc 06 số 8 (888888), hay 123456 những tờ càng có series giá trị thấp càng quý hiếm. Lý do của việc này là những tờ có số series nhỏ nhất sẽ được gửi tới những người quyền lực nhất nước Anh. Trong đó tờ có series 000001 là để dành tặng Nữ hoàng Anh, tờ 02 là dành tặng Thái tử Philip. Tờ có số series nhỏ thứ 03, gửi cho Thủ tướng Anh, Theresa May. Còn tờ thứ 04, gửi cho Quan chưởng ấn.”

Nhưng không chỉ có cơ sở dành cho những tờ 05 bảng, gần như tất cả các tờ tiền giấy có in hình Nữ Hoàng Anh đều đang rất được các nhà sưu tập quan tâm. Bên cạnh đó phải kể tới là những tờ tiền giấy trước Thế chiến I do ngân hàng Bank of England phát hành. Đây là những tờ tiền chỉ được sử dụng một lần, với mục đích trả cho ngân hàng sau đó sẽ bị phá hủy. Những tờ tiền giấy của Scotland, tiền giấy của Ireland; giấy ghi nợ của Ngân hàng Anh quốc (từ những năm 1790-1956); giấy ghi nợ Treasury Note của Mỹ (1914-192, được in để ngăn chặn nạn tích trữ vàng), tất cả đều đang có giá trị rất cao.

Ông West chia sẻ: “Chúng tôi đặc biệt quan tâm tới những tờ tiền có số series bắt đầu từ AA01. Nhưng nhìn chung, xét trên phương diện quốc tế, các nhà sưu tập thường để tâm tới những tờ tiền cũ. Trong một phiên đấu giá, tôi từng chứng kiến một bộ sưu tập những tờ tiền giấy năm 1908 có mệnh giá từ 5 tới 100 rupee, được bán với giá 150.000 bảng. Tuy nhiên, ở thị trường Anh, một tờ tiền giấy Newland £1 serie 2, được mua với giá £57.000 là mức giá cao nhất.”

STEINWAY SPIRIO

CUỘC CÁCH MẠNG TỪ PHÍM ĐÀN

VỚI MỘT BỀ DÀY KINH NGHIỆM (CỦA WAYNE STAHNKE) TRONG VIỆC TẠO RA NHỮNG CÂY ĐÀN PIANO HIỆN ĐẠI, CÂY ĐÀN NÀY ĐẢM BẢO SẼ LÀ SỰ KẾT HỢP CỦA TRUYỀN THỐNG VÀ HIỆN ĐẠI KHI STEINWAY & SON LÀ THƯƠNG HIỆU TRÊN 160 NĂM TUỔI. ĐÀN CŨNG LÀ KẾT QUẢ CỦA RẤT NHIỀU NHỮNG PHÁT MINH ĐỘC QUYỀN.

Là kiệt tác của những kỹ thuật chế tác các thiết bị âm thanh cao cấp, Steinway Spirio mang tới cho khách hàng một chất lượng âm thanh hoàn hảo, có thể thỏa mãn ngay cả những đôi tai khó tính và luôn truy cầu sự hoàn mỹ nhất trong mỗi nốt ngân. Với cây đàn này, các thanh âm sẽ đạt được độ chính xác hoàn mỹ với các phân nhịp tinh tế, các âm rung mềm mại. Âm cao vang vọng thể hiện không quá khó để người nghệ sĩ có thể thoải mái lướt trên những phím đàn một cách trơn tru, mượt mà. Steinway Spirio là sản phẩm được tạo ra qua sự hợp tác của Steinway & Son với Wayne Stahnke.

Để tận dụng hết các tính năng độc đáo của Steinway Sapiro, Steinway & Sons hiện đang thực hiện một chương trình đặc biệt, ghi âm các bản nhạc của hơn 1700 nghệ sĩ với những thể loại âm nhạc khác nhau từ Cổ điển đến nhạc Jazz. Tất cả các bản nhạc sau đó sẽ được edit và phát hành với chất lượng cao (ở dạng file phù hợp) để có thể đảm bảo sẽ lột tả hết được những chi tiết tinh tế dù là nhỏ nhất trong mỗi màn thể hiện của một nghệ sĩ. Và bộ sưu tập các tác phẩm này sẽ chỉ dành cho những người chủ của những chiếc Steinway Spirio – người chủ của chiếc piano cũng sẽ không phải trả thêm bất kỳ khoản tiền nào để có được bộ sưu tập các bản ghi này.

Hệ thống chơi (1700 bản nhạc) của Steinway Spirio được tích hợp vào đàn trong quá trình sản xuất đàn ở 02 nhà máy ở New York và Hamburg. Được thiết kế vô cùng tinh vi, hệ thống này sẽ không làm ảnh hưởng (dù nhỏ nhất) tới chất lượng của thiết kế cũng như âm thanh của đàn. Với một chương trình bảo dưỡng và cập nhật, hệ thống của Steinway Spirio sẽ có tuổi thọ rất cao.

Để kiểm soát hệ thống chơi nhạc này, Steinway & Sons sẽ cung cấp cho khách hàng một iPad miễn phí kết nối không dây với cây đàn Steinway Spirio. Sự hấp dẫn và dễ dàng sử dụng các ứng dụng của Steinway sẽ giúp mang những màn biểu diễn đẳng cấp thế giới đến chủ sở hữu đàn. Tất cả được ghi âm trực tiếp nhờ hệ thống ghi chép tối ưu của Steinway & Sons.

Khi các file nhạc mới được cập nhật vào hệ thống, chúng sẽ được tự động đưa vào iPad của bạn, và tất cả những gì bạn cần làm là thưởng thức. Tin rằng những tinh tuyển và kết hợp của Steinway & Sons đối với các bản nhạc, các chủ đề và các thể loại sẽ mang tới cho bạn những lựa chọn hoàn hảo cho những sự kiện và những bối cảnh khác nhau. “Steinway Spirio sẽ là cây đàn piano kết nối người nghe và nghệ sĩ tốt nhất thế giới,” Darren Marshall, Giám đốc Marketing của Steinway & Sons cho biết. “Công nghệ của Steinway Spirio đã được thiết kế để đáp ứng các tiêu chuẩn cao nhất của chúng tôi trong việc tạo ra trải nghiệm nghe nhạc thật sự độc đáo cho tất cả những người đam mê âm nhạc, bất kể kỹ năng chơi piano của họ ở đâu.”

Có 03 Model Steinway Spirio để bạn có thể lựa chọn: Model B (Music Room Grand, có sẵn trên toàn thế giới), Model M (Medium Grand, có ở một số thị trường Mỹ và Canada), và Model O (Living Room Grand, có sẵn tại các thị trường châu Âu và châu Á). Giá cả được thông báo trên trang chủ của Steinway & Sons và các địa điểm bán lẻ Steinway & Sons trên toàn thế giới.



T + TISSOT

THIS IS YOUR TIME

SÀI GÒN • Sun Wah Tower (38219279) • Saigon Center (66812758) • Vincom Đồng Khởi (39939099) • Vincom Thảo Điền (37442889) • Vincom Thủ Đức (37223433) • Vincom Gò Vấp (38945689) • Diamond Plaza (38227884) • Parkson Saigon Tourist (38277578) • Maximark 3/2 (38328991) • Maximark Cộng Hòa (39483327) • Tân Tân (38272067) • Mạnh Thắng (38220465) • Minh An (38554549) • Hải Triều (01253246810) • Hệ thống PNJ (39959336) • Galle Watch (39290685) • Cititime Mall (0918088661) • Crescent Mall (62971819) • Pearl Plaza (0946131918) **HA NỘI** • Big C Thăng Long (37832301) • Vincom Times City (38388666) • Vincom Royal City (62620560) • Duy Anh Watch Hàng Khay (66566660) • Vincom Bà Triệu (22200268) • Savico Megamall (62550099) • Lotte Center (32676555) • Lotte Mart (38539966) • Duy Anh Watch Phố Huế (22148336) • Minh Tường (38288579) • New Watch (39344865) • Xwatch luxury (0888882345) • Galle Watch (38265170) **VINH** • Quang Minh (3845081) **HẢI PHÒNG** • Vincom Hải Phòng (2299268) **HA LONG** • Vincom Hạ Long (2460568) **ĐÀ NẴNG** • Vincom Đà Nẵng (3919989) • Big C Vinh Tung (3666066) • Indochina Riverside Mall (3843818) • PNJ (3812618) **QUY NHƠN** • PNJ (3812590) **NHA TRANG** • Nha Trang Center (6516666) **PHAN THIẾT** • Tân Thái (3790088) **VŨNG TÀU** • Đại Hùng (3530085) **BIÊN HÒA** • Hải Triều (01253246810) • PNJ (3811818) **CẦN THƠ** • Vincom Xuân Khánh (3769898)

<https://tieulun.hopto.org>

Thời điểm cho màn trình diễn tối thượng.

TISSOT BALLADE.

CHIẾC ĐỒNG HỒ CỔ ĐIỂN NÀY
MANG TRONG MÌNH BỘ MÁY ĐỘT
PHÁ POWERMATIC 80 TÍCH TRỮ NĂNG
LƯỢNG LÊN ĐẾN 80 GIỜ VÀ ĐẶC BIỆT
NƠI TÂM NHỊP CỦA BỘ MÁY NÀY CÓ
DÂY TÓC CÂN BẰNG LÀM TỪ SILICON.
VẬT LIỆU SILICON KHÁNG TỬ VÀ ỔN
ĐỊNH ĐEM LẠI SỰ CHÍNH XÁC VÀ BỀN
BỈ TỐT BẬC.



SILICON BALANCE
SPRING



CONTRÔLE OFFICIEL SUISSE DES CHRONOMÈTRES
Reproduit avec l'autorisation du COSC



DẪN BƯỚC TƯƠNG LAI



Veil

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

KOHLERVN.COM | facebook.com/kohlvietnam

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