HÀNG HIỆU

THE REFINED

MONTE CARLO
SERIES 5

Sách chuyên về quảng cáo

NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

FEATURE
CÂU LẠC BỘ SIÊU TỶ PHÚ

TOP LUXE
BAY CÙNG CÁC TINH CẦU

DESTINATION
LAS VEGAS: HOA VÀ LỆ

https://tieulun.hopto.org

Brandt

Bien aujourd'hui, bien demain.

NO.1 BRAND IN FRANCE

THƯƠNG HIỆU SỐ 1 NƯỚC PHÁP

Le Bel Été Promo KHUYẾN MẠI

Chương trình áp dụng
từ ngày **19/05/2017** đến ngày **30/06/2017**

iCare 1900 55 88 85

BRANDT.COM.VN BRANDT VIỆT NAM



40%
Bếp từ
TI1022B

ORIGINE FRANCE® GARANTIE

tristar Group
Độc Quyền Phân phối và Tiếp thị tại VIETNAM
TRISTAR VIETNAM LIMITED

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

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

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

https://tieulun.hopto.org

https://tieulun.hopto.org

HÃNG HIỆU

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

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: 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 Tiền 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 5/2017: 937-2017/CXBIPH/28-57/TN THEO QĐXB SỐ 435 / QĐ-NXBTN / Khổ: 205 x 275 mm / In 10.000 cuốn tại Nhà In Đại Thành - 273 Ngõ 35 Khương Hạ, Hà Nội.
ISBN : 978-604-64-2183-2 / Giá: 65.000 VND

https://tieulun.hopto.org

TRANG TIEN
PLAZA













Một sản phẩm của Tập đoàn Tràng Tiền

CÔNG TY TNHH ĐẦU TƯ THƯƠNG MẠI TRÀNG TIỀN

Địa chỉ: 24 Hai Bà Trưng, P. Tràng Tiền, Q. Hoàn Kiếm, Tp Hà Nội
Điện thoại: 04. 39349717 Fax: 04. 39349715

https://tieulun.hopto.org

editor's NOTE

Theo một cách nào đó, hàng hiệu sẽ thì thầm vào đôi tai chúng ta, nhắc chúng ta nhớ về sự tồn tại và hiện hữu của chúng. Đó có thể là cách mà những chiếc đồng hồ bằng vàng hồng duyên dáng tạo sức hút trên cổ tay người đeo. Đó có thể là cách mà một chiếc điện thoại Vertu kết nối và đưa những người dùng vào một câu lạc bộ của những cá nhân đẳng cấp. Hoặc đó, cũng có thể là cách một chai vang Bordeaux nằm ngay ngắn trong tủ rượu vang quý và lâu năm của nhà bạn. Cũng theo một cách nào đó, hàng hiệu giống như một tình yêu, nó thậm chí vượt ra khỏi khái niệm của "đam mê" - như chính cách những chuyến du lịch đưa con người vào vũ trụ - để tồn tại như một yếu tố không thể tách rời trong cuộc sống của con người. Hàng hiệu thậm chí trở thành động lực để mỗi cá nhân không ngừng hoàn thiện mình và bứt phá.

Và với ấn phẩm HÀNG HIỆU này, ban biên tập chúng tôi xin đồng hành theo đuổi hành trình hoàn thiện mình đó của bạn.

Xin chân thành cám ơn!



MONTE CARLO SERIES 5

https://tieulun.hopto.org

bang—olufsen.com



BEOLAB 90

BANG & OLUFSEN

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

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

https://tieulun.hopto.org

HÃNG HIỆU MAY 2017



FASHION

44 Review BST: Balmain Spring 2017 và Bottega Veneta Spring 2017
Sự táo bạo, phá cách và đa dạng đã góp phần giúp Olivier Rousteing của nhà Balmain sáng tạo nên bộ sưu tập Xuân 2017 phong phú và thể nghiệm từ cả chất liệu đến kiểu dáng thiết kế.

106 Fragment Design x Louis Vuitton
Các thiết kế monogram kinh điển dưới sự sáng tạo của Hiroshi Fujiwara với hàng loạt các item xa xỉ như túi, ví, va li... và những đôi boot tuyệt đẹp.

TOPLUXE

14 H. Moser & Cie Swiss Mad
Những giá trị vượt trội của Thuỵ Sỹ đã cùng nắm tay nhau để tạo ra siêu phẩm triệu đô!

18 Bell & Ross BRS Diamond Eagle
Bell & Ross BRS Diamond Eagle có thể mệnh danh là bản khải hoàn ca của chòm sao Đại bàng Aquila.

LIFESTYLE

28 What's On
Điểm tin các thương hiệu cao cấp như: Dior, Gucci, Louis Vuitton, Givenchy, Moschino và các vấn đề của ngành thời trang cao cấp.

32 Living Is All About
Các tin tức nổi bật về các triển lãm, các dự án và các công trình kiến trúc đang xây dựng trên khắp thế giới.

https://tieulun.hopto.org

FENDI.COM/TIMEPIECES

POLICROMIA



MILUXE

MILUXE BOUTIQUE:
- S215 TRANG TIEN PLAZA HOAN KIEM DISTRICT, HANOI
- GROUND FLOOR- SHERATON SAI GON HOTEL & TOWERS
  88 ĐONG KHOI DISTRICT 1, HO CHI MINH CITY

FENDI
TIMEPIECES

https://tieulun.hopto.org

HÀNG HIỆU MAY 2017



FASHION

40 Định hướng xây dựng thương hiệu trẻ tại Anh
Một công cụ tiếp thị hiệu quả đang rất được các thương hiệu ưa chuộng sử dụng là khái niệm "di sản"". Các thương hiệu mới thành lập ở Anh đang có những cách tiếp cận mới mẻ đối với việc sử dụng công cụ tiếp thị này bên cạnh việc kế thừa những tinh hoa về chất lượng và truyền thống. Chào mừng bạn đến với kỷ nguyên của những thương hiệu "di sản mới"!

DESTINATION

60 Những biểu tượng của ngành hàng không thế giới
Chúng tôi đã thực hiện các chuyến bay tới khắp thế giới để thăm quan và khám phá các sân bay đẹp nhất. Đây cũng là những biểu tượng của ngành hàng không.

70 Las Vegas: Hoa và Lệ
Hoàn toàn không ngoa khi nói ở Las Vegas, có cả Hoa và Lệ. Và điều này giống như kết quả tất yếu của mỗi lần đặt cửa nơi bàn xoay roulette.

LIFESTYLE

76 Nghệ thuật ủ bia
Có thể nói nghề ủ bia thủ công là kết tinh của nghệ thuật, khoa học. Các nghệ nhân đòi hỏi phải thực sự am hiểu cách thức kết hợp các yếu tố để đạt được kết quả cuối cùng: Một bức tranh cho các giác quan của bạn.

https://tieulun.hopto.org

PROFESSIONAL 3 GCB **DONG SON ANTIQUE**
LIMITED EDITION OF 100 PIECES



mobiado

MOBIADO BOUTIQUE: * SHOP 203B – FLOOR 2ND, TRANG TIEN PLAZA, 26 HAI BA TRUNG ST., HA NOI. T. (+844) 3936 6656

* MILUXE, GROUND FLOOR, SHERATON HOTEL, 88 DONG KHOI ST., BEN NGHE WARD, DIST. 1, HCMC. T. (+848) 3520 8184

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 . T. (+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, G6 INDOCHINA RIVERSIDE TOWERS, 74 BACH DANG ST., HAI CHAU. T. (+845113) 849 049.

WWW.MOBIADO.COM

https://tieulun.hopto.org

HÃNG HIỆU MAY 2017



LUXE FEATURE

80 Rolls-Royce Wraith Black Badge: Thú chơi hay đầu tư?
Sự đặc biệt của một chiếc Rolls-Royce không nằm ở đâu khác hơn tính độc bản của sản phẩm. Và để có điều này, mọi thứ phải bắt đầu từ khâu chế tác, xe phải được thực hiện chính xác theo các yêu cầu khắt khe và đòi hỏi từ các khách hàng giàu có.

88 Siêu hạm thuyền: Đồ chơi của nhà giàu thế giới!
Điểm chung của chủ tịch Google, Eric Schmidt, Ông hoàng Trung Đông và nhà làm phim Steven Spielberg là? Trả lời: Sở hữu những siêu hạm thuyền.

CUISINE

74 07 điều về Taittinger
Taittinger là một trong số ít những hãng sản xuất Champagne hàng đầu thế giới vẫn thuộc sở hữu của gia đình sáng lập và duy trì được thương hiệu truyền thống trên nhãn chai qua hàng thế kỷ.

75 Niềm tự hào của vang New Zealand
Được mệnh danh là 'lá cờ đầu' của rượu vang New Zealand, Villa Maria mang tới những dòng vang hảo hạng cho các tín đồ rượu vang ở hơn 50 quốc gia trên toàn thế giới, trong đó có Việt Nam.

WATCH - JEWELRY

96 Anh tài tụ hội Baselworld 2017
Sự kiện đồng hồ lớn nhất thế giới mỗi năm, Baselworld vừa kỷ niệm 100 năm tuổi của mình với những tuyệt tác đẳng cấp và sáng tạo của ngành chế tác cơ khí siêu chính xác.

102 Tình yêu với khiêu vũ
Thương hiệu trang sức số 01 thế giới Van Cleef & Arpels ra đời năm 1896 với nền tảng là tình yêu của 02 con người "đồng đạo". Cả Estelle Arpels và Alfred Van Cleef đều là những người đã lớn lên trong thế giới của những món đồ trang sức cao cấp và đá quý.

https://tieulun.hopto.org



MILUXE

Exclusive Boutique :

* Hà Nội: S215 tầng 2 - 26 Hai Bà Trưng, Quận Hoàn Kiếm. Tel: (04) 3934 8989
* TP. HCM: L2-34AB Union Square - 171 Đồng Khởi, Quận 1. Tel: (08) 3936 9263
  199 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Quận 3. Tel: (08) 3932 5925
* Đà Nẵng: G6 Indochina Riverside Towers, Quận Hai Chaû. Tel: (0511) 3849 049

https://tieulun.hopto.org

H. MOSER & CIE SWISS MAD
TINH HOA THỤY SỸ



NHỮNG GIÁ TRỊ ƯU VIỆT CỦA THUỴ SỸ ĐÃ CÙNG NẮM TAY NHAU ĐỂ TẠO RA SIÊU PHẨM TRIỆU ĐÔ!

- Đây là một trong 02 mẫu đồng hồ được nhà đấu giá Christie's hợp tác với nhãn hiệu đồng hồ H. Moser & Cie tổ chức đấu giá hồi cuối tháng 03 vừa rồi.

- Đồng hồ được mua lại với giá bán lên tới trên một triệu đô, cụ thể là 1.081.291 đô. Số tiền này ứng chính xác với ngày, tháng, năm ra đời của đất nước Thuỵ Sỹ: ngày 01/08/1291.

- Đồng hồ không có in biểu tượng chứng nhận "Swiss made" lên mặt số thay vào đó hãng đưa ra một chứng nhận đảm bảo chiếc đồng hồ được sản xuất 100% tại Thuỵ Sỹ từ bộ máy, mặt số, thân vỏ tới bộ kim.

- Thân vỏ của đồng hồ được làm từ pho mát đặc biệt Vacherin Mont d'Or của Thuỵ Sỹ. Để có thể đảm bảo độ bền của chiếc đồng hồ có vỏ (case) bằng pho mát này, người ta phải trộn thêm một số chất liệu tổng hợp.

- Dây đeo của đồng hồ cũng làm từ những tấm da của những chú bò Vacherin Mont d'Or.

https://tieulun.hopto.org



NHẬP KHẨU VÀ PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN: CÔNG TY RITAVÕ
L2 - Ô17 - TAKASHIMAYA 92-94 NAM KỲ KHỞI NGHĨA, P. BẾN NGHÉ, Q.1, TPHCM

LA PERLA

https://tieulun.hopto.org

Clé de Cartier Serti Vibrant

THƯỢNG ĐẲNG XA HOA

THIẾT KẾ ĐỒNG HỒ LÀ SỰ HOÀ TRỘN CỦA PHONG CÁCH TỐI GIẢN VÀ NHỮNG GIÁ TRỊ TỚI TỪ ĐẠI CHÚNG, BẠN SẼ KHÔNG KHÓ ĐỂ NHẬN THẤY CÓ MỘT SỰ LIÊN KẾT NÀO ĐÓ GIỮA MẶT SỐ ĐỒNG HỒ VỚI GAME RẤT ĐƯỢC YÊU THÍCH: ZUMA. TUY NHIÊN SỰ KHÁC BIỆT Ở ĐÂY LÀ NHỮNG "VIÊN BÓNG" NÀY ĐƯỢC LÀM TỪ ĐÁ QUÝ VÀ KIM CƯƠNG.



- Đồng hồ chạy máy caliber 1847 MC. Đây là cỗ máy in house mới nhất của hãng.
- Đồng hồ có chức năng lên dây tự động.
- Vỏ đồng hồ làm từ vàng trắng 18K, phủ rhodium, khảm nạm 447 viên kim cương tròn, với tổng trọng lượng lên tới 3,53 carat.
- Núm vặn đồng hồ khảm nạm một viên sapphire và 28 viên kim cương tròn với tổng trọng lượng 0,14 carat.
- Mặt số đồng hồ bằng vàng trắng 18K, xử lý NAC và khảm 105 viên kim cương tròn với tổng trọng lượng 1,09 carat và 105 viên ruby.
- Đồng hồ sở hữu một bộ kim xanh với thiết kế hình lưỡi gươm.
- Đồng hồ có khoá gập khảm 43 viên kim cương với tổng trọng lượng 0,43 carat.

30

là giới hạn chế tác của mẫu đồng hồ đẳng cấp này. Mỗi chiếc đều được đánh số thứ tự.

https://tieulun.hopto.org



MILUXE®

MILUXE BOUTIQUE
* S215 TRANG TIEN PLAZA HOAN KIEM DISTRICT, HANOI
* GROUND FLOOR - SHERATON SAI GON HOTEL & TOWERS
88 ĐONG KHOI 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

BAY CÙNG CÁC TINH CẦU

BELL & ROSS BRS DIAMOND EAGLE ĐƯỢC MỆNH DANH
LÀ KHÚC KHẢI HOÀN CỦA CHÒM SAO ĐẠI BÀNG
AQUILA.

Đồng hồ có mặt số màu midnight blue được xử lý hóa học để tạo ra hiệu ứng tia mặt trời.

Dây đeo làm từ da cá sấu. Khóa cài được làm từ thép không gỉ.

7 viên kim cương trên mặt số được lựa chọn kỹ càng kích thước cũng như độ tinh khiết của từng viên để bố trí theo hình dạng tương ứng của chòm sao.

Bộ máy: calibre BR-CAL.102.Quartz.

Chòm sao Aquila là chòm sao gần với đường xích đạo thiên văn. Theo thần thoại Hy Lạp, Aquila là đại bàng của thần Zeus, hàng ngày được Zeus phái đến tảng đá nơi thần Prometheus bị xích để canh giữ cho tới khi thần Prometheus được Heracles giải cứu. BRS Diamond Eagle ra đời dựa trên truyền thuyết về chòm sao Aquila, là một chòm sao sáng và dễ định vị trên bầu trời.

Khả năng chống thấm ở áp lực độ sâu 100 mét.

Thân vỏ: bằng thép không gỉ được đánh bóng mờ, đường kính 39mm, vành bezel được đính 66 viên kim cương (tổng trọng lượng 0.66 carat).

Mặt số: màu midnight blue, đính 7 viên kim cương mô phỏng chòm sao đại bàng Aquila. Mặt kính: sapphire được phủ lớp chống lóa.

https://tieulun.hopto.org

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

BVLGARI
CARBON GOLD

KHÔNG CHỈ DỪNG LẠI Ở MỘT THIẾT KẾ ẤN TƯỢNG HAY MỘT BIỂU TƯỢNG CHO XU THẾ, MẪU ĐỒNG HỒ CARBON GOLD CỦA BVLGARI CÒN THỂ HIỆN QUAN ĐIỂM: "ĐỒNG ĐIỆU" VỚI THỜI GIAN.



- Với cả 03 phiên bản, các cọc số chỉ giờ đều được làm từ vàng hồng như một gợi nhắc tinh tế về nghệ thuật chế tác trang sức của thương hiệu.

- Với mẫu đồng hồ Carbon Gold mới, Bulgari đã cho thấy một tư duy cấp tiến trong cách lựa chọn chất liệu khi sử dụng những chất liệu công nghệ cao như carbon tổng hợp với nhựa cao su bên cạnh các chất liệu quý hiếm như vàng.

- Hãng giới thiệu 03 phiên bản có mặt số là màu đen, màu nâu và màu xanh sáng.

- Đồng hồ chạy máy cơ Calibre B77, tự lên dây, cơ chế báo ngày, tần số dao động 28.800 nhịp mỗi giờ.

- Đồng hồ có mức dự trữ năng lượng là 42 giờ, khả năng chống thấm ở áp lực nước ở độ sâu 30m.

- Phía trên mỗi cọc số chỉ giờ là một chấm Superluminova. Các kim báo giờ và báo phút cũng có thiết kế đi kèm chi tiết Superluminova để đảm bảo đồng hồ có thể xem giờ trong mọi điều kiện ánh sáng.

https://tieulun.hopto.org



Veil
ĐÓN ĐẦU THỜI ĐẠI.
TOILET THÔNG MINH
VEIL® ĐA CHỨC NĂNG.
KOHLERVN.COM | facebook.com/kohlervietnam
KOHLER®

RITAVÕ®
Nhà Phân Phối Chính Thức

KOHLER Design Center & Boutique Showrooms
TP. HCM: • 5A Đường số 3, P. An Phú, Quận 2. ĐT: (08) 3744 4399 • Đường Nguyễn Hữu Thọ, Phường Tân Hưng, Quận 7. ĐT: (08) 3775 4598
Hà Nội: • 12A B1 Nguyễn Khánh Toàn, Quận Cầu Giấy. ĐT: (04) 6282 2846 / 6282 2848

RITAVÕ PRO
TP. HCM: • 5A Đường số 3 , Phường An Phú, Quận 2. ĐT: (08) 3744 4399 • 846 - 848 Sư Vạn Hạnh, Phường 13, Quận 10. ĐT: (08) 3862 3988
Hà Nội • Tầng B2, Vincom Mega Mall, Royal City - 72A Nguyễn Trãi, Quận Thanh Xuân. ĐT: (04) 6262 0289

https://tieulun.hopto.org

NGHÌN TỶ CÂU LẠC BỘ

NGƯỜI GIÀU ĐANG TRỞ NÊN GIÀU CÓ HƠN. THEO CÁC CHUYÊN GIA, KHÔNG LÂU NỮA, CÂU LẠC BỘ NHÀ GIÀU THẾ GIỚI SẼ SỞ HỮU KHỐI TÀI SẢN LÊN TỚI 13 CON SỐ. CƠ HỘI CHEN CHÂN VÀO ĐÂY DƯỜNG NHƯ ĐANG NGÀY MỘT NHỎ LẠI!



Người đầu tiên trên thế giới bứt phá giới hạn sở hữu hàng chục tỷ đô có lẽ sẽ là một doanh nhân kinh doanh trong lĩnh vực trí tuệ nhân tạo! Đó là dự đoán của tỉ phú Mark Cuban - người đang sở hữu khối tài sản khoảng 03 tỷ đô - tại hội thảo SXSW Conference ở Austin, Texas, Mỹ. "Tôi muốn chia sẻ với các bạn điều này, siêu tỉ phú đầu tiên trên thế giới sẽ là một ông chủ trong ngành AI (trí tuệ nhân tạo) với các ứng dụng (của nó) diễn ra theo cách mà chúng ta chưa từng nghĩ tới," "ngôi sao" của giới đầu tư và tài chính chia sẻ. "Bất cứ điều gì bạn đang nghiên cứu tại thời điểm này, nếu bạn không tăng tốc để bắt kịp với tốc độ deep learning (học tập có chiều sâu) và neural network (liên kết các mạng nơ-ron), v.v, bạn sẽ là người thua cuộc. Chúng ta đang tiến dần tới giai đoạn phần mềm sẽ lập trình phần mềm, tự động hóa sẽ điều khiển tự động hóa".

Mark Cuban không phải người duy nhất suy ngẫm về câu hỏi cho con đường dẫn tới vị trí của một siêu tỷ phú với khối tài sản lên tới 12 số 0. Một báo cáo gần đây của liên minh quốc tế Oxfam đã đưa Internet lên tuyến đầu và dự đoán rằng, Bill Gates sẽ là một siêu tỷ phú trong 25 năm tới, báo cáo này dựa trên sự tăng trưởng vượt trội theo cấp số mũ đối với khối tài sản $75 tỷ của Bill (bất chấp những nỗ lực quyên tiền làm từ thiện của ông).

Thật khó tưởng tượng một ngày nào đó, sẽ có người tích lũy được khối tài sản trị giá nghìn tỉ đô la. Để đơn giản, bạn có thể hình dung thế này, nếu toàn bộ khối tài sản đó được quy đổi ra tiền mặt, và chia đều cho cả thế giới, mỗi người sẽ có được khoảng $140. Tính đến nay, từ 'trillionaire' thậm chí còn chưa thể được kiểm tra chính tả bởi máy tính của bạn. Nhưng, những người trong cuộc thừa hiểu rằng, điều này không phải là không thể mà nó còn chắc chắn sẽ diễn ra – với thời gian sớm hơn bạn nghĩ.

Trong một báo cáo, ngân hàng đầu tư Credit Suisse đã dự đoán, trong 02 thế hệ kế tiếp, thế giới sẽ có khoảng 11 siêu tỉ phú. Sam Altman, Chủ tịch của công ty Y Combinator - đơn vị được xem là một 'vườn ươm kỳ lân' cho các công ty startup lớn nhất ở Silicon Valley - chia sẻ: "Chúng ta cần phải sẵn sàng đối mặt với một thế giới với các siêu tỷ phú hiện diện trong đó. Điều đó đồng nghĩa với việc những bất công sẽ sâu sắc hơn. Thậm chí ngay chính bản thân tôi cũng cảm thấy điều đó. Nhưng để thúc đẩy xã hội tiến về phía trước, bạn phải chấp nhận điều đó." Theo Forbes thống kê, hiện có 2043 tỉ phú trên toàn thế giới (với tổng giá trị tài sản khoảng 7,7 nghìn tỉ đô), và con số này sẽ tiếp tục tăng lên. Sau Bill Gates là những cái tên như Warren Buffett, Jeff Bezos của Amazon và Amancio Ortega, người sáng lập thương hiệu thời trang bình dân: Zara. Trong danh sách quyền lực này, phụ nữ chiếm 11%, với người đứng đầu là Liliane Bettencourt - người đang cùng các con mình sở hữu một phần ba công ty L'Oréal.

Trở lại với câu hỏi ai sẽ là người đầu tiên đặt chận vào câu lạc bộ "04 dấu chấm", tất cả những câu trả lời hiện nay vẫn chỉ ở dạng phỏng đoán và ước tính. Theo ông Oliver Williams - người đứng đầu công ty chuyên nghiên cứu thói quen, hành vi của giới tinh hoa tài chính: WealthInsight, "siêu tỷ phú đầu tiên trên thế giới sẽ là một người nhìn ra những cơ hội trong một phát minh." Ông cho biết: "Phát minh lớn nhất trong thời đại của chúng ta là world wide web nhưng nó đã không mang lại nhiều lợi ích cho "cha đẻ" của nó, ông Tim Berners-Lee. Nhưng thay vào đó, chính những người nhìn thấy cơ hội và khả năng tiềm ẩn của Internet và biến những cơ hội đó thành thực tế như Jeff Bezos, Steve Jobs, Larry Page, Sergey Brin và Mark Zuckerberg mới là những người thực sự kiếm lời. Mặc dù vậy, không ai dám đảm bảo những cái tên trên sẽ trở thành siêu tỉ phú do những đột phá công nghệ đang cho thấy những dấu hiệu chững.

Nhưng, nếu không phải họ, vậy sẽ là ai? "Các ông trùm Trung Đông từng được xem là những "cỗ xe" dẫn đầu trên đường đua

https://tieulun.hopto.org

hướng tới vị thế của các siêu tỷ phú. Tuy nhiên, do giá dầu sụt giảm, sự mở rộng về quy mô của gia đình đã khiến cho điều này trở nên phi thực tế," ông Oliver chia sẻ. "Có nhiều khả năng siêu tỉ phú đầu tiên của thế giới sẽ là một tỷ phú tự thân, vì khoảng 60% số tỉ phú hiện nay là những người đã tự tạo ra của cải, mặc dù một số người có thể được giúp sức rất nhiều từ khối tài sản mà họ được thừa kế. Những siêu tỷ phú này đạt được danh hiệu và tài sản đó có thể không phải bởi họ đặt mục tiêu kiếm tiền lên hàng đầu mà bởi họ đã thành công trong việc giải quyết những vấn đề của thế giới như trái đất ấm lên, sự khan hiếm và thiếu hụt nước hay đưa ra các giải pháp cho phát triển bền vững."

Một trong những lý do khiến khối tài sản hàng nghìn tỉ đô có thể trở thành hiện thực đối với một cá nhân là bởi trong tương lai, tiền còn là một đại lượng mang tính vật lý đơn thuần khi các công nghệ kỹ thuật số và các giao thức mật mã ngày càng phát triển. "Tính đến nay, chúng ta đã trải qua 02 giai đoạn của tiền bạc," Neha Narula, Giám đốc nghiên cứu trung tâm Digital Currencies Initiative, chia sẻ "Trong một thế giới analogue, chúng ta phải giao dịch thông qua các thực thể vật chất, và tiền được chuyển với một tốc độ nhất định – tốc độ của con người. Nhưng trong thế giới công nghệ số, tiền có thể được chuyển tới những địa điểm xa hơn, với tốc độ nhanh hơn." Theo Neha, chúng ta cũng chuẩn bị bước vào một giai đoạn mới của tiền bạc. "Trong tương lai, tiền có thể được lập trình," cô giải thích. "Khi chúng ta kết hợp công nghệ (phần mềm) và tiền, tiền bạc sẽ không chỉ còn là một đơn vị đo đếm giá trị, chúng ta cũng không cần phải phụ thuộc vào các tổ chức. Trong một thế giới lập trình, chúng ta loại bỏ con người và các tổ chức khỏi toàn bộ vòng lặp." Thậm chí có những suy đoán rằng tỉ tỉ phú đầu tiên trên thế giới có thể sẽ là Satoshi Nakamoto –cái tên được sử dụng để chỉ một người hoặc một nhóm những người đã sáng tạo Bitcoin.

Có một câu hỏi được đặt ra là các siêu tỷ phú sẽ quản lý khối tài sản của họ thế nào? "Mối quan hệ giữa những người siêu giàu và các nhà quản lý tài sản của họ rất thân thiết, bởi mọi thứ có liên quan đến cuộc sống của các tỉ phú – sức khỏe, gia đình, công việc – cũng có ảnh hưởng đến khối tài sản của họ," bà Brooke Harrington, người đã dành 08 năm nghiên cứu các nhà quản lý tài sản ưu tú để viết cuốn Capital Without Borders cho hay. "Do đó, việc xây dựng mối quan hệ giữa các tỉ phú và các nhà quản lý tài sản (đôi khi) có thể phải mất nhiều năm (để tạo nên sự tin tưởng để thảo luận những vấn đề quan trọng và cần thiết)."

Bên cạnh những yêu cầu rõ ràng về thuế, còn có các nghĩa vụ pháp lý khác mà các tỉ phú (và các siêu tỉ phú tương lai) cần các nhà quản lý tài sản của họ trợ giúp. "Các nhà quản lý tài sản hỗ trợ các tỉ phú này để bảo vệ khỏi những mối đe dọa đến khối tài sản của họ," bà Brooke cho biết. "Ngoài các loại thuế, có thể kể đến các khoản nợ - các nhà quản lý tài sản có chuyên môn cao có thể giúp các khách hàng của họ thoát khỏi các vấn đề này theo những cách sáng tạo nhất hoặc giúp họ có được những lợi ích không ngờ." Vậy nên nếu bạn là một nhà quản lý tài sản, phục vụ giới siêu giàu, bạn sẽ phải tìm ra cách thâm nhập các câu lạc bộ siêu giới hạn. Theo nghiên cứu của Brooke, có khoảng 150.000 đến 200.000 cá nhân được xếp vào nhóm Ultra High Net Worth (đơn giản là Siêu Giàu với khối tài sản trên $30 triệu). "Họ hợp tác, làm việc và giải trí cùng nhau" bà cho biết. "Họ là những người tham gia vào các bữa tiệc ở Cannes và Hamptons hàng năm. Họ có xu hướng sử dụng các dịch vụ chuyên nghiệp giống nhau, dù đó là bác sĩ hay các nhà quản lý tài sản. Các siêu tỉ phú đầu tiên, chắc chắn sẽ là người đã quá quen thuộc với hệ thống này và những đặc quyền của VIP từ hàng không cho tới các sự kiện đẳng cấp." Vậy nên, có ai không muốn thành siêu tỉ phú?



CHÂN DUNG CỦA MỘT SIÊU TỶ PHÚ

✦ Thành phố sinh sống:
Theo báo cáo từ một nghiên cứu về tỉ phú (Billionaire Census), được thực hiện bởi Wealth-X, New York, Hong Kong, Moscow, London và Bắc Kinh có thể là những nơi mà các siêu tỉ phú sẽ lựa chọn để sinh sống.

✦ Lĩnh vực nghiên cứu:
Kỹ thuật hoặc kinh doanh. Một phân tích từ danh sách những người giàu của Forrbes trong xếp hạng của Approved Index cho thấy đây là những mức độ phổ biến của tầng lớp tài chính tinh anh.

✦ Đặc điểm cá nhân:
Sẵn lòng đưa ra các quyết định chấp nhận rủi ro nhưng rất thông minh, tập trung vào công việc kinh doanh, luôn dứt khoát, cương quyết. Theo nghiên cứu của UBS và PwC, đây là những điểm chung của giới siêu giàu

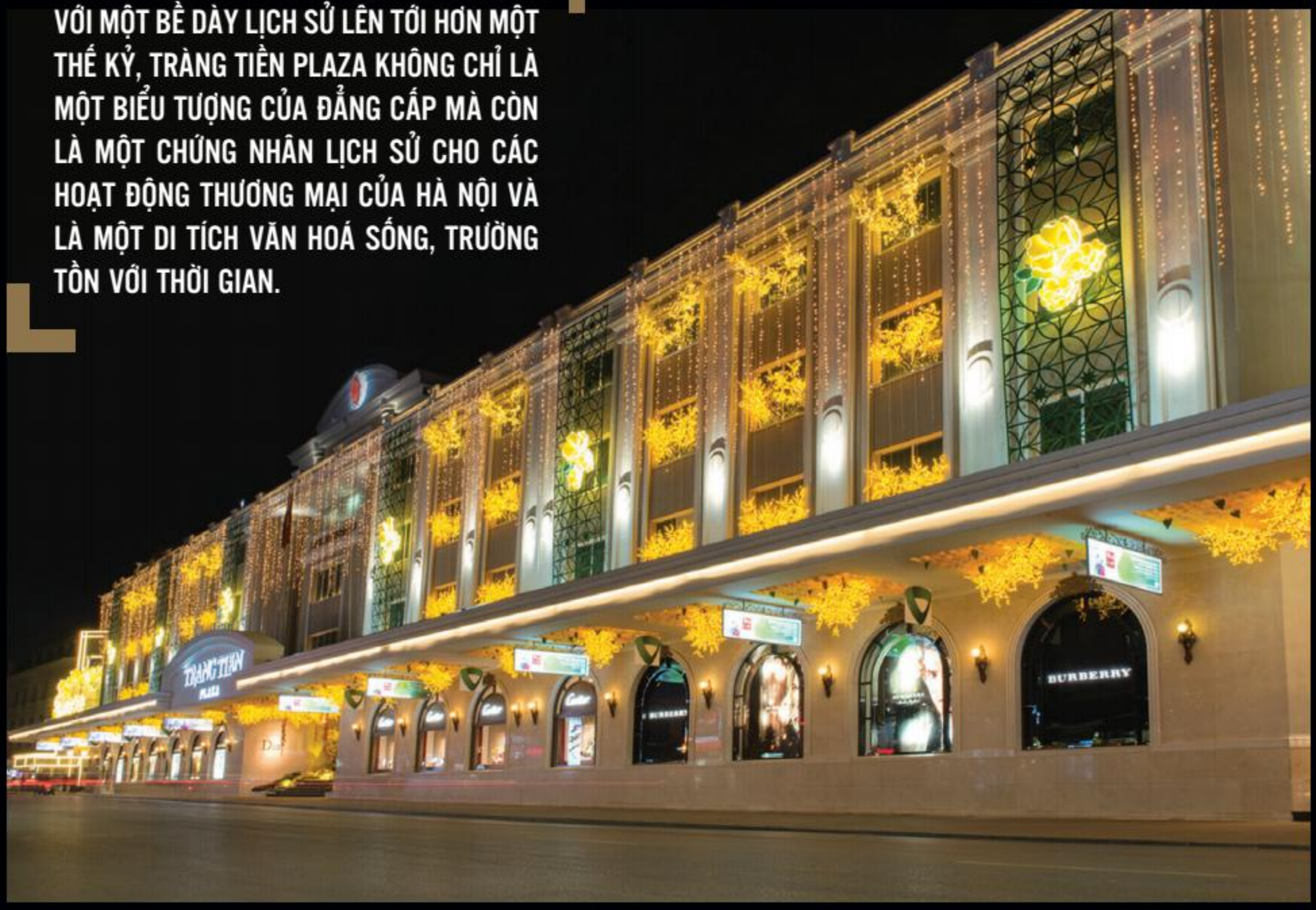
✦ Sự gắn kết của giới siêu giàu:
Họ có thể kết hôn với nhau. Billionaire Census nhận thấy 85% số thành viên của 'câu lạc bộ 03 dấu phẩy' kết hôn với nhau. Tuy nhiên tỷ lệ này ở nam cao hơn nữ.

✦ Xây dựng vương triều:
Gần hai phần ba số tỷ phú trong danh sách của Forbes là tỉ phú tự thân, đã bắt đầu sự nghiệp của họ với không có gì hơn là những khoản tiết kiệm cá nhân.

✦ Giải trí & thư giãn:
Chơi golf, mua sắm đồng hồ và trang sức đắt tiền, đầu tư vào bất động sản - đó là những hoạt động giải trí nhàm chán và rập khuôn của giới siêu giàu. Tuy nhiên, theo báo cáo Billionaire Census, đây vẫn là cách giới siêu giàu sử dụng thời gian rảnh rỗi của họ.

https://tieulun.hopto.org

VỚI MỘT BỀ DÀY LỊCH SỬ LÊN TỚI HƠN MỘT THẾ KỶ, TRÀNG TIỀN PLAZA KHÔNG CHỈ LÀ MỘT BIỂU TƯỢNG CỦA ĐẲNG CẤP MÀ CÒN LÀ MỘT CHỨNG NHÂN LỊCH SỬ CHO CÁC HOẠT ĐỘNG THƯƠNG MẠI CỦA HÀ NỘI VÀ LÀ MỘT DI TÍCH VĂN HOÁ SỐNG, TRƯỜNG TỒN VỚI THỜI GIAN.



TRÀNG TIỀN PLAZA

HÀNH TRÌNH TRĂM NĂM CỦA MỘT BIỂU TƯỢNG



Theo Kiến trúc sư Đoàn Bắc - người chuyên sưu tầm những bức ảnh chụp Hà Nội cổ, tiền thân của trung tâm mua sắm Tràng Tiền Plaza là một cửa hàng bách hóa cao cấp của người Pháp. Người Hà Nội khi đó quen gọi bách hoá này là "Nhà Godard". Sở dĩ có tên gọi là Nhà Godard là bởi bách hoá được gọi theo tên người đã chịu trách nhiệm quy hoạch lại thành phố theo lệnh của chính phủ Pháp lúc bấy giờ là ông Sebastien Godard.

https://tieulun.hopto.org

Mặc dù không ít lần thay tên, đổi chủ nhưng trong hơn 100 năm nay, Tràng Tiền Plaza và cả con phố Tràng Tiền luôn là "khu đất vàng" của thành phố. Nếu trong quá khứ, Nhà Godard là địa chỉ dành cho những người Pháp và một thiểu số người Việt giàu có thì giờ đây, Trang Tiền Plaza (tên hiện tại của bách hoá) là điểm đến của những khách du lịch và những người Việt có năng lực tài chính cũng như có ảnh hưởng trong xã hội. Bên cạnh đó, đây còn là điểm đến của những tín đồ yêu thích thời trang và nghệ thuật và kiến trúc.



Nếu như bạn nghi ngờ về điều trên, hãy nghĩ tới phố Oxford Street ở London tại Hà Nội, và chúng ta có con phố Tràng Tiền. Trên con phố đó, chúng ta có trung tâm mua sắm Selfridges đẳng cấp chính là Tràng Tiền Plaza. (Thực tế thì Tràng Tiền Plaza có tuổi đời lâu hơn trung tâm mua sắm Selfridges tới 07 năm khi ra đời vào năm 1901 với tên gọi thời đó là Nhà Godard). Bạn hãy nghĩ tới một công trình biểu tượng với diện tích mặt bằng lên tới 4.346 m2 với phong cách Art Deco đặc trưng của thời kỳ huy hoàng trong lịch sử kiến trúc. Art Deco là phong cách không xa lạ gì, bạn có thể tham khảo lại phong cách này từ bộ phim The Great Gatsby.



Nếu tới Tràng Tiền Plaza lúc này, bạn sẽ thấy chiếm trọn tầng 01 và tầng 02 của trung tâm mua sắm là những cái tên đẳng cấp hàng đầu thế giới. Đó là Louis Vuitton, Cartier, Salvatore Ferragamo, Dior và rất nhiều những tên tuổi đình đám khác trong làng thời trang quốc tế cùng nhau chiếm trọn tầng 01. Ở tầng 02 vẫn là những thương hiệu đẳng cấp như Versace, Kenzo, Korloff hay nhà phân phối đồng hồ và hàng xa xỉ phẩm Miluxe. Mỗi cửa tiệm đều gây ấn tượng với một cửa sổ trưng bày hoành tráng, mang theo những thông điệp về nghệ thuật, sự đẳng cấp và những câu chuyện thú vị của những thương hiệu đang trở thành di sản của Lục Địa Già.







Với Tràng Tiền Plaza, những giá trị nghệ thuật, tinh thần xa xỉ, đẳng cấp luôn được đề cao. Vậy nên, để có được một chỗ đứng trong trung tâm thương mại cao cấp này thì năng lực tài chính không thôi vẫn còn chưa đủ. Tràng Tiền Plaza giống như một "viên ngọc quý" của ngành kiến trúc, nghệ thuật và bán lẻ của Việt Nam. Những chỗ đẹp nhất sẽ dành cho những thương hiệu đẳng cấp nhất.

Nếu hiểu được điều này, bạn sẽ không thấy ngạc nhiên khi thậm chí đi tới tầng 03 của trung tâm mua sắm, bạn vẫn còn thấy các quầy bán trang sức và kim cương được kê san sát nhau. Không có bất kỳ ô cửa hàng nào trống, thậm chí một số đại diện thương hiệu còn chia sẻ, với họ việc có được một chỗ trong trung tâm thương mại Tràng Tiền Plaza có ý nghĩa đặc biệt đối với doanh số của họ. Thậm chí còn hơn thế nữa. Bởi, với họ, sự xuất hiện trong trung tâm mua sắm Tràng Tiền Plaza giống như một thước đo đẳng cấp.

Không chỉ là một trung tâm mua sắm quan trọng, Tràng Tiền Plaza còn là một biểu tượng trong lòng người dân Hà Nội và Việt Nam. Đây chính là lý do bạn sẽ thấy vào những dịp đặc biệt, trung tâm mua sắm này lại có những thiết kế theo chủ đề để hoà hợp với không khí chung của thành phố, tự biến mình thành một kiệt tác nghệ thuật thực sự mà ai cũng sẽ muốn dừng bước ngắm nhìn và bước vào khám phá không gian bên trong trung tâm.

Gần đây nhất, trung tâm cũng hợp tác với ban tổ chức Tuần Lễ Thời Trang Quốc Tế Việt Nam (VIFW) thực hiện sự kiện thời trang để quảng bá cho nền thời trang Việt. Và như vậy, với những đóng góp của trung tâm vào nền nghệ thuật, thời trang và các hoạt động thương mại cũng như quảng bá văn hoá và kiến trúc, Tràng Tiền Plaza sẽ vẫn mãi là điểm thu hút khách mua sắm cũng như những người yêu cái đẹp và nghệ thuật.

https://tieulun.hopto.org

CHIÊM NGƯỠNG NHỮNG MẪU BIỆT THỰ NHÀ VƯỜN ĐẸP NHƯ MƠ

Những căn biệt thự theo phong cách nhà vườn nổi tiếng thế giới đều nằm cách trung tâm thành phố, hòa mình vào thiên nhiên thanh bình với không gian sân vườn rộng thoáng và tầm nhìn hướng ra mặt hồ trong xanh hay những dòng sông uốn lượn...

BIỆT THỰ VƯỜN Ở FRENCH RIVIERA (PHÁP)



Biệt thự nhà vườn ở French Riviera (Pháp). Nguồn: Internet

French Riviera (hay còn gọi Côte d'Azur) là vùng bờ biển Địa Trung Hải của Pháp, nằm ở phía Đông Nam. Nơi đây được mệnh danh là bờ biển xanh da trời với các khu nghỉ mát, bãi biển quyến rũ như Saint-Tropez, Cannes... Bên cạnh đó, nhắc đến French Riviera không thể không nhắc tới những căn biệt thự nhà vườn đẹp như mơ, trở thành điểm đến thiên đường của nhiều du khách và người nổi tiếng.

Trong ảnh là căn biệt thự nhà vườn đặc trưng của vùng đất French Riviera. Biệt thự nằm cách trung tâm thành phố Cannes khoảng 10 phút lái xe, có hướng nhìn ra vịnh Cannes, Suquet và Esterel với khung cảnh đầy thơ mộng. Một trong những điểm nhấn khác của căn biệt thự này là khu vườn rộng 1.200m2 và hồ bơi tuyệt đẹp, mang đến cho chủ nhân những giây phút thảnh thơi, thoải mái.

BIỆT THỰ VƯỜN Ở MALLORCA (TÂY BAN NHA)

Tránh xa sự sôi động của trung tâm, trở về với căn biệt thự mang phong cách kiến trúc đương đại nằm ở El Toro – phía Tây Nam Mallorca (Tây Ban Nha). Đây là biệt thự được xây dựng với diện tích khoảng 500m2 cộng với 284m2 diện tích của các bậc thang mở, sân thượng, hồ bơi... Ngoài ra, nơi đây còn sở hữu tầm nhìn tuyệt vời, hướng biển - một trong những vị trí tốt nhất của El Toro. Tuy không ở trung tâm nhưng xung quanh biệt thự được trang bị rất nhiều tiện ích như nhà hàng, sân golf, trạm xe buýt, bến tàu....

Đây chỉ là một trong số rất nhiều những mẫu biệt thự xinh đẹp mang nét thiết kế đơn giản nhưng đầy thanh lịch, nằm trên bán đảo Mallorca – Tây Ban Nha. Những căn biệt thự này đều có hồ bơi trước nhà và những loại cây trồng quen thuộc với khí hậu Địa Trung Hải.



Mẫu biệt thự nằm trên bán đảo Mallorca (Tây Ban Nha). Nguồn: Internet

https://tieulun.hopto.org

BIỆT THỰ VƯỜN Ở BEVERLY HILLS (MỸ)

Beverly Hills là một thành phố thuộc quận Los Angeles, bang California (Mỹ).

Trước kia đây là một trang trại của Tây Ban Nha nên mặc dù nằm trong lòng thành phố, Beverly Hills vẫn sở hữu một vẻ đẹp gần gũi với thiên nhiên.

Các căn biệt thự ở vùng này mang phong cách hiện đại, kết hợp với không gian mở của sân vườn. Căn biệt thự trong ảnh được thiết kế như một kiệt tác giao thoa giữa kiến trúc tinh tế bên trong với không gian sân vườn bên ngoài. Một hồ bơi vô tận và tầm nhìn ra khung cảnh tuyệt đẹp như một phần mở rộng tự nhiên của ngôi nhà.



Biệt thự nhà vườn ở Beverly Hills mang phong cách kiến trúc hiện đại nhưng vẫn hài hòa giữa miền thiên nhiên đặc trưng của xứ sở cờ hoa. Nguồn: Internet

BIỆT THỰ NHÀ VƯỜN VINHOMES THĂNG LONG, HÀ NỘI (VIỆT NAM)

Có thể thấy, biệt thự nhà vườn có điểm chung là diện tích rộng bao gồm sông hồ, vườn tược, kết hợp kiến trúc hiện đại với phong cảnh hữu tình. Phong cách này hiện đang là xu hướng thịnh hành ở nhiều quốc gia.

Mang kiến trúc biệt thự nhà vườn đương đại của thế giới về Việt Nam, các kiến trúc sư đã đem tới cho Vinhomes Thăng Long - Dự án biệt thự sinh thái nằm ở phía Tây Hà Nội, sự đơn giản nhưng tinh tế và hòa nhập thiên nhiên. Tại nơi đây, chúng ta có thể ngắm cảnh, hướng tầm mắt ra hồ điều hòa trong xanh, thưởng thức không khí mát mẻ, mùi hương cây cỏ trong vườn.

Dự án có tổng diện tích 24ha, quy hoạch theo mô hình đô thị sinh thái đẳng cấp và biệt lập với 798 căn nhà có sân trước vườn sau, nhà liền kề, shophouse... Toàn bộ không gian còn lại dành cho cảnh quan cây xanh, mặt nước. Trong đó điểm nhấn là hồ điều hòa rộng 10ha, trải dài dọc theo dự án, đem lại cảnh quan thơ mộng và gần gũi với thiên nhiên cho khu đô thị.

Sở hữu vị trí đắc địa, Vinhomes Thăng Long nằm trên giao điểm của Đại lộ Thăng Long và đường Lê Trọng Tấn, dễ dàng kết nối với các khu vực trung tâm hành chính lân cận nên đã trở thành điểm đến lý tưởng của nhiều gia đình. Đây cũng là dự án nhà vườn sinh thái duy nhất tại khu vực phía Tây thủ đô đang trong giai đoạn bàn giao, mang đến cho cư dân phong cách sống resort với hệ thống tiện ích hoàn hảo như trường liên cấp Vinschool, siêu thị VinMart, nhà sinh hoạt cộng đồng, khu vui chơi trẻ em ngoài trời, bể bơi đẳng cấp, vườn 4 mùa, khu đánh cờ ngoài trời và khu tập dưỡng sinh cho người cao tuổi...



Biệt thự nhà vườn Vinhomes Thăng Long mang thiên nhiên vào không gian sống (https://tieulun.hopto.org)

WHAT'S ON



CHRISTIAN DIOR ▲

Được mua lại hoàn toàn bởi LVMH.

Tỉ phú người Pháp Bernard Arnault, người đứng đầu tập đoàn LVMH, vừa đạt được thỏa thuận mua lại thương hiệu Christian Dior thông qua các thương vụ với tổng giá trị lên tới 12,1 tỉ Euro (tương đương 13,1 tỉ đô-la Mỹ). Thỏa thuận với Dior "cho thấy cam kết của gia đình tôi và nhấn mạnh vào sự tin tưởng của chúng tôi về triển vọng trong dài hạn của LVMH cùng những thương hiệu con". Đồng thời, bước đi này còn giúp "đơn giản hóa cấu trúc công ty cũng như củng cố mảng thời trang và đồ da của LVMH", Arnault chia sẻ. Gia đình của ông hiện đang nắm giữ 47% cổ phần LVMH – công ty sở hữu nhiều thương hiệu mang tính biểu tượng như Louis Vuitton, TAG Heuer, Moët & Chandon và Benefit Cosmetics. Tỉ phú Pháp Bernard Arnault – CEO LVMH – ông vua hàng hiệu Thương vụ lịch sử đưa Louis Vuitton và Dior "về chung nhà" 1 2 Previous Next "Theo quan điểm của chúng tôi, đây là thương vụ M&A tốt với LVMH, do Christian Dior là một thương hiệu mạnh, có bảng cân đối kế toán tốt. Thương vụ này cũng sẽ gộp Christian Dior với mảng nước hoa lợi nhuận cao của LVMH", Barclays phân tích. Christian Dior Couture hiện có 198 cửa hàng tại 60 quốc gia. Doanh số cũng tăng gấp đôi trong 05 năm qua.

https://tieulun.hopto.org



KARL LAGERFELD

Nhận giải thưởng 2017 John B. Fairchild Honor.

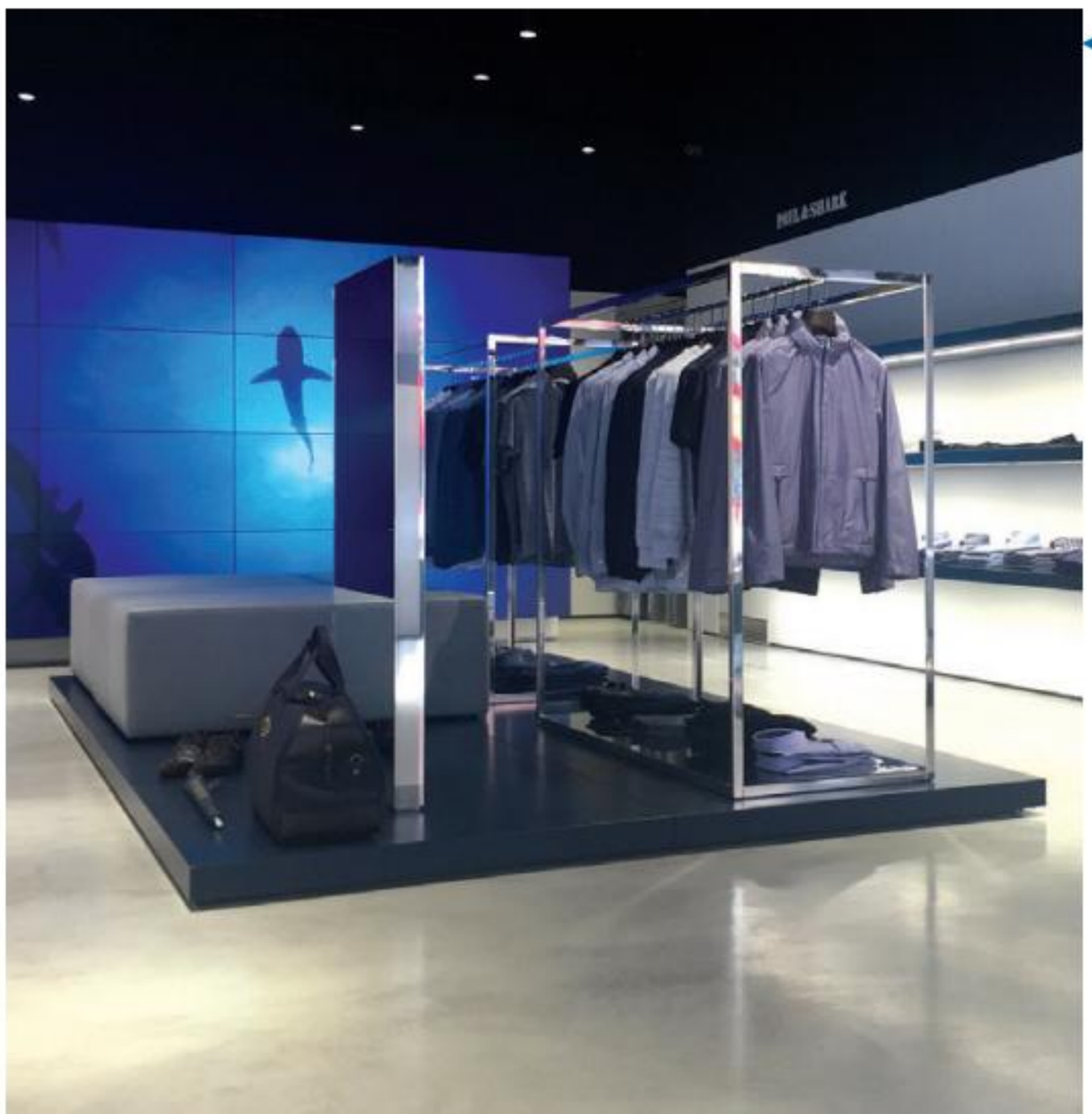
Karl Lagerfeld – một trong những nhà thiết kế tài năng, nổi tiếng và được ngưỡng mộ nhất thế giới – sẽ có vinh dự được trao tặng giải thưởng John B. Fairchild Honor 2017 tại hội nghị WWD Apparel & Retail CEO Summit. Được đặt tên theo tên của vị chủ tịch và tổng biên tập huyền thoại của WWD và được bình chọn bởi các biên tập viên hiện nay của tạp chí, danh hiệu này đã ra đời vào năm 2016 với mục đích tôn vinh tầm nhìn sáng tạo, năng lực hoạt động và khả năng lãnh đạo của các cá nhân trong ngành công nghiệp thời trang. Ralph Lauren là người đầu tiên được trao giải thưởng này vào năm ngoái và Lagerfeld, người đã làm việc với Chanel từ năm 1983 và Fendi (cho dòng sản phẩm may sẵn và đồ lông thú) từ năm 1965 và rất nhiều thương hiệu đình đám khác, sẽ là người thứ 02 nhận được danh hiệu này. Hơn cả một nhà thiết kế, Lagerfeld là một nhà thiết kế thời trang, chuyên nghiệp ở mọi khía cạnh trong việc tạo dựng hình ảnh và quan hệ công chúng. Giải thưởng này sẽ được trao cho Ngài Karl vào ngày 24/10/2017 tới.

GUCCI

Gây bão Instagram với chiến dịch quảng cáo Pre-Fall 2017.

Nhà mốt hàng đầu nước Ý, Gucci, gần đây đã phát hành những video giới thiệu về chiến dịch quảng cáo Pre-Fall 2017 trên tài khoản Instagram chính thức của thương hiệu với những người mẫu được gọi là "người ngoài hành tinh" trong trang phục của Gucci. Ngay khi những video này được đưa lên mạng, đã rất nhiều người chia sẻ và tỏ ra thích thú và ngạc nhiên trước "chiêu trò" mới của thương hiệu thời trang tới từ đất nước hình chiếc ủng. Tuy nhiên, những phản ứng luôn là hai chiều, bên cạnh những tích cực có cả tiêu cực. Những quan điểm ủng hộ và tán thưởng luôn kéo theo cả những lời chê bai. Đáng nói hơn cả trong những lời nhận xét này là việc một sinh viên của trường Central Saint Martins ở London đã lên tiếng về bản quyền ý tưởng. Cụ thể, anh Pierre-Louis Auvray đã để lại những comment và chỉ ra những điểm giống nhau giữa những bức hình của Gucci và của mình. Hiện tại, phía bên Gucci vẫn chưa có bất cứ phản hồi gì về thông tin này.





PAUL & SHARK

Mở cửa tiệm flagship đầu tiên tại Anh.

Thương hiệu thời trang thể thao xa xỉ của nước Ý, Paul & Shark đã mở cửa hàng đầu tiên của mình tại Anh vào ngày 27/04 ở St. James's Market, một trung tâm mới phát triển của London, cách không xa phố Regent Street và giao lộ Piccadilly Circus. Cửa hàng có diện tích mặt sàn lên 185m2, trên một tầng của tòa nhà được đưa vào danh sách bảo vệ Grade II ở địa chỉ 20 phố Regent Street. "London là trung tâm quan trọng của châu Âu, từ các chuyên gia tài chính, các nhà thiết kế tới các nhà hoạch định chiến lược đều tập trung ở đây - và đó là nhóm khách hàng mà chúng tôi muốn tiếp cận," Chủ tịch và Giám đốc điều hành thương hiệu, ông Andrea Dini chia sẻ. "Chúng tôi đang phát triển khá thuận lợi ở thị trường này, đạt được mục tiêu đưa Paul & Shark trở thành thương hiệu hiện đại, tinh tế và dẫn đầu xu thế.". Ông Andrea Dini chia sẻ khu St James's Market là một địa chỉ lý tưởng do có nhiều khách hàng truyền thống và khách hàng quốc tế tập trung ở đây. Bên cạnh đó, các khách hàng trẻ đang đổ về đây ngày một nhiều hơn.

https://tieulun.hopto.org

HARRY STYLES

Ông hoàng nhạc Glam Rock trong trang phục Gucci.



Harry Styles, cựu thành viên của ban nhạc rất được giới trẻ yêu thích One Direction, vẫn là một trong những nam ca sĩ có gout ăn mặc đẹp nhất. Năm 2013, anh đã giành giải thưởng British Fashion Award với bộ suit dáng ôm độc đáo. Nhưng kể từ đó, anh đã rời bỏ bộ suit của Saint Laurent để diện những thiết kế với họa tiết graphic ấn tượng của Alessandro Michele nhà Gucci. Xuất hiện trong chương trình TV "sô" The Graham Norton Show, Styles đã xuất hiện trong một bộ suit "hàng thửa" của Gucci và cho thấy cách ngôi sao này mang sự hào nhoáng và quyến rũ trở lại với sân khấu. Chiếc áo jacket kiểu peak lapel (hay còn gọi là ve xếch) với thiết kế lấy cảm hứng từ những năm 1970 và 1990. Chiếc quần ống loe, phong cách Retro kiểu Bowie-Jagger với hình con rồng chạy dọc ống quần càng gây ấn tượng mạnh. Với trang phục này của Gucci, Harry Styles đã biến mình trở thành ông hoàng Glam Rock thực sự!



LOUIS VUITTON

Tổ chức show diễn Resort tại bảo tàng Miho, Kyoto, Nhật Bản.

Trên Instagram, nhà thiết kế của thương hiệu Louis Vuitton, ông Nicolas Ghesquière đã thông báo địa điểm giới thiệu bộ sưu tập tiếp theo của nhà mốt Louis Vuitton: bộ sưu tập Resort. Cụ thể, bảo tàng Miho Museum (ở ngoại ô Kyoto, Nhật Bản) đã là nơi diễn ra show vào ngày 14/05. Được thiết kế bởi kiến trúc sư nổi tiếng của phong trào Kiến trúc Hiện đại, ông Ieoh Ming Pei, vào năm 1997, bảo tàng Miho được bao bọc bởi một rừng cây. Nếu từ bên ngoài nhìn vào, công trình này dường như mang trong mình dáng dấp của một địa điểm trong mơ: Shangri-La. "Địa điểm này ngay lập tức đã truyền cảm hứng cho tôi," nhà thiết kế chia sẻ. "Sau sa mạc và Palm Springs, sau đại dương và Rio (de Janeiro), tôi muốn giới thiệu với giới mộ điệu một quang cảnh khác, để họ có thể thả mình vào không gian xanh ngắt của rừng cây. Với bảo tàng Miho, chúng tôi đang tiếp tục hành trình kiến trúc đúng chuẩn Maison Louis Vuitton của mình. Tôi tin rằng, với show diễn Cruise 2018, chúng tôi sẽ đưa những người yêu thời trang tới một khung cảnh thiên nhiên đa dạng, sự hùng vĩ về mặt địa lý và một tầm nhìn kiến trúc độc đáo." Và đúng như những gì mà nhà thiết kế, "cậu bé vàng" của làng thời trang Ghesquière khẳng định, show diễn thật hoàn hảo.

GIVENCHY

Giới thiệu dòng sản phẩm thời trang dành cho trẻ em.



Sau khi bổ nhiệm Clare Waight Keller trở thành "kẻ kế nhiệm" cho vị Giám đốc nghệ thuật Riccardo Tisci, có vẻ như nhà mốt Givenchy đang có những kế hoạch lớn cho thời gian tới. Mới đây nhất, thương hiệu đã đưa ra thông báo về việc lần đầu tiên họ sẽ cho ra mắt bộ sưu tập thời trang dành cho trẻ em vào thời điểm cuối mùa hè này. Được biết, trước khi rời Givenchy, Ricardo Tisci đã từng lên kế hoạch thiết kế các trang phục cho nhóm khách hàng nhí nhưng sau khi Clare Waight Keller đến, kế hoạch này mới được thực hiện. Đối tượng khách hàng phục vụ sẽ là những em bé từ mới sinh tới những trẻ 12 tuổi. Bộ sưu tập dự kiến gồm 130 mẫu thiết kế. Trong đó có 40 mẫu dành cho bé nam, 60 mẫu dành cho bé nữ, 30 mẫu còn lại dành cho các bé nhỏ tuổi hơn. Có thể nói, sau những Gucci, Versace và D&G, Givenchy sẽ là nhà mốt xa xỉ tiếp theo bước chân vào thế giới thời trang nhí.

https://tieulun.hopto.org



MOSCHINO X CANDY CRUSH ▲

Giới thiệu bộ sưu tập lấy cảm hứng từ game Candy Crush.

Jeremy Scott, Giám đốc sáng tạo quyền lực của nhà mốt Moschino, đã một lần nữa trở lại với giới mộ điệu cùng sứ mệnh mang các yếu tố chủ đạo nhất của văn hóa đại chúng vào thời trang xa xỉ. Sau những cảm hứng về đồ ăn nhanh, những điếu thuốc lá, và những viên thuốc con nhộng trong quá khứ, niềm cảm hứng mới nhất của Scott (lần này) lại đến từ thế giới kỹ thuật số. Vị giám đốc sáng tạo đầy tài hoa của chúng ta đã quyết định tiến hành hợp tác với nhà sản xuất tựa game rất được yêu thích bởi các tín đồ smartphone và máy tính bảng: Candy Crush. Chia sẻ về sự hợp tác này, đại diện của Candy Crush vui vẻ và phấn khích cho biết: "Cách tiếp cận của Jeremy với thời trang là sự tươi vui, vui vẻ và đầy màu sắc tươi sáng, do đó, sự hợp tác giữa Moschino x Candy Crush là sự hợp tác hoàn hảo một cách tự nhiên và để khởi động lễ kỷ niệm sinh nhật 05 năm của Candy Crush." Các sản phẩm cho hợp tác lần này gồm đồ bơi, ba lô và vỏ dán điện thoại. Sản phẩm đã được bán online tại website Moschino.com; tại các thị trường Anh, Pháp, Mỹ, Đức, Tây Ban Nha và Nhật Bản từ ngày 15/04.

JIL SANDER ▼

Bổ nhiệm Giám đốc sáng tạo mới.

Sau sự ra đi của nhà thiết kế Rodolfo Paglialunga vào tháng trước, nhà mốt Jil Sander đã nhanh chóng tìm được người thay thế cho vị trí Giám đốc sáng tạo đang bỏ trống này. Và cái tên được lựa chọn, không quá bất ngờ, là cặp đôi, vợ chồng Luke và Lucie Meier. Vợ chồng nhà Meicer đều là những người có nhiều năm làm việc trong lĩnh vực thời trang. Lucie trước đó từng làm việc cho Balenciaga, Louis Vuitton và sau đó là Dior - nơi bà đã từng sát cánh cùng Serge Ruffieux thực hiện những bộ sưu tập quan trọng trong thời điểm Raf Simons rời nhà mốt, còn Maria Grazia Chiuri vẫn chưa về. Trong khi đó, Luke từng là nhà thiết kế chính của thương hiệu Supreme trong 08 năm trước khi rời đi để theo đuổi dòng sản phẩm thời trang riêng OAMC. Theo kế hoạch, Luke sẽ vẫn tiếp tục thương hiệu OAMC của mình khi làm việc cho Jil Sander. Như vậy, đây là lần đầu tiên cặp vợ chồng này cùng nhau làm việc tại một nhà mốt. Được biết, cặp đôi từng cùng theo học tại trường Florence Fashion School Polimoda này sẽ đồng giữ chức Giám đốc sáng tạo và sẽ làm việc với cả 02 dòng sản phẩm thời trang dành cho nam giới và nữ giới.





DIOR HOMME ◀

Ra mắt BST Pre-Fall 2017 tại Ginza Six, Ginza, Tokyo.

Nhân dịp khai trương tổ hợp bán lẻ Ginza Six ở quận Ginza, Tokyo, nhà mốt Dior đã giới thiệu những thiết kế mới nhất của bộ sưu tập Pre - Fall 2017 (thuộc dòng sản phẩm Dior Homme). Nhà thiết kế chính và cũng là Giám đốc sáng tạo của Dior Homme, ông Kris Van Assche đã kết hợp các yếu tố chủ đạo trong tủ quần áo Dior Homme cổ điển với các yếu tố đồ họa và các họa tiết graphic mới. Cửa hàng ở Ginza Six của thương hiệu tập trung vào các thiết kế may đo tailor và các bộ trang phục thể thao đẹp mắt mang theo một thái độ tích cực. Trong bộ sưu tập mới lần này của nhà mốt, bạn sẽ thấy một bảng màu đơn sắc với các chấm phá của màu xanh electric blue và màu đỏ năm 1947 của Monsieur Dior và các chấm tròn polka dot màu trắng. Dòng chữ NEWAVE được dùng để trang trí cho trang phục, khá trừu tượng và vui vẻ. Họa tiết trang trí này cũng gần như thể hiện đầy đủ đường hướng phát triển mới mà Van Assche đang cố gắng mang tới cho nhãn hàng Dior Homme.

https://tieulun.hopto.org

LIVING IS ALL ABOUT

MAAT KHAI MẠC TRIỂN LÃM

Thảo luận về trật tự thế giới mới.

Bảo tàng nghệ thuật, kiến trúc và công nghệ mới ở Lisbon (MAAT) đã được lựa chọn làm địa điểm cho một triển lãm nghệ thuật mang tính đối thoại về thực trạng tâm lý của văn minh đô thị. Toà nhà của bảo tàng mang phong cách thiên nhiên nhưng vẫn đậm chất vị lai được thiết kế bởi kiến trúc sư Amanda Levete, được xây dựng bên bờ sông Tangus, đã nhận được giải thưởng thành phố tốt nhất của Wallpaper vào năm 2017. Triển lãm có tựa đề 'Utopia/Dystopia: Sự thay đổi mang tính kiểu mẫu trong nghệ thuật và kiến trúc,' trưng bày hơn 60 tác phẩm của các hoạ sỹ và kiến trúc sư – những người đã nghiên cứu những thay đổi lớn lao trong các kết cấu về chính trị qua các thiết kế và các công trình đô thị. Triển lãm nhấn mạnh những dịch chuyển từ những hoài nghi đối với các thiết kế hiện đại lý tưởng của cuối thế kỷ 20 tới sự ám ảnh đương thời dành cho những nỗi sợ hãi lan tràn thời kỳ hậu Internet, hậu kỹ thuật số và tự do dịch chuyển. Những vấn đề này đang cho thấy chỗ đứng thay thế của chúng cho những cấu trúc hậu chủ nghĩa tư bản và chủ nghĩa dân tộc



TRIỂN LÃM ETTORE SOTTSASS

Giới thiệu các tác phẩm thủy tinh của kiến trúc sư danh tiếng Ettore Sottsass.



Lần đầu tiên, triển lãm các tác phẩm điêu khắc thủy tinh của kiến trúc sư, nhà thiết kế Ettore Sottsass sẽ diễn ra tại bảo tàng Le Stanze del Vetro, trên đảo San Giorgio Maggiore, Venice. Các tác phẩm của Ettore Sottsass kể lại câu chuyện về cuộc đời làm nghệ thuật của ông. Triển lãm đầu tiên này sẽ trưng bày hơn 220 sản phẩm của Ettore, được thực hiện từ năm 1947 đến năm 2007. Triển lãm với tên gọi 'Ettore Sottsass: The Glass' được tổ chức đúng dịp kỷ niệm 100 năm ngày sinh của nhà chế tác và theo chia sẻ của nhà quản lý bảo tàng, ông Luca Massimo Barbero, "để tiết lộ một Sottsass chưa từng được thấy trước đây." Được biết, nhà thiết kế Sottsass lần đầu tiếp xúc với thủy tinh là vào năm 1946, sau khi ông chuyển đến Milan. Tác phẩm bằng thủy tinh đầu tiên của ông: chiếc bình hình cầu với các đường vân, (có lẽ) đã được trưng bày tại sự kiện triển lãm Triennale Milan lần thứ 08, có từ năm 1947. Ông tiếp tục làm việc với vật liệu này trong suốt cuộc đời nghệ thuật của mình và hợp tác với một số nhà máy sản xuất thủy tinh nổi tiếng nhất thời điểm đó như Vistosi, Toso Vetri d'Arte, Gino Cenedese e Figlio và Venini.

TRIỂN LÃM MARC QUINN

Diễn ra tại bảo tàng Sir John Soane Museum.

Kiến trúc sư trường phái Tân Cổ điển, Sir John Soane là một nhà sưu tầm nghệ thuật nhiệt thành. Kể từ sau cái chết của ông vào năm 1837, ngôi nhà ở London của ông được lưu giữ như một viện bảo tàng. Tới nay, ngôi nhà này vẫn còn nguyên vẹn (theo yêu cầu của Sir John Soane) với những phòng khách và các hành lang chất đầy các bản phác thảo, các bản vẽ kiến trúc và một bộ sưu tập đồ cổ khổng lồ mà ông sưu tập được. Sắp tới đây, ngôi nhà của Sir John Soane sẽ trở thành không gian trưng bày 12 tác phẩm điêu khắc của nhà điêu khắc Marc Quinn. Mỗi tác phẩm sẽ miêu tả sâu sắc "nàng thơ" của nhà điêu khắc: vũ công Jenny Bastet. Quinn từng là một trong những nghệ sỹ tiên phong của hiệp hội nghệ sĩ trẻ Young British Artists - những người đã là tâm điểm của giới nghệ thuật trong những năm 1990. Các tác phẩm điêu khắc của Quinn luôn gây tranh cãi với thế giới nghệ thuật khi ông từng giới thiệu những bức tượng dương vật của chính bản thân hay một bức tranh tự hoa vẽ bằng máu của mình. Mặc dù triển lãm lần này của Quinn có vẻ "lành" hơn nhưng yếu tố khiêu khích vẫn còn ở đó.



https://tieulun.hopto.org



TRIỂN LÃM CHẾ TÁC TRANG SỨC

Của thương hiệu Chaumet tại Bắc Kinh.

Scott Armstrong, một sinh viên của ngôi trường Central Saint Martin, mới đây đã có một bước tiến dài vào thế giới của những món đồ trang sức cao cấp. Cụ thể, anh đã thiết kế một chiếc vương miện cho thương hiệu trang sức xa xỉ, 230 năm tuổi, tới từ Pháp: Chaumet. Kể từ khi thành lập thương hiệu vào năm 1780, khoảng 20.000 chiếc vương miện đã được hãng thực hiện. Thiết kế của Armstrong được chọn làm tác phẩm chính trong triển lãm Imperial Splendours: The Art of Jewellery since the 18th Century. Đây là một triển lãm ở Bắc Kinh, trưng bày các sáng tạo của thương hiệu Chaumet từ thế kỷ 18 đến nay. "Là một nhà thiết kế 21 tuổi, được yêu cầu để sáng tạo tác phẩm cho một nhà trang sức có lịch sự lâu đời và cao quý như vậy thật điều đáng kinh ngạc. Scott Armstrong là 01 trong số 60 sinh viên theo học thiết kế trang sức tại trường nghệ thuật London và đăng ký tham gia vào cuộc thi (được tổ chức bởi Chaumet) thiết kế chiếc vương miện cho thế kỷ 21." Vertigies – tên chiếc vương miện của Armstrong thiết kế – nổi bật với các đường xiên và các đường cong, lấy cảm hứng từ thiết kế của các khu vườn cổ của Pháp. "Tên của vương miện gợi nhắc đến sự ưu việt của những khu vườn đó," nhà thiết kế trẻ tuổi, Amstrong chia sẻ. Với nhà nữ trang cao cấp của Pháp, Vertiges là biểu tượng tự hào cho các giá trị truyền thống và hiện đại mà thương hiệu đang hướng tới.

DELFINA DELETTREZ

Kỷ niệm 10 năm chế tác trang sức.



Thương hiệu chế tác trang sức Delfina Delettrez nổi tiếng với các thiết kế có tâm điểm là những con mắt có hồn. Năm nay, kỷ niệm tròn 10 năm thương hiệu gia nhập làng trang sức cao cấp, nhà thiết Delfina Delettrez đã cho ra mắt thiết kế Eyes on Me Brooch như một minh chứng chân thực nhất về sự phát triển và hoàn thiện trong quan điểm thẩm mỹ của người sáng lập thương hiệu. Thiết kế được thực hiện với vàng trắng, kim cương và ngọc trai nhiều màu. Thiết kế này phản ánh đam mê nhiều thập kỷ nay của nhà thiết kế dành cho những đôi mắt – một biểu tượng trân quý. Những tác phẩm trong bộ sưu tập Anatomik của cô nổi bật với hình sống mũi, đôi môi và đôi mắt được tráng men sáng và khảm nạm kim cương. "Những thiết kế đầu tiên của tôi khá giống những bức tranh biếm họa," cô chia sẻ. "Khi còn nhỏ, tôi đã được kể cho nghe về các phong tục của triều đại các vua George và triều đại của nữ hoàng Victoria, về việc phụ nữ bí mật thêu những đôi mắt nhỏ trong những bộ quần áo của người yêu họ để giám sát người yêu của mình mỗi khi họ không ở bên. Chúng cũng được xem là những tấm bùa hộ thân mà các cô gái trao cho các chàng trai". Nhà thiết kế chia sẻ.

NGHỆ SĨ THỊ GIÁC ANNETTE MESSAGER

Triển lãm đầu tiên tại nhà triển lãm Marian Goodman ở London.

Hội hoa đương đại dường như không ngừng phát hiện mình trong cuộc chiến giữa sự hợp lý và phi lý, giữa tính có thể và tính không thể, giữa cái hữu hình và cái vô hình. Chúng ta phải không ngừng đối mặt với câu hỏi liệu việc tìm hiểu một điều gì đó là tốt hoặc không tốt. Những câu hỏi trên dường như chính là vấn đề trung tâm của triển lãm đầu tay của họa sỹ Annette Messager tại nhà triển lãm Marian Goodman ở London, đánh dấu sự trở lại sau 08 năm (của ông) kể từ buổi trưng bày gần nhất tại nhà triển Hayward Gallery. Messager, một nghệ sỹ lập dị và đam mê nghệ thuật thị giác, sẽ mang đến cho người xem một loạt các câu đố về thị giác trong triển lãm lần này. Nghệ sĩ sẽ chơi đùa với tất cả các vật liệu và biểu tượng, từ những chiếc kéo, những chiếc lược, những cái kẹp tóc, chìa khóa, ... Triển lãm Avec et sans raison (Có và Không có lý do) của họa sỹ là sự diễn giải hoàn hảo những gì mà nhà văn Albert Camus vẫn gọi là 'vô lý': Sự xung đột giữa mong muốn hiểu biết mọi thứ của chúng ta trong khi chúng ta hoàn toàn chẳng hiểu gì cả.



https://tieulun.hopto.org

HUGH BROUGHTON ARCHITECTS

Tham gia dự án tái phát triển Henry Moore Foundation.

Quỹ Henry Moore Foundation – sẽ kỷ niệm 40 năm thành lập trong năm nay với một series các sự kiện đặc biệt – mới đây đã thông báo về công trình tái phát triển của quỹ: Dane Tree House ở Hertfordshire, Anh. Tổ chức này hiện có trụ sở tại nhà cũ và các studio của Henry Moore tại Perry Green, một diện tích rộng 70 arce với những khu vườn được thiết kế bởi vợ của Moore, bà Irina Moore. Trụ sở mới của quỹ - có một thư viện, quán cafe, shop, kho lưu trữ. Công trình sẽ do công ty của Anh, Hugh Broughton Architects thực hiện. Công trình sẽ "khai thác các quan điểm từ các tác phẩm điêu khắc của Moore," Hugh Broughton cho biết, với một nhà kính rộng đặt trong môi trường thôn dã - cảnh sắc mà từ đó, Moore tìm thấy cảm hứng sáng tạo cho các tác phẩm của mình. Henry Moore Foundation đã mở cửa trở lại vào cuối tuần lễ Phục Sinh với triển lãm Becoming Henry Moore sẽ kéo dài đến tháng 10. Triển lãm trưng bày các tác phẩm của Picasso, Hepworth, Michelangelo và Epstein bên cạnh các tác phẩm của Moore.





NASA THIẾT KẾ NHÀ KÍNH

Canh tác bền vững trên Sao Hỏa và Mặt Trăng.

Khi các phi hành gia đã thành công trong việc trồng cây và rau trên Trạm không gian vũ trụ quốc tế, các nhà khoa học của NASA tại Trung tâm Không gian Kennedy (Kennedy Space Center), Florida đang tiến hành hợp tác với một nhóm đại học để phát triển các phương pháp dài hạn, có thể hỗ trợ các nhà du hành làm việc trong không gian vũ trụ. Theo tiến sỹ Ray Wheeler, người lãnh đạo các nhà khoa học trong chương trình Kennedy Advanced Life Support Research, Dự án Nhà kính Mặt trăng/Sao Hỏa sẽ hỗ trợ việc trồng rau để làm thức ăn và trồng cây để duy trì các hệ thống hỗ trợ sự sống. "Chúng tôi đang làm việc với một nhóm các nhà khoa học, kỹ sư và các doanh nghiệp nhỏ tại Đại học Arizona để phát triển một hệ thống chu trình khép kín," ông cho biết. "Cách tiếp cận này sử dụng thực vật để loại bỏ carbon dioxide, bên cạnh việc cung cấp thức ăn và oxy cho con người ngoài không gian".

NHÀ XANH MASHAMBAS Ở CHÂU PHI

Giành chiến thắng cuộc thi thiết kế nhà chọc trời eVolo 2017.

Ngôi nhà chọc trời Mashambas được thiết kế để mở đầu cuộc cách mạng xanh cho những người sống ở vùng phụ cận sa mạc Sahara (vẫn còn sống trong cảnh đói nghèo). Được thiết kế bởi 02 kiến trúc sư Pawel Lipiński và Mateusz Frankowski người Ba Lan, đề xuất sáng tạo của họ đã được trao giải trong cuộc thi tòa nhà chọc trời năm 2017 của eVolo. Được biết, sử dụng kiến trúc để cải thiện cuộc sống cho nông dân nghèo là một trong những mục tiêu chính của Mashambas. Công trình này sẽ hoạt động như một trung tâm giáo dục di động, được dựng nên ở những khu vực nghèo nhất của châu lục này. Các chương trình đào tạo, phân bón, hạt giống sẽ được mang tới hỗ trợ cho nông dân nghèo để họ có cơ hội sản xuất ra nhiều sản phẩm hơn trên cùng một diện tích . Sản xuất nông nghiệp xung quanh tòa nhà sẽ bắt đầu phát triển và khi cộng đồng địa phương có thể tự túc, công trình sẽ được chuyển tới một khu vực khác.



https://tieulun.hopto.org



ROHAN SHARAD DAHOTRE

Văn hóa bộ tộc trên tranh vẽ động vật

Nhà thiết kế, họa sĩ vẽ tranh minh họa người Ấn Độ, Rohan Sharad Dahotre, đã tìm thấy nguồn cảm hứng sáng tác mới từ các loài động vật và tự nhiên và một dự án đã được thực hiện với mong muốn 'khoác' lên mình các loài động vật màu sắc bộ lạc. Mục tiêu chính của dự án là nhằm tôn vinh vẻ đẹp trong đặc tính, hành vi, màu sắc, và kết cấu của các loài động vật tự nhiên. "Ý tưởng ban đầu của tôi là thử nghiệm những mẫu hoa văn đặc trưng của các bộ lạc trên hình ảnh động vật trong tự nhiên," Rohan Sharad Dahotre xác nhận. "Tôi luôn luôn cảm nhận được mối quan hệ và niềm cảm hứng giữa tôi và những mẫu hoa văn này, đặc biệt là của các bộ lạc châu Phi. Tác phẩm đầu tiên của tôi là tạo hình một con tê giác và đã nhận được nhiều phản hồi tích cực, điều đó đã thúc đẩy tôi thực hiện dự án này.

OKUDA SAN MIGUEL

Tô màu cho nhà thờ trăm năm tuổi.

Nhà thờ International Church of Cannabis là một trung tâm cộng đồng, phi lợi nhuận và không gian tâm linh dành cho người trưởng thành đi tìm kiếm sự đoàn kết và những giá trị tinh thần. Nằm ở thành phố Denver, Colorado, Hoa Kỳ. Nhà thờ độc đáo này đã có cách tiếp cận ấn tượng và hoàn toàn khác biệt đối với tôn giáo. Bên trong nhà thờ hơn 100 năm tuổi này, họa sĩ Okuda San Miguel đã vẽ lên tường và trần nhà các bức bích họa hình các lăng kính, hình các động vật và các nhân vật thần thoại và những motif có sẵn trong thế giới tự nhiên. Trên trần nhà, họa sư Okuda tiếp tục sử dụng và sắp đặt các màu sắc đậm, nhạt để tạo những kịch tính, ấn tượng với hình ảnh khuôn diện của các động vật như bò tót hay gấu. Sự huyền ảo tự nhiên của những sinh vật này đã được thiết kế phù hợp với chất lượng tinh thần và sự siêu thực của nhà thờ độc đáo này. Đây sẽ không chỉ là một nơi để thăm quan mà còn là một nơi để khám phá những giá trị nghệ thuật mới mẻ.



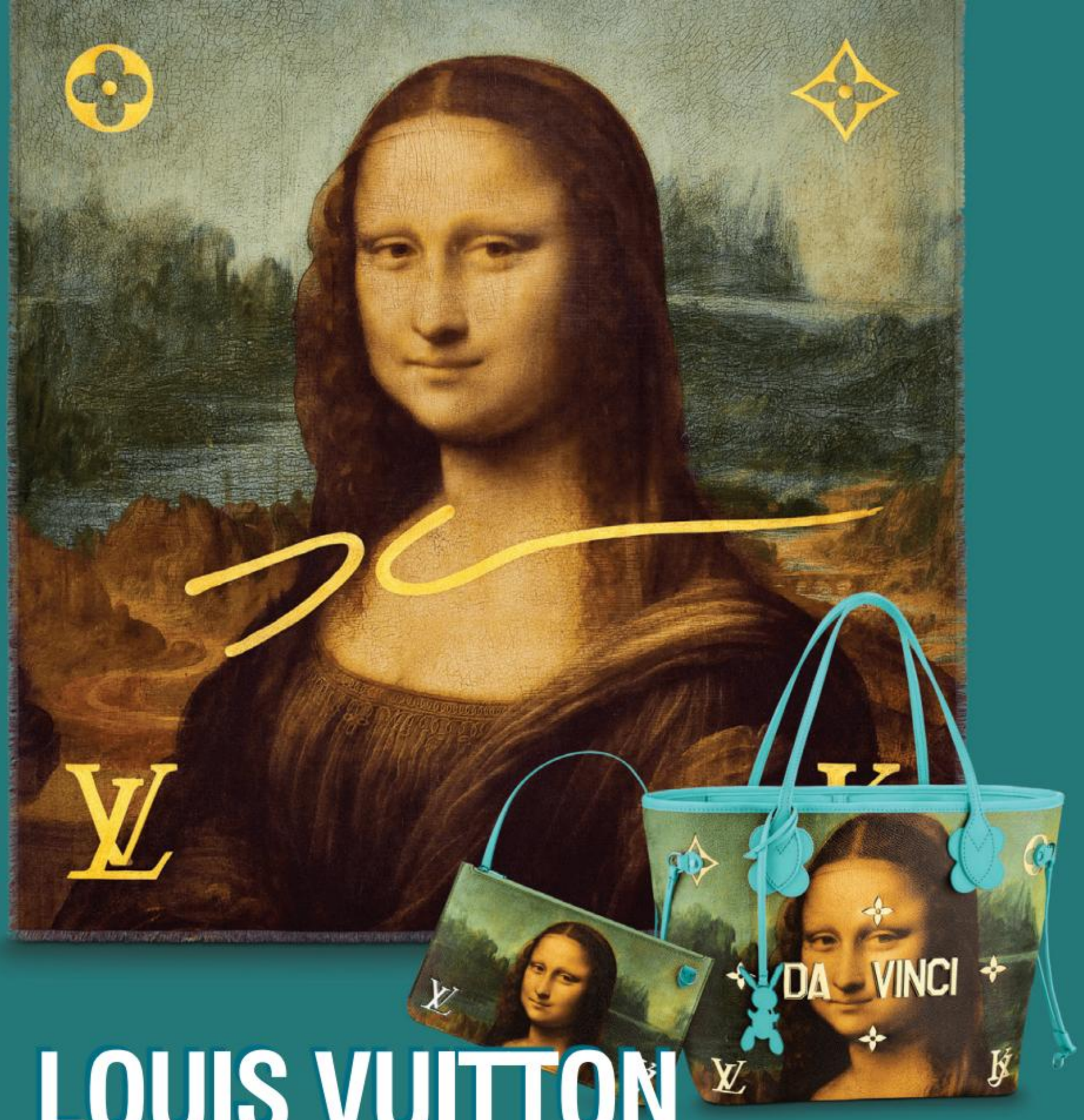
DỰ ÁN XANH Ở MILAN

Mở ra tương lai cho kiến trúc đô thị.



Được thiết kế bởi ekip của công ty Boeri Studio, tòa tháp đôi Bosco Verticale, nằm ở Porta Nuova, Milan có chiều cao lần lượt là 110m và 76m là ngôi nhà của 1.100 cây thân gỗ và 2.500 cây thân thảo. Đây sẽ là một khu rừng đa tầng khi toàn bộ số cây này sẽ được trồng phân bố đều trong toàn bộ diện tích của 02 tòa tháp. Mặt tiền tòa nhà sẽ thay đổi theo điều kiện của khí hậu, mang tới cho cư dân nơi đây quang cảnh bao quát toàn cảnh Milan. Công trình cũng góp phần quan trọng trong dự án cải tạo môi trường thành phố này. Công trình đã giành giải International Highrise Award – giải thưởng uy tín quốc tế trao 02 năm một lần cho các tòa nhà chọc trời. Ban giám khảo cho rằng dự án này có thể xem là nguyên mẫu lý tưởng cho các tòa nhà thành phố trong tương lai: "Vườn đứng là một biểu hiện của nhu cầu cuộc sống cho tiếp xúc với thiên nhiên".

https://tieulun.hopto.org



LOUIS VUITTON VÀ NGHỆ THUẬT

XUYÊN SUỐT LỊCH SỬ THƯƠNG HIỆU, LOUIS VUITTON ĐÃ LUÔN DÀNH MỘT MỐI QUAN TÂM ĐẶC BIỆT CHO MỸ THUẬT. VÀO THẬP NIÊN 1920, GASTON-LOUIS VUITTON, CHÁU NỘI CỦA NGƯỜI SÁNG LẬP, ĐỒNG THỜI CŨNG LÀ MỘT NHÀ SƯU TẬP CÁC TÁC PHẨM NGHỆ THUẬT NỔI TIẾNG ĐÃ MỜI CÁC NGHỆ SỸ TRANG TRÍ CHO CÁC CỬA SỔ TRƯNG BÀY CỦA HÃNG. TRONG HAI THẬP KỶ TRỞ LẠI ĐÂY, MỐI QUAN TÂM CỦA THƯƠNG HIỆU VỚI NGHỆ THUẬT, NGÀY CÀNG TRỞ NÊN SÂU ĐẬM HƠN QUA VIỆC LOUIS VUITTON CỘNG TÁC NHIỀU HƠN VỚI CÁC NGHỆ SỸ NỔI TIẾNG TRONG CÁC DỰ ÁN ĐẶC BIỆT ĐỂ KHÔI PHỤC LẠI CÁC BIỂU TƯỢNG CỦA THƯƠNG HIỆU VÀ MỞ RA MỘT NỀN TẢNG RỘNG LỚN HƠN CHO NGHỆ THUẬT.

https://tieulun.hopto.org



Điển hình như bộ sưu tập thời trang Xuân Hè 2001, Stephen Sprouse - nhà thiết kế kiêm nghệ sĩ người New York, đã trang trí những chiếc túi xách Louis Vuitton bằng cách tô điểm Monogram với màu sắc rực. Đây là một bước đi đầy kịch tính, vì từ trước tới nay, hoa văn Monogram là một biểu tượng bất khả xâm phạm. Nếu đó là một quyết định mạo hiểm thì nó thực sự thành công vì đã tạo ra một BST nổi tiếng và đáng nhớ nhất trong lịch sử thời trang đồng thời mở đường cho các nghệ sĩ khác tham gia vào việc cách điệu hoa văn truyền thống này. Sprouse cũng đã sửa đổi các mẫu từ kho lưu trữ của chính mình để sử dụng cho dự án đó, bao gồm một mẫu in thử hoa văn báo đốm vẽ từ chữ U mà vẫn được sử dụng như là một bản in của Louis Vuitton cho đến ngày nay.

Được mời hợp tác trong bộ sưu tập Xuân Hè 2003, nghệ sĩ người Nhật Takashi Murakami đã tạo ra bộ sưu tập Multicolore Monogram, trong đó hoa văn Monogram được sáng tạo với đa dạng sắc màu trên bảng màu pop đặc biệt của ông. Các họa tiết khác mà họa sĩ vẽ trên Monogram bao gồm Monogramouflage và Cherry Blossom; Ông thậm chí còn in những nhân vật hoạt hình mang các tác phẩm nghệ thuật của ông vào túi Louis Vuitton. Cho đến bây giờ, các tác phẩm giữa ông và Louis Vuitton vẫn đang hiện diện tại một số cửa hàng trên thế giới.

BST Xuân Hè 2008 của Louis Vuitton là kết quả từ việc hợp tác với Richard Prince, nghệ sĩ Mỹ luôn hâm mộ những yếu tố đời thường từ văn hoá quần chúng. Loạt tranh "Jokes" của ông đã được thể hiện lên túi Louis Vuitton một cách cẩn thận và hoa văn Monorgam xuất hiện lấp lánh theo phong cách của Prince. Hơn thế nữa, Louis Vuitton đã mở màn show diễn thời trang năm đó bằng hình mẫu của cô y tá – lấy cảm hứng từ loạt tranh "Nurses" của Prince từ thiết kế cho đến màu sắc.

https://tieulun.hopto.org

Mùa hè năm 2012 công chúng được dịp chiêm ngưỡng một dòng sản phẩm mới gồm túi, quần áo và phụ kiện được thiết kế bởi nghệ sĩ Nhật Yayoi Kusama. Được bắt gặp nhiều nhất trong BST đó là hoa văn chấm bi đa dạng cỡ - biểu hiện của chứng rối loạn thị giác gây tổn thương cho chính bà. Để kỷ niệm dịp đặc biệt này, Kusama cũng đã thiết kế cửa sổ cho các cửa hàng Louis Vuitton, trong đó có bức tượng của bà.

Louis Vuitton cũng hợp tác với các James Turrell hoặc Olafur Eliasson để tổ chức các sự kiện đặc biệt, thiết kế sản phẩm giới hạn và triển khai các tác phẩm nghệ thuật tại cửa hàng. Năm 2009, nghệ sĩ người Anh Damien Hirst đã tạo ra hai chiếc rương bằng da màu đen để đựng dụng cụ phẫu thuật. Daniel Buren, nghệ sĩ người Pháp theo trường phái minimalism đã hợp tác với Louis Vuitton trong BST Xuân Hè 2013 qua hình ảnh bốn chiếc thang cuốn dài - một đặc điểm quen thuộc của ông trong một không gian khổng lồ của bảo tang Louvre. Hoa văn caro của ông cũng được áp dụng trên những mẫu túi lúc bấy giờ.

Louis Vuitton luôn trưng bày các tác phẩm của những hoạ sĩ đương đại tại các cửa hàng trên toàn thế giới. Sau khi giới thiệu một loạt các không gian triển lãm nghệ thuật như Espaces Louis Vuitton, Paris, Tokyo, Munich và Venice, năm 2014, sự đam mê của thương hiệu thời trang đối với nghệ thuật đã lên đến đỉnh cao trong sự ra đời của Fondation Louis Vuitton, một bảo tàng đặc biệt được thiết kế bởi Frank Gehry Tại Paris có 11 phòng trưng bày dành riêng cho việc quảng bá nghệ thuật hiện đại và đương đại.

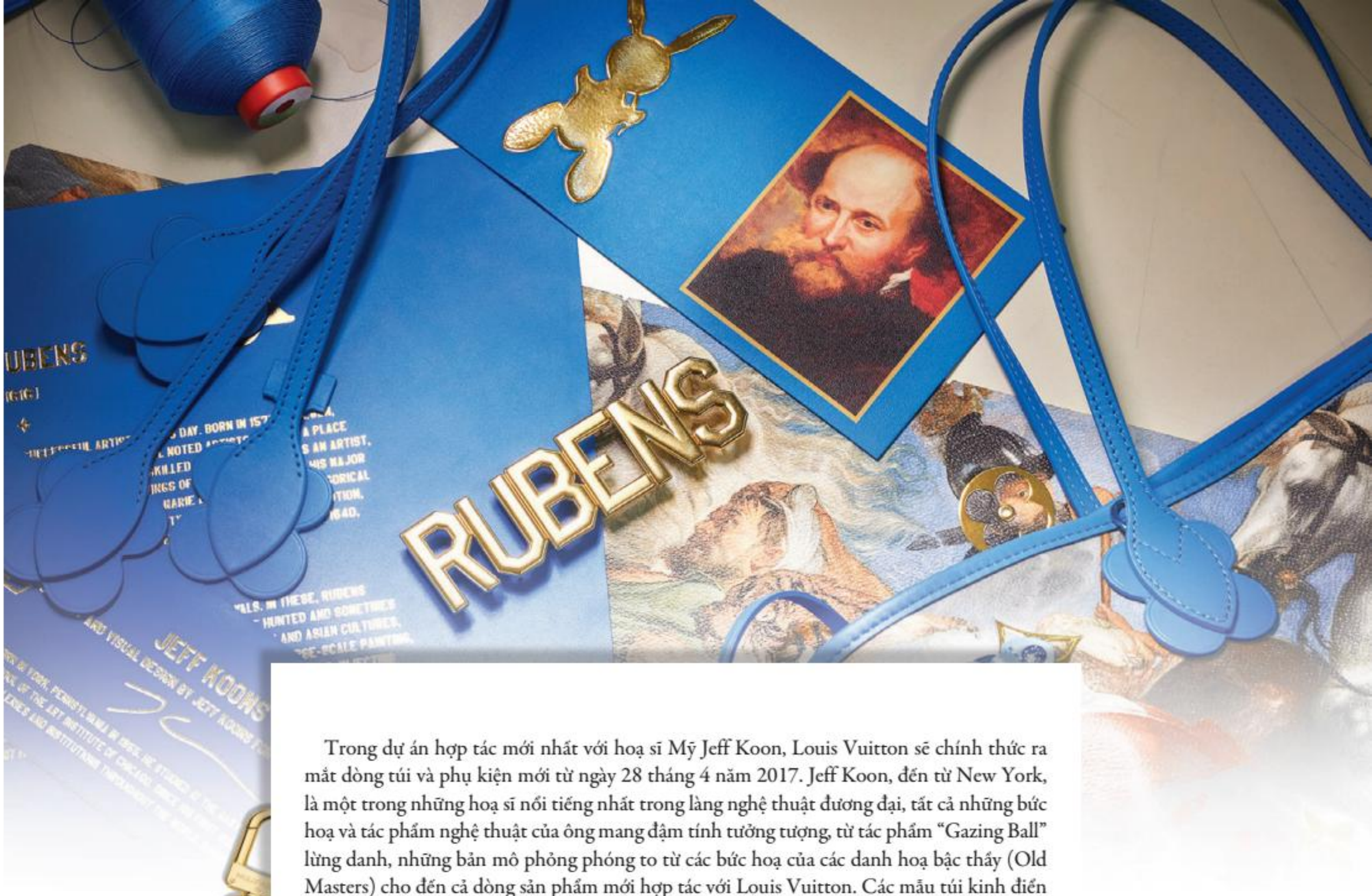
NHỮNG BẬC THẦY

Louis Vuitton cùng với Jeff Koons giới thiệu bộ sưu tập mới gồm túi và phụ kiện sẽ được chính thức ra mắt từ ngày 28 tháng 4 năm 2017.

Trong những năm gần đây, Louis Vuitton luôn khẳng định mối liên hệ bền chặt giữa thương hiệu thời trang và thế giới nghệ thuật qua những bộ sưu tập danh giá đồng thiết kế với các nghệ sĩ của thời đại như Stephen Sprouse, Takashi Murakami, Richard Prince, Yayoi Kusama, Cindy Sherman, James Turrell, Olafur Eliasson và Daniel Buren. Họ đã cùng làm việc với Louis Vuitton cho ra đời những "món hàng" mang đậm tính nghệ thuật, những dòng sản phẩm mới, những thiết kế được mang lên sàn diễn và đồng thời cũng làm nổi bật vai trò bảo hộ và phục vụ nghệ thuật của thương hiệu thời trang trong việc mở lối trải nghiệm cho công chúng. Và điều này được minh chứng qua bảo tàng Fondation Louis Vuitton khai trương năm 2014, nơi chuyên trưng bày những tác phẩm nghệ thuật và được thiết kế bởi Frank Ghery.



https://tieulun.hopto.org



Trong dự án hợp tác mới nhất với hoạ sĩ Mỹ Jeff Koon, Louis Vuitton sẽ chính thức ra mắt dòng túi và phụ kiện mới từ ngày 28 tháng 4 năm 2017. Jeff Koon, đến từ New York, là một trong những hoạ sĩ nổi tiếng nhất trong làng nghệ thuật đương đại, tất cả những bức hoạ và tác phẩm nghệ thuật của ông mang đậm tính tưởng tượng, từ tác phẩm "Gazing Ball" lừng danh, những bản mô phỏng phóng to từ các bức hoạ của các danh hoạ bậc thầy (Old Masters) cho đến cả dòng sản phẩm mới hợp tác với Louis Vuitton. Các mẫu túi kinh điển của Louis Vuitton như Speedy, Keepall hay Neverfull được khoác lên mình các kiệc tác của da Vinci, Titian, Rubens, Fragonard và Van Gogh. Để bảo toàn nguyên vẹn sự tuyệt vời của những kiệc tác này, Louis Vuitton đã vượt qua giới hạn thông thường bằng việc áp dụng kỹ thuật sản xuất cực kì phức tạp.

Khi chọn lọc những tác phẩm hội hoạ tiêu biểu trong quá khứ, loạt tranh Gazing Ball của Koons đã đặt người họa sĩ trong một dòng chảy ảnh hưởng và cảm hứng xuyên suốt lịch sử nghệ thuật phương Tây. Và ngày nay, qua việc khơi gợi lại những kiệt tác này trên túi Louis Vuitton, Jeff Koons một lần nữa mời khán giả chiêm ngưỡng những tác phẩm này trong một bảo tàng mở và điều đó mở ra những lối trải nghiệm mới lạ cho công chúng. Những chiếc túi được thực sáng tạo trên chất liệu cao cấp, và mỗi dáng túi thể hiện một bức tranh với tên của danh hoạ trên đó.

Koons cũng tái thiết kế chữ viết tắt của ông để đặt cạnh bên cạnh hoa văn Monogram truyền thống của Louis Vuitton – một điều chưa từng có tiền lệ. Cũng như các bức tranh Gazing Ball đã cho Jeff Koon một vị trí trong lịch sử nghệ thuật, BST này cũng ghi tên Jeff Koon vào di sản truyền thống của Louis Vuitton. Đây chính là sức mạnh của nghệ thuật đã bắt cầu quá khứ và ngày nay. Tất cả chi tiết của hoa văn Monogram được làm mới bằng chất liệu kim loại cũng giống như chữ ký của Jeff Koons trên thân túi. Đính kèm theo từng chiếc túi là một chú thỏ, motif kinh điển của sự nghiệp sang tác của Jeff Koons suốt 40 năm và bên trong thân túi là tiểu sử và chân dung của các danh hoạ bậc thầy (Old Master) đã vẽ nên kiệt tác ấy.

Đợt ra mắt vào mùa xuân năm nay đánh dấu chặn đường đầu tiên giữa Louis Vuitton và Jeff Koons. Những bước tiến kế tiếp sẽ được công bố trên nỗ lực gắn kết đào sâu vào lịch sử nghệ thuật.



https://tieulun.hopto.org

TINH THẦN ANH QUỐC
KỶ NGUYÊN MỚI CỦA XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU

KHÁI NIỆM DI SẢN ĐANG ĐƯỢC SỬ DỤNG NHƯ MỘT CÔNG CỤ TIẾP THỊ UU VIỆT. CÁC THƯƠNG HIỆU TRẺ CỦA ANH QUỐC ĐANG CHẠY ĐUA THEO XU THẾ NÀY, MỞ RA MỘT TRANG SỬ MỚI TRONG NGÀNH MARKETING VÀ BRANDING. CHÀO MỪNG BẠN ĐẾN VỚI KỶ NGUYÊN CỦA NHỮNG DI SẢN MỚI.



Tại phố St James, London, một biển hiệu của một cửa hàng được treo lên với cái tên Lock & Co và phía dưới là dòng chữ đầy tự hào "Được thành lập năm 1676". Là cửa hàng mũ lâu đời nhất trên thế giới, và vẫn là một doanh nghiệp gia đình, Lock & Co là hình ảnh thu nhỏ điển hình một thương hiệu Anh cổ điển, với nguồn gốc lâu đời, một tinh thần Anh quốc rõ nét (thực tế, đây là nơi đã phát minh ra chiếc mũ bowler) với rất nhiều người Anh nổi tiếng là các khách hàng trong quá khứ (Messrs Churchill và Nelson). Và mặc dù trong những năm gần đây, công ty đã hợp tác với những cái tên như Vivienne Westwood, Jimmy Choo và Mr. Porter, thực tế khá rõ ràng rằng kinh nghiệm thu được từ hơn 03 thế kỷ kinh doanh mũ cho phép Lock & Co có một lợi thế nhất định đối các đối thủ cạnh tranh. Không thể phủ nhận việc được xem là một thương hiệu di sản của Anh quốc là một chiến lược marketing mạnh mẽ, cả trong và ngoài nước. Những giá trị Anh quốc mang một ý nghĩa đặc biệt đối với các quốc gia như Nhật Bản, Trung Quốc, và Trung Đông. Thực tế, nếu bạn có thể mang tới những quốc gia này những sản phẩm được xem là Anh quốc điển hình, được sản xuất ở Anh, sử dụng những chất liệu của Anh, khả năng thành công của bạn rất lớn.

Tuy nhiên, có vẻ như khái niệm về 'di sản Anh' này đang có xu hướng mở rộng hơn hay nói cách khác, nó không còn giữ được quy chuẩn như trước khi không ít các thương hiệu vốn được xem

https://tieulun.hopto.org



Thương hiệu mũ 341 năm tuổi của London: Lock & Co.

"di sản của Anh quốc" đang thuê mướn gia công các sản phẩm của họ ở nước ngoài. Từ Barbour tới Bentley, từ Mulberry tới Burberry – các thương hiệu lâu đời và lâu năm của Anh – trong những năm gần đây đang cắt giảm sản xuất trong nước và thuê mướn một quốc gia thứ 03 làm việc đó. "Uber, Airbnb, Oscar, Tesla. Tất cả các thương hiệu đó đang phát triển như vũ bão. Tất cả các thương hiệu đó đều có lịch sử chưa đầy 01 thập kỷ. Giờ có ai quan tâm đến di sản? Chúng ta đang sống trong một thế giới mà những gì mất 200 năm để xây dựng giờ cần chưa tới 20 năm," Nick Clark, Giám đốc sáng tạo tại công ty chuyên hoạt động trong lĩnh vực xây dựng thương hiệu The Partners, đã viết như vậy trong tạp chí Advertising Age.

Không còn nghi ngờ gì nữa, các thương hiệu mới đang "sáng chế" lại ý nghĩa của hai từ "di sản".

Di sản mới

"Di sản mang ý nghĩa chuyển giao kỹ năng và kiến thức từ thế hệ này sang thế hệ khác," Michelle Emmerson, cựu Giám đốc điều hành của liên minh 170 thương hiệu cao cấp Walpole, nhấn mạnh. Walpole là đơn vị thực hiện chương trình Brands of Tomorrow với mục đích hỗ trợ thế hệ các thương hiệu xa xỉ kế tiếp của Anh. "Còn khái niệm di sản mới. Về bản chất, đây là tận dụng tối đa truyền thống xa xỉ của Anh và kết hợp với các ý tưởng mới mẻ, cho dù đó là bổ sung thêm công nghệ tiên tiến hay làm mới các thiết kế cổ điển cho những khách hàng ngày càng sành điệu - những người (dễ có khả năng) bị ảnh hưởng bởi các blogger và truyền thông xã hội, hơn là quảng cáo truyền thống."

Các thương hiệu tham gia chương trình Brands of Tomorrow của liên minh xa xỉ Anh quốc: Walpole không được phép có tuổi đời vượt quá 10 năm. Các thương hiệu phải hướng tới mục tiêu chung là tạo ra di sản cho tương lai. Các thành viên từng tham gia chương trình là Bremont, Charlotte Olympia, Emilia Wickstead, Miller Harris, Rococo Chocolates, Nyetimber và thương hiệu trang sức Astley Clarke. CEO Scott Thomson của thương hiệu Astley Clarke chia sẻ: "Phong cách Anh vẫn rất được ưa chuộng. Những khách hàng sành điệu của chúng tôi vẫn đang tìm kiếm các sản phẩm chất lượng cả về nguồn gốc lẫn phong cách - điều chỉ các thương hiệu lớn của Anh mới có thể thực hiện."



Nick English (bên phải) người sáng lập thương hiệu đồng hồ Bremont.

Tham chiếu từ lịch sử

Trong một số trường hợp, một người hay một sự kiện nào đó sẽ tạo tiền đề trong quá khứ cho một công ty (hiện tại) bám víu. Ông Scott Thomson cho rằng các thương hiệu mới cũng cần phải có một câu chuyện lịch sử để liên kết mọi người lại. Đối với cá nhân Thomson, di sản kế thừa từ con người. "Khi một thương hiệu mới bắt đầu, điều quan trọng là phải có một câu chuyện – Astley Clarke được thành lập dựa trên di sản và danh tiếng của ông nội người sáng lập, Bec Astley Clarke (Sir Cyril, người đã được phong tước nhờ công trình nghiên cứu gene của ông) và cha của cô (Charles Clarke là bác sĩ đầu tiên của Anh chinh phục đỉnh Mount Everest)".

Tương tự như vậy, Private White VC., một thương hiệu chuyên về dòng thời trang nam, do James Eden sáng lập vào năm 1997, dựa trên danh tiếng của ông nội của ông: Jack White. Jack White là một quân nhân được trao tặng huân chương Victoria Cross (Anh dũng bội tinh) vào năm 1918. Bộ sưu tập của thương hiệu cũng mô tả chính xác nguồn gốc của thương hiệu với cảm hứng đến từ những trang phục thường ngày của Jack White – các trang phục cổ điển thời chiến, được thiết kế mới với các đặc điểm bổ sung và các chi tiết phù hợp hơn với cuộc sống hiện đại.

Bremont, thương hiệu đồng hồ danh tiếng của Anh Quốc, với rất nhiều sản phẩm được sản xuất ở Henley-on-Thames và Silverstone cũng là một trường hợp tương tự. 02 anh em nhà sáng lập thương hiệu, Nick và Giles English đã thành lập thương hiệu vào năm 2002. Một phần lịch sử thương hiệu gắn liền với người cha của họ, người đã thiệt mạng nhiều năm trước trong một tai nạn máy bay. Cả Nick và Giles đều đã được làm quen với thuật chế tạo đồng hồ thông qua cha của họ, và thường chia sẻ tình yêu dành cho những chiếc đồng hồ cổ. Khi thành lập thương hiệu, cả 02 người đều giải thích họ được truyền cảm hứng từ những thiết kế hiện đại. Điều này có thể thấy rõ trong hợp tác của thương hiệu với những cái tên như Jaguar hay Boeing. Nhưng hai nhà

https://tieulun.hopto.org





Người sáng lập thương hiệu trang sức Astley Clarke.

sáng lập cũng chia sẻ họ thấy có một gắn kết chặt chẽ với lịch sử chế tác đồng hồ Anh quốc. "Chúng tôi luôn ý thức, ngay từ khi mới bắt đầu, rằng chúng tôi không muốn mở ra một thương hiệu truyền thống mà chúng tôi có thể dễ dàng thực hiện," Giles cho biết. "Nhưng chúng tôi cũng luôn tự hào về lịch sử chế tác đồng hồ Anh quốc; một phần quan trọng trong những gì chúng tôi đang làm là mang thuật chế tác đồng hồ quay trở lại Vương quốc Anh."

Tom Broughton, nhà sáng lập thương hiệu kính mắt Cubitts, cũng giải thích cách tiếp cận của ông là nuôi dưỡng những đặc tính truyền thống trong những thiết kế mang tinh thần Anh quốc và khai thác lịch sử đó như là một phần trong nhận diện thương hiệu của ông. Ông giải thích cách những cặp kính đeo mắt đầu tiên được ra đời ở Soho vào năm 1730, và trong 02 thế kỷ sau đó, London đã là tiêu chuẩn vàng cho nghệ thuật chế tác thủ công. "Đối với chúng tôi, đó là một tập hợp các nguyên tắc - cung cấp các dịch vụ và sản phẩm từng là linh hồn của Anh quốc. Chúng tôi mong đợi việc có thể ca ngợi thành công ngành công nghiệp Anh bị quên lãng của chúng tôi."



Tom Broughton, nhà sáng lập thương hiệu kính mắt Cubitts.

Sản xuất tại Anh - Made in Britain

Dòng chữ 'Được chế tác thủ công ở Anh' hay 'Made in Britain' là tấm vé bảo đảm cho bất kỳ một thương hiệu nào của Anh quốc. "Mặc dù không phải là một thương hiệu quá đề cao di sản nhưng chúng tôi đã áp dụng những nguyên tắc truyền thống trong thiết kế và sản xuất," Simon Hadden, Giám đốc thương hiệu phụ kiện Alfie Douglas cho biết. "Trước khi sản xuất hàng loạt, các sản phẩm sẽ được chế tác trong xưởng, với các nhân viên chuyên nghiệp, với các nguyên liệu có nguồn gốc địa phương và chuỗi cung ứng giới hạn. Chúng tôi đề ra những yêu cầu khắt khe với thiết kế, và tự thực hiện các sản phẩm. Chúng tôi thậm chí tự thực hiện thiết kế, chụp ảnh và các công việc marketing."

Thương hiệu thiết kế nội thất Josephine Home - một thành viên khác của Walpole - cũng nhấn mạnh đến vai trò của xuất xứ. "Sẽ là thiếu sót nếu bỏ qua tất cả những vai trò mà Anh quốc đã mang đến trong thế giới thủ công độc bản," người sáng lập và Giám đốc sáng tạo Stephanie cho biết. "Mặc dù chúng tôi là thương hiệu tương đối trẻ (10 năm), nhưng chúng tôi áp dụng

https://tieulun.hopto.org



Thương hiệu mũ 341 năm tuổi của London: Lock & Co.

những kiến thức truyền thống và kiến thức chuyên sâu. Trong một thế giới, nơi tụ hội phong phú các sản phẩm tương tự nhau, 'Made in Britain' có rất nhiều trọng lượng và giá trị - nó đang ngày càng trở nên hiếm có và đặc biệt hơn nữa".

Câu chuyện của những tinh hoa

Richard Brendon, người sáng lập thương hiệu gốm mang tên ông, chia sẻ di sản Anh được thể hiện sâu sắc trên logo công ty, từ màu sắc đến kiểu chữ. "Logo của chúng tôi lấy cảm hứng từ một kiểu chữ đậm chất Anh quốc có tên là Johnson, được thiết kế bởi Edward Johnson vào năm 1913 cho hệ thống tàu điện ngầm London Underground. Kiểu chữ lồng vào nhau tôi lấy cảm hứng xây dựng thương hiệu từ nghề sản xuất đồ gốm của Anh thời Victoria. Màu nền xanh thẫm của logo tham khảo từ những màu sắc thịnh hành nhất trong đồ gốm của Anh, xanh coban."

Đại diện thương hiệu mỹ phẩm và nước hoa đang rất được ưa thích ở Anh: Noble Isle lại chọn cách tham chiếu những ý tưởng đã có trong lịch sử để tạo ra các sản phẩm hiện đại nhưng mang màu sắc cổ điển. "Đối với tôi," người sáng lập và là Giám đốc điều hành của hãng, Katy Simpson chia sẻ, "các thiết kế trong quá khứ trông rất sáng tạo, mạnh mẽ, sang trọng và cổ điển. Mặc dù Noble Isle là một thương hiệu trẻ nhưng nó có phong cách. Nó mang tới cho người dùng cảm nhận về một thương hiệu có nền tảng. Chúng tôi thường nói về 'The New Tradition' (Truyền thống mới). Nó thậm chí được in trên bao bì của chúng tôi và là một phần không thể tách rời trong logo của chúng tôi". Ngay cả tên của thương hiệu cũng nói đến một điều gì đó rất thuộc về Anh nhưng đã bị lãng quên - một hòn đảo nhỏ cao quý và cổ kính."

Đối với tất cả các cuộc thảo luận về di sản này, nhiều thương hiệu mới tự hào về sự khởi đầu gần đây của họ. "Di sản là điều rất quan trọng với tôi và với thương hiệu của tôi," Richard Brendon chia sẻ. "Chúng tôi làm việc với các xưởng thủ công lâu đời và tôi lấy cảm hứng từ những sản phẩm họ đã sản xuất và những kỹ năng mà họ đã làm chủ được qua nhiều thế kỷ nay. Nói như vậy không có nghĩa Richard Brendon là một thương hiệu di sản, chúng tôi là một thương hiệu mới nhưng đề cao di sản."

Scott Thomson của Astley Clarke đồng ý: "Chúng tôi thực sự tự hào là một thương hiệu trẻ. Chúng tôi chấp nhận cách tiếp cận hiện đại, mới lạ. Nhưng song song với đó, chúng tôi vẫn tiếp thu và duy trì những giá trị di sản Anh quốc."



https://tieulun.hopto.org

BALMAIN
SPRING 2017

Sự táo bạo, phá cách và đa dạng đã góp phần giúp Olivier Rousteing, vị Giám đốc sáng tạo trẻ tuổi của nhà mốt danh tiếng nước Pháp, Balmain, thực hiện bộ sưu tập Xuân 2017 đầy phong cách, mang tính thể nghiệm cao từ chất liệu đến kiểu dáng thiết kế. Những người mẫu nam của Balmain xuất hiện với nhiều phong cách và những trang phục khác nhau, từ những chiếc áo hoodie bằng lông cừu và những chiếc quần legging bằng denim đến những chiếc áo khoác jacket và những chiếc áo poncho đầy màu sắc, lấp lánh ánh kim, khiến bạn liên tưởng đến những vị vua Pharaoh. Trên thực tế, rất nhiều họa tiết trên các thiết kế lần này của Balmain được lấy cảm hứng từ nền văn minh cổ đại. Ngoài ra, trong bộ sưu tập này, nhà thiết kế Rousteing cũng thổi hồn một chút nữ tính mềm mại vào mỗi trang phục, với những chiếc jacket wrap bằng da lộn màu cát, kết hợp với những chiếc áo len dài và những chiếc áo caftan ngắn và thoải mái. Tất cả đã tạo nên một bộ sưu tập Xuân 2017 của Balmain đầy màu sắc và cuốn hút.











https://tieulun.hopto.org

BOTTEGA VENETA
SPRING 2017

Mùa Xuân 2017 này, thương hiệu thời trang xa xỉ của nước Ý, Bottega Veneta sẽ gửi đến giới mộ điệu bộ sưu tập lấy cảm hứng từ những trang phục của những công nhân lao động trong những nhà máy trong giai đoạn 1930 và 1940. Giám đốc sáng tạo của nhà mốt, Tomas Maier đã khéo léo truyền tải hơi thở này vào trong những trang phục với những chiếc quần dài ống rộng kết hợp với những đôi giày saddle 02 màu, bên cạnh gam màu pastel tinh tế. Ngoài ra, những chiếc áo bằng vải cotton sáng bóng hoặc (cố ý) làm nhăn hay chất liệu vải lanh với những đốm nhỏ li ti cũng gợi nhắc chúng ta về bộ sưu tập Thu 2016 của nhà mốt. Những phụ kiện đi kèm để gợi nhắc đến những trang phục lao động cũng có thể kể đến như những chiếc túi tiện ích, những chiếc khuy kim loại rời hay những chiếc suit lụa sáng bóng tinh tế và nổi bật hơn nhờ những chiếc áo sơ mi bằng vải cotton đính kèm các chi tiết thêu. Tất cả đang chờ sự khám phá của bạn.









https://tieulun.hopto.org

HUGO BOSS

SS 2017

CÙNG HÀNG HIỆU CHIÊM NGƯỠNG NHỮNG NGƯỜI ĐÀN ÔNG CỦA HUGO BOSS MÙA MỐT XUÂN - HÈ 2017.

https://tieulun.hopto.org



https://tieulun.hopto.org



https://tieulun.hopto.org



https://tieulun.hopto.org



https://tieulun.hopto.org



https://tieulun.hopto.org



https://tieulun.hopto.org



https://tieulun.hopto.org

TÓC MUỐI TIÊU
CHƯA PHẢI LÀ TẬN THẾ



Ngày mà bạn thấy những sợi tóc bạc trên đầu chắc chắn sẽ không nằm trong #100HappyDays trên Instagram của bạn. Thay vào đó, bạn sẽ để ý nhiều hơn tới chiếc ghế tại cửa hàng cắt tóc nơi những lọn tóc màu đen đang chuyển sang màu xám muối tiêu. Bạn sẽ nhìn vào gương nhà tắm nhiều hơn sau những đêm đi chơi "mất xác". Kể cả khi bạn tự tin như George Clooney, người luôn ví là "chú cáo trắng" với bộ tóc bạc trên thảm đỏ, bạn cũng không thể trốn tránh khỏi thực tế: tóc bạc là báo hiệu quỹ thời gian cuộc đời của bạn đang đếm ngược. Tuy nhiên đừng cho đó là tận thế, ít nhất, mái tóc của bạn vẫn là ước mơ của những người bị hói đầu. Tóc bạc cũng không có nghĩa là tóc của bạn đang chết, chỉ đơn giản, tóc của bạn đang thiếu các sắc tố cần thiết để tạo màu. Khi tóc bắt đầu có sợi bạc, hãy lựa chọn một động thái thông minh, hãy sống cùng nó và nên coi đây là sự thúc đẩy cho một lối sống tích cực thay vì đau đớn vùi đầu vào trong khăn tắm.

Hãy cắt tóc chứ không tạo kiểu

Khi tóc bạc là lúc bạn nên làm bạn thân với thợ cắt tóc vì chắc chắn bạn sẽ cần đến anh ta nhiều hơn. Với đa số đàn ông, tóc muối tiêu đồng nghĩa với việc tóc cần ngắn và gọn, và điều đó có nghĩa bạn sẽ phải ghé thăm tiệm cắt tóc nhiều hơn. Tóc dài cũng có thể đẹp, ví dụ điển hình diễn viên Patrick Dempsey. Nhưng tóc dài và bạc thì trông rất thiếu sức sống. Nếu tóc bạc, vậy đừng để dài hoặc ít nhất là hãy "hạn chế tự do" của chúng. "Hãy chọn những kiểu đơn giản. Đừng để tóc bù xù", Breant Pankhurst - ông chủ tiệm tóc Pakhurst, London (pankhurstlondon.com) chia sẻ. Ông cũng gợi ý một kiểu tóc ngắn phía sau, gọn ở hai bên, cổ điển theo kiểu của Cary Grant. "Đa số những người đàn ông trong độ tuổi 30 - 40 sẽ chọn kiểu này. Ở giai đoạn này, họ nên để kiểu đầu gọn gàng hơn là kiểu cách".

Dầu gội

Bí mật làm nên thành công của series phim Mad Men không phải là tính cách mạnh mẽ của Don Draper mà là cách Roger Sterling giữ vẻ đẹp trai của mình trong các căn phòng ngập ngụa khói trên đại lộ Madison thập niên 1960. Tóc bạc rất dễ hư tổn trước ô nhiễm không khí, khi tiếp xúc trực tiếp với ánh nắng mặt trời và khói thuốc. Ngay khi tóc bạn bắt đầu có sợi bạc, đây là lúc bạn nên thay đổi các sản phẩm dưỡng tóc, nếu không rất nhanh những đốm vàng sẽ xuất hiện. Có một vài loại dầu gội có thể giúp chống lại việc phai màu tóc như L'Oreal Professional Serie Expert Silver (www.loreal-paris.co.uk).

Sáp dưỡng tóc

Như một vận động viên đang trực tiếp đối mặt với hoàng hôn của sự nghiệp, mái tóc của bạn lúc này cần được "chăm chút" và "an ủi" nhiều hơn nữa. Tóc bạc thường khô và dễ chẻ ngọn hơn nên những gì mái tóc bạn cần lúc này là một lớp sáp nhẹ mỗi ngày để thư giãn. Chúng tôi là fan của dòng sản phẩm Bumble và Bumble's Sumotech. Tóc bạc dễ hư tổn hơn nên bạn cũng sẽ cần chú trọng tới dầu xả. Philip Kingsley Pure Silver Conditioner là loại dầu xả chuyên dụng cho tóc bạc, tạo độ bóng và giảm màu vàng.

https://tieulun.hopto.org

Làm mới tủ quần áo

Khi tóc của bạn bắt đầu chuyển màu bạc, màu (tủ) quần áo của bạn cũng nên được điều chỉnh. Đơn giản bởi thứ đầu tiên mọi người chú ý ở bạn là mái tóc. Một bộ trang phục phù hợp với màu tóc sẽ giúp bạn có được sự lịch lãm và qua đó giấu đi được sự lão hóa. Hãy tập trung vào những màu sắc thanh lịch và cổ điển như màu xám than, màu navy. Bạn cũng có thể lựa chọn những trang phục có màu khác nhưng hãy lưu ý là chỉ chọn những màu dịu nhẹ. Bạn cũng có thể chuyển sự chú ý của người đối diện sang những phụ kiện với màu sắc nổi bật như ví tay, túi da hoặc những đôi giày.

Bổ sung vitamin

Thiếu hụt vitamin B có thể gây ức chế cho quá trình sản sinh melanin - hắc sắc tố cần thiết để tạo màu cho tóc - của cơ thể. Việc thiếu hụt vitamin B có thể là hệ quả của một chế độ ăn tối, lười tập thể dục, và thường xuyên có cảm giác bất an và lo lắng. Khi có tóc bạc, bạn có thể bị stress vì điều đó và nó khiến cho tóc bạc nhiều hơn. Theo giáo sư chuyên nghiên cứu về tóc và da đầu, Philip Kingsley, giải pháp cho trường hợp này là bổ sung vitamin B. Mặc dù, vitamin B sẽ không làm tóc bạn đen lại được nhưng sẽ làm giảm quá trình bạc tóc. Sản phẩm chúng tôi gợi ý là vitamin bổ sung của Perricone MD. Chắc chắn bạn sẽ thấy sự khác biệt sau khi sử dụng sản phẩm này.

Yoga & Dưỡng ẩm

Tóc bạc sẽ chẳng là gì nếu bạn có một khuôn mặt căng tràn sức sống. Điều này cần một chế độ ăn hợp lý và khoa học. Tập thể dục, đặc biệt là các bài tập yoga Bikram sẽ làm chậm quá trình lão hóa khi giúp cơ thể bài tiết các chất độc qua tuyến mồ hôi. Yoga Bikram còn có tác dụng giúp cho da và tóc chắc khỏe và giúp lấy lại năng lượng cho cơ thể khi bạn ngủ. Ngoài yoga, chúng tôi cũng gợi ý bạn nên dùng một số loại dưỡng ẩm như Lab Series BB Tinted Moisturizer SPF35. Sản phẩm sẽ không chỉ giúp da bạn hồng hào mà nó còn có tác dụng bảo vệ da bạn khỏi ánh nắng mặt trời.

HÃY THỬ NHỮNG SẢN PHẨM SAU



Dầu gội của ORIBE



Dầu gội của AESHOP



Sáp thơm của
BAXTER OF CALIFORNIA

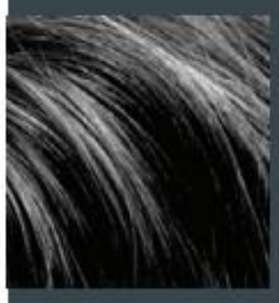


GEL Serum của ORIBE



Lược chải của D R Harris

3 SAI LẦM PHỔ BIẾN



NHUỘM TÓC

Không phải lúc nào nhuộm tóc cũng tốt, bởi đôi khi chính sự chín chắn và già dặn của một người đàn ông mới là vẻ đẹp thực sự. Ngoài ra, trong một số trường hợp nhuộm tóc còn tạo cảm giác không tốt, khiến người đối diện cảm thấy bạn giả tạo. Cách tốt nhất không phải là dùng thuốc nhuộm tóc, thay vào đó hãy chăm sóc sức khoẻ bản thân từ bên trong. Và nếu nhuộm tóc, hãy cân nhắc thật kỹ điều này, từ tone màu cho tới thời gian nhuộm.



BỎ QUÊN KEM CHỐNG NẮNG

Thiếu hắc sắc tố melanin khiến tóc bạc và là nguyên nhân trực tiếp khiến tóc dễ tổn thương trước ánh nắng mặt trời. Phyto giới thiệu các sản phẩm chống nắng và bảo vệ tóc khỏi ảnh hưởng của các tia cực tím. Với những sản phẩm này, bạn không phải ngần ngại với ánh nắng mặt trời nữa.



KHÔNG CHÚ Ý TỚI KHUÔN MẶT

Râu, đặc biệt là râu quai nón, khi bạc màu không đồng đều sẽ tạo ấn tượng không tốt. Lời khuyên của chúng tôi (cũng là lời khuyên của diễn viên điện ảnh Mỹ, Dave Annable), kiểu râu của bạn nên đơn giản và gọn gàng. Trong trường hợp bạn không thể tạo ra sự kết hợp hài hòa giữa kiểu râu và kiểu tóc, hãy nhờ đến dao cạo.

https://tieulun.hopto.org



JACKET GAME

Cùng là một chiếc áo khoác nhưng những cách phối đồ khác nhau sẽ mang lại cho bạn những phong cách khác nhau. Bạn muốn diện đồ để tới triển lãm tranh của mình hay họp ban quản trị công ty, hãy tham khảo gợi ý trên của chúng tôi.

https://tieulun.hopto.org

watches
calvinklein.com





Calvin Klein

swiss made

Exclusive Distributor: Top Ten Ltd. | Tel: 84-8 38203204 | www.toptenco.com.vn – **Service Center:** 18Bis/21 Nguyen Thi Minh Khai, District 1, HCM City | Tel: 84-8 39118879

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) | Hai Trieu (01253246810) **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

1 - Gucci
2 - Gucci
3 - Junya Watanabe
4 - Gucci
5 - Givenchy
6 - Givenchy

T-SHIRT BOOM

Cùng Hàng Hiệu lựa chọn những thiết kế áo T-Shirt và những cách phối đa dạng khác nhau. Từ phong cách thể thao phá cách tới những kiểu cách kết hợp đầy sáng tạo với những thiết kế denim, bạn hẳn đã sẵn sàng cho những ngày hè du lịch thoải mái.

https://tieulun.hopto.org

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

NHỮNG BIỂU TƯỢNG
CỦA NGÀNH HÀNG KHÔNG THẾ GIỚI



CHÚNG TÔI ĐÃ THỰC HIỆN CÁC CHUYẾN BAY TRÊN KHẮP BẦU TRỜI ĐỂ TỚI THĂM QUAN CÁC SÂN BAY CŨNG LÀ CÁC CÔNG TRÌNH KIẾN TRÚC ĐẸP NHẤT THẾ GIỚI.

Kiến trúc gần như vô hình khi chúng ta mải miết và gấp gáp với các hành trình dày đặc của những chuyến bay. Những sân bay với chúng ta sẽ không là gì hơn ngoài những không gian khô khốc và lạnh lẽo. Chúng sẽ chỉ là những công trình tuyệt vời - một thế giới của những điều vui vẻ và nhiệm màu - khi chúng ta có một mối quan tâm đủ lớn. Có lẽ đây chính là lúc chúng ta nên chậm lại để ngắm nhìn những công trình kiến trúc này. Vậy nên, chắc chắn nếu bạn từng nghĩ rằng những sân bay chỉ là một hệ thống của những cỗ máy được vận hành với mục đích duy nhất là chăm sóc và giúp những chuyến bay của chúng ta được an toàn, vậy bạn đã nhầm. Những sân bay mang ý nghĩa nhiều hơn thế khi chúng chính là những biểu tượng của kiến trúc và sáng tạo của nhân loại. Chỉ khi bạn hiểu được và tiếp cận các sân bay theo cách này, bạn mới có thể "tô màu" cho những hành trình dài hàng chục ngàn cây số của mình. HÀNG HIỆU xin giới thiệu với bạn 07 sân bay được xem là biểu tượng không chỉ của ngành hàng không mà còn là của ngành kiến trúc của thế giới.

SHENZHEN AIRPORT, TRUNG QUỐC

KTS: Studio Fuksas (2013)

Liệu Massimiliano Fuksas và êkip thiết kế người Ý của ông có thiết kế sân bay này hoàn toàn giống như những bức ảnh đăng trên Instagram hay không vẫn còn là chủ đề gây tranh luận. Thực tế, công trình có hình dạng chiếc máy bay này đang là tâm điểm của thế giới kiến trúc. Cũng như nhiều thiết kế của Studio Fuksas khác (như Zenith Music Hall ở Strasbourg hay khu phức hợp Fiera Milano ở Milan), phông màu trắng của sân bay dễ chịu. 'Lớp vỏ' công nghệ cao từ công ty kỹ thuật của Đức: Knippers Helbig bao phủ toàn bộ không gian và mang tới một trải nghiệm thú vị cho các hoạt động bên dưới. Mặc dù không lớn như sân bay ở Bắc Kinh, nhưng công trình này lớn hơn nhiều sân bay khác của Trung Quốc. Tin rằng với thiết kế ấn tượng này, công trình sẽ góp phần đưa Thẩm Quyến - thành phố luôn núp dưới cái bóng của những 'gã hàng xóm ồn ào' Hong Kong và Quảng Châu - lên bản đồ kiến trúc của thế giới. Và cũng giống như công trình đầy tham vọng trước đó của Thâm Quyến: Nhà hát Harbin Opera House, sân bay với thiết kế độc đáo này đang cho thấy người Trung Quốc rất nghiêm túc đối với kiến trúc.

https://tieulun.hopto.org

QUEEN TAMAR AIRPORT, MESTIA, GEORGIA

KTS: J Mayer H (2010)

Các công trình kiến trúc luôn gắn liền với những tham vọng và những thông điệp văn hóa. Người Hy Lạp và người La Mã từng cố gắng gửi tới thế giới những thông điệp thông qua các công trình kiến trúc của họ. Tương tự, ông Donald Trump - tỷ phú bất động sản - cũng đã có những cuộc phiêu lưu với kiến trúc qua các dự án bất động sản trong những năm 1980. Người được chọn để thực hiện việc này là KTS Jürgen Mayer, một kiến trúc sư sinh ra ở Stuttgart với những ý tưởng và khả năng tưởng tượng phi thường (hãy chiêm ngưỡng công trình bằng gỗ Plaza de la Encarnacíon ở Seville, Tây Ban Nha của ông). Tuy nhiên, công trình ấn tượng nhất của Jürgen Mayer không liên quan gì tới vị tổng thống đương nhiệm của Mỹ. Đó là một sân bay nhỏ bé phục vụ thị trấn Mestia, nơi có các di sản thế giới. Công trình của ông có thiết kế trông giống như chữ J được cách điệu mà công ty J Mayer H của ông đã sử dụng để xây dựng thương hiệu. Bên trong, không gian được trang trí tối giản với màu trắng đơn giản và hợp lý. Ở phía trên đỉnh của công trình là một tháp điều khiển. Hiện nay chưa có quá nhiều người đến đây nên không nhiều người biết về sân bay này. Nhưng có lẽ khi ngành công nghiệp du lịch còn trong phôi thai của Georgia được phát triển, sân bay sẽ trở thành một biểu tượng quan trọng của thế giới kiến trúc hiện đại ...





BEIJING CAPITAL TERMINAL 3, TRUNG QUỐC

KTS: Foster + Partners (2008)

Các thành phố châu Âu đã dẫn đầu trong việc thiết kế các sân bay vào khoảng giữa thế kỷ 20 và các sân bay của Mỹ đã ở trên đỉnh trong khoảng cuối thế kỷ. Nhưng thế kỷ 21 là kỷ nguyên của châu Á, nơi những sân bay khổng lồ được xây dựng trên khắp lục địa, gồm: sân bay Changi Singapore, sân bay Kuala Lumpur International, sân bay Chek Lap Kok của Hong Kong và sân bay Kansai Airport, được xây dựng trên hòn đảo nhân tạo ngoài khơi Osaka. Tất cả chúng đã đạt đến độ giới hạn về kiến trúc và kỹ thuật. Nhưng, nếu xét về diện tích tối đa và sự hào nhoáng, Terminal 3 ở Beijing Capital không có đối thủ. Với diện tích sàn gần 1.000.000 m2, đây là một trong những công trình lớn nhất thế giới và là sân bay lớn thứ 02 của thế giới, sau Dubai. Trần nhà được thiết kế theo kiểu vảy rồng hấp dẫn, những đường cong uốn khúc và màu ruby mang đến cho nó một cái nhìn rõ nét về Trung Quốc. Không có gì ngạc nhiên khi đây là một trong những công trình then chốt cho kỳ Thế vận hội Bắc Kinh 2008 với mục đích thể hiện tốt nhất những gì là đặc trưng về nghệ thuật của người Trung Quốc. Quy mô vượt trội nhưng cũng thể hiện rất tốt chủ nghĩa tối giản của nó đúng như những gì bạn mong đợi từ Lord Norman Foster cùng đội ngũ thiết kế của ông, những người đã chịu trách nhiệm thiết kế mặt bằng của sân bay Stansted Airport trong những năm 1980. Ở công trình này, nhóm nghiên cứu - với sự hỗ trợ của các kỹ sư của tập đoàn Arup - đã thiết kế hàng ngàn ô cửa sổ nhỏ trên trần nhà để cung cấp ánh sáng cho không gian. Bên cạnh đó, bằng cách thiết kế theo hướng Đông Nam, họ sẽ thu thập năng lượng mặt trời để sưởi ấm cho tòa nhà, trong khi kích thước nhỏ của những cửa sổ giúp ngăn không khí quá nóng vào mùa hè.

https://tieulun.hopto.org





BERLIN TEGEL, ĐỨC

KTS: Messurs Meinhard von Gerkan and Volkwin Marg (1974)

Theo văn hóa của phương Tây, số 07 là con số thể hiện sự ngay thẳng, chính trực, đạo đức và công lý; trong khi đó số 06 lại là tượng trưng cho sự gian tà, hiểm độc và ác quỷ. Thế nhưng điều thú vị là tất cả mọi thứ ở sân bay Berlin Tegel đều được thiết kế với hình lục giác. Không biết có phải đó là bởi Berlin là nơi chứng kiến những khoảng nghỉ trong sự nghiệp của David Bowie, Nick Cave và Wim Wenders hay không.

Công trình được xây dựng trong những năm Berlin bị bao quanh bởi những bức tường Xô viết. Đây là sân bay duy nhất trên thế giới được thiết kế với tất cả mọi thứ đều có 06 mặt, từ nhà ga cuối cùng đến đường phố, sàn nhà lát gạch và thậm chí những chiếc ghế ngồi đầu tiên. Thật vậy, Messing Meinhard von Gerkan và Volkwin Marg đã bị ám ảnh bởi điều đó. Những khối bê tông thô của họ đã tạo nên một không gian tưởng chừng rất xấu xí nhưng vẫn mát mẻ và hiệu suất cao. Khoảng cách từ xe ô tô đến cửa rất ngắn – chỉ vài bước chân. Bên trong sân bay, bạn cảm thấy bị cô lập - hoàn toàn khác với những điều các trung tâm mua sắm mà các sân bay khác thường làm. Hầu như không có bất cứ điều gì đáng để nói, ngoại trừ các bàn check-in. Tuy nhiên, điều đáng nói là sân bay với chủ nghĩa kiến trúc hiện đại này lại có một số lượng fan rất lớn và yêu thích. Khi chính quyền có ý định đóng cửa sân bay, một cuộc trưng cầu dân ý đã mở ra, và hàng ngàn người dân đang sống ở Berlin đã ký vào bản yêu cầu giữ lại sân bay.

WASHINGTON DULLES, US

KTS: Mr Eero Saarinen (1962)

Mỹ đã có nhiều máy móc và cơ khí trước những năm 1960 mở ra một kỷ nguyên thay đổi văn hoá tự do, và bạn có thể thấy rằng trong các công trình chính của nó, ít nhất là trong 02 sân bay của Eero Saarinen - Trung tâm Hàng không TWA ở New York và sân bay Dulles ở Washington DC. Cả 02 đều ca những ca khúc khen ngợi những chuyến bay và cổ vũ những người Mỹ với tầm nhìn vượt thời gian. Đây là những công trình kiến trúc hoàn toàn mang chủ nghĩa thế giới. Trung tâm Hàng không TWA tại JFK là công trình nhỏ đáng ngạc nhiên, nhưng đã thu hút sự chú ý trong hình hài của loài chim với đôi cánh dang rộng của nó.

Trong khi đó ở sân bay Dulles, toàn bộ không gian đều có quy mô lớn. Công trình sân bay chính có đầy đủ không gian và ánh sáng cũng như một mái nhà bi tốc lên. Khu vực check-in rộng rãi, vẫn còn cảm thấy ngay trong giấc mơ những năm 1960. Không gian mái nhà rất lớn, nơi công trình nâng cao, cung cấp ánh sáng, sự thoáng mát, cảm giác tin tưởng và việc sử dụng bê tông mất rất nhiều thời gian của nó. Kiến trúc sư người Phần Lan, ông Saarinen, đã đưa phong cách Scandinavian tối giản đến các sân bay của Mỹ, thậm chí ngay cả thời điểm hiện tại, bạn có thể tưởng tượng Don Draper đang đi trên đường tới LA. Saarinen, người cũng đã xây dựng Gateway Arch ở St Louis, đã pha trộn sự sang trọng truyền thống với công nghệ cao, và tại Dulles đã mở đường trong khái niệm Plane Mate (hay Mobile Lounge), những chiếc xe moon buggy lớn vẫn tiếp vận chuyển hành khách từ cửa gate đến máy bay. Bạn tự hỏi tại sao những chiếc xe khổng lồ này không hoạt động tại nhiều sân bay hiện nay.



https://tieulun.hopto.org

DIMSUM
HONGKONG

ĐẦU BẾP HỒNG KÔNG
HƯƠNG VỊ HỒNG KÔNG ĐÍCH THỰC

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

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

https://tieulun.hopto.org



BILBAO AIRPORT, TÂY BAN NHA

KTS: Mr. Santiago Calatrava (2000)

Triết gia Johann Wolfgang von Goethe đã từng viết: "Kiến trúc là thứ âm nhạc kết tinh" nhưng công trình kiến trúc của Santiago Calatrava lại căn bản hơn. Các công trình kiến trúc của ông khơi gợi các tiêu bản hóa thạch, các bộ xương,thời tiền sử. Mọi thứ vẫn còn nguyên. Thật lạ vì đây là người thiết kế các địa điểm không bao giờ đứng yên – chủ yếu là các nhà ga và các sân bay. Ý niệm cơ bản về sân bay là sự dịch chuyển. Sân bay tại Bilbao là một địa điểm đối lập hấp dẫn với dòng chảy của con người, các hàng chờ của máy bay Iberia, các băng chuyền nhận hành lý ký gửi, những chiếc xe kéo và những chú chim bay từ vịnh Biscay. Sân bay được xây dựng từ năm 2000 khi thành phố miền Bắc Tây Ban Nha này dốc sức tìm cách tái hội nhập với thế giới. Giống như tất cả những công trình của Calatrava, sự choáng ngợp và tính thực tiễn không phải là mục đích chính. Nhưng bạn sẽ có những trải nghiệm thú vị trong vòng 01 giờ ngồi đợi trước khi chuyến bay cất cánh, xoa những ngón tay của bạn trên những khối bê tông nhẵn mịn và lặng ngắm những góc tinh xảo của các bức tường.

MADRID BARAJAS TERMINAL 4, TÂY BAN NHA

KTS: Lord Richard Rogers, Mr. Luis Vidal and Mr. Antonio Lamela (2006)

Điều tốt nhất về Madrid Barajas là các ống dẫn không khí. Không ai làm các ống dẫn không khí giống như Lord Richard Rogers - chỉ cần nhìn vào thiết kế chức năng của ông cho Trung tâm Pompidou ở Paris và ga tàu Westminster Underground là có thể đoán biết. Những chiếc ống này trông giống những máy sấy tóc khổng lồ từ tiệm cắt tóc lớn những năm 1970.

Lord Rogers cũng triển khai màu sắc ở đây một cách chuyên nghiệp, một nghệ thuật pop-art bắt đầu khi ông thực hiện cho công trình Pompidou. Màu sắc bay dập dờn giống như quang phổ, chỉ dẫn bạn đến phần bên phải của 02 nhà ga rất dài và tách biệt nhưng được kết nối bằng một đường ray dưới lòng đất. Dòng chảy từ màu xanh sang màu xanh lá cây sang màu vàng đang tạo nên sự dễ chịu cho mắt khi nhìn từ phía xa, và khi đến gần, các biến thể màu sắc óng ánh và tinh tế. Việc sử dụng gỗ uốn cong làm cho tòa nhà siêu hiện đại này trở nên thân thiện hơn. Các nhà ga được kéo dài như 02 chiếc xúc xích chorizo đặt cạnh nhau, và được ngăn cách bằng đường taxi. Không có không gian bên ngoài như những sân nhỏ của Barcelona, nhưng những phòng chờ lounge business-class của Iberia treo ngang trên một tầng lửng và có nhiều cây cối, cho cảm giác đang ở trên ban công nhìn ra khung cảnh náo nhiệt bên dưới.





https://tieulun.hopto.org

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. Vẻ 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

MỘT THỔ NHĨ KỲ RẤT KHÁC!

HÃY QUÊN ĐI KỲ NGHỈ TRỌN GÓI VÀ TỰ THẢ MÌNH VÀO CUỘC HÀNH TRÌNH VỀ PHÍA TÂY-NAM THỔ NHĨ KỲ.

Bạn đã từng nghe nói về Marmaris? Đó là một thị trấn đánh cá điêu tàn ở phía Tây-Nam bờ biển Thổ Nhĩ Kỳ, nơi đã bị nhấn chìm bởi sự phát triển nhanh chóng của ngành công nghiệp xây dựng vào những năm 1980, và đáng buồn thay, hiện nay nó gần như chẳng lưu giữ chút ít gì về quá khứ ngành hàng hải của nó. Thay vào đó, nơi đây trở thành một thiên đường cho khách du lịch với các quán bar karaoke và các phòng tắm xông hơi



https://tieulun.hopto.org







D-HOTEL, MARIS

Chỉ nằm cách khoảng 21 dặm (33,8km) từ Marmamis, nhưng đến với Maris là đến với một thế giới hoàn toàn khác. Đằng sau những cây cột trụ đá bên ngoài D-Hotel là một vẻ đẹp ẩn dấu ấn tượng chỉ dành cho những du khách của nó. Ở nơi đây, đi lên cao phía trên những ngọn đồi của đảo Datca Peninsula, tôi cảm thấy giống như mình đã đạt đến điểm xa nhất mà tôi có thể vươn tới từ bất cứ đâu.

Từ khắp nơi trong khu nghỉ dưỡng này, bao gồm 200 căn phòng của nó, bạn chỉ cần bước ra bên ngoài và phía trước sẽ là bãi biển Aegean Sea, những ngọn núi phủ đầy thông và hòn đảo Rabbit cô đơn nằm ở vị trí trung tâm. Cảnh đẹp ở đây có thể làm mê đắm tất cả mọi người. Phong cách thiết kế tối giản được sử dụng trong tất cả mọi nơi và tất cả mọi thứ ở khách sạn, được thiết kế bởi công ty kiến trúc Thổ Nhĩ Kỳ, Midek / Mingu và công ty đã từng đoạt nhiều giải thưởng kiến trúc, có trụ sở tại Singapore, SCDA.

Không gian mở rộng và đối xứng bổ sung thêm sự yên bình và thoáng mát mà bạn sẽ cảm nhận được kể từ khi bạn đặt chân đến quầy lễ tân – với một chiếc khăn lạnh trên tay và đồ uống mát lạnh trên tay còn lại. Khách sạn cung cấp đủ mọi thứ mà bạn có thể cần: trung tâm spa ESPA đầu tiên của Thổ Nhĩ Kỳ, phòng tập gym, khu biệt thự riêng, ngọn đồi để ngắm cảnh hoàng hôn, 06 nhà hàng – bao gồm, trong năm nay, một quảng cáo pop-up Zuma – hồ bơi, rạp chiếu phim, sân tennis và bồn rửa chén bát. Vâng, tôi chắc chắn rằng người cuối cùng có thể được sắp xếp nếu bạn yêu cầu độc đáo, thú vị.

Trong phòng – và mọi thứ trong đó – vô cùng rộng lớn. Tùy tiện đá chiếc giày của bạn đi và bạn sẽ phải mất nửa giờ để tìm lại chúng, nhà tắm đặt trên ban công, khi bạn kéo những tấm mành ra, khung cảnh trước mắt thật tuyệt. Với 05 bãi tắm riêng – gồm cả 'Coliseum', nơi tôi có thể trói mình trong một chiếc lều và một ly cocktail, trong khi thư giãn với những âm thanh từ bãi biển và 'Silence' là bãi biển yêu thích của tôi, nó nổi tiếng là nơi trẻ em và các thiết bị di động bị cấm – và bạn không thiếu sự lựa chọn dưới ánh mặt trời.

Nếu muốn đi vòng quanh khách sạn, hãy lựa chọn hình thức di chuyển theo ý thích của mình! Ở đây có xe golf, cáp treo, thuyền, (hoặc) tôi cho rằng, nếu bạn muốn cảm nhận sự sống động, hãy đi bộ - mặc dù tôi chưa bao giờ đi bộ.

https://tieulun.hopto.org



KEMPINSKI HOTEL

Nếu như dịch vụ 'Marina Butler' cho riêng bạn là không đủ, sự đổi mới gần nhất của Kemoinski biến nó thành 'bãi biển tĩnh lặng', một ốc đảo yên bình chỉ dành cho người lớn mà được bao bọc bởi làn nước xanh của biển Aegean. Không ai chào đón trẻ em, các loại moto nước ồn ào hay những DJ thực sự trên những chiếc iPhone của họ - thậm chí yêu cầu nước làm mát cũng không thể làm phá vỡ sự yên bình, những chếc ô phơi nắng được thiết kế vừa vặn, với những chiếc dây dài, cho phép các du khách có thể gọi đồ uống từ quầy bar mà hầu như không cần phải nhấc một ngón tay. Nhưng những người đứng đằng sau ý tưởng xây dựng công trình thơ mộng này vẫn chưa dừng lại ở đó. Với mục đích thư giãn thật sâu, một sự lựa chọn mới với các liệu pháp spa 'nam tính' hứa hẹn sẽ giảm bớt các du khách nam bởi 'chủ nghĩa hoài nghi'. Một nhà tắm hơi truyền thống Thổ Nhĩ Kỳ và phòng massage chỉ là một số những hấp dẫn khác mà nơi đây mang đến cho du khách. Khách sạn nằm cách 8,5 dặm từ trung tâm Bodrum nhưng vẫn giữ lại cảm giác cô độc ngọt ngào của nó, và tất cả các phòng đều đi kèm với quang cảnh vịnh biển lấp lánh.

https://tieulun.hopto.org

BADIM TATIL EV

Nếu muốn tìm một không gian thực sự tách biệt, hãy đến ngôi làng chưa được khám phá của Selimiye trên bờ biển Lycian trải dài, nơi có khách sạn hạng sang đầu tiên của khu vực, Badim Tatil Ev, được mở cửa vào tháng 05/2014.

Nằm trên Bán đảo Bozburun hoang sơ, mảnh đất yên bình thuộc vùng nông thôn của Thổ Nhĩ Kỳ này là một nơi nghỉ dưỡng đích thực. Tại Selimiye, hãy nhâm nhi ly cà phê Thổ Nhĩ Kỳ trong khi xem những người thợ đánh cá cọ rửa thuyền của họ, hay ghé thăm các cửa hàng địa phương thả mình trong làn nước của vịnh móng ngựa của thị trấn.

Cách bến cảng 10 phút đi bộ và nằm trên một ngọn đồi nhìn ra biển, khách sạn chỉ có 12 phòng, hồ bơi vô cực khổng lồ, khu vườn tươi mát và câu lạc bộ bãi biển riêng. Tại nơi này, bạn sẽ không có lựa chọn nào khác ngoài việc thư giãn. Khách sạn còn cho thuê xe đạp leo núi để du khách tự khám phá vùng đất này. Đi xe qua các lâu đài cũ kỹ, ngắm nhìn những ngọn núi, rừng cây hoặc ngâm mình trong nước biển Thổ Nhĩ Kỳ chính là một trải nghiệm không nhiều người có trong đời.







https://tieulun.hopto.org

LAS VEGAS

HOA VÀ LÊ



HOÀN TOÀN KHÔNG NGOA KHI NÓI Ở LAS VEGAS, CÓ CẢ HOA VÀ LỆ VÀ ĐIỀU NÀY GIỐNG NHƯ KẾT QUẢ TẤT YẾU CỦA MỖI LẦN ĐẶT CỬA NƠI BÀN XOAY ROULETTE. HOẶC CHIẾN THẮNG VÀ CÓ THỂ TIẾP TỤC CUỘC CHƠI QUÊN NGÀY THÁNG, HOẶC PHẢI RA VỀ VỚI KHÔNG MỘT ĐỒNG DÍNH TÚI, TẤT CẢ ĐỀU DO BẠN!

Cứ thử tưởng tượng bạn đang đứng trong phòng khách của Villa Verona, một cung điện mang phong cách Ý rộng 1.400 m2, tọa lạc ngay trên nóc của khách sạn Westgate Las Vegas Resort & Casino. Phía trên bạn là một mái vòm mạ vàng mở ra một vùng trời đầy mây. Phía dưới bạn là một vườn treo bao quanh bởi những ngọn đèn làm bằng pha lê và vàng ròng. Sàn đá cẩm thạch mát lịm. Bạn tiến đến cửa sổ và kéo chiếc rèm làm bằng satin. Ánh sáng chói lóa của sa mạc Nevada lùa vào. Hình ảnh vô số khách sạn lớn nhất thế giới hiện ra. Cảm giác bá chủ thế giới đậu ngay bên ngoài cửa sổ. Bạn tự nhủ: Đây là Las Vegas. Tôi đã sẵn sàng cho bất cứ điều gì!

Nhưng đừng nhầm. Căn phòng này không dành cho bạn. Đơn giản, nó chỉ dành riêng và miễn phí cho những vị khách đặc biệt nhất của khách sạn – những người có thể tỉnh bơ quăng vài triệu đô vào một lần đặt cửa. Ai đó có thể coi điều trên giống như một sự phô trương, hoặc quá xa xỉ. Nhưng sự thật là nếu đi qua các sòng bài của thành phố này, bất kỳ ai cũng nhận ra ở đây xa xỉ là một phần của cuộc sống. Từ chủ sòng bài đến các chính trị gia, từ doanh nghiệp nhỏ đến thậm chí cả nhà thờ, tất cả dường như đều háo hức hướng đến một sự to tát, vĩ đại nào đó sắp tới. Những phích nhựa (quân phỉnh) cứ chất chồng trên các bàn nhung bên trong các sòng bài và bên ngoài, sóng người, sóng tiền, cứ đua nhau đổ vào Las Vegas. Phố Strip – mà tên chính thức là Las

https://tieulun.hopto.org



Vegas Boulevard – dù có tới 06 làn xe chạy dài 6km, tắc nghẽn giao thông vẫn là chuyện thường ngày. Las Vegas lúc nào cũng giống một cục nam châm khổng lồ, của Mỹ và thế giới.

Ngược trở về quá khứ, vào đầu thế kỷ 19, khi những nhà buôn Tây Ban Nha mở một con đường tắt từ Great Salt Lake băng qua sa mạc để đến California, họ tìm thấy một vùng cỏ dại mọc cao quá đầu. Họ gọi nó là Las Vegas, theo tiếng Tây Ban Nha nghĩa là 'đồng cỏ'. Năm 1905, đường sắt được mở đến vùng đồng cỏ này. Cỏ bị cắt đi để tạo mặt bằng cho các khách sạn, sòng bài. Người đầu tiên nghĩ đến chuyện bài bạc ở Las Vegas chính là Bugsy Siegel – một tên gangster đến từ New York. Kể từ khi Bugsy Siegel cho xây khách sạn sòng bài Flamingo trên đường Strip năm 1946, đồng cỏ hoang bắt đầu chẳng chịt những đường đạn lửa. Las Vegas cũng tàn bạo chẳng thua kèm gì 'thủ đô tội phạm' Chicago. Mọi thứ ở đây đều liên quan đến xã hội đen. Một sáng tháng 11/1966, một con tàu dừng lại bất thường dọc con đường Industrial Road, phía Tây phố Strip. Một chiếc xe cấp cứu đưa một người đàn ông bất tỉnh từ trên tàu xuống rồi hú còi phóng về hướng khách sạn Desert Inn. Một chiếc cáng bịt kín được đưa qua sảnh đến chân thang máy. Vị khách đó là Howard Hughes. Có lẽ bạn đọc đã ít nhiều biết về tay tỉ phú này qua kiệt tác của Hollywood: The Avitador. Khi tỉnh lại, Hughes đã mua Desert Inn với giá $13,2 triệu và vung tiền sắm luôn một loạt các sòng bài của Las Vegas như Sands, Frontier, Castaways, Silver Slippper, Landmark. Ăn theo cái vung tay của Hughes, MGM, Hilton và Holiday Inn cũng nhanh chóng sở hữu các sòng bài khác. Đám du thủ du thực chợt trở nên hiển lành. Chúng hoàn lương dưới sức nặng của những đồng đô mà Hughes vung ra.

Kể từ đó, Las Vegas thừa dần chuyện bẩn giết và cải hóa mình từ một thành phố tội phạm sang thủ đô cờ bạc và giải trí của thế giới. Như một con tàu khổng lồ trên biển cát, Las Vegas ngập tràn ánh sáng, âm nhạc và ít nhất 30 triệu khách đổ đến đây mỗi năm để chơi tới bến cho những phiên đặt cửa của mình. Có vẻ, tất cả các sòng bài ở Las Vegas đều có chung một cách bài trí. Những bàn chơi bài và xúc xắc nằm ở giữa phòng, bàn roulette vòng quanh bên ngoài, bàn xoay gần cửa và máy giật xèng thì ở khắp mọi nơi. Ánh sáng thường là yếu. Đồ uống thường biếu không. Và phía sau một số bức tường im ỉm kia là xới riêng dành cho dân lắm thế, nhiều tiền.

Ở Las Vegas, một số sòng bài khách sạn được xây theo chủ đề dựa theo các bộ phim của Hollywood, trong khi một số khác lại ăn theo các biểu tượng của thế giới: kim tự tháp, pháo đài thời Trung Cổ, hay núi lửa phun trào. Điều đáng nói là ở thành phố mà lượng mưa mỗi năm chỉ có 10cm, bạn có thể nhìn thấy nước, rất nhiều, ở khắp mọi nơi; tháp nước trước cửa khách sạn Luxor, hồ biểu diễn cá heo phía sau khách sạn Mirage, hoạt cảnh thuyền cướp biển kịch chiến với đoàn tàu của quân đội Anh bên ngoài Treasure Island Resort hay tàu Titanic mỗi đêm lại 02 lần gãy đôi trong chương trình Bally's Jubille!, 04 giếng khoan khổng lồ cung cấp gần 4.000 m3 nước mỗi ngày để giữ cỏ cho sân golf của Desert Inn... Việc nước được dùng phung phí ở một sa mạc như Las Vegas chỉ có thể chứng minh bởi 01 lý do: Tiền có thể mua được tất cả!

Quả là Las Vegas chẳng thiếu thứ gì. Và một lần nữa, những thứ này được mua bằng tiền!

https://tieulun.hopto.org

PHÚ QUỐC
PHUKET CỦA VIỆT NAM

Hai tháng trước, tôi có chuyến công tác bên Hồng Kông, rủ cậu bạn đi cùng thì cậu ấy kêu: "Tôi phải hỏi ý kiến vợ đã." "Sao ông không tự quyết, lại phải hỏi ý kiến vợ?" Tôi cười và trêu cậu ấy. Sau đó, tôi phải đi một mình vì "lệnh bà" không cho cậu ấy xuất ngoại.

Hai tuần trước, vợ tôi thông báo: "Cuối tuần sau nhà mình đi Phú Quốc nhé. Em đã đặt căn villa 03 phòng ngủ ở Novotel Phu Quoc Resort cho cả nhà rồi. Vé máy bay em cũng đặt luôn rồi." Tôi chẳng còn lựa chọn nào khác ngoài sắp xếp công việc để đi nghỉ cùng gia đình. Vì các con cả năm đi học, chỉ có một kỳ nghỉ hè duy nhất, nên vợ chồng tôi đều phải ưu tiên dành thời gian để đưa chúng đi nghỉ dưỡng. Rồi ngẫm lại, hóa ra tôi cũng chẳng hơn gì anh bạn tôi, ở cơ quan là sếp, về nhà cũng vẫn nằm trong sự sắp xếp nhân sự của sếp bà.

Sau Đà Nẵng và Nha Trang, Phú Quốc trở thành thiên đường biển, điểm đến đầy hấp dẫn cho người Việt biết hưởng thụ. Rất nhiều dự án khu nghỉ 5 sao đã và đang chuẩn bị đi vào hoạt động. Điểm nóng của bất động sản tại khu nghỉ dưỡng đã chuyển từ Đà Nẵng về Phú Quốc. Đơn giản là do biển Phú Quốc sạch hoang sơ với cát trắng và nước biển ấm quanh năm và ít mặn. Nhiều nơi hoang sơ tới mức bạn sẽ nghĩ

Nếu những năm trước, Đà Nẵng hay Nha Trang là ưu tiên số một, năm nay vị trí ấy dành cho Phú Quốc.



https://tieulun.hopto.org





thực tại đây. Theo đó, vị phó bếp thân thiện của nhà hàng dẫn nhà tôi đi dạo một vòng quanh chợ Dương Đông, chỉ cho chúng tôi cách chọn các loại hải sản tươi sống nhất, cũng như cách chọn một túi tiêu đỏ thơm ngon – đặc sản không thể bỏ qua khi đặt chân đến Phú Quốc. Sau đó, anh cùng gia đình nấu một vài món ăn đậm chất Việt cho bữa trưa như bánh xèo, gỏi cá trích... Khi hai con đã ngủ, vợ chồng tôi đi qua Lounge Bar hoặc Beach Pool Bar để thưởng thức những ly cocktail khá ngon dưới bầu trời đầy sao.

Ngày thứ ba, vợ tôi nói trong tiếc nuối: "Anh à, giá kể nhà mình còn tiền để có thể mua một căn villa 03 phòng ngủ ở đây nhỉ!? Em thích nơi này quá và họ đang có chính sách khá tốt." Rồi vợ tôi liến thoắng như một nhân viên bất động sản: "Cam kết chia sẻ lợi nhuận 85%/năm trong 10 năm; Cam kết lợi nhuận 9%/năm đến 9 năm; Nhận ngay lợi nhuận 03 năm đầu; Vay ưu đãi lên tới 80% tổng giá trị biệt thự nếu không có tài sản thế chấp thì được vay 50%, với thời hạn vay tối đa 5 năm và tối đa 20 năm; Hỗ trợ lãi suất 0% trong 10 tháng đầu tiên; Tặng khách hàng 01 chuyến du lịch Phú Quốc 3 ngày 2 đêm trị giá 100 triệu đồng; Tặng 150 đêm nghỉ miễn phí trong 10 năm..." Vậy mà cô ấy không nhớ rằng mới hai năm trước, cô ấy quyết định gom hết tiền và vay ngân hàng mua một căn ở Đà Nẵng, và đến bây giờ vẫn phải trả lãi hàng tháng. Thật ra, bản thân tôi cũng thấy tiếc.

"Thế họ cam kết chia sẻ lợi nhuận bằng cách nào?" Tôi hỏi lại vì nhận thấy hiện nay rất nhiều dự án bất động sản đều cam kết chia sẻ lợi nhuận. "Nghĩa là trong vòng 10 năm đầu mình giao nhà cho họ và chờ hưởng lợi nhuận. Khi thanh toán tiền, họ trừ luôn lợi nhuận của 03 năm đầu với mức 9% mỗi năm. Sau 03 năm họ lại trừ tiếp. Theo cách tính của họ chỉ trong vòng 12 năm là mình có thể thu hồi vốn." Vợ tôi tuôn một mạch như thể vừa trúng Vietlott và ngày mai sẽ chuyển tiền mua luôn vậy.

"Bây giờ đang là thời điểm tốt nhất để mua villa trong các khu nghỉ dưỡng ở Phú Quốc đấy ông. Đừng mua đất bên ngoài vì giá đã lên tới đỉnh." Một người bạn chuyên về căn hộ nghỉ dưỡng đã khuyên tôi như vậy. Nói thật, tôi vẫn thích phong cách hiện đại của Novotel Villa. Tôi vẫn nhớ các số 0903 261 123 – 0907 891 686 – 0945 232 326 vì đây là cơ hội đầu tư tốt. Và tôi sẽ quay lại với một vai trò khác trong một ngày gần nhất.

mình đang lạc ở hoang đảo. Nhiều người còn nói: "Cần gì phải đi Phuket cho xa, Việt Nam mình cũng có một Phuket rồi." Tôi hiểu rằng họ đang ám chỉ Phú Quốc.

Những ngày nghỉ ở đây, tôi nhận ra Novotel Phu Quoc Resort cũng rất biết tận dụng thế mạnh bờ biển khi dành toàn bộ không gian phía sau khu nghỉ cho bơi lội, đua thuyền, hoặc chỉ nằm tắm nắng và tận hưởng khoảng không gian ngập nắng bên những rặng dừa xanh, hàng ghế trắng và bãi cát vàng.

Khu nghỉ này thực sự trở thành điểm đến đầy hấp dẫn nhờ vẻ đẹp tự nhiên, không gian thoáng mát và kiến trúc phù hợp. Chưa hết, hệ thống dịch vụ hoàn hảo của Novotel Phu Quoc Resort đáp ứng mọi nhu cầu của khách: từ hệ thống nhà hàng, học nấu món Việt dành cho du khách nước ngoài, spa, phòng gym, sân tennis, dịch vụ trông trẻ cho gia đình có con nhỏ, xe đạp dạo chơi ngoài trời... cũng như hỗ trợ du khách có nhu cầu tham gia lặn biển, thám hiểm đại dương, câu mực...

Novotel Phu Quoc Resort có hai nhà hàng sang trọng mang phong cách đương đại. Gia đình tôi vẫn hay đến nhà hàng chính Food Exchange để thưởng thức buffet sáng và ăn trưa với nhiều thực đơn tự chọn phong phú mang cả hai phong cách Á – Âu. Bọn trẻ thì tò mò với quầy chế biến mở. Bữa tối, chúng tôi chọn nhà hàng Phu Quoc Seafood – một không gian ấm cúng với tông màu đỏ chủ đạo, để tận hưởng nhiều món hải sản tươi ngon, đặc sản địa phương. Hai cậu con trai của tôi thì háo hức muốn tham gia trải nghiệm ẩm

https://tieulun.hopto.org

07 ĐIỀU VỀ TAITTINGER

TAITTINGER LÀ MỘT TRONG SỐ ÍT NHỮNG HÃNG SẢN XUẤT CHAMPAGNE HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI VẪN THUỘC SỞ HỮU CỦA GIA ĐÌNH SÁNG LẬP VÀ DUY TRÌ ĐƯỢC THƯƠNG HIỆU TRUYỀN THỐNG TRÊN NHÃN CHAI QUA HÀNG THẾ KỶ.

❶ Theo nhà phân phối vang Red Apron, đây là một trong những thương hiệu champagne danh tiếng của chính vùng Champagne. Thương hiệu độc lập này sở hữu một hệ thống các vườn nho rộng tới 288 hec-ta, bao gồm khu vườn nho được xếp hạng Grand Cru danh giá ở vùng Côte des Blancs và Montagne de Reim.

❷ Nhà phân phối Red Apron, đại diện độc quyền của Taittinger tại Việt Nam chia sẻ, Taittinger rất đặc biệt và có dấu ấn riêng bởi tỉ lệ nho Chardonnay trong các sản phẩm của hãng luôn rất cao.

❸ Thương hiệu Taittinger được thành lập vào năm 1915 bởi một sỹ quan kỵ binh tham chiến trong Chiến tranh Thế Giới I. Khi tiểu đoàn của Pierre đóng quân ở the Château de la Marquetterie, ông đã lập tức nảy sinh 'tình yêu sét đánh' với mảnh đất này và quyết hiện thực hóa tình yêu đó.

❹ Tháng 09/1930, Pierre Taittinger trở thành chủ sở hữu công ty Forest-Fourneaux và bắt đầu đầu tư phát triển, mở rộng vùng trồng nho. Sau 2 năm, Pierre mua lại Château de la Marquetterie, cùng các ruộng nho lân cận khu Comtes des Champagne ở nội đô thành phố Reims.

❺ Pierre Taittinger và tầm nhìn chiến lược của ông thực sự đã đặt nền móng vững chắc cho sự thành công của Taittinger ngày nay. Ông phán đoán được sự thay đổi trong nhu cầu của thị trường: từ ưa chuộng các loại Champagne vị đậm, ngọt, mang phong cách Belle-Epoque sang dòng Champagne có hương vị thanh khiết, tinh tế, thể hiện được đặc trưng của vùng đất.

❻ Francois Taittinger là người đã tiếp nối con đường của Pierre - tạo nên phong cách tinh tế, thanh nhã và sang trọng đặc trưng cho Champagne Taittinger ngày nay. Ông và người cộng sự huyền thoại Roger Lénique đưa tên tuổi và chất lượng của Champagne Taittinger lên một tầm cao mới.

❼ Ngày nay, con trai của Francois Taittinger, Pierre-Emmanuel Taittinger cùng các thành viên trong gia đình Taittinger tiếp tục duy trì tinh thần và những di sản mà cha ông truyền lại. Những nỗ lực của họ đã giúp cho Taittinger trở thành thương hiệu Champagne quốc tế cuối cùng thuộc sở hữu tư nhân cùng tên.

MỘT SỐ DÒNG CHAMPAGNE TAITTINGER NỔI BẬT:

Taittinger Brut Réserve

Taittinger Brut Réserve là sự pha trộn giữa nho Chardonnay (40%), Pinot Noir and Pinot Meunier (60%). Được ủ tối thiểu 3 năm, Taittinger Brut Réserve là một dòng Champagne giàu hương thơm trái cây, nổi bật là hương đào, đan xen với hương hoa trắng tinh tế, hạt vani và bánh mỳ hoa cúc. Vị ngon thanh mát, hài hòa thoảng mùi mật ong.



Champagne Taittinger Nocturne City Lights



Mang lớp bọt mịn tinh tế, Taittinger Nocturne City Lights đem theo hương hoa đầy quyến rũ, đan xen với hương thơm của quả đào vàng và mơ khô. Vị ngon mềm mại, ngậy mà vô cùng thanh tao. Trong vòm miệng, rượu có hương vị của nho khô và si-rô trái cây.

Champagne Taittinger Brut Prestige Rose

Rượu mang màu hồng tươi sáng và trong trẻo với lớp bọt mịn quyến rũ. Nồng nàn hương thơm của phúc bồn tử, anh đào và lý chua đen. Vị rượu sống động, đậm đà mà tinh tế, mềm mại tựa nhung lụa với hương thơm của các loại quả chùm đỏ.



Champagne Taittinger Comtes de Champagne

Comtes de Champagne là một dòng Champagne có khả năng để được lâu năm.



Vang được ủ từ những trái nho Chardonnays ngon nhất của các vườn nho thượng hạng vùng Côte des Blancs. Comtes de Champagne luôn có mặt trong danh sách các dòng Champagne được săn đón nhất thế giới.
Champagne mang hương thơm tinh tế của trái cây chín mọng, bánh nướng nho khô và mứt hoa quả. Vị của champagne khá ngon, mượt mà, tròn trịa, sống động, nồng nàn hương bưởi. Hậu vị tao nhã, thoảng hương cam thảo và gia vị, lưu lại lâu sau khi uống.

https://tieulun.hopto.org

NIỀM TỰ HÀO CỦA VANG NEW ZEALAND

ĐƯỢC MỆNH DANH LÀ 'LÁ CỜ ĐẦU' CỦA RƯỢU VANG NEW ZEALAND, VILLA MARIA MANG TỚI NHỮNG DÒNG VANG HẢO HẠNG CHO CÁC TÍN ĐỒ RƯỢU VANG Ở HƠN 50 QUỐC GIA TRÊN TOÀN THẾ GIỚI, TRONG ĐÓ CÓ VIỆT NAM.

Từ nhà sản xuất rượu vang tiên phong của New Zealand

Villa Maria được thành lập vào năm 1961 bởi George Fistonich, giám đốc điều hành và chủ sở hữu cho tới ngày nay. Niềm đam mê mãnh liệt với rượu vang của George Fistonich được nhen nhóm từ những năm tháng tuổi thanh xuân, khi nền công nghiệp sản xuất rượu vang của New Zealand vẫn còn vô cùng non nớt. Nhà phân phối Red Apron, đại diện độc quyền của Villa Maria tại Việt Nam chia sẻ: "Khi George Fistonich sáng lập Villa Maria, ông chỉ mới 21 tuổi. Đối với George, triết lý làm rượu mộc mạc, giản đơn mà hết sức thực tế – làm ra những chai vang mà chính ông có thể thưởng thức và yêu thích. Triết lý đó đã thực sự đem lại thành công vang dội cho Villa Maria ngày nay. Khởi đầu chỉ với 1 hec-ta vườn nho, Villa Maria cho ra đời dòng rượu vang đầu tiên vào năm 1962. Khoảng 10 năm sau, hãng mở rộng sản xuất và nhanh chóng giành được tiếng vang trên thị trường."



Đến hãng rượu vang được yêu thích nhất

Kể từ những năm đầu thập niên 80, Villa Maria đã trở thành nhà sản xuất giành được nhiều giải thưởng rượu vang danh giá nhất New Zealand. Trong đó có thể kể tới: top 50 nhà sản xuất rượu vang xuất sắc nhất thế giới (Tạp chí Wine Spectator – 2004); top 50 thương hiệu được yêu thích nhất thế giới (Tạp chí Drinks International – 2012); 12 năm liên tiếp đạt là Nhà sản xuất rượu vang xuất sắc nhất New Zealand... Năm 2017, Villa Maria xếp thứ 4 trong danh sách 50 thương hiệu rượu vang được ưa chuộng nhất thế giới (thứ hạng cao nhất của rượu vang New Zealand). Đặc biệt, George Fistonich vinh dự được chính phủ New Zealand phong tước Hiệp sĩ nhờ những cống hiến cho nền công nghiệp sản xuất rượu vang.

George Fistonich luôn tin tưởng rằng những nỗ lực không ngừng nghỉ để cải tiến, nâng cao chất lượng rượu vang chính là chìa khóa cho sự thành công của thương hiệu Villa Maria. Ông nổi tiếng với câu nói về thổ nhưỡng: "Những chai vang ngon đến từ những mảnh đất tốt và những con người tuyệt vời". Villa Maria sở hữu những vườn nho chất lượng cao nhất ở các vùng trồng nho hàng đầu New Zealand: vùng đất Marlborough trứ danh, Vịnh Hawke và Gisborne... Yếu tố con người cũng được hãng đặc biệt chú trọng, trong đội ngũ các nhà làm rượu tài hoa của Villa Maria có 2 trong số 250 chuyên gia rượu vang nổi tiếng nhất thế giới; 3 nhà làm rượu trong đội ngũ của Villa Maria từng nhận được giải 'Nhà làm rượu của năm' từ giới chuyên môn.



https://tieulun.hopto.org

NGHỆ THUẬT CHẾ BIẾN BIA



Bia! Một trong những đồ uống có lịch sử lâu đời nhất trên thế giới và là món đồ uống có tốc độ phát triển nhanh nhất ở Utah. Hiện nay, trong khi nhiều người vẫn chế giễu những thay đổi liên tục về luật rượu của Utah, bia đã trở thành một yếu tố chủ chốt của cộng đồng trong hơn một thế kỷ. Trước khi có lệnh cấm, Utah có 03 nhà máy sản xuất bia chính là Becker, Fisher Brewing và Salt Lake Brewing Company, đây đều là những nhà máy bia đẳng cấp thế giới, bên cạnh 15 nhà máy sản xuất khác, với những kích thước và đặc điểm khác nhau. Chỉ có Becker là nhà máy duy nhất có thể 'sống sót' qua các lệnh cấm và các điều luật được thay đổi.

Tuy nhiên, mọi chuyện đã thay đổi kể từ khi Greg Schirf quyết định mở nhà máy bia đầu tiên tại Utah sau gần 20 năm, công ty Schirf Brewing Company, sản xuất loại bia Wasatch Beer. Greg Schirf ban đầu chịu trách nhiệm về việc thay đổi luật ở Utah, khi cho phép các nhà máy sản xuất bia quy mô nhỏ bán những sản phẩm của chính họ. Shirf mở Squatters, phục vụ các nhà máy sản xuất bia địa phương vào năm 1986 tại Park City và sau đó là Salt Lake vào năm 1989. Một vài năm sau, công ty Red Rock Brewing ra đời và hiện nay, Salt Lake City đã gần như phục hồi lại trạng thái như trước khi lệnh cấm được đưa ra với 12 nhà máy bia độc lập.

Mặc dù tôi thích cách suy nghĩ về việc hương vị bia của tôi đã tiệm cận ở cấp độ của chuyên gia và kiến thức của tôi về nghệ thuật chế tạo thứ đồ uống tuyệt vời này cũng chẳng đến nỗi tệ, nhưng tôi vẫn quyết định dành thời gian để tìm đến chuyên gia chế biến bia Kevin Templin của Red Rock Brewery, một trong những nhà máy bia lâu đời và nổi tiếng nhất ở Utah. Những chai bia do họ sản xuất đã được trao hơn 100 giải thưởng ở cả khu vực và quốc gia, trong đó, phải kể đến giải Brew Pub of the Year (quán bia của năm) của Brewpub Magazine bình chọn và Large Brewpub of the Year (nhà chế biến bia của năm) do Great American Beer Festival bình chọn.

Để hiểu hết và đầy đủ về nghệ thuật chế biến bia, hãy bắt đầu với khóa học cơ bản, nghiên cứu sự thật đằng sau mỗi chai bia. Nó có thể được thực hiện đơn giản, hay không đơn giản, với các tính toán trong việc làm thế nào để tất cả đều thực hiện. Nhờ có chuyên gia bia Kevin, tôi có thể phân tách quá trình này thành một vài bước đơn giản để nhiều người trong chúng ta, những người chưa bao giờ hoặc chưa thực sự nghiên cứu cũng như tìm hiểu sâu vào một nhà máy bia trừ trước đến nay có thể hiểu được. Quá trình đầu tiên là quá trình malting – quá trình nghiền lúa mạch. Bạn lấy lúa mạch, ngâm trong nước và chờ đợi chúng nảy mầm. Quá trình nảy mầm này sẽ phân tách các tinh bột thành các mảnh nhỏ hơn. Sau đó, đem chúng đến lò sấy, nơi những tinh bộ bị vỡ này sẽ được sấy khô. Sau khi đã được sấy khô, quá trình nghiền tinh bộ sẽ được thực hiện. Nghiền lúa mạch và ngâm chúng trong nước ấm sẽ kích hoạt các enzyme, phân tách tinh bột thành các phân tử đường.

Sau khi quá trình nghiền lúa mạch được hoàn thành, bước tiếp theo là bước luộc. Đây là quá trình mà có rất nhiều hương vị được thêm vào. Bất kể số hoa bia nhà chế biến muốn thêm vào để cung cấp cho bia một vị đắng đặc biệt, và sự cân bằng ngọt ngào cần được đảm. Kevin có bí quyết riêng, anh sử dụng quế ở quá trình này.

Sau đó, lúa mạch sẽ được chuyển đến thùng lên men, và được làm lạnh. Men được thêm vào và men sẽ chủ yếu ăn đường, nó sẽ phân tách lúa mạch thành carbon dioxide và ethanol, tạo ra bọt và hàm lượng alcohol. Trong quá trình này, một số nhà chế biến có thể bổ sung thêm một số bước lên men thứ cấp để làm thay

https://tieulun.hopto.org

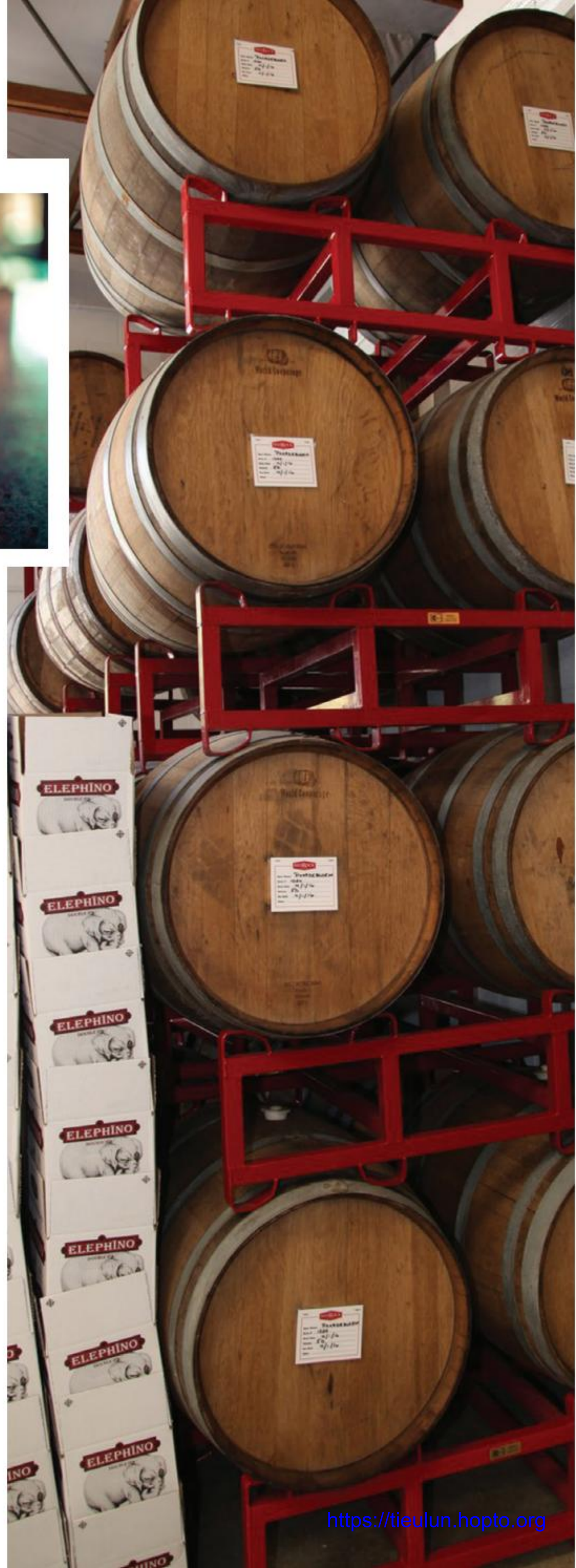


đổi hương vị của bia tùy vào công thức của họ. Quá trình lên men thứ cấp sẽ dẫn truyền bia qua các siphon chảy vào các thùng vô trùng, và sau đó men tiếp tục phân tách đường thành alcohol và carbon dioxide, tạo nên một sản phẩm thơm hơn, sạch sẽ hơn, tinh tế và nhiều màu sắc hơn cho bia.

Vì các thành phần chủ yếu trong bia gồm nước, men, lúa mạch, và hoa bia cũng như các bước chế biến về cơ bản là giống nhau, vậy tại sao tôi lại gọi đây là cuộc dạo chơi nghệ thuật của các nghệ nhân? Bằng cách nào những chai bia được chế biến thủ công kia lại được xem là nghệ thuật? Trả lời cho câu hỏi này, đó là sự kết hợp của 04 yếu tố, và các biến thể do họ tạo ra để thu được những hương vị bia khác nhau. Bổ sung thêm các thành phần phụ, bạn sẽ thu được một loại bia hoàn toàn mới. Đó là những sự thay đổi mà chỉ có những nhà chế biến bia tài năng mới có thể hiểu và thực hiện được một cách hoàn hảo, nó cũng tương tự như cái cách mà người họa sĩ tạo nên những màu sắc khác nhau cho bức tranh của mình.

Có một yếu tố của ẩm thực tinh thần liên quan đến quá trình sản xuất bia. Theo thuật ngữ của giáo dân, đó là sự hiểu biết về mùi vị và kết cấu có ảnh hưởng đến não. Biết cách làm thế nào để vận dụng bia khi phát triển một hương vị cũng quan trọng như vậy để biết làm thế nào để chế biến nó ở tất cả. Khi nếm thử một lô bia mới, các nhà sản xuất bia cân nhắc xem họ có thể làm gì với các thành phẩm mà họ để tránh những lỗi trong những lô bia lần sau, để từ đó hoàn thiện dần các phiên bản của bia.

Có lẽ những gì nghề chế biến bia thủ công thực sự là sự kết hợp giữa nghệ thuật và khoa học. Người nghệ nhân ủ bia chính là một nghệ sĩ hoàn toàn hiểu việc làm thế nào để thực hiện và kết nối các yếu tố để đạt được kết quả cuối cùng cho bức tranh các giác quan của những người sẽ uống những ly bia đó.



https://tieulun.hopto.org

LỊCH SỬ PHÁT TRIỂN CAFÉ Ở COLOMBIA



Theo một báo cáo từ văn bản lâu đời nhất về sự hiện hiện của café ở Colombia, do một linh mục dòng Tên, José Gumilla cung cấp, giống cây café xuất hiện đầu tiên ở Colombia được cho là vào năm 1790. Trong cuốn sách (1730), ông đã xác nhận sự hiện diện của cây café trong nhiệm vụ truyền giáo ở Saint Teresa of Tabajé, gần nơi con sông Meta đổ vào Orinoco. Thêm một báo cáo nữa của tổng giám mục Caballero y Gongora (vào năm 1787) cũng đã ghi nhận sự xuất hiện mùa vụ café đầu tiên ở phía vùng Đông Bắc Colombia, gần Giron (Santander) và Muzo (Boyaca) trong một báo cáo mà ông cung cấp cho các cơ quan chức năng của Tây Ban Nha.

Giống cây café đầu tiên được trồng ở vùng phía Đông Colombia. Năm 1835 đánh dấu cột mốc đầu tiên sản xuất thương mại café được đăng ký với 2.560 hộp café xanh được xuất khẩu từ cảng Cucuta, gần biên giới Venezuela. Một linh mục có tên là Francisco Romero được cho là người đã có ảnh hưởng rất lớn đến việc tuyên truyền mùa vụ ở vùng Đông Bắc của đất nước này. Sau khi nghe những lời thú tội của các giáo dân thuộc thị trấn Salazar de la Palmas, ông đã yêu cầu sự sám hối từ việc trồng café ở nơi đây. Các gian hàng và quầy hàng bán café đã được thành lập ở Santander và Bắc Santander, Cundinamarca, Antioquia và vùng đất lịch sử Caldas.

Mặc dù những sự phát triển về ban đầu khá thành công, tuy nhiên, việc củng cố café như một mặt hàng chính để xuất khẩu ở Colombia đã không được thực hiện tính đến nửa sau thế kỷ 19. Sự mở rộng hoàn hảo của nền kinh tế thế giới đã trải qua ở thời điểm đó đã cho phép các chủ sở hữu đất trồng café ở Colombia tìm được những cơ hội hấp dẫn trên thị trường quốc tế. Từng chút một, từ Mỹ trở thành những khách hàng tiêu thụ café quan trọng nhất trên thế giới của Colombia đến Đức và Pháp cũng trở thành thị trường quan trọng nhất ở châu Âu cho mặt hàng xuất khẩu này.

Các chủ sở hữu diện tích đất lớn ở Colombia sau đó đã cố gắng khai thác những cơ hội mới mà việc mở rộng thị trường quốc tế cung cấp. Từ năm 1850 đến năm 1857, Colombia đã có sự gia tăng đáng kể về xuất khẩu thuốc lá và thuốc chữa sốt rét quinine, sau đó là hàng da thuộc và thịt gia súc. Những nỗ lực đầu tiên trong việc xuất khẩu hàng nông sản trở nên quá mong manh; chúng thực chất chỉ là những nỗ lực phản ứng để tìm kiếm được nhiều lợi nhuận nhất từ giá thị trường quốc tế cao trong khoảng thời gian đó chứ không phải những nỗ lực để tạo ra một nền tảng và một thị trường xuất khẩu đa dạng và bền vững. Việc sản xuất và xuất khẩu các ngành hàng này đã đi vào ngõ cụt và bước vào giai đoạn suy thoái khi giá của thị trường quốc tế giảm sút, điều đó đã dẫn đến một sự hợp nhất công nghiệp thực sự.

https://tieulun.hopto.org





Với sự sụt giảm của giá quốc tế, ghi nhận sự chuyển tiếp từ thế kỷ 19 sang thế kỷ 20, lợi nhuận của các khu đất nông nghiệp đã sụt giảm nghiêm trọng. Vẫn chưa dừng lại ở đó, cuộc nội chiến ngàn ngày (Thousand Days War) ở Colombia, diễn ra từ 1899 – 1902 đã có những tác động tiêu cực đối với các chủ sở hữu đất quan trọng, khiến cho họ không thể duy trì quá trình sản xuất của mình trong điều kiện tốt nhất. Tất cả những điều này đã dẫn đến việc các nhà sản xuất này ngày càng phải chứng kiến món nợ nước ngoài ngày càng phình to và chính điều này đã hủy hoại họ. Những khu vực trồng café quan trọng ở Santander và North Santander rơi vào tình trạng khủng hoảng và các di sản của Cundinamarca và Antioquia bị đình trệ. Tuy nhiên, cũng chính vì những cuộc khủng hoảng này đã dẫn đến những thay đổi quan trọng nhất của ngành công nghiệp café ở Colombia. Từ năm 1875, số lượng các nhà sản xuất café nhỏ đã bắt đầu được phát triển ở Santander cũng như ở một số vùng của Antioquia và trong khu vực có tên Viejo hay Old Caldas. Trong những thập kỷ đầu của thế kỷ 20, một mô hình mới để phát triển việc xuất khẩu café dựa trên nền kinh tế nông thôn đã được củng cố, hỗ trợ nhờ lực lượng di cư và khai hoang các vùng lãnh thổ mới ở trung tâm và các vùng thuộc phía Tây của đất nước, chủ yếu ở Antioquia, Caldas, Valle, và ở phía bắc của Tolima. Cả việc mở rộng mô hình cà phê mới này và cuộc khủng hoảng ảnh hưởng đến các trang trại lớn đã cho phép các vùng phía Tây của Colombia đi đầu trong sự phát triển của ngành cà phê trong nước.

Những sự chuyển đổi và phát triển này đã tạo điều kiện thuận lợi cho các chủ trang trại café nhỏ bước vào thị trường café thay vì các chủ trang trại lớn như trước đây. Việc trồng café là một lựa chọn rất hấp dẫn đối với nông dân địa phương vì nó cho phép việc sử dụng đất dài hạn và thâm canh hơn. Với mô hình sản xuất nông nghiệp truyền thống, dựa trên phương pháp đốt nương làm rẫy và khai hoang, đất đai sẽ không được sinh lợi trong thời gian dài. Ngược lại, với việc trồng và duy trì giống café, nền nông nghiệp địa phương có khả năng phát triển mạnh mẽ và bền vững hơn, không yêu cầu các kỹ thuật cao và không phải hy sinh việc cây trồng tự cung tự cấp, tạo điều kiện thuận lợi đến mở rộng và phát triển văn hóa café mới, chủ yếu trong các trang trại nhỏ và vừa.

Mặc dù giống café mới này được sản xuất từ các nông dân nông nghiệp đã chứng minh được sự hiệu quả đáng kể với sự tăng trưởng của mức giá quốc tế như hiện nay, nhưng Colombia vẫn không có một sự năng động quan trọng trong thị trường toàn cầu của loại sản phẩm này. Trong khoảng giai đoạn từ 1905 – 1935, ngành café ở Colombia đã phát triển mạnh mẽ nhờ tầm nhìn và chính trị bền vững, bắt nguồn từ việc thành lập tổ chức Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (Liên đoàn Người trồng cà phê Colombia) năm 1927.

Sự biến đổi khí hậu trong khu vực, liên quan đến sự nóng lên toàn cầu đã làm sản lượng café của Colombia giảm sút nghiêm trọng từ năm 2006 (từ 12 triệu túi 132 pao) xuống còn 09 triệu túi trong năm 2010. Nhiệt độ trung bình đã tăng 1 độ giữa năm 1980 và 2010, với lượng mưa trung bình tăng 25% trong vài năm qua, làm gián đoạn các yêu cầu khí hậu đặc biệt của cà phê Arabica. Liên đoàn những người trồng cà phê Colombia, một hiệp hội doanh nghiệp phi lợi nhuận, đang chiến đấu để chống lại những thách thức này và hiện nay có hơn 500.000 nhà sản xuất. Liên đoàn được thành lập với ba mục tiêu: 1) bảo vệ ngành công nghiệp, 2) nghiên cứu các vấn đề của nó, và 3) nhằm nâng cao hơn nữa lợi ích và chất lượng của nó. Để biết thêm thông tin về cách hỗ trợ nền tảng và những người trồng cà phê độc lập, hãy ghé thăm trang web của họ: federaciondecafeteros.org.

https://tieulun.hopto.org

Một chiếc Rolls-Royce Wraith Black Badge có giá $362.700 (Chưa Thuế), tức là cao hơn $47.000 so với một chiếc Rolls-Royce Wraith thông thường. Đó thực sự là một khoản tiền lớn Mà bạn phải trả thêm cho cùng một mẫu xe. Vậy điều gì khiến những chiếc Rolls-Royce Wraith Black Badge trở nên đặc biệt?

ROLLS-ROYCE BLACK BADGE

THÚ CHƠI HAY ĐẦU TƯ

Sự đặc biệt của một chiếc Rolls-Royce Wraith Black Badge nằm ở tính độc bản của nó, từ khâu sản xuất và được thực hiện chính xác theo các yêu cầu của đơn đặt hàng từ những khách hàng giàu có. Tuy nhiên, với hiệu suất tăng lên và các tiện nghi được bổ sung, Wraith Black Badge cũng thể hiện các chuyến phiêu lưu thể thao của Rolls-Royce trong kỷ nguyên hiện đại. Nó phù hợp với các tiêu chí đầu tư tiêu biểu trong 30 năm nay. Và những nhận định trên sẽ đúng cho tới khi chiếc xe phù hợp với năng lực tài chính của bạn.



https://tieulun.hopto.org

Những gì bạn nhận được từ phiên bản (với mức giá cao hơn 13%) này là: Độ sáng bóng cao của chrome (rất cao) và tính chi tiết ưu việt hơn nhiều. Bên cạnh đó là quyền sở hữu một chiếc xe đặc biệt nổi tiếng trong giới mộ điệu khi có giới hạn chỉ 150 chiếc được sản xuất. Rất khó để có thể sở hữu.

Giống như chiếc Lamborghini Huracán Spyder RWD tuyệt vời mà giới mộ điệu luôn ao ước, chiếc xe với ngoại hình thu hút sự chú ý này có những yếu tố bí ẩn đặc biệt, giúp cho khoản đầu tư của bạn sẽ sinh lời theo thời gian.

Màu đen lôi cuốn

Black Badge là minh chứng cho dòng xe đặc biệt của công ty Rolls-Royce plc, với hiệu năng cao hơn, được trang bị cầu kỳ hơn. Thẩm mỹ tổng thể có độ sẫm màu hơn. (Cũng có một phiên bản Ghost Black Badge.) Thoạt nhìn, chiếc coupe này không khác mấy so với một chiếc Wraith thông thường. Cả hai đều có mui xe màu đen trải dài "cả dặm" trước mắt bạn và đường viền bao mái không mở ra lấp lánh như làn khói xung quanh.

Cả hai đều sở hữu thiết kế 02 cửa. Đây là điều góp phần làm tăng thêm cơ hội cho giá trị đầu tư của bạn: Dòng xe 02 cửa thường nhận được mức giá chốt giá cao hơn tại các phiên đấu giá. Thực tế là minh chứng rõ nhất cho điều này khi trong suốt 10 năm qua, tất cả những chiếc xe 02 cửa của Rolls-Royce (được theo dõi bởi Hagerty Insurance Agency Inc. – một công ty bảo hiểm chuyên bảo hiểm xe hơi cổ) đã tăng 60% về giá trị. Trong khi đó, những chiếc sedan 04 cửa của Rolls-Royce chỉ tăng 25%.

Thêm nữa, Wraith Black Badge là phiên bản duy nhất có biểu tượng Spirit of Ecstasy nổi tiếng của Rolls-Royce bằng chrome đen và các lỗ thông gió đen. Bên cạnh đó, một đặc điểm mới của phiên này so với các phiên bản khác đó là những bánh xe của Wraith Black Badge sẽ có độ rộng 21-inch với màu đen bóng (jet-black). Vành xe được làm bằng hợp chất sợi carbon và cần tới 04 năm để phát triển và mất trọn 01 tuần chỉ để sản xuất 01 chiếc. Ngoài ra, hãng cũng mang tới cho khách hàng một tùy chọn khác là sợi carbon và các sợi nhôm kết hợp với nhau để tạo ra hợp chất mới cho bảng đồng hồ kỹ thuật trong xe. Wraith Black Badge là loại xe hiếm hoi, ít nhận được sự chú ý hơn khi đi trên đường nếu so sánh với phiên bản Wraith thông thường – cho đến khi nó được chú ý. Sau đó, mọi người sẽ nhận ra tầm vóc của nó.

https://tieulun.hopto.org



Đầy năng lượng và mạnh mẽ

Đó là khi bạn ngồi sau vô lăng và bắt đầu cảm nhận sự khác biệt thực sự. Chiếc Wraith Black Badge chạy động cơ 624 mã lực, tương đương với sức mạnh của một chiếc Wraith phổ thông nhưng xe sở hữu hộp số 08 cấp hoàn toàn mới, giúp cho xe vận hành mượt mà và êm ái hơn. Chiếc xe cũng được thiết kế để tăng mô-men xoắn (642 pound-feet so với chỉ số 605 pound-feet của Wraith phổ thông) và hệ thống Intuitive Throttle Response (được tích hợp) để tăng thêm độ bám của các bánh răng và động cơ dựa theo sở thích lái xe của bạn. Hệ thống treo khí thông minh cũng được nâng cấp, giúp duy trì hiệu ứng trượt đặc trưng của Rolls- Royce, thậm chí với nhiều kỹ thuật tinh sắc hơn. Wraith Black Badge được đánh giá là chiếc xe nhanh nhất của Rolls-Royce từ trước đến nay. Xe có khả năng tăng tốc từ 0 lên 100km/h trong vòng 4,1 giây (so với 4,4 giây của chiếc Wraith phổ thông); tốc độ tối đa của cả hai là 155 miles (250km/h). Đánh giá của các chuyên gia trên thế giới – những người từng lái Wraith phổ thông khi nó ra mắt vào năm 2014 – về phiên bản Black Badge là xe có độ xử lí cũng như độ phanh rất nhạy. Phiên bản Black Badge này – cũng giống như sự êm ái và trơn tru trên đường thẳng – có lợi thế đáng kể về chất lượng. Bất kể nhà sưu tập nào cũng biết rằng, khi đưa ra sự lựa chọn, họ cần phải lựa chọn những chiếc xe đẳng cấp và ưu việt nhất.

Độc đáo với các chi tiết nội thất

Các khách hàng sẽ phát hiện ra các chi tiết độc đáo mà không một chiếc xe Rolls-Royce nào có được – nó cũng giống hệt như cách họ từng lần đầu thấy những chi tiết độc đáo ở một chiếc Rolls-Royce khi chuyển từ sở hữu những mẫu xe của thương hiệu khác sang. (Wraith có chỗ ngồi rộng rãi cho 04 người). Khi bạn bước vào trong, bạn sẽ không thể bỏ qua những chiếc ghế bọc da màu đen và đỏ thẫm rõ nét; đồng hồ Black Badge được thiết kế trên bảng khí cụ. Cửa xe được bọc bằng da màu cam, hay logo đặt dưới đồng hồ và chi tiết dệt trên thành ghế sau như một cách để truyền cảm hứng cho hành khách và thúc đẩy các giới hạn của chiếc xe. Nó có giá trị, không phải cho tất cả mọi người. Ở phía trên đầu, có hơn 1.300 sợi cực nhỏ. Đây là những sợi quang phản chiếu trên trần xe. ("Đó là bầu trời đầy sao!" một hành khách từ Texas đã phải thốt lên như vậy khi ngồi trong xe). Bạn có thể giảm độ sáng của chúng chỉ bằng 01 nút bấm, điều chắc chắn sẽ khiến bạn cảm thấy tuyệt vời. Một số chi tiết khác dành cho người lớn gồm: khu dành cho những người hút thuốc có thể nhả khói, gạt tàn thuốc đặc biệt được thiết kế kèm cổng USB.

Hoàn toàn không lạ trước những tiện nghi ưu việt này. Những khách hàng của Rolls-Royce là những người muốn đắm mình trong thế giới của sự xa xỉ với những món đồ được thiết kế và chế tác bởi hãng. Trên thế giới, có những người thậm chí sưu tập những món đồ này như những chiếc túi đựng đồ, những chiếc radio với thiết kế độc đáo, hay những túi thiết bị đặc biệt hoặc bật lửa. Người ta thậm chí còn trả $46.000 cho những chiếc túi dã ngoại của Rolls-Royce.

Sự đắt đỏ

Ở trên, tôi đã đề cập đến độ chênh giá giữa Wraith và Wraith Black Badge. Nhưng đó là một phần quan trọng của việc giúp chiếc xe vẫn giữ được sự khao khát sau 30 năm trôi qua, ngay cả khi lý do đó hơi thẳng thừng. Tại phiên đấu giá Scottsdale năm nay, một chiếc Roadster Rolls-Royce Phantom II (1932) đã được bán với giá $341.000; một chiếc Rolls-Royce Silver Ghost (1913) London-Edinburgh Sports Tourer đã được bán với giá $698.500. Khi chúng được giới thiệu ở thị trường, mỗi chiếc xe là một trong những chiếc xe hơi đắt nhất từng được sản xuất và là chiếc Rolls-Royce đắt nhất trong dòng sản phẩm của nó. Hiện nay, Pagani Huayra Roadster và Ferrari LaFerrari, là 02 trong số những chiếc xe hiện đại có giá cao nhất thế giới. Chúng cũng là 02 trong số những chiếc xe có tỷ lệ hoàn lãi cao nhất. Hẳn nhiên là sức hút của những chiếc xe đẳng cấp không hề giảm.

Phiên bản giới hạn

Mỗi chiếc Black Badge Wraith mất hơn 70 giờ làm việc thủ công. Danh sách chờ đợi cho một chiếc xe Black Badge Wraith có khi kéo dài đến tận 03 tháng. Trong 1.000 chiếc Wraith được sản xuất năm nay, chỉ có 15% trong số đó là Wraith Black Badge. Con số 150 chiếc cho thị trường toàn cầu là minh chứng cho sự hấp dẫn từ dòng xe Black Badge. Số lượng hạn chế là lợi thế lớn dành cho nhà sưu tập nếu họ đủ kiên nhẫn. Sau phiên đấu giá Monterey (tổng giá trị $345 triệu) vào cuối năm ngoái, chuyên gia truyền thông Jonathan Klinger của công ty bảo hiểm xe cổ Hagerty đã chia sẻ thị trường đang trở lại cân bằng sau nhiều năm tăng trưởng thần tốc. Tuy nhiên, theo ông, tình trạng này không áp dụng cho những "mẫu điển hình nhất của một dòng xe cao cấp." Theo đại diện của công ty bảo hiểm sẽ cổ này, vấn đề là những chiếc xe đó có đủ cao cấp và đủ giới hạn hay không. Tuy nhiên, ông cũng nhấn mạnh rằng những chiếc xe phiên bản đặc biệt này phải mang lại một thứ thật đặc biệt.

https://tieulun.hopto.org

JAGUAR F-PACE

THÁCH THỨC MỌI GIỚI HẠN



GIÀNH CHIẾN THẮNG 02 GIẢI THƯỞNG QUAN TRỌNG NHẤT DÀNH CHO DÒNG XE Ô TÔ TẠI CUỘC THI Ô TÔ THẾ GIỚI 2017 – WORLD CAR AWARDS 2017 VỚI HẠNG MỤC CHIẾC XE CỦA NĂM 2017 – WORLD CAR OF THE YEAR 2017 VÀ HẠNG MỤC THIẾT KẾ CỦA NĂM – WORLD CAR DESIGN OF THE YEAR 2017, CHIẾC SUV CỦA JAGUAR ĐANG THỰC SỰ KHIẾN MỌI ĐỐI THỦ VÀ THẾ GIỚI XE PHẢI NGẢ MŨ KÍNH PHỤC.

Jaguar F-Pace bước chân vào ngôi đền lịch sử

2017 là năm đánh dấu 13 năm giải thưởng World Car Adwards – sự kiện quan trọng hàng năm của giới sản xuất xe hơi - được tổ chức. Và năm nay, sự kiện đã chứng kiến một cột mốc quan trọng khi dòng xe SUV mới của Jaguar, Jaguar F-Pace nhận được số phiếu áp đảo nhất từ hội đồng 75 nhà báo có sức ảnh hưởng toàn cầu. Mẫu xe đã có vinh dự được bình chọn nhận cùng lúc 02 giải thưởng quan trọng nhất dành cho một dòng xe ô tô: Giải Chiếc xe của năm 2017 và Giải thưởng Thiết kế của năm 2017.

Chia sẻ về sự kiện này, tiến sĩ Ralf Speth, CEO của thương hiệu Jaguar Land Rover cho biết: "F-Pace được Jaguar thiết kế với mong muốn tạo ra một mẫu SUV xuất sắc với hiệu suất vận hành vượt trội, thiết kế nổi bật và phù hợp với yêu cầu sử dụng hàng ngày. Chiến thắng tại 02 hạng mục quan trọng này là niềm tự hào cho chúng tôi và F-Pace xứng đáng là mẫu xe thể thao có tính thực dụng nhất và bán chạy nhất của thương hiệu." Theo báo cáo từ Jaguar, dòng xe F-Pace là mẫu xe có sức bán mạnh nhất hiện nay trên toàn cầu của thương hiệu Jaguar. Tại những thị trường khó tính như châu Âu và Mỹ, F-Pace cũng trở thành mẫu xe có mức tăng trưởng nhanh và mạnh mẽ nhất.

Ian Callum, Giám đốc Thiết kế của Jaguar cho biết: "F-PACE là mẫu SUV đầu tiên của Jaguar nhưng đã giành chiến thắng hạng mục Xe Của Năm – World Car of the Year, điều này cho thấy sự thành công trong đặc trưng thiết kế của Jaguar cũng như các giá trị mà thương hiệu này mang lại"

WINNER
WORLD CAR AWARDS
2017 WORLD CAR DESIGN OF THE YEAR

WINNER
WORLD CAR AWARDS
2017 WORLD CAR OF THE YEAR

Jaguar F-Pace thách thức mọi đối thủ

Giải thưởng World Car Awards là giải thưởng thường niên được tổ chức để bình chọn và trao giải cho những mẫu xe ấn tượng nhất trong năm. Hội đồng bình chọn của World Car Awards tập hợp đông đảo các nhà báo có tên tuổi và có sức ảnh hưởng toàn cầu cùng sự tham gia của hàng loạt các 'ông kẹ' trong ngành sản xuất xe hơi trên thế giới. Tại cuộc bình chọn năm nay, vượt qua những cái tên sừng sỏ nhất trong danh sách đề cử, Jaguar F-Pace đã xuất sắc trở thành cái tên được lựa chọn (thay vì những Audi Q5 và Volkswagen Tiguan hay Mercedes-Benz S-Class Cabriolet hoặc Toyota C-HR) để lần lượt giành giải thưởng Chiếc xe của năm và Thiết kế của năm. Đây là lần thứ 02 một mẫu xe của Jaguar có vinh dự được trao giải thưởng này.

Mike Rutherford, thành viên Hội đồng bình chọn, Giám đốc – Phó Chủ tịch giải thưởng World Car Awards/World Car of the Year cho biết: "Jaguar đã làm nên một kỳ tích khi lần lượt giành cả 02 danh hiệu Thiết kế của năm và Chiếc xe của năm. Với F-Pace, ngành công nghiệp ô tô Anh Quốc nói chung và Jaguar nói riêng có quyền tự hào vì tài năng của họ đã được công nhận và vượt qua các đồng nghiệp đến từ Châu Âu, Châu Á và Bắc Mỹ."

Jaguar F-Pace là mẫu SUV hiệu suất cao đầu tiên của Jaguar và góp phần đáng kể vào sự tăng trưởng vượt bậc của hãng. Động cơ của F-Pace được phát triển đa dạng với nhiều phiên bản sử dụng dầu diesel và xăng. Hệ động cơ trải dài từ phiên bản Ingenium dầu diesel 2.0L 04 xy lanh có mức xả thải chỉ đạt 126g/km cho đến phiên bản hiệu suất cao 380 mã lực – động cơ xăng siêu nạp V6 cho khả năng tăng tốc từ 0-100km/h chỉ trong 5.5 giây. Trong năm vừa qua, Jaguar đã giới thiệu 03 dòng xe mới, giúp bổ sung hoàn thiện vào chuỗi sản phẩm của hãng. Hiện nay, doanh số của Jaguar vẫn đang trên đà tăng mạnh và là thương hiệu ô tô có tốc độ phát triển nhanh nhất tại thị trường Châu Âu.

https://tieulun.hopto.org

AUDI Q8 CONCEPT

CHÍNH THỨC LỘ DIỆN

AUDI Q8, CHIẾC SUV SPORT CONCEPT, HỨA HẸN LÀ THÁCH THỨC MỚI CỦA BMW X6, MỚI ĐÂY ĐÃ CHÍNH THỨC ĐƯỢC TRÌNH LÀNG.



Trong một thời gian rất dài, Audi là cái tên đại diện cho sự tinh tế, phong cách duyên dáng và các thiết kế tỉ mỉ thông minh. Và chắc chắn cho tới bây giờ điều này vẫn đang đúng là như vậy. Chúng ta có được những tiến bộ vượt bậc cho những chiếc kính xe hơi cùng các ứng dụng tiên tiến về khí động học cho những dòng xe chính thống một phần là nhờ vào những phát kiến của thương hiệu Audi. Rất hiếm có người không cảm thấy thích thú với thương hiệu xe này. Các tấm tản nhiệt cỡ lớn mang tính biểu tượng hơn một thập kỷ nay, các thiết kế nội thất tinh tế, dễ chịu nhất, Audi biết chiều lòng ngay cả những khác hàng khó tính.

Thị trường đã chuyển từ những chiếc coupe thể thao và những chiếc sedan sang những chiếc SUV mạnh mẽ hơn. Phong cách tinh tế của Audi đã chuyển sang những kiểu dáng xe đắt tiền hơn, hầm hố hơn và ấn tượng hơn. Những người mua Audi đang có cơ hội nhận được nhiều hơn những gì họ thực sự muốn – hoặc, ít nhất, những gì mà các nhà tiếp thị và các nhà thiết kế nghĩ rằng họ muốn. Lưới tản nhiệt của chiếc xe Q8 Concept là một trong những bước đột phá. Thay vì lưới tản nhiệt cỡ lớn, thể hiện sự uy nghiêm không cần thiết, Q8 mang đến bộ lưới tản nhiệt với thiết kế theo đúng tên gọi. Chi tiết lưới tản nhiệt này có thiết kế bát giác với 08 cạnh không đồng đều, cùng khung sơn màu đen huyền bí. 05 thanh ngang sơn màu đen với 02 cạnh đôi hẹp ẩn dấu sau 06 thanh chắn dọc (cũng 02 cạnh đôi) màu bạc, tạo nên những vết rãnh và liên kết với 04 nếp gấp trên nắp ca pô. Có thêm một vài nếp gấp ở vòng ngoài, một cạnh ghép nối với A-pillar, một nếp gấp khác lót bên dưới cửa sổ bên cạnh kéo dài lên phía trước của chắn bùn. Thêm vào các nếp gấp trên mỗi bánh xe và một vài đường cắt ngang, đường cong trong thân xe, không khó để bạn có thể thấy nhà sản xuất của chiếc xe này đang hướng nó tới hành trình của một biểu tượng của sự sang trọng, cao cấp và xa hoa.

Không thể phủ nhận đây là một dòng xe hấp dẫn, một biểu tượng mới của giới mộ điệu nhưng có thể đặt câu hỏi rằng liệu có hợp lý hay không khi chiếc xe chỉ có thể chở được 04 người và một số lượng hành lý hạn chế? Không gian khả dụng của chiếc xe thậm chí bịgiảm bớt bởi thiết kế dốc xuống của đường roofline và không gian dành cho động cơ cũng như bộ phận điện cứng được mang dưới sàn xe để chứa toàn bộ bánh xe, động cơ hybrid và các ắc quy. Tuy nhiên, tính hiệu quả và tính thực tế không phải là một phần thiết kế của chiếc xe concept này. Có lẽ để hiểu về nó chúng ta cần xem xét lại những lý thuyết mà nhà kinh tế học Thorstein Veblen đã đưa ra trong cuốn sách Theory of the Leisure Class của ông hơn là xét tới tính thiết kế và những đòi hỏi tiêu chuẩn cho một chiếc SUV.

Sẽ luôn có một khao khát và một nhu cầu vượt quá giới hạn. Tất cả chúng ta đều được hưởng lợi từ những mong muốn chinh phục được nhiều hơn so với những gì mà người khác muốn có. Khi so sánh Q8 với một chiếc xe tiết kiệm năng lượng của 01 thập kỷ trước, không khó để nhận ra rằng những cải tiến hầu như là để phục vụ những người giàu có và đẳng cấp. Đây không phải là chiếc xe mà tôi muốn có trong mọi trường hợp. Nhưng tôi có thể khẳng định rằng nếu trong tương lai, nhân loại có được những chiếc xe hybrid giá rẻ thì đó là bởi những chiếc xe như Audi Q8 Concept.

https://tieulun.hopto.org

Q8 mang dáng dấp vuông vức tương tự của Q7 nhưng gợi cảm hơn bởi chú ý bo tròn một số đường nét. Điểm đặc biệt, Q8 dài và rộng hơn Q7 nhưng thiết kế chỉ 04 chỗ, không gian nội thất mênh mông. Xe sử dụng động cơ plug-in hybrid, gồm xăng 03 lít tăng áp V6 kết hợp động cơ điện cho tổn công suất 442 mã lực, mô-men xoắn cực đại 700 Nm. Xe tăng tốc 0-100 km/h sau 5,4 giây và đạt tốc độ tối đa 250 km/h. Hệ dẫn động 04 bánh. Mức tiêu thụ nhiên liệu ấn tượng hãng đưa ra là 2,35 lít/100 km cho chiếc SUV cỡ lớn, trong điều kiện chạy thử đường châu Âu, mức này tương đương mức tiêu thu của những chiếc xe máy 125 phân khối hiện nay. Nếu chỉ chạy động cơ điện, Q8 sẽ lăn bánh được trên quãng đường 60 km. Audi cho biết mẫu xe concept này sẽ sản xuất vào năm tới, chính thức tham gia vào phân khúc đang mở là Bentley Bentayga, Porsche Cayenne hay Lamborghini Urus sắp ra mới.

Phiên bản mạnh mẽ hơn của mẫu SUV hạng sang này là Audi RS Q8. Tất nhiên, khi ra mắt trong triển lãm Geneva năm nay, Audi RS Q8 cũng chỉ dừng ở mức xe concept. Theo tin đồn, Audi RS Q8 sẽ không sử dụng hệ dẫn động plug-in hybrid như Q8. Thay vào đó, Audi RS Q8 sẽ được trang bị động cơ V8, tăng áp kép, dung tích 4.0 lít và hộp số tự động 08 cấp. Có vẻ như đây cũng là khối động cơ sẽ được dùng cho siêu SUV Lamborghini Urus sắp ra mắt. Tin đồn khẳng định, động cơ này sẽ giúp Audi RS Q8 mạnh mẽ không kém gì S8 Plus. Cụ thể hơn, Audi RS Q8 sẽ sở hữu công suất tối đa 605 mã lực và mô-men xoắn cực đại 700 Nm. Ngoài ra, Audi RS Q8 hứa hẹn sẽ đi kèm hệ dẫn động 4 bánh toàn thời gian Quattro đặc trưng. Nhờ đó, Audi RS Q8 có thể tăng tốc từ 0-100 km/h trong thời gian chưa đến 5 giây và đạt vận tốc tối đa trên 300 km/h. Mặc dù, hiện chưa rõ hình ảnh cụ thể của Audi RS Q8. Dự đoán, Audi RS Q8 sẽ sở hữu thiết kế hầm hố và thể thao hơn hẳn Q8. Rất có thể Audi RS Q8 sẽ được trang bị lưới tản nhiệt rộng hơn, cánh gió trước nổi bật và đèn pha hình thang với công nghệ Matrix LED.

Bên trong khoang lái của Audi RS Q8 cũng sẽ xuất hiện những chi tiết thiết kế đậm chất thể thao hơn để tạo điểm nhấn khác biệt so với mẫu xe Q8 thông thường. Việc Audi giới thiệu RS Q8 có lẽ không khiến người hâm mộ bất ngờ. Trong vài năm trở lại đây, hãng Audi rất chăm chỉ mở rộng dòng xe hiệu suất cao RS của mình như RS Q5 hay RS Q2. Do Audi Q8 phiên bản sản xuất sẽ có mặt trên thị trường vào năm 2018. Do đó, có thể Audi RS Q8 sẽ được tung ra thị trường vào năm 2019 hoặc đầu năm 2020.



https://tieulun.hopto.org

Builder: Beneteau
Model: Monte Carlo Series 5
Year: 2013
Boat Type: Cruiser
LOA: 49'10"
Beam: 14'2"
Draft: 3'10"
Standard Power: 2/370-hp
Volvo Penta IPS500s

MONTE CARLO SERIES 5

https://tieulun.hopto.org

Monte Carlo vốn là tên gọi của vùng đất vô cùng nổi tiếng của Monaco, được biết đến rộng rãi với sòng bạc và sự nổi bật của nó. Nơi của sòng bạc Casino De Monte Carlo sang trọng và nổi tiếng bậc nhất thế giới với vẻ đẹp sa hoa, choáng ngợp được thiết kế rất công phu và lộng lẫy, từng xuất hiện làm bối cảnh cho loạt phim 'James Bond'. Monte Carlo còn là nơi của trường đua xe đặc biệt nhất của Formula 1. Nơi có quán Le Café de Paris, để ngắm các ngôi sao Hollywood.

Và dĩ nhiên khi nhắc đến Monte Carlo, không thể bỏ qua trò chơi của giới siêu sang tại đây – du thuyền. Gần như việc tham gia câu lạc bộ du thuyền Monte Carlo để thực hiện chuyến du ngoạn vòng quanh bến cảng tấp nập, tráng lệ của thành phố này là một trong những hoạt động mà bất kỳ du khách, ngôi sao nào cũng muốn trải nghiệm khi đến đây. Vì vậy khi siêu du thuyền Monte Carlo của hãng đóng tàu trứ danh Bénéteau Group giới thiệu lần đầu năm 2013 đã thu hút rất nhiều bởi giới siêu giàu trên thế giới. Vốn được mệnh danh là du thuyền 'quý tộc', Monte Carlo ngay lập tức được nhận ra trên bất kỳ bến đỗ sang trọng nào trên thế giới từ chính tên gọi, từ logo, kiểu dáng, và sau đó là công nghệ sử dụng cho hệ thống động cơ và nội-ngoại thất trên tàu, khi trải nghiệm thực tế. Trong các phiên bản của Monte Carlo, Monte Carlo Series 5 và MC5S (phiên bản thể thao của MC5) phù hợp nhất cho các gia đình và nhóm lớn chính bởi không gian, sự chắc chắn và thiết kế tiện nghi, thoải mái. Chúng còn được trang bị cơ sở vật chất cho các môn thể thao dưới nước và các hạng mục giải trí khác

Thông số kỹ thuật của Monte Carlo Series 5

Ngoại thất: Được xem là một trong những điểm giúp MC5 khác biệt chính là thiết kế của du thuyền. Monte Carlo Series 5 mang phong cách Địa Trung Hải, với ấn tượng đến từ không gian được thiết kế để tận dụng tối đa các cuộc giải trí. Một *cabin* lớn hạng nhất (còn gọi là *saloon*) riêng biệt được trang bị đầy đủ tiện nghi sang trọng trên khu vực *hardtop*, buồng lái lớn thông nối với *saloon* làm khu vực giải trí rộng cho 4-6 người.

Động cơ: Hệ thống động cơ Volvo IPS 600 hứa hẹn đem đến những buổi trải nghiệm *cruise* trên biển thật êm ái, và thú vị

Nội thất:Thiết kế nội thất sử dụng chất liệu kính ở nhiều khu vực, nhất là khoảng kết nối giữa không gian bên ngoài và bên trong của du thuyền. Chất liệu kính vốn được xem là tiêu biểu cho kiến trúc hiện đại giúp bộ mặt của kiến trúc nhẹ nhàng và bay bổng hơn, ngoài ra giúp tiết kiệm được diện tích trên tàu, đồng thời mở rộng không gian và tầm nhìn, phô bày được các thành phần kiến trúc – nội thất theo cả chiều rộng và chiều sâu; làm tăng thẩm mỹ không gian kiến trúc, tăng hiệu quả thị giác và hiệu quả chiếu sáng cho không gian bên trong tàu. MC5 có 3 khoang cabin và 2 phòng tắm đầy đủ nội thất sang trọng, dành cho 6 người.

Monte Carlo Series 5 được xem là một trong những niềm tự hào của nhà đóng tàu lừng danh Bénéteau Group, có lịch sử hơn 133 năm, một trong những nhà đóng tàu uy tín và lâu đời nhất thế giới. Monte Carlo nói chung mang phong cách Ý sang trọng, cổ điển, và hứa hẹn chắc chắn đem đến những trải nghiệm tuyệt vời cho cả những tay chơi du thuyền chuyên nghiệp và khó tính nhất



Monte Carlo Series 5 là mẫu du thuyền thuộc Monte Carlo của Bénéteau Group.
Hiện tại Bénéteau Group được phân phối độc quyền tại Việt Nam qua công ty Tam Sơn Yachting

Thông tin liên lạc:

Head Office: Tầng 16– Harbour View Tower, 35 Nguyễn Huệ –Phường Bến Nghé, Quận 1
Phone: (84-8) 3915 2868 Fax: (84-8) 3910 5028 www.beneteau.com

https://tieulun.hopto.org

SIÊU HẠM THUYỀN
ĐỒ CHƠI ĐỒNG PHỤC CỦA NHÀ GIÀU THẾ GIỚI



Chiếc Azzam có chiều dài lên tới 180m.

ĐIỂM CHUNG CỦA CHỦ TỊCH CỦA GOOGLE, ERIC SCHMIDT, ÔNG HOÀNG TRUNG ĐÔNG VÀ NHÀ LÀM PHIM ĐẠT DOANH THU CAO NHẤT MỌI THỜI ĐẠI STEVEN SPIELBERG LÀ GÌ? BÊN CẠNH VIỆC LÀ NHỮNG NGƯỜI SIÊU GIÀU, HỌ ĐỀU CÓ TÊN TRONG DANH SÁCH NHỮNG CÁ NHÂN HIẾM HOI SỞ HỮU NHỮNG CHIẾC SIÊU HẠM THUYỀN.

Không có gì lạ khi những chiếc siêu hạm thuyền có giá rất đắt – thậm chí có lẽ từ "đắt" hay những tính từ như "trên trời" hay thậm chí là "cắt cổ" cũng trở nên rụt rè, khiêm nhường khi đặt cạnh những tag giá và tầm vóc của những chiếc thuyền này. Chiếc hạm thuyền lớn nhất thế giới, chiếc Azzam của Khalifa bin Zayed Al Nahyan có chiều dài lên tới 180m (để dễ tưởng tượng, bạn hãy nghĩ tới khoảng 1,7 lần chiều dài sân vận động Old Trafford) hoặc gần 2/3 chiều cao của tháp Eiffel. Chi phí để đóng chiếc hạm thuyền lên tới $600 triệu. Nhưng những điều này nếu vẫn chưa đủ để giải thích về sự xa hoa của thế giới du thuyền, vậy thông tin sau sẽ bổ sung cho bạn: 8/10 thương vụ sát nhập xa xỉ bậc nhất thế giới đều là dành cho những "lâu đài di động trên mặt biển" - cách gọi khác dành cho các hạm thuyền.

Và trong khi tính riêng mỗi chiếc du thuyền có thể có giá hàng chục hoặc thậm chí, như trong trường hợp của Azzam là hàng trăm triệu đô, chi phí thường niên cho chúng (theo Towergate Insurance) có thể dễ dàng cán mốc 07 con số (thậm chí nhanh hơn cả cách một chiếc siêu xe cán mốc 100km/h).

Vậy, một chiếc du thuyền sẽ khiến tài khoản trong ngân hàng của bạn "bốc hơi" bao nhiêu? Các báo cáo chỉ ra rằng bình quân, một chiếc du thuyền 100m với tốc độ tối đa là 25 hải lý và 50 thành viên thủy thủ có giá khoảng $275 triệu. Nếu xét đến danh sách 30 chiếc du thuyền lớn nhất thế giới, tất cả đều có chiều dài trên 100m, chi phí này còn lớn hơn thế nhiều. Chẳng hạn chiếc du thuyền lớn thứ 02 thế giới, chiếc Eclipse, chiều dài 162,5m, có giá ước tính vào khoảng €340 triệu.

https://tieulun.hopto.org



Chi phí xăng dầu, bảo trì phổ thông, thuế và lương thủy thủ là những khoản mà một chủ sở hữu du thuyền phải tính tới, và đẳng cấp của thuyền cũng đồng nghĩa với chi phí phải bỏ ra. Hãng bảo hiểm hàng hải nổi tiếng thế giới, Towergate ước tính phí đậu đỗ một năm vào khoảng $350.000, phí bảo hiểm khoảng $240.000, phí bảo trì và sửa chữa có thể lên tới hàng triệu. Và lương của các thủy thủ cũng vậy. Hiểu đơn giản thì chiếc du thuyền là một công ty ít nhất 50 người mà bạn phải "nuôi" nó. Nhìn chung, chủ thuyền nên chuẩn bị sẵn sàng tâm lý cho việc chi trả khoảng 10% giá trị lúc mua ban đầu của chiếc thuyền (mỗi năm) cho việc bảo trì, sửa sang chiếc thuyền. Nếu tính sơ với những chiếc thuyền nằm trong danh sách 30 chiếc lớn nhất, khoản phí này đã tương đương với hàng chục triệu đô.

Trở lại với việc trả lương cho thủy thủ đoàn của thuyền. Lương của thuyền trưởng vào khoảng $70.000 mỗi năm với những chiếc thuyền nhỏ và khoảng $180.000 một năm với những chiếc du thuyền cỡ lớn, các nhân viên khác có mức lương thấp hơn khá nhiều. Tuy nhiên, hãy tính tới tổng khoản tiền mà chủ thuyền Azzam sẽ phải bỏ khi thuê mướn 50 người. Những chiếc du thuyền cỡ nhỏ hơn (với kích cỡ vừa chớm hạm nhưng đã bỏ xa kích cỡ của siêu du thuyền) như Maltese Falcon với chiều dài 88,12m hay Venus với chiều dài 79,25m thuê mướn từ 18 tới 22 nhân viên. Trong khi đó, chiếc Al Said, sở hữu bởi Sultan of Oman, thuê một đội thủy thủ với "quân số" gần vừa đủ cho một tiểu đoàn: 154 người.

https://tieulun.hopto.org





Về giá xăng dầu. Okie, giá xăng dầu như chúng ta đều biết có thể giảm mạnh trên đất liền hay trên Forex - nơi xăng dầu được mua bán ở dạng tài khoản. Nhưng giá xăng dầu trên mặt biển lại là một câu chuyện hoàn toàn khác. Đơn giản, bởi vận chuyển xăng dầu trên mặt biển để tiếp nhiên liệu là điều hoàn toàn khác với những đòi hỏi cũng rất khác biệt. Một chiếc du thuyền 71m tiêu tốn khoảng 500 lít dầu mỗi giờ và có thể bạn không tin nhưng chi phí đổ dầu mỗi lần cho chiếc du thuyền này vào khoảng $400.000. Hiểu đơn giản, mỗi lần đổ dầu, chủ thuyền phải chấp nhận garage nhà mình bớt đi một chiếc Rolls-Royce Dawn (giá cập cảng Việt Nam khoảng $500.000).

Vậy ai là người có thể chi tiền cho thú vui xa xỉ và đắt đỏ này (một lần nữa, xin nhắc lại điều đã được nhắc tới ở trên "xa xỉ" và "đắt đỏ" cũng sẽ trở nên khiêm nhường khi đặt cạnh những lâu đài trên biển)? Towergate đã tìm ra quốc tịch của 125 chủ thuyền, trong số này 14% là người Mỹ, kế đó là người Nga. Và giống như hầu hết các phân khúc xa xỉ khác, châu Á đang là thị trường nóng khi các nhà giàu tới từ nơi vẫn được người châu Âu xem là "xứ sở tận cùng của thế giới" đã mua 11% số du thuyền trên thế giới vào năm 2014 (trong khi con số này vào năm 2011 là 3%). Và những chỉ số này còn đang trên đà tăng tiếp.

Năm 2013, đã có 355 chiếc siêu du thuyền được mua, tổng doanh số thu về cho các hãng đóng thuyền lên tới $3,4 tỷ. Đáng nói hơn là 10% trong số này được trả tiền ngay lập tức. Các chủ thuyền thường chỉ sở hữu thuyền của họ không lâu hơn ba năm trước khi đổi mẫu khác. Tuy nhiên, những điều này vẫn chưa phải tuyệt đối ấn tượng. Điều thực sự ấn tượng là những chiếc thuyền này có cửa sổ kính chống bom, cảm hứng chuyển động, kiểm soát truy cập bằng vân tay và các tàu ngầm cứu hộ bí mật. Venus, chiếc du thuyền từng thuộc về gia đình của cố thiên tài Steve Jobs, có thiết kế kính đặc biệt mô phỏng một cửa hàng của Apple. Du thuyền Eclipse của ông chủ đội bóng Chelsea, Roman Abramovich có tới 02 bể bơi, 02 sân đậu đỗ trực thăng, một chiếc tàu ngầm 03 người để "đi dạo" dưới đáy biển.

Cuối cùng, nếu muốn khám phá thêm về những chiếc hạm thuyền và chủ nhân của nó, những cái tên bạn có thể sẽ quan tâm là đạo diễn phim Steven Spielberg, doanh nhân David Geffen hay chủ quỹ đầu tư Elena Ambrosiadou. Hay ông trùm của thế giới thời trang Bernard Arnault – chỉ tiếc rằng người đứng đầu tập đoàn LVMH có vị trí khá khiêm tốn trên danh sách những người sở hữu các hạm thuyền dù vẫn rất đáng ngưỡng mộ. Vị trí của ông hiện là 31 với chiếc thuyền có chiều dài cũng trên 100m.

https://tieulun.hopto.org

LÜRSSEN AMADEA

ĐẲNG CẤP 106M

NẾU MỘT THẬP KỶ TRƯỚC ĐỂ KÉO DÀI THÊM MỖI M CHO DU THUYỀN, MỘT NHÀ GIÀU CÓ THỂ MẤT KHOẢN TIỀN LÊN TỚI CẢ TRIỆU ĐÔ THÌ HIỆN NAY CON SỐ NÀY CÓ THỂ ĐÃ TĂNG LÊN NHIỀU. NHỮNG CHIẾC SIÊU DU THUYỀN VÀ THẬM CHÍ LÀ "HẠM THUYỀN" (TẠM DỊCH TỪ GIGAYACHT) VẪN LÀ THƯỚC ĐO ĐẲNG CẤP CHO NHỮNG NHÀ GIÀU THẾ GIỚI.

Mẫu du thuyền này có tên gốc là Project Mistral. Thuyền đã được hãng đóng tàu Lürssen bàn giao cho khách hàng vào ngày 23/03/2017 và được đổi tên thành Amadea. Được biết, thuyền đã rời Kiel và đang hướng tới Na Uy – một địa điểm dừng chân để nạp năng lượng quen thuộc (trước mỗi hành trình bàn giao) cho những chiếc thuyền của Lürssen. Mẫu du thuyền vỏ thép này mang thiết kế displacement đặc trưng. Thiết kế displacement là thiết kế với phần đuôi thuyền được nâng lên hướng tới mực ngấn nước, cho phép nước có thể chảy quanh và đi qua vỏ thuyền với các tác động lên vỏ thuyền ở mức thấp nhất. Phần ngoại thất của thuyền được thiết kế bởi Espen Øino – cái tên quen thuộc của giới yêu du thuyền.

Với phần vỏ thuyền bằng thép và kết cấu trên boong chính bằng nhôm, thuyền có 05 boong và được đóng theo bảng phân loại xếp hạng Lloyd's Registry classification. Như vậy, thuyền đã được bàn giao khoảng 31 tháng sau khi bắt đầu được đóng vào tháng 09/2013. Thuyền sở hữu một rầm néo buồm ở mũi thuyền (để trang trí) với kích thước lên tới 2m. Nội thất của thuyền có tổng dung tích là 2,999GT. Thuyền được đăng ký tại đảo Cayman Islands. Có thể thấy rõ từ hình chụp, ở phần mũi thuyền là một chỗ đậu đỗ trực thăng – một trong những tính năng quen thuộc của những chiếc "hạm thuyền". Được biết, thuyền sẽ hướng tới khu vực Trung Đông để gia nhập thế giới của những chiếc siêu du thuyền.

Hiện nay thương hiệu đóng tàu danh tiếng của Đức, Lürssen đang tiếp tục triển khai các dự án quan trọng khác. Trong đó có dự án cho mẫu du thuyền 123m Project Jupiter và mẫu thuyền Aurora 74m.



https://tieulun.hopto.org



ĐẶC QUYỀN CỦA VIP

NẾU BẠN NGHĨ CÁC ĐẶC QUYỀN DÀNH CHO KHÁCH BAY KHOANG HẠNG C ĐÃ LÀ TẤT CẢ, VẬY XIN LỖI BẠN ĐÃ NHẦM! BẦU TRỜI LUÔN CÓ CHỖ VÀ CÓ NHỮNG DỊCH VỤ SIÊU CAO CẤP CHO NHỮNG NHÓM NHỎ QUYỀN LỰC VỚI GIỚI HẠN THÀNH VIÊN CHỈ TÍNH TRÊN ĐƠN VỊ NGHÌN NGƯỜI.

Nếu bạn là người thường xuyên đi du lịch, có lẽ những chương trình tri ân dành cho các khách hàng thân thiết sẽ chẳng có gì mới hay thú vị hơn đối với bạn cả. Bên cạnh đó, phần lớn mọi người phải tích lũy đủ điểm để có thể trở thành khách hàng thân thiết của các hãng hàng không và có một số quyền lợi ưu tiên (như được ngồi trong các phòng VIP). Với một số hãng hàng không, chỉ có những khách hàng đặc biệt nhất, mới được hưởng những chương trình đặc biệt nhất bên cạnh những đặc quyền không phải ai cũng có được.

Những người nổi tiếng, các chính trị gia và các yếu nhân quyền lực nhất thế giới đều là một phần của câu chuyện các câu lạc bộ bí mật. Nếu bạn không phải thành viên trong câu lạc bộ này, tôi sẽ chỉ có thể chúc bạn may mắn để có được vé mời của họ. Theo Fortune, "Delta đã tuyên bố công khai rằng 5% khách hàng của họ mang lại đến 26% doanh thu." Điều đó có nghĩa gì? Tức là việc làm hài lòng các khách hàng VIP là điều tối quan trọng đối với các hãng hàng không, và việc thiết lập hệ thống thảm đỏ là điều rất cần thiết. Delta thậm chí có một dãy những chiếc Porsche để sẵn sàng đưa đón những vị khách VIP này. Trong khi đó, hãng hàng không United Airlines lại thiết lập một dàn những chiếc Mercedes-Benz tại các sân bay chính.

Là một khách hàng thân thiết không đồng nghĩa với việc bạn có thể yêu cầu tham gia vào câu lạc bộ VIP đặc biệt này. Để là một thành viên, mỗi khách hàng phải chi khoảng $50.000/năm. Và cũng bởi các khách hàng này đang chi hàng chục ngàn đô như vậy, nên sẽ chẳng có gì lạ khi đặc quyền của họ không chỉ ở trên máy bay. Họ còn có số di động của các CEO các hãng hàng không để yêu cầu hỗ trợ khẩn cấp. Dưới đây chúng tôi xin giới thiệu một vài dịch vụ.

American Airlines - ConciergeKey

Mặc dù American Airlines (AA) không phải hãng hàng không có sức hút nhất hành tinh, nhưng những gì mà chương trình

https://tieulun.hopto.org



ConciergeKey của họ mang lại cho hành khách VIP đủ sức để cạnh tranh với bất kỳ dịch vụ của bất kỳ hãng hàng không nổi tiếng nào khác. Chỉ một thiểu số khách hàng đủ điều kiện gia nhập danh sách của ConciergeKey của American Airlines khi điều kiện để được xem xét tham gia câu lạc bộ này là chi khoảng $100.000 mỗi năm.

Một số đặc quyền của ConciergeKey gồm: các khu check-in hàng đầu tại các sân bay chuyên nghiệp, sử dụng các lounge hạng sang khi di chuyển trong các chuyến bay quốc tế, có hỗ trợ cá nhân của AA từ cổng tới khu an ninh sân bay, từ phòng chờ tới cửa máy bay; được nâng cấp đặc quyền ưu tiên qua mức của các thành viên Executive Platinum; có số điện thoại của dịch vụ ConciergeKey để yêu cầu hỗ trợ. Tại sân bay London-Heathrow, thành viên của ConciergeKey được đưa thẳng đến cổng đón khách bằng phương tiện riêng để khách có được sự tiện lợi nhất.

Các đặc quyền dành cho khách VIP thậm chí còn vượt ra ngoài phạm vi của các sân bay, khi các thành viên của ConciergeKey được mời tham dự các sự kiện độc quyền, gặp gỡ và giao lưu với CEO của AA, ăn tối tại nhà hàng hạng sao Michelin và tham dự các bữa tiệc.

British Airways - Executive Club Premier

Chương trình Executive Club Premier của hãng hàng không British Airways (BA) mang lại cho khách hàng các đặc quyền tương tự đặc quyền cho các thành viên Executive Club Gold, nhưng chỉ dành cho các khách hàng đặc biệt nhất. Theo các báo cáo, chỉ 1.500 khách hàng đủ tiêu chuẩn tham dự chương trình này, điều đó có nghĩa nếu bạn là một trong số họ, bạn đang thực sự rất được quan tâm (ở mức độ cá nhân). Thành viên của câu lạc bộ 1.500 người này sẽ có đặc quyền book một chỗ đảm bảo trên tất cả các chuyến bay và có thể nâng cấp từ hạng business class lên first class. Nếu máy bay của bạn tới trễ giờ tại sân bay chuyển tiếp, BA sẽ tăng tốc để chuyến bay đến sớm 30 phút. Các thành viên được cung cấp số điện thoại của các dịch vụ đặt chỗ và các dịch vụ thành viên để có được sự chăm sóc tốt nhất.

Các thành viên của Executive Club Premier cũng được quyền truy cập vào phòng Concorde Room tại các sân bay JFK và LHR. Ở London, thay vì phải đi bộ tới garage máy bay, bạn sẽ được đưa từ phòng chờ đến máy bay trong một chiếc Jaguar riêng. Các đặc quyền khác trong căn phòng quyền lực Concorde Room gồm phòng riêng với ghế nghỉ, phòng ăn với dịch vụ phục vụ đầy đủ, quầy bar và sân hiên. Ở một số sân bay, các thành viên VIP của BA được ưu tiên thực hiện việc kiểm tra an ninh, làm thủ tục nhập cư và được hỗ trợ cá nhân tại quầy check in.

Cathay Pacific - Marco Polo Club Diamond Plus

Dịch vụ ưu đãi siêu sang Diamond Plus của hãng hàng không Cathay Pacific chỉ mới bắt đầu từ năm 2006 và chỉ dành cho top 1% các thành viên Marco Polo Club Diamond. Như vậy, để trở thành khách VIP Diamond Plus của Cathay Pacific, đầu tiên bạn phải là một khách Diamond – điều này đồng nghĩa với việc có 120.000 điểm Club Miles/năm. Các thành viên của Diamond Plus nhận được các đặc quyền tương tự của các thành viên Diamond, bao gồm các đặc quyền ở quầy check-in, đặc quyền với hành lý xách tay, đặc quyền ở các lounge dành cho khách khoang hạng nhất (với một khách mời đi kèm). Bên cạnh đó, thành viên Diamond Plus có thể đề cử một hành khách vào danh sách thành viên Marco Polo Club Diamond, có đội phục vụ Diamond Plus Service Team và có thể sử dụng phòng Arrival Lounge ở Hong Kong.

https://tieulun.hopto.org

NHỮNG HUYỀN THOẠI KIẾN TẠO BIỂU TƯỢNG B&O

SAU HƠN 90 NĂM PHÁT TRIỂN, THƯƠNG HIỆU NGHE NHÌN CAO CẤP B&O CỦA ĐAN MẠCH THẬM CHÍ ĐÃ VƯƠN XA HƠN NHỮNG GÌ MÀ HAI NHÀ SÁNG LẬP PETER BANG VÀ SVEND OLUFSEN TỪNG KÌ VỌNG. VỚI NHỮNG THIẾT KẾ ĐÃ TRỞ THÀNH HUYỀN THOẠI, B&O TỪ LÂU ĐÃ LÀ MỘT BIỂU TƯỢNG CỦA CHẤT LƯỢNG, TỰ XÁC ĐỊNH MỘT PHONG CÁCH RIÊNG KHÔNG THỂ NHẦM LẪN VỚI TƯ DUY THIẾT KẾ ĐỘT PHÁ VÀ CÓ TÍNH ĐỊNH HƯỚNG THỊ TRƯỜNG. SỰ TRƯỜNG TỒN CỦA THƯƠNG HIỆU DANH GIÁ NÀY KHÔNG THỂ THIẾU SỰ ĐÓNG GÓP CỦA THẾ HỆ CÁC NHÀ THIẾT KẾ TÀI BA CŨNG NHƯ CÂU CHUYỆN HỌ ĐÃ VÀ ĐANG TỪNG NGÀY VIẾT TIẾP.



Jacob Jensen

Jacob Jensen là một trong những nhà thiết kế gạo cội đã đóng góp số lượng sản phẩm nhiều nhất cho B&O với hơn 100 mẫu thiết kế đỉnh cao, trong đó nổi bật có Beolit 600 (1970), Beogram 4000 (1972) và Beocenter (1986). Ông đã đạt nhiều giải thưởng danh giá gồm có giải thưởng IDSA (1978); huân chương Thorvald Bindesbøll (1983); giải thưởng thiết kế quốc tế Osaka (1985,1986,1989), giải ID Classics (1990)

Với kinh nghiệm phong phú cả về thực hành lẫn giảng dạy trong lĩnh vực thiết kế sản phẩm công nghiệp tại Đan Mạch và Mỹ, ở ông hội tụ đầy đủ năng lực tư duy về kiểu dáng và cấu trúc cho tới kiến thức chuyên sâu về mặt kỹ thuật.

Jensen cũng chính là người đã góp phần định hình nên triết lý nền tảng của những sản phẩm gắn mác B&O danh tiếng. Đó là những sản phẩm mang đặc trưng Đan Mạch, với triết lý kết hợp hài hòa giữa chất lượng âm thanh với thiết kế tối giản nhấn mạnh tới kiểu dáng tinh tế và chất liệu cao cấp. Không chỉ là một sản phẩm nghe nhìn, với Jensen, mỗi tạo tác của B&O mang đậm cái hồn của những con người Scandinavian với lối sống hài hòa và cân bằng. Mỗi dàn âm thanh hay tivi đồng thời là một món đồ nội thất hoàn hảo cho mọi không gian gia đình. Mỗi chiếc tai nghe, loa di động hay bất cứ sản phẩm cá nhân nào khác cũng đồng thời là một món phụ kiện đúng điệu hoàn thiện phong cách của người dùng. Jensen tự thú nhận rằng mình chưa bao giờ thật sự nghỉ hưu vì ông nghĩ rằng sáng tạo là một hành trình vô hạn.

Dàn âm thanh Beocenter 9000 do Jacob Jensen thiết kế (1986-1990)



https://tieulun.hopto.org



Máy chạy đĩa với 6 CD player do David Lewis thiết kế (1996-nay)



David Lewis

David Lewis là nhà thiết kế thuộc thế hệ nối tiếp Jacob Jensen và đã góp phần kế thừa thành công di sản thiết kế của B&O. Khi bày tỏ quan điểm về công nghệ, ông đã chia sẻ rằng: "Khi chúng ta càng bớt làm mọi thứ phức tạp, thì mọi người sẽ càng thấy nó thú vị hơn. Hãy đơn giản hóa những rắc rối mà công nghệ mang lại. Hãy quay về với những ý tưởng cốt lõi. Hãy làm theo cách của B&O".

Thậm chí, Lewis còn nâng tầm triết lý cốt lõi ấy và phát triển nó thành một quy trình thiết kế riêng của B&O, trong đó thiết kế được đề cao hơn các yếu tố về công nghệ và kinh doanh. Đúng như cốt cách Ăng-lê đầy tự hào của mình, Lewis tin rằng chính những thiết kế của B&O sẽ định hướng thị trường, chứ không chạy theo vòng xoáy cạnh tranh liên tục về mặt công nghệ như những tên tuổi khác. Theo ông, sản phẩm phải mang lại cho người dùng trải nghiệm thực sự làm chủ công nghệ, chứ không phải lệ thuộc vào nó. Chính quan điểm tập trung vào yếu tố cốt lõi và bản sắc riêng đó đã tạo nên những thiết kế kinh điển không thể bị phai mờ theo năm tháng.

Sinh ra và theo học thiết kế tại Anh nhưng đã có 35 năm sống và làm việc tại Đan Mạch, Lewis đã được trao danh hiệu Hoàng gia "Royal Designer for Industry" vì những cống hiến cho ngành thiết kế. Đóng góp của ông cho B&O phần lớn là các sản phẩm nghe nhìn dành cho nhà ở, đặc biệt phải kể đến các tuyệt tác BeoLab 4000, Beovision 400, Beosystem 2500, Beosound century, và nhiều sản phẩm khác.

Cecilie Manz

Cecilie Manz là gương mặt trẻ nổi bật đồng hành cùng B&O thời hiện đại. Các sản phẩm đặc sắc mà cô thiết kế cho B&O phải kể đến Beo Play A1 và Beo Play A2, thuộc dòng sản phẩm cá nhân B&O Play đáp ứng lối sống năng động và xu hướng gia tăng trải nghiệm của người dùng. Kế thừa tinh hoa lâu đời của B&O, thiết kế của cô thể hiện được sự hài hòa tổng thể về mặt tính năng và kiểu dáng và giữ được giá trị cốt lõi mà B&O vẫn theo đuổi: đó là thiết kế hướng tới người dùng với chất lượng âm thanh đặc trưng hoàn hảo. Cô chia sẻ: "Tôi xem mỗi thiết kế của mình là một mảnh ghép của một câu chuyện dài luôn tiếp diễn, trong đó các sản phẩm liên quan tới nhau về mặt ý tưởng, thẩm mỹ, hay chất liệu". Đối với cô, chất lượng và tính chức năng là mục đích, còn thiết kế phải là công cụ để tôn vinh và đạt đến mục đích đó. Tinh thần đậm chất B&O đã được thể hiện hoàn hảo qua phong cách đơn giản mà tinh tế trong các tác phẩm của cô.





Loa di động Beo Play A2 do Cecilie Manz thiết kế

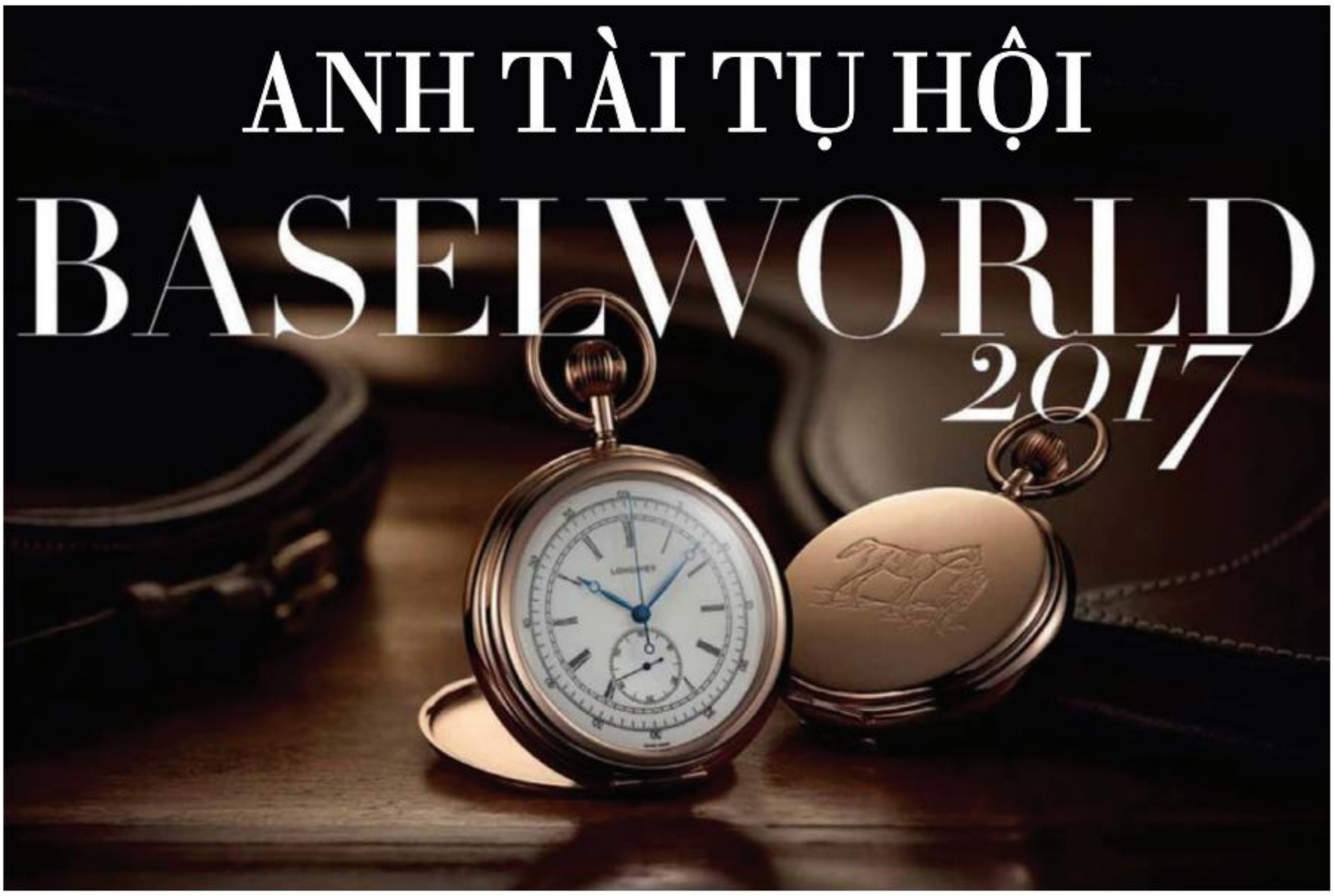
Đáp ứng tính truyền thống, nhưng đồng thời lại tràn đầy cảm hứng đương đại là những điểm nổi trội khiến các sản phẩm của cô luôn được khách hàng yêu thích. Khi Manz vinh dự nhận giải thưởng Văn hóa của vợ chồng thái tử Đan Mạch, thái tử Frederik đã bày tỏ: "Điều hấp dẫn ở các thiết kế của Manz là ở chỗ, cho dù chủng loại thiết kế của cô ấy đa dạng ra sao thì tất cả vẫn mang một nét rất riêng, đó là các thiết kế gợi được liên tưởng về lịch sử truyền thống nhưng đồng thời lại phản ánh hơi thở của hiện tại".

Các giải thưởng khác cô đạt được gồm có Giải thưởng thiết kế Đan Mạch (2004, 2008); giải thưởng thiết kế sản phẩm iF, giải thưởng Finn Juhl (2007).

Hành trình thành công của B&O có lẽ sẽ không thể thiếu được sự đóng góp của các nhà thiết kế tài năng ấy. Giữ vững giá trị cốt lõi, đồng thời đem giá trị đó hòa cùng dòng chảy của thời gian và nhịp điệu đương đại, B&O hứa hẹn sẽ tiếp tục là mảnh đất lành giúp nuôi dưỡng và chắp cánh cho nhiều hơn nữa những nhà thiết kế của tương lai, những người sẽ kể tiếp câu chuyện về huyền thoại B&O danh tiếng.

https://tieulun.hopto.org

ANH TÀI TỤ HỘI BASELWORLD 2017



SỰ KIỆN ĐỒNG HỒ LỚN NHẤT THẾ GIỚI MỖI NĂM, BASELWORLD, NĂM NAY TIẾP TỤC DIỄN RA, ĐÁNH DẤU CHẶNG ĐƯỜNG 100 NĂM THEO ĐUỔI NHỮNG GIÁ TRỊ TINH HOA CỦA NGÀNH ĐỒNG HỒ CAO CẤP THỤY SỸ. CÙNG CHÚNG TÔI ĐIỂM QUA NHỮNG ANH TÀI TRONG SỰ KIỆN NÀY.

Baselworld, sự kiện đồng hồ lớn nhất mỗi năm, năm nay kỷ niệm một cột mốc ấn tượng khi đánh dấu lần thứ 100 kể từ khi triển lãm thương mại này lần đầu tiên được tổ chức vào năm 1917. Đây được xem là sự kiện được chờ đợi nhất hàng năm của ngành công nghiệp đồng hồ, dành cho các fan hâm mộ của những cỗ máy đếm giờ, các đại lý, các nhà bán lẻ và các nhà chuyên môn trên khắp thế giới. Mọi ánh nhìn trong thời gian qua đều hướng về thành phố Basel, Thụy Sỹ để cùng dự đoán về các sản phẩm mới sẽ được giới thiệu từ các thương hiệu đồng hồ lớn nhất thế giới, đặc biệt là từ Rolex.

Gần như trong mỗi mùa, Rolex đều gửi những thông điệp và các sản phẩm mới đến giới mộ điệu. Năm ngoái, phiên bản đồng hồ Daytona đã được nâng cấp, với vòng bezel làm từ chất liệu ceramic và các mặt số (dial) đối lập, đơn giản là đánh bại tất cả các đối thủ cạnh tranh khác; và chiếc đồng hồ thể thao Rolex Air-King kích thước 40mm – mặc dù có một chút kết hợp giữa Milgauss và Explorer – đã tạo một cú hích thực sự. Vậy những người hâm mộ có thể chờ đợi điệu gì cho năm nay?

https://tieulun.hopto.org

GMT Master II 'Coke'

Có lẽ, tin đồn thú vị nhất và chắc chắn là điều có thể khiến tất cả chúng ta phải chờ đợi đó là việc Rolex sẽ quay trở lại với Rolex "Coke" bezel GMT-Master II. Mẫu đồng hồ này được giới thiệu lần đầu tiên vào những năm 1950 cùng với sự cộng tác của hãng hàng không Pan-American Airlines. Nhưng những người yêu thích đã có chút thất vọng khi mẫu GMT-Master với vòng bezel nhôm 02 màu đen và đỏ đã ngừng sản xuất vào năm 2007. Kể từ đó, vòng bezel bằng ceramic 02 màu đen và xanh được sử dụng để thay thế. Hay chiếc 'Batman', chỉ cái tên của nó thôi đã đủ để nói lên rất nhiều điều, đã trở thành một trong những chiếc đồng hồ được săn đón nhiều nhất của Rolex.

Bên cạnh đó, bản Rolex GMT-Master 'Pepsi' với vòng bezel 02 màu đỏ và xanh dương chỉ có ở bản bằng vàng trắng – với tag giá làm chao đảo các đối thủ khác – sẽ mang rất nhiều ý nghĩa cho sự hồi sinh bản 'Coke' với những chất liệu có mức giá hợp lý hơn.

Bi-colour ceramic Daytona

Với sự thành công từ sự nâng cấp bản Daytona vào năm ngoái vẫn còn tiếp tục, dường như không quá khó để nói rằng Rolex sẽ tiếp tục tiến lên bằng cách phát triển một số mẫu bi-colour trong phân khúc này. Trong 02 màu của thép và vàng với mặt số ceramic đen, chúng ta có thể dự đoán rằng sẽ có 04 lựa chọn cho mặt số, bao gồm trắng, đen, và màu xám đen kết hợp với vàng ở các mặt số. Hãy cùng chờ đón những quyết định của Rolex.

50th Anniversary Sea-Dweller

2017 kỷ niệm 50 năm ngày chiếc đồng hồ Rolex Sea-Dweller đầu tiên được ra mắt (1967) và nó được xem là chiếc đồng hồ thợ lặn đầu tiên của Rolex. Vậy tại sao chúng ta không có quyền chờ đợi một phiên bản giới hạn độc quyền của Rolex trong năm nay để kỷ niệm sự kiện đặc biệt này? Phiên bản giới hạn này có thể sẽ nổi bật với vỏ case bằng vàng trắng 18CT và vòng bezel (gờ lắp mặt kính) ceramic đi cùng với màu mặt số mới. Liệu có ai không mong chờ một chiếc đồng hồ với mặt số có mầu xanh biển sâu.

Panerai

Trong khoảng thời gian gần đây, những fan trung thành của thương hiệu đồng hồ Panerai đều mong muốn có một phiên bản nhỏ hơn, nhưng cũng khỏe khoắn hơn như chiếc PAM372 47mm. Đối với những người tôn sùng Panerai, một phiên bản 44mm có thể là hành vi tội lỗi, nhưng đối với phần còn lại của thế giới như chúng ta, nó có thể sẽ là sự lựa chọn vô cùng hoàn hảo.

Cartier

Chiếc đồng hồ biểu tượng, Cartier Tank chuẩn bị bước sang tuổi 100. Liệu còn có thời gian nào thích hợp hơn để ra một phiên bản kỷ niệm cho mốc thời gian lịch sử này không? Chúng ta có thể nói rằng, một phiên bản giới hạn với số 100 được in trên mặt số hay mặt sau của đồng hồ có thể là sự liên tưởng khéo léo mà thương hiệu có thể dành cho chiếc đồng hồ đặc biệt này.

Tudor

Trong những năm qua, đã có nhiều ồn ào về việc công ty cùng gia đình với Rolex, thương hiệu đồng hồ Tudor sẽ giới thiệu chức năng GMT hay chức năng thời gian kép với một trong những mẫu đồng hồ thể thao của họ. Nếu chúng ta phải lựa chọn, dòng đồng hồ Tudor North Flag có thể sẽ là chiếc đồng hồ đa chức năng được mong chờ nhiều nhất cho cuộc cách mạng lớn lao này.





https://tieulun.hopto.org

NHỎ MỚI LÀ MỐT

"KHÔNG AI MUỐN MỘT CHIẾC ĐỒNG HỒ LÀM CHỦ CỔ TAY CỦA MÌNH", ALAN BEDWELL, CHỦ SỞ HỮU CỦA FOUNDWELL, MỘT ĐẠI LÝ BÁN BUÔN ĐỒ TRANG SỨC SANG TRỌNG VÀ LÂU ĐỜI Ở NEW YORK CHIA SẺ VỀ XU HƯỚNG MỚI CỦA THẾ GIỚI ĐỒNG HỒ.



Theo đại diện của thương hiệu hàng đầu về đồng hồ và trang sức của New York, những chiếc đồng hồ cần có một vị trí đủ khiêm nhường trên cổ tay. Và để làm được điều đó, không gì tốt hơn một kích thước hợp lý, trong giới hạn từ 32mm - 33mm. Alan Bedwell khẳng định, kỷ nguyên của những chiếc đồng hồ mặt lớn đã đi qua. Bây giờ không còn phải là thời điểm những chiếc đồng hồ ngự trị trên cổ tay theo cách đầy nổi bật, thu hút toàn bộ ánh nhìn của mọi người. Một chiếc đồng hồ có thiết kế tốt là một chiếc đồng hồ cần biết chờ đợi để được khám phá. Hay đơn giản thì thay vì thu hút sự chú ý của mọi người như cái cách mà những chiếc đồng hồ với kích thước lớn trước đây vẫn làm, những chiếc đồng hồ có kích thước nhỏ đang tìm được chỗ đứng riêng bằng việc chờ đợi phát hiện. "Thật tuyệt khi bạn vô tình kéo tay áo lên và mọi người sẽ trầm trồ rồi đi tới, 'Ồ anh đang đeo chiếc đồng hồ gì vậy?'" Bedwell giải thích.

Tính đến thời điểm gần đây, hầu hết những người yêu đồng hồ và các nhà chế tác đều không có cùng quan điểm giống như Bedwell. Trong nhiều thập kỷ đã qua, các thương hiệu đồng hồ như IWC, Panerai, Bell & Ross và các nhãn hiệu khác đều giới thiệu những mẫu đồng hồ với kích thước lớn, thường là những chiếc có đường kính ở mức 50mm hoặc lớn hơn. Hay nếu nhỏ hơn thì kích thước đó cũng phải đủ ấn tượng. Jay Z đeo chiếc Big Bang của Hublot với kích thước 44mm, trong khi đó Arnold Schwarzenegger đeo Panerai Radiomir có kích cỡ vỏ case lên tới 60mm. Tuy nhiên, có vẻ như xu hướng ấy đang bắt đầu thay đổi!

NHỎ VÀ NHỎ HƠN NỮA

Tại triển lãm đồng hồ quốc tế, Salon International de la Haute Horlogerie (SIHH), tổ chức tại Geneva vào tháng 01 vừa qua, Vacheron Constantin đã giới thiệu phiên bản Overseas 37mm (trong khi kích thước truyền thống của mẫu đồng hồ này là 42mm). Omega cũng giới thiệu phiên bản mới của mẫu đồng hồ Speedmaster biểu tượng với kích thước 38mm (trong khi kích thước truyền thống là 42 mm)."40mm có lẽ đang là 43mm mới", James Lamdin, chủ sáng lập trang web về đồng hồ Analog Shift, cho biết. "Các khách hàng của chúng tôi đang thay đổi quan điểm, họ đang cho thấy muốn xa rời thói kiểu cách khoe của bằng những chiếc đồng hồ có mặt số lớn."

Những chiếc đồng hồ với vỏ case nhỏ hơn cũng là minh chứng cho sự trở lại của những chiếc đồng hồ có kiểu dáng truyền thống. "Nếu bạn nhìn vào những chiếc đồng hồ Cartier Tank của Andy Warhol hay Truman Capote, chúng dường như có kích thước chỉ 34mm," Matthew Hranek, biên tập viên phong cách của công ty xuất bản Condé Nast Traveller. Ông cũng là người đam mê những chiếc đồng hồ kích cỡ nhỏ kể từ khi ông thừa kế chiếc Rolex Datejust 36 mm của cha mình vào năm 1985.

Giống như những chiếc quần jeans màu xanh navy của Warhol hay bộ tuxedo màu đen của Capote, một chiếc đồng hồ có thiết kế và kích thước khiếm tốn sẽ giúp đem đến cho một người một phong cách cổ điển. Theo ông Hranek, một chiếc đồng hồ nhỏ trông sẽ phù hợp với cổ tay người đeo hơn. Ông cũng chia sẻ, một chiếc đồng hồ nhỏ (tương tự một trong những chiếc yêu thích của ông, Rolex Explorer 36 mm) sẽ kết hợp hoàn hảo với áo thun và quần jean hệt như cách nó kết hợp với một bộ suit bespoke.

Đồng hồ vỏ case nhỏ cũng dẫn đến một số thay đổi khác. Vỏ case nhỏ cũng đồng nghĩa với mặt số đồng hồ phải thu nhỏ, các chức năng moon phase, chronograph và các múi giờ phụ (chiếm không gian trên mặt số) cũng phần nào bị loại bỏ. Do đó, vẻ đẹp thực sự của một chiếc đồng hồ kích thước nhỏ chính là vẻ đẹp từ sự đơn giản? Chúng hoạt động chỉ vì một thiên chức duy nhất là để thông báo giờ. Theo ông Eric Wind, chuyên gia đấu giá đồng hồ của nhà Christie's, một chiếc đồng hồ nên đơn giản, thực tế và nó không nên là gì ngoài một chiếc đồng hồ.

https://tieulun.hopto.org

TIẾNG TÍCH TẮC TRIỆU ĐÔ

Tất cả chúng ta đều đã nhìn thấy những chiếc đồng hồ đeo tay cũ và cổ đạt được những thành công rực rỡ trong vai trò một khoản đầu tư ổn định với độ rủi ro thấp trong vòng 10 năm qua. Cùng HÀNG HIỆU tìm hiểu thêm về thị trường này.



Năm 2013, chiếc Daytona đầu tiên phá vỡ mức giá kỷ lục $1 triệu. Cũng kể từ đó, chúng ta chứng kiến thêm nhiều chiếc đồng hồ Daytona cũ và cổ được mua lại với cái giá triệu đô, thậm chí là 05 triệu đô. Nhưng hãy nhớ, cách đây 20 năm, mỗi chiếc đồng hồ Daytona (này) được giao dịch với giá chỉ $35.000. Nghĩa là sau 02 thập kỷ, giá trị của một chiếc Daytona đã tăng gần 57 lần. Hiển nhiên đây không phải mức hoàn lãi lý tưởng mà bạn có thể trông đợi cho phần đông những chiếc đồng hồ. Tuy nhiên, những con số này cho thấy thực tế rằng niềm tin của các nhà đầu tư và các nhà sưu tập đồng hồ cổ đang ngày càng trở nên mạnh mẽ. Cùng HÀNG HIỆU chúng tôi xem xét những mẫu đồng hồ khác ngoài Daytona ở những phân khúc giá khác nhau.

Dưới £5.000

Một trong những chiếc đồng hồ mà bạn nên bắt đầu nghĩ đến nếu muốn tham gia vào thị trường này là Omega Moonwatch classic. Mẫu Ed White Speedmaster của Omega đã tăng gần gấp đôi giá trị trong vòng 05 năm qua và hiện đang ổn định ở mức giá khoảng £7.000. Vào năm 1963, Omega đã nâng cấp cỗ máy 'thiện chiến nhất' nổi tiếng Speedmaster của với vỏ case bất đối xứng kết hợp với chi tiết bảo vệ núm vặn (khoảng 04 năm sau khi chiếc đồng hồ đầu tiên có chi tiết bảo vệ núm chỉnh giờ Rolex Submarine 5512 ra đời). Nó (gần như) là chiếc đồng hồ duy nhất đáp ứng đủ các điều kiện khắt khe nhất cho các nhà du hành vũ trụ và trở thành thiết bị chính thức phục vụ cho các dự án không gian. Sau chuyến bay vào mặt trăng thành công của Amstrong, Aldrin and Collins cùng với đồng hồ Omega Speedmaster, biệt danh 'Moonwatch' kể từ đó đã gắn liền với biểu tượng chronograph này. Từ 'Professional' bắt đầu xuất hiện trên mặt số vào khoảng giữa những năm 60 nhưng hiện nay, Omega đã bắt đầu khắc dòng chữ 'Flight Qualified by NASA The First Match Worn On The Moon' (Chiếc đồng hồ đầu tiên đủ điều kiện được NASA cho phép sử dụng để bay lên mặt trăng) vào mặt sau của đồng hồ. Điều thú vị là chiếc đồng hồ sớm nhất có text được thiết kế theo hướng nằm ngang trên mặt sau thay vì xung quanh một biểu tượng giống như cách hãng làm hiện nay. Người ta cho rằng đây là trường hợp duy nhất cho một năm. Và trong khi thị trường vẫn chưa thực sự quan tâm tới những chiếc đồng hồ này, đây là lúc bạn có thể đầu tư.

£5.000 - £10.000

Trong mức giá giữa £5.000 và £10.000, tôi muốn đề cập đến mẫu Rolex GMT-Master (cả GMT và GMT-II) khi cả 02 mẫu đều có mặt kính bằng plastic và sapphire này đều đang chứng kiến một mức tăng trưởng ổn định đối với tỷ lệ hoàn lãi là 5-10% mỗi năm. Tuy nhiên, điều tương tự cũng đang diễn ra với hầu hết các mẫu đồng hồ thể thao thời kỳ tiền ceramic của Rolex. Vì thế, tôi quyết định chọn Rolex Submariner Green Bezel hay còn được biết đến với cái tên 'Kermit'. Hiện nay, nếu bạn được chào mời một chiếc Rolex Y-Series đời đầu hoặc một chiếc F-Series (2003 – 2004) với vòng bezel 'fat four', đồng hồ đủ giấy tờ mà giá chỉ khoảng £10.000, lời khuyên của chúng tôi là hãy "xuống tiền ngay lập tức".

Theo các chuyên gia, những chiếc đồng hồ này sẽ có thể tăng giá, và cán mốc £20.000 – £25.000 trong 05 năm tới. Với các mẫu sau năm 2005, chúng tôi mong đợi chúng sẽ có mức hoàn lãi tăng 50%. Tất nhiên, điều này phụ thuộc rất lớn vào điều kiện của những chiếc đồng hồ.

Trên £10.000

Trong khi gần đây đã có rất nhiều cuộc thảo luận về những chiếc đồng hồ TAG Heuer thời kỳ đầu với sự tập trung gần như dành trọn cho những chiếc Autavia. Nhưng tôi cảm thấy an toàn hơn nếu đầu tư vào những chiếc Daytona. Nếu tôi viết bài này cách đây 12 tháng, tôi sẽ quan tâm tới những mẫu chạy máy Zenith, được giới thiệu trong giai đoạn từ 1998-2000. Nhưng tại Basel 2016, Rolex đã tung ra mẫu 116500 Ceramic mới, kéo theo cơn sốt sở hữu những chiếc 'NOS' 116520 cuối cùng. Những gì tôi có thể nói với những chiếc đồng hồ này là nếu bạn sở hữu và truyền lại cho con cái bạn, đó chính là một khoản đóng góp đáng kể cho tương lai ngôi nhà của chúng.

https://tieulun.hopto.org

OYSTER PERPETUAL YACHT - MASTER 40

NHƯ TẤT CẢ NHỮNG MẪU ĐỒNG HỒ ROLEX KHÁC, YACHT-MASTER 40 MỚI CŨNG CÓ CHỨNG NHẬN SUPERLATIVE CHRONOMETER ĐƯỢC TÁI ĐỊNH NGHĨA LẠI BỞI ROLEX VÀO NĂM 2015, ĐẢM BẢO HIỆU SUẤT BẬC NHẤT KHI ĐƯỢC ĐEO TRÊN CỔ TAY.

Rolex giới thiệu phiên bản khảm đá quý Oyster Perpetual Yacht-Master 40 – dòng đồng hồ điển hình dành riêng cho thế giới biển cả. Được chế tác bằng vàng Everose 18 ct với mặt đồng hồ đen bóng, đồng hồ có vành xoay được hai chiều, tô điểm bằng ngọc sapphire nhiều màu, đá quý tsavorite xanh lá, và một viên kim cương hình tam giác ở vị trí 12 giờ. Chống thấm nước, hiển thị giờ chính xác với độ tin cậy cao, Yacht-Master 40 là kết tinh từ những mối liên hệ mật thiết giữa Rolex và hội du thuyền thế giới từ những năm 1950. Phiên bản này có thiết kế dây đeo đàn hồi đầy tính sáng tạo có tên Oysterflex do chính Rolex phát triển và đăng ký bản quyền.

VỎ OYSTER, BIỂU TƯỢNG CỦA KHẢ NĂNG CHỐNG NƯỚC

Bộ vỏ Oyster của đồng hồ Yacht-Master 40 đảm bảo khả năng chống nước ở độ sâu 100 mét (330 feet), là mẫu mực của sự mạnh mẽ. Vỏ giữa đồng hồ có hình dáng đặc trưng được gia công từ vàng Everose 18 ct nguyên khối. Mặt sau khía rãnh của đồng hồ được vặn kín bằng một công cụ chuyên dụng chỉ có thể mở được bởi những nghệ nhân của Rolex để kiểm tra bộ chuyển động. Núm vặn được giữ an toàn bởi một lớp bảo vệ tích hợp vào vỏ giữa. Được trang bị hệ thống chống nước ba lớp Triplock, núm vặn được vít chặt vào vỏ đồng hồ, giúp đồng hồ có khả năng khóa chặt nước bên ngoài tương tự cửa tàu ngầm. Mặt kính được chế tác từ sapphire chống xước, với tròng Cyclops tại vị trí 3 giờ giúp dễ dàng đọc thông tin về ngày. Chiếc vỏ Oyster chống nước này thực sự bảo vệ tối ưu cho bộ máy có độ chính xác cao của chiếc đồng hồ Yacht-Master 40.

PERPETUAL CALIBRE 3135

Đồng hồ Yacht-Master 40 được trang bị bộ máy cơ lên dây tự động calibre 3135 hoàn toàn do Rolex phát triển và sản xuất. Cấu trúc, chất lượng sản xuất và tính năng vượt trội khiến bộ máy có độ chính xác phi thường và đáng tin cậy. Bộ dao động, trái tim thực sự của chiếc đồng hồ, có dây tóc Parachrom màu xanh dương được Rolex sở hữu bằng sáng chế và sản xuất từ một loại hợp kim độc quyền. Không nhạy cảm với từ trường, dây tóc Parachrom đảm bảo sự ổn định tuyệt vời trước biến động về nhiệt độ mà vẫn đạt được độ chính xác cao hơn tới 10 lần so với dây tóc truyền thống khi xảy ra va chạm. Dây tóc cân bằng Rolex overcoil đảm bảo cho đồng hồ chạy đều đặn trong mọi vị trí.

Bộ máy calibre 3135 được trang bị một mô-đun tự lên dây với Perpetual rotor có thể dự trữ năng lượng lên đến gần 48 giờ.



DÂY ĐEO OYSTERFLEX VÀ KHÓA AN TOÀN

Đồng hồ Yacht-Master 40 có dây đeo Oysterflex do Rolex phát triển và sở hữu bằng sáng chế. Dây đeo kỹ thuật này là sự kết hợp độc đáo giữa sự mạnh mẽ và độ tin cậy của dây đeo kim loại với sự linh hoạt, thoải mái và nét thẩm mỹ của dây đeo đàn hồi. Ở giữa dây đeo là một lưỡi kim loại siêu đàn hồi, đúc bằng chất đàn hồi đen hiệu năng cao, một loại vật liệu có tính kháng tác động môi trường đặc biệt tốt và độ bền cao. Dây đeo Oysterflex cũng được gắn một khóa an toàn Oysterlock bằng vàng Everose 18 ct nhằm tránh bung dây bất ngờ.

CHỨNG NHẬN SUPERLATIVE CHRONOMETER

Như tất cả đồng hồ Rolex, Yacht-Master 40 được cấp chứng nhận Superlative Chronometer được tái định nghĩa lại bởi Rolex vào năm 2015. Chứng nhận độc quyền này chính là lời khẳng định rằng chiếc đồng hồ đã xuất sắc vượt qua được hàng loạt thử nghiệm tại các phòng thí nghiệm riêng của Rolex theo các tiêu chí riêng, vượt xa mọi quy định thông lệ và chuẩn mực trong chế tác đồng hồ. Chứng nhận này áp dụng cho những sản phẩm đã lắp ráp hoàn chỉnh, sau khi lắp máy vào vỏ, đảm bảo hiệu suất tuyệt đối về độ chính xác, dự trữ năng lượng, khả năng chống nước và lên giây tự động khi được đeo trên tay. Độ chính xác của đồng hồ Rolex đạt chứng nhận Superlative Chronometer sau khi lắp máy vào vỏ dao động trong khoảng −2/+2 giây/ngày hoặc độ chính xác gấp đôi so với yêu cầu của một đồng hồ chronometer thông thường.

Trạng thái chuẩn đồng hồ Superlative Chronometer được thể hiện bằng biểu tượng màu xanh lá đi kèm mỗi chiếc đồng hồ Rolex và thời gian bảo hành toàn cầu trong 5 năm.

https://tieulun.hopto.org



RIHANNA ♥ CHOPARD

HAI DÒNG NỮ TRANG ĐỒNG THIẾT KẾ MỚI SẼ ĐƯỢC RA MẮT VÀO MÙA HÈ 2017



Hãng đồng hồ và trang sức xa xỉ hàng đầu của Thụy Sĩ, Chopard mới đây vừa công bố dự án hợp tác với siêu sao thế giới, ca sỹ Rihanna. Không chỉ được biết đến với tài năng âm nhạc, Rihanna còn nổi tiếng về gu thời trang mạnh mẽ và hiện đại, thể hiện qua tinh thần và cảm quan độc đáo của cô trong BST RIHANNA ♥ CHOPARD. Rihanna và bà Caroline Scheufele, Đồng Chủ tịch kiêm Giám đốc Sáng tạo của Chopard đã cộng hưởng sức sáng tạo và niềm đam mê để cùng nhau cho ra đời BST nữ trang Haute Joaillerie. Bộ sưu tập là kết tinh giữa nét kiêu kỳ của thành thị với sự thanh lịch cổ điển.

"Tôi luôn bị lôi cuốn bởi các sản phẩm nữ trang thanh lịch của thương hiệu trang sức hàng đầu Chopard. Bởi vậy, cho đến giờ tôi vẫn chưa thể tin rằng mình có cơ hội cộng tác thiết kế với thương hiệu này. Đó thực sự là một quá trình tuyệt diệu và tôi đã học được vô cùng nhiều điều. Tôi rất nóng lòng cho mọi người được chiêm ngưỡng những tác phẩm này," ca sĩ Rihanna chia sẻ.

"Rihanna và tôi đã cùng nhau phát triển BST này, vì thế, bạn có thể cảm nhận nguồn năng lượng vô bờ, sức sáng tạo mạnh mẽ và sự nhạy bén trong thiết kế vốn có của cô ấy. Với phong cách khác biệt của mình, tôi tin rằng Rihanna mang đến một định nghĩa mới về cách chúng ta ngắm và đeo trang sức," bà Caroline Scheufele nói.

BST RIHANNA ♥ CHOPARD Haute Joaillerie

Mối lương duyên giữa Rihanna và Chopard bắt đầu từ thảm đỏ trên khắp thế giới trong vài năm qua. Giờ đây, cặp đôi này tiếp tục sánh bước để đẩy dòng trang sức cao cấp Haute Joaillerie vượt qua mọi ranh giới thông thường và mang đến một BST hiện đại, lấy cảm hứng từ chính đảo quốc quê hương của Rihanna – những khu vườn xanh tươi ở Barbados và sắc đẹp mê hồn của các lễ hội Carnival.

BST tràn đầy sức sống này sẽ được ra mắt vào tháng 5/2017 nhân dịp kỷ niệm 70 năm sự kiện thảm đỏ ấn tượng nhất trên thế giới, Liên hoan Phim Cannes, và 20 năm Chopard đồng hành cùng sự kiện này. Tuy nhiên, trước đó, Rihanna đã tiết lộ với người hâm mộ về BST capsule này. Tại Lễ trao giải Grammy mới đây, cô ấy đã đeo hoa tai hình cánh hoa lấy cảm hứng từ những ngọn đèn rực rỡ sắc màu, và nhẫn đính một viên kim cương cắt hình hạt thóc ấn tượng. Trên trang bìa của tạp chí Harper's Bazaar, Rihanna đã tỏa sáng với đôi hoa tai kim cương biến tấu từ BST này.

BST RIHANNA ♥ CHOPARD Joaillerie



Lấy cảm hứng từ sự tự tin, mạnh mẽ vốn có của nữ ca sĩ, BST phiên bản giới hạn RIHANNA ♥ CHOPARD Joaillerie được định hình bởi những khối hình học tối giản cùng những đường thẳng gọn gàng, sắc nét. Sự tổng hòa giữa kiến trúc hiện đại của đô thị và tinh thần thanh khiết trong thiết kế đã mang lại cho dòng sản phẩm Ice Cube này một phong cách quyến lực và lôi cuốn, tạo cảm hứng với chất liệu gốm màu.

Mô típ đường kẻ hình chữ nhật tạo sự liên kết giữa những khối đúc bằng vàng hồng với khối hộp bằng gốm mang màu xanh đậm chất nhiệt đới – Jungle Green cá tính do chính nữ ca sĩ Rihanna lựa chọn. Được chế tác bằng vàng hồng 18K khai thác theo bộ quy tắc đạo đức trong ngành khai khoáng, và nhận chứng chỉ Fairmined cho vàng "sạch"; BST với 09 tuyệt phẩm này bao gồm những khối vàng bóng hoặc nạm đính kim cương. BST này chính thức được ra mắt vào tháng 4 năm 2017 với một chiến dịch quảng cáo tầm cỡ toàn cầu. Các sản phẩm sẽ được bán từ tháng 06 với các đơn đặt hàng trước tại www.chopard.com/intl/rihanna-loves-chopard và hệ thống cửa hàng Chopard bắt đầu từ thứ sáu ngày 07/04/2017.

https://tieulun.hopto.org

TÌNH YÊU VỚI KHIÊU VŨ



Cái tên Van Cleef & Arpels ra đời vào năm 1896, xuất phát từ tình yêu của 02 con người đồng đạo – vốn từ nhỏ đã được tiếp xúc và lớn lên trong thế giới của những món đồ trang sức cao cấp và đá quý: Estelle Arpels và Alfred Van Cleef. 10 năm sau, Van Cleef và anh trai của Arpels, Charles, đã đăng ký bản quyền cái tên Van Cleef & Arpels và mở một cửa tiệm ở địa chỉ số 22 Place Vendôme, Paris. Cửa hàng vẫn hoạt động cho đến tận hôm nay.

Các sáng tạo của thương hiệu là những món trang sức đẳng cấp. Tất cả đều được chế tác bằng tay và là những sáng tạo rực rỡ ngay từ những ngày đầu tiên, khi các mẫu papillon clip (1922) và vòng cổ zip biểu tượng (món đồ trang sức dạng khóa kéo, ra mắt năm 1939) đã được giới thiệu. Nhà chế tác trang sức này đã giới thiệu những chiếc đồng hồ đầu tiên vào năm 1923, và tiếp tục duy trì truyền thống với bộ sưu tập "Poetic Complications". Đây là những mẫu đồng hồ tinh xảo về mặt kỹ thuật với mặt số được phủ men thủ công.

Những người hâm mộ của Van Cleef & Arpels trong nhiều năm qua gồm rất nhiều gương mặt nổi tiếng như: Marlene Dietrich, Jackie Kennedy, Wallis Simpson, và chắc chắn không thể không kể đến Elizabeth Taylor. Bộ sưu tập mới nhất của thương hiệu: 'Bals de Légende', lấy cảm hứng từ 05 buổi khiêu vũ hoành tráng và ngoạn mục nhất trong thế kỷ 20, từ buổi khiêu vũ 1903 Romanov ở St Peterburg đến lễ kỷ niệm 100 năm ngày sinh của Marcel Proust năm 1971 do nam tước phu nhân Guy de Rothschild tổ chức.

Cùng HÀNG HIÊU tìm hiểu về thương hiệu chế tác trang sức số một thế giới này.

https://tieulun.hopto.org



Hiện nay, mọi người đang quan tâm đến giá trị của các sản phẩm. Những câu hỏi mà các khách hàng thường tiếp cận và hỏi các đại diện của Van Cleef & Arpels theo cựu CEO của hãng, ông Stanislas de Quercize là: “Giá trị của các sáng tạo - những món đồ trang sức - mà tôi mua hiện nay là gì? Tôi có thể truyền nó lại cho con hay cháu tôi sau 50 năm nữa hay không? Liệu một ngày nào đó, tôi có thể bán lại nó, và nếu tôi làm như thế, giá của món đồ sẽ giảm hay tăng?” Ông Stanislas de Quercize chia sẻ, khi chúng ta thấy giá vàng và kim cương tăng mạnh, chúng ta biết rằng mọi người đang tìm kiếm cho mình những món tài sản cố định thực sự có giá trị và có thể lưu giữ giá trị theo năm tháng. Ông nhấn mạnh: "Có quá nhiều sự dối trá và giờ là lúc mọi người không muốn nghe những lời nói dối nữa. Vàng, kim cương – nghề thủ công tuyệt vời và các viên đã quý chất lượng cao được chào đón tại các nhà bán đấu giá và các bảo tàng. Chúng giống ngọn hải đăngtiêu chuẩn – một thước đo mà bạn có thể áp lên những giá trị khác.

Trong khi phần lớn mọi người luôn gọi Van Cleef & Arpels là một thương hiệu, thì chính nhà chế tác trang sức khẳng định rằng họ "không phải một thương hiệu". Van Cleef & Arpels mong muốn được đánh giá như một "maison" - "một nhà chế tác trang sức hơn". Giải thích của ông Stanislas de Quercize là: "Các thương hiệu có thể bao gồm cả phạm vi địa phương trong khi một maison có phạm vi luôn bao trùm quốc tế. Một thương hiệu có thể có các hợp đồng hợp tác trong việc sản xuất, chế tác, thiết kế hay buôn bán sản phẩm. Một maison sẽ tự thực hiện thiết kế, tự sản xuất hàng thủ công và tự quản lý công việc buôn bán. Các thương hiệu có thể có các mục tiêu ngắn hạn; một maison phải luôn được xây dựng trên mục tiêu dài hạn. Thương hiệu thường là các nhà tổng hợp; maison có xu hướng là một chuyên gia. Trên thế giới có rất nhiều thương hiệu nhưng chỉ có một vài maison." Đây chính là lý do ông Stanislas de Quercize tin rằng (theo một cách nào đó) "maison có thể xếp trên thương hiệu."

Nếu các thương hiệu hướng tới sự sang trọng thì Van Cleef & Arpels hướng tới chất lượng. Ở nhà chế tác trang sức số 01 thế giới này, 02 từ "Chất lượng" được dùng để thay thế cho sang trọng. Khi nói tới chất lượng, Van Cleef & Arpels nhấn mạnh về chất lượng của các viên đá quý chứ không phải sự sang trọng của chúng. Thương hiệu cũng muốn nhấn mạnh tới chất lượng chế tác thủ công chứ không phải nói về sự xa hoa của nghề chế tác thủ công. Vị cựu CEO, đồng thời là một chuyên gia của ngành trang sức từng làm việc ở Cartier nhấn mạnh: "chất lượng là từ có thể dùng cho những bảo chứng lâu dài về giá trị của các sáng tạo của thương hiệu - điều mà các khác hàng giàu có với năng lực tài chính mạnh mẽ của Van Cleef & Arpels luôn quan tâm khi quyết định mua một món đồ trang sức."

Nếu có điều gì đó tách biệt Van Cleef & Arpels với các thương hiệu khác thì đó là tính nghệ thuật của sản phẩm. Thương hiệu tâm niệm rằng mỗi nghệ sĩ là duy nhất và Van Cleef là nghệ sĩ sáng tạo độc nhất, tập trung vào sứ mệnh của mình với đồ trang sức cao cấp và những sáng tạo độc đáo cũng như luôn có tầm nhìn tích cực về thế giới. Maison này được tạo ra bởi 02 người yêu nhau: Estelle Arpels và Alfred Van Cleef. Họ đã yêu nhau và đã quyết định viết nên câu chuyện tình yêu của mình, một gia đình và một triều đại của những người chế tạo trang sức. Nhưng giống như tất cả những người khi yêu, họ bắt đầu với suy nghĩ tích cực về thế giới, một thế giới của những bông hoa hồng không gai và những biểu tượng của may mắn: những con bướm, những con chuồn chuồn ngô và những cây cỏ 04 lá (tượng trưng cho niềm hy vọng, niềm tin, tình yêu và sự may mắn). Suy nghĩ tích cực của họ về thế giới – thế giới như nó nên như vậy – một tầm nhìn về thiên đường được tạo ra mỗi năm.

Van Cleef đã hồi sinh tư tưởng của Estelle và Alfred, và của cả Jacques Arpels, và làm cho nó trở thành hiện thực ở thời đại

https://tieulun.hopto.org

hiện nay như cách đây hơn 100 năm. Thương hiệu đảm bảo rằng những gì tạo ra ngày hôm nay sẽ được chào đón trong các phiên đấu giá và các bảo tàng trong vòng 100 năm tới. Bộ sưu tập các món đồ trang sức cao cấp 'Bals de Légende' là bộ sưu tập lấy cảm hứng từ khoảng thời gian mà mỗi chúng ta bước vào ranh giới của văn hóa và tình yêu. Một buổi khiêu vũ sẽ là nơi dành cho những câu chuyện tình yêu nảy nở - bạn tự hỏi mình sẽ đến buổi khiêu vũ cùng ai, bạn sẽ nhảy cùng ai ở đó, và bạn sẽ rời khỏi buổi khiêu vũ cùng với ai. Thương hiệu đã tôn vinh 05 buổi khiêu vũ nổi tiếng trong thế kỷ 20. Đó buổi khiêu vũ Romanov năm 1903 tại St Petersburg – le Bal du Palais d'Hiver - như nó vẫn được biết đến; buổi khiêu vũ Le Bal du Siècle ở Venice năm 1951; buổi khiêu vũ Truman Capote's Black & White ở Waldorf, New York năm 1966; buổi khiêu vũ Le Bal Oriental vào năm 1969 tại Paris; và cuối cùng là Le Bal Proust vào năm 1971. Bạn có thể thấy rằng 05 buổi khiên vũ (ở thế kỷ trước) được diễn ra ở các địa điểm, các thời điểm, với sự góp mặt của những khách mời khác nhau trong những bộ trang phục khác nhau từ Dior tới Pierre Cardin. Đã có rất nhiều khoản đầu tư để tạo nên một thiên đường thuần khiết trên Trái đất.



Hiện nay, chúng ta đang bước vào một thế kỷ khác và bạn không tìm thấy các khoảnh khắc dành cho cá nhân, thời gian hiện nay do những người bảo trợ cá nhân quản lý.

Van Cleef & Arpels tin rằng hãng phải rất sáng tạo và điều này thậm chí còn thể hiện trong tên của thương hiệu. Khách hàng có thể thấy rõ điều này trong tên viết tắt của hãng, VCA, có nghĩa là 'Vô cùng sáng tạo' và việc phát triển dòng đồng hồ Poetic Complication là một trong những ví dụ tốt nhất thể hiện điều này. Đây là một chiếc đồng được tạo ra để gợi nên cảm giác về một điều gì đó bền vững mà chúng ta luôn luôn theo đuổi.

Đó là kỹ thuật của mỗi chiếc đồng hồ và mục đích nghệ thuật tuyệt vời để kích thích phản ứng của cảm xúc, bởi vì chúng ta đang kể các câu chuyện - khi một người thợ kim hoàn, mọi sáng tạo mà chúng ta đặt tên là để kể một câu chuyện nào đó.

https://tieulun.hopto.org

MET GALA & CHOPARD ĐẲNG CẤP SÓNG ĐÔI

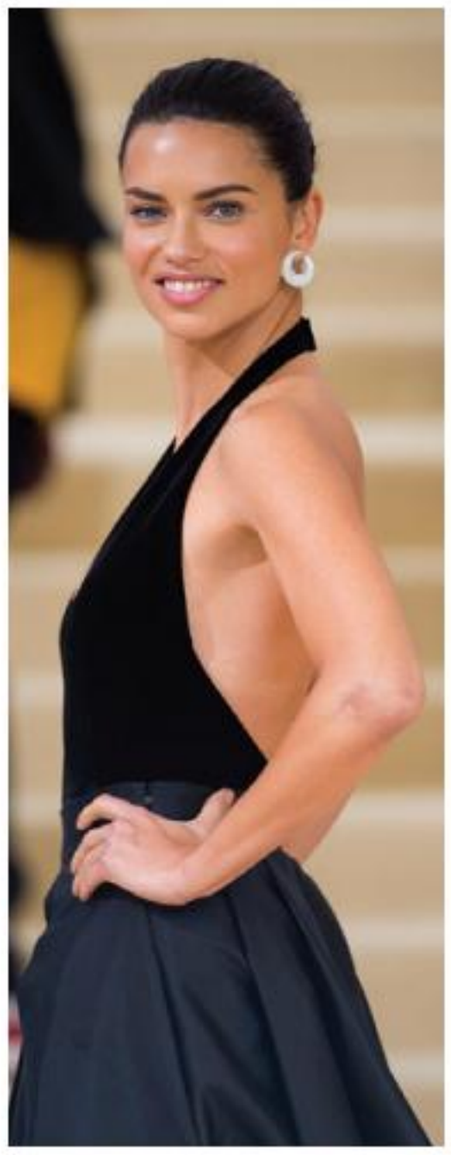
Những ngôi sao danh tiếng nhất thế giới đã hội tụ cùng nhau trong một ngày để toả sáng với những ánh kim cương lấp lánh của Chopard. Trong sự kiện này, các celeb và nữ diễn viên như Julianne Moore, Léa Seydoux, Adriana Lima và Aymeline Valade đã thực sự là trung tâm của thảm đỏ với những món trang sức tinh hoa thượng đẳng.



Trong khi đó, nữ diễn viên Pháp Léa Seydoux chọn hoa tai nạm đính một viên kim cương hình trái lê 5,02 carat đính trên chuỗi vàng trắng 18k nạm đính 6,96 carat hạt kim cương và 0,43 carat kim cương cắt hình hoa hồng được lấy từ "Bộ sưu tập High Jewelry", 1 chiếc nhẫn vàng trắng 18k đính một viên kim cương 5,01 carat hình trái tim cùng với 0,82 carat kim cương nhỏ trên bề mặt từ "Bộ sưu tập High Jewelry", và một chiếc nhẫn khác từ "Bộ sưu tập Ice Cube" bằng vàng trắng 18k đính 0,26 carat kim cương.



Diễn viên đoạt giải Oscar Julianne Moore lựa chọn đôi hoa tai được kết từ 114,36 carat đá sapphire giọt lệ sắc vàng và cam, 4,61 carat kim cương giọt lệ đính trên chuỗi vàng trắng 18k nạm 0,38 kim cương từ "Bộ sưu tập Copacabana", nhẫn vàng hồng 18K đính 41,68 carat đá sapphire đa sắc, và một chiếc nhẫn vàng trắng 18k đính 6,06 carat kim cương từ "Bộ sưu tập High Jewelry".



Siêu mẫu người Brazil, Adriana Lima đã lựa chọn mẫu hoa tai vàng trắng 18k đính 5,85 carat kim cương giác cắt tròn từ "Bộ sưu tập Imperiale".

Siêu mẫu kiêm diễn viên điện ảnh người Pháp Aymeline Valade chọn hoa tai đính hai viên kim cương 3,01 carat hình quả lê, 1,5 carat kim cương cắt hình hoa hồng, 1 viên kim cương 1,05 carat cắt hình tròn đính trên chuỗi vàng trắng 18k đính 1 viên kim cương dáng tròn 1,02 carat; một cặp nhẫn vàng trắng 18k đính 2,01 carat kim cương từ "Bộ sưu tập High Jewelry", và một chiếc nhẫn vàng trắng 18k nạm 0,70 carat kim cương cùng với một chiếc nhẫn vàng trắng 18k đính nạm 1,78 carat kim cương từ "Bộ sưu tập La Strada".



https://tieulun.hopto.org

FRAGMENT DESIGN X LOUIS VUITTON

Khi bắt tay vào thiết kế BST, Kim Jones đã tìm hiểu và nghiên cứu văn hóa của trung tâm New York vào những năm 1980 và thế giới - cộng đồng xung quanh các nghệ sĩ như Keith Haring và Jean-Michel Basquiat. Một phần lớn bộ sưu tập Pre-collection Thu Đông 2017 là những thiết kế hợp tác với nghệ sĩ Nhật Hiroshi Fujiwara. Chính Fujiwara đã mang đến cho Tokyo những âm thanh và phong cách New York lúc bấy giờ, biến Hip-Hop thời kỳ đầu và các phong cách nghệ sĩ xuyên lục địa, giới thiệu chúng đến cho một đối tượng khán giả mới. Những ảnh hưởng này vẫn còn được tìm thấy trong những thiết kế Fragment Design của ông.

https://tieulun.hopto.org



https://tieulun.hopto.org



https://tieulun.hopto.org

FRAGMENT
DESIGN
X
LOUIS
VUITTON



https://tieulun.hopto.org

FRAGMENT
DESIGN
X
LOUIS
VUITTON

https://tieulun.hopto.org



https://tieulun.hopto.org



https://tieulun.hopto.org

FRAGMENT
DESIGN
X
LOUIS
VUITTON

https://tieulun.hopto.org

FRAGMENT
DESIGN
X
LOUIS
VUITTON

https://tieulun.hopto.org

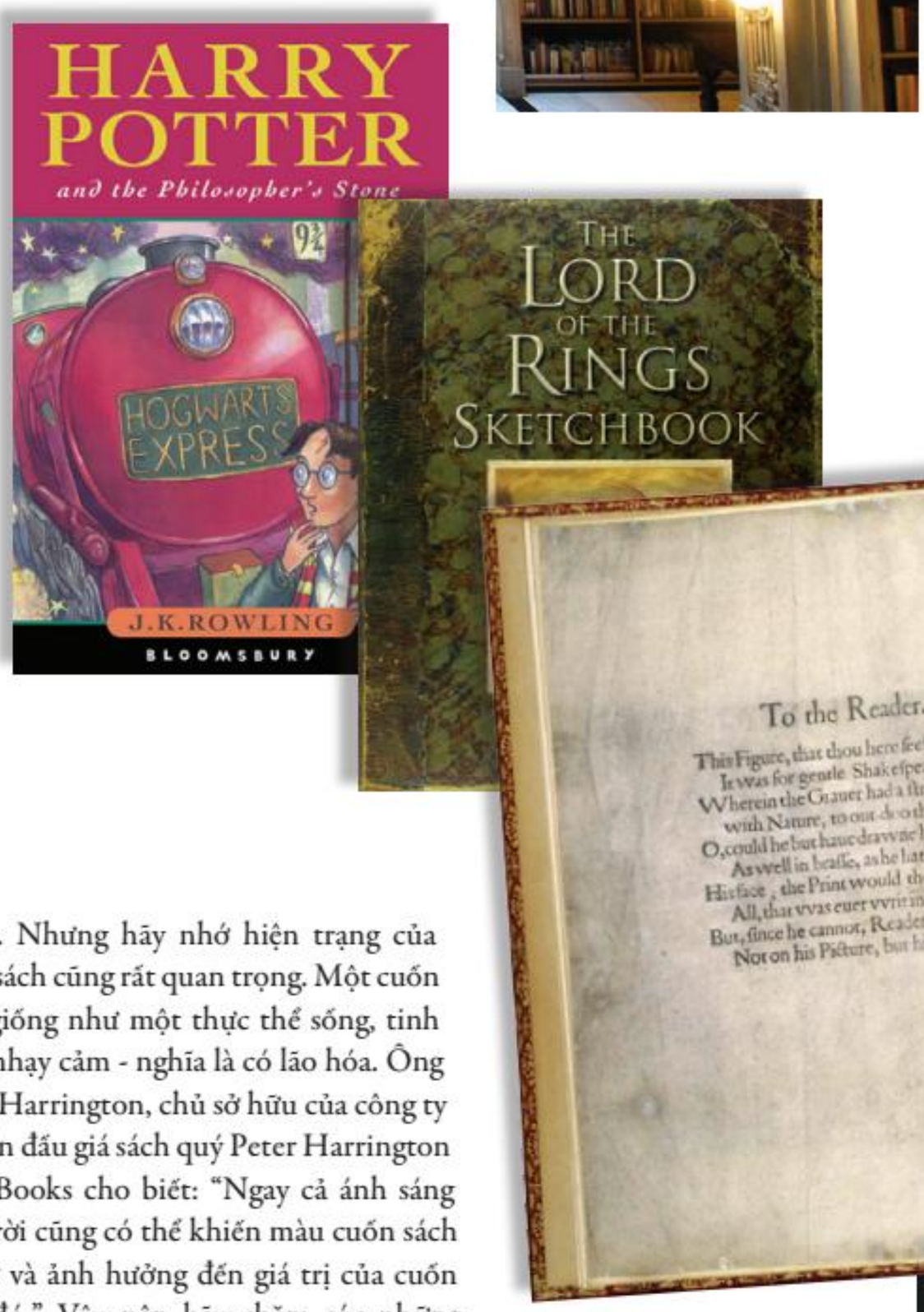


https://tieulun.hopto.org



NHỮNG CON CHỮ TRIỆU ĐÔ

THÁNG 11/2016, MỘT CUỐN HARRY POTTER ĐÃ ĐƯỢC BỎ GIÁ CHỐT VỚI CON SỐ LÊN TỚI 43.000 BẢNG, ĐÁNH DẤU SỰ TRỞ LẠI CỦA THỊ TRƯỜNG SƯU TẬP SÁCH CŨ VÀ QUÝ. MỘT CUỐN SÁCH KHÁC ĐƯỢC MUA VÀO NĂM 2010, CUỐN BIRDS OF AMERICA CÓ GIÁ $7,3 TRIỆU. HẲN CÓ LẼ ĐÃ ĐẾN LÚC THƯ TRUNG HỮU KIM (TRONG SÁCH CÓ VÀNG) NÊN ĐƯỢC HIỂU THEO NGHĨA CƠ BẢN NHẤT.



HIỆN TRẠNG CỦA CUỐN SÁCH

Cuốn sách có giá cao nhất từng được mua lại trong một phiên đấu giá là cuốn Birds of America. Cuốn sách này tập hợp khoảng 500 bức ảnh những loài chim khác nhau của châu Mỹ với kích thước tương đương kích thước thật. Sách được mua lại với cái giá $7,3 triệu vào năm 2010. Một cuốn khác? Cuốn First Folio năm 1623 của Shakespear. Theo đại diện của công ty Stanley Gibbons (một công ty chuyên về chuyển nhượng những cuốn sách và con tem quý), độ quý hiếm của cuốn sách hoàn toàn có thể so sánh với những chai vang quý nhất thế giới. Còn nếu quy đổi ra tiền? Tất nhiên, đó là trường hợp có một cuốn First Folio xuất hiện trong một phiên đấu giá? Con số này có thể dễ dàng vượt mức hàng triệu với đơn vị là bảng – đủ để bạn mua một căn biệt thự. Mặc dù nguồn gốc và độ quý hiếm của một cuốn sách có ý nghĩa quyết định đối với việc cuốn sách sẽ có giá bao nhiêu. Nhưng hãy nhớ hiện trạng của cuốn sách cũng rất quan trọng. Một cuốn sách giống như một thực thể sống, tinh tế và nhạy cảm - nghĩa là có lão hóa. Ông Peter Harrington, chủ sở hữu của công ty chuyên đấu giá sách quý Peter Harrington Rare Books cho biết: "Ngay cả ánh sáng mặt trời cũng có thể khiến màu cuốn sách bị mờ và ảnh hưởng đến giá trị của cuốn sách đó." Vậy nên hãy chăm sóc những cuốn sách quý của bạn theo cách chăm sóc những chai rượu vang.

Bạn thậm chí sẽ ngỡ ngàng khi biết một số cuốn sách được đánh giá cao bởi nghệ thuật đóng sách hơn là nội dung. "Các nghệ sĩ và thợ thủ công thiết kế, in ấn và đóng sách. Chất lượng thiết kế của cuốn sách đôi khi còn quan trọng hơn cả nội dung của nó," Haley giải thích. "Một vài cuốn sách ở thế kỷ 17 và 19 ở Anh và một vài cuốn sách ở thế kỷ 20 của Pháp nổi tiếng nhờ công nghệ in và

https://tieulun.hopto.org

đóng sách của họ." Mặc dù vậy, điều quan trọng nhất, đặc biệt là với những cuốn có tuổi đời vài trăm năm, đó là bìa bọc của cuốn sách. Bìa bọc sách độc giả thường thấy nhưng không giữ lại. Thay vào đó họ tháo ra và bỏ đi. Do đó, bìa sách càng trở nên quý hiếm sau một thời gian nhất định. Thông thường với những cuốn sách có nội dung bên trong giữ được nguyên nhưng theo năm tháng, bìa bọc sách được thiết kế lại và hoặc đổi hẳn. Đây chính là lý do giải thích tại sao những bìa sách đầu tiên sẽ có giá trị rất lớn. Bất cứ ai có hiểu biết trong lĩnh vực sưu tập sách cũng có thể nói cho bạn sự khác nhau giữa một cuốn sách có và không có bìa cứng: đó là cái giá chênh nhau đến cả £70.000.

NHỮNG YẾU TỐ PHỤ QUYẾT ĐỊNH

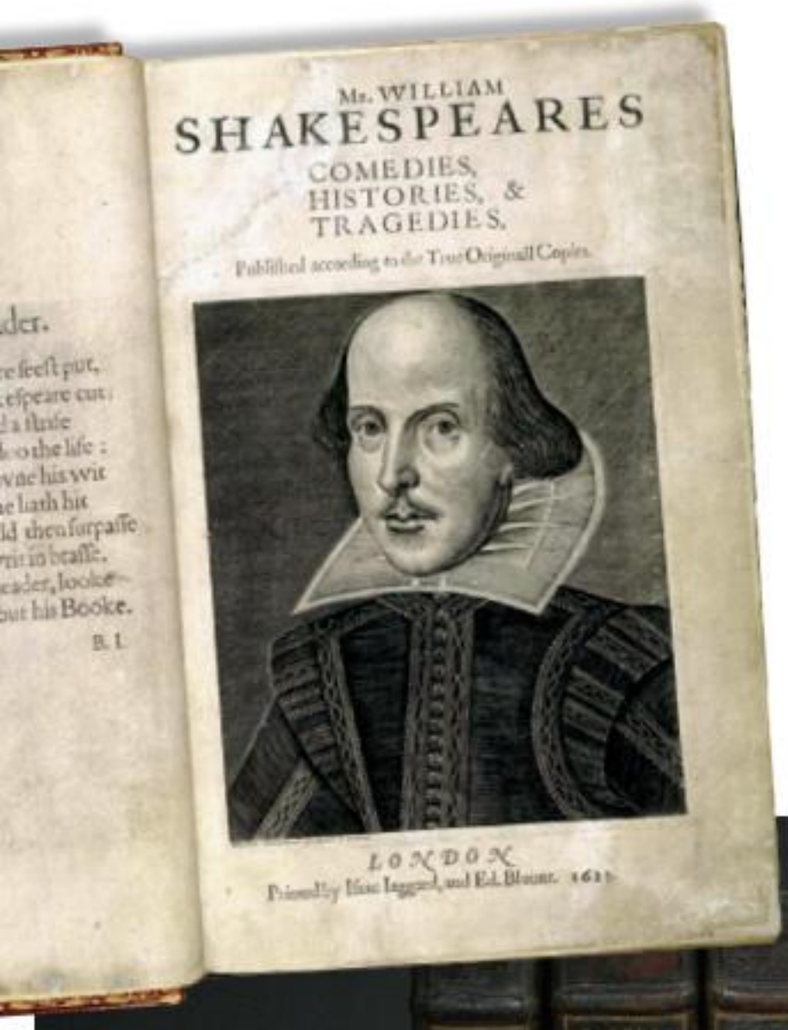
Ngoài sự hiếm có và tình trạng nguyên bản, còn có một số yếu tố khác cũng có thể ảnh hưởng đến giá trị của một cuốn sách. Những cuốn sách được ký tên, sách được chuyển thể thành film, và những ngày quan trọng (năm sinh và năm mất) của tác giả, ngày xuất bản, chiến thắng giải thưởng hay lọt vào danh sách những cuốn sách được đề cử cho hạng mục giải thưởng, ... tất cả những điều này đều có thể khiến một cuốn sách có thể đột nhiên trở nên hấp dẫn hơn. "Điều quan trọng đó là bối cảnh. Thời điểm ra đời cuốn sách cũng có tác động rất lớn - bộ phim dựa trên tác phẩm của tác giả, hay cuộc sống của chính họ, có thể làm mới sự quan tâm đến một cuốn sách nào đó chẳng hạn," Harrington. J.K Rowling (tác giả của Harry Potter) và Tolkien (tác giả của Chúa Nhẫn) đều được hưởng lợi đáng kể từ 'hiệu ứng Hollywood'.

"Các tác giả, tự bản thân họ cũng có thể làm tăng hay giảm bớt giá trị của cuốn sách, tùy thuộc vào tầm ảnh hưởng của họ tác động đến những thế hệ nào," Harrington nói thêm. Hiện nay, thị trường sách đang bán cho nhiều người thuộc tầng lớp khoảng 50 đến 60. "Nhiều người có thu nhập đang dùng một phần tiền của họ để quy đổi thành tài sản có thể giúp ích cho con cái họ trong tương lai. Đương nhiên họ sẽ lựa chọn cái gì mà có ý nghĩa với họ và đó thường là những gì mà họ đã từng được học ở trường" Keith Heddle, Giám đốc đầu tư tại Stanley Gibbons – một công ty chuyên mua bán sách cũ, tem cổ - giải thích.

Đừng quên xem xét các chi tiết nhỏ khác của cuốn sách như những bức hình minh họa thú vị được thực hiện bởi một họa sĩ nổi tiếng, sử dụng loại màu sắc chưa từng có, lời mở đầu từ nhân vật nổi tiếng, hoặc lời để tặng của tác giả. Ngoài ra, bạn cũng đừng quên chú ý tới nguồn gốc xuất xứ của cuốn sách, liệu nó có từng thuộc về ai đó đặc biệt? Nó có liên quan đến công việc của họ không? Nó có đi cùng với họ trong một chuyến thám hiểm nổi tiếng không? Nó có phải là một phần của một bộ sưu tập giá trị không? Một cuốn sách từng thuộc về một vị Tổng thống Mỹ có thể dễ dàng có giá cán mốc tới $80.000.

Những cuốn sách hoặc bản thảo có chữ ký của tác giả cũng sẽ trân quý lên. Nhưng ở đây, các chuyên gia cũng khuyên bạn nên thực sự thận trọng. Harry Illingworth, người quản lý những cuốn sách hiếm ở công ty chuyên bán sách quý Goldsboro Books giải thích: "lấy ví dụ tập 07 của loạt truyện Harry Potter - ấn bản đầu tiên không có quá nhiều giá trị bởi số lượng in quá lớn dẫn đến sự phổ biến của nó. Nhưng nếu J.K Rowling kí tên mình lên cuốn sách, giá của nó có thể tăng lên đến hàng nghìn."

Nhưng, điều này đặc biệt quan trọng bởi J.K Rowling vốn được biết đến là người không thường xuyên ký tên mình lên những cuốn sách. Hiện nay, với sự gia tăng của những tour du lịch kết hợp và những buổi ký tặng sách, giá trị của chữ ký trên các cuốn sách có thể không còn được đúng như những gì nó từng đạt được – đặc biệt nếu xét tới trường hợp đó là chữ ký dành riêng cho một người nào đó. "Bạn đã từng tìm hiểu và biết rằng liệu tác giả của cuốn sách mà bạn chọn đã ký tặng rất nhiều trên các cuốn sách tái bản hay chưa lần nào ký?" Haley nhấn mạnh. "Bên cạnh đó, hãy đảm bảo không lựa chọn những cuốn sách được tác giả ký tên rất lâu sau khi nó được ra mắt. Với giới sưu tập, những cuốn sách này ít hấp dẫn hơn nhiều so với những cuốn sách được ký tên ngay tại thời điểm vừa ra đời. Nếu bạn biết điều này, chắc chắn bạn sẽ không muốn trả số tiền tương tự cho hai cuốn sách khác nhau."



https://tieulun.hopto.org

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) ■ Golle Watch (39290685) ■ Citime Mall (0918088661) ■ Crescent Mall (62971819) ■ Pearl Plaza (0946131918) **HÀ NỘI** ■ Big C Thăng Long (37832301) ■ Vincom Times City (38388866) ■ 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) ■ Golle Watch (38265170) ■ Hải Triều (01253246810) **VINH** ■ 9 Cao Thắng (3845081) **HẢI PHÒNG** ■ Vincom Hải Phòng (2299268) **HẠ LONG** ■ Vincom Hạ Long (2460568) **ĐÀ NẴNG** ■ Vincom Đà Nẵng (3919989) ■ Big C Vĩnh Trung (3666066) ■ Indochina Riverside Mall (3843818) ■ PNJ (3812618) **NHA TRANG** ■ Nha Trang Center (6516666) **PHAN THIẾT** ■ Tân Thới (3790088) **VŨNG TÀU** ■ Đại Hùng (3530085) **BIÊN HÒA** ■ Hải Triều (01253246810) ■ PNJ (3811818) **CẦN THƠ** ■ Vincom Xuân Khánh (3769898)

https://tieulun.hopto.org

Đã đến lúc

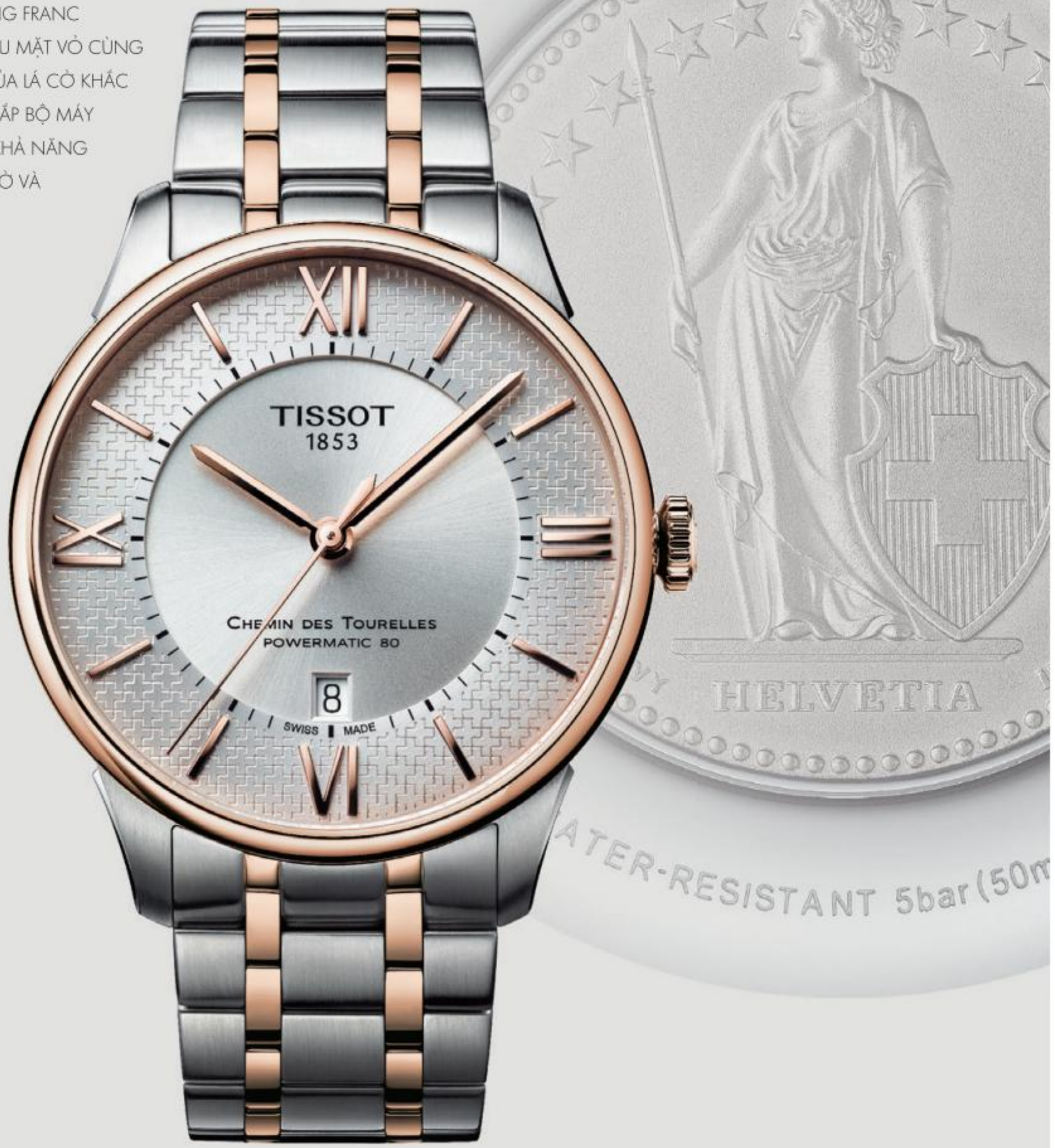
vì giá trị nguyên bản.

PHIÊN BẢN ĐẶC BIỆT

TISSOT CHEMIN DES TOURELLES

AUTOMATIC HELVETIC PRIDE.

ĐỒNG HỒ VINH DỰ MANG TÊN
NƠI THÀNH LẬP TISSOT TẠI
LE LOCLE, THỤY SỸ VÀ THỂ HIỆN NÉT
ĐẶC TRƯNG CỦA ĐỒNG FRANC
THỤY SỸ KHẮC NỔI SAU MẶT VỎ CÙNG
HỌA TIẾT CHỮ THẬP CỦA LÁ CỜ KHẮC
TRÊN MẶT SỐ. ĐƯỢC LẮP BỘ MÁY
POWERMATIC 80 VỚI KHẢ NĂNG
DỰ TRỮ LÊN ĐẾN 80 GIỜ VÀ
KÍNH SAPPHIRE VÒM
CHỐNG TRẦY.



TOPTEN
www.toptenco.com.vn
NHÀ PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN

91 Thạch Thị Thanh, Quận 1, TP.HCM, Việt Nam, Tel: 38203204, Email: contact@toptenco.com.vn

Trung Tâm Bảo Hành:
- Tòa Nhà Sun Wah, 115 Nguyễn Huệ, Quận 1, TP.HCM, Tel: 38219279
- Topten, 188is/21 Nguyễn Thị Minh Khai, Quận 1, TP.HCM, Tel: 39118879

TISSOTWATCHES.COM
TISSOT, INNOVATORS BY TRADITION

https://tieulun.hopto.org





LIVE **EXTRAORDINARY**

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

Discover more at vertu.com

VERTU

HANDMADE IN ENGLAND

FOR

BENTLEY

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

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

https://tieulun.hopto.org