

HÀNG HIỆU

THE REFINED

GIẤC MƠ
PHƯƠNG ĐÔNG

Sách chuyên về quảng cáo



NHÀ XUẤT BẢN THANH NIÊN

WHAT'S ON
DAVID BECKHAM
HỢP TÁC VỚI TUDOR

FEATURE
CÂY VIOLIN CỦA
DÀN NHẠC GT

FASHION
HARRIS TWEED: CHẤT LƯỢNG
ĐẲNG CẤP TOÀN CẦU

<https://tieulun.hopto.org>



TỦ LẠNH SIDE BY SIDE

Giữ thực phẩm tươi và ngon hơn
trong thời gian lâu hơn

Thương hiệu được yêu thích trên toàn thế giới

Sự kết hợp hoàn hảo giữa sự
tiện nghi và tốc độ

FAGOR  DEVOTED TO YOU

<https://tieulun.hopto.org>

HÀNG 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 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. E-mail: info@nxbthanhnien.vn
Hà Nội: 64 Bà Triệu - Hoàn Kiếm -ĐT: (84.024) 39434044 - 62631704 - Fax: 024.39436024
TP. Hồ Chí Minh: 27B Nguyễn Đình Chiểu, Phường Đa Kao, Quận 1 -ĐT: (028) 39305243

ADVERTISING / QUẢNG CÁO

Hà Nội: 091 587 2222 | Tp.HCM: 097 580 0999 | E-mail: 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: 024. 3773 8005 / Fax: 024. 3773 8006
Tp.HCM: 28 Nguyễn Thị Minh Khai, Phường Bến Nghé, Quận 01 | Fax: 028. 3825 3559

DISTRIBUTION / PHÁT HÀNH Công ty phát hành Trường Phát / Công ty phát hành Báo Trung ương
Hệ thống các sạp tại Hà Nội, Tp.HCM - Hệ thống nhà sách Trí Tuệ - Hệ thống nhà sách Tiên Phong
Hệ thống nhà sách Fahasa - Hệ thống nhà sách Phương Nam - Nhà sách Thiết bị và Giáo dục
Nhà sách Ngoại văn - Tổng công ty sách Việt Nam.

SỐ XÁC NHẬN ĐĂNG KÝ XUẤT BẢN TẬP 7-8/2017: 231-2017/CXBIPH/74-04/TN THEO QĐXB SỐ 258 /
QĐ-NXB TN / Khổ: 210 x 275 mm / In 10.000 cuốn tại Nhà In Đại Thành - 273 Ngõ 35 Khương Hạ, Hà Nội.
ISBN : 978-604-64-3605-8 / Giá: 65.000 VND



CBM - CHÂU BÁCH MEDIA

HÀ NỘI: Tầng 4, 216 Bà Triệu

ĐT: 024 3773 8005

Fax: 024 3773 8006

TP. HCM: 28 Nguyễn Thị Minh Khai, Quận 01

ĐT: 028 3825 3567

Fax: 028 3825 3559

EVENT DIRECTOR: Nguyễn Tuyết Anh

SALE & MARKETING MANAGER: Trần Hùng

DIGITAL DEVELOPMENT: Việt Anh Hoàng

EVENT PRODUCER: Linh Nguyễn

DESIGNER: Cẩm Nhung – Nguyễn Hải

Công ty TNHH truyền thông Châu Bách (CBM) là một công ty độc lập, uy tín và năng động tại Việt Nam. Công ty được độc giả biết đến thông qua việc thực hiện, xuất bản hai ấn phẩm cao cấp hàng đầu: Ấn phẩm HÀNG HIỆU (2007) và ấn phẩm STYLE (2009). CBM đã tạo nên danh tiếng với các hoạt động trong các lĩnh vực thời trang, phong cách sống, sắc đẹp, giải trí và công nghệ. Đặc biệt CBM còn tổ chức rất nhiều sự kiện dành cho các bạn trẻ thuộc tầng lớp thượng lưu và yêu thích thời trang để tạo sự gắn kết giữa độc giả và khách hàng với công ty. Công ty TNHH truyền thông Châu Bách luôn tập trung phát triển và tổ chức những sự kiện chuyên nghiệp dành riêng cho các khách hàng cao cấp. Tham vọng của chúng tôi là trở thành một trong những công ty truyền thông hàng đầu tại Việt Nam.

HOTLINE:

HÀ NỘI: 091 587 2222

TP. HCM: 097 580 0999

E-MAIL: chaubachmedia@gmail.com



MILUXE BOUTIQUE:

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

FENDI
TIMEPIECES

<https://tieulun.hopto.org>

Editor's NOTE

Born to Dare: Sự quả cảm ở trong tim

Trong cuộc sống của con người, chúng ta luôn đối mặt với những giới hạn và để trở nên hoàn thiện một người sẽ phải không ngừng vượt qua những giới hạn đó. Chính việc vượt qua giới hạn cho phép con người không ngừng lớn mạnh, cải tạo cuộc sống. Và đây chính là tinh thần gốc rễ của hàng hiệu và những thương hiệu lớn. Với sự quả cảm ở trong tim, con người đã cùng nắm tay nhau bước vào chinh phục khoảng không vũ trụ vĩnh hằng. Với năng lượng là mong muốn trở nên hoàn hảo hơn, trái tim và khối óc của con người trở thành những khối động cơ V12 đưa chúng ta không ngừng bứt phá và chinh phục mọi lĩnh vực, tạo ra một thế giới đẹp đẽ hơn.

Mới đây nhất thương hiệu đồng hồ Tudor cũng đã hợp tác với ngôi sao bóng đá David Beckham cho một chiến dịch: Born To Dare. Và trước đó, những ý tưởng về sự quả cảm và những thay đổi luôn được các thương hiệu lớn theo đuổi.

Hàng Hiệu xin được chia sẻ và ngợi ca cùng bạn đọc về tinh thần này.

Xin chân thành cảm ơn!



DAVID BECKHAM VỚI CHIẾN DỊCH BORN TO DARE CỦA TUDOR.

BỘ SƯU TẬP LOA ĐA PHÒNG

Với khả năng cùng kết nối vào một hệ thống âm thanh đa phòng, bộ sưu tập loa không dây của B&O không chỉ cho phép bạn chơi các bản nhạc khác nhau trong mỗi phòng mà còn có thể chọn một giai điệu chung cho mọi không gian trong ngôi nhà bạn.

bang-olufsen.com



MULTIROOM COLLECTION

BANG & OLUFSEN

LIKE NO ONE ELSE

Hà Nội: Melia hotel, 44B Lý Thường Kiệt, Q. Hoàn Kiếm (024 3 9460100)
TP. Hồ Chí Minh: Sheraton Saigon Hotel, 88 Đồng Khởi, Q.1 (028 3 8222595)

<https://tieulun.hopto.org>



FASHION

36 HUGO BOSS Fall-Winter 2017 và J.Crew Fall-Winter 2017

Lấy cảm hứng từ sự chuyển dịch, mùa mốt Thu-Đông 2017, HUGO BOSS sẽ mang đến giới mộ điệu các trang phục dành cho những lữ khách nam toàn cầu, những người muốn sở hữu bộ trang phục phù hợp ở bất cứ tình huống nào.

38 BST: Louis Vuitton

SPOTLIGHT & ART

14 Matisse in the Studio

Những người bình thường, họ muốn thưởng thức các tác phẩm của nghệ sĩ – như cái cách họ thưởng thức một ly sữa bò – họ không thể chịu đựng được sự phiền phức, vẩn đục và những con ruồi.

16 Trang sức vĩnh cửu

Biegel nổi tiếng với việc chế tác các món đồ trang sức độc bản cho khách hàng trung thành của thương hiệu cũng như tạo ra các bộ sưu tập trang sức cá nhân mang tính ứng dụng.

LIFESTYLE

24 What's On

Điểm tin các thương hiệu cao cấp như: Gucci, J.W.Anderson, TAG Heuer, Calvin Klein và các vấn đề của ngành thời trang cao cấp.

LAPERLA.COM



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

LA PERLA
<https://tieulun.hopto.org>



FASHION

32 Harris Tweed: Chất lượng đẳng cấp toàn cầu

Được dệt hoàn toàn bằng tay bởi 150 thợ dệt chuyên nghiệp ở các hòn đảo phía Tây Scotland, Harris Tweed là loại vải duy nhất trên thế giới được quản lý bởi một đạo luật quốc hội.

DESTINATION

52 Thiên đường Caribbean

Từ những bãi biển san hô trải dài bất tận đến các món ăn phong phú, hấp dẫn và các hoạt động thể thao sôi động cả bên và trên biển; cùng HÀNG HIỆU thực hiện chuyến hành trình khám phá kinh đô văn hóa vùng biển Caribbean: Barbados.

56 Chinese Palace Giấc mơ phương Đông

Có niên đại từ thế kỷ 18 (1762), cung điện Chinese Palace là một trong những công trình kiến trúc tráng lệ và xa hoa bậc nhất nước Nga.

GROOMING

50 Densifique Homme & 90 ngày dưỡng tóc

Có một câu chuyện hoang đường, (không nghi ngờ gì) từ ngành công nghiệp làm đẹp: một người có thể trở nên 'miễn dịch' với các sản phẩm đã sử dụng thường xuyên. Xét theo tính khoa học, nghiêm túc mà nói, điều này không thể xảy ra.



Bell & Ross
TIME INSTRUMENTS

DIAMOND EAGLE

MILUXE[®]

Miluxe exclusive boutique:

*S215, Tầng 2, Tràng Tiền Plaza, 26 Hai Bà Trưng, Hà Nội.

*Sheraton Saigon Hotel and Towers, 88 Đồng Khởi, Quận 1, TP. HCM.

Website: www.miluxe.com

Facebook: www.facebook.com/miluxeboutique



WATCH - JEWELRY

74 Khi sáng tạo được giải phóng

Thủ thuật thị giác từ một kim loại quý trong dạng thức của một đối tượng bình thường là tiền đề đằng sau việc lắp đặt của Santiago.

77 Biểu tượng thời gian

Nơi cổ điển gặp hiện đại, nét thanh lịch bên ngoài kết hợp hoàn hảo cùng chức năng bên trong.

CUISINE

68 Vermentino: Thách thức thời gian

30 năm là quãng thời gian đủ dài để một thương hiệu khẳng định vị thế vững chắc trong lòng người hâm mộ. Trên cả hương vị hoàn hảo từ những ly vang, Vermentino di Sardegna Tuvaoes còn kể cho chúng ta những câu chuyện về lịch sử và văn hóa đầy thi vị.

70 Hương vị đợi chờ

Hành trình 05 năm từ Dehesa lên đĩa là kết quả vô song. Axit oleic trong quả sồi dùng làm thức ăn cho lợn giúp cho chất béo của Jamón Ibérico de bellota hòa tan trong miệng bạn.

LUXE FEATURE

92 Cây Violin của dàn nhạc GT

Phiên bản Mercedes-AMG GT mới tạo nên cảm giác rất khác, giống với một chiếc xe thể thao đẳng cấp hơn là một chiếc xe thể thao chạy đường dài (GT) sang trọng tinh tế.

97 Bầu trời thu nhỏ

Bầu trời đang ngày một nhỏ khi những hãng hàng không kiểu Uber ra đời!

✂
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 gắn kim cương mới nhất của Korloff
Được lấy cảm hứng từ khu vườn thượng uyển của hoàng gia Pháp, phác họa sự thay đổi rõ rệt
theo các mùa trong năm. 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

<https://tieulun.hopto.org>

MATISSE IN THE STUDIO



“Tôi luôn cố gắng không phô trương những nỗ lực của mình và ước rằng những tác phẩm của tôi có thể đem đến cảm giác nhẹ nhàng tựa ánh nắng của mùa xuân, và không để ai nghi ngờ về sự khó nhọc mà tôi phải chấp nhận để hoàn thiện chúng”.



Đó là một trong những câu nói nổi tiếng của người nghệ sĩ luôn cố gắng tránh xa ánh đèn sân khấu. Với cặp kính viền vàng và bộ suit 03 mảnh, ông có vẻ ngoài (dường như) chẳng liên quan gì đến công việc của ông: một nghệ sĩ nổi tiếng. Vốn được hướng dẫn để trở thành một thư ký pháp lý, ông chỉ trở lại với nghệ thuật sau khi được cứu sống sau chứng viêm ruột thừa. Ai đó đã cho ông một hộp sơn. 21 tuổi, nhưng vào những năm đầu thế kỷ 20, ông nằm trong nhóm những nghệ sĩ ưu tú bậc nhất, thống trị nền nghệ thuật tiên phong (avant-garde) ở Paris.

Triển lãm Matisse in the Studio của phòng trưng bày Royal Academy khảo sát tầm quan trọng của phương Đông và nghệ thuật nguyên thủy trong sáng tạo của Henri Matisse. Buổi triển lãm trưng bày các đồ vật từ bộ sưu tập cá nhân rộng khắp của ông, những cội nguồn sáng tạo của ông: từ các bức tượng Phật giáo ở Thái Lan, những tấm vải dệt và đồ trang trí nội thất ở châu Phi; các mẫu chữ thư pháp của người Trung Quốc, và những viên ngói của người Hồi giáo.

Matisse sinh ra tại đầu mũi phía Bắc nước Pháp, nơi có khí hậu lạnh và u ám, Le Cateau – Cambresis. Tại nơi đây, niềm cảm hứng của ông đã được thai nghén trong ánh nắng mặt trời và màu sắc của miền Nam châu Âu. Mặc dù có những khó khăn về tài chính, trong những năm đầu ông chuyển đến Paris, ông đã bắt đầu viếng thăm những cửa hàng bán đồ cũ. Đó là nơi ông sưu tập các tác phẩm chưa hoàn thiện như những tấm thảm thêu hay các tác phẩm bằng gốm sứ. Nhưng, phải rất lâu sau đó, ông mới trở thành một nhà sưu tập đúng nghĩa. Ông tìm nguồn cung ứng từ các đại lý nghệ thuật ở châu Âu, từ các thương nhân và thị trường ở Algeria và Ma-rốc.

Bước đi đầu tiên theo hướng đó xảy ra vào năm 1906 khi ông mua một bức tượng nhỏ của người cộng hòa Công Gô từ một đại lý ở Paris. Những khám phá của ông về nghệ thuật Hồi giáo tại cuộc triển lãm ở Munich đã tạo cảm hứng cho chuyến đi viếng thăm đến thờ Andalusian. Một chuyến viếng thăm Ma-rốc ngay sau đó và sự



nhấn mạnh đến các hoa văn và màu sắc mạnh mẽ nhưng tinh tế từ nghệ thuật Moorish và Ba Tư ngày một nhiều lên và ảnh hưởng lớn đến các tác phẩm của ông. Một trong những tác phẩm có thể kể tên là The Moorish Screen.

Khi Matisse chuyển đến Nice, ông đã tái tạo những hình ảnh của những hậu cung Hồi giáo thông qua những hình ảnh nữ tính nổi tiếng của mình, như Yellow Odalisque. Ông mặc những trang phục phương Đông cho những người mẫu người Pháp và đặt họ trong thế đối lập với những phòng nền của vải, màn chắn, những tấm thảm và các món đồ từ phương Đông.

Một số người đã phê phán Matisse khi cho rằng ông thiếu sự đối chiếu trong nghệ thuật của mình. Người họa sĩ giải thích rằng ông “ước mơ một nghệ thuật cân bằng và thanh tịnh, thanh thản, không gây phiền hà hoặc buồn chán về chủ đề...một thứ có thể làm dịu tâm hồn...như một chiếc ghế bành tốt”. Tuy nhiên, sẽ thật sai lầm khi cho rằng ông không phù hợp với những hình ảnh lãng mạn của một người họa sĩ.

Đã từng miêu tả một bức tranh rối trí, với độ tự tham khảo lớn, ông gọi đó là “một sinh vật không hạnh phúc bị tra tấn ngày và đêm. Anh ta không những tự giải phóng mình bằng những bức tranh của anh ta, mà còn đối đầu với chính bản thân mình, về



Nếu bản thân người nghệ sĩ cảm thấy không có gì hạnh phúc hơn khi được tập trung làm việc trong studio của mình, tác phẩm của họ sẽ bừng sáng tựa như ánh mặt trời, của Địa Trung Hải và còn hơn thế nữa.

những người chết xung quanh anh ta. Đó là những gì mà những người bình thường không bao giờ hiểu. Những người bình thường, họ muốn thưởng thức các tác phẩm của nghệ sĩ – như cái cách họ thưởng thức một ly sữa bò – họ không thể chịu đựng được sự phiền phức, vẩn đục và những con ruồi”.

Đối với Matisse, sưu tầm là một cuộc đối thoại hai chiều. Ông không chỉ mua các món đồ và sử dụng chúng để lấy cảm hứng mà đôi khi ông mua chúng chỉ đơn giản bởi chúng gợi nhắc cho ông về một tác phẩm mà ông đã thực hiện, chẳng hạn như cái chết của một nhà truyền giáo thời Trung cổ, giống như bức tranh Self-portrait năm 1906 của ông.

Một bức tranh từ năm 1951 cho thấy Matisse đang làm việc trên một trong những thiết bị cắt của mình dưới bảng chữ thư pháp của người Trung Quốc tại một khách sạn ở Nice. Đó là khoảng thời gian mà ông đã từng nhận xét: “Cả cuộc đời tôi đã làm việc với những vật tương tự, những vật này cũng giống như một diễn viên, một diễn viên giỏi có thể tham gia 10 vở kịch khác

nhau cùng lúc, một vật có thể tham gia vào 10 hình ảnh khác nhau.”

03 năm sau ông qua đời, ở tuổi 84, ông để lại đằng sau một gia tài khổng lồ gồm những tấm vải dệt, đồ đạc bằng thủy tinh, đồ kim hoàn, gốm sứ và những bức tượng nhỏ. Theo như chính ông đã mô tả thì đó chính là “thư viện làm việc của tôi”. Trong khi những đồ vật này không có giá trị về vật chất, chúng lại rất quý giá đối với Matisse. Triển lãm này chỉ ra cách chúng gợi nhắc về nguồn cảm hứng cho đến những năm cuối cùng của một cuộc sống đầy đủ và hiệu quả.



TẠI FRANKFURT AM MAIN, BIEGEL LÀ THIÊN ĐƯỜNG DÀNH CHO NHỮNG NGƯỜI HÂM MỘ CÁC MÓN ĐỒ TRANG SỨC HIỆN ĐẠI. TẠI ĐÂY, NHỮNG NGƯỜI YÊU TRANG SỨC CÓ THỂ TÌM THẤY NHỮNG BỘ SƯU TẬP TRANG SỨC ĐỘC BẢN, TRANG SỨC ỨNG DỤNG VÀ CÁC THIẾT KẾ ĐẸP MẮT, TRƯỜNG TỒN CÙNG THỜI GIAN.

TRANG SỨC VĨNH CỬU

Cửa hàng trang sức Biegel ở Frankfurt am Main là ví dụ điển hình cho đỉnh cao của nghệ thuật chế tác trang sức, là sự kết hợp nhuần nhuyễn giữa truyền thống và thiết kế. Thương hiệu được thành lập vào năm 1964 bởi ông Werner Biegel, một chuyên gia về nghề chế tác kim hoàn. Cha của ông là thợ cắt kim cương ở Idar-Oberstein, kinh đô đá quý của người Đức. Hiện nay, cửa hàng nằm tại trung tâm Börsenplatz, nơi có các bức tượng hình bò đực và gấu bằng đồng được đặt trước cửa sàn giao dịch chứng khoán Frankfurt.

Thương hiệu trang sức Biegel nổi tiếng với việc chuyên chế tác các món đồ trang sức độc bản cho nhiều khách hàng trung thành của thương hiệu cũng như tạo ra các bộ sưu tập trang sức cá nhân mang tính ứng dụng (ready-to-wear). Và nhờ cách tiếp cận sáng tạo từ con trai của Werner, Marc-Jens, thương hiệu trang sức Biegel đã giành được danh tiếng cao trong các thiết kế đương đại.

Marc-Jens Biegel đã theo học nghề chế tác kim hoàn từ cha ông vào cuối những năm 1980. Bởi Marc-Jens luôn tò mò và muốn khám phá tiềm năng của các món đồ trang sức, dưới góc nhìn không chỉ giới hạn ở vị trí của một thợ chế tác, sau thời gian học nghề, ông tiếp tục học thiết kế trang sức. “Nhưng tôi sớm nhận ra rằng các giáo viên đều có chung quan điểm và vì vậy, nó không mang lại thêm lợi ích gì cho tôi nữa,” ông giải thích. “Sau khi theo học tại Frankfurt, tôi giành được học bổng thiết kế của khoa Nội thất và Thiết kế sản phẩm tại đại học Kingston của Anh, nơi các tài năng thiết kế đã từng theo học như Jasper Morrison, hay James Irvine - người đã qua đời vài năm trước ở Milan, và rất nhiều nhà thiết kế nổi tiếng của Anh quốc đã từng theo học.” Trở lại cửa hàng của cha mình ở Frankfurt, Marc-Jens đã bị thuyết phục rằng thay đổi là cần thiết. Lý do là bởi thế giới đang phát triển với tốc độ chóng mặt, trong khi lĩnh vực kinh doanh đồ trang sức dường như có dấu hiệu bị đóng băng. “Đồ trang sức luôn là một biểu hiện mang tính cá nhân và thể hiện bản sắc của một người, và không có món đồ trang sức nào như thế dành cho những khách hàng hiện đại. Tôi bắt đầu tự hỏi: Đồ trang sức sẽ thế nào nếu nó được thiết kế bởi một nhà thiết kế sản phẩm, chẳng hạn như một nhà thiết kế nội thất chẳng hạn? Tôi không hiểu vì sao chưa từng có ai trong ngành công nghiệp này từng làm điều đó trước đây, bởi với tôi, đó có vẻ là một ý tưởng vô cùng độc đáo. Vì thế, tôi nghĩ tôi sẽ là người đầu tiên làm điều đó!” Anh cười và nhớ về những ngày đó. “Ý tưởng bắt đầu từ năm 2002, tôi thực hiện dự án với tên gọi: Bodysign: Một

sự kết hợp giữa Body (Cơ thể), bởi vì bạn đeo nó trên người, và Design (Thiết kế). Và tôi muốn nó là món đồ trang sức cao cấp, sử dụng các vật liệu sang trọng, bởi vì đó là chuyên môn của chúng tôi và tôi không quan tâm đến việc chế tác bằng các chất liệu thay thế, như nhựa.”

Marc-Jens Biegel đã bắt đầu dự án của mình với việc hợp tác với 03 nhà thiết kế người Đức đã và đang làm việc với các thương hiệu đèn trang trí và đồ nội thất hàng đầu của thế giới. Uwe Fischer thiết kế chiếc vòng Molecular, được làm từ vàng và ngọc trai, lấy cảm hứng từ cấu trúc của phân tử. Konstantin Grcic thiết kế một chiếc vòng Grand Prix với cảm hứng từ những món đồ nội thất. Axel Kufus thiết kế một chiếc vòng Loop có hình một nút thắt đơn giản bằng vàng 24k. Đây thực sự là một kiệt tác rất khó thực hiện. Sau khi dây vàng mềm được hàn lại với nhau, nó phải được tạo hình thủ công bởi 03 loại búa khác nhau. “Bodysign đã thu hút sự chú ý của báo chí và cũng bán khá chạy, nhưng tôi biết tôi cần phải giới thiệu nó tới nhiều người hơn thay vì chỉ phục vụ những khách hàng đã ghé qua cửa hàng của tôi”. Vì thế, Biegel đã quyết định giới thiệu dự án của mình tại Hội chợ đồ nội thất Cologne (Cologne Furniture Fair), và ông đã kéo theo các nhà thiết kế quốc tế khác: Ronan và Erwan Bouroullec, Shin và Tomoko Azumi, và Hannes Wettstein. “Đó là ý tưởng về cuộc sống của tôi bởi nó làm thay đổi hoàn toàn công ty của chúng tôi. Sau khi ra mắt tại Cologne, năm 2003, mọi thứ đã bùng nổ và mở ra một chân trời mới với công ty. Tôi đã nhận được rất nhiều sự chú ý

và nhận xét tốt dành cho dự án này và một số viện bảo tàng đã đến và mời tôi thực hiện triển lãm. Họ muốn trưng bày các tác phẩm của tôi. Đó là Bảo tàng Triennale Design Museum ở Milano, Bảo tàng nghệ thuật đương đại ở Frankfurt, Viện Nghệ thuật Chicago,

Bảo tàng Victoria & Albert ở London. Trong những năm qua, tôi đã hợp tác với nhiều nhà thiết kế trẻ trong dự án như Tom Dixon, Alfredo Haberli, Saskia và Stefan Diez; bên cạnh đó là các nhà thiết kế trẻ khi họ bắt đầu sự nghiệp của mình, như Benjamin Hubert, luôn có cách tiếp cận rất hiện đại.”

Nhưng sáng tạo của nhà thiết kế chỉ là một phần hoạt động kinh doanh của Biegel. “Năm 2015, chúng tôi tổ chức kỷ niệm 50 năm thành lập với một bộ sưu tập mà chúng tôi gọi là Made in Frankfurt. Đó là cách tôi nói lời cảm ơn tới thành phố quê hương mình. Tất cả các tác phẩm được tôi thiết kế hoặc được phát triển từ thiết kế cũ của cha tôi và được anh em họ của tôi sản xuất trong xưởng độc lập, người là chủ nhân của xưởng sản xuất nằm trên tầng lửng, ngay tại trung tâm cửa hàng của chúng tôi”. Bộ sưu tập gần đây, dành riêng cho các viên kim cương, có tên Harte (độ cứng 10), mức cao nhất trong thang đo độ cứng: những chiếc nhẫn thanh nhã, hoa tai một hột và nhẫn cầu hôn. “Điều quan trọng nhất đối với tôi là làm một thiết kế đơn giản nhất có thể. Có vẻ hơi kỳ lạ, bởi đồ trang sức quý giá khiến bạn nghĩ đến các mẫu trang trí sang trọng và nổi bật. Nhưng tôi không nghĩ như vậy. Những gì tôi muốn là một ý tưởng đơn giản tạo ra một sản phẩm có thiết kế đơn giản. Làm cho nó trông đơn giản như vậy là điều khó khăn nhất! Đây là điều thôi thúc tôi phải tạo ra những sản phẩm mà bạn sẽ cảm thấy yêu thích trong một thời gian dài, rất dài”.



THƯƠNG HIỆU TRANG SỨC BIEGEL NỔI TIẾNG VỚI VIỆC CHUYÊN CHẾ TÁC CÁC MÓN ĐỒ TRANG SỨC ĐỘC BẢN CHO NHIỀU KHÁCH HÀNG TRUNG THÀNH CỦA THƯƠNG HIỆU CŨNG NHU TẠO RA CÁC BỘ SƯU TẬP TRANG SỨC CÁ NHÂN MANG TÍNH ỨNG DỤNG.

THỜI TRANG, THIẾT KẾ, VĂN HÓA, NGHỆ THUẬT

WHAT'S ON



DAVID BECKHAM ▲

Trở thành đại sứ thương hiệu mới của Tudor.

David Beckham cầu thủ bóng đá nổi tiếng nhất thế giới, vừa được công bố trở đại sứ thương hiệu toàn cầu của đồng hồ Tudor với chiến dịch Born to dare (Sinh ra để thử thách) được Tudor công bố tại Basel World năm 2017. Với sức ảnh hưởng mạnh mẽ của mình cùng số lượng người hâm mộ đông đảo trên toàn, đây hứa hẹn là một chiến dịch đầy thành công của Tudor. Xuyên suốt trong lịch sử thương hiệu Tudor như là mẫu đồng hồ dành cho những nhà thám hiểm và các vận động viên. Chính điều này khiến sự hợp tác của Tudor và Beckham trở nên phù hợp hơn. Sự nghiệp của anh có thể nói là một trong cầu thủ bóng đá vĩ đại nhất với 115 lần khoác áo đội tuyển anh, trải qua 3 câu lạc bộ lớn với 6 chức vô địch Anh và cũng là nhà vô địch Champion League. Beckham còn là hình mẫu về một vận động viên thể thao chuyên nghiệp cùng sự ngưỡng mộ về những công việc từ thiện anh tham gia.



MILUXE

MILUXE BOUTIQUE
 * S215 TRANG TIEN PLAZA HOAN KIEM DISTRICT, HANOI
 * GROUND FLOOR - SHERATON SAI GON HOTEL & TOWERS
 88 ĐÔNG KHÔI DISTRICT 1, HO CHI MINH CITY
 * G6 INDOCHINA RIVERSIDE TOWERS, 74 BACH DANG, DA NANG
 * WEBSITE: WWW.MILUXE.COM
 TOÀN CẦU LUXURY
 * 44 HAI BA TRUNG, HOAN KIEM, HANOI

LINDA FARROW

<https://tieulun.hopto.org>



CHAINSMOKERS ▲

Trở thành đại sứ toàn cầu dòng thời trang nam của Tommy Hilfiger.

Một tháng sau khi gia hạn hợp đồng đại sứ thương hiệu với "Tommy Girl": Gigi Hadid thêm hai năm, Tommy Hilfiger tiếp tục có thêm một hợp tác chiến lược quan trọng. Lần này, cái tên được thương hiệu thời trang danh tiếng của Mỹ lựa chọn là cặp đôi đoạt giải thưởng Grammy: Drew Taggart và Alex Pall (còn được biết đến với cái tên Chainsmokers). Như vậy, từ mùa Thu 2017, cặp đôi này sẽ trở thành những cái tên quảng bá cho dòng sản phẩm thời trang nam của Tommy.

"Họ thực sự đại diện cho những người đàn ông trẻ - những người đang là khách hàng của chúng tôi. Và âm nhạc là một trong những cách tốt nhất để duy trì sự quan tâm và liên kết," Avery Baker, Giám đốc thương hiệu Tommy Hilfiger, chia sẻ về lựa chọn của thương hiệu. "Họ (Chainsmokers) rất có sức hút." Đặc biệt là với nhóm khách hàng dưới 35 tuổi (đang gia tăng). Được biết, trong tháng 09, lần đầu tiên kể từ năm 2010, bộ sưu tập Tommy Now của thương hiệu (giới thiệu) tại London sẽ gồm cả trang phục nam bên cạnh các thiết kế dành cho nữ.

▼ RAF SIMONS

Ra mắt hình ảnh quảng bá mới cho Calvin Klein.

Từ lâu, Calvin Klein đã nổi tiếng với việc đồng hành cùng những người nổi tiếng qua các chiến dịch quảng bá ấn tượng và kinh điển của mình. Từ "quả bom sex" Brooke Shields với quảng cáo "Không có gì giữa tôi và Calvins" khi mới 15 tuổi tới Kate Moss và các chiến dịch quảng bá đồ lót gây tranh cãi trong nhiều năm, Calvin Klein đã luôn rất biết cách thu hút sự chú ý.

Là Giám đốc sáng tạo của thương hiệu, Raf Simons đang lên kế hoạch giới thiệu đến giới mộ điệu một danh sách các ngôi sao hiện đại. Mới đây, thương hiệu đã ra mắt những hình ảnh mới nhất trong chiến dịch quảng bá Thu 2017 mang tên 205W39NYC. Tên của chiến dịch quảng bá được đặt theo địa chỉ trụ sở ở New York của thương hiệu. Chiến dịch quảng bá có sự tham gia của đạo diễn Ashley Brokaw và các ngôi sao như Julia Nobis, Lulu, Blesnya Minher, Sara Grace Wallerstedt, Ernesto Cervantes và Leela Goldkuhl và nhiếp ảnh gia Willy Vanderperre.



▼ ALBER ELBAZ X CONVERSE 2017

Hợp tác nhân kỷ niệm 100 năm ra mắt dòng sản phẩm All Star.



Để đánh dấu sự kiện sinh nhật lần thứ 100 của dòng sản phẩm All Star của thương hiệu giày dép dành cho giới trẻ Converse, hãng đã hợp tác với nhà thiết kế Alber Elbaz và mang tới cho giới mộ điệu bộ sưu tập Avant. Bộ sưu tập Avant của Alber Elbaz và Converse sẽ có 07 phiên bản. Mỗi phiên bản giày mới đều được thực hiện bằng những chất liệu cao cấp mới, mang tới cho người dùng những trải nghiệm mới mẻ và đầy thích thú. Từ những dải màu đen, trắng với thiết kế đơn giản tới những họa tiết in táo bạo, ấn tượng hay những thiết kế mang hình dơi đa thú, mỗi thiết kế trong bộ sưu tập được cho ra đời với mục tiêu là thu hút mọi ánh nhìn và trở thành tâm điểm của bất kỳ tủ đồ nào. Được biết những thiết kế này sẽ bắt đầu được đưa ra thị trường từ ngày 25/09. Hãy cùng chúng tôi chờ đón và bổ sung những thiết kế độc đáo này vào bộ sưu tập cá nhân.



VON ARKEL
SWITZERLAND

Kính được phân phối độc quyền tại Việt Nam qua hệ thống **Miluxe Boutique**:

- * S215, tầng 2, Tràng Tiền Plaza, 26 Hai Bà Trưng Hà Nội
- * Sảnh tầng 1, khách sạn Sheraton, 88 Đồng Khởi, TP.Hồ Chí Minh.
- * G6 Indochina Riverside Towers, 74 Bạch Đằng, Đà Nẵng.

Tham khảo thêm tại: www.miluxe.com

TIM HOWARD ▼

Trở thành đại sứ mới nhất của thương hiệu TAG Heuer.

World Cup 2014, Mỹ cùng băng đấu với Đức, Bồ Đào Nha và Ghana. Họ bị đánh giá thấp nhất bởi đội hình chẳng có nổi một ngôi sao. Nhưng trong giải đấu đó, họ xuất sắc vượt qua vòng bảng để lọt vào vòng 16 đội mạnh nhất thế giới. Tim Howard, thủ quân của đội Mỹ, trở thành người hùng dân tộc, được người ta so sánh với Michael Jordan, John Wayne hay Abraham Lincoln. Thủ môn này được yêu mến không chỉ ở khắp nước Mỹ mà còn ở Anh – nơi Tim đã chơi 13 mùa bóng ở giải đấu cấp cao nhất xứ sương mù. “Cần phải có một sự can đảm đặc biệt để trở thành thủ môn chuyên nghiệp, và Tim là một trong những người can đảm nhất,” Kilian Muller, chủ tịch của TAG Heuer, chia sẻ về việc Tim Howard trở thành đại sứ mới cho chiến dịch “Do not Crack Under Pressure” của thương hiệu. “Dưới mọi áp lực, anh ấy luôn thể hiện xuất sắc và cũng với tinh thần ấy, anh ấy sẽ thể hiện tốt nhất bản chất của TAG Heuer.”



BST J.W.ANDERSON X UNIQLO THU-ĐÔNG 2017 ▼

Nét tổng hòa tinh tế giữa thời trang Anh & Nhật.

Bộ sưu tập Thu-Đông 2017 của Uniqlo (hợp tác với nhà thiết kế người Anh J.W.Anderson) sẽ sớm xuất hiện trong các cửa hàng. Để đánh dấu và chúc mừng hợp tác này, thương hiệu đã phát hành một cuốn lookbook toàn bộ các thiết kế của bộ sưu tập mới. Nhà thiết kế đã chia sẻ về ý tưởng kết hợp giữa việc đề cao công năng sản phẩm của Nhật Bản với sự tinh tế trong thiết kế của người Anh, cũng như tầm quan trọng của việc tạo ra các sản phẩm với giá cả phải chăng. “Hợp tác với Uniqlo có lẽ là khuôn mẫu dân chủ nhất trong thời trang, và thật tuyệt khi thiết kế của tôi có thể tiếp cận với bất cứ ai, ở bất kỳ đẳng cấp nào,” nhà thiết kế chia sẻ. Cuốn lookbook này là bằng chứng của việc kết hợp hai thế giới, giới thiệu các mẫu thiết kế cổ điển của Anh quốc nhưng đã được làm mới như áo trench coat, áo jacket chăn bông, áo T-Shirt, những chiếc quần jeans thụng, quần chinos, áo jumper và các phụ kiện hấp dẫn như túi tote bằng vải và ba lô. Bộ sưu tập sẽ có mặt tại các cửa hàng Uniqlo từ ngày 19/09.



KARLLAGERFELD ▼

Hợp tác với thương hiệu đồ thể thao Vans.

Được biết, nhà thiết kế danh tiếng Karl Lagerfeld sẽ hợp tác với thương hiệu giày Vans và sẽ cho ra mắt bộ sưu tập trang phục và giày dép mới vào ngày 07/09 tới. Mặc dù vẫn chưa có bất cứ tấm hình nào được tiết lộ, nhưng theo giới thạo tin, bộ sưu tập này hứa hẹn sẽ đem đến cho giới mộ điệu những trải nghiệm mới lạ với các mẫu giày Sk8-Hi và Old Skool làm từ da thuộc và không có dây buộc và mẫu giày da Classic Slip-On. Cũng sẽ có một tạo hình sinh động được trang trí với hình ảnh Karl Lagerfeld đeo chiếc cavat họa tiết bàn kẻ caro đen trắng của Vans, khoác chiếc áo bomber jacket và đeo ba lô sau lưng. Giá của mỗi sản phẩm trong bộ sưu tập mới sẽ dao động từ \$40 đến \$300. Bộ sưu tập sẽ được bán trên mạng và tại các cửa hàng do Karl Lagerfeld và Vans lựa chọn.



A TRADITION OF 325 YEARS

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

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



EDOX

Maître Horloger - Les Genevez
depuis 1884

Information & Shops > www.edox.ch

PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN: LÂM TRẦN LTD. Tel: +842.8 3824 4213

Tp. Hồ Chí Minh: WATCH GALLERY Parkson Saigon Tourist: 028.22101653 • Parkson Hùng Vương: 028.22430318 • THÀNH PHÁT Saigon Center: 028.38213231 • Hà Nội: A&M Trảng Tiến Plaza: 024.35160868
• Aeon Mall Long Biên: 024.66686999 • WATCH GALLERY Lotte Department Store: 024.33332163

<https://tieulun.hopto.org>

GUCCI VS FOREVER 21 ▼

Cuộc chiến pháp lý leo thang.

Tháng 12 năm ngoái, nhà mốt Gucci đã gửi đến nhà bán lẻ thời trang hàng đầu của Mỹ yêu cầu ngừng sử dụng tất cả các sản phẩm mang họa tiết kẻ sọc “xanh dương – đỏ - xanh dương” và “xanh lá – đỏ - xanh lá” đặc trưng của Gucci. Tại thời điểm đó, thương hiệu Forever 21 đã có một số mẫu thiết kế từ áo khoác bomber đến những chiếc vòng choker và áo khoác sweater có thiết kế đặc biệt giống với các thiết kế của Gucci. Tuy nhiên, tháng 06 vừa qua, Forever 21 đã có màn phản công bằng vụ kiện ngược lại Gucci khi cho rằng Gucci đã làm ảnh hưởng đến doanh số bán hàng của thương hiệu này. Mới đây, Gucci đã “tái chiến” khi tiếp tục nộp đơn kiện lên Tòa án Tối cao Hoa Kỳ tại California. Những vụ kiện này liên quan tới việc xâm phạm đăng ký nhãn hiệu, hành vi pha loãng thương hiệu, cạnh tranh không lành mạnh và bác bỏ những khiếu



nại trước đó của nhà phân phối. “Gucci đã tiến hành những bước tiếp theo để chấm dứt các hành vi trắng trợn lợi dụng danh tiếng thương hiệu và những thiết kế sọc xanh dương – đỏ - xanh dương và xanh lá – đỏ - xanh lá của nhà bán lẻ Forever

21,” Gucci đã đưa ra tuyên bố trên trong một thông cáo báo chí gửi trang Fashionista. “Mặc dù Forever 21 đã cố gắng sử dụng vụ khiếu nại để đe dọa, khiến Gucci ngừng kiện nhưng Gucci luôn quyết tâm bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ cho các di sản của mình.”



▲ THE WEEKND

Ra mắt BST cá nhân cho Puma.

The Weeknd (Abel Tesfaye) đang tiếp tục quá trình lấn sân sang lĩnh vực thời trang với việc thực hiện bộ sưu tập mới. “Quán quân Billboard năm 2015” đã hợp tác với Puma trong dự án ra mắt sản phẩm trang sức và giày sneakers. Mẫu thiết kế đầu tiên sẽ được giới thiệu là đôi sneaker high top (cao cổ) Parallel. Mẫu giày này đã được The Weeknd giới thiệu trong những bức ảnh và trên Instagram. Các thiết kế sẽ lên kệ trong mùa thu này và những đôi giày sẽ có giá bán lẻ là \$220 và hai lựa chọn màu là trắng hoặc xanh olive. Với nam ca sĩ từng giành giải thưởng Grammy này, điều quan trọng là tạo ra một đôi giày không chỉ được chấp nhận bởi nhiều người mà còn phải mang phong cách bản thân. “Tôi đã tham gia vào mọi công đoạn nhưng tôi tập trung vào kiểu dáng nhiều hơn,” ca sĩ giải thích với trang Footwear News. “Với XO và Puma, chúng tôi thực sự hợp tác và làm việc để tạo ra một sản phẩm tốt nhất có thể.” Được biết, sau khi đôi giày được giới thiệu, những chiếc áo T-shirt mang phong cách đường phố đặc trưng của The Weeknd, những chiếc áo khoác và quần denim (vải bò) sẽ được ra mắt.

ILLESTEVA ▼

Hồi sinh thiết kế kính mát biểu tượng của Michael Jackson.

Bên cạnh tài năng âm nhạc và điệu nhảy Moonwalk, cổ thiên tài của làng giải trí của Mỹ: Michael Jackson được cả thế giới biết tới bởi phong cách ăn mặc rất có gout. Đây chính là lý do đã dẫn tới quyết định hợp tác của công ty Illesteva với công ty quản lý tài sản của ông hoàng để tạo ra phiên bản giới hạn 200 cây kính mát. Được biết, các chi tiết trên kính được điểm hoặc mạ vàng để “tiếp” màu với trang phục và các phụ kiện khác. Đặc biệt, kính còn được khắc, khắc chữ ký của huyền thoại âm nhạc. Những thông tin trên mới đây đã đưa ra trong một thông cáo báo chí của thương hiệu. Được biết, kính sẽ được bán với giá \$240 tại website của Illesteva và một số cửa hàng chọn lọc từ ngày 8/8 nên nếu không nhanh, rất có thể bạn sẽ phải đấu giá mua lại từ những nhà sưu tập là những tín đồ của Michael Jackson. Bộ sưu tập một lần nữa khẳng định sự trở lại đầy mạnh mẽ của thời trang thập niên 80.





KỠ NGHỈ TRONG MƠ TẠI ĐẢO NGỌC CỦA VIỆT NAM

Mở khóa những điều kỳ diệu để chạm đến sự nguyên bản của địa phương hòa quyện cùng dịch vụ chu đáo chuyên nghiệp đến từ thương hiệu JW Marriott®. Cùng khám phá vẻ đẹp kiến trúc huyền diệu của ngôi trường đại học Lamarck đầy cảm hứng được sáng tạo từ bàn tay và tâm huyết của "ông hoàng resort" Bill Bensley. Một trải nghiệm đẳng cấp đầy đam mê và trọn vẹn đang chờ đón bạn tại Thiên Đường Nhiệt Đới của Việt Nam.

THIÊN ĐƯỜNG NGHỈ DƯỠNG ĐANG CHỜ ĐÓN BẠN TẠI JW MARRIOTT PHU QUOC EMERALD BAY.

KIẾN TRÚC, NỘI THẤT, NGHỆ THUẬT

LIVING IS ALL ABOUT

SẮP ĐẶT ZOOLOGICAL

Cuộc gặp gỡ của nghệ thuật và máy móc.

“Thực sự, chưa có từ nào trong từ điển tiếng Anh có thể dùng diễn tả chính xác những gì chúng tôi đã tạo ra. Đó là một dạng trải nghiệm, một dạng trình diễn, một tác phẩm nghệ thuật sống,” nhà soạn kịch Héloïse Reynolds chia sẻ về triển lãm sắp đặt mới được ra mắt ở London của studio Random International. Được trưng bày tại nhà hát Roundhouse, studio mang tới giới mộ điệu một sắp đặt 07 quả cầu trắng chứa đầy khí heli không ngừng bay lượn với các cánh quạt nhỏ được gắn trên thân. Chúng cùng lúc thể hiện sự rối loạn và trật tự - những điều hoàn toàn trái ngược. Hannes Koch, người đồng sáng lập Random International chia sẻ: “Chúng tôi cố tạo ra cảm giác khác thường”. “Chúng tôi muốn mọi người cảm nhận như đó là những người ngoài hành tinh và khai thác cảm giác khi có thể tiếp xúc thân mật với một sinh vật sống bậc cao”.



BISATE LODGE

Nhà nghỉ sinh thái bên miệng núi lửa.

Ý tưởng về việc sống gần núi lửa luôn là một ý tưởng điên rồ. Nhưng nhà nghỉ sinh thái Bistae Lodge rộng 42 hecta, nằm ở phía Bắc Rwanda, cạnh miệng núi lửa cho thấy, nó không đáng sợ như mọi người vẫn tưởng. Công ty Wilderness Safaris là nhà đầu tư chính cho dự án 06 căn biệt thự nhà rừng, nép mình bên núi lửa bị xói mòn trên mép Volcanoes National Park, Rwanda. Chúng được bao quanh bởi khu rừng rậm lá, mái nhà được thiết kế theo kiểu mái lợp. Mục đích của biệt thự là tôn vinh nền văn hóa Rwanda cũng như cảnh sắc tuyệt vời của nó. Được biết, Cung điện Hoàng gia ở Nyanza là nguồn cảm hứng để kiến trúc sư Nick Plewman thực hiện dự án này. Điểm đặc biệt của các căn biệt thự nằm ở phân trang trí nội thất nhờ quy trình Imigongo, trong đó, phân bò được trộn với các loại đất màu và được sử dụng làm sơn.

TRIỂN LÃM ‘UTOPIE PLASTIC’

Những ngôi nhà tương lai tới từ quá khứ.

Năm 2016, Eric Touchaleaume, một chuyên gia trong lĩnh vực giới thiệu lại các tác phẩm của các kiến trúc sư và các thiết kế gia châu Âu đầu thế kỷ 20, đã ra mắt những người yêu nghệ thuật Friche de l’Dscalette. Đây là công viên điêu khắc và kiến trúc độc đáo ở ngoại ô Marseille. Theo người sáng lập, công viên được thành lập để “bảo vệ chất lãng mạn ở nơi này cũng như nuôi dưỡng các triết lý được chia sẻ bởi nhà thiết kế Jean Prouvé, kiến trúc sư Charlotte Perriand, Pierre Jeanneret, Le Corbusier và người dân Marseille”. Năm nay, Eric Touchaleaume tiếp tục làm sống lại một giai đoạn trong lịch sử với triển lãm Utopie Plastic. Triển lãm giới thiệu những ngôi nhà dựng sẵn mang tinh thần vị lai của những năm cuối thập niên 60 và đầu 70 của thế kỷ trước. Triển lãm có các sáng tạo của Georges Candilis, Anja Blomstedt, và của Matti Suuronen.





KHAO KHÁT KHÓ CƯỜNG



BỘ SƯU TẬP VỚI COMPOSED
VẺ ĐẸP HIỆN ĐẠI VÀ
ĐƯỜNG NÉT TỐI GIẢN
KHÔNG THỂ CHỐI TỬ

KOHLERVN.COM | facebook.com/kohlervietnam

KOHLER®

RITAVŌ

Nhà Phân Phối Chính Thức

KOHLER Design Center & Boutique Showrooms

TP. HCM: • 5A Đường số 3, Phường 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

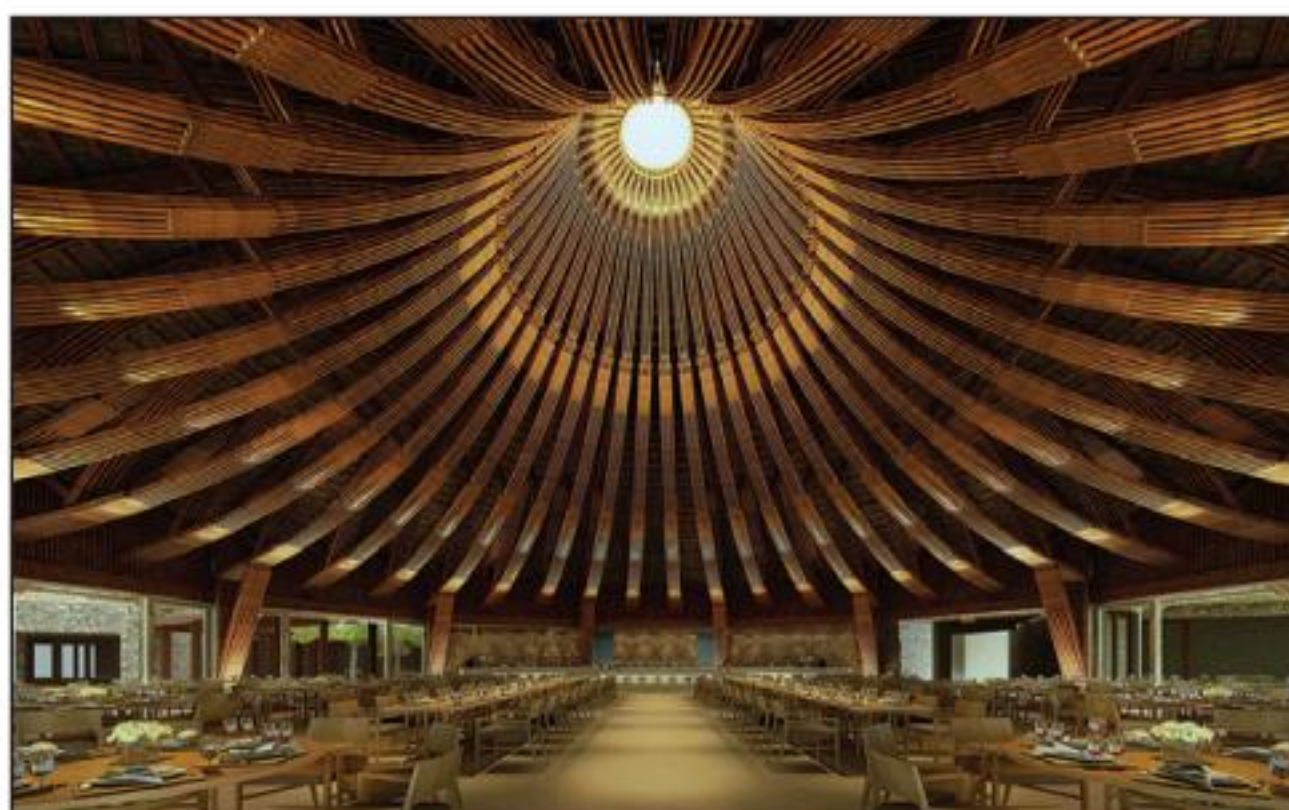
RITAVŌ PRO

TRUNG TÂM VLXD & NỘI THẤT CAO CẤP

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: • Tòa nhà 789 - 147 Hoàng Quốc Việt, Quận Cầu Giấy, ĐT: (04) 6666 0268

<https://tieulun.hopto.org>



NHÀ HÀNG TRE Ở KIM BÔI, HÒA BÌNH

Lấy cảm hứng từ hình ảnh nón lá.

Nhà hàng tre ở Kim Bôi, Hòa Bình là một trong số các công trình tạo điểm nhấn cho khu du lịch sinh thái nghỉ dưỡng, mang cảnh quan thiên nhiên, duyên dáng ở miền Bắc Việt Nam. Chủ đầu tư dự án là người đặc biệt quan tâm đến việc bảo vệ cảnh quan môi trường sinh thái tự nhiên của khu vực và mong muốn xây dựng một khu nghỉ mát mang đậm nét đặc trưng của làng quê Việt Nam. Kiến trúc độc đáo của nhà hàng được lấy cảm hứng từ hình ảnh chiếc nón lá cổ truyền, gắn liền với vẻ đẹp của người phụ nữ Việt, đơn giản nhưng không kém phần tinh tế. Công trình được xây dựng với mặt đáy có hình đa giác 12 mặt và khối kết cấu bê tông vốn là một công trình cũ bị bỏ dở nhiều năm do khủng hoảng kinh tế. Tận dụng các cột bê tông và dầm cũ, các kiến trúc sư đã tạo ra một cấu trúc hỗ trợ mái với 12 khung tre nép vào sàn và 24 khung trên dầm bê tông. Giải pháp kết cấu này giúp tạo nên hình dạng đẹp mắt cho công trình.

TRIỂN LÃM CARLO RATTI

Mang thiên nhiên đến các không gian đô thị cho ngày hội thiết kế EDIT ở Toronto, Canada.

Trong xã hội bị ảnh hưởng sâu sắc bởi công nghệ hiện nay, tính đổi mới đang cho phép chúng ta thu hẹp các khoảng cách giữa thiên nhiên và cuộc sống đô thị. Từ nguồn cảm hứng đó, kiến trúc sư Carlo Ratti đã sắp xếp và thiết kế một triển lãm tương tác, đào sâu vào sự phát triển giữa cảnh quan đô thị và thế giới tự nhiên. Triển lãm giới thiệu các tạo tác và các sáng kiến cân bằng 02 yếu tố quan trọng của nhân loại: “màu xanh lá cây và màu xám được giới thiệu như một phần của EDIT – lễ hội 10 ngày dành cho các thiết kế, đổi mới và công nghệ của Design Exchange. Chủ đề khai thác cho ngày khai mạc là ‘sự thịnh vượng cho tất cả mọi người’. “Tôi đã luôn bị mê hoặc bởi những chia sẻ của nhà địa lý theo chủ nghĩa không biên giới người Pháp, Elysée Reclus,” Ratti chia sẻ suy nghĩ về các chủ đề sau triển lãm. “Cuối thế kỷ 19, ông viết: ‘Con người nên thúc đẩy hơn nữa việc tiếp cận với những điều thú vị của thành phố [...], những cơ hội cung cấp cho việc nghiên cứu và thực hành nghệ thuật, đồng thời phải có khả năng để tận hưởng sự tự do của tự nhiên’.



NHÀ THẦU NHẬT BẢN

Xây dựng dự án đa năng tại Yangon, Myanmar.



Tập đoàn Fujita – một nhà thầu xây dựng chuyên dụng của Nhật Bản - sẽ hợp tác với nhà Phát triển Tokyo Tatemono và quỹ nhà nước – tư nhân JOIN để phát triển một công trình phức hợp đa năng rộng 92.000 m² tại trung tâm Yangon, Myanmar. Cụ thể, nhà thầu Fujita sẽ thiết kế và xây dựng; công ty Tokyo Tatemono nhận nhiệm vụ quản lý vận hành sau khi công trình được hoàn thành. Công trình dự kiến khởi công vào cuối năm nay và sẽ hoàn thiện vào năm 2020. 17,1 tỷ Yên trong tổng số 37,7 tỷ Yên tổng chi phí ước tính ban đầu sẽ do Fujita chi trả. Tổ hợp công trình này có vị trí thuận lợi nằm trong khu vực liền kề nhà ga trung tâm Yangon. Đây là dự án đầu tiên được xây dựng theo Luật Đầu tư mới.

Miele

IMMER BESSER

IS ALL ABOUT



Miele. For everything you really love.

ARTLINE - The handleless innovation for your premium kitchen.

Your idea of perfection in expert hands. Trust Miele ArtLine built-in appliances to turn your kitchen into a designer dream without the merest hint of a handle – for the most discerning of aesthetic tastes.

RITAVŨ PRO

TRUNG TÂM VLXD & NỘI THẤT CAO CẤP

Ho Chi Minh City

5A, Street No.3, An Phu Ward, District 2 – Tel: (848) 3744 4399

846 – 848 Su Van Hanh Street, District 10 – Tel: (848) 3862 3988

Hanoi

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

www.ritavo.com Hotline: 18001246

<https://tieuun.hopto.org>

NGHỆ SỸ THỊ GIÁC JEAN-MICHEL OTHONIEL

Tạo con sóng lớn từ 10.000 viên gạch.

Từ nay đến ngày 24/09/2017, 02 triển lãm của nghệ sĩ thị giác Jean-Michel Othoniel sẽ diễn ra đồng thời tại Centre Régional d'Art Contemporain Occitanie (trung tâm nghệ thuật đương đại), tại Sète; và bảo tàng Carré Sainte-Anne, không gian nghệ thuật đương đại ở thành phố Montpellier. 60 tác phẩm điêu khắc, hàng chục bức tranh và hơn 100 tác phẩm trên giấy sẽ tiết lộ nhiều khía cạnh khác nhau về sự đa dạng trong các tác phẩm của người nghệ sĩ. Đáng chú ý nhất chắc chắn phải kể đến “con sóng lớn” (The Big Shave) mà Jean-Michel Othoniel tạo ra từ hơn 10.000 viên gạch kính màu đen. Đó là con sóng cao 6m, dài 15m và được thái nghén đặc biệt dành cho Centre Régional d'art Contemporain. The Big Shave được lấy theo tên bức ảnh chụp đầu tiên ở Sète vào năm 1987. Bên cạnh đó, trong các căn phòng khác của triển lãm, sự dữ dội của các yếu tố tự nhiên cũng được thể hiện thông qua các tác phẩm trừu tượng của nghệ sĩ.



TRƯỜNG COPENHAGEN INTERNATIONAL SCHOOL, ĐAN MẠCH

Được bao phủ trong 12.000 tấm pin mặt trời.

Tận dụng nguồn năng lượng sạch đang là ưu tiên hàng đầu của các công ty xây dựng khi thiết kế các công trình. Một số công ty đã và đang lắp đặt các tấm pin năng lượng mặt trời trên mái nhà, đường xá và thậm chí cả rèm cửa. Nhưng một ngôi trường ở Đan Mạch đang áp dụng một cách tiếp cận khác khi sử dụng các tấm pin mặt trời được thiết kế riêng theo yêu cầu cho mục đích xây dựng và kiến trúc cơ bản. Gần như toàn bộ mặt tiền của ngôi trường Copenhagen International School được gắn các tấm quang điện – 12.000 tấm – để tạo ra 50% tổng sản lượng điện tiêu thụ của ngôi trường. Được thiết kế bởi công ty Scandinavian CF Møller, đây là một trong những nhà máy điện mặt trời tích hợp lớn nhất Đan Mạch với diện tích lên đến



CHIANGMAI LIFE ARCHITECTS AND CONSTRUCTION

Thiết kế phòng thể thao bằng tre ở Thái Lan.

Công ty Chiangmai Life Architects and Construction đã thiết kế sảnh thể chất cho trường Panyaden, Thái Lan, có kết cấu bằng tre với những uốn lượn hình sóng. Nằm giữa ruộng lúa và cách trung tâm thành phố 15 phút về phía Bắc, các tòa nhà của trường được xây dựng chủ yếu từ đất và tre. Để phù hợp với không gian “xanh” của trường, công ty đã thiết kế một phòng thể thao xanh, hoàn toàn bằng tre. Những cây tre dài 17m được xếp nối để tạo nên căn phòng rộng 782 m². Đây sẽ là nơi diễn ra các trận bóng rổ, bóng chuyền, cầu lông và futsal. “Thiết kế công trình lấy cảm hứng từ hình ảnh hoa sen”, đại diện công ty chia sẻ. “Mục đích là xây dựng một hội trường đủ rộng cho khoảng 300 học viên nhưng vẫn hòa hợp với các tòa nhà bằng đất và tre xung quanh trường cũng như cảnh quan đồi núi tự nhiên của khu vực. Thiết kế và vật liệu tạo ra không gian mát mẻ và dễ chịu quanh năm thông qua việc thông gió tự nhiên, cách nhiệt và thể hiện tài năng chế tác thủ công”.



6.000 m². École Polytechnique Fédérale de Lausanne (Thụy Sĩ) sẽ là công ty chịu trách nhiệm thiết kế các tấm pin với nhiệm vụ tạo ra màu sắc của tấm pin để kết hợp chặt chẽ với các tinh thể trên bề mặt kính và tạo ra những màu sắc đặc biệt cho ngôi trường.



XÁC NHẬN KỶ LỤC GUINNESS MỚI

1069 robot cùng khiêu vũ.

Sách kỷ lục Guinness mới đây đã xác nhận một kỷ lục thế giới mới dành cho bữa tiệc với sự tham gia của nhiều chú robot (cùng nhảy một lúc) nhất: 1.069 robot. Chiến công này được thực hiện bởi công ty WL Intelligent Technology Co. LTD, ở Quảng Châu, miền Nam Trung Quốc. Các chú robot, được gọi theo tên model của chúng: Dobi, ban đầu được lập trình để không chỉ nhảy mà còn thực hiện các hoạt động khác như hát, đá bóng và làm các động tác võ thuật. WL Intelligent Technology ban đầu dự định sẽ phá kỷ lục thế giới với 1.100 chú robot cùng nhảy. Tất cả đều được quản lý bởi hệ thống điều khiển trung tâm. Không may, chỉ có 1.069 robot có thể “hoàn thiện tiết mục” của mình. Mặc dù vậy, 1.069 robot đã đủ giúp WL Intelligent Technology thiết lập kỷ lục thế giới mới khi vượt qua con số 1.007 robot trước đây của công ty người máy khác của Trung Quốc là Ever Win Company & Ltd vào tháng 08/2016.

NHÀ ĐỂ XE ĐẠP LỚN NHẤT THẾ GIỚI

Ở Utrecht, Hà Lan.

Nằm ngay dưới quảng trường Station Square mới của thành phố Utrecht, nhà để xe Stationsplein Bicycle Parking, được xây dựng bởi công ty Ector Hoogstad Architecten, đã hoàn thành giai đoạn đầu tiên cho cơ sở bãi đỗ xe đạp lớn nhất thế giới. Cơ sở hiện nay của bãi cung cấp 6.000 chỗ đậu trên 03 tầng. 1.500 bãi đậu nữa sẽ được hoàn thiện trong tháng tới và nếu đúng theo kế hoạch, đến cuối năm 2018, bãi đậu xe này sẽ có diện tích 17.100 m² và có thể chứa 12.500 chiếc xe đạp – trở thành bãi đậu xe đạp lớn nhất thế giới – đánh bại trạm tàu điện ngầm Kasai ở Tokyo (nơi có khoảng 9.400 chiếc xe đạp được đỗ lại trong một tầng hầm sâu 15m). Bãi đậu xe này sẽ mở cửa 24h, 07 ngày/tuần và sẽ được quản lý bởi chính quyền tự trị Utrecht, cơ quan chính phủ ProRail và nhà khai thác quốc doanh NS (Dutch Rail). Bên cạnh đó, khoảng 11.000 chỗ để xe đạp – được tài trợ bởi các nhà đầu tư tư nhân – sẽ được lắp đặt xung quanh để phục vụ nhân viên và khách tham quan. 700 chiếc xe đạp công cộng (còn gọi là xe OV) cũng sẵn sàng được cho thuê. Như vậy, tổng cộng sẽ có khoảng 22.000 chỗ đậu xe đạp trong khu vực này.



KHÁCH SẠN EMC₂ CỦA MARRIOTT

Lấy cảm hứng từ thuyết tương đối.



Thuyết tương đối của Albert Einstein có thể đã truyền cảm hứng cho rất nhiều các công trình, nhưng cho một khách sạn ư? Cho đến khi EMC₂ ra đời, đây có lẽ là công trình đầu tiên lấy cảm hứng từ thuyết này. Là khách sạn (lấy cảm hứng từ) danh nhân mới nhất của tập đoàn Marriott, EMC₂ có tổng cộng 195 phòng, chia thành 21 tầng, được xây dựng bởi kiến trúc sư KOO ở Chicago. Nội thất khách sạn được thực hiện bởi Rockwell – công ty đại diện cho sự kết tinh giữa khoa học và nghệ thuật. Không gian buồng phòng sẽ khá giống với không gian của thuyền trưởng Nemo. Sảnh lễ tân được thiết kế như một phòng thí nghiệm khoa học với những đèn lồng bằng kim loại lớn. Các phòng ngủ ấm áp như trong cabin, những chiếc loa trên các cột đồng, chơi nhạc từ smartphone. Thêm đó là các tủ sách cao chót vót với số lượng lớn về sách khoa học và nghệ thuật.

HARRIS TWEED

CHẤT LƯỢNG ĐẲNG CẤP TOÀN CẦU

*ĐƯỢC DỆT HOÀN TOÀN BẰNG TAY BỞI 150 THỢ
DỆT CHUYÊN NGHIỆP Ở CÁC HÒN ĐẢO PHÍA TÂY
SCOTLAND, HARRIS TWEED LÀ LOẠI VẢI DUY
NHẤT TRÊN THẾ GIỚI ĐƯỢC QUẢN LÝ BỞI MỘT
ĐẠO LUẬT QUỐC HỘI.*



Clò Mòr, Big Cloth, là tên tiếng Gaelic của loại vải Harris Tweed.

Harris Tweed là loại vải duy nhất trên thế giới được quản lý và bảo vệ bởi Đạo luật Quốc hội và được trao giấy chứng nhận quyền sở hữu vải tuyệt chính hãng.



Tính đến nay, loại vải nổi tiếng và tinh tế này được làm hoàn toàn thủ công ở Outer Hebrides, những hòn đảo xa xôi nằm ở bờ biển phía tây Scotland. Năm 1993, Đạo luật Harris Tweed đã thành lập Cơ quan Harris Tweed (Harris Tweed Authority), kế nhiệm Hiệp hội Harris Tweed được thành lập năm 1909.

Đăng ký sở hữu nhãn hiệu Orb là một trong những đăng ký sở hữu thương hiệu lâu đời nhất Anh quốc, được thực hiện từ năm 1910. Về bản chất, đây là một chứng nhận độc quyền về dòng sản phẩm của một khu vực (giống như rượu Champagne của vùng Champagne). Chứng nhận này có thiết kế hình quả cầu om lấy một chữ thập Maltese. Mục đích của chứng nhận này là đảm bảo vải Harris Tweed được bảo vệ, bảo tồn và xác thực trên toàn thế giới. Để được xác nhận là vải Harris Tweed, vải cần đáp ứng một yêu cầu khắt khe. Đầu tiên là phải được dệt từ sợi len virgin wool hay bạn còn có thể gọi là “len trinh nữ”. Sở dĩ có tên gọi này là bởi những sợi len này làm từ một loại lông cừu duy nhất là lông cừu trong lần cắt đầu tiên. Đây là loại lông cừu mềm, mịn và mượt nhất. Những sợi len này cũng cần phải chưa từng được sử dụng, dệt hay trải qua bất kỳ xử lý gì. Len phải được dệt hoàn toàn thủ công tại nhà của các thợ thủ công (thay vì các xưởng dệt). Toàn bộ quá trình xử lý sợi len cũng phải diễn ra tại Outer Hebrides. Nếu không chứng minh được điều này, cơ quan quản lý Harris Tweed Authority sẽ không cấp chứng nhận.

Trước kia, vải tweed được dệt với mục đích cho gia đình sử dụng. Tới giữa thế kỷ XIX, Lady Dunmore thừa hưởng một khối bất động sản trên đảo Isle of Harris từ người chồng cũ, Bá tước

Dunmore thứ 06. Với tầm nhìn của mình, Lady Dunmore đã phát hiện ra tiềm năng của loại vải lông lấy này và bà đã cố gắng thúc đẩy và phát triển nó. Từ đó, ngành công nghiệp Harris Tweed ra đời. Harris Tweed Hebrides (trụ sở tại Shawbost) là một trong ba xưởng nhuộm và xử lý vải tweed lớn nhất Outer Hebrides, chiếm 75% sản lượng của ngành. Nhà máy cũ đã đóng cửa vào năm 2005 khi ngành công nghiệp gặp khó khăn. Xưởng đã được công ty mới mua lại vào năm 2007. Xưởng đã được hồi sinh nhờ nỗ lực của đội ngũ Harris Tweed Hebrides, những người đã có các thay đổi quan trọng cả về lĩnh vực sáng tạo và lĩnh vực thương mại, biến xưởng dệt trở thành một công ty năng động. Nhà máy Shawbost đã thực hiện một số hợp tác quan trọng không chỉ trong ngành công nghiệp thời trang nam cao cấp mà còn trong các thị trường mới như nội thất, trang thiết bị, phụ kiện, giày dép, trang phục đường phố và đồ trang sức sang trọng cho nữ giới. Nhiều nhà thiết kế và các thương hiệu thời trang hàng đầu thế giới đã sử dụng vải Harris Tweed cho các thiết kế của mình như: Alexander McQueen, Chanel, Saint Laurent, Ermenegildo Zegna, Rag & Bone và Vivienne Westwood. Công ty đã nhận giải thưởng Thương hiệu Vải sợi của năm vào các năm 2009 và 2011 tại Lễ trao giải thời trang của Vogue.com Scotland và giành giải quốc gia cho cả sản xuất và xuất khẩu, gồm Thương hiệu thời trang và dệt may Anh quốc của năm vào năm 2013 và Nhà xuất khẩu Scotland của năm vào năm 2015.

Như đã nói ở trên sự độc đáo của vải Harris Tweed là quá trình dệt chỉ diễn ra tại xưởng dệt của các nghệ nhân. Nhà máy có nhiệm vụ thực hiện các giai đoạn khác như: nhuộm, pha trộn, chải len, kéo sợi, sợi dọc, vá, giặt, hoàn thiện và đóng gói. Margaret Macleod,



VÀO NĂM 2015, HARRIS TWEED HEBRIDES NHẬN GIẢI THƯỜNG INVESTORS IN YOUNG PEOPLE, CÔNG NHẬN SỰ CAM KẾT VÀ ĐẦU TƯ CỦA CÔNG TY TRONG VIỆC ĐÀO TẠO LỰC LƯỢNG LAO ĐỘNG TRẺ: VIỆC NÀY SẼ GIẢI QUYẾT, BẢO VỆ VÀ TRUYỀN TẢI CÁC PHẨM CHẤT ĐẶC BIỆT VÀ TRUYỀN THỐNG ĐỘC ĐÁO CỦA VẢI HARRIS TWEED SANG THẾ HỆ SAU.

Giám đốc Phát triển Thương hiệu tại Harris Tweed Hebrides, giải thích rằng toàn bộ ngành công nghiệp này dựa trên 03 yếu tố cơ bản: Harris Tweed Authority, các xưởng và các nghệ nhân dệt thủ công. Cả 03 yếu tố trên phải gắn kết với nhau, có nghĩa là bộ máy sẽ không thể hoạt động nếu bất kỳ một trong số 03 yếu tố hoạt động riêng lẻ. Khi ngành công nghiệp đang giảm sút, vào cuối thế kỷ 21, nó đã bỏ qua cả tính thể hệ. Nhưng điều này giờ đã thay đổi và bên cạnh việc học hỏi từ các nghệ nhân, trao đổi kinh nghiệm giữa các đồng nghiệp cũng giúp duy trì tính bản sắc và truyền thống.

Hiện nay có khoảng 150 thợ dệt vải Harris Tweed được đăng ký chính thức với cơ quan Harris Tweed Authority. 19 người trong số đó dưới 30 tuổi. Đa số đều đến từ các gia đình làm nghề dệt truyền thống tại Outer Hebrides. Hầu hết các thợ dệt vải Harris Tweed hiện đều dệt bằng máy dệt khổ rộng, có tên "Griffith Loom". Loại máy này được giới thiệu vào đầu những năm 1990. Nó tạo ra một loại vải sáng hơn, mềm mại hơn với nhiều kiểu dáng khác nhau. Trước đó, chiếc máy dệt "Hattersley loom" ra đời năm 1920 được sử dụng rộng rãi, tạo ra miếng vải rộng 75cm.

Mackenzie sinh ra và lớn lên trên đảo Isle of Lewis. Anh thiết kế, dệt và bán loại vải tweed của riêng mình. "Tôi dệt 03 đến 04 mét vải mỗi giờ," Mackenzie chia sẻ. Vải tweed sau khi dệt sẽ được mang đến xưởng để giặt sạch và hoàn thiện, kiểm tra và đóng dấu nhãn.

"Harris Tweed là máu thịt của tôi," Mackenzie tuyên bố. "Tôi sinh ra trong một gia đình làm nghề dệt vải và lớn lên ở đây. Khi còn nhỏ, tôi đã dành nhiều thời gian để học cách dệt vải. Tôi đã gắn bó với chiếc máy dệt Hattersley hiếm hoi này. Đồng thời, công việc dệt giúp tôi rèn luyện sức khỏe, mà không có bất kỳ thiệt hại gì!" Mackenzie cũng chia sẻ phương pháp dệt cho những người trẻ tuổi.

Trong quá khứ, các kỹ năng dệt tay được các thành viên trong gia đình truyền lại cho nhau, nhưng gần đây, số lượng người có kinh nghiệm dệt ngày càng ít nên người ta phải tổ chức một khóa học với các chuyên gia có kinh nghiệm đứng lớp. Ngay cả các công đoạn xử lý tại nhà máy cũng rất sáng tạo, và điều này giúp vải Harris Tweed không giống bất cứ loại vải tweed nào khác. Các kỹ năng nhuộm, pha trộn, chải sợi, kéo sợi, sợi dọc và hoàn thiện được dạy thông qua trình chiếu slide.

Ken Kennedy là thiết kế trưởng của Harris Tweed Hebrides. Trong công việc của ông, mỗi giai đoạn đều rất quan trọng, và theo ông giải thích, ông phải nhận thức được những gì xảy ra trong mỗi bộ phận để có được sự pha trộn độc đáo giữa truyền thống và đổi mới mà Harris Tweed Hebrides là đại diện. Nhà máy Shawbost hiện đang hoạt động với khoảng 90 nhân viên. Hơn một phần ba trong số đó là những người dưới 30 tuổi và nhà máy thường xuyên nhận được các ứng dụng từ nhiều người trẻ.

INSPIRED
BY ARCHITECTURE



COMMANDER
CALIBER 80
CHRONOMETER

MIDO®

SWISS WATCHES SINCE 1918

WWW.MIDOWATCHES.COM

EIFFEL TOWER, PARIS

Authorized Distributor: TOP TEN LTD. | 91 THACH THI THANH, DISTRICT 1, HCM CITY, VIETNAM | TEL: (84-28) 38203204 | EMAIL: CONTACT@TOPTENCO.COM.VN
Service Center: 18BIS/21 NGUYEN THI MINH KHAI, DISTRICT 1, HCM CITY, VIETNAM | TEL: (84-28) 39118879 | EMAIL: SERVICECENTER@TOPTENCO.COM.VN

<https://tieulun.hopto.org>

HUGO BOSS MENSWEAR FALL - WINTER 2017

FASHION
RUNWAY REVIEW



Lấy cảm hứng từ sự chuyển dịch, mùa mốt Thu-Đông 2017, HUGO BOSS sẽ mang đến giới mộ điệu các trang phục dành cho những lữ khách nam toàn cầu, những người muốn sở hữu bộ trang phục phù hợp ở bất cứ tình huống nào. Bộ sưu tập là hành trình của HUGO BOSS đến các bãi biển, qua thành phố và kỳ nghỉ trên núi,... Trong thời đại mà sợi dây ngăn cách giữa trang phục công sở và trang phục thường ngày càng mờ nhạt, khả năng chuyển đổi linh hoạt – tùy thuộc vào từng thời tiết hay tình huống – là trọng tâm của bộ sưu tập này. Phong cách sắc nét nhưng vẫn mang lại sự thoải mái theo yêu cầu để phù hợp với lối sống nhanh. Sự kết hợp giữa các phong cách và màu sắc: màu xanh navy kết hợp với màu đỏ burgundy, áo khoác thể thao kết hợp với các chi tiết trang trọng, trang phục cắt may được thể hiện trong kiểu dáng thể thao, quần ống rộng có thể thay đổi được chỉ với chiếc thắt lưng.



J. CREW FALL 2017

Thân thuộc, trẻ trung và mang tính chiết trung là những từ được giới mộ điệu sử dụng để nói về bộ sưu tập Fall 2017 nam của J.Crew. “Tôi đã nghĩ đến hình ảnh một người vừa tốt nghiệp trường nghệ thuật, đó là lúc họ đứng giữa các lựa chọn quan trọng của cuộc đời,” nhà thiết kế Frank Muytjens, Giám đốc sáng tạo tại J.Crew cho biết. “Anh ta biết anh ta cần phải trưởng thành và phải cất những món đồ cũ vào trong tủ quần áo của mình. Anh ta cố gắng làm điều đó, nhưng anh ta không thể vứt bỏ hoàn toàn tâm lý của một ‘đứa trẻ’ trong con người của mình.” Nói cách khác, bộ sưu tập của J.Crew là bộ sưu tập đầy quyến rũ với sự tập trung vào những điều đã giúp tạo dựng nên tên tuổi của nhà mốt. Cũng giống như nhiều BST trước, lần này, các nam người mẫu được J.Crew lựa chọn là những người mẫu không chuyên. Đó là: nhạc sỹ dòng nhạc điện tử, Jack, trong trang phục áo jacket màu gỉ sắt bên ngoài cùng áo len kẻ sọc rugby bên trong và áo sơ mi Oxford bỏ ngoài quần; 02 diễn viên hài gồm Reggie trong áo jacket dự tiệc màu xanh lá bằng nhung cùng quần jean ống rộng và Lorenzo trong áo len chui đầu màu nhạt và quần suit pant bằng vải flanel... Tất cả đã góp phần tạo nên sự thân thuộc cũng như trẻ trung cho bộ sưu tập của J.Crew.

LOUIS
VUITTON

















Kem dưỡng

80% dấu hiệu lão hóa da là do môi trường xung quanh. LAB Series' Future Rescue Repair Serum có chứa các chất chống oxy hóa và tạo ra lớp màng chắn để chống lại các chất gây ô nhiễm. Sau khi sử dụng, ngay lập tức, da sẽ được làm mát nhờ được cấp ẩm và chỉ sau 04 tuần, serum sẽ giúp phục

hồi về ngoài của da, bảo vệ da khỏi các tác động tiêu cực từ môi trường xung quanh. Công thức hấp thụ nhanh, thúc đẩy quá trình tái tạo da tự nhiên.

£49, LAB Series, labseries.co.uk



Kem dưỡng môi

Thương hiệu mỹ phẩm dành cho nam Scaramouche + Fandango, nổi tiếng nhờ sự đơn giản, đã tung ra loại kem dưỡng môi mới dành cho nam giới. Được làm từ bơ shea, bơ cacao và dầu đậu tương, loại kem này giúp ngăn ngừa nứt nẻ và vị như mật ong. Vỏ ngoài màu đen cũng như kiểu dáng đẹp và đặc biệt phù hợp với những người ăn chay.

£5, Scaramouche + Fandango, scaramouchefandango.com



Bộ sản phẩm dao cạo và kem dưỡng

Được tạo ra từ sự thất vọng trong quá trình cạo râu, thương hiệu đến từ Mỹ, Harry's, sẽ mang đến cho bạn loại dao cạo râu chất lượng. Các lưỡi dao cạo được tính toán chính xác về công thái học với độ vừa vặn, thoải mái và độ bám tốt. Có 05 loại lưỡi cho bạn lựa chọn và thay thế. Bên cạnh đó là các sản phẩm kem dưỡng da và gel cạo râu cũng do thương hiệu cung cấp.

Bộ dùng thử £2,95, Harry's, Harry.com



CÁC SẢN PHẨM LÀM ĐẸP ĐÃ KHÔNG CÒN LÀ SẢN CHƠI RIÊNG CỦA CÁC CHỊ EM. CÁNH MÀY RÂU CŨNG CÓ NHU CẦU LÀM ĐẸP VÀ CHĂM SÓC VỀ NAM TÍNH CỦA MÌNH!

GROOMING



Nước hoa Elements of Man

Elements of Man: The Life Collection là bộ sưu tập nước hoa 05 phần, được đặt theo các đặc trưng của nam giới, của thương hiệu Ermenegildo Zegna. Chúng gồm các mùi hương của cam quýt, hoa oải hương và xạ hương và phù hợp với nhiều kiểu nam giới khác nhau. £180, Ermenegildo Zegna, harrods.com



Nước hoa Layton Exclusif

Layton Exclusif là loại nước hoa bí ẩn và nam tính. Khi sử dụng chúng, các note hương khác nhau sẽ kết hợp để

tạo nên mùi hương caramel coffee nhẹ nhàng trên da. Các thành phần chính của nó là các thành phần rất hiếm, như guaiac từ Paraguay, hoặc hương từ Indonesia và trầm hương từ Lào. Hãy sử dụng nó trong những dịp đặc biệt. £215, Parfums de Marly, harrods.com



watches
calvinklein.com



Calvin Klein
swiss made

Exclusive Distributor: Top Ten Ltd. | Tel: (84-28) 38203204 | www.toptenco.com.vn — Service Center: 188is/21 Nguyen Thi Minh Khai, District 1, HCM City | Tel: (84-28) 39118879

HCM City: 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] | PNI Shops [39959336] | Galle Watch [39290685] | Cititime Mall [0918088661] | Crescent Mall [62971819] | Pearl Plaza [0946131918] | PNI Nguyen Trai [39242539] **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] **Vinh Yen:** Truong Hang [0989650605] **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>

DENSIFIQUE HOMME

& 90 NGÀY DƯỠNG TÓC

Nếu bạn là anh chàng với mái tóc thường xuyên bị rụng và luôn “ghen tị” với những người có mái tóc dày, bạn nên đọc bài viết này của chúng tôi. Kérastase có “thuốc giải” cho mái tóc mỏng - sản phẩm mới và tân tiến: **Densifique Homme!**

Chỉ trong vòng 03 tháng, tóc của bạn sẽ trở nên dày hơn, khỏe hơn và mọc nhanh hơn - tăng thêm 3300 sợi tóc tơ mới sau 03 tháng!

Quá trình thu nhỏ của nang tóc và sự phát triển tóc tơ xuất hiện giống nhau ở cả nam giới và nữ giới. Tuy nhiên, các nghiên cứu khoa học đã chỉ ra, nam thường có tỉ lệ rụng tóc cao hơn nữ do quá trình khởi phát và phát hiện ở nữ giới sớm hơn nam giới nên có xu hướng phát hiện sớm và điều trị sớm hơn. Nguyên nhân dẫn đến tình trạng hói đầu ở nam giới thường là do di truyền, quá trình lão hóa hay thậm chí căng thẳng và các thói quen trong cuộc sống. Đừng hoảng sợ! Bạn có thể nắm bắt tình hình nang tóc nhờ Densifique Homme của Kérastase.

Đẩy mạnh các giới hạn của khoa học về da đầu, thậm chí còn xa hơn nữa, Kérastase mang lại cho tóc các khả năng mới, đưa ra các giải pháp nhằm cải thiện mật độ tóc.

HIỂU HƠN VỀ TÓC VÀ DA ĐẦU CỦA BẠN

Khi bạn đến một salon tóc, các chuyên gia của Kérastase sẽ bắt đầu thực hiện việc xác định kiểu tóc và chẩn đoán da đầu của bạn nhờ việc sử dụng camera theo dõi độc quyền của Kérastase. Camera này có khả năng thu phóng gấp 200 lần vào da đầu và lên đến 500 lần vào mái tóc của bạn. Các vấn đề liên quan đến mái tóc và hồ sơ về da đầu của bạn sẽ được phân tích cực chính xác để sau đó, dựa trên các thông số có liên quan, các chuyên gia sẽ lập biểu đồ cụ thể cho mái tóc của bạn.



Camera này có khả năng thu phóng gấp 200 lần vào da đầu và lên đến 500 lần vào mái tóc của bạn.

TIẾN HÀNH TRỊ LIỆU

Khi quá trình chẩn đoán cho mái tóc và da đầu của bạn được thực hiện xong, nếu tóc mỏng là mối quan tâm chính của bạn, chương trình Densifique Programme sẽ được đưa ra. Chương trình này diễn ra trong vòng 90 ngày, gồm cả việc sử dụng các liệu pháp điều trị Densifique mới – điều trị hàng ngày bằng một loại gel, có kết cấu không nhỏ giọt, có thể hấp thụ ngay vào da đầu. Chỉ trong vòng 03 tháng, tóc của bạn sẽ trở nên dày hơn, khỏe hơn và mọc nhanh hơn – lên đến 3300 tóc tơ mọc mới sau 03 tháng!



NGUYÊN TẮC HOẠT ĐỘNG CỦA SẢN PHẨM

Kerastase đã có những khám phá quan trọng về chu kỳ “vòng đời” điển hình của mái tóc. Theo đó, một mái tóc điển hình sẽ trải qua 02 chu kỳ “vòng đời” gồm phát triển và ngủ đông, dựa trên một số yếu tố giúp thúc đẩy sự phát triển hoặc ngăn chặn nó. Đây là nguyên nhân chính dẫn đến quá trình rụng tóc và tóc không mọc tiếp hoặc mọc rất ít. Do đó, muốn tóc dày trở lại, điều kiện cần là phải thúc đẩy các yếu tố giúp phát triển tóc chiếm ưu thế và Densifique giúp tóc tiếp tục phát triển, dẫn đến sự gia tăng độ dày ở nang tóc.



THIÊN ĐƯỜNG CARIBBEAN

*TỪ NHỮNG BÃI BIỂN SAN HỒ TRÁI DÀI BẤT TẬN ĐẾN
CÁC MÓN ĂN PHONG PHÚ, HẤP DẪN VÀ CÁC HOẠT ĐỘNG
THỂ THAO SÔI ĐỘNG CẢ BÊN VÀ TRÊN BIỂN; CÙNG HÀNG
HIỆU THỰC HIỆN CHUYẾN HÀNH TRÌNH KHÁM PHÁ
KINH ĐÔ VĂN HÓA VÙNG BIỂN CARIBBEAN: BARBADOS.*





The Crane Resort, tự hào là khu nghỉ dưỡng đầu tiên của Caribbean, vẫn luôn là chuẩn mực về sự sang trọng với hơn 160.000 m² diện tích thuộc bờ biển phía Đông Nam của hòn đảo này.

Với tiêu chuẩn dành cho một khu nghỉ dưỡng, sẽ chẳng có gì sai khi bạn nhìn vào những bãi biển đầy cát trải dài vô tận của Barbados và gọi nó là thiên đường. Nhưng quốc đảo độc lập thuộc phía Tây Đại Tây Dương và phía Đông vùng biển Caribbean này còn được bao quanh bởi những rặng san hô đầy màu sắc và cuộc sống đầy sôi động đặc trưng của vùng biển nhiệt đới. Barbados luôn có nhiều hơn những vùng trời đầy nắng và gió như chính tên gọi của nó.

Lịch sử đầy trắc trở từ thời thuộc địa đã tạo nên một Barbados với bản sắc văn hóa phong phú. Hiện nay, đây là một quốc đảo độc lập với những màu sắc sống động, âm nhạc và ẩm thực. Ngoài mong muốn tạo nên những dấu ấn riêng biệt so với “gã hàng xóm ồn ào” – Hoa Kỳ, Barbados vẫn luôn duy trì tham vọng thoát hẳn khỏi Khối thịnh vượng chung (Commonwealth) mà hiện nó vẫn là một phần trong đó. Bạn cần bằng chứng? Đại sứ chính thức về du lịch của quốc đảo này, không ai khác, là ngôi sao ca nhạc người Bajan (tên gọi khác của người Barbados), Rihanna. Và nếu bạn vẫn chưa sẵn sàng đặt vé máy bay cho mình để tới với hòn đảo kim cương này, cho phép chúng tôi thay mặt RiRi để hỏi: “Bạn đã ở đâu?”

ẨM THỰC PHONG PHÚ

Barbados nổi tiếng với vẻ đẹp của nó, nhưng là dành cho các du khách giàu có, những người mong muốn tìm kiếm những trải nghiệm riêng tư độc đáo. The Crane Resort, tự hào là khu nghỉ dưỡng khách sạn đầu tiên của Caribbean, vẫn luôn là chuẩn mực về sự sang trọng trong hơn 160.000 m2 diện tích thuộc bờ biển phía Đông Nam của hòn đảo này. Mở cửa lần đầu vào năm 1887, khu nghỉ mát đã từng thu hút các địa chủ của các đảo và các thương gia giàu có bởi gió biển mát lành và các công trình lịch sử được phục hồi – với các bức tường đá 200 năm tuổi. Trần nhà gỗ cao hơn 3 mét và các món đồ nội thất cổ - giờ đây bao gồm các dây phòng khách duyên dáng, sẽ đem đến cho bạn một bữa tiệc thị giác thực sự.

Các suite hiện đại hơn của khu nghỉ dưỡng gồm các phòng Residence vắng vẻ trong công viên, nơi có những chú khỉ hiền lành cũng được sống trong những khu vườn tươi tốt. Dù lựa chọn của bạn là tầng trệt với bể sục Jacuzzi ngoài trời và bữa tiệc thịnh soạn ở vọng lâu hay một căn hộ penthouse với sân hiên tắm nắng riêng và hồ bơi trên tầng thượng, sẽ chẳng có lý do gì khiến bạn rời khỏi nơi này.

Nếu bạn muốn chiêm ngưỡng những quang cảnh tuyệt vời nhất, hãy đến với nhà hàng L'Azure để thưởng thức các món ăn mang đậm hương vị vùng biển Caribbean với tầm nhìn trên đỉnh vách đá hướng ra các bãi đá gồ ghề. Đừng bỏ lỡ các món hải sản tươi sống như cou-cou và cá chuồn hấp (quốc thực của nơi này) hay chảo cá heo nục (mahi-mahi) chiên với bánh bao đậu lăng và chuối chiên. Vào những ngày chủ nhật, có rất nhiều món ăn mang đậm "quốc hồn" trong thực đơn kèm theo cảm nang Caribbean và những bữa tiệc của âm nhạc.

Để thay đổi không khí và tốc độ, Crane Resort cũng cung cấp cho bạn các lựa chọn hấp dẫn khác. Một nhà hàng Ý; tiệc nướng bên hồ bơi ở The Carriage; hay các món ăn đặc trưng của người Nhật tại nhà hàng Zen, nơi thực đơn hấp dẫn sẽ mang đến cho bạn những món ăn ngon nhất, hoặc, cho một bữa ăn riêng tư, quán bar sushi 12 người và phòng Tatami nhìn hướng ra bãi biển từ khoảng cách 15 mét là lựa chọn không thể hoàn hảo hơn.

BÃI BIỂN MA MỊ

Từ những khung cảnh tựa thiên đường này, thật dễ dàng để chỉ ra những lý do khác giúp Barbados là điểm đến hoàn hảo và luôn thu hút khách du lịch: các hoạt động thể thao. Cái nắng, cái gió, không khí mát mẻ và vùng biển nổi tiếng của Caribbean là điều kiện lý tưởng cho các môn thể thao, không chỉ cricket. Bạn có thể lướt sóng trên biển hoặc lên một chiếc du thuyền để đi ra giữa biển, tận hưởng những chú rùa Caribbean hay thách thức hơn là đánh cá ở vùng biển sâu. Barbados cũng là thiên đường của những hoạt động thể thao hạng sang, như golf và tennis tại các sân thuộc khu nghỉ mát. Hoặc nếu bạn muốn đắm mình dưới ánh mặt trời, những bãi cát hồng mịn của Crane Beach sẽ là lựa chọn không thể hoàn hảo hơn.

Dù là chơi thể thao hay tắm nắng, hãy bắt đầu một ngày sôi động của bạn với một ly rượu rum hoặc tăng cường thêm sinh lực tại Bar 1887, nơi các du khách có thể thưởng thức các món tapas Bajan và thưởng thức âm nhạc trực tiếp.

Bạn không thể rời khỏi hay chính xác hơn là không muốn rời khỏi nơi đây? Chúng tôi hoàn toàn hiểu và không trách bạn. The Crane Rosort sẽ mang đến cho bạn 63 căn hộ 01 tầng, cung cấp cho các khách hàng một ngôi nhà hoàn toàn riêng tư, biệt lập, độc đáo và yên bình. Các căn hộ sáng sủa, có hồ bơi riêng, các sân hiên phơi nắng, vọng lâu, bãi đậu xe ngầm và khung cảnh nhìn ra đại dương. Một số ít căn hộ có giá khoảng \$1,3 triệu đã bao gồm quyền sử dụng dịch vụ trợ giúp 24/7, sử dụng câu lạc bộ dành cho trẻ em Calypso, spa, phòng trưng bày nghệ thuật và phòng chụp hình - thật hoàn hảo để bạn tận hưởng cuộc sống trên thiên đường ở vùng biển của văn hóa và lịch sử.



CHINESE PALACE

GIẤC MƠ PHƯƠNG ĐÔNG

CÓ NIÊN ĐẠI TỪ THẾ KỶ 18 (1762), CUNG ĐIỆN CHINESE PALACE THUỘC CÁN HỘ HOÀNG GIA NGÀ, ORANIENBAUM, ST. PETERSBURG LÀ MỘT TRONG NHỮNG CÔNG TRÌNH KIẾN TRÚC TRÁNG LỆ VÀ XA HOA BẠC NHẤT NƯỚC NGÀ. NÓ MANG TRONG MÌNH NÉT KIẾN TRÚC TỔNG HÒA GIỮA PHƯƠNG ĐÔNG VÀ PHƯƠNG TÂY.





Chinese Palace ban đầu được xây dựng với mục đích làm nhà riêng cho nữ hoàng Catherine Đại đế và được ủy nhiệm cho kiến trúc sư Antonio Rinaldi thực hiện. Nhưng kể từ sau cuộc cách mạng Bolshevik 1917, nó gần như rơi vào quên lãng. Trải qua hàng trăm năm, sự bào mòn của thời gian cũng như sự thờ ơ của con người đã khiến cung điện này trở nên xấu xí và gần như không thể khôi phục lại.

Mãi đến năm 2000, khi Nga và các công ty nước ngoài (BASF và Wintershall Holding GmbH của Đức và tập đoàn Gazprom Holding của Nga) cùng hợp sức tài trợ cho dự án phục hồi các công trình, việc “giải cứu” cung điện mới được tiến hành. Từng chút một, Chinese Palace đang dần khôi phục lại ánh hào quang xưa: Hiện nay, 07 trên tổng số 17 gian phòng đã được khôi phục một cách tỉ mỉ để giúp nó trở lại trạng thái ban đầu.

Nữ hoàng Catherine Đại đế luôn khao khát được sở hữu một khu vườn của riêng với phong cách kiến trúc và bài trí của người Trung Quốc. Thậm chí, bà còn lên kế hoạch xây dựng trước khi chính thức kế vị và lên ngôi Nữ hoàng sau cái chết của chồng mình. Catherine cố gắng thiết kế bản vẽ để trình bày chính xác những gì mình mong muốn nhưng cuối cùng, bà quyết định mời kiến trúc sư nổi tiếng người Ý, Antonio Rinaldi, thực hiện dự án. Những người thời đó gọi dự án này là: “Grand Crazy Project”.

24 năm (từ 1762 đến 1786) là khoảng thời gian cần để hoàn thành công trình này. Rinaldi đã tạo nên một công trình kiến trúc đầy quyến rũ, huyền ảo, hoàn thiện với những bậc thang bay, một ngôi nhà 03 tầng tráng lệ, những cây cầu phát sáng trên hồ nước có hình dạng phức tạp, các nhà chòi kiểu Trung Quốc và các mê cung.



Khu công viên tựa như một vùng đất đầy ma mị mà ở đó, cung điện Chinese Palace là kẻ cai trị tối cao. Phần ngoại thất giản dị, thanh lịch của cung điện cũng là bức tranh tương phản với sự lộng lẫy từ nội thất xa hoa bên trong.

Với những công trình như Chinese Palace, nó luôn đòi hỏi chế độ chăm sóc tối đa và khí hậu ôn hòa, ổn định. Tuy nhiên, điều đáng buồn là mặc dù đây là công trình được xây dựng cho Nữ hoàng, nhưng kể từ khi nó ra đời, chưa từng có một cuộc phục hồi hay cải tạo thực sự nghiêm túc nào được thực hiện. Vào năm 1970, hệ thống sưởi bị sập và chúng được “giữ nguyên vẹn” cho đến tận 39 năm sau. Năm 2006, các hoạt động nhằm phục hồi được tiến hành, nhưng đến năm 2009, mặt tiền, nền móng, các cửa sổ và cửa ra vào mới được cải tạo lại. Nhưng thay đổi quan trọng nhất là hệ thống khí hậu nhiệt độ mới được phát triển, duy trì nhiệt độ bất biến xung quanh khu vực cung điện bất kể thời tiết.

Có rất ít các tác phẩm nghệ thuật hay các món đồ trang trí nội thất bên trong cung điện còn nguyên vẹn. Và cũng ngần ấy con số cho những món đồ cần được thay mới. Tuy nhiên, theo những người thực hiện dự án cải tạo, điều cần thiết không phải thay mới mà là bảo tồn cẩn thận các hiện vật và phục chế lại chúng sao cho đúng với hình dạng nguyên mẫu. Đó là thử thách không hề đơn giản, cần rất nhiều thời gian chứ chưa nói đến tiền bạc. Trong một số trường hợp, với những tác phẩm đã bị thời gian bào mòn, câu chuyện càng trở nên khó khăn hơn.

Trên thực tế, trong suốt thời kỳ Xô viết, rất nhiều yếu tố trang trí nội thất thế kỷ 19 được xem là những món đồ không có giá trị thực, không có giá trị đặc biệt, và chính phủ đã không nỗ lực để bảo vệ cũng như khôi phục chúng. “Công việc phức tạp nhất mà



chúng tôi phải đối mặt là khôi phục lại Glass-Beaded Salon, trước đây nó chưa từng được sửa chữa nghiêm túc,” Tatyana Syasina, thủ quỹ của viện bảo tàng thừa nhận. “Chúng tôi thực sự đã phải vượt qua rào cản tâm lý vô cùng nặng nề bởi chúng tôi luôn tự vấn rằng sẽ thật khó tha thứ cho bản thân nếu có bất cứ sai sót nào trong quá trình phục hồi.” “Thật vậy, khi khôi phục lại các món đồ trang trí nội thất, điều chúng ta cần là một hình ảnh thể hiện chính xác các yếu tố đã bị mất đi; một phương pháp tiếp cận khoa học là cần thiết, những mô tả bằng lời nói hay những thể hiện mập mờ không bao giờ tồn tại trong công việc của chúng tôi,” Syasina chia sẻ thêm.

Glass-Beaded Salon được xem là tuyệt tác trong nội thất cung điện. Đại sảnh mang tên nó làm từ 12 tấm trang trí bằng các hạt thủy tinh thanh tú và thù lưa. Các món đồ trang trí gồm các khung cảnh kỳ diệu, động vật và chim muông, cũng như các chủ đề trang trí truyền thống của người Trung Quốc như các nhà chòi, những cây cầu, quả chuông và đèn. Các tấm trang trí dựa trên bản vẽ của họa sĩ người Ý, Serafino Lodovico Barozzi, thực hiện trong 02 năm cùng 09 nghệ nhân thuê làm việc liên tục với chất liệu vàng.

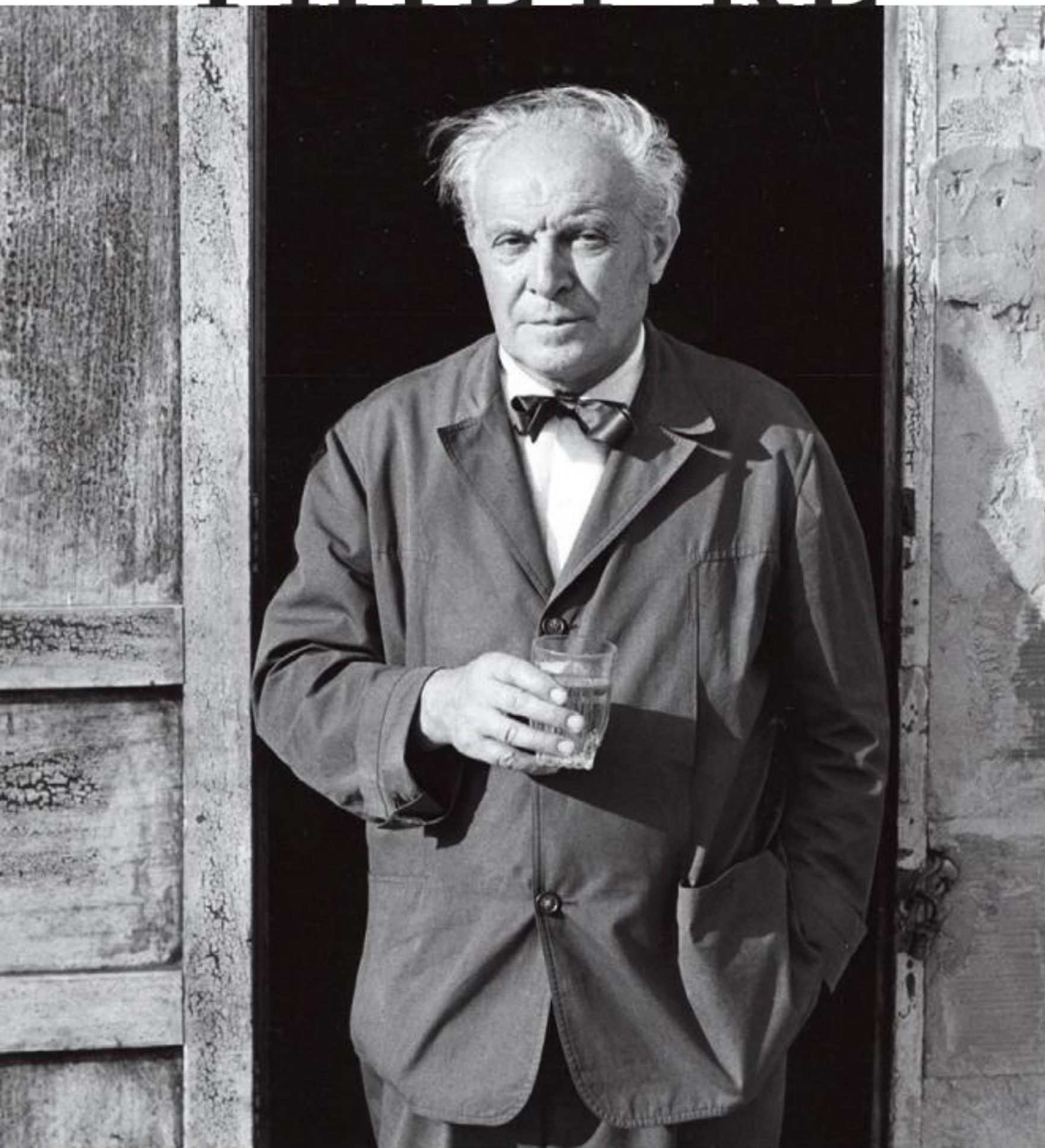
Hơn 02 triệu hạt tinh thể thủy tinh đã được sử dụng trong tuyệt tác này. Vì vậy, không có gì ngạc nhiên khi các nhà phục chế rất “sợ” chạm vào chúng. Các tác phẩm phục hồi vẫn đang được tiến hành: những màu sắc ban đầu được hoàn trả cho bức họa trường Venetian và sàn gỗ parquet độc đáo đã được bảo quản thành công. Các nhà tổ chức bảo tàng hy vọng toàn bộ cung điện sẽ được phục hồi trong vòng 05 năm tới. Điều đó, như đã nói ở trên, phụ thuộc rất nhiều vào nguồn vốn tài trợ. “Chúng ta chỉ có thể ngồi và chờ đợi cho đến khi Chính phủ hướng sự chú ý của họ về phía chúng ta. Nhưng ngay kể cả khi họ không làm như thế, chúng ta vẫn có thể

thực hiện và thành công, mặc dù chúng ta luôn biết rằng sẽ chẳng bao giờ, cung điện trở lại với ánh hào quang như trong quá khứ,” Syasina chia sẻ. “Nếu không có sự trợ giúp từ các mạnh thường quân, chúng tôi thậm chí còn chẳng thể mơ về nó.” Năm 2017, các nhà phục chế đã bắt đầu công việc của họ cho tất cả các phòng thuộc phía lầu tây của cung điện. Kế hoạch dài hạn là mở rộng phục chế toàn bộ khu phức hợp, ban đầu gồm một nhà chòi, các slide và các phòng trưng bày. Kế hoạch là cải tạo nhà chòi và tạo ra một “màn hình đa phương tiện”, cung cấp cho du khách một ý tưởng về sự phức tạp giống như ban đầu. Thật vậy, điều này sẽ giúp lui lại hàng thế kỷ và khôi phục lại tinh thần huyền diệu và lễ hội của Oranienbaum, khi Chinese Palace tổ chức nhiều bữa tiệc của Catherine Đại Đế và bạn bè của bà.



LÀ CÁI NÔI CỦA NHỮNG MÓN ĐỒ NỘI THẤT NGHỆ THUẬT TRÊN THẾ GIỚI, ITALIA CŨNG LÀ ĐẤT NƯỚC CỦA NHỮNG BỨC HỌA VÀ ĐIỀU KHẮC CỦA HỌA SỸ TÀI DANH LEONARDO DA VINCI, CỦA NHỮNG TRANG PHỤC CẮT MAY ĐỘC ĐÁO TỪ NHÀ THIẾT KẾ ARMANI, HAY NHỮNG THUỐC PHIM KINH ĐIỂN CỦA DIỄN VIÊN SOPHIA LOREN. CHÚNG TÔI XIN GIỚI THIỆU ĐẾN ĐỘC GIẢ 05 NHÀ THIẾT KẾ NGƯỜI Ý VĨ ĐẠI, CÓ TẦM ẢNH HƯỞNG TO LỚN ĐẾN NGHỆ THUẬT HIỆN ĐẠI.

HUYỀN THOẠI THIẾT KẾ



Salone del Mobile in Milan là sự kiện thường niên được tổ chức tại Milan. Đó là một chương trình thương mại kéo dài, lôi kéo hàng nghìn nhà cung cấp đến tham dự. Tất cả những người tham gia sẽ giới thiệu các ý tưởng mới của mình tại Salone – đó là lý do vì sao các nhà thiết kế thời trang, các nghệ sỹ và các kiến trúc sư luôn yêu thích nơi này và luôn mong muốn được tham dự để lấy cảm hứng, và (đĩ nhiên) tìm kiếm các món đồ nội thất phù hợp để trang trí cho ngôi nhà, văn phòng, phòng làm việc và showroom của họ.

Tại Salone, sức ảnh hưởng và sức mạnh từ nền văn minh La Mã là rất lớn: Trong cộng đồng thiết kế, người Ý đặt ra các xu hướng và cai trị thế giới. Ẩm thực, thời trang, xe hơi, đồ gia dụng, nội thất. Liệu có phải di truyền hay một thứ gì đó có liên quan hay không mà giúp người Ý trở thành bậc thầy về mọi thứ đẹp đẽ? Không chỉ có lịch sử phong phú của họ đã được chứng minh nhờ các sáng tạo táo bạo và điên rồ mà còn cả sự kịch tính và dũng cảm trong văn hóa và tính cách của họ. Những thứ mà người Ý làm ra luôn sexy, quyến rũ và vô cùng lộng lẫy.

Vì sao người Ý chịu ảnh hưởng rất lớn bởi tính lịch sử? Ồ, hãy nghĩ về nó. Người dân nơi đây được bao quanh bởi các kích thích văn hóa vượt trội. Hãy tưởng tượng ra cảnh bạn được lớn lên cùng Bernini, Michelangelo, Đấu trường La Mã, Gucci, Pucci và Fiorucci. Sẽ chẳng có gì ngạc nhiên nếu vẻ đẹp đó thấm vào từng lỗ chân lông của họ và sau đó được thổi hồn vào trong những điều kỳ diệu họ làm.

Mỗi năm, người Ý luôn thể hiện khả năng sáng tạo vô biên cùng óc thẩm mỹ siêu việt của mình. Và để tôn vinh điều đó, chúng ta cùng điểm lại một số nhà thiết kế người Ý có ảnh hưởng lớn ở thế kỷ XX – một người trong mỗi thập kỷ (từ giữa những năm 40 đến những năm 80) – những “người khổng lồ” của chủ nghĩa hiện đại, gánh những thiết kế mang tính toàn cầu của người Italia trên đôi vai của họ.

Trong khi các sản phẩm của người Mỹ thường mang đến cảm giác chắc chắn – được thiết kế để làm việc cho con người, xuất hiện ở khắp mọi nơi – những sáng tạo của người Ý lại vô cùng độc đáo, biểu cảm và mãnh liệt. So với Mỹ, số lượng sản xuất từ các nhà thiết kế người Ý là nhỏ hơn nhiều. Có một số mẫu thiết kế của người Ý trông gần giống một tác phẩm nghệ thuật hay tác phẩm điêu khắc – với giá cả phải chăng (vàng, thỉnh thoảng là vậy.)

Khi người tiêu dùng càng trở nên cẩn thận và hiểu biết hơn, các sản phẩm cũng đi theo con đường đó, cực đoan và táo bạo như những con người tài hoa đã tạo ra chúng. Sở hữu và thể hiện các tác phẩm này giống như một tuyên bố và đó là tuyên bố về chủ nghĩa cá nhân kiên định.

NHỮNG NĂM 1940

GIO PONTI

Người khổng lồ. Cái nhìn toàn cảnh trên đỉnh kim tự tháp. Ông được xem là cha đẻ của thiết kế hiện đại ở Ý. Nó cũng tương tự việc ông đã tìm ra cách để truyền tải và làm nổi bật tính cách, sự sáng tạo và văn hóa của người Ý vào các đồ vật, đồ gia dụng, nội thất và các tòa nhà của ông. Các sáng tạo phong phú trên mọi phương diện của ông đều mang tính khoáng cảm, biểu cảm, sự vui tươi, đầy màu sắc và được sáng tạo rất kỹ càng.

Có rất ít thứ mà Ponti không làm được. Ông được đào tạo để trở thành một kiến trúc sư, ông đã tạo dựng tên tuổi của bản thân như một nhà thiết kế đồ gốm sứ, sau đó là đồ thủy tinh, đồ nội thất và các công trình kiến trúc. Trong cuộc đời của mình, Ponti hợp tác với hơn 120 công ty khác nhau. Ông cũng là một giáo sư có tiếng, một nhà văn, một nhà bảo vệ văn hóa và là người sáng lập tạp chí thiết kế nổi tiếng: Domus. Được biết đến là một trong những nhà thiết kế quyến rũ và hào hiệp bậc nhất, ông chào đón mọi người đến với studio được mở cửa tự do nổi tiếng của mình. Tháp Pirelli do ông xây dựng năm 1961 vẫn sừng sững trên quê hương của ông, kinh đô phong cách của thế giới, Milan. Vào ngày tòa tháp chọc trời này hoàn thành, Ponti đã thốt lên: "Cô ấy thật đẹp và tôi muốn kết hôn với cô ấy".

Tháp Pirelli



NHỮNG NĂM 1950

ACHILLE CASTIGLIONI



Có khả năng phát minh và dường như luôn gặp may mắn với hàng ngàn sự việc diễn ra hàng ngày, Castiglioni đã hợp tác với anh trai của mình, Pier Giacomo cho đến khi Pier qua đời vào năm 1968, và trở thành một trong những nhà thiết kế nổi tiếng nhất những năm 1950.

Castiglioni yêu thích việc hàng ngày tìm thấy các đồ vật và miệt mài thay đổi chúng. Lấy ví dụ, tính chức năng và hình ảnh của một thứ gì đó đơn giản, như những chiếc đèn đường, đã tạo cảm hứng cho một trong những chiếc đèn phổ biến nhất (và gần như là “vật bất ly thân” với bất cứ không gian nội thất hiện đại nào) trong kỷ nguyên hiện nay – đèn Arco. Bóng đèn được treo lơ lửng trong một quả cầu chrome cao hơn 2m, chân đế bằng khối đá cẩm thạch trắng, tạo ra một sợi dây di động, hoàn hảo cho việc chiếu sáng ở các bàn thấp trong phòng khách. Đó thực sự là một biểu tượng trong thập kỷ 60.

Nghịch lý và châm biếm làm nên thương hiệu của ông. Ghế kéo Mezzadro của ông, một tác phẩm Pop Art hiện đại đầu tiên lấy cảm hứng từ bức vẽ của Duchamp, đã trở thành món đồ thường xuyên được sử dụng trong nhiều phòng khách hiện đại. Một ví dụ điển hình khác là chiếc đèn đứng ở sân phong cách công nghệ cao, đèn Toio, sử dụng đèn pha ô tô cân bằng ở đỉnh một kính thiên văn với một máy biến thế ở đế.

Paola Antonelli, người theo học tại trường Bách khoa Milan, từng tham gia một lớp học của Castiglioni, và hiện nay là người phụ trách cấp cao của kiến trúc và thiết kế tại Bảo tàng Nghệ thuật Hiện đại (Museum of Modern Art) ở New York, từng nhớ lại về ông thầy của mình “giống như một diễn viên hài từ thời đại phim câm, dễ bị kích thích, nghiện thuốc, luôn luôn vận động, vui tươi, và tinh quái”.



NHỮNG NĂM 1960

JOE COLOMBO



Nếu Colombo là âm nhạc, ông sẽ là tay trống cự phách. Joe Morello có thể biểu diễn solo bài Take Five. Thực tế, khả năng sáng tạo của Colombo là vô biên khi ông phát minh ra chiếc ly cocktail, cho phép người uống vừa có thể cầm ly vừa có thể cầm điếu cigar chỉ bằng một tay. Không rời!

Những ai từng xem bộ phim The Graduate đều sẽ biết, những năm 60 là năm bùng nổ của plastic và chiếc ghế 4860 của Colombo là một trong những chiếc ghế đầu tiên được sản xuất hàng loạt bằng nhựa ABS. Những thiết kế của ông là một cuộc dạo chơi trong chính không gian và thời đại của chúng: Hình dáng chiếc ghế dài LEM và chiếc ghế bọc nệm Elda của ông có vẻ như gợi lên hình ảnh về chiếc tàu không gian hạ cánh trên mặt trăng và một bộ trang phục dành cho các nhà thám hiểm không gian tương ứng.

Colombo rất thích tính dịch chuyển và sự kết hợp, các môi trường tự bao chứa. Một sở sáng tạo thú vị nhất của ông là môi trường sống kiểu mô đun tính Kubrickian tương lai, đã xuất hiện trong thiết kế nhà vào năm 2001. Mỗi căn hộ, về cơ bản đều có một hộp plastic tạo chân không lớn, một chiếc giường, nhà bếp, phòng tắm và nhà vệ sinh - dường như tất cả mọi thứ cần thiết dành cho một người - tất cả đều được trang bị khéo léo cùng độ chính xác tương tự như con dao Swiss Army, với rất nhiều chức năng nhưng chức năng nào cũng xuất sắc.

Colombo qua đời đột ngột vì một cơn đau tim vào ngày sinh nhật thứ 41 của mình. Có lẽ, sau tất cả, phát minh ra ly cocktail của ông đã không phải là một ý tưởng tốt.

NHỮNG NĂM 1970

GAE AULENTI



Trí tuệ của nhóm. Thiết kế sản phẩm và đồ nội thất của bà thật đáng kinh ngạc và thể hiện rõ tầm nhìn đặc biệt của bà. Có thể nói, tất cả những chiếc đèn của bà, mỗi chiếc lại là một kiệt tác. Một số cái có giá cả phải chăng, một số không. Chúng dường như thể hiện, sau đó vượt qua kỷ nguyên sáng tạo của chúng (chúng là những sáng tạo mang tính thời đại và vượt xa thời đại.) Chẳng hạn như ngọn đèn Pileino của bà, dường như có vẻ chịu ảnh hưởng bởi một chiếc mũ không gian của NASA. Đèn của bà có công nghệ cao và hữu cơ cùng một lúc. Hầu hết chúng có thiết kế thiên về máy móc ngay từ cái nhìn đầu tiên, nhưng đáng ngạc nhiên là tính chức năng và thiết thực.

Một bước ngoặt trong sự nghiệp của bà là cuộc cải tạo thành công và giành giải thưởng, trong đó bà chuyển đổi một ga tàu ở Paris thành Musée d'Orsay (Bảo tàng Orsay), một trong những bảo tàng quan trọng nhất thế giới, giới thiệu nghệ thuật theo trường phái ấn tượng Pháp và nghệ thuật Hậu hiện đại. Bà đã trở thành kiến trúc sư tiên phong trong việc tái cấu trúc, cân bằng tuyệt vời các chi tiết lịch sử với các nâng cấp hiện đại.



NHỮNG NĂM 1980



ETTORE SOTTASS



Trước khi sự nghiệp thiết kế của ông diễn ra (ban đầu, ông tạo dựng danh tiếng nhờ thiết kế máy đánh chữ có màu đỏ, Valentine nổi tiếng cho công ty Olivetti), Sottsass đã đi chơi cùng bạn bè, là các nhà thơ, như Ginsberg và Ferlinghetti ở California. Sau đó, họ mở cửa một nhà xuất bản ở Ý để dịch các bài viết của họ. Ông cũng là một nhiếp ảnh gia (ông đã chụp Dylan, Helmut Newton, và Picasso) và một người đàn ông nổi tiếng là đa tình và "ong bướm". Trong nhiều năm, ông đã chụp ảnh tất cả các phòng khách sạn và giường ngủ mà ông đã ngủ trên đó.

Là một nhà tiên phong cho những món nội thất mang phong cách tươi mới, trang nhã và thiết kế phổ biến ở nửa sau thế kỷ 20, nhóm Memphis độc đáo của ông, mà ông đã giúp thành lập vào năm 1981, vẫn gây chấn động, phân chia quan điểm và định nghĩa hậu hiện đại với hoang dã, đa dạng màu sắc và thiết kế cường điệu. Với nhân vật hư cấu Pee-Wee Herman nhảy nhót, họ đã làm rung động giới thiết kế.

Sottsass thực sự là một nhà thiết kế cực đoan và thách thức mọi thứ. Uy tín của ông gần đây đã tăng lên nhiều hơn nữa sau khi người ta phát hiện ra rằng David Bowie, một người cực đoan khác, đã lặng lẽ thu thập các tác phẩm thiết kế của ông.

MỘT CHAI VANG CÓ THỂ GIỮ Ở TRẠNG THÁI MỞ TRONG BAO LÂU?

TỪ VANG ĐỎ VÀ VANG TRẮNG ĐẾN VANG SPARKLING (VANG SÚI) VÀ VANG NGỌT, MỖI LOẠI VANG CÓ KHOẢNG THỜI GIAN LƯU GIỮ (KỂ TỪ KHI MỞ NÚT CHAI) RẤT KHÁC NHAU VÀ VIỆC CỦA BẠN LÀ PHẢI BIẾT: ĐÓ LÀ THỜI ĐIỂM NÀO.



Khi đặt câu hỏi về việc liệu một chai vang sau khi mở nút, trong bao lâu nó sẽ mất đi những hương vị đặc trưng quan trọng nhất, thường sẽ có 02 câu trả lời như sau: “Cái gì? Mở nút chai à? Bạn nên uống ngay chứ!” Hoặc “Vâng, tôi cũng thường tự hỏi như vậy!” Và dưới đây là những hướng dẫn và gợi ý cụ thể nhất từ John Belsham, nhà tư vấn quốc tế, đồng thời là nhà thành lập/nhà sản xuất rượu vang Foxes Island Wine ở New Zealand dành cho bạn.

Vẫn còn vang trong chai

Theo John Belsham cho biết: “Yếu tố quyết định cuối cùng là chất lượng của rượu vang. Rượu vang càng tốt (càng ngon) càng

để được lâu và sẽ có thời gian lưu lại càng dài kể từ sau thời điểm mở nút. Điều này bất chấp các kỹ thuật (thủ thuật) được sử dụng để bảo vệ vang – như bơm khí gas hoặc giữ trong môi trường chân không... Điểm mấu chốt ở đây đó là: một khi bạn đã mở nút, oxy sẽ tràn vào bên trong và hấp thụ vào rượu. Sự khác biệt không hoàn toàn chỉ đến từ không khí ở phần không gian phía trên miệng chai mà là những gì được hấp thụ vào trong vang kể từ thời điểm mở nút.”

Vang trắng

“Rượu vang sẽ không bị oxy hóa nhanh nếu nó được chế biến tốt,” Belsham cho biết. “Tôi mong chờ một chai vang chất lượng của Chardonnay, Riesling, Sémillon hoặc Sauvignon Blanc có

thể để lâu khoảng từ 03 đến 04 ngày một cách dễ dàng dù trong chai chỉ còn một nửa. Theo kinh nghiệm của tôi, những chai vang thực sự hảo hạng, vang đóng chai có xuất xứ từ một vườn nho duy nhất với hàm lượng chất làm đầy cao sẽ có thể lưu giữ ít nhất 01 tuần nếu cất trong tủ ướp. Thậm chí nếu bị mất đi một chút hương vị, nó cũng trở nên dễ uống hơn. Những chai vang được sản xuất hàng loạt, những chai vang trắng và vang hồng chất lượng vừa phải, có lẽ (tốt nhất) nên được thưởng thức trong vòng 02 ngày kể từ khi mở nút.

Vang đỏ

"Tương tự như vang trắng, vang đỏ cũng có thể lưu giữ trong khoảng từ 03 đến 04 ngày mà không mất đi hương vị đặc trưng," Belsham chia sẻ. "Vang đỏ mạnh mẽ hơn, độ tannin cao hơn thì càng có khả năng bảo vệ và chống oxy hóa lớn hơn. Vì thế, cấu trúc dày vị của vang đỏ sẽ giúp rượu bảo quản tốt hơn so với những loại vang khác. Ví dụ như, tôi có thể giữ chai vang Beaujolais thanh lịch trong khoảng 03 đến 04 ngày; nhưng sẽ là 05 đến 06 ngày nếu đó là chai vang mang nét mạnh mẽ của miền Nam Rhône hay Primitivo".

Vang sparkling

Vang sủi là loại vang vô cùng đặc biệt so với các loại vang khác bởi lẽ chúng được bảo vệ bằng carbon dioxide của riêng mình, nhưng khi chai đã mở, cần phải có nắp đậy phù hợp và cố định chắc chắn kẹp chặt đầu nút chai. Marcello Lunelli, đồng sở hữu nhà máy rượu vang Cantine Ferrari ở Trento, Italia cho biết: "Nó phụ thuộc vào lượng vang còn lại ở trong chai. Nếu chai vang mới chỉ uống một ly, đóng nút lại và bạn sẽ giữ được trong khoảng ba đến bốn ngày, miễn là nắp chai bảo vệ được áp suất hoàn toàn. Giữ chai đóng nút hoàn toàn. Mỗi khi bạn mở nút chai, bạn sẽ làm mất đi áp suất."

Nếu chai chỉ còn một nửa lượng rượu, 02 ngày có lẽ là khoảng thời gian tốt nhất. Sau đó, bạn sẽ không có một chai vang sủi hoàn hảo. Điều đó nói lên rằng rượu vang bên trong vẫn sẽ tốt, chỉ với áp suất ít hơn. Những gì còn lại sau khi các bọt tăm đã biến mất vẫn là một loại vang lấp lánh. Nếu chai vang đã được mở lâu hơn, nó sẽ rất hoàn hảo để làm cơm risotto. Tính axit của rượu sẽ cân bằng hoàn hảo với độ ngọt của gạo".

Một số loại vang bổ sung Vang Sherry

George Sandeman, nhà sản xuất loại rượu vang Sherry và Port cho thương hiệu Sandeman, gợi ý rằng nên làm lạnh với các phong cách tươi mới Fino và Manzanilla và sử dụng chúng trong vòng một tuần.

Các phong cách Amontillado và Oloroso có thể hoàn hảo trong vòng 08 tuần sau khi mở nút. Ông lưu ý điều này bất kể độ ngọt ngào của chúng.

Port

Paul Symington, giám đốc của Symington Family Estates, tập đoàn phía sau những thương hiệu chế biến vang gia đình: Graham's, Dow's và Warre's, cho biết: chất lượng và phong cách làm nên sự khác biệt.

Các phong cách Ruby Port và LBV "sẽ vẫn ở trong tình trạng tốt cho đến khoảng một tuần sau khi mở nút chai," ông cho biết. "Sau đó, chúng sẽ bị ảnh hưởng bởi quá trình oxy hóa thông thường, phổ biến đối với tất cả các loại rượu vang. Giữ chai được mở ra bằng kỹ thuật ướp lạnh và dùng Vacu-Vin hoặc tương tự sẽ kéo dài chất lượng."

"Tawny Port đã già đi trong các thùng gỗ sồi và do đó sử dụng tốt khi tiếp xúc với không khí. Do đó, một chai Tawny Port 10 hoặc 20 tuổi sẽ vẫn giữ trạng thái tuyệt vời trong 2-3 tuần sau khi mở nút, đặc biệt là nếu giữ trong tủ ướp lạnh."

Liên quan đến đỉnh cao của Port, Symington cho biết: "Giống như tất cả các loại rượu vang nhiều năm tuổi, Vintage Port hoàn toàn tách biệt khỏi không khí trong nhiều năm. Sự thanh lịch của loại vang này khi mở nút là đỉnh cao thực sự, nhưng vẻ đẹp thanh tao của nó sẽ mờ dần sau vài ngày. Vì vậy nên được sử dụng hết trong vòng 03 đến 04 ngày kể từ ngày mở nút. Vacu-Vin sẽ giúp kéo dài chất lượng thêm vài ngày nữa."

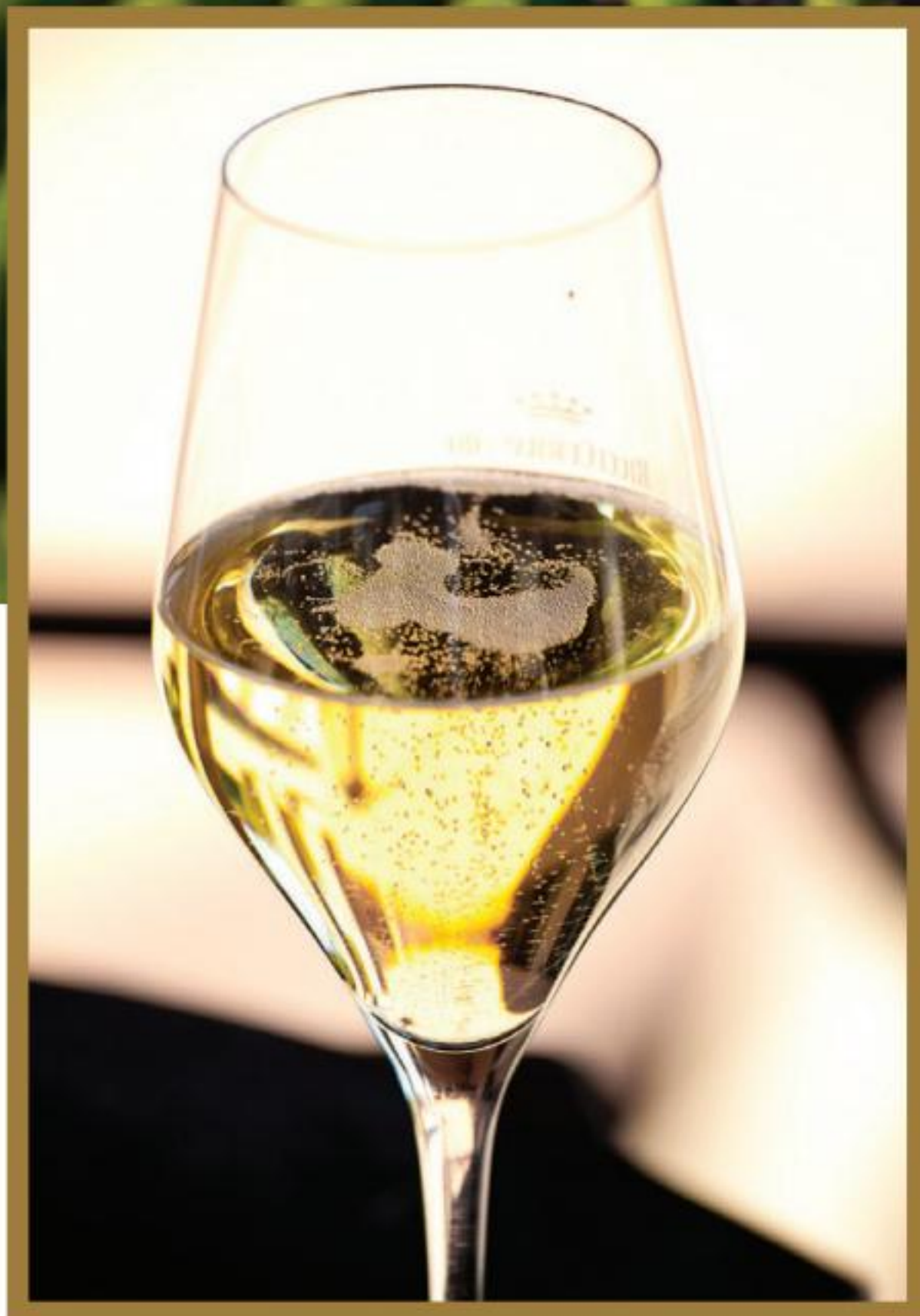
Sandeman, cũng sản xuất Port, gần đây đã cho biết cách Vinolok có thể sử dụng các chai Tawny Port, 20, 30 và 40 năm tuổi. George Sandeman cho biết những chai vang này "có thể giữ trong vòng 3 tháng" đặc biệt là khi được lưu trữ trong tủ ướp lạnh.

Madeira

Madeira đã được tiếp xúc với nhiệt và là một phong cách oxy hóa. Liệu thời gian có thể tàn phá nó? "Bạn có muốn biết sự thật?" Chris Blandy, giám đốc Công ty Madeira Wine Company cho biết. "Không ai biết được chai vang này đã được mở ra trong bao lâu, nhưng theo kinh nghiệm của tôi, tôi mở một chai Vintage Madeira 1976 và thưởng thức hết ½ chai trong Giáng sinh năm 2011; một năm sau, chúng tôi có ½ chai còn lại với hương vị vẫn vô cùng hoàn hảo".

Rượu vang được củng cố và cố ý bị oxy hóa, do đó, thiên nhiên có rất ít tác động lên chúng. "Chừng nào bạn giữ cho chai vang khỏi ánh sáng trực tiếp từ mặt trời và không bị nghiêng, nó có thể giữ trong một thời gian rất dài," Blandy chia sẻ.





VERMENTINO THÁCH THỨC THỜI GIAN

Năm 1986, giống nho Vermentino đã lần đầu tiên chứng minh được tiềm năng to lớn của mình trong những chai vang được sản xuất tại vùng đảo Sardinian, Italia. Những mùa vụ từ năm 1986 đến năm 2016 đã kể lại cho chúng ta những câu chuyện thú vị và truyền tải cam kết từ gia đình Cherchi – nhà máy sản xuất rượu vang Vermentino nổi tiếng bậc nhất vùng. Công việc của họ bắt đầu từ năm 1970 nhờ Giovanni Maria – người sáng lập nhà máy chế biến rượu. Ông thực sự là người làm rượu vang đầu tiên đặt cược vào chất lượng nghề trồng nho trong lãnh thổ Usini này.

Nằm ở phía Tây Bắc của Sardinia, Usini là một thị trấn nhỏ với 5.000 người, nằm cách không quá xa Sassari. Các báo cáo đầu tiên về tính ưu việt trong nông nghiệp của vùng đất này xuất hiện từ kỷ nguyên Pre-Nuragic (thời tiền sử của Sardinia, từ thời kỳ đồ đá

cũ đến giữa thời kỳ đồ đồng, khi nền văn minh Nuragic nở rộ trên hòn đảo này,) với các bằng chứng về các vùng đất màu mỡ, rất phù hợp cho việc trồng trọt cùng sự hiện diện của những con sông và con suối. Trong thời gian gần đây, Usini luôn được xem là vùng đất của các vườn nho, nhiều đến mức Usini tự xem mình là Paese del Vino – Thị trấn Rượu vang. Các ruộng nho ở nơi đây được trồng ở độ cao trên 200m so với mực nước biển, xen kẽ với các lùm ô liu, các bụi rậm đại vùng Địa Trung Hải và các cánh đồng. Những cây nho được hưởng lợi rất nhiều từ thổ nhưỡng ở nơi đây, với những cơn gió mát lành từ biển cả và quá trình tác động nhiệt mạnh mẽ. Đất ở đây chủ yếu là đá vôi và đất sét.

Giovanni Maria Cherchi, biệt danh Billia, thành lập nhà máy sản xuất rượu vang từ những năm 1970, bắt đầu từ 02 hecta ruộng nho ông được thừa kế. Gần như ngay lập tức, ông hiểu ngay tiềm

*30 NĂM LÀ QUẢNG THỜI GIAN
ĐỦ DÀI ĐỂ MỘT THƯƠNG HIỆU
KHẮNG ĐỊNH VỊ THẾ VỮNG CHẮC
CỦA MÌNH TRONG LÒNG NGƯỜI
HÂM MỘ. TRÊN CÁ HƯƠNG VỊ
HOÀN HẢO TỪ NHỮNG LY VANG,
VERMENTINO DI SARDEGNA
TUVAOES CÒN KỂ CHO CHÚNG TA
NHỮNG CÂU CHUYỆN VỀ LỊCH SỬ
VÀ VĂN HÓA ĐẦY THI VỊ.*



năng từ thổ nhưỡng ở nơi đây và tập trung vào 02 giống nho chính. Cagnulari là loại nho đỏ cực hiếm gặp, chỉ xuất hiện ở khu vực này, và nhờ Cherchi, nó trở thành điểm quy chiếu cho các nông dân trên đảo. Vermentino là loại nho thứ 02 được Cherchi quan tâm. Nho Vermentino phát triển khắp Sardinia, là một loại nho đặc biệt khi nó đem lại những cảm giác rất khác nhau theo từng ruộng nho. Dự án của ông là dự án đầy tham vọng, nhưng có thể làm được, một giấc mơ đã trở thành hiện thực. Ông muốn “sản xuất những loại rượu vang chất lượng, có thể truyền tải sức mạnh và linh hồn đích thực của vùng thổ nhưỡng,” ông nói. Hiện nay, Salvatore Cherchi quản lý nhà máy sản xuất cùng chị gái Grazia. 02 hecta đã tăng lên con số 30. Bên cạnh nho Vermentino (60%) và Cagnulari (35%) còn có vườn nho Cannonau. “Năm 2000, chúng tôi đã xây dựng các cơ sở sản xuất rượu vang mới, để xử lý số lượng nho chúng tôi trồng được,” Salvatore cho biết. “Những ruộng nho của chúng tôi được chia thành 02 khu vực dựa theo loại đất ở đó: phía Tây Bắc là đất sét còn phía Bắc và Đông Nam là đá vôi.” Các chai vang được chia thành 03 dòng vang chính, tùy thuộc vào độ tuổi của cây nho. Dòng vang Billia được sản xuất từ những cây nho “trẻ”. Dòng vang Classic gồm các loại vang Tuvaos, Cagnulari, Cannonau và Luzzana – một loại vang được sản xuất từ hỗn hợp của 02 loại nho đỏ được trồng. Dòng vang Speciale là kết quả của các cuộc thí nghiệm xảy ra liên tục trong các nhà máy rượu. Filighe là một phương pháp cổ điển, pha chế nho Vermentino được ủ trong 24 tháng với Tokaterra, một loại nho Vermentino khô. “Trong thử nghiệm này,” Cherchi giải thích, “chúng tôi đã có ý tưởng sản xuất Vermentino với khả năng lên men tốt. Điều đó đã rõ ràng với nhãn hiệu “30 Vendemmie” (30 năm), một sự pha trộn của 03 vụ thu hoạch được thực hiện để chào mừng lễ kỷ niệm lần thứ 30 của Tuvaos. Nhưng chúng ta đang nghĩ về Vermentino, có lẽ ngay cả Tuvaos sẽ được phát hành sau đó, và không, như thường lệ, một vài tháng từ sau thu hoạch. Chúng tôi muốn những người khác hiểu rằng chúng tôi đầu tư và cam kết với tuổi thọ của các giống nho thuộc vùng lãnh thổ Usini.”

Tuvaos đã trải qua 20 năm tuổi (chai vang ghi nhãn tên Tuvaos lần đầu tiên xuất hiện vào năm 1987) với từ Vigna (vườn nho) ở phía trước chai, nhưng kể từ năm 1987, tên của nó chỉ đơn giản là Tuvaos.

Năm đó Tuvaos đã giành giải Tre Bicchieri đầu tiên trong lịch sử của Sardinia. Ngày nay tên của nó là Vermentino di Sardegna Tuvaos. Thật tối tệ vào năm 2017, không thể đề cập đến Usini hoặc sử dụng từ Vigna. Tuy nhiên, có vẻ như mong muốn của thành phố và các tổ chức, cùng với các nhà sản xuất cá nhân, là nhằm có được một nhãn mác DOC Usini. Đây sẽ là một vinh dự tuyệt vời cho vùng đất kỳ diệu này và sẽ tôn vinh tầm nhìn của Billia Cherchi.

Ông đã nghĩ đến Usini như một biểu hiện thực sự của một nền văn hóa rượu vang hàng thế kỷ khi ông bắt đầu vào năm 1970.





HƯƠNG VỊ ĐỢI CHỜ

“

*BỮA SÁNG ĐÁNG NHỚ NHẤT CỦA TÔI KHÔNG PHẢI LÀ
02 QUẢ TRỨNG CHIÊN HOÀN HẢO HAY 02 LÁT BÁNH MỖ
NUỐNG CÙNG HƯƠNG VỊ DẦU Ô LIU HẢO HẠNG. ĐÓ LÀ SỰ
RAO RỰC TỪ TẬN TRÁI TIM VỚI CHIẾC Đĩa NHỎ ĐƯỢC CHỦ
TRANG TRẠI FELIPE PEREZ CORCHO BÀY TRƯỚC MẶT.
TRÊN Đĩa, LẤP ĐẦY NHỮNG LÁT THỊT MỎNG MÀU RUBY
ĐỎ KỲ DIỆU CỦA JAMÓN IBÉRICO DE BELLOTA. NGƯỜI TA
GỌI ĐÓ LÀ MÓN ĂN NGON NHẤT THẾ GIỚI!*

”

Bạn muốn thưởng thức một món thịt lợn nướng? Tất cả những gì bạn cần là ra chợ, chọn một miếng thịt thật tươi ngon và đem nướng. Nhưng hãy nhớ lại xem, bạn phải mất bao lâu để đặt nụ hôn đầu đời lên đôi môi căng mọng của nàng? Hương vị của đợi chờ, đôi khi, thật đặc biệt! Và nếu bạn biết được rằng phải mất 02 đến 03, thậm chí 04 năm để cho ra một miếng thịt muối Ibérico với phương pháp thực hiện vô cùng phức tạp, những gì bạn cảm nhận được sẽ càng thêm hấp dẫn.

Tôi nhận lời mời từ người bạn thân ở Brindisa, một trong những nhà nhập khẩu thực phẩm Tây Ban Nha nổi tiếng nhất của Anh, và tham gia chuyến viếng thăm một nhà cung cấp thịt lợn đen Jamón Ibérico, Señorío De Montanera. Thật khó để diễn tả hết sự hứng thú của tôi. Jamón Ibérico từ lâu đã là món ăn yêu thích nhất của tôi. Nhưng tôi biết rất ít về nó – phương pháp sản xuất và khu vực nuôi lớn những chú lợn ibérico huyền thoại. Và đây là cơ hội hoàn hảo để lấp đầy khoảng trống kiến thức đó cùng cơ hội được thưởng thức món thịt muối hảo hạng ngay trên vùng đất nó được sinh ra.

Con số 40 triệu kg thịt muối được sản xuất mỗi năm ở Tây Ban Nha, gồm cả loại thịt muối Jamón Serrano nổi tiếng làm từ đùi lợn trắng phơi khô và sản xuất ở các vùng như Teruel và Trévez thuộc miền Đông Tây Ban Nha, quả là con số đáng kinh ngạc. Nhưng nó cũng chẳng làm thịt muối Jamón Ibérico kém sự đặc biệt. Đi về phía Tây, bạn phải tìm kiếm món thịt muối ngon nhất, đó là vùng đất rộng lớn được biết đến với cái tên Dehesa, một hệ sinh thái với

đồng cỏ chăn thả gia súc rộng lớn cùng những cây Quercus ilex – mà người Anh gọi là cây sồi xanh. Đã từng có thời điểm, 90% diện tích đất nước được bao phủ bởi sồi xanh, nhưng giờ đây chỉ còn lại một số vùng như Salamanca, Extremadura, Andalucia và xuyên biên giới sang Bồ Đào Nha.

May mắn thay, chính ở những vùng như vậy, những chú lợn Iberia đen đã phát triển mạnh. Chúng “chui mồm” trên mặt đất đầy bụi và thưởng thức những quả sồi chín rơi từ trên cây xuống. Trên khắp Bồ Đào Nha, những chú lợn này được gọi là “porco de raça Alentejana”, nhưng đối với tất cả người Tây Ban Nha, những chú lợn béo với đôi chân mảnh dẻ được biết đến với cái tên đơn giản chỉ “Pata Negra” vì móng guốc đen thương hiệu của chúng.

Việc sản xuất thịt muối Jamón Ibérico được quy định chặt chẽ, nhiều hơn bất cứ loại thực phẩm nào khác mà tôi từng biết. Định vị xuất xứ được bảo hộ (DO) bao gồm 04 vùng. Ở phía Bắc, Salamanca và thị trấn Guijuelo, ngôi nhà của Joselito, được biết đến là cái tên nổi tiếng nhất của jamon và chắc chắn là nơi những người thích thịt muối ở Anh yêu thích nhất. Về phía Tây, tỉnh Huelva và đặc biệt là thị trấn Jabugo. Phía Đông có Valle de Los Pedroches và cuối cùng, giáp với Andalucia, là vùng đất đầy bụi của Extremadura còn được biết đến như vùng đất của những kẻ chinh phục, Cortez và



Pizarro. Mặc dù mỗi khu vực đều cho rằng thịt muối mà họ sản xuất là ngon nhất, nhưng các quy tắc chi phối sản xuất là giống nhau và kết quả cuối cùng là ngay cả các chuyên gia ẩm thực với “cái miệng” nhiều kinh nghiệm nhất cũng không thể phân biệt được.

Thị trấn Burguillos del Cerro, gần biên giới Bồ Đào Nha là nơi tôi gặp Felipe Perez Corcho. Ông là một trong các cổ đông sáng lập Señorío De Montanera, tập thể của 72 nông dân, từ năm 1992, đã sản xuất loại jamón ibérico de bellota tốt nhất ở Tây Ban Nha. Ngay khi chúng tôi gửi túi của mình vào trong trang trại nuôi nhốt của Felipe, chúng tôi băng qua các cánh đồng và đến nơi những chú lợn đang thưởng thức quả sồi, cây cỏ và những cây thảo mộc. Đó cũng là một phần quan trọng trong chế độ ăn uống của chúng.

Những chú lợn con Iberia được nuôi dưỡng theo một chế độ ăn uống đặc biệt gồm ngũ cốc và hạt sồi cho đến khi chúng được gần 18 tháng tuổi. 03 tháng cuối cùng trong cuộc đời của chúng sẽ được sống ở Dehesa, trong khoảng thời gian được gọi là Montanera, từ ngày 01/10 đến ngày 01/01, khi những quả sồi chín rụng. Lợn phải được nuôi bằng quả sồi và đạt đến trọng lượng 160kg theo tiêu chuẩn của Jamón Ibérico de Bellota. Các quy định cũng chỉ rõ rằng không nhiều hơn 02 chú lợn trên mỗi hecta đất để đảm bảo rằng mỗi chú lợn có được lượng thức ăn cần thiết từ 06 đến 07 kg quả sồi mỗi ngày.

Quả sồi chín từ cây sồi xanh cung cấp nhiều axit oleic, loại chất cũng được tìm thấy trong dầu ô liu. Hương vị tìm thấy trong mỡ của những chú lợn Iberia cũng tương tự như dầu ô liu, đến nỗi người dân địa phương gọi chúng là “chai dầu olive có chân”.

Khi những chú lợn hoàn thành “khóa học” của chúng, chúng sẽ được đưa đến các lò giết mổ gần đó. Các quy định của DO cũng

quy định nghiêm ngặt cả việc làm thế nào những chú lợn này được bắt, mổ và giết. Chỉ khi các tiêu chuẩn này được áp dụng, sau khi kiểm tra thành công, thịt của chúng mới được gắn nhãn với nhãn hiệu xác nhận đã được phân loại. Nếu thất bại, thịt muối vẫn có thể được bán như Jamón Ibérico nhưng không được phép mang hậu tố “de bellota”.

Việc ướp và muối cũng không kém phần quan trọng so với việc nuôi và giết. Các chân trước, và chân sau được ướp lạnh qua đêm để đảm bảo sự chắc chắn và sau đó được phủ trong muối biển Andalucian khoảng một ngày cho mỗi kg trọng lượng. Sau đó, chúng được rửa sạch và treo cho khô để cho vi khuẩn có lợi (hay dai thực bào) hình thành trên bề mặt. Phần cuối cùng của quá trình ướp có thể mất đến ba năm, sau đó chúng đã sẵn sàng để bán. Nhưng đó vẫn chưa phải tất cả. Trước khi những tảng thịt được các thanh trang DO kiểm tra, người sản xuất sẽ kiểm tra thịt một lần nữa bằng cách chèn một thanh xương bò sắc nhọn và ngửi để kiểm tra chất lượng quá trình ướp.

Hành trình 05 năm từ Dehesa lên đĩa là kết quả vô song. Axit oleic trong quả sồi dùng làm thức ăn cho lợn giúp cho chất béo của Jamón Ibérico de bellota trở thành một trong những hương vị thật sự huyền bí khi nó hòa tan trong miệng bạn. Độ sâu của hương vị trong thịt không giống bất cứ món ăn nào khác và giống như hương vị của loại rượu hảo hạng cứ thế kéo dài mãi trong vòm miệng.

Jamón Ibérico và các sản phẩm liên quan đến nó thực sự là một trải nghiệm không thể bỏ qua. Tuy nhiên, phạm vi có sẵn và ghi nhãn của nó có thể gây nhầm lẫn, vì vậy đây là một hướng dẫn đơn giản.





Jamón

Có bốn loại Jamón Ibérico, được phân loại chủ yếu bằng chế độ ăn của lợn. Quá trình ướp là giống nhau, nhưng thời gian ướp sẽ khác nhau.. Những chú lợn lớp thấp hơn nhận được ít hơn một năm treo và tốt nhất trong 4 năm.

Sự khác biệt về độ tuổi có thể được nhìn thấy trong kết quả đã hoàn thành với thịt của heo trẻ hơn có màu hồng nhạt hơn và thịt heo già hơn có màu đỏ đậm, hồng ngọc. Hương vị cũng rất khác nhau với sự tròn đầy của Jamón Ibérico de bellota kéo dài trên vòm miệng như một loại rượu vang hảo hạng.

• Jamón Ibérico de bellota

Được chế biến từ thịt heo Iberico, những chú heo chỉ ăn quả sồi trong giai đoạn Montanera và được cấp chứng nhận DO. Thịt được ủ muối ít nhất là 03 năm và thường được dán nhãn "reserva" hoặc "gran reserva".

• Jamón Ibérico de recebo

Chế độ ăn uống của ngũ cốc và quả sồi và được ủ muối ít nhất ba năm.

• Jamón Ibérico cebo de campo

Phạm vi tự do, nhưng chỉ ăn ngũ cốc.

• Jamón Ibérico de cebo

Được làm từ heo thương phẩm nhưng có chế độ ăn ngũ cốc.

• Jamón de Trévelez

Thịt được ủ từ loại heo trắng nuôi bằng ngũ cốc công nghiệp. Nhưng thịt vẫn được đánh giá cao bởi có vị ngọt đặc trưng từ môi trường sống của chúng.

• Jamón de Teruel

Jamon đầu tiên ở Tây Ban Nha để phân định DO, những món thịt muối trên núi này phải được bảo quản ít nhất 12 tháng trước khi bán.

• Embutidos

Phần còn lại của lợn không bị lãng phí và các sản phẩm khác cũng rất đáng để tìm kiếm bên ngoài.

• Chorizo de cerdo ibérico

Xúc xích được làm từ thịt lợn băm nhỏ, mỡ lợn và ớt. Có hàng trăm loại khác nhau, một số có chứa tỏi và thảo mộc.

• Lomo de cerdo ibérico

Thịt thăn khô của lợn. Señorío De Montanera thực hiện một phiên bản tuyệt đẹp bao phủ trong mỡ lợn được làm từ chất béo xung quanh quả thận của lợn.

• Salsichon de cerdo ibérico

Một loại xúc xích khác, được ướp ít nhất bốn tháng.

• Morcon de cerdo ibérico

Một loại xúc xích lớn hơn, kém nổi tiếng được ướp các loại thảo mộc và gia vị.

KHI, SÁNG TẠO ĐƯỢC GIẢI PHÓNG

*NGƯỜI LA MÃ CỔ ĐẠI CÓ THỂ ĐÃ XEM XÉT RẤT KỸ VỀ
CHIẾC ĐINH BẰNG VÀNG 18 CARAT ĐEO TRÊN CỔ TAY
NHƯ MỘT MÓN ĐỒ TRANG SỨC ...THAY VÌ NHỮNG VIÊN
ĐÁ SAPPHIRE, NHỮNG VIÊN ĐÁ RUBBY VÀ NHỮNG
VIÊN NGỌC LỤC BẢO. ĐÚNG HƠN THÌ, NÓ
LÀ MỘT DẤU CHỨNG VỀ CẢM NHẬN
THỊ GIÁC MÀ CHỈ CÓ THỂ THỰC
SỰ ĐƯỢC THỂ HIỆN TRONG
THẾ KỶ 20.*





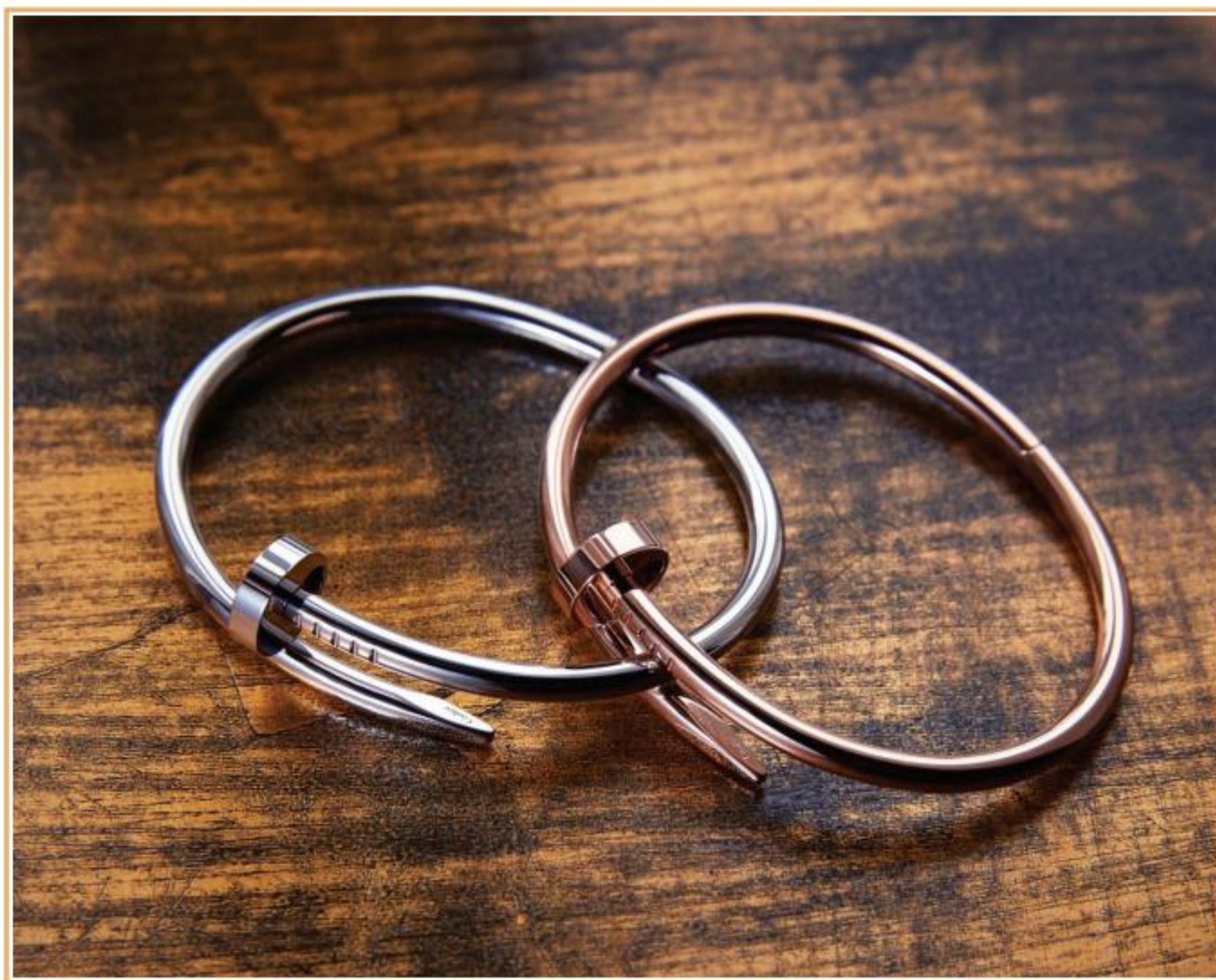
“Cây đinh có rất nhiều đặc tính, vì vậy chúng tôi cần phải thể hiện điều đó. Nó là sự dẻo dai nhưng cũng là vẻ đẹp của nó.”

Chúng ta cảm ơn Aldo Cipullo vì điều này. Cipullo, đến từ Rome và cập bến New York, là nhà thiết kế mang phong cách riêng biệt của Cartier. Các thiết kế của ông ấn tượng và xoay quanh Studio 54, nhà hát biểu diễn nghệ thuật nổi tiếng ở New York (mở cửa vào năm 1927), nơi ông luôn được vây quanh bởi những người hâm mộ, những người đã đeo các thiết kế của ông hoặc luôn khao khát có được chúng. Cipullo được phép ký tên lên thiết kế của mình bên cạnh cái tên Cartier – một điều cực hiếm xảy ra ở thương hiệu danh tiếng nước Pháp. Và ông đã đưa thế giới đồ trang sức bước vào kỷ nguyên hiện đại. “Lập lại quá khứ là một cách dễ dàng để thoát khỏi suy nghĩ; đó là sự giải thoát,” ông từng bình luận. “Điều quan trọng là để phản ánh hiện tại”. Sự gắn kết với Haute Joaillerie – hay “đồ trang sức cao cấp” – giải thích cách chiếc vòng tay Love được tạo ra từ cây đinh và làm rạn nứt bộ sưu tập những chiếc vòng tay Juste Un Clou. “Tôi thích các yếu tố giữa cấu trúc, thiết kế và con người,” ông từng cho biết. “Khi thiết kế, bạn phải nghĩ đến yếu tố con người... (đồ trang sức) là một phần chức năng cơ thể, chứ không chỉ trang trí cho cuộc sống của bạn”. Tạo ra thứ gì quý giá để đeo từ những thứ rất đời thường – liệu đó có phải tính hiện đại hay không?

Từ modernity (tính hiện đại) được sử dụng xung quanh rất nhiều món đồ trang sức. Nhưng với tôi, Pierre Rainero, Giám đốc hình ảnh, phong cách và di sản của Cartier, là định nghĩa chính xác nhất cho từ này. Đứng bên trong Cartiers Precious Garage – một

chương trình nghệ thuật kỷ niệm bộ sưu tập Juste Un Clou, được tạo ra bởi nghệ sĩ Desi Santiago trong Tuần lễ thiết kế Milan – Rainero đã thách thức cách thuật ngữ hiện đại được sử dụng. “Nó phụ thuộc vào quan điểm của chúng ta về tính hiện đại, bởi cây đinh thì có gì hiện đại?” ông hỏi và cầm một ly espresso trên tay vào giữa buổi sáng. Chúng tôi đang ở Milan, nơi mà một ngày bị đứt quãng nhiều lần bởi những ly caffein. Cây đinh, tự bản thân nó không có tính hiện đại. Nhưng bằng cách nào đó, nó đã được chế tác và trở thành một phần trong bộ sưu tập trang sức – không những chuyển tải nhẹ nhàng sang trọng mà còn dẻo dai tinh tế. “Thời đại cổ xưa có cây đinh, do đó, hình dạng không phải hiện đại. Cuộc sống của con người và cách thức các đối tượng hòa nhập vào cuộc sống hiện đại,” ông đề cập tới tuyên bố của Louis Sullivan vào năm 1896 về hình thức theo chức năng. “Thiết kế phải là một phần của chức năng,” chính Cipullo cũng từng nói. “Đó là bí quyết thành công. Khi bạn kết hợp giữa chức năng và thiết kế với nhau, bạn sẽ luôn có một sản phẩm hoàn hảo.”

Thủ thuật thị giác từ một kim loại quý trong dạng thức của một đối tượng bình thường là tiền đề đằng sau việc lắp đặt của Santiago. Được tạo ra từ các bộ phận bằng thép mạ crom của chiếc xe hơi, từ phiên bản giới hạn của chiếc Corvette Stingray đến sự chính xác, các món đồ trang sức được trưng bày ở giữa các bộ phận này. “Chúng là các đối tượng rất trần tục, rất đời thường và chúng tôi đã nâng tầm chúng lên đến hình dạng cao nhất,” Santiago giải thích về quá trình mạ crom của mình, điều



này giúp các bộ phận của chiếc xe trông giống như được nhúng vào các thùng vàng. Santiago cũng đã thực hiện các tác phẩm điêu khắc và thiết kế đồ trang sức. “Đối với tôi, nó luôn luôn trở lại cơ thể - và chiếc xe là phép ẩn dụ của cơ thể và đây là một đối tượng điêu khắc đẹp,” ông nói.

Dù ông không phải người yêu thích xe hơi, việc ghép nối cơ cấu các bộ phận máy đã làm bùng cháy hứng thú của ông; nói cách khác, ông đã biết cách để mở cánh cửa của mình và bước vào thế giới của máy móc. “Tôi tìm thấy tất cả các hình thức điêu khắc di chuyển cùng nhau để tạo ra năng lượng vô tận của vẻ đẹp và cảm hứng,” người nghệ sĩ đã từng thiết lập cho triển lãm Louis Vuitton Marc Jacobs tại Musée des Arts Décoratifs, Alexander McQueen tại Costume Institute và Victoria tại Albert Museum cho biết. “Tôi thích sự kết hợp của cái cũ và cái mới ở đây, nó là tất cả những gì hòa nhịp cùng nhau,” ông chia sẻ về những chuyến viếng thăm ngắn ngủi của ông tới Milan.

Nói một cách công bằng, Milan chưa bao giờ có được sự lãng mạn giống như các thành phố khác của Italia như Rome hay Florence. Trong các Tuần lễ thời trang, Milan là thành phố yên bình hơn nhiều. Nó thiếu sự náo nhiệt trên các đường phố như ở New York, thiếu đi sự mơ hồ như của London và không có sự uy nghi của Paris. Nhưng Milan, quê hương của Gucci và Prada, gần đây đã được tân trang lại, trở thành điểm nhấn trong lịch trình các Tuần lễ thời trang và trở nên náo nhiệt hơn với các hoạt động. Milan cũng là trung tâm tài chính lớn của châu Âu.

“Rome và Florence, họ có thể lấy một thứ gì đó từ Milan!” ông nói đùa. Milan luôn theo đuổi phong cách mới mẻ và hiện đại, với số lượng tòa nhà chọc trời nhiều hơn bất cứ nơi đâu trên nước Ý. Thành phố này ôm trọn lấy trái tim của ngành công nghiệp và phần còn lại của nước Ý cũng như thế giới, cuối cùng, cũng có thể bắt đầu thấy nó”.

Nhưng quay trở lại với bộ sưu tập Juste Un Clou và sự thật về thiết kế đồ trang sức bằng cây đinh nói trên: khi nó được giới thiệu vào năm 1970 và được ca ngợi nhờ thiết kế tuyệt vời của Cipulio, nó đã nhận được nhiều thành công như đồng nghiệp của nó, vòng tay Love. Vì thế, nó đã bị ngừng sản xuất chỉ 04 năm sau khi ra mắt. Năm 2012, nó được phát hành lại và lần này, có sự phô trương lớn hơn, thậm chí còn thành công hơn. Lần thứ 02 là một sự quyến rũ.

“Ở Cartier, chúng tôi không được miễn nhiệm với thị hiếu của thế giới và chúng tôi tin rằng Juste Un Clou là một đối tượng liên quan đến đương đại – nơi chúng tôi luôn muốn góp mặt,” Rainero nói về sự hồi sinh của Juste Un Clou và cuộc phiêu lưu tiếp theo của nó trong năm nay tại Milan. (Các thiết kế mới bao gồm phong cách vòng cổ dày hơn và phong cách vòng choker – gồm 02 phiên bản với kim cương hoặc không có kim cương). “Cây đinh có rất nhiều đặc tính, vì vậy chúng tôi cần phải thể hiện điều đó. Nó là sự dẻo dai nhưng cũng là vẻ đẹp của nó,” Rainero giải thích. “Ý tưởng khám phá những điều mới mẻ luôn tồn tại ở Cartier, bởi vẻ đẹp có mặt ở khắp mọi nơi”.

BIỂU TƯỢNG THỜI GIAN

Nơi cổ điển gặp hiện đại, nét thanh lịch bên ngoài kết hợp hoàn hảo cùng chức năng bên trong. Các mẫu đồng hồ cổ điển được cập nhật mới đã chứng minh bản thân là những khoản đầu tư có lời, sẵn sàng phục vụ các thế hệ hiện nay và xa hơn nữa.

Seiko Prospex

\$475



Hình dáng tròn ở bên ngoài và lớp vỏ khá cứng, các fan hâm mộ của thương hiệu Seiko đã ưu ái đặt cho phiên bản đồng hồ thợ lặn 6306 này biệt danh "The Turtle" – Chú rùa. Khá phổ biến từ giữa những năm 70 đến giữa những năm 80, mẫu đồng hồ bền bỉ này đã sớm trở thành mặt hàng yêu thích của giới sưu tập. (Chúng ta hẳn vẫn chưa quên mức giá cao nhất dành cho mẫu đồng hồ này tại một phiên đấu giá là \$3.300). Trong khi đó, phiên bản được làm lại vào năm 2017 ngoài việc vẫn giữ được vẻ ngoài giống với phiên bản cũ (một chú rùa nước ngọt), các tính năng mới của nó cũng đã được bổ sung, trong đó, có thể kể đến mức năng lượng dự trữ 41 giờ và có khả năng chống nước ở độ sâu 200m.

Breitling Transocean Chronograph

\$7.835



Trước khi James Bond đeo những chiếc đồng hồ của Omega (hay TAG Heuer hoặc Seiko), phương tiện để anh tính giờ các vụ nổ bom và liên lạc với tổ chức chính là những chiếc đồng hồ của Breitling. Có một giai thoại kể lại rằng mẫu đồng hồ Sean Connery được James Bond đeo trong phim Thunderball (1965) đã được mua ở chợ trời Anh với giá £25 và đến năm 2013, tại phiên đấu giá do Christie's tổ chức, cái giá của nó đã tăng lên hơn 5000 lần (\$160.175). Được biết, phiên bản Transocean Chronograph mới vẫn giữ được nét cổ điển từ thập niên 60 nhưng sẽ chạy trên 01 bộ chuyển động Caliber hiệu năng cao.

Tissot Heritage 1936

\$995



Chẳng phải ngẫu nhiên mà mẫu đồng hồ này có vẻ ngoài trông giống một chiếc đồng hồ bỏ túi cổ điển. Nó đã được giới thiệu lần đầu tiên vào năm 1936, thời điểm mà các thợ chế tác đồng hồ mới chỉ đang trong quá trình nâng cấp các mẫu đồng hồ bỏ túi thành đồng hồ đeo tay. Tại thời điểm đó, mặt số và vỏ case của đồng hồ bỏ túi gần như được giữ nguyên trong khi 02 bên vỏ case được hàn thêm các tai nhằm tạo điều kiện để khâu thêm dây đeo. 80 năm sau, phiên bản mới được nâng cấp vẫn mang màu sắc cổ điển, với logo và các chữ số. Và cũng giống như phiên bản gốc, nó sử dụng năng lượng từ bộ máy cơ tích trữ năng lượng bằng dây cót.

Panerai Radiomir 3 Days Acciaio

\$9.800



Panerai đã giới thiệu mẫu đồng hồ Panerai Radiomir 3 Days Acciaio vào cuối những năm 1930 cho những người nhái công tác tại Hải quân Hoàng gia Italia. Nhưng mãi đến những năm 1990, giới mộ điệu mới có thể mua những chiếc đồng hồ đặc biệt với vành bezel được chạm khắc 12 cạnh này. Phiên bản nâng cấp mới được làm từ thép không gỉ, tương tự như phiên bản cũ – đã được bán đấu giá với mức giá hơn \$75.000, và là một sự tái tạo gần như hoàn hảo. Nó có khả năng dự trữ năng lượng 72 giờ và một tinh thể sapphire trong suốt ở mặt sau.

TAG Heuer Monaco

\$5.900



Mẫu đồng hồ hình vuông, chống thấm nước và chức năng chronograph tự động đầu tiên trong lịch sử chế tác đồng hồ Thụy Sĩ đã được giới thiệu vào năm 1969. TAG Heuer Monaco đặc biệt nổi tiếng khi Steve McQueen (vai người lái xe) trong bộ phim Le Mans đã đeo chiếc đồng hồ này. Chiếc đồng hồ của McQueen sau đó đã được bán đấu giá vào năm 2012 với mức giá chốt là \$799.500. Phiên bản cập nhật của TAG Heuer sẽ có các tính năng như dự trữ năng lượng kéo dài 40 giờ và (cũng như phiên bản cũ) có một dây đeo bằng da dê lấy cảm hứng từ ngành công nghiệp xe hơi.

Rolex Oyster Perpetual Explorer

\$6.550



Khi Sir Edmund Hillary và Tenzing Norgay trở thành những người đầu tiên chinh phục đỉnh Everest, cao 29.092 feet (8.867m), vào năm 1953, trên tay họ là chiếc đồng hồ Rolex Oyster Perpetual. Rolex đã xin thông tin phản hồi từ bộ đôi này và sử dụng chúng làm cảm hứng chế tác nên phiên bản cập nhật Oyster Perpetual Explorer. Hiện nay, mặc dù phiên bản mới có phần góc cạnh hơn so với phiên bản cũ nhưng nó đã được bổ sung thêm bộ đệm giảm xóc và một bộ chuyển động có thể chống chịu được tác động mạnh mẽ từ các loại thời tiết.

Giai điệu KỶ ỨC

*NHỮNG CHIẾC HỘP DÙ CHỈ CHƠI DUY NHẤT
MỘT BẢN NHẠC NHƯNG ẨN CHỨA TRONG NÓ
LÀ CẢ MỘT CÂU CHUYỆN DÀI VỀ LỊCH SỬ,
VĂN HÓA VÀ NHỮNG TIẾP NỐI KHÔNG NGỪNG
NGHĨ NHẪM LƯU GIỮ LẠI QUÁ KHỨ VÀNG SON
CỦA NGHỆ THUẬT CHẾ TÁC THỦ CÔNG. CHÀO
MỪNG BẠN ĐẾN VỚI QUÊ HƯƠNG CỦA
HỘP NHẠC – SAINTE-CROIX.*

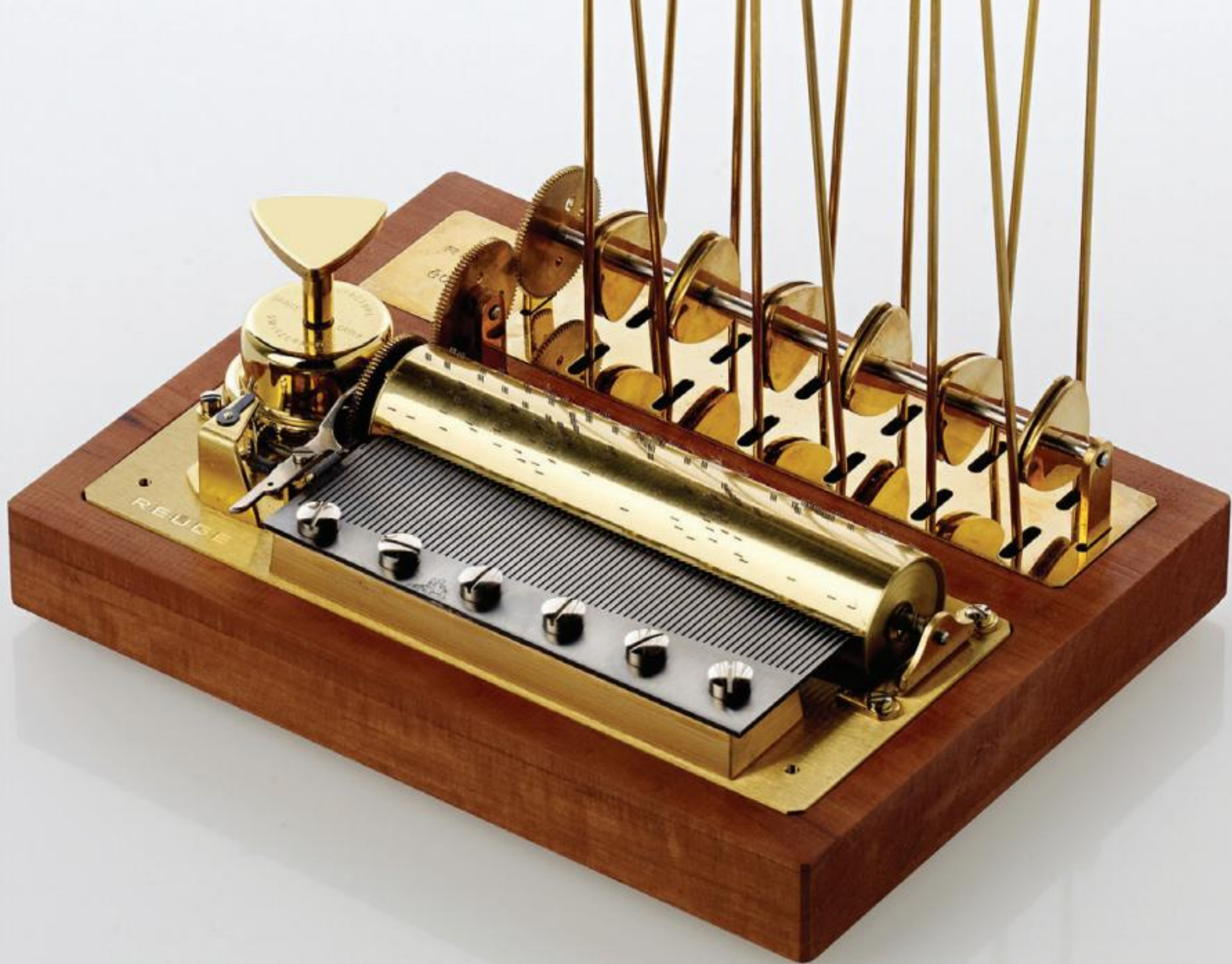
“

*Chiếc hộp diều kỳ có chứa cỗ máy phát nhạc bên trong thường là
tuyệt tác của nghệ thuật, với những mảnh ghép tinh tế, được khảm
nạm công phu trên những tấm gỗ quý hiếm nhất.*

”







Có một ngôi làng nhỏ ở trung tâm châu Âu, nằm nép mình trong Jura Mountains, thuộc bang Vaud, Liên bang Thụy Sĩ. Đó là vùng thung lũng Sainte-Croix, nơi từ lâu đã được nuôi dưỡng bằng thứ âm nhạc thuần khiết. Địa hình núi non hiểm trở cùng mùa đông lạnh lẽo đã biến đất đai ở nơi đây trở nên cằn cỗi. Nhưng cũng chính từ đó, sự sống được vươn lên nhờ âm nhạc và nghệ thuật. Chúng mang lại cho Sainte-Croix công việc và sự thịnh vượng, ít nhất cho đến trước khi MP3 và nhạc công nghệ số ra đời. Mặc dù hiện nay, những cái tên như Reuge, Thorens và Paillard thường không hoặc rất ít khi chia sẻ với các khách hàng về “liquid music” nhưng vào những năm 1950, mọi người trên khắp thế giới đã luôn mơ ước, nhảy múa, yêu và chia sẻ cảm xúc cùng những giai điệu tuyệt vời, phát ra từ những chiếc hộp nhạc và máy hát, được sản xuất ở vùng thung lũng này. Những người có may mắn ghé thăm vùng thung lũng bình yên Sainte-Croix có lẽ sẽ rất khó có thể tưởng tượng được rằng đã từng có thời điểm, vào thời kỳ hoàng kim của âm nhạc cơ khí, các nhà máy sản xuất những chiếc hộp nhạc ở nơi đây, đã tạo ra kế sinh nhai cho 10.000 người. Nhưng khác xa với các cuộc triển lãm mang tính giáo dục, bị bó hẹp trong các bảo tàng địa phương, các sản phẩm đến từ sự kết hợp hài hòa giữa nghệ thuật chế tác thủ công điêu luyện và công nghiệp vẫn tiếp tục tồn tại trong các xưởng chế tác của Reuge. Chúng tôi đã ghé thăm công ty vào thời điểm nó đang chuẩn bị chuyển sang các cơ sở mới. Chỉ cần như thế là đủ để chúng tôi có thể thả mình và khám

phá chút tàn dư cuối cùng, nơi mặt trời bên lên núp sau nhà máy chế tác tại vùng thung lũng này. Có một không gian gợi nhớ đặc biệt, một khu xưởng, nơi chứa chiếc lò đốt cũ, được sử dụng để tôi luyện các thanh lược. Ánh nắng nhẹ nhàng xuyên qua lớp màng mờ đục dày đặc bám vết trên những cánh cửa, những đòn bẩy, những thanh lò xo và hệ thống làm mát trong nhiều thập kỷ nhỏ từng giọt dầu và giữ lửa ở nhiệt độ 800°C. Những thanh lược được đập từ dải thép đặc biệt và gồm các răng lược đã được cắt: mỗi răng lược tương ứng với một nốt nhạc khác nhau, tùy thuộc vào chiều dài của răng và các nốt thấp hơn được gắn thêm quả nặng để tạo ra những âm thanh hoàn hảo nhất. Để ngăn chặn các chấn động đột ngột, một thanh giảm âm (damper) đặc biệt được làm từ chất liệu Kevlar (một loại sợi tổng hợp) đã được gắn kèm trong mỗi thanh răng. Trong quá khứ, những thanh giảm âm này được làm từ lông vũ và được trang trí thêm “enplumeuse” (đôi cánh).

Có lẽ, không cần phải giải thích quá nhiều về việc ngay cả hiện nay con người đã có các công cụ máy tính để hỗ trợ việc sản xuất và chế tác, các nghệ sĩ và các nghệ nhân thủ công vẫn phải là người giữ vai trò chính, bên cạnh đó, họ còn phải có khả năng cảm âm đặc biệt. Didier Cote, thợ hàn và thợ đánh bóng tại Reuge trong 30 năm qua, cũng đồng thời là một nhạc sĩ (ông thường chơi đàn synthesizer). Chất lượng âm thanh không chỉ được đánh giá thông qua đôi tai. Theo Cote giải thích, khi đánh bóng thanh lược, ông không sử dụng găng tay bởi ông cần phải “cảm” được đến mức độ nào thì kim loại đạt đến nhiệt độ thích hợp và cho ra âm sắc tốt nhất. “Trái tim” của mỗi hộp nhạc là thanh lược và ống xy lanh



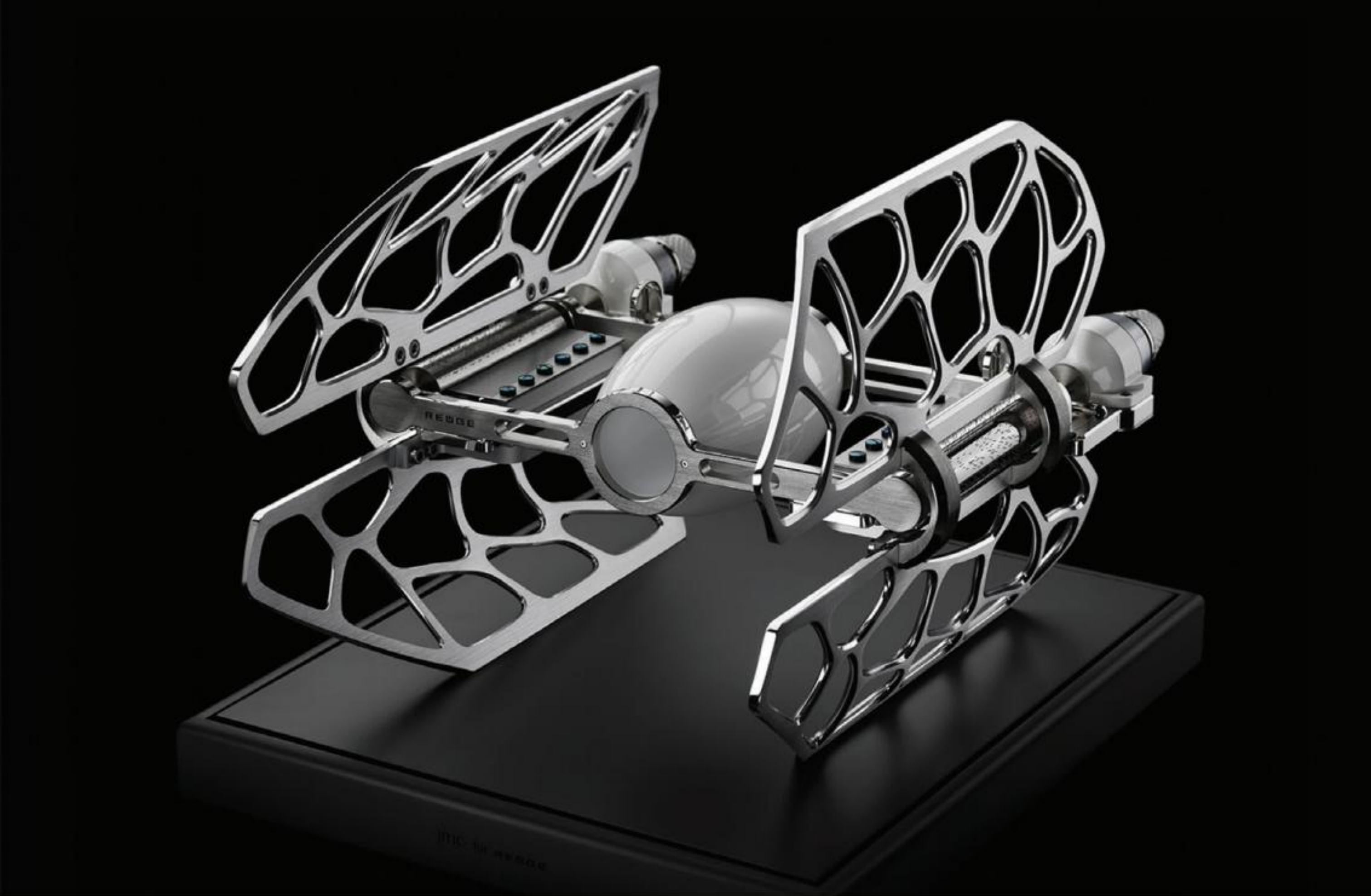


*NHỮNG GIAI ĐIỆU, NHỮNG CỔ MÁY TỰ ĐỘNG,
NHỮNG CHÚ CHIM HÓT... CHÚNG ĐUỜNG NHU THUỘC VỀ
VÙNG ĐẤT CỔ TÍCH, NHƯNG CHÚNG LẠI LÀ MỘT THỰC TẾ HỮU HÌNH
VÀ NÓ TỒN TẠI Ở SAINTE-CROIX. ĐÓ LÀ ĐIỀU MÀ BẠN MUỐN NHỚ MÃI. VÀ LẦN
SAU, NẾU CÓ MỘT NGƯỜI NÀO ĐÓ CỐ GẮNG KHẮNG ĐỊNH VỚI BẠN
VỀ SỰ VƯỢT TRỘI CỦA NHẠC KỸ THUẬT SỐ, HÃY...*

bằng đồng (brass cylinder). Trong đó, thanh lược tạo ra các nốt nhạc còn ống xy lanh bằng đồng lại đại diện cho bản đàn bè. Xylanh được khảm nạm hàng trăm, thậm chí hàng ngàn trục nhỏ xíu gắn trong các lỗ tương ứng với cách sắp xếp theo giai điệu cổ điển hay đương đại. Mỗi xy lanh có thể chứa tối đa 04 bản đàn bè: cơ chế chuyển động về một phía của xy lanh sau khi giai điệu đầu tiên đã hoàn tất sẽ cho phép răng của thanh lược chơi tiếp giai điệu trên bộ trục thứ 02. Một bước quan trọng khác trong việc xây dựng cấu trúc hộp nhạc là giai đoạn lót bên trong của xy lanh. Nhựa cây nóng chảy đặc biệt giúp làm đông các trục và tăng thêm độ cộng hưởng. Thành phần của chất nhựa này là một bí mật đã được giấu kín nhiều thập kỷ bên cạnh các công cụ đặc biệt khác được sử dụng cho việc chế tác tại Reuge. Chúng có quan hệ mật thiết với nguồn gốc sâu xa từ ngành công nghiệp chế tác hộp nhạc của vùng thung lũng Sainte-Croix. Một trong số đó là chìa vặn theo quán tính (inertial screwdriver) đặc biệt – chúng không được bày bán tại bất kỳ cửa hàng nào – được các thợ thủ công ở Reuge truyền cho nhau từ thế hệ này sang thế hệ khác.

Chiếc hộp điệu kỳ có chứa cỗ máy phát nhạc bên trong thường là tuyệt tác của nghệ thuật, với những mảnh ghép tinh tế, được khảm nạm công phu trên những tấm gỗ quý hiếm nhất. Sự “đồ bộ và oanh tạc” của công nghệ, từ những chiếc máy MP3, MP4 và

giờ là cách mạng công nghiệp 4.0 đã có tác động không nhỏ đến những cỗ máy phát nhạc, được xem là món đồ mang thiên hướng cổ điển mà xa xỉ này. Nhưng Reuge hoàn toàn không có cảm giác lo sợ khi bước vào thế kỷ 21 và chiếc hộp nhạc Music Machine 3 mới của nó là minh chứng rõ ràng nhất. Với thiết kế bề ngoài tương tự như chiếc máy bay chiến đấu trong Star Wars, hộp nhạc này là kết quả từ sự hợp tác với nhà chế tác đồng hồ danh tiếng MB&F. Trên thực tế, thuật chế tác đồng hồ có mối quan hệ lâu dài và mật thiết với thuật chế tạo hộp nhạc: Antoine Favre, người đã phát minh ra cỗ máy hình trụ và thanh lược (hay hộp nhạc đầu tiên trên thế giới vào năm 1796) là một thợ sản xuất đồng hồ. Gia đình Jaquet-Droz, vốn nổi tiếng với những cỗ máy tự động vào cuối thế kỷ 18, cũng là ví dụ tiêu biểu khi họ áp dụng thành công các cơ chế trong hộp nhạc để chế tạo nên chiếc đồng hồ chim hót đầu tiên trên thế giới và rất được yêu thích bởi tầng lớp quý tộc (họ dùng chúng để dạy những chú chim của mình học hót). Thừa kế truyền thống này, Reuge hiện là nhà sản xuất cao cấp còn sót lại cuối cùng, sản xuất những chiếc hộp nhạc. Những bản nhạc tuyệt diệu của họ được tạo ra bởi những ống sáo nhỏ được thổi bởi những ống gió với máy quay cực nhỏ. Lòng vũ thường là lòng thật, bên cạnh lòng giả được sử dụng đối với những loài quý hiếm hoặc cần được bảo vệ.





KHÔNG HẸN MÀ GẶP, CÁC THƯƠNG HIỆU ĐỒNG HỒ SANG TRỌNG ĐANG CÓ CÙNG TIẾNG NÓI CHUNG VỀ CẢM HỨNG CHẾ TÁC: NHỮNG MẶT SỔ TRẮNG MEN ĐƯỢC VẼ BẰNG TAY, SỬ DỤNG PHƯƠNG PHÁP KỸ THUẬT ĐÃ CÓ TỪ NHIỀU THẾ KỶ TRƯỚC, NUNG TRONG LÒ VÀ TẠO RA LỚP MEN VỚI ĐỘ HOÀN THIỆN HOÀN HẢO VỀ MÀU SẮC.

SỰ TRỞ LẠI CỦA MẶT SỔ TRẮNG MEN

“Tôi gần như sẽ gọi đó là sự hồi sinh của nghệ thuật tráng men,” Patrik Hoffmann, Giám đốc điều hành của Ulysse Nardin nhấn mạnh. “Các khách hàng hiện nay đang ngày càng cảm nhận sâu sắc hơn về giá trị thực của những chiếc đồng hồ tráng men - những tác phẩm được thực hiện bằng tay.”

Những chiếc đồng hồ tráng men đã được thể hiện trên hơn một nửa số đồng hồ của Ulysse Nardin, giới thiệu trong tháng 01 tại Salon International de la Haute Horlogerie (SIHH) ở Geneva. Chẳng hạn, những mẫu đồng hồ Jade Grand Feu đã được cung cấp các mặt sổ trắng men với màu sắc mãnh liệt: đỏ thẫm, xanh da trời và thép xám; mẫu đồng hồ Marine Tourbillon Grand Feu lại có mặt sổ trang nhã trong lớp men trắng mềm mại. (“Grand Feu”, hay lửa lớn, là thuật ngữ dùng để mô tả kỹ thuật tráng men truyền thống, nơi mặt sổ sẽ được nung nóng trong lò).



Những mẫu đồng hồ trắng men gần đây của Piaget gồm một tác phẩm, kỷ niệm 60 năm mẫu đồng hồ Altiplano ra đời, với mặt số màu xanh ngát.

Một vài mẫu đồng hồ mới nhất của Vacheron Constantin cũng bao gồm các mặt số trắng men, như Métiers d'Art Copernicus Grand Feu Enamel với mặt số trắng men, được trang trí nhằm mô tả chi tiết về Trái đất, hoàn thiện với các đại dương màu xanh nhạt và được bao quanh bởi các biểu tượng thiên văn: một con cua màu đỏ thẫm đại diện cho cung Cự giải và một chú sư tử vàng tươi đại diện cho cung Sư tử. Mẫu đồng hồ này có giá khoảng \$130.000.

Chi phí dành cho việc chế tác những chiếc đồng hồ trắng men thường cao hơn khá nhiều so với chi phí dành cho những chiếc đồng hồ khác. Một trong những lý do là bởi một phần do các yêu cầu cao cần thực hiện. Theo Claude-Eric Jan, Giám đốc của Donzé Cadrans, một công ty chuyên chế tác mặt số, cần mất ít nhất 05 tiếng để tạo nên một mặt số được tráng men đơn giản với một màu đơn. Những mẫu đồng hồ càng phức tạp càng mất nhiều thời gian, chẳng hạn như mẫu đồng hồ kết hợp các kỹ thuật như cloisonné, với các dây được bố trí để tạo ra các thiết kế phức tạp, có thể mất đến 60 giờ.

Trong suốt quá trình tráng men, các mặt số được phủ các lớp màu sắc mạnh, lặp đi lặp lại trong lò nung, ở nhiệt độ hơn 1.470 độ F (khoảng 800 độ C), để làm tăng thêm chiều sâu cho mặt số.

Donzé Cadrans - ở Le Locle, Thụy Sĩ, cách Geneva 02 giờ lái xe - là một trong số ít các công ty chuyên về đồng hồ trắng men truyền thống. ("Cadrans" là một từ tiếng Pháp, có nghĩa là mặt số. Công ty được thành lập năm 1972 bởi Francis Donzé và sau đó được Ulysse Nardin mua lại vào năm 2011). Hiện nay, 60% doanh số của Donzé Cadrans đến từ công ty sở hữu nó - tập đoàn xa xỉ Kering. Bên cạnh đó, nó cũng thực hiện chế tác mặt số cho các công ty như Patek Philippe.

Một nhà chế tác trắng men khác, Anita Porchet, có trụ sở tại Corcelles-le-Jorat, Thụy Sĩ, là nhà chế tác mặt số thân thiết của Piaget và Hermès. Nó thường xuyên sử dụng các kỹ thuật như champlevé, thêm các hoa văn chạm khắc, trong quá trình tráng men. Nhu cầu cho các tác phẩm trắng men luôn không ngớt. "Tôi luôn bận rộn 150%", cô cho biết.

Sự khéo léo, tỉ mỉ trong chế tác cùng sự khan hiếm về nguồn hàng giúp những chiếc đồng hồ trắng men tỉ mỉ luôn thu hút được sự chú ý từ những người am hiểu về đồng hồ. "Bạn hướng mục tiêu là một

nhà sưu tập," Franck Touzeau, Giám đốc tiếp thị toàn cầu và Giám đốc thị trường tại Piaget giải thích. "Đây có thể là mẫu đồng hồ với mặt số độc nhất vô nhị mà bạn có thể tìm thấy trên thị trường".

Brian Duffy, Giám đốc điều hành của Aurum Holdings, công ty thuộc hiệp hội Watches of Switzerland, nhà bán lẻ người Anh này đã bán được rất nhiều mẫu đồng hồ cho các thương hiệu cao cấp như Rolex, A.Lange & Söhne và Audemars Piguet, cho biết đồng hồ đeo tay trắng men "bán rất, rất chạy."

"Lý do là bởi có rất ít những mẫu đồng hồ được tráng men bằng tay hoàn hảo," ông cho biết. "Chỉ có một số lượng hạn chế được sản xuất, và đó là điều tạo nên sự hiếm hoi và ham muốn sở hữu chúng." Đồng hồ trắng men của Patek Philippe là một ví dụ, có một danh sách dài các khách hàng chờ đợi.

Sự hiếm có, tỉ mỉ cũng như sự khéo léo trong chế tác thủ công bằng tay và số giờ cần thiết để chế tác nên một mặt số hoàn hảo không phải toàn bộ lý do để biến những chiếc đồng hồ trắng men trở nên quý hiếm và được săn đón. Trên thực tế, "các nghệ nhân của chúng tôi sẽ chỉ cho bạn thấy rằng thế nào là chẳng có gì bị kiểm soát hoàn toàn," Christian Lattmann, Giám đốc điều hành của thương hiệu Jaquet Droz, trụ sở chính tại La Chaux-de-Fonds, Thụy Sĩ giải thích. "Chẳng hạn, nếu không khí quá ẩm, nếu trời quá nóng, thì thời tiết sẽ biến đổi quá trình. Nghe có vẻ buồn cười nhưng đó hoàn toàn là sự thật".

"Một ngày nọ, chúng tôi không biết tại sao, nhưng khi các nghệ nhân đặt mặt số vào lò nung, những bọt tăm xuất hiện," ông cho biết. "Chẳng thể kiểm soát mọi thứ". Ông Jan cũng đồng ý. "Một ngày nọ, đó là cơn ác mộng đối với chúng tôi," ông nói,

"chúng tôi không biết chính xác tại sao. Bạn không có giải pháp thực sự". Rất nhiều mặt số bị loại bỏ vì không hoàn hảo trong quá trình sản xuất.

Các mặt số màu trắng là những mặt số dễ bị hỏng nhất: 75% số lượng sản xuất, theo Jan cho biết, không thể sử dụng được vì các khuyết điểm và bọt bóng.

Bên cạnh đó, việc học các kỹ năng cũng không phải chuyện dễ dàng. "Không có trường đào tạo nghệ thuật tráng men chính thức, chuyên nghiệp," ông Hoffmann của Ulysse Nardin giải thích. "Không có huấn luyện. Không có công thức học nghề để bạn có thể học và làm theo." Vì thế, để đối mặt với nhu cầu mạnh mẽ từ thị trường, công ty đã tạo ra một bước đột phá: 02 nhân viên được cử đến Donzé Cadrans và học nghề như một động thái trong một phần của kế hoạch dài hạn cho thương hiệu.





GRANDE SONNERIE HÀNH TRÌNH 11 NĂM

ĐÃ 11 NĂM TRÔI QUA KỂ TỪ NHỮNG NỖ LỰC ĐẦU TIÊN TRONG VIỆC TẠO RA CÁC CỖ MÁY ĐẾM GIỜ PHỨC TẠP NHẤT. CÙNG CHIÊM NGŨNG CÁC KIỆT TÁC MỚI NHẤT TẠI SIHH 2017 CỦA CÁC NHÀ CHẾ TÁC ĐỒNG HỒ DANH TIẾNG TỪ LANGE VÀ GREUBEL FORSEY ĐẾN PIAGET VÀ VCA.

Hội chợ đồng hồ thường niên SIHH (Salon International de la Haute Horlogerie) năm 2017 diễn ra từ ngày 16 đến 20/01/2017 tại Genève, Thụy Sĩ đã giới thiệu đến giới mộ điệu những kiệt tác đồng hồ mới nhất với các chức năng phức tạp nhất. Grande Sonnerie – báo giờ tự động hay còn gọi là chuông hiệu – luôn được đánh giá là chức năng đòi hỏi kỹ thuật phức tạp nhất trong nghề chế tác, cho phép đồng hồ tự động kêu. Đó luôn là một trong các tiêu chí dành cho chất lượng của một chiếc đồng hồ. Và dưới đây là 04 mẫu Grande Sonnerie ấn tượng nhất SIHH năm nay.



1. Piaget Altiplano Tourbillon High Jewellery

Bộ sưu tập Altiplano siêu mỏng của Piaget đã bước sang tuổi 60 và ngôi sao của bộ sưu tập kỷ niệm sự kiện này chính là chiếc đồng hồ tourbillon đầu tiên của nó: Piaget Altiplano Tourbillon High Jewellery. Vòng bezel được tô điểm bằng 48 viên kim cương giác cắt Baguette (giác cắt hình quả lê) và 265 viên kim cương giác cắt Brilliant (giác cắt nhiều mặt); trong khi đó mặt số đồng hồ bằng vàng với họa tiết Guilloché và được phủ bằng một lớp men màu xám lam.

2. Van Cleef & Arpels Automate Fee Ondine Extraordinary Object

Những bộ não sáng tạo cùng trí tưởng tượng tuyệt vời của Van Cleef & Arpels có thể không còn tập trung trong phạm vi những chiếc đồng hồ nhưng mẫu đồng hồ The Automate Fee Ondine là chiếc đồng hồ Extraordinary Object đầu tiên của thương hiệu chế tác kim hoàn này và nó còn mang ý nghĩa nhiều hơn cả chính tên gọi của mình. Với việc hợp tác cùng thương hiệu chế tác những cỗ máy tự động – Francois Junod – Van Cleef & Arpels đã tạo nên chiếc đồng hồ mang trong mình mọi yếu tố có khả năng hoạt động linh hoạt, từ cô tiên và những cánh hoa đến những con bướm rung rinh vây cánh và hoa lily lấp lánh.



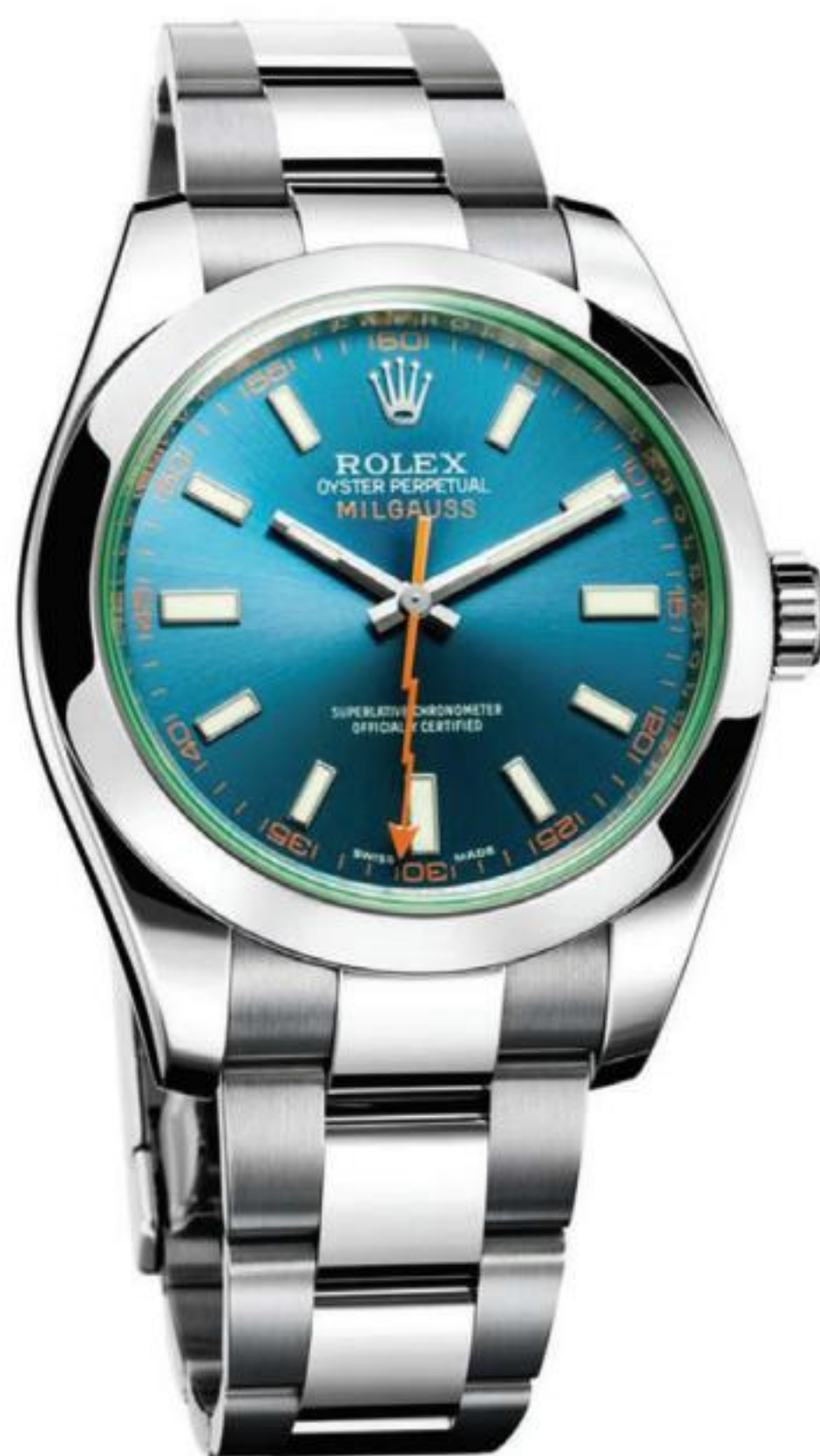
3. Tourbograph Perpetual 'Pour Le Merite' của A. Lange & Söhne

Walter Lange có thể đã qua đời (ngày 17/01/2017) nhưng những di sản ông để lại cho thương hiệu đến từ nước Đức vẫn luôn còn mãi. Đó là sự kết hợp và pha trộn nhuần nhuyễn giữa tính hiện đại và truyền thống trong các tuyệt phẩm nghệ thuật chế tác và mẫu đồng hồ Tourbograph Perpetual 'Pour Le Merite' chính là ví dụ điển hình. Cũng giống như "người tiền nhiệm" của nó, Tourbograph 'Pour Le Merite' 2005, phiên bản 2017 là mẫu đồng hồ Split Seconds Chronograph (đồng hồ sử dụng 02 kim giây trùng nhau) với bộ máy tourbillon, bánh côn và dây xích. Bên cạnh đó, đây cũng là một trong những bộ sưu tập đầu tiên của thương hiệu có sử dụng chức năng lịch vạn niên trên chiếc đồng hồ.



4. Grand Sonnerie Greubel Forsey

11 năm nghiên cứu và lao động miệt mài đã giúp đội ngũ của Greubel Forsey gặt hái được trái ngọt khi cuối cùng, chiếc đồng hồ điểm chuông đầu tiên và cũng là chiếc đồng hồ phức tạp nhất từ trước đến nay của họ đã được giới thiệu. Greubel Forsey Grand Sonnerie không chỉ là cỗ máy phức tạp như chính tên gọi của nó mà đây còn là niềm tự hào về một chiếc đồng hồ điểm chuông báo giờ nhỏ nhắn, điểm chuông theo phút và tourbillon nghiêng 24 giây. Đặc điểm ấn tượng nhất của chiếc đồng hồ này chính là việc tổng cộng 935 bộ phận của nó chỉ gói gọn trong một vỏ case đường kính chỉ 43,5 mm và dày 16,13 mm.



CƠ CHẾ BẢO VỆ ĐỒNG HỒ

KỂ TỪ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP LẦN THỨ 03 (1969) VÀ GIỜ LÀ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0, ĐIỆN LUÔN LÀ MỘT TRONG NHỮNG NGUỒN NĂNG LƯỢNG QUAN TRỌNG NHẤT. NHƯNG CHÍNH NGUỒN NĂNG LƯỢNG NÀY (CÓ MẶT Ở KHẮP MỌI NƠI) LÀ KẼ THÙ SỐ 01 CỦA NHỮNG CỖ MÁY ĐẾM GIỜ. ĐÓ CHÍNH LÀ LÝ DO VÌ SAO, NHỮNG CHIẾC ĐỒNG HỒ KHÁNG TỪ ĐANG PHỤC HƯNG TRỞ LẠI VÀ (HƠN LÚC NÀO HẾT) ĐẶC BIỆT CẦN THIẾT.

C hức năng cơ bản của một chiếc đồng hồ là để xem giờ. Nhưng, bên cạnh đó, với những chiếc đồng hồ hiện đại, đó còn phải là những cỗ máy có khả năng chịu đựng được các điều kiện môi trường khắc nghiệt nhất: “lạnh lặn” sau vụ va chạm xe hơi tại giải đua F1; có thể chịu được áp lực nước ở độ sâu hàng trăm mét dưới đáy biển; hoặc “đơn giản hơn”, có thể trở về “an toàn” sau chuyến hành trình bay vào vũ trụ.

Nhưng xu hướng của năm nay không phải những mẫu đồng hồ lặn biển hay đồng hồ chronograph mà là đồng hồ kháng từ với 02 cái tên tiên phong: IWC và Omega. Không giống những cuộc chiến với các cột giao thông an toàn hay cá mập dưới biển sâu, từ tính là mối nguy luôn rình rập xung quanh những chiếc đồng hồ cơ. Chúng ta đang sống trong món “soup từ tính” vô hình với điện thoại, máy tính, và (thậm chí) tủ lạnh. Chúng lan tỏa và có thể tàn phá bộ máy của chiếc đồng hồ. Mở tủ lạnh lấy đồ uống, sử dụng tivi, điện thoại hay máy tính ...trên thực tế, là hành vi “giết chết” đồng hồ cơ. Trên thực tế, trong trường hợp thiếu may

mắn, chiếc đồng hồ cơ cũ của bạn có thể bị từ trường tấn công và bắt đầu chạy nhanh hơn. Nguyên nhân là do dây tóc đồng hồ bị từ hóa và dính lại với nhau, do đó chúng trở nên ngắn hơn. Nhưng đó không phải tác động duy nhất. Không cần quá am hiểu về kỹ thuật bạn cũng có thể nhận ra một chiếc đồng hồ bị từ hóa với các biểu hiện không thể đoán biết trước, ví dụ như việc dừng lại đột ngột.

Các tác động của từ tính có thể bắt nguồn từ nhiều nguyên nhân khác nhau và tệ hơn là ngay cả những đồ vật tưởng chừng “thân thiện” với đồng hồ. Có một cách dễ dàng để kiểm tra tác động của từ tính lên đồng hồ: Bạn chỉ cần đặt một chiếc la bàn bên cạnh đồng hồ; nếu kim bắt đầu di chuyển bất thường, đó là dấu hiệu, và bạn nên mang nó đến ngay tiệm sửa chữa. Tuy nhiên, ngay cả khi việc sửa chữa được tiến hành theo tiêu chuẩn, gồm cả sửa bộ máy nhờ xung điện từ lớn, trong một số trường hợp đặc biệt, chiếc đồng hồ của bạn có thể bị nhiễm từ mạnh hơn. Đó là lý do tại sao những người theo chủ nghĩa cấu toàn thường gợi ý nên thực hiện từng khâu với từng bộ phận riêng lẻ của đồng hồ - có nghĩa là tháo toàn bộ bộ máy.

Khi đi du lịch, tôi sạc điện thoại của mình vào ban đêm, đặt tránh xa đồng hồ, với mục đích giảm 8h nhiễm từ. Vì thế, để giúp giảm bớt sự bất tiện mà những người đi công tác thường gặp phải, đồng hồ kháng từ có thể là một giải pháp. Một lần nữa, sự quan tâm của mọi người thay vì phần công nghệ là bản thân chiếc đồng hồ. Hầu hết những mẫu đồng hồ kháng từ xa xỉ là các mẫu của Rolex từ những năm 1950.



Trở lại thời điểm ra mắt, Rolex Milgauss là một phần trong chiến lược tool watch – những mẫu đồng hồ chuyên dụng – của Rolex. Rolex Explorer, như tên gọi của nó, dành cho việc thám hiểm; Rolex Submariner dành cho thợ lặn; Rolex GMT Master cho phi công và nhân viên ngành hàng không; và Rolex Milgauss dành cho những người làm việc trong các lĩnh vực liên quan đến từ trường: nhân viên X quang, nhân viên nhà máy điện, các nhà vật lý. Một số người cho rằng Milgauss là chiếc đồng hồ dành cho các nhân viên lập trình máy tính. Không có gì ngạc nhiên khi mỗi mẫu đồng hồ giúp nam giới tự định nghĩa bản thân họ là ai. Các mẫu Explorer, Submariner và GMT Master đã có doanh số bán rất tốt và vẫn được giữ lại trong các dòng sản phẩm của Rolex. Nhưng, Milgauss, với bộ máy được bảo vệ với vỏ case bằng sắt



chịu được tác động của từ tính, hoạt động theo nguyên tắc cấu tạo lồng Faraday đã không làm tốt như vậy. Nó được sản xuất với số lượng hạn chế và ngày càng giảm dần.

Trong nhiều năm, Milgauss vẫn giữ một ghi chú: Chỉ dành cho vài người đam mê. Nhưng chỉ trong vòng hơn một thập kỷ, những câu chuyện đặc biệt đã xảy ra. “Thậm chí cho đến tận cuối những năm 1990, những mẫu đồng hồ Milgauss chỉ có giá khoảng £4.000 - £6.000 tại các phiên đấu giá. Nhưng khoảng 10 năm sau, vào năm 2000, một khách hàng đã đến gặp tôi và cho biết rằng ông ta đã nhìn thấy chiếc Milgauss ‘tia sét’ tại một phiên đấu giá,” Danny Pizzigoni, chủ cửa hàng bán lẻ đồng hồ cổ Watch Club nhắc lại câu chuyện của mình. Rolex Milgauss ‘tia sét’ là chiếc đồng hồ được chú ý nhiều nhờ một kim giây nhiều cạnh nhọn giống như tia sét. “Tôi nói với người đó rằng đây là chiếc đồng hồ tuyệt vời nhưng con số lớn nhất mà anh ta nên trả là £7.000. Và anh ta đã mua nó với giá £14.000. Thật sự điên rồ! Đó là chiếc đồng hồ có nguồn gốc, đóng hộp và có giấy tờ chứng nhận. Và với một chiếc như vậy, giá của nó hiện nay khoảng £100.000 - £150.000. Thậm chí còn điên rồ hơn!”

Hoàn toàn không nghi ngờ gì khi nhu cầu của các nhà sưu tập đang tăng lên. Rolex đã giới thiệu phiên bản Milgauss mới vào năm 2007, hoàn thiện với kim tia chớp và các tính năng nhằm nâng cao khả năng bảo vệ từ tính. “Khoảng thời gian này, một số nhà sáng tạo của Rolex đã phát triển khả năng của Milgauss để giúp nó có thể kháng từ lên đến 1.000 gauss (đơn vị từ trường),” thông cáo của thương hiệu ở thời điểm đó. “Lớp bảo vệ đầu tiên là các tấm lá chắn từ trường bằng các hợp kim sắt được Rolex lựa chọn. Lớp bảo vệ thứ 02 trang bị dây tóc Parachrom màu xanh, được phát triển bởi Rolex bằng hợp kim niobium, zirconium và oxy. Lớp bảo vệ cuối cùng là bánh xe làm từ niken-phospho vô định hình, một loại vật liệu thuận từ tính mới nhằm kháng từ.”

Tất cả đều rất tốt, nhưng điều đã làm cho một trong ba mô hình Milgauss mới trở thành phiên bản đặc biệt là: kính xanh của nó. GV Milgauss (£5.500) đã trở thành biểu tượng không chỉ vì tính kháng từ bên trong mà còn là màu sắc của nó.

Vào thời điểm chiếc Milgauss ra đời lần đầu tiên, nó không phải chiếc đồng hồ duy nhất tạo nên sức hút về khả năng kháng từ. Vào năm 1957, thương hiệu Omega đã giới thiệu dòng sản phẩm thứ 02 trong series đồng hồ Master của mình, Railmaster. Cũng giống như tên gọi của mình, ẩn ý của Omega trong phiên bản này để



cập đến tính chính xác của một chiếc đồng hồ (sau khi mọi người luôn phải chờ đợi những chiếc tàu hỏa đến đúng giờ ở Thụy Sĩ). Railmaster ám chỉ sự gia tăng của điện khí hóa đường sắt và việc sử dụng động cơ điện tràn lan đã ảnh hưởng đến những cỗ máy đếm giờ. Railmaster có vỏ case bằng hợp kim mu-metal, tự hào về việc sử dụng những vật liệu tiên tiến nhất. Mẫu đồng hồ kháng từ mới nhất của Omega - Seamaster Aqua Terra 15.000 Gauss – thực sự là bước tiến lớn về mặt công nghệ khi cho phép khả năng kháng từ lên đến 15.000 gauss, một con số vô cùng ấn tượng mà chưa từng thương hiệu nào làm được và nó cũng đánh dấu bước chuyển hướng đột phá của Omega khi toàn bộ bộ chuyển động của nó sẽ được nâng cấp khả năng kháng từ vào năm 2017.

Cũng giống như Rolex, những chiếc Railmaster cổ hiện ngày càng được giới sưu tầm để ý đến và tại hội chợ Basel năm nay, diễn ra vào tháng 05, thương hiệu này đã giới thiệu một bộ máy mới – Co-Axial Caliber 8508 (khoảng £4.150) – được chế tác nhờ các thành tựu nghiên cứu từ các nhà nghiên cứu ma sát, các nhà luyện kim và các kỹ sư tập đoàn Swatch Group, công ty mẹ của Omega. Kết quả là một bộ máy mới với khả năng chống từ 15.000 gauss và không phải dùng đến “lồng sắt” được ra đời. Thêm nữa, nó cũng sử dụng các vật liệu phi kim cho bộ phận chuyển động, trong đó một số sáng chế đang chờ giải quyết.



Thật vậy, những tiến bộ trong việc sử dụng các thành phần silicon và các vật liệu ngày càng trở nên phổ biến đã cho phép tăng cường độ kháng từ cho một số lượng lớn đồng hồ. Nhưng rõ ràng vẫn có một sự thu hút không nhỏ đối với giới sưu tập trong những mẫu đồng hồ chủ động phô trương sức mạnh kháng từ. Mẫu IWC Ingenieur là một trong những cái tên được ưa thích nhất. Khoảng 60 năm trước, Giám đốc kỹ thuật huyền thoại của IWC, Albert Pellaton đã cho ra đời phiên bản Operation Ingenieur, và trở thành mẫu đồng hồ được yêu mến rộng rãi (với logo tia chớp trên mặt số).

Trong nhiều năm qua, Ingenieur đã có nhiều biến thể khác nhau, nhưng phiên bản Gérald Genta 1976, có tính năng tích hợp vỏ case và phong cách vòng tay mà Genta đã đánh dấu trên Audemars Piguet Royal Oak 1972 và Patek Philippe Nautilus 1976 là phiên bản yêu thích nhất của tôi.

Cho dù đó là sự nguy hiểm của từ trường hiện đại, cách duy nhất để tìm ra là thực hiện các hoạt động có nguy cơ cao như mở tủ lạnh và đi ngủ cùng với đồng hồ bên cạnh chiếc điện thoại di động của bạn.



claudio bernard
swiss made watches

BORN IN LES GENEVEZ, SWITZERLAND*



Your time is precious

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

www.claudebernard.ch



PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN: LÂM TRẦN LTD. Tel: +84.28 3824 4213

Tp. Hồ Chí Minh: WATCH GALLERY Parkson Saigon Tourist: 028.22101653 • Parkson Hùng Vương: 028.22430318 • HẢI TRIỀU 188A Trần Quang Khải: 01253 246810 • **THÀNH PHÁT** Saigon Center: 028.38213231 • **Hà Nội:** ĐỒNG HỒ TỐT Big C Thăng Long: 0983987968 • Savico Mall: 0935618668 • Royal City: 0935618668 • A&M Trảng Tiến Plaza: 024.35160868
Aeon Mall Long Biên: 024.66686999 • Vincom Hai Bà Trưng: 024.22200268 WATCH GALLERY Lotte Department Store: 024.33332163 • DUY ANH Times City: 024.22148335 • 212 Phố
Huế: 024.22148336 • REAL WATCH Garden Mall: 0904629989 • HẢI TRIỀU 80 Cửa Bắc: 01253 246810 • **Hải Phòng:** WATCH GALLERY Parkson TD Plaza: 031.38602161 • 51 Hoàng
Văn Thụ: 031.3754488 • **Hà Long:** SK TIME Vincom Hà Long: 0903634373 • **Lạng Sơn:** CTY THÀNH SƠN 31A Bắc Sơn: 025 3775885

<https://tieulun.hopto.org>

CÂY VIOLIN CỦA DÀN NHẠC GT



MERCEDES AMG GT C ROADSTER

Dàn giao hưởng GT dường như đang lạc nhịp. Nó trôi nổi lênh bênh trên sóng nước và bước những bước đi khập khiễng trên con đường của mình. Đó có thể là chiếc Bentley hay một chiếc Aston Martin cỡ lớn. Nó không kiểm soát thân thể rắn chắc, phóng túng và nhanh nhẹn của mình. Nhưng, phiên bản Mercedes-AMG GT mới tạo nên cảm giác rất khác, giống với một chiếc xe thể thao đẳng cấp hơn là một chiếc xe thể thao chạy đường dài (GT) sang trọng tinh tế.

Có một sự thật là kể từ lần đầu xuất hiện, cứ mỗi lần nhắc đến Mercedes-AMG GT, người ta sẽ nghĩ ngay đến một chiếc xe bắt mắt, chạy nhanh đến độ bất thường và rất khó để kiểm soát. Quá khứ của AMG GT là rất quan trọng trong trường hợp này, bởi lẽ phiên bản mới nhất sẽ tạo ra cái nhìn hoàn toàn khác về nó với sự điều hướng và cải tiến tốt hơn cả về thiết bị lái và hiệu suất. Mercedes đã thay đổi cơ cấu thanh răng với tỉ lệ hợp lý hơn, có nghĩa là việc điều khiển chiếc xe sẽ trực quan hơn và dễ kiểm soát hơn, cho phép bạn đậu xe đúng nơi bạn muốn, và đem lại cảm giác an toàn khi lái.

AMG GT C mới là phiên bản thứ 04 trong chuỗi sản phẩm GT, nằm ngay phía trên dòng sản phẩm GT S thế hệ thứ 02 và ngay dưới dòng sản phẩm hạng sang GT R. Phiên bản Coupe sẽ được khởi động trong thời gian tới, nhưng Mercedes đã chọn cách khởi động GT C như phiên bản Roadster đầu tiên. Phiên bản động cơ 4 lít V8 twin-turbo (tăng áp kép) giúp xe có khả năng đạt đến công suất 557 hp. Nói đơn giản, GT C đạt công suất nằm ở giữa khoảng công suất động cơ giữa 510 hp của phiên bản S và 585 hp của phiên bản R. Xe có mô men xoắn cực đại là 680 Nm (từ 1900 vòng/phút tới 5750 vòng/phút).

Nhưng GT C không phải cầu nối của 02 phiên bản này. Trên thực tế, nó có sao chép phần cứng từ phiên bản R, nhưng đó không phải yếu tố đặc biệt nhất. Một chút sự sao chép chủ yếu được tìm thấy ở phần phía sau xe. Các má phanh phía sau rộng hơn 57 mm so với xe GT cỡ nhỏ, thêm vào đó là hình dạng và kích thước vành bánh phía sau rộng hơn 44 mm, lốp sau rộng hơn 10 mm và có đường kính 20 inch thay vì chỉ 19 inch. Ngoài ra còn có một số bộ phận kiểm soát vì sai trượt giới hạn bằng điện tử thay vì động cơ thủy lực được tìm thấy trong các phiên bản GT cỡ nhỏ, phản ứng chậm hơn và ít chính xác hơn trong cách phân phối mô men xoắn.

Các thay đổi lớn chủ yếu nằm ở hệ thống lái chỉ đạo bánh sau. Được giới thiệu lần đầu tiên trên phiên bản GT R, đơn giản mà nói, các bánh sau của xe sẽ quay ngược hướng với các bánh trước khi xe chạy ở vận tốc dưới 100 km/h nhằm thu hẹp khoảng cách giữa trục trước với trục sau của xe và giúp xe trở nên nhanh nhẹn hơn. Trong khi đó, nếu vận tốc xe là trên 100 km/h, bánh sau sẽ quay cùng hướng với bánh trước để giúp xe ổn định hơn.

Mặc dù bộ điều chỉnh AMG Ride Control GT C là phù hợp với tiêu chuẩn, nhưng điều khiển xe ở tốc độ thấp là rất khó khăn, dù nó đã cải thiện tốc độ. Một lần nữa, AMG GT nhắc bạn rằng nó là một chiếc xe thể thao thay vì một chiếc GT thông thường. Với mui xe trần, rất khó để nói toàn bộ phần mui được thu vào và cấu trúc của nó vẫn tạo cảm giác khá cứng. Thiết bị lái là sự cải tiến đáng kể so với các phiên bản AMG GT ban đầu. Tuy nhiên, sự cải tiến này không hoàn toàn chỉ dựa vào hệ thống dẫn động bánh sau, bởi một chiếc GT được cấp nhập cảnh mà chúng tôi đã lái trong lần thử nghiệm đầu tiên, không được trang bị đầy đủ, vẫn tạo ra cảm giác rất tuyệt vời. Thay vào đó, hệ thống dẫn động bánh sau giúp chiếc

xe có cảm giác ngắn hơn khi trượt giữa góc bánh răng thứ 02 và thứ 03, giúp đưa trục xe trước lại gần chỗ bạn ngồi.

Với cách bố trí trục xuyên, đặt hộp số ly hợp đôi giữa các bánh sau, GT C có lực kéo lớn, được hỗ trợ bởi LSD điều khiển điện tử. Mặc dù có vẻ cứng nhắc nhưng chiếc xe vẫn rất mềm mại khi vượt qua các chướng ngại vật trên đường và giúp bạn không cảm thấy lúng túng. Vành bánh xe phía sau rộng hơn giúp chiếc xe có cảm giác ổn định hơn và được hỗ trợ tốt hơn bao giờ hết thông qua phần sau xe. Với trọng lượng trung bình và phần lớn khối lượng nằm trong hai trục, GT C là chiếc xe uyển chuyển và nhanh nhẹn, "bắt góc" dễ dàng như một chiếc xe trọng lượng nhẹ.

Động cơ cực kỳ mạnh mẽ và rất nhạy, trong khi hộp số nhanh và trơn tru. Thả mui xe và thưởng thức những âm thanh sâu, tiếng ồn ào vào trong cabin, chiều dài bạn đến một trong những âm thanh khuấy động nhất của bất kỳ xe turbo nào. Về nhược điểm, GT C Roadster có thể tạo ra nhiều tiếng ồn hơn trên những chuyến đi đường dài và ghế ngồi không cong. Mặc dù vậy, nó được xem là chiếc AMG GT tốt nhất từng được sản xuất!

Cabin là điểm nổi bật thực sự, với vị trí ghế ngồi tuyệt vời và sự trau chuốt cũng như kiểu dáng hoàn hảo theo tiêu chuẩn rất cao.



CÔNG NGHỆ ĐỘT PHÁ TƯƠNG LAI

*NHỮNG CÔNG NGHỆ MỚI
NHẤT ĐANG ĐƯỢC THỰC
HIỆN NHẪM MANG ĐẾN
CHO CÁC HÀNH KHÁCH
NHỮNG LÝ DO MỚI ĐỂ TẬP
TRUNG VÀO HÀNH TRÌNH
THAY VÌ ĐÍCH ĐẾN!*

Nói một cách dễ hiểu thì: “Tương lai là đây”. Công nghệ vươn lên đỉnh cao của nó mỗi ngày và thúc đẩy các giới hạn để giúp cuộc sống của chúng trở nên tốt đẹp hơn. Lĩnh vực hàng không cũng không phải ngoại lệ. Các công cụ hỗ trợ đã được phát triển nhằm điều hướng chính xác hơn và quan trọng hơn cả là thời gian di chuyển quý giá được chú trọng hơn ... đặc biệt trong du lịch hàng không cá nhân.

Nhưng đừng lầm tưởng rằng các vấn đề về mỹ học sẽ bị đẩy sang một bên để nhường chỗ cho công nghệ. Trên thực tế, điều đó hoàn toàn ngược lại. Với mỗi bộ phận thiết kế và bộ phận công nghệ được bổ sung khác nhau, sự so kè vẫn thường xuyên xảy ra và các hành khách sẽ luôn được đảm bảo chắc chắn rằng họ vừa cảm thấy thoải mái và thích thú hơn trong khoang cabin trong khi vẫn cảm nhận được sự êm ái và nhanh hơn.

SPIKE AEROSPACE

Spike S-512



Spike S-512 đã được phát triển vào năm 2013 và hứa hẹn sẽ bay thẳng từ New York đến London chỉ trong vòng 03 giờ đồng hồ và ý tưởng đưa những bữa trưa xuyên lục địa trở lại trên bàn. Nội thất của máy bay sử dụng tính năng Multiplex Digital Cabin, cho phép các hành khách có thể thưởng ngoạn toàn bộ khung cảnh bên ngoài máy bay, một bộ phim hay thậm chí tiến hành cuộc họp video qua màn hình hiển thị chạy dài qua thân chính máy bay. Và mặc dù ý tưởng tương tự như ý tưởng mà công ty thiết kế Technicon Design đưa ra, sự khác biệt nằm ở chỗ Spike Aerospace đang nỗ lực để biến ý tưởng thành hiện thực, mời gọi các khách hàng đặt chỗ trước trên chiếc máy bay siêu âm của họ.

HYPERLOOP TRANSPORTATION TECHNOLOGY

Augment Reality Windows

Ý tưởng về hệ thống giao thông bằng đường ống, được áp dụng cho các thành phố đông dân cư. Bên cạnh đó, công ty cũng đang hợp tác với Deutsche Bahn – công ty cổ phần vận tải đường sắt lớn nhất châu Âu – để phát triển Innovation Train, với các cửa sổ tương tác tăng cường. Vượt và lựa chọn các ứng dụng để kiểm tra thời tiết, thời gian, bản đồ tuyến đường và quan sát cảnh bên ngoài.

Hyperloop thực hiện việc giảm khí trong ống

và giúp tăng vận tốc tối đa lên 1.200 km/h.



EAST JAPAN RAILWAY COMPANY

Shiki-Shima Train



Người Nhật vốn nổi tiếng trên toàn thế giới ở sự cẩn thận và khả năng sáng tạo. Cả 02 điều này đã được thể hiện rõ nét trong tàu tuần tra lớn nhất của Cảnh sát biển Nhật Bản – Shiki-Shima – được tái thiết kế cho các hành khách du lịch từ Tokyo đến Hokkaido.

Được thiết kế để chở 34 hành khách trong 17 suite, tàu gồm các khu vực sang trọng như một khu lò sưởi và phòng chơi piano. Bên cạnh đó là 03 lựa chọn sân sàng gồm 02 giường ngủ, một phòng khách và một phòng tắm bằng gỗ truyền thống. Giá vé khởi điểm cho chuyến du lịch 02 người là \$4.030. Nhanh chân book vé trước khi chúng được bán hết từ giờ đến giữa tháng 08/2018.

TECHNICON DESIGN Ixion Windowless Jet

Điều này, không may, đã biến những ý tưởng chúng ta mong muốn thành sự thật bị “vứt vào sọt rác”. Được công bố rộng rãi vào năm 2014, văn phòng thiết kế Technicon Design của Pháp đã đưa ra đề xuất ý tưởng cho Ixion. Nếu nó được thực hiện, máy bay phản lực sẽ không có cửa sổ cabin. Thay vào đó, nó sử dụng các camera chống lại thời tiết được gắn trên thân của máy bay để biết được môi trường xung quanh máy bay, chiếu hình ảnh trực tiếp vào màn hình độ phân giải cao trên tường. Mặc dù vậy, chưa có bất kỳ công ty chế tạo máy bay nào đưa Ixion trong ý tưởng sáng tạo của mình.



BOEING BUSINESS JET Sky View Panoramic Window

Mặc dù cũng sở hữu những dịch vụ tiện nghi thoải mái như trên những chiếc máy bay phản lực khác nhưng có một điều mà các hành khách của hàng không tư nhân gặp phải, cũng như các hành khách thương mại: những cửa sổ nhỏ xấu xí. May mắn thay, tất cả những điều này sẽ được thay đổi cùng với Sky View Panoramic Window.



Với kích thước 1,5 x 0,5m, những ô cửa sổ này cao hơn 40% và rộng hơn gấp 03 lần so với những cửa sổ cabin thông thường. Được sản xuất bởi phòng ban Fokker Technologies của GKN Aerospace, các cửa sổ được làm từ chất liệu acrylic và được tráng một lớp có khả năng chịu mài mòn. Tối đa 02 cặp cửa sổ (mỗi cửa sổ đối diện với nhau) có thể được lắp vào phần phía sau máy bay của BBJ, BBJ 2 và tất cả BBJ Maxs. Dự kiến hoàn thành vào năm 2018.



BẦU TRỜI THU NHỎ

**BẦU TRỜI ĐANG NGÀY MỘT THU NHỎ KHI NHỮNG
HÃNG HÀNG KHÔNG KIỂU UBER RA ĐỜI!**



Với những vị khách giàu có, mọi thứ phải được diễn ra theo cách “ngay và luôn” từ một bộ phim tới chiếc bánh pizza, cuộc gọi trên iPhone hay thậm chí là cả một chuyến bay. Clive Jackson, CEO và là người sáng lập ra Victor, một ứng dụng giống Uber cho những cỗ máy di chuyển trên trời chia sẻ: “Tất cả những gì khách hàng đang muốn là chạm, đặt, mua, và trả tiền.” Ý tưởng này đã giúp công ty Victor tăng trưởng trung bình 142,93%/năm trong suốt ba năm qua. Công ty hiện cũng là mô hình kiểu mẫu cho sự phát triển của một ngành công nghiệp tương chừng đang trên bờ vực phá sản.

Thực tế, kể từ cuộc suy thoái năm 2008, các máy bay cá nhân đã không được ưu tiên về mặt tài chính, ngay cả đối với những người giàu có. Theo WingX và Victor: ngành công nghiệp trị giá 14 tỷ USD này đang phát triển trở lại. Ở châu Âu, Pháp dẫn đầu về nhu cầu đi lại bằng máy bay riêng, kế đó là Đức và Anh. Người sáng lập của công ty Victor chia sẻ: “Với họ, một chiếc máy bay là một công cụ kinh doanh mang lại cho họ lợi thế cạnh tranh.”

Đồ chơi của những nhà giàu

Một chiếc máy bay cá nhân không phải luôn luôn có dịch vụ tốt hơn một tấm vé máy bay khoang hạng nhất. Điều khác biệt nằm ở giá, giá cho một chuyến bay trên máy bay cá nhân dù là quãng đường ngắn cũng có thể khiến tài khoản của bạn bốc hơi khoảng \$6.000. Sự khác biệt thứ 02 là tiết kiệm thời gian. “Khách hàng của chúng tôi muốn có nhiều giờ hơn trong một ngày mà chúng ta biết là không thể, nhưng nếu được thực hiện đúng, những chuyến bay cá nhân sẽ có thể giúp họ đạt được điều đó – theo một cách nào đó”, Jackson nói.

So với những chuyến bay thương mại, các chuyến bay cá nhân nhanh chóng và linh hoạt. Khách hàng có thể lên máy bay một giờ sau khi đặt chỗ và không phải chịu đựng những rào cản về an ninh sân bay.

Họ cũng có thể được đón và trả khách tại các sân bay nhỏ hơn, tư nhân hơn (gần nơi họ muốn) và có thể biến cabin của họ thành một văn phòng thu nhỏ trong suốt chuyến bay.

Jackson mô tả một khách hàng gần đây đã sử dụng dịch vụ của Victor để bay từ London đến Geneva cho một cuộc họp vào lúc 11 giờ trưa, trở lại Anh để tham dự một bài giảng vào buổi chiều, tới Paris để phát biểu tại một sự kiện gây quỹ, rồi quay lại London vào lúc 10 giờ sáng ngày hôm sau. “Nếu không có máy bay, ông ta sẽ không thể làm điều đó.”

Các chiến lược giảm giá

Với việc kết nối các chuyến bay cá nhân và khách hàng, các công ty “Uber máy bay” có thể tìm ra cách để giảm giá cho khách hàng tham gia các chuyến bay. Đơn giản, bay với một cabin không người sẽ không có lợi ích gì, bay với cabin có người dù có ít phí thu được cũng là phí. Victor là một trong số nhiều công ty cung cấp dịch vụ kiểu “Uber máy bay” với những chiến lược giảm giá không tưởng này. Ngoài Victor còn có PrivateFly, một công ty ở Châu Âu, và JetSuite – một công ty của Hoa Kỳ, đã đăng một số sản phẩm chân không hàng ngày (họ trích các “SuiteDeals”) qua Facebook và Twitter.

Giá đặt chỗ dao động từ 499 USD đến 1.499 USD cho một chuyến đi trên một chiếc Phenom 100, người đặt chỗ có thể sẽ phải (thường là chắc chắn) chia sẻ chỗ với 03 hành khách khác; hoặc một chiếc CJ3, người đặt sẽ chia sẻ với 05 người hành khách khác.

Giám đốc điều hành của JetSuite, Alex Wilcox, cho biết: “Một số chuyến bay theo lộ trình không giống những chuyến bay trước đó, chẳng hạn từ Santa Monica đến Van Nuys, nhưng đôi khi bạn có thể có được một chiếc máy bay với giá 499 đô la bay từ Los Angeles đến New York và thú vị hơn nữa là bạn có thể chia giá này với bốn người. Chuyện đó là không thể với các chuyến bay thương mại.”



*HÃNG DU THUYỀN CỦA HÀ LAN - OCEANCO ĐÃ TIẾN HÀNH HỢP TÁC
VỚI HÃNG THIẾT KẾ NỘI THẤT LUIZ DE BASTO ĐỂ THỰC HIỆN Ý
TƯỞNG MỚI NHẤT CỦA HỌ.*

SIÊU DU THUYỀN COSMOS 90M

MỖI LƯƠNG DUYÊN MANG TÊN OCEANCO VÀ LUIZ DE BASTO



Lấy cảm hứng từ mong muốn kết nối các môi trường tự nhiên xung quanh chiếc du thuyền trong khi vẫn giữ lại các điều kiện tùy chỉnh, mẫu du thuyền Cosmos 90m với kiểu dáng thiết kế mang tính tương lai này nổi bật với mái vòm bằng kính lớn bao phủ toàn bộ skylounge và có thể làm mờ hoặc nhuộm màu để phù hợp với không khí bên trong du thuyền.

“Mái vòm bằng kính dù nhìn có vẻ đơn giản nhưng thực tế lại vô cùng phức tạp,” Luiz De Basto giải thích về các nghiên cứu sâu rộng về mặt thiết kế đã được thực hiện nhằm đảm bảo nó được trang bị đầy đủ. “Điều đó tạo nên sự xung đột thú vị giữa tính mạo hiểm và tính an toàn,” ông cho biết thêm.

Tiếp nối với khu vực này là tầng quan sát mở, thông qua các cửa kính trượt, được trang bị một spa pool cỡ lớn, tạo nên vị trí quan sát lý tưởng để ngắm nhìn thế giới mỗi khi du thuyền chạy đến một vùng đất mới.

Các đặc điểm nổi bật khác trên du thuyền Cosmos 90m có thể kể đến gồm 01 sân bay lên thẳng ở boong trước và bể bơi vô cực ở boong sau. Các khu vực ăn uống cũng vô cùng phong phú để chọn lựa với chỗ ngồi dành cho 10 người trong buồng lái và phía trên boong sau.

Các chi tiết khác hiện vẫn chưa được tiết lộ cụ thể, như tổng diện tích của du thuyền và loại động cơ được lắp đặt. Tuy nhiên, Cosmos chắc chắn sẽ mang đến cho giới mộ điệu những con số ấn tượng để tạo nên chiếc du thuyền nổi bật trên mặt nước, với những đường cong cùng một kiểu dáng thể thao hiện đại. Thêm nữa, việc hợp tác phát triển với công ty kiến trúc hải quân BMT Nigel Gee của Anh cũng sẽ mang đến cho thân du thuyền thêm những nét chấm phá tươi mới.

Trong số trước, chúng tôi đã giới thiệu đến độc giả về mẫu du thuyền Oceanco Jubilee dài 110m và được biết, ngoài Cosmos và Jubilee, các dự án siêu du thuyền khác cũng đang được phát triển bởi đội ngũ kiến trúc sư tại Hà Lan, như chiếc thuyền buồm Black Pearl 105m chẳng hạn.

“Mái vòm bằng kính dù nhìn có vẻ đơn giản nhưng thực tế lại vô cùng phức tạp.”

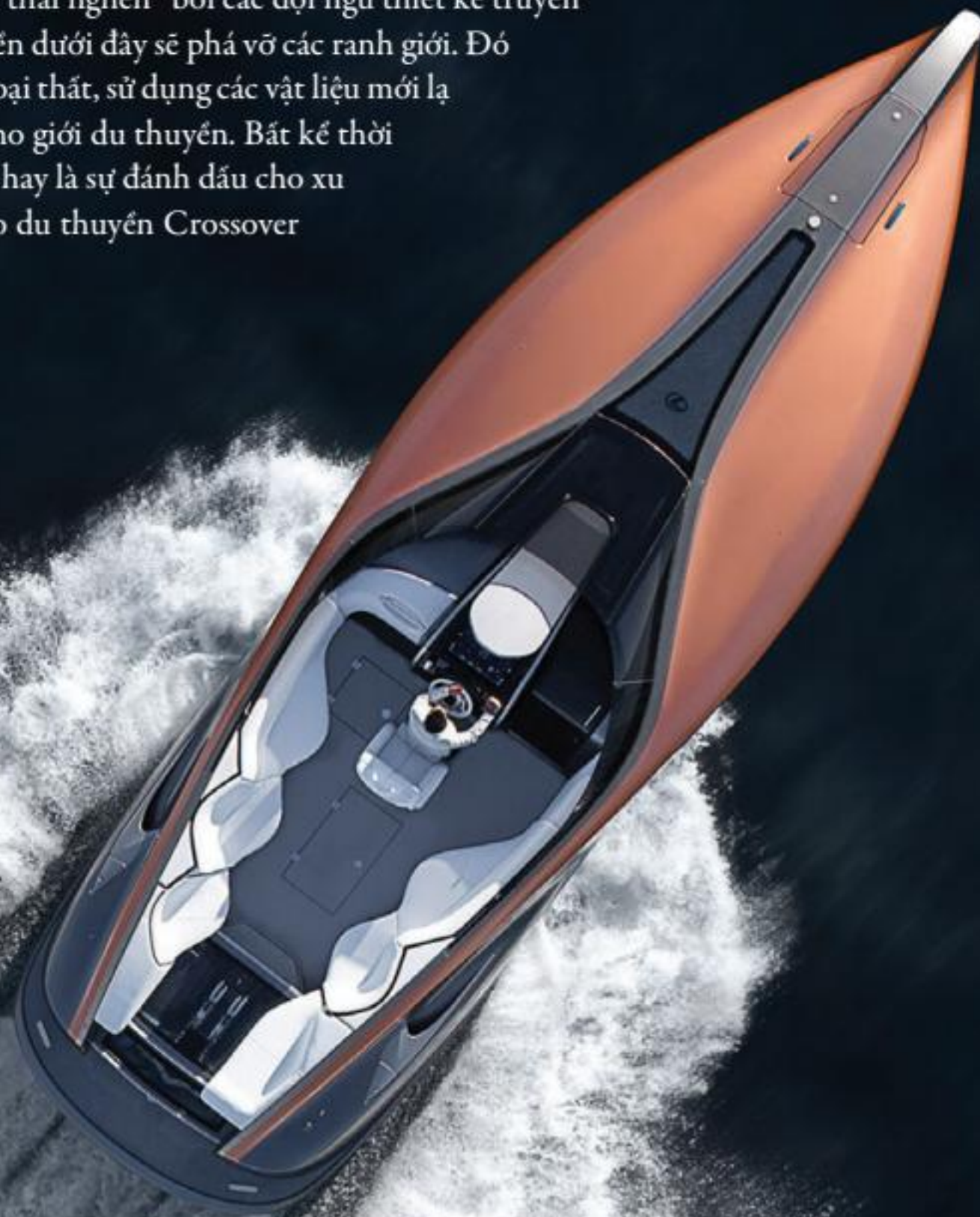
”



NỔI DÀI NHỮNG ƯỚC VỌNG

05 MẪU DU THUYỀN LẤY CẢM HỨNG TỪ NHỮNG CHIẾC SIÊU XE THỂ THAO SANG TRỌNG.

Du thuyền được đặt theo tên của những chiếc xe thể thao biểu tượng không phải chuyện quá xa lạ trong ngành công nghiệp cơ khí. Chúng thường được tạo ra bởi một người đam mê công việc sáng tạo với mong muốn tạo nên những chiếc du thuyền giống như một mẫu xe hơi nổi tiếng nào đó. Những sáng tạo này thường sẽ biến mất rất nhanh hệt như khi chúng xuất hiện. Tuy nhiên, giới mộ điệu có lý do để chờ đợi sự thay đổi đến từ những mẫu du thuyền Crossover. Được “thai nghén” bởi các đội ngũ thiết kế truyền thống ở Mỹ và châu Âu, 05 mẫu du thuyền dưới đây sẽ phá vỡ các ranh giới. Đó là những kết hợp hoàn hảo từ thiết kế ngoại thất, sử dụng các vật liệu mới lạ và những cải tiến hoàn toàn mới dành cho giới du thuyền. Bất kể thời điểm ra mắt của chúng chỉ là ngẫu nhiên hay là sự đánh dấu cho xu hướng mới, tương lai và thế giới mới cho du thuyền Crossover sang trọng dường như đã ở rất gần.



AM37 50-KNOT

Đội ngũ thiết kế của Aston Martin đã làm việc cùng hãng sản xuất du thuyền Quintessence Yachts để chế tạo chiếc AM37 50-knot (giá \$1,58 triệu), do đó chẳng hề có thiếu sót nào đối với dòng xe thể thao di sản của nó. Các đường cong ở phần nổi của du thuyền, tấm kính chắn gió bao quanh và những tấm đệm bằng da thuộc trong khoang buồng lái, tất cả chúng đều nhằm mục đích truyền tải AND của Aston Martin. Song song với đó, Quintessence cũng không quên bổ sung một số đổi mới cho mẫu du thuyền này, điển hình là nắp thuyền được chế tạo bằng sợi carbon thay vì chất liệu gỗ tẻ như truyền thống.



SILVER ARROWS ARROW 460-GRANTURISMO

Được đặt tên theo những chiếc xe đua Silver Arrows 1930 huyền thoại, du thuyền Silver Arrows Arrow 460-Granturismo (giá \$2,67 triệu) thực sự trông giống như phiên bản Mercedes S-Class đời mới. Nó mang đến cho bạn cảm giác dễ chịu khi lái, những cửa sổ cuộn xuống, rõ ràng hay mờ đục, một swim platform thủy lực và nội thất mang phong cách Mercedes-Benz Style sang trọng như những xế hộp limousine.

CIGARETTE MARAUDER AMG 50

Hãng sản xuất du thuyền Cigarette Racing đã hợp tác cùng Gorden Wagener, kỹ sư thiết kế chính cho hãng sản xuất ô tô Daimler AG để tạo ra phiên bản du thuyền Cigarette Marauder AMG 50 (giá \$1,8 triệu). Du thuyền được tạo hình với cảm hứng từ chiếc Mercedes-AMG GT R, sử dụng động cơ đôi Mercury Racing 1.550 mã lực và ghế ngồi làm từ da thuộc với 02 màu đen và xám cùng các đường khâu màu xanh. “Chúng tôi đã hoạt động tốt kể từ thời điểm bắt đầu nhưng mẫu du thuyền Marauder này là cỗ máy hoàn hảo nhất cả về thiết kế lẫn kỹ thuật,” Wagener cho biết.



SUPER YACHTS 42

Super Yachts 42 là minh chứng cho khả năng thiết kế của nhà sản xuất ô tô hạng sang Lexus. Chiếc du thuyền được chế tạo với phần vỏ làm bằng sợi carbon và sử dụng động cơ Lexus 470 mã lực (tương tự như chiếc xe hơi LC 500 coupe mới của hãng). Thuyền có thể đạt tốc độ tối đa 43 knot (80 km/h). Bàn điều khiển khoang bánh lái đôi nhỏ gọn gắn vào vô lăng, một nút khuếch đại giúp đẩy quá vòng quay giới hạn với 1.000 vòng/phút, và nút điều khiển trung tâm. Tất cả đều thể hiện sức mạnh kỹ thuật vượt trội của thương hiệu trên chiếc du thuyền tương lai này.



NINIETTE 66

Nhà sản xuất xe hơi Bugatti đã tiến hành hợp tác với Palmer Johnson, nhà thiết kế kỳ cựu, chuyên thiết kế những chiếc siêu du thuyền phong cách thể thao, để cho ra đời mẫu Niniette 66 (\$4 triệu). Lấy cảm hứng từ chiếc Bugatti Chiron mới, Niniette nổi bật với buồng lái tuyệt đẹp, sàn tắm nắng, bể sục Jacuzzi, tủ ướp Champagne. Không gian nội thất được thiết kế giống hình móng ngựa tạo thành một tổ kén lớn, da thuộc mềm mại, kim loại đánh bóng, da lộn và sợi carbon giúp tạo cảm giác đương đại.

Style is automatic.

TISSOT EVERYTIME SWISSMATIC.
UP TO 3 DAYS OF POWER RESERVE.

A man and a woman are standing outdoors near a body of water, possibly a lake or sea, under a clear blue sky. The woman, on the left, has long, wavy brown hair and is wearing a white, long-sleeved dress with a black and white striped collar. She is wearing a Tissot watch with a white dial and a metal link bracelet. The man, on the right, has short, curly brown hair and a light beard. He is wearing a dark grey blazer over a light blue shirt. He is wearing a Tissot watch with a white dial and a brown leather strap. Both are looking towards the camera. The background shows a calm body of water and a distant shoreline.

Style is automatic.

TISSOT EVERYTIME SWISSMATIC.
UP TO 3 DAYS OF POWER RESERVE.

A man and a woman are standing outdoors near a body of water, possibly a lake or sea, under a clear blue sky. The woman, on the left, has long, wavy brown hair and is wearing a white, long-sleeved dress with a black and white striped collar. She is wearing a Tissot watch with a white dial and a metal link bracelet. The man, on the right, has short, curly brown hair and a light beard. He is wearing a dark grey blazer over a light blue shirt. He is wearing a Tissot watch with a white dial and a brown leather strap. Both are looking towards the camera. The background shows a calm body of water and a distant shoreline.

Style is automatic.

TISSOT EVERYTIME SWISSMATIC.
UP TO 3 DAYS OF POWER RESERVE.

A man and a woman are standing outdoors near a body of water, possibly a lake or sea, under a clear blue sky. The woman, on the left, has long, wavy brown hair and is wearing a white, long-sleeved dress with a black and white striped collar. She is wearing a Tissot watch with a white dial and a metal link bracelet. The man, on the right, has short, curly brown hair and a light beard. He is wearing a dark grey blazer over a light blue shirt. He is wearing a Tissot watch with a white dial and a brown leather strap. Both are looking towards the camera. The background shows a calm body of water and a distant shoreline.

Style is automatic.

TISSOT EVERYTIME SWISSMATIC.
UP TO 3 DAYS OF POWER RESERVE.

A man and a woman are standing outdoors near a body of water, possibly a lake or sea, under a clear blue sky. The woman, on the left, has long, wavy brown hair and is wearing a white, long-sleeved dress with a black and white striped collar. She is wearing a Tissot watch with a white dial and a metal link bracelet. The man, on the right, has short, curly brown hair and a light beard. He is wearing a dark grey blazer over a light blue shirt. He is wearing a Tissot watch with a white dial and a brown leather strap. Both are looking towards the camera. The background shows a calm body of water and a distant shoreline.

T + TISSOT

#ThisIsYourTime





PROFESSIONAL 3 GCB FIRE DRAGON PHIÊN BẢN GIỚI HẠN 200 CHIẾC

MOBIADO BOUTIQUE: * SHOP 203B - FLOOR 2ND, TRANG TIEN PLAZA, 26 HAI BA TRUNG ST., HA NOI. T. (+8424) 3936 6656

* MILUXE, GROUND FLOOR, SHERATON HOTEL, 88 DONG KHOI ST., BEN NGHE WARD, DIST. 1, HCMC. T. (+8428) 3520 8184

MOBIADO PREMIUM SERVICE: * NO. 703, FLOOR 7TH, HANOI TOWERS, 49 HAI BA TRUNG ST., HOAN KIEM DIST, HANOI. T. (+8424) 3936 6615
* NO. 18, FLOOR 3RD, THE PRINCE RESIDENCE, 17-19-21 NGUYEN VAN TROI ST., WARD 12, PHU NHUAN DIST., HCMC. T. (+8428) 3995 6688.

AUTHORIZED RETAILER:

HA NOI: * IQS LUXURY, 108 HOA MA ST. * V&V, 26 DIEN BIEN PHU ST. * TOAN CAU LUXURY, 44 HA BA TRUNG ST.

HCMC: * MAI NGUYEN LUXURY, 27 NGUYEN BINH KHIEM ST., DIST. 1 * 8 PHAM NGOC THACH ST., DIST. 3 * 157 NGUYEN VAN TROI ST., PHU NHUAN
* 144 VO THI SAU ST., DIST. 3 * 215 * 217 TRAN HUNG DAO ST., DIST. 1.

DA NANG CITY: * MILUXE BOUTIQUE, 66 INDOCHINA RIVERSIDE TOWERS, 74 BACH DANG ST., HAI CHAU. T. (+845113) 849 049.

WWW.MOBIADO.COM



<https://tieulun.hopto.org>