

KIẾN TRÚC & ĐỜI SỐNG

HỘI KIẾN TRÚC SƯ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH SỐ 151 - THÁNG 12.2018

ÁNH SÁNG CHO
SÂN VƯỜN

*BIỆT THỰ CÓ
HAI GIẾNG TRỜI*

TƯƠNG PHẢN
ĐỂ HÀI HÒA

*SAI LẦM KHI
MUA ĐỒ CUỐI NĂM*



2150058 688
29.500đ

VINCENT VAN DUYSSEN, HÀNH TRÌNH KHÔI PHỤC CHẤT THƠ KIẾN TRÚC

<https://tieulun.hopto.org>



German quality you can trust



Wardrobe panorama across 6 m² all in one go: **WingLine L with Push to move**

A gentle push on the front – and the handleless, flush fitted folding doors softly open as if by magic, making everything in the wardrobe very easy to see and reach. The revolution for space savers.

www.hettich.com

Phân Phối Độc Quyền Bởi An Cường

Technik für Möbel


Hettich

SƠN

MyKOLOR®



MY LIFE MYKOLOR



PLATINUM – ĐẲNG CẤP MỚI
KHÔNG CHỈ LÀ 1040 MÀU SƠN



1800-6600
TỔNG ĐÀI HỖ TRỢ KHÁCH HÀNG



Mykolor

TỔNG BIÊN TẬP
PGS.TS.KTS NGUYỄN KHÔI
HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP
PGS.TS.KTS NGUYỄN KHÔI
KTS KHUƠNG VĂN MƯỜI
KTS NGUYỄN TRƯỜNG LUY
NHÀ BÁO PHẠM HY HÙNG
NHÀ BÁO NGUYỄN VINH PHƯƠNG

MỸ THUẬT
NGUYỄN THU VÂN
LIFE SPACE MEDIA CO.,LTD

LIÊN HỆ BẠN ĐỌC, THƯ TỪ, BÀI VỞ
ĐT: 028.38229314
88/1B MẠC ĐÌNH CHI, Q.1, TP.HỒ CHÍ MINH
EMAIL: BANDOC.KTDS@GMAIL.COM

LIÊN HỆ QUẢNG CÁO
CÔNG TY TNHH KHÔNG GIAN SỐNG MEDIA
(LIFE SPACE MEDIA)
88/1B MẠC ĐÌNH CHI, Q.1, TP.HỒ CHÍ MINH
MOBILE: 0902 636 588
WWW.KHONGGIANSONGMEDIA.COM
IN TẠI CÔNG TY TNHH MTV LÊ QUANG LỘC

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN SỐ 23/GP-BTTTT CẤP NGÀY 5.1.2012
CỦA CỤC BÁO CHÍ - BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG



Mua đồ nội thất: Cần tư vấn hay không?

Câu hỏi ngược lại là đồ nội thất, đặc biệt là những món đồ nội thất rời đáp ứng nhu cầu sử dụng, thể hiện sở thích, yêu cầu thẩm mỹ của cá nhân thì cần gì tư vấn?

Nếu là như vậy thì càng cần phải tư vấn, bởi vì những món đồ này được đặt vào những không gian cụ thể, và chúng không nằm một mình mà phải phối hợp với rất nhiều yếu tố khác nhau nên phải cần người có kiến thức chuyên môn để có được sự lựa chọn không chỉ đáp ứng yêu cầu sử dụng, sở thích, thẩm mỹ của chủ nhà mà còn phù hợp với yêu cầu thẩm mỹ của không gian chung...

Trong số báo này chúng tôi sẽ cùng chia sẻ với độc giả những kinh nghiệm về mua sắm đồ nội thất cũng như những sai lầm cần tránh.

Cũng từ số báo này, thông qua mục bạn đọc, chúng tôi tiếp nhận những thắc mắc, quan tâm của độc giả trong quá trình sử dụng những sản phẩm, dịch vụ liên quan hoặc được sử dụng trong ngôi nhà của mình và sẽ chuyển những thắc mắc này đến các doanh nghiệp, đơn vị liên quan để có câu trả lời, giải thích hữu ích cho độc giả.

Hẹn gặp lại độc giả trong số báo đầu năm 2019 với chuyên đề trang hoàng, dọn dẹp nhà đón tết.

Trân trọng,

Tổng biên tập

PGS.TS.KTS Nguyễn Khởi

Bạn đọc có thể đọc tạp chí Kiến Trúc & Đời Sống phiên bản điện tử từ: www.ktds.vn; ashui.com;
<https://www.facebook.com/kientrucvadoisong>



AConcept®
inspired by experience

CHRISTMAS HOME

❄️ ESPECIALLY FOR YOU ❄️



AConcept Hồ Chí Minh
206 Nam Kỳ Khởi Nghĩa,
Phường 6, Quận 3, TP.HCM
T: + 84 (28) 3930 3312 | + 84 (28) 3930 3412

279 Nguyễn Văn Trỗi, Phường 10,
Quận Phú Nhuận, TP.HCM
T: + 84 (28) 3930 3312

❄️ Nhiều ưu đãi hấp dẫn dành cho bạn

AConcept Hà Nội
10 Chương Dương Độ, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội
T: + 84 (24) 3932 9696

AConcept Đà Nẵng
75 Hoàng Diệu, Quận Hải Châu, TP. Đà Nẵng
T: + 84 (23) 6388 6191

AConcept Hải Phòng
L1 + L2 Mê Linh - Phạm Văn Đồng,
Quận Dương Kinh, TP. Hải Phòng
T: + 84 (22) 5362 0999

AConcept Quảng Ninh - Sắp khai trương
A8, Ô 31/32 Khu Đô Thị Môn Bay,
TP. Hạ Long, Quảng Ninh

AConcept Bắc Giang - Sắp khai trương
309-313 Hoàng Văn Thụ,
Phường Xương Giang, TP. Bắc Giang

AConcept Bình Dương - Sắp khai trương
Ngô Gia Tự, Khu Phố 11
Phường Chánh Nghĩa, TP. Thủ Dầu Một, Bình Dương



số 151 12.2018

NHÀ Ở

- 12 Nhà trong ngõ hẹp
CTV - HOÀNG LÊ
- 20 Biệt thự có hai giếng trời
ĐÌNH QUANG TUẤN

CHUYÊN ĐỀ

- 34 Những sai lầm khi mua đồ cuối năm
DUY DŨNG
- 36 Sắm đồ nội thất
KTS NGUYỄN TRẦN ĐỨC ANH

DU LỊCH KIẾN TRÚC

- 58 Nhà thờ đá Nha Trang
ĐÌNH QUANG TUẤN - THU VÂN
- 64 Crystal Cathedral-Nơi thép kính biểu cảm
THS.KTS VÔ NGỌC LĨNH

CÂU CHUYỆN KIẾN TRÚC

- 78 Trăm năm dưới một mái trường
HY HÙNG - ĐÌNH QUANG TUẤN

PHÓNG SỰ ẢNH

- 86 Hai sắc hồng Đà Lạt
HIẾN PHÙNG

KHÔNG GIAN DI ĐỘNG

- 90 Audi Q8 - Đẳng cấp
ĐÌNH QUANG TUẤN
- 92 Nissan Terra-Chuyển động thông minh
VĨNH PHƯƠNG

Feelwood: Bề mặt trang trí đột phá về độ chân thật.

Bộ sưu tập Trang trí Egger 2017–2019

Cảm nhận bề mặt chân thật như gỗ tự nhiên nhờ công nghệ đồng bộ hóa. Phát triển những thiết kế mới lạ cho các dự án tiếp theo. Tạo nên điểm nhấn tự nhiên và chất lượng cho không gian nội thất cùng các bề mặt cao cấp Feelwood của EGGER với độ bền tối ưu. Feelwood hiện được ứng dụng cho ván lõi và tấm laminate, gồm chỉ dán cạnh vân gỗ và chỉ dán cạnh ba lớp. Trong ảnh: Mẫu H3406 ST38 Anthracite Mountain Larch.

» **Tìm hiểu thêm tại** www.egger.com/decorative

MORE FROM WOOD.

Phân phối bởi

HÄFELE

E EGGER

BẠN ĐỌC & DOANH NGHIỆP

Là cầu nối để giúp bạn đọc giải đáp những thắc mắc, những góp ý liên quan đến sản phẩm, cũng như giúp doanh nghiệp nắm bắt được nhu cầu của người tiêu dùng, của thị trường...

Mọi thông tin, thắc mắc xin gửi về 88/1B Mạc Đĩnh Chi, P. Đa Kao, Q. 1, TP.HCM;
email: bandoc.ktds@gmail.com.
Điện thoại: 028.3822.9314

? Tôi thấy Malloca và một số thương hiệu khác bán các loại bếp gas có lò nướng trực tiếp trên lửa gas. Cách nướng như vậy có hại cho sức khỏe không, có nguy cơ gây ung thư như một số bài viết trên báo mạng cảnh báo không. Nếu có thì ngăn ngừa bằng cách nào?

Bộ phận kỹ thuật công ty Malloca trả lời:

Nướng trên bếp gas được khuyến cáo không nên sử dụng. Dù tiếp xúc trực tiếp hay gián tiếp, sức khỏe người tiêu dùng đều bị ảnh hưởng nhất định. Bản thân khí gas sẽ làm tăng lượng chất Polycyclic Aromatic Hydrocarbon (PAHs) và cả khói độc hại hơn hẳn so với nướng trên các loại bếp khác. Những chất độc này gây ung thư, tim mạch, phổi và tăng nguy cơ làm dị ứng. Đó là chưa kể lượng khí gas hấp thụ vào món nướng không chỉ làm giảm mùi vị món ăn mà còn gia tăng khả năng gây hại với cơ thể người dùng.

Mặt khác, khi nướng trên bếp gas thì cận thực phẩm hay dầu mỡ thừa, gia vị ướp sẽ trực tiếp rơi xuống bề mặt bếp và phản kháng bếp. Kết hợp với nhiệt độ sinh ra trong quá trình nướng, chúng sẽ bị cháy khét và bám chặt vào bề mặt bếp gas rất khó vệ sinh sau khi dùng.

Bạn nên dùng bếp gas đúng chức năng của nó, nếu lỡ yêu thích món nướng, nên mua thiết bị chuyên dụng là lò nướng để sử dụng. Malloca có các dòng lò nướng đa năng (9 chức năng, 8 chức năng, 5 chức năng)... kiểu dáng thời trang, cho thức ăn thơm ngon hơn, an toàn sức khỏe.

? Xin cho hỏi có loại dầu nào bôi lên gỗ cho thô gỗ chắc lại? Hoặc có loại dầu nào bôi để cho gỗ dai hơn không?

Ông Nguyễn Chánh Phương, Phó chủ tịch kiêm tổng thư ký Hội Mỹ nghệ & Chế biến gỗ TP. Hồ Chí Minh (HAWA) trả lời:

Nếu gỗ dùng ngoài trời, vì tia tử ngoại (UV) và mưa tăng độ ẩm, phương pháp mới nhất là sấy áp lực nhiệt (thermol) để xử lý tận bên trong cấu trúc cellulose, hoặc có phương pháp tẩm sấy áp lực + hóa chất để thay đổi cấu trúc gỗ.

Phương pháp thường dùng khác là lớp sơn (PU) được hiểu như lớp áo bằng nhựa, chỉ dùng trong nhà vì lớp vỏ này không chịu được ánh sáng mặt trời, và độ co giãn của gỗ do thay đổi độ ẩm liên tục nên thường chỉ chịu được 2 năm là bạc màu.



? Nhà tôi sử dụng gối bằng cao su thiên nhiên. Tuy nhiên gối thường bị hôi khó chịu do mùi mồ hôi của người lớn và nhà có trẻ em khi nằm hay chảy nước dãi. Vậy gối cao su thiên nhiên có thể giặt và phơi hoặc có cách nào khác để xử lý?

Bộ phận chăm sóc khách hàng VinaLatex trả lời:

Với gối cao su thiên nhiên, không nên giặt và phơi nắng vì cao su sẽ bị chai và mau lão hóa. Do vậy khi sử dụng tốt nhất nên dùng hai lớp áo gối và nên thay thường xuyên nhằm hạn chế mồ hôi, nước dãi trẻ em thấm trực tiếp vào gối.

Khi cần làm vệ sinh gối, có thể dùng khăn ướt thấm trực tiếp nhiều lần vào bề mặt cao su để thấm bớt chất bẩn và mùi bám trên bề mặt cao su. Sau đó dùng phấn rôm rắc vào gối để phấn rôm hút ẩm, khử mùi rồi để gối ở chỗ thoáng vài ngày, sau đó giữ bỏ lớp phấn đi và sử dụng bình thường.





HAFELE



ĐẠI TIỆC ƯU ĐÃI

TỪ 03/12 ĐẾN 24/12/2018



Tặng **03 vé** khứ hồi đến Đức
cổ vũ FC Bayern Munich

Chi tiết tại: **bepdepnhavi.vn**



 **DEUTSCHE
QUALITÄT**
SEIT 1923
CHẤT LƯỢNG ĐỨC, TỪ NĂM 1923.

Hotline (miễn phí): **1800 1797**



Buổi hẹn cà phê đầu tháng của KT&ĐS với ông Nguyễn Đông Thành, giám đốc công ty cổ phần VinaLatex với các mặt hàng chăn drap gối nệm thương hiệu VinaLatex diễn ra một ngày sau khi Thủ tướng chính phủ chính thức phát động phong trào “Hàng Việt Nam chinh phục người Việt Nam”. Và câu chuyện cũng không ngoài việc VinLatex đã và sẽ làm gì và làm thế nào để chinh phục người tiêu dùng Việt Nam.

THỰC HIỆN HUY LONG ẢNH VINALATEX

**ÔNG NGUYỄN ĐÔNG THÀNH,
GIÁM ĐỐC
CÔNG TY CỔ PHẦN
VINALATEX**

"CHÚNG TÔI CHẮT CHIU TỪNG CƠ HỘI ĐỂ ĐƯỢC PHỤC VỤ NGƯỜI TIÊU DÙNG"

**“ Ông có thể chia sẻ
với bạn đọc câu chuyện bén
duyên với mặt hàng gối nệm?
Quá trình khởi nghiệp đã diễn
ra như thế nào!**

Đúng là tôi gắn bó với chăn drap gối nệm cao su thiên nhiên như một cái duyên. Tôi học tài chính ngân hàng, năm 2000 ra trường, xin việc không được mới đi làm kinh doanh cho một công ty tư nhân chuyên sản xuất nệm. Không ngờ lại làm tốt. Năm 2002 tôi được lên làm giám đốc chi nhánh và chi nhánh của tôi luôn dẫn đầu công ty. Năm 2007 tôi được lên làm giám đốc khu vực. Năm 2011, có một doanh nghiệp nhà nước đầu tư mở rộng sản xuất nệm cao su muốn mời tôi về làm việc. Từng có hơn 10 năm gắn bó với việc kinh doanh mặt hàng này, nay lại có cơ hội tham gia quá trình sản xuất, tôi đã nắm lấy cơ hội đó để phát huy kinh nghiệm của mình cũng như học hỏi thêm trong lãnh vực. Đó cũng là thời gian cá nhân tôi hoàn thành chương trình thạc sỹ. Đến năm 2015 tôi nghỉ công việc ở doanh nghiệp nhà nước để lập công ty VinaLatex. Và như vậy tôi bắt đầu khởi nghiệp khi đã có 15 năm lăn lộn đủ mọi khâu trong lãnh vực này.

**“ Chăn drap gối nệm không phải là những
mặt hàng có giá trị lớn, và thoát nghe qua có lẽ cũng
ít gây sự chú ý vì đã quá quen thuộc với mọi người.
Điều gì đã hấp dẫn ông ở nhóm mặt hàng này?**

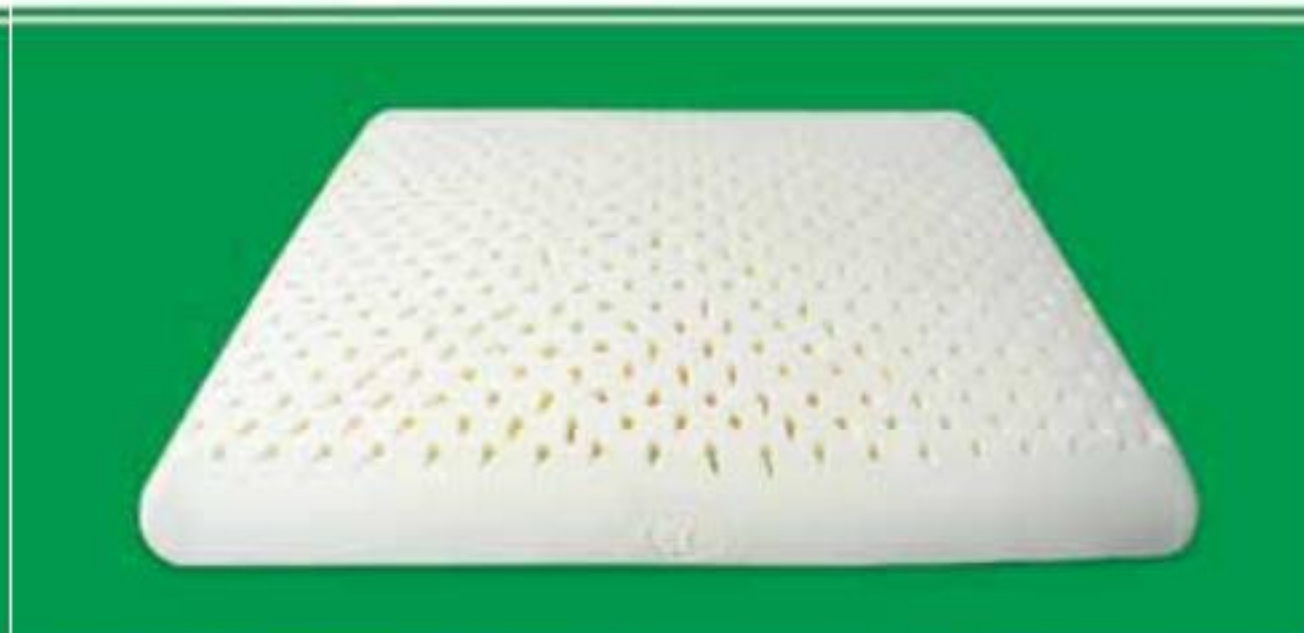
Đúng là chăn drap gối nệm không phải là những món đồ có giá trị lớn trong căn nhà nhưng nó cũng không phải là



món đồ đơn giản. Ngày xưa tấm nệm gần như chỉ có tác dụng nằm cho ấm, êm. Bây giờ tấm nệm còn góp phần chăm sóc sức khỏe, giúp người ta nằm thẳng lưng, không hại đến xương sống. Chăn drap gối nệm còn là sản phẩm làm đẹp cho căn nhà, là sản phẩm tiếp xúc trực tiếp, gắn bó với những gì riêng tư nhất của mỗi người, có tần suất sử dụng trong ngày rất cao, góp phần mang lại cảm giác thoải mái, thân thiết nên ngày càng được người tiêu dùng quan tâm, đầu tư. Công việc kinh doanh tạo điều kiện cho tôi tiếp xúc với hệ thống đại lý, có cơ hội chia sẻ kinh nghiệm. Điều thú vị nhất là nhờ công việc khiến cho tôi đến địa phương nào cũng có người quen, bạn bè. Qua những chuỗi bán hàng, có những lần tôi tiếp nhận được góp ý của những người hai ba đời kinh doanh liên tục mặt hàng này. Với tôi đó là những trải nghiệm rất thú vị. Tôi thấy yêu và gắn bó với công việc của mình từ lúc nào cũng không rõ...

**“ VinaLatex luôn khẳng định sản phẩm của
mình là cao su thiên nhiên, thậm chí còn chọn câu
“Niềm tự hào cao su Việt” làm slogan của mình. Xin
ông hãy giải thích lý do.**

Cao su thiên nhiên là chất liệu tạo ra những tấm nệm có đặc tính mềm, dẻo dai, thông thoáng. Những đặc điểm đó rất



phù hợp với khí hậu nhiệt đới Việt Nam. Nếu ở vùng khí hậu lạnh như châu Âu, người ta cần sự êm ái thì ở vùng nhiệt đới gió mùa độ ẩm cao như nước ta, tấm nệm không chỉ cần êm ái mà phải thông thoáng nữa. Hơn nữa, tiêu dùng ngày nay đang đi theo xu hướng thân thiện với môi trường. Cao su thiên nhiên là chất liệu được sản xuất ở Việt Nam đáp ứng tất cả những đòi hỏi trên. Vì vậy, việc sử dụng cao su thiên nhiên như là một lẽ tất yếu của VinaLatex.



Tới năm 2015

VinaLatex mới khởi nghiệp, trong khi thị trường đã có nhiều thương hiệu lớn của cả trong và ngoài nước. Vậy VinaLatex đã làm gì để tìm được chỗ đứng của mình trong thị trường?

Đúng là thị trường này có sự cạnh tranh gay gắt. Bên cạnh các công ty Việt Nam với bề dày hoạt động lâu năm còn có sự xuất hiện của nhiều thương hiệu lớn của nước ngoài qua nhiều kênh phân phối khác nhau mà trong đó đáng chú ý là các hệ thống bán lẻ nước ngoài. Do vậy VinaLatex phải nỗ lực rất lớn mới có thể chen chân và tồn tại được trong thị trường khắc nghiệt này.

Để có được thị trường, việc đầu tiên là chúng tôi phải đảm bảo chất lượng tốt và ổn định. Chiếc gối, chiếc nệm phải êm ái, bảo vệ sức khỏe, tạo sự thoải mái tối đa cho khách hàng. Chúng tôi tự tin khi ba năm qua chưa ghi nhận bất cứ khiếu nại nào về chất lượng.



Việc tiếp theo rất quan trọng là chúng tôi tìm cơ hội phục vụ bằng những hình thức khác nhau nhưng đều phải nhiệt tình, thân thiện và chu đáo. Chúng tôi tích cực tham gia các hội chợ để tìm cơ hội đến với người tiêu dùng. Chúng tôi tổ chức nhiều sự kiện tiếp thị tại các đại lý, giới thiệu sản phẩm đến các công ty nội thất, đến các kiến trúc sư. Chúng tôi sẵn sàng đem sản phẩm đến phục vụ miễn phí trong những căn hộ mẫu tại các dự án chung cư. Với những khách sạn, căn hộ dịch vụ mới hoàn thành, chúng tôi xin được nhận làm vệ sinh phòng miễn phí sạch sẽ lần cuối trước khi đưa nệm vào. Bán được một bộ nệm trong khách sạn, chúng tôi tặng kèm tranh trang trí, bộ tách trà kèm ấm đun nước, vừa làm lợi cho khách hàng vừa quảng bá cho sản phẩm của mình. Với những khách sạn, căn hộ dịch vụ cũ, chúng tôi có dịch vụ làm vệ sinh nệm, sửa chữa nệm kể cả nệm thương hiệu khác. Với những



tấm nệm cũ, đã bị lão hóa một phần hoặc ngả màu... chúng tôi có thể lạng bớt phần nệm lão hóa và dán một tấm nệm mỏng lên trên tấm nệm cũ để giúp khách hàng tiếp tục sử dụng với chi phí thấp nhất.

Vì là người đi sau, chúng tôi phải chủ động tạo ra cơ hội và chất chịu từng cơ hội để có điều kiện phục vụ, chăm sóc mang đến cho khách hàng sự hài lòng. Rất mừng là những nỗ lực của chúng tôi đã được khách hàng ghi nhận. Vinalatex đã có được chỗ đứng trên thị trường.

“ Bài học kinh doanh mà ông rút ra sau ba năm nỗ lực tìm chỗ đứng trên thị trường?

Bài học lớn nhất vẫn là phải đảm bảo chất lượng tốt và ổn định. Tôi xin nhắc lại, chúng tôi tự hào là qua ba năm vẫn chưa ghi nhận bất cứ khiếu nại nào về chất lượng. Đường dây nóng của chúng tôi có ghi nhận một số khiếu nại như nệm bị se, ngả màu... Nhưng đó chủ yếu là do khâu vận chuyển, trưng bày. Nhưng dù bất cứ lý do gì đi nữa, chúng tôi xác định nguyên nhân rất rõ, nếu do chủ quan thì tìm cách khắc phục, nếu là lỗi khách quan do khách hàng sử dụng chưa đúng cách thì chúng tôi cũng giải thích rõ, hướng dẫn lại cho khách hàng. Ở đây chúng tôi dùng dịch vụ hậu mãi, sự phục vụ chu đáo để cạnh tranh. Bài học nữa là xây dựng đội ngũ. Chúng tôi thành

công được là nhờ có nhiều cộng sự đã có quá trình làm việc với nhau, cùng chung chiến lược kinh doanh, cùng có quan điểm phục vụ khách hàng.

“ Ông suy nghĩ gì về nội dung phong trào “Hàng Việt Nam chinh phục người Việt Nam” vừa được phát động?

Tôi rất tâm đắc với nội dung mới của phong trào “Hàng Việt Nam chinh phục người Việt Nam”. Muốn người tiêu dùng sử dụng hàng Việt thì hàng Việt phải chinh phục được người tiêu dùng Việt. Muốn chinh phục được người tiêu dùng thì hàng phải có chất lượng tốt, dịch vụ phải khiến cho khách hài lòng và giá cả phải phù hợp. Đây là thái độ thể hiện sự chủ động, tích cực từ doanh nghiệp. Bản thân chúng tôi cũng đang thực hiện như vậy. Chúng tôi đang nỗ lực chinh phục người tiêu dùng Việt Nam bằng chất lượng, giá cả và dịch vụ.”

Tham khảo: Bạn đọc có thể tìm hiểu thêm thông tin tư vấn về mua sắm, sử dụng chăn drap gối nệm qua số điện thoại 028.86285858 hoặc tại trang web <http://vinalatex.com/>



THE LEADER IN PAINT TECHNOLOGY

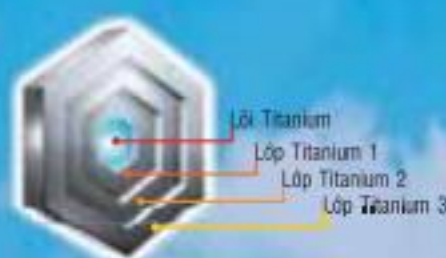
Ultra Premium
Acrylic Technology

SuperShield™

SƠN NƯỚC NGOẠI THẤT SIÊU CAO CẤP



Với công nghệ Tự làm sạch, bụi bám trên bề mặt khi nước mưa rơi xuống hay dùng nước, những hạt nước lan tỏa và cuốn bụi bẩn đi, bề mặt được làm sạch như mới.



Hạt Titanium với 3 lớp bảo vệ



Bảo vệ nhà bạn gấp 3 lần với công nghệ Titanium Triple Protection và Ti-Pure™.

Công nghệ Ti-Pure™ với bột màu có độ bền cao giúp màng sơn luôn bền đẹp dưới thời tiết nắng – mưa của khí hậu nhiệt đới, khả năng chống thấm cao và bền màu dưới ảnh hưởng của tia UV.

Với việc ứng dụng những công nghệ tiên tiến nhất, SuperShield tự hào mang đến màng sơn có độ bền lên đến 15 năm (*)

(*) Để bề mặt tường được bảo vệ 15 năm, cần sử dụng hệ thống sơn để nghị và thi công theo đúng quy trình của TOA



Greenovation
INNOVATION PAINT FOR LIFE AND ENVIRONMENT



www.toagroup.com.vn



TOA Paint Viet Nam

Nhà trong ngõ hẹp

Ngôi nhà ở Thụy Khuê - một khu dân cư đông đúc của Hà Nội, tập trung rất nhiều con ngõ nhỏ, dài và chật hẹp. Môi trường sống ở đây luôn thiếu cây xanh và ánh sáng tự nhiên. Thiết kế của ngôi nhà là một nỗ lực để khắc phục tình trạng trên, đem lại môi trường sống gần gũi với thiên nhiên cho con người trong bối cảnh đô thị ngột ngạt.

BÀI CTV ẢNH HOÀNG LÊ



Ảnh hai trang Nội thất được thiết kế đơn giản và nhẹ nhàng, sử dụng màu sáng làm không gian ngôi nhà trông có vẻ rộng hơn

Khu đất xây dựng là một mặt bằng có hình dáng phức tạp không có mặt tiền, xung quanh là những ngôi nhà cao 4-5 tầng, chỉ có duy nhất một lối nhỏ 1,5m dẫn vào nhà.

Giải pháp được đưa ra là tạo một khoảng thông tầng lớn ở trung tâm ngôi nhà, cao suốt 3 tầng, chia làm 2 phần, một nửa là bên trong nhà và 1 nửa là bên ngoài nhà tạo nên một khoảng không lấy gió và ánh sáng cho ngôi nhà.

Nơi này trở thành không gian thở của ngôi nhà, giúp kết nối mọi nơi, từ đó các thành viên của gia đình luôn có thể giao tiếp được với nhau, giảm thiểu sự ngăn cách giữa các không gian, các tầng nhà với nhau, hạn chế tối đa những nhược điểm mà mô hình nhà ống mang lại.

Tầng một là phòng khách - ăn - bếp và chứa lại những khoảnh nhỏ của khu đất để trồng cây, tạo ra một không gian







Ảnh hai trang Vì ngôi nhà không có mặt tiền nên giải pháp được đưa ra là tạo khoảng thông tầng lớn ở khu vực trung tâm tạo nên khoảng không lớn lấy gió và ánh sáng

sinh hoạt chung của gia đình tràn ngập cây xanh và ánh sáng xung quanh.

Tầng trên là phòng ngủ, vẫn tận dụng các khoảng thông tầng nhỏ xung quanh để trở cửa sổ, lấy gió và ánh sáng tự nhiên. Do vậy tất cả các không gian trong ngôi nhà vẫn luôn thoáng và sáng, tận dụng các view nhìn ra khoảng cây xanh còn sót lại trong khu vực.

Nội thất được thiết kế đơn giản và nhẹ nhàng, sử dụng màu sáng, làm không gian nội thất có vẻ rộng hơn. Bên trong ngôi nhà tạo ra như một thế giới khác, yên tĩnh và xanh mát - tương phản với thế giới bụi bặm và lộn xộn bên ngoài.

Dự án mong muốn mang lại một giải pháp đơn giản để thay đổi môi trường sống của những người ở đây. Tập trung vào khai thác những yếu tố tự nhiên, thông gió, chiếu sáng và trồng cây xanh. Giúp con người sống gần gũi với thiên nhiên và với nhau hơn. 





Ảnh trên và dưới Các phòng do tận dụng được khoảng thông tầng để trở cửa do đó không gian bên trong luôn tràn đầy nắng, gió và một ít màu xanh của cây cỏ



Ảnh Khoảng thông tầng của ngôi nhà

Thiết kế: Văn phòng HGAA
Địa điểm: thành phố Hà Nội
Năm hoàn thành: 2017
Diện tích xây dựng: 85 m²
Kiến trúc sư: Nguyễn Văn Thu, Nguyễn Minh Đức

DAIKIN

CHUYÊN GIA ĐIỀU HÒA KHÔNG KHÍ HÀNG ĐẦU NHẬT BẢN

www.daikin.com.vn





COLOURFUTURES™

XU HƯỚNG MÀU SẮC 2019

Trong suốt 16 năm qua, hàng năm, Trung tâm Mỹ thuật Toàn cầu của AkzoNobel – nhãn hàng Dulux luôn gặp gỡ những kiến trúc sư, chuyên gia thiết kế màu sắc và xu hướng hàng đầu thế giới để thảo luận, dự đoán những ý tưởng, màu sắc, chủ đề trong năm tiếp theo và được thể hiện trong ấn phẩm **ColourFutures™ – Xu Hướng Màu Sắc**. Mỗi năm, chúng tôi đều giới thiệu các xu hướng màu sắc được lấy cảm hứng từ một ý tưởng chủ đạo lớn, giúp kết nối các xu hướng thành một thể chung thống nhất và góp phần vào tổng thể màu sắc của cả năm.

Chúng tôi nhận thấy nếu như năm 2018, chúng ta cảm giác lạc lõng giữa những biến đổi hỗn loạn của thế giới và căn ngôi nhà là nơi chốn an trú, tái tạo năng lượng thì đến năm 2019, chúng ta đã sẵn sàng để mở cửa và kết nối với thế giới lần nữa. Từ đó, chúng tôi đã đúc kết ra ý tưởng chủ đạo của năm 2019 là **“ĐÓN NẮNG VÀO NHÀ”** để đem đến nhiều năng lượng, tinh thần tích cực, cảm xúc lạc quan cho bạn và ngôi nhà bạn. Và màu sắc được chọn làm màu của năm là **NÂU MẬT NỒNG** - được lấy cảm hứng từ sắc màu và đặc tính tự nhiên của mật ong như sự bền bỉ, khả năng bảo vệ, trẻ hóa và phục hồi.


**SPICED
HONEY**
NÂU MẬT NỒNG
00YY 26/220



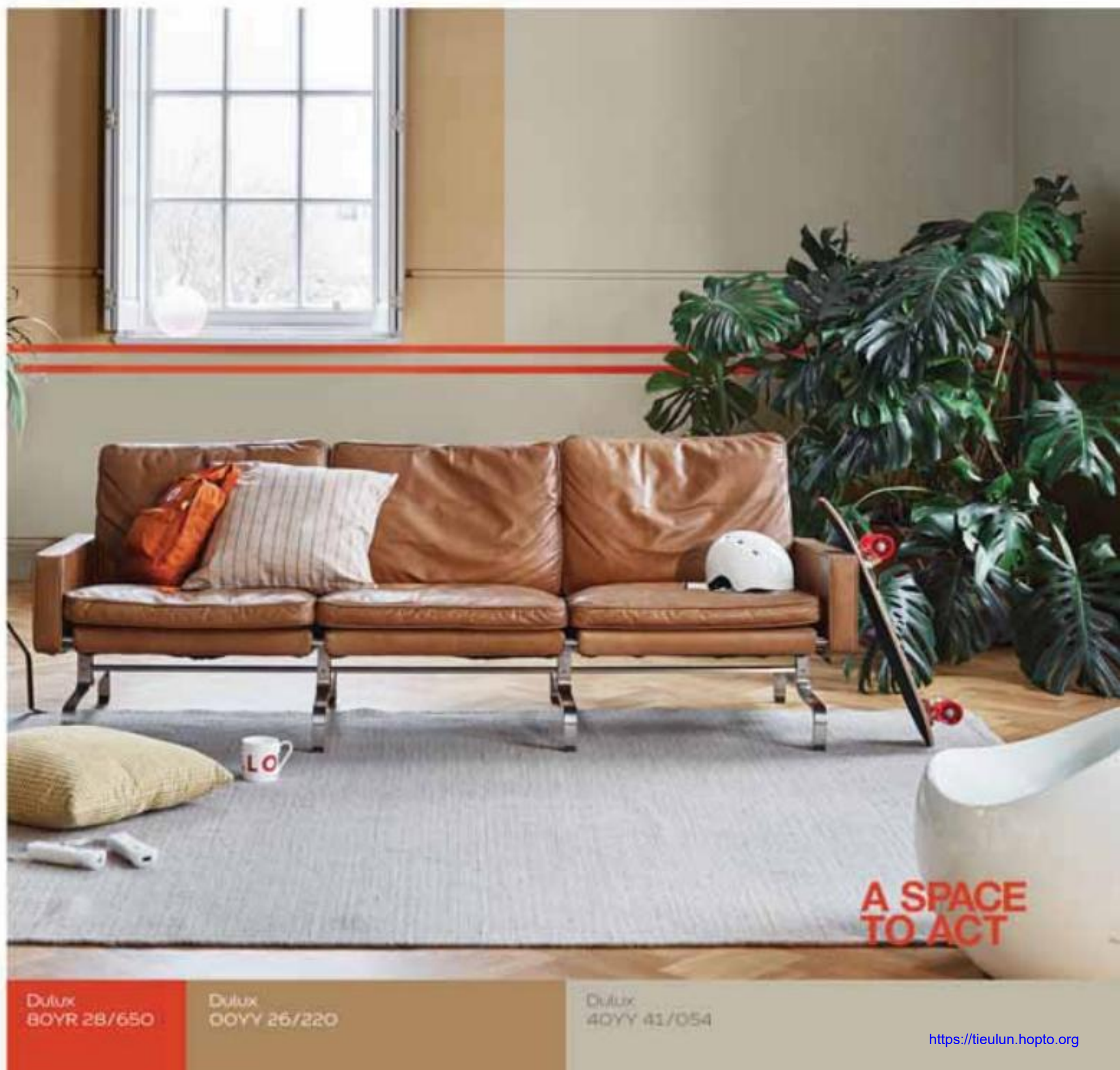
A SPACE
TO THINK

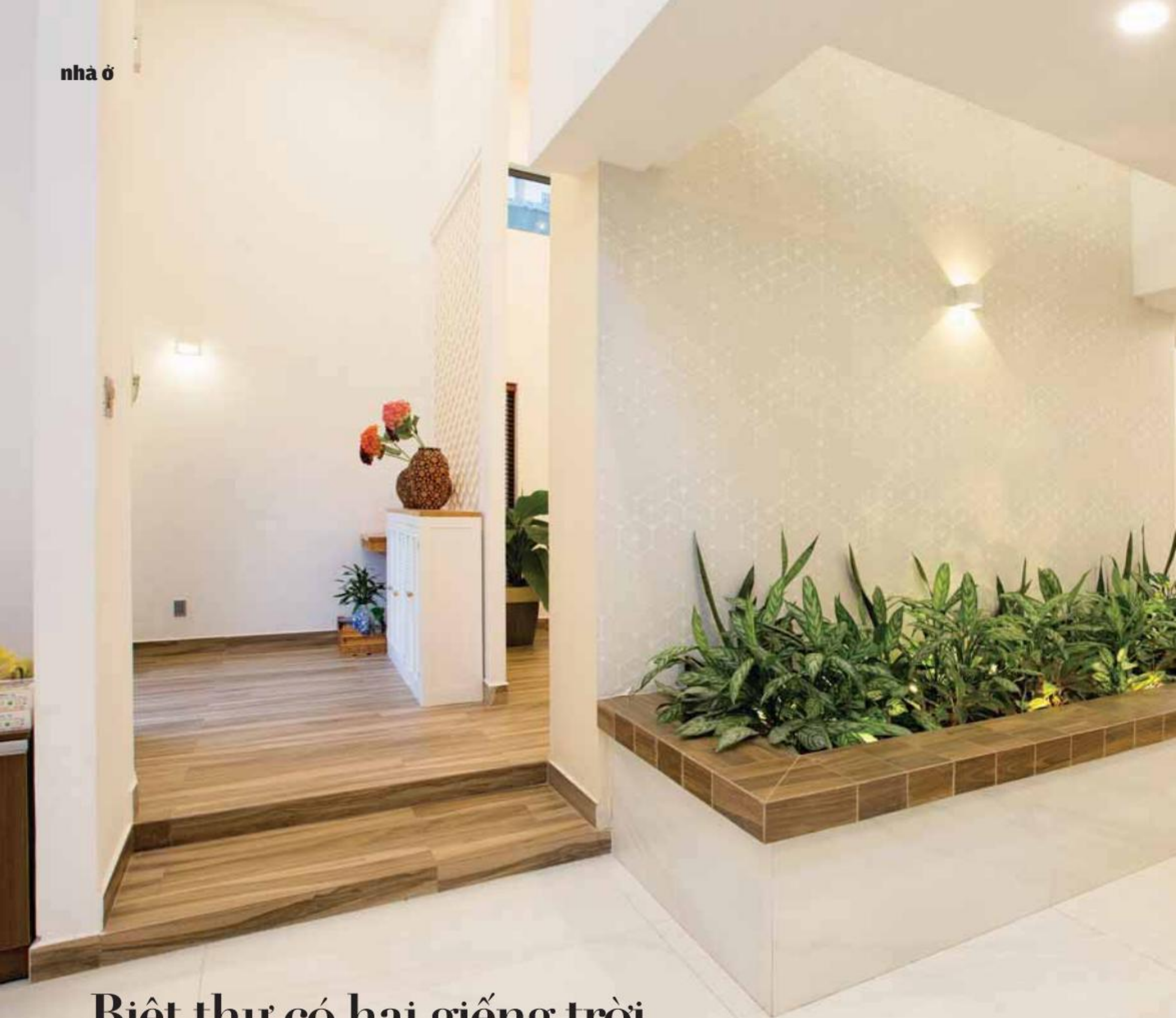


Trên hành trình kết nối lại với thế giới, mỗi chúng ta với tính cách khác nhau cũng sẽ có những cảm xúc và cách đối diện với cuộc sống khác nhau. Chúng tôi đã nghiên cứu và đưa ra 4 nhóm tiêu biểu:

**NGƯỜI TƯ DUY,
NGƯỜI MỘNG MƠ,
NGƯỜI YÊU THƯƠNG,
NGƯỜI HÀNH ĐỘNG.**

Chủ đề của năm 2019 cùng màu Dulux của năm **NÂU MẬT NỒNG** giữ vai trò chủ đạo cũng được truyền tải vào 4 phong cách sử dụng màu sắc để đáp ứng nhu cầu của 4 nhóm tính cách này giúp truyền thêm năng lượng để ngôi nhà là nơi có thể biến mọi suy nghĩ và giấc mơ thành hiện thực.





Biệt thự có hai giếng trời

Chủ nhà, với nhiều năm sống và làm việc tại Úc mong muốn có một không gian sống theo phong cách "Aussie" cho gia đình: không gian mở, khoáng đạt, đơn giản, nhưng hiện đại và tinh tế.

BÀI VÀ ẢNH ĐÌNH QUANG TUẤN

Biệt thự được thiết kế theo kiểu hiện đại tối giản về việc tổ chức không gian kiến trúc kết hợp kết cấu, vật liệu nhôm và kính, tạo ra không gian chặt chẽ bởi những mảng tường, mảng trần phẳng, đồng nhất, những đường thẳng, những hình khối đơn giản và những khoảng trống lớn của giếng trời tạo nên không gian thoáng đãng và tràn ngập ánh sáng cho ngôi nhà. Đây là công trình được bố trí giữa công năng nhà ở hiện đại kết hợp văn phòng làm việc,

do vậy kiến trúc sư phải giải quyết bài toán làm sao tạo được không gian chung và không gian riêng tư, đồng thời phải đảm bảo tính thẩm mỹ cho gia chủ.

Diện tích biệt thự là 12x20m được xây dựng trên khu đất 500m². Hệ thống kính cường lực qua những ô kính lớn và nhỏ sử dụng làm vật liệu chính, kết hợp giải pháp cách nhiệt cho tường bằng việc xây tường hai lớp nên vừa hiệu quả cho việc chống nóng, vừa cung cấp đủ ánh sáng tự nhiên cho cả



Ảnh hai trang Ngôi nhà thiết kế theo dạng mở, phong cách hiện đại và điểm nhấn là có đến 2 giếng trời



nha ở





nhà ở





Ảnh hai trang Kính được sử dụng làm vật liệu chính giúp lấy sáng tốt, kết hợp với gạch xây hai lớp để cách nhiệt

ngôi nhà. Biệt thự có hai giếng trời, tạo được luồng gió và không khí đối lưu, thông thoáng cho cả ngôi nhà trong mọi thời tiết.

Tầng trệt và tầng lửng sử dụng cho mục đích văn phòng làm việc, được thiết kế tối ưu thông thoáng lấy ánh sáng tự nhiên từ bên ngoài, đồng thời tạo được những góc nhìn trọn vẹn ra cảnh quan bên ngoài sân vườn. Những hệ thống cửa sổ bao quanh ngôi nhà tạo hiệu ứng ánh sáng được chủ định







Ảnh hai trang Nội thất được chăm chút tỉ mỉ với gam màu trắng là chủ đạo

trong thiết kế để nhấn mạnh những thành phần, các khu vực chính, làm nổi bật hình khối kiến trúc cho ngôi nhà.

Tầng một là không gian sinh hoạt chính của gia đình gia chủ. Trong đó, phòng khách được thiết kế mở với không gian bếp hiện đại sang trọng với gam màu trắng tạo cảm giác không gian nổi liền thân mật và ấm cúng. Phòng ngủ lớn và phòng ngủ nhỏ ở tầng 2 được thiết kế đầy đủ tiện nghi, được bố trí yên tĩnh tách biệt với hệ thống phòng sinh hoạt.

Biệt thự cũng được tạo dáng với những khoảng giật hút gió cùng hệ thống cửa kính các góc nên không gian luôn giao hòa với thiên nhiên.

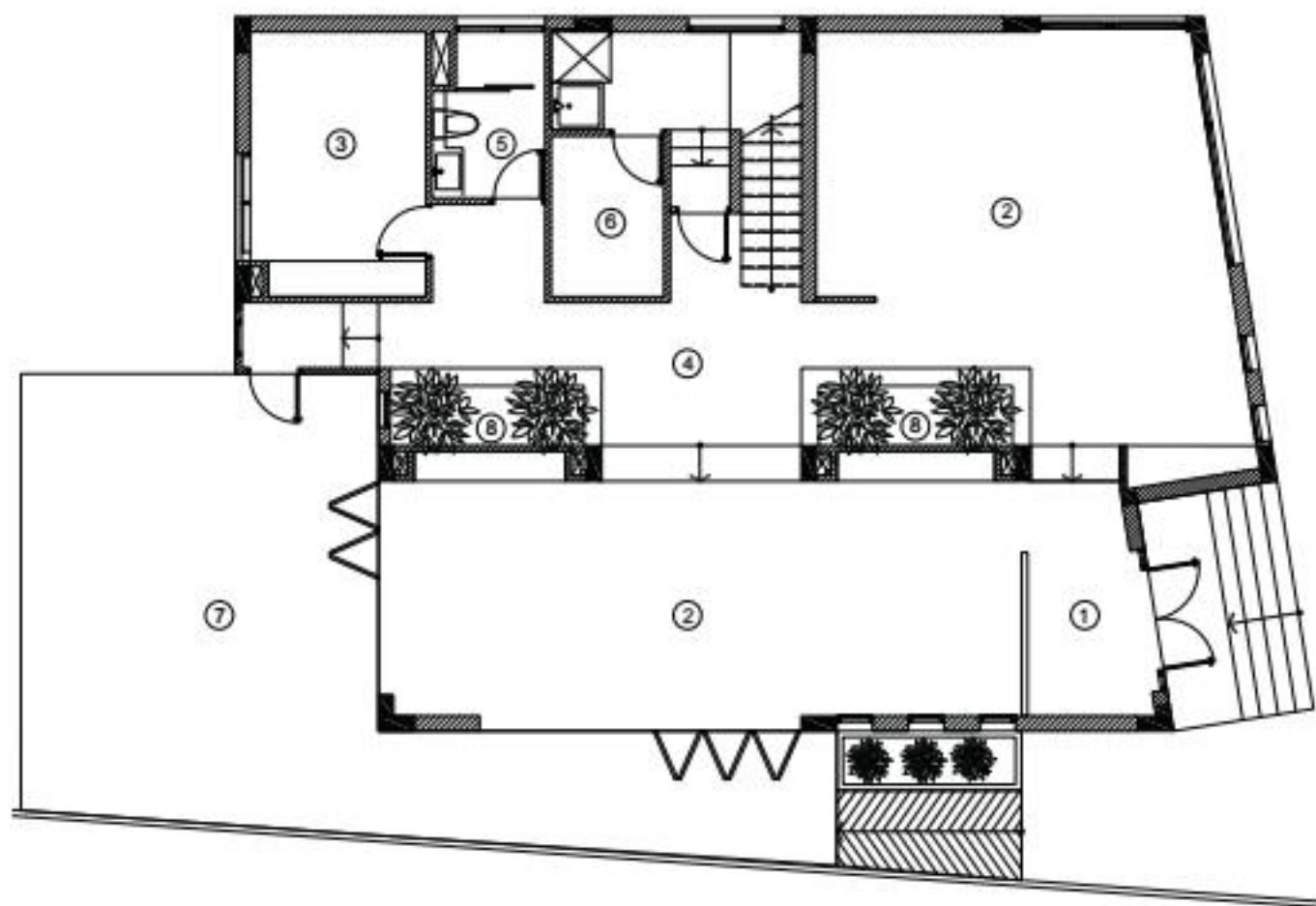


nhà ở



Ảnh Ngôi nhà đã tạo dấu ấn đặc biệt cho bạn bè mỗi khi có dịp đến đây

Địa chỉ công trình: 793/62/18 Trần Xuân Soạn, P. Tân Hưng, Q.7, TP.HCM
Thiết kế: ThS. KTS Nguyễn Thị Bảo Châu
Đơn vị thiết kế và thi công: Công ty CP-XD-GT-DV-TM Miền Nam
Địa chỉ: 13 đường số 7, P. Bình Thuận, Q.7, TP.HCM



Đính chính: Số báo 150 phát hành tháng 11.2018, trong bài "Tổ ấm bình yên" (trang 11-16) có giới thiệu KTS thiết kế là Nguyễn Văn Phúc, nay xin vui lòng đọc lại là ThS. KTS Đinh Văn Phúc - công ty TNHH Thiết kế Xây dựng Phúc Tân Việt. Tạp chí Kiến Trúc & Đời Sống xin cáo lỗi cùng KTS Đinh Văn Phúc và bạn đọc.



Phong cách sang trọng ngay chính trong ngôi nhà của bạn

Một ngôi nhà đẹp không thể thiếu những không gian nội thất đẹp.

Có phải cứ đắt tiền là sang trọng ? Không, đó phải là sự hòa quyện giữa một bản thiết kế không gian nội thất tuyệt đẹp và được sản xuất tinh xảo.

Anh/chị có xem hàng trăm bản vẽ, cũng không bằng một lần trải nghiệm thực tế.

Hãy đến showroom Mỹ Khang, anh/chị sẽ có những trải nghiệm thú vị này.

M Y K H A N G
Enjoy your success!

Nội thất Mỹ Khang

187 Nguyễn Văn Trỗi, P.10, Q. PN, HCM

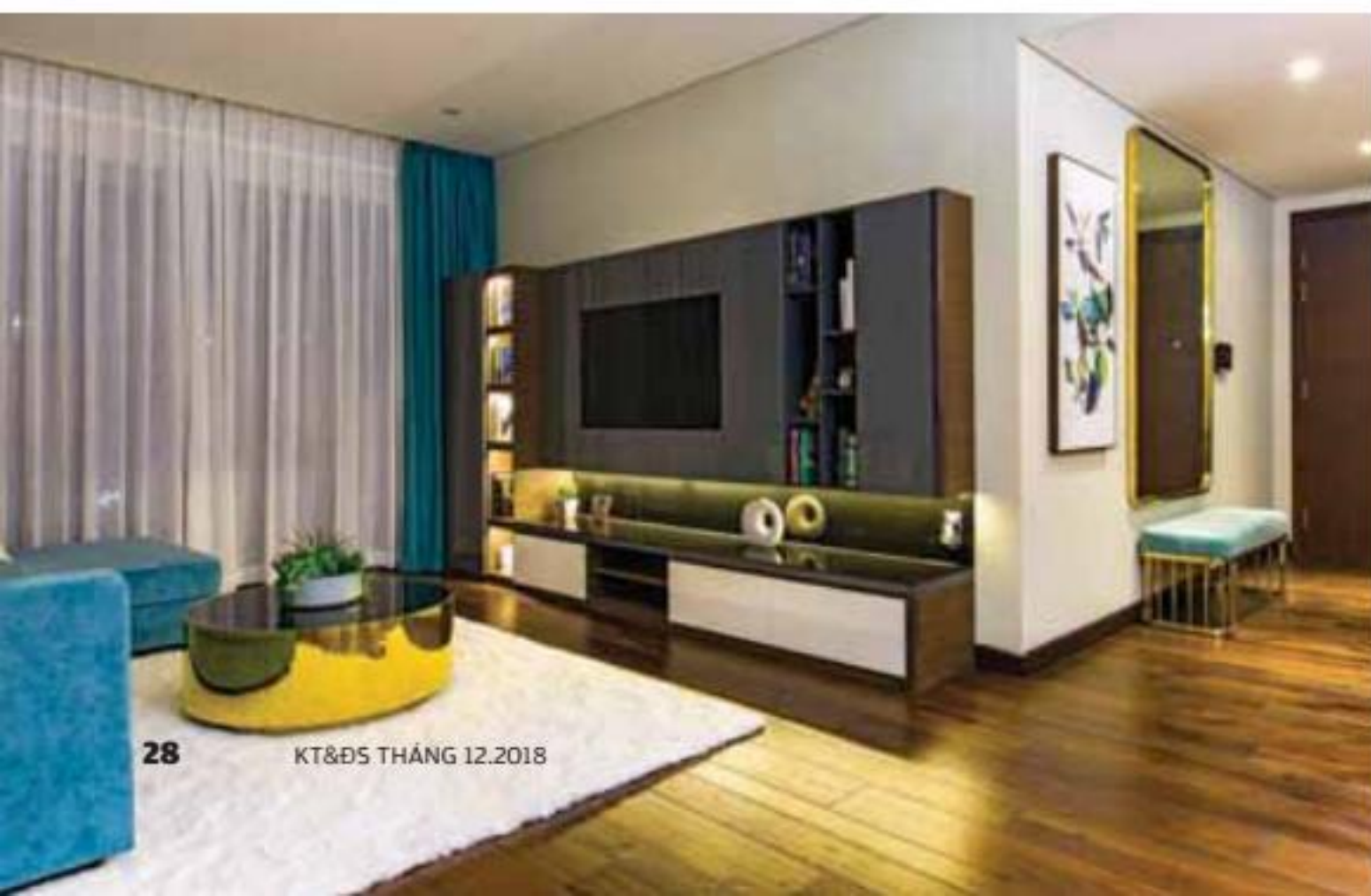
Tel: (028) 399 70 100 - www.mykhang.com



Tương phản để hài hòa

Căn hộ rộng 100m², thuộc dự án The Canary Heights. Chủ nhà là một người thành đạt và thích phong cách thiết kế đương đại yêu thích thiên nhiên cũng như muốn nhìn về tương lai.

BÀI VÀ ẢNH **PHAN HUY HỒNG ĐỨC**
TRỢ LÝ ẢNH **NGUYỄN THỊ THÙY KIỀU**





Ảnh hai trang Không gian thoáng đãng, màu xanh của cây lá, của biển trời thể hiện qua sofa, rèm cửa nổi bật trên nền gỗ ấm áp

Yêu cầu trong thiết kế của chủ nhà là nội thất cần sử dụng vật liệu đa dạng. Có thể tương phản nhưng vẫn hài hòa với tổng thể.

Từ đó kiến trúc sư thiết kế đã kết hợp các chất liệu với tính chất khác nhau như sự thô mộc của gỗ, bóng của kim loại và kính, điểm thêm họa tiết trang trí hoa lá sống động. Tất cả tạo nên một bức tranh tương phản ấn tượng nhưng vẫn hài hòa với tổng thể trầm ấm, sang trọng.

Về màu sắc, nổi bật trên nền gỗ ấm áp là màu xanh của cây lá, màu xanh của biển trời thể hiện qua chất liệu sofa, rèm cửa.

Phòng của em bé được trang trí nổi bật với các tông màu yêu thích của bé nhưng vẫn phù hợp với tổng thể màu sắc của căn nhà.

Góc bàn ăn trang trí ấn tượng với bàn gỗ chân kim loại mạ vàng và đèn pha lê, tạo sự sang trọng cho gia chủ mỗi khi tiếp khách thân mật. Các không gian sinh hoạt chung được thiết kế mở kết nối từ bếp tới phòng khách, kết hợp với tường kính tạo cảm giác rộng mở, thoáng đãng cho căn hộ.

Riêng phòng ngủ master thể hiện rõ nét phong cách của gia chủ với điểm nhấn là mảng tường kim loại và kính sang trọng, kết hợp với màu xanh của thiên nhiên. Hệ tủ áo mở cũng làm không gian thêm rộng rãi hơn.

Đáng chú ý là tất cả các phòng đều có cửa rộng thoáng mở ra với thiên nhiên. **III**







Ảnh hai trang Phòng ngủ master thể hiện rõ tính cách của chủ nhân với điểm nhấn là mảng tường kim loại và kính sang trọng hòa vào màu xanh của cây cỏ thiên nhiên





Ảnh trên và dưới Điểm đáng chú ý là các không gian chức năng của căn hộ đều có cửa sổ mở ra bên ngoài



Thiết kế: KTS Hoàng Văn Tuấn
Công ty TNHH MTV Thiết kế nội thất TO MA TO
Đường D8, phường Chánh Nghĩa, TP.Thủ Dầu Một, tỉnh Bình Dương



DECORATING INSPIRATION FOR YOUR MODERN HOUSE



Product code: 03.600600.08281

WORLD CLASS QUALITY



CÔNG TY CỔ PHẦN PRIME GROUP

Khu CN Bình Xuyên, TT. Hương Canh, H. Bình Xuyên, T. Vĩnh Phúc
T: +84 211 3888 987 | F: +84 211 3888 986 | E: info@prime.vn

VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN PRIME MIỀN TRUNG

325 Nguyễn Văn Linh, P. Thạc Gián, Q. Thanh Khê, TP. Đà Nẵng
T: + 84 2366 519 288 | + 84 2366 519 289 | E: info@prime.vn

VĂN PHÒNG ĐẠI DIỆN PRIME MIỀN NAM

31 Xuân Hồng, Phường 12, Q. Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
T: + 84 286 675 0011 | + 84 286 675 0022 | E: info@prime.vn

GLAZED PORCELAIN TILES SIZE 60x60cm

www.prime.vn f | t



Những sai lầm khi mua đồ cuối năm

Cuối năm là dịp các gia đình tập trung mua sắm nhiều để đón tết. Đây cũng là dịp các nhà bán hàng, siêu thị “tung” hết các chiêu khuyến mãi, xả hàng, kích cầu. Thị trường cuối năm luôn tập nập người mua kẻ bán. Nhưng nếu không biết cách shopping thông minh, người mua rất dễ gặp những sai lầm.

BÀI DUY DŨNG ẢNH TL KT&DS

Mua hàng rẻ, hàng giảm giá

Cuối năm, nhiều cửa hàng bán đồ giảm giá để thanh lý hàng tồn kho. Giảm giá là một chiêu thức rất hiệu quả đánh vào tâm lý người tiêu dùng. Người mua có cảm giác như có được món hời nên khi gặp hàng giảm giá rất dễ mua dù có thể không cần thiết, hoặc không có ý định mua. Đa phần hàng giảm giá là hàng chất lượng không cao, sắp hết “đất” hoặc mẫu mã không đẹp - ít người mua.

Tất nhiên, không phải tất cả các mặt hàng thanh lý đều kém chất lượng. Tuy nhiên, nếu bạn mua hàng vô tội vạ sẽ dẫn tới việc sử dụng không hết gây lãng phí. Do đó, trước khi mua những món đồ giảm giá, bạn hãy suy nghĩ thật kỹ, nếu là món đồ trước đó bạn nghĩ không quá cần thiết thì không nên mua,

còn nếu thấy cần thiết thì hãy tỉnh ý khi lựa chọn sản phẩm để đảm bảo mình mua được những đồ hữu ích.

Mua hàng online

Mua hàng online trên mạng đang là một xu thế phổ biến, nhất là tiện ích với những người bận rộn, thiếu thời gian. Vào dịp cuối năm càng nhiều người sử dụng hình thức này để tiết kiệm thời gian. Hình thức này có nhiều tiện lợi nhưng cũng tiềm ẩn những rủi ro như giao hàng không đúng đơn hàng, sai mẫu mã, hàng chất lượng kém, hoặc không giao hàng làm người mua chờ đợi và lỡ việc.

Thậm chí một số trang cá nhân giả rao bán sản phẩm, bắt người tiêu dùng phải chuyển trước một khoản tiền rồi mới giao hàng. Tuy nhiên khi chuyển

khoản xong thì không nhận được hàng. Bởi vậy, để tránh mắc lừa chiêu thức trên, bạn nên tìm hiểu kỹ thông tin trước khi đặt mua, đồng thời nên chọn lựa những website bán hàng có uy tín.

Mua hàng ngày giáp tết

Nhiều người có thói quen mua hàng vào những ngày giáp tết vì cho rằng lúc đó hàng sẽ giảm giá rẻ hơn, và tất nhiên cũng vì bận rộn. Đúng là có một số mặt hàng giảm giá, nhưng có một số khác lại tăng chóng mặt. Thực tế những ngày giáp tết như 28, 29, giá cả nhiều mặt hàng hóa thiết yếu sẽ được đẩy lên mức cao nhất. Việc mua sắm lúc này khiến chúng ta không có thời gian để đưa ra những quyết định chi tiêu thông minh. Ngoài ra, đợt mua hàng giảm giá sẽ có nguy cơ mua phải đồ kém chất



Ảnh hai trang: Thường hàng giảm giá ở các hội chợ triển lãm uy tín là hàng có chất lượng tốt, được giảm giá để khuyến khích tiêu dùng, thu hút khách hàng...

lượng, có lỗi... Các loại mặt hàng gia dụng, điện tử mua vào lúc này nếu bị lỗi sẽ không kịp đổi hay chuyển dịch vụ bảo hành trước tết. Vì thế, tốt nhất hãy lên kế hoạch những thứ cần thiết trước tết để mua sớm và có thời gian chọn lựa kỹ càng.

**Không lập danh sách trước
khi mua sắm**

Hàng hóa, đồ dùng, thực phẩm vào dịp cuối năm nhiều hơn thường lệ. Và bạn sẽ phải đi mua sắm trong một tình cảnh vội vã, đông đúc. Vì vậy, sẽ là sai lầm nếu bạn không lên một bảng danh sách những thứ cần mua sắm trong dịp này.

Việc không có một danh sách hàng hóa dự kiến mua sắm sẽ dễ khiến bạn thấy bối rối để rồi mua quá nhiều sản phẩm mà không quan tâm tới độ cần thiết gây lãng phí tiền bạc và thời gian. Hãy khắc phục thói quen xấu này bằng cách lập một danh sách các vật dụng cần thiết cho gia đình dịp tết và gạch đầu dòng theo thứ tự ưu tiên giảm dần và mua theo danh sách đó. Việc này giúp cho bạn có một lộ trình và quy trình hợp lý, mua cái gì trước, cái gì sau; mua ở cửa hàng nào trước, cửa hàng nào sau;

và phân bổ tài chính hợp lý cho từng nội dung. Điều này có thể giúp bạn tiết kiệm khoảng 15-20% chi phí - một con số không nhỏ.

Không tham khảo giá cả

Nhiều người có thói quen nhìn thấy hàng hóa, ưng là mua, không quan tâm lắm đến giá cả đắt hay rẻ, cao hay thấp - nhất là trong những siêu thị hay trung tâm thương mại; vì cho rằng giá ở đó là chuẩn. Thực tế không phải vậy, giá cả có những biên độ dao động nhất định giữa các nhà phân phối. Ngay cả các sản phẩm sản xuất công nghiệp, công nghệ cao như tivi, tủ lạnh, điều hòa nhiệt độ... cũng có thể có giá khác nhau đối với một loại sản phẩm ở các siêu thị khác nhau. Với các sản phẩm tiêu dùng, may mắn thì giá cả có thể chênh lệch nhiều nữa (so với giá trị thực của sản phẩm)

Vì vậy, việc khảo giá là cần thiết để bạn có thể mua đúng giá của sản phẩm và tiết kiệm chi phí. Với mạng internet đã phổ cập như hiện nay thì việc khảo giá và so sánh không khó. Trên mạng cũng có rất nhiều trang so sánh giá với những thông tin cụ thể rất hữu ích dành cho người mua hàng.

Mua sắm quá nhiều không cần thiết

Mua sắm nhiều là thói quen của nhiều người, theo tâm lý cho bỏ công đi shopping. Điều này hay có ở phụ nữ, với những mặt hàng gia dụng và thực phẩm. Có khi nhà có rồi, nhưng thấy ở siêu thị có đồ tương tự đang giảm giá, khuyến mại cũng lại mua; mà chưa hề dùng đến. Hoặc thấy quảng cáo có những đồ rất hay, tiện ích mua về nhưng lại không phù hợp với hoàn cảnh nhà mình, rất lãng phí.

Thực phẩm trong dịp tết cũng hay được mua nhiều, theo thói quen tích trữ ngày xưa. Việc mua tích trữ quá nhiều thực phẩm trong những ngày lễ tết, nhất là đối với các loại rau xanh, trái cây... sẽ rất dễ dẫn đến thực phẩm khô héo, thối, hỏng, biến dạng, biến chất... Điều này không chỉ ảnh hưởng tới sức khỏe gia đình mà còn gây lãng phí.

Tốt nhất hãy tính toán lượng thực phẩm phù hợp với thành viên trong gia đình để dự trữ đồ ăn. Không nên mua sắm quá nhiều bởi dù là dịp lễ tết nhưng hầu hết các chợ, siêu thị, trung tâm thương mại đều mở cửa sớm khoảng mùng 2, mùng 3 tết. 



Sắm đồ nội thất

Cuối năm, cũng là giai đoạn thi công của nhiều công trình đang đi vào giai đoạn hoàn thiện. Với nhà ở gia đình, thì cuối năm gần như được coi là “điểm chốt”, bởi tâm lý chủ nhà ai cũng muốn ăn tết ở nhà mới cho phần khởi, mong muốn nhiều vận hên. Ở giai đoạn hoàn thiện này, có một công việc khá quan trọng và mất thời gian là lựa chọn thiết bị, vật liệu hoàn thiện và đồ nội thất. Công đoạn này chủ nhà rất hay tham gia cùng kiến trúc sư, bởi lẽ đơn giản - đó là những thứ trực quan dễ nhìn nhận, ngấm nghĩa; và cũng là những thứ rất gần với nhu cầu sử dụng nên có sự quan tâm cũng là điều dễ hiểu.

BÀI KTS NGUYỄN TRẦN ĐỨC ANH ẢNH TL KT&ĐS

Nội thất, đồ nội thất và những cách hiểu khác nhau

Nội thất, theo cách hiểu chiết tự - đơn giản nhất là “trong phòng”. Vậy thì vật liệu hay đồ nội thất là những thứ ở trong phòng, trong nhà. Người ta thường nói: làm xong phần thô rồi, bây giờ chuyển sang giai đoạn “nội thất”; hoặc: nhà thì xong rồi, nhưng chưa có “nội thất”. Có cách hiểu cho rằng: “nội thất” là tất cả những thứ đi sau phần xây cất, trong đó bao gồm cả cửa, vật liệu ốp lát, điện - chiếu sáng, hệ thống cấp thoát nước và thiết bị vệ sinh, đồ đạc... Có cách hiểu “nội thất” chỉ là những thứ đồ kê rồi, tháo lắp linh hoạt như giường tủ, salon, bàn ghế, giá kệ, màn rèm, tranh ảnh..., không bao gồm những thứ gắn cố định như cửa, thiết bị liên quan đến điện - nước. Có cách hiểu “nội thất” là những

thứ góp phần tạo nên cái “đẹp” của căn phòng; như sơn tường, lát sàn, đèn chiếu sáng; đồ đạc sử dụng như sofa, giường tủ; đồ trang trí như tranh tượng... Với giới chuyên môn, nội thất là một khái niệm về không gian; còn những thứ thiết bị, đồ đạc nội thất có lẽ nên hiểu một cách linh hoạt tùy từng trường hợp cụ thể.

Dù hiểu theo cách nào, phạm vi nội thất và đồ nội thất rộng hay hẹp thì chuyện sắm đồ nội thất cũng là một vấn đề thú vị trên nhiều phương diện: cả người thiết kế, người tiêu dùng (chủ nhà) hay cả ở góc độ thị trường hàng hóa.

Lựa chọn vật liệu và thiết bị hoàn thiện

Trong thiết kế, không ít thì nhiều có sự chồng lấn giữa nội dung kiến trúc và nội thất, và cả các vấn đề kỹ thuật, rất

khó phân định rạch ròi. Ví dụ như các yếu tố liên quan đến kiến trúc của một căn phòng như cửa sổ, cửa đi, giao thông, các mặt điều khiển hệ thống điện thực ra được hình thành khi đã có một bố cục nội thất hoàn chỉnh (mặt bằng bố trí nội thất). Một hệ thống điện chiếu sáng có thể gọi là thuộc phần nội thất, nhưng khi thi công lại phải triển khai từ rất sớm, chứ không thể làm sau khi xây xong, để gọi là “trang trí nội thất” được. Tuy vậy, trong quan niệm nói chung của nhiều chủ nhà - người tiêu dùng thì các loại vật liệu hoàn thiện, thiết bị (bếp, vệ sinh, điện - chiếu sáng...) cho tới các đồ đạc khác cũng là nội thất/ đồ nội thất. Có thể hiểu đơn giản đó là các thành phần được triển khai trong quá trình, trong giai đoạn hoàn thiện công trình. Như trên đã nói, giai đoạn này chủ nhà hay tham gia



Ảnh hai trang Nhiều chủ nhà thường có khuynh hướng “đi chợ” mua đồ nội thất có sẵn vì có thể “thấy tận mắt, sờ tận tay” thích là mua luôn không phải gặp cảnh thất vọng vì hàng “đo ni đóng giày” không như ý

cùng kiến trúc sư để lựa chọn vật liệu, thiết bị; đôi khi chủ nhà còn “độc tài” luôn trong vấn đề này, bỏ qua các chỉ định thiết kế hay ý kiến tư vấn của kiến trúc sư.

Khi ngôi nhà đã hình thành cơ bản phần thô (hệ thống kết cấu, tường xây bao che, ngăn chia) thì việc hình dung các không gian, phòng ốc đã rõ hơn; nên chủ nhà muốn được có tiếng nói, có “phần” của mình trong ngôi nhà của chính mình - âu cũng là điều dễ hiểu. Thị trường vật liệu hoàn thiện và thiết bị vô cùng phong phú, đó là điều thuận lợi cho việc lựa chọn, nhưng cũng chính khó khăn khi phải... chọn lấy một trong số quá nhiều! Nhiều chủ nhà khi đi sắm đồ rất hứng khởi nhưng ra đến chợ vật liệu - thiết bị lại đau đầu, hoa mắt, chóng mặt; mất rất nhiều thời gian, hoặc đổi đi đổi lại; thậm chí thất bại về không.

Thiết kế hay mua đồ nội thất?

Đồ nội thất, ở đây xin được hiểu là những đồ sử dụng, kê rời như: bàn ghế, giường, tủ, kệ... Thiết kế hay mua sẵn - đó là một câu hỏi mà chủ nhà hay phân vân với chính mình và cũng hay đặt ra với kiến trúc sư. Thực ra, ai cũng hiểu rằng để có một kết quả tốt thì phải thiết kế và

đặt đóng đồ; như vậy mới có sự đồng bộ và thống nhất. Quan trọng hơn, chỉ có cách này mới đảm bảo vừa vận được kích thước các “khoảng chờ” trong phòng, trong nhà. Mà nhà ở gia đình đô thị đa phần luôn trong tình trạng “đo ni đóng giày” không rộng rãi, đâu phải muốn kê gì cũng được. Biết vậy, nhưng nhiều chủ nhà vẫn thích “đi chợ” mua đồ sẵn. Đó là vấn đề tâm lý tiêu dùng, sở thích mua sắm. Khi đó người ta có cảm giác nhanh gọn, thỏa mãn được ngay; thích thì mua, không thì thôi; không gặp phải sự khó chịu khi nhận hàng về mà không như mong đợi (điều này hay xảy ra với cách làm thứ nhất nếu thiết kế hoặc thi công đồ không tốt). Hiện nay thị trường đồ nội thất cũng rất phong phú, hầu như không thiếu thứ gì, từ giường, tủ quần áo, bàn ghế, tủ giày, bàn trang điểm, kệ tivi...; thậm chí cả tủ bếp cũng có sẵn. Nhiều nhà sản xuất, nhà cung cấp có cả những bộ đồ nội thất cho các không gian của cả ngôi nhà như đồ cho phòng khách, bếp, phòng ngủ. Các bộ đồ nội thất này được thiết kế theo những tiêu chuẩn điển hình, đồng bộ phong cách và chất liệu.

Thực tế cho thấy để đi chọn đủ những đồ đạc cần thiết phù hợp cho

các không gian của một ngôi nhà là điều không tưởng. Có quá nhiều yếu tố không thể đồng thời thỏa mãn như: kích thước, kiểu dáng, màu sắc, chất liệu, số lượng, giá thành... Thông thường, có hai hạng mục được chủ nhà chừa lại không đặt làm (đóng đồ theo thiết kế) mà đi mua sẵn - đó là sofa và bàn ăn, bởi lẽ hai thứ này có sẵn, nhiều kiểu dáng; và cũng không quá lệ thuộc vào các yếu tố kích thước liên quan đến phòng ốc. Một lý do nữa là cũng không có nhiều cơ sở có khả năng làm tốt sofa và bàn ăn - những thứ đồ được kết hợp bởi nhiều chất liệu: gỗ, sắt/inox, kính, vải... cùng nhiều phụ kiện khác. Các loại sofa và bàn ăn hiện bán sẵn trên thị trường đa phần là hàng nhập khẩu từ nước ngoài. Các kiến trúc sư hay người thiết kế nội thất đôi khi cũng ngại vẽ mấy thứ đồ này, bởi dễ bị so sánh với những hàng nhập luôn bắt mắt khách hàng một cách cụ thể nhất! Giải pháp lựa chọn thường là mua những thứ bán sẵn sao cho phù hợp nhất với không gian, phong cách nội thất và các đồ đặc khác.

Mua đồ, có cần tư vấn hay không?

Câu trả lời là có, rất cần thiết; dù là lựa chọn vật liệu hoàn thiện, thiết bị



Ảnh trên Lời khuyên các chuyên gia: nên tham khảo ý kiến của các kiến trúc sư vì chính họ mới là người hiểu rõ nhất về ngôi nhà do chính mình thiết kế

hay đồ đạc nội thất. Bởi lẽ chỉ có kiến trúc sư - người thiết kế mới có được cái nhìn tổng thể nhất, và hiểu nhất về ngôi nhà do chính họ thiết kế. Bên cạnh đó còn cần tuân thủ theo một số nguyên tắc chuyên môn kỹ thuật mà người bình thường nhiều khi không rõ; ví dụ như gạch lát vệ sinh, sân vườn phải có độ nhám để chống trơn trượt, các loại thiết bị phải phù hợp với thiết kế tổng thể và hệ thống kỹ thuật chờ sẵn. Tùy mỗi trường hợp, do cách thức làm việc hay những ràng buộc trong hợp đồng tư vấn mà quyết định vai trò, quyền hạn cũng như nghĩa vụ của người thiết kế đối với chủ nhà trong việc quyết định lựa chọn vật liệu, thiết bị, đồ đạc nội thất. Thực ra, với những thiết kế kỹ, chi tiết có thể giảm thiểu việc đi tìm, lựa chọn ở các cửa hàng. Bản vẽ thiết kế có thể chỉ định cụ thể dùng loại vật liệu gì, thiết bị gì của hãng nào, màu sắc như thế nào, mã số bao nhiêu... Tuy nhiên có một vấn đề tế nhị là chủ nhà luôn có e ngại nhà thiết kế có sự “thông đồng” với nhà cung cấp để lấy phần trăm. Hơn nữa dù thiết kế kỹ thì chủ nhà cũng khó hình dung với những bản vẽ kỹ thuật đen trắng những nét đường nét, chữ và số. Tâm lý phải là nhìn tận mắt, sờ tận tay thì mới hài lòng. Thế nên mới có chuyện thiết kế thì cứ

thiết kế, còn lúc thi công thì chủ nhà vẫn cứ “đi chợ”. Có người ngại kiến trúc sư tự ái, nên âm thầm ra chợ tự rước về. Về cơ bản là kết quả không bao giờ tốt, bởi lẽ hàng bày ở cửa hàng, ở showroom bao giờ cũng đẹp, cũng long lanh (và thực tế vật liệu nào cũng có thể đẹp); nhưng đi vào thực tế công trình lại khác, bởi nó cần dung hòa nhiều yếu tố, không thể đứng đơn lẻ, cục bộ như ở cửa hàng. Có chủ nhà lại không tự tin, rủ kiến trúc sư dùng dằng dằng dè cùng đi, khá mất thời gian cho cả hai. Hợp ý thì không sao, chứ mỗi người một ý thì quả thật là nan giải!

Để tránh đau đầu và hoa mắt

Việc lựa chọn mua sắm nội thất (bao gồm vật liệu hoàn thiện, trang thiết bị và đồ đạc nội thất) luôn là vấn đề không bao giờ cũ, nói không bao giờ hết. Đó cũng là vấn đề luôn làm hoa mắt và đau đầu cả chủ nhà lẫn kiến trúc sư. Kinh nghiệm thực tế của người viết bài, cả thiết kế và thi công, thấy rằng có thể giảm thiểu yếu tố tiêu cực này cũng như đỡ làm mất thời gian trong vấn đề mua sắm nội thất. Đó là việc kiến trúc sư cần phải có định hướng mở trong việc sử dụng vật liệu, thiết bị; để tránh trường hợp chủ nhà không ưng hay nhà sản xuất, nhà cung

cấp hết mẫu, hết hàng sẽ bị động. Ví dụ như gạch ốp lát cần xác định được kích thước, màu sắc chủ đạo; đồ nội thất dùng chất liệu gì, quy cách ra sao, theo phong cách nào... Khi đó nếu có sự thay đổi (loại nọ sang loại kia, hãng này sang hãng khác), thì vẫn có định hướng để lựa chọn sản phẩm phù hợp, đảm bảo tinh thần của thiết kế cũng như các vấn đề kỹ thuật liên quan. Với chủ nhà - người tiêu dùng nên tôn trọng và tận dụng vai trò tư vấn chuyên môn của kiến trúc sư để công trình có kết quả tốt nhất. Cần tỉnh táo và có thái độ khách quan trước những lời quảng cáo, chào hàng... của các nhà cung cấp; cũng như không nên quan niệm rằng hàng xịn (đắt tiền) là sẽ đẹp. Khi đi lựa chọn, mua sắm nội thất cần bám theo định hướng của thiết kế (thông qua tư vấn hoặc bản vẽ), tránh sa đà vào quá nhiều sản phẩm để cuối cùng phân vân khó lựa chọn. Tất cả các vấn đề bất thường nhất thiết phải tham khảo ý kiến của kiến trúc sư để có giải pháp phù hợp. Và cuối cùng, nếu đã chọn được sản phẩm ưng ý rồi (tất nhiên phù hợp túi tiền nữa) thì cần quyết định nhanh chóng, không nên dè dặt, rồi ngó sang chỗ khác lại để... hoa mắt, đau đầu! ■



BLUM LIFESTYLE SHOWROOM

3 Võ Văn Tần, Q.3, Tp.HCM
9h - 19h Thứ hai đến Thứ bảy
Tel: (028) 3822 3304
www.blum.com
 Blum Vietnam



Thiết kế lịch lãm với thành ngăn kéo LEGRABOX

Hệ thống ray trượt hộp tinh tế đặc trưng bởi thành ngăn kéo thẳng, mỏng và chuyển động chất lượng cao. Thiết kế đã đoạt được nhiều giải thưởng quốc tế. Là dòng sản phẩm đa dạng có thể sử dụng được cho nhiều ứng dụng ở mọi khu vực sống trong nhà.

www.blum.com

 **blum**[®]



Ảnh trên Khi chọn lựa vật khí gần gũi với văn hóa tâm linh của gia đình sẽ góp phần tạo nên tâm lý thoải mái, bình yên

Vật khí hợp lý

Gia đình tôi có thông lệ cuối năm hay sửa sang, dọn dẹp nhà cửa, trưng bày đồ đạc đón năm mới. Gần đây tôi nghe thấy nhiều nơi rao bán vật phẩm, vật khí phong thủy trưng bày tại nhà để cầu tài cầu duyên nên có ý định tìm hiểu, chọn lựa để mua chung trong nhà. Nhưng cũng có ý kiến cho rằng bài trí phong thủy chỉ cần hợp tuổi được hướng, còn vật khí phong thủy chỉ mang tính điểm xuyết. Xin hỏi vấn đề này cần hiểu và làm thế nào cho hợp lý.

Trần Văn Lợi, quận Thủ Đức, TP.Hồ Chí Minh

BÀI THS. KTS HÀ ANH TUẤN
ẢNH KHÁNH PHƯƠNG

Các vật dụng có chức năng kích hoạt nguồn khí trong nhà được các chuyên gia phong thủy gọi chung là vật khí phong thủy, tập trung trong 2 nhóm chính là vật treo và vật chung. Nhóm các vật treo có thể kể đến như chuông gió, sáo trúc, đèn lồng, hồ lô, gương, xâu tiền... giữ vai trò nâng cao cảm giác an lành về môi trường sống, kích hoạt tính biểu tượng của sự giao tiếp, đem lại may mắn thông qua yếu tố thị giác, thính giác có thể cảm nhận được. Nhóm các vật chung như bể cá, tượng đá, bình gốm, các linh vật phong thủy... chủ yếu tính toán đặt để dưới đất, trên bàn, cạnh cửa... theo phương vị và điều kiện cụ thể để hạn chế mặt xấu, tăng cường mặt tốt cho nhà thông qua các liên hệ về âm dương, ngũ hành và tính biểu tượng của vật dụng.

Hiện nay, lập luận mang tính chất “việc ai nấy làm” là: nếu kiến trúc sư thích không gian, kỹ sư tâm đắc hệ kết cấu, hay nhà thiết kế nội thất ưng ý màu sắc, chi tiết nào đó trong công trình họ làm, thì chuyên gia phong thủy cũng có quyền cân nhắc vị trí đặt vật khí phong thủy sao cho hưng vượng cho gia chủ. Tại các nước phát triển và trong các nhóm cư dân gốc Á có sự ảnh hưởng của triết lý âm dương, ngũ hành, việc này phổ biến, đơn giản và đương nhiên, trên tinh thần “win-win” không ai lấn sân, ảnh hưởng đến quyền lợi của ai.



Ảnh trên Vật trang trí xưa trong kiểu nhà hiện đại, hoặc vật mang ý nghĩa trấn trạch tại Trung Quốc, Singapore chưa chắc phù hợp với văn hóa Việt Nam, cần cân nhắc kỹ trước khi sử dụng **Ảnh dưới** Sự tương hợp về vị trí đặt để, phong cách nội thất giúp gia tăng tính hài hòa cho nơi cư ngụ

Chia sẻ quan điểm đó, chúng tôi muốn viện dẫn những lý do mà các nhà thực hành phong thủy thiên về vật khí hay lập luận, đó là tính linh hoạt, tính trấn an, tính tương hợp và tính khác biệt khi sử dụng vật khí phong thủy, như là các tiêu chí để đạt tính hợp lý khi sử dụng.

- *Tính linh hoạt*: liên quan đến thời điểm, khả năng kết nối khí, và cấu trúc nhà, mà cả 3 yếu tố này đều thay đổi linh hoạt tùy theo cấu trúc không gian, yếu tố thời gian và bản thân gia chủ (Thiên, Địa, Nhân) do đó không có các vị trí sắp xếp vật khí cố định kéo dài năm này qua năm khác. Trường phái Huyền không xác định sự xoay chuyển của Cửu Tinh tùy theo năm và hướng phương vị sẽ tạo Cát Hung (tốt xấu) khác nhau, từ đó các chuyên gia phong thủy căn cứ tính chất ngũ hành cần thêm hay bớt để đặt vật khí có tính chất phù hợp. Trường phái Bát Trạch thì căn cứ cung mệnh mỗi người sẽ phối mệnh hướng nào Cát hướng nào Hung, khi bài trí nội thất sẽ đặt vật khí phong thủy gia tăng vận may ở cung cát, giảm trừ hung sát ở cung hung.

- *Tính trấn an*: liên quan đến tâm lý sử dụng và nhu cầu tâm linh. Đây là vấn đề thuộc về cung cách ứng xử của mỗi cá nhân và gia đình với chung quanh,

cần điều tiết sao cho vừa phải, tránh phô trương vô lối hay gây ảnh hưởng đến người khác, nhà khác. Có thời gian khá nhiều nơi từ công sở đến nhà riêng xuất hiện kiểu trưng bày linh vật có nguồn gốc xa lạ như tỳ hưu hay sư tử vốn không tồn tại trong văn hóa truyền thống Việt, gây tổn kém và phản cảm, không tác dụng và đóng góp gì cho cấu trúc không

gian, cảnh quan cũng như kiến trúc công trình. Hiện nay vấn đề này đã được loại trừ dần, và cách thức trưng bày vật khí phong thủy được cư dân chọn lọc, xử lý hài hòa hơn nhờ các nguồn thông tin ngày càng đa dạng và chuẩn xác.

- *Tính tương hợp*: liên quan đến cân bằng nguồn năng lượng với môi trường cư ngụ và người sử dụng. Cho dù vật phẩm



phong thủy có biểu tượng gì đi chăng nữa thì gia chủ, người sử dụng phải cảm thấy sự liên hệ thân gần với tính cách, sở thích, sinh hoạt, mong muốn... của mình. Do đó không nên chọn đồ trưng bày phong thủy theo phong trào hay cảm nhận sơ bộ, mà cần xem tính chất Ngũ hành của gia chủ thuộc nhóm gì để chọn lựa vật khí phong thủy có ngũ hành thuộc hành tương hòa bản mệnh, hành tương sinh bản mệnh và hạn chế dùng hành tương khắc. Tính tương hợp còn thể hiện ở chọn không gian nào và cách sắp xếp vật khí sao cho phù hợp với điều kiện Việt Nam và nhà ở hiện đại, đòi hỏi phải có sự chăm chút và cân nhắc hợp lý.

- *Tính khác biệt:* liên quan đến nổi bật khí, gia tăng khí cho môi trường sống, giảm sự nhàm chán hay trì trệ. Cụ thể là tại các lối ra vào, nạp khí chính của nhà như cửa đi chính, cửa bếp, cửa hậu, phòng làm việc... có thể treo phong linh (ống kim loại xâu thành chùm) hoặc sáo trúc phát ra tiếng vui tai vừa kiểm

soát người ra vào vừa tạo nét sinh động cho nội thất. Dĩ nhiên vận khí của nhà phụ thuộc vào nhiều các vấn đề cơ bản khác như phương hướng, vật liệu, thiết kế nội thất... mỗi nhà mỗi khác biệt, chứ không thể chỉ nhờ mấy xâu tiền hay chùm phong linh treo trên đầu cửa mà giải quyết được.

Các vật chưng, trong đó có khá nhiều linh vật chỉ có trong truyền thuyết như tỳ hưu, thiềm thừ (cóc tài lộc)... hiện được nhiều nơi kinh doanh quảng bá là có tác dụng cầu phúc, trấn trạch, thu hút tài lộc nhưng chủ yếu là đồn đại thiếu căn cứ. Do đó không nên tôn sùng tác dụng của các vật dụng trang trí phong thủy, mà cần nhìn nhận chúng như một trong các biện pháp sắp xếp đồ nội thất có kết hợp với trấn an tâm lý, tạo sự vui tươi sống động cho nơi ở.

Tùy theo từng không gian cụ thể mà vị trí đặt vật khí phong thủy sẽ được chọn lựa sao cho phù hợp, nhưng cơ bản nhất vẫn là sự gắn kết với ngôn ngữ chung

của ngôi nhà, dùng để vật khí phong thủy trở nên lạc lõng hoặc lộ liễu. Ví dụ như một ngôi nhà có lối đi, con hẻm đâm trực diện nên chuyên gia muốn hóa giải bằng cách treo gương bát quái trên đầu cửa, đặt mảng bình phong trước lối vào hoặc xoay lệch cửa nhìn qua hướng khác... tất cả các ý tưởng đó đều cần kết hợp với nhà chuyên môn để chọn ra giải pháp phù hợp, cửa xoay lệch thì nhìn thấy tự nhiên thoải mái, có khoảng đệm trước khi vào nhà, bình phong có thể dùng chậu cây cao và ken dày để ngăn luồng khí trực xung, còn gương phản chiếu hung khí có thể thiết kế theo dạng trang trí hợp với kiểu nhà. Những cách thức này trong nhà truyền thống, nhà rường Huế hay nhà phố cổ Hội An từ xưa đều làm rất duyên dáng, hài hòa, vừa hợp phong thủy vừa có thẩm mỹ, nhìn vào không hề thấy quá lộ, kỳ dị hay âm u mê tín.

Từ các quan điểm trên, có thể thấy rộng ra yếu tố phong thủy thể hiện qua các dùng vật khí trong không gian Việt nên thiên về sự thiết thực, tiết giảm và thân thiện, giảm thiểu các kiểu cách bài trí xa hoa, thiếu cơ sở và mê tín. Giao hòa Thiên - Địa - Nhân, đó luôn là đích đến của nghệ thuật bài trí nhà cửa hợp thời điểm, hợp vị trí, hợp lòng người. 



Ảnh Treo gương bát quái kết hợp với xoay cửa khi nhà không hợp hướng, bị ngã ba đâm trực xung





Một gian bếp được thiết kế với các sản phẩm của Bosch

ĐỒ GIA DỤNG CHÂU ÂU tất cả đều phù hợp, hãy nghĩ lại!

Nhiều người nghĩ rằng, “hàng xách tay” đều là hàng tốt, có độ bền cao. Đó là quan điểm sai lầm vì mỗi sản phẩm khi tung ra đều được nhà sản xuất nghiên cứu cho từng thị trường, phù hợp với điều kiện khí hậu, thói quen tiêu dùng...

Sản phẩm phù hợp cho từng thị trường mới là tốt

Một sản phẩm đạt chuẩn chất lượng trước tiên phải đáp ứng nhu cầu sử dụng về công năng, độ bền cao, mẫu mã đẹp, dễ sử dụng và có chế độ bảo hành, dịch vụ hậu mãi tốt. Các sản phẩm hàng nhập khẩu “xách tay” thường không đáp ứng được đầy đủ các tiêu chí trên và tuổi thọ

không cao. Một trong những vấn đề là sự khác biệt về điện áp. Ví dụ: sản phẩm phân phối tại thị trường châu Âu có điện áp thông thường là 230V, trong khi dòng điện ở Việt Nam là 220V.

Không chỉ dừng lại ở sự khác biệt về điện áp, hướng dẫn sử dụng của “hàng xách tay” là tiếng bản địa khiến người tiêu dùng không biết để sử dụng hết các

chức năng của sản phẩm và khi gặp sự cố đa số họ đều không biết xử lý thế nào.

Một ví dụ với máy rửa chén của Bosch - thương hiệu người châu Âu tin dùng. Hàng chính hãng phân phối dành cho thị trường châu Á được thiết kế với những đặc thù riêng để rửa các đồ dùng như chén, đĩa, chảo sâu lòng... Các vi mạch cũng được sản xuất cho khu vực nhiệt đới, có khí hậu nóng ẩm để tăng tuổi thọ sản phẩm. Bảng điều khiển sử dụng dùng ngôn ngữ thông dụng là tiếng Anh.

Mua hàng - mua cả dịch vụ hậu mãi

Để được trải nghiệm các thiết bị đạt tiêu chuẩn châu Âu mà vẫn thân thiện với người dùng Việt, cần lựa chọn sản phẩm được phân phối chính hãng bởi các đơn vị uy tín trên thị trường. Khách hàng nên tránh mua “hàng xách tay” bởi rủi ro lớn, không có chế độ bảo hành và hậu mãi, khó tìm các linh kiện chính hãng để thay thế, bảo trì.

Ông Nha D Nguyễn - Trưởng phòng Kinh doanh và Tiếp thị HMH - đơn vị phân phối sản phẩm gia dụng Bosch tại Việt Nam cho biết: “Khi mua sản phẩm chính hãng từ các nhà phân phối ủy quyền như HMH, khách hàng sẽ được hưởng đầy đủ quyền lợi từ chính sách bảo hành và dịch vụ sau bán hàng. Chúng tôi đảm bảo các sản phẩm đều là hàng chính hãng, có nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, nhập khẩu nguyên chiếc cùng cam kết chất lượng dịch vụ theo tiêu chuẩn châu Âu”.



Máy rửa chén Bosch được sản xuất phù hợp với điều kiện khí hậu và thói quen sử dụng ở Việt Nam

Công ty Cổ phần Thương mại HMH Việt Nam và công ty TNHH Häfele Việt Nam là hai đơn vị ủy quyền phân phối chính thức của Bosch UND Siemens Hausgeräte (BSH) tại thị trường Việt Nam. Công ty HMH là đại lý được ủy quyền phân phối sản phẩm cho các kênh bán lẻ và các dự án, còn công ty TNHH Häfele Việt Nam là đại lý ủy quyền phân phối sản phẩm cho các dự án. Tất cả các sản phẩm của Bosch được hai đơn vị này cung cấp đều có giấy chứng nhận xuất xứ (CO) và giấy chứng nhận chất lượng (CQ). Khách hàng mua sản phẩm tại đơn vị ủy quyền sẽ được hưởng đầy đủ quyền lợi về chính sách bảo hành và dịch vụ sau bán hàng của nhà sản xuất.

Thông tin liên hệ

Công ty Cổ phần Thương mại HMH Việt Nam

Website: www.hmh.com.vn Hotline: 1900 1538

Công ty TNHH Häfele Việt Nam

Website: www.hafele.com.vn Hotline: 1800 1797

không gian đẹp



Ảnh hai trang Không gian ẩm thực đường phố Tứ Xuyên ấn tượng, độc đáo thu hút rất nhiều thực khách khó tính

Đáp án cho bài toán khó về không gian ẩm thực

Chưa bao giờ thị trường F&B trở nên náo nhiệt như hiện nay. Các quán café, nhà hàng mọc lên khắp nơi, nhất là tại TP.Hồ Chí Minh và Hà Nội. Không gian nào đáp ứng được nhu cầu đa năng của khách hàng thì sẽ có sức hút, điều này trở thành bài toán khó cho các công ty thiết kế, xây dựng và trang trí nội ngoại thất, nhưng không phải vì thế mà không có đáp án.





Một không gian ẩm thực ấn tượng, độc đáo đã thu hút được rất nhiều thực khách khó tính: đáp ứng được từ món ăn ngon, dịch vụ nhà hàng đến chất lượng không gian sang trọng nhưng giá cả lại rất cạnh tranh. Chúng tôi đang nói đến chính là không gian ẩm thực đường phố Tứ Xuyên ở TP.HCM có tên HAO YU GRILLED FISH.

Ấn tượng ngay từ cái nhìn đầu tiên là mặt tiền của nhà hàng: sử dụng chất liệu sơn bê tông và thép gân xây dựng ngay bề mặt, không những khiến cho thực khách cảm thấy lạ mắt mà còn tưởng chừng như đang bước vào một phim trường Hollywood hoành tráng.

Cảm xúc ấy vẫn được giữ nguyên vẹn khi vào không gian bên trong. Một bức tranh nghệ thuật tái hiện đường phố Tứ Xuyên hiện ra rõ rệt, thông qua sự nhấn nhá sáng tạo và những đường nét độc đáo của người kiến trúc sư.

Đơn vị thiết kế thi công đã khéo léo và tỷ mỉ để kiến tạo nên một bức tường lớn bằng gạch vảy cá trắng men rạn màu xanh dương tạo ra một không gian đại dương mát mắt. Ngoài ra, các mảng gạch ngói được các thợ lành nghề sắp xếp thủ công bằng tay với hơn 10.000 viên gạch theo đúng ý tưởng tạo sóng biển rì rào và cũng là một điểm nhấn mà ánh mắt không thể bỏ qua khi thực khách bước chân vào nhà hàng.

Các vật liệu truyền thống cũng được kiến trúc sư thỏa sức sáng tạo điểm tô không gian như mây, tre, nứa sử dụng để ốp vách, trần, làm đèn mây trang trí tỏa sáng không gian với ánh sáng vàng sang trọng. Bên cạnh đó, bông gió, gạch hoa, mái ngói Đông Dương cũng là những chất liệu đem lại nhiều cảm xúc cho mỗi người chúng ta khi đến nơi đây.

Một điểm cộng nữa cho không gian nhà hàng chính là các dụng cụ nôm, rọ đánh bắt cá bằng mây tre nứa được



không gian đẹp



Ảnh hai trang Nơi trò chuyện, hẹn hò lý tưởng cho các buổi gặp mặt, hội họp hay tụ tập bạn bè, gia đình. Đây cũng là một địa điểm tuyệt vời để tán gẫu, thỏa mãn sự sống ảo cho các bạn tuổi teen

cách điệu trang trí trên trần nhà, nhìn rất lạ mắt và độc đáo.

Họa tiết sắc nét logo nhà hàng được nhận biết khắp mọi nơi qua các khung, lan can sắt CNC, tạo sự nhận diện thương hiệu rất rõ nét. Đồng thời, sáng tạo trong việc sử dụng chất liệu lưới mắc cáo hình thoi để tạo hình cá trang trí, mang nét đặc trưng của nhà hàng, không dễ nhầm lẫn với các không gian khác.

Cá và thuyền gỗ đi đánh cá của ngư dân mô phỏng, gợi tưởng nên không gian đánh cá thường nhật ở những làng chài ven biển cũng được xuất hiện trong không gian của một nhà hàng sang trọng. Khoảng không này thật sự sống động và trở thành trung tâm, điểm nhấn của nhà hàng. Từ vị trí ngồi trên lầu, thực khách ở mỗi bàn ăn đều có thể ngắm nhìn như đang ngồi giữa đại dương bao la.

Một điểm thú vị khác ở nhà hàng là tượng chú tiểu bằng cẩm thạch trắng vân đá múa Kung Fu thu hút ánh nhìn của cả người lớn lẫn trẻ nhỏ. Màu sắc, đèn lồng cũng được chú ý để nhấn mạnh ẩm thực nhà hàng Trung Hoa. Kiến trúc sư còn khá tận tâm khi đặt chú tỳ hưu tọa lạc ngay chân cầu thang, với mong muốn nhà hàng sẽ kinh doanh phát tài phát lộc.

Sử dụng đa dạng và linh hoạt các loại vật liệu xây dựng từ mây, tre, nứa, ngói, gạch truyền thống đến gỗ, sắt CNC hiện đại. Tất cả tạo nên một không gian hoàn hảo ở mọi góc nhìn và trở thành điểm “check-in sống ảo” của mọi thực khách, góp phần khẳng định sự thành công của người kiến trúc sư khi đưa ra những ý tưởng thiết kế táo bạo và độc lạ.

Tiên phong trong mô hình ẩm thực đường phố Tứ Xuyên ở một nhà hàng sang chảnh nơi đô thị phồn hoa là một đội ngũ thiết kế, xây dựng đã dành cả tâm huyết với nghề để sáng tạo cho tác phẩm của mình, ngay cả khi bị áp lực về thời gian. Qua đó, ẩm thực đường phố đặc trưng được thể hiện rõ nét qua việc phối bàn ghế giữa gỗ và sắt cùng với các vách kẻ đường, cho khách hàng cảm giác như đang ngồi giữa phố phường tấp nập và thưởng thức món ăn ngon ngay giữa lòng thành phố Trùng Khánh.

Tươi ngon mới với đầu bếp bản xứ tại chỗ, nước uống đa dạng, tốt cho sức khỏe, sự gần gũi từ phong cách thiết kế ẩm thực đường phố Tứ Xuyên. Còn gì chờ mong hơn cho người yêu ẩm thực, khi không gian nơi đây đáp ứng được tối đa nhu cầu của họ vừa là nơi thưởng thức món ăn ngon, vừa là không gian trò chuyện, nơi hẹn hò lý tưởng cho các cuộc gặp mặt, hội họp hay tụ tập bạn bè, gia đình. Lại cũng là một nơi tuyệt vời để tán gẫu, thỏa mãn sự sống ảo cho các bạn tuổi teen.

Giải được bài toán khó về không gian chính là nỗ lực của cả một đội ngũ và đội ngũ ấy đang cảm thấy rất vui khi cái tên Galaxycons được không ít bạn bè, đồng nghiệp trong lĩnh vực nhắc đến mỗi khi nói về không gian đặc biệt của nhà hàng này.

Hao Yu Grilled Fish 17-19 Hồ Xuân Hương, P.6, Q.3, TP. Hồ Chí Minh
Công ty thiết kế và thi công: Công ty CP xây dựng và đầu tư Galaxy
Kiến Trúc Sư: Đỗ Thanh Cương – ĐT: 0938.311.788



Với các bề mặt Feelwood tự nhiên của EGGER, các sản phẩm nội thất sở hữu vẻ đẹp xuất sắc mà bạn có thể cảm nhận khi sờ vào.



Đường vân ST38 Feelwood Pinegrain mới được ứng dụng cho mẫu H3403 White Mountain Larch, giúp bề mặt thêm cá tính nhờ sự kết hợp giữa các yếu tố mờ và bóng



Dòng Feelwood của EGGER nhìn và sờ như gỗ thật nhưng hiệu quả hơn về chi phí. Các đường vân biểu trưng cho sự phát triển mang tính cách mạng trong lĩnh vực vật liệu gỗ

FEELWOOD

Hoàn hảo từ bên ngoài đến cả khi tiếp xúc

Feelwood mang đến sự mới mẻ và nổi bật cho các bề mặt giả gỗ: hoa văn tái hiện vẻ ngoài, cảm giác và những tính chất thẩm mỹ của gỗ một cách xuất sắc. Qua đó, các kiến trúc sư và nhà thi công tạo nên những sản phẩm chất lượng hơn nữa cho khách hàng. Và trừ khi so sánh về giá, rất khó để phân biệt sản phẩm làm từ Feelwood và sản phẩm làm bằng gỗ thật.

Dòng Feelwood của EGGER không chỉ nhìn và sờ như gỗ thật mà còn hiệu quả hơn nhiều về chi phí. Là biểu trưng cho sự phát triển mang tính cách mạng trong lĩnh vực vật liệu gỗ, các hoa văn được đồng bộ hóa với hình ảnh mẫu gỗ, mang đến sự tự nhiên và chân thật hơn nữa cho các vật liệu giả gỗ. Khi các bề mặt vân gỗ được phủ trên hai mặt của ván lõi EGGER, bạn có được sản phẩm gần như không khác biệt so với gỗ veneer hay gỗ thật.

Tuy nhiên, so với gỗ thật, các vật liệu giả gỗ có lợi thế là bền hơn, dễ bảo quản và không dễ phai màu khi tiếp xúc với ánh sáng. Các đồ vật khi đặt trên bề mặt cũng sẽ không làm hỏng bề mặt. Feelwood hiện được ứng dụng cho ván dăm, ván MDF, ván nhẹ Eurolight, bề mặt bếp, laminate compact và laminate. Chỉ dán cạnh đồng màu, đặc biệt là loại chỉ vân gỗ, và chỉ dán cạnh ba lớp mới giúp hoàn chỉnh vẻ ngoài chân thật như gỗ tự nhiên của vật liệu.

Tính chất của gỗ thật cùng hiệu ứng về xúc giác

Bộ sưu tập trang trí EGGER 2017-2019 gồm sáu bề mặt Feelwood và ba trong số đó được phát triển riêng cho bộ sưu

tập. Sản phẩm mới nhất là ST38 Feelwood Pinegrain mang vân gỗ thông được đánh mờ, kết hợp hiệu quả với các mẫu trang trí thuộc nhóm Mountain Larch. ST37 Feelwood Rift được phát triển cho ba mẫu của nhóm Halifax Oak, thể hiện vân gỗ sống động với các vết nứt và mắt gỗ. Bề mặt ST36 Feelwood Brushed được đánh mờ nhiều và tái hiện chân thật nhiều loại gỗ nhờ các đường vân sâu và chất lượng. ST33 Feelwood Crafted kết hợp các đường vân bóng mờ và hơi bóng, tạo hiệu quả thẩm mỹ và sinh động. ST29 Feelwood Ambiance nổi bật với các đường vân được đồng bộ hóa với mẫu trang trí thuộc nhóm Cape Elm và các rãnh mềm mại trên bề mặt càng làm tăng hiệu ứng xúc giác. ST28 Feelwood Nature giúp bề mặt phun cát của nhóm Gladstone Oak càng thêm sinh động. Đây cũng chính là mẫu vân gỗ đánh dấu sự khởi đầu cho câu chuyện thành công của Feelwood khi được ứng dụng trong vô số dự án.

Bề mặt vân gỗ ấn tượng với định dạng XL

Để tăng thêm độ chân thật của các vật liệu giả gỗ sử dụng bề mặt Feelwood, nhóm mẫu trang trí Halifax Oak được mở rộng để kết hợp với đường vân của ST37 Feelwood Rift, còn nhóm Tossini Elm trở nên đa dạng hơn với ST33 Feelwood Crafted, Cape Elm với ST29 Feelwood Ambiance, và Attic Wood với ST36 Feelwood Brushed theo định dạng XL (2790 x 2060mm). Đối với các mẫu trang trí truyền thống, chi tiết được nhân 6-8 lần cho định dạng 1/2 (2800 x 2070mm). Để các mẫu vân gỗ trông thật tự nhiên với các mắt gỗ và vết nứt sống động, EGGER phát triển vân gỗ theo hết chiều ngang của tấm gỗ nên các chi tiết chỉ lặp lại hai lần đối với định dạng XL. Nhờ đó, các sản phẩm nội thất đạt được độ tự nhiên và chân thật hơn hẳn và do đó giống với vật liệu thật hơn.

Xem thêm chi tiết tại: www.egger.com; www.hafele.com.vn.

(*) Tất cả các mẫu trang trí được đề cập và thể hiện hình ảnh trong bài là sản phẩm giả gỗ, không phải gỗ thật.

ẢNH EGGER HOLZWERKSTOFFE

SƠN GIẢI PHÁP: Máy phun bột trét Graco

Đầu tháng 11.2018 vừa qua, chúng tôi có chuyến công tác đến Đà Nẵng với mục đích hỗ trợ công ty Khang Huỳnh - NPP Sơn Kelly-Moore về kỹ thuật thi công bằng máy phun sơn và phun bột trét của GRACO.

BÀI TRẦN VĂN CHÂU – CEO KELLY-MOORE VIETNAM

Cùng đến Đà Nẵng với chúng tôi có ông Phương, đại diện GRACO tại Việt Nam, ông Vạn, nhà thầu thi công sơn chuyên nghiệp tại Sài Gòn với máy GRACO và ông Tuấn Anh, nhà phân phối Sơn Kelly-Moore tại Hạ Long, Quảng Ninh.

Chương trình hoạt động gồm hai phần tập huấn và thực hành

1) **Phản hướng dẫn kỹ thuật** bao gồm sự trình bày tổng thể về thông số kỹ thuật của máy phun bột trét và máy phun sơn GRACO do ông Phương đảm trách như việc lắp ráp súng, chọn Tips, nối dây, chỉnh áp lực của máy, súc rửa máy...

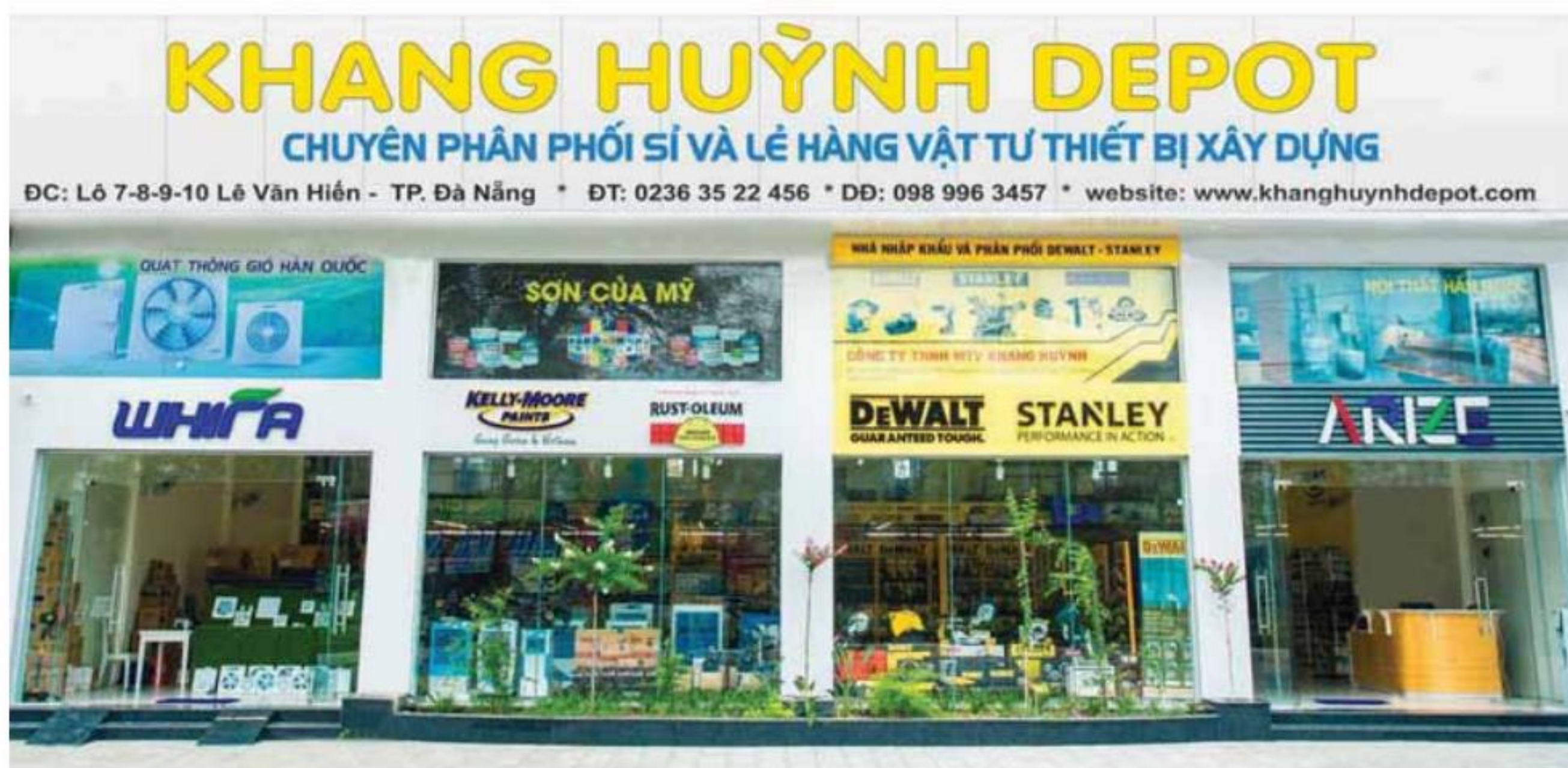
2) **Phản thực hành thi công** mà đặc biệt là thi công phun bột trét được ông Vạn chỉ dẫn tường tận từ việc quậy bột, phun bột lên tường nước 1, sử dụng cây gạt tạo phẳng bề mặt và phun bột nước 2... Mọi việc được gói gọn vào buổi sáng tại showroom của công ty Khang Huỳnh.

Như độc giả biết, trong tất cả các vị trí cho công đoạn trét bột thì trần nhà là vị trí vất vả nhất. Tuy nhiên với máy phun bột trét thì công việc trở nên đơn giản. Do đó, việc sử dụng máy phun bột trét không chỉ nâng cao hiệu suất mà còn làm cho người thợ đỡ mất sức vì phải cúi xuống, đứng lên lấy bột và trét bột lên tường. Đặc biệt với áp lực máy phun bột vào tường giúp giảm bớt tình trạng lỗ kim và tạo thẩm mỹ hơn. Ngoài ra, công đoạn xả và hút bột trét bằng máy giúp không gian thi công giảm bớt hơn 95% bụi nên cũng dễ dàng vệ sinh và môi trường sạch sẽ hơn.

Trưa hôm đó, chúng tôi cùng với những anh em đã đem máy GRACO đến một công trình 6 tầng để thi công thực tế. Sáng hôm sau, chúng tôi lại tiếp tục công việc và có thể nói chỉ trong vòng một ngày mà khối lượng công việc đã hoàn thành được trên 50% khối lượng của gần 1.000m² cho cả khâu trét và xả.

Trong buổi cơm trưa thân mật để trao đổi và rút kinh nghiệm với mọi người. Một bạn có tay nghề cao và ở trong ngành thi công sơn trên 15 năm đã ngồi tính toán với ông Vạn và đưa ra con số: “Với khối lượng 6.000m² tường, trần và với cách thi công bằng máy phun bột trét như thế này sẽ nhanh gấp đôi mà số nhân công chỉ còn 1/2. Nghĩa là hiệu suất công việc tăng lên gấp 4 lần.

Có thể nói, đây là chuyến công tác thành công hơn mong đợi. Đó là theo đánh giá của mọi người. Và với ông Phương thì đây là một dấu mốc rất quan trọng trong việc ứng dụng máy phun bột trét vào thị trường xây dựng tại Đà Nẵng. Riêng chúng tôi, từ 10 năm qua vào những năm 2007, 2008, chúng tôi đã tổ chức nhiều sự kiện giới thiệu công nghệ máy GRACO với số người tham dự có khi lên đến 400 người từ chủ đầu tư, nhà thầu xây dựng, nhà thầu sơn, kiến trúc sư, nhà thiết kế... Cũng thời gian đó, 3 tòa nhà của dự án SGP với hơn 150.000m² tường mặt ngoài đã được chúng tôi tô phủ lớp sơn chống nứt Elastomeric bằng





Buổi tập huấn Graco tại Khang Huỳnh Depot - Chuẩn bị

máy phun sơn GRACO. Và liên tục trong các năm 2007, 2008 và 2009, chúng tôi luôn tổ chức các buổi hội thảo, tập huấn máy GRACO cho các công ty, nhà thầu và tổ đội thi công sơn.

Ưu tư và trăn trở về việc ứng dụng công nghệ như sử dụng máy GRACO để phun bột trét đã được chúng tôi trình bày và thử nghiệm nhiều lần với GRACO. Tuy nhiên vài năm trở lại đây, GRACO mới sản xuất ra dòng máy phun bột trét Mark X. Phải nhìn nhận rằng, tại thời điểm đó có lẽ chúng tôi thật sự chưa có nhiều kinh nghiệm thi công như bây giờ và cũng không có những người am tường về máy GRACO như ông Phương hay ông Vạn để anh em trao đổi, chia sẻ rồi cùng nhau tìm ra giải pháp.

Hy vọng, với nỗ lực của chúng tôi về việc chuyển giao công

Sự kiện giới thiệu & tập huấn Graco vào năm 2007-2008 tại Sài Gòn



Buổi tập huấn Graco tại Khang Huỳnh Depot - Hướng dẫn

nghệ thi công bằng máy phun bột trét và bằng máy phun sơn sẽ là bàn đạp cho công ty Khang Huỳnh trong việc thực hiện tốt việc thi công tại Đà Nẵng như chúng tôi đã thực hiện 10 năm trước ở Sài Gòn. Hy vọng chủ đầu tư, chủ nhà, kiến trúc sư, nhà thiết kế và các tổ đội thi công hưởng ứng và tiếp nhận công nghệ mới để nâng cao hiệu suất công việc.

Về mặt tài chánh, chúng tôi sẽ cùng công ty Khang Huỳnh hỗ trợ tối đa những nhà thầu thi công sơn, các tổ đội có ý định mua máy phun bột trét và phun sơn. Mọi thắc mắc xin liên lạc ở Đà Nẵng với Mr. Quốc 0934.999.974 và Mr. Phương 0989.963.457; tại Sài Gòn qua số ĐT 028.7300.6045 *101 hoặc vào website: www.SonKM.vn.

Sự kiện giới thiệu & tập huấn Graco vào năm 2007-2008 tại Sài Gòn





RUST-OLEUM NOXYDE Sơn gốc nước - Chống rỉ - Chống gỉ



Hệ thống Sơn chống rỉ của RUST-OLEUM & KELLY-MOORE K7781/1680



SƠN GIẢI PHÁP: Chống rỉ sét cho sắt

Sắt là nguyên vật liệu chính được sử dụng rộng rãi trong nhiều ngành công nghiệp như xe hơi, xây dựng. Một số ứng dụng phổ biến của sắt là làm khung sườn công trình, lan can, tay vịn cầu thang, hàng rào và cửa cổng. Tuy nhiên, khi sắt hay hợp kim của sắt tiếp xúc với oxy và độ ẩm trong một thời gian dài, tạo thành một hợp chất mới gọi là oxit sắt hay còn gọi là rỉ sét, chúng làm yếu sắt và làm cho cấu trúc của sắt trở nên giòn và xốp.

BÀI MINH TÂM – TL CEO KELLY-MOORE VIETNAM

Đối với các công trình tại các vùng biển, sự ăn mòn có thể xảy ra nhanh hơn do độ ẩm và hàm lượng muối trong không khí tại vùng duyên hải cao hơn nhiều so với khu vực thành thị. Sự tác hại của rỉ sét là mối đe dọa cho nhân loại. Nó phá hủy cầu cống, làm sập nhà, hư kho xưởng, hỏng thiết bị dụng cụ và phương tiện quốc phòng. Sau đây là một số thống kê về sự hủy hoại của rỉ sét được cung cấp bởi tổ chức quốc tế National Association of Corrosion Engineers viết tắt NACE International trong năm 2015:

- Tổng thiệt hại của rỉ sét lên đến 3.500 tỉ USD trên toàn cầu, gần gấp 10 lần GDP của Việt Nam.
- Chỉ riêng tại Hoa Kỳ, con số thiệt hại từ rỉ sét lên đến 1.000 tỉ USD, chiếm 6,9% GDP.

Có nhiều cách nhằm bảo vệ và ngăn chặn sự tác hại của rỉ sét mà thông dụng là phủ lên sắt một lớp sơn để bảo vệ việc nước và oxy tiếp xúc. Tuy nhiên, thống kê lại chỉ ra rằng chỉ có 65% sơn và chất tô phủ là có đúng công năng bảo vệ. Dựa trên kinh nghiệm được chia sẻ từ các chuyên gia, những nhà thầu... thì việc bảo vệ bề mặt kim loại bắt đầu từ khâu chuẩn bị bề mặt, sự lựa chọn sơn lót và sơn phủ chất có lượng cao, hợp với môi trường, độ ẩm là rất quan trọng. Sơn chất lượng cao thường có giá thành không thấp, nhưng việc sử dụng nó sẽ tiết kiệm tiền bạc và thời gian bảo dưỡng cho chủ đầu tư về lâu dài và mang lại cảm giác an tâm cho người sử dụng.

Chuẩn bị bề mặt

Chuẩn bị và làm sạch bề mặt như loại bỏ các vết bẩn và những khu vực bị rỉ sét là một trong những công đoạn cực kỳ quan trọng. Có 3 phương pháp chính được thực hiện cho việc làm sạch bề mặt theo (1) Cơ học như tẩy, sùi, chà, phun cát (2) Hóa học là dùng hợp chất để làm tan sắt rỉ như Rust Dissolver hay Rust Reformer là tái tạo lại bề mặt bị rỉ sét (3) và nhiệt học là dùng nhiệt lượng đốt cháy bề mặt bị rỉ sét. Xét về giá thành của 3 phương pháp thì cơ học là tiết kiệm nhất (50.000 -100.000 đồng/m²), hóa học (150.000-200.000 đồng/m²) và nhiệt học là đắt nhất với giá 300.000+ đồng/m².



Sơn lót K7781

Chức năng của sơn lót chống rỉ sét là cực kỳ quan trọng, bởi ngoài việc sơn lót có độ bám dính tốt như các dòng sơn lót thông thường sơn cho bê tông nó cần phải có thêm vài tính năng cần bản khác như (1) Tạo độ phủ tối đa tại các vị trí mối nối, góc cạnh (2) Có khả năng ép buộc hơi nước & không khí ra khỏi khu vực được sơn. Rust-Oleum có dòng sơn lót K7781 sở hữu 2 công năng đặc biệt này. Nghĩa là nó phủ ở góc cạnh và mối nối gấp 10 x lần so với các dòng sơn truyền thống trên thị trường. Đây là dòng sơn lót đã được nhà sáng lập Robert Fergusson mất công thử nghiệm lên đến 778 lần trước khi ông đưa sản phẩm ra thị trường vào những năm 1920.

Sơn lót 9100

Không phải sơn lót sắt nào trên thị trường cũng có thể phủ lên kim loại mạ kẽm (Galvanized Metal) hay bám dính được trên bề mặt inox - Stainless Steel. Đặc biệt là sơn lót sắt cho vùng duyên hải còn cần phải có khả năng kết dính thật chặt để chống ăn mòn, chịu được độ ẩm và không hề hấn gì về sự thay đổi đột ngột của nhiệt độ trong một ngày. Rust-Oleum 9100 là dòng sơn có đầy đủ các chức năng trên và nó được gọi là DTM Epoxy (Direct To Metal). Đây là dòng sơn tuyệt vời nhất #1 của Rust-Oleum mà chúng tôi gọi là 5 trong 1 (lót, chống rỉ, màu, chịu lực và chống hà).

Sơn phủ 1686

Hãy sử dụng sơn phủ cao cấp để đảm bảo tính thẩm mỹ của công trình bền lâu. Sản phẩm sơn phủ Dura-Poxy của Kelly-Moore là gốc nước, một thành phần và có độ cứng như Epoxy, nhưng pha được cả 2.000 màu. Đây là một sự kết hợp và đặc chế độc đáo. So với sơn gốc dầu, Dura-Poxy không chỉ bền mà còn giữ được màu sắc tươi sáng dài lâu dưới ánh mặt trời của tia UV. Tại thị trường Việt Nam, từ nhiều năm qua, hệ thống sơn K7781/1686 đã được thực nghiệm cho nhiều công trình như A&B Tower, Bitexco Saigon, các khu vui chơi của Phú Cường, Rạch Giá... và gần đây là các resort ở Phú Quốc hay hàng trăm biệt thự là một minh chứng rõ ràng về sơn giải pháp cho sắt của chúng tôi là một hệ thống tối ưu.

Mọi thắc mắc xin quý độc giả liên lạc điện thoại 028.7300.6045 *101 hay vào website www.SonKM.vn.



Ánh sáng cho sân vườn

Sân vườn đang ngày càng trở thành một không gian cảnh quan đa chức năng mang đến những giá trị thẩm mỹ vượt trội. Đặc biệt trong khoảng mười năm trở lại đây thì việc định hình không gian thẩm mỹ cho sân vườn vào ban đêm luôn được đòi hỏi rất cao mà trọng điểm chính là ở việc bố trí nguồn sáng.

BÀI KTS NGUYỄN BẢO TIÊN HOÀNG ẢNH SUU TẦM

Thật không ngoa khi nói rằng: ánh sáng đã tạo ra kiến trúc nói chung và kiến trúc cảnh quan nói riêng. Ánh sáng đúng và đủ luôn mang lại hiệu quả mãn nhãn cho khu vườn nhất là vào ban đêm, khi vẻ lộng lẫy và huyền ảo dần xuất hiện sau khi mọi thứ đã lên đèn. Cũng bởi sự kỳ diệu đó mà hôm nay tôi muốn giới thiệu những quy tắc bố trí đèn ngoài trời cũng như vài ý tưởng chiếu sáng sao cho khu vườn của bạn, dù ban ngày hay ban đêm cũng trở nên đẹp mắt và ấn tượng nhất!

Có hai dạng đèn sân vườn gồm những loại dùng để cung cấp ánh sáng cho cảnh quan ngoài trời và những loại chỉ chuyên dùng để trang trí. Những dây đèn quấn quanh thân cây, treo dọc theo mái của pergola hay những ngọn nến đều khiến chúng ta ngắm nhìn, đó chính là nguồn sáng trang trí. Ngược lại, khi nguồn sáng khiến bạn chú ý đến thứ mà chúng thấp sáng, chứ không phải ngắm nhìn chính nguồn sáng đó, ta sẽ có nguồn sáng cung cấp. Trong phạm vi bài viết này chúng ta sẽ cùng phân tích những giải



Ảnh hai trang Ánh sáng đúng và đủ luôn mang lại hiệu quả mãn nhãn cho khu vườn nhất là vào ban đêm, khi vẻ lộng lẫy và huyền ảo dần xuất hiện sau khi mọi thứ đã lên đèn

pháp bố trí sao cho nguồn sáng có thể phát huy công năng tối ưu cũng như đạt đến độ thẩm mỹ trọn vẹn như bạn mong muốn.

Định lượng cho ánh sáng

Có hai quy tắc cần tránh khi bố trí ánh sáng cho vườn: không sử dụng nguồn sáng quá mạnh hay quá nhiều, không hướng ánh sáng vào cửa sổ hoặc vào ngang tầm mắt. Những việc này khiến cho sân vườn sáng quá mức cần thiết, thậm chí gây chói mắt và khó chịu. Hãy nhớ việc thấp sáng sân vườn vào ban đêm không đồng nghĩa với việc khiến mọi góc ngách đều trở nên rõ ràng, điều bạn cần là nêu bật những yếu tố chính phụ khiến khu vườn trở nên đặc sắc hơn vào ban đêm.

Việc sử dụng nguồn sáng vừa phải cũng có lợi cho ngân sách của bạn, và thật sự chúng dễ bố trí hơn là những nguồn sáng mạnh. Mật độ bóng đèn cũng không nên quá gần nhau, đôi khi những khoảng vườn tối giản chỉ cần một nguồn sáng dịu nhẹ cũng đủ tạo ra không gian thư giãn đậm chiều sâu và đầy tinh tế. Nhưng cũng có một số không gian cần nhiều ánh sáng như sân chơi cho trẻ hay những khu vực ăn uống nấu nướng ngoài trời. Thật không ngạc nhiên khi những khoảng sân trong nhà bếp hoặc phòng ăn mới là nơi có hiệu ứng ánh sáng xa hoa nhất!

Khác với khu vực ăn ngoài trời, ánh sáng cho giao thông không cần công suất quá lớn mà chỉ cần mật độ chiếu sáng đảm bảo tính liên tục và không bị ngắt quãng bởi những khoảng quá tối.





Ảnh hai trang Lượng ánh sáng phụ thuộc vào chức năng của mỗi không gian nhưng chắc chắn rằng, nguồn sáng quá mạnh và đồng đều ở tất cả các khu vực sẽ không bao giờ đem lại hiệu quả như bạn mong muốn



Định vị cho ánh sáng

Một trong những vị trí đặc biệt quan trọng bắt buộc phải được thả sáng vào ban đêm chính là các tính năng nước như bể bơi, hồ cá, đài phun. Ngoài việc tạo ra vẻ ngoài lấp lánh cực kỳ hấp dẫn thì đèn cho mặt nước còn là vị “cứu tinh” đảm bảo sự an toàn cho mọi người trong việc di chuyển giữa sân vườn vào ban đêm.

Đặc biệt bạn nên nhấn nhá những bậc thác, đá chủ đạo bằng nguồn sáng mạnh hay màu sắc nổi bật hơn bình thường, điều này không chỉ giúp phân định rõ tầng lớp mà còn mang lại cảm quan thẩm mỹ vượt trội cho yếu tố mặt nước trong khu vườn.

Những tác phẩm điêu khắc gỗ, thạch cao, kim loại hay tranh tường ngoại thất cũng cần được chiếu sáng đầy đủ - một cách tinh tế nhất có thể. Hẳn bạn đã chẳng tốn công lắp đặt một tác phẩm nghệ thuật đầy ý nghĩa ở một nơi thu hút nhất trong vườn chỉ để ngấm vào ban ngày, trong khi đó hiệu ứng cho các loại hình trang trí nghệ thuật lại gần như tuyệt hảo khi chúng được “lên đèn” vào ban đêm.

Di nhiên ta không thể nào “bỏ quên” đối tượng chính của sân vườn: cây trồng. Những nhánh lá, bụi hoa mà bạn dày công chăm sóc chắc chắn sẽ lộng lẫy và bắt mắt vô cùng dưới ánh sáng của những bóng đèn dạ vào ban đêm.

Một gốc cây chủ đạo với hình dáng độc đáo bùng sáng như một ông hoàng trong khu vườn chiều tà, hay vài cụm đá có xinh xinh lấp lánh nơi góc sân nhặt nắng, bạn còn cần điều gì hơn nữa?

Và bạn cũng đừng “ngó lơ” những mảng tường bắt mắt trong sân vườn nhà mình. Ánh sáng có thể giúp tôn lên độ bóng, sáng, gỗ ghê hay sân sỏi ở mức tối đa từ đó bề mặt vật liệu hay hoa văn điêu khắc trên tường sẽ lại trở nên rõ nét và cuốn hút.

Cuối cùng, như đã từng đề cập ở trên, lối đi là khu vực luôn cần được thả sáng. Ngoài những loại đèn nằm lắp dọc hai bên, chúng ta cũng có thể bố trí ánh sáng rọi từ trên cao xuống hay đặt bóng sáng vào bên trong các cụm cây sát mặt đất.

Nếu vườn của bạn có bậc thang thì hãy tận dụng ngay để biến hóa chúng thành khu vực sang trọng và nổi bật cùng các loại bóng đèn thả bên dưới hoặc từ

cạnh bên. Thậm chí với một số khu vườn dài và hẹp, bậc thang mới là đối tượng chính mang hiệu ứng ánh sáng lồng lầy và đẹp mắt nhất trong vườn.

Định tính cho ánh sáng

Có thể bạn không nghĩ đến, nhưng tính chất của mỗi một nguồn sáng phụ thuộc hầu hết vào màu sắc của chúng. Màu vàng cam có thể mang lại cảm giác thân thiện và gần gũi. Đặc biệt đối với khu vực ăn ngoài trời, những bóng đèn tông ấm giúp thức ăn trông ngon hơn, không gian huyền ảo hơn và thậm chí khiến cho sự giao tiếp trong các bữa tiệc sân vườn đạt hiệu quả tối ưu hơn.

Mặc dù là màu sắc được ưa chuộng nhất trong thiết kế ngoại thất nhưng chúng lại khiến cho cây cối của bạn trông ốm yếu và có vẻ thiếu sức sống đôi chút. Để khắc phục tình trạng này bạn cần hạn chế dãi ánh sáng trực tiếp lên tán lá mà chỉ nên sử dụng cho thân cây và thấp sáng cục bộ trong không gian tiệc tùng ăn uống. Ngược lại, với ánh sáng xanh lam, bạn chỉ nên áp dụng với các khu vực cần tạo độ dịu mát như mặt nước bể bơi hay hồ cảnh. Những bóng đèn led xanh lam luôn là công thức chủ chốt giúp khu vực bể bơi thêm sang trọng, hiện đại.

Trên cả đây là tông màu thu hút và tạo được sự bí ẩn muốn khám phá đối với thị giác, dựa vào yếu tố này bạn cũng có thể dùng màu xanh hơi nhạt một chút những khu vực phía cuối của khu vườn, chúng sẽ khiến mảng xanh có chiều sâu hơn rất nhiều. Và nếu bạn quá phiền phức với đồng muối mòng thì đừng quên lắp ít bóng đèn xanh ở những khu vực bạn ít tụ tập nhất, màu xanh sẽ thu hút côn trùng quần quan ở khu vực đó mà không phiền đến bạn nữa.





Ảnh trên và dưới Chỉ cần một vài quy tắc cơ bản cộng thêm một chút tinh ý mà việc bố trí đèn cho sân vườn đã trở nên đơn giản hơn bao giờ hết. Còn chờ gì nữa? Hãy bắt tay thực hiện ngay để sân vườn về đêm của bạn trở nên thật độc đáo, cuốn hút và bắt mắt

Bạn có thể áp dụng ánh sáng trắng cho hầu hết mọi vị trí trong sân vườn, chúng không kiêng kỵ không gian, phản ánh đúng tính chất bề mặt màu sắc và nghiêm nhiên, luôn mang lại kết quả an toàn nhất. Mặc dù vậy, cả một khu vườn sử dụng ánh sáng trắng sẽ gây cảm giác nhàm chán và phẳng lỳ. Chính bởi quá tự nhiên mà những bóng đèn trắng thường chỉ chiếu sáng sắc chủ đạo cho những những sân vườn rộng lớn và thoáng đãng hoặc những mảng xanh mang tính tĩnh giản, ưu tiên sự nhẹ nhàng và trung thực cho màu sắc gốc của cây cỏ và vật liệu.

Ngoài ra, ánh sáng đỏ hay hồng cũng là màu sắc khá mới mẻ mà bạn có thể áp dụng cho khu vườn của mình. Nghe thì có vẻ bất khả thi khi đỏ và xanh lá lại là hai màu tương phản, nhưng chính vì vậy chúng mới là điểm nhấn thú vị cho khu vườn. Đặc biệt ánh sáng tím hồng rất được ưa chuộng cho các khu vực mặt nước muốn phá cách theo xu hướng trẻ trung và “hi-tech”. Thử áp dụng cho khu vực hồ cá, bạn sẽ có bể Koi “không đụng hàng” với vẻ ngoài rất lạ mắt và độc đáo!

Tùy vào đặc tính và hiệu ứng cảm quan mà bạn muốn tạo ra, bạn hoàn toàn có thể kết hợp nhiều màu sắc khác nhau cho cùng một khu vực. Những tông màu gần nhau mang tính chuyển tiếp có thể tạo ra hiệu ứng dẫn dắt mạch cảm xúc tuyệt vời.

Và những gam màu tương phản cao có thể nêu bật từng thành phần trong bố cục tạo giúp điểm nhấn ưu việt và rõ nét. Thậm chí trong cục bộ một khu vực nhất định, màu sắc ánh sáng hoàn toàn có thể được chuyển đổi theo thời gian mặc định sẵn, nhất là vào những dịp đặc biệt thì một khu vườn sống động với ánh sáng rực rỡ sẽ khiến không gian hấp dẫn hơn hẳn!

Một lần nữa, nếu bạn không có kinh nghiệm trong việc phối màu thì hãy sử dụng màu trắng, nhưng nếu bạn vẫn thích nhiều màu thì hãy dùng sắc độ nhạt thay vì đậm đặc, chúng sẽ an toàn và dễ dàng ăn khớp với mọi cảnh vật trong khu vườn. 



CONWOOD by INSEE

Sản phẩm xanh sáng tạo vì môi trường

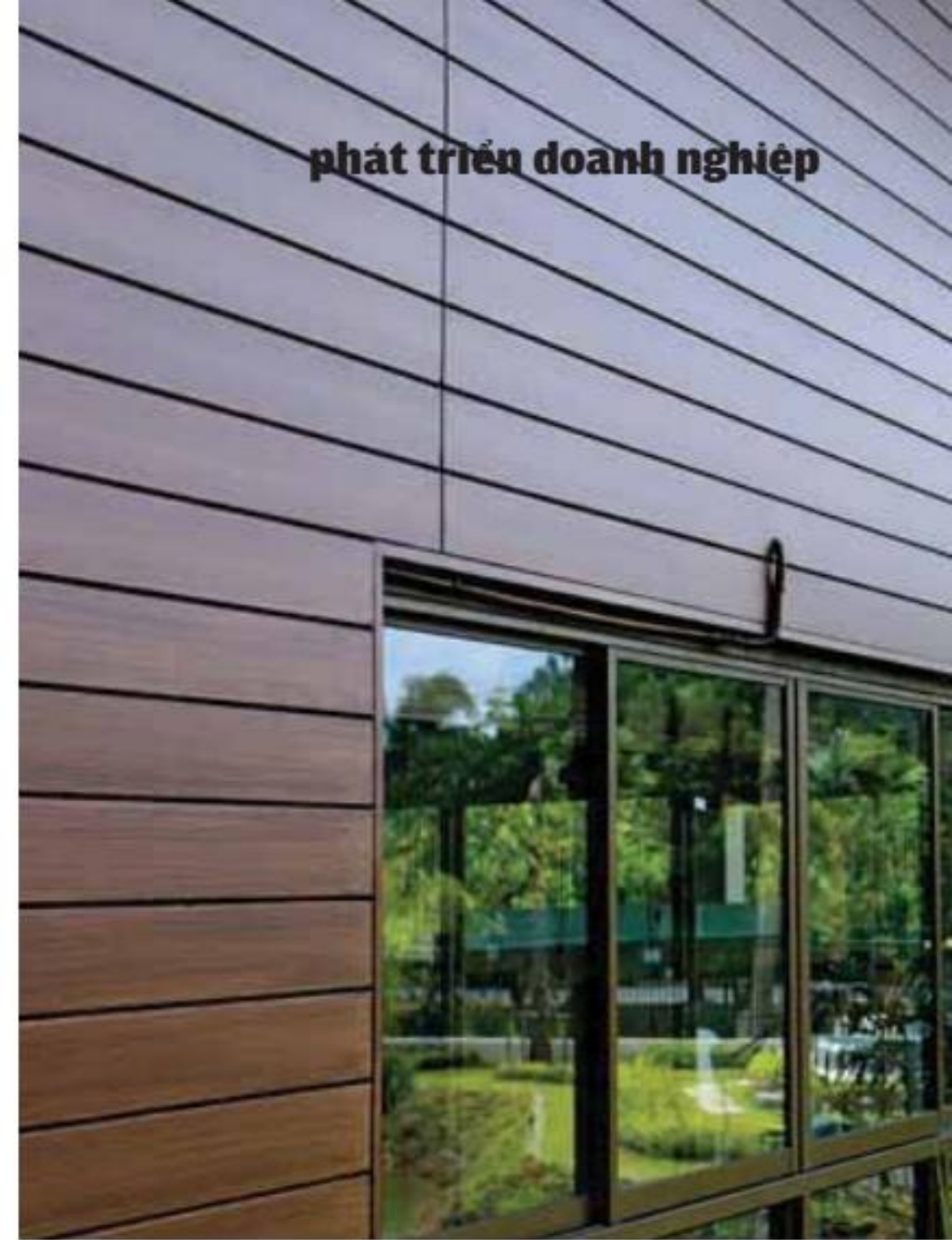
Tại INSEE, sự quan tâm đến xã hội và môi trường sống luôn luôn là sứ mệnh và là lý do chính cho sự ra đời của CONWOOD by INSEE, một thành viên của công ty Siam City Cement cũng như các công ty thành viên trực thuộc tập đoàn - một trong những tập đoàn công nghiệp hàng đầu của Thái Lan, nhằm không ngừng đổi mới và sáng tạo để cho ra đời những sản phẩm thân thiện với môi trường.

Công nghệ sản xuất CONWOOD có thể tận dụng tối đa nguồn nguyên liệu thô, năng lượng và các tài nguyên thiên nhiên khác một cách hiệu quả cũng như hạn chế tối đa các tác nhân bất lợi cho môi trường bằng cách bảo vệ nguồn tài nguyên thiên nhiên, đáng chú ý là gỗ.

CONWOOD được chứng nhận theo tiêu chuẩn quốc tế là một sản phẩm xây dựng chất lượng cao và là vật liệu trang trí với công nghệ sản xuất xanh tiên tiến nhất từ Thụy Sĩ. Từ nguyên liệu đầu vào và quá trình sản xuất sản phẩm đều hướng đến yếu tố thân thiện với môi trường. Ngoài ra, CONWOOD còn được chứng



CONWOOD được ứng dụng trang trí cho cả nội và ngoại thất



CONWOOD by INSEE, một sản phẩm với tiêu chuẩn chất lượng cao và dây chuyền sản xuất đột phá

nhận bởi tiêu chuẩn quản lý chất lượng ISO 9001, tiêu chuẩn môi trường 14001 cũng như tiêu chuẩn về an toàn và sức khỏe lao động TIS/OHSAS 18001.

CONWOOD được sản xuất từ xi măng Portland chất lượng cao và sợi xen-lu-lô với kết cấu đặc biệt, cho ra đời những sản phẩm có giá trị độc đáo với vẻ đẹp và tính linh hoạt tương tự như gỗ tự nhiên nhưng lại bền chắc như bê tông. Điểm đáng chú ý nhất đó chính là tính kinh tế của sản phẩm khi so sánh với gỗ tự nhiên hoặc các sản phẩm thay thế gỗ khác. CONWOOD được sản xuất với đa dạng kích thước và chất lượng được đảm bảo qua từng khâu trong quá trình sản xuất.

Mang trên mình vẻ đẹp tinh tế qua từng xơ gỗ có kết cấu tựa như gỗ tự nhiên, CONWOOD là một sản phẩm xanh phù hợp cho tất cả các thiết kế một cách linh hoạt, có thể được ứng dụng vào bất kỳ hạng mục trang trí nào trong thi công nhà dân dụng bao gồm: tường, sàn, trần, hiên, hàng rào hoặc giúp tạo điểm nhấn đặc biệt cho các công trình cao tầng. Đây không chỉ là một sản phẩm có thể chống chịu với mọi điều kiện thời tiết mà còn hoàn toàn không thể bị hư hại bởi mối gỗ. Hơn thế nữa, CONWOOD được đảm bảo chất lượng và chứng nhận nhãn xanh bởi tổ chức uy tín SINGAPORE GREEN LABELLING SCHEME.

NHÀ THỜ ĐÁ NHA TRANG

Khách du lịch đến Nha Trang, không mấy ai đặc biệt là những người có đạo có thể bỏ qua việc dành chút thời gian để đến chiêm ngưỡng, thăm thú nhà thờ Chánh tòa Kito Vua hay nhà thờ Núi, còn được gọi là nhà thờ Đá Nha Trang hoặc nhà thờ Ngã Sáu - vì nằm ở ngã sáu đường Trần Phú.

THỰC HIỆN ĐÌNH QUANG TUẤN - THU VÂN



Ảnh hai trang Bên trong điện chính không gian luôn lung linh nhờ những mảng kính và ánh đèn đầy màu sắc

Được biết, nhà thờ được giáo sĩ Lousi dành tâm huyết cả đời của mình để xây dựng và hoàn thiện. Nằm trên một ngọn đồi có tên là núi Bông cao khoảng 12 mét, được khởi công từ năm 1928 và hoàn thiện vào năm 1933.

Mang đậm kiến trúc cổ Tây phương với những khối vững chắc, có cấu trúc độc đáo, cổ kính. Nhà thờ có 3 phần mang đậm lối kiến trúc Gothic. Phần dưới cùng là những vòm cung phía trước và cả ở hai bên, phần giữa là ô cửa cao, bằng kính màu và được tô điểm những hoa hồng và phần trên cùng là tháp chuông.

Khu thánh đường rộng, thoáng với vòm mái cao đầy ánh sáng mỗi buổi sáng sớm. Bên trong điện chính không gian luôn lung linh nhờ những mảng kính và ánh đèn đầy màu sắc.

Đến với nhà thờ du khách, giáo dân luôn cảm nhận được một không gian ấm cúng và thanh bình. Sự trang nghiêm của nơi đây khiến mọi người cảm thấy bình yên, thư thái. III



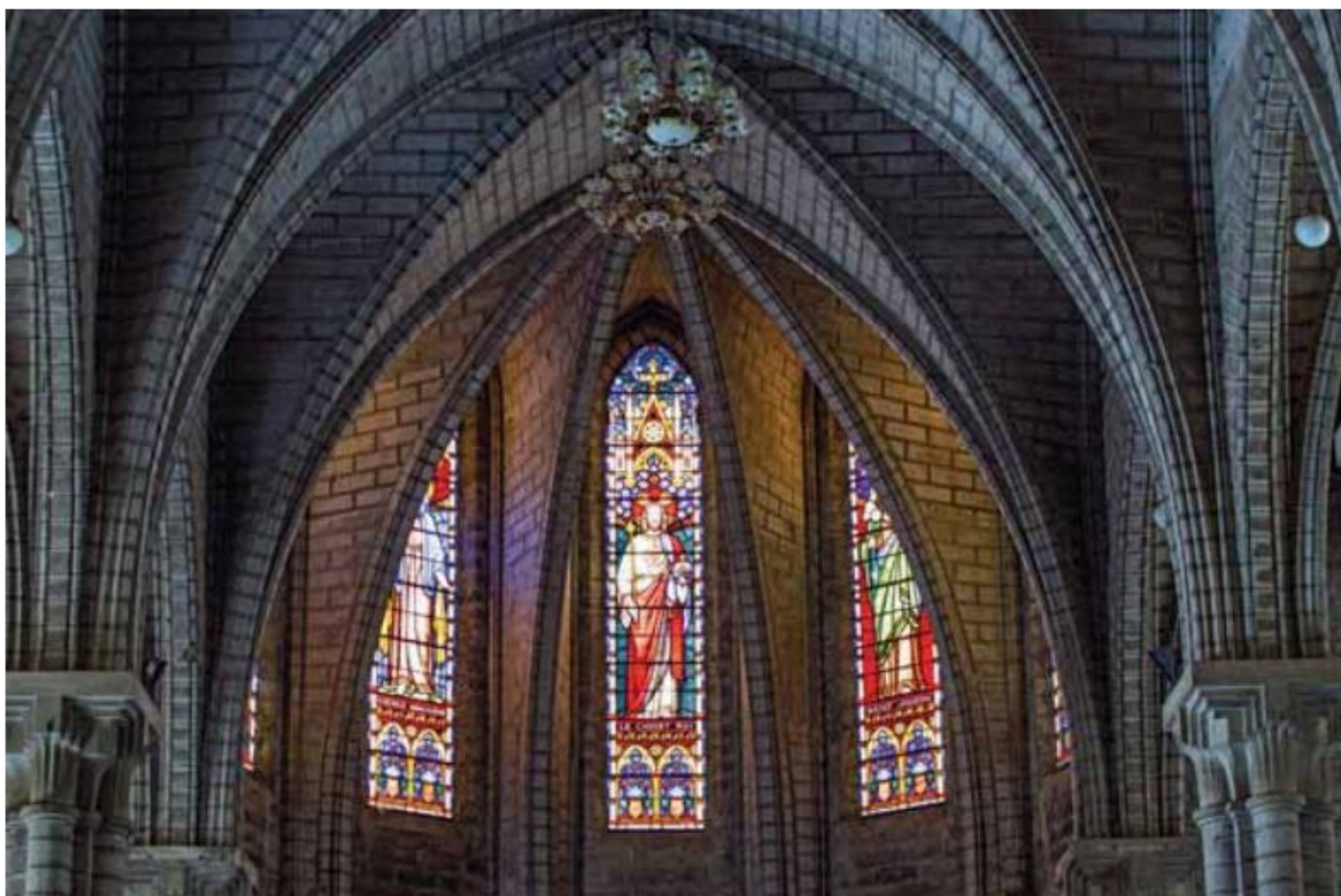


Ảnh trên và dưới Nhà thờ có 3 phần mang đậm lối kiến trúc Gothic. Phần dưới cùng là những vòm cung phía trước và cả ở hai bên, phần giữa là ô cửa cao, bằng kính màu và được tô điểm những hoa hồng và phần trên cùng là tháp chuông





Ảnh trên Những hoa văn trang trí tinh tế, trang trọng **Ảnh dưới** Những tấm kính màu luôn phản chiếu ánh sáng rực rỡ







**BỨC TƯỜNG
TƯƠNG LAI**
NEW GENERATION OF WALL



www.vinhtuong.com - www.gyproc.vn

HOTLINE

18001218



CRYSTAL CATHEDRAL

NƠI THÉP KÍNH BIỂU CẢM

Nếu chỉ nhìn lướt qua những hình ảnh, và không để ý đến cây thánh giá hay những chiếc chuông đồng, thì đa số mọi người đều cho rằng đây là một công trình văn phòng, trung tâm thương mại, hay thậm chí, một tòa nhà công nghiệp gì đó bằng thép kính của thời hiện đại, mà khó lòng nghĩ đó là ngôi giáo đường ở Garden Grove, Orange County, California.

BÀI VÀ ẢNH **THS.KTS VÕ NGỌC LĨNH**



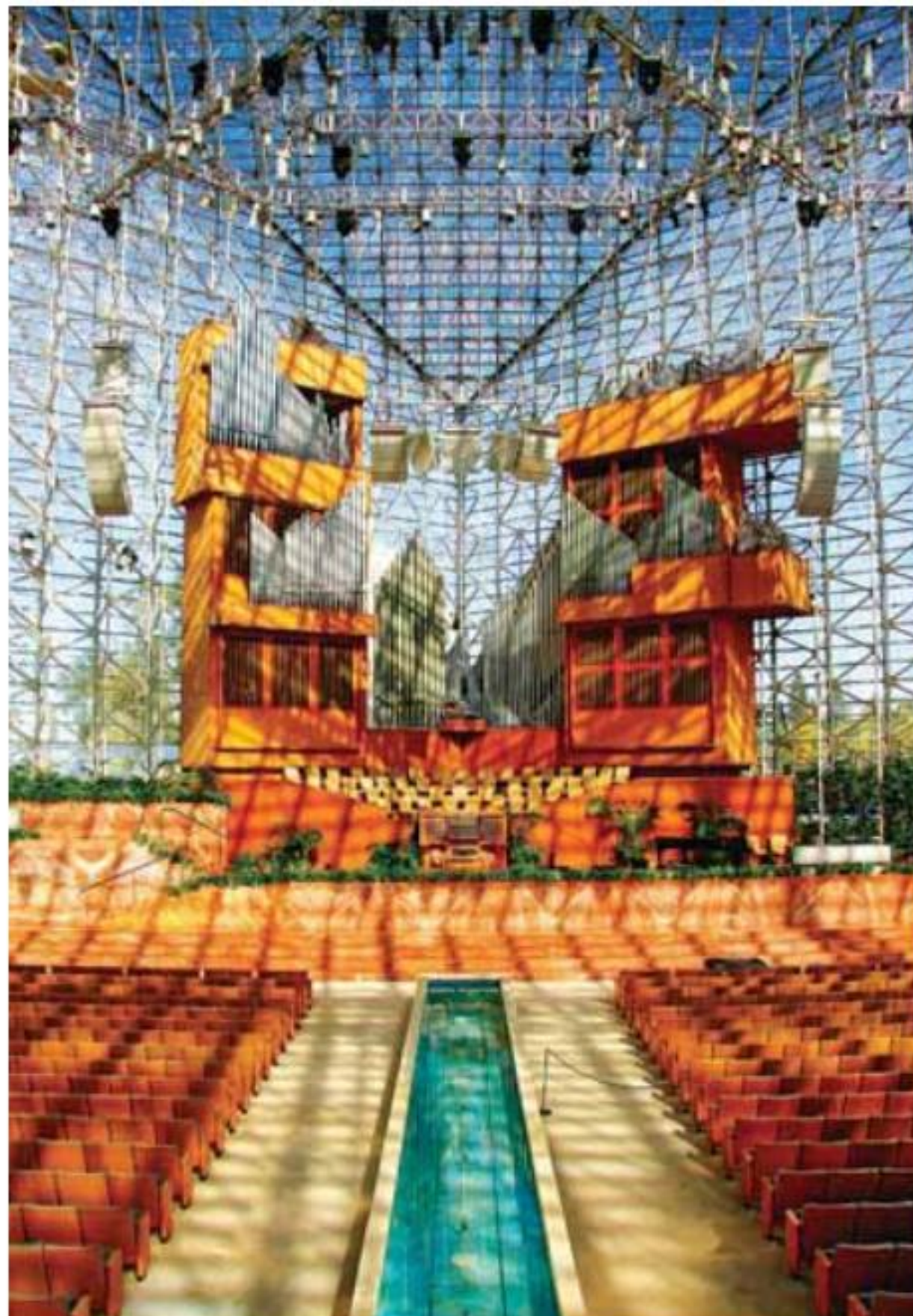
Ảnh trên Công trình mang dấu ấn của Johnson trên hành trình tìm tòi về kiến trúc hiện đại, sự thay đổi cảm xúc do ánh sáng và giải pháp cấu tạo đa chiều
Ảnh dưới Tòa lạc tại nơi có nhiệt độ lý tưởng mát mẻ quanh năm và bầu trời xanh trong, tòa thánh đường hiện ra đường bệ, lấp lánh như một khối pha lê-không-tì-vết



Không ít khách tham quan đến đây đã đặt câu hỏi: “người ta đã đồng ý cho xây một nhà thờ với ý tưởng thế này sao?”. Và như lời dân sống lâu năm bên Mỹ kết luận: ở xứ này cái gì cũng có thể, miễn là có lý! Mặc dù không được làm bằng pha lê (crystal), thậm chí cũng không hoàn toàn đúng nghĩa một thánh đường (cathedral), nhưng công trình này vẫn được ưu ái gọi tên là Crystal Cathedral, hiện giữ kỷ lục kiến trúc tôn giáo bằng kính lớn nhất thế giới với hơn 10.000 tấm kính hình chữ nhật được dùng. Nhưng dĩ nhiên không chỉ có thế, và cái “có lý” của ngôi giáo đường này luôn đi cùng không ít khám phá thú vị.

Ảnh trên Hiệu ứng hình ảnh từ lớp vỏ bao che 100% kính mang tới cảm nhận công trình vừa cụ thể vừa như mơ hồ, lẫn trong bầu trời xanh và cảnh quan chung quanh

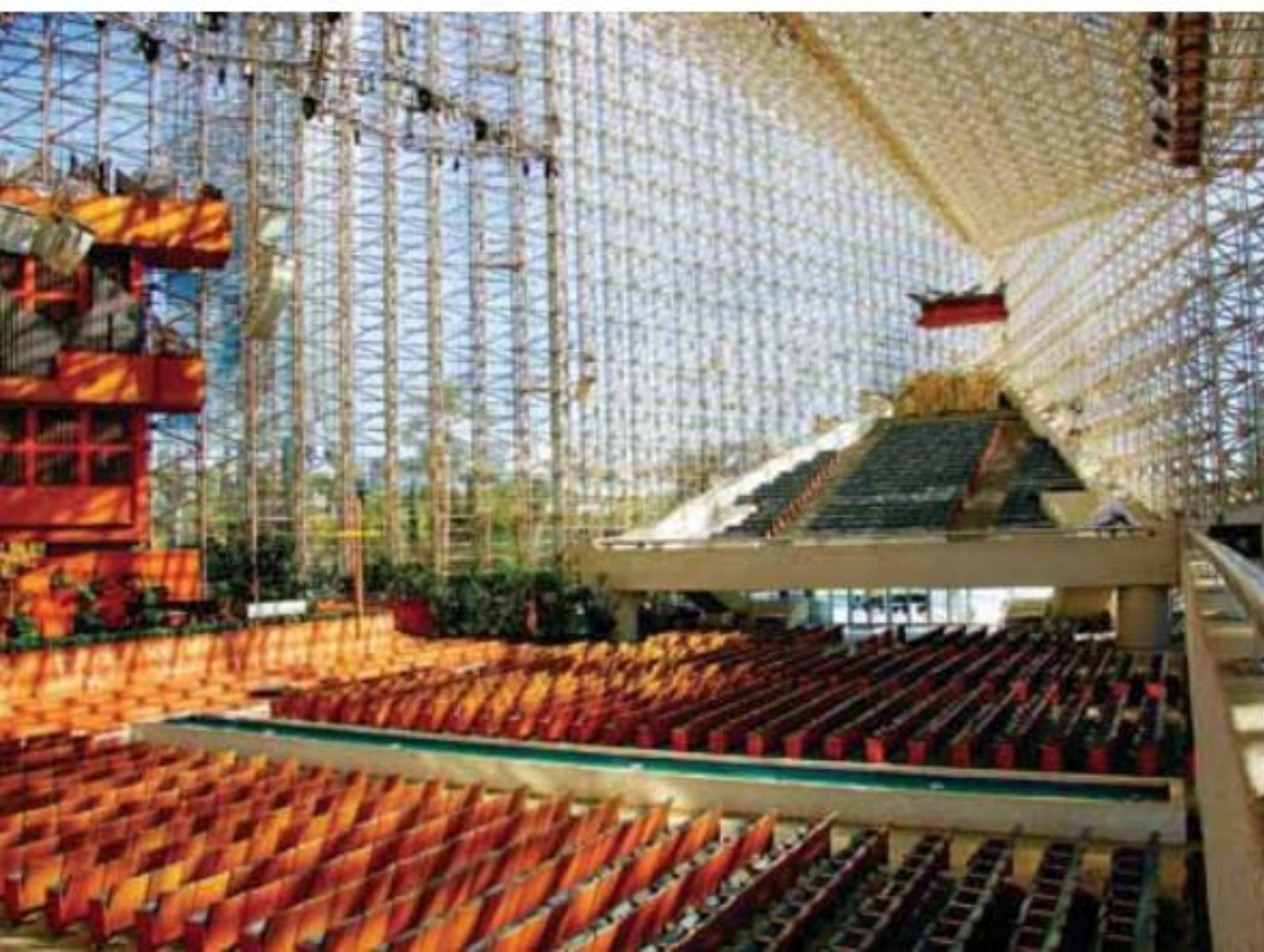
Ảnh dưới Giải pháp áp dụng kính bao che toàn công trình quy mô lớn một cách táo bạo chưa từng có tiền lệ ở thập niên 80 giờ đây vẫn tạo choáng ngợp, và minh chứng cho quan điểm: hãy là chính mình trước khi cố gắng trở thành một ai đó!



Bên ngoài Crystal Cathedral được bao che hoàn toàn bằng kính phản quang tráng bạc trên hệ chịu lực dàn không gian thép, sơn trắng. Về mặt bằng, nhà thờ mang hình dáng viên kim cương, bố cục theo trục đông - tây, với vị trí gian đặt bàn thánh tại cạnh hướng bắc. Ngoài bốn dây băng ghế hướng về trung tâm, nhà thờ có các chỗ ngồi phụ trên các ban công khung bê tông đưa ra từ hệ trụ tròn cực lớn ở các góc hướng đông, tây, và nam. Bố cục giản dị rõ ràng này tạo nên sự liên hệ hình học với hệ kết cấu và bề mặt mái bên trên. Như để nâng cao tương phản và dẫn dắt cảm xúc, các lối vào đặt khá thấp phía dưới những ban công, rồi từ đó mở ra góc nhìn nội thất tầng dần cảm

giác bất ngờ khi tiếp xúc không gian thánh đường rực rỡ ánh sáng, dài 126m, rộng 63m, và vươn cao đến 39m.

Không chỉ có bố cục, cách dùng vật liệu và xử lý nội thất của Crystal Cathedral cũng khá đặc biệt. Xuôi theo lối đi giữa là một kênh nước có các vòi phun thấp tạo sự mát mẻ và cảm giác như ngồi nghe thuyết giảng giữa thiên nhiên. Khu vực cử hành thánh lễ được ốp bằng đá cẩm thạch Rosso Alicante, bố trí chỗ ngồi dành cho nhạc công, bục thuyết giảng, và hai tháp chứa dàn đàn organ cùng với các trang thiết bị kỹ thuật khác. Toàn bộ công trình không trang bị điều hòa không khí, chỉ dùng một ít máy sưởi, cho thấy kỹ thuật xử lý môi trường từ thập niên 80



Ảnh trên trái Nhìn từ trong, các “bức tường” cộng hưởng hình ảnh với các sắc thái xanh của bao cảnh giúp nội thất luôn biến hóa phong phú. **Ảnh dưới trái** Cầu thang, hành lang đi trong giải pháp “không gian rộng” vừa vô định vừa phức tạp một cách có trật tự. **Ảnh phải** Đền Hazel Wright Memorial Organ bên trong thánh đường là một trong những nhạc cụ lớn nhất thế giới

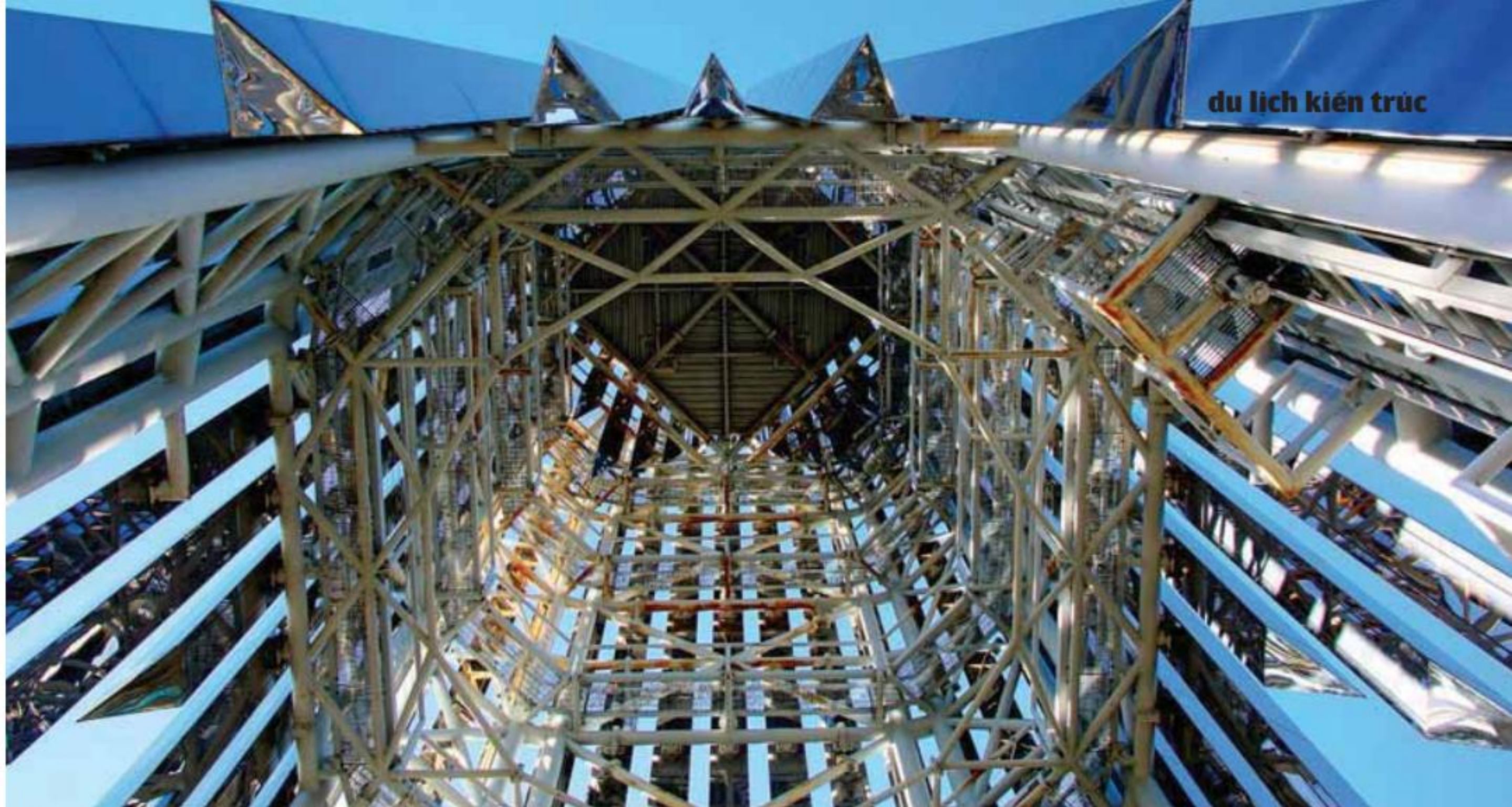


của thế kỷ trước đã rất khéo léo, bởi hệ thống cửa sổ linh hoạt điều tiết lưu thông không khí tự nhiên một cách hiệu quả.

Tuy hoành tráng và mang đậm nét công nghiệp hiện đại với thép kính là chủ yếu, công trình này lại không hề “công nghiệp” như dáng vẻ bên ngoài, bởi nghệ thuật biểu cảm tạo nên điểm thu hút thị giác thật đáng nể. Không gian thánh lễ hầu như cô đọng thành một khối thống nhất, với hiệu ứng bề mặt kính trong suốt liên tục và không phụ thuộc bởi toàn bộ cấu trúc chịu lực đều nằm ẩn trong các mảng tường và trần, không có thành phần chịu lực nào nằm lọt vào không gian nội thất. Bên cạnh bức thuyết giảng, lệch trục về phía đông là mặt tường cao 27m, nơi cho phép người thuyết giảng giao tiếp qua ngôn

ngữ hình thể với các giáo dân tham dự dù là ở bên trong hay... đang ngồi trong xe hơi tại bãi đậu xe bên ngoài!

Ý nghĩa của các yếu tố ánh sáng và nước thống nhất với tư tưởng thiết kế công trình Crean Tower hiện hữu bên cạnh của Richard Neutra vào năm 1959. Là người đến sau, KTS Philip Johnson vừa tôn trọng bối cảnh sẵn có vừa ghi dấu ấn riêng biệt với cách tổ chức cấu trúc hiện đại và thậm chí đi trước thời của ông qua giải pháp không gian liên tục thay đổi theo thời điểm trong ngày, tiết kiệm năng lượng và tạo trải nghiệm khác biệt cho giáo dân cũng như khách thương ngoạn. Cảm giác mọi người khi đến với công trình luôn là sự choáng ngợp và hòa quyện vào không gian xuyên suốt mở hoặc cứ lan tỏa như không



Ảnh trên và giữa Crystal Cathedral thống nhất ngôn ngữ thiết kế với tháp Hy Vọng cho thấy sự tôn trọng của Philip Johnson dành cho Richard Neutra đã giúp xây dựng nên 2 tác phẩm kiến trúc hài hòa nhau **Ảnh dưới** Bộ hòa chuông đồng của công trình Crean Tower bên cạnh do Richard Neutra thiết kế vào năm 1959



giới hạn. Dù vẫn tồn tại không ít lời phê bình của những ai muốn bảo lưu quan điểm kiến trúc tôn giáo phải cổ điển và khiêm tốn, chứ không nên phô trương tính công nghệ của cấu trúc, hay các than phiền về chất lượng âm thanh và một vài điểm nhìn không thông suốt, thì hết thảy đều phải công nhận ấn tượng đặc biệt của không gian mà Crystal Cathedral tạo ra là chưa từng gặp ở thể loại giáo đường.

Khi quan sát cả hai công trình cạnh nhau, ấn tượng hài hòa và tương hỗ càng mạnh hơn. Tòa tháp cao 87m, cấu tạo từ các tấm inox bóng gương hình tam giác, được giới nghệ thuật ví như đoạn solo guitar cao vút trên nền bản hòa âm piano réo rất dãn trải. Bộ hòa chuông đồng lấp lánh ánh vàng như tương phản với nhà nguyện nhỏ Mary Hood Chapel nằm lọt bên trong khá khiêm tốn. Dường như ở tổng thể này các kiến trúc sư thập niên 60-80 đã làm một cuộc tung hứng giữa điêu khắc và chiếu sáng, tạo hình và lập thể, những đa tầng ngữ nghĩa hình học với nhiều tranh luận chuyên môn thú vị, và là những ví dụ sống động của việc thoát ly công năng và kết cấu mà vẫn phục vụ tốt công năng, vẫn không “làm khó” hệ kết cấu. **III**

Thiết kế bởi KTS Philip Johnson, với quy mô hơn 2.700 chỗ. Chi phí đầu tư vào thời điểm hoàn thành năm 1980 là 18 triệu USD.

Trước năm 2013, đây là nơi thờ phụng chính của Crystal Cathedral Ministries, một hội thánh của Reformed Church (Giáo hội Cải Cách) ở Mỹ. Sau đó, Crystal Cathedral Ministries tuyên bố phá sản năm 2010, và 2012 đã bán công trình này cùng với các hạng mục lân cận trong khuôn viên cho Roman Catholic Diocese (Giáo phận Công giáo La Mã) của Orange County để sử dụng làm thánh đường mới của giáo phận.

“Các nguyên tắc cứng nhắc thực sự giúp ích cho các kiến trúc sư tầm thường nhưng không tồn tại trong khả năng để tạo nên những gì bay bổng... Chính sự chèo kéo giữa phong cách và sự thay đổi - giữa cái đã biết và cái chưa biết - đã giữ cho công trình một phong cách riêng để tồn tại”, Philip Johnson.



nhà thiết kế



VINCENT VAN DUYSEN và hành trình khôi phục chất thơ trong kiến trúc

Với Vincent Van Duysen, kiến trúc không chỉ đơn giản là công năng, hình khối mà còn sở hữu cả linh hồn. Linh hồn ấy chính là mối tương tác giữa sự tồn tại hữu hình với cảnh quan, nhịp sống xung quanh, cùng khả năng đem lại cảm giác mái ấm thân thuộc cho con người.

TỔNG HỢP PHƯƠNG NGUYỄN ẢNH JUAN RODRIGUEZ

Công trình BS Residence tràn ngập những khoảng trống tươi sáng, đem lại tầm nhìn tự do và sự an yên





Công trình C Penthouse với mảng miếng chất liệu khơi gợi xúc cảm mộc mạc của đá và gỗ

Vicent Van Duysen là một kiến trúc sư tài năng và khác biệt. Không như nhiều kiến trúc sư khác chỉ cố gắng ghi tạc dấu ấn cá nhân vào những công trình, Duysen lại dành hết tâm huyết để xây dựng những trải nghiệm không gian. Theo ông, không gian mang trong mình chất thơ lãng mạn của riêng nó, hình khối và ánh sáng sẽ khuấy động cảm xúc nơi con người, tạo nên sự thân mật, gắn bó.

Sinh ra và lớn lên ở Lokeren, Bỉ, Vincent Van Duysen sớm thể hiện niềm yêu thích dành cho công việc thiết kế. Ông tốt nghiệp chuyên ngành kiến trúc của Học viện Kiến trúc Sint Lucas, Ghent. Sau một thời gian rèn dũa ở Milan, Duysen trở về Bỉ để thành lập công ty kiến trúc cho riêng mình. Phong cách của Vincent gây ấn tượng mạnh mẽ nhờ sự giản lược trong hình khối nhưng lại cực kỳ ưu ái đến khía cạnh khơi gợi cảm xúc. Trong cái quy củ, chặt chẽ về bố cục lại ẩn chứa những cảm giác tự do, thuận hòa với thiên nhiên, khích lệ con người trải nghiệm cuộc sống.

Ông thể hiện tài năng của mình trong việc ứng dụng ánh sáng như một yếu tố thẩm mỹ tài tình bên cạnh sự lựa chọn chất liệu cực





Gian trưng bày nội thất Muller Van Severen ở The Antwerp Apartment với không gian được thiết kế mang dấu ấn kiêu lòi bình thản Vincent Van Duysen



kỳ tinh tế. Tuy nhấn mạnh vào sự tinh giản trong nội thất, nhưng Duysen lại từ chối sử dụng từ “minimalism” - chủ nghĩa tối giản để miêu tả về phong cách mình theo đuổi. Thay vào đó, ông sử dụng từ “essentialism” - chủ nghĩa bản chất luận, với trọng tâm nằm ở cái thiết yếu trong nhu cầu hướng về sự thuần khiết. Vincent Van Duysen ưu tiên sử dụng những gam màu tĩnh, cụ thể là những màu trung tính phẳng lặng và bình yên. Sau đó, ông sẽ bồi đắp không gian với những mảng chất liệu phong phú như vải, da và gỗ để tăng hơi ấm, giúp xoa dịu những khối hình rắn rỏi và làm nên nhịp điệu thơ mộng của nơi chốn.

Vincent Van Duysen đã từng chia sẻ rằng bản chất kiến trúc của ông là một sự tiếp diễn bền bỉ, không hề thay đổi trong suốt 25 năm qua. Bởi lẽ nó xuất phát từ chính cảm nhận bản thân và đã giúp định hướng cho tầm nhìn ngay từ khi ông chỉ mới chập chững vào nghề. Ông gửi gắm vào các không gian một phần bản chất của mình: đa cảm, nhạy cảm và luôn đón chờ những rung động mãnh liệt. Duysen không chỉ chăm chút mỗi phần không gian, mà còn cho rằng mình thực sự mang trách nhiệm quan tâm đến cảm nhận của người ở. Một không gian sống lý tưởng không chỉ đem lại sự thoải mái về vật chất mà còn giúp xoa dịu, vun đắp cho tâm hồn. Những công trình của Vincent Van Duysen có thể được xem là đại diện tiêu biểu của nội thất sống chậm, nơi đó bình thản nhẹ nhõm và thúc đẩy con người tiến gần hơn đến sự tỏ tường trong nhận thức.



Cửa hàng Aesop ở Hamburg, Đức mang nét sang trọng với những khối hình ấn tượng cùng tông màu đen-beige trầm hòa quyện tinh tế

Nhà thiết kế người Bỉ còn đặc biệt nhấn mạnh rằng: Mặc dù mục đích của kiến trúc là đem lại sự hợp lý cho không gian dựa trên những tính toán, phân chia tỉ lệ, nhưng mọi người cũng đừng nên đặt nặng mục tiêu xây dựng nên nơi chốn hoàn hảo. Vì vẻ đẹp vốn là thứ ta chẳng thể nhào nặn cưỡng cầu. Thay vì cầu kỳ gượng ép, ta nên tôn trọng bản chất của sự vật, nơi chốn và tạo điều kiện tốt nhất để nét duyên ấy tự nhiên tỏa sáng. Khi thiết kế, Duyssen không bao giờ đặt nặng những tính toán lý trí của mình mà luôn tìm cách cân bằng giữa sự khoa học và “tiếng lòng” thúc giục bên trong. Sự sáng tạo của ông đôi khi khiến người ta phải ngạc nhiên vì dù “phá cách” trong quy trình thực hiện, nhưng không gian của Duyssen luôn đem đến cảm giác an toàn dễ chịu - một căn nhà đẹp không chỉ trong hình thức mà còn có khả năng đánh động tâm hồn.

Phong cách của ông có sự hòa trộn của cả vẻ đẹp Bỉ và Ý. Chất Bỉ thể hiện rõ qua cách tạo dựng không gian phóng khoáng gần gũi thiên nhiên. Trong khi đó chất Ý phản ánh qua đồ dùng nội thất sang trọng, được chế tạo thủ công kỹ lưỡng. Duyssen hiếm khi nào sử dụng vách ngăn mà luôn khai mở không gian bằng sự liên lạc, thông thoáng. Mỗi góc trong nhà lại ẩn chứa một câu chuyện khác biệt. Và những câu chuyện ấy chính là những mảnh vụn ghép lại làm nên sự thơ mộng của không gian. Một nơi chốn hòa hợp với tâm hồn và bình thản như thể có thấu hiểu, cảm thông cho mọi lời tâm sự. Đó là một mái ấm yên bình đích thực.

quảng cáo

TRINH HOGIA

CÔNG TY KIẾN TRÚC · XÂY DỰNG · BẤT ĐỘNG SẢN

ĐC: 10 - 1F - KHU TRUNG SƠN - Q7 - TP.HCM
154/8 - ÂU DƯƠNG LÂN - P3 - Q8 - TP.HCM
33 - TÔ HIỆU - PHAN THIẾT - BÌNH THUẬN

Chuyên

CÔNG TRÌNH KIẾN TRÚC CỔ ĐIỂN
THIẾT KẾ KIẾN TRÚC
XÂY DỰNG CÔNG TRÌNH
TRANG TRÍ NỘI THẤT

0934 330066
WWW.TRINHOGIA.VN



“Lạc trôi” trong những giấc mơ đời

Vài năm gần đây, Trần Thùy Linh là một trong những nữ họa sĩ gây được sự chú ý của công chúng khi chị đều đặn xuất hiện trong các triển lãm với tư cách là họa sĩ tham gia trưng bày tranh. Tôi thật sự ngưỡng mộ sức làm việc của chị, không hiểu chị lấy đâu ra nguồn năng lượng tràn đầy để vẽ-nhu-chưa-từng-được-vẽ-như-thế.

THỰC HIỆN THU NGÂN



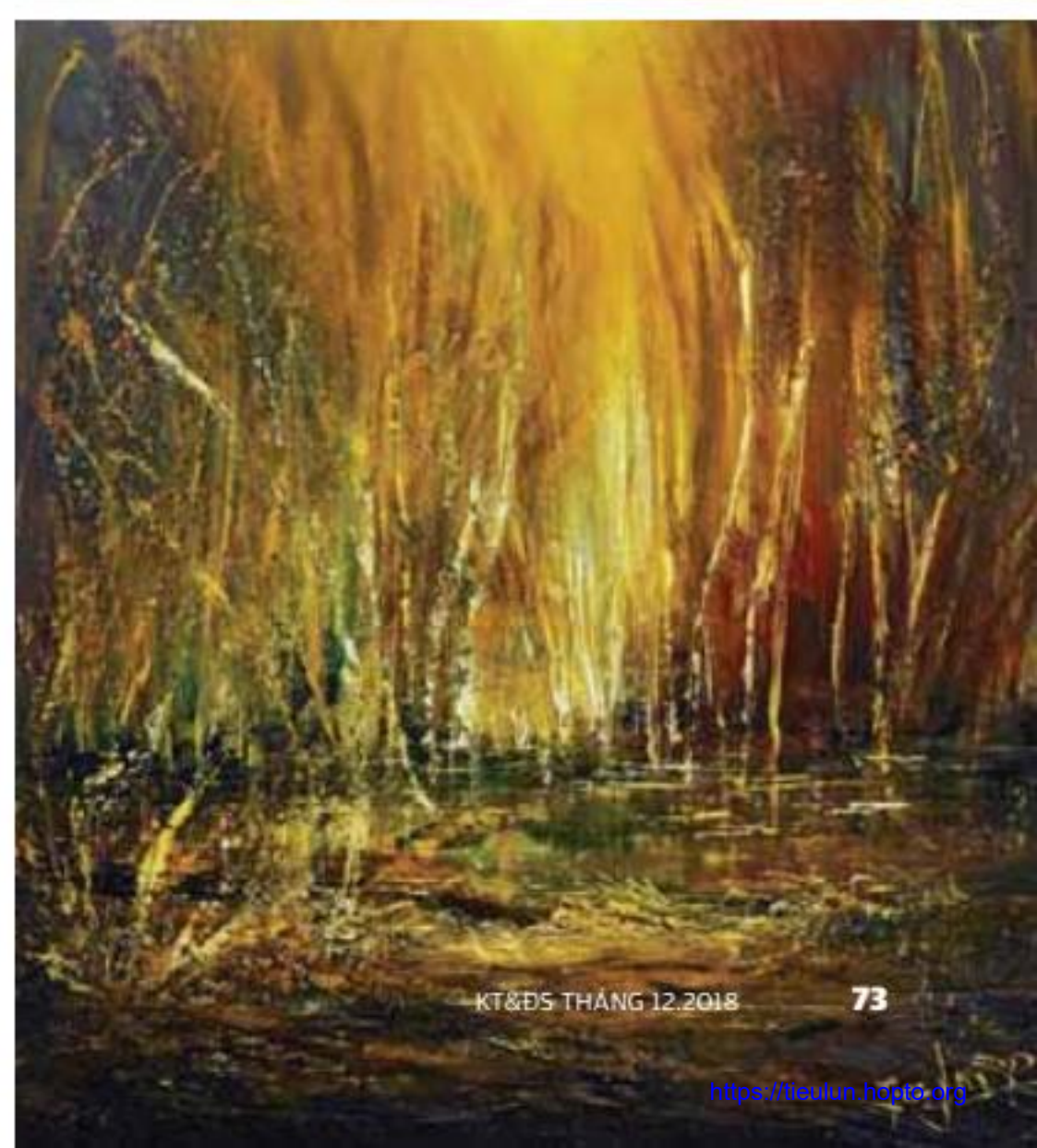
Mỗi triển lãm là một chủ đề, không lặp lại. Mỗi đề tài, mỗi cảm hứng là cả một series tranh. Và dù vẽ theo phong cách gì, tranh của chị vẫn rất riêng, không lẫn với ai được. Bởi tranh không khác gì cá tính, con người chị: mạnh mẽ, phóng khoáng, tinh tế, yêu thiên nhiên, những điều thiện mỹ bằng cả tâm hồn nhạy cảm nhất, lắm lúc hay giấu những con sóng ngầm dưới lòng đại dương để rồi lúc phẳng lặng nhất lại bùng lên dữ dội. Trong mắt nhiều người, tranh của nữ họa sĩ thường “lạnh”, dễ cảm, ít khi có sự “nổi loạn”, chạm đến đường biên của sự khốc liệt, vượt ngưỡng sự nhìn thông thường. Bởi tâm hồn người phụ nữ dù có làm gì, nghĩ gì rồi cũng neo về bến đỗ bình yên bên gia đình. Nhưng Trần Thùy Linh cho tôi thấy một cá tính khác.



Hoàn toàn khác. Không “nổi loạn” nhưng luôn muốn khám phá chính bản thân mình, để hòa mình vào vũ trụ, để vẽ những giấc mơ đời trong cõi mệnh mang vô cùng vô tận này. Điều đó thể hiện rõ nhất qua loạt tranh trầu tượng có chủ đề *Miền tâm thức* mà chị mới sáng tác và giới thiệu tại cuộc triển lãm nhóm gần đây.

Với họa sĩ Trần Thùy Linh, tôi thật sự không biết bắt đầu từ đâu để nói về chị. Người phụ nữ đa tài này có lắm người ngưỡng mộ. Tôi cũng ngưỡng mộ lần chút ganh tỵ vì chị không những vẽ đẹp mà còn viết hay nữa. Mê đi và đã đi từ Đông sang Tây, mỗi chuyến đi của chị là một hành trình khám phá văn hóa bản địa thú vị. Những bài viết du ký của chị ra đời sau đó có đủ hương vị thơ mộng, suy tư làm người đọc cứ lưu luyến nhớ... Chị viết về hội họa tràn đầy cảm xúc, mở ra một thế giới quan mới chia sẻ cùng những tâm hồn đồng điệu và làm người xem và nghe bỗng thấy hội họa trở nên gần gũi hơn.

Những ai dõi theo quá trình sáng tác của chị sẽ thấy chị “đốt” mình với tranh như thế nào. Có người hay nói xem nghệ thuật như một cuộc dạo chơi, nhưng với chị không có cuộc dạo chơi nhàn nhã nào. Hội họa là cuộc sống của chị. Tranh là tiếng nói, là tâm hồn chị. Với họa, để tài sớm ghi dấu ấn được yêu thích trong lòng công chúng, chị gom cả sắc lẫn hương vào những đóa hoa lộng lẫy, rực rỡ sắc màu, kiểu tận hiến những phút giây mãn khai nồng nàn rồi chuẩn bị hành trình trở về với đất, thì với dòng tranh trầu tượng, chị như biến mình thành một người lặng lẽ hơn. Chị không đến với tranh trầu tượng như một sự tình cờ mà có sự chuẩn bị, tiếp nối những mạch cảm xúc để dẫn dắt người xem một cách rất tự nhiên. Một ví nhân nào đó có nói đại ý là ngôn ngữ của hội họa trầu tượng là ngôn ngữ của thi ca. Linh chọn ngôn ngữ trầu tượng lãng mạn. Khi không nệ hình và nét, chỉ để màu sắc lên tiếng, thì bản thân người nghệ sĩ phải có đủ nội lực vẽ nên những âm tiết thì ẩn ngữ ấy mới đủ mạnh, mới có sức lay động người xem bằng tâm cảm. Vì thế tôi ít trông chờ điều gì khi xem tranh trầu tượng, vì bản thân mình cũng có những giới hạn chưa trải nghiệm hết. Nhưng với họa sĩ Thùy Linh, có những suy tư, trăn trở,





Ảnh trong bài Với họa sĩ Trần Thùy Linh, hội họa là cuộc sống, tranh là tiếng nói, là tâm hồn. Mỗi bức tranh của chị là một câu chuyện về cuộc sống, xã hội, thiên nhiên và vũ trụ... Thùy Linh thả mình vào thế giới vô cùng, vô tận, phiêu linh, không để vướng bận một tạp niệm nào



chiêm nghiệm, những khoảng trống chông chênh, những câu hỏi-chỉ-để-hỏi hoặc những câu trả lời chỉ cho chính mình đều được chị diễn tả qua ngôn ngữ của hội họa trù tượng một cách khá nhẹ nhàng, mà cũng đủ để người xem tự vấn và tìm thấy chính mình trong đó.

Bên cạnh hoa, những bộ tác phẩm đan xen nhau qua từng giai đoạn sáng tác của chị đều là trường phái bán trù tượng như bộ tranh *Rừng* (2013-2018), hay trù tượng như *Ký ức áo giắc* (2017), *Tựa vào mệnh mông* (2017, 2018),... cho đến bộ tranh siêu thực mới đây nhất *Miền tâm thức/The Realm* (2018) thì cái tên cũng đã có màu trù tượng rồi. Dù là chủ đề nào thì thiên nhiên vẫn là nét chấm phá chủ đạo trong tranh của chị. Nếu *Ký ức áo giắc* là những gam màu nóng chuyển sắc trầm, những đường nét khi dứt khoát, khi ngập ngừng, những vệt sáng lóe lên, như rơi vỡ trong màu của đêm, có những sợi mong manh níu kéo... Tất cả như một áo giắc khó gọi tên thì *Tựa vào mệnh mông* như một người lữ khách trước biển cả khi thì lặng yên, mệnh mông, khi thì dữ dội, cuộn trào. Màu lạnh thoáng chút sương khói hay mạnh mẽ vẫn gợi lên hình ảnh con người thật bé nhỏ, cô đơn. Còn *Rừng* là tiếng nói công dân phản ứng những việc làm sát hại rừng, hủy diệt thiên nhiên một cách thô bạo như nhiều người vẫn đối xử hiện nay. Rừng cũng có linh hồn. Rừng ứa máu. Đau đớn. Phẫn nộ. Những người có lương tri khóc cho rừng, cũng là khóc cho mình.

Dù là ngôn ngữ trù tượng hay siêu thực, tranh của Thùy Linh luôn có sự biến đổi trong bút pháp và chất liệu. Màu sắc trong tranh của chị cũng biến chuyển đa dạng, bởi khi không còn phụ thuộc vào hình, thì tính biểu đạt của màu thực sự được phát huy và đem lại giá trị đích thực mà họa sĩ nhắm tới. Nếu như bộ tranh *Rừng* hay *Tựa vào mệnh mông* hình thành từ những nhát bay bạo liệt, từ độ dày chồng lấp của nhiều lớp màu sơn dầu, từ bề mặt matiere, từ sự đối lập hay hài hòa của màu sắc, dẫn dụ người xem vào những không gian khác biệt tùy vào cảm nhận của mỗi người, thì *Ký ức áo giắc* và *Miền tâm thức* là những cuộc phiêu lưu kỳ thú của nữ họa sĩ với acrylic và chất liệu tổng hợp. Ngôn ngữ hội họa siêu thực đậm nét nhất trong bộ tranh *Miền tâm thức*, nơi mà mọi lý trí, logic, mọi xiềng xích gò bó đã được giải phóng, nơi mơ mộng và thực tại đã kết hợp lại thành một “siêu thực tại”. Những vật thể mang dáng dấp hoa lá, chim



muông, tinh cầu... được đặt trong “cõi” nào đó, ảo mộng nào đó chỉ hiện hữu trong trí tưởng tượng của người vẽ, là những cảnh sắc, những tầng không gian hư ảo phản ánh sự chuyển biến trong tiềm thức và vượt ra khỏi ranh giới của sự đúng sai thông thường. Có cảm giác những kỹ thuật như màu loang, in nét, tạo mảng, tạo khối... đã được họa sĩ sử dụng theo một cách “vô tình đầy toan tính”. Cứ thế từng tầng không gian hiện ra, những sắc giới hiện ra, cuốn người xem vào hành trình của sự tưởng tượng tới vô tận. Và dù là gì, thì những kỹ thuật và màu sắc ấy đều toát ra cái tinh lực tràn đầy của người vẽ trong cuộc tìm kiếm câu trả lời cho sự tồn tại của thế giới, của thực tại và tâm linh.

Chị đã nhiều lần tự hỏi mình rằng “Có gì liên quan giữa hội họa và khoa học? Thoạt nghe có vẻ hơi lạ lắm, vì cho đến sau khi bộ tranh *Miền tâm thức* hoàn tất, chị mới biết rằng, những tinh cầu mong manh, những mảng nét, sợi dây... chị vẽ trong tranh, cũng như đề tài mà chị nhiều năm theo đuổi, cũng chính là đề tài đã và vẫn được khoa học nghiên cứu bấy lâu. Chị cũng phải đi tìm rất nhiều câu trả lời cho những câu hỏi khác của mình như: Ý thức có thể vượt qua thời gian, không gian không? Ý thức có tác động lên thực tại và thực tại có hoàn toàn độc lập với ý thức như mặc định xưa nay của nhân loại không?”. Tạm gác lại những định nghĩa của lý trí, vì nghệ thuật là để cảm nhận. Chỉ cần ở đâu đó, điều gì đó làm mình bỗng phút chốc quên đi hiện tại, liên tưởng đến những giấc mơ, chạm vào những xúc cảm đẹp đẽ hoặc có thể là đau đớn... thì đó là lúc sợi dây mỹ cảm được cái-gì-đó-có-thể-gọi-là-nghệ-thuật đánh thức. Bởi trong guồng quay của đời sống thực tại luôn hối hả và nhiều áp lực, dường như người ta bị cuốn vào những con đường, những cuộc đua đôi khi không có sự lựa chọn. Thời gian sẽ trở nên xa xỉ khi dùng cho việc chiêm nghiệm, đối thoại với bản ngã của chính mình. Tuy vậy, tìm được sự đồng cảm với nghệ thuật

cũng không phải là điều dễ dàng. Vì nếu dễ tìm, con người đâu phải sống trong ốc đảo cô đơn của chính mình!

Chị khê khàng chạm đến Thiên mong giải tỏa mọi cảm xúc để đạt đến sự tự do. Con đường ấy của người nghệ sĩ cô độc lắm. Chị níu vào thiên nhiên. Đơn sơ. Huyền bí. Gắn gũi. Thấm sâu. Và chị tìm thấy chính mình, tìm thấy bản thể của mình trong thế giới siêu thực từ tâm thức. Một sự minh định đã hình thành sau bao hoài nghi... Và những mảng màu nhẹ như hơi thở đã xuất hiện thay cho dồn nén, chất chứa trước đây. Có thể thấy mỗi bức tranh là một câu chuyện về cuộc sống, xã hội, thiên nhiên và vũ trụ... Chị thả mình vào một thế giới vô cùng vô tận, phiêu linh, không để vương bận một tạp niệm nào. Lửa thử vàng, gian nan thử sức. Với người nghệ sĩ, cuộc đời cần có những giây phút như thế để nghệ thuật tỏa sáng. Về những giấc mơ. Để tìm đến những ước mơ. Sau tất cả, có thể thấy qua tranh, tâm chị giờ đã an yên. Và như thế, những người yêu tranh chị hoàn toàn có niềm tin rằng, người phụ nữ mạnh mẽ mà quyền rũ này sẽ còn mang đến nhiều bất ngờ nữa. Bởi trong hành trình vô tận của vũ trụ, của nghệ thuật, chị luôn muốn chạm đến từng sát-na để tìm thấy chính mình trong cõi nhân sinh hữu hạn và chật hẹp... để rồi:

*“Những giây phút hiện thực,
mà cứ tưởng như mơ
Những giây phút trong mơ,
lại ngỡ là hiện thực...”*
(thơ Trần Thùy Linh) III

Xin lỗi vì đã cảm ơn

Có những lời cảm ơn, lúc mình sẵn sàng nói ra thì người nghe đã không còn nữa. Có những lời xin lỗi, mãi mãi không thể thốt ra được. Cảm ơn và xin lỗi, lời nói nếu thốt ra được, nó sẽ hóa mây bay...

BÀI TRƯỞNG GIA HÒA ẢNH LEFT STUDIO

1.

Hai đứa nhỏ ngoan ngoãn khoanh tay thưa ông bà nội con đi học, thưa má Hai con đi học rồi leo lên hai chiếc xe đạp con. Ba người lớn ở nhà tiếp tục cuộc cà phê sáng, ở cái bàn đá ngoài sân, cùng nhìn ra đường theo hai cái bóng áo trắng tròn úm, nhỏ xíu lắc người theo nhịp đạp xe. Phút giây nhìn thấy cuộc sống thanh bình, yên ả tích tắc tích tắc trôi qua trong tâm trí ba người. Hai phút sau đó, có một cô gái dừng xe ngoài đường nói vọng vô: Phải nhà này có hai đứa nhỏ đạp xe đạp đi học không, hai đứa bị xe đụng đường kia kìa!

Tin đến như thể một luồng điện xẹt ngang. Má Hai chạy thụt mạng về hướng tay cô gái chỉ, ông bà nội cũng lúp xúp chạy theo. Chỗ tụi nó bị xe đụng chỉ cách nhà chừng 150m mà tự nhiên nó xa kinh khủng. Khi còn cách 20m, má Hai thấy đứa em vẫn đang còn ngồi trên xe đạp, không sao, vậy là một đứa không sao. Tới nơi thì thằng anh đang lồm cồm bò dậy, có một anh thanh niên đang phủi đất cát cho nó. Má Hai thấy có một chiếc xe gắn máy lúi thẳng vô hết nửa hàng rào cây tầm nệm, không cả chống xe nên đình ninh chính chiếc xe này gây tai nạn rồi. Miệng má Hai lập tức hét lên: “Trời ơi, chạy xe thế này biểu sao không đảm tụi nhỏ”. Anh thanh niên đang dựng chiếc xe đạp con cho thằng nhỏ lên, tức mình gạt chống cái rầm. Miệng anh cũng gào to: “Trời ơi làm ơn mắc oán, tui dừng xe lại lo cho tụi nó!”.

Trong tích tắc, má Hai biết mình đã hớ, rất hớ. Anh thanh niên nọ xem chừng thất vọng trước lời nói hồ đồ của má Hai nên đã rất nhanh lấy xe ra khỏi hàng rào, để máy vọt đi. Má Hai lật đật nói vói theo, “Ôi tui hiểu lầm, xin lỗi anh, cảm ơn anh!”.

Thằng nhỏ xây xát nhẹ, phủi đất cát trên quần áo mấy cái rồi leo lên xe chạy vào hẻm nhỏ, đến trường. Kẻ thực sự gây tai nạn cho thằng nhỏ, trong bộ quần áo thợ điện nhếch nhác nhưng gương mặt hiền ru, cứ cười gượng xin lỗi vì trong hẻm chạy ra không thấy.

Toàn bộ sự việc, có lẽ chỉ diễn ra trong 3 phút mà thôi. Nhưng đủ để những người liên quan hết hồn chạm đỉnh và sau đó thờ phào. Ông trời cũng ác, những nốt cảm xúc ấy, nốt này

cách nốt kia một quãng quá rộng, làm cho lòng dạ má Hai phút chốc mất kiểm soát. Lúc nghe cô gái báo “hai đứa nhỏ”, má Hai thất kinh, chỉ có xe hơi mới làm được chuyện đó, gây tai nạn

một lúc hai đứa với hai chiếc xe. Thật may, sự trầm trọng chủ yếu nằm ở chỗ hoảng hốt. Và đã có hàm hồ...

Má Hai không kịp nhớ mặt anh thanh niên đã giúp thằng nhỏ đứng dậy. Người ta đã nhiệt thành ra sao mới bắt kẻ chiếc xe của mình, lúi đại vô hàng rào và không cả chống... Và câu nói đầu tiên của má Hai, lại là một lời kết tội!

Má Hai đã biết mình sai ngay sau câu gào đáp của anh ấy, và cứ áy náy miết, không biết anh ấy có kịp nghe mình nói sáu chữ cuối cùng hay không: Xin lỗi anh, cảm ơn anh!

2.

Xin lỗi và cảm ơn. Chúng vẫn nói như một câu cửa miệng, khi lách người ngang qua ai đó, khi nhận lại tiền thừa, khi bước qua cửa có anh bảo vệ mở cho, khi hỏi thăm đâu là phòng xét nghiệm... Chúng ta đã nói rất dễ dàng và đôi khi, chúng ta nói mà không quan tâm người nhận có thực sự nhận nó hay không. Xin lỗi và cảm ơn, đã nhiều lúc nó như một cái vỏ bọc, một cái áo khoác vào để người khác biết rằng ta là người có văn hóa. Xin lỗi và cảm ơn, đã nhiều lần ta nói cho chính ta nghe. Đối phương, dù nghe thấy hay không, thì họ vẫn làm nhiệm vụ của họ kia mà.

Sau một câu kết tội hồ đồ, hơn lúc nào hết, má Hai thật sự ước ao, người thanh niên ấy đã nghe được, nghe kịp đầy đủ những gì mình đã nói. Anh ấy đừng mang sự thất vọng ra đi, nếu điều ấy xảy ra, thì gánh nặng này biết đến khi nào má Hai mới trả được.

Mọi người trong nhà an ủi, không sao đâu. Một người tốt bụng như thế, hẳn anh ấy không chấp nhặt đâu. Má Hai phải giãn ra từ từ, có lẽ thế, cuộc sống vẫn phải tiếp tục.

Chuyện này, má Hai mang kể cho vài người nghe, như một liệu pháp tinh thần để cảm thấy mình nhẹ tội. Và một trong những người đó, đã bắt má Hai phải nghe một câu chuyện nặng nề hơn.

Có những lời cảm ơn, lúc mình sẵn sàng nói ra thì người nghe đã không còn nữa. Mình chỉ còn có thể khẩn nguyện, chỉ có thể nói một mình với niềm tin là người ta đang ở gần đâu đấy, rồi họ sẽ nghe. Có những lời xin lỗi, mãi mãi không thể thốt ra được. Cái lỗi quá lớn, ta không thể chuyển chở được bằng lời, bằng bất cứ phát ngôn nào. Có những lỗi, việc xin là bất khả, mà ta phải dùng cả đời để sám hối ăn năn...

Xin lỗi và cảm ơn. Nói ra được đã là may mắn lắm rồi. Cảm ơn và xin lỗi, lời nói nếu thốt ra được, nó sẽ hóa mây bay... 



TRĂM NĂM VỚI MỘT MÁI TRƯỜNG

Ngày 17.11.2018, trường Marie Curie kỷ niệm 100 năm thành lập. Ngôi trường hiện tại rộng hơn 2ha được xây từ năm 1915 đến 1918 thì hoàn thành. Đây là ngôi trường không đổi tên kể từ ngày thành lập.

BÀI HY HUNG ẢNH VÂN NGUYỄN



Ảnh trang bên, ảnh trên Ghế đá, hàng cây trong khung cảnh kiến trúc cổ kính, độc đáo Ảnh giữa, ảnh dưới Vườn hoa nơi đặt tượng nữ bác học Marie Curie và cổng chính với cấu trúc, hoa văn tinh tế

Trường Marie Curie cũng là một trong 4 ngôi trường lâu đời nhất ở Sài Gòn (ba ngôi trường kia là Trần Đại Nghĩa, Lê Quý Đôn và Nguyễn Thị Minh Khai).

Trường Marie Curie là một công trình kiến trúc đẹp, có giá trị. Năm 1996, trường Marie Curie là 1 trong 108 công trình của danh sách “Bảo tồn cảnh quan kiến trúc TP. Hồ Chí Minh” ban hành theo Thông báo số 46/TB-UB-QLĐT ngày 17.5.1996 của UBND TP. Hồ Chí Minh. Ngày 25.11.2010, UBND TP. Hồ Chí Minh ban hành Quyết định 5360/QĐ-UBND về việc thực hiện kiểm kê di tích lịch sử - văn hóa trên địa bàn thành phố và trong danh mục có tên trường PTTH Marie Curie.

Trường Marie Curie được TP. Hồ Chí Minh công nhận là di tích lịch sử - văn hóa - danh lam thắng cảnh năm 2015.

Trong hoạt động kỷ niệm 100 năm thành lập vừa qua, trường Marie Curie đã có nhiều lần “lên sóng” trên các báo, tivi, facebook để giới thiệu lễ kỷ niệm, chia sẻ ký ức của nhiều thế hệ thầy cô giáo và học sinh.

Nhân dịp này, tạp chí Kiến Trúc & Đời Sống mời bạn “ghé thăm” ngôi trường có tuổi đời 100 qua bộ ảnh giới thiệu nét đẹp kiến trúc nơi đây. **III**





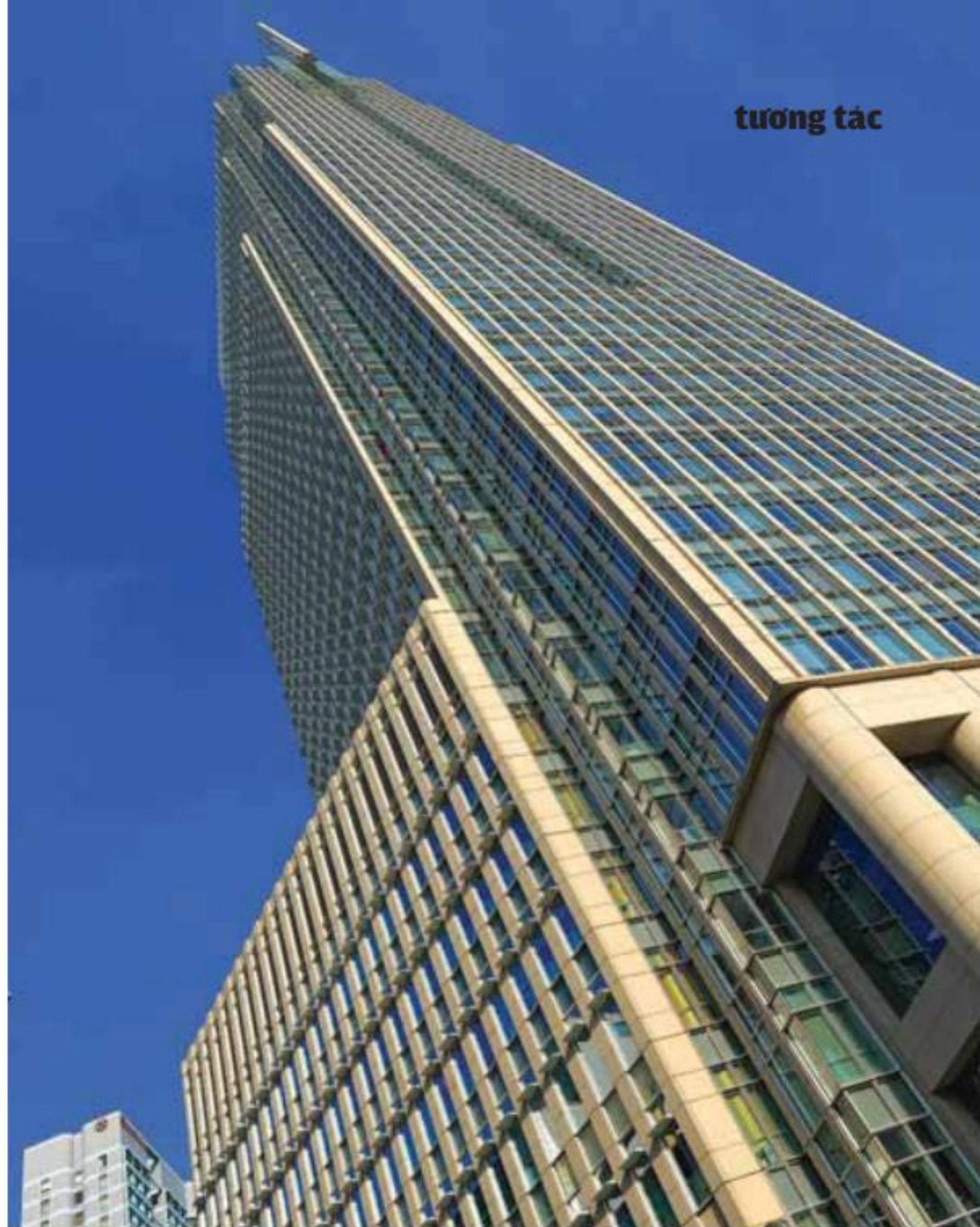
Ảnh Hành lang mái vòm thoáng đãng mở ra khoảng sân trường. Màu sắc vàng-đỏ-trắng tạo cảm giác nhẹ nhàng, thoải mái



Để cái tôi không sục sôi

Trong quá trình làm nhà, từ khâu thiết kế đến lúc thi công, hầu như ai cũng có lúc bị động chạm vào “cái tôi” của nhau. Tôi là gia chủ tôi có quyền, nhà tôi tôi ở, cứ làm theo ý tôi đi, tôi chịu. Hoặc “tôi là nhà thiết kế chứ không phải người vẽ theo ý ông”, hay “tôi đi làm thầu 30 năm nay tôi rành vấn đề này hơn”... đủ kiểu.

BÀI KTS HUÂN TÚ ẢNH TRƯỜNG AN



Kết quả của những “cái tôi” ấy khi va chạm nhau thường chẳng vui vẻ tốt đẹp gì. Nhẹ thì một bên thiệt thòi, rút lui, làm theo ý riêng của mình, mà nặng thì lòi nhau ra chốn pháp đình.

Làm sao để những cái tôi không sục sôi, làm sao để quá trình làm nhà đôi bên cùng có lợi, là chuyện không dễ lý giải dưới các góc độ từ chuyên môn đến ứng xử, thậm chí cả khía cạnh gọi là “đạo đức nghề nghiệp” mà giới kiến trúc xây dựng gần đây cũng đang tranh luận sôi nổi.

Trước hết cần nói ngay khái niệm “cái tôi” trong phạm vi bài viết không đề cập về cá tính hay tư cách tốt xấu của cá nhân, vốn là chuyện riêng và bất khả xâm phạm, giống như trình độ, thu nhập, địa vị, sức khỏe... Xin được phép giới hạn “cái tôi” ở đây trong mối quan hệ chung khi làm nhà. Các nghiên cứu về tâm lý và xã hội học hiện đại diễn giải cái tôi được phân thành 3 cấp độ chính. Một là quan niệm về bản thân (self-concept) luôn

thay đổi đáng kể từ thuở mới sinh ra, sau đó hình thành lăng kính xem xét những thứ không phải-là-tôi (not-self). Hai là lòng tự trọng (self-esteem) chỉ về bạn cảm nhận ra sao về cái tôi của bạn và bản sắc xã hội (social identity) chỉ về sự thể hiện của cái tôi của bạn ra thế giới. Ba là yếu tố tự tin vào khả năng bản thân (self-efficacy), nó liên quan đến cảm nhận về năng lực của mỗi người trong bối cảnh xã hội cụ thể.

Trong 3 khía cạnh chính ấy, cái tôi cấp độ 1 là quan niệm về bản thân (self-concept) biến đổi theo mức độ trưởng thành, mà như cha ông ta hay nói nôm na “tậu trâu, cưới vợ, làm nhà” là bước đi hợp lẽ trong đời người. Làm nhà khi còn trẻ trâu thì chỉ ngộ nguây lung tung cho có vẻ sành điệu, làm nhà sau khi trải qua thực tế hôn nhân thì ít nhiều cũng tích lũy các kinh nghiệm. Nói cách khác, cái tôi trong góc nhìn từ kinh nghiệm bản thân không ảnh hưởng nhiều đến các bên khi tham gia thiết kế, thi công.

Nó chỉ là các trải nghiệm cá nhân và người khác có thể dễ dàng chia sẻ, đồng cảm, hoặc tiếp thu và chuyển hóa thành giải pháp cụ thể. Đây là cái tôi mang tính cá nhân và không chi phối nhiều thành bại của một dự án.

Từ em đẹp thì em có quyền...

Cái tôi cấp độ 2, lòng tự trọng (self-esteem) nằm ở 3 lĩnh vực chính mà con người có xu hướng đánh giá cái tôi là: ngoại hình, năng lực và những mối quan hệ xã hội. Đây là cách phổ biến hiện nay mà đa số giới chuyên môn và gia chủ thường thể hiện, khẳng định và đánh giá bản thân lẫn người khác, từ đó hình thành cách ứng xử. Có thể dễ dàng nghe những câu chuyện về một anh chủ đầu tư quán bar, Kevin X. Nguyễn nào đó là nghệ sỹ thị giác, đẹp trai nam thần, du học về, nói chuyện sang chảnh, hẹn gặp ở các nơi giới thượng lưu lui tới, gửi file cho anh xem trước, bản vẽ concept nhớ ghi song ngữ Anh - Việt... Tâm lý chung là chính các



nhà thiết kế (nhất là giới trẻ) hay ngầm so sánh, ngưỡng mộ hoặc tự xây dựng hình ảnh của mình theo các tiêu chí mà mình đánh giá người khác trong tối thiểu là 3 lĩnh vực kể trên: ngoại hình của mình trông thế nào nhỉ? Mình đang làm công việc có hấp dẫn, lương tốt không? Mình có nhiều lượng like và kết bạn trên mạng xã hội không? Những câu hỏi đó thậm chí “ám ảnh” không ít nhà thiết kế và người quản lý công ty thiết kế, nhất là khi họ phải tiếp xúc với nhóm khách hàng được-cho-là-thượng-lưu. Có những công ty chỉ cử bạn trai xinh gái đẹp nào đó ở bộ phận marketing hoặc sales đi gặp khách hàng, vì chính công ty chê ngoại hình và kỹ năng tiếng Anh của bạn thiết kế không cao, trong khi buổi làm việc chỉ nói về chuyên môn giữa người Việt với nhau mà thôi! Khi chính nhà chuyên môn còn bị cái tôi của khách hàng lấn át và cuốn hút theo như thế, thì có thể thấy các ý kiến chuyên môn sẽ lép vế thế nào, và những mâu thuẫn ngầm ngầm trong công việc ngày càng nảy sinh. Thực tế tuy chưa thống kê nhưng người viết bài đã nhận phản hồi từ sinh viên ngành thiết kế kiến trúc - nội thất ra trường khoảng 70% làm không quá 3 tháng ở một công ty nào đó rồi nhảy việc khác. Lý do phổ biến nhất là: tại vì em thấy công ty toàn bắt em đi tiếp khách (nếu em đó thuộc diện trai xinh gái đẹp) hoặc bắt em ngồi cày máy tính và sửa đủ thứ yêu cầu phi lý của khách hàng (nếu em đó không sắc nước hương trời và kỹ năng giao tiếp yếu).

Ở cái tôi thứ hai, kết hợp quan niệm về bản thân và lòng tự trọng sẽ dẫn đến sự phát triển của bản sắc nhóm xã hội (social identity) nơi những cái tôi đó chung sống. Chúng ta từng nghe nói đến kiểu con gái miền A chiều chồng hết mực, hay cách “bán hàng mà như đuổi khách” ở thành phố B, đều không phải tự nhiên mà có, đa phần được “nuôi dưỡng” trong nhóm những cái tôi cụ thể. Thậm chí có công ty thiết kế C nhất quyết không làm cho khách hàng là dân ở vùng H vì đã từng “chịu đòn” nhiều lần cái cách ứng xử đặc trưng của người vùng đó. Về mặt khoa học tâm lý hành vi, đây là những khủng hoảng về bản sắc xã hội, cụ thể có 2 kiểu khủng hoảng chính. Kiểu thứ nhất chỉ về sự thiếu hụt, khi những giá trị mà người đó lưu giữ trước đây bị từ chối, bị xâm phạm, khiến người đó rơi vào tình thế không thể đưa ra quyết định. Người viết bài đã từng làm việc với khách hàng là công chức nghỉ hưu đã lâu, ông luôn lo sợ ngôi nhà sẽ xây của ông sẽ bị rút ruột theo kiểu công trình ngân sách, ông không tin ai và thậm chí không tin rằng làm nhà xong thì sẽ có một không gian sống khác trước. Cuối cùng, công ty thiết kế đành làm cho ông một ngôi nhà đúng kiểu ăn chắc mặc bền như trước đây ông đang ở, nó giản đơn hết mức và thực sự nhạt nhòa, e ngại mọi thứ, đúng như chủ nhân của nó.

Kiểu khủng hoảng khác đến từ sự xung đột giữa các mặt đối lập với bản sắc xã hội của một cá nhân. Ví dụ, chị Y sau khi ly hôn muốn xây lại ngôi nhà cho mấy mẹ con phải thật khác biệt so với những gì trước đây chị từng ở với chồng cũ. Chị luôn cố gắng hoàn thành nhiều mục tiêu đối lập nhau, ví dụ nhà phải sang trọng nhưng tiết kiệm, mới bung hết cỡ nhưng phải an toàn... Thái độ của chị làm việc gây áp lực mạnh lên công ty thiết kế, đến nỗi các kiến trúc sư thấy chị làm nhà như để... trả thù chồng cũ, để chứng tỏ không có đàn ông thì tôi vẫn ổn, chứ không quan tâm về chuyên môn. Các nhà tâm lý học đã chỉ ra rằng, tùy từng trường hợp, sự biến động đột ngột về gia đình, bản thân và bản sắc xã hội của một người dẫn đến họ thay đổi thái độ ứng xử để tồn tại.

Đến những người ảo tưởng sức mạnh

Cái tôi ở cấp độ 3 (self-efficacy) có khởi đầu rất tích cực, đó là cảm nhận về những năng lực, khả năng của riêng của mỗi người. Cảm nhận này mang lại một niềm tin rằng ta hoạt động hiệu quả ra sao, self-efficacy của bạn càng cao thì bạn càng làm tốt công việc nói chung hoặc mọi vấn đề phải giải quyết nói riêng. Thái độ này liên quan đến giáo dục và nền tảng văn hóa ứng xử của một người. Một cảm nhận và kiểm soát về khả năng bản thân tốt giúp tăng thành công vì nó khiến người đó kiên trì hơn, tự tin hơn. Dĩ nhiên, mặt trái ở đây chính là chuyện người có self-efficacy cao thì có bị ảo tưởng quá đáng về sức mạnh bản thân hay không. Liệu có thể đánh giá hoặc đo lường self-efficacy của một người không? Giới chuyên môn tâm lý chỉ ra hai cách: một là đối chiếu những thành tựu của một người làm được với những thành tựu mà họ khao khát, mong mỏi, hoặc hai là so sánh những sự khác nhau giữa những cái tôi thực tế của họ (actual self) và những cái tôi lý tưởng của họ (ideal self).

Ví dụ cụ thể trong trường hợp chị Y ở trên, công ty thiết kế đã biến buổi gặp gỡ trao đổi về công việc thành buổi tâm tình chia sẻ. Công ty thay thế kiến trúc sư ban đầu (một trung niên thành đạt vợ con đẻ huê) bằng một nữ kiến trúc sư có chuyện gia đình trắc trở. Chị em gặp nhau, từ đồng cảm đến đồng hành, từ chuyện nhà chị qua chuyện nhà em, các vướng mắc về chuyên môn trước đó tưởng chừng không gỡ nổi nay thành đơn giản, nhẹ nhàng. Việc ngầm so sánh giữa những điều gia chủ mong ước và những điều họ có thể làm được đã chỉ ra cái chênh lệch, cái bất khả thi mang tính khách quan, để đôi bên tìm điểm chung khi làm việc, chứ không phải bình luận xem phương án thiết kế nào hay dở, hoặc tranh cãi đến cùng về một yêu cầu có vẻ phi lý của gia chủ.

Ở phía người làm chuyên môn, hiện nay với sự trợ giúp đắc lực của truyền thông mạng xã hội, đã xuất hiện không ít công ty/ nhóm thiết kế/ người thiết kế hành xử theo kiểu phô trương sức mạnh bản thân. Công ty V là hàng đầu

trong lĩnh vực kiến trúc xanh, công ty M chuyên làm nhà cho đại gia, kiến trúc sư H chỉ lấy thiết kế phí từ đơn vị ngàn đô trở lên... những danh xưng được cộng đồng mạng khoác lên và bản thân họ tự nhận, dần trở thành “chuẩn mực” trong mắt của nhà thiết kế trẻ, thành chủ đề cho những trao đổi bên lề lẫn chính thức theo kiểu “Làm thế nào để khởi nghiệp thành đạt ở lĩnh vực thiết kế?”. Bên cạnh chiêu trò PR, quảng bá thương hiệu một cách lộ liễu, đa số khán giả tham dự những buổi chia sẻ kiểu đó đều có nhận định chung là... nổ banh trời, khủng bố tinh thần anh em trẻ mới vào nghề! Hiện tượng này thực ra không mới trên thế giới, nhất là các nước đã phát triển từng chứng kiến nhiều thế hệ có cái tôi “sục sôi” kiểu vậy. Các nhà tâm lý học xem quan điểm “tôi là trung tâm” đó là những bọc lộ về thân phận con người muốn thoát khỏi vị thế thua kém. Nhà tâm lý học Carl Rogers năm 1961 từng đưa ra một lý thuyết về nhân cách dựa trên cái tôi, và từ đó đề ra luận điểm cho kiểu trị liệu tâm lý mà ông phát triển. Trọng tâm nghiên cứu của ông chỉ ra rằng: mục tiêu chính trong cuộc sống của con người thời hiện đại là duy trì cảm nhận về bản thân trong bất kỳ việc gì chúng ta làm để phát triển hướng đến sự thể hiện được đầy đủ tiềm năng của mình (self-actualisation). Rogers xác định một người thể hiện được đầy đủ và đúng đắn tiềm năng của mình có 5 đặc điểm chính:

1. Họ đã và đang phát triển đều đặn, vững chắc.
2. Họ cởi mở trước kinh nghiệm và không phòng vệ, họ xem những điều mới mẻ như là những cơ hội hơn là những vấn đề rắc rối.
3. Họ tin tưởng bản thân họ, tìm kiếm chỉ dẫn từ người khác nhưng đưa ra những quyết định của riêng họ.
4. Họ có những mối quan hệ hòa thuận với những người khác mà không có nhu cầu cần được mọi người yêu thích.
5. Họ sống hoàn toàn trong hiện tại, không chìm đắm trong quá khứ cũng như mong đợi tương lai. Điều này không có nghĩa là họ không lập kế hoạch, nhưng một khi họ lập ra bất kỳ kế hoạch nào, người thể hiện được đầy đủ tiềm năng của



Mọi công trình kiến trúc để thành hình và tồn tại luôn cần đóng góp của biết bao cá nhân và tập thể, không thể chỉ qua vài “cái tôi” đơn lẻ

mình chỉ tập trung sống trong hiện tại.

Năm đặc điểm trên nếu thử soi chiếu vào một số nhà thiết kế mới đạt một vài giải thưởng nho nhỏ vài năm gần đây đã vội ảo tưởng về sức mạnh bản thân thì sẽ thấy rõ ràng các chỉ dấu nhận định sau đây:

1. Một cá nhân thành đạt trong nghề kiến trúc - xây dựng không thể tách rời khỏi tập thể (nhóm, công ty), với sự trợ giúp của rất nhiều công đoạn từ kỹ thuật, thể hiện, đến quản lý và chăm sóc khách hàng, điều làm cho nghề kiến trúc khác với những nghề sáng tạo đơn lẻ khác. Các thiết kế hiện nay trên thế giới đều tuân thủ nguyên tắc khi xuất hiện trên truyền thông phải ghi rất chi tiết nhóm thiết kế và mọi bên liên quan như nhà thầu chính, phụ, điện nước... chứ không phải chỉ có mỗi tên kiến trúc sư chủ trì.

2. Một kiến trúc sư, nhà thiết kế biết điều không phải là người luôn nghe lời khách hàng, mà ngược lại, có sự phản hồi tích cực, ứng xử có văn hóa và tạo được dấu ấn cá nhân trong sản phẩm cung cấp cho khách hàng. Trong bối cảnh xã hội chưa hoàn thiện các chuẩn mực tốt về đầu tư xây dựng thì thực tế công trình đưa vào sử dụng như thế nào sẽ là thước đo, chứ không chỉ là các bản vẽ lung linh hay hình ảnh đã được dàn dựng kỹ lưỡng nhằm sống ảo, PR.

3. Một số công ty, nhóm thiết kế đã “nói không với mạng xã hội” để hướng nhân viên và cả khách hàng thực sự giao tiếp ngoài đời với nhau trong tâm thế vì lợi ích chung chứ không chăm chút hình ảnh bản thân. Xử lý ngay các tình huống hiện tại, tôn trọng người khác, tránh công kích cá nhân... góp phần giảm bớt những “cái tôi sục sôi”, và từ đó hướng người làm nghề cũng như các bên liên quan vào chuyên môn.

Nghiên cứu tâm lý của Rogers cũng nhấn mạnh rằng: tất cả mọi người đều có một nhu cầu cơ bản là được quan tâm tích cực vô điều kiện. Chúng ta ai cũng khao khát tình yêu, sự thuộc về, sự thừa nhận và tung hô, cho dù ai cũng biết đó là điều không thể. Để dung hòa những cái tôi vô lối sục sôi trong quan hệ giữa các bên trong dự án thiết kế là điều không dễ. Thực tế hơn một chút, có lẽ cần học hỏi những gương thành công từ các doanh nghiệp luôn đặt quan điểm win-win lên hàng đầu khi thương thảo, luôn lấy quản trị bản thân và quản trị rủi ro làm tôn chỉ hành động. Nhưng câu chuyện về quản trị thì dường như với giới làm nghề kiến trúc - xây dựng vẫn còn nhiều xa lạ và nằm ngoài chuyên môn của họ. **III**

Kỳ sau: Cái tôi trong thiết kế & quản lý chất lượng thiết kế

sản phẩm chọn



Lò nướng âm tủ Hafele HO-KT60J, mã 535.62.511

8 chế độ nướng (nướng đối lưu, nướng trên, nướng dưới, nướng kết hợp...). Điều khiển bằng núm vặn. Cửa kính trong suốt 3 lớp cách nhiệt, đảm bảo bề mặt lò luôn nguội trong lúc hoạt động. Dễ vệ sinh và chức năng khóa trẻ em. Xuất xứ: Ba Lan.

Giá: 22.999.000 đồng



Lò nướng kết hợp vi sóng âm tủ Hafele HMO-T60A, mã 535.62.551

13 chương trình tự động với 5 mức công suất vi sóng và 4 chương trình nướng kết hợp (nướng đối lưu, nướng kết hợp vi sóng, nướng kết hợp quạt thổi...). Chức năng rã đông theo khối lượng hoặc thời gian. Điều khiển bằng cảm ứng và màn hình LED.

Giá: 25.990.000 đồng



Chậu rửa kết hợp máy rửa chén Hafele HDW-SD90A, mã 539.20.530

Rửa tối đa được 6 bộ chén đĩa. Đa dạng 4 chương trình rửa (rửa tăng cường, rửa nhanh, rửa tiết kiệm, rửa rau quả), cùng chương trình rửa siêu nhanh 29 phút. Thiết kế chống rò rỉ nước và điện, an toàn khi sử dụng.

Giá: 29.990.000 đồng



Khay giữ ấm âm tủ Hafele HWD-60B, mã 538.51.821

Dung tích lớn, chứa được 80 ly cà phê hoặc 12 đĩa thức ăn. Tốc độ hâm nóng 13 phút đạt 80 độ C. Tích hợp các chức năng: lên men bột, nấu chậm, lên men yoghurt, rã đông, giữ ấm thức ăn, khử trùng... Màn hình hiển thị LED.

Giá: 11.990.000 đồng

Tham khảo tại www.hafelehome.com.vn



Ghế ăn Nelson vải VIC, màu dark blue
Giá: 4.800.000 đồng

Chiếc ghế Nelson xanh dark blue cùng những phụ kiện nhỏ xinh như chân nến, bình hoa cũng tạo nên không khí Giáng sinh an lành và hạnh phúc trong không gian nhà bạn

Bộ bàn bên Alisma
kính vân đá
Giá: 6.020.000 đồng

Chân nến Amat
màu vàng đồng FH963726
Giá: 1.996.000 đồng



Tham khảo tại: www.aconcept-vn.com

HAI SẮC HỒNG ĐÀ LẠT

Đà Lạt bước vào độ tháng 11-12 chạnh hòa nắng và bùng nổ muôn vàn sắc hoa. Ai đã đến xứ mộng mơ mà không từng xao xuyến trước một Thung lũng Tình Yêu nên thơ, một Hồ Xuân Hương tĩnh lặng đến nao lòng, đặc biệt nhất là những cánh đồng cỏ hồng ửng lên rạng rỡ một góc trời.

BÀI VÀ ẢNH HIỀN PHÙNG

*Cỏ hoang xao xuyên trên ngọn ngành
Đỏ như trong giấc mơ lung linh
Em ngoan như tình nồng, em bao la mịt mùng
Em thơm như cỏ hồng em ơi!
(Cỏ hồng - Phạm Duy)*

Cỏ hồng là một giống cây hoang dại mọc thành từng cụm, mang sắc hồng, pha chút tím. Cỏ mọc li ti ngắn khoảng 10cm, những cánh cỏ màu hồng mỏng manh trong gió, nhưng khi mọc thành từng cụm trái dài miên man nó lại như khoác một lớp áo lông lầy cho những ngọn đồi tạo lên một khung cảnh hoang sơ vô cùng lãng mạn.

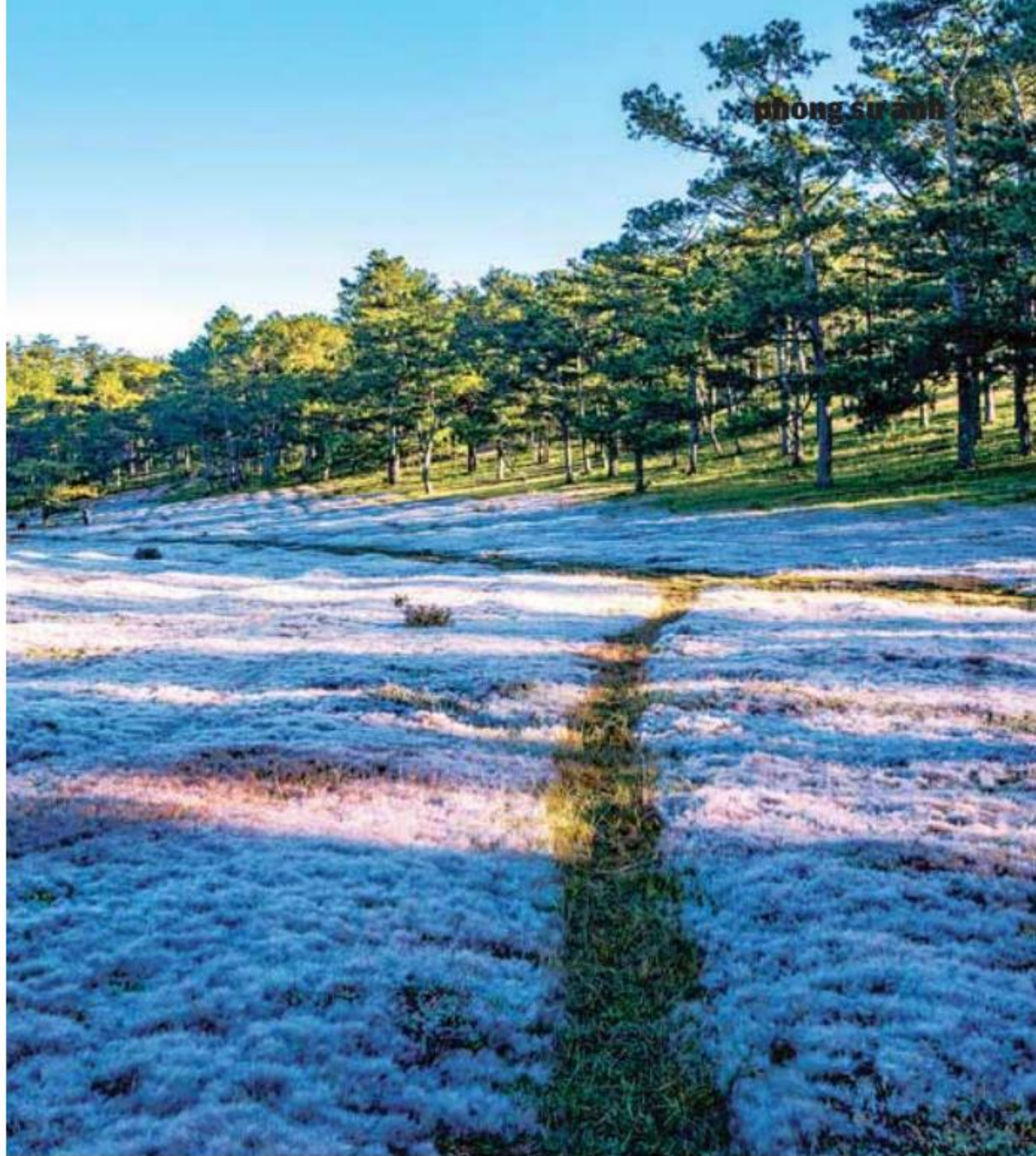
Mùa đông, chỉ sau một đêm không biết từ lúc nào cỏ mọc dày cả sườn đồi. Ban mai khi sương mù giăng kín lối, đợi những ánh bình minh đầu tiên le lói cũng là lúc màn sương ấy tan dần đọng lại trên đám cỏ hồng làm chúng trông như những bông tuyết nhỏ. Những bông cỏ nhỏ xinh trắng muốt duyên dáng khoe mình làm thành một cánh đồng tuyết lấp lánh ánh sương mai. Sắc cỏ cứ thế thay đổi theo từng khoảnh khắc của nắng sớm. Nắng lên cao cỏ chuyển màu hồng nhẹ. Sương đọng trên những bông cỏ ánh lên dưới nắng. Sương tan hết cũng là khi đồi cỏ chuyển dần sang màu hồng đậm.

Cỏ hồng mọc ven thung lũng, sườn đồi rộng khắp Đà Lạt, nhưng đẹp nhất là ở Suối Vàng và làng hoa Thái Phiên. Đồi cỏ hồng nơi đây có vẻ đẹp riêng rất hoang dã với rừng thông bạt ngàn, hồ nước và những đàn ngựa nhón nhơ gặm cỏ... chẳng khác nào xứ sở của những câu chuyện cổ tích.

Cỏ hồng được biết đến nhiều nhất ở Bắc Mỹ, Trung Quốc. Tại Việt Nam, Đà Lạt là một trong số ít nơi xuất hiện loại cỏ này. Theo người dân bản địa thì cỏ hồng có mặt ở đây từ lâu. Cỏ mọc ven sườn đồi, giữa thung lũng. Cỏ hồng phơn phớt nổi bật trên nền xanh của rừng, sắc hồng dần dần bao phủ không gian xung quanh. Những trắng cỏ khoe khoả nở rộ mang sức sống mãnh liệt dẻo dai.

Nếu mùa thu là mùa mà những con đường ở Đà Lạt nhuộm màu vàng tươi của hoa dã quỳ, mùa đông đượm sắc cỏ hồng phủ trong sương sớm, thì hoa mai anh đào là một dấu hiệu để báo mùa xuân đến.

Hơn trăm năm qua, hoa mai anh đào luôn là biểu tượng của Đà Lạt, là niềm tự hào của phố núi gọi bao thương mến. Mai anh đào là loài hoa bản địa có nguồn gốc rất đặc biệt với thân gỗ xù xì giống đào mận còn hoa thì lại có



Ảnh hai trang Đà Lạt mùa đông trầm lắng, mong manh nhưng cũng thật rực rỡ với những thảm cỏ hồng dập dờn trên sườn đồi, sưởi ấm cả mùa đông lạnh giá

năm cánh giống hoa mai. Chính vì nửa mai nửa đào như vậy nên hoa được gọi tên mai anh đào.

Vào đầu mùa khô hàng năm mai anh đào vàng lá dần, rụng hết, trơ trọi cành nhánh khẳng khiu và ngủ đông, cuối thu chúng bắt đầu thay lá. Khi những tia nắng đầu tiên của mùa xuân về, những cành cây khẳng khiu lại



Ảnh hai trang Những điểm ngắm hoa mai anh đào là đường Trần Hưng Đạo, ở đây hoa nở rộ cả hai bên đường; hay dọc theo dãy biệt thự cổ Cadasa, hồ Tuyền Lâm, dốc Đa Quý... cũng rất nhiều cây mai anh đào cổ thụ ở quanh khu vực Hồ Xuân Hương

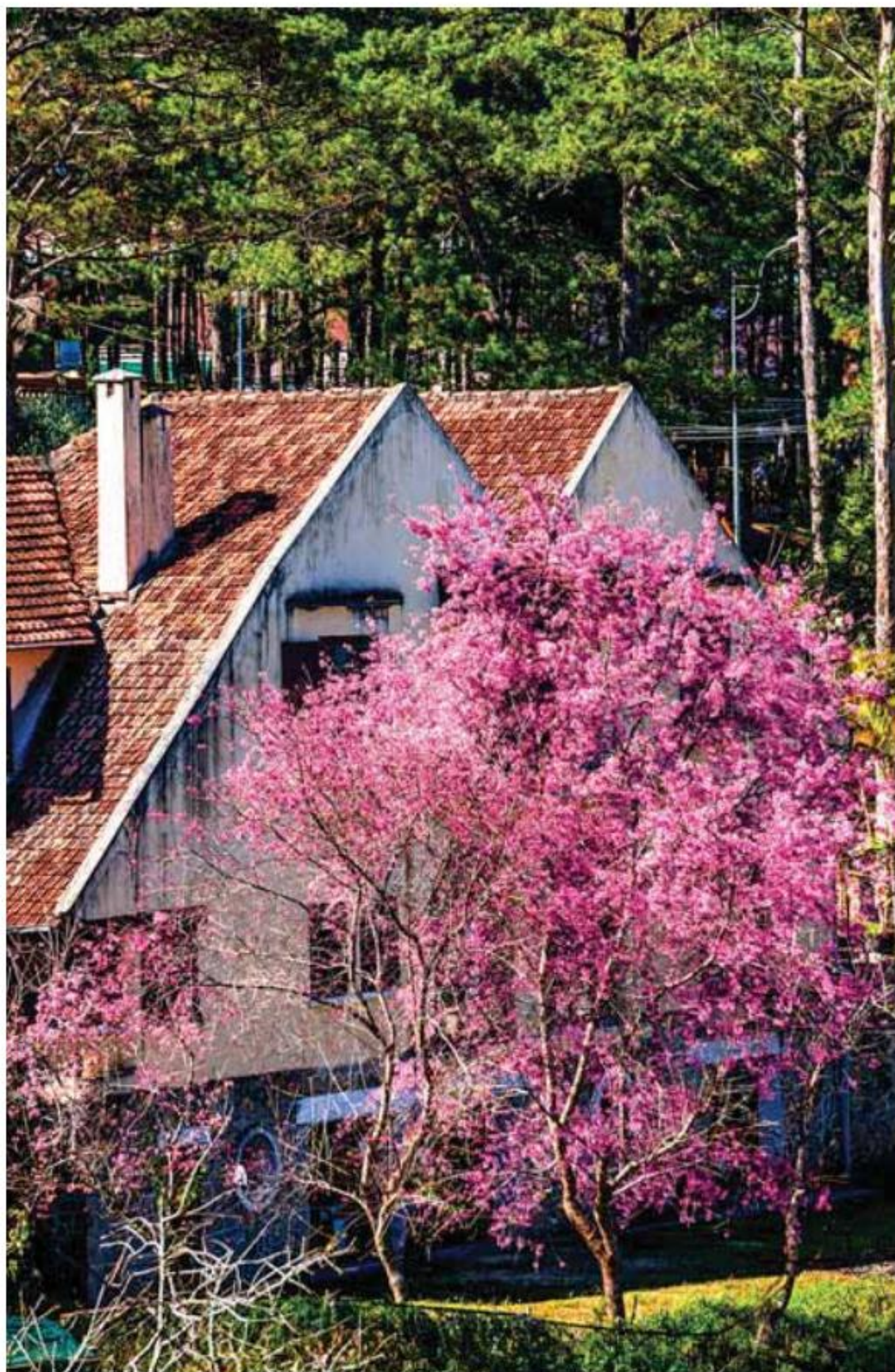


mọc lên hàng trăm chùm hoa màu hồng, nhuộm thắm một góc trời. Mùa mai anh đào là mùa hoa đẹp nhất của Đà Lạt. Cả thành phố như “mặc” tấm áo hồng có sức hút kỳ lạ, làm lòng người nao nức.

Hoa chỉ nở rộ, đẹp nhất trong khoảng 10 ngày. Sau đó cánh hoa bắt đầu phai, rụng để thân cây đâm chồi trở lá. Có nhiều cây mai anh đào cổ thụ 40-60 năm tuổi, cao gần chục mét lại mang đến cho người thưởng ngoạn sự ngạc nhiên trước sự tương phản giữa thân cây xù xì rêu mốc và những đóa hoa mềm mại, nở đồng loạt, chỉ chít từ gốc đến ngọn, hồng thắm như đôi môi thiếu nữ.

Hoa mai anh đào không giống hoa đào Đà Lạt xưa (còn gọi là đào lông, ra ít hoa và kết trái lớn), cũng không thắm màu nghiêng sang sắc đỏ như đào Nhật Tân - Hà Nội, cũng không giống anh đào Nhật Bản. Mai anh đào thân mảnh dẻ nhưng lâu năm có thể trở thành những cây cổ thụ cao lớn, tỏa tàn rộng, hoa nhỏ màu hồng phớt tím, khi mới nở như những ngọn lửa nhỏ bập bùng, vài ngày sau đến độ mãn khai, toàn cây rục lên như một đám lửa hồng.

Hoa mai anh đào nở rộ khắp Đà Lạt. Từ những con phố trung tâm đến những



triển đồi vùng ngoại ô đều được phủ một màu hồng thắm rực rỡ. Khung cảnh thơ mộng với cánh rừng hoa mai anh đào lung linh tuyệt đẹp.

Mỗi thời khắc trong ngày, mai anh đào lại mang một vẻ đẹp khác nhau. Khi nắng sớm vừa lên, sương mai còn đọng trên những cánh hoa, mai anh đào mang một vẻ đẹp mỏng manh, đầy huyền bí. Khi nắng lên cao, những cánh hoa lại trở về với màu sắc thật của mình với màu hồng phấn. Từng cánh hoa màu hồng rung rinh trên cành lá, thả mình theo cơn gió nhẹ rụng xuống gốc cây. Bước qua hàng cây mai anh đào đang độ nở rộ, khung cảnh thần tiên với những cánh hoa phủ kín mặt đất, trên cao là từng lớp hoa mỏng manh đang đua nhau khoe sắc.

Đà Lạt mùa này nắng lạnh ươm vàng như rót mật khắp các mái nhà, lùm cây, ngọn cỏ. Một màu vàng óng trong suốt. Khi đi dưới nắng, đi trong nắng vẫn không thấy nóng, không thấy rát chỉ cảm thấy cái lạnh mơn man... Nắng làm cỏ hoa thêm rực rỡ, những con đường, những sườn núi là những thảm màu hồng trải dài đẹp mắt. Du khách bất chợt ngân nga “Ai lên xứ hoa đào đừng quên mang về một cành hoa/ Cho tôi bớt mơ mộng chiều chiều nhìn mây trôi xa xa/ Người về từ hôm nao mà lòng còn thương vẫn thương/ Bao nhiêu năm tháng cũ mà hồn nào tôi vẫn vương/ Giờ này nhìn sương khói mà thắm mơ màu hoa trên má ai” (*).

(*) *Ai lên xứ hoa đào* của nhạc sĩ Hoàng Nguyên





AUDI Q8

ĐẲNG CẤP

Từ khi lần đầu tiên ra mắt trên thế giới, Audi Q8 được hé lộ một cách đặc biệt và ấn tượng. Xe Audi Q8 là mẫu SUV sang trọng đẳng cấp nhất của Audi, Audi Q8 sẽ cùng lúc mang tới hai ưu thế nổi trội: sự trang nhã tinh tế của phong cách coupé và tính thực dụng tuyệt vời của mẫu SUV cỡ lớn.

THỰC HIỆN **ĐINH QUANG TUẤN**



Được chế tạo với kích cỡ và độ sang trọng đứng đầu dàn xe Q của Audi, Q8, sự kết hợp giữa sự trang nhã của coupe 5 cửa và tính đa năng của xe SUV cỡ lớn. Chiều dài cơ sở xe đạt gần 3m (2.997mm) giúp mang lại nội thất khá rộng rãi mà theo Audi là vượt trội so với các đối thủ cạnh tranh trực tiếp.

Khung gầm Q8 ứng dụng chất liệu nhôm khá nhiều (15%) bên cạnh thép cường lực (14,4%). Điều đó giúp Q8 dù kích cỡ không hề nhỏ nhưng chỉ nặng 2.145kg khi sử dụng cấu hình động cơ TDI 3.0L. Hệ số cản không khí của xe đạt 0.34.

Động cơ V6 3.0L TDI cho công suất 286 mã lực và 600 Nm mô-men xoắn đi kèm hệ dẫn động 4 bánh toàn thời gian Quattro cùng hộp số tự động 8 cấp Tiptronic. Nhờ đó, Q8 có khả năng tăng tốc 0-100km/h trong 6,3 giây.

Q8 có thể coi là dòng SUV Audi dễ nhận biết nhất khi sử dụng ngôn ngữ thiết kế mới nhất của Audi khởi nguồn từ A8. Tán nhiệt Singleframe cỡ lớn với 6 cánh chrome dọc được bao bọc 2 bên bởi cụm đèn pha LED ma trận mảnh khảnh mà hiện đại. Cột C siêu lớn cùng trần xe thoải tạo thành điểm nhấn cho

chiếc SUV khi nhìn từ ngang hông trong khi đuôi xe nổi bật với cụm đèn hậu LED kết nối trực tiếp với thanh đèn xi nhan LED cùng cánh gió đầy phong cách phía bên trên.

Q8 mới ứng dụng công nghệ hybrid vào hỗ trợ giai đoạn vận hành của xe với mạng lưới điện 40V cùng ác quy lithium-ion, nhờ đó tiết kiệm khoảng 0,7L nhiên liệu mỗi 100km đường chạy được.

Mẫu xe thương hiệu Đức, Audi Q8 sẽ ra mắt các thị trường châu Âu vào quý 3.2018 trước khi mở rộng ra toàn cầu vào đầu năm 2019.

THÔNG SỐ KỸ THUẬT AUDI Q8 2019

- Dài 4.986mm, rộng 1.995mm, cao 1.705mm, trục cơ sở 2.995mm, khoảng sáng gầm xe 254mm.
- Khoang hành lý: 605 -1.755 lít; cốp điện trang bị tiêu chuẩn công nghệ Mild Hybrid, tiết kiệm nhiên liệu đến 0,7 lít cho mỗi 100km.
- Phiên bản TDI 3.0, công suất 210 kW (286 mã lực) và mô men xoắn 600 Nm.
- Hai màn hình cảm ứng lớn kích thước 8,6 và 10,1. Hệ thống giải trí hàng đầu với hệ thống định vị MMI và LTE Advanced; âm thanh cao cấp Bang & Olufsen với âm thanh 3D cho cả hàng ghế sau.



NISSAN TERRA

CHUYỂN ĐỘNG THÔNG MINH

Từ khi ra mắt lần đầu tại thị trường châu Á vào đầu năm 2018, Nissan Terra luôn nằm trong danh sách các sản phẩm bán chạy nhất của Nissan. Tại Indonesia, Terra xếp vị trí á quân trong danh sách những mẫu xe được yêu thích nhất tại triển lãm ô tô danh tiếng GAIKINDO 2018 (GIIAS-GAIKINDO Indonesia International Auto Show 2018).

THỰC HIỆN **VĨNH PHƯƠNG**

Kế thừa di sản hơn 60 năm dòng xe SUV của Nissan cùng thiết kế mạnh mẽ, gai góc nhưng không kém phần hiện đại và khỏe khoắn, Nissan Terra là sự kết hợp hoàn hảo giữa hiệu suất động cơ mạnh mẽ, sự tiện nghi, rộng rãi cùng công nghệ “chuyển động thông minh” của Nissan để trải nghiệm mọi hành trình.

Với 7 chỗ ngồi thoải mái, không gian khoang lái hạng nhất, Nissan Terra hoàn toàn mới sở hữu hàng ghế sau có khả năng gập gọn linh hoạt chỉ bằng một chạm.

Chiếc xe được trang bị hàng loạt công nghệ chuyển động thông minh của Nissan mang lại cảm giác an toàn và tự tin hơn cho người lái như hệ thống cảnh báo làn đường, cảnh báo điểm mù, hệ thống cảnh báo va chạm, hệ thống camera quan sát xung quanh xe thông minh, màn hình hỗ trợ lái tiên tiến và tính năng hỗ trợ khởi hành ngang dốc, tính năng kiểm soát đổ đèo giúp duy trì kiểm soát tốc độ khi xe xuống dốc.

THÔNG SỐ KỸ THUẬT

Kích thước tổng thể: 4,895 x 1,865 x 1,835 (dài x rộng x cao)/mm. Khoảng sáng gầm 225mm. Số chỗ ngồi: 7.

Xe sử dụng động cơ 4 xy-lanh thẳng hàng với dung tích xy-lanh 2,488 cc. Đạt công suất cực đại 166/6,000 rpm. Xe có hộp số tự động 7 cấp với chế độ chỉnh tay; hệ thống truyền động 2 cầu bán thời gian. Mức tiêu thụ nhiên liệu trong đô thị 11.96 l/100km, ngoài đô thị 7.88 l/100km, kết hợp 9.42l/100km.

Xe có 6 túi khí cùng hệ thống chống bó cứng phanh, hệ thống phân phối lực phanh điện tử, hệ thống hỗ trợ lực phanh khẩn cấp, hệ thống cảm biến áp suất, hệ thống kiểm soát cân bằng động, hệ thống phanh hạn chế trơn trượt cho vi sai. Bên cạnh là cảm biến hỗ trợ đỗ xe, hệ thống kiểm soát hành trình; tính năng hỗ trợ khởi hành ngang dốc, tính năng kiểm soát đổ đèo, camera lùi, camera quan sát xung quanh xe, camera hành trình, hệ thống cảnh báo làn đường, hệ thống cảnh báo điểm mù, hệ thống cảnh báo va chạm...





TRIỂN LÃM QUỐC TẾ BẤT ĐỘNG SẢN
VNREA EXPO
Vietnam International Real Estate Exhibition



VIETBUILD HOME 2018

CHÀO MỪNG KỶ NIỆM 60 NĂM NGÀY TRUYỀN THỐNG NGÀNH XÂY DỰNG VIỆT NAM

**BẤT ĐỘNG SẢN - TRANG TRÍ NỘI NGOẠI THẤT
& ĐỒ DÙNG GIA ĐÌNH**

REAL ESTATE - INTERIOR - EXTERIOR DECORATION & HOUSEHOLD APPLIANCES

MỞ CỬA TỰ DO: 8H30 - 19H00 | 19/12 - 23/12/2018

TẠI TRUNG TÂM HỘI CHỢ & TRIỂN LÃM SÀI GÒN - SECC

799 Đại lộ Nguyễn Văn Linh, P. Tân Phú, Q.7, TP.HCM

CÁC NHÀ TÀI TRỢ CHÍNH / MAIN SPONSORS



CÁC NHÀ ĐỒNG TÀI TRỢ / CO-SPONSORS



KỶ NIỆM 20 NĂM TRIỂN LÃM QUỐC TẾ VIETBUILD TRƯỞNG THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN

BẢO TRỢ & THÔNG TIN / SUPPORTED & INFORMED BY



307/17 Nguyễn Văn Trỗi, P.1, Q.Tân Bình, TP.HCM | Hotline: 0967 747 713 | www.vietbulldafc.com.vn



ƯU ĐÃI TỪ HÄFELE – GIẢM GIÁ ĐẾN 50%

HÄFELE VIỆT NAM TỔ CHỨC “ĐẠI TIỆC ƯU ĐÃI CUỐI NĂM” VỚI MỨC KHUYẾN MÃI LÊN ĐẾN 50% tại hệ thống bán hàng trên toàn quốc cùng cửa hàng trực tuyến www.hafelehome.com.vn từ ngày 3 đến 24.12.2018.

Chương trình áp dụng cho thiết bị bếp (bếp từ, lò nướng, lò vi sóng, máy hút mùi, tủ lạnh, máy rửa chén...), thiết bị vệ sinh - phòng tắm, khóa điện tử, phụ kiện đồ gỗ nội thất và phụ kiện cửa của Häfele, Blanco, Duravit và Hansgrohe.

Với hóa đơn mua hàng từ 10 triệu đồng, khách hàng sẽ có cơ hội sở hữu 1 trong 3 vé khứ hồi đến Đức xem trận đấu bất kỳ của CLB bóng đá Đức FC Bayern tại sân vận động Allianz Arena, và những phần thưởng như máy rửa chén, máy ép trái cây... Nhiều phần quà giá trị dành cho khách mua hàng trong thời gian diễn ra chương trình như bộ nồi, bộ dao, máy xay sinh tố cao cấp...

Häfele cũng hợp tác với Aeon Credit Services hỗ trợ khách hàng trả chậm từ 6-12 tháng. Chỉ cần trả trước 30%, khách hàng sẽ được nhận ngay sản phẩm Häfele và được miễn phí trả chậm cũng như phí hồ sơ.

Để biết thêm chi tiết, truy cập website www.bepdephavui.vn hoặc liên hệ Hotline (miễn cước phí) 1800 1797.



DỰ ÁN PHỨC HỢP PHÚ MỸ HƯNG MIDTOWN: 96% CĂN HỘ THE PEAK ĐỢT 1 CÓ CHỦ

NGÀY 18.11.2016, CÔNG TY PHÚ MỸ HƯNG ĐÃ TỔ CHỨC LỄ MỞ BÁN ĐỢT 1- CĂN HỘ THE PEAK thuộc dự án khu phức hợp Phú Mỹ Hưng Midtown. Chỉ sau hơn 1 tiếng công bố, 96% căn hộ The Peak chào bán đã được khách hàng đặt mua.

Đáng chú ý, đợt mở bán The Peak lần này chỉ có 600 khách mời, trong khi lượng khách quan tâm đến công trình này lên đến hơn 2.000 người. Trong 600 khách tham dự rút thăm, có đến 1/3 khách đã từng tham dự nhiều đợt công bố Midtown trước đó nhưng chưa mua được. Thậm chí, có khách hàng đã theo dự án đến gần 2 năm, kể từ đợt mở bán đầu tiên và họ tiếp tục tham dự buổi mở bán The Peak với mong muốn có một cơ hội may mắn cho mình.

Đợt mở bán căn hộ The Peak tiếp theo sẽ được tổ chức trong tháng 12.2018 tới. “Quy trình xét duyệt hồ sơ tương tự đợt mở bán ngày 18.11.2018 sẽ tiếp tục được triển khai với số lượng hồ sơ dự kiến duyệt cũng tương đương”, đại diện chủ đầu tư cho biết thêm.



CAPITALAND CẤP HỌC BỔNG VÀ LÀM THIỆN NGUYỆN CÙNG HƠN 1.000 EM HỌC SINH

CAPITALAND VIỆT NAM ĐÃ TỔ CHỨC NGÀY TÌNH NGUYỆN CAPITALAND

cùng với học sinh và thầy cô của 3 trường CapitalLand Hope Schools vào ngày 16.11.2018 vừa qua tại trường Thanh Phước CapitalLand Hope (tỉnh Long An) và những tuần tiếp theo sẽ đến các trường Năng Yên CapitalLand Hope (tỉnh Phú Thọ) và Mầm Non Lê Xá CapitalLand Hope (tỉnh Hưng Yên). Nhân viên tình nguyện là cấp quản lý, trưởng phòng, nhân viên của CapitalLand Việt Nam và công ty con là Ascott Limited (Ascott).



Với sự hỗ trợ của quỹ thiện nguyện CapitalLand Hope Foundation (CHF), khoảng 1.000 em học sinh nhận được sự giúp đỡ từ chương trình này như cung cấp các dụng cụ dạy học cho giáo viên, cặp sách cho học sinh, sách truyện, quà bánh, đồ chơi thể dục và đồ chơi. Các tình nguyện viên CapitalLand đã tổ chức trò chơi tương tác và nấu ăn phục vụ các em.

Ngoài việc xây trường CapitalLand Hope Schools, CapitalLand Việt Nam và Ascott còn tổ chức nhiều chương trình thiện nguyện khác như hiến máu nhân đạo, trồng cây gây rừng, đạp xe ủng hộ môi trường, tặng các em thiếu may mắn một ngày dã ngoại.

HD MON HOLDINGS CHỌN INDOCHINA CAPITAL LÀM ĐỐI TÁC

HD MON TUYÊN BỐ LỰA CHỌN 2 NHANH CỦA TẬP ĐOÀN INDOCHINA CAPITAL

là Indochina Properties và Indochina Strategic làm cố vấn chiến lược và đại lý chính thức phân phối dự án chung cư cao cấp Mon City Giai đoạn 2 vào ngày 25.10.2018 vừa qua tại Hà Nội.

Mon City Giai đoạn 2 đang được thi công và sẽ hoàn thiện vào đầu năm 2021. Toạ lạc tại giao lộ của 3 trục đường lớn là Lê Đức Thọ, Nguyễn Cơ Thạch và Hàm Nghi, gồm 891 căn hộ cao cấp với cơ cấu căn hộ 2 phòng ngủ, 3 phòng ngủ, căn hộ kép, căn hộ thông tầng và penthouse, có tầm nhìn bao quát, mang lại ánh sáng tự nhiên cho tất cả các phòng. Mon City được dự đoán sẽ khuấy động thị trường khi chính thức mở bán vào tháng 12.2018.

Để biết thêm về dự án liên hệ số hotline: 0966 639 669



INAX KỶ NIỆM 10 NĂM THÀNH LẬP NHÀ MÁY SEN VỎI TẠI QUẢNG NAM

MỚI ĐÂY, NHÀ MÁY SẢN XUẤT SEN VỎI CỦA INAX TẠI QUẢNG NAM ĐÃ TỔ CHỨC LỄ KỶ NIỆM 10 NĂM THÀNH LẬP, một dấu mốc đáng nhớ trong quá trình hoạt động kinh doanh của nhà máy sen vôi INAX nói riêng và công ty LIXIL Việt Nam nói chung.

Trong suốt những năm qua, INAX khẳng định vị thế là thương hiệu thiết bị phòng tắm, thiết bị nhà bếp và vật liệu xây dựng được đông đảo người tiêu dùng Việt Nam ưa chuộng, đặc biệt là sản phẩm sen vôi.

Phát biểu tại buổi lễ, ông Hattori Kazuhiko, Giám đốc nhà máy sen vôi INAX - chi nhánh công ty LIXIL Việt Nam tại Quảng Nam chia sẻ: “Làm nên thành công cho INAX trong quá khứ, hiện tại và cả tương lai, không thể không nhắc tới sự hậu thuẫn mạnh mẽ của tập đoàn LIXIL đã luôn phát triển với tôn chỉ *Tạo dựng sự kết nối dẫn đến một cuộc sống tươi đẹp hơn cho khách hàng*. Hiện INAX là thương hiệu trụ cột của LIXIL Việt Nam - một thành viên của tập đoàn LIXIL Nhật Bản, tập đoàn số 1 thế giới và Nhật Bản trong lĩnh vực thiết bị phòng tắm và vật liệu nhà ở, xuất hiện 150 nước với nhân sự trên 80.000 nhân viên. Trong tương lai, chúng tôi mong muốn sẽ tiếp tục phát triển lớn mạnh hơn nữa”.



DU HÀNH XUYỀN THỜI GIAN CÙNG KHÁCH SẠN METROPOLE HÀ NỘI

MÙA LỄ HỘI NĂM NAY, KS METROPOLE HÀ NỘI tổ chức sự kiện với tên gọi “Du hành xuyên thời gian”.

Địp này, khách sạn trang trí theo không gian Hà Nội xưa. Khu sảnh chính với không gian kiến trúc Pháp cổ được tô điểm bởi những chiếc xe lửa chạy dọc theo



đường ray. Quanh khách sạn là những nhà ga được trang trí tinh tế với sự hiện diện của các phương tiện giao thông phổ biến một thời của Hà Nội như xích lô, xe đạp và dĩ nhiên không thể thiếu chiếc xe máy trứ danh.

Đặc biệt, tại sảnh Metropole lịch sử, mô hình khách sạn Metropole Hà Nội thu nhỏ được trang trí bằng bánh gừng sẽ tô điểm thêm không gian đậm chất Giáng sinh truyền thống.

Trong suốt mùa lễ hội, khách sạn sẽ trưng bày “điều ước” của các em nhỏ Quỹ Rừng Xanh tại Hà Nội với mong muốn giúp đỡ trẻ em có hoàn cảnh khó khăn.

Thông tin chi tiết về chương trình liên hệ ĐT: 024 38266919, máy lẻ 8215 hoặc email: h1555-fb6@sofitel.com

GYPROC HABITO – BỨC TƯỜNG TƯƠNG LAI

TẬP ĐOÀN SAINT-GOBAIN đã cho ra mắt sản phẩm tấm thạch cao Gyproc Habito và băng viên góc Levelline Flex trong buổi Coffee Talk với chủ đề “Tấm thạch cao Gyproc Habito – Bức tường tương lai”.



Tấm thạch cao Gyproc Habito siêu cứng chắc là sản phẩm thế hệ mới phù hợp với mọi yêu cầu khác nhau của công trình. Tấm Gyproc Habito có lõi thạch cao cứng chắc giúp gia tăng độ bền, khả năng chịu lực và đập, đặc biệt những khu vực thường xuyên chịu tác động và chạm của ngoại lực. Tấm thạch cao Gyproc Habito có thể treo trực tiếp tủ bếp, kệ sách... chỉ với vít gỗ Habito và lực chịu tải lên đến 20kg/điểm treo. Bên cạnh, đáp ứng việc giải quyết thực trạng nứt vỡ cạnh góc tường-trần, Saint-Gobain Việt Nam đem đến giải pháp bảo vệ mọi loại góc tường-trần cho công trình dân dụng, các dự án bằng sản phẩm băng viên góc Levelline Flex. Chi tiết về tấm thạch cao tham khảo tại: <https://www.vinhtuong.com/tam-thach-cao-gyproc-habito-sieu-cung-chac>

AKZONOBEL KHỞI ĐỘNG DỰ ÁN “PAINT THE FUTURE”

TRUNG TUẦN THÁNG 11.2018, AKZONOBEL CHÍNH THỨC KHỞI ĐỘNG THỬ THÁCH “PAINT THE FUTURE” (Sơn màu tương lai) nhằm mục đích kết nối công ty với các công nghệ đột phá mới và thúc đẩy sự cải tiến trong lĩnh vực sơn và chất phủ. Dự án là lời kêu gọi cộng tác cùng biến những giải pháp sáng tạo tài năng từ ý tưởng thành hiện thực.

Hợp tác với công ty kiểm toán KPMG, cuộc thi này sẽ diễn ra thường niên và các đội chiến thắng của mỗi năm sẽ có cơ hội ký kết thỏa thuận hợp tác phát triển với AkzoNobel.

Thử thách tập trung tìm kiếm giải pháp cho năm lĩnh vực chính:

- Khả năng dự báo (Predictable performance)
- Ứng dụng thông minh (Smart application)
- Các giải pháp tuần hoàn (Circular solutions)
- Tính năng tăng cường (Enhanced functionality)
- Ứng dụng hoạt chất sinh học (Life science infusion)

Thông tin thêm về dự án có tại website :

letspaintthefuture.com





Máy lọc không khí

Không khí không chỉ là khí mà còn chứa nhiều chất gây ô nhiễm thì sự ra đời của máy lọc không khí Daikin sẽ giúp loại bỏ các chất gây hại cho sức khỏe, đảm bảo cho những người thân yêu của bạn đang hít thở một bầu không khí trong lành theo chuẩn của Daikin.

Cùng với thiết kế hiện đại và phong cách, máy lọc không khí Daikin sẽ là một lựa chọn hoàn hảo cho nội thất trong căn nhà bạn.

**HÃY CHỌN NGAY HÔM NAY
MÁY LỌC KHÔNG KHÍ DAIKIN !**



MỚI



MCK55TVM6
Loại tạo ẩm

MỚI



MC55UVM6
MC40UVM6

MỚI



MC30VVM-A



MC70MVM6



CÔNG TY CỔ PHẦN DAIKIN AIR CONDITIONING (VIETNAM)
www.daikin.com.vn



HÄFELE



Nướng như than hồng, thơm ngon thấm vị.

Bạn muốn ăn tôm phô mai nướng vàng ươm, sườn nướng thơm mềm, pizza giòn tan hay bánh nướng xốp mịn? Chọn ngay Bộ sưu tập Lò nướng 700 từ Häfele với 13 chương trình tự động và 10 chế độ kết hợp để dễ dàng nướng những món ngon thơm giòn đúng điệu, đậm đà hương vị không thua gì nướng bằng than.

Thưởng thức món nướng nhà làm nay thật dễ dàng!

Khám phá tại www.bepdepnhavuivn

BỘ SƯU TẬP LÒ NƯỚNG 700



**DEUTSCHE
QUALITÄT**
SEIT 1923
CHẤT LƯỢNG ĐỨC, TỪ NĂM 1923.



Hotline (miễn phí): **1800 1797**