

KIẾN TRÚC & ĐỜI SỐNG

HỘI KIẾN TRÚC SƯ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

SỐ 172 – THÁNG 9.2020

NGÔI NHÀ XANH MÀU LÁ

PHONG THỦY
MÀU SẮC NỘI KINH DOANH

NHÀ Ở
LỜI GIẢI CHO
NHÀ GÓC NHỌN

THỜI SỰ KIẾN TRÚC
ĐI TÌM GIẢI PHÁP
PHÁT TRIỂN ĐÀ LẠT

<https://tieulun.hopto.org>



29.500đ

GEBERIT AQUACLEAN TUMA

SURPRISINGLY VERSATILE

DESIGN
MEETS
FUNCTION

Geberit AquaClean Tuma offers freshness and comfort for every home.

The Geberit AquaClean Tuma is available in the Comfort model and now also in the Classic model as well. The equipment of the AquaClean Tuma Classic offers the basic functions of a shower toilet, including WhirlSpray shower technology and the rimless WC ceramic appliance. The Comfort model offers additional comfort functions which make cleaning with water a way to experience well-being.

www.geberit.com.sg



Geberit Authorised Dealer:



CTY TNHH MỘT THÀNH VIÊN VLXD ĐÔNG DƯƠNG

TP.HCM: .10A-10C, Đường Số 2, Cư Xá Lữ Gia, P.15, Q.11 - ĐT: (028) 38639318 - Fax: (028) 38639828
 .268 Lý Thường Kiệt, Phường 14, Quận 10 - ĐT: (028) 38650891 - Fax: (028) 38659070
Hà Nội: :Số 8 Phố Tân Mỹ, P. Mỹ Đình 1, Q. Nam Từ Liêm - ĐT: (024) 38535985 - Fax: (024) 38537716



THE LEADER IN PAINT TECHNOLOGY

SẠCH ĐẸP BỀN VỮNG

BẢO VỆ
15 NĂM



BẢO VỆ TỐI ƯU



» CÔNG NGHỆ TI-PURE™
BẢO VỆ CÔNG TRÌNH ĐẾN 15 NĂM



» CÔNG NGHỆ TỰ LÀM SẠCH



CHỨNG NHẬN XANH
GREEN LABEL



» CÔNG NGHỆ KHÁNG KHUẨN
MICROBAN



Web



Facebook



Youtube



Zalo

CÔNG TY TNHH SƠN TOA VIỆT NAM

<https://tieulun.hopto.org>

KIẾN TRÚC & ĐỜI SỐNG

CƠ QUAN CỦA HỘI KIẾN TRÚC SƯ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH,
PHÁT HÀNH MỘT KỶ MỖI THÁNG

TRỤ SỞ

88/1B MẠC ĐÌNH CHI, QUẬN 1, TP. HỒ CHÍ MINH

TỔNG BIÊN TẬP

PGS.TS.KTS NGUYỄN KHÔI

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

PGS.TS.KTS NGUYỄN KHÔI

KTS KHUÔNG VÂN MƯỜI

KTS NGUYỄN TRƯỜNG LUY

NHÀ BÁO PHẠM HUY HUNG

NHÀ BÁO NGUYỄN VINH PHUONG

THƯ KÝ TÒA SOẠN

NGUYỄN VINH PHUONG

PHỤ TRÁCH MỸ THUẬT & THIẾT KẾ

NGUYỄN THU VÂN

PHỤ TRÁCH HÌNH ẢNH

ĐINH QUANG TUẤN

LIÊN HỆ BAN ĐỌC, THƯ TỪ, BÀI VỎ

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

GIẤY PHÉP XUẤT BẢN SỐ 23/GP-BTTTT CẤP NGÀY

5.1.2012

CỦA CỤC BÁO CHÍ - BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

IN TẠI CÔNG TY TNHH MTV LÊ QUANG LỘC



Ảnh PHAN QUANG



SẮC MÀU CHUNG RIÊNG

Sắc màu là một khái niệm tưởng như rất cụ thể, nhưng nhiều khi lại rất trừu tượng, khó nắm bắt. Màu xanh, màu vàng của người này có thể khác màu xanh, màu vàng của người kia; màu đẹp đối với người này lại là màu xấu đối với người khác... Ngay cả trong một gia đình cũng vậy, có khi mỗi thành viên trong nhà sẽ có một ý thích về màu sắc khác nhau.

Bài viết "Sắc màu chung riêng" trong chuyên đề của số báo này sẽ cùng chia sẻ với độc giả những phức tạp trong việc chọn màu sắc cho không gian sống gia đình. Đồng thời, cũng liên quan đến màu sắc, bài viết của ThS. KTS Hà Anh Tuấn sẽ cùng độc giả tìm hiểu thêm về màu sắc trong kinh doanh.

Trong số báo tháng 10.2020, chúng tôi sẽ đề cập đến chủ đề "xử lý không gian chết". Các bài viết trong chuyên đề này sẽ bàn bạc, hướng dẫn cách xử lý những không gian "chết" do hình dạng, thế đất, yêu cầu phong thủy hoặc đặc thù kiến trúc...

Trân trọng,
Tổng biên tập

PGS.TS.KTS NGUYỄN KHÔI

BẠN ĐỌC CÓ THỂ ĐỌC
TẠP CHÍ KIẾN TRÚC & ĐỜI SỐNG PHIÊN BẢN ĐIỆN TỬ TỪ:

- www.ktds.vn
- <https://www.facebook.com/kientrucvadoisong>
- ashui.com

Phụ kiện Bếp hàng đầu từ Áo

blum

MOVING IDEAS

Phụ kiện cho Bếp “chạy” bền hơn 20 năm

Lựa chọn của bạn bây giờ cho nhà bếp hơn 20 năm sau. Với các giải pháp công năng cho nhà bếp hiện đại, phụ kiện Tay nâng tủ treo, Bản lề tủ và Ray trượt hộp ngăn kéo đến từ nước Áo của Blum mang đến chuyển động ưu việt suốt vòng đời tủ nội thất.



www.blum.com

3 Vo Van Tan, D.3, HCMC

028 3822 3304

[f](#) [yt](#) [ig](#) / blumvietnam



KIẾN TRÚC & ĐỜI SỐNG



NHÀ Ở

14 PAUL PHAN
Tìm thư thái trong nhà phố

28 ARCHIGRAPHY.VN
Ngôi nhà xanh màu lá

36 PHAN QUANG
Tinh tế trong tinh thần Nhật Bản

CHUYÊN ĐỀ

40 KTS NGUYỄN TRẦN ĐỨC ANH
Sắc màu riêng chung

CĂN HỘ

50 HỮU PHƯỚC - MINH BUI
Tiết chế đồ dùng để thêm không gian

54 V.AN - MINH BUI
Thư giãn giữa bê tông, sắt, kính & đồng



KHÔNG GIAN ĐẸP

58 CTV
Đăng cấp Alma

KHÔNG GIAN NGHỆ THUẬT

62 NGUYỄN ĐÌNH
Nguyễn Minh Hiếu: Làm nghệ thuật là được vẽ cái mình thích

KHÔNG GIAN VĂN HÓA

66 HIẾU TRẦN
Đình Tường Phiêu - Vũ điệu của rồng bên dòng sông Tích

TƯƠNG TÁC

74 KTS LÊ KHÁNH VÂN - VÂN LÊ - HUÂN TỬ
Để bảo tàng không chỉ là nơi trưng bày



TRIỂN LÃM QUỐC TẾ

International Exhibition



VIETBUILD 2020

BẤT ĐỘNG SẢN - KIẾN TRÚC & TRANG TRÍ NỘI NGOẠI THẤT

Real Estate - Architecture & Interior - Exterior Decoration

30/9 - 04/10/2020

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

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

MỞ CỬA TỰ DO 8h30 - 18h00

CÁC NHÀ TÀI TRỢ CHÍNH / MAIN SPONSORS



CÁC NHÀ ĐỒNG TÀI TRỢ / CO-SPONSORS



BẢO TRỢ & THÔNG TIN / SUPPORTED & INFORMED BY



BAN TỔ CHỨC TRIỂN LÃM QUỐC TẾ XÂY DỰNG VIETBUILD

THE ORGANIZING BOARD OF VIETBUILD CONSTRUCTION INTERNATIONAL EXHIBITION

307/17 Nguyen Van Troi St., Ward. 1, Tan Binh Dist, HCMC - Tel : (028) 3997 4999

Email: pkdvietbuild@gmail.com - Web: www.vietbilddexhibition.com.vn - Fax: (028) 3997 9147



CÁC KIẾN TRÚC SƯ QUAN TÂM ĐÓNG GÓP NHIỀU Ý KIẾN THIẾT THỰC CHO VIỆC HÀNH NGHỀ

Ngày 30.7.2020, Hội Kiến trúc sư Việt Nam và Hội Kiến trúc sư TP.HCM đồng tổ chức hội thảo “Quy tắc ứng xử nghề nghiệp của kiến trúc sư hành nghề”. Khoảng 80 kiến trúc sư là hội viên Hội Kiến trúc sư TP.HCM cùng các đoàn đại diện Hội kiến trúc sư Tiền Giang, Long An, Đồng Nai và Bình Dương đã tham gia thảo luận đóng góp ý kiến cho dự thảo “Quy chế tổ chức và hoạt động của Hội đồng kiến trúc sư hành nghề” và “Quy tắc ứng xử nghề nghiệp của kiến trúc sư hành nghề”.

BÀI HUNG LONG ẢNH ĐÌNH QUANG TUẤN



Toàn cảnh Hội thảo “Quy tắc ứng xử nghề nghiệp của kiến trúc sư hành nghề” diễn ra tại Văn phòng Hội Kiến trúc sư TP.HCM chiều 30.7.2020

Phát biểu khai mạc, KTS Nguyễn Trường Lưu, Chủ tịch Hội Kiến trúc sư TP.HCM cho biết, Luật Kiến trúc có hiệu lực từ 1.7.2020, Nghị định 85/2020/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều của Luật Kiến trúc được ban hành ngày 17.7.2020. Nghị định có giao Hội Kiến trúc sư Việt Nam “tổ chức lập, ban hành Quy tắc ứng xử nghề nghiệp của kiến trúc sư” hành nghề. Để tổ chức hội thảo này, Hội Kiến trúc sư TP.HCM đã mời nhiều kiến trúc sư, chuyên gia góp ý. Về phía Hội Kiến trúc sư TP.HCM, tổng cộng đã có 6 buổi tọa đàm, trong đó riêng Thường vụ Hội có 3 buổi được tổ chức trước hội thảo này. Những nội dung góp ý trong 6 buổi họp trên được ban điều hành gồm KTS

Trần Khánh Trung, KTS Vũ Việt Anh, KTS Nguyễn Hồ trình bày lại trước khi Hội thảo góp ý bổ sung.

KTS Khương Văn Mười, Phó chủ tịch Hội Kiến trúc sư Việt Nam, người được Chủ tịch Hội Kiến trúc sư Việt Nam Nguyễn Tấn Vạn ủy quyền điều hành hội thảo đã đánh giá cao sự chuẩn bị của Hội Kiến trúc sư TP.HCM.

KTS Nguyễn Văn Tất cho rằng dù có thể chưa được hoàn toàn như mong đợi thì Luật Kiến trúc và Nghị định 85 cũng đã được ban hành. “Vì vậy, những vấn đề thuộc về Luật Kiến trúc và Nghị định để hướng dẫn thi hành thì không bàn ở đây nữa. Ta nên tập trung bàn về quy tắc ứng xử nghề nghiệp của kiến trúc sư hành nghề. Đây là buổi họp đầu tiên của

chúng ta về vấn đề này trong khi các nước đã làm nhiều lần rồi. Ở đây có rất nhiều anh chị em là người hành nghề trực tiếp. Ta đóng góp làm sao để sẽ có kiến nghị có chất lượng gửi lên Hội Kiến trúc sư Việt Nam”, KTS Nguyễn Văn Tất nói.

Thay mặt ban điều hành của Hội Kiến trúc sư thành phố, KTS Vũ Việt Anh trình bày các ý kiến đóng góp của Hội Kiến trúc sư TP.HCM cho “Quy chế tổ chức và hoạt động của Hội đồng kiến trúc sư hành nghề Việt Nam” và nhấn mạnh Quy chế tổ chức và hoạt động của Hội đồng kiến trúc sư hành nghề cần khẳng định sứ mệnh, đại diện bảo vệ quyền lợi và nghĩa vụ hành nghề chân chính cho giới kiến trúc sư. KTS Trần Khánh Trung trình bày những góp ý tổng thể và chi tiết trên từng điều khoản cho dự thảo “Quy



trúc sư làm tốt hơn chứ không nên coi là thủ tục làm khó kiến trúc sư.

Các KTS Trần Quang Minh, KTS Trần Hồng Dân, KTS Nguyễn Thị Tuyết Mai, KTS Tôn Thất Liêm, KTS Trần Văn Dũng, KTS Nguyễn Văn Thắng đã phát biểu nhiều đóng góp về định hướng và góp ý cụ thể về câu, chữ cho từng văn bản cũng như đã đặt ra một số vấn đề trao đổi tại chỗ.

Phát biểu tại hội thảo, các KTS Lý Thành Phương - Chủ tịch Hội Kiến trúc sư Đồng Nai, KTS Lưu Đình Khấn - Chủ tịch Hội Kiến trúc sư Long An và KTS Lê Đình Cường - Hội Kiến trúc sư Long An, KTS Lê Quang Huy - Hội Kiến trúc sư Bình Dương, KTS Nguyễn Xuân Sơn - Hội Kiến trúc sư Tiền Giang đều đánh giá cao sự chuẩn bị chu đáo, đầy đủ về nội dung và bày tỏ sự nhất trí với những đóng góp của Hội Kiến trúc sư TP.HCM. Đồng thời, các kiến trúc sư từ các tỉnh thành bạn cũng tham gia đóng góp thêm nhiều ý kiến cụ thể cho “Hội đồng kiến trúc sư hành nghề” và bộ “Quy tắc ứng xử nghề nghiệp của kiến trúc sư hành nghề” của Hội Kiến trúc sư Việt Nam với góc nhìn thực tế từ địa phương.

Kết luận hội thảo, KTS Nguyễn Trường Lưu cho biết Ban tổ chức hội thảo sẽ tiếp thu góp ý phát biểu trực tiếp tại hội thảo đồng thời vẫn nhận thêm góp ý khác để đưa vào kiến nghị chung gửi lên Hội Kiến trúc sư Việt Nam. 



Các kiến trúc sư đóng góp nhiều ý kiến thiết thực cho “Hội đồng kiến trúc sư hành nghề” và bộ “Quy tắc ứng xử nghề nghiệp của kiến trúc sư hành nghề”

tác ứng xử nghề nghiệp của kiến trúc sư hành nghề”. Tiếp đó, KTS-Luật sư Nguyễn Hồ trình bày nội dung góp ý “Quy chế hoạt động của Hội đồng kiến trúc sư hành nghề Việt Nam”. Theo KTS Nguyễn Hồ, Hội Kiến trúc sư thành phố đề xuất 10 công việc hội đồng phải làm để phục vụ cho việc hành nghề của giới kiến trúc sư nhưng các đại biểu tham dự có thể góp ý thêm. KTS Nguyễn Hồ cũng nói thêm, Hội Kiến trúc sư TP.HCM đề nghị Chủ tịch Hội Kiến trúc sư Việt Nam đồng thời là Chủ tịch Hội đồng kiến trúc sư hành nghề Việt Nam.

Trong phần thảo luận, KTS Ngô Việt Nam Sơn góp ý cụ thể về chứng chỉ hành nghề và chuyên học tiếp của kiến trúc sư dựa trên thực tế từ các nước trên thế giới theo tinh thần tạo điều kiện cho các kiến



ĐI TÌM GIẢI PHÁP ĐỂ PHÁT TRIỂN ĐÀ LẠT

Ba phương án quy hoạch kiến trúc khu Đồi Dinh được UBND TP Đà Lạt trưng bày tại rạp Hòa Bình từ 14.8 (và dự kiến kéo dài đến 14.9) đã trở thành sự kiện thời sự của lãnh vực kiến trúc trong tháng qua. Nhiều kiến trúc sư đã lên tiếng trên các tờ báo, diễn đàn và không chỉ góp ý trực tiếp vào ba phương án mà còn mở rộng ra cả quy hoạch và định hướng, quan điểm phát triển Đà Lạt. KT&ĐS đã ghi nhanh ý kiến của KTS Nguyễn Trường Lưu, Chủ tịch Hội Kiến trúc sư TP.HCM xung quanh sự kiện này và tổng hợp ý kiến của các kiến trúc sư với mong muốn những ý kiến phản biện sẽ được lắng nghe để có được giải pháp tốt nhất cho sự phát triển của Đà Lạt.

BÀI LONG HUNG ẢNH LÂM VIÊN



Thiết kế Đồi Dinh phương án 1. Nguồn ảnh : Internet

TRƯỚC ĐÂY VIỆC CÔNG BỐ QUY HOẠCH CHI TIẾT KHU TRUNG TÂM HÒA BÌNH - ĐÀ LẠT đã làm xuất hiện nhiều ý kiến, e ngại mất đi cái hồn của đô thị Đà Lạt. Lần này TP Đà Lạt muốn xây dựng một công trình có công năng trung tâm thương mại kết hợp khách sạn cao cấp tại vị trí Đồi Dinh. Khu vực này có thể coi là mảng xanh cuối cùng ở trung tâm đang được vây quanh bởi một hiện trạng nhà cửa chen kín, dày đặc với nhiều công năng để ở, thương mại, lưu trú phục vụ cho sự phát triển mạnh mẽ của ngành du lịch.

Về vấn đề này, cá nhân tôi nhận thấy, đúng là Đà Lạt đang thiếu các dịch vụ ở và dịch vụ cao cấp. Nhưng ta có thể đặt vấn đề là tại sao người dân, du khách ở các nơi vẫn đến Đà Lạt nghỉ dưỡng, du lịch khi Đà Lạt chưa có nhiều công trình lớn? Phải chăng điều hấp dẫn du khách là do điều kiện thiên nhiên, khí hậu, thổ nhưỡng, cảnh quan... Vậy khi ta phá đi những cái đó để biến Đà Lạt thành một thành phố giống như New York, như TP.HCM... thì liệu du khách còn lên đây nữa hay không? Khoảng gần hai mươi năm trước, tôi có viết bài *Đà Lạt "nóng" và "nhanh" dân lên!* Đặt trong hoàn cảnh so sánh với TP.HCM và nhiều thành phố phát triển

nhạy bằng công nghiệp, nếu Đà Lạt cũng muốn phát triển với tốc độ như vậy, bằng cách như vậy thì tôi nghĩ rằng Đà Lạt sẽ mất đi lợi thế của mình và không còn hấp dẫn du khách nữa. Ta muốn phát triển mà vẫn giữ được hồn cốt của Đà Lạt thì phải dùng cách khác chứ không phải theo cách lấy đất vàng của cha ông để lại xây cất lên.

Có thể lấy một thí dụ là Hội An để so sánh và tôi cho rằng Hội An đã làm tốt. Hội An đang thu hút rất nhiều du khách. Hội An cũng có dịch vụ lưu trú và các dịch vụ cao cấp khác nhưng họ vẫn giữ được khu phố cổ và hồn cốt của mình.

Đà Lạt liệu có làm được như vậy?

Vấn đề nữa là qua báo chí được biết công trình Dinh Tỉnh trưởng ở Đà Lạt chưa đưa vào danh sách di sản. Hiện nay Luật Di sản đã có hiệu lực. Nếu có Luật Di sản rồi mà các chủ đầu tư, chủ sở hữu của những công trình xứng đáng là di sản không làm thủ tục đưa vào danh sách di sản kiến trúc thì công trình sẽ không được bảo vệ bởi bộ luật này. Công trình Dinh Tỉnh trưởng chưa được đưa vào danh sách thì trách nhiệm thuộc về ai ta nên làm rõ. Theo tôi, trách nhiệm này thuộc về chính quyền thành phố Đà Lạt và Sở Văn hóa - Thể thao - Du lịch Lâm Đồng. Chính quyền phải lập Hội đồng đánh giá, làm thủ tục đưa vào danh sách di sản kiến trúc để có biện pháp bảo vệ hữu hiệu.

Ý kiến của chính quyền

"Đến thời điểm này, chưa có tài liệu nào được Chính phủ hoặc tỉnh Lâm Đồng (từ chế độ cũ đến nay) xác định khu Hòa Bình và Dinh Tỉnh trưởng là di sản kiến trúc.

Dinh Tỉnh trưởng được xây dựng năm 1910, là nơi làm việc của tỉnh trưởng Lâm Viên, Tuyên Đức và cũng là nơi ở của gia đình tỉnh trưởng. Qua các thời kỳ quy hoạch, bảo tồn kiến trúc theo quy hoạch chung Đà Lạt đều không nêu công trình này.

Quy hoạch chung mới nhất QĐ 704 xác định bảo tồn kiến trúc là các Dinh 1, 2, 3, khu biệt thự Trần Hưng Đạo, Lê Lai, xác định trục di sản kiến trúc Đông - Tây.

Trước khi trưng bày có 8 mô hình kiến trúc được đưa ra lấy ý kiến, cuối cùng tỉnh và TP. Đà Lạt chọn 3 phương án phù hợp nhất trưng bày để lấy ý kiến công khai.

Đà Lạt cần có những siêu thị, khu thương mại cao cấp, hiện đại như TP.HCM, Hà Nội để đáp ứng nhu cầu mua sắm của người dân Đà Lạt trước hết, tiếp đó là du khách trong và ngoài nước. Nhiều năm nay không ít du khách than "Tới Đà Lạt mang tiền đi rồi mang tiền về vì không có chỗ tiêu". Với Đồi Dinh Tỉnh trưởng muốn phát triển phải có thương mại, nếu chỉ làm công viên thì chưa hấp dẫn được du khách và người dân địa phương".

(Trích ý kiến phỏng vấn ông Võ Ngọc Trinh, Phó chủ tịch UBND TP Đà Lạt - Báo Thanh Niên ngày 20.8.2020)



Ảnh 2 trang: Các phương án thiết kế Đồi Dinh được chính quyền Đà Lạt đưa ra lấy ý kiến rộng rãi của dân

Ý KIẾN PHẢN BIỆN CỦA CÁC KIẾN TRÚC SƯ

KTS Nguyễn Tấn Vạn - Chủ tịch Hội Kiến trúc sư Việt Nam - bình luận ngắn gọn về ý tưởng xây khách sạn ở đây: “Cái đó dở lắm, vô cùng dở”. (báo Tuổi Trẻ ngày 17.8.2020)

“Tôi phân tích thế này cho hết lý và sự nỗ lực đóng góp của tôi cho Đà Lạt. Thực tế, quy hoạch chung của khu trung tâm Hòa Bình - Đà Lạt ngay từ khi phê duyệt đã sai thì các quy hoạch con không thể đúng được. Nếu vẫn kiên cường triển khai, đặt lợi ích cộng đồng ở vị trí thấp thì hậu quả tiếp theo đã rất rõ ràng: dồn nén đô thị ở trung tâm và đánh mất không gian di sản mãi mãi”. (KTS Ngô Viết Nam Sơn, Tuổi Trẻ ngày 16.8.2020)

“Cả thành phố Đà Lạt đã xây khách sạn rồi, tại sao họ phải “cố dấn ăn xôi” xây khách sạn ở đó làm gì?”. (KTS Đoàn Kỳ Thanh, báo Tuổi Trẻ ngày 17.8.2020)

“Phá hủy đi khu phố Việt Hòa Bình là tự mình phá đi dấu ấn kiến trúc, văn hóa của cộng đồng người Việt xưa ở Đà Lạt, là mình xóa của mình. Đó là điều rất đáng tiếc”. (GS.TS.KTS Nguyễn Quốc Thông - phó chủ tịch Hội Kiến trúc sư Việt Nam, Tuổi Trẻ ngày 17.8.2020)

“Đà Lạt có bao nhiêu câu chuyện chưa được kể tốt. Nếu kể chuyện tốt thì sẽ có người nghe, sẽ thu được tiền. Nguyên tắc là nơi này phải dành cho tất cả mọi người, chứ không phải một công trình thương mại của một chủ đầu tư”. (KTS Hoàng Thúc Hào, Tuổi Trẻ ngày 17.8.2020).

“Là người sống tại Đà Lạt, tôi thấy việc chỉnh trang đô thị không đồng nghĩa phải thay thế các công trình theo lối kiến trúc cũ bằng công trình theo lối kiến trúc mới. Đặc biệt là ở khu trung tâm Hòa Bình, nơi được xem là có giá trị di sản bậc nhất Đà Lạt. Tôi thấy cả ba phương án đang cố tình nhảm lẫn giữa “chỉnh trang” và “thay thế”. Các dự án mà người ta cố tình “nhét” vào, như khách sạn Đồi Dinh chẳng hạn, sẽ chẳng có ý nghĩa gì trong việc chỉnh trang đô thị cả”. (KTS Phan Minh Tiến, báo Phụ Nữ ngày 19.8.2020).

“Là đô thị nghỉ dưỡng và nghỉ mát là chính, Đà Lạt được xây dựng trên cơ sở chủ đạo và nhất quán, đó là bảo vệ tối đa môi trường thiên nhiên và khí hậu, hệ thống hạ tầng và kiến trúc được lồng ghép và khảm nạm tinh tế vào nền cảnh thiên nhiên, tạo nên sự chung sống hiếm thấy giữa đất trời và đô thị.

Quý kiến trúc đô thị của Đà Lạt phong phú về các loại hình: biệt thự, dinh thự, nhà thờ, trường học, nhà bảo tàng, nhà ga, cơ sở khoa học v.v... Các công trình mang phong cách của nhiều thời, nhiều địa phương, có chất lượng thẩm mỹ đẹp và bền, đặc biệt, ôn hòa với khung cảnh xung quanh. Phải giữ cho được trung tâm - hạt nhân vô cùng đặc sắc của thành phố Đà Lạt là Hồ Xuân Hương và vùng đất bao quanh khỏi những công trình mới, như trung tâm thương mại (việc đã rồi), như dự án xây dựng khách sạn đồ sộ ở vị trí Dinh Tỉnh trưởng...”. (GS.TS.KTS Hoàng Đạo Kinh, tạp chí Người Đô Thị 19.8.2020)

“Chỉnh quyền Đà Lạt hiện nay đang nóng ruột phát triển thành phố bằng mọi giá, nhưng cái giá phải trả cho phát triển nóng là biến một thành phố “Tiểu Paris” của Đông Dương, được định dạng là “thành phố trong cây cỏ và cỏ cây trong thành phố” mê hoặc lòng người, trở thành một thành phố phi danh tính - không thể nhận dạng”. (PGS.TS.KTS Nguyễn Hồng Thục, tạp chí Người Đô Thị 19.8.2020)

KTS LÊ ANH ĐỨC, SÁNG LẬP VIÊN – GIÁM ĐỐC THIẾT KẾ ALIS LIGHTING

“Thị trường thiết bị chiếu sáng có tiềm năng tăng trưởng đến 200% mỗi năm!”

SAU CHUYÊN ĐỀ “XU HƯỚNG VÀ CÔNG NGHỆ CHIẾU SÁNG” TRÊN KT&ĐS SỐ 171 VỪA QUA, CHÚNG TÔI NHẬN ĐƯỢC MỘT SỐ Ý KIẾN CỦA BẠN ĐỌC TÌM HIỂU THÊM VỀ THỊ TRƯỜNG THIẾT BỊ CHIẾU SÁNG VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ XUNG QUANH DỊCH VỤ TƯ VẤN, THIẾT KẾ CHIẾU SÁNG TRONG KIẾN TRÚC. TỪ NHỮNG THẮC MẮC TRÊN, CHÚNG TÔI ĐÃ CÓ CUỘC TRAO ĐỔI VỚI KTS LÊ ANH ĐỨC, SÁNG LẬP VIÊN ALIS LIGHTING, GIẢNG VIÊN MÔN THIẾT KẾ ÁNH SÁNG, BỘ MÔN NỘI THẤT, KHOA KIẾN TRÚC VÀ QUY HOẠCH, ĐẠI HỌC XÂY DỰNG

Bài **PHƯƠNG HUNG** Ảnh **ALIS LIGHTING**



Xin hãy bắt đầu bằng việc đánh giá thực trạng chất lượng chiếu sáng hiện nay

Có lẽ ta nên nói qua một chút về các loại chiếu sáng dựa theo công năng. Một cách chung nhất, ta có thể kể các nhóm công trình chiếu sáng theo công năng như nhà ở, các cơ sở như nhà hàng, quán xá, cao hơn một chút là các khách sạn, resort, văn phòng làm việc... và ở mức độ rộng hơn là chiếu sáng cảnh quan cho không gian công cộng, chiếu sáng đô thị.

Với nhóm thứ nhất, các công trình dân dụng phổ biến nhất là nhà ở, đối tượng sử dụng trực tiếp là chủ nhà và họ cũng chính là chủ đầu tư. Với nhóm thứ hai là các công trình như văn phòng làm việc, các khách sạn, resort, nhà hàng... thì đối tượng sử dụng là nhân viên văn phòng, khách nghỉ dưỡng, thực khách, người làm quản lý nhưng họ lại không phải là chủ đầu tư. Với nhóm thứ ba, các công trình chiếu sáng cảnh quan, không gian đô thị... gọi chung là chiếu sáng đô thị thì người sử dụng là cộng đồng thị dân. Chủ đầu tư của các công trình loại này thông thường là chính quyền.

Để đánh giá đúng thực trạng chiếu sáng, đầu tiên ta phải nói về nhận thức của người sử dụng. Nhưng như phân loại ở trên, người sử dụng trong thực tế lại gồm nhiều đối tượng khác nhau, tùy theo từng loại công trình.

Với nhóm đầu tiên là nhà ở, thực trạng phổ biến là bỏ quên vai trò của chiếu sáng, chủ nhà thường có quan niệm rất đơn giản, đủ sáng là được. Và muốn



Sản phẩm thiết kế ánh sáng và triển khai bởi Alis Lighting tại Showroom S+ 66 Ngõ Thi Nhậm, Hà Nội. Tương tác với chất liệu và điều khiển theo cảnh (scene) được lập sẵn, ánh sáng nội thất tại S+ tạo ra không gian ánh sáng thú vị để khách hàng có thể trải nghiệm sản phẩm bằng cảm xúc và mọi giác quan



Thiết kế ánh sáng mặt đứng biệt thự tại Vinhomes Riverside Hà Nội thực hiện bởi Alis Lighting. Thiết kế ánh sáng mặt đứng ngày nay đang trở thành xu hướng tạo ra cá tính và sự “sang” riêng cho từng căn biệt thự trong tổng thể khu đô thị với các biệt thự có thiết kế kiến trúc tương đồng

sáng đủ thì đi mua... đèn vì ánh sáng là do đèn phát ra. Thực tế, có rất ít chủ nhà nghĩ đến chuyện thiết kế chiếu sáng. Chính vì họ chưa nhận thức được tầm quan trọng của việc chiếu sáng nên họ trông cả vào thợ điện hoặc phó mặc cho kiến trúc sư.

Với các công trình như quán xá, nhà hàng, văn phòng làm việc, khách sạn, resort... thì người sử dụng là khách hàng, nhân viên nhưng nói chung là người dùng trực tiếp lại không phải là chủ đầu tư. Với chiếu sáng đô thị thì việc chiếu sáng lại phụ thuộc rất nhiều vào công tác quy hoạch, xây dựng. Phần này tôi sẽ đề cập riêng.

Tóm lại là chất lượng chiếu sáng hiện nay nói chung là thấp, thực tế có tình trạng vừa xem nhẹ thiết kế, đầu tư cho chiếu sáng lại vừa có hiện tượng lạm dụng ánh sáng, gây ra ô nhiễm ánh sáng.

Ví dụ như quán cà phê ta đang ngồi ở đây là nơi có ánh sáng tệ. Chủ quán không quan tâm làm cho chiếu sáng tốt hơn lên, có thể là họ đã đủ khách rồi. Với công trình như thế này thì ta nên gọi là ánh sáng có chất lượng thấp còn chữ ô nhiễm ánh sáng, ta nên dùng cho đô thị thì hợp lý hơn.

Chất lượng chiếu sáng thấp sẽ ảnh hưởng đến chúng ta như thế nào?

Đầu tiên, chất lượng chiếu sáng ảnh hưởng đến sức khỏe thị giác, điều này dễ thấy. Chiếu sáng không đủ, không đúng sẽ gây hại cho mắt.

Chất lượng chiếu sáng cũng ảnh hưởng đến sức khỏe tâm

sinh lý con người thông qua việc tác động lên cảm xúc, ảnh hưởng đến sinh hoạt, hiệu quả làm việc của con người. Trong môi trường có chất lượng chiếu sáng tốt, con người ta sẽ sống vui khỏe, hoạt bát, làm việc có hiệu quả hơn. Nếu chiếu sáng đúng, đẹp thì ánh sáng sẽ tạo ra hiệu ứng tích cực và ngược lại.

Nói như vậy để ta thấy được sự cần thiết của việc thiết kế chiếu sáng. Với nhà ở, nhu cầu tối thiểu là cần thiết kế chiếu sáng ở mức cơ bản, công trình nhà ở cần được chiếu sáng đúng, đủ để đạt được những yêu cầu cơ bản về công năng sử dụng, đảm bảo sức khỏe thị giác. Nếu có điều kiện, ở mức độ cao hơn nữa là tạo ra không gian đẹp tức là phải có không gian kiến trúc đẹp, nội thất đẹp và ánh sáng đẹp để hoàn chỉnh không gian đó, nâng cao chất lượng sống.

Ánh sáng có vai trò quan trọng, đặc biệt là với sức khỏe con người. Nhưng muốn có chiếu sáng đủ, đúng, đẹp thì phải đầu tư. Chi phí cho việc chiếu sáng gồm những khoản chi phí nào, có cao không?

Theo quan sát của tôi, ngành chiếu sáng hiện đang phát triển giống như ngành nội thất 20 năm trước. Khi người ta nhận thức được sự khác biệt của thiết kế chiếu sáng thì nhu cầu có thể nói là rất lớn. Có câu thì có cung, thị trường đang phát triển khá nhanh, tôi nghĩ sắp tới, thị trường dịch vụ và thiết bị chiếu sáng có tiềm năng tăng trưởng 200% đến 300%/năm. Hiện các đơn vị cung cấp thường tách thành hai gói riêng biệt, gói tư vấn thiết kế và gói cung cấp thiết bị để đáp ứng tốt cho gói thiết kế kể trên. Thị trường cũng có những đơn vị tư



Thiết kế ánh sáng tận dụng mái kính và tấm Alu đục lỗ tạo ra bóng nắng thú vị cho không gian sảnh của trụ sở văn phòng Alis Lighting - 6 Lý Đạo Thành, Hà Nội

vấn, thiết kế chiếu sáng, cung cấp giải pháp tổng thể về chiếu sáng bao gồm cả thiết bị, bố trí thiết bị.

Nếu có thiết kế chiếu sáng thì hiệu quả sử dụng ánh sáng tăng, mức đầu tư tăng nhưng số đèn lại giảm. Đèn được sử dụng tinh tế hơn, số lượng đèn giảm nhưng chất lượng ánh sáng lại tăng. Sự thay đổi của công nghệ cũng tác động đến thị trường. Trước đây ta thường chia thành hai nhóm là đèn riêng biệt là chiếu sáng kỹ thuật và nhóm đèn trang trí. Với công nghệ mới hiện nay hệ thống đèn kỹ thuật có thể song hành với đèn trang trí, không còn là hai thứ rời rạc. Đó là cơ sở để thiết kế tạo ra tổng thể nội thất hài hòa.

Về giá trị, thông thường, thiết kế ánh sáng ở mức cơ bản chiếm khoảng 30% giá trị tổng gói thiết kế kiến trúc và nội thất.

Như vậy trong một ngôi nhà ở hiện nay, có thiết kế kiến trúc, nội thất và cả ánh sáng nữa. Anh hãy chia sẻ về mối quan hệ và ảnh hưởng giữa 3 dạng thiết kế này. Kiến trúc sư có phải là người đảm nhận luôn việc thiết kế ánh sáng?

Tôi thường hay nói với các kiến trúc sư là trong thiết kế kiến trúc và nội thất, ánh sáng là chất liệu đặc biệt có tính chủ đạo, có thể chi phối tất cả các chất liệu khác. Ánh sáng phải được thiết kế tổng thể ngay từ bản vẽ 3D thiết kế cơ bản lần

đầu tiên. Thực tế, khi thiết kế kiến trúc và nội thất, kiến trúc sư thường chỉ chú ý vị trí đèn, cân đối với các vật dụng khác chứ chưa xét đến mối tương quan giữa đèn và hiệu ứng chiếu sáng với các chất liệu khác. Công việc này đòi hỏi chuyên môn của người thiết kế ánh sáng.

Thực tế hiện nay ở Việt Nam, thiết kế ánh sáng là công việc mới mẻ hơn so với thiết kế kiến trúc và nội thất. Lực lượng chuyên nghiệp đầu tiên phải kể là nhóm anh em kiến trúc sư người Việt Nam được học bài bản về chiếu sáng ở nước ngoài quay về. Nhóm thứ hai là các chuyên gia, kiến trúc sư nước ngoài làm việc ở Việt Nam mà chủ yếu đến từ các nước Đông Nam Á. Tiếp theo là nhóm được đào tạo trong nước, đa số có xuất phát điểm là kiến trúc sư, họ đã có những hiểu biết cơ bản và cả kinh nghiệm trong thiết kế kiến trúc, nội thất nay được đào tạo thêm về thiết kế chiếu sáng.

Bây giờ nói về ô nhiễm ánh sáng dưới góc độ chiếu sáng đô thị? Theo anh đâu là nguyên nhân và biện pháp khắc phục?

Đô thị ô nhiễm ánh sáng thì mọi người nói nhiều rồi. Theo tôi, ô nhiễm ánh sáng là thực trạng chiếu sáng có thể nói là chất lượng tệ, ánh sáng bị lạm dụng vừa xấu vừa gây hại cho thị giác. Về hiệu quả kinh tế thì đó là sự lãng phí vật chất và thời gian.



Thiết kế ánh sáng phòng ngủ kết hợp những khe sáng gián tiếp cùng spotlight tạo ánh sáng thư giãn. Thiết kế nội thất: LAAM



Một thiết kế ánh sáng của Alis lighting dành căn hộ view Sông Hồng - Hà Nội. Đèn trang trí mang tính giải pháp được thiết kế cùng với hệ spotlight tạo ra thiết kế ánh sáng vừa đủ và đúng, đồng thời giảm thiểu được thiết bị chiếu sáng thừa giúp diện tích nội thất gọn gàng, mạch lạc theo phong cách hiện đại. Bên cạnh đó, việc sử dụng ánh sáng turnable white 2700-4000K kết hợp với Dim2warm tạo ra cảm xúc phù hợp tâm trạng và thời tiết. Thiết kế nội thất: LAAM

Nguyên nhân chính theo tôi là do đô thị còn thiếu một kiến trúc sư trưởng về chiếu sáng. Bản thân các quy hoạch đô thị của ta chưa có quy hoạch về ánh sáng. Thực trạng chiếu sáng đô thị của ta là hầu như không kiểm soát, nhiều lúc và nhiều nơi chỉ cần có đèn chiếu sáng bình thường có đèn là được (!?)

Ở các nước tiên tiến không có tình trạng này. Ví dụ như ở Đức, có những thành phố chỉ cho sử dụng ánh sáng vàng với cường độ được quy định ở một mức nhất định. Mỗi thiết kế chiếu

sáng đô thị đều phải được duyệt. Tức là họ có kiểm soát, có ý thức, có thể nói là họ sử dụng ánh sáng một cách có văn hóa. Bản thân kiến trúc sư khi làm thiết kế công trình cũng chú ý đến đời sống công trình cả ban ngày và ban đêm, tức là thiết kế chiếu sáng.

Để khắc phục tình trạng này, tôi mong muốn các nhà quy hoạch ngồi lại với nhau để đưa ra cách sử dụng một quy chuẩn ánh sáng một cách có văn hóa và kiểm soát tốt quy chuẩn đó. 

Tham khảo thêm thông tin tại <https://www.alis-lighting.vn/>



TÌM THƯ THÁI TRONG NHÀ PHỐ





NẪM TRONG KHU BIỆT THỰ KIỂU ĐÀM , QUẬN 7, NGÔI NHÀ DO KTS DUONG LAN HUONG THIẾT KẾ THEO PHONG CÁCH HIỆN ĐẠI , ĐƠN GIẢN. BÊN NGOÀI NGÔI NHÀ SỬ DỤNG NHỮNG ĐƯỜNG NÉT CO BẦN, GỌN GÀNG, NHUNG BÊN TRONG KHÁ TĨNH TẾ, THOÁNG VÀ KHÔNG THIẾU ÁNH SÁNG TỰ NHIÊN

Bài và ảnh **PAUL PHAN**

Thiết kế: 88design_lifestyle

Địa chỉ: 106 đường số 45, P. Tân Quy, Q.7, TP.HCM





NHÀ PHỐ, NHƯNG LẠI CÓ SẢNH ĐÓN CHÍNH TRƯỚC KHI VÀO PHÒNG KHÁCH và được trang trí bằng những hình ảnh, vật dụng kỷ niệm từ các chuyến đi khắp nơi của chủ nhà bên cạnh ánh đèn lấp lánh là những bức hình gia đình hạnh phúc.

Không gian bếp nấu nối liền bàn ăn, không quá lớn nhưng đầy đủ công năng sử dụng dành cho nữ chủ nhân thích nấu nướng, chăm sóc gia đình bằng những món ngon mỗi ngày.

Phòng tắm mở liên thông phòng thay đồ - phòng ngủ . Đây là điểm mạnh về phong cách hiện đại thu hút của ngôi nhà cũng là nơi thư giãn với bồn tắm khá rộng.

Bên trong không gian riêng của từng thành viên là những điểm nhấn khiến cho chúng trở nên ý nghĩa với mỗi người như góc xinh xinh làm đẹp cho người phụ nữ trẻ và cả không gian riêng lãng mạn dành cho của đôi vợ chồng son trò chuyện.



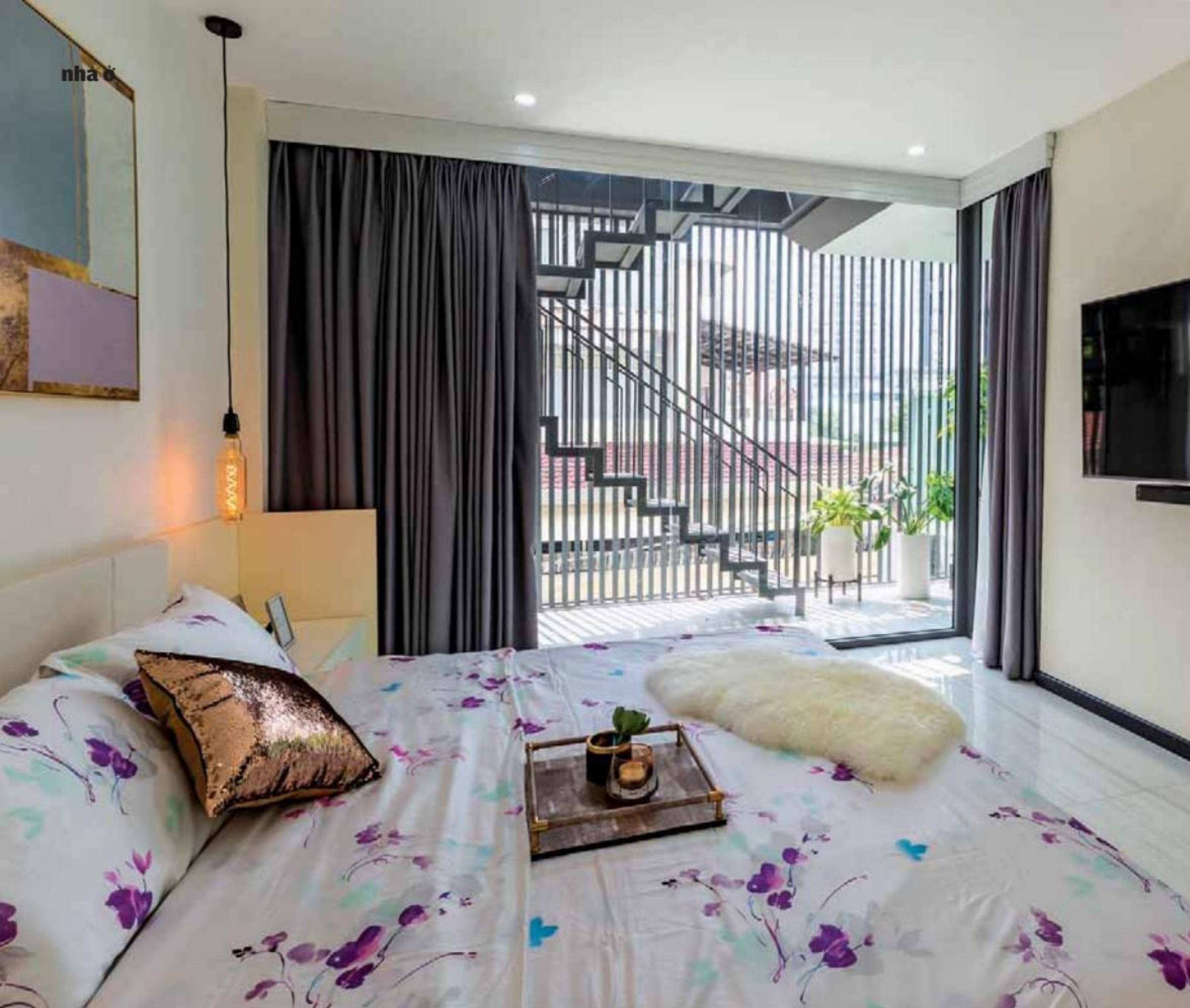
Sân thượng cũng được chăm chút với các loại cây xanh phù hợp với không gian đầy nắng gió. Nơi này cũng là một trong những điểm thư giãn, tụ họp thú vị cho các thành viên

Không gian của những thành viên khác trong gia đình cũng được chăm chút dựa trên sở thích, thói quen sử dụng. Phòng ngủ người mẹ là không gian ấm áp, hoài niệm. Trong khi phòng ngủ cậu em trai lại hiện đại, phòng khoáng...

Nhà có không gian riêng “phòng karaoke” để chủ nhà cùng người thân và bạn bè giải trí.

Nội thất được trang trí bằng những món đồ đem từ châu Âu về. Ánh sáng mờ ảo sắc màu, cách âm tốt không để niềm vui của riêng mình ảnh hưởng hàng xóm bên cạnh.

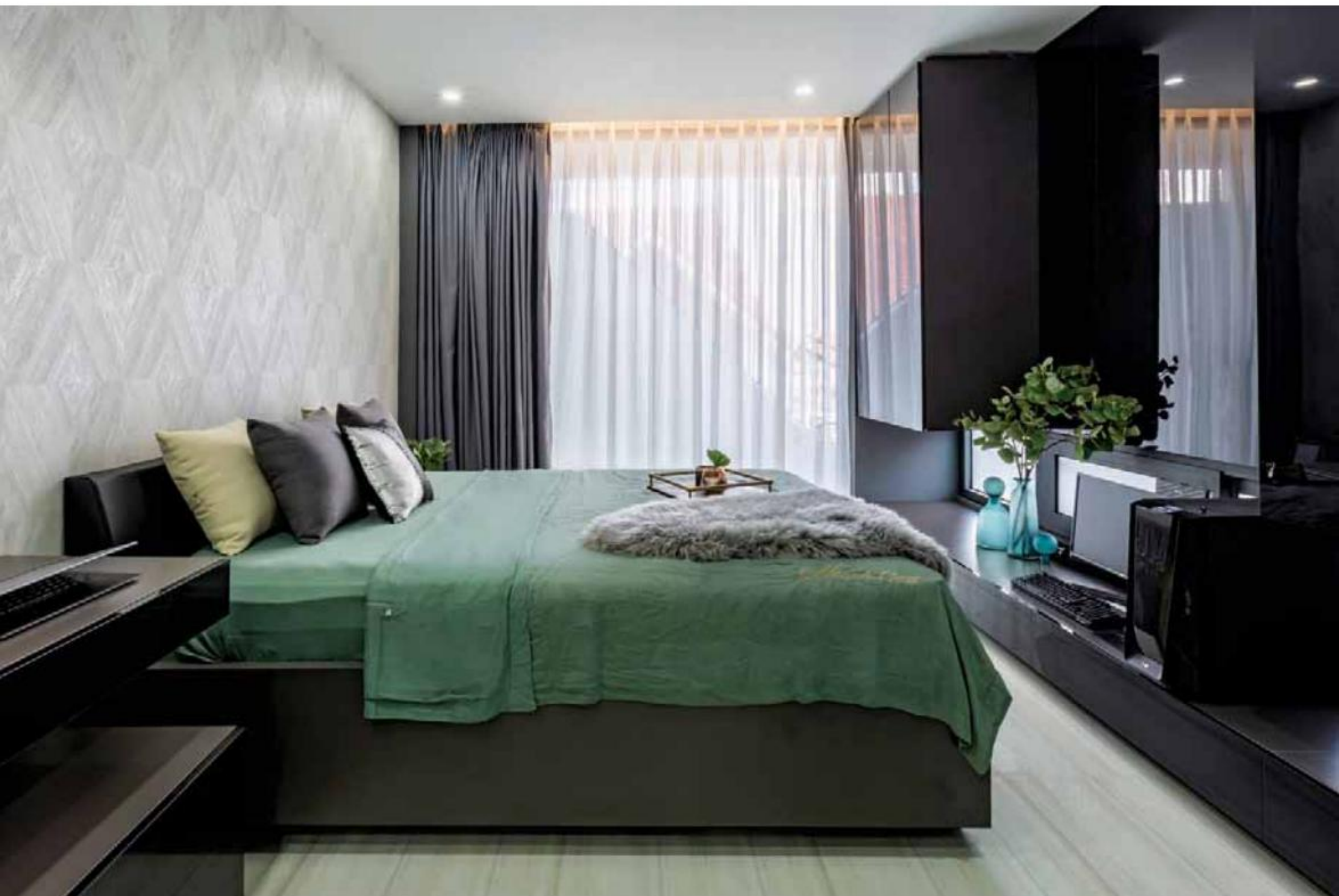
Sân thượng cũng được chăm chút thành nơi tràn đầy ánh nắng - gió - cây xanh. Đêm về lung linh cùng ánh đèn.





Phòng tắm mở liên thông phòng thay đồ và phòng ngủ. Đây là điểm mạnh về phong cách hiện đại cũng là nơi thư giãn với chiếc bồn tắm khá rộng và tầm nhìn phóng khoáng ra bên ngoài





Phòng ngủ của từng thành viên được thiết kế riêng phù hợp với tuổi tác và sở thích nhưng không kém cầu kỳ, sang trọng



SONY BRAVIA Z8H

Cảm hứng bất tận dành cho không gian

GIẢI TRÍ TẠI GIA

Chiếc Tivi 8K Z8H mới nhất của Sony sở hữu thiết kế tối giản, đẳng cấp phù hợp với nhiều không gian kiến trúc, sang trọng. Z8H được trang bị tất cả tinh hoa công nghệ hình ảnh và âm thanh xuất sắc nhất nhằm thỏa mãn trải nghiệm giải trí đỉnh cao ngay cả đối với những người tiêu dùng khó tính nhất.

Thiết kế tinh tế, hoàn hảo cho mọi không gian

Việc áp dụng triết lý thiết kế One-Slate đã giúp BRAVIA Z8H đoạt giải hạng mục Best of the Best của giải thưởng Red Dot Award 2020. Thiết kế giúp tăng tính thẩm mỹ tối đa cho Z8H nhưng vẫn đảm bảo tính vững chãi bằng chân đế kim loại Noiseless Stand, giúp màn hình được hiển thị tối đa, không gây cản trở tầm nhìn.

Sony cũng rất tinh tế khi đưa đến cho người tiêu dùng một thiết kế chân đế có tính linh hoạt, dễ dàng điều chỉnh để phù hợp với những kích thước kệ nhỏ gọn. Từ những chi tiết nhỏ nhằm đem đến sự tiện lợi cho người tiêu dùng đã cho thấy được sự thấu hiểu, sự quan tâm của Sony đối với những ai vẫn luôn tin dùng sản phẩm của hãng.

Hình ảnh chất lượng 8K ấn tượng (BRAVIA Z8H)

Hình ảnh chân thật, sắc nét tới từng chi tiết với độ phân giải 8K

Hình ảnh chân thật, sắc nét tới từng chi tiết với tuyệt tác tái tạo hiện thực, tấm nền 8K HDR cùng hệ thống đèn LED nền full-array được khai thác triệt để bởi bộ xử lý hình ảnh X1 Ultimate cao cấp nhất của Sony. Từng vùng sáng trên màn hình được điều tiết một cách chuẩn xác bởi hệ thống đèn LED nền full-array kết hợp tính năng 8K X-tended Dynamic Range Pro, mở rộng độ tương phản gấp 14 lần tấm nền LED thông thường.

Chip X1 Ultimate trên Sony BRAVIA Z8H có khả năng nâng cấp chất lượng hình ảnh giải trí thông thường lên cận 8K, nhờ tích hợp bộ xử lý dữ liệu hình ảnh 8K Object-based Super Resolution để tái tạo kết cấu vật thể và chi tiết hóa đường nét hình ảnh với độ chân thực cao.

Người tiêu dùng yêu thích thể thao hay phim hành động thì Z8H chính là sự lựa chọn tuyệt vời khi sản phẩm được trang bị công nghệ X-Motion Clarity có khả năng gia tăng tốc độ làm mới khung hình lên đến 120fps ở chất lượng 4K. Thuật toán trên công nghệ độc quyền này mang đến những khung hình chuyển động nhanh được thể hiện rõ ràng, mượt mà, hạn chế tối đa hiện tượng nhòe hình (ghosting). Bên cạnh đó công nghệ X-Wide Angle mở rộng góc nhìn, giúp tất cả các thành viên trong gia đình có thể tận hưởng trải nghiệm giải trí cao cấp ở mọi góc nhìn.

Nâng tầm trải nghiệm âm thanh kết hợp cùng hệ điều hành Android 9.0 thông minh

Với mong muốn đem lại phút giây trải nghiệm những thước phim sống động như thật, Sony đã sử dụng công nghệ âm thanh Acoustic Multi-Audio kết hợp với các loa Frame Tweeter trên khung viền của Z8H để đảm bảo nội dung hình ảnh và âm thanh được đồng nhất. Z8H còn được ưu tiên lựa chọn như một món đồ nội thất đẳng cấp cho phòng khách nhờ vào thiết kế siêu mỏng, tối giản và sang trọng của mình. Bên cạnh đó, công nghệ Acoustic Audio Calibration được trang bị trên Z8H sẽ tự động phân tích môi trường xung quanh để điều chỉnh âm thanh cho phù hợp với không gian, điều chỉnh âm thanh theo môi trường bất kể không gian nội thất.

Để hoàn thiện trải nghiệm cho Z8H, Sony trang bị hệ điều hành Android 9.0 Pie với giao diện đơn giản, dễ sử dụng. Với khả năng nghe hiểu tiếng Việt 3 vùng miền, Google Assistant sẽ hỗ trợ bạn khám phá thế giới giải trí phong phú cùng kho nội dung đến hơn 5.000 ứng dụng.

Nhằm đảm bảo tính kết nối đa dạng, Z8H đã hỗ trợ thêm AirPlay và HomeKit từ Apple để mở rộng khả năng tương tác với iPhone, iPad hay MacBook cho mọi đối tượng người dùng trong gia đình, giúp Z8H trở thành trung tâm điều khiển thông minh các thiết bị khác trong gia đình. 



LỜI GIẢI CHO NHÀ GÓC NHỌN

NGÔI NHÀ CŨ NẪM TRÊN MIẾNG ĐẤT HÌNH ĐA GIÁC VỚI MỘT GÓC NHỌN ĐƯỢC TẠO BỞI 2 CẠNH CHÍNH CỦA MẶT TIỀN CĂN NHÀ

Bài và ảnh **ĐINH QUANG TUẤN**

Thiết kế: AA+

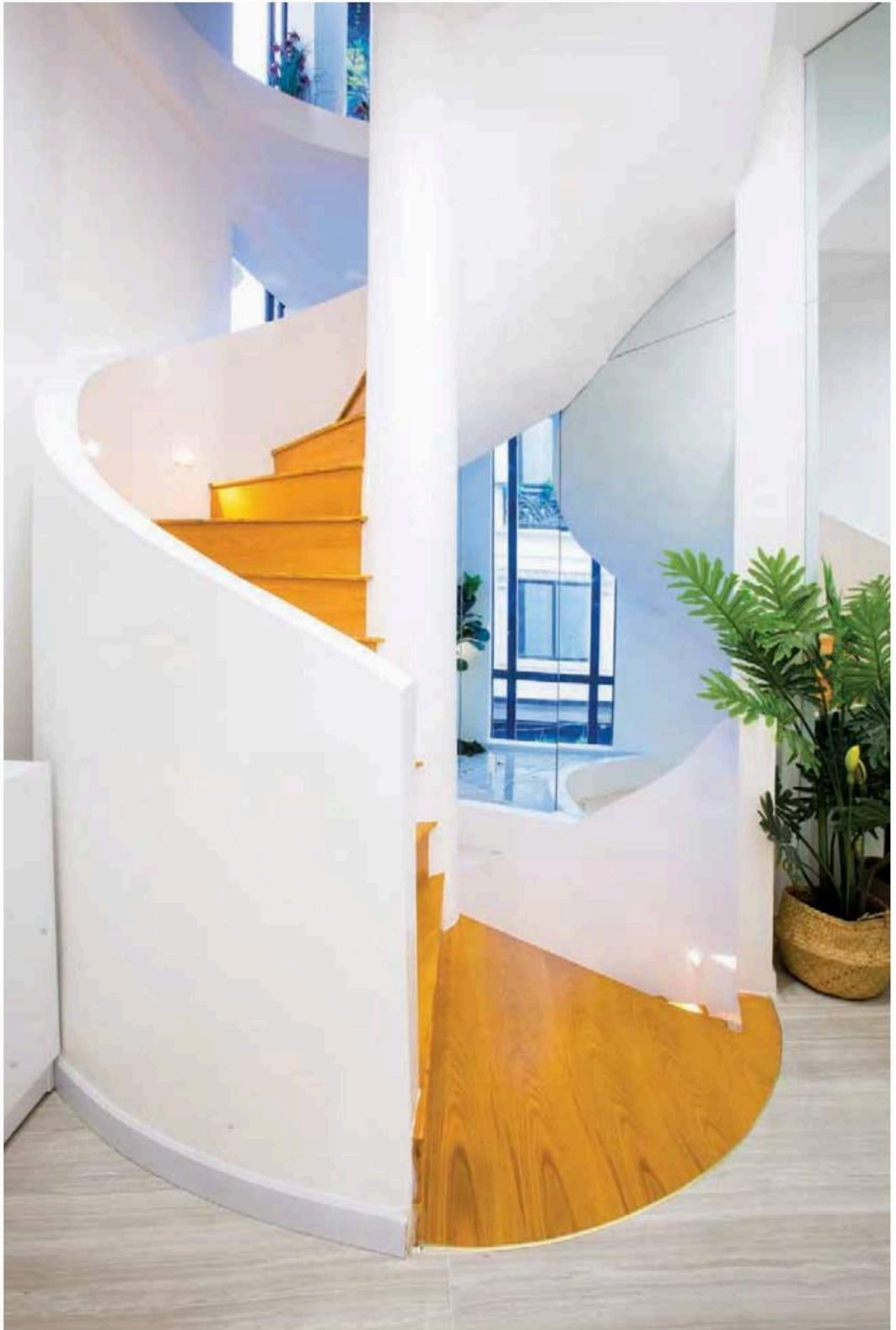
KTS: Đỗ Cường

Thi công: Đinh Đức Anh Vũ

Tên công trình: Nhà góc nhọn

Diện tích: 39m²

Địa điểm xây dựng: quận Phú Nhuận, TP.HCM



Diện tích khiêm
tốn, nhu cầu ở
đơn giản đã giúp
cho các kiến trúc
sư “hò biến” một
ngôi nhà cũ trở
thành một chốn
ở khá “bê thế” và
đầy đủ công năng



Phòng khách nhỏ gọn dành cho sinh hoạt gia đình

GIA CHỦ LÀ VỢ CHỒNG TRẺ MUỐN CÓ MỘT TỔ ẤM để thuận tiện cho sinh hoạt và công việc. Họ cần một ngôi nhà đầy đủ công năng sinh hoạt cho gia đình 6 người với 3 thế hệ sinh sống trên miếng đất “không được vuông” này.

Hiện trạng ban đầu công trình là căn nhà cũ nằm ở góc khuất trong một con hẻm nhỏ Sài Gòn. Với diện tích 40m², gồm 1 trệt 1 lầu ở trong một khu đô thị cũ có nhiều ngôi nhà san sát nhau. Căn nhà nằm trên một miếng đất hình thang với một góc nhọn được tạo bởi các cạnh chính của mặt tiền nhà.

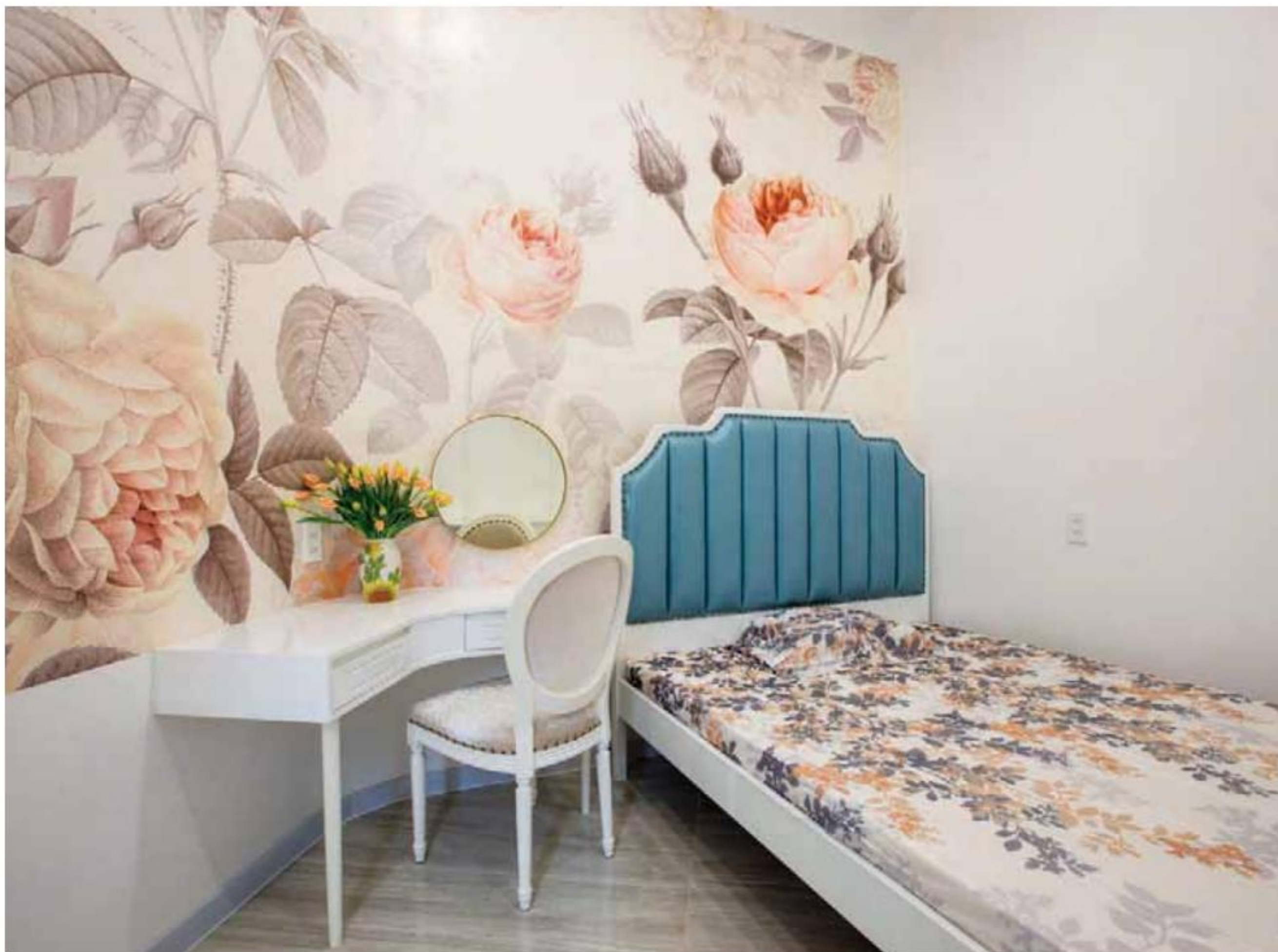
Nhu cầu công năng của chủ nhà cũng khá đơn giản, nhưng phương án thiết kế đề xuất cho kiến





Cầu thang tròn xoắn ốc là điểm nhấn và cũng là giải pháp đổi lưu cho căn nhà





Phòng ngủ được thiết kế khá “tân kỳ” với những bức tranh sơn tường lớn, gam màu tươi sáng



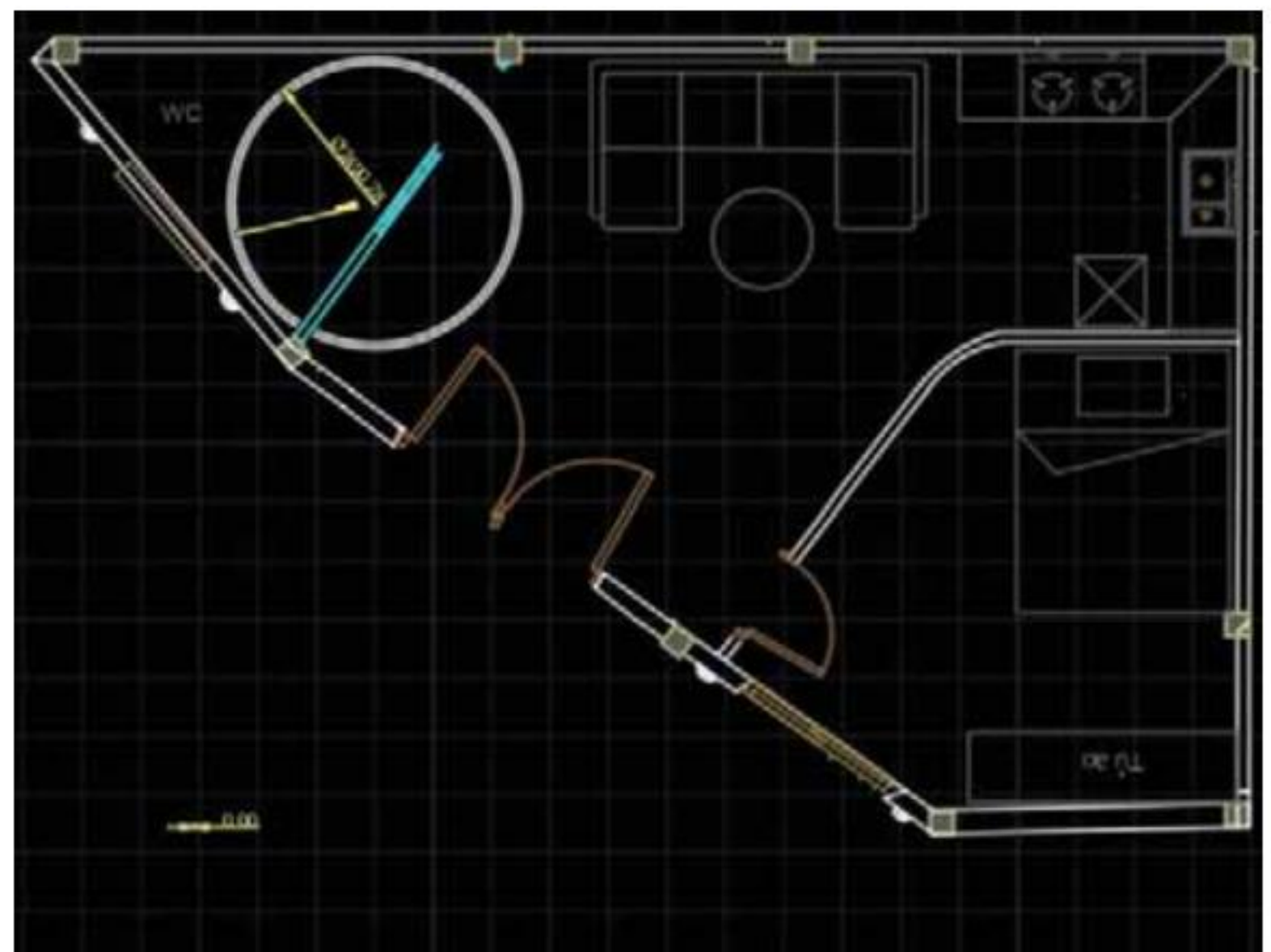
trúc sư là phải tạo ra một không gian mở, có ánh sáng tự nhiên và đặc biệt là giải quyết được góc nhọn của căn nhà giúp giải thoát được luồng khí bên trong, đồng thời sắp đặt được nội thất và phân chia không gian với những góc nhọn và tù.

Cầu thang tròn xoắn ốc là điểm nhấn và cũng là giải pháp đối lưu cho căn nhà. Công trình mới giữ lại kết cấu cơ bản, coi như thêm một tầng lầu và sân thượng đáp ứng đủ không gian 3 phòng ngủ và 1 sân vườn bên trên. Phòng khách cũng là không gian sinh hoạt chung cho gia đình.



Ảnh trên Phòng vệ sinh bố trí khá phù hợp với diện tích khiêm tốn của ngôi nhà nhưng cũng không thiếu các tiện nghi **Ảnh dưới** Mặt bằng với các góc cạnh thuộc loại “hiếm” thấy

Ở mặt tiền phía chính tây được xây một bức tường xuyên suốt liên lạc trải rộng, tạo nên sự rộng rãi. Thay vì đơn thuần che chắn nắng gắt, một khối lồng thang kính được dùng khai thác tối ưu tầm nhìn về khung cảnh và dấu đi vách ngăn giữa các tầng. Thêm vào đó là sự thú vị khi tiếp cận một hiện trạng độc đáo nhìn từ bên ngoài tưởng chừng như là một căn nhà phố dài và rộng, khi đi sâu vào lại là một không gian nhỏ gọn nhưng không thiếu sự tinh tế và sang trọng. **III**





NGÔI NHÀ XANH MÀU LÁ

NẪM TRÊN ĐƯỜNG NGUYỄN ÁI QUỐC, THÀNH PHỐ BIÊN HÒA. ĐÂY LÀ TỔ ẤM CỦA MỘT GIA ĐÌNH BÁC SỸ NHA KHOA VÀ CŨNG LÀ CÔNG TRÌNH TÂM HUYẾT ĐẦU TIÊN CỦA ĐƠN VỊ THIẾT KẾ. YÊU CẦU CỦA CHỦ ĐẦU TƯ LÀ MUỐN NGÔI NHÀ CỦA MÌNH MANG NHIỀU MÀU XANH CỦA LÁ, KHÔNG GIAN MỞ RỘNG CHAN HÒA VÀ GẮN GỬI VỚI CÁC YẾU TỐ TỰ NHIÊN: NẮNG, GIÓ, NƯỚC VÀ CÂY CỎ

Thực hiện **ARCHIGRAPHY.VN**

Thiết kế: Công ty TNHH Thiết kế Minh Khôi Architects; mikarchitects.vn

Thi công: Công ty TNHH Xây dựng Tín Đức; tda.vn



Mở cửa ra bên ngoài
là hồ nước và cây xanh
mang đến một không
gian sống thoáng mát.
Ánh sáng tự nhiên là
thứ không hề thiếu
trong ngôi nhà này



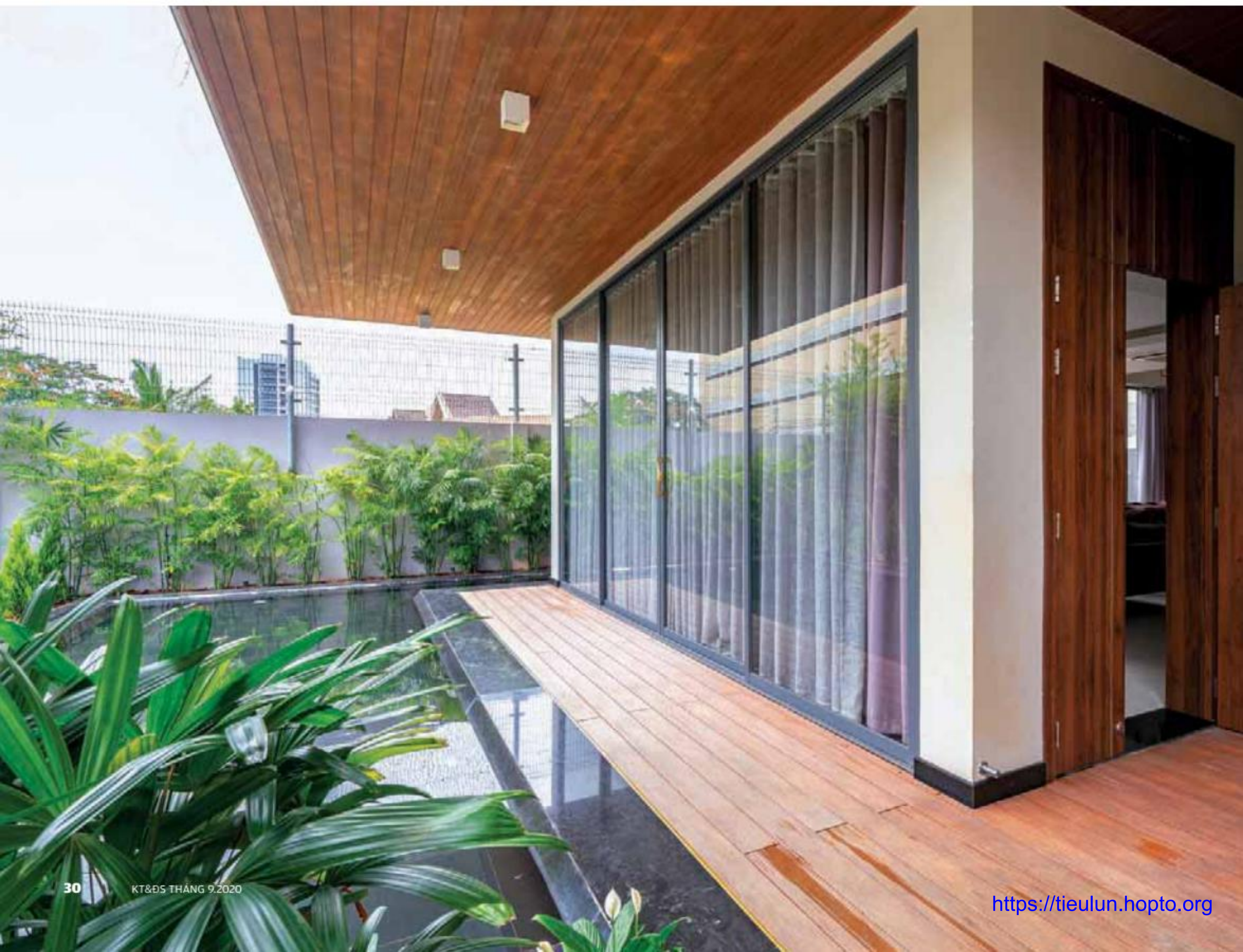


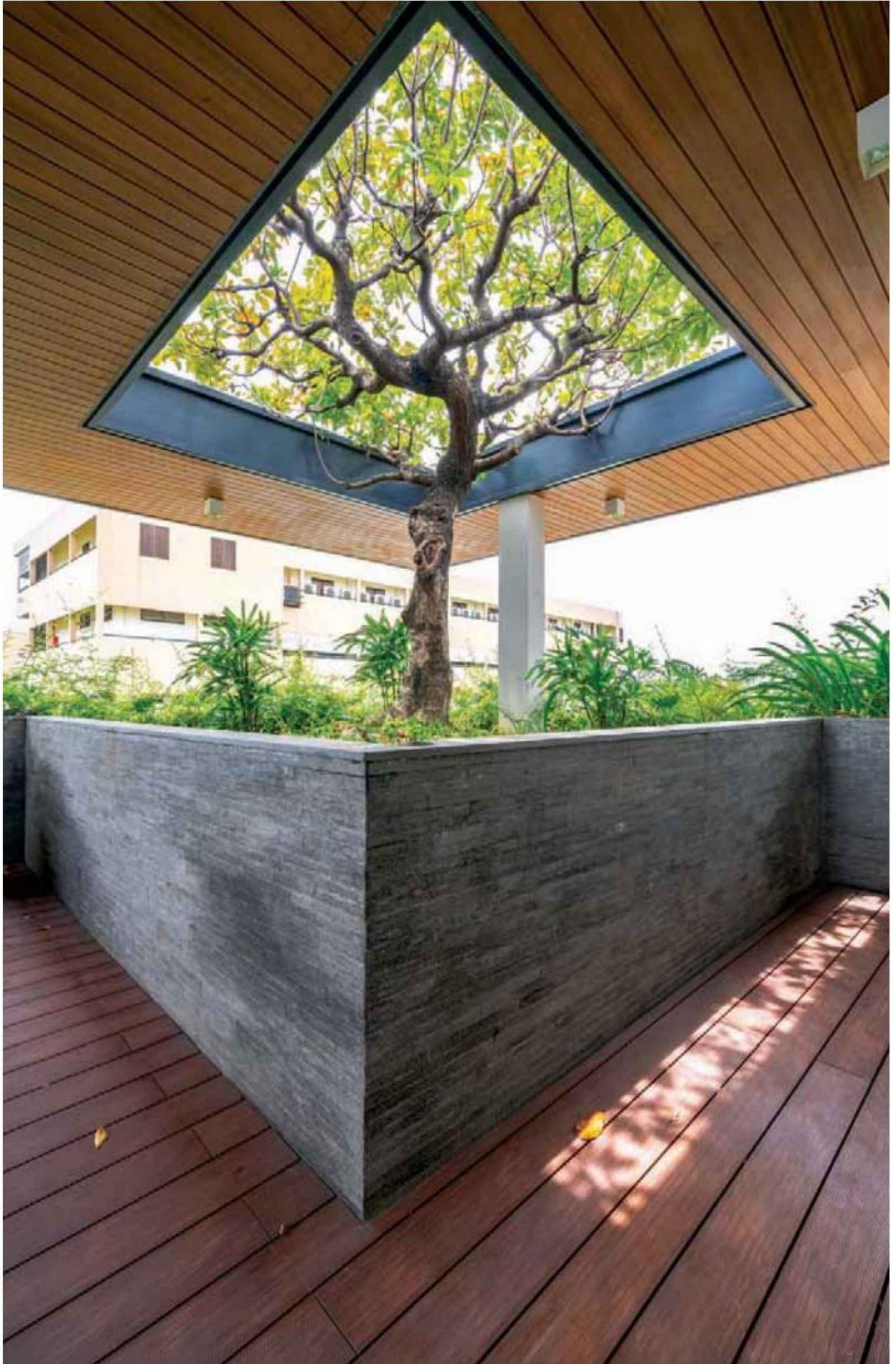
DO VẬY NHỮNG NGƯỜI THIẾT KẾ đã cố gắng tạo ra càng nhiều khoảng xanh càng tốt. Đồng thời, bằng ý thức văn minh khi thiết kế, họ đã cố gắng trả lại cho thiên nhiên bằng đúng những phần đất mà họ đã lấy đi để xây dựng, trả lại cho đô thị một sự cân bằng sinh thái.

Yêu cầu của chủ nhà cũng phù hợp với quan niệm, một ngôi nhà không chỉ là nơi để bảo vệ con người khỏi những tác động xấu của môi trường, mà còn là nơi kết nối giữa con người với con người, giữa con người với thiên nhiên và hơn nữa là góp phần tạo nên một khoảng thở, một hệ sinh thái xanh tự nhiên cho đô thị.

Bằng những tiền đề như vậy, các kiến trúc sư đã cho thiết kế hồ nước bao quanh tầng trệt giúp cho ngôi nhà luôn mát mẻ. Và khi cửa mở ra, ngôi nhà không bị giới hạn giữa trong và ngoài, luôn có sự kết nối giữa con người với thiên nhiên.

Bên trong nhà, nội thất, đặc biệt là phòng khách được bố trí hiện đại, theo chủ nghĩa tối giản và hướng tâm nhìn về các khoảng xanh. Phòng làm việc cũng có hướng nhìn ra khoảng vườn xanh mát. Không gian bếp sử dụng sắc gỗ chủ đạo với ánh sáng ấm cúng. Sân thượng - khoảng không gian thư giãn của gia đình với gỗ và đá, những vật liệu tự nhiên bền vững. **III**





Các không gian dường như trống trải cho cảm giác của sự tự do, thư giãn





Ngôi nhà không chỉ là nơi để con người che mưa tránh nắng mà còn là nơi kết nối giữa con người với nhau và giữa con người với thiên nhiên



Các thiết kế bài trí
khá đơn giản, ít chi
tiết nhưng mang tính
thẩm mỹ cao



XI MĂNG XÂY TÔ INSEE WALL PRO

GIỮ MÃI LÀN DA MỊN MÀNG CHO NGÔI NHÀ BẠN

CHỐNG NỨT, ĐẸP TƯỜNG

Với thiết kế nhiệt đới nhiều nắng gió, hiện tượng mất nước nhanh ở vữa là một nguyên nhân chính tạo nên vết nứt do co ngót trên bề mặt tường, do đó có khả năng cải thiện tối đa hiện tượng co ngót dẽo.

Xi Măng Xây Tô INSEE Wall Pro, với công thức đột phá mới, tăng cường khả năng giữ ẩm và làm chậm quá trình bốc hơi nước bề mặt.



**CHỐNG NỨT
CO NGÓT DỄ**



**VỮA DẸO MỊN,
XÂY TÔ NHANH**



**NHẸ HƠN CHO CÙNG
DIỆN TÍCH XÂY TÔ**

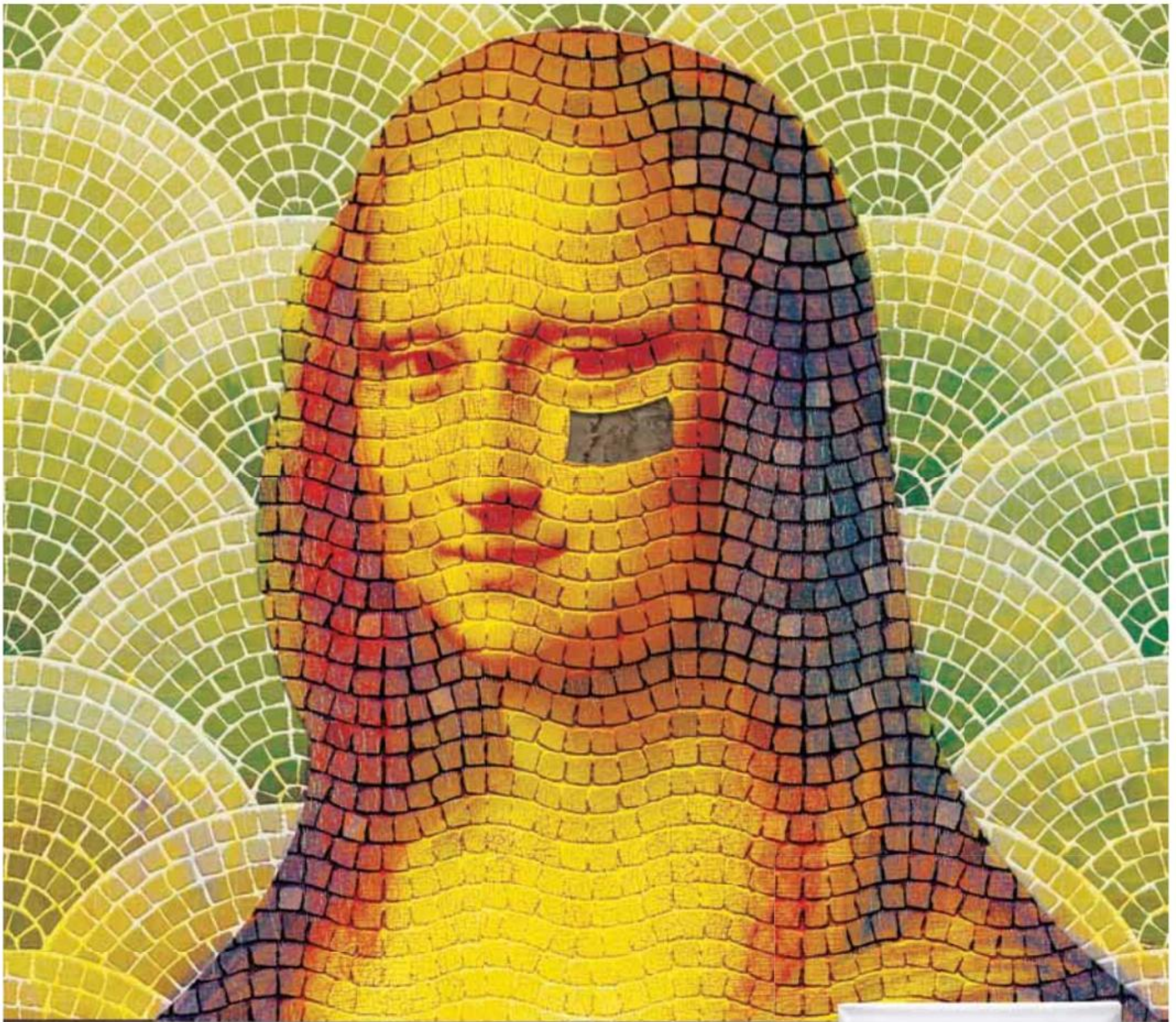
LƯU Ý: KHÔNG DÙNG CHO TRỘN BÊ TÔNG.



**GỌI HOTLINE 1800 1718 ĐỂ GIỚI THIỆU CÔNG TRÌNH TIẾP THEO
VÀ NHẬN QUÀ** (Số lượng quà tặng có hạn)



Vững Xây Cuộc Sống



KHÔNG LO “MẤT MẶT” CHẲNG NGẠI GẠCH RỜI

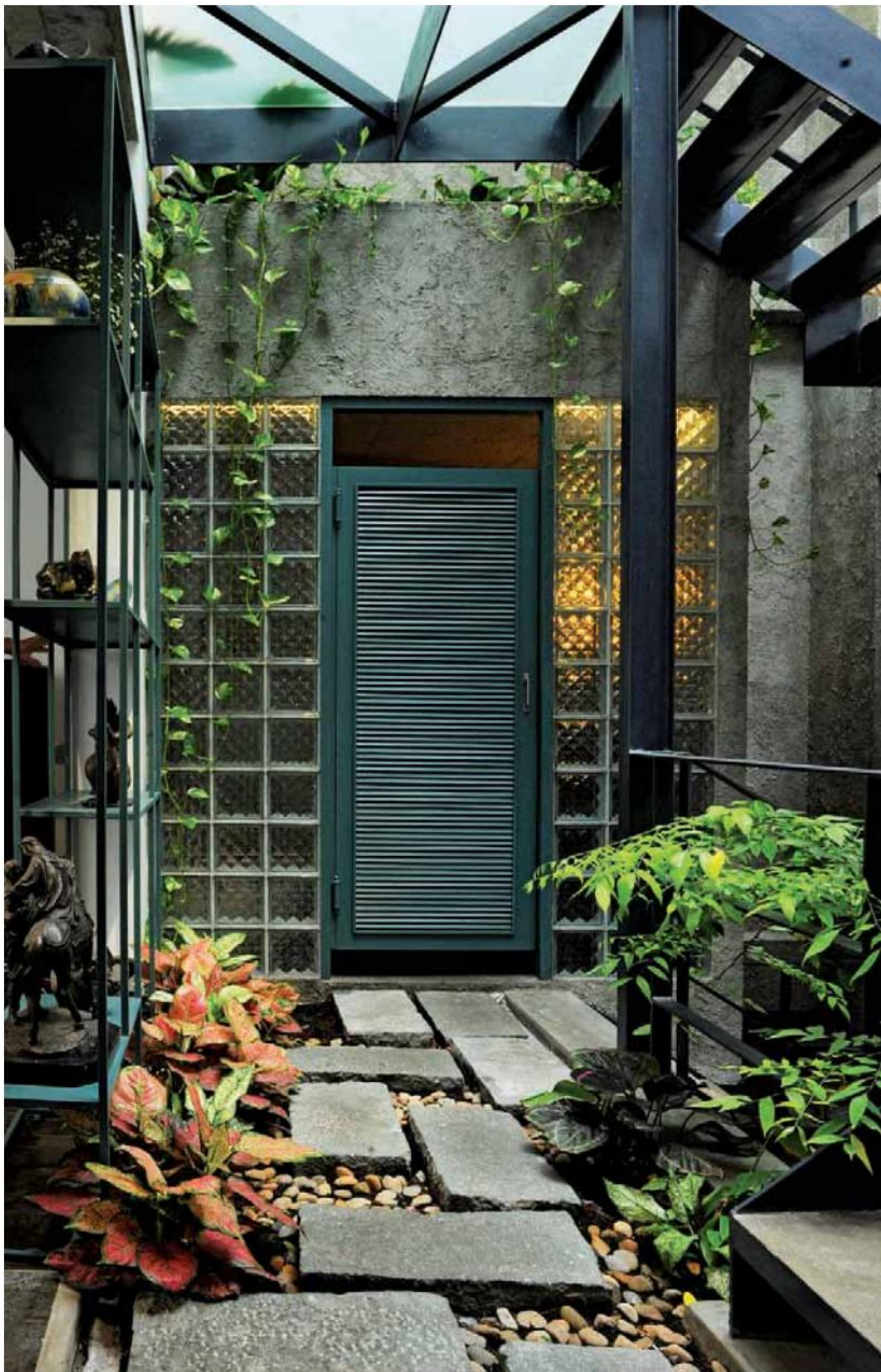
Dán đâu chắc đó, gạch bền dài lâu với **Keo dán gạch INSEE TileFix Plus**, nhờ công nghệ NANO LOCK cho khả năng siêu bám dính vượt trội hơn so với hồ dầu xi măng thông thường.



**GỌI NGAY 0379 103 539 (ANH HẢI)
ĐỂ NHẬN QUÀ VÀ ĐƯỢC TƯ VẤN MIỄN PHÍ***

*Chương trình áp dụng cho công ty Kiến trúc và Xây dựng.
Lưu ý: Số lượng quà tặng có hạn.





Ảnh bên Nhà vệ sinh chung được đưa ra gần cầu thang, làm trục chính của căn nhà nhưng không tạo cảm giác bất thường Ảnh trên trang bên Lối dẫn lên cầu thang Ảnh dưới trang bên Cây xanh được đưa vào giữa nhà để thay đổi không gian



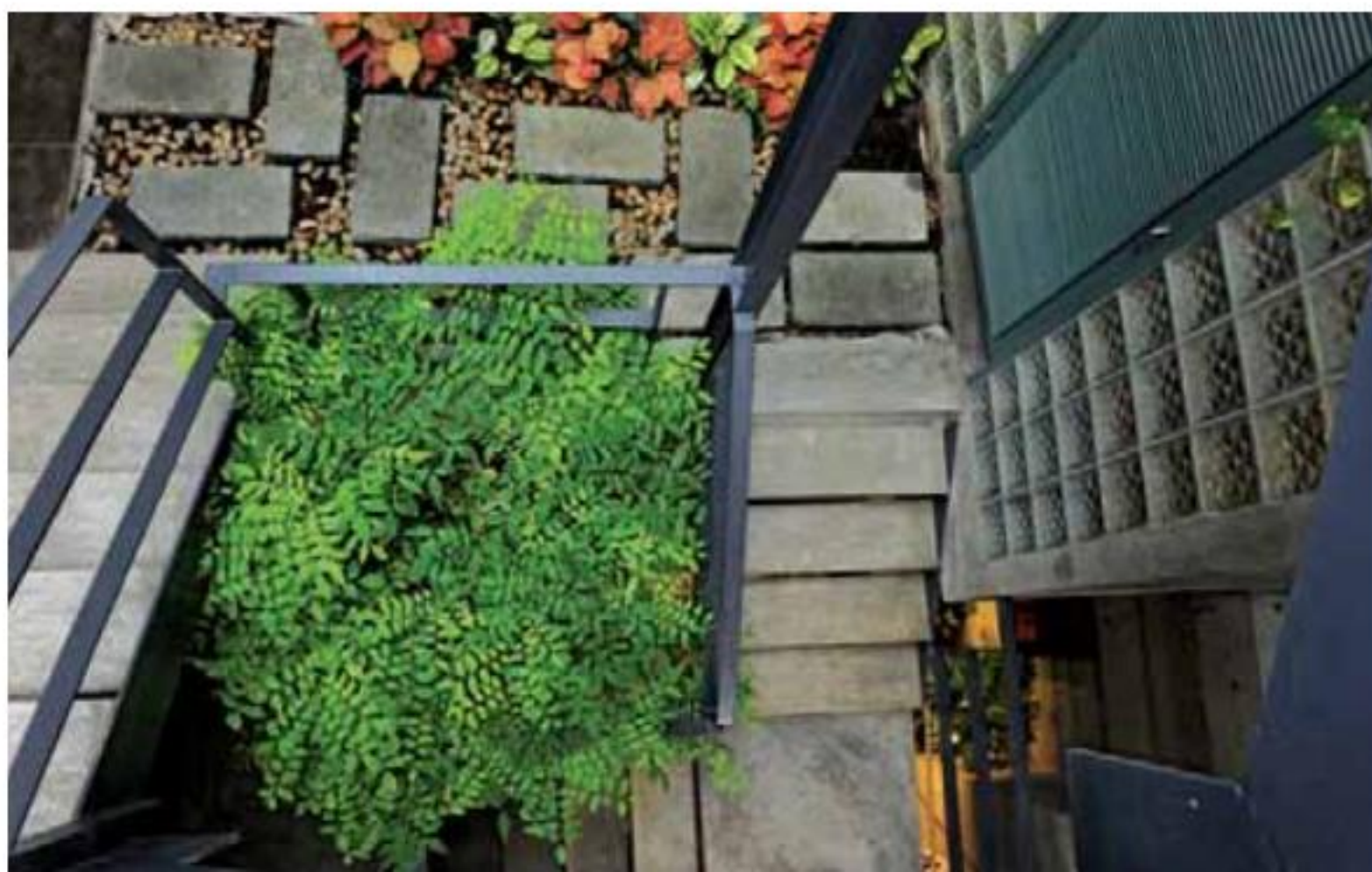
TINH TẾ TRONG TINH THẦN NHẬT BẢN

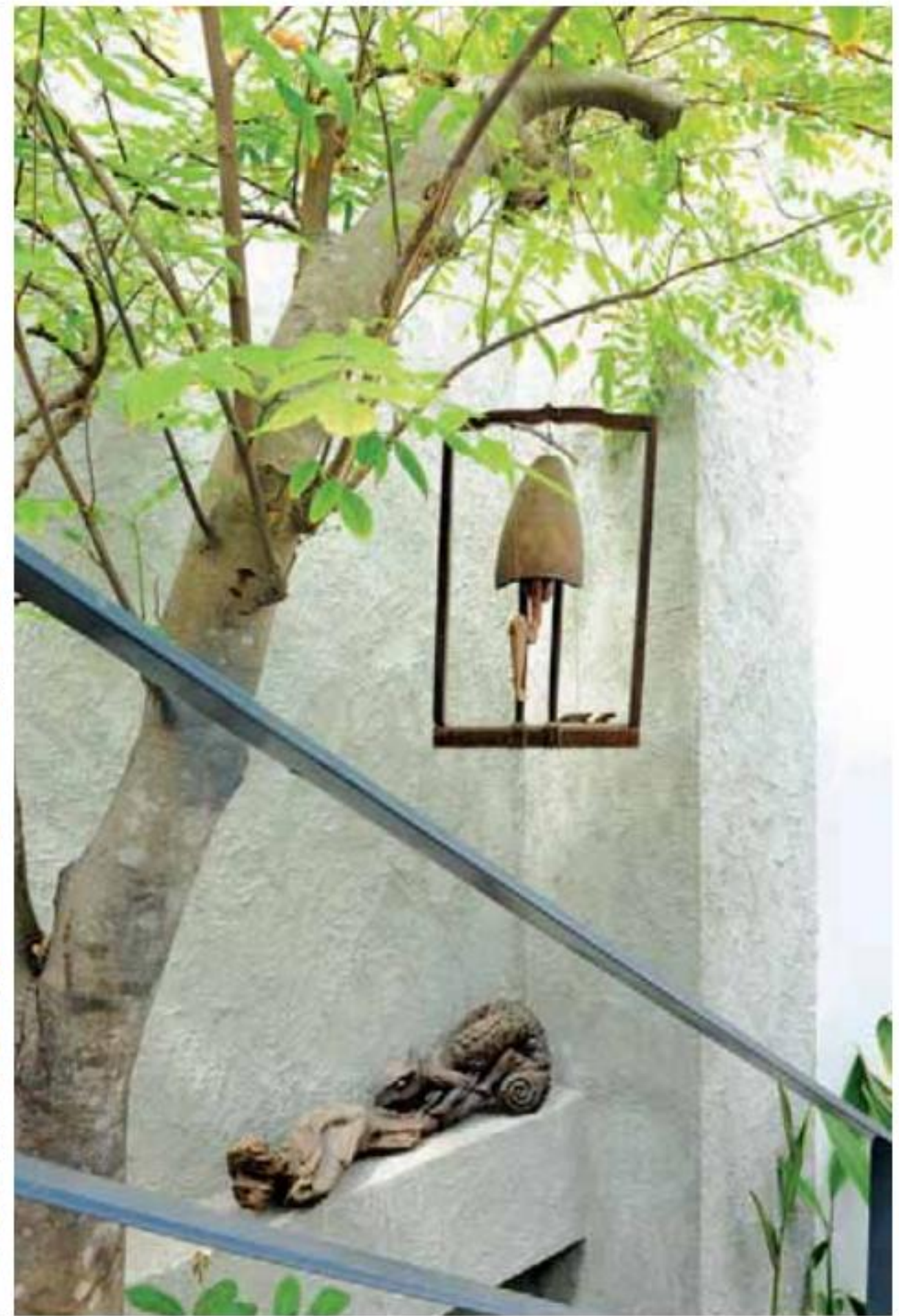
CĂN NHÀ KHÔNG LỚN. CHỈ MỘT TRỆT, MỘT LŨNG VÀ HAI TẦNG LẦU TRÊN DIỆN TÍCH
ĐẤT CHƯA TỚI 100M², NHUNG TỪ XÂY ĐẾN HOÀN THIỆN LẠI MẤT ĐẾN 2 NĂM

Bài và ảnh **PHAN QUANG**

Thiết kế: Công ty Thiết kế Kiến trúc Cào Xanh

Chủ trì: KTS Hoàng Tuấn Giang





Ảnh trái Lấy giếng trời giữa nhà làm trục chính. Cùng với các phòng chức năng khác, không gian phòng khách được kết nối với giếng trời giữa nhà **Ảnh phải** Một góc decor tầng 2 nhưng có cảm giác như ở tầng trệt

HAI NĂM ĐỂ HOÀN THÀNH MỘT CÔNG TRÌNH DÂN DỤNG như vậy thì khá chậm. Sự chậm trễ không phải do thiếu kinh phí hoặc sự cố. Mà với KTS Hoàng Tuấn Giang và chủ nhà thì khoảng thời gian như vậy vừa đủ để họ cùng hoàn thành một công trình vừa chín chu, vừa tỉ mỉ theo đúng tính cách của Giang cũng như tinh thần Zen trong kiến trúc Nhật Bản, nơi mà anh đã học và làm việc gần 20 năm, với đầy đủ sự tinh tế, công năng hiệu quả, kết cấu chặt chẽ và nhất là việc sử dụng tài tình ánh sáng, cây xanh, luân chuyển không khí...

Ở công trình này có thể thấy sự tỉ mỉ đến từng miếng gỗ bàn ăn vẫn còn vân sần sùi mà đủ trơn láng để không bám bụi. Sự tỉ mỉ cũng có thể thấy được từ cách đưa từng cây xanh vào nhà bằng việc chuẩn bị không gian giắt tầng của kiến trúc sư và sự theo sát quá trình xây dựng như thế nào.

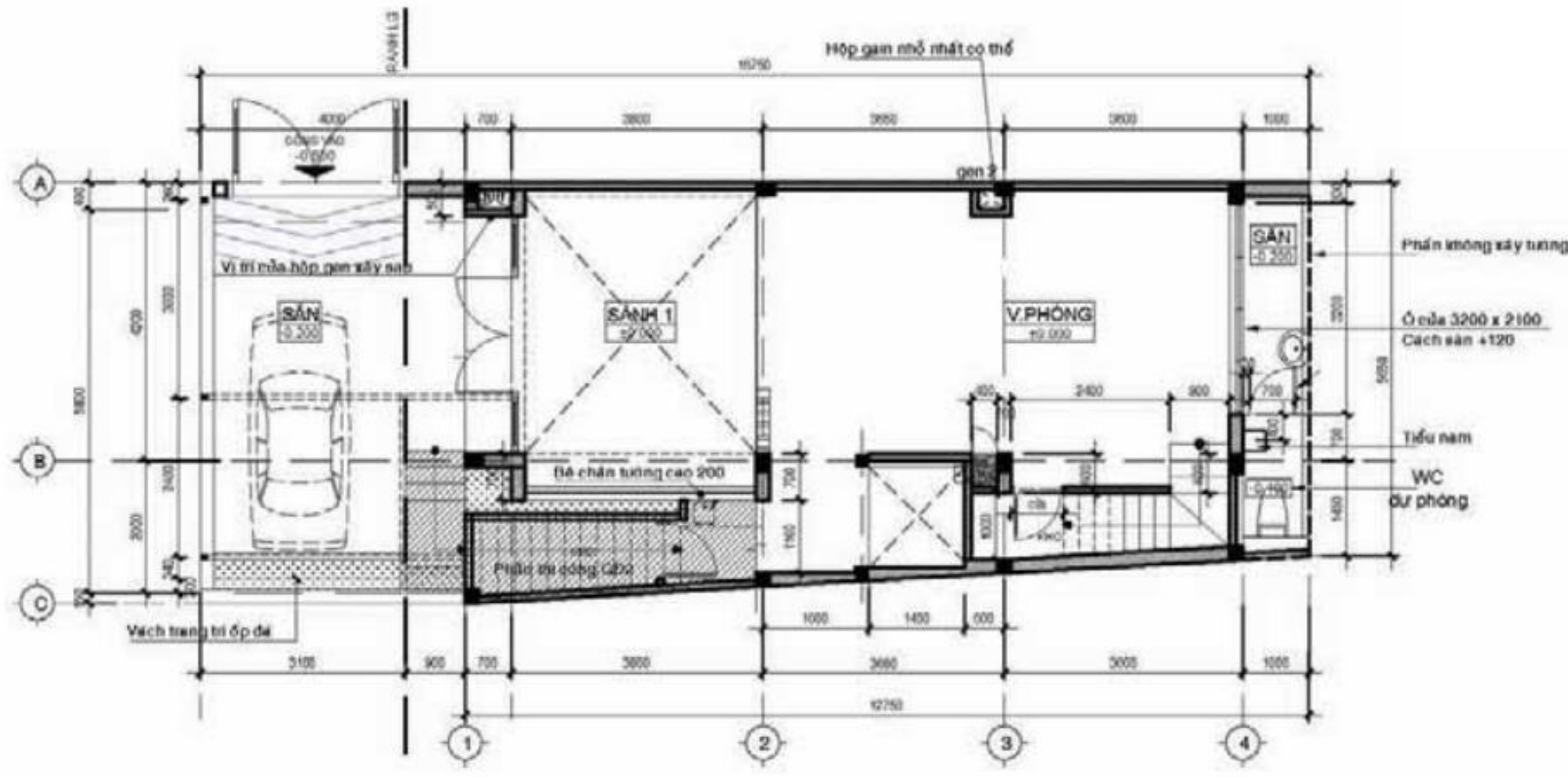
Ở đây, điều khéo léo là khi ở bất cứ tầng nào trong ngôi nhà cũng đều có cảm giác như đang ở tầng trệt, nhờ

sự kết hợp tinh tế của cây xanh - ánh sáng, cách bố trí các không gian. Thậm chí đến mối tương quan với những nhà xung quanh cũng đều được kiến trúc sư xử lý, tính toán và tận dụng một cách triệt để, mang lại cho người sống bên trong cảm giác thật tự nhiên.

Ở công trình này, cần nói thêm một điều là mảnh đất xây nhà của gia chủ dù không được vuông vức và rộng rãi nên cần có sự khéo léo để ngôi nhà có đầy đủ công năng mà không lãng phí tiền bạc. Gia đình cần có không gian chung là sự kết nối giao thông thông thoáng cũng là sự kết nối giao tiếp đầy thuận lợi cho các thành viên. Khu vực bếp với các ngăn chứa thông minh, không gian thoáng đãng, đảo bếp bố trí thuận lợi sẽ giúp cho “bếp trưởng” của gia đình thăng hoa khi mang đến những món ăn ngon cho mọi người. Bậc thang dù là để dẫn bước chân người đến một không gian mới hay để lên thêm một tầng cao đã được thiết kế vừa bước chân, số bậc và chiều nghi được phân bố hợp lý. **III**



Ảnh trái Phòng ăn được thiết kế đơn giản nhưng tiện dụng. Ánh sáng được lấy từ giếng trời phía sau. Màu sắc của mảng tường hàng xóm trở thành bức tranh decor cho phòng ăn Ảnh phải Phòng ngủ thoáng, mở và giữ được sự riêng tư bằng tấm rèm Ảnh dưới Bản vẽ ngôi nhà





Sắc màu riêng chung

Màu sắc là một thành phần quan trọng tạo nên diện mạo công trình, ở cả ngoại thất và nội thất. Trong ngôi nhà ở gia đình, màu sắc luôn là vấn đề quan tâm của nhiều người và cũng là nguyên nhân của nhiều sự bất hòa và... tranh cãi của các thành viên. Với kiến trúc sư, màu sắc là một cuộc chơi với nhiều điều thú vị.

Bài và ảnh **KTS NGUYỄN TRẦN ĐỨC ANH**

CÁCH ĐÂY 15 NĂM, NGƯỜI VIẾT BÀI NÀY THIẾT KẾ MỘT NGÔI NHÀ cho một khách trẻ tuổi, ở Hà Nội. Vì khách hàng trẻ, công trình lại thiết kế theo phong cách hiện đại nên tác giả rất “máu”, đề xuất với chủ nhà là sơn khối phòng vệ sinh nằm bên giếng trời và cầu thang màu đỏ. Chủ nhà tán đồng và tin tưởng. Việc thi công cứ thế tiến hành. Sau khi sơn, khối màu đỏ nổi bật trong không gian nhà, rất là ấn tượng. Nhưng đến một hôm, lúc đó công trình vẫn trong giai đoạn hoàn thiện; thì bố của chủ nhà ở quê ra chơi. Ông bất ngờ đến sững sốt với cái khối màu đỏ kia, và dứt khoát không đồng ý, không chấp nhận. Chuyện đó anh chủ nhà nhanh chóng thông tin tới kiến trúc sư, và bảo: không sao đâu, nhà anh ở chứ không phải ông ở. Đến tối hôm đó, chủ nhà lại gọi, bảo rằng: Nếu em thấy số điện thoại này gọi thì đừng nghe nhé, số của bố anh đấy. Không rõ bố con nhà họ bất đồng, tranh cãi với nhau thế nào; nhưng cuối cùng thì màu sơn ấy vẫn được giữ lại. Có lẽ ông bố giận con trai ghê gớm lắm. Nhưng về lý thì chủ nhà

không sai, nhà của anh ở chứ không phải bố anh ở. Đó là một câu chuyện nghề mà tôi nhớ mãi...

Một chuyện khác, rất gần, mới cuối năm ngoái thôi; cũng tác giả bài viết này làm cái tạo nội thất một căn hộ chung cư cho một gia đình của hai vợ chồng trung niên. Kiến trúc sư làm việc chủ yếu với người vợ. Khi thi công bếp, tôi chọn phân kính ốp giữa tủ trên và tủ dưới màu cam, tất nhiên có thông qua chủ nhà (người vợ). Đến khi lắp đặt, không biết là có phải do mẫu không chuẩn không mà tấm kính không phải màu cam như trên catalogue mà sẫm gần như đỏ. Vừa lắp xong lúc chiều thì tối chị chủ nhà gọi: Em ơi, thay hộ chị cái kính bếp được không? Anh K. nhà chị không thích, anh ấy sợ màu đỏ. Tôi hỏi lại: Dứt khoát phải thay hả chị? Mà sao anh ấy lại sợ màu đỏ? - Anh ấy bị ám ảnh bởi cái chết và hình ảnh chiếc quan tài màu đỏ hồi bé, nên rất sợ màu này. Tôi bảo: Vâng, để em xem có kịp thay không vì giáp tết rồi, mà đặt lại kính thì mất thời gian. Trong tôi băn khoăn nghĩ các phương án và giải pháp... Không ngờ hôm sau chị chủ nhà lại gọi, bảo rằng: Em ơi không phải

thay nữa. Mẹ chị lên xem khen cái bếp đẹp quá. Thế là chị quyết định không thay, và thuyết phục, “cải tạo” anh K. nhà chị không sợ màu đỏ nữa. Tôi thờ phào như trút một gánh nặng; nhưng đó là câu chuyện mà không thể không suy nghĩ, về một vấn đề tưởng chừng rất đơn giản: Sắc màu.

Sắc màu là một khái niệm tưởng như rất cụ thể, nhưng nhiều khi lại rất trừu tượng, khó nắm bắt. Màu xanh, màu vàng của người này có thể khác màu xanh, màu vàng của người kia; màu đẹp đối với người này lại là màu xấu đối với người khác. Mỗi người có một ý thích và ý niệm về màu sắc khác nhau, liên quan đến nhiều yếu tố: như tính cách, tâm lý, sở thích, ngành nghề, môi trường sống, quan điểm... Ngay cả trong một gia đình cũng vậy, có khi mỗi thành viên trong nhà có một ý thích về màu sắc khác nhau. Và câu chuyện hay xảy ra là cả nhà tranh luận với kiến trúc sư về màu sắc của ngôi nhà. Ngôi nhà thì chung, sở thích thì riêng, lại thêm cả kiến trúc sư cũng thường có cái tôi lớn nữa, thành ra câu chuyện màu sắc nhiều khi khá là nan giải. Có trường hợp giải pháp đưa ra là không gian

chung chọn một màu “trung dung” sao cho vừa ý mọi người, còn phòng riêng thì tùy ý thích - ai ưa màu gì sơn màu đấy. Nhưng thế có phải là dễ dàng đâu, bởi có khi vợ chồng (cùng phòng) lại không ai chịu ai vì màu ưa thích khác nhau. Về lý thuyết trên bình diện tổng thể, thì người trẻ thích những màu tươi tắn - mạnh mẽ, người già thích những màu trầm, ấm áp; đàn ông thích những màu lạnh - tối, phụ nữ thích màu nóng - rực rỡ; bé trai thích màu xanh, bé gái thích màu hồng... Nhưng đó chỉ là lý thuyết mà thôi, còn thực tế thì vô cùng đa dạng và phong phú. Và bản thân ý thích của mỗi người cũng thay đổi theo thời gian, hoàn cảnh và do những thông tin tiếp nhận. Có nhà nọ làm nhà, có hai cô con gái còn nhỏ; nghĩ con gái thích màu hồng nên làm nội thất màu hồng cho các bé. Ai ngờ chỉ một năm sau cô em không thích màu hồng nữa, dứt khoát đòi bố mẹ làm phòng với màu... trắng - đen. Những chuyện như vậy có rất nhiều. Trong những năm gần đây, nhiều chủ nhà còn có xu hướng chọn màu theo phong thủy, theo tuổi cho hợp mệnh. Có khi ngay từ đầu, kiến trúc sư đã nhận được yêu cầu như mệnh lệnh của chủ nhà: Anh mệnh thổ, làm màu vàng cho anh; hay chị mệnh mộc, cho chị màu xanh lá nhé... Đại loại như vậy. Cũng có kiến trúc sư chiều khách làm “y án”, có kiến trúc sư khéo léo thuyết phục chủ nhà đưa đến một sự hài hòa tổng thể mà vẫn có cá tính riêng của công trình.

Trong mỗi gia đình, thành phần càng nhiều (tuổi tác, giới tính, nghề nghiệp, trình độ...) thì việc lựa chọn màu sắc càng khó khăn. Ai cũng có ý thích riêng và cái lý riêng, ai cũng muốn mọi người phải theo mình. Nhiều khi kiến trúc sư lại đóng vai trò hòa giải. Có những kiến trúc sư chia sẻ rằng: Làm nhà ở gia đình khó và mất thời gian không phải là làm mặt bằng hay hình thức mà là khâu chọn màu, nhiều khi mãi không xong vì mỗi người một ý. Và có khi đã chọn màu cùng với chủ nhà rồi, sơn lên thực tế lại không ưng,



Sắc màu là một khái niệm tưởng như rất cụ thể, nhưng nhiều khi lại rất trừu tượng khó nắm bắt. Màu đẹp đối với người này lại là màu xấu với người khác vì mỗi người có một ý thích, ý niệm về màu sắc khác nhau...

lại chọn và sơn lại, mất thời gian và tốn thêm chi phí...

Có lẽ, cần phải hiểu rằng sắc màu có riêng có chung; khi nào, chỗ nào là riêng, là chung để có một giải pháp và sự lựa chọn hợp lý. Từ phạm vi rộng trong một quần thể công trình, sắc màu như thế nào để hài hòa với xung quanh; cho tới trong nội bộ một ngôi nhà, sắc màu như thế nào để hài hòa trong tổng thể. Tất nhiên mọi yếu tố và nguyện vọng của mỗi cá nhân đều được cân nhắc, xem xét, nhưng sẽ có những ưu tiên theo thứ tự để có sự hợp lý nhất cho lựa chọn. Ví như các không gian chung nên ưu tiên và tôn trọng ý kiến người lớn tuổi, người già; chỗ bếp nhường cho người phụ nữ. Các yếu tố mang tính công năng và thẩm mỹ - phong cách nên lắng nghe ý kiến của kiến trúc sư; ví dụ như không gian thiếu sáng hay phòng nhỏ nên dùng màu trắng, màu

sáng; màu nào đi với màu nào thì hợp... Với kiến trúc sư, cũng cần tôn trọng và lắng nghe chủ nhà, định “chơi” màu độc, màu nổi cần cân nhắc kỹ và thông qua chủ nhà, đưa ra trước những phối cảnh là điều cần thiết.

Ngoài những sắc màu là màu mặc định của vật liệu (như màu cây, màu gỗ, màu gốm...), thì việc tô điểm cho ngôi nhà bằng những sắc màu chủ động là việc không thể thiếu. Những nghiên cứu khoa học đã chỉ ra rằng, màu sắc có tác động tới tình cảm, tâm lý và hiệu suất làm việc của con người. Vì thế, chắc chắn chọn lựa màu sắc không phải và không thể là chuyện đơn giản; nó cần sự am hiểu và sự đầu tư nhất định. Với kiến trúc sư, cũng có thể coi là cuộc chơi, nhưng là cuộc chơi nghiêm túc. ■

MÀU SẮC NƠI KINH DOANH

MỌI DOANH NHÂN
KHI KHỞI NGHIỆP
LUÔN MONG MUỐN
TẠO RA NHỮNG DẤU
ẤN RIÊNG, NÊU BẬT
HÌNH ẢNH THƯƠNG
HIỆU MÌNH, ĐỒNG
THỜI MANG TÂM LÝ
MONG MUỐN MỌI
VIỆC THUẬN LỢI,
KINH DOANH SUỐN
SẼ THÔNG QUA CÁC
SẮP XẾP PHONG
THỦY NƠI LÀM ĂN,
KINH DOANH

Bài **THS. KTS HÀ ANH TUẤN**
Ảnh **KHÁNH PHƯƠNG**

Các dãy nhà phố ở Singapore với
những ô cửa nhiều màu sắc



Kinh doanh tạo ra màu sắc

Nói chính xác hơn là đặc tính kinh doanh với chủng loại mặt hàng, bảng hiệu, hình thức dịch vụ (xem phần ngũ hành bên dưới) sẽ quyết định về diện mạo (trong đó có màu sắc) của ngôi nhà nói chung và phần kinh doanh nói riêng. Nếu xây nhà trong khu phố có tính thương mại cao, nhận thấy tương lai sẽ sử dụng nhà (hoặc một phần của nhà) vào mục đích kinh doanh thì nên tính toán ngay từ khi xây dựng ban đầu để chọn màu sắc và vật liệu cho phù hợp. Dù cho đặc tính kinh doanh có thể biến đổi sau một thời gian, nhưng các cơ sở căn bản của phần kinh doanh đều cần xác định rõ và làm ổn định để tránh tình trạng sửa chữa quá nhiều.

Nguyên tắc “hài hòa từ Viễn Cảnh đến Cận Cảnh” của phong thủy trong bố cục tổng thể mọi cuộc đất xưa nay luôn ứng dụng tốt. Như hệ thống nhà có mặt bằng kinh doanh trong khu Phú Mỹ Hưng, hoặc các dãy nhà phố trung tâm Singapore về cơ bản luôn có màu sắc đồng bộ, những vị trí kinh doanh được khống chế bởi các tiêu chuẩn chung về kích thước và vị trí bảng hiệu, tránh được tình trạng “trăm hoa đua nở” nhà này lấn áp nhà kia. Kinh nghiệm dân gian “buôn có bạn - bán có phường” cũng là điều nên lưu ý khi bố trí màu sắc mặt tiền của căn nhà trong bối cảnh chung để lợi mình mà không lấn át, ảnh hưởng đến người khác.

Chọn màu theo Ngũ hành

Để vận dụng đặc tính về màu sắc của Ngũ hành nhằm tăng khả năng sinh lợi và yếu tố Vượng Phát cho khu vực kinh doanh, cần tìm hiểu đặc tính kinh doanh tương ứng với hành nào, từ đó tìm thêm màu sắc Sinh Vượng, cụ thể như sau:

- **Hành Mộc:** những ngành kinh doanh liên quan đến sự nuôi dưỡng, thực phẩm, dược phẩm, cây cối, đồ gỗ, tranh ảnh, văn phòng phẩm, vật dụng mềm mại như thảm, quần áo... Màu chủ đạo là xanh lá cây và các sắc độ khác nhau của màu này mang lại đặc trưng, ngoài ra cần có thêm màu đen và xanh dương (Thủy), màu đỏ (Hỏa) tùy theo tính chất và mức độ để gia giảm.
- **Hành Hỏa:** năng lượng, xăng dầu, đèn điện, đồ bếp, ngành quảng cáo, sản phẩm truyền thống thủ công...
- **Hành Thủy:** các ngành liên quan đến nước, vật dụng có nước, gương soi và kính các loại, cơ điện lạnh (có thêm yếu tố Kim)...
- **Hành Thổ:** vật liệu xây dựng, khoáng sản, sản phẩm có nguồn gốc từ đất, đá, đồ gốm và mỹ nghệ, các dịch vụ môi giới, kinh doanh bất động sản...

- **Hành Kim:** vật dụng kim khí điện máy, kim hoàn nữ trang, thiết bị gia dụng, đồng hồ, máy tính, công nghệ thông tin...

Ngoài ra cũng cần lưu ý là có khá nhiều ngành kinh doanh hàm chứa thêm nhiều hành một lúc, như kinh doanh ăn uống là vừa thuộc Mộc vừa Thủy + Hỏa, ví dụ đa phần tiệm ăn của người Hoa rất chuộng dùng màu hành Hỏa. Kinh doanh bất động sản thuộc Thổ và thêm yếu tố Kim (xây dựng) và Mộc (sự bền bỉ, tích lũy). Văn phòng luật sư thì ngoài yếu tố Kim (tư duy, nguyên tắc) còn có yếu tố Thủy (linh hoạt, sâu sắc) và Hỏa



(quyết đoán, mạnh mẽ, niềm tin)... Đặc biệt đối với kinh doanh du lịch lễ hành, đồ chơi và vật dụng trẻ em... thì yếu tố đa sắc thái là cần thiết hơn cả, màu sắc có thể tập hợp theo dải cầu vồng hoặc đủ ngũ sắc.

Tóm lại, cũng như cơ thể con người, Ngũ hành luôn hiện diện với nhiều mức độ và tỷ lệ giữa các hành có thể khác nhau, nhưng khi áp dụng cần đầy đủ và đảm bảo yếu tố chính phụ, hài hòa nhau trên cơ sở bổ sung và tương hỗ cho nhau. Riêng về màu sắc cho khu vực kinh doanh thì còn cần tính mỹ thuật và liên quan chặt chẽ đến tổng thể cũng như nội thất, được phối màu bởi bàn tay chuyên nghiệp, tránh tình trạng đơn màu hay quá nhiều màu gây phản cảm, cho dù màu ấy có đúng theo tính chất Ngũ hành đi chăng nữa.

Chú ý bảng hiệu, logo

Bảng hiệu, logo của nơi kinh doanh là thành phần quan hệ hữu cơ với Trường Khí chung, do đó các bài trí cũng tuân theo các thủ pháp Phong Thủy. Cơ bản, cần quan tâm đến 3 nhóm giải pháp trong sử dụng màu sắc gắn liền với Trường Khí như sau:

- *Liên kết khí theo Hình Thế*: bảng hiệu cần được làm và đặt sao cho Nội và Ngoại thất của không gian kinh doanh được liên kết khí chặt chẽ với nhau. Ví dụ cửa hàng bán đồng hồ thì logo - bảng hiệu từ to đến nhỏ tương ứng với sản phẩm. Nên xử lý hình ảnh thương hiệu thống nhất cả trong và ngoài địa điểm kinh doanh, chứ không chỉ có bên ngoài hay tại quầy giao dịch, mà có thể “len lỏi” đến từng chỗ làm việc của nhân viên, dù rất nhỏ nhưng đó là niềm tự hào, là “màu cờ sắc áo” riêng và sự nhắc gọi liên tục.

- *Cân bằng khí theo Âm Dương*: không gian lớn hay nhỏ thì bảng hiệu cũng cần tương ứng tỷ lệ. Trong phong thủy có một số tỷ lệ tốt (gọi là



Màu sắc trong kinh doanh không hề giống nhau, mỗi màu tạo ra cho khách hàng một cảm xúc, ấn tượng về thương hiệu riêng



Ngoài các định vị phong thủy mang tính cơ bản như Tọa - Hướng, sắp xếp vị trí cho hệ thống cửa cũng như các không gian nơi kinh doanh, yếu tố màu sắc nội, ngoại thất cần tuân thủ theo nguyên tắc vừa đối ngoại tốt trong giao dịch vừa hài hòa trong đối nội, và Sinh Khắc hài hòa với ngành nghề kinh doanh

Tường Minh) mà các nghiên cứu về kiến trúc cho thấy có sự tương đồng giữa tỷ lệ vàng trong thiết kế hiện đại và tỷ lệ trong công trình nhà cửa truyền thống, ví dụ cụ thể là tỷ lệ 1/4 hay tỷ lệ 1/6 rất hay được sử dụng, ví dụ như một tấm bảng hiệu ngang 4m cao 1m là đặt tỷ lệ Tường Minh (chủ yếu về danh tiếng, may mắn). Còn nếu một tấm quảng cáo bảng theo dạng đứng hoặc ngang có một chiều gần 1m và chiều kia 6m là gần tỷ lệ Tài Tinh (được giới làm ăn cho là thuận lợi, may mắn). Mặt khác, bảng hiệu muốn cân bằng ngoại cảnh cũng phải chú ý đến Âm - Dương, Tĩnh - Động. Ví dụ trước nhà có nhiều bóng râm và vật cản như trụ điện, cây cối thì bảng hiệu cần dùng màu nhạt, sáng sủa. Ngược lại, chỗ rộng và thoáng, bên đường xe chạy nhanh thì nên làm bảng hiệu đơn giản và đậm màu để không bị “lướt qua”.

- *Nổi bật khi theo Ngũ hành*: bảng hiệu nên có hình dáng và màu sắc theo Ngũ hành Tương sinh của công việc và sản phẩm để tạo ấn tượng và thuận chiều sinh trưởng, như Kim sinh Thủy, Mộc sinh Hỏa... Ví dụ, cửa hàng điện tử - viễn thông là thuộc 2 hành Kim và Thủy, bảng hiệu dùng các nhóm màu trắng, đen và xanh biển là Tương Sinh. Công ty quảng cáo liên quan đến Mộc và Hỏa, dùng màu đỏ, cam, xanh lá cây... tạo tính thu hút, tăng trưởng. Ngành xây dựng chủ yếu thuộc Thổ và Kim, những màu như trắng, xám bạc, vàng... sẽ ưu tiên xem xét.

Có rất nhiều dạng và cách thể hiện bảng hiệu - biểu tượng tùy thuộc vào địa phương, văn hóa và thẩm mỹ riêng, tựu trung nên tuân thủ vài nguyên tắc cơ bản của Phong Thủy lâu nay:

- *Đúng và đủ*: biểu tượng không được làm sai các nội dung và ý nghĩa của cơ sở kinh doanh, đồng thời phải chuyển tải đầy

đủ tính chất của công ty, của sản phẩm đó. Ví dụ bảng hiệu công ty làm đồ gỗ được đặt trên nền màu gỗ, có các khung giằng chung quanh là đầy đủ ý nghĩa.

- *Đơn giản và đa nghĩa*:

không phải bao nhiêu thứ cũng đều nhồi nhét vào trong biểu tượng, tính ước lệ và đặc trưng luôn là yêu cầu Phong Thủy cơ

bản. Ngoài logo và tên gọi, có thể dùng một màu đặc thù của công ty nhắc lại ở chi tiết nội thất, hoặc xếp đặt một góc biểu tượng mang tính trang trí.

- *Đẹp*: yêu cầu tất nhiên, dựa trên sự hài hòa về màu sắc, tỷ lệ và sự cân bằng. Về mặt phong thủy hình thế, nên tránh các biểu tượng bị lệch hoặc có chiều hướng đi xuống, tránh dùng các hình rối mắt hoặc hình này đè lên hình kia. Có thể phối hợp cả chữ và hình để diễn tả nội dung, ví dụ biểu tượng của một hãng dầu ăn có hai màu vàng và đỏ (hành Hỏa, công nghệ thực phẩm) và chữ viết, hình ảnh theo lối nghiêm túc, cổ điển.

- *Đạt chúng*: bảng hiệu có thể đẹp nhưng nếu xa lạ với văn hóa của dân chúng địa phương thì cũng khó được chấp nhận, thậm chí gây phản cảm. Ví dụ dùng toàn các màu đen và trắng, đối với người phương Đông là màu của tang tóc. Bảng hiệu thiết kế phức tạp khó nhìn, khó hiểu cũng gây tác dụng ngược.

- *Độc đáo*: bảng hiệu phải có được nét riêng, không sao chép hay cóp nhặt từ các bảng hiệu khác, tạo một ấn tượng khó quên. Điều này rất khó và trên thực tế nhiều cơ sở làm ăn đã phải “nhại” lại các biểu tượng nổi tiếng để được “ăn theo” về mặt hình ảnh và danh tiếng.

Tóm lại, việc thiết kế biểu tượng - bảng hiệu không nên tùy hứng, mà cần có chuyên môn trên cơ sở thống nhất được các tiêu chí chung về nội dung, hình thức và đặc thù của địa điểm đặt biểu tượng - bảng hiệu. Tiêu chí cơ bản của phong thủy trong xử lý hình ảnh biểu tượng tại nơi kinh doanh là hướng đến sự hòa hợp, tương thích với nội dung kinh doanh, chính là đạt nguyên tắc Hình nào thì Thế ấy, Thế nào thì Khí ấy. ॥



Bồn tắm Gessi Cono được thiết kế theo phong cách “total look” lấy cảm hứng từ thiên nhiên trở thành biểu tượng phòng tắm đẹp đẳng cấp

Những xu hướng thiết kế phòng tắm chú trọng đến sức khỏe

Vượt ra khỏi ranh giới của spa, chế độ dinh dưỡng hay lối sống chậm, ngày nay những thiết kế tích cực liên quan mật thiết đến thiên nhiên lấy con người làm cốt lõi đóng vai trò quan trọng trong thiết kế phòng tắm.

VIỆC ĐƯA NHỮNG YẾU TỐ THIẾT KẾ kết nối con người với thiên nhiên vào các thói quen hàng ngày bằng cách sử dụng các vật liệu sáng tạo, đường nét và màu sắc sẽ sớm trở thành yếu tố quan trọng trong việc thiết kế không gian phòng tắm như các yếu tố khác: chức năng, thẩm mỹ hoặc hiệu quả chi phí. Luôn là kim chỉ nam dẫn dắt các thương hiệu phòng tắm đẳng cấp thế giới như Gessi (Ý), Devon & Devon (Ý), Villeroy & Boch (Đức), mời độc giả KT&ĐS cùng Vietceramics tham khảo 5 xu hướng thiết kế phòng tắm giúp bạn tận hưởng khoảnh khắc thư thái cũng như thể hiện gu thẩm mỹ riêng biệt trong mỗi không gian sống.

Có thể nói, việc chú trọng đến không gian riêng tư và nhu cầu chăm sóc sức khỏe được biết đến như một xu hướng tiên phong trong thiết kế phòng tắm. Bạn có thể chọn một tiêu điểm chính như một bồn tắm đặt sàn với vòi sen kết hợp tối đa hóa hiệu năng đi cùng với sự thoải mái. Được thiết kế bởi nhà chế tác Prospero Rasulo, bồn tắm đặt sàn Gessi Cono cùng chiếc vòi nước được thiết kế theo phong cách “total look” tổng thể lấy cảm hứng từ thiên nhiên trở thành một biểu tượng mới giúp trang hoàng phòng tắm đẹp đẳng cấp.

Theo đuổi xu hướng này, màu sắc luôn là một chọn lựa để không gian phòng tắm thực sự trở thành một nơi thư giãn. Trong một không gian mang phong cách hiện đại, bạn có thể sử dụng các gam màu ấm như đồng hay kim loại đen từ

phát triển doanh nghiệp

Gessi316 với đường nét cá tính, cùng chất liệu thép không rỉ mạnh mẽ giúp cân bằng và mang đến cho không gian của bạn những điểm nhấn ấn tượng. Còn nếu bạn yêu thích phong cách cổ điển, các thiết kế vòi nước được chế tác độc quyền bởi Devon & Devon với phiên bản màu sắc như vàng gold, vàng 18k hoàn hảo truyền cảm hứng, mang đến nguồn năng lượng hưng khởi.



Gessi Private Wellness - thiết kế kết hợp đa dạng giữa sen tắm, mát-xa thủy lực, thác nước và phun sương cùng liệu pháp ánh sáng biến dòng nước trở thành một trải nghiệm cá nhân, thăng hoa đầy cảm xúc



Bồn cầu thông minh VB ViClean L6 hay Vitra Metropole với công nghệ ưu việt như nắp thông minh, công nghệ sử dụng kháng khuẩn, dễ dàng vệ sinh mang lại sự thoải mái cho căn nhà của bạn

Cùng với sự lên ngôi của xu hướng công nghệ, trải nghiệm phòng tắm spa trở thành một yếu tố quan trọng. Sự tương thích các liệu pháp spa trong phòng tắm cho phép bạn hưởng thụ trọn vẹn mọi công dụng chăm

sóc sức khỏe. Hệ thống phòng tắm Gessi Private Wellness™, với các thiết kế kết hợp đa dạng giữa sen tắm, massage thủy lực, thác nước và phun sương kết hợp cùng liệu pháp ánh sáng biến dòng nước trở thành một trải nghiệm cá nhân, thăng hoa đầy cảm xúc.

Một thiết kế phòng tắm spa thì không thể thiếu chiếc bồn tắm với chế độ massage để cơ thể được thư giãn hoàn toàn sau những giờ làm việc căng thẳng. Nếu không gian nhà bạn đủ lớn, chiếc bồn tắm Silence Hot Tub (Villeroy & Boch) với công nghệ JetPak sáng tạo và các tính năng hiện đại, bao gồm màn hình cảm ứng, hiệu ứng đèn LED tích hợp và vật liệu chất lượng cao, linh hoạt.

Ngoài ra, trải nghiệm vệ sinh tối ưu cũng cần được chú trọng trong thiết kế nhà tắm. Bồn cầu thông minh Villeroy & Boch ViClean L6 hay Vitra Metropole với công nghệ ưu việt và tiện ích vượt trội như nắp bồn cầu thông minh, công nghệ sử dụng kháng khuẩn, chế độ điều khiển tiện nghi, dễ dàng vệ sinh sẽ giúp bạn luôn thoải mái trong chính ngôi nhà của mình. 

Thông tin chi tiết liên hệ

ĐT: (+84) 2838422768 hoặc đến hệ thống showroom trên toàn quốc:

www.vietceramics.com/lien-he-showroom

MÀU SẮC ĐỜI SỐNG

Bài **TRẦN VĂN CHÂU – CEO PAINT & MORE**

Ấn tượng màu sắc từ sơn

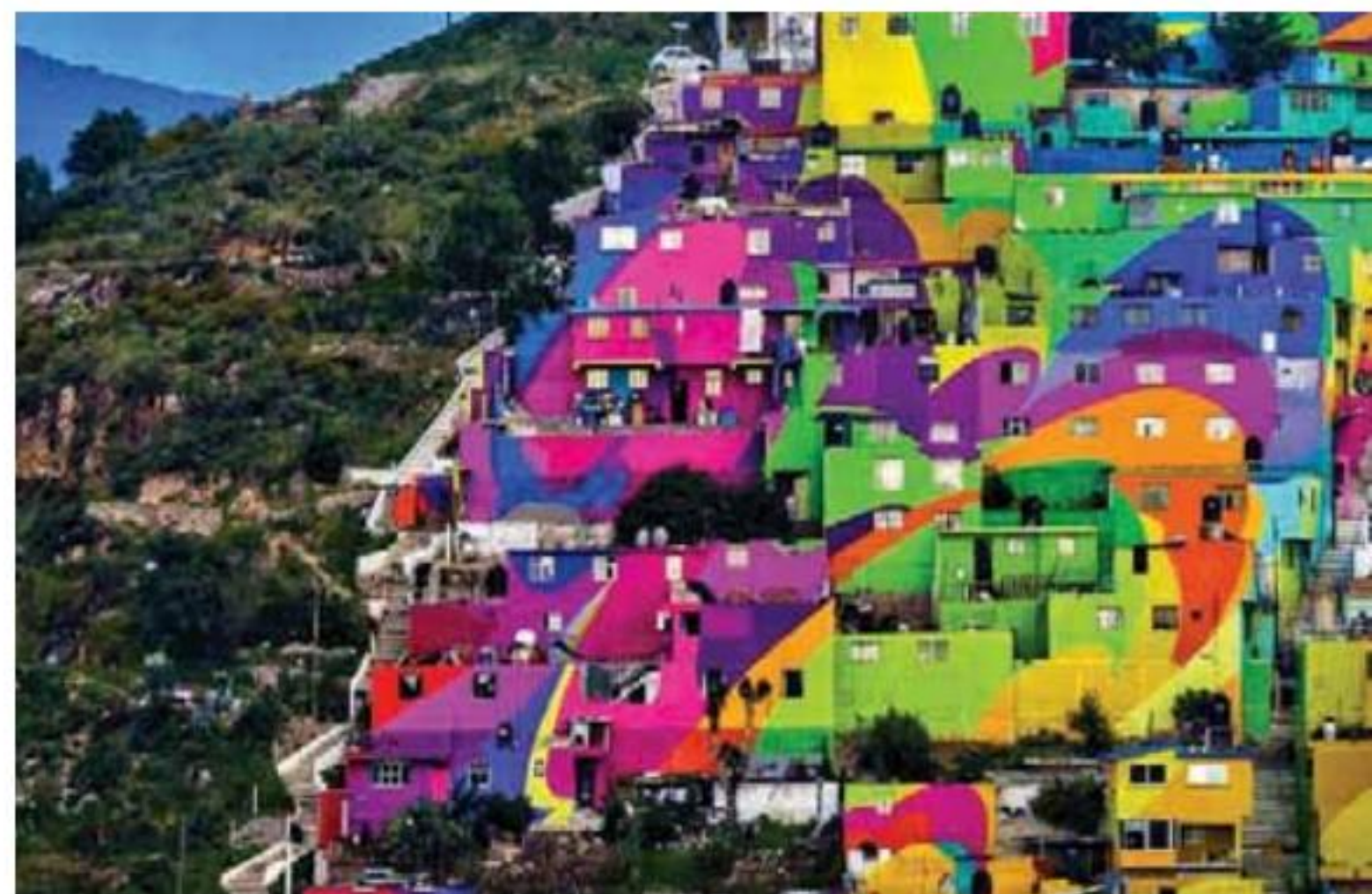
Không biết từ bao giờ, trong kiến trúc, khi nói về vật liệu để thể hiện màu sắc thì người ta thường liên tưởng đến sơn. Mặc dù, có rất nhiều vật liệu khác cũng thể hiện đa dạng màu sắc như vải vóc, tơ lụa, giấy dán tường, gạch, đá hoa cương, cẩm thạch... Mở rộng ra các lĩnh vực khác, thế giới có biết bao muôn loài động và thực vật khác cũng như vô vàn loài hoa có sắc màu phong phú và đa dạng. Tuy nhiên, phải thừa nhận một điều những màu sắc này là do bàn tay tạo hóa uốn nắn mà hình thành, số còn lại thì được con người tác chế cho ra màu sắc trước khi cho xuất xưởng. Duy chỉ có màu của sơn là rất dễ dàng thay đổi sao cho hài hòa và phù hợp với các vật liệu hoàn thiện cho công trình theo mong muốn của gia chủ hay theo ý của KTS/NTK.

Ngày nay, với sự tiến bộ của khoa học và kỹ thuật qua các phương tiện như phim ảnh, tivi, internet, điện thoại thông minh... đã giúp con người dễ dàng tiếp cận một lượng lớn hình ảnh và màu sắc chỉ trong một thời gian ngắn. Cụ thể, khi chúng ta sử dụng Google để tìm kiếm từ khóa “color trends” thì có đến 13.700.000 kết quả trong vòng vài giây. Thực tế, có thể kết luận rằng: hiện tại, chỉ trong một ngày chúng ta có thể tiếp cận hình ảnh và màu sắc còn nhiều hơn ông cha của chúng ta tiếp xúc cả một đời người.

Xu hướng màu sắc

Chu kỳ của xu hướng màu sắc vào thế kỷ 20 thường kéo dài 10 năm như thập niên 1920 là đen, trắng và bạc, 1930 (rực trắng), 1940 (đỏ, trắng, xanh dương), 1950 (hồng) 1960 (đỏ)... Nhưng khi bước vào thiên niên kỷ 2000 người ta lại định hướng màu sắc cho từng năm. Dù rằng, trên thực tế màu được chọn của năm không phải

Phòng khách



Những ngôi nhà rực màu sắc ở Mexico

là có thể áp dụng rộng rãi cho mọi lĩnh vực. Bởi nó còn tùy thuộc vào sự phù hợp cả bề rộng lẫn bề sâu cho từng khía cạnh của ngành nghề đó. Ví dụ, năm 2018 màu tím được chọn là màu của năm nhưng trên thực tế nó chỉ được áp dụng phần lớn cho thời trang, áo quần và quảng cáo. Theo những nghiên cứu sau đó cho thấy, màu tím áp dụng cho trẻ em thì rất phù hợp, nhưng khi áp dụng vào tuổi thanh niên thì hầu như phái nam không thích lắm. Còn ở những lĩnh vực khác như ngân hàng, nhà máy, khu sản xuất, chế biến, công nghiệp nặng... thì màu này phản tác dụng.

Ảnh hưởng của màu sắc trong ngôi nhà

Mọi người có bao giờ tự đặt câu hỏi là tại sao McDonald, Burger King, In-N-Out Burger... đều sử dụng màu đỏ và màu vàng cho logo cũng như trong cửa tiệm của họ. Có thể nói, hầu hết các tiệm ăn nhanh đều kết hợp màu đỏ và màu vàng bởi vì màu đỏ kích hoạt đến khẩu vị còn màu vàng đem lại sự thân thiện nên khi sử dụng cặp đôi này thì nó làm cho người ta có chút bản thân. Nó làm cho chúng ta muốn đi vào tiệm đó liền và trong tích tắc muốn có thức ăn rồi nhanh chóng đi ra. Việc nấn ná, kéo dài là không mấy thích hợp. Tuy nhiên Starbucks lại là một trường hợp khác, họ dùng màu xanh lá cây đậm cho thương hiệu, bởi xanh đậm như muốn mời gọi chúng ta hãy dừng lại một chút. Không khí của Starbucks làm cho chúng ta muốn ngồi nán lại, rồi thoải mái hớp một ngụm cà phê và thông thường là muốn làm một cái gì đó cho hoàn tất.

Do vậy làm thế nào để đưa các ý niệm



Bếp



Văn phòng

về màu sắc này vào trong ngôi nhà của chúng ta. Thay đổi, uốn chuyển gam tông, sắc màu sao cho phù hợp với từng phòng trong căn nhà, bởi chúng ta không thể tô sơn lên ngôi nhà của mình với những màu sắc chói sáng như thấy ở nhà hàng fastfood. Do đó, việc điểm xuyến hay chọn tông màu đậm nhạt theo từng cung bậc cho hợp với căn nhà là rất quan trọng.

Trong khuôn khổ bài viết chúng tôi sẽ cùng bạn đọc khám phá, chia sẻ màu sắc với những căn phòng trong ngôi nhà.

Phòng khách: là nơi đón chào mọi sự việc khởi đầu trong giao tiếp hay có thể ngồi lại nhâm nhi với bạn bè, người thân. Đây là một nơi cần đem tới một sự thoải mái không thái quá. Nó tạo ra một cảm giác mềm mại, uốn chuyển. Trong tâm lý của màu sắc cho rằng màu thích hợp cho các ý nghĩa trên là màu beige.

Phòng tắm: được sử dụng hàng ngày. Ở nơi đó, con người tìm đến sự thư giãn nên cần được chọn những gam màu ngọc lam Turquoise, bởi màu này làm dịu tâm hồn của chúng ta sau một ngày làm việc mệt nhọc. Màu này là sự pha trộn giữa màu xanh dương và xanh lá cây nên nó làm cho chúng ta có cảm giác bình an. Nó đưa chúng ta trở về trạng thái nhẹ nhàng, nó có khả năng đặc



Phòng trẻ em

Phòng tắm



Phòng ngủ



Không gian sắc màu - đồng hành cùng Paint & More

biệt làm chúng ta có cảm giác thư giãn và hồi sức cùng một lúc.

Phòng ngủ: sau một ngày dài, không có gì sung sướng bằng tìm về giấc ngủ trong một căn phòng ấm cúng. Nơi đây là nơi cần tạo ra một sự tĩnh lặng nhằm loại bỏ những phiền não. Do đó phòng ngủ cần được sơn màu xanh rêu nhạt để đưa chúng ta về với cảm giác an toàn, thư giãn, tái tạo năng lượng và hồi sinh cho một ngày mới sắp đến. Nếu màu xanh rêu nhạt nghiêng về tông đất cũng là một cái hay, bởi nó sẽ tạo ra một nền tảng vững chắc. Điều này cũng dễ thực hiện bằng việc trang trí thêm một ít đồ nội thất sao cho hài hòa.

Phòng trẻ em: theo các nhà tâm lý học, màu cam thể hiện tính trẻ trung và năng động, đặc biệt là nó kích thích, khích lệ trẻ em tự do phát huy tính sáng tạo. Điều đáng lưu ý đối với chủ nhà và KTS/NTK, trên cây màu của Kelly-Moore có một thông số được biểu thị qua chữ viết tắt LRV- Light Reflective Value. Mỗi một màu đã được Kelly-Moore nghiên cứu và cho ra một thông số nói lên cường độ phản quang của màu đó, bởi nhân quan của trẻ em là chưa phát triển toàn vẹn, đúng mức còn người bệnh thì thị giác bị yếu đi. Do đó, thông số về LRV là rất quan trọng trong việc chọn màu cho vườn trẻ, cho các trường trung, tiểu học và bệnh viện. Về việc này, độc giả có thắc mắc xin vui lòng liên lạc hotline 0909.143.900 hay email info.pmCEO@gmail.com.



Phòng ăn

Văn phòng: cho dù với mục đích gì thì văn phòng là nơi giúp chúng ta làm điều gì đó có tính hiệu quả cho công việc hay giảng dạy làm bài tập với con em nên ở đây cần tạo ra môi trường làm cho chúng ta tập trung. Do đó, màu xanh dương đậm (dark blue) là rất phù hợp.

Bếp: là trung tâm của căn nhà, bếp là nơi hội tụ tự nhiên, và trong chúng ta ai cũng dành nhiều thời gian ở đó, nơi chúng ta sửa soạn các bữa ăn, giúp con làm bài tập. Vì thế, bếp được sơn màu có tông vàng

là rất phù hợp. Bởi màu có tông vàng làm cho chúng ta cảm thấy đầy năng lượng và hạnh phúc, nó bắt mắt, nó khơi gợi, nó kích thích cảm giác của chúng ta về một sự tươi sáng và vui vẻ. Chúng ta không nhất thiết sơn toàn bộ bức tường mà có thể điểm xuyết bằng những hình ảnh nghệ thuật hay những đồ nội thất.

Phòng ăn: không chỉ để ăn, phòng ăn là trung tâm của chuyện trò tâm sự. Do vậy màu rượu chát/bordeaux rất thích hợp cho phòng ăn. ■

NHỮNG MÀU SẮC ĐÃ TRỞ THÀNH CHUẨN MỰC

Màu trắng áo cưới

Màu trắng cho áo cưới có dấu đã thành nếp chuẩn mực trên thế giới kể từ khi nữ hoàng Anh quốc Victoria chọn áo cưới màu trắng cho bà vào năm 1840.

Màu hồng cho bé gái & xanh dương cho bé trai

Có một điều trở trêu là vào năm 1921, Học viện Phụ nữ về khoa học của Mỹ đã chọn màu hồng cho bé trai và màu xanh dương cho bé gái, và phải mất 25 năm sau người ta mới nhận thức ra nó không phù hợp và đã thay đổi cho đến bây giờ.

Màu xanh dương của Facebook

Ít ai biết ông chủ Facebook Mark Zuckerberg lại là người không nhận dạng và phân biệt được màu xanh lá và màu đỏ. Đó là sự thổ lộ của Mark với tờ báo New Yorker vào năm 2010. Vì vậy, Mark đã chọn màu xanh dương làm màu logo cho Facebook. May mắn thay cho Facebook vì hơn 80% nhân sự trong ngành công nghệ thông tin nằm trong tay nam giới. Do đó, sự lan truyền là rất nhanh trong những năm đầu khi Facebook mới ra đời.



Tòa Bạch Ốc

Tòa nhà, nơi tổng thống Hoa Kỳ làm việc đã được tổng thống Theodore Roosevelt đặt cho cái tên là Tòa Bạch Ốc kể từ năm 1901. Nguyên nhân là bởi người ta đã tô phủ sơn trắng để bảo vệ bề mặt tường xốp dễ dơ bẩn và bám bụi của nó. Hiện nay, khi cần sơn lại Tòa Bạch Ốc người ta phải sử dụng một lượng sơn màu trắng lên đến 22.000 lít.

Phụ nữ và màu sắc

Theo một số nghiên cứu của các tạp chí khoa học, phụ nữ có khả năng phân biệt được 6 triệu màu sắc trong khi đó nam giới chỉ được 1/10. Phụ nữ có trí nhớ về màu sắc rất kỷ diệu, bởi một cụ bà 70 tuổi có thể còn nhớ lại màu áo bà cụ mặc hồi 20 tuổi trong dịp đi đám cưới hay tiệc tùng của ai đó. Cũng như trong các cuộc điều tra hình sự tội phạm, phụ nữ luôn giúp cho hồ sơ khai báo có đầy đủ chi tiết về người bị tình nghi từ việc đội mũ, mặc áo quần màu gì. Do vậy, thành viên của Color Marketing Group® CMG có hơn 70% là phụ nữ.

MÀU SẮC MÀU SƠN

Các nhà thiết kế cho rằng việc sơn sửa lại nhà cửa sẽ làm tăng giá trị căn nhà về cả hình thức lẫn nội dung. Tuy nhiên mục đích phải được làm sáng tỏ là sơn nhà để ở, để bán hay cho thuê. Và trong đó, yếu tố chọn màu cho hài hòa sẽ là một phần rất quan trọng trong tương quan của việc đầu tư với một chi phí tương đối nhỏ cho tiền sơn nhưng bù lại thì sẽ thu về được một kết quả khá lớn.

Bài **TRẦN VĂN CHÂU – CEO PAINT & MORE**

CÁC NHÀ MÀU SẮC HỌC CHO RẰNG CHỌN MÀU TRUNG TÍNH như các màu trong cây màu của Kelly-Moore bao gồm Màu 23 Swiss Coffee, 14 Frost, 27 Bone, 36 Navajo White... là rất an toàn.

Nhưng một số khác lại muốn thể hiện rõ bản chất của màu sắc thì phải dùng màu đậm và mạnh tông. Điều này nó đòi hỏi KTS/NTK phải rất am tường về màu sắc. Cùng với đó, họ phải hiểu rõ tâm lý, sở thích, ý muốn và cá gu thẩm mỹ của gia chủ thì mới chọn màu ưng ý. Bởi nếu nói rằng: “Âm nhạc là để diễn đạt tình cảm và tư tưởng của con người thì Màu sắc là Âm nhạc không lời được thể hiện cá tính của chúng ta qua không gian”.

1. Sơn nhà để bán hay cho thuê

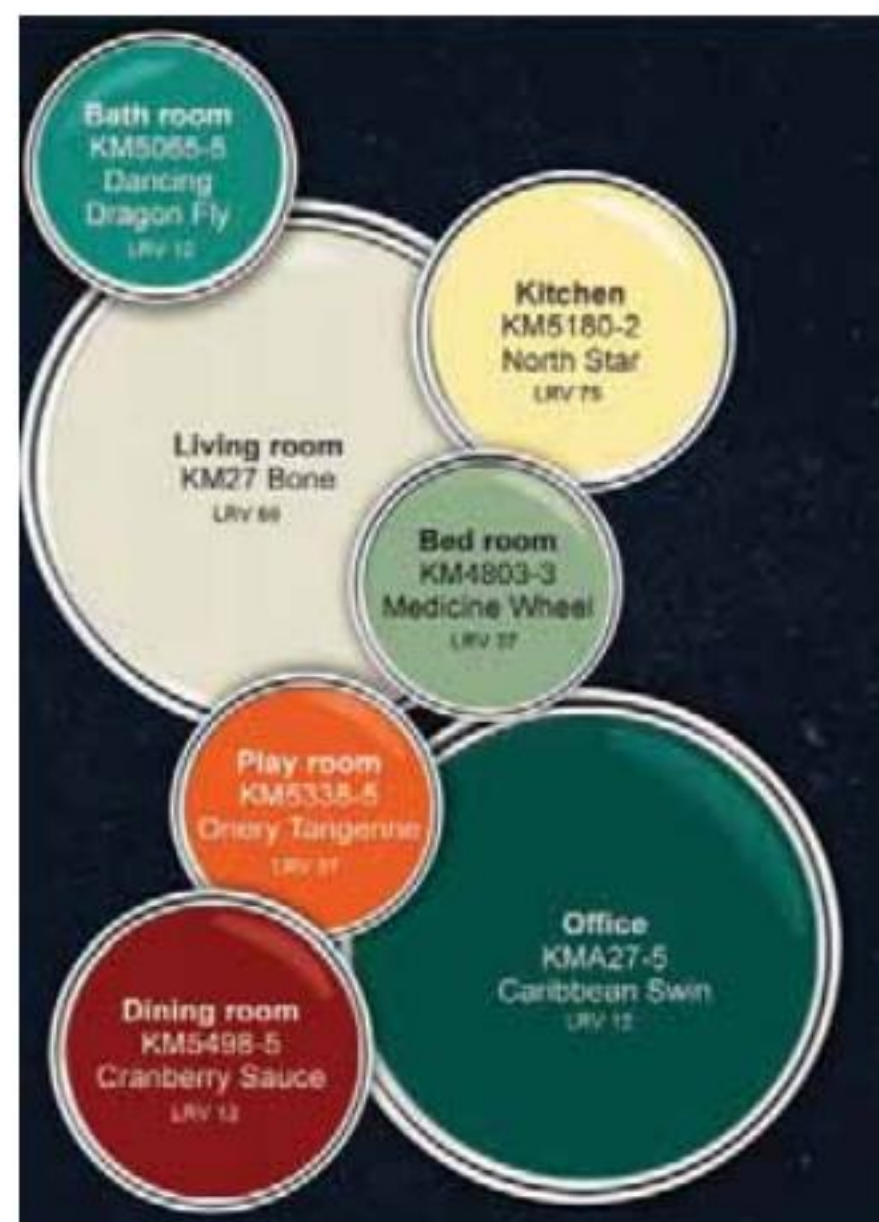
Nếu quý vị sơn nhà để bán hay cho thuê thì:

YES: Nên chọn các màu off white, kem nhạt như đề nghị ở trên để tạo ra không gian rộng lớn hơn thực tế cũng như màu trung tính sẽ không làm cho khách hàng có cảm giác xa lạ, không bị đưa vào trường hợp là khách hàng không thích một số màu nào đó.

NO: Đừng sơn màu trắng, bởi màu trắng nó tạo ra cảm giác lạnh nhạt. Nếu sử dụng màu beige thì cũng không nên chọn màu quá nhạt, bởi nó cho chúng ta cảm giác không ấm cúng. Tùy vào sự hài hòa của màu sắc mà nó có thể tôn lên cái đẹp của không gian và sẽ để lại trong tâm trí khách hàng tiềm năng cái gì đó sau khi rời căn nhà.

2. Nếu sơn nhà để ở, ngoài những màu đã được chúng tôi đề nghị ở các trang trước thì việc sơn màu cho cánh cửa chính cũng cần quan tâm. Hãy sơn màu thật nổi như cam, vàng, xanh, đỏ... sao cho thật hấp dẫn, ấn tượng để trước nhất là làm dấu ấn cho căn nhà của mình, sau là để dễ chỉ nhà cho bạn bè đến thăm, vì

Không gian & màu sơn



cánh cửa chính lớn hơn 2m² sẽ dễ tìm hơn là số nhà quá nhỏ.

Mới năm ngoái, đôi khi nghĩ về Màu sắc chúng tôi cảm thấy u minh và bối rối, bởi đi đâu cũng nghe nói toàn cả chuyện 4.0, IOT (internet of things), rồi 5.0, IOM (internet of minds). Mà theo chiều hướng này thì Màu của Năm sẽ đi về đâu! Hay rồi sẽ có tổ chức nào đó đưa ý kiến cho Màu của Tháng rồi Màu của Tuần! Vậy chúng ta sẽ tiếp nhận như thế nào? Bởi một khi mọi sự việc cứ theo cái đà này thì thông tin chia sẻ cũng chỉ trong tích tắc hay chỉ đi qua trong một sát na. Do vậy, ở mặt nào đó Covid đến không chỉ hoàn toàn tiêu cực mà nó cũng có mặt tích cực như để cảnh tỉnh chúng ta, cho ta thấy rõ lại các chân giá trị của cuộc đời và lập lại trật tự trong đời sống. Nó cho chúng ta có chút thời gian ngẫm suy những việc chúng ta nên làm. Trên tinh thần đó, chúng tôi thiết nghĩ: Hãy sống thật với chính mình. Hãy chọn màu theo sở thích. Đừng chạy theo xu hướng. Bởi xu hướng là nhất thời. Classic - Cổ điển mới lâu dài và bền vững.

Hôm nay trong đại dịch, quý vị có nhu cầu sơn sửa lại nhà cửa. Cần chọn màu đẹp, sang trọng hợp gu phương Tây hãy liên lạc với chúng tôi qua số điện thoại 028.7300 6045 hay 0909.143.900 hoặc email về info.pmCEO@gmail.com để được Color Team tư vấn từ màu sắc cho đến match màu cho quý vị. 

Màu sơn cánh cửa



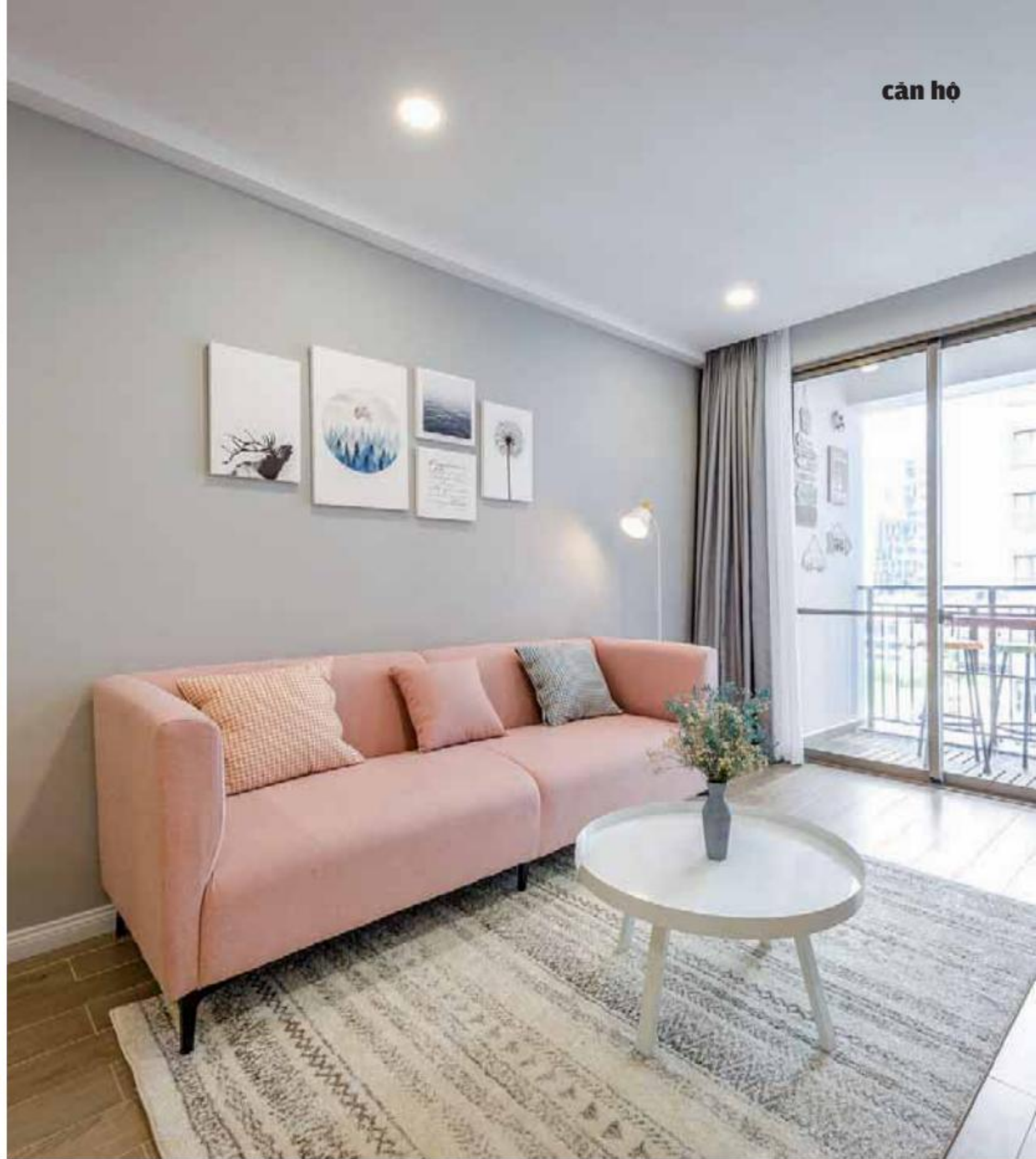


TIẾT CHẾ ĐỒ DÙNG ĐỂ THÊM KHÔNG GIAN

CĂN HỘ Ở CHUNG CƯ SAIGON SOUTH RESIDENCES VỚI DIỆN TÍCH CHƯA ĐẾN 70M² ĐƯỢC BÀN GIAO KHI CHƯA HOÀN THIỆN. CHỦ NHÂN LÀ MỘT CẶP VỢ CHỒNG TRẺ NÊN HỌ MUỐN CÓ MỘT KHÔNG GIAN SỐNG HIỆN ĐẠI, TƯƠI MỚI NHUNG PHẢI THẬT ĐƠN GIẢN VÀ THOÁNG

Bài **HỮU PHƯỚC** Ảnh **MINO BUI**

Thiết kế và thi công: Công ty TNHH Kiến trúc Nội thất Cộng Design
Văn phòng: 6-8 Nguyễn Thiện Thuật, P.24, Q.Bình Thạnh, TP.HCM
Website: www.congdesign.vn



căn hộ

CĂN HỘ VỚI THIẾT KẾ HIỆN ĐẠI, TƯƠI MỚI NHUNG LẠI RẤT GIẢN ĐƠN THEO ĐÚNG SỞ THÍCH CỦA GIA CHỦ

ĐỂ TẠO RA KHÔNG GIAN SỐNG NÀY, PHONG CÁCH tối giản (minimalist) và thiết kế mở được nhóm thiết kế ưu tiên lựa chọn để có không gian thật thoáng. Về màu sắc, những màu sáng trung tính được ưu tiên và nhấn nhá bằng mảng màu hồng của nội thất hoặc vàng sáng của chút vân gỗ ốp chân kệ.

Ban đầu căn hộ được bố trí theo mặt bằng tham khảo của chủ đầu tư có khá nhiều khuyết điểm như kệ tivi nhỏ, khoảng cách sofa và bàn ăn lớn, tường của khu vực bếp có nhiều góc cạnh khiến không gian tổng thể trở nên rời rạc, mất cân đối... Giải quyết bài toán này, kiến trúc sư đã quyết định bố cục lại bằng cách tạo phần tủ tivi âm tường, kết hợp sử dụng cửa giấu khuôn để tăng tính liên mạch, hơn thế sẽ làm cho chiều ngang phòng khách rộng rãi và thông thoáng. Đồ đạc cũng được tiết chế tối đa và sắp xếp hợp lý.

Không gian đảo bếp và bàn ăn sử dụng gương phản quang màu xám khói tạo hiệu ứng cảm giác rộng và sang trọng hơn. ■



KIẾN TRÚC SƯ ĐÃ KẾT HỢP ĐẢO BẾP VÀ BÀN ĂN NỐI LIỀN ĐỂ CÓ THỂ THÊM NHIỀU CÔNG NĂNG HƠN CŨNG LÀ MỘT TRONG NHỮNG ĐIỂM NHẤN CHÍNH CHO CĂN HỘ





PHÒNG NGỦ RỘNG, GÓC NHÌN THOÁNG RA KHÔNG GIAN BÊN NGOÀI





THƯ GIÃN GIỮA BÊ TÔNG, SẮT, KÍNH & ĐỒNG

DO CÔNG VIỆC ĐÃ CHIẾM HẦU HẾT
KHOẢNG THỜI GIAN BAN NGÀY, MONG
MUỐN CỦA GIA CHỦ LÀ ĐƯỢC VỀ
“NHÀ”, VỀ KHÔNG GIAN YÊU THÍCH, VỀ
NƠI MÀ MÌNH CÓ THỂ CÓ NHỮNG TRẢI
NGHIỆM CHO RIÊNG MÌNH

Bài **VAN** Ảnh **MINO BUI**

Công ty: NHÀ VUI VAN AN - VA Design & Construction

Địa điểm: Pearl Plaza - 561A Điện Biên Phủ, P. 25,
Q. Bình Thạnh, TP.HCM

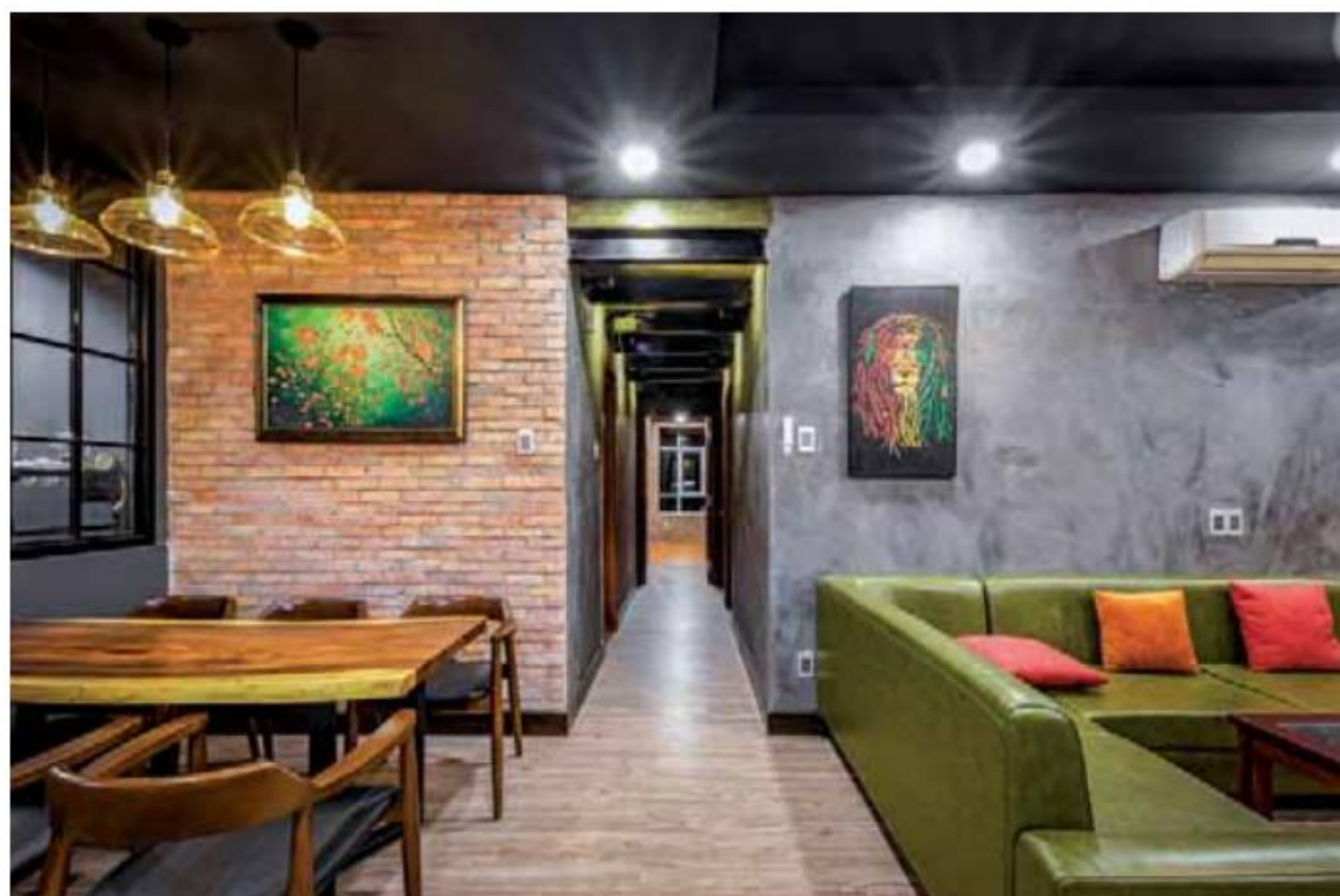
Website: www.nhavuivanan.com



KHÔNG GIAN PHÒNG KHÁCH VÀ PHÒNG ĂN LIÊN THÔNG. NHỮNG VẬT LIỆU NHƯ GẠCH, XI MĂNG THÔ, MÀU SƠN ĐEN, KÍNH CỬA NỘI THẤT THEO PHONG CÁCH CÔNG NGHIỆP ĐƯỢC SỬ DỤNG MỘT CÁCH HỢP LÝ, CÓ TIẾT CHẾ GIÚP KHÔNG GIAN NÀY TRỞ NÊN NHẸ NHÀNG ẤM CÚNG

Ở CĂN HỘ NÀY, CÔNG NĂNG ĐƯỢC CÁC KIẾN TRÚC SƯ THAY ĐỔI khá nhiều so với hiện trạng để phù hợp với nhu cầu riêng của gia chủ, đặc biệt là không gian bếp. Bếp mới sau khi hình thành đã giải quyết được vấn nạn về mùi lan tỏa đến những không gian khác khi sử dụng bếp. Đồng thời, người thiết kế tạo thêm một bàn ăn, bàn trà mini vừa để tận dụng khoảng không gian thoáng đang vốn ít ỏi của ban công chung cư, vừa tăng sự liên kết giữa trong và ngoài nhà.

Phong cách công nghiệp rất được chủ nhà yêu thích. Tuy nhiên, do nhiều vấn đề chủ quan và khách quan cùng với sự giới hạn về kinh phí, nhóm kiến trúc sư đã chắc





KHÔNG GIAN THÔ VỚI NHỮNG BỨC TƯỜNG MỘC, TRẦN MÀU XÁM ĐEN PHÙ HỢP VỚI NỘI THẤT ĐƠN GIẢN, MỘC MẠC. BẾP MANG PHONG CÁCH CÔNG NGHIỆP. THIẾT KẾ ĐỐI XỨNG ĐỂ THUẬN TIỆN THAO TÁC. LẤY SÁNG BẰNG CÁCH SỬ DỤNG MẢNG TƯỜNG KÍNH LỚN



lộc, tiết chế những yếu tố của phong cách này đưa vào thiết kế qua việc sử dụng vật liệu, biến căn hộ chung cư đơn thuần trở thành không gian giải trí, nghỉ ngơi, thư giãn với bê tông, sắt, kính, đồng nguyên tấm... thể hiện cá tính riêng của chủ nhà nhưng lại rất ấm cúng.

Với sở thích đặc biệt của gia chủ, các vật liệu thô đã được cân nhắc đưa vào nội thất, kết hợp với cây xanh, mang lại trải nghiệm mới cho không gian sống, cảm nhận của người sử dụng như thư giãn ở một quán cà phê. Toàn bộ trần nhà được thay đổi từ màu trắng thành xám đen, kết hợp cách thức bố trí đèn phù hợp tạo ra một không gian nghỉ ngơi ấm cúng và khác lạ. 



CÁC PHÒNG CHỨC NĂNG NHƯ PHÒNG NGỦ, PHÒNG LÀM VIỆC ĐƯỢC BÀI TRÍ ĐƠN GIẢN VỚI NHỮNG MẢNG TƯỜNG THÔ, ĐƠN SẮC. ĐỒ DÙNG NỘI THẤT VÀ CỬA CHỦ YẾU BẰNG GỖ VỚI ĐƯỜNG NÉT ĐƠN GIẢN ĐỂ GIÚP KHÔNG GIAN THOÁNG HƠN





Hệ thống 12 bể bơi được bố trí độc đáo từ cao xuống thấp, trải dài ra tận bờ biển. Điểm nhấn là bể bơi hướng biển dài 75 mét và bể bơi người lớn được điểm xuyến bởi những căn lều cabana và những chiếc ghế tắm nắng

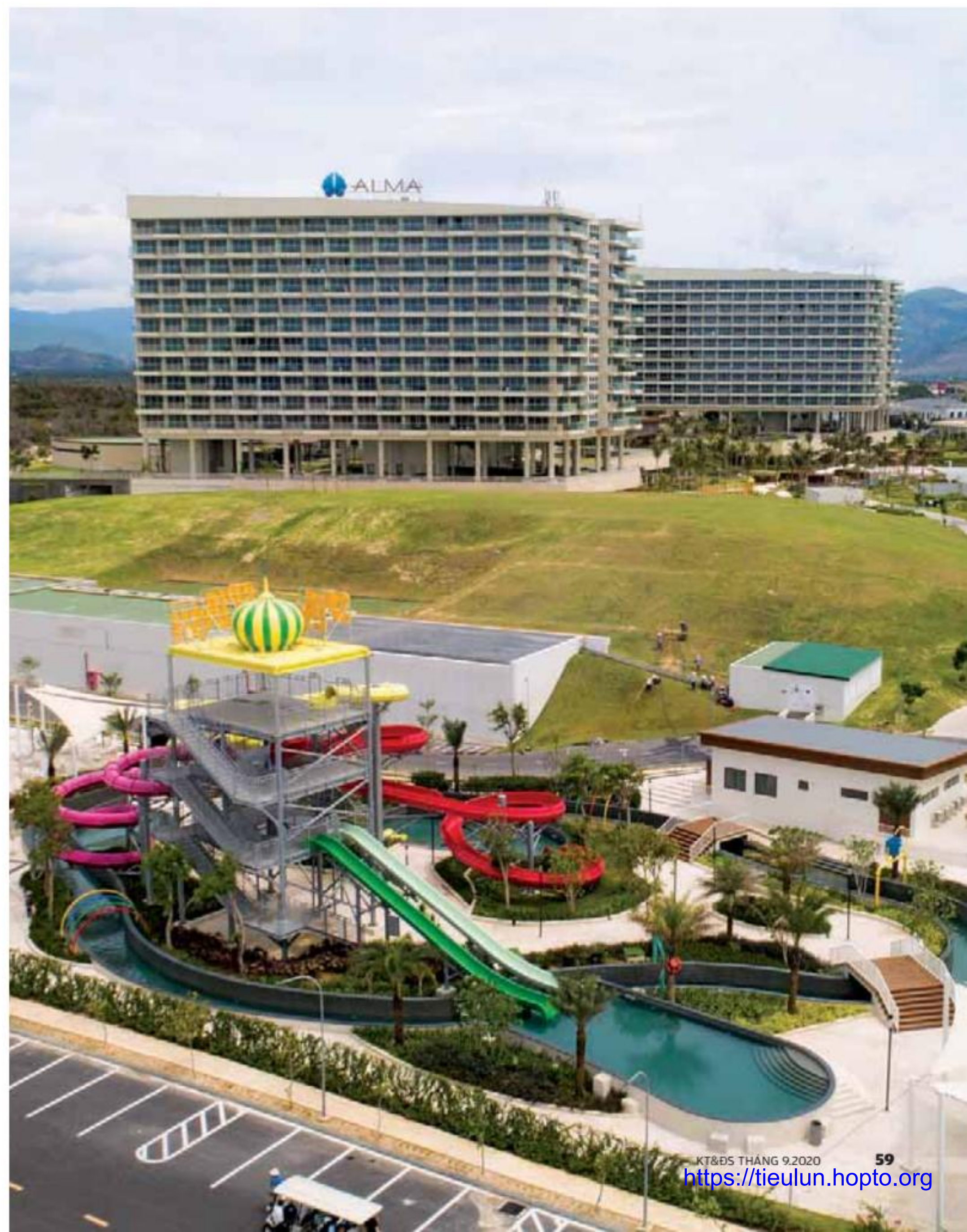
ĐẲNG CẤP ALMA

Với quy mô 196 biệt thự cao cấp, 384 căn hộ thượng hạng, chuỗi 14 khu vực ẩm thực quốc tế sang trọng, 12 bể bơi hướng biển độc đáo và nhiều tiện ích xứng tầm quốc tế, khu nghỉ dưỡng Alma Resort mang đến một phong cách nghỉ dưỡng đẳng cấp mới trên bán đảo Cam Ranh.

Bài và ảnh **CTV**



Alma có khu chăm sóc sức khỏe Le Spa với 13 phòng trị liệu biệt lập với nhiều liệu trình thư giãn. Phòng Fitness Gym được trang bị đầy đủ máy chạy bộ, tập tạ, máy tập cardio và nhiều thiết bị tập thể dục thể hình tối tân



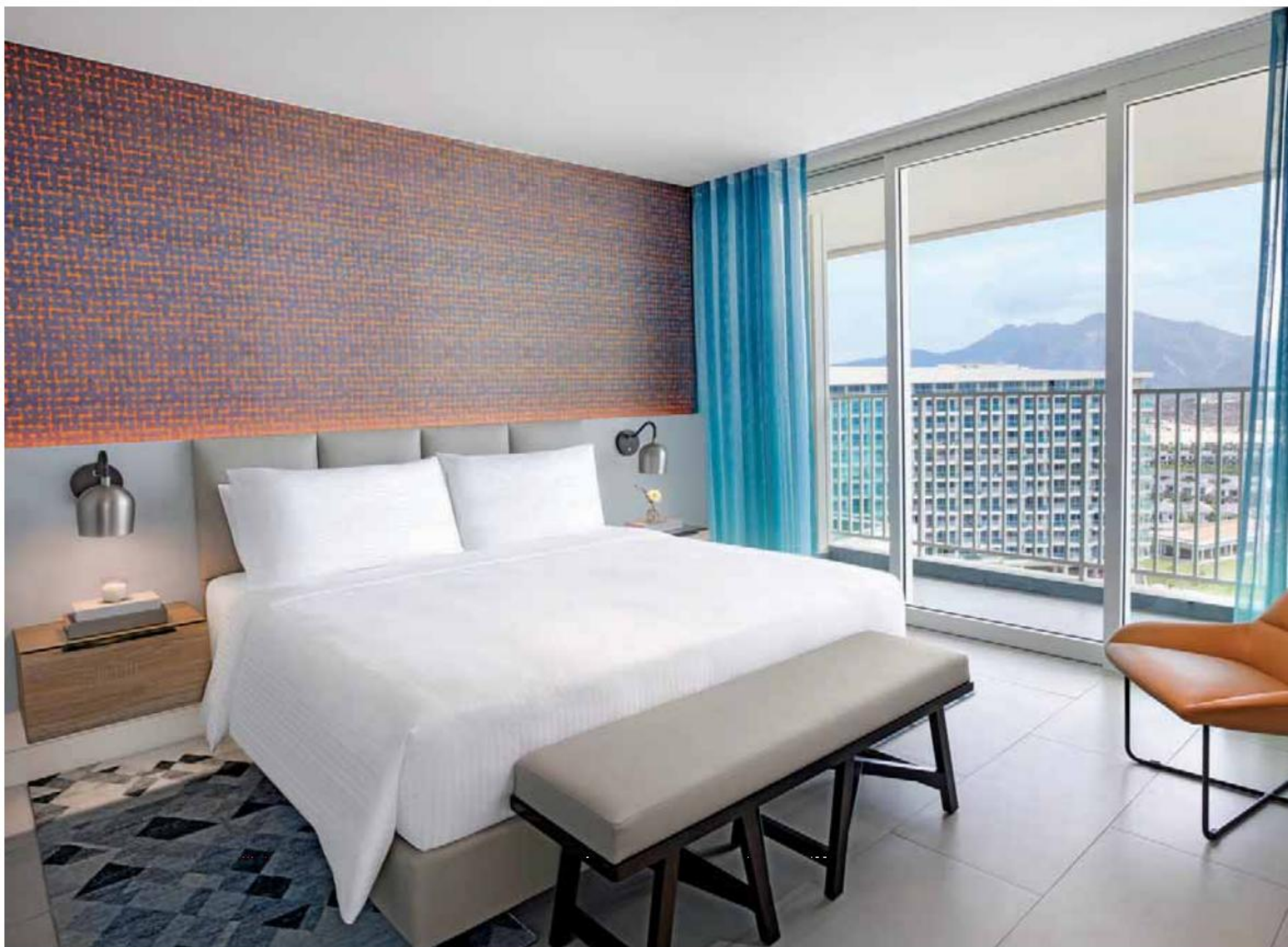


ALMA CÓ PHONG CÁCH THIẾT KẾ ĐƯƠNG ĐẠI VỚI GAM MÀU TRUNG TÍNH NHU TRẮNG, vàng đất, xanh lam và lối kiến trúc tối giản nhưng hiện đại, được trang trí với những tác phẩm nghệ thuật trừu tượng. Những vách kính trong suốt từ trần đến sàn nhà giúp lấy ánh sáng tự nhiên và mang đến tầm nhìn hướng biển ngoạn mục cho tất cả 580 phòng suite và biệt thự pavilion của khu nghỉ dưỡng. Từ tất cả các phòng nghỉ, khách đều có thể chiêm ngưỡng bức tranh phong cảnh của Bãi Dài.

Trong bài viết của số báo này, tạp chí Kiến Trúc & Đời Sống sẽ giới thiệu những thiết kế, bố trí bên trong các phòng suite của địa điểm này. Riêng không gian của các biệt thự sẽ được chúng tôi giới thiệu trong một số báo khác. Đây đủ hơn.

Khu nghỉ dưỡng Alma có 384 căn hộ thượng hạng, được bố trí trong hai tòa nhà hình chữ V. Tất cả đều có hướng nhìn ra Bãi Dài và Biển Đông.

Ba hạng phòng suite của Alma đều thuộc top phòng khách sạn rộng nhất ở Việt Nam: phòng suite hướng biển với 1, 2 hoặc 3 phòng ngủ có diện tích tương ứng 71, 114 và 165m². Với tầm nhìn không giới hạn ra đại dương, tất cả phòng suite đều có





không gian đẹp

Ảnh hai trang Ba hạng phòng suite của Alma đều thuộc top phòng khách sạn rộng nhất ở Việt Nam: phòng suite hướng biển với 1, 2 hoặc 3 phòng ngủ có diện tích tương ứng 71, 114 và 165m²



ban công để khách ngắm nhìn những chiếc thuyền đánh cá của ngư dân địa phương và những hòn đảo nhấp nhô ngoài khơi xa.

Tất cả các phòng suite đều có phòng ngủ lớn, bồn ngâm tắm và vòi sen mưa riêng biệt, phòng khách rộng rãi với những chiếc sofa cỡ lớn, nhà bếp và phòng ăn thoáng đãng. Các hạng phòng đều được trang bị đầy đủ tiện nghi cho kỳ nghỉ dưỡng thượng lưu, như điều hòa không khí được điều khiển bằng cảm biến, tivi Bluetooth; nhà bếp có đầy đủ lò vi sóng, tủ lạnh, máy pha trà và cà phê. 

Alma sở hữu hệ thống 14 khu vực phục vụ ẩm thực đa dạng: nhà hàng Alma Garden với thực đơn Âu-Á hấp dẫn; nhà hàng Asiana với tinh hoa ẩm thực châu Á; nhà hàng biển Atlantis là địa điểm lý tưởng cho những bữa tối ngoài trời; nhà hàng La Casa với nền ẩm thực Ý; khu ẩm thực Alma Food Court với 6 nhà hàng; cùng hệ thống quầy bar với Alma Lounge, The American Bar, Pool Bar và Beach Bar.

NGUYỄN MINH HIẾU

Làm nghệ thuật là được vẽ cái mình thích

Dầu, dó, sơn mài, gổm với đủ phong cách từ tả thực đến trừu tượng, đây là hành trình hoạt động nghệ thuật của Nguyễn Minh Hiếu, một họa sĩ miệt mài sáng tác – sống – yêu – đau đầu với nghệ, tự cho mình là kẻ hành nghệ, làm nghệ, không phải là nghệ sĩ.

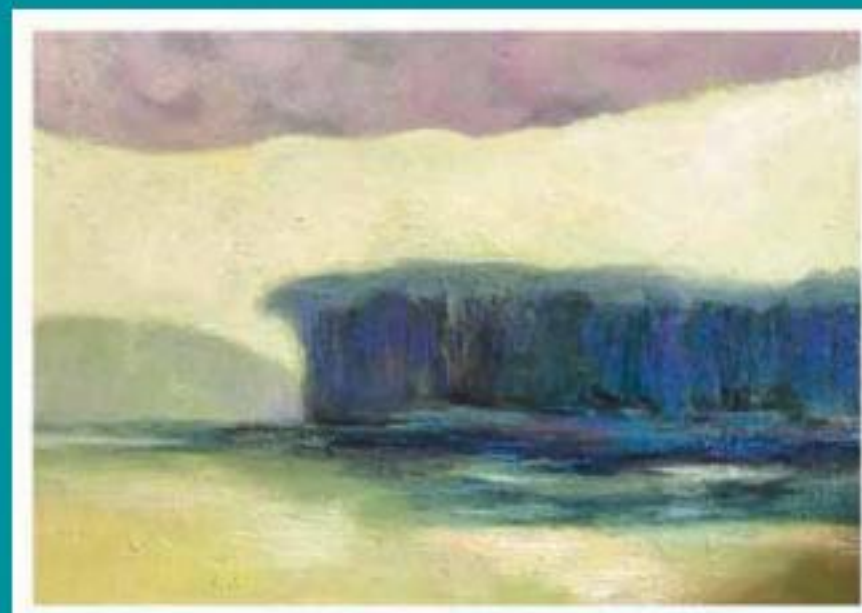
Bài và ảnh **NGUYỄN ĐÌNH**



VỀ LÀ GÌ? NGUYỄN MINH HIẾU ĐỊNH DẠNG RẤT GỌN:

“Vẽ là để làm tươi mới bản thân”. Chỉ thế thôi, nhưng cái vụ... tươi mới ấy, nếu xem trong chặng hành trình sáng tác của Hiếu, sẽ dễ hiểu ngay người họa sĩ này có cảm giác rất chán chuyện ăn mòn mãi một món. Thế nên trong số đa phần tranh sáng tác của Hiếu là chất liệu sơn dầu, lại thấy có cả dó, lan sang gổm, quay trở lại sơn mài... xem vẽ rất loay hoay. Hỏi chuyện về chất liệu với Hiếu, hóa ra cái loay hoay vẽ ngoài ấy lại đây chủ ý, Hiếu bảo: “Cái cần của họa sĩ, ấy là sự tự do. Chất liệu chỉ là phương tiện thôi, và đã vẽ, tôi quan niệm chất liệu gì mình cũng phải biết, phải hiểu, phải trải qua. Lý tưởng là làm đến nơi đến chốn, bằng không thì cũng biết phân nào, vì đây là kiến thức, là trải nghiệm, kinh nghiệm, có dây vào thì mới ngộ ra nhiều lẽ. Thế nên trong sáng tác, tôi chẳng bị gò vào chất liệu cụ thể nào cả”.

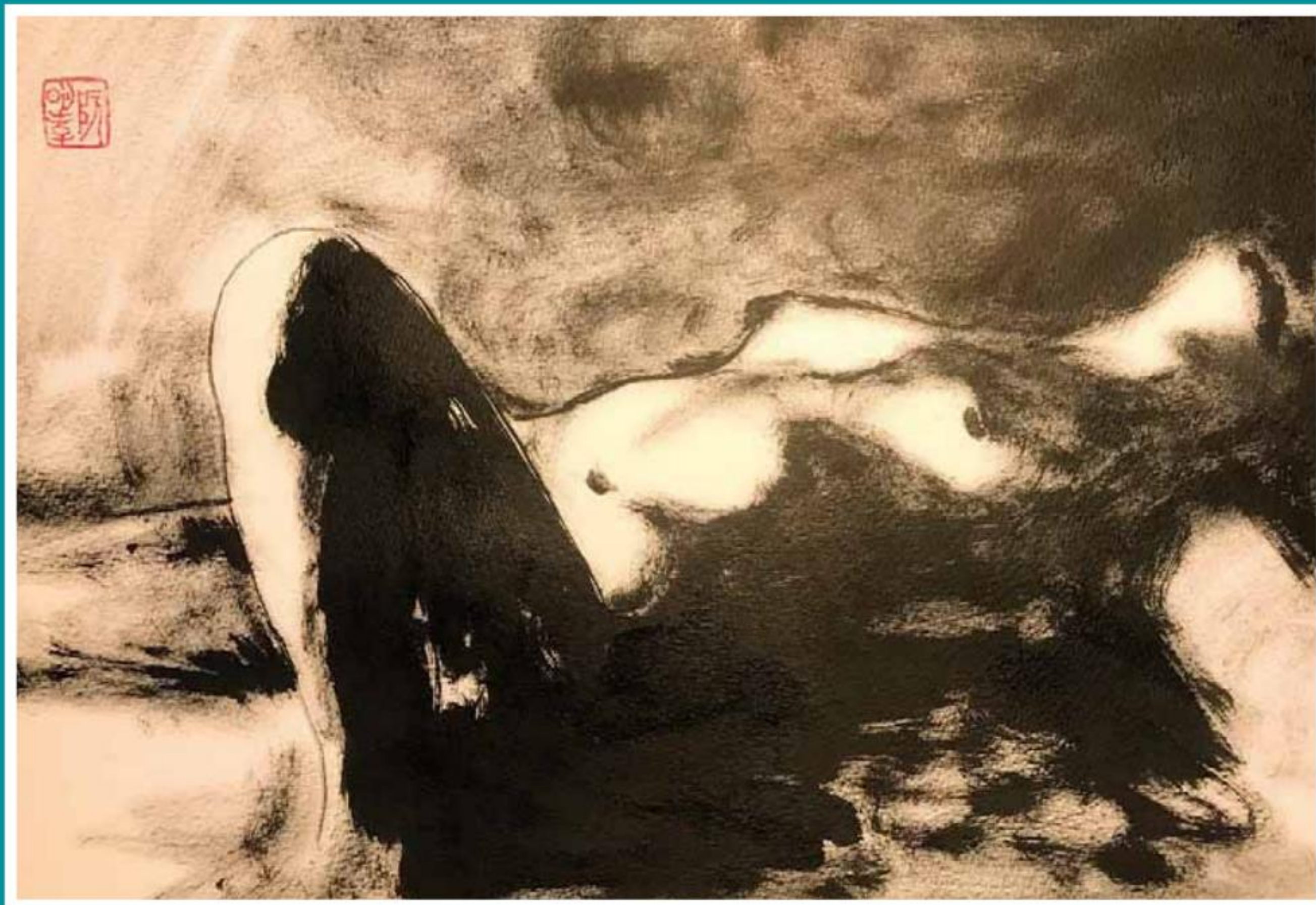
Trong loạt tranh giới thiệu ở chuyên mục số này, Hiếu đưa ra hầu hết các tác phẩm vô hình, chỉ số ít hữu hình. Nói về phong cách sáng tác tả thực hay trừu tượng, Hiếu thủng





Vito Hieu, cái cần của người họa sĩ là sự tự do, chất liệu chỉ là phương tiện. Đã vẽ thì chất liệu gì cũng phải biết, phải hiểu, phải trải qua. Đã làm thì phải làm đến nơi đến chốn.



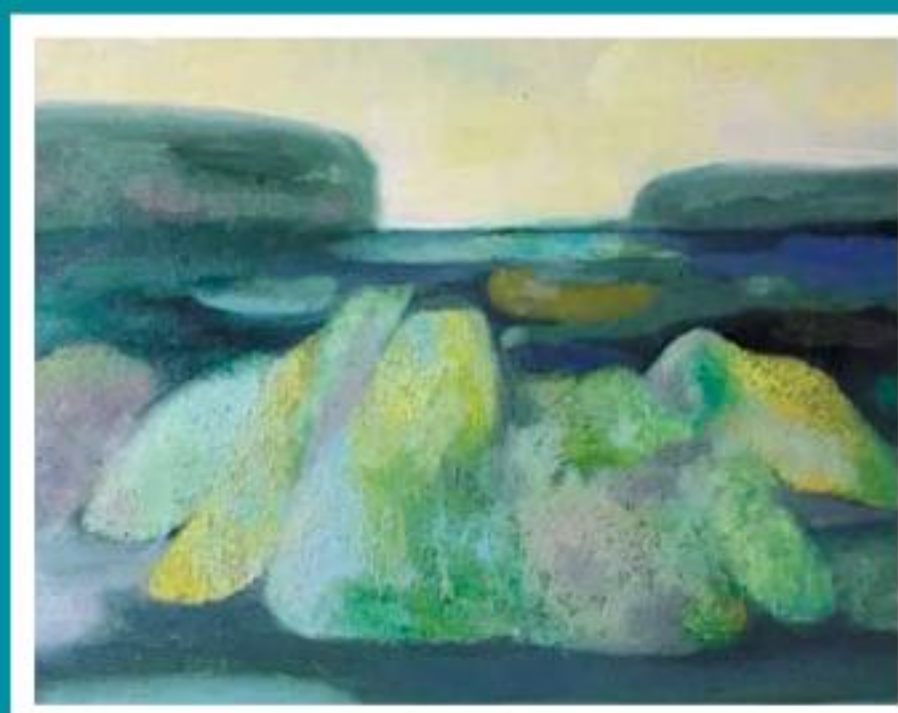
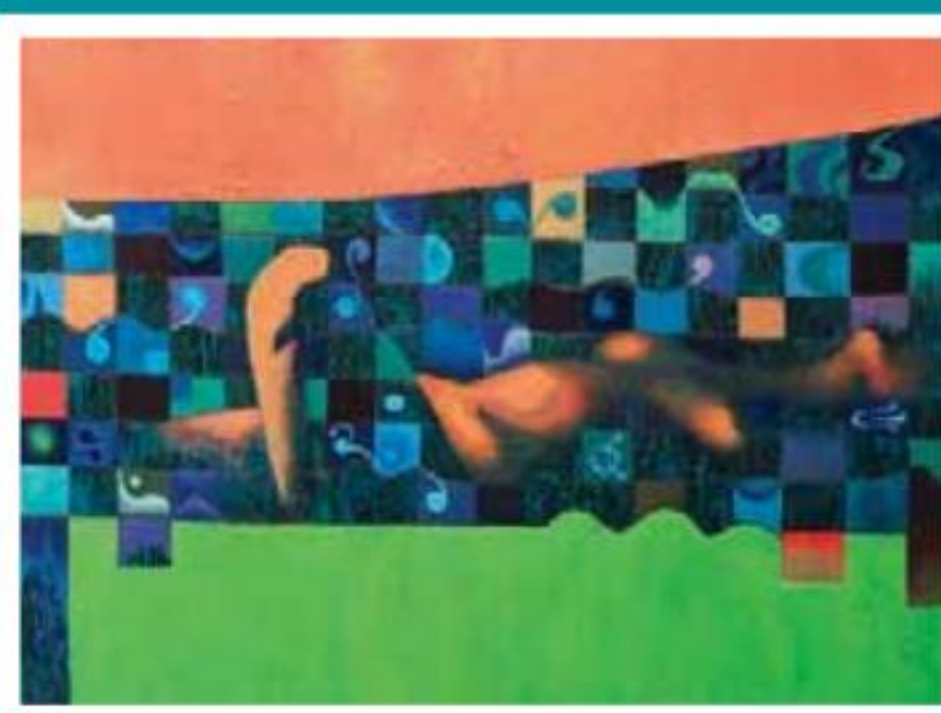


thăng báo: “Ngày xưa tôi vẽ tả thực đầy chữ, từ đầu những năm 2000, nhưng rồi thấy nó chán lắm, không hợp tạng với mình. Tả thực nó khiến mình gò bó, tù túng, trong khi lại thích bay bổng, thăng hoa. Vậy là chuyển đề tài sang trừu tượng”.

Từ có hình, đến không hình, chỉ với vài từ diễn tả, nhưng để thể hiện thành quá trình hoạt động nghệ thuật, nó là cả hành trình dài, bởi với Hiếu nghệ thuật là con đường dài, rất dài, không thể đi tắt đón đầu. Tất cả ý tưởng, kỹ thuật, tư duy,

lối thể hiện, đều là kiến thức, là kinh nghiệm, có cả thất bại, cay đắng chứ chẳng bao giờ toàn một màu hồng. Hiếu đúc kết: “Làm nghệ thuật nghiêm túc thì không vội vàng được”.

Ở những tác phẩm trừu tượng của Hiếu, không khó để nhận ra yếu tố thiên nhiên, phong cảnh được biểu đạt khá rõ nét. Hiếu tâm sự: “Tôi thích cảm giác được hòa nhập vào thiên nhiên, nên khi vẽ, các tác phẩm trừu tượng thường lấy thiên nhiên làm cơ thể hiện. Tôi vẽ suy nghĩ, tâm trạng, cảm xúc con



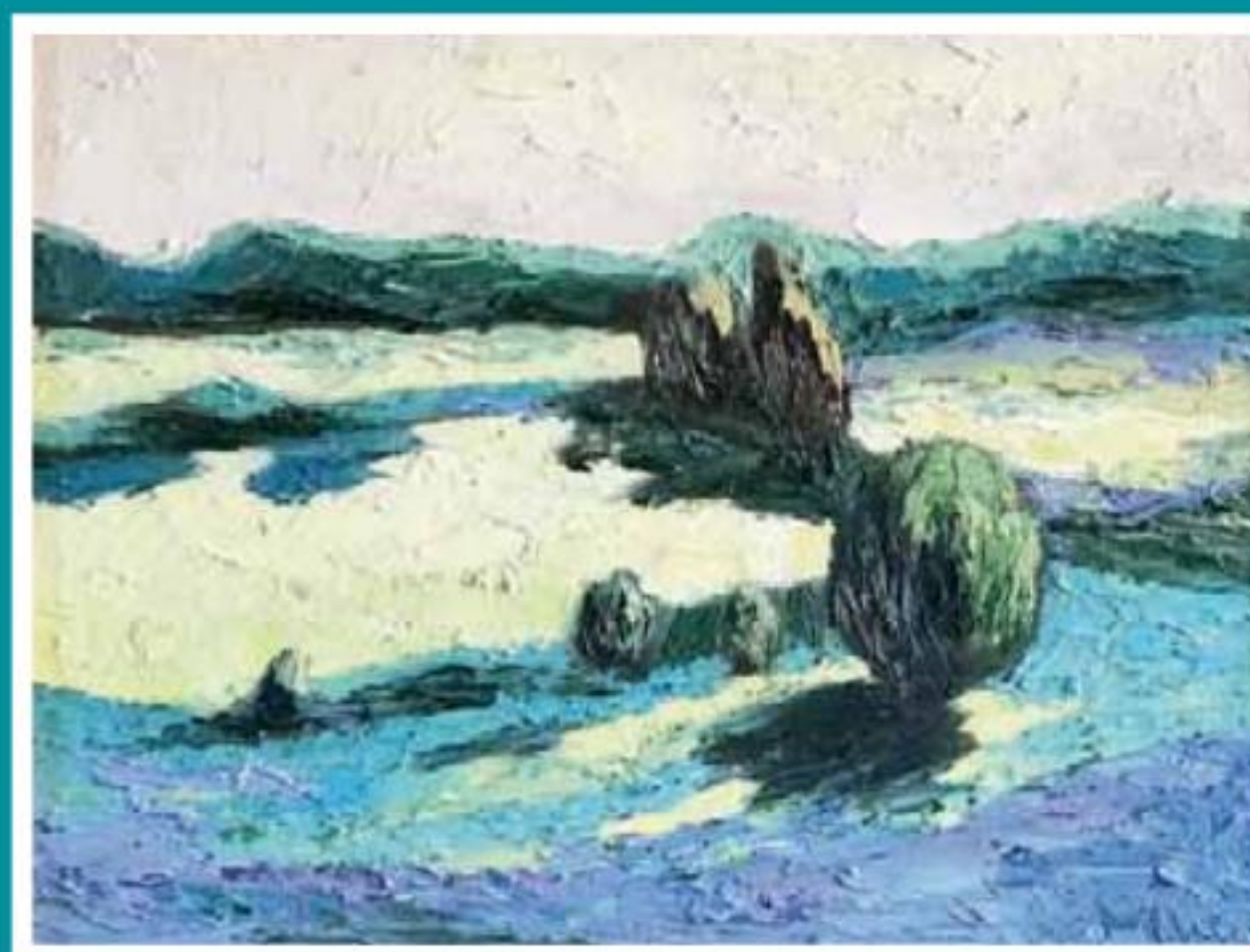


Ngoài các sáng tác về quê hương, đất nước, Nguyễn Minh Hiếu còn có cả những bức tranh vẽ về người phụ nữ trong xã hội hiện đại

người, những thứ không thể nói bằng lời, kể cả những buồn vui, chán nản, hoặc không thể giải bày... thì tôi đưa vào tranh. Tranh chỉ có cảnh, hoặc giống như cảnh, tuyệt nhiên không có người, nhưng đấy chính là tôi vẽ tôi đấy”.

Với những tác phẩm có hình, nhất là loạt tranh mới Hiếu đang sáng tác, đường nét người phụ nữ được biểu đạt rõ. Hiếu lý giải: “Loạt tranh mới này tôi vẽ về đề tài người phụ nữ trong xã hội hiện đại, quan niệm phụ nữ là một nửa, yếu tố nữ quyền, yếu tố bình đẳng giới... tất cả đều hay. Nhưng xã hội giờ khiến phụ nữ gánh chịu nhiều đau khổ thời cuộc, thậm chí đau đớn, cay nghiệt hơn với những quy phạm công - dung - ngôn - hạnh của phụ nữ ngày xưa, họ có quá nhiều việc phải làm, từ suy nghĩ, gia đình, sự nghiệp, công việc, con cái... và cả những giằng co giữa việc làm một phụ nữ truyền thống hay hiện đại”.

Quan sát, trải nghiệm và đưa những miên man suy nghĩ của nhịp đời, thời cuộc vào sáng tác, Nguyễn Minh Hiếu bày tỏ: “Đau đầu của họa sĩ là phải tìm con đường riêng cho mình. Đây là thứ ai cũng muốn, nhưng con đường như thế nào? Nếu cứ thẳng tắp, sáng tác theo lối mòn, từ chất liệu, tư duy đề tài, ngôn ngữ màu sắc... thế thì buồn lắm. Càng ra nhiều tác phẩm giống nhau, lại càng buồn. Tôi vẽ, không để lý trí gò ép cảm



xúc, đứng trước tấm toan trắng, cảm giác như đang đối diện với những con người, sự vật, cả những cảm xúc đầy lạ lẫm, để rồi thể hiện cái lạ ấy thành tác phẩm theo ngẫu hứng, không bị trói buộc bởi bất kỳ điều gì. Được vẽ cái mình thích, với tôi, đấy mới là làm nghệ thuật”.



CÔNG VIÊN HỘI AN

ĐƯA VÀO SỬ DỤNG TỪ GIỮA THÁNG 7.2020, CÔNG VIÊN HỘI AN ĐƯỢC XÂY DỰNG VỚI MỤC ĐÍCH TRỞ THÀNH MỘT TRUNG TÂM GIAO LƯU VỚI QUẢNG TRƯỜNG CÔNG VIÊN CÓ SỨC CHỨA 5.000 CHỖ, MỘT NHÀ VĂN HÓA CHO THANH THIẾU NIÊN, MỘT ĐỊA ĐIỂM SINH HOẠT VUI CHƠI GIẢI TRÍ, RÈN LUYỆN SỨC KHỎE CHO NGƯỜI DÂN

Bài **VP ảnh** **ĐƠN VỊ THIẾT KẾ CUNG CẤP**

*Đơn vị thiết kế: cty TNHH Thiết kế kiến trúc xây dựng
Phúc Tân Việt*

Chủ trì thiết kế: ThS. KTS Đinh Văn Phúc



Công viên Hội An là một công trình cấp tỉnh đạt chuẩn quốc gia về cảnh quan đô thị và điểm nhấn đô thị cũng như mang ý nghĩa quan trọng về biểu tượng truyền thống, lịch sử của thành phố Hội An.

Quy hoạch tổng thể dựa trên cơ sở:

- Khai thác tối đa yếu tố địa hình, hiện trạng khu đất nhằm tạo ra một tổng thể hài hòa giữa khu đất quy hoạch với cảnh quan chung quanh
- Cây xanh, hồ nước được xem là yếu tố cần thiết trong quy hoạch và đó cũng chính là yếu tố thư giãn, tạo vi khí hậu cho công viên
- Tạo nên những sắc thái văn hóa đặc trưng của Hội An, góp phần tăng vẻ đẹp cảnh quan đô thị thành phố...

CÔNG VIÊN HỘI AN ĐƯỢC XÂY DỰNG NHẪM MỤC ĐÍCH CHÍNH TRANG ĐÔ THỊ VỚI CÁC CÔNG TRÌNH KIẾN TRÚC CÓ SẮC THÁI VĂN HÓA ĐẶC TRƯNG, tạo bộ mặt cảnh quan kiến trúc khang trang và làm phong phú cuộc sống văn hóa tinh thần của cư dân đô thị. Đồng thời tạo một cảnh quan thiên nhiên thoáng rộng; góp phần cân bằng sinh thái cho môi trường khu vực.

Công viên được thiết kế với quảng trường lớn ($5.026m^2$) là tâm điểm cho toàn bộ cục, có khoảng lùi sâu 160m so với trục đường Phạm Hồng Thái nhằm tạo tầm nhìn cũng như không gian giao tiếp cho toàn bộ công viên. Khi có sự kiện lớn thì quảng trường có khả năng mở rộng hai bên thêm $4.000m^2$.

Các công trình trong công viên được thiết kế với chiều cao tối đa là 2 tầng với vật liệu chủ yếu như bê tông cốt thép, kính kết hợp với nguồn vật liệu có sẵn tại địa phương như gạch, cát, đá, gỗ. Vật liệu trang trí sử dụng loại vật liệu

sản xuất trong nước hoặc liên danh với nước ngoài nhằm tiết kiệm chi phí xây dựng nhưng vẫn đảm bảo yêu cầu mỹ quan và bền vững lâu dài. Màu chủ đạo công trình là màu gỗ, màu trắng, cùng với hình ảnh kiến trúc Hội An tạo nên sự hài hòa với môi trường xung quanh.

Công viên được tổ chức 6 lối vào, gồm:

- + Lối vào chính trên trục đường Phạm Hồng Thái
- + Lối vào phụ trên trục đường Trần Hưng Đạo, Lý Thường Kiệt
- + Lối vào bãi xe trên trục đường Trần Hưng Đạo
- + Lối vào bãi xe trên trục đường Lý Thường Kiệt
- + Lối vào bãi xe trên trục đường Phạm Hồng Thái

Các khối công trình và quảng trường lớn được bố trí chủ yếu trải dài theo trục đông tây, hướng chính công trình là hướng đông - trục đường Phạm Hồng Thái. Tầng trệt của trung tâm giao lưu văn hóa - công trình lớn nhất trong



Màu chủ đạo công trình là màu gỗ, màu trắng, cùng với hình ảnh kiến trúc Hội An tạo nên sự hài hòa với môi trường xung quanh. Điểm đặc biệt của công viên văn hóa là 9 trụ biểu điêu khắc do các nghệ nhân làng gốm Thanh Hà - Hội An thực hiện



công viên được bố trí một số không gian trưng bày cố định (cho một số tỉnh thành hay quốc gia kết nghĩa với thành phố Hội An) và bố trí thêm không gian trưng bày triển lãm theo định kỳ tại vị trí sảnh chính. Mặt bằng lầu bố trí hội trường lớn 700 chỗ - mang tính đa năng (bố trí vách ngăn di động) nên có thể chia thành hội trường nhỏ khi có số lượng người ít hơn.

Điểm đặc biệt của công trình là 9 trụ biểu điêu khắc cùng có chiều cao khoảng 7m, trong đó có phân đế và phân trụ, đường kính trụ 1,26m (trụ số 1 có thể cao to hơn). Phân đế trụ và cốt được sử dụng chất liệu bê tông cốt thép.

- Phù điêu trên các trụ sẽ được sử dụng chất liệu đất nung từ chính làng gốm truyền thống Thanh Hà - Hội An và được người dân làng gốm thực hiện.

- Các trụ nghệ thuật điêu khắc được làm bằng gốm từ chất liệu đất sét (từ sa) của đồng ruộng phù sa dòng sông Thu Bồn; thể hiện sự truyền lưu, kế thừa một nghệ thuật truyền thống nổi tiếng của Hội An được nâng tầm về mỹ thuật, kỹ thuật, nghệ thuật trong thời đại mới.

Các trụ này khắc họa những giá trị lịch sử - văn hóa đặc trưng của vùng đất và con người quê hương Hội An - Quảng Nam.



Mỗi trụ biểu tại đây được vẽ, điêu khắc trên từng thân trụ và mang những ý nghĩa riêng. Cụ thể:

Trụ cái: Là trụ chủ đạo mang ý nghĩa nguồn gốc và dòng chảy văn hóa. Thể hiện chung về bản sắc văn hóa dân tộc Việt Nam (trống đồng và các biểu tượng văn hóa nổi bật...) của Quảng Nam (truyền thống ngũ phụng tế phi, trung dũng kiên cường trong kháng chiến chống giặc ngoại xâm, anh hùng trong lao động xây dựng quê hương; hình ảnh đặc tả núi sông, làng quê, ruộng đồng xứ Quảng...)

Trụ số 2: Mở mang bờ cõi, xây dựng cơ đồ

Trụ số 3: Anh hùng trong kháng chiến

Trụ số 4: Anh hùng trong lao động

Trụ số 5: Hội nhập và phát triển

Trụ số 6: Tiềm năng biển đảo

Trụ số 7: Tiềm năng sông nước

Trụ số 8: Nhân văn làng quê - làng nghề Hội An

Trụ số 9: Kết nối nhân tâm

Vị trí

- + Phía bắc: giáp đường Lý Thường Kiệt
 - + Phía tây: giáp bệnh viện đa khoa Hội An
 - + Phía nam: giáp đường Trần Hưng Đạo
 - + Phía đông: giáp đường Phạm Hồng Thái
- Tổng diện tích đất khu vực quy hoạch: 45.450m²

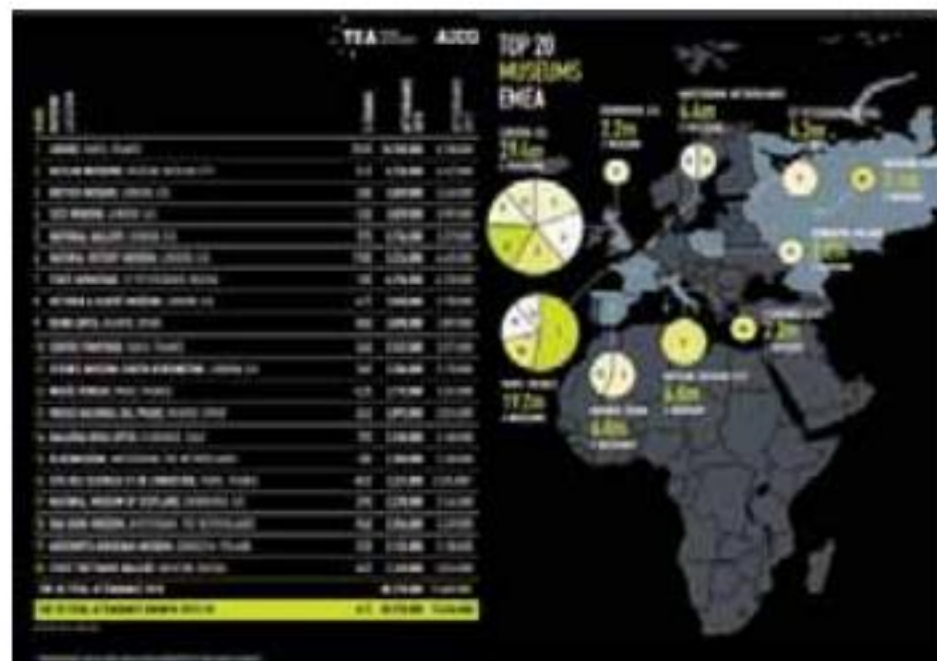
Để BẢO TÀNG không chỉ là nơi trưng bày

Tổng thể khu Marina Bay với điểm nhấn là bảo tàng ArtScience vươn xoe như bông hoa trên mặt nước



Những con số chứng minh, ở Pháp, năm 2018 có 19,2/89,4 triệu du khách ghé thăm chỉ ở 4 bảo tàng nổi tiếng nhất thế giới (ở Pháp có đến 537 bảo tàng) chiếm (21%), ở Mỹ là 64% trong tổng số 217 triệu du khách, còn thủ phủ của di tích của Ý là 78/122 triệu du khách đến với các công trình bảo tàng, triển lãm...⁽¹⁾

Bài KTS LÊ KHÁNH VÂN Ảnh VÂN LÊ, HUÂN TÚ VÀ TƯ LIỆU



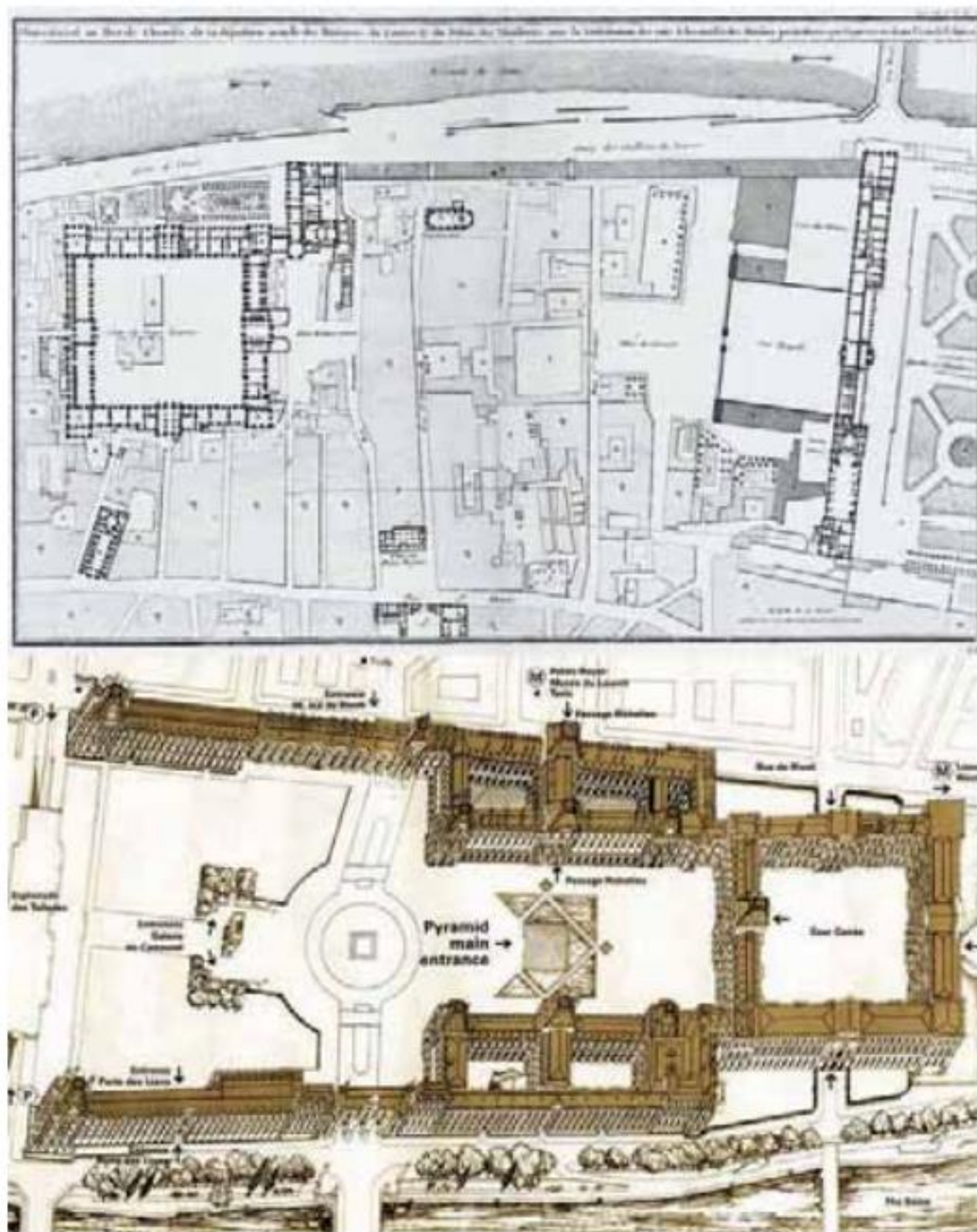
Top 20 các bảo tàng nổi tiếng nhất thế giới 2018 cho thấy Paris với những vệt Louvre, Centre Pompidou, Musée d'Orsay và Cité Sciences et l'Industrie... lừng danh kim cổ, đạt số lượng khách tham quan đứng thứ 2 thế giới chỉ sau Luân Đôn, Anh Quốc

BÊN CẠNH CÁC GIÁ TRỊ TO LỚN, BẢO TÀNG cũng tiềm ẩn vấn đề nan giải: việc giữ gìn và khai thác, phát triển bảo tàng sao cho đúng mức, hài hòa và hợp xu thế thời đại, ít ra là dưới góc độ văn hóa kiến trúc?

Bảo tàng hiện nay đã thoát khỏi ý nghĩa ban đầu, để không chỉ lưu giữ, tái hiện, trình bày... một góc lịch sử của một nơi chốn, hay kể những câu chuyện hấp dẫn trong khuôn viên của mình, mà còn mang hơi thở thời đại của đô thị, nơi thể hiện cái hồn văn hóa của người dân sở tại. Từ chiếc ban công đường Capello, nơi Romeo tỏ tình với Juliette ở Verona nước Ý, hay bộ sưu tập máy ảnh cá nhân ở phố Jalan Kledek (Singapore) dù nhỏ xíu đều có thể gợi cảm hứng cho bao câu chuyện thú vị... Song, việc “định hướng” cho bảo tàng phải “minh họa” theo những nội dung chủ quan nào đó, từ chính trị đến tôn giáo, thuộc nghệ thuật hay kỹ thuật... sẽ mang tính hai mặt: vừa là khởi đầu cho nội dung của bảo tàng, nhưng đồng thời cũng cắt đứt sự sáng tạo và gắn kết, tương tác với đối tượng sử dụng. Do đó, bên cạnh tìm hiểu các xu hướng phát triển, người làm thiết kế không gian bảo tàng cũng cần nghiên cứu những cách thức kết nối hiện đại, nhân văn và phong phú hơn để giúp khách tham quan hiểu và cảm được câu chuyện “trưng bày” trước mắt họ.

Từ giá trị lịch sử đến vị trí

Nếu quan sát bảng xếp hạng 100 bảo tàng hấp dẫn nhất thế giới⁽²⁾, ta có thể thấy Paris chiếm hẳn 3 vị trí trong top 10. Điều này không khó để lý giải, vì Paris luôn là chiếc nôi nghệ thuật và kiến trúc song hành cùng lịch sử, với không



Vị trí lâu đài Tuileries ngày xưa so với vườn Tuileries, quảng trường Napoleon và kim tự tháp kính nổi vườn Tuileries và quảng trường Concorde (2 ảnh sơ sỏ được chụp lại từ bản vẽ tư liệu)



ít kinh nghiệm về kiến trúc bảo tàng. Hiện nay, ở Paris song hành 2 xu hướng chính trong hình thành và phát triển bảo tàng: cải tạo các kiến trúc cổ để hòa hợp với thời hiện đại và tạo ra các bảo tàng mang tính tương tác hoàn toàn mới.

Cải tạo kiến trúc cổ thành bảo tàng là xu hướng phổ biến ở các quốc gia có lịch sử lâu đời. Xu hướng này chia làm 2 nhánh: chỉ cải tạo lại các không gian nội thất bên trong, đồng thời bảo tồn kiến trúc cổ bên ngoài. Hai là can thiệp cả khối kiến trúc bên ngoài lẫn không gian trung bày bên trong. Điển hình của xu hướng thứ nhất là bảo tàng Louvre ở Paris.

Sự đắt giá của Louvre, không chỉ ở mặt hình khối kiến trúc mà nằm ở điểm đặc địa về cảnh quan, tầm nhìn, trong đó sự xen cài tài tình giữa yếu tố lịch sử và đương đại bằng tổ hợp công trình - quảng trường, tiếp nối nhau trên sân Napoleon trong lịch sử vốn khép kín bao quanh bởi 4 mặt công trình, nay trở thành quảng trường mở để đối thoại trực tiếp với công viên Tuileries, thành nơi trưng bày điêu khắc ngoài trời, dạo bộ, vui chơi... cho dân chúng Paris. Yếu tố lịch sử và vị trí ở đây trở thành “át chủ bài” quyết định thành công của bảo tàng không chỉ về mặt dịch vụ, thương mại, mà là điểm giao thoa lịch sử quá khứ kéo dài đến hiện tại. Điều này đa số các công trình bảo tàng hiện nay của chúng ta không làm được, nhất là các bảo tàng thuần túy nghệ thuật hoặc chuyên ngành hẹp, ít thuộc trực

tham quan du lịch, ví dụ như bảo tàng Mỹ thuật TP.HCM, bảo tàng Địa chất, bảo tàng Phụ nữ Nam bộ... Thậm chí, có những bảo tàng ở Việt Nam chỉ cần vừa bước ra khỏi cổng là du khách đã cảm thấy... bơ vơ, không biết đi đâu về đâu tiếp theo, khi vị trí của bảo tàng thiếu kết nối với hoạt động văn hóa, xã hội của khu vực lân cận, bản thân công trình bảo tàng đối với người dân địa phương như một địa điểm xa lạ, chỉ dành cho khách nước ngoài!

Và không chỉ sống nhờ vị trí...

Khi khảo sát bảo tàng tại Paris ở xu hướng thứ hai, cũng dễ dàng nhận ra yếu tố vị trí tuy giữ vai trò then chốt đến thành bại của một điểm tham quan, nhưng cách làm mới là điều quyết định. Bảo tàng Branly (thiết kế bởi KTS bậc thầy hiện đại Jean Nouvel) cách không xa tháp Eiffel hiện đang trở thành điểm thu hút khách du lịch và dân bản địa sau Louvre, gây ấn tượng với vẻ ngoài gần như trong suốt nhìn từ bờ kè sông Seine, với một công viên theo trường phái tự nhiên hoang dã bao bọc chung quanh, còn bản thân bảo tàng có hình dáng mơ hồ đến nỗi không gọi được tên hình thù cụ thể. Thế mà Branly lại cực kỳ thu hút, gợi trí tò mò và gia tăng tiếp cận, dịch vụ, khám phá, trở thành nơi trao đổi nghệ thuật và giáo dục thẩm mỹ cho lớp trẻ... Tất cả những hiệu quả trên không phải là “nhiệm vụ đề ra” một cách chủ quan ban đầu, mà là chiến lược tổng thể có



Tham quan bằng xe lửa tại Luxembourg, nơi cả thành phố đều là bảo tàng

sự tham gia của người đứng đầu nước Pháp thời bấy giờ - tổng thống Jacques Chirac - khiến Branly hình thành trên quan niệm thoát ly khỏi kiểu bảo tàng đóng kín chuyên biệt thời trước. Khi Branly xuất hiện theo dạng “trung tâm văn hóa - công cộng” với hình khối hiện đại, nó đã khiến các du khách phải tò mò men theo các ngõ ngách trong lau sậy và cỏ dại, với bờ ao và bậc đá để “lên bờ xuống ruộng” rồi mới tiếp cận sảnh theo kiểu bỏ trống tầng trệt để tạo sự xuyên suốt. Với những người yêu thiên nhiên, đến Branly là cuộc trở về hoang sơ, hiếm hoi giữa lòng thành thị, là một trải nghiệm thú vị mà không phải bảo tàng nào trên thế giới cũng làm được.

Cách xử lý Branly cho thấy, vị trí đẹp cần cách tiếp cận mới và chiến lược khác biệt, để không lãng phí giá trị không gian đô thị, không bị các bài toán về thương mại chèn ép khi so sánh với các dạng công trình khác. Chính Louvre đã gặp nhiều khó khăn khi có vị trí đặc địa, khối lượng tác phẩm khổng lồ, mà hoạt động thiếu hiệu quả, dù rất cố gắng chia tiến trình tham

quan thành 3 cánh, vẫn rơi vào cảnh “lực bất tòng tâm”. Trừ một số tác phẩm chủ chốt được đầu tư chăm chút, phần còn lại trong bộ sưu tập của Louvre hầu như bố trí lộn xộn, tranh chấp chính phụ, tầng tầng lớp lớp khiến khách tham quan rối trí, ngao ngán và chọn điểm đến khác vào đầu thập niên 80.

Câu chuyện của Louvre là những bất cập khó tránh của xu hướng cải tạo lại kiến trúc cổ thành không gian trung bày. Khi I. M. Pei thiết kế xong Kim tự tháp kính nổi tiếng, bản chất Louvre vẫn vậy, nhưng bảo tàng đã phải chấp nhận làm cuộc cải tổ chọn lựa, sắp xếp và khai thác những gì tinh túy nhất, chứ không phải là “ăn dần ăn mòn” hoặc “ăn tạp ăn dày” trên nền di sản.

Quay trở lại Branly hiện đại bên bờ sông Seine với những chiếc hộp của Jean Nouvel, lối vào bảo tàng này gây ấn tượng mạnh nhờ ý tưởng “dòng chảy lịch sử”. Cách dẫn dắt phi truyền thống giúp khởi đầu một chuyến phiêu lưu về quá khứ thật tự nhiên nhẹ nhàng như đi vào một trung tâm nghệ thuật thoáng đãng, phá cách. Khách tham quan cảm nhận rõ sự chuyển tiếp



Nhà trưng bày Louis Vuitton với lối đi ngầm qua trung tâm thương mại, một cách làm “bảo tàng” hiện đại, ấn tượng



Lối tiếp cận sảnh của Branly từ khu vườn hoang dã. Khu sảnh được bỏ trống tầng trệt và sử dụng hệ thống chiếu đèn Led dẫn dắt lối đi

mạnh mẽ các nội dung bên trong theo biến đổi hình thức kiến trúc bên ngoài mà không thấy gò bó, khó chịu. Với chủ đề chính là lịch sử - văn hóa dân gian các châu lục ngoài châu Âu, nội thất trưng bày của Branly tạo nên một bối cảnh vừa ấn tượng lại vừa đơn giản từ màu sắc, chất liệu đến bố cục. Đa số vật phẩm có tông vàng - đen - đỏ chủ đạo, và không gian bên trong cũng được thiết kế cùng tông màu “thổ dân” này, nhưng chuyển đổi sắc độ khiến vật phẩm vừa nổi bật lên trên nền màu phía sau theo nguyên tắc trưng bày, nhưng vừa gắn kết vào bối cảnh như ở chính miền đất khởi nguồn của chúng. Cách làm này rất nghệ thuật - khoa học và tinh tế, bởi ranh giới giữa thực và ảo, giữa đồ thật và “đồ giả” là rất mong manh. Việc tạo hình các lối đi, chỗ ngồi nghỉ được thiết kế theo các dãy địa hình đồi núi giúp giữ mạch câu chuyện về văn hóa bản địa, nhưng người xem không nhầm lẫn phong nền với hiện vật.

Thử liên hệ với các bảo tàng cùng loại ở Việt Nam sẽ thấy chúng ta mới chỉ làm được ở mức sơ khai cách trưng bày theo kiểu tái hiện, như mấy khẩu súng đặt trước tấm tranh vẽ trận chiến thời xưa (trong Bảo tàng Lịch sử TP.HCM) hay làm giả một nếp nhà với tượng sáp của một văn hào ở nông thôn (Bảo tàng Văn học Việt Nam). Bối cảnh chung quanh khu trưng bày thường lộn xộn nào cột nào dầm, rồi sàn và tường, cửa gỗ cửa nhôm... làm “phá điểm nhìn” trong nội thất bảo tàng ở Việt Nam. Cho dù có biện minh bằng lý do kinh tế hay văn hóa đặc thù đi chăng nữa, thì cách “làm một cái nhà không liên quan đến nội dung, rồi bỏ đồ vào” như hiện nay chắc chắn sẽ gây khó cho tất cả, từ người làm chuyên môn, quản lý bảo tàng, thiết kế trưng bày, chiếu sáng, cho đến đối tượng quyết định giá trị bảo tàng là khách tham quan.

Nhìn lại để hiểu giá trị cốt lõi

Thông qua khảo sát hai bảo tàng nêu trên, có thể thấy giá trị cốt lõi của bảo tàng không chỉ nằm ở hình khối kiến trúc bên ngoài, hay ý nghĩa văn hóa, lịch sử, chính trị của nội dung lưu giữ bên trong, mà còn nằm ở mối liên hệ giữa bảo tàng với không gian công cộng trong đô thị, để bài toán cân xử lý vượt ra khỏi các bức tường, hàng rào, khuôn khổ, và giúp bảo tàng gắn kết tốt hơn với bối cảnh đô thị, xã hội. Kiến trúc bảo tàng thời

nay phải chịu sự chi phối và cân hợp tác chặt chẽ với cảnh quan, nội thất, mỹ thuật đô thị... để nội dung bên trong được khai thác hiệu quả nhất, mà lại không được cường điệu thái quá, làm giả hoặc xa rời thực tế của bối cảnh.

Câu chuyện của Louvre và Branly cũng chứng minh rằng, bảo tàng đóng vai trò như một con tàu chở các giá trị lịch sử - văn hóa của cả một vùng đất, của cả một dân tộc đến cho chúng ta chiêm nghiệm và học hỏi. Do đó, phải chăng chúng ta, giới chuyên môn, nên nghiên cứu các cách tiếp cận đa dạng, chuyên sâu, tiên tiến hơn nữa. Để thiết kế bảo tàng không phải là bài toán lấp đầy không gian, mà được trở về đúng với bản chất của tương tác kiến trúc trong không gian đô thị. Khi đó, văn hóa hòa cùng bảo tàng thành một thực thể ngày càng gắn gũi hơn với đời sống văn hóa người dân bản xứ, cũng như làm tốt nhiệm vụ “đại sứ thương hiệu” cho cả một vùng đất, một dân tộc, một thời kỳ.^{III}

Kỳ 2: Phát triển song hành với bảo tồn: cần nhiều cách tiếp cận

* KTS LÊ KHÁNH VÂN, Thạc sĩ 2 của trường Kiến trúc Quốc gia (ENSA) Paris (Master 2 d'École Nationale Supérieure d'Architecture (ENSA) Paris)

Tài liệu tham khảo

- (1) Fréquentation des musées du monde en 2018, lấy số liệu và hình ảnh thống kê từ trang TEA - Tổ chức Quốc tế phi chính phủ về hoạt động sáng tạo, phát triển, tổ chức các địa điểm và trải nghiệm trên thế giới
- (2) Top 100 bảo tàng thu hút nhất thế giới, đăng ngày 9/7/2014, Wikipedia



AUDI Q3 MẠNH MẼ – HIỆN ĐẠI

ĐƯỢC TRANG BỊ MỘT LOẠT CÔNG NGHỆ MỚI ẤN TƯỢNG, AUDI Q3 THẾ HỆ THỨ 2 ĐÃ PHÁ VỠ NHIỀU GIỚI HẠN. GIỐNG NHƯ NHỮNG MẪU XE HÀNG ĐẦU CỦA AUDI, CÁC HỆ THỐNG HIỂN THỊ VÀ VẬN HÀNH KỸ THUẬT SỐ TRONG DÁNG VẼ NHỎ GON CỦA Q3 ĐƯỢC KỶ VỌNG SẼ THU HÚT NHỮNG KHÁCH HÀNG THÀNH THỊ

Thực hiện **ĐINH QUANG TUẤN**

SỰ THAY ĐỔI RÕ RỆT NHẤT CHÍNH LÀ KIỂU DÁNG, được thể hiện mạnh ở thiết kế lưới tản nhiệt khung đơn hình bát giác lớn hơn, phân chia bởi những thanh dọc cũng như hai hốc gió lớn hai bên - đặc trưng thiết kế mới của dòng Audi SUV.

Ngoại thất

Thân xe được thiết kế đậm chất thể thao và cơ bắp hơn, đặc biệt vồng lên tại các vòm bánh xe như một cách khẳng định cấu trúc đặc trưng quattro của thương hiệu. Đèn pha LED hẹp chạy hướng vào trong với định dạng tia chữ V. Đèn LED matrix được trang bị tiêu chuẩn trên phiên bản Q3 Advanced và S line.

Giống như phần đầu xe, phần đuôi xe được tạo khối chia 2 phần bởi một đường ngang. Dải đèn hậu hình chữ L nằm ở phần trên. Với 4 đường gân đuôi xe, bộ khuếch tán được bao ốp riêng ở phần dưới đồng nhất thiết kế với lưới tản nhiệt và tích hợp ốp trang trí ống xả.

Nội thất

Audi Q3 mang đậm nét điển hình của SUV, tầm nhìn xung quanh rất tốt, đồng thời vẫn cung cấp vị trí ghế ngồi thể thao. Vô lăng cũng thay đổi góc dốc tương ứng. Vô lăng đa chức năng tích hợp lấy chuyển số. Hàng ghế trước được trang bị theo phân khúc xe cao cấp nhất đặc biệt thoải mái với tựa

tay trung tâm có thể tùy chỉnh và một hộc để đồ. Hàng ghế sau được trang bị tiêu chuẩn với 2 hộc để ly/tách.

Hàng ghế sau có thể di chuyển tiến về phía trước hoặc sau 150mm để tăng dung tích khoang hành lý lên tới 145 lít. Tựa lưng ba hướng theo tỷ lệ 40:20:40 có thể gấp theo 7 cách. Sàn chở đồ có thể điều chỉnh 3 cấp độ và nắp che đồ có thể tháo ra để dưới sàn nếu không cần thiết. Nắp cốp đóng mở điện.

Màn hình trước của Q3 rộng 10,25 inch hiển thị kỹ thuật số mà người lái có thể màn hình cảm ứng MMI. Tính năng MMI navigation plus trên Q3 S-line thể hiện qua màn hình cảm ứng 10,1 inch và đồng hồ Audi virtual cockpit có thể tùy chỉnh hiển thị.

Q3 Advanced và Q3 S line đi kèm với hệ thống âm thanh cao cấp Bang & Olufsen biến chiếc Q3 trở thành một khán phòng hòa nhạc thực sự trên bốn bánh xe. Hệ thống âm thanh cao cấp Bang & Olufsen với âm thanh ảo 3D mang đến trải nghiệm âm thanh ba chiều tuyệt vời. 15 loa với tổng công suất 680 watt.

Camera 360, hệ thống hỗ trợ đỗ xe. Đánh lái hiện đại, kiểm soát hành trình, hỗ trợ dốc.

Audi Q3 giành giải "Company Car of the Year 2019" trong phân khúc SUV nhỏ gọn dưới 4,5m được bình chọn từ firmnauto. Tạp chí thương mại firmnauto mở ra giải "Company Car of the Year" từ năm 1999



Thông số kỹ thuật

- Dài x rộng x cao (mm): 4,484 x 2,2024 x 1,585
- Trọng lượng: (kg): 1,495
- Động cơ: động cơ xăng 4 xy lanh thẳng hàng, phun xăng trực tiếp và tăng áp bằng khí xả
- Hộp số: tự động 7 cấp S tronic
- Dung tích xy-lanh (cc): 1,395
- Công suất cực đại kw (rpm): 110/5,000 - 6,000 (150 mã lực)
- Momen xoắn cực đại Nm: 250/1,500 - 3,500
- Vận tốc tối đa (km/h): 207 / Khả năng tăng tốc 0-100 kmh: 9.2
- Dung tích bình xăng (l): 58

Blum Lifestyle Showroom - Lựa chọn thiết thực cho những gian bếp

TỌA LẠC TẠI TRUNG TÂM QUẬN 3, VỚI DIỆN TÍCH HƠN 300M², showroom của Blum chú trọng trưng bày các giải pháp hoàn thiện chuyển động cho hệ thống tủ bếp, tủ nội thất mang phong cách hiện đại. Đội ngũ nhân viên của

Blum ở đây có thể hỗ trợ bóc tách bản vẽ kỹ thuật căn bếp hay các khu vực khác trong nhà và tư vấn gói phụ kiện tối ưu nhất theo ngân sách của từng khách hàng.

Khách có thể khám phá và tìm được gian bếp theo ý muốn. Một gian bếp mà những chuyển động đóng mở được thực hiện một cách thoải mái, uyển chuyển.

Blum Lifestyle Showroom: 3
Võ Văn Tần, P.6, Q.3, TP.HCM
ĐT: (028) 3822 3304 |
Website: www.blum.com



Việt Nam và Đan Mạch hợp tác thúc đẩy các nỗ lực sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả

BỘ CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM MỚI ĐÂY ĐÃ BAN HÀNH BỘ TÀI LIỆU HƯỚNG DẪN LẬP KẾ HOẠCH sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả cho các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương giai đoạn 2020-2025 (Kế hoạch TKNL cấp tỉnh). Bộ tài liệu hướng dẫn này được soạn thảo với sự hỗ trợ của Chương trình Hợp tác Đối tác Năng lượng Việt Nam – Đan Mạch, sẽ giúp cho 63 tỉnh thành của Việt Nam thống kê việc sử dụng năng lượng và xây dựng kế hoạch hành động của địa phương nhằm triển khai các hoạt động về sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả.

Một nội dung hợp tác quan trọng khác của chương trình Hợp tác Đối tác Năng lượng Việt Nam – Đan Mạch là việc công bố định kỳ hai năm một lần Báo cáo Triển vọng năng lượng Việt Nam. Ấn phẩm gần nhất của báo cáo này được công bố vào tháng 11.2019 tại Hà Nội, dưới sự chủ trì của ông Hoàng Quốc Vượng, Thứ trưởng Bộ Công thương và ông Morten Bæk, Quốc vụ khanh Bộ Khí hậu, Năng lượng và Hạ tầng kỹ thuật Đan Mạch. Báo cáo nhấn mạnh tiết kiệm năng lượng là một công cụ hiệu quả về chi phí đối với quá trình chuyển đổi xanh của Việt Nam cho đến năm 2030 và 2050 và khuyến nghị đầu tư vào các công nghệ tiết kiệm năng lượng bởi vì các công nghệ này về dài hạn sẽ có hiệu quả chi phí cao hơn do tiết kiệm được đáng kể chi phí nhiên liệu.



Đồng tâm group khai trương trung tâm trưng bày sản phẩm mới

VỪA QUA, ĐỒNG TÂM GROUP (DTG) ĐÃ KHAI TRƯƠNG TRUNG TÂM trưng bày & giới thiệu sản phẩm mới tại số 95 đường A4, khu đô thị VCN Phước Hải, P. Phước Hải, TP. Nha Trang, tỉnh Khánh Hòa, nâng tổng số trung tâm trưng bày & giới thiệu sản phẩm mới của Đồng Tâm lên con số 44 tại khắp các tỉnh thành lớn trên toàn quốc.

Tại đây đặc biệt giới thiệu 3 bộ sưu tập mới: BST gạch chống trượt Gecko đạt tiêu chuẩn R12-An toàn trên từng bước chân; BST gạch bông granite Art-Công nghệ mới cho vẻ đẹp xưa, tái hiện vẻ đẹp truyền thống của gạch bông trên công nghệ gạch Porcelain; Dòng “siêu phẩm” thiết bị vệ sinh cao cấp Pearl 3 với các tính năng, tiện ích vượt trội.

Hưng phúc premier tại phú mỹ hưng được bàn giao đúng hạn

SAU 2 NĂM TRIỂN KHAI, CÔNG TRÌNH HƯNG PHÚC PREMIER chính thức được bàn giao đến khách hàng từ ngày 20.8.2020. Để phù hợp trong tình hình dịch bệnh Covid-19 hiện nay, chủ đầu tư giao nhà theo từng nhóm khách vừa đảm bảo các quy định phòng chống dịch, vừa có thể cung cấp, tư vấn thông tin cho người mua kỹ lưỡng hơn về việc vận hành khu phố, sử dụng tiện ích...

Nằm trên đường Nguyễn Lương Bằng, Hưng Phúc Premier gồm 2 khối nhà cao 15 tầng với 192 căn hộ diện tích sử dụng từ 62-187m² và 17 cửa hàng có cấu trúc 2 tầng, diện tích sàn sử dụng 92-159m² thích hợp nhiều loại hình kinh doanh. Đây là khu căn hộ đầu tiên tại TP.HCM có hồ bơi xuyên sáng dành cho cư dân.





Ngày BÌNH YÊN *giữa chốn* AN TOÀN

Giữa diễn biến dịch COVID đang thay đổi theo từng ngày tại các thành phố đông người thì vẫn có một Phú Quốc thưa vắng và bình yên. **L'AZURE RESORT & SPA PHÚ QUỐC** cũng vậy, luôn chào đón quý khách trong sự thư thái và an toàn quen thuộc.

CHI TIẾT TẠI:

<https://www.facebook.com/lazureresortphuquoc>

64 Trần Hưng Đạo, Dương Đông, Phú Quốc, Việt Nam

Tel: 0297 3994499





VIETCERAMICS®

L.Y.

Design

COSMOPOLITAN

THE GLAMOUR OF MARBLE



MIRAGE
Ceramics Design Sustainability

*Exclusively distributed in Vietnam by Vietceramics.

MADE IN ITALY

HEAD OFFICE: 778k/2 Nguyen Kiem, Phu Nhuan District, (+84) 28 3845 7699 | **HCMC:** 778k/6 Nguyen Kiem, Phu Nhuan District, (+84) 28 7300 3334 • 207 To Hien Thanh, District 10, (+84) 28 3868 4783 • 768 Su Van Hanh (Ext.), District 10, (+84) 28 6264 8877 • Shop 11A-15 Star Hill, East 10th, District 7, (+84) 28 5416 1716 • 65 Song Hanh, An Phu Ward, District 02, (+84) 28 2253 8644 | **HANOI:** 15B1 Nguyen Khanh Toan, Cau Giay District, (+84) 24 3963 0222 • 463 Minh Khai, Hai Ba Trung District, (+84) 24 6268 4455 | **DA NANG:** 339 - 341 Nguyen Van Linh, Thanh Khe District, (+84) 236 3616 117.



<https://tieulun.hopto.org>