

STYLÉ

Phong cách của bạn

XU HƯỚNG HOT
CỦA PARIS FASHION WEEK

**CÔNG THỨC
FALL - WINTER 2011**

HUSSEIN CHALAYAN
KỂ CÔNG NGHỆ HÓA THỜI TRANG
NGƯỜI ĐẸP VÌ LỰA

*fashion
& Silk*

MÙA CỦA NỮ TÍNH

**ĐẾN HEN LẠI LÊN:
MÀU VÀ MÙA**

NGƯỜI TÌNH
THÁNG 11

QUÀ TẶNG BẠN ĐỌC
MẶT NẠ PHỤC HỒI DA

LUALA

3.1 PHILLIP LIM

ALEXANDER WANG

AZZEDINE ALAIA

CANALI

COMME DES GARCONS

DRIES VAN NOTEN

ELIE SAAB

ELIZABETH AND JAMES

ERICKSON BEAMON

ETRO

FALCONIERE

FALKE

FRANCESCO SCOGNAMIGLIO

GIAMBATTISTA VALLI

GIUSEPPE ZANOTTI

HELENE ZUBELDIA

JENNY PACKHAM

LEJABY

LINDA FARROW

MANOLO BLAHNIK

MISSONI

NEIL BARRETT

NINA RICCI

TALBOT RUNHOF

THAKOON

TOM FORD

VERA WANG

VICTORIA BECKHAM

ETRO

LUALA, 61 LY THAI TO, HANOI, VIETNAM PH +84 4 3936 9899



Elegance is an attitude

Kate Winslet

Kate Winslet

Buy ORIGINAL LONGINES from the following Authorized Retailers

Service & Showroom Ho Chi Minh: Ground Floor Continental Hotel 132-134 Dong Khoi, Tel: 08.22104114 - Ha Noi: Pacific Place 83B Ly Thuong Kiet, Tel: 04.39460112

Ho Chi Minh: THANH PHAT Thuong Xa Tax, Tel: 08.38213231 • Vincom Center, Tel: 08.39369770 • TAN TAN 55 Le Loi, Tel: 08.38213778 • 211B Dong Khoi, Tel: 08.38243448 • TIC TAC 72 Dong Khoi, Tel: 08.38293519 • TT DONG HO THUY SY Maximark 3/2, Tel: 08.39290322 • 393 Dien Bien Phu, Dist.3 Tel: 08.39290685 • UNIWATCH Parkson Saigon Tourist Plaza, Tel: 08.38277578 • WATCH GALLERY Parkson Hung Vuong Plaza, Tel: 08.22430318 • Parkson CT Plaza, Tel: 08.22472045 • G.L TIME Parkson Paragon, Tel: 08.54160259 - **Ha Noi:** TAN HOANG CUONG Vincom City Tower 2, Tel: 04.22209688 • Ruby Plaza, Tel: 04.22110568 • NEW WATCH 37 Hang Khay, Tel: 04.39344865 • TT DONG HO THUY SY 31 Hai Ba Trung, Tel: 04.38265170 • Grand Plaza, Tel: 04.35558308 • TAN THOI GIAN Big C Thang Long, Tel: 04.3769 0223 • WATCH GALLERY 2F Parkson Viet Tower, Tel: 04.62940928 • Garden Mall, Tel: 04.37877363 • Pico Mall, Tel: 04.62583666 - **Hai Phong:** WATCH GALLERY Parkson TD Plaza, Tel: 031.8602161 - **Vung Tau:** DAI HUNG Shopping Center 228 Ba Cu, Tel: 064.3530085 - **Singapore:** GENEVA WATCH Ion Orchard Singapore, B1-27, Tel: +65 6634 2293

LONGINES®



Longines DolceVita

www.longines.com



UNCONVENTIONAL CHIC







The first and the unique bar and lounge on yacht in Viet Nam

JUST OPENED

on September 12th

Tel : +84-4-3728 2229

Fax: +84-4-3728 2229

Add: 02 Thuy Khue, Ba Dinh District, Ha Noi

Website: <http://taboo.com.vn/>

CONTENTS

october/November 2011

♥ *Style Action*

- 20. Cung hoàng đạo và lý số thời trang
- 24. Xu hướng hot của Fall-Winter 2011
- 28. SS 2012
- Trong suốt, blazer và quần cộc
- 32. Công thức Fall - Winter
- 36. Vũ khí của phụ nữ.

♥ *Fashion*

- 42. Hussein Chalayan - kẻ công nghệ hóa thời trang
- 46. Nhà thiết kế Bảo Lộc - Mỗi sản phẩm là một cá tính.
- 50. Người đẹp vì lụa.
- 56. Tín đồ học cách chiến đấu với laundry symbol
- 60. Mùa của nữ tính
- 64. Bước chân quyến rũ
- 70. Fall-Chic in the Fall
- 78. Movement of colour
- 86. "Make up Your minds"
- 92. Những cuộc đối thoại thời trang nam
- 96. Lacoste: Thu đông 2011 - Đa phong cách
- 98. Xu hướng thời trang nam mới nhất 2011.

Mẫu trong BST thời trang
Thu Đông 2011 của Gucci





Porsche đề nghị sử dụng Mobil 1

Để biết thêm thông tin chi tiết vui lòng truy cập vào trang web: www.porsche-vietnam.com

911 Thế Hệ Mới

Một lần nữa, 911 thiết lập các tiêu chuẩn mới về tính năng vận hành, hiệu quả, thể thao và tiện dụng.

911 thế hệ mới tiếp tục truyền thống suốt 48 năm là chuẩn mực hàng đầu trong Phân Khúc Xe Thể Thao Hạng Sang.

Để biết thêm thông tin chi tiết xin Quý Khách vui lòng gọi số
0908 838 911 (Hà Nội) - 0909 284 911 (Hà Nội).



PORSCHE

Porsche Centre Saigon

Công ty TNHH Xe Hơi Thể Thao Uy Tín
802 Nguyễn Văn Linh, Phường Tân Phú,
Quận 7, Tp. HCM
Điện thoại: (+84.8) 5.4141.911
Email: info@porsche-vietnam.com

PORSCHE
INTELLIGENT
PERFORMANCE

CONTENTS

october/November 2011



♥ *Lifestyle*

132. Thị trường bán lẻ: Thời trang là sự sống còn

138. 05 khách sạn 5 sao hàng đầu thế giới.

142. Xu hướng nội thất 2011

146. Vàng cho người mới bắt đầu

152. Những anh tài smartphone.

♥ *Social Life*

156. Phim, sách, CD hay trong tháng

158. Lý Nhã Kỳ - Thật hài hước cho những suy nghĩ đó.

164. Đẹp như Huyền Trang

168. Quốc Bảo: Sự khác biệt giữa số 1 và số 10.

♥ *Beauty*

112. Giác mơ trắng.

118. Đến hẹn lại lên:

Màu và mùa

124. Người tình tháng 11





Antique in Luxury

Classic 712MG



Made by hand-forged Mokumé - Gané and 204 carats of sapphire

Mobiado Boutique & Premium Service: * F25, Hanoi Towers, Tho Khuom street, Hanoi, V. (+84) 3936 6656
Authorized Distributor & Premium Service: * M.L.U.L.L.E., 199 Nam Ky Khoi Nghia, District 3, HCM City, V. (+848) 3932 5925.

Authorized Retailers:
Hanoi: * JCS Luxury, 108 Hoa Ma * V&V, 26 Dien Bien Phu * Toan Cau Mobile, 44 Hai Ba Trung.
Ho Chi Minh City: * Mai Nguyen Luxury, 117 Nguyen Binh Khiem, District 1 - 47 Ba Nguyen Thanh Quan, District 3 - 383 Vo Van Tan, District 8
* Nguyen Kim, 63 - 65 Tran Hung Dao, District 1 - 307-309 Vo Van Ngan, Thu Duc.
Can Tho City: * Phuong Tung Mobile, 103 Nguyen Trãi, Ninh Kieu - 28-30 Nguyen Trãi, Ninh Kieu - 192 30/4 Street, Ninh Kieu
Vung Tau City: * Huy Anh Mobile, 02 Bis Le Hong Phong.
Da Nang City: * M.L.U.L.L.E., 316, Indochina Riverside Towers 77 Tran Phu, Hai Chau District, V. (+84 5113) 849 049.
Hai Phong City: * Luxury Mobile, 105-106 Tran Phu, Ngo Quyen.



mobiado

www.mobiado.com

STYLE

Phong cách của bạn

BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH
NHÀ XUẤT BẢN THỂ DỤC THỂ THAO

HÀ NỘI: 07 Trịnh Hoài Đức
TP.HCM: 48 Nguyễn Đình Chiểu, Q1, TP.HCM

Chịu trách nhiệm xuất bản

TS. NGUYỄN SĨ HÀ

Biên tập

CAO MINH PHƯƠNG

CHÂU BÁCH MEDIA

HÀ NỘI: 5/55 Huỳnh Thúc Kháng, Hà Nội.

ĐT: **04.3773 8005** * Fac: **04.3773 8006**

TP.HCM: Lầu 1, tòa nhà Fafilm, 06 Thái Văn Lung, Q1. TP HCM.

ĐT: **08.3824 6841 - 08.3820 5010** * Fax: **08.3820 5009**

Phụ trách nội dung

NGUYỄN TRÍ TUỆ

Tham gia biên soạn

TRẦN HOÀI ANH, NGUYỄN TUYẾT ANH, VŨ QUỲNH ANH, TIA TRANG,

TRẦN TUẤN ANH, BÙI THANH HOA.

Giám đốc sáng tạo

PHẠM TRÀ

Thiết kế

TRANGQ, QUỲNH TRÂM, UYÊN NGUYỄN

Cộng tác hình ảnh

HENRI HUBERT, BOBBY NGUYỄN, SAMUEL HOÀNG, JUN DAT.

QUẢNG CÁO

Hotline

Hà Nội: **091 587 2222** - TP.HCM: **097 371 9999**

email: **chaubachmedia@gmail.com**

Phát hành

Hà Nội: **NGUYỄN THU PHƯƠNG - 098 201 6847**

TP.HCM: **LÂM VĂN BẾN - 090 774 1940**

Nhà xuất bản TDTT

ĐT: 04.3845 6155 * Fax: 04.3845 6867

Email: **nxbtddt@vnn.vn**

Số đăng ký kế hoạch xuất bản: 274/QĐ-XBTDDT/10-2011/CXB/91-437/TDTT

Khổ: 21x28.5cm

In tại công ty In tạp chí Cộng Sản

In xong nộp lưu chuyển tháng 10 năm 2011

Giá: 29.800 VNĐ

A fashion advertisement for Escada. The image features a woman with long, dark, wavy hair and bangs, looking directly at the camera with a serious expression. She is wearing a dark-colored, textured tweed jacket with a deep V-neckline. The jacket has a complex pattern of red, black, and white threads. Her hands are in her pockets. The background is a blurred outdoor setting, possibly a city street. The brand name 'ESCADA' is printed in large, gold-colored, serif capital letters across the lower half of the image.

ESCADA

59A LY THAI TO HOAN KIEM HANOI (844) 3935 1377
136 DONG KHOI DISTRICT 1 HO CHI MINH CITY (848) 3823 7668

WWW.ESCADA.COM

editor's note / october 2011

Thời trang *không vô nghĩa*

Một số người, đặc biệt là đàn ông, cho rằng chẳng có thứ gì vớ vẩn và vô nghĩa hơn thời trang. Một số người cho rằng thời trang chỉ là những cỗ máy nghiền những chiếc thẻ ATM.

Tuy nhiên, bản thân tôi không nghĩ vậy! Tôi luôn cho rằng thời trang là thứ giúp những ngôi sao đã hết thời có thể “trộm lại” chút ít ánh đèn lấp lánh của sân khấu. Tôi luôn cho rằng thời trang có tác dụng giúp những ngôi sao chưa nổi phủ ánh sáng hào quang cho bản thân. Thời trang giúp những cô nàng đang đơn thân khỏi cảnh lẻ bóng. Giúp những cô nàng thiếu tự tin vào hình thức trở nên lạc quan hơn với cuộc sống và tự tin vào nhan sắc của mình.

Tôi cũng tin rằng nhờ có thời trang cuộc sống bỗng chốc trở nên thi vị. Một nét son, một đường kẻ mắt, đôi lần chuốt mascara và cuộc sống của bạn không còn đơn điệu mà đầy màu sắc. Những ánh son bóng, những nét son trầm, những đường viền môi có tác dụng hơn bất kỳ loại thuốc chống trầm cảm nào. Thế nên sẽ thật sai lầm nếu ai đó cho rằng thời trang chỉ là thời trang – một thứ đồng danh không hơn.

Cũng thật sai lầm cho ai đó nếu chỉ suy nghĩ rằng thất lưng lớn hay thất lưng nhỏ không phải là điều quan trọng. Cũng thật sai lầm cho ai đó nếu họ nghĩ rằng sự thay đổi trong xu hướng của một vài màu mỗi mùa là điều không cần thiết. Bởi thời trang chưa bao giờ chỉ là thời trang!

Mà ...thời trang chính là cuộc sống!

Và ấn phẩm Style được cho ra đời với mục đích lớn nhất là phản ánh cuộc sống thời trang đó!

COVER

Model: **Ha Anh Vu**
Photographer: **Tuan Nguyen**
Creative Director: **Henri Hubert**
Make up & hair: **Andy Phan**
Art Director: **Thi Doan**
Location: **Saigon Pearl**
Designed by **Elise**





Nina

L'Elixir

NINA RICCI

THE NEW MAGICAL FRAGRANCE

www.facebook.com/Nina

AVAILABLE AT
PARIS & FRANCE
PARFUMERIE

HCMC | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THUONG XA TAX | 192 HAI BA TRUNG |
| PARKSON HUNG VUONG PLAZA | PARKSON C.T PLAZA | PARKSON FLEMINGTON PLAZA |
HANOI | VINCOM CITY TOWERS | PACIFIC PLACE | 23 TRANG THI |

Style action

October/November 2011

Cung hoàng đạo và
LÝ SỐ THỜI TRANG
XU HƯỚNG HOT CỦA
PARIS FASHION WEEK

SS 2012:
TRONG SUỐT, BLAZER+
QUẦN CỘC

CÔNG THỨC fall winter 2011

“Công thức” để bạn có thể “ché biến” những phong cách cá tính hay thật quyến rũ cho mình trong mùa một Thu – Đông 2011 này. Ngoài ra, Style cũng giới thiệu những món đồ không thể thiếu mùa Thu Đông này.



A W O R L D R E C O R D

In 1998, Edox engineers design the worlds thinnest calendar movement – the calibre 27000. This ultra-thin movement has been adapted for the new, stylish water resistant Grand Ocean collection. As light as a feather, the new Grand

Ocean Calibre 27000 guarantees exceptional comfort due to its handcrafted innovative slim design. Edox is the official timekeeper of the World Class-1 Powerboat and Rally Championships. Timing for Champions since 1884.



EDOX

Maître Horloger - Les Genevez
depuis 1884

Buy ORIGINAL EDOX from the following Authorized Retailers

Showroom & Service Ho Chi Minh: Ground Floor Continental Hotel 132-134 Dong Khoi, Tel: 08.22104114

Ho Chi Minh: THANH PHAT Thuong Xa Tax, Tel: 08.38213231 • Vincom Center, Tel: 08.39369770 • TT DONG HO THUY SY Maximark 3/2, Tel: 08.39290322 • WATCH GALLERY Parkson Saigon Tourist Plaza, Tel: 08.22403407 • Parkson Hung Vuong Plaza, Tel: 08.22430318 • Parkson CT Plaza, Tel: 08.22472045 • Ha Noi: TAN HOANG CUONG Vincom City Tower 2, Tel: 04.22209688 • 2F Ruby Plaza, Tel: 04.22110568 • TT DONG HO THUY SY 31 Hai Ba Trung, Tel: 04.38265170 • WATCH GALLERY 2F Parkson Viet Tower, Tel: 04.62940928 • Garden Mall, Tel: 04.37877363 • Pico Mall, Tel: 04.62583666 • Hai Phong WATCH GALLERY Parkson TD Plaza, Tel: 031.8602161 • Singapore GENEVA WATCH Ion Orchard Singapore, B1-27, Tel: +65 6634 2293

Cung hoàng đạo và LÝ SỐ THỜI TRANG

Ngọc Mỹ

Đọc bài viết để biết tháng tới bạn sẽ ra sao qua con mắt của các nhà chiêm tinh học phương tây. Đây chỉ là một bài viết mang tính giải trí và chúng tôi hoàn toàn không cố sùỵ cho những hoạt động mê tín dị đoan.



1. SCORPIO (24/10-22/11)

Cung chủ của tháng

Hẳn đã sẵn sàng cho một năm mới sắp tới? Và đây thưa cô nàng bộ cặp đây sẽ là những điều sẽ diễn ra trong tháng 11 của nàng.

Tình ái: Sẽ mất một thời gian dài để nàng có thể đặt lòng tin vào một "đối tác" mới. Điều này dễ khiến đối tác nghĩ bạn giống như một nữ "quân nhân" chưa một mối tình vắt vai, vừa giải ngũ đang gặp nhiều khó khăn trong tình trường. Còn nếu nàng đang "có ai đó", vậy thì trước ngày 20, nên kiểm tra các cảm xúc thật và thăm sâu bên trong của chàng và đưa ra quyết định xem liệu đây có phải là người để tiến tới một mối quan hệ lâu dài?

Trong cả hai trường hợp, các cô nàng bò cạp đều cần trở nên thật quyến rũ. Tuy vậy, có vẻ lời khuyên này là hơi thừa khi các cô gái có bốn mệnh đứng cung này luôn là những cô gái gợi cảm nhất. Các chất liệu thích hợp với các cô gái thuộc cung này là vải nhung hoặc vải

crepe. Còn lựa chọn lý tưởng cho bạn trong mùa này là các mẫu của Yves Saint Laurent, Ralph Lauren.

Công việc: Đây chắc chắn sẽ là một tháng cam go. Những tháng cuối năm luôn đòi hỏi mọi người phải gắng sức, đặc biệt là những người làm trong lĩnh vực truyền thông và quảng cáo. Để thư giãn, hãy làm đẹp trong khoảng thời gian chết với chiếc máy iMac. Chắc chắn việc kẻ lại đường viền môi, chuốt mascara luôn có tác dụng lấy lại tinh thần cho bất kỳ cô gái nào.

Bạn bè: Những người đứng cung Bò Cạp luôn là những người có năng khiếu trong việc giúp đỡ bạn bè đặc biệt khi họ bị trầm cảm hoặc suy sụp tinh thần. Những người thuộc cung Bò Cạp nhạy bén trong việc khích lệ mọi người, vì vậy hãy khích lệ bạn bè của bạn chiến đấu để có được những gì họ mong muốn thay vì những thứ người khác mong muốn cho họ. Việc này chắc chắn sẽ giúp bạn có thêm những người bạn tốt và có ích trong tương lai. Và theo các chuyên gia,

khoảng ngày 23 tháng này bạn sẽ có việc phải nhờ cậy tới bạn bè.

Tiền bạc: Những người đứng cung Bò Cạp luôn rất cởi mở trong vấn đề tiền bạc. Đối với những người thuộc cung Bò Cạp không gì quan trọng bằng việc có được lối sống mà họ mong muốn. Tuy nhiên, từ ngày 25 tháng này khi vòng quay của mặt trời rơi vào cung tiền tài của bạn, đây là dấu hiệu cho thấy bạn cần tiết kiệm thay vì vung tay quá trán.

Tổng quan: Hãy chú ý tới ngày 11/11/11 khi sáu chữ số "1" hội tụ và tạo thành một đường thẳng. Đây cũng là thời điểm sao Hỏa tiến vào chòm Thất Nữ và sẽ ở lại đó trong suốt năm 2012. Dấu hiệu này cho thấy công việc và sức khỏe của bạn đều tiến triển. Hãy cố gắng và bạn sẽ nhận được những "quả ngọt" đầu tiên vào giữa tháng 03 năm tới. Còn tới trước sinh nhật của bạn, chắc chắn bạn sẽ được đề bạt để nhận nhiều trọng trách quan trọng hơn. Và nhiều trọng trách luôn đồng nghĩa với thu nhập cao, xin chúc mừng!



Yves Saint Laurent



2. SAGITTARIUS (23/11-22/12)

Một bất ngờ lớn sẽ đến với bạn

Bạn đã dành nhiều công sức cho công việc và bây giờ là lúc để bạn đón nhận những quả ngọt đó. Rất có thể sẽ có thể có một sự thay đổi lớn trong bộ máy quản lý nhân sự cấp cao của bạn, tuy nhiên đừng lo lắng bởi đây chính là cơ hội của bạn, đừng ngần ngại cho mọi người thấy khả năng của bạn. Nếu bạn còn độc thân, rất có thể ngày 05/11 tới sẽ là một ngày đặc biệt bởi bạn sẽ gặp chàng trai của cuộc đời mình. Vì vậy, vào ngày nay đừng quên chọn cho mình một bộ váy thật quyến rũ. Nếu như trong ngày bình thường bạn ưa thích đồ của DKNY, vào ngày này, bạn hãy thử diện những trang phục của Alberta Ferretti cho thêm một chút điệu đà. Còn nếu không muốn gây ra một cú shock về vẻ nữ tính của mình, Chloé là một gợi ý hoàn hảo khi các mẫu trang phục vừa mang vẻ trẻ trung lại vẫn chuyên nghiệp.

Alberta Ferretti



3. CAPRICORN (23/12-19/01)

Sự giúp đỡ của một đồng nghiệp

Đây sẽ là một tháng khó khăn trong công việc của bạn. Nhưng mọi việc sẽ đột nhiên trở nên dễ dàng hơn khi một cô bạn đồng nghiệp mà bạn từ trước tới nay hoàn toàn không chú tâm sẽ giúp bạn. Tuy nhiên, vào khoảng cuối tháng sẽ tới lượt bạn phải giúp đỡ bạn bè. Từ ngày 26 trở đi, dưới tác động của sao Vệ Nữ, bạn sẽ trở nên quyến rũ và tỏa sáng hơn. Lúc này, với sự giúp đỡ của những bộ trang phục sành điệu và hợp một nhất, chắc chắn anh chàng "hot boy" của công ty sẽ thuộc về bạn.



4. AQUARIUS (20/01-19/02)

Đừng ngại ngần trước thách thức

Nếu bạn và bạn bè của bạn phải động não để đưa ra các kế hoạch mới, hãy đảm bảo nhiệt huyết cho tất cả mọi người. Bên cạnh đó, tháng này cũng là tháng thách thức của bạn. Đời sống tình cảm của bạn sẽ gặp ít nhiều sóng gió, đặc biệt trong trường hợp anh bạn trai của bạn là người luôn để cao cái tôi bản thân. Cách giải quyết là hãy dùng sắc đẹp của bạn (với sự trợ giúp của son và mascara) để làm nguôi cái đầu nóng và sưởi ấm trái tim lạnh. Hãy nhớ: "lạt mềm" luôn "buộc chặt."



Dolce & Gabbana



5. PISCES (20/02-20/03)

Đừng có lỗi với bản thân

Bạn đang làm mọi điều để hoàn thiện công việc ở mức tốt nhất và hoàn hảo nhất. Tuy nhiên, đừng vì vậy mà thức đêm – nguyên nhân chính khiến bạn có bọng mắt và những đường rạn chân chim. Tôi hiểu là bạn đang phải đấu tranh giữa một bên là đam mê công

việc và một bên là cuộc sống bình dị. Tuy nhiên, hãy suy nghĩ thật thấu đáo. Một cuộc sống yên bình không hẳn đã là một cuộc sống không đầy ắp những trải nghiệm và cảm hứng. Một cuộc sống vì sự phát triển bản thân, thăng tiến cá nhân không hẳn đã là cuộc sống quên đi tất cả mọi thú vui trên đời. Ngoài ra, bạn có nghĩ rằng cơ hội thành công sẽ dành cho những người không biết cách chăm sóc bản thân? Tôi không nghĩ vậy và càng không nghĩ rằng một chiếc áo cổ sờn có thể giúp bạn thành công khi thuyết trình.



Marc Jacobs



6. ARIES (21/03-20/04)

Bạn mạnh mẽ, bạn quyền lực

Theo những gì mà cung số cho biết thì tháng tới sẽ không phải là một tháng có nhiều thuận lợi cho bạn, nếu không nói là nó sẽ ảm đạm như doanh số bán của các hãng thời trang vào năm 2007-2008. Tuy nhiên, hãy yên tâm, những khó khăn đó chỉ giống như những gia vị cho cuộc sống. Nó hết như việc sau tất cả những màu nude, màu sắc tươi trẻ người ta sẽ viện dẫn tới phong cách Gothic vào các mẫu thiết kế trong bộ sưu tập thời trang và mỹ phẩm của mình. (Givenchy là một ví dụ điển hình trong việc sử dụng phong cách này.) Nhưng để xua tan những xúi quẩy, bạn hãy chọn những màu sắc tươi sáng, đáng yêu của Marc Jacobs bởi chắc chắn khi diện đồ đẹp, tâm trạng bạn sẽ thay đổi. Và khi tâm trạng thay đổi, bạn sẽ thấy mọi thứ trở nên suôn sẻ hơn. Hãy nhớ một chân lý đơn giản: “Đời thay đổi khi ta thay đổi.” Ngoài ra, theo các nhà chiêm tinh học phương tây, nếu bạn chú ý tới chi tiết, sau mừng 07, bạn sẽ vượt qua được mọi khó khăn bằng nhan sắc và gu thẩm mỹ của mình.



7. TAURUS (21/04-21/05)

Tin vào quyết định của bản thân

Đây sẽ là một tháng bạn có những hồi hộp vu vơ về những điều sẽ xảy tới bởi bạn mong muốn một sự an toàn vô hình nào đó. Tuy nhiên, là một phụ nữ trẻ, tôi tin rằng bạn cần thay đổi. Bởi bản chất của thời trang là thay đổi, vì vậy trong tháng này đừng ngại đưa ra những thách thức các định kiến thông thường. Bạn cần nhớ rằng với việc thay đổi định kiến thông thường của mình, Chanel đã biến chiếc váy được may bằng vải jersey tầm thường trở thành một trang phục timeless, Yves Saint Laurent thì đưa Le Smoking bước lên tượng đài vĩnh hằng của làng thời trang, Marc Jacobs thì ấn định phong cách cho thương hiệu mang tên mình bằng vintage – thứ thời trang người ta vẫn đồn đoán là ông có nhặt các mẫu thiết kế từ các bộ trang phục bán trong những cửa hàng đồ cũ. Bạn có thể không sánh nổi với những con người trên, nhưng hãy thay đổi để cuộc sống của bạn cũng thay đổi.



8. GEMINI (22/05-22/06)

Hãy gieo, bạn sẽ gặt

Những người thuộc cung này luôn là những người yêu thích được tán tụng với công việc mà họ làm. Tất nhiên, điều này sẽ đồng nghĩa với việc bạn phải dành nhiều thời gian hơn cho công việc. Tuy nhiên, giống như lời khuyên cho những người thuộc các cung khác, bạn cũng nên chăm chút cho bản thân nhiều hết như chăm chút cho công việc. Khoảng ngày 24, bạn có thể sẽ có xích mích nhỏ với bạn bè. Nhưng cũng trong khoảng thời gian này sẽ xuất hiện một anh chàng mà rất có thể anh ta sẽ làm thay đổi cuộc sống của bạn.



9. CANCER (23/06-23/07)

Làm việc theo nhóm

Nếu có bất kỳ ý tưởng gì hay ho thì đừng nên giữ khăng khăng cho bản thân, kéo bạn sau này sẽ hối tiếc. Trong tháng này, rất có thể bạn sẽ có một lời mời hấp dẫn trong sự nghiệp, tuy nhiên hãy suy nghĩ kỹ xem bạn nên đặt gia đình trên công việc hay công việc trên gia đình (nếu bắt buộc phải làm thế.) Ngoài ra, nếu có ý định chuyển việc thì tủ quần áo sẽ là nơi bạn phải có những thay đổi đầu tiên, bạn chắc chắn muốn trông thật rạng ngời trong ngày đầu tiên xuất hiện nơi công sở phải không!?



10. LEO (24/07-23/08)

Luôn tiến bước

Sẽ có những “đổi mặt” nho nhỏ vào khoảng ngày 25 tháng này, tuy nhiên hãy cố gắng giải quyết vấn đề theo cách nhẹ nhàng nhưng kiên quyết. Với công việc, các ý tưởng cách tân và thái độ hòa nhã sẽ là thành phần cho công thức thăng tiến của bạn. Có thể sẽ có một bước ngoặt lớn đối với tương lai mối quan hệ của bạn – tuy nhiên, bạn cần luôn bình tĩnh để đưa ra quyết định điều gì thực sự quan trọng. Và tôi tin rằng, điều này chắc chắn cũng sẽ thú vị như việc lựa chọn giữa một chiếc túi Keepall và một chiếc Speedy.



11. VIRGO (24/08-23/09)

Kiên quyết là sức mạnh của bạn

Cho dù bạn đang có dự định chuyển nhà hoặc bạn đang trong mớ bòng bong giải quyết những việc chẳng ra đầu vào với đầu nhưng rất đau đầu của gia đình, điều quan trọng là bạn cần phải cương quyết. Thả nổi vấn đề không phải là cách giải quyết vấn đề tốt. Cũng như nếu thấy một bộ đồ Yves Saint Laurent trưng bày ở khu window display mà bạn yêu thích thì tại sao lại không mang “nàng” về nhà. Sao Hỏa trong tháng này sẽ tiến vào chòm sao của bạn nên có thể sẽ làm giảm bớt phần nào sự quyết đoán của bạn. Nhưng thực tế đã chứng minh, những người quyết đoán luôn là những người thành công trong cuộc sống.



12. LIBRA (24/09-23/10)

Thành công đòi hỏi nghệ thuật

Hãy kết hợp giữa đam mê, sự thuyết phục và lý lẽ, chắc chắn bạn sẽ thành công trong việc thuyết phục ban giám đốc hoặc cấp trên của bạn tin vào ý tưởng mà bạn đưa ra. Có thể bạn là người yêu thích sự sành điệu mang tính edgy của những mẫu sưu tập của AF Vandevorst hay Haider Ackermann hoặc Hussein Chalayan hay Junya Watanabe nhưng đó là nghệ thuật. Còn cuộc đời, chúng ta cần những gì có tính an toàn cao và không quá eccentric như Jason Wu.



Jason Wu

Trong bất kỳ trường hợp nào, bạn cũng nên tự tin vào bản thân và vượt lên chính mình, thành công, hạnh phúc, xét cho cùng, thuộc vào sự nỗ lực của bạn và cách bạn thể hiện mình với thời trang!

Xu hướng hot của **PARIS** *f*ASHION WEEK

Mỹ Anh

Những xu hướng thời trang mới nhất, đình đám nhất của Paris sẽ xuất hiện trong bài viết. Và đó là?

1. SEA QUEEN

Trong mùa mốt Xuân – Hè 2012 này, cảm hứng về biển đã được các nhà thiết kế và các thương hiệu đình đám nhất của thế giới thời trang giới thiệu theo một cách duyên dáng tinh tế và không thể ý nhị hơn. Những cái tên có thể kể ra đây gồm: Chanel, Givenchy, Paco Rabanne, Alexander McQueen, Emanuel Ungaro, Elie Saab.



I



2

2. SNAP A PICTURE

Họa tiết in đã bắt đầu từ mùa một Xuân – Hè năm ngoái, đã lây lan sang mùa một Thu-Đông năm nay, và đang tiếp tục dư âm của mình trong mùa một sắp tới. Bạn có thể thấy xu hướng này trong các bộ sưu tập Xuân – Hè 2012 của Dries Van Noten, Akris, Lanvin, Sonia Rykiel.







Celine



Celine

4. LOVELY WHITE

Mùa thời trang này, các tín đồ sẽ có cơ hội chứng kiến sự trở lại của “trắng” như một màu không hề lỗi mốt. Và những thương hiệu nổi bật với “trắng” trong mùa mốt này gồm: Louis Vuitton, Chanel, Comme des Garçons, Giambattista Valli, Céline, Nina Ricci.



Comme Des Garçons



Louis Vuitton



Celine

Nina Ricci

Celine

■ STYLE ACTION



Trong suốt, blazer + quần cộc **LÊN NGÔI**

Mùa một Xuân – Hè luôn mang lại những cảm hứng đặc biệt cho các tín đồ thời trang bởi đây cũng là lúc bắt đầu những trào lưu mới cho cả một năm dài! Vậy Xuân – Hè 2012 sẽ có gì đặc biệt?





Christian Dior

Christian Dior



Chloé

TRONG SUỐT

Xu hướng “nội-y-mới-là-mốt” đã bắt đầu từ vài năm trước nhưng vẫn tiếp tục là thời thượng trong mùa mốt năm nay. Chỉ có điều cách thể hiện của các nhà mốt đang khác đi. Nếu như vài năm trước những chiếc quần được cắt cao gấu thì giờ “trong suốt” đang lên ngôi. Xu hướng này đã bắt đầu từ mùa mốt Xuân – Hè 2011 và chắc chắn sẽ tiếp tục giữ nguyên vị trí của mình trong mùa mốt Xuân – Hè 2012. Bạn có thể thấy trong suốt xuất hiện trong các bộ sưu tập của các thiết kế của Christian Dior, Chloé.



Erdem

Blugirl





Carven

Marni



Carven

VEST KIỂU MỚI

Trong mùa mốt Xuân – Hè 2012 này, các nhà thiết kế của các thương hiệu từ Carven tới D&G, từ Cacharel tới Moschino, từ Jil Sander tới Just Cavalli, từ Marni tới Max Mara, từ Moschino Cheap & Chic tới Mulberry hay Versace, tất cả đều kết hợp vest với quần cộc. Phải chăng thế giới đang ngày càng nóng lên!?



Cacharel

Moschino Cheap and Chic



Công thức FALL 2011 WINTER

Roksanda Ilincic

Eugenia Kim

Việt Hòa

Dưới đây là những “công thức” để bạn có thể “chế biến” những phong cách thật phá cách, thật quyến rũ cho mình trong mùa mốt Thu – Đông 2011. Ngoài ra, đây cũng là những món đồ bắt buộc phải có của mùa.

Marc by Marc Jacobs

Rag & bone

Pachacuti

Steven Alan

Gucci

Jimmy Choo

Brian Atwood

Công thức 1

Hãy kết hợp những chiếc mũ Gucci với khăn Jimmy Choo và boots Brian Atwood để có được một phong cách cổ điển không hề lỗi mốt trong những ngày đông. Vẫn với công thức trên, nhưng nếu thay boots Brian Atwood bằng guốc Reed Krakoff, bạn sẽ có được một phong cách hoàn toàn mới mẻ trong những ngày tiết trời hơi se lạnh của mùa thu.



Donna Karan



Chloé



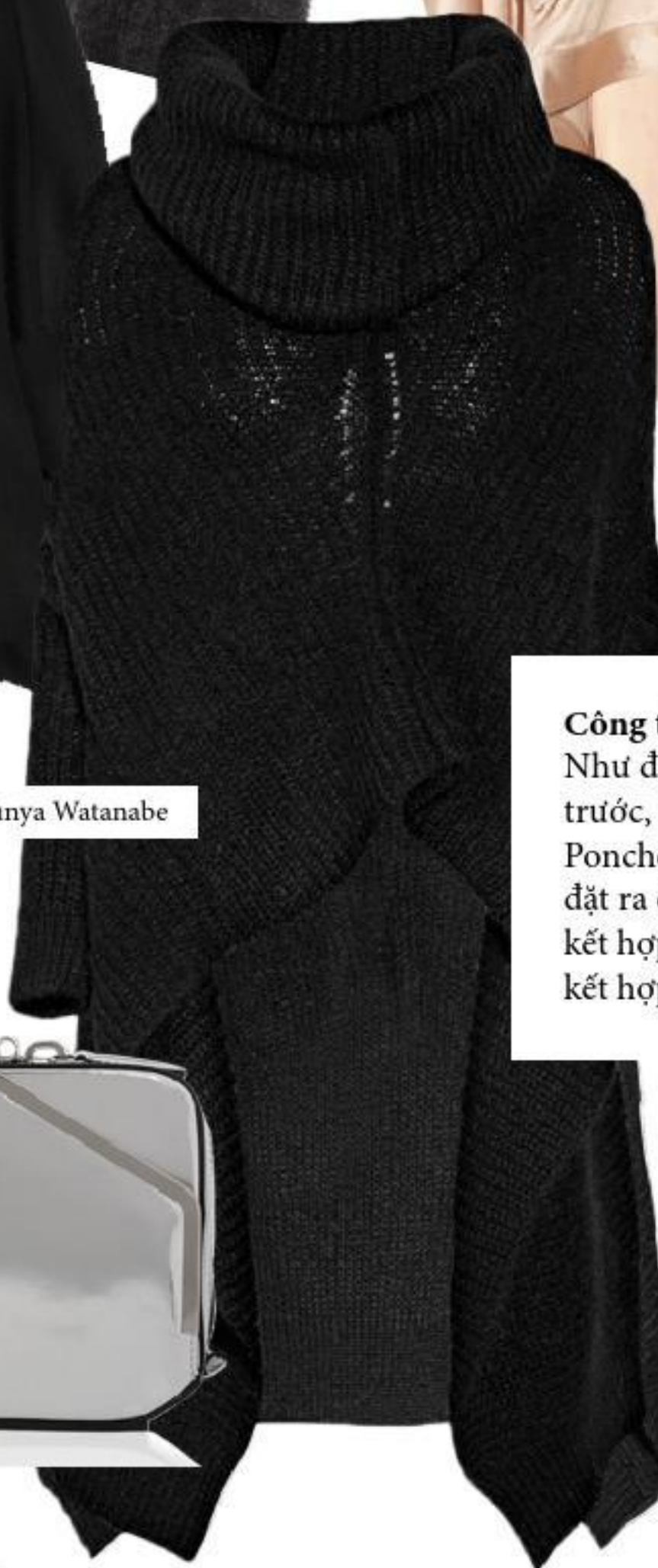
Alexander Wang



Michael Kors



Paul & Joe Sister



Junya Watanabe

Công thức 2

Như đã giới thiệu từ một vài số trước, mùa đông này chắc chắn áo Poncho sẽ lên ngôi. Nhưng câu hỏi đặt ra ở đây là áo khoác Poncho sẽ kết hợp với những phụ kiện gì và kết hợp thế nào?



Alexander Wang

Alexander Wang

■ STYLE ACTION

Oscar de La Renta

Stella McCartney

Thakoon

Proenza Schouler

Roberto Cavalli

Burberry Prorsum

Yves Saint Laurent

Công thức 3

Mùa đông là mùa của sự ấm áp từ những chiếc áo len chui đầu. Những cái tên rất đáng được chú ý trong mùa mốt này là Rodarte, Marc by Marc Jacobs, Yves Saint Laurent, Stella McCartney, Burberry Prosum, Roberto Cavalli và Jil Sander!

Nhưng câu hỏi muôn thuở vẫn là phụ kiện đi kèm sẽ là? Trả lời chẳng gì tốt hơn giày knee boot của Gucci, giày ankle boot đế wedge của Marc by Marc Jacobs cho những ngày đông lạnh. Giày pumps Stella McCartney cho những ngày thu và những bữa tiệc dạ hội. Ngoài ra, bạn cũng có thể chọn Burberry Prosum cho một chút ngỗ ngược xen lẫn ngổ ngáo. Nếu muốn hầm hố hơn thì xin mời Rag & Bone, còn nếu muốn tiện dụng thì ankle boot đế bằng của Proenza Schouler. Boot da bóng của Marc by Marc Jacobs hoặc boot nhung của Thakoon thì hứa hẹn mang lại cho bạn một phong cách năng động nhưng vẫn điệu đà.



35

STYLE

Công thức 4

Quần flare, váy. Loại quần ống loe của thập niên 1970 – đang trở lại. Vay mượn cảm hứng từ những bộ phim và những nữ diễn viên nổi tiếng của thập niên 1970 là Love Story và Farrah Fawcett, từ nhà Gucci cho tới Paul & Joe, từ Marc by Marc Jacobs đều giới thiệu quần loe. Và quần loe cũng là trang phục must-have trong tủ đồ của những ngôi sao nổi tiếng như Claudia Schiffer, Olivia Palermo và Mila Kunis.

Oscar de La Renta



Goldsign



D&G



Chloé



J Brand



Chloé



Marc by Marc Jacobs

VŨ KHÍ *của phụ nữ*

NGỌC ANH

ĐÃ RẤT NHIỀU LẦN TÔI ĐƯỢC NGHE NÓI VỀ NHỮNG CÔ GÁI THÀNH ĐẠT TRONG MỘT “THẾ GIỚI VỐN THUỘC VỀ NHỮNG NGƯỜI ĐÀN ÔNG”!

Và cũng từng đó lần tôi đặt câu hỏi tại sao khi đưa ra nhận xét trên người ta không nói “thế giới của những người phụ nữ” thay vì “thế giới của những người đàn ông!”

Nhưng rồi tôi chợt nhận ra rằng tới tận bây giờ nước Mỹ dù cấp tiến đến mức đã có tổng thống là một người da màu nhưng vẫn chưa có một vị tổng thống là nữ giới. Cũng tới tận bây giờ, vẫn không nhiều người biết tới Amelia Earheart là người phụ nữ đầu tiên đã lập kỷ lục khi bay vượt biển Atlantic. Thay vào đó người ta sẽ nhớ nhiều tới anh em nhà Wright hơn. Tôi tin bên cạnh việc hai người đàn ông này đã có những đóng góp to lớn cho ngành hàng không thì đó còn bởi chúng ta không sống trong một thế giới của những người phụ nữ.

“Một thế giới của những người đàn ông” là một thế giới mà trong lịch sử không có nhiều những người như “bà đầm thép” trong chính trị Margaret Thatcher. Là một thế giới mà những người phụ nữ có đóng góp cho khoa học như Marie Curie không nhiều. Không phải bởi phụ nữ không đóng góp mà có lẽ bởi không nhiều người đàn ông muốn ghi nhận những đóng góp to lớn của phụ nữ. Và như vậy, liệu có phải đó là một sự bất công không khi trong mọi ngành nghề, mọi lĩnh vực đàn ông đều xâm chiếm và





hùng hồn tuyên bố: “We can do it!” Từ hóa học tới toán học, từ văn chương tới báo chí, từ vật lý tới vũ trụ, từ chính trị tới tôn giáo, gần như trong mọi lĩnh vực, số lượng những người được biết đến và được coi là có những đóng góp to lớn là nam giới luôn áp đảo so với nữ giới.

Ngay cả trong những lĩnh vực vốn thuộc về nữ giới như thời trang và mỹ phẩm, dường như số lượng những cái tên là nam giới vẫn đông đảo hơn đàn ông. Điều đáng nói hơn nữa khi từ những món đồ bí mật nhất của phụ nữ như quần chữ T cho tới những thứ mang tính khoa trương nhất như bikini đều do đàn ông tạo ra. Hay thậm chí ngay cả phấn mắt, phấn môi, mascara, chì kẻ mắt đều có sự góp mặt của những cái tên là nam giới. Loại nước hoa Chanel No.5 kinh điển là tác phẩm của Ernest Beaux – một người đàn ông. Opium – một loại nước hoa nổi tiếng khác dành cho nữ giới cũng là đứa con tinh thần của một người đàn ông, hoặc ít nhất của một người mang hình hài đàn ông khác: Yves Saint Laurent. Thậm chí ngay cả số giám đốc sáng tạo nổi tiếng của ngành mỹ phẩm cũng nhiều hơn nữ giới. Những cái tên như Tom Pecheux của nhà Estee Lauder, Francois Nars – người sáng lập ra hãng mỹ phẩm NARS hay Peter Philips – cậu bé vàng của nhà Chanel đều là những vị thánh trong lòng của phụ nữ.

Trong lĩnh vực thời trang, điều tương tự cũng đang diễn ra. Chỉ điểm qua nhóm những thương hiệu mainstream, bạn đã có thể thấy gần

như không có bóng dáng của một người phụ nữ nào. Chanel do Coco Chanel – một người phụ nữ vĩ đại sáng lập ư? Nhưng người kế nghiệp bà thành công nhất là Karl Lagerfeld – một người đàn ông. Dior ư? Thương hiệu mà mọi phụ nữ đều mong muốn có được một chiếc váy trong đời ư? Cái tên này chưa một lần có vị giám đốc sáng tạo nào là nam giới. Và điều này cũng tương tự với Louis Vuitton – thương hiệu mà mỗi cô gái đều muốn có ít nhất một chiếc túi in hình bông hoa hướng dương. Hay Hermès? Sau khi tạm biệt với Jean Paul Gaultier, Hermès đã hợp tác với một nhà thiết kế khác. Nhưng nhà thiết kế này cũng không phải là phụ nữ. Đó là một người đàn ông: Christophe Lemaire!

Nhưng, tại sao những thứ thuộc về phụ nữ lại không phải do phụ nữ tạo ra? Tại sao những bộ phim về phụ nữ lại do đàn ông làm? Phải chăng phụ nữ không làm được? Hay phải chăng phụ nữ sinh ra để hưởng thụ? Hay phải chăng, một lần nữa, chúng ta đang sống “trong một thế giới của những người đàn ông chứ không phải một thế giới của phụ nữ, dành cho phụ nữ và vì những người phụ nữ”!

Một số người đàn ông sẽ ngạc nhiên rằng tất cả những gì những người phụ nữ phải làm là hưởng thụ. Họ chỉ việc ở nhà, chăm sóc con cái và thừa hưởng thành quả thành công của những người đàn ông. Họ chỉ việc đưa người đàn ông của mình tới tiệm trang sức và chỉ vào viên kim cương to nhất, đẹp nhất. Hoặc họ cũng chỉ cần nhắc khéo rằng một chị bạn mình có một chiếc túi Birkin, một chị bạn khác có một chiếc túi Kelly, và chắc chắn – nếu chồng họ thành công – họ sẽ có một chiếc túi Hermès. Một số người đàn ông thậm chí ngạc nhiên họ ghen tị với phụ nữ vì điều này.

Nhưng tôi tin rằng chắc chắn không phụ nữ nào muốn trở thành một “món đồ trên giá trưng bày thành công” của chồng mình. Họ muốn làm việc và thừa hưởng thành quả lao động của chính mình. Họ cũng muốn được ghi nhận trên mọi lĩnh vực.

Từ tôn giáo tới chính trị, từ các hoạt động từ thiện xã hội tới kinh doanh, từ nghệ thuật tới khoa học, trong mọi lĩnh vực, phụ nữ đều muốn khẳng định rằng họ là một nửa của thế giới, những đóng góp của họ cần được tôn trọng và ghi nhận.

Tôi càng tin tưởng hơn nữa rằng phụ nữ muốn tạo ra những thứ dành cho và hợp với giới tính của họ. Chắc chắn, họ cũng muốn tạo ra những định hướng thời trang, những gu thẩm mỹ riêng trong các lĩnh vực thời trang và mỹ phẩm, trang sức và đồng hồ thay vì chạy theo một số mẫu mốt và định hướng mà những nhà thiết kế thời trang là nam giới đã đề ra.

Rất có thể, trong thâm tâm của một số phụ nữ cấp tiến, quần chữ T có thể là chiếc quần gợi cảm nhất thế giới nhưng chưa chắc quần chữ T đã là chiếc quần được họ yêu thích nhất. Bởi quần chữ T là do một người đàn ông nghĩ ra. Khi nghĩ ra chiếc quần

này, hân vị thị trưởng của New York, Fiorello Henry La Guardia đã có những định hướng mang tính áp đặt của nam giới lên quan điểm của nữ giới. Tương tự, rất có thể trong thâm tâm của một số phụ nữ cấp tiến, bikini – mặc dù là trang phục bơi sexy nhất – chưa chắc đã là món đồ bơi hoàn hảo. Bởi trang phục này là do một người đàn ông nghĩ ra (dù phụ nữ mới là những người đã ghi tên nó vào lịch sử.) Hay, mặc dù Le Smoking là trang phục đại diện cho phong trào đòi bình quyền nhưng xét trên một góc độ nào đó, đây không phải là một đại diện hoàn hảo. Bởi nó – một lần nữa – do một người đàn ông nghĩ ra và vay mượn cảm hứng trang phục của một những người đàn ông. Và như vậy, thông điệp thời trang ở đây phần nào sẽ là: “Vâng, phụ nữ các bạn làm được những điều mà những người đàn ông có thể làm!”.

Thông điệp “Vâng, phụ nữ các bạn làm được những điều mà những người đàn ông có thể làm!” là một thông điệp mang nội dung giống như một con dao hai lưỡi. Chỉ cần thay đổi giọng điệu sắc thái của thông điệp sẽ thay đổi. Thậm chí ngay cả khi thông điệp này mang tính tích cực thì nó vẫn có chút ẩn ý về việc phụ nữ đang phải vật lộn trong “một thế giới của những người đàn ông.”

Hẳn có thể giống như tôi, bạn sẽ không thích thú với thông điệp này. Chúng ta đang sống trong một thế giới của cả đàn ông và đàn bà. Chúng ta cần thế giới đó ghi nhận sự đóng góp của đàn bà nhiều như đàn ông. Mặc dù không được ghi nhận nhưng không phải phụ nữ không xuất hiện trong mọi lĩnh vực. Trong kinh doanh, chúng ta có Oprah Winfrey. Và cái tên này cũng là một phụ nữ tiêu biểu trong lĩnh vực truyền thông. Trong chính trị, chúng ta có “bà đầm thép” Margaret Thatcher, Hillary Clinton và mới nhất là nữ thủ tướng Thái Lan Yingluck Shinawatra. Trong lĩnh vực tôn giáo, chúng ta có mẹ Theresa đã trở thành huyền thoại.

Hẳn nhiên, để có thể chứng minh

rằng chúng ta đang sống trong một “thế giới của cả đàn ông và đàn bà,” chúng ta – những người phụ nữ cấp tiến – cũng cần đưa ra những thông điệp. Và thông điệp đó không gì tốt hơn thời trang và lựa là.

Tới lúc này, chắc bạn cũng giống như tôi đã hiểu tại sao những món đồ thời trang do phụ nữ tạo ra trở thành timeless. Tới lúc này, tôi đã hiểu tại sao chiếc váy LBD do Coco Chanel trở thành sản phẩm must-have của mọi mùa. Cũng tới lúc này, tôi đã hiểu tại sao chiếc túi Chanel 2.55 trở thành sản phẩm không bao giờ lỗi mốt!

Và có lẽ vì vậy, thời trang chính là thứ vũ khí, là chiếc microphone của phái yếu trên mặt trận đòi bình quyền. Thời trang, mỹ phẩm có thể do đàn ông tạo ra nhưng kết hợp cần có ý tưởng kết hợp của phụ nữ!



*Chúng ta đang
sống trong một thế
giới của cả đàn ông
và đàn bà. Chúng ta
cần thế giới đó ghi
nhận sự đóng góp
của đàn bà nhiều
như đàn ông.*



EASY SPIRIT



Easy Spirit – Thương hiệu giày dép nổi tiếng của Mỹ hân hạnh ra mắt BST Work It. Tên gọi của BST dường như đã truyền cảm hứng vào những sản phẩm giày dép với thiết kế phù hợp cho công việc. Các chi tiết nữ tính như nơ, khóa kéo mang đến vẻ thanh lịch sành điệu với gót cao trung bình đơn giản là lựa chọn tuyệt vời cho cả ngày lẫn đêm. Easy Spirit cũng vừa khai trương cửa hàng thứ hai tại TTTM Hàng Da. 20 năm qua, Easy Spirit đã không ngừng sáng tạo nên những công nghệ tiên tiến điều mà chứng minh được cho các quý bà, quý cô rằng họ không phải chỉ có quyền lựa chọn một đôi giày hoặc thời trang, hoặc thoải mái. BST Easy Spirit Thu Đông 2011 với những kiểu dáng đa dạng và phong phú nhất cập nhật xu hướng thời trang của thời đại.

LONGCHAMP



Được biết đến như một biểu tượng thời trang thanh lịch và quý phái, với chất liệu da thực và thiết kế tinh tế, Longchamp tiếp tục thuyết phục với mẫu túi Patch Poney - một điểm nhấn nổi bật của bộ sưu tập Thu Đông 2011. Với chất liệu da bò non, da cắt cùng thiết kế cổ điển được xen kẽ với sự chấp vá dí dỏm trong một bảng màu tự nhiên của trắng, be, xám, nâu và đen. Nhìn bề ngoài, chiếc túi như kiểu được đan chéo với những miếng hình thoi ấn tượng và tinh tế. Biểu tượng con ngựa đua Longchamp được dập nổi tinh xảo trong một miếng hình bầu dục da. Mẫu túi ấn tượng Longchamp Patch Poney đã có mặt tại Việt Nam. Boutique của Longchamp tại Longchamp Boutique, 6 Phan Chu Trinh, Hà Nội và Longchamp corner, Diamond Plaza 34 Lê Duẩn, Tp.HCM.

MERCEDES-BENZ



Mercedes-Benz Việt Nam vừa cho ra mắt dòng E tại Việt Nam với các mẫu E200 Blue EFFICIENCY, E250 BlueEFFICIENCY, E300 Elegance và E300 AMG. E200 BE được trang bị động cơ mới và hộp số tự động ưu việt, mức tiêu hao nhiên liệu chỉ 7,5L/100km. E250 BE có khả năng khả năng bứt phá chỉ với 7.8s từ 0 – 100km/h. E300 Elegance vẫn luôn là một chiếc saloon sang trọng đúng nghĩa dành cho giới doanh nhân. E300 Elegance cũng ghi điểm cao nếu xét đến phương diện giá trị sở hữu và khấu hao. Trong khi đó, E300 AMG là phiên bản thể thao nhất với động cơ V6 3L, trang bị hệ thống khóa thông minh Keyless-GO có nút khởi động START/STOP, hệ thống âm thanh vòm cao cấp Harman Kardon và chức năng đóng khoang hành lý bằng điện tiện lợi. Giá 1,879 tỉ/E200BE, 2,088 tỉ/E250BE, 2,487 tỉ/E300 Elegance và 2,801 tỉ/E300 AMG.

MISAKI



Misaki dường như đã trở thành cái tên quen thuộc trong làng trang sức Việt Nam. Trang sức ngọc trai Misaki mới ra mắt bộ sưu tập Thu Đông 2012 với rất nhiều mẫu mã sang trọng, lịch sự phù hợp với những người phụ nữ thành đạt ngày nay. Với bộ sưu tập mới này, Misaki đưa khách hàng khám phá những cảm xúc được truyền tải trong những sản phẩm trang sức được gắn ngọc trai và đá sắc sảo tinh tế. Nhân dịp này Misaki cũng có chương trình khuyến mại lớn giảm giá tất cả các sản phẩm từ 5% đến 50% và giảm giá 30% cho những khách hàng mua từ hai sản phẩm trở lên từ ngày 01/11 đến ngày 30/11 tại các địa điểm sau: Vincom City Tower – 191 Bà Triệu, Hà Nội và Big C Thăng Long – 222 Trần Duy Hưng, Cầu Giấy, Hà Nội.

NAFNAF PARIS



Trang phục mùa Thu Đông của NafNaf Paris năm nay là sự hòa nhịp đầy mới mẻ và sáng tạo của bốn xu hướng: Poetic lãng mạn, Rivival thanh lịch, Folk phóng khoáng và Fan des Sixties cổ điển. Poetic lãng mạn, mộc mạc và thấp thoáng nét cổ điển được thể hiện qua váy liền, quần form carrot fit, áo T Shirt lấy tông màu hồng, be, ghi... và họa tiết in hoa, kẻ ca rô mờ. Rivival 70 với quần ống rộng, eo cao, áo sơ mi cổ điển, áo khoác chen có đai làm nổi bật chân váy xòe,... trên nền màu camel, nâu đậm, kaki, đỏ đun. Folk với áo len cổ lông trong gam màu đỏ, đỏ tía, nâu, nâu mật ong. Fan des Sixties với áo khoác, chân váy ngắn, quần áo đứng kết hợp áo len mỏng họa tiết nơ trên nền màu hồng, hồng cam, đỏ, vàng, họa tiết graphic hai màu tương phản.

NINE WEST



Nine West vừa khai trương thêm gian hàng số 9 – tên gọi đầy ý nghĩa gắn với tên tuổi, nguồn gốc nhà số 9, đường Tây của thương hiệu Mỹ lừng danh. Trong ngày khai trương, Nine West hân hạnh được đón tiếp các khách hàng VIP, bạn bè thân thiết và đặc biệt có sự tham quan mua sắm của những gương mặt tên tuổi như Đàm Vĩnh Hưng, Xuân Lan, Phùng Ngọc Yến, Hà Anh... Nhân dịp khai trương, Nine West tri ân khách hàng ưu đãi đặc biệt giảm 15% cùng quà tặng có giá trị! Hệ thống Nine West gồm Hà Nội (Hàng Da Galleria, Cửa Đông, Hoàn Kiếm; 4&6A Lê Thái Tổ; Pacific Place, 83 Lý Thường Kiệt; Vincom City Tower, 191 Bà Triệu; Parkson, 198B Tây Sơn) và Tp.HCM (156 Hai Bà Trưng, Quận 1; Sài Gòn Centre; Vincom Centre; Diamond Plaza).

fashion

October/November 2011

HUSSEIN CHALAYAN:
Kẻ công nghệ hóa thời trang
MÙA CỦA NỮ TÍNH

BƯỚC CHÂN
QUYEN RŨ
XU HƯỚNG THỜI
TRANG NAM 2011

NGƯỜI ĐẸP VÌ LỰA

Mặc đẹp không đồng nghĩa với việc chỉ khoác lên người những bộ cánh đắt tiền. Bạn chỉ thực sự đẹp khi biết lựa chọn những bộ đồ phù hợp với vóc dáng và vị trí của mình.



Burberry Prorsum



Hussein Chalayan

NGÀY 30/09/2011 VỪA RỒI, TIM BLANKS – MỘT TRONG NHỮNG BIÊN TẬP VIÊN THỜI TRANG NỔI TIẾNG CỦA VOGUE – ĐÃ ĐẢO NHỮNG NGÓN TAY TRÊN BÀN PHÍM CỦA MÌNH VÀ NHẬN XÉT: HUSSEIN CHALAYAN ĐANG TỰ BIẾN MÌNH THÀNH ALFRED HITCHCOCK CỦA THẾ GIỚI THỜI TRANG VỚI TRANG PHỤC CỦA MÌNH!

Tuy nhiên, hẳn điều này sẽ không thể quan trọng bằng việc gã Hitchcock của thế giới thời trang này đã giới thiệu với mọi người những gì cho mùa mốt Xuân – Hè 2012.

Những ly champagne sai bước trên đường băng catwalk

Lần lượt, từng cô gái của Hussein Chalayan xuất hiện trên sàn diễn. Trước sự ngỡ ngàng của mọi người, các trang phục của Hussein Chalayan vẫn mang đầy tính vị lai nhưng lại không có sự xuất hiện của những chất liệu như gỗ, thủy tinh hay bong bóng. Những chiếc váy của Hussein Chalayan mùa này cũng hoàn toàn không có lấy một nút ấn. Thay vào đó chúng chỉ là những chiếc váy ôm sát với dáng suôn thẳng như những ly champagne.

HUSSEIN CHALAYAN

kẻ công nghệ hóa thế giới

Thời trang

Ngọc Linh

Với khả năng sáng tạo và áp dụng công nghệ siêu việt của mình, Hussein Chalayan đã mang phong cách Space Age trở lại thời thượng, đồng thời giới thiệu với mọi người một tư duy thời trang hoàn toàn mới mẻ và độc đáo!



Xuân - Hè 2007



Xuân - Hè 2007



Chiếc váy gỗ trong show tốt nghiệp

Tính avant-garde trong các mẫu trang phục của ông được thể hiện ở những đường cắt may hoàn hảo và những kiểu cách phức tạp. Những kiểu dệt đặc biệt tạo cho các họa tiết hoa in trên các mẫu vải một ánh nhìn techno.

Tính cấu trúc 3D trong các mẫu thiết kế của Hussein Chalayan mùa này vẫn được bảo lưu nhưng nhìn chung theo xu hướng dịch chuyển của việc đem thời trang cao cấp tiến gần tới với sự đơn giản và hiện đại, chúng đã được giản lược theo một cách không thể tinh tế hơn. Một chiếc áo vest không khuy nhưng với tỷ lệ thiết kế đặc biệt của mình chiếc váy có thể tạo ra một sự đối xứng giúp cho áo có thể cố định trên thân của người mẫu. Sự giản lược trong các đường cắt cúp của trang phục mang tới cho người xem một cái nhìn minimal đặc trưng của phong cách vị lai.

Tối giản không đồng nghĩa với đơn giản

Nói tới Hussein Chalayan, người ta sẽ luôn nghĩ tới một nhà thiết kế chạy theo phong cách tối giản. Từ chiếc váy bằng gỗ - bài tốt nghiệp học viện thời trang nổi tiếng thế giới Central

Saint Martins - cho tới những bộ trang phục mô phỏng những chiếc ly champagne trên sàn catwalk mùa mốt Xuân - Hè 2012 của ông mặc dù đã có một tiến hóa lớn nhưng tiêu chí này vẫn luôn đảm bảo sự thống nhất và nhất quán. Tuy nhiên, những người hiểu và theo dõi sự nghiệp của Hussein Chalayan đều hiểu rõ rằng sự tối giản của Hussein Chalayan hoàn toàn không đơn giản. Những mẫu váy được tạo khối 3D với những đường nét kiến trúc đặc trưng hoàn toàn không đơn giản.

Đó tất nhiên là chưa kể tới việc Hussein Chalayan là người đầu tiên đưa công nghệ tích hợp vào với thời trang. Chỉ một nút ấn, chiếc váy trong mùa mốt Xuân - Hè 2007 của Hussein có thể trở nên dài ra hoặc ngắn lại. Và cũng vẫn trong mùa mốt này Hussein Chalayan giới thiệu với mọi người chiếc váy bong bóng. Một mẫu váy bong bóng tương tự sau này đã được Lady Gaga diện và nó trở thành một trong những mẫu váy nổi tiếng nhất của cô. Mẫu váy này cũng đưa Lady Gaga trở thành một icon thời trang.

Thực sự, không ngoa khi nói rằng

với khả năng sáng tạo, kỹ thuật điêu luyện trong việc cắt may và tạo hình, Hussein Chalayan đã đưa những người đàn bà hiện đại trở nên siêu hiện đại. Ông là người đã đưa phong cách Space Age quay trở lại với những thiết kế của mình. Phức tạp nhưng tối giản, công nghệ nhưng thuần nhất, đó là sự tài tình rất edgy của Hussein Chalayan.

Và cũng sẽ hoàn toàn không ngoa khi so sánh rằng Hussein Chalayan chính là Steve Jobs của thế giới thời trang.

Một thiên tài công nghệ + thời trang

Hussein Chalayan sinh năm 1970 ở Thổ Nhĩ Kỳ. Năm 1978, Hussein cùng gia đình chuyển tới Anh và trở thành công dân của nước này. Năm 1993, ông tốt nghiệp trường thời trang danh tiếng nhất thế giới Central Saint Martins ở London.

Ngay từ thời điểm này, Hussein đã cho thấy sự nổi loạn đầy phá cách trong thời trang của mình. Ông giới thiệu với mọi người những chiếc váy mà ngay cả trong mơ mọi người cũng không dám nghĩ tới bởi sự "quái gở" đầy thú vị của nó. Bỏ qua chiếc váy gỗ nổi tiếng đã ấn định phong cách

công nghệ của Hussein Chalayan, trước sự ngạc nhiên của giáo viên và bạn học, Hussein đã giới thiệu những bộ trang phục ố bản bởi chúng đã được Hussein chôn chôn trong vườn và đào lên để đem diễn trong show tốt nghiệp của mình.

Nhưng còn ngạc nhiên hơn nữa khi toàn bộ bộ sưu tập đã được nhà thời trang cao cấp nổi tiếng Browns của London mua hết và đem trưng bày trong tủ kính của mình.

730 ngày sau, London lại tiếp tục ngả mũ trước Hussein khi ông đánh bại 100 nhà thiết kế khác và nhận giải thưởng Nhà thiết kế số 01 London. Với giải thưởng này, Hussein Chalayan nhận một khoản tiền là 28.000 bảng để phát triển các sáng tạo của mình cho tuần lễ thời trang British capital's Fashion Week.

Mặc dù là một người tài năng nhưng con đường công danh, sự nghiệp của Hussein luôn gặp những trắc trở do phải kêu gọi các nguồn tài trợ từ rất nhiều

đơn vị. Ông đã làm việc cho từ Marks and Spencer tới Puma hay Swarovski. Nhưng nhìn chung, dù thương hiệu mang tên ông chưa thực sự là một đế chế nhưng Hussein Chalayan vẫn là cái tên được mọi người nhắc đến khi cần nói về một nguồn sáng tạo vô hạn. Ông đã liên tiếp nhận giải thưởng Nhà thiết kế của năm của Anh trong năm 1990 và 2000. Ngoài ra vào năm 2006, ông còn được trao giải thưởng Member of the Order of the British Empire (MBE).

Sau tất cả, mỗi nhà thiết kế đều đáng được tôn vinh bởi những gì họ đã đóng góp!



MR. REAL ROMANCE
FALL - WINTER COLLECTION, 2011

BB[®]
BARISHIDI
PARIS



Real Romance

SHOWROOM:

S2 - 01, 2nd Flr The Garden, My Dinh, Hanoi - Tel: +084.37877760
114 Chua Boc Str., Dong Da, Hanoi - Tel: +084.35371470
3rd Flr Parkson Landmark72, Keangnam, Pham Hung Str., Hanoi - Tel: +084.35373168

[www. barishidiparis.com](http://www.barishidiparis.com)

NTK BẢO LỘC

MỖI SẢN PHẨM là một cá tính

Nguyễn Thị

TÌNH CỜ, TÔI ĐƯỢC MỜI THAM DỰ TIỆC SINH NHẬT CỦA MỘT CÔ NÀNG SÀNH ĐIỆU TẠI TABOO BAR & LOUNGE TRÊN MỘT DU THUYỀN KHÁ ẤN TƯỢNG Ở HỒ TÂY. CHỦ NHÂN CỦA BỮA TIỆC ĐÃ KHÉO LÉO DÙNG KHĂN HERMÈS TẠO THÀNH YẾM RỒI KẾT HỢP MỘT CHÂN VÁY NHUNG ĐỎ TINH TẾ, SANG TRỌNG NHƯNG VẪN THỜI TRANG. KHÁ ẤN TƯỢNG VỚI CHIẾC CHÂN VÁY, TÔI TÌM HIỂU VÀ BIẾT ĐẾN CÁI TÊN BẢO LỘC VÀ BOUDOIR PARIS.



NTK Bảo Lộc



Thực ra, đây cũng không phải lần đầu tôi biết đến cái tên Boudoir Paris. Style và Boudoir Paris đã từng hợp tác thực hiện một BST mang hơi hướng wedding được chụp tại sân vận động Hàng Đẫy, Hà Nội. BST đó khá ấn tượng và từ đó tôi biết đến một thương hiệu váy cưới Boudoir Paris. Mới đầu, tôi nghĩ những tưởng đó là những sản phẩm của Pháp vì chúng khá hiện đại và anh Henri Hubert – giám đốc sáng tạo của Style thì phát âm tên NTK Bảo Lộc theo cách rất Pháp vì vậy tôi định ninh đó là NTK người Pháp. Và tôi vẫn còn nhớ như in câu khen của Henri Hubert dành cho NTK này: “Các mẫu thiết kế của cô ấy rất đặc biệt, rất cá tính và sang trọng. Kiểu dáng rất hiện đại trong khi sự tinh tế mang tính truyền thống lại được thể hiện qua các công đoạn thực hiện thủ công. Nói chung, thiết kế của Bảo Lộc thật đặc biệt.”

Khi ấn phẩm Style có BST của Boudoir Paris xuất bản. Một cô bạn khác của tôi đã vội vã gọi cho tôi nhờ đặt một mẫu váy cưới ngắn (không phải kiểu chân cá). Mẫu này rất cá

tính và tôi chưa thấy cô dâu Việt nào diện váy cưới ngắn trong ngày trọng đại của mình. Mặc dù phải 10 tháng sau mới tới ngày cưới nhưng để chắc chắn, cô bạn tôi đã mua vé máy bay, bay thẳng ra Hà Nội để mua chiếc váy vì sợ người khác mua mất. Sau này tiếp xúc với Bảo Lộc, tôi mới thấy quyết định của cô bạn tôi khá sáng suốt vì Bảo Lộc khẳng định: “Mỗi mẫu váy của tôi đều là một sản phẩm duy nhất. Nghĩa là, mỗi mẫu chỉ giới hạn ở một kiểu duy nhất. Vì thế, khách hàng của tôi có thể tự tin rằng váy cưới của họ là độc nhất, không bao giờ có cái thứ hai.”

Hai cô bạn thân của tôi đều xinh đẹp, sành điệu và thời trang. Cả hai đều chọn các thiết kế của Boudoir Paris ngay từ lần đầu nhìn thấy chúng. Chính điều đó khiến tôi tò mò về NTK Bảo Lộc và công việc của cô. Tôi tìm đến một căn biệt thự nhỏ vừa là văn phòng vừa là showroom của Boudoir Paris nằm trên đường Nguyễn Gia Thiều, Hà Nội. Showroom nhỏ nhắn, và khá đơn giản. Không lộng lẫy, cầu kỳ cũng không có quá nhiều mẫu váy được treo ở đây. Qua showroom, chúng tôi





đi lên tầng trên nơi Trần Bảo Lộc đang chờ để tiếp chuyện chúng tôi ngay tại phòng làm việc của chị. Và chúng tôi cũng hiểu thêm về công việc cũng như mục tiêu của Bảo Lộc với Boudoir Paris qua buổi nói chuyện này.

2555 NGÀY CHỈ HỌC VỀ THỜI TRANG

07 năm ở Pháp chỉ để học về thời trang có lẽ là quá nhiều đối với một nhà thiết kế?

Muốn học nhiều chắc người ta cũng không cho học. Thực ra, tôi đã học ở ba trường đào tạo về thời trang khác nhau và học các chuyên ngành khác nhau. Chính vì thế mới mất bảy năm. Ở Pháp, mỗi chuyên ngành trong lĩnh vực thời trang chỉ kéo dài từ 02-03 năm. Theo tiến trình đào tạo của Pháp, năm cuối chủ yếu là thực tập. Chính vì vậy mà tôi học hết một trường trong ba năm rồi chuyển tiếp sang học một trường nữa để học về sáng tạo năm cuối cùng của trường đấy.

Học ba trường nghĩa là chị học ba ngành khác nhau?

Đúng thế. Tôi học về Thiết kế, Công nghệ và Sáng tạo. Về thiết kế, người ta không ép học sinh phải thiết kế thế này hay thế nọ. Người ta cho học sinh tự cảm nhận về thời trang và chủ

động thiết kế dựa trên cảm nhận đó với mục đích từ cảm nhận tới ý tưởng phải hài hòa với nhau trên các mẫu thiết kế.

Vậy chắc chị cũng chọn một thương hiệu thời trang lớn tại Pháp để thực tập?

Nếu chọn một thương hiệu lớn, tôi chỉ học được một vài mảnh ghép trong một bức tranh tổng thể. Vì vậy, khi thực tập, tôi chọn những thương hiệu trung bình để có thể vẽ được một bức tranh hoàn thiện. Tôi xác định rõ mục tiêu, và chỉ cần lấy kinh nghiệm để tạo phong cách nhất định cho thương hiệu của mình..

Vậy chị học cả hai kiểu thiết kế căn bản?

Chính xác. Với kiểu thiết kế công nghiệp, bao giờ tôi cũng có sẵn những kích thước căn bản và phát triển các mẫu thiết kế của mình và đưa ra một phong cách riêng dựa trên "size" căn bản đó. Sau đó, tôi sẽ ghép những miếng cắt theo thông số và hoàn thiện mẫu thiết kế. Bên cạnh đó, tôi có tham gia một khóa học khác là thiết kế trên mannequin để tạo ra những bộ đồ chuẩn với từng người mặc. Bởi vì, mỗi người có một phong cách khác nhau nên kích thước cũng khác nhau. Ngay cả chất liệu đôi khi cũng

tạo ra sự khác nhau trong thiết kế. Chẳng hạn, khi thử những ứng dụng của chất liệu, tôi phải tạo tất cả các nếp gấp trên mannequin hoặc tìm góc cắt. Những điểm lỗi lôm trên cơ thể có thể là đường thẳng theo kiểu thiết kế công nghiệp nhưng lại là những đường cong theo kiểu thiết kế trên mannequin.

Với Boudoir Paris, chị có thể tìm các nguyên liệu tại Việt Nam?

Có nhưng không đủ. Mỗi năm tôi đều phải sang Ý và Pháp vài lần để mua chất liệu phù hợp cho các mẫu thiết kế của mình. Thường tôi thiết kế mẫu xong rồi mới đi tìm chất liệu phù hợp.

Nhưng Việt Nam có đầy đủ chất liệu cho một chiếc váy cưới chứ?

Việt Nam có nhưng không đủ hoặc chưa có chất lượng đủ tốt hoặc đủ phù hợp với Boudoir Paris. Chất liệu tôi chọn mua ở Pháp hay Ý chủ yếu là ren. Chất ren ở Việt Nam thường không được tốt bởi vì không có sự độc đáo. Ở bên Pháp, chất ren khá truyền thống nên chất lượng ren của họ rất tốt.

PHONG CÁCH CỦA BOUDOIR PARIS LÀ DUY NHẤT VỚI MỖI NGƯỜI

Thiết kế của chị rất lạ, và nhiều người chỉ cần nhìn là nhận ra đó là Boudoir Paris. Có phải là vì chúng rất “Pháp”?

Thực ra, thứ mà mọi người cảm nhận được qua trang phục của Boudoir chính là thứ mà tôi đã học được ở bên Pháp. Tôi học cách tạo ra cái riêng cho mình, tạo ra thứ mình yêu thích và đam mê. Nếu mình tạo ra được cái riêng, chắc chắn chúng sẽ gây ấn tượng cho mọi người. Khi đi học, bao giờ người ta cũng dạy mình cách nghiên cứu thời trang của các thương hiệu nổi tiếng hay các NTK nổi tiếng trên thế giới. Từ đó, người ta phân tích ra xu hướng của từng thương hiệu hay NTK nhưng chỉ là để học cách sáng tạo chứ không phải chạy theo các xu hướng đó.

Khi thiết kế, chị có chạy theo xu hướng chung của thế giới, hay bị ảnh hưởng bởi một NTK nào khác?

Thực sự mà nói, tôi rất ít xem những mẫu thiết kế nổi tiếng của các nhà thiết kế nổi tiếng trên thế giới, Tôi không muốn chúng ảnh hưởng đến mình và không muốn ám ảnh



bởi những thứ người ta làm thường đã rất đẹp rồi. Nếu mình chăm chú quá, biết đâu một ngày nào đó, tôi đặt bút vẽ lại có thể bị ảnh hưởng bởi thiết kế của họ trong tiềm thức và mọi người nghĩ tôi copy thì sao?

Boudoir mỗi mẫu chỉ có một chiếc duy nhất, vậy giá của chúng cũng “đặc biệt”?

Nói cao thì cũng không hẳn là như thế, cao là so với mặt bằng trung mà lại rẻ hơn đối với những người cảm nhận được gu và thích cái đồ của tôi. Bởi vì sao lại nói thế? Vì đối với những người am hiểu và đi nước ngoài học về, họ coi giá đó bình thường, thậm chí là rẻ nữa. Khi họ đến đây họ sẽ tìm được cái ưng ý. Chẳng hạn, nếu mua một chiếc váy cưới của một thương hiệu có tiếng thì giá cũng khoảng từ \$5.000 - \$7.000, còn nếu họ muốn những chiếc váy hiệu như của Vera Wang thì có khi phải lên tới \$10.000. Nhưng nếu đến Boudoir thì chỉ với \$2.000 nhưng họ đã có những chiếc váy cưới đẹp long lanh rồi.

Mua thì vượt quá ngân sách cho phép, vậy Boudoir có cho thuê?

Tôi không đưa ra dịch vụ cho thuê váy cưới bởi vì mỗi một cái sản phẩm đều là đơn chiếc. Nếu tôi cho thuê,

điều đó đồng nghĩa với việc sẽ không thể đảm bảo sự đơn chất và thuần nhất cho những chiếc váy cưới. Ngoài ra, phong cách mỗi người một khác, nếu cho thuê chẳng phải tôi đã cố tình để người này trông giống người khác nhưng làm như vậy Boudoir Paris sẽ còn những đặc điểm đặc trưng thú vị hay không !?

Như vậy hẳn mỗi chiếc váy cưới của Boudoir đều có một nét cá tính riêng?

Mỗi sản phẩm là một cá tính và hợp với người mặc. Nhiều khi bạn nhìn thấy nó đẹp đấy nhưng khi mặc chưa chắc đã đẹp vì nó không hợp với cá tính hay phong cách của bạn. Đó chính là phong cách của Boudoir. Người ta có thể nhìn vào và biết được nhân hiệu của tôi.

Xin cảm ơn chị đã chia sẻ!

**“Hiện tại, khách của tôi chủ yếu là người nước ngoài hoặc những cô gái đi du học về. Cũng có nhiều khách Việt nhưng họ đều là những người tinh tế và hiểu được giá trị của Boudoir,”
Bảo Lộc cho biết.**

N T GƯỜI ĐẸP VÌ LỰA!

Hoài Anh

Mặc đẹp không đồng nghĩa với việc chỉ khoác lên người những bộ cánh đắt tiền. Bạn chỉ thực sự đẹp khi biết lựa chọn những bộ đồ phù hợp với vóc dáng và vị trí của mình.

THỜI TRANG LÀ LỰA LÀ

Tôi chưa bao giờ nghi ngờ tính xác thực của câu tục ngữ được mượn để làm tit cho bài viết này. Có lẽ khẳng định lại một điều mà ông cha ta đã đúc kết từ hàng ngàn năm nay là hơi thừa, tuy nhiên, là một người hoạt động trong ngành thời trang, thường xuyên phải theo dõi và cập nhật các xu hướng, tôi vẫn muốn khẳng định lại điều trên!

Tôi đã không ít lần chứng kiến những cô người mẫu trông rất bình thường ngoài đời nhưng khi sải bước trên sàn catwalk trong những bộ trang phục đẹp nhất của các nhà thiết kế, họ gần như hoàn toàn “lột xác.” Họ lúc thì trông lạnh lùng, xa xôi huyền bí, cao sang. Lúc lại trông thật năng động tự tin, cởi mở và dễ gần. Điều này giúp tôi hoàn toàn có thể khẳng định chuyện thời trang có thể thay đổi số phận của một con người đặc biệt là phụ nữ.

Tôi đã từng chứng kiến một Mai Phương Thúy lộng lẫy, kiêu sa, sang trọng trong các bữa tiệc thời trang. Nhưng tôi và rất nhiều người lại cũng thấy một Mai Phương Thúy (trong vai Minh) trong những phân cảnh của bộ phim Âm Tinh.

Câu hỏi ở đây là tại sao vẫn chỉ một con người đó nhưng lại hai phong cách hoàn toàn khác nhau. Bên cạnh đó, tại sao “sao đẹp” và “sao xấu” lại có thể trở thành tựa cho rất nhiều chuyên đề, chuyên trang của những tờ báo lớn nhỏ. Lý do gì một ca sỹ tuần trước còn được tung hô là “sao đẹp” nhưng vẫn ca sỹ đó tuần sau lại bị đem ra chỉ trích và bị liệt vào danh sách “sao xấu”?





Ảnh: QUỲNH NUÔNG. Trang phục: LEA'S BY LÊ HÀ

Tất cả đều có thể giải thích bởi hai chữ “thời trang.” Và nếu hiểu theo nghĩa rộng sẽ thấy thời trang chính là lựa là.

TRONG THẾ GIỚI SHOWBIZ VIỆT

Không hiếm những cái tên nổi tiếng đã làm nên thành công của mình với thời trang. Đó là một Hồ Ngọc Hà quý phái nhưng vẫn có chút gì đó nổi loạn. Là một Thanh Hằng với phong cách lạnh (nhưng rất dễ gần). Trang Nhung thật khéo khi chọn đồ. Ngoài ra còn có Kim Thoa, Tăng Thanh Hà, Trương Ngọc Ánh, Võ Hoàng Yến, Hồng Nhung tất cả đều là những người đã một phần nhờ vào thời trang và thành công và sẽ tiếp tục thành công.

Tất cả chúng ta đều biết thế giới showbiz là thế giới của những sắc màu lung linh và huyền ảo. Và giống hệt như thời trang, thế giới showbiz cần phải luôn thay đổi, phải luôn làm mới hình ảnh của mình. Tuy nhiên, việc làm mới hình ảnh cũng cần phải đúng cách và nên tránh xa những ngộ nhận về cái đẹp. Cho tới giờ, báo chí vẫn còn viết về sự cố của ca sĩ Minh Hằng

trong chương trình “Đêm Mỹ Nhân” ở Quảng Bình vừa qua. Hay chính bản thân ca sỹ nổi tiếng với gu thẩm mỹ thời trang Hồng Nhung cũng từng bị một tờ báo đưa ra nhận xét không lấy gì làm hay khi cô diện bộ đồ tomboy mang phong cách của giới trẻ.

LỰA LÀ CỦA SHOWBIZ THẾ GIỚI

Chúng ta cũng vừa chứng kiến sự xuất hiện lộng lẫy trên thảm đỏ của liên hoan phim Cannes 2011. Tất cả đều đẹp, đều sang trọng khi đã chọn cho mình những bộ cánh phù hợp. Anne Hathaway chọn chiếc váy Valentino Haute Couture màu đỏ. Trong khi đó, Camila Alves lại xuất hiện trong chiếc váy màu đen của Kaufman Franco.

Nicole Kidman vẫn trung thành với váy Haute Couture của nhà Dior. Trong khi đó, Jennifer Lopez lại đơn giản với chiếc váy ngắn lấp lánh của Emilio Pucci... Ngay cả các ngôi sao châu Á (dù không được nhiều ống kính hướng vào như các ngôi sao phương Tây) như Phạm Băng Băng



cũng đẹp thuần khiết trong chiếc váy trắng của Elie Saab Haute Couture.

Quả thực, minh tinh nào cũng muốn mình đẹp và nổi bật nhất trên thảm đỏ, và để làm được điều đó, họ cũng chọn “lụa” (thời trang).

CHỌN “LỤA” CẦN BIẾT CÁCH

Không phải phụ nữ nào cũng hiểu rõ và nắm vững nguyên tắc “chọn một bộ trang phục đẹp, phù hợp với bản thân, hoàn cảnh và vị trí xã hội” như cô bạn thân của tôi. Nhiều phụ nữ vẫn coi thời trang đơn giản chỉ là “vật che thân”. Tuýp phụ nữ này không bao giờ quan tâm đến chuyện xem thời tiết, kiểm tra lại các hoạt động ngày mai để biết xem hôm đó mặc gì, càng không bao giờ quan tâm kiểu dáng hay màu nào đang là mốt. Họ chọn thời trang với suy nghĩ “mình sẽ thoải mái với bộ này” - thoải mái theo cách thích mặc lúc nào cũng được. Họ luôn tin rằng “tốt gỗ hơn tốt nước sơn” mà không chịu hiểu rằng nếu “gỗ” đã tốt rồi, sao không tốt cả “nước sơn” để trở thành một phụ nữ hấp dẫn từ trong ra ngoài? Và đương nhiên nếu cứ đơn giản quá, họ sẽ bị đánh giá là “luộm thuộm” hoặc “cứng”.

Thời trang sinh ra là dành cho phái đẹp. Mỗi giờ qua đi, những khoản tiền lại đều đặn được rót cho những nhà thiết kế để họ có thể cho ra những mẫu trang phục đẹp nhất dành cho phái nữ. Thời trang là phương tiện để tôn vinh phái đẹp. Thời trang được thiết kế để che đi những khiếm khuyết

trên cơ thể khi tạo hóa đã sai sót. Vậy tại sao, chúng ta không “lợi dụng” thời trang để làm đẹp mình. Một đôi chân cong thì nên tránh những kiểu quần bó. Nếu bạn thừa cân, hãy tránh những gam màu sáng vì chúng chỉ khiến bạn sẽ trông đầy đặn. Tương tự, những màu tối sẽ không thích hợp với những người quá gầy.

Thời trang cũng là phương tiện để tôn lên vẻ đẹp “trời cho” của bạn. Một phụ nữ có đường cong đẹp hãy tránh những chiếc áo rộng thùng thình để tránh tạo cho người khác cảm giác cô ta đang mang bầu. Thực tế, gu cảm nhận thời trang tốt không phải ai cũng may mắn có được. Nhưng trong khi chờ “đẹp vì lụa”, chúng ta phải hiểu rõ bản thân mình trước. Có thể, bạn sẽ cần sự tư vấn của nhà thiết kế, hoặc bạn bè khi mua đồ. Nhưng bạn cần tuyệt đối không nên tin vào các cô bán hàng khéo miệng, chỉ biết khen và luôn thuyết phục cả shop thời trang của họ phù hợp với bạn.

Ngoài ra, ăn mặc đẹp cũng không đồng nghĩa với việc bạn chỉ khoác lên người những bộ cánh hàng hiệu đắt tiền. Nhiều phụ nữ có tiền không hiểu rõ quy luật của thời trang, cầm đầu cầm cổ vào mua những mẫu trang phục siêu đắt với hy vọng “thiên hạ ngưỡng mộ vẻ đẹp của mình”. Thế nhưng, đẹp đâu chưa thấy chỉ biết kiểu “lụa” này không mang lại vẻ đẹp cho họ mà chỉ biến họ thành những kẻ hợm hĩnh, kênh kiệu và hoàn toàn mất đi cá tính.

Thời trang là dành cho bạn, giúp bạn đẹp – từ trong ra ngoài - và tự tin hơn mỗi khi xuất hiện.

HANOI SENTINEL PLACE 41A LY THAI TO - HANG DA GALLERIA - PICO MALL · HO CHI MINH CITY VINCOM CENTER - SAIGON CENTER - 21, NGUYEN TRAI STREET · AXARA.COM



AXARA
PARIS

D' Palais de Louis

PHONG CÁCH THỜI THƯỢNG KHÔNG LỖI MỘT

HOÀNG CHƯƠNG

“ Hơn cả những câu chuyện thần thoại về những thương hiệu xa xỉ đã vượt xa định vị và quy chuẩn dành cho những sản phẩm cao cấp, Tòa tháp căn hộ hạng sang D' Palais de Louis hứa hẹn là người bạn đồng hành trên bước đường thành công của những chủ nhân và là biểu tượng cho những giá trị Hoàn Mỹ. ”

SỰ XA XỈ THUỘC VỀ NGƯỜI PHÁP

Khi nói về sự xa xỉ người ta thường mặc nhiên nghĩ về một lối sống Pháp với phương châm luôn tìm mọi cách để có thể đạt được độ hoàn hảo, và nếu cái tốt nhất hiện đang chưa có thì hãy tìm cách để tạo ra nó. Chính điều này đã tạo ra những thương hiệu cao cấp với những di sản truyền thống của ngành chế tác thủ công. Cụ thể khi nói về những món đồ da, người ta nghĩ tới thương hiệu Hermès. Khi nghĩ tới những chiếc rương người ta nghĩ tới Louis Vuitton. Bugatti Veyron cho những chiếc xe siêu xa xỉ được chế tác hoàn toàn thủ công. Và Boucheron cho những kiệt tác về trang sức. (Đây cũng là thương hiệu từng kết hợp để cho ra đời một dòng điện thoại siêu xa xỉ, gồm 07 chiếc nhân kỷ niệm 150 năm sáng lập thương hiệu.)

Phong cách sống đỉnh cao xa hoa đã được khai sinh ở nước Pháp từ vương triều Louis XIV. Ông đã tạo ra một huyền thoại Versailles nguy nga, tráng lệ biểu trưng cho niềm kiêu hãnh, sức mạnh và quyền lực tối thượng. Sự xa xỉ này thực sự trở thành một trào lưu từ đó khi những bữa tiệc với vang chầy tràn, khi những chiếc đồng hồ siêu phức tạp ra đời. Một trong số những chiếc đồng hồ đó thuộc về hoàng hậu Marie Antoinette. Chiếc đồng hồ này phức tạp tới mức phải mất tới 30 năm



sau ngày mất của bà, Abraham-Louis Breguet – người sáng lập ra thương hiệu đồng hồ nổi tiếng Breguet, đồng thời cũng là “cha đẻ” của cơ chế phức tạp *tourbillon* - mới có thể hoàn thiện được chiếc đồng hồ.

XA XỈ KIỂU CŨ NHƯNG KHÔNG LỖI MỘT

Sự cầu kỳ, phức tạp, tinh tế giống như những giá trị cốt lõi của tinh thần xa xỉ của người Pháp. Người Pháp luôn ám ảnh với việc phá bỏ các giới hạn, tạo ra những sản phẩm cao cấp theo

những cách thủ công và truyền thống nhất. Không dễ để có thể trở thành một người thợ của Hermès, cũng như không dễ để trở thành một thợ khâu, thợ may cho một thương hiệu sản xuất đồ *Haute Couture*. Những người thợ đó phải mất cả chục năm học nghề, sau đó cả cuộc đời cũng chỉ làm một việc là khâu những chiếc túi hoặc những đường gấu váy.

Sự xa xỉ theo lối cũ này không chỉ xuất hiện ở các thương hiệu thời trang và đồ da thuộc. Thực tế, ngay cả các thương hiệu đồ uống như *champagne* Veuve Clicquot cũng áp dụng lối sống này. Mặc dù đã bước sang thế kỷ 21 nhưng nhà Veuve Clicquot vẫn áp dụng phương pháp sản xuất *champagne* theo lối cũ từ cách đây 200 năm. Những người thợ mỗi ngày vẫn tới hầm vang, xoay thật nhẹ từng chai một để chất cặn sẽ lắng nơi cổ chai. Sau đó người ta sẽ dùng dung dịch cấp đông làm lạnh cổ chai để đẩy các cặn lắng này ra ngoài.

SỰ XA XỈ KIỂU PHÁP GIỮA LÒNG HÀ NỘI

Thực tế sự xa xỉ của Pháp có ảnh hưởng ăn sâu vào văn hóa và tiềm thức của những người Hà Nội. Lối ăn dao đĩa – đặc trưng kiểu Pháp từng được xem là một phong cách sống của những nhà giàu kiểu cũ của Hà Nội. Kiến trúc của Pháp cũng được xem là chuẩn mực của



sự xa xỉ. Các con phố giữ được tinh thần của kiến trúc Pháp vẫn là tâm điểm của sự xa xỉ. Nhà Hát Lớn vẫn là “nhà hát của giấc mơ” của giới trí thức với mong muốn một lần được tới đây nghe nhạc. Khách sạn Sofitel Legend Metropole vẫn là khách sạn đẳng cấp số một của Hà Nội với di sản lịch sử trên 100 năm.

Và giờ chúng ta có thêm một khu kiến trúc mang tinh thần của Pháp nữa là *D’Palais de Louis* - Sự kết hợp tuyệt vời giữa nét quyến rũ và vô cùng lãng mạn của phong cách nghệ thuật kiến trúc kinh điển Pháp với tính ước lệ của mỹ thuật châu Âu trên một tác phẩm kiến trúc hiện đại.

Kết tinh từ những giá trị bất biến của thời gian, hội ngộ “mối tình” Đông Tây trong kiến trúc, nghệ thuật, đam mê về đẹp “vượt thời gian” *D’Palais de Louis*, sẽ là “cung điện Versailles giữa lòng Hà Nội” hiện thân sự xa hoa của phong cách vương giả Hoàng gia.

D’Palais de Louis nổi bật với phong cách kiến trúc Hoàng gia cổ điển thời Phục Hưng, được thiết kế giống như một khách sạn huy hoàng với khối đế mang phong cách cổ điển và sảnh vào lớn được ốp đá trang nhã càng nhấn mạnh và làm nổi bật vị thế cũng như tầm cao của công trình.

Dấu ấn kiến trúc Pháp trải dài trong

không gian xanh bao quanh tòa nhà, gần gũi với thiên nhiên, sâu lắng trong các chi tiết nội thất đạt đến đỉnh cao của nghệ thuật chạm khắc tinh xảo, hệ thống phào chỉ, hoa văn trang trí tinh tế, những chiếc đèn chùm bằng pha lê thanh tao, quý phái.

D’Palais de Louis - một tòa tháp với các căn hộ sang trọng bậc nhất, một khách sạn 5 sao++, một không gian hoàn mỹ và duy nhất tại Việt Nam, một công trình hoàn hảo, hoàn hảo đến từng chi tiết, chất lượng bền vững với thời gian, vật liệu & nội thất xa xỉ, tinh xảo hiếm có song hành cùng tiện nghi ưu việt dành riêng cho các cư dân xứng tầm.

D’Palais de Louis là dự án bất động sản nổi bật của TÂN HOÀNG MINH GROUP, hội tụ những giá trị vàng của một sản phẩm đích thực cao cấp: vị trí chiến lược với tầm nhìn rộng lớn, thiết kế biểu trưng từ kiến trúc sư danh tiếng, nội thất cao cấp được chế tác tinh xảo và tiện nghi đặc biệt vượt trội. Được áp dụng công nghệ xây dựng đỉnh cao *D’Palais de Louis* là một tòa tháp cao 27 tầng tráng lệ với 10 loại căn hộ điển hình thể hiện sự phong phú và đa dạng từ cách bố trí mặt bằng đến thiết kế không gian nội thất. Mỗi căn hộ có chiều cao lên tới 3,2m với rất nhiều mặt thoáng và không gian mở theo đúng tinh thần của kiến trúc Pháp. Đặc biệt, hiếm có tòa tháp căn hộ nào tại Việt Nam sở hữu đại sảnh cao tới 7,2m – điều chỉ thường thấy tại các khách sạn 5 sao. Diện tích sân trong của đại sảnh rộng tới 400m² với rất nhiều các tiện ích hiện đại chỉ nhằm mục đích phục vụ các dịch vụ công cộng. Tòa nhà có tới 6 thang máy xuyên sáng và 2 thang máy chở hàng chuyên biệt đảm bảo sự lưu thông tiện lợi, nhanh chóng, 4 tầng hầm được thiết kế có độ dốc thoải 3% cho phép xe ô tô có thể dừng đỗ tại bất cứ vị trí nào.



Tinh thần xa xỉ Pháp đã tồn tại và giờ đang được làm sống lại với *D’Palais de Louis*.

000 - STYLE

ẨM ĐỒ HỌC CÁCH CHIẾN ĐẤU VỚI Laundry Symbol

Thành Hào

Như vậy, thay vì phải ngồi lục tung các trang mạng để tìm hiểu xem lụa cần giặt như thế nào, đồ da phải làm sạch bằng cách gì, len cashmere có thể quăng vào máy giặt được hay không... tất cả những gì bạn phải làm là tìm cách đọc hiểu những ký hiệu về giặt là đã được nhà sản xuất ghi rõ trên nhãn mác. Còn gì đơn giản hơn?

Ấy vậy mà, cứ cách một đoạn thời gian, tôi lại nghe một ai đó phàn nàn rằng họ đã vô tình làm hỏng một món đồ gì đó như thế nào. Ví dụ, chiếc áo t-shirt xịn mặc được một hai tháng nhưng bờ vai đã có dấu hiệu bị kéo xuống, lý do là khổ chủ hoàn toàn không hiểu ký hiệu “phơi khô trên một mặt phẳng nằm ngang” của nhà sản xuất. Hoặc một vết mờ hằn vết lên chiếc áo mới ngay từ lần là đầu tiên chỉ vì để nhiệt độ “quá tay”, trong khi nhà sản xuất đã ghi rõ bằng hình vẽ một chiếc bàn là và một chấm màu đen nhỏ bên trong, có nghĩa là: điều chỉnh bàn ủi ở nhiệt độ thấp (110C, 230F).

Bởi vậy, cái việc tưởng như rất đơn giản là đọc hiểu bảng ký hiệu hóa ra lại hoàn toàn không đơn giản như nhiều người nhầm tưởng, nhất là khi con số ký hiệu lên đến vài chục. Tôi biết nhiều người thậm chí còn không buồn quan tâm đến việc đọc ký hiệu mà chỉ đơn giản là “giặt bằng bàn năng”, tự nhận định chất vải và tự quyết định sẽ xử lý chúng như thế nào: các chất dày như cotton có thể giặt bằng máy, các chất mỏng như lụa, lanh... thì phải giặt tay và là ủi ở nhiệt độ thấp. Toàn bộ kiến thức đến

đây là hết.

Quan điểm của tôi: cũng như đi xe phải hiểu biển báo giao thông, giặt là (nhất là giặt là những món đồ đắt đỏ) nhất thiết phải hiểu các ký hiệu mà người ta đã mất công in lên nhãn cho bạn. Tuy nhiên, điều đó không có nghĩa là ta nên làm theo mọi ký hiệu một cách cứng nhắc. Để ứng xử với những “mật mã” laundry symbol, người ta thường có hai cách: đưa chúng ra hàng giặt khô hoặc tự xử lý. Lòng tin của tôi với những cửa hàng giặt khô ở Hà Nội đang phai nhạt đi, sau khi một vài chiếc áo bị hỏng và nhất là sau bài báo khẳng định rằng một số cửa hàng giặt khô đang sử dụng chất có nguy cơ dị ứng và ung thư để xử lý vải. Như vậy, tôi chỉ có thể lựa chọn giữa việc giặt tay và giặt máy tại nhà, đồng nghĩa với việc sẽ phải tự chiến đấu với hàng loạt laundry symbol hòng giữ cho chiếc áo của mình đẹp đến hơi thở cuối cùng. Việc này không mấy vui vẻ. Và tôi bắt đầu tự hỏi, khi nào có thể lờ các ký hiệu đi mà không sợ gây ra một hậu quả thảm khốc nào đó?

Tôi có một bài trắc nghiệm nhỏ:

1. Điều gì sẽ xảy ra nếu bạn giặt một chiếc áo có ký hiệu “giặt riêng biệt” với các mặt hàng khác?
2. Điều gì sẽ xảy ra nếu bạn treo áo trên một cái móc nhỏ trong khi nhà sản xuất đã cảnh báo rằng nó cần được phơi trên một mặt phẳng?
3. Điều gì sẽ xảy ra nếu bạn giặt tay một món đồ đắt tiền, trong khi nó có ký hiệu “giặt khô?”

“HÃY ĐỌC CÁC KÝ HIỆU GIẶT LÀ
(LAUNDRY SYMBOL) TRÊN NHÃN
VÀ LÀM THEO TẤT CẢ NHỮNG
CHỈ DẪN ĐÓ”- CÂU TRẢ LỜI
CỰC KỲ ĐƠN GIẢN KHI MỘT AI
ĐÓ THẮC MẮC VỀ QUÁ TRÌNH
GIẶT LÀ CHO NHỮNG BỘ TRANG
PHỤC ĐẮT ĐÓ.





Câu trả lời:

1. Tai họa sẽ xảy ra là điều chắc chắn. Bạn sẽ có chiếc áo sơ mi trắng chuyển sang hồng nếu giặt chung với những chiếc tất màu đỏ.
2. Chiếc áo sẽ không giữ được kiểu dáng nguyên bản bởi các sợi vải bị căng chùng xuống vì nước.
3. Nhiều khả năng là chẳng có gì xảy ra cả, bạn vẫn có được một chiếc áo đẹp sau đó.

Câu trả lời thứ ba làm bạn ngạc nhiên? Vâng, chính tôi cũng đã từng ngạc nhiên. Trên thực tế, các ký hiệu giặt là không cần thiết phải chỉ ra cho bạn phương pháp giặt nhanh nhất, hiệu quả nhất, tiết kiệm tiền bạc nhất. Chúng chính xác và đúng đắn, hẳn rồi, nhưng chưa chắc đã là tốt nhất. Vì chúng được đưa ra không chỉ bởi thiện ý (và trách nhiệm) của nhà sản xuất, mà còn bởi những quy định của pháp luật, đơn cử như các đạo luật

bảo vệ người tiêu dùng của Hội đồng thương mại Liên Bang Hoa Kỳ (FTC) (trong đó nêu rõ rằng nhà sản xuất có nghĩa vụ với các ký hiệu giặt là để người tiêu dùng có thể bảo quản quần áo của họ một cách tốt nhất). Để tránh gặp rắc rối với đạo luật này, nhiều nhà sản xuất đã đập lên quần áo của họ mọi chỉ dẫn khắt khe và bảo thủ nhất có thể (rất nhiều trong số này đôi khi không quá cần thiết).

Để tiết kiệm thời gian và công sức cho mình, tôi bắt đầu chỉ lưu ý đến một số ký hiệu mang tính chất cảnh báo cao độ. Đó là những ký hiệu có dấu gạch chéo. Tin tôi đi, trong hàng loạt hình vẽ in trên mác, bạn có thể không cần để ý tới tất cả, nhưng nhất thiết phải để ý tới các ký hiệu có dấu gạch chéo, chúng có nghĩa đơn giản là: Không. Không được giặt. Không được tẩy. Không được là. Không được sấy. Không được phơi. Không

được giặt khô. Đây là những ký hiệu mà bạn kiên quyết phải làm theo nếu muốn còn giữ được một món đồ lành lặn.

Tiếp đó là ký hiệu về giặt tay – ký hiệu dễ nhận ra nhất bởi nó có hình bàn tay. Ký hiệu quan trọng này giúp cho một số chất liệu mỏng, mềm có thể trụ được lâu nhất với tuổi thọ của nó mà không bị xù bông, bị dão, bị nhăn. Tôi quyết định lờ đi các ký hiệu về nhiệt độ khi giặt, bởi tôi luôn duy trì nhiệt độ nước trên dưới 30 độ và mức nhiệt này đạt tiêu chuẩn cho hầu như mọi chất liệu (ngay cả các ký hiệu cũng chỉ quy định nhiệt độ tối đa, chứ không quy định nhiệt độ tối thiểu).

Sau khi giặt, đến công đoạn phơi. Bạn cần nhận ra một ký hiệu theo tôi là quan trọng nhất: phơi trên mặt phẳng. Ký hiệu này giúp bạn tránh được việc trang phục bị kéo giãn, bị chùng xuống, bị mất form dáng sau

MINH HỌA BẢNG KÝ HIỆU



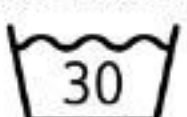
Không được giặt

Giải thích: Áo quần của bạn có thể không được an toàn bởi bất kỳ quá trình giặt nào. Thông thường bạn chỉ nên làm sạch khô.



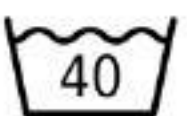
Giặt bằng tay

Giải thích: Quần áo có thể được làm thẳng thông qua việc dùng nước, chất tẩy rửa hay bột giặt và các thao tác giặt bằng tay.



Dưới 30°C

Nhiệt độ giặt tối đa 30°C.



Dưới 40°C

Nhiệt độ giặt tối đa 40°C.



Có thể dùng chất tẩy khi cần

Giải thích: Có thể dùng các chất tẩy khi giặt quần áo nếu cần.



Không được tẩy

Giải thích: Chống chỉ định với các chất tẩy.



Nhiệt độ ủi tùy chọn

Giải thích: Việc ủi quần áo thường xuyên có thể là cần thiết và có thể được thực hiện với bất kỳ nhiệt độ có sẵn hay bằng hơi nước một cách thích hợp.



Ủi ở nhiệt độ thấp

Giải thích: Có thể ủi quần áo thường xuyên bằng hơi nước hay ủi khô và chỉ điều chỉnh bàn ủi ở nhiệt độ thấp (110°C, 230°F).



Ủi ở nhiệt độ trung bình

Giải thích: Có thể ủi quần áo thường xuyên bằng hơi nước hay ủi khô. Điều chỉnh bàn ủi ở nhiệt độ trung bình từ (150°C, 300°F).



Ủi ở nhiệt độ cao

Giải thích: Có thể ủi quần áo thường xuyên bằng hơi nước hay ủi khô. Điều chỉnh bàn ủi ở nhiệt độ cao từ (200°C, 290°F).



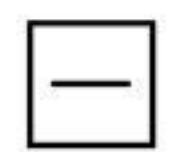
Không được ủi

Giải thích: Chống chỉ định với việc là ủi.



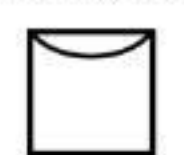
Không được giặt khô

Giải thích: Chống chỉ định với giặt khô.



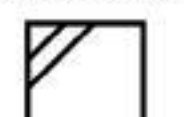
Phơi trên mặt phẳng

Giải thích: Phơi quần áo trên một mặt phẳng nằm ngang.



Phơi trên dây thép

Giải thích: Phơi dưới mái hiên trên dây thép.



Phơi trong bóng mát

Giải thích: Thường được thực hiện cùng với việc phơi khô quần áo trên dây thép và nơi có mái hiên, tránh sự tiếp xúc trực tiếp của ánh sáng mặt trời.



Không được phép sấy

Giải thích: Không được sử dụng máy sấy. Thường được đi kèm bởi phương pháp làm khô lần lượt.

vài lần giặt đồ. Các ký hiệu khác như: phơi dưới mái hiên, phơi trong bóng mát, phơi trên dây, phơi trên mắc...có thể bỏ qua nếu bạn không có thời gian cho chúng.

Một mẹo nhỏ của tôi cho việc là (ủi) quần áo là luôn để nhiệt độ ở 110 độ C – nhiệt độ chấp nhận được cho mọi chất liệu (tất nhiên, trừ những chất liệu không được là). Chỉ điều chỉnh bàn là khi thực sự đụng tới những nếp nhăn cứng đầu trên các chất vải cứng. Và điều này hoàn toàn có thể được quyết định dựa vào trực giác, mà chẳng cần đến việc đọc hiểu một ký hiệu nào đó.

Cuối cùng, tôi có một lời khuyên cho những ai muốn chiến đấu với Laundry symbol: hãy in ra một bảng ký hiệu và treo lên trên máy giặt của bạn. Cách đơn giản nhất để kiểm soát cuộc chiến một cách an toàn nhất.

Chúc bạn có thể bảo vệ thành công những bộ trang phục của mình!

THU-ĐÔNG 2011

N Mùa của vũ tính

“Trẻ trung và phá cách, hãy xem những giới thiệu dưới đây như những gợi ý cho một mùa thời trang vui nhộn của bạn!”

1. Coat, Blazer: Về nữ tính hiện đại

Tại sao mùa này bạn không sắm cho mình những chiếc áo khoác blazer. Điểm mạnh của những chiếc áo này là chúng vừa hợp với những nơi chốn như công sở lại vừa tiện dụng trong vai trò của một chiếc áo khoác casual. Đặc biệt những đường chiết eo của áo cũng rất có tác dụng đánh lừa người đối diện. Đó là chưa kể tới việc năm nay sẽ mất áo khoác phồng! Có hai cái tên để bạn tham khảo phong cách này là Peter Som và Thakoon.



The Row



Wes Gordon



Peter Som

Thakoon

2. Màu mustard

Năm nay cũng hứa hẹn sự lên ngôi của màu mustard. Mặc dù đây là một trong những màu khó kết hợp tuy nhiên nếu da bạn có màu vàng đồng hoặc màu nâu nhạt, hứa hẹn sẽ có thể tỏa sáng với màu này thì lời khuyên của chúng tôi là bạn hãy chọn cho mình những chiếc áo khoác bằng nhung của The Row. Hoặc nếu không thì Wes Gordon cũng là một lựa chọn tốt.



Marc Jacobs

3. Polka Dot

Chẳng gì đảm bảo cho việc Polka Dot sẽ trở thành xu thế hơn việc cả Marc Jacobs lẫn Diane von Furstenberg cùng đưa họa tiết này lên đường băng catwalk của nhà mình. Nếu không thích Polka Dot theo hướng từ đầu tới chân của Marc Jacobs, vậy thì bạn hãy thử chỉ với một chiếc áo như của nhà Diane von Furstenberg.



Diane von Furstenberg

5. Camo

Camo là từ viết tắt của camouflaged, nghĩa là ngụy trang. Đây là một trong những phong cách rất được ưa chuộng kiểu nhà thiết kế. Trong đó có cả Dolce&Gabbana và John Galliano. Một thương hiệu điện thoại xa xỉ cũng từng vay mượn cảm hứng này cho mẫu thiết kế của họ là Mobiado. Trong mùa này, camo xuất hiện trong các show diễn của Victoria Beckham và Daryl K.

Thakoon



DKNY

4. Áo khoác màu thép gỉ

Nếu như năm ngoái màu ưa chuộng của thời trang nữ là màu lạc đà thì năm nay màu này đã đậm lên một tone và trở thành màu gỉ. Hai thương hiệu có sự xuất hiện của màu này là Jil Stuart và DKNY.

Victoria Beckham



Max Azria



Tracy Reese



Prabal Gurung

Jason Wu

8. Lace là điểm nhấn

Nếu như ren đã được Dolce&Gabbana đưa vào những chiếc gọng kính như một chất liệu trang trí thì chẳng có lẽ gì mà ren không thể trở thành chất liệu trang trí cho chính những trang phục. Và như vậy, ren đã xuất hiện thật gợi cảm trong show của Jason Wu và show của Prabal Gurung.

6. Váy maxi, áo cozy

Những chiếc váy maxi từ mùa mốt Xuân – Hè đã chạy qua Thu – Đông. Có điều trong mùa mốt này, chúng kết hợp thật hoàn hảo với những chiếc áo len vắn, kiểu cổ lọ. Phong cách này xuất hiện trong show diễn của Max Azria và Tracy Reese



Jason Wu



Christian Siriano

7. Váy xẻ cao

Thời trang hần cũng có những lúc chiến thắng thời tiết chứ không phải lúc nào cũng chịu thua và nhượng bộ. Điều này đã được chứng minh bằng những chiếc váy xẻ cao của mùa mốt Thu – Đông 2011 này. Những chiếc váy xẻ cao tiêu biểu thuộc về những nhà thời trang sau: Christian Siriano, Jenni Kayne và Diane von Furstenberg.

9. Những chiếc vòng cổ cổn

Thông thường, mùa đông người ta thường nghĩ tới những chiếc áo cổ lọ ấm áp. Nhưng trong mùa mốt này, giới mộ điệu sẽ được bổ sung một phong cách thời trang mới: những chiếc vòng cổ kiểu cổn. Phong cách này xuất hiện trong các show của Michael Kors và Max Azria.



Max Azria



Michael Kors



Yigal Azrouel



Marc by Marc Jacobs

11. Quần màu cam

Đừng nghĩ những chiếc quần màu cam và hồng chỉ xuất hiện trong các show diễn của thời trang dành cho nam giới. Thực tế, xu hướng này cũng đang diễn ra ngay chính tại lãnh địa thời trang của nữ giới. Những cái tên đáng được chú ý là: Yigal Azrouel và DKNY.

Thời trang chắc chắn sẽ mang tới cho bạn những niềm vui mới trong mùa mốt này!

10. Màu xanh ngọc

Nếu mùa này bạn không biết nên chọn màu sắc gì khi phải đi dự tiệc thì gợi ý của chúng tôi sẽ là màu xanh ngọc. Thứ màu không lỗi mốt này đang trở lại mạnh mẽ và chiếm lấy các sàn diễn thời trang lớn nhỏ. Xanh ngọc đã xuất hiện trong các show diễn của Yigal Azrouel và Marc by Marc Jacobs.



Christian Siriano

DKNY

Bước chân quyền rũ

Ngọc Anh

Da động vật bò sát, da bóng, da lộn, satin là xu hướng ưa chuộng cho các mẫu giày của mùa mốt này!

Xu hướng giày mùa mốt Thu – Đông 2011-2012 rất đa dạng, cho phép những người phụ nữ hiện đại có thể thoải mái đưa ra những lựa chọn lý thú. Từ những đôi giày mũi nhọn cho tới mũi tròn, bạn đều có thể lựa chọn cho mình những đôi giày để trở nên thật sành điệu.

Màu sắc của giày năm nay có xu hướng sẫm màu hơn bởi vì xu hướng chung là màu thẫm sẽ lên ngôi trong mùa lạnh. Các màu thời thượng nhất là màu đen, trắng, màu đá, màu kim loại, màu beige, màu burgundy, màu tối, màu chocolate, màu tím thẫm, màu khaki và màu đỏ. Các chất liệu được yêu thích sử dụng là da thường, da bóng và da các loại động vật bò sát. Bên cạnh đó, các chất liệu như da thuộc, satin và ren hoặc thậm chí là lông cũng sẽ được yêu thích và hứa hẹn sẽ có một vị trí thời thượng trong mùa mốt Thu – Đông này.

1. Giày da bò sát

Chắc chắn giày da bò sát sẽ là sản phẩm buộc phải có của mùa khi trong mùa mốt này rất nhiều nhà mốt giới thiệu những đôi giày da rắn. Mặc dù giày da cá sấu không phổ biến nhưng đây cũng là một xu hướng hứa hẹn sẽ trở nên thịnh hành trong mùa mốt này. Bạn có thể chứng kiến sự lên ngôi của giày da bò sát trong các mẫu của các nhà mốt Balenciaga, Yves Saint Laurent, Chloé, Donna Karan, Lanvin, Jimmy Choo, Louis Vuitton và Miu Miu.



65

STYLE

Chloé

Tory Burch

Miu Miu

Balenciaga

Jimmy Choo

Bottega Veneta



2. Giày da bóng

Mặc dù là một chất liệu rất đồng đánh nhưng không phải vì thế mà da bóng không thể trở thành thời thượng trong mùa mốt này đặc biệt khi chúng kết hợp với những màu táo bạo. Những kết hợp này gồm đen với đỏ, trắng với đen, xanh với burgundy. Bạn hãy tham khảo sự kết hợp của Marc Jacobs, Christian Louboutin, Stella McCartney và Victor & Rolf trong bộ sưu tập Thu – Đông của họ.

3. Giày da lộn

Mọi người đều đồng ý rằng chất liệu da lộn cao cấp luôn trông xa xỉ và đầy ấn tượng. Các nhà thiết kế hiểu điều này rõ hơn bất kỳ ai. Bởi vậy những đôi giày da lộn trong mỗi mùa và Thu – Đông 2011 cũng không phải là ngoại lệ. Trong mùa mốt này, giày da lộn xuất hiện với những màu ấn tượng nhất. Và ví dụ điển hình cho trường hợp này là thương hiệu Diane von Furstenberg.

Stella McCartney

Marc Jacobs

Christian Louboutin

Valentino

4. Satin

Có những đôi giày chỉ thích hợp để đi trong những dịp đặc biệt. Một trong số đó là những đôi giày được thực hiện từ chất liệu satin. Chúng trông rất sành điệu và phù hợp với những chiếc váy cocktail buổi tối. Các mẫu giày satin trong mùa này đặc biệt sành điệu trong kiểu dáng và mẫu mã. Hãy tham khảo mẫu của Christian Louboutin, Valentino và Donna Karan.

Diane von Furstenberg

Ralph Lauren

Christian Louboutin

Miu Miu



5. Platform & Wedge

Trong năm nay, wedge và platform đã thực hiện một cuộc cách mạng lớn trong ngành công nghiệp thời trang với những mẫu thiết kế và màu sắc đặc biệt. Và chắc chắn wedge sẽ tiếp tục cai trị mùa mốt Thu – Đông 2011 với những kiểu mẫu tinh tế nhất. Tham khảo show của Marc Jacobs để có thêm những lựa chọn cho mình.



6. Gót chunky

Kiểu gót vuông, chắc khỏe này luôn mang lại sự tiện dụng cho phụ nữ. Bạn có thể tham khảo những mẫu giày gót vuông tiêu biểu của các thương hiệu như Rag&Bone và Fendi.

Givenchy

Valentino

Bally

Kors Michael Kors

7. Gót nhọn

Trái ngược với kiểu giày gót vuông, bè, chắc là những mẫu giày gót cao, nhọn, tao dáng quyến rũ. Giống như những năm trước, mùa này các nhà thiết kế cũng tung ra những mẫu giày gót cao và nhọn đầy điệu đà. Và tất nhiên, tôi chưa từng thấy một phụ nữ nào lại đưa ra lời từ chối trước những đôi giày gót nhọn.

Christian Dior

Christian Dior

8. Tất dày và giày cao gót

Trước đây phụ nữ coi đi tất dày khi đi giày cao gót là “quê mùa” nhưng từ khi Rihanna xuất hiện với tất dày và giày cao gót thì sự quê mùa đó lại trở thành thời thượng. Tham khảo các show diễn của Christian Dior và Marc Jacobs.

9. Những khóa và khóa cài gợi cảm

Những khóa cài ở giày đang là xu hướng thời thượng trong mùa mốt này. Có điều sự trở lại này của khóa cài mang nhiều màu sắc gợi cảm và quyến rũ! Tham khảo show của Louis Vuitton và Etro để thấy hai sắc thái đối ngược của xu hướng này.

Chúc đôi chân của bạn ấm áp và sành điệu trong mùa đông giá này!

Burberry

Etro

⊕ claude bernard SWISS MADE

« Your watch your signature »



Buy ORIGINAL CLAUDE BERNARD from the following Authorized Retailers

Showroom & Service Ho Chi Minh: Ground Floor Continental Hotel 132-134 Dong Khoi, Tel: 08.22104114

Ho Chi Minh: THANH PHAT Thuong Xa Tax, Tel: 08.38213231 • Vincom Center, Tel: 08.39369770 • TT DONG HO THUY SY Maximark 3/2, Tel: 08.39290322 • WATCH GALLERY Diamond Plaza, Tel: 08.22453886 • Parkson Saigon Tourist Plaza, Tel: 08.22403407 • Parkson Hung Vuong Plaza, Tel: 08.22430318 • Parkson CT Plaza, Tel: -08.22472045 • **Ha Noi:** TAN HOANG CUONG Vincom City Tower, Tel: 04.2220268 • 2F Ruby Plaza, Tel: 04.22110568 • TAN THOI GIAN Big C Thang Long, Tel: 04.3769 0223 • TT DONG HO THUY SY 31 Hai Ba Trung, Tel: 04.38265170 • Grand Plaza, Tel: 04.35558308 • WATCH GALLERY 2F Parkson Viet Tower, Tel: 04.62940928 • Garden Mall, Tel: 04.37877363 • **Hai Phong:** WATCH GALLERY Parkson TD Plaza, Tel: 031.8602161 • **Singapore:** GENEVA WATCH Ion Orchard Singapore, B1-27, Tel: +65 6634 2293



Fall-Chic *in the fall*

Ha Anh Vu's guidance to
the latest fall's looks. Delicately designed by **Elise**

Model: Ha Anh Vu
Photographer: Tuan Nguyen
Creative Director: Henri Hubert
Make up & hair: Andy Phan
Art Director: Le Nguyen
Location: Saigon Pearl
Designed by Elise

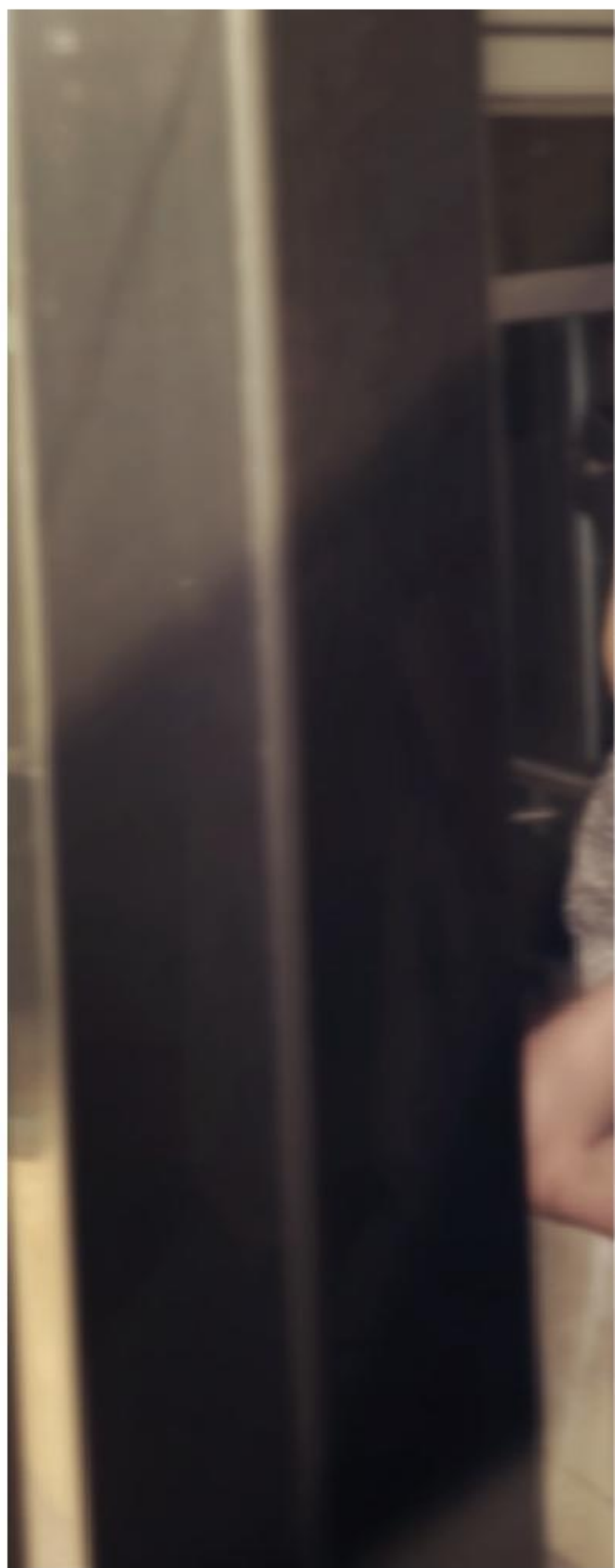
















MOVEMENT OF COLOUR

Những tông màu tuyệt đẹp giao thoa trong âm hưởng của mùa. Sự pha trộn của màu, của chất liệu tạo ra những hỗn hợp tương đồng - tương phản thời thượng, cá tính và đầy mê hoặc.



Model: **Trang Phạm**
Photographer: **Quỳnh Nương**
Creative Director: **Phạm Trà**
Make up & hair: **Tú Shark**
Costumes: **Lea's bay Lê Hà**
21 Trần Bình Trọng, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội
www.leasbyleha.com













“MAKE UP YOUR MINDS”

Khai thác tối đa vẻ đẹp tiềm ẩn bên trong mỗi ý nghĩ , mọi thiết kế đều hướng đến sự hoàn hảo dựa trên vẻ đẹp cá tính và quyến rũ của người phụ nữ hiện đại.

Hương Đình

Collection by : **misskhue**

Make-up & hair : **misskhue**

Stylist : **Hương Đình**

Photographer : **TAD**

Location : **Nirvana café**

Website : **www.misskhue.vn**

Hanoi: 24 Nguyen Dinh Chieu, Q. Hai Ba Trung- **(04)3974.0084**

Saigon : 64-66 Ho Van Hue, P.9, Q. Phu Nhuan- **(08) 6652.8565**



misskhue®
MAKEUP YOUR MINDS





misskhue®
MAKE UP YOUR MINDS

■ FASHION



misskhue®
WAKE UP YOUR MINDS





“Song hành cùng bộ sưu tập mới sẽ là đêm Fashion show “Make up your mind” diễn ra sắp tới tại Hang Da gallery. Đêm diễn không chỉ giới thiệu bộ sưu tập áo cưới mới với nhiều thiết kế sáng tạo, mới lạ, misskhue còn ra mắt dòng áo dạ hội mới, hứa hẹn sẽ mang đến một show diễn hấp dẫn và đầy bất ngờ “

NHỮNG CUỘC ĐỐI THOẠI CỦA THỜI TRANG NAM

Huy Quân

Những đường cắt cúp sắc ngọt, những sắc màu rực rỡ với phong cách from-head-to-toe, chắc chắn mùa mốt Thu Đông 2011 này sẽ là một mùa mốt của những ngẫu hứng quyền rũ.

“Thời trang nam giới đã chết,” tạp chí nổi tiếng thế giới về thời trang WWD tuyên bố. Và một lần nữa cũng chính cuốn “kinh thánh” của thế giới thời trang WWD đã phần khích đưa ra nhận xét mang tính khẳng định ngay trong mùa mốt đó: “Thời trang nam muôn năm!”

Hai thông điệp, hai nội dung hoàn toàn trái ngược cùng được đưa ra chỉ trong có một mùa thời trang, liệu có phải là điều bất thường!? Tuy nhiên, để giải thích các xu hướng và ý nghĩa đằng sau mỗi bộ sưu tập hoặc ý tưởng đằng sau mỗi thiết kế là điều hoàn toàn không dễ. Với thời trang nữ, các nhà thiết được trao quyền tự do sáng tạo để khám phá và tạo ra những “chuyến bay” kỳ thú từ mùa mốt này sang mùa khác. Tuy nhiên, thời trang nam có xu hướng trực tiếp hơn “với đôi chân bám chặt lấy mặt đất dù vậy bạn sẽ vẫn đôi lúc thấy đầu mình đang lơ lửng phía trên những đám mây.”

Theo một cách nào đó, thời trang nam và thời trang nữ không ngừng đối thoại. Việc này giống như thể Yves Saint Laurent mượn phong cách của nam giới để tạo ra Le Smoking hay những mẫu thiết kế dành cho nam giới của các nhà mốt trong vài mùa gần đây là những chiếc váy!

CUỘC ĐỐI THOẠI CỦA THỜI TRANG NAM VÀ NỮ

Tuy nhiên, nếu phải đưa ra một nhận xét chung nhất về xu thế thời

trang nam giới trong những mùa gần đây thì đó là tự do và cảm hứng. Các nhà thiết kế đang có xu hướng dịch chuyển từ những phong cách âm đạm, tối tăm sang những tính cách tinh tế và là sự hòa trộn của những mảng và khái niệm đối nghịch.

Nhìn chung, các bộ sưu tập dành cho nam giới trong mùa mốt Thu – Đông 2011 này tập trung vào những màu mang tính chất nghệ thuật. Đó là những màu sống động và táo bạo trong các mẫu của Jil Sander. (Bạn có thể một lần nữa thấy việc thời trang nam giới và thời trang nữ giới đang đối thoại với nhau trong bộ sưu tập này. Màu sắc của các thiết kế trong bộ sưu tập chính là sự cộng hưởng vĩ thanh về màu sắc của bộ sưu tập Xuân-Hè 2011.)

Một xu hướng nữa nổi lên trong mùa mốt này là các motif Bắc Âu. Theo phó chủ tịch và là giám đốc mảng thời trang nam giới của Saks Fifth Avenue, Eric Jennings: “Hiện nay xu hướng ưa chuộng là các motif Bắc Âu hay hình ảnh người đàn ông hiện đại trong mùa mốt này là một quý ông của vùng núi Alpine.”

Hoàn toàn không khó để nhận thấy xu thế này. Chúng ta có thể thấy motif này trên vải tweed, hoặc trên những chiếc áo choàng và khăn len sọc vuông quá khổ trong các show diễn của Adam Kimmel, Junya Watanabe. Bạn cũng có thể thấy xu hướng này từ các họa tiết của bộ sưu tập của Raf Simons hoặc các nhấn nhá trong bộ sưu tập của Issey Miyake.

Trong mùa mốt Thu – Đông 2011 này, bạn cũng có thể dễ dàng nhận

Jil Sander

Jil Sander

Jil Sander



Junya Watanabe



Junya Watanabe



Issey Miyake



Dior



Yves Saint
Laurent

thấy một cuộc dạo chơi của tỷ lệ. Các mẫu thiết kế dài, ôm, thẳng đứng xuất hiện trong các show thời trang dành cho nam giới của của Lanvin và Dior Homme. Và quả thực Dior Homme mùa một này là sự tiếp nối thành công chủ đề mà Kris Van Assche đã giới thiệu trong mùa một trước. Hoặc đó là một phong cách trầm tư nhưng thư giãn trái ngược với phong cách nghiêm trang với các đường cắt cúp sắc ngọt của Yves Saint Laurent và Hermès. Hay Jean Paul Gaultier mùa này là lời tôn vinh gửi James Bond.

Cũng trong mùa một này, giới mộ điệu sẽ chứng kiến sự xuất hiện của những thiết kế lấy cảm hứng từ những mẫu trang phục của trường đại học. Đó giống như một ẩn ý về mong muốn dành cho tuổi trẻ và sự cương nghị. Hai thương hiệu nổi bật với phong cách này là Moschino và Miharayasuhiro. Moschino xuất hiện với những thiết kế khỏe mạnh và vui nhộn. Trong khi đó Miharayasuhiro thì có thiên hướng vay mượn cảm hứng từ những mẫu đồng phục trẻ trung của các trường đại học nhiều hơn.

Một số phong cách đáng chú ý khác xuất hiện trong mùa một này là phong cách của các ngôi sao nhạc rock của những năm 1970 với các mẫu thiết kế tinh tế của Gucci, Versace, Prada. Phụ kiện mũ rộng vành của Lanvin, Dior Homme. Và theo một cách lạ lẫm cả Louis Vuitton và Dior Homme, trong mùa một này, đều vay mượn cảm hứng từ cộng đồng người Amish cho các thiết kế của mình.



Jean Paul
Gaultier



Dior



Lanvin



Jil Sander



Versace

Canali

Jean Paul
Gaultier

Raf Simons

Raf Simons

Z Zegna

Raf Simons

THỜI TRANG NAM: THỰC TẾ VÀ SÀN DIỄN

Hẳn nhiên, với việc một cơn lốc của xu hướng và các mẫu thiết kế được giới thiệu và tung ra trong mùa mốt này, câu hỏi đặt ra là: “Những người đàn ông phong cách và thời thượng sẽ diện gì trong mùa mốt này?”

Đó sẽ là những chiếc mũ vành với các bộ suit slim-cut. Những bộ trang phục mùa này có dáng gầy, thanh mảnh. Bạn có thể tham khảo các mẫu thiết kế của bộ sưu tập của Raf Simons, Canali, DKNY Men, Hermès, Jil Sander, Kenzo, Z Zegna, Vivienne Westwood. Tuy nhiên, không vì thế mà những bộ vest khỏe mạnh nhưng vẫn thanh lịch của Jean Paul Gaultier trở thành lỗi mốt và bị bỏ qua.

Một điều chắc chắn, những chiếc áo len trong mùa mốt này cũng sẽ trở thành sản phẩm hot. Chúng đang xuất hiện trong bộ sưu tập của Raf Simons. Những chiếc áo len đan với viền da, các màu sắc và họa tiết sinh động và lý thú trong các mẫu mốt thiết kế chắc chắn sẽ giúp áo len lấy lại vị trí không bao giờ lỗi mốt trong mùa đông này. Và chắc chắn, như vậy, mùa đông này của bạn sẽ ấm áp hơn.

Những chiếc áo jacket mùa này cũng rất được yêu thích và hứa hẹn sẽ trở thành sản phẩm phổ biến của mùa. Tuy nhiên, chiếc áo khoác jacket mùa này là những chiếc áo khoác mềm, tiện cho việc kết hợp với những đôi ủng đen, gợi cảm. Bạn có thể tham khảo các mẫu áo khoác jacket dài của thương hiệu Canali. Hoặc bạn cũng có thể tham khảo các mẫu áo khoác jacket ngắn của Diesel Black Gold.

Các màu sắc rực rỡ cũng hứa hẹn sẽ là xu hướng của mùa. Mùa một Thu-Đông này, chắc chắn bạn sẽ thấy sự xuất hiện của những màu như màu đỏ vương giả của Alexander McQueen. Màu cam (cả cam bóng lẫn cam thô), màu xanh nõn chuối (cả màu nõn chuối bóng lẫn màu nõn chuối thô) của Burberry Prosum. Đặc biệt, mùa một này cũng chứng kiến sự lên ngôi của phong cách monochrome. Một trong những tham khảo hoàn hảo cho phong cách này là Jil Sander hoặc những chiếc áo đơn màu của Burberry Prosum. Tin chắc rằng phong cách này sẽ tạo ra những cú hit đột phá hết như cú hit mà color - block đang thực hiện với thời trang nữ giới trong suốt hai mùa một vừa rồi.

Canali

Diesel Black Gold

Burberry

Burberry

Burberry

Burberry

Alexander McQueen





Lacoste

Thu – Đông 2011: Đa phong cách

Vẫn thanh lịch trong phong cách thiết kế đơn giản, các mẫu thiết kế Lacoste mùa này không chỉ mang đến hơi thở của mùa thu đông nước Pháp mà còn ẩn chứa những ngạc nhiên ngẫu hứng bởi những ý tưởng phá cách tiên phong trong thời trang. Sự tiên phong đó có thể bắt đầu từ việc đưa thời trang quay trở lại phong cách học đường. Mùa này, chắc chắn, các tín đồ sẽ ngạc nhiên khi thấy sự xuất hiện của cảm hứng từ đồng phục và các trang phục thể thao của các sinh viên Mỹ của những năm 1950. Hoặc đó cũng có thể là việc tạo ra những ảo giác cổ điển. Hay đó là cảm hứng từ những ngày chủ nhật ở Anh. Tỉ mỉ dù theo hướng nào, đơn giản hóa hay tiên phong, vị lai hay hoài cổ thì những trang phục của Lacoste vẫn luôn hiện đại đơn giản và chất lượng tuyệt vời. Chính điều này đã tạo ra sự tình tế và đầy gợi cảm của phong cách này.



CẢM HỨNG TỪ HỌC ĐƯỜNG

Bộ sưu tập mở ra một góc nhìn nghệ thuật mới từ đồng phục và trang phục thể thao của sinh viên Mỹ và phong cách của những người theo chủ nghĩa hiện sinh vào những năm 1950. Nổi bật là sự kết hợp của hai màu trắng và xanh hải quân cùng đường sọc kẻ chéo theo kiểu: "Ile de Re". Những cô gái trở nên dịu dàng, nữ tính hơn trong chiếc áo cài kín cổ vải jean, kết hợp với váy ngắn xếp ly hoặc váy len kết hợp với áo choàng dài. dành cho nam giới là áo khoác đi cùng quần thể thao ống rộng hay là sự kết hợp giữa áo sơ mi len, áo khoác len và quần dài.



3 xu hướng của Lacoste Thu Đông 2011

ÁO GIÁC CỔ ĐIỂN

Sự hài hước, lạc quan của Diana Keaton trong bộ phim Annie Hall hòa nhịp với sắc màu rực rỡ của Frioricci là điểm nhấn quan trọng mang đến sự tươi mới, nét tinh nghịch trẻ trung cho bộ sưu tập. Trên nền chất liệu mềm mại, chiếc quần màu hồng cam được thiết kế phá cách kết hợp hoàn hảo với chiếc áo sơ mi cùng tông màu có thắt nơ, phối cùng áo len tay dài cổ chữ V điểm xuyên họa tiết chấm bi tròn. Hay chiếc váy ngắn bằng nhung nhiều màu làm nổi bật hiệu ứng thị giác màu xanh sáng trên nền chiếc áo khoác dạng kimono có thắt lưng bằng lụa mỏng.

NGÀY CUỐI TUẦN Ở ANH

Mang không khí những ngày nghỉ cuối tuần ở nước Anh, những mẫu thiết kế tiếp theo của bộ sưu tập Lacoste đưa chúng ta trở về với nguyên tắc đơn giản và thoải mái. Mùa thu để lại dấu ấn đậm nét bằng những gam màu trầm trên vải tuyết. Chiếc áo khoác len dài đi với váy ngắn kẻ sọc dịu dàng tinh tế. Nam giới lịch lãm trong những trang phục có họa tiết hình zic zắc ở phần vai điểm thêm chiếc khăn choàng cashmere quấn trên cổ áo. Hay đơn giản là áo khoác kết hợp với mũ len và quần kẻ sọc cùng tông màu.



Bạn có thể tham quan bộ sưu tập Lacoste Thu Đông 2011 và lựa chọn cho mình những mẫu trang phục yêu thích tại các cửa hàng Lacoste trên toàn quốc.

Xu hướng

THỜI TRANG NAM NỔI BẬT 2011

Phương Thảo

ĐÂU SẼ LÀ XU HƯỚNG THỜI TRANG NỔI BẬT CỦA MÙA MỐT THU-ĐÔNG 2011 NÀY, HÃY ĐỌC BÀI VIẾT VÀ KHÁM PHÁ 8 XU HƯỚNG CHÍNH!

1. ÁO KHOÁC HAI HÀNG KHUY

Mùa mốt Thu – Đông năm nay, các tín đồ sẽ vẫn tiếp tục có cơ hội chứng kiến sự lên ngôi của những chiếc áo khoác hai hàng khuy. Áo khoác hai hàng khuy đã xuất hiện trong các show diễn của từ D&G tới DKNY, từ Gucci tới Hermès. Các màu được lựa chọn là các màu trung tính. Bạn có thể kết hợp những chiếc áo khoác hai hàng khuy này với một chiếc áo sơ mi vải denim hoặc một chiếc quần khakis. Chắc chắn với sự sáng tạo của bạn, những chiếc áo hai hàng khuy sẽ trở thành thời thượng và quyến rũ.

2. QUẦN CÓ GẤU

Cách đây một vài năm bạn sẽ bị cười vào mũi nếu xắn quần hoặc quần có gấu bởi lúc đó thời trang nam giới đang hướng tới phong cách hiện đại và đơn giản. Nhưng bây giờ xắn quần và quần có gấu lại đang là mốt. Tuy nhiên, nếu lựa chọn phong cách này bạn cần lưu tâm tới mối tương quan giữa tất, giày và quần. Việc xắn quần lên một chút sẽ giúp đứng quần hơn. Bạn có thể thấy phong cách này xuất hiện trong các show diễn của các nhà Bottega Veneta, Dolce & Gabbana, Junya Wantanabe, Prada. Vậy tại sao bạn không thử ra đường với phong cách này cũng cô bạn gái xinh đẹp quyến rũ của mình!?



3. MÀU SÁNG LÔNG LẠC ĐÀ

Trong mùa mốt Thu – Đông 2011 này, nếu lựa chọn màu sáng lông lạc đà cho áo khoác của mình nghĩa là bạn đang bắt kịp với dòng chảy xu hướng của thế giới. Tuy nhiên, những chiếc áo khoác mùa này có phong cách trẻ trung, ôm bó và tràn đầy năng lượng sống. Và chúng ta có những thương hiệu nổi lên trong mùa mốt này với sắc màu quyến rũ này là D&G, Emporio Armani, Marni, Michael Kors, Paul Smith.

4. ÁO CỔ LỘ LÊN NGÔI

Đây chắc chắn sẽ là điều mà chúng ta có thể thấy ngay trong mọi bộ sưu tập. Từ Margiela và Hermès cho tới Gucci và Calvin Klein và cả những nhà thiết kế mang tính tiên phong đang chạy theo xu hướng này và đưa cổ lộ lên ngôi trong mùa mốt này. Điểm thú vị của những chiếc cổ lộ trong mùa mốt này là chúng ta không chỉ có những áo cổ lộ màu xanh và màu hải quân mà chúng ta có cả những chiếc áo cổ lộ với màu của những món đồ trang sức.



Calvin Klein



Hermès

Hermès

Paul Smith

John Varvatos



John Varvatos



Gucci



Gucci



5. CẶP TÁP LÊN NGÔI

Đột nhiên, trong mùa mốt này những người đàn ông trở nên bánh bao, thanh lịch nhưng vẫn phá cách. Đột nhiên trong mùa mốt này những người đàn ông phá cách theo hướng công sở. Và cũng đột nhiên, trong mùa mốt này những người đàn ông xách cặp đi ra đường. Được khởi xướng bởi Gucci và John Varvatos, cặp tạp húa hện sẽ là phụ kiện must-have của mùa. Tin chắc trong mùa mốt này, những người đàn ông sẽ xách cặp đi ra đường!

6. PHONG CÁCH THỂ THAO

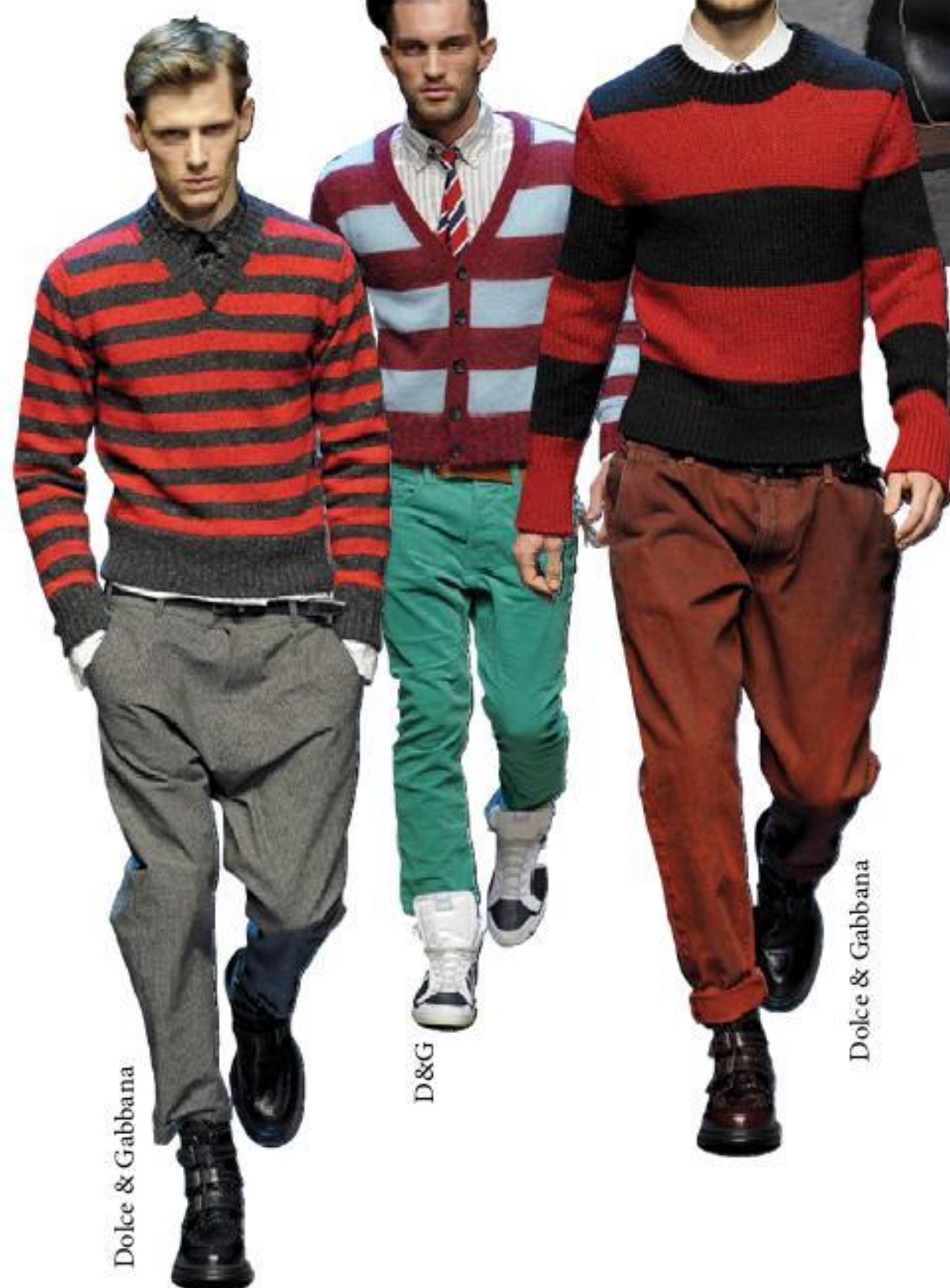
Những chiếc áo khoác mùa này của thời trang nam giới đang có xu hướng màu beige hoặc màu than. Tuy nhiên, vẫn phải nói rằng, trái ngược với xu hướng đó là sự lên ngôi của những chiếc áo khoác mang tính đa quốc tịch và toàn cầu hơn. Đặc biệt, trong mùa mốt này, những chiếc áo khoác vẫn có xu hướng ôm bo. Kết hợp với áo là quần khaki và giày thể thao trẻ trung, sành điệu. Những thương hiệu tiên phong với phong cách này là: D&G, Gant by Michael Bastian và J.Crew.

7. SỰ TRỞ LẠI CỦA GIÀY ĐẼ CỨNG

Mùa này vẫn là mùa của những đôi giày loafer đặc trưng của Gucci. Nhưng cũng trong mùa này, giày đế, buộc dây đã trở lại đầy ngoạn mục. Không có gì là khó hiểu trước sự trở lại này bởi với đặc thù thời tiết đông giá, ẩm ướt những đôi giày đế cứng, buộc dây kiểu Oxford đang chứng tỏ vai trò áp đảo của mình trước những đôi giày lười loafer. Và những thương hiệu có sự xuất hiện của giày đế cứng buộc dây trong mùa này là Dolce&Gabbana, DSquared2 và Junya Wantanabe.

8. SỰ PHÁ CÁCH CỦA SỢC KẼ NGANG

Một xu hướng dễ thấy nữa là những đường sọc kẻ ngang đầy quyến rũ. Áo len sọc kẻ ngang tím và vàng được Band of Outsiders kết hợp với vest xám. Áo len sọc ngang to màu cam-nâu và sọc ngang trắng xám được D&G kết hợp với quần xanh blue và áo khoác nâu. Áo Dolce & Gabbana len sọc ngang đen đỏ cũng đầy quyến rũ. Bên cạnh những thương hiệu vừa kể trên vẫn còn một số thương hiệu chạy theo xu hướng này. Mới hay color-block đầu chỉ xuất hiện ở thời trang nữ.



Dolce & Gabbana

D&G

Dolce & Gabbana



Band of Outsiders



SHOT
9TH iA

3740

In Asia,
we love to be loved by
LOUIS VUITTON

*Người mẫu trong những trang phục và phụ kiện gợi cảm
của Louis Vuitton đã tới những địa điểm khác nhau của châu Á để trải nghiệm
sự giao thoa văn hóa giữa Đông & Tây!*

■ FASHION







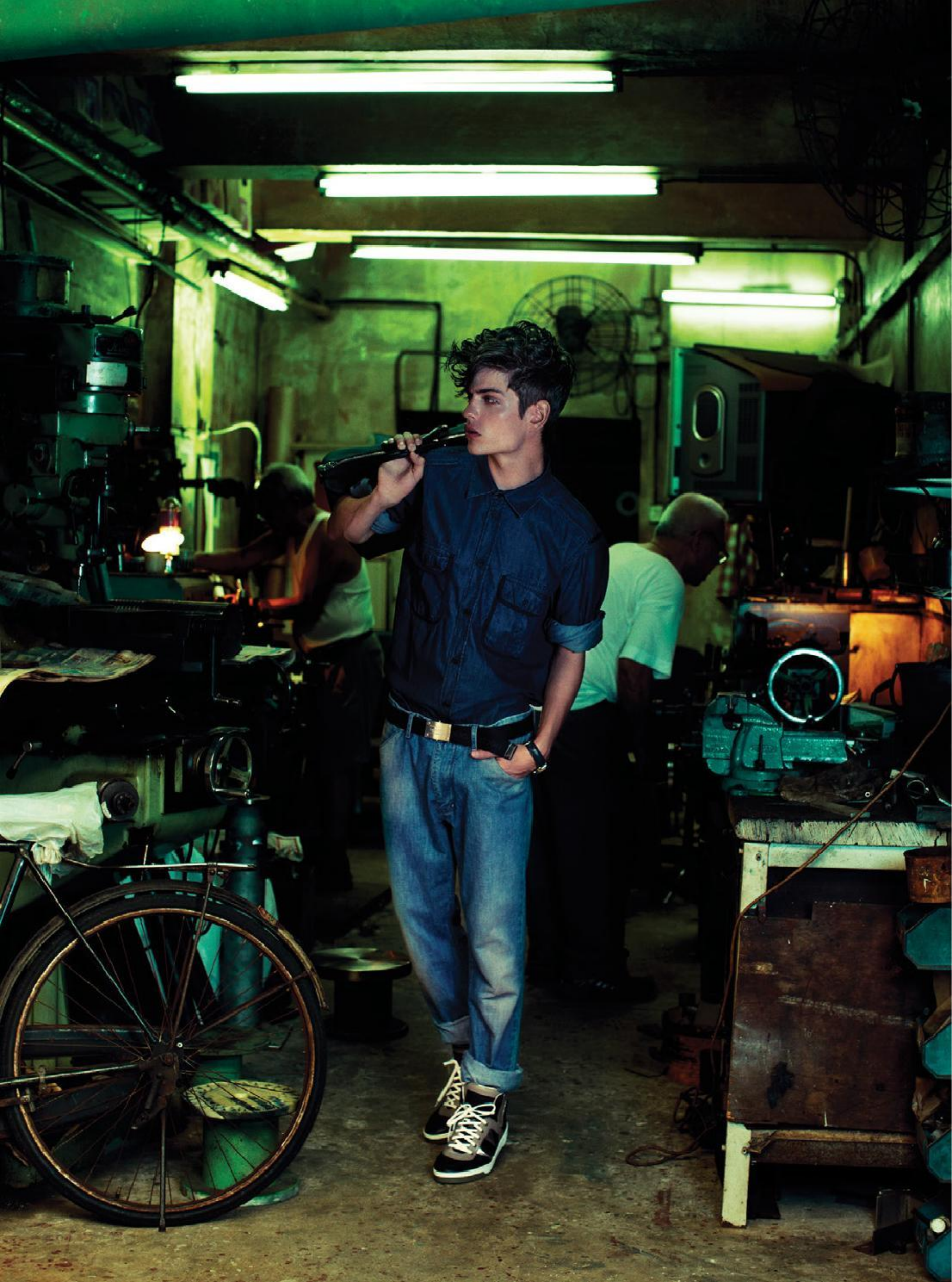
新豐專造
2750 1192

橙汁 7元
西柚汁 7元
檸檬汁 7元
鮮榨果汁
雪梨汁 7元
寶永汁 7元
柑桔汁 7元
雙料 10元

sk.
ORANGES







Beauty

October/November 2011



GIẤC MƠ TRẮNG

**ĐẾN HẸN LẠI LÊN:
MÀU VÀ MÙA**

Thực dụng và
LÀNG MẠN

NGƯỜI TÌNH THÁNG 11

Dịu dàng với hương hồng Bulgary, oải hương, lan chuông, violet, hoa sen; nồng nàn với hồi, quế, gừng, nhựa thông, đàn hương, tuyết tùng, tiêu đen và mạnh mẽ đầy nhục dục với hoắc hương, xạ hương, hổ phách...là những đặc trưng chính của nhóm mùi hương Thu Đông.



Whole new B.A for whole new YOU

Nhập khẩu & PP độc quyền: **ATP CO., LTD** - ĐC: ATP Building, 56/1 Trần Quang Diệu, Đống Đa, Hà Nội - **Tel:** 043. 766 5129 - **Chăm sóc KH:** 0915 15 1984 (Chị Nguyệt) - **Email:** minhnguyet2205@gmail.com

Khai trương POLA THE BEAUTY THÁNG 11/ 2011

Tặng 100 khách hàng đầu tiên

- 100 bộ B.A Skin Care Mini
 - 100 Coupon chăm sóc da mặt
 - Ngoài ra, trong tháng 11 POLA có Quà tặng & chương trình KM hấp dẫn cho tất cả KH tham quan và mua hàng tại POLA THE BEAUTY
- ĐC: 32 Điện Biên Phủ, Hà Nội - Tel: 04.3 848 9585

Nền tảng của làn da đẹp chính là sức mạnh của mỗi cá thể tế bào trong da.

B.A - "Bio-Active" Học thuyết kích thích sinh học tế bào hạ bì, là công nghệ chống lão hóa mới tiên tiến nhất của POLA Nhật Bản.

EG CLEARING chiết xuất từ hoa Đậu ván, YAC từ Cúc Nhật Bản và hàng loạt thành phần tinh túy khác thẩm sâu dưới da, ngăn chặn quá trình Glycation, kích thích hoạt động tế bào hạ bì.

Bạn sẽ cảm nhận làn da mới thật sự săn chắc, tươi trẻ và trắng sáng.

B.A - Hệ sản phẩm chống lão hóa mới. Làn da bạn đang chờ đợi...

Beautify you, for life **POLA**

Giấc mơ TRẮNG

Thanh Hoa

Một người bạn tôi luôn mong muốn bạn gái của mình có được làn da nâu giống Phi Thanh Vân, nhưng xin lỗi anh chỉ là số ít, và nếu vậy thì tại sao phụ nữ phải chạy theo sở thích của thiểu số, thậm chí là đơn số là anh!

Đàn ông Việt luôn dành một tình cảm đặc biệt dành cho những người phụ nữ có làn da trắng. Và bởi vậy, người phụ nữ nào sở hữu một làn da trắng, người phụ nữ đó đẹp đã trở thành chân lý. Hàng chục hãng skin-care vào Việt Nam, hãng nào cũng lấy sản phẩm trắng da làm nhóm ngành chủ lực. Chúng ta đều biết rằng màu da được quy định bởi hệ mã gene, bởi những tác động của môi trường. Và càng chẳng thể nào có chuyện da bạn sẽ trắng lên vài tông chỉ nhờ vào việc thoa lên da một loại kem nào đó. Tác dụng thực sự của các sản phẩm làm trắng chất lượng, thường là hạn chế sự phát triển của các hắc sắc tố melanin, chống nắng, làm mịn da, tẩy tế bào chết – tức là hạn chế các tác nhân làm đen da từ bên ngoài, làm thuyên giảm

quá trình sạm nám đang diễn ra hàng ngày trên làn da.

Khi có cảm giác da mình đang sáng lên, thực tế là do lớp da chết được tẩy đi, lớp da non mềm mới được bảo vệ và nuôi dưỡng tốt hơn và lẽ dĩ nhiên, các hắc sắc tố sẽ chậm phát triển hơn. Tuy nhiên, ngay cả như vậy thì sự khác biệt này cũng thường chỉ dao động trong một tông màu. Lấy phần nền của M.A.C làm ví dụ, nếu bạn đang dùng màu NC30 có tông nâu vàng vào mùa hè, sau khi sử dụng các sản phẩm làm trắng uy tín và có chế độ bảo dưỡng cẩn thận trong thời gian dài, bạn có thể chuyển sang NC25 (mùa hè) hoặc NC 25- NC20 (nếu là mùa đông). Trong trường hợp một người nào đó từ da màu tối có thể chuyển sang trắng hồng, chắc chắn

phải có sự thay đổi lớn về khí huyết và nhiều yếu tố khác, chứ không thể chỉ trông đợi vào mỹ phẩm.

Style xin “điểm mặt chỉ tên” một số sản phẩm làm trắng uy tín hiện nay để bạn có một cái nhìn sơ lược về dòng sản phẩm này.

Clarins có dòng sản phẩm White Plus HP, làm trắng dựa trên cơ chế tẩy tế bào chết, sau đó nuôi dưỡng bằng kem dưỡng đêm và serum. Clarins là thương hiệu nổi tiếng với các tinh chất thiên nhiên và dòng sản phẩm này cũng không ngoại lệ. Theo giới thiệu của hãng, sản phẩm Whitening Repairing Night Cream là sản phẩm dưỡng đêm làm trắng đầu tiên có sử dụng 02 chiết suất hoa sea lily và hoa cúc trắng làm giảm các nguyên nhân gây sạm nám da trực tiếp và gián tiếp.



BVLGARI BLANC ORIGINEL CRÈME
Kem dưỡng chứa Phức hợp Bulgari Blanc có hiệu quả chống lại nhược điểm tối và giúp đều màu làn da.
GIÁ : 3. 500.000 VNĐ/ 50 ml



Clarins Whitening Repairing Night Cream
Dưỡng đêm làm trắng với 2 chiết xuất hoa Sea Lily và hoa Cúc Trắng sẽ làm giảm các nguyên nhân gây sạm nám da trực tiếp và gián tiếp.
Giá: 1.450.000VNĐ/50ml



Clarins Intensive Whitening Smoothing Serum
Tinh chất chăm sóc da làm giảm đốm nâu và làn da tươi sáng hơn.
Giá: 1.810.000 VNĐ/30ml



Tinh chất dạng viên nang Elizabeth Arden Brightening Overnight Capsules:
Tinh chất dưỡng trắng và trị nám ban đêm dạng viên nang
Giá: 2.590.000 VNĐ.



Mặt nạ Elizabeth Arden White Glove
Mặt nạ phục hồi và ngăn ngừa các hiện tượng lão hóa, trả lại làn da tươi sáng, mịn màng và trẻ trung.
Giá: 1.600.000 VNĐ.

Một thương hiệu khác - Clinique - đã quá nổi tiếng với bộ ba sản phẩm dưỡng trắng sáng Derma White. Song sản phẩm khiến tôi chú ý nhất trong các dòng làm trắng của họ cho đến nay là Tinh chất dưỡng trắng Derma White Clinical Brightening Essence. Clinique tự hào giới thiệu tác dụng của sản phẩm đã khiến chính nhân viên của họ cũng phải ngạc nhiên. Tinh chất trắng sáng da này bao gồm 01 hỗn hợp độc quyền gọi là CL-302, sử dụng công nghệ có chiết xuất thảo dược kết hợp với Dianella Ensifolia đã được chứng minh lâm sàng về khả năng cải thiện đáng kể sắc da. Nếu bạn có ý muốn biết chính xác phức hợp CL-302 là cái gì, tôi tin các nhân viên của Clinique rất sẵn lòng giải thích bởi họ có những file tài liệu rất chi tiết về vấn đề này. Công ty Estée Lauder thậm chí còn xuất bản một tài liệu mang tên “Chữa trị sắc da không đều màu bằng



Tinh chất dưỡng trắng Clinique Derma White Clinical Brightening Essence
Giúp hồi phục các thương tổn trên da một cách nhẹ nhàng và nhanh chóng nhờ phức hợp CL-302 chứa vitamin C làm đều màu da.
Giá: 1.650.000 VNĐ/30ml



BVLGARI BLANC ORIGINEL GEL LOTION
Một kết cấu giàu ẩm, dễ chịu cho một làn da trong trẻo, tỏa sáng
GIÁ : 1.700.000 VNĐ/200 ml





*ESTÉE LAUDER Cyber White
CW BC Brightening Essence
Tinh chất dạng sữa màu trắng
đục với công nghệ ngăn ngừa
đốm nâu và làm sáng da ưu việt.
Giá: 2.250. 000 VNĐ*



*Mặt nạ làm trắng trị nám MENARD
Fairlucent Pack White AD
Mặt nạ làm trắng với dẫn chất bền
vững Vitamin C – APM và men làm
trắng Shirakami giúp ức chế sự hình
thành nám từ giai đoạn đầu tiên, thúc
đẩy việc loại bỏ melanin, cho hiệu quả
làm mờ các vết xạm, nám rõ rệt.
Giá: 1.850.000 VNĐ*

*Huyết thanh trị nám MENARD
Fairlucent Concentrate White AD
Với hàm lượng Vitamin C ổn
định –APM và Men làm trắng
Shirakami cao nhất trong dòng
cho hiệu quả trị nám và làm sáng
da vượt trội.
Giá: 2.550.000 VNĐ*



*ESTÉE LAUDER Cyber
White UV Protector SPF50
Siêu mỏng, siêu nhẹ và thẩm
thấu nhanh chóng, sản phẩm
với chỉ số chống nắng UVA/
UVB cao nhất này giúp bảo
vệ với chất chống oxy hóa
mạnh, tăng cường sự tươi
sáng, mịn màng cho da trong
tương lai.
Giá: 1.190.000 VNĐ*



*Ohui Radiance Power
Sản phẩm Ampoule cô
đặc làm trắng, tăng cường
khả năng tự sinh trưởng
của làn da.
Giá: 1.500.000VNĐ/30ml*

các phương pháp điều trị cục bộ: Hiệu quả của chất chống oxy hóa” trong tập san về dược mỹ phẩm. Trong tài liệu này, bạn có thể tham khảo những dẫn chứng khoa học về hiệu quả của các thành phần chống oxy hóa như Dianella Ensifolia trong điều trị da không đều màu.

Nếu xét về độ đa dạng trong một bộ sản phẩm skincare làm trắng thì nhãn hiệu Elizabeth Arden hẳn phải tự hào vì họ khó mà lép vế trước bất cứ ai. Bộ sản phẩm WHITE GLOVE EXTREME gồm 10 sản phẩm dưỡng, có thể nói là một cuộc tiến công trên mọi mặt trận, từ sữa rửa mặt, mặt nạ dưỡng trắng, dung dịch dưỡng trắng, tinh chất làm trắng cho đến kem dưỡng, gel dưỡng và tinh chất đặc trị. Từ dạng lỏng, dạng cô đặc, dạng cream cho đến dạng viên nang, bộ sản phẩm này chăm sóc cho vấn đề trắng sáng một cách tỳ mỷ hết mức có thể. Trong số này, đáng chú ý là các viên nang Brightening Overnight Capsules và tinh chất cô đặc Elizabeth Arden Brightening Spot Corrector với cơ chế tác động mạnh mẽ, tác động trực tiếp lên các đốm nâu/vết thâm, làm mờ và làm sáng nhanh chóng những đốm biến màu trên da. Rõ ràng, Elizabeth Arden không hài lòng với việc ngăn chặn các tác nhân gây sạm nám từ bên ngoài, tham vọng của họ là tạo ra một làn da trắng ở mức tối ưu bằng cách cung cấp dưỡng chất từ bên trong.

Thương hiệu mỹ phẩm đến từ Nhật Bản, KOSÉ, tất nhiên không thể bỏ lỡ cuộc chiến trắng sáng. Ai cũng biết phụ nữ Nhật Bản chuộng làn da trắng mịn như thế nào và đó có lẽ là nguyên nhân trực tiếp để ra đời bộ sản phẩm Sekkisei làm nên danh tiếng cho KOSÉ. Ra đời năm 1985 tại Nhật Bản, Sekkisei (trong tiếng Hoa nghĩa là Tuyết) được phát triển dựa trên những phương thuốc cổ truyền của người Trung Hoa. Theo y học Đông Phương, làn da chỉ có thể trở nên trắng sáng, hồng nhuận khi khí huyết lưu thông và sự thay đổi sẽ diễn ra từ trong ra ngoài. Sekkisei với sự kết hợp của những thành phần thảo dược nổi tiếng đã hoạt động theo đúng nguyên tắc này: tạo cho làn da sự thay đổi từ bên trong và mang đến màu sắc trắng hồng một cách khỏe mạnh, bền vững. Tại Việt Nam, bạn có thể tham khảo bộ sản phẩm mới Sekkisei Supreme

Stress...

MỘT LIÊN MINH MỚI CHỐNG LÃO HÓA?

Ô nhiễm, ánh nắng mặt trời, ăn kiêng bất hợp lý, mệt mỏi... dù xuất phát từ bên trong hay bên ngoài cơ thể, về mặt tinh thần hay do sinh lý, thì stress đã được chứng minh là có tác hại đến toàn bộ các tế bào trong cơ thể, bao gồm cả tế bào da.

Nhưng hãy hình dung rằng, stress ngược lại có thể đem lại hiệu quả tích cực trong việc tăng tuổi thọ tế bào và chống lại lão hóa! Và đây chính là lý thuyết "hormesis" mang tính đột phá, một hiện tượng đã tạo nên cuộc cách mạng trong cuộc sống hàng ngày của chúng ta, cụ thể hơn là trong lĩnh vực mỹ phẩm ngăn ngừa lão hóa...



Cuộc phỏng vấn với Giáo sư SURESH RATTAN

Là giáo sư tiến sỹ, chuyên gia nghiên cứu lão hóa và là người đứng đầu Phòng thí nghiệm nghiên cứu Lão hóa của Tế bào, thuộc chuyên ngành Sinh học Phân tử của trường Đại học Aarhus ở Đan Mạch.

Giáo sư Rattan, ông có thể giải thích những khám phá của mình về hiện tượng hormesis?

Hormesis là một hiện tượng đã được biết đến từ lâu, nhưng chưa từng được kiểm nghiệm đối với khả năng chống lại lão hóa. Cách đây mười năm, tôi là người đầu tiên thử nghiệm lý thuyết này trên tế bào con người, bằng cách tiêm vào cơ thể những lượng stress cực nhỏ một cách đều đặn. Tôi nhận thấy những tế bào sống lâu hơn và biểu hiện những đặc điểm của những tế bào trẻ khỏe mạnh. Điều này là một khám phá khoa học lớn: việc đưa vào những kích thích nhỏ liên tục có thể giúp tế bào đẩy lùi quá trình lão hóa bằng cách phát triển hệ thống tự phòng vệ và tự phục hồi tổn thương, từ đó tăng cường tuổi thọ tế bào.

Vậy thì, trong lĩnh vực mỹ phẩm, điều này có thể ứng dụng để chống lại lão hóa cho da hay không?

Hormesis hiện nay được xem như một cách tiếp cận đầy triển vọng trong việc ngăn chặn lão hóa, nó nhắm vào hệ thống tự phòng vệ của tế bào và khả năng thích ứng của các chức năng trong tế bào. Và thực tế là nó có thể được ứng dụng vào trong mỹ phẩm.

Tôi phải nói rằng tôi rất hạnh phúc khi Phòng thí nghiệm của GIVENCHY đã thể hiện sự quan tâm đến công việc nghiên cứu của tôi cũng như đã ứng dụng thành công lý thuyết này vào sản phẩm chăm sóc chống lão hóa cho da. Họ đã phát triển một phức hợp những thành phần tích cực có khả năng đưa phản ứng hormesis vào bên trong các tế bào, dựa vào các tác nhân kích thích cực nhỏ. Tôi đã nghiên cứu phức hợp được kiểm nghiệm từ những tế bào con người này và có thể xác minh được tác động của nó. Vì thế cách điều trị này sẽ đem lại hiệu quả ngăn chặn lão hóa và tăng cường sức sống tế bào cho làn da.



VAX'IN FOR YOUTH SẢN PHẨM DƯỠNG DA NHƯ MỘT LIỀU VẮC XIN NGĂN NGỪA LÃO HÓA

Tựa như một liều vắc xin giúp cơ thể phát triển nên hệ thống phòng vệ để tự bảo vệ. Tinh chất Youth Infusion Serum sẽ đưa vào cơ thể những kích thích cực nhỏ nhằm giúp tế bào tự sản xuất ra những protein phòng ngừa lão hóa.*

Ngoài ra, với kết cấu cực kỳ mềm mượt khi sử dụng sẽ khiến da trở nên mềm mại, cho cảm giác như được tăng thêm độ đàn hồi và làn da được bảo vệ ưu việt khỏi các dấu hiệu lão hóa.

Giờ đây, lần đầu tiên trong lịch sử, chúng ta sẽ mong muốn stress trở thành một phần trong cuộc sống hàng ngày của chúng ta!

* Đã được chứng nhận thực nghiệm.

GIVENCHY thân mời bạn đến trải nghiệm sản phẩm Vắc xin tại cửa hàng • Thương xá Tax, 135 Nguyễn Huệ, Q1, TP HCM • Parkson Saigon Tourist Plaza, 35Bis Lê Thánh Tôn, Q1, TP HCM.

Bộ sản phẩm KOSÉ Sekkisei Supreme dưỡng trắng gồm:

1. Sữa Rửa mặt SEKKISEI SUPREME FACE WASHING CREAM.

Giá: 850.000 VNĐ

2. Lotion mềm da SEKKISEI SUPREME REFINING LOTION I & II

Giá: 1.500.000 VNĐ

3. Nhũ tương sáng da SEKKISEI SUPREME MOISTURIZER I & II

Giá: 1.600.000 VNĐ

4. Kem dưỡng đêm SEKKISEI SUPREME REVITALIZING CREAM I & II

Giá: 1.800.000 VNĐ

được bổ sung thêm gừng trắng, rễ cây melothria, chiết xuất cây chàm, tinh dầu hướng dương của KOSÉ.

Nếu khả năng tài chính dư dả, bạn có thể tham khảo dòng sản phẩm Blanc Orignal của nhãn hiệu cao cấp BVLGARI. Với mức giá dao động từ 1.700.000 – 3.800.000 VNĐ/sản phẩm, sự độc đáo của dòng sản phẩm này là ở việc sử dụng tinh chất đá quý khá đặc thù của thương hiệu BVLGARI. Phức hợp Bulgari Blanc thúc đẩy việc sản sinh collagen cho một làn da hoàn hảo trắng sáng, đều màu. Blanc Orignal thậm chí còn ghi điểm ở lớp vỏ sang trọng ấn tượng và mùi thơm dễ chịu trên da sau khi sử dụng.

Với những sản phẩm trên, giấc mơ trắng sáng của bạn đang ngày càng tiến gần thêm với thực tế.



CALIFORNIA FITNESS & YOGA

ARE YOU
A MEMBER?



Life is Better at the Waterfront



38 260 999

05 Nguyễn Tất Thành, Phường 12, Quận 4, TP.HCM
www.cfyc.com.vn | www.cfyc.vn

Tọa lạc tại vị trí lý tưởng bên sông Sài Gòn, chỉ cách tòa nhà Bitexco Financial Tower vài trăm mét, CLB California Fitness & Yoga at the Waterfront mang lại những trải nghiệm hoàn toàn mới về luyện tập thể hình. Với thiết kế mang nét tinh tế đô thị lẫn phong cách công nghiệp mạnh mẽ, siêu CLB đẳng cấp 5 sao có diện tích hơn 4.000m² bao gồm tường tập leo núi chuyên nghiệp, võ đài tự do hình bát giác, khu vực internet và giải khát tiện nghi, các trang thiết bị luyện tập hiện đại nhất hiện nay cùng với Studio đẳng cấp dành cho các hội viên nổi tiếng. Hiện đã có thể hội viên với ưu đãi đặc biệt trong thời gian trước khai trương.

California at the Waterfront - Nơi đến để tập luyện, giao lưu kết bạn và tận hưởng cuộc sống tốt đẹp hơn!



Khu Vực Tập Tạ



Sảnh Chờ Yoga



Phòng Tập Đạp Xe



Sân Đấu Võ Tự Do



Khu Vực Tập Tim Mạch

MÀU & MÙA

ĐẾN HẸN LẠI LÊN:

Thành Hào

Như thường lệ, trong mùa này, các “cô nàng” M.A.C lại tiếp tục sôi động và tràn trề năng lượng với hệ thống màu phong phú của M.A.C FALL COLOUR COLLECTION. Tương tự, những người phụ nữ của Estee Lauder lại tiếp tục tinh tế với các gam màu trầm quyến rũ mang tên The Pure Color Mercury. Còn Lancome? Lancome mùa này thật sắc sảo và cổ điển với đỏ đụn và mắt kiểu cat-eye.

Và bạn, bạn mùa này sẽ?

MAC FALL COLOUR COLLECTION

Bộ sưu tập tuyệt đẹp dành cho mùa thu của M.A.C. Fall Colour Collection giới thiệu ba chủ đề chính về màu sắc: phong cách smoky với các gam màu tối, phong cách bright colour với các gam màu sáng và phong cách neutral với các gam màu dịu tự nhiên. Với chủ đề màu đầu tiên, M.A.C giới thiệu bảng màu mắt xám, nâu nhạt, xám đen, xanh tím đi kèm với kẻ mắt đen nhũ tím và đen cho đôi mắt smoky hút hồn và ấn tượng. Chủ đề màu thứ hai, phong cách bright colour mang đến những gam màu mắt rực rỡ vui nhộn với vàng chanh, đỏ nhạt, xanh da trời, tím đậm. Các màu son cũng tươi tắn không kém với hồng đào, cam, đỏ... Nếu bạn ưa thích sự tự nhiên, chủ đề màu thứ ba với các tông be, cam, vàng kem, hồng nhạt, xanh xám... sẽ là lựa chọn đúng đắn. Chủ đề màu này là sự pha trộn hoàn hảo của các tông màu soft neutral dịu nhẹ và hầu như thích hợp cho tất cả.

ESTÉE LAUDER: THE PURE COLOR MERCURY

The Pure Color Mercury mang đến cho các tín đồ thời trang và phong cách các gam trầm quyến rũ, tuy nhiên trong đó sự cân bằng về màu sắc được đặc biệt nhấn mạnh. Màu son đỏ đậm kết hợp với các gam màu mắt bóng mờ, bao phủ toàn bộ bầu mắt trên được xem như là một gợi ý lý tưởng cho mùa mới.

Một số sản phẩm tiêu biểu trong bộ sưu tập gồm:

Phấn Mắt Pure Color Eyeshadow đôi

Đây là một sự kết hợp phong cách hoàn hảo giữa kết cấu và tông màu! Màu mắt đôi tạo ra sự kết hợp giữa ánh satin và ánh bạc. Với công thức hiệu quả cao - gấp đôi số hạt màu mang lại cho bạn màu sắc như mong muốn chỉ trong 01 lần kẻ. Sản phẩm có hiệu ứng bền màu trong suốt 8 tiếng!

Màu mắt Pure Color Five Color Eyeshadow

Mang lại cho đôi mắt những đường nét sinh động ấn tượng với các gam màu trong mờ, satin, ánh nhũ, ánh kim... Với công nghệ True Vision™ bao bọc các hạt màu, loại phấn mắt này có tác dụng tạo ra lớp bao phủ pha lê trong suốt nhằm giúp cho màu sắc của sản phẩm có thể phát huy hết hiệu quả của nó.

Viền mắt Pure Color Liquid Eyeliner

Với thiết kế đầu cọ bằng ni mới, sản phẩm có hiệu quả bền màu lâu trôi, không bong tróc và không thấm nước. Hiện có 03 màu: xanh, xám và tím.

Bên cạnh đó, thương hiệu này cũng đang giới thiệu sản phẩm make up mới nhất của họ: son môi dạng kem Pure Color Sensuous Rouge Lipstick. Đây là mẫu son môi đầu tiên có sự kết hợp của hai thành phần dưỡng ẩm chuyên sâu. Với công nghệ Lip Long Elixir™, sự pha trộn mới lạ của các chiết xuất trái cây và bơ, sản phẩm chắc chắn sẽ bao bọc làn môi bạn trong một kết cấu kem siêu mượt.

CLARINS: COLOUR DEFINITION

Những bộ sưu tập của Clarins thường đi theo định hướng của tự nhiên, với tuyên ngôn: "Tôi tạo ra Clarins từ tình yêu và sự tôn trọng đối với vẻ đẹp của



phụ nữ" (Jacques Courtin-Clarins). Chiết xuất 100% từ thiên nhiên, bộ sưu tập của thương hiệu này đang hướng tới những màu sắc đặc biệt có sự tương thích hoàn hảo với màu da, màu mắt và màu tóc của người sử dụng nó. Clarins Colour Definition Fall 2011 là sự pha trộn hoàn hảo giữa các gam màu pastel nhạt và các gam trầm, giúp người sử dụng có thể nhanh chóng chuyển đổi phong cách của họ trong cuộc chơi của ánh sáng và bóng tối.

Một số sản phẩm tiêu biểu trong bộ sưu tập gồm:

Phấn Color Definition 3D Radiance Face Powder

Loại phấn nén dạng 3D này có tác dụng tạo độ phủ nhẹ nhàng và rạng ngời. Có hai gam màu là be hồng và hồng đào.

Phấn mắt Eye Quartet Mineral Palettes

Với thành phần khoáng chất tự nhiên, các màu mắt của dòng sản phẩm này hứa hẹn sẽ đảm bảo an toàn tối đa cho vùng da nhạy cảm nhất trên gương mặt này. Dòng sản phẩm gồm 06 hộp phấn mắt. Mỗi hộp 04 tông màu.

CLINIQUE: THE NEW BLACK

Màu đen Black Honey nổi tiếng của nhà Clinique đã trở lại và đang trở thành nguồn cảm hứng cho bộ sưu tập Thu Đông năm nay của chính họ. Son màu Black Honey (pha trộn giữa đen và berry) được xuất xưởng lần đầu tiên vào năm 1971 và trở thành một trong những gam màu đáng nhớ của Clinique. Rất nhiều phụ nữ đã gắn bó với màu son này trong một thời gian dài, giúp cho sản phẩm này trở nên nổi tiếng. Sau vài thập niên, son Black Honey lại quay trở lại, chứng tỏ vòng tròn của xu hướng và sự trở dậy của những cảm hứng từ quá khứ.

Bộ sưu tập Thu-Đông của Clinique dựa trên bảng màu nâu – hồng quen thuộc, nhưng so với bộ sưu tập mùa mốt Xuân-Hè vừa rồi, các gam màu có tông trầm hơn, từ son cho đến phấn mắt và má hồng. Bộ sưu tập này thích hợp cho lối trang điểm tự nhiên có thể ứng dụng hàng ngày trong công việc và dạo phố.



GIVENCHY: JE VEUX LA LUNE

Sắc lạnh với các gam màu đậm và trong một cảm hứng mạnh mẽ về màu sắc – đó là những ấn tượng đầu tiên về phong cách Thu-Đông của Givenchy. Lấy ý tưởng từ mặt trăng với sự kết hợp của các gam màu xanh – đen, Givenchy đã giới thiệu lối trang điểm gothic vô cùng ấn tượng với đôi mắt smoky eye đặc biệt được nhấn mạnh và đôi môi đỏ đẫm pha đen bóng ướt. Phong cách này đặc biệt thích hợp với ban đêm. Chắc chắn với sự xuất hiện của bộ sưu tập này, nhiều người sẽ không khỏi nghĩ tới mối liên quan giữa bộ sưu tập mới này và series phim về ma cà rồng đang gây sốt trong giới trẻ “Chạng vạng”, với những ấn tượng tương tự về phong cách gothic và vampire bí ẩn.



GRAISSET

Vẻ đẹp thuần khiết



pure beauty jsc

Nhập khẩu và phân phối độc quyền mỹ phẩm Graisset tại Việt Nam – Công Ty Cổ Phần Vẻ Đẹp Thuần Khiết

Trụ sở chính: 294 Xã Đàn (Kim Liên Mới), Q. Đống Đa, Hà Nội | ĐT: (84.4) 6276 4021- (84.4) 6276 4022 | Fax: (84.4) 6276 4026

Chi nhánh Tp.HCM: 421/21 Sư Vạn Hạnh, Phường 12, Q.10, Tp.HCM | ĐT: (84.8) 3863 3818 - (84.8) 3863 3545 | Fax: (84.8) 6293 3438

Website: www.purebeauty.com.vn



AMAZING LANCÔME 29 ST HONORE FALL 2011

Sự quyến rũ ổ điển có vẻ là từ khóa cho bộ sưu tập mùa mốt Thu - Đông của nhãn hiệu mỹ phẩm danh tiếng Lancôme khi trong mùa mốt này thương hiệu này tập trung nhiều vào các gam màu truyền thống như đỏ và đen ở các sản phẩm son và sơn móng.

Một số sản phẩm tiêu biểu trong bộ sưu tập gồm:

Phấn má hồng Lancôme Maison Blush

Vẫn là các sắc hồng tinh tế nhưng quen thuộc của Lancôme, song các sản phẩm phấn má hồng của Lancôme mùa này đã được làm mới với việc trang trí tháp Eiffel và logo nổi bật ở bên trong. Đây được xem là một trong các sản phẩm chính của bộ sưu tập.

Son môi Lancôme

Sản phẩm gồm ba sắc thái đỏ đậm khá đặc biệt – một biểu tượng không thể thiếu cho phong cách cổ điển lãng mạn. Sản phẩm có chứa dưỡng chất Pro-Hylan giúp tăng cường độ bám và các hiệu ứng màu sắc.

Bảng phấn mắt

Với mục đích tạo ra sự cân bằng, bảng màu mắt mùa này của Lancôme tập trung vào các tông màu đất. Sản phẩm là sự phát huy bậc cao của nghệ thuật trang điểm mắt cổ điển và là một sự kết hợp ăn ý với màu da. Bảng màu Blonde Fatale 02 được dự đoán sẽ rất được ưa chuộng trong mùa mốt này bởi sự tiện dụng và hài hòa mà nó mang lại.

GIORGIO ARMANI FALL 2011 MAKE UP COLLECTION

Megan Fox đẹp một cách quyến rũ với môi đỏ đậm, mắt smoky eye đậm, chuốt mascara đậm trong phong cách make up Thu-Đông của Giorgio Armani. Với cái tên Jacquard, bộ sưu tập lấy cảm hứng từ các đặc tính của một loại vải cùng tên. Vải Jacquard là một loại vải có lối dệt phức tạp, tạo ra những tương phản đầy màu sắc giữa ánh sáng và bóng tối.

Giorgio Armani trong mùa này đã tạo ra một bộ sưu tập với một hệ thống các màu hấp dẫn và đặc biệt tinh tế của phấn mắt, má hồng, mascara và son. Trong các sản phẩm của thương hiệu số một về thời trang và phong cách này thì ấn tượng nhất vẫn là màu mắt Jacquard Quatuor Eye Palettes. Đây là một sản phẩm được sản xuất giới hạn, có giá tham khảo lên tới \$60. Bảng màu này gồm bốn màu, bao gồm 01 màu trung tính ở chính giữa, bao quanh nó là các gam màu đậm và nhạt.

Ngoài ra, phải kể đến một cái tên khác là phấn má hồng Blushing Fabric với bốn màu, giá tham khảo \$40. Trong đó, hai màu Camel và màu Scarletto được sản xuất giới hạn, cho những hiệu ứng màu sắc đặc biệt trên vùng gò má.



CURE SOLUTIONS

Sản phẩm dành cho mọi phụ nữ

Sự lão hóa ở da của những người phụ nữ đang hứa hẹn sẽ bị đẩy lùi!

Một cuộc khảo sát trên diện rộng tại Châu Âu về các nhân tố ảnh hưởng đến sức sống của làn da mỏng manh của phái nữ đã cho biết tất cả phụ nữ đều cảm nhận môi trường và thói quen sống hằng ngày đang ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe làn da của họ. Trong đó 50% phụ nữ cho rằng, ô nhiễm môi trường và căng thẳng trong công việc là hai nguyên nhân chính gây nên sự lão hóa sớm cho làn da.

Dựa trên kết quả khảo sát, cùng với tôn chỉ mang sắc đẹp từ thiên nhiên đến cho mọi phụ nữ, các nhà nghiên cứu của Yves Rocher, sau nhiều năm nghiên cứu đã cho ra đời dòng sản phẩm Cure Solutions - một “kiệt tác” chăm sóc da đặc biệt, giúp ngăn ngừa và cải thiện làn da lão hóa do tác động môi trường và thói quen sống hàng ngày.

Việc tiếp xúc hàng ngày với khói bụi, các gốc kim loại nặng trong không khí, tia tử ngoại tác động trực tiếp lên làn da sẽ gây ra những tác động xấu cho làn da. Cụ thể, các nhân tố này sẽ bám vào bề mặt da, ngăn chặn và ảnh hưởng đến quá trình vi tuần hoàn và “hô hấp” của da. Da bạn trở nên xạm đen, lỗ chân lông trở nên to hơn, da nhờn hoặc khô hơn bình thường. Trên bề mặt da sẽ xuất hiện các nếp nhăn nhỏ..... Cure Solutions Anti Aggression với chiết xuất từ hạt moringa, một loại cây được biết đến với tính năng tự bảo vệ và thích ứng nhanh với các điều kiện khắc nghiệt của môi trường sẽ loại bỏ các ảnh hưởng này. Chính chiết xuất Petide có trong sản phẩm là “người hùng” chống lại các tác động tiêu cực của môi trường lên làn da mỏng manh của phụ nữ, đồng thời mang lại sức sống căng tràn cho da.

Ngoài ra, căng thẳng và áp lực trong công việc cũng như cuộc sống hàng ngày

cũng là nguyên nhân trực tiếp ảnh hưởng đến làn da, dẫn tới tuần hoàn da giảm, xuất hiện các dấu hiệu xanh xao, khô và thiếu nước, nét mặt hốc hác, mất thâm quầng... Chính vì các nhân tố này mà làn da của bạn lão hóa sớm và mất đi độ tươi sáng. Cure Solutions Anti Fatigue giàu hoạt chất polyphenol được cô lập và chiết xuất từ lá nho đỏ, có tác dụng tăng cường sức đề kháng cũng như tăng khả năng tuần hoàn dưới da, giúp ngăn ngừa và “đánh bật” các dấu hiệu lão hóa, mang lại sự tươi sáng cho làn da.

Căng thẳng, mệt mỏi luôn là “kẻ thù” của làn da tươi sáng, đẩy sức sống. Bạn hiểu điều đó, nhưng cuộc sống khiến bạn khó lòng né tránh khỏi “kẻ thù” này. Nhưng cũng không có nghĩa như vậy mọi cánh cửa đều đã đóng với sắc đẹp của bạn. *Cure Solutions chính là lựa chọn an toàn cho làn da của bạn.*



CỬA HÀNG YVES ROCHER:

● 18 Hai Bà Trưng, Quận 1, TP. HCM
Tel: 08 38248782

● 84 Nguyễn Trãi, Quận 1, TP. HCM
Tel: 08 350843 16

● 125 Hàng Bông, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội
Tel: 04 39380530

● 52 Hàng Trống, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội
Tel: 04 62701617

QUẦY HÀNG YVES ROCHER:

● Parkson Flemington : Tầng 1 - 184 Le Dai Hanh, Q11, TP.HCM.
Tel: 08 6672 6275

● Vincom Tower : Tầng 1 - 70-72 Lê Thánh Tôn, Quận 1, TP. HCM
Tel: 08 3603 1026

● Big C Thăng Long: Tầng 1, 222 Trần Duy Hưng, quận Cầu Giấy, HN - Tel : 04-37690287

Pico Mall: 229 Tây Sơn, quận Đống Đa, HN.
Tel : 04-62755187

● Big C Hoàng Văn Thụ: 202B Hoàng Văn Thụ, quận Phú Nhuận, TP.HCM
Tel: 08 39970766

● Saigon Tax Trade Center : 125 Nguyễn Huệ, quận 1, HCMC.
Tel: 08 38212921

Người tình Tháng 11

Thanh Hoa

Dịu dàng với hương hồng Bulgary, oải hương, lan chuông, violet, hoa sen; nồng nàn với hồi, quế, gừng, nhựa thông, đàn hương, tuyết tùng, tiêu đen và mạnh mẽ đầy nhục dục với hoắc hương, xạ hương, hổ phách...là những đặc trưng chính của nhóm mùi hương Thu Đông.

ELIZABETH ARDEN NEW RED DOOR

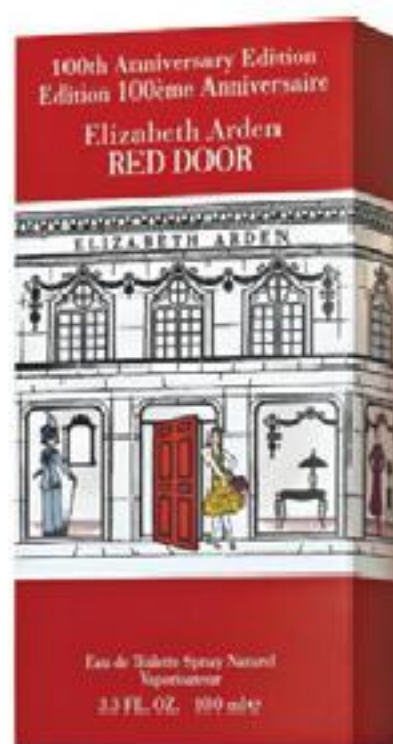
1

Elizabeth Arden Red Door từ lâu đã nổi tiếng với hương thơm kinh điển, quý phái và đậm nữ tính. Nay Red Door một lần nữa khẳng định vị trí của mình trong lòng người hâm mộ với sự ra đời của phiên bản mới.

Hương đầu: Hoa lan chuông, lan Nam Phi, violets
Hương giữa: Hồng đỏ, cam Moroccan, hoa nhài, ngọc lan tây

Hương cuối: Rêu sỏi, đàn hương, mật ong

Giá: 2.195.000 VNĐ/100 ml.



2

ETIENNE AIGNER POUR FEMME

Etienne Aigner Pour Femme với tính chất hương thơm độc đáo và sự pha trộn hài hòa đã làm nên một sản phẩm nước hoa nữ tính, tinh tế và sang trọng có một không hai.

Hương đầu: Hạt tiêu đen, những giọt sương tươi, cam bergamot, quýt

Hương giữa: Hoa hồng Bulgary, hoa freesia, mơ

Hương cuối: Hổ phách, hoắc hương, xạ hương trắng và gỗ tuyết tùng.

Giá: 999.000 VNĐ/30ml,

1.405.000 VNĐ/50ml,

1.846.000 VNĐ/100ml.



3

NƯỚC HOA NAM DSQUARED HE WOOD

Mạnh mẽ, khao khát tự do, nước hoa nam HE WOOD có hương đầu nhẹ nhàng của hoa và lá violet, cỏ hương và tuyết tùng cho hương cuối nồng nàn. Đặc biệt, chai nước hoa được đóng khung vuông vức bằng gỗ sồi đỏ chỉ có ở rừng núi Canada.

Giá: 1.485.000 VNĐ/100ml,

1.105.000 VNĐ/50ml,

725.000 VNĐ/30ml.



BVLGARI MON JASMIN NOIR

Hương thơm chủ đạo kết hợp từ 02 loại hoa nhài sambac và angel wings, mang đến 01 hương thơm nhẹ nhàng, tinh khiết. Lớp hương cuối chiết xuất từ gỗ quý và xạ hương hỗ trợ cho lớp hương chủ đạo thêm sâu lắng, đậm đà. Thích hợp cho mùa thu.

**Giá: 1.050.000 VNĐ /25ml
1.750.000 VNĐ/50ml.**

COSTUME NATIONAL SCENT

5

Scent của Costume National là nước hoa dành riêng cho nữ giới. Scent đem đến vẻ thuần khiết, sang trọng và đơn giản, được truyền cảm hứng từ các nhân tố của thiên nhiên. Sự kết hợp giữa hoa đậm bụi, hoa nhài, hồ phách, gỗ để tạo nên mùi hương sang trọng này cho nữ giới.

Giá : 779.000 VNĐ/30ml, 1.399.000 VNĐ/100ml.



ESTEE LAUDER SENSUOUS NUDE

(phiên bản mới dòng Sensuous)

Khơi nguồn cảm hứng từ cảm giác mơn man làn da trần ấm áp. Sự phóng khoáng không biên giới của hương thơm gợi cảm hiện đại, Sensuous Nude mang lại niềm đam mê của người phụ nữ. Thể hiện vẻ đẹp hiện đại, nữ tính hay thiện cảm với hương gỗ xạ hương.

**Giá: 1.600.000 VNĐ/50 ml,
2.300.000 VNĐ/100 ml.**



ELIZABETH ARDEN PROVOCATIVE EDP SPRAY

Hương đầu khác lạ với hương thơm nóng bỏng của hoa gừng, sự tinh khiết của hoa sen và được tô điểm thêm sự độc đáo của mộc qua. Tầng hương giữa là sự chọn lọc của những loài hoa phương Đông. Tầng hương cuối ấm áp với hồ phách và gỗ hinoki cùng sự nóng bỏng như hương thơm cát trắng.

**Giá: 820.000 VNĐ/30 ml,
1.190.000 VNĐ/50 ml,
1.450.000 VNĐ/100 ml.**



NƯỚC HOA NAM AIGNER |man|2

AIGNER |man|2 – sản phẩm mới dành cho người đàn ông trưởng thành – uy quyền, quyết đoán và cá tính. Lớp hương đầu là sự sảng khoái của lá chanh Sicilian và cây xô thơm cùng với hương thơm thảo mộc ở giữa với ngải giấm, hạt hồi và hương quế ấm áp. Tiếp đó là hồ phách mềm mướt, hương thuốc lá thanh lịch, tuyết tùng, cây hoắc hương, hạt Tonkane và vani.

**Giá: 1.250.000 VNĐ/100ml
900.000 VNĐ/50ml,
720.000 VNĐ/30ml.**

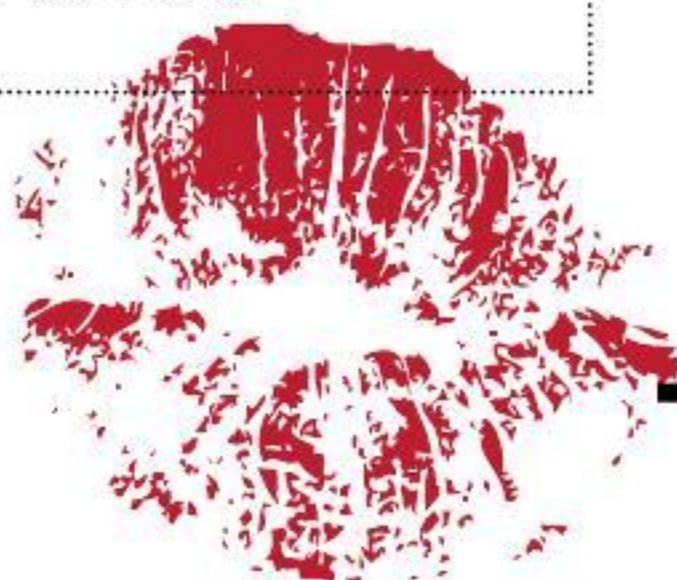


L'OCCTANE IRIS EAU DE PARFUM

Nước hoa với thành phần hương hoa Iris nồng nàn quý giá từ vùng Tuscany, Italy, hoa violet và bạch tùng đương dành cho phụ nữ thanh lịch.

Giá: 1.500.000 VNĐ/75 ml.

9



125 | STYLE

**ESTEE LAUDER
SENSUOUS EDP**

Hương thơm nồng ấm áp của gỗ Molten cháy và hồ phách, được sưởi ấm với một chút tiêu đen và một thoáng mật ong, rất thích hợp với mùa đông.

**Giá: 2.150.000 VNĐ/100 ml
1.450.000 VNĐ/50 ml.**

10

ESTÉE LAUDER
SENSUOUS

11

**ESTEE LAUDER
INTUITION EDP**

Được tung ra vào năm 2000, Intuition là một mùi hương đậm chất phương Đông, được tạo ra bởi Alberto Morillas. Hương đầu nhẹ nhàng với hương thơm tươi mát của quýt, cam bergamot, bưởi và cỏ xanh. Hương giữa là sự kết hợp độc đáo giữa hương hoa dành dành, lan rừng Nam phi và hoa đỗ quyên. Và cuối cùng đọng lại với mùi hồ phách vàng ấm áp quyến rũ.

**Giá: 2.200.000 VNĐ/100 ml
1.450.000 VNĐ/50 ml.**



13

**NƯỚC HOA NAM
BVLGARI MAN**

Hương thơm thể hiện sự nam tính, sang trọng, hiện đại và đầy quyền lực. Thiết kế vỏ chai lấy ý tưởng chủ đạo từ tảng đá hướng về ánh sáng mặt trời. Thành phần chính: Cam bergamot, gỗ đàn hương & gỗ trắng, hồ phách, nhựa thông kết hợp hài hòa tạo nên một mùi hương độc đáo.

**Giá: 1.280.000 VNĐ/60ml
1.690.000 VNĐ/100ml.**



16

**NƯỚC HOA NAM
L'OCCITANE EAU DE TOILETTE**

Nước hoa mang hương thơm nồng ấm và nam tính kết tinh từ những hạt tiêu đen, nhục đậu khấu, oải hương chắc chắn sẽ mang lại cho bạn một phong cách gợi cảm và mạnh mẽ.

Giá : 820.000 VNĐ



14

**RICCI RICCI
CỦA NINA RICCI**

Được giới thiệu vào tháng 9/2009 tại Châu Âu, Ricci Ricci mang đến mùi hương nồng nàn quyến rũ đầy táo bạo dành cho những cô gái thành thị hiện đại. Mùi hương đầu: cam bergamot, cây đại hoàng
Mùi hương giữa: hoa cúc bạch, hoa huệ, hoa hồng
Mùi hương cuối: hoắc hương, gỗ đàn hương.

15

**L'OCCITANE LABDANUM
EAU DE PARFUM**

Nước hoa sang trọng và nồng ấm hương Labdanum đến từ vùng đất danh tiếng Seville, kết hợp cùng hương cam chanh, nhựa thơm, benzoin và vanilla.

Giá : 1.500.000 VNĐ/75 ml.



12

TOUS TOUCH

Hương thơm chủ đạo của TOUS TOUCH là hương hoa và trái cây ngọt ngào một cách tự nhiên nhất. Hương đầu gồm có hoa sen; hoa nhài và hoa lan chuông. Tiếp đến là hương nồng ấm của hoa oải hương Á Rập, cỏ cây vùng Địa Trung Hải hòa quyện chung với hoa vani, cây mâm xôi và hương ngọt ngào từ quả hạnh.

Sản phẩm bán tại showroom của Estee Lauder, Elizabeth Arden, BVLGARI, The Body Shop, Thanh Bắc Thời Trang, L'Occitane.

26.09.2011

Món quà tình yêu

Đúng bằng ngày này, năm ngoái, mình vào công ty. Những ngày đầu đi làm công ty mới vừa háo hức vừa lạ lẫm bởi công việc mới, đồng nghiệp mới... Cái gì cũng thích ngoại trừ chỗ ngồi mới. Mình được sắp bố trí ngồi gần một gã hơi cá biệt trong công ty.

Mấy ngày đầu, mình thấy khó chịu vô cùng vì người ngồi bên cạnh cứ hay lầm nhảm, thỉnh thoảng cao hứng còn hát vu vơ câu gì đó. Vốn thích yên tĩnh, nên mình thấy gã ta phiền phức làm sao ấy. Chưa quen thân, với lại mình cũng hơi kiêu kỳ nên... không thèm đếm xỉa, cứ mặc cho hán tự nhiên chủ nghĩa. Mà công việc của tên này cũng lạ lẫm, hán thường vào làm muộn, nhưng ở lại công ty đến khi đèn đường sáng choang mới chịu về. Có khi mình đến công ty rất sớm đã thấy hán đang cà-phê sáng rồi buông miệng: "Chào cô em xinh đẹp!". Thật đúng là "cá biệt" nên lúc mình mới vào công ty, các chị đã quảng cáo về hán như thế.

Nhưng đừng hòng mình nở nụ cười đầy thiện ý với hán, mỗi lần gặp nhau ở đâu dù trong thang máy hay phòng làm việc, mình chỉ khẽ gật đầu rồi làm thinh. Hán muốn làm thân với mình hả, còn khuya! Đôi lúc, như có linh cảm mách bảo, mình quay sang thì gặp ngay đôi mắt hán đang nhìn mình. Gai mắt, mình bảo: "Áy nhìn gì thế, sao không tập trung làm việc". Thế nhưng, chính mình lại bị tên tò vì một phen tưởng bở, hán bảo: "Tớ có nhìn gì cậu đâu, tớ đang chiêm ngưỡng một mái tóc đẹp ấy chứ". Lúc đó, mái tóc dài, dợn sóng của mình thường là đề tài mỗi khi chị em công ty họp chợ. Ai cũng thích vì nó không quá dày, nhưng rất bóng, mượt và kiểu uốn dợn sóng nhẹ rất hợp với mình nên trông rất dễ nhìn. Mình được các chị yêu quý vì lúc nào cũng sẵn sàng tu vấn đầy đủ, nhiệt tình cách chăm sóc tóc thậm chí đưa các chị đến tận salon cắt tóc.

Một lần tiệc công ty giao lưu với đối tác, mọi người ai nấy đều diện rất đẹp. Phụ nữ áo váy tha thướt, cánh đàn ông thì comple lịch sự. Mình cũng ngồi mát gần 2 tiếng ở tiệm làm đầu, trang điểm cho thật xinh vì được chọn làm gương mặt giới thiệu sản phẩm mới. Hôm đó, hán trông cũng khác những ngày thường. Bánh bao, chĩnh chu hơn nhờ bộ comple và cà vạt. Máy chị trong công ty lại trêu mình và hán là cô dâu chú rể. Hán cười tít mắt trong khi mình cười gượng vì chả thích tẹo nào...

Màn trình diễn giới thiệu sản phẩm mới của mình vừa xong, rất ấn tượng, được đối tác đánh giá cao, sắp ưng ý lắm. Mình về chỗ để cùng dự tiệc với các bạn đồng nghiệp. Ánh đèn sân khấu nhá nhem, mình lại quên đeo contact len, cứ căng mắt ra mà đi. Chẳng ngờ, lại sơ ý đập vào chiếc váy dài của chính mình. Không ngã lăn quay ra đất, mình lại ngã nhào vào góc tường có trang trí cụm chân nến. Lửa từ nến đang cháy bắt vào mái tóc dài có xịt ít keo tạo kiểu, cứ thế cháy bùng. Lúc mọi người quỳnh quáng tìm cách dập lửa, hán tươi luôn cốc nước suối đang cầm trên tay vào mái tóc mình rồi nhanh chóng cởi áo vest choàng vào vai mình.

Khi mọi chuyện đã ổn, hán đề nghị đưa mình về nhà. Ngồi sau xe hán, tự nhiên, mình òa khóc nức nở vì tiếc mái tóc dài cháy hết cả khúc. Hán chẳng nói gì, cứ nhẫn nại đưa mình về đến nơi.

Hôm sau, xin phép sắp đến muộn, mình có mặt với mái tóc mới, ngắn thật ngắn, chẳng giống phong cách của mình mọi ngày. Mọi người xúm vào hỏi thăm trong khi mình dáo dác tìm ánh mắt của hán, nhưng chẳng thấy đâu. Thì ra, hán đã lên máy bay đi công tác nước ngoài gấp theo sự sắp xếp từ trước của sếp mà mình không hề biết.

Hai tuần trôi qua, bàn làm việc kế bên vẫn trống không, chẳng có ánh mắt ai dòm ngó, chẳng có âm thanh làm mình khó chịu, nhưng sao mình thấy trống vắng thế, cứ thiếu thiếu cái gì ấy. Rồi mình cũng quen với mái tóc mới và chợt nhận ra mình đang nhớ gã cá biệt.

Hôm hán về, mình nôn nao như chờ người yêu. Sếp chào đón hán với nụ cười hài lòng, vỗ vai cái bốp. Và mình lại bất gặp ánh mắt hán nhìn mình, nhìn mái tóc ngắn thật lâu. Lần đầu tiên, trước mặt hán, mình thấy ngượng ngùng, bẽn lẽn. Hán đặt lên bàn làm việc của mình một cái hộp và bảo: "Anh sang Pháp, cố tìm mua cho được cho em đấy! Không phải lo tóc xấu nữa nhé!".

Thì ra quà hán tặng mình là mỹ phẩm dinh dưỡng Anti-Chute, một dòng sản phẩm chăm sóc tóc của Oenobiol. Và bây giờ, bọn mình sắp kỷ niệm một năm yêu nhau. Hán vừa nhắn tin cho mình: "Em yêu à, Oenobiol có ở Việt Nam rồi nhé! Anh khỏi phải mua từ Pháp về cho em".

Yêu hán ghê vậy đó!... :-)



Nhật ký nàng Su tóc ngắn

THỰC DỤNG & Lãng mạn

Thành Hào

KHI NHÌN VÀO NHỮNG TRÀO LƯU TÓC CỦA XUÂN-HÈ 2012, SUY NGHĨ ĐẦU TIÊN ĐẾN VỚI TÔI LÀ PHẢI CHĂNG SỰ LÃNG MẠN ĐÃ ĐẾN GIAI ĐOẠN THOÁI TRÀO? PHẢI CHĂNG SỰ ẮN TƯỢNG PHÓNG TÚNG VÀ NHỮNG PHÁ CÁCH TÁO BẠO, ĐÔI KHI KỶ DỊ ĐÃ KHÔNG CÒN HỢP THỜI NỮA KHI VẺ ĐẸP TỰ NHIÊN LÊN NGÔI?

Vẻ đẹp tự nhiên – bốn chữ này dường như là kim chỉ nam cho mọi trào lưu về làm đẹp của ít nhất vài năm trở lại đây. Tóc cũng không phải ngoại lệ. Người ta bắt đầu nói về những màu tóc tự nhiên, những lọn tóc buông xõa tự nhiên, những lọn highlight (và lowlight) được chỉnh sửa cốt sao tạo ra những sắc thái tự nhiên nhất. Sự phá cách bị nhắc đến một cách dè dặt, đặc biệt là những phá cách có chiều hướng phi tự nhiên cho thấy những can thiệp cố ý đẩy nhân tạo. Còn nhớ trong một show diễn về tóc (rất nổi tiếng về tính nghệ thuật) tại Việt Nam, khi tôi đặt câu hỏi rằng sẽ có bao nhiêu % ứng dụng trong các tác phẩm, một nghệ sỹ đã khẳng định sẽ có đến 70%. Con số này cho thấy sự thực dụng đang rõ ràng chiếm ưu thế so với những bay bổng và kỳ dị ấn tượng.

TÍNH THỰC DỤNG XUYỀN SUỐT

Nhìn vào những trào lưu chính của cả Thu-Đông 2011 lẫn Xuân-Hè 2012, không khó để nhận ra sự lặp lại của những xu hướng tóc thực tế, đơn giản, dễ áp dụng. Kiểu tóc đuôi ngựa chải mượt buộc cao vốn là “đặc sản” của năm 2010 và Xuân-Hè 2011 nhưng đến cuối năm 2011 thì chuyển thành buộc thấp với các lọn thẳng mượt hoặc buộc thấp xù bông. Sang đến Xuân-Hè 2012, vẫn là tóc đuôi ngựa nhưng đã biến thành các lọn quăn nhẹ trong show của Reed Krakoff, hay kiểu tóc rẽ ngôi lệch, buộc túm phía sau đậm chất boho ở show Emilio Pucci hay của Clement Ribeiro. Một số thương hiệu thậm chí vẫn tiếp tục duy trì kiểu buộc thấp thẳng mượt như Derek Lam, Dries Van Noten và Nicole Farhi mà không hề thấy có nhu cầu phải cách tân.

Tiếp đó là tóc búi. Chẳng cần phải nói thêm về độ hot của trào lưu này, bởi đã có giai đoạn, cứ 10 teen girl hoặc phụ nữ trẻ của Việt Nam ở thành thị thì ít nhất quá nửa trong số này phải tìm cách để có bằng được một búi tóc nhỏ trên đỉnh đầu, bất chấp mình có hợp với nó hay không. Các ngôi sao nữ thì khỏi phải nói. Người ta búi tóc ở mọi lúc mọi nơi, dạ tiệc lẫn đời thường, event lẫn shopping. Có thể nói, chưa từng có trào lưu về tóc nào lại xâm nhập vào đời sống một cách mãnh liệt như thế. Tóc búi đã xuất hiện rộng rãi trên catwalk từ 2009 với kiểu búi lỏng messy lòa xòa dễ chịu, sau đó tràn ngập sàn diễn vào năm 2010 với lối búi cao thanh lịch, đặc biệt là búi theo phong cách ballerina (tóc chải mượt

Dầu gội và dầu xả dưỡng màu với các hạt màu trực tiếp siêu nhỏ giữ màu bền gấp 3 lần đồng thời làm mềm mượt tóc. Dành cho tóc tông vàng.

Gel lỏng Sleek Mystique Blow Out Balm của Catwalk by TIGI giúp dễ dàng sấy thẳng tóc và tạo bóng tự nhiên. Bảo vệ tóc khỏi các tác hại nhiệt do máy kẹp và máy sấy.

Hình ảnh trong BST Sleek Mystique của Catwalk by TIGI do Anthony Mascolo, Giám đốc sáng tạo quốc tế của TIGI, và nhà thiết kế thời trang Christopher Kane thực hiện.





Hình ảnh trong BST Thu-Đông 2011-2012 "Flamboyage" của Davines do Angelo Seminara thực hiện.



Kem tạo sóng và giữ nếp xoắn Curlesque Curls Rock Amplifier của Catwalk by TIGI cho lọn sóng mềm, nảy và giữ sóng lâu dài, đồng thời chống rũ sóng xoắn trong điều kiện độ ẩm môi trường cao.

Một mẫu tóc xoắn tự nhiên trong bộ Curlesque của Catwalk by TIGI kết hợp giữa nhà thiết kế thời trang tên tuổi Christopher Kane và Giám đốc sáng tạo quốc tế của TIGI Anthony Mascolo.



Một kiểu tóc với màu ấn tượng trong BST "Lát Cắt" trong Davines Hair Show 2011 của nhà tạo mẫu tóc Minh Tâm.

búi cao gọn trên đỉnh đầu). Cơn địa chấn tóc búi vẫn chưa nguôi dịu sau khi đã làm mưa làm gió ở Thu-Đông 2011 với các thương hiệu Chanel, Badgley Mischka, Dolce & Gabbana, Sonia Rykiel, Michael Kors, Rochas, Carolina Herrera, Luca Luca. Sang đến Xuân-Hè 2012, chúng ta vẫn có những gương mặt trung thành với tóc búi như Chanel, Yves Saint Lauren, Dolce & Gabbana, Valentino, Preen, Felicity Brown. Tóc búi sừng bò (cuộn tóc lại để búi trên đỉnh đầu hoặc ngược ra phía trước trán) hay búi kiểu Nhật odango cũng đang hứa hẹn trở thành những trào lưu mới.

Khi trào lưu Retro đang ảnh hưởng mạnh mẽ đến thời trang và style, nhiều phong cách tóc của quá khứ cũng theo đó mà hiện diện. Kiểu tóc xoắn quý phái của thập niên 20, 30 hay xoắn phóng túng của thập niên 60 đều đang đặc biệt được ưa thích trên sàn diễn hay thảm đỏ. Những bím tóc đồng quê đột nhiên trở thành mốt, ngày một sang trọng hơn, tinh tế hơn và cũng "quái chiêu" hơn nhiều so với lối thắt bím dân dã của thế kỷ trước. Ở Thu-Đông 2011, có thể kể ra Lanvin, Carachel, Kenzo, Carlos Miele, Rachel Roy, Y3... và Xuân-Hè 2012 thì

có Valentino, Moschino, Peter Pilotto, Danielle Scutt... Tôi khá ấn tượng với kiểu tết bím từ sát chân tóc tới đỉnh đầu như show của Peter Pilotto, hay đặc biệt hơn cả là lối tết tóc "lưới đánh cá" cực kỳ phức tạp trong show của Michael Kors, với bàn tay tài hoa của nghệ sỹ Orlando Pita. Kiểu tóc này là một hỗn hợp kỳ lạ giữa tóc rối Messy, tóc thắt bím và tóc buộc dây. Orlando Pita nói ông đã lấy cảm hứng từ những cô gái đi xuyên qua Châu Phi trong một chuyến lữ hành đơn độc và họ phải dùng đến dây giày để buộc tóc. Những lọn tóc dày, bết, rối tung và đầy bụi bặm hóa ra cũng được mang lên sàn diễn như một cảm hứng cho cái đẹp, sự độc đáo của Orlando Pita là ở đó.

Lẽ dĩ nhiên, thật thiếu sót nếu tôi không nói đến lối để tóc buông xõa với các lọn xoắn dài tự nhiên. Kiểu tóc này hầu như năm nào cũng xuất hiện. Các lọn xoắn có thể thay đổi một chút tùy theo kỹ thuật sấy nhưng về cơ bản, đây là kiểu tóc đơn giản nhất và dễ áp dụng nhất cho những ai có mái tóc dài quá vai. Năm nay, chúng ta có những lọn xoắn gọn sóng của Givenchy, xoắn rối tự nhiên của DSquared2, Alexis Mabille hay tóc xoắn sấy phồng bồng bênh tự nhiên

trong show của Versace, D&G, Issa London và Sonia Rykiel.

SỰ ẤN TƯỢNG VẪN HIỆN DIỆN

Năm nay, nếu được bầu chọn chi tiết nào ấn tượng và độc đáo nhất trong các mái tóc, có lẽ tôi sẽ để phiếu cho những màu tóc rực rỡ Candy. Những màu tóc này rõ ràng là phi tự nhiên khi đi ngược lại toàn bộ các quy tắc về màu Natural: Những gam hồng xanh tím chói sáng trong show của Thakoon (được tạo ra từ bột đất sét màu ướt), gam đỏ - đen - trắng (sơn màu) trong show của Julien Macdonald hay màu vàng kim trong show của Topshop Unique.... Chúng như những điểm sáng kỳ lạ nhấp nháy giữa một rừng những mái tóc nâu, nâu trầm, nâu hạt dẻ, vàng nâu, vàng mật ong... khiến sàn diễn trở thành một cuộc chơi đúng nghĩa đầy vui nhộn.

Để đạt được những màu nhuộm khác biệt như cam, xanh, hồng... bạn nên sử dụng những hệ thống màu nhuộm chuyên nghiệp như Hệ thống màu nhuộm dưỡng chất lâu bền Mask của Davines.

VALENTINO RUDY



Valentino Rudy ra mắt BST thời trang Thu Đông tại Vincom Center TP.HCM. Valentino Rudy là một tên tuổi lớn đã khẳng định được vị trí trong làng thời trang thế giới. Những thiết kế của Valentino Rudy luôn mang đến sự sang trọng, đầy lịch lãm và được giới doanh nhân rất ưa chuộng. Trong đêm thời trang này, bên cạnh những bộ áo vest, áo sơ mi lịch lãm với từng đường may tinh tế hướng đến đối tượng nam giới thành đạt, Valentino Rudy còn cho ra mắt các bộ váy áo lộng lẫy, đài các dành cho nữ. Điểm nhấn trong BST Thu Đông lần này của Valentino Rudy là những bộ trang phục bằng chất liệu 100% cotton, cao cấp với ưu điểm không nhăn, do được trải qua công nghệ xử lý đặc biệt của Mỹ và những sản phẩm bằng da thật mềm mại với công nghệ thuộc da hàng đầu của Italy.

VICTORIA BECKHAM



Những người hâm mộ Victoria Beckham cũng như phong cách thời trang của cô giờ đây sẽ có dịp được tận mắt thưởng thức và sở hữu các thiết kế mới nhất của Vic ngay tại Việt Nam. Kể từ 09/2011, LUALA chính thức trở thành nhà phân phối độc quyền của thương hiệu tại Việt Nam. Đầu năm sau, LUALA sẽ giới thiệu các thiết kế trong BST Xuân Hè 2012 của Victoria Beckham. Với BST này, Vic đã nhận được nhiều sự khen ngợi của giới phê bình và cộng đồng "fashionistas" khi các thiết kế không chỉ tập trung vào những mẫu váy liền như trước đây, mà bà Becks còn cho ra mắt một loạt những mẫu quần da, áo khoác da, quần ngắn mang màu sắc trẻ trung mới mẻ. Cô đã kết hợp màu cam mạnh mẽ với màu xanh navy ở cả những thiết kế váy và túi trông khá ấn tượng.

3D FRACTIONAL RF



Tập đoàn Lutronic đã chính thức chuyển giao công nghệ trị sẹo 3D Fractional RF và trẻ hóa da đa lớp 3D Tightening cho phòng khám và điều trị thẩm mỹ Senta Medi. Phương pháp này sử dụng siêu kim đưa năng lượng sóng RF xuống sâu tới 3.5mm nên khắc phục được những khiếm khuyết ẩn sâu dưới da. Năng lượng sóng loại bỏ những tế bào già nua, vết chai sần và kích thích sản sinh tế bào mới để tái sắp xếp cấu trúc làn da mang lại sự mịn màng, săn chắc, làm hài lòng những tín đồ làm đẹp sành công nghệ. Đây là công nghệ mới nhất 2011 và được ví như một cuộc cách mạng với những cải tiến vượt bậc trong lĩnh vực trị sẹo lõm, nếp nhăn, da trùng nhão, lỗ chân lông thô to... Thông tin chi tiết xem tại <http://senta.com.vn> hoặc (04).3722 7555 và email: info@senta.com.vn.

CHIHTSAI



Có ai đó đã nói: "Phụ nữ là kiệt tác của Tạo hóa". Chúng ta luôn mang trong tim tình cảm dành cho một người phụ nữ nào đó. Đó có thể là người mẹ, người bà, người cô, người bạn gái, người em gái... của bạn. Đó là những người phụ nữ gần gũi nhất với bạn, là những người phụ nữ có ý nghĩa trong cuộc đời bạn. Nhân ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10, thương hiệu chăm sóc tóc Chihtsai gửi lời chúc đến tất cả những người phụ nữ - người đã làm cho cuộc đời này trở nên dịu dàng và tươi đẹp, luôn luôn khỏe, trẻ, đẹp và hạnh phúc với sứ mệnh của mình. Khuyến mại tặng 10% khi mua sản phẩm chăm sóc tóc Chihtsai tại các Salon. Cơ hội nhận nhiều phần quà có giá trị từ 800.000VNĐ đến 5.000.000VNĐ khi tham gia chương trình "Chăm sóc tóc cùng TGI".

DERMAROLLER



Liệu pháp Dermaroller là thuật ngữ rất phổ biến trong điều trị thẩm mỹ tại các nước phát triển. Kim lăn Dermaroller là một thiết bị y tế hình ống, được gắn các đầu kim siêu nhỏ (đường kính lớn nhất là 0,12 mm), thiết kế từ vật liệu thép đặc biệt, tạo nên độ cứng tối ưu, cùng với những bí quyết trong việc sắp xếp số rãnh kim, đầu kim, góc giữa hai hàng kim. Dermaroller đã tạo nên bước đột phá trong điều trị sẹo lõm khi tận dụng tối đa cơ chế tự làm lành vết thương của cơ thể. Khi lăn kim, những đầu kim siêu nhỏ, sắc, cứng "rẽ" lớp biểu bì đi sâu xuống da, nhằm tạo nên "tổn thương giả tạo". Hiệu quả của kim lăn có thể nhìn thấy sau lần trị liệu đầu tiên từ 40% đến 50% và sau ba lần trị liệu có thể lên tới 70%.

GIVENCHY



Dựa trên cuộc cách mạng về công nghệ khoa học mới - độc đáo và duy nhất hiện nay, Givenchy vừa cho ra đời một sản phẩm chăm sóc ngăn ngừa và chống lão hóa da chưa từng có trên thị trường. Sản phẩm tựa như một liều vaksin giúp da phát triển nên hệ thống tự bảo vệ và ngăn chặn lão hóa da. Tinh chất Youth Infusion sẽ thấm sâu vào da như những kích thích cực nhỏ nhằm giúp tế bào tự sản xuất ra những protein phòng ngừa lão hóa. Ngoài ra, với kết cấu cực kỳ mềm mịn, khi sử dụng, da sẽ trở nên mềm mại và sáng đều, tăng cường sự đàn hồi giúp da được bảo vệ ưu việt khỏi các dấu hiệu lão hóa. Sản phẩm hiện đang có mặt tại cửa hàng Givenchy - Parkson Saigon Tourist Plaza và Thương xá Tax. Giá: 1.740.000VNĐ.

GRAISSET



Với công thức kết hợp từ thảo dược thiên nhiên theo bí quyết của người phương Đông cùng với công nghệ hiện đại của phương Tây đã tạo ra những sản phẩm làm đẹp ưu việt mang thương hiệu mỹ phẩm Graisset. Nhân dịp khai trương showroom mới tại 294 Xã Đàn, quận Đống Đa, Hà Nội. Thương hiệu mỹ phẩm cao cấp Graisset của Hàn Quốc đã chinh phục và làm hài lòng hầu hết phụ nữ châu Á và được coi như một bí mật để bảo vệ sắc đẹp. Graisset – nhãn mỹ phẩm do công ty cổ phần Vẻ Đẹp Thuần Khiết độc quyền phân phối, hân hạnh gửi tới quý khách hàng lời tri ân cùng với chương trình ưu đãi đặc biệt nhân dịp khai trương này. Theo đó, giảm giá 10% khi mua bất kỳ sản phẩm nào tại showroom 294 Xã Đàn. Chương trình được áp dụng đến hết ngày 30/10/2011.

Lifestyle

October/November 2011

Xu hướng NỘI THẤT 2011

Thời trang đồng nghĩa với thay đổi. Điểm thú vị của sự thay đổi là luôn mang lại những luồng gió mới mẻ. Và chẳng gì bằng mang tới cho chính căn nhà của bạn luồng gió của sự thay đổi đó!

**THỊ TRƯỜNG BÁN LẺ
TÍNH THỜI TRANG
LÀ ĐIỀU KIỆN SỐNG CÒN**

**5 khách sạn
hàng đầu thế giới**

**VANG CHO NGƯỜI
MỚI BẮT ĐẦU**



Nếu so với thời điểm cùng kỳ năm ngoái thì thị trường mặt bằng bán lẻ của Hà Nội hiện đã tăng thêm 11%, với tổng nguồn cung đạt 463.000 m². Dự tính trong 04 năm tới sẽ có thêm 1,6 triệu m² dành cho thị trường này.

Đặc biệt, chỉ trong thời gian 02 tháng vừa rồi nhưng sự góp mặt của Pico Plaza thuộc quận Đống Đa và Hàng Da Galleria thuộc quận Hoàn Kiếm đã bổ sung thêm khoảng 12.000 m² diện tích bán lẻ. Nếu đặt những con số này bên cạnh mức tăng tổng doanh thu của thị trường bán lẻ là 4,7% thì hiển nhiên khối kinh doanh mặt bằng cho thị trường bán lẻ hiện đang vấp phải không ít khó khăn.

Những khó khăn này không chỉ

xuất hiện ở thị trường bán lẻ của riêng Hà Nội mà ngay cả thị trường bán lẻ của Tp.HCM cũng đang vấp phải những khó khăn tương tự. Dự kiến trong năm 2012 sẽ có thêm 1,2 triệu m² diện tích mặt bằng bán lẻ đổ vào thị trường vốn đã bão hòa. Chỉ cần đánh giá sơ bộ từ các hoạt động mua sắm cũng có thể dễ dàng nhận ra rằng ảnh hưởng của suy thoái kinh tế đã khiến cho sức mua của người tiêu dùng giảm mạnh. Có vẻ như những nhà kinh doanh bất động sản của Tp.HCM với khả năng nhanh nhạy của mình nên đã có những động thái giảm tải.

Hiện nay, tổng nguồn cung cho mặt bằng kinh doanh bán lẻ của Tp.HCM là 620.000 m². Mức này cho thấy một tỷ lệ giảm nhẹ, cụ thể là 1% so với quý trước. Cũng theo các báo cáo thì trung tâm mua sắm đang là loại hình bán lẻ phổ biến nhất trong thành phố, chiếm 39% tổng diện tích của toàn bộ thị trường.

Những phương án giải cứu

Xét về bản chất thì hoạt động mua sắm là một trong những hoạt động “thời trang” nhất và cũng là cách thể hiện phong cách sống tốt nhất. Mua sắm đồng nghĩa với việc làm mới, làm thay đổi con người cũng như mọi thứ xung quanh bạn. Bạn mua một chiếc sofa của Bella Vita hay của Phố Xinh hoặc của Eleganz, tất cả đều có tác dụng thay đổi và mang lại những luồng sinh khí mới cho căn nhà của bạn. Và đây cũng chính là bản chất đáng yêu của thời trang.

Và bởi mang sẵn trong mình bản



Thị trường mặt bằng bán lẻ: *TÍNH THỜI TRANG* *LÀ ĐIỀU KIỆN SỐNG CÒN*

NPKV

CÁC BÁO CÁO CỦA CÁC CÔNG TY NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG VÀ TƯ VẤN ĐÃ CHỈ RÕ RA RẰNG: ĐỂ TỒN TẠI, CÁC TRUNG TÂM MUA SẮM CẦN PHẢI LUÔN LÀM MỚI MÌNH!

chất “thời trang” nên những khu mua sắm hay các mặt bằng dành cho việc bán lẻ cũng cần phải thời thượng. Nghiên cứu của tập đoàn Collier International đã chỉ ra rằng sự chú ý dành cho các khu trung tâm mua sắm cũ và lỗi thời đang tụt hạ nhiệt đột ngột. Nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng hiện vẫn có chỉ có điều chú ý của họ đang bị lôi sang các trung tâm mua sắm mới, trẻ và sành điệu.

Theo kết quả nghiên cứu thị trường bất động sản của Savills thì nhu cầu của những người sử dụng bất động sản thương mại đã thay đổi vì vậy dẫn tới việc các bất động sản cũ đã trở nên lỗi thời về mặt chức năng. Cũng theo nghiên cứu này, xu hướng của khối ngành kinh doanh bán lẻ hiện nay là: “vị trí, địa điểm không còn là yếu tố quyết định nếu như các tính năng và đặc điểm của công trình không xứng tầm.” Điều này hoàn toàn phù hợp với xu hướng toàn cầu.

Sự dịch chuyển về mặt địa lý của các trung tâm mua sắm này ra các khu ngoại vi có thể giải thích tốt nhất bằng việc các khu văn phòng cũng đang có xu hướng dịch chuyển ra ngoại vi thành phố thay vì chỉ tập trung ở trung tâm như trước. Ngoài ra, xu hướng chọn nơi ở của những người có thu nhập cao hiện nay cũng là dịch chuyển ra ngoại vi thành phố thay vì chọn ở trung tâm đông đúc.

Tất cả những điều trên giúp chúng ta có thể kết luận rằng những trung tâm mua sắm mới, tiện nghi hoặc có những nét đặc điểm riêng trong việc tạo dựng phong cách, trung tâm đó sẽ thành công.





Và đó là điều tôi đã chứng kiến được ở Picomall, Hàng Da Galleria của Hà Nội và Crescent Mall của Tp.HCM.

Trung tâm mua sắm thời thượng

Nằm tại 05 tầng của tòa nhà nổi tiếng MIPEC TOWER, Picomall chính là trung tâm thương mại đầu tiên của Hà Nội áp dụng những tiêu chuẩn trong lĩnh vực mua sắm. Tòa nhà được thiết kế bởi công ty kiến trúc và thiết kế Finenco của Ý và PTW của Úc. Bên cạnh đó, chất lượng của công trình này được quản lý chất lượng bởi công ty Coteba – đơn vị hàng đầu trong lĩnh vực quản lý dự án và thi công của Pháp.

Được đặt trong một khu kiến trúc tổng thể đầy hài hòa, xung quanh có hồ nước uốn cong theo con đường dành cho người đi bộ, Crescent Mall cũng là một trong những địa điểm mua sắm hứa hẹn sẽ là thời thượng. Thậm chí cũng hoàn toàn không ngoa khi nói rằng ngay trong quá trình xây

dựng, Crescent Mall đã là trung tâm thương mại được mong đợi nhất ở Việt Nam khi hứa hẹn sẽ cung cấp trên 45.000 m² diện tích cho thuê. Với 06 tầng dành cho các đơn vị bán lẻ và 03 tầng hầm cung cấp mặt bằng kinh doanh cho trên 200 cửa hàng, Crescent Mall quả thực là một thiên đường mua sắm thực sự. Các khách thuê chính ở đây gồm một siêu thị quốc tế rộng 5.000m² ở tầng hầm, một khu ẩm thực tự chọn và khu vui chơi giải trí trên tầng 05 và tầng 06. Tầng 08 là một tổ hợp rạp 08 phòng chiếu phim. Ba tầng hầm cung cấp một không gian đỗ xe rộng rãi. Các thang cuốn và thang máy kết nối bãi đỗ xe với các tầng mua sắm. Như vậy có thể nói đây là khu mua sắm đạt tiêu chuẩn thiết kế kiến trúc quốc tế đầu tiên tại Tp.HCM và tại Việt Nam.

Mặc dù không có diện tích hoành tráng như hai trung tâm mua sắm trên, tuy vậy Hàng Da Galleria cũng là một trong những điểm chú ý của

các tín đồ mua sắm. Tôi nhớ rằng gần như toàn bộ diện tích mặt bằng kinh doanh bán lẻ của trung tâm này đã được book kín ngay trong ngày đầu tiên. Và những thương hiệu cũng góp mặt ở đây có thể điểm qua là Nine West và Axara. Nhìn chung, Hàng Da Galleria có phong cách gần giống với một boutique khi có diện tích vừa phải. Mặc dù hạn chế về diện tích mặt bằng dẫn tới việc các thang máy của trung tâm có phần hơi nhỏ và dốc hơn các trung tâm mua sắm khác nhưng đổi lại chắc chắn khách hàng sẽ được chăm sóc tốt hơn. Việc di chuyển từ khu mua sắm này sang khu mua sắm khác, cửa hàng này sang cửa hàng khác cũng có phần thuận tiện và nhanh chóng hơn nhiều. Nói chung, Hàng Da Galleria là nơi mà những tín đồ mua sắm tới để trải nghiệm sự tiếp đón thân mật và nhiệt tình. Hoặc đây cũng là nơi chốn mua sắm dành cho các tín đồ có lượng thời gian eo hẹp.

one of the top ten dream hotels in the world
on one of the six most luxurious beaches in the world



Yên bình và lãng mạn trên một trong những bãi biển đẹp nhất hành tinh, Furama Đà Nẵng luôn được xem là thiên đường tình yêu và là nơi khởi nguồn hạnh phúc lứa đôi. Chỉ với 14.322.000 VND++, hãy cùng trải nghiệm một tuần trăng mật phong cách với gói dịch vụ đặc biệt bao gồm 2 đêm nghỉ tại phòng Tân hôn hướng biển trái đầy hoa hồng, xe limousine đưa đón sân bay, một bữa tối riêng tư lung linh hạnh phúc với rượu vang sủi tăm bên biển hay thơ mộng trên ban công, thư giãn với dịch vụ spa và thăm phố cổ Hội An. Chương trình khuyến mãi kéo dài đến 31/03/2012. Gọi ngay cho chúng tôi để biết thêm chi tiết.



FURAMA
Resort
DANANG
★★★★★

Furama Resort Danang

Truong Sa Street, Khue My Ward, Ngu Hanh Son District, Da Nang City, Vietnam

T: (84-511) 3847 333 / 3847 888 - F: (84-511) 3847 666

E: reservation@furamavietnam.com - W: www.furamavietnam.com

WORLDHOTELS
091.886.108.112/091.886.108.113



Các trung tâm mua sắm cũng giống như những thương hiệu thời trang, mỗi trung tâm một phong cách. Bạn cần hiểu đặc thù của mỗi trung tâm để có những lựa chọn đúng

”

Phòng thương gia nữ
Khách sạn Mövenpick Sài Gòn

*"Chúng tôi không làm
điều gì phi thường.
Chúng tôi thành công
đơn giản là bởi chúng
tôi làm những thứ bình
thường theo một cách
thức phi thường"*
– Ueli Prager, người
sáng lập tập đoàn
Mövenpick.

PHÒNG THƯƠNG GIA NỮ

{ hệ thống khách sạn Mövenpick }

trải nghiệm đắm say..

HỆ THỐNG KHÁCH SẠN DUY NHẤT TẠI VIỆT NAM VỚI NHỮNG DỊCH VỤ CHUYÊN BIỆT DÀNH RIÊNG CHO KHÁCH LƯU TRÚ LÀ DOANH NHÂN NỮ.

Theo một bản khảo sát do tạp chí hàng đầu về du lịch châu Á Business Traveller thực hiện, 2/3 số lượng nữ doanh nhân thường xuyên phải đi công tác bày tỏ sự không hài lòng với mức độ phục vụ tại những nơi mà họ lưu trú. Trong số những nữ doanh nhân đã lập gia đình được tham vấn, 40% trong số họ có cùng chung quan điểm và tỷ lệ này ngày càng gia tăng.

Những đóng góp của phụ nữ trong lĩnh vực kinh doanh là điều không thể phủ nhận, tuy nhiên những thành tựu đó lại chưa được ghi nhận tương xứng. Hiểu được điều đó, hệ thống khách sạn Mövenpick tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh đã thiết kế những tiện nghi hoàn hảo và những dịch vụ chuyên biệt nhất phục vụ riêng cho đối tượng doanh nhân nữ, với trang thiết bị và phòng ốc được thiết kế tinh tế hợp với nhu cầu và phong cách của phái nữ.

Ông Knuth Kiefer, Tổng Giám Đốc phụ trách khu vực Việt Nam chia sẻ "Xuất phát từ sự thấu hiểu nhu cầu của khách hàng, đặc biệt là khách nữ doanh nhân – một trong những phân khúc khách hàng quan trọng mà khách sạn đã xác định, chúng tôi tin rằng ý tưởng về việc xây dựng phòng lưu trú thương gia nữ là độc đáo và duy nhất chỉ có tại Mövenpick. Ý tưởng này giúp chúng tôi khác biệt so với các khách sạn ngầm đến đối tượng thương gia khác".

Tại khách sạn Mövenpick Hà Nội và Sài Gòn, mọi mong muốn và nhu cầu của riêng các nữ doanh nhân đều được đội ngũ nhân viên cảm nhận và thực hiện chu đáo. Đề cao tính riêng tư

tối đa, khách sạn đã dành riêng một tầng dành cho các phòng thương gia nữ. Tại Hà Nội, khách lưu trú tại khu vực đặc biệt này có thể tiếp cận ngay các dịch vụ chăm sóc sắc đẹp và thư giãn tại Kinetic Gym & Wellness Studio chỉ cách phòng nghỉ của mình có vài bước chân.

Cách bài trí trong căn phòng gợi nhiều nguồn cảm hứng. Một không gian đủ nữ tính nhưng cũng đảm bảo cung cấp các vật dụng tiện lợi và cần thiết nhất cho phái nữ. Đã là phụ nữ, hẳn ai cũng có sở thích ngắm mình trong gương. Vậy là gương được bố trí ở nhiều vị trí khác nhau trong phòng lưu trú: gương toàn thân đặt ngay lối đi, gương lớn trong phòng tắm, và gương trang điểm tại bàn làm việc. Dưới ánh đèn âm áp, việc trang điểm ngay tại bàn làm việc chưa bao giờ đem lại cảm giác thoải mái và tiện nghi hơn thế. Bên cạnh đó, những vật dụng dù nhỏ nhưng lại rất cần đối với phụ nữ như máy sấy tóc công suất lớn, móc áo bằng đệm mềm dành cho những chiếc áo chất lụa, và những bộ tẩy trang cũng được khéo léo sắp đặt.

Với phong cách boutique đặc trưng, Mövenpick Hà Nội không đơn thuần là một nơi lưu trú tiện nghi, mà còn đem đến cho khách hàng cảm nhận gần gũi, thân thuộc và được chăm sóc. Tại Mövenpick Sài Gòn, bạn hãy đừng ngạc nhiên khi có dịp trở lại khách sạn lần thứ hai, tên của bạn luôn được mọi nhân viên khách sạn ghi nhớ, tấm đệm bạn nằm được điều chỉnh đúng như mong đợi ngay cả trước khi bạn làm thủ tục nhận phòng, và mọi phản hồi về dịch vụ chăm sóc của bạn luôn được lắng nghe và giải đáp thấu đáo.



Phòng thương gia nữ, Khách sạn Mövenpick Hà Nội



Khách sạn Mövenpick Hà Nội
83A Lý Thường Kiệt, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội
Phone: +84 4 3822 2800 | Fax: +84 3822 2822
hotel.hanoi@moevenpick.com

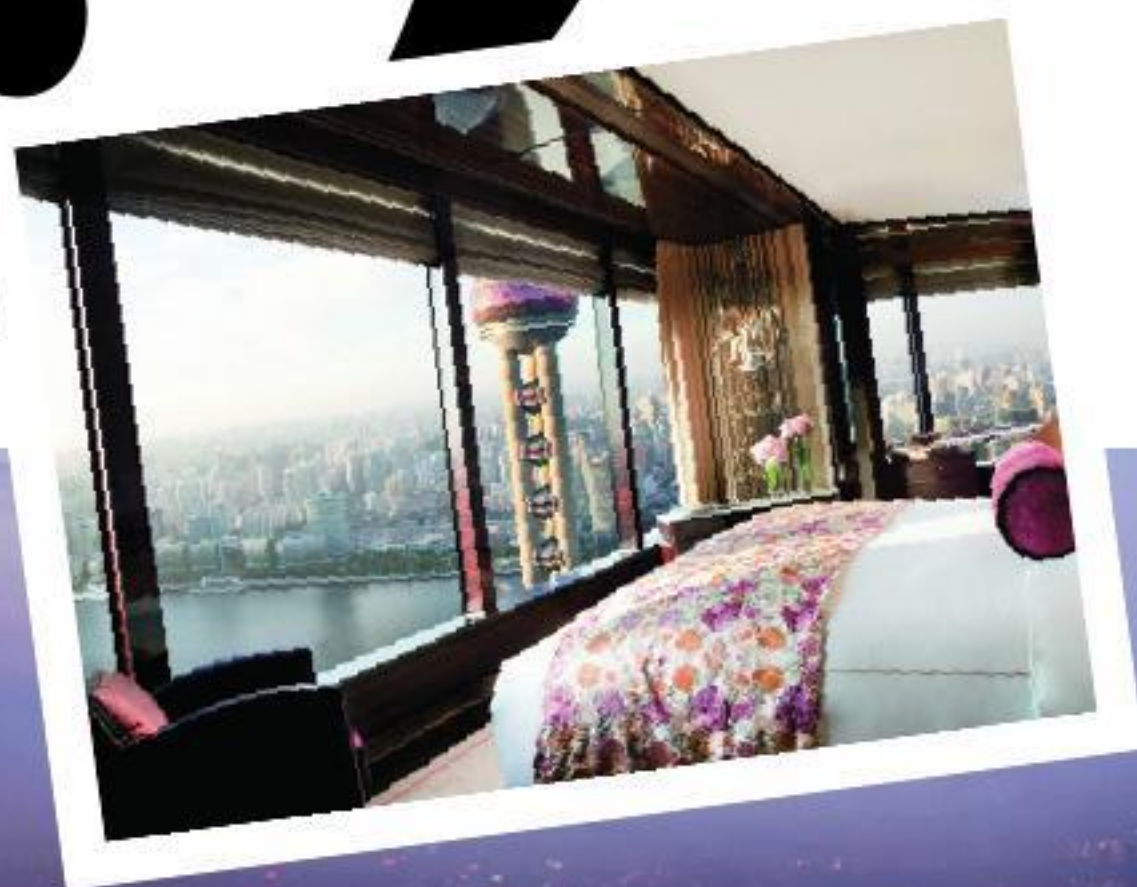
Khách sạn Mövenpick Sài Gòn
253 Nguyễn Văn Trỗi, Quận Phú Nhuận, tp. HCM
Phone: +84 8 3833 9222 | Fax: +84 8 3844 9198
hotel.saijon@moevenpick.com

khách sạn

HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI

Ngọc Minh

Trong quá khứ cũng như hiện tại, trên “cung đường tơ lụa” luôn cần những điểm nghỉ chân lãng mạn và hoàn hảo. Style số này xin giới thiệu với bạn 05 điểm nghỉ chân được bạn đọc trên khắp thế giới bình chọn là hàng đầu của thế giới.



1.

Ritz-Carlton Shanghai, Pudong, Thượng Hải

Được mở cửa vào tháng 06/2010 trong dịp diễn ra sự kiện Shanghai Expo 2010, khách sạn Ritz-Carlton Shanghai sở hữu một lượng phòng dành cho khách lưu trú lên tới 285 phòng. Trong số này có tới 58 phòng suite. Ngoài ra còn có 49 phòng clubroom.

Với đặc trưng là một thành viên của tập đoàn khách sạn The Ritz-Carlton hàng đầu thế giới, Ritz-Carlton Shanghai có một vị trí lý tưởng dành cho sự xa hoa tuyệt đối. Là khách sạn Ritz Carlton thứ 02 ở Thượng Hải, và thứ 07 ở Trung Quốc, vị trí tại trung tâm xã hội và thương mại mới Pudong dường như không thể lý tưởng hơn. Nhà ga xe lửa Luijiazui chỉ cách khách sạn khoảng 05 phút đi bộ và từ đây bạn hoàn toàn có thể ra thẳng sân bay quốc tế Hongqiao (ở phía tây thành phố) hoặc sân bay quốc tế Pudong (ở phía đông thành phố).

Nội thất của khách sạn được thiết kế bởi Richard Farnell với tinh thần đặc trưng di sản của Thượng Hải khi là sự hòa trộn khéo léo giữa những đường nét kiến trúc đương đại với những dấu ấn của phong cách Art Deco vào những năm 1920-1930 của thành phố này. Các căn phòng sang trọng đều hướng ra con đường siêu xa xỉ Bund và con sông Hoàng Phố. Từ cửa sổ phòng bạn nhìn ra, bạn sẽ thấy giống như trước mắt mình là một tháp vô tuyến khổng lồ và đường



như bạn có thể động chạm vào nó. Và quả thực không ngoa khi nói rằng những tòa nhà trên con đường Bund giống như những viên ngọc rải rác bên hai bờ sông Hoàng Phố.

Một điểm đặc biệt nữa của khách sạn Ritz-Carlton Shanghai là bất kỳ khách nghỉ nào ở đây cũng có thể sử dụng Club Lounge ở tầng 49 với tần suất 24 giờ/ngày. Bên cạnh đó, tại đây, khách cũng có thể thực sự tận hưởng những dịch vụ trên cả xa xỉ như các đồ vệ sinh của thương hiệu nước hoa hàng đầu của Ý Acqua di Parma, nước khoáng của Ty Nant – một trong những thương hiệu nước khoáng được xếp hạng cao cấp nhất của Anh hay uống cà phê từ máy pha cao cấp của Rossy.

2.

Four Seasons Resort Sharm el Sheikh, Egypt

Được thiết kế mô phỏng một ngôi làng Ả Rập, với những tòa nhà nằm rải rác chạy dọc theo sườn đồi hướng xuống tới một bãi biển tách biệt, khách sạn 197 phòng này có thể xem là một trong những nơi tốt nhất để tránh xa những huyên náo. Thiết kế tinh tế theo phong cách Ả Rập thời còn là thuộc địa với những ban công và hàng hiên rất riêng tư, khách sạn hứa hẹn sẽ mang lại cho những lưu trú ở đây những khoảng thời gian hoàn toàn tĩnh lặng và yên bình. Khu vườn xanh ngọc kết nối ba villa dành cho nhà ở, một khu spa cao cấp và sang trọng và một bể

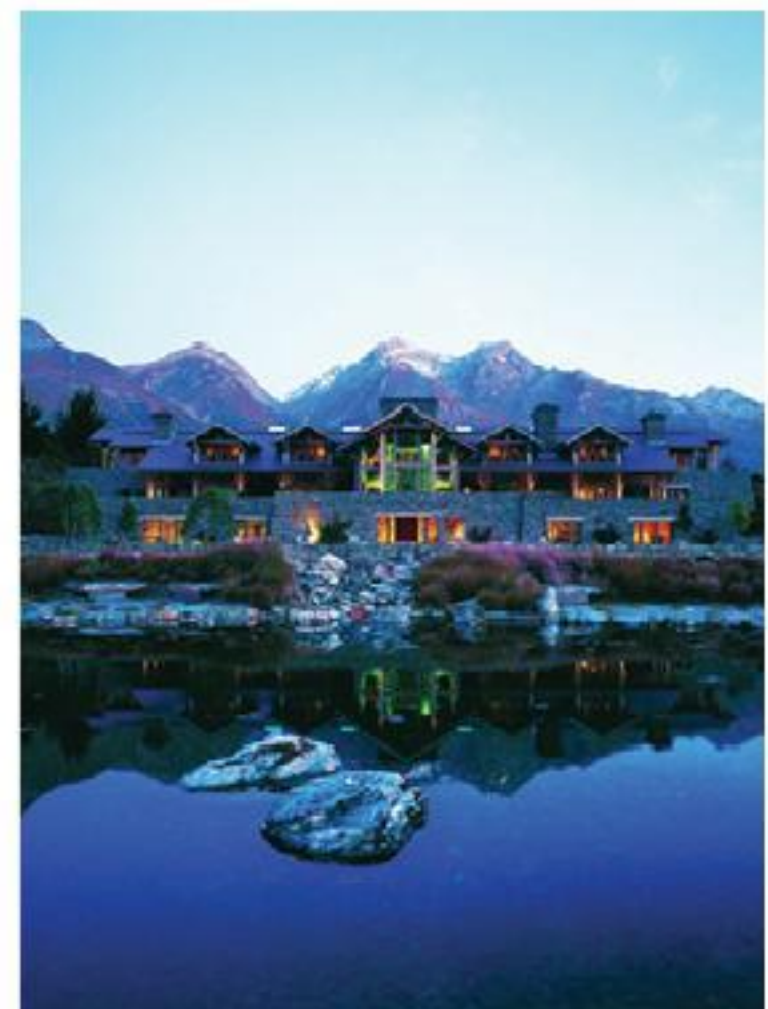
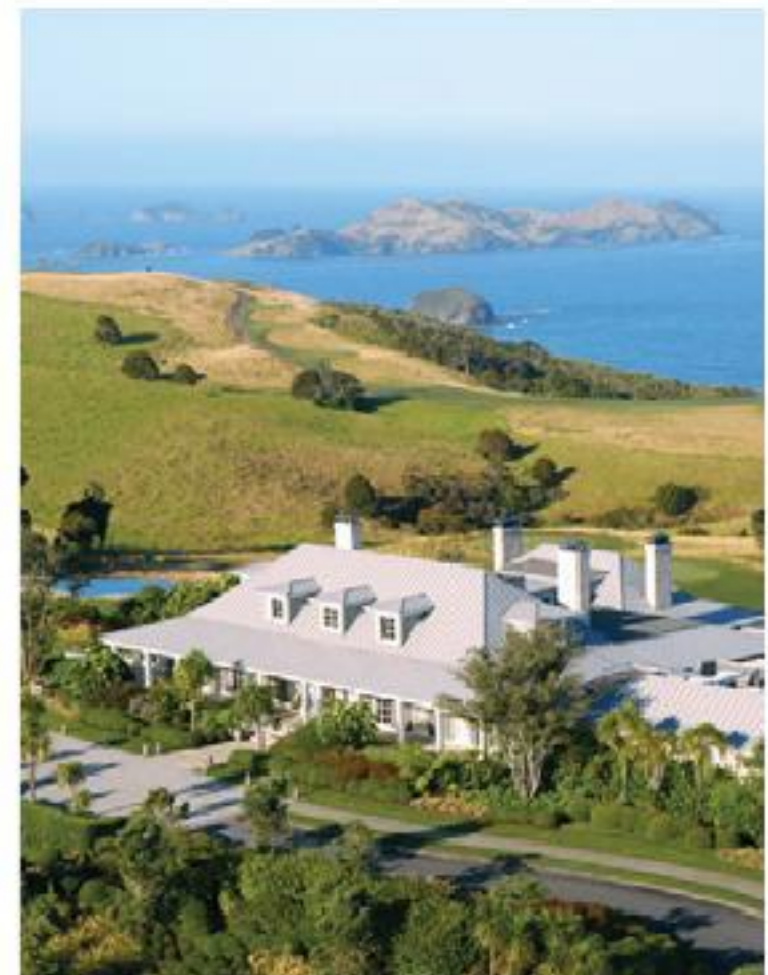
bơi rộng 1.000m² với những chiếc lều nhỏ nhìn hướng ra Biển Đỏ. Hai lựa chọn hoàn hảo cho bữa tối tại đây là bữa tối kiểu Trung Đông tại nhà hàng Arabesque hoặc đồ hải sản tươi tại nhà hàng Reef Grill.

3.

Lodge at Kauri Cliffs, New Zealand

Khu nghỉ chính gồm có một phòng khách rộng rãi, thoáng đãng, một phòng họp, một phòng chơi bài giải trí, một trung tâm thể dục thẩm mỹ, một spa và một phòng vi tính nhỏ. Ở khu nghỉ có một sân golf par 72 gây thích hợp cho mọi người luyện tập ở mọi trình độ. Sân golf này gồm có 15 lỗ, hướng ra biển Pacific. Sáu trong số này dọc theo các mỏm đá. Những lỗ golf ở bên trong được sắp đặt nằm rải rác quanh các đầm lầy, rừng và bãi cỏ. Bên cạnh sân golf, khách nghỉ ở đây còn có thể sử dụng các trang thiết bị khác như sân tennis, một bể bơi nước nóng ngoài trời với bốn sục jacuzzi. Ngoài ra, khu nghỉ còn có một spa mới mở với đầy đủ các trang thiết bị và tiện nghi tân tiến nhất.

Khu nghỉ gồm 22 phòng suite, trong đó có 16 phòng là phòng Deluxe và 06 phòng là phòng loại Standard. Tất cả các phòng suite này đều nằm bên bìa rừng, nhìn hướng ra biển hoặc sân golf. Với đặc thù là loại nghỉ dưỡng lodge, khu nghỉ hứa hẹn sẽ mang tới cho bất kỳ khách nghỉ nào những trải nghiệm đầy lý thú như việc có một lò sưởi đốt củi trong phòng.



4.

Mandarin Oriental Bangkok

Được so sánh với một chai vang cũ bởi sự phát triển cùng năm tháng khi có thể vừa lưu giữ một truyền thống cao quý vừa tự làm mới mình để phù hợp với những khách hàng trẻ tuổi, Mandarin Oriental Bangkok quả thực là một khách sạn đẳng cấp và chất lượng. Với những thay đổi cách tân mới nhất của mình, khách sạn Mandarin Oriental Bangkok hiện đã sở hữu một vỉa hè rộng hơn và một bể bơi nhìn hướng ra con sông ngay cạnh đó. Để thêm phần hoàn thiện, các căn phòng ở khu River Wings cũng được cải tiến. Vẫn lưu giữ phong cách thiết kế ban đầu nhưng những cách tân mới mẻ đã giúp các căn phòng có được hơi thở hoàn toàn mới mẻ của tinh thần kiến trúc đương đại. Đặc biệt, nếu bạn có điều kiện và có một khả năng tài chính dư dả, bạn nên thử nghỉ dưỡng tại căn phòng deluxe stateroom với view nhìn hướng ra sông và được trang trí bởi các món đồ nội thất là gỗ đen theo phong cách của Thái đầy ấn tượng!



5.

Park Hyatt Dubai

Là một nơi không thể hoàn hảo hơn để nghỉ nhưng đây đồng thời cũng là điểm đến yêu thích của các tín đồ thời trang. Người ta đồn rằng từ Elle Macpherson tới Tommy Hilfiger, từ Giorgio Armani tới Diane von Furstenberg, tất cả đều đã từng ở khách sạn xa hoa và lộng lẫy này. Với phong cách kiến trúc trần thấp của Morocco, khách sạn mang một dáng vẻ bình lặng nhưng vẫn xa hoa. Kiến trúc nội thất tinh tế bên trong giúp phần làm hoàn thiện thiết kế bên ngoài. Các phòng ngủ của mỗi phòng lưu trú mang phong cách tối giản nhưng vẫn đầy mời gọi. Còn dịch vụ chung của khách sạn? Chắc chắn, bạn sẽ không thể không hài lòng trước các trang thiết bị và tiện nghi ở đây. Khách sạn có một bể bơi 25m, một phòng tập gym, một spa tốt nhất Dubai.

Để trải nghiệm một cuộc sống đích thực, nếu điều kiện cho phép, bạn hãy tới đây nghỉ một trong năm khách sạn vừa kể trên!





Những buổi tiệc HOÀN HẢO

Một buổi tiệc hoàn hảo hoàn toàn có thể trở thành hiện thực với sự giúp đỡ của khách sạn Fortuna!

Khái niệm tiệc theo chủ đề đang ngày càng trở nên quen thuộc và phổ biến hơn bao giờ hết. Ngày nay, thay vì gói gọn trong không gian chỉ có nấu nướng, trà nước, xu hướng tổ chức các buổi tiệc ở nhà hàng, khách sạn đang trở thành một phần của văn hóa tiệc.

Nếu như có ai đó ví von các xu hướng thời trang có sự lây lan nhanh của lửa, thì các buổi tiệc theo chủ đề cũng như vậy. Xu hướng trào lưu này đang ngày càng được ưa chuộng và luôn thay đổi để mỗi buổi tiệc luôn đổi mới và đặc biệt. Để chuẩn bị cho một buổi tiệc ấn tượng, người tổ chức không chỉ đòi hỏi sự hiểu biết mà còn cần cả thời gian và sự sáng tạo, kế hoạch chi tiết. Ngoài ra, nhà tổ chức cũng phải là người biết cách kết hợp các yếu tố như thực đơn, hoa trang trí nhằm mang đến cho buổi tiệc những trải nghiệm khó quên cũng như những điều bất ngờ đầy thú vị cho cả chủ cũng như khách dự tiệc.

ĐA DẠNG HÓA CÁC BUỔI TIỆC

Có nhiều yếu tố để làm nên một buổi tiệc thành công. Đó là đồ ăn ngon, thức uống hoàn hảo, trang trí đặc sắc, âm nhạc du dương. Tuy nhiên để có được một buổi tiệc đáng nhớ, nhà tổ chức cần nắm vững các yếu tố riêng và đặc thù cho từng mô hình buổi tiệc và từ đó tạo ra những chủ đề cho bữa tiệc.

Phong phú và đa dạng, các buổi tiệc được xây dựng dựa trên nhiều yếu tố khác nhau như tính chất văn hóa, mục đích, ý nghĩa, hay theo mùa hoặc theo màu sắc. Đó có thể là Lễ Đầy Tháng, Tiệc Mừng Thọ, Tiệc Kỷ Niệm Ngày Cưới hay Tiệc Giáng sinh, Tiệc Năm Mới... Hoặc đó cũng có thể là Đêm Hội Movie Night, Tiệc Hóa Trang hoặc Đêm Hội Carnival... Đó có thể mang tính chất cổ điển hay hiện đại, đơn giản mà vẫn lịch sự, sang trọng hay lãng mạn, kỳ bí hay cổ tích... Từng chi tiết đều gợi mở những ngạc nhiên, thích thú để mỗi khách mời đều là một chuyến hành trình thú vị với sự hài lòng cao nhất.

Đây chính là mong muốn của các chuyên gia tổ chức tiệc tại Khách sạn Fortuna.

Hãy chìm đắm trong phong cách tiệc rất riêng, ấn tượng đặc biệt dành cho các vị khách cũng như sự chuẩn bị chu đáo, tinh tế của gia chủ. Hãy tưởng tượng khi những tấm thiệp mời xinh xắn, độc đáo được gửi đi. Và trang hoàng trong buổi tiệc, những lối đi xào xạc lá khô, xung quanh là những cây nấm đầy màu sắc và không gian trở nên mờ ảo với ánh nến khi đêm xuống sẽ mang lại những cảm giác thích thú về sự thay đổi không ngừng của không gian. Hay một bàn chờ lung linh ánh nến với những bông hoa tươi

và hương thơm nhẹ nhàng. Hoặc đó lại chỉ là những bó hoa đơn giản được treo phía sau những chiếc ghế dành cho các vị khách thể hiện sự hiếu khách và chu đáo của chủ nhà. Hay một bàn tiệc ấn tượng và sang trọng với những gam màu lạ mắt của ly, đĩa hay đơn giản là của những chiếc khăn ăn, trải bàn...

Hiểu rằng mỗi buổi tiệc đều vô cùng đặc biệt, các chuyên gia tổ chức tiệc tại Fortuna sẽ luôn đảm bảo rằng mỗi khách mời đều có thể trải nghiệm một buổi tiệc độc đáo, khó quên mà vẫn mang một phong cách rất riêng của gia chủ.

HOÀN HẢO VÀ TINH TẾ TRONG CHI TIẾT

Lại ví von nói nấu ăn là một nghệ thuật và mỗi người đầu bếp đều là một nghệ sĩ thì khi đến với các buổi tiệc theo chủ đề, gia chủ và khách mời đều có thể hoàn toàn hài lòng với các "nghệ sĩ tổ chức tiệc" tại đây. Các chuyên gia tổ chức tiệc sẽ giúp lên ý tưởng độc đáo, cũng như một kế hoạch chi tiết và tỉ mỉ. Các đầu bếp tài hoa sẽ chuẩn bị kỹ càng và trình bày của các món ăn để mỗi khách mời đều có thể thưởng thức phong cách ẩm thực đa dạng và hấp dẫn. Đội ngũ phục vụ tiệc chuyên nghiệp sẽ trang hoàng một không gian lịch sự, sang trọng với những dịch vụ hoàn hảo tinh tế đến từng chi tiết, được thiết kế để vượt qua tất cả các sự mong đợi. Hãy thêm một chút đặc biệt, một chút độc đáo, một chút tinh tế cho buổi tiệc sắp tới của bạn.



Xu hướng TRANG TRÍ NỘI THẤT 2011

Chi Mai

THỜI TRANG ĐỒNG NGHĨA VỚI THAY ĐỔI. ĐIỂM THÚ VỊ CỦA SỰ THAY ĐỔI LÀ LUÔN MANG LẠI NHỮNG LUỒNG GIÓ MỚI MẸ. VÀ CHẮNG GÌ BẰNG MANG TỎI CHO CHÍNH CĂN NHÀ CỦA BẠN LUỒNG GIÓ CỦA SỰ THAY ĐỔI ĐÓ!

G iống như thời trang, năm 2011 cũng là năm của những xu hướng mới trong thiết kế nội thất. Thiết kế nội thất của năm nay hướng tới sự đơn giản, do đó chắc chắn chủ nghĩa tối giản sẽ lên ngôi. Những màu sắc hứa hẹn được ưa chuộng của năm sẽ là những màu trung tính, hòa nhã hoặc các màu lấy cảm hứng từ phong cách Disco. Các màu trung tính như kem và xám phù hợp với các thiết kế nội thất mang phong cách Tân Cổ Điển. Đây cũng là những màu lý tưởng để căn nhà bạn trở nên ấm áp và dễ chịu. Nếu kết hợp với các màu rực như màu đỏ, cam, xanh hoặc tím, bạn nên kết hợp căn nhà của bạn với những đồ nội thất có màu sống động hoặc phụ kiện tương ứng.

Trong mùa mốt Thu – Đông 2011 này, các họa tiết in không chỉ xuất hiện trong các mẫu trang phục. Họa tiết in cũng xuất hiện trong các mẫu thiết kế nội thất nhà. Và nếu như những họa tiết hoa, quả đã tạo ra được cú hit cho mùa mốt thời trang Xuân – Hè 2011 thì trong lãnh địa của nội thất, các họa tiết in hình động vật rất có thể sẽ trở thành thời thượng.

Tới nay, một trong những họa tiết in hình động vật được sử dụng phổ biến nhất trong thế giới là các động vật bay, đặc biệt là hình những con cú. Những con cú trong thời gian gần đây đang trở nên ngày càng phổ biến. Bạn có thể tìm thấy những món đồ như gối ôm, các bình lọ có in hình cú. Ngoài ra, giấy dán tường hình cú cũng đang rất phổ biến.

Sự lên ngôi của màu pantone (màu 05)

Trong thiết kế kiến trúc, thời trang và thậm chí là cả trang điểm, màu 05 hiện đang là màu rất được ưa chuộng. Màu

pantone – hay màu 05 - là loại màu tinh tế cho phép các thiết kế có một cái nhìn và một cảm giác hoàn toàn mới. Màu pantone được ưa chuộng của năm nay là màu hoa kim ngân. Đặc điểm của màu này là tươi sáng nhưng không quá táo bạo, có tác dụng tạo cho căn nhà một phong cách tươi trẻ nhưng không quá bùng nổ và sôi nổi.

Một chú ý nhỏ là màu 05 dễ gây ra một tương phản nhỏ, trở nên hơi nhợt

nhạt khi kết hợp với những màu tối như màu kim loại và màu gạch hoặc gỗ. Hãy chú ý giải quyết điều này để căn phòng của bạn có thể thực sự hoàn hảo và lý tưởng.

Sự giao thoa giữa công sở và nhà ở

Nổi lên như một xu hướng trong thời gian gần đây, nội thất không gian nhà ở đang có xu hướng mô phỏng và tích hợp không gian công sở với mục đích



mang công sở về nhà khi ngày càng có nhiều người làm việc độc lập. Vậy nên, bạn đừng cảm thấy lạ lẫm khi bước vào một căn bếp nhưng lại thấy tủ và giá sách. Một chiếc bàn dài giữa phòng với vai trò vừa là một chiếc bàn tiếp khách nhưng lại vừa là bàn ăn.

Ngoài ra, cùng lúc đó, cũng có một xu hướng khác đang dịch chuyển theo chiều ngược lại là các văn phòng được thiết kế mô phỏng và tích hợp không gian nhà ở. Điều này giúp phá tan sự khô cứng của những “công xưởng” dành cho các “cỗ cồng trắng.” Với thiết kế đầy hiện đại, thanh lịch của mình, các công-sở-nhà-ở này là mô hình lý tưởng cho những đơn vị làm việc trong lĩnh vực sáng tạo hoặc những lĩnh vực đòi hỏi tập trung cao độ.

Bên cạnh đó, việc tích hợp không gian nhà ở vào trong văn phòng giống như tạo ra một trục thân mật mà ở đó mọi người làm việc và ăn tối cùng nhau. Cuối cùng, bạn đừng quên rằng: “nhà bếp” là từ khóa kiến trúc của năm 2011.

Chủ nghĩa tối giản

Điểm thú vị của khủng hoảng kinh tế là đã giúp chúng ta thực tế hơn với những nhu cầu không cần thiết của mình. Và điều này thể hiện rất rõ trong các thiết kế đơn giản mang nặng tính hình học. Ngoài ra, những món đồ nội thất có thiết kế rườm rà rất dễ khiến căn phòng trông rối mắt. Chẳng hạn một chiếc ghế có thiết kế chặt chẽ theo những khối hình học sẽ dễ chịu hơn nhiều. Một chiếc thảm lông giả đặt dưới ghế sẽ tạo ra những tương phản và những phá cách đầy thú vị. Tác dụng của xu hướng tối giản trong thiết kế nội thất là mang lại cho người sử dụng một không gian thoáng đãng, dễ chịu và có lợi nhiều trong việc nghỉ dưỡng.

Tự nhiên mới là sành điệu

Một lần nữa, các cấu trúc cơ bản và những món đồ nội thất đã tìm ra đường hướng mới để tiếp cận với chủ nghĩa tối giản. Các chất liệu xây dựng



cũng đang trở nên cơ bản. Gỗ với đặc tính dễ thay thế của mình sẽ tiếp tục phổ biến trong các thiết kế cho sàn và đồ nội thất. Mặc dù chi phí sẽ khá cao nhưng chắc chắn sự gợi cảm mà chất liệu này mang lại hoàn toàn xứng đáng với những gì bạn đã bỏ.

Đồ nội thất gối nệm cũng sẽ mang phong cách tối giản tuy nhiên để bù lại chất liệu sang trọng sẽ cho căn nhà của bạn sự ấm áp và những màu sắc. Hiện nay, đang ngày càng nhiều nhà thiết kế tìm cách ứng dụng các chất liệu mới để sản xuất gối, thảm và ga giường.

Giống như thời trang, vintage cũng lên ngôi, các thiết kế và phong cách Elizabeth và những năm 1940, đang trở lại. Chất liệu nhung và gấm thêu kim tuyến khi kết hợp với những màu mốt thời thượng của năm nay sẽ tạo ra một sự đối ngẫu thật đặc biệt. Đèn, bát cắm hoa, bình cắm hoa, các thiết kế này cũng được vay mượn cảm hứng thiết kế của phong cách Art Deco.



Ánh sáng trời

Vẫn theo xu hướng trở về với thiên nhiên, những căn nhà hiện đại là những căn nhà được thiết kế với mục đích “đông ấm, hè mát.” Và để giải quyết việc này, không gì bằng việc sử dụng cửa sổ như một cỗ máy điều hòa không khí tự nhiên và hoàn hảo. Xu hướng hiện nay là sử dụng những cửa sổ lớn, thậm chí là rất lớn như một nguồn cung ánh sáng ban ngày cho ngôi nhà. Với xu thế này, ánh sáng nhân tạo sẽ được hạn chế và thậm chí là giấu đi một cách đầy tinh tế trong những món đồ nội thất.

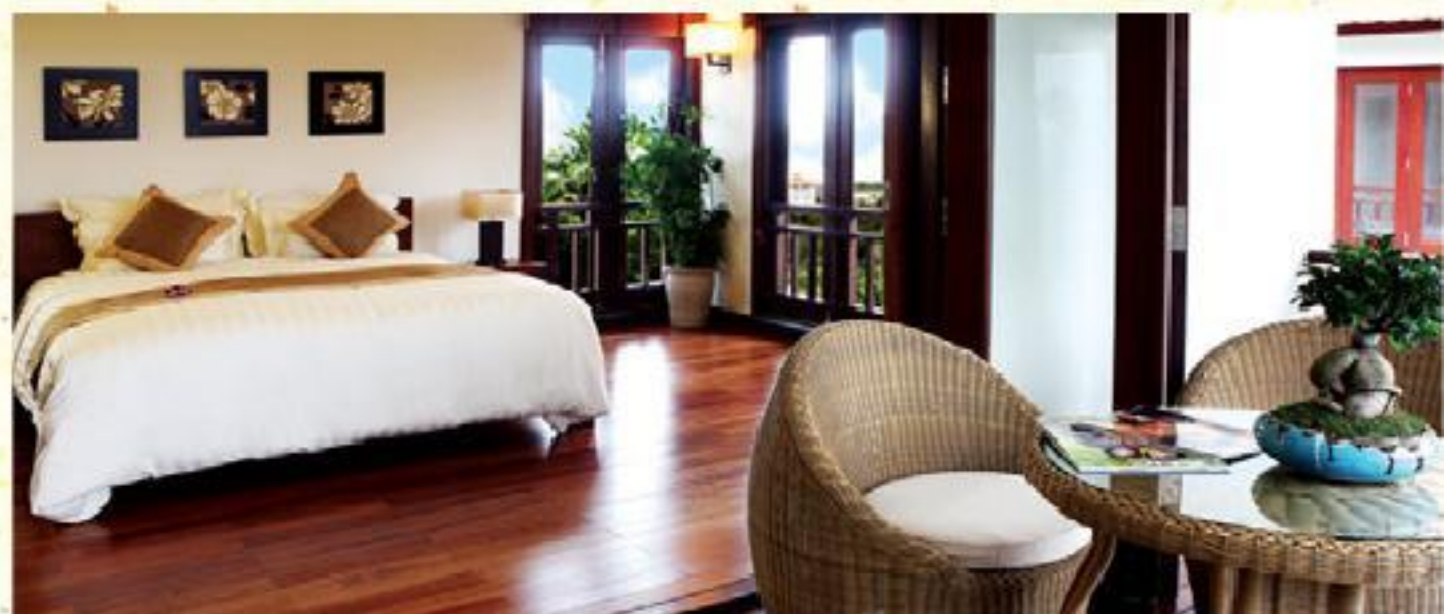
Cá nhân hóa

Một xu hướng mới nữa trong nội thất là cá nhân hóa. Đây là một xu hướng không mới trong thế giới thời trang và hàng cao cấp. Cá nhân hóa cho phép mỗi cá nhân có thể thoải mái với trí tưởng tượng của mình để tạo ra những dấu ấn cá nhân rất đặc biệt. Bạn thử nghĩ còn gì ấn tượng bằng việc mời những người bạn tới nhà và chỉ cho họ xem những dấu ấn mang đậm phong cách bản thân trong đồ nội thất của mình.

Cùng với việc cá nhân hóa, một xu hướng nội thất đang nổi lên là mang thời trang vào trong nội thất. Sự giao thoa giữa thời trang và kiến trúc không phải là điều mới mẻ nên hiện nay chúng ta có thể thấy thời trang và kiến trúc đang hướng tới một cái đích trực là những những thiết kế đơn giản trong họa tiết và cấu trúc, chất liệu tinh tế và nhiều lớp.

Thay đổi nội thất của ngôi nhà chính là thay đổi cuộc sống của bạn!

cơ hội sở hữu Furama Villas Danang
biệt thự 5 sao trên bãi biển đẹp nhất hành tinh



Biệt thự mẫu đã sẵn sàng, 31 căn biệt thự sẽ mở cửa đón khách vào đầu tháng 11 năm nay. Hãy liên lạc với chúng tôi để biết thêm chi tiết về việc sở hữu các căn biệt thự Furama Villas.



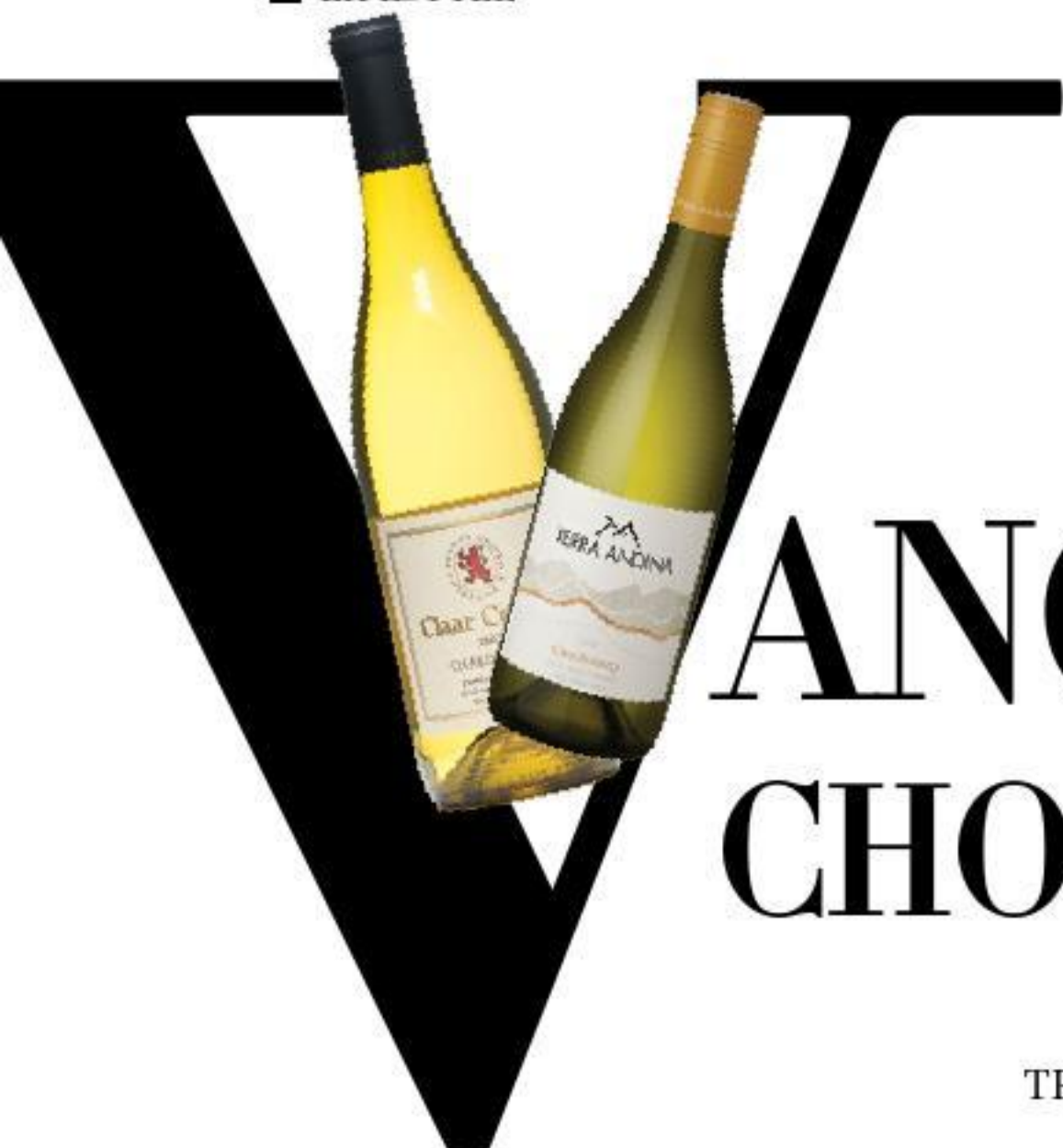
Furama Villas Danang

Truong Sa Street, Khue My Ward, Ngu Hanh Son District, Da Nang City, Vietnam

T: Ha Noi: 098 300 6666 - Da Nang: 01234 684 888 - Ho Chi Minh: 098 303 6666

Hotline: 098 300 6666 * E: sales@furama-villas.com * W: www.furama-villas.com

Ariyana



VANG CHO NGƯỜI BẮT ĐẦU

Duy Anh

TRONG SỐ NÀY, STYLE SẼ GIỚI THIỆU VỚI BẠN MỘT VÀI LỜI KHUYÊN HỮU ÍCH VỀ VANG VÀ NHỮNG THUỘC TÍNH CỦA NÓ.

1. Style cho biết có thể dùng một giấy lọc cà phê để lọc cạn khỏi một chai vang cũ không?

Thú thực người viết bài đã mở khá nhiều chai vang và trong số này có không ít những chai có cặn lắng đi kèm. Tuy nhiên, tất cả những gì tôi cần thường chỉ là sự đều tay và một bình chất sạch thay vì giấy lọc pha cà phê như bạn. Trước khi chắt, tôi cũng thường đặt thẳng chai trong khoảng 24 giờ, việc này sẽ có tác dụng giúp cặn tập trung nơi đáy chai.

Một vài người bạn của tôi, đặc biệt là những người thích vang Port thường có xu hướng khó chịu với các cặn lắng. Nhưng hãy rõ ràng, các cặn lắng này hoàn toàn chẳng độc hại gì. Thực tế, những điều mà chúng gây ra chỉ là một chút “sạn” trong miệng. Tất nhiên, trong trường hợp bạn muốn loại bỏ toàn bộ cặn lắng thì giấy lọc cà phê hoặc những lớp vải thưa xếp chồng lên nhau có tác dụng trong việc giải quyết vấn đề

2. Tôi vừa được tặng một chiếc giá để vang bằng gỗ tuyệt tùng thơm nhưng một người bạn của tôi lại khẳng định rằng mùi của chiếc giá sẽ ảnh hưởng tới mùi của vang. Style có thể giúp tôi giải quyết thắc mắc này.

Từ kinh nghiệm của bản thân, tôi có thể khẳng định rằng mùi của chiếc giá sẽ chẳng ảnh hưởng gì tới mùi của vang trong chai. Thực tế, mùi của



chiếc giá gỗ tuyệt tùng thơm đó sẽ bay rất nhanh. (Nó thậm chí sẽ chẳng thể làm thơm mùi của nhãn dán trên chai vang chứ đừng nói tới vang trong một chiếc chai đóng kín nắp.)

Nhìn chung, có ba loại gỗ thường được dùng để làm giá đựng vang. Đó là gỗ tuyết tùng, gỗ tùng bách màu đỏ và gỗ dái ngựa. Trong đó, gỗ tuyết tùng khá phổ biến bởi nó trông khá quyến rũ và có giá phải chăng. Còn gỗ dái ngựa thì có độ bền cao, chống mối mọt, có khả năng chịu lực tốt nên giá sẽ đắt hơn. Bạn có thể dựa vào khả năng tài chính của mình và đưa ra quyết định lựa chọn tốt nhất cho chiếc giá để vang của mình.

3. Tôi biết rằng một số loại vang dành cho mùa hè, một số loại vang dành cho mùa đông. Vậy Style có thể cho biết có loại vang nào dành cho mùa thu không?

Một ý tưởng tuyệt vời mặc dù chúng ta đều biết rằng vang là đồ uống cho mọi mùa. Tuy nhiên, nếu bạn lựa chọn đồ ăn theo mùa, vậy thì bạn cũng nên thưởng vang theo mùa để hợp cách. Thông thường thì tôi sẽ uống nhiều vang trắng và vang hồng vào ngày ấm và nhiều vang đỏ hơn trong những ngày lạnh.

Ở đây, tôi cũng đưa ra một vài gợi ý nhỏ về những loại vang thích hợp cho mùa thu. Với vang đỏ, hãy thử những chai được làm từ nho Syrah và Grenache. Nếu lựa chọn Pinot Noir thì không ai có thể chê là bạn không sành điệu. Beaujolais cũng là một loại vang ngon, uống được dành cho mùa thu. Với vang trắng, hãy thử những loại được làm từ nho Viognier, Roussanne hoặc Chardonnay.

4. Style cho biết quy luật: “Uống vang trắng khi dùng thịt trắng và uống vang đỏ khi dùng thịt đỏ” có phải luôn đúng?

Thực tế quy luật trên đang chứng minh nó đã trở thành một thứ giáo điều, và chỉ dành cho những người mới “nhập môn” uống vang. Hiện nay, điều bạn thường nghe thấy sẽ là: “Uống gì bạn thích, ăn gì bạn muốn.” Tuy nhiên, vẫn có những chú ý bạn cần lưu tâm tới khi muốn kết hợp vang với đồ ăn.

Dưới đây là một vài quy luật cơ bản: hãy cố gắng để kết hợp chất của vang



với cảm giác của bạn về vang và đồ ăn. Cố gắng cân bằng giữa cấu trúc và hương vị của vang với cấu trúc và hương vị của món ăn. Những đồ ăn có vị nồng, mạnh nên kết hợp với những loại vang có vị mạnh mẽ. Vang đỏ kết hợp tốt với thịt đỏ bởi chất của thịt đỏ hợp với chất tannin có trong vang đỏ. Tuy nhiên, nếu không muốn kết hợp vang đỏ với thịt đỏ, bạn cũng có thể kết hợp vang trắng, loại nhiều nước cốt với thịt đỏ.

Nhìn chung, vang trắng có xu hướng có nồng độ acid cao hơn vang đỏ nên sẽ có tác dụng cân bằng những đồ ăn có vị béo. Vậy nên khi lựa chọn vang và đồ ăn, hãy dựa vào cách đồ ăn đó được chuẩn bị như thế nào. Chẳng hạn cùng là món cá hồi nhưng cá hồi nướng sẽ hợp với vang làm từ nho Pinot Noir. Trong khi đó, cá hồi chần với salad dưa tây sẽ hợp với một chai Pinot Blanc.

5. Style có thể cho biết tốc độ hồng của vang trắng và vang đỏ sau khi mở nắp có khác nhau không?

Khi dùng từ “hồng”, tôi đoán rằng bạn có ý nói về sự ô xy hóa. Đây thực chất là sự tương tác giữa vang trong chai đã mở với không khí bên ngoài. Sự tác động này sẽ khiến cho vang trở



148

STYLE

nên nhạt đi và bắt đầu có mùi táo dập. Mặc dù, vang không “hồng” theo cách mà đồ ăn sẽ hồng nhưng chắc chắn nó sẽ trở nên không dễ uống tí nào.

Theo kinh nghiệm của bản thân tôi thì những chai vang lâu năm tuổi sẽ có xu hướng hồng nhanh hơn những chai vang trẻ. Và những chai vang tinh tế sẽ có tốc độ oxy hóa nhanh hơn những chai vang mới. Mặc dù vậy, tôi chưa nhìn ra được sự khác biệt trong tốc độ hồng giữa vang trắng và vang đỏ. Tuy nhiên, lời khuyên của tôi dành cho bạn là hãy kết thúc bất kỳ chai vang nào bạn đã khai mở bởi vì thời gian tiếp xúc không khí sẽ làm vang mất ngon. Và không phải lúc nào bạn cũng có điều kiện để thưởng thức vang.

6. Style có thể cho biết tại sao ở một số chai vang trẻ, tôi phát hiện có mùi cao su?

Có lẽ thứ bạn nhận ra là hợp chất sulfur, và cụ thể theo tôi thì đó là mercaptan. Những hợp chất này xuất hiện như một thứ phẩm của quá trình lên men. Những hợp chất này hoàn toàn không có gì là độc hại mặc dù chất này sẽ khiến vang trở nên hơi khó uống khi làm át những mùi vị tinh tế khác.

Có một cách dễ dàng để giải quyết mùi này là dùng một đồng xu, loại có kẽm và thả vào trong bình chắt. Phản ứng hóa học sẽ diễn ra và giúp bạn loại bỏ toàn bộ sulfur. Tuy nhiên, nếu bạn có điều kiện thực sự thì đừng nên tự làm mình bực bội với việc phải chịu đựng một ly vang không ngon. Hãy chọn lại cho mình những chai vang khác, ngon nhất – đó là lời khuyên của tôi.

Việc thưởng vang luôn mang lại những xúc cảm đặc biệt hệt như việc có thể để làn da của mình đụng chạm vào từng thớ sợi của những món đồ hàng hiệu.

7. Theo Style, liệu có “an toàn” không khi uống một chai vang nắp đã bật lên chút ít?

Tất nhiên, việc uống một chai vang đã bật nắp chút đỉnh chẳng có hại gì cho sức khỏe của bạn cả. Nhưng chắc chắn bạn sẽ không cảm thấy vui vẻ gì khi phải uống một chai vang không đủ chất lượng phải không?

Nguyên nhân của việc một chai vang bị bật nắp là khi chai vang đó tiếp xúc với một nguồn nhiệt quá lớn, vang trong chai nở ra và đẩy ép nắp chai ra ngoài. Trong trường hợp này cần xét đến việc nguồn nhiệt đó có lớn hay không? Nếu nguồn nhiệt đó lớn, bạn sẽ phải uống một chai vang nướng với màu vang hơi chuyển sang màu nâu, các mùi vị tinh tế khác bị lẫn át. Lúc này, mặc dù chai vang không thể làm bạn ốm khi uống, nhưng vị của nó sẽ làm bạn “ốm vì chán.”

The Coffee Bean & Tea Leaf



1963

Mở cửa hàng đầu tiên tại Brentwood, California, là thương hiệu kinh doanh gia đình về trà và cà phê lâu đời nhất thế giới.

1989

Phát minh ra **Ice Blended** đầu tiên của thế giới

1996

Chính thức có mặt tại Singapore

2008

The Coffee Bean & Tea Leaf chính thức đến Việt Nam và hiện tại đã có 7 cửa hàng



ĐỂ BUỔI TIỆC THẬT HOÀN HẢO

CÓ RẤT NHIỀU LÝ DO ĐỂ MỞ TIỆC: SINH NHẬT, THẮNG CHÚC, TÂN GIA NHÀ MỚI V.V. VÀ ĐÂY CŨNG LÀ CƠ HỘI ĐỂ BẠN TRỎ TÀI TỔ CHỨC CỦA MÌNH. NHƯNG TỔ CHỨC "PARTY" SAO CHO ẤN TƯỢNG, Ý NGHĨA MÀ LẠI AN TOÀN? THỬ BỎ TÚI VÀI BÍ QUYẾT SAU ĐỂ TRỞ THÀNH MỘT "CHỦ XÍ" SÀNH ĐIỀU TRONG MẮT MỌI NGƯỜI!

1. CHỌN ĐỊA ĐIỂM PHÙ HỢP:

Tùy mục đích bữa tiệc, đối tượng và số lượng người tham dự để chọn địa điểm. Với gia đình nhỏ hoặc nhóm bạn thân thì đẹp nhất là một bữa tiệc BBQ ngoài trời trên bãi cỏ nhiều ánh sáng, không gian thoáng đãng... Một nhà hàng đặc sản với những món ăn khoái khẩu, phong cách phục vụ tốt là lựa chọn an toàn với tiệc dành cho đồng nghiệp, đối tác. Một bữa tiệc tại gia cho thân tình, ấm cúng cũng là một ý hay, thể hiện được thiện ý của chủ bữa tiệc.

2. TÌM MỘT MC "BÙNG NỔ":

Không cần phải đến tiệc cưới mới cần MC. Hãy chứng tỏ sự chu đáo của chủ nhà bằng việc sắp xếp một người có khả năng khuấy động không khí để kết nối mọi người nhằm tạo nên những giây phút sáng khoái. Bạn có thể "hợp tác" với MC lên danh sách các trò chơi tập thể vui nhộn, chọn thêm một ít



nhạc sôi động xen kẽ vài tiết mục văn nghệ "cây nhà lá vườn" để mọi người có dịp thể hiện mình và chia sẻ cảm xúc.

3. LÊN DANH SÁCH KHÁCH MỜI:

Hãy lên danh sách khách mời và gửi thư mời trước một khoảng thời gian, tốt nhất là một tuần để khách tiện sắp xếp, cũng như thể hiện lòng thành của bạn. Dành một chút thời gian điện thoại, email mời mọc, nhắc nhở... là việc phải làm của "chủ xí"

nếu muốn có một bữa tiệc đông vui trọn vẹn.

4. UỐNG CÓ TRÁCH NHIỆM:

Buổi tiệc sẽ trở nên hào hứng hơn khi có thêm chất men. Nếu sử dụng có chừng mực thì thức uống có cồn cũng sẽ rất tốt cho sức khỏe, giảm stress, giảm nguy cơ bệnh tim, tốt cho hệ tiêu hóa... Vì vậy, hãy khuyến khích mọi người "uống có trách nhiệm" bằng cách nhờ bà xã hoặc những người phụ nữ trong gia đình giúp bạn chuẩn bị sẵn những món ăn kèm có tác dụng giải rượu bia, giúp tiêu hóa nhanh chất cồn như trái cây có vị chua (táo, dâu, cam, quýt...), nước chanh nóng pha vài lát gừng, súp nóng, nước ấm...

5. ĐƯA RA NHIỀU LỰA CHỌN THỨC UỐNG:

Tâm lý nhất là chuẩn bị thêm thức uống không có cồn cho phụ nữ, trẻ em, người có tuổi... Một số đàn ông cũng không uống được nhiều rượu, bia vì lý do sức khỏe, nếu họ bị ép uống nhiều, chủ xí nên khéo léo đỡ lời cho khách và cũng nên xen kẽ hát hò để mọi người vừa có thêm thời gian nghỉ "giữa hiệp. Bảo đảm mọi người sẽ rất cảm kích sự "nghĩa hiệp" của bạn.

6. AN TOÀN TRÊN HẾT:

Sau bữa tiệc, với những ai đã dùng thức uống có cồn, hãy thể hiện bạn là một chủ tiệc "có trách nhiệm" bằng cách sắp xếp phương tiện để mọi người ra về trong an toàn: gọi taxi, phân công mọi người chờ nhau về, hoặc nhờ người thân của khách đến "cứu trợ"...

Với bạn, người tổ chức tiệc, sự vui vẻ và an toàn của khách chính là phần thưởng đáng giá nhất. Tổ chức được một bữa tiệc thành công còn giúp bạn ghi điểm trong mắt mọi người về sự tháo vát, chu đáo và trách nhiệm của mình.

VIỆT LÂM

Tham khảo thêm thông tin về việc dùng thức uống có cồn có trách nhiệm và lái xe an toàn trên website www.uongcotrachnhiem.com.vn. Ngoài ra, bạn cũng có thể theo dõi loạt phim ngắn vui nhộn và hấp dẫn "Hãy biết khi nào" với sự tham gia diễn xuất của các diễn viên Tường Vi, Lê Bê La, Hoàng Anh, Baggio ... được phát sóng trên VTV3 vào mỗi thứ 7 vào lúc 8h30 và phát lại vào lúc 8h30 thứ 2 hàng tuần. Chương trình "Hãy biết khi nào" do Công ty TNHH Nhà Máy Bia Việt Nam (VBL) và Ủy ban An toàn Giao thông Quốc gia phối hợp thực hiện.

NHỮNG SẮC MÀU VƯƠNG GIA VÀ XA HOA

HOÀNG ĐỨC



MÀU TRẮNG CỦA GỖ SỒI, XÁM ĐẸI CỦA GỖ PHƠI SƯỜI IG GIÓ, ĐẸI BÓI IG CỦA IHỮI IG
CHIẾC ĐẸI IH IẾI ĐƯỢC SẮP CHẠY DÀI TRƯỚC CỦA, HỒI IG CỦA ÁI IH LỬA, XAI IH BLUE
CỦA ÁI IH ĐẸI IHỮI IH QUAI IG PHỦ LÊIH IHỮI IG BỨC ẮIH. TẤT CẢ IHỮI IG MÀU SẮC IH
ĐÃ TẠO RA MỘT ĐÊM HỘI SII IH HUYỀN IH THOẠI THẬT XA HOA VÀ VƯỜI IG GIẢ.





NHỮNG GAM MÀU TINH TẾ

Tôi luôn tin rằng bản thân mỗi màu đơn với sự thuần khiết tinh chất của mình đã là một biểu tượng của sự xa hoa và vương giả. Màu trắng ngà thể hiện sự thuần khiết. Màu xám sương gió là màu của thời gian, giống như màu của sự phong trần của những trải nghiệm được tôi rèn trong những điều kiện khắc nghiệt, như những giọt tinh chất lắng đọng ngủ yên 25 năm trong những thùng gỗ sồi để có thể ánh lên màu vàng hổ phách óng ả gợi cảm.

Và cái màu vàng hổ phách ấy có tác dụng như thúc giục, như phần khích của men say. Và cái màu ấy dẫn dụ tôi đến với bữa tiệc, phải nói là một sự kiện mà tôi đã có cơ hội chứng kiến - *"Đêm hồi sinh huyền thoại Chivas Regal 25"*, chỉ với một tiêu chí duy nhất *"bring back the glamour"*, tạm dịch là *"mang sự quyến rũ, thanh tao quay trở lại"*.

VÀ SỰ TRỞ LẠI CỦA NHỮNG BỮA TIỆC THƯỢNG LƯU

Đó là những bữa tiệc không nhiều hơn 70 khách tham dự được tổ chức

tại những địa điểm lộng lẫy chẳng kém hoàng cung của vua chúa. Khách mời xuất hiện trong những bộ trang phục dạ tiệc đắt tiền. Với tính chất rất giới hạn, tiệc tối của họ nằm trong danh sách những đêm tiệc phong cách và đẳng cấp nhất.

May mắn cho tôi hơn nữa khi có thể chứng kiến sự xuất hiện của những màu đơn thuần túy và phong cách của những

năm 1920, những biểu tượng đích thực của sự xa hoa và hoa lệ ngay trong bữa tiệc tại Việt Nam, ở khu nghỉ cao cấp Six Senses Côn Đảo – nơi không chỉ là thiên đường bởi vẻ đẹp hút hồn trong lối thiết kế tràn ngập ánh sáng và sắc vàng rực rỡ mà còn vì những dấu tích huyền thoại của chính mình.

Nếu như Six Senses đem đến một vẻ đẹp mới cho Côn Đảo thì Chivas Regal 25 khai sinh lại dòng chảy ngầm của những bữa tiệc cao cấp mà chỉ có giới sành nghệ thuật thưởng thức và giới thượng gia có tiếng trong xã hội tham dự. Họ chào đón nhau nồng hậu, vẫn kiểu cách nhưng không sáo rỗng mà rất tôn trọng nhau. Trên tay họ là những ly rượu tượng trưng cho những lời muốn nói. Người đã thưởng thức chúng nhiều chắc chắn sẽ biết loại nào ngon, hào hạng, và lâu năm.

Những vị khách trong những bộ trang phục sang trọng nhất, trông giống hệt như những ông chủ của New York vào những năm 1920 cũng xuất hiện ở đây. Phủ lên người họ vẫn là những gam màu tối vương giả.



Giới thượng lưu luôn tạo ra một sức hấp dẫn rất đặc biệt. Dù vậy, sức hấp dẫn ấy lại không hề phô trương mà như một dòng chảy ngầm dưới lòng thành thị. Và sản phẩm này đã đánh dấu sự trở lại của những bữa tiệc thượng lưu tại Việt Nam.

Những anh tài SMARTPHONE

SỰ THÔNG MINH CỦA NHỮNG CHIẾC MÁY SMARTPHONE DƯỚI ĐÂY CHẮC CHẮN SẼ MANG LẠI CHO BẠN NHỮNG TRẢI NGHIỆM THÚ VỊ KHI THỰC HIỆN CÁC CUỘC GỌI!



1. NOKIA N9

Chúng tôi thực sự ấn tượng với N9. Với thiết kế thuần nhất từ chất liệu polycarbonate, không có lấy một phím bấm, chiếc điện thoại này là sự tương đồng với chiếc máy iPod Touch của Apple. Đặc biệt, sản phẩm cũng xuất hiện với những màu sắc rất quyến rũ.

Không biết N9 có phải là chiếc máy cuối cùng chạy hệ điều hành Meego không nhưng N9 là chiếc máy đầu tiên chạy hệ điều hành này. Với ba màn hình dành cho các ứng dụng và các ứng dụng mở, chắc chắn N9 là một chiếc máy không tồi.

Với N9, công nghệ AMOLED của dòng máy N8 tiếp tục được bảo lưu. Màn hình của máy có độ phân giải 854 x 480 và khả năng chống lóa. Chip vi xử lý của máy là ARM Cortex-A8, 1GB RAM. Máy có bộ nhớ trong lên đến 64GB, chưa kể hỗ trợ từ thẻ nhớ.

2. XPERIA ARC

Được cộng hưởng giữa công nghệ tối tân với thiết kế siêu mỏng tuyệt đẹp, chỉ 8,7mm tại phần mỏng nhất, Xperia Arc xứng đáng là sản phẩm thú vị nhất của dòng Xperia. Tuyệt phẩm này được trang bị màn hình 4.2 inch và ứng dụng công nghệ BRAVIA * Engine dành cho di động cùng hệ điều hành Android Gingerbread 2.3 phiên bản mới nhất.

Cảm biến Sony Exmor R và camera 8.1 megapixel cho phép người dùng thoải mái ghi hình dù là trong điều kiện thiếu sáng. Với phần cứng là nền tảng Qualcomm thế hệ II và CPU 8255 Snapdragon 1Ghz cùng chip đồ họa Andreno 205, các bộ phim full HD 720p cũng sẽ được trình chiếu một cách mượt mà. Khả năng kết nối HDMI của Xperia Arc cho phép bạn chia sẻ hình ảnh và video HD với các thiết bị ngoại vi khác vô cùng dễ dàng.





3. SAMSUNG GALAXY S II

Là một trong những mẫu điện thoại bán chạy nhất trên thị trường năm ngoái, Galaxy S là mẫu smartphone thành công nhất của Samsung. Tiếp nối sự thành công rực rỡ của “người anh” đi trước mình, tháng 02/2011, Galaxy S II đã xuất hiện với những cải tiến xuất sắc hơn. Ba ấn tượng chính trên chiếc smartphone này là màn hình Super AMOLED Plus rực rỡ, thiết kế siêu mỏng với chiều dày chỉ 8,49 mm, và máy sở hữu bộ vi xử lý mạnh mẽ 1,2GHz lõi kép. Ngoài ra, máy chạy trên mạng GSM với kết nối HSDPA 21 Mb/giây, HSUPA 5,76Mb/giây. Màn hình máy 4,27 inch, 16 triệu màu, độ phân giải 480 x 800 pixel. Máy được tích hợp camera 8Mb, đèn flash LED, quay phim Full HD 30 hình/giây. Máy có bộ nhớ trong là 16GB hoặc 32GB chưa kể sự hỗ trợ của thẻ nhớ SD.

4. IPHONE 4

Với một màn hình gương và vòng đai thép chống gỉ, iPhone 4 là một ví dụ hoàn hảo cho xu hướng công nghệ kết hợp với thời trang. Chiếc máy trông vừa hào nhoáng lại vừa chắc và sang trọng.

Về thiết kế, chính người sáng lập thương hiệu, thiên tài máy tính Steve Jobs từng so sánh chiếc iPhone 4 này với một chiếc máy ảnh Leica. Các đường nét của chiếc iPhone 4 này đều chi tiết và đầy tinh tế. Thiết kế công nghiệp của iPhone 4 gồm ba phần: 02 miếng thủy tinh trơn mịn đã được gia cố, một đai thép chống gỉ bao bọc lấy toàn bộ chiếc máy. Thoạt trông thì iPhone 4 có thiết kế khá sạch nhưng không phải vì vậy mà đơn giản. Apple đã đưa thêm vào trong máy những điểm nhấn như nút điều chỉnh âm lượng.

Độ dày của máy là 0,37inch, trọng



lượng 137gram giúp cho máy khi ở trong tay của bạn sẽ có cảm giác đầm hơn và bạn cũng sẽ chắc tay hơn.

Sở hữu bộ vi xử lý Apple A4 1GHz SoC và pin Li-ion có kích cỡ lớn, iPhone 4 có thời lượng đàm thoại khi dùng mạng 3G là 07 tiếng. Còn thời lượng duyệt web là 06 tiếng với mạng 3G và 10 tiếng khi sử dụng sóng Wi-Fi.

Với sự hỗ trợ mạng 3G Quad-band HSDPA 7,2Mbps, máy có tốc độ download tối đa là 7,2 Mbps và upload là 5,8 Mbps. Đặc biệt chuẩn Wi-Fi 802.11 n cũng có mặt trong iPhone 4. Ngoài ra máy còn được tích hợp GPS, la bàn, gia tốc kế và 02 mic cùng khả năng loại tạp âm.

Với camera 5 megapixel có cảm biến ánh sáng hậu cảnh, máy cho phép chụp và zoom ảnh lên năm lần. Đèn flash LED hỗ trợ hiệu quả cho việc chụp ảnh nơi thiếu sáng. Một camera thứ 02 ở mặt trước thân máy và chức năng đàm thoại kèm video được hỗ trợ bởi hệ điều hành đa nhiệm iOS 4 cho phép người dùng iPhone 4 có thể thực hiện những cuộc đàm thoại khi kết nối Wi-Fi. Đặc biệt, Face Time, tên gọi của chức năng này cho phép 04 người dùng iPhone 4 cùng đàm thoại video.

5. HP PALM PRE 3

Câu chuyện của HP Palm Pre 3 là câu chuyện của “cuộc đột kích âm thầm.” Hoàn toàn không có những dòng người xếp hàng trước cửa các store, cũng chẳng có các cuộc họp báo hoành tráng hay những clip thực sự ấn tượng trước khi sản phẩm ra mắt. Thế nhưng rất nhanh, dòng sản phẩm này đã có được một chỗ đứng trên thị trường.

HP Palm Pre 3 có màn hình 3,6inch, độ phân giải 800x480 điểm ảnh, camera 5MP, quay phim HD, CPU Qualcomm 1.4Ghz, RAM 512MB. Đặc biệt, HP Palm Pre 3 có hai phiên bản tùy chọn cho bộ nhớ trong là 8GB hoặc 16GB.



Một chiếc smartphone cũng là công cụ tốt nhất để bạn vừa kết nối với người thân và đối tác vừa quản lý công việc cũng như có những phút giây giải trí.

Social life

October/November 2011

LÝ NHÃ KỲ: THẬT HÀI HUỐC CHO NHỮNG SUY NGHĨ ĐÓ

*Ồn ào với sự kiện trở thành Đại sứ du lịch
Việt Nam, bị phản đối nhiều hơn đồng tình,
Lý Nhã Kỳ cho biết, cô đã quen đối mặt với
những khó khăn, áp lực dư luận như thế này!*

QUỐC BẢO
Sự khác biệt giữa
SỐ 01 và 10

*Những giai điệu đến từ vùng
GLEN ORD*

PHIM MỚI Style



tháng 11

THE ADVENTURE OF TINTIN

Đạo diễn: Steven Spielberg

Diễn viên: Jamie Bell, Andy Serkis và Daniel Craig

Thể loại: Hoạt hình, hài, trinh thám

Ngày chiếu: 11/11/2011

Những fan hâm mộ của chàng thám tử lừng danh Tintin sẽ lại có dịp tái xuất với anh chàng này qua bộ phim "The Adventures of Tintin: The Secret of the Unicorn". Đây là một bộ phim 3D được xây dựng dựa trên bộ truyện tranh nổi tiếng "The Adventures of Tintin" của tác giả lừng danh Châu Âu - Hergé. Phim có sự tham gia của các diễn viên Jamie Bell, Andy Serkis, Daniel Craig, Simon Pegg và Nick Frost.

Bộ phim sẽ mang đến cho khán giả cuộc hành trình khám phá kho báu đầy ly kỳ của Tintin (Jamie Bell) và thuyền trưởng Haddock (Andy Serkis). Tham gia cuộc hành trình còn có một tù nhân trốn chạy, người cũng đang cố gắng để có được kho báu cũng như Thám tử Thomson (Nick Frost) và Thompson (Simon Pegg).

Hấp dẫn, vui nhộn, hài hước và chắc chắn không thiếu những pha gay cấn, "The Adventure of Tintin" là lựa chọn thú vị cho một ngày cuối tuần đẹp trời. Nếu chùng đó lý do vẫn chưa đủ để bạn bỏ tiền vé, hãy nhìn đến tên đạo diễn. Một tác phẩm của Steven Spielberg hẳn là đáng giá để xem với bất cứ ai.



TOWER HEIST

Đạo diễn: Brett Ratner

Diễn viên: Eddie Murphy, Ben Stiller và Casey Affleck

Thể loại: Hành động, hài, tâm lý

Ngày chiếu: 04/11/2011

Thêm một bộ phim cuối năm của diễn viên hài Ben Stiller, gương mặt quen thuộc của tất cả những ai ưa thích phim hài Mỹ. Mô típ quen thuộc của Ben Stiller là những tình huống ngớ ngẩn éo le. Pha thêm vào đó là những pha hành động nửa gay cấn nửa bi đát, những lời thoại rất thực tế nhưng vẫn có thể khiến bạn phật cười. Và Tower Heist là một bộ phim như thế. Bạn có thể chứng kiến hành trình đi cướp của một nhóm những công chức hiền lành vốn chỉ chăm chỉ làm việc. Sau khi phát hiện ra mình bị ông chủ quỵt tiền lương, họ bắt đầu lên kế hoạch đòi lại công lý bằng cách...biến thành những tên trộm nghiệp dư. Khán giả sẽ phải cười nghiêng ngả trước những tên trộm ngây thơ và dễ thương nhất thế giới này.



THE TWILIGHT SERIES: BREAKING DAWN PART 1

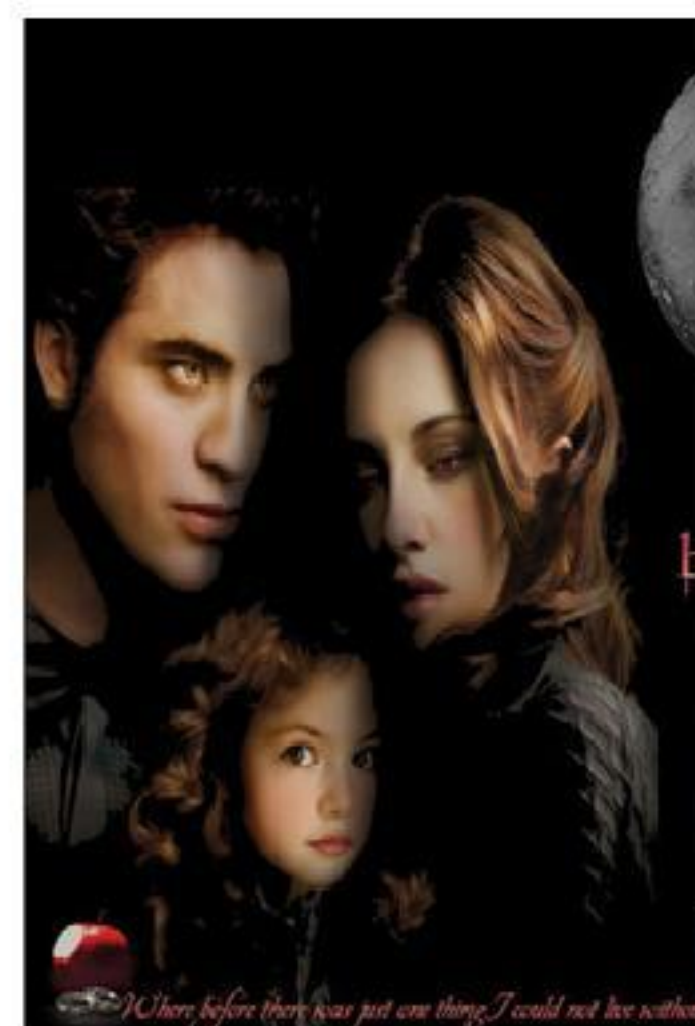
Đạo diễn: Bill Condon

Diễn viên: Kristen Stewart, Robert Pattinson và Taylor Lautner

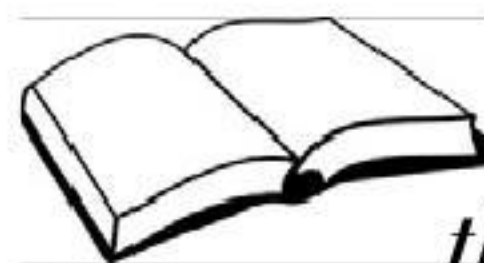
Thể loại: Phiêu lưu, tâm lý, tình cảm

Nếu bạn đã say mê với cuộc tình nổi tiếng của Bella và Edward thì không có lý do gì bạn lại bỏ lỡ phần cuối này. Những góc quay tuyệt đẹp về đám cưới, trăng mật và tình yêu. Những tình huống đầy ly kỳ pha chút rùng rợn về ma cà rồng, người sói, ám ảnh cái chết và ghen tuông. Phim được đẩy lên lên đỉnh điểm của sự căng thẳng khi một đứa bé chuẩn bị ra đời, mang trong mình hai dòng máu: nửa người, nửa ma cà rồng.

Sự hấp dẫn thường lệ với những ngôi sao màn bạc mới nổi của Hollywood. Gương mặt ăn hình và cơ thể đẹp đẽ sẽ là phần bổ khuyết chấp nhận được phòng trường hợp bạn có không quá hài lòng với diễn xuất của họ. Đây vẫn có thể xem là phim bom tấn của mùa Thu Đông năm nay.



SÁCH MỚI Style



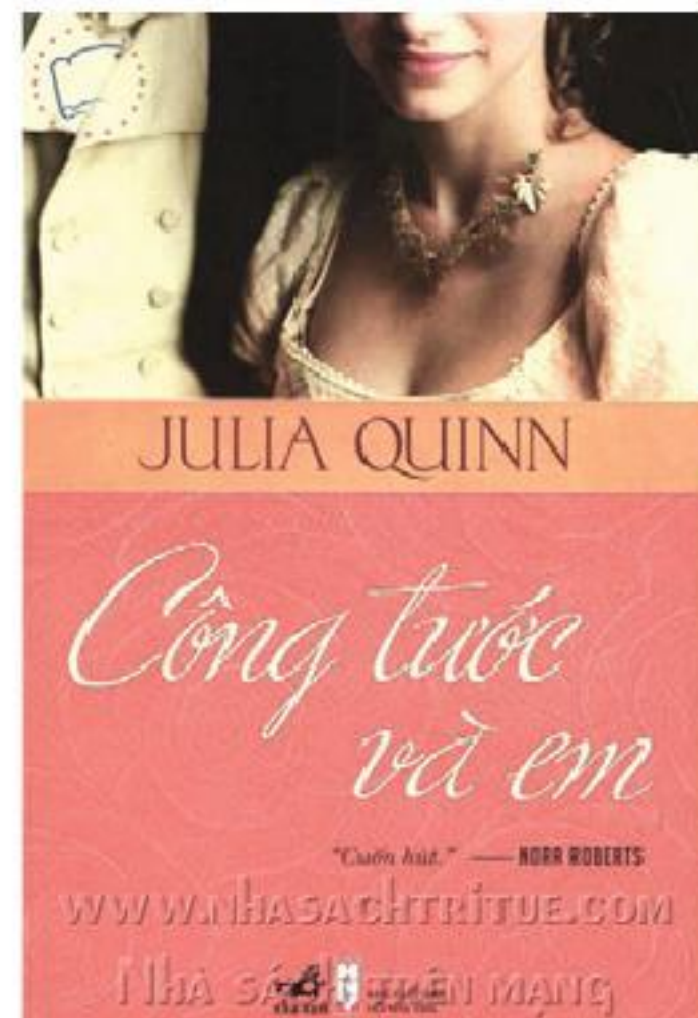
tháng 11

CÔNG TƯỚC VÀ EM

Tác giả: Julia Quinn

NXB Nhã Nam & NXB Hội Nhà Văn

Chỉ riêng mô tip về nhân vật thôi cũng đủ khiến cuốn sách này trở thành hot với mọi quý cô ưa thích những chuyện tình lãng mạn: một tiểu thư thông minh, ngây thơ và một vị công tước (dĩ nhiên còn trẻ và đẹp) giàu có. Quan trọng hơn cả là chàng công tước của chúng ta vẫn còn độc thân. Chỉ tiết đắt giá này dẫn đến một chuyện tình đầy say mê, không ít thăng trầm trắc trở sau đó. Nếu bạn hồi hộp muốn xem những cảnh nóng chăn gối, tôi đoán bạn sẽ thất vọng. Julia Quinn nổi tiếng với bút pháp hài hước sâu lắng, đầy cảm xúc và dịu dàng hơn là những pha giường chiếu gây sốc kiểu Judith McNaught (cũng là một tác giả tên tuổi của dòng tiểu thuyết lãng mạn lịch sử). Song, chính những cảm xúc sâu lắng về nỗi cô đơn, những rung động ngọt ngào của tình yêu và những ám ảnh buồn của ký ức trong “Công tước và em” mới là chìa khóa chính để chúng ta đắm chìm trong đó.



UNTIL YOU

Tác giả: Judith McNaught

NXB: Lao Động

Được dịch ra tiếng Việt là “Em có để ta hôn em không?”. Nếu chỉ vì cái tên quá ưót át mà từ bỏ cuốn sách này, tôi xin hứa là bạn sẽ hối tiếc. Tên gốc của sách là “Until you” – một tác phẩm nổi tiếng của Judith McNaught. Cô nàng gia sư trong sáng bị tai nạn mất trí nhớ và vô tình được bảo trợ bởi một bá tước lạnh lùng. Vị bá tước độc thân chán ghét phiền phức và tìm mọi cách để đẩy vị khách bất đắc dĩ đi một cách êm thấm, bằng cách nhanh chóng tìm cho cô một vị hôn phu. Nhưng không hiểu vì sao, đến lúc danh sách các hôn phu được trình lên, anh ta bỗng trở nên khó tính một cách kỳ cục. Nếu đến lúc này mà nam nhân vật chính của chúng ta vẫn chưa nhận ra được anh ta mới là ứng viên thích hợp nhất cho vị trí hôn phu thì hẳn Judith McNaught sẽ bị độc giả la ó.



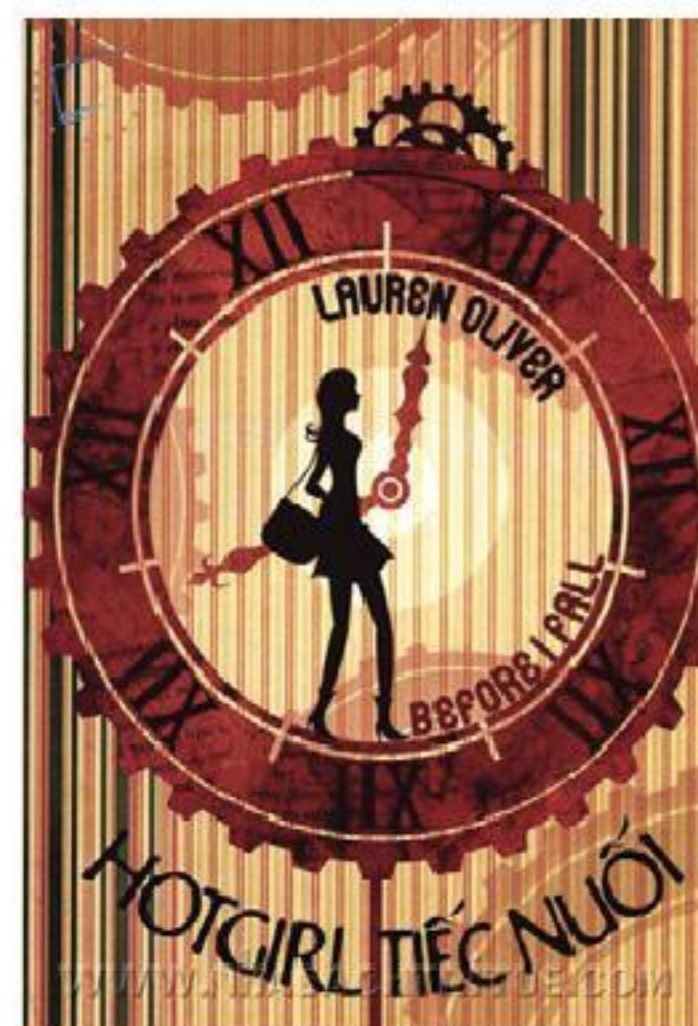
HOTGIRL TIẾC NUỐI

Tác giả: Lauren Oliver

Nhà xuất bản: Văn Học

Pha chút màu sắc của viễn tưởng, câu chuyện kể về một hotgirl thực sự. Samantha xinh đẹp, sành điệu và là ngôi sao sáng của trường trung học. Cùng với ba cô bạn màu mè cùng nhóm, cô theo đuổi lối sống phù phiếm với party, trốn học, gian lận thi cử, ve vãn thầy giáo, khinh bỉ nhiều người và nhiều điều mà bản thân cô hoàn toàn không hiểu rõ.

Ngày Cupid 12 tháng 2, trên đường trở về nhà với tâm trạng phấn khích sau buổi dạ tiệc ồn ào, chiếc xe chở Samantha trượt bánh khỏi mặt đường chính và đâm bổ xuống khu rừng... Tai nạn thảm khốc ấy đã đẩy Samantha vào một xoáy ốc lạ lùng của thời gian, hết lần này đến lần khác, cô tỉnh dậy vào buổi sáng bắt đầu của ngày Cupid. Dần nhận ra cơ hội hiếm hoi mà số phận đang dành cho mình, Samantha cố gắng bắt tay làm lại cuộc đời. Mỗi lần sống hết một vòng, cô lại phát hiện thêm những mảng tróc, những đường rạch, những nốt sần mà mình đã gây ra. Nhưng thời gian trôi qua thật nhanh, chỉ trong hai mươi tư giờ, liệu Samantha có thể hàn gắn lại ngăn ấy những vết thương?



Lý Nhã Kỳ:

THẬT HÀI HƯỚC CHO NHỮNG SUY NGHĨ ĐÓ

Nhân Văn
Ảnh: DL Duy

Ổn ào với sự kiện trở thành Đại sứ du lịch Việt Nam, bị phản đối nhiều hơn đồng tình, Lý Nhã Kỳ cho biết, cô đã quen đối mặt với những khó khăn, áp lực dư luận như thế này!

Sau tất cả những ồn ào Lý Nhã Kỳ chia sẻ đây không phải lần đầu cô vấp phải những khó khăn kiểu này. Kỳ cũng chia sẻ, ngay trong buổi họp báo công bố việc cô được chọn làm đại sứ cho quỹ từ thiện Sheen Hok Việt Nam, một phóng viên đã vặn hỏi chủ tịch của quỹ Sheen Hok toàn cầu: “Bà có biết Lý Nhã Kỳ ở Việt Nam rất nổi tiếng bởi các scandal tình cảm, scandal tiền bạc, scandal tuổi thơ, ... hay không mà nhận cô ấy làm con nuôi?”

Trước câu hỏi này bà Alice Chiu – cũng là mẹ nuôi của Kỳ - đã khéo léo tránh né câu trả lời. Tuy nhiên, vào cuối buổi họp báo, chia sẻ với phóng viên, bà Chiu nói “Tôi đã nói với con bé cả trăm lần rồi, làm từ thiện cực hơn kinh doanh rất nhiều...”

ĐÂU PHẢI CỬ LÀ CON NUÔI THÌ SẼ THÀNH TỶ PHÚ

Bây giờ không khó để gặp những câu đại loại như: “Lý Nhã Kỳ giờ thì giàu rồi vì có mẹ nuôi là tỷ phú Hồng Kông, là em nuôi của nhiều tỷ phú châu Á cơ mà!”

Thật hài hước cho suy nghĩ đó. Họ nói cứ như thể được người giàu nhận làm con là sẽ trở thành tỷ phú vậy. Mẹ nuôi tôi là người làm kinh doanh. Ngay cả với chính con ruột làm trong công ty, bà cũng đối xử như nhân viên. Có mẹ nuôi là tỷ phú Hồng Kông, tôi chỉ thấy mình “giàu” hơn về mặt tình cảm. Tôi có một gia đình mới ở một miền đất mà trước đó rất xa lạ với tôi. Nhưng giờ thì đã khác, tôi cảm thấy tình cảm mình như được

nổi rộng ra trong một gia đình lớn hơn, và đến được với nhiều hơn những người có cùng tấm lòng với mình trong cuộc sống và trong công tác từ thiện.

Mẹ nuôi Kỳ nói, chỉ lần đầu gỡ, thấy Kỳ xinh đẹp và có tấm lòng lương thiện nên nhận làm con nuôi, rồi mời bạn làm chủ tịch của Sheen Hok! Nghe có vẻ giống như một câu chuyện cổ tích vậy!?

Bà Alice Chiu chưa từng nhận ai làm con nuôi. Bà có thừa đủ sức mạnh và khả năng xây dựng một Sheen Hok tại Việt Nam. Bà đâu cần phải dùng tới việc nhận tôi hay một người nổi tiếng nào đó làm con nuôi để quảng bá cho quỹ này. Tôi chỉ xem đây là cái duyên giữa tôi và bà, không liên quan gì đến công việc! Với công việc, nếu không chứng tỏ được năng lực, tự bản thân tôi sẽ rút lui. Làm từ thiện thì cần một tấm lòng, nhưng đứng lãnh đạo cả một tổ chức thì cần thêm cả năng lực. Bởi đây là công việc từ thiện, mỗi phút giây nỗ lực của mình đều quý giá. Đây không phải một chuyến rong chơi, hay chải chuốt cho sự nổi tiếng của cá nhân mình. Quả thực, tôi chưa có cái bản lĩnh để làm điều đó!

Cuộc sống hiện đại rất nhiều thứ phức tạp, thậm chí khó lường. Nhưng có một thứ mà vẫn nguyên giá trị từ thời cổ tích, đó là tấm lòng. Làm từ thiện tôi đã hiểu ra điều đó và tin rằng vẫn còn rất nhiều những tấm lòng như cổ tích.

LÀM TỪ THIỆN BẰNG CẢ TẤM LÒNG, CHỨ KHÔNG PHẢI BẰNG THÂN XÁC

Với một người nổi tiếng như Lý Nhã Kỳ thì chắc việc kêu gọi mọi người quyên góp cho quỹ từ thiện sẽ rất thuận lợi?

Không hẳn vậy. Không ít người gọi điện xưng giám đốc này, giám đốc kia muốn ủng hộ số tiền A-X-B, tôi cảm ơn và nói sẽ cho nhân viên đến nhận, nhưng họ không đồng ý. Nhưng lúc tôi đến, họ lại nói muốn mời tôi đi ăn và có những cái choàng tay kiểu như





vô tình thân mật, hoặc khi chụp ảnh chung, ... thậm chí có những biểu hiện khiếm nhã.

Vậy nên, sau này, tôi thà mang tiếng là xa cách. Tôi không cao cả đến mức hi sinh mình kiểu đó để quyền tiền làm từ thiện, bởi nó thật lố bịch và tôi tin không người khốn khó nào cần những đồng tiền đó của tôi. Tôi cần những người đến với quỹ từ thiện vì tấm lòng của họ dành cho cộng đồng chứ không phải vì cho Lý Nhã Kỳ!

Bên cạnh đó, làm từ thiện không thể lý thuyết suông. Ngay như việc tới đây, tôi đi nhiều nước để kêu gọi mọi người ủng hộ cho quỹ từ thiện của mình, tôi cũng sẽ phải có những lời chia sẻ đầy sức thuyết phục gửi tới mọi người. Mà để nói đủ sức thuyết phục thì những lời đó phải xuất phát từ chính những gì tôi đã trải nghiệm khi đi làm từ thiện thực tế ở nhiều vùng trên đất nước ta. Nói sao để thuyết phục họ một cách tự nhiên, để họ có sự đồng cảm với mình, để sẻ chia cùng mình, chứ không phải những lời kể lể sự nghèo khó, van xin, xin xỏ lòng thương hại của người khác.

LÀM TỪ THIỆN ĐỂ NỔI TIẾNG CŨNG ĐỪNG LÀM QUẤY QUÁ

Người ta nói, Lý Nhã Kỳ làm đại sứ này, đại sứ kia để đánh bóng tên tuổi?

Tôi không muốn đơn giản chỉ là một nghệ sĩ giải trí, mục tiêu cuộc sống của tôi không chỉ dừng ở đó, đó là sự thật! Nhưng nói tôi đang nhận những nhiệm vụ xã hội để nổi tiếng thì không đúng. Tôi tuyên truyền mạnh cho những hoạt động xã hội và từ thiện trên các phương tiện truyền thông hoàn toàn không phải vì tôi. Bạn biết đấy, với một tổ chức từ thiện, càng đông người biết đến sẽ càng tốt cho xã hội. Điều đó có nghĩa sẽ thêm nhiều trẻ em bất hạnh nhận được sự giúp đỡ. Bạn có thể hỏi bất cứ ai quanh tôi, bạn sẽ biết tôi thường xuyên uống thuốc vitamin để no. Không phải tôi muốn tiết kiệm thời gian ăn uống. Mà thực sự, chỉ có những người đang sát cánh bên tôi mới biết là tôi thường xuyên mất cảm giác với việc ăn uống do quá tải với công việc. Gia đình thực sự lo lắng cho tôi vì mọi người bắt đầu phát mệt với những lần tôi suy kiệt sức khỏe, phải nhập viện. Nói thật, tôi không nghiệm sự nổi tiếng đến độ

Bạn khác biệt vì bạn là duy nhất!
Hãy đến để trải nghiệm cảm giác tuyệt vời ấy tại

LỄ KHAI TRƯƠNG
HANG DA GALLERIA
23.09.2011

Unique Location

Unique Style



Hang Da
G A L L E R I A
Un Style Unique

Dù bạn có khác biệt ra sao, Hang Da Galleria cũng là nơi chốn lý tưởng dành cho bạn. Hãy đến để trải nghiệm sự hoà quyện giữa những thương hiệu danh tiếng DKNY, Nine West, Levis, Charles David, AXARA, FCUK, NAFNAF... trong một không gian lịch lãm ẩn sâu trong lòng phố cổ Hà thành.

Nhân dịp khai trương, Hang Da Galleria mang đến chương trình khuyến mãi đặc biệt: giảm giá đến 50% trên một số mặt hàng và chương trình rút thăm may mắn với hàng trăm giải thưởng hấp dẫn.
Đừng chân chờ, thế giới của sự độc đáo đang chờ đón bạn!

Step into the Unique.

Hang Da Galleria, P. Cửa Đông, Quận Hoàn Kiếm, Thủ Đô Hà Nội
Điện thoại: (04) 22206115, Fax: (04) 22206112
www.hangdagalleria.com.vn

để sức khỏe phải suy kiệt. Nếu thích nổi tiếng, tôi làm việc khác, nhàn hơn nhiều mà lại có tiền!

Cũng có thể có ai đó làm từ thiện hay làm các công tác xã hội khác chỉ để được nổi tiếng. Mục đích đó có của họ, tôi nghĩ, cũng là đáng quý thôi. Như thế thì có nghĩa là nhiều người già neo đơn, nhiều trẻ em khó khăn sẽ được giúp đỡ. Xã hội sẽ được lợi từ những việc họ làm. Tất nhiên là nếu họ làm tất cả những điều đó đến nơi đến chốn, chứ không phải là làm quấy, làm quá để đánh bóng tên tuổi một cách lộ bịch.

Kỳ có ngại, những tai tiếng bạn từng gặp phải trong giới giải trí sẽ ảnh hưởng tới việc kêu gọi mọi người đóng góp cho quỹ từ thiện hay ảnh hưởng tới việc bạn thực hiện vai trò đại sứ Du lịch?

Tôi không đủ tâm trí để nghĩ quá nhiều tới những vấn đề như vậy đâu. Không thể nào nói với tất cả mọi người rằng: Khi tôi làm từ thiện, hãy nghĩ tôi là Lý Nhã Kỳ của Sheen Hok, chứ không phải một diễn viên. Và cho dù tôi có làm được như vậy nhưng cũng chưa chắc họ đã nghe theo tôi ngay. Tôi nghĩ, tốt nhất cứ để thời gian trả lời. Cho tới thời điểm này, tôi đã làm khá tốt vai trò của mình và không hề gây ra bất cứ một sự ảnh hưởng nào tới hoạt động của Sheen Hok tại Việt Nam bởi những đồn thổi về tôi. Còn với vai trò mới, tôi sẽ cố gắng để không làm thất vọng những người đã ủng hộ tôi. Bên cạnh đó, tôi cũng đang tìm cách thuyết phục những người không tin, và không muốn nhìn vào những việc tôi đang làm.

Khi làm những công việc xã hội, tôi không quan tâm mọi người nghĩ gì, chỉ quan tâm đến việc họ có mở lòng giúp đỡ những người bất hạnh hay không. Những nỗ lực của tôi hiện nay không nhằm thuyết phục công chúng hãy yêu quý tôi mà là vì đạt được hiệu quả cho những công việc tôi được giao. Và những công việc đó là vì cộng đồng. Thời gian sẽ trả lời tất cả. Đi làm từ thiện, dù với bất cứ lý do gì, bạn sẽ nhận thấy, làm từ thiện mà không thực tâm thì khó lâu bền.

Khó khăn lớn nhất mà Kỳ gặp phải trong công việc xã hội này là gì?

Điều khó nhất với tôi không phải

là việc kêu gọi các “Mạnh Thường Quân” vì có làm việc này, tôi mới thấy, Việt Nam có nhiều “Mạnh Thường Quân”. Thực ra, chỉ cần bạn chứng tỏ cho họ thấy là tiền họ ủng hộ sẽ đến được đúng người đúng chỗ một cách nguyên vẹn thì họ sẽ sẵn lòng. Cái khó của tôi chính là ở những người đang cần sự giúp đỡ kia. Đừng nghĩ họ nghèo nên họ sẵn sàng đón nhận sự giúp đỡ. Những người kém may mắn, người nghèo, họ đều có sự nhạy cảm. Nếu muốn họ mở lòng, mình phải mở cánh cửa đó thật nhẹ nhàng để không làm tổn thương họ thêm. Làm từ thiện là đem đến cho người ta hi vọng, nên nếu làm không tốt, khiến hi vọng đó bị dập tắt thì điều này thật kinh khủng. Nó cũng giống như việc bạn bị thương, vết thương đó đã lành nhưng giờ lại bị tổn thương lại. Tuy nhiên, cũng có trường hợp, mình đến trễ, không cứu được em bé đó... Những lúc đó, thực sự là rất khổ tâm, khổ tâm hơn nữa là mình phải thuyết phục được người nhà của em bé đó chấp nhận sự thật.

Gần đây thấy Kỳ hay xuất hiện với những chiếc váy của Versace, Gucci... nhưng rồi sau những lời bình luận trái chiều trong việc bạn được nhận làm Đại sứ du lịch, phong cách ăn mặc bạn thay đổi hẳn với những chiếc áo sơ mi giản dị, kín cổng cao tường có vẻ không hợp lắm, đây có phải là sự hi sinh vì công việc?

Ngày xưa, lúc nào tôi cũng mặc thời trang vì là nghệ sĩ, còn sau này đã có sự thay đổi. Đúng là tôi dùng nhiều hàng hiệu và thời gian gần đây có sự thay đổi. Cũng nhiều người nói là tôi không hợp với phong cách đó lắm (cười) nhưng quả thực tôi không có nhiều thời gian để chăm chút cho thời trang nữa... Tôi chỉ cố gắng cân bằng được phong cách ăn mặc cá nhân với những công việc xã hội mà mình đang làm.

Tôi không muốn đơn giản chỉ là một nghệ sĩ giải trí, mục tiêu cuộc sống của tôi không chỉ dừng ở đó, đây là sự thật

Những nỗ lực của tôi hiện nay không nhằm thuyết phục công chúng hãy yêu quý tôi

HÃY THAM DỰ TIỆC ĐÊM ĐỈNH NHẤT 12.11.2011



LẦN ĐẦU TIÊN BẢO TIỆC CANADA KHUẤY ĐỘNG VIỆT NAM
VÀ CÙNG 50 QUỐC GIA TỰNG BỪNG HOÁN ĐỔI TIỆC ĐÊM

TRUY CẬP NGAY WWW.BETHERE.VN

UỐNG CÓ TRÁCH NHIỆM - KHÔNG LÁI XE SAU KHI UỐNG RƯỢU



BE
THERE



Đẹp như **HUYỀN TRANG**

Châu Toàn

Không ai có thể phủ nhận mỗi người có một cơ địa và chỉ số khác nhau. Tuy nhiên sự khác biệt đó không ảnh hưởng đến nét quyến rũ và cân đối của hình thể nếu tập luyện đúng cách. Ngay cả những người sinh ra với chiều cao và phom người chuẩn cũng trở nên hoàn hảo hơn nhờ chế độ tập luyện bài bản và chế độ dinh dưỡng khoa học. Hãy cùng Style khám phá bí mật để có cơ thể cân đối của Quán quân VietNam's Next top model; siêu mẫu xuất sắc châu Á Huyền Trang.

Tập luyện tim mạch và tăng sức bền:
Lịch tập một ngày tại trung tâm thể dục California Fitness & Yoga của Huyền Trang không thể bỏ qua bài tập vận động tim mạch với các bài tập chạy bộ, leo cầu thang, đạp xe, những vũ điệu sôi động, những động tác võ thuật đẩy năng lượng theo âm nhạc... Các bài tập vận động tim mạch giúp Huyền Trang cải thiện sức bền, có khả năng chịu đựng áp lực về thể chất và tinh thần đối với công việc người mẫu vốn đòi hỏi sức bền và nhiều năng lượng. Đồng thời các vận động linh hoạt còn giúp cơ thể cải thiện sự linh hoạt và khéo léo của cơ bắp. Thời gian tập luyện: 30 - 60 phút, 3 lần/tuần

Box: Những lúc bận rộn Huyền Trang có thể thay thế bài tập tim mạch tại phòng tập bằng các hoạt động như leo cầu thang, tập catwalk, đi bộ thay vì đi xe đạp. Chìa khóa của thành công là phải luôn luôn vận động cơ thể nhiều hơn bất kỳ lúc nào có cơ hội! Nên nhớ những sự thay đổi nhỏ trong thói quen sẽ tạo ra những chuyển biến lớn trong cuộc sống.

Các bài tập cơ bắp:

Một cơ thể khỏe đẹp và thu hút ngoài sức bền còn đòi hỏi những đường cong hấp dẫn. May mắn sở hữu chiều cao tốt và những số đo khá chuẩn nhưng Huyền Trang chia sẻ: "Một người chỉ đẹp khi các chỉ số cơ thể hài hòa cùng các nét cơ hoàn thiện. Vì thế, chiều cao hay chiều dài chân không đóng vai trò tuyệt đối giúp một cô gái trở nên đẹp hơn mà luyện tập và thời trang sẽ góp phần tạo nên điều đó". Luyện tập đúng cách và bài bản có thể cải thiện các đường cong, phân bố lại lượng mỡ và tạo ra những cơ bắp chắc khỏe trên cơ thể để có một sắc vóc lý tưởng. Hiện đang luyện tập cùng huấn luyện viên Linh Tạ tại trung tâm California Fitness & Yoga, Huyền Trang được thiết kế riêng những bài tập chuyên sâu nhằm khắc phục những nhược điểm và tôn lên những điểm mạnh như cánh tay đẹp, vai thon thả, vòng eo săn chắc và đôi chân gợi cảm. Những bài tập với các loại máy dành cho cơ bụng, ngực, lưng và eo này giúp Huyền Trang cải thiện các số đo của mình. Thời gian tập luyện: 30 - 60 phút, 3 lần/tuần.





Theo HLV Tạ Linh, phụ nữ cần sự mềm mại để tạo nên nét gợi cảm vì thế nhiều người sợ các bài tập với tạ và máy móc nặng. Tuy nhiên nếu biết rõ tác dụng của máy và cường độ cũng như trọng lượng thích hợp thì các bài tập với máy và tạ hoàn toàn có khả năng kích thích sự phát triển của cơ cũng như đốt cháy mỡ giúp cơ thể săn chắc. Bên cạnh đó, các bài tập với tạ còn giúp xương chắc khỏe và cơ thể rắn rỏi hơn.

Các bài tập giãn cơ:

Những bài tập kéo giãn cơ đóng vai trò quan trọng khi bắt đầu và kết thúc một buổi tập luyện để cơ thể có sự thả lỏng hoàn toàn và hồi phục nhanh hơn. Trong khi tập luyện thể dục thể thao, nhiều người thường bỏ qua các bài tập căng cơ mà không để ý đến tầm quan trọng của các động tác này. Thực tế là các bài tập căng cơ không chỉ giúp bạn nâng cao khả năng vận động và giảm những rủi ro bị chấn thương, giảm chứng đau vùng thắt lưng, nâng cao khả năng và hiệu quả trong việc phối hợp vận động các nhóm cơ mà còn cải thiện tình trạng đau nhức cơ sau khi tập luyện và có vóc dáng đẹp hơn. Các vận động tuy đơn giản nhưng hiệu quả này còn có tác dụng giúp cơ thể gia tăng lưu thông máu và dưỡng chất tới các mô đồng thời tạo sự thoải mái trong mọi bài tập luyện cũng như giảm căng thẳng rất hiệu quả. Thời gian tập luyện: 10-15 phút – 3 lần/tuần

Chế độ Dinh Dưỡng:

Chế độ ăn uống chính là chiếc chìa khóa quyết định kết quả tập luyện và ảnh hưởng trực tiếp đến công việc của Huyền Trang. Là người mẫu độc quyền của California Studios, quán quân của Vietnam's Next Top Model đang dẫn đầu định sự chuyên nghiệp của mình vì thế cô đặc biệt

“

Điều thú vị của các bài tập giãn cơ đó là bạn có thể tập luyện mọi lúc mọi nơi. Ngay trong công việc khi cảm thấy cơ thể căng thẳng, vài động tác kéo giãn cơ lặp cùng với hơi thở điều hòa có thể giúp giảm căng thẳng hiệu quả.”

”

chú trọng đến chế độ dinh dưỡng. Một sự nhầm lẫn của nhiều người về những người mẫu nữ rằng: họ nhịn ăn để giữ dáng. Điều đó không đúng, ít nhất là với Huyền Trang. Cô không nhịn ăn hay bỏ qua bất cứ chất dinh dưỡng nào. Công việc cần làm là kiểm soát lượng calories nạp vào và đốt cháy. Chế độ dinh dưỡng của Trang được chia ra thành nhiều bữa nhỏ. Mỗi ngày, Trang ăn sáng với nhiều tinh bột và ngũ cốc để có năng lượng cho cơ thể và trí óc hoạt động trong suốt một ngày dài. Bữa trưa của Trang có lượng tinh bột hạn chế và nhiều chất đạm từ thịt gà, cá và vitamin từ rau xanh. Bữa tối, Trang chú trọng nhiều tới chất xơ và rau xanh cùng với chất đạm, hạn chế tối đa tinh bột, mỡ, chất ngọt.

Thực đơn điển hình hàng ngày của Huyền Trang gồm trứng, trái cây, rau xanh hay hạt ngũ cốc cho bữa sáng. Gợi ý của Trang, bạn có thể kết hợp một phần trứng omelette với rau sống, trà xanh và một miếng trái cây chẳng hạn. Vào khoảng giữa buổi sáng, để tránh cơn đói kéo đến gây khó chịu, Trang thường ăn nhẹ một

chút hoa quả và ngũ cốc. Ví dụ như một chén hạt điều rang, hay nho tươi hoặc một quả chuối và uống thêm trà xanh hoặc dùng một quả táo. Bữa trưa của Trang thường gồm thịt nạc hoặc cá hấp với sự bổ sung của rau xanh. Vào buổi chiều, Trang thường chống đói với ngũ cốc, trái cây và rau tươi. Vào bữa tối, các thực phẩm chứa chất đạm thường được trang kết hợp với rau xanh. Đặc biệt, Trang luôn tráng miệng với một miếng trái cây. Một trong những thành phần không thể thiếu trong chế độ dinh dưỡng của Trang là thật nhiều nước uống. Nước uống giúp Trang thanh lọc cơ thể. Chế độ dinh dưỡng của Trang ít kiêng khem nhưng hạn chế tối đa việc tích tụ năng lượng thừa bằng cách cân đối khẩu phần ăn một ngày song song với chế độ tập luyện. Việc thường thức thú vui ăn uống khoa học thực sự giúp Trang có nhiều năng lượng và tâm trạng vui vẻ để luôn sáng khoái làm việc đạt hiệu quả cao.

Những lời khuyên của Huyền Trang hứa hẹn sẽ mang lại cho bạn một cơ thể với những số đo hoàn hảo.

QUỐC BẢO

SỰ KHÁC BIỆT GIỮA số 01 và số 10

Nhân Văn

Không màu mè, chẳng chải chuốt chỉ với một hình thể đẹp nổi trội, Quốc Bảo – từ một cái tên chẳng mấy ai biết – đã tới với cuộc thi Siêu Mẫu 2011 như một cuộc dạo chơi. Không bầu đỡ, chẳng đại gia giúp sức nhưng những sai bước của một chàng trai chỉ mới hai lần diễn catwalk đã mang về cho anh giải thưởng siêu mẫu khi trở thành người thứ 10 trong 10 người đẹp nhất. Nhưng có sao đâu, bởi đôi khi số 10 mới là hoàn thiện, còn số 01 chỉ là sự khởi đầu. Và với Quốc Bảo, cũng thật khó để khẳng định danh hiệu số 10 của anh là sự viên mãn hay đó chỉ mới là sự bắt đầu bởi tất cả vẫn còn hoàn toàn nằm ở phía trước.

Không khó để phóng viên của Style nhận ra Quốc Bảo trong quán café bởi thân hình với chiều cao nổi bật của anh trước những người đàn ông khác. Và từ cái nhìn đầu tiên, càng không khó để tôi hiểu tại sao chàng siêu mẫu này đang được nhiều nhiếp ảnh gia, stylist chú ý tới vậy: Thông minh và có phong cách nam tính, đúng giờ và chuyên nghiệp và rất thẳng thắn.

KHÔNG PHẢI CỬ ĐẸP LÀ CÓ THỂ THÀNH NGƯỜI MẪU

Bảo có nghĩ mình đẹp trai? Đẹp thì mới thi siêu mẫu chứ?

Rõ ràng là Bảo không xấu, và may mắn khi trời cho Bảo những đường nét nam tính. Nhưng trong nghề người mẫu thì đâu phải cứ đẹp trai mới trở thành siêu mẫu! Và cũng đâu phải đẹp trai mới thi được siêu mẫu!

Vậy thì vì gì? Phải chăng Bảo đang hơi quá tự tin?

Đó đã là sức mạnh để giúp Bảo đi thi trong khi mình vẫn còn hoàn toàn là một người mới và chẳng có một chút kinh nghiệm về nghề này. Bảo thi cũng hoàn toàn chỉ vì mình cảm thấy thích, và muốn làm điều yêu thích để sau này không hối tiếc và có cái để kể cho con cháu nghe. (Cười)

Khi nào Bảo cảm thấy mình sexy nhất?

Bảo đoán, đó là lúc Bảo đi biểu diễn. Còn những thời điểm khác thì Bảo như bị bỏ rơi khỏi hình ảnh đó!

NGƯỜI MẪU CŨNG PHẢI ĐỔ MỒ HÔI

Quả thực, tôi rất ngạc nhiên trước chàng trai này – một người hoàn toàn chẳng hiểu gì về thế giới bóng bẩy nhưng đầy khắc nghiệt của thế giới thời trang đang ngồi trước mặt tôi và luôn cười mỗi khi trả lời câu hỏi. Nụ cười đó là của một người đã quá lành nghề và lão luyện trong phong cách ứng xử hay đó là nụ cười che giấu sự thiếu tự tin khi phải trả lời câu hỏi!? Và tôi cảm thấy cần phải khai thác thêm về Bảo để hiểu Bảo thực sự suy nghĩ gì về thế giới mà Bảo chuẩn bị tham gia.

Chỉ tự thân đi thi bằng vốn kinh nghiệm catwalk bé xíu cho thấy Bảo phải là người rất lạc quan!

Bảo luôn có cái nhìn lạc quan về mọi thứ ngay từ khi còn rất nhỏ. Bố mẹ Bảo đều là giáo viên, sau này mẹ chuyển sang buôn bán nhỏ ở chợ vì lo cho cuộc sống gia đình. Cũng đã có nhiều thứ được xây lên và thay đổi nhưng điều quan trọng là Bảo vẫn

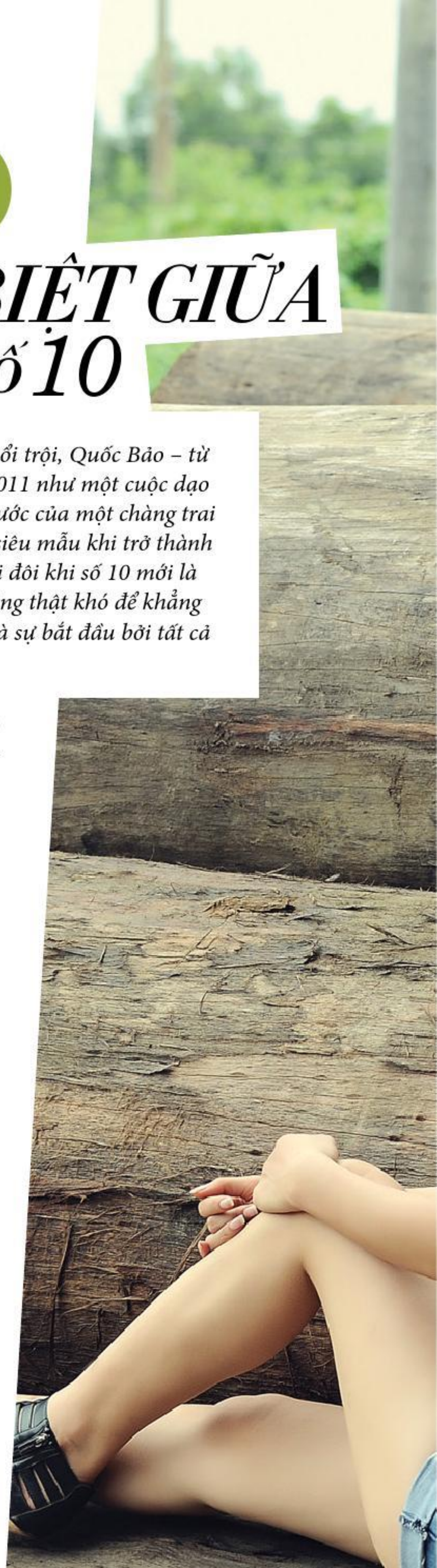




Photo: Tuyết Nhung Cuulongstudio
Người mẫu: Quốc Bảo & Bảo Hân (ElliModel)
Make up: Huỳnh Trâm
Stylist: Lý Minh Phúc

chính là Bảo, là con người mà đã như vậy từ khi mới sinh ra. Bảo không nghĩ mình đã thay đổi nhiều so với trước và sau khi trở thành siêu mẫu. Bảo không biết tại sao nhưng ngay từ khi là một đứa trẻ, Bảo luôn cố gắng nhìn mọi chuyện theo chiều hướng tốt.

Theo Bảo, người ta thường nhầm lẫn điều gì về thế giới người mẫu?

Tuy chỉ là một người mới nhưng Bảo thấy rằng mọi người đang có những cái nhìn sai lệch về thế giới người mẫu. Họ nghĩ rằng những bức hình gợi cảm của người mẫu cho thấy tính cách của họ. Họ nghĩ rằng người mẫu đồng nghĩa với việc dễ dãi và chỉ cần khuấy lên chút đỉnh là sẽ kiếm được những dòng tin tức nhảm nhí đang lan tràn trên các báo. Tuy nhiên, đó chỉ là một thiếu sót. Mọi người cần hiểu người mẫu là một nghề chuyên nghiệp, đòi hỏi những lao động cực khổ và hoàn toàn không có chuyện uốn éo ra tiền. Những giọt mồ hôi và nước mắt của nghề người mẫu cũng nhiều bằng hoặc thậm chí là hơn bất kỳ nghề nào khác!

Nhưng còn những chuyện như chơi xấu, bon chen, chèn ép...?

Với cuộc sống, người ta khó tránh khỏi va chạm, nhất là trong nghề người mẫu. Tuy nhiên tin đồn thì luôn phóng đại và dễ bị bóp méo sự thật.

Bảo đã nhận được những lời đề nghị khiếm nhã nào chưa?

Đây là điều khó tránh nhưng Bảo không ghét họ, cho là họ thiếu tôn trọng mình. Chỉ là thấy không thích hợp nên tể nhị từ chối.

BÀI HỌC TỪ GIẢI SIÊU MẪU 2011

Có nhiều dư luận xung quanh việc các thí sinh Siêu mẫu 2011 đã biết trước ai đoạt giải cao trong đêm chung kết, điều này chắc hẳn khiến các thí sinh như Bảo cảm thấy nản lòng?

Những lời xì xào từ các cuộc thi là chuyện hoàn toàn bình thường. Hôm đó Bảo đã thi với ý nghĩ "Hãy diễn như thể đêm nay là đêm của riêng mình" (Cười). Bảo nghĩ, dù không đạt được thành tích cao, nhưng cũng phải để lại dấu ấn của riêng mình, đó là sự nam-tính-hiện-đại. Bảo đã đến được cuộc thi mình muốn, làm được điều mình muốn và được ghi nhận. Sự ghi nhận đó là một giải thưởng cỡ bự hay một danh hiệu nào đó, với Bảo không quan trọng, quan trọng là mọi người

đã đánh giá cao khả năng của Bảo.

Bài học lớn Bảo đã nhận được trước và sau khi thi Siêu mẫu?

Bài học lớn thứ 02 là cứ tưởng đoạt Siêu mẫu, mình đắt sô, ai dè, vẫn phải tự thân tìm kiếm cơ hội- đó là bài học về sự ảo tưởng danh hiệu (Cười). Còn bài học lớn thứ 01: Làm người mẫu phải tạo được cho mình một tố chất riêng. Khi vào vòng chung kết, Bảo chơi với lắm do thấy các bạn thí sinh nam đều có bầu sô lo cho đủ thứ, trang phục đẹp... Bảo thì không có gì, cũng không có tiền đầu tư. Lúc đó, nhiếp ảnh gia Tuyết Nhung, một người chị thân, đã khuyên Bảo có gì thì mặc nấy, không cần phải chạy theo thiên hạ. Không ai trừ điểm vì mình mặc đồ không xịn, họ chỉ đánh giá không cao những người không thông minh trong cách sử dụng trang phục không đúng cách, hợp hoàn cảnh. Người mẫu nam cần giữ chất thô, mộc nam tính, đâu phải cứ ăn mặc lỏng lẻo kiểu "chặt chém" là đoạt giải. Chị Nhung khuyên Bảo, không diễn màu mè vì mình là người mẫu nam, không phải mẫu nữ, người ta cần chất đàn ông ở mình. Nếu hình thể đẹp, khuôn mặt đẹp, quần áo đẹp nhưng không tạo được tố chất riêng, mình sẽ chỉ là một cái bóng mờ mờ.

THAM VỌNG NHƯNG KHÔNG MÊ MUỘI!

Thực tế cho thấy, muốn giữ được lối sống lành mạnh ở giới showbiz, bạn phải có một thần kinh thép để kiểm soát tốt mọi thứ, để tiền, để những thứ giàu sang, sự nổi tiếng không đè bẹp bạn hay mặc cho những nhà sản xuất, bầu sô kiểm soát bạn, "vắt" bạn như vắt chanh, kiếm bạc triệu cho tham vọng giàu sang của họ. Còn với Quốc Bảo, Bảo vẫn đang bắt đầu một cuộc sống với nhiều lời mời gọi...

Trở thành siêu mẫu, Bảo đã nổi tiếng rồi phải không?

Rời cuộc thi, trở về cuộc sống thực, Bảo đã phải mất một thời gian để cảm thấy đỡ... ngại. Mọi người trong công ty đều biết Bảo thi siêu mẫu, chắc họ nghĩ Bảo kỳ cục lắm. Có lẽ thì hiện tại, danh hiệu siêu mẫu chỉ giúp Bảo nổi tiếng trong công ty sữa Bảo đang làm thôi. (Cười)

Nhận giải Siêu mẫu không đồng nghĩa là đã nổi tiếng, đắt sô và có thu

nhập cao, tất cả còn cần rất nhiều sự nỗ lực. Vào nghề này, chắc chắn Bảo muốn được nổi tiếng vào một ngày nào đấy, bởi đó là thước đo của sự thành công, thực sự là thế, còn hiện tại thì chưa. Bạn không thể hình dung được cuộc sống này cho đến khi bạn sống trong nó. Mỗi năm, những cuộc thi cho chúng ta nhiều siêu mẫu, nhiều người đẹp, nhưng chỉ một phần trong số đó thành danh. Trong giới showbiz, nỗ lực không thể mang lại điều mình muốn vì bạn còn cần cái duyên với nghề và nhiều yếu tố khác. Thỉnh thoảng, Bảo nhìn vào cuộc sống của siêu mẫu này, siêu mẫu kia, thấy họ có cuộc sống tốt nhất một con người có được, có mọi thứ mà một người mẫu có thể muốn. Nhưng cũng không ít trong số họ đã là một phần của cuộc sống tệ hại nhất.

Nghe thật phiền não!

Ngành công nghiệp này là vậy. (Cười)

Đắt sống cho người mẫu nam quá hẹp, nỗ lực cũng chưa chắc đã thành công và nghề cũng lắm thị phi về chuyện mẫu nam cập đại gia để sống sung sướng, để thành công..., sao Bảo quyết định theo nghề này?

Tất cả chỉ vì yêu, mà yêu thì đôi khi thật khó lý giải là tại sao yêu. Còn những chuyện thị phi, nghề nào cũng có nhưng vì người mẫu là nghề của công chúng nên mọi sự chú ý mới đổ dồn vào nó mà thôi.

Không hẳn mọi sự nổi tiếng hay thành công là phải có gì đằng sau nó. Nhưng cho dù có cái đằng sau, mọi người vẫn cần phải có sự cố gắng hết mình nếu muốn sống lâu dài với nghề hoặc không muốn làm uống phí sự hỗ trợ kia. Có những người chấp nhận đánh đổi nhiều thứ quan trọng để được nổi tiếng và cũng có những người không như vậy. Bảo không bình luận chuyện này, vì mỗi người đều có cách riêng để tới được cái đích họ muốn và không phải ai cũng là kẻ xấu xa hay vô dụng khi dựa vào người này người nọ. Sự thành công của một cá nhân không thể nói là do cá nhân đó tự tạo nên cho mình mà nó còn nhờ vào sự giúp đỡ của mọi người. Có người giúp đỡ bằng tinh thần, có người giúp đỡ bằng việc tạo cơ hội, có người hỗ trợ về mặt vật chất...

Người ta đang thấy không ít nghệ sĩ Việt đang có xu hướng dùng hàng hiệu để khẳng định đẳng cấp và sẵn sàng trả

giá để có được những món đồ đó. Bảo thấy sao?

Điều đó chứng tỏ mức sống của người Việt mình đã được nâng cao, đã biết đến giá trị của hàng hiệu thế giới. Về chuyện để được xài hàng hiệu, Bảo nghĩ thế này, mỗi người chọn cho mình một hướng đi riêng để đạt được ước mơ. Hướng đi nào cũng có cái giá của nó, sai trả giá nặng, đúng trả giá ít. Bảo luôn tin, con người tạo nên giá trị cho sản phẩm và hàng hiệu có cả một văn hoá sử dụng. Nhà thiết kế là người tạo nên bộ trang phục đẹp, và vẻ đẹp đó thiên về hướng nào là do cái cách bạn sử dụng nó.

Theo Bảo, thế nào là người đàn ông ăn mặc sành điệu? Nhiều người tin, đó là kiểu đàn ông biết xài hàng hiệu?

Bảo cho rằng, đó là người biết dùng những sản phẩm của ngành may mặc để tạo nên phong cách cho mình. Tạo được cho mình một phong cách và biết làm chủ phong cách đó trong mọi tình huống.

Xin cảm ơn Bảo!

Tôi tin rằng anh chàng tự tin đây lạc quan này dù thiếu kinh nghiệm nhưng chắc chắn trong tương lai sẽ đảo ngược vị trí số 10 của mình thành số 01!



Photo: Tuyết Nhung Cuulongstudio
Người mẫu: Quốc Bảo & Bảo Hân (ElliModel)
Make up: Huỳnh Trâm
Stylist: Lý Minh Phúc

SOCIAL LIFE

THE SIN
Single Malt
PRODUCT
OF SCOTLAND



Life Club
Krup
The Boss - Fortune Hotel
WE APPROVE
Uloc

"Mạch nha đơn hương vị tuyệt hảo nhất", được công nhận bởi các chuyên gia lĩnh vực nhà hàng, khách sạn tại TP. HCM và Hà Nội.



NHỮNG GIAI ĐIỀU ĐẾN TỪ VÙNG GLEN ORD

the single tone

Nhắc đến giai điệu, bạn sẽ nghĩ ngay đến âm nhạc. Nhưng vào một ngày cuối tháng 9 vừa rồi, tôi đã khám phá được một giai điệu khác rất đặc biệt, vừa đậm đà, êm dịu và cân bằng hoàn hảo đến từ vùng Glen Ord của đất nước Scotland. Ông Donald Colville, Đại sứ Toàn cầu Thương hiệu Singleton, một thương hiệu đã và đang chinh phục hàng triệu khách hàng có gu thưởng thức tinh tế, đã đồng hành cùng tôi trong hành trình khám phá "giai điệu" tuyệt hảo này.

MỖI THỨC UỐNG LÀ MỘT GIAI ĐIỀU

Thật bất ngờ khi biết rằng để tạo ra mạch nha đơn chỉ cần có lúa mạch, nước và gỗ sồi. Nhưng để đáp ứng được tiêu chuẩn khắt khe của những bậc thầy chế tác vùng Glen Ord, những nguyên liệu tưởng chừng rất đơn giản ấy lại không dễ dàng tìm thấy ở bất cứ nơi nào khác ngoài nhà chưng cất huyền thoại này. Nguồn nước được chọn làm nguyên liệu sản xuất Singleton được ví như "nước từ thiên đường và hạ giới" kết hợp giữa nguồn nước mưa và suối thiên nhiên. Lúa mạch được tuyển chọn từ vùng đất Black Isle vốn nổi tiếng với loại đất đen màu mỡ. Còn những thùng gỗ sồi để ủ Singleton là sự phối trộn hài hòa giữa gỗ sồi châu Âu và gỗ sồi châu Mỹ theo tỉ lệ 1:1. Nếu ví mỗi nguyên liệu là một nốt nhạc thì dưới bàn tay tài hoa của những bậc thầy chế tác vùng Glen Ord, Singleton là một bản hòa âm hoàn chỉnh với "giai điệu" đậm đà, êm mượt, cân bằng hoàn hảo nhưng không kém phần cá tính. Với loại 12 năm tuổi, "giai điệu" nổi trội là sự nồng nàn hương việt quất đen cùng dư vị mượt mà, thơm ngát của gỗ sồi; với loại 15 năm tuổi, "giai điệu" đặc trưng là hương gỗ đàn hương, vị tươi mát và êm đềm; hoặc "giai điệu" độc đáo của loại 18 năm tuổi là vị nền tròn đầy thoảng hương trái cây khô, sô-cô-la cùng dư vị kéo dài thoảng nhẹ hương khói và quế.

THƯỜNG THỨC CŨNG LÀ MỘT NGHỆ THUẬT

Một thức uống được chế tạo kỳ công đến vậy chắc chắn sẽ đòi hỏi ở người thưởng thức nhiều hơn là việc rót vào ly và uống một cách đơn giản. Tôi đã có dịp được tham gia các chương trình thưởng thức Singleton do chính ông Donald Colville thực hiện

cùng những vị khách là các chuyên gia trong ngành nhà hàng, khách sạn tại TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội. Như một người nghệ sĩ hiểu rõ căn kẽ từng "bản nhạc" của mình, ông đã hướng dẫn chúng tôi cách sử dụng hết năm giác quan để cảm nhận trọn vẹn nhất từng "thanh âm" ẩn chứa bên trong Singleton. Đầu tiên, hãy lắng nghe dòng chất lỏng chảy trên viên đá tròn tinh tế và dành chút thời gian chiêm ngưỡng chất lỏng sóng sánh màu hổ phách trong ly. Nếu không thích dùng với đá, bạn có thể rót 1-2 giọt nước vào ly để khuếch tán mùi hương và đánh thức những "giai điệu" còn tiềm ẩn bên trong. Và cuối cùng, hãy thật từ tốn nhấp một ngụm nhỏ để cảm nhận trọn vẹn hương vị đậm đà, êm mượt và cân bằng hoàn hảo.

Trước khi đến Việt Nam, Singleton đã được công nhận là "single malt có hương vị tuyệt hảo nhất" trong các giải thưởng quốc tế. Quan trọng hơn, danh hiệu này đã được hàng triệu người trên thế giới công nhận trong đó có thị trường châu Á. Trong chuỗi chương trình thưởng thức Singleton cùng ông Donald Colville tại Việt Nam vào cuối tháng 9 vừa rồi, các khách hàng là giám đốc, chuyên gia ẩm thực ở những khách sạn 5 sao, chủ sở hữu những nhà hàng, quán bar sang trọng cũng đã công nhận danh hiệu này.

Được tạo nên từ những nguyên liệu chọn lọc nhất cùng kỹ nghệ chế tác được lưu truyền từ thế kỷ 19 và trui rèn qua nhiều thế hệ, Singleton vùng Glen Ord với hương vị đậm đà, êm dịu và cân bằng hoàn hảo là đại diện tiêu biểu cho đất nước và con người Scotland. Lắng nghe những chia sẻ của ông Donald, tôi bắt đầu thấy đam mê những "giai điệu" đến từ vùng đất huyền thoại này và mong muốn được đến thăm vùng đất này một ngày không xa.

MENARD



Tiếp tục khẳng định thế mạnh vượt trội trong lĩnh vực chăm sóc da, vừa qua Menard ra mắt sản phẩm dưỡng da đặc biệt Menard Authentic tác động lên tế bào mầm và mang tới khả năng tái tạo và trẻ hóa làn da vượt trội. Chứa thành phần chiết xuất từ ba loại hạt mầm Prunus Avium, Sterculia Scaphigera và Hordeum Vulgare, Authentic thúc đẩy gia tăng số lượng tế bào mầm, từ đó sản sinh nhiều hơn tế bào da mới, tái tạo và trẻ hóa làn da nhanh chóng. Trong tháng 10, khi mua Menard Authentic tại hệ thống Menard, khách hàng sẽ được nhận mặt nạ collagen Exstretch Mask và Authentic Trial Kit với tổng trị giá hơn 4 triệu đồng. Hệ thống shop Menard: HCM (Parkson Saigon Tourist; Parkson Hùng Vương; Diamond Plaza...) và Hà Nội (Parkson Việt Tower, 32 Lê Thái Tổ; 18T2 Trung Hòa...) và Hải Phòng (Parkson TD Plaza).

MORGAN DE TOI



Tiếp nối thành công của cửa hàng thời trang Morgan de Toi tại Vincom 2 Hà Nội, nhãn hiệu thời trang Pháp, Morgan de Toi đã khai trương cửa hàng mới tại Hàng Da Galleria vào ngày 18/10/2011. Mừng khai trương cửa hàng mới, Morgan de Toi dành ưu đãi giảm 10% cho tất khách hàng và giới thiệu bộ sưu tập Thu Đông 2011 lấy cảm hứng từ các biểu tượng thời trang của những năm 1960 và 1970 mang đến cho bạn những sản phẩm với tông màu sắc sỡ như xanh lá cây, vàng, đỏ và da cam bên cạnh những gam màu tối truyền thống. Nhân dịp 20/10, với mỗi hóa đơn mua hàng từ 1.500.000VNĐ trở lên, quý khách sẽ nhận được một ô Morgan de Toi miễn phí từ 18/10 đến 22/10. Morgan de Toi hân hạnh được đón tiếp quý khách tại Vincom 2 và Hàng Da Galleria.

THEFACESHOP



THEFACESHOP vừa cho ra mắt một dòng sản phẩm chống lão hóa da cao cấp Flebote Collagenic XP, trong đó có thành phần tự nhiên như hạt nho, quả óc chó và các chất chiết xuất từ hoa đậu Lupin. Chiết xuất từ hoa đậu Lupin giúp giữ lượng ẩm sâu bên trong da và tăng cường chức năng rào cản, bảo vệ da khỏi tác động bên ngoài. Flebote Collagenic XP có 7 sản phẩm: Nước cân bằng phục hồi độ đàn hồi và giúp ổn định da; Tinh chất nâng cơ, phục hồi sinh khí cho da; Kem dưỡng chống lão hóa da dành cho vùng mắt; Sữa dưỡng cung cấp và cân bằng độ ẩm, phục hồi độ đàn hồi cho da; Kem dưỡng nâng cơ, phục hồi và tạo đường nét rõ trên khuôn mặt; Kem massage giúp nuôi dưỡng, làm sáng da, cung cấp độ ẩm.

FORTUNA



Khách sạn Fortuna áp dụng chương trình "Executive Stay" đối với khách ở khi đặt phòng nghỉ tại tầng nghỉ VIP (Executive Floor). Với giá chỉ từ US\$115 trở lên, các khách hàng có thể trải nghiệm không gian sang trọng tiện nghi thoải mái và các dịch vụ thân thiện tại tầng VIP và sảnh VIP từ thủ tục nhận phòng nhanh gọn, bữa sáng ngon miệng, không gian thư giãn bên tách cà phê hay thưởng thức ly cocktail với các món khai vị tuyệt hảo. Đặc biệt, Khách sạn cũng áp dụng chương trình giảm giá 20% cho các khách ở tại Khách sạn khi sử dụng các dịch vụ spa tại Spa De Palace. Điều kiện áp dụng đối với các chương trình khuyến mãi. Để biết thêm chi tiết hoặc đặt phòng, vui lòng liên hệ phòng kinh doanh (khách sạn Fortuna Hà Nội), số điện thoại (04) 3831 3333.

FURAMA RESORT



Furama Resort Đà Nẵng được bầu chọn là khu nghỉ dưỡng spa hàng đầu Việt Nam 2011 do World Travel Awards bình chọn. Danh hiệu cao quý này dựa trên sự cảm nhận và kết quả bình chọn của những thành viên và du khách trên khắp thế giới. Đây là danh hiệu thứ 3 trong năm của Furama Resort Đà Nẵng, sau The Guide Award 2011 và Top 25 khách sạn/khu nghỉ mát tốt nhất Châu Á 2011 của SmartTravelAsia. Furama Đà Nẵng đang triển khai dự án Cham Spa cao cấp tại khu vực kết nối giữa Furama Resort và Furama Villas với tổng chi phí đầu tư khoảng triệu đô. Khu nghỉ mát đang hoàn thiện việc nâng cấp toàn bộ các phòng hạng sang hướng biển, hướng vườn và hướng hồ bơi, đồng thời sớm ra mắt 31 căn biệt thự Furama Villas đầu tiên.

GNC LIVE WELL



General Nutrition Center (viết tắt là GNC) là nhà sản xuất và phân phối chuỗi hệ thống các cửa hàng về vitamin, thực phẩm dinh dưỡng lớn nhất toàn cầu đã có mặt tại Việt Nam. Hiện nay GNC có 7.200 cửa hàng tại hơn 55 quốc gia trên thế giới. Tại Việt Nam, công ty CP thực phẩm dinh dưỡng Kim Linh là nhà nhượng quyền duy nhất của tập đoàn GNC với 4 cửa hàng GNC tại TPHCM, 2 tại Hà Nội và 1 tại Hải Phòng. Tại các cửa hàng của GNC, hơn 300 sản phẩm đã được Bộ Y Tế Việt Nam cấp giấy Chứng nhận an toàn vệ sinh thực phẩm và cấp giấy phép lưu hành trên thị trường Việt Nam như: Men's Nutrition & Women's Nutrition, Kids and Teen's Nutrition, Weight Control & Energy Formulas, Herbs A-Z & Digestion...

INTERCONTINENTAL HANOI



Từ nay đến ngày 31/12/2011, khách sạn InterContinental Hanoi Westlake có chương trình phòng nghỉ trọn gói với giá chỉ 199\$/đêm. Bạn sẽ có tất cả những gì mong muốn tại InterContinental Hanoi Westlake bao gồm: Phòng Deluxe trên mặt nước của Hồ Tây; Ăn buffet sáng, trưa, tối tại nhà hàng Café du Lac với nhiều lựa chọn phong phú; Một đồ uống có ga hoặc bia tại Sunset Bar; Truy cập Internet miễn phí (trong phòng và wifi ở các khu vực công cộng); Nhận phòng sớm từ 10 giờ sáng và trả phòng trễ đến 4 giờ chiều; Giá trên dành cho một người một phòng một đêm, nếu có người ở thêm thì có mức phí 50USD/người. Giá trên chưa bao gồm 5% phí phục vụ và 10% VAT. Và xin vui lòng đề cập "ICALL" khi đặt phòng. Để biết thêm thông tin chi tiết xin vui lòng gọi số (84-4) 62.708.888 hoặc email Reservation_Hanoi@interconti.com.

METROPOLE HANOI



Nhân kỷ niệm 110 năm ngày thành lập, khách sạn Sofitel Legend Metropole Hanoi đã khai trương hai công trình kiến trúc độc đáo, hoàn thành khâu cuối cùng trong dự án cải tạo khách sạn. Công trình bao gồm việc nâng cấp và làm mới kiến trúc Bamboo bar và xây dựng Le Balcon, khu vườn bình yên rộng 300 mét vuông nằm giữa lòng khách sạn. Bamboo bar mới này phục vụ 52 chỗ ngồi cho khách với thực đơn đồ uống mới với nhiều sự lựa chọn hơn cho quý khách: trà chanh, nước ép hoa quả, đến "Metropole splash", một thức uống gồm hỗn hợp các loại quả tươi, xi-rô và xô-đa. Ngoài Bamboo bar, Metropole ra mắt một nơi gặp gỡ hoàn toàn mới: Le Balcon, khu vườn bình yên nằm giữa lòng khách sạn, ngay trên Le Club, mang đến cơ hội tận hưởng không gian êm đềm, yên ả của khách sạn.

NEW YORK



Sau những căng thẳng công việc và bận bịu cuộc sống, chúng ta thường băn khoăn cho việc tìm một điểm đến không nhàm chán, thú vị và mới lạ để giải trí, tận hưởng niềm vui cuộc sống và thỏa mọi đam mê. Giờ đây, NewYork Karaoke sẽ là địa điểm thú vị dành riêng cho bạn khẳng định phong cách sống. Với thiết kế sang trọng theo trường phái cổ điển và cận hiện đại châu Âu, hơn 20 phòng hát là hơn 20 sự trải nghiệm lý thú dành tặng bạn khám phá và thăng hoa mọi cảm xúc. Đặc biệt, nhân mùa lễ hội Halloween, NewYork Karaoke thân tặng đến quý khách quà tặng 50% giá trị giờ hát thay cho tấm lòng tri ân chân thành. NewYork Karaoke sẽ mang lại những trải nghiệm tuyệt vời nhất của một dịch vụ giải trí cao cấp tại 186 Lê Lai, Quận 1, Tp.HCM.

PILSNER URQUELL



"Pilsner Urquell - Một loại bia tuyệt hảo duy nhất trong một không gian tinh tế đầy cảm hứng" - đó là mô tả ngắn gọn về nhà hàng bia tươi Pilsner Urquell Original Hà Nội. Nhà hàng được xây dựng dựa trên truyền thống và hình ảnh mạnh mẽ của thương hiệu bia Pilsner Urquell. Khởi nguồn của ý tưởng về hệ thống nhà hàng Pilsner Urquell Original độc đáo là kết hợp giữa chất lượng bia tuyệt hảo và phong cách ẩm thực truyền thống cộng hòa Séc với yêu cầu của cuộc sống ngày nay để tạo ra một khung cảnh độc đáo duy nhất với bầu không khí cổ điển đầy cảm hứng, và tất nhiên vẫn đáp ứng đầy đủ xu hướng ẩm thực hiện đại. Nhà hàng bia tươi Pilsner Urquell Original Hà Nội vừa khai trương tại số 10 Nguyễn Biểu, Ba Đình, Hà Nội.

PRIDE 1981



Sự cầu kỳ làm nên Pride 1981 tuyệt hảo không chỉ được thể hiện ở con số 28 năm chăm chút, chất lọc những chất liệu tinh túy nhất, mà còn bởi chính sự cầu toàn trong từng tiểu tiết từ màu sắc, chai đựng cho đến hộp đựng bên ngoài. Một chiếc bình pha lê thon, cổ cao gợi cảm được thiết kế từ nhà thiết kế tài ba của Pháp Laurence Brabant, một chiếc hộp gỗ sồi trang trọng được thiết kế riêng từ ngôi sao thiết kế Hà Lan Wouter Scheublin là những chấm phá thú vị và cá tính được đầu tư tỉ mỉ, chỉ để tôn vinh cho hương vị đậm đà ngây ngất, sóng sánh màu hổ phách đặc trưng bên trong. Số lượng sản xuất chỉ dừng lại ở con số 1.000 trên toàn thế giới cũng cho thấy giá trị thượng hạng mà dòng thức uống này mang lại.

SỰ KIỆN *Style*



NINE WEST

Thời gian: 23/09

Địa điểm: Hàng Da Galleria, Hà Nội

Nội dung: Nine West Việt Nam khai trương cửa hàng thứ 5 tại Hà Nội trong chuỗi 11 cửa hàng trên toàn quốc. Đồng thời, Nine West cũng giới thiệu BST Thu-Đông 2011 xoay quanh 5 chủ đề chính: Electroshock, Eternally Luxe, Decades, Extravagance và Post Industrial.

Khách mời: Ca sĩ Đàm Vĩnh Hưng, siêu mẫu Hà Anh, Xuân Lan, Phùng Ngọc Yến... và nhiều khách VIP, khách mời danh dự khác.





EASY SPIRIT TÙNG BỪNG KHAI TRƯỞNG GIAN HÀNG THỨ 2 TẠI VIỆT NAM

Ngày 23/9/2011, cùng với sự kiện khai trương TTTM Hàng Da, cửa hàng thứ 2 của Easy Spirit cũng tung bừng, nhộn nhịp ngày khai trương.

20 năm qua, Easy Spirit đã không ngừng sáng tạo nên những công nghệ tiên tiến điều mà chứng minh được cho các quý bà, quý cô rằng họ không phải chỉ có quyền lựa chọn một đôi giày hoặc thời trang, hoặc thoải mái.

BST Easy Spirit Thu đông 2011 với những kiểu dáng đa dạng và phong phú nhất cập nhật xu hướng thời trang của thời đại, chắc chắn sẽ mang đến giải pháp về phong cách thời trang và sự tiện nghi, thoải mái, đảm bảo sức khỏe cho phụ nữ hàng ngày, dù khi đi làm hay những buổi dạo phố.

Trong ngày khai trương, Easy Spirit hân hạnh được đón tiếp đông đảo quan khách tham quan và mua sắm, đặc biệt sự có mặt của những gương mặt tên tuổi như Phí Thị Thùy Linh.

Sản phẩm có bán tại:

Tầng 2, Hàng Da Galleria, Hà Nội
Lot 2008, Tầng 2, Parkson Viet Tower,
198B Tây Sơn, Hà Nội
Tel: 043.857.5288

Hotline: 098 789 8889/ 090 240 2668



SỰ KIỆN

Style

DFS 10

Thời gian: 16/10/2011

Địa điểm: Nhà thi đấu Nguyễn Du, Tp.HCM

Nội dung: Chương trình Đẹp Fashion Show 10 với chủ đề “Đam Mê” quy tụ 10 nhà thiết kế, hơn 100 người mẫu cùng các nghệ sỹ và êkíp sản xuất hàng đầu tại Việt Nam. Hơn 2000 khán giả của chương trình đã có những giây phút thăng hoa, đầy cảm xúc khi thưởng thức một show diễn kỳ công, kỷ niệm dấu mốc thứ mười quan trọng của DFS.

Khách mời: Diễn viên Diễm My, Tăng Thanh Hà, ca sĩ Quang Vinh, Trà My Idol, người mẫu Thúy Hằng, Thúy Hạnh, Ngô Thanh Vân, Trang Trần, Hoàng My. Ngoài ra, DFS còn có sự góp mặt của các nhà thiết kế danh tiếng như Công Trí, Đỗ Mạnh Cường... và rất nhiều khách mời danh dự khác.





Đó chính là **bạn**,
chúng tôi chỉ **thể hiện**

....Với nội thất nhập khẩu từ Đức, Eleganz không những mang
lại cho bạn tiện nghi mà còn hơn thế nữa ...


ELEGANZ
FURNITURE

Hà Nội : Tòa nhà Trần Phú, Phố Mễ Trì, Khu đô thị Cầu Giấy. Tel: 04.37831630 Fax: 04.37831629

Tp HCM : A1-A4 Nguyễn Hữu Thọ, Phường Tân Phong, Quận 7. Tel: 08.6252 6252 Fax: 08.6252 6262 Website: www.eleganz.com.vn



Heineken

HEINEKEN WORLD GOLFERS CHAMPIONSHIP 2011 IN VIETNAM

Heineken is giving you the chance of representing
Vietnam's best golfers playing at the World Final in South Africa.

5 Playing Handicap Groups open to Vietnamese players.

1 Open Section for foreign players (for men and ladies)

Qualify #1: 2 Jul _____ Song Be Golf Club, Binh Duong

Qualify #2: 30 Jul _____ Montgomerie Links, Da Nang

Qualify #3: 13 Aug _____ Vietnam Golf & Country Club, HCMC

Vietnam National Final: 10 Sep _____ The Dunes Course, Danang Golf Club

Time: Registration: 10.00am – 11.30am _____ Shotgun Start: 12.00pm

Format: Individual Handicap Strokeplay

Prize: 5 Vietnamese and 2 foreign winners will attend
the World Golfers Championship 2011 in South Africa (29 Oct - 5 Nov, 2011)

Information at www.heineken.com.vn



Heineken
open your world