STYLE

Phong cách của bạn

PHIÊN BẢN MỚI
CỦA BẠN
là gì?

8 xu hướng
được ứng dụng nhất
Xuân-Hè 2013

DNA
mới của các
Thương Hiệu

KHI VƯƠNG MIỆN
là một chiếc mũ

"Hello, 6C"

Lý Nhã Kỳ:
TẠI SAO CỨ PHẢI TÒ MÒ RỒI CHÊ BAI

New Year,
NEW YOU

NHÀ XUẤT BẢN THỂ DỤC THỂ THAO



CONSTELLATION CANDY COLLECTION

ONE TOUCH GIVES YOU ACCESS

TO THE FRONT ROW AT FASHION WEEK.

VERTU.COM



LIFE BEAUTIFULLY ARRANGED

VERTU

HANOI: SOFITEL LEGEND METROPOLE, 15 NGO QUYEN, HOAN KIEM, 094 446 5555
MELIA HOTEL, 44B LY THUONG KIET, HOAN KIEM, 090 624 2424
HCMC: SHERATON HOTEL, 88 DONG KHOI, DISTRICT 1, 090 290 8888
REX HOTEL, 141 NGUYEN HUE STREET, BENNGHE WARD, DISTRICT 1, 093 510 5678

KENZO STORE, 32 HANG BAI STREET, HOAN KIEM DISTRICT, HANOI CITY

KENZO

PARIS

KENZO.COM



MOSCHINO BOUTIQUE
3 HAI BA TRUNG, HOAN KIEM, HN
TEL: +84-4-3933 4488

MOSCHINO

SHOP AT MOSCHINO.COM

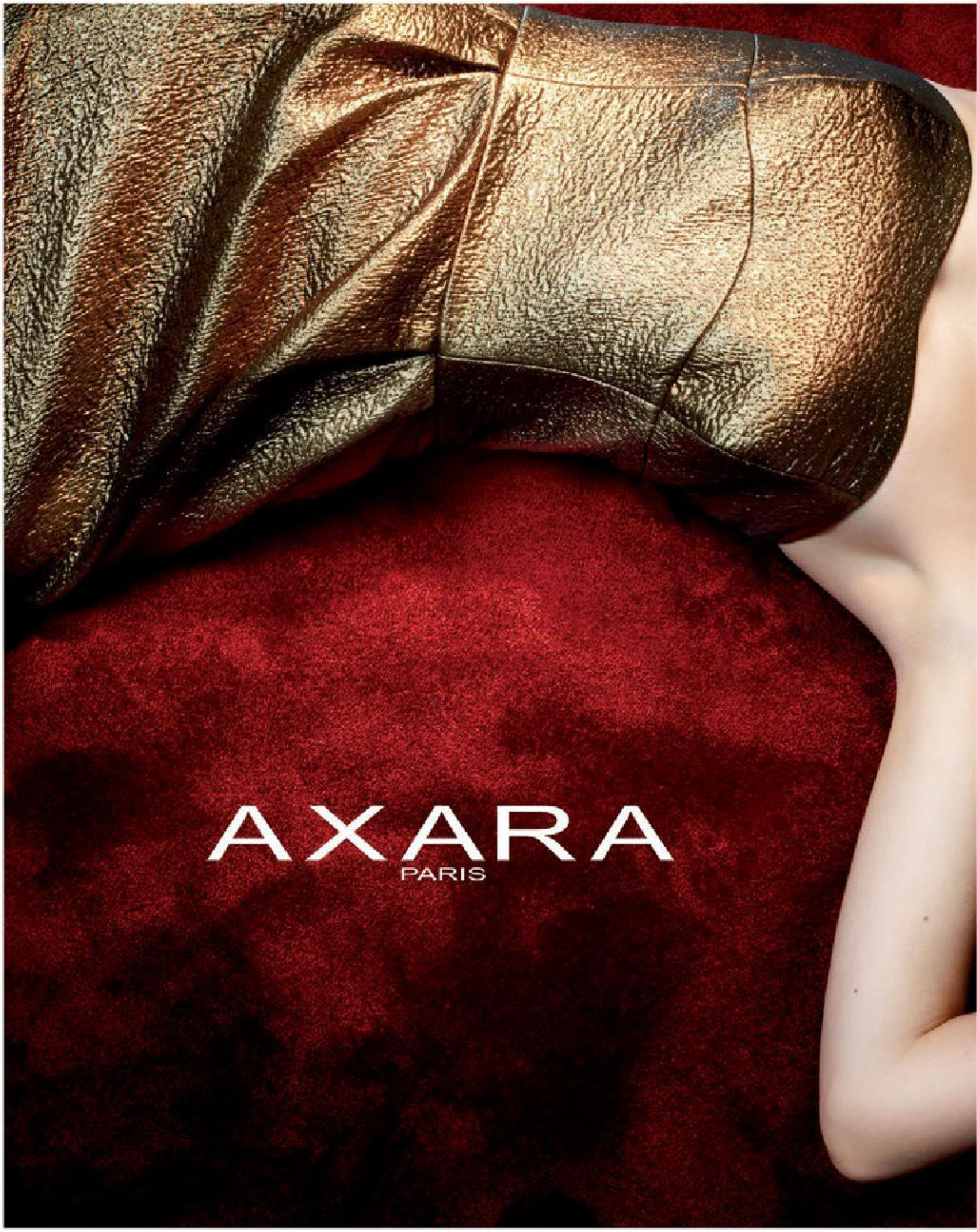


LUALA

3.1 PHILLIP LIM
ALEXANDER WANG
AZZEDINE ALAIA
CANALI
COMME DES GARCONS
DRIES VAN NOTEN
ELIE SAAB
ELIZABETH AND JAMES
ERICKSON BEAMON
ESCADA
ETRO
FALCONIERE
FALKE
FRANCESCO SCOGNAMIGLIO
GIAMBATTISTA VALLI
GIUSEPPE ZANOTTI
HELENE ZUBELDIA
HILTL
JENNY PACKHAM
KITON
LEJABY
LINDA FARROW
MANOLO BLAHNIK
MARY KATRANTZOU
MISSONI
NEIL BARRETT
NINA RICCI
PAUL SMITH
TALBOT RUNHOF
THAKOON
TOM FORD
VAN LAACK
VERA WANG
VICTORIA BECKHAM

61 LY THAI TO, HOAN KIEM, HANOI +84 4 3936 9899 | 136 DONG KHOI, QUAN 1, HCMC +84 8 3823 7668
WWW.LUALA.VN


van Laack


AXARA
PARIS



rieu, Mipec Tower • HCMC | 21, Nguyen Trai St., Saigon Centre, Vincom Center



Ha Noi | Vincom Center 191 Ba Trieu, Dist. Hai Ba Trung - Tel: 04 222 00 313

HCMC| Vincom Center A 171 Dong Khoi, Dist.1 - Tel: 08 393 69 200

www.minelli.fr



Ha Noi | Vincom Center 191 Ba Trieu, Dist. Hai Ba Trung - Tel: 04 222 00 313

HCMC | Vincom Center A 171 Dong Khoi, Dist.1 - Tel: 08 393 69 200

www.minelli.fr

CONTENTS

December - January 2013

❤ *Fashion*

28. 8 Xu hướng sẽ được ứng dụng nhiều nhất Xuân - Hè 2013
34. 20 sản phẩm "hot" tháng 12
36. 8 Xu hướng thời trang Nam được ứng dụng nhất 2013
40. Mix & Match
60. Stella McCartney – Niềm tự hào nước Anh
64. Thay DNA hay Vũ Điệu Mới Của Các Thương Hiệu
68. Khi vương miện là một chiếc mũ
72. Melbourne thời trang là sự hoài niệm tươi đẹp

❤ *Beauty*

100. "Hello, 6C"
106. Tiếng lành đồn xa
110. Những lựa chọn tối ưu cho da







TP HCM I NEW WORLD HOTEL I VINCOM CENTER I THƯƠNG XÁ TAX I 192 HAI BÀ TRƯNG I DIAMOND PLAZA I PARKSON SAIGON TOURIST I
I PARKSON HÙNG VƯƠNG I PARKSON FLEMINGTON I PARKSON PARAGON I PARKSON C.T I **HÀ NỘI** I 23 TRÀNG THI I HÀNG DA GALLERIA I
I PARKSON VIET TOWER I PARKSON LANDMARK I VINCOM CITY TOWERS I VINCOM VILLAGE I PACIFIC PLACE I **HẢI PHÒNG** I PARKSON T&D I

Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: 336/11/QCMP-HCM.

CONTENTS

December - January 2013



146

❤ *Lifestyle*

132. Thành phố của những lời nguyện cầu

140. 13 bí quyết độc đáo để đón năm mới In Style

158. Sobros bản giao hưởng văn hóa

162. Linh hồn nhứng bữa tiệc năm mới vòng quanh Thế giới

❤ *Entertainment*

166. Lý Nhã Kỳ: Tại sao cứ phải tò mò rồi chê bai?

172. Huỳnh Minh Thủy: Tôi đang lớn

178. Phụ nữ ngoan có làm nên lịch sử

128



❤ *Hi - Tech*

118. Các mẫu xe được trông chờ nhất năm 2013

126. Bạn có thể chờ đợi gì ở những chiếc Smartphone 2013?



TP HCM I NEW WORLD HOTEL I VINCOM CENTER I THƯƠNG XÁ TAX I 192 HAI BÀ TRƯNG I PARKSON SAIGON TOURIST I PARKSON C.T I
I PARKSON HÙNG VƯƠNG I PARKSON FLEMINGTON I PARKSON PARAGON I **HÀ NỘI** I 23 TRÀNG THI I PACIFIC PLACE I HÀNG DA GALLERIA I
I PARKSON VIET TOWER I PARKSON LANDMARK I VINCOM CITY TOWERS I VINCOM VILLAGE I **HẢI PHÒNG** I PARKSON T&D I

Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: 302/12/QCMP-HCM.

● Master **head**



Victoria Beckham

STYLE

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
NGUYỄN NGỌC KIM ANH
Biên tập
CAO MINH PHƯỢNG
NGUYỄN TRÍ KHANH
CHÂU BÁCH MEDIA
HÀ NỘI: 5/55 Huỳnh Thúc Kháng, Hà Nội.
ĐT: **04.3773 8005** * Fax: **04.3773 8006**
TP.HCM: Lầu 1, tòa nhà Fafilm, 06 Thái Văn Lung, Q1. TP HCM.
ĐT: **08.3824 6841** * Fax: **08.3820 5009**
Phụ trách nội dung
AMIE VŨ
Thư kí tòa soạn
Phan Ý Yên
Ban biên soạn
Fashion: Quỳnh Vũ
Beauty: Bùi Thanh Hoa
Hi-tech: Chou Nguyễn
Lifestyle: Red Velvet
Entertainment: Thùy Dương
Thiết kế
Nguyen Media Ltd.co
Giám đốc sáng tạo
PHẠM TRÀ
Thiết kế và sản xuất
TRANG.Q, CẨM NHUNG
Phụ trách hình ảnh
TÚ NGUYỄN
Cộng tác hình ảnh
HENRI HUBERT, MILOR TRẦN, BOBBY NGUYỄN, QUANG KHUÊ
QUẢNG CÁO
Hà Nội: **091 587 2222** - TP.HCM: **097 371 9999**
email: **chaubachmedia@gmail.com**
Phát hành
HÀ NỘI: 5/55 Huỳnh Thúc Kháng, Đống Đa * ĐT: **04.3773 8005**
TP.HCM: Lầu 1, tòa nhà Fafilm, 06 Thái Văn Lung, Q.1 * ĐT: **08.3824 6841**
•Công ty phát hành Trường Phát
Công ty phát hành Báo chí Trung ương - Hệ thống các sạp tại Hà Nội, Tp.HCM -
Hệ thống nhà sách Trí Tuệ - Hệ thống nhà sách Tiền Phong - Hệ thống nhà sách Fahasa
- Hệ thống nhà sách Phương Nam - Nhà sách Thiết bị và Giáo dục -
Nhà sách Ngoại văn - Tổng công ty sách Việt Nam.
Website • www.3nana.vn
iPad /iPhone: App Store / Viet Bookstore / Hàng Hiệu
Nhà xuất bản TDTT
Số đăng kí kế hoạch xuất bản: 523/QĐ-XBTDTT/02-2012/CXB/90-262/TDTT
Khổ: 21x28.5cm
In tại nhà máy in Bản Đồ
In xong nộp lưu chiểu tháng 12 năm 2012
Giá: 34.500 VNĐ



TP HCM I NEW WORLD HOTEL I VINCOM CENTER I THƯƠNG XÁ TAX I 192 HAI BÀ TRƯNG I PARKSON SAIGONTOURIST I PARKSON C.T I
HÀ NỘI I 23 TRÀNG THI I PACIFIC PLACE I PARKSON VIET TOWER I PARKSON LANDMARK I VINCOM CITY TOWERS I HÀNG DA GALLERIA I
HẢI PHÒNG I PARKSON T&D I

Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: 329/12/QCMP-HCM.

editor's note

NEW YEAR, NEW YOU

Xin chào 2013!
Vậy là thời khắc chuyển giao được mong chờ nhất của một năm đã đến. Bạn, tôi, chúng ta đã lại cùng ở đây, vào giây phút nói lời tạm biệt những điều đã qua, đã cũ. 2012 chắc hẳn là một năm đáng nhớ đối với rất nhiều người. Có thể là thành công, có thể là thất bại, có thể hạnh phúc ngọt ngào hay nỗi đau mất mát lớn lao. Nhưng cho dù có là gì đi nữa, 2012 đã khép lại và tôi tin bạn có quyền tự hào mình đã sống một năm thật trọn vẹn.

Còn nếu chưa? 2013 chính là dành cho bạn. Tôi thích cách mà người ta suy nghĩ khi liên tưởng đến năm mới. Vì Năm Mới đồng nghĩa với sự khởi đầu mới... hoặc là bắt đầu lại từ những điều đã có. Bạn hãy hoài niệm đi và nhớ mình đã từng có những ngày tháng như vậy, niềm vui lẫn lỗi lầm như vậy để khi cánh cửa đầu tiên mở ra lúc giao thừa, hi vọng sẽ dịu dàng nảy mầm ở trong tim. Một cuốn sổ ghi chép mới, một thời khóa biểu cùng lịch trình mới, những hẹn hò và tình cảm mới là tất cả những gì mà chúng ta cần vào thời điểm này.

Người Mỹ nói "taking stocks of our lives" (hãy xây một cái kho cho cuộc đời mình) để biết cuộc đời đáng sống vì có biết bao kỉ ức trân trọng nhưng cũng nên dọn dẹp chúng cẩn thận để không bị níu giữ và đắm chìm ở đấy! Bởi tôi nghĩ hiện tại là một món quà mà tương lai lại còn là món quà hấp dẫn hơn nữa. Thế nên, đừng bao giờ ngừng làm mới bản thân dù với bất kì lí do gì. Đôi giày mới cho mùa Xuân, một thành phố chưa từng đặt chân đến, làm một công việc bạn đã mơ ước từ lâu hay đơn giản chỉ là nói những lời yêu thương vốn giấu kĩ cũng được... Hãy dám thay đổi, hãy sống trọn vẹn vì đồng hồ đã điểm rồi, khoảnh khắc này là dành cho bạn, cho một bắt đầu hoàn toàn mới đầy hứng khởi của ước mơ.

Style xin chân thành cảm ơn sự ủng hộ và đồng hành của bạn suốt một năm qua! 2013 với chúng tôi sẽ là một năm đầy hứa hẹn và nhiều đam mê, sửa chữa những sai sót cũ, hoàn thiện mình để mỗi một số báo đều làm hài lòng bạn đọc từ chất lượng nội dung đến hiệu quả hình ảnh.

Và bây giờ, hãy cùng nâng ly chúc mừng!
HAPPY NEW YEAR! HAPPY NEW YOU!



Sản xuất và phụ trách nghệ thuật: Tu Nguyen
Nhiếp Ảnh: Bronnie Quang Khue
Người mẫu: Ngoc Quyen
Trang Điểm: D.Y
Làm Tóc: Daniel Wong
Trang phục: RUNWAY
Phụ kiện: Furla, Christian Louboutin, Aldo



Marc by Marc Jacobs

Giuseppe Zanotti



Son đỏ tươi
Giorgio Armani

Marc Jacobs



Sơn móng OPI



Marc by Marc Jacobs

T I M I N G F O R C H A M P I O N S

The new Edox Chronorally Automatic is dedicated to rally drivers, true virtuosi of the tarmac and icy roads, and to all devotees of the automobile. This new sporty and masculine limited edition is created for champions and is an invaluable tool for drivers. Edox is the official timekeeper of the FIA World Rally Championship, the Dakar Rally and the Class-1 World Powerboat Championship. Edox – Timing for Champions.



EDOX

Maître Horloger - Les Genevez
depuis 1884

Information & Shops › www.edox.ch

Buy ORIGINAL EDOX from the following Authorized Retailers

Showroom & Service Ho Chi Minh: Ground Floor Continental Hotel 132-134 Dong Khoi, Tel: 08.22453886

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: 08.22101653 • 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

Fashion

December - January 2013



Roberto Cavalli


LONGCHAMP
PARIS
6 PHAN CHU TRINH STREET, HANOI - 04 3938 8432
DIAMOND PLAZA 34 LE DUAN, Q.1, TP.HCM - 08 2211 9983 - LONGCHAMP.COM

PHIÊN BẢN MỚI CỦA BẠN Là Gì?

Phan Ý Yên



"KHÔNG AI CÓ THỂ QUAY NGƯỢC THỜI GIAN VÀ LÀM LẠI TỪ ĐẦU. NHƯNG BẤT KÌ AI CŨNG CÓ THỂ BẮT ĐẦU NGAY HÔM NAY VÀ TẠO RA MỘT KẾT CỤC HOÀN TOÀN MỚI."

- Maria Robinson -



Khi tôi bắt đầu viết bài viết này, điều đầu tiên chạy ngang qua tâm trí là suy nghĩ "À, chúng ta lại ở đây rồi, vào thời điểm cuối cùng của một năm cũ." Có người vào giây phút ấy sẽ nhớ đến những chuyện đã qua như một sự hồi tưởng ngọt ngào lẫn nuối tiếc. Hay có người có thể nghĩ mình sẽ thờ ơ vô cảm, chẳng có gì đặc biệt. Có người khác chắc sẽ háo hức vui mừng. Nhưng dù lí do có là gì đi nữa, dù cứ mỗi năm một lần chúng ta đều phải đối diện với sự chuyển giao thời gian nhiều ý nghĩa này thì trong bạn, trong tôi đều mang những tình cảm thiêng liêng khó tả.

Tôi nghĩ thời gian là một quà tặng diệu kì của nhân loại. Cho đến bây giờ, vẫn có nhiều định nghĩa lẫn quan điểm triết học khác nhau liên quan đến khái niệm thời gian nhưng những gì mà con người đã nghiên cứu và phát minh ra để quản lí và sử dụng nó thì đều mang ý nghĩa quan trọng không thể phủ nhận. Tôi sẽ không đề cập đến những khía cạnh quá cao siêu mà chỉ nói đến việc chúng ta đã lựa chọn những thời điểm trong cuộc đời mình như thế nào. Bởi vào giây phút này, hãy chia sẻ cùng nhau!

Vào năm tôi mười tám tuổi, như mọi đứa trẻ vừa được trưởng thành khác, thế giới trước mặt là một bầu trời rộng lớn đầy mê hoặc. Tôi đứng trước ngưỡng cửa lựa chọn bay xa thật xa một mình hay tiếp tục ở lại trong vòng tay của người thân. Bây giờ chuyện đó hoàn toàn chẳng có gì là xa lạ hay quá to tát. Nhưng tôi nghĩ mỗi một người trong chúng ta, đều đã từng sống trong những thời điểm mang tính quyết định giống như tôi. Chúng ta đã từng lo lắng, đã từng e ngại và có thể thậm chí đã hèn nhát nhưng cuộc đời bên ngoài kia đã luôn chứng minh cho tôi, cho bạn thấy rằng nó thú vị đến nhường nào bởi những bất ngờ mà nó đã sắp đặt sẵn. Không có câu chuyện nào giống câu chuyện nào, tình huống nào giống tình huống nào. Nên đôi lúc tôi đã nghĩ, vì chần chừ và do dự nhiều quá mà chúng ta đã bỏ lỡ mất nhiều điều hay không?

Ông bà tôi là những người khá hoài niệm. Một đôi lần được đón giao thừa cùng ông bà, tôi thường nghe hai cụ kể về những chuyện xưa từ tủn mủn vặt vãnh cho đến lớn lao. Chuyện ngày xưa ông bà đã trải qua những thăng trầm gì, chuyện hồi bé tôi nghịch ra sao, chuyện mẹ tôi đã từng dám từ bỏ nghề giáo để đi học may, chuyện ngôi nhà cũ từng có cái vườn to lắm…Có lẽ người lớn tuổi sẽ thích hồi tưởng những điều đã





qua hơn người trẻ. Vì họ đã sống lâu hơn, trải nghiệm nhiều hơn và nghĩ rằng phía trước mặt mình không còn nhiều lần giao mùa nữa. Người trẻ cũng có những phút chìm vào quá khứ chứ nhưng những "chuyến du lịch ghé thăm quá khứ" của họ lại có phần không được tích cực bằng. Tại sao tôi lại nhận xét vậy? Bởi trong thực tế, chúng ta thường thấy người trẻ hay bị quá khứ của mình hay thậm chí là của người khác níu chân, bằng cách này hay cách khác để nó ảnh hưởng đến những quyết định của tương lai. Nếu quá khứ của họ nhiều điều tốt đẹp, họ sẽ dùng nó như một thước đo và so sánh với hiện tại. Nếu quá khứ chất đầy đau thương và thất bại, hiện tại lẫn tương lai trở nên thật đáng sợ. Tôi nhớ trong tiểu thuyết *Nhảy, nhảy, nhảy* của Haruki Murakami có một đoạn trích thế này: "Bất hạnh thay, đồng hồ vẫn không ngừng tích tắc và thời gian tiếp tục trôi qua. Quá khứ sẽ càng ngày càng dày thêm và tương lai thì ngắn lại. Cơ hội mỗi lúc một giảm xuống và sự tiếc nuối leo thang…" Vậy đấy, cho dù quá khứ có đang ảnh hưởng thế nào đến sự lựa chọn hiện tại của bạn thì ngày tháng vẫn đang miệt mài tiến tới, có phải không? Chúng sẽ không chờ đợi bạn một khắc nào.

Có một điều mà tôi tin rằng mình được may mắn vì với tôi cuộc đời vốn dĩ không quá phức tạp như nhiều người vẫn nghĩ hay e sợ. Mọi chuyện xảy ra đều có lí do của nó và nó xảy ra VÌ bạn chứ không phải xảy ra VỚI bạn. Nếu bạn mất đi điều này, bạn sẽ nhận được điều khác và ngược lại. Tôi biết suy nghĩ này chẳng thú vị gì mấy nhưng nếu chúng ta đều có thể chấp nhận và làm quen với nó, mọi thứ sẽ trở nên nhẹ nhàng hơn. Cuộc đời cũng công bằng nữa. Không hoàn toàn theo công thức một cộng một bằng hai nhưng luôn cân bằng ở một mức độ tương đối. Khi bạn có thể mở lòng mình, muốn thay đổi, muốn bắt đầu, luôn có những điều tốt đẹp dành riêng cho bạn.

Một đôi lần tôi cũng đã bị quá khứ và những nhân tố xấu trói chặt. Mọi thứ trước mặt trở nên thật bi quan và đầy một màu đen tối. Nhưng may thay, tôi đã kịp nhận ra nếu mình tiếp tục dấn thân vào khoảng không mù mịt ấy, mình sẽ lại càng mất phương hướng, càng đi lạc đường và vĩnh viễn không thể nào tìm ra được lối thoát nữa. Ngay cả những vùng sáng trong ngày tháng cũ cũng vậy. Hãy để hạnh phúc phía sau đẩy bạn lên cao và bay xa hơn nữa. Tôi tin rằng không có gì gọi là tuyệt vời nhất vì chắc chắn khi bạn dám mơ ước, dám thực hiện, bạn sẽ gặp được điều tuyệt vời hơn.

Một năm mới nữa lại gõ cửa. Sau những khoảnh khắc quay ngược quá khứ và có thể mỉm cười, tôi mong bạn sẽ mạnh dạn mở cửa ra và bước những bước đầu tiên lạc quan, tự tin về phía trước. Bất kì một giây phút nào trong cuộc đời, bạn cũng đều có quyền dành cho mình cơ hội để được kết thúc và bắt đầu. Nhưng nếu bạn đang băn khoăn từ rất lâu rồi thì lúc này đây, khi mọi thứ xung quanh bạn đều sẵn sàng cho một khởi đầu mới tươi trẻ và tràn đầy hi vọng, tại sao bạn không thử cho mình một cơ hội ngay tức khắc? Cảm giác hối hận và nuối tiếc là thứ cảm giác bất lực và vô cùng khó chịu. Tôi tin là bạn cũng đã không ít lần phải trải nghiệm nó. Và tôi cũng tin là trong chúng ta, không ai muốn khi đến lúc phải nhìn tương lại hẹp lại chỉ còn một đôi lần giao mùa, ngồi bên cạnh người thân và chỉ có chuyện hối tiếc để kể về cuộc đời mình. Mỗi cuộc phiêu lưu, mỗi lần lựa chọn, mỗi lần "dám" là một lần bạn sẽ nhận ra cuộc sống của mình vô cùng khác. Bạn sẽ khám phá ra những khía cạnh mới ở những người xung quanh và cả ở chính nơi con người bạn. Những vết tích lưu lại sẽ là niềm hãnh diện khôn cùng, thật đấy!

Năm 2013 sẽ là một năm rực rỡ. Tôi chúc bạn lòng dũng cảm và sự kiên cường để thay đổi mình và làm mới những điều buồn bã cũ đã qua. Đừng đợi đến khi mọi thứ sẵn sàng mới bắt đầu vì, bạn biết không, chính sự khởi đầu sẽ làm cho mọi thứ trở nên hoàn hảo.

Chúc mừng năm mới!



Buy ORIGINAL CLAUDE BERNARD from the following Authorized Retailers

Showroom & Service Ho Chi Minh: Ground Floor Continental Hotel 132-134 Dong Khoi, Tel: 08.22453886

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: 08.22101653 ● Parkson Hung Vuong Plaza, Tel: 08.22430318 ● Parkson CT Plaza, Tel: -08.22472045 - **Ha Noi:** TAN HOANG CUONG Vincom City Tower 1, Tel: 04.22200268 ● 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 ● 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

Xu hướng Sẽ Được Ứng Dụng Nhiều Nhất **Xuân Hè 2013**

Len

QUẦN SHORT BERMUDA

Những chiếc quần bằng chất liệu rũ mềm, buông rộng trên đầu gối thực sự đã làm mưa làm gió trên các sàn diễn thời trang Xuân-Hè 2013 từ New York cho đến Paris, Milan. Đây là đích thực là trang phục có thể làm "thay tâm đổi ý" các quý cô lâu nay vốn không bao giờ muốn tách mình khỏi những chiếc váy thướt tha, nữ tính và chi tiết tinh tế. Bởi ở chúng được hội tụ đầy đủ yếu tố của sự sang trọng, tiện lợi, đầy quyến rũ. Quần short bermuda của Xuân-Hè 2013 được các nhà thiết kế ưu ái dành cho những sắc màu tươi mát như pastel, xanh navy. Họa tiết thì phong phú từ kẻ sọc, floral cho đến baroque, patchwork (chắp vá). Bạn hoàn toàn có thể gửi lời chào đến những chiếc quần short ngắn ngang đùi và nghĩ đến một chiếc short bermuda cho mùa xuân này rồi đấy!

TRẮNG VÀ ĐEN

Mùa Xuân thường sẽ là mùa của những tông màu sống động, rực rỡ hoặc tươi mát. Nhưng Xuân-Hè 2013 lại là mùa mà các nhà thiết đặt nhiều điểm nhấn vào hai tông màu đối nghịch Trắng và Đen. Dễ dàng phối trang phục, không bao giờ lỗi mốt, thích hợp với nhiều độ tuổi, nhiều dáng người, nhiều hoàn cảnh nhờ vào sự tối giản mà không kém phần sang trọng. Chính vì vậy, Trắng-Đen chính là một trong những xu hướng sẽ được ứng dụng nhiều nhất Xuân-Hè 2013. Một điều đáng chú ý nữa khiến Trắng Đen không hề trở nên nhàm chán nhờ vào cách mà chúng được thể hiện ở các bộ sưu tập qua họa tiết, ngẫu hứng color block hay chất liệu sheer, ren.






Gucci


Isabel Marant


Prada


Versace


Dolce Gabbana

Proenza

Mugler

STATEMENT SUNGLASSES

Nếu bạn đột nhiên nảy sinh mong muốn mang một chi tiết đặc biệt nổi bật và độc đáo trên sàn diễn vào street style của mình thì những chiếc kính râm của Xuân-Hè 2013 chính là sự lựa chọn cho bạn. Những mẫu kính được thiết kế khiến người đối diện không thể không ngoái đầu nhìn với màu sắc sinh động, bắt mắt cùng chi tiết tỉ mỉ đồng thời cũng không kém phần sáng tạo thú vị. Chúng xuất hiện cùng các bộ sưu tập dưới nhiều hình dáng khác nhau, mỗi chiếc mang một sắc thái riêng, ngẫu hứng và đầy mê hoặc. Chỉ cần một bộ trang phục đơn giản và chiếc kính râm "khác biệt một cách sành điệu" của Xuân-Hè 2013, bạn đã có thể tự tin về phong cách của mình mùa Xuân này.

CHẤT LIỆU DA

Được sự công nhận của thời gian cũng như của các fashionista sành sỏi nhất trong giới thời trang, trang phục làm từ chất liệu da là sự lựa chọn đáng được bạn ghi vào danh sách shopping của mình cho mùa Xuân 2013. Thiết kế tối giản, màu sắc phong phú đa dạng, không đòi hỏi quá nhiều phụ kiện hay phong cách trang điểm đi kèm, trang phục chất liệu da chính là một nữ hoàng cực kì dễ chiều chuộng. Mặt khác, ví dụ như một chiếc váy da có thể đi theo bạn từ mùa Thu-Đông 2012 sang đến tận mùa Xuân năm nay mà vẫn không hề lạc lõng chút nào. Chỉ cần thay đổi một chút trong trang phục đi kèm, càng đơn giản càng hấp dẫn, bạn sẽ thấy sở hữu một thiết kế từ chất liệu da là một sự sở hữu thông minh và thời thượng.


Barbara Bui


Derek Lam

HỌA TIẾT ĐÍNH CƯỜM

Sau cơn lốc họa tiết thêu, lông thú và các chi tiết cầu kì nơi cổ áo mùa Thu-Đông 2012, sàn diễn Xuân-Hè 2013 là bữa tiệc giản dị hơn nhưng vẫn không kém phần lấp lánh. Có thể nhìn thấy rõ sức ảnh hưởng của hoa văn từ nhiều vùng văn hóa như Nga, Ấn Độ, Trung Đông ngập tràn sàn diễn. Sự rực rỡ sang trọng nhưng cũng không kém phần tinh tế, phô diễn kĩ thuật, óc thẩm mỹ cùng khả năng sáng tạo của các nhà thiết kế được thể hiện rõ thông qua cách gắn kết họa tiết đính cườm vào những chiếc váy tiệc đêm lộng lẫy. Quả vậy, vào mùa Xuân này, bạn hoàn toàn có thể cất đi những chiếc váy sequin- nàng công chúa của khá nhiều mùa trước- để tự tin khoác lên mình trang phục mang cơn gió mới xinh đẹp dịu dàng.

Helmut Lang

Helmut Lang

Altuzarra

Elie Saab

Tory Burch

Roberto Cavalli

Marchesa

Oscar De La Renta

Giorgio Armani

SHORT SUITS

Nếu bạn phải chọn mua một thứ duy nhất mùa Xuân 2013, hãy nghĩ đến những bộ short suits. Hơn bao giờ hết, "cặp đôi" hiện thân cho phong cách thoải mái, sành điệu, lịch lãm mà vẫn không kém phần hấp dẫn này đã thực sự chiếm lĩnh sàn diễn Xuân-Hè 2013. Những nhà phân tích thời trang và các fashionista thế giới gọi short suits là biểu tượng của tinh thần "guy hot" bởi sự kết hợp của chiếc quần short khoe đôi chân dài và áo vest nam phóng khoáng, linh hoạt đã thỏa mãn được nhu cầu trông mạnh mẽ mà vẫn không mất đi sự quyến rũ nữ tính. Cho dù là đến văn phòng, dạo phố hay thậm chí xuất hiện ở các buổi tiệc đêm, short suits hoàn toàn có thể trở thành người bạn đồng hành đáng tin cậy cho bạn.

calvinklein.com watches

ck Calvin Klein Watch & Jewelry at

HO CHI MINH: Sun Wah Tower - 38219279 | Vincom Center - 39369770 | Saigon Tax Center - 38213231 | Maxi Mark 3/2 - 39290322 | PNJ Ben Thanh - 38247311 | PNJ An Dong - 38302399 | PNJ Phu Nhuan - 39900489 | PNJ Go Vap - 38954597 | Thien Son Plaza – 54110122
HA NOI: Pico Mall - 62575666 | Vincom Center – 22200268 | Savico Megamall – 62550099
DA NANG CITY: Big C Vinh Trung Plaza - 3666066 | PNJ Hung Vuong - 3812618

Exclusive Distributor: TOPTEN Ltd. - Tel: (84-8) 3820 3204 - www.toptenco.com.vn




DKNY


Charlotte Ronson


Richard Chai


Rag Bone


Victoria Beckham

VÁY THỂ THAO

Những chiếc váy thể thao của Xuân-Hè 2013 được nhận diện ở đường cắt chữ A và phần vai khoét hơi sâu vào trong, để lộ phần cánh tay dài khỏe mạnh săn chắc của người mặc. Tại sao chúng lại được chọn vào danh sách những xu hướng sẽ được ứng dụng nhiều nhất 2013? Bởi không có gì mang lại sự đáng yêu nữ tính, năng động và thoải mái bằng một chiếc váy thể thao. Bạn có thể dễ dàng kết hợp chúng với giày đế xuồng, giày sandals, giày cao gót hay thậm chí là những đôi giày thể thao canvas bụi phủi. Màu sắc của kiểu váy này cũng vô cùng đa dạng. Bạn hoàn toàn thoải mái lựa chọn từ các tông màu cổ điển an toàn như đen, trắng, xám cho đến rực rỡ ngọt ngào sống động như xanh lá, đỏ cam, xanh hoàng gia. Chắc chắn, váy thể thao sẽ luôn là kiểu trang phục thịnh hành mùa Xuân này.

GIÀY ĐẾ THẤP

Những đôi giày quyến rũ mũi nhọn của thập niên 90 đã quay trở lại. Nhưng là một sự trở lại đầy tươi mới, mạnh mẽ phá cách cũng như sáng tạo bất ngờ với dây buộc ở cổ chân, gót hình trụ hay mũi kim loại. Chúng ta vẫn có thể tìm thấy những đôi pump cao ngất ngưởng trên sàn diễn nhưng chúng hầu hết là để dành riêng cho các buổi tiệc đêm. Còn ban ngày, dưới ánh nắng chan hòa và gió nhẹ của mùa Xuân thì sao? Chính là những đôi giày phẳng hay đế thấp này đây. Đi cùng với các xu hướng nổi bật khác của mùa như quần rộng bermuda hay short suits và thậm chí là cả váy thể thao, không gì có thể thích hợp hơn làn gió của những năm 90 ở ngay dưới chân bạn. Chất liệu của chúng cũng vô cùng phong phú, từ da thuộc, da rắn cho đến phủ ren, ánh kim. Chắc chắn bạn sẽ không phải thất vọng khi sở hữu một đôi giày đế thấp kiểu 90s trong tủ đồ của mình mùa Xuân này.


Derek Lam Shoes


Marc Jacobs

Marchesa Shoes


Peter Som

ZRC

BRACELETS

French Fashion for Watches



Création Zuccolo Rochet & C° - France

www.zrcbracelets.com

TOPTEN

NHÀ PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN

www.toptenco.com.vn

DÂY ĐEO ĐỒNG HỒ ZRC CHÍNH HÃNG CỦA PHÁP CÓ BÁN TẠI:

- Tầng trệt, Sun Wah Tower, 115 Nguyễn Huệ, Q1, TP.HCM – Tel: 3821 9279
- Thương Xá TAX, 135 Nguyễn Huệ, Q1, TP.HCM – Tel: 3821 3231
- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, TP.HCM – Tel: 3936 9770
- Big C Đà Nẵng, 225-227 Hùng Vương, TP Đà Nẵng – Tel: 366 6066
- Big C Thăng Long, 222 Trần Duy Hưng, Q.CG, Hà Nội – Tel: 3783 2301
- Savico Mall, 7-9 Nguyễn Văn Linh, Q.LB, Hà Nội – Tel: 6255 0099
- Pico Mall, 229 Tây Sơn, Q.ĐĐ, Hà Nội – Tel: 6257 5666
- Vincom Center, 191 Bà Triệu, Q.HBT, Hà Nội – Tel: 2220 0268
- Duy Anh Watch, 212 Phố Huế, Q.HK, Hà Nội – Tel: 2214 8386

STYLE.1

THÁNG



Lanvin



3.1 Phillip Lim







Moschino Cheap and Chic

Antonio Berardi

Mason by Michelle Mason



DKNY

Victoria Beckham Denim



Kenzo



Christian Louboutin



Maison Martin Margiela

STYLE 34

20 Sản phẩm "HOT"



Ray-Ban



Kenzo



Mason by Michelle Mason



MICHAEL Michael Kors



Versace



Etro



Valentino



Giuseppe Zanotti

Wishlist cho năm mới

TRONG SỐ NHỮNG MỤC TIÊU ĐỀ RA CHO NĂM MỚI, BẠN CŨNG ĐỪNG QUÊN "MAKE-OVER" LẠI TỦ QUẦN ÁO CỦA MÌNH VỚI NHỮNG SẢN PHẨM ĐANG ĐƯỢC YÊU THÍCH NHẤT HIỆN NAY.

8 Xu Hướng Thời Trang Nam Được Ứng Dụng Nhất 2013

Hoàng Tú Anh

TUẦN LỄ THỜI TRANG NAM XUÂN HÈ 2013 TRÊN SÀN DIỄN THẾ GIỚI ĐÃ MANG ĐẾN MỘT CƠN LỐC PHONG CÁCH TINH TẾ LẪN TÁO BẠO: TỪ HOẠT TIẾT CAMOUFLAGE, FLORAL, BIẾN THỂ CỦA KẺ SỌC ĐẾN NHỮNG BỘ SUITS TRONG SẮC XANH NAVY HAY SỰ PHỐI HỢP MÀU TƯƠNG PHẢN TỚI NHỨC MẮT. CÁC NHÀ THIẾT KẾ TÀI NĂNG LUÔN TẠO RA SỰ ĐỘC ĐÁO ĐẬM CHẤT CÁ NHÂN CHO MỖI BỘ SƯU TẬP CỦA MÌNH. TUY NHIÊN HỌ VẪN TẬP TRUNG TRÊN NHỮNG CHỦ ĐỀ VÀ ĐIỂM NHẤN CHUNG, HÌNH THÀNH NÊN ĐẶC TRƯNG RIÊNG CHO TỪNG MÙA. STYLE SẼ GIỚI THIỆU VỚI BẠN TÁM XU HƯỚNG HỨA HẸN SẼ ĐƯỢC ỨNG DỤNG NHIỀU NHẤT TRONG NĂM 2013


Kenzo

Dries van Noten

Belstaff


Louis Vuitton


Burberry


Dries Van Noten

BIKER JACKET

Biker jacket cổ điển với những cúp cắt vừa vặn, nam tính luôn là nguồn cảm hứng bất tận của các nhà thiết kế thời trang dành cho phái mạnh. Nằm giữa vòng xoay của thời trang, chiếc áo khoác biker chưa bao giờ mất đi vị trí của mình trong tủ áo nam giới. Trong bộ sưu tập Xuân Hè 2013, mẫu áo khoác này lại tiếp tục được biến hóa trên sàn diễn của *Kenzo* với dây kéo trên tay áo, đường viền cổ khác màu và dáng áo rộng rãi không chút gò bó. Trong khi đó, thiết kế của *Paul Smith* nổi bật với dây kéo và túi áo đôi (double zips và double pockets) trên một dáng áo vừa vặn hơn. Dưới bàn tay phù phép của các nhà thiết kế, chiếc áo khoác gắn liền với hình ảnh *James Dean* phong trần trở lạivới sắc nóng mạnh mẽ, đen truyền thống, màu đất ấm nồng hay pastel nhẹ nhàng; nhưng không hề làm vơi đi khí chất đàn ông nổi loạn đặc trưng của mình.

PHONG CÁCH THỂ THAO

Thật khó bỏ qua sự ảnh hưởng của đường nét khỏe khoắn trên trang phục thể thao của các vận động viên *Olympic, NBA và NFL* lên các bô sưu tập xuân hè 2013. Các nhà tạo mẫu đã lấy cảm hứng từ các chi tiết trên chiếc áo khoác thể thao, bóng bầu dục, và những chiếc quần chạy bộ để tạo ra điểm nhấn ấn tượng cho các thiết kế của mình. Cách phối màu mang tính đối lập cao cộng hưởng với dáng áo quần và những đường cắt đẩy góc cạnh tôn nên sự nam tính và năng động cho người mặc. Hơn thế nữa, sự thoải mái, sành điệu và dễ kết hợp làm cho các thiết kế mang chất thể thao trở thành một nhân tố không thể thiếu trong tủ đồ của đấng mày râu.

Costume National Homme

Ann Demeulemeester

Paul gautier

QUẦN ỐNG ĐỨNG

Những chiếc quần sọc dọc giúp kéo thêm chiều dài đôi chân người mặc, xuất hiện đều đặn trên sàn diễn mùa này. *Costume National Homme* và *Ann Demeulemeester Men* cùng yêu chuộng những chiếc quần sọc trắng đen loose fit đầy kịch tính. Trong khi đó, nhà thiết kế tài ba *Jean Paul Gautier* lại hướng tới đường cắt straight-legged thanh lịch. Bên cạnh sọc trắng đen truyền thống, quần ống đứng còn được thiết kế với sự phối hợp hài hòa giữa sắc thái khác nhau trong cùng một tông màu như xám, xanh dương, đỏ hay cam đất. Quần ống đứng là sự lựa chọn hoàn hảo để tạo nên cá tính riêng cho người mặc. Chúng dễ dàng kết hợp với *biker jacket*, sơ mi hoặc áo phông đơn giản và tạo ra nhiều hiệu ứng thú vị

Salvatore Ferragamo

PHONG CÁCH QUÂN ĐỘI

Dường như những bộ đồng phục quân đội chưa bao giờ vơi tầm ảnh hưởng của mình lên thời trang quốc tế. Hoạ tiết camouflage và tông màu ô liu nam tính, đậm chất bộ binh đang dần chiếm lĩnh thời trang Xuân Hè 2013. Mô típ quân đội thể hiện rõ ràng nhất trong bộ sưu tập của *Dries Van Noten* và Valentino, trên áo khoác, quần dài, áo thun, túi xách và cả đế những đôi sandal bằng da sành điệu. Xu hướng quân đội mùa này xoay quanh dáng ôm vừa vặn hơn của những chiếc áo khoác, họa tiết camouflage trên những bộ jumpsuits, và sự kết hợp giữa sắc màu nổi bật khác và màu olive. Chính vì sự thay đổi mới mẻ này, nam giới có nhiều lựa chọn khi ứng dụng xu hướng này tạo ra nét riêng biệt phù hợp với cá tính của mình.

Dries van Noten

Burberry Prorsum

Comme Des Garcons

Belstaff

● Fashion Trend **SS 2013**



Belstaff



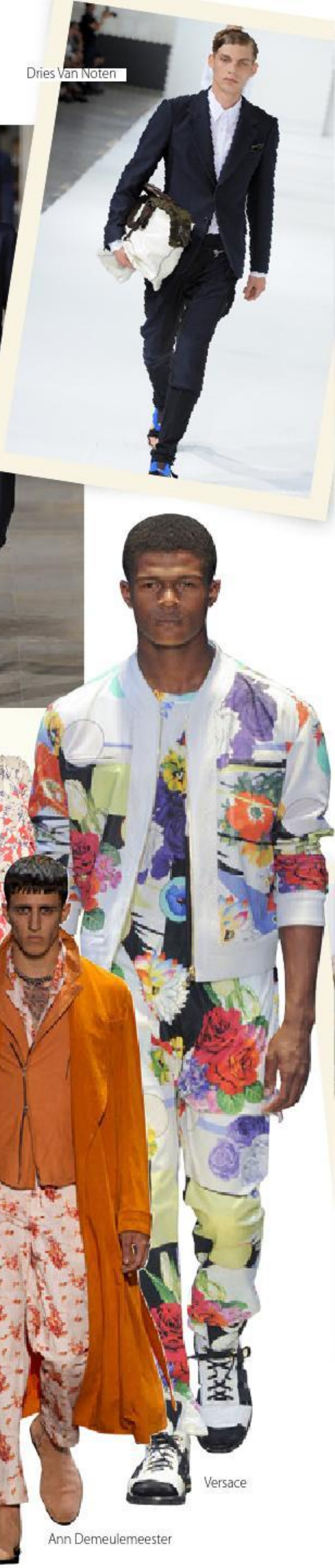
Hermès



Louis Vuitton

Hermès





Dries Van Noten

Marc Jacobs

Versace

Ann Demeulemeester

NAVY IS THE NEW BLACK

Màu đen truyền thống đang phải nhường ngôi cho màu xanh navy trong các bộ sưu tập Xuân Hè 2013. Những hãng thời trang hàng đầu như *Hermès, Dior Homme* và *Louis Vuitton* đều chọn xanh navy làm màu sắc chủ đạo cho nhiều thiết kế của mình. Sắc xanh của màn đêm hoàn thiện những bộ suits với tất cả ý nghĩa mà chúng được tao ra: sang trọng, cổ điển và tinh tế. Không chỉ là những bộ suit đứng đắn, navy cũng được dùng trong nhiều mẫu quần áo thông dụng khác. Tùy tính cách mà có thể kết hợp màu navy cùng tông mang đến sự hài hòa thanh lịch; hay kết hợp với các màu đối lập như đỏ, đen và trắng để tạo được điểm nhấn đặc biệt cho người mặc. Xanh navy chưa bao giờ nhàm chán và chắc chắn sẽ là một trong những xu hướng mạnh mẽ nhất Xuân Hè 2013.

HỌA TIẾT IN HOA

Mùa xuân hè là dịp cho các họa tiết in hoa trở lại trên sàn diễn thời trang quốc tế. *Gucci, 3.1 Phillip Lim, Ann Demeulemeester* và *Marc Jacobs* đều chọn hoa lá làm điểm nhấn cho bộ sưu tập của mình. Những chiếc áo hoa và quần hoa sáng màu dành cho phái mạnh luôn hút mọi tia nhìn. Nhưng điều quan trọng là làm sao để những mẫu thiết kế này không làm mất đi vẻ nam tính của người mặc. Nhà thiết kế gốc Bỉ *Ann Demeulemeester* đã xử lý tài tình bằng cách kết hợp những chiếc quần hoa màu cam đất với áo khoác đen bụi bặm tạo nên hình ảnh của một kẻ lang thang trái tim nghệ sĩ. Trong khi đó, *Phillip Lim* lại chọn chiếc áo phông nam tính trắng thùng thình đơn giản để kết hợp với quần hoa loose fit bất cẩn nhưng vẫn rất sành điệu. Những biến hóa trong các mẫu thiết kế Xuân Hè 2013 làm đẩy lùi sự ngập ngừng của phái mạnh khi ứng dụng họa tiết in hoa.

Paul Smith

Salvatore Ferragamo

Jean Paul Gaultier

Moschino

Pringle Of Scotland

Corneliani

Hackett London

Louis Vuitton

NHỮNG GAM MÀU CƠ BẢN

Gây ấn tượng mạnh nhất trong các bộ sưu tập Xuân Hè 2013 là sự lên ngôi của những sắc màu cơ bản. *Moschino, Burberry Prorsum, Jean Paul Gaultier, Salvatore Ferragamo* và nhiều nhà thiết kế khác đã không cưỡng lại lực hút của vàng, đỏ, xanh dương. Tín đồ thời trang thế giới khó có thể bỏ qua sự phối hợp vàng - đỏ trong bộ sưu tập của *Moschino* và *Jean Paul Gaultier*, áo sơ mi đỏ của *Dior Homme* hay overcoat xanh biếc của *Salvatore Farragamo*. Xuân Hè 2013 là sự lên ngôi đầy bứt phá của những sắc màu mạnh mẽ như trong tranh của danh họa *Van Gogh*, sau một thời gian dài thống trị của pastel. Điều thú vị của bảng màu cơ bản mới này chính là sự kết hợp phong phú của chúng với tất cả các màu còn lại. Dù có phối hợp giữa màu nguyên gốc bậc một và màu hai thành phần trực nhánh (đỏ - hồng) hoặc khác nhánh (xanh dương –cam), các thiết kế với màu sắc cơ bản luôn gây được nhiều chú ý cho người mặc.

SỰ TRỞ LẠI CỦA GATSBY

Sàn diễn thời trang quốc tế trong Xuân Hè 2013 chào đón sự trở lại của bộ vest quý ông mang hơi thở thập niên 20. Phong cách lịch lãm của nhân vật *Jay Gatsby* trong tiểu thuyết lừng danh " *Gatsby vĩ đại*" của tác giả *F. Scott Fitzgerald* không chỉ được tái hiện qua màn ảnh mà còn trên cả sàn diễn châu Âu năm nay. Phong cách *Gatsby* hứa hẹn làm chao đảo tủ quần áo của nam giới. Các tín đồ thời trang sẽ chìm đắm trong sự thanh lịch tuyệt đối của những hàng nút đôi (*double breasted*), chiếc quần lưng cao với nếp xếp li đứng đắn, những chiếc áo sơ mi *monogram*, đôi giày lười với chùm *tasseled*, và những chiếc khăn vuông bé nhỏ nơi ngực áo (pocket scarf).

● Fashion - **Mix & Match**



Xem địa chỉ mua sắm trang 193

SHOPPING THU ĐÔNG



Những món đồ tiệc tùng với gam đỏ rực rỡ và gam xanh dịu dàng sẽ mang đến cho bạn một Giáng Sinh rộn ràng và cũng đầy khác lạ.

● Fashion - **Mix & Match**

42 STYLE



Accessorize



Closet





Uniqlo



Guy Laroche



NAF NAF





NAF NAF



Karen-Millen

River island

Ninewest



Topshop



Zara

STREET FASHION

Xem địa chỉ mua sắm trang 193

Converse

Top Shop

J.Crew

F21

Nike

Adidas

Street Fashion

Váy ngắn trong mùa Thu Đông – một ý tưởng tuyệt hảo cho đôi chân thanh mảnh và những khả năng mix đồ vô tận.

Asos

H&M

Nine west

Bcbg Max Azria

MSGM

Nine west

Top Shop

ĐIỂM NHẤN

Kết hợp màu không bao giờ là việc dễ dàng. Luôn luôn bắt đầu từ một điểm nhấn màu sắc mà bạn ưa thích, rồi bắt đầu xây dựng các gam màu khác xung quanh nó để tạo ra một tổng thể hoàn chỉnh. Chúng tôi có một số gợi ý dành cho bạn.



Jil Sander

Anthropologie



J.Crew

Nicholas Kirkwood



Stella McCartney



MSGM



MIX & MATCH



MSGM

Miu Miu





DKNY



FASHION

Xem địa chỉ mua sắm trang 193

Michael Michael Kors

Miu Miu

RED Valentino



Marc by Marc Jacobs









Helmut Lang'



J.Crew



Brian Atwood



Marc by Marc Jacobs

Marc by Marc Jacobs



Prada

Marni





Yves Saint Laurent



RED Valentino





Jimmy Choo



Yves Saint Laurent

● Fashion - **Mix & Match**

7 FOR ALL MANKIND





Marc by Marc Jacobs



Burberry London

Polo Ralph Lauren





Marc by Marc Jacobs



Marc by Marc Jacobs



Mulberry



Calvin Klein



Calvin Klein



Dolce & Gabbana

Polo Ralph Lauren





Dunhill



Burberry



Dior Homme



Salvatore Ferragamo



Yves Saint Laurent

FASHION MIX&MATCH

Xem địa chỉ mua sắm trang 193





PS by Paul Smith



Levis Made & Crafted

Burberry Prosum





Bottega Veneta



Tom Ford





D&G





McQ Alexander McQueen





Just Cavalli



Maison Martin Margiela



Calvin-Klein

● Fashion **Style's Collection**

BE YOUR OWN PAINTER

Cuộc sống là một bản màu đa sắc. Bạn sẽ chọn màu gì cho ngày hôm nay?

Sản xuất và phụ trách nghệ thuật: Tu Nguyen
Nhiếp Ảnh: Bronnie Quang Khue
Người mẫu: Ngoc Quyen
Trang Điểm: D.Y
Làm Tóc: Daniel Wong
Trang phục: RUNWAY
Phụ kiện: Furla, Christian Louboutin, Aldo



- Fashion **Style's Collection**





● Fashion **Style's Collection**





- Fashion **Style's Collection**



● Fashion **Style's Collection**





● Fashion **Style's Collection**







Stella Mc Cartney show



Stella McCartney

Stella McCartney — Niềm tự hào nước Anh

Ngô Phương Thơ

2012 LÀ MỘT NĂM TUYỆT VỜI CỦA STELLA MCCARTNEY KHI CÔ TRỞ THÀNH NHÀ THIẾT KẾ CHO TOÀN BỘ TRANG PHỤC BIỂU DIỄN TẠI OLYMPIC LONDON 2012 VÀ CŨNG LÀ NGƯỜI ĐƯỢC VINH DANH NHÀ THIẾT KẾ CỦA NĂM CÙNG THƯƠNG HIỆU THỜI TRANG CỦA NĂM.

Stella McCartney, với người cha nổi tiếng của ban nhạc huyền thoại *Beatles – Paul McCartney*, tưởng chừng như sẽ có một thảm đỏ trải đầy hoa hồng trên mỗi bước đường sự nghiệp, nhưng như bao nhà thiết kế khác, Stella cũng từng mắc sai lầm, chịu sự chỉ trích của giới phê bình, và đối diện với những thử thách chông gai, trước khi đạt tới vị trí thành công ngày hôm nay.

CON ĐƯỜNG ĐẾN VỚI THỜI TRANG

Ngay từ nhỏ Stella đã được tiếp xúc với thời trang cao cấp và bộc lộ niềm đam mê bất tận. Đến năm 13 tuổi, Stella bắt đầu tự may quần áo cho mình. Ba năm sau, cô được nhận vào thực tập với NTK tài năng *Christian Lacroix* và sau đó theo học và tốt nghiệp *Central Saint Martins*, ngôi trường hàng đầu thế giới về thời trang. Bài tốt nghiệp của Stella McCartney được trình diễn bởi



Stella McCartney và bố Paul Mccartney



British Fashion Award



Stella Xuân - Hè 2013





Stella Mc Cartney và Twiggy



Stella Mc Cartney show



British Olympic by SmC



British Olympic by SmC

những người bạn thân thiết của cô như *Kate Moss, Yasmin Le Bon, Naomi Campbell* và đã nhận được những sự ủng hộ ban đầu từ phía các nhà phê bình. Bộ sưu tập này sau đó nhanh chóng được *boutique Tokio* tại *London* cũng như được một số trung tâm mua sắm lớn như *Browns, Bergdorf Goodman, Joseph* và *Neiman Marcus* đặt mua.

Vào năm 1997, Stella được mời vào vị trí NTK chính cho thương hiệu *Chloé*, kế nhiệm cho "huyền thoại" *Karl Lagerfeld*. Trước quyết định bổ nhiệm này của hãng, Karl đã không ngần ngại bày tỏ sự nghi ngờ: "Chloé cần một tên tuổi lớn, nhưng họ đang dùng một tên tuổi lớn trong âm nhạc chứ không phải thời trang." Giống như Karl, nhiều người cũng đã đặt giả thuyết rằng *Mounir Moufarrige*, người mời Stella về *Chloé* lúc bấy giờ, đã tính toán đến việc tên họ nổi tiếng của Stella sẽ có lợi như thế nào. Mounir cũng là người nhiều năm sau đã bổ nhiệm *Lindsay Lohan* vào vị trí "cố vấn nghệ thuật" cho Ungaro và tạo ra một thảm họa chưa từng có cho thương hiệu này. Nhưng, với Stella McCartney thì Mounir đã có một lựa chọn đúng đắn. Trong 4 năm với vị trí nhà thiết kế chính, Stella đã dần đưa *Chloé* trở thành một trong những thương hiệu được yêu thích nhất tại Paris.

BƯỚC KHỞI ĐẦU GIAN NAN

Năm 2001, Stella McCartney quyết định quay lại *London* thành lập thương hiệu riêng với sự hậu thuẫn của PPR (tập đoàn xa xỉ phẩm sở hữu *Gucci, Yves Saint Laurent…*) bất chấp sự nghi ngờ của ban giám đốc tại *Chloé* rằng Stella sẽ thất bại vì từ trước tới nay chưa có NTK nữ người Anh nào thành công trên đất nước Anh cả. Sự nghi ngờ ấy đúng là có cơ sở khi BST đầu tiên của cô, tuy có rất nhiều tên tuổi lớn đến tham dự nhưng lại không nhận được sự phản hồi tốt của giới phê bình. Các mẫu thiết kế được đưa ra trình diễn trong BST này thậm chí còn được miêu tả bằng từ ngữ không mấy đẹp đẽ như "thảm hoạ", "rẻ tiền".

Cũng trong năm 2001, cái tên Stella McCartney lại xuất hiện trong một danh sách không được trông chờ khác là *Danh sách Ăn mặc xấu nhất*



Gwyneth Paltrow Grammy Award trong thiết kế của Stella McCartney



Kate Hudson 2001



Kate Moss tại Stella McCartney Special Presentation London Fashion Week (18.02.2012)

với bộ váy dành cho *Kate Hudson* tại lễ trao giải Oscar năm 2001. Hiếm có trường hợp nào bộ váy do chính NTK lựa chọn và cắt may riêng cho một ngôi sao trên thảm đỏ lại nhanh chóng được cho vào *Danh sách Ăn mặc xấu nhất* như trường hợp này của *Kate Hudson*. Chuyện này vẫn được nhắc lại như một câu chuyện đùa với Stella sau khi cô đạt được thành công ngày hôm nay.

PHONG CÁCH MANG TÊN STELLA MCCARTNEY

Cuối cùng, với tầm nhìn và tính cách mạnh mẽ, các thiết kế của Stella dần dần chiếm được cảm tình của giới thời trang. Stella McCartney là một NTK đặc biệt, không chỉ từ cái tên, mà còn từ phong cách làm việc và phong cách thiết kế. Trong thế giới ngập tràn tín đồ của các loại chất liệu da, Stella McCartney là thương hiệu duy nhất hoàn toàn không sử dụng da thật hay lông thú cho phụ kiện của mình. Là một người ăn chay và ủng hộ động vật, Stella xác định rất rõ con đường của mình ngay từ đầu nên các mẫu thiết kế của cô không vì thế mà giảm giá trị, ngược lại còn rất được yêu thích như dòng túi *Falabella* với đường dây xích viền quanh ra mắt năm 2011.

Giữ vai trò người mẹ của bốn đứa con nhỏ, Stella ngập chìm trong công việc nhưng cô luôn đề cao tầm quan trọng của việc cân bằng giữa cuộc sống và sự nghiệp. Văn phòng của cô trở thành một nơi làm việc lý tưởng dành cho các bà mẹ khi thời gian làm việc được phân bổ rất linh động và tổ chức hợp lí để tất cả đều có thể rời khỏi văn phòng sau 6:30 tối.

Những thiết kế mang thương hiệu Stella McCartney cũng phản ánh phong cách sống này của cô. Quần áo của Stella không hẳn là một sự đột phá mới về thiết kế mà chỉ đơn giản là việc đẩy một xu hướng nhất định theo phong cách riêng. Nếu nói về việc sáng tạo mang tính chất khai phá thì thời trang của Stella McCartney không có gì nổi bật, nhưng khi đánh giá đến đường cắt hay kỹ thuật của từng mẫu thiết kế với phong cách thanh lịch nữ tính mà vẫn mang nét cá tính riêng thì không phải ai cũng có thể đạt được những gì Stella đã làm với thương hiệu của mình. Thiết kế của Stella dành cho những người phụ nữ hiện đại, bận rộn, không cần tốn quá nhiều thời gian cho việc chọn trang phục nhưng vẫn có dấu ấn nhất định.

THÀNH CÔNG HIỆN TẠI

Năm 2012 được cho là năm của Stella McCartney khi cô đạt được rất nhiều cột mốc quan trọng. Đầu tiên là việc thiết kế trang phục cho đội tuyển *Olympic* của Anh, tiếp đó là việc dòng sản phẩm thiết kế riêng cho Adidas của Stella đã đủ mạnh để được đặt trong cửa hàng riêng.



Kate Winslet trong thiết kế của Stella Mc Cartney



Naomi Watts trong thiết kế của Stella McCartney

Đây là lần đầu tiên trong lịch sử, một NTK hàng đầu được chọn để thiết kế tất cả các loại trang phục cho đội tuyển quốc gia Anh mặc trong toàn bộ thời gian của Thế vận hội, bao gồm 590 trang phục dành cho việc thi đấu, tập luyện, lễ đăng quang nhận huân chương.

Cái tên Stella McCartney cũng trở thành thương hiệu thời trang được tìm kiếm nhiều nhất trên Google trong danh sách *Google Zeitgeist*. Và quan trọng hơn cả, Stella McCarney đã giành giải thưởng "kép" dành cho Nhà thiết kế của năm và Thương hiệu của năm tại lễ trao giải *Giải thưởng thời trang Anh Quốc*. Từ "cái bóng" của người cha huyền thoại, đến những vấp ngã ban đầu, Stella dần dần đã tạo ra một hình ảnh mới cho bản thân mình – hình tượng của phụ nữ thế kỷ mới – năng động, tự tin, quyết đoán, luôn có ý thức và trách nhiệm với cuộc sống xung quanh. Stella đã thực sự trở thành một niềm tự hào mới của thời trang và con người Anh Quốc.



Stella Spring Summer 2013

Thay DNA hay Vũ Điệu Mới Của Các Thương Hiệu

Len

TRONG KHI MỘT SỐ NGƯỜI TIN VÀO NGÀY TẬN THẾ THEO LỊCH CỦA NGƯỜI MAYA CỔ THÌ CÁC TÍN ĐỒ TRUNG THÀNH CỦA THỜI TRANG, VỚI HI VỌNG VỀ NHỮNG SỰ KHỞI ĐẦU MỚI, ĐANG HỒI HỘP DÕI THEO NHẤT CỬ NHẤT ĐỘNG, HẾT QUYẾT ĐỊNH THAY ĐỔI NÀY ĐẾN QUYẾT ĐỊNH THAY ĐỔI KHÁC TỪ NHỮNG THƯƠNG HIỆU NỔI TIẾNG CHÂU ÂU.

Christopher Kane SS2013



Raf Simons

Agyness Deyn cho Doc Martens

KHI VƯƠNG QUYỀN ĐỔI CHỦ

2012 khẳng định là một năm đầy biến đổi. Mở đầu bằng việc hai thương hiệu có bề dày lịch sử, uy tín nhất nước Pháp – *Yves Saint Laurent* cùng *Christian Dior*- chào đón và đặt danh tiếng của mình vào tay những nhà thiết kế mới. *Jil Sander* trở lại vị trí chỉ huy, củng cố tên tuổi sau tám năm vắng bóng. *Balenciaga* trao quyền trượng vị trị Giám đốc sáng tạo vào tay *Alexander Wang* khi *Nicolas Ghesquière* quyết định ra đi. Những cuộc đổi ngôi địa chấn thực sự như một ngọn núi lửa phun trào bắt đầu từ Tuần lễ thời trang Milan hồi tháng Hai khi *Raf Simons* sang nhà *Dior*, *YSL* chính thức tuyên bố "gã điên" *Hedi Slimane* trở lại cùng chất "phiêu" đầy ma lực, gây phấn khích cho sự chờ đợi của giới hâm mộ thẩm mỹ sáng tạo trong khi *Stefano Pilati*- người hùng một thời của *YSL* lại dừng chân tại thương hiệu nổi tiếng về trang phục dành cho nam giới *Ermenegildo Zegna*.









Hedi Slimane



Alexander Wang

Các thương hiệu nhỏ hơn cũng chịu ảnh hưởng của làn sóng "thay máu". *Sonia Rykiel* chiêu mộ "nhân tài tiềm ẩn" *Geraldo da Conceicao* từ *Louis Vuitton*, *Christopher Kane* tạm biệt *Versus, Azzaro* ngừng hợp tác với *Mathilde Castello Branco* sau hai mùa.

Bản giao hưởng của 2012 không chỉ có thế bởi nỗ lực mà các thương hiệu mang đến cho thần dân của mình cũng thật ấn tượng. Nếu nhà *Dior* ưu ái người "cầm cương mới" bằng buổi biểu diễn công phu trong ngôi nhà được trang trí kín tường với hoa tươi thương hạng thì sân khấu tại *Grand Palais* với 13 cái tua bin khổng lồ quay đều của *Chanel* thật không kém phần hoành tráng. Hay như *Marc Jacobs* mang đến cảm giác thật mới lạ khi khán giả được chiêm ngưỡng người mẫu mặc thiết kế của *Louis Vuitton* xuất hiện đều đặn từng nhịp ở hai làn thang cuốn giữa sảnh lớn.

Alberta Ferretti và Emma Watson



Saint Laurent



Dior Couture

HIGH FASHION VÀ STREET BRAND

Nền công nghiệp thời trang đã có những bước thay đổi không ngừng theo nhịp chuyển biến của thế giới. Bởi khách hàng của các thương hiệu không còn giữ thói quen mua sắm như trước kia. Họ trở nên khắt khe và liên tục đòi hỏi những nguồn cảm hứng mới, sự hứng khởi mới, kích thích mới. Chính vì vậy mà không một thương hiệu nào còn có thể dậm chân tại chỗ, mặc kệ guồng quay chung được nữa. Nếu nói các thương hiệu đến tận 2012 mới bắt đầu rục rịch làm mới mình thì hoàn toàn không đúng. Bởi kể từ năm 2004, khi bộ sưu tập đầu tiên của *H&M* và *Karl Lagerfeld* ra mắt, nó đã mở đầu cho làn sóng hợp tác giữa thời trang cao cấp và các nhãn hiệu bình dân. Tiếp đó, kéo dài trong nhiều mùa liền là *Stella McCartney* cho *H&M, Viktor&Rolf* cho H&M, *Lanvin* cho *H&M*, *Versace* cho *H&M*…Các thương hiệu khác như *Topshop*, *Target, Payless, Macy's* cũng không để mình bỏ qua cơ hội tuyệt vời chuyển mình. Tuy có nhiều ý kiến trái chiều trước hình thức kinh doanh mới mẻ này nhưng không thể phủ định được sức nóng mà nó mang lại. Hiển nhiên, các nhãn hàng bình dân là người được lợi nhiều hơn cả nhưng cũng không thể không thừa nhận danh tiếng và tên tuổi của các thương hiệu cao cấp đã chạm tay vào nhận thức của tầng lớp trẻ hơn, chứng minh rằng *high fashion* không phải là cái danh hão với bảng giá cao ngất ngưởng mà chính là kĩ thuật và công việc sáng tạo chân chính. Làn sóng này vẫn không có dấu hiệu hạ nhiệt khi hiệu ứng của nó khiến tất cả các BST ra mắt cháy hàng bất chấp sự phản đối cho rằng "hạ thấp giá trị của thời trang cao cấp". Có tin đồn *Karl* và *Stella* bỏ túi hàng triệu đô la cho lần hợp tác với *H&M* và doanh thu mà hãng này thu về là con số đáng mơ ước. Dẫu sao đi nữa, thời trang cũng là một ngành công nghiệp với mục tiêu hái ra tiền, thế nên giá trị lợi nhuận luôn luôn là yếu tố được đặt lên hàng đầu.



Chanel Spring 2013 Show

Marni For Hm



Louis Vuitton Spring 2013
Fashion Show

THƯƠNG HIỆU VÀ CHIÊU BÀI NGÔI SAO

Việc sử dụng tên tuổi của các ngôi sao lớn để làm người phát ngôn, đại diện hình ảnh cho thương hiệu vốn dĩ không có gì lạ nữa. Nhưng sự hợp tác không chỉ dừng lại ở những bộ ảnh lung linh hay sự xuất hiện thường xuyên ở vị trí *front row* của các buổi trình diễn. Những người phụ trách truyền thông và hoạch định chiến lược cho các nhãn hàng thực sự có bàn tay ma thuật khi biết cách khuấy động hơn nữa thị trường với hàng triệu tín đồ hâm mộ bằng tuyệt chiêu mang tên *"CÙNG THIẾT KẾ"*. BST của *Emma Watson* cho *Alberta Ferreti, Rihanna* cho *Emporio Armani, Agyness Deyn* cho *Doc Martens*… là những ví dụ rõ ràng. Không tồn tại một thông tin cụ thể và xác thực nào trả lời cho câu hỏi *"liệu có phải thật là các ngôi sao thiết kế không hay chỉ là một phương thức PR thông minh mới?"* nhưng điều chắc chắn là không ít thần dân của đế chế thời trang háo hức chờ đợi sự ra mắt dòng sản phẩm được hứa hẹn mang đậm dấu ấn thương hiệu lẫn thần tượng yêu thích. Nhìn chung, những cuộc hợp tác như vậy, tỉ lệ thất bại cũng không nhỏ. Điển hình như chuyện *Lindsay Lohan* biến *Ungaro* trở thành một thảm họa hay *Kanye West* với những đôi sneakers của *Louis Vuitton*. Nhưng một lần nữa, cho dù thành công rực rỡ hay đón nhận nhiều búa rìu từ các nhà phê bình trong giới, đây vẫn đang là một cơn lốc mê hoặc vì mang lại nhiều tác dụng quảng bá hiệu quả cho thương hiệu.

Năm 2012 đã khép lại với nhiều thăng trầm cho nền công nghiệp thời trang thế giới. Những vị vua mới nổi loạn, phá cách, tài năng, thần đồng, và thậm chí dị biệt liều lĩnh đang được cả thế giới nín thở chờ đợi. Những hợp đồng hợp tác mới âm thầm trong giai đoạn thương thảo hứa hẹn nhiều bất ngờ phía trước. 2013 chắc chắn sẽ là một năm đầy ắp điều thú vị bất ngờ lẫn thay đổi mang tính lịch sử hơn nữa. Dẫu cho là tích cực hay tiêu cực, lợi nhuận hay phi lợi nhuận, mang tính truyền thống hay hiện đại thì các tín đồ trung thành của thời trang đều có quyền hi vọng rằng các thương hiệu đang cố gắng hết mình để không ngừng đổi mới đầy màu sắc.





KHI VƯƠNG MIỆN LÀ MỘT CHIẾC MŨ

Đinh Quỳnh Lê

CÔNG NƯƠNG NƯỚC ANH KATE MIDDLETON CHINH PHỤC NGƯỜI YÊU THỜI TRANG KHÔNG CHỈ VỚI NHỮNG THIẾT KẾ QUẦN ÁO, MÀ CÒN CẢ BỘ SƯU TẬP MŨ ĐA DẠNG VÀ PHONG PHÚ. CÓ THỂ NÓI KATE ĐÃ ĐƯA RA MỘT THÔNG ĐIỆP RÕ RÀNG CHO VẺ ĐÀI CÁC VÀ QUÝ TỘC ANH QUỐC. HAY NHỮNG FAN CỦA GOSSIP GIRL KHÔNG CHỈ TRẦM TRỒ TRƯỚC CUỘC SỐNG ĐẦY THI VỊ CỦA TIỂU THƯ BLAIR WALDORF, MÀ CÒN LUÔN THÍCH THÚ TRƯỚC SỰ PHỐI HỢP TINH TẾ CỦA NHỮNG CHIẾC BỜM VÀ MŨ MÀ BLAIR SỬ DỤNG TRONG SUỐT CÁC TẬP PHIM. SỰ HÀO HOA VÀ CÓ PHẦN KỊCH TÍNH CỦA XÃ HỘI THƯỢNG LƯU NEW YORK ĐƯỢC PHẢN ÁNH QUA TRANG PHỤC CŨNG NHƯ NHỮNG CHIẾC MŨ ĐẦY ẤN TƯỢNG. DÙ LÀ NHÂN VẬT HƯ CẤU, HAY CON NGƯỜI CÓ THỰC, BLAIR WALDORF VÀ KATE MIDDLETON ĐÃ CHIA SẺ MỘT PHẦN THẾ GIỚI CỔ TÍCH CỦA HỌ, TRONG ĐÓ NHỮNG CHIẾC MŨ LÀ VẬT KHÔNG THỂ THIẾU CHO NHỮNG NÀNG CÔNG CHÚA THỜI HIỆN ĐẠI.





CHẶNG ĐƯỜNG PHÁT TRIỂN

Mũ và các phụ kiện đội đầu bắt nguồn từ thời Trung Cổ khi nhà thờ quy định tất cả phụ nữ phải che tóc trước khi rời khỏi nhà. Từ đó, người phụ nữ bắt đầu tập trung nhiều thời gian và công sức để sáng tạo nên những chiếc mũ đội đầu với mục đích làm đẹp cho bản thân. Vào thế kỷ 18, chính họ đã dần dần mang kỹ nghệ làm mũ ra khỏi ngôi nhà và góc bếp, để biến nó trở thành một nghề nghiệp chính thức, và trở thành "*milliner*" – thợ làm mũ. Từ "*milliner*" được bắt nguồn từ thành phố Milan nơi vào những năm 1700 là điểm đến của những loại rơm tốt nhất để đan mũ.

Lúc đầu, những chiếc mũ "dành cho người chăn cừu" (*shepherdess hat* hay *bergère*) rất được các cô gái ưa chuộng với vành mũ được làm bằng rơm và cói, đủ rộng để che bớt ánh nắng chói chang của mặt trời, nhất là khi ô dù chưa được coi là một sản phẩm thời trang. Vào năm 1780, các chất liệu đơn giản và nhẹ hơn như *cotton*, lụa, v.v được sử dụng. Nhưng người phụ nữ cùng dần dà nhận thấy chiếc mũ rộng vành có thể bảo vệ làn da của họ khỏi ánh nắng nhưng không che phủ được toàn bộ mái tóc, vì vậy, họ bắt đầu chuyển sang các loại mũ trùm *bonnet*. *Bonnet* được biến hoá qua lịch sử, từ những chiếc mũ trùm qua vai, đến những chiếc mũ *bonnet* mềm không kết cấu có thể gập gọn gàng. *Bonnet* luôn đi kèm một quai nơ rất duyên dáng và là điểm nhấn đáng yêu cho mỗi bộ trang phục.

Trong các phụ kiện đi kèm với mũ, lông vũ trở nên được ưa chuộng vào cuối thế kỷ 19, đầu thế kỷ 20. Đem lại vẻ đẹp bên ngoài và sự ấm áp bên trong, lông vũ là một dấu ấn của sự vững chắc về kinh tế. Những người giàu có thường sẵn sàng trả rất nhiều tiền cho một chiếc mũ có trang trí lông vũ lộng lẫy. Mũ và mũ có lông vũ dần dần trở thành những biểu tượng của địa vị, quyền lực, và cùng với thời gian, chúng trở thành một sản phẩm mang tính nghệ thuật cao, cũng như là một phần tất yếu của trang phục. Từ thế kỷ 20, mũ trở thành một nghi thức ngoại giao bắt buộc, cả nam giới và nữ giới đều phải thay đổi mũ nhiều lần trong ngày để phù hợp với hoàn cảnh và tính chất công việc. Sẽ cực kỳ hổ thẹn nếu bạn ra khỏi nhà mà không có mũ và găng tay, dù điểm đến chỉ cách nhà vài bước chân.



SỰ SUY TÀN

Nguyên nhân dẫn tới sự suy tàn của những chiếc mũ phải kể tới hai cuộc chiến tranh thế giới. Khi những





người chồng ra trận, phụ nữ cũng dần rời khỏi góc bếp để tham gia các công việc sản xuất và đồng áng. Đó cũng là lúc họ cần những trang phục giản tiện hơn, và những chiếc mũ trở thành những vật dụng không cần thiết. Chiến tranh thế giới thứ hai còn làm thay đổi những quy tắc xã giao quy ước trong xã hội, mũ lúc này không còn là đồng phục bắt buộc cho các buổi gặp gỡ hay bữa tiệc, mà đơn thuần được sử dụng chỉ với mục đích sưởi ấm cơ thể. Vì vậy, những chiếc mũ bê-rê hay mũ trùm vành được làm bằng chất liệu dày và ấm trở nên thịnh hành, những người phụ nữ thậm chí còn giản tiện bằng việc cuốn một chiếc khăn lớn trên đầu.

Từ những năm 20 của thế kỷ, mũ đã không còn được coi là vật bất ly thân của thời trang. Các "*milliner*" cũng không còn nhiều vì thiết kế và sản xuất mũ yêu cầu sự đầu tư nghiêm túc về mặt thời gian và công sức, tuy nhiên, nhu cầu sử dụng lại không cao. Mũ thậm chí còn được xếp vào một trong những mặt hàng phụ kiện thời trang "không cần thiết" của một số tạp chí. Tuy vậy, hàng năm Hiệp hội Mũ (*The Headwear Association*) vẫn luôn tổ chức các hoạt động để tôn vinh những chiếc mũ, trong đó phải kể tới giải thưởng Người đội mũ của năm (*Hat Person of the Year*) đã được

trao tặng cho *Johnny Depp, Brad Pitt, Lady Gaga, Victoria Beckham*, và gần đây là công nương *Kate Middleton*.

MILLINER CỦA THẾ KỶ 21

Trong số những *milliner* còn lại của thế kỷ 21, người ta thường nhắc tới ba cái tên *Maison Michel, Philip Treacy và Stephen Jones*, mỗi thương hiệu đại diện cho một phong cách.

MAISON MICHEL: *Maison Michel* được thành lập vào năm 1936 khi Auguste Michel mở cửa hàng trên phố Sainte Anne và bắt đầu tạo ra các kiểu mũ lộng lẫy cho các quý bà thuộc tầng lớp quý tộc Paris. Ngày nay, sau 70 năm phát triển, *Maison Michel* là nhãn hiệu mũ nón Pháp nổi tiếng nhất thế giới, đã từng cung cấp mũ cho các bộ sưu tập của *Chanel, Givenchy, Nina Ricci, Laroche, Lanvin*, v.v Bắt đầu từ năm 1996, Chanel mua lại *Maison Michel* và dưới đường lối mới, *Maison Michel* thể hiện một phong cách và hơi thở hiện đại với các mẫu mã đa dạng từ mũ rơm, mũ rộng vành, beret, mũ trùm *bonnet* và mũ lưỡi trai. *Maison Michel* cũng chính là tác giả của các bộ sưu tập mũ đầy ấn tượng trong các vở opera, điện ảnh, nhạc kịch của Lido, Disney Resort Paris, v.v và nhiều khách hàng cá nhân nổi tiếng như *Lady Gaga, Leighton Meester, Rachel Bilson*, v.v

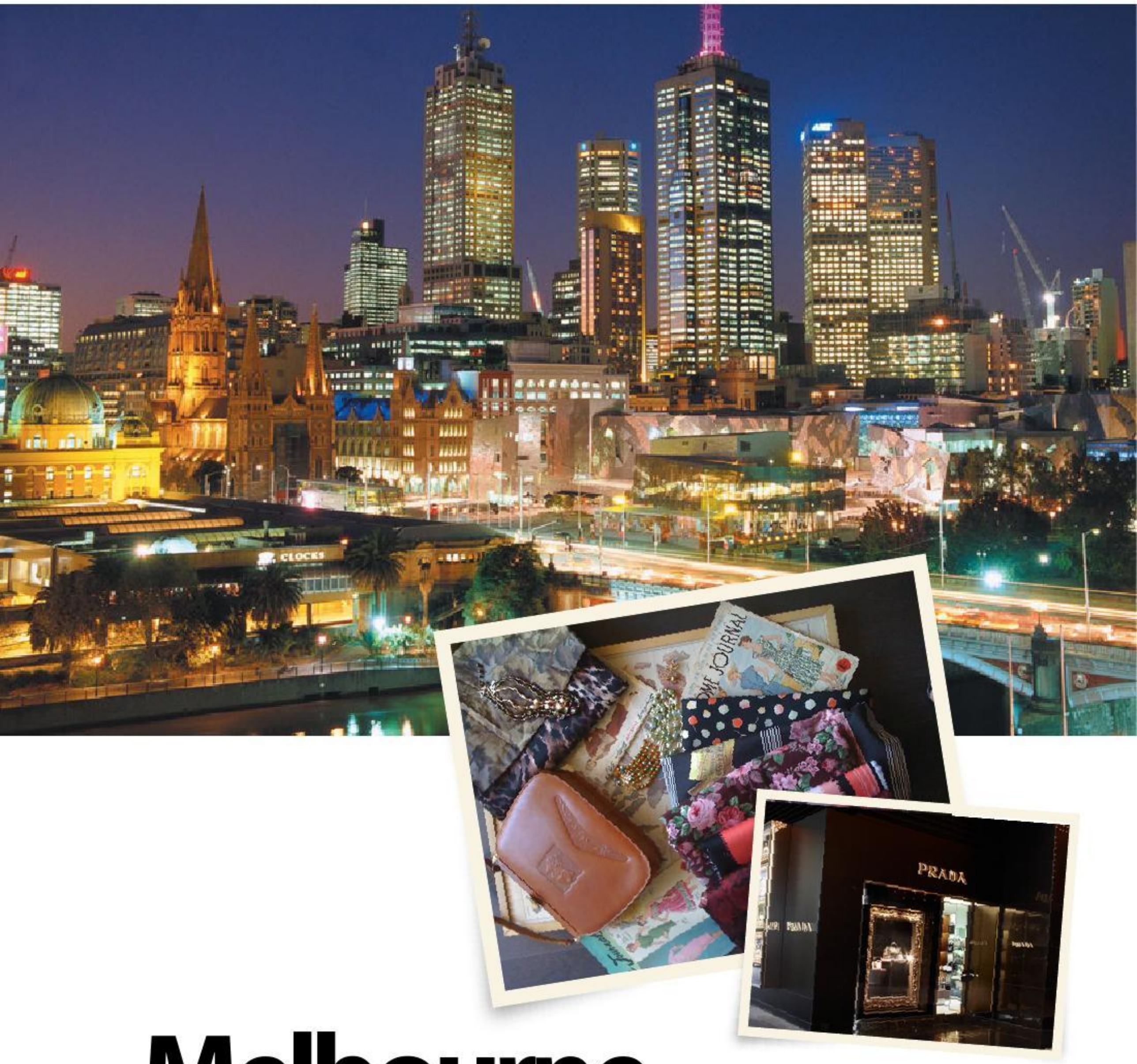
PHILIP TREACY: Sinh ra tại Ahascragh, miền tây Ailen, Philip tốt nghiệp Royal College of Art tại London. Ông cũng là người thiết kế mũ cho *Alexander McQueen* hồi *McQueen* còn làm tại *Givenchy*, cho *Valentino*, *Ralph Lauren* và *Donna Karan*. Khách hàng thân thiết của Philip Treacy là Lady Gaga, với tác phẩm nổi tiếng - chiếc điện thoại đội đầu trong chương trình *"Thứ 6 với Jonathan Ross vào năm 2010". Phillip Treacy* cũng là người thiết kế toàn bộ mũ cho bộ phim *Harry Potter*, và cho nhân vật *Carrie Bradshaw* trong show truyền hình *Sex and the City*. Trong đám cưới của hoàng tử Williams và công nương Middleton, 36 chiếc mũ của *Philip Treacy* đã được quan khách sử dụng như một biểu tượng thời trang của hoàng gia.

STEPHEN JONES: *Stephen Jones* là nhà thiết kế mũ người Anh, và được coi là một trong những thợ làm mũ tiêu biểu của thế kỷ 21. Ông đã tạo ra những tác phẩm mũ độc đáo cho *John Galliano* tại *Dior* và *Vivienne Westwood*. Các thiết kế của ông mang những ý niệm cụ thể đồng thời nổi tiếng bởi sự tinh xảo và kỹ thuật lành nghề. Năm 2009, Jones nhận trách nhiệm làm giám tuyển cho triển lãm *"Hats: An Anthology"* của bảo tàng Victoria & Albert, và đã gây được tiếng vang lớn trong giới chuyên môn. Cửa hàng của ông tại trung tâm của *London - Covent Garden* là một điểm lui tới thường xuyên cho những những ngôi sao nhạc rock, những diễn viên nổi tiếng và những người của hoàng gia, trong đó phải kể tới công nương Diana. Hiện nay, *Stephen Jones* vẫn là người dẫn đầu về thời trang mũ. Những chiếc mũ của ông không chỉ thành công ở lĩnh vực nghệ thuật, trình diễn, mà còn có giá trị ứng dụng cao và luôn được chào đón tại châu Âu.

TƯƠNG LAI CHO NHỮNG CHIẾC MŨ?

Tuy thế giới vẫn trầm trồ với các thiết kế mới nhất của *Maison Michel*, *Stephen Jones* và *Philip Treacy*, nhưng với sự hối hả của cuộc sống hiện đại và sự tối giản của thời trang, mũ không còn là niềm quan tâm lớn và lại càng không phải một phân nhánh sinh lợi nhuận của thời trang cao cấp. Tuy nhiên, nếu như bạn yêu thích và sở hữu một chiếc mũ không chỉ bởi công năng của nó, mà bởi vì bạn coi đó là một tác phẩm nghệ thuật, giúp bạn tạo ra một tuyên ngôn thời trang và phong cách cá nhân thì bạn đã thực sự may mắn. Không phải ai cũng dám bước ra khỏi sự thuận lợi và tiện nghi của thời trang nói riêng cũng như cuộc sống nói chung, để làm mới lại mình qua những thứ tưởng chừng như "vô dụng". Suy cho cùng, cô gái nào cũng muốn mình là một nàng công chúa xinh đẹp, nhưng sẽ luôn cần có một chút dũng khí, một chút thách thức và một con mắt thẩm mỹ tinh tế để đội lên đầu những chiếc vương miện không phải làm từ kim cương.





Melbourne

Thời trang là sự hoài niệm tươi đẹp

Hoàng Tú Anh

Những ai đã từng có dịp ghé thăm Melbourne, khi trở về luôn lưu luyến hình ảnh của thành phố hiền hòa nhưng không kém phần rực rỡ sắc màu này. Tôi may mắn được sống ở đây trong những năm tháng tươi đẹp của cuộc đời. Tuổi trẻ cho tôi lòng nhiệt thành để khám phá và tận hưởng cuộc sống ở nơi được mệnh danh thành phố của những trái tim nghệ sĩ. Một Melbourne hiện đại hòa hợp đa chủng tộc vì bất kì ai từ phương xa tới đây cũng nhận ra: thật dễ dàng để trở thành một mảnh ghép của nơi này.

Một *Melbourne* đa sắc trong tâm trí tôi không đến từ đèn neon và bảng hiệu lấp lánh trên những tòa nhà chọc trời, mà là những con đường nhỏ mang phong cách châu Âu nằm uốn lượn đan vào nhau chằng chịt. Những ngày cuối đông tháng tám, tôi thường sải bước trên con đường yêu thích như *Collins, Grenville* hay *Chaple* và phải lòng những cửa hàng mang đậm chất Punk, Retro và Vintage nằm lặng lẽ nơi đây bởi chúng luôn tìm cách đứng ngoài xu hướng chung, mang đến cho tôi trải nghiệm thú vị mới lạ về thời trang. Dù đã có nhiều thay đổi xảy ra trong những năm qua, nhưng những con đường nhỏ này vẫn giữ được sự phá cách độc đáo: đa văn hóa, phi giới tính cùng sự pha trộn tuyệt vời giữa châu Á và châu Âu.

Tôi thấy bản thân mình thật khó để vội vàng lướt qua đại lộ thương mại nằm trên *Collins và Bourke* mà không dừng lại. Những ô kính với ánh đèn lung linh từ những cửa hàng sang trọng, sảnh lớn khách sạn năm sao hay những cửa hàng trang sức đắt tiền sẽ không ngừng khơi gợi niềm hứng khởi và đam mê khó cưỡng. Đây là nơi những thương hiệu danh giá nhất thế giới hội tụ về để làm ngất ngây lòng tín đồ thời trang cao cấp.

Nằm ở Nam bán cầu, mùa thu đông của nước Úc bắt đầu vào tháng tư và kết thúc vào cuối tháng chín. Bởi sự nghịch mùa này, mà ngành thời trang nước Úc luôn vận hành bằng guồng quay riêng. Nhiều nhà thiết kế nội địa ngày càng tìm được vị trí của mình không chỉ trong nước mà còn trên thế giới như *Collette Dinnigan, Alannah Hill, Akira*

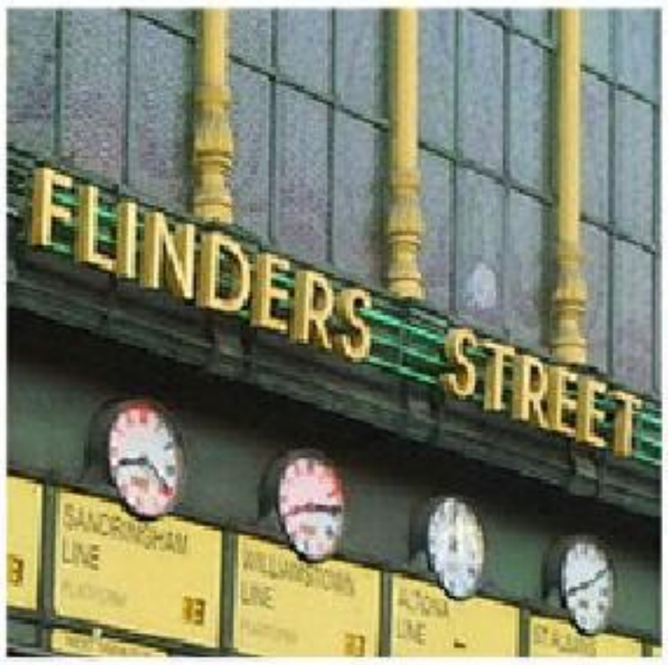


Isogawa hay Lisa Ho. Nếu đặt chân đến phố *Manchester, Chaple hay Flinders Lane*, bạn sẽ không bao giờ phải thất vọng trước các sản phẩm sáng tạo độc đáo. Những nhà thiết kế được sinh ra và lớn lên với nền văn hóa khác nhau đã mang đến phong vị khác lạ cho nước Úc. Ở *Melbourne* cổ kính, tôi tìm thấy một góc trời của đất Âu, nét bí ẩn Á Đông, sự hoang dã của thổ dân châu Úc, tất cả cùng nhau tô vẽ cho bức tranh nghệ thuật, ẩm thực, âm nhạc hội họa và đặc biệt là thời trang muôn phần rực rỡ. Mặt khác, tại những *Arcade* lâu đời như *Royal* hay *Block*, từng khảm đá , ô cửa kính nhiều màu khắc lên muôn vàn câu chuyện kể. Sự sang trọng thanh lich tuyệt đối của cửa hàng da thuộc, thủ công, trang sức cao cấp nơi đây không hề phai nhạt mà đi cùng năm tháng. Điều tuyệt vời ấy tựa như rượu vang danh tiếng của Úc, càng lâu năm càng nồng nàn.

Không thể bỏ qua những cửa hàng hoài cổ kinh doanh trang phục mang âm hưởng của thập niên trước. Địa điểm yêu thích của tôi là *My Delirium* ở đường *Johnston*. Tôi không ngừng mân mê những chiếc áo hoa văn đặc thù của thập niên 60, áo sơ mi đậm chất *rock & roll* những năm 70, cho đến jacket jean thùng thình của những cô gái năm 80. Hơn thế nữa, những vật trang trí cũ kĩ như chiếc ghế kiểu lông chim công màu hồng, chiếc đèn lồng vẽ tay cuối năm 60 truyền cho tôi những hoài cảm thật khó tả. Tôi cũng dành nhiều tình cảm cho *Restyle Thread* trên đường *Point Nepean*. Những bộ quần áo nhẹ nhàng nữ tính với giá cả hợp lý và sự thanh lich cổ điển luôn thật hấp dẫn. Sau cánh cửa này, một thế giới mộng tưởng, một quá khứ đã xa nhưng rực rỡ và huy hoàng không ngừng gây tò mò lẫn hoài niệm xinh đẹp cho thế hệ đi sau như tôi.

Mải cuốn theo những con đường ẩn khuất sự bất ngờ này đến khi mệt, tôi luôn tìm ra một ly cà phê thơm ngon ở bất kì góc phố nào. Những quán cà phê giản dị nằm rải rác khắp các con đường thời trang là nơi tôi dừng chân để ngắm















MÙA ĐÔNG, NGỒI BÊN MÁY SƯỞI NHIỆT NGOÀI TRỜI NGAY GÓC ĐƯỜNG FLINDERS, NGẮM NHỮNG ĐÔI BỐT XINH ĐẸP VÀ NHỮNG CHIẾC KHĂN NHIỀU MÀU NỔI BẬT GIỮA MÀU MÂY ẢM ĐẠM

nhìn những cô gái chàng trai sành điệu *Melbourne*. Khi hè tới, một ly cappuccino yêu thích dưới dàn hoa xanh ngát ở *St Kilda*, ngắm nhìn những bộ cánh sặc sỡ đậm chất biển. Mùa đông, ngồi bên máy sưởi nhiệt ngoài trời ngay góc đường *Flinders*, ngắm những đôi bốt xinh đẹp và những chiếc khăn nhiều màu nổi bật giữa màu mây ảm đạm. Phong cách thời trang *Melbourne* mang đậm dấu ấn đa văn hóa. Những cô gái Nhật với phong cách trang điểm và phục trang đặc trưng, những thanh niên gốc Nam Âu với sự thoải mái nhẹ nhàng tự nhiên, những cô gái chàng trai hoài cổ với trang phục của thập niên trước, những tín đồ Gothic lạnh lùng khác biệt… họ luôn tự tin thể hiện cá tính và phông nền văn hóa của mình. Ở nước Úc dường như không tồn tại sự đồng hóa, giá trị cá nhân được đề cao và thể hiện rõ ràng nhất qua phong cách ăn mặc của mỗi người.

Ở bất kì thời khắc nào trong năm, *Melbourne* cũng luôn mang dáng vẻ nghệ sĩ trứ danh của mình với khả năng sáng tạo bất tận. Bên canh những tòa nhà mang phong cách châu Âu thời *Victoria*, các con đường nhỏ uốn lượn đan xen luôn là địa điểm của nghệ thuật trình diễn đương đại. Những bức tượng dọc phố *Flinders*, tranh vẽ graffiti sặc sỡ trên đường *Hoiser, Union Va Cocker* hút mắt khách bộ hành. Nền văn hóa *Melbourne* được tô vẽ qua nét sơn hiện đại nhưng lại thật gần gũi và đáng nhớ dọc phố nhỏ *Jane Bell, Rutledge và Spark*. Nghệ thuật ở bất kì dạng nào luôn có sự liên kết đặc biệt với trái tim của người sáng tạo và người thưởng thức. Mỗi tác phẩm tôi vô tình được chiêm ngưỡng luôn thì thầm với tôi tình yêu và sự tự hào của người dân *Melbourne* về thành phố xinh đẹp của mình.

Xa *Melbourne*, tôi dính chặt giữa những ngổn ngang bộn bề của trách nhiệm hiện tai. Dường như cuộc sống mới cuốn tôi đi xa, tôi nhận ra sự trưởng thành, lớn lên và đang già đi của mình. Tôi không còn có thời gian để lang thang, để khám phá và tận hưởng những giá trị tinh thần như tôi vẫn thường làm bên dòng *Yarra*. Nhưng những lúc thả hồn vào mộng tưởng của riêng mình, những con đường thân thuộc ấy vẫn hiện lên sắc nét rực rỡ. Những cánh cửa mở ra bao trải nghiệm mới lạ. Những con đường nhỏ đong đầy cảm xúc. Một *Melbourne* nhiệt huyết đến lạ kì. Một *Melbourne* khi nghĩ đến luôn làm tôi mỉm cười hạnh phúc.






Alexander Wang

NEWS FLASH

Ngô Phương Thơ

ALEXANDER WANG TRỞ THÀNH NTK CỦA BALENCIAGA

Không mất quá nhiều thời gian để chỉ định người kế nhiệm như Dior, chỉ trong vòng chưa đầy một tháng sau khi tuyên bố sự ra đi của Nicholas Ghesquière tại Balenciaga, thương hiệu này đã công bố người sẽ thay vị trí của Nicholas chính là Alexander Wang – một tên tuổi không hề xa lạ đối với người hâm mộ thời trang. Nói về quyết định này, tổng giám đốc của Balenciaga cho biết "Thương hiệu Balenciaga và nhân viên của mình tự hào chào đón Alexander Wang, người với tài năng thiết kế, phong cách hiện đại và tầm nhìn cá nhân đã được chứng minh, sẽ tiếp nối một cách tự nhiên và làm phong phú thêm di sản độc đáo của thương hiệu thời trang gần 100 tuổi này." Sự lựa chọn của Balenciaga được cho rằng mang tính định hướng thương mại hóa của thương hiệu do sự thành công đáng kể của Alexander Wang trong lĩnh vực này. Giới thời trang vẫn đang chờ đợi những gì Alex sẽ làm được tại Balenciaga khi có thông tin cho rằng Balenciaga sẽ phát triển thêm dòng Haute Couture với NTK mới Alexander Wang. Điều chắc chắn rằng Alexander Wang sẽ chịu trách nhiệm cho việc thiết kế các BST trang phục nữ, nam và các BST phụ kiện, cũng như hình ảnh thương hiệu của Balenciaga. Không có gì sẽ thay đổi ở nhãn hiệu cùng tên mà Alexander Wang đang sở hữu.

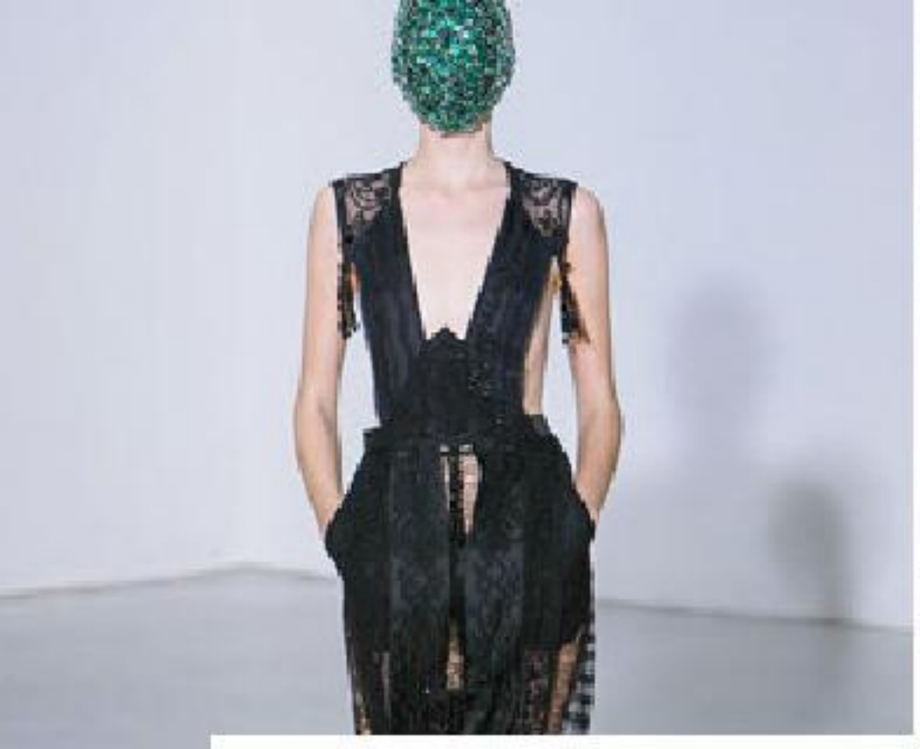
BỘ SƯU TẬP TÚI HỢP TÁC GIỮA THE ROW VÀ NGHỆ SĨ DAMIEN HIRST

Điều gì xảy ra khi nghệ thuật gặp thời trang? Kết quả của sự kết hợp lần này chính là bộ sưu tập túi của The Row – thương hiệu của Mary-Kate và Ashley Olsen, vừa giành giải thưởng CFDA 2012 và Damien Hirst – nghệ sĩ nghệ thuật đương đại hàng đầu với tác phẩm tiêu biểu chiếc đầu lâu nạm kim cương "For the love of God". Những chiếc túi đáng để sưu tầm này được làm thủ công từ da cá sấu, và được trang trí bằng các viên thuốc kê theo toa cùng motif ưa thích của Hirst : điểm chấm. Với số lượng giới hạn là 12, mỗi chiếc ba lô đều đã được Hirst ký và có giá là 55.000 đô. Một phần trong số tiền thu được từ những chiếc túi sẽ được ủng hộ cho UNICEF.

SARAH BURTON NHẬN GIẢI THƯỞNG OFFICER OF BRITISH EMPIRE

Sau khi có tên trong Danh sách danh dự vào ngày sinh nhật của nữ hoàng, NTK chính của Alexander McQueen tiếp tục nhận một danh hiệu cao quý khác – Officer of British Empire- do chính Hoàng tử Charles trao tặng tại


" For the Love of God"





Cung điện Buckingham. Giải thưởng dành cho những cống hiến của Sarah Burton cho ngành thời trang Anh quốc, cũng như thiết kế bộ váy cưới nổi tiếng cho công nương Kate Middleton. Khi được trưng bày tại cung điện Buckingham mùa hè năm nay, bộ váy đã thu hút một kỷ lục hơn 600.000 người tham quan. Sarah cho biết cô và Hoàng tử Charles không nói nhiều về cái váy mà chỉ chúc mừng Công tước và Công nương Cambridge – danh hiệu của Williams và Kate sau khi kết hôn- việc Kate mới công bố đang mang thai gần đây. Khi được hỏi rằng liệu cô có làm quần áo bà bầu riêng cho Kate nữa không bởi Kate đã mặc rất nhiều quần áo của Alexander McQueen sau khi kết hôn, Sarah nói "Tôi cũng hi vọng như thế".

THƯƠNG HIỆU MAISON MARTIN MARGIELA VÀ ALEXIS MABILLE CHÍNH THỨC TRỞ THÀNH HAUTE COUTURE

Mặc dù đã tham dự tuần lễ Haute Couture tại Paris khá lâu, đến nay Maison Martin Margiela và Alexis Mabille mới có thể chính thức sử dụng tên Haute Couture cho dòng sản phẩm couture của mình do Chambre Syndicale –Hiệp hội quản lý thời trang Pháp- công nhận. Trước đó, Alexis Mabille là thành viên khách mời còn Maison Martin Margiela là thành viên thường trực tại tuần lễ Haute Couture Paris. Như vậy, hiện tại có 14 thương hiệu được sử dụng tên Haute Couture, trong đó có những thương hiệu lâu đời như Dior và Chanel cũng như những thương hiệu mới như Giambattista Valli, 5 thành viên thường trực trong đó có Giorgio Armani và Azzedine Alaia, và 11 thành viên khách mời. Trong tuần lễ Haute Couture sắp tới, Alexis Mabille sẽ trình diễn trong ngày mở đầu 21/01 còn Maison Martin Margiela sẽ trình diễn ngày 23/01.

J.W. ANDERSON VÀ SIMONE ROCHA GIÀNH ĐƯỢC TÀI TRỢ CỦA CHƯƠNG TRÌNH NEWGEN CỦA HIỆP HỘI THỜI TRANG ANH QUỐC

Hai NTK J.W. Anderson và Simone Rocha là hai cái tên tiếp theo giành được giải thưởng cao nhất của chương trình NewGen – Thế hệ mới- của Hiệp hội thời trang Anh Quốc. Như vậy, Anderson và Simone sẽ được tài trợ chi phí tổ chức trình diễn runway trong tuần lễ thời trang London sắp tới, buổi trình diễn này sẽ có quy mô và tổ chức lớn hơn những buổi trình diễn trước đó của hai NTK này. Chương trình NewGen đã giúp làm bệ phóng cho rất nhiều tên tuổi lớn như Alexander McQueen, Jonathan Saunders và Christopher Kane, bởi vậy chưa thể biết được những NTK trẻ tuổi chiến thắng năm nay sẽ thành công đến mức độ nào.

NGƯỜI MẪU NHÍ 4 TUỔI HUDSON KROENIG ĐÃ TRÌNH DIỄN CHO 3 BST CỦA CHANEL

Hudson Kroenig, con trai của người mẫu Brad Kroenig và là con đỡ đầu của NTK Karl Lagerfeld, tiếp tục thu hút hết mọi ánh nhìn trên sàn diễn BST Pre-fall 2013 của Chanel trong tháng 12 trong chiếc áo khoác nhung và quần váy kiểu Scotland. Chính bản thân NTK Karl cũng không thể cầm lòng trước sự đáng yêu của người mẫu nhí này. Khi Hudson đến thử đồ cho buổi trình diễn, Karl đã ngay lập tức rút ipad ra và đòi chụp hình em trong bộ trang phục Chanel này. Để con sẵn sàng cho việc chụp ảnh, cha em – người mẫu Brad- đã gọi: "Hudson, làm như phim Blue Steel đi, làm mặt người mẫu đi". Hudson đã xuất hiện trong BST Xuân Hè 2011, Thu Đông 2012 và Pre-Fall 2013 của Chanel.











- Fashion **Style's Collection**





SMALL IS BEAUTIFUL

Sự kì diệu của những điều nhỏ nhắn tinh tế luôn là sự
kì diệu nhiệm màu.



Models: Hanneli Mustaparta ,Elin Kling, Miroslava Duma
Trang phục: Louis Vuitton Cruise 2013
Túi xách: Alma BB, Monceau BB, Pochette Accessories, Marie-Lou



● Fashion **Style's Collection**



● Fashion **Style's Collection**



- Fashion **Style's Collection**





- Fashion **Style's Collection**





CHRISTIAN LOUBOUTIN

Đối với NTK tài hoa Christian Louboutin, mỗi đất nước, mỗi nền văn hóa đều mang lại những cảm hứng bất tận, giúp ông tạo ra những thiết kế độc đáo cho BST của mình. Điều đó được minh chứng qua BST Thu – Đông lần này với những thiết kế được Christian Louboutin thể hiện như là một tác phẩm nghệ thuật: Một bản vẽ tay chau chuốt trên nền chất liệu da trăn màu đá xám, hình ảnh sọ đầu lâu cá tính lấy cảm hứng từ ngày lễ quốc gia của đất nước Mexico: "Dia de los Muertos" hay còn gọi là "Day of the Dead" (lễ hội của người chết) hay hoa văn đặc trưng của lễ hội này thể hiện chủ đạo trên 3 mẫu túi: Cris iPad Case dành cho Ipad, Justine Shopping dành cho tín đồ mua sắm, và loại túi nhỏ cầm tay Loubiposh. Địa chỉ tham quan và mua sắm tại Christian Louboutin Boutique, 143 Đồng Khởi, Q.1, Tp. HCM.

RUNWAY

Runway là cửa hàng thời trang chuyên giới thiệu BST của các thương hiệu thời trang hàng đầu thế giới như: Balenciaga, Chloe, Givenchy, Marc Jacobs, Lanvin… Ngoài ra, Runway còn cung cấp các thương hiệu thời trang hiện đại dành cho giới trẻ như: See by Chloé, Marc by Marc Jacobs, Raoul, Pinko, Tara Jarmon… Tại Runway, khách hàng có thể chọn cho mình những bộ trang phục sang trọng nhất cho đến những bộ đồ cách điệu đầy cá tính cùng các phụ kiện như giày da, túi xách, nước hoa và cả trang sức để bộ trang phục của mình thêm hoàn hảo. Từ ngày 14/12, Runway – Vincom Centre áp dụng chương trình ưu đãi giảm giá đặc biệt 30% cho các BST Thu – Đông 2012. Địa chỉ tham quan và mua sắm tại Runway Multi – brand Boutique, Vincom Centre, 70 – 72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp. HCM.



TIN TỨC

Style / Tháng 12-01/2013



GIRARD-PERREGAUX

Thương hiệu đồng hồ Thụy Sỹ Girard-Perregaux giới thiệu mẫu đồng hồ GP 1966 Annual Calendar and Equation of Time. Đây là mẫu đồng hồ mới trong BST kinh điển Girard-Perregaux 1966. Những mẫu đồng hồ thuộc BST Girard-Perregaux 1966 được xem như biểu tượng truyền thống của thương hiệu, là sự kết hợp giữa nghệ thuật chế tác đồng hồ đỉnh cao và thiết kế thanh lịch. Cũng theo tinh thần đó, mẫu đồng hồ Girard-Perregaux 1966 Annual Calendar and Equation of Time được trang bị bộ máy cơ Calibre GP033M0, lịch ứng dụng xem ngày tháng, đặc biệt có thể tự đo được độ dài khác nhau của các tháng trong năm. Ngoài ra, nắp đáy được làm bằng Sapphire trong suốt, khung vỏ và bộ máy bên trong được sản xuất khép kín in-house bởi chính thương hiệu đồng hồ danh tiếng Girard-Perregaux. Chiếc đồng hồ được xem như tài sản vô giá đối với những người đam mê đồng hồ siêu cao cấp.

GIORGIO ARMANI

Ngày 28/11, thương hiệu thời trang Armani tổ chức chương trình kỷ niệm 5 năm tòa tháp Armani/Ginza mở cửa tại Nhật Bản. Nhân dịp này, từ ngày 30/11 – 13/12, triển lãm Eccentrico tổ chức ở Milan vào tuần lễ thời trang nữ tháng 9 đã được mang đến Nhật Bản. Triển lãm Eccentrico cho ra mắt 51 bộ trang phục đầy sáng tạo được thiết kế từ năm 1985 đến nay từ BST của Giorgio và Giorgio Armani Privé. Với nét tinh tế trong thiết kế thanh lịch và đường cắt may tinh xảo, những bộ trang phục của Armani góp phần tôn lên sự sang trọng và phong cách của người mặc. Ngoài những mẫu trang phục độc đáo là sự có mặt của hơn 200 trang sức phụ kiện, giầy, túi và nón. Cũng nhân dịp này, tại tầng thời trang nữ của Giorgio Armani trưng bày 28 bản phác thảo của các bộ trang phục sẽ được ra mắt trong chương trình Eccentrico.





MERCEDES – BENZ

Mercedes – Benz chính thức ra mắt tại thị trường Việt Nam phiên bản thể thao "Avantgarde" mới của dòng E300. Mẫu xe mới này được sản xuất đặc biệt với số lượng có hạn – chỉ 24 chiếc, được bán với giá 2.604 tỷ, nhằm hướng đến những doanh nhân đam mê thể thao, các khách sạn sang trọng và giới người nổi tiếng. E300 Avantgarde mới mang phong cách thể thao với mâm cỡ lớn 18 inch 5 chấu năng động, sở hữu sức mạnh V6, 3.0L với công suất cực đại 231 mã lực. Ngoài ra, E300 Avantgarde mới còn được thiết kế khí động học và hộp số 7 cấp thời thượng 7G – Tronic và hàng loạt các tiện ích cùng tính năng an toàn như: hệ thống khí hậu 4 vùng Thermotronic, chức năng cảnh báo buồn ngủ, hỗ trợ đỗ xe thông minh, an toàn phòng ngừa Pre – Safe, bảo vệ đầu và cổ Neck – Pro… Thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: www.mercedes-benz.com.vn.



SALVATORE FERRAGAMO

Salvatore Ferragamo – một trong những thương hiệu thời trang hàng đầu trên thế giới vừa kỉ niệm 75 năm ngày khai trương cửa hàng lớn nhất tại đại lộ Old Bond, London, Anh quốc. Nhân dịp này, ông Ferruccio Ferragamo – chủ tịch tập đoàn Salvatore Ferragamo và ông Michele Norsa – giám đốc điều hành, đã đón tiếp khoảng 100 vị khách quý tại Old Bond trong không khí ấm áp và thân mật của mùa lễ Giáng Sinh. Đây là lần đầu tiên Salvatore Ferragamo tổ chức một buổi tiệc tối ngoài trời, dưới những mái vòm chạy xung quanh cửa hàng Old Bond. Đến tham dự sự kiện ngoài gia đình Ferragamo, giám đốc sáng tạo Massimilano Giornetti còn có sự hiện diện của những ngôi sao quốc tế như: Jessica Alba, Camilla Belle, Yasmin và Amber Lebon, Marie Helvin, Tallulah Harlech, Mary Charteris, Portia Freeman, Marc Quinn, Mat Collishaw, Tim Noble, Polly Morgan, Charlie Casely Hayford, Elizabeth Von Guttman, Annabelle Neilson và Jasmine Guinness.

PEDRO

Pedro là thương hiệu thời trang phụ kiện nam nữ, hiện thân của phong cách và sự sang trọng, nổi tiếng với những thiết kế theo tinh thần thời trang cao cấp, tỉ mỉ và tinh tế đến từng chi tiết. Đáp lại sự ủng hộ của quý khách hàng trong suốt thời gian vừa qua, Pedro tiếp tục khai trương thêm 2 cửa hàng mới – cũng là cửa hàng thứ 4 và thứ 5 tại Việt Nam. Cửa hàng thứ nhất sẽ mở cửa đón tiếp khách hàng từ ngày 29/12 tại cao ốc Bitexco, vốn được xem là biểu tượng cho sự năng động của Tp. HCM. Ngay tiếp sau đó, 05/01 cửa hàng thứ 2 cũng sẽ đi vào hoạt động tại TTTM Vincom Center Bà Triệu, Hà Nội. Nhân dịp khai trương, Pedro dành tặng 01 vỏ bọc hộ chiếu của nhãn hàng cho 50 khách hàng đầu tiên có hóa đơn mua hàng trên 1,8 triệu đồng.





JIMMY CHOO

Mùa lễ hội năm nay, Jimmy Choo ra mắt những phong cách mới cho BST clutch dạ tiệc. Những thiết kế trong BST này góp phần hoàn thiện những kiểu dáng clutch dạ tiệc sang trọng, một trong số đó là dòng clutch Mini Tube. Được thiết kế với form clutch dạng hộp đặc trưng, chiếc clutch Mini Tube mang vẻ đẹp đầy mê hoặc với màu bạc lấp lánh, tím thẫm huyền bí và màu đỏ gợi cảm. Chất liệu và màu sắc tương đồng với những đôi giày trong BST, Mini Tube giúp các cô gái có thể dễ dàng kết hợp để tạo nên những bộ cánh ton sur ton ấn tượng. Không chỉ dừng ở đó, chiếc clutch còn toát lên vẻ quyến rũ khó cưỡng với chi tiết màu gold ánh kim sang trọng và logo Jimmy Choo dập nổi đặc trưng ở khóa cài, khiến các quý cô trở nên thật nổi bật trong bất cứ hoàn cảnh nào.



KAREN MILLEN

Ngày 01/12, thương hiệu thời trang Karen Millen tổ chức sự kiện kỷ niệm 1 năm có mặt tại thị trường Việt Nam. Được thành lập tại xứ sở sương mù Anh quốc vào năm 1981, thương hiệu Karen Millen tập trung khai thác nét sang trọng và quyến rũ của người mặc. Với 350 cửa hàng nhượng quyền trong phạm vi 45 quốc gia trên toàn thế giới, tại Việt Nam thương hiệu Karen Millen được nhượng quyền cho công ty cổ phần Maison từ tháng 11 năm 2011. Mỗi BST của Karen Millen luôn cập nhật với những xu hướng thời trang mới nhất, được làm thủ công từ các loại vải cao cấp với sự chú ý hoàn hảo đến từng chi tiết trên trang phục. Các tín đồ thời trang có thể tìm thấy cho mình những thiết kế đẳng cấp của Karen Millen tại M31-32 TTTM cao cấp Vincom Center, 72 Lê Thánh Tôn, Quận 1, Tp. HCM.



LONGCHAMP

Longchamp là thương hiệu thời trang thành lập tại Paris năm 1948 bởi Jean Cassegrain. Đến nay, thương hiệu Longchamp đã nổi tiếng khắp thế giới bởi bàn tay khéo léo của những người thợ thủ công, sự sáng tạo và thiết kế đẹp mắt, đi kèm BST giày và quần áo có mặt tại 236 cửa hiệu độc quyền trên toàn cầu. Chào đón Xuân mới 2013, cùng sự ra mắt các sản phẩm ấn tượng và dòng sản phẩm ưa chuộng Le Pliage với các màu mới thuộc BST Xuân – Hè 2013. Từ ngày 18 – 27/01, Longchamp giới thiệu đến quý khách hàng chương trình khuyến mãi đặc biệt: giảm giá 15 – 50% tất cả sản phẩm tại số 6 Phan Chu Trinh và Diamond Plaza. Hãy nhanh tay để mang về cho mình những sản phẩm mới nhất từ Longchamp. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: 04.39388432 hoặc 08.22122947.



SUITEBLANCO

Đêm 29/12, Suiteblanco – một nhãn hàng thời trang đến từ Tây Ban Nha tổ chức chương trình Suiteblanco Stylista Session With Elle tại Vincom A, Tp. HCM. Tại đây, những mẫu thời trang mới nhất của SuiteBlanco được biến hoá đầy khéo léo qua bàn tay của 3 nhà tạo mẫu nổi tiếng với 3 phong cách: Urban Chic, Office Chic và Rock Chic. Với tính ứng dụng cao và bắt kịp xu hướng thời trang của thế giới, SuiteBlanco mang vẻ gọn gàng tiện dụng thoải mái nhưng vẫn đảm bảo tính thời trang và hợp mốt. Ngoài ra, SuiteBlanco còn là sự kết hợp nét mạnh mẽ cá tính với sự thanh lịch mềm mại tôn lên vẻ dịu dàng, đem lại cho phong cách thời trang văn phòng bớt đơn điệu.

AGATHA

Nhãn hàng Agatha giới thiệu bộ sưu tập mới nhất Agatha Paris thể hiện vẻ lãng mạn của thành phố tình yêu Paris. Agatha Paris bao gồm dây chuyền, vòng tay, khuyên tai được chế tác trên nền chất liệu bạc cao cấp, vàng và vàng hồng. Hình ảnh một Paris cổ kính với tháp Eiffel, những câu thơ tình yêu chứa chan bằng tiếng Pháp,… hiện lên sống động qua từng thiết kế trong bộ sưu tập. Agatha Paris sẽ là món quà lý tưởng dành tặng phái đẹp yêu thích trang sức và đam mê thời trang trong dịp năm mới này. Agatha dành tặng bạn giỏ xách Agatha, lotion OPI, nước hoa Lolita Lempicka với hóa đơn mua hàng từ 1.500.000 đồng hoặc giảm giá 10% cho tất cả sản phẩm mừng năm mới 2013. Chi tiết xin liên hệ 08-3521 0887.





SPRINGFIELD

Nhãn hàng thời trang dành cho giới trẻ được biết đến trên toàn thế giới Springfield đã chính thức đến Việt Nam với cửa hàng đầu tiên tại tầng 2, Vincom A, Tp.HCM vào ngày 15/12/2012. Springfield mang đến các thiết kế theo phong cách chủ đạo "smart casual" phù hợp với giới trẻ Việt Nam năng động. Các dòng sản phẩm của Springfield đa dạng về màu sắc, chất liệu, họa tiết như trang phục hàng ngày, phụ kiện, giày dép… Springfield mang đến một làn gió mới cho trang phục hàng ngày của giới trẻ, giúp họ nổi bật và thể hiện được cá tính riêng. Springfield đang dành những ưu đãi đặc biệt cho các khách hàng đến mua sắm nhân dịp năm mới. Chi tiết xin liên hệ: 08-3521 0887.

TIN TỨC

Style / Tháng 12 - 01/2013



BOURJOIS

Hãng mỹ phẩm Bourjois Paris vừa cho ra mắt sản phẩm son môi thời trang Rouge Edition. Sản phẩm Rouge Edition mới này sẽ mang cho bạn bất ngờ với sự mềm mại và dưỡng môi suốt 10 giờ nhờ vào chiết xuất từ hoa lan. Ngoài ra, dòng son môi mới này có màu sắc sáng trong cùng 10 tông màu đa dạng sẽ giúp đôi môi của bạn nổi bật giữa phố đông với nụ cười toả nắng. Rouge Edition được bán với giá 390.000VNĐ/ sản phẩm tại: Hà Nội (Parkson Việt Tower, Grand Plaza, Vincom Centre, Parkson Land Mark, Big C Thăng Long, Big C Savico); Tp. HCM (Diamond Plaza, Thương xá Tax, Parkson Saigon Tourist, Parkson Hùng Vương, Parkson C&T, Lotte Mart Q7 ; Lotte Mart Phú Thọ, Maximark 3C, Maximark Cộng Hòa, Now Zone Plaza, Parkson Flemington, Citimart Nguyễn Trãi, Cresent Mall, Pico Mall); Hải Phòng (Parkson Hải Phòng, Big C Hải Phòng). Thông tin chi tiết vui lòng truy cập: www.bourjois.vn.



MISAKI

Misaki là thương hiệu nổi tiếng toàn cầu về trang sức ngọc trai được ra đời vào năm 1986 tại Monaco. Đối tượng Misaki hướng tới là những người phụ nữ biết cách làm đẹp, hiện đại và có thu nhập cao. Với Misaki, mọi phụ nữ đều có thể chọn được cho mình một trang sức phù hợp nhất bởi thiết kế hiện đại, độc đáo và thời trang. Mỗi BST của Misaki đều mang nét riêng theo từng chủ đề. Chào đón mùa Xuân 2013, Misaki giới thiệu BST "Glam Reloaded" mới. BST mới này lấy cảm hứng từ kỷ nguyên nghệ thuật trang trí giàu tính biểu tượng với những thiết kế sáng tạo, mang màu sắc hiện đại, sinh động làm tôn lên vẻ đẹp quý phái, dịu dàng của các quý cô, quý bà. Từ 18 – 27/01, Misaki mang đến chương trình khuyến mãi: giảm giá 15 – 50% toàn bộ cửa hàng tại Vincom 1 và Big C Thăng Long.

Beauty

December - January 2013



Beauty 2012

SẢN PHẨM MỚI ẤN TƯỢNG

Những sản phẩm làm đẹp đáng chú ý nhất của năm 2012 dựa trên những tiêu chí sau: sự độc đáo, tính hiệu quả, công nghệ nổi bật và từ những thương hiệu uy tín ra mắt trong năm 2012.



L'Oréal Professionnel Mythic Oil shampoo_ dầu gội cho tóc bóng khỏe



Moroccanoil Glimmer Shine Spray_ gel xịt dưỡng bóng tóc

Kérastase Reflection Chroma Captive Shine Intensifying Masque mặt nạ dưỡng cho tóc nhuộm



Energizing superactive



BỘ SẢN PHẨM ENERGIZING DAVINES chống rụng tóc đồng thời tăng cường sức khỏe da đầu

Hair



Tom Ford Lip and Cheek Stain in Tainted Love

Son đỏ tươi Giorgio Armani Rouge d'Armani Sheers in 300 màu son ấn tượng và tươi trẻ

Giorgio Armani Maestro Fusion Foundation phấn nền tạo độ phủ mềm như lụa và giữ lâu suốt cả ngày

Clinique Chubby Stick Moisturizing Lip Colour Balm được ưa chuộng trên mọi diễn đàn vì sự mềm mại và tự nhiên

Chanel ILLUSION D'OMBRE 83 Illusoire phấn mắt nhũ

Dior Grand Bal LIP & EYE PALETTE sản phẩm ngôi sao của mùa Holiday năm nay, bảng màu mắt và môi lộng lẫy của Dior

Son Chanel ROUGE ALLURE 109 Rouge Noir màu trầm ấn tượng cho Thu Đông

Yves Saint Laurent Rouge Pur Couture Glossy Stain Lip Stain

Phấn mắt xanh da trời Estée Lauder Pure Color Gelée EyeShadow màu xanh độc đáo

Lancôme Hypnôse Star mascara với bàn chải không đối xứng khiến làn mi dài và dày hơn ở cả những sợi mi mỏng nhất

Sơn móng xanh ánh tím độc đáo Estée Lauder NEW Pure Color Nail Lacquer

Yves Saint Laurent La Laque Couture in Bleu Majorelle Sơn móng mê hoặc trong Xuân Hè

Make up

Olay Smooth Finish Facial Hair Removal Duo for Medium to Coarse Hair thuốc tẩy lông trên da mặt

Yves Saint Laurent ForeverYouth Liberator Serum serum chống lão hóa trên da

Sisley Gentle Make Up Remover dầu tẩy trang dịu nhẹ

Thanh chống nắng Clarins Sun Control Stick for Sun-Sensitive Areas

Tinh chất dành cho mắt Lancôme Génifique Eye Light-Pearl chống lại các dấu hiệu lão hoá toàn diện

Kem dưỡng đêm Olay Regenerist 3 Point Treatment Cream fragrance free xoa dịu những tổn thương do môi trường và ánh nắng

L'Occitane Ultra Rich Face Cream kem giàu dưỡng chất cho da đặc biệt khô được đánh giá cao trong list các sản phẩm cho mùa Đông

Kem dưỡng đêm Guerlain Orchidée Impériale Neck and Decollete Cream dành cho vùng cổ và ngực với chiết xuất từ lan hoàng đế

Kem chống nhăn làm săn chắc da Lancôme Rénergie Multi Lift Lifting Firming Anti Wrinkle Night Cream

Skincare

Kem dưỡng ngày Shiseido Bio Performance Advanced Super Revitalizing Cream

Clinique Even Better Eyes kem chống thâm vùng mắt

Nước hoa Dior Escale à Parati nước hoa xanh của năm với mùi cây lá

Lady Gaga Fame Black Fluid nước hoa ấn tượng nhất trong tất cả các loại nước hoa của ngôi sao trong năm 2012

Nước hoa đàn ông Dolce & Gabbana Pour Homme mùi hoa trái và gia vị được tái ra mắt sau phiên bản lừng danh năm 1994

Thierry Mugler Alien Essence Absolue EDP mùi hương dữ dội gợi cảm và sâu lắng

L'Eau de Chloé Eau de Toilette mùi hương sắc nét và đậm chất xanh của cây lá

Nước hoa Chanel Coco Noir nước hoa sexy nhất của Thu Đông năm nay

Fragrance

PHẢI MUA

Những sản phẩm nằm trong danh sách phải mua của năm 2012 dựa trên những tiêu chí sau: sản phẩm bán chạy nhất, được yêu thích nhất và đã có thời gian kiểm chứng về chất lượng sau thời gian ra mắt trên thị trường.



YSL Saharienne mùi hương phương Đông tươi mát và nhẹ nhàng

Hermès Un Jardin Sur Le Toit một tổng hoà đặc sắc của thảo dược hoa và trái cây

Marc Jacobs Daisy Eau So Fresh mùi hương ngọt thanh thoát và tươi tắn

Fragrance



L'Oréal Paris Voluminous Million Lashes Mascara làm dày và dài mi ấn tượng của L'Oréal

Má hồng dạng creamy Pot Rouge Ceam Blush sản phẩm nổi tiếng của **Bobbi Brown**

OPI Nail Lacquer in Big Apple Red Màu sơn móng nổi tiếng bán chạy của OPI



Son đỏ đun MAC Ruby Woo màu son yêu thích của các ngôi sao

Son màu be Dior Addict Lipstick in Beige Casual màu son sang trọng và thanh lịch nhất



Kem chống nắng Neutrogena Ultra Sheer Dry Touch Sunblock



GEL KẺ MẮT BOBBI BROWN sản phẩm làm nên danh tiếng cho thương hiệu



MAKE UP FOR EVER Aqua eye cream phấn mắt dạng nước nổi tiếng với màu sắc tươi sáng

Phấn nền Dior Diorskin Nude **Hydrating Glow Makeup SPF 10** cho lớp nền mịn màng nhất đặc biệt cho da khô

Má hồng bán chạy nhất của NARS có tên Orgasm Khoái cảm

BB cream chống nắng Jane iredale tốt cho mọi loại da đặc biệt là da nhạy cảm dầu hoặc mụn vì thành phần an toàn cho da

Make up

Dầu tẩy trang Shu Uemura sản phẩm bán chạy nổi tiếng làm sạch da mà vẫn cân bằng độ ẩm

Sữa rửa mặt dịu nhẹ an toàn cho da Philosophy Purity Made Simple One Step Facial Cleanser.

Neutrogena Oil-Free Acne Wash_sữa rửa mặt dành cho da dầu mụn và nhạy cảm

Sisley Paris Floral Toning Lotion

Tẩy trang dịu nhẹ cho vùng mắt Neutrogena Oil Free Eye Makeup Remover

Tẩy da chết dịu nhẹ bằng cám gạo Dermalogica Daily Microfoliant

Olay Regenerist Eye Lifting Serum kem dưỡng mắt

Estée Lauder Idealist Even Skintone Illuminator tinh chất làm đều màu da giúp làn da rạng rỡ tự nhiên

Sisley Sisleya Global Anti Age Extra Riche kem chống lão hoá toàn diện

Tẩy da chết Clinique 7 Day Scrub Cream Rinse Off Formula.

Crème de la Mer Moisturizing Cream kem dưỡng ẩm huyền thoại đặc biệt tốt cho da khô

Kem dưỡng thể nổi tiếng The Body Shop Body Butter

Sữa rửa mặt cho da dầu Clinique Liquid Facial Soap Oily Skin Formula

Crème de la Mer The Eye Concentrate kem dưỡng mắt chống các dấu hiệu lão hoá

Estée Lauder Advanced Night Repair tinh chất tái tạo và sửa chữa các tổn thương của da ban đêm

Kem dưỡng mắt Shiseido Future Solution LX Eye and Lip Contour Regenerating Cream

Tinh chất chống lão hoá Lancôme Génifique Youth Activating Concentrate

Skincare

Wella Professionals Brilliance Shampoo and Conditioner for Fine to Normal Colored Hair Bộ gội xả cho tóc nhuộm

Moroccanoil Oil Treatment dầu dưỡng từ tinh dầu argan được các ngôi sao Hollywood tin dùng

Tigi Catwalk Curlesque Curls Rock Amplifier kem tạo sóng xoăn và dưỡng ẩm tóc

Kérastase Elixir Ultime Oléo Complexe dầu dưỡng làm mềm tóc từ gốc đến ngọn

Redken All Soft Shampoo and Conditioner bộ gội xả làm mềm tóc dành cho tóc khô và dễ gãy

Davines Nounou Pak Nourishing Repairing Mask dầu hấp cho tóc hư tổn

L'Oréal Professionnel Tecni Art Liss Control gel làm mềm mượt và bóng tóc

Hair

Điều kì diệu từ
MOISTURIZING SOFT CREAM

Và cuối cùng,sau bao ngày chờ đợi, thương hiệu mỹ phẩm cao cấp thế giới La Mer cũng đã giới thiệu sản phẩm 5 sao Kem Dưỡng Ẩm Moisturizing Soft Cream tại Việt Nam.

Minh Hòa

TỪ TAI NẠN ĐẾN ĐIỀU KÌ DIỆU

Như chúng ta đã biết, câu chuyện về loại kem kì diệu Crème de la Mer nói đến niềm hy vọng, quá trình nghiên cứu khoa học tỉ mỉ, và khả năng tái tạo phi thường của biển cả. Câu chuyện được viết từ nửa thế kỷ trước, khi nhà vật lý học không gian Dr. Max Huber bị một tai nạn thí nghiệm nghiêm trọng và bắt đầu tìm kiếm phương thuốc chữa trị cho làn da của ông. Ông tin rằng biển cả là nguồn năng lượng kỳ diệu và tảo biển đã được ông chú ý. Với khả năng tái tạo không ngừng, khả năng giữ nước và các thành phần dinh dưỡng cao, tảo chứa đựng tiềm năng và hy vọng. Sau 12 năm và 6.000 thí nghiệm, ông hoàn chỉnh thành phần nước cất kỳ diệu Miracle BrothTM và đưa vào sản phẩm kem dưỡng ẩm Crème de la Mer, sản phẩm đầu tiên của thương hiệu La Mer.

THẾ HỆ MỚI MOISTURIZING SOFT CREAM

Kem dưỡng ẩm Moisturizing Soft Cream là công thức cải tiến mới cung cấp các tính năng của loại Crème de la Mer dưới dạng mềm mịn hơn. Áp dụng công nghệ cao Moisturizing SpheresTM, công thức mới này có khả năng thấm sâu giúp làm ẩm và làm săn chắc da. Các thí nghiệm khoa học đã chứng minh rằng khi dùng kem, độ ẩm da cải thiện 70% ngay lập tức, và sau tám tuần sử dụng, bề mặt da được cải thiện 65%. Da trông trẻ hơn, đầy năng lượng và tươi sáng hơn.

Để hiểu rõ hơn về tính năng, công dụng của sản phẩm 05 sao Moisturizing Soft Cream, Style đã có cuộc trao đổi ngắn với bà Loretta Miraglia, Phó Chủ tịch Bộ phận Phát triển Sản phẩm.



Bộ sản phẩm dưỡng ẩm

Những hiệu quả nào mà bà mong muốn thấy ngay lập tức và sau một thời gian sử dụng The Moisturizing Soft Cream?

Ngay khi thoa The Moisturizing Soft Cream lên da, bạn sẽ cảm nhận ngay sự dễ chịu, mềm mượt và dưỡng ẩm sâu. Vài phút sau đó, da của bạn trông đầy đặn và tươi sáng hơn một cách rõ rệt, làn da trở nên trong suốt hơn. Sau khi sử dụng vài tuần, làn da sẽ săn chắc, cơ mặt nâng lê, bề mặt da và màu da được cải thiện một cách kỳ diệu và các đường nhăn, nếp nhăn sâu hầu như biến mất.

Loại da nào phù hợp sử dụng The Moisturizing Soft Cream nhất?

La Mer Soft Cream và tất cả loại kem dưỡng ẩm của chúng tôi đều phù hợp cho làn da của nam lẫn nữ mọi sắc tộc và mọi loại da. Chúng tôi với sự nỗ lực không ngừng để mang lại cho khách hàng của chúng tôi sự biến đổi qua một dạng kem dưỡng ẩm mới là The Moisturizing Soft Cream. Loại kem sang trọng, đột phá về công nghệ mới nhất này mang lại đồng thời hai hiệu quả: vừa giàu dưỡng chất nhưng lại rất mỏng nhẹ trên da. Cuộc cách mạng về dạng kem mềm này, kem dưỡng ẩm thứ 5 của La Mer, mang đến cho khách hàng thêm một lựa chọn loại kem dưỡng ẩm họ yêu thích và cách chăm sóc da có hệ thống phù hợp nhất cho từng người.



Kem dưỡng ẩm Moisturizing Soft Cream



Mềm nhẹ với Moisturizing Soft Cream

Công nghệ Moisturizing Spheres đóng vai trò thế nào trong việc tạo ra dạng kem mềm kỳ diệu vừa giàu dưỡng chất nhưng rất mỏng nhẹ của The Moisturizing Soft Cream?

The Moisturizing Spheres là một cuộc cách mạng về công nghệ, các cấu trúc hình cầu đa tầng giữ lại các dưỡng chất của nước cất Miracle Broth và hiệu quả chống ô-xy hóa của chiết xuất vỏ chanh giữa từng lớp. The Moisturizing Spheres tương tự như các viên ngọc trai liên kết chặt chẽ với nhau bởi một sợi chỉ mảnh. Ngay khi thoa kem lên da, các cấu trúc hình cầu siêu nhỏ này vỡ ra và thấm sâu vào da, như một trận mưa rào dưỡng ẩm phủ khắp mặt bạn tái tạo và tươi sáng bề mặt da.

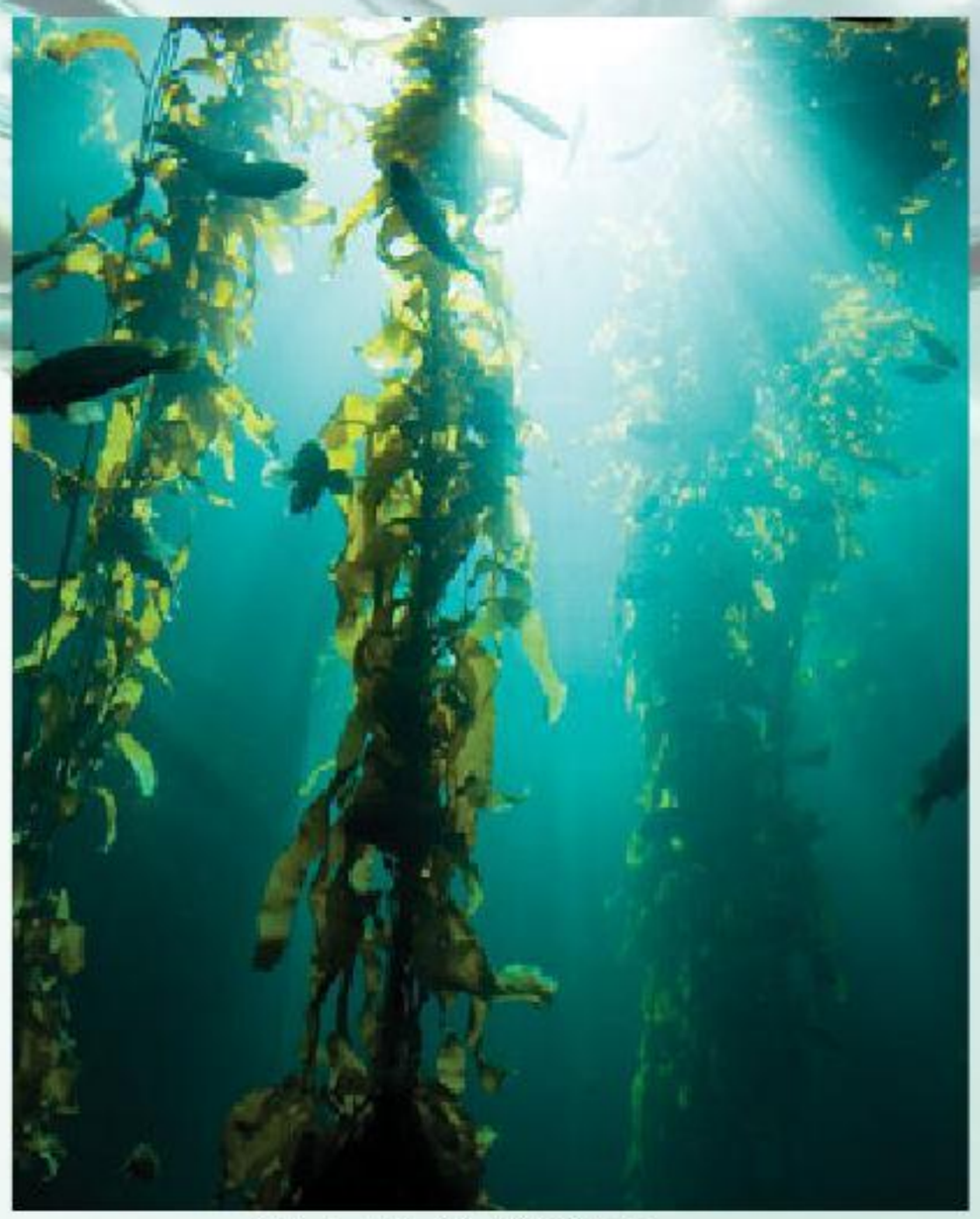
Điều gì dẫn đến việc phát triển loại kem mềm The Moisturizing Soft Cream và loại kem này khác biệt thế nào so với những dạng dưỡng ẩm khác của La Mer?

Đối với La Mer, khách hàng là tâm điểm của tất cả mọi việc chúng tôi làm. Chúng tôi luôn nỗ lực để đáp ứng được mọi nhu cầu của khách hàng và một số khách hàng đã hỏi chúng tôi xem có một loại kem dưỡng ẩm nào nhẹ và mỏng hơn trên da so với loại kem đậm đặc nguyên thủy Cream de la Mer nhưng vẫn mang lại những hiệu quả tương tự như vậy. Chúng tôi đã nghiên cứu hàng năm trời để cố gắng tạo ra loại kem đặc biệt có thể kết hợp hai trạng thái đối lập nhau – một loại kem vừa giàu dưỡng chất nhưng lại mỏng nhẹ. Ngay khi chúng tôi tìm ra được quy trình đưa công thức vào cấu trúc hình cầu đa tầng, The Moisturizing Soft Crème ra đời.

The Moisturizing Soft Cream phù hợp với hệ thống chăm sóc da của tôi như thế nào? Tôi có thể sử dụng kem này như kem dưỡng ẩm ban đêm không?

The Moisturizing Soft Cream mang đến cho khách hàng của chúng tôi sự lựa chọn mới và một dạng kem sang trọng mềm hơn. Loại kem dưỡng ẩm này có hiệu quả thần kỳ không chỉ bởi vì vẫn có những hiệu quả làm biến đổi tái tạo da huyền thoại của La Mer mà còn vì sự dễ chịu và đa tính năng. Bạn có thể sử dụng kem này ban ngày hoặc ban đêm, trong bất kỳ mùa nào hoặc thời tiết nào. Loại kem tuyệt vời này luôn sẵn sàng bên bạn và có thể dùng chung với bất kỳ dạng dưỡng ẩm nào khác của chúng tôi. Rõ ràng là cách sử dụng hoàn toàn không giới hạn, việc lựa chọn là ở bạn.

Xin cảm ơn bà và chúc Moisturizing Soft Cream ngày một thành công.



Thành phần đến từ đại dương.

La Mer chỉ có mặt tại Parkson Saigon Tourist Plaza và Parkson Việt Tower.







"Hello, 6"

Thanh Hoa

PHỤ NỮ (VÀ NGAY CẢ ĐÀN ÔNG) DÙNG NƯỚC HOA CÒN CÓ MỤC ĐÍCH GÌ KHÁC NGOÀI VIỆC KHIẾN ĐỐI TÁC ÁM ẢNH VÌ SỰ HẤP DẪN GIỚI TÍNH CỦA HỌ? THÔNG ĐIỆP "HELLO, SEXY (6C)" CHƯA BAO GIỜ LÀ CHỦ ĐỀ CŨ DÙ NGÀNH CÔNG NGHIỆP MÙI HƯƠNG ĐÃ TRẢI QUA HÀNG THẬP KỶ.

Tôi nhớ đến Lady Gaga - một nghệ sỹ tiên phong. Mới đây nhất, nữ nghệ sỹ tiếp tục chứng minh sự tiên phong bằng một loại nước hoa mới, Fame, được đồn đại là có mùi của máu và tinh trùng. Ngay lập tức, ý tưởng đầy kích thích này khiến Fame bán chạy như tôm tươi. Trên thực tế, đây chỉ là một mùi hương ngọt, ấm và dễ chịu – như hàng trăm mùi hương khác. Nữ nghệ sỹ tiên phong đã sử dụng lại một thủ thuật có thể nói là lâu đời trong các chiến dịch marketing về nước hoa: không bán mùi hương, hãy bán những câu chuyện về sex (sex sells).

TÌNH DỤC TRÊN QUẢNG CÁO

Những mô tả về sex được các nhà sản xuất vận dụng hoàn hảo trong ngành công nghiệp mùi hương, như một loại bẫy đậm chất tính dục mà con mồi ngon là những kẻ đang khao khát tìm kiếm chúng. Nếu bạn từng hơn một lần thắc mắc về những bản mô tả nước hoa đầy kích thích với những âm sắc bí hiểm, thậm chí đầy chất ma thuật và rất ít liên quan đến bản chất của chính mùi hương đó, thì xin chúc mừng, bạn đã bắt đầu đi sâu vào thế giới đích thực của nước hoa.

Theo nhà thiết kế nước hoa Kilian Hennessy, khách hàng người Mỹ của ông đặc biệt yêu chuộng những mùi hương nồng đậm. Bởi thế, Kilian Hennessy tạo ra những mùi hương đặc biệt dành riêng cho thị trường này. Vấn đề tiếp theo là một cái tên ấn tượng, một câu chuyện có khả năng kết nối giữa mùi hương và người sử dụng. Les Liaisons Dangereuses (Quan hệ nguy hiểm) là một lựa chọn không tồi. Bản thân cái tên dựa theo cuốn tiểu thuyết ăn khách gây sốt của nhà văn Choderlos de Laclos đã tạo ra một âm hưởng mập mờ với những ẩn ý tình dục suy đồi. Những mắt xích càng được thắt chặt hơn khi ta đọc được bản mô tả mùi hương của Les Liaisons Dangereuses: "mùi thân thể hấp dẫn đầy mồ hôi nóng bỏng và gợi tình. Cảm hứng xuất phát từ quả mận Damascus, một loại trái cây có mùi hương nhẹ và ngọt gợi nhớ lại những góc tường hò hẹn của những cặp tình nhân". Còn gì hấp dẫn hơn thế?

Tuy nhiên, khi xem xét cụ thể các thành phần của Les Liaisons Dangereuses, nước hoa này không có bất cứ thứ gì liên quan trực tiếp đến cơ thể hay thứ gì đó gợi nhớ đến tính dục. Chính xác hơn, nó mang đến tinh thần của một giấc mơ lãng mạn với bản hợp ca của bốn nhóm mùi chính: nhóm mùi trái cây Fruity, nhóm mùi hoa Floral, nhóm mùi gỗ Woody và nhóm mùi hổ phách Amber.

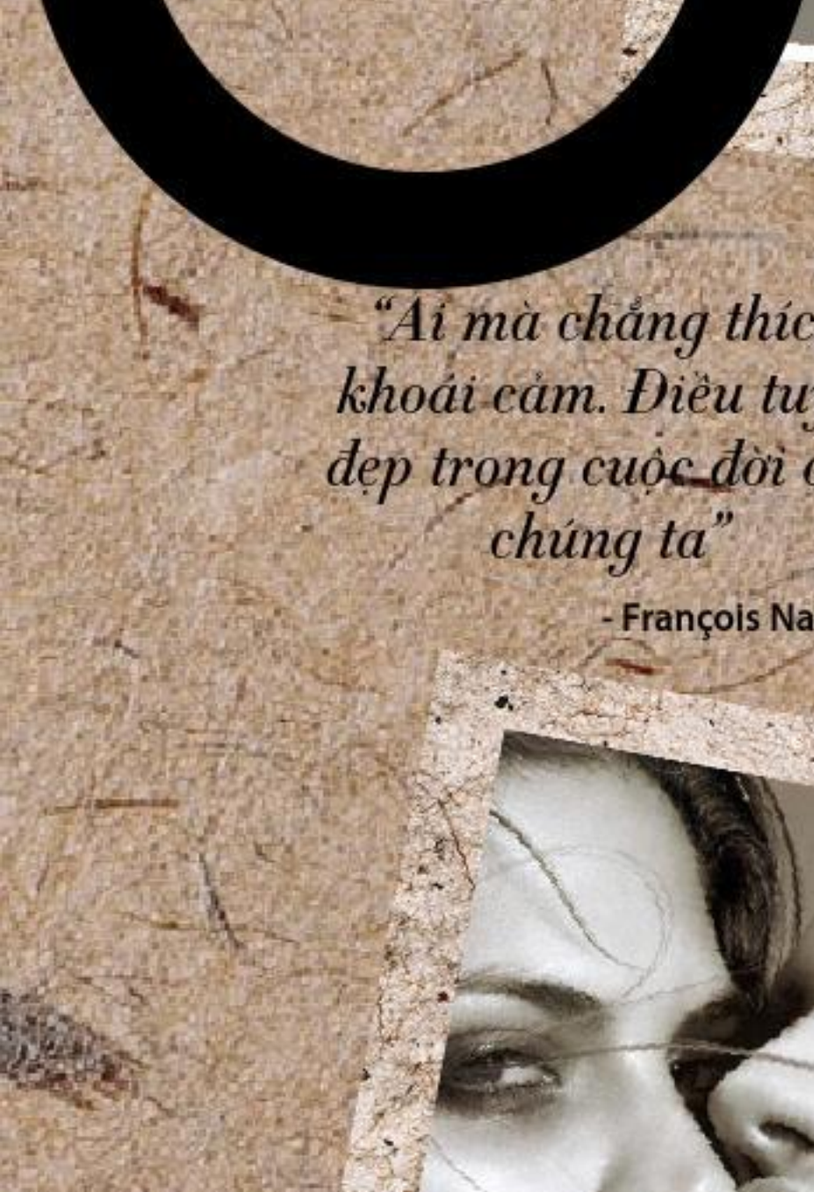
Một mùi hương đậm khác của Kilian, Cruel Intentions, cũng có bản mô tả đậm chất sex "gợi nhắc đến mùi của da thuộc, khói thuốc và nhiều bộ phận thầm kín khác trên cơ thể". Bản mô tả khiến nhiều











"Ai mà chẳng thích khoái cảm. Điều tuyệt đẹp trong cuộc đời của chúng ta"

- François Nars -





STYLE 101

người kinh ngạc, nhưng nếu nhìn thẳng vào cấu trúc của mùi hương, người ta sẽ thấy điều ngược lại: sự pha trộn thú vị nhưng không quá gây sốc của dầu cam bergamot, dầu hoa cam, nhóm hoa violet, giấy cói Ấn Độ, cỏ vetiver, gỗ đàn hương trên nền hương chính của bồ đề, xạ hải ly, vani và xạ hương. Tất cả chỉ có thế. Điều này làm tôi nhớ đến nghệ sỹ make up François Nars (người bạn thân thiết của nhà thiết kế Marc Jacobs). Sản phẩm bán chạy nhất của Nars là phấn má hồng Orgasm (Khoái cảm). Loại má hồng này có gì ưu việt hơn các loại má hồng khác? Thành thực mà nói thì không. Nhưng *"Ai mà chẳng thích khoái cảm. Điều tuyệt đẹp trong cuộc đời của chúng ta"*, François Nars giải thích lý do cho việc Orgasm bán chạy đến thế.

Một ví dụ khác. Những bức hình quảng cáo nước hoa của Beckham, với cảnh hai vợ chồng âu yếm trên giường, được thực hiện bởi Terry Richardson, nhiếp ảnh gia gây tranh

STYLE 102

Theo Softpedia, "những mùi hương đáng giá nhất và đắt tiền nhất đến từ những nguồn có liên quan đến cơ thể sống"



1. Amaranthine Eau de Parfum Penhaligons **2.** Miller Harris "L'Air de Rien **3.** Rochas Femme **4.** Carven Ma Griffe **5.** Jil Sander Jil Sander Woman III **6.** Jean Desprez Bal a Versailles **7.** Givenchy Ysatis **8.** Prada L'Eau Ambree

cãi không kém gì những phát kiến của Helmut Newton. Nhờ những bức hình này, nhiều người đổ xô đi mua nước hoa của Beckham mà không cần biết mùi hương đó có thích hợp với mình hay không. Tuy nhiên, nhìn lại những bức ảnh của Terry Richardson, người ta không thể không đặt câu hỏi: "Đâu là thế giới của Terry và đâu là mùi hương của Beckham, thứ thực sự được bán trên thị trường là gì?". Nhưng sẽ chẳng bao giờ có câu trả lời vì chúng đã xen lẫn vào nhau. Và có lẽ chẳng mấy khôn ngoan khi chúng ta kêu gào sự tách bạch của thông điệp và bản chất, trong khi, với nhiều người sử dụng, ấn tượng về nước hoa không đến từ trong tâm thức, mà chỉ đến sau khi họ đã đọc hết bản mô tả về chính loại nước hoa đó.

Cũng không vội vàng mà nói rằng các nhà sản xuất đã lừa bịp người tiêu dùng khi dán mác tình dục lên những mùi nước hoa thông thường. Theo Softpedia, "những mùi hương đáng giá nhất và đắt tiền nhất đến từ những nguồn có liên quan đến cơ thể sống". Cầy hương và xạ hương đến từ các tuyến hậu môn hay đường ruột của cầy hương. Hươu xạ, hải ly, hoặc long diên hương thì sản sinh trong đường ruột của cá nhà táng. Một số nhà sản xuất nước hoa thông minh đã tiến thêm một bước khi quảng cáo nước hoa của họ với những yếu tố liên quan, từ cơ thể đến những mùi nồng ấm kích thích không phải là một khoảng cách xa xôi. Trong một thế giới bị xâm chiếm bởi tình dục thì mồ hôi, cơ thể và những ẩn ý ngầm về điều này vẫn luôn là một chủ đề ưa thích.

ĐI TÌM NHỮNG MÙI HƯƠNG GỢI TÌNH

Ý tưởng về việc tìm kiếm một mùi hương thực sự gợi lên các liên tưởng tình dục không bao giờ là dễ dàng. Dù vậy, chúng ta sẽ có câu trả lời với một nhóm mùi tương đối đặc biệt: nhóm mùi sexy animalic – được cho là gần gũi nhất với bản năng tình dục của con người. Vậy chúng thực sự là gì?

Havelock Ellis đã phân loại các mùi có khả năng kích thích tình dục theo thứ tự tăng dần:

1. Mùi da cơ thể nhẹ nhàng, mờ nhạt nhưng sảng khoái, thứ mùi thường được phát hiện trên cơ thể một thời gian ngắn sau khi tắm.
2. Mùi thơm của tóc và da đầu.
3. Mùi của hơi thở.
4. Mùi của nách.
5. Mùi của bàn chân.
6. Mùi vùng đáy chậu.

Và cuối cùng là mùi gợi đến những vùng nhạy cảm nhất dành cho việc ân ái trên cơ thể của đàn ông cũng như phụ nữ.

Quay lại khái niệm sexy animalic, đại đa số nước hoa trong ngành công nghiệp được tạo ra bằng cách pha trộn các hương liệu tổng hợp từ thực vật hay động vật. Tuy nhiên, một số nhà sản xuất đến nay vẫn đang sử dụng các thành phần nguyên bản từ động vật như cầy hương, xạ hương, hương hải ly, long diên hương. Và chúng ta có nước hoa Animalic – nguyên thủy và đầy bản năng. Nước hoa Animalic, vô cùng đắt đỏ vì những nguyên liệu quý hiếm tạo ra nó. Nhưng chỉ cần một lượng vừa phải, thậm chí rất ít, bạn sẽ mang đến cho cơ thể một hương vị khác, ấm áp, nồng nàn, khêu gợi và đầy chất dục tình.

Và đây là một số điển hình của hương thơm Animalic:

Serge Lutens Muscs Koublaï Khän: Mùi hương gợi nhớ đến mùi mồ hôi và sex theo cách hoàn hảo nhất. Một lượng lớn xạ hương, cầy hương, hương hải ly… đã được dùng để tạo ra một mùi hương bất thường, tinh tế, mãnh liệt và vô cùng phức tạp. Muscs Koublaï Khan là một mùi hương gợi dục đích thực.

Miller Harris "L'Air de Rien": Sự ngọt ngào trên bản năng tình dục, với hình ảnh đại diện là ngôi sao Jane Birkin. Nữ ngôi sao đã khêu gợi sự tưởng tượng của hàng ngàn người với tiếng thở dài nặng nề khi cô hát "Je t'aime, moi non plus ", bài hát Brigitte Bardot đã từ chối và Vatican thì xếp nó vào danh sách tội lỗi.

Jean Desprez Bal a Versailles: Mùi hương gợi nhắc đến những bản khiêu vũ dưới ánh nến của cung điện Versailles, mùi mồ hôi của những phụ nữ quý tộc và mùi bột phấn trên tóc, trên mặt họ - một sự kết hợp của mùi hoa và mùi xạ hương. Được biết đến như một trong những mùi hương lưu giữ lâu nhất và mang chất gợi cảm cổ điển nhất của thế giới, được tạo ra bởi Jean Desprez vào năm 1962.

Montale Oud Cuir d'Arabie: Loại nước hoa đậm mùi da thuộc với thông điệp "hãy nhìn em", sự gợi cảm đậm chất xác thịt yêu cầu người dùng nó phải có một gu thời trang độc đáo và sự tự tin mãnh liệt.

Amaranthine Eau de Parfum Penhaligons: được thiết kế bởi bậc thầy về mùi hương Bertrand Duchaufour, với từng tầng lớp hương mở ra, lan tỏa trên cơ thể của người phụ nữ. Được mô tả là "một đóa hoa phương Đông úa tàn tỏa ra mùi hương mạnh mẽ nhất trong cuộc đời ngắn ngủi của nó. Bắt đầu với mùi gia vị nồng nàn và mùi cây lá xanh biếc của vùng nhiệt đới. Rồi đến những giai điệu của hoa nhài, ylang-ylang đua nở. Tiếp đó là đỉnh hương quấn quýt trong các loại gia vị, trà, xạ hương và sự viên mãn của đậu tonka".

Rochas Femme: Hương đào và gỗ, kết thúc với xạ hương, mùi da thuộc và cầy hương. Thiết kế trong năm 1944 bởi huyền thoại Edmond Roudnitska. Một mùi hương rất độc đáo, gợi nhắc đến sự quyến rũ của New York trong những năm 1930. Hương thơm phảng phất trong hành lang các khách sạn lớn, phòng giải lao của nhà hát Broadway, trộn lẫn mùi vị của các bữa tiệc thượng lưu (nơi diễn ra nhiều câu chuyện bí mật về tình dục sau các bức rèm cửa). Mùi rượu sâm banh, trứng cá muối và xì gà Cuba. Một mùi hương đầm chất hồi ức.

Angelo Seminara
VÀ DẦU DƯỠNG HOÀN MỸ
OI/OIL

HẦU HẾT NHỮNG SẢN PHẨM LÀM ĐẸP CÓ TIẾNG ĐỀU SỞ HỮU NHỮNG CÂU CHUYỆN CỦA RIÊNG NÓ. VỚI OI/OIL CỦA DAVINES, CÂU CHUYỆN KHÔNG HÀO NHOÁNG KIỂU MARILYN MONROE MÀ CUỐN HÚT TINH TẾ ĐÚNG CHẤT AUDREY HEPBURN.



Ảnh trong BST Powder của Angelo Seminara dành riêng cho Davines

Năm 2012, khi tìm hiểu về các loại dầu dưỡng mới cho tóc, có một video thú vị mà tôi bắt gặp trên Youtube: nhà tạo mẫu tóc điển trai biểu diễn tạo kiểu với một loại dầu màu vàng nhạt. Tôi gần như đã quên mất video này cho đến cuối năm nay, khi gặp lại cả hai "người quen cũ" trong những tình huống đầy bất ngờ. Cái tên Angelo Seminara được xướng lên trong danh hiệu "Nhà Tạo Mẫu Tóc Xuất Sắc Nhất Năm" tại Anh hôm 27/11/2012 vừa qua (được xem là giải Oscar của ngành tóc), còn loại dầu dưỡng mà anh sử dụng thì lọt vào danh sách Sản Phẩm Làm Đẹp Tốt Nhất 2012 của tạp chí mỹ phẩm chuyên ngành uy tín của thế giới (Allure). Nếu chai dầu dưỡng biết nói, tôi chắc rằng cả nhà tạo mẫu tóc và sản phẩm phải có đôi lời với nhau trước những giải thưởng này. Chẳng hạn, Angelo Seminara phải cám ơn những sản phẩm như dầu dưỡng OI/OIL (Davines) vì chất lượng của chúng đã giúp phô bày tài năng của anh đến tối ưu. Ngược lại, con đường đưa OI/OIL đến với người tiêu dùng chắc phải gian nan hơn nhiều nếu không có dấu bảo hành từ những chuyên gia uy tín như Nhà tạo mẫu tóc xuất sắc nhất Anh Quốc Angelo Seminara.

ANGELO SEMINARA LÀ AI?

"Nhà tạo mẫu xuất sắc nhất năm của Anh Quốc" không phải giải thưởng quá mới lạ với Angelo Seminara. Ngôi sao trong ngành tạo mẫu tóc quốc tế đã hai lần được vinh danh với giải thưởng này vào năm 2007 và 2010. Angelo có niềm say mê bất tận bởi những khả năng không ngờ của mái tóc và luôn mong muốn mang lại vẻ đẹp tự nhiên nhất cho tất cả những khách hàng của mình, những ngôi sao nổi tiếng như Ringo Star, Emma Bunton, Naomi Campbell, Giselle Bundchen, Gwyneth Paltrow và Natalia Vodiano…Một trong những sản phẩm yêu thích của Angelo Seminara chính là dầu dưỡng OI/OIL được anh mô tả như một sản phẩm "đặc biệt thích hợp cho tóc khô, tóc xoăn, nhưng trên thực tế, không có loại tóc nào là không phù hợp với loại dầu này cả". Những mô tả của Angelo Seminara được sự thừa nhận của hầu hết những chuyên gia trong ngành tóc, blogger hay biên tập viên chuyên về làm

đẹp – bất cứ ai đã từng sử dụng loại dầu dưỡng này cho mái tóc của mình.

DẦU LẠ ROUCOU

Không như nhiều sản phẩm làm đẹp có tiếng khác, dầu dưỡng OI/OIL ít khi xuất hiện tràn ngập cạnh các minh tinh hay được lăng xê tưng bừng từ những hậu trường show diễn lớn. Thế nhưng loại dầu dưỡng khiến tóc mềm mượt và giúp tạo kiểu dễ dàng này là cái tên quen thuộc trong thế giới của những chuyên gia về làm đẹp, quen thuộc như một người bạn đồng hành hiển nhiên hơn là một sản phẩm ngôi sao lừng lẫy. Hơn một năm nay, tôi đã thoa OI/OIL lên mái tóc ẩm sau khi gội của mình gần như một phản xạ tự nhiên và tận hưởng cảm giác nhẹ nhõm trong mùi hương ngọt hắc rất đặc trưng. Đến giờ tôi vẫn băn khoăn về mùi hương này, có thể nó đến từ thành phần chính của sản phẩm, một loại dầu khá lạ tai gọi là Roucou (hạt điều đỏ) được chiết xuất từ hạt giống của cây Achiote, đặc sản của rừng nhiệt đới Amazon.

Dầu Roucou có mùi ngọt, hắc và cay một cách hấp dẫn (gợi nhắc tới mùi nhục đậu khấu chuyên được sử dụng trong nước hoa). Nhưng hấp dẫn hơn cả là những đặc tính tuyệt vời của nó: dầu Roucou được cây Achiote sản sinh ra để bảo vệ chính mình khỏi sự tàn phá của ánh nắng chói chang vùng nhiệt đới, bởi vậy nó giàu chất beta-caroten gấp 100 lần so với cà rốt, giàu axit ellatic - một chất trung hòa chống lại gốc tự do và nhiều dưỡng chất khác. Khi dùng trên tóc, loại dầu này có tác dụng tái tạo cấu trúc tóc và giúp mọc tóc, kích thích sản sinh sắc tố melanin, giảm hư tổn tế bào do tia UV, chống lão hóa, tăng độ đàn hồi cho da. Những đặc tính này khiến Roucou được dân Trung Nam Mỹ ưa chuộng chẳng khác gì dân Ma Rốc tự hào về loại dầu argan nổi tiếng của họ.

Trong khi dầu Roucou thẩm thấu sâu và nuôi dưỡng tóc thì một thành phần khác của dầu OI/OIL là lớp silicon tự thở tạo màng bảo vệ trên bề mặt cấu trúc tóc mà không làm ảnh hưởng đến hiệu quả của những sản phẩm sử dụng sau đó, cùng lúc đảm bảo tính linh hoạt để phù hợp với cấu trúc của mọi loại tóc. Hai thành phần này giải thích cho cơ chế hoạt động của OI/OIL: một thành phần giúp tóc khỏe, mềm mại và nuôi dưỡng tóc từ bên trong, còn một thành phần giúp tóc bóng sáng, chống rối xù, suôn nhẹ và nhanh khô hơn thường lệ.

Những ai đã quen thuộc với các dòng sản phẩm của Davines hẳn sẽ có thêm một lý do nữa để yêu thích dầu dưỡng OI/OIL: thiết kế chai thanh lịch với lớp vỏ trong suốt làm nổi bật chất lỏng sóng sánh vàng óng bên trong. Bao bì này được sản xuất từ loại nhựa không độc (an toàn với thức ăn và đồ uống) có tác động rất thấp đến môi trường bởi nó nằm trong dự án Vô Hại (Zero Impact) – dự án về sinh thái mà Davines tham gia vào năm 2006, bằng cách giảm thiểu lượng khí thải CO2 sinh ra từ việc sản xuất bao bì sản phẩm và tái tạo hàng ngàn hecta rừng ở Costa Rica và Ý. Với dự án này, OI/OIL không thể không mang đến cho tôi cảm giác về sự phát triển bền vững không chỉ cho môi trường, mà còn cho chính những sợi tóc của mình.


Nhà tạo mẫu Angelo Seminara - Giám Đốc Nghệ thuật của Davines

TRONG VIDEO CỦA MÌNH, ANGELO SEMINARA ĐƯA RA NHIỀU LỜI KHUYÊN QUAN TRỌNG KHI SỬ DỤNG DẦU DƯỠNG OI/OIL VỚI NHỮNG HƯỚNG DẪN KHÁ TỈ MỈ: "SAU KHI GỘI, LAU KHÔ TÓC BẰNG KHĂN BÔNG ĐỂ LOẠI BỎ PHẦN LỚN LƯỢNG NƯỚC TRÊN TÓC, SAU ĐÓ BÔI OI/OIL. TÔI NGHĨ RẰNG BAN ĐẦU BẠN NÊN DÙNG MỘT LƯỢNG NHỎ, RỒI CÓ THỂ LẤY THÊM NẾU CẦN THIẾT. BẠN CÓ THỂ CẢM NHẬN LƯỢNG DẦU CẦN THIẾT LÀ BAO NHIÊU TÙY TỪNG LOẠI TÓC (KHÔNG CẦN QUÁ LO LẮNG VÌ DẦU OI/OIL RẤT NHẸ NÊN SẼ KHÔNG LÀM BẾT HAY NẶNG TÓC). SAU KHI BÔI DẦU, ĐỪNG QUÊN CHẢI ĐỀU TÓC - ĐIỀU NÀY RẤT QUAN TRỌNG VÌ NÓ GIÚP PHÂN BỔ ĐỀU LƯỢNG DẦU TRÊN TÓC. SAU BƯỚC NÀY CHÚNG TA CÓ THỂ SẤY KHÔ TÓC MỘT CÁCH TỰ NHIÊN. SAU KHI SẤY KHÔ, CÓ THỂ BÔI TIẾP OI/OIL ĐỂ HOÀN THIỆN KIỂU. PHẦN ĐUÔI TÓC THƯỜNG BỊ KHÔ HƠN CÁC PHẦN KHÁC NÊN BẠN CHÚ Ý BÔI LÊN PHẦN NÀY ĐỂ DƯỠNG ẨM. DẦU DƯỠNG NÀY CŨNG GIÚP SÓNG XOĂN TRỞ NÊN BỒNG BỀNH HƠN VÌ NÓ KHÔNG LÀM NẶNG TÓC".



✣ Để xem toàn bộ video Angelo Seminara hướng dẫn chăm sóc tóc với dầu dưỡng OI/OIL, bạn có thể truy cập đường link:
http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=3dQUPhWGLtQ

✣ Hoặc scan mã QR này:

Dầu dưỡng OI/OIL được nhắc đến trong bài cũng được tư vấn và bán tại các salon tóc trên toàn quốc với giá tham khảo **333.000 VND/chai 50ml.**



Tiếng lành ĐỒN XA

Thành Hảo

TUY CHƯA ĐƯỢC PHÂN PHỐI CHÍNH THỨC NHƯNG ĐÂY LÀ NHỮNG THƯƠNG HIỆU MỸ PHẨM KHÔNG THỂ BỎ QUA. CÁC TÍN ĐỒ LÀM ĐẸP TẠI VIỆT NAM ĐÃ KHÔNG NGỪNG TÌM KIẾM VÀ SĂN LÙNG Ở KHẮP NƠI BẤY LÂU NAY.



Origins

Vài năm trở lại đây, các tín đồ của làm đẹp đang lưu truyền nhau một câu nói như thế này: "Nếu bạn gặp trục trặc với tất cả các thương hiệu mỹ phẩm và vẫn chưa tìm được một brand ưng ý thì câu trả lời chỉ có thể là Origins".

Origins là thương hiệu mỹ phẩm cao cấp từ Mỹ, được thành lập bởi Leonard Lauder, con trai của Estée Lauder, vào năm 1990 và là một trong những thương hiệu đầu tiên của tập đoàn Estée Lauder . Vô cùng nổi tiếng với các thành phần hữu cơ từ tự nhiên (các tinh chất quý như vỏ cây mai dương miền Bắc Brazil, trà trắng vùng Phúc Kiến Trung Quốc, thảo mộc Anogeissus Đông Châu Phi…), tuy nhiên, một nguyên nhân quan trọng để thương hiệu này được ưa chuộng tại Việt Nam chính là cam kết không có Parabens, Phthalates, Propylene Glycol, Mineral Oil, PABA, Petrolatum, Paraffin hay DEA – những thành phần có khả năng gây hại cho da. Đặc tính này đủ khiến Origins trở thành "hot" đối với những làn da nhạy cảm trong tiết trời oi bức và ô nhiễm tại Việt Nam.

Origins có các dòng đáng lưu ý như "A Perfect World": dòng sản phẩm chống lão hóa với chiết suất từ trà trắng, vỏ thông, arabidopsis, resveratrol và cây boswellia. "A Perfect World" chọn lọc các tinh chất chống oxy hóa nổi tiếng từ tự nhiên và đạt hiệu quả đáng ngạc nhiên trên những dấu hiệu lão hóa như nếp nhăn mảnh, đốm đen, chảy sệ, khô da và các dấu hiệu tổn thương do môi trường. Dòng "Make a difference" – thiên đường cho làn da khô hạn mất nước, có khả năng giải quyết sự mất nước trên da đến 76%. Dòng "Plantscription" (ra mắt tháng 2 năm 2011) - một huyết thanh chống lão hóa nhằm cạnh tranh với các loại kem chống nhăn retinoid hàng đầu thế giới với kích ứng 0%. Dòng Dr Weil Mega Bright và Dr Weil Mega Mushroom – lựa chọn dành riêng cho dòng da nhạy cảm và từng bị tổn thương do viêm, kích ứng hay mụn, được Origins sản xuất trên những nghiên cứu da liễu của Tiến sĩ Andrew Weil.

Sản phẩm hot:

1. Origins Plantscription Anti-aging serum: giảm nếp nhăn, tăng tính đàn hồi và cải thiện bề mặt da.
2. Origins Modern Friction - Nature's Gentle Dermabrasion: tẩy tế bào chết thành phần bột gạo, dầu chanh và lô hội.
3. Origins - A Perfect World™ Age-defense moisturizer with White Tea SPF25: dưỡng ẩm ban ngày với chiết xuất trà trắng bảo vệ da khỏi các chất độc hại và tác động xấu từ môi trường.
4. Origins Make A Difference Skin Rejuvenating Treatment: kem dưỡng ẩm dịu nhẹ bổ sung nước cho da, đặc biệt thích hợp với người bị mất nước do môi trường xấu như điều hòa, không khí khô hạn…

Mức giá trung bình:
30- 50 USD/sản phẩm.



Burt's Bees

Nếu bạn đang lo lắng về bài báo "Tô son nhiều sẽ khiến phụ nữ kém thông minh đi", xin mách bạn một lựa chọn tuyệt hảo: son môi của hãng Burt's Bees – một sản phẩm được sản xuất từ sáp ong không có chất gây hại hay độc tố. Mức giá vô cùng dễ chịu, thành phần từ thiên nhiên (đa phần là từ mật ong, sáp ong và các chế phẩm từ ong), thương hiệu Burt's Bees nghe khá lạ tai với nhiều người sử dụng ở Việt Nam nhưng hiện đang được phân phối tại hơn 30 000 điểm bán lẻ từ Mỹ đến Hồng Kông.

Điều thú vị ở Burt's Bees không chỉ là thành phần từ thiên nhiên mà còn ở quá trình chế biến tối thiểu với những kỹ thuật chưng cất, hấp, thủy phân, ngưng tụ…để duy trì sự tinh khiết của nguyên liệu. Tỷ lệ phần trăm các thành phần tự nhiên sẽ được hiển thị một cách rõ ràng trên thanh "natural bar" được in trên bao bì của mỗi sản phẩm Burt's Bees.

Trong list thành phần của thương hiệu này, người ta vẫn thấy sự có mặt của alcohol và paraben, nhưng không quá lạm dụng như một số hãng mỹ phẩm khác.

Burt's Bees bắt đầu từ mối quan hệ đối tác giữa Roxanne Quimby và Burt Shavitz – hai doanh nhân nhỏ chuyên sản xuất mật ong, sáp ong và nến tại Mỹ. Một ngày đẹp trời năm 1989, Roxanne Quimby tìm được một cuốn sách từ thế kỷ 19 hướng dẫn cách chế tạo mỹ phẩm tại nhà và đây là cột mốc đầu tiên cho sự thâm nhập của Burt's Bees vào ngành công nghiệp mỹ phẩm với son môi, sữa dưỡng, sữa tắm, xà phòng, kem dưỡng... Từ một công ty gia đình nhỏ giản dị, các sản phẩm của Burt's Bees đạt được những thành công vang dội. Năm 2007, Clorox Company đã mua lại thương hiệu và phát triển nó thành một thương hiệu toàn cầu như hiện nay.



Sản phẩm hot:

1. Burt's Bees Lip Balm: son dưỡng môi từ sáp ong.
2. Burt's Bee Deep Cleansing Cream: Sữa rửa mặt chiết xuất từ hoa cúc.
3. Burt's Bees citrus facial scrub: tẩy da chết từ hạnh nhân, cam và hoa hồng.

Mức giá trung bình:
15-30 USD/sản phẩm.

Neutrogena

Thương hiệu dược mỹ phẩm này của Mỹ có lẽ không còn xa lạ với bất cứ tín đồ làm đẹp nào ở Việt Nam. Neutrogena đạt được những thành công vang dội với vô số giải thưởng trong một số lĩnh vực như kem chống nắng, kem dưỡng tay, giấy ướt tẩy trang, sữa tắm, sữa rửa mặt (đặc biệt nổi tiếng với dòng sản phẩm chống nắng và dòng sản phẩm cho da mụn). Thương hiệu được thành lập vào năm 1930 bởi Emanuel Stolaroff, ban đầu có tên là Natone, nhưng hiện tại đã thuộc về tập đoàn đa quốc gia Johnson & Johnson.

Năm 1954, trong một chuyến công tác đến Châu Âu, Emanuel Stolaroff nghe nói về loại xà phòng bất thường do tiến sỹ hóa học Edmond Fromont tạo ra. Loại xà phòng này rửa sạch da mà không để lại bất cứ dư lượng nào, da trở về độ pH bình thường của nó sau mười một phút (tức là chỉ nhiều hơn một phút so với khi bạn rửa mặt bằng nước sạch). Vào thời điểm đó, con số này có lẽ chẳng gây ấn tượng gì nhiều cho các doanh nhân hay người tiêu dùng (và thậm chí ngay cả bây giờ cũng vậy). Nhưng với Emanuel Stolaroff thì khác. Ông đã nhận thấy một tiềm năng vô hạn cho loại xà phòng này. Và đó là câu chuyện khởi đầu cho Neutrogena, cũng là sự khởi đầu cho sự tán thưởng của giới y khoa Mỹ dành cho thương hiệu này.

Đặc biệt lưu ý khi mua Neutrogena qua đường xách tay vì sản phẩm này có khả năng bị làm giả, làm nhái nghiêm trọng.

Sản phẩm hot:

1. Neutrogena hand cream: kem dưỡng tay.
2. Neutrogena Facial Cleansing Bar: xà phòng rửa mặt dịu nhẹ.
3. Neutrogena Healthy Skin Anti-Wrinkle Cream SPF 15: kem chống nhăn dưỡng da với chỉ số chống nắng SPF 15.
4. Neutrogena Wet Skin Sunblock Spray SPF 50: xịt chống nắng dành cho hồ bơi, bãi biển và cho những điều kiện ánh nắng khắc nghiệt.
5. Neutrogena Deep Clean Gentle Scrub: tẩy trang sạch sâu.

Mức giá trung bình:
10 - 20 USD.

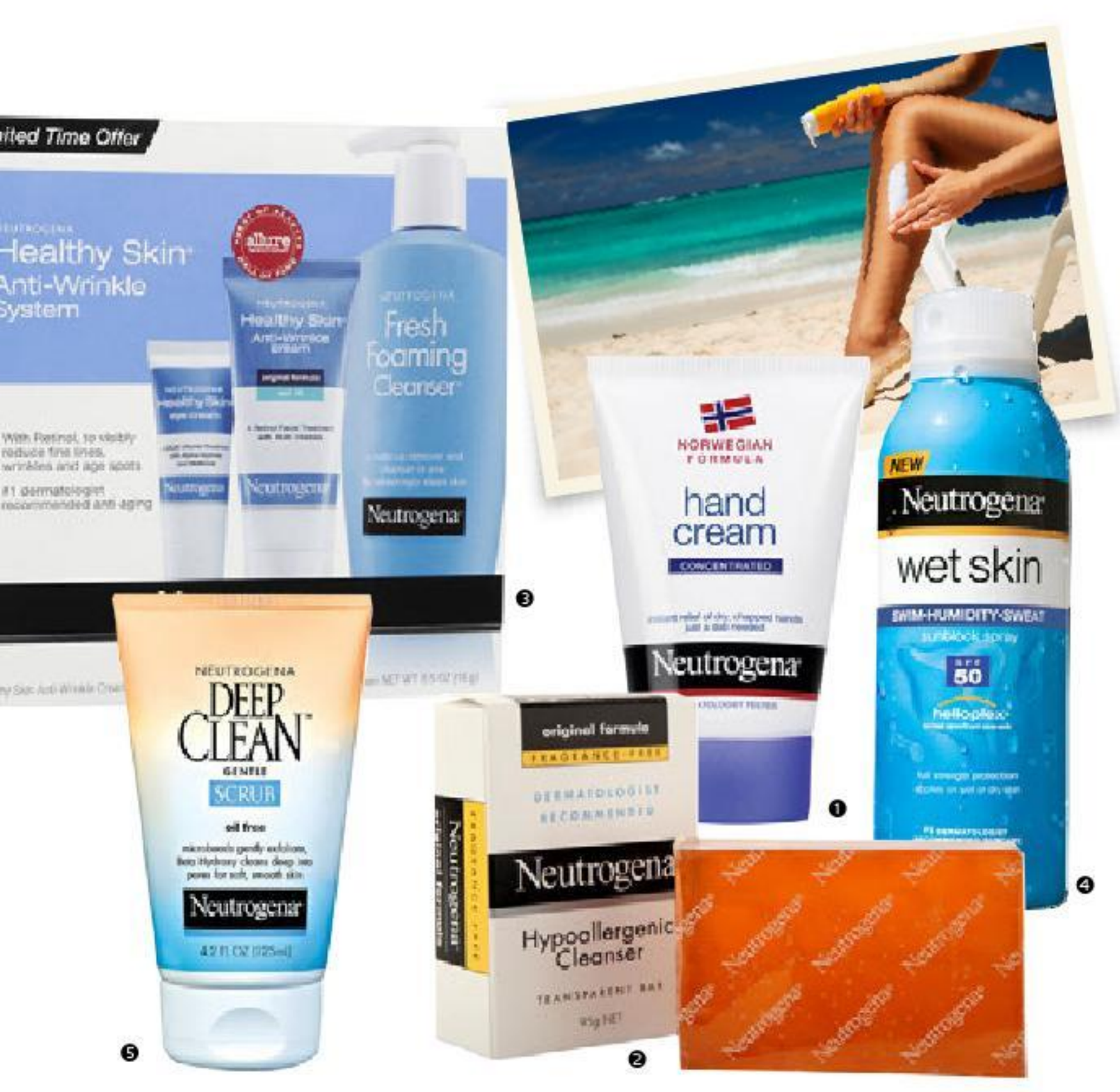
Trilogy



Tương tự như câu chuyện thành công của sản phẩm dầu dưỡng Morocanoil gắn liền với loại dầu argan huyền thoại, Trilogy mang đến cho thế giới một sản phẩm ngôi sao khác: dầu tầm xuân Rosehip Oil. Loại dầu tầm xuân tinh khiết được phát hiện bởi hai chị em người Úc Sarah Gibbs và Catherine. Sarah Gibbs tạo ra một loại kem dưỡng ẩm nhẹ với thành phần cơ bản là dầu tầm xuân giàu có các vitamin và các axit béo thiết yếu, sau đó thử nghiệm trên mặt của em gái Catherine trong nhiều tháng ròng rã. Kết quả đáng kinh ngạc đến nỗi họ biết rằng mình đã tìm ra một ngôi sao mới trong làng mỹ phẩm: kem Rosehip Oil cung cấp các dưỡng chất tự nhiên và nước cho da một cách hoàn mỹ trên những thành phần tự nhiên 100%. Loạt mỹ phẩm của Sarah Gibbs bay khắp nước Úc và đạt được danh tiếng vang dội. Từ một công ty gia đình nhỏ bé, chỉ trong vài năm, Trilogy đã được định giá 20 triệu USD và phân phối trên các thị trường chính như Úc, Ireland, Anh và châu Á. Năm 2010, Trilogy bán lại cho công ty Ecoya và với thương vụ này, việc Trilogy sẽ phát triển rộng rãi trên toàn thế giới là một tương lai không xa. Hiện nay, bạn có thể đặt mua Trilogy trên nhiều diễn đàn của Việt Nam.

Trilogy sẽ giải quyết những vấn đề gì của da? Cung cấp độ ẩm cho da khô/ da mất nước. Cân bằng cho da dầu/da hỗn hợp. Làm dịu da nhạy cảm hoặc viêm. Làm mịn các nếp nhăn và giảm các dấu hiệu lão hóa. Tuy nhiên, sản phẩm này không được sử dụng trên làn da đang bị tổn thương nặng.





Sản phẩm hot:

1. Trilogy Rosehip Oil Antioxidant+: dầu tầm xuân tinh khiết chống oxy hóa.
2. Trilogy - CoQ10 Booster Serum: Serum tinh chất đặc trị giúp cải thiện sắc tố da, với elixir 100% tự nhiên, CoQ10, Tamanu và các loại tinh dầu nguyên chất.
3. Trilogy - Vital Moisturising Cream: kem dưỡng ẩm chống lão hóa.
4. Trilogy - Cream Cleanser: sữa rửa mặt cung cấp ẩm, làm mịn da với thành phần dầu tầm xuân tinh khiết.

Mức giá trung bình:
30 – 40 USD.

Những **lựa chọn tối ưu** CHO DA

Khánh

Thật tuyệt vời nếu bạn sở hữu một làn da bình thường. Nhưng nếu không, hãy xem xét những lựa chọn dưới đây của chúng tôi để tìm ra một giải pháp phù hợp nhất.

DA KHÔ/MẤT NƯỚC

Giải pháp một: *Mỹ phẩm*

Ưu điểm: Sử dụng mỹ phẩm tốt được khuyên dùng cho da khô. Bất cứ thương hiệu skincare nào cũng đặt vấn đề dưỡng ẩm da lên vị trí đặc biệt quan trọng và bởi vậy, chọn sản phẩm dưỡng ẩm tốt không quá khó với bất cứ ai. Tùy theo túi tiền và tình trạng da, bạn có thể chọn cho mình một sản phẩm có mức giá trung bình từ 2 000 000 VND – 5 000 000 VND của những thương hiệu nổi tiếng như La Mer, Lancôme, Clinique, Estée Lauder, Shiseido, Clé de Peau Beauté….

Khuyết điểm: Nhiều người nhầm lẫn tình trạng da của mình hoặc không xác định đúng da thuộc về loại khô (cần bổ sung dầu) hay loại mất nước (cần bổ sung nước). Do đó, việc sử dụng mỹ phẩm không đạt được hiệu quả cần có. Để kem dưỡng đạt được hiệu quả tốt nhất, bạn cần đi soi da và xin tư vấn của chuyên gia trước khi bắt đầu mua bất cứ sản phẩm dưỡng ẩm nào.

Giải pháp hai: *Tinh dầu*

Ưu điểm: Tinh dầu – chiết xuất tinh khiết của một số loại cây như tầm xuân, dầu ô liu, dầu dừa, dầu argan…có thể cung cấp các axit béo và vitamin cần thiết cho da, cân bằng độ ẩm trên da mà không khiến bạn phải quá băn khoăn về tình trạng da khô hay da mất nước. Các dưỡng chất tự nhiên này hầu như rất thích hợp cho da khô và cũng là một giải pháp chống lão hóa tuyệt hảo.

Khuyết điểm: Bạn có thể mua phải loại tinh dầu kém chất lượng. Tinh dầu tinh khiết dùng cho vùng mặt cần có những quá trình chế tác đảm bảo chất lượng và không được nhầm lẫn với tinh dầu dành cho việc nấu ăn hay đốt. Nên chọn tinh dầu của các thương hiệu uy tín như DURANCE en Provence, Trilogy…



Tinh chất Extra Repair Serum của Bobbi Brown giải pháp cho da khô cải thiện cấu trúc da và tăng cường độ ẩm
Giá: 3.000.000 VNĐ

Guerlain Aqua Serum tinh chất cung cấp độ ẩm cho da tức thì chống nhăn dùng kèm kem dưỡng
Giá: 5 130 000 VNĐ cho 50 ml

CRÈME DE LA MER dưỡng ẩm và phục hồi da hiệu quả thích hợp da rất khô
Giá: 4.200.000 VNĐ cho 30 ml

Kem dưỡng ẩm Estée Lauder Hydrationist Maximum Moisture Creme cung cấp nước và nuôi da suốt 24 giờ
Giá: 1.600.000 VNĐ



Kem dưỡng đậm đặc MAC StudioMoisture Cream sửa chữa hàng rào lipid với các dưỡng chất Kukui Nut Oil, và chiết xuất Coconut
Giá: 900.000 VNĐ



Kem dưỡng đêm Shiseido FUTURE SOLUTION tăng cường sinh lực cho da và làm giảm đi sự xuất hiện các dấu hiệu lão hóa
Giá: 5.090.000 VNĐ



Kem dưỡng Shu uemura Red Juvenus bổ sung các loại dầu thực vật giữ ẩm cho da
Giá: 1.600.000 VNĐ cho kem ngày
1.800.000 VNĐ cho kem đêm

Kem dưỡng ẩm Chanel HYDRA BEAUTY CREME tăng cường độ ẩm và bảo vệ da khỏi gốc tự do với các thành phần độc quyền của Chanel
Giá: 2.244.000 VNĐ



DA DẦU/MỤN CÁM

Giải pháp một: *Mỹ phẩm*

Ưu điểm: Mỹ phẩm được khuyến khích nhất cho da dầu/mụn thường là các loại dược mỹ phẩm làm sạch được y tế khuyên dùng bao gồm: sữa rửa mặt dịu nhẹ không cồn, toner không cồn, mặt nạ đất sét thấm hút dầu, tẩy da chết dịu nhẹ, kem chống mụn chứa các thành phần kháng viêm như trà xanh, cúc dại, mật ong…Các loại mỹ phẩm này giúp đảm bảo yếu tố cơ bản là một bề mặt da sạch sẽ, thông thoáng. Loại sản phẩm thứ hai là kem dưỡng (hoặc lotion) giúp cân bằng lượng dầu/nước trên da, nhằm giải quyết tình trạng thừa dầu thiếu nước.

Khuyết điểm: Da dầu/mụn đôi khi rất khó chọn mỹ phẩm phù hợp vì loại da này thường đi kèm với một số triệu chứng khác như: da yếu dễ kích ứng và nhạy cảm. Da dầu/mụn dễ phản ứng tiêu cực với nhiều thành phần trong mỹ phẩm hơn là da khô và có thể khiến tình trạng da tệ hơn.

Giải pháp hai:

Điều trị tại Spa

Ưu điểm: Điều trị tại spa được khuyên dùng cho làn da dầu/mụn thường. Làn da dễ bị tắc nghẽn lỗ chân lông nghiêm trọng và việc làm sạch tại nhà của bạn thường là chưa đủ. Spa sẽ cung cấp một liệu trình làm sạch sâu với các thiết bị chuyên dụng (máy xông hơi, massage, tẩy da chết) và bổ sung vào da các dưỡng chất và độ ẩm thiết yếu, giúp cân bằng lượng nước – dầu, giảm viêm, kháng khuẩn và nuôi dưỡng da. Nên thực hiện điều trị tại spa 1 lần/tuần.

Khuyết điểm: Làn da có thể quay về tình trạng ban đầu nếu dừng điều trị tại spa sau vài ba tháng. Nên chọn một spa hiệu quả nhưng chi phí vừa phải để có thể tiến hành điều trị lâu dài.

Giải pháp ba: *Điều trị tại Spa*

Ưu điểm: Spa cung cấp những liệu pháp điều trị chuyên sâu gồm nhiều bước khiến làn da mềm mại và ẩm mịn ngay tức khắc. Về cơ bản, các liệu trình này sẽ bắt đầu bằng việc tẩy da chết, làm sạch da và kết thúc bằng việc đưa sâu vào da các loại serum có khả năng hấp thụ gấp nhiều lần thông thường. Các serum này giúp sửa chữa hàng rào lipid (chất béo) trên da hoặc bổ sung các chất dưỡng ẩm cần thiết. Một số thiết bị chuyên dụng tại spa có thể khiến sự thẩm thấu serum được tăng cường một cách đặc biệt, ví dụ như điện trở, massage, máy điện di ion…

Khuyết điểm: Một liệu trình tại spa thường kéo dài ít nhất từ 8-10 lần điều trị thì mới cho kết quả tốt trong thời gian thực hiện. Nhưng nếu kết thúc, làn da vẫn sẽ trở lại tình trạng ban đầu sau một thời gian, nếu không được tiếp tục bảo dưỡng. Chưa kể, chi phí khá tốn kém. Khi sử dụng các thiết bị của spa, cần tìm hiểu kỹ về tác động của chúng lên cơ thể (đặc biệt với các thiết bị điện di, điện trở).



Giải pháp ba:

Các thiết bị cầm tay tại nhà

Ưu điểm: Vừa giải quyết được vấn đề chi phí khi điều trị tại spa, vừa tăng tính hiệu quả cho việc chăm sóc da tại nhà. Bạn có thể lựa chọn máy rửa mặt Clarisonic Skin Care Brush, máy rửa mặt Neutrogena skincare brush, máy rửa mặt Olay Professional Pro-X Advanced Cleansing System, máy điện trở Galvanic Spa Nu Skin, máy xông hơi tại nhà, máy hút mụn cám tại mũi…với mức giá trung bình vào khoảng vài trăm USD.

Khuyết điểm: Cần tìm hiểu kỹ về các thiết bị cầm tay trước khi mua. Những thiết bị này có cơ chế tác động lên da khá mạnh, bạn không nên sử dụng hàng ngày với bất cứ loại máy nào. Tỷ lệ sử dụng máy xông hơi là 1-2 lần/tuần, máy rửa mặt là 2- 3lần/tuần, máy hút mụn cám là 1 lần/tuần, máy điện trở 2 lần/tuần. Trên mỗi vùng da, các thiết bị có ghi chú rất kỹ về thời gian thao tác (thường tính bằng giây). Nên áp dụng chính xác theo hướng dẫn này, không nên lặp lại thao tác khi máy đã báo hiệu hết một chu trình.



3



1

GIẢI PHÁP CHUNG CHO TẤT CẢ:

Thay đổi thói quen ẩm thực

Ưu điểm: Uống nhiều nước và ăn nhiều rau quả mọng là một biện pháp có lợi không chỉ cho da mà còn cho toàn bộ cơ thể bạn. Nên duy trì chế độ uống nước 1,5 – 2l/ngày và ăn ít nhất 0,5 kg rau xanh/ngày, chưa kể các hoa quả khác.

Khuyết điểm: Để đạt được một hiệu quả nhất định, bạn phải duy trì chế độ ăn uống tích cực trong thời gian dài và giữ càng lâu càng tốt. Tuy nhiên, với nhiều người có làn da khô hanh và nứt nẻ, đặc biệt trong thời tiết lạnh, ngay cả một chế độ ăn uống tốt cũng không làm giảm bớt các triệu chứng xấu. Biện pháp này cần được kết hợp với các trị liệu khác. Điều này xảy ra tương tự với các tình trạng da khác như dầu/mụn, lão hóa, sẹo rỗ…

DA SẸO MỤN NGHIÊM TRỌNG
Giải pháp một:

Điều trị bằng các thiết bị laser chuyên sâu

Ưu điểm: Các thiết bị này đã được kiểm nghiệm về độ an toàn và cho phép sử dụng rộng rãi trên hệ thống thẩm mỹ viện trên toàn thế giới. Đây cũng là những can thiệp sâu cuối cùng nhằm cải thiện tình trạng da, khi các biện pháp trước đó đều vô hiệu. Bạn có thể tham khảo một số biện pháp như Intense pulsed light (IPL), bóc tách vi điểm 3 DEEP RF, công nghệ laser Revlite, công nghệ eMatrix, công nghệ laser Fraxel… có thể thâm nhập sâu vào da, kích thích các tổn thương và tái tạo tế bào mới, làm đầy sẹo, phẳng da.

Khuyết điểm: Hiệu quả ghi nhận tùy vào tình trạng da và tùy vào nơi trị liệu, có thể dao động từ 30% - 70%. Chi phí rất tốn kém (trung bình khoảng 1000 – 1500 USD/một liệu trình). Nhất thiết phải chọn địa chỉ uy tín để thực hiện. Nên tham khảo trước ở trang web RealSelf.com – một trang web chuyên đăng tải các bình luận của người sử dụng với các trị liệu này.

Giải pháp hai:

Lăn kim Dermaroller (sẹo lõm)

Ưu điểm: Một giải pháp nhẹ nhàng để cải thiện da, không mài mòn hay bóc tách sâu. Chi phí không quá tốn kém. Dùng kim lăn để tạo ra những tổn thương cực nhỏ trên da, kích thích da sản sinh các sợi Collagen mới, làm đầy sẹo lõm và phẳng da.

Khuyết điểm: Sự thay đổi diễn ra chậm và cần thời gian điều trị dài ngày. Rất dễ chọn phải kim lăn không rõ nguồn gốc xuất xứ, dễ bị rỉ sét và gây nhiễm trùng. Quá trình thực hiện tương đối đơn giản nên nhiều người thường tự làm tại nhà mà chưa được tư vấn tỉ mỉ về cách thức, dẫn đến những tổn thương nghiêm trọng hơn trên bề mặt da.



2

Unilever

Sữa tắm Dove mới
Nuôi dưỡng làn da.
Dưỡng ẩm tốt hơn cả sữa*

nutrium moisture™

Mới

Dove

Deeply Nourishing

Dove

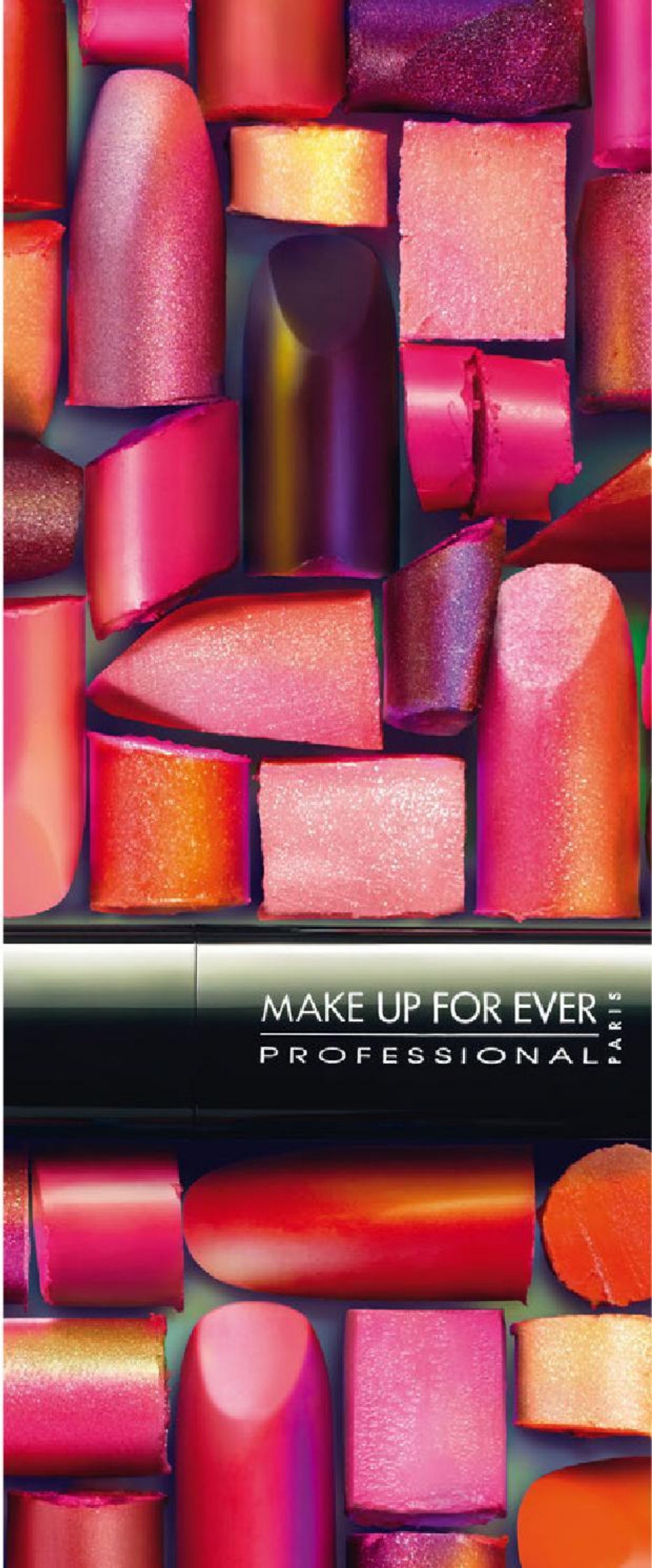
*Dựa trên kết quả kiểm nghiệm hiệu quả dưỡng ẩm tức thì tại Unilever Thái Lan năm 2011

Sản phẩm của Công Ty TNHH Quốc Tế Unilever Việt Nam, Lô A2-3
KCN Tây Bắc Củ Chi, Xã Tân An Hội, Huyện Củ Chi, Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam
Số phiếu tiếp nhận hồ sơ quảng cáo của Sở Y Tế Tp. Hồ Chí Minh: 238/12/QCMP-HCM

GỢI CẢM

ROUGE ARTIST

HIẾM KHI NÀO MỘT BỘ SƯU TẬP MỸ PHẨM LẠI CÓ KHẢ NĂNG THỎA MÃN TẤT CẢ NHU CẦU CÙNG MỘT LÚC. NHƯNG ĐIỀU LẠ LÙNG NÀY ĐÃ THÀNH HIỆN THỰC VỚI ROUGE ARTIST COLLECTION – BẢNG MÀU SON PHONG PHÚ ĐẾN KHÓ TIN CỦA THƯƠNG HIỆU LỪNG DANH MAKE UP FOR EVER.



Nếu đôi mắt được so sánh như cửa sổ tâm hồn thì đôi môi chính là cánh cửa của cảm xúc. Một nụ cười rạng rỡ không chỉ thu hút mọi ánh nhìn, mà còn có thể tăng cảm hứng của bất cứ buổi tiệc nào mà bạn xuất hiện. Đó cũng chính là lý do bộ sưu tập son Rouge Artist của Make Up For Ever ra đời.

ROUGE ARTIST NATURAL: LÃNG MẠN

Với tiết trời se lạnh của những ngày cuối năm, sự lãng mạn tươi tắn và nổi bật chắc chắn sẽ không thể bỏ qua. Đúng như cái tên của mình, Rouge Artist Natural tập trung vào phong cách tự nhiên, tinh tế. Khi tô son, đôi môi sẽ ánh lên bóng sáng mờ ảo của ngọc trai tinh khiết với 50 gam màu tươi sáng dịu dàng, làm nổi bật một làn môi trẻ trung hoàn hảo như nude, nude nâu, beige, beige hồng, tím ánh hồng, hồng pastel…

Những gam màu này là lựa chọn tuyệt vời cho một buổi dạo phố vui vẻ cùng bạn bè, một buổi hẹn hò lãng mạn (khi bạn chờ đợi một nụ hôn) hay thậm chí ngay cả ở môi trường công sở đòi hỏi sự tự tin, năng động và thanh lịch. Làm sao có thể cưỡng lại cảm giác làn môi căng đầy và mịn màng như lụa ngay khi thoa son? Bí quyết chính là nhờ một hỗn hợp các thành phần dưỡng chất từ thực vật tự nhiên và bơ Cupuacu giàu axít béo, giúp đôi môi mềm mại tràn đầy sức sống và được dưỡng ẩm liên tục suốt 8 tiếng đồng hồ.

ROUGE ARTIST INTENSE: ẤN TƯỢNG

Không phải lúc nào sự tự nhiên, tươi tắn nhẹ nhàng cũng là lựa chọn tối ưu. Và đó là lý do cho sự ra đời của Rouge Artist Intense – một bảng màu sôi động, rực rỡ và đậm chất tiệc tùng. 50 gam màu ấn tượng như hồng vân anh fuschia, đỏ tươi, đỏ đun, tím đậm blueberry, vàng gold… sẽ biến bạn thành một nữ hoàng thật sự dưới ánh đèn lấp lánh. Nhờ độ che phủ và tập trung màu sắc cao hơn đến 50% so với những loại son thông thường, chỉ cần một lần thoa nhẹ, sắc môi của bạn sẽ được "hóa phép" và khoác lên đúng tông màu đầy cá tính mà bạn ưng ý. Rouge Artist Intense sẽ giúp bạn trở thành một quý cô lộng lẫy trong những buổi tiệc cuối năm, hoặc một cô nàng cá tính đầy quyến rũ . Không chỉ ưu thế về độ lên màu trung thực và ấn tượng, dòng son Rough Artist Intense còn làm bạn bất ngờ hơn với khả năng bền màu và lâu trôi nhờ công thức cô đặc các hạt phân tử màu. Đảm bảo giữ cho nụ cười của bạn luôn rạng rỡ và tự tin hơn, thỏa thích dùng thức ăn hoặc thức uống trong suốt buổi tiệc.



Người ta thường nói, người phụ nữ hạnh phúc là người tận hưởng mỗi phút giây trong cuộc sống. Hãy để Rouge Artist của Make Up For Ever giúp bạn làm điều đó với đôi môi thăng hoa và đầy cảm xúc.

Hitech Style

December - January 2013



Các Mẫu Xe ĐƯỢC TRÔNG CHỜ NHẤT **NĂM 2013**

2013 THỰC SỰ LÀ MỘT NĂM VỚI NHIỀU MẪU XE ĐÁNG MƠ ƯỚC NẾU BẠN ĐANG CÓ Ý ĐỊNH SỞ HỮU MỘT CHIẾC XẾ YÊU CỦA RIÊNG MÌNH. KHÔNG CHỈ CÓ NHỮNG CẢI TIẾN THÚ VỊ VỀ CÔNG NGHỆ MÀ KIỂU DÁNG CŨNG ĐA DẠNG VÀ ĐẦY SÁNG TẠO, CÓ THỂ ĐÁP ỨNG ĐƯỢC NHU CẦU CỦA NHỮNG VỊ KHÁCH KHÓ TÍNH NHẤT TỪ PHẦN NHÌN CHO ĐẾN TÍNH ỨNG DỤNG.

Hoàng Tú





Porsche Cayman:

Nét quyến rũ mang dòng máu Đức

Một chiếc coupe quyến rũ và sang trọng hàng đầu phân khúc là những gì có thể nói về Cayman. Ra mắt phiên bản mới vào đầu tháng 12/2012 tại Mỹ, Cayman ngay lập tức trở thành ngôi sao sáng nhờ những cải tiến tỉ mỉ ở thiết kế, bộ khung xe và động cơ. Vay mượn kiểu dáng của người anh em Boxster, những đường cong được tạo hình lại mang vẻ gợi cảm hơn. Điểm nhấn của Cayman là khe hút gió hai bên hông xe mềm mại, đèn LED ở phía trước và phía sau tạo cảm giác ấn tượng bắt mắt.

Cayman có phần động cơ đặt giữa thân xe, công suất 265 mã lực hoặc 325 mã lực. Ngoài ra, Porsche còn trang bị cho coupe Cayman hộp số PDK tiên tiến giúp tăng tốc 0-100 km/h trong vòng chưa đầy 5 giây. Khi được tung ra thị trường vào năm sau, Cayman sẽ có giá bán khởi điểm 52.600 USD. Đây thực sự là một mức giá mềm cho những ai thích cầm lái một chiếc xe thể thao sang trọng đúng nghĩa.



BMW 4-Series Coupe:

Mơ ước trong tầm tay

4-Series Coupe được ưu ái sở hữu những thiết kế đẹp nhất mà BMW đương đại đang nắm giữ. Có thể nhìn thấy ở mẫu xe coupe 4 chỗ này không chỉ sự trẻ trung sôi nổi của BMW mà còn cả sự sang trọng và tinh tế trong từng chi tiết. 4-Series Coupe có phần thân xe dựa trên 3-Series, phần đèn hậu của mẫu 6-Series. Phần mui xe thấp hơn, dốc nghiêng nhiều hơn về phía sau đúng như một chiếc coupe chuẩn mực. Cản trước và cản sau đồng điệu trong thiết kế với những khe hút gió cỡ lớn. Điểm nhấn ở phía trước là cặp đèn pha với những dải đèn LED đẹp mắt và phía sau là bộ khuếch tán không khí tích hợp ống xả mạnh mẽ.

Đến thời điểm hiện tại, chiếc coupe 4-Series vẫn ở dạng xe concept và chỉ thực sự xuất hiện tại triển lãm Detroit vào đầu năm. Tuy nhiên, toàn bộ không gian nội thất của chiếc xe đã được trưng bày. BMW giữ nguyên thiết kế truyền thống cùng tiêu chí "sự tiện lợi của người điều khiển là quan trọng nhất". Nội thất bọc da màu nâu, đen với các chi tiết trang trí bằng kim loại khiến cho không gian bên trong của 4-Series Coupe sang trọng không hề thua kém những thành viên trong gia đình BMW.

4-Series Coupe xứng đáng nằm trong wishlist của những ai yêu thích sự trẻ trung và phong cách thể thao năng động.





Aventador Roadster:

Chiếc mui trần của năm 2013



Không có gì tuyệt vời hơn được cầm lái một chiếc siêu xe, nhưng sẽ còn tuyệt vời hơn nếu siêu xe đó là phiên bản roadster-mui trần hai chỗ. Aventador Roadster chính là một mẫu xe như vậy. Siêu xe này được trang bị cỗ máy có thể sản sinh ra công suất tương đương 700 mã lực ở ngay sau lưng ghế ngồi. Động cơ này đủ sức tăng tốc 0-100 km/h trong 3 giây, tốc độ tối đa 350 km/h. Nó đồng nghĩa với việc bạn sẽ không nhìn thấy siêu xe này sau vài lần chớp mắt.

Nếu như các xe mui trần khác có hệ thống đóng mở mui tự động thì Aventador hoàn toàn được làm thủ công để tiết kiệm trọng lượng và diện tích. Toàn bộ phần mui xe làm bằng sợi cacbon nên chỉ nặng 6kg.

Chiếc Aventador Roadster được bán với giá 445.000 USD, cao hơn 47.500 USD so với phiên bản thông thường. Với mức giá như vậy, siêu mui trần này đang đứng trong danh sách những chiếc xe đắt nhất thế giới trong năm 2013.



Range Rover 2013:

Hoàn hảo trên mọi địa hình

Du ngoạn trên những cung đường hiểm trở nhất, khó khăn nhất luôn là niềm đam mê bất tận và đầy ma lực. Chuyến đi này sẽ thật tuyệt vời nếu có Range Rover cùng song hành. Bởi đó là mẫu xe đa dụng cỡ lớn sang trọng nhất thế giới.

Trong 40 năm qua, Range Rover vẫn giữ nguyên những tinh tuý, đặc tính riêng biệt của dòng SUV hạng sang đi kèm với khả năng vượt địa hình không một mẫu xe nào địch nổi. So với thế hệ trước, Range Rover 2013 có kích thước lớn hơn nhưng lại nhẹ hơn 400 kg. Ở trong những đường nét tổng thể tưởng như khô cứng, chiếc xe đa dụng vẫn điểm xuyết một vài nét mềm mại bằng thiết kế đèn pha và đèn hậu vuốt dài ra phía sau, la-zăng cỡ lớn được tạo hình uốn lượn.

Để có được khả năng chinh phục mọi địa hình, Range Rover trang bị hệ thống kiểm soát địa hình Terrain Respone. Chúng giúp chiếc xe di chuyển một cách tốt nhất, dù đó là đường tuyết trơn trượt hay những con suối sâu tính bằng mét. Ngoài ra, chiếc xe đa dụng sang trọng vẫn sở hữu dòng động cơ tăng áp, supercharged 5.0L như thế hệ trước, công suất 335 đến 500 mã lực là thứ cần và đủ để chinh phục mọi địa hình.

Bên cạnh đó thì Range Rover còn có không gian nội thất đẳng cấp. Đây là không gian nội thất sang trọng giành được rất nhiều giải thưởng thiết kế trong ngành



công nghiệp ôtô. Range Rover chiều lòng khách hàng bằng 15 màu da khác nhau, hàng loạt các tính năng hỗ trợ lái, hệ thống trợ giúp an toàn chủ động, dàn loa Meridian… khiến những người khó tính nhất cũng phải mỉm cười hài lòng.

Nếu là tuýp người ưa chuộng các mẫu xe đa dụng, sự mạnh mẽ và máu phiêu lưu, 114.000 USD là mức giá đáng để mang Range Rover phiên bản 2013 về nhà.



Tesla Model X:

Công nghệ của tương lai không xa

Khai sinh tại Mỹ, Tesla Model X là chiếc xe đa dụng chạy điện đủ chỗ cho bảy người ngồi. Đây là một chiếc xe đặc biệt không chỉ bởi mang trong mình khối động cơ điện hiện đại mà còn bởi tư duy của người thiết kế đi trước thời đại khá xa.

Dù kiểu dáng bề ngoài không được thuận mắt nhưng không gian nội thất của Model X cực kì ấn tượng. Hành khách phải lên xuống xe thông qua cửa cánh chim mở ngược lên trên. Toàn bộ khu vực hàng ghế thứ nhất được thiết kế vô cùng hiện đại. Gần như nơi này không xuất hiện một chi tiết cơ học nào. Các màn hình cảm ứng cỡ lớn làm thay nhiệm vụ của bảng đồng hồ cũng như bảng điều khiển trung tâm. Nếu có thêm hệ thống lái tự động, Model X sẽ thực sự trở thành mẫu xe lý tưởng trong tương lai.

Model X trang bị hai động cơ điện ở cầu trước và cầu sau để làm nhiệm vụ dẫn động. Hệ thống pin 60-85 kWH đủ để di chuyển 430 km sau mỗi lần sạc. Điều đặc biệt là dù có dùng động cơ điện thì chiếc crossover 7 chỗ ngồi vẫn có thể tăng tốc 0-100 km/h dưới 5 giây.

Cuối 2013 Model X mới xuất hiện với giá khởi điểm 67.400 USD. Giống như các mẫu xe điện khác, Model X cũng được ưu đãi các loại thuế sử dụng xe.

Khi môi trường ngày càng ô nhiễm, nhiên liệu ngày càng đắt đỏ và nhận thức của con người ngày càng cao thì những mẫu xe không phát thải càng ngày càng trở nên hấp dẫn hơn bao giờ hết.



SIÊU XE "TRONG MƠ" CỦA GIỚI THƯỢNG ĐỈNH

TRONG NHỮNG ĐAM MÊ CHÁY BỎNG CỦA CÁC QUÝ ÔNG THƯỢNG ĐỈNH THÌ ĐAM MÊ SIÊU XE LUÔN ĐỨNG Ở THỨ HẠNG ĐẦU TIÊN. CHUỖI SỰ KIỆN "HOT" NHẤT CỦA NĂM "SẢI BƯỚC VÀO THẾ GIỚI THƯỢNG ĐỈNH" DO PLATINUM 18 TỔ CHỨC, SẼ MỘT LẦN NỮA LÀM CHOÁNG NGỢP GIỚI SÀNH ĐIỆU SÀI THÀNH VỚI MỘT SỰ KIỆN ĐẶC BIỆT CHÀO ĐÓN NĂM 2013. SIÊU XE CAPARO VÀ TAY ĐUA HAI LẦN VÔ ĐỊCH THẾ GIỚI GIẢI CÔNG THỨC 1 (F1) MIKA HAKKINEN SẼ ĐẾN VIỆT NAM VÀO NGÀY 12/01/2013. NHỮNG NGÔI SAO HÀNG ĐẦU SHOWBIZ VIỆT NHƯ THU MINH, THANH HẰNG, JOHNNY TRÍ NGUYỄN, MC PHAN ANH CŨNG SẼ XUẤT HIỆN TẠI SỰ KIỆN CHÀO ĐÓN SIÊU XE CAPARO NÀY.

* Dành cho 18+



Cơ hội đặc biệt để ngồi sau tay lái cùng **Mika Hakkinen** trên siêu xe Caparo

CAPARO – SIÊU XE THƯỢNG ĐỈNH

Nhiều người tự hỏi điều gì ở môn thể thao F1 lại khiến hàng triệu người trên thế giới hâm mộ cuồng nhiệt đến vậy. Nhưng đối với những ai đã một lần trải nghiệm cảm giác hồi hộp và sự hào hứng chỉ có trên đường đua hoành tráng của F1 sẽ khó biết được giây phút nào sự thích thú ban đầu đã nhường chỗ cho niềm say mê thực sự. Giới sành điệu Sài Thành cũng sẽ có cơ hội trải nghiệm niềm đam mê đích thực đó.

Nằm trong chuỗi sự kiện đẳng cấp "Sải bước vào thế giới thượng đỉnh", ngày 12/01/2013 tới đây Platinum 18 sẽ mang đến cho giới thượng đỉnh cơ hội ngắm nhìn và trải nghiệm một trong những siêu xe đình đám trên thế giới – chiếc Caparo tuyệt đẹp mang quốc tịch Anh, được khát khao không chỉ bởi những tính năng kỹ thuật vượt trội, mà còn vì danh tiếng lẫy lừng của nó. Siêu xe Caparo và Mika Hakkinen đã từng được chào đón tại rất nhiều nơi trên thế giới, gần đây nhất cặp đôi "Thượng Đỉnh" này đã khuấy động Brazil, Singapore, Malaysia, Indonesia và nay sẽ đến Việt Nam.

ĐAM MÊ VÀ CHỜ ĐỢI

Nhiều nhân vật đình đám của showbiz Việt cũng không giấu diếm niềm đam mê của mình dành cho siêu xe F1 này. "Mỹ nhân siêu xe" Thanh Hằng, siêu mẫu với thói quen tự lái chiếc xế hộp của mình tâm sự: "Tôi rất ngưỡng mộ những tay đua F1, tranh tài trên đường đua đầy khó khăn này đòi hỏi họ phải có một khả năng làm tự chủ tuyệt đối, nắm bắt



Mika Hakkinen và siêu xe Caparo sẽ đến Việt Nam vào tháng 01/2013.



Phan Anh đam mê F1,
môn thể thao của những người chiến thắng.



Siêu mẫu **Thanh Hằng** rất ngưỡng mộ
các tay đua F1



Johnny Trí Nguyễn và **Thu Minh**
có chung đam mê siêu xe

được mọi thời cơ và sẵn sàng đối đầu với mọi tình huống. Đó cũng chính là phương châm của tôi trong cuộc sống."

Johnny Trí Nguyễn, một người đàn ông nổi tiếng với sự lịch lãm và sành điệu, là người đồng hành với chương trình "Sải Bước Vào Thế Giới Thượng Đỉnh" cũng không che giấu được sự hứng khởi và hồi hộp khi bật mí việc anh sẽ có cơ hội đặc biệt ngồi sau tay lái của nhà vô địch F1, Mika trong sự kiện sắp tới .

Tại sự kiện "Sải Bước Vào Thế Giới Thượng Đỉnh" trong tháng 1 tới, thành viên của thế giới thượng đỉnh sẽ không chỉ có dịp ngắm nhìn mà còn có cơ hội được ngồi sau tay lái chiếc Caparo cùng với nhà vô địch Mika Hakkinen. Không chỉ nổi tiếng là một trong những tay đua cự phách trong lịch sử F1 với hai lần vô địch thế giới, Mika Hakkinen còn được hâm mộ với cá tính điềm đạm, lịch lãm và đặc biệt hóm hỉnh, chắc chắn sẽ mang tới rất nhiều điều thú vị.

Tháng 01/2013 tới đây giới sành điệu của đất Sài Thành sẽ có dịp mãn nhãn với "kiệt tác của tốc độ" – siêu xe Caparo lần đầu tiên có mặt tại Việt Nam trong chuỗi sự kiện sang trọng "Sải Bước Vào Thế Giới Thượng Đỉnh". Cơ hội ngồi sau tay lái siêu xe này cùng tay đua Mika Hakkinen sẽ chỉ dành cho những người của thế giới Thượng Đỉnh. Ngoài ra, đây cũng là cơ hội thể hiện tinh thần của những người chiến thắng cùng các ngôi sao hàng đầu như: Johnny Trí Nguyễn, Thanh Hằng, Phan Anh, Thu Minh… tham gia cam kết không lái xe sau khi uống rượu cùng với Mika và hơn 800.000 người khác trên thế giới. Truy cập www.thegioithuongdinh.com hoặc gọi số số 0935 276 141 của chương trình "Sải Bước Vào Thế Giới Thượng Đỉnh" để có cơ hội nhận tấm vé tham gia sự kiện đặc biệt này.



FORD FOCUS

Để những bóng hồng tỏa sáng sau vô lăng

Nhiều người nói rằng học lái xe dễ, nhưng để lái được xe thì không phải việc đơn giản. Nhất là đối với các bạn nữ, từ việc học đến việc thực hành rồi tự lái là cả một quá trình tẩm sư học lái không hề dễ dàng. Nhiều bạn đã cầm được tấm bằng, nhưng rồi cũng "lắc đầu, lè lưỡi" bỏ cuộc vì đường phố Việt Nam quá gian nan, nhất là việc đỗ xe và di chuyển trong phố nhỏ.

Nắm được tâm lý này, vừa qua, hãng xe Ford đã cho ra đời dòng xe Ford Focus hoàn toàn mới, trang bị nhiều công nghệ thông minh hỗ trợ cho người lái, vừa đảm bảo tính an toàn, vừa mang lại sự thoải mái, tiện nghi và tạo ra một trải nghiệm lái xe thú vị mang tên STRESS FREE. Hãy cùng Style tìm hiểu những tính năng đã giúp Focus thiết lập một chuẩn mực cải tiến về công nghệ cho phân khúc xe hạng trung.

ĐỖ XE CHƯA BAO GIỜ DỄ HƠN

Đối với rất nhiều bạn nữ, khi đường đông, tìm chỗ đỗ xe dọc phố đã khó, phải ghép xe song song với lề đường khi có hai xe chặn đầu đuôi lại càng trở thành một "nhiệm vụ bất khả thi". Nhiều bạn nữ có tay lái cứng nhưng đến khi đỗ xe thì lại vô cùng lúng túng. Đối với Ford Focus, nỗi lo ấy đã trở thành câu chuyện của quá khứ. Công nghệ hỗ trợ đỗ xe tự động (Park Assist), thường chỉ tìm thấy trên những chiếc xe hạng sang, được xem là chức năng đáng chú ý nhất trên mẫu xe mới của hãng ôtô Ford.

Thao tác cho việc đỗ xe dường như chưa bao giờ đơn giản hơn: Khi nhấn nút khởi động Auto P nằm trên bảng điều khiển, hệ thống được kích hoạt, và ngay lập tức, các cảm biến siêu âm sẽ xác định xem khoảng trống giữa các xe đỗ có đủ để đưa xe vào hay không. Sau khi chiếc xe tự động xác định được chỗ đỗ, màn hình sẽ đưa ra những báo hiệu và lúc này, người lái chỉ cần tuân theo chỉ dẫn trên màn hình, cài số lùi, giữ chân phanh và buông tay, việc điều khiển chân ga và chân phanh, việc xoay vô lăng do chính xe đảm nhiệm và hoạt động chính xác. Các cảm biến đỗ xe phía trước và sau cũng phát ra cảnh báo bằng tiếng để báo hiệu cho lái xe khi họ tiến quá sát đến các xe xung quanh khác. Đồng thời, hệ thống lái tự thực

hiện việc đỗ xe, lái xe vẫn có thể can thiệp vì lí do an toàn bằng cách chủ động nắm lấy vô lăng.

GIẢM THIỂU CÁC VA CHẠM TRONG PHỐ

Đi xe trong phố, nhất là đối với những tay lái nữ "mới vào nghề", việc va chạm là điều không thể tránh khỏi. Tuy nhiên, tính năng dừng xe chủ động của Ford Focus giảm tối đa các nguy cơ va chạm trong giao thông chậm bằng cách giám sát đường đi phía trước và tự động đưa ra lực phanh thích hợp khi sắp có va chạm xảy ra. Tại các tốc độ thấp tính đến 30 km/h, một cảm biến ra đa la-ze được đặt trên kính chắn gió sẽ xác định khoảng cách tầm 7,6 m phía trước xe Focus làm khoảng cách an toàn.

Khi xe Focus tiến gần chiếc xe đi trước đang di chuyển với độ chậm hoặc phanh đột ngột, nó sẽ phán đoán các khả năng va chạm có thể xảy ra và chuẩn bị trước lực phanh. Nếu lái xe không can thiệp (không điều khiển vô lăng, hoặc nhấn phanh), xe sẽ tự động đưa ra lực phanh thích hợp và giảm mô-men xoắn động cơ. Đây là tính năng sẽ giúp cho khách hàng của xe Focus bắt kịp với tốc độ phát triển xe hiện đại, dễ dàng xử lý các vấn đề hằng ngày như đỗ xe trong bãi đỗ, lái xe an toàn trên xa lộ đông đúc hay di chuyển linh hoạt trong giao thông chậm ở thành phố.

NIỀM VUI CẦM LÁI

Focus mới sẽ là sản phẩm thứ hai trong chiến lược toàn cầu OneFord mà người tiêu dùng Việt Nam có cơ hội sở hữu, sau Fiesta với thiết kế mang tính toàn cầu. Như vậy, giờ đây khách hàng Việt Nam sẽ không phải buồn phiền hay băn khoăn vì xe Mỹ đẹp hơn hay ngược lại. Ngoài ra, Ford Focus còn là mẫu xe Ford đầu tiên tại Đông Nam Á được trang bị công nghệ Ford SYNC® - một công nghệ đã giành được nhiều giải thưởng - cho phép khách hàng điều khiển điện thoại và máy nghe nhạc kĩ thuật số bằng khẩu lệnh trong khi tay vẫn giữ yên trên vô lăng và mắt vẫn quan sát đường đi phía trước.

Với thiết kế sành điệu và nổi bật, cùng thiết bị nội thất tiện nghi và các tính năng ưu việt, các lái xe giờ đây có thể hưởng thụ sự thoải mái tối ưu bên trong xe và quên đi những căng thẳng thường thấy. Hệ thống âm thanh Sony chín loa thế hệ mới với bảng điều khiển sành điệu Piano Black đã có mặt trên các phiên bản xe cao cấp thậm chí sẽ mang lại một không gian âm nhạc được tối ưu hoá và mang đậm đẳng cấp.

Với mức thấp nhất 689 triệu đồng cho bản 1.6L, số tay 5 cấp, và cao nhất 849 triệu đồng cho bản 2.0L, số tự động 6 cấp, Ford Focus được lắp ráp tại nhà máy của Ford Việt Nam ở Hải Dương và sẽ chính thức có mặt trên thị trường trong tháng 12 tới. Hi vọng lúc đó các cô gái của Style sẽ tự tin vào khả năng điều khiển vô lăng của mình trong bất cứ tình huống nào, và luôn coi lái xe là một niềm vui nho nhỏ trong cuộc sống hàng ngày!







Bạn có thể chờ đợi gì ở những chiếc Smartphone 2013?

Khôi Nguyễn

THIẾT KẾ SANG TRỌNG, MÀN HÌNH RỘNG, CẤU HÌNH CỰC MẠNH, KẾT NỐI 4G LÀ NHỮNG TIÊU CHUẨN BUỘC PHẢI CÓ Ở MỘT CHIẾC SMARTPHONE NĂM 2013. TUY NHIÊN, CÁC HÃNG SẢN XUẤT CÒN TÍCH HỢP THÊM NHIỀU TÍNH NĂNG ĐỘC ĐÁO MANG TÍNH ĐỘT PHÁ. HÃY CÙNG STYLE THỬ NHỮNG CHIẾC SMARTPHONE DƯỚI ĐÂY, THUỘC CẢ HAI HỆ ĐIỀU HÀNH MỚI NHẤT LÀ WINDOWS PHONE 8 VÀ ANDROID.



NOKIA LUMIA 920

Giá 14 triệu đồng

Được xem là siêu phẩm của Nokia, chiếc *smartphone* Lumia 920 được đặt kỳ vọng rất cao với hệ điều hành Windows Phone 8, có khả năng sạc không dây và tích hợp nhiều tính năng đáng giá khác, mang đến những trải nghiệm thú vị cho người sử dụng. Lumia 920 sở hữu màn hình 4,7 inch phân giải HD, cùng với công nghệ màn hình mới có tên "Pure Motion HD+" có khả năng hiển thị tốt hơn cả độ phân giải HD thông thường, tốc độ làm sáng hình ảnh nhanh ngay cả ngoài trời nắng nhờ tính năng tự động chỉnh tông màu và độ sáng dựa vào cường độ ánh sáng thực tế.

Bên cạnh đó, Lumia 920 sử dụng vi xử lý lõi kép tốc độ 1.5 GHz, RAM 1 GB và bộ nhớ trong 32 GB, đáp ứng tốt những nhu cầu xử lý đa nhiệm. Máy được trang bị 2 *camera* với *camera* chính có độ phân giải 8 MP cùng công nghệ Pureview cho khả năng chụp thiếu sáng được đánh giá là tốt trên thị trường. Máy được trang bị hệ thống chống rung quang học để giảm độ nhòe khi chụp trong điều kiện thiếu sáng. Đặc biệt, pin của Lumia 920 cũng được nâng cấp lên 2.000mAh và có thể sạc không dây qua bộ sạc FatBoy của Nokia.

HTC 8X

Giá 13,8 triệu đồng

Cũng chạy hệ điều hành Windows Phone 8, HTC 8X mang đến ấn tượng khi sở hữu *camera* trước 2.1 MP với góc rộng 88o , gấp ba lần những điện thoại khác. Nó cũng có khả năng quay *video* với độ phân giải *full-HD 1080p*. Giờ đây, người dùng dễ dàng chụp được nhiều người hơn trong bức ảnh, khung hình nền rộng hơn, lưu giữ được nhiều kỷ niệm hơn.

Điện thoại cũng được tích hợp công nghệ Beats Audio, cho chất lượng âm thanh cao hơn. Ngoài ra, HTC 8X được trang bị bộ khuếch đại âm thanh (*amplifier*) riêng, cho phép âm thanh phát qua loa ngoài và tai nghe mạnh mẽ hơn. Bên cạnh đó, máy sử dụng màn hình cảm ứng kích thước 4,3 inch phân giải HD, vi xử lý lõi kép tốc độ 1.5 GHz, RAM 1 GB, bộ nhớ trong 16 GB. Không có góc rộng như *camera* trước, *camera* sau có độ phân giải 8 MP, tích hợp cảm biến ảnh cao cấp, đem lại chất lượng hình ảnh tốt, đặc biệt là trong trường hợp thiếu sáng.





GOOGLE NEXUS 4

Giá 6,5 triệu đồng

Đây là *smartphone* đầu tiên chạy hệ điều hành Android 4.2, đạt lượng người đặt mua cao kỷ lục khiến Nexus 4 trở nên cực kì khan hiếm ngay khi *Google* công bố đợt đặt hàng đầu tiên trên toàn thế giới. Nexus 4 được xem là chiếc điện thoại thông minh nổi bật trong dòng cao cấp nhưng giá chỉ ở mức tầm trung (chỉ khoảng 6,5 triệu đồng cho bản dung lượng 8GB). Máy cạnh tranh tốt với nhiều đối thủ khác nhờ những tính năng hấp dẫn và hàng loạt tiện ích từ *Google*.

Điều làm cho chiếc *smartphone* này trở thành tâm điểm của giới công nghệ chính là sở hữu thiết kế nguyên khối đẹp mắt với nắp lưng làm bằng kính chống xước và có hoa văn *carbon* cùng cấu hình mạnh mẽ. Máy dùng màn hình chống trầy Gorilla thế hệ hai, độ hiển thị phân giải cao 1280 x 768 *pixel*, kích thước 4,7 *inch* nên hình ảnh tự nhiên và sống động hơn. Màn hình lớn này cũng hỗ trợ khả năng giải trí HD thêm mượt mà. Các tác vụ văn phòng cũng được giải quyết thuận tiện hơn khi thao tác trên thiết bị này.

Về cấu hình, Nexus 4 chạy vi xử lí Qualcomm Snapdragon S4 Pro 4x (khá giống chiếc Optimus G của hãng). LG và *Google* còn trang bị cho sản phẩm RAM 2GB, máy ảnh 8 MP và tính năng sạc không dây.

HTC J Butterfly

Giá 15 triệu đồng

Đây là chiếc *smartphone* được HTC tích hợp những công nghệ tiên tiến nhất như màn hình 5 inch, độ phân giải lên đến *Full HD 1080p* (1920x1080), sử dụng công nghệ Super LCD 3, cho phép hiển thị chất lượng vượt trội. Mật độ điểm ảnh trên màn hình của sản phẩm đạt 440ppi (*pixel/inch*) cho phép hình ảnh hiển thị sắc nét, vượt xa so với chất lượng hình ảnh trên iPhone 5 của Apple. Mặc dù có màn hình rộng đến 5 *inch* tuy nhiên người dùng vẫn có thể sử dụng máy dễ dàng bằng một tay vì HTC J Butterfly chỉ nặng có 140g và dày 9,1mm.

Ngoài ra, máy còn được trang bị vi xử lý lõi tứ Snapdragon S4 Pro, tốc độ 1.5GHz, 2GB bộ nhớ RAM với ổ cứng lưu trữ 16GB, có khả năng mở rộng qua thẻ nhớ ngoài. Mặt sau của máy là *camera* 8 MP kèm đèn flash LED, mặt trước là *camera* phụ để thực hiện *video*. Hệ thống âm thanh trên máy sử dụng âm thanh công nghệ Beat Audio cho chất lượng âm thanh vượt trội. HTC J Butterfly hoạt động trên nền tảng Android 4.1 Jelly Bean với giao diện HTC Sense 4+. Máy hỗ trợ kết nối 4G LTE, Wifi, Bluetooth, giao tiếp trường gần NFC…





LG Optimus Vu

Giá 12,9 triệu đồng

Thiết kế độc đáo kết hợp giữa *smartphone* và máy tính bảng, chiếc điện thoại Optimus Vu của LG được trang bị nhiều tính năng thông minh, cấu hình mạnh cùng thiết kế sang trọng giúp người dùng đơn giản hóa và trình bày ý tưởng kinh doanh hiệu quả. Một trong những tính năng nổi bật nhất là Notebook và Quick Memo giúp lưu giữ lại những ý tưởng sáng tạo bằng cách ghi chú nhanh trên màn hình 5 inch, chèn hình ảnh, âm thanh, *video* trực tiếp lên ghi chú, hoặc có thể vừa nghe điện thoại vừa ghi chú trong suốt cuộc gọi.

Bề ngoài của LG Optimus Vu được thiết kế nguyên khối với đường viền kim loại sang trọng và chắc chắn, nắp lưng chống trầy, phù hợp cho những người làm kinh doanh. Điểm ấn tượng của LG Optimus Vu là thiết kế vuông độc đáo, màn hình rộng 5 inch với tỷ lệ màn hình 4:3 thay vì 16:9 như hầu hết các *smartphone* khác. Tỷ lệ 4:3 cũng hoàn hảo cho việc đọc các loại tài liệu như Word, Excel, Power Point… hay lướt web như trên màn hình máy tính. Máy được trang bị bộ xử lý mới hơn, Qualcomm MSM8960 lõi kép, cho tốc độ xung nhịp 1.5GHz, RAM 2GB, pin 2.150mAh, và có chức năng IR để sử dụng *smartphone* này như một điều khiển từ xa cho tất cả các thiết bị điện tử, hỗ trợ Miracast, sạc không dây và LTE 4G.



nhiên, máy không có thiết kế nguyên khối mà thay vào đó nắp lưng lại có thể tháo rời, bên dưới có gioăng cao su đơn giản để ngăn nước xâm nhập. Nhờ vậy, người dùng hoàn toàn yên tâm tập thể dục mà không lo máy bị ảnh hưởng bởi những tác nhân thời tiết hay mồ hôi.

Không chỉ bền bỉ, Xperia V còn đáp ứng tốt nhu cầu sử dụng cho công việc cũng như chơi *game*, nghe nhạc giải trí. Với bộ vi xử lõi kép Snapdragon S4 tốc độ 1.5 GHz của Qualcomm, cho phép xử lý nhanh vào hiệu suất cao, màn hình 4,3 *inch*, độ phân giải đạt chuẩn *HD 1280 x 720 pixel*, cho hình ảnh hiển thị sắc nét. Máy có bộ nhớ trong 8 GB, hỗ trợ khe cắm thẻ nhớ mở rộng và *camera* 13 MP có khả năng chụp tốt trong điều kiện thiếu sáng.

SONY XPERIA V

Giá 12 triệu đồng

Đây là chiếc *smartphone* cao cấp nhất trong dòng điện thoại chống nước của Sony, rất thích hợp cho những người yêu thể thao. Máy có độ bền cao, khả năng chống nước, chống bụi của Xperia V đạt tiêu chuẩn IP57, cho phép bị dìm trong nước ở khoảng thời gian ngắn. Tuy



NOKIA

Từ ngày 26/11 – 09/12, chỉ với 1 triệu đồng, người dùng đã có thể đặt hàng trước chiếc điện thoại đột phá về công nghệ của Nokia: Lumia 920 tại 24 cửa hàng trên khắp toàn quốc. Nokia Lumia 920 là chiếc điện thoại sử dụng hệ điều hành Windows Phone 8, tích hợp nhiều công nghệ đột phá với Camera Pureview 8.7Mpx cho hình ảnh chống rung và chụp đẹp cả trong điều kiện thiếu sáng. Ngoài ra, Lumia 920 còn tích hợp công nghệ màn hình Puremotion HD+ và Super Sensitive Touch, cho hình ảnh hiển thị sắc nét, cảm ứng mượt mà kể cả với găng tay hoặc đồ dùng kim loại. Đặc biệt, công nghệ định vị thực tế ảo Nokia City Lens cho phép người dùng khám phá những địa điểm thú vị ngay trên màn hình điện thoại cùng công nghệ sạc không dây với chuẩn quốc tế Qi, đang được các nhà phát triển toàn cầu ứng dụng rộng rãi.

TIN TỨC

Style / Tháng 12 - 01/2013

IBUTTERFLY

Ngày nay, Smartphone đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống bởi những ứng dụng số mới đầy sáng tạo. Bắt kịp xu hướng đó, công ty Dentsu Nhật Bản phát triển thành công một công cụ quảng cáo và truyền thông số hiện đại mang tên iButterfly. Đây là ứng dụng mà sau khi được cài đặt, người dùng sẽ phát hiện được những chú bướm xinh đẹp rực rỡ sắc màu qua ống kính của chiếc smartphone đang sử dụng. Ngoài ra, người dùng còn có thể bắt những chú bướm này tạo thành BST, sử dụng để tham gia các chương trình khuyến mãi hoặc đổi lấy quà tặng từ phía các nhãn hàng. Đây là một bước tiến mới đột phá trong ngành công nghiệp quảng cáo và truyền thông di động khi cho phép doanh nghiệp thỏa sức sáng tạo. Còn người dùng không những được trải nghiệm một ứng dụng thú vị mà còn giúp ghi nhớ sản phẩm dễ dàng hơn.





PANASONIC

Ngày 15/12, chung kết cuộc thi Miss Office Panasonic Beauty dành cho phái đẹp nơi công sở do Panasonic Beauty tổ chức đã khép lại. Cuộc thi thu hút hơn 500 thí sinh tham dự đến từ mọi miền đất nước. Đêm chung kết là cuộc trình diễn trực tiếp trên sân khấu của 10 ứng viên xuất sắc nhất sau vòng sơ loại để chọn ra người đăng quang Miss Office Panasonic Beauty. Trong đêm chung kết, khách mời được tham gia các hoạt động: soi và tư vấn chăm sóc da, tóc, trải nghiệm và mua các sản phẩm làm đẹp mới của Panasonic Beauty gồm: máy xông mặt, máy sấy tóc, máy làm sạch lỗ chân lông, bàn chải đánh răng bằng sóng âm. Các dòng sản phẩm này được ứng dụng công nghệ nano độc đáo và hiện đại nhằm tôn vinh vẻ đẹp của người phụ nữ Việt Nam, giúp họ trở nên tự tin và đẹp hơn.



FORD

Ngày 24/11, hãng xe ô tô Ford tổ chức cuộc thi "Ford đường xa tiết kiệm tối đa". Đây là cuộc tranh tài về khả năng tiết kiệm nhiên liệu của 3 dòng xe: Fiesta, Focus và Escape trên quãng đường dài hơn 300km từ Tp. Đà Nẵng đến Tp. Quy Nhơn (Bình Định). Trong cuộc thi, dòng xe Ford Fiesta sedan đạt mức tiêu hao nhiên liệu tốt nhất với 5,3l/100km, chiếc Ford Focus thắng cuộc đạt mức 6,9l/100km và thành tích tốt nhất của Ford Escape là 8,2l/100km. Cũng trong khuôn khổ cuộc thi, Ford Việt Nam đã gây quỹ với tổng giá trị tương đương 1.000 cây xanh, dự kiến sẽ được trồng tại 6 trường học trên địa bàn xã Phước Sơn, huyện Tuy Phước, tỉnh Bình Định. Ngoài ra, Ford cũng đã tặng cho quỹ khuyến học của nhà trường số tiền 20 triệu đồng nhằm hỗ trợ các em học sinh nghèo tiếp tục được đến trường.

PHILIPS

Từ 01/12 – 8/02, công ty điện tử Philips giới thiệu chương trình khuyến mãi cho dòng bàn ủi hơi nước Philips đến khách hàng trên toàn quốc. Theo chương trình, khi khách hàng đem 01 bàn ủi cũ đến các trung tâm điện máy hay cửa hàng bán lẻ sẽ được mua 01 bàn ủi hơi nước Philips mới với mức giảm giá 25%. Các mẫu bàn ủi Philips được ưa chuộng tại Việt Nam gồm: bàn ủi hơi đứng GC510, GC525; dòng EcoCare GC3720, GC3760; dòng GC2900, GC1900… Các mẫu này đều sử dụng sức mạnh hơi nước để là phẳng nhanh chóng và bảo vệ trang phục tối đa, kể cả trên các chất liệu vải đặc biệt như lụa, lanh, nhung… Đồng thời, công nghệ bàn ủi Philips còn giúp người dùng tiết kiệm 25% điện năng (dòng bàn ủi GC3700) so với các loại bàn ủi khác. Thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: www.philips.com/newscenter.



ALL-NEW FOCUS

Khởi đầu hơn cả một chiếc xe

Trải nghiệm sang số cực êm.

Trải nghiệm thiết kế khí động học tiết kiệm nhiên liệu.

Trải nghiệm khả năng vào cua chính xác.

Trải nghiệm động cơ công nghệ mới nhất.

6.7 L* 100km



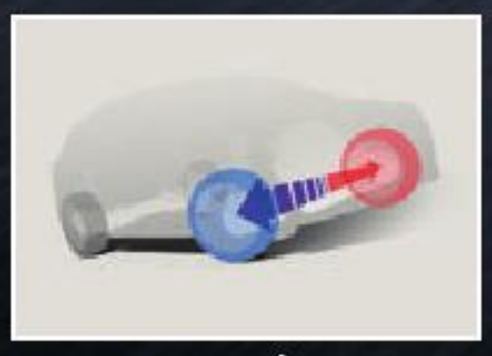
Hộp số tự động 6 cấp ly hợp kép



Lưới tản nhiệt tự động đóng mở



Động cơ 2.0L Ti-VCT GDi



Hệ thống kiểm soát hướng lực kéo

"Các tính năng thông minh của chiếc xe chỉ hoạt động an toàn và hiệu quả khi tuân thủ đầy đủ các điều kiện nêu trong sách hướng dẫn sử dụng kèm theo xe. Để nghị tham khảo nguyên lý hoạt động cho các tính năng của xe được hướng dẫn chi tiết trong sách Hướng Dẫn Sử Dụng Xe Ford Focus Mới & Hướng Dẫn Sử Dụng Hệ Thống SYNC".

* *Mức tiêu hao nhiên liệu đo trong điều kiện thử tiêu chuẩn.*

Ford

Go Further

- **HANOI FORD:** 94 Ngô Thì Nhậm, Hà Nội. Tel: 04.39712439
- **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888
- **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920
- **THANGLONG FORD THANH XUÂN:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525
- **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055
- **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990
- **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hạ Long. Tel: 033.3628699
- **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 038.3515292
- **DANA FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555
- **DANA FORD BÌNH ĐỊNH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555
- **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3954999
- **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130
- **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP.HCM. Tel: 08.38181458
- **SAIGON FORD CẦN THƠ:** 41A Đường 3/2, Xuân Khánh. Tel: 0710.3730720
- **CITY FORD:** 78B, Quốc Lộ 13, Phường 26, Bình Thạnh, TP.HCM. Tel: 08.35120473
- **CITY FORD NHA TRANG:** 580 Lê Hồng Phong. Tel: 058.3880366
- **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP.HCM. Tel: 08.38776732
- **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP.HCM. Tel: 08.38157979

☎ ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888 | ford.com.vn |

ALL-NEW FOCUS

Khởi đầu hơn cả một chiếc xe

Chủ động nắm bắt cơ hội.

Chủ động đáp ứng mọi yêu cầu.

Chủ động vượt qua trở ngại.

Trải nghiệm động cơ công nghệ mới nhất.

6.7 L* 100km



Hệ thống hỗ trợ tự động đỗ xe



SYNC - Công nghệ kích hoạt bằng giọng nói



Hệ thống tự động dừng xe khi gặp chướng ngại



Hệ thống cảnh báo điểm mù

"Các tính năng thông minh của chiếc xe chỉ hoạt động an toàn và hiệu quả khi tuân thủ đầy đủ các điều kiện nêu trong sách hướng dẫn sử dụng kèm theo xe. Để nghị tham khảo nguyên lý hoạt động cho các tính năng của xe được hướng dẫn chi tiết trong sách Hướng Dẫn Sử Dụng Xe Ford Focus Mới & Hướng Dẫn Sử Dụng Hệ Thống SYNC".

* *Mức tiêu hao nhiên liệu đo trong điều kiện thử tiêu chuẩn.*

Ford

Go Further

- **HANOI FORD:** 94 Ngô Thì Nhậm, Hà Nội. Tel: 04.39712439
- **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888
- **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920
- **THANGLONG FORD THANH XUÂN:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525
- **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055
- **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990
- **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hạ Long. Tel: 033.3628699
- **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 038.3515292
- **DANA FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555
- **DANA FORD BÌNH ĐỊNH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555
- **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3954999
- **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130
- **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP.HCM. Tel: 08.38181458
- **SAIGON FORD CẦN THƠ:** 41A Đường 3/2, Xuân Khánh. Tel: 0710.3730720
- **CITY FORD:** 78B, Quốc Lộ 13, Phường 26, Bình Thạnh, TP.HCM. Tel: 08.35120473
- **CITY FORD NHA TRANG:** 580 Lê Hồng Phong. Tel: 058.3880366
- **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP.HCM. Tel: 08.38776732
- **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP.HCM. Tel: 08.38157979

☎ ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888 | ford.com.vn |

Lifestyle

December - January 2013

Thành phố của NHỮNG LỜI NGUYỆN CẦU

Xuân Linh







Những thanh âm ngân nga, len lỏi qua các con phố bé xíu của khu phố cổ *Sultanahmet* một buổi sáng chớm đông, xuyên qua cả màn sương mờ ảo giăng trên những mái vòm cổ kính. Ánh mặt trời dịu dàng dệt những sợi nắng như dát vàng mặt nước *Bosphorous* uốn lượn quanh thành phố, tôn lên vẻ đẹp của những công trình mái vòm nguy nga lộng lẫy từ thời *La Mã* và *Ottoman*. Khung cảnh lộng lẫy ấy cho tôi một cảm giác huyền bí như bước vào thế giới xa hoa của Nghìn lẻ một đêm. Khi cửa taxi mở ra ở sảnh khách sạn *Ciragan Palace Kempinski (32 Ciragan Caddesi, từ $245/đêm)*, một gương mặt điển trai cùng làn da rám nắng, đôi mắt xanh biếc niềm nở đón tôi với túi dụng cụ của *Louis Vuitton* trên tay, vừa vặn cho sự nguy nga của khách sạn 5 sao này.

Trong khi chờ check-in, một anh chàng thân thiện khác dẫn tôi đi qua tiền sảnh lộng lẫy của khách sạn xuống sân sau, nơi bữa sáng đặc trưng kiểu Thổ Nhĩ Kỳ đã được bày sẵn với sữa dê mát lạnh, oliu, cà chua, dưa chuột, mứt quả và bánh mì vừng *simit* nóng hổi. Từ chỗ tôi ngồi có thể phóng tầm mắt dõi theo những đoàn thuyền trôi trên mặt eo biển *Bosphorous*. Nối giữa Biển Đen và Địa Trung Hải, hàng năm *Bosphorous* nhộn nhịp với lưu lượng giao thông gấp ba lần kênh đào Suez, giúp vận chuyển hơn hai trăm triệu tấn dầu. Eo biển này chia Istanbul làm hai: nửa châu Âu với nhiều di tích lịch sử và trung tâm kinh tế, nửa châu Á với những khu dân cư được quy hoạch nghiêm chỉnh. Với vị trí nằm ở cả 2 châu lục, Istanbul là nơi hội tụ nhiều dân tộc khác nhau với phần lớn là người Thổ, mặc dù khác với trí tưởng tượng của tôi, họ mang nét đẹp lai giữa người Trung Đông và châu Âu nhiều hơn.

MỘT ISTANBUL GIÀU LỊCH SỬ.

Istanbul từng được biết đến dưới tên *Constantinople*, là thành phố cuối cùng còn sót lại của Đế chế *La Mã* (*Byzantine*). Trải qua nhiều thăng trầm, cuối cùng Istanbul rơi vào tay *Sultan Ottoman Mehmed II* vào 1453 – cuối thời Trung Cổ - và nhanh chóng trở thành trung tâm đầu não cho các chiến dịch quân sự mở rộng đế chế *Ottoman*. Vào thế kỷ XVI, Istanbul, với dân số gần nửa triệu, được coi là một trung tâm văn hóa, chính trị và thương mại lớn nhất

châu Âu. Sau khi Đế chế *Ottoman* suy tàn và chính thức bị đánh bại trong Chiến tranh Thế giới thứ Nhất, nước Cộng hòa Thổ Nhĩ Kỳ ra đời năm 1923, rời thủ đô về Ankara để tách ra khỏi lịch sử tôn giáo *Ottoman* của thành phố này. Tuy nhiên, Istanbul vẫn luôn giữ vai trò lịch sử quan trọng cho đến hôm nay.

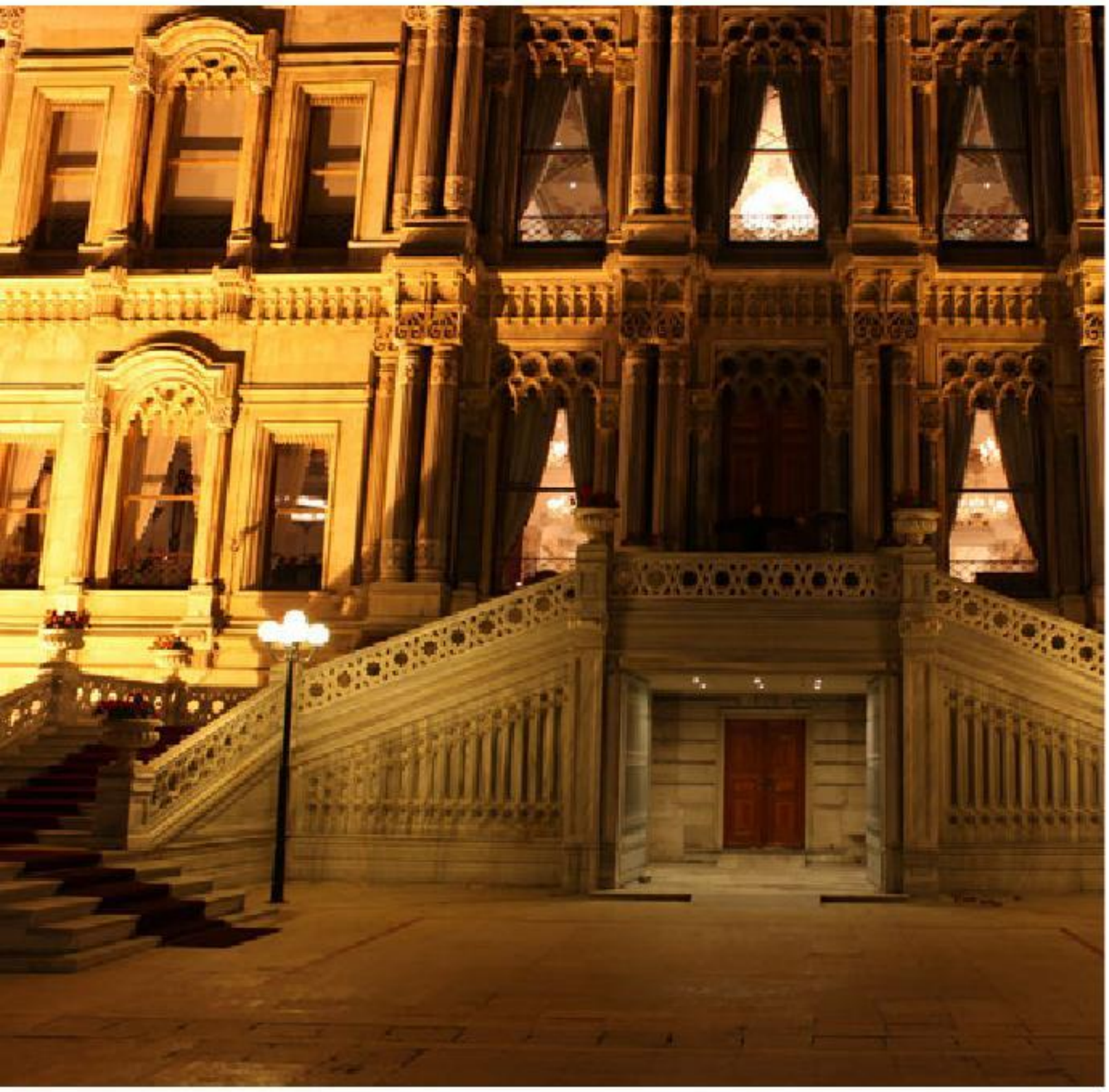
Đón thuyền ở ngay sau khách sạn để xuôi dòng *Bosphorous*, tôi thấy mình như đi ngược lại dòng lịch sử của Istanbul qua các thời đại *Byzantine, Latin* và *Ottoman* với các công trình kiến trúc đã tồn tại hàng ngàn năm nay như Hagia Sophia, Cung điện *Topkapi*, Nhà thờ Hồi giáo *Sultanahmet (Blue Mosque), Basilica Cistern* nằm xung quanh quảng trường Sultanahmet, bức tường Theodosian đánh dấu toàn bộ chiều dài ranh giới phía tây của bán đảo. Istanbul là thành phố nhiều đồi núi, và trên mỗi đỉnh đồi tọa lạc một nhà thờ Hồi giáo với những hàng cột hùng dũng nổi bật trên nền trời xanh thẳm. Xuống thuyền ở bến *Emınönü* dưới chân cầu *Galata*, tôi hòa vào dòng du khách đông nghịt , đi theo con đường lát đá lên *Topkapi* Palace, thỉnh thoảng lại dừng chân trên đường đi để chiêm ngưỡng những kiến trúc gốm sứ hết sức tinh tế. Một lúc sau, tôi ghé chân vào *Café Hayat* để thưởng thức ly cà phê đặc quánh kiểu Thổ Nhĩ Kỳ cùng bánh *baklava* vị hạnh nhân, hạt dẻ cười và mật ong trong tiết trời lạnh chớm đông.

Bên trong khu quần thể Cung điện *Topkapi* là bốn khoảnh sân và hàng chục tòa nhà khác nhau từng được sử dụng trong suốt ba thế kỷ sau khi *Sultan Mehmed II* xây dựng lên năm 1459 làm nơi ở và nhiếp chính. Bản thân mỗi bức tường, một mái vòm, mỗi công viên là một công trình nghệ thuật được làm hết sức tỉ mỉ, thể hiện sự phát triển của xu hướng nghệ thuật qua ba thế kỷ Cung điện được sử dụng bởi triều đình Đế chế *Ottoman*. Ngày nay, *Topkapi* trở thành bảo tàng lưu giữ nhiều hiện vật từ những năm cường thịnh của Đế chế này.

Khác với nhiều thành phố lịch sử được quy hoạch phân tách các khu lịch sử với các khu đương đại, những công trình lịch sử của Istanbul dường như đã đi vào cuộc sống sinh hoạt hàng ngày của người dân đương đại. Điển hình là những phòng tắm công cộng – *hamam* – từng được xây để phục vụ các vị sultans giờ đây được sử dụng rộng rãi bởi người dân và du khách. Dừng chân ở *Sultannahmet Hamam* xông hơi thư giãn và massage trong một kiến trúc xưa mang cho tôi cảm giác sống lại những năm tháng xa hoa của triều đình *Ottoman*.

ISTANBUL VÀ NHỮNG GIÁ TRỊ VĂN HÓA

Thoải mái sau khi thư giãn ở *hamam* tôi lại lạc vào *Grand Bazaar (Taya Hatun Mh. 34120 Fatih)* ngay dưới chân đồi Sultannahmet, gần với cầu *Galata*. Trong một khu chợ









sầm uất, mỗi gian hàng là một thế giới đầy màu sắc của kẹo dẻo *Turkish delights* ngọt lịm, của trà thảo dược được quảng cáo là chữa bách bệnh, của thảm len thêu dệt cầu kỳ, của đèn lồng kính, và của muôn vàn món đồ đặc trưng khác. Các anh chàng Thổ liên tục chào mời khách khiến ai nấy cũng khó lòng mà không rút ví mua một vài món.

Rời khỏi thế giới rực rỡ của khu *Bazaar* cũng là lúc chiều tà, tôi ngồi nghỉ trên bờ *Bosphorous* cạnh cầu *Galata*. Mặc dù giao thông trên cầu hết sức tấp nập, hai bên thành cầu vẫn dày đặc người đến câu cá. Họ vừa buông cần vừa uống bia, nói chuyện hết sức rôm rả trong ánh hoàng hôn lãng mạn. Khi nhiệt độ lúc chiều tà xuống khá lạnh, những người phụ nữ gánh hàng rong đẩy ngô nướng nóng hổi xuất hiện – gợi nhớ một nét gì đó khá Việt Nam.

Buổi tối, tôi gặp gỡ với mấy người bạn ở một quán hải sản dưới chân cầu *Galata*. Vừa ngồi xuống là phục vụ kéo ra một xe đá với các loại cá tươi, được bày rất cầu kỳ đẹp mắt. Tôi cùng mấy người bạn chọn vài loại và chỉ 15 phút sau, chúng tôi được chứng kiến một màn trình diễn vô cùng độc đáo. Anh chàng phục vụ đẩy ra một tảng muối lớn đang còn rực lửa, rồi khéo léo dập tắt, đập vỡ từ từ tảng muối cho đến khi lộ một con cá đuôi vàng thơm ngon béo ngậy. Còn gì có thể tuyệt vời hơn thế nữa?

SỰ HIỆN ĐẠI TRONG LÒNG TRUYỀN THỐNG.

Sau một ngày loanh quanh ở những khu du lịch, tôi cùng mấy người bạn đi sang khu *Beyoglu* nằm giữa trung tâm của thành phố. Dọc theo phố *Istiklal*, xen kẽ các cửa hàng thời trang rực rỡ đèn là những quán ăn sang trọng, quán bar nhộn nhịp tiếng nhạc. Chúng tôi còn đang loay hoay thì một tốp bạn trẻ như đoán được, tiến đến để nghị giúp đỡ. Họ thân thiện và hết sức nhiệt tình giới thiệu khu phố sầm uất này rồi chỉ cho chúng tôi một địa chỉ bí mật nằm trên tầng 8 tòa nhà trông như chung cư và văn phòng: *Bar 360* (*Istiklal Str, Mısır Apartment, 8F, 163 Beyoglu*). Đây là một nơi vừa trẻ trung hiện đại nhưng cũng hết sức sang trọng văn minh, tập trung những bạn trẻ có học thức và thu nhập tốt. Ta có thể ngắm toàn cảnh thành phố, từ nóc nhà thờ *St Antoine* qua những mái vòm bên Cung điện *Topkapi* ra xa tận ngọn hải đăng lé lói trên mặt biển *Marmara*. Istanbul về đêm dường như lung linh hơn và huyền bí với muôn ngàn ánh đèn trải khắp các sườn đồi, phản chiếu xuống mặt nước *Bosphorous* đang uốn quanh thành phố như một vũ nữ uyển chuyển theo điệu nhạc, lúc bốc lửa lúc lại đằm thắm mê say. Tan tiệc về, trên con đường *Istiklal* lát đá, cái mát lạnh của màn đêm làm tôi dần tỉnh táo hơn. Tôi dừng lại khá lâu ở vỉa hè nơi một nhóm thanh niên mải mê nhảy theo tiếng trống gõ rộn ràng. Dù nhịp điệu nghe cũng quen thuộc như ở châu Phi, châu Mỹ, hay châu Á nhưng cách nhảy vừa mạnh mẽ vừa uyển chuyển, rất đặc trưng Thổ Nhĩ Kỳ. Sự rộn rã này khiến lòng người cũng trở nên hứng khởi theo.

Istanbul - ngã tư của châu Á và châu Âu, giữa quá khứ và hiện tại, thành phố luôn thân thiện đón chào du khách với bản sắc riêng khiến những người đã từng đến không nỡ lòng quay gót ra đi. Hôm ấy, đâu đó từ một quán ăn nghe tin bão tuyết ở châu Âu có khả năng sẽ hủy nhiều chuyến máy bay, tự dưng tôi chỉ thầm ước đó là chuyến của mình để có thể nhảy thêm một chút nữa, đi thêm một chút nữa và gặp gỡ nhiều người hơn nữa mà thôi.





Thăng hoa Ở MŨI NÉ BAY

Xuân Hòa

Tôi đã đi Mũi Né rất nhiều lần. Vì từ Tp.HCM mà bạn muốn đi biển, Mũi Né vẫn là lựa chọn tốt nhất. Mũi Né không có nhiều dân bản địa sinh sống, vì thế, cả con đường Nguyễn Đình Chiểu lại trở thành một khu có nét văn hóa rất riêng, hiện đại nhưng gần gũi. Mỗi lần bước chân ra khỏi các khu nghỉ, tôi thích hòa mình vào con phố tấp nập, ồn ào và rộn rã du khách. Tôi thích những quán ăn vỉa hè, những tiệm bán quà lưu niệm, kể cả những tiệm trái cây, hay gánh hàng rong chạy dọc hai bên đường. Mọi người đều vui vẻ, thân thiện. Các du khách thường chào nhau như kiểu đã quen biết từ trước và thường dùng tiếng Anh làm ngôn ngữ giao tiếp. Vì ở đây, đa số khách bộ hành trên đường đều là du khách nước ngoài. Có lẽ đấy là những lí do mà mỗi lần đi biển, tôi đều chọn Mũi Né để tận hưởng những ngày nghỉ ở nơi mình thực sự ưa thích.

Mũi Né luôn hút khách một phần nữa vì du lịch biển Mũi Né – Phan Thiết đã trở thành một thương hiệu du lịch biển nổi tiếng không chỉ với du khách trong nước mà còn cả thế giới. Khách ruột của Phan Thiết chắc hẳn là cư dân Nga, vì Mũi Né là nơi quy nhất cửa hiệu, tên món ăn hay bảng chỉ dẫn được thêm một thứ ngôn ngữ nữa là tiếng Nga, ngoài tiếng Việt và tiếng Anh. Thậm chí, trong cuộc bầu cử tổng thống Nga vừa rồi, Mũi Né cũng sở hữu một điểm phiếu bầu dành cho những cư dân Nga không kịp về nước bỏ phiếu. Trong khi, du khách thế giới vẫn xem Mũi Né như hòn đảo thanh bình, yên tĩnh và thú vị với nét văn hóa rất riêng. Bản thân tôi cũng thích Mũi Né. Với tôi, Mũi Né giống như một khu phố quốc tế, một sự giao thoa văn hóa độc đáo, vì nơi đây, bạn có thể gặp nhiều du khách đến từ các quốc gia trên thế giới. Nhưng lần này, tôi không chọn "khu phố quốc tế" Mũi Né nữa, mà chọn một chốn thanh bình thực sự - khu nghỉ Mũi Né Bay.

Tôi thích ý tưởng của khu nghỉ thanh bình này. Họ muốn mang đến cho du khách một sản phẩm du lịch mới lạ: "Du lịch sinh thái kết hợp với văn hóa bản địa". Mục tiêu của họ là "mang đến sự cân bằng và thăng hoa cho người thành đạt". Bạn đừng đặt câu hỏi: "Mình chưa thành đạt, chắc không được đón chào ở Mũi Né Bay?" Không hẳn vậy, thành đạt là mục tiêu mà tất cả chúng ta cần, đều muốn vươn tới trong sự nghiệp. Và dù bạn là ai, thì trong mắt nhân viên của khu nghỉ, bạn cũng đã thành đạt rồi, tất cả các dịch vụ trong khu nghỉ đều sẵn sàng để phục vụ bạn. Hơn nữa, không hẳn chỉ có người thành đạt mới cần sự thăng hoa và cân bằng. Bất kỳ ai trong chúng ta cũng đều cần điều này. Sự cân bằng có thể được tìm thấy trong không gian kiến trúc, khung cảnh và cả trong dịch vụ mà Mũi Né Bay mang đến cho khách.

Có thể nói Mũi Né Bay sở hữu hai nền kiến trúc độc lập. Bạn có thể sẽ ngây ngất trước vẻ đẹp đơn sơ nhưng thanh bình của những bungalow lợp mái tranh cùng nội thất thiết kế theo kiến trúc Chăm, thư giãn thoải mái giữa những đồi cỏ xanh, thác nước và các lối đi được xếp đặt theo kiểu nông thôn Việt Nam. Hay bạn cũng có thể trầm trồ thích thú trước những dãy nhà ba tầng có phong cách hiện đại châu Âu, không gian được trang thiết bị hiện đại nhất. Với tôi, Mũi Né Bay đầy những điều thú vị cần khám phá.

Đầu tiên là khám phá vị trí đặc biệt của khu nghỉ. Mũi Né Bay là một khu nghỉ dưỡng đúng nghĩa vì nó hoàn toàn yên tĩnh, tránh xa bụi trần, xung quanh là thiên nhiên bao quanh. Nó sở hữu một vị trí đặc biệt: tọa lạc ngay vịnh Mũi Né xinh đẹp và trông ra đảo Hòn Lao hoang sơ giữa biển xanh



NHỮNG KÌ NGHỈ LUÔN LÀ SỰ MONG ĐỢI PHẤN KHÍCH CỦA RẤT NHIỀU NGƯỜI. MÙA LỄ HỘI NÀY, BẠN ĐÃ CHỌN ĐIỂM ĐẾN NÀO CHƯA? NẾU CHƯA THÌ MŨI NÉ BAY LÀ MỘT Ý TƯỞNG KHÔNG HỀ TỒI CHÚT NÀO DÀNH CHO BẠN.





mênh mông. Tại Việt Nam, trong khi nông thôn đang làm cuộc cách mạng nông thôn hóa thành thị, thì các khu nghỉ cao cấp lại đi theo hướng quay ngược thời gian. Nghĩa là, các khu nghỉ càng tự nhiên, càng gần gũi với thiên nhiên, thì càng được du khách chọn. Cũng như nhiều du khách khác, tôi chọn Mũi Né Bay chính vì điều đặc biệt này của khu nghỉ.

Đến đây, chỉ có bạn, trời và biển. Bạn được tách biệt hẳn với sự ồn ào, náo nhiệt của "khu phố Tây" đường Nguyễn Đình Chiểu, Hàm Tiến, Phan Thiết. Sự yên tĩnh và hoang sơ luôn làm cho chúng ta có cảm giác thư thái, và thoải mái. Bao nhiêu sự lo toan, bộn bề của cuộc sống được kéo trôi đi. Chúng ta lại cân bằng và hào hứng cho một ngày mới, chặng đường mới hay công việc trước mắt.

Mặt khác, tôi thực sự thích khu hồ bơi của khu nghỉ. Rộng mênh mông và trải dài thẳng xuống biển. Quanh hồ bơi chỉ có biển và vườn, khung cảnh thiên nhiên tuyệt đẹp. Hồ bơi rộng lớn, được thiết kế độc đáo với một bên là vườn, một bên là biển. Muine Bay Resort còn đặc biệt hấp dẫn bởi sở hữu bờ biển riêng biệt, đầy thơ mộng trải dài hơn 500m nằm trong lòng vịnh Mũi Né nổi tiếng. Chưa hết, hai nhà hàng chính của khu nghỉ cũng để lại ấn tượng rất tốt với hầu hết các du khách. Tôi đã đọc rất nhiều nhận xét của du khách – những người đã từng nghỉ ở Mũi Né Bay. Hầu hết họ đều khen bữa sáng của khu nghỉ. "Bữa sáng thật tuyệt" là những câu nhận xét chung nhất dành cho Mũi Né Bay. "Nhân viên cực kỳ thân thiện và vui tính," cũng là những nhận xét chung về Mũi Né Bay. Khi bước chân vào khu nghỉ cao cấp, ngoài khung cảnh và kiến trúc, thái độ của nhân viên cũng là một tiêu chí cao. Nhiều khi, chính tiêu chí này quyết định sự quay trở lại của khu khách. Và một lần nữa, Mũi Né Bay lại được đánh giá cao ở điểm này.

Mũi Né Bay gồm 103 phòng với 32 phòng bungalow chắc chắn sẽ làm bạn hài lòng, cho bạn những trải nghiệm thú vị và hơn hết là một kỳ nghỉ đầy ấn tượng.



Trương Tri Trúc Diễm

Hãy Là Cô Gái be Cointreauversial™

Gặp lại người mẫu Trúc Diễm trong một đêm tiệc "One night in Bangkok" tại khách sạn Sofitel, tôi ngạc nhiên bởi cô khác cái thuở mới bước chân vào nghề rất nhiều. Cái kiểu nũng nịu trẻ con ngày trước giờ đã được thay thế bằng vẻ sang trọng, thanh lịch pha chút kiêu kỳ nhưng vẫn giữ nét tự nhiên không kiểu cách. Ngay cả cái cách cô mỉm cười hay nhấm nháp ly cocktail màu hồng sóng sánh, uyển chuyển trong chiếc đầm satin màu đen càng toát lên vẻ gợi cảm, có thể "hớp hồn" bất kỳ chàng trai nào trong đêm đó.

Bước vào làng giải trí từ rất sớm, Trúc Diễm đã tự khẳng định mình khi đoạt giải Hoa hậu Trái Đất năm 2007 và sau đó lọt vào top 15 cuộc thi Hoa hậu quốc tế năm 2011. Cô thử sức mình trong nhiều lĩnh vực như ca hát, điện ảnh và là gương mặt quảng cáo sáng giá cho nhiều hãng thời trang và mỹ phẩm cao cấp bởi làn da mịn màng và nụ cười tỏa sáng. Trong lúc thưởng thức ly cocktail mùi cranberry ngọt ngào, Trúc Diễm chia sẻ vài điều về bản thân cô với tạp chí Style.



TRÚC DIỄM BẬN RỘN QUÁ, DIỄM CÓ THẤY MÌNH HƠI THAM LAM KHI ÔM ĐỒM QUÁ NHIỀU THỨ MỘT LÚC KHÔNG?

Cũng nhiều người nói Diễm như vậy nhưng bản thân Diễm thấy mình còn trẻ, nên thử sức với tất cả những cơ hội đến với mình. Phải thử mới biết mình có khả năng làm tốt trong lĩnh vực nào chứ. Với lại, bước vào làng giải trí không chỉ là cái duyên mà còn là do đam mê. Được bận rộn với công việc mình yêu thích vừa là may mắn cũng là hạnh phúc.

BẬN RỘN NHƯ VẬY, TRÚC DIỄM CÓ THỜI GIAN DÀNH RIÊNG CHO MÌNH VÀ BẠN BÈ KHÔNG?

Có chứ. Tuy lấy công việc làm niềm vui nhưng Diễm cũng cần phải cân bằng cuộc sống. Chẳng hạn vừa rồi khi tham gia một sự kiện ở Bangkok, Diễm tranh thủ kết hợp để đi du lịch, tham quan vài nơi trong thành phố và mua sắm quà Giáng Sinh cho bạn bè và gia đình. Tuy đi Thái Lan nhiều lần nhưng Diễm luôn thấy háo hức mỗi lần quay lại đất nước xinh đẹp này. Hoặc cũng có thể cùng bạn bè thưởng thức vài ly cocktail, nói chuyện phiếm vào tối cuối tuần.



DIỄM CHIA SẺ VÀI KỶ NIỆM VỀ CHUYẾN THÁI LAN VỪA RỒI ĐI, CÓ GÌ VUI KHÔNG?

Thật tuyệt vời chị ạ! Diễm được gặp mặt thần tượng của mình là ngôi sao nổi tiếng của Hollywood Dita Von Teese trong show diễn của cô ấy tại Bangkok. Cô ấy ở ngoài đời còn đẹp và quyến rũ gấp mấy lần trên truyền hình. Diễm thật may mắn khi trực tiếp xem màn trình diễn bốc lửa và hoàn toàn lôi cuốn của Dita Von Teese trong chiếc ly cocktail khổng lồ trên sân khấu. Diễm còn được vinh dự tận tay trao món quà lưu niệm cho cô ấy nữa. Đó là chiếc áo yếm truyền thống của phụ nữ Việt Nam. Diễm hy vọng cô ấy sẽ mặc nó trong các buổi biểu diễn lớn trong tương lai. Chiếc áo đó thực sự rất hợp với Dita Von Teese.



Ồ, DITA VON TEESE LÀ THẦN TƯỢNG CỦA TRÚC DIỄM?

Vâng. Khi được biết Diễm sẽ sang Thái để xem Dita biểu diễn và trò chuyện với cô ấy, Diễm đã hồi hộp đến nỗi không thể ngủ được. Dita Von Teese tuy xuất thân là một vũ nữ thoát y nhưng cô đã vươn lên và trở nên nổi tiếng trên toàn thế giới bởi kỹ năng múa điêu luyện, đầy sáng tạo và mê hoặc mà khiến người xem không hề có cảm giác như đang xem một show diễn thoát y dung tục, rẻ tiền. Ngoài ra, phong cách trang điểm và thời trang của cô ấy thì không thể chê vào đâu được, cổ điển, thanh lịch mà không kém phần gợi cảm, lôi cuốn. Cô ấy biết cách làm nóng mỗi nơi mình đặt chân đến. Ngoài ra, cô ấy còn là một nhà thiết kế thời trang nổi tiếng và là người mẫu cho chính thương hiệu của mình.

THẾ NÀO LÀ MỘT CÔ GÁI COINTREAUVERSIAL?

Cointreauversial là tên gọi show diễn"Be Cointreauversial" của Dita Von Teese tại Bangkok, nó ấn tượng đến nỗi Diễm không thể nào quên được và cho ngay vào từ điển của mình (Cười). Theo Diễm, một cô gái Cointreauversial là một fashionista quyến rũ, tự tin, năng động, yêu thích tự do, dám nghĩ và dám làm, như Dita Von Teese là một điển hình.

CÒN DIỄM THÌ SAO?

Diễm cũng là một cô gái có cá tính, có gu thẩm mỹ, tự tin trong giao tiếp, không tránh né mà luôn đối diện với dư luận, dám mơ và nỗ lực theo đuổi giấc mơ. Tính Diễm thẳng thắng, nghĩ gì nói đấy, có thể đôi lúc làm người khác khó chịu nhưng khi hiểu ra, họ sẽ quý mình.

Cho dù bạn là ai, làm nghề gì, hãy là chính mình! Hãy theo đuổi đam mê và đừng bao giờ bỏ cuộc bởi nếu không còn đam mê, tất cả những điều bạn làm sẽ chẳng còn ý nghĩa nữa.

Cảm ơn và chúc Diễm luôn là một cô gái xinh đẹp!

CHO DÙ BẠN Ở NƠI ĐÂU HAY ĐANG LÀM GÌ, THỜI KHẮC CHUYỂN GIAO GIỮA NĂM CŨ VÀ NĂM MỚI LUÔN LÀ NHỮNG GIÂY PHÚT DIỆU KỲ VÀ NGẬP TRÀN CẢM XÚC. ĐÓ CÓ THỂ LÀ NHỮNG GIÂY PHÚT ĐẾM NGƯỢC CÙNG BẠN BÈ TRONG MỘT QUÁN BAR VÀ HÒA VÀO TIẾNG NHẠC HAPPY NEW YEAR KINH ĐIỂN. ĐÓ CÓ THỂ LÀ NHỮNG GIÂY PHÚT NẮM TAY VÀ TRAO NỤ HÔN CHO NGƯỜI MÌNH YÊU DƯỚI BẦU TRỜI PHÁO HOA. ĐÓ CŨNG CÓ THỂ LÀ NHỮNG GIÂY PHÚT BÌNH YÊN BÊN CHA MẸ, NHẤP MỘT CHÚT BAILEY NGỌT NGÀO ĐỂ TỰ NHỦ RẰNG, LÚC NÀO GIA ĐÌNH CŨNG LÀ NƠI ẤM ÁP NHẤT. ĐỂ BẠN CÓ ĐƯỢC NHỮNG TRẢI NGHIỆM KHÓ QUÊN CHÀO ĐÓN 2013, TRONG CHUYÊN ĐỀ ĐẶC BIỆT MỪNG NĂM MỚI NÀY, MỘT LẦN NỮA, HÃY ĐỂ STYLE CHIA SẺ 13 BÍ QUYẾT NHỎ NHƯNG VÔ CÙNG HỮU ÍCH ĐỂ GIÚP BẠN TỔ CHỨC MỘT BỮA TIỆC ĐÓN NĂM MỚI ĐẦY PHONG CÁCH VÀ ẤN TƯỢNG CÙNG BẠN BÈ NHÉ.

13
BÍ QUYẾT ĐỘC ĐÁO ĐỂ ĐÓN **NĂM MỚI** *In Style*

Red Velvet



13. Tại sao bạn không thử lồng ghép một chủ đề đặc biệt vào bữa tiệc của mình nhỉ? Đó có thể là yêu cầu tất cả khách mời mặc các trang phục ánh kim, lấp lánh theo phong cách "*Hollywood hào nhoáng*", hóa trang thành những ngôi sao nổi tiếng trong năm, hay diện những bộ đồ cọc cạch "*mix and match*" vui nhộn, hoặc thậm chí chỉ đơn giản là đi theo tông màu đen trắng chủ đạo. Yêu cầu nhỏ này chắc chắn sẽ khiến mọi người thêm hào hứng, đồng thời lưu giữ lại những bức ảnh kỷ niệm thật đẹp và khó quên.

12. Đây chắc chắn sẽ là bữa tiệc tuyệt vời nhất của năm, vậy nên hãy hào phóng và chuẩn bị thật nhiều những món đồ party đáng yêu như vương miện, mũ đội đầu lấp lánh, khăn lông sặc sỡ, kèn thổi bé xinh… Bạn có thể đặt những món đồ đặc biệt này vào trong một chiếc liễn thủy tinh hoặc một chiếc tô sặc sỡ để mọi người có thể tự chọn thứ yêu thích khi bước vào cửa. Và đừng quên đặt thêm một vài chiếc tô với đầy những mẩu giấy trang kim nhỏ quanh phòng để bạn bè có thể tung vào đúng thời khắc giao thừa nhé. Chắc chắn tất cả mọi

người sẽ rất vui cho dù bạn có thể mất chút công sức dọn dẹp vào ngày hôm sau đấy.

11. Hãy chỉ bật vừa đủ ánh sáng đèn vàng ấm cúng cho căn phòng rồi trang trí ngập tràn không gian với ánh nến lung linh. Tất cả khách mời chắc chắn sẽ bất ngờ với hiệu ứng mà một không gian lấp lánh ánh nến mang lại trong đêm giao thừa lạnh giá này đấy. Để nến có thể cháy được lâu hơn, hãy cho nến vào túi kín và đặt trong ngăn đá tủ lạnh một ngày trước bữa tiệc của mình. Một cách khác bạn có thể dễ dàng áp dụng để tạo không khí lễ hội trong chính ngôi nhà mình là mua các bóng đèn màu hồng tại siêu thị hoặc những cửa hàng chuyên về điện để thay vào các loại đèn trong nhà. Thật đơn giản mà ấn tượng phải không nào?

10. Để khiến không gian nhà bạn càng trở nên độc đáo và ấn tượng hơn. Hãy thử đặt thật nhiều bóng bay để thả kín trần nhà phòng tiệc tùy theo tông màu và chủ đề của bữa tiệc. Đừng quên buộc dây ruy băng xoắn sặc sỡ thả xuống từ mỗi quả bóng và thậm chí gắn thêm bông tuyết trắng nhiều kích cỡ vào đuôi mỗi sợi ruy băng để tạo một bầu trời tuyết rơi đầy ấn tượng nhé. Những sợi ruy băng xoắn này cũng có thể được treo thả từ đèn chùm, tay nắm cửa, đèn tường hay thậm chí cả trên mặt gương trong phòng tắm để tạo chủ đề trang trí đồng nhất cho toàn bộ buổi tiệc.

9. Tiệc đón năm mới luôn gắn liền với những tông màu ánh kim lấp lánh đầy màu sắc lễ hội như vàng, bạc, tím, đỏ. Hãy lựa chọn những món đồ trang trí với nhiều lớp nhũ hay đã được mạ ánh kim để làm bừng sáng không gian phòng tiệc và để lại ấn tượng khó quên. Bạn có thể thử sáng tạo với lọ thủy tinh thả đầy các quả trang trí Noel lấp lánh, các dây sao cắt từ bìa cứng và được bọc một lớp giấy ánh kim treo dọc trên một mảng tường, những chiếc nơ nhũ lấp lánh "siêu bự" treo trên tường hay cửa ra vào… Đây là những chi tiết trang trí vừa đơn giản lại vừa độc đáo cho dịp trọng đại này.



8. Hãy đặt dấu ấn của năm mới 2013 xuyên suốt trong toàn bộ bữa tiệc bằng cách đặt mua những miếng xốp phủ nhũ theo tông màu thành các số 2, 0, 1, 3 cỡ thật to và xếp trang trí trên bàn ăn hay quanh các khu vực trung tâm trong phòng. Những chữ số "ngoại cỡ" này còn có thể được sử dụng làm phụ kiện chụp ảnh lưu niệm vô cùng ấn tượng nữa. Một chi tiết trang trí đơn giản nhưng lại rất đáng nhớ khác bạn có thể áp dụng là đặt một chiếc đồng hồ trang trí bắt mắt giữa bàn thay cho lọ hoa. Chi tiết thông minh này vừa phù hợp với không khí buổi tiệc lại vừa đảm bảo mọi người không thể bỏ lỡ thời khắc đếm ngược trọng đại này.

7. Âm nhạc là một phần không thể thiếu trong mỗi bữa tiệc, đặc biệt là trong một dịp đặc biệt như thế này. Hãy bắt đầu với những ca khúc năm mới kinh điển và chuyển dần sang các bản nhạc đình đám trong năm 2012 để hâm nóng không khí buổi tiệc và kéo tất cả mọi người cùng đứng lên nhún nhẩy theo điệu nhạc. Bạn còn có thể tạo trò chơi đoán nhạc và tặng một phần quà nhỏ cho những người đầu tiên gọi được tên bài hát khi nhạc vừa nổi lên.

6. Nếu bạn cũng giống như tất cả bạn gái chúng mình và đặt mục tiêu ăn uống điều độ trong năm mới 2013 thì hãy nhân cơ hội này để thưởng thức những món ăn yêu thích nhất mà không phải băn khoăn. Hãy chuẩn bị những món ăn độc đáo theo đủ các khẩu vị chua, cay, mặn, ngọt để làm thỏa mãn dạ dày của mỗi vị khách khi nửa đêm đang ngày càng tới gần. Bạn có thể cân nhắc một số gợi ý các món ăn snack của Style như cánh gà nướng mật ong, trứng cút sốt chua ngọt, bánh mì nướng với cá hồi và cream cheese, khoai tây xào thịt xông khói và trứng, bỏng ngô vị tỏi và mù tạt mật ong… Nếu bạn có kế hoạch mời khách tới dự tiệc từ sớm, hãy phục vụ các món ăn nhẹ trong suốt buổi tối và mang ra các món cầu kỳ hơn vào tầm 10 rưỡi tối. Như vậy mọi người sẽ có thêm năng lượng để tiệc tùng cho đến thời khắc giao thừa.

5. Hiển nhiên bữa tiệc năm mới phong cách nào cũng khai mạc bằng một món cocktail đặc trưng được chuẩn bị riêng và kết thúc trong giây phút giao thừa với những ly champagne ý nghĩa. Để giảm bớt gánh nặng chuẩn bị đồ uống trên vai bản thân thì bạn có thể yêu cầu mỗi khách mời mang một loại rượu hoặc đồ uống yêu thích. Bạn có thể chuẩn bị thêm những loại mixer cơ bản như Coca, nước hoa quả, Soda, Tonic… để mọi người tiện pha chế quanh khu vực đồ uống. Một loại đồ uống chắc chắn sẽ rất được yêu thích trong bữa tiệc này chính là món cocktail café lắc với Bailey's, Kalua, sữa tươi và thậm chí cả rượu rum và nước chocolate thơm lừng có thể giúp mọi người tỉnh táo cho tới thời khắc mong chờ nhất.

4. Các món tráng miệng cũng chính là cơ hội để bạn gây ấn tượng với bạn bè thân yêu. Hãy lựa chọn những sợ kết hợp táo bạo với diện mạo hấp dẫn như bánh kem nhiều lớp, bánh chuối đốt (banana flambé) và kem tươi, bánh kem chocolate với sốt quả mâm xôi (chocolate mousse with raspberry)… Những món tráng miệng này có thể được đặt trước tại các cửa hàng bánh ngọt Pháp nổi tiếng. Còn gì thích thú hơn khi được nhâm nhi những thìa kem tê lạnh để "giải nhiệt" khi bữa tiệc ngày càng trở nên sôi động hơn trên "sàn nhảy".

3. Phong tục phương Tây quy định rằng, vào thời khắc chuyển giao giữa năm cũ và năm mới, bạn sẽ phải trao tặng nụ hôn cho một ai đó thật đặc biệt. Do vậy, nụ hôn mang một ý nghĩa rất đặc biệt trong mỗi buổi tiệc đón năm mới. Bạn có thể tặng các cô bạn gái đáng yêu của mình một thỏi son môi nhỏ để họ vui đùa và đặt dấu ấn "nụ hôn" của mình lên bất cứ vật gì (khăn giấy với số điện thoại) hay ai đó (má của anh chàng điển trai mới quen)… Chắc chắn mọi người sẽ có thời gian vui vẻ đùa với những dấu ấn đáng yêu này. Bạn thậm chí còn có thể chuẩn bị son nhũ để dấu ấn này càng thêm phần quyến rũ, lấp lánh. Và đừng quên đặt một ít kẹo bạc hà quanh phòng tiệc nhé, biết đâu ai đó sẽ gặp may mắn trong dịp năm mới này?!

2. Buổi tiệc năm mới phong cách này chính là dịp để bạn cùng bạn bè thân thiết cùng kiến tạo những kỷ niệm đẹp vô cùng đáng nhớ. Để ghi lại những khoảng khắc vui tươi này, hãy nhờ một người bạn có năng khiếu chụp ảnh đeo sẵn máy để sẵn sàng chộp lại những giây phút tự nhiên và đáng yêu bất ngờ nhất. Nếu bạn hoặc ai đó có máy ảnh lấy liền Instax thì lại càng tuyệt vời. Bạn có thể chụp ảnh mọi người và in ngay tại chỗ để tặng họ làm kỷ niệm khi ra về, tất nhiên là với lời cảm ơn và dấu ấn son môi vô cùng đáng yêu của mình rồi.

1. Giờ khắc giao mùa thiêng liêng đã trôi qua, giờ là lúc bạn tiễn những người bạn của mình ra về. Như một món quà nhỏ, hãy chuẩn bị cho mỗi vị khách một túi "chăm sóc bản thân" để giúp quá trình hồi phục của mỗi người không quá "đau đớn". Bạn có thể để sẵn vitamin C, ảnh lưu niệm, chai nước nhỏ, thuốc đau đầu, dây buộc tóc và một tấm thiệp cảm ơn nhỏ xinh. Chắc chắn mọi người sẽ đều rất cảm kích và ấn tượng trước nghĩa cử vô cùng đáng yêu này đấy.

CHÚC CÁC BẠN MAY MẮN VÀ SẼ CÓ ĐƯỢC MỘT BỮA TIỆC VÔ CÙNG ĐÁNG NHỚ CÙNG BẠN BÈ YÊU THƯƠNG. CHÚC MỪNG NĂM MỚI VÀ ĐỪNG QUÊN GỬI CHO STYLE NHỮNG KIỂU ẢNH BẠN ĐÃ CHỘP LẠI ĐƯỢC TRONG BUỔI TIỆC ĐẦY PHONG CÁCH NÀY NHÉ!

TRUNG TÂM TỔ CHỨC BIỂU DIỄN NGHỆ THUẬT
(Cục Nghệ Thuật Biểu Diễn - Bộ Văn Hóa, Thể Thao & Du Lịch)

ĐÊM NGHỆ THUẬT HENNESSY LẦN THỨ 5

artistry

NGHỆ THUẬT KẾT HỢP TOÀN CẦU
THE GLOBAL ART OF MIXING

CHƯƠNG TRÌNH NGHỆ THUẬT ĐẶC SẮC KẾT HỢP
CÁC NGHỆ SỸ & BAN NHẠC TÀI NĂNG TRẺ QUỐC TẾ

ADAM LAMBERT
AUREA
NS YOON-G

19H30 ĐÓN KHÁCH
20H00 NGÀY 04/01/2013
TẠI CLB VĂN HÓA TDTT NGUYỄN DU
116 NGUYỄN DU, QUẬN 1, TP.HCM



SAO VIỆT GỬI LỜI CHÚC TỚI MỌI NHÀ

Dù bận rộn với những dự án riêng vào thời điểm cuối năm, những tên tuổi của làng giải trí Việt vẫn dành thời gian cùng nhau thực hiện một bộ ảnh công phu kèm theo lời chúc đến khán giả thân yêu của mình một năm mới may mắn và "Tinh túy Vị xuân

TINH TÚY VỊ XUÂN

MR ĐÀM lại có quan niệm rằng năm mới cũng là thời điểm ấp ủ những hy vọng và ước mơ mới. Anh mong mọi người hãy quên đi sầu lo để cùng chào đón "Vạn Điều Tuyệt Mỹ" sẽ đến với mình.

Rocker PHẠM ANH KHOA mong muốn mọi người có thật nhiều "May Mắn Đầu Xuân" để có một mùa Giáng Sinh ấm áp và an lành, khởi đầu cho một năm mới 2013 tràn đầy niềm vui và hạnh phúc!

Nữ ca sĩ quyến rũ THU MINH cũng dành rất nhiều tình cảm cho khán giả, nhân dịp lễ hội cuối năm Thu Minh gửi lời chúc mọi người thật nhiều sức khỏe, vui vẻ yêu đời, "Vàng Son Phú Quý" và "Vạn Sự Như Ý".

Photographer: Milor Trần - **Stylist & Art Director**: Hà Đỗ - **Make-up**: Hùng Max - **Trang phục**: Áo Dài Thuần Việt

Với HÀ HỒ năm mới chính là thời khắc để cô cùng người thân và bạn bè ôn lại kỷ niệm và chờ đón giao thời. Dịp này, cô cũng không quên gửi lời chúc một năm "Thượng Đỉnh Thịnh Vượng" đến với quý vị và những người thân yêu nhất.

Nam diễn viên JOHNNY TRÍ NGUYỄN chúc mọi người dồi dào sức khỏe, muôn vàn may mắn để không ngừng bước tới con đường "Thành Công Mỹ Mãn", công thành danh toại.

Nghệ sĩ saxophone TRẦN MẠNH TUẤN chia sẻ, Giáng Sinh và năm mới là thời điểm thiêng liêng và quan trọng nhất trong năm. Anh hy vọng mọi người ai cũng được tận hưởng khoảng thời gian sum vầy thật đầm ấm bên những người thân thương và cùng thưởng thức những hương vị "Tinh Túy" nhất của "Lộc Xuân" bên những bản nhạc xuân êm dịu.

Các nghệ sĩ cũng không quên nhắc nhở mọi người vui xuân có trách nhiệm để dịp lễ lớn nhất trong năm sẽ luôn chan chứa niềm vui và hạnh phúc, tràn đầy "tinh túy vị xuân" trong từng thời khắc thiêng liêng.

Một lời chúc xuân ý nghĩa không thể thiếu món quà đi kèm thể hiện thành ý người tặng. Truy cập www.tinhtuyvixuan.com để tham khảo một vài địa chỉ mua sắm từ sao Việt để chọn được những món quà ưng ý dành tặng cho bạn bè, người thân!



METROPOLE HÀ NỘI

Từ 01 – 31/01, hãy cùng những người thân yêu tận hưởng kỳ nghỉ đáng nhớ tại khách sạn Metropole Hanoi với gói "Nghỉ dưỡng cùng Sofitel" gồm nhiều ưu đãi: phòng nghỉ sang trọng, tiện nghi; bữa sáng tại nhà hàng hay tại phòng; 60 phút mát-xa cho 2 người; miễn phí sử dụng Internet và dịch vụ đưa đón bằng xe BMW 7. Chào đón năm mới, nhà hàng Le Beaulieu giới thiệu ẩm thực Pháp với các món ăn đặc biệt như thăn bò Mỹ có giá 345.000VNĐ/món; tiệc buffet tự chọn có giá 670.000VNĐ/người. Trong tháng 1, hãy đến nhà hàng Angelina để thưởng thức thực đơn pizza đặc biệt với nhiều lựa chọn: cá hồi hun khói, thịt muối, tôm hùm, trứng cá lump, măng tây tuyệt hảo... Ngày 17/01, cũng tại Angelina sẽ diễn ra chương trình biểu diễn thời trang giới thiệu BST thời trang Chula. Từ 7 – 20/01, hãy đến nhà hàng Spices Garden thưởng thức các món lẩu hải sản gồm: tôm hùm, tôm càng xanh, tu hài… hay lẩu bò Úc, lẩu ếch có giá 525.000VNĐ/người. Từ tháng 1 đến hết 30 tháng 4, hãy đến Jazz Le Club thưởng thức những điệu Jazz ngọt ngào, quyến rũ của giọng ca Tabitha King đến từ Atlanta. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: 04.3826 6919.

HILTON HANOI OPERA



Trưa chủ nhật hàng tuần, hãy đến nhà hàng Café Opera, khách sạn Hilton Hanoi Opera để tham dự chương trình ẩm thực "Ngày chủ nhật biếng lười" với thực đơn gồm: hải sản, sa lát trộn nước sốt đặc biệt cùng các loại bánh sandwich nhân ngon miệng và bánh sô cô la đầy hấp dẫn. Ngoài ra, chương trình ẩm thực này sẽ giúp bạn đong đầy vị giác ngày cuối tuần trong không gian lý tưởng để thư giãn, xóa đi mệt mỏi sau một tuần làm việc căng thẳng với nhiều trò chơi thú vị như cờ tướng, cờ vua, cờ tỷ phú, rút gỗ, cá ngựa, xếp hình... Từ 11giờ - 14 giờ, từ thứ hai đến thứ bảy, nhà hàng Chez Manon phục vụ bữa trưa doanh nhân chỉ trong 45phút. Bạn có thể lựa chọn thực đơn 2 món với giá 350.000VNĐ/người hoặc thực đơn 3 món với giá 420.000VNĐ/người. Đặc biệt, với mỗi hóa đơn trị giá 525.000VNĐ tại các nhà hàng của Hilton Hà Nội Opera, bạn sẽ trở thành hội viên của chương trình Hilton HHonor tích điểm thưởng áp dụng tại tất cả các khách sạn Hilton trên toàn thế giới. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ 04.3933 0500, số máy lẻ 1650.

NIKKO HÀ NỘI

Tháng 01 này, hãy cùng gia đình và người thân đến nhà hàng La Brasserie, khách sạn Nikko Hà Nội để tận hưởng tiệc tự chọn trưa cuối tuần với giá 900.000VNĐ/01 bố mẹ và 02 trẻ em hoặc 450.000VNĐ/người (bao gồm bia tươi và nước ngọt). Từ thứ sáu đến chủ nhật hàng tuần, cũng tại La Brasserie sẽ phục vụ lẩu cuối tuần tự chọn gồm: 01 suất tôm hùm được chế biến theo lựa chọn, các loại sashimi, món nóng, đồ tráng miệng và các loại hải sản như: tôm, ghẹ… với giá 600.000VNĐ/người (bao gồm rượu, bia tươi và nước ngọt). Ngoài ra, vào tất cả các trưa thứ bảy và chủ nhật hàng tuần, nhà hàng Brasserie còn phục vụ hơn 60 loại Dim Sum khác nhau cùng các món ăn truyền thống như: vịt quay Bắc Kinh, lợn sữa quay, các món khai vị, hải sản, rau quả và món tráng miệng với giá 420.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: 04.3822 3535.



TẾT

GỎI CÁ THỊNH VƯỢNG





FORTUNA
HOTEL
HANOI

tại Nhà Hàng May Mắn

Tầng 2 * Khách sạn Fortuna * Từ ngày 26 tháng 1 năm 2013

Khởi đầu một năm mới an lành, sức khỏe và tài lộc với món ăn đặc biệt – **Gỏi Cá Thịnh Vượng.** Đậm đà hương vị và màu sắc của Xuân mới, tượng trưng cho "thăng hoa vận tốt" và "mang đến một năm tài lộc tấn tới", món "gỏi tung" may mắn này được đặc biệt chuẩn bị từ những nguyên liệu tươi ngon, là một món ăn không thể thiếu trong những buổi gặp mặt, đoàn tụ đầu năm.

fortuna.vn
6B Láng Hạ, Ba Đình, Hà Nội, Việt Nam
T: (84.4) 3831 3333 F: (84.4) 3831 3300
fb@fortuna.vn

Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ số máy lẻ 6260

MOVENPICK HÀ NỘI

Tháng 01 này hãy cùng gia đình và người thân đến khách sạn Movenpick Hà Nội thưởng thức thực đơn đặc biệt dành cho mùa Đông gồm: các món ăn châu Âu truyền thống, sò điệp cuốn thịt hun khói, bò hầm kiểu Ai-len và súp đậu xanh kiểu Pháp… Thực đơn đặc biệt dành cho mùa đông này có giá 640.000VNĐ/4 món/khách và 950.000VNĐ/5 món/khách. Cũng trong tháng 01 này, khách sạn Movenpick Hà Nội ra mắt chương trình ưu đãi mang tên "In Residence" nhằm hướng tới đối tượng khách hàng doanh nhân. "In Residence" sẽ mang lại những trải nghiệm hoàn toàn riêng biệt và độc đáo với các tiện nghi và lợi ích sau: phục vụ ăn sáng tại phòng; miễn phí đồ uống không cồn; đồ uống giải khát, bia, vang hoặc cocktail trong menu Linger Longer tại Lounge 83 từ 5 - 7 giờ chiều các ngày trong tuần; miễn phí internet và các cuộc gọi điện thoại nội hạt; 3 lần giặt là mỗi ngày; tháo dỡ và đóng gói hành lý khi đến và rời khỏi khách sạn; miễn phí một giờ mát xa mỗi tuần cho thời gian lưu trú tối thiểu 6 đêm; miễn phí đồ uống tăng lực trong Kinetic Gym & Wellness Studio; sử dụng miễn phí mini-bar và các dịch vụ thư ký trong "Business Center"; làm thủ tục nhận phòng tại phòng; trả phòng trước 4 giờ chiều. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: 04.3822 2800.





SOFITEL HANOI

Tháng 01 này, nhà hàng Brasserie Westlake, khách sạn Sofitel Hanoi giới thiệu chương trình "Thưởng thức thực đơn cho 4 khách và miễn phí cho một khách"; giảm 50% cho tất cả vang từ Chi Lê, với giá từ 400.000 – 880.000VNĐ/người. Cũng trong tháng này, nhà hàng Ming giới thiệu đến thực khách những món lẩu đặc biệt kèm hải sản tươi, những món rau theo mùa với thực đơn Dim Sum phong phú gồm: há cảo cá trình và tôm, há cảo pho-mát tươi, nem chiên pho-mát, chả mực… có giá từ 325.000 – 580.000VNĐ/người. Ngoài ra, nhà hàng còn áp dụng chương trình giảm 50% cho các loại Terrazas. Thứ ba hàng tuần, hãy đến nhà hàng Summit Lounge để tham dự chương trình French Tuesday và cùng khám phá vang Pháp với giá chỉ bằng một phần hai. Chương trình MissBehave ngày thứ năm hàng tuần mang đến cho các quý cô một đêm thư giãn tuyệt vời và cùng thưởng thức hai ly rượu đặc biệt miễn phí khi đặt một ly cocktail. Không chỉ có vậy, vào mỗi tối thứ sáu hàng tuần, Summit Lounge còn mang đến "Đêm của quý ông" với những bản nhạc thời thượng, cùng những điệu nhảy sôi động từ những vũ công nổi tiếng, và cùng thưởng thức các loại Vodka, Gin, hay Cognac. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ : 04.3823 8888.

CARAVELLE SAIGON

Vào tất cả các trưa chủ nhật trong tháng 01, nhà hàng Nineteen phục vụ buffet trưa thịnh soạn với những ly sâm panh hảo hạng và các món ăn được chế biến từ thịt sẽ tăng gấp đôi. Chỉ từ 1.140.000 – 1.834.000VNĐ/người, bạn sẽ được tận hưởng không giới hạn những món ngon như: bò nấu kiểu wellington, ức vịt nướng dùng kèm sốt kem, vai cừu nấu kem cà ri béo, gan ngỗng Pháp và tôm hùm áp chảo… (bao gồm phục vụ sâm panh Taittinger hảo hạng và không giới hạn Margaritas, Martinis, rượu vang trắng, đỏ, hồng, trà và cà phê). Từ ngày 19 – 25/01, hãy đến Lobby Lounge để tận hưởng món bánh Choux và Eclairs với hương vị thơm ngon, lớp kem phủ bóng bẩy, ngọt ngào và các món toppings hấp dẫn. Tại đây, các đầu bếp của Lobby Lounge sẽ chuẩn bị 7 loại hương vị và toppings gồm: kem béo quả hồ trăn với trái anh đào hầm và quả phỉ nướng; lòng trắng trứng sấy nhân trứng bơ chanh và sô cô la bào; hay kem béo vani với dâu tươi và đường bột. Các món bánh này có giá từ 180.000 – 380.000VNĐ/ phần. Thông tin chi tiết,
vui lòng liên hệ: 08. 3823 4999.



LAKE SIDE HOTEL

SAKURA
JAPANESE RESTAURANT

093 6427 525
Hotline

Amazing Christmas & New Year

31/12 - 24/12

Lucky Draw Prizes at

Bốc thăm trúng thưởng giá trị đến

150,000,000VND

X'mas & New Year Set menu

Thực đơn Giáng Sinh & Năm Mới

Price from / *Giá từ*

698,000 VND++/pax

6 - 8pm Free Flow Drink

6 - 8pm uống thỏa thích

300,000 VND++/pax

Seats are limited
Book now

Số bàn hạn chế.
Xin vui lòng
đặt chỗ trước

23 Ngoc Khanh Street, Ba Dinh District, Hanoi, Vietnam | **Tel:** (84-4) 3835 0111 | **Ext:** 555 | **Fax:** (84-4) 3835 0121
Email: sakura@lakesidehotel.com.vn | **Website:** www.lakesidehotel.com.vn



INTERCONTINENTAL DANANG

Ngày 14/12, nhà hàng Pháp tiêu chuẩn quốc tế La Maison 1888 chính thức khai trương tại khu nghỉ InterContinental Danang Sun Peninsula Resort. Nhân dịp này, kiến trúc sư Bill Bensley cũng chia sẻ nguồn cảm hứng sáng tạo của mình khi thiết kế nhà hàng La Maison, cũng như cả khu nghỉ dưỡng. Với việc khai trương nhà hàng La Maison 1888, thực khách sẽ có cơ hội trải nghiệm ẩm thực đẳng cấp đúng nghĩa với thực đơn do bếp trưởng huyền thoại Michel Roux cùng đội ngũ tài năng của ông sáng tạo gồm: trứng chần phục vụ cùng măng tây xanh, thịt bò phi lê áp chảo hay thịt cừu đút lò... Đặc biệt, không thể không nhắc đến các món tráng miệng hấp dẫn đã làm nên tên tuổi của Michel Roux như: bánh opera chế biến theo công thức cổ điển, bánh kem trứng hạt dẻ hay bánh phủ trái cây tươi kiểu Nga chắc chắn sẽ làm hài lòng cả những thực khách sành ăn nhất. Địa chỉ liên hệ: 0511. 393. 8888

FUSION MAIA ĐÀ NẴNG

Ngày 12/12, Fusion Maia Đà Nẵng đã được xướng danh trong danh sách giải thưởng dành cho 101 khách sạn tốt nhất toàn cầu năm 2013 do tạp chí Tatler Travel Guide tổ chức. Đây là thành tựu rực rỡ khi Fusion Maia Đà Nẵng là đại diện duy nhất của Việt Nam nằm trong danh sách này. Fusion Maia được biết đến với bãi biển đầy cát mịn, với làn nước trong xanh mát lạnh trải dài trên 19 dặm và spa là điểm nhấn đặc biệt tại Fusion. Trước giải thưởng từ Tatler Travel Guide, Fusion Maia Đà Nẵng đã liên tiếp nhận được đề cử cho danh sách những khách sạn nổi bật từ tạp chí danh tiếng Conde Naste Traveler năm 2011 và 2012. Điều này đã chứng minh khả năng làm hài lòng và mang lại sự ngạc nhiên cho du khách bằng tất cả dịch vụ tại khu nghỉ không chỉ đơn thuần dựa trên ý tưởng về các gói trị liệu spa trọn gói. Địa chỉ liên hệ: 0511. 396. 7999



STYLE 150

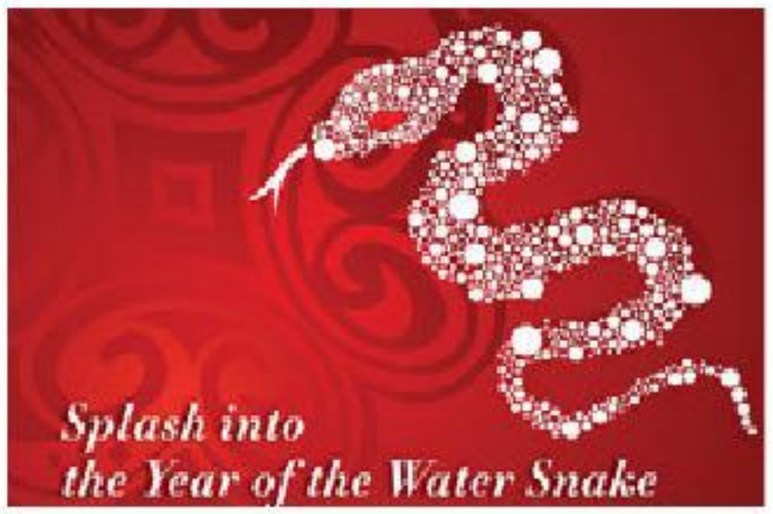


CROWNE PLAZA DANANG

Mùa lễ hội năm nay, nhà hàng Fresh All-Day-Dining, khách sạn Crowne Plaza Danang giới thiệu buffet lẩu vào mỗi tối với nhiều sự lựa chọn như: hải sản, thịt tươi cùng các món Việt Nam và quốc tế, phục vụ từ 18 – 22 giờ tối với giá 451.000VNĐ/người. Đến với buffet lẩu mỗi tối, ngoài những lựa chọn trên bạn còn có vô số những lựa chọn với hàng loạt các món như: súp, món hầm, món xào, mỳ, nêm cuộn cùng với các loại thực phẩm tươi dùng với lẩu và thưởng thức các món tráng miệng... Mùa lễ hội năm nay, bạn và người thân hãy đến Crowne Plaza Danang để thưởng thức hương vị buffet lẩu đặc biệt vào mỗi tối bên khung cảnh biển lãng mạn của Đà Nẵng. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng liên hệ: 0511 391 8888, số máy lẻ: 6327.

NEW WORLD SAIGON

Từ 15/01 – 24/02, hãy đến nhà hàng Dynasty để chào đón năm mới và cùng thưởng thức món Yee Sang cùng bốn món ngon mang đậm phong cách Trung Hoa như: cá ngừ, cá hồi, tôm hùm và trái cây với giá 238.000VNĐ/phần. Món ăn truyền thống này được phục vụ cùng nước sốt đặc chế từ: mận, gừng, mật ong, wasabi và tương đậu cay. Ngoài ra, thực khách cũng có thể chọn thêm từ bốn thực đơn 9 món chọn sẵn và 13 hương vị tinh tế theo mùa dành cho bữa trưa và bữa tối gồm: heo sữa quay, tôm sú hấp, gà chiên giòn kiểu Mông Cổ, Phi Lê cá mú, với giá chỉ 688,000VNĐ/người. Ngày 10/02, hãy đến sảnh chính của New World Saigon để đón xem màn trình diễn múa lân, múa rồng đặc sắc chào đón năm mới và tham dự chương trình buffet trưa ngày Tết tại Dynasty. Nhà hàng sẽ phục vụ thực khách các món nướng từ bếp Hoa và các món chính gồm: Phi Lê cá mú, tôm càng xanh và những món chay, với giá chỉ 888.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết, vui lòng gọi: 08.3822 8888.



Ấn tượng với BANYAN TREE SPA

Duyên dáng nép mình trên một bờ biển yên bình ở miền Trung, Banyan Tree Lăng Cô mang đến những trải nghiệm khó quên tại Banyan Tree Spa nổi tiếng thế giới.

Xuân Hòa







Được truyền cảm hứng từ những di sản đầy tính nghệ thuật của các triều đại vua chúa Việt Nam xa xưa, kiến trúc và thiết kế của khu spa đã tôn vinh nền văn hóa đậm đà bản sắc Việt của mảnh đất miền Trung.

Tiên phong trong ý tưởng xây dựng nên một khu spa giữa rừng nhiệt đới, đây chính là thiên đường cho sự hồi sinh sức sống của cơ thể và tinh thần. Sử dụng phương pháp "nhiều xúc cảm, ít công nghệ", Banyan Tree Spa chú trọng vào việc đưa những xúc cảm của con người thăng hoa kết hợp với việc sử dụng những thảo dược thiên nhiên, các loại tinh dầu thơm, các liệu pháp được lấy cảm hứng từ những liệu pháp Á Đông truyền thống đã được lưu truyền qua nhiều thế hệ.

NHỮNG LIỆU PHÁP SPA ĐẶC TRƯNG

Banyan Indulgences: gói chăm sóc bao gồm liệu pháp Royal Banyan và Banyan Calm. Royal Banyan dùng túi thảo dược ngâm với dầu vừng ấm, kết hợp với các kỹ thuật trị liệu giúp tăng cường tuần hoàn máu và sự dẻo dai cho cơ bắp. Banyan Calm là một phương thức thư giãn của Thụy Điển, giúp xoa dịu các cơ và tăng cường tuần hoàn máu. Cuối cùng hãy tận hưởng cảm giác thư thái với liệu pháp tắm thư giãn với cây lá dứa, Pandanus Bath.

Banyan Tree Spa còn giới thiệu liệu pháp chăm sóc cơ thể với phương thức xông hơi và tắm mưa. Liệu trình đẳng cấp Tropical Rainmist gồm hai gói độc đáo với trải nghiệm tắm mưa Rain Shower nhiều tầng giúp kích thích các giác quan và là một bước đệm lý tưởng cho các bước trị liệu tiếp theo. Liệu trình Refreshing Sprinkle giúp chăm sóc vẻ đẹp của người phụ nữ một cách tổng thể, trong khi liệu trình Tranquility Hydro Mist sẽ mang đến cho quý ông những trải nghiệm thư giãn tuyệt diệu.

NHỮNG TIỆN NGHI SPA ĐẲNG CẤP

Banyan Tree Spa Lăng Cô được thiết kế với sáu phòng spa ngoài trời gồm bốn phòng spa cao cấp, Deluxe Spa Pavilions và hai phòng đôi thượng hạng, Double Royal Spa Pavilions. Royal Spa Pavilion bao gồm giường mát-xa đôi, bồn tắm trong nhà, phòng tắm vòi sen trong nhà, khu tắm vòi sen ngoài trời và được trang bị một phòng tắm mưa Rainmist.

Ngoài ra, quý khách có thể dừng chân khám phá cửa hiệu Banyan Tree Gallery và cửa hiệu bán lẻ vật phẩm spa Banyan Tree Spa Essentials như tinh dầu thơm, dầu mát-xa và nến thơm, các lọ đốt tinh dầu đặc trưng của thương hiệu Banyan Tree Spa, đế nến…

NHÂN VIÊN CHUYÊN NGHIỆP

Những chuyên viên trị liệu chuyên nghiệp của Banyan Tree Spa được đào tạo chính thức về kỹ thuật mát-xa và nghệ thuật cảm nhận làn da dựa trên chương trình nghiêm ngặt của Học viện Banyan Tree Spa uy tín tọa lạc tại Phuket, Thái Lan; Bintan, Indonesia và Lệ Giang, Trung Quốc. Học viện cung cấp các nền tảng và trang thiết bị chuyên nghiệp cho việc đào tạo, nhằm đảm bảo những chuyên viên trị liệu của chúng tôi sẽ luôn mang đến cho quý khách những liệu pháp với chất lượng tuyệt vời.

Để đặt lịch hẹn và biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: Banyan Tree Spa Lăng Cô: +84 54 3695 882, email spa-langco@banyantree.com hoặc truy cập vào website banyantreespa.com.



HYATT REGENCY DANANG

Mùa lễ hội năm nay, hãy cùng gia đình và người thân đến chia sẻ và tận hưởng niềm vui tại Hyatt Regency Danang Resort & Spa. Nhà hàng Green House của khu nghỉ diễn ra chương trình tiệc buffet đặc sắc gồm: tiệc buffet tối Giáng Sinh (24/12); tiệc buffet trưa Giáng Sinh (25/12) và tiệc buffet tối Giao Thừa (31/12) với thực đơn gồm: gà tây nướng, thịt xông khói, thịt nguội thượng hạng, mì Ý truyền thống, cơm Ý trộn hàu dùng kèm sâm banh, thịt bò, gà tây… Các bữa tiệc này có giá từ 988.000 – 1.488.000VNĐ/người. Nhà hàng Beach House cũng có các chương trình ẩm thực chào đón mùa lễ hội như: tiệc tối Giáng Sinh (24/12); tiệc tối đêm Giao Thừa (31/12) với thực đơn đặc sắc gồm: xa lát đuôi tôm hùm, súp bí đỏ đậu phụng, chân vịt om, thịt bò Mỹ dùng kèm gan vịt, bánh Pudding, ức vịt quay, chân cừu om dùng với cơm trộn Ý… Các bữa tiệc này có giá: 1.688.000VNĐ/4 món/người và 2.088.000VNĐ/5 món/ người. Ngoài ra, Vie spa cũng mang đến cho quý khách một kỳ nghỉ tuyệt vời với gói spa dành riêng cho dịp lễ hội gồm: gói spa Giáng Sinh hai ngày (24 – 25/12) và gói spa năm mới hai ngày (31/12 – 01/01) với giá 5.370.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết, vui lòng gọi: 0511.398 1234.



EQUATORIAL

Tháng 01 này, hãy đến nhà hàng Orientica, khách sạn Equatorial Sài Gòn thưởng thức thực đơn gồm nhiều món đặc sắc được chế biến từ tôm hùm Boston sống kết hợp với các thành phần thực phẩm theo mùa và gia vị tươi ngon. Từ 02/01 – 31/01, nhà hàng Chit Chat phục vụ tiệc buffet ẩm thực ba miền: Bắc, Trung, Nam Việt Nam được chế biến từ các nguyên liệu tươi ngon nhất với giá 678.000VNĐ/người. Từ 26/01 – 9/02, hãy cùng gia đình và người thân đến nhà hàng Orientica để đón Tết Nguyên Đán với những thực đơn đặc biệt và phong phú gồm: thực đơn Xuân và Hạnh Phúc; Thịnh Vượng; Tài Lộc và May Mắn, với giá từ 5.628.000VNĐ/bàn 10 người đến 11.928.000VNĐ/bàn 10 người. Ngoài ra, từ 26/01 – 24/02, nhà hàng Orientica sẽ giới thiệu món gỏi cá Yeesang thịnh vượng với nhiều lựa chọn từ cá hồi sống, bào ngư Úc, cá ngừ và vi cá với giá 150.000VNĐ/người/phần. Thông tin và đặt chỗ, vui lòng liên hệ: 08.3839 7777.

LEGEND SAIGON

Từ thứ ba đến chủ nhật, hãy đến nhà hàng Bar Oggi để thưởng thức bữa tối phương Tây với thực đơn gồm: súp cốt bò, sà lách tôm hùm, sò điệp áp chảo hay sườn bê ướp rau mùi nướng và bánh phô mai sô-cô-la đen tráng miệng. Tại đây, bạn sẽ được phục vụ thoải mái vang, bia, cocktail, nước ngọt, cà phê và trà khi thưởng thức thực đơn 4 món do chính bếp trưởng Romeo Bantiling đảm trách, với giá chỉ 880.000VNĐ/người. Ngoài ra, Bar Oggi đang áp dụng chương trình giờ vàng từ 17 giờ - 20 giờ đối với quý khách hàng. Theo đó, thực khách được giảm 20% giá vang và bia tươi, các món ăn nhẹ tapa đều dưới 100.000VNĐ/món. Tháng 01 này, hãy đến Legend Lounge cảm nhận hương vị và âm thanh cuộc sống qua những buổi tiệc trà chiều theo phong cách cổ điển có giá 294.000VNĐ/02 người hoặc những ly kem sầu riêng có giá 150.000VNĐ/ ly hay những chiếc bánh ngọt có giá 63.000VNĐ/hộp 6 chiếc. Đặc biệt, trong tháng này, quầy bar hồ bơi Tropicana mở cửa phục vụ các loại cooktail tươi mát, các món ăn nhẹ thơm ngon trong không gian thư giãn của khu vườn nhiệt đới với chương trình khuyến mãi giảm giá 30% vang và bia tươi. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng liên hệ:08.3823 3333.



ĐÓN MÙA LỄ HỘI CÙNG
VICTORIA HOTELS & RESORT

Làn gió se lạnh và những giai điệu rộn ràng quen thuộc như nhắc nhở mọi người hãy cùng gia đình và bè bạn đón mùa lễ hội cuối năm tưng bừng. Để tận hưởng trọn vẹn từng khoảnh khắc ấy, không đâu hoàn hảo hơn những khu nghỉ dưỡng thiên đường của Victoria Hotels & Resorts.

Hoa Nguyễn



Seafood BBQ tại Victoria Phan Thiết



Victoria Sapa Resort & Spa

ĐÓN GIÁNG SINH GIỮA VÙNG SƯƠNG PHỦ

Bạn sẽ có cảm giác như đón Giáng Sinh và Năm Mới nơi Bắc Âu lạnh giá khi đến với Victoria Sapa cuối năm nay. Đêm giao thừa nơi đây cũng đậm nét văn hóa vùng cao với các điệu múa đặc sắc của những dân tộc thiểu số bản địa. Trải qua kỳ nghỉ cuối năm nơi núi đồi Tây Bắc, bạn cũng đừng bỏ lỡ cơ hội thưởng thức món gà H'Mong quay với măng non do bếp trưởng Hugo Barberis nổi tiếng thực hiện. Ngoài ra, bạn hãy thư giãn và đánh thức mọi giác quan với phương pháp mát xa kiểu Thái và kỹ thuật bấm huyệt điêu luyện của các chuyên viên nơi đây.

NĂM MỚI TƯNG BỪNG NƠI XỨ BIỂN

Tại Victoria Phan Thiết, hơi thở mát rượi của đại dương sẽ đưa bạn bước sang năm mới trong không gian âm nhạc sôi động và pháo hoa rực rỡ trời đêm xứ biển. Giữa tiếng sóng rì rào, bạn sẽ tận hưởng trọn vẹn vị biển từ những món hải sản đầy ấn tượng của bếp trưởng Hoàng như bánh nhân tôm hùm, cá xông khói… Chưa hết, làn da cơ thể bạn sẽ lấy lại vẻ mượt mà với liệu pháp tẩy tế bào chết từ me và chăm sóc da bằng thảo dược tại Victoria Spa. Nếu muốn những giây phút thiêng liêng đọng mãi trong ánh đèn lồng lung linh phố cổ, trong bản hòa ca của gió từ sông Thu Bồn và biển Cửa Đại, Victoria Hội An chính là lựa chọn không thể bỏ qua. Đến đây dịp cuối năm, bạn có thể thưởng thức món sườn và vai cừu nấu ngò om được nấu suốt 7 giờ. Ngoài ra, hãy để Victoria Hội An chắp cánh mọi mệt mỏi của bạn nhẹ bay với liệu pháp mát xa phối hợp phong cách Việt Nam và Bali.

KHÚC GIAO THỪA SÔNG NƯỚC MIỀN TÂY

Tuyệt vời làm sao khi nghe gió vi vu từ sông Hậu, cùng tiếng mái chèo khua trên sóng nước tấu nên bản giao hưởng đón Năm Mới và Giáng Sinh tại Victoria Cần Thơ. Bếp trưởng Bernard Ibanez đầy kinh nghiệm sẽ sáng tạo món ngon độc đáo từ trái cây miền Nam: salad bòn bon tôm thịt - món ăn đặc sắc của vùng Mekong. Và để không bỏ lỡ từng khoảnh khắc ấy, hãy trải nghiệm sự thoải mái lan tỏa khắp các giác quan từ liệu pháp mát xa bằng đá nóng, tinh túy của đất trời sẽ tái sinh nguồn sức sống trong bạn.
Đến miền Tây, bạn còn có thể thả những nguyện cầu may mắn theo dòng Bassac êm đềm bên Victoria Châu Đốc. Và chắc chắn bạn sẽ không thể nào quên vị đậm đà truyền thống, nước sốt sóng sánh, thơm lừng của món cá kho tộ nơi này, được chế biến bởi bếp trưởng Tăng Cẩm Mai với 12 năm kinh nghiệm. Chưa hết, hãy sẵn sàng cho mình nguồn năng lượng tuyệt vời với những túi thảo dược ấm trong 60 phút thư giãn tại spa.



Lều trước biển tại Victoria Hội An



Khu spa tại Victoria CHâu Đốc

Endnote: Hãy chọn nơi bạn muốn và liên hệ với Victoria Hotels & Resorts: +84 8 6290 9720; email: reservation@victoriahotels asia; website: wwwvictoriahotels.asia.



PARK HYATT SAIGON

Ngày 21/12, hãy đến nhà hàng Square One, khách sạn Park Hyatt Saigon tận hưởng chuyến du lịch ẩm thực Việt Nam trên chiếc vespa. Tại đây, bạn sẽ được khám phá một lịch sử ẩm thực đặc sắc đậm chất Sài Gòn qua các đặc sản truyền thống và độc đáo của miền Nam Việt Nam, chẳng hạn như chiếc bánh xèo lấy cảm hứng từ ẩm thực Pháp, món phở truyền thống dân tộc và chiếc bánh mì nổi danh. Ngoài ra, tài nghệ của bếp trưởng Chef Soren Lascelles sẽ tạo nên một thiên đường ẩm thực và thực khách sẽ kết thúc bữa tiệc với các loại bia bản địa tại một khu vườn bia mang hơi hướng dân tộc. Bạn sẽ ra về một cách hài lòng và no nê với một quan điểm ẩm thực mới lạ và một nụ cười lớn. Chuyến du lịch ẩm thực Việt Nam trên chiếc vespa này có giá 2.500.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng truy cập restaurants.parkhyattsaigon.com hoặc gọi: 08.3520 1234.Trong buổi lễ này, Novotel Saigon Centre cũng đã vinh dự nhận được quyết định phong hạng 4 sao của Tổng Cục Du lịch Việt Nam. Địa chỉ liên hệ: 08. 3520. 4884

NOVOTEL SAIGON CENTRE

Ngày 13/12, Tổng công ty Du lịch Sài Gòn phối hợp với công ty Cổ phần Quê Hương Liberty và công ty Cổ phần Invesco chính thức khai trương khách sạn Novotel Saigon Centre tại 167 Hai Bà Trưng, Quận 3, Tp. HCM. Novotel Saigon Centre được khởi công xây dựng từ tháng 4/2010 với tổng vốn đầu tư hơn 1.200 tỉ đồng, đến nay đã hoàn thành và đưa vào hoạt động. Đây là khách sạn đạt tiêu chuẩn quốc tế 4 sao, có tổng diện tích 23.165 m2, gồm 18 tầng cao và 3 tầng hầm với 247 phòng, nhà hàng buffet The Square, quầy bar 167 Faubourg, khu Spa và trung tâm thể dục In-Balance với hồ bơi ngoài trời… dưới sự hợp tác quản lý của tập đoàn Accor. Ngoài ra, khách sạn còn có 05 phòng họp tiêu chuẩn rộng trên 320m2 được trang bị đầy đủ thiết bị có thể chứa hơn 350 khách. Trong buổi lễ này, Novotel Saigon Centre cũng đã vinh dự nhận được quyết định phong hạng 4 sao của Tổng Cục Du lịch Việt Nam. Địa chỉ liên hệ: 08. 3520. 4884



STYLE 154

SHERATON SAIGON

Trong tháng 01 này, nhà hàng Saigon Café, khách sạn Sheraton Saigon diễn ra nhiều chương trình ẩm thực đặc sắc gồm: tiệc chào đón năm mới (01/01) có giá 1.100.000VNĐ/người (bao gồm phục vụ không giới hạn sâm banh Moët & Chandon, vang, các loại cocktail và nước ép); tất cả các tối thứ bảy diễn ra đêm ẩm thực nước Úc; tiệc chào mừng quốc khánh Úc (26/01); tiệc Brunch cuối tuần vào mỗi trưa chủ nhật. Trong tháng 01 này, hãy đến nhà hàng Li Bai để thưởng thức chương trình ẩm thực với các món ăn được chế biến từ tôm hùm như: tôm hùm sốt XO, tôm hùm sốt sa tế và tôm hùm nướng với sốt phô mai… Ngoài ra, vào tất cả các chủ nhật, nhà hàng Li Bai giới thiệu tiệc buffet thịnh soạn gồm các món ăn đặc sản Trung Hoa như: heo sữa quay, vịt quay Bắc Kinh, thịt quay xá xíu… Cũng trong tháng 01 này, hãy đến Level 23 Nightspot tham gia đêm tiệc dành cho quí cô và quí ông để cùng nhún nhảy theo các điệu nhạc sôi động và tận hưởng một đêm ngập tràn niềm vui và sảng khoái. Từ 14 giờ đến 16 giờ 30 tất cả các ngày, hãy đến Mojo Café thưởng thức các món bánh Âu hoặc Á cùng trà hoặc cà phê phục vụ không giới hạn, với giá chỉ 285.000VNĐ/người. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: 08.3827 2828.





Từ trái sang: Bond Girl - Bérénice Marlohe, đạo diễn Sam Mendes, nhà sản xuất Barbara Broccoli và James Bond - Daniel Craig trong buổi ra mắt Skyfall tại Berlin - Đức

SKYFALL THẮNG LỚN!

Dưới bàn tay của đạo diễn Sam Mendes, phần thứ 23 của loạt phim James Bond đã có những thay đổi về nội dung giúp cho bộ phim được cả thế giới đón nhận và lập nên nhiều kỷ lục.

Bệ phóng của các ngôi sao

Đã có rất nhiều những diễn viên trẻ chỉ sau một đêm nhập vai trong phim James Bond hôm sau đã trở thành ngôi sao được cả thế giới biết tới. Tiêu biểu nhất phải kể tới các vai Bond Girl. Trong đó có nữ diễn viên Olga Kurylenko đóng vai Camille Montes trong Quantum of Solace. Trước khi đến với vai Bond Girl cô được biết tới là một người mẫu tại châu Âu. Sau đó cô thử sức với điện ảnh tại Pháp với một vài vai phụ nhưng không gây được chú ý. Nhưng giờ đây Olga được cả thế giới biết tới, hình ảnh cô liên tục có mặt trên các trang bìa tạp chí hàng đầu, là người mẫu độc quyền của nhiều sản phẩm thời trang và nước hoa.

Tương tự với Bérénice Marlohe, Bond Girl trong Skyfall, tập phim đã trở thành bệ phóng đưa cô trở thành ngôi sao nổi như cồn tại Hollywood. Trước đó, không nhiều người biết tới tên tuổi của Marlohe. Chỉ biết cô là một diễn viên có mẹ là người Pháp và bố là người gốc Campuchia. Marlohe đóng được một vài phim nhưng không tạo được dấu ấn. Sau khi được biết tới qua vai Bond Girl trong Skyfall, cô đang là cái tên được săn đón nhiều nhất tại các liên hoan phim và liên tục xuất hiện trên các phương tiện truyền thông.

Những thay đổi chiến lược

Ở phần thứ 23 của loạt phim James Bond, đạo diễn Sam Mendes vẫn giữ những hình ảnh quen thuộc về điệp viên 007, với tính cách lịch lãm, thông minh và mạnh mẽ. Tuy nhiên, ông



đã có một số thay đổi nhằm mang đến một diện mạo mới nhân vật này.

Trong đó phải kể tới việc thay đổi loại thức uống ưa thích của chàng điệp viên khi lần đầu tiên xuất hiện hình ảnh James Bond uống bia Heineken. Chuyên gia về tư vấn chiến lược Adam Hodge bình luận về hình ảnh này trên một tờ tạp chí như sau: "*Điều này chẳng có gì là ngạc nhiên cả vì điệp viên James Bond chính là một hình ảnh thu nhỏ của "Người đàn ông của thế giới" mà Heineken đã cất công xây dựng bấy lâu. Và trên màn ảnh, điều này sẽ làm cho nhân vật James Bond đáng tin cậy và gần gũi với khán giả hơn*".

Bên cạnh điều bất ngờ đó, trong tập phim Skyfall điệp viên James Bond cũng xuất hiện với một hình ảnh mới. Bàn về sự thay đổi này, MC Anh Tuấn, một người đặc biệt yêu thích nhân vật James Bond chia sẻ: "*Tôi thấy hình ảnh James Bond trong Skyfall là hình ảnh gần giống với một điệp viên thực thụ ở ngoài đời nhất. Vì trong phần này chúng ta mới khám phá sâu sự nhạy cảm trong tâm hồn của James Bond. Các suy nghĩ và hành động trong phim đều rất thật và không ở mức được trừu tượng hoá giống như một siêu anh hùng*".

Mặc dù Skyfall vẫn còn làm mưa làm gió trong các rạp chiếu trên toàn thế giới nhưng ngay từ bây giờ đạo diễn Sam Mendes và nhà biên kịch John Logan đã ngồi lại với nhau để chuẩn bị cho phần tiếp theo của loạt phim James Bond.

NHUỆ GIANG



Người hâm mộ hóa thân thành James Bond tại buổi công chiếu Skyfall tổ chức đêm 31/10/2012 tại Việt Nam

Tính đến giữa tháng 12/2012, Skyfall đã thu về tổng cộng 951 triệu đô-la Mỹ tại các phòng vé trên toàn cầu. Trong đó đã lập kỷ lục về doanh thu tại thị trường Anh và Ireland khi đạt tới 151,7 triệu đô-la sau 40 ngày phát hành. Trước đó, tập phim James Bond có doanh thu cao nhất tại phòng vé là Casino Royale cũng chỉ đạt 595 triệu đô-la.

Vốn yêu quý nước Pháp, tôi luôn tự hỏi, vì sao, Người Pháp lại nổi tiếng với sự sành điệu và tinh tế trong các lĩnh vực từ thời trang, ẩm thực đến kiến trúc. Không may mắn được chuyện trò với những nhà thiết kế nổi tiếng của Pháp hay những kiến trúc sư tài ba, nhưng tôi lại có cơ hội được chuyện trò với David Fransoret, bếp trưởng lâu đài Bagnolet nổi tiếng của nhà Hennessy và tôi đã tìm ra câu trả lời cho riêng mình.

Bếp trưởng DAVID FRANSORET

Đại Diện của Phong Cách Ẩm Thực Pháp







Đã từ rất lâu, các tín đồ ẩm thực thế giới đều biết tới Appreciation Grows là một chương trình của chuỗi sự kiện Hennessy Appreciation Series. Với mục đích tôn vinh phong cách nghệ thuật ẩm thực tinh tế, Appreciation Grows là nơi các đầu bếp có thể thỏa sức khám phá và sáng tạo những đỉnh cao của nghệ thuật ẩm thực mới, và cũng là nơi các vị khách đặc biệt của nhà Hennessy có cơ hội thưởng thức các tuyệt tác nơi bàn tiệc.

Tôi cũng có một tình cảm đặc biệt với nghệ thuật ẩm thực, đặc biệt là nghệ thuật ẩm thực Pháp. Ẩm thực Pháp vô cùng tinh tế và thú vị, người ta thậm chí, sử dụng cả đồ uống có cồn để tạo ra những loại sốt đặc biệt nhằm mang lại hương vị độc đáo, mới lạ và thuần khiết cho những món ăn. Rất may mắn khi tôi có cơ hội thưởng thức tài nghệ của bếp trưởng lâu đài Bagnolet, vùng Cognac trong một bữa tiệc sang trọng theo đúng phong cách Pháp truyền thống và lâu đời tại một khách sạn 05 sao ở Hà Nội, và may mắn hơn nữa khi tôi được gặp gỡ và tiếp chuyện cùng David Fransoret, bếp trưởng của lâu đài Bagnolet (thuộc nhà Hennessy). Qua cuộc gặp gỡ này tôi đã hiểu thêm nhiều điều về phong cách ẩm thực của một dòng họ danh giá.



Truyền thống là nền tảng của chúng tôi

Khi được hỏi về việc *"Bằng cách nào, người Pháp đã tạo ra một tiêu chuẩn vàng với dòng chữ Made In France?"*, ông đã trả lời: *"Người Pháp chúng tôi nổi tiếng với việc lưu giữ các truyền thống quý báu. Với công việc đầu bếp của chúng tôi cũng vậy, một người muốn trở thành một đầu bếp cao cấp phải thỏa mãn rất nhiều yêu cầu khắt khe và chúng tôi luôn được dạy phải tôn trọng các quy định khắt khe này."*

Nhưng bạn đừng vội nghĩ rằng người Pháp luôn khắt khe và chặt chẽ tới mức cứng nhắc. Thực tế, từ bữa tiệc được thực hiện bởi David Fransoret mà tôi có cơ hội thưởng thức, tôi nhận ra rằng, với người Pháp, những gì thuộc về thủ công, truyền thống, đó sẽ là những điều bất khả xâm phạm. Từ nguyên liệu nền là gia vị dòng đồ uống X.O, ông David Fransoret đã thực hiện món Cá Chẽm Áp Chảo, Khoai Tây Mỏng, Tỏi Tây, Nấm Truffle. Món ăn này mặc dù chỉ xuất hiện hai nguyên liệu đặc trưng của Pháp là nấm Truffle và Sốt làm bằng X.O nhưng không vì thế mà đánh mất đi phong cách Pháp, khéo hơn khi các nguyên liệu còn lại được sử dụng chủ yếu là sản vật địa phương, tạo ra một dấu ấn đặc biệt của sự kết hợp tài tình các nguyên liệu trong ẩm thực.

Có thể bạn sẽ có cảm nhận khác khi có dịp được thưởng thức thực đơn do vị bếp trưởng tài ba này thực hiện. Nhưng với tôi, với những hiểu biết của mình về ẩm thực Pháp, tôi tin rằng bếp trưởng David Fransoret của lâu đài Bagnolet nhà Hennessy, chính là đại diện cho Phong Cách Ẩm Thực xứ Gô-loa.

Trí Tuệ



Sobros
BẢN GIAO HƯỞNG VĂN HÓA

Nhật Minh

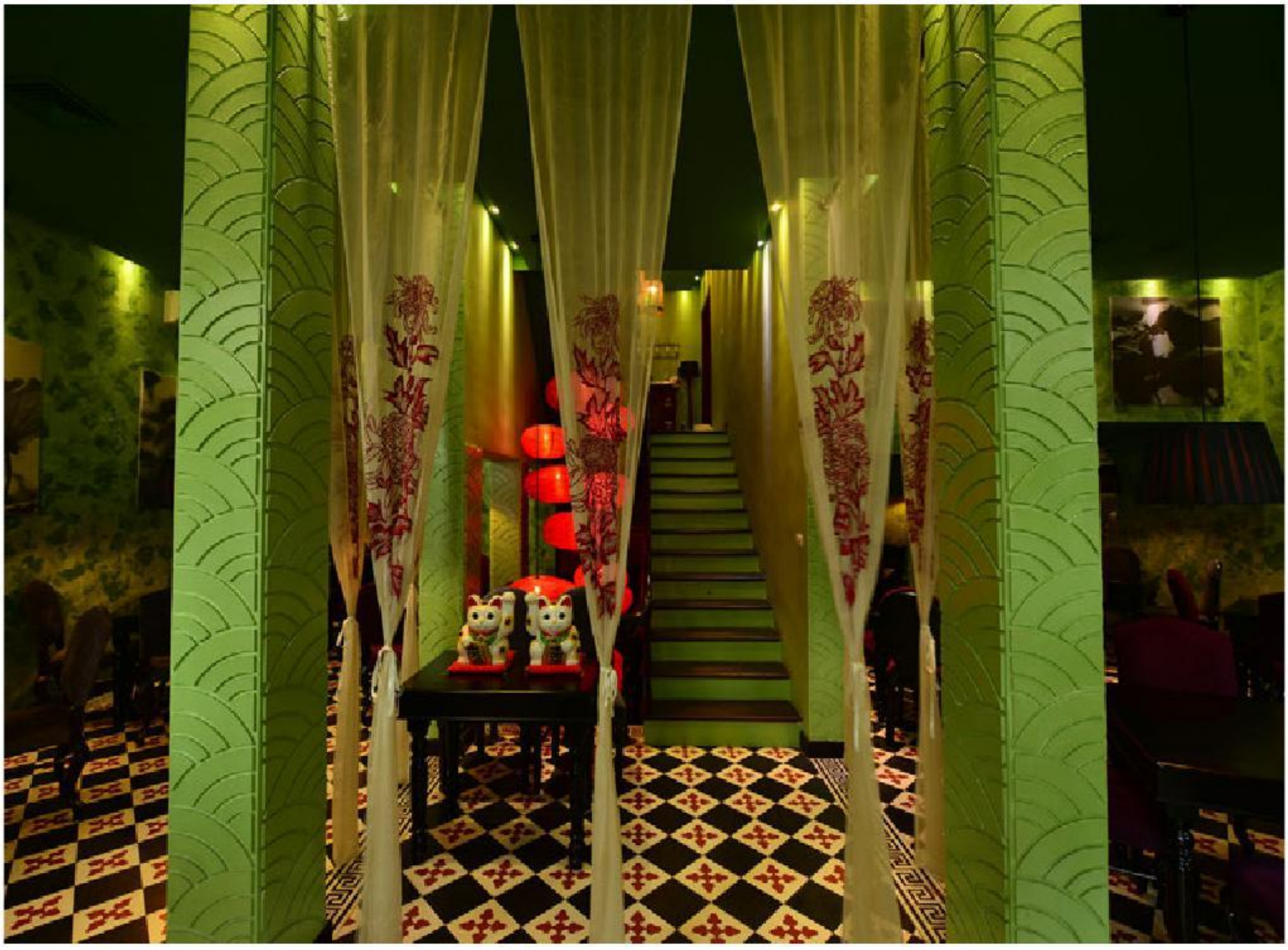


Hãng Michelin vừa cho phát hành cuốn sách "Red Guide" (Địa chỉ đỏ) uy tín toàn cầu, và một lần nữa, người ta lại chứng kiến ẩm thực Nhật lần thứ ba liên tiếp vượt qua Pháp để dẫn ngôi đầu bảng, trở thành quốc gia có nhiều nhà hàng đạt chuẩn cao nhất với 32 địa chỉ. Và ngay cả khi 10 nhà hàng được gắn ba sao Michelin ở Pháp thì có tới ba nhà hàng phục vụ món Nhật. Vì thế, có thể hiểu rằng, ẩm thực Nhật đang hướng tới vai trò "ẩm thực của thế giới." Vậy nên, cũng chẳng có gì lạ khi nhà hàng Sobros, 1/52 Tô Ngọc Vân, Tây Hồ, Hà Nội đang được đánh giá cao nhờ vào không gian và sự tinh tế trong từng món ăn.

Tám năm không hẳn là một khoảng thời gian dài, nhưng với anh Minh, đó là một khoảng thời gian vừa đủ để anh nghiên cứu, học hỏi và lĩnh hội phần nào những tinh hoa trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản. Anh hiểu rằng ẩm thực Nhật chinh phục cả thế giới nhờ vào sự tinh tế về mọi mặt trong một món ăn. Tinh tế trong cách chọn nguyên liệu, tinh tế trong việc chế biến món ăn, và tinh tế trong cả việc kết hợp các món ăn một cách hợp lý.

"Thưởng thức món ăn không hẳn chỉ là thưởng thức hương vị, mà cần thưởng thức cả con đường đi tới hương vị đó." Tôi vẫn nhớ câu nói của anh, và liên tưởng đến câu chuyện anh kể về loại rượu Sake

"NẤU ĂN PHẢI TỪ TÂM THÌ KHÁCH ĂN MỚI CẢM THẤY NGON, CÒN NẤU ĂN VÌ LỢI NHUẬN, CHƯA ĂN, KHÁCH ĐÃ THẤY VỊ TIỀN TRÊN ĐÓ THÌ LÀM SAO CẢM THẤY NGON ĐƯỢC?" TÔI ẤN TƯỢNG BỞI CÂU NÓI TRÊN CỦA ANH MINH – ÔNG CHỦ TRẺ CỦA NHÀ HÀNG SOBROS.

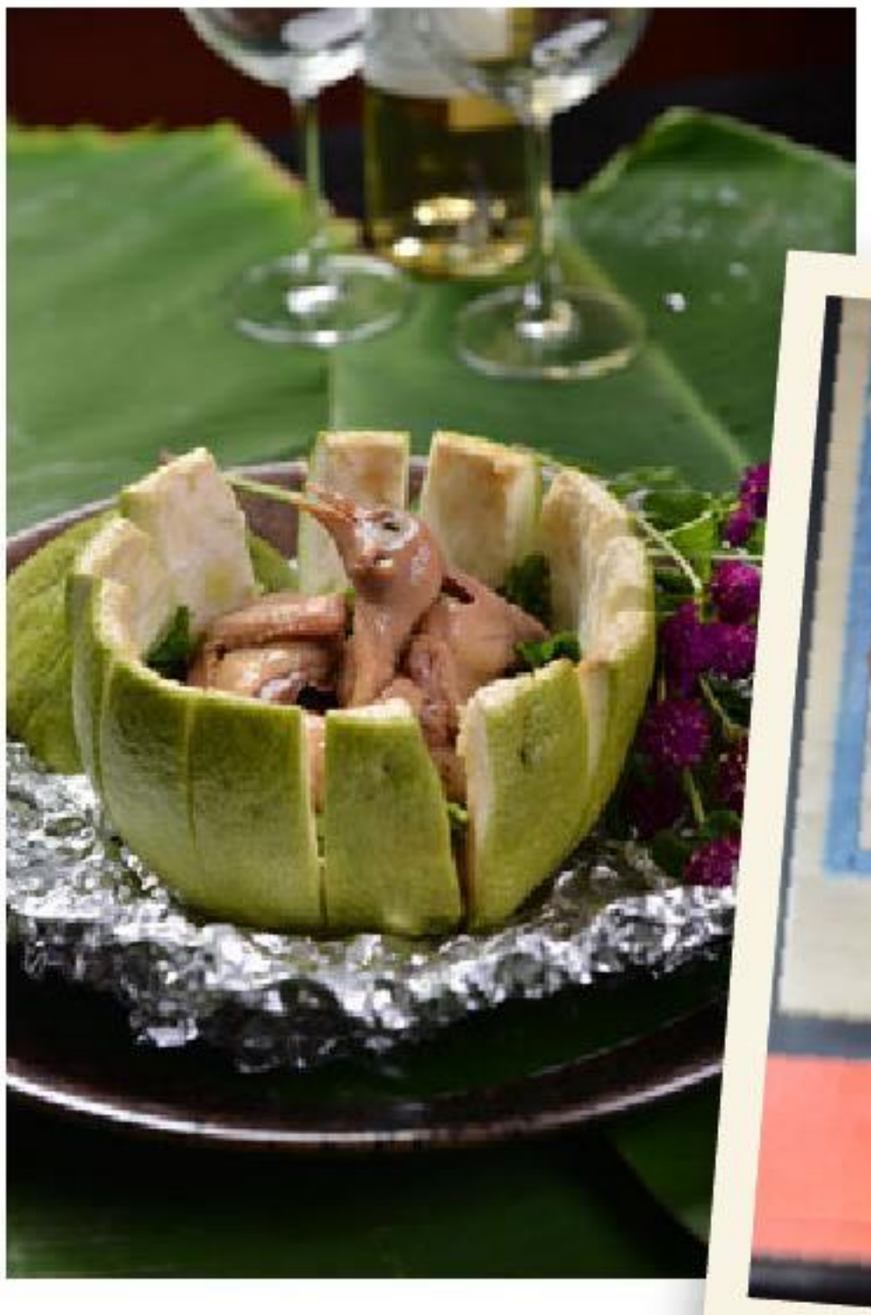


của người Nhật được phục vụ tại Sobros: "Để làm ra những giọt Sake này, người Nhật đã phải mài mòn từng hạt gạo đến tận nhân, rồi lấy nhân đó để làm rượu." Quả thực, tôi nhiều lần uống Sake nhưng nói thật, tôi cũng không đánh giá cao loại đồ uống này vì nồng độ của chúng quá nhẹ. Nhưng từ khi nghe câu chuyện của anh Minh về cách chế biến, tôi cảm thấy mỗi giọt Sake đáng quý hẳn và cảm thấy chúng có vị ngon nhất định. Đó có thể là sự đồng cảm về công sức của người Nhật dành cho Sake chăng?

Tôi cũng đã nghe câu chuyện anh Minh và đầu bếp người Nhật của anh đã dành vài tháng để đi khắp Việt Nam để tìm nguyên liệu ngon nhất cho các món ăn của Sobros. Mục tiêu của họ là tìm những món ăn ngon nhất của mỗi vùng, mang về và chế biến theo phong cách của người Nhật. Vì thế, tinh thần "mỗi món ăn là một câu chuyện" của Sobros có thể xuất xứ từ những chuyến đi thực tế đầy trải nghiệm của hai "anh thợ nhà hàng" có tâm này. Họ chọn rau thơm ở vườn Láng, Hà Nội. Lợn tên lửa từ những người dân tộc ở Hà Giang. Hải sản tươi sống và ngon từ Nha Trang và Quảng Ninh… Và thành quả của những chuyến đi chính là những món ăn Nhật mang cả hồn Việt đặc sắc, tinh tế và ngon, được ví như bản giao hưởng của hai nền văn hóa.

Chẳng thế mà một tờ báo hàng đầu về ẩm thực Nhật đã nhận xét về







Sobros: "Đầu bếp Nhật đã kết hợp hoàn hảo phong cách chọn lựa, chế biến, và quản lý món ăn chỉ nhằm đưa đến cho khách hàng hương vị chân thực. Đồng thời tìm thấy những nét tinh túy của ẩm thực Việt Nam kết hợp với phong vị Nhật Bản, mang đến cho thực khách một nét mới, tinh tế trong thưởng thức."

Theo anh Minh, món Sashimi (gỏi cá) của nhà hàng là một trong những điểm nhấn trong bức tranh ẩm thực Việt – Nhật của Sobros. Ẩm thực Việt Nam cũng có món gỏi cá, nhưng không phải là món "quốc hồn quốc túy" nên rất ít thực khách trên thế giới biết đến. Trong khi đó, nhắc đến ẩm thực Nhật, người ta nghĩ ngay đến Sashimi và người Nhật luôn rất chú trọng đến món ăn này. Món này thường được chế biến từ hải sản tươi sống, không những thế, hải sản phải được để thật tươi ngon, nói nôm na là "hải sản phải khỏe." Khi sơ chế, đầu bếp không được để phần thịt dính máu của hải sản, nếu không khi dùng để chế biến Sashimi, miếng thịt sẽ bị thâm lại. Nếu nghiên cứu ẩm thực Nhật, bạn sẽ biết rằng điều khác biệt lớn nhất của "Itamai" – người chuyên làm Sashimi Nhật Bản, với những đầu bếp khác khi sơ chế hải sản là nghệ thuật Chinuki (rút máu hải sản). Cá biển không được chết từ từ mà phải rút toàn bộ hệ thần kinh trong giây lát. Có vậy, chúng ta mới được thưởng thức những món như "Sashimi Cá Nhảy Tại Bàn" hay "Sashimi Tôm Hùm Động Đậy" nổi tiếng. Do hệ thần kinh được xử lý trong khảnh khắc, nên cá theo phản xạ tự nhiên vẫn duy trì mang đập, đuôi quẫy trong khoảng 5 tới 10 phút. Thịt cá khi ăn vẫn có cảm giác tươi mát, thực sự là như cá vẫn đang quẫy trong miệng khách. Để có được một khoảnh khắc kỳ diệu và thú vị đó, đầu bếp của Sobros phải khổ luyện trong vòng 18 năm. Và anh chỉ cần nhìn thớ thịt là có thể biết đó là loại cá gì, cách thức sơ chế ra sao. Người đầu bếp của Sobros vẫn chưa dừng lại ở đó, anh còn học hỏi cả sự độc đáo của ẩm thực Việt để mang sự giao thoa văn hóa trên một món ăn. Và Sobros có khái niệm: "Ẩm thực từ tâm."

Không chỉ món ăn, ngay cả không gian, anh Minh cũng cho kết hợp hài hòa giữa Việt Nam và Nhật Bản. Anh đặt những bức tranh Hàng Trống vào không gian của Nhật tạo nên sự mới mẻ đầy cá tính. Màu xanh cốm hay đỏ chính là màu sắc chủ đạo của Sobros. Vì cái tên đầy đủ của nhà hàng là Sobros Restaurant & Lounge nên âm nhạc cũng là một phần để giúp thực khách thưởng thức món ăn ngon miệng hơn. Ở đây, Sobros chọn những bản nhạc nhẹ nhàng, thanh bình của Joe Hisaishi – nhà soạn nhạc hàng đầu Nhật Bản. Và đúng như anh Minh chia sẻ, "Với người Nhật, Joe Hisaishi được coi như một biểu tượng văn hóa. Nhạc của ông thể hiện đúng khí chất của sự tinh tế, sâu sắc và có khả năng thanh lọc tâm hồn."

ĐIỀU QUAN TRỌNG ĐỂ KHÁCH HÀNG THƯỞNG THỨC TRỌN VẸN TÂM HUYẾT CỦA ĐẦU BẾP, SOBROS CHỌN PHONG CÁCH PHỤC VỤ TẬN TÂM, TẬN TÌNH NHƯNG LUÔN TẠO CHO KHÁCH CẢM GIÁC THOẢI MÁI, THÂN THIẾT VÀ GẦN GŨI.

QUÊN GÌ THÌ QUÊN
Đừng quên ăn sáng!

Có thực mới vực được đạo. Bữa ăn nào cũng có vai trò quan trọng. Dù sáng, trưa hay chiều người muốn khỏe mạnh cần ngày đủ 3 bữa ăn. Nếu thêm 1-2 lần ăn xế, ăn vặt càng tốt, nếu được với món ăn dồi dào chất kháng oxy-hóa, sinh tố, khoáng tố càng hay, nhất là khi cơ thể có nhu cầu kiến tạo vì lao tâm, lao lực, vì bệnh mãn tính, vì suy dinh dưỡng ...

Nhưng nếu đặt câu hỏi ngược lại theo kiểu thiếu bữa ăn nào bất lợi nhất cho sức khỏe thì ít ai ngờ bữa ăn sáng chính là đáp án chính xác. Nói có sách, mách có chứng. Theo các nhà nghiên cứu về dinh dưỡng ở đại học y Paris, bữa ăn sáng sở dĩ tối cần thiết cho sức kháng bệnh là vì:

• Cơ thể có nhu cầu phục hồi rất cao sau khi thức dậy vì đã tiêu dùng hầu hết năng lượng lẫn chất kiến tạo để tổng hợp kháng thế, huyết cầu … trong lúc gia chủ đang ngủ.

• Cơ thể cần nguồn dưỡng chất dự trữ rất cao để gia chủ đừng hết pin đột ngột trong giờ làm việc buổi sáng

Đó là lý do tại sao người không ăn sáng, nhất là khi chỉ uống cà-phê, dễ bị tụt đường huyết, hạ canxi, tụt huyết áp, chóng mặt, đau đầu, mất khả năng tập trung … trước khi đến giờ nghỉ trưa!

Đi xa hơn nữa, chuyên gia ở thủ đô của nước Pháp, sau khi so sánh và đánh giá tác dụng dinh dưỡng của nhiều kiểu ăn sáng, từ cách bánh mì trứng chiên của cư dân ở phương Tây Phương bước qua dim sum của Trung Quốc, đã quả quyết là bữa điểm tâm với món có nước là hình thức thích hợp nhất để đánh thức sức đề kháng khi chào ngày mới. Phở, bún bò, bánh canh … của người Việt vì thế bất chiến tự nhiên thành, khỏi cần nhọc công nhưng lọt ngay vào vòng chung kết.

Tuy vậy, nếu phân tích cách ăn sáng của người mình, vẫn còn vướng mắc vài nhược điểm. Đó là:

• Nhiều người không thói có quen uống sữa mà không ngờ là cơ thể rất cần một số khoáng tố để trấn an hệ thần kinh



Tranh của Sát thủ đầu mưng mủ

như canxi, để tăng cường sức kháng bệnh như kẽm, để tế bào đừng thiếu dưỡng khí như sắt …

• Phần lớn ít dùng trái cây như món tráng miệng cho bữa điểm tâm vì chưa biết là cơ thể rất cần một số sinh tố để cơ thể sẵn sàng vào cuộc như B6, B3, C …

Uống thêm chai sữa trái cây trong bữa ăn sáng để trợ vốn cho sức khỏe. Có khó lắm không?

Bác sĩ Lương Lễ Hoàng
Phòng Điều Trị Nội Khoa, Trung Tâm Oxy Cao Áp, Tp. HCM.



GỢI Ý THỨC UỐNG CHO BỮA SÁNG

Sữa trái cây bổ dưỡng Nutriboost với hàm lượng 15% sữa New Zealand và 10% nước ép trái cây, cung cấp những dưỡng chất cơ bản cần thiết cho cơ thể như Canxi, kẽm, Vitamin B3, B6 và E với hương cam và dâu dễ uống, hoàn toàn có thể thay thế một bữa ăn nhẹ, hay kết hợp trong thực đơn bữa sáng nhanh gọn tại văn phòng hoặc trường học, giá bán trên thị trường 9.000 đồng/ chai.



Linh hồn

NHỮNG BỮA TIỆC NĂM MỚI VÒNG QUANH THẾ GIỚI

Fling



Nước Pháp



Nước Pháp vốn nổi tiếng là một quốc gia cầu kì và có tiêu chuẩn cao trong ẩm thực. Chính vì vậy mà bữa tiệc năm mới của họ cũng lắm công phu. Sự phức tạp có thể thay đổi tùy theo điều kiện và hoàn cảnh mỗi gia đình nhưng bao giờ cũng không thể thiếu những món như hào sống, gan ngỗng, cá hồi, trứng cá và tráng miệng bằng bánh buche truyền thống. Một điều hiển nhiên khi rượu là phần không thể thiếu trong bữa tiệc ở đất nước mà các loại vang là niềm tự hào này được.

Nguyên liệu xuất hiện nhiều nhất trên bàn tiệc là hải sản, vậy nên vang trắng là một trong những lựa chọn hàng đầu. Những loại được ưa chuộng thường là Chardonnay, Sauvignon Blanc, Pinot Blanc, Chenin Blanc...Với món chính, người Pháp ưa chuộng thịt gia cầm như ngỗng, vịt hoặc gà tây ăn kèm với bánh mì hoặc nước sốt làm từ phô mai. Một số loại vang đỏ và hồng cũng được ưa chuộng như Pinot Noir, Merlot, Syrah… Ngoài ra để phục vụ khai vị cùng tráng miệng, thêm nữa tạo không khí cho thời khác giao thừa, champagne hay sparkling wine chắc chắn không thể không có trên bàn tiệc. Bouvet Ladubay, Brut d'Argent, Taittinger là những nhãn hiệu được nhiều người mua nhất vì giá cả lẫn chất lượng.



Nước Ý

Nếu nói nước Pháp là kinh đô của ẩm thực thế giới thì nước Ý cũng xứng đáng được trao chiếc vương miệng hoàng kim rực rỡ. Sự phong phú trong văn hóa Ý chính là khởi nguồn cho nhiều món ăn nổi tiếng, giàu tính sáng tạo mà vẫn giữ nét đặc trưng của vùng.

Bữa tiệc cuối năm của người Ý cũng có sự khác biệt tùy theo vùng miền nhưng vẫn luôn có một số món ăn tiêu biểu tượng trưng cho một số tín ngưỡng thú vị. Ví dụ như risotto (gạo đại diện cho tiền tài), nho khô (đại diện cho may mắn)… Ngoài ra một số món ăn truyền thống khác như cotechino (một loại xúc xích heo), ravioli, súp tôm hùm, cá hồi…

Cũng như người Pháp, người Ý cũng tự hào về rượu của mình. Họ tự tin mình cũng là những sành ăn biết thưởng thức không kém. Một số nhãn hiệu được ưa chuộng là Lambrusco (rượu đỏ, dry, và hơi sparkling nhẹ), Bera Dolcetto d'Alba, Chianti, Pinot Grigio…





Nước Anh

Ẩm thực Anh vốn dĩ không được nhiều nước trên thế giới yêu thích nếu không muốn nói là được cho điểm dưới mức trung bình. Tuy nhiên, người Anh lại rất tự hào về nên văn hóa này của họ. Nhìn chung bữa tiệc cuối năm của người Anh không có nhiều món gì được gọi là "rất Anh" hết cả nhưng cũng phong phú và đa dạng vô cùng từ cua nướng sốt hollandaise, salad dầu giấm, cá hồi bỏ lò cho đến chocolate ile flottant, bánh tart hạnh nhân.

Người Anh cũng rất thích rượu và không thể thiếu được thành phần quan trọng này cho bữa tiệc. Họ uống rượu nhập từ nhiều quốc gia khác nhau nhưng cũng tự hào với một số nhãn hiệu trong nước như Bibedum, Sharpham, Cuvee Rose…



Nước Mỹ

Đúng như tên gọi của mình, Hợp Chủng Quốc Hoa Kỳ, đất nước này là vùng đất của đa văn hóa, đa chủng tộc. Chính vì thế mà bữa tiệc cuối năm trên đất Mỹ là bữa tiệc của nhiều nước khác nhau. Tuy nhiên sẽ giống như khắp nơi trên thế giới, người Mỹ sẽ lựa chọn những món ăn có biểu tượng tốt lành cho năm mới đồng thời thêm vào màu sắc Mỹ, chính là giàu chất béo, nhiều lựa chọn phong phú và thịnh soạn sang trọng. Bạn sẽ thường tìm thấy sự có mặt của trứng cá caviar, cá hồi, thịt lợn muối hay thịt lợn xông khói, pa tê, tôm hùm và cả bánh quy gừng hay bánh mì mật ong.

Giống như người Anh, người Mỹ cũng thích rượu và mở lòng với tất cả những nhãn hiệu từ châu Âu nhưng đồng thời họ cũng chuộng rượu của vùng Nam Mỹ hay châu Úc. Một số nhãn hiệu được ưa dùng như Newman's Own, Clos de los Siete, Jeff Gordon…

Entertainment

December - January 2013



Photo: Quang Khuê
Makeup: D.Y
Hair: Daniel Wong

Lý Nhã Kỳ:
TAI SAO CỨ PHẢI TÒ MÒ RỒI CHÊ BAI?

Trịnh Tú Trung

Mỗi lần xuất hiện lại gây ồn ào trong dư luận với đủ loại nhận xét khác nhau, người ta dễ nhầm tưởng Lý Nhã Kỳ luôn chủ động để được giới truyền thông theo đuổi. Nhưng sự thật không phải vậy, để có một cái hẹn với cô ấy không hề là chuyện đơn giản và có một cuộc nói chuyện đủ đầy thì lại càng không. Tôi may mắn đã làm được chuyện đấy, bắt được những phút trải lòng của cô nàng Lý Nhã Kỳ vào thời điểm bộ phim "Mùa Hè Lạnh" chính thức ra rạp.

NHỮNG GÌ TÔI ĐANG MẶC, ĐANG THEO ĐUỔI NÓ LÀM TÔI TỰ TIN, TẠI SAO TÔI LẠI PHẢI THAY ĐỔI NÓ VÌ MỘT SỐ NGƯỜI NÀO ĐÓ?

@ Chị hẳn là một người rất đam mê thời trang khi không tiếc đổ tiền cho chúng? Nhưng hình như niềm đam mê này chỉ mới xuất phát gần đây?

Tôi nghĩ đã là phụ nữ thì ai cũng thích những thứ lung linh xinh đẹp. Thêm nữa phụ nữ được sinh ra để cho nam giới nhìn mà, tôi luôn quan niệm thế! (cười). Đã từ lâu tôi cũng có ý thức làm đẹp và mặc đẹp, nhưng vì thời điểm đó tôi ít hoạt động, lại ít xuất hiện event nên mọi người ít biết thôi.

@ Nhiều người hay nói phong cách, thời trang không có nghĩa là dùng đồ hiệu, chị nghĩ sao về nhận định này?

Tôi nghĩ đúng, bởi đồ hiệu thật ra là đồ rất tốt, nhưng nó phải phù hợp với con người mình, phù hợp với kinh tế của người dùng nữa. Tôi cũng vậy, không phải bất cứ lúc nào tôi cũng phải dùng đồ hiệu thật sự đẳng cấp, mà cũng có lúc tôi xài đồ bình thường mà thấy đẹp. Thời trang quan trọng nhất là mặc phù hợp, thoải mái.

@ Giả sử một người đam mê thời trang, mà lại ít tiền thì phải làm thế nào?

Thì họ còn có cách mua những đồ đơn giản nhưng đẹp. Mặc đồ ít tiền không có nghĩa làm mình xấu đi, quan trọng là thẩm mỹ thời trang của người mặc.

@ Sao chị không bắt đầu làm kinh doanh bằng thời trang trước mà lại chọn kim cương?

Mỗi linh vực kinh doanh lại có một cái duyên khác nhau. Thời điểm đó thích hợp để mở kim cương nên tôi tạm gác hết để thực hiện một kế hoạch lớn như vậy và Enigma Việt Nam đã ra đời. Còn giờ mọi thứ đã ổn định, tôi tiếp tục cho khai trương chuỗi thời trang của nhiều nhãn hiệu nổi tiếng sẽ hội tụ ở LYNK.

@ Tôi muốn nghe chị chia sẻ một chút về lợi nhuận kinh doanh của chị trong một năm qua, chắc chị cũng không ngại đâu nhỉ?

Tôi chỉ có thể nói rằng, mọi thứ đã đi vào ổn định, kinh doanh đã có lãi. Và tôi còn cả một chiến lược dài cho nó.

@ Đẹp nhưng không ổn định về gout thẩm mỹ là điều mọi người vẫn đánh giá về chị, chị có định thay đổi nó? Chị nghĩ việc trở nên khác lạ là cách để mình nổi bật?

Những gì tôi đang mặc, đang theo đuổi làm tôi tự tin, tại sao tôi lại phải thay đổi nó vì một số người nào đó. Mỗi người có một quan điểm xấu đẹp riêng, chính vì vậy nên tốt nhất hãy tin vào bản thân mình.

Cũng không hẳn cứ khác lạ là sẽ trở thành nổi bật đâu, với tôi nổi bật phải có cái hồn ở trong đó, cũng giống như các cụ nói, "đẹp phải có hương hoa".

@ Bí quyết để giữ gìn bề ngoài của một phụ nữ ngoài 30 là gì?

Có lẽ là cười nhiều, tôi làm việc nhiều nhưng luôn có một kế hoạch nghỉ ngơi và tập luyện cho bản thân mình

@ Một bộ phận những người bình dân rất thích nét đẹp của chị, thần tượng chị, nhưng chị bỏ xa họ khi phô diễn lối sống thượng lưu, chị có thấy tiếc không?

Tôi nghĩ lối sống thương lưu hay nghèo khó đều do mọi người tự quan điểm thôi. Nếu ai đã tiếp xúc trực tiếp với tôi sẽ thấy tôi khác rất nhiều so với những gì thị phi thêu dệt. Hãy cho tôi có cơ hội gặp một lần để chứng minh điều đó nhé!

ĐÀN ÔNG BẢN LĨNH THÌ HỌ SẼ KHÔNG NGHE DƯ LUẬN, MÀ NGHE BẰNG CHÍNH TRÁI TIM VÀ CẢM GIÁC

@ Trong chuyện tình cảm, tôi có nghe phong phanh chị có một đối tượng tốt? Chị nghĩ mình còn thiếu điểm gì để có thể trở thành vợ của người khác?

Chuyện tình cảm ai cũng muốn giữ cho riêng mình và tôi cũng vậy. Tôi chỉ có thể tiết lộ đó là một người đàn ông tuyệt vời đối với tôi, tôi hạnh phúc khi sở hữu anh ấy.

Có lẽ là thời gian chưa cho phép, cả hai chúng tôi đều có quá nhiều việc phải làm, nhiều dự định để hoàn thành. Nhưng tôi nghĩ ngày đó cũng không còn xa nữa.

@ Chị cũng đã không còn trẻ nữa, khi nào chị nghĩ mình nên chuyển danh xưng từ Cô sang Bà? Mốt năm nay là mốt lập gia đình của các người đẹp, chị có định làm bước đột phá hay bất ngờ?

Câu hỏi này khó trả lời quá! (Cười). Phụ nữ chắc chẳng ai muốn mình già cả. Nhưng mọi người vẫn cứ gọi tôi là Lý Nhã Kỳ là tốt rồi, cô hay bà thì đều là phụ nữ mà.

Đến giờ này thì chắc nếu có làm đột phá gì đó thì cũng muộn rồi, nên Lý Nhã Kỳ sẽ không đi theo số đông, có thểT sẽ chọn một năm nào đó ít người nổi tiếng làm đám cưới để mình kết hôn! (Cười)

@ Chị có thể show up tất cả những thứ đắt tiền nhất chị có được, nhưng sao không bao giờ chính thức giới thiệu người yêu của mình?

Đó là điều riêng tư và quý giá nhất tôi muốn giữ cho riêng mình. Bản thân anh ấy cũng là người kín đáo, không thích những ồn ào của showbiz, nên tôi nghĩ mình làm gì cũng được, miễn sao không ảnh hưởng đến người thân của mình.

@ Người ta nghĩ ra cho chị đủ các loại nickname, có bao giờ chị phiền lòng vì điều đó? Nickname nào chị nghe được khiến chị buồn cười nhất?

Đúng là chưa có người nổi tiếng nào nhiều nickname như tôi, tôi cũng có nghe nói trên rất nhiều mạng, nhưng tôi không quan tâm lắm nên cũng không phiền lòng gì cả. Vả lại tất cả đều là vui vẻ thôi. Nickname tôi thích chắc có lẽ là nickname mà người yêu của tôi đặt cho, nhưng bí mật, không thể tiết lộ ra đây được! (Cười)

@ Chị có lo sợ dư luận sẽ làm thay đổi tình cảm của những người đàn ông muốn tiến tới với chị?

Tôi nghĩ người đàn ông bản lĩnh thì họ sẽ không nghe dư luận, mà nghe bằng chính trái tim và cảm giác của họ.

@ Vậy còn người thân, họ nói gì khi thấy những tít báo không hay cho mỗi lần chị xuất hiện?

Cũng có thấy phiền lòng, đôi khi còn cuống lên, nhưng sau khi được tôi giải thích thì mọi người lại bình thường. Nhưng đó là thời ngày trước, còn giờ đã khác rồi, thị phi nhiều quá cũng phải miễn nhiễm chứ!

TÔI SẼ KHÔNG DỪNG LẠI.

@ Một năm đã trôi qua, chị thấy mình đã làm được những gì? Đặc biệt là với vai trò Đại Sứ Du Lịch?

Một năm qua khi giữ vai trò đại sứ du lịch, tôi đã có rất nhiều trải nghiệm cho riêng mình, tôi thấy mình đã lĩnh hội được nhiều điều từ công việc của một đại sứ. Những gì tôi đã làm được, như truyền thông đưa tin chắc mọi người cũng biết, tôi ít có thói quen liệt kê hết những công việc của mình đã làm mà tôi sẽ quan tâm nhiều hơn đến những việc tiếp theo sẽ làm, tôi cũng thích chia sẻ về những điều đó hơn.

@Tôi biết chị còn tham gia đóng rất nhiều phim. Và Bộ phim Mùa Hè Lạnh là tác phẩm mới nhất vừa được công chiếu, nhưng tâm điểm của truyền thông lại được nhà sản xuất dồn vào Mi Du, chị có khó chịu không?

Hữu xạ tự nhiên hương, tôi trước nay luôn tập cho mình cái tính không sân si, không đố kỵ ai, chính vì vậy ai được ưu ái cũng sẽ tốt, họ sẽ có cơ hội. Nhưng tài năng thì sẽ không thể ưu ái bằng những hào nhoáng xung quanh, tài năng phải tự mình thể hiện.

@ Có lẽ hình tượng một quý bà sang trọng và khao khát tình dục giống với chị trong nhận định của nhiều người nên chị mới được đạo diễn tin tưởng giao cho vai diễn trong bộ phim lần này , chị thấy sao?

Tôi lại được đánh giá cao đến như vậy sao? (Cười). Với tôi, vai Hoa là một vai khó, chính vì thế mới quyết định nhận lời đóng Mùa Hè Lạnh xem như là một thử thách mới cho sự nghiệp diễn xuất của mình.

@ Nếu để chị bắt đầu lại một lần nữa, liệu chị có chọn cho mình một con đường khác hơn?Hay có điều gì mà chị cảm thấy mình đã lầm không?

Tôi chưa bao giờ nghĩ đến điều này cho đến khi bạn đặt ra giả thuyết này với tôi. Tôi đam mê nghệ thuật, thích kinh doanh, chắc chắn tôi sẽ như vậy. Tôi luôn để ra mục đích sống của mình là phải sống hết mình, không bao giờ phải hối tiếc.

@ Và cuối cùng, một năm mới nữa sắp đến, chị đã chuẩn bị gì cho mình, tết năm nay với chị sẽ có gì đặc biệt? Chị có thể chia sẻ về những dự định mới trong công việc của mình?

Năm nay tôi sẽ cho khai trương thương hiệu LYNK với một loạt nhãn hàng thời trang, chính vì vậy có lẽ tết tôi sẽ rất bận rộn, điều ước là mấy ngày tết được đi nghỉ ngơi với gia đình và người thân ở đâu đó thật xa, tắt điện thoại, và cực kỳ thư giãn.

Xin chân thành cảm ơn chị và Chúc mừng năm mới!

Photo: Quang Khuê
Makeup: D.Y
Hair: Daniel Wong



Hennessy Artistry Thượng Hải

& NHỮNG GIẤC MƠ BẤT TẬN

Chắp cánh cho những giấc mơ không biên giới, truyền động lực mạnh mẽ đến hàng nghìn khán giả trẻ qua thông điệp "Hãy vượt qua mọi rào cản và kiên trì theo đuổi giấc mơ của mình" – Hennessy Artistry Thượng Hải đã đặt dấu ấn đáng nhớ về đêm nhạc hoành tráng nhất trong năm của chuỗi sự kiện "Global Art of Mixing - Nghệ thuật kết hợp toàn cầu".



Có lẽ không mỹ từ nào đủ để diễn tả những cảm xúc khuấy động trong lòng người yêu nhạc tại Thượng Hải khi được hòa cùng các nghệ sỹ nổi tiếng thế giới trong một bữa tiệc âm nhạc ngập tràn đam mê, giữa không gian lung linh ánh sáng và những hiệu ứng hình ảnh, âm thanh chất lượng xuất sắc. Xuất hiện ngay sau nhóm nhạc mở màn Empty Band, chàng ca sỹ điển trai Adam Lambert – Á quân American Idol 2009 trong tích tắc đã khiến không khí cả khán phòng nóng rực. Từ trên sân khấu, anh đã truyền giấc mơ âm nhạc cháy bỏng đến từng hàng ghế khán giả bằng giọng hát "chất", giai điệu sôi động, và những vũ điệu đẹp mắt.

Sự cuồng nhiệt càng được tăng thêm khi nhóm nhạc Baroque Rock đến từ Hàn Quốc – Nemesis mang đến phần biểu diễn căng tràn sức trẻ, xóa nhòa mọi cách trở về ngôn ngữ, văn hóa. Không hào nhoáng rực rỡ, Aurea - giọng ca biểu tượng của Bồ Đào Nha, tiếp tục đưa khán giả đi qua nhiều cung bậc cảm xúc, khi trầm lắng, sâu sắc, lúc mãnh liệt, bùng nổ. Sự hòa hợp giữa các phong cách âm nhạc đã được thể hiện tuyệt vời qua phần song ca giữa Aurea với Adam Lambert, Aurea và giọng ca chính của Nemesis.

▲ *Sân khấu nổi bật với những hiệu ứng ánh sáng rực rỡ*



▲ *Các người đẹp Việt đến tham dự đêm nhạc. Từ trái sang: người đẹp Khánh My, Á hậu Hoàng Anh, ca sỹ Phương Vy, Hoa hậu Thể thao Thu Hương, Á hậu Tú Anh, Hoa hậu Mai Phương Thúy.*



▲ *Phút "phiêu" của Adam Lambert cùng hai vũ công*



▲ *Nemesis chinh phục khán giả bằng dòng nhạc Baroque Rock mạnh mẽ*

Biểu diễn cuối chương trình, ban nhạc Mayday đã một lần nữa cho người hâm mộ thỏa sức cháy hết mình cùng đam mê âm nhạc, cùng những giấc mơ bất tận. Khao khát trở thành "The Beatles của Trung Hoa", 5 thành viên của Mayday đã chứng tỏ tài năng bằng giọng ca đầy nhiệt huyết, cách xử lý âm thanh điêu luyện, tạo nên đoạn kết đầy hứng khởi cho bữa tiệc âm nhạc. Nốt nhạc cuối cùng vang lên, cũng là lúc khán phòng nổ tung trong những tiếng vỗ tay, reo hò không dứt.

Khép lại chuỗi sự kiện "Đêm của những giấc mơ không biên giới" xuyên suốt năm 2012, Hennessy Artistry Thượng Hải đã thành công trong việc khẳng định đẳng cấp của đêm nhạc được mong đợi nhất trong năm. Chương trình để lại những ấn tượng đẹp trong lòng người hâm mộ, không chỉ ở sự đầu tư chu đáo về không gian tổ chức, các nghệ sỹ tên tuổi đến từ nhiều quốc gia trên thế giới mà còn là thông điệp ý nghĩa thúc giục giới trẻ vượt qua mọi thử thách và vững vàng theo đuổi hoài bão của chính mình.



▲ *Aurea hòa quyện cùng Adam Lambert trong phần song ca*



▲ *Không ngớt lời tung hô vang dội trên khắp khán đài*



▲ *Aurea giản dị nhưng thể hiện đẳng cấp trong giọng hát và phong cách chuyên nghiệp*



▲ *Các nghệ sỹ khắp thế giới hội tụ trong đêm nhạc của những giấc mơ*



▲ *Mayday đã mang đến đoạn kết ngoạn mục cho đêm diễn*

TÔI GẶP THỦY NGOÀI ĐỜI HAI LẦN ĐẦY ẤN TƯỢNG. MỘT LẦN TÌNH CỜ Ở QUÁN CÀ PHÊ SANG TRỌNG NẰM TRONG KHU QUẬN 1 SẦM UẤT. THỦY XÁCH TÚI PRADA, ĐI GIÀY CAO GÓT, NỤ CƯỜI "HOA HẬU" VÀ GIỮ KHOẢNG CÁCH ĐÚNG MỰC THEO KIỂU KHÁ "NGÔI SAO" DÙ LẦN ĐÓ TÔI CHƯA HỀ CÓ Ý ĐỊNH TÌM HIỂU GÌ VỀ CÔ GÁI ĐÌNH ĐÁM MỘT THỜI NÀY. LẦN THỨ HAI, TÔI ĐI CÙNG VỚI BẠN THÂN CỦA THỦY, ĂN KHUYA Ở MỘT QUÁN LỀ ĐƯỜNG THÀNH PHỐ. THỦY VẪN XÁCH TÚI PRADA, ĐI GIÀY LOUBOUTIN, VÁY ĐEN ÔM SÁT NGƯỜI ĐẦY GỢI CẢM NHƯNG NHỮNG GIỌT NƯỚC MẮT THÀNH THẬT CỦA CÔ KHI NHẮC ĐẾN NGƯỜI THÂN, BẠN BÈ, CHUYỆN ĐÚNG SAI ĐÃ QUA KHIẾN TÔI CẢM THẤY HÓA RA KHOẢNG CÁCH SHOWBIZ VÀ ĐỜI THỰC CỦA CÔ GÁI NÀY CŨNG THẬT MỎNG MANH.

HUỲNH MINH THỦY: Tôi đang lớn!

Aimee P.

Tháng 9-2012, Huỳnh Minh Thủy xuất hiện trong hình tượng mới với single đầu tay mang tên *Kí Ức Của Tôi* sau ba năm giữ yên lặng với những biến động của làn giải trí. Lần trở lại này, Thủy yêu cầu mọi người hãy thôi gọi cô là Thủy Top. Chuyện đổi tên của giới nghệ sĩ cũng chẳng có gì xa lạ nữa. Nên hiển nhiên báo chí và khán giả sẽ hồ nghi sự trở về của cô có còn sức thu hút như xưa không, nhất là khi cô lại dám từ chối thương hiệu "Thủy Top" vốn làm nên danh tiếng của mình. Cho đến tận hôm nay, trong suy nghĩ của đại bộ phận người Việt Nam, Thủy chính là hot girl tiên phong cho phong trào chụp ảnh gợi cảm nóng bỏng, *nàng công chúa* của biết bao scandal đình đám rầm rộ phủ kín giới truyền thông một thời. Khi đó, Thủy mới mười bảy, mười tám tuổi, sự nổi loạn và bất cẩn của một cô gái trẻ đã làm nên một tên tuổi nhưng cũng dạy những bài học đớn đau trong cuộc đời.

Tôi đặt vấn đề làm một bài phỏng vấn về Thủy không theo kiểu thông thường. Kiểu bài trả lời câu hỏi, chắc cũng có không ít người đã làm nên tôi muốn Thủy hãy cứ thoải mái kể chuyện đi. Thủy cười hơi chút do dự vì sợ mình sẽ nói gì đó *"loanh quanh, lan man mà mãi người đối diện không hiểu được hết"*. Đến lúc đó, tôi mới biết, hóa ra cô gái hai mươi ba tuổi này vẫn giấu trong mình một phần trẻ con đang lớn.

Thủy được nuôi dạy trong một gia đình có điều kiện và nền tảng tốt vì bố làm trong ngành giáo dục. Chính vì thế mà cô có may mắn được hỗ trợ rất về tinh thần, vật chất hơn nhiều người khác có cùng ước mơ làm nghệ thuật. Thủy phát triển như một nàng công chúa với nhiều tham vọng, tôi nghĩ vậy. Và vào cái tuổi dở dở ương ương nhất của một đời người, thiên thời địa lợi đẩy cô gái này bước những bước đầu tiên vào làng giải trí vốn dĩ đầy cạm bẫy lẫn thị phi ác nghiệt. Cô nổi quá nhanh và nổi theo cách chưa từng có tiền lệ ở một đất nước còn nhiều rào cản. Người ta nói Thủy Top đã vạch ra sự thật rằng "*ai cũng muốn*

xem người khác hở hang". Đó là sự tò mò con người. Nhưng không ai dám thừa nhận chúng công khai. Và rồi họ bắt đầu chỉ trích cô, nhưng vẫn tiếp tục dõi theo nhất cử nhất động của cô. Showbiz chưa bao giờ là một nơi dành cho những kẻ nhẹ dạ và luôn thẳng thắn. Lại càng quá hiểm nguy với một cô bé đang chỉ cố sống hết mình mà quên mất rằng cô còn phải học cả cách che giấu những lỗi lầm bình thường nhất của một con người nếu đã là người của công chúng. Khi scandal nổ ra, người ta không thể nào đòi hỏi bản lĩnh gì quá mạnh mẽ từ một cô bé chưa từng va chạm nhiều. Thủy nói: *"Đã từng có người hỏi nếu em được thay đổi một phần trong quá khứ, điều em muốn thay đổi nhất là phần nào? Nhưng em không muốn thay đổi gì cả. Đơn giản lắm, đối với em mọi thứ xảy ra đều có lý do của nó. Cuộc sống là một bản nhạc có nhiều nốt thăng trầm, có những điểm dừng, có những dấu ấn hay có những lỗi lầm. Thế mới nói, không có lỗi lầm không có trưởng thành. Dù cuộc sống của em có là một bản nhạc hoàn hảo, dễ nghe hay đầy những gào thét, trăn trở, đó cũng là bản nhạc do chính em tạo ra. Bởi vậy bản nhạc này em xin được cất riêng cho mình, giữ gìn nó và trân trọng nó theo cách riêng của mình."*

Giông tố đi qua, lúc danh tiếng ở thời kì nở rộ nhất, người người nhà nhà đều biết đến tên thì Thủy chọn con đường rút lui và đi học. Bởi theo cô, vào thời điểm đó, người ta chỉ đang nhắc đến cô với sự tò mò đi kèm với những cái nhìn và lời bình luận thiếu thiện cảm, thiếu công bằng, thiếu bao dung mà không ai để tâm xem cô có thể thực sự làm được những gì. Khi các phóng viên hỏi về lí do mà cô đi du học, Thủy đã không ngần ngại tự nhận mình *"còn kém cỏi nhiều điều. Kiến thức chưa đủ rộng, năng khiếu chưa được rèn giũa, tâm lý còn thiếu ổn định nên nhất định phải nghiêm túc học hành. Em vẫn luôn dám liều mình vì những điều mơ ước và yêu thích. Nhưng bây giờ phải trang bị đầy đủ hơn thì mới liều được!"* Đó cũng chính là điều thể hiện bản lĩnh nơi cô gái này. Nhận ra mình sai ở đâu và mình cần sửa. Tôi không nghĩ Thủy đã có thể làm được 100% điều cô nói về chuyện học để "khôn lên" hay thế này thế khác, nhưng ít ra, nhìn Thủy cố gắng, nhìn Thủy miệt mài với những dự định và hết lòng với nó, tôi tin rằng cô hoàn toàn có thể truyền nhiệt huyết ấy đến những khán giả thực lòng hâm mộ.



Ba năm là một quãng thời gian không dài cũng không ngắn để một người rút kinh nghiệm, phấn đấu và làm mới lại bản thân. Với Huỳnh Minh Thủy, đó là quãng thời gian nhiều mồ hôi cùng nước mắt để chuẩn bị cho ngày trở về biết bao dự định. Sau sản phẩm âm nhạc đầu tiên ra mắt như một lời chào, Thủy đang gấp rút hoàn thiện album đầu tiên với sự đầu tư nghiêm túc cho âm nhạc. *"Em đang dốc hết mình với hi vọng mọi người từ nay về sau sẽ nhìn nhận sức lao động của em như một nghệ sĩ chân chính. Sẽ nhớ đến em là Huỳnh Minh Thủy hát bằng cả trái tim."* Con đường chắc hẳn còn lắm chông gai. Bởi sự bắt đầu lại của Thủy là sự bắt đầu từ một danh tiếng thị phi, từ một hình ảnh vốn đã ăn sâu vào tiềm thức nhiều người. Nhưng như cô vẫn luôn tin rằng *"Người ta chỉ thua khi người ta không dám làm bất cứ điều gì mà thôi. Ngay cả khi không đạt được điều mình muốn, em tin em cũng đã chiến thắng mọi sự hèn nhát, sợ hãi trong con người mình."*

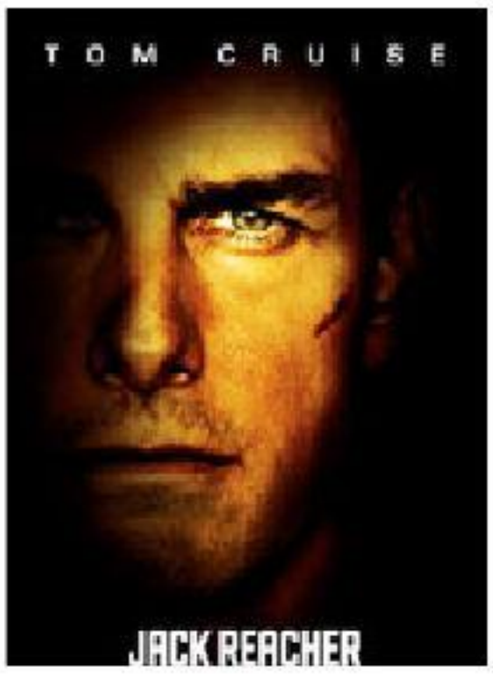
Tôi không chắc bạn có tin không. Nhưng riêng tôi thì tin cô gái này sẽ làm được. Huỳnh Minh Thủy chỉ đang lớn và cô chưa bao giờ thiếu năng lượng, lòng dũng cảm và những ước mơ.

Credit hình ảnh
Photographer: Lêu Hêu
Make up: Tú Tạ
Stylist: Trupi

PHIM

Style / December - January 2013

JACK REACHER



Đạo diễn: Christopher McQuarrie
Thể loại: Tội Phạm/ Băng nhóm, Tâm lý
Khởi chiếu: 28/12/2012

Tại một trung tâm thành phố yên bình, năm người bị bắn chết bởi một tay bắn tỉa. Cảnh sát nhanh chóng xác định và bắt giữ thủ phạm. Vụ án đóng lại thành công và tạo được tiếng vang lớn. Tuy nhiên, bị cáo tuyên bố hắn vô tội và để nghị cảnh sát hãy bắt lấy Jack Reacher. Reacher biết được tin và lên thành phố. Sốc trước yêu cầu của bị cáo, Reacher ra mặt để khẳng định tội lỗi của tên bắn tỉa, nhưng đồng thời còn cung cấp nhiều hơn thế nữa...

MÙA HÈ LẠNH

Đạo diễn: Ngô Quang Hải
Thể loại: Tình cảm, Hình sự/ Hồi hộp
Khởi chiếu: 21/12/2012

Thuộc thể loại phim Noir hiện đại, bộ phim xoay quanh nhân vật Kiên, một chàng thanh niên lãng tử, sống thiếu thốn tình cảm gia đình. Sau khi cha mất, Kiên lên đường vào Nam tìm mẹ. Tại một nơi xa lạ, anh gặp gỡ và có quan hệ với hai người phụ nữ. Một người là Hoa - vợ của vị đại gia khu vực Chợ Lớn, có khát khao cháy bỏng về thể xác và như là một biểu tượng của nhục dục (Lý Nhã Kỳ đóng). Người còn lại là Nhâm - cô sinh viên ngây thơ, là biểu tượng của sự trong sáng (Midu đóng). Hai người mang lại cho Kiên tình yêu và những dục vọng mà anh chưa từng trải nghiệm. Tuy nhiên, chính chàng trai trẻ lại không lường trước được những nguy hiểm của mối quan hệ tình ái tay ba đó…



SIÊU SAO VÀ SÁT THỦ

Đạo diễn: Bae Hyeong-joon
Thể loại: Hài
Khởi chiếu: 04/01/2013

Song Ji Hyo vào vai nữ sát thủ Bong Min Jung - sát thủ ở cả vẻ bề ngoài và trong công việc. Bong Min Jung được miêu tả là có sự nhanh nhạy của sát thủ bí mật nổi tiếng Nikita trong "Nikita", ánh mắt sắt nhọn của The Bride trong "Kill Bill", và sự dũng cảm không chùn bước của Jane Smith trong "Mr. and Mrs. Smith". Bong Min được thuê để giết ca sĩ thần tượng Choi Hyun (do Kim Jaejoong thủ vai) nhưng cô đã làm hỏng việc và nhiều tình huống hài hước xảy ra sau đó.

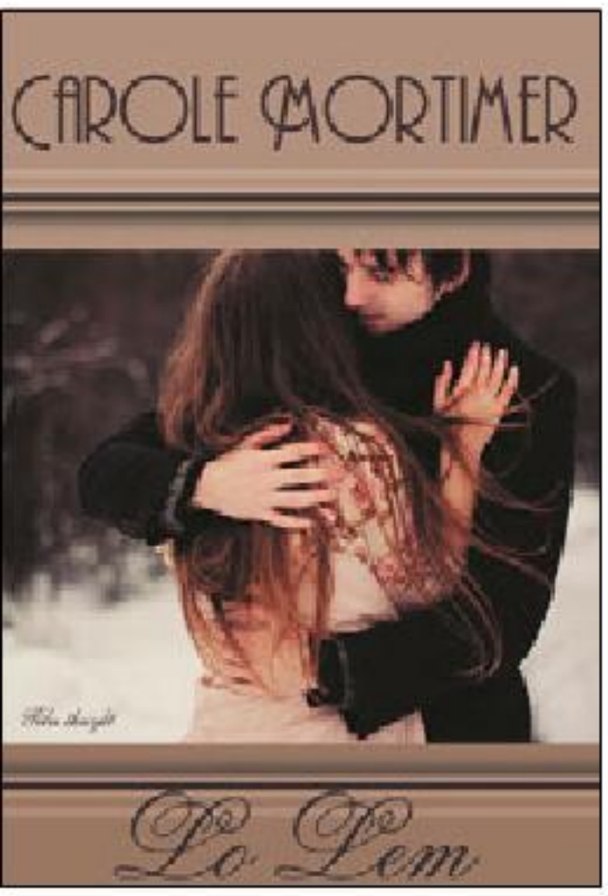


3D NGƯỜI HOBBIT: HÀNH TRÌNH VÔ ĐỊNH

Đạo diễn: Peter Jackson
Thể loại: Phiêu lưu
Khởi chiếu: 28/12/2012

Bộ phim kể về Bilbo Baggins - một chàng Hobbit tò mò và thích khám phá, đi đến Núi Cô Đơn để đòi lại kho báu bị đánh cắp bởi con rồng Smaug. Cùng đồng hành với anh trong chuyến đi là một nhóm những người lùn có phép thuật. Liệu rằng chàng có thành công và bộ phim sẽ cũng trở nên một huyền thoại như người đàn anh đã làm ngày xưa?





LỌ LEM BƯỚNG BỈNH

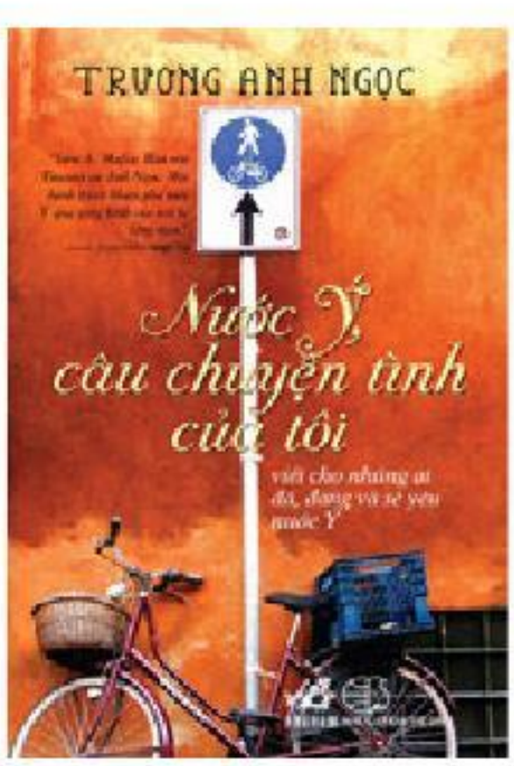
Tác giả: Carole Mortimer.

Nàng sở hữu một trang trại nhỏ, thuộc diện "cứng đầu" trong mảnh đất mà một tập đoàn lớn muốn giải tỏa để xây khu giải trí. Chàng, tình cờ thay, lại là luật sư khét tiếng mà tập đoàn phái xuống để "xử lý" nàng. Tuy nhiên, trước khi cuộc đụng độ đầy mùi thuốc súng diễn ra, chàng đã phải lòng cô ca sỹ ranh ma trong quán bar mà thậm chí chẳng cần biết nàng là ai. Còn nàng, đang lâng lâng với kẻ theo đuổi lạ mặt quyến rũ thì đột nhiên phát hiện ra hắn chính là tay luật sư chết tiệt đang cố dụ dỗ để mua lại nhà mình. Kết cục tội nghiệp của anh chàng có thể đoán trước được…

NƯỚC Ý, CÂU CHUYỆN TÌNH CỦA TÔI

Tác giả:
Trương Anh Ngọc

Trương Anh Ngọc là người đàn ông nhạy cảm, tinh tế, đầy triết lý và cũng lãng mạn hơn rất nhiều so với những hình dung ban đầu về nghề nghiệp của anh: một phóng viên thể thao nổi tiếng (phóng viên đầu tiên của ta được tạp chí France Football mời tham gia bầu chọn danh hiệu Quả bóng vàng FIFA). Những ai quen biết Anh Ngọc đều biết về tình yêu khắc khoải mà anh dành tặng cho vùng đất Ý đầy nắng gió, nhưng phải đến cuốn sách này, tình yêu ấy mới có đủ thời gian để bày tỏ những xúc cảm của riêng nó. "Nếu nói nước Ý là quê hương thứ hai của Ngọc, có lẽ là nói quá lên về mặt địa lý. Nhưng nói nước Ý đã sinh ra một chàng trai Việt, có lẽ người-tình-trong-anh gắn bó với mảnh đất này không thể dỗi hờn!" - Nhiếp ảnh gia Dương Minh Long.



NHIỆT ĐỚI GIÓ MÙA

Tác giả: Lê Minh Khuê

Dữ dội và tàn khốc, "Nhiệt đới gió mùa" một lần nữa kéo ta về những cung bậc khó quên của chiến tranh và thời bao cấp. Mối thù hận của hai người đàn bà quanh một người đàn ông, mối thù hận của hai anh em ruột thịt đứng hai đầu chiến tuyến. Rồi những nhập nhèm tréo ngoe mà một thời chúng ta không dám nói ra. Vẫn trong khuôn khổ nhỏ xinh của



truyện ngắn, Lê Minh Khuê đã đưa vào tác phẩm của mình những lát cắt sắc lẹm, tinh tế về cuộc sống hiện đại. Một cuộc sống dồn nén nhiều bức bối và nỗi đau, một cuộc sống mà công bình và an nhiên cơ hồ trở thành những ngôi sao xa xôi hơn bao giờ hết. Nhưng vẫn như những gì ta hằng thấy ở ngòi bút Lê Minh Khuê, trên cái khung nền tang thương ấy, chưa bao giờ hết ánh sáng của tình yêu thương và sự thứ tha.



NHẬT KÝ GÁI GỌI CÓ CHỒNG

Tác giả: Tracy Quan

Cuốn thứ 2 trong series về cô nàng gái gọi nổi tiếng của Manhattan, được viết bởi Tracy Quan – người có thâm niên 15 năm trong nghề gái gọi ngoài đời thực. Giờ đây, nàng gái gọi hạng sang của chúng ta đã lấy chồng. Nàng cưới một anh nhân viên phố Wall có bà chị là công tố viên hắc ám! Vốn là bậc thầy trong việc duy trì cuộc sống hai mặt, nàng những tưởng có thể yên tâm đắm mình vào hạnh phúc lứa đôi (mà không phải bỏ nghề!), mặc những bộ phục trang nền nã, chuẩn bị những bữa sáng tuyệt hảo, chăm sóc gia đình dưới vỏ bọc biên tập viên bán thời gian. Nhưng hóa ra không phải thế! Chồng nàng thấy sức ép trước sự hoàn hảo của nàng, chị chồng không ngừng đặt câu hỏi, bạn thân Allie của nàng thì sắp lên truyền hình tiết lộ thân phận và đời quyền lợi cho gái gọi toàn-thế-giới! Nancy không quan tâm đến toàn thế giới, nàng chỉ đang cuống lên vì bí mật của nàng có thể sẽ tan tành, hôn nhân của nàng sẽ xuống hố, nguồn thu tiền bạc của nàng sẽ cạn kiệt và đời nàng lại lộn tùng phèo lên.
Hư cấu, cường điệu, nhưng Nhật ký gái gọi có chồng vẫn là một góc nhìn hài hước, thú vị và khác thường vào hôn nhân hiện đại và các phong trào xã hội phương Tây.

Phụ nữ ngoan CÓ LÀM NÊN LỊCH SỬ?

Chou



Victoria Beckham



Có một trích dẫn của cựu phu nhân nước Mỹ, Eleanor Roosevelt, thế này: "Phụ nữ ngoan hiếm khi làm nên việc lớn". Mỗi người chúng ta sẽ có thể hiểu nhận định này theo một cách không hoàn toàn giống nhau, ví dụ như từ "ngoan" thôi cũng đủ để bắt đầu những cuộc tranh luận dài liên quan đến định nghĩa. Tôi sẽ không bình luận xem ai đúng ai sai, hay phụ nữ phải làm thế nào cho hợp lý. Bởi đầu tiên hết chẳng phải chúng ta nên nghĩ xem bản thân phụ nữ muốn lịch sử của cuộc đời mình được viết như thế nào hay sao?

Cách đây không lâu, Tôi có một buổi ăn tối với hai người đàn ông thành đạt khá thân thiết, mỗi người sở hữu một doanh nghiệp của riêng mình. Cuộc nói chuyện kéo dài từ tình yêu, tình bạn cho đến việc… số lượng phụ nữ giữ những cương vị quản lý ngày càng ít đi. Họ đều nhất loạt đồng tình rằng chẳng còn có mấy người lựa chọn công việc quản trị nữa cả. "Phụ nữ đi làm và họ nhìn rõ khoảng thời gian và công sức mà những người đứng ở vị trí cao phải bỏ ra để duy trì doanh nghiệp là vô cùng lớn. Điều đó khiến họ chùn bước. Nhất là khi phụ nữ bắt đầu nghĩ đến chuyện lập gia đình"- Một trong hai người nói. Nếu ai đã từng xem bộ phim I Don't Know How She Does It mà trong đó có nhân vật do Sarah Jessica Parker thủ vai thì sẽ càng gật gù với nhận xét "Bạn không thể nào đồng thời làm tốt việc của một CEO và một phụ huynh có con nhỏ được!".

Sheryl Sandberg, Giám đốc điều hành của Facebook, đã từng có một phát biểu gây tranh cãi: "Phụ nữ ngày nay không đủ tham vọng để đặt chân vào những vị trí quan trọng. Và ngay cả khi họ tham vọng bằng đàn ông thì thành tựu đạt được cũng vẫn kém hơn." Phát ngôn của người phụ nữ quyền lực nhất tập đoàn được định giá hàng nghìn tỉ đô này nhận không ít búa rìu của dư luận, đặc biệt là từ những người phụ nữ khác. Họ cảm thấy Sheryl Sandberg chẳng khác nào đang "tự tay cào mặt mình". Nhưng riêng tôi lại nghĩ, ở một số khía cạnh nhất định, bà hoàn toàn không sai.

Giả dụ, đặt phụ nữ và đàn ông trên một địa thế ngang bằng, với tham vọng và khả năng cùng kiến thức tương đồng nhau. Bạn sẽ thấy đàn ông sử dụng chúng một cách tích cực hơn. Họ làm chủ được thành công của mình vì một lí do duy nhất. Đàn ông điều khiển cuộc đời dựa trên việc kiểm soát và tin tưởng vào chính hành động của mình. Trong khi phụ nữ lại có xu hướng đặt thành

công dưới sự chi phối của các yếu tố bên ngoài như may mắn, người khác giúp đỡ và thậm chí đôi lúc họ tự đánh giá thấp mình và dùng nó như một "cái cớ" khi thất bại.

Tôi đột nhiên nhớ mình đã có lần trải qua một câu chuyện thế này hồi học cấp ba. Tôi học tiếng Pháp tốt và luôn đạt kết quả cao nhất lớp. Thế nên cô giáo có phần thiên vị và hay tuyên dương tôi trước mọi người trong giờ học, nhiều lần còn yêu cầu tôi đứng lên đọc bài của mình cho các bạn nghe. Lúc đấy, tôi biết có những lời xì xầm sau lưng mình và như bản năng tự vệ của một đứa trẻ mười bảy tuổi, tôi thích được yêu mến, được chấp nhận bởi cộng đồng hơn là chứng minh rằng mình tốt nhất. Câu chuyện vừa kể, tôi nghĩ nó cũng khá quen thuộc với nhiều phụ nữ bởi xu hướng co mình lại để thích hợp với môi trường xung quanh chắc cũng không có gì quá xa lạ. Họ cố tình giả vờ thẹn thùng, giả vờ yếu đuối, giả vờ kém cỏi để đổi lại sự an toàn ở các mối quan hệ. Sự tham vọng có thể biến một người phụ nữ trở thành đối tượng nguy hiểm trong mắt những người phụ nữ khác và thậm chí là cả trong mắt… đàn ông.

Tuy nhiên, không phải phụ nữ nào cũng thế! Như tôi đã nói từ đầu rồi đấy, phụ nữ có tham vọng đủ hay không phụ thuộc nhiều vào cách họ mong muốn lịch sử cuộc đời mình được viết thế nào. Khi bắt đầu biết nhận thức, tôi tin mỗi chúng ta đều nhem nhóm một tham vọng nào đó trong lòng. Rồi theo thời gian chúng có thể lớn lên, thay đổi, biến chuyển hoặc mất đi vĩnh viễn. Khi một người đàn ông có tham vọng đạt được thành công và quyền lực, họ sẽ tập trung duy nhất vào việc làm một người đàn ông. Còn phụ nữ tham vọng và đạt được điều họ muốn, nhìn một cách tổng quát, họ được xem như đã cắt bỏ phần nữ tính gắn với mình. Hoặc là bạn phải biết cách định nghĩa lại cho khái niệm thiên chức phụ nữ. Bởi dù sao thì trong xã hội này, đàn ông được đánh giá và nhìn nhận qua công việc trong khi phụ nữ lại qua các mối quan hệ hay vai trò mà cô có được như làm mẹ, làm vợ, làm người yêu…

Nữ nhà văn nổi tiếng người Anh Virgina Woofl chia sẻ bà đã phải từ bỏ phần "thiên thần" bên trong con người mình để mở cửa, xông ra ngoài và xây dựng tên tuổi. Hay nhìn một góc độ tương tự, nếu một người phụ nữ quyết theo đuổi tham vọng của mình đến cùng, họ buộc quên đi khái niệm "gái ngoan" thông thường, thể hiện một cách trọn vẹn nhất điều mình muốn đối với cuộc đời mình. Tôi nghĩ khi đó, phụ nữ rất giống như đang làm cách mạng, một cuộc nổi loạn thực sự để chứng minh sự tồn tại và cả không bị nuốt chửng nữa bởi những con cáo già đầy rẫy bên ngoài kia.

Bên cạnh đó, hãy nhìn thật kĩ lại mà xem, vẫn luôn có những người phụ nữ tham vọng và thành đạt đó chứ! Nhưng tôi nghĩ vị trí của họ không hẳn chỉ là nhờ vào chỉ số IQ, EQ hay chứng chỉ bằng cấp từ các trường đại học danh giá mà còn bởi người đàn ông mà họ lựa chọn đi cùng. Hiển nhiên rồi, khi gánh nặng gia đình được san sẻ, mục tiêu sự nghiệp được ủng hộ, phụ nữ khác nào có thêm lực đẩy mạnh mẽ. Tuy nhiên, khả năng cao là người đàn ông này không thuộc tuýp đàn ông mặc vest Tom Ford, chủ trì hàng chục cuộc họp qua điện thoại mỗi ngày, kí kết những quyết định tiền tỉ hay ít ra là có tham vọng, ước mơ như vậy. Nếu bạn đang là một phụ nữ trẻ và ấp ủ nhiều dự định, tôi không nghĩ bạn lại tìm kiếm hay bị hấp dẫn bởi một người đàn ông thích làm việc nhà hơn là đi kiếm tiền. Về lý thuyết, bạn vẫn có cơ hội tìm được cho mình một anh chàng mà trong suy nghĩ anh vừa muốn kiếm tiền vừa muốn đỡ đần việc tổ ấm nhưng thực tế luôn là một chiến trường khắc nghiệt, chưa bao giờ để lý thuyết diễn ra đúng như nó vốn có. Vì thế, bạn đã sẵn sàng để trả lời câu hỏi "Ai trông con?", "Ai đi chợ?", "Ai đưa con đi học?", "Ai lo bữa tối?"…khi đi cùng người đàn ông có khả năng cho bạn một lifestyle hoàn hảo nhưng không đảm bảo một cuộc sống hôn nhân thực sự chưa?

Không khó khăn gì để tìm ra một cuốn sách hướng dẫn phụ nữ tham vọng điều hòa đời sống công việc lẫn hôn nhân. Nhưng dù lời khuyên bạn đồng ý và áp dụng có là gì đi chăng nữa thì cốt lõi cuối cùng của vấn đề vẫn nằm ở sự lựa chọn. Bất kì quyết định nào cũng đi kèm với nguy cơ được mất. Bạn không thể có được tất cả những gì mà bạn muốn cho dù bạn cố gắng đến đâu. Thành quả chắc chắn duy nhất chính là sự trải nghiệm.

Tôi muốn kết thúc bài viết của mình bằng một câu đã nói từ đầu: "Hãy nghĩ xem bạn muốn viết lịch sử đời mình như thế nào!". Bạn hãy nghĩ kĩ đi và rồi sau đó, mở cửa bước ra đường hay an yên sau lưng người đàn ông của mình, tất cả đều tùy thuộc vào con đường mà bạn đã chọn. À mà bạn cũng nên tin rằng lịch sử nào cũng có giá trị nhất định của nó, bạn nhé!

Bata

Địa chỉ các cửa hàng Bata trên toàn quốc

HÀ NỘI: Tầng 2 Vincom Tower, 191 Bà Triệu. Tel: 04 2246 6880 • Số 52 Lò Sũ, Hoàn Kiếm. Tel: 04 3926 4004 • Số 1 Bà Triệu, Hoàn Kiếm. Tel: 04 3939 3695 • Tầng 1&2 Big C Thăng Long, Trần Duy Hưng, Cầu Giấy Tel: 04 3786 8091 • Parkson Viettower, 198 Tây Sơn, Đống Đa. Tel: 04 3857 5156 • Pico Mall, 299 Tây Sơn, Đống Đa Tel: 0462755238 • Big C Savico, 07-09 Nguyễn Văn Linh, Long Biên. Tel: 04 6275 5238 • 176 Tôn Đức Thắng, Đống Đa Tel: 0435034997 - **VINH:** Big C Vinh, TP Vinh Tel: 038 8686276 - **HẢI PHÒNG**: Parkson Hải Phòng, Đông Khê, Ngô Quyền. Tel: 0313 722556 - **HỒ CHÍ MINH**: Parkson STP, Lê Thánh Tôn, Quận 1 Tel: 08 3502 1157 • Vincom Center, Lê Thánh Tôn, Quận 1. Tel: 08 3600 2083 • Parkson Hùng Vương, Quận 5. Tel 08 2222 0386 • Parkson Flemington, Quận 11. Tel: 08 3965 1196 • Parkson CT, Quận Tân Bình. Tel: 08 6297 1838 • Lotte Mart, 469 Nguyễn Hữu Thọ, Quận 7. Tel: 08 3502 1156 • Siêu thị Maximart 3/2, Quận 10. Tel: 08 3600 2081



BOBBI BROWN

Trong năm mới này, Bobbi Brown giới thiệu BST Brighten Sparkle & Glow. BST này gồm từ Tinted Eye Brightener cho đến Brightening Finishing Powder được thiết kế đem đến cho bạn gái nét tươi trẻ tức thì từ trong ra ngoài. Những sản phẩm trong BST Brighten Sparkle & Glow gồm: Extra Soothing Balm giúp dưỡng ẩm và làm giảm khô nứt nẻ trên bề mặt da, có giá 1,6 triệuVNĐ; Tinted Eye Brightener giúp làm mờ quầng thâm dưới mắt và đều màu da, cho làn da tươi trẻ và hoàn hảo, có giá 880.000VNĐ; Extreme Party Mascara giúp tạo hiệu ứng đôi mắt to, có giá 720.000VNĐ; Brow Pencil mang lại cho chân mày đường nét tự nhiên, có giá 620.000VNĐ; Bare Sparkle High Shimmer Lip Gloss cho đôi môi xinh đẹp và tinh tế, có giá 690.000VNĐ; Pale Pink Blush và Brightening Finishing Powder màu Prorcelain Pearl giúp tạo điểm nhấn và làm sáng da, có giá 1,4 triệuVNĐ.



MAX FACTOR

Ngày 23/11, công ty Phương Phát ra mắt hãng mỹ phẩm nổi tiếng thế giới Max Factor tại khách sạn Park Hyatt, Tp. HCM. Max Factor là người phát minh ra hãng mỹ phẩm này và cũng chính ông là người biến những cái tên như Joan Crawford, Bette Davis, Rita Hayworth… trở thành biểu tượng sắc đẹp và sống mãi qua nhiều thế hệ. Với tài năng và uy tín, năm 1920, giải thưởng Oscar danh giá dành cho Max Factor đã đưa ông trở thành huyền thoại trang điểm của kinh đô Hollywood và trên toàn thế giới. Dòng mỹ phẩm Max Factor hứa hẹn sẽ là một sự lựa chọn, một người bạn đồng hành đáng tin cậy cho các tín đồ làm đẹp. Trong sự kiện này, công ty Phương Phát giới thiệu một chuyên gia make-up nổi tiếng đồng hành cùng thương hiệu thực hiện thông điệp: "Cùng Max Factor giúp mỗi phụ nữ trở thành chuyên gia trang điểm của riêng mình".

ESTÉE LAUDER

Từ ngày 11 – 13/01, tại Diamond Plaza, Tp. HCM diễn ra sự kiện "Làm đẹp cùng chuyên gia" do hãng mỹ phẩm Estée Lauder tổ chức. Chương trình sẽ do Zohn Ho - giám đốc đào tạo trang điểm khu vực châu Á Thái Bình Dương và Bobbie Wu – trưởng nhóm chuyên gia đào tạo trang điểm khu vực châu Á trực tiếp hướng dẫn, tư vấn và chia sẻ những tuyệt chiêu trang điểm. Đến với chương trình, bạn sẽ tích lũy được cho mình những kỹ năng, bí quyết trang điểm, làm đẹp chuyên nghiệp. Ngoài ra, chương trình còn giúp bạn thỏa mãn khát khao làm mới bản thân để sẵn sàng chào đón một năm mới với một tâm thế, diện mạo hoàn toàn mới. Chương trình hứa hẹn sẽ mang đến những giây phút thăng hoa cho nghệ thuật làm đẹp. Thông tin chi tiết, vui lòng gọi: 08.3824 3492 hoặc truy cập: www.facebook.com/esteelaudervn.





CHANEL

Nhắc đến Chanel là nhắc đến nét thanh lịch, vẻ quý phái kiêu sa và tính cổ điển. Trải qua hàng trăm năm lịch sử, Chanel đã trở thành một biểu tượng của thời trang và là niềm đam mê của phái đẹp trên khắp thế giới. Ngay từ khi ra đời, Chanel là đặc trưng của giới thượng lưu: nước hoa Chanel, quần áo Chanel, mỹ phẩm Chanel… tất cả tạo nên phong cách đẳng cấp, thời thượng của phụ nữ thời ấy. Ngày nay, Chanel vẫn luôn duy trì được vị trí danh giá trong vương quốc của các thương hiệu thời trang hàng đầu thế giới. Song song với thời trang và mỹ phẩm, nước hoa Chanel luôn là một phần không thể thiếu đối với bất cứ một tín đồ nào. Mới đây, Chanel giới thiệu dòng sản phẩm Chance Eau Tendre. Dòng sản phẩm mới này gồm nước xịt tóc và nước xịt khử mùi mang tới hương thơm thanh khiết, nhẹ nhàng cho phái nữ.

LOLITA LEMPICKA

Nước hoa Lolita Lempicka tiếp nối câu chuyện quyến rũ đầy huyền ảo của mình với dòng nước hoa mới nhất L'Eau En Blanc. Món quà L'Eau En Blanc xuất hiện trong một diện mạo mới, ngọt ngào và lãng mạn cho những Eva đang yêu say đắm. 3 tầng hương là bản hòa tấu nhịp nhàng hương hoa phương Đông và phương Tây, với tinh chất lá violet, hoa iris, hoa violet trắng, quả phúc bồn tử, hoa vòi voi cùng xạ hương vĩnh cửu. Thân chai được phủ sương mờ sang trọng màu hồng nhạt của hạnh nhân. L'Eau En Blanc còn là món quà cưới tuyệt vời dành cho cô dâu trong ngày cưới. Trong tháng, Lolita Lempicka dành ưu đãi đặc biệt như tặng dòng gel, cream, miniature trị giá lên đến 760.000 đồng cho các hóa đơn mua hàng. Chi tiết xin liên hệ: 08-3521 0887.



Tài liệu dành cho công chúng.



THÔNG TIN KÊ TOA: 1.TÊN THUỐC: MERCILON/viên nén. **2.HÀM LƯỢNG:** 0.15 mg Desogestrel và 0.02 mg Ethinylestradiol/viên. **3.CHỈ ĐỊNH ĐIỀU TRỊ:** Ngừa thai. **4.LIỀU LƯỢNG VÀ CÁCH DÙNG:** Uống mỗi ngày một viên theo thứ tự được chỉ trên vỉ thuốc trong 21 ngày liên tiếp. Bắt đầu dùng vỉ kế tiếp sau 7 ngày tạm nghỉ uống thuốc. Kinh nguyệt sẽ xuất hiện trong 7 ngày tạm nghỉ uống thuốc. Khi chưa dùng biện pháp nội tiết tránh thai trong tháng qua: Bắt đầu vỉ Mercilon đầu tiên vào ngày đầu tiên có kinh, Mercilon sẽ có tác dụng tức thì. Khi đổi từ 1 biện pháp nội tiết phối hợp khác: Bắt đầu vỉ Mercilon vào ngày tiếp theo viên thuốc cuối cùng của vỉ thuốc tránh thai hiện dùng (nghĩa là không có giai đoạn tạm nghỉ uống thuốc). Trong trường hợp dùng vòng âm đạo có chứa nội tiết hoặc thuốc dán tránh thai, nên bắt đầu dùng Mercilon vào ngày tháo vòng hoặc miếng dán. **5.XỬ TRÍ KHI QUÊN THUỐC:** Nếu bạn lỡ quên uống 1 viên và nhớ ra trong vòng 12 giờ, uống bù ngay viên thuốc quên và tiếp tục uống những viên còn lại như bình thường. Nếu quá 12 giờ, vẫn uống như trên và sử dụng thêm một biện pháp tránh thai che chắn (bao cao su) trong 7 ngày kế tiếp. Nếu quên từ 2 viên liên tiếp trở lên, hãy hỏi ý kiến bác sĩ. **6.MUỐN CÓ THAI:** Nếu bạn muốn có thai, bạn nên ngưng thuốc Mercilon và bạn có thể có thai. **7.TÁC DỤNG KHÔNG MONG MUỐN:** Buồn nôn, nôn, đau bụng, tiêu chảy, tăng/giảm cân, giữ nước, đau đầu, đau nửa đầu, tăng/giảm hoạt động tình dục, trầm cảm, thay đổi tính khí, đau vú, căng vú, thay đổi dịch tiết âm đạo, phát ban, mày đay, ban đỏ nốt, ban đỏ đa dạng, tiết dịch ở núm vú/âm đạo, không dung nạp được kính áp tròng, phản ứng quá mẫn. Những tác dụng phụ nghiêm trọng: Tăng huyết áp, tạo cục huyết khối, huyết khối tắc mạch có thể xảy ra nhưng rất hiếm ở mạch máu tim (gây cơn đau tim) hoặc ở não (gây đột quỵ). Vô cùng hiếm gặp huyết khối ở gan, ruột thận hoặc mắt. Đã có báo cáo hiếm gặp về u vú, u gan lành tính thậm chí u gan ác tính hiếm gặp hơn ở những phụ nữ dùng viên thuốc tránh thai này. Các khối u này có thể gây xuất huyết bên trong (xuất huyết nội). Ở những phụ nữ dùng viên thuốc tránh thai phối hợp lâu dài, khả năng ung thư cổ tử cung có thể hơi tăng. **8.CHỐNG CHỈ ĐỊNH:** Hiện tại hoặc trong tiền sử có huyết khối, đột quỵ, đau tim, đau nửa đầu, viêm tụy, có vàng da, u gan, bệnh gan nặng. Tiểu đường có tổn thương mạch máu. Nghi ngờ hoặc đã biết có bị ung thư ở cơ quan sinh dục hoặc ở vú có thể phát triển dưới sự tác động của hormone sinh dục. Xuất huyết âm đạo không rõ nguyên nhân. Dị ứng với bất cứ thành phần nào của Mercilon. **9.CÓ THAI VÀ CHO CON BÚ:** Không được dùng. **10.LƯU Ý VÀ THẬN TRỌNG ĐẶC BIỆT KHI DÙNG THUỐC:** hút thuốc; bệnh tiểu đường; thừa cân; cao huyết áp, bệnh van tim, viêm tĩnh mạch; giãn tĩnh mạch, người thân bị huyết khối, đột quỵ; nhức đầu migrain; động kinh; cholesterol hoặc triglyceride cao trong máu; có thân nhân bị ung thư vú; bệnh gan mật; bệnh Crohn hoặc viêm loét đại tràng; bệnh lupus ban đỏ toàn thân; hội chứng tăng ure-máu do huyết tán; bệnh thiếu máu hồng cầu hình liềm; đã hoặc đang bị nám da. Viên thuốc tránh thai và chứng huyết khối: Người dùng viên thuốc tránh thai có nguy cơ này cao hơn người không dùng thuốc. Khả năng bị huyết khối cao nhất sau khi bạn bắt đầu dùng viên thuốc tránh thai lần đầu tiên. Cứ 10.000 người phụ nữ dùng thuốc tránh thai chứa desogestrel trong 1 năm, sẽ có khoảng 3-4 người bị bệnh lý này. Viên thuốc tránh thai và ung thư: Ung thư vú được chẩn đoán thường xuyên hơn ở phụ nữ dùng viên thuốc tránh thai so với phụ nữ cùng tuổi không dùng thuốc. Vẫn chưa xác định được có phải sự khác biệt này là do viên thuốc tránh thai hay không. Có thể là phụ nữ dùng thuốc đi khám thường xuyên hơn, nên ung thư vú được phát hiện sớm hơn.

HÃNG SẢN XUẤT: Organon (Ireland) LTD., Drynam Road, Swords, Co.Dublin, Ireland. **Đọc kỹ hướng dẫn sử dụng trước khi dùng. TÀI LIỆU THAM KHẢO:** 1. Lammers P, Acta Obstet Gynecol Scand 1991;70:497-500; 2. Canadian Contraception Consensus, JOGC March 2004.

Số Giấy tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo thuốc của Cục Quản Lý Dược: 1017/12/QLD-TT, ngày 5 tháng 10 năm 2012.
Ngày tháng năm in tài liệu: 10/1/2013.
MER-CON-1207006C



ELIZABETH ARDEN

Được mệnh danh là "người đẹp không tuổi", hoa hậu Đền Hùng năm nào vẫn giữ nguyên nét đẹp khả ái, dịu dàng cùng làn da trắng sáng, mịn màng. Bí quyết được nhan sắc Giáng My chia sẻ có tên Prevage - dòng sản phẩm chống lão hóa cao cấp đến từ nước Mỹ của nhãn hiệu Elizabeth Arden. Được coi là nhà tiên phong trong nghành mỹ phẩm, Prevage® với thành phần chống oxi hóa danh tiếng Idebenone, có khả năng ngăn chăn và vô hiệu hóa toàn bộ những tác động có hại tới da (do thoái hoá các thành phần tự nhiên bên trong cơ thể, và ảnh hưởng tiêu cực từ môi trường bên ngoài như khói bụi, ô nhiễm, tia có hại trong ánh nắng mặt trời, stress,…). Từ cuối năm 2012, phụ nữ Việt đã có thể tìm hiểu và sở hữu Prevage® qua hệ thống phân phối của Elizabeth Arden tại Việt Nam.

MENARD

Bộ đôi sản phẩm kem tẩy trang và kem rửa mặt Menard Lisciare là lựa chọn hoàn hảo cho bạn trong những chuyến du xuân. Ngay trong quá trình loại bỏ hoàn toàn mọi dầu thừa, bã nhờn và tạp chất trên da, chiết xuất Hoa Lạc Tiên và 12 loài thảo dược phương Đông trong sản phẩm sẽ nhanh chóng thẩm thấu sâu, bổ sung nguồn nước dồi dào cho làn da. Lớp kem sánh mềm của Menard Lisciare Cleansing Cream và bọt bông mịn của Lisciare Washing Cream không những giúp bạn sở hữu bề mặt da sáng sạch, mà còn giúp ngăn ngừa mụn, giảm kích ứng da khi thay đổi thời tiết, đồng thời mang lại làn da ẩm mượt và căng mịn rạng rỡ giữa tiết xuân.





COACH

Coach nước hoa được sở hữu bởi tập đoàn Estée Lauder từ năm 2006. Đến nay, Coach đã trở thành một trong những nhãn hiệu nước hoa hàng đầu và được ưu chuộng khắp mọi quốc gia trên toàn thế giới. Mới đây, Coach giới thiệu dòng nước hoa trong BST Poppy – Poppy Blossom. Dòng nước hoa trong BST mới này lấy cảm hứng từ sự tự nhiên vui tươi của nàng Poppy, giống như vườn hoa thôn dã. Hương đầu là trái vải, trái dâu rừng tươi ngon như lời mời gọi ngọt ngào, thắp sáng với lan Nam Phi và quýt. Hương giữa là sự nữ tính của hoa linh lan, nồng nàn hương hoa hồng Centifolia miền nam nước Pháp, và hoa nguyệt hạ dương quý hiếm, hoa lài Jasmine Sambac, hoa mẫu đơn trắng. Hương cuối với sự ấm áp của vanilla, hương gỗ Blonde và xạ hương mềm mại. Sản phẩm Coach Poppy Blossom Eau de Parfum có giá 1.8 triệu/50ml.

SISLEY

Sisley - hãng mỹ phẩm với cả trăm năm lịch sử chiết xuất hoàn toàn từ thiên nhiên, cải thiện và mang lại sức sống cho làn da từ ngọn nguồn. Sisley luôn cho ra đời những sản phẩm được kiểm nghiệm kỹ càng, mang tới cho người sử dụng sự tin tưởng và trân trọng nâng niu qua những nghiên cứu, hiểu biết sâu sắc về da. Chào đón mùa lễ hội năm nay, Sisley cho ra mắt sản phẩm mới – Global Perfect Pore Minimizer với tinh chất đặc trị chuyên chăm sóc lỗ chân lông. Sản phẩm Global Perfect Pore Minimizer được chiết xuất từ lá trà Java – một thành phần hoạt chất mới, có tác dụng làm nhỏ lỗ chân lông, điều tiết hoạt động của tuyến bã nhờn, đồng thời chỉnh sửa các lỗ chân lông bị biến dạng. Ngoài ra, với chiết xuất từ lúa mạch trắng, Global Perfect Pore Minimizer sẽ giúp chống lại các tác nhân phá hủy elastin và collagen, cho làn da tươi sáng, mịn mượt và khỏe mạnh. Sản phẩm được bán với giá: 3.950.000VNĐ.





PARIS FRANCE

Ngày 20/12, Paris France ra mắt cửa hàng lớn nhất Việt Nam tại khu phức hợp thương mại Pico Plaza, Tp. HCM. Cửa hàng Paris France Pico Plaza rộng hơn 160m2 sẽ đem đến cho quý khách hàng những trải nghiệm hoàn toàn mới về một không gian mua sắm sang trọng, đẳng cấp cùng một dịch vụ chăm sóc khách hàng chu đáo, thân thiện, chuyên nghiệp. Cũng tại đây, quý khách hàng sẽ tìm thấy cho mình sự lựa chọn phong phú, đa dạng từ hơn 30 nhãn hiệu nước hoa danh tiếng: Gucci, Burberry, Valentino…với hơn 1.600 chủng loại sản phẩm. Nhân dịp khai trương, từ ngày 20/12, cửa hàng Paris France Pico Plaza mang đến nhiều ưu đãi hấp dẫn đến quý khách hàng. Địa chỉ tham quan và mua sắm tại: cửa hàng Paris France Pico Plaza, Lầu 1, Số 20 Cộng Hòa, Q.Tân Bình, Tp.HCM.

Đẹp LeMedia® Lê Bros®

HÂN HẠNH GIỚI THIỆU

ĐẸP FASHION SHOW 11

www.depfashion.com

BIRTH OF VENUS

KHỞI NGUỒN MỚI CỦA CÁI ĐẸP

NHÀ THIẾT KẾ CÔNG TRÍ | TRƯƠNG THANH LONG | GIAO LINH | LÝ QUÍ KHÁNH | ADRIAN ANH TUẤN

GIÁM ĐỐC SẢN XUẤT LÊ NHƯ THOA | ĐINH HỒNG THẮM | GIÁM ĐỐC SÁNG TẠO HÀ ĐỖ | TỔNG ĐẠO DIỄN CHARLIE NGUYỄN | GIÁM ĐỐC MỸ THUẬT LÊ QUỐC HƯNG

ĐẠO DIỄN CATWALK XUÂN LAN | ĐẠO DIỄN ÂM NHẠC TRÍ MINH | **24-25.01.2013** | NGHỆ SĨ THỊ GIÁC CRAZY MONKEY | TRANG ĐIỂM MAYBELLINE

NHÀ THI ĐẤU NGUYỄN DU TP. HCM

NHÀ TÀI TRỢ

MAYBELLINE NEW YORK

Vaseline Dove Sâm ANGELA

NHÀ VẬN CHUYỂN MẶT ĐẤT CHÍNH THỨC

Audi

BẢO TRỢ THÔNG TIN

Thể thao Văn hóa Đà Nẵng | Doanh Nhân | Stuff Vietnam | Autocar Vietnam | Fanspan | Đẹp Online dep.com.vn | Vietnam+ | Thể thao Văn hóa | Zing | YAN | CleverAds | Style

CHARLES & KEITH

Ngày 29/12, thương hiệu thời trang Charles & Keith chính thức khai trương cửa hàng thứ 7 trên toàn quốc. Cửa hàng thứ 7 của Charles & Keith tọa lạc tại lầu 2, cao ốc Bitexco – vốn được xem là biểu tượng cho sự năng động của Tp. HCM. Charles & Keith thứ 7 kế thừa lối thiết kế sang trọng, tinh tế của những cửa hàng trước đó. Ngoài ra, cửa hàng còn được cập nhật những thiết kế mới nhất trong từng chi tiết kiến tạo và cách bày trí nhằm giúp cho khách hàng có thể cảm nhận được sự thoải mái nhất khi đến tham quan mua sắm. Nhân dịp khai trương, Charles & Keith thứ 7 đưa ra chương trình khuyến mãi đặc biệt đến quý khách hàng. Theo đó, 100 khách hàng đầu tiên có hóa đơn mua hàng trên 1,5 triệu sẽ nhận được 01 bao đựng điện thoại thời trang của nhãn hàng.



HỌC VIỆN THỜI TRANG LONDON: "CHASING DREAMS"

Hà Nội, ngày 18/12/2012 đã diễn ra Chương trình Triển lãm và Trình diễn thời trang tốt nghiệp năm 2012 của Học viện thời trang London (LCFS Graduate Fashion Show) tại khách sạn Deawoo Hà Nội. "Chasing dreams" – "Chắp cánh", tên gọi của chương trình, đã đánh thức cảm xúc của các tín đồ thời trang bởi các thiết kế đầy sáng tạo và ứng dụng. Với những nhà thiết kế tương lai, chương trình là dấu mốc quan trọng trong sự nghiệp làm nghề của mỗi học viên. Chương trình gồm 05 bộ sưu tập của 05 nhà thiết kế. Đó là Minh Hiển với "Cuộc đổ bộ của Côn trùng" thể hiện tình yêu vô bờ bến của nhà thiết kế với Mẹ thiên nhiên. Là Hà Bùi với "Vườn" với các thiết kế lấy cảm hứng từ những đóa hoa tại thời khắc lộng lẫy nhất khi tiếp nhận đủ tinh hoa của đất trời. Là Vũ Đình Nhật với "Chiến binh của các nền văn hóa" là sự tương phản mạnh mẽ về màu sắc và táo bạo trong những đường cắt lạ. Là Nguyễn Hải Yến với các thiết kế lấy cảm hứng từ các tác phẩm của Christian Bolan và Nguyễn Vân với bộ sưu tập "Trang phục bên ngoài."



MORGAN DE TOI

Morgan de Toi là thương hiệu thời trang Pháp được thành lập từ năm 1947. Đến nay, Morgan de Toi luôn được coi là thương hiệu nổi tiếng thế giới với những thiết kế đầy tính sáng tạo và năng động. Morgan de Toi đã có mặt tại hơn 60 quốc gia với hệ thống bán lẻ trên 1.500 cửa hàng. Các sản phẩm của Morgan de Toi luôn được cập nhật theo những xu hướng thời trang mới nhất trên thế giới. Từ 18 – 27/01, đồ lót Morgan de Toi giới thiệu chương trình ưu đãi giảm giá từ 15 – 50% cho tất cả các sản phẩm tại hệ thống cửa hàng đồ lót Morgan gồm: Vincom 1, Parkson Landmark và Diamond Plaza. Ngoài ra, trong mùa Xuân mới 2013, thời trang Morgan de Toi cũng giới thiệu chương trình ưu đãi đặc biệt: giảm giá 50% toàn bộ cửa hàng Morgan tại Vincom 2.





PARKSON

Parkson là tập đoàn bán lẻ cao cấp hàng đầu của Malaysia, có mặt tại Việt Nam từ năm 2005. Ngay từ những ngày đầu hoạt động tại thị trường Việt Nam, Parkson đã luôn nỗ lực không ngừng trong việc xây dựng nhiều chương trình hành động mang ý nghĩa thiết thực. Một trong số đó là chương trình trao quà từ thiện Giáng Sinh dành cho các em nhỏ thiếu may mắn. Từ năm 2010 đến nay chương trình đã trao tặng hơn 4.000 phần quà với tổng trị giá lên đến gần 1 tỉ đồng, góp phần mang đến niềm vui cho hàng ngàn em nhỏ. Tiếp nối thành công đó, năm 2012 chương trình tiếp tục trao tặng 2.000 phần quà với tổng trị giá lên đến 600 triệu đồng. Toàn bộ các phần quà được trao tặng đến từ tấm lòng hảo tâm của các khách hàng, đối tác thân thiết cũng như sự đóng góp từ Parkson.



VALENCIANI

NTK Adrian Anh Tuấn vừa ra mắt BST Holiday 2013 của thương hiệu thời trang Valenciani và BST về phụ kiện của thương hiệu ICE tại sân khấu dựng trên hồ bơi của khu căn hộ cao cấp City Garden. BST mang tên Holiday 2013 được lấy cảm hứng từ những yếu tố thuộc về ngũ hành như lửa và nước tương ứng với các màu sắc là trắng, đỏ, đen làm chủ đạo. Trong đó, từng mẫu trang phục được chăm chút để trở nên rực rỡ, tỏa sáng, quyến rũ như một làn gió mới dành cho dịp lễ hội cuối năm đầy màu sắc và thật sinh động. Chương trình diễn ra trong một không gian rực rỡ, thân mật và gần gũi với thiên nhiên như một lời tri ân gửi đến các khách hàng thân thiết cũng như các đối tác của Valenciani và ICE. Đó cũng như lời chúc cho một năm mới nhiều sức khỏe, may mắn và thành công đến mọi người.

PPP LASER CLINIC – CHO LÀN DA ĐẸP

Bạn cần làn da khỏe mạnh không mụn? Bạn muốn xóa bỏ vết nám? PPP Laser Clinic sẽ giúp bạn sở hữu làn da sáng mịn bằng công nghệ tiên tiến sử dụng tia laser và ánh sáng giúp trẻ hóa da của bạn. Bạn có tin mình sẽ có làn da như ý muốn chỉ bằng với chi phí bạn vẫn thường hay chăm sóc da thường xuyên?

Hương Trần



Cuộc sống năng động, bận rộn và di chuyển liên tục ngày nay rất dễ gây tổn hại làn da của bạn, do tiếp xúc ánh nắng mặt trời, không khí ô nhiễm, độ ẩm của xứ nhiệt đới nhưng lại luôn ngồi trong máy lạnh cả ngày gây khô da. Hơn thế nữa, cường độ công việc căng thẳng cộng với chế độ ăn uống bất hợp lý sẽ làm da bạn mất dần đi vẻ đẹp vốn có. Ngoài ra, sự biến đổi hormone trong quá trình trưởng thành của bạn cũng làm biến đổi làn da đáng kể. Tất cả nguyên nhân trên sẽ dẫn đến ba vấn đề về da mà cả nam và nữ đều không tránh khỏi: Mụn với vô số loại và kích thước lớn nhỏ, nặng nhẹ khác nhau; Lỗ chân to ngày càng to khiến da mặt sần như vỏ cam; Nám do ảnh hưởng hormone và môi trường làm da này càng sạm và biến đổi vô chừng… Những vấn đề nóng bỏng làm hại da bạn đã được bác sĩ Goh Seng Heng, nhà sáng lập PPP kiêm Giám đốc Y khoa của Hiệp hội Y khoa thẩm mỹ Singapore dày công nghiên cứu.

NGƯỜI MANG ÁNH SÁNG CHO LÀN DA

Vào năm 1992, khi công nghệ loại bỏ tạp chất bằng tia laser được chứng nhận là an toàn, bác sĩ nổi tiếng Goh Seng Heng đã bắt đầu phát triển "Hệ thống làm sạch bằng tia laser" cho mọi loại da tại trung tâm da quốc tế (Singapore). Công nghệ làm sạch da bằng tia laser của PPP ra đời chỉ nhằm giúp mọi người có thể tiếp cận công nghệ này với giá cả hợp lý và có cái nhìn mới về cách làm sạch da của mình.

Chỉ với năm phút trị liệu bằng công nghệ tiên tiến của PPP kết hợp với chiếu ánh sáng chùm sẽ giúp bạn có làn da khỏe mạnh, với các quá trình an toàn sau:

- Liệu pháp laser lấy đi lớp bụi bẩn bám trên bề mặt da để mang đến cho bạn cảm giác sở hữu làn da tươi mát: Trị liệu viên dùng khăn mềm nhẹ nhàng lấy đi bụi bẩn, chất dầu và lớp trang điểm của bạn.
- Liệu pháp laser làm sáng da bằng cách phá bỏ lớp sắc tố melamin cứng đầu – nguyên nhân làm tối màu hoặc biến màu làn da của bạn: Trong quá trình trị liệu khoảng hai phút này, bác sĩ trị liệu sẽ dùng tia laser để hóa hơi những bụi bẩn và chất cặn bã trong da. Bạn có thể thấy hơi rát một chút trong quá trình này.
- Liệu pháp ánh sáng: Xâm nhập sâu vào da của bạn để ổn định và tăng cường, cũng như ngăn ngừa sự phát triển của mụn và lỗ chân lông dãn to hay sắc tố da bị biến đổi về sau. Sau khi sử dụng lớp gel mỏng trên da, bác sĩ trị liệu sẽ chiếu ánh sáng dọc theo mặt của bạn để mang đến cho làn da sự mịn màng và sáng bóng tự nhiên.

Giờ đây, bạn không cần phải sang tận Singapore để có làn da đẹp như ý vì PPP đã có mặt tại TP. HCM cùng với sự hỗ trợ của bác sĩ Goh Seng Heng.

ĐIỀU TRỊ DA BẰNG CÔNG NGHỆ LASER PPP

Điều trị PPP không đau, chỉ hơi khó chịu một chút, không gây bất cứ sự cố: rạn da, cháy da, chảy máu hoặc để lại dấu vết trên da. PPP sử dụng thiết bị laser có bước sóng dài có tác dụng điều trị, không gây hại da.

Có ba loại ánh sáng thông thường là UV, ánh sáng có thể nhìn thấy và hồng ngoại. Loại ánh sáng laser của PPP là ánh sáng hồng ngoại nên sẽ làm sạch da và có tác dụng tốt cho da của bạn. Ánh sáng này cũng giúp da ít nhạy cảm hơn để loại bỏ các yếu tố có thể gây ra mụn, lỗ chân lông to và hắc tố da. Trong quá trình điều trị, lớp da chết trên cùng sẽ ngày càng mỏng đi do loại bỏ tích tụ của bụi bẩn. Bạn sẽ cảm thấy da mình mỏng hơn do chúng sạch và ít tế bào chết. Về mặt chức năng, lớp hạ bì của da sẽ được làm dày lên vì tia laser sẽ kích thích sản sinh collagen.

Mức độ điều trị laser PPP thường xuyên hay không sẽ tùy thuộc thời gian và tình hình tài chính của bạn. Bạn có thể sử dụng PPP 1-3 lần/ngày, và làn da của bạn sẽ cải thiện nhanh hơn, nhưng nếu chỉ điều trị 3-4lần/tuần, bạn vẫn có thể thấy được sự thay đổi rõ ràng trên da nhưng sự cải thiện sẽ chậm hơn. Mỗi lần điều trị bạn sẽ nhận rõ sự thay đổi 10% tươi sáng da hơn ngay tức thì.

Cuối cùng, bạn đừng quên lưu ý tuân thủ hạn chế tiếp xúc với các quy tắc 4S (chú ý ánh sáng mặt trời, tránh căng thẳng, ngủ đủ giấc và tránh khói bụi) và 3H (nhiệt độ, độ ẩm và hormone) để có thể sở hữu làn da đẹp như ý.

PHIẾU TẶNG ĐIỀU TRỊ PPP TRỊ GIÁ 500USD

Họ và tên:.....
Số CMND:.....
Địa chỉ:.....
Email: .....
Số điện thoại:.....

- Bạn cắt phiếu này mang đến PPP Laser Clinic, tầng B1-32A, Vincom Center B, 72 Lê Thánh Tôn, Q. 1, TP. HCM, để nhận quà tặng - một lần trị liệu da bằng phương pháp PPP Laser, trị giá 500USD.
- Phiếu có giá trị sử dụng một lần từ ngày 16-01-2013.
- Mỗi bạn đọc chỉ được dùng một phiếu và PPP Laser Clinic xếp lịch điều trị.
- Đặt hẹn trước qua 0902 633 463 - 0934 046336.

ANGEL SCHLESSER PIROUETTE

Công ty TNHH MTV Tăng Hồng Viễn Đông vừa giới thiệu dòng nước hoa mới Angel Schlesser Pirouette. Dòng nước hoa mới này là sản phẩm mà Tăng Hồng Viễn Đông dành tặng cho các quý bà, quý cô để tham dự các sự kiện đặc biệt trong mùa lễ hội năm nay. Với hương đầu là mùi thơm ngào ngạt từ cam bergamot và nho đen cùng pha trộn của mận và hoa hồng. Hương giữa là mùi sang trọng của hoa, từ lan Nam Phi, hoa iris, hoa huệ của thung lũng, dịu nhẹ của hoa nhài và phong lan thanh lịch đặt ra một sự tương phản với mùi hương ca cao quyến rũ. Hương cuối là mùi gợi cảm của xạ hương trắng, hổ phách, tuyết tùng, ngọt ngào của vani và hoắc hương. Địa chỉ tham quan và mua sắm tại: Thương xá Tax, Imperial plaza, Parkson Flemington.



AMADORA

Tiết xuân ngọt ngào luôn là thời gian tuyệt vời để bạn tận hưởng những giây phút thư giãn đích thực trong các liệu trình làm đẹp đa dạng của Amadora Wellness & Spa. Cùng với những sản phẩm dưỡng cao cấp chiết xuất từ tảo biển, đôi bàn tay mềm mại với kỹ thuật cao của các chuyên viên sẽ nhẹ nhàng chăm sóc làn da và cơ thể bạn, giúp khôi phục nhanh chóng vẻ đẹp rạng rỡ và những đường nét thon gọn, quyến rũ. Với những liệu trình chăm sóc da mặt phong phú, liệu trình chăm sóc cơ thể và những gói chăm sóc toàn diện mang hiệu quả cao, không gian sang trọng, ấm áp của Amadora Spa 250 Bà Triệu luôn là điểm đến lý tưởng để bạn dành tặng mình và những người thân yêu món quà vô giá – xinh đẹp và tỏa sáng giữa ngày xuân.





JOHN RICHMOND VIVA ROCK

Trên thị trường vừa ra mắt dòng nước hoa John Richmond Viva Rock với hương thơm mới được sáng tạo bởi John Richmond. Dòng nước hoa mới này có hình dáng hộp hiện đại và sang trọng. Phía trước chai là logo John Richmond Viva Rock nổi bật trong màu vàng lấp lánh, phía sau là hình ảnh quốc kỳ Anh. Chắc chắn John Richmond Viva Rock sẽ mang bạn đến với những khoảnh khắc tuyệt vời, những kỷ niệm mà bạn sẽ không bao giờ quên. Với hương đầu mở ra hương thơm tinh khiết của sự pha trộn lấp lánh giữa nguồn năng lượng trái cây dồi dào cùng hương mandarin với hoa xương rồng đầy cảm hứng. Hương giữa mang đến hương hoa nữ tính và tinh vi của hương hoa hồng, hoa nhài và hoa anh đào tinh tế. Hương cuối bao bọc bởi xạ hương tinh tế, long diên hương và hương irit thanh lịch thể hiện nét gợi cảm, nồng nàn.



ITSSKIN

It'sskin là nhãn hàng mỹ phẩm trị liệu đầu tiên của Hàn Quốc được chính viện nghiên cứu và các bác sĩ da liễu hàng đầu phát minh và sản xuất. Với hàng trăm sản phẩm đa dạng, đặc chủng cùng các liệu pháp đầy đủ, It'sskin đảm bảo mang lại cho làn da của bạn vẻ rạng rỡ và khởi sắc tức thì, bền lâu. Sở hữu một loạt hệ thống showroom đẳng cấp, sản phẩm chất lượng nghiên cứu hàng đầu, đa dạng cùng đội ngũ tư vấn nhiệt tình, It'sskin đã có mặt tại Việt Nam để giúp các quý cô, quý bà cùng tự tin và tỏa sáng. Địa chỉ hệ thống showroom của It'sskin tại Việt Nam: 36A Mai Hắc Đế, Hai Bà Trưng, Hà Nội; 50 Hàng Bông, Hoàn Kiếm, Hà Nội; Indochina Plaza Hanoi, Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội.

ĐÀI LINH

Công ty CP XNK TM Đài Linh tổ chức thành công hội nghị khách hàng 2012 dành cho đại lý, nhà phân phối trên toàn quốc. Tại hội nghị, công ty tổng kết lại chặng đường hơn 10 năm phát triển và chia sẻ thành công mới nhất. Một trong số những thành công đó là công ty đã vinh dự nhận giải thưởng "Thương hiệu vàng 2012" do Bộ Công Thương phối hợp với Hiệp hội chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam trao tặng. Cũng trong hội nghị, Đài Linh khẳng định mục tiêu trở thành một trong những công ty hàng đầu trong lĩnh vực phân phối mỹ phẩm tại Việt Nam và mở rộng quy mô sang các nước trong khu vực. Hội nghị để lại dấu ấn đẹp trong lòng khách mời với nhiều chương trình giải trí hấp dẫn như: trình diễn giới thiệu sản phẩm mới, bốc thăm trúng thưởng, ca nhạc, gameshows…





AJISEN RAMEN

Chào đón mùa lễ hội năm nay, thương hiệu mì quốc tế Ajisen Ramen mang đến chương trình khuyến mãi hấp dẫn cho quý khách hàng. Từ 1/12 – 5/01, khi gọi món dùng bữa trưa tại nhà hàng Ajisen Ramen bạn sẽ được tặng một viên kem tùy chọn. Ngoài những mùi vị đặc trưng như: trà xanh, mè đen, cà phê, xoài… Ajisen còn có nhiều sáng tạo độc đáo làm nên nét khác biệt với kem của nhiều nơi khác như: Socola cay, Wasabi chanh, gừng mật ong... Ngoài ra, khi thưởng thức một mì Ramen bạn sẽ được mua một trong 4 món Special Parfait với giá giảm đến 50%. Special Parfait là món tráng miệng truyền thống của Nhật rất được ưa chuộng trên thế giới hiện nay là sự phối hợp giữa kem, trái cây, mochi, warabi mochi và ngũ cốc. Thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: www.facebook.com/Ajsen.Vietnam.



HEINEKEN

Nhân dịp kỷ niệm 140 năm có mặt trên thế giới (1873 – 2013), từ tháng 11/2012, Heineken chính thức giới thiệu ra thị trường Việt Nam lon Heineken phiên bản đặc biệt. Mẫu lon này được Heineken thiết kế tại Amtersdam (Hà Lan) và sản xuất tại Việt Nam với cùng một hương vị và chất lượng thượng hạng đồng nhất trên toàn thế giới. Đây là một phần của chương trình "Đón mừng lễ hội Heineken 140 năm" được tổ chức tại các thành phố lớn vào mùa lễ hội cuối năm.

Với thiết kế sang trọng, lon Heineken phiên bản đặc biệt sẽ đưa khách hàng xuyên suốt chiều dài lịch sử của Heineken bằng những câu chuyện và cột mốc đáng nhớ. Sau 140 năm chinh phục thế giới, Heineken đã có mặt ở hơn 170 quốc gia và vẫn luôn khát khao vươn đến những tầm cao mới. Thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: www.heineken.com.

TIN TỨC

Style / Tháng 12 - 01/2013

CENTAUR DANCE SHOWDOWN

Centaur Dance Showdown là một trong những cuộc thi nhảy hiện đại thường niên tạo nên nhiều dấu ấn với giới trẻ. Sau hơn 3 tháng phát động, với sự đồng hành của nhãn hàng Rémy Martin, cuộc thi Centaur Dance Showdown đã tìm ra 3 nhóm nhảy: S.I.N.E; X – Clown và Sine – Double Steps để tranh tài tại vòng chung kết Việt Nam diễn ra tại Gossip Club, Tp. HCM.

Tại vòng chung kết Việt Nam, 3 nhóm nhảy trên sẽ tranh tài thông qua hình thức nhảy đội hình và nhảy đối kháng trên nền nhạc House. Đặc biệt, vòng đấu này sẽ có sự tham gia của Bboy nổi tiếng Ynot. Giải thưởng cho nhóm vô địch toàn quốc là 100 triệu đồng, được huấn luyện 1 tuần với sự hướng dẫn của chuyên gia nước ngoài và hơn hết là chiếc vé tham dự vòng chung kết quốc tế diễn ra tại Singapore ngày 18/1. Thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: www.centaurdance.com.





QUALCOMM

Ngày 22/11, bộ phim tài liệu "Công dân 3G" đã chính thức ra mắt tại Megastar Paragon, quận 7, Tp. HCM với sự góp mặt của các doanh nhân và người nổi tiếng. Công dân 3G là bộ phim tài liệu được tài trợ bởi Qualcomm – một trong những công ty hàng đầu thế giới về phát triển công nghệ không dây. Đây là một sáng kiến nhằm thúc đẩy việc sử dụng và nâng cao nhận thức về công nghệ di động 3G tại Việt Nam. Chiến dịch này tạo lập các cộng đồng trên facebook và zing me, cho phép người yêu công nghệ và người tiêu dùng thảo luận và chia sẻ mọi thứ về 3G. Đó là những thiết bị và ứng dụng được ưa chuộng nhất, các gói dữ liệu di động ưu việt nhất, và những xu hướng công nghệ mới nhất trên toàn thế giới. Thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: https://www.facebook.com/Congdan3G.



CUSCINO

Ngày 04/12, công ty TNHH Vạn Thiên Sa chính thức ra mắt dòng sản phẩm chăn ga gối nệm Cuscino. Cuscino là dòng sản phẩm được sản xuất với chất lượng cao, mẫu mã phong phú, đa dạng nhưng lại có giá thành phù hợp, dao động từ 810.000VNĐ – 2.680.000 VNĐ/bộ. Không chỉ có giá thành hợp lý, dòng sản phẩm Cuscino còn mang lại cảm giác mềm mịn, dễ chịu khi sử dụng, mát vào mùa hè, ấm áp vào mùa đông, giặt mau khô và có nhiều mẫu mã. Với cam kết luôn sử dụng những nguyên liệu tốt nhất trong sản xuất các sản phẩm chăn ra gối nệm, Cuscino là sự lựa chọn tuyệt vời cho người tiêu dùng Việt Nam. Nhân dịp ra mắt, Cuscino giới thiệu chương trình khuyến mãi đặc biệt: khi mua 01 tấm nệm hoặc 01 bộ ga Cuscino, khách hàng sẽ được tặng 02 ruột gối nằm. Thông tin chi tiết, vui lòng gọi: 08.3927 1140, hoặc truy cập: www.cuscino.vn.

Style in Quiz

Cùng Style thử sức với những câu hỏi về các lĩnh vực và nhận những phần thưởng hấp dẫn!

I. Fashion in Quiz

Câu 01

Chọn bỏ một bức ảnh không cùng loại



A B C D E

190 STYLE

Câu 02

Ghép tên với ảnh

a. Salvatore Ferragamo ☐
b. Kenzo ☐
c. Hermès ☐
d. Valentino ☐
e. Giorgio Armani ☐



1 2 3 4 5

II. Travel in Quiz

Câu 01

Bạn đang ở đâu?

a. Champagne, Pháp ☐
b. Cologne, Đức ☐
c. Vienna, Áo ☐
d. Zurich, Thụy Sỹ ☐



Câu 02

Đây là căn suite có giá thuê hiện đang ở mức đắt nhất thế giới, vào khoảng $65.000/đêm. Theo bạn căn suite này ở thành phố nào trên thế giới?

a. Geneva, Thụy Sỹ ☐
b. Bắc Kinh, Trung Quốc ☐
c. Seoul, Hàn Quốc ☐
d. New York, Mỹ ☐



III. Beauty in Quiz

Câu 01

Bạn 25 tuổi và bạn nghĩ mình biết cách chăm sóc làn da? Tích vào những ô bạn cho là có lợi cho làn da của bạn.



a. Tạo thói quen chống nắng hàng ngày. ☐

b. Lựa chọn một loại tinh chất bổ sung thích hợp có khả năng phục hồi và chống lão hóa sớm. ☐

c. Ngủ úp mặt vào gối và duy trì tư thế này cả đêm ☐

d. Chọn dùng một bộ skincare đồng nhất và phù hợp với làn da. ☐



Câu 02

Theo bạn, sau khi bôi kem nhuộm da, bạn cần nằm phơi nắng trong ít nhất là bao nhiêu lâu để kem có thể thấm sâu và để da lên màu tự nhiên?

a. 01 tiếng ☐

b. 03 tiếng ☐

c. 05 tiếng ☐

d. 07 tiếng ☐

IV. F&B in Quiz

Câu 01

Bạn thử đoán xem số champagne trong các hầm chứa của nhà Moet & Chandon là khoảng bao nhiêu chai?

a. 02 triệu chai ☐

b. 20 triệu chai ☐

c. 200 triệu chai ☐

d. 200 nghìn chai ☐



Câu 02

Bạn thử ước tính xem trên thế giới mỗi năm có khoảng bao nhiêu chai vang được sản xuất ra?

a. 09 tỷ chai ☐

b. 18 tỷ chai ☐

c. 27 tỷ chai ☐

d. 36 tỷ chai ☐



V. Jewellery in Quiz

Câu 01

Bộ sưu tập đồng hồ Tour de I'lle của hãng Vacheron Constantin, theo bạn, có giới hạn chế tác là?

a. 07 chiếc ☐

b. 14 chiếc ☐

c. 21 chiếc ☐

d. 28 chiếc ☐



Câu 02

Theo bạn, món đồ trang sức hình con bướm với đôi cánh được chế tác từ ngọc trai và khảm nạm kim cương này của hãng nào?

a. Van Cleef & Arpels ☐

b. Boucheron ☐

c. Harry Winston ☐

d. Cartier ☐



Nếu bạn trả lời đúng 10 câu hỏi, Style sẽ dành tặng bạn một kỳ nghỉ ở một resort cao cấp. Phần quà sữa tắm và dưỡng thể của Graisset sẽ dành tặng bạn trả lời đúng 08 câu hỏi; phấn phủ cho người đúng 06 câu hỏi, son môi cho người đúng 04 câu hỏi dành tặng cho những bạn đọc gửi câu trả lời đúng và sớm nhất!

(Hạn nhận phiếu tham dự: **Trước ngày 15 hàng tháng**)

PHIẾU THAM DỰ
CUỘC THI

Họ tên: .....

Số điện thoại: .....

Email: .....

Bạn đọc trả lời các câu hỏi và gửi về một trong hai địa chỉ sau:

Hà Nội: 5/55 Huỳnh Thúc Kháng

Tp.HCM: Tầng trệt, Tòa nhà Fafilm, 06 Thái Văn Lung, Q.1

ĐÁP ÁN
CÂU HỎI KỲ TRƯỚC

Fashion: Câu 01: e. Angelo Marani; Câu 02: 1.e; 2.d; 3.c; 4.b; 5.a. **Travel:** Câu 01: a. Great Blue Hole, Belize; Câu 02: d. Không thành phố nào cả. **Beauty:** Câu 01: b. 03 ngày; Câu 02: c. Burberry Prorsum. **F&B:** Câu 01: Cả bốn đáp án; Câu 02: Cả bốn đáp án. **Jewellery:** Câu 01: a. Yves Saint Laurent; Câu 02: d: $500.000.

CHÚC MỪNG CÁC BẠN:

Chúc mừng bạn **Phương Ngọc** (số điện thoại 0983.376.***) đã đoạt giải nhất là một kỳ nghỉ ở một resort cao cấp, bạn **Nguyễn Huy** (số điện thoại 0994.***.321) và bạn **Huy Đức** (số điện thoại 0162.***.4359) đã đoạt giải nhì với mỗi giải thưởng là một cặp quà sữa tắm và dưỡng thể Graisset; bạn **Trần Huy Minh** (số điện thoại 0937.468.***) và bạn **Nguyễn Dương Anh Thư** (số điện thoại 0908.***.162) đã đoạt giải 03 là một hộp phấn phủ.

Quà tặng bạn đọc



Bạn đọc cắt phiếu, trả lời câu hỏi và gửi về một trong hai địa chỉ sau:

Hà Nội: 5/55 Huỳnh Thúc Kháng

Tp.HCM: Tầng trệt, Toà nhà Fafilm, 06 Thái Văn Lung, Q.1

Địa chỉ mua sắm

Hermès
• Sofitel Legend Metropole,
15 Ngô Quyền, Hà Nội
• Vincom Center A
171 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM

Louis Vuitton
Sofitel Legend Metropole,
15 Ngô Quyền, Hà Nội
Sofitel Legend Metropole
161 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM

Chanel
• Rex Hotel
141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q.1,
Tp. HCM

Gucci
• 63 Lý Thái Tổ, Hà Nội
• 88 Đồng khởi, Q.1, Tp.HCM

Givenchy
• Rex Hotel
141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q.1,
Tp.HCM

Versace
• Vincom Center B
72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM

Burberry
• 60 Lý Thái Tổ, Hà Nội
• Diamond Plaza,
34 Lê Duẩn, Q.1, Tp.HCM
• Khách sạn Rex
141 Nguyễn Huệ, Q1, Tp.HCM

Salvatore Ferragamo
• Sofitel Legend Metropole
15 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm,
Hà Nội
• Diamond Plaza
34 Lê Duẩn, Q.1, Tp.HCM
• Khách sạn Rex
141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q.1,
Tp.HCM

Kenzo
• 32 Hàng Bài, Hà Nội
• Gallerie Royale, 37-39 Tôn
Thất Thiệp, Q.1, Tp.HCM

Marc Jacobs
• Rex Hotel
141 đại lộ Nguyễn Huệ, Q.1,
Tp.HCM
• Vincom Center B
70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1,
Tp.HCM

Bally
• Sofitel Legend Metropole
15 Ngô Quyền, Hà Nội
• Diamond Plaza
34 Lê Duẩn, Q.1, Tp.HCM
• Rex Hotel
141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q.1,
Tp.HCM

Sergio Rossi
• Sofitel Legend Metropole
15 Ngô Quyền, Hà Nội
• Rex Hotel
141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q.1,
Tp.HCM

Ralph Lauren
• Rex Hotel
141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q.1,
Tp HCM
• Vincom Center A
171 Đồng Khởi, Q.1, Tp. HCM

DKNY
• Crescent Mall
Đại lộ Nguyễn Văn Linh, Phú
Mỹ Hưng, Q.7, Tp.HCM
• Vincom Center A
171 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM

Tommy Hilfiger
• Zen Plaza
54-56 Nguyễn Trãi, Q.1,
Tp.HCM
• Crescent Mall
Đại lộ Nguyễn Văn Linh, Phú
Mỹ Hưng, Q.7, Tp.HCM

Diesel
• Zen Plaza
54-56 Nguyễn Trãi, Q.1,
Tp.HCM
• Crescent Mall
Đại lộ Nguyễn Văn Linh, Phú
Mỹ Hưng, Q7, Tp. HCM

BCBG Max Azria
• Sentinel Building
41A Lý Thái Tổ, Hà Nội
• Vincom Center B
70-72 Lê Thánh Tôn, Tp.HCM

Fever London, LK Bennett, Closet
• 8B Hàm Long
• Khu TTTM IPH
241 Xuân Thủy
• Vincom C
114 Mai Hắc Đế,

Bebe
• Vincom Center B
72 Lê Thánh Tôn, Q.1,
Tp.HCM
• Saigon Center
65 Lê Lợi, Tp.HCM

Runway
• Sun City
13 Hai Bà Trưng, Hà Nội
• Vincom Center B
70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1,
Tp.HCM

Bốn Mùa Boutique
• 30 Hàng Cân, Hà Nội
• Vincom Center B
70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1,
Tp HCM

Mango
• Vincom Center
114 Mai Hắc Đế, Hà Nội
• 33A-35A Lý Thường Kiệt,
Hà Nội
• Parkson Viet Tower
198B Tây Sơn, Hà Nội
• 40-42 Nguyễn Trãi, Q.1,
Tp.HCM
• Saigon Centre, Q.1, Tp.HCM
• 96 Mạc Thị Bưởi, Q.1, Tp.HCM

Naf Naf
• Vincom Galleries
191 Bà Triệu, Hà Nội
• Vincom Center B
70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1,
Tp.HCM

FCUK
• Vincom Galleries
114 Mai Hắc Đế, Hà Nội
• Vincom Center B
70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1,
Tp.HCM
• Saigon Centre
65 Lê Lợi, Q.1, Tp.HCM
• Diamond Plaza
34 Lê Duẩn, Q.1, Tp.HCM

Banana Republic
• Vincom Center A
171 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM

Morgan
• Vincom Galleries
191 Bà Triệu, Hà Nội

Minelli
• Vincom Center
191 Bà Triệu, Hà Nội
• Vincom Center A
171 Đồng Khởi, Q.1, Tp. HCM

Bvlgari
• Parkson Viet Tower
198B Tây Sơn, Hà Nội
• Vincom City Tower
191 Bà Triệu, Hà Nội
• Parkson Plaza
35-45 Lê Thánh Tôn, Q.1,
Tp.HCM
• Rex Hotel
141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q.1,
Tp.HCM

Estée Lauder
• Parkson Viet Tower, Hà Nội
• 6B Tràng Tiền, Hà Nội
• Parkson Saigontourist,
Tp.HCM
• Diamond Plaza, Tp.HCM
• Parkson Hùng Vương, Tp.HCM

Clé de Peau Beauté
• Diamond Plaza, Q.1, Tp.HCM
• Parkson C.T Plaza
Q. Tân Bình, Tp.HCM

Clinique
• 28 Lê Thái Tổ, Hà Nội
• Parkson Viet Tower
198 B Tây Sơn, Hà Nội
• Diamond Plaza
34 Lê Duẩn, Q.1, Tp.HCM
• Pakson Saigon Tourist
Lê Thánh Tôn, Q.1, Tp.HCM

Lancôme
• 198 B Tây Sơn, Hà Nội
• Diamond Plaza
34 Lê Duẩn, Q1, Tp.HCM

L'Occitane
• Hanoi Tower
49 hai Bà Trưng, Hà Nội
• 36 Lê Thái Tổ, Hà Nội
• Vincom City Tower
191 Bà Triệu, Hà Nội
• New World Hotel
76 Lê Lai, Tp.HCM
• Diamond Plaza
34 Lê Duẩn, Tp.HCM

Vichy
• 123 Chùa Bộc, Hà Nội.
• 138 Đường 3/2 Q.10 Tp.HCM
• 280 Hai Bà Trưng, Q.1 Tp.HCM

The Body Shop
• 87 Mạc Thị Bưởi, Q.1, Tp.HCM
• 31 Nguyễn Trãi, Q.1, Tp.HCM

MAC
• 48 Lê Thái Tổ, Q. Hoàn Kiếm, Hà Nội.
• Parkson Viet Tower, 198B Thái Hà, Hà Nội.
• Parkson Saigontourist Plaza, Tp.HCM.



Christian Louboutin



TOPTEN Nhà Phân Phối Độc Quyền – 91 Thạch Thị Thanh, Q.1, TP.HCM – Tel: (84-8) 3820 3204 – Fax: (84-8) 3820 3959 – Email: contact@toptenco.com.vn – Website: www.toptenco.com.vn
BOUTIQUES: • **SUN WAH TOWER** 115 NGUYỄN HUỆ, Q.1, TP.HCM (3821 9279) • **BIG C VĨNH TRUNG PLAZA** 225-227 HÙNG VƯƠNG, TP. ĐÀ NẴNG (366 6066) • **BIG C THĂNG LONG** 222 TRẦN DUY HƯNG, Q.CG, HÀ NỘI (37832301)
SERVICE CENTER: • **SUN WAH TOWER** 115 NGUYỄN HUỆ, Q.1, TP.HCM (3821 9279)



TISSOT LADY HEART AUTOMATIC

được chọn bởi Từ Hy Viên – Minh tinh màn bạc

Hãy thưởng lãm nét mỹ miều của mẫu đồng hồ nữ tự động với các họa tiết trang trí trên mặt số điểm xuyến 2 viên kim cương Top Wesselton, mặt kính sapphire chống trầy và chịu nước lên đến 3 bar (30m / 100ft).

IN TOUCH WITH YOUR TIME

ĐẠI LÝ: TP.HCM • **THƯƠNG XÁ TAX** 135 Nguyễn Huệ, Q.1 (38213231) • **DIAMOND PLAZA** 34 Lê Duẩn, Q.1 (38227884) • **VINCOM CENTER** 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1 (39939099) • **PARKSON SAIGON TOURIST** 35-45 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38277578) • **PARKSON CT PLAZA** 60A Trường Sơn, Q.TB (62971819) • **PARKSON FLEMINGTON** 182 Lê Đại Hành, Q.11 (39651298) • **THIÊN SƠN PLAZA** 800 Nguyễn Văn Linh, Q.7 (54110122) • **TIC TAC** 72 Đồng Khởi, Q.1 (38293392) • **MAXIMARK** 15-17 Cộng Hòa, Q.TB (38116502) • **MAXIMARK** 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (39290322) • **TÂN TÂN** 55 Lê Lợi, Q.1 (38213778) • **KIMDO HOTEL** 133 Nguyễn Huệ, Q1 (38218297) • **TDC** 393 Điện Biên Phủ, Q.3 (39290685) • **MINH AN** 867 Nguyễn Trãi, Q.5 (38554549) • **PNJ BẾN THÀNH** 174 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38247311) • **PNJ AN ĐÔNG** 5-7 An Dương Vương, Q.5 (38302399) • **PNJ PHÚ NHUẬN** 159 Phan Đăng Lưu, Q.PN (39900489) • **PNJ GÒ VẤP** 362A Nguyễn Văn Nghi, Q.GV (38954597) **HÀ NỘI** • **NEW WATCH** 37 Hàng Khay, Q.HK (39344865) • **PICO MALL** 229 Tây Sơn, Q.ĐĐ (62575666) • **VINCOM CENTER** 191 Bà Triệu, Q.HBT (22200268) • **DUY ANH WATCH** 212 Phố Huế, Q.HBT (22148336) • **SAVICO MEGAMALL** 7-9 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (62550099) **ĐÀ NẴNG** • **PNJ** 123 Hùng Vương (3812618) **VŨNG TÀU** • **ĐẠI HÙNG** 228 Bacu, P3 (3530085) **VINH** • **BIG C** 2 Quang Trung (8686797).

Heineken
open your world

ĐÓN MỪNG LỄ HỘI HEINEKEN 140 NĂM

TPHCM: Đại lộ Nguyễn Huệ, ngày 30/12 & 31/12

Hà Nội: Quảng trường Nhà Hát Lớn, ngày 31/12

www.facebook.com/heineken

