

STYLE

ig cách của bạn

Review Collection
FALL WINTER 2013

It Girl
Họ là ai?

F.L.Y
hay sự ích kỷ?

PHƯƠNG LINH
con gái ngoan thì đàn ông
không tiếc gì?

Spring Flung





BOSS
HUGO BOSS

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

ETRO



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



SHOP AT MOSCHINO.COM

MOSCHINO





VALENTINO



VALENTINA

THE NEW EAU DE PARFUM

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THƯƠNG XÁ TAX | 192 HAI BÀ TRUNG | PICO PLAZA | PARKSON HÙNG VƯƠNG |
HÀ NỘI | 23 TRĂNG THI | PACIFIC PLACE | PARKSON LANDMARK | VINCOM CITY TOWERS |

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: 187/12/QCMP-HCM.

TISSOT
SWISS WATCHES SINCE 1853
INNOVATORS BY TRADITION

160th
ANNIVERSARY
1853 - 2013

Get in touch at www.tissot.ch



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 VINH TRUNG PLAZA 225-227 HÙNG VƯƠNG, TP. ĐÀ NẴNG (366 6066) • BIG C THĂNG LONG 222 TRẦN DUY HÙNG, Q.CG, HÀ NỘI (37832301)

SERVICE CENTER: • SUN WAH TOWER 115 NGUYỄN HUỆ, Q.1, TP.HCM (3821 9279)



TISSOT LUXURY AUTOMATIC

được chọn bởi Huỳnh Hiểu Minh – Diễn viên điện ảnh

Siêu phẩm được điểm xuyết các viên kim cương Top Wesselton này có bộ máy **tự động đột phá Powermatic 80** cùng chứng nhận COSC cho phép đồng hồ chạy chính xác và dự trữ năng lượng đến 80 giờ. Vò thép không gỉ 316L với nắp đáy trong suốt và chịu nước đến 5 bar (50 m / 165 ft).

IN TOUCH WITH YOUR TIME

CONTENTS

February - March 2013

♥ *Tea corner*

22. Spring Fling

Chuyện cổ tích của mùa xuân

♥ *Fashion*

26. Xu hướng nổi bật

Thu Đông 2013

30. Classic Vs Sporty

34. Style's Choice

54. Tomas Maier -

Ngôi sao ẩn danh

58. Điểm nhấn Thu Đông 2013

62. It girls-Họ là ai?

66. 7 gương mặt được yêu thích nhất
Xuân-Hè 2013

♥ *Beauty*

86. Beauty Buzz

89. Kem dưỡng tế bào gốc
từ vườn nhà

92. Sự lựa chọn của chuyên gia

94. Trong cơn mưa mùa xuân

96. Mắt xanh môi đỏ



Burberry Prorsum

92



VALENTINO

CONTENTS

February - March 2013

126



Nam Hai Resort

♥ *Lifestyle*

112. Quảng gánh lo đi mà mua sắm

116. Ngôi nhà của hương thơm

120. Bầu trời rộng lớn.

126. Khúc ru êm

nơi miền trung rực cháy

138. 5 nhâm tướng

về vang Bồ Đào Nha cũ

♥ *Entertainment*

142. Phương Linh - Con gái ngoan
thì đàn ông không tiếc gì

146. Quick Chat

với Dương Anh Xuân

150. DANNY BOYLE

cùng vũ điệu ngày trở lại

158. F.L.Y hay là ích kỷ?

108

♥ *Hi - Tech*

104. Mỗi lương duyên của xe hơi và các thương hiệu thời trang.

108. Cuộc đi săn những chiếc điện thoại độc.



UNCONVENTIONAL CHIC **LACOSTE**



CELEBRATING EIGHTY

hanoi • pacific place • parkson viettower • parkson landmark keangnam
hcmc • vincom eden • new world hotel • parkson saigontourist • parkson hungvuong • parkson paragon

● Master head



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

PHAN Ý YẾN

Tham gia 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

Mỹ thuật

TRANG.Q, CẨM NHUNG

Stylist

Tú nguyên, Đỗ Long

Cộng tác hình ảnh

HENRI HUBERT, MILOR TRẦN, BOBBY NGUYỄN, QUANG KHUÊ

QUẢNG CÁO

Hotline

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 Tiến 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.3nanavn

iPad / iPhone: App Store / Viet Bookstore / Hàng Hiệu

Nhà xuất bản TDTT

Số đăng kí kế hoạch xuất bản: 43/QĐ-XBTDTT/03-2013/CXB/90-373/TDTT

Khổ: 21x28.5cm

In tại nhà máy in Bản Đồ

In xong nộp lưu chuyển tháng 9 năm 2012

Giá: 34.500 VNĐ

UNCONVENTIONAL CHIC **LACOSTE**



CELEBRATING EIGHTY

hanoi • pacific place • parkson viettower • parkson landmark keangnam
hcmc • vincom edon • new world hotel • parkson saigontourist • parkson hungvuong



editor's note

Christian Dior Miss Dior



Tom Ford



Dolce & Gabbana

Let's Call It Spring!

Con sôt Prada Saffiano khiến dân châu Á xếp hàng dài chờ mua là quà của Ngày Tình Nhân. 8/3 này, nếu tinh tế, tin chắc chàng sẽ tặng Celine Trapeze Bag khi biết bộ sưu tập túi của mình vẫn còn thiếu một màu hồng quyến rũ.

Đừng trách phụ nữ tham lam, bởi quá mê thời trang nên mỗi ngày lễ đều là cái cớ để mong nhận được một món đồ nào đó. Đừng trách phụ nữ thực dụng khi danh sách các wishing-list thường kéo dài và liên tục được làm mới qua mỗi mùa - ngay cả khi đã có những Chanel 2.55, Kelly Hermès. Tất nhiên, danh sách này cũng chẳng thể thiếu những Trinity và Love của Cartier. Hoặc cũng chẳng thể hoàn thiện nếu thiếu đi đồng hồ của Van Cleef & Arpels và bút viết Montblanc.

Nhưng hãy nhìn theo cách khác, phụ nữ đơn giản hơn nhiều. Tất cả những gì họ cần chỉ là yêu và được yêu. Túi Chanel giúp họ có được một vẻ đẹp không tuổi. Nhẫn Love hay Trinity của Cartier đều là những biểu tượng về sự sắc son, chung thủy.

Và cũng bởi phụ nữ luôn muốn yêu và được yêu nên họ còn cần một bông hồng vào những ngày đặc biệt.

Và đó cũng chính là mùa Xuân của phụ nữ!

Valentino



Bottega Veneta



Chanel

TIMING FOR CHAMPIONS

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

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

February - March 2013





claude bernard swiss made watches

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



Spring Fling

Chuyện Cổ Tích Của Mùa Xuân

Camelia

ĐÊM QUA, TRONG LÚC TRÊN ĐƯỜNG TỪ SÂN BAY TRỞ VỀ NHÀ SAU MỘT CHUYẾN BAY DÀI, TRÊN MÌNH VẪN CÒN MẶC NGUYÊN ÁO VEST DẠ, KHĂN LEN VÀ GIÀY BOOTS CAO CỔ, TÔI VÔ TÌNH NGHE ĐƯỢC TRÊN RADIO THÔNG BÁO RẰNG NGÀY MAI NHIỆT ĐỘ SẼ TĂNG, NẮNG VÀNG, GIÓ NHẸ. TIẾP THEO ĐÓ LÀ KHÚC MÙA XUÂN CỦA VIVALDI. TRONG LÒNG BẤT CHỌT CẢM THẤY CÓ CHÚT THAY ĐỔI. GIỐNG HẾT NHƯ KHI BẠN CÓ THỂ RA KHỎI NƠI TRÚ ẨN SAU MỘT MÙA DÀI, ĐỨNG TRÊN MỘT QUẢNG TRƯỜNG RỘNG LỚN, NGẮM NHÌN NHỮNG CÔ GÁI MẶC VÁY HOA THOANG THOẢNG TRÊN MÌNH VỊ TƯƠI MÁT CỦA CHÚT ÍT MISS DIOR CHÉRIE BLOOMING BOUQUET. PHẢI. GIỐNG HẾT NHƯ THẾ. VÀ BẠN BIẾT, MÙA XUÂN LUÔN LÀ SỰ MONG ĐỢI NGỌT NGÀO TRONG TẤT CẢ CHÚNG TA.

Lần đầu tiên tôi nghe thấy từ fling là vào năm tôi học đại học năm thứ nhất ở châu Âu. Lúc đấy chỉ cảm thấy nó là một từ lạ, thanh âm nghe hay hay và được bạn bè cùng lứa giải thích nôm na để hiểu rằng nó có gì đó tương tự như nghĩa “say nắng” trong tiếng Việt. Từ fling thường đi kèm với một mùa có kì nghỉ dài trong năm như mùa hè hoặc mùa xuân (spring break, summer holidays) bởi vì vào thời gian này thanh niên chúng tôi sẽ đi du lịch xa nhà một mình hoặc cùng gia đình và có cơ hội gặp gỡ những đối tượng mới trong một môi trường hoàn toàn xa lạ. Bạn hãy tưởng tượng đi! Khi bạn hai mươi tuổi, bạn đặt chân đến một nơi hầu như chẳng mấy ai quen biết bạn, rồi bạn vô tình gặp gỡ một đối tượng cùng chung tần sóng. Tuổi trẻ là sẽ luôn là lí do mạnh mẽ cho tất cả mọi điều, dẫu đấy là sai lầm hay thất bại. Tuổi trẻ sẽ thôi thúc bạn tiến lên một bước hướng về nơi làm con tim bạn rung động. Tuổi trẻ sẽ nhem nhóm trong lòng bạn mong muốn được phiêu lưu mạo hiểm. Không cần phải biết đến quá khứ của đối phương, không cần biết đến tương lai trước mặt.

Chỉ duy nhất hiện tại là quan trọng. Khi ấy, nếu đã từng trải qua, bạn sẽ có thể nhìn tôi mỉm cười và bảo: “À, spring fling!”

Tôi nhớ vào năm hai mươi một tuổi, vào kì nghỉ xuân năm thứ hai đại học, tôi xách ba lô đi du lịch một mình đến Corniglia, một thành phố nhỏ nước Ý nằm trong cụm Cinque Terre nổi tiếng. Thông thường khách du lịch sẽ bỏ qua Corniglia bởi vì sau khi trải nghiệm 400 bậc thang đá của Lardarina thì Corniglia chỉ còn dốc và dốc, không còn gì đặc biệt hơn nữa. Nhưng tôi quyết định vẫn một mình leo hết 400 bậc thang đá đấy. Khi đi được tầm hai chục bậc thì phát hiện ra mình có một người bạn đồng hành. Anh ấy tên là Chan. Thật nhanh chóng, chúng tôi bắt chuyện với nhau. Gia đình Chan là một gia đình Đài Loan có truyền thống lâu năm trong việc trồng và sản xuất trà nhưng anh lại không có chút hứng thú nào với nghề nghiệp của gia đình. Tuy nhiên là con cả trong nhà, Chan buộc phải học để kế nghiệp. Thế là Chan quyết định tự thưởng cho mình một chuyến du ngoạn trước khi chính thức bắt tay vào tiếp quản mọi thứ. Năm đó Chan

6 XÚC CẢM MÙA ĐẾN DỄ DÀNG CHỈ CẦN DỰA VÀO MỘT CHÚT THAY ĐỔI,
MỘT CHÚT GIÓ NHẼ, MỘT CHÚT NẮNG ẤM, MỘT CHÚT PHẤN KHÍCH CỦA SỰ TRÙNG HỢP
NGẪU NHIÊN VÔ TÌNH



hai mươi bảy tuổi. Sự từng trải điểm đậm chín chắn rất mực đàn ông của Chan đã khiến tôi, một cô bé non nớt cảm thấy rung động lẫn chút âm thầm ngưỡng mộ. Nhưng tuyệt vời hơn tất cả là bên cạnh người đàn ông ấy, bản thân cảm thấy an toàn và có thể thoải mái chia sẻ mọi điều như đã quen từ lâu lắm. Chúng tôi đã đi bộ cùng nhau qua rất nhiều con dốc lớn dốc bé của Corniglia, ngồi lặng yên bên cốc espresso đặc trưng kiểu Ý và chiêm nghiệm điều mà người Ý vẫn gọi là “il dolce far niente” (sự ngọt ngào của im lặng). Cho đến lúc chia tay. Phải, cho đến tận lúc đấy cả hai mới giật mình nhận ra bữa tiệc nào cũng có đoạn kết. Những rung động xinh đẹp đến rất nhanh nhưng chúng cũng giống như việc tôi quyết định xách va li lên đường vào kì nghỉ, không thể kéo dài mãi mãi. Thật ngắn ngủi nhưng cũng sẽ mãi mãi ở lại trong cuộc đời bạn.

Tuy nhiên, đó là khi tôi hai mươi mốt tuổi. Xúc cảm mùa đến dễ dàng chỉ cần dựa vào một chút thay đổi, một chút gió nhẹ, một chút nắng ấm, một chút phấn khích của sự

trùng hợp ngẫu nhiên vô tình. Lúc bạn là một tấm giấy trắng mở cửa bước ra ngoài vùng an toàn, mọi thứ đều có thể dễ dàng khiến bạn rung động. Còn khi bạn va vấp nhiều, trải nghiệm nhiều, “spring fling” mà bạn mong đợi vào thời điểm giao mùa đôi khi không còn gói gọn trong khái niệm tình yêu nữa. Nó xuất phát từ khái niệm đơn thuần tại sao chúng ta thích mùa xuân. Bởi vì đầu tiên hết đó là sự thay đổi sau một mùa dài lạnh giá. Bạn có thể ra phố với chiếc váy hoa bằng lụa nhẹ, cất hết đi những đôi tất dài dày để xỏ chân vào đôi sandals quai mảnh màu tươi sáng. Những hương thơm đậm nồng của mùa đông sẽ nhường chỗ cho sự ngọt mát trong lành của Coco Mademoiselle, của Feerie Van Cleef Arpels, của Kenzo Fleur de Thé... Không khí dịu dàng cũng khiến mọi người cởi mở với nhau hơn, nhẹ nhàng và thân thiện hơn. Spring fling bấy giờ hoá ra chỉ là bất cứ điều gì, cho dù là đơn giản nhỏ bé nhất, khiến bạn cảm thấy bình yên. Từ một khu vườn nhỏ trong nhà được trang trí lại, từ chiếc váy mới đổi sắc màu, từ một tin nhắn từ người bạn cũ, từ một khúc nhạc phát vô tình

trên radio..., tất cả đều có thể trở thành spring fling trong lòng bạn.

Tôi đã về đến nhà. Ngày mai thời tiết sẽ khác đi. Thời gian thực ra năm nào cũng tuần hoàn đều đặn như thế. Nhưng ai ai cũng chờ đợi đến khoảnh khắc giao mùa... để khác đi. Bởi một chút thay đổi cũng đủ để khiến niềm hi vọng như cái mầm cây xinh đẹp nảy mầm trong lòng mỗi người. Hi vọng mọi thứ sẽ tốt đẹp hơn, những điều bất hạnh, xui xẻo, nỗi buồn, sự thất vọng... sẽ không còn nữa, trả lại sự an nhiên xinh đẹp trở về. Sự hi vọng, chẳng phải là điều tuyệt vời nhất hay sao? Thần thoại Hy Lạp kể rằng khi thần Zeus tạo ra chiếc hộp chứa đầy nỗi thống khổ, tội ác, chiến tranh, tính ích kỷ, lòng hận thù... cho nàng Pandora mang xuống trừng phạt loài người, ông chỉ để vào đấy duy nhất một điều tốt đẹp. Đó chính là sự hi vọng. Có lẽ vậy, mà tôi tin, spring fling chính là khởi đầu hoàn mỹ cho tất thảy vì những rung động ấy chứng minh bạn vẫn còn niềm tin vào những điều hạnh phúc diệu kì.

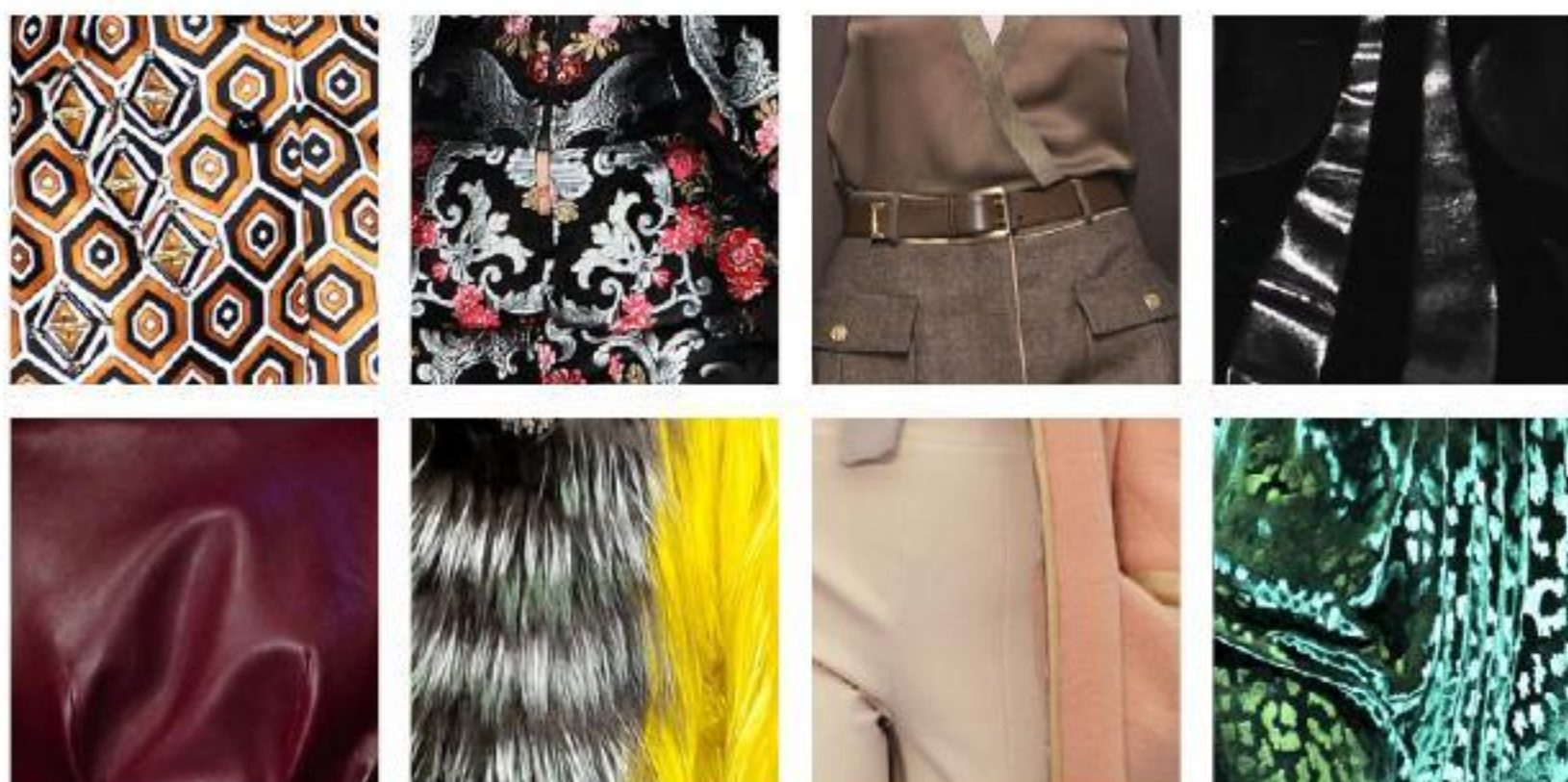
Happy Spring Fling!

Xu hướng

Nổi Bật

Thu Đông 2013

Len



KHÔNG CÓ GÌ ĐÁNG NGẠC NHIÊN BẰNG SỰ THAY ĐỔI TRONG THỜI TRANG. CHỈ MỚI CÁCH ĐÂY KHÔNG LÂU CHÚNG TA CÒN BÀN TÁN VỀ ÁO HỞ VAI HAY SỰ TÁO BẠO KHI MẶC UNDERWEAR RA BÊN NGOÀI TRANG PHỤC THÌ MÙA THU ĐÔNG 2013 NÀY, TOÀN BỘ SỰ TẬP TRUNG CHÚ Ý ĐƯỢC ĐỔ DỒN VÀO SỨC ẢNH HƯỞNG CỦA HOẠ TIẾT TRUNG ĐÔNG HAY PHONG CÁCH QUÂN ĐỘI MẠNH MẼ CÁ TÍNH. SỰ LUÂN CHUYỂN QUAY VÒNG CỦA CÁC XU HƯỚNG LÀ QUY LUẬT LÂU ĐỜI CỦA THỜI TRANG. CHÍNH VÌ VẬY MÀ MÙA THU ĐÔNG 2013 CŨNG KHÔNG NẴM NGOÀI VÒNG TUẦN HOÀN ẤY. HÃY CÙNG STYLE ĐIỂM QUA NHỮNG XU HƯỚNG NỔI BẬT NHẤT!



DẤU ẤN PHƯƠNG ĐÔNG

Hoạ tiết, đường cắt, phong cách, kiểu dáng mang làn gió phương Đông được thiết kế và chế tác trên các chất liệu đắt tiền cùng sự tập trung vào từng chi tiết hoàn mỹ thực sự trở thành nét quyến rũ không thể chối từ của Thu Đông 2013. Với sự kết hợp khác thường, thậm chí bất quy tắc của màu sắc, mẫu in sống động ấn tượng, những thiết kế mang trên mình dấu ấn phương Đông làm gợi nhắc đến những phụ nữ châu Á kín đáo nhưng vẫn gợi cảm theo cách riêng không thể nhầm lẫn.

LEISURE SUITS

Từ khoá đầu tiên của Thu Đông 2013 chính là leisure suits, những bộ trang phục đồng bộ không gò bó theo bất cứ khuôn khổ nào, mang lại sự thoải mái nhất cho người mặc. Có thể thấy chúng xuất hiện ở khắp các sàn diễn từ Prada, Miu Miu cho đến Stella McCartney. Và điểm nhấn cho leisure suits chính là hoạ tiết in trong sự sáng tạo không giới hạn của màu sắc và hình khối. Bạn có thể kết hợp chúng với màu trơn trung tính hay phá cách khi đi cùng hoạ tiết khác để tạo mảng đối lập táo bạo.

● Fashion FW 2013

PHONG CÁCH QUÂN ĐỘI

Chắc chắn không ai trong chúng ta thích ý tưởng gì liên quan đến chiến tranh hay quân sự nhưng trong thời trang thì đó lại là một trường hợp hoàn toàn ngoại lệ. Và ở Thu Đông 2013 thì xu hướng mang phong cách quân đội nổi bật lên như một dấu ấn ở hầu hết các bộ sưu tập xuất hiện trên sàn diễn. Từ Victoria Beckham cho đến Salvatore Ferragamo đều mang đến cho các thiết kế của mình nét đơn giản, năng động lẫn gọn ghẽ và mạnh mẽ tiện dụng, đậm chất quân nhân nhưng vẫn thanh lịch và thời thượng.



Yohji Yamamoto



Vivienne Westwood

Alberta Ferretti



Moschino



Valentino



Tommy Hilfiger



Victoria Beckham

CHẤT LIỆU DA

Không bao giờ là đầy đủ và trọn vẹn nếu một bộ sưu tập Thu Đông thiếu vắng bóng dáng của chất liệu da, một trong những ông vua của các loại chất liệu được ưa dùng trong thời trang cao cấp. Ở Thu Đông 2013, da vẫn là chất liệu được ưu chuộng nhưng thêm vào đó là sự khác biệt nổi bật khi ngoài những tông màu truyền thống như đen, nâu, xanh navy thì điều kỳ diệu nằm ở các gam sáng và rực rỡ hơn như vàng nghệ, xanh ô liu hay đỏ huyết dụ. Không có giới hạn cho thiết kế bởi bạn có thể dễ dàng tìm thấy chất liệu da ở chân váy, đầm dài, áo khoác hay quần suông ống đứng.



Yves Saint Laurent



Trussardi

Cacharel



Givenchy



Cedric Charlier

ẤN TƯỢNG GOTHIC

Phong cách Gothic có thể được xem như một xu hướng riêng nằm bên ngoài vòng xoay của thời trang. Thỉnh thoảng, bạn vẫn sẽ thấy tô điểm ở đâu đó trong một vài bộ sưu tập đôi nét chấm phá của xu hướng này nhưng đến Thu Đông 2013 thì các tín đồ của Gothic thực sự được mãn nhãn và hài lòng. Da đen và nhung, dáng dài, chi tiết đan chéo cùng make up đậm ấn tượng chính là dấu ấn của Gothic trên khắp các sàn diễn Thu Đông 2013.

FUR HOẶC FAUX FUR

Cũng tương tự như chất liệu da, lông thú (thật hoặc nhân tạo) sẽ xuất hiện ở hầu hết các bộ sưu tập Thu Đông. Áo khoác dáng dài, túi xách, khăn, găng tay, áo jacket... sự lựa chọn là không có giới hạn từ màu sắc cho đến kiểu dáng. Tuy nhiên, chính những chiếc áo khoác dáng dài mới thực sự khiến bạn tách biệt và nổi bật giữa đám đông. Lợi thế của chất liệu này chính là tạo cảm giác ấm áp không chỉ cho người mặc mà cả người đối diện. Ngoài ra không ai có thể phủ nhận được nét sang trọng, sành điệu và quý phái mà các trang phục lông thú mang lại.



Gianfranco Ferré



Anna Sui



David Koma

Fendi



Lanvin

QUẦN SLIM-FIT

Đây là kiểu dáng quần hoàn toàn không hề xa lạ gì nữa và chắc chắn nếu bạn là một tín đồ của thời trang, bạn sẽ có ít nhất một đến hai chiếc quần slim-fit. Nhưng ở Thu Đông 2013, các nhà thiết kế tin rằng bạn hoàn toàn nên mặc chúng thường xuyên hơn. Quần slim-fit được thiết kế đa dạng ở nhiều màu sắc, chất liệu, họa tiết. Bạn có thể sở hữu phong cách thể thao khỏe mạnh nếu kết hợp với giày loafer, phong cách thoải mái với giày flat hay sexy gợi cảm cùng giày cao gót.

CHẤT LIỆU NHUNG

Là đại diện của sự nữ tính, mềm mại, quyến rũ, chất liệu nhung mang đến cho bộ trang phục cảm giác sang trọng đài các rất cổ điển. Có lẽ chính vì vậy mà những bộ váy hay suits bằng nhung ngập tràn sàn diễn Thu Đông 2013 này. Các nhà thiết kế đã mang trở lại những cô gái ấm áp, gợi tình mạnh mẽ mang âm hưởng của nhiều thế kỉ trước.



Helmut Lang



Kenzo

Oscar De La Renta



Chloe



Gucci



Ralph Lauren



L'Wren Scott

Classic Vs Sporty

Tuấn Anh



Viktor&Rolf



Bottega Veneta



Bottega Veneta



Damir Doma

BÊN CẠNH CÁC MẪU THIẾT KẾ THANH LỊCH DÀNH CHO NAM GIỚI, MÙA TỚI SẼ TIẾP TỤC CHỨNG KIẾN SỰ LÊN NGÔI CỦA CÁC MẪU THIẾT KẾ THỜI TRANG KHOẺ KHOẺ VỚI CÁC "ĐẠI BIỂU" NHƯ TURTLE NECK, BASEBALL JACKET HOẶC CÁC HOẠ TIẾT KỂ CARO.

1. GREY ON GREY

Đừng đổ lỗi cho E. L. James và cơn sốt dành cho cuốn tiểu thuyết ăn khách 50 Shades Of Grey của bà cho sự lên ngôi của màu xám trong mùa này. Thực tế, xám là một trong những màu an toàn nhất dành cho bạn trong các mùa một Thu-Đông. Nếu điểm lại các show thời trang nam giới trong quá khứ, bạn sẽ thấy xám là màu thường trực đồng hành với những tên tuổi lớn như Bottega Veneta hoặc Giorgio Armani hay Hugo Boss. Trong mùa một Thu-Đông 2013, "xám" sẽ là từ khóa của Bottega Veneta, Wooyoungmi, Damir Doma, Viktor & Rolf Monsieur, YMC. Tuy nhiên, mỗi sắc xám trong mỗi bộ sưu tập mang một phong cách riêng. Nếu

bạn cần sự lịch lãm, sang trọng, hãy chọn "xám" của Bottega Veneta. Bộ suit 03 mảnh này với những hoạ tiết khá nổi bật nhưng vẫn chìm và vẫn đủ lịch lãm để bạn diện tới những buổi họp quan trọng. Cho những ngày cuối tuần hoặc những buổi tiệc của các nghệ sỹ, chấp nhận sự phá cách, hãy chọn "xám" của Damir Doma. Kiểu dáng oversize, quần ống rộng không hợp cho môi trường công sở nhưng lại là món đồ thích hợp cho những buổi tiệc của những nghệ sỹ. Với hoạ tiết là những bông hoa lớn màu đen, xám của Viktor & Rolf cũng khó có thể là trang phục của công sở. Tuy nhiên, nếu chọn bộ suit này cho một tối vui vẻ nơi quán bar thì không gì bằng.

2. CLARET

Lời khuyên của chúng tôi là đã tới lúc bạn bỏ qua các màu fuchsia và mustard để lựa chọn màu đỏ thắm bởi đây là màu đang thống trị các sàn diễn lớn nhỏ trên khắp châu Âu. Những cái tên ủng hộ màu huyết dụ này gồm Alexander McQueen, Topman Design, Prada, Richard James, Canali, Giorgio Armani. Trong đó, Alexander McQueen, Topman Design, Richard James giới thiệu với chúng ta phong cách claret từ đầu tới chân.

Với Alexander McQueen đó là sự kết hợp của quần màu huyết dụ chấm bi trắng, áo choàng dài chấm bi trắng, sơ mi trắng cổ chấm bi, áo blazer mặc bên ngoài, tạo thành những xếp lớp xa hoa nhưng phá cách. Trong khi đó, Topman Design lại mang tới một phong cách hoàn toàn mới cho những bộ suit huyết dụ vốn rất sang trọng và truyền thống. Suit được may rộng, quần rộng, kết hợp với áo len huyết dụ “đóng thùng”, sơ mi hồng và giày boots tới bắp chân. Phụ kiện đi kèm trang phục là mũ len đỏ và ba lô. Tất cả tạo thành một phong cách

nổi loạn, ngộ ngáo, rất thích hợp cho những người trẻ. Trong trường hợp nếu bạn muốn lựa chọn một phong cách thanh lịch và cổ điển, Richard James sẽ là cái tên mà bạn nên lựa chọn. Thương hiệu này giới thiệu một bộ tuxedo ôm, với những đường cắt may hoàn hảo theo kiểu cách truyền thống nhất. Kết hợp với áo là sơ mi trắng, nơ đen và một đôi giày lười màu huyết dụ đính đá.

Mặc dù vậy, chúng tôi khuyên bạn hãy bỏ qua phong cách claret from-head-to-toe. Thay vào đó, bạn hãy chọn một màu bổ sung để phối hợp với màu huyết dụ của trang phục. Chẳng hạn, bạn có thể kết hợp áo suit màu huyết dụ với quần màu xanh mòng két. Hoặc bạn có thể kết hợp suit và gilet với quần màu nâu hoàng thổ. Hoặc bạn có thể kết hợp quần nhung đỏ đậm với áo khoác màu đen xám, áo gilet thêu chỉ vàng như trong show của Giorgio Armani. Với phong cách này, bạn nên kết hợp cùng một đôi boots da lộn có màu thắm hơn màu của quần một chút thôi, để tạo cảm giác quần và giày nổi liền.



3. BLUES

Mặc dù huyết dụ là màu của mùa, tuy nhiên, bạn cũng không nên vì thế mà bỏ qua màu xanh blue. Nếu là một tín đồ thời trang đích thực, bạn sẽ thấy xanh cũng đã dội bom lên các show diễn lớn nhỏ và hứa hẹn sẽ bùng nổ ở mọi góc đường, mọi con phố và trong mọi bữa tiệc. Với show diễn của Gucci đó là màu xanh của cây dừa cạn và những sọc kẻ caro xanh tinh tế, với show của Costume Nation Homme là màu xanh điện (electric), với show của Nicole Farhi hay Carven là màu xanh lưu ly.

Nhìn chung, trong các lựa chọn cho mùa tới, nếu bạn muốn vào vai một công tử của thời đại mới, suit caro của Gucci với các ô caro, áo sơ mi xanh, quần có cuff, túi da bản lớn là một lựa chọn không thể bỏ qua. Costume Nation Homme dành cho những thanh niên ưa thích đôi chút nổi loạn khi kết hợp với áo da đen kiểu biker bên ngoài. Trong khi đó, Carven lại là lựa chọn dành cho những ngày cắm trại picnic với không khí áp áp vào một ngày chủ nhật nơi miền quê.



4. HOA TIẾT CARO

Không cần biết đó là họa tiết kẻ caro vuông kiểu bàn cờ hay kiểu kẻ ô vuông của trang phục người Scotland, chỉ cần biết rằng nếu bạn lựa chọn họa tiết đó, bạn sẽ là người đàn ông của xu thế. Trong mùa mốt tới, chúng ta sẽ tiếp tục chứng kiến trở lại của họa tiết kỳ diệu này với các bộ sưu tập của Valentino, Hackett, Bottega Veneta, Jil Sander, E Tautz. Trong các lựa chọn này, chúng tôi đặc biệt gợi ý bạn các mẫu thiết kế của Valentino cho những ngày đi làm nơi công sở do có kiểu dáng thanh lịch. Những mẫu thiết kế của Hackett có vẻ dành cho những nhà văn hoặc những người làm việc freelance nhiều hơn do có thiết kế rất phá cách với mẫu áo bốn khuy truyền thống. Kiểu áo len chui đầu của Bottega Veneta thì hợp với những ngày có kiểu tiết trời thu mát dễ chịu, không quá lạnh hay quá nóng. Áo có họa tiết là những ô vuông kẻ ca rô lớn.



STYLE 32

5. BASEBALL JACKET

Những chiếc áo khoác baseball jacket tới tận mùa này mới thực sự khởi sắc. Áo khoác baseball jacket năm ngoái chỉ xuất hiện ở một vài show, trong đó đặc biệt nhất là những chiếc áo khoác da cá sấu mà Kim Jones giới thiệu trong show diễn dành cho nam giới của Louis Vuitton. Tới mùa này, áo khoác baseball jacket đã trở thành đồng phục của các show diễn lớn nhỏ như Missoni, Givenchy, Roberto Cavalli, Calvin Klein Collection và Oliver Spencer. Trong đó, nổi bật nhất là kiểu áo baseball jacket của Missoni. Áo may đơn giản với chất liệu là da lộn, được đắp thêm vải len ở các chi tiết cổ tay áo và cổ

áo. Kết hợp với áo là boot da lộn có màu nâu thẫm, quần vải, túi da thuộc màu nâu. Áo khoác baseball jacket của Givenchy cũng cực kỳ đơn giản, với kiểu dáng dễ khiến người ta liên tưởng tới những chiếc áo giáp của các hiệp sỹ cổ. Áo được thực hiện với chất liệu da và len, các đường khoá kéo được sử dụng như các chi tiết trang trí. Mặc dù cùng có dáng thể thao nhưng áo khoác baseball jacket của Roberto Cavalli trông giống như trang phục của những tay chơi với vải xanh bóng. Trong khi đó, áo khoác baseball của Calvin Klein Collection lại có sự điểm đậm và chững chạc hơn với màu đen kẻ sọc, vai rộng hơn.



6. TURTLE NECK

Trong ít nhất liên tiếp ba mùa trở lại đây, áo cổ lọ luôn giữ một vai trò như một key item. Điềm qua có thể thấy trong mùa tới, chúng ta có thể tiếp tục bắt gặp những chiếc áo cổ lọ trong các show của Hermès, của Balenciaga, của Lanvin, của McQ by Alexander McQueen, của Raf Simons. Là một sản phẩm rất dễ mặc, áo cổ lọ đặc biệt hợp với những người có dáng cao, thanh mảnh. Áo dễ kết hợp với những chiếc trench coat hoặc coat như trong show của Hermès, hoặc với suit như của nhà Lanvin, hoặc chỉ để mặc trơn như của nhà Raf Simons. Một lưu ý nhỏ khi mặc áo cổ lọ là nếu bạn cao, bạn có thể kết hợp áo cổ lọ với những chiếc quần suông, dáng chảy như trong các show của Lanvin, Balenciaga hay Raf Simons. Bạn cũng nên tránh việc kết hợp áo cổ lọ với quần skinny. Nếu bạn chọn những chiếc quần ôm, hãy kết hợp bên ngoài chiếc áo cổ lọ với một chiếc áo khoác đủ rộng.

7. CAPE

Những chiếc áo cape cũng đang dần khẳng định vị trí như một key item trong mỗi mùa mốt Thu – Đông. Đầu tiên là sự xuất hiện ở Thu – Đông năm 2010 với những chiếc áo choàng cape không tay và sau đó là những chiếc áo choàng phong cách Musketeer của Costume Nation dành cho nữ giới năm 2012. Cuối cùng là những chiếc áo choàng dành cho nam giới. Các thương hiệu đã giới thiệu những chiếc áo choàng dành cho nam giới là Hardy Armies với áo có thiết kế có nhiều điểm tương đồng với một chiếc capelet nhưng có các hoạ tiết ô vuông kích thước lớn của Bottega Veneta. Mẫu áo cape của Salvatore Ferragamo cũng sở hữu một kiểu dáng gần tương tự. Tuy nhiên, áo sở hữu một thiết kế đậm chất nhà binh hơn với phần cổ cứng dựng cao,

nhiều chi tiết khoá cài, khuy bấm. Kết hợp với áo suit và sơ mi bên trong, áo cape sẽ tạo thành những xếp lớp rất thú vị. Nên phối cùng áo quần ống ôm có chiều dài vừa chạm mắt cá, màu đen xám và boot da bóng. Trong lúc đó, áo choàng của Maison Martin Margiela có thiết kế giấu (hoặc không tay) như hai mẫu áo vừa được giới thiệu ở trên nhưng lại được phá cách bằng cách ghép những miếng da với nhau như lấy cảm hứng từ những người lữ hành. Với áo choàng này, nên kết hợp với boot da cao cổ tới gối và quần nhung. Một thiết kế đặc biệt phá cách không thể bỏ qua là mẫu áo choàng dạng áo phao của Moncler Gamme Bleu. Áo có phần khoá xẻ dọc theo ống tay cho phép người mặc tiện diện các trang phục như suit ở bên trong nhưng không lo làm ảnh hưởng hoặc làm nhăn ống tay áo.



Style's Choice



Lanvin

Louis Vuitton

McQ Alexander McQueen

Moschino

Valentino

Marc Jacobs

Bottega Veneta

Louis Vuitton

STYLE 35



● Fashion - Style look



Miranda Kerr và chiếc túi nổi tiếng Givenchy Lucrezia Duffel màu đen tại Sydney những ngày đầu năm 2013



Nữ diễn viên **Anne Hathaway** mặc chiếc váy ngắn lụa chiffon màu xanh navy với đường viền bằng da được đính pha lê và ngọc trai, mẫu thiết kế số 29 thuộc BST Thu - Đông Haute Couture 2009/10 của **CHANEL**, trong buổi ra mắt phim *Les Misérables* tại Liên Hoan Phim Quốc Tế Berlin lần thứ 63 được tổ chức tại Berlin ngày 09/02/2013.



Trong những ngày gần đây, **Kate Moss** thường xuyên sử dụng chiếc túi Gloucester Croco da cá sấu rực rỡ trong bộ sưu tập mới nhất của **Longchamp**. Chiếc túi được mix với áo họa tiết da báo hoặc với váy ren màu đen. Kate đã hợp tác với Longchamp trong nhiều năm và hiện sưu tập "Kate Moss for Longchamp" Xuân Hè 2013 hiện đã có mặt tại các showroom Longchamp và xuất hiện trên trang web của Longchamp.



Nữ diễn viên Mỹ, **Jessica Alba**, mang theo chiếc túi xách Gatsby Sport thương hiệu **Longchamp** tới trường quay Hollywood. Chắc chắn là màu vàng sẽ mang tới ánh nắng mặt trời ấm áp và ánh lên vẻ rạng ngời của bạn. Chiếc túi với màu sắc tươi sáng này sẽ mang đến cho bạn một phong cách rất tự nhiên và năng động. BST Gatsby Sport hiện có 2 kiểu dáng với 4 tông màu sẽ sớm có mặt tại các cửa hiệu Longchamp trên toàn thế giới.



CELEBRITY STYLE



Jennifer Lawrence đến Oscar trong chiếc váy **Dior** phớt hồng đuôi phồng có kiểu dáng tuyệt đẹp. Thiết kế này nằm trong sưu tập Dior Haute Couture Spring 2013. Chiếc váy này càng tỏa sáng hơn khi chủ nhân của nó giữ cao giải thưởng "Nữ diễn viên chính xuất sắc nhất" của Oscar.



Nữ diễn viên **Kate Mara** trong thiết kế của **Givenchy by Riccardo Tisci**, từ Bộ sưu tập Spring 2013 tới tham dự buổi Premiere Side Effects NYC được tổ chức tại AMC Lincoln Square Center vào ngày 31 tháng 1, 2013, NYC, USA



Jessica Alba đeo nhẫn "Mitza" (chất liệu vàng và sơn mài) trong sưu tập **Dior Fine Jewellery** và đồng hồ "La Mini de Dior" (chất liệu vàng, kim cương, ngọc trai và dây đeo satin đen) trong sưu tập **Dior Timepieces**. (Liên Hoan Phim Sundance Festival 2013 tại Park City, Utah, ngày 23/1/2013).



Nữ diễn viên **Salma Hayek** đến dự Lễ trao giải Oscar lần thứ 85 với chiếc xắc tay **Alexander McQueen** màu vàng ánh kim có móc khóa hình đầu lâu ẩn tượng.



● Fashion - Mix & Match

FASHION MIX & MATCH

Xem địa chỉ mua sắm trang 168





● Fashion - **Mix & Match**

McQ Alexander McQueen

Balmain

Lacoste

Maison Martin Margiela

Lacoste

Dolce & Gabbana

Gucci

Costume National

PS by Paul Smith

McQ Alexander McQueen

Xem địa chỉ mua sắm trang 168

FASHION MIX & MATCH





Saint Laurent

Rake

Givenchy



Dolce & Gabbana

Lacoste

J.Crew

Dolce & Gabbana

Gucci

Bottega Veneta

Alexander McQueen

Burberry London

Mulberry

Dolce & Gabbana

Borsalino

Saint Laurent

John Varvatos

STYLE 41

● Fashion - Mix & Match



Tương đồng



Zara

Mango

JEAN MICHEL
CAZABAT

Asos

Mango

LK Bennett

JEAN MICHEL
CAZABAT

Zara

Asos

SHOPPING

Tương phản

Những nhóm màu tương
đồng và **tương phản** tạo ra
hiệu ứng Đa sắc tuyệt đẹp
trong thời trang.

River Island

Emporio Armani

Top Shop

Zara

STYLE
43

Top Shop

Ninewest

SPRING TOUCH





● Fashion **Style's Collection**





● Fashion Style's Collection









● Fashion **Style's Collection**





Stylist: **Đỗ Long**
Photographer: **Milor Trần**
Make up: **D.Y**
Hair: **Daniel Wong**
Model: **Minh Triệu**
Costume: **NTK Huy Trần** 206 Lê Văn Sĩ-Q Phú Nhuận
Nick Dragon 203 Võ Văn Tần-Q3
Accessorize: **ICE** 65 Lê Lợi-Q1
Florist deco: **K.Fleur by Long Kan**



TOMAS MAIER

Ngôi sao ẩn danh

Khôi Minh

Chúng ta biết Marc Jacobs xăm hình nhân vật M&M vui nhộn và đầy thú vị trên vai trái, thậm chí biết cả việc chiếc quần short mà Marc diện bên trong chiếc váy ren Comme des Garçons tới sự kiện Met Ball ở New York là của Brook Brothers. Chúng ta biết Stella McCartney là bạn thân của Kate Hudson và Gwyneth Paltrow, thậm chí chúng ta còn có thể gọi tên từng đứa con của Stella (Miller, Bailey, Beckett và Reiley). Chúng ta biết Karl Lagerfeld có một con mèo tên là Choupette, ông uống 10 lon Diet Coke mỗi ngày, thích đi mua sách ở hiệu sách Galignani nổi tiếng ở Paris và luôn dùng dầu gội đầu khô của hiệu Klorane để đảm bảo mái tóc luôn trắng và óng mượt. Tuy nhiên, chúng ta vẫn khao khát biết nhiều hơn nữa. Bởi các nhà thiết kế thời trang đã trở thành các ngôi sao, họ không chỉ chịu trách nhiệm cho việc thiết kế mà còn cả cho việc bán những thiết kế đó.

Tuy nhiên, Tomas Maier là một trường hợp hoàn toàn ngoại lệ. Sau 12 năm đứng trên đỉnh cao quyền lực của nhà Bottega Veneta, lều lá Bottega Veneta từ một thương hiệu đứng bên bờ vực của sự phá sản tới vị trí của một thương hiệu có doanh thu cao thứ hai của tập đoàn PPR, Maier dường như vẫn là kẻ vô hình với một số người. Còn Bottega Veneta

cũng hiếm khi đồng hành với bất kỳ người nổi tiếng nào. Hàng ghế đầu của thương hiệu luôn giống như một trò chơi đoán chữ. Bạn thậm chí hiếm khi thấy Maier tạo dáng trên thảm đỏ với một ngôi sao nào đó. “Khách hàng của tôi không thích liên quan tới các ngôi sao. Họ cũng chẳng quan tâm nhiều tới chúng tôi, họ chỉ thích thú với những thứ chúng tôi làm. Tôi nghĩ sự ẩn danh của tôi được đánh giá cao, vì vậy tôi thích đứng bên ngoài báo chí cho tới khi có điều gì đáng để nói.”

Có thể một số người sẽ nghi ngờ việc lảng tránh những ánh đèn flash của Tomas. Tuy nhiên cả Tom Ford – người khi còn đảm nhiệm vai trò chủ tịch của Gucci đã quyết định mua Bottega Veneta và mời Tomas Maier về làm – lẫn François-Henri Pinault – ông chủ chính thức hiện nay của tập đoàn Gucci đều xác định điều này. François-Henri Pinault cho biết: “Tomas là một kiểu mẫu điển hình cho nhóm những nhà thiết kế mới – khiêm nhường hơn. Tomas dường như không mấy chú tâm tới bản thân, thay vào đó ông ta chú tâm tới thương hiệu, và đặc biệt chú ý tới chất lượng của những thứ anh ta đang làm.”

KHÔNG THIẾT KẾ IT-BAG

Hoàn toàn không phải tự nhiên Tom Ford gần như mời bằng được





Tomas Maier về đảm trách Bottega Veneta vào năm 2001 (để đạt được điều này Ford đã phải nhượng bộ một số yêu cầu và điều kiện của Tomas Maier.) Người từng vực dậy Gucci vào những năm 1990 hiểu rằng Tomas là dành cho Bottega Veneta và ngược lại Bottega Veneta cũng cần phải có Tomas. Bởi cả hai đều hướng tới sự tinh tế, khiêm nhường và đặt người tiêu dùng ở vị trí trung tâm chứ không dùng hào quang bóng bẩy của thương hiệu hay nhà thiết kế làm chiêu trò để bán hàng. Phương châm từ những năm 70 của Bottega “Khi những chữ cái đầu tên của bạn đã là tất cả” dường như là dành cho, và vận vào với Tomas. Nếu một chiếc túi của Bottega Veneta không bao giờ có nhân mác logo (ở mặt ngoài), Tomas cũng không bao giờ xuất hiện vào cuối buổi biểu diễn để chứng minh

● Fashion Style's Story

một điều gì hay để làm vui lòng ai cả. Andrew Preston – người vừa là bạn đời (trong 20 năm trở lại đây), vừa là tổng giám đốc điều hành thương hiệu riêng của Tomas Maier cũng chia sẻ: “Tomas là Quý ông Kín Đáo. Anh ấy kín đáo như những sản phẩm của Bottega Veneta vậy.”

Rất tự nhiên việc Tomas Maier trả lời tờ New Yorker và đánh giá “túi It bag chỉ là một trò lố marketing” có thể xem là một điều hoàn toàn dễ hiểu, chứ không phải một kiểu chơi ngông đưa ra một tuyên bố giật gân. Đây cũng chẳng phải một kiểu xu thời trong việc chứng minh kỹ nguyên túi It-bag đã chấm dứt. Túi It-bag xuất hiện lần đầu vào những

năm 1950, nhưng chỉ thực sự đặt dấu ấn vào những năm 1990, phát triển đỉnh cao trong những năm 2000 với loạt phim Sex and the City và bắt đầu suy thoái từ năm 2008. Tuyên bố “It-bag chỉ là một trò lố marketing” được Maier chính thức đưa ra khi trả lời New Yorker vào năm 2010.

Maier chia sẻ: “Bạn làm ra một chiếc túi. Bạn đặt vào trong đó tất cả những yếu tố bạn nghĩ sẽ giúp chiếc túi trở thành sản phẩm bán chạy. Bạn gửi tặng những người nổi tiếng mẫu túi này và thuê mướn các paparazzi chụp hình họ đi ra khỏi nhà với chiếc túi. Bạn bán những bức ảnh đó cho những tờ tạp chí lá cải. Cùng lúc bạn trả lời trên tạp chí rằng có một danh

sách dài những người mong muốn có chiếc túi và chạy một chương trình quảng cáo. Quả thực, tôi không tin rằng đó là cách bạn làm ra một món đồ có thể cùng tồn tại với thời gian – hay một thứ có thể trở thành một biểu tượng như một thiết kế.”

Có thể Cabat do Tomas tạo ra là một trong những chiếc It-bag hàng đầu với một vài điểm tương đồng với một vài chiếc It-bag mà chúng ta thường gặp nhưng Tomas chưa từng thừa nhận điều này. (Giá bán một chiếc Cabat ở mức tối thiểu trên dưới \$6.000, luôn có một danh sách dài mong đợi sở hữu túi nhưng đó là bởi số người mong muốn sở hữu túi quá nhiều trong khi giới hạn sản xuất mỗi năm chỉ khoảng 500 chiếc.) Thực tế, hành động của Tomas Maier ngay khi về với Bottega Veneta là cho ra đời một chiếc túi bí bái thời phò trương và hành động chạy theo những chiếc It-bag trong chính kỷ nguyên của nó. Cabat là một chiếc túi da đàn hai quai, không logo, không nhãn mác, không có xương túi, không có các chi tiết trang trí đắt tiền. Khác với cách làm của các nhãn hiệu thời trang khác, Tomas quyết định Bottega Veneta không kéo dài thời gian chờ đợi của khách tới 06 tháng mà tiến một bước xa hơn khi mỗi năm sẽ giới thiệu chúng trên sàn diễn. Thông thường túi It-bag thường dễ nhận diện bởi sự nữ tính trong các thiết kế nhưng Tomas lại quyết định Cabat sẽ là một chiếc túi unisex. Về phương diện quảng bá, Tomas thông báo với các ông chủ của mình ở tập đoàn Gucci sẽ không có bất kỳ quảng cáo hay bài phỏng vấn nào trong năm đầu. Lisa Pomerantz, người đảm nhiệm vai trò giám đốc truyền thông của thương hiệu Bottega Veneta sau khi Maier tiếp quản vị trí giám đốc sáng tạo ở Bottega Veneta nhận định: “Tomas hoặc là một kẻ điên hoặc là một thiên tài.”

HỮU XẠ TỰ NHIÊN HƯƠNG

Với sự dẫn dắt theo phương châm đặt khách hàng làm trung tâm của Tomas Maier - theo đúng slogan của Bottega Veneta: “Khi bản thân những chữ cái viết tắt tên của bạn



đã là đủ”, Bottega Veneta đã thành công vang dội. Từ một công ty bên bờ vực, doanh số của hãng đã tăng trưởng tới 800% sau 10 năm – bất chấp những khủng hoảng suy thoái. Trong tập đoàn Gucci, Bottega Veneta có doanh thu đứng thứ 02 chỉ sau Gucci. Hãng thậm chí vượt mặt cả Yves Saint Laurent và Alexander McQueen – bất chấp sau sự ra đi của mỗi thiên tài (Yves Saint Laurent năm 2008, Alexander McQueen năm 2010) là một lần các fashionista lại lũ lượt đua nhau mua đồ của những nhà thiết kế vừa mất; còn báo chí thì đua nhau tặng thưởng cho họ những bài viết không công. Bottega Veneta chẳng cần tất cả những thứ đó, hãng vẫn cứ đứng ngoài thế sự ì xèo và tăng trưởng như nó vốn phải thế.

Đứng ngoài thế sự, đứng trên xu thế thậm chí phản lại xu thế ở chính tâm điểm của nó nhưng Bottega Veneta vẫn thành công bởi mỗi sản phẩm luôn thực sự chất lượng cả về thiết kế lẫn chất liệu. Bạn mua một món đồ của Bottega Veneta và bạn có thể tin rằng 10 năm sau, món đồ đó vẫn không lỗi mốt. Tư tưởng này được khẳng định bởi chính Tomas Maier. “Thay đổi quá nhiều chẳng có gì là tốt đẹp cả. Nó không mang lại cho một thương hiệu một đặc điểm nhận dạng. Nếu xét về phía quyền lợi của người tiêu dùng, nó còn tệ hơn nữa. Một người phụ nữ tới chỗ bạn và chỉ cả đồng tiền nhưng mùa sau khi quay trở lại, cô ta nhận thấy chẳng có thứ gì tương tự như vậy nữa. Những thiết kế như thế được thiết kế bởi một người nào đó hoàn toàn khác, thậm chí cho khách hàng là một người phụ nữ khác. Thực sự, tôi không muốn một người phụ nữ cảm thấy bị phản bội hoặc trông như một kẻ ngố.” “Tôi thích ý tưởng một người phụ nữ quay trở lại cửa hàng sau 05-06 năm sau khi mua một thứ gì đó, và họ nhận ra rằng những món đồ đó vẫn ở đó, kiểm tra lại tag giá và nghĩ rằng “Ồ, đó quả là một quả đầu tư lớn.”

Về chất liệu? Trong buổi khai trương boutique của Bottega ở Thượng Hải, những khách hàng hàng đầu của thương hiệu được mời tới



57^{STYLES}

để chiêm ngưỡng các nghệ nhân – những người đã bay từ Vicenza atelier ở Ý - thực hiện công việc của mình. Những người phụ nữ này giống như những “vần thơ” ca ngợi Maier. Một vị khách diện một chiếc váy ren cầu kỳ từ mùa mốt Thu - Đông 2011, kết hợp với một chiếc áo len 06 năm tuổi của Bottega Veneta nhưng trông như vừa mới mua ngày hôm qua. Một vị khách khác mặc một chiếc đầm chiffon màu đen, tự hào thừa nhận là nó đã 05 năm tuổi. Những chiếc túi Bottega xuất hiện ở khắp mọi nơi và một người phụ nữ đã thổ lộ rằng bà sử dụng chiếc túi theo đúng phương châm của Maier khi thường xuyên chất đầy tới miệng của túi những món đồ linh kinh mà bà ta chọn mua trong mỗi ngày đi mua sắm.

Vậy sau cùng đâu là chân dung của một người phụ nữ diện đồ

Bottega Veneta? Robert Gates – giám đốc bán hàng cá nhân của Bottega Veneta trong 10 năm nay chia sẻ: “Người phụ nữ Bottega Veneta không thể dao động trước các xu thế. Cô ấy am hiểu thời trang. Khi mua một món đồ của Bottega Veneta, cô ấy hiểu mình đang đầu tư vào một thứ có thể vượt qua các mùa, một thứ đặc biệt và vĩnh hằng. Những chiếc váy cocktail của Bottega Veneta luôn cháy hàng. Ở trên giá treo, chúng là các tác phẩm nghệ thuật; mặc vào người, chúng sang trọng và gợi cảm nhưng kèm theo thái độ hiện đại nữa.”

Quả thực, với cách làm đó Tomas Maier và Bottega Veneta đã ca ngợi những người phụ nữ là khách hàng của mình theo cách không thể tốt hơn. Những người phụ nữ được đặt vào vị trí đứng trên các xu thế, tạo ra và làm chủ các xu thế đó!

Điểm nhấn Thu Đông

Phạm Hương Trà

20/3

Cô gái
Phillip Lim sẽ vẫn
mang một cá tính
mạnh mẽ, một vẻ
đẹp thách thức, bất
cần trong mùa thu
đông 2013



3.1 PHILLIP LIM:

3.1 Phillip Lim đã cho ra đời những thiết kế được cho rằng tiếp tục truyền thống “scorched earth” - thiêu cháy mọi tín đồ thời trang. Điểm nổi bật của bộ sưu tập này chính là ảnh hưởng từ trang phục của các tay đua xe đạp lạnh lùng. Với tính đặc trưng, một chút kì dị của các tay đua, 3.1 Phillip Lim đã truyền cho bộ sưu tập này không khí của sự hăm dọa, nguy hiểm nhưng đầy hấp dẫn.

Điểm chung nhất của bộ sưu tập này chính là “sức nặng” của các mẫu thiết kế. Từ kiểu dáng, những chiếc áo khoác cocoon lớn với những

đường cắt thẳng mạch lạc trùm 2/3 cơ thể, đến những chiếc quần jeans túi đắp, áo len và cả váy như đều làm tăng trọng lượng của trang phục. Bên cạnh đó, chất liệu da được nhà thiết kế sử dụng triệt để trên các mẫu áo khoác dài, áo vest kiểu tay đua, váy.

Bộ sưu tập Thu – Đông của 3.1 Phillip Lim khiến người xem có cảm giác của sự “trơn tuột”, thể hiện rõ nét qua kiểu dáng và chất liệu. Cô gái Phillip Lim sẽ vẫn mang một cá tính mạnh mẽ, một vẻ đẹp thách thức, bất cần trong mùa thu đông 2013 này.

CÁC NHÀ THIẾT KẾ ĐANG LÀM NÓNG TẤT CẢ MỌI SÀN DIỄN VÀ GÓC PHỐ CỦA NEW YORK, LONDON VÀ SẮP TỚI LÀ PARIS VÀ MILAN VỚI NHỮNG MẪU THIẾT KẾ MÙA THU – ĐÔNG 2013. ĐIỂM MẶT NHỮNG THƯƠNG HIỆU QUEN THUỘC NHƯ 3.1 PHILLIP LIM, ALEXANDER WANG, JIL SANDER NAVY ... CÁC FASHIONISTA ĐỀU NHẬN THẤY ĐƯỢC SỰ PHÁ CÁCH, HƠI HƯỚNG “NAM TÍNH” VÀ MẠNH MẼ Ở CÁC MẪU THIẾT KẾ. HÃY CÙNG ĐIỂM MẶT MỘT SỐ BỘ SƯU TẬP TẠO ĐƯỢC ẢO TƯỢNG TẠI NEW YORK VÀ LONDON VỪA QUA.



Alexander Wang
đẩy góc cạnh với
chất liệu lông hay
dạ lông dê dày và
màu xám hoặc ghi
đá chủ đạo.

ALEXANDER WANG:

Alexander Wang là một trong những nhà thiết kế được nhắc đến nhiều nhất trong năm qua khi anh trở thành người kế nhiệm Nicolas Ghesquière trong vai trò giám đốc sáng tạo của Balenciaga danh tiếng. Chính điều này đã khiến bộ sưu tập Thu – Đông 2013 của Wang có được nhiều sự tò mò của giới thời trang hơn. Và câu hỏi lớn nhất chính là “Balenciaga đã thay đổi Alexander Wang như thế nào?”. Trước thêm show diễn của mình tại London, Alexander Wang đã tiết lộ về xu hướng chính của bộ sưu tập này chính là môn thể thao “boxing”. Để

chứng minh cho ý tưởng này, nền nhạc mở đầu show diễn của anh chính là “Eye of the Tiger” – bài hát lấy từ bộ phim Rocky III, ở đó boxer Rocky “đã đứng lên chống lại những thách thức từ kẻ thù”. Đây dường như cũng chính là lời đáp cho những thắc mắc về sự hợp tác của Wang và Balenciaga.

Minh chứng cho ý tưởng của mình, các thiết kế của Alexander Wang đẩy góc cạnh với chất liệu lông hay dạ lông dê dày và màu xám hoặc ghi đá chủ đạo. Những chi tiết như chiếc mũ bảo hộ hay găng tay của các boxer cũng được anh tận dụng triệt

để nhằm tăng thêm nét đặc thù cho bộ sưu tập này. Tập trung chủ yếu vào các thiết kế áo khoác ngoài với phần eo suôn thẳng và hạ thấp với những điểm nhấn về chất liệu hoặc chi tiết phụ giữa thân áo. Một điểm đặc sắc vẫn được Wang tiếp tục trong năm nay chính là sự kết hợp các chất liệu tương phản trên cùng một sản phẩm. Chẳng hạn như chiếc áo chui cổ với phần thân bằng lông và tay len, hay những chiếc áo len đan với phần lưng sequin ... Tất cả những mẫu thiết kế trong bộ sưu tập này của Wang đều khiến cho bất cứ cô gái nào sẵn sàng chiến đấu với mùa đông khắc nghiệt trước mắt!



BURBERRY PRORSUM

Burberry Prorsum vốn là một nhãn hiệu truyền thống và được biết đến bởi nét đặc trưng sang trọng và kính đáo của các hiệp sĩ Vương Quốc Anh. Trong hơn một thập kỉ qua, Christopher Bailey đã tuân thủ nghiêm ngặt truyền thống đó với một niềm vinh dự. Nhưng cùng với những điều đó, Bailey cũng đã dẫn truyền cho nhãn hiệu này sự tươi trẻ, đổi mới đã khiến giới thời trang say mê trong suốt thời gian làm việc ở Burberry. Và đây chính là thời điểm để những

hiệp sĩ Prorsum có được chút phá cách. Và còn hình mẫu nào hơn cho Burberry ngoài Kristin Keeler – nữ diễn viên nổi tiếng với những cuộc phiêu lưu tình ái với chính trị gia Anh Quốc và gián điệp Nga trong thập kỉ 60? Bộ sưu tập Thu – Đông 2013 của Burberry mang tên “Trench Kiss” với đầy đủ vẻ cổ điển cộng với Kristin Keeler được ra đời.

Những chi tiết “đồng đánh”, rất Keeler, có thể phá vỡ bất cứ sự thanh cao nào được mang tới cho chiếc trench coat màu camel cổ điển

của Burberry. Với những điểm nhấn trong tay áo và vai áo bằng chất liệu latex tuyệt hảo mỏng manh khiêu gợi. Hay những họa tiết điểm xuyết đa thú ở cổ áo, viền túi, cổ tay ... đã tạo cho những chiếc trench coat lịch lãm sự quyến rũ không thể cưỡng nổi. Theo Bailey, ý tưởng của bộ sưu tập này chính là hình dung của tất cả các khán giả về những chiếc trench coat che phủ cơ thể trần của người phụ nữ - đó cũng chính là hình ảnh “nàng thơ” của Bailey trong mùa Thu – Đông năm nay.



Những thiết kế của Packham luôn mang trong nó vẻ quý phái, sang trọng, khiêu gợi mà kín đáo của một quý cô quý tộc yêu kiều

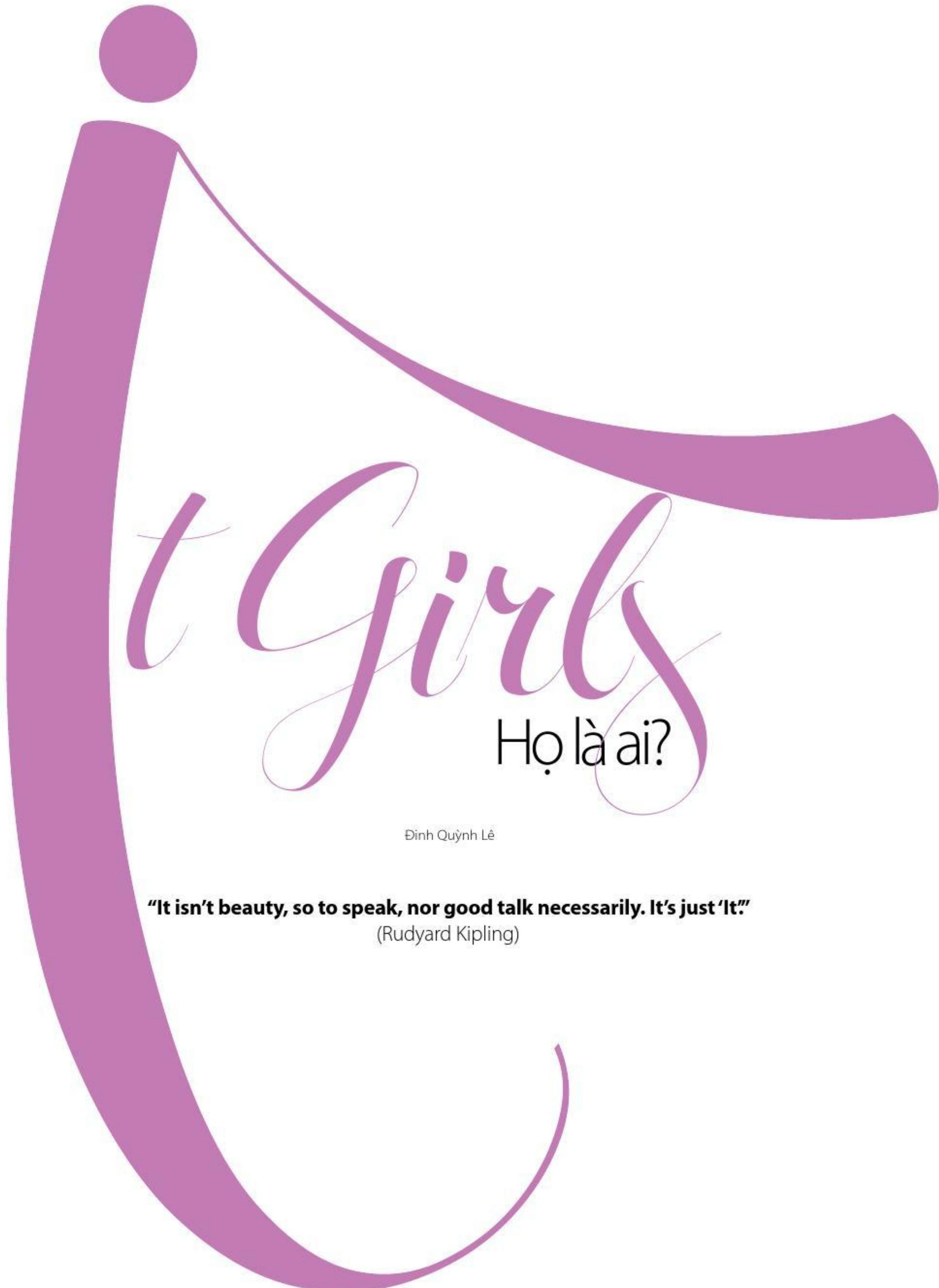
JENNY PACKHAM
JENNY PACKHAM
JENNY PACKHAM

STYLE 61

Chúng ta không bao giờ tìm thấy ở Jenny Packham những bộ trang phục thường nhật. Đương nhiên, đối với những trang phục dạ tiệc, Packham đã là một cái tên không thể không nhắc đến trong các tuần lễ thời trang đình đám nhất thế giới. Với danh sách các khách hàng hạng A, bao gồm cả Angelina Jolie, Emily Mortimer và đương nhiên Kate Middleton, những thiết kế của Packham luôn mang trong nó vẻ quý phái, sang trọng, khiêu gợi mà kín đáo của một quý cô quý tộc yêu kiều. Chịu ảnh hưởng từ hình tượng những phòng trà Paris thế kỷ 17 – nơi những phụ nữ có học thức ngồi bàn về văn hóa và nghệ

thuật, mùa Thu – Đông năm nay, Jenny Packham mang đến cho bộ sưu tập của mình nét quyến rũ nhẹ nhàng từ màu sắc tới chất liệu. Những chiếc váy dài bằng lụa màu hồng đào cam, pha lẫn những điểm nhấn trắng, đỏ hoặc hoa văn nhỏ và những chiếc thắt lưng eo cao.

Đặc biệt năm bắt được nhu cầu cần có những chiếc áo khoác trên thảm đỏ hay những sự kiện giữa mùa đông buốt giá, Jenny Packham đã thiết kế những chiếc áo khoác len đính hạt tinh tế màu đào, trắng và đen. Kèm với những chiếc clutch đáng yêu tạo nên những bộ y phục dạ tiệc hoàn hảo cho các quý cô.



It Girls

Họ là ai?

Đinh Quỳnh Lê

"It isn't beauty, so to speak, nor good talk necessarily. It's just 'It'."
(Rudyard Kipling)



Erica Sedgwick

Clara Bow



KHÁI NIỆM "IT"

Nhà văn Rudyard Kipling đã từng giải thích về khái niệm "IT" trong cuốn tiểu thuyết "Mrs Bathurst", IT không dùng để miêu tả vẻ đẹp, sự giàu có, cuốn hút, hay gu ăn mặc hợp thời, IT chỉ đơn giản là "IT" – một tính từ đã trở nên rất quen thuộc trong giới thời trang nói riêng và cuộc sống hiện đại nói chung. Những cô gái "IT GIRLS" trở thành biểu tượng cho sự tổng hoà của cá tính, phong cách, diện mạo và gu thẩm mỹ. Họ là trung tâm của mọi sự thu hút khi bước đi trên đường phố. Họ cũng trở thành những cảm hứng và khách hàng lý tưởng của rất nhiều nhà thiết kế.

Sau khi Kipling lần đầu tiên nhắc tới "IT", vào năm 1904, nhà văn Elinor Glyn tiếp tục giải thích rõ hơn về khái niệm này trong truyện ngắn mang tên "IT": "It" là một khả năng thu hút tất cả những người xung quanh với những lực hút lớn không thể giải thích. Cô gái ấy có sự tự tin và vẻ bất cần nhưng cũng mang trong mình sự đam mê và nhiệt huyết. Dựa trên truyện ngắn của Glyn, bộ phim cùng tên được ra mắt vào năm 1927, với sự diễn xuất của Clara Bow, biểu tượng sex đầu tiên của Hollywood. Sở hữu một khuôn mặt tròn, đôi môi của thần Cupid, và mái tóc đỏ đặc trưng, chính Clara cũng nhanh chóng trở thành một IT Girl vào thời đó, mặc dù lúc đó, bản thân cô cũng không hiểu chính xác nghĩa của từ "It". Clara Bow còn nhường ngôi vị "It Girl" cho một cô gái tóc vàng trẻ tuổi mang tên Marilyn Monroe.

THÁNG TRƯỚC, KHI ĐANG TUA LẠI MỘT SỐ TẬP CỦA SHOWTRUYỀN HÌNH GOSSIP GIRL, TÔI DỪNG Ở EPISODE "IT GIRL, INTERRUPTED", TẬP PHIM NÓI VỀ VIỆC SERENA TÌM MỌI CÁCH ĐỂ THOÁT KHỎI "DANH HIỆU" IT GIRL, ĐỂ TRÁNH KHỎI SỰ SOI MÓI CỦA GOSSIP GIRL, CŨNG NHƯ XÃ HỘI THƯỢNG LƯU CỦA UPPER EAST SIDE, NEW YORK. DÙ CHỈ LÀ MỘT BỘ PHIM TRUYỀN HÌNH MANG TÍNH HƯ CẦU, NHỮNG THUỐC PHIM VỀ SERENA VÀ NHỮNG NGƯỜI BẠN BỒNG CHỐC GỢI CHO TÔI SUY NGHĨ VỀ KHÁI NIỆM CŨNG NHƯ CUỘC SỐNG CỦA NHỮNG "IT GIRL" CÓ THỰC. HỌ LÀ AI? HỌ LÀM GÌ? TẠI SAO HỌ LẠI ĐƯỢC PHONG DANH LÀ "IT GIRL"?

ĐÃ QUA RỒI THỜI KỲ NHỮNG CELEBRITY KHÔNG CÓ GÌ NGOÀI NHAN SẮC LEO LÊN ĐỈNH CAO DANH VỌNG, RỒI ĐƯỢC NHỮNG NGƯỜI HÂM MỘ TUNG HỒ MỘT CÁCH MÙ QUÁNG. THAY VÀO ĐÓ, NGƯỜI TA ĐANG CHỨNG KIẾN SỰ LÊN NGÔI CỦA NHỮNG CÔ NÀNG "IT GIRL". KHÔNG NHẤT THIẾT PHẢI KHOÁC LÊN NGƯỜI NHỮNG CHIẾC VÁY CẦU KỲ HAY HỒ HANG, CHỈ VỚI MỘT CHIẾC KÍNH RAYBAN, QUẦN JEANS, TSHIRT TRẮNG, VÀ MỘT CHIẾC MŨ FEDORA, HỌ VẪN TẠO RA MỘT VẺ TỰ TIN VÀ CUỐN HÚT. VÀ KHI HỌ MANG TRONG TÚI MỘT CUỐN TIỂU THUYẾT KINH ĐIỂN CỦA PEGUIN CLASSIC, HAY MỘT CHIẾC ĐĨA THAN MỚI SƯU TẦM ĐƯỢC CỦA BILLIE HOLIDAY, NGƯỜI CON GÁI ẤY ĐANG MANG THEO MÌNH CẢ MỘT CÂU CHUYỆN.



“ HỌ ĐƯỢC PHÓNG VIÊN SẴN LÒNG. HỌ TẠO RA XU HƯỚNG VÀ LÀ
NIỀM CẢM HỨNG CỦA NHỮNG NHÀ THIẾT KẾ, NGHỆ SỸ VÀ NHẠC SỸ. HỌ MANG NHỮNG
YẾU TỐ MÀ KHÓ AI CÓ THỂ ĐỊNH NGHĨA ”

65^{STYLE}

Khi lật tiếp những trang sử của điện ảnh và giải trí thế giới, bạn sẽ nhận ra “IT Girl” thực ra không phải là một khái niệm quá mới. Từ những ngày hoàng kim của Hollywood, những cô gái như Audrey Hepburn, với vẻ đẹp, trí tuệ và đẳng cấp của mình đã trở thành một điểm nổi bật của thế giới celeb lúc bấy giờ. Sau đó, người ta nhắc tới Edie Segwick như một IT Girl tiếp theo của những năm 60. Mặc dù đối với nhiều người, Edie không gì hơn là một diễn viên bậc trung, một socialite nghiện rượu và ma túy, nhưng không thể phủ nhận, với mái tóc vàng, đôi mắt đầy xúc cảm và một cá tính độc đáo, Edie là một nàng thơ lớn cho Andy Warhol, Bob Dylan và có sức ảnh hưởng lớn tới xã hội thời bấy giờ.

IT GIRL NGÀY NAY

Khi nói về một IT Girl, những “nhà chuyên môn” của Hollywood hay những người hâm mộ không khỏi không hứng thú. Họ sẽ thảo luận với bạn những lý do đặc biệt khiến cô gái ấy, có thể chỉ là xuất thân từ một diễn viên độc lập, một blogger hay một sinh viên thời trang những đã dần trở thành một IT Girl của thời hiện đại. Họ sẽ nháy mắt với bạn, đưa ra những suy luận và phán đoán về một cô gái IT Girl mới, và “the new IT Girl” luôn là chủ đề được quan tâm.

Vào thập kỷ 90, với một gia đình giàu có, bố mẹ nổi tiếng và cả những scandals, cái tên Paris Hilton được nhắc tới như một IT Girl tiếp theo. Sinh ra ở New York vào năm 1981, Paris Hilton là người thừa kế “để chế” khách sạn Hilton. Năm 19 tuổi cô là người mẫu và nhanh chóng trở thành “It Girl” của New York. Nhiều người dè bieu Hilton, gọi cô là ví dụ điển hình cho những cô con gái nhà giàu, buông thả, và “ngu ngốc”. Nhưng đối với tôi, Paris Hilton lại quá thông minh. Cô đủ thông minh để tạo ra cho mình một hình ảnh đặc trưng của một cô gái “tóc vàng hoe”, để rồi thu về những thành công liên tiếp trong việc quảng bá và thu lời từ hình ảnh đó, thông qua việc kinh doanh quần áo, phụ kiện, nước hoa mang



tên Paris Hilton cũng như phối hợp với nhiều thương hiệu tên tuổi khác. Những single và bộ phim Paris Hilton đóng, dù chất lượng đều ở mức trung bình yếu, nhưng cũng thu hút người xem tới rạp và người nghe lăm lăm hát theo. Cô vẫn là tâm điểm của truyền thông, của báo chí. Và xét cho cùng, đây vẫn là một hình ảnh mà

xã hội Mỹ nói riêng và thế giới nói chung luôn tò mò và dõi theo.

Một hình ảnh IT Girl “ngoan hiền”, có phần tương phản với danh mục của Paris Hilton, Nicole Richie hay Lindsay Lohan là Alexa Chung. Không xuất thân từ gia đình giàu có, không phải là minh tinh màn bạc hay ngôi sao ca nhạc, trước khi được thế giới thời trang công nhận là một “style icon”, Alexa làm việc cật lực với tư cách là một người mẫu, biên tập viên, người dẫn chương trình và stylist cho các tờ báo thời trang. Cô khiến người ta luôn ngạc nhiên bởi khả năng tìm tòi và sáng tạo những xu hướng mới, với các trào lưu như kính geeky, áo khoác da aviator hay giày lười loafers cho nữ hoặc xu hướng túi satchel. Dần dần, Alexa xuất hiện tại các bữa tiệc và sự kiện quan trọng; cô cũng trở thành nàng thơ của rất nhiều nhà thiết kế. Mulberry thậm chí đã đặt tên một dòng túi theo tên cô, và dòng túi này cũng được công nhận là một trong những sản phẩm bán chạy nhất từ trước tới nay của thương hiệu này.

JUST “IT”!

Dù là một IT Girl hư hỏng hay ngoan hiền, danh sách những IT Girl của thế giới thời trang, mỹ phẩm, phim ảnh hay tiệc tùng sẽ còn kéo dài vô tận với những Natalie Portman, Emma Stone, Chloë Sevigny cho đến Azealia Banks, Solange Knowles, Karlie Kloss v.v Những IT Girl này dù khác nhau về xuất thân, nghề nghiệp, cá tính, nhưng họ luôn mang trong mình những điểm đặc biệt thu hút cho báo giới, truyền thông, người hâm mộ và cả những người lạ mặt. Các IT Girls tới dự các bữa tiệc quan trọng với vai trò VIP. Họ được phóng viên săn lùng. Họ tạo ra xu hướng và là niềm cảm hứng của những nhà thiết kế, nghệ sỹ và nhạc sỹ. Họ mang những yếu tố mà khó ai có thể định nghĩa được. Vậy nên nếu hỏi họ là ai, họ làm gì, sẽ là những câu hỏi dễ trả lời, nhưng nếu bạn hỏi làm thế nào để trở thành một IT Girl? Tôi tin chắc rằng họ sẽ trả lời hệt như nhà văn Kipling của 100 năm trước: “It’s just IT”!



KHUÔN MẶT *được yêu thích nhất* MÙA **XUÂN-HÈ 2013**

LEN

HÃY CÙNG STYLE ĐIỂM QUA NHỮNG KHUÔN MẶT ĐƯỢC YÊU THÍCH NHẤT TRÊN SÀN DIỄN MÙA XUÂN NÀY NHÉ!

1. Cora Emmanuel

Sở hữu làn da ngăm rám nắng khoẻ mạnh và vóc dáng hoàn hảo, Cora Emmanuel mang đầy đủ các nét đẹp đặc trưng của một cô gái vùng đảo Martinique. Siêu mẫu người Pháp này nhanh chóng trở thành khuôn mặt được ưa chuộng của nhiều nhãn hiệu nổi tiếng như Calvin Klein, Kenzo, Temperley London, Elie Tahari, Michael Kors, Alexander Wang, J.Crew... Ngoài ra hình ảnh của Cora cũng xuất hiện dày đặc ở trang bìa cùng các bộ ảnh của Harper Bazaar, Cosmopolitan.

Ở Xuân-Hè 2013, Cora Emmanuel xuất hiện như một người phụ nữ bí ẩn quyến rũ khoác lên mình cả một bầu trời đêm thắp lấp lánh. Trang điểm cổ điển, tóc búi cao cùng son môi màu cherry thời thượng, Cora chính là điểm nổi bật không thể chối từ trên sàn catwalk của Jason Wu.



2. Nastya Kusakina

Với chiều cao 1m80, tóc vàng, mắt xanh, khuôn mặt thiên thần, Nastya Kusakina là đại biểu cho vẻ đẹp Nga hấp dẫn đầy ma lực. Xuất hiện như tiêu điểm và nhận được sự ưu ái của nhiều nhà thiết kế như Cacharel, Alexander McQueen, Louis Vuitton, Maison Martin Margiela, Givenchy...nhưng khi Nastya bước ra sàn catwalk trong bộ váy sheer tím kết hoa hoà trộn giữa bay bổng và thực tại, giữa sang trọng và nữ tính của J. Mendel thì cô đã chứng minh mình chính là người phù hợp nhất cho nó. Mái tóc suông buông tự nhiên cùng lối trang điểm màu nude không tì vết càng khiến vẻ đẹp trong sáng của Nastya nổi bật lên trong trang phục dạ hội mùa xuân của J. Mendel.



3. Cara Delevingne

Cô người mẫu 20 tuổi này hiện đang là khuôn mặt đại diện cho Burberry beauty bên cạnh Edie Campbell và Jourdan Dunn. Sở hữu chiều cao 1.73m (79-61-86) cùng khuôn mặt dễ dàng biến hóa theo nhiều phong cách, Cara Delevingne vừa qua đã được tạp chí Vogue UK bầu chọn là “gương mặt ngôi sao” của mùa trình diễn 2012-2013 khi xuất hiện ở khắp các bộ sưu tập của Fendi, Moschino, Chanel, Oscar de la Renta, Jason Wu...Nhưng nổi bật và ấn tượng nhất có lẽ là trong trang phục Xuân-Hè 2013 của Marchesa. Xu hướng Phương Đông được xem như linh hồn chính của toàn bộ sưu tập khi từ chất liệu cho đến từng chi tiết chỉ thêu ánh kim đều nổi bật lên nét quyến rũ Á Đông. Thêm vào đó là lối trang điểm lộng lẫy kết hợp hoàn hảo với chiếc leggings thêu hoạ tiết rực rỡ biến Cara Delevingne thực sự trở thành một nàng công chúa tân thời ấn tượng.



4. Anna Selezneva

Năm nay 23 tuổi, Anna mang trong mình hai dòng máu Nga- Mỹ và được tìm thấy trong một cửa hàng McDonald's. Khởi nghiệp trên sân khấu Xuân Hè 2008 RTW của Dries Van Noten, Céline và Arkis, đến nay Anna Selezneva đã trở thành khuôn mặt quen thuộc của nhiều ấn bản Vogue Anh, Mỹ, Tây Ban Nha, Trung Quốc, Nga, Nhật và là người mẫu cho nhiều ad campaign của Calvin Klein, Yves Saint Laurent, Versace, Guerlain Aqua, Juicy Couture... Vào tháng Hai năm 2013, trang models.com đã xếp Anna ở vị trí thứ 36 trong top siêu mẫu thế giới.

Vẻ đẹp mong manh cùng làn da rám nắng mịn màng của Anna Selezneva dường như là sự lựa chọn hoàn hảo cho bộ váy liền màu cam, kết hợp giữa sheer và ren hoạ tiết của Carolina Herrera ở Xuân Hè 2013.



5. Iris Van Berne

Có một lời đồn thổi thế này: “Bất kì cô người mẫu nào đều sẽ đẹp lộng lẫy và cực kì nữ tính trong trang phục của Valentino.” Điều đó không ai thực sự lên tiếng kiểm chứng nhưng hình như không ai phản đối bởi cả thế giới đều công nhận những thiết kế của Valentino chính là được dành cho phụ nữ nữ tính một nghìn phần trăm. Thế nhưng phải công nhận rằng, trong bộ sưu tập RTW Xuân Hè 2013 của Valentino, sự xuất hiện của Iris Van Berne, siêu mẫu người Hà Lan hai mươi ba tuổi, cùng bộ váy dài bằng ren tinh tế màu hồng phấn với đường cắt không cầu kì càng khiến tinh thần “phụ nữ ngọt ngào” của Valentino thăng hoa hơn nữa. Bởi ở Iris Van Berne toát ra sự mỏng manh thiên thần pha lẫn lạnh lùng hoài niệm đầy quyến rũ.



6. Monika Jagaciak

Sinh ngày 15 tháng 1 năm 1994, nhưng cô gái người Ba Lan mười chín tuổi này đã bắt đầu sự nghiệp người mẫu chuyên nghiệp của mình từ năm mười ba tuổi. Đến nay cô đã là khuôn mặt quen thuộc của nhiều tạp chí danh giá như Vogue, Elle, Harper Bazaar, ad campaign của Hermès, Valentino, Alberta Ferretti, Chanel beauty, Marc Jacobs. Sở hữu khuôn mặt thiên thần gợi cảm đúng kiểu “the girl next door”, cùng thân hình khoẻ mạnh thụ hưởng gen di truyền của gia đình có truyền thống là vận động viên điền kinh, Monika Jagaciak từng được Francisco Costa nhận xét là “người có vẻ đẹp không bao giờ lỗi mốt”. Cô cũng đã từng được bầu chọn là một trong mười khuôn mặt siêu mẫu của tờ New York Magazine. Có lẽ chính vì thế mà khi Monika xuất hiện trên sân khấu cùng bộ váy dạ hội cúp ngực cổ điển của Oscar de la Renta trong khuôn khổ Xuân Hè 2013, cô đã bộc lộ được tất cả tinh thần lộng lẫy hoài cổ của bộ sưu tập.



7. Angela Lindvall

Năm nay đã 34 tuổi, Angela không chỉ là một người mẫu chuyên nghiệp có sự nghiệp lâu năm mà còn là một diễn viên đã tham gia các phim như Kiss Kiss Bang Bang (2005), Murder World (2009). Đã từng xuất hiện trên trang bìa của Vogue, Marie Claire, thiên thần của Victoria's Secret trong nhiều năm liền, Angela chính là sự lựa chọn ưu tiên của nhiều nhãn hàng danh tiếng như Fendi, Prada, Jimmy Choo, Jil Sander.

Kiểu dáng retro cùng hoạ tiết nữ tính là những gì người ta thường miêu tả những thiết kế của Zac Posen. Và trong mùa Xuân Hè 2013, vẻ đẹp mặn mà chín muồi của Angela Lindvall lại một lần nữa làm nổi bật lên những tiêu chí đầy khi cô xuất hiện trên sàn diễn của Zac Posen trong chiếc váy dạ hội cúp quây cổ điển có đường viền hoa chạy mềm mại quanh chân váy.

NEWS FLASH

Minh Anh



Burberry ra mắt dịch vụ may đo và công nghệ mới

Giờ đây khách hàng của Burberry có thể đặt mua ngay những sản phẩm bespoke từ sàn diễn thu đông 2013. Tất cả các mẫu túi và áo khoác trong bộ sưu tập lần này sẽ được bày bán trên gian hàng trực tuyến của burberry.com ngay sau khi show trình diễn kết thúc. Dịch vụ này sẽ kéo dài trong vòng hai tuần và không tốn thêm một chi phí nào. Ngoài ra, đi kèm với mỗi sản phẩm sẽ là một thiết bị công nghệ mới. Chỉ cần đưa chiếc điện thoại thông minh của bạn vào gần sản phẩm Burberry, một video clip giới thiệu quy trình làm ra chiếc áo hay chiếc túi của chính bạn, từ khâu thiết kế tới dựng form sẽ tự động bật trên màn hình điện thoại của bạn. Công nghệ này cũng sẽ được áp dụng trong cửa hàng mới nhất của Burberry tại phố Regent, London. Các tấm gương trong cửa hàng sẽ tự động biến thành những màn hình lớn để trình chiếu video clip này khi bạn mang những sản phẩm bespoke của mình đến gần gương. Quả là một bước tiến trong dịch vụ khách hàng và công nghệ hiện đại của Burberry!



Lợi nhuận của PPR tăng 6.3%, Hermès tăng 18.5%

Tuy 2012 không phải là một năm “vàng” với ngành thời trang cao cấp, nhưng PPR (bao gồm Alexander McQueen, Stella McCartney và Christopher Kane) cũng thành công hơn mong đợi khi đạt mức tăng trưởng 6.3% so với lợi nhuận năm ngoái. Tổng doanh thu tăng 20.8% tương đương 9.74 tỉ Euro, với lợi nhuận là 1.05 tỉ Euro. Sự tăng trưởng này là do PPR đã không còn phụ thuộc quá mạnh mẽ vào thị trường châu Âu, ngoài ra, những thương hiệu nhỏ với cá tính độc đáo trở thành một điểm thu hút đối với nhóm khách hàng ngày một tinh tế và trưởng thành. Trong khi đó, 2012 cũng là một năm thành công đối với Hermès khi đạt mức tăng trưởng lợi nhuận 18.5 %, chủ yếu nhờ có sự phát triển mạnh mẽ của thị trường Trung Quốc nói riêng và châu Á nói chung. Trong số các mặt hàng của Hermès, doanh thu của khăn lụa tăng 16%, quần áo và phụ kiện (bao gồm túi Birkin và Kelly) tăng 22%, và đáng ngạc nhiên nhất, trang sức tăng 65% so với cùng kỳ năm ngoái.

Lanvin thiết kế trang phục cho Minnie Mouse



Alber Elbaz, giám đốc sáng tạo của Lanvin, sẽ thiết kế trang phục đặc biệt cho Minnie Mouse nhân dịp kỷ niệm 20 năm ngày thành lập công viên Disneyland Paris. Đây là một sự phối hợp thứ hai của Lanvin và Minnie Mouse, sau khi cô chuột đáng yêu này mặc một chiếc váy bèo hồng của Lanvin trong cửa sổ trưng bày của Barney New York dịp Giáng Sinh năm ngoái. Lần này, Elbaz sẽ thiết kế một chiếc váy màu xanh neoprene với những chi tiết thêu lấp lánh.

Zac Posen giới thiệu dòng sản phẩm Zac Zac Posen

Nhà thiết kế Mỹ được yêu mến Zac Posen đã giới thiệu dòng sản phẩm Zac Zac Posen. Đây sẽ là dòng sản phẩm nằm giữa Zac Posen, dòng sản phẩm cao cấp và Z Spoke, dòng sản phẩm diffusion. Mức giá của Zac Zac Posen sẽ rơi vào khoảng \$500-\$1,000, trong khi Z Spoke rơi vào khoảng \$200. Zac Posen tin rằng với một chút khác biệt trong mức giá, người dùng sẽ có trong tay một sản phẩm chất lượng hơn rất nhiều, đặc biệt là khâu chất liệu. Thương hiệu sẽ được bày bán tại Neiman Marcus, Saks, Intermix tại Mỹ và Harvey Nichols tại Anh.



Marc Jacobs trở thành giám đốc sáng tạo của Diet Coke

Marc Jacobs sẽ tiếp bước sau Karl Lagerfeld và Jean Paul Gaultier để trở thành giám đốc sáng tạo của Diet Coke trong dịp kỷ niệm 30 năm ngày thành lập thương hiệu này. Sự hợp tác được kì vọng sẽ mang đến diện mạo thời thượng hơn cho nhãn hiệu đồ uống Diet Coke với cảm hứng được lấy từ sự sức mạnh và quyền lực mới của nữ giới trong thập niên 80 và 90, kết hợp với phong cách thiết kế hóm hỉnh và thông minh của Marc Jacobs.



Fendi trùng tu lại các đài phun nước của Rome

Fendi sẽ nhận trùng tu lại các đài phun nước mang tính lịch sử của Rome, bắt đầu với Trevi Fountain. Đây cũng là địa điểm mà thương hiệu này dự định sẽ có một buổi trình diễn lớn vào năm 2015, nhân dịp kỷ niệm 90 năm ngày thành lập. Đây là lần trùng tu đầu tiên kể từ khi hoàn tất vào năm 1762 của đài phun nước Trevi, một trong những công trình nổi tiếng nhất thế giới. Hoạt động trùng tu sẽ do Karl Lagerfeld, Silvia Fendi và thị trưởng Rome, ngài Gianni Alemanno giám sát, với chi phí dự kiến lên tới 2,2 triệu euro.



Balenciaga sẽ thu gọn show diễn

Với giám đốc sáng tạo mới, Alexander Wang, Balenciaga sẽ có một show trình diễn nhỏ, với số lượng khán giả ít hơn mọi khi, và theo phong cách "salon style" thay vì trình diễn catwalk. Có lẽ là bước đầu tiên, nên cả Balenciaga và Alexander Wang đều muốn

thận trọng hơn, không tổ chức các địa điểm lớn quen thuộc như khách sạn Crillon hay showroom tại phố Cassette mà thu gọn show diễn, để tập trung lắng nghe phản ứng của các khách hàng quen thuộc trước. Buổi trình diễn sẽ được diễn ra vào ngày 28 tháng 2 trong khuôn khổ của Paris Fashion Week, với địa điểm sẽ được thông báo sau.

Kate Moss trở thành Người Đội Mũ của năm 2013.

Vượt qua Bruno Mars và Anne Hathaway, Kate Moss đã trở thành Người Đội Mũ Xuất Sắc Nhất ("Hat Person of the Year") của năm 2013. Người mẫu kỳ cựu này nhận được số phiếu bầu cao nhất từ hiệp hội Headwear Association. Trước Kate Moss, giải thưởng này đã thuộc về Kate Middleton (2012), Johnny Depp (2011), và Brad Pitt (2010).

● Fashion **Style's Collection**

THE MUSE OF SPRING

LOUIS VUITTON Cruise 2013

Models: Frida Gustavsson, Jake Davies,
Kendra Spears, Parker Gregory
Photographer: Mark Segal
Fashion Editor/Stylist: Karen Kaiser
Hair Stylist: Esther Langham
Makeup Artist: Rose-Marie Swift

LOUIS VUITTON Cruise 2013

























DIOR

Ngày 15/01/2013 sẽ là một ngày đặc biệt trong lịch sử gần 60 năm của Dior, đánh dấu một bước phát triển mới của nhãn hàng thời trang danh tiếng của Pháp tại thị trường Đông Nam Á khi hãng chính thức khai trương cửa hàng đầu tiên ở Việt Nam tại trung tâm thương mại Vincom Center A, đường Đồng Khởi, Quận 1, Tp.HCM. Là tác phẩm kiến trúc của kiến trúc sư nổi tiếng người Mỹ Peter Marino, người đã thiết kế cửa hàng đại bản doanh của Dior tại số 30 đại lộ Montaigne, Paris, cửa hàng Dior tại Vincom Center A nằm trên một diện tích 340m2, được bài trí không gian như trong một tòa nhà cao cấp đương đại, đồng nhất phong cách kiến trúc với các boutique khác của Dior trên toàn thế giới. Cửa hàng sẽ trưng bày các dòng sản phẩm đã làm nên tên tuổi của Dior như trang phục nữ, túi xách tay, giày, phụ kiện và đồng hồ.



GIORGIO ARMANI

Phong cách Giorgio Armani có một ngôn ngữ phổ biến và bất biến đến từ sự chuẩn xác mà không hề khô cứng. Đó là sự tìm tòi, sáng tạo không ngừng cho những sản phẩm thuần túy và tự nhiên của hãng. Kết quả là những thiết kế khác biệt dễ nhận biết và luôn được làm mới, được nhấn mạnh bởi sự lựa chọn màu sắc tinh tế và những chi tiết quý giá. BST phong phú mang đến sự hiện đại cho mỗi thiết kế: từ mẫu thiết kế phong cách với các chi tiết pha lê lấy cảm hứng từ những buổi tối đến hình ảnh phi giới tính được thiết kế khá hiện đại. Yếu tố cần thiết và mang đến sự ngạc nhiên cho hình dạng của BST lần này chính là sử dụng vật liệu sáng tạo và kết hợp tinh tế. Độc đáo và sang trọng, những chiếc kính đa màu sắc thể hiện tinh thần của Giorgio Armani Xuân Hè. BST gói gọn Armani trong sự lựa chọn màu sắc đem đến những hình dạng khúc xạ và chiếu sáng đặc biệt.

LONGCHAMP

Chắc không ai quan tâm đến việc thương hiệu đồ da nổi tiếng của Pháp – Longchamp xuất thân từ một tiệm bán thuốc lá cao cấp có tiếng tại Paris. Họ cũng chẳng quan tâm khi tiệm thuốc đó chuyển hẳn sang bán bao da hộp đựng thuốc lá, rồi dần dần thành bán đồ da nổi tiếng của Pháp. Và bây giờ thì cả thế giới đều biết đến một thương hiệu túi xách nổi tiếng Longchamp. Nhưng thông tin thú vị mà chúng tôi muốn giới thiệu là: Nhân ngày quốc tế phụ nữ, cùng sự ra mắt các dòng sản phẩm đặc sắc "Longchamp 3D", và "Gatsby Sport" thuộc bộ sưu tập Xuân Hè 2013, Longchamp xin giới thiệu tới quý khách chương trình khuyến mại: Giảm 10% với hóa đơn 10 triệu đồng trở lên từ ngày 1/3 -20/3/2013 tại các cửa hàng Longchamp - số 6 Phan Chu Trinh (04.39388432), Hà Nội và Diamond Plaza (08.22122947). Hãy đến và cảm nhận sự tinh tế của một thương hiệu đồ da có lịch sử bắt đầu từ những năm 1940.



SALVATORE FERRAGAMO

BST phụ kiện thời trang Xuân Hè 2013 của Salvatore Ferragamo vừa được bổ sung mẫu túi xách Verve. Được thiết kế với nét cá tính mạnh mẽ và năng động, Verve được giới mộ điệu thời trang so sánh với vẻ đẹp của người phụ nữ hiện đại, bản lĩnh nhưng vẫn quyến rũ. Túi Verve được làm từ loại da bê cao cấp bốn tuần tuổi cùng đường cắt cúp hiện đại, tỉ mỉ và được may hoàn toàn thủ công. Dây khóa kéo bằng kim loại mạ vàng trên nắp và hai bên túi đã bổ sung vào vẻ đẹp hoàn hảo và hiện đại của thiết kế - nơi mà chi tiết trang trí cũng có thể được dùng làm yếu tố chức năng. Với ba kích cỡ và nhiều màu sắc khác nhau, túi xách Verve hiện đang được giới yêu thích thời trang đón nhận nồng nhiệt và sẽ là một sản phẩm không thể thiếu trong BST túi xách Xuân Hè năm nay.

TIN TỨC

Style / Tháng 2-3/2013



BURBERRY

Burberry đã trình diễn BST Prorsum Thu Đông 2012 dành cho nữ vào đêm 18/2 vừa qua. Chương trình diễn ra tại London. Hơn 1.500 khách bao gồm các nhân vật nổi tiếng như: Rosie Huntington-Whiteley, đạo diễn Tom Hooper, diễn viên Triệu Vy, Gabriella Wilde, Callum Turner. Nhạc sĩ Rita Ora, Tinie Tempah, Jake Bugg, George Craig... đã tham gia show của BST "Trench Kisses" với cảm hứng chủ đạo tới từ Christine Keeler, người phụ

nữ Anh nổi tiếng vào thập niên 60. NTK tài ba này cũng dành nhiều công sức và thời gian để có thể giữ lại nét hấp dẫn đồng thời kết hợp với nét cổ điển của những phụ nữ Anh truyền thống. Burberry đã mở đầu màn trình diễn với chiếc áo choàng da nâu gợi mở về tính cổ điển của thương hiệu Anh Quốc này, tiếp theo là những chiếc váy bút chì và áo sơ mi, đầm, áo khoác dài, họa tiết trái tim thể hiện rõ hơn sự đột phá của BST bởi nét vui tươi, thanh nhã.

Beauty

February - March 2013



• Beauty **Style's Trend**

BEAUTY BUZZ



Aquasource Nuit hoàn toàn không gây nhờn rít. Tuy nhiên, để đảm bảo sản phẩm mang lại hiệu quả tốt nhất, nên đảm bảo da bạn thật sạch sẽ trước khi sử dụng.

DÙ NHỮNG KỶ NGHỈ ĐÃ KẾT THÚC VÀ MÙA TIỆC TÙNG VỪA KHÉP LẠI NHƯNG THẾ GIỚI CỦA BEAUTY THÌ VẪN NHỘN NHỊP NHƯ THƯỜNG LỄ VỚI HÀNG LOẠT SẢN PHẨM MỚI VỪA RA MẮT ĐẦU NĂM NAY.

M.A.C

SỰ MA MỊ CỦA RẮN

Rất khó lòng cưỡng lại một bộ sưu tập ấn tượng như thế này, đặc biệt nếu bạn là fan của M.A.C. Chất huyền bí ma mị đúng kiểu "Snake" thể hiện đậm nét ngay từ hình ảnh poster: một gương mặt phương Đông đẹp lạ với hàng lông mày uốn lượn hình vảy rắn, tập trung vào bóng mắt với các sắc độ màu tương phản mãnh liệt và làn da như tỏa sáng. Chưa nói đến những gam màu đậm huyền ảo của phấn nhũ pigment hay phấn powder cho hiệu ứng mềm mịn như lụa, "The Snake" thừa sức chinh phục các tín đồ beauty bằng thiết kế hoa văn mình rắn dập nổi đầy quyến rũ.



Nếu bạn chưa sở hữu thời son đỏ nào của M.A.C, son đỏ đùn "Year of the Snake Lipstick Cockney" chính là một lựa chọn không tồi.



DUỖNG ẨM VỚI VI SINH VẬT TRỪ NƯỚC

Nhiều sản phẩm dưỡng ẩm kết cấu dịu nhẹ có khả năng đi qua đêm mà không gây bí tắc lỗ chân lông (như mặt nạ ngủ của LANEIGE) lâu nay vẫn được đặc biệt ưa chuộng. Tháng 3 này, bạn có thể bổ sung vào danh mục trên một sản phẩm mới từ Biotherm:

Gel dưỡng da ban đêm Aquasource Nuit. Sản phẩm có chiết xuất từ vi sinh vật P.Antarctic - loài vi sinh vật có khả năng tồn tại trong mọi thời tiết khắc nghiệt nhờ vào khả năng tồn trữ, duy trì lượng nước trong cơ thể. Vào đêm khi làn da chúng ta dễ dàng mất nước nhất, Aquasource Nuit giúp duy trì đủ lượng nước, cung cấp độ ẩm dồi dào và xây dựng tường chắn đối với sự khô hóa làn da. Da sẽ trở nên mềm mại hơn 70% ngay sau sử dụng. Vào tháng 3.2013, Aquasource Nuit sẽ chính thức được bán ra thị trường Việt Nam tại Diamond Plaza, thành phố Hồ Chí Minh.

XU HƯỚNG TÓC 2013/2014 CỦA MOROCCANOIL

Sự kiện về tóc đầu tiên của năm 2013: Thương hiệu chăm sóc tóc MoroccanOil sẽ tổ chức một show trình diễn xu hướng tóc vào ngày 6 tháng 3 năm 2013 tại thành phố Hồ Chí Minh. Show trình diễn này sẽ mang tới xu hướng mùa tới của thời trang tóc thế giới với sự góp mặt của chuyên gia tạo mẫu tóc nổi tiếng Kevin Hughes và các nhà tạo mẫu tóc hàng đầu Việt Nam. Tại sự kiện này, những bí quyết của các ngôi sao trên thảm đỏ cùng những câu chuyện

hậu trường sân khấu quốc tế của những người trong cuộc sẽ được chia sẻ trong không gian sang trọng của lầu đài trắng Tajmasago

20s

CHO PHẦN MẶT

Có 8 màu cho bạn lựa chọn, phần mắt dạng cream bền màu lâu trôi, được tạo thành từ sự kết hợp của nhiều loại tinh dầu và sáp, có thể duy trì trong 8 tiếng. Nhìn chung, các gam màu đều hướng tới sự tự nhiên đúng chất Bobbi Brown như màu vani, vàng hồng, màu cát...nhưng vẫn có những gam màu ấn tượng hơn như xanh lục bảo và tím violet.

Từ lúc phát hiện ra Clinique Chubby Stick Moisturizing Lip Colour Balm, tôi chỉ mất vài giây để làm cho đôi môi hồng lên và mịn màng theo một cách siêu tự nhiên (và chả cần đến gương). Đầu tháng 3 này, Bobbi Brown mang đến một sự thú vị tương tự với LONG – WEAR CREAM SHADOW STICK dành cho những phụ nữ bận rộn đến nỗi 15 phút trang điểm mắt là xa xỉ. Chỉ

cần vận nấp, lướt nhẹ trên mí mắt và tán màu theo cách của bạn. Với một kẻ thích trang điểm siêu tốc như tôi, 20s với sản phẩm này có khi vẫn là...hơi lâu. Bạn có thể thấy Katie Holmes trang điểm mắt khó với sản phẩm này trong Ad campaign Xuân Hè 2013 của Bobbi Brown. Phong cách trang điểm tự nhiên của Katie Holmes đã khiến ngôi sao này trở thành gương mặt đại diện mới nhất của thương hiệu.



119 000 VND
đến
370 000 VND

Mức giá rất dễ chịu từ 119 000 VND đến 370 000 VND khiến việc sở hữu bộ sưu tập này trở nên khả thi hơn bao giờ hết. Mặc dù The Body Shop đặc biệt lưu ý với chúng tôi rằng "sản phẩm anh hùng" của bộ sưu tập là Kem dưỡng tay, song về cá nhân, sản phẩm khiến tôi chú ý hơn cả là nước rửa tay khô. Bạn không phải rửa lại tay với nước sau khi ăn ở bất cứ đâu. Thật tuyệt!

NGẢI TÂY – TỪ CHẤT GÂY ẢO GIÁC ĐẾN THÀNH PHẦN LÀM ĐẸP MỚI

Chiết xuất ngải chi, được biết đến với cái tên ngải tây, có tên khoa học là Artemisia absinthium. Thời cổ đại, cây ngải tây được sử dụng như một loại thảo mộc sát trùng và kháng độc. Ngải tây cũng là thành phần chính của Absinthe, một loại đồ uống có cồn màu ngọc lục bảo, cung cấp cho nước giải khát vị đắng đặc trưng. Loại đồ uống dễ gây ảo giác này truyền cảm hứng cho rất nhiều tác phẩm nghệ thuật trong thế kỷ 19, như "L'absinthe" của Degas hay "Woman drinking absinthe" của Picasso. Absinthe thậm chí từng bị cấm sử dụng tại Âu Mỹ trong nhiều năm giữa thế kỷ 20. Tuy vậy, thế kỷ 21 chứng kiến sự trở lại đầy sành điệu của cocktail absinthe ở mọi club và bar sang trọng trên toàn thế giới.

Giờ đây, Absinthe tiếp tục xuất hiện trong mỹ phẩm với dòng sản phẩm dưỡng tay Absinthe mới của The Body Shop. Kết cấu dịu nhẹ, hương thơm tươi mát, loại bỏ các dấu hiệu khô sần và nứt nẻ, hãy nuông chiều đôi tay của bạn với bốn sản phẩm của The Body Shop Absinthe Collection.

Có nên xúc nước hoa vào gối?

Tôi biết nhiều người bạn có thói quen xúc chút nước hoa ra gối để có thể đắm mình trong một giấc ngủ ngọt ngào. Nhưng trong thời đại nước hoa được tạo ra từ hơn 90% là các thành phần tổng hợp như hiện nay, tôi không cho rằng đó là một ý kiến hay. Nhiều chất thơm nhân tạo trong nước hoa có khả năng kích thích khứu giác và tạo ra cảm giác hưng phấn – trong khi đó, chúng ta đang cần đến sự thư giãn êm ái để xoa dịu não bộ và giúp chúng chìm vào một giấc ngủ không mộng mị. Nếu bạn thấy đau đầu và căng thẳng sau khi tỉnh giấc, hãy xem xét dừng việc xúc nước hoa trong phòng ngủ ngay lập tức.

L'OCCITANE có thể giúp chúng ta trả lời câu hỏi về hương thơm trong giấc ngủ với lavender pillow mist - Tinh dầu Lavender nguyên chất từ vùng Provence với hương thơm thư giãn mang lại cảm giác dễ chịu. Xịt một chút sản phẩm lên gối và trong phòng trước khi ngủ và tận hưởng sự sáng khoái thư giãn trong tâm hồn.



Tinh dầu được L'OCCITANE sử dụng cho các sản phẩm dòng Lavender từng đạt chứng nhận A.O.C (Appellation of Controlled Origin) đảm bảo nguồn gốc cũng như chất lượng, nay được nâng cấp theo tiêu chuẩn châu Âu và mang tên P.D.O (Protected Designation of Origin). Chứng nhận được cấp cho tinh dầu chưng cất theo phương pháp chưng cất truyền thống từ những cánh đồng Lavender bạt ngàn vùng Haute-Provence mọc ở độ cao 800m, được bảo đảm cả về nguồn gốc lẫn chất lượng với hương thơm đặc biệt mang lại cảm giác hoàn toàn thư giãn.

87

STYL

● Beauty **Style's Trend**

Cặp đôi Tinh chất trẻ hóa làn da Génifique Youth Activator và tinh chất hiệu chỉnh da Visionnaire của Lancôme.

Cặp đôi tinh chất của Lancôme khi kết hợp sử dụng có khả năng điều chỉnh các dấu hiệu lão hóa chỉ trong 7 ngày với sự thay đổi tích cực của nếp nhăn, lỗ chân lông và các sắc tố da không đều màu.

Giá 2 300 000 VND cho mỗi sản phẩm

THE FACE SHOP Flebote White Crystal Moisture Radiance Cream

Kem dưỡng chiết xuất từ thông trắng Hàn Quốc và hoa nghệ tây ngăn ngừa lão hóa, săn chắc, làm trắng sáng da mang lại làn da tươi trẻ, mịn màng. **Giá 1 179 000 VND.**

Phấn M.A.C Beauty Powder (trong bộ sưu tập Year of The Snake)

Phấn powder vùng mặt màu đào ánh ngọc trai vàng đồng, tạo ra hiệu ứng bắt sáng nhẹ cho làn da mềm mướt. **Giá 700 000 VND.**

L'OCCITANE Immortelle Precious Youth Serum

Tinh chất đặc trị mới Immortelle Precious Serum mang hiệu quả sức mạnh chống lão hóa đã được chứng minh* nhận bằng sáng chế, với chiết xuất hơn 1.000 bông hoa trong mỗi chai sản phẩm. Công thức dịu nhẹ tác động đến 3 bước quan trọng của collagen: sản xuất, bảo vệ và phục hồi. **Giá 1 600 000 VND**

BOBBI BROWN TINTED EYE BRIGHTENER

"Đây là sản phẩm giúp đôi mắt bạn tươi trẻ tức thì." – Bobbi Brown Tinted Eye Brightener cho độ che phủ tuyệt đối, tự nhiên và có tông màu từ Bisque cho đến Peach, giúp trung hòa vùng da không đều màu và sạm màu bên dưới mắt. Ngoài ra bao bì mới thuận tiện, Tinted Eye Brightener còn có thêm hai màu mới để bổ sung phù hợp với toàn bộ tông màu da.

Giá 880 000 VND.

{ Editors' Pick }

MUA GÌ THÁNG NÀY?

Elizabeth Arden Prevage Clinical Lash + Brow Enhancing Serum

Tinh chất đặc trị làm dày và dài mi, chân mày PREVAGE giúp tăng chiều dài, độ dày và vẻ tổng thể của lông mi, lông mày chỉ trong 2 tuần, hiệu quả cải thiện lên đến 60% trong 6 tuần. Sử dụng 1 lần/ngày vào buổi tối. **Giá: 2 950 000 VND**

The Body Shop Absinthe Hand Gel

Nước rửa tay khô khử mùi, dễ dàng mang trong túi và hoàn toàn không cần xả lại với nước. **Giá 119 000 VND.**

KEM
DƯỠNG
TẾ BÀO GỐC
TỪ...
**VƯỜN
NHÀ**

Thanh Hoa

Một loại kem dưỡng từ tế bào gốc thực vật sẽ có gì khác biệt với các loại kem dưỡng thông thường khác?



Những ngày đầu năm 2013, thương hiệu mỹ phẩm nổi tiếng Origins đã bổ sung vào bộ sưu tập Plantscription của mình một sản phẩm mới: kem chống lão hóa Plantscription SPF 25 Anti-aging cream với tế bào gốc từ quả mâm xôi. Loại kem này được giới thiệu là sẽ giải quyết bốn dấu hiệu chính của lão hóa da bằng cách sửa chữa các nếp nhăn, nâng da, làm mịn kết cấu và phục hồi các tổn thương khác. Điều đặc biệt là kem Origins Plantscription mới chứa 300.000 tế bào gốc từ quả mâm xôi trong mỗi bình. Các chuyên gia của Origins công bố rằng sau bốn tuần sử dụng, 83% số người thí nghiệm đã thấy sự cải thiện rõ rệt của các nếp nhăn và độ săn chắc của da.

Chúng mâm xôi được sử dụng trong Origins Plantscription có tên khoa học là Rubus Idaeus. Loại thực vật này được tìm thấy tại Dei Lombardi, gần Avellino trên dãy núi Apennine ở Ý. Năm 1980, một trận động đất lớn tàn phá thị trấn nhỏ và phá hủy nhiều ngôi nhà Ý lịch sử. Sau khi xây dựng lại từng viên gạch của ngôi nhà, Joan Elizabeth Lang – một người Anh đam mê làm vườn đã quyết định trồng vài cây mâm xôi quanh nhà. Loại quả đỏ mọng nước của những bụi cây này đã khiến cháu gái của Joan Elizabeth, một nghiên cứu viên của Origins hứng thú đến nỗi phải mang chúng vào phòng thí nghiệm để kiểm tra. Kết quả mà Gabriella Colucci khám phá ra thật bất ngờ: tế bào gốc của quả Rubus Idaeus có thể sửa chữa được đến 90% những tổn thương của tế bào. Tiến sĩ Lieve Declercq, một chuyên gia tại Origins cho biết: “Chúng tôi đã thử nghiệm trên 30 loại tế bào gốc thực vật và 6 loại quả mâm xôi khác nhau, tế bào gốc từ Rubus Idaeus hoạt động mạnh mẽ nhất trong tất cả”.

Câu chuyện trên chính là lý do để bài viết này ra đời. Bởi trong khi đợi mua được Plantscription SPF 25 Anti-aging cream nhằm thỏa mãn sự tò mò

của một biên tập viên, tôi đột nhiên có hứng thú tìm hiểu thêm về thế giới của các tế bào gốc từ thực vật. Chúng ta đều biết tế bào gốc giống như một vệ sỹ trong “hệ thống bảo vệ” của cơ thể người. Khi được đưa vào các bộ phận khác nhau, tế bào gốc có thể phân chia không giới hạn để lấp đầy những thiếu hụt tế bào của bộ phận đó chừng nào cơ thể còn sống. Nếu tế bào gốc trên da hoạt động chậm chạp, da bạn sẽ đẹp và căng mịn. Ngược lại, nếu chúng lười biếng và mệt mỏi (có thể do đã phải làm việc quá lâu, hoặc do môi trường sống của bạn quá ô nhiễm...), da sẽ nhăn, sạm, mất đi độ đàn hồi. Nhưng tế bào gốc từ thực vật lại là một câu chuyện khác. Năm 2009, khi thực hiện một bài viết về mỹ

"Tế bào gốc thực vật là sự tổng hợp tất cả các lợi ích mà các chiết xuất thực vật mang đến. Chúng có sự tập trung cao về nồng độ các phân tử có lợi"

phẩm từ tế bào gốc, tôi vẫn còn nhớ nhiều chuyên gia đã lên tiếng hoài nghi về hiệu quả của tế bào gốc thực vật trong các loại kem dưỡng. Điều gì chứng tỏ rằng những tế bào gốc từ thực vật có thể hoạt động trên da người? Và làm sao chúng có thể “sống sót” sau hàng loạt quá trình bảo quản và sản xuất, cho đến khi được đóng gói trong một lọ kem skincare?

Trong một bài viết, bác sĩ Zoe Diana Draelos (Đại học Dược tại Winston-Salem, North Carolina) giải thích rằng những tế bào gốc thực vật có trong kem dưỡng không tồn tại trong trạng thái “sống” như nhiều người lầm tưởng bởi thiếu các điều kiện bảo quản nghiêm ngặt. Trên thực tế, tế bào gốc được chiết tách từ cây bởi một quá trình hóa học phức tạp, sau đó đa phần được chuyển sang dạng bột mịn hoặc một chiết xuất có khả năng tan trong nước. Người ta sẽ thêm vào các thành phần chống lão hóa truyền thống khác và thế là kem dưỡng chống lão hóa ra đời. Làn da của chúng ta sẽ được hưởng lợi từ

các phân tử hóa học có lợi nằm trong tế bào gốc chứ không phải bản thân tế bào gốc ở dạng “sống” như nhiều người vẫn nghĩ. Tuy nhiên, thông tin này ít khi được công bố rộng rãi trên truyền thông bởi các thương hiệu mỹ phẩm vẫn thích tính chất kỳ bí kích thích sự hiếu kỳ mà thuật ngữ “tế bào gốc” có thể mang đến cho công chúng.

Hãy lấy ví dụ loại tế bào gốc thực vật đầu tiên xuất hiện phổ biến trong kem dưỡng: tế bào gốc của táo Thụy Sĩ Edelweiss. Loại cây này có thể phát triển ở vùng khí hậu vô cùng khắc nghiệt với lượng nước tối thiểu và nhiệt độ thì đóng băng. Người ta đã tìm ra hàm lượng phong phú các axit leontopodic trong tế bào gốc của táo Edelweiss – một chất chống oxy hóa tự nhiên hoạt động mạnh hơn cả những chất chống lão hóa truyền thống như resveratrol và vitamin C. Như vậy, tế bào gốc Edelweiss được sử dụng trong mỹ phẩm chính vì chất chống oxy hóa này chứ không phải vì nó sẽ “sinh sản” trên da người (một điều bất khả) theo chức năng của một tế bào gốc đúng nghĩa.

Từ lâu chúng ta đã không còn lạ gì với hệ thống chiết xuất thực vật được sử dụng trong các sản phẩm làm đẹp: chúng giàu có các phân tử có lợi cho da như polyphenol, polysaccharides, khoáng chất và các axit amin – điều này thì không còn phải tranh cãi. Các chiết xuất truyền thống từ thực vật cung cấp cho da các chất chống oxy hóa, chất dưỡng ẩm, chất làm sáng da, chất sản xuất collagen và thúc đẩy sự tự sửa chữa. Vậy tế bào gốc từ thực vật có gì ưu việt hơn những chiết xuất truyền thống này? Bác sĩ phẫu thuật Stafford R. Broumand (New York) giải thích: “Tế bào gốc thực vật là sự tổng hợp tất cả các lợi ích mà các chiết xuất thực vật mang đến. Chúng có sự tập trung cao về nồng độ các phân tử có lợi”.

90 **STYLE**

Lancôme

Kem chống lão hóa Lancôme Absolu L'Extrait chứa hơn hai triệu tế bào gốc được chiết tách từ cây hồng Lancôme Rose – loại thực vật được tạo ra sau khi thụ phấn trên 2000 cây hoa hồng, được trồng thành công vào năm 1973 bởi Georges Delbard.

SẢN PHẨM CHỨA TẾ BÀO GỐC THỰC VẬT

Chúng tôi xin điểm danh một số thương hiệu nổi tiếng:

Origins

Kem chống lão hóa Plantscription SPF 25 Anti-aging cream chứa 300 000 tế bào gốc từ cây mâm xôi Rubus Idaeus có tác dụng chống oxy hóa mạnh mẽ.

The Body Shop

Bộ sản phẩm chống lão hóa Nutrilanics™ Drops of Youth chứa các tế bào gốc từ criste-marine – một loại thực vật mọc ở vùng bờ biển khắc nghiệt Brittany, Pháp. Criste-marine có khả năng hấp thụ chất dinh dưỡng qua không khí. Tế bào gốc của loại thực vật này có nồng độ phong phú của các khoáng chất, nguyên tố vi lượng, các enzyme và vitamin.

Estée Lauder

Dòng sản phẩm dưỡng trắng Re-Nutriv Radiant White Age-Renewal với tế bào gốc từ hoa huệ – một chủng hoa mọc trên những vùng đất cần của Châu Mỹ La tinh. Các tế bào gốc này giúp làm dịu da và hạn chế chứng viêm – tác nhân chính gây ra đốm đen melanin trên da.



● Beauty **Style's Guide**

Spring Summer 2013



Pat McGrath

Nghệ sỹ make up

Sản phẩm: Son CoverGirl Lip Perfection Lipstick in Hot

Son đỏ chắc chắn là sexy. Nhưng son đỏ dạng bột (matte) với một chút bóng mờ trên môi thì sự đam mê còn được phô bày hơn thế. Pat McGrath đã đưa CoverGirl Lip Perfection Lipstick in Hot vào bảng màu mùa xuân 2013 của mình như một trong những điểm nhấn ấn tượng "Một gam màu mạnh mẽ đầy say đắm".

Được sử dụng trong: Prada Spring/Summer 2013



Peter Philips

Giám đốc sáng tạo dòng make up của Chanel

Sản phẩm: Tinh chất dưỡng ẩm Chanel Hydra Beauty Serum

Sản phẩm được thoa đều lên khuôn mặt người mẫu trước khi Peter Philips bắt đầu công việc trang điểm "Nó giúp khuôn mặt tỏa sáng và sự sáng khỏe trên làn da là cảm hứng cho mùa hè này". Hydra Beauty Serum giúp dưỡng ẩm và phục hồi sức sống cho làn da khô hạn, mất nước.

Được sử dụng trong: Chanel Couture Spring 2013



Sự lựa chọn của chuyên gia



Charlotte Tilbury

Nghệ sỹ make up

Sản phẩm: Bút kẻ môi MAC PRO Process Chromagraphic Pencil in Magenta.

Charlotte Tilbury đã dùng loại bút này để tô màu hồng cánh sen sáng lên toàn bộ vùng môi của người mẫu, sau đó dùng tông hồng tím đậm hơn để kẻ vùng lòng môi – tạo ra hiệu ứng son lòng môi vô cùng thú vị. Màu hồng cánh sen của MAC PRO Process Chromagraphic Pencil in Magenta cũng nằm trong số các màu son độc đáo của Xuân Hè năm nay.

Được sử dụng trong: PRABAL GURUNG Spring/Summer 2013





Diane Kendal

Nghệ sỹ make up (Chuyên gia của mỹ phẩm NARS)

Sản phẩm: Phấn má hồng Maybelline Dream Bouncy Blush in Coffee Cake and Candy Coral. Sản phẩm này được sử dụng trong show của Victoria Beckham. Diane Kendal đã kết hợp tài tình hai tone má hồng: một tông sáng ở vùng xương gò má và tông sẫm hơn ở vùng dưới để tạo ra một cảm giác ửng hồng khỏe khoắn trên hai gò má.

Được sử dụng trong: Victoria Beckham Spring/Summer 2013



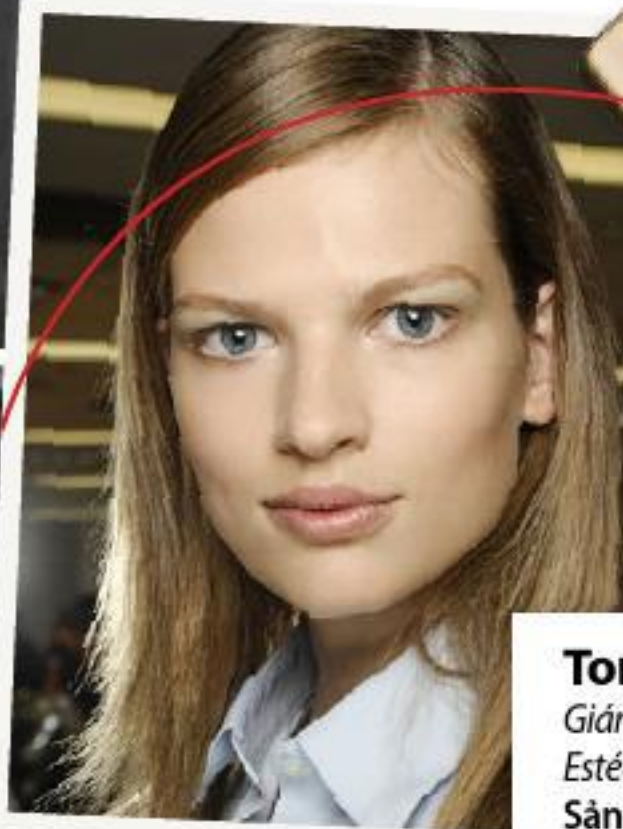
James Kaliardos

(Chuyên gia của mỹ phẩm NARS)

Sản phẩm: Kem che khuyết Nars Radiant Creamy Concealer (Sản phẩm mới mùa xuân 2013)

Loại kem che khuyết này có ba màu: cacao, caramel và màu nude hồng nhạt được Kaliardos sử dụng vùng trung tâm của khuôn mặt: cánh mũi, vùng hai bên má trong và dưới cằm để tạo hiệu ứng bắt sáng. Đây là một trong những sản phẩm chủ đạo trong bộ sưu tập Xuân Hè của mỹ phẩm Nars.

Được sử dụng trong: Rodarte Spring/Summer 2013



Tom Pecheux

Giám đốc sáng tạo dòng make up của Estée Lauder

Sản phẩm: Tinh chất vùng mắt Estée Lauder Advanced Night Repair Eye Serum Infusion (sản phẩm mới mùa xuân 2013)

Dòng Advanced Night Repair đã quá nổi tiếng với bất cứ ai yêu thích skincare của Estée Lauder. Tuy nhiên, Tom Pecheux đã gợi ý một cách sử dụng mới với tinh chất dưỡng vùng mắt Advanced Night Repair Eye Serum Infusion sẽ ra mắt trong mùa xuân năm nay: ông đã pha trộn vài giọt serum này với phấn nền để trang điểm cho người mẫu trong hậu trường Derek Lam. Mục đích là tạo ra một lớp nền mịn màng, trong mờ.

Được sử dụng trong: Derek Lam Spring/Summer 2013



James Pecis

Nhà tạo mẫu tóc

Sản phẩm: Dầu dưỡng Moroccanoil Treatment Light

James Pecis dùng sản phẩm này như bước khởi đầu khi tạo kiểu "Nó giống như lớp nền hoàn hảo cho việc tạo kiểu tóc, dầu dưỡng được hấp thụ ngay lập tức, làm tóc mềm hơn với một diện mạo khỏe mạnh và tỏa sáng tự nhiên". Sản phẩm cũng có thể được dùng sau khi quá trình tạo kiểu kết thúc để củng cố độ bóng của tóc.

Được sử dụng trong: Just Cavalli Spring/Summer 2013



TRONG CƠN MƯA

Mùa Xuân

Khánh

*Thời tiết ẩm ướt, những cơn mưa phùn kéo dài và khí hậu se lạnh,
nên chọn mùi hương nào cho mùa xuân?*

Tôi thường bắt đầu những ngày này với Chance eau Tendre – mùi hoa trái ngọt ngào lãng mạn màu hồng phấn của Chanel.

Mùi hương luôn mang đến cho tôi cảm giác như thể đang đạp xe xuống phố trong một thị trấn nhỏ giữa mùa xuân, và đầu đó ven đường, sau những bụi cây, hoa dại đang âm thầm nở. Sau nửa tiếng, Chance eau Tendre sẽ chuyển sang một cảm giác ấm áp và sâu lắng hơn: một bó hoa mềm mại và ấm cúng. Ai đó có thể so sánh Chance eau Tendre với Luscious Pink của Mariah Carey, hay Chloé Chloé, hay thậm chí Daisy by Marc Jacob... nhưng có hề gì? Với mùi hương này, tôi chẳng có nhu cầu phải chứng tỏ sự độc đáo hay quyến rũ giữa những cơn mưa bụi đang lất phất trong không gian. Sự dịu dàng khiến ta đắm mình trong sự tĩnh lặng. Thế là đủ. Đây là lúc tạm gác những chai nước hoa có

hương gia vị hoặc xạ hương mãnh liệt của phương Đông sang một bên để tận hưởng sự trong lành của khí trời, sự sinh sôi của cây cỏ và cảm giác se lạnh đặc trưng của mùa xuân. Những mùi hương trong mát kiểu cây lá, ẩm ướt mùi của đất, của nước, của không khí, hoặc ngọt thơm mùi cam quýt dịu nhẹ vô cùng thích hợp với bầu không khí này, bởi chúng có khả năng hòa hợp một cách tuyệt vời với bầu trời, gió, ánh sáng và những cơn mưa đang diễn ra xung quanh bạn.

Vì sao những mùi hương nhẹ mùi hoa cỏ lại thích hợp cho mùa xuân? Nếu mùa Thu Đông cần những lớp hương mạnh – cay – nồng với mùi xạ hương, gia vị, hồ phách, vani, hương gỗ để tăng cảm giác ấm áp và cũng để hương thơm có thể lan tỏa qua những lớp áo dày thì mùa xuân, điều này là không cần thiết. Các chất liệu vải len, dạ đang dần được thay thế bởi những

chất liệu mỏng nhẹ hơn. Mùa xuân cũng là mùa của những cơn mưa phùn kéo dài. Bầu trời u ám dễ khiến tâm trạng của con người trở nên ủ rũ và uể oải. Mùi hương thích hợp trong những cơn mưa là mùi hương của trà, mùi hương trầm, của da thuộc hay các nhóm mùi của nước. Trà được biết đến với khả năng làm dịu tâm hồn, bởi vậy nước hoa có thành phần là trà sẽ giúp bạn giữ vững được niềm vui trong những ngày mưa kéo dài. Trà ở đây có thể là trà đỏ, trà xanh, hoặc trà trắng (Trà đen lại có vẻ thích hợp hơn với mùa thu vì nó mang đến một mùi hương kiểu Dark perfume). Hương trà kết hợp với chút ấm áp của da thuộc sẽ là một kích thích tố mang đến sự xoa dịu và ấm áp.

Một số người e sợ sự lạnh lẽo của những cơn mưa và có xu hướng sử dụng lại những mùi hương nồng mạnh mẽ của mùa đông. Trong trường hợp này, hãy lưu ý đến lượng nước hoa mà bạn sử dụng. Thường thì những cơn mưa sẽ khiến mùi hương được lưu giữ lâu hơn. Bạn không thể hoạt động ngoài trời. Nếu có, cơ thể thường được bao bọc trong áo mưa hoặc di chuyển bằng những phương tiện kín – điều này sẽ hạn chế sự bay hơi. Lượng nước hoa bạn vẫn xúc trong những điều kiện thời tiết khác có thể trở nên hơi quá nhiều trong những ngày mưa, khiến những người xung quanh nhận ra ngay lập tức và sẽ thành thảm họa nếu cả căn phòng chỉ tràn ngập mùi hương của riêng bạn. Hãy nhớ, mùi hương tiêu chuẩn là mùi hương chỉ có thể nhận ra khi người khác đứng cách bạn một sải tay. Xức nước hoa là một nghệ thuật. Dĩ nhiên, bạn có quyền xúc nước hoa theo sở thích cá nhân mà không cần quan tâm đến không gian hay thời gian, nhưng đừng quên, mọi loại nước hoa đều cần một không gian thích hợp, một nhiệt độ thích hợp, một làn da thích hợp để tỏa hương một cách “tối ưu” nhất.

NHỮNG LỰA CHỌN cho mùa xuân 2013



❶ Van Cleef & Arpels Feerie Spring Blossom mùi dâu, mộc lan và xạ hương dành cho những ai yêu thích sự ấm áp trong mùa xuân. ❷ Chanel CHANCE EAU TENDRE, Hương hoa ngọt nhẹ và lãng mạn. ❸ L'OCCITANE Rose des Champs EDT, hương chanh lê và hoa hồng dại. Giá 1.050.000 VND. ❹ ESCADA CHERRY IN THE AIR, hương anh đào ngọt tươi mát và nhẹ nhàng. ❺ The Body Shop Voyage Atlas Mountain Rose Eau De Toilette hương hoa hồng núi ngọt ngào. Giá 550.000 VND/50ml. ❻ Lanvin Rumeur 2 Rose, hương cam chanh, hoa hồng và lily. Giá 1.500.000 VND/100ml.

● Beauty **Style's Guide**

Spring-Summer 2013

Mắt xanh

Xanh và tím là những màu mắt lãng mạn và vô cùng dễ biến hóa: màu xanh lơ nhạt, tím nhạt, xanh biển nhẹ nhàng cho ban ngày, màu xanh lá, xanh navy đậm và tím smoky cho ban đêm.

❶ Clinique Chubby Stick Shadow Tint for Eyes, ❷ KOSÉ ESPRIQUE PRECIOUS EYE COLOR SELECTION Giá 750 000 VND, ❸ Clé de Peau Beauté Satin Eye Color Giá 920 000 VND, ❹ L'Oreal Open Eyes Pro - Turquoise Giá 328 000 VND, ❺ Elizabeth Arden Beautiful Color Eye Shadow Giá 595.000 VND, ❻ MAC Year of the Snake Giá 520 000 VND, ❼ Kem kẻ viền mí Jane iredale Giá 500 000 VND, ❽ Guerlain OMPRE ECLATS 4 SHADES Giá 1490 000 VND, ❾ Menard - Jupier Blue Eye Giá 1 810 000 VND





MÀU NHUỘM DƯỠNG CHẤT HÀNG ĐẦU ITALY

Bạn có biết....?

Trên thế giới, hơn

45.000.000 dịch vụ làm màu chuyên nghiệp được thực hiện tại Salon. Điều này tạo cảm hứng cho chúng tôi tạo ra một thế giới đầy

Màu sắc và thời trang

It's Color của Artègo Italy với

công nghệ mới nhất và

103 màu quyến rũ *không thể cưỡng lại.*

A great
Color
with GREAT
qualities

artègo



● Beauty **Style's Guide**

Spring Summer 2013



Môi đỏ

Đỏ đụn, đỏ tươi, đỏ ánh tím, đỏ pha hồng, đỏ nâu...những sắc son đỏ phong phú làm nên một bảng màu tuyệt đẹp cho Xuân Hè năm nay.

① **Guerlain Rouge G** Giá 1.270.000 VND, ② **L'oreal** Nutrishine-Strawberry Giá 208.000 VND, ③ **Jane iredale** PUREMOIST™ LIPCOLOURS Giá 400.000 VND, ④ **Menard** - Embellir Lipstick - Giá 2.155.000 VND, ⑤ **Shiseido** Perfect Rouge Giá 430.000 VND, ⑥ **Sisley** PhytoLipShine, ⑦ Son moi **Kose** ESPRIQUE Mellow Forming Rouge, ⑧ **THEFACESHOP**-FACE IT LONG KEEP LIPSTICK Giá 539.000 VND, ⑨ **MAC** Year of the Snake-Lipstick- Giá 460.000 VND, ⑩ **Elizabeth Arden** Ceramide Plump Perfect Lipstick -Tulip Giá 595.000 VND, ⑪ **Dior** Addict, ⑫ **Clé de Peau** Beauté Extra Rich Lipstick R6 Giá 1.400.000 VND, ⑬ **Chanel** Rouge Allure Velvet



Đẹp cùng 04 phong cách **WINNY**

KHÔNG CHỈ THANH LỊCH NƠI CÔNG SỞ, CÁ TÍNH CÙNG BẠN BÈ, ẤN TƯỢNG TRONG CÁC BUỔI CHIỀU ĐẼ, PHỤ NỮ HIỆN ĐẠI ĐANG NGÀY CÀNG QUAN TÂM TỚI PHONG CÁCH Ở NHÀ CỦA MÌNH!

Quan điểm “phụ nữ sinh ra là để đẹp” đang được chính những người phụ nữ khẳng định. Với họ, “Đẹp” mọi lúc mọi nơi là một nhu cầu thiết yếu. Họ hiểu mặc đẹp là cách thể hiện thái độ trân trọng bản thân, trân trọng người mình yêu thương và góp phần làm đẹp không gian họ đang hiện hữu. Mặc đẹp không chỉ là khoác lên mình một bộ đồ đắt tiền nhưng lỗi bịch và không phù hợp. Mặc đẹp là chọn đúng trang phục, phù hợp với hoàn cảnh và tính cách. Một bộ trang phục đẹp là một bộ trang phục cho biết được cá tính của người mặc.

Trang phục mặc ở nhà cũng không nằm ngoài các nguyên tắc thời trang trên. Với đặc thù riêng, trang phục ở nhà ngoài yêu cầu phản ánh cá tính người mặc còn phải đáp ứng các yếu tố thoáng mát, tiện nghi, dễ sử dụng. Dù thuộc tuýp phụ nữ nào, duyên dáng, thanh lịch hay thời trang và phá cách, hay truyền thống, Winny đều có sản phẩm thuộc các dòng Origin, Glamour, Diamond hay Smart phù hợp dành cho bạn.

Nhắc đến Winny, phụ nữ sẽ nghĩ ngay đến một hãng trang phục ở nhà cao cấp với các nét đặc trưng riêng biệt: thiết kế đơn giản tôn dáng, chất liệu cao cấp thân thiện môi trường, phù hợp khí hậu Việt Nam. Winny cũng là thương hiệu tiên phong sử dụng các chất liệu cao cấp có xuất xứ từ Mỹ như Pima, Modal hay Drytech,... mà chỉ những thương hiệu lớn nước ngoài mới sử dụng. Nguyên liệu Winny sử dụng có tỉ lệ cotton cao cùng thành phần các chất liệu đặc biệt như Lycra, Elastance,... để tạo nên những tính năng riêng, giúp người mặc cảm thấy dễ chịu.

Chị em có thể tự tin “Đẹp” với đồ của Winny khi đi chợ, nấu nướng, tiếp khách hay cả lúc đi chơi,...

Nếu thực sự ý thức việc mình phải “Đẹp” và hoàn thiện, hãy bắt đầu từ hình ảnh của mình ở nhà với việc lựa chọn Winny. Chọn Winny là chọn một cuộc sống tốt đẹp hơn!

DIAMOND:

Là dòng sản phẩm cao cấp nhất, được chăm chút đầu tư từ chất liệu cho đến những chi tiết nhỏ như loại chỉ sử dụng, công nghệ may, hay kỹ thuật in thêu,... Các sản phẩm của Diamond ấm áp khi đông về và thoáng mát lúc hè sang. Sang trọng, quyến rũ và thanh lịch là đặc trưng nổi bật của dòng Diamond.

GLAMOUR:

Dành cho những người năng động, thời trang và trẻ trung. Với ý nghĩa đam mê tận hưởng, Glamour mang đậm hơi thở thời đại, dành cho người sẵn sàng đổi mới và nắm bắt mọi cơ hội mà cuộc sống mang lại. Glamour nổi bật với các thiết kế theo xu hướng đa năng có thể mix với quần khaiki hay jean để dạo phố, picnic..

ORIGIN:

Có nền tảng từ các chất liệu và kiểu dáng, phong cách truyền thống của Winny, là dòng sản phẩm tâm trung, thích hợp cho những người có phong cách đơn giản, nhẹ nhàng.

SMART:

Là một trong những dòng sản phẩm mới nhất của Winny. Được cho ra đời với mục tiêu trẻ hóa thương hiệu hướng tới những khách hàng phụ nữ tuổi đôi mươi.



Trải nghiệm chất liệu cao cấp mới - **Modal Pima** thuộc dòng sản phẩm **Diamond** của Winny Trong thời gian từ **18-22/03/2013** để nhận được quà tặng là 01 bộ sleep-wear! Chương trình áp dụng trên hệ thống cửa hàng và Đại lý Winny tại khu vực Miền Bắc.

THÔNG TIN CHI TIẾT XEM TẠI
<http://winny.com.vn>

“BÊ ĐỖ” hoàn hảo

Thanh Hoa

Tôi từng chứng kiến nhiều khuôn mặt xinh đẹp với làn da mịn màng trẻ trung được tiếp nối với một căn cổ không có vẻ đẹp tương xứng. Nhưng đôi khi, các người đẹp của chúng ta không mấy để ý đến điều này.

Vùng da cổ là vùng da bị lãng quên còn nhiều hơn cả da tay. Nếu trung bình bạn dành một tiếng một ngày để chăm sóc vùng da mặt thì thời gian mà vùng da cổ được ngó đến hầu như chỉ bằng một phần rất nhỏ của con số đó (đôi khi việc tắm rửa với sữa tắm và nước là tất cả những gì mà da cổ có được). Ai quan tâm đến việc da cổ là vùng da mỏng và dễ “xuống cấp” nhất trên toàn bộ cơ thể? Tuy nhiên, bạn sẽ thay đổi ý định nếu biết rằng vùng cổ là một trong những “điểm đến sexy” nhất và bất ngờ nhất mà nhiều đàn ông hứng thú. Một cần cổ cao, thanh mảnh tràn ngập sự nữ tính với làn da mịn màng và mái tóc búi cao đôi khi gây rung động hơn nhiều một vòng ngực lớn. (Nhiều cô gái đã không make up vùng cổ sau khi đã trang điểm tỉ mỉ cho toàn bộ khuôn mặt – và đây được xem là lỗi make up ngớ ngẩn nhất trong tất cả các bài học về son phấn).

NỐT RUỒI, TÀN NHANG HOẶC ĐỐM ĐEN

Sự xuất hiện của những đốm đen ngày càng nhiều trên vùng da cổ chứng tỏ vùng da này đang chịu sức ép rất lớn từ ánh nắng. Nói cách khác, bạn đã quên chống nắng cho vùng cổ mỗi ngày.

Biện pháp: Chống nắng ngay tức khắc cho toàn bộ vùng da dưới cổ, vùng da trên ngực và hai bờ vai với kem chống nắng phổ rộng chứa avobenzon, Helioplex, hoặc Mexoryl. Kết hợp song song với kem dưỡng trắng có chứa kojic acid, chiết xuất từ nấm hoặc chiết xuất từ cam thảo để làm sáng các đốm hắc sắc tố, nhưng phải kiên nhẫn vì việc này có thể mất vài tháng.

DA KHÔ VÀ THÔ SẦN

Hậu quả của một chế độ dinh dưỡng không đầy đủ.

Biện pháp: Hãy bắt đầu bằng việc uống 1,5-2 l nước mỗi ngày và hoàn thiện chế độ dinh dưỡng của bạn với các loại rau quả cần thiết. Sử dụng sữa tắm chứa muối biển tẩy da chết mỗi khi tắm để làm sạch vùng da cổ và hai bờ vai. Các chất dưỡng thể dưỡng ẩm và làm mịn da cần được sử dụng ngay



CHỌN SẢN PHẨM cho vùng cổ như thế nào?

Tin vui là tất cả các sản phẩm cho vùng cổ như kem chống nắng, tẩy da chết, kem dưỡng...bạn có thể dùng chung với các sản phẩm đang dùng cho vùng mặt mà không cần phải mua thêm sản phẩm chuyên biệt. Tuy nhiên, nếu bạn sở hữu da dầu và chỉ dùng loại kem dưỡng dịu nhẹ có cấu trúc mỏng, bạn có thể mua thêm một sản phẩm dưỡng khác có cấu trúc đậm đặc hơn cho vùng cổ (nơi sản xuất dầu ít hơn vùng mặt và cần dưỡng ẩm nhiều hơn). Không cần quá tốn kém cho sản phẩm này, hoàn toàn có thể lựa chọn những dòng sản phẩm phổ biến có mức giá dễ chịu như Nivea, Neutrogena hay Olay...những với điều kiện là phải sử dụng thường xuyên.

sau khi tắm để cung cấp cho da độ ẩm cần thiết. Vùng da cổ là vùng da khô và nhạy cảm bởi nó chứa ít tuyến dầu bôi trơn hơn các vùng khác nên đừng ngại sử dụng một loại kem đậm đặc có cấu trúc dày. Áp kem vào hai lòng bàn tay, xoa đều cho đến khi kem tan ra rồi xoa bóp nhẹ nhàng vào vùng da này.

NẾP NHĂN LI TI

Làn da xuất hiện những nếp nhăn li ti. Khi bạn cúi xuống, những nếp nhăn này sâu hơn tạo ra những vòng ngắn trên cổ.

Biện pháp: Cũng như da mặt, những sản phẩm chăm sóc da chứa retinol và peptide có thể kích thích sự tái tạo collagen và làm mịn da, giảm nếp nhăn. Một biện pháp kích thích mạnh hơn là tái tạo bề mặt da phân đoạn với laser như Fraxel hay Affirm. Chúng kích thích việc sản xuất collagen trẻ trung bằng cách tạo ra hàng ngàn vết thương cực tiểu trên 20% bề mặt

da (Da phải khởi động hệ thống tự sửa chữa và do đó, một làn da non mềm mới được sinh ra). Biện pháp chống nhăn bằng laser rất được các bác sĩ ưa thích dùng trên vùng da cổ bởi thời gian phục hồi tối thiểu và ít bị đung chạm bởi các tác động bên ngoài. Hầu hết các thẩm mỹ viện uy tín tại Việt Nam đều cung cấp dịch vụ này với mức giá từ vài trăm USD trở lên.

Nếu bạn không thích sự can thiệp của laser, một giải pháp ôn hòa hơn là biện pháp điện di. Hệ thống điện di sẽ đưa các dưỡng chất cần thiết vào sâu trong da hơn mức bình thường để chúng có thể đạt được khả năng hoạt động tối ưu. Các dưỡng chất được đưa vào khá phong phú: có thể là chất dưỡng ẩm, chất nâng cơ, chất chống lão hóa hoặc làm trắng – tùy theo mục đích của sản phẩm. Không đau, không mất thời gian để phục hồi và có thể thấy tác dụng ngay sau khi thực hiện là ưu điểm của phương pháp này.

DA CỔ CHÙNG VÀ LÔNG LẼO

Dấu hiệu nghiêm trọng cho thấy độ lão hóa ở vùng da cổ: sự gia tăng của mỡ thừa, sự kém săn chắc của da cổ và hệ cơ yếu.

Biện pháp: Hút mỡ sau khi gây tê tại chỗ là một can thiệp nhanh chóng và hiệu quả. Thường thì biện pháp này chỉ mất trung bình 30 phút. Một vết mổ nhỏ được thực hiện sau tai hoặc cằm, sau đó chất béo dư thừa được hút thông qua một ống hút nhỏ. Tuy nhiên, việc này có thể để lại những vết bầm và sưng mất đến khoảng 2 tuần mới lành hẳn. Một biện pháp khác nhiều ưu điểm hơn là hút mỡ không phẫu thuật với Cavi Lipo sử dụng sóng siêu âm lan tỏa kép. Sóng âm thanh tác động vào bên trong lớp mỡ, phá hủy các mô mỡ và hòa tan chúng thành dịch lỏng. Dịch lỏng này sẽ được đào thải ra ngoài theo đường bài tiết.

SẢN PHẨM chuyên biệt cho vùng cổ

Lancôme RENERGIE
LIFT VOLUMETRY
NECK, nâng cơ
và chống chảy sệ
vùng cổ



Clarins Advanced
Extra Firming Neck
Cream, Chống
nhăn vùng cổ



Sisley Neck Cream,
chiết xuất thảo dược
dưỡng ẩm và chống
lão hóa vùng cổ



Guerlain Orchidée
Impériale Neck and
Décolleté Cream,
chiết xuất lan Hoàng
để dưỡng ẩm và
chống lão hóa vùng
cổ và ngực

Hitech Style

February - March 2013





Lamborghini Versace

MỖI LƯƠNG DUYÊN

CỦA XE HƠI
VÀ CÁC THƯƠNG HIỆU
THỜI TRANG

Hoàng Tú

VỚI TÀI NĂNG VÀ LỢI THẾ SÁNG TẠO CỦA MÌNH, CHẴNG CÓ GÌ NGẠC NHIÊN KHI CÁC NHÀ THIẾT KẾ THỜI TRANG CỦA CÁC THƯƠNG HIỆU HÀNG ĐẦU “ĐÁ CHÉO SÂN” SANG VIỆC THIẾT KẾ MỘT CHIẾC XE HƠI.



Xe hay trang phục đều là những tác phẩm nghệ thuật, bởi vậy mà chúng đều cần tới những nhà thiết kế.

Ngày nay, xe hơi không còn là một phương tiện đi lại. Nó còn là một phong cách sống, đại diện cho một cá tính, một hướng đi và là thứ thể hiện bản thân dễ dàng nhất. Lại có quan điểm cho rằng xe cũng là trang sức làm cho người ta đẹp hơn, hấp dẫn và thu hút sự chú ý nhiều hơn. Nhưng dù thế nào đi nữa, xe hay trang sức hay thời trang đều cần có những nhà thiết kế tài ba xuất chúng. Họ biết xu hướng tương lai là gì, họ biết người tiêu dùng cần gì và họ biết thể hiện chúng lên những sản phẩm của mình.

Có lẽ không khó để tìm kiếm một chuyên gia thời trang thổi vào chiếc xe nào đó cá tính của riêng họ nhưng sẽ chẳng bao giờ thấy một kỹ sư thiết kế xe hơi tung ra một bộ sưu tập xiêm y lộng lẫy. Nhưng bằng cảm nhận tinh tế và gu thẩm mỹ hàng đầu, những nhà thiết kế

thời trang cũng từng ghi tên mình vào những chiếc xe hơi nổi tiếng, tạo thành một trào lưu hay một phong cách riêng biệt. Tất nhiên, họ không thể can thiệp vào phần kỹ thuật mà chỉ “góp công” trong vấn đề mỹ thuật. Dẫu sao thì những nhà thiết kế thời trang và thương hiệu nổi tiếng cũng mang lại rất nhiều ảnh hưởng cho những chiếc xe gắn liền với hình ảnh của họ.

THỜI TRANG VÀ XE HƠI: MỐI LƯƠNG DUYÊN

Quay trở lại quá khứ một chút, năm 1970, con trai của nhà sáng lập thời trang Gucci, ông Aldo Gucci cũng từng thiết kế nội thất da cho chiếc AMC Hornet wagon. Tất nhiên, Aldo Gucci đã đưa tông màu xanh/đỏ quen thuộc của Gucci vào nội thất da và tạo thành dấu ấn khó phai cho ngành công nghiệp xe hơi. Không dừng lại ở đó. Năm 1979, Gucci cũng từng tung ra nội thất dành riêng cho Cadillac Seville. Kèm

theo đó là bộ vali túi xách dành riêng cho chiếc xe kể trên. Gucci đã mở ra hướng đi mới mẻ cho việc kết hợp giữa yếu tố thời trang sang trọng và những chiếc xe đắt tiền như Cadillac Seville.

Qua thời gian, dường như các nhà thiết kế thời trang không bao giờ hài lòng chỉ với nội thất của xe. Cho dù đó là các siêu xe đình đám và giá trị của chúng có thể đủ mua hàng trăm sản phẩm thời trang cao cấp. Ví dụ điển hình là Versace thiết kế nội thất của siêu xe Lamborghini LP-640. Nội thất tẻ nhạt, ít tiện nghi của siêu xe hàng đầu nước Ý đã được tô điểm bằng hai tông màu cổ điển đen và trắng phảng phất sự sang trọng và truyền thống của Versace. Thay vì những miếng ốp trang trí bằng thép, hay sợi carbon, Versace bọc da đen trắng, với nhiều họa tiết khâu tay trên bảng đồng hồ, cánh cửa xe và bảng điều khiển trung tâm. Họa tiết đặc trưng của Versace cũng xuất hiện trên thân xe, cụ thể là ở



Lamborghini Versace



căn trước và bên cạnh các khe hút gió – vị trí dễ thu hút ánh mắt của mọi người

Lamborghini và Versace chỉ tung ra đúng 20 chiếc Murcielago Versace với giá 380.000 USD. Để biết được thứ tự của những chiếc xe đặc biệt này, trên huy hiệu thép dập nổi quen thuộc của Versace có đánh mã từ 01 đến 20. Huy hiệu này được đặt trang trọng giữa cabin của Lamborghini. Còn sự kết hợp nào hoàn hảo hơn giữa hai thương hiệu hàng đầu Italia?

Tuy nhiên, làng thời trang và siêu xe thế giới còn nhiều tên tuổi đáng gờm khác. Nếu như Lamborghini – Versace là niềm tự hào của nước Ý thì Bugatti và Hermès đến từ kinh đô Pháp sẽ khiến người ta phải ngỡ ngàng vì giá trị và sự độc đáo của chiếc siêu xe có một không hai – Veyron Fbg par Hermès.

Bugatti và Hermès trình làng phiên bản Veyron không thể mạnh mẽ và sang trọng hơn tại triển lãm xe hơi Geneva 2008. Siêu xe khác biệt những đàn anh đi trước bởi tông màu ngoại thất mới và bộ la-zăng tám chấu mang thiết kế riêng, đi kèm biểu tượng “H” ở giữa. Không những vậy, biểu tượng của hãng thời trang danh tiếng xuất hiện ở khắp mọi nơi bên trong khoang lái, từ các khe gió đến chất liệu da cao cấp được sản



Bugatti Fbg par Hermès



xuất riêng cho Veyron. Chưa hết, những người may mắn mua Bugatti Veyron FBG par Hermès còn được tặng kèm một chiếc ví da cao cấp.

1,7 triệu USD là số tiền cần phải có để sở hữu một chiếc Bugatti Veyron FBG par Hermès.

VICTORIA BECKHAM THIẾT KẾ CHIẾC XE ĐẸP NHẤT 2012

Có thể có nhiều nhà thiết kế thời trang hay nhiều thương hiệu gắn tên tuổi mình với các mẫu xe đỉnh cao, nhưng ít có ai giống như Victoria Beckham. Cô chính là người trực tiếp hợp tác thiết kế chiếc Evoque cùng với giám đốc thiết kế của Land Rover Range Rover – Gerry Mc Gorven.

Trước khi có Evoque, chưa bao giờ hãng Range Rover (hãng xe SUV offroad hạng sang hàng đầu thế giới) nghĩ rằng mình có thể sản xuất một chiếc xe chỉ dẫn động cầu trước và dành cho giới trẻ. Vậy mà họ lại nhờ tới Victoria Beckham để hiện thực hoá sản phẩm này. Bà Beck không trực tiếp vẽ từng nét, chỉnh từ

góc của chiếc Evoque nhưng lại có những ý tưởng và định hướng cho chiếc Evoque.

Không còn mang dáng vẻ hình hộp vuông vắn như các đàn anh trong gia đình Range Rover, chiếc Evoque mềm mại, nữ tính nhất có thể và trẻ trung hơn bao giờ hết. Victoria đã tạo ra cuộc cách mạng thiết kế cho một trong những hãng xe bảo thủ nhất thế giới và khiến cả thế giới phải thán phục tài năng của cô. Bằng chứng chính là việc Evoque đã giành giải thưởng "Xe có thiết kế đẹp nhất 2012" tại triển lãm ô tô New York, giải thưởng xe hàng đầu dành cho phụ nữ ...

Victoria hẳn rất tự hào với những gì mình làm được cho Evoque cũng như rất vui khi có cơ hội hợp tác với Land Rover vì cô rất ưa chuộng thương hiệu này. "Tôi luôn có một chiếc Range Rover. Với tôi, đó là biểu tượng của chất lượng và sự xa xỉ. Cá nhân tôi thích sự xa xỉ. Thương hiệu của tôi đi liền với chất lượng và sự khéo léo. Land Rover cũng vậy. Vì



Evoque Victoria Beckham



thế, tôi thấy đây là một sự hợp tác hoàn hảo".

Không dừng lại ở đó, chính Victoria Beckham cũng "độ" riêng một sản phẩm Evoque đặc biệt với số lượng giới hạn 200 chiếc. Nhiều

chi tiết được mạ vàng, sử dụng chất liệu da lộn cao cấp, ốp gỗ đen bóng...

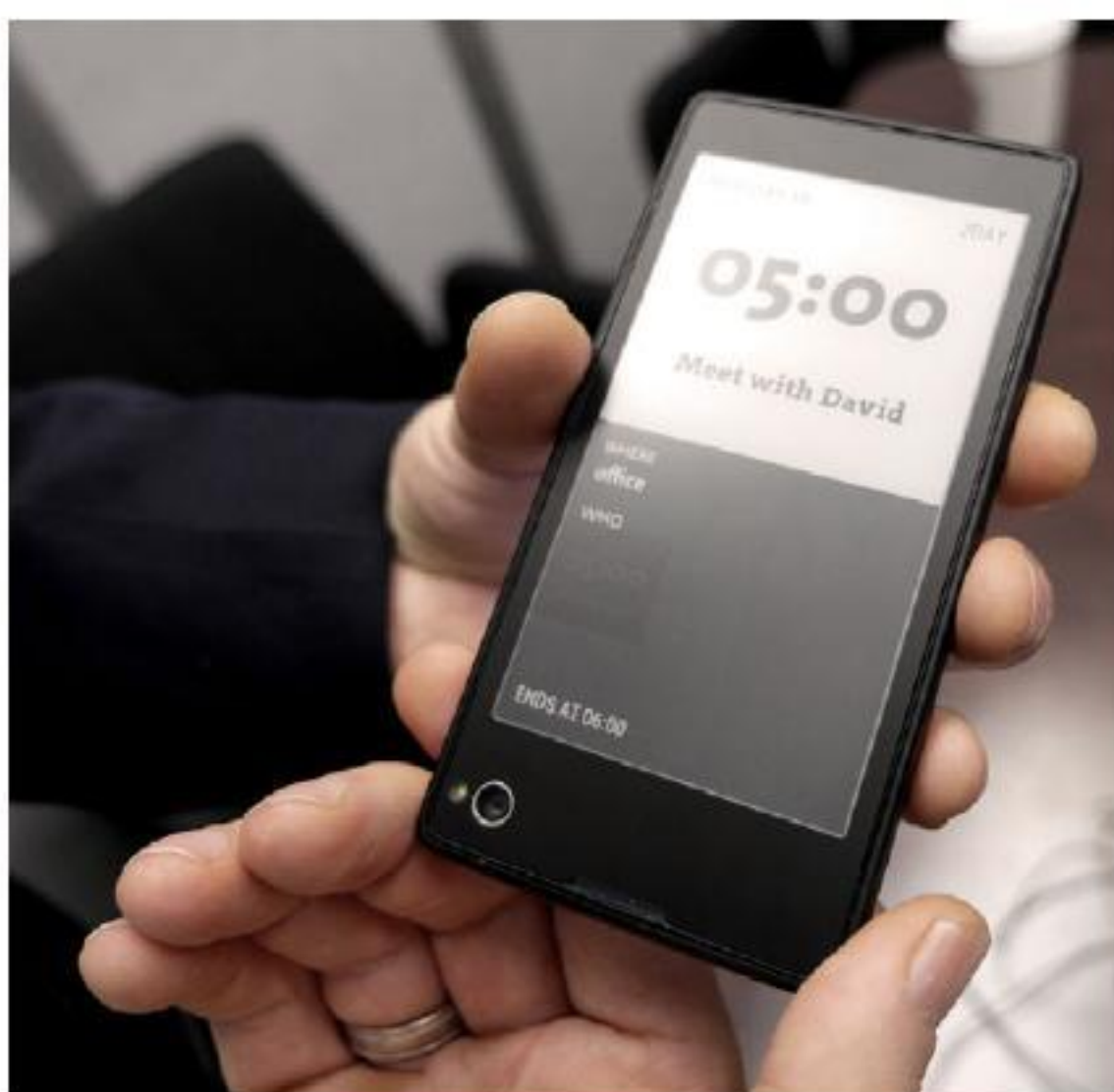
Đến thời điểm này, vẫn chưa có nhà thiết kế thời trang hay ngôi sao nào thành công hơn bà Beck trong việc thiết kế xe hơi.



CUỘC
đi săn
NHỮNG CHIẾC
điện thoại
ĐỘC

Khôi Nguyễn

MANG TRÊN MÌNH NHỮNG TÍNH NĂNG ĐỘC ĐÁO RIÊNG BIỆT,
CÙNG THIẾT KẾ KHÔNG ĐỤNG HÀNG, NHỮNG CHIẾC ĐIỆN THOẠI HÀNG ĐỘC
ĐANG TRỞ THÀNH MỘT XU HƯỚNG RIÊNG, GIÚP MANG ĐẾN CHO NGƯỜI
DÙNG MỘT PHONG CÁCH ĐẦY CÁ TÍNH, TẠO SỰ KHÁC BIỆT VỚI NHỮNG CHIẾC
SMARTPHONE ĐỜI THƯỜNG.



ĐIỆN THOẠI HAI MÀN HÌNH YOTAPHONE

Yotaphone gây ấn tượng mạnh khi được tích hợp hai màn hình 4.3 inch, dùng loại kính Gorilla Glass 3 chống trầy xước. Máy có màn hình HD LCD ở mặt trước và một màn hình e-Ink ở mặt sau có mật độ điểm ảnh 200dpi. Hai màn hình có thể tương tác với nhau, giúp người dùng dễ dàng chuyển đổi nội dung đang hiển thị ở mặt này sang mặt khác. Chẳng hạn, khi đang tra cứu bản đồ, nếu pin yếu, người dùng có thể quay sang màn hình e-Ink để kéo dài thời gian hoạt động của thiết bị. Nếu là người thích đọc sách và quen thuộc với những thiết bị đọc sách điện tử Kindle, màn hình e-Ink chính là loại màn hình lý tưởng nhất, giúp người dùng không bị mỏi mắt khi đọc và cực kỳ tiết kiệm điện năng.

Bên cạnh đó, Yotaphone là một chiếc smartphone mạnh mẽ, với chip lõi kép Snapdragon S4 tốc độ 1,5 GHz, RAM 2GB và pin dung lượng 2.100 mAh. Cả 2 màn hình của máy đều có kích thước 4.3 inch, trong đó màn hình trước có độ phân giải 1.280 x 720 pixel. Phía sau, máy được trang bị camera 12 megapixel. Chiếc smartphone này tích hợp sẵn hệ điều hành Android 4.1 Jelly Bean. Tuy nhiên, để sở hữu chiếc điện thoại này, người mua phải chờ đến quý III năm 2013.



ĐIỆN THOẠI CHỐNG NƯỚC SAMSUNG GALAXY XCOVER 2

Với thiết kế khá lạ mắt cùng khả năng chống chịu thời tiết khắc nghiệt làm nên nét riêng của dòng điện thoại siêu bền Samsung Galaxy Xcover 2 với tiêu chuẩn IP67. Máy có thể chống nước xâm nhập vào bên trong máy ở độ sâu 1m trong vòng 30 phút, hoặc chống bụi và cát. Nhờ nút bấm chụp ảnh được thiết kế riêng mà người dùng có thể dễ dàng ghi lại hình ảnh ở dưới nước với Xcover 2. Bên cạnh đó, máy còn tích hợp GPS và GLONASS phù hợp cho những người thích đi du lịch.

Samsung trang bị cho Galaxy Xcover 2 màn hình kích thước 4 inch với độ phân giải 480 x 800 điểm ảnh, chip xử lý hai nhân 1Ghz, camera 5MP với đèn LED và bộ nhớ trong 4GB với khả năng mở rộng qua khe cắm thẻ nhớ microSD. Máy được cài sẵn Android Jelly Bean với giao diện TouchWiz quen thuộc và những ứng dụng đặc biệt của Samsung như Motion UI, S-Cloud (đồng bộ dữ liệu), S Voice (nhận dạng giọng nói) và Best Shot (chụp nhiều tấm). Ngoài ra, Samsung cho biết nắp lưng của Xcover 2 có cơ chế khóa đặc biệt giúp nó không bị bật ra trong nhiều trường hợp, và ứng dụng Cardio trainer Pro chuyên dành cho người tập thể dục. **Giá của máy khoảng 8,6 triệu đồng.**



SONIM XP5300 NỔI ĐỒNG CỐI ĐÁ

Được mệnh danh là chiếc điện thoại "nổi đồng cối đá" nhất thế giới, có khả năng chịu đựng trong mọi môi trường khắc nghiệt nhất: chịu va đập, chống bụi, chịu nắng, chịu mưa. như đạt chuẩn IP-68 và MIL-810 của quân đội Mỹ. Thân máy thiết kế với vỏ bọc cau su và sợi thủy tinh tổng hợp, màn hình siêu cứng, có thể hoạt động tốt ở môi trường có nhiệt độ từ -220 C cho tới 550C, ngâm nước trong 30 phút ở độ sâu một mét hay chịu va đập, rơi ở độ cao một mét xuống nền cứng...

XP5300 Force được cải tiến thêm công nghệ 3G và Bluetooth 2.1. Máy có màn hình QVGA 2 inch dày 1,5 mm với chất liệu Gorilla Glass chống xước, chịu lực va đập tốt. Máy có bộ lọc chống nhiễu, định vị GPS, hỗ trợ Java, khe cắm thẻ nhớ microSD để nâng cấp dung lượng lưu trữ lên 16GB. XP5300 Force cũng có chỉnh sóng FM, máy nghe nhạc, camera 2MP hỗ trợ quay phim. Người dùng có thể đàm thoại liên tục gần 1 ngày trên mạng 2G hoặc thời gian chờ 12 tháng. **Giá của XP5300 là 14 triệu đồng.**



SPARE ONE ĐIỆN THOẠI CÓ THỜI GIAN CHỜ ĐẾN 15 NĂM

Đây sẽ là món quà đầy ý nghĩa với các người thích đi du lịch dài ngày, hay cho những ai không thể sạc pin thường xuyên. Đây là điện thoại đầu tiên trên thế giới dùng một viên pin AA Energizer chứ không phải pin điện thoại thông thường, cho phép thời gian đàm thoại liên tục lên đến 10 giờ đồng hồ và thời gian chờ 15 năm. Do SpareOne không hề có màn hình - đó là một trong các lí do vì sao pin máy lại có thể kéo dài đến thế.

Trong trường hợp khẩn cấp, thiết bị có khả năng báo đèn và phát đi tín hiệu vị trí của máy thông qua mã ID, giúp quá trình cứu hộ dễ dàng hơn. Ngoài ra, mẫu điện thoại này cũng phù hợp người lớn tuổi hay trẻ nhỏ sử dụng với 3 nút quay số nhanh đơn giản. Tuy nhiên, ngoài ưu điểm về thời gian chờ lâu, SpareOne không có tính năng nào đặc biệt, chủ yếu chỉ để nghe gọi và nhắn tin. **Giá của chiếc điện thoại này là 1,05 triệu đồng**

ĐIỆN THOẠI LÀM BẰNG TRE

Đây có thể nói là một sản phẩm khá độc đáo, khác biệt so với các điện thoại thông minh trên thị trường hiện nay và mang đầy phong cách, cá tính lẫn thời trang. Điện thoại ADzero với vỏ ngoài làm bằng loại tre hữu cơ 4 năm tuổi và tiến hành xử lí để tăng độ bền. Tre có vẻ là một loại vật liệu rất lạ đối với việc sản xuất điện thoại di động nhưng nó rất cứng, bền và chất lượng hoàn hảo cho smartphone.

Ngoài ra, máy cũng được trang bị cấu hình mạnh bao gồm bộ xử lý lõi tứ Samsung Exynos 4 1,4GHz giống như Galaxy S III, RAM 1 GB và dung lượng lưu trữ 16 GB. Bên cạnh đó, smartphone này còn sở hữu màn hình 4,5 inch LCD độ phân giải 720x1.280 pixel với mật độ điểm ảnh 326 ppi cùng với pin dung lượng cao 2.050 mAh. Bên cạnh đó, máy cũng có camera sau 8 MP với ống kính có độ mở f/2.0, camera VGA trước hỗ trợ chat video. Do sở hữu chất liệu độc đáo và kiểu dáng thời trang nên mức **giá của "điện thoại tre" vào khoảng 14,5 triệu đồng.**

ĐIỆN THOẠI SÔ CÔ LA

Mẫu điện thoại Sharp SH-04D có thiết kế ngọt ngào mang hình thành sô cô la socola sẽ là món quà tuyệt vời tặng cho bạn gái. Trông điện thoại giống như một thỏi sô-cô-la sữa ngon lành, rộng 2,3 inch (hơn 5cm), và chạy trên hệ điều hành Android 2.3. Mặt sau của điện thoại được thiết kế để trông giống như sô-cô-la đang chảy. Điện thoại chạy hệ điều hành Android 2.3, sở hữu màn hình 3,7 inch độ phân giải 960 x 540, camera 8 chấm và vi xử lý Qualcomm MSM8255 1GHz; Sản phẩm mỏng 12,3 mm. Thanh sô-cô-la này chỉ xuất xưởng 50.000 máy. Đi kèm với điện thoại là bộ sạc pin không dây Chocobed có hình dáng giống một hộp sô-cô-la. **Giá của chiếc điện thoại dễ thương này khoảng 10 triệu đồng.**

STYLE **110**



Lifestyle

February - March 2013

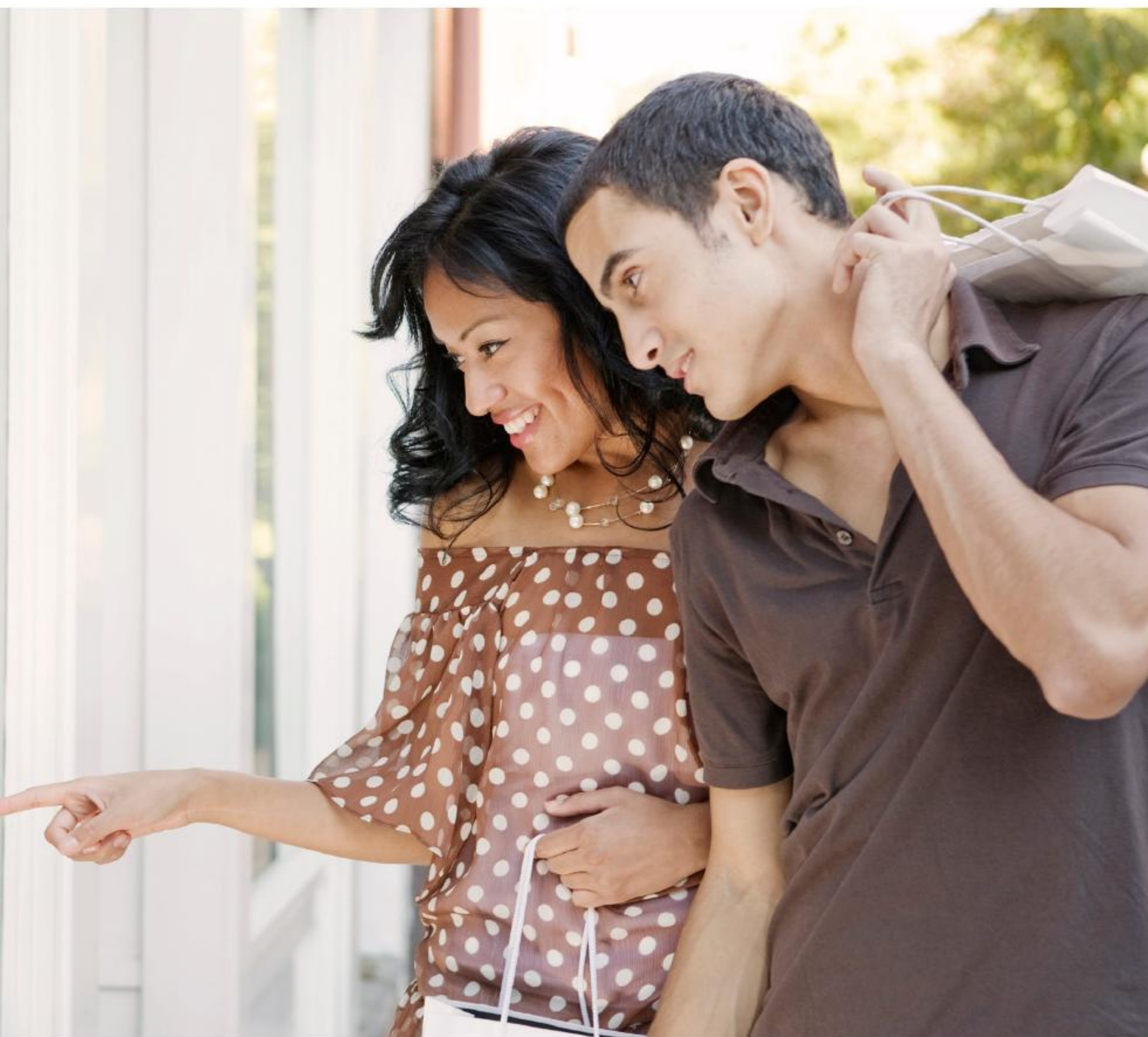




Quảng gánh lo đi mà **MUA SẮM**

Minh Anh

NẾU KHÔNG CHẮC CHẮN VỀ CÁCH SẼ LÀM KHOẢN TIỀN MÌNH ĐANG CÓ SINH SÔI, TỐT NHẤT HÃY TIÊU (HOẶC ĐẦU TƯ) NÓ VÀO HÀNG HIỆU, BỞI NẾU CÓ KHÁNH KIỆT, BẠN CŨNG KHÁNH KIỆT VỚI NIỀM VUI CỦA MÌNH! ĐÓ LÀ CHƯA KỂ VIỆC CHÍNH NHỮNG MÓN HÀNG HIỆU ĐÓ SẼ CÓ THỂ ĐEM LẠI CHO BẠN NHỮNG KHOẢN KẾCH XÙ.



Tôi có một người bạn, từng làm Thư ký toà soạn cho hai tờ báo trong đó có một tờ về kinh tế năm 26 tuổi. Chị cũng là một trong những người sớm có bằng thạc sỹ quản trị kinh doanh – so với những người cùng trang lứa của chị, thế hệ những người sinh năm 1970. Tôi nhớ vào năm 2000, khi chưa nhiều người đề cập tới các thuật ngữ như wash-trading hay quyền mua, quyền bán thì chị đã nói cho tôi biết về

các thuật ngữ này. Năm 2005, chị bạn tôi xin rời khỏi tờ báo mình đang đảm nhiệm chức vụ thư ký với mức lương khoảng \$2.000 bởi công việc đầu tư vào chứng khoán giúp chị có mức thu nhập tốt hơn. Tôi nhớ trước tết năm 2007, chị tự hào tuyên bố, nếu cash-out, chị sẽ có khoảng \$3 triệu. Tuy nhiên, chứng khoán chết, khoản tiền \$3 triệu của chị cũng chẳng còn. Giờ chị lại đi làm thuê. Một người bạn khác của tôi, trẻ hơn rất nhiều (sinh năm 1984), không bằng cấp bằng người bạn đầu, khởi nghiệp năm 2007,

làm việc trong lĩnh vực quảng cáo Google. Giờ chị sở hữu khoảng 20 chiếc túi hiệu, ô-tô, nhà riêng. Mới biết, trong kinh doanh bằng cấp, kinh nghiệm chưa phải là tất cả.

Thực tế có lẽ đầu tư là công việc khó khăn nhất. Mà trong một số trường hợp kiến thức, kinh nghiệm không đồng nghĩa với thành công. Tiến sỹ kinh tế Alan Phan thậm chí đã đưa hẳn điều này vào một bài viết khá hay của ông có tên là: “Trận đấu kinh tế giữa người dân và chuyên gia”. Trong bài viết, ông có đề cập tới 03 ví dụ.



“...sau khi đã đeo chiếc đồng hồ dó chân chề (trong khoảng 20 năm), chủ nhân của chiếc đồng hồ còn diễm nhiên bỏ túi gần triệu đô. Liệu đây có phải một khoản đầu tư thú vị và có mức “hoàn trái về đầu tư” siêu tương?”

Ví dụ 01 là về một cựu viên chức nhà nước cỡ trung (chưa tốt nghiệp trung học) của tỉnh Hồ Nam, Trung Quốc. Anh này có mức “hoàn trái về đầu tư” so với quỹ Viasa khi cùng đầu tư vào thị trường chứng khoán Trung Quốc, tại cùng một thời điểm là 124%/36%. Ví dụ 02 là một anh lái taxi ở Hà Nội. Anh này đã không bán đất và đầu tư vào vàng như lời khuyên của “ông già Alan”, thay vào đó tiếp tục kinh doanh đất trong giai đoạn 2007 -2009. Kết quả anh này phất to và trở thành nhà đầu tư. Ví dụ thứ 03 là một bà giúp việc. Bà tập trung đầu tư vào vàng miếng trong giai đoạn 2008, việc này giúp bà có mức “hoàn trái về đầu tư” là 25% mỗi năm. Trong khi đó, “mức hoàn trái đầu tư” trung bình của các quỹ tại Việt Nam trong 03 năm qua là âm 17%.

Phải chăng, nếu như vậy, chúng ta cứ thả cửa đầu tư, không cần quan tâm tình hình thế giới, không cần quan tâm tới giá vàng, chẳng cần quan tâm tới chỉ số lạm phát, chẳng cần quan tâm tới lãi suất ngân hàng? Phải chăng công việc đầu tư có thể hiểu giống như việc chúng ta mua vàng, bỏ vào một cái lọ và đi ngủ để rồi vài năm sau tỉnh dậy và chột oà lên rằng, chúng ta giàu rồi. Trong thời gian chúng ta ngủ, giá vàng đã tăng từ \$630 lên tới trên \$1.500/ounce? Chắc chắn không thể là như vậy, tuy nhiên, đầu tư cũng được quyết định một phần rất lớn bởi may rủi. Bởi vậy, thay vì đầu tư vào vàng (miếng) và cất trong két, tại sao bạn không đầu tư vào những thứ bạn có thể vừa dùng được (hàng hiệu, kim cương) vừa sinh lời, đặc biệt nếu bạn xét đến việc giá hàng hiệu mỗi năm đều tăng. Trong một số trường hợp, những món đồ này còn thực sự mang lại cho bạn những khoản ketch xù khi được đem đi đầu giá.

Một người đàn ông nọ, bỏ tiền mua một chiếc đồng hồ Patek Philippe platinum vào khoảng năm 1992. Đây là một mẫu đồng hồ Perpetual calendar, có chức năng thông báo năm nhuận và hệ thống thông báo vòng quay của mặt trăng. Ông này sau đó đã ăn, ngủ, đi dự tiệc, đi hẹn hò, tới dự lễ sinh nhật của bố

mình, đi dự lễ rửa tội cho đứa con đầy tháng của mình, thậm chí là cả đi hẹn hò với bồ cùng với chiếc đồng hồ trong khoảng suốt 20 năm. Rồi đột nhiên, một ngày đẹp trời nọ, ông ta muốn bán lại chiếc đồng hồ đó. Một người bạn khuyên ông mang chiếc đồng hồ đi đầu giá tại một trong những nhà đầu giá nổi tiếng. Và bạn có biết, chiếc đồng hồ đó được bỏ giá bao nhiêu không? Xấp xỉ gần \$1 triệu. Như vậy, có nghĩa sau khi đã đeo chiếc đồng hồ đó chán chê (trong khoảng 20 năm), chủ nhân của chiếc đồng hồ còn điểm nhiên bỏ túi gần triệu đô. Liệu đây có phải một khoản đầu tư thú vị và có mức “hoàn trái về đầu tư” siêu tưởng? Không cần trả lời, có lẽ bạn cũng đã có câu trả lời của riêng mình.

Thực tế, mua hàng hiệu cũng là một hình thức đầu tư. Theo một số trang mạng thì mức tăng giá dành cho những chiếc túi Chanel là khoảng \$500 sau mỗi mùa. Một số người bạn của tôi ước tính mức tăng giá của những chiếc túi Chanel là vào khoảng 08%-10%/năm, mức này cao hơn so với mức lạm phát của năm 2012. Có thể hiểu đơn giản điều này như sau, bạn có 100 triệu, sau một năm giá trị thực của 100 triệu chỉ còn khoảng 93 triệu. Nhưng nếu bạn dùng khoản tiền này để mua túi Chanel, một năm sau bạn đang nắm giữ khối tài sản tương đương với 110 triệu. Cá biệt với những chiếc túi Chanel vintage trong giai đoạn từ 1980-1996, với chất lượng hạng A, mức giá bán lại còn tăng khoảng tối thiểu là 30% so với mức giá mua ban đầu.

Không chỉ có Chanel, Louis Vuitton cũng quyết định tăng giá 08% cho mọi sản phẩm của mình đối với thị trường châu Âu. Prada cũng quyết định tương tự, cũng sẽ tăng giá 10% cho thị trường này. Trong khi đó, Hermès dự tính sẽ áp dụng một mức tăng giá từ 7%-10% trên toàn cầu trong năm nay. Điều này đồng nghĩa trăm triệu năm trước bạn còn có thể đủ để mua một chiếc túi nhưng năm sau nếu muốn mua bạn sẽ phải bỏ thêm một khoản đáng kể. Hoặc đơn giản hơn nữa, hoặc là mua bây giờ hoặc là

chẳng bao giờ có thể mua được.

Tuy nhiên, xét cho cùng, ngay cả trong trường hợp những món đồ hiệu không trở thành “hầm trú ẩn” an toàn cho tài sản, ngay cả khi các thương hiệu không áp dụng chính sách tăng giá để đảm bảo sản phẩm của họ không bị mất giá theo sự lạm phát của đồng tiền, một người phụ nữ vẫn nên đầu tư vào hàng hiệu – nếu thực sự yêu thích. Hàng hiệu cho họ sự thoải mái về tâm lý, cảm giác yêu thích cuộc sống, cái nhìn lạc quan về tương lai. Hàng hiệu giúp họ thoải mái hơn trong giao tiếp và là một công cụ để họ tiếp cận với những cơ hội kinh doanh mới, vậy tại sao lại không đầu tư vào hàng hiệu chứ!?

Trở lại với câu chuyện người phụ nữ có 20 chiếc túi hiệu ở đầu bài. Người bạn đó của tôi luôn chia sẻ, “nếu có khánh kiệt, hãy khánh kiệt với niềm vui của mình.” “Nếu thích kim cương, hãy đầu tư vào kim cương. Nếu thích các tác phẩm nghệ thuật, hãy mua những bức tranh. Nếu thích túi hiệu, đừng ngần ngại đóng một chiếc tủ chỉ để dành trưng bày túi. Đầu tư đôi lúc bao gồm cả việc hưởng thụ thành quả lao động theo cách mà mình muốn!”

Ngôi nhà của HƯƠNG THƠM

Yuri Tan

MÙA XUÂN ĐANG ĐẾN ĐỂ LÀM TƯƠI MỚI VÀ BỪNG SÁNG MỌI CĂN NHÀ. TUY NHIÊN, LIỆU BẠN ĐÃ BIẾT HẾT CÁC "MẸO" NHỎ ĐỂ LÀM NGÔI NHÀ THÊM PHẦN SẠCH SẼ VÀ NGÁT HƯƠNG THƠM? STYLE XIN MÁCH BẠN MỘT SỐ GIẢI PHÁP HỮU HIỆU MÀ KHÔNG QUÁ TỐN KÉM ĐỂ "ƯỚP HƯƠNG" MÁI ẤM GIA ĐÌNH.





Giấm ăn

Một trong những cách đơn giản và hữu hiệu nhất để khử mùi là giấm ăn. Bạn có thể để những bát giấm nhỏ trong các góc kín của căn phòng. Chất lỏng diệu kỳ này sẽ trung hoà các mùi khó chịu. Bạn cũng có thể pha loãng và xịt thẳng giấm vào những chỗ gây mùi. Hãy nhớ rằng, việc khử mùi là bước đầu tiên, quan trọng và hiệu quả hơn nhiều so với một chai thuốc xịt phòng.

Vỏ cam, quýt, bưởi

Họ hàng các loại cây này có khả năng hút mùi và tạo hương rất tốt, vậy nên, đừng vội vứt vỏ của chúng đi sau khi bạn đã ăn xong. Bạn có thể cho vỏ bưởi trong tủ lạnh để hút các mùi khó chịu của cá, thịt và cơm nguội. Bạn cũng có thể thả chúng trong nước sôi để tạo mùi tươi mới trong phòng bếp. Ngoài ra, trước khi hút bụi, một chút vỏ cam trong túi hút bụi cũng giúp cho thảm của bạn thêm sạch và có chút hương thơm nhẹ nhàng, thoáng mát.

Quế hồi

Một “tip” nhỏ của những người bán nhà ở Mỹ là trước khi một vị khách hàng tiềm năng đến xem nhà, chủ nhà sẽ đun một ít quế hồi trong bếp để tạo nên một mùi thơm ấm áp và hấp dẫn, đồng thời che đi mùi ẩm mốc hoặc mùi sơn mới. Nhiều người còn nhỏ một vài giọt tinh dầu vanilla hay bạc hà để tạo ra một hỗn hợp mùi hương riêng cho ngôi nhà của mình.

Bóng đèn

Bạn có một mùi hương nước hoa yêu thích và muốn ngôi nhà mình được ướp hương thơm ấy? Liệu bạn có biết cách nào hiệu quả hơn ngoài việc cắm cả chai xịt vào từng góc nhà? Một mẹo nhỏ là bạn chỉ cần xịt một chút nước hoa vào bóng đèn vàng trong nhà. Nhớ là chỉ xịt khi bóng đèn đã hoàn toàn tắt và ở





hiệt độ bình thường. Khi bật đèn, hương thơm được đốt nóng sẽ lan toả cả không gian, mang đến cho bạn cảm giác hạnh phúc khi được đắm mình trong một hương thơm quen thuộc.

Nướng bánh

Nếu như bạn thích và biết nướng bánh, bạn sẽ rất dễ dàng để tạo ra một không gian ấm áp và thơm ngon. Chỉ cần cho bánh vào lò nướng 5-10 phút trước khi khách đến ngôi nhà của bạn sẽ có mùi đặc biệt và cuốn hút. Không ai có thể cưỡng lại mùi thơm của một mẻ bánh tươi chuẩn bị ra lò.

Cà phê

Cà phê luôn là một phương pháp khử mùi hữu hiệu dù trên ô tô, trong tủ giấy hoặc trong nhà bếp. Bạn có thể để những túi cà phê nhỏ xung quanh căn nhà, hoặc rang cà phê trên bếp, và một cách nữa là thắp một ngọn nến ở giữa bát đựng hạt cà phê để nhiệt độ khuếch tán mùi hương rộng hơn.

Cây xanh

Hãy trồng những loại cây xanh mà bạn yêu thích trong những chậu nhỏ trong phòng bếp, phòng

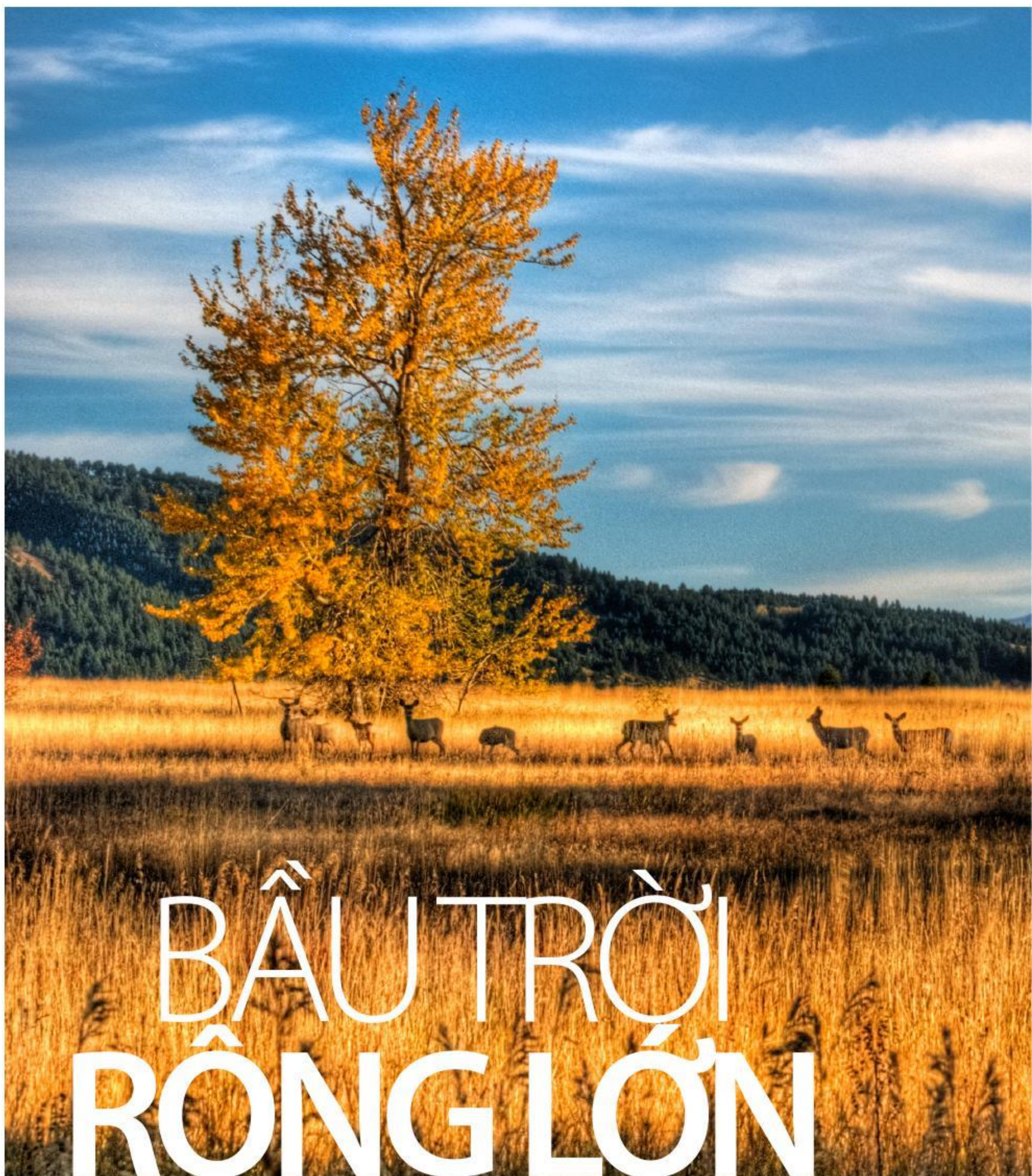


khách và cả phòng tắm. Sự hiện diện của cây xanh sẽ làm giảm ô nhiễm không khí trong nhà và điều hòa không khí trong lành trong không gian của bạn. Nếu trồng những cây hoa có hương thơm, mùi hương khi hoa nở sẽ làm không gian của ngôi nhà trở nên thơm mát.

Nến thơm

Style khuyên bạn không nên sử dụng các loại nước xịt phòng hoặc nến thơm có mùi nhân tạo, vì chúng sẽ gây ra cảm giác “mùi xà phòng”, thậm chí có thể khiến bạn hoặc các vị khách bị kích ứng với các chất hoá học. Trên thị trường có rất nhiều loại nến thơm, nhưng hãy đầu tư vào các loại nến tự nhiên cao cấp như Jo Malone, Dyptique hoặc Cire Trudon. Dù đắt hơn so với các loại nến thường, nhưng chắc chắn những loại nến này sẽ rất “đáng đồng tiền bát gạo”.

Với 8 tip nhỏ trên, Style hi vọng căn nhà bạn sẽ mát hương thơm cho mùa xuân mới này!



Quynh

Montana là một tiểu bang nằm ở miền Tây Bắc Hoa Kỳ, nổi tiếng với những vùng đồi núi rộng lớn và hùng vĩ. Dù đứng thứ 4 về diện tích nhưng lại là một tiểu bang dân cư thưa thớt nhất nước Mỹ, Montana còn được gọi tên là “Big Sky Country”.



GÌỜ ĐÂY, NHỮNG CÁNH ĐỒNG BẮT TẬN VÀNG ÁNH DƯỚI NẮNG MẶT TRỜI, NHỮNG RĂNG NÚI PHỦ TUYẾT IN MÌNH XUỐNG MẶT HỒ LẶNG GIÓ, NHỮNG MẠCH NƯỚC PHUN CAO CỘT KHÍ RẠCH TRỜI, ĐÃ TRỞ THÀNH MỘT PHẦN XA LẮM CỦA DĨ VẮNG. CÁI DĨ VẮNG CỦA MƯỜI NĂM TRƯỚC KHI TÔI CHẠP CHỨNG THỰC HIỆN MỘT BƯỚC CHUYỂN LỚN TRONG CUỘC ĐỜI, KHI TÔI NHẮM MẮT, RỜI BỎ NHỮNG THỨ QUEN THUỘC NHẤT, NHỮNG BAN BÈ, NHỮNG PHỐ CỔ, NHỮNG TIẾNG RAO ĐÊM, ĐỂ ĐẾN VỚI MỘT VÙNG ĐẤT HOÀN TOÀN MỚI MẸ, HOANG VU VÀ ĐẦY NHỮNG ĐIỀU BẤT NGỜ CỦA TẠO HOÁ.



MỘT THỊ TRẤN HÈO LÁNH

Tôi đặt chân tới Montana, một tiểu bang nằm ở Tây Bắc nước Mỹ, trong một buổi chiều thu muộn. Đồng cỏ hai bên nhuộm vàng rụng đũa, reo mình trong gió, như thể lâu lắm mới được tiếp đón một vị khách lạ đến với thị trấn. Chester không có tên trên bản đồ, với 400 người sinh sống, và chưa bao giờ có một người nước ngoài. Đường phố vắng lặng, phả ra thứ âm thanh duy nhất là tiếng chuông nhà thờ và thi thoảng lắm là tiếng ô tô vút qua. Những ngôi nhà đứng biệt lập trong một diện tích vuông vắn. Những khu vườn được gọt tía theo một công thức, mà tôi luôn tự hỏi ai là người chăm sóc. Những hàng rào không quá kiên cố những cũng đủ cao để ngăn những ánh mắt tò mò soi mói của những kẻ lang thang dọc đường như tôi.

Tôi không sống ở Chester mà trên

một trang trại cách Chester 45 phút, một nông trại rộng mênh mang trên một đỉnh đồi, khiến cho tôi cảm thấy như mình đang chính là Laura trong bộ phim truyền hình “Ngôi nhà nhỏ trên thảo nguyên”. Sự tĩnh mịch và tinh khiết của nơi đây khiến mỗi sáng thức giấc tôi đều phải khép mình nhẹ nhàng. Một hơi thở, một cái vươn vai của tôi cũng có thể xé tan bầu không khí và làm nổi giận tất cả những gì thuộc về mảnh đất này. Hàng ngày, trừ những lúc làm việc trong thị trấn, tôi thường nằm dài trên những triền cỏ miên man, thả hồn, hướng mắt và với tay theo đường chân trời. Sự bao la và vĩ đại của thế giới chạm vào từng giác quan, từng thớ thịt, khiến tôi cảm thấy mình như một chú kiến, nhỏ bé đến tột cùng.

Những buổi chiều hè mát, tôi cùng Hannah đi thuyền dạo quanh khu vực Hồ Lớn. Mặt nước hồ trong veo khiến tôi có thể thấy rõ khuôn

mặt và ánh mắt lấp lánh của Hannah reo lên vì vui sướng khi được làm thuyền trưởng. Hannah, 11, kém tôi 6 tuổi, nhỏ nhắn và nhanh nhẹn. Có thể nói, trong những ngày dài ở Montana thì chính Hannah là người đã phần nào giúp tôi quên đi cái lạnh lẽo và nỗi nhớ xa nhà.

TINH THẦN THỂ THAO

Hannah rủ tôi ra hồ. Gắn tấm lướt vào chân và khoác tấm áo phao vào cho tôi, Hannah nhảy tùm xuống nước. Sự tò mò và háo hức được đắm mình giữa một hồ nước mênh mang và tuyệt đẹp, cộng với sự nhiệt tình của Hannah khiến tôi không chần chừ, nhắm mắt làm theo. 1 giây, 2 giây, 3 giây trôi qua, tôi bỗng hét lên một tiếng thất thanh. Dòng nước xanh biếc đẩy quẫy rũ hoá ra là một biển băng lạnh cắt, đâm vào từng mạch máu, làm tê liệt mọi hoạt động của dây thần kinh. Tôi cảm thấy mình



rơi vào một trạng thái hoàn toàn bất động, cho tới khi Hannah giật mạnh tay, đưa tôi một mẫu gỗ, bảo tôi nắm lấy thật chắc rồi đứng dậy. Tôi nghe lời. Thực ra làm gì cũng được để thoát khỏi mặt nước rét buốt này. Tôi từ từ nhòe người dậy, và như một quán tính, tôi trùng đầu gối để giữ thăng bằng... rồi lướt đi. Tôi không ngờ đó lại là bài học đầu tiên của tôi với môn trượt nước, và cũng trở thành bài học lớn trong đời: để bước tiếp, đôi khi, bạn chỉ cần nhắm mắt, ném bản thân mình vào những khó khăn, và bạn sẽ thấy ngạc nhiên tốt độ bởi ý chí và bản năng sống của mình.

Ngoài waterski, Montana còn nổi tiếng với bộ môn trượt tuyết. Thành phố White Fish là địa điểm tập luyện của đội tuyển Quốc gia Mỹ cho các kỳ thể vận hội Olympics. Tôi háo hức chờ đón tới ngày được lao vút đi, bay người trên những đỉnh đồi trắng xoá, đầy lãng mạn. Nhưng

thực tế thì không đẹp dễ như vậy. Trong suốt một ngày tập luyện, tôi liên tục ngã dúi dụi, lúc thì lăn lông lốc xuống chân núi, lúc thì suýt đâm vào gốc cây, nhưng niềm vui và phấn khởi trong tôi không hề giảm sút. Tôi tiếp tục đứng dậy với niềm tin lớn lao là chỉ một vài lần nữa tôi sẽ làm được. Tới cuối ngày, khi ánh hoàng hôn đã phủ đầy rừng đồi trắng, cuộn tròn trong tấm chăn tuyết, và hoàn toàn thất bại trong việc skiing, tôi vẫn cảm thấy hạnh phúc. Tôi không phải là một người yêu thể thao, đến giờ cũng vậy. Nhưng những năm tháng ở Montana đã giúp tôi nhận ra rằng cuộc sống có những thử thách thật thú vị, với phần thưởng đơn giản chỉ là một cơ hội để bạn được thử thách chính bản thân mình.

THIÊN NHIÊN HOANG DÃ

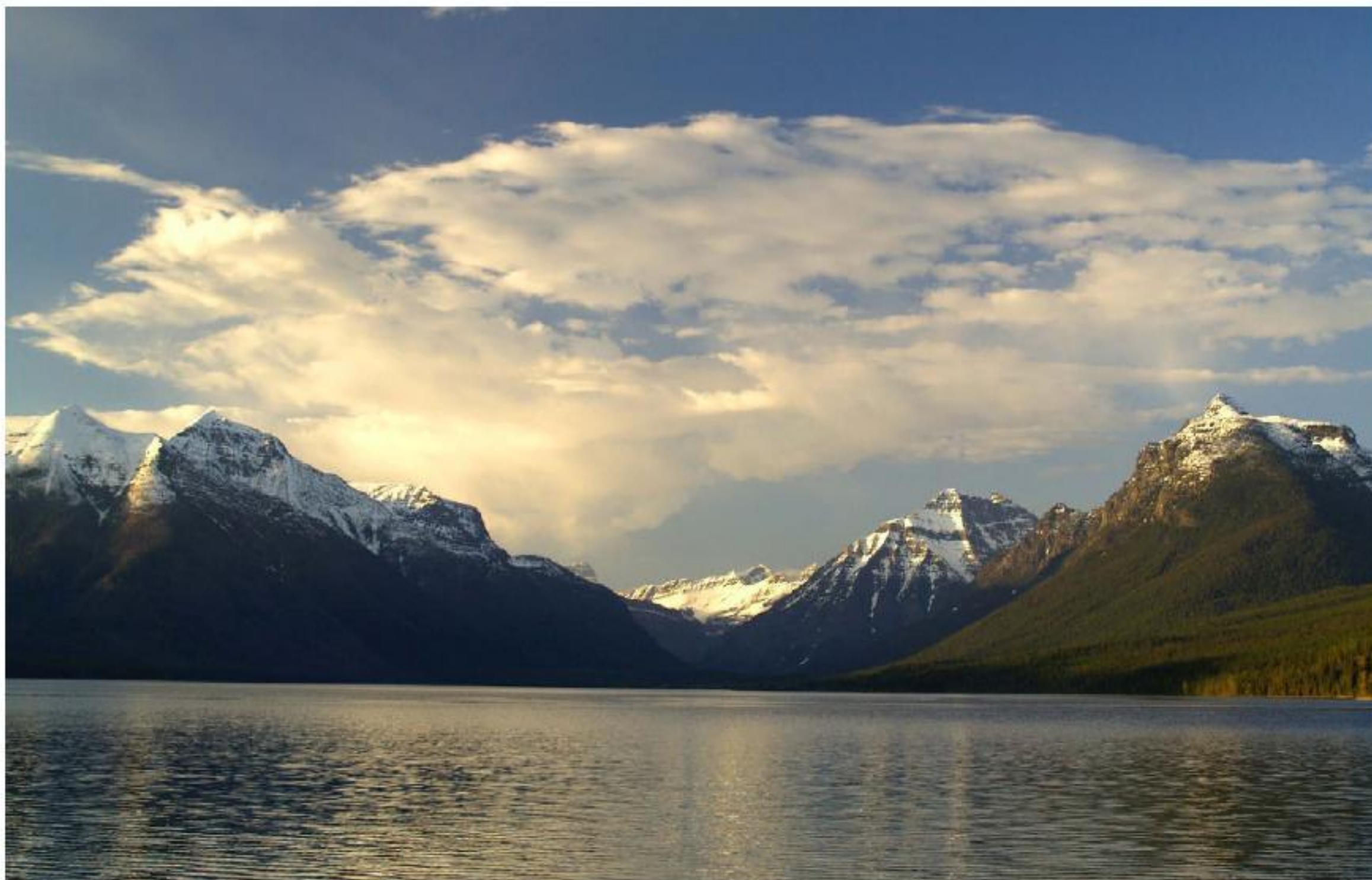
Mùa xuân, khi thời tiết tháng ba ở Montana trong lành và dễ chịu,

ông bà chủ nhà quyết định thực hiện một chuyến roadtrip tới Glacier Park, khu rừng quốc gia nổi tiếng của Mỹ. Vườn quốc gia Glacier là một khu đất rộng khoảng 4,000km² trong vùng núi rừng Rocky, trong đó có khoảng 130 hồ nước, hơn 1,000 loại cây cỏ và hơn 100 loài thú vật khác nhau. Chúng tôi dành một ngày và một đêm tại Glacier để ngắm nhìn và thưởng thức sự thay đổi diệu kỳ của tạo hoá nơi đây.

Trên con đường Going-to-the-Sun Road nổi tiếng, khi đang thiu thiu ngủ ở ghế sau, tôi bỗng nghe tiếng “rầm”, một âm thanh lớn bên tai. Hốt hoảng tưởng lở đá, tôi nhướn người lên ghế lái của bà chủ thì thấy

123

STYLIS



gương mặt bà hoảng hốt: Một chú nai vừa chạy ngang đâm vào xe, làm móp phần mũi xe đằng trước. Chưa kịp định thần lại thì trước mặt một chú gấu đen to lớn, tầm 100 cân, đang

đứng cách xe chỉ tầm 50 mét. Kể cả với những người dân bản xứ, việc đối diện với những tình huống như thế này cũng thật hi hữu. Chúng tôi không ai bảo ai, khoá cửa xe, im lặng, hồi hộp, chờ đợi. Và 20 phút sau, chú gấu đen cũng từ từ bước đi. Tất cả đều thở phào, sung sướng nhìn nhau, và lại hát vang bài ca về những chuyến thám hiểm. Sự cố ấy không làm chuyến đi bớt vui, mà ngược lại, những đứa trẻ con chúng tôi còn tíu tít về ra những viễn cảnh về một cuộc tấn công của “Gấu mẹ vĩ đại”, mà trong đó chúng tôi sẽ là nữ chiến sỹ dũng cảm, chiến đấu để bảo vệ nhau.

Không chỉ Glacier Park, Montana còn làm tôi say đắm bởi vùng hồ Flathead rộng lớn, con đường thám hiểm Lewis & Clark mang đậm những dấu ấn lịch sử, hay Yellow Stone, khu rừng quốc gia được hình thành sau nhiều hoạt động phun trào của núi lửa, nổi tiếng với những mạch

nước phun và suối nước nóng. Những cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ tựa như trong những câu chuyện cổ tích, làm cho tôi, lần đầu tiên trong đời, được phóng rộng tầm mắt đến những chân trời mới.

VÙNG KÝ ỨC ÊM ĐẸP

Khi tôi rời Montana để đến với những vùng đất mới, những đô thị nhộn nhịp hơn, văn minh hơn, nơi có những toà nhà chọc trời, những khu trung tâm thương mại rộng lớn và muôn vàn những khuôn mặt mới, tôi

không nghĩ rằng có một ngày mình sẽ nhớ về mảnh đất yên bình, có phần hơi “thôn quê” này. Nhưng giờ đây, khi gió lạnh đầu mùa đang khẽ tràn qua khung cửa, tôi lại mơ thấy mình vút đi trên một chiếc xe van cũ kỹ, đâm thẳng vào những rừng đồi và thung lũng mê mông của Montana, nơi tôi được quây bởi một thứ âm thanh tĩnh mịch đến tuyệt đối, thỉnh thoảng bị phá vỡ bởi giọng ca trầm buồn của Norah Jones “Out across the endless sea, I would die in ecstasy, But I'll be a bag of bones, Driving down the road alone”....



BÈNH BÔNG MUÔN LÃNG MẠN QUANH ĐÂY



VỊNH KÊ GÀ, 35 KM HƯỚNG NAM PHAN THIẾT

ĐT: (84 62) 3682 222, FAX: (84 62) 3682 333

EMAIL: INFO@PRINCESSANNAM.COM

WEBSITE: WWW.PRINCESSANNAM.COM



PRINCESS D'ANNAM
RESORT & SPA



Khúc ru êm
nơi miền Trung lửa cháy
Minh Anh



Intercontinental Da Nang Sun Peninsula

CHẲNG PHẢI TỰ NHIÊN MÀ ĐÀ NẴNG - MỘT RẼO ĐẤT NHỎ BÉ NƠI MIỀN TRUNG THỪA NẮNG, THỪA GIÓ LẠI TRỞ THÀNH ĐỊA ĐIỂM NGHỈ DƯỠNG LÝ TƯỞNG CỦA CÁC KHÁCH DU LỊCH TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC. SÁT BÊN DẢI CÁT DÀI 30KM CHẠY DỌC TỪ MIỀN NAM THÀNH PHỐ ĐÀ NGẪNG KHÔNG NGỪNG MỌC LÊN CÁC KHÁCH SẠN, KHU NGHỈ DƯỠNG MÀ HYATT REGENCY CHỈ LÀ MỘT TRONG SỐ ĐÓ. CÁCH TRUNG TÂM ĐÀ NẴNG CHỈ KHOẢNG 01 GIỜ CHẠY XE LÀ 03 SÂN GOLF KÍCH THƯỚC CHUẨN, MỘT NHÀ CHỜ MÁY BAY 01 NĂM TUỔI TẠI SÂN BAY QUỐC TẾ ĐÀ NẴNG VỚI CÁC TRANG THIẾT BỊ HIỆN ĐẠI TIỀN TIẾN, HỨA HEN CÓ THỂ PHỤC VỤ KHOẢNG 04 TRIỆU KHÁCH DU LỊCH NGOẠI QUỐC MỖI NĂM.

THÔNG THƯỜNG KHI TỚI ĐÀ NẴNG LẦN ĐẦU, KHÁCH DU LỊCH THƯỜNG QUAN TÂM NHIỀU TỚI LOẠI HÌNH KHÁM PHÁ HOẶC THAM QUAN CÁC DANH LAM THẮNG CẢNH NHIỀU HƠN. ĐÀ NẴNG CÓ THỂ XEM LÀ GIAO ĐIỂM CỦA BA ĐỊA DANH ĐƯỢC XẾP HẠNG DI SẢN THẾ GIỚI LÀ ĐÔ THỊ CỔ HỘI AN, CỔ ĐÔ HUẾ VÀ THÁNH ĐỊA MỸ SƠN. TUY NHIÊN, ĐIỀU THỰC SỰ KHIẾN KHÁCH DU LỊCH QUAY TRỞ LẠI NƠI MIỀN TRUNG NẮNG GIÓ NÀY LÀ CÁC KHU NGHỈ CHẤT LƯỢNG TẠI ĐÀ NẴNG VÀ KHU VỰC XUNG QUANH ĐÓ. STYLE XIN GIỚI THIỆU VỚI BẠN ĐỌC BỘ 03 KHU NGHỈ KHÔNG THỂ BỎ QUA, 02 TRONG SỐ ĐÓ THẬM CHÍ CÒN CHƯA ĐẦY 01 NĂM TUỔI, ĐẢM BẢO MỌI TIỆN NGHI VẪN ĐANG Ở TRẠNG THÁI TỐT NHẤT.

127 STYLES



The Nam Hai

The Nam Hai

Khi Nam Hai chính thức khai trương (trên bãi biển Hà My) vào năm 2006, khu nghỉ này đã được toàn bộ báo chí trong và ngoài nước ca ngợi là khu nghỉ dưỡng cao cấp, thanh nhã và sang trọng nhất Việt Nam. Mặc dù đã qua 06 năm nhưng The Nam Hai vẫn bảo lưu được vị thế này. Ngay từ cái nhìn đầu tiên, có thể dễ dàng nhận thấy các thiết kế của khu nghỉ mang dấu ấn của các khu nghỉ thuộc Amanresorts. Đó là bởi The Nam Hai đã hợp tác với người sáng lập của khu nghỉ Adrian Zecha. 100 villa được xếp theo hình móng ngựa với phần mở hướng ra biển. Đặc biệt, mỗi căn villa đều là cả một sự đầu tư kỹ càng và chu đáo. Kiến trúc với mái ngói đỏ tươi gợi nhắc chúng ta về những ngôi Nhà Rừng truyền thống của miền Trung Việt Nam. Trong khi đó, nội thất lại là sự kết hợp hài hoà của các trang thiết bị bằng gỗ với lớp đá lát sàn granite mang lại một cảm giác thật thư thả nhưng cũng thật sang trọng và tinh tế, đặc biệt nếu bạn xét đến việc những

món đồ gỗ này được khảm các hoạ tiết trang trí từ vỏ trứng.

Giường ngủ của mỗi căn villa ở The Nam Hai cũng mang lại cho bất kỳ ai từng ngủ một lần trên đây một cảm giác của việc trở thành đế vương. Lớp màn che rủ mềm, mỏng đầy gợi cảm lãng mạn nhưng cũng thật sang trọng. Phòng tắm của villa hướng vườn với những vôi hoa sen gợi cảm. Với thiết kế đặc biệt, nếu không có chiếc võ tuyền trên tường phía cuối giường, chắc hẳn khách nghỉ dễ nhầm tưởng đang lạc vào một thế giới khác.

The Nam Hai



Tới với The Nam Hai, khách nghỉ có thể nằm dài trước căn villa và tận hưởng những cơn gió mang theo hơi nước mát mẻ tới từ biển hoặc từ 01 trong 03 hồ bơi, một trong 03 hồ bơi này có kích thước chuẩn dành cho các cuộc thi Olympics. Hoặc bạn có thể lướt sóng hoặc đi bộ trên những bãi cát mịn như bột bánh mì. Bởi The Nam Hai luôn đề cao tính cá nhân, sự độc đáo, không gian riêng tư nên bạn có thể hoàn toàn yên tâm rằng bạn sẽ có những thời khắc thật sự của riêng mình khi đi bộ ngắm cảnh mặt trời lặn hoặc mọc và nhật những chiếc vỏ ốc hoặc vỏ sò.

The Nam Hai cũng không phải là nơi dành cho các hoạt động thể thao dưới nước. Thực tế, The Nam Hai giống như một lâu đài trong rừng, luôn ở trạng thái mơ màng của một giấc ngủ trưa. Tuy nhiên, bù lại, The Nam Hai nổi tiếng với dịch vụ spa. Spa của khu nghỉ được thiết kế bên cạnh ao sen, với những phòng nghỉ dưỡng nằm ngay phía trên mặt nước, từ đây khách nghỉ có thể nhìn



Intercontinental Da Nang Sun Peninsula

ngắm những con cá vàng đang bơi lội phía dưới. Với những vị khách chưa tới khu phố cổ Hội An, đô thị cổ này chỉ cách đó 15 phút ngồi xe bus. Với những vị khách thích một trải nghiệm mới lạ hơn, The Nam Hải có thể sắp xếp một chuyến đi du lịch ngắm mặt trời mọc với ngư dân. Thật thú vị khi bạn có thể dỡ cá từ chuyến đi biển về trong lúc những người khác vẫn còn say giấc nồng.

Về bữa sáng, buổi sáng ở Nam Hải luôn tuyệt vời với các loại đồ uống đa dạng từ vang nổ tới những loại nước bổ dưỡng như nước dừa, nước gừng, nước chanh và nước húng quế địa phương. Các bữa khác trong ngày cũng tuyệt vời, mặc dù vậy rời khu nghỉ để tới dùng bữa ở các nhà hàng địa phương cũng là một trải nghiệm thú vị mà bạn tuyệt đối không nên bỏ qua.

Intercontinental Da Nang Sun Peninsula

Nếu Nam Hải có chút gì đó quá dịu dàng, vậy thì hãy thử nghỉ tới khách-sạn-khu-nghỉ Intercontinental

mới của Đà Nẵng: Intercontinental Da Nang Sun Peninsula. Intercontinental Da Nang Sun Peninsula mang một phong cách hoàn toàn khác biệt với những khu nghỉ hoặc khách sạn Intercontinental thường gặp. Khu nghỉ có lối kiến trúc thật đẹp với các toà nhà được xây dọc theo sườn một quả đồi nằm bên cạnh một vịnh tư nhân nhỏ trên Bán đảo Sơn Trà hoang sơ. Đặc biệt, khu nghỉ rất lãng mạn khi được nối liền với đất liền bằng một eo đất nối từ bãi biển trung tâm thành phố và cửa sông Hàn.

Nhưng Intercontinental Da Nang Sun Peninsula không chỉ có vậy. Là đứa con tinh thần của “ông hoàng của các khu resort trên thế giới”: Bill Bensley, toàn bộ mọi chi tiết của khu nghỉ từ kiến trúc, nội thất, phối cảnh tổng thể, bảng chỉ dẫn, nghệ thuật, thậm chí là đồng phục của nhân viên đều được đặc biệt đầu tư. Với một khoản kinh phí khổng lồ, hoàn toàn không có bất kỳ giới hạn nào, Bensley đã tạo ra một thế giới thần tiên với những chất liệu như gỗ dầu hoặc mái

nhà đá xám. Các chi tiết của các căn villa cũng được đặc biệt đầu tư, hiếm có một chi tiết nào thừa hoặc không có được sự chăm chút của Bensley. Các căn phòng và villa đều dễ chịu với hai màu đen và trắng, giường lớn, ban công lớn, phòng tắm lớn với bồn tắm từ chất liệu cao cấp.

Khu nghỉ Intercontinental Da Nang đặc biệt phù hợp cho những cặp vợ chồng trẻ. Những đứa con còn nhỏ của họ có thể chơi trong sân hoặc chơi trong câu lạc bộ dành cho trẻ nhỏ với phong cách cướp biển. Câu lạc bộ này nằm ngay sau Long Bar nơi bố mẹ chúng có thể thưởng thức những ly champagne hoặc cocktail trong khi nằm dài trên những chiếc giường. Còn nếu bạn muốn tìm một thứ gì đó thực sự vui vẻ, hãy thử đi cáp treo lên độ cao 100m so với mực nước biển để ngắm toàn cảnh thành

129^{STYLES}

● Lifestyle **Style's Destination**

phố. Hoặc bạn cũng có thể tham gia những chuyến đi bộ có kèm hướng dẫn viên du lịch tới những ngọn đồi xung quanh để ngắm nhìn những con khỉ quý hiếm hoặc đi chèo thuyền kayak quanh vịnh hoặc thử tài và độ khéo léo của mình với thuyền thúng.

Đồ ăn cũng là một điểm nhấn quan trọng của khu nghỉ. Những khách du lịch Việt Nam dễ dàng có được sự hài lòng với các món ăn Việt ở nhà hàng Citron. Những món ăn như thịt bò cuốn lá lốt ngũ vị với dầu hào, cá mú bọc lá chuối nướng là những món bạn chắc chắn nên thử. Với những món ăn chơi vào buổi trưa, bạn nên thử món salad bưởi thịt cua - món này càng đặc biệt ngon hơn khi bạn dùng bữa ngoài trời. Nếu bạn muốn dùng các món pizza và pasta, hãy tới nhà hàng Barefoot Café. Bạn nên tới vào buổi tối để thưởng thức những luồng gió mát thổi từ biển trong lúc chờ đợi món ăn trong ánh sáng thấp bởi những ngọn đuốc. Đặc biệt, cũng không nên bỏ qua nhà hàng La Maison 1888. Điểm nhấn của nhà hàng này là một menu đồ ăn kiểu Pháp chuẩn được thực hiện bởi đầu bếp 03 sao Michel Roux – một trong những đầu bếp sáng lập nên nhà hàng Le Gavroche.

Banyan Tree Lang Co

Cách đây không lâu, để đi từ Đà Nẵng tới Lăng Cô (qua đèo Hải Vân hùng vĩ và nên thơ) bạn mất khoảng 02 giờ. Tuy nhiên, với việc thông đường hầm xuyên núi, bạn có thể tiết kiệm $\frac{1}{2}$ thời gian, con đường tới khu nghỉ dưỡng đầu tiên của tập đoàn Banyan Tree Lang Co ở Việt Nam cũng trở nên dễ dàng và thuận tiện hơn nhờ đường hầm xuyên núi này.

Mở cửa từ tháng 11 nên Banyan Tree Lang Co hiện vẫn còn đang trong giai đoạn hoàn thiện thêm với những cây xanh mới được trồng vẫn chưa thực sự tạo thành một kiến trúc tổng quan hoàn hảo. Tuy nhiên chắc chắn, bạn sẽ không mất nhiều công sức để tưởng tượng ra nơi này cuối cùng sẽ thế nào? Nằm trên một bãi cát rộng tới 03km, toàn bộ 49 căn villa của khu nghỉ đều có thiết kế hướng biển, một căn được sắp xếp bao quanh một cái vịnh nhân tạo nhỏ. Mỗi căn villa lại nằm trong một khu vườn, với vách vườn là những thân cây tre. Trong khi đó, nội thất của villa lại có màu nâu đất, kết hợp hài hòa với chiếc trống xanh già cổ được sử dụng làm bàn nơi chính giữa căn phòng. Đặc biệt, chúng ta cũng không thể bỏ qua những tấm ốp sơn mài và một bát quả thanh long và

chôm chôm luôn được bày biện khéo léo trên bàn, trông rất mời gọi và lôi cuốn.

Với thiết kế lưng tựa vào những quả đồi nơi các cánh rừng vẫn còn lưu được những nét nguyên sơ, khu nghỉ được đầu tư với trị giá lên tới tỷ đô (vào năm 2007) giống như đang nằm nép mình trong vịnh biển hình lưỡi liềm. Tuy nhiên, “nép mình” không thể là từ dùng để nói về khu nghỉ này. Đặc biệt nếu bạn xét đến việc cả 49 căn villa của khu nghỉ đều lấy cảm hứng thiết kế từ những triều vua chúa Việt Nam cổ xưa. Ngoài ra, Banyan Tree Lang Co còn sở hữu một sân golf tiêu chuẩn 18 lỗ, 71 gậy do Nick Faldo thiết kế.

Về ẩm thực? Bữa tối tại Saffron, một nhà hàng Thái sang trọng, có hướng nhìn bao quát vịnh Lăng Cô chắc chắn sẽ luôn là một trải nghiệm đáng nhớ. Trong trường hợp nếu bạn ưa thích những món hải sản tươi và một phong cách hiện đại hơn, hãy tới một trong hai nhà hàng của khu nghỉ là Watercourt hoặc Azura. Hoặc, bạn cũng có thể dùng bữa tối theo cách đơn giản, lãng mạn nhưng xa xỉ hơn nhiều. Hãy order và dùng ngay trước cửa villa hướng biển của mình. Tin chắc rằng, những giây phút tuyệt vời này sẽ đi cùng bạn suốt cả cuộc đời!



Banyan Tree Lang Co



130^{STYLES}

LADIES'

Night

EVERY WEDNESDAY

Đêm của các quý cô
vào THỨ 4 HÀNG TUẦN



Buy 1 get 1 free Drink

Mua 1 tặng 1 đồ uống

Buy 1 get 1 free Sashimi

Mua 1 tặng 1 món Sashimi

Reservation: 04.38350.111 (VN) - 0936.427.524 (JPN, ENG)

Teacher's

Every 1st & 3rd Tuesday of the month

day

Buy 1 get 1 free drink

Mua 1 tặng 1 đồ uống

*Free 1 mushroom salad/tofu salad
for over 4 pax/table*

Tặng 1 Salat Nấm

Đậu Phụ cho bàn trên 4 người



Style

February - March 2013

LỊCH TRÌNH KHÁCH SẠN - RESORT

METROPOLE HÀ NỘI

Le Bealieu mời bạn cùng người thân khám phá nghệ thuật ẩm thực Pháp trong không gian sang trọng và ấm cúng. Từ 06-08/03, đầu bếp được phong sao Michelin - Pierre Caillet đến từ Pháp hứa hẹn sẽ mang đến trải nghiệm ẩm thực mới lạ cho thực khách Hà thành. Nhà hàng Angeline giới thiệu bếp trưởng Ivan với những sáng tạo ẩm thực mang cảm hứng từ nền ẩm thực Ý với thực đơn mới mẻ theo phong cách nhẹ nhàng rất riêng. Đặc biệt, bạn hãy thưởng thức thực đơn đặc biệt với các món ngon được chế biến từ bò Úc hảo hạng với giá từ 940.000 đồng/món. Hãy đến nhà hàng Spices Garden, tọa lạc trong khuôn viên yên tĩnh rất để thưởng thức bữa tiệc mừng ngày Quốc tế phụ nữ có giá 1.500.000 đồng/người. Còn từ ngày 15/3, tiệc hải sản nướng BBQ với rất nhiều lựa chọn sẽ được phục vụ trở lại tại Spices Garden với giá 1.200.000 đồng/người. Hãy thưởng thức các loại bánh hamburger thơm ngon với nhân phô mai được nhập khẩu từ khắp nơi trên thế giới. Bạn đừng quên ghé thăm quán cà phê vỉa hè phong cách Pháp La Terrasse du Metropole tháng 3 này nhé. Trong ngày 08/03, đừng quên nói lời cảm ơn những người phụ nữ xung quanh bạn bằng những món quà nho nhỏ hay một bữa tiệc hải sản tươi ngon tại Le Club. Như thường lệ, mời bạn thưởng thức những điệu Jazz tuyệt vời qua giọng ca ngọt ngào, quyến rũ của Tabitha King tại Le Club.



SHERATON HÀ NỘI

Cùng một thời điểm 10am-04pm ngày 06/03, tại 9 thương hiệu khách sạn, với 69.571 nhân viên, hơn 245 khách sạn đang hoạt động và 151 khách sạn chuẩn bị khai trương sẽ tiến hành ngày hội tuyển dụng nhân viên. Tại Việt Nam, sự kiện sẽ diễn ra tại Sheraton Hanoi, Sheraton Saigon Hotel & Towers và Sheraton Nha Trang Hotel & Spa. Nhân ngày Quốc tế phụ nữ 08/03, hãy đến để đem lại niềm vui cho một nửa thế giới của bạn với thực đơn đa dạng luôn sẵn lòng phục vụ quý khách tại hai nhà hàng Oven D'or và Hemisphere. Giá: 1.200.000 đồng/người. Nhà hàng Hemisphere sẽ tặng voucher tiệc trà chiều dành cho hai người nếu bạn đặt tiệc trưa (365.000 đồng/người) và tiệc tối (635.000 đồng/người). Nếu không, thực khách khi đến với tiệc buffet trà chiều sẽ được phục vụ hàng chục loại bánh và trà khác nhau với giá 200.000 đồng/người, và cũng là nơi bạn sẽ cảm thấy vô cùng thư thái khi thưởng thức bữa tiệc này. Tại Chime bar, hãy đến để hòa mình vào không khí sôi động và tận hưởng những giây phút bất tận với chương trình mua 1 tặng 1 dành cho các loại đồ uống không bao gồm chai đã mở. Combo, 2 Tapas và ly vang/chai bia chỉ với giá 210.000 đồng. Chi tiết xin liên hệ: 04. 3719 9000.

HILTON HÀ NỘI OPERA

Đến Lobby Lounge để thưởng thức những ly cocktails hấp dẫn, nhâm nhi một ly Ginger Margarita ngon tuyệt hay Smooth Espresso quyến rũ vào tối thứ 6 và đắm chìm trong không gian âm nhạc. Vào ngày hội bánh kẹp diễn ra chiều thứ 7, chỉ với 140.000 đồng, bạn có thể tự làm bánh kẹp với rất nhiều vị khác nhau. Hãy đến cùng các con của bạn, thử sức làm bánh và ăn những loại kem yêu thích. Với mỗi hoá đơn trị giá 525.000 đồng tại các nhà hàng thuộc Hilton Hanoi Opera, quý khách sẽ được tặng thêm 500 điểm thưởng Hilton HHonors. Bắt đầu ngày chủ nhật đầy hứng khởi tại Café Opera, đọc sách thư giãn, chơi game và thỏa thích với các loại vang và cốc-tai trong tiếng nhạc du dương của phím đàn piano. Hãy cảm nhận và thư giãn trong không gian như chính tại nhà mình. Bữa trưa doanh nhân chỉ trong 45 phút với lựa chọn thực đơn hai món hoặc ba món với giá 350.000 đồng hoặc 420.000 đồng tại nhà hàng Chez Manon. Cuối cùng, giờ vàng tại JJ's Sports Bar, bạn được giảm 50% giá các loại đồ uống bao gồm bia và rượu mạnh tại bar từ 6h - 8h tối các ngày trong tuần.



FORTUNA

Đừng bỏ lỡ cơ hội thưởng thức những món ăn đặc biệt như Thịt lợn quay giòn, Cá trứng nướng muối và Gà trống sốt rượu, với giá 170.000 đồng/món tại nhà hàng May Mẫn. Cũng tại May Mẫn, bạn có thể thưởng thức hương vị truyền thống của phong cách ẩm thực "nổi đất", với thực đơn mới đặc biệt với giá 180.000 đồng/phần hai người ăn. Tiệc Dim Sum chủ nhật và thực đơn Dim Sum Ăn Thỏa Thích rất được thực khách yêu thích tại Nhà hàng May Mẫn các buổi trưa với hơn 80 món Dim Sum tuyệt hảo với giá 400.000 đồng/khách. Trong tháng này, thực đơn có thêm bốn món đặc biệt – Thịt lợn hấp với hành và nấm, Lưỡi lợn hầm tóc tiên, Bánh rán cười và Bánh trôi tàu. Đừng bỏ lỡ cơ hội thưởng thức hương vị mới lạ của mì Tonkotsu Miso tươi ngon trong nước dùng xương

hòa quyện cùng nước sốt miso đặc biệt với giá 185.000 đồng/phần. Phục vụ kèm thịt băm, trứng luộc Tamago và chút hành lá, một món ăn không thể bỏ lỡ cho các tín đồ Ramen Nhật Bản. Trong không khí lạnh giá của mùa đông, nhà hàng Emperor giới thiệu lẩu Nhật Ăn Thỏa Thích cùng với 16 lựa chọn nguyên liệu tươi ngon, hấp dẫn với giá 420.000 đồng/khách. Có thể là bạn muốn nếm thử một chút vị thơm ngon, đậm đà bên tách cà phê thơm nồng hay muốn tìm kiếm một món quà ngọt ngào dành tặng gia đình và bạn bè, sau 6.00pm, quầy bánh Coffee Lounge sẽ giảm 50% cho toàn bộ bánh ngọt. Còn nếu bạn thích nếm thử hương vị thơm ngon của món Bánh Bao Vị Cua Singapore đặc biệt với giá 150.000 đồng/suất, phục vụ kèm với cà phê hoặc trà. Để biết thêm chi tiết, xin vui lòng liên hệ: 04. 3831 3333.



HÀ NỘI DAEWOO

Không gian nhà hàng trang trí ấm cúng, lãng mạn với nến thơm và hoa tươi, thực ăn chọn lọc tại nhà hàng Café Promenade sẽ là một lựa chọn lý tưởng cho cánh mày râu thể hiện tình yêu và sự trân trọng của họ đối với một nửa thế giới trong ngày Quốc tế Phụ nữ 8/3. Đặc biệt nhà hàng giảm 30% và có một phần quà đặc biệt cho tất cả khách hàng nữ. Giá (bao gồm bia tươi và nước ngọt): 730.000 đồng/người lớn và 525.000 đồng/trẻ em. Vào mỗi thứ bảy và chủ nhật hàng tuần, trong tháng 2 và tháng 3, quý khách có thể thưởng thức hương vị ẩm thực đặc trưng của đất nước mặt trời mọc tại nhà hàng EDO với mức giảm giá 25% trên hóa đơn thanh toán. Trong tháng 3, nhà hàng Trung Quốc Silkroad mang đến cho quý khách một thực đơn trọn gói với

tôm hùm, bào ngư, vi cá... Đặc biệt, mỗi nhóm từ sáu khách sẽ được tặng một chai vang. Với mức giá từ 975.000 đồng/khách tùy theo loại thực đơn mà quý khách lựa chọn. Chi tiết xin liên hệ: 04. 3831 5000.

PARK HYATT ĐÀ NẴNG

Nhà hàng Pool House tọa lạc liền kề hồ bơi chính của khu nghỉ dưỡng với tầm nhìn hướng ra bờ biển Non Nước xinh đẹp. Du khách tìm thấy cảm giác thật sự thoải mái khi bước vào nhà hàng với không gian thiết kế giản dị. Thực đơn thức uống bên hồ bơi và bãi biển phục vụ từ 7:00 giờ sáng đến hoàng hôn. Vào buổi tối, Pool House là một quầy bar lung linh ánh sáng và âm nhạc dập dềnh làm cho ly rượu, cocktail và đồ uống của thực khách thêm nồng nàn. Quầy bar phục vụ đến khuya muộn. Từ 6:00 giờ chiều đến 9:00 giờ tối, mời quý khách thưởng thức chương trình khuyến mãi giờ vàng với ưu đãi "mua một tặng một" đối với bia, cocktail và vang. Tiệc nướng BBQ hải sản ngoài trời đặc biệt được phục vụ tại nhà hàng bên cạnh bể bơi với giá: 780.000 đồng/khách. Để đặt chỗ, vui lòng liên hệ: 0511. 398 1234.



133^{STYLES}



FUSION MAIA ĐÀ NẴNG

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. Theo Tatler Travel Guide, Fusion Maia sẽ khiến bạn cảm thấy được chào đón nồng nhiệt cũng như nhận được những nụ cười thân thiện từ nhân viên khách sạn. Thật tuyệt vời. Bãi biển đầy cát mịn trải dài trên 19 dặm. Nằm giữa một không gian trầm mặc của kiến trúc thiền tịnh lặng là một hồ bơi rộng lớn nép mình giữa khu vườn bao quanh bởi những tường cây dương xỉ cách bờ biển chỉ vài chục mét. Spa là điểm nhấn đặc biệt tại Fusion. Mỗi ngày sẽ có hơn 60 nhân viên phục vụ mang đến cho du khách hai gói trị liệu miễn phí và thoải mái. Trước đây, 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 Nast Traveller 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. Chi tiết xin vui lòng liên hệ: 0511.3967.999.



PARK HYATT SAIGON

Hãy tận hưởng buổi tối theo phong cách Pháp với vang của Maison Louis Latour tại Park Hyatt Sài Gòn vào 13/03/2013 tại nhà hàng Square One. Ông Soren Lascelles, bếp trưởng của nhà hàng sẽ đem đến một thực đơn 5 món kết hợp với các loại vang khác nhau dựa trên sự cân bằng giữa truyền thống và hiện đại. Thực đơn năm món có giá 3.120.000 đồng gồm: Sò điệp Alaska áp chảo, hoành thánh nhân tôm hùm nghệ tây, bông cải trắng, măng tây, sốt hải sản với vang Montrachet Grand Cru 2008; Gan ngỗng Rougie hầm, hạnh



nhân nướng, mút trái đào, bánh mì lúa mạch đen, nho khô với vang Montrachet Grand Cru 2008; Thịt nai New Zealand nướng tái, củ dền nghiền, bánh khoai tây chiên giòn, sốt trái anh đào với vang Echezeaux Grand Cru 2008; Bò câu, ức nướng, đùi ngậm dầu, bánh tạc nấm rừng, hành, sốt nấm truffle với vang Romanee-Saint-Vivant Grand Cru "Les Quatre Journaux" 2008; và cuối cùng là bánh tạc trái chà là sốt lò hương vani, kem sôcôla hạt macadamia. Đừng bỏ lỡ bữa tiệc ẩm thực chứa đầy niềm đam mê đến từ Pháp này. Chi tiết xin liên hệ 08.3824.1234.

INTERCONTINENTAL SÀI GÒN

Khách sạn InterContinental Asiana Saigon với hệ thống âm thanh ánh sáng và trang thiết bị hiện đại, đã thiết kế gói khuyến mãi lưu trú và hội nghị đặc biệt với những dịch vụ đẳng cấp như: Dịch vụ lưu trú hạng sang tại phòng Deluxe; Gói dịch vụ hội nghị trọn ngày hoặc nửa ngày tại sảnh hội nghị; Tiệc cocktail dùng với thức ăn nhẹ tại Purple Jade Bar; Miễn phí

truy cập internet; Là ủi quần áo miễn phí mỗi ngày; Thanh toán 20 phòng sẽ được miễn phí một phòng. Gói khuyến mãi áp dụng từ 01/04 – 31/07/2013, có giá từ 3.675.000 đồng /khách/phòng/đêm, chỉ áp dụng cho những đơn đặt phòng mới với hơn 10 phòng một đêm. Ngoài ra, spa InterContinental giới thiệu gói spa ưu đãi mới lạ và độc đáo "Thư giãn và làm đẹp" – sẽ mang lại cho bạn cảm giác thoải mái và đầy sức sống. Hãy làm ấm cơ thể bằng tách trà thảo dược đặc biệt và loại bỏ mọi căng thẳng của cuộc sống hàng ngày. Sau đó, các chuyên gia của chúng tôi sẽ nhẹ nhàng tẩy những tế bào chết trên da của bạn để làm mát và làm mềm làn da bằng hỗn hợp vỏ cam và sữa tươi nguyên chất. Tiếp theo đó chúng tôi sẽ giúp bạn mát xa thư giãn và làm giảm căng thẳng với những dược liệu được chiết xuất 100% từ thiên nhiên giúp đem lại hiệu quả tốt nhất cho bạn. Giá của gói khuyến mãi bao gồm 90 phút thư giãn này, sau khi đã giảm 30% so với giá ban đầu, nay chỉ còn lại 1.390.000 đồng/người. Chi tiết hoặc liên hệ đặt chỗ, vui lòng gọi 08.3520.9999.



SHERATON SAIGON

Hãy đến Saigon Café để chìm đắm trong bữa tiệc linh đình với giá 1.200.000 đồng/người, hoành tráng hơn với thật nhiều các loại hải sản tươi sống, đủ loại thịt nướng BBQ. Hãy thưởng thức buffet trong lễ hội ẩm thực Hàn Quốc với giá 940.000 đồng – 980.000 đồng/người. Cũng tại đây, hãy tham dự tiệc lễ Phục sinh chủ đề tôm hùm với giá từ 1.200.000 đồng – 1.400.000 đồng/người.

Tận hưởng tiệc buffet thịnh soạn với giá 860.000 đồng/người tại nhà hàng Li Bai và trải nghiệm các món ăn đặc sản trứ danh trong ẩm thực Trung Hoa như heo sữa quay, vịt quay Bắc Kinh, thịt quay xá xíu, gà quay, cơm gà Hải Nam hay sườn nướng BBQ. Mojo Café phục vụ các món ngon nổi bật như sandwich reuben, salad rau trộn kiểu Ai Len hay súp cà ri kiểu Ai Len với giá từ 120.000 đồng. Với 55.000 đồng, hãy chọn những hương vị quen thuộc như sô cô la, va ni hay bánh cupcake cà rốt, bánh cupcake vị quả đào... Level 23 Wine Bar hiện đang có chương trình khuyến mãi rất hấp dẫn với ưu như tặng ly thứ hai miễn phí. Level 23 Signature phục vụ set menu đặc biệt được chế biến bởi bếp trưởng dày dặn kinh nghiệm Jen Heier của Sheraton Saigon. Trải nghiệm thực đơn set menu 5 món phục vụ theo phong cách fine dining sang trọng kèm với ly sâm banh hoặc vang với giá 1.575.000 đồng/người. Chi tiết xin liên hệ: 08. 3827 2828.

CARAVELLE

Tiệc buffet 8/3 hoành tráng với nhiều món ngon Á Âu chế biến sẵn từ các món khai vị, bánh mì tươi, nhiều loại phô mai, thịt nguội, trứng cá muối, súp, rau củ, gia vị đa dạng, cho đến các món chính tuyệt ngon. Điểm nhấn của nhà hàng Nineteen là chiếc thuyền hải sản phong phú với hàu, tôm, ghẹ, cua, mực, trai, các loại ốc, sò,... chế biến theo yêu cầu khách. Ngoài ra còn có thịt bò Mỹ, thịt cừu tươi sống chế biến theo cách riêng của bạn. Quầy tráng miệng với nhiều loại bánh ngọt, sô cô la, kem, trái cây tươi & đồ khô để nhâm nhi. Giá: 1.013.000 đồng/khách. Lễ hội thịt bò Mỹ tại nhà hàng Reflections với loại thần bò nội và ngoại hảo hạng của Mỹ sẽ được nấu theo yêu cầu. Có năm loại nước sốt và tám món phụ cho bạn chọn lựa: khoai tây nướng với sốt kem, hẹ và thịt ba rọi xông khói, măng tây nướng và nấm rừng xào. Giá từ 450.000 đồng/150 gram. Tâm điểm tại Lobby Lounge sẽ là bánh trứng nóng hồi mới ra lò với lớp nhân trứng mềm mịn và vỏ thơm mùi bơ phức. Giá: 418.000 đồng /hộp 8 bánh. Trong tuần lễ hải sản tại Saigon Saigon Bar, bạn sẽ có cơ



hội thưởng thức rất nhiều loại hải sản tươi sống như tôm hùm, hàu, cua, chêm chép, tôm sú, nghêu, sò điệp chỉ với giá 880.000 đồng/đĩa, dùng kèm các loại nước chấm truyền thống hoặc sốt đặc biệt như: Tabascos, sốt giấm rượu vang đỏ với hẹ tây, ớt và sốt wasabi. Hãy thưởng thức thực đơn Phục Sinh đặc biệt tại nhà hàng Nineteen với giá: 1.144.000 đồng/người. Chi tiết, xin vui lòng liên hệ: 08. 3823 4999.

SOFITEL SAIGON PLAZA

Sofitel Saigon Plaza chào đón siêu đầu bếp được phong hàm Michelin Star Jérôme Laurent như một món quà đặc biệt cho tất cả quý khách yêu ẩm thực. Siêu đầu bếp này sẽ thực hiện những món ăn độc đáo tại nhà hàng L'Olivier như "Măng tây trắng hảo hạng Vichyssoise"; "Đậu Coco Tarbais, sò điệp áp chảo với sả và nước cốt chanh Nam Phi"; "Cá phèn bọc khoai tây dùng kèm súp cá"; "Sườn cừu theo kiểu Provencal,

với filet ướp cỏ xạ hương dùng kèm các loại rau củ mùa xuân và khoai tây mềm"; "Chim bồ câu ướp sốt chocolate"; "Kem đậu phộng và cỏ thi dùng kèm với kem tiêu ngọt" và một số món ăn hấp dẫn khác sẽ làm thỏa mãn mọi thực khách khó tính nhất. Thực đơn Business Lunch có giá VND 680.000 đồng; A la Carte có giá từ 300.000 đồng; Thực đơn Gourmet có giá 1.420.000 đồng. Chi tiết, xin vui lòng liên hệ 08. 3824 1555.





NEW WORLD SÀI GÒN

Nhà hàng Dynasty tại khách sạn New World Saigon xin mang đến những món ăn đặc biệt trong suốt chương trình "Bát Ngờ Từ Thượng Hải". Lần đầu tiên, đầu bếp lừng danh Jeffrey Fang và Stanley Lu đến từ New World Shanghai sẽ mang những món Thượng Hải trứ danh đến với Sài Gòn trong thực đơn Thượng Hải. Những món ngon được giới thiệu bao gồm Lươn Om với Tỏi và Xì Dầu, Thịt Viên Hầm Sốt Gia Truyền và Cơm rượu. Ngoài ra, khách có thể chọn những món Dim Sum ngon lành, mì sợi và bánh hấp tại nhà hàng Dynasty, nơi chương trình buffet Yum Cha cuối tuần được nhiều thực khách yêu thích cùng với cách trang trí mang đậm phong cách Thượng Hải, tất cả được phục vụ trên một chiếc xe Dim Sum mới của nhà hàng. Chương trình "Bát Ngờ Từ Thượng Hải" có giá từ 80.000 đồng/phần dim sum hoặc 650.000 đồng/khách dành cho thực đơn đặc biệt. Thông tin chi tiết, xin vui lòng liên hệ: 08. 3822 8888.

EQUATORIAL

Hãy tạo bất ngờ thú vị cho người phụ nữ bạn yêu thương bằng bữa tối ấm cúng với thực đơn năm món với giá 788.000 đồng/người tại Orientica được bếp phó Wong Yow Phun đặc biệt thiết kế riêng dành tặng nửa thế giới nhân ngày đặc biệt này. Nhà hàng Orientica hân hạnh giới thiệu đến bạn một thực đơn Dim Sum tự chọn hoàn toàn mới với 40 món cho bữa trưa từ thứ 2- thứ 6. Đặc biệt, thực đơn Eat All You Can sẽ được phục vụ vào trưa thứ bảy và chủ nhật hằng tuần. Giá: 310.000 đồng/ người. Vào 08/03, hãy thể hiện tình

yêu và sự chân thành của mình bằng việc dành tặng người phụ nữ yêu thương một bữa buffet tối hải sản tuyệt vời tại nhà hàng Chit Chat cùng chương trình nhạc sống hấp dẫn với giá 888.000 đồng/người. Cũng tại Chit Chat, bạn hãy tận hưởng lễ Phục sinh thật ý nghĩa và thưởng thức buffet trưa tuyệt vời với thực đơn phong phú và đa dạng tại khách sạn Equatorial TpHCM. 690.000 đồng/ người. Tại Flo, với chương trình mua 1 tặng 1 với loại bia San Miguel, buổi tối của bạn ắt sẽ trở nên hào hứng hơn. Chi tiết xin vui lòng liên hệ: 08. 3839.7777.



RENAISSANCE SÀI GÒN

Nhân dịp 08/03, nhà hàng Kabin và Riverside Café giảm giá 50% (cho thức ăn) cho tất cả các phụ nữ trong ngày này từ giá 840.000 đồng/người (bao gồm cả vang, sâm-panh, bia, nước ngọt và cocktail.) Hãy để cho lễ Phục sinh của bạn trở nên có ý nghĩa bên cạnh người thân trong không khí ấm cúng của Riverside Café với thực đơn đặc biệt có liên quan

đến trứng. Tiệc cho lễ Phục sinh có giá 900.000 đồng/người (bao gồm cả vang, sâm-panh, bia, cocktail và soda.) Chỉ với 450.000 đồng tới 540.000 đồng, bạn sẽ được thưởng thức tới 70 món Dim Sum thật ngon trong thực đơn All You Can Eat tại nhà hàng Kabin. Chi tiết xin vui lòng liên hệ: 08.3822.0033.





WINDSOR PLAZA

Cùng du lịch thế giới qua những hương vị đặc sản năm châu: từ mì Ý và pizza, lẩu Hồng Kông, cang cua đại đế Alaska, đến lễ hội steakhouse kéo dài suốt tháng với steak bò Mỹ, Úc và Wagyu, vịt và gan ngỗng Pháp với giá ưu đãi bất ngờ! Đừng bỏ qua tiệc và quà tặng đặc biệt cho phụ nữ nhân ngày 8/3 này, và cho gia đình quây quần trong ngày lễ phục sinh. Cụ thể, hãy ghé nhà hàng Amigo để tận hưởng tinh hoa ẩm thực nướng Amigo trong suốt tháng từ 12/03-11/04. Theo đó, bạn hãy thưởng thức những lát thịt nướng mềm hảo hạng từ bò Úc đặc biệt, đã được nuôi bằng ngũ cốc, sống đôi với các món ăn kèm và các loại sốt chọn lọc cho vị bò thêm đậm đà. Hay ghé Café Central An Đông để thưởng thức trọn vẹn các hương vị Ý tinh tế nhất từ mì Ý tươi với các loại sốt truyền thống được yêu thích khắp thế giới, đến pizza tuyệt hảo và cả bánh cà phê tiramisu ngọt ngào. Nếu bạn thích lẩu hãy ghé nhà hàng Ngân Đình để tha hồ thưởng thức các hương vị lẩu Hồng Kông yêu thích: hải sản, thịt, rau củ, và hơn thế nữa! Tùy thích lựa chọn 6 kiểu súp khác nhau. Phục vụ bữa trưa và tối từ thứ 2 đến thứ 4. Chưa hết, Top of The Town giúp bạn sáng khoái trong làn gió xuân mát mẻ trên tầng 25 và thưởng thức tôm hùm hảo hạng chế biến trong các món ngon như mì Ý, súp và các món chính khác. Chi tiết xin liên hệ: 08. 3833 6688.



MANGO BAY

Ẩm thực Mango Bay nổi bật với các loại hải sản có sẵn trên đảo và thông qua hai nhà hàng sát biển là nhà hàng On The Rock và Beach bar. Điểm nhấn ẩm thực tại Mango Bay chính là tiệc nướng trên biển là Barbecue on the Beach, sử dụng nguyên liệu địa phương mua từ chợ hoặc từ chính khu vườn của Mango Bay. Cá được đánh bắt tươi từ biển, cho bạn những món ăn ngon nhất, còn thịt bò, thịt heo và thịt gà mua từ nông dân địa phương, những người vẫn còn sử dụng phương pháp canh tác truyền thống thế

kỷ trước. Mục tiêu của Mango Bay là phải có các món ăn địa phương nhiều càng tốt trên thực đơn và phục vụ theo tiêu chuẩn quốc tế, mang lại cho bạn những trải nghiệm tốt nhất mà bạn mong đợi trong thời gian ở Phú Quốc. Thật thú vị khi ngồi uống bia ướp lạnh và ngắm hoàng hôn tuyệt đẹp trong khi thư giãn ở bãi biển, hít thở không khí trong lành và ngửi mùi hải sản nướng thơm phức của những miếng cá con tôm đang ở trong đĩa của bạn. Hãy đến và trải nghiệm nhiều hơn nữa tại Mango Bay trong mùa nắng đẹp này. Chi tiết xin liên hệ: 0903-382-207.

ĐÀ LẠT EDENSEE

Tiệc nướng mới là nét riêng nổi bật nhất tại Edensee. Edensee có tám thực đơn khác nhau cho bữa tiệc nướng với giá từ 590.000 đồng - 790.000 đồng/khách. Buffet nướng là một danh sách các món thịt, hải sản và rau rất ngon lành. Gọi là tiệc nướng nhưng vẫn có những món ăn sẵn như bò nấu tiêu nấm rơm, mì Ý sốt cà chua, cơm chiên hải sản, rau tươi ngon, gỏi gà xé và bánh phồng tôm, mực ống dồn thịt, dăm bông, chả lụa. Ngoài ra còn có một món súp măng tây cua đặc biệt. Đặc biệt, các món nướng như tôm sú nướng, hàu tươi sốt wasabi và chanh, mực nướng với sate, cá hồi nướng lá chuối, sò điệp sò lông sò quèo sò dương nướng theo nhiều cách khác nhau và có cả các loại rau củ đặc sản của Đà Lạt như bắp, cà tím, khoai lang, khoai tây bọc giấy bạc. Món tráng miệng gồm trái cây tươi và các loại chè, bánh ngọt Âu, Á. Nếu thích thịt hơn, bạn có thể lựa chọn thực đơn số 6 với rất nhiều loại thịt nướng bao gồm cả dê nướng sả ớt, nai rừng nướng sate, đùi và sườn cừu quay, sườn nướng sốt BBQ và nhiều món ngon khác nữa. Để biết thêm chi tiết, vui lòng liên hệ: 063-383 1515.





5 NHÃM TƯỞNG VỀ
lang BỒ ĐÀO NHA CŨ

Khôi Minh

Nếu bạn cho rằng vang Bồ Đào Nha chỉ phù hợp với những người đàn ông dùng tuổi, cũ kỹ như những quầy bar nơi họ thường ngồi trong các club của London, bạn đã lầm và có lẽ đã tới lúc bạn cần thay đổi suy nghĩ về điều đó!

MỘT SỐ NGƯỜI SÀNH VANG CÓ THỂ E DÈ TRƯỚC NHỮNG CHAI VANG BỒ ĐÀO NHA VINTAGE. ĐIỀU NÀY HOÀN TOÀN KHÔNG PHẢI BỞI CHÚNG KHÔNG NGON. THỰC TẾ, VANG BỒ ĐÀO NHA VINTAGE LÀ MỘT TRONG NHỮNG LOẠI VANG ĐƯỢC NHIỀU NGƯỜI BIẾT TỚI NHẤT, ƯA THÍCH NHẤT VÀ CA NGỢI NHIỀU NHẤT. SỰ E DÈ ĐỐI VỚI VANG BỒ ĐÀO NHA VINTAGE XUẤT PHÁT TỪ Ý TƯỞNG, ĐÚNG HƠN LÀ LẦM TƯỞNG TRONG QUÁ KHỨ VỀ VIỆC CHO RẰNG VANG BỒ ĐÀO NHA CŨ (VINTAGE PORT) LÀ ĐỒ UỐNG CHỈ DÀNH CHO NHỮNG NGƯỜI ĐÚNG TUỔI. ĐIỀU NÀY CŨNG GIỐNG NHƯ SUY NGHĨ CHAMPAGNE CHỈ DÀNH CHO NHỮNG DỊP QUAN TRỌNG VẬY. XÉT CHO CÙNG, VANG HAY CHAMPAGNE ĐƯỢC LÀM RA LÀ ĐỂ PHỤC VỤ CHÚNG TA, KHÔNG PHẢI ĐỂ CHÚNG TA PHỤC VỤ CHÚNG, VẬY NÊN HÃY THƯỜNG THỨC VÀ ĐỪNG QUÁ BẬN TÂM VỀ CÁC QUY TẮC DO CHÍNH CHÚNG TA TỰ ĐẶT RA. CÙNG STYLE XEM XÉT LẠI 5 NHẮM TƯỞNG VỀ VANG BỒ ĐÀO NHA CŨ ĐỂ CÓ MỘT CÁI NHÌN ĐÚNG HƠN VỀ LOẠI ĐỒ UỐNG NÀY.

1. *Vintage Port cần để nhiều năm trước khi uống?*

Trong quá khứ, khi một chai Vintage Port trẻ thường có vị cứng, nhiều tannin, điều này có thể đúng. Khi đó, người ta thường phải để dành vang trong nhiều năm để vang có thể chín ngấu và trưởng thành. Tuy nhiên, vang Vintage Port hiện đại lại là chuyện hoàn toàn khác. Với vị hương vị đậm, mạnh nhiều hương hoa quả, vị tannin tinh tế với cấu trúc đặc biệt của rượu cho phép bạn có thể dễ dàng uống vang sau 5 năm (tính từ thời điểm vụ mùa được in trên chai.)

Chính nhờ những tannin này, những chai Vintage Port có thể để dành lâu như trong quá khứ. Một chai vang Vintage Port có thể để dành từ 20-50 năm hoặc thậm chí là lâu hơn nữa. Tuy nhiên, một điều không thể phủ nhận là phong cách vang Vintage Port hiện đại vẫn còn khá mới (chỉ mới bắt đầu từ giữa những năm 1990) nên phải khoảng 20-30 năm nữa, bạn mới có thể có một đánh giá trọn vẹn

về chúng. Nếu có thể, bạn hãy mua ngay một chai Vintage Port từ ngày hôm nay, 20-30 năm sau, bạn sẽ cùng người ấy của mình thưởng thức vang ở một resort nào đó. Thật chẳng còn gì lãng mạn hơn!

2. *Vintage Port hợp với những thứ đượm vị khói?*

Không hiểu “những thứ đượm vị khói” có phải là một ẩn ý về cigar không? Nếu đúng như vậy thì đây quả thực là một nhầm lẫn lớn. Mùi vị đượm hương của cigar có thể làm hỏng hoặc lẫn át mùi hương của vang Vintage Port. Cách kết hợp nhìn chung là bạn phải tìm ra cách cân bằng hương vị của vang với bất kỳ thứ gì được kết hợp với nó. Đồ ăn cũng không nằm ngoài nguyên tắc này. Mùi gia vị, vị cay, vị thịt nướng, vị trái rừng từ đồ ăn tuyệt đối không được mạnh hơn vị của vang. Khi kết hợp vang Vintage Port với đồ ăn hay bất kỳ loại vang nào với bất kỳ thứ gì đi kèm, bạn hãy liên tưởng tới việc vẽ một bức tranh thủy mặc của Trung Quốc. Nó luôn luôn là những kết hợp tinh tế dựa trên các sắc độ khác nhau

để tạo thành một bức tranh hoàn hảo, có điều trong trường hợp này nguyên liệu của bạn là các hương vị.

3. *Vintage Port chỉ nên dùng khi cuối tiệc?*

Bạn có thể dùng Vintage Port trong khi dùng bữa trong một nhà hàng ở một resort vào một buổi chiều hè muộn. Hoặc bạn cũng có thể dùng vang Vintage Port khi ở bên bếp lửa vào mùa đông. Đừng quên, đây là một loại vang có thể uống theo rất nhiều cách và ở trong rất nhiều không gian cũng như khoảng thời gian.

Trên tất cả, vang Vintage Port là một loại vang đỏ, vì vậy hãy uống chúng theo cách của những chai vang Zinfandel của Mỹ. Kết hợp những chai vang Vintage Port trẻ, đượm mùi hoa quả với thịt bò và sốt tiêu hoặc với xúc xích, đặc biệt là các món xúc xích nhiều vị tiêu. Hoặc bạn cũng có thể kết hợp một đĩa thịt hun khói với một chai vang Vintage Port vào thời điểm bắt đầu bữa ăn.

Trong trường hợp bạn thích pho mát xanh Stilton, bạn nên kết hợp Vintage Port mature (chín ngấu hoặc



139 **STYLE**

● Lifestyle **Style's Wine**

trưởng thành – đã được để dành trên 20 năm) với loại pho mát đặc biệt này. Hoa quả nhiệt đới và quả việt quất cũng rất hợp để kết đôi với loại vang này.

4. Sau khi mở, Vintage Port cần uống ngay?

Thực tế là vang Vintage Port là loại vang có khả năng giữ lâu nhất sau khi mở nắp chai – thường là được từ 01-02 ngày. Nếu được giữ trong môi trường lạnh, Vintage Port còn có thể giữ lâu hơn. Đặc biệt loại Vintage Port được đóng chai muộn thậm chí còn có thể giữ được vài tuần sau khi mở. Những chai Vintage Port sau khi mở cũng cần có đôi chút thời gian để tiếp xúc với không khí, hay theo cách gọi của dân sành là thời gian để cho rượu “thở”. Thời gian này thường kéo dài từ 05-10 phút.

Một chai Vintage Port thường có dung tích khoảng 06-08 ly. Như vậy, một chai Vintage Port chỉ đủ 02 lượt cho một bàn ăn bốn người, và một lượt cho một bàn ăn sáu người. Những lo lắng về thời gian giữ vang sau khi mở của một chai Vintage Port trong trường hợp này lại thành thừa – nếu bạn tính tới cả độ ngon của vang và đồ ăn.

5. Vintage Port nên uống trong ly nhỏ?

Vintage Port là một dòng vang rất thơm, đượm mùi hoa quả, mùi khói, mùi gia vị. Việc có thể tận hưởng hương thơm của rượu trước khi uống nó mang lại nhiều niềm vui tới mức người ta phải ví rằng việc phục vụ Vintage Port trong một chiếc ly nhỏ chẳng khác nào bạn rót một ly vang đỏ Burgundy loại ngon vào trong một tách của trẻ con.

Theo một chuyên gia về rượu vang, Vintage Port cần được uống bởi một chiếc ly đủ lớn để bạn có thể xoay xoay phần rượu bên trong, để rượu có thể dễ dàng tiếp xúc nhiều hơn với không khí. Việc này cũng giống như việc mỗi khi mở một chai Vintage Port người ta sẽ dành 05-10 phút để cho rượu có thể “thở”. Cụ thể rượu nên được uống trong những chiếc ly loại bầu tròn lớn dành cho vang trắng.



Định nghĩa Vintage Port

Vintage Port là loại vang được làm bằng cách pha trộn, lên men và ủ nhiều loại nho. Trong đó, chủ yếu là Touriga Nacional, Touriga Franca, Tinta Roriz, Tinta Cão và Tinta Barocca. Đây là những loại nho được trồng ở những vườn nho tinh tuyển ở thung lũng Douro Valley ở Bồ Đào Nha. Tất cả những loại rượu vang Bồ Đào Nha cũng được bắt đầu lên men giống như bất kỳ loại rượu vang đỏ nào. Sự khác biệt ở đây là quá trình lên men của rượu vang đỏ Bồ Đào Nha sẽ được can thiệp bởi việc đưa thêm vào một lượng brandy ngay sau khi một lượng đường của nho được chuyển hoá thành cồn. Kết quả là loại rượu này đậm hơn nhưng vẫn có vị ngọt. Rượu vang được lên men trong các thùng gỗ sồi cũ và lớn (mặc dù có kích thước khác nhau nhưng nhìn chung thường ở mức 150-160 gallon hoặc 567,8-605,6l). Những quyết định cuối cùng về một phong cách của một loại vang Vintage Port sẽ chỉ được đưa ra 02 năm kể từ sau ngày thu hoạch nho. Người ta thường biết tới vang Bồ Đào Nha với những phong cách sau. Tawny Port là loại vang được làm từ nho đỏ, cũng lên men và ủ trong các

thùng gỗ sồi. Do thời gian ủ lâu nên rượu cũng có khả năng được lưu giữ lâu nhất. Qua quá trình ủ lâu trong thùng gỗ sồi này, rượu có được màu nâu vàng và có mùi hạt phỉ thơm ngon. Late Bottled Vintage là loại vang được ra đời từ Vintage Port. Ban đầu, người ta ủ vang để làm Vintage Port, tuy nhiên do nhu cầu dành cho loại vang này không đủ, người ta tiếp tục giữ loại vang này trong thùng gỗ sồi lâu hơn thời gian đã dự định. Cùng với thời gian, hai loại vang này trở thành hai dòng hoàn toàn khác biệt là Vintage Port và Late Bottled Vintage. Mặc dù cả hai loại cùng được ủ trong thùng gỗ sồi với thời gian là từ 04-06 năm nhưng Vintage Port được lọc cặn trước khi đóng chai, còn Late Bottled Vintage thì không. Vậy nên với Late Bottled Vintage, chắt vang là một điều bắt buộc.

Với vang Port, yếu tố quan trọng nhất là cấu trúc tannin và khả năng lưu giữ theo thời gian. Nếu tất cả các yếu tố này thoả mãn và viện Port Wine Institute của Bồ Đào Nha xét duyệt chất lượng, lúc đó một chai vang Bồ Đào Nha mới được dán nhãn Vintage Port. Không phải năm nào vang Bồ Đào Nha cũng được duyệt nhãn Vintage Port. Mỗi năm các nhà sản xuất vang Bồ Đào Nha sẽ cũng nhau thảo luận xem chất lượng vụ mùa năm nay có đủ chất lượng hay không. Những vụ mùa vang Bồ Đào Nha gần đây nhất là vụ mùa năm 2009, 2007, 2003, 2000, 1997 và 1994.

STYLE **140**

Entertainment

February - March 2013



Thiết kế của Dương Anh Xuân

PHUỜNG LINH

*Con gái ngoan
thù đàn ông không tiếc gì*

Trịnh Tú Trung

GẶP PHƯƠNG LINH BẤT NGỜ SAU NHỮNG NGÀY TẾT, CÔ GÁI THANH HOÁ CÓ VẼ ĐẬM NGƯỜI SO VỚI HÌNH ẢNH VỐN THẤY. KHÔNG KHÓ ĐỂ NHẬN RA PHƯƠNG LINH ĐANG CẢM THẤY CUỘC SỐNG HẠNH PHÚC HƠN SAU KHI CÔ EM GÁI PHƯƠNG LY DỌN TỪ HÀ NỘI VÀO SÀI GÒN ĐỂ SỐNG CÙNG CHỊ. VỪA NHÂM NHI CÀ PHÊ VÀ NHÌN MÔNG LUNG, PHƯƠNG LINH TRÒ CHUYỆN CÙNG TÔI.

NẾU ĐÃ ĐẾN LÚC THAY ĐỔI THÌ PHẢI THAY ĐỔI THÔI!

@Một cô gái quen với lối sống chậm như Phương Linh lẽ ra thích hợp với Hà Nội hơn Sài Gòn. Vì sao bạn lại quyết định nam tiến?

Đến một lúc nào đó người ta sẽ cần tìm cho mình một sự thay đổi. Cái thay đổi này không chỉ đơn giản là môi trường sống, công việc, gia đình mà là cả tư duy sống để mình biết cần phải vận động nhiều hơn. Như bạn đã nói tôi trải qua gần nửa đời người sống chậm nếu thật sự cuộc đời này chỉ có 60 năm, đã đến lúc phải thay đổi, để mình có thêm sự chọn lựa thật ra nơi đâu mới thuộc về mình hay mình sẽ thuộc về đâu.

@Bạn sẽ làm gì để cuộc sống trở nên bận rộn hơn ở Thành Phố này?

Tôi thay đổi, tôi chuyển mình, sắp xếp lại tất cả mọi thứ từ hữu hình đến trừu tượng trong cuộc sống của mình. Liệu bao nhiêu đó đã đủ khiến tôi bận rộn hơn trong 2 năm vừa qua? Chỉ nghĩ đơn giản mỗi ngày phải tự dọn phòng ốc, tự nấu ăn, giặt giũ thì thời gian cũng trôi vù vù so với khi sống cùng gia đình rồi.

@Quyết định đưa em gái vào sống cùng mình có phải để cuộc sống bớt tẻ nhạt?

Cũng một phần là như vậy, nhưng quan trọng hơn là tôi thấy sống xa nhà thì ổn nhưng một mình tôi thì không ổn lắm. Riêng cái mùa tết vừa rồi cả nhà tôi đã cùng bay vào Sài Gòn này để vui xuân với tôi đấy. Với tôi gia đình có một ý nghĩa rất đặc biệt nhưng vì lý do khách quan chưa thể mang cả nhà vào đây chứ không riêng gì Phương Ly đâu.

@Phương Ly có vẻ hơi khác biệt một chút so với mô hình gái ngoan của bạn, cuộc sống chung của hai mẫu phụ nữ khác biệt sẽ diễn ra như thế nào?

Những tranh cãi thường ngày sẽ biến cuộc sống này trở thêm thú vị, theo kinh nghiệm của tôi thì hiếm có ai chị em gái nào sống hoà thuận bên nhau mà không có những cãi vã linh tinh. Chỉ một cái váy, cái áo hay một món ăn không vừa ý cũng dễ dàng trở thành câu chuyện mà, huống chi Ly

thua tôi tận 6 tuổi, gần như là người của hai thế hệ khác nhau rồi. Tư tưởng mới gặp phải tư tưởng cũ đang đổi mới làm sao tránh được xung đột chứ. (Cười)

TÔI TỰ CHO MÌNH 7 ĐIỂM TRÊN 10 NẾU NGOAN LÀ HỆ QUY CHIẾU.

@Bạn nghĩ gì khi mọi người mặc định hình ảnh gái ngoan cho bạn? Bạn định nghĩa từ ngoan trong trường hợp này như thế nào?

Tôi cảm ơn mọi người đã cho tôi cái nhìn nhiều thiện ý, dù tôi không biết từ ngoan trong khái niệm của mỗi người là như thế nào, theo chuẩn mực gì nhưng kiểu gì thì kiểu được khen ngoan vẫn hơn chê hư mà đúng không?

@Phương Linh có ngoan không?

Có ngại lắm không khi tôi tự nhận mình là ngoan. Tôi ngoan theo cách nghĩ của tôi, theo hệ quy chiếu đạo đức mà tôi cảm thấy là phù hợp với mình và những người thân xung quanh, với cả những khán giả luôn yêu mến và ủng hộ tôi nữa chứ.

@Vậy bạn nghĩ cái ngoan của bạn chiếm khoảng bao nhiêu phần trăm tính cách và bạn cho mình bao nhiêu điểm?

Để tự nhận xét về mình hả? Tôi có đầy đủ phiếu bé ngoan khi đi học mẫu giáo, có cả bằng khen bé khoẻ bé ngoan cấp thành phố nữa đấy. Chắc cứ thế mà lấy nền tảng phát triển. Đùa thôi, tôi nghĩ cái ngoan của tôi chừng 50 % thôi, còn lại là sự nổi loạn, tung hoành ẩn hình sau 50% lễ lối mọi người nhìn thấy đó. Tôi cho tôi 7 trên 10 điểm nếu chỉ dùng ngoan làm tiêu chí.

@Xu hướng "ngowan" có vẻ được yêu chuộng trong khoảng thời gian gần đây, xuất phát từ phát ngôn của một cô người mẫu, Linh đánh giá thế nào?

Ồ, cả một thế hệ chỉ ảnh hưởng từ một phát biểu hay một lối sống nào đó ư, Linh không nghĩ như vậy đâu. Ở thời điểm nào cũng có người ngoan, kẻ hư cả, chẳng qua người ta hay nhìn sâu vào lối sống của người nổi tiếng để

bàn tán. Nói mình ngoan thì đâu hẳn mình là ngoan đúng không và cũng không phải ai cũng răm rắp tin theo lời tự khẳng định đó.

@Có phải Phương Linh còn nhanh nhạy hơn khi chọn con đường ngoan ngoan, dù không bao giờ lớn tiếng khẳng định nó?

Tôi không cho ngoan ngoan là con đường để thu hút sự chú ý hay khởi đầu xu hướng gì đấy. Ai hỏi tôi ngoan tôi còn phải suy ngẫm cho kĩ người ta đang đặt từ ngoan trong dấu ngoặc kép để dè bỉu mình không nữa kìa. Ngoan phải là cả một quá trình sống, hành trình đạo đức chứ đâu phải thời trang đâu mà bộc phát hay nhất thời.

@Ngoan thì được thương hơn, được bảo bọc hơn, bạn có nghĩ vậy không?

Đương nhiên là đúng, ngoan sẽ được thương, ba mẹ thấy cô nào chả bảo như thế với trẻ nhỏ. Lớn lên cũng vậy, đàn ông nào chả thích có bạn gái ngoan chứ đừng nói chi đến một người vợ. Đối với một phụ nữ ngoan đàn ông sẽ không tiếc gì.

@Ngoan ngoan và dựa dẫm đang được đánh đồng trong một bộ phận giới trẻ, làm sao để cảnh tỉnh họ?

Linh không đủ sức để cảnh tỉnh, cảnh giác hay làm những việc đao to búa lớn. Tôi nghĩ trong mỗi người sẽ tự biết phân định đâu là đúng và sai. Ngoan ngoan được yêu thương khác xa với trạng thái ngoan ngoãn để tìm chỗ dựa. Một người cho rằng chỉ cần ngoan sẽ có người chu toàn từ đầu đến chân thì có phải là ngoan thật?

@Có phải Phương Linh thụ động quá nên dễ bị nhìn nhận là mẫu con gái ngoan hiền?

Lại đúng một phần, tôi thụ động trong công việc nhưng luôn chủ động trong cuộc sống. Tôi không phải tuýp người chỉ cần mang đến cho tôi lợi ích thì muốn gì cũng được. Ngay cả những

người đàn ông bên cạnh tôi nhiều lần phải phát hoảng vì tôi quá bùng.

@Đã bao giờ bạn muốn mình trở thành người nổi loạn, giữ bỏ tất cả hình ảnh trong sáng đã có?

Có chứ, mỗi đêm tôi ngủ tôi đều tự nhủ với bản thân mình sáng mai thức dậy mình phải là một con người hoàn toàn khác. Nhưng nghĩ thì nghĩ vậy thôi, ai mà chả có những lúc mơ ước những điều không thực.

@Sao bạn không hướng em gái theo hình ảnh của mình?

Mỗi người có một lối sống riêng, mình không muốn là người khác thì sao phải ép người khác giống mình. Tôi thích em gái tôi trưởng thành mỗi ngày theo những điều em ấy tiếp xúc và cảm nhận, có thành như thế nào thì nó vẫn là em của tôi, tôi vẫn yêu nó, miễn là không được hư hỏng đâu nhỉ?

@Nhưng tôi vẫn nghe không ít những lời đồn thổi về bạn?

Có bao giờ những lời đồn thổi ấy buông tha tôi đâu dù suốt một thời gian dài chẳng có căn cứ hay luận điểm nào cả. Lời đồn không thể giết chết người ta, nó chỉ làm cuộc đời bạn đậm màu đen tối nếu bạn không đủ sức bước qua và quá xem trọng nó.

@Một phần phải chăng vì bạn khá xa xỉ với mật độ công việc của bạn?

Ý của bạn là tôi làm ít hơn xài? Nếu không làm thì lấy đâu ra để xài, những thứ tôi có cũng chỉ thuộc hạng bình thường. Bao nhiêu người còn xài kinh hơn tôi sao người ta lại không phán xét. Tôi thích im lặng nên chả bao giờ công khai chuyện gì, tôi đi diễn nhiều nhưng lại không bao giờ update thời khoá biểu lên facebook, đó là con người tôi.

@Xe hiệu, đồ hiệu đầy đủ với bạn chỉ là bình thường?

Không quá xa xỉ với khả năng của tôi thì đó là bình thường, làm được thì

xài được, đừng tự biến bản thân thành nô lệ của đồng tiền. Tôi cho là như vậy.

@Bạn không lo rằng những thứ bên ngoài đó lại trở thành nguyên nhân sâu xa cho những ồn ào không đáng có?

Như tôi đã nói, nếu sống mà chỉ sợ những ồn ào thì bạn sẽ không thể sống bình an được, hưởng chi là showbiz vốn dĩ quá nhiều phức tạp và điều tiếng. Họ đồn đãi vì thật ra họ chẳng biết gì về cuộc sống của tôi, đã có ai dám đến trước mặt tôi mà hỏi tôi đâu. Đã là những ồn ào không đáng có thì có gì cứ phải để tâm?

@Quần áo đắt tiền chưa hẳn đã đẹp, bạn thấy đúng không?

Chính xác, quần áo chỉ đẹp khi nó khiến bạn trở nên đẹp hơn mà thôi. Đó là nhiệm vụ của nó, còn giá trị của nó thế nào thì còn tùy vào khả năng, nhu cầu, hoàn cảnh... Vẫn có những bộ đồ đẹp giá hời và những trang phục khiếm mỹ với giá cả trên trời kia mà.

@Nhưng họ cũng hay nó thời trang thiếu giá trị cũng làm mất "đẳng cấp" con người?

Thời trang thiếu giá trị khi nó thiếu thẩm mỹ. Đừng đem đồng tiền ra để đánh giá cái đẹp. Ví dụ nhé, một người phụ nữ đẹp không phải vì họ giàu, thời trang cũng thế thôi mà. Đẳng cấp con người thì dùng chính con người mà khẳng định chứ không phải những thứ mang vác lên nó, chúng ta đâu phải ma nơ canh hay mắc áo.

@Cách đây không lâu, bạn từng chia sẻ tâm trạng không vui khi biết một nơi mình thường mua sắm lại bán hàng thiếu uy tín? Cảm giác của bạn thế nào?

Thời điểm đó tôi khá bất ngờ và khá shock với thông tin đó, với người ngại đi xa như tôi thì việc mua sắm sản phẩm quốc tế ngay trong nước là một điều vô cùng thuận tiện. Một khi mình đặt nhiều lòng tin thì xảy ra sự cố mình thấy không vui là chuyện quá

đổi bình thường.

@Nếu tôi nói theo kiểu dân dã là tiền mất tật mang thì có đúng không? Nhiều người sẽ trách móc bạn có tiền mà không biết tiêu?

Cái tôi mất là lòng tin chứ không phải bất cứ gì khác mà chắc đâu chỉ riêng mình tôi. Sử dụng đồng tiền phục vụ cuộc sống của mình mà còn bị đánh giá này nọ thì kể ra cũng khó quá nhỉ. Thôi thì chuyện mình, mình biết.

@Bạn rút được kinh nghiệm gì sau những tai nạn mua sắm như thế?

Tôi sẽ chọn cho mình những địa điểm đáng tin cậy hơn, hơn nữa câu chuyện kia vẫn đang trong lúc điều tra, chưa đến hồi kết nên đừng vội kết luận mà tội cho người khác.

@Mặc nhiều đồ hiệu nhưng rất ít khi bị đem ra so sánh hay đo đếm giá trị, theo bạn là vì sao?

Chắc vì đồ hiệu của tôi chưa phải hàng khủng để mọi người mang ra phân tích. Thế thì lại thêm một minh chứng nữa cho việc tôi không hoang phí và xa xỉ rồi. Tôi chỉ chọn những thứ vừa với mình theo cả nghĩa đen lẫn nghĩa bóng.

@Phương Linh cũng là một số ít các ca sỹ ủng hộ các nhà thiết kế trong nước, một điều rất đáng quý.

Tôi trân trọng sự sáng tạo của các bạn, phần lớn trang phục biểu diễn của tôi đều được nhà thiết kế trong nước đặt may riêng cho tôi. Tôi cũng rất thường xuyên ủng hộ bộ sưu tập mới của các bạn. Đây là điều nên làm nếu muốn thúc đẩy sự phát triển của nền thời trang.

@Chị sẽ nói gì nếu tôi khen chị là một nữ ca sỹ ăn mặc đẹp?

Tôi sẽ cười và cảm ơn bạn đã theo dõi hình ảnh của tôi.

Cảm ơn Phương Linh về buổi trò chuyện này.



Photo Tom Nguyễn • Art Director Trịnh Tú Trung • Make up Dũng Phan

6 KHÔNG QUÁ XA XỈ VỚI KHẢ NĂNG CỦA TÔI THÌ ĐÓ LÀ BÌNH THƯỜNG, LÀM ĐƯỢC THÌ XÀI ĐƯỢC, ĐỪNG TỰ BIẾN BẢN THÂN THÀNH NÔ LỆ CỦA ĐỒNG TIỀN.

145^{STYLE}

Quick Chat

VỚI DƯƠNG ANH XUÂN

MIU



Thiết kế của Dương Anh Xuân

Tôi được một người bạn đề nghị "Hay là viết về Dương Anh Xuân đi!" khi đang bối rối không biết sẽ giới thiệu "cô gái cá tính" nào cho Style tháng này. Thế là bắt đầu công cuộc tìm kiếm thông tin. Nhưng những gì nhận được từ mạng xã hội hay bạn bè quen biết hầu như chẳng có gì nhiều ngoài mấy chữ "thú vị lắm", "hay ho lắm", "cá tính lắm". Thôi thì đành đánh liều bắt đầu câu chuyện ngắn với một người mà mình hoàn toàn xa lạ và quá thật tôi đã không được giới thiệu làm một chút nào.

@ Chào chị, Dương Anh Xuân không phải là một cái tên nổi tiếng trong showbiz nhưng trong giới làm nghệ thuật thì lại rất nhiều người biết đến chị. Chị có thấy ngạc nhiên không?

Tôi không cảm thấy ngạc nhiên bởi lẽ tôi chơi với nhiều bạn bè và anh chị làm nghệ thuật nên có lẽ biết nhiều người và cũng được nhiều người biết. Tuy nhiên, không biết 'giới làm nghệ thuật' mà bạn đang đề cập ở đây là giới nào? Ở nước mình, nghệ thuật cũng có ba bảy đường nghệ thuật. Không biết chúng ta có cùng nói về một nhóm không nữa.

@ Có khi nào vì bố chị, nhà thơ Dương Kỳ Anh là một người khá nổi tiếng trong giới?

Vì bố tôi à? Cũng có thể có mà cũng có thể không. Bố tôi nổi tiếng thì rõ rồi nhưng chắc là không phải giới mà tôi chơi cùng, chắc là một giới nào đấy khác.

@ Bố chị là một người sống nhiều năm gắn liền với nghề báo. Vậy chị có hứng thú gì với cái nghiệp đấy không?

Tôi từng rất hứng thú với nghề báo, và bây giờ vẫn thế nhưng tôi chưa hiểu việc bố tôi gắn bó nhiều năm với nghề báo thì có liên quan gì đến chuyện tôi thích nó nhi? Có điều giờ tôi làm báo hình, để hình dung hơn là phim tài liệu. Và làm cho mình.

@ Tôi được biết chị đã có một thời gian dài du học ở Anh, chị có thể kể sơ về nó hay không?

Tôi đi học ở Anh được hơn 5 năm. Nói là đi học không biết có chuẩn không vì tôi thấy mình đi sống ở Anh thì đúng hơn và tôi thật sự rất hạnh phúc trong quãng thời gian ở đó. Tôi phải cảm ơn đất nước ấy vì



nhờ nó mà tôi của ngày hôm nay đã gần giống với một tôi mà tôi mong muốn. Nghe hơi khó hiểu nhỉ nhưng sơ sơ thế này chắc cũng đủ rồi.

@ Một số người quen cũ của chị ngày xưa kể lại Dương Anh Xuân của thời cấp ba rất nữ tính và hiền lành chứ không “khác lạ” có phần nổi loạn như bây giờ. Tôi có thể biết tại sao không?

Bây giờ tôi vẫn nữ tính và hiền lành đấy chứ? Và ngày xưa tôi cũng có tí khác lạ đấy chứ? Chẳng qua họ muốn nhìn tôi như thế nào thôi? Tôi có nhạt toẹt ra mà người khác nghĩ là thú vị thì tôi vẫn có thể thú vị. Chẳng phải chúng ta đều chỉ nhìn thấy những gì chúng ta muốn hay sao?

@ Biệt danh Xuân Kurt của chị có ý nghĩa gì ạ?

Là tình cảm của tôi đối với một người đã mất.

@ Có một đạo hình như chị cũng tham gia các hoạt động liên quan đến nghệ thuật đương đại. Đó có phải là một trong những đam mê của chị hay không?

Tôi luôn tham gia các hoạt động liên quan đến nghệ thuật nói chung, không riêng gì nghệ thuật đương đại với vai trò là một khán giả. Còn nói nó có phải là đam mê của tôi hay không thì tôi cũng chưa biết nữa. Tôi cũng không biết cần bao lâu để hiểu được cái gì là đam mê của mình nhưng hiện tại tôi hạnh phúc với nó thì cứ coi như nó là đam mê hiện tại của tôi.

@ 2012 là năm đánh dấu sự ra đời của Lêu hêu. Chị có thể kể gì về nó?

Từ rất rất lâu rồi tôi luôn muốn mở ra một cửa hàng bán những thứ mình thích, bất kể đó là thứ gì, quần áo, sách vở, tạp chí, hộp nhạc, giày dép, cũ có mới có. Tóm lại tôi muốn có một góc riêng tích trữ những đồ

tôi thích. Khi ở Anh, tôi hay đi nhặt nhanh những đồ cũ, tìm mua những gì mọi người không cần nữa nhưng tôi lại thấy ở nó một điều gì đó mình thích. Nhà tôi khi ở bên kia trông như một cửa hàng lộn xộn chồng chất đồ với đồ. Giờ thì may quá, đã có một nơi để chứa riêng.

@ Rất nhiều bạn ấn tượng với những bộ ảnh lookbook của Lêu hêu bởi tính độc và lạ của nó. Nhưng sản phẩm của Lêu hêu trong thị trường thật, chị nghĩ định hướng nó theo phong cách gì?

Cái tên của hàng nói lên tất cả, phong cách của chúng tôi là Lêu Hêu. Nhưng là Lêu Hêu một cách nghiêm túc.

@ Tôi nên hiểu là mình đang nói chuyện với một Dương Anh Xuân trẻ con hay một Dương Anh Xuân phụ nữ?

Bạn còn không biết mình đang nói chuyện với một Dương Anh Xuân như nào thì sao tôi biết được. Bạn đang nói chuyện với Dương Anh Xuân, vậy thôi.

@ Tôi có thể tò mò một chút về chuyện tình yêu hiện tại của chị không?

Tình yêu hiện nay của tôi bao gồm: Phim, Nhạc, Sách và Người Yêu.

@ Được biết, vừa qua chị còn giữ vai trò producer cho một movie ca nhạc. Đây có phải lại thêm một tài lẻ liên quan đến nghệ thuật của Dương Anh Xuân ko? Chị có định theo đuổi nó không?

Chả biết mọi người định nghĩa tài lẻ là như nào nhưng tôi nghĩ để làm producer đâu có dễ và đâu thể coi là tài lẻ. Bởi vậy tôi cũng chưa bao giờ nghĩ mình là một producer thực sự cả, chỉ là việc giúp đỡ một người bạn mà thôi nên tôi cũng không có ý định theo đuổi công việc này.



Dương Anh Xuân

Ngày sinh: 27/09

Cung hoàng đạo: Thiên Bình

Nghề nghiệp hiện tại:

Documentary Film maker

Sở thích: Xem phim, đọc sách, đi du lịch

Bộ phim yêu thích nhất:

Tôi luôn nghĩ là cái hay nhất vẫn còn chưa đến nên không thể nói bộ phim nào là yêu thích nhất được.

Châm ngôn sống:

Don't think just live.

DANNY BOYLE CÙNG VŨ ĐIỀU NGÀY TRỞ LẠI

Hà Chí Vũ



NGƯỜI ĐÀN ÔNG VỚI MÁI ĐẦU HƠI HỐI Ở TUỔI 56, TỪNG GIÀNH ĐƯỢC 66 GIẢI THƯỞNG ĐIỆN ẢNH LỚN NHỎ (TRONG ĐÓ CÓ MỘT TƯỢNG VÀNG OSCAR), LÀ TỔNG CÔNG TRÌNH SƯ CỦA LỄ KHAI MẠC THỂ VẬN HỘI OLYMPIC LONDON 2012, TỪNG ĐƯỢC ĐƯA VÀO DANH SÁCH PHONG TƯỚC HIỆP SĨ TRONG ĐỢT CUỐI NĂM 2012 NHƯNG ĐÃ NHE NHÀNG TỪ CHỐI... DANNY BOYLE, NGƯỜI ĐÀN ÔNG ĐANG ĐỨNG TRÊN ĐỈNH VINH QUANG ẤY ĐÃ SẴN SÀNG CHINH PHỤC THẾ GIỚI THÊM MỘT LẦN NỮA!

Niềm tự hào của Anh quốc

Hãy cùng trở lại mùa hè năm 2012. Sau khi ngày hội bóng đá Euro 2012 kết thúc, cả thế giới hướng đến Thế vận hội Olympic 2012 diễn ra tại London. Trong khi nền kinh tế thế giới đang ở trong tình cảnh không mấy sáng sủa thì bản thân nhiều người Anh cũng không mấy mặn mà gì với Thế vận hội. Thử làm một phép so sánh, lễ khai mạc của Thế vận hội Bắc Kinh 2008 đã tiêu tốn hết 65 triệu đô-la, trong khi người Anh chỉ chịu chi ra có vồn vẹn 27 triệu đô-la cho buổi lễ tương tự. Những tưởng lễ khai mạc của người Anh sẽ bị “nuốt chửng” bởi những hoài niệm từ năm 2008, nhưng không! Dưới bàn tay kỳ tài của Danny Boyle sau gần hai năm chuẩn bị, nước Anh hoàn toàn

có quyền cảm thấy tự hào. Âm nhạc, nghệ thuật, James Bond, The Beatles, Mr. Bean, Poppins, Harry Potter, The Arctic Monkeys, Paul McCartney... tất cả những nét văn hóa đặc trưng và tiêu biểu nhất của nước Anh đương đại đã hòa quyện vào làm một và biến buổi lễ khai mạc đó trở thành một kỷ niệm khó phai.

Dĩ nhiên Danny Boyle không phải là một tay mơ. Hai bộ phim điện ảnh gần nhất trước đó của ông đều lọt vào danh sách đề cử cuối cùng của hạng mục *Phim truyện xuất sắc nhất* tại lễ trao giải thưởng Oscar, mà trong đó, *Slumdog Millionaire* đã gặt hái được vinh quang vang dội hồi đầu 2009 (8 tượng vàng Oscar). Nhưng thực sự, Danny Boyle đã thành danh tại quê hương từ trước đó: ông từng khắc họa



nên một thế hệ thanh niên xứ đảo sương mù nổi loạn đầy ám ảnh trong *Trainspotting* (1996) hay thổi một luồng sinh khí mới vào thể loại phim kinh dị theo cái cách rất riêng qua *28 Days Later* (2002), trước khi được gói dấu trên tượng vàng Oscar mỗi khi đêm về (Boyle thú nhận đây là một thói quen xấu của ông!). Tất cả càng khiến cho đông đảo người hâm mộ mong chờ tác phẩm tiếp theo thuộc thể loại hình sự của ông có tên *Trance*...

Trance – Phim hình sự kiểu... Boyle

Trên thực tế, Danny Boyle thực hiện *Trance* song song với việc làm đạo diễn cho buổi lễ khai mạc Thế vận hội. “Tác phẩm giống như ca làm việc ban đêm sau khi tôi hoàn thành các công việc ban ngày vậy,” Boyle chia

sẻ. “Có thể đêm hôm trước tôi vừa thực hiện một cảnh quay đầy máu me, nhưng ngay sáng hôm sau đã lại phải lao vào những cuộc họp để có thể tạo ra một lễ khai mạc mang đậm tính giải trí gia đình. Một phần nào đó, nó giữ cho tôi cảm thấy cân bằng.” Bản thân Boyle cùng các cộng sự cho rằng, *Trance* là một sự nhào nặn tuyệt vời giữa các ý tưởng của *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* với *Memento* và *Inception*. *Trance* cũng đánh dấu sự tái hợp của Boyle với nhà biên kịch John Hodge, người từng cộng tác với ông trong hai tác phẩm hết sức thành công là *Shallow Grave* (1994) và *Trainspotting* (1996).



Trance khởi đầu từ một vụ cướp tranh tảo tợn. Simon (do James McAvoy thủ vai), một người điều khiển bán đấu giá mắc kẹt trong một vụ cướp tranh nơi anh làm việc. Anh cố gắng nhớ và tuân thủ theo đúng những nguyên tắc an toàn khi có nguy hiểm xảy ra. Simon đã cẩn thận tháo tranh ra khỏi khung, gói ghém kỹ lưỡng rồi quăng nó xuống một đường trượt bí mật. Tuy vậy, Simon lập tức chạm trán tay trùm Franck (Simon Cassell thủ vai) và bị hấn tra tấn. Quá đau đớn, Simon buộc phải giao nộp bức tranh đã được gói lại cho Franck. Tuy vậy, khi về đến hang ổ và mở gói hàng, Franck chẳng thấy bức tranh nào cả. Và trò chơi mèo-vườn-chuột thực sự bắt đầu từ đây, khi có thêm sự tham gia của Elizabeth (Rosario Dawson thủ vai), một bác sĩ tâm lý có nhiệm vụ thôi miên Simon nhằm tìm hiểu xem điều gì đã xảy ra với bức tranh bị đánh cắp.

“Đây là những nhân vật dễ thay lòng đổi dạ, và khán giả sẽ không biết phải ủng hộ ai khi xem phim,” Boyle tâm sự. “Nó giống với *Shallow Grave* khi khán giả không biết phải đứng về phe nào.

Đồng thời lột tả sự bạo lực, tình yêu, sự dối trá... qua những ý niệm về trí nhớ hay ký ức. Hay nói một cách đơn giản, nó xoay quanh chứng lãng quên,” Boyle cười lớn. Nói như vậy bởi hẳn Boyle muốn che giấu những điều bí mật trong *Trance* đến phút chót để khán giả có cơ hội trải nghiệm sự bất ngờ khi theo dõi bộ phim.

Ông vua của sự dung hòa

Nếu như gọi Boyle là một người thuộc về điện ảnh giải trí đại chúng bởi ông luôn thực hiện được những bộ phim khiến nhiều người thích thú, thì cũng không hẳn là chính xác. Có lẽ điều khiến cho Boyle đặc biệt là bởi ông vẫn chỉ gần như làm phim ở nước Anh và ghi dấu ấn cá nhân đậm nét trong mỗi tác phẩm của bản thân. Nếu làm một phép so sánh nho nhỏ, có lẽ Danny Boyle gần giống với Christopher Nolan hay Ridley Scott ở phía bên kia bờ Đại Tây Dương, những bộ óc đứng đằng sau những quả bom tấn đầy thông minh, dung hòa được nhiều thể loại phim, và được cả giới phê bình lẫn khán giả đại chúng tưởng thưởng. Nhưng khác biệt là ở chỗ, Danny Boyle luôn làm phim với một kinh phí vô cùng khiêm tốn. Thật vậy, bộ phim đắt đỏ nhất của ông từ trước tới giờ do Mỹ sản xuất là *The Beach* chỉ có kinh phí là... 50 triệu đô-la. Đó là một bộ phim thất bại toàn diện, cộng thêm việc suýt nữa khiến ông mất đi mối quan hệ với tài tử Ewan McGregor; bởi ban đầu vai chính vốn được nhắm cho Gregor, nhưng sau đó Boyle buộc phải nhường suất này cho Leonardo DiCaprio, người vốn đang nổi như cồn sau siêu phẩm *Titanic* tại thời điểm đó.

Trong một buổi chiếu thử của *Trance* tại Pasadena, nước Mỹ, có 20 khán giả được giữ lại vào phút chót. Họ được hỏi liệu *Trance* là một bộ phim nghệ thuật hay một phim giải trí thuần túy, đã có 10 cánh tay giơ lên cho mỗi lựa chọn. Đó là một vấn đề đối với Danny Boyle, nhưng quả thực là một vấn đề đầy dễ chịu, bởi kết quả ấy giống như một tiên đoán cho rằng, với *Trance*, một lần nữa Danny Boyle sẽ chinh phục được cả số đông khán giả đại chúng, lẫn những nhà phê bình khó tính.

● Entertainment - **Style Loves**

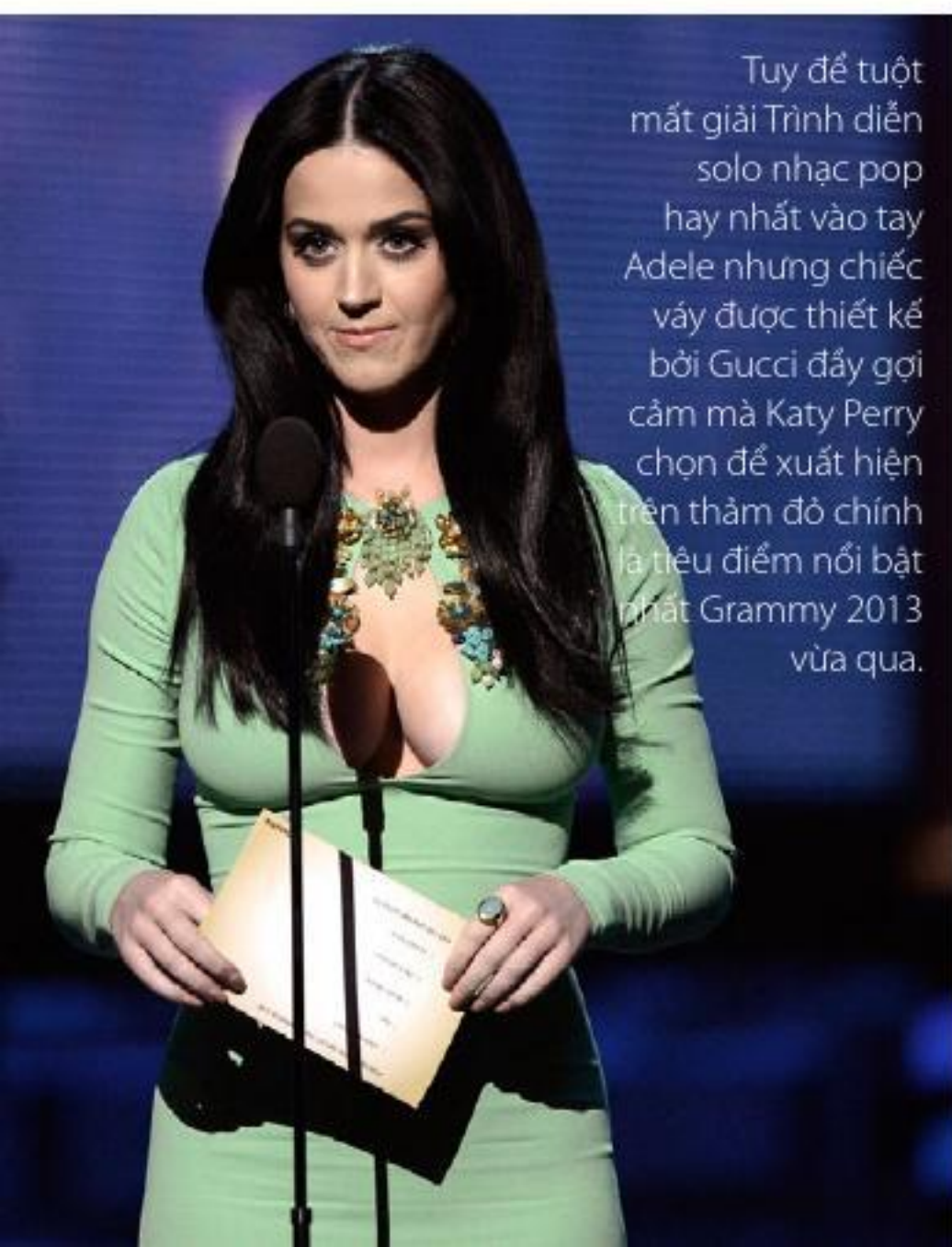


Giữ vai trò là người mở màn cho Grammy 2013, cô công chúa nhạc đồng quê Taylor Swift đã xuất hiện ngọt ngào trên thảm đỏ trong sắc trắng của J.Mendel cùng mái tóc được tết gọn duyên dáng đầy nữ tính.



VẬY LÀ NHỮNG SỰ KIỆN LỚN NHẤT 2013 CỦA NỀN GIẢI TRÍ THẾ GIỚI ĐÃ KHÉP LẠI. TƯỢNG VÀNG OSCAR ĐÃ TÌM THẤY CHỦ NHÂN, BỮA TIỆC ÂM NHẠC GRAMMY RỰC RỠ TẠI LOS ANGELES. NHƯNG MỘT TRONG NHỮNG ĐIỀU MÀ GIỚI HÂM MỘ TRÔNG CHỜ NHẤT TẠI CÁC SỰ KIỆN HOÀNH TRÁNG THẾ NÀY CHÍNH LÀ TRANG PHỤC MÀ CÁC NGÔI XUẤT HIỆN TRÊN THẢM ĐỎ. HÃY CÙNG STYLE ĐIỂM QUA NHỮNG GƯƠNG MẶT ẤN TƯỢNG NHẤT NHÉ!

Rihanna xuất hiện rực rỡ trên red carpet của Grammy 2013 trong sắc đỏ sang trọng, được thiết kế riêng bởi Azzedine Alaia, trang sức của Neil Lane và giày Manolo Blahnik. Cô có để cử cho ba ca khúc "Talk, Talk, Talk", "We found love" và "Where have you been".



Tuy để tuột mất giải Trình diễn solo nhạc pop hay nhất vào tay Adele nhưng chiếc váy được thiết kế bởi Gucci đầy gợi cảm mà Katy Perry chọn để xuất hiện trên thảm đỏ chính là tiêu điểm nổi bật nhất Grammy 2013 vừa qua.



Khác với những chiếc váy lộng lẫy thường thấy, Beyonce đã chọn xuất hiện trên thảm đỏ Grammy trong bộ jumpsuit trắng đen cá tính của Osman, đi kèm là clutch Swarovski và nữ trang của Lorraine Schwartz.



Có chút đối nghịch với sự xa hoa lộng lẫy của các ngôi sao khác, Alexa Chung khiêm tốn trên thảm đỏ Grammy trong một thiết kế giản dị đáng yêu của Valentino Red.



Jennifer Lopez khoe đôi chân trần săn chắc và khoẻ mạnh của mình trong một thiết kế với đường xẻ cao táo bạo của Anthony Vaccarello cùng giày sandals buộc dây cao của Tom Ford.

Nữ hoàng nhạc Pop với 6 lần chiến thắng giải Grammy đã lựa chọn một thiết kế với hoạ tiết thù tinh xảo, ngăn ngang đầu gối của Valentino.



Khác với những chiếc váy lộng lẫy thường thấy, Beyoncé đã chọn xuất hiện trên thảm đỏ Grammy trong bộ jumpsuit trắng đen cá tính của Osman, đi kèm là clutch Swarovski và nữ trang của Lorraine Schwartz.



Album Ceremonials của Florence Welch được đề cử giải Best pop vocal album. Cô đã chọn cho mình thiết kế xanh bóng độc đáo và nổi bật của Givenchy.

● Entertainment - Style Loves



Sắc xanh blue royal cũng là một màu được yêu thích tại Oscar lần này. Điển hình là Jennifer Hudson trong thiết kế của Roberto Cavalli Couture gần như thu hút mọi ánh nhìn về phía cô ngay khi cô xuất hiện trên thảm đỏ.

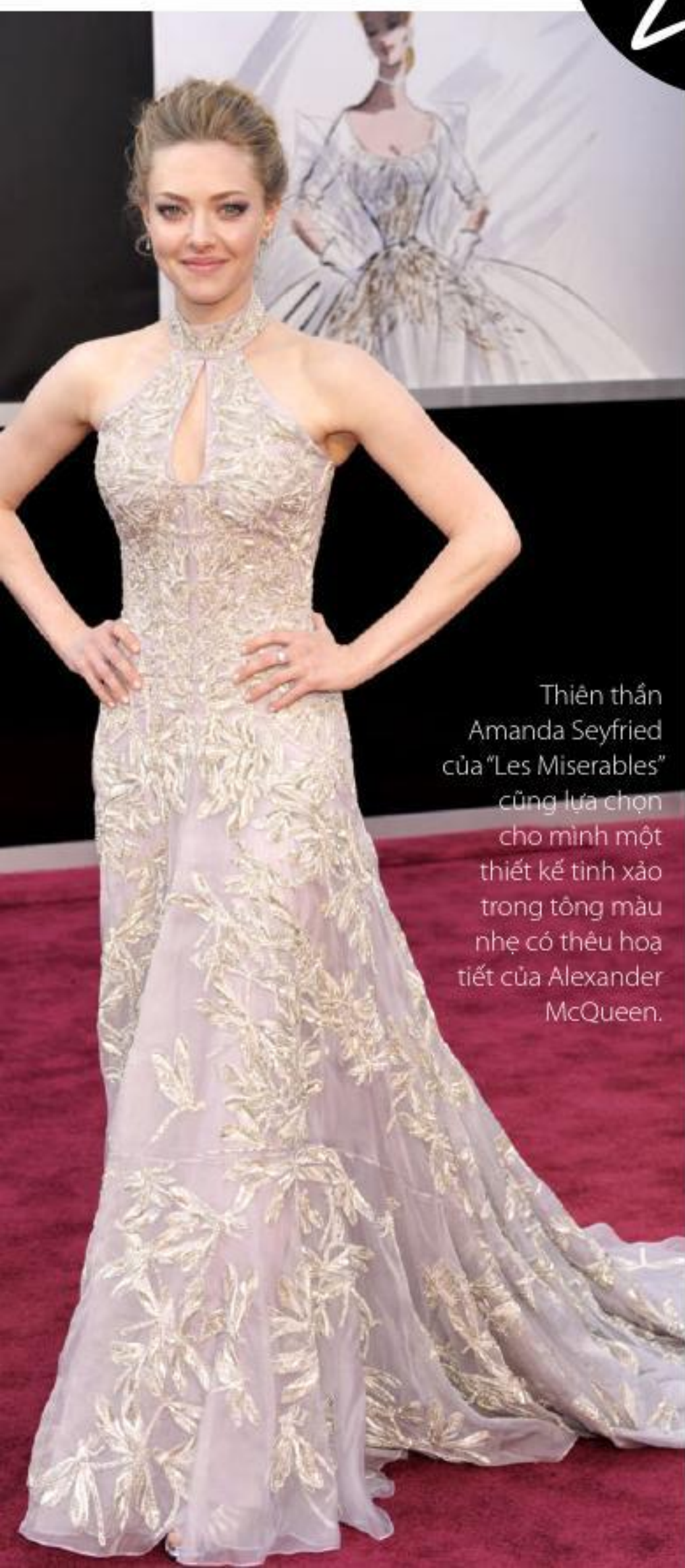
Bên cạnh những gam màu tối cùng chi tiết ánh kim lấp lánh sang trọng thì các tông màu nhẹ nhàng như nude, trắng, hồng phấn cũng được ưa chuộng tại Oscar lần thứ 85.

Điển hình là cô gái 22 tuổi vừa dành được giải thưởng cao quý nhất, Nữ diễn viên chính xuất sắc nhất, Jennifer Lawrence đã xuất hiện trên thảm đỏ trong thiết kế ngọt ngào như một nữ hoàng của Dior Haute Couture, đi kèm là trang sức lộng lẫy của Chopard.



Oscar
2013

RED
CARPET
2013



Thiên thần Amanda Seyfried của "Les Misérables" cũng lựa chọn cho mình một thiết kế tinh xảo trong tông màu nhẹ có thêu họa tiết của Alexander McQueen.



Marchesa từ nhiều năm nay đã là một thương hiệu được ưa chuộng và tin nhiệm của nhiều ngôi sao. Và tại Oscar 2013, sự xuất hiện của Olivia Munn trong thiết kế của Marchesa càng chứng minh không phải tự nhiên mà thương hiệu này lại được tin dùng đến vậy.



Lộng lẫy, đài các và quý phái như một bức tượng nữ thần Hy Lạp cổ hoàn hảo, Catherine Zeta Jones trong thiết kế ánh kim của Zuhair Murad và trang sức của Lorraine Schwartz là một sự lựa chọn hoàn mỹ.



Nàng "Eponine" Samantha Barks của "Les Miserable" lại vô cùng quyến rũ và thể hiện gu thẩm mỹ cao khi lựa chọn xuất hiện trong một thiết kế tối giản màu đen của Valentino



Tuy không nhận được giải thưởng với đề cử cho Nữ diễn viên chính xuất sắc nhất cho vai diễn trong phim Zero Dark Thirty nhưng Jessica Chastain đã ghi điểm với giới hâm mộ, báo chí cùng các nhà phê bình thời trang khó tính nhất khi xuất hiện khá sớm trên thảm đỏ Oscar 2013 với thiết kế hoàn hảo không điểm trừ nào của Giorgio Armani.

Một thiết kế nữa cũng được nhiều nhà phê bình bầu chọn là một trong những chiếc váy đẹp nhất Oscar 2013 chính là chiếc váy của Versace được Halle Berry lựa chọn. Đường cắt tinh xảo cùng kiểu dáng quyến rũ là những gì không thể từ chối ở thiết kế này.



PHIM

Style / February - March 2013



ZERO DARK THIRTY 30' sau nửa đêm

Diễn viên: **Jessica Chastain, Jason Clarke, Joel Edgerton**
Đạo diễn: **Kathryn Bigelow**
Ngày khởi chiếu: **01-03-2013**

Cuộc săn lùng Osama bin Laden đã trở thành mối bận tâm của cả thế giới và chính quyền hai đời tổng thống Mỹ trong suốt hơn một thập kỷ. Nhưng cuối cùng, chỉ một nhóm nhỏ những thành viên xuất sắc của CIA đã hạ được hắn. Mọi thông tin về nhiệm vụ của họ đều được giữ trong vòng bí mật. Tuy nhiên, khi một vài chi tiết được công bố, nhiều phần quan trọng của chiến dịch - bao gồm vai trò trung tâm của nhóm - đã lần đầu tiên được đưa lên màn ảnh trong một bộ phim mới hấp dẫn của bộ đôi từng đạt giải Oscar là Kathryn Bigelow và Mark Boal.

SILVER LININGS PLAYBOOK - tình yêu tìm lại

Diễn viên: **Bradley Cooper, Jennifer Lawrence, Robert De Niro**

Đạo diễn: **David O. Russell**
Ngày khởi chiếu: **15-03-2013**

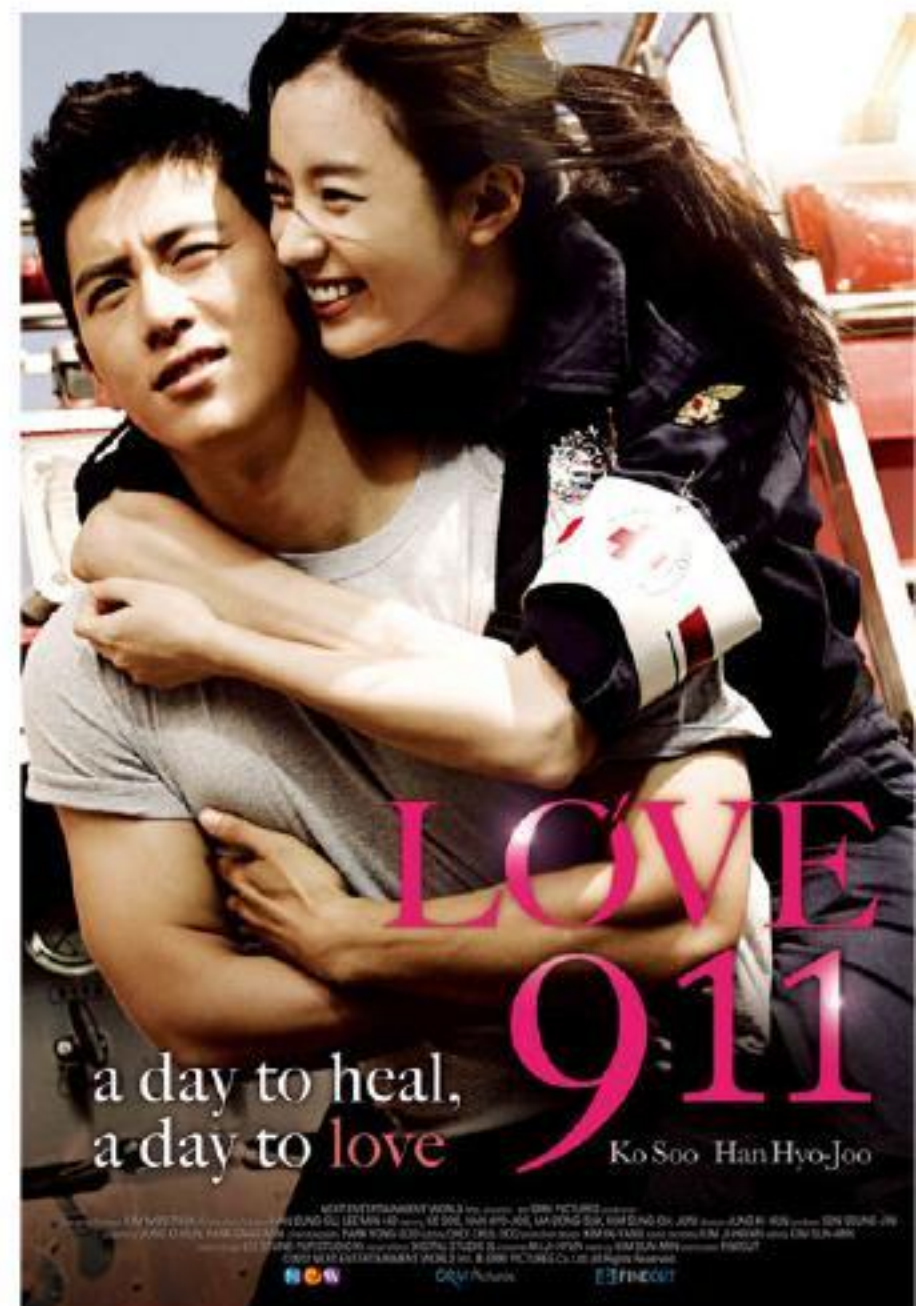
Silver Linings Playbook kể về câu chuyện của Pat Solatano (Bradley Cooper), một giáo viên thất nghiệp. Anh đã mất hết tất cả: nhà cửa, công việc và ly dị vợ. Sau 8 tháng điều trị tại bệnh viện tâm thần, anh trở về sống cùng cha mẹ (do Robert De Niro và Jacki Weaver thủ vai), quyết tâm làm lại từ đầu cũng như hàn gắn lại với vợ cũ. Khi anh gặp Tiffany (Jennifer Lawrence), một phụ nữ trẻ đẹp cũng gặp những bất trắc riêng, mọi chuyện bỗng trở nên phức tạp. Tiffany ngỡ lời muốn giúp Pat hàn gắn lại với vợ nhưng bù lại anh cũng phải giúp cô giải quyết một số vấn đề quan trọng. Một sợi dây liên kết bắt đầu hình thành giữa hai con người này, để rồi từ đó những tia sáng may mắn dần hé lộ trên bầu trời âm u của cuộc đời họ.



Love 911

Đạo diễn: **Jeong Gi Hoon**
Diễn viên: **Ko Soo, Han Hyo Joo, Ma Dong Seok**
Ngày khởi chiếu: **29/03/2013**

"Love911" là bộ phim Hàn được mong đợi từ năm 2012. Câu chuyện xoay quanh một người lính cứu hỏa (Ko Soo) và nữ bác sĩ (Han Hyojoo). Dù công việc của cả hai đều là cứu giúp người khác, thế nhưng cuộc sống riêng tư của họ cũng rơi vào cảnh tan vỡ và cần phải được hàn gắn. Lẽ tự nhiên, cả hai đã dựa vào nhau để cùng vượt qua những nỗi đau trong quá khứ.



SPIDERS 3D

Diễn viên: **William Hope, Christa Campbell, Patrick Muldoon, Sydney Sweeney, Shelly Varod, Lincoln Frager**
Đạo diễn: **Tibor Takács**
Ngày khởi chiếu: **01-03-2013**

Khi một mảnh của trạm vũ trụ Liên Xô rơi xuống trái đất, nó đã đâm phải đường hầm tàu điện ngầm ở thành phố New York và làm một nhân viên MTA tử nạn. Jason Cole, giám sát viên MTA

của ga tàu điện ngầm được một nhóm các cơ quan của chính phủ cho nghỉ việc để mở lại nhà ga. Vợ cũ của Jason là Rachel Cole đã phát hiện những mẫu trứng kia là của người ngoài hành tinh. Nhằm che giấu những cuộc nghiên cứu tuyệt mật, phía quân đội đã cố gắng làm vô hiệu hóa một nhóm những người dân thường. Bọn họ bị gắn mắc những bệnh nhân bị nhiễm vi-rút và bị rượt đuổi khắp thành phố. Sự lựa chọn duy nhất để cứu cô con gái và chính bản thân họ đó là đột nhập vào vùng kiểm dịch. Cuộc chiến với NHỆN KHỔNG LỒ và những thế lực đen tối phía sau bắt đầu...

156

STYLE



YÊU LÀ YÊU

Tác giả: **Maika Elan**

Trong sách ảnh Yêu là Yêu (The Pink Choice), Maika kể lại những câu chuyện tình đồng tính bằng ánh sáng, thứ ngôn ngữ nghệ thuật mà đối với riêng cô là “không thể chân thực hơn”. Những giây phút yên bình, những ánh nhìn nổi bão, những khoảnh khắc cuống đại; ở đó có tuổi thanh xuân, có buổi xế chiều, có tình yêu và nỗi cô đơn lấp lánh trong từng khoảnh khắc. Nhưng trên tất cả, khác với nhiều nghệ

sĩ, Maika đã không chú tâm nhấn mạnh vào nỗi đau và sự cô độc của kiếp người. Cô không muốn công chúng chỉ nhìn thấy nơi đồng tính luyến ái một nỗi giày vò quen thuộc. Cô muốn bộc lộ một khía cạnh quan trọng khác mà chúng ta hiếm khi nhớ tới: niềm hạnh phúc mà tình yêu mang lại, dù đồng giới hay khác giới. Yêu là Yêu (The Pink Choice) đoạt giải nhất hạng mục Các vấn đề đương đại (Contemporary issues), thể loại Phóng sự ảnh tại cuộc thi Ảnh báo chí thế giới (World Press Photo) 2013.

MỘT MÌNH Ở CHÂU ÂU

Tác giả: **Phan Việt**

Những người đàn bà, họ không một mình ngẫu nhiên tới Paris, Venice, Rome, Florence... Họ có thể là sinh viên mới ra trường, muốn đến Paris để viết văn; có thể là người đã đi qua một cuộc hôn nhân, giờ đến đó để nhìn lại, có thể là người bấy lâu vẫn mòn mỏi chờ đợi mối tình lớn của đời mình và mong nó xảy ra ở Châu Âu... Hoặc họ có thể, như tác giả của cuốn sách, đến Châu Âu một mình để du lịch như một người không quá khứ, không ràng buộc; và để hỏi những câu hỏi bước ngoặt về tình yêu và hôn nhân... Cuốn sách này, hơn cả một cuốn du ký về những ngày



du ngoạn qua các thánh địa mơ ước ở châu Âu, còn là một hành trình nội tâm xuyên suốt, dai dẳng, và không phải không đau đớn. Có thể thấy điều đó, dấu chẳng ở châu Âu một mình.

SÁCH

Style / February - March 2013



THẠCH THẢO TRONG CÔN BẢO

Tác giả: **Laura Kinsale**

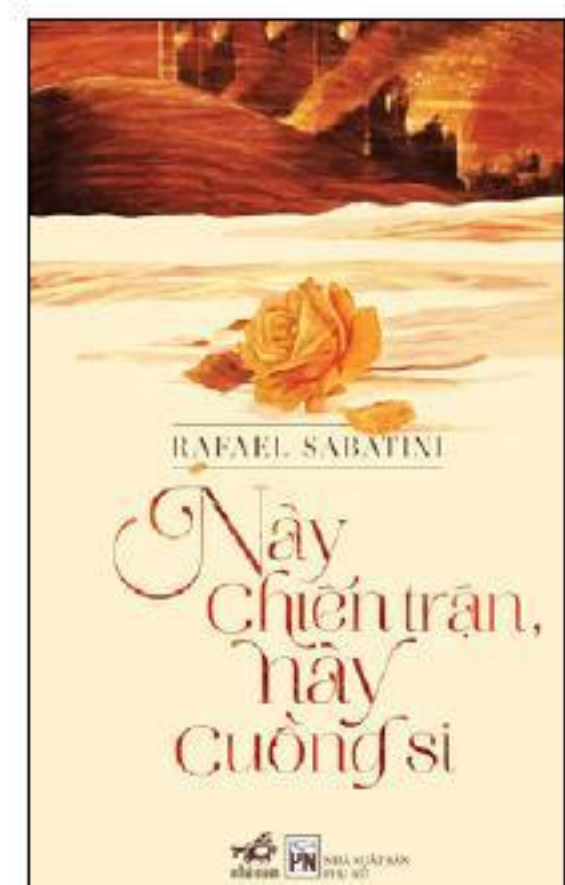
Sáu tháng trước, Maddy không hiểu vì sao nàng lại rơi lệ trước tin gã công tước ngạo mạn mà nàng ghét cay ghét đắng đã bỏ mạng. Sáu tháng sau, nàng gặp lại gã trong nhà thương điên, giữa xiềng xích, đôi mắt sắc cô-ban thâm xanh cuống nộ - một con thuyền mắc cạn. Sáu tháng trước, gã ở trên tất cả hạ cổ cúi xuống nàng. Sáu tháng sau, nàng trở thành ánh sáng, là điểm bầu vuu duy nhất của gã. Những trang viết đẹp, bi thương và ngọt ngào của Laura Kinsale đã cống hiến một tác phẩm để đời cho những bạn đọc yêu mến thể loại tiểu thuyết lịch sử tình cảm. “Một trong những câu chuyện tình hay nhất mọi thời đại”, theo đánh giá của Washington Post Book World.

NÀY CHIẾN TRẬN, NÀY CUỐNG SI

Tác giả: **Rafael Sabatini**

Khi bị ép vào cuộc hôn nhân chính trị, NÀNG – một công nương mơ mộng, vốn xa lạ với những đua tranh ngoài bức tường thành - bỗng liều lĩnh chống lệnh vua, đem quân cố thủ trong lâu đài, những muốn bảo vệ danh dự của mình. Khi trái tim mách bảo, CHÀNG – một bá tước đam mê phiêu lưu, không màng quyền bính – đã sát cánh cùng nàng, dưới danh nghĩa kẻ đánh thuê hèn mọn, không sợ hiểm nguy âm thầm bảo vệ người trong mộng. Tình yêu và âm mưu, hận thù và đổ kỵ, tất cả tưởng như đã rõ ràng khi chiếc cầu dưới cổng thành Roccaleone uy nghi hạ xuống...

Lấy bối cảnh Italia thời Phục hưng, giai đoạn nội chiến đầy sóng gió trên bán đảo Italia, Đây chiến trận, này cuống si của “hiệp sĩ” lãng mạn Rafael Sabatini sẽ khiến độc giả say mê với lối hành văn hào hoa, bay bổng nhưng cũng đậm chất hài hước, châm biếm.





FLY* *hay là ích kỉ?*

Zin.

*"Anh yêu em lắm nhưng mà...anh yêu anh hơn. Anh sẽ không bao giờ làm gì
tổn thương đến bản thân mình!"*



ĐÓ

LÀ NGUYÊN VĂN ĐOẠN HỘI THOẠI KHIẾN CÔ BẠN TÔI CHIA TAY LẦN THỨ NHẤT VỚI ANH BẠN TRAI MỚI QUEN ĐƯỢC 2 THÁNG. ANH CHÀNG CÓ THỂ ĐƯỢC XẾP VÀO DẠNG HÌNH MẪU LÍ TƯỜNG ĐỂ SUY NGHĨ ĐẾN MỘT TƯƠNG LAI TƯƠI ĐẸP NHỜ VÀO TRÌNH ĐỘ HỌC VẤN TỈ LỆ THUẬN VỚI SỰ NGHIỆP, VỀ ĐIỂN TRAI VỪA ĐỦ, HÀI HƯỚC, GA LẼNG VÀ THẬM CHÍ CÒN CHĂM CHỈ CHƠI THỂ THAO 4 LẦN/TUẦN. KHI CÔ ẤY ĐẾN GẶP TÔI VỚI TẤT CẢ SỰ TỨC TỐI VÀ BỨC XÚC CỦA MÌNH, SUY NGHĨ ĐẦU TIÊN CHẠY QUA TRONG ĐẦU TÔI ĐÓ LÀ " GÃ NÀY ĐƯỢC!". QUÁ ĐƯỢC NỮA LÀ ĐẲNG KHÁC, BỞI VÌ CHẲNG CÓ MẤY TÊN ĐÀN ÔNG NÀO TRÊN ĐỜI NÀY DÁM THẮNG THẮN NÓI RA NHỮNG ĐIỀU MÀ PHỤ NỮ NÊN HIỂU LÀ "HIỂN NHIÊN" NHƯ THẾ. CÔ BẠN CỦA TÔI, MỘT NGƯỜI PHỤ NỮ ĐIỂN HÌNH (NGHĨA LÀ LUÔN ĐÒI HỎI Ở NGƯỜI MÌNH YÊU NHỮNG VIỆC MÀ BẢN THÂN NGHĨ NẾU YÊU THÌ PHẢI VẬY), CẢM THẤY HỤT HẰNG, BỐI RỐI, VÌ HÓA RA ĐÃ KHÔNG CÒN THỨ TÌNH YÊU GỌI LÀ CÓ THỂ "YÊU ĐỐI PHƯƠNG HƠN CHÍNH BẢN THÂN MÌNH" NỮA HAY SAO. TÔI, VÀO NHỮNG TRƯỜNG HỢP TƯƠNG ĐỐI NHẠY CẢM TƯƠNG TỰ, NHẼ RA KHÔNG NÊN QUÁ LẠNH LÙNG VỚI BẠN MÌNH MÀ BẢO "ANH TA NÓI ĐÚNG ĐẤY!" BỞI VÌ NGƯỜI PHỤ NỮ ĐIỂN HÌNH NHƯ CÔ ẤY CHỈ CÓ THỂ TIN VÀO ĐIỀU TÔI NÓI KHI TỰ MÌNH TRẢI NGHIỆM, KHI TỰ MÌNH THỬ YÊU NGƯỜI ĐÀN ÔNG ĐÓ HƠN CHÍNH BẢN THÂN MÌNH MÀ THÔI.

Hóa ra không chỉ có cô bạn tôi phải trần trở về tính ích kỷ của đàn ông. Trên mạng Internet còn có hẳn một nickname cho những người đàn ông ích kỷ là Narcissist. Cái tên bắt nguồn từ câu chuyện thần thoại Hy Lạp về anh chàng đẹp trai Narcissus kiêu ngạo, một ngày nọ đã ngã xuống sông chết, hóa thành hoa thủy tiên bởi vì đã yêu phải cái bóng của chính mình. Một cái tên rất thâm thúy mà các nàng dành tặng cho các đấng mày râu. Họ bàn tán sôi nổi, trao đổi với nhau hàng đồng cách thức và mưu mẹo để giải thích, phân tích, xử lý rồi giải quyết. Ví dụ như tôi có thể liệt kê ra đây 7 lí do tại sao mà người đàn ông của bạn lại ứng xử ích kỷ và "tệ bạc" trong mối quan hệ với bạn như sau.

1. Anh ta không biết mình đang làm gì. Nghe có vẻ nực cười nhưng tôi nghĩ đó là lí do hợp lí nhất. Rõ ràng là đa số các

anh người yêu hoặc chồng đều thường xuyên hoang mang trước thái độ mặt nặng như chì của bạn gái/vợ bởi vì họ không hề biết rằng những việc mình làm rất là không hợp nhãn các nàng. Thậm chí đôi khi những hành động đấy được học từ không ít tài liệu chỉ giáo, từ những chuyên mục kiểu Men vs Women mà bạn đang đọc đây, hay là từ bàn nhậu. Đáng thương thay, tinh thần học hỏi của các chàng vẫn không vừa lòng được người phụ nữ của mình. Bạn đừng vội vã kết luận hay đánh giá chuyên mục của chúng tôi nhé! Hãy suy nghĩ về thái độ của bản thân bạn trước!

2. Chàng không biết làm gì tốt hơn. À, bây giờ lại còn tội nghiệp hơn! Bởi khi các chàng đã có đôi chút kinh nghiệm trong việc chiều ý nàng, rằng nàng sẽ không thích cái này cái kia, rằng nàng thích chàng phải đi hướng A, xoay hướng B, ngồi ở hướng C, và

● Entertainment - **Style's Psychology**

những kinh nghiệm này thu lượm được từ không ít lần giận dỗi và trách móc thì chàng tịt ngóm. Khổ thân không, đích thị là chàng sẽ tắc tị nếu không có sự dịu dặt nào từ người phụ nữ của mình nữa cả.

3 Phụ nữ đôi khi rất vô lý. Ái chà, bởi vì tôi cũng là phụ nữ nên tôi dùng từ “đôi khi” chứ thực ra thì tần suất vô lý có lẽ phải là không sao kể hết. Chúng ta có thói quen buộc tội người đàn ông của mình khi có việc xảy ra, cần nhần, cần nhần, than thở ỉ ôi và nghĩ vấn đề của đàn ông thì anh ý hoàn toàn còn thể giải quyết trong khi vấn đề của mình mới đáng nhức đầu. Đàn ông thường không phản ứng ra mặt hay giận dỗi như những cô nàng phái yếu nhưng một khi đã bày tỏ thái độ “anh ừ cần, anh ừ quan tâm” thì đó 90% là hệ quả từ những lần câu bản phi lô gic đầy cảm tính của chúng ta.

4 Quá nhiều áp lực. Thực ra làm một người đàn ông trong xã hội hiện tại không hề đơn giản. Ngoài những nỗi lo tiền bạc sự nghiệp, thì gia đình họ hàng cũng là những thứ không nhỏ. Tóm lại là chữ trách nhiệm nó rất vĩ đại. Thế nên, đàn ông độc thân có điều kiện một chút sẽ rất ngại những mối quan hệ nghiêm túc vì họ có cả một không gian rộng lớn để tự do hẹn hò gặp gỡ không ràng buộc. Còn đàn ông đã gắn kết đời mình với ai đó, sẽ không thể nào tiếp tục lãng mạn, yêu chiều. Sau những bon chen và mâu thuẫn trong lẫn ngoài, họ đôi lúc chỉ muốn ở một mình.

5 Chàng nghĩ mình đã an toàn với bạn. Khi một mối quan hệ đủ dài, đủ lâu mọi thứ đã nằm trong quỹ đạo thói quen, chàng sẽ mặc định rằng chẳng có gì để sợ nữa vì bạn sẽ luôn ở đó. Thế là chàng sẽ làm điều chàng thích, quên mất sạch những thứ đã dành cho bạn.

6 Sự trưởng thành của một người đàn ông cũng lí giải không ít tính cách của anh ta. Sự thiếu thốn tình thương hoặc phát triển tâm lý trong một môi trường nhiều đổ vỡ, khả năng tự vệ lâu dài sẽ tạo nên trong





TRÁI TIM CỦA NGƯỜI PHỤ NỮ.

NÓ ĐƯỢC SINH RA MẶC ĐỊNH RẰNG SẼ LUÔN MỀM YẾU VÀ DỄ DÀNG KHUẤT PHỤC TRƯỚC TÌNH YÊU. NGAY CẢ KHI CÔ ĐÃ CHỌN CON ĐƯỜNG YÊU CHÍNH BẢN THÂN CÔ VÀ MẶC KỆ TẤT CẢ

anh ta bản năng yêu bản thân chính mình hơn tất cả mọi thứ. Ở trường hợp này thì phải xem tình yêu và sự kiên nhẫn của các nàng đến mức nào.

1 Lí do cuối cùng cũng là lí do dễ hiểu nhất. Chàng không thực sự yêu bạn.

■ Một số đàn ông không muốn dây vào những mối quan hệ nghiêm túc vì có quá nhiều thứ hấp dẫn xung quanh họ. Bạn có thể nghĩ rằng họ không tử tế nhưng nhìn ở một góc độ khác, ai cũng có quyền lựa chọn cách sống của riêng mình và bạn cũng vậy, hoàn toàn có quyền lựa chọn để trở thành nạn nhân hay nàng công chúa trong cuộc đời của chàng.

Bạn xem đi, tôi đã tổng hợp lại cho bạn những người phụ nữ khác đã phân tích và đúc kết ra được gì. Đột nhiên tôi nhớ đến câu chuyện với một cô bạn khác cũng khá thân thiết. Sau rất nhiều đổ vỡ và thất vọng, cô quyết định sống ích kỷ như đàn ông. Trớ trêu thay cô vướng vào mối quan hệ với một người đàn ông đã có vợ. Và bởi vì cô quyết định sống ích kỷ như đàn ông nên cô mặc kệ hết mọi cảm xúc của người khác, chỉ cần thỏa mãn cảm giác của mình là được. Giữa họ có một đoạn hội thoại thế này mà tôi nghĩ là rất thú vị:

“Cô : Anh không thấy có lỗi với vợ anh à?

Anh : Không. Anh đã làm đầy đủ mọi nghĩa vụ của người chồng, chưa bao giờ lơ là cô ấy hay bất kì vấn đề gì của cô ấy. Con cái nhà cửa anh đều chăm lo và vun đắp đầy đủ.”

Thế đấy, trái tim và trí óc của người đàn ông có thể phân định rạch ròi và chia cắt như thế mà không hề có chút mảy may cần rứt nào. Còn cô bạn của tôi thì sao? Câu trả lời chắc chắn là không. Bởi vì trái tim cho dù có tổn thương và được rèn giũa qua

biết bao đớn đau dằn vặt, nó vẫn vĩnh viễn chỉ là trái tim của một người phụ nữ. Nó được sinh ra mặc định rằng sẽ luôn mềm yếu và dễ dàng khuất phục trước tình yêu. Ngay cả khi cô đã chọn con đường yêu chính bản thân cô và mặc kệ tất cả, cô bạn gái đáng thương tội nghiệp của tôi cũng không thể nào có một phút yên.

À mà quay trở lại với cuộc chia tay lúc mở đầu nhĩ! Sau những phút bực dọc, bối rối, nàng đã quay lại làm lành với anh chàng bạn trai thẳng thắn đến mức có hơi tàn nhẫn của mình. Khi tôi hỏi nàng lí do, cô ấy trả lời vì cô cảm thấy bản thân mình không thể buông tay người đàn ông đó. Những lời có phần yếu đuối này lại khiến tôi cảm thấy chúng ta nên tự hào mình là phụ nữ. Bởi vì sao ? Bởi vì ngay cả khi người đàn ông của mình có là kẻ tồi tệ nhất thế gian, có là kẻ ích kỷ và đối xử với chúng ta không như ý chúng ta muốn, tận sâu trong thâm tâm mình chúng ta vẫn luôn tin vào những gì tốt đẹp nhất ở con người họ. Niềm tin đại dốt này chẳng phải đã và đang khiến thế giới hòa bình hơn đó sao?

P.S : Tuy nhiên, bạn đừng quên đặt giới hạn cho bản thân mình nhé! Và một khi giới hạn đã được đặt ra, hãy tôn trọng nó đồng thời đừng quên yêu cầu người đàn ông của bạn cùng tôn trọng. Hãy học cách anh bạn trai của bạn tôi thẳng thắn, thậm chí là nếu được cứ mạnh dạn nói “Em yêu anh nhiều lắm nhưng em yêu bản thân em hơn!”. Tôi biết bạn chắc chắn sẽ không làm được đâu, cái việc mà “em yêu bản thân em hơn” ấy, nhưng không sao cả. Bởi vì chỉ cần nghe đến câu “Anh yêu em lắm!” là bạn đã quên mất sạch cả thế giới này đi rồi. Phải không bạn nhĩ?

* F.L.Y: *First Love Yourself* (Yêu bản thân mình trước)

NINE WEST

Nine West, thương hiệu thời trang giày và phụ kiện danh tiếng của Mỹ, đang hòa vào không khí những ngày đón xuân khi vừa mới trình làng dòng sản phẩm Modern Performance. Khác với những kiểu giày đón xuân năm trước, xuân này Nine West dành tặng phái đẹp những thiết kế mang phong cách bí ẩn và quyến rũ của nghệ thuật tạo bóng silhouette. Xu hướng Modern Performance gây ấn tượng đặc biệt với kiểu giày mũi nhọn có họa tiết trang trí mang đậm nét dân tộc và phần dây đai nơi mắt cá chân tinh tế, giúp phái đẹp bộc lộ nét cá tính hiện đại và đầy mới mẻ. Hệ thống cửa hàng Nine West: Hà Nội (4&6A Lê Thái Tổ, Q. Hoàn Kiếm; Pacific Place, 83 Lý Thường Kiệt, Q. Hoàn Kiếm; Vincom City Tower, 191 Bà Triệu, Q. Hai Bà Trưng; Parkson Tower, 198B Tây Sơn, Q. Đống Đa; The Garden, KĐT The Manor, Mỹ Đình; Parkson Tower, 198B Tây Sơn, Q. Đống Đa) và Tp. Hồ Chí Minh (Sài Gòn Centre, 65 Lê Lợi, Q.1; Vincom Centre, 70 - 72 Lê Thánh Tôn, Q.1; Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q.1; Parkson Sai Gon Tourist, 35Bis - 45 Lê Thánh Tôn, Q.1; Parkson Hùng Vương Plaza, 126 Hùng Vương, phường 12, Q.5.)



EMPORIO ARMANI

Giorgio Armani vừa chính thức khai trương cửa hàng đồng hồ và trang sức độc quyền đầu tiên của hãng tại Hồng Kông. Với diện tích 120m2, cửa hàng nằm trên đường Queen, trung tâm kinh doanh và khu tài chính của Hồng Kông. Đồng hồ Emporio Armani ra mắt vào năm 1997 và đã phát triển để trở thành một trong những BST của thế giới đồng hồ mang nhãn hiệu thời trang hàng đầu. Trong khi đó, trang sức Emporio Armani ra mắt vào năm 2002 với những hoa văn nét kẻ đặc trưng và đồ họa được làm từ những nguyên liệu đẹp mắt, thanh lịch. Cửa hàng này được thiết kế khá đặc biệt. Ánh sáng hào nhoáng từ trần nhà Marmorino và sàn nhà màu sáng mang đến vẻ đơn giản mà hiện đại. Các bức tường được bao phủ với các loại vải nhẹ và kính tinh thể màu đen sáng bóng. Các phụ kiện được sắp xếp trên kệ kính tác động mạnh mẽ đến thị giác. Tất cả tạo nên sự sang trọng, hiện đại trong không gian mua sắm của cửa hàng Emporio Armani.

OASIS

Mùa xuân năm nay, Oasis London hứa hẹn sẽ làm mê hoặc phái nữ bằng những mẫu trang phục điểm tô bởi vô vàn loài hoa như hoa mẫu đơn, hoa cúc, lily, hoa hồng. BST không khác gì một vườn hoa. Hoa len lỏi và ngự trị trên chiếc đầm maxi, quần shorts đến áo kiểu không tay. Ngoài hoa, gam màu tươi trẻ cũng đóng vai trò tô điểm sắc xuân với các gam màu ngọt ngào và tươi mới. Với trang phục và màu sắc này, chắc chắn sẽ khiến các fashionista Việt Nam duyên dáng và lãng mạn trong nắng xuân. BST hiện đang được bày bán tại shop Oasis - tầng 03, Vincom Eden.



AXARA

BST Xuân Hè 2013 của Axara lấy phong cách, nguồn cảm hứng và vẻ đẹp mê hoặc của Hollywood những năm 50, kết với sự pha trộn cổ điển lãng mạn của người Bohemian và phong cách thành thị quý phái nữ tính mà những người phụ nữ năng động luôn tìm kiếm. BST được làm trên các chất liệu như vải tweed được pha với ru băng, các chất liệu dệt kim được kết hợp với các sợi ánh kim, các hạt cườm với các tông màu nóng và ánh trai. Các đường cắt cúp được chăm sóc cẩn thận bởi đội ngũ thiết kế và thợ may chuyên nghiệp dày dạn kinh nghiệm những sản phẩm của Axara làm tôn lên hình ảnh của người phụ nữ hiện đại. Và tất cả sẽ có trong BST Xuân - Hè 2013 Axara với những màu sắc chủ đạo như cam đỏ - trắng kem - ngọc trai, xanh dương - đen xám - ánh kim. BST hiện đã có mặt tại các Axara boutique trên toàn quốc.



TIN TỨC

Style / Tháng 2-3/2013



WAREHOUSE

Trình làng vào tháng 2/2013, BST Xuân 2013 của Warehouse London một lần nữa sẽ khiến các fashionista hài lòng không chỉ về chất liệu cao cấp mà còn về kiểu dáng đa dạng và đường may tinh xảo, hoàn hảo đến từng chi tiết. Với hai cửa hàng tại Vincom và Bitexco ở Tp.HCM và một cửa hàng tại Parkson Hà Nội, Warehouse hy vọng sẽ đem lại cho các tín đồ mua sắm một trải nghiệm độc đáo, mang đậm phong cách vừa cổ điển nhưng không kém phần hiện đại của xứ sở sương mù với nền hoa duyên dáng hoặc kẻ sọc cá tính. Hãy ghé qua cửa hàng để chiêm ngưỡng và chọn cho mình những bộ đồ ưng ý.

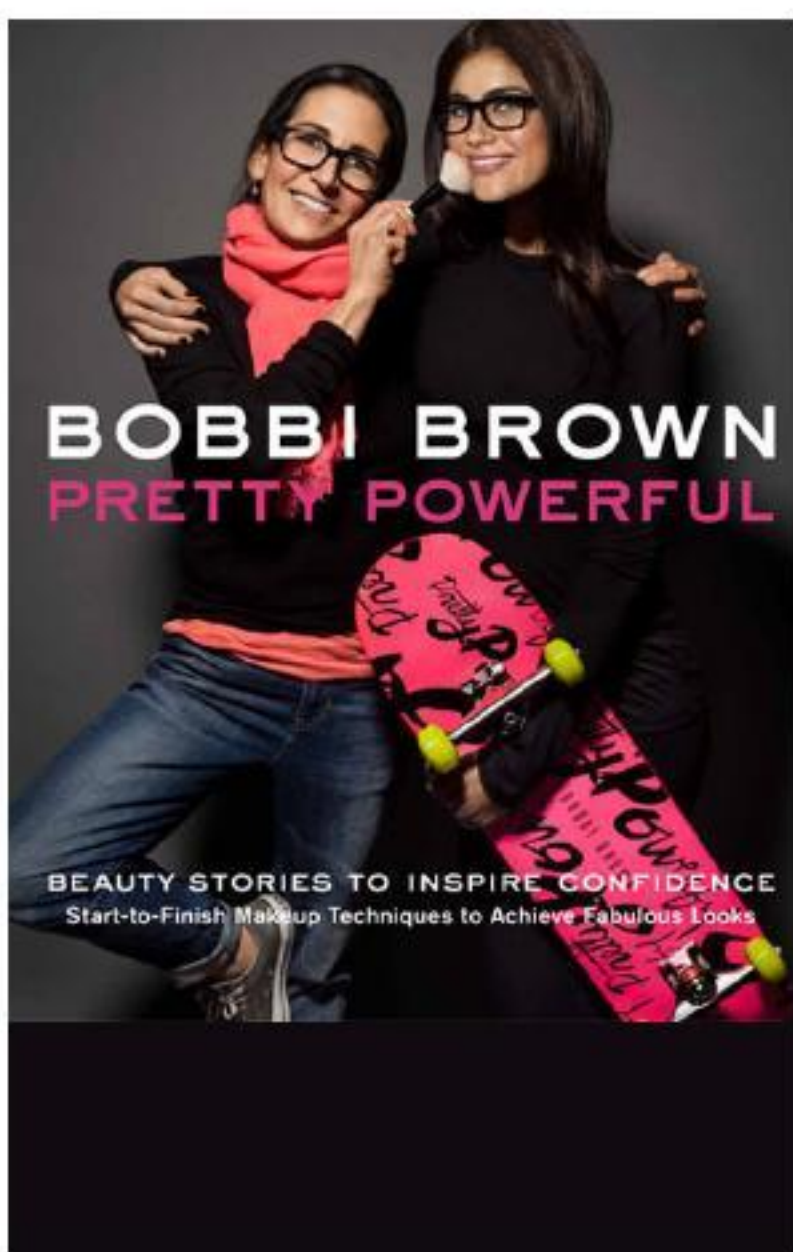
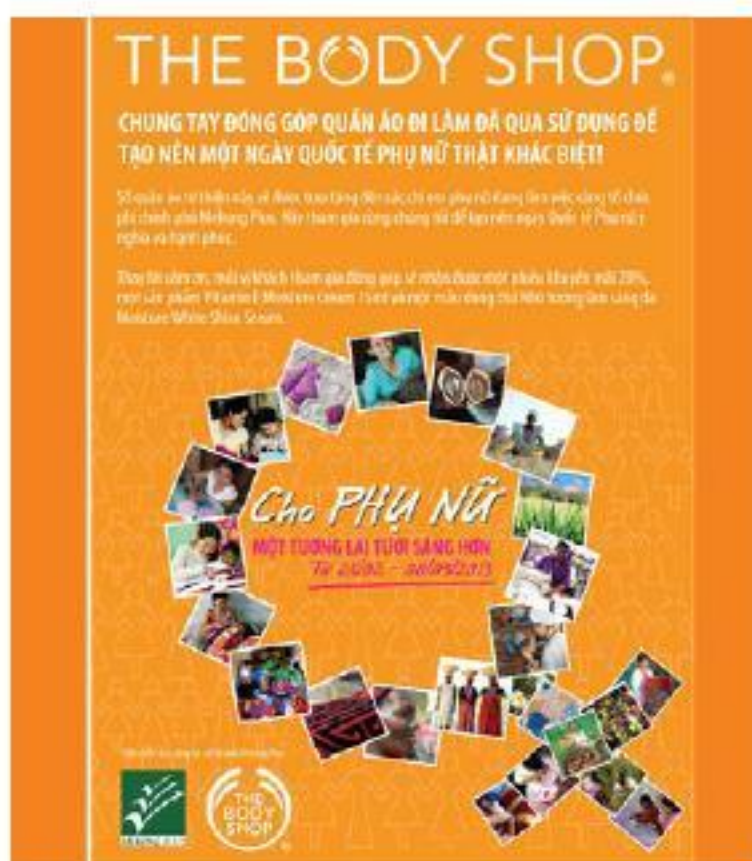


LA MER

La Mer áp dụng công nghệ mới nhất trong bộ sản phẩm dưỡng trắng da Whitening Collection. Mặt nạ dưỡng trắng da Whitening Facial gồm hai tầng được thiết kế để ngay lập tức cung cấp độ trắng sáng cho da và hiệu quả dưỡng ẩm cao. Sản phẩm gồm hai bước tuy nhẹ nhàng cho da nhưng tràn đầy uy lực. Bước 1: Cung cấp cho da nước cất huyền thoại của La Mer là Miracle Broth™, thoa sản phẩm nước tăng cường Infusion Primer giúp làm dịu da và chuẩn bị cho bước dưỡng trắng kế tiếp. Bước 2: Được thiết kế để che phủ toàn bộ khuôn mặt, mặt nạ cao cấp trong suốt và mỏng mịn như tơ này chứa một lượng sản phẩm tương đương nguyên chai tinh chất dưỡng trắng da Whitening Essence phủ lên da tập trung vào các vùng da không đều màu cho làn da trắng trẻo và tinh khiết. Vào ngày 31/1/2013 thương hiệu La Mer đã chính thức ra mắt cửa hàng thứ hai tại Việt Nam ở TTTM Parkson Việt Tower (Hà Nội).

THE BODY SHOP

The Body Shop tổ chức chiến dịch nhằm giúp đỡ những phụ nữ có hoàn cảnh khó khăn nhân ngày Quốc tế Phụ nữ 08/03 tại Việt Nam. Chiến dịch được mang tên "Cho Phụ Nữ Một Tương Lai Tươi Sáng Hơn" ("Brighten Up A Woman's Future"), thực hiện với sự cộng tác của tổ chức phi chính phủ Mekong Plus, để giúp đỡ cho các chị em phụ nữ đang làm việc trực thuộc tổ chức này. Theo đó, từ 25/02 đến 08/03, mọi người đều có thể đóng góp quần áo đã qua sử dụng tại 87 Mạc Thị Bưởi và 31 Nguyễn Trãi, Tp.HCM. Tất cả số quần áo này sẽ được The Body Shop trao tặng cho đại diện tổ chức Mekong Plus. Để đáp lại tấm lòng hảo tâm, The Body Shop trao tặng cho mỗi vị khách đến quyên góp phần quà cảm ơn gồm hai sản phẩm dưỡng da và một phiếu khuyến mãi.



BOBBI BROWN

Bobbi Brown ra mắt phiên bản tiếp theo của chiến dịch làm đẹp Pretty Powerful trên khắp khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Chiến dịch ca ngợi vẻ đẹp của những người phụ nữ đời thường thông qua nguồn cảm hứng từ những câu chuyện, hình ảnh và đoạn phim của họ. Là một phần trong chiến dịch Pretty Powerful, Bobbi Brown sẽ khởi động cuộc thi tại 12 quốc gia - Úc, Hồng Kông, Indonesia, Nhật Bản, Hàn Quốc, Malaysia, New Zealand, Philippines, Thái Lan, Singapore, Đài Loan, Việt Nam - kêu gọi phụ nữ đăng tải câu chuyện làm đẹp Pretty Powerful độc đáo của họ trên trang Facebook Bobbi Brown tại quốc gia họ đang sống với cơ hội giành chiến thắng một chuyến du lịch đến thành phố New York cùng với một người bạn. Thông qua chiến dịch Pretty Powerful của mình, mục tiêu của Bobbi là tiếp tục truyền sự tự tin cho phụ nữ ở khắp mọi nơi và giúp họ hiểu được rằng bản thân họ chính là bí quyết của sắc đẹp bền vững.

163



CAROLINA HERRERA

Mùa xuân năm nay, Carolina Herrera tiếp tục cho ra mắt dòng sản phẩm mới với tên gọi CH L'EAU. CH L'EAU có thiết kế chai độc đáo, màu hồng rất nữ tính và ngọt ngào. Hương đầu của CH L'EAU mang mùi hương nhẹ nhàng, thuần khiết của bưởi chùm, chanh amalfi... Lớp hương giữa ngọt ngào là hương hoa hồng, hoa nhài. Lớp hương cuối nồng ấm là tổng hòa của hương gỗ đàn hương và tuyết tùng. CH L'EAU rất thích hợp cho các bạn nữ tự do, phóng khoáng, yêu thích thiên nhiên và luôn muốn làm mới bản thân mình. Sản phẩm hiện đang có mặt tại hệ thống Paris France trên toàn quốc. Đây có thể là một món quà 08/03 đầy thú vị.



THEFACESHOP

Nhân dịp Tết Nguyên Đán 2013, TheFaceShop mang đến khách hàng nhiều quà tặng hấp dẫn với chương trình khuyến mãi được áp dụng tại hệ thống cửa hàng TheFaceShop trên toàn quốc. Với giá trị hóa đơn từ 700.000 đồng, tặng ngay 02 mặt nạ dưỡng da Real Nature Mask Sheet Pomegranate (trị giá 94.000 đồng); Với giá trị hóa đơn từ 1.200.000 đồng, tặng ngay sữa rửa mặt Clean Face Acne Solution Foam Cleansing 70ml (trị giá 200.000 đồng); Với giá trị hóa đơn từ 1.800.000 đồng, tặng ngay bộ sản phẩm du lịch dưỡng da Blemish Zero Starter Kit (trị giá 450.000 đồng); Với giá trị hóa đơn từ 2.500.000 đồng, tặng ngay bộ sản phẩm du lịch dưỡng trắng da và chống lão hóa Flebote White Crystal Basic Care Set và bộ sản phẩm tẩy trang Oli Specialist Special Kit (Brightening & Anti-aging) 20ml (trị giá 700.000 đồng). Đặc biệt, với giá trị hóa đơn từ 3.500.000 đồng, tặng ngay bộ sản phẩm tán hương cao cấp (trị giá 890.000 đồng).

STARBUCKS

Cửa hàng Starbucks đầu tiên tại Việt Nam vừa chính thức được khai trương tại quận 1, Tp.HCM. Cửa hàng tiên phong này được thiết kế nhằm phản ánh di sản cà phê 42 năm của Starbucks. Nhân dịp này, Starbucks cũng lần đầu tiên trình làng sáng tạo mới nhất: Starbucks Asian Dolce Latte. Lấy cảm hứng từ khẩu vị cà phê được ưa chuộng ở hầu hết các quốc gia trong châu Á – mạnh, êm, và nhiều mùi thơm – Starbucks Asian Dolce Latte còn thể hiện nét văn hóa và thói quen uống cà phê thú vị của người Việt. Đây là loại thức uống được phát triển đặc biệt cho thị trường châu Á, thể hiện cam kết bền lâu của Starbucks trong việc mang lại cho các khách hàng địa phương những trải nghiệm gần gũi trong từng sản phẩm của mình. Tại Việt Nam, Starbucks cam kết phát huy quy mô của mình để hỗ trợ và tạo ra thay đổi tích cực tại những nơi mà đối tác và khách hàng của công ty sống và làm việc.



IT'S SKIN

Nhãn mỹ phẩm trị liệu đầu tiên của Hàn Quốc được chính viện nghiên cứu và các bác sỹ da liễu hàng đầu phát minh và sản xuất. Với hàng trăm sản phẩm đa dạng và đặc chủng, It's skin đảm bảo mang lại các liệu pháp đầy đủ và mang lại vẻ tươi sáng cho làn da. It's skin giới thiệu hai sản phẩm đặc trị cao cấp. Kem dưỡng da đặc trị Prestige descargor creme chiết xuất đặc biệt từ nhớt ốc sên giúp tăng sức đề kháng, làm căng mượt làn da và làm lành vết thương rất cao. Giá: 2.863.000 đồng/lọ. AC clinical solution line - sản phẩm đặc trị mụn, mụn bọc và các vết tẩy sưng viêm, mẩn đỏ... giúp cân bằng và ổn định làn da đang bị tổn thương. Với hai lớp nước nước và thuốc đặc trị Triclosan và bột Calamine mang lại hiệu quả cao cho việc giữ thanh khiết da, giảm thiểu sưng viêm, hạn chế thương tổn, vết thâm để lại và phục hồi rất nhanh. Giá: 563.000 đồng/lọ

SISLEY

PHYTO-BLANC INTENSIVE WHITENING SERUM

Tinh chất đặc trị xóa mờ các đốm nâu, vết nám trên da. Với thành phần Vitamin C ổn định có khả năng ức chế việc hình thành các tế bào Melanin cũng như làm mờ và sáng dần lên cho các đốm nâu đang hiện hữu. Ngoài ra, sản phẩm còn được đưa vào những thành phần đặc biệt giúp quá trình bóc vẩy diễn ra tốt hơn, kiểm soát lão hóa và những tác nhân gây viêm da để có thể hoàn tất vai trò làm trắng tuyệt đối cho của sản phẩm. Giá bán: 6.000.000 VND

Từ ngày 1/3/2013, khách hàng có thể đến trải nghiệm và nhận ngay sản phẩm WHITENING SERUM 2ml trị giá 400.000 vnd tại bất kỳ cửa hàng nào của Sisley tại Việt Nam. Đồng thời sẽ có cơ hội sở hữu bộ sản phẩm này cùng những sản phẩm tương trợ với giá chỉ bằng 50% giá trị sản phẩm Bộ sản phẩm ưu đãi bao gồm tinh chất WHITENING SERUM và trọn bộ chăm sóc da làm trắng hoàn hảo. Với nước cân bằng da, tinh chất giữ ẩm, sữa dưỡng đa chức năng và mặt nạ và sữa rửa mặt làm sáng da được đi kèm cùng một chiếc túi đựng mỹ phẩm xinh xắn. Tổng giá trị là 9.070.700 VND nhưng giá bán chỉ 5.400.000 VND



TIN TỨC

Style / Tháng 2-3/2013



PROJECT RUNWAY

Project Runway là cuộc thi nhằm tìm kiếm những người có đam mê trong lĩnh vực thiết kế thời trang và mong muốn trở thành NTK thời trang chuyên nghiệp. Sau quá trình tuyển chọn, dưới sự hướng dẫn của các chuyên gia, thông qua các thử thách của chương trình... thí sinh sẽ phải thể hiện sự sáng tạo và tài năng của mình để thiết kế ra những bộ trang phục độc đáo, ấn tượng nhằm cạnh tranh với các thí sinh còn lại để giành ngôi vị quán quân. Tiêu chí của Project Runway là sự sáng tạo không giới hạn trong lĩnh vực thiết kế thời trang. Do đó, tất cả những ai đam mê thời trang, hiểu biết những kỹ năng cơ bản về công việc thiết kế và mong muốn được đào tạo để trở thành một nhà thiết kế thời trang chuyên nghiệp đều có thể đăng ký tham gia cuộc thi này. Chương trình Project Runway dự kiến sẽ được phát sóng số đầu tiên vào 28/04/2013 trên kênh VTV3.

A BRENNER

Để có làn da khỏe và sáng, chúng ta nên dùng kem dưỡng da mặt ít nhất hai lần một ngày. Vào buổi sáng trước khi trang điểm bạn sử dụng kem nền trang điểm và vào buổi tối sau khi làm sạch và rửa đi lớp bụi tích tụ trong ngày trên mặt bạn, bạn sử dụng kem khi da đã sạch và thông thoáng. Kem nền được điều chỉnh để phù hợp với từng loại da (khô, bình thường, dầu) và kem dưỡng da. Chỉ mất 1 hoặc 2 lần mỗi tuần trong thời gian rảnh rỗi của bạn để làm đẹp khuôn mặt của bạn với một loại mặt nạ lột hoặc mặt nạ làm sạch với cường độ cao nên mặt nạ ngọc trai tự nhiên của A.Brenner được khuyên dùng, trong đó có dầu Borage để thâm nhập vào các axit béo tự nhiên, dầu từ trái bơ, dầu Rose Hip đầy dinh dưỡng và Vitamin C để chống lại quá trình axit hóa có kết quả ngay lập tức.





NIKE

Nike vừa giới thiệu dòng sản phẩm Mercurial Vapor IX - một sự đổi mới trong hiệu suất thi đấu, một sự bùng nổ tốc độ dành cho những cầu thủ nhanh nhất hành tinh. Vì mang kết cấu kiểm soát tốc độ trên vỏ giày, sản phẩm có độ ma sát cao hơn, cảm giác bóng tốt hơn trong việc thay đổi khoảnh khắc của trận đấu. Vỏ giày ôm sát bàn chân ngăn ngừa những chuyển động không cần thiết và tối đa hóa sự thoải mái và mềm mại cho gót giày, do đó hiệu suất thi đấu của cầu thủ sẽ được nâng cao hơn. Sản phẩm Mercurial của Nike luôn được đặt lên tiêu chí hàng đầu về đổi mới trong công nghệ và làm thế nào để mang lại cảm giác bóng và tốc độ cho một đôi giày. Đôi giày Mercurial tím việt quất ánh lửa, và màu vàng đã có mặt tại các cửa hàng bán lẻ trên toàn thế giới.



PEDRO

Một bảng màu phong phú đặc biệt của những gam màu rực rỡ từ xanh, đỏ và vàng với những điểm nhấn nổi bật của những gam màu trung tính, màu neon. Màu nude và màu beige tạo ra một sự hòa quyện tinh tế trong BST Xuân - Hè của Pedro. Những đôi giày cao gót yêu kiều, những đôi giày đế xuồng tiện lợi và những chiếc túi cá tính mang theo mình vẻ đẹp huyền bí trong nền chất liệu da tự nhiên và denim tinh tế, tô điểm với những chi tiết hình bướm và da rắn dập nổi cực kỳ quyến rũ. Hãy cùng hòa mình với phong cách thời trang mùa này với vẻ đẹp nữ tính từ Pedro tại Vincom Center (72 Lê

MORGAN

Khi nhắc đến Morgan Lingerie, người ta nghĩ ngay đến vũ khí bí mật của phái đẹp. Hầu như, phụ nữ nào cũng muốn mình trở nên quyến rũ và hấp dẫn hơn trong mắt "một nửa" của họ, và Morgan Lingerie luôn sẵn sàng giúp đỡ quý bà, quý cô, quý chị thực hiện điều đó. Và nhân ngày quốc tế phụ nữ, Morgan Lingerie gửi tới các bạn gái xinh đẹp, các quý cô sang trọng, các quý bà lịch lãm chương trình khuyến mãi hấp dẫn: từ ngày 01/03 - 20/03, mua một bộ tặng một quần trong cửa hàng của Morgan Lingerie tại Vincom 1 (04.39748300) và Diamond Plaza (08.22124060). Morgan Lingerie rất hân hạnh được đón tiếp quý khách tại các cửa hàng thời trang Morgan trên.



CHARLES&KEITH

BST Cottage được giới thiệu lần này tràn ngập với những gam màu nhẹ nhàng của mùa xuân. Một loạt gam màu pastel và họa tiết in hoa giờ đây cùng kết hợp với nhau để tạo nên vườn hoa xuân ngọt ngào quyến rũ trên nền chất liệu quen thuộc. Mùa xuân đến mang lại những khoảnh khắc thật thư thái nhẹ nhàng như chính tinh thần của đôi giày đế bệt kiểu ba lê, kiểu sandal làm từ chất liệu rơm, những đôi wedge đế xuồng bằng sợi bần, những kiểu giày pump gót thấp, kiểu giày đế thấp, giày ballerinas tiện dụng hay những chiếc túi và những chiếc bóp tinh tế dạng hộp. Hệ thống cửa hàng Charles & Keith: Hà Nội (36A Lê Thái Tổ, Hoàn Kiếm; The Garden Mall, Mỹ Trì, Từ Liêm; Vincom Galleries, 114 Mai Hắc Đế, Hai Bà Trưng) và Tp.HCM (18-20 Nguyễn Trãi, Quận 1; Vincom HCM, 70-72 Lê Thánh Tôn, Bến Nghé, Quận 1; Vincom Eden, 171 Đồng Khởi, Quận 1; Bitexco Financial Tower, 02 Hải Triều, Quận 1.)



MISAKI

Misaki vẫn theo triết lý "kết hợp giữa vẻ đẹp mang tính biểu tượng và sự hoàn hảo của ngọc trai." Vì thế, mỗi sản phẩm của Misaki đều mang theo thông điệp: "tươi trẻ, năng động và quyến rũ," bằng việc sử dụng những nguyên liệu được chọn lựa kỹ để chúng vừa thời trang, lại vừa lâu lăm một. Do đó, Misaki luôn được các bạn trẻ trên toàn thế giới chào đón. Và tại Việt Nam, nhân ngày quốc tế phụ nữ, Misaki gửi đến quý khách hàng chương trình khuyến mãi hấp dẫn: tặng hộp đựng trang sức và giảm 10% với hóa đơn 04 triệu đồng trở lên từ 1/3 - 20/3 tại Vincom 1 (04.22209388) và Big C Thăng Long (04.37833226). Misaki Việt Nam rất hân hạnh được đón tiếp quý khách. Hãy nhanh tay để mang về cho mình những sản phẩm mới nhất từ Misaki!

Thánh Tôn, Q.1, Tp.HCM), 37 Nguyễn Trãi, P. Bến Thành, Q.1, Tp.HCM, Bitexco Building (02 Hải Triều, Q.1, Tp.HCM), The Garden Mall (Mỹ Trì, Từ Liêm, Hà Nội), Vincom Center (191 Bà Triệu, Hai Bà Trưng, Hà Nội).

165^{STYLE}

ASTANA

Air Astana, hãng hàng không hàng đầu Kazakhstan từng đoạt giải thưởng Skytrax, chính thức khai trương đường bay mới kết nối Almaty và Tp.HCM, Việt Nam. Air Astana cung cấp các chuyến bay nối chuyển từ Almaty đến chín điểm đến nội địa, bao gồm cả thủ đô Astana và thành phố Atyrau nằm trên biển Caspian, ngoài ra còn có chuyến bay đến Moscow, Kazan và St Petersburg, Nga. Air Astana đã khai thác các chuyến bay thường xuyên kể từ 05/2002, và hiện đang vận hành một mạng lưới gồm hơn 50 đường bay quốc tế và nội địa từ các trạm trung chuyển ở Almaty, Astana và Atyrau. Air Astana sở hữu đội bay với tất cả máy bay được sản xuất ở phương Tây, trong đó có hai máy bay Boeing 767, năm máy bay Boeing 757, 11 máy bay Airbus A320, và sáu máy bay Embraer 190. Air Astana là công ty liên doanh giữa quỹ tài sản quốc gia Samruk Kazyna của Kazakhstan và cơ quan Không gian Anh quốc.



BIOThERM

L.Digitata là một loại tảo biển xuất phát từ vùng biển phía Bắc Atlantic có khả năng sản xuất chống lại vi khuẩn vô cùng mạnh mẽ. Trên làn da, chiết xuất của tảo biển L.Digitata cùng với chất kèm có tác dụng loại bỏ những vi khuẩn gây hại. Biotherm đã sử dụng tảo biển L.Digitata đặc biệt này cho dòng sản phẩm Pure.fect Skin, chuyên đặc trị cho những làn da có sự xuất hiện thường xuyên của bã nhờn và mụn. Dòng sản phẩm bao gồm bốn sản phẩm chính: Sữa rửa mặt, nước hoa hồng, gel dưỡng da và tuýp đặc trị mụn. Bước quan trọng đầu tiên cho một làn da khỏe mạnh là phải gột bỏ sạch sẽ những bụi bẩn, make-up còn bám lại trên bề mặt da. Sữa rửa mặt Pure-fect Skin Anti-shine Purifying với kết cấu gel mỏng nhẹ nhàng tạo bọt rửa sạch bề mặt làn da khiến lỗ chân lông thông thoáng, sẵn sàng cho những bước căn bản chăm sóc da tiếp theo. Giá: 640.000 đồng.



PPP LASER CLINIC

PPP Laser Clinic – phòng khám và điều trị da bằng phương pháp laser chính thức khai trương tại Vincom Center B, Q.1, Tp.HCM. PPP Laser Clinic ra đời nhằm giúp mọi người có thể tiếp cận công nghệ laser trong việc chăm sóc và điều trị da 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 bằng cách: lấy đi lớp bụi bẩn trên bề mặt da; phá bỏ các sắc tố melanin cứng đầu và bằng liệu pháp ánh sáng xâm nhập sâu và da để ngăn ngừa sự phát triển của mụn và lỗ chân lông dẫn to hay do sắc tố da bị biến đổi về sau.



BOURJOIS

Được kế thừa công thức giàu chất dưỡng móng và vinyl của những sản phẩm ra đời trước đó giúp móng tay trở nên cực kỳ sáng bóng và mượt mà. Còn nữa, chiết xuất độc đáo này giúp móng chắc khỏe, làm bóng móng trong sơn giúp màu sơn bám bền và sáng bóng suốt 10 ngày.

Hiện tại, sơn So Laque Glossy có 8 màu thời trang, gợi cảm và nổi bật giúp chị em phụ nữ dễ dàng có sự lựa chọn cho riêng mình. Sản phẩm có 199.000 đồng và hiện đang bán tại hệ thống cửa hàng Bourjois trên toàn quốc: Tp.HCM (Diamond Plaza; Thương xá Tax; Parkson Saigon Tourist; Parkson Hùng Vương; Parkson C&T; Lotte Mart Q.7 ; Lotte Mart Phú Thọ; Maximark 3C; Maximark Cộng Hòa; Now Zone Plaza; Parkson Flemington; Citimart Nguyễn Trãi; Crescent Mall; Pico Plaza); Bình Dương (Becamex Tower); Hà Nội (Parkson Việt Tower; Grand Plaza; Vincom Centre; Parkson Land Mark; Big C Thăng Long, Big C Savico; Tràng Tiển Plaza); Hải Phòng (Parkson Hải Phòng; Big C Hải Phòng); và Nha Trang (Nha Trang Center, Maximart Nha Trang.)

TIN TỨC

Style / Tháng 2-3/2013



MAYBELLINE NEW YORK

Với công thức độc đáo từ tinh chất mật ong và những phân tử màu linh hoạt được chiết xuất từ thiên nhiên, son môi dưỡng ẩm Color Sensational mới từ Maybelline New York không chỉ dưỡng ẩm mà còn giúp bao phủ hiệu quả, giữ màu son liên tục trong bốn giờ. Color Sensational sẽ là sự lựa chọn tuyệt vời cho các tín đồ thời trang với 19 phong cách từ bốn gam màu thời thượng: Đỏ gợi cảm, hồng trẻ trung, nude trang nhã và mận lồi cuốn. Ngay bây giờ, hãy sở hữu ngay những màu sắc đầy lôi cuốn từ Color Sensational để giúp đôi môi thêm gợi cảm cùng vẻ đẹp tỏa sáng đầy quyến rũ. Sản phẩm nhập khẩu từ Mỹ với giá bán: 158.000 đồng hiện đang được bán tại các hệ thống cửa hàng của Maybelline trên toàn quốc.



MERCEDES-BENZ

Với lịch sử hơn 23 năm, giải MercedesTrophy trở thành một giải golf chuyên nghiệp danh giá nhất thế giới. Mùa giải năm nay, MercedesTrophy đón chào hơn 65.000 golf thủ đến từ hơn 65 quốc gia trên thế giới, trong đó, hơn 6.000 golf thủ đến từ Việt Nam, chiếm tỉ lệ lớn nhất và tăng gần 30% so với năm 2012. Chặng đường 10 năm giải MercedesTrophy đến Việt Nam, đã đem lại sân chơi đỉnh cao mang tầm quốc tế cho những người yêu thích môn thể thao golf cũng như những chủ xe Mercedes. Sự tương đồng của ngôi sao ba cánh và golf nằm ở đẳng cấp và sự lộng lẫy. Đó cũng là khao khát đạt được kết quả tốt nhất, và trên hết, là vượt qua chính bản thân mình sau từng ngày. Có chăng, bạn nên sở hữu một chiếc Mercedes để trải nghiệm những giá trị cốt lõi của thương hiệu ngôi sao ba cánh, ngay cả khi bạn không ngồi trên xe.

FURLA

Furla, thương hiệu phụ kiện cao cấp của Ý khai trương cửa hàng với thiết kế mới đầu tiên tại tòa nhà Press Club, Hà Nội – điểm đến mua sắm sang trọng và thời trang hàng đầu. Với diện tích 85 mét vuông, cửa hàng được thiết kế trên một khu vực sàn duy nhất, trưng bày và bán những sản phẩm chính hãng Furla toàn cầu từ túi xách, giày dép, mắt kính, đồng hồ, khăn choàng đến các phụ kiện được làm bằng da nhỏ như thắt lưng, ví...

Thiết kế cửa hàng được lấy cảm hứng từ những chi tiết kiến trúc của tòa Villa cổ tuyệt đẹp từ thế kỷ 18 ở Bologna, Ý - đây cũng là trụ sở chính của thương hiệu Furla, nơi những giá trị truyền thống và hiện đại giao thoa.



EASY SPIRIT

- Giải pháp của tiện nghi
Easy Spirit – Thương hiệu giày nổi tiếng của Mỹ, vừa ra mắt BST Xuân Hè 2013. Những thiết kế thông minh gần như đáp ứng mọi yêu cầu của phái đẹp, không chỉ tôn vóc dáng bởi gót cao vừa mà còn mang lại cảm giác thoải mái, êm ái và dễ di chuyển trên mọi địa hình. Thêm điểm cộng cho BST mùa này là không khí xuân hè vui tươi được lan tỏa mạnh mẽ qua tông màu rực rỡ của các chất liệu - mang đến phong cách thanh lịch và thư thái cho phái đẹp. Hãy cùng chiêm ngưỡng và sở hữu sự tiện nghi cho cuộc sống của mình nhé.



KOHLER

Kohler vừa mở rộng danh mục sản phẩm tại Việt Nam với việc giới thiệu dòng sản phẩm tủ kệ bếp cao cấp Kohler. Sản phẩm dành cho nhà bếp của Kohler với thiết kế đột phá và sáng tạo mang vẻ đẹp sang trọng, tinh tế và có chất lượng vượt trội. Đa dạng về vật liệu và thiết kế từ cổ điển đến đương đại mang đến sự cân bằng và là sự khởi đầu cho những niềm vui khi vào bếp.

Nhân dịp ra mắt dòng tủ kệ bếp Kohler tại Việt Nam, Kohler tự hào tài trợ chậu và vòi bếp cho chương trình Vua Đầu Bếp Việt Nam mùa đầu tiên. Với mong muốn được góp phần vào việc

thúc đẩy và nâng đỡ niềm đam mê nấu ăn của những đầu bếp nghiệp dư tại Việt Nam, Kohler cung cấp những thiết bị cao cấp nhất để hỗ trợ các đầu bếp Việt trong hành trình của họ trong chương trình này.



bYSI

Là một trong những nhãn hiệu thời trang lớn nhất tại Singapore, hiện nay ngoài 10 cửa hàng ở Singapore, bYSl còn có trên 40 cửa hàng ở các nước như Hàn Quốc, Philippines, Malaysia, Indonesia và Việt Nam. Sản phẩm của bYSl sử dụng chất liệu cao cấp như chiffon, satin, lụa, mang lại vẻ đẹp đơn giản, nữ tính, thanh lịch và đầy quyến rũ. Mỗi tháng bYSl trình làng 50 mẫu thiết kế mới và không bao giờ lặp lại. Sau một thời gian làm quen và được yêu chuộng bởi khách hàng Việt Nam tại thành phố Hồ Chí Minh, vừa qua bYSl đã khai trương cửa hàng đầu tiên của mình tại tầng 4 Trảng Tiến Plaza Hà Nội với nhiều ưu đãi cho khách hàng.

167

STYLE

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
- ♦ 161 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM

Chanel

- ♦ Rex Hotel 141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q.1, Tp. HCM

Dior

- ♦ Vincom Center A 171 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM

Gucci

- ♦ 63 Lý Thái Tổ, Hà Nội
- ♦ 88 Đồng khởi, Q.1, Tp.HCM

Valentino

- ♦ 59 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

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

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

- ♦ Diamond Plaza 34 Lê Duẩn, Q.1, Tp.HCM
- ♦ Rex Hotel 141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q.1, Tp.HCM

Runway

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

Balenciaga

- Khách sạn Rex, 155 Nguyễn Huệ, Q.1, Tp.HCM

Givenchy

- ♦ Khách sạn Rex, 155 Nguyễn Huệ, Q.1, Tp.HCM

Jimmy Choo

- ♦ Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1, Tp.HCM

Just Cavalli

- ♦ Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1, Tp.HCM

Moschino

- ♦ 3 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Hugo Boss

- ♦ 60 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Sergio Rossi

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

Van Laack

- ♦ 61 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- ♦ 136 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM.

Luala

- ♦ 61 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Milano

- ♦ 88 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM

Bốn Mùa Boutique

- ♦ 30 Hàng Cân, Hà Nội
- ♦ Vincom Center B

Chloé

- ♦ Khách sạn Rex, 115 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, Hà Nội.

Pedro

- ♦ Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1, Tp.HCM

Bebe

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

Lacoste

- ♦ Pacific, 83B Lý Thường Kiệt, Hà Nội
- ♦ Parkson Viet Tower, Hà Nội
- ♦ Opera View, 161 Đồng Khởi. Q.1, Tp.HCM
- ♦ Parkson Hùng Vương Plaza, 126 Hùng Vương, Q.5, Tp.HCM

Axara

- ♦ Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1, Tp.HCM
- ♦ Saigon Center, 65 Lê Lợi, Q.1, Tp.HCM.
- ♦ 21 Nguyễn Trãi, Q.1, Tp.HCM
- ♦ Sentinel Place, 41A Lý Thái Tổ, Hà Nội

Nine West

- ♦ 4&6A Lý Thái Tổ, Hà Nội.
- ♦ 83B Lý Thường Kiệt, Hà Nội.
- ♦ 156 Hai Bà Trưng, Q.3, Tp.HCM.
- ♦ 65 Lê Lợi, Q.1, Tp.HCM.

Valenciani

- ♦ 100 Nam Kì Khởi Nghĩa, 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

Paris & France

- ♦ 198 B Tây Sơn, Hà Nội
- ♦ 23 Tràng Thi, Hà Nội
- ♦ 83 Lý Thường Kiệt, Hà Nội
- ♦ Hàng Da Galleria
- ♦ Vincom City Tower
- ♦ Vincom Village
- ♦ Parkson Landmark
- ♦ New World Hotel
- ♦ Vincom Center
- ♦ 192 Hai Bà Trưng
- ♦ Parkson Sai Gòn Tourist
- ♦ Diamond Plaza

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

L'oreal

- ♦ Zen Plaza, 54-56 Nguyễn Trãi, Q.1, Tp.HCM.

The Body Shop

- ♦ 87 Mạc Thị Bưởi, Q.1, Tp.HCM
- ♦ 31 Nguyễn Trãi, Q.1, Tp.HCM

Elizabeth Arden

- ♦ 60A Trường Sơn, Phường 2, Q.Tân Bình, Tp.HCM
- ♦ 35bis-45 Lê Thánh Tôn, Q.1, Tp.HCM
- ♦ Parkson Việt Tower
198 Tây Sơn, Q.Đống Đa, Hà Nội
- ♦ Vincom Galleries, 191 Bà Triệu, Hà Nội

Omega

- ♦ Omega Boutique
151 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM

- ♦ Vincom Center A
171 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM
- ♦ New Watch, 34 Hàng Khay, Hà Nội
- ♦ Hanoi Towers, 49 Hai Bà Trưng, Hà Nội
- ♦ Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, 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

Cartier

- ♦ Khách sạn Caravelle
19 Công Trường Lam Sơn, Q.1, Tp.HCM.
- ♦ Diamond Department Store
34 Lê Duẩn, Q.1, Tp.HCM.

Vertu

- ♦ 44B Lý Thường Kiệt, Q.Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- ♦ Sofitel Legend Metropole, 15 Ngô Quyền,
Hoàn Kiếm, Hà Nội
- ♦ 88 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM.

Korloff

- ♦ Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp.HCM
- ♦ 32 Hàng Bài, Q.Hoàn Kiếm, Hà Nội.

Mobiado

- ♦ 5-24 Hanoi Towers
Miluxe 76 CMT8, Q.3, Tp.HCM

Bang & Olufsen

- ♦ Pacific Palace, 83B Lý Thường Kiệt, Hà Nội.
- ♦ Saigon Center, 65 Lê Lợi, Q.1, Tp.HCM.

Chopard

- ♦ Sofitel Legend Metropole, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- ♦ Vincom A, 16 Nguyễn Huệ, Tp. HCM

Atelier (Dior, Versace, Tag Heuer)

- ♦ Số 9 Tràng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội

DiLusso

- ♦ 29A Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM.
- ♦ 105 Bà Triệu, Hà Nội.

Tissot

- ♦ Thương xá Tax, 135 Nguyễn Huệ, Q.1, Tp.HCM.
- ♦ Diamond Department Store, 34 Lê Duẩn, Q.1,
Tp.HCM.
- ♦ Tictac, 72 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM.
- ♦ TTTM BigC, 222 Trần Duy Hưng, Q.Cầu Giấy,
Hà Nội.
- ♦ New Watch, 37 Hàng Khay, Q.Hoàn Kiếm, Hà Nội.

Montblanc

- ♦ Khách sạn Hilton Hà Nội
01 Lê Thánh Tông, Hà Nội
- ♦ New Watch, 37 Hàng Khay, Q.Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- ♦ Diamond Department Store
34 Lê Duẩn, Q.1, Tp.HCM.
- ♦ Khách sạn Caravelle
19 Công Trường Lam Sơn, Q.1, Tp.HCM.
- ♦ Thương xá Tax, 135 Nguyễn Huệ, Q.1, Tp.HCM.



Style in Quiz

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

170^{STYLE}

I. Fashion in Quiz

Câu 01

Bạn có thể cho biết mẫu thiết kế này (xem hình) là sản phẩm của thương hiệu nào?

- a. Burberry Prorsum
- b. Hermès
- c. Louis Vuitton
- d. Marc Jacobs
- e. Chanel

☐
☐
☐
☐
☐

Câu 02

Bức tường này đồn rằng là tường nhà Juliette, nhân vật nữ trong mối tình được đã trở thành bất tử trong thi ca, văn học, điện ảnh: Romeo và Juliette. Hằng năm, các cặp tình nhân thường tới đây và dán lên tường những chiếc giấy note ghi tên hai người như một lời thề nguyện yêu thương. Bạn cho biết, bức tường này ở đâu?

- a. Verona, Ý
- b. London, Anh
- c. New York, Mỹ
- d. Sydney, Úc

☐
☐
☐
☐

Câu 02

Bạn có thể cho biết chiếc quần shorts Marc Jacobs diện bên trong chiếc váy Comme des Garçons trong sự kiện Met Ball là của thương hiệu nào?

- a. Brook Brothers
- b. Jil Sander
- c. Ermenegildo Zegna
- d. Dolce & Gabbana
- e. Giorgio Armani

☐
☐
☐
☐
☐

II. Travel in Quiz

Câu 01

Theo bạn đây là đâu?

- a. Kiev
- b. Paris
- c. Istanbul
- d. London

☐
☐
☐
☐

III. Beauty in Quiz

Câu 01

Theo bạn, mẫu tóc này xuất hiện trên sàn diễn Thu – Đông mới nhất của thương hiệu nào?

- a. Fendi ☐
- b. Nicola Formichetti ☐
- c. Karl Lagerfeld ☐
- d. Valentino Garavani ☐



Câu 02

Theo bạn, trong những cách sau, cách nào hữu hiệu cho việc ngăn ngừa các nếp nhăn ở da mặt?

- a. Ăn nhiều cá ☐
- b. Hút thuốc ☐
- c. Uống nhiều rượu hoặc nước ☐
- d. Ngủ ngon và ngủ trước 11 giờ ☐

IV. F&B in Quiz

Câu 01

Theo bạn một chai Magnum có sức chứa là?

- a. Gấp đôi một chai vang thông thường ☐
- b. 1.500ml ☐
- c. 750ml ☐
- d. 3.000ml ☐



Câu 02

Bạn có thể cho biết món Jamón ibérico de bellota – hay còn được xem như Vua của các loại thịt muối – cần bao nhiêu thời gian để thực hiện (tính từ lúc thịt được đem đi muối)?

- a. 36 tháng ☐
- b. 27 tháng ☐
- c. 18 tháng ☐
- d. 09 tháng ☐



V. Jewellery in Quiz

Câu 01

Theo bạn, mẫu khuyên tai với phong cách đầy ấn tượng và đương đại này là thiết kế của thương hiệu nào?

- a. Marc by Marc Jacobs ☐
- b. Marc Jacobs ☐
- c. Marni ☐
- d. Lanvin ☐

Câu 02

Bạn có thể cho biết mẫu trang sức Emilio Pucci này có giá bao nhiêu?

- a. Khoảng 50 bảng ☐
- b. Khoảng 110 bảng ☐
- c. Khoảng 160 bảng ☐
- d. Khoảng 230 bảng ☐



Nếu bạn trả lời đúng 10 câu hỏi, Style sẽ dành tặng bạn một kỳ nghỉ ở một resort 5 sao. Phần quà nước hoa sẽ dành tặng bạn trả lời đúng 8 câu hỏi; son môi cho người đúng 6 câu hỏi, sữa tắm cho 4 câu hỏi.



(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 - Antonio Berardi SS 2011; *Câu 02:* b - Sophie Kinsella.

Travel: *Câu 01:* a - Four Seasons Resort Mauritius at Anahita; *Câu 02:* a - Bologna, Ý.

Beauty: *Câu 01:* a - Yves Saint Laurent; *Câu 02:* c - Marc Jacobs.

F&B: *Câu 01:* a - Chateau Margaux; *Câu 02:* c - Pháp.

Jewellery: *Câu 01:* a - Brad Pitt dành tặng Angelina Jolie; *Câu 02:* d - Chopard

CHÚC MỪNG CÁC BẠN:

Chúc mừng bạn **Hoàng Hải** (số điện thoại 09*3.37*.494) đã đoạt giải nhất là một kỳ nghỉ ở một resort cao cấp, bạn **Ngọc Anh** (số điện thoại 0994.***.121) và bạn **Khắc Việt** (số điện thoại 0162.755.****) đã đoạt giải nhì với mỗi giải thưởng là một cặp quà sữa tắm và dưỡng thể Graisset; bạn **Trần Hoài** (số điện thoại 0937.***.997) và bạn **Nguyễn Dương Anh Thuý** (số điện thoại 0908.***.162) đã đoạt giải 03 là một hộp phấn phủ.

Quà tặng bạn đọc



03



10



05

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, Tòa nhà Fafilm, 06 Thái Văn Lung, Q.1



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.



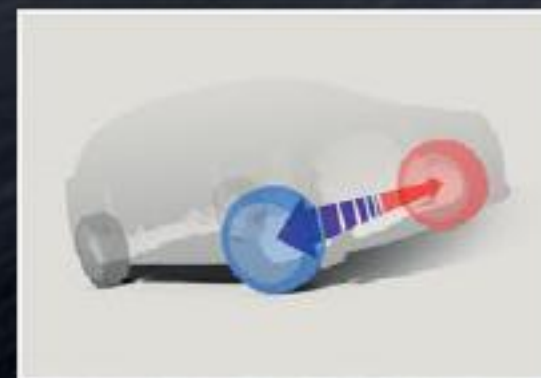
Hộp số tự động 6 cấp
ly hợp kép



Hệ thống an toàn:
• 6 túi khí, ABS, EBD, ESP
• Kết cấu khung vô vùng chắc



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.



Go Further

• **HANOI FORD:** 94 Ngõ 3 Phấp Vân, 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
• **THANH XUÂN FORD:** 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
• **PHÚ MỸ FORD:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái Cùm II, Quận 2, TP.HCM. Tel: 08.37425454
• **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 |



WORLD 2013 | 140 NĂM
CHINH PHỤC THẾ GIỚI

LON HEINEKEN PHIÊN BẢN ĐẶC BIỆT
Vẫn đồng nhất một hương vị tuyệt hảo

www.heineken.com



Heineken