

STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

ĐOÀN TRANG
“TÔI CÓ MỘT CUỘC SỐNG
ĐA SẮC MÀU!”

NHỮNG SẮC MÀU NỔI LOẠN

SUMMER
POP

MỖI CÁ NHÂN
LÀ MỘT TÁC PHẨM

ĐỪNG NÓI YÊU THÔI.
HÃY NÓI
YÊU MÃI MÃI







BOSS
HUGO BOSS



DIVE INTO THE SUMMER WITH STYLE!
Bắt đầu một mùa hè sôi động với bữa tiệc đầy màu sắc của Style

SUMMER POP party

KEANGNAM POOL GARDEN

27/06/2013

6:00 pm – 11:00 pm

Live band, DJ và các trò chơi thú vị
SWIM, DANCE & PARTY!

NHÀ TÀI TRỢ CHÍNH
BELVEDERE

ĐỒNG TÀI TRỢ



BẢO TRỢ THÔNG TIN

HÀNG HIỆU

STYLE

Fairways

Travelive
FOR BUSINESS TRAVELLERS

**KEEP
CALM
AND
BRAND
ON**



KEEP CALM AND STYLE ON



MAKING LIFE BETTER

Where do you go to be inspired?

Đến để tìm thấy nguồn cảm hứng cho cuộc sống mà bạn luôn mơ ước

cfyc.com.vn | facebook.com/cfycvn | (08) 2222 0355

Đặt mua bộ 5 DVD YOGA FOR LIFE do Hồ Ngọc Hà hướng dẫn tại www.cfyc.com.vn
Xem hình ảnh hậu trường và các video YOGA FOR LIFE MIỄN PHÍ tại [www.facebook.com/cfycvn](https://facebook.com/cfycvn)





TOPTENCO 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)

FIRST CREATED IN 1953

TISSOT HERITAGE NAVIGATOR AUTOMATIC

160TH ANNIVERSARY – LIMITED EDITION

Classic Heritage timepiece providing
24 time zones, set in a 18K rose gold case
with an automatic COSC certified movement
and water resistance up to 3 bar (30m/ 100ft).

IN TOUCH WITH YOUR TIME

TISSOT
SWISS WATCHES SINCE 1853
INNOVATORS BY TRADITION

160th
ANNIVERSARY
1853 – 2013

Get in touch at www.tissot.ch



ĐẠI LÝ: TP.HCM • THƯƠNG XÁ TAX 135 Nguyễn Huệ, Q.1 (38213231) • DIAMOND PLAZA 34 Lê Duẩn, Q.1 (38227884) • VINCOM CENTER 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1 (39939099) • PARKSON SAIGON TOURIST 35-45 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38277578) • PARKSON CT PLAZA 60A Trường Sơn, Q.TB (62971819) • PARKSON FLEMINGTON 182 Lê Đại Hành, Q.11 (39651298) • TIC TAC 72 Đồng Khởi, Q.1 (38293392) • MAXIMARK 15-17 Cộng Hòa, Q.TB (38116502) • MAXIMARK 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (39290322) • TÂN TÂN 55 Lê Lợi, Q.1 (38213778) • TÂN TÂN 133 Nguyễn Huệ, Q.1 (38218297) • TDC 393 Điện Biên Phủ, Q.3 (39290685) • MINH AN 867 Nguyễn Trãi, Q.5 (38554549) • PNJ 174 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38247311) • PNJ 5-7 An Dương Vương, Q.5 (38302399) • PNJ 159 Phan Đăng Lưu, Q.PN (39900489) • PNJ 52 Nguyễn Văn Trỗi, Q.PN (38441212) • PNJ 362A Nguyễn Văn Nghi, Q.GV (38954597) **HÀ NỘI** • DUY ANH WATCH 7 Hàng Khay, Q.HK (66566660) • NEW WATCH 37 Hàng Khay, Q.HK (39344865) • VINCOM CENTER 191 Bà Triệu, Q.HBT (22200268) • DUY ANH WATCH 212 Phố Huế, Q.HBT (22148336) • MIPEC TOWER 229 Tây Sơn, Q.ĐD (62575666) • SAVICO MEGAMALL 7-9 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (62550099) • VINCOM MEGAMALL 72A Nguyễn Trãi, Q.TX (62550099) **ĐÀ NẴNG** • PNJ 123 Hùng Vương (3812618) **VŨNG TÁU** • ĐẠI HÙNG 228 Bạcu, P3 (3530085)



70

♥ COVER STORY

22.

Mỗi cá nhân là một tác phẩm

♥ FASHION

26.

7 Sắc màu của mùa hè 2013

32.

Xu hướng màu sắc menswear mùa hè 2013

56.

Paul Smith - Một rock star với những sọc kẻ sắc màu

62.

Thế giới thời trang của Pop Art

70.

Red Carpet

♥ BEAUTY

92.

Beauty Buzz

96.

Những anh hùng thiên nhiên

100.

Trend màu Pop

106.

Giải cứu vùng mắt

114.

Cách mới để thoa kem chống nắng

CONTENTS

MAY - JUNE 2013





VALENTINO



116

132

CONTENTS

MAY - JUNE 2013

♥ HI-TECH

118.

Những câu chuyện màu sắc

122.

Smartphone cho tín đồ màu sắc

LIFESTYLE

128.

Pop Art: Giàu lên từ những nét vẽ nguệch ngoạc

132.

Nha Trang- Đừng nói yêu thôi, hãy nói yêu mãi mãi

138.

New Zealand- Thiên đường trên Thái Bình Dương

142.

Pop Art và Đường Đại

ENTERTAINMENT

152.

Đại chúng hóa champagne

158.

Đoan Trang: "Tôi có một cuộc sống đa sắc màu!"

166.

Trần Thu Hằng
- Tôi từ chối mình đã lớn!

170.

Vẽ đẹp trần trụi và rực rỡ

174.

The Lone Ranger: Đội hình trong mơ đến từ Disney

180.

Cuộc sống và những hình thái nổi loạn

Aline, Kendra và Patrycja cho

PINKO

Cửa hàng đa thương hiệu Runway - TTTM Vincom, Tầng M-06, 70-72 Lê Thánh Tôn, Quận 1, Tp. Hồ Chí Minh
Cửa hàng đa thương hiệu RRR Runway - TTTM Diamond, Tầng 2, 34 Lê Duẩn, Quận 1, Tp. Hồ Chí Minh
Cửa hàng đa thương hiệu RRR Runway - TTTM Crescent, Tầng G-26B, 101 Tôn Dật Tiên, Quận 7, Tp. Hồ Chí Minh
Cửa hàng đa thương hiệu Runway - Tòa nhà SunCity, Tầng 1, 13 Hai Bà Trưng, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

● Masthead



Moschino Cheap & Chic

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

VŨ QUỲNH ANH, PHAN Ý YÊN

Tham gia biên soạn

Fashion: Phan Ý Yên

Beauty: Bùi Thanh Hoa

Hi-tech: Hoàng Tú

Lifestyle: Thanh Hiền

Entertainment: Hà Chí Vũ

Thiết kế

Nguyen Media Ltd.co

Giám đốc sáng tạo

SAMUEL HOÀNG

Giám đốc nghệ thuật

PHẠM TRÀ

Chủ nhiệm sản xuất hình ảnh

PHẠM ANH ĐỨC

Mỹ thuật

TRANG.Q, CẨM NHUNG

Stylist

Tú nguyên, Đỗ Long, Trupi, Kelvin Trần

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/Style

Nhà xuất bản TDTT

Số đăng ký kế hoạch xuất bản: Số 131/QĐ- XBTDTT/03-2013/ CXB/90-373/TDTT

Khổ: 21x28.5cm

In tại nhà máy in Bản Đồ

In xong nộp lưu chuyển tháng 5 năm 2013

Giá: 34.500 VNĐ



Runway Boutique – Vincom Center, M-06, 70-72 Lê Thánh Tôn,
quận 1, thành phố Hồ Chí Minh, điện thoại: +84 8 3993 9988
RRR Runway Boutique – Crescent Mall, GF-26B, 101 Tôn Dật Tiên,
quận 7, thành phố Hồ Chí Minh, điện thoại: +84 8 5413 7507
RRR Runway Boutique – Diamond Plaza, tầng 2, 34 Lê Duẩn,
quận 1, thành phố Hồ Chí Minh, điện thoại: +84 8 3822 8006
Runway Boutique – Tầng 1, 13 Hai Bà Trưng,
quận Hoàn Kiếm, Hà Nội, điện thoại: +84 4 3938 6260

www.tarajarmon.com

TARA JARMON
PARIS

editor's note

Live Colorfully!

Không gì quá ngạc nhiên khi triển lãm Roy Lichtenstein: A Retrospective (21/2-27/5/2013) tại bảo tàng Tate Modern London vẫn tiếp tục thu hút hàng ngàn khách thăm quan. Hơn nửa thập kỷ trôi qua, các tác phẩm của Roy Lichtenstein vẫn là ví dụ điển hình trong hội họa về sự hội tụ của những sắc màu sống động đến bất ngờ; và sự thành công của triển lãm Lichtenstein cũng là một minh chứng điển hình cho sự hấp dẫn bất tận của nghệ thuật Pop Art.

Hiện đại, hấp dẫn và đậm chất hài hước, đó là những từ ngữ ưu ái người ta vẫn dành cho Pop Art. Một bức tượng khổng lồ giữa công viên với tạo hình lạ mắt, một bức hình đơn giản khiến người ta nhìn vào phải bật cười rồi trầm tư; một chiếc áo T Shirt in hình các tác phẩm của Andy Warhol hay Roy Lichtenstein ... Pop Art có thể là những thứ vô cùng bình dị trong cuộc sống quanh ta, nhưng ở đó luôn thể hiện khát khao bùng cháy và cá tính của tuổi trẻ.

Một mùa hè đang đến gần, ấn phẩm Style đặc biệt dành tháng 05/06 cho những màu sắc, sự thách thức và nổi loạn. Trong số này, bạn sẽ được gặp gỡ những nhân vật rất đặc biệt như Ân, như Linh, hay cô gái làm búp bê Trần Thu Hằng, và thanh kẹo lollipop Đoan Trang. Những cô gái ấy đặc biệt vì họ can đảm chọn cho mình một màu sắc khác giữa cuộc sống đầy những sắc thái tế nhị và vô nghĩa.

Vậy nên, lúc này đây, bạn hãy bỏ qua những tiêu chuẩn về thẩm mỹ, về ý niệm, hay tuổi tác, để sống căng tràn và trọn vẹn! Hãy quên đi các danh sách theo kiểu "Những việc cần làm trước năm ABC tuổi!" mà làm tất cả những việc ấy như thể bạn chỉ còn có ngày hôm nay! Hãy cười thật nhiều, hãy hát thật lớn, và nhảy đến khi đôi chân rã rời! Mùa hè này là của bạn!



Concept & Photographer: **Samuel Hoang**
Producer: **Anh Duc Pham**
Stylist: **Cam Nhung**
Make up: **Cao Tuan Dat**
Hair: **Tu Calvin**
Outfit: **Runway** (Alexander McQueen dress + Sergio Rossi sandals)



Shourouk



Marc by Marc Jacobs

BCBGMAXAZRIA



Christian Louboutin



Francesca Liberatore



Christopher Kane



Love Moschino

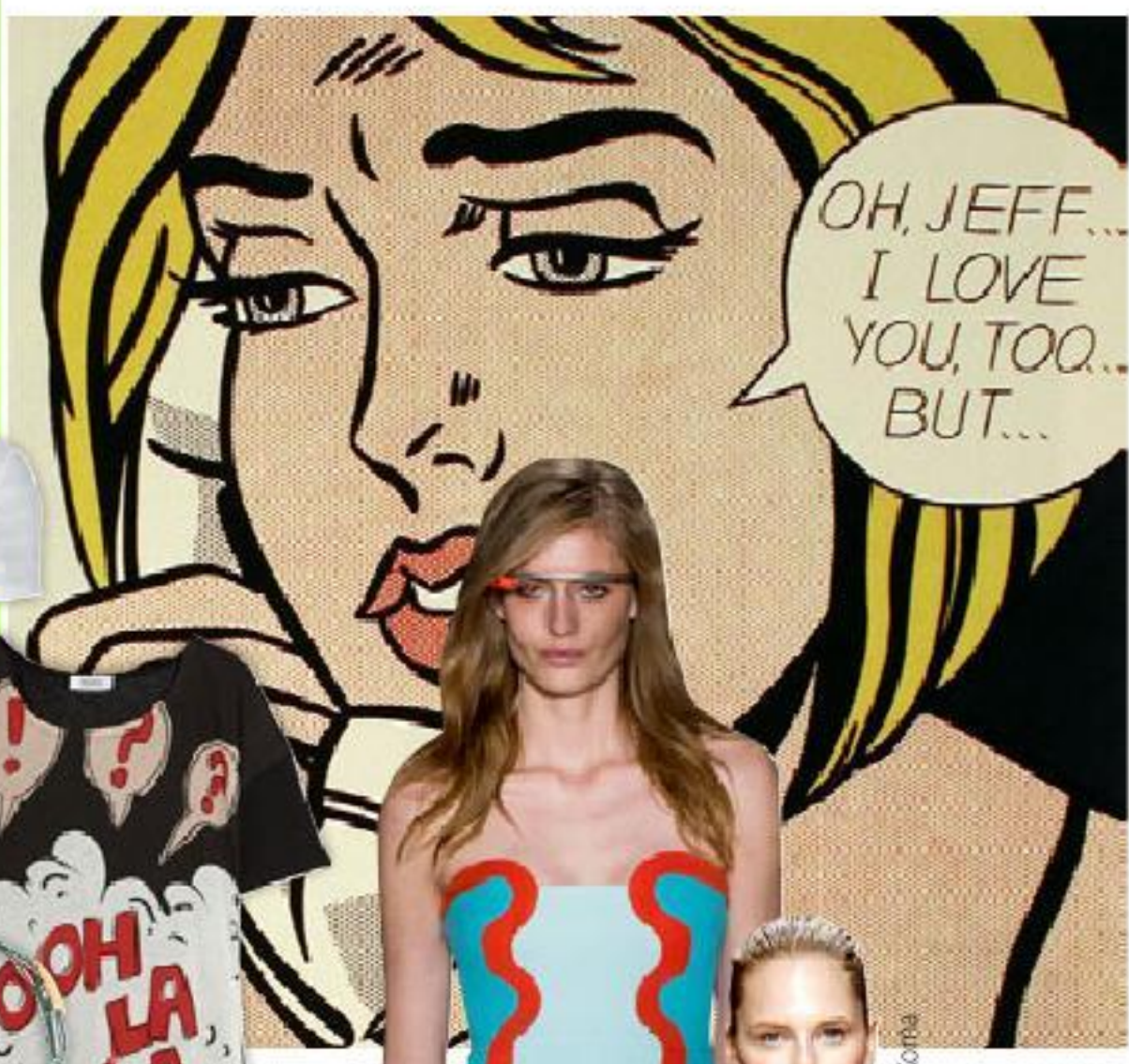
Fendi

Sonia by Sonia Rykiel

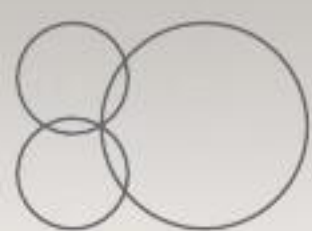
Diane von Furstenberg



David Koma



UNCONVENTIONAL CHIC **LACOSTE**



CELEBRATING EIGHTY

hanoi • pacific place • parkson viettower • parkson landmark keangnam
hcmc • wincom edea • new world hotel • parkson saigontourist • parkson hungvuong

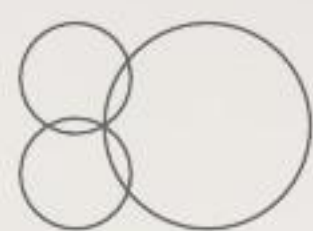


fashion

May - June 2013

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

Mỗi cá nhân là một tác phẩm

Khải Minh

Tại sao bạn phải chạy theo số đông mà không tìm cách bắt số đông chạy theo bản thân bạn?

Anna Piaggi

Isabella Blow



XẤU TRỞ THÀNH ĐẸP

Đồn rằng Andy Warhol vốn là một cậu bé rất tự ti về dáng vẻ bên ngoài của mình. Lớn lên cùng với ham muốn duy nhất là trở nên đẹp đẽ và nổi tiếng hơn, Andy đã không ngừng chạy trốn khỏi thế giới thực tại bằng cách không ngừng tự làm mình trở nên xấu xí. Nhưng điểm thú vị là cậu càng chạy trốn thì thế giới lại càng không muốn bỏ rơi cậu, Andy Warhol trở thành một trong những nghệ sỹ tài danh và nổi tiếng nhất thế giới – cả trước lẫn sau khi qua đời. Ông là nghệ sỹ đương đại đầu tiên có tên tuổi được đặt ngang hàng với những cái tên như Picasso do có tác phẩm vượt ngưỡng \$100 triệu.

Vivienne Westwood là một người phụ nữ cũng không lấy gì làm đẹp. Nói không quá lời chứ Vivienne Westwood không khác mấy so với những nhân vật mà vừa bước ra từ tác phẩm Harry Potter của J. K. Rowling. Hoặc thẳng thắn hơn thì Vivienne Westwood giống như một mụ phù thủy Anh đã sống qua hàng thế kỷ nay. Nhưng Vivienne Westwood lại là một trong những nhà thiết kế thời trang nổi tiếng nhất thế giới. Những thiết kế của Vivienne Westwood cũng thú vị như chính hình ảnh của bà vậy. Ở thiết kế của bà luôn xuất hiện những yếu tố rất khác lạ và đầy phá cách. Trong một mùa thời trang nọ, Vivienne Westwood đưa lên sàn diễn của mình những nàng hể, với những mẫu trang phục khiến cho đột nhiên phụ nữ mất hẳn sự gợi cảm đối với vòng một. Trước động thái này, các biên tập viên thời trang yêu quý bà đành nhại lại cái títt một cuốn sách nổi tiếng của tác giả chuyên viết về toàn cầu hoá, kinh tế chính trị Thomas Fried: “The Fashion World Is Flat” và lập luận rằng xu hướng trang phục Unisex đang lên ngôi. Ở một mùa thời trang khác, lần này là bộ sưu tập cho nam giới. Westwood lấy cảm hứng từ người say, những mẫu áo sơ mi của bà được may với kiểu cách vụn vẹo, tạo thành

những đường nhăn khó hiểu. Tuy nhiên, điểm đáng nói là các mẫu thiết kế của Vivienne Westwood bán rất chạy, tới mức bà được xếp hẳn vào nhóm các nhà thời trang mainstream, sở hữu thứ quyền lực tuyên bố: Một mùa này sẽ là gì?

KỶ QUẠC THÀNH THỜI THUƠNG

Anna Piaggy là một ví dụ khác về việc xấu trở thành đẹp, kỳ quặc, quái đản trở thành quyến rũ. Anna Piaggy là một biểu tượng và là một tay viết nổi tiếng về thời trang nhất thế giới. Khác với những gì mọi người thường nghĩ về thời trang, Anna cho thấy một góc nhìn khác, một cách tiếp cận khác. Người phụ nữ thấp và bé nhỏ này dường như đưa hết lên người mình mọi phụ kiện, mọi trang phục mà bà tìm thấy được. Mặc dù ở độ tuổi 70-80 nhưng bà vẫn xuất hiện với những trang phục loè loẹt, tóc thì nhuộm mảng xanh, mảng tím. Khăn cổ của bà là loại khăn cổ lông nhưng cũng được nhuộm màu nâu, tím, vàng xanh như thể vừa bị đổ bột màu lên. Với những đôi mắt hơi khắt khe và khó tính với điều mới, Anna Piaggy dễ bị xem là một bà già nào đó sống trên vỉa hè. Nhưng điều thú vị nhất lại là mặc dù luôn xuất hiện trong bộ dạng như vậy nhưng Anna Piaggy luôn là cái tên mà mọi bữa tiệc thời trang mong muốn có sự hiện diện của bà. Thậm chí bộ sưu tập của Louis Vuitton mùa mốt Thu – Đông 2012 cũng lấy cảm hứng từ bà.

So với Anna Piaggy, Isabella Blow hẳn nhiên không kỳ quặc và “ngộ nghĩnh” bằng. Tuy nhiên, không phải nói vậy nghĩa là lối ăn mặc của Isabella Blow không thú vị. Trong một bức ảnh Isabella xuất hiện với một chiếc đầm bảy màu sắc sỡ với những màu rất Pop kiểu cam, xanh chuối, vàng, đỏ neon. Nhưng điều thực sự thu hút mọi sự chú ý là những chiếc mũ của Isabella Blow. Chúng rất ấn tượng và khiến mọi người phải ngạc nhiên hết lần này đến lần khác: khi thì mô phỏng lại cảnh chùa chiền, lúc lại là một chiếc mũ của một hiệp sỹ, hay thậm chí là

“HỌ CHO THẤY RẰNG, ĐẸP HAY XẤU ĐÔI KHI KHÔNG QUAN TRỌNG, ĐIỀU QUAN TRỌNG LÀ HỌ DÁM CHỨNG MINH, DÁM CHO THẾ GIỚI THẤY RẰNG KHÁC BIỆT MỚI LÀ ĐẸP.”



Anna Piaggy

một chiếc mũ mô phỏng hình dáng của một con tôm. Ngoài ra Isabella Blow còn là nàng thơ lâu năm của người sáng lập thương hiệu Alexander McQueen, cổ thiết kế thiên tài Alexander McQueen.

CÔNG CUỘC ĐẠI CHÚNG HOÁ

Vậy điều gì đang xảy ra ở đây? Một nghệ sỹ làm xấu mình trở thành tượng đài nghệ thuật không những chỉ của phong cách Pop-Art mà còn của toàn bộ lịch sử nghệ thuật. Một nhà thiết kế luôn xuất hiện với bộ dạng bị xem là đang làm xấu bỗng trở thành nhà thiết kế nổi tiếng nhất thế giới. Một bà lão với kiểu ăn mặc dị hợm bỗng nhiên trở thành tượng đài của lịch sử thời trang và còn trở thành cảm hứng cho bộ sưu tập của một nhà xa xỉ phẩm hàng đầu nước Pháp. Phải chăng thế giới của chúng ta đang bị rơi vào thế mất định hướng và trở nên hỗn loạn?

Tôi hoàn toàn không cho là như vậy. Hãy cùng phân tích những ví dụ trên! Theo một cách nào đó, tôi thấy những ví dụ vừa được liệt kê ở trên là những người tiên phong và họ rất biết cách để phản ánh lại xu thế của thời cuộc – hay đơn giản hơn họ là những người biết trở nên đại chúng hoá qua việc lấy lòng số đông. Andy Warhol là một trong những người tiên phong và có quyết định ảnh hưởng tới diện mạo của phong trào Pop Art. Những đóng góp của ông vô cùng to lớn. Ông thay đổi cách nhìn của mọi người về nghệ thuật, ông thực hiện những bức ảnh theo kiểu “nhân hình” mà những cái tên có thể kể ra đây gồm Nine Jackies, 10 Marilys.

Nhà thiết kế Vivienne Westwood thì được xem là Mother of Punk khi bà là người đã đưa những hoạt động văn hoá của London những năm 60 vào trong thiết kế của mình. Anna Piaggy và Isabella Blow thì lại cách mạng lối ăn mặc và phong cách thời trang thế giới bằng những lựa chọn táo bạo bất quy tắc.

Tuy nhiên, xét trên một góc độ nào đó, Andy Warhol, Vivienne Westwood, Isabella Blow, Anna Piaggy đã có những lựa chọn đi ngược lại với số đông và hướng tới một thiểu số nào đó. Chẳng hạn Punk là một dòng tiểu văn hoá. Pop Art khi mới ra đời cũng không phải là một phong cách hội hoạ chính. Tuy nhiên, những phong cách này thường gắn với giới trẻ. Sự lựa chọn của những cái tên trên cho thấy họ dám đứng về giới trẻ, ủng hộ văn hoá, suy nghĩ và sự nổi loạn của giới trẻ. Và khi giới trẻ ủng hộ họ, quyền lực thuộc về họ.

CÁ NHÂN HOÁ ĐỂ ĐẠI CHÚNG HOÁ

Có một điểm chung đối với những ví dụ được đề cử ở trên. Tất cả những cái tên trên đều có tính cá nhân hoá rất cao. Họ đều cá nhân hoá các lựa chọn của mình và từ đó trở thành biểu tượng của thế giới thời trang và nghệ thuật. Họ cho thấy rằng, đẹp hay xấu đôi khi không quan trọng, điều quan trọng là dám chứng minh, dám cho thế giới thấy rằng khác biệt mới là đẹp. Lật ngược lại lịch sử thời trang và nghệ thuật, bạn sẽ thấy rằng những người dám cá thể hoá lựa chọn của mình đều là những người thành công, những sản phẩm

mang tính cá nhân nhất lại là những món đồ được ưa chuộng nhất. Lấy ví dụ chiếc túi biểu tượng Chanel 2.55. Túi là một sản phẩm mang tính cá nhân rất lớn với người sáng tạo thương hiệu Chanel. Màu đỏ burgundy của lớp lót bên trong là màu đồng phục ở tu viện nơi bà đã lớn lên. Một ngăn bí mật trong túi đồn rằng là nơi Chanel sẽ cất trữ những bức thư tình.

Tôi không dám nói rằng cá nhân hoá sẽ giúp bạn trở thành một biểu tượng của thời trang như những biểu tượng được đề cập trong bài viết này, tôi không dám nói cá nhân hoá sẽ giúp bạn trở thành một tượng đài của giới nghệ thuật. Nhưng tôi khuyến khích bạn hãy khác biệt, bởi đó xét cho cùng là cách tốt nhất để cho thấy bạn trân trọng mình. Cuối cùng tại sao bạn phải tôn vinh sự nổi loạn của một người khác mà không phải là của chính mình? Bạn phải tin mỗi cá nhân trên đời vốn đã là một tác phẩm rồi!

Sắc Màu của **MÙA HÈ** 2013

Len

Những đợt nắng nóng đầu tiên đã chính thức bắt đầu. Xuân Hè 2013 là một mùa thời trang sinh động và rộn rã cùng sự lên ngôi của nhiều xu hướng tinh tế thú vị. Tuy nhiên nếu bạn không có đủ thời gian và điều kiện để cập nhật toàn bộ cho tủ đồ của mình, hãy thử làm mới bằng cách đơn giản hơn với cuộc chơi màu sắc. Bảng màu mùa này ngoài các tông nóng ấm rực rỡ thường thấy thì gam pastel hay các sắc xanh từ ngọc lục bảo cho đến xanh đại dương đều được bình chọn là nữ hoàng của mùa hè 2013.



Emerald

Xanh lục bảo được công nhận là màu của 2013 bởi nó không chỉ nổi bật lên như sắc chủ đạo trên khắp các sàn diễn Xuân Hè mà còn kéo dài đến tận Thu Đông. Sự ưu ái mà xanh lục bảo mang lại cho các bộ trang phục chính là nét nữ tính ngọt ngào, nhã nhặn đồng thời tạo cảm giác cực kì nhẹ nhàng. Ngoài ra, nó còn dễ dàng hợp với nhiều hoàn cảnh, dáng vóc, màu da.



Light Blue

Xanh da trời nhạt là một trong những màu thuộc nhóm pastel được ưa chuộng nhất mùa hè này. Cũng tương tự như xanh lục bảo, đây là gam màu cực kỳ nữ tính, ngọt ngào và mang lại sự dễ chịu vào những ngày oi ả. Light blue có thể kết hợp hoàn hảo với các gam màu pastel khác hoặc cực kỳ cá tính nếu đi cùng các màu neon. Mặt khác đây không phải là một màu kén chọn người mặc nên bạn hoàn toàn có thể tự tin lựa chọn cho mình.

Shades of Pink

Các sắc thái khác nhau của màu hồng là một trong những lựa chọn khiến mùa hè 2013 trở nên rực rỡ và hấp dẫn hơn bao giờ hết. Không ai có thể phủ nhận sự quyến rũ ngọt ngào mà sắc hồng mang lại bất kể bạn ở độ tuổi nào, trường hợp nào. Ở mùa hè 2013, bạn sẽ thấy, màu hồng không chỉ là màu đặc quyền dành riêng cho các cô gái tuổi teen nữa.



Nectarine/Tangerine

Đây là sắc cam khá giống với màu tangerine của mùa hè năm ngoái nhưng có phần dịu hơn về sắc độ. Nectarine đại diện cho những gam màu nóng bỏng của miền nhiệt đới rực rỡ, mang lại sức sống sinh động. Bên cạnh đó, nectarine còn cực kì thích hợp với các làn da rám nắng hay lối trang điểm tông nâu khỏe mạnh.



Joy of Yellow

Từ ánh vàng pastel cho đến màu vàng neon (hoặc ngả xanh neon) các sắc vàng cũng là màu được ưa chuộng nhiều mùa hè này. Nếu vàng pastel mang lại sự dịu dàng nữ tính thì một chút điểm nhấn của các tông vàng neon luôn kích thích giác quan và mang lại ấn tượng cho người đối diện.

Lilac

Tím lilac là một sắc màu đáng yêu nữa thuộc nhóm pastel được ưa chuộng trong mùa hè này. Sự nhẹ nhàng thanh khiết của nó gợi tưởng đến những cánh đồng hoa mùa hè mát dịu, đầy trí tưởng tượng đến gần với thiên nhiên trong trẻo không chút phù phiếm. Tím lilac tuy nhiên hơi kén chọn màu da vì nó có thể khiến bạn trông nhợt nhạt. Thế nên bạn phải chú ý đến trang điểm và phục sức đi kèm khi chọn nó.



Lust of Red

Gần như không thể vắng mặt ở bất cứ mùa hè nào bởi sắc đỏ tượng trưng cho tinh thần rực rỡ, cá tính nổi bật và ngập tràn không khí của những kì nghỉ đầy năng. Các gam đỏ là biểu hiện của niềm hân hoan tươi vui tiệc tùng bất tận. Ở mùa hè 2013, màu đỏ có thể pha thêm chút sắc hồng hoặc cam để tạo sự khác biệt ấn tượng hoàn toàn mới và đầy ma lực.

THE PINK

Màu hồng không chỉ tấn công các bộ sưu tập của nữ mùa hè này mà còn lấn sân mạnh mẽ sang các bộ sưu tập của nam. Đã từ rất lâu màu hồng không còn bị đóng gói trong quan niệm "ẻo lả nữ tính" nữa. Tuy cũng khá kén người mặc nhưng đây thực sự là một màu mang lại sự trẻ trung, tươi sáng, cá tính nếu bạn kết hợp tốt.



XU HƯỚNG MÀU

Len



Paul Smith



SẮC MENSWEAR

mùa hè 2013

STYLE **33**

NẾU THU ĐÔNG LÀ LÃNH ĐỊA CỦA CÁC GAM MÀU TRẮM ỒN THÌ XUÂN HÈ LẠI LÀ THIÊN ĐƯỜNG CỦA SỰ RỰC RỠ, ÁNH SÁNG VÀ CẢM GIÁC TƯƠI MỚI. CŨNG TƯƠNG TỰ NHƯ BẢNG MÀU CỦA THỜI TRANG NỮ, XU HƯỚNG MÀU SẮC MENSWEAR MÙA HÈ 2013 GẮN NHƯ KHÔNG CÓ GIỚI HẠN CHUẨN MỰC NÀO CẢ: TỪ CÁC TỔNG CỔ ĐIỂN TRUYỀN THỐNG CHO ĐẾN NGẪU HỨNG POP COLOR CÁ TÍNH ĐẦY THÁCH THỨC; TỪ CÁC GAM LIÊN TƯỜNG ĐẾN ĐẤT, NÚI, THIÊN NHIÊN CHO ĐẾN SỰ THANH LỊCH XA HOA MẪU MỰC. MÙA HÈ NÀY ĐÍCH THỰC LÀ MỘT MÙA HÈ QUYẾN RŨ!

● Fashion Trends | Menswear



THE WHITE

Là biểu tượng của sự thanh lịch tao nhã chuẩn mực, màu trắng gần như trở thành màu đỉnh của bất kể mùa thời trang nào. Trắng với suit vẫn đầy nam tính nhưng không hề mất đi tính trang trọng. Trắng ở blazer, ở shirt, ở quần bermuda vừa dễ dàng kết hợp vừa tạo cảm giác dễ chịu dưới thời tiết nắng gắt của mùa hè. Màu trắng là màu sắc chắc chắn không thể thiếu trong tủ quần áo của bất kì quý ông nào.

THE BLUE

Tương tự như màu trắng, các tông độ đậm nhạt của sắc xanh da trời cũng là một gam màu cơ bản gần như không thể thiếu ở các bộ sưu tập dành cho nam giới. Nếu như xanh đậm mang lại sự chín chu lịch lãm thì các ánh xanh nhạt hơn luôn tạo cảm giác trẻ trung, tươi sáng và nhẹ nhõm.





THE SAND

Màu vàng cát hay màu be là những sắc màu lịch lãm khác mà các quý ông có thể ưu tiên lựa chọn cho tủ quần áo của mình. Được xếp vào nhóm cổ điển truyền thống, gam màu này luôn luôn làm nổi bật được nét nam tính đồng thời không mất đi sự nhã nhặn không phô trương. Ngoài ra, chúng còn không hề kén chọn vóc dáng hay màu da của người mặc.

THE RED

Hiện diện cho quyền lực, sức mạnh, sự may mắn và thịnh vượng. Ngoài ra màu đỏ còn là sắc màu rực rỡ không thể thiếu của mùa hè, tạo điểm nhấn cá tính và nổi bật cho người mặc. Sắc đỏ ở mùa hè 2013 xuất hiện tràn ngập các bộ sưu tập, từ những bộ suit lịch lãm cho đến những trang phục thường ngày kiểu dáng tối giản. Nếu bạn ngại ngùng với các gam đỏ cam, đỏ hồng, đỏ tươi thì có thể chọn đỏ thẫm hay đỏ burgundy cũng không hề bị lỗi mốt.





THE GREEN

Xanh lá cây cổ điển, xanh ô liu, xanh ngọc...là những màu mang lại cảm giác dễ chịu mà vẫn không mất đi phong cách cá nhân của người mặc dựa vào khả năng phối hợp dễ dàng của chúng với các màu khác. Ngoài ra chúng còn thể hiện sự tươi mới, trẻ trung, năng động.



THE PURPLE

Thêm một sắc màu nữa vốn thuộc đặc quyền của phái nữ xuất hiện ở các bộ sưu tập nam mùa hè này. Nếu sắc tím lilac là màu được ưa chuộng nhất ở thời trang nữ thì sang đến các thiết kế menswear, quý ông được lựa chọn trong gam rộng hơn từ tím lilac, tím hồng cho đến tím đậm. Được sử dụng trên các chất liệu cao cấp, màu tím trở nên mạnh mẽ và cá tính hơn với suit, blazer, áo khoác nhẹ hay quần ống đứng.

Phan Uyên

"Năm 2009, tôi có một kì nghỉ ngắn ở Santorini, Hy Lạp. Không khí diệu kì, biển xanh, nắng vàng, những cuộc hội hè miên man sẽ làm bạn cảm thấy cuộc đời này thật đáng sống. Và thêm nữa, chiếc váy Oscar de la Renta, đôi giày Tom Ford, clutch Chanel...những ước mơ hết sức phụ nữ kia thật quá tuyệt vời cho một nơi được mệnh danh là thiên đường của Địa Trung Hải!"



Sinh ngày: 27.02
 Horoscope: Song Ngư
 Nghề nghiệp: Phụ trách nội dung và mảng thời trang cho Style
 Câu nói ưa thích: TGIF (Thank God I'm Fabulous)

1. Chloé 2. Van Cleef & Arpels 3. Tom Ford 4. Mac
 5. Salvatore Ferragamo 6. In the city of Sin by Killian

WISHLIST



Have a walk

Santorini thuộc cụm đảo Cyclades nằm trên biển Aegean của Hy Lạp. Nơi đây nổi tiếng với những vách đá dựng đứng ôm lấy bờ biển cát đen đặc trưng của núi lửa, cùng với nét kiến trúc độc đáo của hai gam màu trắng và xanh da trời. Để đến với Santorini, bạn sẽ mất một đêm đi phà Blue Star từ cảng Piraeus ở Athens (Thủ đô của Hy Lạp). Nếu không bạn có thể đáp máy bay từ Athens thẳng tới Santorini trong vòng chưa đầy một giờ đồng hồ.

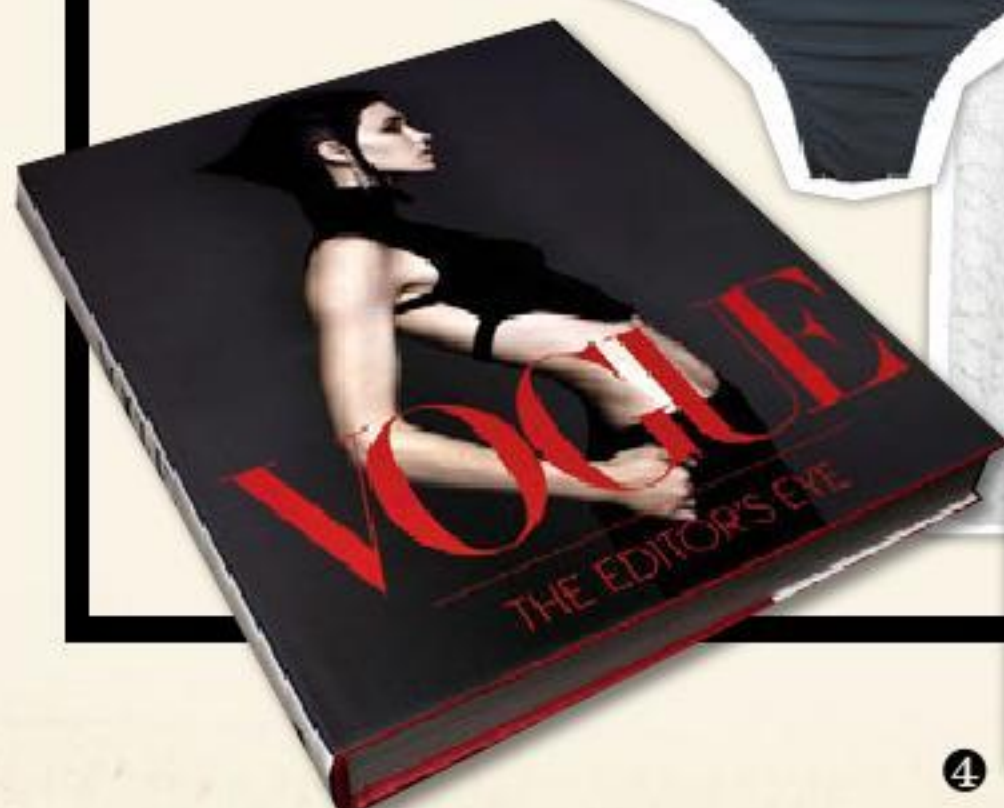


1. Carven 2. La Perla 3. Oscar de la Renta 4. Jeffrey Campbell 5. Tory Burch



The Beach

1. Red Carter 2. Milly 3. Yves Saint Laurent 4. Maiyet 5. Eugena Kim



● Fashion - **Mix & Match**

Burberry Brit

Maison Martin Margiela

Etro

Jean Machine

Brioni

Castaner

YMC

Dolce Gabbana

Oscar de la Renta

Mulberry

Red Valentino

See by Chloé



Xem địa chỉ mua sắm trang 190

FASHION MIX & MATCH

STYLE
41



Jimmy Choo



J Crew



Versace



Alexander Wang

Saint Laurent





Top shop

Free People

River Island



Asos



Zara



MICHAEL Michael Kors

Rayban

Top shop

New Look

Pedro



CAN

Xem địa chỉ mua sắm trang 190

STYLE

FASHION MIX & MATCH

H&M

Mango

Topman

Mango

Asos

Converse

Asos

Zara



● Fashion - Mix & Match

Comme des
Garçons



Ray Ban

3.1 Phillip Lim



Undercover

Paul Smith



Mauron

Brain & Beast



Christopher Kane

THE POP ART ADDICT *(for men)*

Etro



Rockwell by Parra



New Balance



Borsalino

Markus Lupfer

Moschino Cheap and Chic

Solange Azagury Patridge

J Crew

3.1 Phillip Lim

Giuseppe Zanotti

THE POP ART ADDICT *(for woman)*

Roksanda Ilincic

Versace

Karla Spetic

Charlotte Olympia

Lanvin

Nicolas Kirkwood

45
STYLE



les petits pois















● Fashion Collection



Concept & Photographer: **Samuel Hoàng** Producer **Anh Đức Phạm** Stylist: **Cẩm Nhung** MUA: **Bê** Hair: **Gill Nguyễn** Model: **Hà Đăng**





PAUL SMITH

- Một Rock Star với Những Sọc Kẻ Sắc Màu

Y Ly

Cho dù được vây quanh bởi hàng vạn lời tán dương có cánh, là bạn thân của hai huyền thoại âm nhạc Eric Clapton và David Bowie, không chế sự nổi tiếng một cách thông minh và khôn khéo, người đàn ông 67 tuổi Paul Smith vẫn luôn luôn xuất hiện trước mọi người với phong thái tự nhiên và đơn giản đến bất ngờ. Người ta vẫn luôn thắc mắc làm thế nào để giữ vững sự nhiệt huyết như vậy nơi ông. Câu trả lời có lẽ đúng như những gì mà Paul đã phát biểu trong lễ trao giải British Fashion Awards năm 2011: "Tôi nghĩ là mình đã làm mọi thứ đủ ok!"

TỪ MỘT GIẤC MƠ ĐỎ VỎ...

Mỗi một người thành công thường nuôi dưỡng cho mình một giấc mơ để hi vọng và phấn đấu. Nếu phần lớn các nhà thiết kế nổi tiếng đều mong muốn làm việc trong ngành thời trang từ rất sớm thì giấc mơ đầu tiên của Paul Smith lại là trở thành một vận động viên đua xe đạp chuyên nghiệp. Rời bỏ trường học từ năm 15 tuổi, không bằng cấp, không chuyên môn, Paul được nhận vào làm phụ việc trong một xưởng sản xuất quần áo tại Nottingham. Paul luyện tập hàng ngày trên quãng đường đi làm cho đến năm 17 tuổi thì một tai nạn đã đánh dấu chấm hết cho khát vọng đầu tiên của tuổi trẻ. Nhưng nghề nghiệp cũng là một mối nhân duyên tiền định. Trong suốt quãng thời gian 6 tháng nằm viện, Paul đã làm quen với một vài người bạn. Để rồi sau đó, khi bình phục, trong một lần đi uống nước với những người bạn này, ông có cơ hội nói chuyện với một số sinh viên trường nghệ thuật và nhanh chóng bị cuốn hút vào những cuộc hội thoại xoay quanh các nhân vật có sức ảnh hưởng mạnh mẽ lúc bấy giờ như Mondrian, Warhol, Kokoshka, Miles Davis, The Rolling Stones... Ngay lập tức, Paul nhận ra mình muốn là một phần trong thế giới đầy màu sắc kia... theo cách của riêng mình.

...ĐẾN ĐỂ CHẾ 325 TRIỆU BẢNG ANH

Paul Smith mở cửa hàng đầu tiên tại quê nhà Nottingham với số tiền 600 Bảng mà ông dành dụm được, chuyên bán quần áo dành cho nam giới. Đồng thời cũng đăng kí học cắt may tại các lớp học ban đêm. Vào đầu những năm 70, Paul chuyển đến London và mở một cửa hàng tại phố Covent Garden. Vào thời điểm ấy, thủ đô của nước Anh thực sự là một thiên đường của chủ nghĩa khoái lạc và tư tưởng nổi loạn tân thời, thể hiện mạnh mẽ

qua những cuộc chơi màu sắc hay nhạc rock & roll. Bước thay đổi quan trọng này đã ảnh hưởng rất lớn đến sự nghiệp của Paul vì chính tại nơi đây đã tạo điều kiện tối đa để làm nên đặc trưng của thương hiệu. Nếu phải miêu tả phong cách của nhà Smith, thì không quá khó để gói gọn trong một số từ như sau: ngẫu hứng màu sắc và họa tiết của Pop Art, sự phóng khoáng trong nhạc rock và nét thanh lịch của nước Anh.

Năm 1976, Paul Smith trình diễn bộ sưu tập đầu tiên dành cho nam giới tại Paris. Kể từ đó, Paul nhanh chóng mở rộng hệ thống cửa hàng trên phạm vi nước Anh rồi dần dần tiến ra thế giới. Ở những thiết kế của ông cho đến tận hôm nay vẫn luôn giữ được tinh thần như những ngày đầu tiên bởi chưa lúc nào Paul thiếu đi sự tận tụy với từng sản phẩm của mình. Paul hiện vẫn giữ vị trí thiết kế chính cho hãng. Ở tuổi 67, dường như ông không hề tỏ ra chút mệt mỏi nào, mà thậm chí còn ngược lại, sự hứng khởi, sức trẻ, tinh thần vui vẻ và hài hước tràn ngập mỗi bộ sưu tập mới. "Classic with a twist" được xem là từ khóa thành công của Paul khi bắt đầu những bước đầu tiên vào thị trường thời trang vốn không hề dễ dàng gì với một người ngoại đạo. Một chiếc áo sơ mi cổ điển qua bàn tay của ông sẽ trở nên khác biệt với các màu rực rỡ, với đường kẻ sọc cá tính hay những block color được sắp xếp một cách ngẫu hứng. Hoặc không có chuẩn mực nhất định nào cả trong những phối hợp của Paul: có thể là suit với quần denim; là vải bố đi cùng họa tiết floral hay kỹ thuật cắt mới trên phom vest truyền thống.

Còn một điều đặc biệt thú vị nữa ở Paul, chính là tình yêu đối với nhiếp ảnh. Có lẽ ít ai biết ông đã tự tay thực hiện rất nhiều bộ ảnh cho các chiến dịch quảng cáo của hãng. Và ông cũng đã từng tiết lộ rằng nhiếp ảnh đã mang lại cho ông rất nhiều nguồn cảm hứng dồi dào khi thiết kế. Bên cạnh



● Designer Story





đó, Paul còn mở rộng công việc sáng tạo từ trang phục nam sang đến nữ, trẻ em, giày, phụ kiện và nước hoa. Hiện nay, thương hiệu Paul Smith đang sở hữu 15 cửa hàng tại Anh, hơn 200 cửa hàng trên khắp thế giới bao gồm Hong Kong, Milan, Paris, New York, Tokyo và chắc chắn con số này sẽ còn tăng thêm nữa trong tương lai.

“HIS PAULINE”

Nếu để ý một chút, bạn sẽ thấy ở đa số các buổi phỏng vấn hay gặp mặt, Paul Smith thường nhanh chóng nhắc đến người phụ nữ của cuộc đời mình với lòng biết ơn sâu sắc. Với ông, Pauline đóng một vai trò không thể thiếu trên suốt cuộc hành trình. Họ gặp gỡ nhau khi ông 21 tuổi và ở bên nhau đến tận hôm nay. Paul chia sẻ: “Tôi biết với vị trí hiện tại, tôi có thể được ưu ái và tặng bốc ở nhiều nơi nhưng Pauline chính là người sẵn sàng ở bên cạnh nắm tay để chân tôi luôn luôn chạm đất. Bà ấy không tin vào những thứ phù phiếm. Chúng tôi xây dựng mọi thứ trên những thứ có thật và chắc

“TÔI CẢM THẤY MÌNH MAY MẮN KHI KHÔNG BỊ TRÓI BUỘC BỞI SUY NGHĨ RẰNG MÌNH SỐNG TỐT CHỈ BẰNG VIỆC XUẤT HIỆN TRÊN VÀI TRANG BÁO NỔI TIẾNG HAY CHƯƠNG TRÌNH TI VI. VỚI TÔI THỜI TRANG CHÍNH LÀ HÔM NAY VÀ NGÀY MAI. SẼ CHẴNG AI QUAN TÂM ĐẾN CHUYỆN HÔM QUA BẠN ĐÃ TỪNG THỂ NÀO HẾT CẢ!”

– **Paul Smith**



chắn. Nghe thì có vẻ lỗi thời nhưng chúng tôi đã đi qua nhiều khó khăn như vậy!” Pauline có thể xem là người phụ nữ từng trải với một cuộc hôn nhân đổ vỡ, có hai đứa con trai và lớn hơn Paul mười sáu tuổi vào lúc mà duyên phận nối họ với nhau nhưng bằng sự khích lệ, sự thấu hiểu và kiên định của mình, bà chính là người đã ủng hộ Paul mở cửa hàng đầu tiên, góp vốn, tham gia thiết kế đồng thời chỉ dạy cho Paul những kỹ thuật cơ bản. Pauline không chỉ là một người vợ, người bạn mà còn là một đồng nghiệp thông minh, bình ổn đi bên cạnh Paul. Vào năm 2000, họ tổ chức đám cưới sau 30 năm yêu nhau đúng vào ngày Paul được tước phong Hiệp Sĩ. Tuy không có chung với nhau đứa con nào nhưng họ hạnh phúc bởi vì giống như Paul đã nói “Tôi nghĩ là mình đã làm mọi thứ đủ ok!”



ĐẲNG CẤP NHƯ *FRENCH TUESDAYS* TẠI VIỆT NAM

Đã từ lâu, các đêm tiệc French Tuesdays đã trở thành điểm hẹn tiệc đêm đẳng cấp của giới trẻ Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh.

French Tuesdays là ý tưởng của một nhóm người trẻ ở New York, những người muốn tìm kiếm phương cách tận hưởng cuộc sống thú vị và ý nghĩa sau những giờ làm việc vất vả. Ý tưởng này xuất hiện từ năm 2003, và ngay sau đó những đêm tiệc vào tối thứ ba bỗng trở nên sôi động mang tên French Tuesdays ra đời. Đó là nơi giới trẻ thành đạt và năng động có thể gặp gỡ, chia sẻ kinh nghiệm, và mang lại cho nhau những cơ hội hợp tác để cùng phát triển. Chính vì ý nghĩa đó, French Tuesdays đã được cả thế giới đón nhận, và nhân rộng, trở thành một xu hướng tiệc tùng mới. Khá may mắn, French Tuesdays cũng đã xuất hiện tại Việt Nam, và để có điều này, chúng ta phải cảm ơn thương hiệu đồng hành Ciroc - một "công dân toàn cầu" đến từ những cánh đồng





nhỏ bạt ngàn của nước Pháp, một đại diện của phong cách tiệc đêm sang trọng, đẳng cấp.

Với hàng loạt các đêm tiệc thực sự khác biệt, Ciroc đã tạo nên một công thức hoàn toàn mới cho phiên bản French Tuesdays tại Việt Nam. Đó là những bữa tiệc tuyệt vời với không gian sang trọng, âm nhạc tinh tế, khách mời – giới trẻ thành đạt và những gương mặt nổi tiếng trong làng giải trí, và quan trọng hơn là hương vị êm mượt được làm từ nho Pháp.

Để có một đêm tiệc thành công, không gian đóng vai trò vô cùng quan trọng. Thực tế là, rất nhiều người sành tiệc chỉ cần nhìn địa điểm trong thư mời là có thể đánh giá được đẳng cấp của bữa tiệc. Chính vì thế, các đêm tiệc French Tuesdays thường được tổ chức ở những barsang trọng và đẳng cấp nhất Việt Nam như Chill Sky bar Tp.HCM, Taboo Lounge Hà Nội, Alto Heli Bar Tp.HCM, Lý Club Tp.HCM, The Rooftop Hà Nội (T04/2013) và Mask Lounge Tp.HCM.

Có thể nói, French Tuesdays chính là sân chơi mới của giới trẻ thành đạt, những người luôn tận hưởng

cuộc sống. Họ vui vẻ kết bạn, trò chuyện, trao đổi kinh nghiệm, và cùng nhau tận hưởng hương vị êm mượt của thức uống hảo hạng đến từ nước Pháp. Nhiều vị khách thừa nhận rằng: “Chỉ có hương vị của đồ uống thượng hạng mới có thể làm nên một bữa tiệc đỉnh cao.” Họ chính là những doanh nhân trẻ, những gương mặt trẻ nổi tiếng trong làng giải trí đại diện cho một thế hệ năng động, sống có hoài bão và biết tận hưởng những thành quả của cuộc sống. Chuỗi đêm tiệc French Tuesdays là dịp để họ thể hiện bản thân, và phong cách sống năng động của mình. Đó chính là nơi họ tìm thấy mình, tìm thấy cảm xúc và nạp lại năng lượng sau những thời gian làm việc và cống hiến cho công việc.

Mỗi đêm tiệc là một chủ đề, một không gian hoàn toàn khác biệt nhưng lại gặp nhau ở điểm chung là tinh thần vui chơi có trách nhiệm và tận hưởng cuộc sống trọn vẹn. Thương hiệu đồ uống cao cấp được làm từ nho Pháp và French Tuesdays luôn mong muốn mang lại cho những vị khách những trải nghiệm mới đầy thú vị. Chính vì thế, French Tuesdays đang được giới trẻ chào đón và ủng hộ ngay tại Việt Nam.

Và biết đâu, bạn sẽ là vị khách mời tiếp theo của French Tuesdays tại Việt Nam?





THẾ GIỚI THỜI TRANG CỦA POP ART

Đinh Quỳnh Lê



polka dot với bộ sưu tập Xuân Hè của Louis Vuitton...

valentino pop pois

NĂM 1966, YVES SAINT LAURENT LÀM CHẤN ĐỘNG GIỚI THỜI TRANG VỚI BỘ SƯU TẬP THU ĐÔNG MANG TÊN POP ART. NHỮNG CHIẾC VÁY BẰNG LEN VỚI ĐÔI MÔI MỘNG ĐỎ, NHỮNG TRÁI TIM ĐẦY MÀU SẮC, NHỮNG NÉT VẼ MÔ TẢ ĐƯỜNG CONG PHỤ NỮ ĐƯỢC LẤY CẢM HỨNG TỪ CÁC TÁC PHẨM CỦA NIKI DE SAINT PHALLE HAY ANDY WARHOL... ĐÃ TẠO NÊN MỘT LUỒNG GIÓ MỚI ĐẦY CÁ TÍNH. RỒI TÁC PHẨM MONDRIAN SHIFT DRESS CỦA YSL VỚI NHỮNG KHỐI MÀU COLOR-BLOCKING ĐẶC TRƯNG CỦA NGHỆ THUẬT POP ART CŨNG ĐƯỢC HẾT MỰC CA NGỢI, CHÍNH THỨC KHẲNG ĐỊNH RẰNG POP ART LÀ ĐẠI DIỆN CHO NHỮNG GÌ MANG ĐẬM NÉT CÁ NHÂN, SỰ PHÁ CÁCH TRẺ TRUNG VÀ NỔI LOẠN NHẤT!

Điều dà với Polka Dot

Năm 1928, bạn gái của Mickey Mouse, cô nàng Minnie Mouse được Walt Disney giới thiệu tới công chúng trong một chiếc váy chấm bi, và ngay lập tức chiếc váy trở thành biểu tượng của nhân vật hoạt hình này. Nhưng phải đến những năm 50 và 60, với sự bùng nổ của Pop Art, polka dot mới được biết đến rộng rãi trong thời trang, nội thất và các dụng cụ gia đình. Thậm chí hãng phim hoạt hình Marvel còn cho ra mắt một nhân vật anh hùng mang tên Mr. Polka Dot. Ở các tác phẩm nghệ thuật của Lichtenstein, Ben-Day dots là một kỹ thuật in kết hợp hai hay nhiều chấm màu nhỏ khác nhau để tạo thành màu thứ ba. “Ben-Day dots” trong suốt thập niên 60 trở thành một kỹ thuật “đặc sản” của Lichtenstein và kể từ đó đến nay, những chấm nhỏ với cảm hứng từ Ben-day dots vẫn là họa tiết được yêu thích của Rei Kawakubo (Comme des Garçons), Miuccia Prada và Stella McCartney.

Đặc biệt vào năm ngoái, thế giới

thời trang chứng kiến sự quay trở lại mạnh mẽ hơn bao giờ hết của polka dot với bộ sưu tập Xuân Hè của Marc Jacobs, Louis Vuitton... như một lời tuyên ngôn rằng bi chấm bi sẽ không bao giờ lạc mất. Nghệ sỹ Yayoi Kusama khi kết hợp cùng Louis Vuitton đã đưa ra một sáng tạo mới trong việc giao thoa giữa nghệ thuật và thời trang. Sinh năm 1929 tại Matsumoto, Nhật Bản, ngay từ khi còn nhỏ, Kusama đã biểu lộ những dấu hiệu của bệnh tâm thần – căn bệnh thống trị bà cho tới hiện nay. Đến năm lên mười, Kusama bắt đầu thấy trước mắt lặp đi lặp lại hình ảnh những chấm, những lưới, những hoa, nở bung và đe dọa nuốt chửng bà. Và Kusama nhận ra, mỗi khi tái tạo lại những hình ảnh này, bà có thể kiểm soát thị giác. Những chấm bi ảo giác vẫn là nguồn cảm hứng bất tận và thậm chí là duy nhất của Kusama xuyên suốt sự nghiệp sáng tạo. Sự tinh nghịch trong hoạt tiết và cách phối màu trẻ trung, BST hợp tác với Kusama đã mang lại làn gió mới, tươi mát và năng động hơn cho thương hiệu Louis Vuitton.

Trong mùa Xuân Hè năm nay, các chấm bi vẫn chưa “lặn” khỏi sàn diễn khi những thương hiệu lớn như Diane von Furstenberg, Karen Walker hay Jason Wu đều ra mắt những thiết kế với họa tiết polka dot. Valentino thậm chí còn dành cả bộ sưu tập Pop Pois cho những chấm bi trắng xinh xắn nổi bật trên các gam màu khác và lớp vải lụa đặc trưng của mùa hè. Từ những chiếc quần ống thụng, áo sơ mi hay khăn quàng cổ, những chấm bi lăn tròn tạo nên dấu ấn cho mọi thiết kế mà chúng đi qua, kể cả chiếc túi VaVaVoom nổi tiếng.



Mouse đều có thể trở thành niềm cảm hứng bất tận cho những nhà thiết kế thời trang đến tận hơn 50 năm sau. Qua đời năm 1997 nhưng di sản mà Lichtenstein để lại vẫn tiếp tục được kế thừa. Các tác phẩm của ông mang trên mình những đặc điểm không thể nhầm lẫn: đường kẻ viền màu đen dày sục mạnh, hình ảnh được lấy từ các cuốn truyện hoạt hình và những chấm “Ben Day” được phủ trên toàn bộ bức tranh. Với bảng màu chủ yếu là sắc đậm cá tính, phong cách “Lichtenstein” được các nhà thiết kế phiên dịch qua ngôn ngữ thời trang một cách vô cùng sáng tạo trên những chiếc áo slogan T-shirt, họa tiết chấm bi hay những mảng màu color popping.

Trong nhiều mùa thời trang gần đây, người ta liên tục thấy sự ảnh hưởng của Lichtenstein trên sàn diễn của Phillip Lim (Thu Đông 2012), Christopher Kane (Xuân Hè 2013), Tom Ford (Thu Đông 2013), Vivienne Westwood

Ngôn ngữ hoạt hình của Roy Lichtenstein

Khi Roy Lichtenstein đặt bút sáng tác với cảm hứng từ các câu chuyện comic hoạt hình, có lẽ ông đã không ngờ rằng những nhân vật trong các bức tranh của mình, từ cô gái tóc vàng, nhân vật anh hùng hay Mickey

Red Label (Thu Đông 2013)... Cũng nhờ sự thu hút từ triển lãm đang diễn ra của Roy Lichtenstein tại bảo tàng Tate London, các fashionista lại càng có lý do diện cho mình những bộ trang phục đầy cá tính mùa hè này. Một trong những nhà thiết kế mang đậm tính pop art của Lichtenstein là Lisa Perry. Mang ảnh hưởng và lấy cảm hứng từ nghệ thuật vintage của những năm 60, 70, thiết kế của Lisa luôn gây ấn tượng thị giác với signature của riêng mình như đường kẻ clean cut, hiệu ứng hình học, màu sắc đậm và cá tính cũng như phong cách tối giản. Nổi bật trong các bộ sưu tập của cô có thể kể đến những chiếc áo T-Shirt hay tank top với tranh của Lichtenstein như "Hot Dog with Mustard" (1963), "Compositions I" (1964), "Keds" (1961), and "On" (1962).

Màu sắc thị giác

Một trong những điểm nổi bật của Pop Art là việc sử dụng những khối màu tương phản đặt trong một tổng thể tạo nên hiệu quả ấn tượng về mặt thị giác. Giới thời trang biết đến khái niệm này với một cụm từ đơn giản hơn "color popping". Sự lớn mạnh của Pop Art vào những năm 50 đã khiến người dân Mỹ thích thú với cuộc chơi màu sắc này đến nỗi khi bước sang thập niên 60, người ta chứng kiến sự bùng nổ của xu hướng color popping trong thời trang, mà tiên phong là Yves Saint Laurent với chiếc váy Mondrian. Nếu một fashionista muốn trở thành nàng thơ như Eddie Sedgwick thì họ sẽ khoác lên mình những chiếc quần tất màu, một chiếc váy bodycon đỏ và một chiếc áo khoác sáng màu tương phản. Họ tung tăng trong những thiết kế với màu sắc đậm nét như những bức tranh trong các phòng triển lãm của Andy Warhol.

Cho đến tận bây giờ, những người yêu thời trang có lẽ chưa bao giờ cảm thấy nhàm chán khi đứng trước các bảng màu sắc sỡ và phong cách "color-popping". Bộ sưu tập xuân hè 2013 của Gucci, Oscar de la Renta, Salvatore Ferragamo hay Burberry đều là sự tổng hòa của những màu sắc rực rỡ. Các hãng thời trang đại chúng như



Zara, Topshop hay Mango lại càng có nhiều cơ hội để tung ra những bảng màu color-pop đầy chất thách thức của Pop Art nhằm hướng tới những khách hàng trẻ trung và cá tính.

Bản thân Pop Art luôn mang vẻ trẻ trung, hài hước và có phần châm biếm. Vì vậy, với những món đồ in họa tiết hoạt hình hoặc các nhân vật vẽ lại theo kiểu comic bằng màu sắc rực rỡ, Pop Art mang đến một "làn gió mới" cho những trang phục casual. Vẫn là T-shirt, váy liền hay túi xách với kiểu dáng quen thuộc nhưng khi được tô điểm bởi những họa tiết của Pop Art, trang phục bỗng trở nên bắt mắt và không bao giờ lỗi mốt. Đặc biệt đối với những "Style girl" yêu phong cách vintage pha chút tinh nghịch, nổi loạn, đây sẽ luôn là một xu hướng đầy quyến rũ.



STYLE 65



● Fashion Collection

breaking the rules





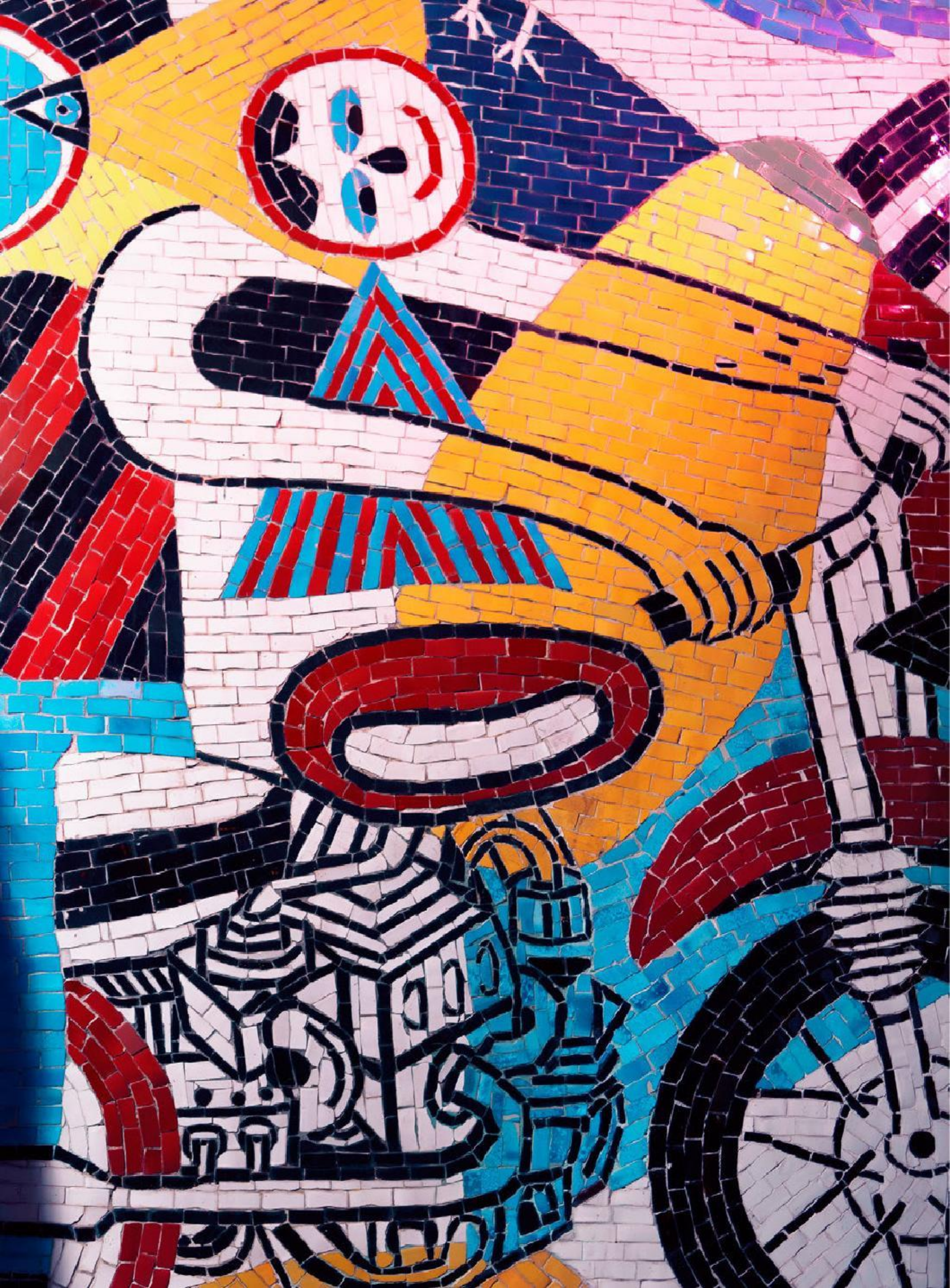












● Fashion Collection



Concept & Creative: **Samuel Hoang**

Producer: **Anh Đức Phạm**

Photographer: **Mạnh Bi**

Stylist: **Lyskeli**

MUA & Hair: **Tina & Gill Nguyễn**

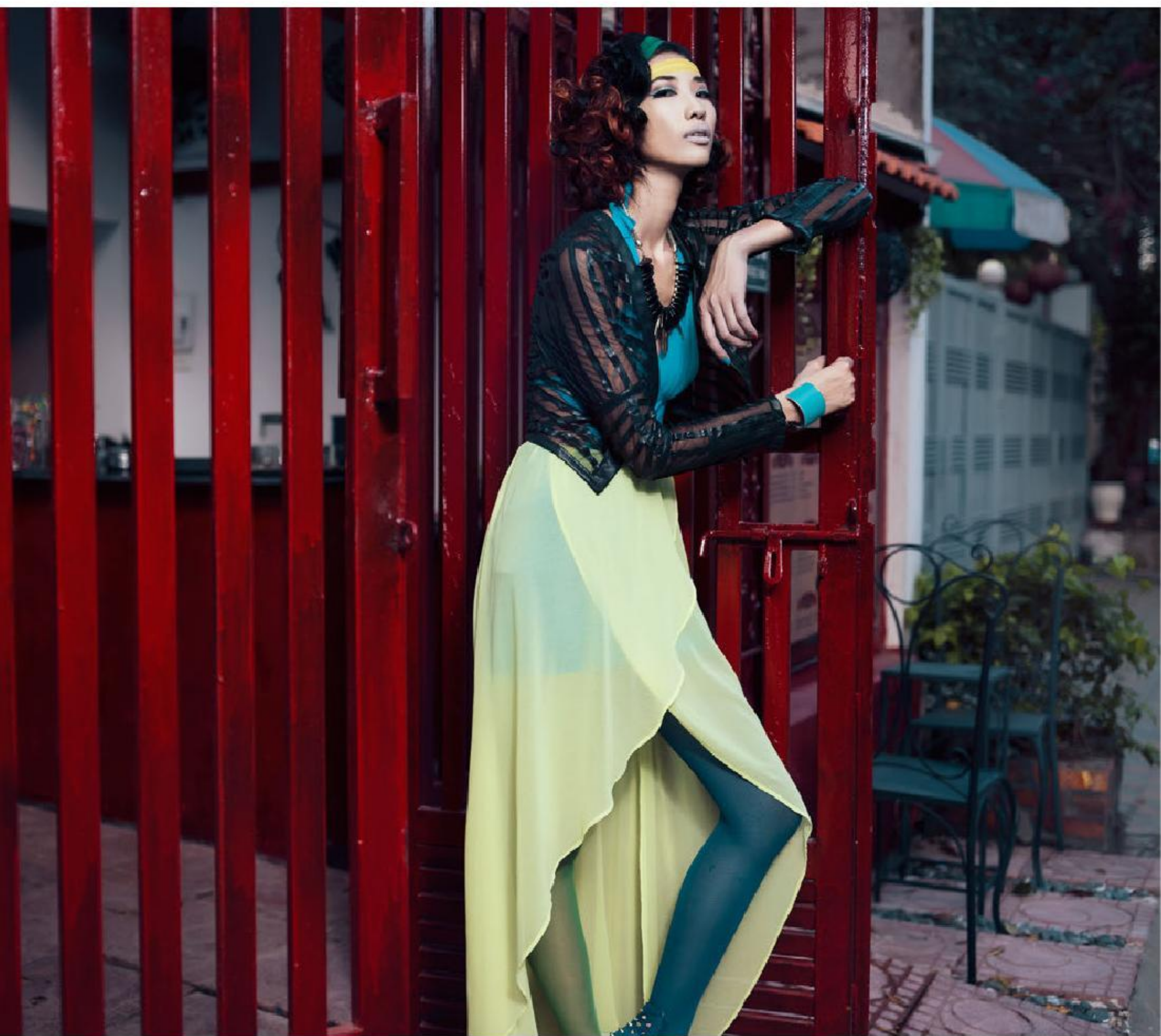
Model: **Trang Phạm**

Photographer assistant: **Long Snoopy**

Costume Bebe, Mango - Vincom tower - 191 Bà Triệu

Grafiti artists : Phed, Tatch, Zunk, Mudrok, Zui Boy, Soor, 5shadows and Knee Jerk





Khám phá thế giới

sneakers cùng adidas originals



Người ta dễ dàng bắt gặp sneakers ở bất cứ đâu từ những trường học, trên đường phố, trong các sân bóng rổ hay những trung tâm thương mại sang trọng bởi sự độc đáo, cá tính và dễ dàng kết hợp với mọi phong cách thời trang. Đặc biệt, sneakers là vật không thể thiếu trên kệ giày của một street-styler. Từ New York hiện đại đến thủ đô Melbourne cuồng nhiệt, từ những đường phố London cổ điển đến Việt Nam năng động, những đôi sneakers của adidas Originals luôn là nguồn cảm hứng bất tận cho các tín đồ của phong cách thời trang đường phố tự do và phóng khoáng.

Vẫn trung thành với phom dáng cổ điển mang "hơi thở" của thập niên 90, bộ sưu tập sneakers mới nhất của adidas Originals mang đến cho các fashionista một "bảng màu" hoàn toàn mới lạ và độc đáo. Những đôi sneakers của adidas Originals lấy cảm hứng từ hình ảnh những chàng trai Luân Đôn lịch lãm đang chạy bộ trên đường phố. Sự chuyển đổi và pha trộn tương phản đầy ấn tượng giữa những gam màu trầm và gam màu nổi tạo thành điểm nhấn phá cách cho "set" đồ của các fashionista.

Không chỉ là sneakers, adidas Originals và những item thời trang của mình còn là "tiếng nói chung" của cộng đồng streetstyle trên toàn thế giới. Từ những chiếc áo T-shirt adidas Originals mang biểu tượng ba lá đặc trưng, những chiếc áo hoodie cá tính, hay những chiếc quần thụng bụi bặm, adidas Originals trao lại quyền sáng tạo cho các fashionista, cùng kết nối và chia sẻ niềm đam mê không giới hạn với streetstyle.



Bộ sưu tập adidas Originals sneakers hiện đang có mặt tại các cửa hàng:

1. adidas Originals: 71 Hàng Gai, Hà Nội.
 2. adidas Originals: Tầng 2 Tòa nhà Vincom, 191 Bà Triệu, Hà Nội.
 3. adidas TOWER: 2 Hải Triều, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh.
- Xem thêm thông tin về bộ sưu tập sneakers và những items thời trang mới nhất của adidas Originals tại www.facebook.com/adidasvn.

Đôi sneakers ZX700 của adidas Originals với sự phối hợp của những gam màu tương phản tạo thành điểm nhấn ấn tượng.



Từ những đôi giày đầu tiên cách đây hàng trăm năm cho đến nay, sneakers đã không ngừng được thay đổi và sáng tạo. Vượt ra khỏi mục đích ban đầu là những đôi giày thể thao, sneakers thâm nhập vào thế giới thời trang, trở thành một thứ "văn hóa" đầy cá tính của các fashionista. Một trong những cái tên tiên phong trong "vương quốc" sneakers chính là thương hiệu thời trang adidas Originals.



Bộ sưu tập sneakers mới của adidas Originals mang đến cho các fashionista một "bảng màu" đa dạng và ấn tượng.



unite all originals



Sản phẩm có bán tại:
adidas Originals, 71 Hàng Gai, HN
adidas Originals, Lầu 2, Tòa nhà Vincom, 191 Bà Triệu, HN
adidas Tower, số 2 Hải Triều, Q.1, TP HCM
Tham khảo thêm tại: <http://www.facebook.com/adidasvn>

NEWS FLASH

Minh Anh



Ottavio Missoni từ trần

Ngày 09 tháng 05 vừa qua, Ottavio Missoni, nhà sáng lập thương hiệu Missoni đã qua đời ở tuổi 92. Đây quả là một năm không may mắn cho gia đình Missoni khi tháng hai vừa qua, chiếc máy bay chở Vittorio Missoni cùng bạn bè cũng bị mất tích bí ẩn ngoài khơi Venezuela và hiện giờ vẫn chưa có thêm tin tức gì.

Hermès trưng bày ở London

Từ 21 đến 27 tháng 05 năm nay, Hermès sẽ có một buổi triển lãm đặc biệt tại Saatchi Gallery, nơi người xem có thể trực tiếp quan sát quá trình những người thợ lành nghề của Hermès làm nên các sản phẩm nổi tiếng như chiếc túi Kelly hay khăn lụa đặc trưng của thương hiệu. Đây là một cơ hội tuyệt vời để những người yêu thời trang có thể tìm hiểu sự hình thành của những chiếc đồng hồ, các sản phẩm làm bằng gia và trang sức cao cấp. Trước London, triển lãm này đã đi qua Bắc Kinh (Trung Quốc) và sắp tới là Dusseldorf (Đức). Vé vào cửa hoàn toàn miễn phí.

Các sinh viên của Central Saint Martins làm báo

CSM nổi tiếng là ngôi trường của nhiều nhà thiết kế thời trang danh tiếng nhất trên thế giới. Vừa qua, những tương lai của nền thời trang đã cùng nhau xuất bản tạp chí đầu tiên mang tên 1 Granary (lấy từ địa chỉ tên trường). Đây sẽ là ấn phẩm xuất bản một năm hai lần với sự tham gia của các sinh viên đã và đang học tại trường. Các sinh viên sẽ dựa trên những kiến thức và kỹ năng được học để tự mình xuất bản một ấn phẩm báo chí. 6,000 là con số phát hành và sẽ được bán với giá 12 bảng Anh.



FESTIVAL DES MÉTIERS A RENDEZ-VOUS WITH THE HERMÈS CRAFTSPEOPLE



21 TO 27 MAY 2013

SAATCHI GALLERY

Duke of York's HQ, King's Road, London SW3 4RY

10.00am to 6.00pm Daily

Admission Free





Miu Miu vẫn nói không với Milan Show

Đây chắc chắn là tin buồn cho các tín đồ của Miu Miu tại Ý khi Miuccia Prada vẫn chưa có ý định gì về việc tổ chức trình diễn tại Milan. Kể từ năm 2006, thương hiệu chị em này của nhà Prada vẫn luôn giữ một chỗ cố định tại Paris Fashion Week. Patrizio Bertelli, CEO của Prada Group, giải thích rằng: "Miuccia làm việc trong studio thâu đêm suốt sáng và theo sát từng chi tiết nhỏ nhất của mỗi buổi trình diễn để chúng được hoàn hảo nhất. Thế nên, việc tổ chức hai buổi trình diễn liên tiếp chỉ cách nhau thời gian ngắn là việc bất khả thi".



"Once upon a time" của Chanel

Ngày 8/5 vừa qua, bộ phim "Once upon a Time..." của Chanel đã được trình chiếu ở Singapore vào lúc 8.30 PM (giờ địa phương) và được truyền trực tiếp trên www.chanel-news.com. Đây là bộ phim ngắn được viết và đạo diễn bởi Karl Lagerfeld cho BST Cruise 2013/14 của CHANEL nhân kỉ niệm 100 năm

kể từ ngày Gabrielle Chanel mở cửa hàng đầu tiên tại Deauville. Bộ phim có sự tham gia của Keira Knightley trong vai Gabrielle Chanel, Clotilde Hesme, các người mẫu Stella Tennant, Lindsey Wixson và Jamie Bochert, Caroline de Maigret, Lady Amanda Harlech và con gái Tallulah, bên cạnh Baptiste Giabiconi, Sébastien Jondeau, Jake Davis, Brad Kroenig và con trai Hudson.



\$20 đã có thể sở hữu Phillip Lim

Lần đầu tiên nhà thiết kế gốc Á Phillip Lim sẽ kết hợp với chuỗi hệ thống cửa hàng bán lẻ Target để cho ra mắt các sản phẩm có giá "bình dân" vào tháng 09 năm nay. Nhà thiết kế cho biết bộ sưu tập này sẽ vẫn giữ phong cách đặc trưng của thương hiệu nhưng có một mức giá hợp lý, từ \$20 trở lên. Trước đây Prabal Gurung, Matthew Williamson và Missoni cũng đã phối hợp với Target để cho ra những sản phẩm tương tự.

LIÊN HOAN PHIM *Cannes* LẦN 66



Chung Hwa Di trong Carolina Herrera (ngày thứ 2)



Tháng 5 và tháng 6 khiến những người yêu thời trang được "mãn nhãn" khi liên tục được chứng kiến những trang phục lộng lẫy của các nhà thiết kế hàng đầu trên thảm đỏ với Met Gala và Liên hoan phim Cannes. Dưới đây là những thiết kế mà Style đặc biệt yêu thích



Carey Mulligan trong Christian Dior (ngày thứ 3)



Emma Watson trong Chanel (ngày thứ 2)



Solange Knowles trong Stéphane Rolland Couture (ngày thứ 1)



Nicole Kidman trong Christian Dior Couture (ngày thứ 1)



Diane Kruger trong Chanel Couture

Sarah Jessica Parker trong Giles



Taylor Swift trong J Mendel



Anne Hathaway trong Valentino Couture



Cara Delevingne trong Burberry

Với chủ đề Met Gala đã mang lại một vẻ đẹp mới cho thảm đỏ. Không chỉ là sự lãng mạn và tha thướt, các nghệ sỹ đã thể hiện được cá tính, sự dữ dội cũng như chất "punk" của mình.

Met Gala²⁰¹³

STYLE 81





MỘT CHỖN ĐỂ

Xuyên qua hàng loạt cánh cổng trong khuôn viên mênh mông, cuối con đường rộng mở, chính là lâu đài Bagnolet hiên ngang. Tọa lạc vùng ngoại ô thị trấn Cognac, lâu đài được bao quanh bởi khu vườn kiểu Anh, nhẹ nhàng đổ dốc ra bờ sông Charente thanh bình. Năm 1840, cảm nhận sâu sắc vẻ đẹp thi vị nơi đây, công trình lịch lãm mang đậm nét kiến trúc thế kỉ 19 này trở thành nơi cư ngụ của ông Auguste Hennessy sau khi được ông mua lại.

Tại chính không gian êm ả này, dù là sảnh chính, phòng ăn, phòng ngủ hay khu vườn, mỗi nơi đều mang đậm phong cách sang trọng nhưng gần gũi đến thân thuộc của nhà Hennessy. Nhân một chuyến tham quan, hoa hậu Mai Phương Thúy, á hậu Dương Tú Anh và nhà thiết kế nội thất Quách Thái Công đã thực hiện bộ ảnh ghi lại khung cảnh tuyệt vời nơi đây.

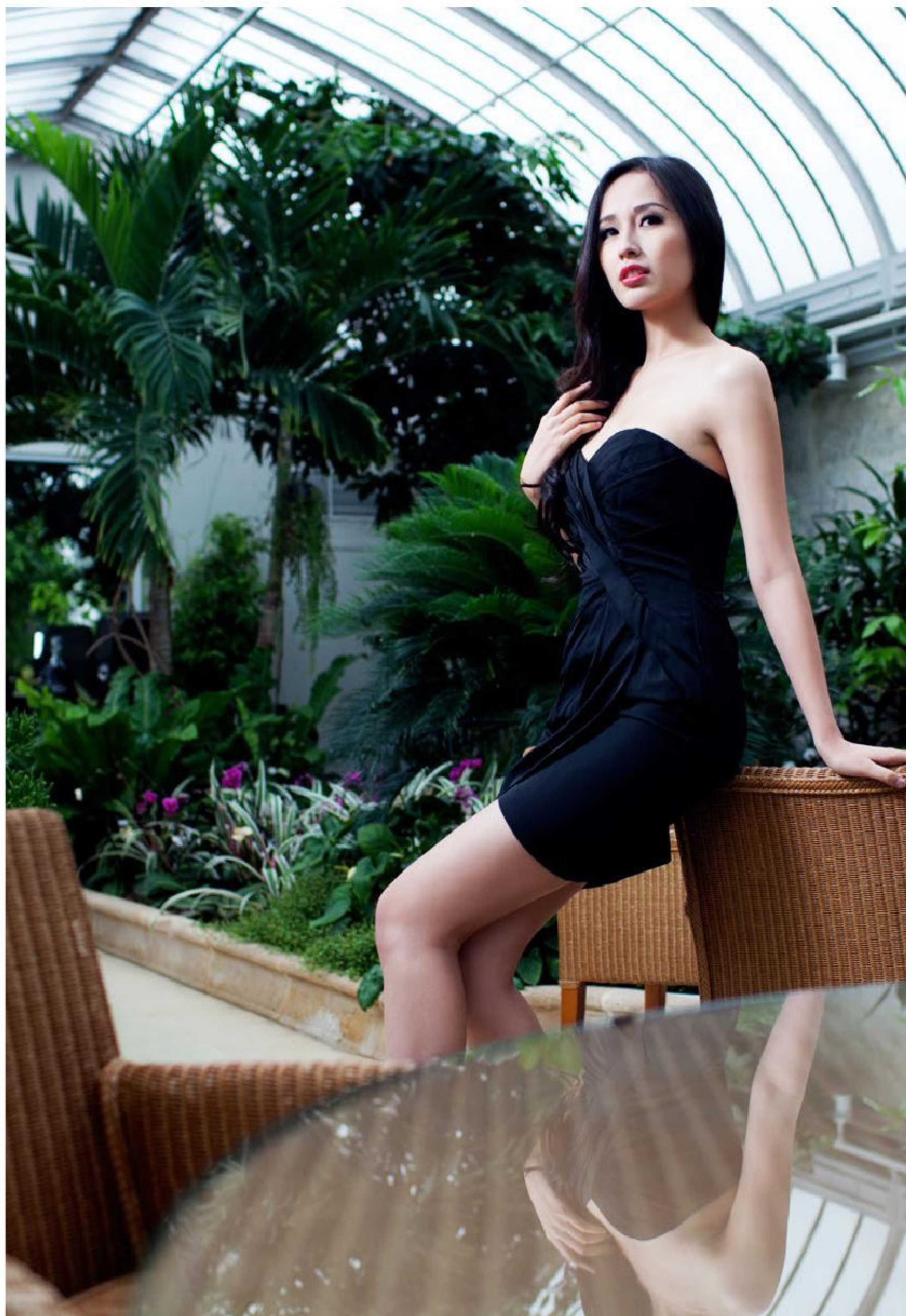
Nhiếp ảnh: **Hải Đông**
Người mẫu: **Mai Phương Thúy, Dương Tú Anh,**
Quách Thái Công















MERCEDES-BENZ

Mercedes-Benz cũng chuyển động mạnh mẽ hướng đến giới trẻ bằng một loạt các dòng xe "giảm cân" hơn để phù hợp với cuộc sống đô thị của nhóm khách hàng trẻ, đặc biệt, nhóm khách hàng sở hữu xe Mercedes-Benz ở Việt Nam chỉ trên dưới 35, trẻ hơn cả thị trường ô tô lớn nhất thế giới là Trung Quốc với độ tuổi trung bình là 40. Đã hơn ba thập kỷ từ khi Mercedes lần đầu giới thiệu "Baby Benz", dòng xe mà ngày nay gọi là C-Class, giới trẻ hiện nay đã có thể chọn lựa A-Class với tên gọi A-volution - Cuộc cách mạng đến từ A-Class hoặc CLA... A-Class dự kiến sẽ có mặt ở các đại lý của Mercedes-Benz vào tháng 7. Vượt ra khuôn khổ của một phương tiện di chuyển, Mercedes-Benz là biểu tượng của đẳng cấp, của người dẫn đầu trên thế giới và ở Việt Nam.



VERSACE

Cuối tháng 5 vừa qua, Versace đã chúc tổ chức buổi tiệc cocktails mừng khai trương cửa hàng mới tại Asia Pacific Place Hồng Kông. Sau ba cửa hàng tại Bắc Kinh, Hà Nội và Hồ Chí Minh, đây là cửa hàng thứ 4 được thiết kế theo concept mới của hãng. Sự kiện này đã thu hút được sự tham dự của nhiều ngôi sao châu Á như G-Dragon, nữ ca sĩ Dung Tử Nhi và cùng nhiều nghệ sĩ Hồng Kông khác như Janet Ma, Janice Man, Wan BaoBao, Kevin Ma (Mayao), Anthony Sandstrom, Jocelyn Luko, Amber Xu, Lea Tassova, Rick Chin, Alvin Goh. Khách mời đặc biệt của sự kiện này là trường nhóm nhạc nổi tiếng Big Bang, G-Dragon. Đây là lần đầu tiên G-Dragon tham dự sự kiện của một thương hiệu tại Hồng Kông. G-Dragon đã đánh giá cao và thấy thích thú với concept mới tại cửa hàng Versace.

GIORGIO ARMANI

Armani cho ra mắt cửa hàng Giorgio Armani đầu tiên tại Cannes và Armani Café theo phong cách hoàn toàn mới. Cửa hàng Giorgio Armani có diện tích 350 m2 bày bán tất cả các sản phẩm thương hiệu Giorgio Armani cho nam và nữ, từ trang phục sang trọng đến trang phục thường nhật, phụ kiện bằng da, mắt kính, nước hoa và trang sức. Lối vào trưng bày các phụ kiện dành cho nữ như túi xách, giày và mắt kính. Tầng này dành riêng cho các BST nữ. Trang phục nam được trưng bày ở tầng dưới và khu vực phòng đồ riêng của Giorgio Armani, nơi khách hàng có thể trải nghiệm dịch vụ cao cấp và chuyên biệt này. Armani Café gồm một sân thượng lớn có sức chứa đến 70 khách. Armani Café mang đến nét ẩm thực của Italia truyền thống, đặc biệt quan tâm đến chất lượng. Thực đơn được sáng tạo bởi Soriano Meloni, bếp trưởng của tập đoàn Armani tại Milan. Thực đơn được thay đổi hai lần trong năm và chủ yếu cung cấp các món ăn lạnh.



HERMÈS

Khu trưng bày mới của Hermès tại Basel thể hiện triết lý phổ quát của nhà Hermès và kiến trúc sư Toyo Ito. Thiết kế của Hermès Pavilion là minh chứng cho những giá trị nền tảng bấy lâu nay của Hermès: kỹ thuật thủ công tinh xảo, cam kết đem lại những sản phẩm tinh tế do bàn tay con người tạo ra và sự kết hợp mang tính chính xác, đối mới những vật liệu tự nhiên mang vẻ đẹp trang nhã sang trọng như gỗ. Bằng cách lựa chọn một phong cách nhẹ nhàng và gần gũi, Hermès đã tạo ra một không gian yên tĩnh và thú vị tại trung tâm hội chợ Basel. Thiết kế của khu trưng bày gần gũi với thiên nhiên, được thổi hồn tựa như những con sóng đang uốn lượn trên biển cả. Khu trưng bày Hermès được thiết kế mang cảm hứng từ các trà thất truyền thống của người Nhật Bản. Tại đây, cách tiếp cận kiến trúc của Toyo Ito như một cầu nối liên kết các khoảng cách giữa những thời kỳ và hình thức, giữa những di sản và những thử nghiệm mới.

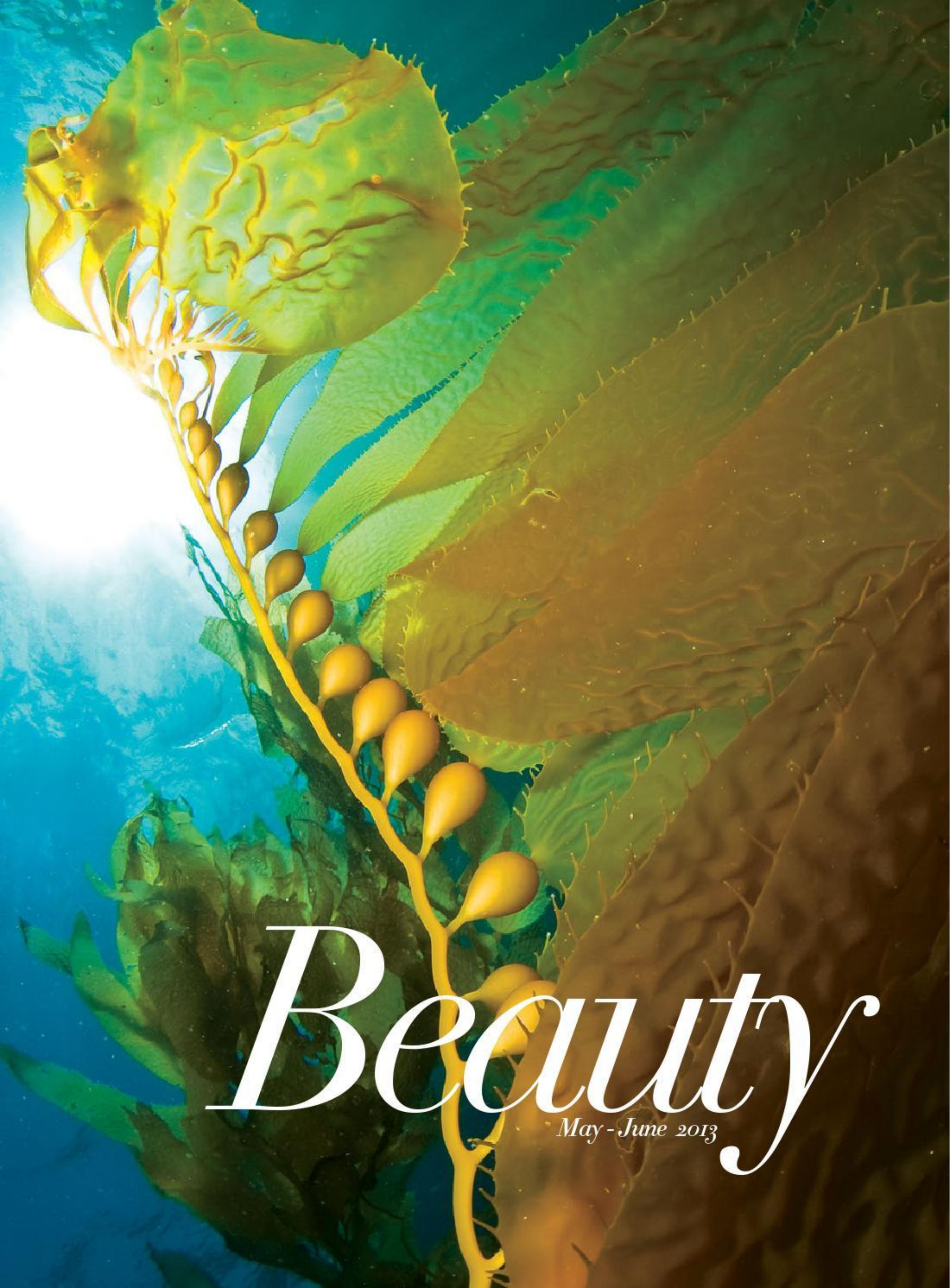
TIN TỨC

Style / Tháng 5-6/2013



CHOPARD

Năm 1993, Chopard cho ra mắt một BST mang nét cổ điển pha lẫn sáng tạo được làm từ thép và kim cương. BST Happy Sport nhanh chóng trở thành cú đột phá, đáp ứng nhu cầu của phụ nữ năng động và sành điệu. Theo thời gian, đồng hồ Happy Sport đã kết hợp sự mạnh mẽ và duyên dáng, truyền thống và hiện đại, với đủ kích thước và hình dạng như vuông, tròn và oval, dây da cá sấu hoặc dây kim loại, cũng như các sắc màu đa dạng. Mặt đồng hồ sống động bởi những viên kim cương, cỏ bốn lá, hoa tuyết hay chú cá, những viên đá quý chuyển động tự do, lung linh tỏa sáng. "Kim cương hạnh phúc nhất khi chúng được tự do" là ý tưởng của Karin Scheufele vào năm 1970, khi dòng Happy Diamond được tạo ra. 20 năm sau đó, Happy Sport trở thành mẫu thiết kế thời thượng với những viên kim cương chuyển động xoắn tự do như những cơn lốc lấp lánh, từ trong sâu thẳm của thế giới đam mê.



Beauty

May - June 2013

• Beauty Trends

BEAUTY BUZZ



Tinh chất Blanc Expert Melanolyser™ là "sản phẩm ngôi sao" của dòng Blanc Expert, tuy nhiên, bạn nên kết hợp với những sản phẩm đồng bộ trong quy trình dưỡng da của Lancôme để cho kết quả tốt nhất.
Sản phẩm này có giá 2,400,000 VND/30ml

Lancôme Blanc Expert Melanolyser

Trắng sáng đến đâu?

Nếu bạn cần dưỡng trắng, bạn không thể không biết tới Lancôme.

Blanc Expert và UV Expert là hai dòng sản phẩm quen thuộc mà những biên tập viên beauty như chúng tôi hiếm khi bỏ qua khi muốn thực hiện một chuyên đề về dưỡng trắng.

Còn nhớ năm 2011, Lancôme ra mắt Blanc Expert Melanolyser™ Spot Eraser – một sản phẩm với hoạt tính kép: cải thiện quá trình bài trừ hắc sắc tố bằng cách xác định rõ cơ chế sinh học của chúng đồng thời giảm bớt lượng hắc sắc tố sản sinh thêm. Trong năm 2013, Lancôme đã đẩy giới hạn của một làn da trắng tiến xa hơn nữa. Phòng thí nghiệm của họ đã mang sản phẩm biểu trưng Blanc Expert Melanolyser™ đến một tầm cao mới với những thông số ấn tượng: làm giảm 50% các đốm nâu trên bề mặt sau 2 tháng sử dụng sản phẩm. Hiệu quả làm trắng và tác động trên các đốm nâu, tàn nhang vẫn kéo dài suốt 3 tuần kể từ ngày tạm ngưng sử dụng sản phẩm.



Thiết kế chai của Lanvin ME khiến tôi nghĩ đến một món quà: Một sợi dây chuyền vàng với mặt dây chuyền pha lê đính trên cổ chai. Lanvin ME đã có mặt trên thị trường từ tháng Tư năm nay.



ME của Lanvin

ME dành cho những ai yêu chuộng phong cách thời trang Lanvin và thấy hình bóng mình trong đó: một phụ nữ độc đáo, tự tin, sang trọng và mang đậm dấu ấn cá nhân. Nhà thiết kế Alber Elbaz đã hợp tác với Domitille Bertier để tạo ra một hương thơm làm nổi bật ý chí mạnh mẽ và sự thanh lịch của người phụ nữ. Những giây phút đầu tiên, Lanvin ME mang đến một hỗn hợp dịu dàng của hương hoa tinh tế và mùi quả ngọt. Rồi sau đó là sự pha trộn với những sắc thái mạnh mẽ hơn, sâu lắng hơn: hoa huệ với sức cảm dỗ mãnh liệt, hoa hồng, cam thảo và đàn hương.

ELIZABETH ARDEN Green Tea Honeysuckle

Mùa hè 2013 này, Elizabeth Arden mang đến một mùi hương mới đánh thức nét duyên thầm cùng vẻ nữ tính ẩn sâu của phái đẹp "Green Tea Honeysuckle". Hãy cùng đắm chìm trong lễ hội mùa hè bất tận với ngập tràn dư vị ngọt ngào, trong trẻo từ mặt hoa Kim Ngân cùng lá Trà Xanh.

Elizabeth Arden tặng thêm 01 sản phẩm nước hoa Red Door 1,2ml cho khách hàng khi mua sản phẩm nước hoa Green Tea Honeysuckle trị giá 598.000 VND.





Một sản phẩm đặc biệt của sưu tập là Mineralize Skinfinish. Công thức nén 77 khoáng chất vào phấn, cho ánh kim loại mờ tự nhiên trên da. Sử dụng để tạo điểm nhấn cho đôi má và làm sáng khắp khuôn mặt. Để có hiệu quả chuyên nghiệp, bạn nên dùng cọ 187 Duo Fibre Face Brush.

MAC Tropical Taboo Collection

MAC Tropical Taboo Collection lan tỏa niềm đam mê của samba trong những gam màu lung linh và quyến rũ vùng nhiệt đới. Những hộp phấn mắt ánh nhũ Mineralize Eye Shadow luôn là niềm đam mê của tôi với các sắc tố màu pha trộn một cách thú vị: bạn có thể dùng cọ trên một gam màu hoặc pha trộn chúng lại với nhau để cho ra một gam màu mới. Tôi đã thấy trước sự kết hợp hoàn hảo của gam xanh lá non + xanh biển, xanh midnight blue + nâu, xanh bạc + tím. Tropical Taboo có năm màu son thời ấn tượng: Divine Choice (Hồng), Lady at Play (hồng cam sáng), Glamour Era (nâu nhạt ánh nhũ), Midnight Mambo (tím đậm) và Luxe Naturale (màu beige). Để có hiệu quả thật chuyên nghiệp, đừng quên sử dụng bộ đôi cọ 159 Duo Fibre Blush và 287 Duo Fibre Eye Shadow Brushes được giới thiệu trong bộ sưu tập này.



Sơn móng và Hoàng gia

Hãng nail Butter London nổi tiếng với việc lấy cảm hứng từ những sự kiện của Hoàng gia: năm 2010, họ ra mắt "No More Waity, Katie" nhân đám cưới của hoàng tử William, năm 2012 họ xuất xưởng "Lilibet's Jubilee" nhân kỷ niệm 60 năm trị vì của nữ hoàng. Và năm nay, Butter London vừa cho ra mắt Pitter Patter, một màu tím vương giả kết hợp với hai màu bạc ánh nhũ khác trong bộ ba "The Royals" – lời chúc mừng đến thành viên thứ ba sắp chào đời của gia đình hoàng tử Anh.



Các thành phần khác của sản phẩm giúp chống lão hóa: Chiết xuất từ lá tía tô (Perilla leaf extract), chiết xuất từ lá nha đam, cây nhung tuyết (Edelweiss), chiết xuất từ rễ cây Rhodiola Sacra, cây cần núi nước.

Chống nắng tối ưu

Bạn đang cần tìm kiếm một sản phẩm chống nắng bảo vệ bản thân trước cả tia UVB lẫn UVA với những chỉ số ấn tượng nhất? Hãy tham khảo Kosé Infinity Deep Protection UV SPF50+ PA++++. Đây là sản phẩm có độ chống nắng SPF/PA cao nhất từ trước đến giờ tại Nhật

Bản, bảo vệ triệt để làn da tuổi trung niên khỏi những tác hại từ tia UVA và UVB – thủ phạm gây ra các hội chứng lão hóa photoaging (lão hóa tích lũy trong thời gian dài). Kem dạng nhũ tương mát nhẹ có độ dưỡng ẩm cao, giữ độ trong trẻo của làn da, giúp da săn chắc và cải thiện các dấu hiệu chảy sệ.



Hãng nail Essie cũng đón chào sự kiện này bằng việc ra mắt bộ kit Baby Duo với những gam màu xanh hồng pastel rất dễ thương vào tháng tới. Danh sách hân sẽ còn dài.

● Beauty Trends

Mặt nạ **Lancôme** Blanc Expert "Sun Loving Zone" Bio-Cellulose với xen-lu-lô-zơ sinh học, một chất liệu tiên tiến và cao cấp có khả năng tái tạo da. Sản phẩm được tích hợp công nghệ làm trắng da tiên tiến bậc nhất của Lancôme để chỉ sau 10 phút, mang lại cho bạn một làn da sáng hơn trông thấy cho vùng gò má. **Giá: 2.400.000 VND/15ml x 6 chiếc mặt nạ.**

Ohul Eyeliner triple, Gel kẻ mắt mềm mại, dần trôi tốt **Giá 700.000 VND**

CHANEL Le Blanc Intensive Whitening Treatment – Bộ sản phẩm làm trắng chuyên biệt trong 28 ngày với những thành phần tối ưu cải thiện làn da và bảo vệ da ngay tức thì (độ sáng trong của da tăng 28%, đốm nâu nhạt đi 21%, đường viền đốm nâu nhạt đi 20%). **Giá 7.769.000 VND.**

Tinh chất đặc trị mới **L'Occitane** Immortelle Precious Serum, với chiết xuất hơn 1.000 bông hoa trong mỗi chai sản phẩm. Sản phẩm sẽ làm mờ nếp nhăn và cải thiện sự đàn hồi của da. **Giá 1.600.000 VND**

Cọ trang điểm **MAC** 187 Duo Fibre Face. Dùng trong trang điểm chuyên nghiệp với phần Skinfinish tạo highlight trên gương mặt. **Giá: 1.300.000 VND.**

Editor's Picks
mua gì tháng này?

Menard Jupiter Makeup Palette Hộp trang điểm gồm màu mắt và màu má hồng siêu mịn với tinh chất nhân sâm. **Giá 2.975.000 VND**

Sisleya Radiance Anti-Aging Concentrate: tinh chất Dầu Trắng và Hoàng Cầm, sản phẩm giúp xóa đi các đốm nâu, sam nám do nội tiết tố gây ra hoặc bởi các tác nhân từ môi trường bên ngoài, đồng thời ngăn chúng xuất hiện trở lại. **Giá: 8.140.000 VND.**

Tinh chất dưỡng ẩm **Shu uemura** Depsea Hydrability Concentrate chứa nhiều thành phần lấy từ nước khoáng biển sâu, thẩm thấu sâu và giúp duy trì độ ẩm cho da suốt 24 giờ, tăng cường khả năng tự dưỡng ẩm. **Giá 1.500.000 VND/30ml**

Bobbi Brown Everything Mascara làm dày mi và dài mi với hiệu quả đáng kinh ngạc. **Giá 810.000 VND.**

LIVEGAIN TRI-SHIELD SHINE SPRAY Xịt dưỡng tóc có thành phần từ các loại dầu tự nhiên cung cấp dưỡng chất và độ ẩm, bảo vệ tóc chống tác động của nhiệt độ cao khi làm hóa chất hay khi sấy.

Kem chống nắng **Avène** bảo vệ tối đa SPF 30 (dành cho da nhờn mụn) - Thành phần chứa các hoạt chất chống nắng vô cơ và hữu cơ cho công dụng chống nắng tối ưu, kết hợp với tiền chất Vitamin E. Hàm lượng lớn nước khoáng Avène trong mỗi sản phẩm còn mang đến cho làn da sự dịu mát. **Giá 682.000 VND/tuýp 50ml.**



NƯỚC YẾN THẬT BRAND'S® SỢI YẾN DÀI & NGUYÊN

LỰA CHỌN AM TƯỜNG
CHO SỨC KHỎE VÀ VẺ ĐẸP

Chỉ những gì thật sự tốt mới xứng đáng với sức khỏe và vẻ đẹp của bạn. Vì thế, BRAND'S® tuân thủ hết sức nghiêm ngặt quy trình chế biến đặc biệt **DiamondSelection™** nhằm tuyển chọn & gìn giữ những dưỡng chất tinh túy của tổ yến chất lượng cao từ thiên nhiên được lưu giữ trong **Sợi Yến Dài & Nguyên**.

Hãy chọn Nước Yến Thật BRAND'S® để tự trải nghiệm sự khác biệt rõ rệt.

Nhà phân phối: Công ty TNHH DKSH VIỆT NAM - 23 Đại lộ Độc Lập, KCN Việt Nam-Singapore, Huyện Thuận An, Tỉnh Bình Dương.
Hotline: 1800545405 (miễn phí trên toàn quốc, vui lòng gọi vào giờ hành chính).



Giấy phép tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo số: 305/2013/TN/QC-ATTP

NHỮNG ANH HƯNG CỦA THIÊN NHIÊN

Thành Hào

Những chiết xuất hoặc sản phẩm gì đến
từ thiên nhiên đang xếp đầu bảng trong danh sách
của skincare và tóc?

Hàng ngày, chúng ta đọc được vô số bài báo viết về tác dụng của tự nhiên trong làm đẹp: Dưa leo làm trắng da, dưỡng ẩm; khoai tây tẩy da chết, làm dịu vết thâm; trà xanh chống lão hóa; dầu oliu dưỡng tóc; trà trà (tee tree) kháng viêm cực mạnh; Mật ong dưỡng ẩm, làm sáng da và chống lão hóa cùng một lúc... Những bài báo này góp phần củng cố niềm tin của phụ nữ vào thú vui chia sẻ cho nhau những công thức và tự làm các sản phẩm dưỡng da tại nhà. Tuy nhiên, có một tin không vui mấy cho những quý cô chỉ đặt lòng tin vào đồ homemade: sản phẩm dưỡng da tại nhà không phải giải pháp tối ưu cho làn da, đặc biệt là khi da cần đến một nhu cầu chăm sóc đặc trị.

Tôi đã hơn một lần được nghe than phiền về việc, tại sao mặt nạ đắp tại nhà không mang đến những kết quả kì diệu như người ta tìm thấy trên mạng. Những món đồ homemade skincare như cao bí đao, bột yến mạch, cám gạo, bột nghệ... thường được bán rất chạy trên mạng trong vài tuần đầu tiên, nhưng chỉ một thời gian sau, hầu như độ hot của chúng đã sụt giảm hẳn.

Câu trả lời là cấu trúc của da với số lượng khổng lồ các lỗ chân lông cho phép làn da sở hữu chế độ “mở cửa” để có thể thẩm thấu các dưỡng chất theo cách trực tiếp. Tuy nhiên, các dưỡng chất này có thể thẩm thấu sâu đến đâu, thượng bì, trung bì hay hạ bì và được da hấp thụ bao nhiêu phần trăm thì vẫn khiến các nhà nghiên cứu phải đau đầu. Đây chính là tiền đề để những phương pháp thẩm mỹ chuyên

sâu như điện di hay Mesotherapy ra đời: người ta phải dùng đến kim siêu nhỏ hay dòng điện để “mở đường” cho các dưỡng chất thẩm sâu vào trong da (ít nhất cũng phải đến trung bì), ở lại giữa các tế bào và phát huy mọi công dụng của chúng. Đây cũng là nguyên nhân các loại kem dưỡng thường tích hợp vào sản phẩm nhiều hoạt chất tổng hợp nhằm kích hoạt độ thẩm thấu của các thành phần chính khác, hoặc tạo ra các phân tử nano siêu nhỏ. Nhưng ngay cả như vậy, xác suất thẩm thấu đến trung bì cũng là rất khó khăn. Đại đa phần các loại kem dưỡng hiện nay đều chỉ có thể tác động đến vùng thượng bì và chỉ được hấp thụ một phần mà thôi. Vậy nên, khi bạn đắp mặt nạ tại nhà bằng các sản phẩm tự nhiên, không có những biện pháp “dẫn đường” công nghệ cao, cũng chẳng có các hoạt chất kích hoạt, sản phẩm khó mà hấp thụ được vào sâu trong da, càng không nói là thẩm thấu và nuôi dưỡng. Hiệu quả của mặt nạ tự làm tại nhà không kéo dài lâu và gần như biến mất chỉ sau một thời gian ngắn.

Nhưng, công nghệ sinh học với những thành tựu xuất sắc của nó đang giúp phụ nữ tận dụng được nguồn nguyên liệu quý từ tự nhiên, khiến những chiết xuất từ “vườn nhà” hoàn toàn có khả năng cạnh tranh với những phức hợp chống lão hóa nổi tiếng của các thương hiệu lâu đời. “Có một số công nghệ mới, chẳng hạn như sắc ký (chromatography - tách các thành phần để chiết xuất ra hoạt chất nồng độ cao nhất) hay khai thác sóng siêu âm (ultrasonic extraction- sử dụng sóng âm thanh để chiết xuất các phân tử tích cực nhất) đang được áp

dụng để chiết xuất thành phần thực vật”, Pauline Hili – sáng lập viên của Nourish Skin Range nói. Nhờ những phương pháp này, người ta đã thu được các chiết xuất tốt nhất từ chính những hoa trái mà bạn đang sử dụng, sau đó đưa chúng vào mỹ phẩm.

Câu hỏi về độ thẩm thấu và hấp thụ lại một lần nữa được đặt ra. “Để nuôi dưỡng da với công thức tập trung tối ưu, các chiết xuất tự nhiên cần phải bắt chước các thành phần của tế bào da - 70 % nước và 30 % dầu”, Nathalie Issachar, người đứng đầu phòng nghiên cứu và phát triển tại Clarins nói. “Tuy nhiên, dầu và nước không tương thích với nhau và chúng tôi phải xử lý vấn đề đó”. Clarins đã đi tiên phong trong việc tách các chiết xuất từ thực vật, sau đó mô phỏng cấu trúc của tế bào để áp dụng vào sản phẩm của họ. Thương hiệu đã xác lập được vị thế của họ như một trong những cái tên uy tín nhất của các dòng mỹ phẩm từ thiên nhiên. Bên cạnh đó là những thương hiệu như Origins, Burt's Bees, Jurlique, Juice Beauty, L'Occitane, Jane Iredale, Pangea Organics...

DẦU ARGAN

Loại dầu quý giá từ hạt quả argan được coi là “vàng trắng” của vùng Bắc Phi, mang đến một hỗn hợp giàu vitamin đồng thời cũng là chất chống oxy hóa cực mạnh, chống tia cực tím và trung hòa các gốc tự do, đã được phụ nữ Maroc sử dụng trong nhiều thế kỷ để dưỡng tóc, da và móng tay. Dầu argan có mặt trong hàng loạt các thương hiệu dưỡng tóc, từ Moroccanoil cho đến Nashi Argan, hay Josie Maran với tinh dầu argan 100% dành cho da khô và nhạy cảm. Tinh dầu argan thẩm thấu nhanh chóng vào sợi tóc, giúp tạo độ bóng sáng và suôn mượt trong khi cải thiện độ đàn hồi và bảo vệ tóc khỏi các nhân tố gây hại mà không gây bết dính.



NHỮNG THÀNH PHẦN TỰ



CÀ PHÊ.

Caffeine có ba tài sản lớn: một chất chống oxy hóa mạnh, giúp co lại các mạch máu và khử nước các tế bào mỡ. Đây là cách cà phê đánh thức làn da của bạn từ đầu đến chân. "Cà phê là thành viên của một nhóm các hợp chất được gọi là methylxanthine," theo tiến sĩ Lydia Evans, bác sĩ da liễu tư vấn cho L'Oréal Paris nói. "Các hợp chất này kích thích các enzyme phân hủy tế bào mỡ. Chúng cũng thúc đẩy sự chuyển động của chất lỏng ra khỏi các tế bào, làm giảm kích thước

của chúng và tạo ra một hiệu ứng thắt chặt". Hầu hết các loại kem điều trị cellulite đều chứa cà phê, nhưng điều đáng tiếc rằng, cellulite sẽ trở lại khi bạn ngừng sử dụng chúng.

Có thể tìm thấy chiết xuất cà phê trong rất nhiều sản phẩm làm săn chắc, trẻ hóa và chống lão hóa vùng mắt như: L'Oréal Paris Dermo-Expertise Perfectslim Body Sculpting Gel, 100% Pure Organic Coffee Bean Caffeine Eye Cream, Shiseido Body Creator Aromatic Firming Cream, Biotherm Hydra-Detox Yeux Hydra-Detoxifying Gel...

Chiết xuất từ tự nhiên không có nghĩa là chúng không gây dị ứng và không gây mụn. Nếu bạn có làn da nhạy cảm, hãy tìm kiếm thuật ngữ "no comedogenic" trên nhãn. Điều này có nghĩa là sản phẩm sẽ không gây bít tắc lỗ chân lông và gây mụn. Có thể tìm kiếm những sản phẩm này ở các thương hiệu như Jane Iredale, Avène, La Roche-Posay và Vichy.



QUẢ MÂM XÔI

Mức độ chống oxy hóa trong quả mâm xôi gấp đôi dâu tây, gấp ba quả kiwi, và gấp 10 lần cà chua. Đóng góp lớn nhất của mâm xôi với hoạt động chống oxy đến từ acid ellagic - có thể ức chế sự tăng trưởng của tế bào ung thư. Người ta ước tính rằng acid ellagic cung cấp lên đến 65% tổng số hoạt động chống oxy hóa trong mọi thành phần của quả mâm xôi. Vitamin C đóng góp thêm 20% và còn lại là anthocyanin. Mâm xôi hiện có nhiều loại, mâm xôi châu Âu, mâm xôi Mỹ và các chủng được lai tạo giữa hai loại này. Riêng tế bào gốc của chủng mâm xôi Rubus Idaeus thậm chí còn sửa chữa được đến 90% những tổn thương của tế bào. Chúng hiện diện trong nhiều loại mỹ phẩm từ Origins đến The Body Shop hay Philosophy...

TẢO BIỂN

Nếu có cuộc bình chọn ngôi vua cho sản phẩm tự nhiên từ đáy biển trong ngành công nghiệp mỹ phẩm, tảo biển hẳn phải dẫn đầu. Trong môi trường nước biển liên tục phải tiếp xúc với bức xạ tím mạnh mẽ và điều kiện khí hậu khắc nghiệt, tảo biển đã tự tạo ra một hệ thống phòng thủ hiệu quả. Chiết tách tảo biển, người ta thu được các polysaccharides chống viêm, các siêu vitamin và polyphenols chống oxy hóa, các enzyme photolyase có khả năng sửa chữa DNA... Tảo bẹ Thái Bình Dương Nam Mỹ với khả năng sản sinh không ngừng là thành phần chính loại nước cất danh tiếng Miracle Broth™ của thương hiệu LaMer. Tảo đen giàu khoáng và axit béo, đồng thời chứa một phân tử

NHIÊN NÀO ĐANG GÂY BÃO?



quan trọng có khả năng kết nối và tối ưu hóa các chức năng của tế bào được sử dụng trong dòng skincare màu đen lừng danh của Givenchy: Le Soin Noir. Một loại tảo khác rất phổ biến là tảo nâu đuôi công, có khả năng tăng tốc độ sản xuất proteoglycans và collagen, giúp tái tạo lại các ma trận tế bào, khôi phục lại giao diện của tế bào bị tổn thương. Có thể bắt gặp sự xuất hiện của tảo nâu đuôi công trong hàng loạt sản phẩm của Sisley như Sisley Supremya, Sisley Daily Line Reducer (Sisley), Biotherm Densite Lift Redensifying Anti-Wrinkle Care Dry, Biotherm Densite Lift Redensifying Anti-Wrinkle Care Eye (Biotherm), Clinique Superdefense SPF 25 Age Defense Moisturizer Combination Oily...

• Beauty Trends

Bird of Paradise. Sưu tập Make up Xuân Hè của Dior

ELECTRIC BLUE

Sưu tập Make up Xuân Hè "Bird of Paradise" của Dior mang đến những sắc xanh kỳ diệu lấy cảm hứng từ loài chim Thiên Đường rực rỡ của xứ Châu Mỹ La tinh. Bộ sưu tập là một chuỗi quang phổ trộn với nước và ánh sáng. Trong đó nổi bật nhất là màu xanh blue - gam màu đang tỏa sáng trong mùa hè này.

Phấn mắt **Elizabeth Arden** - Beautiful Color Eyeshadow - Mediterranean Giá 595.000 VND

Phấn mắt **Menard** Jupier Dark Blue Eye Giá 1.810.000 VND

Phấn mắt **MAC** Tropical Taboo-Mineralize Eye Shadow-Cha-Cha-Cha- Giá 640 000 VND

Sơn móng **Chanel** LE VERNIS 667 BEL'ARGUS Giá 714 000 VND

Phấn mắt **Bobbi Brown** Long-Wear Cream Shadow Stick Giá 720 000 VND

Phấn mắt **Clé de Peau BEAUTÉ** Satin Eye Color Giá 920.000 VND

Mascara **Chanel** INIMITABLE WATERPROOF Giá 935 000 VND

Phấn mắt **Armani** Eyes To Kill Quad Palette

Sơn móng **Dior** Vernis Mini Nail Duo, sưu tập Xuân Hè 2013



Phấn mắt dạng kem **Make up For Ever**. Giá tham khảo tại showroom



Tom Ford Nail Lacquer, African Violet



Phấn mắt **Shiseido** shimmering cream eye color. Giá tham khảo tại showroom



Bobbi Brown Sparkle, SPARKLE EYE SHADOW SHADE. Giá 720 000 VND



Sơn móng **Chanel** LE VERNIS. Giá 714 000 VND



Estée Lauder New Pure Color Nail Lacquer Black Plum. Giá 450 000 VND



Yves Saint Laurent Ombres 5 Lumières



Nước hoa **Lanvin** Jeanne Couture, hương hoa và trái cây dành cho những cô nàng quyến rũ. Giá tham khảo tại Paris France



Menard - Jupier One Touch Lipstick. Giá 1.275.000 VND



Sưu tập make up Xuân Hè 2013 Saharienne Heat của Yves Saint Laurent

BVLGARI - OMNIA AMÉTHYSTE. Giá 1450.000 VND/65 ml



MAC. Tropical Taboo-Cremesheen Glass-Narcissus. Giá 600 000 VND



Ultra Violet

Những gam tím trong make up của Yves Saint Laurent lúc nào cũng đẹp mê hồn, kịch tính và mãnh liệt. Tím không phải màu sắc của riêng những ngày băng giá. "Saharienne-Heat" Summer 2013 của YSL đã chứng minh điều này và tạo nên cảm hứng cho vô số những sản phẩm make up thời thượng khác.

Yves Saint Laurent Rouge Volupté Shine



● Beauty Trends

Xuân Hè 2013 LETE PAPILLON DE CHANEL

SWEET PINK
 Sự ngọt ngào của màu hồng không bao giờ lỗi mốt dù ở bất cứ thời điểm nào. LETE PAPILLON DE CHANEL 2013 mang đến ánh hồng nóng bỏng, táo bạo và đầy bất ngờ trong bản hợp ca tươi sáng của những cánh bướm.

Ohui Miracle Touch Blusher, má hồng dạng kem
 Giá 580 000 VND/10g

Kẻ viền môi MAC Tropical Taboo Lip Pencil Ablaze
 Giá 430 000 VND

Son M·A·C Lipstick CandyYum Yum
 Giá 460 000 VND

Son bóng Chanel LÈVRES SCINTILLANTES
 Giá 782 000 VND

Bobbi Brown Lip Gloss Pink Lilac
 Giá 690 000 VND

Sơn móng Dior Vernis Mini Nail Duo

Sơn móng Tom Ford Nail Lacquer, Indian Pink

MAC Archie's Girls Lipstick GirlNextDoor
 Giá 510 000 VND

Estée Lauder New Pure Color Blush Pure Color Blush
 Giá 1000 000 VND

Nước hoa L'Occitane EAU RAVISSANTE
 Giá 980.000 VND/50 ml

Son Lancôme Baume in Love

Má hồng The Body Shop Lip & Cheek Dome Pink
 Giá 338 000 VND

Bobbi Brown Blush Pastel Pink
 Giá 720 000 VND

Nước hoa và son móng Ralph Lauren Big Pony Pink Essie



SỞ HỮU TOP 10 SẢN PHẨM BÁN CHẠY NHẤT VỚI GIÁ ƯU ĐÃI

Thay lời cảm ơn sự ủng hộ của quý khách,
chúng tôi dành tặng bạn ưu đãi

GIẢM GIÁ 20%

Top 10 sản phẩm bán chạy nhất.

Mua sắm thỏa thích tại cửa hàng hoặc qua kênh mua
sắm online thuận tiện để mang về cho mình
những sản phẩm tuyệt vời với mức giá đặc biệt
hấp dẫn. Điều kiện và điều khoản đi kèm.

Áp dụng từ ngày 27/5 đến
7/7/2013. Số lượng có hạn.

*Chỉ áp dụng tại các địa chỉ bên dưới và cửa hàng trực tuyến:

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

Hà Nội • 274 Bà Triệu • Indochina Plaza Hanoi, 239 Xuân Thủy



www.thebodyshop.com.vn



facebook.com/TheBodyShopVietNam



Son Sisley
PhytoLipShine 9 Sheer
Cherry *Giá tham khảo
tại showroom*

Menard - Tsukika One
Touch Lipstick 53M
Giá 1.275.000 VND



DARK RED

Màu đỏ quyến lực của những người
phụ nữ trưởng thành và biết rõ sức
quyến rũ của mình. Sự tập trung vào đôi
môi đỏ berry và đôi mắt sắc sảo với
hàng mi cong vút. Bạn còn chờ gì?



Giorgio Armani
Summer 2013



Son **MAC**
MineralizeRichLipstick
All Out Gorgeous
Giá 675 000 VND



Son Giorgio Armani



Son **BOBBI BROWN**
Rich Lip Color
Giá 690 000 VND

Nước hoa
Guerlain Samsara



Sơn móng **Tom
Ford** Nail Lacquer,
Smoke Red



Shiseido Makeup
Perfect Rouge
Giá 430 000 VND



Sơn móng **Yves
Saint Laurent** La
Laque Couture in
N 6 Rouge Dada



Sơn móng **Chanel**
581 Cinéma
Giá 714 000 VND

MỘT TUYỆT PHẨM của ngành thời trang tóc **artègo argan oil**

**Vật bất ly thân của những người nổi tiếng.
Bí quyết của các người mẫu trên sàn
catwalk. Trào lưu hàng hiệu thế giới.**

Cũng giống như kem chống lão hóa, kem tái tạo da hay kem dưỡng ẩm hàng ngày, với Tinh dầu dưỡng tóc Argan Oil bạn sẽ thấy khác biệt và hiệu quả ngay từ lần sử dụng đầu tiên.

Là sản phẩm cực kỳ độc đáo chiết xuất từ dầu cây Argan tự nhiên rất quý giá ở Ma-rốc, bổ sung Vitamin A, E & F, Tinh dầu dưỡng tóc Argan Oil thẩm thấu cực nhanh vào tóc, dưỡng ẩm sâu, phục hồi tóc từ bên trong, cho tóc bóng mượt tức thì mà không làm bết dính hay nặng tóc, giảm 1/2 thời gian sấy và tạo kiểu.

Chỉ cần thoa vài giọt vào mỗi sáng hay sau khi gội, tóc sẽ rất nhẹ, mềm và bóng mượt suốt cả ngày như vừa mới gội. Sử dụng thường xuyên Tinh dầu Argan Oil có tác dụng chữa trị tóc hư tổn, làm giảm hẳn tóc chẻ ngọn và tóc giòn dễ gãy.

Trải nghiệm đẳng cấp khác biệt và vẻ đẹp hoàn hảo
khi mái tóc được chăm sóc toàn diện.

Argan Oil, mỹ phẩm cao cấp cho mái tóc.

**Nhẹ Tựa Lông Hồng,
Mượt Mà Bất Tận.**

created from nature.
powered by
artègo
www.yourartego.com



GIẢI CỨU VÙNG MẮT

Thành Hào

Có rất ít giải pháp khả thi cho một phụ nữ 50 muốn loại bỏ bọng mắt (trừ phẫu thuật). Nhưng nếu bạn còn cách độ tuổi đó từ 15-20 năm, hãy hành động ngay lập tức cho một đôi mắt tươi tắn.

Giảm cường độ làm việc của mắt

Nếu bạn thường xuyên làm việc 4-5 tiếng với máy tính không hề đứng lên, cũng chẳng buồn liếc mắt sang bên cạnh một lần nào, tôi xin cá là mắt bạn đang kêu cứu thảm thiết. Và cũng đừng ngạc nhiên nếu tháng sau hoặc năm sau, vùng mi dưới bắt đầu sụp xuống hoặc phồng ra một cách khả nghi, báo hiệu sự xuất hiện của bọng mắt. Tất nhiên, nếu ai đó khuyên tôi đừng làm việc trên máy tính nữa, tôi sẽ bỏ đi ngay tức thì vì điều này là không thể. Thay vào đó, tôi làm theo những lời khuyên đơn giản về việc giảm cường độ làm việc của mắt: ví dụ, sau 30 – 40 phút làm việc trên máy tính, bạn dừng lại và nhìn sang đâu đó, càng xa càng tốt từ 3-5 phút, sau một tiếng thì nên đứng lên và vận động cơ thể một chút. Điều này có thể áp dụng luôn cho việc đọc sách hoặc xem tivi.

Thay đổi thói quen sống

Những việc nho nhỏ như khẩu phần ăn, đồ uống, giờ giấc ngủ và thức dậy...đều ảnh hưởng đến bọng mắt nhiều hơn là bạn tưởng. Ăn quá mặn, uống nhiều nước vào buổi tối, ngủ quá muộn và dậy cũng muộn là những yếu tố khiến đôi mắt sưng phồng lên. Hãy bắt đầu điều chỉnh lại nồng độ muối và bột canh trong thức ăn, đừng uống nước hoặc sinh tố sau 8h tối, ngủ trước 11h và dậy sớm. Không dụi mắt quá nhiều vì hành động này có thể gây kích ứng vùng da mắt dẫn đến viêm, hậu quả là gây bọng mắt và quầng thâm.

Sự can thiệp của mỹ phẩm

Hầu như hãng mỹ phẩm nào cũng có những bộ sản phẩm đặc trị cho mắt, nhưng công bằng mà nói, bộ sản phẩm này chỉ được để ý khi những vấn đề về mắt thực sự đã xảy ra. Nếu một phụ nữ bình thường đi mua skincare, cô ấy sẽ để hết tâm trí vào sữa rửa mặt, dưỡng đêm - ngày, lotion, làm trắng hay những thứ đại loại như vậy, trong khi khá thờ ơ với vùng mắt. Cô ấy sẽ chỉ bắt đầu search mạng khi mắt có những dấu hiệu buồn bã, mệt mỏi của thâm hoặc bọng mắt mà không thể che đi bằng bất cứ loại kem che khuyết nào. Nhưng nếu lúc này mới bắt đầu sử

dụng mỹ phẩm cho mắt, tôi cho là đã hơi muộn.

Ví dụ như bạn tôi đã cuống cuống đi tìm các sản phẩm được quảng cáo là đặc biệt tác dụng trong xóa bọng mắt và tìm ra được một cái tên: Hylexin (Mỹ). Sản phẩm này được nhiều chị em biết tới trong công cuộc chống bọng mắt, quảng thâm với giá hơn 100 USD và dùng chỉ trong một tháng là hết. Hylexin có thể đã có tác dụng với nhiều người, nhưng tiếc rằng không có tác dụng gì rõ rệt với bạn tôi. Khi kiểm tra kỹ càng trước gương, cô không thấy có nhiều sự khác biệt lắm đối với diện tích của bọng mắt sau khi sử dụng.

Sau thời kỳ này, bạn tôi quay về với những hãng mỹ phẩm uy tín đã có showroom trong nước, đầu tư một bộ cơ bản cho mắt và thực hiện theo liệu trình. Tôi tin rằng nếu bạn có nhu cầu, những hãng uy tín như Sisley, Clinique, Lancôme, Clé de Peau Beauté...sẽ rất nhiệt tình tư vấn cho bạn từ A-Z. Nếu bạn cảm thấy không có thời gian cho việc sử dụng cùng lúc hơn 5 sản phẩm cho mắt, hãy bắt đầu từ những sản

Make up che khuyết vùng mắt

Che phủ quầng thâm: Chọn màu kem che khuyết phù hợp với màu da hoặc hơi sáng hơn một chút. Dùng cọ Camouflage lấy một lượng nhỏ sản phẩm và dặm lên da. Đưa cọ theo những chuyển động chéo ở vùng dưới mi, hốc mắt trong và toàn bộ vùng da dưới mắt. Dùng ngón tay đeo nhẫn dặm đều ở vùng mép ngoài phía đuôi mắt. Hơi ấm từ ngón tay cũng giúp làm tan phần trên da và giúp định hình chúng.

107

STYLE

phẩm cơ bản sau: tẩy trang dành cho mắt (đặc biệt cần thiết cho những ai quen dùng eyeliner, mascara và phấn mắt hàng ngày), dưỡng ẩm vùng mắt (đặc biệt cần thiết cho những ai làm việc trên vi tính 6-8 tiếng/ngày), tinh chất phục hồi vùng da quanh mắt ban đêm (không có gì tốt hơn là để mắt thư giãn khi ngủ với một lớp tinh chất giá trị thẩm thấu quanh nó). Ban đêm là một khoảng thời gian vô cùng quý giá đối với công cuộc tự sửa chữa của mọi bộ phận trong cơ thể, đặc biệt là da.

Việc sử dụng đều đặn những sản phẩm này có thể không xóa tan bọng mắt ngay nhưng sẽ ngăn chặn sự phát triển và mở rộng của bọng mắt và khiến nó suy giảm trong thời gian sắp tới (tất nhiên, phải kèm theo chế độ chăm sóc thích đáng của bạn).

Còn nếu như bạn chưa có bọng mắt và sắp sang tuổi 30, thì lời khuyên của tôi là: nên sử dụng mỹ phẩm ngay để đẩy lùi sự xuất hiện của bọng mắt càng muộn càng tốt.

Và massage...

Nếu trình massage của bạn chỉ ở mức nghiệp dư, nên có đôi chút thận trọng khi bắt tay vào công việc này, đặc biệt là trên vùng mắt. Như bạn đã biết, da quanh mắt là vùng da nhạy cảm và mềm nhất, dễ bị chảy sệ hoặc bị tác động nhất trên gương mặt. Sẽ ra sao nếu chúng ta biến lợn lành thành lợn què khi ngày ngày xoa bóp vùng da này với những thao tác hoàn toàn sai lầm, khiến bọng mắt chỉ càng nặng hơn?

Tuy vậy, vẫn không thể không massage vì nói cho cùng, đây gần như là một phản xạ có điều kiện của chúng ta mỗi khi mắt mệt mỏi. Và quả thực,

sau một vài động tác nhẹ nhàng, tôi luôn cảm thấy mắt của mình refresh hơn nhiều.

Nên massage như thế nào? Đừng dùng bàn tay vừa gõ phím máy tính để xoa lên mắt, bạn không thể biết có bao nhiêu thứ vi khuẩn hoặc bụi bẩn sẽ bám lên mắt ngay sau hành động này. Làm sạch tay rồi thoa một lớp dưỡng ẩm lên vùng mắt. Nhắm hai mắt lại, đặt ngón trỏ và ngón giữa lên bầu mắt vuốt dọc xuống rồi vuốt nhẹ sang hai bên là động tác đơn giản nhất của massage mắt. Công việc này nên thực hiện vào buổi sáng khi ngủ dậy và trước khi ngủ, sau khi đã rửa mặt sạch sẽ và tẩy trang hoàn toàn vùng mắt. Không bao giờ xoa bóp vùng mắt quá mạnh bạo hoặc dùng các chất liệu thô ráp để tẩy trang hay massage. Và chỉ nên tiến hành dưới 5 phút, không hơn.



Nằm gối thấp

Nhẹ nhàng vỗ nhẹ vào bọng mắt vì như vậy có thể giúp chất lỏng bị tích tụ giãn ra và lưu chuyển dễ dàng hơn.

Đắp mặt nạ lạnh, giúp giảm sưng tấy (vốn là sự tích tụ chất lỏng sản sinh quá mức hình thành nên bọng mắt)

Tránh môi trường gió, mang kính để bảo vệ mắt chống lại điều kiện khí hậu của môi trường khắc nghiệt.

Uống nhiều nước. Thắt thoát nước do uống quá ít nước hoặc uống các chất có cồn quá nhiều cũng là nguyên nhân gây bọng mắt vì chất lỏng bị tích tụ). Cách đơn giản nhất để giảm bọng mắt là uống nhiều nước hơn nữa. Vì nước sẽ bắt đầu lưu chuyển vào vùng da dưới mắt và lấy đi lượng chất lỏng tích tụ ở đó.

(Theo Tiến Sĩ Debbie D'Aquino, của Bộ phận phát triển sản phẩm dưỡng da đặc trị của Clinique)

Giảm sưng bọng mắt:

Tán đều màu phấn từ màu sáng tại các hốc mắt và tối dần lên vùng giữa mắt. Việc này có tác dụng kéo dài phần hốc mắt và thu hẹp phần bọng mắt. Một trong những lỗi thường gặp nhất khi chọn kem che khuyết là chọn màu quá sáng. Nó sẽ làm da tái nhợt thiếu cuốn hút và càng làm nổi bọng mắt. Để tránh điều đó, bạn nên thử màu kem che khuyết lên trên lớp phấn nền, nếu hai màu này hòa vào nhau và không bị lộ, thì đó chính là màu sắc bạn cần.

(Tư vấn của mỹ phẩm khoáng chất dưỡng da Jane iredale).

LaMer Eye Balm chứa

Radiant Ferments và lượng Miracle Broth đậm đặc gấp 3 lần giúp làm giảm chân chim và bọng mắt một cách rõ rệt. **Giá 4 900 000 VND**

Clinique All About Eyes

Serum, tinh chất chống bọng mắt quầng thâm. **Giá tham khảo tại showroom**

Sisley Eye Contour Mask,

mặt nạ dưỡng mắt xóa tan mệt mỏi
Giá 2500 000 VND

O HUI Age recovery cell-lab eye cream, kem dưỡng đặc trị, chăm sóc nếp nhăn vùng mắt

Giá 20 ml 1 400 000 VND

ABEILLE ROYALE
SOIN YEUX
EYE CARE

Guerlain Abeille

Royale Eye Care, chống lão hóa vùng mắt

Giá 2.520.000 VND

Elizabeth Arden

Elizabeth Arden -

Ceramide Daily Youth Restoring Eye Serum 6 Tinh chất phục hồi lão hóa vùng mắt

Giá 1 500 000 VND

LANCÔME

GÉNIFIQUE YEUX
LIGHT-PEARL™

Lancôme GENIFIQUE

YEUX LIGHT PEARL, tinh chất chống lão hóa vùng mắt

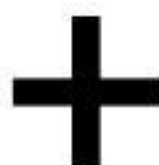
Giá 1 700 000 VND

LỤC TÚI SAO

Khánh

Thật ngạc nhiên vì những món đồ yêu thích nhất của sao không phải khi nào cũng đắt đỏ và xa hoa.

VICTORIA BECKHAM



Tin dùng dòng skincare của Dr. Lancer – một thương hiệu chăm sóc da được nhiều ngôi sao như Beyonce, Ellen DeGeneres và Denise Richards ưa chuộng. Cho môi, rất thích sản phẩm dưỡng ẩm của Elizabeth Arden – dòng Eight Hour. Đặc biệt yêu các màu sơn móng của Chanel vì chúng luôn thời thượng.

EMMA WATSON



Yêu thích Tresor Midnight Rose với mùi hương ấm và ngọt. Hiếm khi sơn móng nhưng cực kỳ ấn tượng với gam xám trung tính của Lancôme Vernis in Love Nail Polish in Gris Angora vì nó rất dễ kết hợp. Chỉ dùng lược của Mason Pearson kể cả khi đi du lịch vì chúng có tuổi thọ rất lâu.

KRISTEN STEWART



Không phải “fan cuồng” của nước hoa nhưng hiện đang “nghiện” mùi hương Florabotanica của Balenciaga. Không thích các kiểu tóc trang nhã, thích lối để tóc tự nhiên như các cô gái trên bãi biển. Hiếm khi chải tóc. Thích dùng gel xịt tóc của Bumble and Bumble (surf spray). Dùng mascara đen của Calvin Klein.

MIRANDA KERR



Thích màu đỏ hoàn hảo của CHANEL Rouge Coco Shine Hydrating Sheer Lipshine in Rebelle. Yêu mùi hương đậm nhưng thanh lịch và quyến rũ của TOM FORD Santal Blush Eau de Parfum (mùi đàn hương và hoa). Một chuyên gia trang điểm người Nhật đã gợi ý cho cô về mascara HELENA RUBINSTEIN Surrealist EverFresh Mascara và Miranda gật đầu ngay sau khi thử.



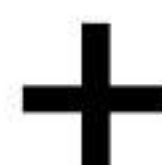
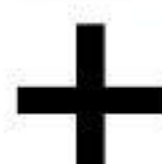
RIHANNA



Những món đồ yêu thích của Rihanna: kem dưỡng huyền thoại của La Mer (Moisturizing Gel Cream), phấn nền Giorgio Armani Luminous Silk Foundation, sơn móng CND Colour màu Gold Chrome.



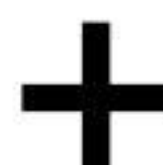
TAYLOR SWIFT



Đôi môi đỏ đặc trưng của Taylor được tạo ra bởi son CoverGirl LipPerfection in Hot – màu đỏ tươi sáng. Gel xịt tóc L'Oréal Elnett hiện đang là sản phẩm được ưa chuộng của cô nàng. Sơn móng thay đổi theo mùa. Còn nước hoa vẫn đang trung thành với mùi hương của chính mình: Wonderstruck Enchanted.



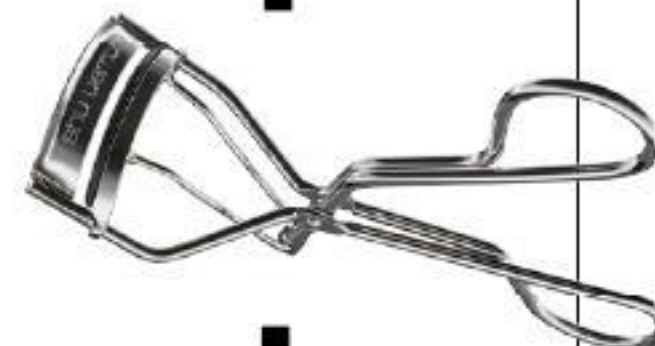
IVANKA TRUMP



Không khi nào đi du lịch mà thiếu những món đồ sau: bộ kit dưỡng ẩm và chăm sóc da của Tammy Fender, kem chống nắng La Roche-Posay's Anthelios, kem che khuyết Estée Lauder Smoothing Crème Concealer, mascara Trish McEvoy High Volume và son dưỡng môi ChapStick.



CATHERINE ZETA-JONES



Nhắc đến Elizabeth Arden Prevage Face Anti-Aging Serum trong nhiều bài phỏng vấn vì khả năng chống lão hóa của nó khiến cô ngạc nhiên. Dùng nhiều màu sơn móng khác nhau nhưng luôn quay về với sơn hồng cổ điển của Essie (Ballet Slippers). Dùng kẹp mi của Shu Uemura và chưa có ý thay đổi.

BẢO VỆ DA MÙA NẮNG

BẠN ĐÃ CÓ KẾ HOẠCH BẢO VỆ LÀN DA CỦA MÌNH TRONG MÙA HÈ?

Chúng ta đều biết, tia UV (tia cực tím) có thể coi là kẻ thù số 1 của làn da. Khi tiếp xúc, tia UV sẽ làm cho da không đều màu, bị sạm đen, cháy nắng, nám và tàn nhang. Chưa hết, tia UV còn có khả năng đi sâu vào lớp thân bì, có khả năng thay đổi cấu trúc collagen khiến da bị chùng giãn và chảy xệ. Từ đó, làn da sẽ có sự xuất hiện nếp nhăn mờ, rồi xuất hiện nếp nhăn sâu và kéo theo tình trạng da lão hóa. Vì thế, Style xin chia sẻ một vài thông tin có liên quan đến tia UV nhằm giúp các bạn có cách bảo vệ làn da của mình tốt hơn.

TÁC HẠI CỦA TIA UV

Thực chất, tia UV được chia làm ba loại: Tia UV A, tia UV B và tia UV C. Thực ra, tia UV C không tác động đến làn da vì chúng được hấp thụ bởi tầng ozon, nhưng nếu tầng ozon bị thủng, tia UV C sẽ tác động trực tiếp đến da và khả năng gây ung thư cho da bạn rất cao. Trong khi đó, tia UV B, chỉ chiếm khoảng 5% lượng tia UV, tác động trực tiếp trên da. 70% tia UV B tấn công khắp bề mặt da. Trong một cuộc khảo sát mới đây, khoảng 80% phụ nữ từ 18 tuổi trở lên nói rằng họ có tiếp xúc hoặc phơi nắng lâu ngày mà không bảo vệ da, đều xuất hiện tình trạng đỏ, rát và bong da.

Các chuyên gia về da liễu cho rằng, theo thời gian, những tổn hại này sẽ là mầm mống gây nên tình trạng ung thư da. Còn trước mắt, da dễ xuất hiện nếp nhăn, nám khi bước qua độ tuổi lớn hơn. Và 20% tia UV B nữa tấn công toàn bộ lớp biểu bì, gây ức chế tế bào hệ miễn dịch dẫn đến DNA bị tổn hại. Ngay cả người da màu vẫn dễ bị tổn hại đến cơ chế hệ miễn dịch của cơ thể. Tổn hại này

được thể hiện rõ trên da ở vùng mặt, mắt, khuỷu tay, lưng... Cuối cùng, 10% còn lại của tia UV B có khả năng đi sâu xuống lớp thân bì, làm suy giảm về số lượng và chùng giãn hai sợi collagen và sợi đàn hồi khiến cho da mất đi sự săn chắc. Từ đó, hình thành nếp nhăn sâu, gây tổn hại nặng nề cho da.

Tia UVA tác động toàn bộ trực tiếp vào lớp thân bì, gây hại cho sợi elastin (sợi đàn hồi) giúp cho da đàn hồi, vì vậy da dễ bị nhăn, teo đồng thời kích thích các enzyme tyrosinase phát triển nhanh thành những gốc tự do để chuyển hóa thành hắc tố melanin từ tế bào melanocyte, kích thích nhanh quá trình lão hóa. Có thể nói, tia UV A gây ra tình trạng lão hóa da sớm và tối màu da.

HOẠT ĐỘNG CỦA TIA UV

Nhiều người cho rằng chỉ cần mặc quần áo, đeo khẩu trang kín là có thể thoát khỏi tia UV. Quan điểm này thật sai lầm vì theo các chuyên gia nghiên cứu, tia có khả năng xuyên qua vải vóc và kính và làm tổn hại đến da bạn.

Cũng có bạn cho rằng vào những ngày trời râm mát, họ có thể an tâm tung tăng ngoài đường mà không sợ tia UV. Quan niệm này cũng sai nữa vì ngay cả trời có sương, tia UV vẫn hoạt động và gây ảnh hưởng đến da. Trời râm mát thì tia UV sẽ hoạt động nhưng ở mức độ nhẹ hơn trời nắng, chứ hoàn toàn không phải là tia UV “ở nhà ngủ” nhé, vì thế bạn vẫn nên cẩn thận.

Theo nghiên cứu, so với những ngày nắng, tỉ lệ UV xuyên qua ngày có mây là 54% và vào những ngày nắng là 81%. Đặc biệt, vì UV A

xuyên qua mây, sương mù, cửa kính và màn cửa, do đó việc bảo vệ da chống lại tia UV ngay cả những ngày có mây là điều cần thiết.

Thậm chí, kể cả khi bạn lặn dưới nước cũng không thoát được tia UV. Có đến 70% các tia UV có khả năng xuyên qua nước. Theo khảo sát, 60-80% tia UV có thể truyền qua 30 cm đầu tiên kể từ mặt nước. Hơn nữa, nước phản chiếu 100% tia UV (tỉ lệ này ở cát là 25%) nên nếu bạn có đứng cạnh ao, hay biển, hay bể bơi thì cũng nên cẩn thận bảo vệ làn da của mình.

Khi làn da bị tia UV “hãm hại”, chúng sẽ làm cho da mất đi độ ẩm và khả năng giữ độ ẩm tự nhiên của làn da yếu dần đi. Khi thiếu độ ẩm, da sẽ trở nên khô và thiếu đi sự rạng rỡ vì sự gia tăng của nhiều lớp sừng nằm chồng chất lên nhau. Bên cạnh đó, da khô sẽ hạn chế sự bài tiết mồ hôi và bã nhờn, dẫn đến lớp sừng bị bong tróc nhanh hơn. Từ đó, da trở nên mỏng manh, ít có khả năng tự bảo vệ dưới bất kỳ tác nhân gây hại của môi trường bên ngoài.

CẦN THIẾT PHẢI BẢO VỆ DA?

Trước tiên, chúng tôi muốn bạn biết một sự thật rằng tia nắng hoàn toàn không gây hại như các bạn vẫn nghĩ. Ngược lại, chúng giúp da tăng khả năng hấp thụ vitamin D, đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành phát triển xương, giúp xương săn chắc. Nhưng, thời điểm tia nắng tốt cho da chỉ kéo dài tới trước 8 giờ sáng. Còn ngoài thời gian đó, tốt nhất bạn nên tăng cường cho mình một biện pháp bảo vệ da tốt nhất. Theo chúng tôi, bạn hãy sử dụng kem chống nắng hàng ngày trước khi tiếp xúc với tia nắng 15 phút, lưu

ý nên chọn những sản phẩm chống nắng có PA+++ (thể hiện sản phẩm bảo vệ da trước tia UVA ở mức cao nhất).

Như các bạn đã biết, kem chống nắng là một sản phẩm mỹ phẩm chứa nhiều thành phần mà có khả năng phản chiếu hoặc hấp thụ tia cực tím. Do vậy, khi da bị tác động, lớp kem này sẽ ngăn chặn tia cực tím đi vào trong da, nhờ đó, da giảm sự tổn thương từ tia nắng. Thực ra, cũng có nhiều loại kem chống nắng khác nhau nhưng các bạn cũng nên hiểu rằng chỉ số SPF không liên quan gì đến “chất lượng chống nắng” nhé. Kem chống nắng càng cao (chỉ số SPF) chỉ thể hiện thời gian bảo vệ da bạn trước tia nắng. Ở Việt Nam, mức độ SPF 50 là đủ để bảo vệ da khoảng tám tiếng.

Tuy nhiên, ngoài kem chống nắng, chúng tôi cũng khuyên bạn nên dùng thêm những sản phẩm chứa khoáng chất, vitamin cần thiết để bảo vệ trước tác hại của ánh nắng. Vì thế, bạn nên chọn những sản phẩm có chứa những thành phần: homosalate, C12-15 Alkyl Benzoate, Butyl Methoxydibenzoylmethane... Đây là những thành phần có công dụng hấp thụ các tia cực tím trên da, do đó sẽ tránh cho da bị tổn thương. Bên cạnh đó, cần bổ sung thêm vitamin C, E thông qua trái cây, thực phẩm chức năng để gia tăng khả năng đề kháng của da.

Cuối cùng, chúng tôi chúc bạn luôn có một làn da khỏe mạnh trong mùa hè này.

Kem chống nắng bảo vệ da mặt, không gây bóng nhờn SPF 50, PA+++.

Giá: 450.000 đồng/tuýp 50ml
(đã giảm 34% từ giá 680.000 đồng).
Chỉ áp dụng tới ngày 31/06/2013.



Chai xịt chống nắng bảo vệ cơ thể SPF50+, PA+++.
Giá: 510.000 đồng/chai 200ml.



Kem chống nắng ngăn ngừa sạm da, chống ô nhiễm SPF50, PA+++ (có tông màu da tự nhiên).

Giá: 500.000 đồng/ tuýp 30ml (đã giảm 18% từ giá 610.000 đồng). Chỉ áp dụng tới ngày 31/06/2013.)



NASHI ARGAN

Landoll đã nghiên cứu chuyên sâu các thuộc tính và thành phần tự nhiên của dầu Argan. Từ đó, Landoll đã cho ra mắt tinh dầu dưỡng tóc Nashi Argan và dòng sản phẩm chăm sóc tóc cao cấp Nashi Argan. Những trải nghiệm sản phẩm thực tế đã cho thấy được công dụng tuyệt vời của dòng sản phẩm Nashi Argan. Đơn giản, bạn chỉ cần thoa vài giọt tinh dầu Nashi Argan vào mỗi buổi sáng hoặc sau khi gội đầu trên tóc khô hay ướt thì mái tóc ngay lập tức sẽ trở nên bóng mượt, vào nếp, giảm tối đa hiện tượng gãy rụng và chẻ ngọn trong cả ngày. Để tăng thêm lựa chọn bảo vệ con người toàn diện hơn, dòng sản phẩm Nashi Argan đã có thêm sản phẩm kem dưỡng da tay cao cấp với thành phần cũng chính là tinh dầu Nashi Argan, có tác dụng nuôi dưỡng và tái tạo làn da tay khi phải tiếp xúc nhiều với hóa chất. Sản phẩm này cũng sẽ xuất hiện trong hộp quà tặng phiên bản đặc biệt Nashi Argan Gold Limitation được tư vấn và bán tại các hệ thống salon tóc chuyên nghiệp trên toàn quốc.

BIO THERM

Biotherm vừa chính thức giới thiệu gel làm tan mỡ vùng da sần Biotherm Celluli Eraser. Cellulite là những phần mỡ thừa tích tụ dưới da qua năm tháng trên cơ thể tạo nên những vùng da sần. Để loại bỏ cellulite, những phần mỡ thừa cần được ngăn chặn. Những nhà khoa học của Biotherm phát hiện ra rằng chiết xuất tảo biển Corallina Officinalis đến từ bờ biển Atlantic và chiết xuất thành phần caffeine tinh chất có khả năng tạo một rào cản, ngăn ngừa sự hình thành tích mỡ của các mô da, tạo nên hiệu quả lâu dài. Biotherm Celluli Eraser dạng gel màu xanh lá, thoa lên cơ thể sáng/tối trên những vùng tích tụ cellulite nhiều nhất (dưới cánh tay, mông, đùi...) liên tục trong vòng một tháng, da bạn sẽ trở nên săn chắc đến không ngờ. Biotherm đã thử nghiệm trên 54 người phụ nữ trong 04 tuần, 26% dấu hiệu cellulite mờ đi trông thấy. Giá: 1.160.000 đồng.



TIN TỨC

Style / Tháng 5-6/2013



BOURJOIS

Là tín đồ của mỹ phẩm Bourjois, chắc hẳn ai cũng biết sản phẩm phấn má hồng đã được sản xuất theo công thức đặc trưng của riêng Bourjois. Nay, với công thức cải tiến mang lại nhiều công dụng hơn cho người dùng, Bourjois - Paris giới thiệu sản phẩm má hồng dạng kem Blush Cream, một phát minh mới về cấu trúc kem cực kỳ mềm mịn. Điều này sẽ giúp bạn dễ dàng sử dụng và dễ tán đều trên da, tạo khối cho gương mặt thật tự nhiên. Chiết xuất từ quả xoài trong sản phẩm giúp tăng cường độ ẩm và kháng viêm cho làn da bóng khỏe nhưng vẫn nhẹ nhàng tự nhiên. Sản phẩm có bán tại hệ thống cửa hàng Bourjois trên toàn quốc với giá 330.000 đồng.

COLLAPLUS

Các tổn thương ở da sau phẫu thuật, chấn thương, phỏng, vết cắt hay trầy xước... thường để lại sẹo. Tuy không nguy hiểm nhưng rõ ràng sự "hiện diện" của sẹo sẽ ảnh hưởng ít nhiều đến sự tự tin của mỗi người. Trong nhiều năm nghiên cứu, công ty Rohto-Mentholatum đã không ngừng cho ra đời những sản phẩm chăm sóc sức khỏe an toàn, được người tiêu dùng tin nhiệm. Vừa qua, Rohto-Mentholatum Việt Nam tiếp tục giới thiệu giải pháp chuyên biệt sẹo mang tên ScarZ Solution với thành phần đột phá cải thiện sẹo hiệu quả Collapplus. Collapplus được nghiên cứu và bào chế bởi các chuyên gia của Rohto Research Village Nhật Bản - áp dụng phương pháp thủy phân đặc biệt giúp tinh lọc những thành phần thanh khiết và hiệu quả nhất từ đậu nành. Ứng dụng Collapplus kết hợp cùng Allantoin, Vitamin B3 và C, Sodium Hyaluronate, ScarZ Solution không những hỗ trợ làm phẳng, mờ sẹo mà còn tái tạo và giúp da đều màu.



ULTHERAPY

Neoasia Việt Nam đã tổ chức hội thảo "Nâng da mặt và cổ bằng sóng siêu âm hội tụ" bởi công nghệ mới Ultherapy, với sự tham gia của Tiến sĩ, bác sĩ Michael Howard Gold, chuyên gia đầu ngành lĩnh vực thiết bị laser và thẩm mỹ ở Mỹ. Ultherapy là một trong những công nghệ làm trẻ hóa da được đánh giá vượt trội nhất hiện nay trên thế giới. Ultherapy là một công nghệ sử dụng năng lượng sóng siêu âm hội tụ vi điểm, kích thích sản sinh collagen và elastin mới dưới da, kết quả làm cho da săn chắc và nâng mô dưới da sau 2-3 tháng điều trị, giúp bạn lấy lại sự trẻ trung và đường nét của gương mặt, sự cải thiện này sẽ tiếp tục đến sáu tháng và được duy trì hơn năm sau điều trị. Với công nghệ trẻ hóa da từ bên trong này, bệnh nhân có thể lấy lại tuổi thanh xuân theo tiến trình tự nhiên, mà không cần phải trải qua những cuộc phẫu thuật thẩm mỹ, thời gian nghỉ dưỡng và phục hồi sau điều trị, phù hợp với nhu cầu của người bận rộn và nền kinh tế hiện nay.



BOBBI BROWN

Bộ sưu tập theo mùa Sea Pearls được lấy cảm hứng từ đại dương - một trong những nguồn ý tưởng yêu thích của Bobbi Brown. Từ những ánh nhũ tuyệt đẹp của ngọc trai cho đến màu xanh mờ của sỏi biển, tất cả đều là những mảng màu tinh tế làm nổi bật và rạng ngời làn da. Kết hợp phấn mắt nhũ màu xanh biển với son môi màu san hô để có một phong cách thật đẹp và tươi tắn. Phiên bản giới hạn

của phấn mắt Shimmer Brick là sự kết hợp 10 màu mắt vào bảng màu nhũ theo sắc màu pastel từ vàng đến hồng và xanh. Đây là một trợ tá cơ bản cho mắt. Bạn có thể dùng cọ Eye Shadow để đánh một màu riêng lẻ lên phần mí dưới để có một cái nhìn lấp lánh đầy tinh tế, hoặc quét cọ Eye Shadow qua tất cả các màu trong palette để có một ánh nhìn thật sáng. Giá: 1.750.000 đồng.

LANCÔME

Với hơn 130 giải thưởng trên toàn thế giới, Génifique của Lancôme đã trở nên quá thân quen với người sử dụng về cả tính năng lẫn hiệu quả chỉ sau bảy ngày sử dụng, trả lại nét thanh xuân cho làn da, được các khách hàng thân quen của Lancôme ưu ái gọi là "Chiếc lọ đen nhỏ thần kì". Hơn thế nữa, Advanced Génifique mới còn cho phụ nữ một khía cạnh khác của tuổi thanh xuân với 10 dấu hiệu của sự tươi trẻ, những dấu hiệu mà ta hoàn toàn có thể nhìn thấy được và cảm nhận được, để biết rằng Advanced Génifique hoàn toàn có thể cải thiện nét tươi trẻ trên làn da của phụ nữ, cho hiệu quả rõ rệt. Ngoài ra, luôn dẫn đầu về công nghệ, Advanced Génifique được thiết kế với ống lấy tinh chất thông minh - lấy đủ một lượng tinh chất cần thiết cho 1 lần sử dụng của bạn chỉ bằng một cái vận nắp.



LA MER

Nhãn hàng sinh ra từ đại dương, La Mer tự hào chia sẻ những nỗ lực của mình chào mừng ngày World Oceans Day tại khách sạn Sofitel Saigon, Presidential Suite. La Mer chào mừng ngày World Oceans Day 2013 bằng việc truyền thông trên toàn thế giới qua hai tổ chức danh tiếng nhất, National Geographic Society và tổ chức Oceana. Hơn thế nữa, sản phẩm được khao khát nhất của La Mer, kem dưỡng ẩm hũ 100ml phiên bản giới hạn với thiết kế mới hiện đại được sản xuất để gọi nhớ về tầm quan trọng của ngày World Oceans Day sẽ có mặt tại Việt Nam vào tháng 6 năm 2013. La Mer đã tài trợ hai tổ chức hàng đầu trên thế giới đại diện cho các đại dương, National Geographic Society và Oceana. Theo bà Sandra Main, Tổng giám đốc của La Mer, đại dương là một phần không thể thiếu của di sản thương hiệu La Mer, và La Mer luôn mong muốn đẩy mạnh hơn nữa các chương trình giúp bảo tồn các đại dương.



LOLITA LEMPICKA

Hương thơm Lolita Lempicka kết hợp hương hoa phương Đông và phương Tây, cho thời gian lưu hương kéo dài đến tám tiếng. Thiết kế vỏ chai của Lolita Lempicka khá độc đáo, với chi tiết uốn lượn mang cảm hứng từ cổ tích cùng những ý nghĩa đặc biệt dành cho các quý cô nữ tính. Lolita Lempicka đang có ưu đãi giảm 10% cho những dòng nước hoa size 80ml, 100ml cùng quà tặng bất ngờ tại cửa hàng tại Diamond Plaza và các trung tâm thương mại Parkson.

OPI

Nhãn hàng OPI - chuyên gia chăm sóc móng hàng đầu thế giới đến từ Mỹ, đã có mặt tại hơn 110 quốc gia trên khắp 06 châu lục, chính thức giới thiệu Salon thứ 6 tại Việt Nam vào ngày 20/5/2013 tại Parkson CT Plaza. Salon OPI tại Parkson CT Plaza là nơi bán các sản phẩm sơn móng, dưỡng móng, dưỡng da tay, chân chất lượng chính hãng của OPI. Salon OPI cũng giới thiệu các dịch vụ cắt da, chăm sóc móng... dành cho phái đẹp sử dụng sản phẩm chính hãng OPI. Với thể mạnh về các dòng sản phẩm này, OPI tin rằng sẽ mang đến cho phái đẹp làn da tay, chân mềm mại và được phủ những màu sắc hợp mốt nhất. Trong tuần đầu khai trương, OPI tặng tất cả các khách hàng voucher dịch vụ 200.000 đồng.



CÁCH MỚI ĐỂ THOẠI KEM CHỐNG NẮNG

Khánh

Các nhà khoa học vừa tìm ra một cách giúp gia tăng hiệu quả của kem chống nắng gấp nhiều lần.

Bạn, cũng như tôi, đã thuộc nằm lòng “luật” của kem chống nắng: hãy thoa một lớp dày từ 30 phút đến một tiếng trước khi bước ra những vùng nắng gay gắt, như bãi biển hay khi đi dã ngoại ngoài trời. Nhưng các nhà khoa học vừa tìm ra một cách thú vị để nâng hiệu quả của kem chống nắng lên gấp đôi.

Khi thoa kem chống nắng liên tục trong nhiều ngày, các thành phần tích cực có thể tích lũy trên da đủ để nâng cao chỉ số SPF và mang đến kết quả bảo vệ tốt hơn, theo một nghiên cứu mới của khoa Da liễu tại Bệnh viện Bispebjerg ở Copenhagen (Đan Mạch).

Hai mươi lăm người tình nguyện thoa kem chống nắng trên lưng trong năm ngày. Nhóm đầu tiên thoa kem một lần một ngày, trong khi nhóm sau thoa kem ba lần một ngày. Kết thúc cuộc thử nghiệm, những người thoa kem ba lần một ngày được bảo vệ hơn 57% so với nhóm đầu tiên (Cũng với sản phẩm kem chống nắng giống nhau và có cùng chỉ số SPF). Rõ ràng, các chất chống nắng đã lưu lại trên da (thậm chí qua đêm) và gia tăng mức độ bảo vệ sau mỗi lần thoa, kéo dài chỉ số SPF. Điều này có nghĩa là, nếu bạn có kế hoạch ra biển vào thứ sáu thì hãy thoa kem chống nắng toàn thân ngay từ đầu tuần, hoặc ít nhất hai ngày trước khi ra biển.

Nhưng lẽ nào chúng ta sẽ thoa kem chống nắng và không tắm trong ba ngày để giữ gìn hiệu quả của nó? Thật may, các nhà khoa học của Bispebjerg đã giải đáp câu hỏi này: hầu hết xà phòng và sữa tắm mà chúng ta đang dùng không đủ mạnh để tẩy sạch những thành phần chống nắng mạnh nhất không hòa tan trong nước, trong đó có titan dioxide – một thành phần rất

phổ biến trong kem chống nắng phổ thông. Tất nhiên, hãy nhớ không nên tẩy da chết trong thời gian này. Tẩy da chết có thể cuốn trôi từ các tế bào chết cho đến các thành phần chống nắng còn lưu giữ trên da.



STYLE
116

1. Lancôme SPF 50 PA+++ BB Complete Kem chống nắng lót nền trang điểm. *Giá 1.100.000 VND* **2. Biotherm** Brume Solaire Lactée SPF 50, xịt chống nắng thành phần chiết xuất từ tảo biển H. Pluvialis có khả năng chống ôxy hóa gấp 100 lần vitamin E. *Giá 950.000 VND.* **3. Chanel** UV ESSENTIEL SPF 50 PA+++ Kem chống nắng toàn diện. *Giá 1.462.000 VND.* **4. Lotion chống nắng Avene** bảo vệ tối đa SPF 50+ (dành cho da kích ứng). *Giá 793.000 VND.* **5. Whoo** InHae Yoon Sun Cream SPF 50, kem chống nắng an toàn cho da nhạy cảm. *Giá 1.060.000 VND*

hi-tech

May - June 2013





NHỮNG CÂU CHUYỆN **MÀU SẮC**

Hồng Hải

**XE HƠI ĐƯƠNG ĐẠI ĐÂU CHỈ CÓ KHOÁC
LÊN MÌNH SẮC ĐEN VÀ TRẮNG, MỖI MỘT MÀU
SẮC ĐỀU LÀ MỘT THÔNG ĐIỆP TRUYỀN TẢI KHÁ
NHIỀU Ý NGHĨA ẨN CHỨA BÊN TRONG
CHIẾC XE ĐÓ.**



Khách hàng ngày nay thường chọn mua xe thông qua mạng Internet. Họ có thể đặt màu sơn, chọn kiểu nội thất hay các tùy chọn nâng cao mà không cần trực tiếp đến đại lý. Như vậy họ sẽ tiết kiệm được khá thời gian và công sức cho dù không phải khi nào cũng có thể có xe ngay lập tức. Kỳ lạ là khi mua xe mới, họ không chú ý ngay tới động cơ hay kiểu dáng mà 77% khách hàng để ý đến màu sắc đầu tiên khi chọn mua một chiếc xe hơi...

Giống một người phụ nữ muốn khoe vẻ đẹp của mình, khối sắt thép cũng cần những bộ “xiêm y” rực rỡ để tạo dấu ấn riêng. Thực ra, chẳng có một quy chuẩn nhất định nào về màu sắc hay cách sử dụng màu sắc trong thế giới xe. Có chăng văn hoá Á Đông và những quan niệm phong thủy ảnh hưởng tới việc này mà thôi. Ví dụ như

người mệnh Thổ sẽ chọn màu cam, vàng, người mệnh Mộc sẽ chọn màu xanh... Nhưng theo kết quả nghiên cứu của PPG Industries trong năm 2011, màu trắng mới là sự lựa chọn hàng đầu tại Mỹ và châu Âu. Tiếp theo sau đó là màu bạc và đen. Theo kết quả ghi nhận, 22% lượng xe bán ra là màu trắng, màu bạc và màu đen chiếm lần lượt 20% và 19%. Tại khu vực châu Á màu bạc và màu trắng đứng đầu các nghiên cứu.

Những ý niệm truyền thống

Trong các chiến dịch truyền thông ăn sâu vào tâm trí của nhiều người thì mỗi màu sắc trên xe hơi lại bao hàm một ý nghĩa đặc trưng khá thú vị. Khi ra mắt những chiếc xe ít khí thải, tiêu thụ nhiên liệu thấp, các nhà sản xuất thường khoác lên mình những chiếc xe đó màu xanh lá tươi tắn. Màu xanh

lá mang một ý nghĩa rất tự nhiên, ở bất kỳ nơi nào có màu xanh thì nơi đó đều có sự sống. Ví dụ tiêu biểu là chiếc xe Porsche Cayman R với màu xanh lá mạ. Chắc chắn ngay từ đầu hãng xe đến từ nước Đức xa xôi sẽ không nhắm vào những người mệnh Mộc (hợp với màu xanh – theo quan niệm Á Đông) mà chỉ muốn nhấn nhủ rằng cho dù là một mẫu xe thể thao thì nó cũng rất “xanh” và không gây hại tới môi trường.

Tuy nhiên các thương hiệu xe thể thao thường lựa chọn những tông màu sặc sỡ thu hút thị giác. Màu đỏ từ lâu đã trở thành màu sắc truyền thống của siêu xe Ferrari trong khi màu cam và vàng luôn sánh đôi cùng với Lamborghini. Từ những năm 1989, 80% xe Ferrari đều mang màu sơn đỏ. Xa hơn thế, màu đỏ còn là màu đặc trưng của tất cả những chiếc xe đua có xuất xứ từ đất nước hình chiếc ủng.



22% LƯỢNG XE BÁN RA LÀ MÀU TRẮNG, MÀU BẠC VÀ MÀU ĐEN CHIẾM LẦN LƯỢT 20% VÀ 19%. TẠI KHU VỰC CHÂU Á MÀU BẠC VÀ MÀU TRẮNG ĐỨNG ĐẦU CÁC NGHIÊN CỨU.

Trước Ferrari thì ‘những người đồng hương’ như Alfa Romeo hay Maserati đã sử dụng màu sắc này. Ngày nay, không chỉ Ferrari mà rất nhiều dòng xe thể thao khác nhau cũng đều ưa chuộng sắc màu mạnh mẽ này nhưng Ferrari vẫn là hãng xe xứng đáng với màu đỏ nhất. Có thể khẳng định màu đỏ cũng là một phần truyền thống của thương hiệu chuyên sản xuất những siêu xe hàng đầu thế giới.

Ở phân khúc xe sang, cách chọn màu sắc khá truyền thống và cổ điển. Cho dù hãng sản xuất đưa ra lời đề nghị chế tác chiếc xe hoàn toàn theo yêu cầu, những vị khách hàng khó tính cũng sẽ không dùng màu xanh, cũng không phải vàng mà sẽ là những màu cơ bản. Với họ, những chiếc xe sang đen tuyến gợi cảm giác bí ẩn và lịch lãm trong khi những chiếc xe màu trắng toát lên sự quý phái và sang trọng. Nhưng đôi khi những chiếc xe màu ghi là sự lựa chọn cân bằng để chủ nhân có thể sử dụng chúng trong mọi hoàn cảnh. Hãy nhìn những chiếc Rolls-Royce hay Bentley sang



và đắt nổi tiếng đến từ nước Anh bảo thủ, chắc chắn những màu sắc buồn tẻ cứ lặp đi lặp lại đến phát ngán. Nhưng công bằng mà nói đẳng cấp và giá trị của những chiếc xe sang chẳng cần phải dùng tới màu sắc lòe loẹt để làm cho chúng thêm nổi bật.

Những cuộc chơi mới.

Gần đây, màu nâu cũng được coi là một thứ gia vị mới dành cho những khách hàng thích thể hiện đẳng cấp sang trọng. Các hãng xe Đức cao cấp thường lựa chọn màu nâu để nhắc tới phiên bản đặc biệt của một dòng xe nào đó. Hãng BMW rất ưa thích sử dụng màu nâu ánh kim cho chiếc sedan cỡ lớn 7-Series, Porsche lại chọn màu cà phê sữa dành cho chiếc Panamera coupe bốn cửa. Ngụ ý của họ là muốn nhắm tới những khách hàng trung niên đứng tuổi mà vẫn không mất đi sự sang trọng quyền quý. Ngoài các màu sắc dễ nhận biết trên, xe hơi còn có một chiếc áo khá lấp lánh đó là chrome. Thực tế chrome không phải là một màu, đó là một lớp mạ lên

bề mặt kim loại của xe hơi. Mạ chrome khiến cho chiếc xe bóng bẩy hơn bất kỳ thứ sơn nào khác, nó biến chiếc xe thành một tấm gương di động giữa phố. Chrome thường chỉ có ánh bạc nhưng cũng có thể có nhiều màu khác, thậm chí kim loại vàng cũng được trộn vào để tăng độ xa xỉ cho chiếc xe. Chrome chưa thấy đưa lên dây chuyền sản xuất hàng loạt nhưng rất được các tay độ xe ưa thích sử dụng nhằm thể hiện cá tính của bản thân. Chẳng riêng gì những chiếc siêu xe đắt tiền mà ngay cả những chiếc xe độ bình dân cũng có thể toả sáng nhờ chrome.

Về nội thất, màu sắc được ưa chuộng nhất hiện nay vẫn là màu đen. Cho dù sự lên ngôi của nội thất màu be hay nâu trông thật ấn tượng và sang trọng nhưng màu đen vẫn là lựa chọn hàng đầu. Một đặc điểm có lẽ khá quan trọng đó là màu đen mang lại cảm giác sạch sẽ và sang trọng, khi sử dụng lâu màu sắc vẫn bền trong khi nội thất màu be hay các gam màu sáng dễ bị bắt bụi và khó vệ sinh. Màu đen đều dễ dàng kết hợp với các chi

tiết trang trí ốp gỗ tăng vẻ sang trọng hay ốp kim loại tạo cảm giác thể thao trẻ trung. Trong top 10 nội thất xe đẹp nhất 2012 thì có tới 9/10 xe dùng màu đen làm chủ đạo.

Màu sắc có thể nói là cách thể hiện cá tính nhanh và rõ nhất của một chiếc xe. Nếu cả thế giới xe chỉ có một màu đen và trắng, có lẽ mọi thứ thật buồn tẻ. Nhưng nếu những chiếc xe sang như Phantom phải sơn màu vàng hay tím thì điều đó cũng thật lố bịch.

121

STYLE

Smart-phone cho tín đồ màu sắc

Khôi Nguyễn

Không chỉ đóng vai trò liên lạc hay kết nối mạng xã hội, những chiếc smartphone ngày nay còn là phụ kiện thể hiện phong cách, cá tính của người sử dụng. Bên cạnh sự đầu tư về tính năng, hiệu quả tương tác hay cập nhật công nghệ tiên tiến, các hãng sản xuất điện thoại cũng không ngừng cải tiến mẫu mã để thỏa mãn nhu cầu thay đổi không ngừng của các tín đồ thời trang. Hãy cùng Style điểm qua một số kiểu dáng nổi bật nhé!



Sony Xperia SP



SONY XPERIA SP

Giá 9,9 triệu đồng

Xperia SP mang đến màn trình diễn công nghệ độc đáo với dải nhựa trong suốt nằm sát cạnh dưới của máy, đèn LED nằm ở chính giữa sẽ thay đổi theo điệu nhạc đang nghe, màu sắc có thể được cài đặt tùy sở thích, giúp người dùng biết được có điện thoại đang gọi đến hoặc có tin nhắn mới hay email vừa được gửi. Đặc biệt, màn hình của Xperia SP cho phép sử dụng với găng tay, rất tiện ích cho chị em phụ nữ. Đây là những tính năng khiến những chiếc smartphone khác phải ganh tị, đồng thời chủ nhân của chúng trở thành tâm điểm của đám đông.

Về cấu hình, Xperia SP được trang bị màn hình LCD 4.6 inch 720p tích công nghệ mới nhất BRAVIA® Engine 2 dành cho di động, bộ xử lý Qualcomm Snapdragon MSM8960Pro tốc độ 1.7 GHz cùng đồ họa Adreno 320, bộ nhớ trong 8 GB có thể mở rộng bằng thẻ nhớ microSD. Camera chính của Xperia SP có độ phân giải 8 MP hỗ trợ tính năng chụp và quay video HDR (cùng với nhiều tùy chỉnh chế độ Superior Auto, chụp quét Panorama hay hiệu ứng hình ảnh ấn tượng.



Sony Xperia Z

SONY XPERIA Z

Giá 11,9 triệu đồng

Nổi bật với thiết kế vuông vức, mạnh mẽ, cùng với ánh tím độc đáo, Xperia Z mang đến phong cách thời trang quyến rũ, bí ẩn cho người sử dụng. Một đặc điểm cao cấp nữa khiến người dùng hoàn toàn yên tâm sở hữu chiếc điện thoại này đó chính là khả năng chống nước và chống bụi đạt tiêu chuẩn IP57. Với Xperia Z, bạn hoàn toàn tận hưởng những phút giây khám phá thiên nhiên, đùa giỡn cùng sóng biển, cảm nhận những cơn mưa bất chợt, ấm áp với miền đồi cát hay phiêu lưu miền gió bụi.

Bên cạnh đó, Xperia Z có cấu hình thuộc loại "khủng long bạo chúa": màn hình 5 inch fullHD, vi xử lý Snapdragon S4 Pro lõi tứ tốc độ 1.5GHz, 2GB bộ nhớ RAM cùng 16GB ổ cứng lưu trữ. Mặt sau của máy là camera 13 megapixel, được trang bị cảm biến Exmor RS mới nhất của Sony, hỗ trợ khả năng quay video HDR, chụp ảnh độ phân giải 9 megapixel ở tốc độ 10 khung hình/giây cho đến khi chiếc smartphone này hết pin hoặc không còn dung lượng lưu trữ.

STYLE 123

NOKIA LUMIA 720

Giá 7,250 triệu đồng

Với thiết kế nguyên khối siêu mỏng (9mm), cùng những vỏ màu sắc rực rỡ và màn hình sống động, Nokia Lumia 720 không chỉ đẹp ở bề ngoài, nó còn sở hữu bộ pin siêu khỏe và màn hình cảm ứng có thể sử dụng cả khi đeo găng hoặc dùng móng tay. Điểm nhấn của Lumia 720 sở hữu thấu kính có khẩu độ lớn nhất dòng, f/1.9, với camera 6,7 megapixel sử dụng ống kính Carl Zeiss, hỗ trợ quay video HD 720p 30 hình mỗi giây. Camera phụ ở mặt trước có độ phân giải 1,3 megapixel. Các tính năng chụp hình đặc biệt như Cinemagraph, SmartShot, Panorama hay Nokia City Lens.

Ngoài ra, Lumia 720 còn sở hữu màn hình 4,3 inch, công nghệ cảm ứng siêu nhạy hỗ trợ điều khiển bằng găng tay hay một số vật dụng kim loại. Ngoài ra, máy chạy hệ điều hành Windows Phone 8 với cấu hình sử dụng chip lõi kép tốc độ 1 GHz, pin đi kèm có dung lượng 2.000 mAh. Người dùng cũng có thể trải nghiệm thêm tính năng sạc không dây bằng cách lắp thêm vỏ sạc không dây độc đáo.

3 Nokia-Lumia-720





HTC RHYME

Giá 3,2 triệu đồng

Rhyme là một smartphone gợi cảm, khoác trên mình lớp vỏ màu tím kiêu sa. Với thân hình nhỏ nhắn, mềm mại nhưng đầy cuốn hút, Rhyme không chỉ là một chiếc smartphone mà còn là món trang sức thời trang cho phái đẹp. Rhyme được thiết kế nguyên khối, màn hình super LCD 3,7 inch độ phân giải WVGA, cho hình ảnh hiển thị mịn màng, độ chi tiết cao.

Máy sử dụng vi xử lý tốc độ 1GHz lõi đơn Scorpion, RAM 768MB, đồ họa Adreno 205, cùng kết nối Wi-Fi, Bluetooth và định vị GPS. Ngoài ra, mẫu sản phẩm mới của HTC còn sở hữu màn hình 3,7 inch, độ phân giải WVGA, máy ảnh 5 Megapixel với khả năng quay phim HD, khẩu độ f/2.2 và đèn flash LED cho chất lượng ảnh tốt kể cả trong điều kiện thiếu sáng. Đặc biệt, đi kèm với điện thoại là chân đế cho phép đồng bộ máy và sạc pin điện thoại thông qua giao tiếp ở mặt sau của máy. Để này cũng tích hợp loa và Bluetooth để người dùng nghe nhạc. Máy còn có dây đèn báo tín hiệu HTC Charm và tai nghe Tangle Free chống rối cùng bao da màu trắng.

Samsung Galaxy SIII mini La Fleur



HTC BUTERFLY

Giá 14 triệu đồng

Nổi bật với tông màu đỏ thắm, toàn bộ mặt sau của máy được thiết kế bằng nhựa bóng sang trọng, có phần ảnh hưởng từ thiết kế xe thể thao Ferrari. Một điểm nổi bật trong thiết kế của phiên bản này chính là kết cấu khung dạng nhôm nguyên khối giúp Butterfly tuy có kích thước màn hình 5 inch nhưng lại khá gọn khi cầm trên tay.

Điểm nhấn của HTC Butterfly chính là màn hình Super LCD 3 kích thước 5 inch, hỗ trợ độ phân giải Full HD (1920 x 1080 pixel) được bảo vệ bằng kính cường lực Corning Gorilla Glass 2, cho góc nhìn rộng và tái tạo màu sắc tự nhiên. Ngoài ra, máy còn có vi xử lý Qualcomm Snapdragon S4 Pro lõi tứ tốc độ 1.5 GHz, bộ nhớ RAM 2GB, bộ nhớ trong 16GB có thể mở rộng thông qua thẻ nhớ ngoài. Mặt sau của máy là camera độ phân giải 8 MP sử dụng cảm biến BSI-CMOS với ống kính 28mm f/2.0 tương tự như mẫu One X+. Mặt trước của Butterfly là camera với độ phân giải lên đến 2.1 megapixel và hỗ trợ cả quay video Full HD 1080p.

SAMSUNG GALAXY SIII MINI LA FLEUR

Giá: 6,4 triệu đồng

Thiết kế tinh tế, dịu dàng nhờ những hoa văn, họa tiết hoa lá trang trí trên cả mặt trước và mặt sau máy, kết hợp với hình nền được thiết kế các họa tiết tương đồng làm tôn nét nữ tính của phái đẹp.

Máy được trang bị chip xử lý lõi kép 1GHz, RAM 1GB và bộ nhớ trong 8GB với khe cắm thẻ nhớ mở rộng lên tới 32GB. Màn hình Super AMOLED 4 inch khiến máy nhỏ nhắn, nằm gọn trong lòng bàn tay, thuận tiện khi thực hiện các thao tác sử dụng. Ngoài ra, Samsung đã tích hợp thêm cho SIII mini các ứng dụng S Voice (điều khiển giọng nói). Máy được trang bị cấu hình mạnh, giúp các quý cô thoải mái xử lý văn bản, lướt web, chơi game... Tuy camera chỉ có 5MP, nhưng được tích hợp công nghệ Zero Shutter Lag cho phép chụp được ảnh ngay tại thời điểm bấm nút mà không cần phải chờ vài phần giây để cảm biến có thể nhận đủ sáng và lưu lại hình.



hTC Butterfly

125^{STYLE}

BOB SINCLAR

Đêm tiệc âm thanh sôi động mang đẳng cấp quốc tế với sự thể hiện của một trong những DJ hàng đầu thế giới – Bob Sinclar đã diễn ra tại Blanchy's Tash. Khách mời đã được “phiêu” cùng dòng nhạc Electro sôi động được mix bởi bàn tay tài năng của DJ Bob Sinclar và thưởng thức hương vị êm mượt được làm từ nho Pháp thượng hạng. Giới trẻ Tp. HCM lần đầu tiên được tận mắt chứng kiến và thưởng thức tài năng của một trong những biểu tượng của những đêm tiệc đỉnh cao. Đó là một trải nghiệm tiệc có một không hai qua phong cách hiện đại và tinh tế đầy chất Pháp mà Bob Sinclar mang tới. DJ Bob Sinclar (tên khai sinh Christophe Le Friant, sinh ngày 10/05/1969), là nhà sản xuất âm nhạc, DJ nhạc Electronic Dance, Remixer người Pháp, anh đang sở hữu công ty ghi âm Yellow Productions.



BLUE JAZZ

Trong không gian sang trọng và đẳng cấp của Maxim's club, nghệ sỹ saxophone Trần Mạnh Tuấn đã làm mê đắm lòng người yêu nhạc nơi đây bằng tiếng kèn saxophone đầy mê hoặc của mình qua những ca khúc trữ tình nổi tiếng như Diễm xưa, Một cõi đi về, Biển nhớ của nhạc sỹ Trịnh Công Sơn. Những người yêu nhạc Jazz đã thực sự được tận hưởng một buổi tối cuối tuần đầy trọn vẹn với những thanh âm của người nghệ sỹ tài năng và cùng thưởng thức hương vị tinh túy, đỉnh cao của Blue. Đêm nhạc trở nên trọn vẹn hơn với sự góp mặt của “Nữ hoàng nhạc Jazz” Tuyết Loan. Một Trần Mạnh Tuấn đầy đa diết nhưng không kém phần mãnh liệt bên chiếc kèn Saxophone. Một Tuyết Loan đầy đam mê và phóng khoáng trong từng giai điệu, một không gian đậm chất cổ điển nhưng không kém phần sang trọng của Maxim's club. Tất cả hòa quyện cùng hương vị tinh túy đã tạo nên một không gian không còn gì có thể tuyệt vời hơn thế dành cho những người yêu nhạc Jazz trong buổi tối cuối tuần qua.

MAXIM'S CLUB

Maxim's Club - địa điểm giải trí đẳng cấp của giới thượng lưu, đã được decor lại thành một không gian để những người tinh tế thưởng thức những hương vị tuyệt hảo nhất, không chỉ trong ẩm thực mà còn trong những lĩnh vực khác của cuộc sống. Sau thành công của đêm tiệc trải nghiệm hương vị tuyệt hảo của nghệ thuật kết hợp trong ẩm thực, Maxim's Club tiếp tục mang đến cho các thượng khách những trải nghiệm độc đáo về hương vị tuyệt hảo trong âm nhạc với sự hiện diện của nhạc sỹ Quốc Trung. Trong đêm tiệc, ngoài những chia sẻ về quan điểm, cảm nhận phong cách và cá tính, gout thẩm mỹ và hương vị tuyệt hảo trong âm nhạc, khách mời của đêm tiệc đã cùng trải qua các cung bậc cảm xúc khác nhau qua các giai điệu sâu lắng được trình bày bởi hai ca sỹ Lê Hiếu và Khánh Linh.



VOYAGE À CANNES

Nhằm mang tinh thần tôn vinh nghệ thuật thứ 7 từ LHP Cannes đến Việt Nam cũng như góp phần phát hiện, hỗ trợ các tài năng điện ảnh trẻ trên con đường nghệ thuật, lần đầu tiên RM khởi xướng nên chương trình Voyage à Cannes. Voyage à Cannes lấy cảm hứng từ cột mốc 17 năm hợp tác bền chặt giữa tập đoàn Rémy Cointreau, và Liên hoan phim Cannes danh tiếng. Đây là cuộc hành trình đến Cannes đầy tự hào, hứa hẹn sẽ tạo ra bước ngoặt lớn cho ngành điện ảnh Việt Nam. Voyage à Cannes sẽ là bệ phóng để họ vươn xa, không ngừng tỏa sáng bằng tài năng và đam mê của mình, từ đó góp phần xây dựng nền điện ảnh Việt Nam. Tham gia chuyến đi lần này có đạo diễn Thanh Huy, diễn viên Hồng Ánh... Tại sự kiện ra mắt Voyage à Cannes cũng diễn ra buổi đấu giá cho YxineFF để tổ chức tiệc phim.



TIN TỨC

Style / Tháng 5-6/2013



CEO NIGHT

CEO Night lần thứ 5 đã diễn ra tại Riverside Palace vừa qua với sự góp mặt của 120 doanh nhân thành đạt đến từ mọi lĩnh vực kinh doanh, cùng nhiều gương mặt nổi tiếng trong giới nghệ thuật. Diễn ra thường

niên và gây được tiếng vang trong giới doanh nhân, CEO Night không những là đêm tiệc tôn vinh các CEO, những nhà lãnh đạo có bước tiến đáng ghi nhận, có những đóng góp tích cực cho nền kinh tế đất nước, mà còn là dịp để các doanh nhân gặp gỡ và hội ngộ, chia sẻ các kinh nghiệm kinh doanh quý báu. Ngoài ra, trong đêm dạ tiệc năm nay, sự góp mặt của nghệ sỹ Saxophone Trần Mạnh Tuấn đã đưa các khách mời phiêu linh cùng những tình khúc Jazz tinh tế, đầy ngẫu hứng. Các khách mời của đêm tiệc sẽ tham gia vào chương trình đấu giá đặc biệt gây quỹ từ thiện. Các vật phẩm được bán đấu giá nhằm gây quỹ từ thiện năm nay bao gồm xe BMW series 7, tuyệt phẩm Odyssey của John Walker&Sons, sim tử quý MobiFone, tranh do các em thiếu nhi sáng tác, tranh tĩnh vật của họa sỹ Lê Vượng...

life style

May - June 2013

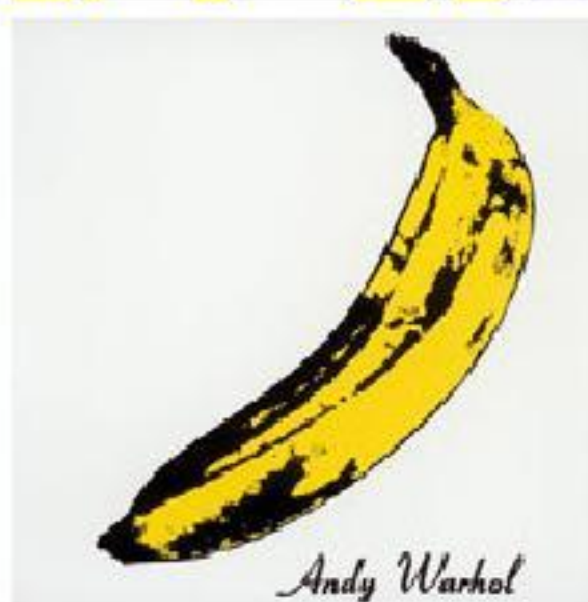
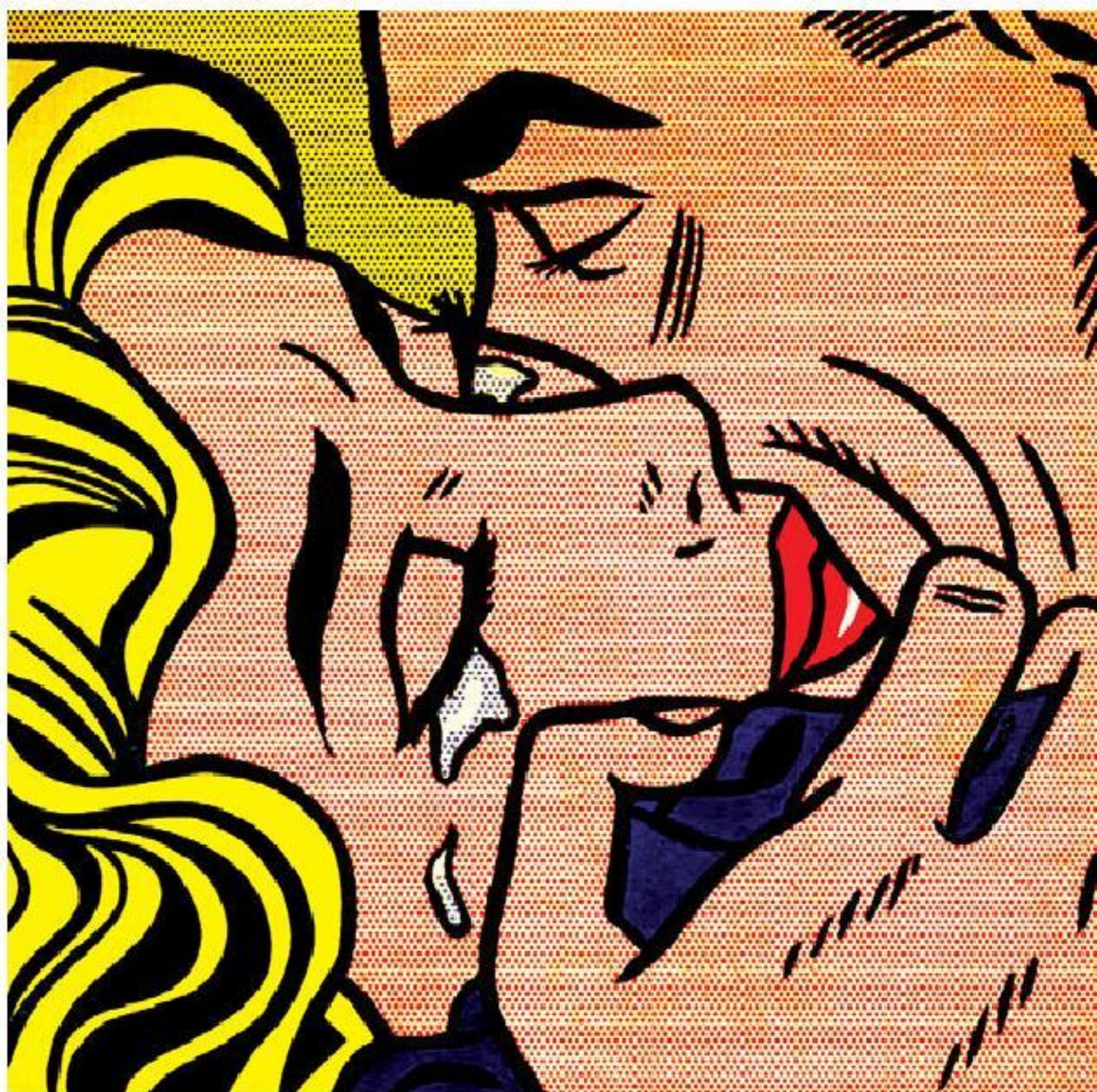
POP ART

GIAU LÊN
TỪ NHỮNG
NÉT VẼ
NGUÊCH
NGOẠC?

Khôi Minh



NẾU THỰC SỰ CÓ
TIỀN VÀ CÓ Ý ĐỊNH
ĐẦU TƯ VÀO CÁC
TÁC PHẨM NGHỆ
THUẬT, HÃY CÂN
NHẮC VIỆC MUA
VÀO NGAY NHỮNG
TÁC PHẨM POP ART
BỞI BIẾT ĐÂU MỘT
NGÀY NÀO ĐÓ
BẠN SẼ GIÀU NHỜ
NHỮNG TÁC PHẨM
NÀY CHỨ KHÔNG
PHẢI VÌ CỔ PHIẾU
HAY VÀNG!





“GẦN NHƯ BẤT KỲ THỨ GÌ THUỘC VỀ ANDY WARHOL HOẶC ĐƯỢC WARHOL CHẠM VÀO CŨNG TRỞ THÀNH VÀNG RÒNG. ”

Đại chúng nhưng giá không rẻ

Một tác phẩm được thực hiện bởi những nét vẽ nguệch ngoạc vào năm 1963, các khối màu trông có phần khá nhăng nhít của Roy Lichtenstein nhưng lại có giá cao hơn rất nhiều so với những tác phẩm đã có tuổi đời lên tới hàng trăm năm. Được đánh giá là một ví dụ điển hình cho giai đoạn đầu của phong trào Pop Art, bức Woman with Flowered Hat đã được mua lại trong một phiên đấu giá tại nhà Christie's với cái giá đắt đỏ tới mức sau khi nghe, bạn sẽ phải tự phân vân lại về khiếu thẩm mỹ mỹ thuật của mình: \$56,1 triệu. Một tác phẩm khác vẫn của Lichtenstein có tên là I Can See the Whole Room!...And There's Nobody cũng được bán với một cái giá kỷ lục \$42 triệu – một mức giá mà bất kỳ Old Master nào đội mồ sống dậy cũng sẽ phải nói: “Sao không ai trả mức giá đó cho tranh của tôi?”

Tuy nhiên, trong thế giới của các nghệ sỹ Pop Art, Roy Lichtenstein chỉ là một cái tên được xếp ở vị trí thứ 02. Vị trí thứ nhất tất nhiên thuộc về Andy Warhol. Không ngoa khi nói gần như bất kỳ thứ gì thuộc về Andy Warhol hoặc được Warhol chạm vào cũng trở thành vàng ròng. Một tác phẩm của ông có tên Eight Elvises (1963) có kích thước khoảng 3,7m, với hình ảnh 08 Elvis Presley được chụp và đặt cạnh nhau - đúng như tên gọi - đã được mua lại vào năm 2008 với một mức giá rất trên trời, trên \$100 triệu. Tuy không được mua lại với cái giá cao tới khủng khiếp như bức Eight Elvises, 04 năm sau, tháng 05/2012, Nine

Jackies (1964) cũng đã được mua lại với cái giá giật mình: \$12.402.500. Tác phẩm cũng không có gì mới lắm khi gồm 09 hình Jackies được đặt cạnh nhau. Cuối cùng, chúng ta có 10 Marilyns (1967), vẫn một kiểu sắp đặt một bức ảnh nhưng với những màu sắc khác nhau ở cạnh nhau – nếu thoát nhìn, dưới con mắt của những người không thông hiểu lắm về nghệ thuật, Warhol sẽ có thể bị xem là một chuyên gia “xào bài” của chính mình khi không tìm ra những chiêu trò gì mới cho các tác phẩm của mình.

Điểm thú vị là không phải những tác phẩm của Warhol có số lượng giới hạn mà trở nên đắt đỏ. Trong quãng thời gian 26 năm, từ 1961-1987, Warhol đã thực hiện khoảng 10.000 tác phẩm. Hầu hết các tác phẩm đều được thực hiện theo phương pháp in lụa, với chủ đề rất đa dạng, từ những hộp soup Campbell tới Jackie Kennedy hay hình ảnh của Mao Trạch Đông. Mặc kệ việc thiên hạ dè bida hay khen chê, những tác phẩm của Warhol cứ lên giá ầm ầm. Và nó đã trở thành ví dụ điển hình cho việc, nếu bạn chọn đúng một nghệ sĩ để đầu tư, chẳng sớm thì muộn, bạn (hoặc con cái của bạn) sẽ rất giàu. Chẳng ai có thể nghĩ sau 40 năm ngủ yên, Eight Elvses “sống dậy” và được bỏ giá tới \$40 triệu.

Đầu tư vào đại chúng

Nhưng tất nhiên Roy Lichtenstein và Andy Warhol là những cái tên quá nổi tiếng, để đầu tư vào những tác phẩm của họ, bạn phải là một đại gia thực thụ - khi đó bạn sẽ không cần đọc bài viết này nữa. Và thú thực,

ngay cả khi bạn là đại gia thực thụ, tôi cũng không nghĩ rằng bạn nên đầu tư vào Warhol bởi khi đã đạt tới một đỉnh nào đó, giá các tác phẩm của một nghệ sĩ sẽ buộc phải có xu hướng giảm. Điều này cũng đã được các chuyên gia đầu tư của tạp chí The Economist khẳng định. Từ năm 2009, các tác phẩm của Warhol đã có xu hướng giảm giá và không còn bán chạy như trước nữa. Alberto Mugrabi – đại diện cho một gia đình sở hữu tới 800 tác phẩm của Andy Warhol – đã chia sẻ khi được phỏng vấn vào năm 2009: “02 năm trước, chúng tôi mỗi tháng bán 10 tác phẩm của Warhol mỗi tháng. Bây giờ, mỗi tháng chúng tôi chỉ bán có 02 tác phẩm. Nhưng chúng tôi vẫn bán với giá đó, hoặc là chúng tôi có được mức giá mà mình mong muốn hoặc chúng tôi không bán các tác phẩm của mình.” Tất nhiên, nếu xét trên việc giá trị của đồng tiền ngày càng mất giá, một mặt hàng không tăng giá sau 02 năm đã là một sự giảm giá quá lớn.

Vậy câu hỏi là bạn sẽ đầu tư vào nghệ sĩ nào. Thực sự đầu tư vào bất kỳ nghệ sĩ Pop Art nào cũng là một điều trong mơ – với tình hình tài chính của bạn. (Tranh của những nghệ sĩ Đương Đại nổi tiếng của Việt Nam không thôi hiện cũng đang có giá vào khoảng \$8.000.) Để có được những tác phẩm này, cách duy nhất là bạn chỉ có thể tìm kiếm trong các bộ sưu tập cũ, trong các thư viện, các tiệm đồ cũ. Dù hơi khó tin nhưng chính những tiệm đồ cũ lại là nơi cất trữ khá nhiều tác phẩm quý hiếm. Ít nhất trên thế giới đã có một Renoir được tìm thấy tại một

chợ trời, một Picasso được mua tại một tiệm đồ cũ, một Jackson Pollock được mua lại với giá chỉ \$5, vậy tại sao bạn không nuôi hy vọng một ngày nào đó tìm thấy một tác phẩm kiểu poster từ những năm 1960?

Các tác phẩm chép

Mặc dù khó có thể mua được một tác phẩm từ những năm 1960 nhưng điều này không có nghĩa là bạn không thể làm đẹp ngôi nhà của mình bằng những tác phẩm tương tự. Những bức tranh chép, những tấm poster chép khổ lớn mang phong cách này hiện nay xuất hiện khá nhiều trên thị trường, bạn hoàn toàn có thể mua một vài tấm về treo trong nhà của mình. Mặc dù những bức tranh chép này sẽ không thể tăng giá trị theo thời gian (trừ phi là đột nhiên người chép bức tranh này đột nhiên trở thành một họa sĩ nổi tiếng, ai dám bảo điều này là không cơ chứ), chúng sẽ vẫn là một khoản đầu tư lớn nếu chúng có thể làm đẹp cho ngôi nhà của bạn.

TOP 10 HỌA SỸ POP ART

Andy Warhol: 1928
Roy Lichtenstein: 1923
Jasper Johns: 1930
David Hockney: 1937
John Wesley: 1928
Billy Apple: 1935
Richard Hamilton: 1922
Romero Britto: 1963
Peter Max: 1937
Corita Kent: 1918

● Destination

Mũi Đại Lãnh



NHA TRANG ĐỪNG NÓI YÊU THÔI. HÃY NÓI YÊU MÃI MÃI.

Hồ Thạch Thảo

Ngay đầu tiên, chắc tôi phải nói lời xin lỗi đến Phạm Lữ Ân và Đặng Nguyễn Đông Vy- cặp nhà văn tôi rất yêu mến – vì dám đổi tựa đề một bài viết cảm thức rất hay của 2 anh chị từ “Hãy nói yêu thôi. Đừng nói Yêu Mãi mãi” thành “Đừng nói yêu thôi. Hãy nói yêu mãi mãi vì lần này tôi muốn kể với bạn về Nha Trang. Một nơi mà tôi thực sự muốn yêu mãi mãi!



● Destination



Dù mùa xuân và những tháng cuối năm thời tiết thường lạnh hơn một chút, nhưng ở Nha Trang, quanh năm, phong vị mùa hè rực rỡ là dấu ấn không phai nhạt trong lòng du khách. Dọc dài quanh năm suốt tháng, biển Nha Trang là tấm chăn đính ngọc lấp lánh điểm lệ không gì sánh bằng. Được Tạo hóa ra tay sắp đặt là chiếc vịnh con con với núi non che chắn kỹ càng, Nha Trang tuy gió thổi rào rạt quanh năm nhưng khi gió kia len lỏi qua núi, qua biển, mạnh bạo đến đâu, lúc ủa về tới bờ vịnh nhỏ cũng trở nên hiền hòa chứ không bắn gát ủa ập. Gió nhẹ nhàng mát mần mẫn, cùng với nắng vàng rực rỡ, trên quảng trường rộng lớn ở trung tâm đường Trần Phú, vào mỗi buổi chiều, bên tấm thảm nước xanh biếc mắt, nhìn những cánh diều to nhỏ đủ màu sắc chao lượn, quả thật là một cảm giác muốn bay lên.

Tất cả đều cùng một nơi

Tôi lạ lòng khi thấy du khách đến Nha Trang thường rất vội vã quăng

mình vào những chuyến đi thăm thú các hòn đảo xa gần, hối hả kéo đến các điểm du lịch thác suối nhỏ to xa xôi mà quên mất điểm đẹp nhất và được chăm chút kỹ nhất chính là quần thể thành phố và không khí nơi đây. Bình minh đẹp nhất là bình minh trên những cung đường biển thần tiên hai đầu thành phố.

Nếu đi hướng Lương Sơn sẽ ngang qua khu Bãi Tiên còn hoang sơ, một bên núi, một bên bãi biển thoải thoải trải dài mênh mang. Trên đường đi nên ghé cảng cá Vĩnh Lương, cứ 3h chiều thuyền về, cả bến cảng xôn xao, đẩy ập những giỏ thân cá bạc trắng tươi rói, những cần câu cắm tới giờ gỡ mồi, những đàn thuyền thúng dập dềnh. Nếu đi hướng về sân bay Cam Ranh, qua cầu Bình Tân – nơi những cung đường đèo với dốc đổ thẳng xuống biển sẽ khiến bạn choáng ngợp về sự kỳ vĩ, về những mảng màu xanh lá của núi rừng và xanh thẳm của biển khơi đan xen lấp lánh. Trước khi đến sân bay là Bãi Dài – ngút tầm nhìn với những đụn cát trắng phau chất chồng, với biển ngút ngàn yên lặng.

Style's Tips

- Từ Hà Nội, Hồ Chí Minh đến Nha Trang rất thuận tiện bằng các chuyến bay của Vietnam Airlines. Hiện Jetstar chưa có đường bay tại sân bay Cam Ranh, Nha Trang. Từ sân bay Cam Ranh, bạn có thể đi xe bus sân bay về thành phố mất 45 phút. Hoặc có thể tự thuê taxi/ xe khách sạn đón với chi phí dao động từ 280,000 – 300,000/lượt.
- Khu vực khách sạn giá rẻ tập trung đường Hoàng Hoa Thám, Nguyễn Chánh, Trần Hưng Đạo. Giá trung bình từ 300,000 – 400,000/đêm/phòng 2 khách
- Khu vực phố Tây ba lô tập trung khách nước ngoài cũng rất nhiều lựa chọn khách sạn với giá cao hơn và tiện nghi hơn. Dao động từ 600,000/đêm/2 khách trở lên
- Ẩm thực rất phong phú và ngon miệng nếu bạn chuộng cách chế biến miền Trung. Nha Trang nổi tiếng với bún canh cá dầm (ngã ba Vân Đồn, Nguyễn Thị Minh Khai), bún chả cá chợ Đầm, bánh căn miền Trung (giống bánh khọt miền Nam) rất ngon vào buổi sáng đường Núi Một, gần nhà thờ Chánh Tòa. Hải sản trong thành phố có thể thử ở khu bờ kè biển đối diện tháp Chàm, hoặc thử hải sản rất ngon rẻ ở Bãi Dài, Cam Ranh
- Từ Nha Trang đi Đại Lành, bạn có thể đi xe đồ Quy Nhơn (xe A Tý hoặc xe Thuận Thảo), xuống điểm ngã ba Vũng Rô, đi tiếp khoảng 12 km là đến chân hải đăng. Leo bộ chừng 30 phút sẽ lên đến hải đăng.



Bãi Dài nổi tiếng với hải sản tươi giòn, giá cả vô cùng bình dân và chỗ ngồi dân dã ngay nơi những mảng sàn ván gỗ bập bênh trên sông nước là điểm đến không thể bỏ qua.

Và nếu bạn đã đến tháp Chàm bên cầu xóm Bống, nhà thờ đá Chánh Tòa, chợ Đám, xin hãy bỏ máy ảnh xuống, đừng chăm chú vào tờ hướng dẫn, hãy nhìn bằng mắt, cảm nhận, đi chậm, tay hãy chạm vào những thớ gạch cổ, những khối cẩm thạch sắc lạnh, những thân cá phơi khô, ... hãy nhìn vào chính nơi bạn đang muốn đến. Đừng đứng từ những nơi đó rồi mong tìm được thú vị gì xung quanh. Bạn đang ở chính một nơi có vô vàn điều ngạc nhiên nho nhỏ, thưa bạn. Hãy thôi nhìn ngó xa xôi, hãy nhìn đến bên cạnh và ngay dưới chân mình!

Nơi tôi ưa thích nhất và chắc là đối khách du lịch yêu mến nhất là khu phố Tây ở cụm đường Nguyễn Thiện Thuật – Biệt Thự- Trần Quang Khải. Những nhà hàng, quán trọ, tiệm cà phê kế nhau kiểu không gian mở nhiệt đới, nơi bạn có thể ngồi trong quán mà vẫn nghe được những

thanh âm của biển lẫn quần ở vành tai, nơi ba lô và những quyển Lonely Planet quần góc được ghi chú chi chút bằng đủ màu mực là một phần không thể thiếu. Những quán bar lộng lẫy vào buổi tối vô cùng yêu chuộng nhạc của Jack Johnson, Boney M, Dido. Với những mảng sân dân dã chẳng dây đèn sao nhấp nháy, một ly cocktail đưa lưới xanh vắn vắt và những bước nhảy xuề xòa đủ để hai khách lạ tới bên nhau, lời chào để nở trên môi, và tiếng cười như hoa tháng 5 nở rộ khắp các con phố khu này. Sailing Bar đặc biệt được ưa thích hơn cả với sàn gỗ lớn lộng gió cho khiêu vũ nằm ngay bên biển rộng. Dịp lễ Tết, cả bãi cát trước quán là sàn nhảy lý tưởng cho những ai thích chân trần tung cát theo nhạc. Chỉ cần gọi một Jam Jar – loại cocktail pha nhanh sau vài lần shaking hóa màu vàng chanh đựng trong hũ nhựa to kênh là có thể vui vầy ở Sailing Bar tới sáng sớm lúc nào không hay. Có một nơi như vậy dành cho bạn ở Nha Trang. Nơi chúng ta có cảm giác ngày nào, sáng nào, chiều tối nào cũng là những hội hè miên man. Những giấc

mơ mẩn mùi biển. Tạm thời quên lãng những gắt gay khó khăn của đời sống, và đong đầy lòng người những quyến luyến nhớ thương.

Mũi Đại Lãnh – Bình minh thần tiên

Nếu muốn đi xa, hãy đi xa hẳn! Tôi muốn bạn hãy đến mũi Đại Lãnh. Phần đất này giờ đây trên bản đồ thuộc địa phận tỉnh Phú Yên, giáp ranh Nha Trang – Khánh Hòa. Mũi Đại Lãnh, một nhánh của dãy Trường Sơn đâm ra biển, được xem là mũi cực Đông của tổ quốc, nơi đón ánh nắng đầu tiên ở Việt Nam. Ở đây, từ chân ngọn hải đăng, phải đi bộ thêm 1km nữa để lên đến ngọn cao ngút. Nếu muốn đón ánh bình minh đầu tiên ở nơi này, hãy chịu khó đến từ tối hôm trước, liên hệ với các anh biên phòng xin chỗ nghỉ, và dậy sớm vào sáng hôm sau.

4h sáng, hãy thức dậy, leo lên đỉnh hải đăng và sẵn sàng. Khoảnh khắc bóng tối được đẩy lùi bởi những vạt nắng dài đỏ cam từ đường chân trời trên mặt biển thênh thang là một khoảnh khắc thật sự choáng ngợp, bởi đó là nơi bạn sẽ thấy sự giao thoa rõ rệt giữa sáng tối, giữa đêm tàn và bình minh. Khi mặt biển đen thẫm màu bắt đầu ánh lên tia nắng đầu tiên và rực rỡ dần, hết như một sân khấu khổng lồ mà đạo diễn là tạo hóa vô cùng của chúng ta, đang từ từ được vén tấm màn nhung và bắt đầu bài trí cảnh sắc chuẩn bị cho vở diễn ngày mới: ánh sáng lan tỏa dần lên khắp biển cả, lên cây cối, lên núi non, lên hải đăng, lên Đại Lãnh, lên bạn.

Nơi thuộc về

Chúng ta cần có một nơi cho chúng ta cảm giác thuộc về. Một mái nhà, một góc phố, một thành phố, một đất nước, một tổ quốc. Miễn là còn cảm giác thuộc về nơi nào đó, chúng ta sẽ không bao giờ sợ bị chế ngự bởi cảm giác bị bỏ rơi hay lạc lối. Một chuyên gia tâm lý đã từng chia sẻ rằng: “thế hệ trẻ bây giờ rất dễ có

● Destination

"CÓ MỘT NƠI NHƯ VẬY DÀNH CHO BẠN Ở NHA TRANG. NƠI CHÚNG TA CÓ CẢM GIÁC NGÀY NÀO, SÁNG NÀO, CHIỀU TỐI NÀO CŨNG LÀ NHỮNG HỘI HÈ MIỀN MAN. NHỮNG GIẤC MƠ MẶN MÙI BIỂN. TAM THỜI QUÊN LẶNG NHỮNG GẮT GAY KHÓ KHĂN CỦA ĐỜI SỐNG, VÀ ĐONG ĐẦY LÒNG NGƯỜI NHỮNG QUYẾN LUYẾN NHỚ THƯƠNG."



cảm giác thất vọng, dẫn đến sự tiêu cực trong lối sống, thậm chí tìm đến cái chết, nguyên nhân cuối cùng là vì không có cảm giác "thuộc về" nơi nào đó, ai đó."

Có nhiều thành phố, nhiều nơi chốn chúng ta từng ghé đến, lưu trú vài ngày hoặc lâu dài nhiều năm. Hẳn không ít thì nhiều kỷ niệm của ta sẽ nằm lại đâu đó trong lòng thành phố hay lòng ai đó, nhưng ta không có cảm giác lưu luyến dai dẳng khi rời đi, thậm chí, đôi khi, đó là quê nhà chúng ta đi chẳng nữa. Điều thật khó lý giải! Có thể vì thành phố ấy đẹp và sôi động nhưng không của riêng ai, có thể nơi ấy ẩn chứa một đời sống khác đời sống ta kiếm tìm. Nhưng Nha Trang, tôi tin rằng, đó là nơi có thể khơi gợi cho nhiều người khi bước đến sẽ có cảm giác thuộc về lạ lùng đó. Yên tĩnh vừa

đủ, sôi động vừa đủ, cởi mở với khách lạ đủ để mọi người có cảm giác được chào đón, có cơ hội được gần bó, với những khung hình đẹp đủ để ta lồng vào những kỷ niệm riêng mình và cất giữ hộ ta thật kỹ trong lòng thành phố.

Cả thế giới ngăn ngor vì Hội An, An Ni Bảo Bối gọi Hà Nội là "thành phố từ kiếp trước" của mình, Quốc Bảo âu yếm viết cho Sài Gòn "Sài Gòn chưa xa đã nhớ", Nha Trang tập hợp tất cả những điều đó, và đáng được lưu giữ trong ký ức của ta theo những cách rất âu yếm như vậy. Nơi này đã, đang và sẽ là nơi yêu dấu khiến nhiều người đến và đi phải nhớ nhung, phải ngăn ngor, và rồi sợi dây kết nối sẽ mạnh mẽ tới mức ai đó ngẫm xem đó là "thành phố kiếp trước của tôi", là nơi tôi ước ao là quê nhà nếu được sinh ra một lần nữa.

ZRC

BRACELETS

French Fashion for Watches



CREATION ZUCCOLO ROCHET FRANCE • zrcbracelets.com



NHÀ PHÂN PHỐI ĐỘC QUYỀN
www.topten.vn

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

TP.HCM: • Sun Wah Tower, 115 Nguyễn Huệ, Q.1 (3821 9279) • Thương Xá TAX, 135 Nguyễn Huệ, Q.1 (3821 3231) • Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1 (3936 9770) • Tân Tân, 55 Lê Lợi, Q.1 (38213778) **ĐÀ NẴNG:** • Big C Đà Nẵng, 225-227 Hùng Vương, Q. Thanh Khê (366 6066) **HÀ NỘI:** • Vincom Megamall, 72A Nguyễn Trãi, Q.TX (6255 0099) • Big C Thăng Long, 222 Trần Duy Hưng, Q.CG (3783 2301) • Savico Mall, 7-9 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (6255 0099) • Mipecc Tower, 229 Tây Sơn, Q.ĐD (6257 5666) • Vincom Center, 191 Bà Triệu, Q.HBT (2220 0268) • Duy Anh Watch, 212 Phố Huế, Q.HK (2214 8386) • Duy Anh Watch, 7 Hàng Khay, Q.HK (6656 6660)

● Destination





New Zealand

THIÊN ĐƯỜNG TRÊN THÁI BÌNH DƯƠNG

Linh Lê

Vừa vượt qua đỉnh đèo, một không gian đẹp đến choáng
ngợp đã trải ra trước mắt. Trên nền trời xanh ngắt, con đường
Quốc lộ số 6 uốn lượn theo sườn núi bên bờ hồ dát vàng
những ánh nắng trong vắt. Xa xa lưng chừng tưởng như những
đàn cừu đang nhẩn nha gặm cỏ trong mây. Xe bon bon trên
con đường vắng tanh, quanh co giữa thiên nhiên hùng vĩ, dẫn
chúng tôi vào thiên đường New Zealand.



Tuy nằm trên vành đai động đất của Thái Bình Dương và đã nhiều lần hứng chịu biết bao thiên tai, New Zealand được tạo hoá ưu ái bù đắp bằng cảnh quan hết sức đa dạng và lộng lẫy: núi non trùng điệp vây quanh những vịnh nước nhỏ nên thơ, những đồng cỏ xanh hút mắt cùng hồ, cùng sông, cùng biển, và cả những ngọn núi lửa vẫn còn âm ỉ. Mệnh danh là “thiên đường trên Thái Bình Dương” hay “đất nước của Chúa trời,” thiên nhiên New Zealand cũng là nơi sinh sống của nhiều loại động vật quý hiếm không tìm thấy được ở bất cứ đâu, đặc biệt là một số loại chim không bay được như kakapo và kiwi. Chim kiwi không chỉ là một trong những biểu tượng quốc gia của New Zealand mà còn là tên mà người dân nước này tự gọi vui mình. Với gốc gác phần lớn từ châu Âu và Thái Bình Dương, ngày nay khoảng 4 triệu dân New Zealand hoà hợp trong một nền văn hoá cũng rất đa dạng và thú vị, kết

hợp nhiều thói quen phương Tây với những bản sắc độc đáo của người thổ dân các đảo.

Từ sân bay quốc tế Christchurch, anh và tôi bay đến thành phố Queenstown và lấy xe ở ngay ở sân bay cho hành trình 7 ngày quanh đảo Nam của New Zealand. Queenstown từng là nơi nữ hoàng Anh đến nghỉ hè, nên ở đây ngành du lịch rất phát triển với nhiều khách sạn, quán ăn, và các trò chơi cảm giác mạnh như nhảy bungee, dù lượn, hay chèo thuyền, câu cá, vv... Tuy nhiên trong một ngày cuối tuần đầu đông, khi lá rơi phủ vàng cả còn đường quanh hồ, có lẽ không gì thích hơn là ngồi cùng bạn bè ăn brunch tán gẫu rồi đi dạo dọc theo bờ cát sỏi. The Bath House (28 Marine Parade, Queenstown Town Centre 9300) là một quán ăn nằm ngay trên bờ hồ Wakatipu, vốn là một nhà tắm công cộng bé tí xíu xây từ năm 1911 với 8 bàn duy nhất. Lấy được một trong số ít bàn ngoài trời, anh và tôi nhâm nhi món french toast và cá hồi

tươi hun khói trước một thiên nhiên đẹp đến nao lòng. Hồ Wakatipu trong xanh phản chiếu những đỉnh núi đã phủ tuyết. Chỉ một chuyến bay, ta tạm rời cái nóng đến nhức nhối của Hà Nội để sà mình vào cái lạnh đầu đông của New Zealand. Se se lạnh trên da, mùa đông nơi thiên đường làm ta nhích lại gần nhau hơn, thấy lãng mạn và gần gũi đến lạ kỳ!

ĐIỂM ĐẾN ĐẦU TIÊN: MILFORD SOUND

Từ Queenstown chúng tôi lái xe theo quốc lộ 6 đến Te Anau rồi rẽ qua Highway 94 hướng về Milford Sound. Chỉ hơn 120 cây số mà chúng tôi đi qua hết cảnh đẹp này đến cảnh đẹp khác, từ những vòm cây rù trầu hai bên đường như rừng cổ tích đến những cánh đồng thẳng cánh cò bay điểm xuyết với những cối xay gió đang quay tít; từ thảo nguyên xanh đến đèo núi trùng điệp quấn những dải mây trắng muốt. Thế mới hiểu vì sao có những người dành 4 ngày đêm để đi bộ hết quãng đường này, thưởng thức và hòa mình vào với vẻ đẹp thiên nhiên ấy. Cũng may chúng tôi đến khu tập kết trong Milford Sound trước khi trời tối vì đoạn đèo cuối cùng cũng khá cheo leo nguy hiểm. Do đặt từ sớm nên chúng tôi được ở 1 trong 4 cabin xinh đẹp bên bờ suối của Milford Sound Lodge (www.milfordlodge.com). Đêm nằm nghe tiếng suối chảy giữa cái yên tĩnh của núi rừng có 1 chút gì đó thanh bình đến kỳ lạ, làm ta quên đi hết mọi mệt nhọc.

Milford Sound là một vịnh nước hình thành bởi vận chuyển của băng từ thời Băng Hà khi băng dịch chuyển ra biển. Milford là một trong số ít các vịnh trên thế giới còn giữ được vẻ đẹp nguyên sơ, và có lẽ vì vậy mà hàng nghìn khách du lịch đến thăm quan hàng ngày. Sau một đêm nghỉ ngơi, từ sớm chúng tôi đã lên chuyến tàu đầu tiên tiến ra vịnh. 7h45 sáng, con tàu mang tên nữ hoàng Elizabeth từ từ xuyên qua hai bờ sông phủ đầy màu xanh của rừng nhiệt đới đang đan xen chặt với nhau để trụ được trên vách đá dựng đứng. Thỉnh thoảng tàu dừng ở sát chân một thác nước cho du khách cảm nhận được hết độ cao

“Tại một nơi tách biệt khỏi thế giới như thế, tự dưng ai cũng hóa trẻ con. Chúng tôi đùa nghịch ném tuyết vào nhau, rồi cười phá lên chỉ để nghe tiếng cười vọng vào vách núi, hoàn toàn quên hết muộn phiền dưới mặt đất kia.”



của vách núi qua sức mạnh của dòng nước quất xuống từ trên cao rồi bắn tung thành những hạt li ti như sương phủ đầy mặt kính. Bên kia bờ, trên vài mỏm đá đã bị thời gian và dòng nước mài mòn, mấy chú hải cẩu lười nhác nằm sưởi nắng, thỉnh thoảng nhảy ùm xuống nước bắt cá. Mặc dù con người đã đến đây từ hàng trăm năm, thiên nhiên dường như vẫn không hề thay đổi, giữ nguyên vẻ đẹp mặc định từ thời Băng Hà.

ĐIỂM DỪNG CHÂN: WANAKA

Lái xe ra khỏi Milford Sounds, chúng tôi đi ngược về phía khởi điểm nhưng lái qua thành phố Queenstown để dừng chân ở Wanaka - 1 thị trấn nhỏ trên Quốc lộ 6. Tắm rửa sau một ngày dài lái xe, chúng tôi nghỉ trưa tại Relishes Café (1/99 Ardmore St, Wanaka 9305) và hoàn toàn bị bất ngờ với những món ăn ngon vô cùng, đặc biệt là sự kết hợp giữa cái ngọt của date pudding với vị chua chua thanh thanh của feijoa - một loại quả họ mận rất đặc trưng ở đây. Bữa ăn ngon làm chúng tôi thiếp đi nhanh chóng ở Wanaka Homestead Lodge & Cottages (1 Homestead Close, Wanaka 9305), vốn dĩ là một trang trại được cải tạo thành nhà nghỉ với phong cách cổ, đẹp như trong truyện

cổ tích. Buổi sáng thức dậy, ngay ngoài hiên là hồ Wanaka rộng hút mắt với hàng cây đầy lá vàng. Bờ hồ không một bóng người, không một tiếng động, không gian và thời gian dường như đứng lại để cho cả vũ trụ tập trung vào hơi thở và nhịp đập của tim mình, tôi bỗng thấy trân trọng và nâng niu cuộc sống hơn.

ĐIỂM ĐẾN THỨ HAI: FRANZ JOSEF VÀ FOX GLACIERS

Lái tiếp theo đường Quốc lộ 6 qua Công viên Quốc gia Núi Aspiring, chúng tôi đi về phía bờ Tây của đảo để vào khu Franz Josef & Fox Glacier - nơi có hai tảng đá băng độc đáo dài khoảng 12km, hàng năm vẫn cắt núi dần tiến về phía biển, tạo nên những con suối ở vùng chân núi và hiện tượng tuyết lở ở đỉnh núi. Nét độc đáo là hai tảng băng này tồn tại giữa không khí nóng ẩm của bờ Tây do gió thổi từ biển mang vào, nên buổi sáng đứng ngay dưới chân núi băng nhưng tôi vẫn mặc áo cộc tay như giữa mùa hè. Jack, anh chàng phi công bản địa điển trai cười tươi rói khéo léo lái chiếc trực thăng để đưa chúng tôi lên đỉnh núi băng này. Dưới sự điều khiển khéo léo của anh, chiếc trực thăng của dịch vụ Helihiike (www.foxguides.co.nz) từ từ lượn qua

sườn núi tiến lên đỉnh Fox Glacier. Anh chỉ rõ cấu trúc của núi băng và hướng dịch chuyển, cũng như nhiều hang đá và vòm đá mà tảng băng tạo ra trên đường ra biển.

Sau 15 phút bay lượn theo các triền núi để thấy hết được diện tích tảng đá băng, anh đưa chúng tôi lên một sân tuyết nằm tít trên một đỉnh núi chót vót. Từ độ cao này, thế giới chỉ tồn tại giữa những mái nhà chọc trời của núi Cook, núi Tasman, cũng như vô vàn những đỉnh núi phủ đầy tuyết trắng xóa mắt. Tại một nơi tách biệt khỏi thế giới như thế, tự dưng ai cũng hóa trẻ con. Chúng tôi đùa nghịch ném tuyết vào nhau, rồi cười phá lên chỉ để nghe tiếng cười vọng vào vách núi, hoàn toàn quên hết muộn phiền dưới mặt đất kia.

ĐIỂM KẾT: HỒ MATHESON

Quay về với mặt đất, chúng tôi vẫn còn lâng lâng cảm giác như là bá chủ của cả thiên nhiên hùng vĩ này, nhất là khi thưởng thức toàn cảnh Núi Cook từ Café ReflectioNZ trên bờ hồ Matheson (www.lakematheson.com). Vào một ngày lặng gió, mặt hồ phản chiếu toàn bộ cảnh núi Cook cùng thiên nhiên xung quanh, làm tôi cũng tự ngẩn ngơ và suy nghĩ về hành trình của cuộc đời, và người bạn đời cùng đi trên hành trình ấy. Thật tuyệt vời khi tìm được một người đồng hành của riêng mình, không phải chỉ là người sẵn sàng chụp ảnh cho mình bất cứ lúc nào, mà còn là người cùng thốt lên một tiếng “Wow”, cùng đưa tay tìm lấy tay nhau trong một giây phút sợ hãi, hay cùng phá lên cười khi được vùng vẫy giữa thiên nhiên hoang dã. Tôi thấy yêu hơn người đàn ông trước mặt, yêu hơn cuộc sống này, và yêu thêm chính bản thân mình. Tạm biệt New Zealand, chúng tôi lại cùng nhau lên xe khám phá những thiên đường mặt đất khác. Cuộc sống thật rực rỡ và tươi đẹp biết bao!



POP ART + ĐƯƠNG ĐẠI

TRANG TRÍ NỘI THẤT THEO PHONG CÁCH POP ART, TỨC LÀ BẠN ĐÃ SẴN SÀNG CHO SỰ ĐỘC ĐÁO, TÁO BẠO VÀ ĐẬM NÉT. POP ART LÀ MỘT TRONG NHỮNG PHONG CÁCH HÀI HƯỚC NHẤT, KHIÊU KHÍCH VÀ VUI NHỘN NHẤT TRONG THIẾT KẾ NỘI THẤT.

Khánh



ĐÂY LÀ LỰA CHỌN HOÀN HẢO CHO NHỮNG NGHỆ SỸ PHÓNG TÚNG, NHỮNG NHÀ THIẾT KẾ VỚI GU THẨM MỸ BẤT THƯỜNG, VÀ GIỚI TRẺ VỐN TÔN SÙNG SỰ PHÁ CÁCH NỔI LOẠN MÀ KHÔNG MẤT ĐI SỰ HÀI HƯỚC. POP ART RA ĐỜI VÀ PHÁT TRIỂN TRONG THẬP NIÊN 50, 60 – HAI THẬP NIÊN ĐẦY SÓNG GIÓ TRONG LỊCH SỬ PHƯƠNG TÂY VỚI HÌNH ẢNH NHỮNG NGƯỜI TRẺ NỔI LOẠN ĐẦY MÂU THUẤN. VỚI SỰ DẪN ĐẪU CỦA NHỮNG NGHỆ SỸ TIỀN PHONG NHƯ ANDY WARHOL, POP ART ĐÃ TẠO RA ẢNH HƯỞNG SÂU RỘNG TRONG NHIỀU LĨNH VỰC NGHỆ THUẬT NHƯ HỘI HỌA, ĐỒ HỌA, TRANG TRÍ VÀ THIẾT KẾ...

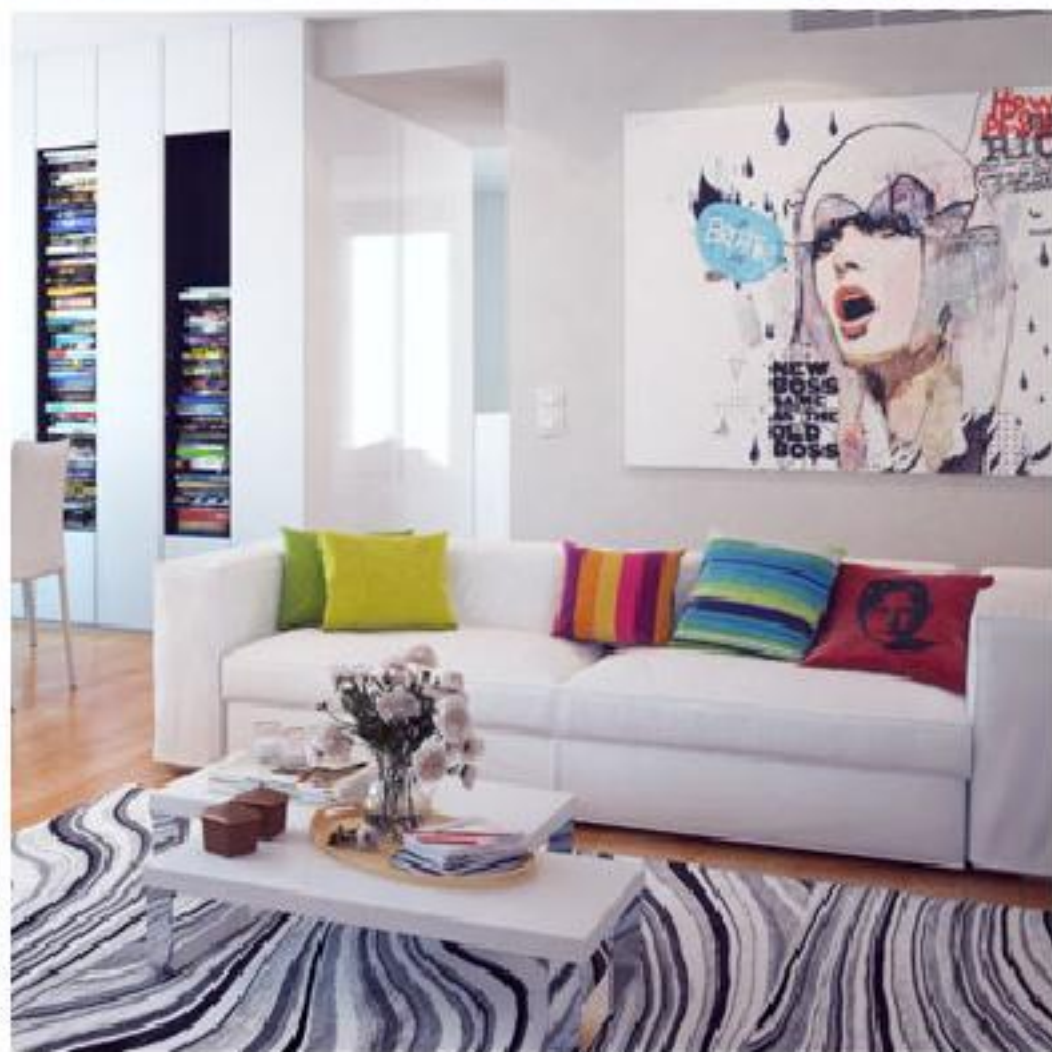
Xem xét tổng thể

Pop Art có mặt ở hầu hết các lĩnh vực nghệ thuật đại chúng như phim ảnh, ca nhạc, đồ họa... hãy chọn một khía cạnh mà bạn cảm thấy hấp dẫn nhất và tập trung vào chủ đề đó. Một ngôi nhà sẽ “quá tải” nếu bạn truyền đạt vào đó quá nhiều nội dung hay chủ đề. Pop Art thường sử dụng các gam màu bậc một cực kỳ tươi sáng và đậm (các màu le minor) có độ chói cao. Sử dụng những gam màu này sẽ tạo được ấn tượng mạnh cho gia chủ nhưng cũng phải lưu ý đến sự kết hợp với những gam màu khác như thế nào và sự ảnh hưởng đến các thành viên cao tuổi khác trong gia đình (nếu có).

Trang trí tường và sàn

Tường, sàn nhà là hai điểm nhấn đầu tiên về màu sắc trong Pop Art. Khác với phong cách tối giản ưa thích những gam màu sáng đơn sắc dịu nhẹ, Pop Art chú trọng những gam tươi sáng và có tính xung đột như vàng, đỏ, xanh dương. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa là sơn kín bốn bức tường bằng những dải màu sáng. Hãy tạo ra những khoảng trống trung tính. Ví dụ, nếu có hai bức

● Decor



tường được sơn màu sáng tương phản, hãy kết hợp nó với bức tường thứ ba màu trắng đơn sắc và bức tường thứ tư cũng màu trắng nhưng có những họa tiết tươi tắn. Hoặc đơn giản hơn, hãy giữ ba bức tường màu trắng và sơn bức tường thứ tư màu sáng để tạo ra hiệu ứng ánh sáng phản chiếu lung linh trên bức tường cuối cùng này. Nếu bạn muốn tập trung điểm nhấn cho sàn, hãy sử dụng đến họa tiết. Những đường kẻ sọc màu sắc là một lựa chọn tốt – các gam màu đậm vẫn có dịp hiện diện mà không gây áp lực lên những người đi trên nó. Có thể là những sọc thẳng, cong hoặc đan xen lẫn nhau, hoặc sọc vô hướng, chúng chuyển động một cách ngẫu nhiên và liên kết với nhau cùng với sự gắn kết của màu sắc sẽ tạo nên những hiệu quả bất ngờ cho người xem.

Họa tiết và tranh ảnh

Một cách rất đơn giản để trang trí theo phong cách Pop Art là hãy sử dụng những tác phẩm nghệ thuật của chính trường phái này: những bức tranh, hình chụp cách điệu, những mẫu đồ họa, những ấn bản truyện tranh hoạt hình, áp phích hay biểu tượng thương hiệu... Một hiệu ứng thường thấy khi sử dụng tranh ảnh Pop Art là lặp lại: ví dụ, bạn có thể treo bốn bức ảnh Marilyn Monroe với những tông màu khác nhau để ghép thành một hình ảnh tổng thể

đặc sắc. Pop Art có mặt ở hầu hết các lĩnh vực nghệ thuật đại chúng như phim ảnh, ca nhạc, đồ họa... hãy chọn một khía cạnh mà bạn cảm thấy hấp dẫn nhất và tập trung vào chủ đề đó. Một ngôi nhà sẽ “quá tải” nếu bạn truyền đạt vào đó quá nhiều nội dung hay chủ đề. Nếu bạn là fan của âm nhạc, hãy chỉ chọn lọc áp phích của những nghệ sĩ nổi tiếng của lĩnh vực này để tạo điểm nhấn. Cũng có thể sử dụng các tranh ảnh typography (sử dụng nghệ thuật chữ trong thiết kế đồ họa) – đây là một hình thức rất đẹp và ấn tượng, đa phần phù hợp với đối tượng là những người trẻ tuổi, năng động hay những người làm nghề thiết kế... yêu thích sự phá cách và tìm kiếm cái mới.

Đồ nội thất

Đồ nội thất của thập niên 60 có vẻ là một ý tưởng không tồi bởi chúng đem đến âm hưởng retro và sự quyến rũ của năm tháng. Khối lập phương, chữ nhật, khối trụ, khối cầu, khối chóp, và các biến thể thường được sử dụng để thiết kế đồ nội thất Pop Art với chất liệu chính là nhựa, cao su, mi ca và acrylic... Một trong những đặc trưng của Pop Art là mô phỏng, lấy ý niệm từ những gì đang diễn ra trong cuộc sống hàng ngày, ví dụ như: vỏ bánh xe tải, hình ảnh đôi môi, bàn tay, quả trứng... Do đó, bạn có thể trang trí ngôi nhà của mình với những món đồ nhỏ xinh có cấu trúc độc đáo, hài

hước. Một chiếc ghế sofa hình kẹo dẻo bằng nhựa vinyl, những chiếc ghế nệm êm ái tròn đầy màu sắc xếp liên nhau có hình dáng bất thường như hình đôi môi, hình bàn tay hay một chiếc ghế dựa với mặt ghế từ những lõi thép xoắn vặn và uốn cong... Ấn ý của sự châm biếm và bất thường luôn hiện diện trong những món đồ nội thất Pop Art và chúng sẽ cho thấy cá tính nghệ sĩ của chủ nhà.

Những điều quan trọng là hãy giữ cho những món đồ nằm trong một không gian gọn ghẽ, không lộn xộn. Nội thất Pop Art bản thân chúng đã mang tính phức tạp và trừu tượng, bởi vậy, chúng đòi hỏi một không gian rộng để phô bày và thưởng ngoạn một cách rõ ràng. Hãy xếp đặt từng món đồ ở những không gian cụ thể và nên lưu ý cân bằng với những đồ trang trí thông thường khác.

Style *May - June 2013*

LỊCH TRÌNH KHÁCH SẠN - RESORT

INTERCONTINENTAL HANOI

Hãy cùng tham dự tiệc buffet sang trọng tại café Du Lac và thưởng thức chín quầy nấu trực tiếp với sáu loại món ăn. Tối thứ hai được dành cho những thực khách yêu thích cua và tôm hùm, trong khi tối thứ tư lại là tiệc hải sản giữa tuần hoành tráng với những lựa chọn tươi ngon nhất đến từ Nha Trang. Tiệc đồ nướng ngày thứ Sáu sẽ bao gồm bò và cừu nhập khẩu trực tiếp từ Úc. Giá: 1.075.000 đồng/người. Sau đó, hãy cùng tham dự tiệc rượu đặc biệt của chúng tôi tại nhà hàng Milan với vườn nho gia đình Jim Barry sở hữu tại Clare Valley phía Nam nước Úc, cùng thực đơn năm món với giá 1.480.000 đồng. Nếu thích pizza, bạn hãy thưởng thức chương trình siêu khuyến mại pizza và mì Ý với giá 420.000 đồng /người. Hãy đến nhà hàng Sài Gòn và thưởng thức những món ăn hoàng gia đặc sắc này qua bàn tay chế biến tài hoa của bếp trưởng Thăng và các đồng nghiệp hay ghé qua Le Gourmet và thưởng thức bánh cupcake, macarons, và bánh nướng tươi ngon cùng bánh sandwich và cà phê Lavazza tuyệt vời nhất của Hà Nội. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 04. 6270 8888.



METROPOLE HANOI

La Fête de la musique - ngày hội Âm nhạc do bộ văn hoá Pháp khởi xướng, được tổ chức thường niên vào ngày 21/06, ngay sau đó đã lan rộng và trở thành một trào lưu thế giới. Là một thương hiệu Pháp, Sofitel luôn khẳng định sự năng động trong các sự kiện văn hoá. Từ Paris hoa lệ tới Washington, Melbourne, Bangkok, Ấn Độ, Ma-ra-kêch hay Hà Nội và Tp.HCM, hơn 120 khách sạn mang thương hiệu Sofitel ở khắp năm châu cùng tổ chức ngày hội âm nhạc và đón một mùa hè sôi động, kết hợp giữa truyền thống Pháp và tinh hoa

văn hoá bản địa. Tại Việt Nam, bạn như lạc vào một không gian âm nhạc với những giai điệu du dương và thưởng thức ẩm thực Metropole đậm đà bản sắc dân tộc. Metropole Hà Nội sẽ giới thiệu một kết hợp hoàn hảo của hai nền văn hoá Pháp - Việt Nam qua chương trình biểu diễn của nữ ca sỹ nổi tiếng Lê Cát Trọng Lý và nữ danh ca nhạc Jazz Diane Witherspoon. Hãy tham gia đêm nhạc khó quên với chương trình biểu diễn nghệ thuật sôi nổi mang phong cách âm nhạc khác nhau tại khách sạn Sofitel Legend Metropole Hà Nội, thứ Sáu, 21/06/2013. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 04. 3826 6919.

SHERATON HANOI

Sheraton sẽ tổ chức chương trình Sheraton Social Hour - chương trình trải nghiệm các loại vang nổi tiếng thế giới được tổ chức trong hệ thống các khách sạn và khu nghỉ dưỡng Sheraton trên toàn thế giới. Chương trình mới này, được phát triển bởi bộ phận thực phẩm và đồ uống của Sheraton hợp tác cùng các chuyên gia hàng đầu về vang hiện nay, sẽ mang đến cho thực khách cơ hội trải nghiệm các loại vang thượng hạng hàng tuần tại hơn 240 khách sạn Sheraton trên toàn thế giới. Được tổ chức với mong muốn khuyến khích việc tạo dựng quan hệ xã hội giữa khách, Sheraton Social Hour được duy trì bằng 3 đến 4 buổi thử vang hàng tuần với nhiều loại vang đặc biệt. Sheraton đã

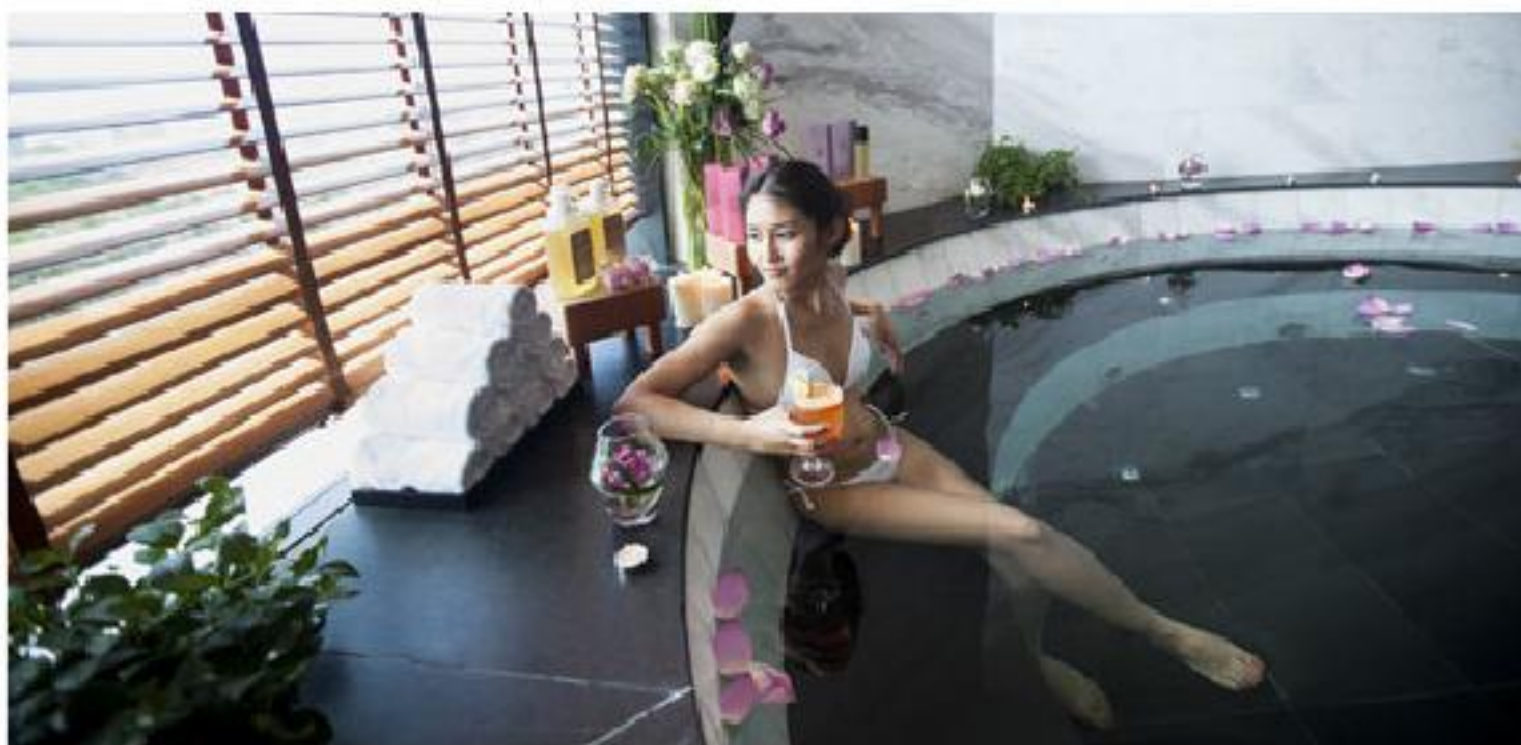


thử nghiệm chương trình Sheraton Social Hour tại 19 khách sạn trên toàn cầu với kết quả khá mỹ mãn. 66% số khách sẵn sàng mua vang trong chuyến đi của mình nếu có chương trình vang cho họ. Không chỉ có vậy, 95% khách thử nghiệm chương trình mới này nói rằng họ sẵn sàng đến các chương trình Sheraton Social Hour sau và giới thiệu chương trình này cho bạn bè của họ. Chi tiết, xin vui lòng liên hệ: 04. 3719 9000.

MOEVENPICK

Moevenpick Hà Nội giới thiệu thực đơn tự chọn với các món khai vị và tráng miệng tại quầy và lựa chọn cho mình một món nướng cho phần ăn chính với giá 420.000 đồng. Đừng quên nếm thử hai hương vị đặc trưng Thụy Sĩ là "lẩu pho-mát" và hoa quả nhúng sô-cô-la tuyệt hảo. Chủ nhật này, hãy cùng đưa cả gia đình tới Mangosteen để thưởng thức bữa tiệc trưa thịnh soạn với các món salad, hải sản, món nướng, hầm và các loại tráng miệng sô-cô-la Thụy Sĩ tuyệt ngon với giá 790.000 đồng. Hơn hết, bé yêu của bạn sẽ thích thú

với thực đơn hấp dẫn dành riêng cho trẻ nhỏ. Các trò chơi trí tuệ, vẽ tranh, đọc sách, và các bộ phim hoạt hình chắc chắn sẽ làm bé thích mê. Cảm nhận phút giây thư giãn cùng bạn bè và đối tác trong không gian thân mật và gần gũi tại Lounge 83 và tận hưởng ưu đãi tốt nhất cho mỗi đồ uống vào giờ vàng "Linger Longer". Từ thứ Hai tới thứ Sáu hàng tuần, giảm 50% cho toàn bộ thực đơn đồ uống, bao gồm Chili Passion Martin cay nồng, Cinnamon Appletini hương quế, hay các loại mocktail Shirley Temple, Mojito, Virgin Colada, bia tươi và vang nhiều loại. Chi tiết, xin liên hệ: 04. 3822 2800.



CROWNE PLAZA WEST HANOI

Mùa hè là mùa của những bữa tiệc bất tận, hãy đến Crowne Plaza West Hanoi và trải nghiệm chương trình "Swimming & Dinning" chỉ với 500.000 đồng/người. Mỗi khách sẽ có hai giờ bơi lội và thưởng thức buffet trưa hoặc tối với các món nướng, hải sản tươi ngon nhất. Chương trình áp dụng cho nhóm từ 10

người trở lên đến 30/09/2013. Hơn nữa, Crowne Plaza West Hanoi dành tặng gói khuyến mãi "Mua 2 tặng 1" cho các chị em: khi mua hai gói trị liệu spa bất kì tại The Spa, khách hàng sẽ được tặng thêm một gói trị liệu có giá trị tương ứng. Chương trình áp dụng đến 15/07/2013. Để biết thêm thông tin chi tiết, xin vui lòng liên hệ: 04. 6270 6688.

BANYAN TREE

Để đón chào kỳ nghỉ hè 2013, khu nghỉ dưỡng Banyan Tree Lăng Cô, giới thiệu chương trình ưu đãi dành cho du khách Việt Nam. Banyan Tree Lăng Cô hân hạnh giới thiệu chương trình ưu đãi đặc biệt dành cho công dân Việt Nam. Biệt thự hướng kênh đào giá 5.145.000 đồng/đêm và biệt thự hướng biển 6.615.000 đồng/đêm. Chương trình ưu đãi bao gồm điểm tâm, một bữa ăn tối (set menu) dành cho hai người tại nhà hàng The Water Court và đưa đón từ sân bay Đà Nẵng. Chương trình ưu đãi dành cho công dân Việt Nam và người nước ngoài sống và làm việc tại Việt Nam. Quý khách vui lòng đem theo giấy tờ tùy thân khi làm thủ tục nhận phòng. Chương trình áp dụng cho khách đặt phòng và nghỉ ít nhất hai đêm liên tục từ nay đến ngày 31 tháng 8 năm 2013. Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ 054. 3695 888.



INTERCONTINENTAL DANANG

Khu nghỉ dưỡng InterContinental Danang Sun Peninsula mang đến cho cả gia đình bạn một mùa hè thú vị và đầy ắp niềm vui với chương trình khuyến mãi đặc biệt với giá chỉ từ 13.000.000 đồng cho cả gia đình, bao gồm 02 đêm ở tại các phòng khách sang trọng với thiết kế tinh tế tại khu nghỉ dưỡng; Xe đưa đón tại sân bay về đến khu nghỉ dưỡng; Ăn sáng dành cho gia đình; Trẻ em dưới 16 tuổi được

miễn phí tại tất cả các nhà hàng trong khu nghỉ dưỡng; Không tính phụ thu cho người thứ ba. Ngoài ra, InterContinental Danang Sun Peninsula còn có những hoạt động giải trí cho cả gia đình như khu vui chơi Planet Trekker cho các bé từ 3 đến 12 tuổi, các lớp dạy bơi, aerobic, khí công, và đặc biệt là lớp dạy lái thuyền thúng, một phương tiện giao thông đường biển rất đặc trưng của người miền trung. Chi tiết, xin liên hệ: 0511. 393 8888.



147th STYLES

● Hotels&Resorts



PARK HYATT SAIGON

Hãy đến bar 2 Lam Sơn để tận hưởng loại đồ uống hoàn hảo nhất thế giới và tìm hiểu vì sao nó lại nổi bật hơn so với các nhãn khác. Quý khách sẽ được ưu đãi Mua Một Tặng Một cho thức uống này để có một trải nghiệm sâu sắc hơn. Chưa hết, đến đây bạn sẽ được tham gia chương trình rút thăm may mắn với các giải thưởng thú vị. Cũng tại đây, Buddha-Bar sẽ tổ chức tiệc ra mắt album Buddha-Bar XV, "A Chill Wind from Russia" vào 29/06/2013. Lần đầu tiên, DJ Ravin của Buddha-Bar sẽ mang âm nhạc của mình từ Paris đến Việt Nam. Hãy đến và thưởng thức những âm thanh làm nên sự thành công của Buddha Bar trên toàn thế giới với vé vào cửa là 1.000.000 đồng, bao gồm một thức uống. Để biết thêm thông tin và đặt chỗ, vui lòng gọi số 08. 3824 1234.

148

STYLE



BOUTIQUE HOI AN

Hãy đến và thưởng thức tiệc buffet hải sản nướng mỗi tối thứ sáu và chủ nhật tại Boutique Hoi An Resort. Các đầu bếp của nhà hàng sẵn sàng phục vụ theo nhu cầu ẩm thực của thực khách. Thực đơn vô cùng phong phú với các loại hải sản tươi sống mang nét đặc trưng của vùng duyên hải miền Trung như tôm, cua, hàu, cá, mực... Bên cạnh đó, thực khách còn được thỏa sức thưởng thức các đặc sản Hội An và các món tráng miệng ngon tuyệt. Thực khách hoàn toàn có được những giây phút tuyệt vời cùng với người thân hay bạn bè tại khu vực hồ bơi hay trên bãi biển đẹp nhất của Hội An. Giá buffet hải sản: 550.000 đồng/người, giảm 50% cho trẻ em từ 5 đến 12 tuổi. Chi tiết, xin vui lòng liên hệ: 0510. 3939 111.



SHERATON NHA TRANG

Sheraton Nha Trang là điểm đến lý tưởng cho kì nghỉ gia đình. Tận hưởng kì nghỉ hè của quý khách tại khách sạn chúng tôi với mức giá ưu đãi chỉ 2.800.000đồng/đêm bao gồm phòng Deluxe Ocean View hướng biển, ăn sáng cho 02 người lớn và 02 trẻ em, giảm giá 10% cho dịch vụ ẩm thực và giảm giá 20% cho dịch vụ giặt ủi. Ngoài ra, bạn hãy tham gia tiệc hồ bơi vào thứ bảy, ngày 1 tháng 6 này. Tiệc hồ bơi sẽ diễn ra từ 2p.m - 8 p.m, với sự góp mặt của hai DJ Alan và Nikki. Khách tham dự cũng sẽ được tham gia

hàng loạt các hoạt động đầy hứng khởi như thi uống bia, bóng nước và thi trình diễn áo tắm. Chương trình miễn phí vé vào cửa cho số lượng khách tham dự tối đa là 100 người, khách dự tiệc chỉ cần mua phiếu nước uống với giá đặc biệt 150.000 đồng ngay khi vào cửa để thưởng thức hai loại thức uống tùy chọn. Với trang phục dự tiệc đơn giản, không gian thư giãn, nhiều trò chơi thú vị và âm nhạc sôi động cùng nhiều thức uống hấp dẫn, tiệc hồ bơi ngoài trời là một sự kiện mà bạn không nên bỏ lỡ. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 054. 388 0000.

HYATT REGENCY DANANG

Tiệc nướng BBQ ngoài trời đặc biệt được phục vụ tại nhà hàng Pool House chỉ với 780.000 đồng đã bao gồm nước ngọt và hai chai bia La Rue cho mỗi người lớn. Nếu bạn cần một nơi để vui chơi cùng bạn bè mỗi tối thứ bảy, hãy đến với tiệc buffet món Ý tại nhà hàng Green House. Các đầu bếp tài năng lựa chọn những thực phẩm tươi ngon, chất lượng nhất mang đến cho quý khách một trải nghiệm đẳng cấp quốc tế. Tiệc buffet chỉ với 750.000 đồng tặng kèm nửa chai vang hoặc hai chai bia Peroni cho mỗi người. Nếu bạn nghỉ tại Hyatt Regency Danang, bạn được tặng một massage giải tỏa căng thẳng hoặc gói chăm sóc da mặt 60 phút khi đặt hai massage toàn thân trong suốt kỳ nghỉ. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 0511. 398 1234.



LOTTE LEGEND SAIGON

Nhân ngày của Cha (16/06) hãy mời cha và gia đình đến Atrium Cafe danh tiếng của khách sạn Lotte Legend Saigon dùng tiệc buffet tuyệt nhất Sài Gòn. Buffet sẽ rất phong phú với rất nhiều hải sản tươi ngon như tôm hùm, hàu, tôm càng, cua, ghẹ, cùng những món ngon sành điệu như xà lách bạch tuộc nướng, Coulibiac cá hồi, gan ngỗng áp chảo dùng với sốt dầu rừng, thần ngoại bò Mỹ nướng, ức gà tây, bò áp chảo kiểu Stroganoff, các loại thịt nướng kiểu Brasil, Provencale hải sản, cá mú nướng với thịt heo muối hẹ tây và bách Hoa và thịt vịt nướng với sốt rượu vang. Các món tráng miệng rất "hoành tráng" gồm có xoài đốt rượu, tháp sôcôla, bánh truffle Anh nướng với cherry, bánh sô-cô-la rum, bánh kem Cappuccino, kem nhiều mùi vị, các loại phô mai hảo hạng và nhiều món khác nữa. Tiệc buffet mừng Ngày của Cha có giá 840.000 đồng/buffet trưa và 900.000 đồng/buffet tối. Chi tiết, xin vui lòng liên hệ: 08. 3823 2833.



INTERCONTINENTAL SAIGON

Vào 13/06, khách sạn sẽ mang đến cho bạn chương trình khuyến mãi đặc biệt. Tại Market 39, tiệc buffet tối giá 513.000 đồng/khách bao gồm vang, bia tươi và thức uống nhẹ. Tại Yu Chu, bạn thưởng thức tùy thích món Dim Sum với mức giá 313.000 đồng/ khách, không bao gồm thức uống. Tại nhà hàng Basilico, bất cứ loại pizza nào cũng đều có giá 113.000 đồng/cái. Tại Purple Jade, bạn hãy thưởng thức những ly cocktail hấp dẫn với giá 113.000 đồng/ ly. Vào ngày của cha, hãy mời cha và gia đình của bạn đến nhà hàng Market 39 và chọn các món Tây, Việt Nam và châu Á với giá 1.390.000 đồng. Món Dim Sum của nhà hàng Yu Chu sẽ



có mặt tại tất cả các buổi trưa với giá 388.000 đồng và buổi tối với giá 418.000 đồng. Bar Purple Jade giới thiệu chương trình "Giờ vui vẻ" với hai tiếng vào buổi tối để thưởng thức không giới hạn vang đỏ và trắng với bạn bè và đồng nghiệp với giá 300.000 đồng/khách. Chi tiết, xin vui lòng liên hệ: 08. 3520 9999.



NEW WORLD SAIGON

New World Saigon Hotel xin giới thiệu đến thực khách chương trình thực đơn dim sum tại Dynasty. Theo đó, đầu bếp Ho sẽ sáng tạo bốn thực đơn dim sum đặc biệt đem đến cho thực khách nhiều sự lựa chọn như dim sum hải sản, thịt, thịt gia cầm và các loại rau quả. Điểm nhấn của thực đơn hải sản bao gồm súp cào hải sản với tôm, sò điệp, cá và trúc sinh, bánh cào tôm, và mực viên chiên. Thực đơn thịt bao gồm bánh cào thịt heo, hẹ và nước súp thượng hạng, bánh hành với thịt cừu chiên, chả giò với thịt heo xông khói, măng và tương ớt XO. Thực đơn thịt gia cầm gồm bánh cào thịt đà điệu với cần, bánh cào thịt bồ câu với nấm đen, hạt thông và tương ớt, và chả giò chiên giòn với thịt vịt cùng sốt ngũ vị cay. Những điểm nổi bật trong thực đơn chay bao gồm bánh cào bó xôi với hạt bạch quả và tỏi, bánh cào đậu hũ với ngô và bánh hành tây chiên. Các món ăn có giá từ 138.000 đồng mỗi phần và được phục vụ trong cả bữa trưa và bữa tối. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 08. 3822 8888.

SHERATON

Hãy thưởng thức đêm ẩm thực chủ đề các món cua đặc biệt được giới thiệu vào mỗi tối thứ Sáu hay các món ăn hải sản tươi ngon nhất đến từ các vùng biển Việt Nam trong đêm ẩm thực chủ đề hải sản Việt vào mỗi tối Thứ Bảy tại nhà hàng Saigon Café với giá 980.000 đồng. Chưa hết, tại nhà hàng Li Bai, bạn hãy khám phá nghệ thuật ẩm thực Bắc Kinh hay buffet tối chủ nhật với giá 860.000 đồng và các món ăn Trung Hoa như heo sữa quay, vịt quay Bắc Kinh, thịt quay xá xíu, gà quay, cơm gà Hải Nam hay sườn nướng BBQ. Chỉ với 180.000 đồng, bạn có thể xua tan đi cái nóng bức của Sài Gòn bằng ly nước ép và sinh tố với các loại trái cây tươi ngon như cam, dứa, chanh dây... tại Lobby Lounge. Mojo café sẽ giúp bạn thổi bay cơn nóng mùa hè cùng các loại thức uống cocktail và mocktail thanh mát tại Mojo Café đường Đồng Khởi. Thực đơn phong phú gồm Strawberry Mint Fizz, Summer Fizz hay Lychee Passion Fizz với giá 150.000 đồng. Chi tiết, xin vui lòng liên hệ: 08. 3827 2828.

● Hotels&Resorts

RENAISSANCE SAIGON

Hãy thể hiện tình yêu thương sâu sắc dành cho cha bằng bữa tiệc buffet ngon miệng tại Riverside Café với giá 900.000 đồng. Ngoài ra, nếu đặt cho bốn người, bạn được một bữa tối miễn phí và ly rượu Chandon cùng hộp bánh ngọt "cream de la cream." Tại nhà hàng The Kabin, chỉ với 600.000 đồng, bạn được thỏa thích với các loại hải sản tươi sống, nước dùng được chế biến đặc biệt, tinh túy và bổ dưỡng. Một nơi ấm cúng để tụ họp gia đình và bằng hữu. Đó là tất cả những gì mà bạn sẽ trải nghiệm được khi dùng lẩu tại nhà hàng Kabin. Nếu thích ẩm thực Mỹ, bạn nên chọn Riverside Café để yêu cầu đầu bếp chế biến món ăn theo ý bạn từ loại thịt bò thơm ngon nhập khẩu từ Mỹ. Cơ hội hiếm có này có giá khá ưu đãi là 990.000 đồng. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 08. 3822 0033



EQUATORIAL HCMC

Vào 16/06, với 690.000 đồng/người, bạn hãy tổ chức ngày của Cha với tiệc buffet trưa với nhiều sự lựa chọn như các món sa lát, sushi, sashimi và các món hàu, các món khai vị lạnh, hải sản và các món tráng miệng hấp dẫn. Vào ngày 01/06, bạn hãy dành cho bạn trẻ nhà bạn một buổi tiệc buffet thật đặc biệt với giá 690.000 đồng với những món ăn được yêu thích như bánh pizza, chả giò, hăm-bơ-gơ, cupcakes và bánh macaron. Để chào mừng sự kiện khách sạn 5-sao Equatorial giành chức vô địch của cuộc thi

Thử Thách Ẩm Thực Việt Nam 2013, khách sạn ra mắt ba thực đơn chiến thắng tại hai nhà hàng Orientica và ChitChat. Thực khách không những được thưởng thức thực đơn chiến thắng hoành tráng mà còn được trao giấy chứng nhận và được chụp hình chung với các đầu bếp đạt giải. Thực đơn trọn gói đạt huy chương vàng có giá 798.000 đồng tại Orientica. Buffet tối đặc biệt với các món đạt giải với 798.000 đồng tại ChitChat. Thực đơn Dimsum gọi món đạt huy chương vàng tại nhà hàng Orientica với giá 48.000 đồng/món. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 08. 3839 7777.

WINSOR PLAZA

Cho ngày Quốc tế thiếu nhi 1/6 và Ngày của Cha 16/6, đừng bỏ lỡ tiệc buffet đặc biệt cùng nhiều hoạt động thú vị cho cả nhà và trò chơi sôi động cho các bé. Buffet tối với giá vé ngày thường 468.000 đồng/người, vé thứ bảy, chủ nhật và ngày lễ là 498.000 đồng/người. Đặc biệt, dịp này, thực khách sẽ có cơ hội trải nghiệm ẩm thực Nhật Bản với các món như xà lách, súp miso, mì udon, chiên giòn, Teppanyaki... Từ 08 - 23/6/2013, những ai đam mê vị sôcôla đậm đà sẽ không thể bỏ lỡ cơ hội trải nghiệm bữa tối 05 món đặc sắc với hương vị sôcôla ngọt ngào. Tất cả các món ăn trong thực đơn chọn sẵn đều được biến tấu với sôcôla. Từ đĩa khai vị sôcôla, bơ, phô mai, salad cua, đến súp nấm truffle với bông cải trắng và sôcôla bào, hay mì là bằng sôcôla với cá hồi xông khói và trứng cá. Tầm điểm của bữa tiệc là món cừu hầm rượu Barolo kiểu Ý dùng với bánh khoai tây nghệ và sốt sôcôla với hạt cardamom. Cuối bữa bạn sẽ được thỏa thích đắm chìm trong dư vị mê say của các loại sôcôla trong buffet tráng miệng. Bữa tiệc độc đáo này chỉ 888.000 đồng/người. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 08. 3833 6688.



PARKROYAL SAIGON

Thương hiệu chăm sóc sức khỏe thẩm mỹ tiêu chuẩn quốc tế St. Gregory thuộc tập đoàn Pan Pacific đến từ Singapore chính thức khai trương trung tâm spa thứ 9 trong chuỗi Spa cao cấp tại châu Á Thái Bình Dương, đánh dấu sự có mặt tại Việt Nam. Theo bà Wee Wei Ling, người sáng lập tập đoàn St. Gregory, spa St. Gregory tại Việt Nam là một phần kế hoạch phát triển lâu dài của tập đoàn tại khu vực. St. Gregory luôn hướng tới mục đích chung là mang lại chất lượng dịch vụ tốt nhất cho khách hàng. Được thiết kế theo

phong cách của khu nghỉ dưỡng hiện đại, nội thất của Spa St. Gregory được tô điểm bởi những gam màu hài hòa và ánh sáng dịu mát nhằm tạo nên một bầu không khí yên bình và dễ chịu. Với sáu phòng trị liệu bao gồm phòng dành cho hai người, phòng massage chân và chăm sóc da tay, trung tâm giới thiệu đến quý khách nhiều hình thức trị liệu phong phú, chất lượng kết hợp với dòng sản phẩm chăm sóc chuyên nghiệp Azial của Pháp, đây là dòng sản phẩm được chiết xuất từ thiên nhiên với thành phần hoạt tính cao. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 08. 3842 1111.



NOVOTEL SAIGON CENTRE

Từ nay đến 30/9/2013, Novotel Saigon Centre dành cho khách hàng chương trình ưu đãi đặc biệt cho sự kiện, hội nghị ... Theo đó, nếu quý khách nghỉ tại khách sạn hoặc tổ chức tiệc tại đây, sẽ được giảm giá tới 20%. Hơn nữa, giá cả dành cho sự kiện, hội nghị, hội thảo cũng được mức ưu đãi như sau: Nửa ngày (không ăn trưa, 1 coffee break): 339.000++VND/khách; Nửa ngày (có ăn trưa, 1 coffee break): 499.000++VND/khách; Nguyên ngày (có ăn trưa và 02 coffee break): 619.000++VND/khách. Giá ưu đãi áp dụng cho nhóm khách từ 10 người trở lên. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: 08. 3822 4866 hoặc email: h7965-sb@accor.com.

MAJESTIC

Khách sạn Majestic hân hạnh mang đến quý khách chương trình khuyến mãi Hè dành cho dịch vụ ẩm thực. Bạn hãy chọn Cocktail & Mocktail of the month với ưu đãi giá dành cho hai loại thức uống đặc biệt của Majestic như 119.000 đồng/ Blue Sky cocktail và 109.000 đồng/Summer mocktail. Nếu bạn thích vang, hãy thử chai Chateau Peyrouley Bordeaux với giá đặc biệt 799.000 đồng trong chương trình Wine of the month. Nếu bạn thích uống nhiều hơn trong khung cảnh thoáng đãng bên sông Sài Gòn, chỉ với 229.000 đồng, bạn sẽ được thưởng thức trọn gói nước uống trong vòng hai giờ. Hãy thưởng thức buffet BBQ hải sản trong không gian cực đẹp của Breeze Sky Bar với giá 760.000 đồng, nếu bạn mua 08 phiếu, sẽ được tặng 01 phiếu. Còn nếu bạn muốn uống trà chiều và ngắm sông, hãy tới Catinat Lougne và thưởng thức chúng với giá 250.000 đồng và ưu đãi mua 5 tặng 1. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 08. 3829 5517.



Đại chúng hoá CHAMPAGNE

Tuấn Anh

CÁC THƯƠNG HIỆU
CHAMPAGNE
ĐANG KHÔNG NGỪNG
TÌM CÁCH
TẬN DỤNG
NGHỆ THUẬT
ĐỂ ĐƯA TÊN TUỔI
CỦA MÌNH TỚI VỚI
SỐ ĐÔNG
VÀ TRỞ NÊN
ĐẠI CHÚNG HOÁ HƠN!

NGÀY XƯA NGÀY XƯA,
CÁC NHÀ CHAMPAGNE
THƯỜNG CẠNH TRANH VỚI
NHAU, ĐÁNH BÓNG TÊN
TUỔI BẰNG CÁCH NÓI VỀ
CHẤT LƯỢNG CỦA VANG.
HỌ THƯỜNG NÓI VỀ GIỐNG
NHO, CHẤT ĐẤT, THỔ
NHƯỞNG, VỀ NGHỆ THUẬT
THỰC HIỆN. HOẶC CŨNG
CÓ THỂ NÓI VỀ HƯƠNG
THƠM MÙI VỊ, ĐÓ SẼ LÀ
HƯƠNG CAM QUÝT HAY
HƯƠNG BÁNH NƯỚNG, SẼ
CÓ LỚP HƯƠNG CỦA HẠT
TIÊU HỒNG HAY HƯƠNG
DỨA. LỚP HƯƠNG CUỐI,
ĐỘ CÂN BẰNG CỦA RƯỢU
VÀ THẬM CHÍ LÀ CẢ KÍCH
THƯỚC CỦA NHỮNG HẠT
BONG BÓNG CŨNG SẼ
ĐƯỢC TÍNH ĐẾN. HƯƠNG
VỊ CỦA RƯỢU TRONG
MIỆNG, MÀU SẮC CỦA
VANG LÀ MÀU VÀNG RƠM
HAY MÀU VÀNG NẮNG TẮT
CẢ ĐỀU LÀ NHỮNG YẾU
TỐ RẤT QUAN TRỌNG.



Champagne và nghệ thuật số đông

Tất nhiên, hiện nay, việc này cũng không thay đổi nhiều lắm. Chỉ có một khác biệt nhỏ nhưng không kém phần quan trọng là nếu trước đây các thương hiệu champagne chỉ quan tâm tới nội dung bên trong thì thực tại đang cho thấy các hãng champagne đang ngày một quan tâm hơn tới cái vỏ, tới những giá trị bề nổi và đại chúng. Vậy nên mới thấy sự xuất hiện của những chai champagne với các ngôi sao nhạc Rap, những màn ăn mừng bên các giải đua Công Thức 1 đều là chiêu trò marketing hết cả. Ngoài ra, các nhà champagne còn không ngừng hợp tác với nhiều nghệ sĩ, các nhà thiết kế thời trang danh tiếng. Hai ví dụ điển hình nhất có thể kể ra ở đây là Andy Warhol – một nghệ sĩ đương đại, có các tác phẩm Pop Art với giá tới hàng chục triệu đô và Christian Louboutin – người mê hoặc phụ nữ bằng những đôi giày.

Các nhà champagne cũng đang ngày một ý thức được rằng để bán được hàng, họ phải vươn tới số đông, phục vụ một thị trường toàn cầu. Và cách làm tốt nhất là thông qua nghệ thuật, đặc biệt là những hiện tượng nghệ thuật đương đại. Pommery đã tài trợ cho Frieze – một hội chợ nghệ thuật đương đại ở công viên Regent's Park London. Ruinart (đừng nhầm đây là một thứ gì có liên quan tới nghệ thuật suy tàn) – một hãng champagne với tuổi đời vào khoảng 284 năm – thích được kết nối với thế giới nghệ thuật nên luôn tài trợ đồ uống cho các sự kiện Pavilion of Art & Design London (PAD London) và Masterpiece London. Piper-Heidsieck – thương hiệu đã từng hợp tác với Christian Louboutin thì hỗ trợ cho tuần lễ đua thuyền Cowes Week. Lanson – một thương hiệu champagne khác – thì tài trợ cho các buổi hoà nhạc. Taittinger – thương hiệu champagne làm nên tên tuổi với James Bond – tài trợ cho tất cả

mọi thứ, hoặc sự kiện có liên quan tới Ian Fleming.

Nghệ thuật truyền thông đại chúng

Nhưng bởi vì ngày càng nhiều nhà champagne nhảy vào việc tài trợ, các nhà champagne đang phải tìm kiếm những cách mới để thương hiệu champagne của họ được nhận biết nhiều hơn, ngưỡng mộ nhiều hơn, và khao khát hơn. Lấy ví dụ Dom Pérignon – một cái tên thực sự lớn trong thế giới champagne – có một mối quan hệ hợp tác bền chặt với nhà thiết kế thời trang Marc Newson. Marc Newson đã thiết kế rất nhiều các thiết bị để phục vụ việc thưởng thức champagne như làm mát, vận chuyển, bảo quản... Nhưng Dom Pérignon thích khoác tấm áo nghệ thuật lên nhiều hơn nữa – cho dù ở bất kỳ dạng thức nào để có thể vươn tới số đông đại chúng. Hãng đã quyết định mua lại nhà hàng El Bulli nổi tiếng của đầu bếp trứ danh Ferran Adrià khi cửa hàng này chuẩn bị đóng cửa mãi mãi. (Ferran Adrià là một trong rất ít người được Louis Vuitton thực hiện rương, túi riêng để tiện cho việc đựng đồ và cũng là để tôn vinh.) Người đứng đầu công việc thực hiện champagne cho nhà Dom Pérignon, Richard Geoffroy, không chỉ đơn thuần là một bậc thầy pha chế nước cốt từ những giống nho mà còn là một nghệ sĩ đích thực. Để tôn vinh những giá trị nghệ thuật của Dom Pérignon và cũng là đánh dấu sự hợp tác của hãng với thương hiệu El Bulli, hãng đã mời một nhóm các nghệ sĩ, các nhà báo, những người hoạt động trong lĩnh vực nghệ thuật cùng tạo ra những món ăn để kết hợp với đồ uống mà Geoffroy thực hiện cho nhà Dom Pérignon. Bạn cũng nên biết rằng El Bulli là một nhà hàng huyền thoại nhất thế giới, tới mức được ăn ở đó giống như trúng số độc đắc vậy. Thực tế là El Bulli đóng cửa sáu



**...CÁC NHÀ CHAMPAGNE
ĐANG PHẢI TÌM KIẾM NHỮNG
CÁCH MỚI ĐỂ THƯƠNG HIỆU
CHAMPAGNE CỦA HỌ ĐƯỢC
NHẬN BIẾT NHIỀU HƠN,
NGƯỠNG MỘ NHIỀU HƠN, VÀ
KHAO KHÁT HƠN.**

tháng mỗi năm và chỉ phục vụ trong sáu tháng. Trong sáu tháng đóng cửa, các nhân viên của El Bulli sẽ lọc và lựa chọn ngẫu nhiên các khách hàng từ một danh sách những người gọi tới đặt bàn. Tên của những người này được viết vào giấy (dù đó có là tổng thống Pháp) cũng vậy sau đó đặt lên bàn và mọi người chỉ nhặt ngẫu nhiên. Tên ai được nhặt, người đó sẽ là khách hàng. Tại El Bulli, các món ăn được thay đổi tới mức mọi người không thể ngờ. Trái olive bạn ăn trông giống như một trái olive, nếm có vị của một trái olive nhưng không phải là olive. Nó được tạo ra từ một chất gel olive xanh và làm đầy với dầu olive. Với việc tiếp quản nhà hàng El Bulli, Dom Perignon sẽ có thể thực sự mang tới cho những khách hàng may mắn được lựa chọn một trải nghiệm sâu sắc, một ấn tượng tuyệt vời về “tâm nhìn, nghệ thuật và sức ảnh hưởng” trên thế giới.

Dom Pérignon cũng đang giới thiệu một series với tên gọi Dark Revelation Dinners, với đồ uống là dòng champagne vụ mùa năm 2003. Với chương trình này Richard Geoffroy và đầu bếp Pascal Tinguad đã cùng nhau tạo ra một danh sách những món ăn được lấy cảm hứng từ câu chuyện của dòng champagne được đưa ra vào năm 2003. Năm 2003 là một năm đặc biệt thách thức do hiện tượng sương mù vào mùa xuân và một mùa hè nóng bức oi ả. Chương trình này đã diễn ra trong năm 2012 tại một danh sách các nhà hàng trên khắp nước Anh. Dom Pérignon trong năm 2012 cũng tài trợ cho một buổi biểu diễn chỉ dành riêng cho khách mời. Buổi biểu diễn do nghệ sĩ piano

nổi tiếng thế giới Lang Lang trình bày với âm nhạc là của nhà soạn nhạc được đề cử giải Oscar, Alexandre Desplat. Phần sân khấu được thực hiện bởi đạo diễn sân khấu nổi tiếng Robert Wilson. Buổi biểu diễn diễn ra tại nhà thờ King's Chapel ở Cung điện Versailles.

Dom Pérignon cũng đặt hàng David Lynch, đạo diễn phim nổi tiếng – tác giả của bộ phim Blue Velvet và series truyền hình Twin Peaks – thực hiện một chiến dịch quảng cáo in cho dòng vang năm 2003. Kết quả là Dom Pérignon có được một quảng cáo đầy tính thử nghiệm với bối cảnh màu sắc giống như những màn sương trong một bộ phim.

Perrier-Jouet năm 2012 cũng đánh dấu 200 năm kỷ niệm của mình với việc giới thiệu dòng champagne Bi-Centenaire Legacy Champagne – một dòng champagne được thiết kế để dành cho các thế hệ tương lai. Bi-Centenaire Legacy Champagne gồm hai chai magnum (loại chai lớn, 1,5l) Belle Epoque 1998. Điểm khác biệt là hai chai magnum này được đóng thùng bởi hai tác phẩm điêu khắc thực hiện trên chất liệu nhựa cây bởi nghệ sĩ người Mỹ Daniel Arsham. Hai chai này là hai nửa tách rời nhưng có thể hợp lại và tạo thành một sản phẩm đơn nhất. Mỗi một chai Bi-Centenaire Legacy Champagne sẽ có giá vào khoảng €10,000. Những khách hàng mua sản phẩm này sẽ có cơ hội thăm nhà Perrier-Jouët ở Epernay – một nơi thường không mở cửa đón khách. Khách mua sẽ có cơ hội có một khách đi kèm mình để trải

nh nghiệm cảm giác thượng đỉnh đẳng cấp ở khi tới thăm hãng. Khách mời sẽ có thể tìm hiểu về di sản 200 năm của thương hiệu và tới thăm những hầm chứa vang của hãng. Nhưng đó vẫn chưa phải phần đặc biệt nhất. Phần đặc biệt nhất là giới hạn khách hàng là 100 người. Khi quyết định mua, khách hàng có thể mang những chai champagne này về hoặc gửi lại nhờ hãng chăm sóc trong khoảng thời gian lên tới 100 năm để con cháu họ trong tương lai có thể tới lấy và mang về. Hai vỏ chai là hai tác phẩm điêu khắc khách hàng có thể mang về để trưng bày hoặc gửi lại nhờ hãng chăm sóc và bảo quản.

Krug – một nhà champagne cực kỳ nổi tiếng với các ca sỹ nhạc Rap – cũng có một ý tưởng khá hay trong việc sử dụng nghệ thuật. Cuối năm 2011, Krug đã tổ chức một triển lãm tại Royal Academy of Arts. Trong triển lãm này, hãng đã kêu gọi các nghệ sỹ quyên tặng những thứ thể hiện các ý kiến khác nhau của họ về hạnh phúc. Nghệ sỹ múa đương đại Sylvie Guillem đã quyên tặng một đôi giày ballet, nhà thiết kế Manolo Blahnik đã quyên tặng một đôi giày tím và vàng. Nghệ sỹ Marc Quinn thì tặng một chiếc áo T-shirt có chữ ký của ông và được thiết kế đặc biệt cho triển lãm. Nhà thiết kế thời trang nổi tiếng Bella Freud dành tặng triển lãm một bức ảnh chụp bố mẹ cô họa sỹ Lucian Freud và Bernadine Coverley chụp trước khi cô sinh.

Quả thực, sau cùng, tiếng “Pop” của champagne đang được nhìn nhận theo một nghĩa khác, rộng hơn ý nghĩa của một âm thanh đơn thuần!

PETRO VIETNAM

Quý học bổng "Thắp sáng niềm tin" được thành lập bởi tập thể cán bộ, công nhân viên của Tổng Công ty Cổ phần Dầu khí Việt Nam (Petro Vietnam) từ ngày 21/05/2007. Kỷ niệm 6 năm thành lập quỹ kết hợp với nhạc trưởng Lê Phi Phi đã tổ chức chương trình hòa nhạc Giai điệu Thắp Sáng Niềm Tin (Hope Symphony) vào 20/05 tại nhà hát Tp.HCM và 22/05 tại nhà hát lớn Hà Nội. Hope Symphony là chương trình hoà nhạc với nhiều cảm xúc mới lạ và phong cách thoải mái, kết hợp cổ điển với hiện đại (giao hưởng và rock). Các tác phẩm bất hủ trên thế giới (như Johann Sebastian Bach/Air; Jenkins/Adiemus Song of Sanctuary...) được đạo diễn bởi nhạc trưởng tài ba Lê Phi Phi, người đã từng là chỉ huy trưởng trực của dàn nhạc giao hưởng quốc gia nước cộng hoà Macedonia. Buổi hòa nhạc đã đem lại ấn tượng mạnh mẽ cho quý khán giả.



**TUNG BỪNG
KHAI TRƯỞNG
17/05/2013
LOTTE CINEMA
CỘNG HOÀ**

LOTTE CINEMA

Lotte Cinema sẽ chính thức khai trương cụm rạp thứ 8 tại Việt Nam với tên gọi Lotte Cinema Cộng Hoà tại Pico Plaza, 20 Cộng Hoà, Q. Tân Bình, TP.HCM. Với sáu phòng chiếu được trang bị 2D Digital và 3D Digital, màn hình cực rộng, hệ thống âm thanh sống động và sức chứa lên đến 1.229 người, kèm theo ghế đôi tiện ích, ghế dành riêng cho người khuyết tật, Lotte Cinema Cộng Hoà hứa hẹn sẽ tạo ra một làn sóng mới cho các bạn đam mê điện ảnh. Không chỉ thế, Lotte Cinema Cộng Hoà còn mang đến điều thú vị: Phòng chờ đẳng cấp V.I.P dành cho khách hàng V.I.P. Phòng chờ cung cấp hệ thống wifi cực mạnh để khách hàng có thể thoải mái online bằng smartphone, máy tính bảng trong khi chờ đợi đến suất chiếu, phục vụ thức uống miễn phí để khách có thể nhâm nhi, tán gẫu với bạn bè. Nhân dịp khai trương, Lotte Cinema Cộng Hoà đang áp dụng "cơn lốc khuyến mãi mùa hè" với năm chương trình chính dành cho các khách hàng đầu tiên của rạp. Hãy đến và trải nghiệm!



CHAMPS-ÉLYSÉES

Trong khuôn khổ hoạt động nhân dịp kỷ niệm 40 năm thiết lập quan hệ ngoại giao Pháp - Việt, L'Espace-Trung tâm Văn hóa Pháp tại Hà Nội trân trọng giới thiệu chương trình "Hòa nhạc của Dàn nhạc giao hưởng Champs Elysées." Chương trình sẽ

được tổ chức vào 20h ngày 16/06/2013 tại Nhà Hát Lớn Hà Nội với mức vé từ 150.000 đồng tới 800.000 đồng. Thành lập năm 1991 theo sáng kiến chung của Alain Durel, giám đốc nhà hát Théâtre des Champs-Élysées và chỉ huy trưởng Philippe Herreweghe. Từ nhiều năm nay, dàn nhạc Giao hưởng Champs-Élysées biểu diễn ở hầu hết các phòng hòa nhạc lớn như: Musikverein của Vienne, Concertgebouw của Amsterdam, Barbican Centre của Londres, Philharmonies của Munich, Berlin và Cologne, Alte Oper của Francfort, Gewandhaus de Leipzig, Lincoln Center của New York, Parco della Musica tại Rome, các nhà hát tại Nhật, Hàn Quốc, Trung Quốc... Mặt khác, bên cạnh mỗi buổi hòa nhạc, dàn nhạc Champs-Élysées còn có các buổi hội thảo, tập trước công chúng, gặp gỡ hay các buổi hướng dẫn dành cho công chúng và trường học. Trong buổi biểu diễn tới đây, 33 nghệ sĩ sẽ trình diễn cho công chúng Việt Nam những tác phẩm của H. J. Rigel và W.A. Mozart dưới sự chỉ huy của Alessandro Moccia. Đặt vé, xin vui lòng liên hệ: 0913 489 858.

LỘ LEM SÀI GÒN

Lotte Cinema chính thức giới thiệu bộ phim Lộ Lem Sài Gòn. Đây là tác phẩm đánh dấu sự hợp tác giữa điện ảnh Việt Nam và Hàn Quốc với sự góp mặt của diễn viên khách mời Kwang Min Woo (còn được biết tới với tên Psy nh). Nội dung bộ phim xoay quanh hành trình thực hiện ước mơ, khát khao cháy bỏng với "âm nhạc và những vũ điệu cuồng say", khẳng định bản thân của những người bạn trẻ. Sự kiện hợp báo và giao lưu cùng đoàn làm phim Lộ Lem Sài Gòn đã được tổ chức tại Lotte Cinema Nam Sài Gòn vào ngày 28/05/2013. Đặc biệt, tiểu Psy đã màn trình diễn vũ đạo của hai bản "hit" Gangnam Style và Gentleman với sự hỗ trợ của vũ đoàn và giao lưu cùng báo chí, truyền thông, người hâm mộ tại Việt Nam, chia sẻ những cảm nhận của cậu về đất nước, con người tại quê hương thứ hai cậu bé. Ngoài ra, cậu bé sẽ có hai buổi giao lưu và ký tặng người hâm mộ tại Lotte Cinema Cộng Hoà và Lotte Cinema Diamond thông qua hai suất chiếu sớm đặc biệt tại hai cụm rạp này.



RICHARD TOIX

Khách sạn Sofitel Saigon Plaza rất hân hạnh chào đón Siêu Đầu Bếp được phong hàm Michelin Richard Toix từ 04-08/06/2013 như một món quà dành riêng cho những người yêu ẩm thực. Sinh ra ở Perpignan vào ngày Valentine, Richard Toix luôn muốn trở thành một đầu bếp. Mặc dù nhận được học bổng tại trường khách sạn, làm việc cho nhà hàng ba sao Michelin "Freres Roux" ở London và đảm nhiệm một số vị trí quan trọng trong một số nhà hàng có uy tín nhất, Richard Toix tự nhận mình là một người luôn tự tìm tòi. Trong tuần lễ ẩm thực với Siêu đầu bếp Michelin này, tất cả các loại gia vị, cảm hứng sáng tạo và mùi vị sẽ được tôn vinh tại nhà hàng L'Olivier trong các món ăn tinh tế của Richard. Ông sẽ chiêu lòng tất cả các giác quan của bạn và đưa bạn vào một hành trình khám phá hương vị đầy bất ngờ và hấp dẫn.

156^{STYLE}

Entertainment

May - June 2013



ĐOÀN TRANG

**“TÔI CÓ MỘT CUỘC SỐNG
ĐA SẮC MÀU”**

Thùy Minh

**MỘT NHÂN VẬT VỪA MỚI
VỪA CŨ, VỪA LÚC NÀO CŨNG
GÂY ÁM ẢNH BỞI MÀU SÔ
CÔ LA NỒNG NHIỆT, NGỌT
NGÀO, VỪA LÚC NÀO CŨNG
CÓ CHUYỆN ĐỂ NÓI VỚI
TRUYỀN THÔNG. CÔ CHÍNH
LÀ NHÂN VẬT TRANG BÌA
CỦA STYLE SỐ NÀY.**

STYLE 158



● Celebrity



KHÔNG PHẢI CHỈ LÀ MỘT ĐOAN TRANG HOÀN TOÀN KHÁC LẠ Ở NGOẠI HÌNH MÀ CÒN KHÁC LẠ Ở CẢM XÚC VÀ THÔNG điệp ÂM NHẠC!

@ Lấy chồng là một trong những thành công của chị, tương đương với việc ra album mới, đúng hay sai?

Lấy chồng quả thật là một trong những cột mốc vô cùng quan trọng trong cuộc đời Trang. Đó cũng có thể gọi là thăng hoa trong tình yêu, dấu ấn tuyệt vời trong cuộc sống, khi mình đã tìm được một người đàn ông thật sự yêu thương và cùng mình đi tiếp những chặng đường còn lại... Nên không thể so sánh được với việc ra album. Đơn giản hơn thì lấy chồng là mở ra cả một chương mới cho đời mình, vì vậy nếu có sự so sánh, thì việc ra album chỉ giống như những kỳ nghỉ mát của đôi vợ chồng trong cuộc hôn nhân mà thôi!

@ Anh ấy hẳn là fan cuồng của vợ?

Ông xã là fan ruột, vừa cuồng nhưng vừa văn minh!

@Nghệ sỹ lấy chồng- có khi là động lực cho sự nghiệp, có khi là cánh cửa nghỉ ngơi, thư giãn cho sự nghiệp. Với chị là hoàn cảnh nào?

Đối với Trang là cả hai, Trang đã từng nghĩ rằng, đã bao năm mình làm việc hết mình, bây giờ đã lập gia đình, sẽ là lúc được nghỉ ngơi, xứng đáng được thư giãn và đi chậm lại một chút để có thể nhìn thấy rõ hơn quãng đường mới phía trước... Nhưng thật sự sau khi có "hai mình", Trang lại cảm thấy như mình được gắn thêm đôi cánh có thêm sức

mạnh, có thêm hậu thuẫn, nên hiện tại Trang lại càng thấy mình thật sung sức trong sự nghiệp.

@ Chuyện dễ nhất và khó nhất khi làm dâu?

Trang chỉ biết một câu chuyện, rằng Trang chưa từng có cơ hội làm dâu! Chuyện dễ nhất là Trang đã chinh phục tình cảm của gia đình chồng dành cho riêng mình, còn chuyện khó nhất thì dịp hè năm nay là khoảng thời gian dài đầu tiên Trang sang thăm và ở cùng bố mẹ chồng... Vậy để sau khi đi về Trang sẽ nói cho các bạn nghe nhé!

@ Khi ở nhà, chị có đảm đang không? Có nấu cơm và chiêu chồng?

Trước giờ bạn bè cứ hay cho rằng một cô ca sỹ năng động như Trang sẽ dễ dàng mất đi nét đảm đang trong gia đình. Vậy mà từ sau khi lấy chồng, Trang cảm nhận mình rất khác. Thời gian đầu, Trang toàn là nghĩ đến việc nấu ăn, nghiên cứu các món ăn. Đây là những điều mà Trang rất thờ ơ khi xưa. Thậm chí Trang luôn muốn tự tay mình dọn dẹp hay xếp áo cho chồng, mà không muốn nhờ cậy vào người giúp việc..

À, xin được bật mí là Trang đã có vài món ăn tuyệt chiêu đóng dấu bởi chính mình điều này đã chinh phục được ông xã và cứ vài ngày là anh ấy lại yêu cầu Trang làm món đó.. Nghĩ lại thấy thật vui!

@ Nghe nói chị cũng "theo chồng bỏ

cuộc chơi", di chuyển rất nhiều giữa các nước?

Trang theo chồng nhưng không bỏ cuộc chơi vì ông xã luôn ủng hộ vợ trên con đường nghệ thuật. Nhưng hiện tại Trang dành nhiều thời gian hơn cho gia đình nhỏ của mình, đi đây đi đó cùng chồng để cuộc sống vợ chồng luôn bền chặt và cũng là thời gian Trang "refresh" chính bản thân mình trong những chuyến du lịch tràn ngập yêu thương.

@ Doan Trang có mặt ở nhiều hạng mục, làm BGK, làm thí sinh, làm MC... Chị đoán khán giả đánh giá chị là như thế nào? Nghệ sỹ đa tài hay người tham việc?

Công việc đến với Trang một cách tự nhiên và do sự trân trọng của đơn vị tổ chức, nhà đài, khán giả dành cho mình. Một nghệ sỹ giải trí như Trang thì việc có thể làm nhiều lĩnh vực khác nhau trong cùng bộ môn nghệ thuật là điều tốt mà đúng không? Những việc Trang làm tuy khác nhau nhưng ít nhiều liên quan đến âm nhạc và âm nhạc thì luôn là... "điểm tựa" lớn nhất trong sự nghiệp của Trang.

161 **STYLE**

TRANG KHÔNG QUAN TRỌNG MÌNH "TÂY" HAY "TA", MÀ QUAN TRỌNG LÀ CẢ
TÂY VÀ TA ĐỀU YÊU QUÝ MÌNH.

Peter Pilotto dress + See by Chloé bangle



Carven dress



Carven top



162^{STYLE}

@ Bao giờ chị chính thức quay lại với công việc? "Chính thức" ở đây là lên hẳn kế hoạch và có đi hát, chứ không chỉ tham gia event...

Trang vẫn luôn "chính thức" làm việc ngay cả khi đang tất bật để chuẩn bị ngày cưới. Trang cùng ekip đã thực hiện MV Độc Bước sát cận ngày cưới chỉ vì kế hoạch đã lên từ đầu năm. Trước khi hai vợ chồng đón kỳ nghỉ Giáng sinh cuối năm kèm luôn tuần trăng mật ở Mỹ thì có ghé qua Hàn Quốc vào đêm Giáng sinh để hát phục vụ đồng bào sống xa quê hương. Nói như thế để thấy rằng Trang vẫn luôn dành thời gian cho nghề nghiệp của mình và mọi khía cạnh khác của cuộc sống sẽ là nguồn cảm hứng để Trang mang cảm xúc vào công việc ca hát. Hiện tại, Trang vẫn đang thu âm cho một dự án âm nhạc mới, chắc chắn sẽ ra mắt trong năm nay và mang đầy đủ màu sắc của một Đoàn Trang hiện tại.

@ Cụ thể hơn?

Sẽ là một album gồm những ca khúc mang hơi thở cuộc sống của Trang hiện tại: đầy sắc màu, tràn yêu thương và những tâm sự của một cô gái đã trưởng thành.

@ Chị có nghĩ khán giả mong chờ một điều hoàn toàn khác lạ ở chị sau bao nhiêu năm ca hát không?

Đến bây giờ, mỗi lần Trang lên sân khấu, khán giả vẫn yêu cầu: Băng khuâng, Sô cô la, Tóc hát, Quạt giấy, Guốc mộc... Mỗi giai đoạn trong cuộc sống Trang đều đã thay đổi để mình mới mẻ và trưởng thành hơn trong âm nhạc nhưng khán giả đã yêu mến mình thì họ luôn muốn sống với những ký ức, những kỷ niệm mà họ đã gắn với những ca khúc cũ. Trang vẫn có thể chiều chuộng họ nhưng bên cạnh đó sẽ chủ động giới thiệu đến họ những tư duy âm nhạc mới mẻ mà Trang

cập nhật được cho chính phong cách và giọng hát của mình. Sẽ không phải chỉ là một Đoàn Trang hoàn toàn khác lạ ở ngoại hình mà còn khác lạ ở cảm xúc và thông điệp âm nhạc!

@ Chị có vẻ nữ tính dịu dàng, lối sống truyền thống, rất Việt Nam mặc áo dài... Nhưng lại lấy chồng Tây, hát tiếng Anh, chụp hình kiểu Pop ART. Vậy chị thấy mình Tây hay "Ta"?

Tất cả những gì bạn liệt kê gộp lại chính là hình ảnh đúng nhất của Đoàn Trang. Trang không quan trọng mình "Tây" hay "Ta", mà quan trọng là cả Tây và Ta đều yêu quý mình.

@ Làm mới Đoàn Trang về cả âm nhạc lẫn hình ảnh hình như hơi khó, nếu như không có 1 ê kíp nhiều sáng tạo như em trai của chị?

Những gì ekip của Cao Trung Hiếu - em trai Trang đã làm cho Trang và nhiều nghệ sĩ khác trong suốt nhiều năm nay đã phần nào khẳng định được tài năng và sức sáng tạo của Hiếu và ê kíp của mình. Trang chỉ là một trong rất nhiều "khách hàng" của Hiếu nhưng vị "khách hàng" này đặc biệt hơn là phải phục vụ suốt đời và không mất tiền. (cười) Hiếu luôn đặt mình ra ngoài mối quan hệ chị em trong nhà để có thể định hướng, tư vấn cho Trang một cách khách quan nhất trong nghệ thuật. Đó là điều làm cho Trang luôn tin tưởng để mặc sức cho Cao Trung Hiếu và ê kíp của cậu ta "làm mới" Trang như thế nào cũng được miễn là Trang có đất để vùng vẫy bằng cá tính âm nhạc của mình.

@ Nếu dùng một cụm từ để miêu tả về cuộc sống hiện tại của mình?

Trang đang có một cuộc sống đầy màu sắc, giàu năng lượng và nhiều cảm xúc như chính dòng nhạc Latin mà Trang vẫn đang theo đuổi. Và Trang sẽ thể hiện điều đó qua âm nhạc để dành tặng cho quý vị khán giả.



Trẻ, cá tính, đoạt quán quân cuộc thi thời trang “Belve – Tin vào bản năng, Khẳng định cá tính 2011” khi mới 24 tuổi, Nguyễn Lưu Quốc Thái giờ đây đã trưởng thành hơn khi ra mắt bộ sưu tập mang tên Glenmorangie. Đây hứa hẹn là tác phẩm đánh dấu sự chín muồi trên con đường sáng tạo của Quốc Thái bởi phong cách hiện đại, tinh tế và thật sự ấn tượng.

*Nguyễn Lưu
Quốc Thái*
& niềm đam mê sự hoàn hảo

Bắt đầu sự nghiệp với một bộ phóng không thể tốt hơn - Quán quân cuộc thi thiết kế thời trang "Belve - Tin vào bản năng, Khẳng định cá tính 2011", nói về Quốc Thái, có lẽ chỉ cần 2 từ:

đơn giản và lay động. Có gì đó vừa nghiêm túc, tỉ mỉ đến ngệt thở trong từng đường kim mũi chỉ, cùng lúc, trong các thiết kế của anh lại có gì đó toát lên về "bất cần" rất riêng. Ở mọi chủ đề, những tác phẩm của Quốc Thái đều đơn giản mà mạnh mẽ, bởi vậy cảm hứng truyền từ những trang phục của Thái đến với người xem là không thể chối cãi.

Vẫn đang theo đuổi nghiệp thiết kế thời trang, nhưng từ 2011, Quốc Thái - giờ đây được biết đến với cái tên Thái Nguyễn - có vẻ "ẩn dật" khi không xuất hiện nhiều trên các phương tiện truyền thông cũng như không cho ra mắt nhiều tác phẩm mới. Anh chia sẻ: "Cảm hứng là quan trọng, nó là cốt lõi của mọi nguồn cơn sáng tạo, là động lực để cho ra đời những sản phẩm mới. Thiết kế thời trang không phải sản xuất công nghiệp, chỉ khi nào cảm xúc bên trong thăng hoa thật sự, tôi mới dám biến nó thành hiện thực". Sự cẩn trọng quá mức hay cá tính sáng tạo riêng? Có lẽ không khó để nhận ra Quốc Thái khó tính và cầu toàn hơn rất nhiều.

Mới đây, đánh dấu sự trở lại của mình,

Quốc Thái đang hoàn tất bộ sưu tập thời trang mới, lấy cảm hứng từ sắc cam và các hương vị của loại nước uống lừng danh thế giới Glenmorangie. Được biết bộ sưu tập thời trang này sẽ được chụp ngay tại Scotland - quê hương của Glenmorangie với dàn người mẫu đình nhất hiện nay: Hoa hậu Mai Phương Thúy, Á hậu Dương Tú Anh, siêu mẫu Hoàng Yến và Trà My Next Top Model. Một cuộc phỏng vấn ngắn Quốc Thái đã hé lộ nhiều điều thú vị về bộ sưu tập này.

Yếu tố nào là động lực chính khiến anh trở lại với bộ sưu tập mới này?

Từ khi đoạt Quán quân của "Belve - Tin vào bản năng, Khẳng định cá tính 2011", tôi chưa công bố rộng rãi một bộ sưu tập nào. Có lẽ bởi cá tính cầu toàn và ương ngạnh của mình, tôi hiếm khi chịu "bung" nếu chưa thấy thỏa mãn đầy đủ về cảm xúc. Nhưng khi nhìn thấy sắc cam của Glenmorangie, tôi biết mình sẽ phải làm gì.

Anh tìm thấy cảm hứng gì ở dòng mỹ tửu lừng danh thế giới này?

Ban đầu tôi chỉ lấy cảm hứng từ sắc cam cho bộ sưu tập của mình mà thôi.

Nhưng khi tìm hiểu kỹ hơn, ngay lập tức, tôi như bị Glenmorangie nhấn chìm trong thế giới mỹ miều của nghệ thuật chưng cất cầu kỳ. Tôi cũng được biết chính hương vị nồng đượm và ngát ngậy của dòng thức uống cầu kỳ này đã truyền cảm hứng cho rất nhiều nghệ sĩ danh tiếng thế giới sáng tạo nên các tác phẩm độc đáo.

Đơn cử như Hanne Enemark, với bộ ly dành cho Glenmorangie mà khi nhìn vào, tôi bất chợt có cảm giác "lạnh sống lưng" bởi sự tinh khiết đến kinh ngạc của chất liệu

trong suốt, những đường vuốt uốn lượn mượt mà, đến nỗi tôi không dám chạm vào, vì sợ nó tan đi mất. Rất tuyệt vời!

Vậy linh hồn của bộ sưu tập thời trang mới của anh là gì?

Cảm hứng sáng tạo của tôi đến từ sắc cam và hương vị của những tuyệt phẩm Glenmorangie. Nói về nóng bỏng và ngậy ngát, còn gì hơn chất lỏng sóng sánh, trong suốt màu cam dịu nhưng nhấp vào là cảm nhận ngay sự cháy bỏng đang vùn vụt và quện chặt lấy từng giác quan. Glenmorangie, không khác gì một người đẹp có sức hút khó cưỡng lại.

Và anh đã quyết định chọn hình ảnh nào cho cả bộ sưu tập?

Tôi đặc biệt thích sự quyến rũ, nhưng phải cực kỳ đơn giản và tinh tế. Tôi chuộng những đường cắt cúp mạnh mẽ, tạo phom dáng hiện đại để tôn lên nét sang trọng, lịch thiệp - cũng là tính cách của những người dùng Glenmorangie. Nét đặc biệt của bộ sưu tập này còn nằm ở cách kết hợp các chất liệu với nhau: tuýp-mưa, thun misa, ren, chiffon, saquin.....để tạo nên một tổng thể hài hoà, vừa uyển chuyển, thanh thoát, vừa mạnh mẽ, độc lập.

Tôi thật sự bị lay động mạnh bởi sự tinh tế, sang trọng hiếm có, và hành trình theo đuổi sự hoàn hảo của nhà Glenmorangie thúc đẩy tôi. Bộ sưu tập đã ra đời dựa trên cảm hứng đó.

Xin cảm ơn anh về buổi trò chuyện này!

NHẢ LÀN

Trần Thu Hằng: Tôi từ chối mình đã lớn!

Tích Ru





Có một điều thú vị là khi bạn yêu thích nghệ sỹ nào thì bản thân sẽ rất dễ được truyền cảm hứng từ người nghệ sỹ đó. Và trong số rất nhiều những nghệ sỹ của Việt Nam, cái tên đầu tiên tôi nghĩ ngay đến là nữ nghệ sỹ art doll Trần Thu Hằng, hay còn gọi là Hằng Doll.

SỰ ĐÁNG YÊU CỦA “CHỊ HẰNG”

Tôi gặp Hằng lần đầu tiên ngay tại triển lãm cá nhân của chị có tên “Thủ Thi” tại Trung tâm văn hóa Nhật Bản cách đây hai năm trước. Có ba điều “đáng yêu” trong triển lãm này. Đầu tiên là tác giả quá “đáng yêu”. Với dáng người mảnh mai, khuôn mặt ấn tượng, nụ cười tươi sáng và cách ăn nói nhỏ nhẹ từ tốn, Hằng như một quý cô tiểu tư sản của những năm 30 bên châu Âu, bước ra từ một tiểu thuyết cổ điển. Thứ hai là tác phẩm quá “đáng yêu”. Toàn bộ là những tác phẩm búp bê bằng gỗ đều do Hằng tự “thi công thiết kế”. Mỗi tác phẩm là một câu chuyện nhỏ về tuổi thơ mà Hằng Doll tưởng tượng gửi gắm vào đó. Và thứ ba là không khí triển lãm quá “đáng yêu”. Tôi vẫn còn nhớ hôm đó gần đến tết Trung Thu. Các em nhỏ (từ 4, 5 tuổi cho đến 19, 20 tuổi) khi xem xong triển lãm ai cũng cười gọi Hằng Doll là “Chị Hằng”. Lúc đó, tôi đã quen anh Thành Phong (tác giả của “Sát thủ đầu mừng mủ”) là phu quân của Hằng chứ không thì cũng lao vào hi vọng làm “chú Cuội” rồi!

Sau “Thủ Thi”, tôi có cơ hội gặp Hằng Doll nhiều lần nữa. Tại triển lãm. Tại các sự kiện văn hoá. Tại những quán café âm u nhưng luôn được bừng sáng bởi nụ cười của Hằng. Dần dần sau các cuộc trò chuyện, tôi thấy một sự chân thực tuyệt đối giữa con người, tác phẩm và đời sống của Hằng. Khác với nhiều nghệ sỹ đương đại luôn khoác cho mình những phong cách lạ lùng,



tiên phong và kì quái, Hằng đơn giản khiến cho tôi có cảm giác hoài niệm. Từ phong thái cho đến cách nói chuyện. Từ mái tóc tới bộ trang phục. Từ ý tưởng tác phẩm tới sản phẩm thực tế. Nhưng đằng sau vẻ ngoài mảnh mai đó là một năng lượng cống hiến tuyệt đối mãnh liệt của người nghệ sĩ trẻ.

THẾ GIỚI CHO RIÊNG MÌNH

Trần Thu Hằng sinh ngày 20 tháng 11 năm 1984 tại Hà Nội và tốt nghiệp khoa hội họa đại học Mỹ Thuật Hà Nội. Chị được coi là nghệ sĩ tiên phong trong lĩnh vực nghệ thuật búp bê, art doll, của Việt Nam. Rất rõ ràng trong sự nghiệp của mình, Trần Thu Hằng chia công việc làm búp bê làm hai mảng. Thứ nhất là búp bê đặt hàng. Vừa giúp Hằng kiếm thêm thu nhập để nuôi sống bản thân và đam mê, vừa trau dồi thêm cho Hằng kĩ thuật. Và thứ hai

là búp bê gỗ, những tác phẩm nghệ thuật nơi Hằng gửi gắm toàn bộ tâm huyết của mình.

Từ nhỏ, Hằng đã xây dựng cho mình một thế giới riêng và ở mình trong đó. Đến tận bây giờ, tôi có cảm giác chị vẫn đang hạnh phúc, ung dung và tự tại trong thế giới ấy. Đôi khi, không chịu chấp nhận mình đã lớn hoặc từ chối cuộc sống xô bồ xung quanh. Những tác phẩm búp bê gỗ (đặc biệt trong triển lãm “Thủ Thi”) là những gì Hằng luôn ao ước và muốn thể hiện: tuổi thơ, kỉ niệm và thế giới quan của bản thân.

Lần đầu tiên khi xem tác phẩm của Trần Thu Hằng, tôi đã rất thắc mắc: tại sao búp bê của Hằng giống phong cách Nhật Bản, nhưng lại có nét gì đó rất châu Âu. Đây là một điều “hiếm thấy” ở các nghệ sĩ trẻ, khi 5 năm trở lại đây, xu thế chung của đa số các nghệ sĩ là tìm lại “văn hóa dân tộc” để làm chất liệu cho các tác phẩm

của mình. Làm sao cho tác phẩm đó trông càng Việt Nam càng tốt. Trần Thu Hằng thì lại khác, chị chân thành với tác phẩm và kỉ niệm cá nhân. Có lẽ, sẽ nhiều người tặc lưỡi khi xem xong tác phẩm của chị rồi phê phán rằng không có hồn dân tộc, không thấy chất Việt Nam... Nhưng đối với tôi, có thể Trần Thu Hằng là một cô gái trong thế giới phẳng, nhưng cô ấy vẫn Việt Nam lắm đấy, thậm chí hơn nhiều những nghệ sĩ với các chất liệu dân tộc trên kia.

Hằng Doll tâm sự rằng, hồi nhỏ chị lúc nào cũng sống trong thời đại tranh Phục Hưng, với những nền văn hóa Châu Âu như của Anh, Pháp, Ý. Chị cũng đặc biệt thích văn hóa Nhật. Cũng như những đứa trẻ con khác cùng thời, chị biết đến văn hoá Nhật qua những bộ truyện tranh. Sau khi đọc truyện tranh thì chị cảm thấy: “Ồ, sao cái đất nước này kì lạ thế! Họ có lối tư duy thật đặc biệt,

Một thế giới mà có lẽ “trẻ con thấy giống quá, mà người lớn thấy nhớ quá!”



ta có thể nhìn thấy nhiều thứ kì quái nhưng lại đầy tính nhân văn ở bên trong.” Chính từ sự tò mò và tình yêu ấy, chị đã thổi hồn nên những cô cậu bé búp bê đáng yêu và ngộ nghĩnh của ngày hôm nay... “Khi mình yêu thích cái gì đó một cách tự nhiên, tình yêu ấy được xây dựng từ bé đến lớn rất vô thức trong đầu mình thì khi mình lớn lên, nó sẽ trở thành một phần của mình” - Hằng giải thích.

Hằng cũng tự nhận bản thân là một người cực đoan. Chị nói vui bảo có lẽ đó là điều chị thích nhất ở cái cung hoàng đạo của mình, cung Thiên Yết. Sự cực đoan khiến cho ta sớm tìm được màu sắc riêng cá nhân. Đối với chị bất kể điều gì thì nhược điểm cũng chính là ưu điểm. Quan trọng là điểm nhìn của ta với vấn đề đó. Và chỉ với cá tính cực đoan như vậy thì chị mới có thể đẩy mọi thứ đến cùng, có chính kiến yêu, ghét rõ ràng. Có chìm xuống tận đáy thì mới nổi lên được. Hằng lúc nào cũng muốn hỏi tại sao, tại sao... Đơn giản là chị luôn muốn hiểu đến cốt lõi. Nhưng Hằng chỉ cực đoan với bản thân mình. Với thế giới xung quanh, chị cởi mở và rạng rỡ. Chị là

một trong số ít những người phụ nữ “thiên” nhất tôi từng gặp. Có lẽ sự cực đoan của Hằng giống như một tấm màng lọc để bảo vệ quan điểm của mình khỏi những cám dỗ của thế giới bên ngoài.

“NHÓC MARUKO” KHÔNG CÔ ĐƠN

Nhiều người đọc đến đây sẽ tự hỏi, Trần Thu Hằng như một cô nhóc Maruko muốn sống mãi trong thế giới của mình, vậy cô bé có thấy cô đơn không? Tôi thì lại nghĩ Hằng Doll là một người thích sự cô đơn và cũng chính sự cô đơn giúp chị phát triển, để tĩnh lặng cùng thời gian, nhìn nhận lại mọi việc.

Khác với các nghệ sỹ nữ đương đại hay đặt những vấn đề xã hội mang tính chất tiêu cực, phê phán hoặc quan điểm về “tình dục, nữ quyền” vào tác phẩm, đề tài của Trần Thu Hằng thường giản dị về gia đình và xã hội. Chị muốn nhìn vấn đề một cách khách quan nhất, cả cái tốt lẫn cái xấu trong xã hội này. Đó cũng là cách chị nhìn nhận về hôn nhân và hạnh phúc. Không cần gì nhiều, đối với Hằng Doll, bạn đời là người đi

cùng với mình để mỗi ngày mang lại hạnh phúc và niềm vui cho nhau. Hiện tại chị vui với cuộc sống của mình, cùng người bạn đời hiểu công việc chị làm, và luôn có những nét “duyên thâm” đáng yêu.

Cô nghệ sỹ Maruko, Trần Thu Hằng hay Hằng Doll không cần những phát ngôn to lớn, những bộ trang phục sang trọng hay tư tưởng nổi loạn. Hằng chinh phục tất cả mọi người bằng sức mạnh nữ tính nhất. Với giọng điệu nhẹ nhàng, truyền cảm cùng những tác phẩm chân thành từ tận sâu tâm hồn, Hằng mở cửa, đưa chúng ta vào thế giới búp bê của chị một cách chậm rãi như lời “thủ thi”. Một thế giới mà có lẽ “trẻ con thấy giống quá, mà người lớn thấy nhớ quá!” Và tại đó tâm hồn chúng ta có thể tìm lại được một phút bình yên.



VỀ ĐẸP TRẦN TRUI VÀ RỤC RỖ

Laurent Nguyễn



POP ART MANG LẠI MỘT Ý NGHĨA MỚI CHO NHỮNG NGHỆ SĨ CỦA THỜI ĐẠI MỚI. KHAI TRÙ NHỮNG BÓNG MỜ CỦA NGHỆ THUẬT TRỪU TƯỢNG, POP ART MỞ RA MỘT LỐI SỐNG THỰC TẾ VÀ RỰC RỠ, MINH CHỨNG QUA SỰ SUNG TÚC VÀ PHÓNG KHOÁNG CỦA THỜI HẬU CHIẾN.

171 **STYLE**

Lần đầu tiên tôi tiếp xúc với Pop Art cũng là lần đầu tiên tôi đặt chân đến Bảo Tàng Mỹ Thuật Tàn Thời của San Francisco (SFMOMA) vào năm 2007 với triển lãm “Andy Warhol and The Factory”. Ban đầu, Pop Art hoàn toàn không giống như tôi mong đợi. Sự thể hiện của nó quá khác biệt với nghệ thuật truyền thống bởi cảm giác thô ráp và trần trụi. Nhưng càng xem, càng tìm hiểu, tôi bỗng thấy tự lúc nào mình bị thứ nghệ thuật này gây mê và cuốn hút một cách đầy ma lực. Tôi tò mò tự hỏi vì sao Pop Art lại có khả năng dẫn dắt người xem chìm đắm trong những xúc cảm đa chiều, đan xen giữa mâu thuẫn, bất cân bằng, đồng thời lại kích thích tò mò khám phá đến thế?

KHÁI NIỆM MỸ THUẬT ĐẠI CHÚNG

Pop Art là từ viết tắt của “Art for popular culture” (hay mỹ thuật đại chúng). Điều đặc biệt của Pop Art là dù không có kiến thức sơ đẳng về mỹ thuật, người xem vẫn có những phản ứng và cảm xúc rất rõ rệt. Các tác phẩm Pop Art đẩy cảm xúc của người xem đến cao trào, đôi khi lạc lõng, rối thả trôi họ giữa một thế giới vật chất tưởng như thân quen, nhưng hoàn toàn xa lạ về tư duy. Đây là đặc điểm khiến cho Pop Art đầy cuốn hút, dù vẻ ngoài có đơn giản hay thậm chí là “tầm thường”.

Pop Art xuất phát từ Anh Quốc giữa thập niên 50, sau lan rộng sang Hoa Kỳ và thật sự làm bùng nổ cuộc tranh cãi về ý niệm “Thế nào là nghệ thuật cao cấp và chính thống?” Xuyên suốt thế kỷ 17, 18, những nghệ sĩ ở Châu Âu, điển hình là Hà Lan, như John Vermeer hay Frans Hals đã mở đầu cho việc đưa nghệ thuật đến gần hơn với đại chúng. Nghệ thuật bấy giờ không chỉ phụ thuộc vào quyền lực của tôn giáo nữa mà mở rộng đến tầng lớp trung lưu, mang lại cho họ những sự thật trần trụi nhưng đồng thời là những mơ ước về một cuộc sống tốt đẹp hơn. Nhưng phải đến thế kỷ thứ 20, người nghệ sĩ mới được hoàn toàn làm chủ và tự do truyền tải các tư tưởng tân thời. Đặc biệt với sự ra đời của máy ảnh, nghệ thuật đã thực sự giải thoát nghệ sĩ ra khỏi chức danh “người ghi chép lịch sử qua tranh.” Từ đó, họ chìm đắm trong những ý niệm



NHƯ MỘT LỜI THÁCH THỨC ĐỐI VỚI MỸ THUẬT TRUYỀN THỐNG VỐN TRAU CHUỐT NHỮNG GIÁ TRỊ CỔ ĐIỂN VÀ LỊCH SỬ, POP ART LÀ MỘT BƯỚC NGOẶT LỚN CỦA NGHỆ THUẬT TÂN THỜI. XUẤT THÂN TRONG THỜI ĐẠI CÔNG NGHIỆP, POP ART KẾT HỢP MỘT CÁCH NGẪU NHIÊN NHỮNG NGUYÊN LIỆU CỦA TRUYỀN THÔNG ĐẠI CHÚNG NHƯ TỜ RƠI, TIN TỨC, TRANH ẢNH... ĐỂ CA NGỌI CÁI ĐẸP ĐỜI SỐNG THƯỜNG NGÀY.



trừu tượng, đối lập về tư duy và thế giới quan của mỗi cá nhân.

Như một lời thách thức đối với mỹ thuật truyền thống vốn trau chuốt những giá trị cổ điển và lịch sử, Pop Art là một bước ngoặt lớn của nghệ thuật tân thời. Xuất thân trong thời đại công nghiệp, Pop Art kết hợp một cách ngẫu nhiên những nguyên liệu của truyền thông đại chúng như tờ rơi, tin tức, tranh ảnh... để ca ngợi cái đẹp đời sống thường ngày. Tuy nhiên, sự ngẫu nhiên của Pop Art là một sự ngẫu nhiên có trật tự. Nghệ sĩ Pop Art, cũng như những nghệ sĩ trong các trào lưu nghệ thuật tân thời khác, đều có khả năng sáng tác theo mọi tiêu chuẩn hàn lâm chính quy nhưng họ chọn cho mình một lối rẽ mang tên Tự Do. Họ tách biệt vật chất ra khỏi ngữ cảnh thông thường, chắp nối chúng thành những mảnh ghép với nhiều bất ngờ khó đoán. Pop Art cũng không còn giới hạn trong tranh vẽ, kiến trúc hay điêu khắc mà mở rộng ra đa chất liệu, phản ánh xã hội thịnh vượng tân thời.

CUỘC NGẪU HỨNG CỦA NHỮNG SẮC MÀU

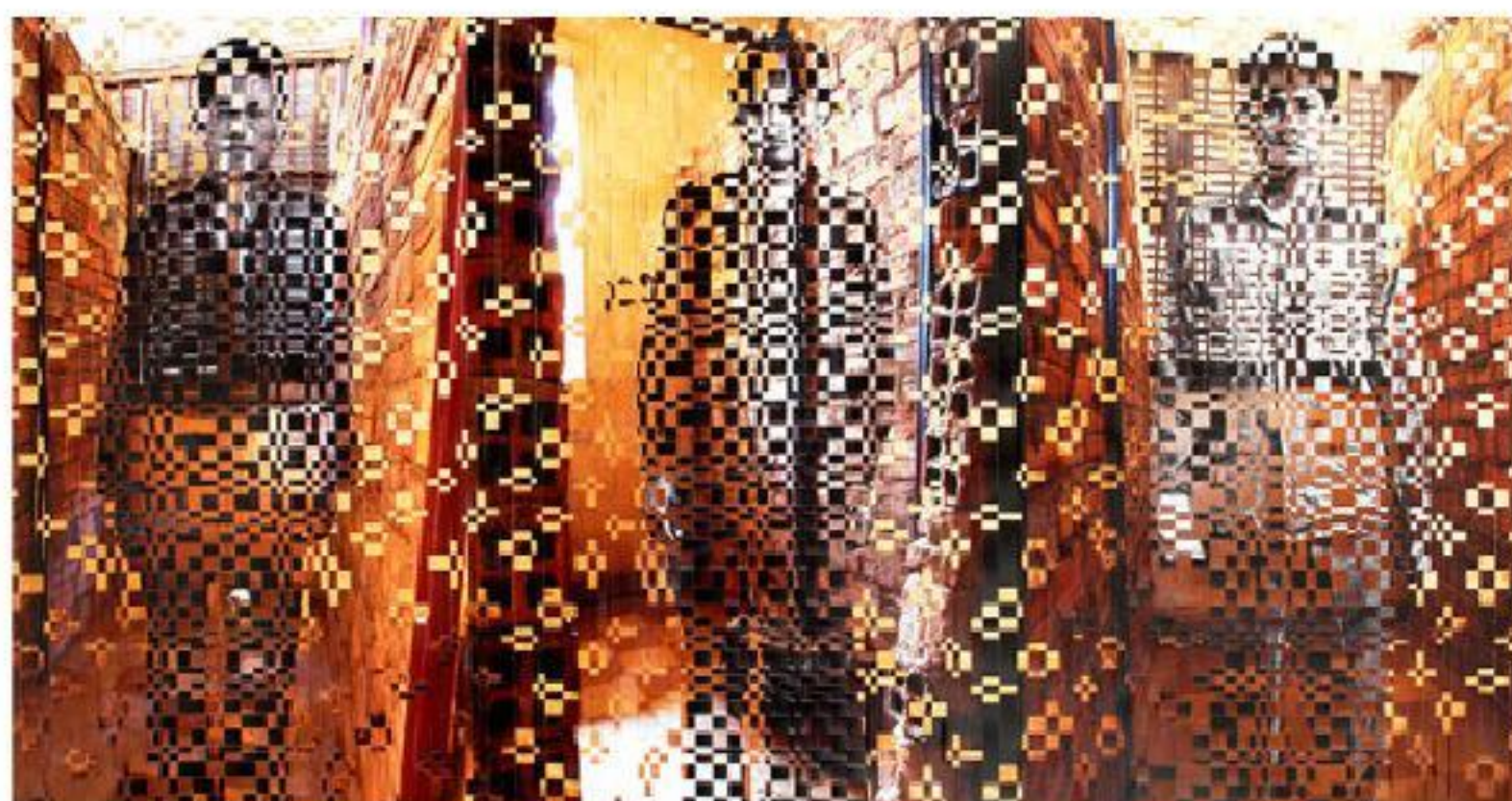
Một đặc điểm dễ nhận dạng của Pop Art là màu sắc. Nghệ sĩ thường dùng nhiều khối màu sáng có sắc độ tương phản để thu hút người xem. Không thể không nhắc đến Andy Warhol với loạt chân dung vẽ cô đào Marilyn Monroe hay khả năng sáng tạo đặc biệt của ông khi bất cứ một sản phẩm thông thường nào như lon súp Campbell's hay hộp xà phòng Brillo cũng có thể mang đậm dấu ấn nghệ thuật. Những bức tranh khổ to của ông với hàng loạt lon súp Campbell's chồng chất lên nhau, lên án vấn nạn đồng hoá của thời đại công nghiệp. Tuy nhiên, với những khác biệt nhỏ nhất giữa những lon súp, đòi hỏi cái nhìn và tìm hiểu sâu, ông ám chỉ một khía cạnh tự nhiên—sự khác biệt và duy nhất trong bản chất của mỗi con người. Điểm bút phá hơn cả của Pop Art là có thể mang tinh thần nghệ thuật từ viện bảo tàng ra đến đường phố và chốn công cộng. Đây cũng là một trong những giai đoạn mà người nghệ sĩ có thể chuyển tài năng

là ý tưởng cá nhân thành tiếng tăm và quyền lực. Và cũng bắt đầu từ Pop Art, người ta biết đến những buổi tiệc thâu đêm, những cuộc gặp gỡ giữa những nghệ sĩ, và khái niệm “social butterfly” hình thành.

Pop Art mang lại một ý nghĩa mới cho những nghệ sĩ của thời đại mới. Khai trừ những bóng mờ của nghệ thuật trừu tượng, Pop Art mở ra một lối sống thực tế và rực rỡ, minh chứng qua sự sung túc và phóng khoáng của thời hậu chiến. Mặc dù Pop Art về nhiều mặt bị xem như một hình thức nghệ thuật vô cảm và quá đối lập với những triết lý của thế hệ cũ, những nghệ sĩ Pop Art như những nhà tiên tri, có thể dự đoán về tương lai của thời đại công nghiệp, nơi mà giá trị của con người hầu như được định đoạt dựa vào những vật dụng họ sở hữu.

ẢNH HƯỞNG CỦA POP ART

Tư tưởng hiện đại của Pop Art cũng lan rộng sang nhiều lĩnh vực như âm nhạc, thời trang, thiết kế và trở



thành lối sống của thập niên 50, 60. Sau chiến tranh thế giới thứ hai, sức ảnh hưởng toàn cầu của ông hoàng nhạc Pop Elvis Presley hay nhóm nhạc huyền thoại The Beatles với các ca khúc về tình yêu, hoà bình, con người, và những giấc mơ đương đại làm cho cuộc sống cởi mở hơn. Con người bấy giờ gửi gắm khát khao và hi vọng vào Pop Art với một tinh thần tự do, phóng khoáng, và tràn đầy tích cực. Pop Art trở thành cầu nối cho những ước mơ trẻ, nơi con người không cần ẩn mình trong những hoài nghi về những hình thức cầu kỳ. Những bộ váy áo của Pierre Cardin, hay Yves Saint Laurent với những khối hình học màu sáng, bắt mắt, và đầy tương phản, cùng với những đường cắt cúp tối giản trở thành khuynh hướng thời trang phản ánh cái nhìn của Pop Art. Sự thăng hoa của Pop Art đặt một bước tiến mới vào nền công nghiệp và sản xuất. Con người trở nên năng động và đầu tư vào cuộc sống vật chất hơn để lấp lấp những mất mát trong chiến tranh.

Trong những năm tháng của thập niên 60 và 70, cuộc chiến khốc liệt tại Việt Nam và sự khốn khổ của loài người trong vòng tranh chấp quyền lực đã trở thành nguồn cảm hứng vô tận cho Pop Art. Nghệ sĩ trong và ngoài nước dùng Pop Art vẽ nên bức tranh thực trạng của chính trị cũng như chỉ trích sự vô nghĩa của chiến tranh. Những tác phẩm Pop Art của nghệ sĩ Việt Nam phần lớn công khai phản đối chiến tranh và được dùng như một phương tiện tuyên truyền. Một số nghệ sĩ Việt khác như Đinh Q. Lê (Lê Quang Đỉnh) lại dùng Pop Art để đề dặt nên sự thương cảm xen kẽ với nỗi buồn về thời chiến qua những vật dụng thương mại đa dạng về màu sắc như bao bì, vỏ chai, hộp ngũ cốc. Những tác phẩm mới của Đinh Q. Lê hay một số nghệ sĩ khác vào thời kỳ này là những minh hoạ điển hình cho sự thay đổi về văn hoá Việt Nam nói chung, khi thời đại mới dần dần đẩy lùi hình ảnh của chiến tranh vào quá khứ.

Khác với chủ nghĩa trừu tượng biểu

hiện, nơi người nghệ sĩ bỏ rơi thế giới bên ngoài để chìm đắm trong nội tâm và khám phá tâm tư của chính mình, Pop Art mở rộng cánh cửa để mỗi tâm hồn có thể kết nối với nhân sinh và môi trường vật chất xung quanh, rồi từ đó tìm kiếm giá trị thực. Cho đến nay, Pop Art đã sinh trưởng và hoà mình và thế giới của nghệ thuật đương đại. Nghệ sĩ thời nay vẫn tiếp tục mang linh hồn và chất liệu của Pop Art cộng hưởng với những đổi mới trong tư duy để vẽ lên những đường nét khắc hoạ cuộc sống. Riêng tôi, nhận thấy rằng dù đến một thời điểm, Pop Art có thể bị thay thế bởi những trào lưu mới, điểm giá trị nhất vẫn nằm ở tầm ảnh hưởng để đời của Pop Art đến nhận thức của công chúng. Đó là một giá trị lịch sử không thể lưu mờ.

173

STYLE



Đội hình trong mơ đến từ Disney

Hà Chí Vũ

TOM CRUISE VỚI OBLIVION TRONG THÁNG TƯ; WILL SMITH VỚI AFTER EARTH VÀ LEONARDO DICAPRIO VỚI THE GREAT GATSBY TRONG THÁNG NĂM; BRAD PITT VỚI WORLD WAR Z TRONG THÁNG SÁU. VẬY CÒN THÁNG BẢY? ẮT HẸN LÀ JOHNNY DEPP VỚI THE LONE RANGER, GIÚP HOÀN TẤT CUỘC TÁI XUẤT NGOẠN MỤC CỦA CÁC TÀI TỬ HẠNG A HOLLYWOOD TỪNG THÀNH DANH TRONG NĂM 2013



ĐAU CHỈ MÌNH DEPP

Sau Alice in Wonderland hay Dark Shadows, khán giả hẳn sẽ nghĩ Tonto đội-quạ-chết-trên-dầu lại là một kiểu nhân vật từng từng, có phần quá khích nữa đến từ Johnny Depp. Thậm chí, ngay cả đoạn trailer đầu tiên của bộ phim cũng đã phần nào cho thấy suy nghĩ đó của khán giả là đúng. Nhưng đạo diễn Gore Verbinski không nghĩ vậy, “Johnny không thể một mình tung hoành với nhân vật này. Anh ấy phải chia sẻ bộ phim này với Armie, bởi bộ phim thành hay bại là do cả hai người. Đây là một trải nghiệm mới mẻ dành cho Johnny, bởi bộ phim có tới hai nhân vật chính. Khán giả sẽ được chứng kiến một Depp vô cùng tinh tế trong The Lone Ranger.”

The Lone Ranger chịu ảnh hưởng lớn từ những tác phẩm thuộc thể loại cao bồi miền Tây trước đây của những tên tuổi huyền thoại như Sergio Leone hay Sam Peckinpah. Có thể tạm so sánh The Lone Ranger của Gore Verbinski với Django Unchained mới đây của Quentin Tarantino – nhưng tất nhiên là không có cuộc tắm máu nào hết, bởi dẫu sao bộ phim cũng do Walt Disney hợp tác sản xuất. Cả hai tác phẩm kể trên đều xoay quanh hành trình tìm kiếm công lý của hai nhân vật nam, với bối cảnh thời gian khi nước Mỹ xảy ra những xung đột và kỳ thị về sắc tộc. Nhưng nếu như Django Unchained tập trung vào những xung đột giữa người da trắng và người da đen, thì The Lone Ranger lại tập trung vào nạn buôn nô lệ và sự ngược đãi người da đỏ bản địa.



“THỜI THẾ TẠO ANH HÙNG”

Dầu có được một đội hình trong mơ gồm nhà sản xuất Jerry Bruckheimer, đạo diễn Gore Verbinski, cùng các diễn viên như Johnny Depp, Armie Hammer, Helena Bonham Carter... thì quá trình thực hiện của The Lone Ranger diễn ra không hề suôn sẻ, với những lần trì hoãn, cắt giảm chi phí, cùng một tai nạn chết người trong trường quay. Chính bản thân Johnny Depp cũng đã suýt mất mạng! “Đó là một tai nạn khi cưỡi ngựa. Chú ngựa Scout của tôi nhảy qua một vài chướng ngại vật nhưng do tôi điều khiển không chuẩn nên để bị ngã. Tôi đã phải chạm đất rất nhanh, nếu không thì đã bị móng ngựa cước vào mặt. Sau đó chú ngựa lồng lên, nhưng cũng may nó không giẫm phải người tôi.”

Người đồng hành với Tonto, Lone Ranger (tạm dịch: Chàng kỵ binh cô độc), do Armie Hammer thủ diễn, có thể hình cao lớn, thẳng thắn, sở hữu khí phách anh hùng, cùng chiếc mặt nạ thường trực ở trên mặt, nhưng lại không hề giống với những nhân vật siêu anh hùng truyện tranh mà chúng ta từng yêu mến. Hammer chia sẻ, “Tôi cảm giác các siêu anh hùng tạo nên thế giới xung quanh họ, còn Lone Ranger lại được tạo nên bởi thế giới xung quanh anh và hoàn cảnh bắt buộc.”

THẬT VẮN HƠN!

Buộc Johnny Depp phải chia sẻ “kép chính” chưa phải là quyết định táo bạo cuối cùng của Gore Verbinski. Một trong những bối cảnh hành động chính trong phim là đoàn tàu hỏa TransContinental - và ông

đã quyết định cho xây dựng một đoàn tàu thật, với những chi tiết xác thực theo bối cảnh thời gian trong phim (dầu nó thực sự không phải chạy bằng hơi nước!) “Không gì có thể thay thế những gì thực tế,” đó là tuyên bố của nhà sản xuất kỳ cựu Jerry Bruckheimer, “và một đoàn tàu thật là điều mà chúng tôi cần.” “Thời buổi này thật khó để tìm được những diễn viên sẵn lòng cưỡi ngựa, hay nhảy lên một đoàn tàu đang chạy. Nhưng chúng tôi thực sự muốn thực hiện một bộ phim viễn Tây hoành tráng theo phong cách cũ,” Verbinski tiếp lời. Ông muốn khán giả cảm thấy sự chân thực hết sức có thể khi theo dõi The Lone Ranger, mà không cần phải lạm dụng các công nghệ kỹ xảo hiện đại. Liệu tất cả những yếu tố đó có thể giúp cho The Lone Ranger thành công? Câu trả lời sẽ đến với chúng ta trong tháng Bảy tới đây.



“Quá trình thực hiện của The Lone Ranger diễn ra không hề suôn sẻ, với những lần trì hoãn, cắt giảm chi phí, cùng một tai nạn chết người trong trường quay. Chính bản thân Johnny Depp cũng đã suýt mất mạng.”

STYLE **177**

Đây là lần thứ tư diễn viên Johnny Depp hợp tác với đạo diễn Gore Verbinski sau bộ ba Pirates of the Caribbean đầu tiên và bộ phim hoạt hình Rango (2011). The Lone Ranger dự kiến khởi chiếu trên toàn cầu, trong đó có Việt Nam, kể từ ngày 03.07.2013.



PHIM

Style / May - June 2013



MAN OF STEEL

Đạo diễn: Zack Snyder

Thể loại: Hành Động, Phiêu Lưu, KH Viễn Tưởng/ Thần Thoại

Khởi chiếu: 14/06/2013

Man of Steel là tên gọi cho sự trở lại của Siêu nhân - Superman, do Zachary Snyder làm đạo diễn, với sự hậu thuẫn của bộ đôi biên kịch chuyên trị dòng phim siêu anh hùng mất tay nhất hiện nay: Christopher Nolan và David S. Goyer. Dựa vào cuốn truyện tranh về Siêu Nhân, bộ phim nói về Clark Kent/Kal-El, một phóng viên trẻ ngoài 20 tuổi luôn cảm thấy lạc lõng bởi trong anh có một sức mạnh nằm ngoài sức tưởng tượng của mọi người. Được gửi đến Trái đất nhiều năm trước từ hành tinh xa xôi, tân tiến mang tên Krypton, Clark luôn bị dẫn dắt bởi câu hỏi duy nhất: Tại sao tôi lại ở nơi này?



DANH CA ĐẠI CHIẾN

Đạo diễn: Lee Jong-pil

Thể loại: Hài, Tình Cảm

Khởi chiếu: 21/06/2013

Bộ phim được dàn dựng bởi diễn viên hài gạo cội Lee Kyeong-kyu với nội dung vui nhộn kể về quá trình chuẩn bị của các ứng viên sáng giá trước thềm cuộc thi âm nhạc nhằm tìm ra đại diện sáng giá nhất cho nước Đại Hàn Dân Quốc

CÔNG VIÊN KỶ JURA

Đạo diễn: Steven Spielberg

Thể loại: Phiêu Lưu

Khởi chiếu: 07/06/2013

Bom tấn kéo dài gần 2 thập kỷ, Jurassic Park - Công viên kỷ Jura của đạo diễn bậc thầy Hollywood, Steven Spielberg sẽ tái hiện lại một cách sống động hơn về khủng long thời tiền sử dưới định dạng 3D vào mùa hè năm nay. Được dựa trên cuốn sách của Michael Crichton, bộ phim với sự tham gia của Sam Neill, Laura Dern, Jeff Goldblum đã đoạt 3 Oscar và thu về tới 920 triệu USD trên toàn cầu vào năm 1994. Mặc dù đã được đánh giá cao về hình ảnh và màu sắc với phiên bản 2D ra mắt cách đây 2 thập kỷ tại thời điểm đó, thì Phiên bản 3D trong lần trở lại này vẫn hứa hẹn làm sống lại niềm đam mê một thời của nhiều thế hệ và mang đến nhiều cảm xúc mới mẻ cho những khán giả chưa từng xem qua bộ phim.

Oan Gia Tình

Đạo diễn: Roh Deok

Thể loại: Hài, Tình cảm

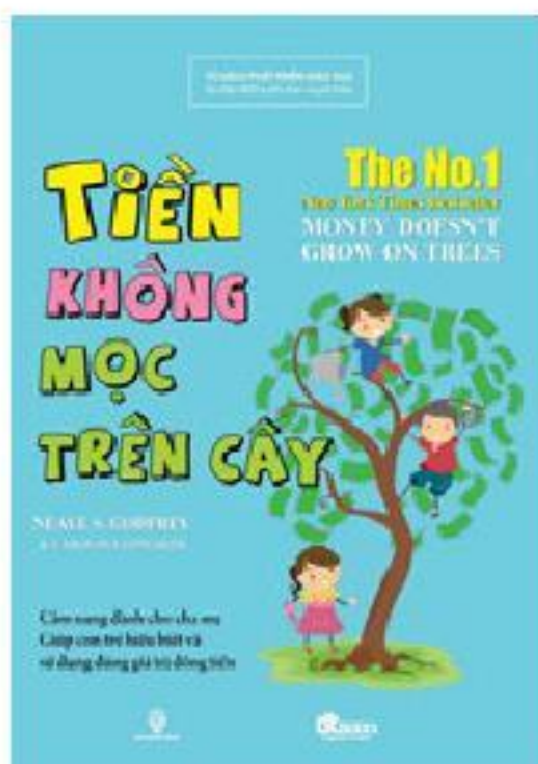
Khởi chiếu: 24/05/2013

Câu chuyện hài hước về “bộ đôi phá rối” trong công ty. Với cá tính ương bướng, hai người chẳng ai chịu lép vế, nghĩ ra đủ trò chọc phá, trả đũa lẫn nhau khiến đối phương “phát ghét”. Nhưng cuối cùng, “cặp đôi oan gia” đã phải lòng nhau từ những điều tưởng như khó chấp nhận đó ...



178

STYLE



Tiền Không Mọc Trên Cây

Tác giả: **Neale S. Godfrey**

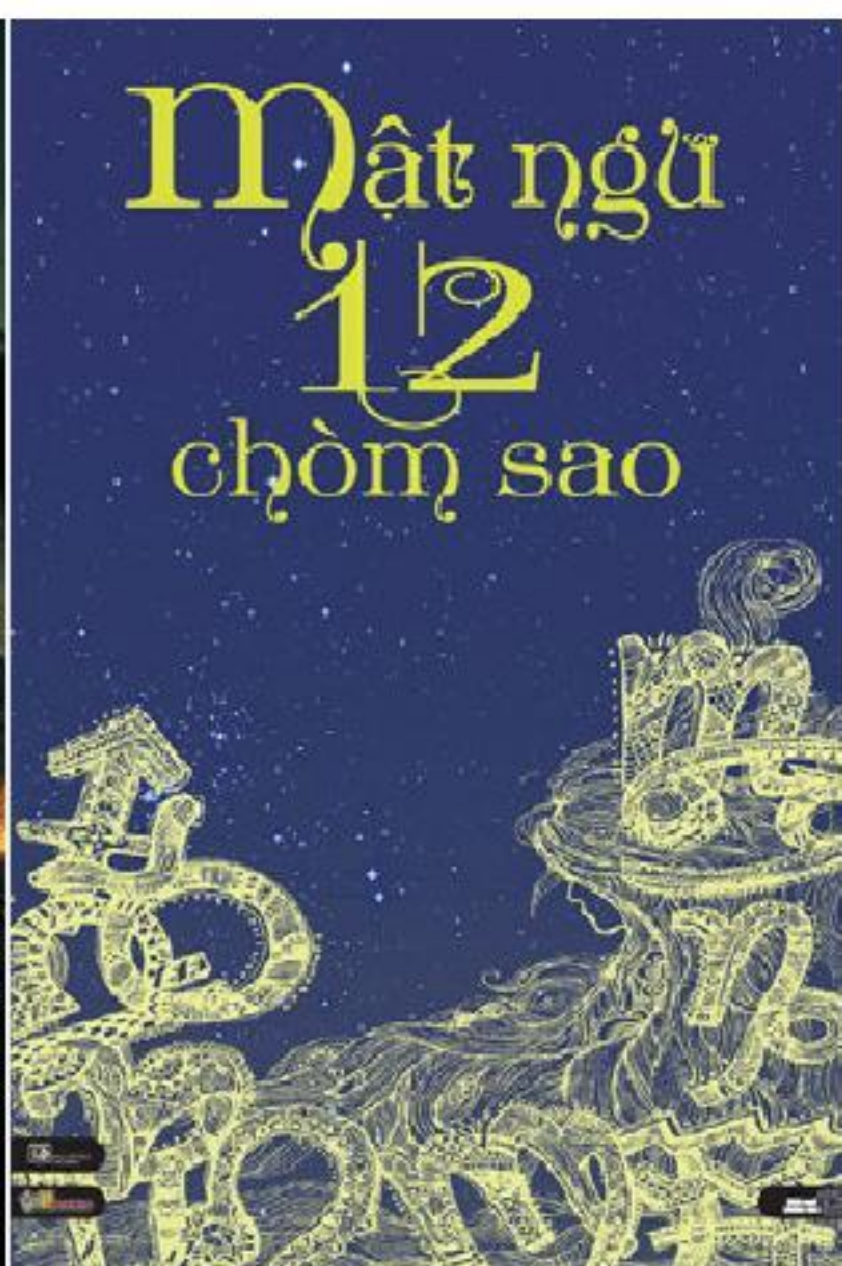
- Cấp tiền tiêu vặt con như thế nào?

- "Đối phó" thế nào trước những nài nỉ về vật chất của con?

- Làm sao để dạy con những giá trị liên quan đến tiền bạc?

Hãy dạy con về đồng tiền ngay khi bé lên ba! Đây là

khẳng định của Neale S. Godfrey – một chuyên gia về tài chính cho gia đình và trẻ em hơn 30 năm kinh nghiệm. Cuốn sách best-seller của The New York Times đưa ra những chỉ dẫn vui nhộn, rõ ràng, dễ hiểu về việc dạy con trẻ các kiến thức quản lý đồng tiền theo từng độ tuổi, như giúp trẻ tính tiền, tiết kiệm, lập ngân sách chi tiêu, cho đến những khái niệm tài chính phức tạp như "ghi nợ" hay "thế chấp" đến cả những thế giới hoàn toàn mới như dùng thẻ tín dụng, mua cổ phiếu, hay giao dịch ngân hàng trên mạng. Một cuốn sách về tài chính hấp dẫn sinh động mà những bà mẹ có thể áp dụng ngay cho con mình khi họ vừa đọc xong, để đứa trẻ lớn lên có thể nắm được một trong những giá trị quan trọng của cuộc sống: giá trị đồng tiền.



MẬT NGŨ 12 CHÒM SAO

Tác giả: **Asbooks biên soạn**

Bạn sinh vào mùa đông hay mùa hè? Bạn có tin rằng ngay từ khi bạn sinh ra, sự dịch

chuyển của các vì tinh tú trên bầu trời đã ảnh hưởng đến tính cách và cuộc đời của bạn theo một cách kỳ bí nào đó? Phương Đông có tử vi. Phương Tây có cung Hoàng Đạo. Gọi là Zodiac - vòng tròn của các linh vật, vì vùng hoàng đạo được chia làm 12 cung, gọi tên bằng 12 chòm sao mà phần lớn những tên này được lấy từ tên động vật. Theo các nhà Chiêm tinh học, vào mỗi tháng Mặt Trời sẽ đi qua một trong mười hai chòm sao đặc biệt nêu trên. Vì vậy tính cách và vận mệnh của người sinh ra trong khoảng thời gian Mặt Trời đi qua chòm sao nào sẽ bị chòm sao đó ảnh hưởng ít nhiều. Đó chính là cơ sở cho việc xét đoán tính cách con người thông qua "12 cung hoàng đạo" hay "12 chòm sao" như được ghi trong cuốn sách này. "Mật ngữ 12 chòm sao" giúp bạn nhìn thẳng vào bản thân từ những góc nhìn trực quan nhất và thú vị nhất.

SÁCH

Style / May - June 2013



TÔI LÀ MỘT CON LỪA

Tác giả: **Nguyễn Phương Mai**

Tại sao lại là một con lừa? Bởi vì "Thân lừa ưa nặng". Con lừa Nguyễn Phương Mai đã khước từ cuộc sống êm ái theo quan niệm của chúng ta để miệt mài lao mình vào những chuyến đi. Phương Mai đã đặt chân đến gần 80 quốc gia trên thế giới, đã chiêm ngưỡng những cảnh tượng thiên nhiên tráng lệ nhất, đã thăm viếng những kỳ quan vĩ đại nhất. "Thành tích" đi bụi của Phương Mai có thể làm ghen tị bất cứ một "phượt thủ" dày dạn nào. Phương Mai dịch chuyển để chiêm nghiệm về danh tính bản thân - về mẫu hình mà mình muốn trở thành và mẫu hình xã hội muốn mình trở thành; để dò xét sức mạnh của mình và phát hiện ra chế ngự được nỗi sợ hãi của bản thân mới chính là điều khó khăn nhất. Tất cả những trải nghiệm ấy đã khiến Phương Mai thay đổi cách hành xử trong cuộc sống theo hướng tích cực hơn.

ĐỪNG BAO GIỜ TỪ BỎ KHÁT VỌNG

Tác giả: **Nick Vujicic**

"Tôi cứ nghĩ rằng sự khuyết thiếu tứ chi của tôi là bằng chứng cho thấy Đấng Sáng Tạo không yêu thương tôi và rằng cuộc đời tôi chẳng có mục đích gì hết... Tôi đã lầm. Tôi không hề đơn độc trong khó khăn và đau đớn... Khi chúng ta đặt niềm tin vào hành động thì không gì có thể ngăn cản được chúng ta vươn tới một cuộc sống tốt đẹp."

Nick James Vujicic – chàng thanh niên người Úc bước vào cuộc sống với hoàn cảnh vô cùng nghiệt ngã – không có cả tay lẫn chân ngay từ lúc chào đời. Vượt lên tất cả, Nick đã sống một cuộc sống tuyệt vời, đã truyền cảm hứng và thái độ sống tích cực cho hàng triệu triệu thanh thiếu niên trên hành tinh này, đã là động lực giúp rất nhiều người biến ước mơ thành hiện thực. "Đừng bao giờ từ bỏ khát vọng" xoay quanh những câu hỏi và những thách thức mà mọi người nêu ra khi họ nói chuyện và viết thư cho Nick. Có những nỗi đau, những khủng hoảng, những bất ổn, những cảm xúc tiêu cực đang dần vấy bẩn hàng ngày... hãy học cách đối mặt với nó và quan trọng nhất, "đừng bao giờ từ bỏ khát vọng".



Cuộc sống và những hình thái ²nổi loạn





● Psychology

Hình thái thứ nhất:

Giấc mơ bay lên của Icarus

Thần thoại Hy Lạp kể rằng, để thoát khỏi ngục tù giữa biển khơi, chàng trai trẻ Icarus đã mài miết bay lên trời cao bằng đôi cánh lông chim dán bằng sáp do cha anh, nhà thông thái Daedalus tạo nên. Đó là một cuộc vượt ngục vĩ đại, lần đầu tiên con người có thể bay lượn giữa không trung như những thần thánh họ thờ phụng. Nhưng sự khao khát tự do, lòng kiêu hãnh của tuổi trẻ thôi thúc anh muốn bay cao hơn cả mặt trời. Icarus quên lời cha dặn. Khi càng đến gần mặt trời thì sức nóng càng mãnh liệt, mặt trời nung chảy sáp từ đôi cánh. Icarus rơi xuống và chìm vào lòng biển sâu...

“Mình sẽ vào làm ở một công ty lớn thật lớn. Sau đó vài năm, mình sẽ được chuyển sang đào tạo tại trụ sở chính tại Mỹ. Mình sẽ đứng từ trên cao ngắm New York về đêm lấp lánh đẹp nức lòng.”

Một buổi trưa nóng như thiêu ở Sài Gòn, trước cổng trường Đại Học, bên hai đĩa cơm bụi và hai ly trà đá vàng bọt bọt vì đá nhiều hơn trà, Ân nói với tôi như vậy. “Mình sẽ” chứ không phải “mình muốn”. Lúc đó, cả hai đứa vừa mới nhận bằng tốt nghiệp, chân ướt chân ráo vào đời, chẳng có lấy một hứa hẹn gì về một cơ duyên “vào công ty đa quốc gia lớn thật lớn” như Ân vừa khẳng định chứ nói gì tới “chuyển qua trụ sở chính ở Mỹ” - ước vọng hơi “điên rồ” của một đứa vừa mới tốt nghiệp ĐH hạng khá và chưa có chút kinh nghiệm gì trong tay.

Tháng 10 năm đó, đúng như tôi dự đoán. Mọi hồ sơ xin việc của Ân vào các tập đoàn đa quốc gia đều bị từ chối. Họ không nhận sinh viên mới ra trường, chưa có kinh nghiệm hoặc không qua chương trình Management Trainee. Ân không nói gì về sự thất vọng. Ân xăm hình đôi cánh nhỏ ở cổ tay, một cánh bên trái, một bên phải, và nhảy vào phụ việc ở một xưởng phim quảng cáo nhỏ xíu xiu.

Bạn bè biết chuyện Ân, tặc lưỡi: “Chắc, con gái mà đi làm phim quảng cáo, vừa cực vừa không dính gì tới chuyên môn. Điên! Hay tỏ vẻ ta đây khác người chắc?” Tôi không nghĩ Ân “điên” nhưng tôi lo: Cái xưởng phim

đó sao mang Ân đến New York được. Xưởng phim gia đình nằm ở một góc hẻm quận 5 khu người Hoa, không trên cao, không sang trọng, không lấp lánh, đương nhiên là không có trụ sở nước ngoài. Vài lần ghé xưởng, hầu như lúc nào cũng thấy Ân mỗ hời nhể nhại khiêng một mớ chân máy quay đi chuẩn bị ngoại cảnh, hay gò mình tỉ mẩn trong phòng tối coi từng đoạn phim li ti để tập cắt và dựng. Tóc tai cắt ngắn cùn cùn, quần áo rộng màu tối, chân lúc nào cũng đi bata dây nhợ mỗi bên thắt một kiểu, nhìn Ân chẳng khác nào một thằng con trai bụi đời lem luốc. Đôi cánh ở cổ tay ngày nào của Ân, giờ cất đâu?

Nhưng rồi thật bất ngờ, Ân rời xưởng phim một năm rưỡi sau đó. Thành thạo kỹ thuật dựng phim, Ân xin vào bộ phận sáng tạo của một công ty quảng cáo đa quốc gia, sau ba năm Ân được chuyển sang đào tạo tại trụ sở chính của tập đoàn. New York! New York! Cô gái nhỏ bê chân máy trong xưởng phim năm nào, giờ đã ngồi trên chiếc ghế dành cho quản lý tiềm năng. Lời của Ân nhảy múa trong tôi: “New York nhìn từ trên cao mọi thứ đều khác hẳn, ban đêm thì có cảm giác mình đứng trên ngân hà, buổi sáng thì như có cảm giác bay lên. Giống Icarus vô cùng Thảo ạ!”

Đôi cánh của Ân cuối cùng cũng đã mở ra để bay lên. Giấc mơ của Ân năm năm trước đã thành hiện thực. Giấc mơ Icarus. Chỉ khác là bạn tôi đã làm cho mình một đôi cánh chắc chắn hơn Icarus rất nhiều. Không vội vã, không hối hả, đôi cánh của mỗ hời và lòng hướng đích không lung lay, đã nâng bạn bay lên và chạm tới giấc mơ vĩnh viễn. Cô gái bị bảo là “điên ngày nào”, nổi loạn trong con đường sự nghiệp đã thực sự tìm ra bản thân và đã có thể mỉm cười với chọn lựa bị cho là “nổi loạn không tưởng ấy”.

Hình thái thứ hai: *Như một phần cơ thể*

Khi vào làm cho một tổ chức phi chính phủ quốc tế, tôi có cơ hội gặp gỡ các bạn nước ngoài đến từ nhiều nền văn hóa. Nhưng người để lại cho tôi ấn tượng mạnh mẽ nhất là một cô gái tên Lynh. Nghe đến Lynh, hầu hết mọi người đều nghĩ cô gái ấy mang trong mình một dòng máu lai nào đó.

Lynh nói dù gia đình đang định cư ở Canada nhưng bố mẹ đều là người Việt Nam, trong dòng họ cũng không có thân nhân người ngoại quốc. Vậy sao là Lynh mà không là Linh? Linh cười “Vì mẹ muốn Lynh khác biệt! Vì không chắc con mình sẽ khác được bao nhiêu khi trưởng thành, mẹ nắm phần chắc trong tay, đó là cái tên. Mẹ nói ít ra đọc cái tên cũng khiến người đối diện dành cho Lynh vài giây lưu ý. Còn sau đó giữ được sự chú ý của họ bao lâu là trách nhiệm của Lynh.”

Chắc mẹ Lynh đã đạt được tâm nguyện. Năm 2009, bên cạnh Lynh, tôi đã chứng kiến sự cập nhật thời trang của những năm tháng hiện tại: quần harem, phong cách baggy, sọc đi cùng với chấm bi, những màu sắc neon chói lóa nằm chen chúc cùng nhau trên quần, váy, túi xách, cả giày bata Lynh tự quẹt màu. Nhưng không gì khiến tôi choáng bằng cái khoen Lynh đeo ở một bên tai trái. Nó không phải khuyên tai bình thường mà tựa một tảng sắt – chính xác là một tảng sắt hình thoi màu đồng đen, vừa to vừa nặng. Cái khoen cổ quái kéo cái dải tai trắng ngắn của Linh xuống một khúc dài, đong đưa, đong đưa. Ai nhìn cũng hỏi Lynh: Đau không Lynh? Lynh nói: Không đau. Mọi người tò mò: Nặng không Lynh? Lynh hơi mỉm cười: Không nặng lắm đâu! Tôi hỏi: Thấy quen không? Lynh nhìn tôi: Quen chứ. Như một phần cơ thể. Thảo không thấy đẹp sao?

Đẹp? Quan niệm về cái đẹp của tôi có thể khác với Lynh, nhưng tôi thừa nhận điều Lynh nói: như một phần cơ thể! Hai năm quen biết Lynh, tôi không hề thấy Lynh tỏ ra bất tiện, khổ sở khi đeo tấm khoen tai lạ lùng đó. Mỗi khi cô lúc lắc đầu trong giờ làm việc cho đỡ mỏi, cái khoen hơi đong đưa, thì thoảng mặt sắt lạnh chạm vào cổ và bạn hơi đưa tay vuốt vào nó như vừa nhớ ra điều gì. Điều gì đó dường như đã là Lynh thì phải là cái tai đó, khuyên tai đó, không thể khác được.

Lynh cùng chiếc khoen tai nặng chịch đi khắp nơi, đem niềm vui là sách đến cho các em nhỏ thiếu may mắn. Đến đâu, các vị phụ huynh cũng nhìn Lynh kiểu hơi dè chừng ái ngại, chỉ có các em lần nào cũng ủa vào với những bàn tay nhỏ rồi rít sờ vào mặt chị Lynh, sờ vào cái khoen tai to tướng

hình thoi rồi ré lên: chị Lynh có cái tai đẹp quá xá! Ở đâu đó nói rằng: Con trẻ là hiện thân của sự thật. Điều con trẻ nói hồn nhiên là điều đáng tin nhất, điều tự nhiên nhất. Kể như sự đặc biệt của con người là một phần cơ thể, một tạo vật tinh khôi của Tạo Hóa, và nét đẹp đặc biệt toát ra từ thần thái đặc biệt ấy chẳng phải tuân theo một quy chuẩn của riêng đám đông nào. Lynh giờ đang ở Zimbaque, trở thành chủ tịch hiệp hội của một nhánh thuộc tổ chức ngày xưa chúng tôi cộng tác. Dưới ánh sáng mặt trời của vùng đất đẹp tuyệt vời ấy, chắc chiếc khuyên tai của Lynh càng tỏa sáng, một cách đầy tự nhiên, ung dung, tự tại.

Hình thái thứ ba:

Đôi lần lạc bước khỏi đời mình

“Giữa những lần qua phố đôi lúc cũng cần lạc bước đi khỏi cuộc đời của mình...”

<Thơ Nguyễn Phong Việt>

Nếu đọc hai câu chuyện trên, bạn không thấy mình giống Ân, cũng không thấy mình giống Lynh, vậy chắc là bạn giống tôi! Một đứa con gái da vàng, mắt nâu, học ở một giảng đường Đại Học trong nước, tốt nghiệp và đi làm ở một vài nơi đủ tốt, ăn mặc có thể cho là hợp thời nhưng tuyệt nhiên không khiến người qua đường phải ngoái nhìn, trầm trồ hay bĩu môi “đồ hâm!” Chúng ta sống cuộc sống bình thường ngày 8 tiếng văn phòng và nhiều tiếng còn lại ở những nơi ai cũng có thể đoán được.

Nhưng, không thể giấu giếm, đôi khi những người bình thường như chúng ta cũng nổi loạn. Chúng ta cũng ôm trong mình nhiều giấc mơ, nhiều mộng tưởng, rồi, một đôi vài thời điểm trong hành trình đời mình, chúng ta sẽ hành động hết như hai câu thơ của Phong Việt, “đôi lần lạc bước khỏi cuộc đời của mình”: Yêu một người ngoài tầm với cùng những mối tình không tương; đến những nơi trong đời chưa bao giờ nghĩ tới; thỉnh thoảng biến mất khỏi “comfort zone” (vùng an toàn thành thói) để lang thang một mình; thử sức ở một công việc chẳng dính gì tới chuyên môn; khoác lên người vài trang phục chúng ta cho là đẹp mà bấy lâu không dám mặc; học piano dù không ai quen ta cho rằng ta có năng khiếu cảm âm, nhưng chỉ vì ta

quá thích được chạm vào những phím đàn kia và cho chúng ngân vang theo đúng giai điệu dù một lần trong đời, v.v

Điều khác biệt giữa những người như chúng ta với những người như Ân và Lynh là sau vài lần đi hoang khỏi cuộc đời thường nhật, chúng ta như con cá vàng bé nhỏ: tập nhảy thật cao khỏi mặt nước, khát khao sống cuộc đời của chú chim xanh, nhưng sau một số những cú nhảy cật lực, tận hưởng một vài giây sống khác trên không trung, ta nhận ra chẳng nơi nào phù hợp hơn với mình là mặt hồ bình yên xanh trong bấy lâu... Rồi chúng ta lại quay trở lại một cuộc sống bình thường, thấy yêu quý hơn với những điều quen thuộc, những gương mặt thân gần, những thói quen bấy lâu. Như một người đi du lịch thật xa khắp tinh cầu, để rồi lòng hạnh phúc nhất là khoảnh khắc được trở về. Vậy nên, hãy cứ để bản thân được lạc lối đôi lần, miễn là vẫn nhớ đường trở về. Đừng gọi mình là kẻ tầm thường, bạn là người sáng suốt và can đảm. Can đảm ra đi và quan trọng hơn, dám can đảm trở về!

Thượng Đế đã dám tạo ra bạn. Sao bạn không dám là chính mình?

Cả ba câu chuyện trên đây đều thấp thoáng sự nổi loạn. Những hình thái nổi loạn khác nhau, nhưng tựu chung, cả ba nhân vật chính đều có sự ý thức tự thân. Một lúc nào đó, một ngày nào đó, một thời điểm nào đó trong đời, họ muốn thoát ra khỏi cái tôi bình thường, cái mọi người vẫn an tâm về họ, để bắt đầu một sự tìm kiếm mới, một trải nghiệm mới. Có người sẽ hoàn toàn thoát xác, như chú sâu sau thời gian dài nằm trong kén sẽ

thành bướm bướm rực rỡ, bay lên mãi mãi; có người bản chất đã là một sự khác biệt, điều họ cần là giữ vững lập trường, giữ vững bản chất khác biệt ấy, để bắt đầu cho những điều vĩ đại tiếp nối. Hiển nhiên, từ nổi loạn đến xuất chúng là cả một quãng đường dài, mà mở đầu có thể là bốc đồng non nớt nhưng đích đến cần thêm cả hy sinh, trải nghiệm. Nhưng cái quan trọng nhất vẫn là dám bắt đầu.

Cũng có nhiều người, sự nổi loạn tạm thời là điều hiển nhiên trên con đường khẳng định chính mình, trong quá trình thử và sai, để cuối cùng biết trân quý những điều bấy lâu ta đang sở hữu, để cuộc sống thêm hương vị, và để chúng ta không phải nói câu “giá mà” hoặc “nếu như” một ngày nào đó cuối hành trình đời mình. Nếu Tạo Hóa ưu ái ươm trong bạn một nhân tố “nổi loạn” – rất có thể là sự khởi đầu của một điều vĩ đại, hãy nuôi dưỡng nó! Nếu bạn có niềm tin vào một giấc mơ đẹp để tưởng chừng như không thể, đừng dao động, hãy bền chí đến cùng. Nếu không dám đi lạc, bạn không thể lớn lên. Nếu muốn bay cao, tại sao không? Chỉ cần nhớ tạo cho mình một đôi cánh chắc chắn chuẩn bị cho một hành trình khám phá dài nhiều thử thách trước mắt.

Và nếu một ngày nhận ra hồ nước xinh đẹp mới là nơi bạn thuộc về chứ không phải bầu trời rộng lớn, hãy đủ can đảm để dừng cuộc phiêu lưu và hạnh phúc trong trở lại.

Thượng Đế đã can đảm tạo ra bạn, hãy can đảm là chính mình!

Hồ Thạch Thảo



ADIDAS

Công ty Starasia Việt Nam giới thiệu bộ sản phẩm chăm sóc cơ thể Adidas Pure Game được sản xuất bởi tập đoàn Coty. Bộ sản phẩm bao gồm: Xịt toàn thân Pure Game giúp khử mùi cơ thể, đồng thời lưu lại mùi hương nam tính trong nhiều giờ. Sữa tắm Pure Game kích thích giác quan với hương thơm độc đáo và tràn đầy năng lượng vào mỗi sáng và tạo cảm giác sảng khoái suốt cả ngày. Và cuối cùng, nước hoa Pure Game EDT với hương thơm chủ đạo: bưởi, quýt, húng quế, hoa oải hương, tiêu, hoắc hương, đàn hương... Nếu có điều kiện, các bạn nên dùng trọn bộ Adidas Pure Game để cơ thể được khô thoáng và hương nước hoa lưu lại suốt thời gian dài. Sản phẩm hiện được bán rộng rãi tại hệ thống siêu thị và cửa hàng mỹ phẩm trên toàn quốc. Chi tiết xem tại website: www.starasiavn.com.



MARKUS

Markus sẽ thổi vào một luồng gió mới với chất liệu cotton Ai cập, thiết kế chuẩn kiểu mẫu châu Á và sau vài lần giặt vẫn giữ được màu sắc như ban đầu. Chất lượng vượt trội hơn giá cả cùng với gu thời trang mang phong cách hiện đại, lịch lãm và sang trọng. Markus, thương hiệu áo sơ mi từ Ý, sẽ mang lại một giá trị mỹ mãn đích thực cho các doanh nghiệp, lãnh đạo, thương gia và cả giới văn phòng. Kiểu áo thon gọn đang được ưa chuộng nhất hiện nay. Đây là kiểu áo dành cho những chàng trai có gu thời trang theo xu hướng hiện đại. Markus luôn tạo cảm giác hoàn hảo về chất lượng, một phong cách lịch lãm và tự tin bởi kiểu dáng thiết kế tinh tế phù hợp với văn hóa của người Việt thời hội nhập quốc tế. Đến với thương hiệu Markus, bạn luôn tự tin khi giao tiếp, gặp gỡ đối tác, hội nghị, tiệc chiêu đãi và phù hợp với xu thế thời trang thế giới.

MEMPHIS

Chịu ảnh hưởng sâu sắc từ phong trào nghệ thuật hiện đại Memphis (1981-1988), xu hướng này lấy cảm hứng từ các đồ nội thất có màu sắc tươi sáng và kiến trúc được thiết kế bởi những kiến trúc sư nổi tiếng như Ettore Sottsass. Những đường nét đẹp, cân đối, bùng nổ cùng với họa tiết mang phong cách trẻ trung tràn đầy sức sống và trên nền những tông màu tươi sáng. Màu hồng phấn nhạt được kết hợp tương phản với các khối màu sáng hơn theo xu hướng color block. Sự thăng hoa của công nghệ in kỹ thuật số là yếu tố chủ đạo và được phối màu độc đáo tương phản cùng với sự trở lại của nghệ thuật pop art để tạo nên trào lưu của thời đại. Hãy đến và cảm nhận!



TIN TỨC

Style / Tháng 5-6/2013



TOPSHOP

BST của Topshop lần này đặc trưng với những gam màu pastel nhẹ nhàng với chất liệu vải denim màu xanh nhạt, kết hợp các màu sắc tươi sáng như màu cam, màu vàng, màu tím được phối với một chút màu đen trong suốt để tạo sức hút. Chất liệu denim năm nay vẫn được ưa ái xuất hiện trong tất cả các thiết kế của BST với một chút biến tấu trong cách wash vải trắng hoàn toàn hoặc bạt màu. Phong cách streetstyle cũng trở nên mềm mại nữ tính hơn với sự kết hợp của chi tiết ren hay đăng-ten làm bạn nổi bật nơi phố thị sầm uất. Ngoài ra, BST này còn giới thiệu những chiếc đầm chít eo dài ngang gối, những bộ váy yếm hay những chiếc đầm xòe không tay và những chiếc áo cánh mỏng manh gợi lên nét đẹp hoàn hảo của phái đẹp. Tất cả khi kết hợp cùng phụ kiện của Topshop sẽ tạo nên một điểm cộng cá tính cho một trào lưu thời trang mới.

PEDRO

Say giấc nồng với những cảm hứng sống động của một buổi trưa hè nhiệt đới bên cạnh biển xanh cát vàng, BST là tập hợp của những tuyên ngôn mạnh mẽ như chính tên gọi của nó. Một không gian nhiệt đới nhiều màu sắc như được tái hiện chân thực với màu vàng của ánh mặt trời rực rỡ, màu xanh biếc của nước biển, màu xanh mát rượi của những hàng cọ dài, màu cam đu đủ nóng nần với những gam màu kinh điển của bãi cát dài thơ mộng và màu xanh hải quân dịu mắt. Quy luật phối hợp những màu sắc cùng tông, màu đen trên nền những sắc màu sống động kết hợp với những phụ kiện trang trí màu đen trên nền chất liệu canvas, da lộn và da bóng đưa BST thoát ra khỏi giới hạn vốn tưởng chừng đã rất quen thuộc. Hãy cùng với Pedro tận hưởng mùa hè nhiệt đới đầy sôi động!





AGATHA

Garden Party là bộ sưu tập trang sức mới nhất đến từ nhãn hàng trang sức Agatha. Thiết kế của BST lấy cảm hứng từ một khu vườn mùa xuân mang phong cách Anh Quốc, với sự cách điệu hình ảnh của những bông hoa đua nở, màu xanh biếc của những chồi lá... Các kiểu trang sức vòng tay bản lớn, dây chuyền dạng chuỗi, nhẫn... được làm mới với những sắc màu pastel nhẹ nhàng nhưng không kém phần rực rỡ. Một bộ sưu tập trang sức không thể thiếu cho mùa hè này đối với các tín đồ trang sức đang chờ bạn tại cửa hàng Agatha – Parkson Lê Thánh Tôn, Q.1. Chi tiết xin liên hệ bộ phận chăm sóc khách hàng 08.3521 0887.

BEBE

Nét đặc trưng chính của BST là những chiếc váy ôm trọn vóc dáng khoe đường cong của phái đẹp. Màu sắc rực rỡ và họa tiết hoa anh đào sang trọng đang lên ngôi mà BST mới Bebe giới thiệu cho mùa hè này. Các gam màu nóng bỏng như màu đỏ anh đào, màu vàng cam và hồng fuchsia tươi sáng tương phản với sắc trắng tinh khiết, họa tiết hình học và hoa lá. Các sản phẩm thời trang "Đồng Tây" này có đầm ôm dạng băng quần, các kiểu đầm cutout, jumpsuit thông dụng, áo mullet và quần denim in họa tiết. Túi xách da, ví cầm tay cá tính với nếp gấp kiểu bì thư, và săng-đan mùa hè với trang trí kim loại rocker-luxe điểm tô dòng sản phẩm mùa hè một phong cách hoàn hảo, tỏa sáng. Hãy khám phá và trải nghiệm cùng BST bebe dành cho mùa hè tại hệ thống cửa hàng bebe trên toàn quốc.



SPRINGFIELD

Trong không khí tung bừng kỉ niệm sinh nhật 25 năm, Springfield tiếp tục khuấy động mùa hè với những trang phục đầy màu sắc dành cho nam và nữ. Lấy cảm hứng từ nhịp sống sôi động và tính cách thú vị của bạn trẻ, kết hợp những xu hướng thời trang nổi bật của thế giới, các trang phục Springfield Xuân Hè hứa hẹn chinh phục giới trẻ hè này. BST sử dụng tông màu đậm nhạt phối cùng vải in họa tiết ngẫu hứng, sắc đơn trắng được làm mới một cách sáng tạo, chi tiết hoa trở lại ẩn tượng trên trang phục cho nam và nữ. Phụ kiện mùa hè như giày đế xuống, nón cối... sẽ là điểm nhấn ẩn tượng cho toàn bộ trang phục. Chi tiết, xin liên hệ: 08.3936 9265.



STEVE MADDEN

Steve Madden – thương hiệu thời trang của Mỹ- cá tính dành tặng riêng cho những cô nàng sành điệu. Phong cách giày đinh tán đang trở nên "hot" hơn bao giờ hết cho mùa hè này. Luôn đi đầu trong phong cách, Steve Madden vừa tung ra dòng sản phẩm Reality vô cùng độc đáo trong thiết kế với phần đinh tán được đính khéo léo ở phần dây cài tôn lên mạnh mẽ nhưng không kém phần sành điệu cho các cô nàng thành thị. Bộ sưu tập được giới thời trang đánh giá sẽ "làm mưa làm gió" trong mùa hè này với hàng loạt những thiết kế độc đáo cho bộ cánh hoàn hảo. Hiện sản phẩm đã có mặt tại Vincom B.Tp.HCM. Chi tiết, xin vui lòng liên hệ: 098 789 8889.



NINE WEST

Nine West, Thương hiệu giày nổi tiếng từ Mỹ luôn thấu hiểu mong muốn của phái đẹp về thời trang, liên tục ra mắt các mẫu thiết kế giày và túi xách thanh lịch. Các tín đồ thời trang khắp nơi trên thế giới đang cuồng nhiệt sắm cho mình những mẫu giày và túi xách mới nhất thuộc BST Hè 2013. Điểm nhấn của mùa này là thiết kế màu sắc neon tươi sáng, hoa cỏ, bản in kỳ lạ mang hơi hướng bộ tộc và họa tiết ảo giác, đôi khi pha trộn với nhau đầy sáng tạo. Phái đẹp sẽ tìm thấy nét mới lạ với thiết kế sắc hè trên nền da mờ hay đường sọc đi kèm chi tiết kim loại nổi bật. BST đã có mặt tại các cửa hàng của Nine West tại Vincom và Parkson trên toàn quốc. Chi tiết, xin liên hệ: 098 789 8889.

185

STYLE



EUROSTYLE

Tại Trung tâm triển lãm Sài Gòn SECC từ 13/6 – 17/6/2013, Sicis & Eurostyle tiếp tục giới thiệu "The Luxury LifeStyle Show" với bộ sưu tập thiết bị phòng tắm cao cấp và những tác phẩm nghệ thuật Mosaic đỉnh cao mới. Đến với EuroStyle, bạn sẽ được chiêm ngưỡng, cảm nhận các dòng sản phẩm trong phòng tắm "100% Made in Europe", của những thương hiệu nổi tiếng thế giới về sen vòi, sứ như: Mestre, FIR, Galassia... Hay nổi bật với hệ xông hơi Effegibi nổi tiếng đến từ Ý và bốn tấm massage công nghệ Đức của thương hiệu Hoesch lâu đời trên thế giới. Đặc biệt, chúng tôi tự hào mang tới triển lãm thương hiệu SICIS với những tuyệt tác nghệ thuật tạo hình Mosaics số 1 thế giới. Sự kết hợp giữa Sicis & EuroStyle chắc chắn sẽ tạo nên "bữa tiệc nghệ thuật" vô cùng hoàn hảo, một phong cách riêng mà khách hàng chỉ có thể tìm thấy tại EuroStyle.

TECHCOMBANK

Cơ hội tận hưởng những chuyến du lịch thế giới miễn phí khi mùa hè đến dành cho khách hàng sở hữu thẻ đồng thương hiệu Vietnam Airlines Techcombank Visa với chương trình khuyến mãi hấp dẫn "Du ngoạn thế giới cùng Thẻ Airlines Techcombank Visa" từ nay đến 30/06/2013. Khách hàng mở thẻ và sử dụng thẻ đồng thương hiệu Vietnam Airlines Techcombank Visa không những được cộng dặm thưởng từ chương trình Bông Sen Vàng (GLP) mà còn có cơ hội nhận được nhiều quà tặng du lịch hấp dẫn, đặc biệt là chuyến du lịch dành cho 2 người trị giá lên tới 100 triệu đồng. Đặc biệt hơn nữa, với mỗi 01 triệu đồng chi tiêu bằng thẻ Vietnam Airlines Techcombank Visa, khách hàng sẽ được nhận 01 serie dự thưởng với cơ cấu giải thưởng hấp dẫn như chuyến du lịch trị giá 100 triệu đồng, cặp máy bay khứ hồi khu vực châu Á, cặp máy bay khứ hồi nội địa và 5.000 dặm GLP. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 1800 588 822.



COWAY

Mới đây, Coway Việt Nam đã chính thức giới thiệu dòng sản phẩm máy lọc nước mới P250N có kích thước siêu nhỏ gọn và màu sắc ấn tượng đã tạo được chú ý của người tiêu dùng. Điểm khác biệt dễ nhận thấy nhất ở P250N chính là ở kích thước siêu nhỏ gọn. Khác với những dòng máy khác, P250N là thiết bị lọc mini, kích thước chỉ bằng một nửa gang tay, không những phù hợp với các căn bếp chật hẹp mà còn đem lại sự tiện nghi thoải mái. Tuy nhỏ gọn, nhưng công suất lọc của P250N lại khá ấn tượng, đảm bảo nguồn nước luôn sẵn sàng để sử dụng. Ngoài ra, P250N có thể dễ dàng kết hợp với các thiết bị gia dụng, nội thất khác bởi màu sắc đồ đen, tạo vẻ hiện đại cho không gian sống. Có thể nói, sản phẩm máy lọc nước P250N siêu nhỏ gọn của Coway đã thay đổi hoàn toàn phong cách sử dụng máy lọc nước của người tiêu dùng tại Việt Nam.



NOKIA

Nokia vừa giới thiệu Lumia 925, một phiên bản cải tiến ngoạn mục của Nokia Lumia 920. Nokia Lumia 925 có thiết kế vỏ kim loại và công nghệ máy ảnh PureView tân tiến nhất, cùng với các tính năng và những ứng dụng mới. Nokia Lumia 925 có thấu kính tiên tiến nhất, phần mềm hình ảnh thế hệ mới, cho ra những hình ảnh và video rõ nét hơn, đẹp hơn kể cả trong điều kiện thiếu sáng. Tính năng Nokia Smart Camera cho phép dễ dàng chụp 10 bức ảnh cùng một lúc và chỉnh sửa ảnh với những tính năng Best Shot, Action Shot và Motion Focus để tạo ra hình ảnh chất lượng cao. Ứng dụng Oggl của nhà phát triển ứng dụng Hipstamatic cho phép người dùng chụp

và chia sẻ những tấm ảnh chất lượng cao với những người có cùng sở thích sáng tạo hình ảnh trên khắp thế giới. Thêm vào tính năng chia sẻ hình ảnh trên Oggl, người dùng cũng có thể đồng thời chia sẻ hình ảnh trên các mạng xã hội như Facebook, Twitter, Foursquare, Instagram, Tumblr và Flickr.

186

STYLE



SONY

Nhân dịp hè 2013, Sony Electronics Việt Nam chính thức ra mắt bộ đôi Xperia SP và Xperia L được tích hợp những công nghệ tiên tiến nhất của Sony: màn hình chuẩn HD; công nghệ camera mới nhất cho chất lượng hình ảnh ấn tượng; chuẩn kết nối không dây tầm gần NFC One-touch; pin công nghệ STAMINA giúp nâng cao thời lượng sử dụng; ứng dụng giải trí độc quyền từ Sony song hành cùng thiết kế vô cùng ấn tượng. Nhân dịp ra mắt, Sony Electronics Việt Nam mang đến chương trình khuyến mãi đặc biệt: tặng ngay tai nghe cao cấp MDR-ZX100 cho khách hàng mua sản phẩm Xperia SP hoặc Xperia L từ ngày 13/05/2013 đến hết ngày 30/06/2013 tại các cửa hàng và đại lý chính hãng của Sony trên toàn quốc. Giá: 10.900.000 đồng/ Xperia SP và 7.900.000 đồng/Xperia L.

E|V|E|N|T



NTK Đỗ Mạnh Cường và diễn viên Tăng Thanh Hà



Người mẫu Lê Thủy



Ngọc Trinh và NTK Đỗ Mạnh Cường

ĐỖ MẠNH CƯỜNG

Thời gian: **16/05/2013**

Địa điểm: **White Palace**

Nội dung: **Chương trình sẽ giới thiệu BST Xuân Hè 2013 mới nhất của NTK Đỗ Mạnh Cường mang tên "Le Jardin – Khu vườn".**

BST Xuân hè 2013 "Le Jardin – Khu vườn" gồm những trang phục mang tính ứng dụng cao, với chất liệu hảo hạng và phong cách cắt may tinh tế quen thuộc. Khách giả được trải nghiệm những cung bậc cảm xúc khác nhau theo ba phần của ba thời điểm trong ngày: buổi sáng với những cô gái tinh khiết, duyên dáng; buổi chiều với những thiếu nữ nổi loạn; buổi tối lại là những quý cô tiệc tùng, sang trọng và thời thượng.

Khách mời: Diễm My, Ngô Thanh Vân, Tăng Thanh Hà, Linh Nga, Hà Kiều Anh, Trương Ngọc Ánh, Trần Bảo Sơn, Thanh Lam, Hồng Nhung, Dương Triệu Vũ, Ngọc Trinh, Thu Hằng, Linh Chi, Trần Bảo Ngọc, Ngọc Oanh... các tín đồ thời trang, những doanh nhân, những chính khách, người mẫu... và nhiều khách VIP khác.



Diễn viên múa Linh Nga



Diễn viên Ngô Thanh Vân



Hoa hậu Hà Kiều Anh



NTK Đỗ Mạnh Cường, doanh nhân Dương Quốc Nam và Huy Cận



OASIS

Tiệc VIP 2013 với tiêu điểm là màn ra mắt BST Hè của thương hiệu thời trang Oasis đến từ Anh Quốc vừa diễn ra tại trung tâm thương mại Vincom A – Tp.HCM. Buổi tiệc có sự góp mặt của hơn 200 khách tham dự từ đại diện các tạp chí và website lớn trong nước đến các diễn viên, người mẫu danh

tiếng cùng những khách hàng thân thiết của Oasis. Trong buổi tiệc này, Oasis làm mê hoặc các khách hàng bởi các trang phục điểm tô bởi các hoạ tiết hoa, bướm sống động. Các gam màu ngọt ngào và tươi mới chắc chắn sẽ khiến các fashionista Việt Nam càng duyên dáng và lãng mạn hơn trong nắng hè.



RAMBUTAN

Nhà thiết kế trẻ, mới 13 tuổi Zeke vừa chính thức giới thiệu BST Xuân Hè dành cho giới

trẻ của thương hiệu Rambutan. Thực ra, Zeke bắt đầu kinh doanh từ lúc tám tuổi với một tiệm bánh nhỏ ở Hồ Tay. Sau này, cậu bé thấy mình yêu và đam mê thời trang nên quyết định chuyển hướng sang kinh doanh thời trang bằng một thương hiệu của riêng mình với tên Rambutan do chính cậu thiết kế. Rambutan chuyên về quần áo thiếu niên cho cả nam và nữ. Zeke đã đưa ra xu hướng và phong cách mới cho các nam sinh, nữ sinh trong trường học và mong muốn sẽ được đối tượng này đón nhận. BST cũng chỉ tập trung vào quần và áo cho mùa Xuân Hè 2013. Cho đến bây giờ, cũng khá nhiều bạn trẻ biết đến Rambutan và công việc kinh doanh của Zeke đang có dấu hiệu khởi sắc.

TIN TỨC

Style / Tháng 5-6/2013



EASY SPIRIT

"Thoải mái" và "êm ái" là những đặc điểm chính trong công nghệ thiết kế giày thông minh của thương hiệu giày đến từ Mỹ - Easy Spirit. Mỗi mùa, các nhà thiết kế của thương hiệu Easy Spirit đều sáng tạo cho ra mắt dòng sản phẩm mới nhất nhằm phục vụ tối đa phái đẹp yêu thích sự thoải mái và êm chân. Hãy tự thưởng cho mình một trong những kiểu giày độc đáo với lớp đệm lót cực êm, chất liệu thoáng khí, bền màu và kiểu dáng đa dạng từ xăng đan, giày thể thao, giày đi bộ, dép cao cho đến giày búp bê, giày công sở của Easy Spirit tại hệ thống cửa hàng ở Diamond, Parkson trên toàn quốc. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 098 789 8889.

VICHY

Từ lâu, mụn luôn là nỗi lo ngại của mọi người. Trong khi đó, sự lo lắng, căng thẳng, sự thay đổi của nội tiết tố hay ô nhiễm môi trường, thậm chí chỉ đơn giản là bất cẩn trong lúc cạo râu cũng có thể làm nổi mụn. Hiểu được điều này, Vichy giới thiệu tới người sử dụng sản phẩm Hyaluspot giúp trị mụn tức thời. Chỉ trong vòng hai giờ, các vi khuẩn gây mụn sẽ bị loại bỏ đến 99.9% và sau 48 giờ thì mụn sẽ hoàn toàn biến mất, trả lại làn da mịn màng, đem sự tự tin cho người dùng. Đặc biệt, sản phẩm đã được kiểm nghiệm trên da nhạy cảm, không chứa paraben, không gây dị ứng nên phù hợp với mọi loại da. Hyaluspot hiện được bán tại các boutique Vichy và hiệu thuốc của Vichy trên toàn quốc với giá là 39.000 đồng/15ml. Và hiện tại, boutique Vichy cũng đang thực hiện nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn dành cho các sản phẩm trị mụn: sữa rửa mặt, kem dưỡng trị mụn...



AJISEN RAMEN

Xuất hiện tại Việt Nam chỉ mới gần hai năm với hai chi nhánh, nhưng về bề dày lịch sử thương hiệu thì mì Nhật Ajisen Ramen đã có từ năm 1968 với hơn 800 chi nhánh tại 14 nước. Ajisen Ramen nổi tiếng với nước súp Tonkotsu nấu với rất nhiều xương thịt trong hơn 20 giờ. Nước súp đặc trưng màu trắng sữa còn được biết đến với hàm lượng collagen cao rất tốt cho da. Ajisen Ramen Việt Nam vừa ra mắt menu mới với Miso Ramen. Với menu hơn 250 món, bao gồm Ramen, nhiều Set Bento-cơm hộp đặc trưng với đa dạng sự lựa chọn, cùng các món tráng miệng đẹp mắt, Ajisen Ramen VN đã làm say mê nhiều thực khách sành điệu. Nhân ngày 01/06, trong tuần đầu tiên của tháng 06, khi order bất kỳ hai món chính (mì Ramen hoặc Bento) bạn sẽ được tặng chicken wing kid set. Ngoài ra, còn nhiều chương trình đặc biệt khác nữa.



E|V|E|N|T

Nhiếp ảnh gia Phạm Ngọc Phương



LA MER

Thời gian: **10/05/2013**

Địa điểm: **Khách sạn Sofitel Plaza Sài Gòn**

Nội dung: La Mer chia sẻ những nỗ lực của hãng chào mừng ngày World Oceans Day trong việc hợp tác với National Geographic Society và Oceana. Hơn thế nữa, nhân sự kiện đặc biệt này, La Mer giới thiệu tới Việt Nam sản phẩm kem dưỡng ẩm hũ 100ml phiên bản giới hạn với thiết kế mới hiện đại. Khách mời: Jeremy Stein – giám đốc PADI, nhiếp ảnh gia Phạm Ngọc Phương, các phóng viên, báo chí, đối tác truyền thông của La Mer cùng những vị khách đặc biệt của nhãn hàng.



Sản phẩm từ đại dương của La Mer

STYLE **189**



Sản phẩm của La Mer



Giám đốc PADI
Jeremy Stein



Đối tác truyền thông

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 Việt 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 Việt 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



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

-
- Issey Miyake
- GivENCHY
- Versace
- Balenciaga
- Moschino Cheap & Chic
- Charlotte Olympia
- Olympia Le-Tan
- A-Lab Milano

A-Lab Milano

Moschino Cheap & Chic

Charlotte Olympia

Olympia Le-Tan

Style in Quiz

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

I. Fashion in Quiz

Câu 01

Bạn có thể cho biết cặp kính mát mà nữ diễn viên Eva Longoria chọn để đồng hành cùng ở Cannes 2013 là?

- a. Prada ☐
- b. Alexander Wang ☐
- c. Maison Martin Margiela ☐
- d. Salvatore Ferragamo ☐



Câu 02

Với số lượng người tới thăm mỗi năm lên tới 39,2 triệu người, địa danh này hiện vẫn là nơi được việc thăm nhiều nhất ở cả nước Mỹ lẫn trên thế giới. Bạn có thể cho biết tên?

- a. Las Vegas Strip, Mỹ ☐
- b. Union Station, Washington, D.C, Mỹ ☐
- c. Central Park, New York City, Mỹ ☐
- d. Times Square, New York City, Mỹ ☐



Câu 02

Trong bức ảnh này, bên cạnh Jefferson Hack và Maria Sharapova là một nhân vật đại chúng. Cô bé này trong những năm gần đây được xem là một trong những blogger quyền lực nhất thế giới thời trang. Tên của cô là?

- a. Ari Seth Cohen ☐
- b. Leandra Medine ☐
- c. Yvan Rodic ☐
- d. Tavi Gevinson ☐



II. Travel in Quiz

Câu 01

Bạn thử đoán xem mỗi năm có khoảng bao nhiêu người tới thăm Walt Disney World Resort ở Florida, Mỹ?

- a. 21 triệu ☐
- b. 31 triệu ☐
- c. 41 triệu ☐
- d. 51 triệu ☐



III. Beauty in Quiz

Câu 01

Tinh dầu hoa huệ là một trong những loại tinh dầu quý hiếm và đắt đỏ nhất thế giới. Bạn có thể cho biết những bông hoa huệ đầu tiên đã được mang từ Trung Mỹ về châu Âu là vào khoảng năm nào?

- a. 1319 ☐
- b. 1419 ☐
- c. 1519 ☐
- d. 1619 ☐



Câu 02

Nghệ sỹ này đã có tới 10 năm trung thành với dòng nước hoa Kai Perfume Oil. Bạn có thể cho biết tên của anh?

- a. David Duchovny ☐
- b. Bob Dylan ☐
- c. Usher ☐
- d. Tommy Lee ☐



IV. F&B in Quiz

Câu 01

Theo bạn những cây gỗ sồi Mỹ được khai thác để lấy gỗ để làm ra những chiếc thùng dùng để ủ rượu vang có số năm tuổi tối thiểu là?

- a. 10 năm ☐
- b. 30 năm ☐
- c. 50 năm ☐
- d. 70 năm ☐



Câu 02

Bạn có thể cho biết nấm truffle mọc ngẫu nhiên trên rễ của loại cây nào?

- a. Gỗ cây hạt dẻ ☐
- b. Gỗ cây óc chó ☐
- c. Gỗ thông ☐
- d. Gỗ sồi ☐



V. Jewellery in Quiz

Câu 01

Bạn có thể cho biết ai là tác giả của dòng sản phẩm đồng hồ Christal của nhà Dior?

- a. Victoire de Castellane ☐
- b. Valérie Lachaux ☐
- c. Hedi Slimane ☐
- d. John Galliano ☐

Câu 02

Bạn có thể cho biết chỉ có một nơi duy nhất trên thế giới có thể khai thác đá tanzanite, đó là ở?

- a. Uganda, Đông Phi ☐
- b. Việt Nam ☐
- c. Tây Tạng ☐
- d. Tanzania, Đông Phi ☐



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 Bvl Jasmin Noir sẽ dành tặng bạn trả lời đúng 8 câu hỏi; son môi cho người đúng 6 câu hỏi, nước hoa David Beckham Signature 30ml cho người đúng 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: C. Peter Dundas

Câu 02: C. Diesel.

Travel:

Câu 01: C. Pantelleria, Ý

Câu 02: C. Barcelona.

Beauty:

Câu 01: C. Anna Sui

Câu 02: A, B, C.

F&B:

Câu 01: A, B, C, D

Câu 02: C. \$500.

Jewellery:

Câu 01: C

Câu 02: C. Jacques Helleu.

CHÚC MỪNG CÁC BẠN:

Chúc mừng bạn **Hoàng Hiệp** (số điện thoại 09*3.37*.494) đã đoạt giải nhất là một kỳ nghỉ ở một resort cao cấp, bạn **Mạnh Quân** (số điện thoại 0994.***.121) và bạn **Minh Tâm** (số điện thoại 0162.755.****) đã đoạt giải nhì với mỗi giải thưởng là một cặp quà sữa tắm và dưỡng thể Graisset; bạn **Hoài An** (số điện thoại 0937.***.997) và bạn **Dương Thuỷ** (số điện thoại 0908.***.162) đã đoạt giải 03 là một son Bourjois.

Quà tặng bạn đọc



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

Hà Nội: 5/55 Huỳnh Thúc Kháng

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





HÈ VUI SẴNG KHOÁI THOẢI MÁI CÙNG FORD

TẬN HƯỞNG NGAY GIÁ ĐẶC BIỆT

Hãy cùng Ford vi vu tận hưởng một mùa hè ấn tượng với giá đặc biệt dành cho các dòng xe **Fiesta, Focus Classic** và **Escape**.

Hãy đến đại lý Ford gần nhất ngay hôm nay.



FIESTA*

Giá từ: **543** Triệu đồng**



FOCUS Classic*

Giá chỉ: **604** Triệu đồng**



ESCAPE

Giá từ: **709** Triệu đồng**



Go Further

- * **MẪU XE BÁN CHẠY HÀNG ĐẦU THẾ GIỚI NĂM 2012**
Trích dẫn bởi Polk - Công ty dữ liệu ngành ô tô hàng đầu của Mỹ
- ** Giá đặc biệt có đóng góp của Đại lý, giá đã bao gồm VAT
Liên hệ Đại lý gần nhất để biết thêm chi tiết

• **HANOI FORD:** 94 Ngõ Thù Nhậm, Hà Nội. Tel: 04.39712439
• **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888
• **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920
• **THANH XUÂN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525
• **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055
• **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566
• **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990
• **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hà Long. Tel: 033.3628699
• **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 038.3515292
• **DANA FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555

• **DANA FORD BÌNH ĐỊNH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555
• **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3954999
• **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130
• **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP.HCM. Tel: 08.38181458
• **SAIGON FORD CẦN THƠ:** 41A Đường 3/2, Xuân Khánh. Tel: 0710.3730720
• **CITY FORD:** 78B, Quốc Lộ 13, Phường 26, Bình Thạnh, TP.HCM. Tel: 08.35120473
• **CITY FORD NHA TRANG:** 580 Lê Hồng Phong. Tel: 058.3880366
• **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP.HCM. Tel: 08.38776732
• **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP.HCM. Tel: 08.38157979
☎ **ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888**

ford.com.vn

TUYỆT TÁC LON IN NỔI MỠI
PHONG CÁCH MỚI CỦA THẾ GIỚI

