

ELLE

Ấn phẩm
ĐẶC BIỆT

PHONG CÁCH CỦA BẠN

the issue double-faced

JOHN GALLIANO / NGÔ THANH VÂN /
PETEY MAJIK NGUYEN / ANHUONG TRẦN

ELLE

Ấn phẩm
ĐẶC BIỆT

PHONG CÁCH CỦA BẠN

the issue double-faced

JOHN GALLIANO / NGÔ THANH VÂN /
PETEY MAJIK NGUYEN / ANHUONG TRẦN

STYLE



PHONG CÁCH CỦA BẠN



the Double-faced issue

JOHN GALLIANO / NGÔ THANH VÂN
/ PETEY MAJIK NGUYEN / ANHUONG TRẦN





BOSS
HUGO BOSS

KENZO STORE, TRANG TIEN PLAZA, 24 HAI BA TRUNG, HANOI



KENZO PARIS





MAKING LIFE BETTER

Where do you go to find yourself?

Trong thế giới đầy biến động, Hà chưa bao giờ ngờ rằng mình có thể trải nghiệm được cảm giác bình yên trọn vẹn đến thế trong đời. Còn bạn, bạn chọn nơi nào để đến và chạm tới tâm hồn mình?

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)





Grinko



22

CONTENTS

AUGUST - SEPTEMBER 2013



Alexander McQueen

Nicholas Kirkwood



♥ COVER STORY

18.

Ma Thuật thời trang

♥ FASHION

24.

Resort 2014

Cơn lốc thời trang ứng dụng

26.

The Denim Note

28.

Teen Spirit: The Grunge

30.

Style Manual

34.

Trend Report: Spring 2014

52.

John Galliano

Thiên tài hay Gã cuồng vọng

74.

Cuộc chiến Hàng Hiệu vs "Hàng Hiệu"

♥ BEAUTY

84.

Beauty Buzz

88.

Thành phần lạ của skincare

92.

Mặt nạ ngủ

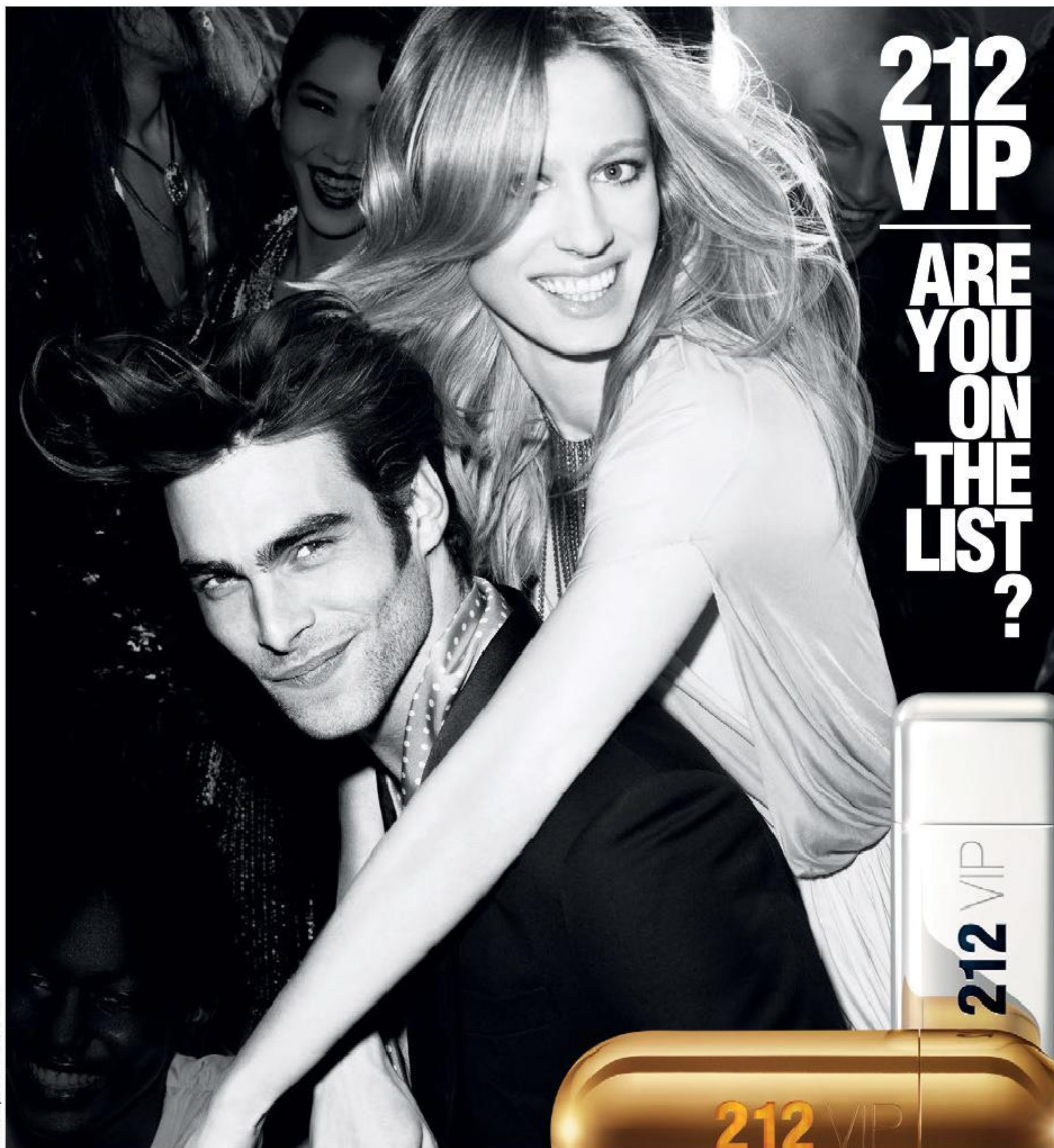
96.

Layering cho nước hoa

106.

Ánh nhũ bạc

212
VIP
ARE
YOU
ON
THE
LIST?



212 VIP

CAROLINA HERRERA
NEW YORK

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THƯƠNG XÁ TAX | 192 HAI BÀ TRUNG | PARKSON SAIGONTOURIST | PICO PLAZA |
| DIAMOND PLAZA | PARKSON HÙNG VƯƠNG | PARKSON FLEMINGTON | PARKSON PARAGON | PARKSON C.T | **HÀ NỘI** | 23 TRĂNG THI |
| PARKSON VIET TOWER | PARKSON LANDMARK | VINCOM CITY TOWERS | VINCOM VILLAGE | VINCOM ROYAL CITY | **HẢI PHÒNG** | PARKSON T&D |

Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: 205/13/QCMP-HCM.



CONTENTS

AUGUST - SEPTEMBER 2013

♥ LIFESTYLE

114.

Tiền anh, tiền em, tiền ai?

118.

Xe hơi và những scandal dạo chích

124.

Chọn gì cho quần áo của bạn

128.

Cameron
Giấc mộng diễn viên

134.

Décor mini spa

148.

Bí mật của những màu vang

♥ ENTERTAINMENT

154.

Ngô Thanh Vân
Bàn về chữ duyên

160.

Petey Majik Nguyễn
- Gã phù thủy đường phố

166.

Retro Music:
Sự dung hợp quá khứ và hiện tại

174.

Chris Hemsworth
- Ngôi sao diễn vai ngôi sao

178.

Lời đường mật hay đường hóa học

ÉCLAT
D'ARPEGE

LANVIN
PARIS



TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THƯƠNG XÁ TAX | 192 HAI BÀ TRƯNG | PICO PLAZA | PARKSON HÙNG VƯƠNG |
| PARKSON FLEMINGTON | PARKSON PARAGON | HÀ NỘI | 23 TRĂNG THI | VINCOM CITY TOWERS | VINCOM ROYAL CITY | VINCOM VILLAGE |
| PARKSON LANDMARK KEANGNAM | HẢI PHÒNG | PARKSON T&D |

Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: 199/13/QCMP-HCM.

● Masthead



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

PHAN Ý YÊN

Tham gia biên soạn

Fashion: Phan Ý Yên

Beauty: Bùi Thanh Hoa

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.stylemagazine.vn

iPad/iPhone: App Store/Viet Bookstore/Style * www.3nana.vn

Nhà xuất bản TDTT

Số đăng ký kế hoạch xuất bản: 425/QĐ-XBTDTT/03-2013/CXB/90-373/TDTT

Khổ: 21x28.5cm

In tại nhà máy in Bản Đồ

In xong nộp lưu chiểu tháng 8 năm 2013

Giá: 34.500 VNĐ



MONT
BLANC
LEGEND
POUR FEMME

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THƯƠNG XÁ TAX | 192 HAI BÀ TRƯNG | PICO PLAZA |
| PARKSON HÙNG VƯƠNG | **HÀ NỘI** | 23 TRĂNG THÌ | VINCOM CITY TOWERS | PARKSON LANDMARK |
| VINCOM VILLAGE | **HẢI PHÒNG** | PARKSON T&D |

Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: 126/13/QCMP-HCM.



**STOP
FASHION
FRAUD**



editor's note

"Now you see me, now you don't" (*)

Bộ phim *Now you see me* của đạo diễn Louis Leterrier với doanh thu nửa đầu năm 2013 đạt \$110 triệu được xem như một nét khác lạ và bất ngờ của loạt phim giải trí mùa hè. Sự hấp dẫn của nó không chỉ nằm ở các tình tiết đảo chiều thú vị mà còn bởi hình ảnh từ lâu rồi ít được khai thác trên màn ảnh: nhà ảo thuật. Vậy tại sao khán giả lại thích tụyet nhân vật được xem như có phần "khó nắm bắt" này? Tôi nghĩ có lẽ bắt đầu từ câu nói của nhân vật Thaddeus Bradley (do Morgan Freeman thủ vai): "Càng tiến lại gần, bạn càng nghĩ là bạn đã thấy rõ thì bạn lại càng không thấy được gì cả..."

Ảo tưởng, huyền hoặc, mơ hồ, mâu thuẫn là một phần trong mỗi con người. Sự khác nhau giữa người này và người kia nằm ở chỗ họ không chế chúng ra sao. Chính vì thế mà tôi tin tưởng bạn sẽ cảm thấy nhiều người ở cạnh mình lúc rất thân quen, lúc lại vô cùng xa lạ. Vì khi đó, họ đang đối diện với bạn bằng những khuôn mặt khác nhau. Chúng có làm bạn hài lòng hay không đi nữa thì cũng chưa hẳn là tiêu cực. Bởi đôi lúc, không có sự thật nào thay đổi, chỉ có góc nhìn của bạn thay đổi mà thôi!

Ấn phẩm tháng 09 luôn là một ấn phẩm đặc biệt để chúng tôi có thể tự do dốc toàn bộ sáng tạo mang đến cho độc giả những gì mới mẻ và thú vị nhất. Và rồi chúng tôi quyết định chọn *The Double-faced Issue*, một chủ đề có thể gây tranh cãi khi chúng tôi mạnh dạn phát hành hai cover, đề cập đến hàng fake, đến "kẻ tội đồ" của thời trang John Galliano, đến một Ngô Thanh Vân "đa diện" trước dư luận và thậm chí cả một ảo thuật gia thực thụ làm thế nào "phù phép" người hâm mộ. Bên cạnh đó, các biên tập viên của *Style* cũng không ngần ngại đưa chuyện tiêu tiền của đàn ông lẫn việc sống giả hay sống khéo lên bàn giấy để bạn thoải mái bình luận. Phải, đây hoàn toàn là một chuyên đề mà chúng tôi không áp đặt giới hạn hay bị chi phối bởi những giá trị chuẩn mực số đông. Vì chúng tôi hi vọng, với *The Double-faced Issue*, bạn tìm thấy chút nào đó sự đồng cảm hay thỏa mãn được những góc nhìn đa chiều.

Cô đào Marilyn Monroe có một câu nói nổi tiếng: "Nếu bạn quyết định sống với hai bộ mặt, thì ít nhất hãy cố gắng để một trong hai trở nên xinh đẹp!" Với mỗi chuyên đề, chúng tôi đều ấp ủ một mong muốn khác nhau nơi độc giả. Và ở ấn phẩm tháng 09 này, niềm vui của chúng tôi chính là khi bạn đặt *The Double-faced Issue* xuống, việc đầu tiên bạn làm sẽ là tiến đến gần chiếc gương soi.

Chúc bạn một mùa thu tốt lành!

(*): "Now you see me, now you don't see me" là câu nói được sử dụng khi chơi trò bịt mắt ai đấy của người Mỹ. Cách diễn đạt này còn để thể hiện sự thoát ẩn thoát hiện, không rõ ràng, không dễ dàng bị nắm bắt.

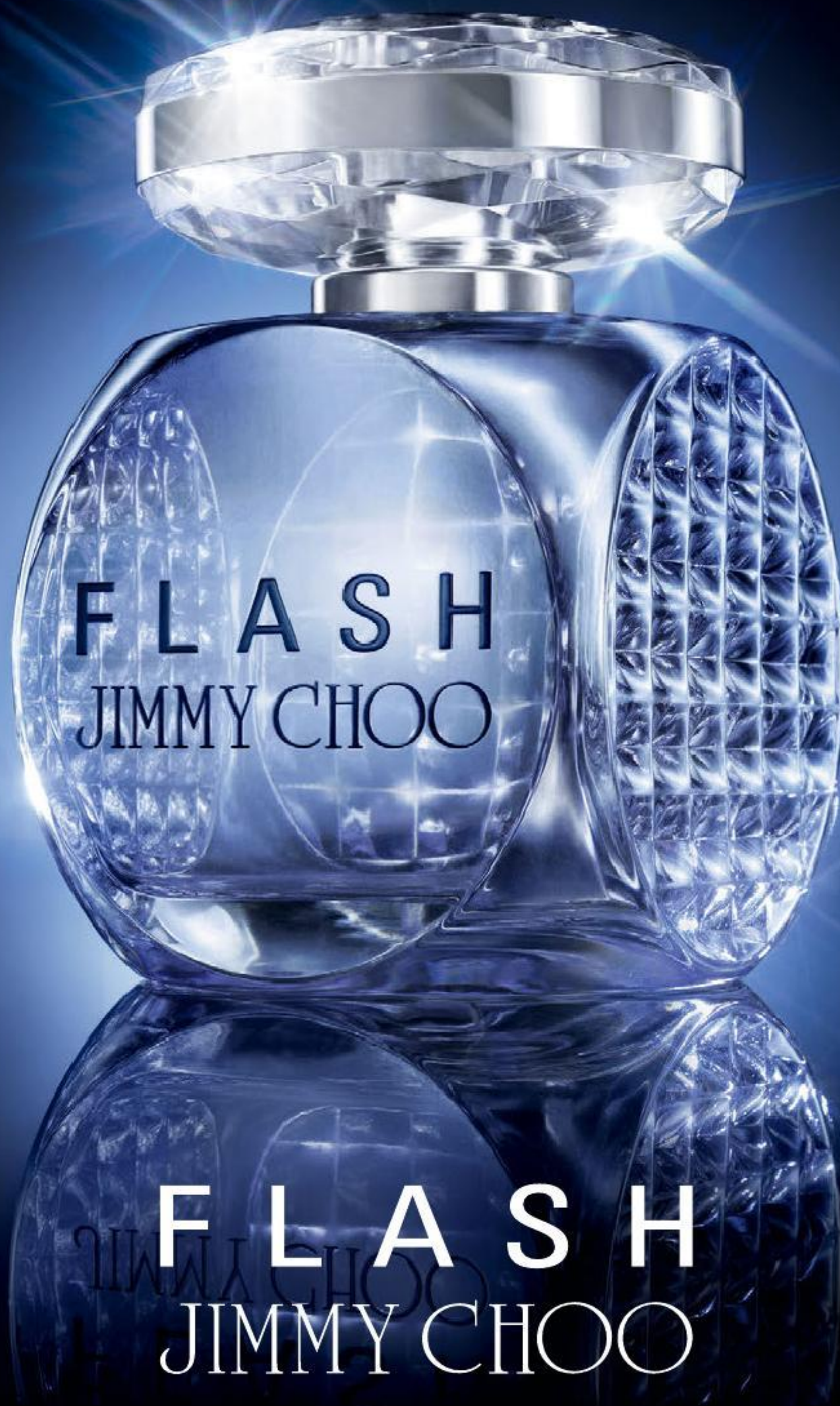


Concept & Photographer: **Samuel Hoang**
 Producer: Anh Duc Pham
 Cover artist: Singer, Actress **Ngô Thanh van**
 Make up artist: **Thac Cutie**
 Stylist: **kelvin Tran**
 Assistant : **Hoa Nguyen**

Cover 1

Áo cúp ngực, chân váy, khăn lụa vòng cổ, vòng tay, khuyên tai Dolce&Gabbana, khăn lụa Louis Vuitton, túi xách Chanel.

Cover 2: Đầm Balenciaga, leggings Balenciaga (Runway boutique), túi xách Louis Vuitton, vòng tay, nhẫn BCBG.



FLASH

JIMMY CHOO

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THƯƠNG XÁ TAX | 192 HAI BÀ TRUNG | PICO PLAZA |
| PARKSON HÙNG VƯƠNG | HÀ NỘI | 23 TRĂNG THÌ | PARKSON LANDMARK | VINCOM CITY TOWERS |
| HẢI PHÒNG | PARKSON T&D |

Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: 112.113/QCMP-HCM.

fashion



UNCONVENTIONAL CHIC **LACOSTE**



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

Triết lý *DOUBLE FACE*

Mr. Q

*Có bao giờ bạn đặt câu hỏi, nếu hai mặt của một đồng xu
đều chỉ in một hình, sáu mặt của một quân xúc xắc đều chỉ là
Lục hoặc Nhất, mọi thứ sẽ thế nào? Bản thân tôi tin rằng khi đó
cuộc sống sẽ vô cùng chán chường!*

Hãy quăng một đồng xu, và cho tôi biết bạn có được mặt sấp hay ngửa!

Hãy rút một quân bài, và cho tôi biết bạn được con Xi (Át) hay con Hèo (Hai)!

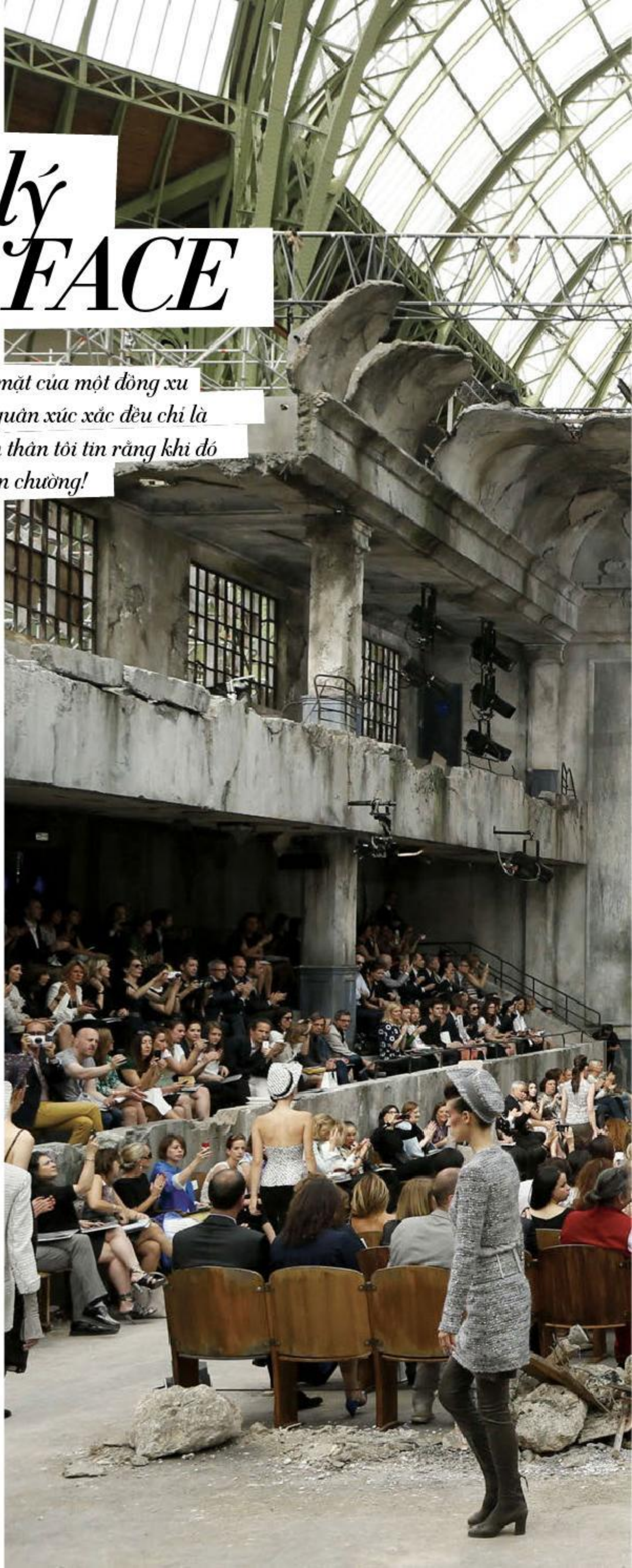
Hãy quăng một quân xúc xắc, và cho tôi biết bạn được điểm Lục hay điểm Nhất!

Nhưng quan trọng hơn hãy cho tôi biết cảm xúc khi bạn làm điều này!

Tôi luôn cho rằng trong cuộc sống, nếu kết quả của một công việc mang cho bạn những điều thú vị hoặc những niềm phấn khích lớn lao thì toàn bộ quá trình được tham gia hoặc trực tiếp tìm kiếm những kết quả đó lại mang tới cho bạn những niềm phấn khích và hân hoan gấp bội. Quả thực là một người viết, sống bằng nghề viết, tôi càng cho rằng điều này không thể đúng hơn.

Chỉ mới tối đêm hôm trước thôi, khi đang ngồi xem truyền hình, tôi thấy bác Lê Hoàng đã chia sẻ như sau trong chương trình Chuyện Đêm Muộn: “Nhiều khi mình viết là mình khóc, mà chỉ có mình trên cái bàn đó thôi, chẳng ma nào thấy cả. Rõ ràng là mình cảm động với cái điều mình làm trước tiên. Mình cũng không bao giờ nói ra.” Có lẽ khi chia sẻ như vậy, tôi cho rằng, bác Lê Hoàng cũng đã ngầm ý chia sẻ với bạn xem truyền hình, việc viết bài với bác là một trải nghiệm thú vị hơn là công việc đơn thuần.

Với cách nhìn này, một cách nhìn đứng trên cả việc phải đối diện với hai mặt của một kết quả (tăng hoặc giảm doanh thu, khả năng đưa ra một sản phẩm tốt hoặc không), chúng ta sẽ hiểu và trân trọng hơn đối với những gì đang diễn ra trong thế giới hàng hiệu và thời trang cao cấp. Bạn sẽ thấy Louis Vuitton hoàn toàn hợp lý khi thực hiện một chiến dịch quảng bá mà người mẫu không phải là các ngôi sao. Thay vào đó lại là những người thợ thủ công của hãng. Công việc hàng ngày của họ





Chanel Haute Couture 2014

● Cover Story

www.stylemagazine.vn



20th STYLE



**NẾU “THỜI TRANG
CHỈ DÀNH CHO
NHỮNG NGƯỜI
QUẢ CẢM”, NHỮNG
THƯƠNG HIỆU VỪA
GIỚI THIỆU Ở TRÊN
LÀ NHỮNG NGƯỜI
QUẢ CẢM NHẤT KHI
ĐÃ DÁM THÁCH
THỨC MỌI ĐỊNH
KIẾN, ĐỨNG TRÊN
DÈM PHA Ì XÈO VÀ
NHỮNG LỜI NHẬN
XÉT ÁC Ý (RẤT CÓ
THỂ CÓ CỦA DƯ
LUẬN) ĐỂ TÌM KIẾM
CHO MÌNH MỘT CHỖ
ĐỨNG VỮNG CHẮC
TRÊN THẾ GIỚI.**

được thuật lại theo cách không thể cảm xúc hơn bằng hình ảnh: Người thì sơn viền mép da, người thì đóng các khuy đính tán. Tất cả cùng nhau đi trên một hành trình mang tên tìm kiếm cái đẹp đích thực bền vững.

Hay như không phải vô lý khi đích thân chủ tịch Van Cleef & Arpels tôn vinh những người thợ đánh bóng các chi tiết của một chiếc đồng hồ; Chanel không sai lắm khi bỏ công sức và tiền của để mua lại các nhà chế tác thủ công Métier d'Art của Pháp và duy trì và phát triển hoạt động của họ. Có lẽ lại cũng chỉ với cách xem xét vấn đề theo cách này, bạn sẽ thấy Haute Couture – thứ thời trang mà số người có thể sở hữu một món đồ có lẽ chỉ có thể đếm trên đầu ngón tay- là thực sự quý giá. Và như vậy giá trị của các thương hiệu mới thực sự được trân trọng, công việc tìm kiếm và mưu cầu cái đẹp mới có thể thực sự có ý nghĩa lớn lao.

Mặt khác, tôi cũng tin rằng chỉ với cách nhìn này, bạn mới có thể hiểu được lý do của các thương hiệu khi họ giới thiệu những dòng sản phẩm vốn không thuộc về họ hay bán license sang các lĩnh vực khác. Ví dụ như Versace giới thiệu đồ gốm sứ, đồ nội thất, Armani giới thiệu khách sạn. Nếu “thời trang chỉ dành cho những người quả cảm”, những thương hiệu vừa giới thiệu ở trên là những người quả cảm nhất khi đã dám thách thức mọi định kiến, đứng trên dèm pha ì xèo và những lời nhận xét ác ý (rất có thể có của dư luận) để tìm kiếm cho mình một chỗ đứng vững chắc trên thế giới.

Bên cạnh đó, ở mỗi mùa thời trang hàng năm, các bộ sưu tập không phải được cho ra đời chỉ với mục đích tăng lợi nhuận, marketing hoặc bán hàng. Đằng sau đó còn là công cuộc tìm kiếm cái đẹp của các nhà thiết kế. Đó là một cuộc chơi lung linh ảo diệu nhưng cũng đầy áp lực. Và vì vậy, họ luôn cần sự cảm thông đặc biệt. Có thể bạn sẽ phần nào thông cảm cho phút lơ lửng của John Galliano – sức ép của công việc đã khiến nhà thiết kế cầu viện tới rượu, chất kích thích và hậu quả cuối cùng là một câu nói trong lúc không thể kiểm soát. Và Mathew

Williamson hoàn toàn không ngoa khi chia sẻ: “Anh đã kiệt sức trước sức ép của quá nhiều các mùa thời trang trong một năm.”

Tham gia vào chuyên đề này, tôi có cơ hội phỏng vấn rất nhiều người. Trong số đó, ấn tượng nhất với tôi là câu trả lời của ảo thuật gia Petey Majik Nguyễn: “Cuộc đời phần nhiều phụ thuộc vào may rủi của số phận. Thắng hay thua, được hay mất của bạn phụ thuộc phần nhiều vào việc bạn rút được quân bài gì? Con Ách, Con Đám, Con Già. Nhưng một nhà ảo thuật gia thì khác. Một nhà ảo thuật gia là người hoàn toàn có thể quyết định họ sẽ rút được quân gì. Mỗi người hãy là nhà ảo thuật gia của cuộc đời mình, có thể rút được chính xác quân bài của cuộc đời mình và tự quyết định cuộc đời mình thay vì để cuộc đời mình cho người khác quyết định.”

Cũng trong quá trình tham gia bộ sưu tập, tôi có cơ hội tìm hiểu các show diễn thời trang cao cấp của một số thương hiệu. Trong tất cả những bộ sưu tập tôi có cơ hội được xem, được tiếp nhận thông tin, tôi thực sự ấn tượng với show diễn của nhà Chanel. Họ đã cho giới mộ điệu một sự quả cảm thực sự khi đặt thời trang cao cấp vào trong một nhà hát đồ sộ, tường mốc xanh đỏ với những đường nứt, những mảng khối bê tông lộ ra cả sắt thép. Trong khi đó background của sàn diễn lại là quang cảnh về một thành phố với kiến trúc vị lai ấn tượng. Và với cách chơi cùng hai yếu tố đầy tương phản, nhà Chanel lại tiếp tục đưa tới người xem những trải nghiệm hoàn toàn mới.

Hãy quăng một đồng xu, và cho tôi biết bạn có được mặt sấp hay ngửa!

Hãy rút một quân bài, và cho tôi biết bạn được con Xi (Át) hay con Hèo (Hai)!

Hãy quăng một quân xúc xắc, và cho tôi biết bạn được điểm Lục hay điểm Nhất!

Nhưng quan trọng hơn hãy cho tôi biết cảm xúc khi bạn làm điều này!

Nhưng còn quan trọng hơn nữa là bạn có dám rút, có dám đối mặt với kết quả, có dám đối mặt với hai yếu tố tương phản của một vấn đề hay không!

RESORT 2014 CƠN LỐC THỜI TRANG ỨNG DỤNG

Len

VỚI SỰ THAM GIA CỦA HƠN 200 NHÃN HÀNG, RESORT 2014 CÓ THỂ ĐƯỢC XEM LÀ CUỘC TRÌNH DIỄN GIAO MÙA LỚN NHẤT TỪ TRƯỚC ĐẾN GIỜ TỪ PHƯƠNG DIỆN QUY MÔ CHO ĐẾN THƯƠNG MẠI. TỪ ĐÂY CÓ THỂ HÌNH DUNG RA NHỮNG GÌ SẼ ĐỔ BỘ TRÀN NGẬP ĐƯỜNG PHỐ NĂM SAU KHI NÉT NỔI BẬT NHẤT Ở CÁC BỘ SƯU TẬP RESORT LẦN NÀY CHÍNH LÀ KHÔNG KHÍ STREETSTYLE MANG TÍNH ỨNG DỤNG CAO.



Chanel



Chloé



Valentino



Louis Vuitton



Marc Jacobs

Nautical details

Họa tiết kẻ sọc, các màu cơ bản xanh trắng đỏ, quần palazzo, nút bản lớn, hơi thở Deauville vintage... là xu hướng được ghi nhận nhiều nhất ở Resort 2014. Làn gió biển khơi ngập tràn trang phục của Chanel, Marni, Valentino gợi nhắc đến những gì hội hè và đầy ắp không khí nắng gió.

Bohemian spirit

Váy maxi, họa tiết, phụ kiện boho tiếp tục được ưa chuộng như một xu hướng không thể vắng mặt. Nếu nhà Alexander McQueen pha một chút punk cùng chi tiết đan móc thì ở Roberto Cavalli là đặc trưng tính chất tự do phóng khoáng của tinh thần bohemian qua chất liệu và đường cắt. Bottega hay Tory Burch ít cầu kỳ hơn nhưng vẫn không hề mất sự độc đáo.

Bottega Veneta



Moschino Cheap & Chic



Alexander McQueen



Roberto Cavalli



Tory Burch



23

STYLE

Tropical Mood

Sẽ là một mùa resort thiếu sót nếu vắng mặt những họa tiết nhiệt đới bởi về cơ bản các bộ sưu tập giao mùa này vốn dĩ được dành riêng cho những kì nghỉ. Màu sắc sinh động, họa tiết hoa lá và cây cỏ đậm chất nhiệt đới là những gì dễ dàng nhận diện cho xu hướng này.



Kenzo



Fausto Puglisi



Peter Pilotto



Prada



Ralph Lauren



Emilio Pucci



Calvin Klein



Gucci

24

STYLE

Suede Invasion

Nếu chất liệu da với nhiều màu sắc khác nhau được ưa chuộng từ nhiều mùa nay thì ở Resort 2014, các nhà thiết kế đã chính thức đưa da lộn lên ngôi. Không chỉ dừng ở các tông nâu hay đen bình thường, da lộn trở thành tâm điểm của sự chú ý ở cả các gam bắt mắt hơn như xanh vỏ chai, tím lilac hay thậm chí là hồng fuchsia.

Review Collection

Lacoste

Fall/Winter 2013-14

TRONG BST THU/ĐÔNG 2013, LACOSTE MANG TINH THẦN HẢI QUÂN HÒA CÙNG PHONG CÁCH THANH LỊCH VÀ NĂNG ĐỘNG THÀNH THỊ VỐN CỐ. BÊN CẠNH ĐÓ, TINH THẦN HƯỚNG ĐẾN TƯƠNG LAI CÙNG SỰ HIỆN ĐẠI ĐANG THEO ĐUỔI CŨNG LÀ ĐIỂM NHẤN KHIẾN BST CHINH PHỤC ĐƯỢC NHIỀU ĐỐI TƯỢNG KHÁCH HÀNG KHÁC NHAU.

SKI POP

Trang phục dành cho các hoạt động thể thao vẫn luôn được Lacoste ưu tiên hàng đầu. Ở mùa này, lấy cảm hứng từ môn trượt tuyết, áo khoác ngoài, sweater và thậm chí cả váy liền được mang một luồng không khí sống động mới với họa tiết hình sóng băng, hình thoi khổ lớn hay màu sắc pop electric rực rỡ.

Màu sắc

Màu sắc trẻ trung và sôi động, từ xanh acid đến màu hồng tươi sáng, cùng với màu xám tối, đen và xanh hải quân.

Chất liệu

Len hỗn hợp, lụa, len dệt kim, vải dệt kim sọc, flannel

SAILOR GRAPHIC

Họa tiết kẻ sọc gần như là họa tiết không thể thiếu trong tủ quần áo của bất kì quý cô thành thị nào. Trong BST này, chúng không chỉ dừng lại ở top hay t-shirt nữa mà ở cả áo dáng dài, áo len cổ thuyền, chân váy.

Màu sắc

Sắc thái của xanh và be với nét phẳng phất từ màu đỏ. Đỏ thắm và hồng nhạt.

Chất liệu

Thun dệt kim, denim, silk crêpe

FALL NAUTIC

Phong cách hải quân với những đường nét đơn giản khỏe khoắn và tông màu trầm đi cùng với sự nữ tính thể hiện qua chân váy ngắn hay chất liệu mềm mại là nét nổi bật trong BST Thu Đông 2013-14.

Màu sắc

Xanh hải quân, các sắc đỏ, kết hợp với màu của trái nam việt quất và vàng.

Chất liệu

Len Merino, vải dệt kim, vải bông

THE DENIM NOTES

Nếu nhắc đến yếu tố "casual" mà rất nhiều thương hiệu đang hướng đến thì chắc chắn không thể bỏ qua một chất liệu gần như quen thuộc với mọi tín đồ của thời trang: Denim. Trang phục denim càng ngày càng phù sóng rộng rãi ở khắp nơi, từ đường phố, công sở cho đến tận những buổi tiệc đêm. Không quá "nặng" như jean, lại không còn gò bó nhàm chán ở mỗi thiết kế quần, denim thực sự là một must-have item trong tủ quần áo của bạn.

QUẦN YẾM DENIM CÙNG BASIC T-SHIRT



DENIM VÀ FLORAL



DENIM JUMPSUIT



GILET/JACKET DENIM VỚI VAY MAXI



5 GỢI Ý VỚI DENIM

DENIM VÀ LEATHER



- Thứ color block với các tông màu denim khác nhau
- Tránh mix một chiếc quần denim màu rực rỡ với một chiếc áo họa tiết có cùng tông màu.
- Denim và jean luôn là một sự kết hợp an toàn mang lại cảm giác năng động và khỏe mạnh.
- Các tông màu denim tối luôn là trang phục basic giúp bạn không mắc lỗi khi mix and match
- Một đôi sandals flat cực kì thích hợp với tính chất "casual" mà denim mang lại.



THE DENIM ACCESSORIES

The Sweater

Hãy chọn những chiếc sweater bằng dạ, nỉ hay len có in chữ, dáng crop top, hoặc oversize. Bạn có thể kết hợp chúng cùng leggings, chân váy mini hay short đều được.



Christopher Kane



Emilio Pucci



Iro



Alexander Wang



McQ Alexander McQueen



Dries Van Noten

TEEN SPIRIT: THE GRUNGE

Với 3.1 Phillip Lim, Saint Laurent, Dries Van Noten..., cơn gió Grunge của thập niên 90 ột quay trở lại từ sàn diễn cho đến đường phố. Thế nhưng, Grunge của năm 2013 không thuần túy là một xu hướng chỉ dành riêng cho tuổi teen nữa. Vẫn là tinh thần trẻ trung, năng động và bất cần ấy nhưng bổ sung thêm nhiều thay đổi mang tính hiện đại để ngay đến cả một cô gái nhu mì nhất cũng muốn làm mới mình với Grunge.

The Shirt

Những chiếc sơ mi kẻ ca rô mặc cùng chân váy mini hay chỉ đơn giản buộc quanh eo là một trong những hình ảnh đặc trưng cho phong cách Grunge những năm 90s.



The Skirt

Hãy oversize mọi thứ: Chân váy, áo t-shirt đi cùng, túi xách... Và đừng quên kết hợp chúng cùng giày sneakers hoặc Dr. Martens. Họa tiết ưa chuộng nhất là kẻ caro.



Giambattista Valli



Isabel Marant



Damir Doma



DKNY



3.1 Phillip Lim



Jimmy Choo

The Boots

Dr Martens là sự lựa chọn hoàn hảo nhất cho phong cách Grunge với nhiều gam màu sống động cũng như họa tiết ấn tượng. Tuy nhiên, bạn cũng chọn boots da đinh tán hay giày thể thao với kiểu dáng cá tính.



Dr Martens



Givenchy

STYLE MANUAL

Blue on Blue



Balmain

Lanvin



Burberry Prorsum

Calvin Klein

Canali

Hermès

1. Không bao giờ mix cùng một tông độ xanh với nhau (và thậm chí là cùng chất liệu)
2. Bạn cần sự đối lập. Ví dụ: quần xanh da trời nhạt thì áo blazer nên là xanh navy hoặc ngược lại.
3. Tuy nhiên, có sự ngoại lệ với quần jean. Một chiếc jean xanh navy đi cùng áo blazer navy không gây phản cảm hay mang lại cảm giác "quá cố gắng".
4. Mặt khác, một cây jean blue (áo lẫn quần) đòi hỏi ở người mặc phong thái, hình thể và một cá tính nhất định để không trở nên "xấu khác thường".

Màu xanh blue luôn là màu sắc được các quý ông yêu thích vì sự chừng mực, thanh lịch, trẻ trung và ấn tượng thị giác dễ chịu mà nó mang lại, tuy nhiên không phải ai cũng biết mix các sắc độ của chúng với nhau để trở nên không tẻ nhạt và rập khuôn. Ngoài việc phối blue với các màu khác là một cuộc chơi thú vị, nhiều biến thể độc đáo thì mix blue on blue cũng có độ phức tạp riêng đầy hấp dẫn.



Etro

Lanvin

Lanvin

1. Chọn mua một đôi giày vừa vặn.
2. Giày loafers là lựa chọn an toàn để "go sockless"
3. Sử dụng sản phẩm dầu chuyên dụng dành cho da để làm mềm da trước khi mang
4. Nên sử dụng sản phẩm khử mùi để ngăn mồ hôi chân

STYLE MANUAL

Going Sockless

Giới hâm mộ thời trang ở New York, Paris, London, Milan đã bắt đầu làm quen với hình ảnh của những quý ông đi giày không tất. Xu hướng này thực ra đã bắt đầu một cách âm thầm từ cách đây vài năm nhưng cho đến mùa hè 2013 thì mới thực sự bùng nổ và lây lan. Hiển nhiên, đằng sau đó là sự trợ giúp không ít của các nhà thiết kế với hàng loạt sự lựa chọn trang phục từ quần slim trên mắt cá cho đến Bermuda hay short, nhằm "khoe" ra những đôi giày không tất. Mặt khác, xu hướng này cũng cổ vũ mạnh mẽ cho phong cách metrosexual.



Carven



Bruno Magli



Corneliani



Frankie Morello



3.1 Phillip Lim

31

STYLE

STYLE MANUAL

10 Menswear Essentials

Nếu phụ nữ cần hàng tỉ thứ để cảm thấy đủ thì đàn ông chỉ cần 10 thứ cơ bản sau:



2
SƠ MI TRẮNG CASUAL
Burberry Brit

CÀ VẬT BÀN NHỎ BẰNG LỬA



Alexander Mc Queen

6

SWEATER LEN MỎNG HOẶC CASHMERE



Etro

7

THẮT LỬNG DA



QUẦN JEAN ống SUÔNG

4

J.Crew



9

GIÀY LOAFER

Jimmy Choo



8

Jil Sander

QUẦN TÂY ống NHỎ



UNCONVENTIONAL CHIC **LACOSTE**



CELEBRATING EIGHTY

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

TREND REPORT: SPRING 2014

Len



Blooming Season

Họa tiết chủ đạo chiếm tần số xuất hiện dày đặc nhất các sàn diễn Spring 2014 chính là những bông hoa nhiệt đới. Từ các gam màu trầm cho đến rực rỡ, hoa bản to hay hoa chùm li ti, từ cách phối hợp pattern-on-pattern hoa cùng hoa hay hoa cùng kẻ sọc..., bất kể là Milan, Paris hay London, các nhà thiết kế thực sự phủ ngập các bộ sưu tập menswear trong hoa.



Valentino

Lanvin

Versace

Ermenegildo Zegna

Soft Power

Hãy cất đi những bộ suit quá nghiêm túc và cứng nhắc bởi vào mùa Xuân này, các quý ông có thể lựa chọn cho mình phom dáng vest và quần rộng rãi thoải mái hơn, không cần tuân theo quy chuẩn vừa vặn ôm khít nữa. Bên cạnh đó, chất liệu được sử dụng sẽ nhẹ, mỏng và mềm mại hơn nhằm mang lại cảm giác ít gò bó và khuôn mẫu.

35^{STYLE}

Mid-Century Look

Hình ảnh những quý ông của thập niên 40, 50 với quần flannel xám lưng cao, mang chút gì đó vừa cổ điển vừa trẻ nài đã quay trở lại các sàn diễn mùa xuân 2014. Tuy nhiên, phong cách này không rập khuôn hoàn toàn mà được “update” bởi các họa tiết in sống động, trẻ trung nhằm đem lại không khí tươi mới và rực rỡ.



Bermuda Short

Must-have item vào mùa xuân 2014 chắc chắn là những chiếc quần short Bermuda. Nếu ở Spring 2013, độ dài của những chiếc quần short là trên đầu gối thì ở mùa này, hãy kéo dài chúng qua đầu gối một chút và nếu đủ can đảm, hãy thử với cả chiều rộng của ống quần. Nhìn chung, chúng không khác là mấy những chiếc quần của cậu thủ bóng rổ. Tuy nhiên, các nhà thiết kế đã làm chúng trở nên đặc biệt hơn với họa tiết và chất liệu.



Modern Sportman

Những cảm hứng từ thể thao chưa bao giờ thiếu trong các bộ sưu tập menswear. Và vào mùa xuân 2014, cảm hứng xuất phát nhiều nhất đến từ những chiếc xe đạp và tấm ván trượt skateboard. Không khí street style casual, năng động và thoải mái là tiêu chí được rất nhiều nhà thiết kế ưu ái đưa vào ứng dụng áo t-shirt, jacket và quần short. Trẻ trung và cá tính là từ khóa cho xu hướng này.



Salvatore Ferragamo



Kris Van Assche



Kenzo



James Long



Givenchy

ANOTHER ME

"Nếu như bạn chọn sống
với hai khuôn mặt, ít nhất hãy làm
cho một trong hai trở nên xinh đẹp"
- Marilyn Monroe





Sơ mi Tara Jarmon , Quần Givenchy, Nhẫn, vòng tay Louis Vuitton



Áo dệt kim, quần tây Dolce&Gabbana, Khăn lụa, khuyên tai Dolce&Gabbana, Vòng tay, nhẫn Louis Vuitton, Áo khoác Stella McCartney, Giày Christian Louboutin



Sơ mi Tara Jarmon, Quần tây Alexander McQueen, Áo vest Stella McCartney, Túi xách Chanel, Vòng tay Louis Vuitton, Nhẫn BCBGMAXAZRIA



Áo vest, chân váy Dolce&Gabbana, Khăn lụa, khuyên tai Dolce&Gabbana, Khăn lụa Louis Vuitton

Concept & Photographer: **Samuel Hoang**
Producer: **Anh Duc Pham**
Cover artist: Singer, Actress **Ngo Thanh van**
Make up artist: **Thac Cutie**
Stylist: **kelvin Tran**
Assistant : **Hoa Nguyen**



Đầm,legging Balenciaga, Thắt lưng Gucci, Kính mắt, túi xách Louis Vuitton, Vòng tay,nhẫn BCBGMAXAZRIA

FASHION M

gazine.vn

Xem địa chỉ mua sắm trang 192



FASHION M

I X & M A T C H



I X & M A T C H

FASHION M



Top shop



Nếu là người ưa chuộng white-on-white và phong cách urban chic, đừng quên tạo điểm nhấn bằng phụ kiện. Trong trường hợp này, tôi ưa chuộng pop và metallic color để gây hiệu ứng thị giác ấn tượng.

New Look



Mango



Zara



Spitfire

Top shop



F21



Top shop



Zara



Oasis

Pattern-on-pattern là một cuộc chơi không mới nhưng đã bao giờ bạn thử nghiệm cùng một họa tiết ở gam màu khác nhau hay chưa? Nếu chưa hay bắt đầu với polka dot!



VOGUE

FASHION M

I X & M A T C H



I X & M A T C H



A Modern Sportman

1. Fendi 2. Acne 3. Neil Barrett 4. Alexander McQueen 5. Givenchy 6. Saint Laurent
7. Gucci 8. Moncler 9. Kofta 10. Vivienne Westwood 11. White Mountaineering 12.
Maison Martin Margiela 13. Stutterheim 14. Kris Van Assche

The Asian-inspired look



Anhuong TRAN



Ngày sinh: 12/10/1987
Học chuyên ngành
thời trang tại Pháp, tốt
nghệp năm 2010 và
hiện tại đang là nhà
thiết kế chính của
thương hiệu Rue Des
Chats tại Việt Nam



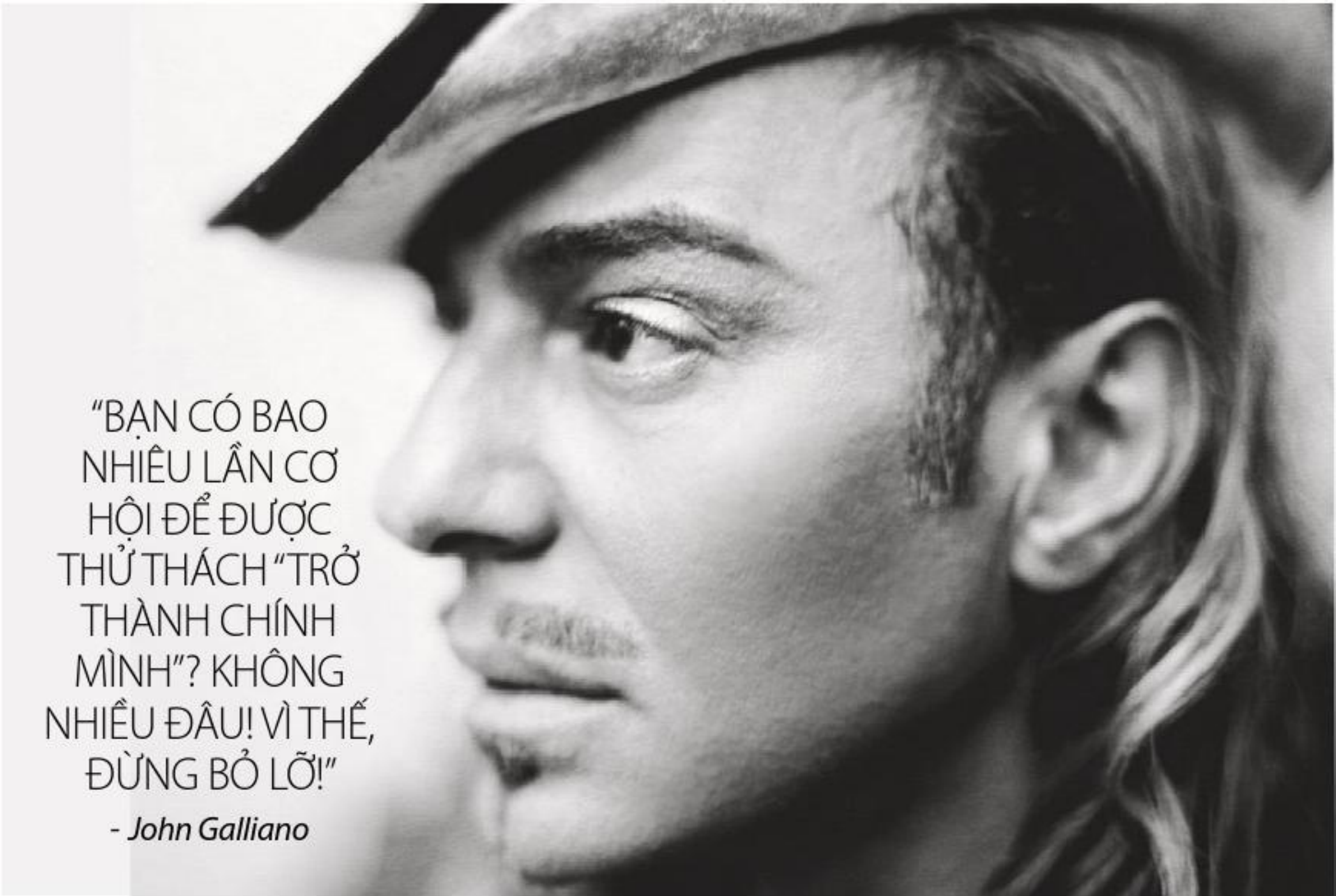


JOHN GALLIANO

- THIÊN TÀI HAY GÃ CUỒNG VỌNG

Bảo Anh

RỘT CUỘC GÃ PHÙ THỦY NÀY LÀ MỘT TÊN CƯỚP BIỂN,
KẺ NỔI LOẠN, NHÀ QUÝ TỘC DIÊM DỨA HAY MỘT CHIẾN BINH?
NGƯỜI TA TỰ HỎI CÁI NÀO MỚI LÀ BỘ MẶT THẬT CỦA JOHN
GALLIANO KHI MÀ SAU TẤT CẢ NHỮNG BỘ SƯU TẬP ĐÃ RA ĐỜI, Ở ĐÂU
CŨNG THẤY GÃ NHU DỐC HẾT TOÀN BỘ NỘI LỰC CÁ NHÂN ĐỂ GHI
LẠI DẤU ẤN RIÊNG MÌNH.



“BẠN CÓ BAO
NHIÊU LẦN CƠ
HỘI ĐỂ ĐƯỢC
THỬ THÁCH “TRỞ
THÀNH CHÍNH
MÌNH”? KHÔNG
NHIỀU ĐÂU! VÌ THẾ,
ĐỪNG BỎ LỠ!”

- John Galliano

Sàn diễn là một câu chuyện kể

Tốt nghiệp với thứ hạng cao nhất về Thiết kế thời trang của ngôi trường danh giá Central Saint Martin College, thật không có gì quá ngạc nhiên khi bộ sưu tập khởi nghiệp của John Galliano đã được mua lại ngay lập tức và xuất hiện trong tủ trưng bày của hệ thống cửa hàng nổi tiếng Browns. “Les Incroyables” lấy cảm hứng từ cuộc cách mạng Pháp hùng tráng để truyền đạt những khát vọng dường như là không tưởng của John về đổi mới trong thời trang. Sinh ra trên đảo Gibraltar (một đảo thuộc địa của Anh), sau đó theo gia đình chuyển đến Anh và lớn lên trong một khu phố đậm tôn giáo lẫn sắc tộc, John từ nhỏ đã kiêu ngạo, hay xấu hổ và tách biệt với những người xung quanh. Sự cô lập đó một phần vì gã tin rằng chẳng ai có thể hiểu mình và một phần khác để tập trung nuôi dưỡng những ước mơ cá nhân.

Với John Galliano, những gì diễn ra trong đầu là một thế giới không thể xâm phạm. Ở đó, gã có thể tự do tưởng tượng và tô vẽ mọi suy nghĩ

sáng tạo của mình. Có lẽ vì vậy mà bất kỳ bộ sưu tập nào của John cũng được trình diễn như một câu chuyện kể với thời trang chứ không đơn thuần là sàn catwalk với các cô người mẫu đi vào đi ra. Giới hâm mộ có thể không bao giờ quên “Princess Lucretia” (1994) với câu chuyện về cô công chúa Nga trên hành trình đi tìm chính mình, “Pin-up show” (1995) đánh dấu thời kỳ rực rỡ xinh đẹp nhất của Linda Evangelista hay “Shalom Hallow” (2007) lấy cảm hứng từ các nàng geisha truyền thống. Ở John, phẩm chất của một nhà thiết kế thiên bẩm được bộc lộ không kiềm chế bởi đam mê của gã đối với thời trang trang cao cấp. Sau rất nhiều năm trong nghề, với công việc, John vẫn giữ thái độ của một chàng sinh viên học nghề ngày nào, chăm chỉ và cặm cụi, miệt mài và kiên nhẫn.

Tháng 07 năm 1995, sau một loạt thất bại về tài chính, John Galliano đồng ý trở thành giám đốc sáng tạo cho Givenchy (thuộc tập đoàn LVMH) và kịp cho ra đời một bộ sưu tập couture với thương hiệu này trước khi chuyển sang Christian Dior

vào năm 1996, thay thế cho Gianfranco Ferré. Và John gắn bó với Dior suốt mười lăm năm, khiến mọi mùa trình diễn haute couture của nhà Dior trở thành sự trông đợi háo hức khôn tả bởi cả giới chuyên môn lẫn người hâm mộ đều tò mò muốn biết câu chuyện nào sẽ được John xây dựng trên sàn diễn. Mười lăm năm, John Galliano lao động cần mẫn và mang đến cho thời trang những trademark ấn tượng mang tên mình như kỹ thuật dựng cắt tinh xảo, chi tiết cầu kỳ phức tạp hay bậc thầy về layering và chất liệu. Cái tên Galliano được chào đón ở khắp nơi trên thế giới; người ta nể phục, người ta ngưỡng mộ, người ta e dè. Và cho đến khi...



Đứng càng cao, ngã càng đau!

Ngày 25 tháng Hai năm 2011, John Galliano chính thức bị Dior sa thải sau khi bị bắt do bạo lực và xúc phạm người Do Thái. Cũng trong cùng ngày, một đoạn video ghi lại toàn bộ quá trình “buông lời lăng mạ” một nhóm phụ nữ người Ý trong quán bar La Perle (Paris) và John tuyên bố “Tôi yêu Hitler”. Vụ scandal âm ỉ này khuấy động toàn giới thời trang và giải trí. Rất nhiều ngôi sao cùng nhân vật nổi tiếng bày tỏ thái độ bức xúc, thậm chí khinh miệt. Trong khi đó, giới hâm mộ thất vọng đến sụp đổ. Vào thời điểm ấy, không một ai quan tâm đến tài hoa hay những gì mà Galliano đã làm được nữa. Trước mắt họ bấy giờ chỉ là một kẻ trác táng, hợm mình và phân biệt chủng tộc tệ hại.

Nhưng với tôi, John về cơ bản là một “đứa trẻ” to xác bất an. Bởi nếu nhìn lại một cách công bằng quá trình trưởng thành của John, “phân biệt chủng tộc”, “bạo lực” hay “nguy hiểm” không phải là bản chất. John lớn lên trong một khu phố đa chủng tộc phức tạp. Suốt quá trình thành niên đều học cách che giấu và chịu đựng để trốn khỏi những vụ ẩu đả hay bắt nạt từ bạn bè cùng lứa và cả của chính bố mình. Thêm vào đó, quãng thời gian dài đại học, với những cuộc vui sinh viên bất tận ngập tràn trong rượu, thuốc kích thích và tư tưởng phóng túng đã phần nào “mở khóa” cho những gì bất cần thẳm lặng ẩn chứa bên trong con người John. Và khi bước đến danh vị “ngôi sao”, chẳng còn ai/cái gì níu chân lại nữa.

Vụ scandal đã đi qua. John Galliano đã xuất hiện trên nhiều phương tiện truyền thông để bày tỏ lời xin lỗi.

Tòa án cũng kết luận hành vi và ngôn ngữ mất kiểm soát của John là do rượu và thuốc giảm đau. Tuy nhiên, sự tổn thất về lòng tin trong lòng công chúng không phải dễ dàng gì tìm lại được. Nhưng có phải người ta đã quên mất rằng bên cạnh những vụ lùm xùm âm ỉ, John Galliano luôn là một nhà thiết kế không ngừng lao động chăm chỉ ngay cả khi vấp ngã hay không?

“Tôi hối hận vì những gì mình đã làm, nhưng không hối hận về quãng thời gian hai năm qua”

Đó là lời phát biểu của John Galliano cho Vanity Fair vào tháng 07 vừa qua về những gì đã xảy ra năm 2011. Dư âm hiển nhiên vẫn còn để con đường quay trở lại thời trang của John không bằng phẳng nhưng không một ai có thể phủ nhận rằng thời trang chính là định mệnh của gã tội đồ này. Chính vì thế mà người ta bắt đầu nhắc

đến sự tha thứ. Vào tháng Hai vừa qua, trong khuôn khổ New York Fashion Week, John Galliano đã xuất hiện với tư cách khách mời cho bộ sưu tập của Oscar de la Renta. Phản ứng của giới chuyên môn là khá tốt. Nhưng đáng kỳ vọng hơn nữa là chỉ mới gần đây thôi Oscar de La Renta bày tỏ mong muốn John Galliano sẽ giữ một vị trí ổn định hơn trong thương hiệu.

Vụ thương thảo trên vẫn chưa có câu trả lời chính xác. Chắc chắn vẫn còn vô số người phản đối sự xuất hiện của Galliano. Nhưng nếu nhìn theo góc độ của Anna Wintour “thời trang cần những kẻ dám mơ ước để tạo nhiều khoảnh khắc kỳ diệu hơn nữa. Họ sẽ là người thay đổi mọi cái nhìn tầm thường về quần áo!” thì chúng ta cần sự quay lại của John Galliano. Không có tội lỗi nào là vĩnh viễn. Nhất là khi “kẻ tội đồ” đã cố gắng để được một cơ hội thứ hai.



beND SP*or*T COU*tu*rE



Creative Director HUYNH *fotographed By* MANHBI
Starlin' HAGI DUONG *Stylin'* LYSKELI NGUYEN
Mua CAOTUANDAT *Hair* GILL NGUYEN
fotographer assistant: QUAN B *Custume* KELLYBUI & NIKE

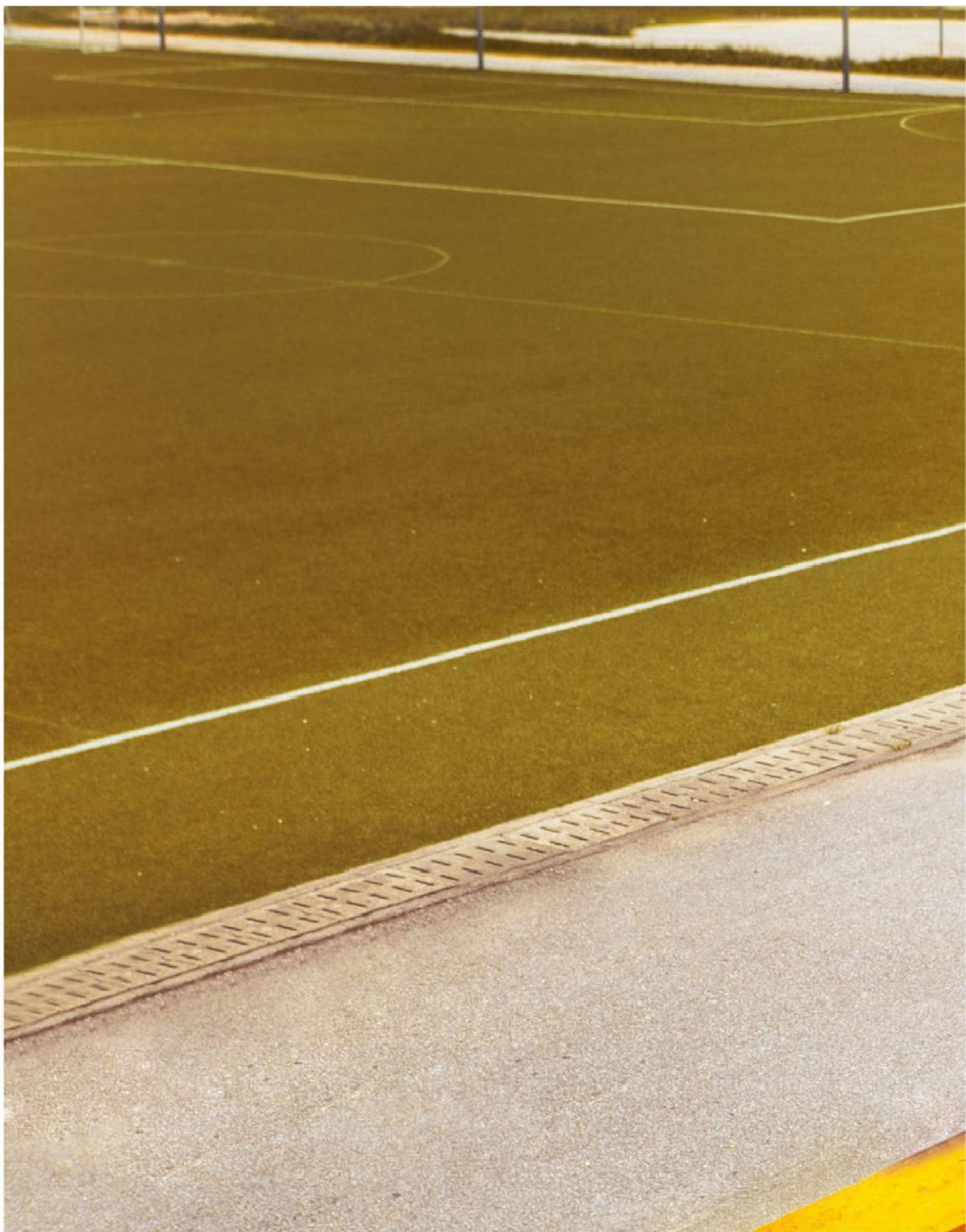








● Fashion Collection















CREATIVE DIRECTOR **SAMUEL HOANG**

PRODUCER **ANH DUC PHAM**

PHOTOGRAPHER **MẠNH BÍ**

STYLIST **LYSKELI & JESSICA NGUYỄN**

MUA & HAIR **CAO TUẤN ĐẠT**

MODEL **KATE - TAY MODEL MANAGEMENT**

COSTUME

KENZO - TRĂNG TIỀN PLAZA,
24 HAI BÀ TRUNG, HÀ NỘI

RUNWAY, SUNCITY TOWER

- 13 HAI BÀ TRUNG, QUẬN HOÀN KIẾM, HÀ NỘI

(MARC BY MARC JACOB, ALEXANDER MC

QUEEN, GIVENCHY, CARVEN,

SERGIO ROSSI (SHOES))

PETER PILLOTO DRESS

COLOURFUL
LIFE





MARC BY MARC JACOBS





ALEXANDER MCQUEEN DRESS, ALEXANDER MCQUEEN LEGGING





GIVENCHY SHIRT, CARVEN MINI DRESS



● Fashion Collection

www.stylemagazine.vn







CUỘC CHIẾN

Hàng Hiệu Vs "Hàng Hiệu"

Quỳnh Châu

THEO NGHIÊN CỨU CỦA OECD (ỦY BAN KINH TẾ VÀ PHÁT TRIỂN), NGÀNH CÔNG NGHIỆP HÀNG NHÁI ĐÃ VƯỢT QUA MỌI BIÊN GIỚI LÃNH THỔ VÀ ĐẠT TỔNG GIÁ TRỊ \$250 TỈ VÀO NĂM 2007. CON SỐ NÀY ƯỚC TÍNH SẼ ĐẠT MỨC \$1.7 NGÀN TỈ VÀO NĂM 2015, TƯƠNG ĐƯƠNG VỚI 2% TỔNG SẢN LƯỢNG KINH TẾ TOÀN CẦU. HIỂN NHIÊN, NGƯỜI LO NGẠI NHẤT TRƯỚC TÌNH HÌNH NÀY LÀ CÁC THƯƠNG HIỆU VÌ HỌ LÀ NẠN NHÂN TRỰC TIẾP. VẬY CÒN NHỮNG TÍN ĐỒ THỜI TRANG THÌ SAO?

LÀM THẾ NÀO ĐỂ PHÂN BIỆT TÚI LOUIS VUITTON THẬT VÀ GIẢ

- Kiểm tra các mũi may về độ đều, tinh xảo và tỉ mỉ
- Các đường viền quanh túi và quai túi đều bằng da thật và sẽ ngả màu theo thời gian
- Mỗi chiếc túi LV có Date Code và Serial Code gồm 6 ký tự. Từ trái sang phải, ký tự 1 và 2 luôn luôn là chữ cái. Ký tự 3 đến ký tự 6 luôn luôn là số. Ngoài ra, ký tự thứ 3 phải bé hơn 1. Ký tự thứ 4 lớn hơn 8 (trừ số 0). Ký tự thứ 5, 6 là số từ 0-9. Nguyên tắc này có thể không đúng với một số dòng túi vintage của Louis Vuitton.
- Louis Vuitton multi-color có 36 màu khác nhau
- Louis Vuitton không bao giờ gắn tag vào túi

TOP SẢN PHẨM BỊ LÀM NHÁI NHIỀU NHẤT

Giày

- Tổng giá trị hàng nhái ước tính: \$97 triệu
- Giá trị ước tính thu giữ được: \$23 triệu
- Kiểu giày bị làm giả nhiều nhất là giày của các hãng thể thao như Nike, Adidas, Puma nhưng những năm gần đây, các mẫu giày hiệu như Christian Louboutin, Jimmy Choo tăng mạnh. Với giá bán cho một đôi giày thật vào tầm từ \$600 thì một đôi giày nhái chỉ có \$200.

Quần áo

- Tổng giá trị hàng nhái ước tính: \$126.3 triệu
- Giá trị ước tính thu giữ được: \$14.8 triệu
- Từ các sản phẩm đơn giản nhất như áo Polo, quần jeans Tommy Hilfiger, Diesel cho đến các trang phục cao cấp của Gucci, Prada, Chanel.

Nước Hoa

- Tổng giá trị hàng nhái ước tính: \$51 triệu
- Giá trị ước tính thu giữ được: \$9.5 triệu
- Nước hoa bị làm nhái khá nguy hiểm vì là chất hóa học nên có thể gây kích ứng và bệnh ngoài da. Đa phần chúng chỉ được tập trung vào bao bì và lớp hương đầu nên rất dễ nhận ra.

Đồng hồ

- Tổng giá trị hàng nhái ước tính: \$112.7 triệu
- Giá trị ước tính thu giữ được: \$8.4 triệu
- Là mặt hàng bị làm nhái truyền thống, đồng hồ giả thường nhẹ hơn và chi tiết không thể tinh xảo bằng đồ thật. Tuy nhiên, ngày nay với sự phát triển của kỹ thuật hiện đại, nhiều sản phẩm hàng giả có độ tinh vi đến mức đáng ngạc nhiên.



Louis Vuitton

THẬT GIẢ LẤN LỘN

Tôi từng được mời đến tham dự một bữa tiệc tại gia được tổ chức khá tốn kém trong khuôn viên biệt thự nhà vườn của một chị đại gia Sài Gòn. Thành phần tham dự đa phần là các quý bà quý cô có điều kiện. Bạn sẽ dễ dàng nhận ra sự xuất hiện của cơ man nào là váy áo, giày dép, túi ví và trang sức của hàng loạt thương hiệu nổi tiếng. Tổng giá trị tài sản ước tính vào buổi tối hôm ấy có thể lên đến hàng chục tỉ đồng Việt Nam. Những cuộc nói chuyện xã giao hay thân tình diễn ra rôm rả nhưng sau khi đi một vòng chào hỏi, tôi nhận ra câu chuyện được nói nhiều nhất chính là “khoe sản phẩm”.

“Túi Chanel này mình phải đặt tận bên Pháp hàng tháng trời đấy vì số

lượng giới hạn mà!”

“Váy này trong bộ sưu tập Thu Đông mới nhất của Dolce & Gabbana năm nay đấy!”

“Mình cũng không nhớ mình có bao nhiêu túi Louis Vuitton nữa nhưng mà cứ thấy bộ sưu tập mới là lại phải mua ấy!”

Thế đấy, hàng hiệu trở thành một phần không thể thiếu của giới nhà giàu bởi như luật bất thành văn, nó đại diện cho quyền lực, tiền bạc và đôi khi chủ nhân tự tin rằng nó còn đại diện cho cả thẩm mỹ cá nhân. Thiết nghĩ, nếu bạn có khả năng, bạn hoàn toàn có quyền mua sắm theo ý bạn. Tuy nhiên, điều gây ngạc nhiên nhất với tôi khi bước ra khỏi bữa tiệc chính là sự xuất

hiện của cả những sản phẩm “fake” và chủ nhân của nó vẫn đang hoàng giới thiệu tag price như thật.

Một lần khác, tôi ngồi nói chuyện với một nhóm các bạn gái làm văn phòng. Họ thẳng thắn tuyên bố, họ không thích bỏ tiền ra mua túi xịn hàng nghìn đô để làm gì (mặc dù họ hoàn toàn có điều kiện) trong khi chỉ với vài trăm đã có thể mang về nhà giống hệt mà lại có thể thoải mái quảng quật và thay đổi màu sắc kiểu dáng liên tục. Nhưng tôi cũng được dịp ngạc nhiên lần nữa khi những người với quan điểm

77
STYLE

LÀM THẾ NÀO ĐỂ PHÂN BIỆT ĐỒNG HỒ ROLEX THẬT VÀ GIẢ

- Trên mỗi chiếc đồng hồ Rolex thường có ô nhỏ chỉ ngày và được thiết kế gương phóng đại với tỉ lệ 2.5x trong khi đồng hồ giả chỉ 1.5x nên bạn sẽ nhìn thấy số trong khung bé hơn.
- Ngâm đồng hồ vào một cốc nước trong vòng ba mươi giây, nếu khi lấy ra bên trong đồng hồ có đọng nước thì chắc chắn là hàng nhái vì Rolex được thiết kế chống nước cực kì tốt
- Hãy nghe tiếng tích tắc của đồng hồ thật kĩ. Nếu âm thanh phát ra to thì chắc chắn là đồng hồ giả vì công nghệ của Rolex đã thiết kế ra những bánh răng hoàn hảo để khiến tiếng tích tắc thật riêng biệt.



Hermès

STYLE 78



Chanel

LÀM THẾ NÀO ĐỂ PHÂN BIỆT CHANEL 2.55 THẬT VÀ GIẢ

- Hãy kiểm tra thật kĩ các mũi may quả trám, các góc và cạnh túi. Bởi chỉ có túi thật thì các chi tiết này mới được chăm chút cẩn thận đến từng nét một
- Các chi tiết móc khóa cài, nút và dây đeo phải đồng nhất: hoặc

là silver hoặc là gold, không bao giờ hai chất liệu cùng lúc.

- Dòng chữ in "Made in..." bên trong túi luôn là "Made in France" hoặc "Made in Italy" và màu của chữ luôn luôn trùng với màu của móc khóa logo Chanel.

tiêu dùng như trên không phải là không bao giờ đặt chân vào cửa hàng đồ hiệu nào. Họ vẫn có một vài sản phẩm của hãng này hãng kia và tất nhiên, hài lòng với chúng.

Những ví dụ trên là lời giải thích tiêu biểu cho câu hỏi tại sao ngành công nghiệp hàng nhái lại không ngừng bùng nổ đến vậy. Nó thỏa mãn được cơn khát “ảo” tiếp cận với thời trang cao cấp với giá thành chỉ bằng 1/10, thậm chí là 1/20. Hơn nữa, ngay cả những nhà phân tích kinh tế giỏi nhất cũng phải công nhận rằng công nghiệp hàng nhái đã phát triển đến mức chuyên nghiệp và bài bản không thua kém bất kì ngành công nghiệp nào.

LIỆU “CÁI THẬT” RỒI CÓ CHIẾN THẮNG “CÁI GIẢ”?

Hàng loạt đạo luật và biện pháp được áp dụng để chống hàng nhái được phát minh và áp dụng ở nhiều quốc gia như Anh, Pháp, Mỹ...nơi mà hàng hiệu là nguồn thu khổng lồ cho ngân quỹ. Tuy nhiên, kĩ thuật sản xuất và buôn bán hàng nhái cũng ngày càng trở nên tinh vi hơn. Các khu phố chợ đen ở London, Paris, Hongkong, Milan vẫn nườm nượp người tìm đến và rút tiền ra khỏi ví. Chính lẽ ấy, cách hữu hiệu nhất của các thương hiệu là đánh vào tâm lý trung thành của người hâm mộ.

Câu chuyện truyền thông sẽ là: Bạn sở hữu một chiếc túi không đơn giản là một chiếc túi nữa mà nó trở thành một tài sản gắn liền với cuộc sống của bạn. Đằng sau miếng da được cắt may tinh xảo ẩn chứa một câu chuyện dài về truyền thống thương hiệu, về hàng chục giờ làm việc thủ công và cả trí tuệ, chất xám. Và bạn cần phải có tình yêu đích thực cùng cả chuẩn mực cá nhân tương xứng để hiểu và chịu ảnh hưởng của câu chuyện truyền thông kia.

Thế nên, tình yêu của bạn thế nào, chuẩn mực của bạn ở đâu, tôi tin, chỉ riêng bạn mới có được câu trả lời thỏa đáng!

FAKE WATCHES ARE FOR FAKE PEOPLE.



Be authentic. Buy real.

International awareness campaign against counterfeiting.

FHH
FONDATION DE LA
HAUTE HORLOGERIE

Fédération de l'industrie horlogère suisse FFI
Verband der Schweizerischen Uhrenindustrie FH
Federation of the Swiss Watch Industry FIH

www.hautehorlogerie.org





THE PIRELLI CALENDAR 2014

Pirelli Calendar là bộ lịch nổi tiếng vì tính chất "limited" và đối tượng được sở hữu hàng năm. Và năm nay, Miranda Kerr, Helena Christensen và Alessandra Christensen là một trong những gương mặt đại diện cho những siêu mẫu thế giới tham gia chụp để kỉ niệm 50 năm ra đời của The Pirelli Calendar. Những shoot hình được thực hiện tại New York bởi hai nhiếp ảnh nổi tiếng là Patrick Demarchelier và Peter Lindbergh. Ấn phẩm sẽ được ra mắt vào tháng 11 này.

THE MARCHESA VOYAGE

Vừa qua, thương hiệu đậm chất "couture" Marchesa đã tiết lộ dòng sản phẩm mới mang tính đương đại và rẻ hơn mang tên Marchesa Voyage. Những thiết kế ở phân tầng này sẽ là sự biến hóa sáng tạo của chi tiết thêu, họa tiết in hay sequin và giữ nguyên tinh thần thanh lịch lẫn quyến rũ của nhà Marchesa. Sản phẩm có giá từ \$260 đến \$1000. Giám đốc sáng tạo của Marchesa đảm bảo đây chắc chắn là những thiết kế mà bạn muốn mặc chúng hàng ngày để xuất hiện trên phố.

MANOLO BLAHNIK LẦN ĐẦU TIÊN XUẤT HIỆN TẠI LFW

Nhà thiết kế giày nổi tiếng Manolo Blahnik lần đầu tiên giới thiệu bộ sưu tập của mình trong khuôn khổ London Fashion Week. Buổi trình diễn sẽ diễn ra vào Chủ nhật 15 tháng 09 từ 10am đến 4pm. Tuy đây là lần tham gia chính thức đầu tiên nhưng trước đó nhà Blahnik đã góp mặt trong các chiến dịch marketing và quảng bá hình ảnh cho LFW mùa trước. Các tín đồ xúi sở sương mù đang nóng lòng chiêm ngưỡng những sáng tạo mới nhất của nhà thiết kế gốc Tây Ban Nha này.



CÔNG NGHỆ MỚI PHÁT HIỆN HÀNG NHÁI



LOUIS VUITTON CẢM ƠN CÁC NÀNG THƠ

Để bày tỏ sự biết ơn với 06 nàng thơ nổi tiếng của mình là Kate Moss, Sofia Coppola, Catherine Deneuve, Françoise Sagan, Charlotte Perriand và Eugénie de Montijo, Louis Vuitton sẽ tổ chức một buổi triển lãm tại Tokyo trong vòng ba tuần. Tuy chưa có nhiều thông tin chính thức về những gì sắp được diễn ra nhưng khách thăm quan được báo trước là buộc phải đeo một loại kính phân cực đặc biệt. Chắc chắn, nhà Vuitton sẽ không làm cho người hâm mộ phải thất vọng.

Một kĩ thuật mới áp dụng công nghệ quang học sẽ nhanh chóng được áp dụng để phát hiện hàng nhái ra và vào nước Anh. Một lần sóng điện từ sẽ xác định thành phần cấu tạo của sản phẩm, sau đó đem so sánh với

sản phẩm thật để cho ra kết quả. Mỗi năm nước Anh mất khoảng hơn 3 tỉ Bảng Anh vì hàng cao cấp bị làm giả. Chính vì thế, chính phủ hi vọng có thể giảm con số thiệt hại khổng lồ trên với biện pháp tiên tiến mới này.

SALVATORE FERRAGAMO LÀM TRANG PHỤC PHIM

Salvatore Ferragamo đã tham gia xây dựng hình ảnh cho nhân vật tay đua công thức 1 nổi tiếng Niki Lauda trong bộ phim Rush sẽ ra mắt vào tháng 09 này. Massimiliano Giornetti hi vọng có thể mang đến cho khán giả hình ảnh một Niki Lauda quyết đoán, một vận động viên tham vọng và cầu toàn, không bao giờ từ bỏ. Ngoài ra, hãng cũng thiết kế trang phục cho Marlene (vợ của Niki).



TIN TỨC

Style / Tháng 8-9/2013

BCBGMAXAZRIA

Tại Tuần lễ thời trang New York 2013, BCBGMAXAZRIA đã tạo sự đột phá bất ngờ khi giới thiệu BST Thu Đông đầy cá tính, ấn tượng và có một chút hoang dã. BST pha lẫn hai phong cách hoàn toàn đối nghịch giữa váy gypsy hoang dã với những đường nét hầm hố – để mang lại vẻ phong trần, tạo phong cách cho người mặc. BST chứa các họa tiết bắt mắt, sáng tạo được in to bản và dày đặc hơn trên trang phục. Sự kết hợp tuyệt vời của màu xanh đậm, burgundy, những màu trung tính trên nền đen, thêm vào là những gam trắng thanh thoát, nhẹ nhàng, hiện đại giúp làm giảm phần nào tone màu tối vốn được gán ghép cho các BST Thu Đông. Những kiểu áo và đầm suông phom dài nhiều lớp đi kèm với quần rộng, phối cùng áo khoác da, khoác len và áo jacket oversized tạo cảm giác đầy quyến rũ, nhẹ nhàng.



DKNY

Một chút "táo bạo" và một chút "nổi bật" là những gì DKNY Jeans muốn tuyên bố qua BST Thu Đông lần này. BST giới thiệu đến những tín đồ yêu thích thời trang các phong cách tuyệt vời cho cả nam và nữ với hai siêu mẫu nổi tiếng Cara Delevingne và Ollie Edwards. Ngoài ra, những chất liệu thường thấy như jeans, da, len, nỉ được dùng cho cả những thiết kế áo khoác măng tô, áo khoác da, áo khoác phao, áo kiểu và quần jeans, quần da, jumpsuit dài, đầm. Điểm ấn tượng của BST Thu Đông năm nay chính là những họa tiết in bắt mắt, đầy sáng tạo: hình vuông, đường kẻ sọc cách điệu tạo nên những bức tranh sống động cho các bộ trang phục. Tông màu chủ đạo mùa này lấy ý tưởng từ những yếu tố thành thị hiện đại như ánh đèn màu của một thành phố rực rỡ. Màu xanh đậm, màu mâm xôi chín, màu xanh quân đội kết hợp cùng những vân xám, nâu, đen mang đến phong cách thanh lịch và ấm áp. Riêng những màu sắc sặc sỡ của vàng chanh, coral, cam lại mang đến sự trẻ trung, nổi bật nhưng không kém phần quyến rũ.

BỘ SƯU TẬP LOVE MOSCHINO THU ĐÔNG 2013

BST lấy cảm hứng từ biển cả, phong cách thủy thủ hay những cánh bướm để tạo nên những trang phục mang đậm hình ảnh người phụ nữ thanh lịch, tươi sáng và rạng rỡ của Moschino Donna Thu Đông 2013-14. Các nhà thiết kế của Moschino lần này đã sử dụng loại vải mới lấy cảm hứng từ vải truyền thống được dệt trên khung vải thủ công trước đây. Nhờ đó mà những chiếc áo khoác mang dáng vẻ của những chiếc áo dệt kim, những đường viền len xuất hiện tạo điểm nhấn. Để biết thêm thông tin chi tiết, xin vui lòng liên hệ:

MOSCHINO Boutique

Địa chỉ: 03 Hai Bà Trưng, Q. Hoàn Kiếm, Tp. Hà Nội
Điện thoại: (04) 3933 4488



TISSOT

Tissot chính thức đánh dấu mốc 160 năm lịch sử bằng một triển lãm hoành tráng tại trung tâm triển lãm Cité du Temps, Geneva, Thụy Sĩ. Triển lãm hành trình 160 năm của Tissot bắt đầu từ 26/07 tới 06/10/2013. Triển lãm là một bản tổng kết phong phú về di sản và tính năng hiện đại của thương hiệu. Khách tham dự sẽ được chiêm ngưỡng những cột mốc chính của lịch sử thương hiệu được sắp xếp theo thời gian. Cuối cùng là mốc 160 năm, mở ra một triển lãm tuyệt đẹp đầy cảm xúc và kỉ niệm. Bộ phim hấp dẫn trên màn hình sẽ cho bạn thấy một câu chuyện về Tissot. Nhân vật chính trong phim là những sáng kiến đầu tiên của Tissot trong lĩnh vực đồng hồ như dòng Tissot Pendant của 1878. Với dòng Tissot Heritage Navigator của lễ kỷ niệm 160 năm long lanh về đẹp thiên nhiên, Tissot xứng đáng với danh xưng: "Nhà sáng tạo truyền thống."



CHANEL

Mademoiselle Privé là dòng chữ được khắc trên cánh cửa phòng studio của Gabrielle Chanel. Phía sau cánh cửa này ẩn giấu những bí quyết của Chanel. Chính vì vậy cái tên này đã được dùng để đặt cho BST đồng hồ cao cấp với những thiết kế mặt đồng hồ lấy cảm hứng từ những biểu tượng của Chanel bởi tay nghề chế tác đồng hồ điêu luyện Métiers d'Art. Thiết kế thanh lịch và tinh tế của từng mẫu đồng hồ nhằm tôn vinh những chi tiết trang trí mặt đồng hồ. BST Mademoiselle Privé có dáng mặt tròn với những biểu tượng đặc trưng của Chanel. Mỗi thiết kế mặt đồng hồ là một câu chuyện lấy cảm hứng từ thế giới sáng tạo của Gabrielle Chanel.

Beauty



**DIESEL
LOVERDOSE
TATTOO**

Một mùi hương hoa phương Đông cho phụ nữ sẽ được ra mắt trong mùa Thu năm nay. Loverdose Tattoo được tạo ra bởi Anne Flipo và Pascal Gaurin. Hương đầu là cam bergamot, quýt và nho đen, hương giữa là hoa hồng, hoa cam và hoa nhài sambac, hương cuối ngọt ngào trong đậu tonka, gạo, vani và sữa..

**IBUKI: HƠI THỞ MỚI
CỦA SHISEIDO**

Nếu bạn là phụ nữ độ tuổi 25-34, có lối sống dễ gây căng thẳng và thường xuyên phải đối mặt với những vấn đề lặp đi lặp lại về da, IBUKI của Shiseido chính là lựa chọn mới dành cho bạn.

IBUKI sẽ giải quyết những vấn đề gì? Khi tế bào trên da co rút lại do căng thẳng và dẫn đến làn da khô xấu, công nghệ Shape Memorizing Cell™ của Shiseido sẽ làm đầy các tế bào đã bị co rút, cung cấp độ ẩm giúp tái tạo lại hình dạng tối ưu vốn có của chúng. Công nghệ này sẽ giúp da tự tái tạo, loại bỏ tế bào chết, kích thích khả năng tự dưỡng ẩm của da với ba chiết xuất thực vật quan trọng là Trehalose & Lamium Album Extract (chiết xuất từ tảo, nấm shiitake và cây labiatae bất tử), TMG Trimethylglycine (chiết xuất từ đường của củ cải đường) và Yuzu Seed Extract (Chiết xuất hạt quýt Nhật Bản).

**MAC INDULGE COLLECTION
SẼ CÓ MẶT TỪ THANG 9 TẠI
CÁC SHOWROOM CỦA MAC.**

Son môi giá 500 000 VND
Son bóng giá 460 000 VND
Phấn mắt giá 460 000 VND

Bữa tiệc mùa thu:

MAC INDULGE COLLECTION

Bộ sưu tập mùa thu của MAC là một bữa tiệc hào nhoáng sang trọng, nơi tràn lấp những hương vị xa hoa và không hề có giới hạn nào cho chuẩn mực. Thực đơn bao gồm: Má hồng dạng kem Cremeblend Blush ứng hồng tỏa sáng nhẹ nhàng trên da, màu mắt lan tỏa cho vẻ xinh đẹp quyến rũ, đậm đà hơn với Fluidline Gilt Gourmet và Deliciously Rich. Mascara Haute & Naughty Too Black Lash đậm đen và dài mi, đồng thời son môi và son bóng sẽ làm say mê các giác quan của bạn, cùng với sơn móng ánh nhũ gam màu ngọc và ánh kim loại tan chảy.

Guess Girl Belle

Mùi hương sẽ ra mắt vào tháng 9 năm nay, được mô tả như hiện thân của một phụ nữ bí ẩn và quyến rũ. Hương hoa và trái cây áp đảo mạnh mẽ. Những note hương chính: mùi rượu champagne hồng, mùi hoa mẫu đơn quyến rũ, hoa nhài Ả rập và các loại hoa màu tím. Hương cuối nồng nàn trong gỗ đàn hương Úc, xạ hương và vani.



MATTE NAIL KHÔNG BUỒN TÈ

Sơn móng dạng bột (matte nail) với các gam trầm là một trong những xu hướng nổi trội nhất của mùa Thu này. Nhiều người không thích phong cách này vì cho rằng sơn bột màu đơn rất buồn tẻ, tuy nhiên có nhiều cách để khiến sơn bột trở nên thú vị hơn.

Bạn có thể kết hợp giữa sơn bột và sơn bóng theo phong cách French manicure: sơn bột trên toàn vùng móng rồi sơn bóng ở đầu móng một cách thanh lịch. Có thể kết hợp với màu xanh chàm indigo hoặc màu bạc. Cách đơn giản hơn là dùng sơn bóng chấm bi họa tiết hay vẽ hình lượn sóng trên nền sơn bột.



“LẠNH CỎ ĐIỂN” VỚI NAVY & NUDE CỦA BOBBI BROWN

Tự nhiên nhưng vẫn sang trọng là phong cách truyền thống mà Bobbi Brown hướng tới. Và phong cách này được thể hiện hoàn hảo trong “Navy & Nude Collection” – một bộ sưu tập với những sản phẩm tuyệt đẹp cho thời khắc giao mùa: bảng màu mắt tương phản, phấn highlight ánh ngọc trai màu pink hồng đa sắc độ, phấn mắt dạng kem mịn như nhung hay lọ sơn móng navy đúng chất “classically cool”.



Bobbi Brown trang điểm cho Katie Holmes, hậu trường chụp ảnh của bộ sưu tập Navy & Nude Collection



Bộ sưu tập có mặt từ ngày 23/8 năm nay tại các cửa hàng của Bobbi Brown trong hệ thống Parkson Việt Nam.

SẢN PHẨM ÁN TƯỢNG THÁNG 9

Bobbi Brown Navy & Nude Eye Palette

Bảng màu mắt trong chiếc hộp màu xanh vân nhỏ gọn dạng khay kéo 2 ngăn tiện dụng với 4 màu trên mỗi ngăn cùng một gương soi. Với các dãy màu từ trắng kem đến nude cho đến màu xanh biển đậm, đây có thể xem là một lựa chọn hiệu quả nhất cho phong cách mắt hè (Giá: 1.750.000 VND).



The Body Shop Cool & Creamy Wash

Gel rửa mặt dạng kem thể hệ mới nằm trong dòng Tea Tree nổi tiếng của The Body Shop. Chứa đầy đủ sức mạnh tẩy mụn và khuyết điểm, nhưng được phát triển dưới dạng kem dịu nhẹ, dưỡng da và bảo toàn độ ẩm. Sản phẩm làm sạch hàng ngày này sẽ mang lại cảm giác tươi mát và mềm mại như nhung cùng với một làn da sạch bong sáng khoái.

La Mer Treatment Lotion

The Treatment Lotion cung cấp cho da nước cất huyền thoại Miracle Broth™ hoạt động như một nguồn năng lượng cho nguồn pin có thể sạc lại được của làn da, với hiệu quả phục hồi và làm mềm mịn da ngay khi sử dụng. Với hiệu quả cân bằng và cải thiện sắc tố da cao hơn, làn da được đánh thức để sẵn sàng tiếp nhận hệ thống chăm sóc da La Mer tiếp theo một cách tối đa. Kết quả thử nghiệm trên làn da Châu Á đã chứng minh có đến 70% sự cải thiện rõ rệt trên bề mặt da, da được dưỡng ẩm sâu ngay khi sử dụng.

Giá bán lẻ: 2 800 000 VND

Estée Lauder

Advanced Night Repair Synchronized Recovery Complex II

Tính chất chống lão hóa phục hồi da ngay trong giấc ngủ. Công thức mới ưu việt với nghệ ChronoluxCB™ giúp làn da tươi mới và giúp phục hồi da trong đêm. Sản phẩm làm giảm rõ rệt các dấu hiệu lão hóa như nếp nhăn, quầng thâm, da khô, cho bạn vẻ rạng rỡ, tươi tắn, trẻ trung.

Giá 50ml: 2 800 000 VND/ 30ml: 1 900 000 VND.



● Beauty Trends

www.stylemagazine.vn

DẦU DƯỠNG TÓC MOROCCANOIL PHIÊN BẢN ĐẶC BIỆT 125ml
Dầu dưỡng với thành phần dầu argan chống oxy hóa, thẩm thấu tức thì vào tóc, giúp phục hồi tóc hư tổn.
Giá không đổi so với dầu 100ml: 866,000 VND/125ml

Phấn mắt và má hồng KOSE ESPRIQUE BLEND CREATION EYES& CHEEKS.
Mang lại hiệu ứng 3 chiều ngay sau 1 lần lướt cọ lên xuống 3 tông màu đậm nhạt.
Giá: 790.000 VND

Bộ kit du lịch Shiseido Ibuki gồm: Shiseido Ibuki Gentle Cleanser, Shiseido Ibuki Softening Concentrate và Shiseido Ibuki Refining Moisturizer. Dưỡng da, phục hồi làn da căng thẳng và stress.
Giá: 640.000 VND

Elizabeth Arden New York Prevage Anti-Aging Eye Serum
Tinh chất phục hồi lão hóa da vùng mắt Prevage vô hiệu hóa tác động của gốc tự do, ngăn cản quá trình lão hóa da, làm dịu các tổn thương da do ánh nắng, cải thiện quầng thâm, làm mờ các nếp nhăn, vết chân chim, tăng cường sự săn chắc, căng đầy cho vùng da mắt mỏng manh.
Giá: 3.515.000 VND

{ Editor's Picks }

mua gì tháng này?

Son bóng không màu Hot Chili Lip Booster cho đôi môi căng mọng hoàn hảo. Chiết xuất từ ớt đỏ khiến môi trở nên hồng hào và căng mọng. Các phân tử phản quang vàng làm môi mọng hơn nữa. Loại son bóng này cung cấp độ sáng ấn tượng và ngăn chặn hiện tượng môi bị dính hoặc mất nước.
Giá: 645.000đ

MENARD COLLAGEN GOLD
Thực phẩm chức năng bổ sung collagen nhanh chóng làm mờ nếp nhăn, tăng cường khả năng đàn hồi và độ ẩm dồi dào để làn da luôn mịn màng, tươi trẻ.
Giá: 1.100.000đ/1 hộp 10 lọ.

Bobbi Brown NAIL POLISH. Sơn móng tay màu xanh navy là điểm nhấn hoàn hảo cho những ngày cuối hè.
Giá: 490.000 VND

The Body Shop COOL BB CREAM có độ che phủ mỏng, giá cả phải chăng và công thức giàu chất dưỡng ẩm, sản phẩm BB Cream mát lạnh này sẽ lập tức giải tỏa cơn khát cho làn da của bạn và che mờ khuyết điểm trong nháy mắt.

Xinh đẹp 24/7, phong cách và cuốn hút ở mọi nơi, Kim Tae Hee dường như là nguồn cảm hứng bất tận và hình tượng hoàn hảo của các cô gái châu Á và Việt Nam, đặc biệt là khi cô ấy đang nắm giữ bí quyết để có một làn da trắng trong và tươi trẻ thật tuyệt vời.

Giá trị của VẺ ĐẸP HOÀN HẢO

Đầu tháng 8 vừa qua, Kim Tae Hee được Tạp chí Top Secret bình chọn là quán quân trong bảng xếp hạng những mỹ nhân sở hữu vẻ đẹp tự nhiên nhất Kbiz. Từng được tôn vinh trong nhiều khá nhiều cuộc bình chọn nhan sắc của các mỹ nhân Hàn, có thể kể đến các danh hiệu “biểu tượng sắc đẹp xứ Hàn”, “mỹ nhân mặc hanbok đẹp nhất xứ Hàn”, “mỹ nhân có đường cong tuyệt vời”, “mỹ nhân có gương mặt hài hoà nhất”... nên việc Kim Tae Hee giữ vững vị trí này cũng không đáng ngạc nhiên. Tuy nhiên, điều đáng chú ý ở đây là theo một công bố gây chấn động trong tháng 7/2013 của

các chuyên gia sắc đẹp Hàn Quốc: làn da của Kim Tae Hee chỉ như làn da của cô gái tuổi 16, có nghĩa là cô gái vàng của làng phim Hàn Quốc này đang sở hữu một làn da trẻ trung và hoàn hảo vô cùng hiếm hoi và quý giá mà dường như không chịu tác động tiêu cực nào của thời gian cũng như các yếu tố ngoại cảnh. Một chuyên gia sắc đẹp đã nhận định: “Vốn là một cô gái có nhan sắc hài hoà và xinh đẹp tự nhiên được nhiều người công nhận, giờ đây Kim Tae Hee đã hoàn toàn chinh phục mọi giá trị sắc đẹp với làn da tươi trẻ, trắng trong một cách hoàn hảo của mình mà rất ít người có thể sở hữu được”.



Vẻ đẹp của Kim Tae Hee luôn là một đề tài nóng hổi cho tất cả những nơi cô xuất hiện. Khi một đám đông thấy Kim Tae Hee, những cụm từ như “Wow”, “Cô ấy thực sự quá đẹp”, hoặc “Đây thực sự là một thiên thần với làn da trắng trong và tươi trẻ nhất mà tôi từng thấy” bất giác được thốt ra. Là một cô gái thông minh, tinh tế và đặc biệt là rất thân thiện Kim Tae Hee bao giờ cũng đáp trả lại sự hâm mộ của mọi người một cách đáng yêu và khiêm tốn. Cô đã tâm sự: “Thật là một niềm vinh hạnh khi nhận được nhiều lời khen và ưu ái của mọi người. Tôi cho rằng nhan sắc là một món quà của tạo hoá và tôi may mắn đã có được một món quà lớn. Chính vì vậy tôi sẽ luôn cố gắng để giữ gìn nó một cách cẩn thận nhất, đặc biệt là với làn da, một trong những báu vật, biểu tượng bất diệt của nhan sắc. Tôi tin rằng dù làm nghề diễn viên hay nghề nghiệp gì đi nữa, bất cứ cô gái nào cũng mong muốn mình được xinh đẹp và có một làn da trắng trong, tươi trẻ. Bởi một làn da hoàn hảo chính là minh chứng tuyệt vời nhất cho nhan sắc và sức hút của chúng ta.”



Lời khuyên của Kim Tae Hee

- Làn da trắng trong và tươi trẻ là báu vật của nhan sắc, hãy sử dụng tinh chất dưỡng trắng để chăm sóc làn da ngọc ngà nhé!
- Một nụ cười thật tươi sẽ là người bạn đồng hành của làn da hoàn hảo để thấp sáng khuôn mặt rạng rỡ của bạn.
- Một vẻ đẹp hoàn hảo chỉ có thể đến từ một tâm hồn đẹp và ý thức chăm sóc cho nhan sắc của mình. Bất cứ bạn gái nào cũng có thể xinh đẹp nếu biết nâng niu bản thân một cách tích cực.

Theo Kim Tae Hee, muốn theo đuổi vẻ đẹp hoàn hảo với làn da trắng trong và tươi trẻ, một cô gái cần phải cầu toàn trong cách chăm sóc sắc đẹp của mình, mà trong đó mỹ phẩm chăm sóc da là điều tối quan trọng. “Tôi đã đặt lòng tin và trung thành với dòng mỹ phẩm cao cấp OHUI từ rất lâu bởi vì những thành tựu đáng khâm phục mà các chuyên gia của nhãn hàng này đã mang đến cho nhan sắc của các cô gái. Và tôi đã hoàn toàn hài lòng. Tinh chất dưỡng trắng OHUI White Extreme Magic Ampoule đã đem đến cho tôi nhiều hiệu quả tích cực hơn bất cứ mong ước về một làn da trắng trong và tươi trẻ và hoàn thiện giấc mơ về một vẻ đẹp hoàn

hảo của tôi. Tôi đã chứng kiến phép lạ xảy ra khi chỉ trong vòng 2 tuần sử dụng loại tinh chất cô đặc gấp 3 lần các tinh chất bình thường khác này. Làn da của tôi vốn khá ổn, lại càng trở nên mịn màng, tươi sáng hơn tựa như làn da của em bé. Không những vậy, khi soi gương, tôi còn thấy làn da của mình ngày càng trong trẻo, bóng mịn, căng tràn và rạng rỡ hơn bao giờ hết. Tinh chất dưỡng trắng OHUI White Extreme Magic Ampoule thực sự đã mang lại một hơi thở thần kì đến cho làn da. Chính những trải nghiệm này, tôi mới hiểu hết được ý nghĩa của tên gọi Phép lạ 3*2=Magic và càng cảm thấy hài lòng với lựa chọn của mình để giữ gìn một làn da luôn tươi trẻ.”

Tinh chất OHUI White Extreme Magic Ampoule với thành phần dưỡng trắng cô đặc gấp 3 lần sẽ giúp làn da bạn trắng trong hoàn hảo chỉ trong vòng 2 tuần.





MẶT NẠ NGỦ

Thanh Hoa

TÔI ĐÃ ĐƯỢC NGHE NÓI VỀ MẶT NẠ NGỦ TỪ CÁCH ĐÂY VÀI NĂM TRƯỚC, KHI MỘT CÔNG TY MỸ PHẨM HÀN QUỐC TẠI VIỆT NAM GIỚI THIỆU MỘT LOẠI MẶT NẠ MỚI CÓ THỂ ĐỂ QUA ĐÊM VÀ KHIẾN LÀN DA ẤM MỊN MÀNG HƠN. THẬT NGẠC NHIÊN VÌ GIỜ ĐÂY, MẶT NẠ NGỦ ĐÃ LÀ MỘT TRÀO LƯU THẬT SỰ.

Hàn Quốc là một quốc gia có mối quan tâm đặc biệt cao tới làm đẹp. Và làn da dường như là trọng tâm của các vấn đề chăm sóc cá nhân (những chi tiết khác không phải kém quan trọng hơn mà đã có phẫu thuật thẩm mỹ lo liệu). Cả nam lẫn nữ đều mong muốn sở hữu làn da trắng trong mịn màng như sứ, được dưỡng ẩm đầy đủ và không có nếp nhăn. Thị trường tiêu dùng quá đông đảo khiến Hàn Quốc chú trọng nhiều vào những sản phẩm tiện dụng, đa chức năng và có giá thành phải chăng. Đất nước này đã tạo ra nhiều sản phẩm làm đẹp tiên phong như các loại BB cream (giờ

đây đã phát triển thành một cơn lốc mạnh mẽ với các biến thể là CC cream hay DD cream), kem dưỡng ẩm màu tinted moisturizer kết hợp với primer và chống nắng... Những sản phẩm này bán chạy đến nỗi các tập đoàn đa quốc gia cũng phải tạo ra các dòng tương tự để bổ sung vào catalogue của họ. Người ta đang tự hỏi liệu mặt nạ ngủ của Hàn có tạo ra cơn sốt tương tự như BB cream và tinted moisturizer nhiều năm về trước?

Ý tưởng chăm sóc da khi đang ngủ không còn là điều gì quá mới mẻ. Nhiều nghiên cứu cho thấy, giấc ngủ là thời gian hoạt động tích cực nhất của da. Da tự tiến hành các công đoạn sửa chữa, phục hồi từ 12h đêm tới 4h sáng và đây cũng là khoảng thời gian da hấp thụ hiệu quả nhất đối với các loại cream dưỡng hay tinh chất. Điều này cũng giải thích vì sao các dòng sản phẩm chăm sóc da ban đêm luôn giữ vai trò quan trọng nhất (đồng thời đắt đỏ nhất) với bất cứ hãng mỹ phẩm nào có mục tiêu lâu dài về chống lão hóa.

Quay trở lại với sản phẩm mặt nạ ngủ mà tôi được giới thiệu vài năm trước. Đó là một loại gel xanh trong như nước, đặc nhưng nhẹ. Bạn thoa loại gel này lên mặt, chúng sẽ tạo ra một lớp màng ẩm không nhờn rít có

MỘT SỐ VẤN ĐỀ MÀ MẶT NẠ NGỦ PHẢI ĐỔI MẶT



★ Mặt nạ ngủ có khiến bạn gãi và gây dính trên mặt khiến tôi mất ngủ không? Về lý thuyết, tất cả các loại mặt nạ ngủ đều được xây dựng với một kết cấu siêu nhẹ, dễ thẩm thấu, không dính bết. Tuy nhiên, từ kinh nghiệm cá nhân của tôi, mặt nạ ngủ phải hoàn thiện hơn nữa tính năng này. Nếu bạn thoa một lớp mỏng, bạn không gặp rắc rối gì với vấn đề bết dính - nhưng hiệu quả dưỡng ẩm lại không được như mong đợi. Nếu bạn thoa một lớp dày hơn, bạn cần đặt một chiếc khăn lông trên gối và nên đội mũ ngủ để tránh tóc bị dính vào lớp mặt nạ trên mặt.

★ Mặt nạ ngủ có gây bít tắc lỗ chân lông vì thời gian để trên mặt quá lâu? Như đã nói ở trên, mặt nạ ngủ thường có kết cấu mỏng nhẹ, không dầu, chủ yếu là bổ sung lượng nước trên da và được thiết kế để hấp thụ từ từ trên da trong thời gian dài mà không gây bít tắc lỗ chân lông. Điều quan trọng là bạn cần có làn da sạch sẽ trước khi áp dụng mặt nạ này.

★ Mặt nạ ngủ dưỡng ẩm có gì khác với kem dưỡng ẩm đêm? Về mục đích cuối cùng, cả hai loại sản phẩm này đều được thiết kế để tăng độ ẩm và độ ngậm nước trên da. Nhưng mặt nạ ngủ dưỡng ẩm đặc biệt thích hợp với những người có làn da mất nước, ưa thích một sản phẩm nhẹ nhàng bổ sung nước cho da, trong khi kem dưỡng ẩm đêm thì phong phú hơn nhiều, có thể dành cho cả người da thiếu dầu lẫn da mất nước (với nhiều kết cấu khác nhau từ nhẹ đến đậm đặc).



kết cấu siêu nhẹ. Bạn để lớp màng đó qua đêm, rửa sạch vào sáng hôm sau và sẽ cảm thấy làn da tươi tắn, ngậm nước và mịn màng hơn. Loại mặt nạ này được tôi đặc biệt yêu thích vào những ngày giao mùa, khi những loại kem dưỡng ẩm đặc vẫn chưa cần thiết mà những cơn gió hanh hao của mùa thu đã bắt đầu khiến làn da bị khô se lại. Tôi thu nhận được nhiều đánh giá khác nhau về loại mặt nạ ngủ này: một số người da thường cảm thấy làn da ngậm nước tốt hơn hẳn vào sáng hôm sau, một số khác có làn da khô lại thấy không có gì khác biệt lắm, một số nữa thì hoàn toàn không thấy có gì khác biệt với việc thoa kem dưỡng vào đêm hôm trước. Điều thú vị là hầu như không ai trong số này cảm thấy phiền phức về việc phải mang một mặt nạ skincare trên mặt qua đêm (mặt nạ ngủ thường được thiết kế có kết cấu siêu nhẹ - ultralightweight, có thể khô nhanh hoặc biến mất vào da sau vài phút, hầu như không gây ra bất cứ trở ngại nào làm ảnh hưởng đến giấc ngủ).

Nếu bạn sở hữu một làn da thường, đủ khỏe để chống lại những kích thích từ bên ngoài nhưng không có nhiều thời gian để chăm sóc kỹ càng cho nó, mặt nạ ngủ có lẽ là lựa

chọn tuyệt vời.

CHỌN MUA MẶT NẠ NGỦ

Laneige Water Sleeping Pack là một trong những sản phẩm bán chạy nhất của mỹ phẩm Laneige và cũng là một trong những cái tên thông dụng nhất của dòng mặt nạ ngủ. Sản phẩm này bao hàm hầu hết những đặc tính mà chúng ta biết về mặt nạ ngủ với mùi hương dễ chịu, kết cấu siêu nhẹ, dễ thẩm thấu, dưỡng ẩm. Trên trang web đánh giá mỹ phẩm nổi tiếng makeupalley, có nhiều luồng ý kiến khác nhau về hiệu quả của Laneige Water Sleeping Pack nhưng rất ít ghi nhận các trường hợp phản ứng hay dị ứng. Số người quyết định mua tiếp Water Sleeping Pack đạt đến 80%.

Sau thành công của Water Sleeping Pack, Laneige đã cập nhật dòng sản phẩm này với Firming Sleeping Pack. Firming Sleeping Pack cũng là mặt nạ để qua đêm nhưng được bổ sung chức năng làm săn chắc da, với kết cấu gel dày hơn phiên bản cũ và có màu vàng kem. Firming Sleeping Pack có đạt được thành công như phiên bản Water Sleeping Pack hay không thì còn đợi câu trả lời của thời gian.

Một thương hiệu khác cũng khá nổi tiếng với các dòng mặt nạ ngủ là

Beauty Guide

Korres - hãng mỹ phẩm từ Hy Lạp nhưng cái tên đã không còn xa lạ với thị trường mỹ phẩm xách tay ở Việt Nam. Korres nổi tiếng với các sản phẩm chăm sóc da từ sữa chua và một trong những mặt nạ ngủ thông dụng nhất của Korres là Greek Yoghurt Advanced Nourishing Sleeping Facial. Loại mặt nạ sữa chua từ Hy Lạp này cung cấp một nguồn tự nhiên của protein, khoáng chất và vitamin để ngay lập tức nuôi dưỡng làn da khô. Bạn sẽ thức dậy với những cải thiện đáng chú ý trong kết cấu da và độ ẩm cũng như sự tươi tắn. Korres thậm chí còn ghi điểm ở việc không chứa những hợp chất có hại như Parabens, Sulfates, Phthalates.

Thương hiệu mỹ phẩm Origins có Drink Up Intensive Overnight Mask. Cũng giống như Korres, Origins là một thương hiệu nổi tiếng với việc loại bỏ các chất hóa học độc hại và phát triển sản phẩm của mình từ các tinh chất từ thiên nhiên. Drink Up Intensive Overnight Mask có thành phần dưỡng ẩm từ bơ, dầu hạnh nhân và rong biển Nhật Bản. Nhiều người sử dụng Drink Up Intensive Overnight Mask còn tận dụng loại mặt nạ này cho nhiều bộ phận khác như tay, cổ, chân như một loại kem dưỡng ẩm dịu nhẹ.

Clinique và Moisture Surge Overnight Mask. Phải nói rằng Clinique là một thương hiệu rất năng động, có khả năng cập nhật trào lưu một cách nhanh chóng - điều này không phổ biến lắm với những tên tuổi lớn, thuộc sở hữu của một tập đoàn đa quốc gia như Clinique, vốn ăn nên làm ra từ những sản phẩm thể mạnh truyền thống. Clinique đã có BB cream, tinted moisturizer từ rất sớm ngay khi thấy được sức hút của những dòng sản phẩm này. Và giờ đây, Clinique cũng có mặt nạ ngủ Moisture Surge Overnight Mask. Mặt nạ này bổ sung độ ẩm một cách phong phú cho da với thành phần chiết xuất từ lá lô hội, bơ đậu mỡ, caffeine và bơ Murumuru.

STYLE 90

SHOPPING

Những lựa chọn mặt nạ cho chăm sóc da hàng ngày

Viên mặt nạ giấy
Kosé. Đặt viên mặt nạ vào khay nhỏ, súc Lotion đến khi viên mặt nạ nở xòe ra. Đắp lên mặt. Da sẽ được cung cấp độ ẩm và các dưỡng chất cần thiết một cách mạnh mẽ.
Giá 120 000 VND/hộp 15 viên.

Dior Beauty Awakening Rehydrating Mask, mặt nạ dưỡng ẩm. Chất liệu dạng cream-gel, nhẹ nhàng, tươi mát và không bị bóng nhờn.
Giá: 1 320 000 VND

Clé de Peau BEAUTÉ Micro-Refining Treatment: Mặt nạ tẩy tế bào chết làm sáng da.
Giá: 3.630.000 VND.

Juice Beauty organic facial rejuvenating mask. Mặt nạ dưỡng chất hữu cơ làm trẻ hóa. Giá 1599 000 VND.

Clarins Extra-Firming Facial Mask, mặt nạ dưỡng da chống lão hóa hiệu quả tối ưu với chiết xuất Auxins từ hoa Hướng dương giúp thúc đẩy sự tái tạo da.
Giá: 985.000 VND

Clarins Shaping Facial Wrap: mặt nạ cải tiến mới, giúp định dạng và làm thon gọn gương mặt.
Giá: 1.240.000 VND

Live
gain
premium

Lựa chọn của Salon,
lựa chọn của Bạn

CHÀO HÈ 2013 CÙNG LIVEGAIN

1 Livegain TRI-SHIELD Shine Spray [Xịt dưỡng tóc 3 tác dụng]

Chống UV, chống nhiệt, chống khô tóc

Tổng hợp các loại dầu tự nhiên: dầu từ hạt Macadamia, dầu Ôliu, dầu Argan, dầu Squalane (chiết xuất từ gan cá mập)...cung cấp dưỡng chất và độ ẩm, bảo vệ tóc khỏi ánh nắng, chống nhiệt độ cao khi làm hoá chất hay khi là kẹp tóc và sấy nóng. Sản phẩm thích hợp khi đi biển hoặc chơi thể thao ngoài trời.

291.000đ / 150ml

3 Livegain Olive Hair Mask Vita [Mặt nạ hấp tóc Ôliu]

Chiết xuất từ 100% dầu Ôliu tự nhiên điều trị chuyên sâu, phù hợp với mọi chất liệu tóc. Thành phần giàu Vitamin E khôi phục độ ẩm và độ bóng, Pro-Vitamin B5 tăng cường khả năng giữ ẩm, tạo độ đàn hồi và độ mượt tự nhiên cho tóc. Bảo vệ, làm thông thoáng da đầu, kích thích mọc tóc và hạn chế rụng tóc.

337.000đ/ 200g - 660.000đ/ 500g

Mùa Hè đến cùng biển xanh, cát trắng và nắng vàng. Mái tóc đã làm dịch vụ hoá chất như uốn, duỗi, nhuộm cùng nắng hè sẽ dễ trở nên khô xơ hơn. Hãy cùng chăm sóc và phục hồi tóc mùa Hè với các sản phẩm điều trị chuyên nghiệp của LIVEGAIN, trả lại sức sống và vẻ óng mượt cho mái tóc bạn



2 Livegain Keratin Plus Treatment [Kem ủ chữa trị tóc hư Keratin]

Phục hồi và chữa trị hiệu quả tóc hư tổn, tóc làm hóa chất nhiều lần.

Thành phần bao gồm 5 loại Protein tổng hợp và 5 loại tinh dầu tự nhiên phục hồi tóc từ sâu bên trong, cải thiện chất lượng tóc rõ rệt, giúp tóc bóng mượt chỉ sau 1 lần sử dụng.

306.000đ/ 240ml

4 Livegain Henna Treatment [Hấp dầu Henna]

Giàu dưỡng chất Lawsonia và Keratin PPT hoạt động trên bề mặt tóc, nuôi dưỡng và khôi phục hiệu quả các vùng tóc bị tổn thương. Bổ sung chất sừng, chữa trị, làm chắc, khỏe chân tóc, bảo vệ tóc sâu từ bên trong. Màng Silicone bảo vệ bề mặt làm tóc bóng sáng và mềm mại. Protein nuôi dưỡng và phục hồi, cho mái tóc khỏe đẹp và suôn mượt tự nhiên.

506.000đ/ 500g

NHỮNG THÀNH PHẦN **LÀ** của *SKINCARE*

Khánh

SKINCARE LÀ MỘT LĨNH VỰC KỶ THÚ TRONG LÀM ĐẸP, BỜ ĐÂY LÀ NƠI TẬP TRUNG NHỮNG CÔNG NGHỆ TIẾN TIẾN NHẤT, NHỮNG THÀNH TỰU KHOA HỌC TUYỆT VỜI NHẤT VÀ NHỮNG KHÁM PHÁ MỚI LẠ NHẤT TRONG TOÀN BỘ NGÀNH CÔNG NGHIỆP NÀY.

Tôi luôn có sự hứng thú đặc biệt với skincare hay nói chính xác hơn là các thành phần của skincare. Chúng được ra đời trong các phòng thí nghiệm ra sao, chúng kết hợp với nhau để tạo ra các phức hợp như thế nào và chúng hoạt động thực tế trên da mặt để mang lại hiệu quả gì?

Nhiều thập kỷ nay, chúng ta đã chứng kiến sự thống trị của các thành phần skincare phổ biến như vitamin (A, B, C, E), các tinh chất chiết xuất từ thảo dược (Acai oil, Caffeine, Green tea, Grape seed), các thành phần chống lão hóa Retinol, CoEnzyme Q-10 (CoQ-10), Alpha-lipoic acid, AHA, BHA, Ceramides, Linoleic/ linolenic acids/ phospholipids, Peptides.

Nhưng đã đến lúc bạn cần quen thuộc với những khái niệm lạ khác trên nhãn mác của các lọ kem dưỡng, kem chống lão hóa. Chúng có thể là thành phần độc quyền của một nhãn mỹ phẩm nào đó, có thể là một khám phá chung... đang gặp nhiều tranh cãi về tính hiệu quả, nhưng điều này sẽ được trả lời bằng thời gian.



A-F33

Trong cuộc tìm kiếm các phân tử kỳ diệu thế hệ mới - một cái gì đó thậm chí còn hiệu quả hơn cả Alpha Hydroxy Acid và Retinol để chống lại nếp nhăn, các nhà khoa học tại Avon và Neostrata đã sử dụng một nghiên cứu đoạt giải Nobel về các protein để khám phá ra Aminofill 33 (A-F33).

A-F33 có thể làm được gì? Thành phần này có thể sửa chữa da bằng cách "unlock" (bẻ khóa) các collagen

không được sử dụng. "Các nếp nhăn sâu có thể được giải quyết ngay trong tuần đầu tiên. Điều này khá ấn tượng với một sản phẩm thoa tại chỗ", bác sĩ da liễu New York Cheryl Karcher nói. "Cách đơn giản nhất để giải thích hoạt động của thành phần này là nó giúp da hành xử theo cách tự nhiên như khi bạn còn trẻ," nhà nghiên cứu của Avon, ông Anthony Gonzalez giải thích. "Khi bạn 15 hoặc 16, cấu trúc làn da của bạn ở đúng vào chỗ của nó - nhưng điều đó thay đổi theo độ tuổi và thành phần này giúp làn da trở về với những vị trí ban đầu".

Thương hiệu: Avon và Neostrata

Kinetin

Kinetin, còn được gọi là N6-furfuryladenine, là một trong những thành phần chống lão hóa thú vị nhất được tung ra thị trường trong thời gian gần đây. Thử nghiệm trên tế bào da người đã chỉ ra rằng kinetin thực sự có thể làm chậm lão hóa. Các nghiên cứu lâm sàng đã chứng minh rằng Kinetin có khả năng cải thiện sắc tố và cấu trúc da, làm cho da mượt mà, và giảm đáng kể nếp nhăn. Kinetin cũng cải thiện chức năng bảo vệ da và giúp da giữ được độ ẩm hơn 25 phần trăm. Điều đặc biệt là thành phần này không gây dị ứng (không giống như retinoids hay các sản phẩm axit alpha-hydroxy), hiệu ứng phụ hầu như không có. Kinetin không có tác dụng tẩy tế bào chết hay bào mòn da, điều này khiến Kinetin trở nên lý tưởng cho làn da nhạy cảm, cung cấp kết quả lâu dài mà không gây ra sự bong tróc, nhức, sưng, ngứa, hoặc dị ứng.

Bác sĩ da liễu Jessica Krant, trợ lý giáo sư lâm sàng về da liễu tại Trung tâm y tế SUNY Downstate ở thành phố New York, cho biết chất chống oxy hóa từ thực vật này có nhiều hứa hẹn khi được nghiên cứu trong phòng thí nghiệm. Nhưng Krant cũng cảnh báo rằng sẽ khó khăn hơn nhiều để có được những bằng chứng rõ ràng về tác dụng của Kinetin trên da thật.

Thương hiệu: Kinerase.



Pitera

Pitera gắn liền với một thương hiệu skincare nổi tiếng của Nhật là SK-II. Câu chuyện của SK-II bắt đầu tại một nhà máy bia tại Nhật Bản, nơi các nhà khoa học nhận thấy rằng các công nhân lớn tuổi, mặc dù có khuôn mặt nhăn nheo nhưng lại sở hữu đôi bàn tay mềm mại bất thường do thường xuyên tiếp xúc với quá trình lên men. Cuối cùng, các nhà khoa học đã phân lập được thành phần kỳ diệu chịu trách nhiệm cho sự mềm mại

này, Pitera, một chất lỏng trong tự nhiên từ quá trình lên men. Pitera là sự tổng hợp của vitamin, acid amin, khoáng chất và các axit hữu cơ có thể trợ giúp cho quá trình trẻ hóa tự nhiên của da bằng cách tái tạo lớp bề mặt da. Tất cả các sản phẩm chăm sóc da SK-II đều chứa Pitera nhưng Facial Treatment Essence chứa đến 90% thành phần này và được xem là chìa khóa cho quá trình chống lão hóa của hãng.

Cate Blanchett đã sử dụng Pitera trong hơn 10 năm, ngôi sao này cũng là đại diện cho SK-II.

Thương hiệu: SK-II.



Rhamnose

Thương hiệu gắn liền với Rhamnose là Vichy. Theo các tài liệu của Vichy, lớp hạ bì nhú - một lớp mỏng tế bào nằm bên dưới lớp biểu bì là tác nhân quan trọng của quá trình trẻ hóa da. Lớp hạ bì nhú được tạo thành bởi collagen và elastin. Elastin là một protein được tìm thấy trên các mô da giúp da đàn hồi và săn chắc. Khi lớn tuổi, các elastin cạn kiệt và dẫn đến tình trạng da bị chảy xệ và nếp nhăn.

Rhamnose (một chiết xuất từ thực vật) với nồng độ 5% đã được chứng minh rằng sẽ cải thiện sự lão hóa da tại nguồn với những tác dụng thú vị. Không giống như retinoids chống lão hóa bằng cách thay thế các tế bào già yếu bằng tế bào mới (thường gây bong da và đỏ), rhamnose báo hiệu một bước nhảy vọt khi giúp gia tăng đáng kể các collagen ở lớp hạ bì nhú và lớp biểu bì dày lên đáng kể trong tám tuần. Rhamnose kích thích sự sản xuất của collagen, elastin và các protein có lợi khác trong khi giảm bớt các enzym phá vỡ collagen và dẫn đến nếp nhăn. Rhamnose còn có khả năng chống viêm nhẹ nhàng trên da (Avene và Bioderma đã sử dụng Rhamnose tỷ lệ rất nhỏ trong một số sản phẩm của họ.)

Thương hiệu: Vichy.

Probiotics

Lợi khuẩn Probiotic là một loại lợi khuẩn thuộc nhóm các vi khuẩn sống, tương tự các vi sinh vật có lợi tự nhiên được tìm thấy trong ruột. Chúng còn được gọi là "vi khuẩn thân thiện" hay "vi khuẩn có lợi", những vi khuẩn này được bổ sung vào chế độ ăn nhằm cân bằng hệ vi khuẩn đường ruột để cải thiện sức khỏe. Trong nhiều năm qua, Probiotic đã tạo ra một làn gió mới trong thế giới thực phẩm và giờ đây đang tiến quân vào

lĩnh vực làm đẹp.

"Trên làn da của chúng ta có vi khuẩn tốt và xấu, cũng như trong ruột của chúng ta" Ellen Marmur, giáo sư da liễu và di truyền học tại Mount Sinai School of Medicine, New York cho biết. "Nếu sự cân bằng này bị xô lệch, tức là số vi khuẩn xấu áp đảo, nó sẽ gây ra mụn trứng cá hoặc trứng cá đỏ. Một nghiên cứu cho thấy lợi khuẩn Probiotic có thể kích thích cơ chế bảo vệ da từ bên trong, và điều này cũng có thể xảy ra khi được áp dụng ở bên ngoài".

Thương hiệu: Clinique, Nude, Burt's Bees.

Luyện tập mọi lúc mọi nơi



Fusion Bodyworks tin rằng tập luyện là một phần không thể tách rời trong cuộc sống hàng ngày của bạn, vì chỉ có thói quen luyện tập đều đặn, mọi lúc mọi nơi mới có thể mang lại một cơ thể dẻo dai, tràn đầy năng lượng và đầu óc minh mẫn.

Sau nhiều năm nghiên cứu, Fusion Bodyworks đã xây dựng nên một ý tưởng hoàn toàn mới về một trung tâm thể dục thể hình, yoga, spa & sức khỏe. Trong không gian kiến trúc xanh hiện đại, bạn có thể vừa tập luyện để có một vóc dáng khỏe mạnh tự nhiên nhất, vừa thư giãn với những tiện ích như spa, sauna, jacuzzi, golf hay đơn giản chỉ là nhâm nhi ly cocktail tại quầy bar. Fusion Bodyworks cho bạn những trải nghiệm rất riêng tư trong một cộng đồng nhân văn. **LIVE LIFE NOW!**

(04) 62 51 08 08 / www.fbw.vn / Tầng 4 – Hàng Da Galleria

FUSION
BODYWORKS
TT THỂ DỤC THẨM MỸ & YOGA



“Layering” cho nước hoa

Thành Hảo

STYLE 96

NHIỀU PERFUMER SẼ CẢM THẤY BỊ XÚC PHẠM NẾU BẠN CHIA SẺ VỚI HỌ Ý TƯỞNG VỀ VIỆC PHA TRỘN NƯỚC HOA. HỌ NÓI, BẠN ĐANG PHÁ TUNG MỘT TÁC PHẨM ĐÃ HOÀN THIỆN. VÀ RẰNG, “LAYERING” (CHƠI LỚP) VỚI NHỮNG CHAI NƯỚC HOA CHẴNG KHÁC GÌ NGHE HỒ THIÊN NGÀ VÀ HÀNH KHÚC THỔ NHĨ KỲ CÙNG MỘT LÚC.

Những người này thuộc về trường phái Purist (Thuần Túy). Với họ, mỗi chai nước hoa sau khi được tạo ra từ những bậc thầy nổi tiếng đã đạt đến sự cân bằng và hoàn thiện trong từng lớp mùi. Đặc biệt là những chai nước hoa nổi tiếng đã được công nhận trong “danh bạ nước hoa” như những tác phẩm thật sự.

Nhưng đừng lo, vẫn có những perfumer khác ủng hộ cuộc chơi của “layering” – những người thuộc trường phái Experimentalists (Thực nghiệm). Các Experimentalists cho rằng bạn hoàn toàn có thể kết hợp hai, ba hoặc bốn loại nước hoa khác nhau để tạo ra một mùi hương mới dành riêng cho sở thích của mình. “Một cách thức mới để thể hiện tính cá nhân và bản sắc riêng của bạn thông qua mùi hương” – Chris Wyatt – giám đốc đào tạo toàn cầu của nước hoa Jo Malone (cũng là một fan của “layering”) khẳng định. Nếu bạn vẫn ngại ngùng thì tôi có một cái tên nổi tiếng hơn nữa: perfumer Jean-Claude Ellena – một trong những nhà sáng tạo nước hoa hàng đầu thế giới. Jean-Claude Ellena đã tạo ra nhiều kiệt tác thực sự như Frederic Malle Angliques Sous La Pluie (2000), Hermès Hermessence Poivre Samarcande (2004), Hermès Hermessence Rose Ikebana (2004)...nhưng điều này không ngăn cản ông “phá vỡ” chúng bằng cách đưa ra những đề nghị “layering” cho nhiều loại nước hoa khác nhau.

Tuy nhiên, trước khi bắt đầu

chơi lớp với nước hoa, bạn cần nắm được sự kết hợp cơ bản của các “note” và cách pha trộn chúng.

Layering như thế nào?

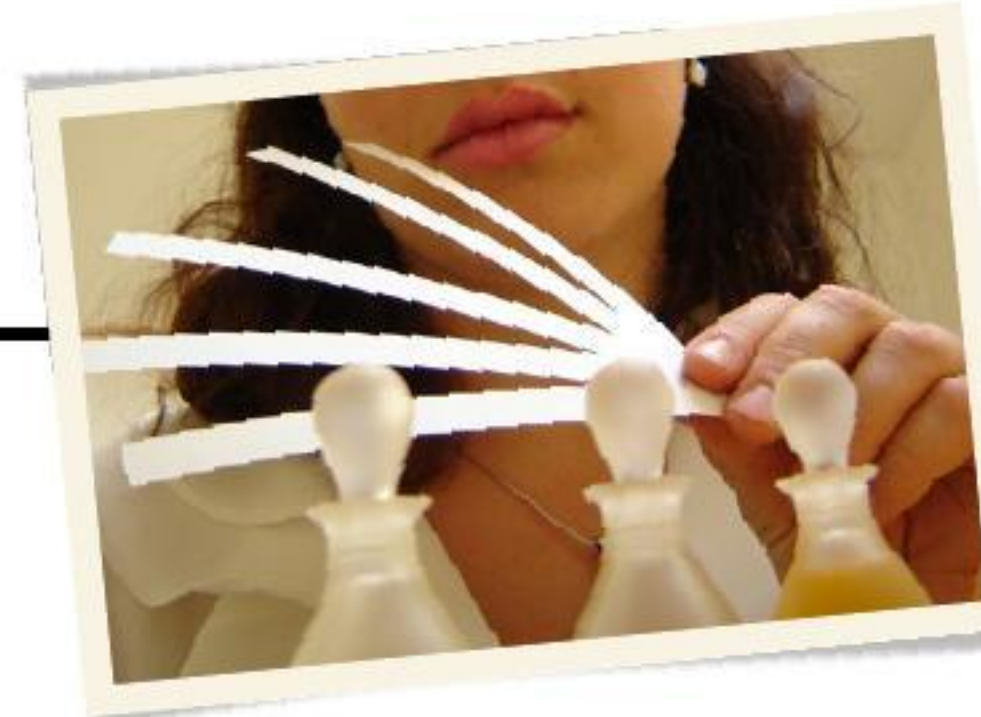
Làn da không phải nơi để bạn thử nghiệm. Hãy test quá trình layering của bạn trên các dải giấy thấm thử mùi. Những dải giấy này dù không có nhiệt độ như cơ thể để mang đến một phản ứng chính xác nhất nhưng ít nhất chúng sẽ cho biết mùi hương được tạo ra sau quá trình layering là như thế nào.

Một cách đơn giản hơn: xúc hai loại nước hoa mà bạn định pha trộn vào không khí phòng tắm hoặc phòng ngủ. Đóng kín cửa. Vài phút sau quay lại, nếu bạn chỉ cảm nhận được một mùi hương duy nhất và mùi hương này hoàn toàn ổn, điều đó có nghĩa sự pha trộn cho kết quả tốt đẹp.

Không “layering” bằng cách đổ các loại nước hoa khác nhau vào cùng một lọ. Thay vào đó, bạn có thể pha trộn một cách đơn giản hơn bằng nhiều cách. Sau khi xác định chính xác hai hoặc ba mùi cần “layering”, bạn xúc chúng lên không khí cùng một lúc, rồi bước vào vùng hương thơm trong một vài phút.

Một cách khác là dùng mùi mạnh hơn ở những vùng nóng ấm của cơ thể như mạch đập cổ tay, cổ, gáy và dùng các mùi nhẹ hơn ở những vùng nhiệt độ thường như bờ vai.

Hoặc, bạn chỉ cần xúc loại nước hoa mạnh hơn. Đợi cho một vài phút rồi xúc loại nước hoa thứ hai để các note mùi nhẹ sẽ được thêm tầng hương giữa và hương cuối của loại nước hoa đầu.



NHỮNG BẤT NGỜ CỦA “LAYERING”

• Bạn có một bộ sưu tập những mùi hương siêu nữ tính và ngọt ngào đến chết người. Hãy thử thêm vào đó một chút góc cạnh bằng việc “layering” với một mùi hương cologne của nam giới (như CK One), bạn sẽ thấy bất ngờ với hiệu quả có được.

• Một số note mùi mạnh ở dạng nguyên chất như trầm hương hay vanilla rất khó “layering” bởi chúng có đặc tính gần như lấn át các mùi khác. Nên thận trọng khi pha mùi trầm hương nguyên chất hoặc vanilla nguyên chất với nước hoa.

• Mùi hoa hồng là mùi hương linh hoạt có thể pha trộn với rất nhiều nước hoa nhóm Fruit hoặc nhóm Floral. Hương hoa hồng có thể điểm xuyết chút lãng mạn vào những mùi hương cũ. Mùi hương này khi thêm vào những chai nước hoa cổ điển lừng danh đôi khi mang đến sự thay đổi bất ngờ. Một chút tinh dầu hoa hồng pha trộn với Chanel No 5 đã khiến perfumer Gunzburg phải kinh ngạc.

• Cho một chút dầu almond nguyên chất lên vùng da cần thoa nước hoa, sau đó xúc nước hoa như thường lệ. Bạn sẽ thấy nước hoa giữ được lâu hơn – một phương pháp layering thú vị.

• Layering không có nghĩa là kết hợp các mùi nước hoa với nhau mà còn có thể là kết hợp giữa body cream, lotion, sữa tắm với nước hoa để tạo ra một tổng thể mùi đặc sắc.





Combo

BẠN CÓ THỂ CHỌN HAI HOẶC BA LOẠI NƯỚC HOA CÓ MỘT ĐIỂM CHUNG NÀO ĐÓ ĐỂ BẮT ĐẦU THỬ LAYERING. VÍ DỤ, CHÚNG ĐỀU LẤY MÙI HOA HỒNG LÀM TRUNG TÂM, HOẶC CHÚNG ĐỀU LÀ NƯỚC HOA "XANH LÁ CÂY" HOẶC CHÚNG ĐỀU CÓ MÙI VANILLA NGỌT NGÀO.

Citrus +...

Cách an toàn nhất để "layering" là hãy bắt đầu với các nước hoa thuộc nhóm cam chanh (citrus). Nhóm này kết hợp dễ dàng với nhóm mùi hoa, nhóm mùi hương gỗ và thậm chí là nhóm mùi hổ phách, đàn hương, xạ hương. Bạn hoàn toàn có thể kết hợp hai hương thơm của hai thể giới khác biệt trong một sự pha trộn dễ chịu. Đầu tiên, hãy

xúc loại nước hoa mạnh hơn. Đợi cho một vài phút rồi xúc loại nước hoa thứ hai để các note mùi nhẹ sẽ được thêm tầng hương giữa và hương cuối của loại nước hoa đầu.

Floral + Floral

Nếu bước vào một vườn hoa, chắc rằng bạn sẽ không bao giờ bị làm phiền bởi sự pha trộn của các mùi hoa khác nhau. Và nguyên tắc này cũng có thể áp dụng cho nước hoa: nhóm mùi Floral bao gồm các mùi trong suốt và linh hoạt như mùi hoa nhài, mùi violet, mùi hoa cát cánh, kim ngân hoa, mộc lan, hoa cam, hoa thủy tiên... và các mùi mạnh mẽ như hoa huệ, hoa mẫu đơn, hoa hồng, hoa đại Indonesia, ylang ylang, lan Nam Phi.... Kết hợp một mùi hoa mạnh mẽ nồng nàn và một hoa ngọt nhẹ là cách đơn giản để bạn tạo ra một bó hoa cân bằng và lộng lẫy.

Greens + Watery

Những mùi hương chú trọng vào các note "xanh lá cây" mát mẻ như

cỏ ba lá, cỏ vetiver, bồ công anh, tre, bạch đàn, lô hội, húng quế, dưa chuột, hoa cúc xanh, xô thơm, lá thông, cây hương thảo, cây bách xù berry, bạc hà và dương xỉ sẽ dễ kết hợp với các note thuộc nhóm watery tươi mát (mùi nước biển, rong biển, hoa lan chuông, coumarine, liliam specious) để tạo ra một hỗn hợp mới xanh và mát lạnh.

Spicy + Woody

Nguyên tắc tương phản không thích hợp lắm khi nói về nhóm mùi gỗ và gia vị. Thay vào đó, sự đồng điệu giữa các gam trầm ấm, gợi cảm và nồng nàn của chúng lại mang đến sự kết hợp kỳ thú. Hoắc hương, đàn hương, tuyết tùng, nhân sâm, nhựa thơm, benzoin, cà phê, gỗ tếch, trà trắng, gỗ bách, hồng mộc, sồi... chắc chắn sẽ rất vui lòng nếu bạn kết hợp chúng với tiêu đen, tiêu hồng, mộc dược, ngải đắng, húng quế, quế...

Nếu muốn kết hợp nhóm mùi spicy hoặc woody với nhóm mùi hoa, hãy chọn các mùi hoa mạnh mẽ như hoa huệ hoặc hoa

BURBERRY BODY TENDER

TỎA SÁNG DỊU DÀNG VÀ CĂNG TRÀN SỨC SỐNG NHƯ NHỮNG GIỌT SƯƠNG SỚM TRÊN CÁNH HỒNG ANH QUỐC.



"Đứa em út" Body Tender ra đời mùa thu năm nay như một làn gió mới, dịu dàng nhưng cuốn hút, thổi hương sắc tươi mát của chanh, ngọt ngào của táo xanh và nồng nàn của lài trắng và cánh hồng Damascena vào dòng Burberry Body vốn nổi tiếng quyến rũ và sâu lắng. "Với Body Tender, chúng tôi muốn khám phá và đem lại phần tính cách dịu dàng và tinh nghịch đáng yêu hơn của cô nàng Burberry qua một dòng sản phẩm đầy nữ tính" – Christopher Bailey, Giám đốc Sáng tạo của nhà Burberry tự hào giới thiệu về hương thơm mới từ London với màu hồng phớt mềm mại trong thiết kế chai trong suốt, lấp lánh như một món trang sức bằng pha lê.

Vẻ đẹp của London từ hương sắc thiên nhiên cho đến vẻ đẹp thiếu nữ yêu kiều và giản dị là nguồn cảm hứng bất tận cho những bộ sưu tập mùi hương nổi tiếng của nhà Burberry. Body Tender không phải là một ngoại lệ. Lan tỏa trong không gian Body Tender là hương chanh

tươi mát hòa quyện với hương táo xanh đầu mùa dịu ngọt, gợi nhắc về một cơn mưa rào London đầy kỷ niệm trong sắc nắng lấp lánh. Tầng hương giữa là sự kết hợp tinh tế của hoa hồng Anh Quốc đậm sương được hái trước bình minh trong 45 ngày đầu mùa hè và hoa lài trắng trên nền gỗ đàn hương. Động lại sau cùng là hương thơm nữ tính và ấm áp của gỗ cashmeran, hổ phách và xạ hương, chia sẻ sự quyến rũ với hương cuối giống với Body Eau de Parfum.

Nàng thơ của Body Tender không ai xa lạ, chính là Cara Delevingne - gương mặt nổi bật nhất trên các sàn diễn Thu Đông 2012 – 2013 do tạp chí Vogue Anh Quốc bình chọn. Từ tháng 3 năm 2013, Cara chính thức thay thế Rosie Huntington-Whiteley để trở thành "Body" mới của dòng sản phẩm này. Chiến dịch quảng cáo của Body Tender được quay tại sông Thames, London, do nhiếp ảnh gia Mario Testino phụ trách dưới sự chỉ đạo của Christopher Bailey.



NHỮNG GỢI Ý CỦA JEAN CLAUDE ELLENA



Cartier Le Baiser du Dragon parfum



Narciso Musk for Her oil



mùi hương
quyến rũ tinh khiết
như phần em bé.



Lancôme Trésor



Bvlgari Black



ngọt ngào
và nồng nàn



Thierry Mugler Angel
(có thể là sản phẩm sữa
tắm hay cream body)



Serge Lutens
Clair de Musc



một phiên bản
tươi sáng
nhẹ nhàng
của Angel.



Jo Malone Red Roses



Jo Malone 154



hương gỗ và
hương hoa hồng trong
một giai điệu trầm.



Serge Lutens
Ambre Sultan



Serge Lutens
Vetiver Oriental



cực kỳ quyến rũ



YSL Opium



tinh dầu hoa cam



phiên bản Opium
của mùa hè



Dior Dioressence



Hermès Eau de Merveilles



mùi long
diên hương được
củng cố mạnh mẽ.



Guerlain Après l'Ondée



No5 de Chanel



hương iris
trong một giai điệu
hoa cỏ.



Trésor de Lancôme



Crabtree & Evelyn Evelyn



một tổng hòa
của hoa hồng ngọt
và lãng mạn



L'Eau d'Issey



Angel de Thierry Mugler



sự tương phản
mạnh mẽ



Diorissimo de
Christian Dior



Cool Water for Woman
(Davidoff)



tăng cường
những note tươi tắn
của biển cả.

100^{STYLES}

Playboy

FRAGRANCES FOR WOMEN



PLAY IT SPICY

Phong cách năng động, dành cho những cô nàng luôn làm chủ mọi cuộc chơi và biết cách khuấy động bầu không khí. Vừa mang vẻ kiêu sa của ly cocktail Benllini, đầy tự tin của hoa huệ tây, hoa lạc tiên, vởi vởi và cũng không kém phần gợi cảm của đàn hương và hồ phách. Play It Spicy - tâm điểm của mọi bữa tiệc!



PLAY IT SEXY

Playboy It Sexy lại dành tặng riêng cho những cô nàng nóng bỏng với hương thơm đậm chất phương Đông: Hương thơm tươi mát của bưởi hồng và quýt được pha trộn táo bạo với một chút cay nồng của hạt tiêu hồng sẽ thu hút mọi ánh nhìn và đưa bạn trở thành tâm điểm của buổi dạ tiệc.

Sự ngọt ngào từ cam thảo và hoa nhài của lớp hương giữa khơi gợi nét quyến rũ tinh tế và đưa các giác quan thăng hoa hoàn toàn trong sự nồng nàn vô tận; nốt hương cuối đọng lại trong sự nồng ấm và bí ẩn đầy mê hoặc của vani, hoắc hương, đàn hương và đậu tonka.



PLAY IT LOVELY

Ngây thơ, quyến rũ nhưng có gì đó rất tinh nghịch và khó nắm bắt. Lớp hương đầu thoang thoảng nhu nụ cười e thẹn của người con gái lần đầu gặp mặt. Nó không giống cơn lốc Play it Spicy mà chỉ nhẹ nhàng như một cơn gió thoảng qua, mang theo hương thơm ngọt ngào từ quả mâm xôi và những quả lê chín mọng. Khi tiếp tục cảm nhận, bạn sẽ phải ngạc nhiên khi nhận ra sau hương thơm ngọt ngào ban đầu sẽ là nét đậm thắm của hoa huệ, hoa lan và hoa quỳnh. Càng tập trung cảm nhận sẽ càng nhận ra sâu trong tầng hương đó là hoắc hương, hồ phách và đậu tonka, nó không nồng ấm như mọi loại nước hoa có chứa hương gỗ khác mà chỉ nhẹ nhàng vây quanh lấy bạn thật lâu, thật lâu. Đó chính là điểm đặc biệt của Play It Lovely, không náo nhiệt, không phô trương nhưng lại tạo ấn tượng rất sâu đậm.



PLAYBOY VIP FOR HER

Với hương thơm trẻ trung, nồng nàn và tươi vui từ hương hoa cỏ như ủa đến đầy bất ngờ, rộn ràng và tràn đầy hứng khởi. Hương cuối đậm đà, huyền bí của xạ hương kết hợp với hương ấm áp của gỗ đàn hương như bừng lên ánh sáng lấp lánh khiến cho Playboy VIP For Her trở nên quyến rũ, bền bỉ và sang trọng hơn bao giờ hết.

Sản phẩm được nhập khẩu và phân phối độc quyền bởi công ty Starasia Việt Nam
Địa chỉ: - Phòng 1505, Tầng 15, Tòa nhà Mipec - 229 Tây Sơn, Quận Đống Đa, Hà Nội
- Phòng 601, Tòa nhà Citilights - 45 Võ Thị Sáu, P.Đakao, Q.1, HCM

THỜI TRANG VÀ NƯỚC HOA

NHỮNG CHAI NƯỚC HOA DANH TIẾNG TỪ CÁC THƯƠNG HIỆU THỜI TRANG ẤN TƯỢNG.



Nine d'Urso chụp ảnh quảng cáo cho nước hoa Bottega Veneta

CHLOÉ ROSES DE CHLOÉ

Cảm hứng: cô nàng hiện đại, sang trọng và tươi mới – những đặc trưng truyền thống của thời trang Chloé.

Mùi hương: Nhẹ nhàng và duyên dáng, mùi hương dẫn dắt người ta lang thang trong các khu vườn hoa hồng của Paris. Nó bao gồm sự tươi mát của cam bergamot, mùi hoa hồng ngọt ngào và hoa mộc lan hiện đại. Và cuối cùng là xạ hương trắng và hổ phách nán lại trên da của bạn một cách lưu luyến.



BOTTEGA VENETA FOR WOMEN

Cảm hứng: chất liệu da truyền thống của Bottega Veneta.

Mùi hương: giám đốc sáng tạo Tomas Maier đã tạo ra một hương thơm lấy mùi da thuộc làm yếu tố trung tâm, xoay quanh nó là các ghi chú gợi nhắc đến mùa hè mù sương của Venetian. Kết quả là một

hương thơm có sự sang trọng vô hình, đúng chất Bottega Veneta.

Ra mắt năm 2011, Bottega Veneta được tạo ra từ hương

cam bergamot, hạt tiêu hồng Brazil, nhài Ấn Độ, rêu sỏi, hoặc hương Ấn Độ và da thuộc.





FLORABOTANICA

Cảm hứng: Dấu ấn thời trang của Balenciaga với những vạch đen trắng cổ điển trên nắp và ống hút như một lời chào hỏi tới nhà sáng lập Cristóbal Balenciaga, những họa tiết hoa mỹ trên bao bì hộp lấy từ bộ sưu tập Balenciaga mùa thu năm 2011.

Mùi hương: mùi hương cũng lấy cảm hứng từ những họa tiết hoa của Balenciaga từ mùa xuân năm 2008, theo ý tưởng của Giám đốc sáng tạo Nicolas Ghesquière. “Những bông hoa trong sưu tập năm 2008 không lãng mạn cũng không ngây thơ mà mang dấu ấn của kiến trúc đương đại. Tôi muốn Florabotanica phải thể hiện ý tưởng tương tự”. Mùi hương rất đặc biệt này được tạo ra bởi hai nghệ sỹ Jean-Christophe Héraul và Olivier Polge (con trai của chuyên gia mùi hương Jacques Polge nhà Chanel). Florabotanica có thành phần chính là cỏ vetiver, lá caladium, bạc hà, cam chanh và hồ phách – sự kết hợp lạ cho một mùi hương đẹp lạ nhưng cũng không kém phần “nguy hiểm” với chất nam tính ẩn giấu trong đó.

MARNI

Cảm hứng: Thế giới thời trang của Marni, đặc biệt là phụ kiện Marni. Sự tung hứng với tỷ lệ, những hình dáng mạnh mẽ, những chấm bi.

Mùi hương: “Mẹ tôi không thích hoa, trái cây hoặc nước hoa ngọt ngào. Tôi bắt đầu bằng cách gửi hơn 100 thành phần. Hương thơm cuối cùng mất gần hai năm để tạo ra bởi chúng tôi muốn một cái gì đó thực sự là “Marni đóng chai” – Carolina Castiglioni – nữ thừa kế của Marni giải thích về nước hoa đầu tay của thương hiệu danh tiếng này. Kết quả là một loại nước hoa nữ tính nhưng không ngọt ngào với các thành phần của gừng, hạt tiêu và lớp hương gỗ chìm đắm.

Nước hoa được thiết kế theo cảm hứng từ đồ phụ kiện thanh lịch của Marni. Trong hình là một thiết kế túi của MARNI Resort 2014



Một thiết kế haute couture của Givenchy

CHANEL COCO NOIR

Cảm hứng: cảm hứng từ phương Đông, thành Venice, nghệ thuật Baroque - những dấu ấn không thể nào quên trong cuộc đời người đàn bà lừng danh Gabrielle Chanel.

Mùi hương: mở đầu trong giai điệu của trái cây họ cam tươi mát, rồi đến những chấm phá thanh lịch của hoa nhài trắng, hoa hồng, thủy tiên và cuối cùng bùng nổ trong sự êm ái của đậu Tonka, hoắc hương, đàn hương, vani Bourbon, hương trầm.



GIVENCHY ANGE OU DEMON LE SECRET FEATHER EDITION

Cảm hứng: sự lãng mạn sang trọng của chất liệu lông và satin

Mùi hương: hương thơm mở ra với chanh Ý, lá trà xanh và tinh dầu hoa cam thơm mát. Ở trung tâm của mùi hương là mùi hoa nhài trắng, hoa cam và hoa đại frangipani. Lớp hương cuối lắng đọng trong mùi hoắc hương, xạ hương trắng, vani và gỗ tuyết tùng. Mùi hương rất khác so với phiên bản ban đầu của Ange ou Demon Le Secret năm 2009: sự tươi mới của chanh, lá trà và nam việt quất ngọt chua, sự quyến rũ của hoa nhài, hoa mẫu đơn, hoa huệ, sự tinh tế của gỗ vàng và hoắc hương.





UNDER THE **MASK**





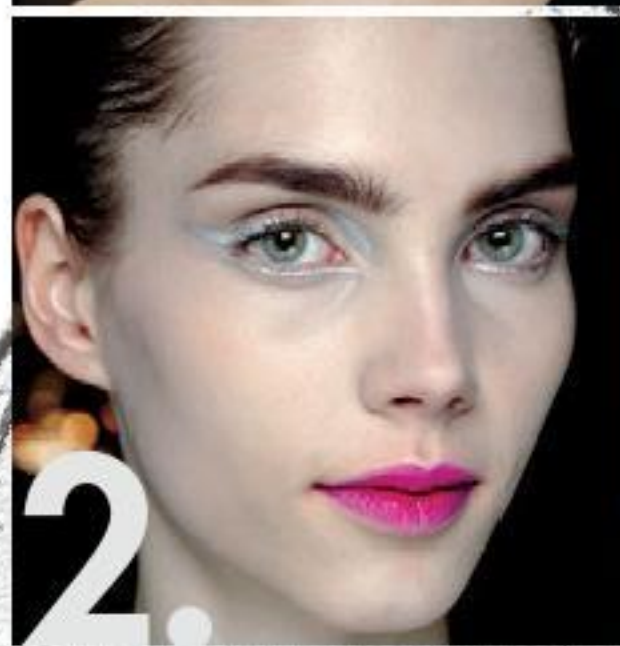
Photo: Milor Trần
Make up: Charlies Quốc Anh, Donal Nguyễn
Model: Khánh Ngọc, Thanh Hoài
Thực hiện: Kelvin Trần
Accessorize: Top Shop



1.

PHẤN MẮT MÀU BẠC (Chanel):

Để tạo ra một đôi mắt băng giá, nghệ sỹ make up Peter Philips pha trộn bằng tay phấn mắt dạng cream màu bạc ở cả mí trên và mí dưới, tràn lên vùng chân mày. Ông kết thúc bằng hai đường kẻ mắt màu đen sát mí mắt và để chúng gặp nhau ở Đuôi mắt. "Không có điểm nhấn cuối này, đôi mắt sẽ biến mất).



2.

KẼ MẮT MÀU BẠC (Dior Fall

2013): kẻ viền mắt màu bạc ở mí dưới và ¾ viền mí trên, kéo dài phần đuôi thành phong cách mắt mèo. Kẻ thêm một đường nhỏ ở nếp gấp mí trên. Pat McGrath (người sáng tạo những đường kẻ này) cho rằng những kẻ ánh bạc tượng trưng cho chủ nghĩa vị lai và sự tươi trẻ.



03 TIPS CHO ÁNH NHỮ BẠC

3.

**HIGHLIGHT
MÀU BẠC**

(Gianfranco Ferré): Bạn cảm thấy hơi buồn với màu mắt nâu hay xám thường ngày? Không sao, cứ dùng các màu này như bình thường nhưng chỉ cần Highlight một chút nhũ bạc ở khóe mắt là đôi mắt sẽ thay đổi ngay. Chuyên gia trang điểm Benjamin Puckey đã sử dụng thủ thuật này ở show của Gianfranco Ferré để đôi mắt được mở rộng và nhìn to tròn hơn.



Review

Kosé SEKKISEI Clear Whitening Mask



Tác dụng: mặt nạ làm sạch và tẩy tế bào chết. Loại bỏ sự xỉn màu da, se khít lỗ chân lông, kiểm soát sự bài tiết dầu quá mức. Làn da sẽ trở nên mượt mà, tươi sáng và trong trẻo hơn.

Thành phần: Chiết xuất hạt Coix làm trắng sáng da, chiết xuất rễ cây đương quy (Angelica) kiểm soát bã nhờn, chiết xuất bạch vi thảo (Melo-thria) se khít lỗ chân lông, chiết xuất cây mộc qua (Chinese quince) kiểm soát bã nhờn, chiết xuất trà Oolong đỏ se khít lỗ chân lông.

Đánh giá: Đây là một loại mặt nạ rất thú vị. Đầu tiên, tôi bóp nhẹ đầu tuýt để lấy ra khoảng 2cm một chất lỏng màu đen đặc, thoa toàn bộ lên mặt (tránh vùng chân mày và tóc). Tôi đợi trong 15 phút tiếp theo để dung dịch này khô hoàn toàn. Khi khô, Kosé SEKKISEI Clear Whitening Mask sẽ biến thành một lớp màng mỏng và mềm như giấy bóng kính. Bạn chỉ cần lột nhẹ là lớp bóng kính này sẽ bong ra. Nếu để ý bạn sẽ thấy trên bề mặt của lớp bóng kính có cả những mụn cám li ti vùng đầu mũi hoặc cằm (gần giống như khi bạn sử dụng miếng lột mụn). Làn da mịn màng hơn và khô ráo ngay sau khi sử dụng mặt nạ, thậm chí chẳng cần đến nước xả lại. Tính tiện dụng của Kosé SEKKISEI Clear Whitening Mask là điểm cộng đầu tiên khiến tôi muốn mang sản phẩm này trong hành trang du lịch của mình.



CHẢI TÓC 100 lần một ngày

Bạn không nghe lầm, vâng, 100 lần chải tóc trong một ngày! Không phải là câu chuyện cười mà đây thực sự là một mẹo cổ điển được lan truyền rộng rãi trong giới làm đẹp. Những người ủng hộ giải thích rằng việc chải tóc cũng giống như một hoạt động massage nhẹ nhàng từ da đầu đến chân tóc, có thể kích thích lưu thông tuần hoàn máu, loại bỏ bụi bẩn bám trên tóc một cách

nhẹ nhàng, làm tóc mềm mượt và chống lại việc rụng tóc.

Tuy nhiên, rất nhiều người chống lại mẹo làm đẹp này. Nhiều chuyên gia lên tiếng rằng, chải tóc đến 100 lần trong ngày chỉ khiến da đầu bị suy yếu đi và khiến tóc bị rụng nhiều hơn. Phương pháp này chỉ thích hợp vào thế kỷ trước, khi phụ nữ gội đầu một lần trong tháng và hoàn toàn không phải đối mặt nhiều với ô nhiễm môi trường hay sự tấn công của các chất

hóa học độc hại. Có những ngôi sao như Kristen Stewart thậm chí còn nói thẳng với công chúng là nhiều năm nay cô còn chẳng biết đến sự tồn tại của một chiếc lược.

Nếu nhóm người phản đối việc chải tóc là đúng thì lẽ nào thời tận diệt của những chiếc lược đã đến? Không, hãy cứ chải tóc như bình thường. Việc chính xác nhất cần làm là bạn hãy mua cho mình một chiếc lược thích hợp và chải vào bất cứ lúc nào bạn cảm thấy có nhu cầu, không cần phải đạt đến cột mốc 100 lần cho bằng được. Điều duy nhất cần nhớ là không chải tóc khi tóc ướt!

Những chiếc lược tốt nhất thế giới đang áp dụng những nghiên cứu công thái học ergonomic (nhằm loại bỏ chấn thương từ những thao tác lặp lại mỗi ngày) để tạo ra một cấu trúc hoàn hảo và trọng lượng cân bằng, khiến chiếc lược vừa vặn với lòng bàn tay như một chiếc găng. Thường thì một chiếc lược tốt sẽ có các chân lược vững chắc, không trở nên lỏng lẻo theo thời gian. Chúng được cố định vững chắc và phân phối một áp lực đều đặn trên toàn bộ bề mặt của bàn chải, thâm nhập dễ dàng vào tóc và cung cấp những chuyển động tinh tế trên da đầu như một hình thức massage dịu nhẹ. Bụi bẩn được loại bỏ trong quá trình chải tóc và cùng lúc đó, bã nhờn tự nhiên được hấp thu từ gốc tóc và phân phối vào sợi tóc khiến tóc trở nên bóng, mềm mượt tự nhiên.

NHỮNG LỰA CHỌN CHO TÓC

CHỐNG RỤNG

Davines ENERGIZING

Dầu gội chống rụng tóc: Dầu gội làm sạch nhẹ nhàng dành cho da đầu và tóc yếu, hay bị rụng tóc. Dầu gội kích thích lưu thông tuần hoàn máu.

Dung dịch chống rụng tóc: Dung dịch chống và trị liệu dành cho da đầu và tóc yếu hay bị rụng tóc đồng thời kích thích lưu thông tuần hoàn máu. Công thức sản phẩm dành riêng cho việc chống và trị rụng tóc theo mùa hay do các yếu tố căng thẳng tâm lý và sinh lý gây nên.



DƯỠNG BÓNG

Fudge Gloss

Huyết thanh dưỡng bóng tóc chống lão hóa Gloss: Bảo vệ tóc trước tác hại của môi trường với tinh chất chống lão hóa được chiết xuất từ hoa Calendula, giúp dưỡng và giữ màu cho tóc. Cung cấp tối đa độ bóng và chống mất nước cho tóc.



CHỐNG HƯ TỖN

Macadamia Deep Repair Masque

Kem hấp và mặt nạ Macadamia chiết xuất từ tinh dầu Macadamia và Argan. Cải thiện tổng thể và tức thì vẻ đẹp của từng sợi tóc. Đặc trị chuyên sâu giúp tái cấu trúc tóc bằng cách ngấm sâu và phục hồi hư tổn, giúp cải thiện độ đàn hồi và óng ả cho tóc.



CHỐNG NẮNG

Goldwell Dualsenses

Mặt nạ Tăng cường phục hồi tóc khỏi tác hại của ánh nắng mặt trời, nước hồ bơi, nước biển. Hiệu quả nhanh chóng, chỉ cần 60s.

Xịt chống nắng: Nhờ hệ thống hai tác động giúp cùng lúc chăm sóc và bảo vệ tóc khỏi tác động của ánh nắng mặt trời, nước hồ bơi và nước biển.





FUSION BODYWORKS

ĐIỂM NHẤN TRONG SỰ TRỞ LẠI CỦA TTTM HÀNG DA

*Vui nhất là chợ Đồng Xuân
Bắc Qua cũng gần nhưng kém vui xa
Chợ Đuối họp lúc chiều tà
Chợ Hôm họp sáng, chợ Hàng Da họp ngày*



Kho tàng văn hóa dân gian của người Hà Nội vẫn còn lưu giữ những chứng nhân về tuổi tác và hình bóng của những khu chợ gắn với hồn cốt của một Hà Nội xưa cũ. Trong mảng ký ức xưa cũ, chợ Hàng Da là một bức họa chân thực mô tả sự sinh hoạt hàng ngày của một khu chợ nhỏ truyền thống. Vào năm 1989, nắm bắt được nguyện vọng của dân cư phố cổ, UBND quận Hoàn Kiếm quyết định đầu tư nâng cấp và biến chợ Hàng Da trở thành địa điểm giao lưu buôn bán đặc trưng của người Hà Nội, gắn liền với cuộc sống hàng ngày không chỉ của dân phố cổ mà còn của những người yêu thích chợ Hàng Da.

Hòa nhập với lối sống và sự chuyển mình của đất nước, chợ Hàng Da một lần nữa trở thành trung tâm hòa



quyện giữa hỗn chợ truyền thống và sự hiện đại thương mại với các thương hiệu lớn trên thế giới. Đứng từ một góc xa, chợ Hàng Da chính là biểu tượng cho sự hòa trộn giữa truyền thống và hiện đại, là một biểu tượng linh hồn đối với phố cổ Hà nội.

Trải qua rất nhiều biến động, đặc biệt là cuộc khủng hoảng kinh tế từ năm 2009, chợ Hàng Da im lìm trong cái sự bươn chải, cố gắng của đất nước mong từng bước khôi phục lại sự hấp dẫn vốn có.

Câu chuyện về chợ Hàng Da sẽ chỉ có vậy nếu không có sự xuất hiện của Fusion Bodyworks. Có lẽ sẽ rất nhiều người đặt câu hỏi Fusion Bodyworks là ai, là cái gì và tại sao lại liên quan đến chợ Hàng Da. Với lối kiến trúc hiện đại, mang thiên nhiên hòa quyện trong luyện tập, Fusion Bodyworks hứa hẹn là một trung tâm thể dục thẩm mỹ 5 sao của

Hà Nội, với mục tiêu mang lại những dịch vụ vượt trội cùng với trang thiết bị máy móc tối tân, tiêu chuẩn dịch vụ hướng tới khách hàng.

Thông điệp mà Fusion Bodyworks gửi tới toàn thể khách hàng và hội viên là “chúng tôi không xây dựng trung tâm, mà chúng tôi xây dựng cộng đồng”, nơi mà các hội viên sau một ngày làm việc mệt mỏi có thể đến để tham gia luyện tập thông qua các lớp học Yoga hoặc lớp học nhảy theo nhóm với các cấp độ từ cơ bản đến nâng cao, sử dụng những máy móc luyện tập dưới sự hướng dẫn chuyên nghiệp của các chuyên gia quốc tế nhằm giúp hội viên cân bằng và cải thiện về sức khỏe cũng như tinh thần. Nếu như Indoor Golf – loại hình chơi Golf 3D hiện đại – giúp khách hàng trải nghiệm với 85 sân Golf hàng đầu thế giới, thì Hot Yoga và Spa cùng với xông khô, xông ướt và bể sục Jacuzzi lại cung cấp

cho khách hàng những dịch vụ trị liệu, giảm béo, giải trừ độc tố hoàn hảo rất có lợi cho sức khỏe.

Được đầu tư bài bản với chi phí rất lớn, những dịch vụ then chốt của Fusion Bodyworks đã và đang xây dựng được lòng tin và sự gắn kết với tất cả khách hàng. Với phương châm “hãy sống ngay bây giờ”, hội viên đến với Fusion Bodyworks không chỉ để tập luyện, mà còn để giao lưu với những người cùng sở thích và tận hưởng cuộc sống thật sự, tạm quên đi mọi lo toan, áp lực bộn bề trong cuộc sống và công việc thường ngày.

Với lợi thế về địa điểm cũng như chất lượng dịch vụ, sắc tím hồng của Fusion Bodyworks thực sự đã và đang trở thành gam màu chủ đạo trong sự trở lại và chuyển mình mạnh mẽ của Trung tâm thương mại Hàng Da nói riêng, cũng như sự đổi mới của khu vực trung tâm Hà Nội nói chung.

TIN TỨC

Style / Tháng 8-9/2013

HÃY CHỌN NOKIA LUMIA 925

Ngay bây giờ, bạn có thể mua Nokia Lumia 925 qua nhà bán lẻ thegioididong.com và nhận được những quà tặng hấp dẫn.

Nokia Lumia 925 đã làm nức lòng các tín đồ công nghệ, đặc biệt là những tín đồ Windows Phone với khả năng chụp ảnh tuyệt vời, chụp ảnh và quay video siêu sắc nét trong mọi điều kiện ánh sáng với tính năng hàng đầu: máy ảnh PureView 8.7 Megapixel với sáu ống kính Carl Zeiss.

TÍCH HỢP MÁY ẢNH CAO CẤP

Lumia 925 đã kế thừa và nâng cao ưu điểm về chụp ảnh, cho bạn những bức ảnh có độ sáng cao trong điều kiện ánh sáng yếu nhờ công nghệ PureView độc quyền của Nokia. Đây là smartphone đầu tiên có camera dùng 06 lớp thấu kính cùng dual-LED flash cho chất lượng ảnh tốt nhất trong mọi điều kiện ánh sáng.

Đặc biệt là tính năng Smart Camera cho phép chụp nhiều khung ảnh riêng biệt và tùy chỉnh từng khung hình riêng biệt trước khi ghép lại. Tính năng Action Shot cho khả năng ghép nhiều ảnh liên tiếp tạo hiệu ứng chuyển

động. Tính năng Blur Motion làm mờ cảnh nền và làm nổi bật đối tượng chuyển động. Remove Moving Object trong Smart Camera giúp bạn xóa bỏ những chi tiết không mong muốn để có bức ảnh ưng ý nhất.

TÍNH NĂNG CAO CẤP KHÁC

Lumia 925 còn được trang bị những tính năng như Hipstamatic (tương tự như một mạng xã hội hình ảnh thu nhỏ, cho phép bạn thấy mọi hoạt động liên quan đến hình ảnh của bạn bè theo dạng TimeLine), HERE Maps hỗ trợ bản đồ trực tuyến hoàn hảo, Nokia Music, Music+ cùng một số ứng dụng độc quyền khác mà Nokia cung cấp cho dòng Lumia và 145.000 ứng dụng trong kho ứng dụng Windows Phone.

THIẾT KẾ SANG VÀ CHẮC

Dòng 925 được đánh giá đẹp hơn các dòng trước nhờ bộ khung viền bằng nhôm trơn bóng và cao cấp. Khung viền của Lumia 925 được thiết kế hơi cong, làm bằng kim loại khá dày, cho cảm giác chắc tay, sang trọng và lịch lãm.

Tháng 9 này, Nokia Lumia 925 chính thức về Việt Nam qua đường chính hãng và khách hàng có thể mua hàng tại hệ thống 210 siêu thị thegioididong.com hoặc website www.thegioididong.com và tổng đài 1900 561 292 với nhiều ưu đãi hấp dẫn.

GUCCI KENZO

Lấy ý tưởng từ bộ sưu tập thời trang cao cấp Gucci Premiere được trình chiếu tại LHP Cannes 2010, Gucci cho ra mắt dòng nước hoa mới Gucci Premiere. Dòng mới này phù hợp với người phụ nữ trẻ trung nhưng thành đạt, hiện đại và độc lập. Cô ấy có đẳng cấp, học thức, quyền lực, có địa vị trong xã hội, yêu thích sự sang trọng, xa hoa. Hương đầu mang mùi hương sang trọng, phần khởi của champagne cổ điển, hợp chất phả sủi bọt của cam bergamot, hoa cam truyền tải sự phấn kích của lối vào thâm đồ. Hương giữa chiết xuất từ hoa cam rực rỡ được tắm với xạ hương hiện đại thể hiện sự gợi cảm. Hương cuối ấm áp, dễ chịu của nước hoa xuất phát từ hoặc hương và gỗ đàn hương là hình ảnh thu nhỏ của sự quyến rũ tuyệt đối. Giá: 1.180.000VNĐ.

Mỗi sản phẩm của Kenzo đều được miêu tả như một câu chuyện hành trình đầy chất thơ, gắn liền cùng các hình ảnh sắc màu tuyệt đẹp của thiên nhiên và cuộc sống. Nước hoa Kenzo không chỉ mang đến sự thư thái nhẹ nhàng bởi hương thơm tự nhiên quyến rũ mà còn thể hiện sự sâu sắc, những cung bậc cảm xúc lắng đọng và chân thực nhất bên trong mỗi con người. Từ nay đến 09/09/2013, Kenzo ưu đãi đặc biệt dành cho tất cả các dòng nước hoa: Mua size trung được tặng túi cá tính hoặc khăn tắm lớn. Giá: 960.000VNĐ/chai.



SISLEY

Sisley vừa chính thức giới thiệu sản phẩm tinh chất Phyto-Blanc Absolute Whitening Essence nhằm mục tiêu vào sự hình thành của hắc tố melanin. Vitamin C và Hexylresorcinol tối ưu hóa các hiệu quả làm sáng trên những sắc tố melanin2 hiện có và tăng cường sự ức chế quá trình tăng sắc tố hóa ở da, làm giảm đáng kể số lượng, kích thước và cường độ màu sắc của các đốm nâu. Tinh chất này còn làm giảm việc chuyển giao hắc tố melanin lên lớp biểu bì, giúp làn da đều màu và rạng rỡ hơn. Vì dạng sữa gel, Phyto-Blanc Whitening Essence thẩm thấu vào da, hấp thụ một cách nhanh chóng, để lại làn da mềm mại và dẻo dai. Sisley đang giới thiệu chương trình trị liệu 04 tuần làm trắng và chống lại các đốm nâu này nên được sử dụng thỉnh thoảng cùng với Intensive Whitening Serum giúp hoàn thành và thúc đẩy các tác động làm trắng da hàng ngày cho một hiệu quả làm trắng da có một không hai trên mặt, cổ và ngực.

life style



• Smart Money

TIỀN } ANH, EM, ...AI?

Mai Phạm

VẬY THỬ HỎI, CÓ PHỤ NỮ Ở ĐÂU TRÊN THẾ GIỚI NÀY SƯỚNG NHƯ
PHỤ NỮ VIỆT NAM?

GÓC NHÌN CỦA MỘT NGƯỜI ĐÀN ÔNG VIỆT

"Không có nhiều đàn ông trên thế giới có thể nuông chiều được phụ nữ Việt Nam như đàn ông Việt Nam". Anh bạn thân của tôi- một người đàn ông quyến rũ độc thân ở tuổi 40 đã thốt lên như vậy trong một buổi chiều café cuối tuần.

Một lời nhận xét đầy tính phiến diện và nhất thời! Sau 05 giây tròn mắt ngạc nhiên và xem chút nữa bị sắc hộp capuccino nóng, tôi nén cười bởi tò mò muốn nghe phần lập luận tiếp theo từ anh. Và tôi muốn hiểu được lý do nào khiến một người đàn ông Việt thuộc nhóm most-wanted và từng trải với tình trường như anh lại kết luận hùng hồn đến vậy.

Ở xã hội phương Tây, khái niệm chia sẻ tiền bạc công bằng giữa đàn ông và phụ nữ là một lẽ dĩ nhiên. Từ cái tuổi cấp sách tới trường, cho đến lúc đi học đại học, rồi ra đời đi làm, cho đến trước khi lập gia đình, đàn ông phương Tây không có khái niệm phải che chở, lo lắng về mặt tài chính hoặc thói quen rút ví thanh toán hết các chi phí khi đi chơi hay đi mua sắm cho phái đẹp. Khái niệm "share 50-50" hay luân phiên chi trả giữa đàn ông và phụ nữ diễn ra tự nhiên. Vì vậy nên bất cứ chàng trai phương Tây nào cũng sẽ được khen ngay là ga lăng khi mời được phái đẹp một bữa tối, hay rút ví mua sắm đồ cho bạn gái.

Còn ở những đất nước có phong tục coi đàn ông là trụ cột của xã hội như các nước Hồi giáo và phong kiến, phụ nữ hoàn toàn dựa dẫm vào đàn ông về mặt tài chính. Đối lại, những phụ nữ này sẽ bị yêu cầu phải từ bỏ sự nghiệp, công việc để toàn tâm toàn ý lo lắng cho công việc nội trợ gia đình. Ở Việt Nam, các chàng trai từ rất ít tuổi đã được xã hội dạy dỗ thế nào là "ga lăng" nên sớm có ý



thức làm chỗ dựa tài chính cho phái đẹp. Ví dụ như, các cậu bé mới lớn học cấp phổ thông, khi có bạn gái thì sớm phải học cách tiết kiệm tiền tiêu vặt, xin thêm bố mẹ một khoản rủng rỉnh để có thể đưa nàng đi ăn cây kem, đi chơi công viên, đi uống nước hay mua tặng nàng những món đồ lưu niệm nhỏ xinh.

Các chàng trai Việt khi vào đại học và mới ra trường, nếu có bạn gái, sẽ phải lưu ý trích ra trong quỹ lương ít ỏi của mình một khoản kha khá để ít nhất một tháng có mấy lần đưa nàng đi ăn vặt, xem phim, café tâm sự, và sang chảnh hơn một chút là đưa nàng đi du lịch cùng bạn bè. Đó là chưa kể những khi nàng trót thích một bộ cánh Mango, hay chiếc vòng Accessorize nào đó, và đưa ánh mắt nũng nịu đầy ý nhị nhìn mình, chàng sẽ không còn cách nào khác là sẽ phải giả vờ tươi cười rút ví ra thanh toán.

Càng từng trải hơn, kinh nghiệm hơn và thành đạt hơn, đàn ông Việt lại càng được phái đẹp nhìn nhận một cách dĩ nhiên là những ví tiền di động đáng yêu hấp dẫn. Và dường như, khả năng tài chính vững chắc gần

đây trở thành một trong các tiêu chí được đưa lên top hàng đầu của phái đẹp Việt khi cân nhắc để đi đến kết hôn. Càng thành đạt, càng mạnh về tài chính, cơ hội để có thể lựa chọn và kiếm được một người vợ xinh đẹp có nhiều đối tượng theo đuổi càng cao. Chẳng trách mà, đàn ông Việt ngày càng trở nên quan tâm đến độ lớn con số trong tài khoản nhà băng hơn là lo lắng cho độ lớn của vòng eo của mình. Bởi vậy, khi cần tán tỉnh một mục tiêu, thay vì cố gắng tập luyện và chăm chút nhan sắc bản thân cho phong độ hơn, đàn ông Việt phần lớn đều sử dụng những lựa chọn xa xỉ và sự chiều chuộng để mua chuộc phái đẹp. Từ vòng tay, đồng hồ cho đến giấy Jimmy Choo, túi Chanel, mỹ phẩm Shiseido, nước hoa Gucci...v.v.

VỚI MỨC THU NHẬP KHỦNG CÓ THỂ MUA SẮM THOẢI MÁI KHÔNG NHƯNG CHO BẢN THÂN MÀ CẢ CHO NGƯỜI YÊU/ CHỒNG, NHƯNG HỌ LẠI DỄ DÀNG CẢM THẤY HẠM HỰC NẾU NGƯỜI ĐÀN ÔNG CỦA MÌNH QUÊN MUA TẶNG MỘT VÀI MÓN QUÀ NHỎ NHỎ TRONG NHỮNG DỊP KỶ NIỆM TRONG NĂM.



Nhưng vậy đâu đã đủ! Khi đã có vài mụn con, các khoản chi tiêu trong gia đình và cho con cái sẽ phải do người đàn ông hoàn toàn gánh vác. Phụ nữ được toàn quyền giữ lấy khoản lương tẩm tẩm từ một công việc đi làm nhàn hạ cho việc mua sắm cá nhân. Ngoài ra, công việc nội trợ, chăm lo cho con cái trong gia đình sẽ có người giúp việc làm và chi phí bao nhiêu đã có người đàn ông lo liệu. Phái đẹp may mắn cưới được người chồng thành đạt cứ an nhàn mà hưởng cuộc sống nhung lụa, đầu óc chân tay thành thoi, dành thời gian đi spa, mua sắm.

"Vậy thử hỏi, có phụ nữ ở đâu trên thế giới này sướng như phụ nữ Việt Nam?" Đó là lời chốt cho những lý luận đầy tính đánh thép từ anh bạn hot-bachelor của tôi.

GÓC NHÌN CỦA MỘT NGƯỜI PHỤ NỮ VIỆT

Tôi có những người bạn gái thân rất thành đạt và có khả năng kiếm tiền ngang ngửa các đấng mày râu. Với mức thu nhập khủng có thể mua sắm thoải mái không những cho bản thân mà cả cho người yêu/ chồng, nhưng họ lại dễ dàng cảm thấy hậm hực nếu người đàn ông của mình quên mua tặng một vài món quà nhỏ nhỏ trong những dịp kỷ niệm trong năm. Bên cạnh đó, lại có những cô bạn khác của tôi- tuýp phụ nữ trẻ, thành đạt và hiểu biết, nhưng thỉnh thoảng vẫn tùm năm tùm bảy buôn chuyện và trầm trở ngưỡng mộ một cô A, chị B nào đó bằng cụm từ "số hưởng".

Đại loại là một số ít những người phụ nữ xinh đẹp, kiếm được tầm người yêu/chồng kiểu như chú C, anh D nào đó rất thành đạt, giỏi kiếm tiền, lại còn rộng rãi, chiều phái đẹp. Đó là những người đàn ông sẵn sàng đưa nàng đi nước ngoài shopping vài lần một tháng, sẵn sàng mua tặng nàng những món đồ lên đến cả mấy ngàn USD, hay không ngần ngại đưa nàng đến những chỗ xa xỉ nhất Paris, New York... Đối lại, nàng không cần phải đi làm kiếm tiền gì hết, chỉ cần ở bên chàng và cần nhất là phải luôn luôn... "Đẹp"!

Phụ nữ thật mâu thuẫn, nhất là phụ nữ thông minh, độc lập và thành đạt. Họ luôn nhìn vào những cái mình đang không có, và so sánh với những thứ mà người khác đang sở hữu để mơ ước, thèm thuồng và để "giá mà" đủ thứ. Nhưng tôi đánh cược rằng, nếu giả sử được chú C và anh D đó theo đuổi, chưa chắc họ sẽ gạt đầu nhận lời yêu. Bởi vì sao? Sau những phút than thở bằng quơ đó, họ lại là chính họ.

Phụ nữ thông minh và thành đạt thường có đầu óc logic và khả năng đặt vấn đề lên bàn cân mà so sánh được mất trước bất cứ một quyết định nào trong cuộc sống. Họ nhận thức được rõ ràng rằng bất cứ mỗi

quan hệ nào, nếu không xuất phát từ tình yêu, thì đều là sự trao đổi lẫn thỏa hiệp mà chỉ có người trong cuộc mới biết.

Mặt khác, họ cũng sẽ không bao giờ đánh đổi sự nghiệp cùng những hoài bão cá nhân để lấy một cuộc sống nhàn rỗi nhưng lựa nhưng mất đi tự chủ. Họ thà tự tay chăm sóc khu vườn, ngôi nhà, góc bếp bằng chính đôi tay của mình, còn hơn cái cảm giác rảnh rang không có việc gì làm. Hơn nữa, họ hiểu rõ giá trị chân chính của tiền bạc nên trái tim mạnh mẽ của những người phụ nữ thông minh và thành đạt thường khó bị chinh phục bởi những người đàn ông vung phí của cải vô tội vạ để "mua" tình cảm.

Suy cho cùng, cuộc sống quá ngắn ngủi và đích đến của nó không phải là những thứ có thể định giá được bằng tiền bạc, mà là sự cộng hưởng của rất nhiều yếu tố: niềm đam mê công việc, hoài bão bản thân, niềm vui của những thành quả tự làm ra từ sự phấn đấu, cảm xúc và những người bạn đồng hành trong cuộc đời.

Trong cuộc sống, không có một khái niệm tuyệt đối nào giữa: sống đúng và sống sai, nên và không nên, được và không được... mà phụ thuộc vào sự lựa chọn của mỗi người. Nhưng tôi vẫn hay mỉm cười khi thoáng nghĩ rằng: những đôi giày đế đỏ Christian Louboutin sẽ trở nên vững chãi, vừa vặn với đôi chân hơn và những chiếc túi Hermès Birkin sẽ đáng giá hơn khi chúng được mua bằng chính những đồng tiền kiếm được từ sự nỗ lực của bản thân người sở hữu nó.

Coway

MÁY LỌC NƯỚC NHẬP KHẨU HÀN QUỐC



Website: www.coway.com.vn

Hotline: 04 6251 5555



XE HƠI VÀ NHỮNG SCANDAL ĐẠO CHÍCH

Hoàng Tú

ÔTÔ – NGÀNH CÔNG NGHIỆP MŨI NHỌN CỦA NHIỀU QUỐC GIA PHÁT TRIỂN TRÊN THẾ GIỚI, NHƯ MỌI NGÀNH HÁI RA TIỀN KHÁC, CŨNG ỒN ÆO NHIỀU CHUYỆN KHÓ HIỂU XUNG QUANH VIỆC THIẾT KẾ, Ý TƯỞNG VÀ CẢ NHỮNG VỤ SCANDAL VỀ ẮN CẮP MẪU MÃ, CÔNG NGHỆ.

HAI THƯƠNG HIỆU TRÊN CÙNG MỘT CHIẾC XE

Câu chuyện về mối quan hệ giữa các hãng trong ngành công nghiệp xe hơi rắc rối không kém bất kì một cuốn tiểu thuyết tình cảm nào. Sự mở rộng, hợp tác và cả những thương vụ mua bán thương hiệu tạo ra nhiều liên kết chông chéo lẫn nhau đầy phức tạp.

Bên cạnh đó, việc cá lớn nuốt cá bé diễn ra khá phổ biến trong ngành công

ngiệp ô tô. Bởi vậy, nhiều thương hiệu cổ ngày nay nằm trong tay một số tập đoàn xe hơi lớn nhất định. Ví dụ như General Motors sở hữu Chevrolet, Opel, Daewoo. Fiat hợp tác với Chrysler sở hữu Ferrari, Toyota sở hữu Lexus, Scion và lớn nhất là Volkswagen sở hữu hàng loạt các thương hiệu hạng sang như Lamborghini, Porsche, Audi...

Việc mở rộng giúp các hãng hỗ trợ lẫn nhau trong việc kinh doanh cũng như thiết kế sản phẩm mới. Có

thể trên cùng một con đường sẽ có hai chiếc xe giống hệt nhau nhưng mang hai thương hiệu khác nhau. Các tập đoàn vẫn định hướng một thương hiệu nhất định cho một thị trường riêng biệt nhưng vẫn xuất hiện các trường hợp đặc biệt như ví dụ kể trên.

Để nói rõ hơn về vấn đề trên, hãy lấy hai chiếc xe đa dụng là Toyota Land Cruiser và Lexus LX làm ví dụ. Thực tế Lexus là thương hiệu sang của Toyota dành cho thị trường Mỹ và đang bành trướng ra khắp thế giới, còn Toyota vẫn bị cái bóng xe bình dân níu chân mình bước lên nấc thang xe hạng sang. Bởi vậy, Toyota đã phát triển một hệ thống khung gầm, máy móc, nền tảng chung cho cả Land Cruiser và LX nhằm tiết kiệm chi phí sản xuất, R&D cũng như nhiều yếu tố khác.

Vì gắn liền với hình ảnh của sự sang trọng, chiếc Lexus LX bao giờ cũng diêm dúa hơn hẳn chiếc Toyota Land Cruiser, nó có nhiều tính năng hơn, nội thất cao cấp hơn, bắt mắt hơn và dĩ nhiên là đắt hơn. Nhưng chung quy, chiếc Lexus vẫn chỉ là



chiếc Toyota “đẹp vì lựa” không hơn không kém. Và khi Lexus ngày càng bành trướng sang các thị trường cổ hữu của Toyota, câu chuyện về “hai chiếc xe giống hệt nhau nhưng mang hai thương hiệu khác nhau trên cùng một con đường” chắc chắn sẽ xảy ra.

Không chỉ Land Cruiser và Lexus LX, rất nhiều sản phẩm khác của Lexus cũng chính là những chiếc Toyota bình dân giản dị được “phù phẩm” như Toyota Camry và Lexus ES... Hay như chiếc Toyota iQ và Aston Martin Cygnet. Mặc dù là hai thương hiệu chẳng có gì liên quan đến nhau về triết lý thiết kế hay phân khúc khách hàng nhưng họ cùng nhau tạo ra chiếc sub-compact cực nhỏ để đánh bóng tên tuổi lẫn nhau. Nếu có gì khác biệt thực thụ, đó chỉ có thể là thiết kế lưới tản nhiệt của Cygnet và iQ.

VAY MƯỢN

Xuất phát từ các mối quan hệ hợp tác rắc rối trong ngành ô tô, giữa các kỹ sư thiết kế, nhiều khi những đặc điểm nhận dạng của một số chiếc xe lại bị các hãng khác sử dụng và khai thác triệt để.

Aston Martin – thương hiệu xe



thể thao Anh quốc từng hợp tác với Ford hơn 12 năm có lẽ hiểu vấn đề này nhất. Dựa trên mối quan hệ đôi bên, Ford cung cấp động cơ, máy móc và tài chính cho Aston Martin ra những chiếc xe thể thao tinh tế nhất thế giới. Nhưng đổi lại thương hiệu đến từ Anh cũng phải chia sẻ công nghệ và nhiều yếu tố cốt lõi cho Ford.

Ford đã đưa hình ảnh lưới tản nhiệt hình miệng cá quen thuộc của Aston Martin vào trong các thiết



MỚI ĐÂY NHẤT, SỰ GIỐNG NHAU GIỮA BMW 7-SERIES VÀ ĐỐI THỦ MỚI NỔI KIA K9 KHIẾN CHO NHIỀU NGƯỜI XÔN XAO NGHI NGỜ. TRONG CUỘC LỘT XÁC NGOẠN MỤC CỦA MÌNH TỪ CUỐI THẬP KỈ TRƯỚC, KIA ĐÃ TUYỂN VỀ NHÀ THIẾT KẾ PETER SCHREYER – CỤU NHÂN SỰ CỦA AUDI. TUY NHIÊN, PETER.S ĐÃ KHÔNG ĐƯA NHỮNG TINH TÚY CỦA AUDI VÀO KIA MÀ THỐI VÀO HỒN CỦA NHỮNG CHIẾC XE KIA MỘT HÌNH ẢNH CỦA ... BMW.

kế các mẫu xe mới của họ trong chiến dịch One-Ford và coi đây như một đặc điểm nhận dạng mới của hãng. Từ Fiesta, Focus cho tới chiếc Mondeo thế hệ mới đều mang lưới tản nhiệt khá giống nhau và không khác gì Aston Martin.

Ở một cấp độ cao hơn, vào thời Ford sở hữu cả Jaguar và Aston thì bạn chắc chắn còn nhớ cặp đôi song sinh Aston Martin DBS và Jaguar XK trong những năm giữa thập kỉ trước. Hai chiếc xe này có hình dáng hoàn toàn giống nhau do cùng chung một vị thiết kế gia, tuy nhiên Aston Martin vẫn là thương hiệu cao cấp hơn nên giá bán có phần đắt hơn một chút. Không giống như trường hợp của Toyota và Lexus, thực tế thương hiệu Aston và Jaguar không chỉ là những thương hiệu sang trọng hàng đầu mà nó còn là đối thủ của nhau.

Mới đây nhất, sự giống nhau giữa BMW 7-Series và đối thủ mới nổi Kia K9 khiến cho nhiều người xôn xao nghi ngờ. Trong cuộc lột xác ngoạn mục của mình từ cuối thập kỉ trước, Kia đã tuyển về nhà thiết kế Peter Schreyer – cựu nhân sự của Audi. Tuy nhiên, Peter.S đã không đưa những tinh túy của Audi vào Kia mà thối vào hồn của những chiếc xe Kia một hình ảnh của ... BMW.

Điều này khiến cho chiếc sedan sang trọng nhất của Kia có tên K9 thấp thoáng hệ thống đèn LED của BMW, lưới tản nhiệt hình cặp bầu dục của BMW và đèn pha cũng na ná BMW. Thậm chí cả nội thất và cần số của K9 cũng mang hơi thở của BMW. Kia thì coi K9 như một bước tiến để gia nhập phân khúc xe sang còn người sành thì chẳng tìm thấy ở nó một điểm nhấn đặc biệt nào để yêu thích. Kia cũng như các hãng xe Hàn chỉ đang dừng lại ở việc đem tới cho người tiêu dùng một chiếc xe sang đầy đủ tiện nghi nhưng giá mềm hơn những gì người Đức thường làm.

VÀ COPY, SCANDAL

Bê bối lớn nhất về ăn cắp thiết kế, ý tưởng trong ngành công nghiệp xe hơi những năm gần đây có liên quan tới Renault. Năm 2011, ba vị quan chức cấp cao của Renault bị khép vào tội 'gián điệp công nghiệp' trong đó có những người từng làm việc cho Renault tới 30 năm.

Giới truyền thông xôn xao tin ba lãnh đạo này bị đình chỉ chức vụ vì bị nghi ngờ tiết lộ thông tin về dự án xe hơi điện, một trong những kế hoạch "đỉnh" trong tương lai của Renault. Công ty Renault tiên đoán rằng, ô tô điện sẽ chiếm 10% thị trường vào năm 2020 và công ty này sẽ đổ khoảng 200

triệu euro mỗi năm vào các chương trình nghiên cứu chế tạo ô tô điện, trong khi các công ty xe hơi khác cũng có nỗ lực tương tự.

Dự án phát triển ô tô điện do Renault và Nissan hợp tác có tổng vốn đầu tư lên tới 5,16 tỷ USD với mục tiêu đến năm 2014 sẽ tung ra thị trường một số mẫu ô tô con điện thân thiện với môi trường, không xả khí thải... có thể đáp ứng được các tiêu chuẩn cao nhất về bảo vệ môi trường. Trong số tiền đó, có tới 1,5 tỷ euro dành riêng cho việc nghiên cứu về pin điện và khoảng 1.700 kỹ sư của Renault được huy động tham gia dự án này.

Ngoài ra có thể kể đến Trung Quốc. Là thị trường tiêu thụ xe lớn nhất thế giới, vượt qua cả Mỹ vào 2012 nhưng Trung Quốc lại chỉ dằn dặt về số lượng mà quên đi chất lượng. Chính vì thế, họ luôn tìm mọi cách để bắt tay với các đối tác đến từ bên kia đại dương. Nhưng ngay cả khi đã được các

đối tác ủng hộ và chia sẻ nền tảng kỹ thuật, ngành công nghiệp ô tô Trung Quốc vẫn làm hàng giả hàng nhái như không hề có chuyện gì xảy ra.

Những nhà sản xuất xe hơi Trung Quốc đã copy nhiều mẫu xe của phương Tây để đưa vào các sản phẩm của họ cho thị trường nội địa và xuất khẩu. Có những chiếc xe copy một phần nhưng có những chiếc xe thì lại được bê nguyên xi. Và điều này đã làm các hãng bức tức và người yêu xe lên tiếng phản đối.

Shuanghuan Auto là một ví dụ khi hãng copy lại chiếc SUV X5 danh tiếng của BMW trong khi Hongqi lắp một chiếc limousine gần giống với Lincoln Town Car. CMEC không phải là trường hợp duy nhất có nguy cơ bị kiện nếu như không chấm dứt sản xuất City Smart. General Motors cũng tuyên bố rằng chiếc Chevrolet Spark của họ cũng bị một công ty Trung Quốc khác là Chery Automobile Com-

pany ăn cắp mẫu dưới thiết kế QQ.

Trở ngại lớn nhất hiện nay ngăn cản xe hơi Trung Quốc đổ bộ vào châu Âu và Bắc Mỹ chính là sự bất chước thái quá của một số nhà sản xuất nội địa. Nhiều công ty trong đó có tập đoàn GM nhất quyết phản đối việc xe Trung Quốc vào Mỹ cho đến khi nào chấm dứt việc copy trái phép và bán ra thị trường. Đây dường như là một thế bí của ngành công nghiệp xe hơi Trung Quốc khi muốn tìm đường chinh phục những thị trường nhiều tiềm năng tại châu Âu và Mỹ.



Khám phá miệt vườn CẦN THƠ



Giữa đêm, nhận được tin những người bạn ở Hà Nội sẽ vào Cần Thơ công tác trong sáng mai, chúng tôi bỗng nảy sinh ý định làm một chuyến về Cần Thơ sớm để đón họ. Ngoài việc hội ngộ những người bạn xa lâu ngày không gặp và đưa họ đến điểm công tác, mục đích chuyến hành trình nhỏ của chúng tôi còn là hướng dẫn họ khám phá miệt vườn Cần Thơ.



HÀNH TRÌNH TRONG MƯA

Chỉ kịp nghỉ ngơi vài tiếng đồng hồ, chúng tôi xuất phát lúc 5 giờ sáng để kịp đón hai người bạn đáp chuyến bay sớm tại sân bay Cần Thơ. Người bạn đồng hành của chúng tôi là chiếc Everest 2013 phiên bản AT. Đường Sài Gòn lúc mờ sáng khác xa với hình ảnh xe cộ chen chúc và nhích từng chút một vào ban ngày. Chiếc Everest lướt nhanh trên đường Cách Mạng Tháng 8, Hàm Nghi, Nguyễn Tất Thành hướng về cầu Tân Thuận... Đón người bạn tại quận 7, chúng tôi di chuyển ra đường Nguyễn Văn Linh hướng về đường cao tốc Trung Lương.

Do ảnh hưởng của cơn mưa lớn tối qua, đường Nguyễn Văn Linh bị đọng vô số vũng nước lớn nhưng với một chiếc xe gầm cao như Everest, chúng tôi hoàn toàn tự tin và không chút e ngại nào. Chỉ được ngủ trong vài tiếng đồng hồ, cùng với đường sá khá vắng vẻ lúc còn mờ sáng, chúng tôi khởi động chiếc iPod, kết nối với cổng AUX và mở những bản nhạc trữ tình yêu thích: *"Tháng sáu trời mưa, trời mưa không dứt..."* để xua tan cơn buồn ngủ và làm cho hành trình thêm thi vị. Đường cao tốc Trung Lương lúc này khá vắng xe và trời cũng mưa lất phất, tôi quyết định khởi động chế độ cruise control ở tốc độ 95 km/h và thả chân ga. Chiếc Everest lướt êm ái và ổn định với tốc độ này, tôi chỉ việc quan sát đường và điều khiển tay lái mà không phải lo

lắng về việc bị "bắn" tốc độ. Ngoài ra, với chức năng điều chỉnh âm lượng trên vô lăng, tôi thoải mái chỉnh tăng/giảm âm thanh mà không mất tập trung trên đường cao tốc.

Ra khỏi đường cao tốc, chúng tôi theo Quốc lộ 1A hướng về cầu Mỹ Thuận. Vì đường quốc lộ khá đông, thường xuyên phải vượt các xe khác, tôi quyết định không dùng chức năng cruise control nữa. Với mô men xoắn lớn, khi cần vượt những xe tải nặng hay xe đầu kéo, chỉ cần nhích nhẹ chân ga, chiếc Everest chồm lên và qua mặt một cách dễ dàng. Chỉ sau 3 giờ di chuyển, chúng tôi đã có mặt tại Thành phố Cần Thơ xinh đẹp vừa lúc những cơ quan, doanh nghiệp bắt đầu một ngày làm việc mới.

DU LỊCH MIỆT VƯỜN CẦN THƠ

Đón hai người bạn tại sân bay Cần Thơ, chúng tôi đưa hai người bạn đi đánh giá nhanh một công trình xây dựng tại Cần Thơ. Chặng đường từ trung tâm Cần Thơ vào công trình khá xấu nhưng không quá khó để chiếc Everest dẫn động một cầu vượt qua. Đón chúng tôi, anh đại diện nhà thầu xuýt xoa vì chiếc Everest mới cứng đã phải vượt qua chặng đường lầy lem bùn đất để vào tận công trình. Anh cũng cho biết do đặc điểm bên bờ, mạnh mẽ và tin cậy, hiện nhiều công ty xây dựng cũng chọn Everest để trang bị cho đội xe.

Gần giữa trưa, hai người bạn của chúng tôi cũng hoàn thành công việc và chúng tôi trực chỉ nhà vườn Mỹ Khánh ở huyện Phong Điền để tham quan và dùng bữa trưa. Đây là điểm du lịch hấp dẫn và khá gần trung tâm Cần Thơ. Thoát khỏi sự xô bồ, bụi bặm của Sài Gòn và Hà Nội, chúng tôi đắm mình trong một khuôn viên xanh mát, thoáng đãng, thưởng thức các món ăn và trái cây đặc sản của miền Tây Nam Bộ.

Đến xế chiều, chúng tôi chia tay nhà vườn Mỹ Khánh để hai người bạn đáp chuyến bay cuối về Hà Nội. Họ rất cảm động về sự nhiệt tình của chúng tôi cũng như ấn tượng về chuyến "mini tour" tại Cần Thơ. Chúng tôi hẹn rẹn nhau khi có nhiều thời gian hơn sẽ làm một chuyến "phượt" hết các tỉnh miền Tây bằng chiếc Everest.





CHỌN GÌ CHO QUẦN ÁO CỦA BẠN?

NHỜ SỰ TIẾN BỘ CỦA KHOA HỌC, CÔNG VIỆC NỘI TRỢ NGÀY Càng BỚT NẶNG NHỌC. MÁY GIẶT LÀ MỘT TRONG NHỮNG THIẾT BỊ NHƯ VẬY. ÁO QUẦN THƠM THO SẠCH SẼ LÀ CÁCH ĐỂ CHO MỌI NGƯỜI THẤY ĐƯỢC SỰ NGĂN NẮP VÀ CUỘC SỐNG SUNG TÚC CỦA CHỦ NHÀ.



Để chọn ra một chiếc máy giặt phù hợp, người nội trợ cần dựa vào các tiêu chí đánh giá và nhu cầu sử dụng thực tế của mình để tránh chạy theo thương hiệu và giá thành.

Máy giặt cũng chia ra làm nhiều loại khác nhau với những tính năng khác nhau. Phổ biến nhất vẫn là máy giặt cửa trước và máy giặt cửa trên. Ngoài ra còn một số loại máy giặt phục vụ mục đích công nghiệp.

Trước tiên, khi chọn máy giặt bạn phải xem diện tích khu vực dành cho việc giặt giũ của gia đình là bao nhiêu để chọn kích thước phù hợp. Tiếp đến là khối lượng giặt là của gia đình trong một đơn vị thời gian nhất định, có thể là theo ngày hoặc theo tuần. Một máy giặt có tuổi thọ trung bình từ 8-12 năm nhưng việc hoạt động quá tải có thể làm cho nó ít gắn bó với gia đình bạn hơn. Bởi vậy, công suất và kích thước là vấn đề chính của mỗi máy giặt. Mặt khác, với những máy giặt công suất lớn mà khối lượng giặt

nhỏ không phù hợp chỉ làm cho bạn lãng phí điện và nước.

Từ những nghiên cứu nhu cầu của người dùng, các hãng sản xuất cho ra một số loại tiêu chuẩn nhất định. Với máy giặt cửa trước, chiều rộng của máy khoảng 680 mm, khối lượng giặt 5 – 9 kg, thể tích lồng giặt từ 85 lít đến 118 lít. Các loại máy giặt cửa trước có chiều rộng từ 680mm, khối lượng giặt từ 5 – 7kg, thể tích lồng giặt khoảng 100 lít. Dòng máy giặt cỡ nhỏ có chiều rộng chỉ 600 mm hoặc nhỏ hơn, khối lượng giặt từ 3,5 -5,5 kg, thể tích lồng giặt 70 lít. Với những loại máy vừa giặt và sấy 2 trong 1, nó làm được ít việc hơn các máy giặt bên trên, khối lượng giặt chỉ 3,6 kg và thể tích lồng giặt chỉ 60 lít.

Máy giặt cửa trước có giá bán cao nhưng đổi lại chúng có công suất hoạt động tốt, tiết kiệm năng lượng. Với những máy giặt cửa trên dành cho những người có ngân sách vừa phải, cần giặt nhanh và không phải cúi

xuống để lấy đồ giặt như máy giặt cửa trước. Với loại máy 2 trong một, mặc dù tiện lợi nhưng giá thành của nó khá cao và chỉ dành cho những người ít thời gian và việc giặt giũ/sấy khô được làm trong một công đoạn khép kín.

Theo các khảo sát, người châu Âu thích máy giặt cửa trước hơn còn người Mỹ thích máy giặt cửa trên hơn. 90% người châu Âu thích máy giặt cửa trước, con số của người Mỹ chỉ là 35%.

NHỮNG CÔNG NGHỆ GIẶT MỚI

Mặc dù máy giặt ngày nay đã có rất nhiều các công nghệ điện tử can thiệp vào nhưng phần hiệu năng từ cơ học vẫn là nhân tố chính tác động tới hiệu quả làm sạch của đồ giặt. Bên cạnh động cơ, nhiều hãng đã đưa vào một số công nghệ mới để làm giảm thời gian giặt, không gây hỏng vải và tiết kiệm năng lượng.

Ví dụ như công nghệ giặt bằng



khí nóng Air Wash của Samsung cho phép máy giặt có thể làm sạch cả quần áo bằng len, tơ lụa hay các bộ vest. Luồng không khí được làm nóng do đi qua bộ gia nhiệt rồi thổi vào lồng giặt làm sạch các mùi khó chịu và vi khuẩn gây mùi trên quần áo. Giặt khô bằng khí nóng có thể sấy quần áo trong những ngày mưa nhiều và độ ẩm không khí cao.

Còn LG, họ mang tới công nghệ DD cho máy giặt lồng ngang. Các máy giặt trước đây hoạt động nhờ lực được truyền từ mô tơ, qua dây cu roa tới trục của lồng giặt. Cách truyền lực này làm giảm hiệu suất của mô tơ và tạo độ rung, tiếng ồn. Khi sử dụng công nghệ DD thì mô tơ được gắn trực tiếp vào lồng giặt nên không cần dùng dây cu roa hay chi tiết chuyển động trung gian nào khác. Do đó hiệu suất của mô tơ được phát huy tối đa và nâng cao độ bền. Độ rung và độ ồn được triệt tiêu bớt cho dù tốc độ quay

của lồng giặt có thể lên đến 1200-1400 vòng/phút.

Với những loại máy giặt cao cấp, bạn không phải lo lắng việc phân loại quần áo theo chất liệu hay màu sắc nữa. Lý do là vì chúng được trang bị các chương trình lựa chọn chế độ giặt cho từng loại vải; hệ thống điều chỉnh nhiệt độ nước giặt; chế độ giặt tay, giặt nhanh, chế độ giặt đêm, giặt tiết kiệm nước, chế độ giặt nhanh, giặt kinh tế, giặt không xả hoặc lựa chọn tốc độ vắt cũng như mâm giặt đảo chiều khiến quần áo không bị rối sau khi giặt...

Một số máy giặt khác còn có thêm các chế độ xử lý quần áo bẩn bằng hơi nước, trộn lẫn giữa nước nóng và lạnh giữa các lần giặt để lược bỏ vết bẩn. Bên cạnh đó, các hãng cũng tạo cho người giặt cảm thấy tiện nghi hơn bằng các chế độ điều khiển, màn hình cảm ứng, tự động hẹn giờ giặt...



Nhà cung cấp tủ bếp chuyên nghiệp

Showroom 1: Biệt thự 17/H1, Khu đô thị mới Yên Hòa, Cầu Giấy, Hà Nội

Showroom 2: Số 113+115, Khuất Duy Tiến, Thanh Xuân, Hà Nội

Showroom 3: Tầng 5, Số 7-9-11, Nguyễn Thái Học, Hà Nội

Showroom 4: Số 18, Nguyễn Trãi, TP. Hải Dương, Hải Dương

Showroom 5: Số 351 Nguyễn Huệ, Phố Mới, TP. Lào Cai, Lào Cai

Showroom 6: Biệt thự 10A, Sông Đáy, Phường 2, Tân Bình, TP. Hồ Chí Minh

Hotline: 0934 221 222

www.bsmartkitchen.vn

● Destination

www.stylemagazine.vn



CAMERON

với mộng điền viên

Phan Thanh Quân

TÔI TÌNH CỜ ĐỌC ĐƯỢC MỘT BỨC THƯ TÌNH KHÁ ĐÁNG YÊU. HAI NHÂN VẬT TRONG BỨC THƯ BÂY GIỜ ĐÃ TRỞ THÀNH VỢ CHỒNG. THÌNH THOÀNG CHẮC CŨNG CÓ HỤC HẠC NHƯ BAO CẶP ĐÔI KHÁC NHƯNG NHỮNG LÚC NHƯ VẬY, TÔI NGHĨ BỨC THƯ NÀY LÀ “BÙA CHỮ” HÀN GẮN TỐT NHẤT! NÓ KHÔNG HẸN CHỈ CHỨA TÌNH CẢM MÀ CÒN CÓ LẼ BỞI CÁI THỊ TRẤN NHỎ TRONG ĐÓ CŨNG THẬT DIỆU KÌ. VÀ VÌ LẼ ẤY, ĐỂ DÀNH TẶNG CHO CÁC CẶP ĐÔI VÀO MÙA CƯỚI, TÔI XIN ĐƯỢC MƯỢN BỨC THƯ NÀY GIỚI THIỆU CAMERON CỦA MALAYSIA!



Ngày...tháng...năm 2013,

Em,

Sau một vài ngày phân vân, anh ngồi chết gí trong một quán Starbucks và buồn bã nhìn dòng người xa lạ đổ tràn ngập khắp nẻo đường cuối tuần. Thi thoảng anh giật mình ngỡ em lẫn đâu đó trong những mái tóc kia giữa những nhóm các cô cậu Việt Nam ồn ã qua lại khu Bintang Walk. Ở Kuala Lumpur (KL) hai ngày thì anh phát điên vì lạc lõng và quyết định phải biến mất cho tới lúc kỳ nghỉ bắt đầu dĩ kết thúc. Đó là lúc anh nhớ đến quyển Lonely Planet quần queo em “để quên” trong cặp anh trước khi bỏ lên máy bay về Việt Nam.

Tung xúc xắc và anh chọn Cameron! Cameron! Anh chọn nó vì nó làm anh nhớ tới một đội bóng Châu Phi từng sở ở World Cup hồi nào. Nó làm anh buồn cười. Lấy tên một đội bóng đặt cho miền cao nguyên của Malaysia sao? Anh chọn nơi ấy vì anh nghe bảo đó là một nơi đèo heo hút gió và buồn đến chết người. Có hề gì?! Anh muốn lên đây gặm nhấm nỗi buồn một mình (sẽ thật tuyệt nếu em thần thánh biết đến sự ăn vạ của anh và đối ý đột ngột xuất hiện chẳng?)

Thế đấy yêu dấu, anh chọn Cameron vì anh muốn đi lánh nạn. Chứ chẳng vì một điều gì hứa hẹn đẹp đẽ ở cái chấm bé hơn con kiến trên bản đồ Lonely Planet.

Anh hy vọng em thay đổi ý định và quay trở lại cùng anh. Đời rất vội, tuổi trẻ qua nhanh, mà tình yêu chúng mình chỉ vừa mới bắt đầu...

Ngày tháng năm,

Chờ mãi vẫn không thấy em liên lạc, anh đành nhảy lên chuyến xe bus cuối cùng ở KL để leo lên Cameron.

05 tiếng ngồi xe từ Kuala Lumpur đến Cameron êm đềm hơn anh nghĩ ngoại trừ việc kẹt xe kinh khủng khiếp giữa tháng Năm.

Sau một hồi đắm mình vật vờ với những loại bánh mì, khi ngược lên, anh đã thấy mình như ở bậc thang thứ hai của cao nguyên: từ tầm cao ấy, ta sẽ thấy được phía đầu kia của thị trấn, nơi ngôi nhà cuối cùng quét vôi màu lam nhạt khiêm nhường dưới tầng hoa đỏ sẫm không tên, nơi con đường chính duy nhất dừng dòng chảy quanh co theo viền đồi.

Thị trấn nhỏ đến ngạc nhiên, khiến anh hơi ngỡ ngàng tự hỏi với một nơi bé bỏng đến thế này thì mình sẽ làm gì cho hết 3 ngày dài đằng đẵng đắm chìm những mưa phùn và sương rơi?

Thị trấn trong bàn tay

Trời bắt đầu mưa nặng hạt! Anh rủa thầm cái vùng đất thật chẳng biết chiều lòng du khách. Từng toán người cao thấp vàng đen trắng, quây ba lô công kênh lên vai lúp xúp chạy vội tới những quán hàng bình dân đối diện bên kia đường. Ở ngay đầu thị trấn có một nhà hàng của hai vợ chồng người Việt Nam, nơi xa xôi cao ngất này cách quê hương nghìn cây số mà vẫn chạm mặt đồng hương, tự dưng có chút bồi hồi, cứ như thể ở một nơi ngỡ như mình sẽ là người xa lạ nhất vậy mà vẫn có quen thuộc tìm đến.

Anh nói em rồi đấy, thị trấn nhỏ hơn cả tưởng tượng, bé tí teo tới nỗi anh có thể nắm gọn trong lòng bàn tay và vừa nhìn vừa miêu tả vanh vách cho em nghe kiểu văn liệt kê sơ đẳng anh vốn rất giỏi: Một cái bưu điện có một cái thùng thư gắn trên bức tường màu hồng ruốc nổi bật, ba quầy hàng tạp hóa bán không thiếu thứ gì, dăm nhà hàng kích thước lạ lùng gần như

bằng nhau, và cả thị trấn chỉ có một con phố chính. Gọi là phố chính thực ra nó là một dãy nhà san sát một loạt các quán hàng đủ kiểu. Dãy nhà có hành lang rộng. Chiều tối sáng trưa, đến giờ ăn, khi rảo bộ từ khách sạn dọc hành lang anh sẽ lần lượt thưởng thức mọi nền ẩm thực qua mùi vị: cà ri, mì, sủi cảo, cơm chiên, chè đậu đỏ với cái tên rất ngộ “Puppy Love” (tình yêu đầu đời mà anh tạm nói đùa là tình yêu chó con) v.v Cứ thế, rồi một hai cái quán hàng nhỏ xíu, một hai quán cà phê, một cái chợ đêm cũng bé tí tẹo.

Trên đường về khách sạn, trong một thoáng dừng quán lại chiếc khăn quàng cổ bất chợt rơi khỏi vai, anh nhìn lên ngọn đèn đường vàng hiu hắt, nhưng sao không thấy cô độc?! Chỉ có gì đó giống như sự an tâm lan tỏa. Hương thơm của cỏ hoa phiêu lãng khắp không gian. Anh chợt hiểu tại sao thị trấn dù chìm trong màn mưa vẫn không hề ảm đạm, đó là nhờ hoa mọc khắp lối, không phải kiểu hoa chảy tràn rục rở mà là những khóm cây nhỏ đội những chùm hoa thơm ngát riu rít khắp các lối đi quanh co. Khí hậu lạnh trong lành, anh vừa đi vừa huýt sáo, thi thoảng thở ra từng đám khói lớn, ngỡ như mình đang bước trong hơi men thơm tho tinh tươm của mùa xuân.

Rối hoa rồi chè.

Người dân thị trấn Cameron rất hiếu khách và có phần nào xuề xòa hết như những người dân quê mình! Anh vừa được một bác tài xế cùng chiếc taxi vàng cũ kỹ lướt như bay đi thưởng ngoạn một vòng Cameron. Thị trấn nhỏ nhưng cao nguyên bát ngát! Vèo! Bác ta chở anh đến trại dâu. Dâu ở Cameron không trồng ngay trên mặt đất như ở Đà Lạt mà được nâng cao thành những ống bương lửng chừng người. Vèo một

Destination





cái nữa, anh đứng giữa một nơi xanh rì chè. Em ơi chè trập trùng, cả một đồi chè thăm xanh. Giữa nơi đất trời trong vắt một màu, một tòa nhà bán nguyệt hùng vĩ khắp bề lấp lánh lấp lánh vươn lên hết như vọng nguyệt các. Thi thoảng sẽ có một bàn tay bé xíu bụ bẫm với với vẫy vẫy ra phía hàng hiên nắng tràn, khiến ta có cảm giác chỉ một bàn tay bé bỏng cũng đỡ cả trời xanh, đỡ trái tim mình.

Những vườn treo Babylon

Hôm nay anh lại được cưỡi cân đầu vùn cùng bác taxi đi thăm vườn bướm. Anh được đẩy vào một cái lồng khổng lồ và cứ việc đứng yên thế để các cánh bướm đủ sắc đủ màu rập rờn mãi chung quanh. Hoặc chỉ cần giơ ra một ngón tay là có ngay một chú bướm thân nhiên ghé tới nghỉ chân và rũ cánh hoài hoài hoài.

Em phải ghé thăm trang trại hoa được thiết kế kiểu vườn treo Babylon. Cứ bước lên một cơ sở bậc thang đá và đưa tay vén giàn phong lan rù là sẽ lại tìm ra một khoảnh vườn. Xương rồng, hoa ôn đới, hoa nhiệt đới, rau củ,... tất cả mọi thứ đều cố ních vai chen chân giành một góc con trong những khu vườn đáng kinh ngạc ấy. Thi thoảng, nhân lúc anh ngồi như tượng dưới gốc một bụi hoa cánh cứng màu cam chói lọi để theo dõi hai chú bọ dừa óng đỏ cần mẫn men theo một sợi dứa, bác taxi ngồi rì rả với ông chủ vườn. Giữa câu chuyện vãn, một đồng lá khô được nhóm lên nghỉ ngút thả khói vào hoàng hôn.

Sáng Bala. Tối Jasmine.

Ngày...tháng...năm 2013,

Anh đã ở đây đã một tuần rồi. Bốn ngày ngoài dự kiến đủ để anh có cảm giác mình sắp hóa thân thành một người sống ở nơi này từ đời nào kiếp nào. Mỗi ngày hoặc đến các trang trại hoa, hoặc vác ba lô và dây thừng đi vào rừng để tìm nấm cùng những loài cây mới. Mỗi buổi sáng anh luôn ghé Bala's Holiday Chalet, điểm trang trên con dốc khuất một góc chân đồi. Lần đầu tiên khi xe vừa vượt khỏi khúc ngoặt ấy hẳn em sẽ không thốt nên lời: hoa quần quýt khắp các mái ngói thấp, hoa ngập hai lối đi, các tàu lá chuối xanh nõn quạt vào nhau suốt một vùng dài rộng phía sau căn biệt thự kiến trúc thuộc địa trang nhã cổ kính, những chùm trái tím thăm của loài hoa nhiệt đới không rõ tên luôn ướt sương lóng lánh ghé đầu vào những ô cửa sổ nhỏ, tỏa một mùi hương dịu dàng ngọt như mùi quýt đầu mùa.

Ở đó, mỗi buổi sáng, người quản gia sẽ mở cửa căn phòng khách nhỏ xíu trang hoàng phong cách thời Victoria, khuôn mặt trang nghiêm, chiếc nơ đen thẳng tắp bóng loáng trên ve áo, và trịnh trọng rung chiếc chuông nhỏ bằng đồng thau. Sau tiếng lanh canh thanh thanh, du khách trú tại điểm trang sẽ lục tục kéo xuống thang gác, chia nhau ngồi vào các cụm bàn, vừa thì thầm chào hỏi vừa chờ đợi phục vụ bữa sáng.

Đó là buổi sáng. Buổi sáng lúc nào cũng được dành trọn cho Bala. Để được chăm chút gọn gàng và sẵn sàng cho một ngày mới.

Nhưng tối thì không cần cầu kỳ thêm

nữa. Tối là lúc anh cần thư giãn và thả lỏng. Nên anh đến thăm Jasmine. Trong khi Bala được "trấn giữ" bởi một vị quản gia đạo mạo như thiền sư luôn tuân theo mọi thủ tục dù chỉ là nghi thức của một buổi trà sáng, thì Jasmine – cái nhà hàng cam rực màu cam thần thánh của đội Hà Lan (bởi ông chủ là một fan cuồng của đội tuyển này) ấy, nơi phát phối cùng khắp những lá cờ bé xíu chẳng ngang ấy, được truyền hơi ấm bởi một ông chủ quán kiêm bếp chính béo tròn, vui tính và cởi mở. Cameron bé tí tẹo nên ông có thể nhớ được mặt và khẩu vị của từng người khách chỉ sau một lần họ ghé quán.

Buổi sáng Bala. Buổi tối Jasmine. Một góc ngọn đồi. Một đầu thị trấn. Anh cứ thế mà lặp lại những ngày ở Cameron. Như niệm một câu thần chú vô song cho sự an nhàn của đời mình.

Sáng mai, ngày cuối cùng trước khi trở lại với văn minh, lần đầu tiên trong đời, anh sẽ đi ra bưu điện, mua một tấm postcard, và thay vì gửi một cái email vượt nghìn cây số tới laptop của em trong tích tắc. Anh sẽ nắn nót viết rằng: "Anh đang ở Cameron và lần đầu tiên trong đời, anh nhận ra giấc mộng viễn viên em từng kể anh nghe không phải là điều gì ghê gớm phí hoài tuổi trẻ của bọn mình. Cameron viễn viên nhưng không già nua, bọn mình có thể sống ở đây hoặc trở lại đây hoài hoài mà không hề ưu phiền..."

SÀI BƯỚC VÀO THẾ GIỚI
THƯỢNG ĐÌNH



Địa điểm: Nhà hàng Bonbon, bar & café, 39 Lê Duẩn,
Quận 1 hoặc 88 Hai Bà Trưng, Quận 1, HCM



CÙNG THANH HẰNG VÀ JOHNNY TRÍ NGUYỄN SÀI BƯỚC VÀO
THẾ GIỚI THƯỢNG ĐÌNH CỦA PLATINUM 18
VÀ TRẢI NGHIỆM ĐẶC QUYỀN VIP TẠI PARTY ĐẲNG CẤP.

NGUYỄN MINH KHOA: THAM VỌNG VÀ PHONG CÁCH “THƯỢNG ĐỈNH”

Được biết đến không những là ông chủ thành công của **Gánh**, chuỗi nhà hàng đặc sản Nha Trang nổi tiếng mà **Nguyễn Minh Khoa** còn là khuôn mặt quen thuộc trong giới nghệ sĩ Sài thành khi luôn song hành cùng 2 cô bạn thân xinh xắn và tài năng: **ca sĩ Phương Linh** và **VJ Sỹ Thanh**.



THÀNH CÔNG NHỜ THAM VỌNG

Song song với Gánh, Nguyễn Minh Khoa, mà bạn bè thân thiết hay gọi anh là Kusiin, hiện là Giám đốc Kinh doanh và Marketing của Ninh Vân Bay Holiday Club với chuỗi hệ thống khu nghỉ dưỡng nổi bật là Six Senses. Yêu thích đi du lịch và đã đi khắp nơi trên thế giới, Minh Khoa đã không ngại ngần chia sẻ rằng tham vọng của anh là đưa Gánh ra khỏi

biên giới Việt Nam. “Tôi đang trong quá trình nghiên cứu về ẩm thực Việt Nam và cách chinh phục các thượng khách khó tính khắp thế giới

PHONG CÁCH THƯỢNG ĐỈNH

Sành điệu, tự tin, lịch lãm là điều dễ nhận thấy khi gặp Minh Khoa dù ở bất cứ đâu, nhưng nét cuốn hút nhất ở anh đó là tính tình thân thiện, vui vẻ và rất quảng giao. “Bạn bè tôi hầu hết trong giới nghệ sĩ, nên rất cá tính, có phong cách riêng và luôn thường thức có trách nhiệm. Là những người của công chúng nên tự chủ để có hình ảnh đẹp trong lòng người hâm mộ là điều rất thiết yếu”, Minh Khoa chia sẻ.

Hai người bạn thân nhất trong làng giải trí của Minh Khoa chính là ca sĩ Phương Linh và VJ Sỹ Thanh. Yêu giọng ca ngọt ngào, cháy bỏng của Phương Linh; phong cách dẫn chương trình duyên dáng của Sỹ Thanh; đặc biệt anh bị chinh phục bởi nét quyến rũ, gợi cảm, của họ nên Minh Khoa thường dành những lời tốt đẹp nhất dành cho hai người bạn thân của mình.

KHẮNG ĐỊNH ĐẲNG CẤP QUA ĐOẠN PHIM 30s

Cả ba người bạn đã mời Cường Ngô- đạo diễn nổi tiếng với những thước phim đẹp tuyệt vời làm một đoạn phim chỉ 30 giây về tình bạn của họ tham gia chương trình “**Sải bước vào thế giới thượng đỉnh**”. Minh Khoa chia sẻ “Chỉ 30 giây nhưng đoạn phim đã thể hiện sự gắn kết của chúng tôi thông qua cách làm việc, tận hưởng và đặc biệt là 1 phong cách độc đáo của nhóm.”

Khán giả sẽ có dịp nhìn ngắm hình ảnh Phương Linh quyến rũ, ngọt ngào ở đời thường, Sỹ Thanh xinh xắn và năng động bên cạnh một Minh Khoa lịch lãm, đầy khát vọng. Hãy cùng xem đoạn phim của Minh Khoa, Phương Linh, Sỹ Thanh và đừng quên ủng hộ cho thành quả của họ nhé!

.Duy Khoa

Thành công, lịch lãm, tự tin là điều dễ thấy ở Minh Khoa-Phương Linh-Sỹ Thanh. Hãy cùng sải bước vào **#thếgióithượngđỉnh** để sánh vai với Minh Khoa-Phương Linh-Sỹ Thanh, đồng thời tận hưởng những đặc quyền hấp dẫn đang chờ những người tham gia khăng định phong cách thượng đỉnh nhất.

● Decor

www.stylemagazine.vn



- Cần đặc biệt lưu ý nếu lắp đặt spa trên tầng hai: các chất liệu đá tự nhiên thường khá nặng, cần gia cố các bề mặt trần một cách kỹ lưỡng (nếu bạn không có kiến trúc sư tư vấn, bạn cần thảo luận kỹ việc này với đội ngũ xây dựng).
- Đối với các phòng tắm xông hơi, chú ý hệ thống ống nước, hệ thống quạt thông gió do lượng nước nóng sử dụng sẽ rất nhiều. Độ an toàn cần được đảm bảo tối đa.

DÉCOR MINI SPA

Khánh

SẼ ĐƠN GIẢN HƠN NHIỀU NẾU THIẾT KẾ PHÒNG SPA TRONG MỘT KHÔNG GIAN MỚI BỞI CÁC VẬT LIỆU BỀ MẶT VÀ THIẾT KẾ SẼ PHỤ THUỘC NHIỀU VÀO KẾT CẤU XÂY DỰNG VÀ ĐƯỜNG ỐNG DẪN NƯỚC. TUY NHIÊN, NHƯ VẬY KHÔNG CÓ NGHĨA LÀ NGƯỜI TA KHÔNG THỂ TÂN TRANG LẠI PHÒNG TẮM THÔNG THƯỜNG THÀNH MỘT SPA THU NHỎ, BẰNG CÁCH TÍCH HỢP CÁC TÍNH NĂNG SPA VÀO PHÒNG TẮM HIỆN TẠI.





TRONG VÀI NĂM QUA, CÁC NHÀ SẢN XUẤT KHÔNG NGỪNG ĐƯA RA CÁC THIẾT BỊ MỚI CHO MỤC ĐÍCH NÀY, KHIẾN CHO GIÁ THÀNH CỦA CHÚNG TRỞ NÊN NGÀY CÀNG DỄ TIẾP CẬN.

NHỮNG HẠNG MỤC CƠ BẢN Bồn tắm

Bồn tắm hoặc bể sục là một trong những thiết bị chính có thể gợi lên cảm giác tốt nhất về một spa. Sản phẩm này đắt đỏ hơn bồn tắm kiểu truyền thống nhưng là thứ không thể thiếu trong việc hình thành một spa tại gia.

Thay vì một bồn tắm tiêu chuẩn, bạn sẽ thấy hình dạng bồn tắm khi lắp đặt spa trở nên phong phú vô cùng với chiều dài, rộng và độ sâu khác nhau. Bồn tắm xoáy là một lựa chọn khá phổ biến gần đây. Trong khi dòng nước xoáy tạo ra hiệu ứng Massage, nhiều bồn tắm còn cung cấp tính năng kiểm soát áp lực do đó bạn có thể điều chỉnh mức độ tác động của chúng lên cơ thể. Tuy vậy, bất lợi của bồn tắm xoáy là khó có khả năng sử dụng các loại dầu tắm hoặc muối khoáng bởi khả năng gây ra vi khuẩn rất lớn. Các bồn tắm xoáy đắt tiền lại được các chuyên gia khuyến cáo là ổ chứa vi khuẩn tại các đường ống. Một nghiên cứu của các nhà khoa học tại Đại học Texas



A&M kiểm tra mẫu nước từ các bồn xoáy cho thấy rằng tất cả các bồn đều là nơi trú ngụ và sinh sôi của đủ loại vi khuẩn nguy hiểm, từ nấm mốc đến các vi khuẩn. Hãy thường xuyên làm sạch và tẩy trùng bồn tắm ngay sau khi tắm. Đối với các bồn xoáy, hãy luôn bảo dưỡng bởi các chuyên gia của hãng. Họ sẽ làm sạch đến từng góc ngách của đường ống mà với dụng cụ thông thường, bạn không thể tự làm được.

Trong khi bồn tắm xoáy làm mưa làm gió suốt hai thập kỷ qua thì giờ đây, chúng cần nhường chỗ cho một thiết bị khác: bồn tắm massage với từ 30 đến 70 lỗ nhỏ lắp đặt ở các vị trí khác nhau trên thành bồn tắm. Từ các vị trí này, những dòng nước êm ái xịt ra sẽ tác động lên cơ thể bạn như một hình thức massage nhẹ nhàng sảng khoái. Một số sản phẩm bồn tắm kiểu này còn được tích hợp chức năng xoáy nước. Điều thú vị là với dạng bồn tắm massage, bạn có thể thoải mái sử dụng các phụ gia như tinh dầu hay muối khoáng.

Với những ai không thích sự chuyển động, bồn tắm ngâm chính là câu trả lời. Được phổ biến bởi người Nhật, bồn tắm ngâm thông thường khá sâu và hẹp. Bạn có thể ngồi tựa vào thành bồn và được nhấn chìm trong nước ngập đến cổ, đây cũng có thể coi là giải pháp tiết kiệm diện tích cho những phòng tắm nhỏ hẹp.

Vòi sen

Vòi sen cố định không dây thường lắp đặt tách biệt với bồn tắm. Ngay cả với những phòng tắm cỡ nhỏ, cũng nên lắp hai vòi sen song song trong trường hợp vợ chồng muốn tắm cùng nhau. Vị trí của vòi sen nên gắn sao cho thích hợp với chiều cao của mỗi cá nhân.

Nếu gia chủ không thích nước xối thẳng vào tóc, lắp vị trí của vòi sen trên tường sao cho dòng nước chỉ có thể phun vào cơ thể. Ngược lại, những ai thích đứng dưới làn nước phun từ đầu xuống chân có thể chọn loại vòi sen mưa đang rất phổ biến trên thị trường. Loại vòi sen này có đường kính khá rộng gắn trên trần nhà, phun ra một khối lượng nước khá lớn nhưng dòng chảy nhẹ nhàng như

mưa. Một lựa chọn khác là vòi sen đứng, bao gồm từ bốn đến mười vòi được lắp đặt trên một cây cột. Nước sẽ phun theo chiều ngang theo các vị trí từ cổ đến gót chân.

Phòng xông hơi

Nhiều bác sĩ da liễu khuyên rằng việc điều trị bằng xông hơi là một trong những liệu pháp tuyệt vời cho làn da và sức khỏe. Phòng tắm hơi là cách tốt nhất để mở rộng lỗ chân lông, giải độc, tăng cường lưu thông máu dưới da, tạo cảm giác thông thoáng, mát mẻ. Phòng xông hơi cũng được sử dụng như một phần của phác đồ điều trị vật lý cho các vận động viên và những người bình thường đối phó với chấn thương và đau đớn. Vách và trần phòng sauna đúng tiêu chuẩn bằng gỗ thông có độ dày từ 80 đến 100 mm, bên trong có vật liệu cách nhiệt (fiberglass hoặc polyetherane). Trên mặt vách và trần phòng sauna được lắp các ô cửa trượt thông gió nhằm đối lưu không khí. Máy sauna thường được lắp ở vị trí gần cửa ra vào, đặt trên sàn hoặc gắn vào vách phòng sauna có khung bảo vệ bao bọc bên ngoài để đảm bảo an toàn cho người sử dụng.

Bài trí

Chất liệu, màu sắc và trang trí của một spa nên tạo ra một không gian yên tĩnh và thoải mái nhất để đưa bạn thoát khỏi những hối hả và nhộn nhịp của cuộc sống hàng ngày.

Chất liệu

Tăng cường sử dụng những vật liệu tự nhiên: Đá vôi, đá slate tự nhiên đang được sử dụng như những vật liệu khá phổ biến cho việc thiết kế spa tại nhà. Dùng cho sàn hay tường gần vòi tắm đứng, đá slate trở thành vật liệu chủ đạo chi phối toàn bộ bề mặt của phòng spa. Khu vực xung quanh bồn tắm có thể sử dụng granite. Cho một lựa chọn ít tốn kém hơn, gia chủ có thể thêm vào danh sách các vật liệu tổng hợp hoặc gạch gốm giả đá vôi đều được. Kính cũng được xem là một trong các chất liệu chủ đạo của spa, thay thế cho đá slate. Kính mang lại cho phòng spa của bạn sự hiện đại và hơi hướng của một spa chuyên nghiệp. Kính dành cho các spa tại gia nên là cỡ dày trong suốt

hoặc màu nhạt như xanh nước biển hoặc xanh lá cây nhạt... ..

Màu sắc

Lâu nay phòng tắm vẫn được thiết kế hầu hết dựa trên các tông màu nhạt trung tính. Nhưng nếu là một spa, những màu sắc gợi cảm xúc theo sở thích của gia chủ (đôi khi mang tính chất cá nhân) như màu tím sang trọng, màu xanh dịu hoặc màu vàng ấm áp thư giãn... đều có thể được tính đến.

Không gian

Ngay cả các phòng tắm nhỏ nhất cũng có thể trở thành một spa với đôi chút sáng tạo. Quan trọng không phải vấn đề kích thước, điểm mấu chốt là sự tổ chức các thiết bị và vật dụng sao cho hiệu quả và tiện nghi nhất. Sự bố trí lộn xộn các vật dụng không khiến bạn thư giãn hơn. Một số vật dụng nên được trưng ra như một trang trí hấp dẫn, thậm chí giúp tăng cảm giác sang trọng (dầu thơm, nến thơm...) trong khi một số vật dụng khác nên xếp ngăn nắp trong tủ và khuất khỏi tầm nhìn (khăn tắm, mũ tắm, dụng cụ...). Giữ cho các bề mặt luôn sạch sẽ để cung cấp một cảm giác rộng rãi thoáng mát. Bạn cũng có thể đưa thêm những yếu tố ngoài trời vào phòng tắm. Không nhất thiết là cây xanh, một mảng tường ốp đá, thảm sỏi cuội trắng, khay tre đựng vài chiếc khăn cũng đủ "kéo" đất trời vào nhà.

Ánh sáng và âm thanh

Khởi dậy các giác quan là một trong những hiệu quả diệu kỳ của spa, do đó vấn đề âm thanh (thính giác) và ánh sáng (thị giác) là hai điểm cần được chú trọng. Bạn có thể sử dụng rèm cửa để điều chỉnh ánh sáng tự nhiên, hoặc lắp đặt hệ thống chiếu sáng ấm áp. Thắp những ngọn nến nhỏ có hương thơm nhẹ nhàng xung quanh phòng tắm cũng là một giải pháp xoa dịu tâm trạng. Âm thanh sử dụng trong phòng spa nên là nhạc không lời, hoặc những âm thanh của tự nhiên như tiếng suối, tiếng sóng biển, tiếng nước róc rách, tiếng gió vi vút... Âm thanh đặt ở chế độ nhỏ tạo cảm giác như từ xa vọng lại, tạo cảm giác sảng khoái, dễ chịu.



ĐÁM CƯỚI NHƯ MƠ

Đám cưới... sự kiện trọng đại nhất trong cuộc đời.

Đám cưới ... nơi tình yêu, hạnh phúc thăng hoa.

Đám cưới... một ngày ý nghĩa, đánh dấu sự gắn kết của hai tâm hồn

Đám cưới... một ngày quan trọng, cho cả trăm năm bền vững.



Bởi lẽ cưới là hiện thân của những ước mơ, được gói ghém bằng tất cả tâm tư, tình cảm của mỗi đôi uyên ương nên việc lên kế hoạch cho đám cưới luôn là một trải nghiệm thú vị. Với hàng trăm ý tưởng, từ việc chọn một không gian đẹp, sang trọng đến việc đón khách chu đáo, lựa chọn thực đơn ưng ý, lối trang trí ấn tượng... từng chi tiết đều được chuẩn bị một cách hoàn hảo để ngày cưới của bạn không chỉ mang phong cách riêng mà còn để lại ấn tượng đáng nhớ cho chính bạn cũng như các

khách tham dự. Hiểu được điều đó, các chuyên gia tổ chức tiệc cưới tại Khách sạn Fortuna sẽ cùng bạn song hành lên kế hoạch chi tiết, phù hợp với ngân sách và phong cách của đôi bạn trẻ, đảm bảo rằng ngày đặc biệt của bạn sẽ là một bức vẽ với những nét chấm phá độc đáo và hoàn mỹ.

NHỮNG TRẢI NGHIỆM CƯỚI MỚI

Hứa hẹn mang đến nhiều trải nghiệm hoàn toàn mới lạ, đầy cảm hứng và thi vị, đám cưới theo chủ đề được thiết kế với những nét tinh tế, độc đáo riêng để tạo nên một không gian lãng mạn, đầy ý nghĩa cho sự

khởi đầu một hành trình hạnh phúc. Xuân hay thu, cổ điển hay hiện đại, trắng tinh khôi, đỏ truyền thống, xanh đại dương, hay vàng ấm áp... mỗi đám cưới sẽ đều được tô điểm bởi những nét phác họa riêng biệt, ghi dấu ngày hạnh phúc lứa đôi. Không gian tổ chức tiệc cũng rất đa dạng, từ lựa chọn phòng tiệc sang trọng tới không gian lãng mạn, tinh tế nơi bể bơi ngoài trời... Các sảnh đón tiếp, bàn tiệc lịch lãm, khu vực bàn đón khách được trang trí với hoa và khung ảnh kỷ niệm, khu vực chụp ảnh thanh nhã... mang đến cho khách mời những khoảnh khắc ngọt ngào, ấn tượng. Cùng với hệ thống âm thanh, ánh sáng được trang bị hiện đại, chương trình đặc sắc, đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, tận tâm, chu đáo sẽ đem đến một lễ cưới tuyệt vời.

PHONG CÁCH ẨM THỰC TINH TẾ VÀ ĐẶC SẮC

Tiệc chiêu đãi luôn là phần quan trọng nhất trong ngày cưới. Một bữa tiệc hoàn hảo không chỉ như một lời cảm ơn chân thành mà còn thể hiện lòng mến khách của gia đình tới các khách tham dự. Thấu hiểu mối quan tâm hàng đầu của các cô dâu chú rể tương lai, mùa cưới năm nay khách sạn sẽ giới thiệu thực đơn tiệc cưới với nhiều lựa chọn món ăn mới, được chọn lọc từ các trường phái ẩm thực, với sự chế biến khéo léo và tinh tế hứa hẹn sẽ làm hài lòng ngay cả những thực khách khó tính nhất. Cùng với sự khéo léo và tinh tế của các Bếp trưởng trứ danh và đội ngũ đầu bếp tài hoa, nhiều kinh nghiệm, bạn có thể hoàn toàn tin tưởng, yên tâm rằng ngày trọng đại của bạn sẽ như những gì bạn từng hình dung và mong đợi.

Khi ngày trọng đại đến, giây phút đôi bạn trẻ bước vào khán phòng, trong tiếng vỗ tay hạnh phúc, những nụ cười rạng rỡ bên gia đình, người thân và bạn bè... sẽ là khoảnh khắc khó quên và đẹp nhất. Khởi đầu hoàn hảo cho một hành trình dài lãng mạn, thực như mơ bắt đầu từ đây.

"Mùa cưới 2013, Khách sạn Fortuna giới thiệu các gói tiệc cưới mới với nhiều ưu đãi như . Khu vực đón tiếp sang trọng, Phong cưới hiện đại, Khu vực chụp hình lãng mạn hay Thực đơn chọn món tinh tế."



FORTUNA
HOTEL
HANOI

Để biết thêm thông tin, vui lòng liên hệ
KHÁCH SẠN FORTUNA HÀ NỘI
Bộ Phận Kinh Doanh Tiệc.
Điện thoại: (04) 3831 3333 – Số máy lẻ 6466.
Email: catering@fortuna.vn.
Website: fortuna.vn



Style

August - September 2013

LỊCH TRÌNH KHÁCH SẠN - RESORT

METROPOLE HANOI

Từ 16 – 30/09, nhà hàng Le Beaulieu mời bạn khám phá những hương vị ẩm thực tuyệt vời của miền đất Địa Trung Hải ngay tại Hà Nội. Hãy cùng gia đình và người thân tham gia một chuyến ngao du ẩm thực mang màu sắc truyền thống và cách tân qua tài năng chế biến của Bếp trưởng Olivier Piganiol và các đồng nghiệp. Từ 03-30/09, bếp trưởng Ivan Negro kính mời thực khách du hành cùng ẩm thực Ý và trải nghiệm những sáng tạo từ tinh hoa ẩm thực vùng Piemonte, kết hợp nhuần nhuyễn giữa truyền thống và hiện đại. Spices Garden là điểm hẹn không thể bỏ qua của những người yêu thích hải sản. Tháng 9 này, mời bạn cùng người thân thưởng thức các món hải sản tươi ngon được các đầu bếp tài ba của khách sạn Metropole lên thực đơn chế biến với giá 600.000VNĐ. Tháng 9 này, mời bạn ghé thăm quán cà phê Paris trên phố Ngô Quyền - La Terrasse du Metropole và thưởng thức ẩm thực Pháp truyền thống được chế biến từ những nguyên liệu ngon nhất như pate gan ngỗng béo, thịt nguội, xúc xích ... có giá 300.000VNĐ/đĩa. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 04. 3826 6919.



NIKKO HANOI

Hãy đến nhà hàng La Brasserie để thưởng thức tiệc tự chọn theo phong cách Nhật Bản, hay tiệc hải sản và tôm hùm với giá 700.000VNĐ. Bên cạnh những món ăn truyền thống nổi tiếng của Nhật Bản như sushi, tempura, sashimi, ... thì nay có thêm tôm hùm khiến cho bữa tiệc thêm phần đẳng cấp, sang trọng. Một danh sách dài các món ăn tươi ngon, bổ dưỡng được chế biến ngay tại quầy buffet với giá 580.000VNĐ dưới sự chứng kiến của các thực khách sẽ hấp dẫn mọi giác quan của ngay cả những người khó tính nhất. Với tiệc trưa có giá 300.000VNĐ, La Brasserie sẽ mang đến phong cách thưởng thức món ăn mới với quầy súp, sa lát và món tráng miệng tự chọn, ngoài ra quý khách sẽ chọn một món ăn chính ưa thích từ thực đơn đặc sắc của nhà hàng. Trong tháng 9 và 10, thực khách sẽ được trải nghiệm lẩu Shabu Shabu với các loại cá Nhật Bản và các loại nấm Nhật Bản. Thực khách yêu thích ẩm thực Trung Hoa sẽ có cơ hội thưởng thức hơn 45 loại Dim Sum khác nhau như há cảo, xú mại... với giá 420.000VNĐ. Ngoài ra quý khách sẽ được thưởng thức các món ăn đặc sắc được chế biến từ quầy hải sản như tôm hùm bông, tu hài cùng các món ăn truyền thống như vịt quay Bắc Kinh, lợn sữa quay ... Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: 04. 3822 3535.



MOEVENPICK HANOI

Tại nhà hàng Mangosteen, thực khách sẽ được thỏa mãn vị giác với ẩm thực Mexico đa màu sắc với các món được làm từ bột ngô như Burritos, Chimichanga, Quesadillas và Tacos cùng rất nhiều các món đi kèm và tráng miệng hấp dẫn với giá 740.000VNĐ. 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 có giá 790.000VNĐ. Tại Lounge 83, hãy nhận phút giây thư giãn cùng bạn bè và đối tác trong không gian thân mật, gần gũi và tận hưởng ưu đãi tốt nhất cho mỗi đồ uống vào giờ vàng "Linger Longer" với mức giảm 50% cho toàn bộ thực đơn đồ uống, bao gồm Chili Passion Martin cay nóng, Cinnamon Appletini hương quế, hay các loại mocktail Shirley Temple, Moji-tea, Virgin Colada, bia tươi và rượu vang nhiều loại. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 04. 3822 2800.



món Miến xào cua với giá 200.000VNĐ hay hầu Rockefeller với giá 350.000VNĐ. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 04. 3831 3333.

FORTUNA

Thực khách yêu thích ẩm thực Nhật Bản đừng bỏ lỡ đại tiệc ẩm thực Sushi thơm ngon và hấp dẫn có giá 420.000VNĐ với hơn 70 món sushi và nhiều món ăn khác bao gồm món khai vị, món thịt và các món tráng miệng mang đậm hương vị của xứ sở mặt trời mọc. Tại nhà hàng May Mẫn, hãy đến và cảm nhận nét văn hóa tinh tế Quảng Đông trong hơn 80 món Dim Sum tuyệt hảo với giá 400.000VNĐ. Đặc biệt, với khách đến ăn Dim Sum vào chủ nhật có thể được hưởng ưu đãi với chương trình uống thỏa thích bia hoặc nước ngọt chỉ với

22.000VNĐ. Ngoài ra, May Mẫn sẽ giới thiệu đến thực khách món cá Song rán kiểu Thái với giá 760.000VNĐ. Hãy đến nhà hàng Emperor và cùng thưởng thức những lựa chọn tinh tế cho bữa trưa với hộp cơm Bento có giá 189.000VNĐ với món khai vị, sa lát, cơm rang, món chính và tráng miệng. Ngoài ra, Nhà hàng Emperor sẽ giới thiệu món mì Ramen đến từ xứ sở mặt trời mọc có giá 185.000VNĐ với món thịt lợn sốt đặc biệt Buta Kakuni thơm ngậy, trứng luộc, nấm hương và nhiều sự lựa chọn khác như Char Siu, rong biển, hành tỏi tây... Tại nhà hàng Tiffin, bạn có thể thưởng thức



SILK PATH

Để tôn vinh những gì đẹp nhất, từ sự kết tinh của trời và đất, khách sạn Silk Path xin giới thiệu 06 vị bánh trung thu trong năm nay: Lá dứa

trứng mặn, Hạt mè đen trứng mặn, Đậu xanh trứng mặn, Đậu đỏ trứng mặn, Hạt sen trứng mặn và Rong biển trứng mặn. Mỗi chiếc bánh đều nhận được sự chế tác bằng niềm đam mê và sự cẩn thận, được ra lò mang những hương vị tinh tế và chất lượng tốt nhất. Những chiếc bánh được bài trí khéo léo trong mẫu hộp in bằng hai tông màu chủ đạo đỏ và vàng với những đường vân tinh tế và sang trọng nhưng vẫn phảng phất nét mộc mạc của Hà Thành xưa qua bức ảnh đường phố Tràng Tiền những năm 70. Bánh trung thu Silk Path có giá 690.000VNĐ/hộp 4 bánh sẽ là một món quà tuyệt vời để bạn trao trọn tâm tình tới những người mà bạn thực sự quan tâm. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 0948 585 333.

BAYAN TREE LĂNG CÔ

Với khung cảnh tuyệt đẹp của Biển Đông và dãy Trường Sơn hùng vĩ bao quanh, khu nghỉ dưỡng Banyan Tree Lăng Cô yên tĩnh và riêng biệt là điểm đến tuyệt vời dành cho kỳ nghỉ lãng mạn với người thân yêu. Các cặp đôi có thể trải nghiệm những khoảnh khắc lãng mạn theo phong cách Banyan Tree với Chương trình ưu đãi Romantic Getaway. Gói Romantic Getaway với giá từ 19.656.000VNĐ bao gồm: Hai đêm nghỉ tại biệt thự hướng kênh đào; Bữa sáng hàng ngày tại nhà hàng The Water Court; Một bữa tối lãng mạn trên bãi biển; Một lần trải nghiệm spa 60 phút dành cho hai người tại Banyan Tree Spa; Đưa đón sân bay

dành cho hai người. Chương trình khuyến mãi Romantic Getaway có giá trị cho khách đặt phòng từ nay đến ngày 19/12/2013. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: 054. 3695 888.



HYATT REGENCY DANANG

Các đầu bếp tài năng của Hyatt Đà Nẵng lựa chọn những thực phẩm tươi ngon, chất lượng nhất sẽ mang đến cho quý khách một trải nghiệm đẳng cấp quốc tế. Thường thức tiệc buffet hoàn hảo này chỉ với 750.000 đồng, tặng kèm nửa chai rượu vang hoặc hai chai bia Peroni cho mỗi người. Tiệc nướng phục vụ các món hải sản được phục vụ nóng hổi từ lò nướng dùng kèm rau trộn, các món phụ và một số món tráng miệng đặc sắc của Hyatt. Giá chỉ 750.000 đồng gồm cả hai chai bia Larue và nước ngọt không giới hạn. Ngoài ra, khu nghỉ còn phục vụ buffet quốc tế với khẩu vị phong phú, đa dạng sự lựa chọn dành cho thực khách. Du khách có cơ hội nếm trải khẩu vị đặc trưng của Hội An vào mỗi thứ hai và thứ năm, khám phá các loại hải sản và Sushi được phục vụ vào ngày chủ nhật. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 0511. 398 1234.



SHERATON NHATRANG

Là khách sạn 5 sao tiêu chuẩn quốc tế duy nhất tại Nha Trang, Sheraton Nha Trang Hotel & Spa là khu nghỉ dưỡng mang thương hiệu Sheraton mới nhất và duy nhất tại Việt Nam. Với 280 phòng nghỉ hướng biển, khách sạn có bảy nhà hàng và quầy bar hiện đại, bao gồm Altitude – quầy bar cao nhất tại Nha Trang. Khách sạn có tổng cộng 1.600 m² phòng hội nghị, trong đó có hai phòng tiệc lớn trên cùng một tầng và bảy phòng họp nhỏ với trang thiết bị hội nghị hiện đại. Những tiện ích khác bao gồm hồ bơi ngoài trời với thiết kế trần bờ độc đáo, Shine Spa với 9 phòng trị liệu hiện đại, phòng tập thể hình Sheraton Fitness mở cửa nguyên ngày, Sheraton Club Lounge, Link@Sheraton, Sheraton Adventure Club (khu vui chơi trẻ em), và một Trường dạy nấu ăn chuyên biệt. Với ưu thế của mình, Sheraton Nha Trang giới thiệu loại bánh trung thu đặc biệt của khách sạn với giá 499.000VNĐ. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 058. 388 0000.



GOLDEN SAND

Golden Sand Resort & Spa Hội An thiết kế chương trình khuyến mãi "Paradise Honeymooners" đặc biệt dành riêng cho những đôi tân hôn với mức giá hấp dẫn chỉ 7.413.000VNĐ cho hai đêm lưu trú tại phòng Deluxe Garden View (cùng nhiều ưu đãi dành cho kỳ trăng mật ngọt ngào). Ngoài ra chương trình khuyến mãi còn bao gồm: miễn phí đưa & đón khách tại sân bay với xe riêng của khu nghỉ, 30 phút mát xa chân dành cho 2 người tại Scentuals spa, một tour du lịch nửa ngày bằng xe đạp, nước uống trái cây và khăn lạnh khi nhận phòng, miễn phí hai chai nước hằng ngày trong phòng. Ngoài ra còn có xe đưa đón dạo chơi phố cổ Hội An, hệ thống mạng không dây khắp khu nghỉ và trong phòng ở, miễn phí dụng cụ tập thể thao, và thể hình. Chương trình khuyến mãi không sử dụng chung với các chương trình khuyến mãi khác đang diễn ra tại khu nghỉ, tất cả các giá có thể được thay đổi mà không thông báo trước. Chương trình được áp dụng đến hết 14/01/2014. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 0510. 3927 555.



BOUTIQUE HOI AN

Bạn đang có kế hoạch cho tuần trăng mật lãng mạn và thật ý nghĩa sau ngày cưới. Hãy để chúng tôi, Boutique Hoi An Resort thực hiện điều đó cho bạn với gói "Trăng mật ngọt ngào". Giá từ 8.660.000VNĐ cho hai đêm tại phòng Superior dành cho hai người. Tại đây, đôi lứa có dịp tận hưởng những ưu đãi đặc biệt dành riêng cho các cặp đôi như dịch vụ thư giãn tuyệt vời tại Le Spa, bữa ăn tối lãng mạn trên bãi biển, bữa sáng tự chọn cho hai người, đưa đón sân bay, đưa đón vào phố cổ Hội An theo lịch trình, nhận phòng sớm, trả phòng trễ và chọn phòng cao hơn tùy thuộc vào tình trạng phòng trống. Chương trình áp dụng đến 31/10/2013. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 0510 3939 111.

Hotels&Resorts

www.stylemagazine.vn



Park Hyatt SAIGON

Chương trình ẩm thực tối Guild Gourmand của Park Hyatt Saigon đã bắt đầu với tiệc rượu American Classic với nguyên liệu chính là nấm truffle đen. Để tôn vinh nguyên liệu đặc biệt này, một bữa tiệc xa hoa 05 món được chế biến với nấm truffle với giá 6.000.000VNĐ sẽ mang đến những trải nghiệm độc đáo cho thực khách. Món ăn nổi bật bao gồm tôm càng rím nấm truffle đen, thịt heo, cần tây; cá lười trâu chần, sauce gan ngỗng, nấm truffle đen, bông bí ngòi, mì trứng; và đặc biệt nhất là món bắp bẻ tẩm thảo mộc 24h đút lò, cà rốt, lá ngải giấm, táo tẩm đường, sốt nấm truffle. Mỗi món ăn của bếp trưởng Macro Torre được kết hợp hài hòa với từng loại rượu vang làm tôn lên hương vị của viên đá quý này. Cũng trong tháng 9, Park Lounge sẽ được lấp đầy sắc màu tình yêu đến từ Tây Ban Nha với các món ăn nổi bật nhất như thịt giăm bông Iberian, tôm nướng, xúc xích cay hầm kết hợp cùng những loại rượu vang và cốc-tai trái cây rượu vang. Đừng bỏ lỡ cơ hội thưởng thức những món ăn độc đáo nhất vùng Địa Trung Hải này. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: 08. 3520 1234.

SOFITEL SAIGON PLAZA

Sofitel Saigon Plaza sẽ cùng với tất cả khách sạn Sofitel trên toàn châu Á tổ chức Lễ hội rượu Pháp vào đúng mùa thu hoạch nho truyền thống tại Pháp từ nay đến 30/09/2013. Lễ hội này sẽ tôn vinh và giới thiệu các loại rượu quý, nổi tiếng lâu đời tại Pháp. Quý khách sẽ có những trải nghiệm ấn tượng với những loại rượu uy tín và tên tuổi đến từ những vùng sản xuất rượu vang truyền thống tại Pháp như Bordeaux, Médoc, Saint Emilion, Margaux, Bourgogne, Côtes du Rhône, Châteauneuf-du-Pape và Alsace cũng như có cơ hội gặp gỡ tài năng và các nhà sản xuất rượu chuyên nghiệp tại tất cả nhà hàng thuộc khách sạn. Nhân dịp này, hãy tận hưởng những loại rượu, phô mai và món nguội hảo hạng nhất được lựa chọn cầu kỳ bởi những chuyên gia ẩm thực trứ danh của Sofitel. Khách sạn sẽ có khuyến mại đặc biệt khi mua một chai rượu và được thoải mái dùng buffet phô mai và các món nguội cho hai người. Còn bình thường, buffet phô mai và các món nguội giá 550.000VNĐ. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: 08.3824 1555

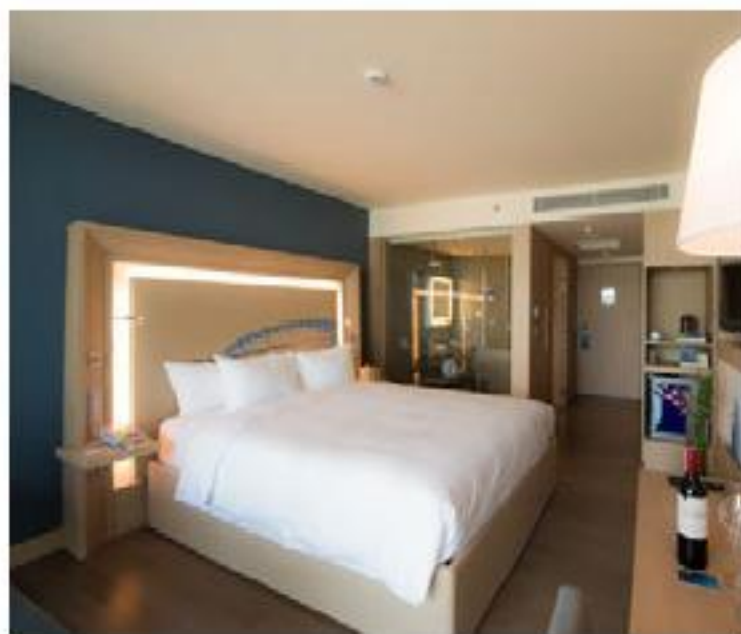


INTERCONTINENTAL SAIGON

Đội ngũ nhân viên nhà hàng Market 39 của InterContinental Asiana Saigon hân hạnh mời các bạn thưởng thức những món ăn hấp dẫn của nền ẩm thực thế giới như phô mai, thịt nguội,

SHERATON SAIGON

Hương vị các món ăn đặc sản từng vùng miền trên đất nước Việt Nam cùng nhau hội ngộ tại Saigon Café như bò nhúng giấm, bún bò Huế, phở, bò lúc lắc hay bánh xèo. Ngoài ra, món ăn Việt truyền thống không thể thiếu các món tráng miệng như bánh chuối, mũ gòn, hay mít gừng. Hãy tận hưởng một buổi tối ấm áp bên gia đình và bạn bè bằng một bữa tiệc dã dã mà thịnh soạn tại Saigon Café với giá 1.200.000VNĐ. Cũng tại Saigon Café mỗi tối thứ sáu, bạn hãy thưởng thức ẩm thực Nam Mỹ với giá 980.000VNĐ với hầu như chế biến cùng trứng muối cá hồi, sò điệp nướng thì là, cá hồi hấp rượu sâm banh và thịt thăn hầm táo. Ngoài ra, Saigon Café còn giới thiệu đêm ẩm thực các món ngon chế biến cùng phô mai vào mỗi tối thứ bảy với giá 980.000VNĐ như salad rau trộn



thịt Churrascaria, ẩm thực Mexico, sushi, sashimi Nhật Bản và hải sản với giá 840.000VNĐ. Chủ Nhật là ngày hoàn hảo cho gia đình và khách sạn InterContinental Asiana Saigon là nơi lý tưởng để bạn có thể thư giãn cùng gia đình. Hãy cùng gia đình thưởng thức buffet trưa chủ nhật với giá 1.298.000VNĐ. Món Dim Sum của nhà hàng Yu Chu được chế biến từ những nguyên liệu tươi ngon nhất sẽ có mặt tại tất cả các buổi trưa và buổi tối có giá từ 388.000VNĐ. Cũng tại Yu Chu, những món ăn Trung Hoa khoác lên mình một phong cách ẩm thực mới. Và đừng bỏ qua món vịt quay Bắc Kinh chỉ với giá 410.000VNĐ/con của nhà hàng nhé. Risotto có thể là món khai vị tuyệt vời, hoặc thậm chí là một món tráng miệng thịnh soạn. Cho dù được chế biến theo những sở thích khác nhau, Risotto vẫn luôn giữ một hương vị đặc trưng riêng vô cùng hấp dẫn và nó chỉ có giá 195.000VNĐ/phần. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 08.3520 9999



cùng phô mai và xúc xích, hầu đút lò cùng phô mai gruyere, thăn bò sốt phô mai xanh hay bánh pizza cùng 04 loại phô mai. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: 08. 3827 2828.

NOVOTEL DANANG

Novotel Danang Premier Han River hứa hẹn mang lại những trải nghiệm và sự tiện nghi độc đáo cho đối tượng khách du lịch công vụ và nghỉ dưỡng khi đến thăm thành phố sôi động này. Hầu hết các phòng khách sạn đều có ban công, tạo điều kiện để khách hàng lưu trú hòa mình tận hưởng không gian và vẻ đẹp độc đáo của Đà Nẵng. Khách sạn nằm cách sân bay quốc tế Đà Nẵng 10 phút đi xe và chỉ 01 km từ nhà ga Đà Nẵng. Nghỉ dưỡng tại Novotel Danang Premier Han River, khách du lịch còn có thể thuận tiện ghé thăm nhiều điểm du lịch hấp dẫn như Bảo tàng Chăm, Chợ Hàn, Ngũ Hành Sơn, bán đảo Sơn Trà và bãi biển Đà Nẵng. Nhân dịp mở cửa, khách sạn đặc biệt ưu đãi những vị khách đầu tiên của khách sạn với giá phòng chỉ từ 2.499.000 VNĐ cho các phòng Superior, Deluxe, Executive và Suites bao gồm nhiều dịch vụ tiện ích kèm theo như nước uống lúc nhận phòng, bữa tối, điểm tâm, phòng nghỉ và trả phòng muộn. Chương trình ưu đãi này kéo dài đến 31/10/2013. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 0511. 3929 999

style 142



Tết Đoàn Viên

Tết của những tấm lòng thơm thảo

Bài văn đầu tiên vào trường chuyên, bạn bè náo nức viết về ngày tựu trường, riêng tôi viết về không khí tết đoàn viên, về tấm lòng thơm thảo. Hà Nội đỏ màu đèn lồng, màu giấy trang kim, màu hộp bánh trung thu với những họa tiết múa lân rồng. Trái tim đập rộn mỗi lần nhớ tới câu truyện trung thu xứ Bắc, những lần phá cỗ đêm trăng và lời mẹ dạy: mua quà trung thu phải thật quý để người ta nhớ, phải mua bằng cả tấm lòng, chọn sao cho thật khéo để món quà vừa đẹp mắt, vừa đẹp lòng người nhận.

Gió thu nhìn lịch về, con phố phía dưới ngập tràn những âm thanh rất rộn và những màu sắc rực rỡ. Lại đến ngày tôi chuẩn bị những món quà trung thu, nhưng giờ đây không chỉ là cho gia đình mà còn cho bạn bè, đồng nghiệp. Sẽ thật lý tưởng nếu lựa chọn món quà vừa truyền thống, vừa cách tân, vừa lưu giữ được những nét văn hoá giao tế, vừa điểm xuyết nét hiện đại trong kiểu

cách. Có người chọn cho mình loại trà thơm hảo hạng, có người lại tặng hộp bánh trung thu phong phú hương vị mong kết tình thâm giao. Người ta có thể chọn cho mình loại bánh trung thu hiện đại ngày nay như bánh trà xanh với mùi vị thanh khiết, bánh pho-mát cà phê thơm ngậy quyến rũ hoặc hương vị truyền thống như bánh hạt sen một trứng với nhân hạt sen trắng mịn kết hợp với lòng đỏ trứng muối, hoặc như bánh thập cẩm kết hợp nhiều loại hạt có vị bùi béo, vừa truyền thống vừa cách tân. Cho dù là món quà nào, cho dù là hương vị hiện đại hay truyền thống, nhưng đọng lại trong mỗi người có lẽ quý nhất là hạnh phúc rạng ngời của người nhận, là những gửi gắm thân tình, là những tâm giao bền chặt.

Những cơn gió mát tôi giữ cho thu vàng, dư vị trung thu tôi giữ cho êm đềm, lời dặn của mẹ năm xưa tôi giữ cho mai sau, cho đôi mắt chọn quà, cho tấm lòng thơm thảo.



Mùng Tết Trung thu 2013, khách sạn Mövenpick Hà Nội hân hạnh giới thiệu các sản phẩm bánh trung thu thượng hạng. Quý khách có thể lựa chọn hộp bánh bốn chiếc hoặc hai chiếc với các hương vị sau:

Hộp bốn chiếc: (680,000 đồng)

- Bánh thập cẩm
- Bánh pho-mát cà phê
- Bánh trà xanh
- Bánh hạt sen một trứng (ít đường)

Hộp hai chiếc: (350,000 đồng)

- Bánh trà xanh
- Bánh hạt sen một trứng (ít đường)

Bánh có bán từ 8/8 đến 20/9/2013.

Ưu đãi giảm 10% cho đơn hàng trên 20 hộp.

Giảm 15% cho đơn hàng trên 50 hộp và nhiều ưu đãi hấp dẫn khác.

Khách sạn nhận đặt hàng qua điện thoại theo số +84 4 3822 2800/Máy lẻ: 6109, hoặc gửi email tới: thuy.nghiem@moevenpick.com.

Khách sạn Mövenpick Hà Nội

83A Lý Thường Kiệt, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

Phone: +84 4 3822 2800 | Fax: +84 3822 2822

hotel.hanoi@moevenpick.com



LOTTE LEGEND SAIGON

Tự hào là nhà hàng buffet 5 sao duy nhất tại thành phố có sân hiên trong khu vườn nhiệt đới bên bờ hồ, Atrium Café danh tiếng của khách sạn Lotte Legend Saigon, từ ngày 01/09, sẽ thêm vào buffet tối hằng ngày và buffet trưa chủ nhật tiệc nướng ngoài hiên sân vườn, làm cho buffet tại đây đã tuyệt vời nay càng tuyệt vời hơn. Khi bạn tận hưởng tuyệt tác ẩm thực tại đây với gia đình và bạn bè, sẽ có mọi thứ mà người mê tiệc nướng mong muốn – từ hải sản, thịt bò, thịt cừu,

thịt gà đến rau củ – nướng theo sở thích. Bạn có thể chọn cho mình những miếng thịt bò và cừu ngon nhất nhập từ Mỹ và Úc để nướng như là nộm thần vai, nạc thần ngoại Mỹ, đầu thần ngoại Úc, sườn cừu, gà rút xương ướp gia vị, cừu băm tỏi cuộn kiểu Thổ Nhĩ Kỳ, sườn non ướp gia vị, gà và bò sa-tế, sườn heo, nhiều loại xúc xích, và hải sản từ miền biển Việt Nam gồm có tôm hùm to, tôm càng, ghẹ, hào, tôm, chêm chếp biển và nhiều món khác nữa. Giá: 840.000VNĐ. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 08. 3823 2833.



NIKKO SÀI GÒN.

Khách sạn Nikko Sài Gòn đem không khí Tết Trung thu đến gần hơn với mọi người thông qua những chiếc bánh Trung thu được làm bởi chính đội ngũ đầu bếp nhà hàng Ming Court. Hòa trong không khí Trung thu với những chiếc lồng đèn đỏ và ngỗng nhâm nhi những chiếc bánh Trung thu được làm hoàn toàn bởi đầu bếp nhà hàng Ming Court. Năm nay, chúng tôi đem đến 6 hương vị bánh đặc sắc bao gồm: Mè đen với đậu đen, hạt điều và trứng, Dứa với dừa sữa, Chanh dây với trái cây khô, Trà xanh với nhãn, Trà xanh với đậu đỏ và nếp dẻo, Đậu trắng với hạt dẻ. Những hộp bánh Trung thu thiết kế tao nhã sẽ là món quà ý nghĩa cho bạn bè, người thân hoặc đối tác trong mùa lễ Trung thu này với giá 800.000VNĐ/hộp 4 bánh. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 08. 3929 3520.

RENAISSANCE SAIGON

Atrium Lounge là nơi lý tưởng họp mặt hàng đêm với bạn bè và đối tác kinh doanh. Hãy chọn 03 con hào sống và ly rượu Chandon với giá 190.000VNĐ vào thứ tư, Tapas và một số vang đỏ, vang trắng, vang hồng và rượu sủi tăm 90.000VNĐ vào thứ năm và thứ sáu. Ngoài ra, vào thứ bảy, hãy hưởng thụ sự kết hợp hoàn hảo giữa Chivas tốt nhất và xì gà hảo hạn với giá từ 150.000VNĐ/ly và 180.000VNĐ/điếu xì gà. Vào buổi chiều, hãy tận hưởng chiều nhẹ nhàng với trà, bánh ngọt và nghệ thuật 200.000VNĐ và thêm ly Chandon chỉ với giá 180.000VNĐ. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 08.3822 0033



“Hương vị mùa thu” tại nhà hàng GENJI

Là mô hình buffet hải sản Nhật đầu tiên tại Hà Nội, Genji (88 Đào Tấn) đem đến cho thực khách những trải nghiệm thú vị về văn hoá ẩm thực của đất nước mặt trời mọc. Thực đơn tại đây vô cùng phong phú với 200 món ăn đẹp mắt, ngon miệng, bổ dưỡng được chế biến từ 50 loại hải sản khác nhau tạo nên những món ăn tươi mới, lạ miệng. Ngoài ra khách hàng cũng có cơ hội thưởng thức những món ăn truyền thống của Nhật: Sushi, sashimi, rức rở sắc màu, tươi mềm, ngọt dịu, thanh mát cùng với nhiều loại salad, rong biển xanh, trứng cua, thanh cua. Từ ngày 10/8, Genji triển khai chương trình ẩm thực mới mang tên “Hương vị mùa thu”. Theo đó thực đơn tại nhà hàng sẽ được bổ sung thêm hàng chục món ăn mới từ thịt bò và hải sản... nhằm thay đổi khẩu vị cũng như chọn lựa của thực khách. Với mức giá mới từ 248.000 - 298.000 VNĐ/ người là bạn và người thân được thưởng thức bữa tiệc buffet hải sản từ bàn tay chế biến tài hoa của đầu bếp giàu kinh nghiệm.



NEW WORLD

Bắt đầu buổi tối của bạn với một ly cocktail mang phong cách cổ điển, ly rượu sâm panh hoặc rượu vang và thưởng thức nhiều loại phô mai nổi tiếng trên thế giới, được phục vụ tại xe phô mai tự chọn. Khởi đầu khẩu vị với đĩa phô mai các loại bao gồm phô mai Brie, Cheddar, Parmesan, Blue, Port Salut và Camembert, dùng kèm với mứt làm từ trái cây và rau cải mang đến nhiều hương vị tuyệt vời. Sự thú vị sẽ tiếp tục được mang đến khi dùng bánh mì tươi, bánh quy giòn nhúng vào món phô mai sệt nóng hổi. Một buổi tối với nhiều loại phô mai thượng hạng trong không gian sang trọng sẵn sàng phục vụ bạn tại The Lounge. Chương trình được phục vụ từ nay đến 20/09/2013 tại The Lounge với giá 250.000VNĐ. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 08. 3829 4000.





CROWNE PLAZA
WEST HANOI



QUÀ TẶNG MÙA THU

Năm nay Crowne Plaza West Hanoi mang đến bạn một món quà đặc biệt của Mùa thu. Hân bạn sẽ vô cùng thích thú khám phá từng hương vị của những chiếc bánh trung thu được đặt trang trọng trong những chiếc hộp được thiết kế thật tinh tế, mang hình dáng của những chiếc ngăn kéo bí mật. Chắc chắn gia đình, bạn bè và đối tác của bạn sẽ không thể chờ đợi lâu hơn để khám phá những chiếc hộp xinh xắn chứa đầy những điều tuyệt diệu nho nhỏ thay lời tri ân mà bạn dành cho họ.

Hộp 2 bánh, 4 bánh và hộp 6 bánh có giá lần lượt là 320.000VND; 580.000VND; 680.000VND được bán tại khách sạn từ ngày 06 tháng 08 năm 2013.

CHÍNH SÁCH ƯU ĐÃI

Số lượng	Chiết khấu
20 - 49 hộp	15%
50 - 99 hộp	20%
Từ 100 hộp trở lên	25%

Giao hàng miễn phí khi mua 10 hộp trở lên (loại 4 và 6 bánh) trong phạm vi 10km từ khách sạn (phạm vi ngoài sẽ tính theo chi phí taxi thực tế).





CARAVELLE

Từ ngày 07-13/09, các đầu bếp tại Lobby Lounge sẽ hân hạnh phục vụ món tráng miệng cực kì hấp dẫn, được mệnh danh là loại bánh đầu tiên ra lò tại tiệm bánh Dalloyau nổi tiếng của Paris với giá 120.000VNĐ. Hãy cùng bạn bè và người thân đến mừng Lễ Quốc Khánh tại nhà hàng Nineteen và

cùng thỏa sức tận hưởng các món ăn yêu thích từ khắp mọi miền đất nước chỉ với giá 1.013.000VNĐ. Từ mùi vị mộc mạc của món cá hấp lá chuối đến món ốc sên và hải sản tươi ngon nóng nần hương vị biển cùng với các loại súp đậm đà thuần Việt, nhà hàng Nineteen đảm bảo sẽ là một điểm hẹn lý thú cho các quý thực khách sành ăn trong dịp lễ 2 tháng 9 này. Các món tráng miệng hấp dẫn tại đây hứa hẹn sẽ luôn làm bữa tối của thực khách thêm trọn vẹn. Thông tin chi tiết, xin vui lòng liên hệ: 08. 3823 4999.



RAMANA SAIGON

Sở hữu một số lượng phòng đáng kể trên 290 phòng, khách sạn Ramana Saigon là địa chỉ dừng chân quen thuộc cho các đoàn khách du lịch và thương nhân quốc tế. Tất cả các phòng tại

đây đều thiết kế trang nhã và đầy đủ tiện nghi. Hiện tại, khách sạn đang áp dụng chương trình khuyến mãi rất đặc biệt cho mùa hè này, với giá phòng chỉ từ 1.100.000VNĐ/đêm. Đặc biệt, trong không gian ấm cúng, trang trọng của phòng tiệc và hội nghị, với đội ngũ nhân viên tư vấn, phục vụ chuyên nghiệp và giá cả rất cạnh tranh chỉ từ 3.500.000 VNĐ/bàn, Ramana Saigon được biết đến như một địa chỉ tin cậy.

Ngoài các dịch vụ hậu mãi thông thường cho tiệc cưới, Ramana Saigon còn khuyến mãi cho đôi uyên ương một phòng tân hôn tại khách sạn hoặc một trong những khách sạn 4 sao khác thuộc hệ thống như: Du Parc Phan Thiết hoặc Du Parc Đà Lạt. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 08. 3843 9999



SAILING BAY

Được thiên nhiên ưu ái, The Sailing Bay Beach Resort có 192 phòng nghỉ tắm nhìn hướng

biển tuyệt đẹp. Bạn sẽ tận hưởng kỳ nghỉ trong không gian nội thất sang trọng với hồ bơi lớn nhất khu vực, thường thức ẩm thực biển tươi sống và thưởng hoa cảm xúc cùng dịch vụ spa thư giãn. Tất cả sẽ là dấu ấn cho một chuyến du lịch đáng nhớ của bạn. Chỉ từ 1.900.000 VNĐ/đêm/phòng bao gồm buffet sáng và tối hai người. Chưa hết, nhân dịp khai trương, Sailing Bay tặng thêm một đêm khi bạn đặt phòng tại đây. Ngoài ra, bạn còn được miễn phí tiệc trà chiều và món ăn nhẹ từ 15.00 – 17.00 giờ. Chương trình được áp dụng đến hết 20/12/2013. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: 062. 824 567.

REX

Với lối kiến trúc sang trọng, tinh tế; rộng rãi ấm cúng của đại sảnh và hệ thống các sảnh tiệc – nhà hàng được trang trí với nhiều phong cách khác nhau, phù hợp với các yêu cầu đa dạng để tổ chức tiệc cưới; dù truyền thống hay hiện đại, nhỏ gọn ấm cúng đến hoành tráng sang trọng. Lựa chọn đến với Rex, khách hàng càng yên tâm hơn về đội ngũ tư vấn chuyên nghiệp tận tình của Rex ngay từ lần đầu tiên đến tìm hiểu về sảnh tiệc của Rex, đến những lần tiếp theo để lựa chọn phong cách cưới, hay được tư vấn chọn món ăn phù hợp trong thực đơn tiệc cưới phong phú đầy màu sắc... Chúng tôi sẽ như là người bạn cùng chung vui, kề cận lo toan những công việc cần làm cho ngày cưới thêm trọn vẹn. Hãy đến Rex tận hưởng nhiều hơn các gói dịch vụ và ưu đãi cưới đa dạng và để Rex được tổ chức tiệc cưới theo phong cách riêng của bạn, cùng bạn biến giấc mơ hạnh phúc thành hiện thực. Chi tiết, vui lòng liên hệ: 08.3829 2185.



EQUATORIAL

Đón chào mùa Trung Thu 2013, Equatorial giới thiệu 12 loại bánh Trung Thu với hương vị độc đáo và mới lạ với giá: 598.000VNĐ/hộp 04 bánh. Ngoài hương vị thơm ngon, thương hiệu bánh Equatorial còn được biết đến nhờ thiết kế sang trọng và độc đáo của những mẫu hộp. Trong suốt tháng 9, nhà hàng Chit Chat sẽ phục vụ thực khách yêu thích ẩm thực của đất nước mặt trời mọc các món đặc trưng như sushi, sashimi, kaki furai và các món lẩu đậm chất Nhật Bản. Ngoài ra, vào 2/9, thực khách tha hồ thưởng thức các món ngon như Súp vi cá, bào ngư và hải sản, Heo sữa quay với bánh bao chiên, Vịt tiềm bát bầu, Cá mú hấp nước tương thượng hạng, Sườn bò Mỹ hầm với tùy bò,... Buffet của Chit Chat có giá 798.000VNĐ. Thực khách có thể đến nhà hàng Orientica để thưởng thức thực đơn gọi món trong chương trình ẩm thực Nhật Bản vào buổi trưa và buổi tối với giá chỉ từ 500.000VNĐ. Để biết thêm thông tin, vui lòng liên hệ: 08.3839 7777.



PARKROYAL SÀI GÒN

Tháng 9 này, hãy cùng gia đình và bạn bè đến nhà hàng Garden Brasserie, khách sạn Parkroyal Sài Gòn thưởng thức tiệc buffet được kết hợp từ hương vị ẩm thực châu Á và phương Tây. Thực đơn trong buffet ở Garden Brasserie gồm nhiều loại hải sản tươi sống được thay đổi hàng ngày như tôm hùm, cua lột, ghẹ, tôm sú, cá hồi, hàu, sò điệp cùng thịt đà điểu, cá sấu và thịt bò nhập khẩu New Zealand... với giá từ 428.000 - 728.000 VNĐ/người, bao gồm miễn phí cà phê, trà. Ngoài ra, khi thêm từ 100.000 - 180.000VNĐ/ người, bạn sẽ được thoải mái thưởng thức các loại vang, bia tươi và nước ngọt. Đặc biệt, trong tháng 9 này, Garden Brasserie áp dụng chương trình ưu đãi đi 5 khách, miễn phí 1 khách và phần thưởng miễn phí phòng nghỉ qua đêm hoặc miễn phí ăn tối cho hai người tại Parkroyal với hóa đơn tích lũy 10.000.000 đồng/ tháng. Thông tin chi tiết, xin liên hệ: 08 3842 1111.



ROMANA PHAN THIẾT

Đón chào đại lễ mừng quốc khánh của cả nước, khu nghỉ Romana giới thiệu chương trình ẩm thực cho tháng 09/2013. Chương trình hứa hẹn mang đến tinh túy của ẩm thực Phan Thiết gồm nhiều món ăn đa dạng, giúp cho thực khách khám phá được hương vị tuyệt hảo hải sản vùng biển, trong không khí sôi động của ban nhạc sống diễn ra ngoài trời của khu vực hồ bơi trung tâm resort. Với khung cảnh gần gũi thiên nhiên bên biển và núi đồi, Romana mong muốn sẽ mang lại cảm giác vui chơi lễ hội nhưng vẫn thư giãn và bữa tiệc sẽ gắn kết thêm tình cảm gia đình và bạn bè. Ngoài ra, chương trình còn có ưu đãi đặc biệt tặng một đơn vị nước uống khi Khách hàng mua một phiếu buffet cho đêm tiệc. Thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ: 08. 3914 4645.



Hương vị Sum Vầy



là sự cảm nhận ngọt ngào của vị giác, hương thơm đặc biệt của khứu giác và “sự thoả mãn” của thị giác: lòng đỏ trứng ngọt bùi quyện với các loại nhân bánh như sen trắng, khoai môn, đậu đỏ, hạt dẻ, trà xanh, ngũ vị, đậu xanh... tạo nên nhiều hương vị đặc trưng khác nhau. Vỏ bánh mỏng, vàng óng, bọc lấy lớp nhân bên trong với vị thơm, vị ngọt bùi của trứng, hương thơm dịu của sen nhụy trắng hay vị mát nhẹ của trà xanh, ngọt bùi của hạt dẻ, khoai môn và đậu đỏ. Đặc biệt, vào dịp Tết Trung Thu năm nay, Khách sạn Hà Nội sẽ cho ra mắt sản phẩm bánh dẻo nhân đậu xanh và ngũ vị truyền thống. Không những vậy, sự đa dạng trong mẫu mã cũng đã được thay đổi: có tới 11 loại hộp từ tiêu chuẩn đến cao cấp, ấn tượng và đặc sắc.

Tất cả tạo nên một sản phẩm tuyệt hảo - món quà đặc trưng cho dịp Tết Trung Thu mang thương hiệu Khách sạn Hà Nội. Đó thực sự là món quà ý nghĩa và chất lượng dành tặng cho gia đình, bạn bè hay đối tác. Mỗi hộp bánh là một thông điệp tri ân thể hiện đẳng cấp của người được tặng.

Hãy cùng thưởng thức hương vị độc đáo của bánh Trung Thu mang thương hiệu Khách sạn Hà Nội!

**Khẳng định một đẳng cấp !
Vững vàng một thương hiệu!**



Ngày Rằm tháng Tám âm lịch hàng năm (Tết Trung Thu) từ lâu đã đi vào lòng người với hình ảnh đêm trăng sáng huyền ảo cùng không khí sum họp gia đình đầm ấm. Tết Trung Thu mang đậm ý nghĩa của tình yêu thương, của lòng báo hiếu, của sự biết ơn, của dịp đoàn tụ.

Gắn kết với những ý nghĩa sâu sắc và đậm chất truyền thống đó, Khách sạn Hà Nội sẽ cho ra mắt rất nhiều mẫu bánh sang trọng về hình thức, độc đáo về hương vị và đậm đà bản sắc dân tộc. Mỗi hộp bánh mang một ý nghĩa đặc trưng riêng nhưng đều hướng tới cội nguồn. Tất cả đều được chọn lọc kỹ với nguồn nguyên liệu đảm bảo và chất lượng nhất. Với bí quyết làm bánh đặc biệt của đầu bếp chuyên nghiệp, Khách sạn Hà Nội luôn đáp ứng phục vụ theo nhu cầu của quý khách. Mỗi miếng bánh



KHÁCH SẠN HÀ NỘI

D8 Giảng Võ, Ba Đình, Hà Nội
Điện thoại: (84-4) 3845 2270 - Fax: (84-4) 3845 9209
Website: www.hanoihotel.com.vn - Email: sales@hanoihotel.com.vn

Tuấn Anh

Đi tìm của những màu vang

Màu sắc của một chai vang cho chúng ta biết nhiều điều hơn là một lựa chọn đơn thuần. Vang hồng, vang trắng, vang đỏ, mỗi màu vang đều là một bí mật!

Lần nọ, một đồng nghiệp của tôi không biết trong lúc vô tình hoặc một mối, hoặc do sức ép của tiến độ deadline in của tạp chí đã viết: “Hãy tới nhà hàng XXX và thưởng thức những ly vang hoa hồng.” Đọc câu này, chắc chắn những người chỉ cần biết qua về vang đều sẽ bật cười bởi trên đời không hề có loại vang hoa hồng nào cả. Ly “vang hoa hồng” của câu đồng nghiệp của tôi thực chất là Rose Wine – tên gọi của một loại vang, dùng để phân biệt với vang trắng và vang đỏ. Mặc dù vậy, vẫn phải nói, vang trắng tuy gọi là vang trắng nhưng không phải có màu trắng trong kiểu nước lọc tinh khiết. Bạn sẽ không thể tìm thấy một ly vang trắng có màu trắng tinh. Thay vào đó, bạn sẽ có các màu trắng ngà vàng như màu nắng, màu vàng rơm. Hoặc tương tự, vang đỏ không nhất thiết lúc nào cũng có màu đỏ. Màu của rượu vang đỏ có thể dựa trên độ đỏ sậm hoặc đỏ thắm mà ra được các màu phảng ánh tím hoặc phảng đen.

Style số này muốn cùng bạn xem xét các loại vang qua màu sắc của chúng.

VANG HỒNG

Vang hồng – một lần nữa xin nhắc lại – không hề được ủ, ép từ hoa hồng, cánh hay cành lá gì của hoa hồng cả. Vang hồng được làm từ những quả nho đỏ nhưng chỉ cho tiếp xúc thoáng qua với vỏ nho nên sản phẩm cuối cùng có màu hồng. Trong một số trường hợp, vang hồng lại là sự trộn lẫn của hai loại vang, vang trắng và một chút vang đỏ. Tất nhiên với cả hai cách làm đặc biệt trên, những ly vang hồng sẽ có những đặc điểm riêng về hương vị. Vang hồng sẽ không có độ cứng, nhiều vị tannin như những ly vang đỏ nên những

mùi như hồ tiêu, mùi thịt nướng hoặc mùi gia vị sẽ không thể nổi bật bằng (nếu không nói là không có trong vang hồng). Tuy nhiên, không phải vì vậy mà vang hồng không có những chai vang quý hiếm và để được lâu. (Tannin là một trong những chất có tác dụng giúp giữ có tuổi đời dài. Chất này có nhiều trong vỏ và hạt nho.) Với phong cách sản xuất rượu vang hiện đại, những chai vang hồng được người ta thực hiện để có được độ tinh tế như vang đỏ, vang trắng và vang nổ. (Vang nổ cũng gồm có vang hồng và vang trắng.)

Vang hồng vùng Rhône, Pháp được ủ và làm chủ yếu từ nho Grenache và nho Cinsault. Hai vùng khác ở Pháp cũng có vang hồng khá nổi tiếng là Provence và Loire Valley. Nếu có dịp, bạn cũng nên thử một chai Richard Standford được làm từ

nho Pinot Noir.

Loại vang nổi tiếng nhất trong những chai vang hồng là White Zinfandel, đặc biệt là những chai White Zinfandel của nhà Sutter Home của Mỹ. Mỗi năm nhà Sutter Home sản xuất hơn 20 triệu thùng vang hồng. Vang hồng của nhà Sutter Home có vị ngọt thanh, mát, khá ngon.

Với hương vị ngọt, thanh không quá đậm hương, vang hồng nên được uống hơi lạnh. Vang hồng nên được uống vào những ngày hè, khi ở bên bể bơi hoặc ở bên bờ biển. Có lẽ chẳng gì tuyệt trong một buổi chiều hè muộn bằng một hoặc hai ly vang



hồng, một đĩa thịt bò beefsteak, một chút salad.

VANG TRẮNG

Tất nhiên là vang trắng không thể sản xuất từ nho đỏ mà phải sản xuất từ những quả nho trắng. Vang trắng cũng là loại vang thường được làm gần như chỉ từ nước ép nho. Với vang trắng, người ta có thể làm ra nhiều loại vang khác nhau từ những loại ít ngọt, ngọt, thanh mát (dry) hoặc nhiều hương vị hoa trái.

Rượu vang trắng ủ từ nho Sauvignon Blanc thường có vị thơm, ngon ngọt như mùi dưa tây rất đặc trưng. Cá biệt những chai vang có rượu ủ từ những quả nho Sauvignon Blanc nhiễm nấm botrytis càng có vị ngọt ngào, mượt mà như thể mật ong – rất phù hợp cho việc dùng vào bữa tráng miệng.

Chardonnay là loại nho trắng đặc biệt linh hoạt. Người ta có thể sử dụng loại nho này để tạo ra những chai vang trắng kiểu thanh mát như Chablis nhưng cùng lúc cũng có thể dùng loại nho này để tạo ra những chai vang trắng ngon ngọt kiểu California.

Tuy nhiên, Chardonnay chỉ là một ngoại lệ. Giống như vang đỏ và vang hồng, vang trắng cũng chịu ảnh hưởng rất lớn từ loại nho được dùng để ủ rượu. Điều này là bởi mỗi loại nho đều có một đặc tính và một hương vị rất khác. Chẳng hạn Nho trắng Riesling mang hương vị trái mơ và bưởi chùm. Trong khi Gewurz ở vùng Gewurztraminer thì được hương gia vị, mùi hạt nhục đậu khấu và mùi hương quế.

VANG ĐỎ

Vang đỏ được gọi là linh hồn và trái tim của vương quốc rượu vang. Tại sao? Đơn giản bởi chúng ta là những động vật ăn thịt. Chúng ta thích ăn thịt, đặc biệt là những món thịt nướng trên những dàn nướng ngoài trời. Vang đỏ, vang được lên men và ủ trong những thùng gỗ sồi rất phù hợp với loại thịt này. Sự kết hợp của vang đỏ và thịt nướng đưa chúng ta trở về với những gì nguyên thủy nhất khi cuộc sống của con người diễn ra bên bếp lửa với những

tàng thịt nướng.

Vang đỏ là loại vang dễ làm nhất. Nho được hái về, nghiền nát, để nước nho tiếp xúc với vỏ nho. Thời gian tiếp xúc giữa nước cốt và vỏ nho càng lâu thì màu rượu càng thắm, rượu càng chát do có vị tannin (phải chăng vì lẽ này người ta gọi vang đỏ là rượu chát). Một số loại vang của Bồ Đào Nha do được ủ và lên men cùng với vỏ của quả nho nên có màu thắm đen đặc trưng.

Mặc dù vang đỏ chủ yếu là những chai vang được làm với mục đích để dành lâu dài trong hầm rượu nhưng vang đỏ Beaujolais Nouveau lại được sản xuất với mục đích uống nhanh, uống sớm. Beaujolais Nouveau được lên men chỉ khoảng vài tuần trước ngày hội Beaujolais Nouveau.

Loại nho được ưa dùng để làm ra những loại rượu đỏ là Pinot Noir. Dù được trồng ở bất kỳ đâu, Burgundy hay những vùng có khí hậu lạnh hơn như California, Oregon, New Zealand hoặc Úc những trái nho Pinot Noir đều rất đặc biệt. Những chai vang đỏ đắt nhất thế giới như Romanee Conti hay Château Petrus đều được làm từ những trái nho Pinot Noir.



FORTUNA
HOTEL
HANOI

KHỞI ĐẦU TỪ ĐÂY

Khởi đầu ngọt ngào cho hạnh phúc lứa đôi!

"Đám cưới...có những khoảnh khắc chỉ tồn tại *duy nhất* một lần nhưng theo ta suốt cuộc đời"

Tinh tế, chu đáo đến từng chi tiết, ngày vui trọng đại của bạn sẽ
hoàn hảo hơn cả sự mong đợi"

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

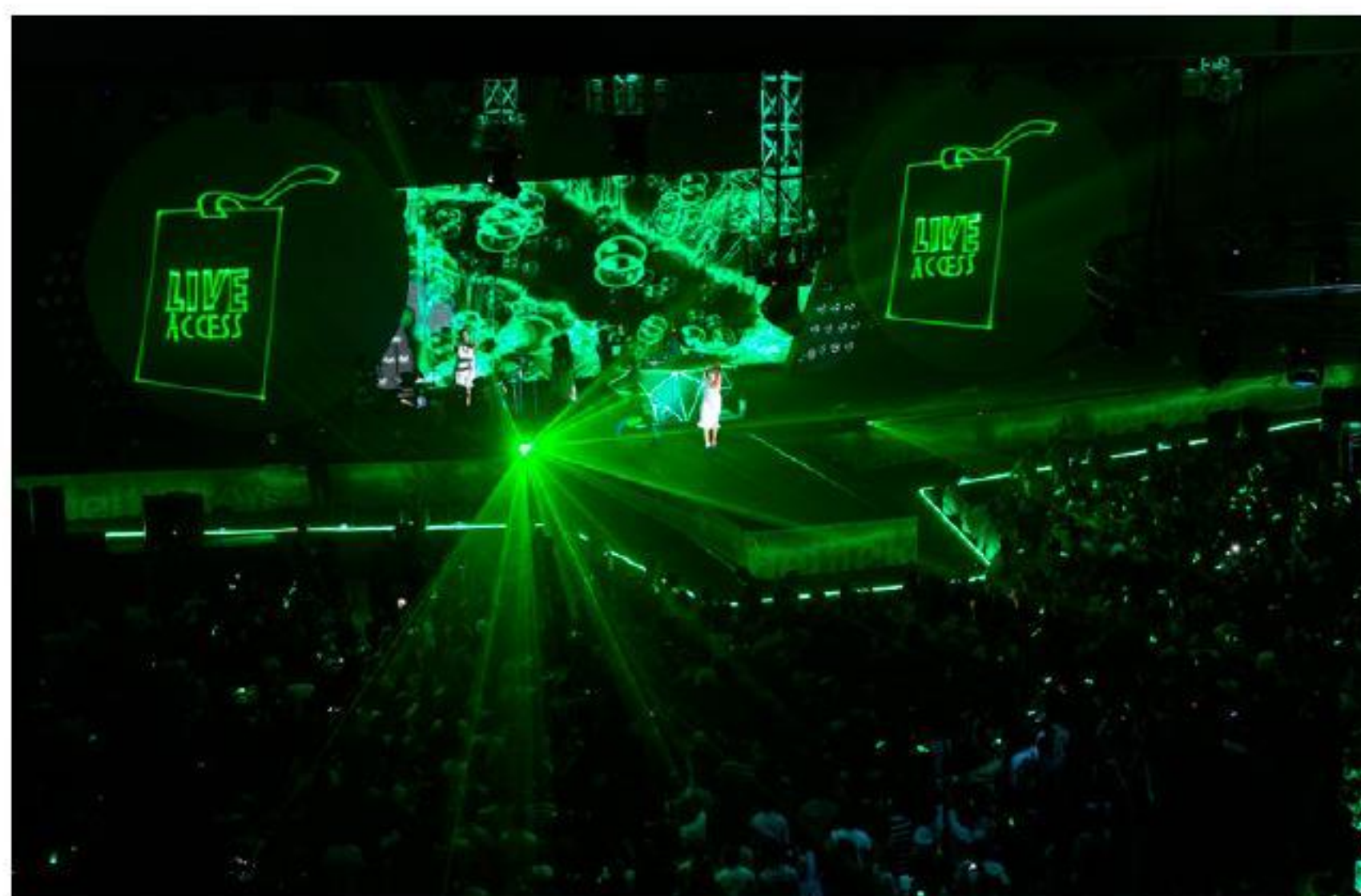


● News

www.stylemagazine.vn

HEINEKEN

Lễ hội âm nhạc đỉnh cao Heineken Live Access 2013 tại Tp.HCM đã khuấy động hàng ngàn khán giả yêu nhạc trong không gian sang trọng của Trung tâm Triển lãm và Hội nghị Sài Gòn. Quy tụ dàn nghệ sĩ hàng đầu thế giới, Heineken Live Access 2013 đem đến cho khán giả cơ hội thưởng thức những thăng hoa tuyệt vời của âm nhạc đẳng cấp quốc tế. Top 10 DJ hàng đầu của Australia - Bass Kleph và top DJ kiêm nhà sản xuất lừng danh trên DJ Mag - Emrah Is tỏa sáng cùng ban nhạc nữ quyến rũ High On Heels và ca sĩ xinh đẹp Adina Butar trong một trải nghiệm âm nhạc biến chuyển ấn tượng mang phong cách mới của thế giới. Lễ hội âm nhạc đỉnh cao Heineken Live Access là sự kiện cuối cùng trong chuỗi bốn trải nghiệm đẳng cấp thế giới nhân dịp Heineken ra mắt diện mạo mới nhằm kỷ niệm 140 năm của thương hiệu, trong đó có Trải nghiệm trên Du thuyền Heineken; Hành trình Trải nghiệm Chất lượng Heineken và Thắp sáng Tuyệt tác mới của Heineken.



GAO

Ngày 13/8, nhà hàng Gạo – một thành viên mới của Gạo 33 Lê Quý Đôn đã chính thức khai trương tại số 06 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM. Ngay từ cách đặt tên cho Gạo, cũng đủ thấy rằng, những người làm nên thương hiệu này đã thể hiện rõ tình yêu đặc biệt đối với gạo – một món ăn truyền thống từ ngàn năm qua của người Việt. Để cao hạt gạo, trân trọng và mong mọi gìn giữ giá trị tinh thần quý giá từ sự gắn kết các mối quan hệ trong những bữa cơm Việt. Vì lẽ đó, từ chi tiết trang trí đến cách thực hiện và tạo ra những món ăn đều được chăm chút kỹ lưỡng tại nhà hàng Gạo. Nhân dịp khai trương, nhà hàng Gạo hân hạnh ra mắt một loại gạo mới – gạo thảo dược tím cùng ưu đãi giảm 30% tất cả các hóa đơn thanh toán từ ngày 21/8 – 30/8. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng gọi: 08 3825 6625.

TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI TRÀNG TIỀN

Trung tâm thương mại Tràng Tiền Plaza (TTP) thắt chặt mối quan hệ với khách hàng thân thiết bằng việc phát hành TRANG TIEN PLAZA LOYALTY CARD. Thẻ Thành Viên Loyalty là chương trình được thiết kế đặc biệt dành tặng nhiều ưu đãi hấp dẫn cho khách hàng sở hữu thẻ. Thẻ TTP Loyalty Có 03 hạng thẻ: Thẻ Member, Thẻ VIP, Thẻ VVIP với mức giảm giá từ 2%-30% tại các cửa hàng tham gia chương trình. Để biết thêm chi tiết, quý khách có thể liên hệ quầy thông tin của Trang Tien Plaza.

COCA-COLA

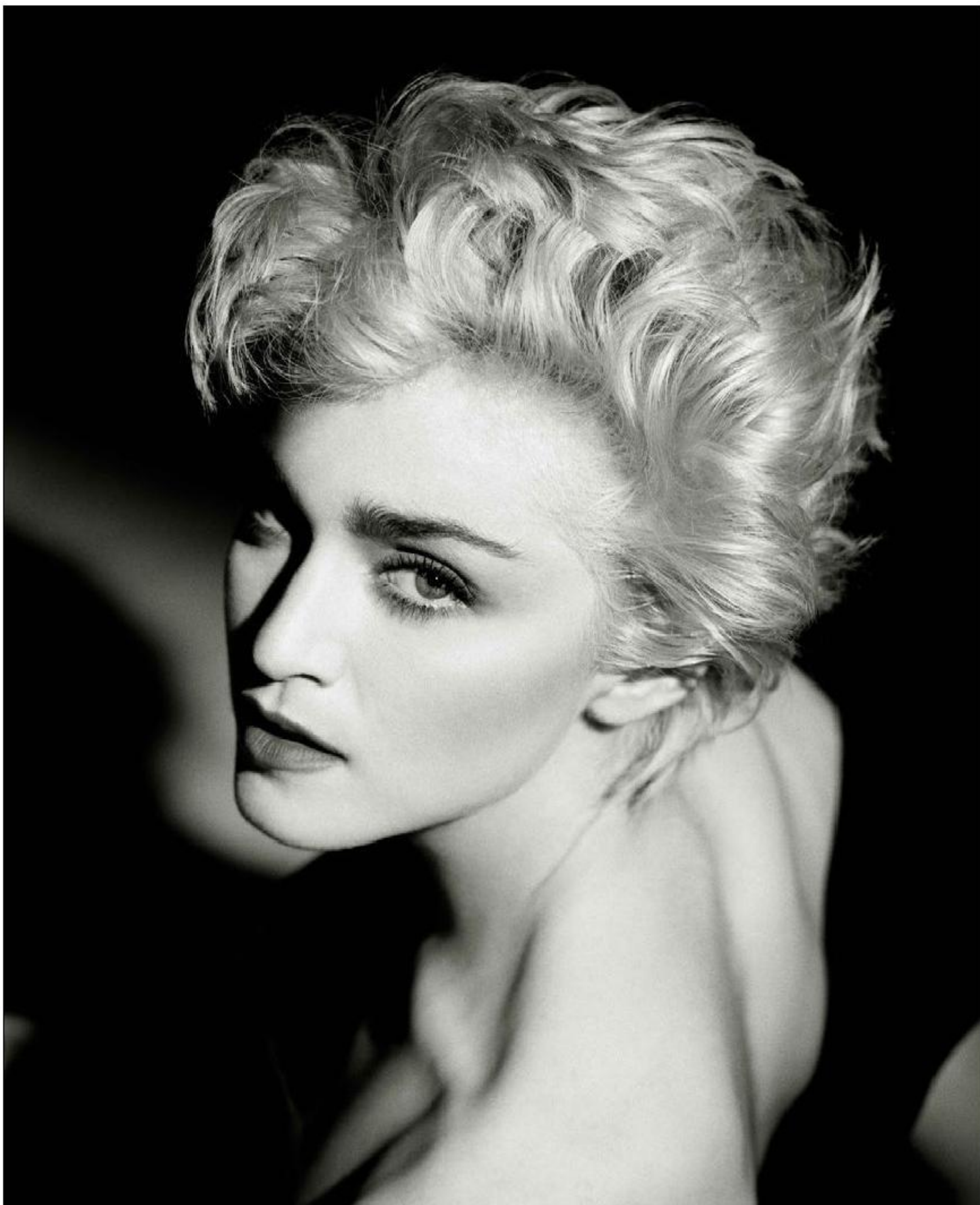
Nhạc hội xuyên Việt Coca-Cola SoundWave 2013 đã chính thức kết thúc với show diễn hoành tráng tại Nghệ An ngày 28/7. Cùng điểm lại những thành công đặc biệt trong suốt chặng đường hơn 3 tháng thực hiện chương trình Coca-Cola SoundWave vừa qua đến cho giới trẻ ở các vùng sâu, vùng xa trên khắp cả nước. 5.100 km: Là chiều dài quãng đường mà nhạc hội xuyên Việt Coca-Cola SoundWave đã đi qua từ Cần Thơ đến Thái Nguyên và trở lại Nghệ An tổ chức lại show vào ngày 28/07. 70 giờ: là lượng thời gian mà khán giả 11 tỉnh đã hòa mình vào không khí âm nhạc và lễ hội. 80.000: là số khán giả trực tiếp tham gia và trở thành một phần của làn sóng âm nhạc SoundWave 2013. 220: là số lượng màn trình diễn xuất sắc của các ca sĩ được yêu thích.

STARBUCKS

Starbucks khai trương cửa hàng thứ hai ở Tp.HCM tại tòa nhà President Place, 93 Nguyễn Du. Theo bà Patricia Marques, Tổng Giám đốc Starbucks Việt Nam, việc khai trương cửa hàng thứ hai này nằm trong chiến lược mở rộng cửa hàng của Starbucks tại Việt Nam. President Place là tòa nhà cao cấp với những khách thuê là các tập đoàn đa quốc gia. Ngoài ra, Starbucks có tham vọng sẽ tạo ra tác động lớn đến địa phương với những hoạt động cộng đồng của mình. Theo ông Alex Crane của Công ty Savills, President Place vẫn còn những mặt bằng cho thuê liền kề với Starbucks và họ hy vọng rằng sự tham gia của Starbucks như một khách thuê sẽ tạo sức hút cho các khách thuê cao cấp khác vào các diện tích trống còn lại. Để biết thêm thông tin chi tiết về President Place, xin liên hệ 0168 783 6565.



Entertainment





NGÔ THANH VÂN

Bàn về chữ duyên

Bảo Minh

MỘT NGÔ THANH VÂN TRONG SÁNG VÀ THƠ NGÂY, CÓ CHÚT GÌ LẼNG ĐẲNG VỚI NỤ CƯỜI NHƯ CẢ MỘT BẦU TRỜI TOẢ NẮNG TRONG HOÀI PHỐ. MỘT NGÔ THANH VÂN TỪNG TRẢI, MẠNH MẼ VÀ ĐẨY BẮT CẦN TRONG BỘ PHIM ĐẦU TIÊN CÓ LẼ ĐÃ LÀM NÊN TÊN TUỔI: BẦY RỒNG. MỚI ĐÂY NHẤT, VÂN LẠI CHO THẤY MỘT CÁ TÍNH, MỘT HÌNH ẢNH KHÁC, HOÀN TOÀN MỚI TRONG LỬA PHẬT. NHƯNG KHÔNG CHỈ CÓ ĐIỆN ẢNH, VÂN CÒN CÁ TÍNH, TRẺ TRUNG, ĐỦ ĐẦY ĐA ĐOAN VÀ CHÍN CHẮN TRONG ÂM NHẠC. Ở VAI TRÒ MỘT BÀ BẦU, VÂN CŨNG LẠI CHO THẤY MỘT SỰ QUYẾT ĐOÁN, GIÀ DẶN, TRÁCH NHIỆM NHƯNG CŨNG ĐẦY KÍN KẾ.

MỌI THỨ PHẢI ĐƯỢC XÂY DỰNG TỪ LÒNG TIN

Có vẻ như sau tất cả, cuối cùng thì những ì xèo về vụ Tronie cũng đã qua. Chị có chia sẻ hoặc nhận xét gì về việc này? Có vẻ cung Nô Bộc của chị không được tốt?

Nếu một con tàu không dừng lại ở sân ga của bạn thì có nghĩa nó không là con tàu dành cho bạn (Marianna Williamson). Vân ngẫm ra cuộc sống đừng e ngại sự thay đổi, bạn có thể mất đi một vài điều tốt đẹp nhưng bạn có thể lấy lại những thứ còn tốt đẹp hơn. Chưa hẳn tất cả đã qua nhưng cũng xem một trang giấy đã lật sang trang, những người còn lại vẫn tiếp tục hành trình của mình. Mọi thứ nên nhìn theo hướng tích cực và đơn giản hơn là nhìn vào những điều tiêu cực để thấy đau lòng và bế tắc. Vân không có thời gian suy nghĩ những điều tiêu cực, vì đang dành thời gian cho sự tốt đẹp phía trước.

Sau sự kiện Tronie, rồi tiếp theo là MiA, liệu chị có còn ý định tiếp tục với vai trò bà bầu sô không?

Bản chất của 02 việc hoàn toàn khác nhau. MiA là hợp đồng hợp tác hỗ trợ nghệ sỹ có thời hạn 01 năm. Tuy nhiên, Vân vẫn muốn khẳng định chẳng có lý do gì để Vân không tiếp tục theo đuổi con đường của mình đã vạch ra từ đầu. Chút sóng gió giữa đường không có nghĩa ta dừng con tàu và quay lại, đó là lúc thử sức bền của con tàu, xem xét tình hình, vững tay lái và đi theo theo chiều gió để vẫn tiếp tục đến đích.

Vậy theo chị điều gì có thể khiến cho mối quan hệ giữa công ty quản lý và ca sỹ, nghệ sỹ có thể làm việc bền chặt với nhau?

Bất kỳ một mối quan hệ nào dù tình bạn, tình yêu hay công việc đều phải được xây dựng dựa trên lòng tin. Nếu không có lòng tin, tất cả sẽ chẳng là gì.

CHIÊU TRÒ KHÔNG XẤU, CHỈ CÓ NGƯỜI LÀM XẤU CHIÊU TRÒ

Chị nghĩ sao về việc hiện nay một nghệ sỹ cần phải đa tài. Liệu chúng tôi có thể xem chị là một nghệ sỹ đa diện các sắc thái nghệ thuật không? Hay liệu tôi có thể đặt câu hỏi rằng, xét cho cùng trong thế giới của nghệ thuật, nghệ sỹ cũng phải biết lắm chiêu nhiều trò và không ngừng biến hóa mình – chị tất nhiên cũng không phải ngoại lệ?

Nếu đặt “đa tài” và nhiều chiêu trò là cùng nghĩa thì tội cho nhiều nghệ sỹ lắm. Đa tài là có tài và năng lực ở nhiều lĩnh vực khác nhau. Đây cũng là xu hướng mà nghệ sỹ thế giới đang theo đuổi, điều đó có thể giúp nghệ sỹ trải nghiệm nhiều hơn và tìm thấy nhiều màu sắc trong cuộc sống và công việc. Bản thân Vân khi đào tạo cho các học trò, Vân cũng định hướng nghệ sỹ đa năng để cho mình và các em có cơ hội phát huy tiềm năng, sự sáng tạo và tinh thần làm việc mạnh mẽ. Với Vân, thật ra bản chất chiêu trò không xấu, nhưng những người làm chiêu trò xấu đang làm cụm từ này mang ý nghĩa tiêu cực. Chiêu trò có thể hiểu là những cách để nghệ sỹ - như Vân - cải thiện, nâng cao hình ảnh trong mắt công chúng, nhưng cái chính vẫn là tài năng thực sự qua công việc, áp dụng và sử dụng đúng lúc, đúng chỗ mới có hiệu quả.

Tôi phân vân không biết, nghệ sỹ có bao giờ mang các chiêu trò của mình vào cuộc sống thực không? Liệu khán giả có thể tin những gì mà các nghệ sỹ dành cho họ là thật lòng?

155

STYLE





Cuộc sống thực cũng cần những cách để nâng cao hình ảnh, công việc, uy tín ...nhưng theo cách khác vì cuộc sống không phải showbiz. Mỗi nơi sẽ có cách làm khác nhau. Khán giả có tin hay không còn phụ thuộc người nghệ sỹ sống sao giữa công việc nghệ thuật và đời thật để khán giả tin tưởng. Điều đó hiện nay xem ra rất khó nhưng không phải không thể làm được, thế nên nghệ sỹ khó hơn người bình thường ở chỗ xây dựng niềm tin từ những thế giới khác nhau nhưng vẫn là chính mình.

Vậy chị nghĩ gì về thái độ bất chấp tất cả để có thể nổi tiếng của giới trẻ như hiện nay, mà Bà Tung có thể xem là một ví dụ?

Vân không nhận xét về cá nhân nào ở đây cả, đơn giản đó là hiện tượng mà xã hội nào tới thời kỳ nhất định rồi cũng sẽ xảy ra. Giải trí nghệ thuật ở nước ta hiện nay đang hội nhập đón nhận các trào lưu mới của các nước trên thế giới, tốt có, và hiển nhiên cũng có luôn cái xấu. Nếu trách việc giới trẻ bất chấp tất cả để nổi tiếng 1, thì phải trách người ủng hộ, người xem, người chấp nhận nó gấp 10 vì không có cầu thì sao có cung. Bản chất của việc muốn mình nổi tiếng không xấu nhưng cần phải suy nghĩ kỹ tới cách làm. Nổi tiếng là nhất thời còn cái điều tiếng theo cuộc đời là mãi mãi.

ĐỪNG ĐỔ TẤT CẢ CHO DUYÊN

Nghệ sỹ dường như cũng chỉ có thời, có duyên. Chị theo và sùng đạo Phật (nếu tôi không nhầm), chị nghĩ sao về chữ Duyên trong nghiệp này?

Duyên cũng nắm bảy đường duyên, cái chính ra mình hiểu mình trước đã, không hiểu chính mình thì có ép cái chữ Duyên cũng chẳng được. Vạch định đường đi cho cuộc đời không chỉ phụ thuộc vào Duyên mà còn phụ thuộc vào bản lĩnh và tầm nhìn với cuộc đời của mỗi người. Chẳng ai trẻ mãi, đóng mãi 01 vai diễn, cái Duyên cũng chẳng mãi ở với mình suốt đời. Phải biết chấp nhận, phải biết thay đổi và biết tạo ra duyên mới thay vì ngồi đó chỉ để nói: có thời hay có duyên.

● Celebrity

www.stylemagazine.vn



Trang phục và phụ kiện Dolce&Gabbana

Nhưng đầu tiên là Johnie Trí Nguyễn, rồi Charlie Nguyễn, sau đó là Tronie, thậm chí là một đợt rộ lên trên mạng là cả Tina Tình, dường như chị có “duyên” với scandal thì phải? Cảm giác như scandal cứ tự tìm đường tới với chị?

Đừng đổ lỗi cho “duyên” khi có những điều con người mới là tác giả thực sự, như scandal chẳng hạn. Vân không phiền lòng vì những điều người khác nói về mình. Thương để tạo cho mình theo cách riêng, do đó, một bản gốc sẽ có giá trị hơn những bản sao mà scandal cố tình xây dựng. Phải hiểu khi đi theo con đường mà nhiều người dễ dàng có thể search mình bằng 1 cú click trên mạng thì cũng phải chấp nhận theo sau đó nhiều câu chuyện mà bản thân mình cũng không biết từ đâu. Bản lĩnh người nghệ sỹ nằm ở chỗ ta nhìn những câu chuyện đó có giá trị gì trong cuộc sống mình không, còn nếu “không” thì mọi chuyện dễ dàng hơn nhiều.

Chị không xuất hiện với Johnie Nguyễn và Charlie Nguyễn trong Bụi Đời Chợ Lớn nhưng lại xuất hiện trong Lửa Phật – lý do gì dẫn tới việc này?

Sản xuất phim luôn để cao diễn viên phù hợp với vai diễn và kịch bản phim. Với Lửa Phật hay Bụi Đời Chợ Lớn cũng vậy, không thể hỏi vì sao lại phim này mà không phải phim kia, đó còn là quyết định của nhà sản xuất và con mắt đạo diễn. Kịch bản Lửa Phật đã hấp dẫn Vân cách đây 02 năm vì Vân thích Ánh và thăng trầm của nhân vật gần như được tạo ra theo cách “đo ni đóng giày” cho mình. Sau bao khó khăn cuối cùng phim cũng đã bấm máy và Vân vẫn được anh Dustin Nguyễn tin tưởng giao vai diễn Ánh, Vân chờ vai diễn này đã lâu và cuối cùng cũng đã có thể diễn nó bằng hết tâm tư của mình.

Mặc dù đây có vẻ là một câu hỏi nhàm chán, và hơi riêng tư nhưng năm nay chị đã 35 tuổi? Chị định khi nào mới neo đậu ở một bến đỗ nào đó – ý tôi là kết hôn với một ai đó?

Vân cũng thấy nhàm chán khi vẫn nói 1 câu cho tất cả những câu hỏi cho chuyện tình duyên của mình: là vẫn còn đợi duyên. Nó cũng riêng tư nhưng có phần hơi khác vì không thể trong hoạch định như công việc của mình được. Mình không thể vạch ra ngày này tháng này mình phải kết hôn với ai đó kéo trễ, Vân tin sự sắp đặt của cái “duyên” có lý do của nó. Mọi chuyện hãy để tự nhiên.

VÀ NHỮNG DỰ ÁN SẮP TỚI

Chị là diễn viên, ca sỹ, người mẫu, bà bầu sô và gần đây nhất là hoạt động xã hội. Trong các vai trò này chị thành công nhất có lẽ là diễn viên. Ca sỹ, người mẫu và bà bầu sô có vẻ không hợp với chị lắm? Chị nghĩ sao về điều này? Chị có kỳ vọng vào vai trò và vị trí một nhà hoạt động xã hội của mình trong thời gian sắp tới?

Mỗi người đều có quyền hi vọng, thực hiện ước mơ của mình. Trong cuộc đời, có điều tệ hơn thất bại là không dám thực hiện thế nên Vân đã làm, thành công có, thất bại có, nhưng không sao cả. Không ai và không việc gì hoàn hảo, Vân nhìn xa hơn những khiếm khuyết đó để nâng cao cuộc sống mình hơn với những thử thách mới.

Nếu nói cụm từ “nhà hoạt động xã hội” thì có vẻ to tát và Vân chưa thấy mình đủ để gọi là như vậy, Vân chỉ là người như bao nhiêu con người khác trong xã hội này chung tay hỗ trợ những hoàn cảnh khó khăn để giúp người, giúp đời và hi vọng ngày càng nhiều và nhiều hơn nữa sự giúp đỡ để mọi người cùng có thể sống một cuộc sống hạnh phúc hơn.

Nhưng trong 05 năm tới, khán giả sẽ thấy một Ngô Thanh Vân toả sáng trong vai trò nào? Tiếp tục là diễn viên để cạnh tranh với thế hệ đàn em hot girl đang nổi lên và đe dọa tiềm ngôi? Hay sẽ là một bà bầu sô? Hay là một nhà hoạt động xã hội?

Vân hướng tới vai trò nhà sản xuất trong thời gian gần đây và từng bước học hỏi kinh nghiệm qua nhiều sản

NỔI TIẾNG LÀ NHẤT THỜI CÒN CÁI ĐIỀU TIẾNG THEO CUỘC ĐỜI LÀ MÃI MÃI.

phẩm khác nhau từ sản phẩm âm nhạc đến phim ảnh và bước đầu cũng đạt được nhiều tín hiệu vui. Vân vẫn duy trì các hoạt động nghệ thuật và xã hội vì Vân vẫn còn đam mê lắm, và dường như còn rất dài, còn nhiều thứ Vân còn ấp ủ thực hiện cho mình và mọi người cùng niềm đam mê nghệ thuật giống Vân. Công việc nào cũng khó khăn và sự cạnh tranh, nhưng tuyệt đối đừng hù dọa bản thân, ai cũng có lòng tin và ai cũng có sở trường của riêng mình, những đe dọa chỉ đáng sợ khi mình không biết mình là ai.

Vậy những dự án trong một tương lai gần hơn của chị là?

Vân đang chuẩn bị bắt tay vào MV mới của mình đánh dấu sự trở lại với âm nhạc sau nhiều năm tập trung cho kinh doanh và các vai diễn. Âm nhạc không là sự khởi đầu và cũng chắc chắn không là kết thúc cho chuỗi những đam mê nghệ thuật của Vân, nhưng nó vẫn âm ỉ trong Vân và thôi thúc Vân thực hiện một MV để Vân có thể làm tất cả những gì mình thích trong sản phẩm của chính mình. Cuối tháng 8 sẽ bắt đầu thực hiện và hi vọng sẽ sớm ra mắt khán giả trong cuối năm.

Cuối cùng chị có thể cho biết? Mọi người nên gọi Ngô Thanh Vân là gì? Ca sỹ Ngô Thanh Vân, diễn viên Ngô Thanh Vân hay... ?

Chỉ đơn giản là một “thương hiệu” Ngô Thanh Vân mà thôi ☺

159

STYLE

PETey MAJIK NGUYỄN: ẢO THUẬT GIẢ ĐƯỜNG PHỐ

Bảo Bình



KHÔNG CÒN LẠ LẺM VỚI LÃNG GIẢI
TRÍ PHÍA NAM, PETey MAJIK NGUYỄN
ĐANG LÀ GƯƠNG MẶT QUEN THUỘC
TỪ TRUYỀN HÌNH TỚI CÁC QUÁN BAR,
TỪ ĐIỆN ẢNH TỚI NHỮNG GỐC ĐƯỜNG
NƠI ANH BIỂU DIỄN MỘT VÀI MÀN ẢO
THUẬT PHỤC VỤ MIỀN PHÍ NHỮNG
NGƯỜI ĐI LẠI!

160^{STYLE}





NẾU MỘT NHÀ ẢO THUẬT CẦM
MỘT CỔ BÀI THÌ SAO? ANH TA
SẼ CÓ THỂ CHIA BẤT KỲ CON
BÀI NÀO ANH TA MUỐN DO
ANH TA CÓ THỂ LÀM CHỦ CỔ
BÀI. BẠN CŨNG VẬY, NẾU BẠN
BẮT ĐẦU LÀM CHỦ CUỘC ĐỜI
CỦA MÌNH, TÔI TIN RẰNG BẠN
SẼ CÓ THỂ ĐẠT ĐƯỢC NHIỀU
THỨ BẠN AO ƯỚC HƠN.

NẾU MỘT NGÀY NÀO, DÙ Ở HÀ NỘI HAY SÀI GÒN, BẠN GẶP MỘT ANH CHÀNG DÁNG NGƯỜI ĐẬM, RÊU QUAI NÓN, MẶC SUIT HOẶC JACKET, TAY ĐANG CẦM MỘT BỘ BÀI VÀ NGỎ Ý MUỐN BIỂU DIỄN CHO BẠN XEM MỘT MÀN ẢO THUẬT. RẤT CÓ THỂ ĐÓ SẼ LÀ PETEY MAJIK NGUYỄN!

TỪ YOUTUBE TỚI ĐÀI TRUYỀN HÌNH VÀ MÀN ẢNH RỘNG

Phải nói Petey khá điển trai, ai cũng có thể sẽ bị anh cuốn hút ngay từ buổi nói chuyện đầu tiên. Không biết có phải vậy mà Petey dễ dàng bén duyên với showbiz. Sắp tới đây, anh sẽ xuất hiện trong bộ phim Âm mưu giày gót nhọn. Anh cũng đang được giám đốc công ty Đất Việt mời làm host cho chương trình truyền hình về ảo thuật đường phố. Chương trình này sẽ phát sóng trên đài HTV2. Trước đó Petey cũng đã khá nổi tiếng ở Úc khi anh tham gia một chương trình truyền hình có tên là Bộ ba Phép thuật. Đây là một chương trình thực tế làm về các ảo thuật gia đường phố. Petey chia sẻ anh thích ảo thuật đường phố bởi tính thử thách cao. “Bạn cầm một bộ bài, đến gặp một nhóm người đi trên đường và biểu diễn cho họ xem. Họ có thể thích hoặc không thích, hoặc thậm chí từ chối bạn ngay từ đầu. Nhưng nếu bạn thuyết phục được họ, thấy được tận mắt sự thích thú của họ khi chúng kiến điều kỳ diệu xảy ra ở cự li gần, cảm giác sẽ thích thú hơn nhiều nếu so với khoảng cách với khán giả khi biểu diễn trên sân khấu lớn.”

NIỀM SAY MÊ TỪ THUỞ THƠ ẤU

Petey Majik Nguyễn yêu ảo thuật tới lạ kỳ. Không biết có phải vì thế

mà tên của Petey có thêm một chữ Majik hay không. Anh gần như đã lang thang ở rất nhiều thành phố và quốc gia trên thế giới để mang ảo thuật tới người dân sống nơi đây. Anh chia sẻ trên trang mạng của mình những nơi anh đã đi qua và biểu diễn có Fiji, Thái Lan, Singapore, Hong Kong, Macau, Campuchia, Las Vegas, Los Angeles.

Lần đầu tiên Petey Majik Nguyễn biết tới ảo thuật là năm anh 13 tuổi. Cậu bé Petey gốc Việt lập tức mê mải ngay từ lần đầu tiên nhìn thấy những màn ảo thuật của các nhà ảo thuật gia. Cậu không ngừng lên mạng tìm tòi, học hỏi để tự thực hiện. Trước sự say mê của con trai, bố của Petey đã nhắc nhở anh rằng đây chỉ là một sở thích, một công việc làm chơi thay vì một cái nghiệp. Tuy nhiên, không có gì ngoa khi nói ảo thuật đã chọn Petey. Những đồng dollar đầu tiên mà Petey kiếm được là nhờ ảo thuật và cho tới giờ người ta vẫn biết tới Petey như một nhà ảo thuật thay vì là một marketer (chuyên ngành ở đại học của Petey là marketing).

Phải nói rằng Petey là một người khá kiệm lời. Anh không hoa mỹ trong ngôn từ, không thích chơi chữ cũng hoàn toàn chẳng trích dẫn những câu danh ngôn khi trả lời phỏng vấn. Thay vào đó, buổi phỏng vấn của tôi với Petey lại bắt đầu bằng chính những phép thuật của anh. Anh cho tôi xem không chỉ một quân bài mà nguyên cả một bộ bài biến mất trước mắt thế nào. Nói thực, rất có thể bài viết này đã không thể hoàn thiện vì Petey đưa tôi mãi mê vào một thế giới mà trước đây cứ ngỡ chỉ diễn ra được trên phim mà quên mất mình đang là người đặt câu hỏi.

Petey chia sẻ hiện anh cũng không có dự án nào lớn. Anh vẫn đang dành đa số thời gian để học tiếng Việt. Petey cũng thường đi tham gia các sự

kiện. Ngoài ra, anh cũng thực hiện các show trình diễn nhưng chủ yếu là để quyền góp tiền làm từ thiện.

Là một nghệ sỹ thực thụ Petey cũng có triết lý rất riêng đối với bộ môn ảo thuật mà có thể nói anh đang theo đuổi như sự nghiệp. Anh chia sẻ: “Đó là sự kết nối giữa người biểu diễn và người xem chương trình để xây dựng và tạo ra một phản ứng ngạc nhiên đối với những gì mà khán giả trông thấy. Triết lý ở đây chính là sự thể hiện, là cách thức thể hiện.”

TRIẾT LÝ ẢO THUẬT

Ảo thuật đã trở thành một phần lẽ sống của Petey Majik Nguyễn khi nó mang lại cho anh không ít bài học. Anh quan niệm ảo thuật có khả năng kết nối mọi người dù có khác biệt nhau như thế nào. Bởi ảo thuật là tạo ra những điều kỳ diệu, là “cách trình bày một thứ gì đó tưởng không thể bỗng thành có thể theo một cách không thể giải thích.” Chính điều này đã cho Petey biết rằng “luôn có một đứa trẻ ở bên trong mỗi người. Và ảo thuật là thứ có thể đánh thức đứa trẻ đó dậy.”

Có lần khi cùng nhau nói về những màn ảo thuật, tôi đã vô tình hỏi Petey về điểm tương đồng, về mối liên quan giữa cuộc đời và một cỗ bài. Một lần nữa Petey lại cho tôi ngạc nhiên trước triết lý ảo thuật của anh. Petey nói: “Theo một cách nào đó thì cuộc đời cũng giống như một cỗ bài. Anh có thể nhận được một Ách, hoặc một con Già – tất cả là số phận. Tuy nhiên, nếu một nhà ảo thuật cầm một cỗ bài thì sao? Anh ta sẽ có thể chia bất kỳ con bài nào anh ta muốn do anh ta có thể làm chủ cỗ bài. Bạn cũng vậy, nếu bạn bắt đầu làm chủ cuộc đời của mình, tôi tin rằng bạn sẽ có thể đạt được nhiều thứ bạn ao ước hơn. Vậy nên hãy không ngừng đề ra các mục tiêu và đừng để người khác quyết định hộ cuộc sống của bạn.”

Gần đây, trong những buổi trò chuyện cùng Trần Lê Duy Nhất – tay golf số 1 Việt Nam, chúng tôi thường xuyên nghe anh nhắc về Scotland. Ngoài việc là quê hương của golf, vùng đất này còn hấp dẫn chàng trai trẻ tài năng bởi những giá trị lịch sử và văn hóa vô giá của một nền văn minh xưa cổ.

Duy Nhất trong buổi chụp thời trang tại sân Craighelaw, Scotland

NƠI KHỞI NGUỒN NHỮNG BIỂU TƯỢNG HOÀN HẢO

Nói thật, ở Việt Nam, nhắc đến Duy Nhất, những golfer hoặc những người quan tâm đến môn thể thao quý tộc này đều biết anh. Được ví như cậu bé vàng của làng golf Việt Nam, Duy Nhất đã có 12 năm tôi luyện cùng golf. Vừa trở về từ chuyến dự khán The Open 2013 tháng 7 vừa rồi, với lối trò chuyện thân mật đầy say mê, tay golf số 1 Việt Nam cuốn chúng tôi vào không khí hào hứng của giải golf được mong chờ nhất trong năm. Thú vị hơn nữa khi biết được đây là lần thứ hai chỉ trong vòng 3 tháng Duy Nhất trở lại “xứ sở của những chiếc kèn túi”. Mới cuối tháng 5 đây thôi, cũng tại Scotland, anh đã được dịp thử sức làm “người mẫu” cho một bộ ảnh cùng các mỹ nhân Việt trên sân golf Craighielaw.

Kể về những khoảnh khắc thú vị của The Open năm nay, Duy Nhất khiến chúng tôi bất ngờ khi tiết lộ rằng anh từng có dịp thi đấu cùng những tay golf tham dự giải này và chiến thắng họ. Trong suy nghĩ của anh, dự khán một giải đấu lớn như vậy quả là điều đáng mơ ước cho các golf thủ Việt Nam nhưng chỉ như “cưỡi ngựa xem hoa” mà thôi. “*Vì golf là môn thể thao đặc biệt, kinh nghiệm phải tự tích lũy từ thực tiễn thi đấu nhiều hơn là từ việc nhìn người khác chơi, nhất là với golf thì mỗi tình huống đều khác nhau mà cách đánh thì vẫn chỉ có thể*”.

Lần thứ hai trở lại mảnh đất quê hương của hai biểu tượng hoàn hảo nổi tiếng thế giới là golf và whisky, bên cạnh những câu chuyện về kỹ thuật đánh golf và không khí sôi động tại giải golf lâu đời nhất thế giới, Duy Nhất còn chia sẻ, Scotland trong anh là một đất nước xinh đẹp với nền văn hóa đáng ngưỡng mộ. Anh khuyên chúng tôi, nếu có dịp đến thăm nơi này, hãy ghé qua Glenmorangie House – ngôi biệt thự trắng nổi tiếng Scotland để được nghe kể về câu chuyện của “16 người đàn ông xứ Tain”, tận mắt chiêm ngưỡng Cadboll – phiến đá thô sơ được chạm khắc thủ công tinh xảo bằng búa và đục bởi người Pict cổ có từ thế kỉ thứ VIII trước Công nguyên, nguồn cảm hứng hình thành nên biểu tượng về sự hoàn hảo cho Glenmorangie – thương



Duy Nhất chụp ảnh lưu niệm chuyến đi dự khán The Open 2013 tại Scotland cùng ông Leo Wan - Giám đốc thương hiệu Glenmorangie, ông Mark Khan - khách mời và ông Benny Ng - Giám đốc Điều hành Công ty Moët Hennessy Việt Nam (từ trái sang)

hiệu whisky sang trọng bậc nhất nơi này và cũng là thức uống chính thức của The Open. Thời gian còn lại trong ngày, có thể đến tham quan xưởng chưng cất của Glenmorangie để được chiêm ngưỡng những chiếc nồi đồng cổ cao nhất Scotland và nếm thử vị ngọt của dòng suối Tarlogie tinh khiết giàu khoáng chất, nơi cung cấp nguồn nước để tạo nên những tuyệt phẩm Glenmorangie.

“Tôi nhận thấy giữa golf và Glenmorangie – hai biểu tượng hàng đầu của Scotland - ngoài điểm tương đồng là xuất xứ từ cùng một đất nước, còn giống nhau ở chỗ luôn đòi hỏi sự tỉ mỉ, công phu, chi tiết trong cách thức và chuẩn xác trong tính toán, làm sao vừa giữ nguyên giá trị truyền thống mà vẫn tận dụng kĩ thuật hiện đại để đạt đến sự hoàn hảo”, anh chia sẻ.

Và cứ thế, câu chuyện của chúng tôi lại tiếp tục trôi theo dòng chảy về golf, về những kỷ niệm Scotland và về những chuẩn mực của sự hoàn hảo cho đến khi phải gửi lời chào tạm biệt để chàng trai trẻ quay về với những hoạt động thường ngày của mình. Chúc cho Duy Nhất sẽ tiếp tục giành được thành công ở mọi dự định phía trước và hy vọng rằng chúng tôi sẽ có dịp gặp lại anh vào một ngày không xa.

RETRO MUSIC

SỰ DUNG HỢP QUÁ KHỨ VÀ HIỆN TẠI

Mạnh Khang

PHONG TRÀO RETRO TRONG ÂM NHẠC KHÔNG PHẢI LÀ MỘT ĐIỀU MỚI MẸ. THỰC TẾ, LỊCH SỬ ĐÃ TỪNG CHỨNG KIẾN VÔ SỐ LẦN HỒI SINH CỦA ÂM NHẠC CÁC THẬP NIÊN TRƯỚC. TUY NHIÊN, TRONG VÀI NĂM TRỞ LẠI ĐÂY, VIỆC MƯỢN Ý TƯỞNG CỦA NHỮNG NĂM 80S HÒA VÀO DÒNG CHẢY CỦA ÂM NHẠC HIỆN ĐẠI THỰC SỰ BÙNG NỔ HƠN BAO GIỜ HẾT.



MADONNA

Sự hồi sinh của âm nhạc 80.

Ban đầu. À, cũng chẳng có ban đầu nào chứ nhỉ! Vì âm nhạc là một dòng chảy liên tục nên khó lòng mà chọn đúng ra được một thời điểm nhất định để đánh dấu thời điểm phong trào Retro trong âm nhạc bắt đầu thịnh. Vì lâu lâu vẫn có những hit khủng mang dáng dấp những năm 80s như “We Belong Together” (Mariah Carey), từ tận năm 2005. Và cũng vì, đối với dòng nhạc R&B/ Hip-Hop, chuyện “đào mộ” lại những ca khúc Soul tận những năm 50-60, thổi vào nó một luồng sinh khí mới và biến nó thành những ca khúc dễ nghe đối với thị trường hiện tại là quá đổi bình thường. Nhưng có lẽ, phong trào Retro bước đầu được đẩy mạnh khi những cô gái vàng của UK như Amy Winehouse, Duffy, Adele... bắt đầu tấn công thị trường Mỹ. Lần đầu tiên trong rất nhiều năm, khán giả quay trở lại thích thú, nhún nhảy theo những ca khúc mang âm hưởng Jazz/Soul như “Rehab”, “Mercy”. Đó là giai đoạn 2007-2008.

Đến khoảng năm 2010-2011, phong trào Retro mới bắt đầu bùng nổ lên thật sự. Chúng ta có The Black Eyed Peas tái sử dụng lại rất nhiều nguyên liệu của thập niên 80s, điển hình nhất có đoạn điệp khúc của “(I’ve Had) The Time Of My Life”, ca khúc nổi tiếng trong bộ phim sản xuất năm 1987, “Dirty Dancing”. Nhưng nếu chỉ đơn giản là lấy một đoạn nhạc sample thì cũng chẳng



MICHAEL JACKSON

khác gì mấy so với trước kia. Để chạy theo Retro, những nghệ sĩ bây giờ không chỉ dừng lại ở việc lấy cảm hứng từ quá khứ, mà còn phải sống trong quá khứ. Vào thời điểm hiện tại, âm nhạc Retro không chỉ gói gọn trong sự pha trộn giữa cái cũ và cái mới, mà dẫn xuất hiện một vài ca khúc nghe như được sáng tác từ tận 30 năm trước, dung hợp giữa quá khứ và hiện tại, phá bỏ bức rào cản giữa các thế hệ.

Một vài ví dụ như Beyoncé bắt đầu chạy ngược lại với trào lưu futuristic thời đó khi cho ra mắt album “4” khai thác chất liệu R&B/Soul của những năm 80s, 90s. Với album này, Beyoncé lần lượt hóa thân thành Sam Cooke trong “1 + 1”, Whitney Houston và Michael Jackson trong “Love On Top”, hay một chút Prince trong “Schoolin’ Life”. Cùng lúc đó, một biểu tượng nhạc Pop khác của thế hệ này, Lady Gaga, cũng lao vào cuộc chơi hoài cổ. Năm 2011, cô cho ra mắt album “Born This Way”, một sự kết hợp giữa electro-pop hiện đại, với pop và metal rock của những năm 80s. Chúng ta bắt gặp hình ảnh một Madonna phóng khoáng, nổi loạn thuở xưa trong “Born This Way”, hay thoang thoảng mùi khói thuốc của huyền thoại rock Bruce Springsteen trong “Hair”, “Bad Kids”...

Tất nhiên, không phải chỉ mỗi hai cô nàng trên đi theo Retro. Mà chúng ta còn có cả một dàn hùng hậu Adele với album “21” phá hàng loạt kỉ lục về doanh thu. Bruno Mars có “Unorthodox Jukebox” mô phỏng sống động âm nhạc của 3 thập niên trước, giúp anh được tôn lên thành một “Michael Jackson thứ hai”. Justin Timberlake sau bảy năm vắng bóng showbiz cũng đã trở lại bằng một album ít nhiều mang âm hưởng Jazz, Soul cổ điển “The 20/20 Experience”. Thấp thoáng đâu đó còn có Rihanna, Katy Perry, Ke\$ha... Và cũng đừng quên, cô nàng Retro “all-American girl” Lana Del Rey.

Nhưng liệu có phải cứ cũ là tốt?
Chẳng phải bất cứ ca khúc nào



BEYONCE

dán mác “Retro” cũng xuất sắc. Một trong những vấn đề với nhạc pop hiện tại là đa số nghệ sĩ đôi khi rất lười và chỉ ngồi đó và dùng lại đúng công thức thành công cũ. Như sau thành công rực rỡ của “On The Floor” (2011), Jennifer Lopez vẫn cứ tiếp tục dùng lại mô típ đó, vẫn hát chung với Pitbull, chỉ đổi lời, đổi giai điệu một chút và thế là ra thêm hai ca khúc “Dance Again”, “Live It Up”. Đối với dòng nhạc Retro, thay vì kết hợp cái cũ và những gì mới mẻ hiện tại, một vài nghệ sĩ lại tạo cho người nghe cảm giác như họ chỉ việc tìm thấy một vài âm thanh “có vẻ” xưa xưa, viết lời lên và thế là cho ra đời một ca khúc.

Trong số những hit đang hot hiện này, chỉ có “Get Lucky” (Daft Punk), “Blurred Line” (Robin



BRUNO MARS



MARIAH CAREY



LADY GAGA

**“ ĐỂ CHẠY THEO
RETRO, NHỮNG
NGHỆ SĨ
BÂY GIỜ KHÔNG
CHỈ DỪNG LẠI Ở
VIỆC LẤY CẢM
HỨNG TỪ QUÁ KHỨ,
MÀ CÒN PHẢI SỐNG
TRONG QUÁ KHỨ.”**

STYLE 168

Thicke) là được đánh giá cao vì thổi vào những điệu disco một luồng gió mới của thế kỉ 20. Trong khi đó, một vài ca khúc như “Treasure” (Bruno Mars)... bị cho là lười nhác trong sản xuất và thiếu sáng tạo, “rập khuôn theo một mẫu đã lỗi thời từ khi hai số cuối cùng của năm nhảy sang 90”. Còn “Take Back The Night” (Justin Timberlake) cũng bị đánh giá là thiếu chất và ăn theo trào lưu hiện tại. Điều khiến một ca khúc Retro được đánh giá cao phải là dựa trên những gì cũ, nghệ sĩ vẫn phải sáng tạo và đem vào những cái mới của thời đại. Tất nhiên, làn ranh giữa những “Do” và “Don’t” vô cùng mỏng manh, và đòi hỏi những tay nghe nhạc phải có kinh nghiệm và một vài hiểu biết cơ bản.

Tại sao lại là 80s?

Nhiều người cho rằng, âm nhạc xuất sắc nhất chỉ có thể tìm thấy ở những năm 80. Khi MTV mới xuất hiện, Michael Jackson là huyền thoại, Janet Jackson đưa sự gợi cảm vào âm nhạc, Madonna góp phần giải phóng nữ giới, Cindy Lauper nói về sự bình đẳng, Whitney Houston vẫn còn ở giai đoạn đỉnh cao nhất... Nhưng theo ý kiến chủ quan của người viết, tôi nghĩ rằng, những nghệ sĩ hiện nay “vay mượn” ý tưởng từ giai đoạn này nhiều bởi vì tất cả họ đều sinh ra và lớn lên vào thời điểm đó. Âm nhạc 80s đã đi vào tiềm thức của họ từ khi còn là một đứa trẻ. Thế cho nên, họ cảm thấy gần gũi và dễ dàng đồng cảm với những giai điệu đó hơn.

Một ví dụ khác cho điều này chính là Ariana Grande, cô nàng ca sĩ sinh năm 1993 đang dần nổi lên. Ariana cũng phát triển theo hướng Retro, nhưng thay vì ngược về những năm 80s, nhạc của Ariana mang đậm phong cách R&B của những năm 90s. Từ một “The Way” dùng tiếng synth, tiếng trống snare, tiếng búng tay đặc trưng của giai đoạn này, sang đến “Baby I”, Ariana lại sample một chút “Sweet Love” của Mariah Carey. Hay “Put Your Hearts Up” có một đoạn lấy lại từ ca khúc nổi tiếng năm 1993 “What’s Up” của ban nhạc 4 Non Blondes. Bạn thấy đấy, với một cô bé sinh năm 93, những gì retro đối với cô sẽ là năm 90, là những ngày tháng khi cô lớn lên và chịu ảnh hưởng của diva danh tiếng nhất lúc đó.

Một vài người cho rằng, nếu như chúng ta cứ sử dụng những chất liệu từ năm 80s vào những năm 2010s như thế này, thì liệu 20-30 năm sau, khi nhìn lại thì người ta sẽ nhớ gì về giai đoạn này, và sẽ “sử dụng” được gì khi những ca khúc hiện tại đã giống như là hàng 80s “second hand” rồi. Sự thật thì, giai đoạn 2010s hiện tại không chỉ bị ảnh hưởng bởi một mình phong trào Retro, mà còn bởi European Pop, Dubstep, phong trào Minimalism, phong trào khẳng định cái tôi... Tất cả đã tạo nên một nền Pop Culture thú vị và đầy hấp dẫn hiện tại.

3 ngày 3 đêm

THỨ SÁU 30.08

DUO DJ với DJ Việt Eks & DJ Huy DK

THỨ BẢY 31.08

Big Celebration Party

bắt đầu với Happy Hour đặc biệt

6 giờ - 8 giờ tối: BBQ Buffet

9 giờ tối: DJ PoPo và DJ Link Eva

CHỦ NHẬT 01.09

Easy Sunday với DJ Dunk - DJ Eks Viet

Với sự góp mặt của
DJ khách mời và vũ đoàn S.I.N.E.

**Celebration
party**

9 giờ tối tới khuya

Happy Hour Đặc Biệt

**BBQ
ON TOP**

MENU BUFFET ĐẶC BIỆT

**ĐỒ UỐNG KÈM THEO
KHÔNG GIỚI HẠN**



1 NGÀY DUY NHẤT

**THỨ BẢY
31.8.2013**

6 GIỜ TỐI - 8 GIỜ TỐI

700,000 VNĐ

(CHƯA BAO GỒM VAT)

**ƯU ĐÃI ĐẶC BIỆT
CHO NHÓM KHÁCH ĐĂNG KÍ SỚM**

the rooftop

TẦNG 19, TÒA NHÀ PACIFIC PLACE, 83B LÝ THƯỜNG KIỆT, HÀ NỘI

043 946 1901 - 091 370 6966

WWW.THEROOFTOP.VN - FACEBOOK.COM/THEROOFTOPHANOI

HEINEKEN LIVE ACCESS

MỘT TRẢI NGHIỆM ÂM NHẠC ĐỈNH CAO

Thu hút sự tham gia của 5000 người hâm mộ là minh chứng cho sức hấp dẫn của Heineken Live Access – một sự kiện âm nhạc đỉnh cao mang đẳng cấp quốc tế. Kéo dài suốt 5 tiếng đồng hồ, bữa đại tiệc âm nhạc và ánh sáng Heineken Live Access diễn ra trong không khí cuồng nhiệt bất tận với những màn biến chuyển đầy sáng tạo của phong cách âm nhạc, sân khấu và không gian biểu diễn, mang đến cho khán giả những trải nghiệm âm nhạc không thể nào quên.

Năm cô gái quyến rũ của nhóm High On Heels đốt nóng khán phòng ngay từ những phút mở đầu chương trình. Tận dụng mọi hiệu ứng âm thanh, bộ gõ, violin nhóm mang đến sự sôi động, phấn khích cùng với khả năng vũ đạo cực đỉnh. ▽

Khán giả như nổ tung khi bực DJ Bass Kleph - Top 10 DJs nổi tiếng nhất Australia trượt vào trung tâm khán phòng. ▽

Adina Butar tỏa sáng trên sân khấu với dòng nhạc dance mạnh mẽ và gợi cảm. >



PHIM

Style / August - September 2013



VŨ KHÍ BÓNG ĐÊM: THÀNH PHỐ XƯƠNG

Đạo diễn: **Harald Zwart**

Thể loại: **viễn tưởng, kinh dị**

Khởi chiếu: **30/08/2013**(Việt Nam)

Cuộc sống thanh bình của cô gái tuổi teen bình thường Clary Fray bị phá vỡ. Clary trở về thấy mẹ đã biến mất và chính mình bị tấn công bởi một con quỷ. Nếu không có sự xuất hiện kịp thời của Jace, một Shadowhunter, thì có lẽ Clary cũng biến mất trên cuộc đời này như mẹ cô. Qua Jace, Clary biết rằng mình cũng là một phần của thế giới Shadowhunter, những người có nửa dòng máu thiên thần, những chiến binh có nhiệm vụ tiêu diệt quỷ trên trái đất. Cô biết tới thế giới ngầm của New York, một nơi có ma quỷ và các sinh vật lạ chưa từng biết đến. Carly sử dụng quyền năng mới của mình để cứu mẹ.



ĐIỆP VỤ 2 MANG - 2 GUNS

Đạo diễn: **Baltasar Kormákur**

Thể loại: **Hài, hành động**

Khởi chiếu: **13/09/2013**(Việt Nam)

2 Guns của Universal Pictures cho thấy mối quan hệ chẳng lấy gì làm tốt đẹp cho lắm của cặp đôi Bobby Trench (Denzel Washington) và Marcus Stigman (Mark Wahlberg). Hai điệp vụ luôn chống đối nhau này đến từ hai cục điều tra khác nhau, cãi trằng để thâm nhập vào lãnh thổ của bọn buôn ma túy, nhưng buộc phải cùng nhau hợp tác, mặc dù vậy người này lại không biết người kia là điệp vụ ngầm.

JUSTIN & HIỆP SĨ QUẢ CẢM

Đạo diễn: **Manuel Sicilia**

Thể loại: **hoạt hình, hành động, phiêu lưu**

Khởi chiếu: **20/09/2013**
(Việt Nam)

JUSTIN & THE KNIGHT OF VALOUR là bộ phim hoạt hình dễ thương và xúc động về tình bạn, cái tôi và lòng dũng cảm của Justin từ lúc là một cậu bé bỗng bật cho đến khi trở thành chàng trai và hiệp sĩ thực thụ. Là một câu chuyện về những người trẻ, luôn muốn tự mình đứng trên đôi chân của chính mình và không chịu khuất sau tấm áo quá lớn của gia đình. Đồng thời đan xen là những chuyện tình cảm tuổi mới lớn, thứ tình cảm tình quái ấy đơn giản nhưng đôi khi làm mọi thứ rối tung. Đây thật sự sẽ là lựa chọn hoàn hảo cho những ngày cuối tuần ấm áp bên gia đình và bạn bè.

STYLE 172



SÁCH

Style / August - September 2013



Nghệ Thuật Câu "Like"

Tác giả: Ann Handley

Trong thời đại bùng nổ của Facebook, Twitter, Youtube hay LinkedIn, có khi nào bạn thắc mắc vì sao khách hàng thờ ơ với các trang web độc đáo và bắt mắt của mình? Vì sao những trang "tệ hơn" trong suy nghĩ của bạn lại có những lượt like khủng khiến bạn không thể lý giải được. Nếu bạn có những câu hỏi này thì đây chính là cuốn sách dành cho bạn.

Được xây dựng từ chính trải nghiệm của tác giả Ann Handley – Giám đốc Nội dung của MarketingProfs – công ty chuyên cung cấp các giải pháp marketing toàn diện và C.C Chapman – diễn giả podcasting nổi tiếng từng sáng lập thành công công ty truyền thông xã hội Advanced Guard, cuốn sách sẽ trang bị cho bạn cách thức phát triển nội dung ấn tượng nhất nhằm kết nối với người mua trên cộng đồng mạng. Ann Handley và C.C Chapman sẽ dẫn dắt bạn từng bước cơ bản: từ xác định rõ mục tiêu chiến lược của nội dung trước khi phác họa ý tưởng, đến truyền tải nội dung một cách hiệu quả nhất để nâng cao uy tín và thu hút khách hàng trung thành. Đan xen trong đó là những câu chuyện về các công ty đã thành công khi áp dụng các công thức này. Qua đó, tác giả đã khẳng định tầm quan trọng to lớn của nội dung – không những đóng vai trò then chốt trong hoạt động marketing, mà còn góp phần xây dựng mối quan hệ bền chặt giữa khách hàng và doanh nghiệp.

Tôi Là J

Tác giả: Cris Beam

"J luôn cảm thấy khác biệt. Nó tin chắc rằng cuối cùng ai cũng sẽ nhận ra con người thực của mình: một cậu bé sinh ra trong thân thể con gái. Thế nhưng, đến tuổi dậy thì, cơ thể bắt đầu phản bội nó; cuối cùng J đã từ bỏ ước mơ một ngày kia sẽ thấy mình trong hình dáng "con trai thực sự". Thay vào đó, nó bắt đầu che giấu cơ thể, cố làm cho mình trở nên vô hình - trước mắt gia đình, bạn bè... và cả thế giới xung quanh."

Với tiểu thuyết đầu tay của mình, Cris Beam đã khắc họa thế giới nội tâm và hành trình khám phá tự thân của một thiếu niên chuyển giới, qua đó người đọc có được hình dung rõ nét hơn về những nỗ lực và gian khó mà những bạn trẻ như J phải trải qua trên con đường khẳng định chính mình và học cách quý trọng bản thân. "Một cuốn sách sẽ mở mắt cho chúng ta về những con người trong đời thực đang phải đấu tranh và chịu đựng những thiệt thòi để có được cái may mắn mà đa số chúng ta đã có ngay từ lúc chào đời." - Brian Katcher, tác giả sách Almost Perfect và Playing with Matches.



MỘT NGÀY CỦA BỐ

Tác giả: Thái Mỹ Phương, Thụ Nho Bao năm qua, ở Việt Nam, thể loại picture book (sách tranh truyện) hầu như vẫn ở giai đoạn sơ khai, không có bước tiến nào đáng kể, ngoại trừ một vài bộ sách tranh cổ tích do một hai đơn vị xuất bản đầu tư. Trong khi đó, sách tranh là một thể loại sách quan trọng ở hầu hết các nền xuất bản khác, ở Châu Âu, Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, thậm chí cả Thái Lan... Trong điều kiện ấy, "Một ngày của bố" có thể coi như một nỗ lực đáng trân trọng và ghi nhận của ê-kíp làm sách. Thoát ra khỏi những khuôn mẫu sáo rỗng bó hẹp về đề tài, cuốn sách đã đạt tới một trình độ cao về chất lượng tranh truyện, kể một câu chuyện hiện đại, thấm đẫm tính thời sự, mà vẫn giàu suy tưởng và hàm chứa nụ cười hài hước. Phần minh họa của họa sĩ Thái Mỹ Phương, được đầu tư hơn một năm trời để làm phác thảo và vẽ.... cũng đã vượt ra khỏi vẻ "thật thà" thường thấy trong sách tranh truyện, gọi nhiều liên tưởng hơn, kích thích trí tưởng tượng bay xa hơn.



CHRIS HEMSWORTH NGÔI SAO DIỄN VAI NGÔI SAO

Hà Chí Vũ

TỪNG THỬ VAI CHA CỦA THUYỀN TRƯỞNG KIRK, LÀ CHÀNG THỢ SĂN/HIỆP SĨ ĐỒNG HÀNH CÙNG BẠCH TUYẾT, ĐƯỢC NHẬP VAI THẦN SẤM... DƯỠNG NHƯ ĐÂY LÀ NHỮNG NGÀY THÁNG VINH QUANG NHẤT TRONG SỰ NGHIỆP CỦA CHÀNG DIỄN VIÊN NGƯỜI ÚC, CHRIS HEMSWORTH!

30 TUỔI ~ 2.5 TỶ USD TOÀN CẦU

Vị đạo diễn của siêu phẩm The Avengers, Joss Whedon, từng nhận xét rằng, “Đúng. Cậu ấy là một ngôi sao màn bạc,” khi thực hiện cảnh quay cận đầu tiên với Chris Hemsworth trong The Cabin in the Woods. “Tôi cho rằng mọi người cũng sẽ sớm nhận ra điều đó thôi.” Quả vậy, mới chỉ 30 tuổi nhưng tổng số doanh thu các bộ phim mà Chris Hemsworth từng tham gia nay đã đạt tới con số 2.5 tỷ USD trên toàn cầu.

Dĩ nhiên, cũng tới hơn một nửa



con số đó đến từ The Avengers, dự án bom tấn của Marvel Studios mà trong đó, Chris Hemsworth sắm vai vị thần sấm Thor, quyết tâm cứu thế giới cùng với nhiều siêu anh hùng khác như Iron Man, Captain America, The Hulk... Anh cũng sẽ sớm trở lại với vai diễn này trong tháng 11 năm nay với tập phim thứ hai về nhân vật Thor, Thor: The Dark World. Tuy nhiên, trước đó thì Hemsworth đã có một quãng 'nghỉ ngơi' khỏi các bộ phim có kinh phí bom tấn để tham gia vào một dự án nhỏ hơn mà cá nhân anh đặc biệt thích thú...

TRỞ VỀ VỚI HIỆN THỰC

"Tôi muốn tập trung thực hiện một bộ phim dựa trên một nhân

vật có thật, dựa trên những sự kiện có thật," chàng diễn viên chia sẻ. Hẳn anh đang muốn nói đến Rush, bộ phim tiểu sử mới nhất của đạo diễn Ron Howard, kể về cuộc đời của tay đua Công thức I James Hunt quá cố. "Dĩ nhiên là tôi thích kiểu thể giới thần thoại như trong Thor hay Snow White & The Huntsman. Nhưng Rush là một dự án đặc biệt: một đạo diễn tôi vốn luôn ngưỡng mộ, một câu chuyện có bối cảnh thời gian là thập niên '70 đầy quyến rũ, và một nhân vật trung tâm vô cùng tuyệt vời."

Lấy bối cảnh là mùa đua Công thức I năm 1976, Rush sẽ kể lại cuộc đua tranh gât gao tới chức vô địch giữa tay đua tài tử người Anh James Hunt (Chris Hemsworth thủ vai) và nhà cự vô địch Niki Lauda (Daniel Bruhl). Mặc dù có một sự kiêu ngạo nhất định dành cho nhau, nhưng

những tính cách trái ngược đã khiến cho đây trở thành một trong những sự kình địch nổi tiếng nhất trong lịch sử làng đua công thức I. "Họ giống như âm với dương," Hemsworth giải thích, "Nhưng đồng thời mỗi người lại sở hữu điều mà người kia còn thiếu..."

Song song với sự cạnh tranh giữa Hunt và Lauda, đạo diễn Ron Howard cũng muốn tái hiện lại một quãng thời gian không-thiếu-những-bi-kịch của làng đua Công thức I bởi các quy định về an toàn vẫn còn chưa ngặt nghèo như thời điểm hiện tại. "Có lẽ trên đường đua, khi vào các khúc cua, bạn không được phép nghĩ đến ngày mai hay hôm qua, một phút trước đó hay một phút sau đó, mà chỉ có thể tập trung vào chính thời điểm đó. Mạng sống của bạn phụ thuộc vào điều đó. Các tay đua thực sự chẳng khác gì những... võ sĩ giác đấu cả," Hemsworth kết luận.



“Dĩ nhiên là tôi thích kiểu thế giới thần thoại như trong Thor hay Snow White & the Huntsman. Nhưng Rush là một dự án đặc biệt: một đạo diễn tôi vốn luôn ngưỡng mộ, một câu chuyện có bối cảnh thời gian là thập niên '70 đầy quyến rũ, và một nhân vật trung tâm vô cùng tuyệt vời.”



Tại Việt Nam,

RUSH

sẽ được khởi chiếu từ ngày 20.09.2013.

THOR: THE DARK WORLD

sẽ được khởi chiếu từ ngày 01.11.2013.

AI CŨNG THÍCH DANH TIẾNG...

Dù muốn được tự mình thực hiện 100% các cảnh quay nhưng vì các lý do an toàn mà mong muốn ấy, cũng như đam mê tốc độ của Chris Hemsworth mới chỉ được thỏa mãn phần nào. Dầu vậy, vì là một tác phẩm tiểu sử nên Rush không chỉ tập trung trên mỗi đường đua. Trong phim, những khiếm khuyết của Hunt cũng sẽ được đạo diễn Ron Howard lột tả. Đó là tính mê gái, những cuộc tiệc tùng thác loạn sau mỗi chặng đua, bản tính cao ngạo, cũng như mối quan hệ hết sức phức tạp với Lauda.

Những thành công chóng vánh của James Hunt đã thu hút được sự chú ý từ giới truyền thông. Chuyện đó cũng không khác lắm với những gì Chris Hemsworth đang nhận được ở thời điểm hiện tại. “Danh tiếng? Ai cũng yêu thích điều đó. Nhưng vấn đề là đối mặt với nó như thế nào? James Hunt chắc chắn yêu thích điều đó, nhưng cũng sợ hãi nó không kém. Tôi có thể phần nào hiểu được điều đó,” Hemsworth trầm ngâm.

Để thủ vai James Hunt, Chris Hemsworth đã phải giảm tổng cộng 15 kg (do trước đó anh vừa thủ vai Thor trong The Avengers). Tuy nhiên, bản thân Chris Hemsworth cho rằng đó là một... cái giá quá rẻ để được thủ vai một vị thần. “Giờ thì tôi được mọi người yêu mến. Tôi nhớ khi còn nhỏ ai cũng háo hức bao giờ thì có tập Star Wars mới. Còn bây giờ thì ai cũng mong ngóng một tập Captain America mới, một tập Iron Man mới, hoặc một tập Avengers mới. Tôi cảm thấy mình vô cùng may mắn.”

E|V|E|N|T

HỌC VIỆN THỜI TRANG LONDON (LCFS)

Hà Nội, ngày 03/08/2013 – Trong không gian sang trọng của Khách sạn Daewoo tại Hà Nội, chương trình Trình diễn thời trang tốt nghiệp “MOVING FORWARD – VỮNG BƯỚC” của Học viện thời trang London (LCFS) đã làm thỏa mãn sự mong đợi của những tín đồ thời trang về 12 cái “tôi” của 12 nhà thiết kế trẻ. Khởi hành trên chuyến hành trình dài đến với con đường thời trang để chinh phục những thử thách và chông gai, 12 nhà thiết kế với 12 cái “tôi” của riêng mình sẽ trưởng thành hơn, tự tin và vững bước đi đến thành công. Đó chính là ý nghĩa mà thông điệp “Moving forward – Vững bước” của chương trình muốn dành tặng cho các học viên của LCFS. Và show thời trang tốt nghiệp 2013 chính là kết quả thành công bước đầu cho những đam mê và nỗ lực mà các nhà thiết kế trẻ đã rèn rũa trong suốt thời gian theo học tại LCFS.



Các nhà thiết kế trẻ của Học viện thời trang London cùng người mẫu Trà My - Nexttop Model



Bộ sưu tập nam "In flight - Chuyên bay" của NTK trẻ Quân Huy Chi mang tính ứng dụng cao



Sự đa dạng về phong cách thiết kế kết hợp với những kiến thức đã được lĩnh hội trong quá trình học, các mẫu thiết kế của show diễn "Moving forward - Vững bước" đã thực sự làm hài lòng khán giả.

LỜI ĐƯỜNG MẬT *hay* ĐƯỜNG HOA HỌC?

Nhật Minh



"TÔI CẢM THẤY GAI NGƯỜI BỞI VỢ TÔI QUÁ KHÉO." RẤT NHIỀU QUÝ ÔNG CHỒNG ĐÃ PHẢI THỐT LÊN NHƯ VẬY.

VĂN MINH CỦA KHÉO

Thực sự, tôi không biết sự “khéo” có phải là sản phẩm của văn minh hay không nhưng dường như nó đang được rất nhiều người trong chúng ta áp dụng một cách triệt để. Họ sẵn sàng “khéo” để thay đổi bản chất của sự việc, biến “xấu” thành “đẹp”, biến “dở” thành “hay”, và biến “bình thường” thành “hoàn hảo.” Nhiều người sẽ nghĩ rằng, vậy là họ giả tạo? Xin thưa, hoàn toàn không. Đơn giản là vì bản thân người đối diện, người nghe luôn muốn được nhận về ảo tưởng, những gì “tốt hơn thực tế”. Và thế là người nói sẵn sàng chiều theo.

Bốn người chúng tôi đi ăn ở một nhà hàng mới khai trương. Tình cờ, chúng tôi gặp cô chủ quán xinh đẹp, vốn là người quen cũ. Sau khi chúng tôi khen không gian quán được thiết kế khá logic, thoáng đãng, và hỏi cô đồ ăn ở đây thế nào? Cô trả lời đầy vẻ tự tin: “Món nào ở đây cũng ngon, anh ạ. Nhưng thôi, tí nữa mọi người cứ thử thì biết.” Rồi các món ăn lần lượt được đưa ra. Nhìn đã thấy không “ngon mắt” gì cả. Bởi vì phần trang trí giống hệt mấy quán vỉa hè, chứ không dành cho một nhà hàng bề thế với bảng giá không hề thấp này.

Khi chúng tôi ăn, cô chủ quán vẫn ngồi cạnh. Chờ chúng tôi thử hết các món được bày ra. Cô ấy hỏi: “Thế nào mọi người? Món ăn có ngon không?” Vậy theo bạn, trong tình huống đấy, chúng tôi phải nói gì? Chẳng lẽ lại thẳng thắn: “Món ăn ở đây bình thường lắm, thậm chí còn hơi dở”? Vậy nên, chúng tôi đành văn minh trong giao tiếp hiện đại mà trả lời: “Món ăn ở đây rất được. Món nào cũng dễ ăn và ngon. Thế nào, quán này đông khách thế?”

Một lần khác, chúng tôi đang ngồi uống café ở Mojo, Tp.HCM thì tình cờ gặp một anh bạn. Anh này nghiện đồ hiệu và cũng là một tay đam mê thời trang có tiếng. Tôi vừa chào xã giao xong, anh ta sấn sổ hỏi ý kiến ngay: “Cho em xem dây lưng của anh này. Mới mua đấy. Hàng ‘limited’ nhé. Đẹp chưa?” Đó là một chiếc dây lưng đẹp,

tinh tế và rất giá trị nhưng lại không phù hợp với trang phục anh ta đang mặc. Nói thật, trông nó khá kệch cỡm. Thế giới vẫn tồn tại rất nhiều người giàu thích dùng đồ xa xỉ không phù hợp với mình. Tôi biết là thế, nhưng chẳng lẽ lại chê? Nên tôi đành khen nhưng mà khen thứ đáng khen: “Chiếc dây lưng đẹp quá! Công nhận là đẹp thật đấy!”

Xã hội ngày càng văn minh. Con người ngày càng được nghe những câu “dễ nghe” theo đúng kiểu “lời nói chẳng mất tiền mua.” Nói chung, khéo ăn nói cũng tốt, nhưng phải có chừng mực và đúng lúc, đúng chỗ. Đừng khéo đến mức khiến người nghe phải “gai người”, cảm thấy ngượng ngùng pha chút khó chịu. Lúc đó, văn minh không còn ở chỗ khéo nữa, mà đã sang giả tạo rồi.

KHÉO QUÁ THÀNH GIẢ TẠO

Nếu bên cạnh khéo theo kiểu văn minh, nghĩa là bạn luôn bị ép vào tình huống phải khéo, hoặc bạn tìm cách nói tránh để đối phương không cảm thấy bị tổn thương, hụt hẫng thì cuộc sống vẫn tồn tại một thể loại khác nữa là khéo giả tạo. Tôi nghĩ, chính kiểu khéo này khiến nhiều người “nổi gai ốc”. Nhóm khéo này tìm đủ mọi cách để khen (có thể là xu nịnh) người khác, thậm chí còn khen một cách thái quá trở thành lỗ bịch.

Tôi có một cô bạn, gặp ai cô cũng khen tới tấp, nhiều khi đi cạnh, tôi phát ngượng vì sự hào phóng lời khen của cô ấy. Có lần, anh bạn người Philipin nấu tặng cô món thịt kho kiểu Philippin. Vừa ngửi thấy mùi chua chua, cô đã bịt mũi và đổ ngay vào thùng rác. Thế mà sáng hôm sau, vừa gặp anh chàng kia, cô ấy đã đơn đả: “Món anh nấu ngon quá. Em không ngờ là anh nấu ăn giỏi thế!” Anh chàng kia cười mãn nguyện, còn hứa: “Vậy cuối tuần, anh lại nấu cho em nhé!”

**CÁC CỤ DẠY
“KHÔN NGOAN
CHẲNG LỘ THẬT
THÀ” ĐỀU CÓ
LÝ DO CỦA NÓ.
TRONG CUỘC
SỐNG HIỆN ĐẠI,
NHIỀU NGƯỜI
THÍCH SỐNG
BẰNG TAI, VÌ
THỂ LỜI MẬT
NGỌT VẪN CÓ
ĐẤT DUNG VỖ.
NHƯNG, ĐÓ
KHÔNG PHẢI LÀ
CÁCH ĐI ĐƯỜNG
DÀI, VÀ ĐÓ
KHÔNG PHẢI LÀ
MẪU SỐ CHUNG
CHO TẤT CẢ.**



Lần khác, khi chúng tôi đang ngồi ở quán café NYDC, tòa nhà Metropolitan. Nhìn từ xa, chúng tôi thấy một nàng mặc miniskirt ngắn màu trắng tung tẩy đi lại. Cô bạn tôi liền phán: “Bà nào ăn mặc kinh thế. Già rồi còn mặc váy ngắn. Thật là không thể ngửi nổi. Đúng là có tiền cũng không biết tiêu.” Vậy mà chẳng hiểu thế nào, khi “bà” ấy đi lại gần, hóa ra lại là chị bạn cũ của chúng tôi. Rất nhanh, cô bạn tôi liền thoáng: “Chị dạo này xinh thế. Chiếc váy này mới đáng yêu làm sao. Chị mặc vào trông trẻ ra cả chục tuổi. Các giai nhìn từ xa đã chết rồi.” Bà chị kia thì tròn mắt thích thú, vì cứ nghĩ đang được khen thật.

Rồi gặp ai, nàng cũng đơn dả, ra vẻ quan tâm đến người ta lắm: “Chị yêu à. Chị dạo này xinh thế?” (hoặc Chị dạo này trông trẻ ra). Rồi tiếp đến là nhìn thời trang, quần áo,

túi xách, giày dép của người ta để khen tới tấp. Ngay cả khi nhận điện thoại cũng vậy, cô ấy luôn khéo léo để người gọi cảm thấy áy náy vì “nó quan tâm đến mình thế mà mình ít gọi điện hỏi thăm nó.” Chẳng hạn như khi mẹ chồng cô gọi điện, cô nhìn thấy số, liền ngọt ngào: “Con chào mẹ. Con đang định gọi cho mẹ, mà bận quá nên chưa kịp, thì mẹ đã gọi cho con rồi. Bố mẹ dạo này khỏe không?” Trong khi sự thật thì cô ấy luôn nói xấu mẹ chồng với cô bạn: “Mẹ chồng tao quê mùa, lắm cấm vô cùng. Ở thành phố có thiếu thứ gì đâu mà suốt ngày gọi điện đòi gửi mấy thứ ở quê lên. Khổ nhất là mất công đi lấy, đồ tươi có khi đến tay mình thì cũng ương mất rồi. Chán không chịu được.”

Các cụ dạy “khôn ngoan chẳng lộ thật thà” đều có lý do của nó. Trong cuộc sống hiện đại, nhiều người thích sống bằng tai, vì thể lời mật

ngọt vẫn có đất dụng võ. Nhưng, đó không phải là cách đi đường dài, và đó không phải là mẫu số chung cho tất cả. Nhiều người vẫn không thích được nghe những câu nói khéo mà phần lớn là giả tạo. Bởi vì rất dễ, bản thân họ biết mình thế nào, có ưu hay có nhược. Thế thể, đôi khi những lời nói bóng bẩy lại phản tác dụng, khiến người nghe cảm thấy tự ái.

Vì vậy, hỡi các nam thanh nữ tú, hãy kiểm chế lời khen có cánh của mình! Hãy dùng chúng đúng lúc đúng chỗ và đúng mức độ. Đừng cho người nghe lên mây, để rồi từ trên mây nhìn xuống, họ thấy sự giả tạo của các bạn nhé!

TIN TỨC

Style / Tháng 8-9/2013

OPI

OPI vừa chính thức giới thiệu dòng sản phẩm Manicure/Pedicure by OPI. Dòng Manicure/Pedicure by OPI bao gồm các sản phẩm tẩy tế bào chết, lotion dưỡng, kem massage nổi bật với chiết xuất thiên nhiên. Sản phẩm sẽ cung cấp vitamin và dưỡng chất cho làn da tay, chân, mang lại kết quả làn da mềm mượt như mong đợi. OPI ưu đãi mua 1 tặng 1 với tất cả sản phẩm Pedicure và giảm 30% cho các sản phẩm còn lại. Thông tin chi tiết, vui lòng tham khảo tại: facebook.com/opivn.

CLARINS

Clarins vừa chính thức giới thiệu sản phẩm mới Body Lift Cellulite Control – sản phẩm nâng cơ, săn chắc và thon gọn cơ thể bằng cách tác động lên mọi quá trình hình thành mỡ tế bào. Body Lift Cellulite Control chứa công thức cải tiến của Clarins đã được cấp 04 bằng sáng chế tại châu Âu, kết hợp mạnh mẽ với chiết xuất từ thảo dược giúp loại bỏ ngay các lớp mỡ thừa lâu năm, ngăn chặn sự hình thành các tế bào mỡ mới và nâng cơ se khít da. Bạn sẽ cảm nhận được ngay trong lần đầu sử dụng, cơ thể thon gọn, săn chắc cùng làn da mịn màng. Kết quả rõ rệt hơn sau 04 tuần sử dụng. Sản phẩm đã có mặt tại Việt Nam.



LANEIGE

Nước toner dạng gel Laneige Perfect Renew Skin Refiner tan chảy như tuyết trên da giúp cung cấp độ ẩm chuyên sâu cho làn da khô và thúc đẩy sự thẩm thấu của các dưỡng chất chống lão hóa. Với thành phần Ceramide Repair Water, nước toner Perfect Renew Skin Refiner mang đến sự săn chắc thiết yếu đầu tiên cho kết cấu bề mặt da. Đặc biệt, chất Lycopene chống lão hóa mạnh mẽ chiết xuất từ quả cà chua ngăn chặn tình trạng da căng thẳng do các tác động từ môi trường, đồng thời giúp điều chỉnh tông màu da, mang lại sắc da tươi sáng. Giá: 920.000VNĐ.

BOBBI BROWN

Cho phong cách cuối hè 2013, hãy nghĩ đến một gương mặt tươi tắn, trong trẻo với một chút viền mí màu xanh navy. Thật kiêu kỳ, gợi cảm, và hợp với mọi phong cách từ áo thun sọc hải quân hay một chiếc đầm sang trọng. Nhờ đó, bạn luôn trông thật "lạnh" ngay cả khi trời nóng. Điểm nhấn của BST chính là bộ phần mắt trong chiếc hộp màu xanh vân quy nhỏ gọn dạng khay kéo hai ngăn tiện dụng với bốn màu trên mỗi ngăn cùng một gương soi. Với các dãy màu từ trắng kem đến nude cho đến màu xanh biển đậm, đó là một lựa chọn hiệu quả nhất cho phong cách mắt hè. Chỉ cần bỏ vào giỏ là bạn đã sẵn sàng. Giá: 1.750.000VNĐ.

THE FACESHOP

Hãy bắt đầu tỏa sáng với kem lót dạng lỏng Face It Aura CC Cream của The Face Shop. Kem lót này có thiết kế đổi mới giúp lấy kem thật dễ dàng chỉ với động tác ấn nhẹ. Không chỉ nổi bật với kiểu dáng bên ngoài mà còn là công thức tiên tiến bên trong sản phẩm, Face It Aura CC Cream sẽ mang lại làn da rạng rỡ và lớp trang điểm trong suốt tự nhiên. Bạn sẽ ngạc nhiên khi Face It Aura CC Cream còn khiến cho làn da bừng sáng như đang có một hệ thống thấp sáng bên dưới bề mặt da. Thêm vào đó, làn da còn được giữ ẩm và với công nghệ "không xin màu" độc đáo sẽ giúp duy trì vẻ tươi tắn, rạng ngời cho làn da suốt ngày dài. Giá: 990.000VNĐ.



TIN TỨC

Style / Tháng 8-9/2013



OASIS

Vào đầu tháng 9 này, cửa hàng thứ hai của Oasis sẽ được khai trương tại 81-83 Nguyễn Trãi Q.1. Đây cũng là dịp để chúng ta chiêm ngưỡng những trang phục mới nhất trong BST Thu-Đông 2013. Từ những chi tiết hình học li ti đến những mẫu hoa cổ mùa đông, vải thêu vẫn tiếp tục tỏa ra sức mê hoặc khó cưỡng. Chất liệu ren cùng những họa tiết in lấy cảm hứng động vật như ngựa vằn và da beo trở lại để kể lên câu chuyện cổ tích mùa đông đầy bí ẩn. Mùa này, Oasis còn mang đến cho các tín đồ thời trang xu hướng những trang phục màu đỏ thắm, màu camel, xanh mòng két, xanh navy và hồng đỏ ngọt ngào.

TOPMAN

Topman chính thức giới thiệu BST mang xu hướng Burnside tại thị trường Việt Nam. Xu hướng Burnside này chịu ảnh hưởng của môn thể dục trượt ván và những gam màu tối đang ngày một lớn mạnh. Những mẫu in đồ họa trên các thiết kế cũng được chọn những tông màu tối và sắc sảo hơn, tạo nên một cảm giác cực "cool" mà phần lớn bị tác động bởi nền âm nhạc của những năm 90. Phong cách mạnh mẽ nhưng bất cần đây cả tính này trở thành xu hướng cho dân trượt ván Mecca ở Mỹ. Hãy đến và trải nghiệm với Burnside của Topman!



PEDRO

Sử dụng cách phối màu color-block và những đường cắt cúp trau chuốt là điểm nổi bật trong BST Thu Đông 2013 của Pedro mang tên "Cảm hứng đô thị hiện đại" lần này. Sự tinh tế của BST nằm ở sự kết hợp hài hòa giữa màu sắc và thiết kế để tạo nên một tổng thể diện mạo ấn tượng mà không lạm dụng điểm nhấn vượt trội ở bất kỳ yếu tố nào. Tất cả tạo nên vẻ đẹp quyến rũ nồng nàn cho các cô gái cũng như vẻ đẹp lịch lãm, nam tính cho các chàng trai. BST hiện đang có mặt tại hệ thống cửa hàng của Pedro trên toàn quốc.



BONIA

Trong khung cảnh của những cánh rừng hoang sơ, các nhà thiết kế của Bonia đã thực sự bị hấp dẫn bởi sự hòa quyện hợp lý giữa những sắc thái khác nhau của màu nâu tự nhiên. BST giày nam Bonia lần này mang trong mình điểm nhấn đặc biệt chính ở sự uyển chuyển và nét mềm mại cùng màu sắc độc đáo lấy cảm hứng từ những thớ gỗ mượt mà trong thiên nhiên. Những đôi giày da mũi cánh chim (Wing-Tip) khoác lên mình sắc màu nâu vỏ cây, nâu hạt dẻ và màu đen huyền bí sẽ làm mọi quý ông trở nên lịch lãm và sang trọng. Thêm vào đó là những hoa văn tròn cùng những đường viền nhỏ gọn sẽ làm cho những thiết kế giày nam từ Bonia xứng đáng trở thành người bạn đồng hành không thể thiếu của những quý ông phong cách.

SPRINGFIELD

Springfield là thương hiệu thời trang nổi tiếng của Ấn Độ. Springfield vốn nổi tiếng với những dòng sản phẩm trẻ trung, năng động và hơi thể thao. Hiện tại, thương hiệu thời trang Springfield đã áp dụng chương trình khuyến mãi với ưu đãi lớn như giảm 50% tất cả sản phẩm tại cửa hàng. Vốn đa dạng về phong cách, chắc chắn bạn sẽ tìm được nhiều mẫu ưng ý từ Springfield. Đặc biệt, bạn sẽ được ưu đãi thêm 10% khi mua từ sản phẩm thứ 2 trở lên. Chi tiết xin liên hệ cửa hàng Springfield, Vincom A, 171 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM.



CHARLES & KEITH

Với cảm hứng bất tận của những buổi dạo chơi ngoài trời, những thiết kế trong BST Thu 2013 của Charles & Keith mang đậm truyền thống và hơi thở của miền đồng quê Anh quốc. Một chút ảnh hưởng của phong cách nam tính tạo ra sự biến đổi linh hoạt cho BST thông qua những chiếc boots đua ngựa kiểu Chelsea. Những chiếc boots da kẹp gót chữ U mang lại cảm giác ấm áp khi tiết trời thu chuyển sang se lạnh. Những thiết kế còn lại tiếp tục khẳng định đẳng cấp thời trang với clutch đính tán kim loại hay những chiếc túi với kết cấu da lộn và tông màu đất trầm thật mới mẻ. BST hiện đang có mặt tại hệ thống của hàng của Charles & Keith tại Việt Nam.



TOPSHOP

Mở đầu cho mùa Thu Đông 2013 của Topshop là BST "The Craft" lấy cảm hứng từ những bộ phim Hollywood cổ điển nói về một nhóm những cô gái trẻ bí ẩn có phép thuật. BST "The Craft" được ví như Phù thủy Học Đường dành cho nữ sinh. Những chất liệu hiện đại như nhựa PU với kiểu dáng đơn giản được kết hợp cùng những trang phục cỡ lớn để mặc bên ngoài. Hình ảnh in trên trang phục theo mô típ rừng núi và thiên nhiên bao gồm những hoa văn sẫm màu. Các chi tiết đính tua rua cũng góp thêm phần không thể bỏ qua cho các fashionista để tạo nên xu hướng cho sự chuyển mùa thật nữ tính và rực rỡ. Hãy cảm nhận The Craft tại các cửa hàng của Topshop tại Việt Nam.



RIMOWA

Vừa qua, Rimowa - thương hiệu vali cao cấp hàng đầu của Đức, đã cho ra mắt dòng sản phẩm mới: "Salsa Deluxe in Ipanema Blue Metallic" mang hơi hướng của những điệu nhảy Salsa trên bờ biển Ipanema ở Brazil với sắc xanh kim loại sang trọng và đẳng cấp. Các tín đồ thời trang đam mê du lịch giờ đây đã có thể thỏa thích thể hiện phong cách của mình cùng BST vali phiên bản đặc biệt này. Màu xanh này được thể hiện khéo léo trên nền chất liệu sợi carbon, tạo nên sắc xanh kim loại (Blue Metallic) độc đáo và sang trọng của vali RIMOWA. Chiếc vali này không những dễ phối hợp với mọi trang phục mà còn là điểm nhấn tinh tế tôn lên các loại phụ kiện và phong cách của bạn. Rimowa Salsa Deluxe Ipanema Blue Metallic phiên bản hè 2013 được thiết kế đa dạng với 06 kích cỡ phục vụ mọi nhu cầu của bạn. Sản phẩm có bán tại: KS Caravelle, Tp.HCM và 102 Lê Lợi, Q. 1, Tp.HCM.

WAREHOUSE

Tạm lãng quên vấy xòe in hoa nữ tính, đến với bộ sưu tập Thu - Đông 2013 của Warehouse tại Vincom Center B, tòa tháp Bitexco Tp.HCM và Parkson Viet Tower Hà Nội để chào đón sự trở lại của những thiết kế trẻ trung và cá tính. Hoang đại cùng áo độn vai cá tính, áo phông cổ sâu, áo len dệt kim dài tay kết duyên cùng quần jean bụi phui punk rock, quần cúp ống và quần cạp cao cá tính. Ấm áp trong áo khoác biker, jumper với khóa kéo bất đối xứng, jacket nam tính bên cạnh những mẫu váy ren dài tôn lên vẻ đẹp mạnh mẽ nữ quyền.



SUITEBLANCO

Suiteblanco giới thiệu BST Thu Đông 2013 với sự hồi sinh đầy ngoạn mục của xu hướng cổ điển: vẻ đẹp quyến rũ trong sự kết hợp giữa trắng và đen. Nhằm tôn vinh sự sang trọng và tự nhiên trong sự phối hợp tinh tế này, Suiteblanco đã mời nàng thơ Daniela Braga, người mẫu hàng đầu Brazil làm đại diện hình ảnh cho BST. Các mẫu thiết kế đã thoát ra những quy tắc xưa cũ với những đường cắt may bất đối xứng, thoát ra những cấu trúc cứng nhắc để tạo lên vẻ đẹp đơn giản nhưng không kém phần cuốn hút. Đây là một sự phá vỡ thú vị hay có thể nói là bước hoàn thiện của xu hướng trong mùa Thu Đông 2013 khi được "đánh dấu sao" bởi bộ đầm dài in hoa đầy lãng mạn và rực rỡ giúp toát lên nét đẹp duyên dáng qua từng đường kim mũi chỉ.



STYLE 183

TIN TỨC

Style / Tháng 8-9/2013

DOVE

Là phụ nữ ai cũng thích làm đẹp cho tóc. Cho dù uốn, duỗi, nhuộm hay thường xuyên tạo kiểu cũng là cách làm mới mình. Thế nhưng, các hoạt động hằng ngày và các nhân tố môi trường sẽ khiến tóc bạn khô, xơ, mất độ sáng bóng bên ngoài. Hơn ai hết, Dove hiểu tường tận những điều tóc muốn. Chính vì vậy, Dove đã nghiên cứu và tung ra thị trường bộ sản phẩm Dove phục hồi hư tổn mới giúp cải thiện mái tóc hư tổn tức thì với giải pháp toàn diện chỉ trong 3 bước. Dòng sản phẩm Dove mới này có khả năng lấp đầy các lỗ hổng trong cấu trúc keratin của tóc mà mắt thường không nhận thấy được, giúp ngăn ngừa chẻ ngọn và gãy rụng. Công nghệ Keratin Repair Actives™ hoạt động ngay trên lớp keratin của tóc, giúp phục hồi cấu trúc tóc hư tổn ở lớp tế bào, giúp mái tóc của bạn trở nên chắc khỏe gấp 10 lần.



BODYWORKS

Ngày 23/08 vừa qua, để mừng thành công sau một tháng hoạt động, Trung tâm Thể dục thẩm mỹ Fusion Bodyworks đã tổ chức hoạt động Flash-mob và tiệc tri ân khách hàng, thu hút đông đảo sự tham gia của người dân khu vực phố cổ. Với cơ sở vật chất sang trọng, thanh lịch theo tiêu chuẩn Italia, hệ thống máy tập hiện đại nhập khẩu nguyên chiếc từ châu Âu, cùng chất lượng dịch vụ theo tiêu chuẩn 5 sao, sau một tháng, Fusion Bodyworks đã trở thành điểm đến lý tưởng của những người có nhu cầu tập luyện trong một trường thoải mái, lịch sự và văn minh. Với đầy đủ các dịch vụ của một trung tâm thể dục thẩm mỹ cao cấp hàng đầu như tập gym, các lớp nhảy sexy dance, belly dance, Zumba dance... các lớp yoga, hệ thống Indoor golf – spa – xông hơi – bể sục,... Fusion Bodyworks thực sự hy vọng sẽ đem lại cho người dân Hà Nội một cái cảm nhận khác biệt trong việc tập luyện. Trung tâm thể dục thẩm mỹ Fusion Bodyworks – Chợ Hàng Da. Hotline: 04 62 51 08 08 – Website: www.fbw.vn.



L'ORÉAL

L'Oréal Việt Nam chính thức đưa ra giới thiệu website: www.timmuamypham.com, hướng dẫn người tiêu dùng đến các cửa hàng mỹ phẩm chính hãng của tập đoàn L'Oréal, tránh mua phải hàng nhái, hàng giả và kém chất lượng trên thị trường. Website www.timmuamypham.com là công cụ thuận tiện cho mọi người tiêu dùng khi muốn tìm mua các sản phẩm mỹ phẩm chính hiệu từ các thương hiệu hàng đầu thế giới như mỹ phẩm Lancôme, Shu Uemura, Biotherm L'Oréal Paris, Maybelline, các dòng nước hoa cao cấp dành cho nam và nữ Giorgio Armani, Ralph Lauren, Lancôme... Người tiêu dùng cũng có thể tìm thấy địa chỉ và hướng dẫn đường đi đến các salon tóc chuyên nghiệp tại Hà Nội và Tp.HCM của L'Oréal Professionnel, và các spa cao cấp của thương hiệu dược mỹ phẩm Vichy. Bên cạnh website www.timmuamypham.com cung cấp địa chỉ các cửa hàng VIP của tập đoàn L'Oréal, đường dây nóng L'Oréal hotline 1900545463 sẽ cung cấp, và tư vấn cách sử dụng sản phẩm, cách chăm sóc da và những vấn đề thắc mắc khi sử dụng mỹ phẩm. 08 – Website: www.fbw.vn.

MAYBELLINE

Maybelline New York giới thiệu dòng sản phẩm son môi lâu phai Bold Matte mới. Son Bold Matte chứa tinh chất mật ong giúp dưỡng ẩm sâu, tạm biệt đôi môi khô nứt, không còn lo ngại thâm môi. Với 07 sắc màu rực rỡ cho bạn làn môi sống động hơn, mượt mà hơn bao giờ hết. Sản phẩm có bán tại các cửa hàng mỹ phẩm lớn, siêu thị & trung tâm thương mại trên toàn quốc từ 09/2013. Giá: 138.000VNĐ.

AGATHA

Nhân trang sức của Pháp Agatha vốn đã quen thuộc với phái nữ trên toàn thế giới bởi những thiết kế thanh lịch, tinh xảo và độc đáo. Agatha cũng luôn làm hài lòng các bạn nữ Việt Nam kể từ khi hàng xuất hiện tại thị trường này. Tại Việt Nam, Agatha chủ yếu tập trung vào các mặt hàng đồng hồ, vòng tay, dây chuyền, nhẫn, hoa tai... Đặc biệt, Agatha đang áp dụng chính sách khuyến mãi cho luôn BST mới với hơn 200 mặt hàng và với mức ưu đãi tới 49%. Ngoài ra, các mặt hàng còn lại, Agatha cũng áp dụng chính sách giảm giá đặc biệt là 30%. Đừng bỏ qua cơ hội mua sắm những món trang sức bạn yêu thích tại Agatha. Hãy ghé Parkson Saigon Tourist và Diamond Plaza để tìm cho mình những món nữ trang ưa thích.





Mini Cooper (BMW)

Thương hiệu MINI hiện nay đã có mặt tại 80 quốc gia trên toàn thế giới và kể từ 2011, Euro Auto đã được chỉ định là đơn vị cung cấp dịch vụ hậu mãi chính hãng dành cho MINI tại Việt Nam. Đến tháng 9 năm 2013, Euro Auto trở thành đơn vị nhập khẩu chính hãng của thương hiệu MINI tại Việt Nam. Tổng cộng có 04 dòng xe sẽ được Euro Auto giới thiệu trong năm 2013 bao gồm: Cooper, Cooper S, Cooper Countryman và Cooper S Countryman. Những dòng xe MINI chính hãng sẽ được chăm sóc dịch vụ theo tiêu chuẩn toàn cầu tại trung tâm BMW Phú Mỹ Hưng, miền Nam và trung tâm BMW Long Biên vừa khai trương tại miền Bắc. Phòng trưng bày MINI đầu tiên cũng sẽ được khai trương tại Hà Nội vào tháng 12.2013, bên cạnh đó những phụ kiện chính hãng, sản phẩm thời trang dành cho người hâm mộ thương hiệu cũng sẽ được trưng bày tại đây. Mọi thắc mắc xin vui lòng liên hệ: Euro Auto, 808 Nguyễn Văn Linh, P. Tân Phú, Q.7, Tp. HCM.

ALCATEL

Alcatel - hãng điện thoại danh tiếng đến từ châu Âu – chính thức cho ra mắt dòng sản phẩm Onetouch thông qua hợp tác với nhà phân phối DGW. Cùng với DGW, Alcatel muốn đem đến cho người dùng Việt Nam những chiếc smartphone được chế tác tinh tế, có kiểu dáng nổi bật cùng chất lượng vượt trội. Luôn nằm trong danh sách những smartphone mỏng, nhẹ nhất thế giới; các sản phẩm của Alcatel có kiểu dáng sang trọng, đường nét quyến rũ từ mọi góc nhìn. Bộ khung được thiết kế tinh xảo và chắc chắn, chú trọng nhiều đến chất lượng với mặt kính chống trầy đảm bảo một sản phẩm bền bỉ theo thời gian, hạn chế tối đa những trầy xước và vân tay khi sử dụng. Không chỉ vậy, Alcatel cung cấp thời lượng dùng pin lâu dài để những trải nghiệm dù là công việc hay giải trí luôn diễn ra liên tục. Các sản phẩm Alcatel ra mắt lần này gồm có Onetouch Sapphire2, Onetouch Star, Onetouch Idol và Onetouch Scribe HD.



CON GÀ TRỐNG

Với mong muốn đưa các món ăn mang phong vị Khmer của nhà hàng Con Gà Trống đến với thực khách trong một không gian mới, phong cách mới, Tập Đoàn Hoàng Nam vừa mới cho ra mắt nhà hàng Con Gà Trống tại Royal City - Vincom Mega Mall Hà Nội. Đến với Con Gà Trống tại Royal City - Vincom Mega Mall Hà Nội, thực khách có thể thưởng thức nhiều món lẩu, nướng chiên khác nhau, được thiết kế dành riêng cho khẩu vị của từng người, với giá cả rất hợp lý. Phong cách phục vụ chuyên nghiệp, thân thiện cũng sẽ mang lại cho thực khách cảm giác gần gũi như đang dùng bữa trong chính ngôi nhà của mình. Hotline đặt tiệc: 0903 999 969 Địa điểm: Tầng B2 Khu vực ẩm thực - FV 13-17 VINCOM MEGA MALL - ROYAL CITY 72A, Nguyễn Trãi, Thanh Xuân - Hà Nội.



Bánh Trung Thu HilTon 2013

Khách sạn Hilton Hanoi Opera chính thức cho ra mắt sản phẩm bánh trung thu 2013 với thiết kế hộp mới độc đáo và phong cách. Hộp bánh trung Hilton năm nay mang hai màu xanh và nâu đặc biệt phong cách cùng họa tiết hoa sen đem đến nét đẹp truyền thống trong từng chi tiết. Hộp bánh thường hình chữ nhật và hộp bánh VIP hình vuông được thiết kế phù hợp với giá cả từng loại. Quý khách có sự lựa chọn phong phú với 8 hương vị bánh được chọn lọc từ những nguyên liệu tinh khiết nhất: Đậu đỏ, hạt sen, mè đen, hương dứa, khoai môn với trứng, đậu xanh, đậu xanh và trà xanh, đậu xanh và trà xanh với trứng. Bánh được bày bán tại sảnh khách sạn từ ngày 19/8 tới ngày 19/9 năm 2013 Để biết thêm thông tin chi tiết vui lòng gọi 04 3933 0600 Khách sạn Hilton Hanoi Opera 1 Lê Thánh Tông, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Học Viện Thời Trang London

Trong không gian sang trọng của Khách sạn Daewoo tại Hà Nội, chương trình Trình diễn thời trang tốt nghiệp "MOVING FORWARD - VỮNG BƯỚC" của Học viện thời trang London (LCFS) đã làm thỏa mãn sự mong đợi của những tín đồ thời trang về 12 cái "tôi" của 12 nhà thiết kế trẻ. Khởi hành trên chuyến hành trình dài đến với con đường thời trang để chinh phục những thử thách và chông gai, 12 nhà thiết kế với 12 cái "tôi" của riêng mình sẽ trưởng thành hơn, tự tin và vững bước đi đến thành công. Đó chính là ý nghĩa mà thông điệp "Moving forward - Vững bước" của chương trình muốn dành tặng cho các học viên của LCFS. Và show thời trang tốt nghiệp 2013 chính là kết quả thành công bước đầu cho những đam mê và nỗ lực mà các nhà thiết kế trẻ đã rèn rũa trong suốt thời gian theo học tại LCFS.



STYLE 185

SAIGON SPORTS CLUB

NƠI GẶP GỠ CỦA NHỮNG NGƯỜI ĐAM MÊ VÕ THUẬT

NẾU BẠN THỰC SỰ ĐAM MÊ MUAY THÁI, BOXING, MMA, BJJ,... HAY ĐƠN GIẢN LÀ BẠN ĐANG TÌM KIẾM CHO MÌNH MỘT ĐỊA CHỈ UY TÍN ĐỂ TẬP GYM, YOGA, BODY-TRAINING,... HÃY ĐẾN SAIGON SPORTS CLUB.



Ra mắt vào tháng 5/2013, trung tâm thể thao Saigon Sports Club nhanh chóng trở thành điểm đến của những người yêu thích thể thao. Và tôi được biết một điều rằng, cũng chính bởi niềm đam mê võ thuật của vị chủ nhân đã mang đến cho Tp.HCM một sân chơi mới, một cách tiếp cận mới trong việc rèn luyện sức khỏe.

Xây dựng trên tổng diện tích 7.500m² tại quận 7, Tp.HCM, Saigon Sports Club được biết đến là trung tâm đào tạo võ thuật lớn nhất Việt Nam với diện tích 1000 m², đồng thời là trung tâm duy nhất tại Việt Nam trang bị đầy đủ môn Cross Training. Cùng với lồng sắt MMA và sàn đấu Boxing chuyên nghiệp, khu vực phòng tạ của Saigon Sports Club cũng được thiết kế khá rộng với nhiều trang thiết bị máy tập hiện đại, chuyên nghiệp. Tại đây, bạn sẽ

được tiếp cận với các môn võ thuật nổi tiếng trên thế giới như Muay Thái, Boxing, MMA, BJJ... Không chỉ có thế mạnh là đào tạo võ thuật, Saigon Sports Club còn trang bị đầy đủ các trang thiết bị hiện đại để bạn có thể tập gym, yoga, body-training, step, zumba, cross training, xe đạp, crunch,... Bạn cũng đừng quên tham gia các lớp học nhóm tại 03 phòng Fitness với diện tích lớn. Tất cả, đều được đội ngũ huấn luyện viên chuyên nghiệp, là những người đã từng vô địch thế giới và quốc gia sẽ trực tiếp hướng dẫn bạn.

Sau những giờ luyện tập vất vả, thật thú vị khi được thư giãn và chọn cho mình những ly thức uống đầy dinh dưỡng để bù đắp lại lượng calo tiêu hao trong quá trình tập luyện tại góc ẩm thực và hòa mình vào làn nước trong xanh tại khu vực hồ bơi ngoài trời dài đến 25 mét của Saigon Sports

Club. Tất cả sẽ mang lại cho bạn những trải nghiệm tuyệt vời.

Với những trang thiết bị và cơ sở vật chất hiện đại mà Saigon Sports Club mang lại, chắc chắn sẽ đáp ứng một cách tốt nhất nhu cầu thể dục thể thao, nâng cao kỹ năng tập luyện nhiều môn thể thao của bạn ở nhiều cấp độ khác nhau.

SAIGON SPORTS CLUB

Add: 514B Huỳnh Tấn Phát, D7, HCM

Hotline: 0966 33 00 89 - 083 7730513

Website: www.saigonsc.vn

Facebook: www.facebook.com/saigonsportsclub





An escape from everyday



Add: 514B Huỳnh Tấn Phát, D7, HCM

Hotline: 0966 33 00 89 - 083 7730513

Website: www.saigonsc.vn

Facebook: www.facebook.com/saigonsportsclub





TRIỂN LÃM DU LỊCH TRĂNG MẶT VÀ DỊCH VỤ CƯỚI LẦN THỨ 5

Từ 06 - 08/9/2013 tại Khách sạn Pullman Hanoi - 40 Cát Linh
(Vào cửa tự do)

Không gian sang trọng với diện tích trưng bày gần 4.000m² quy tụ các thương hiệu lớn:
VESTON DANDY BESPOKE, ÁO CƯỚI THANH HẰNG ALTAMODA, JULIETTE, ẦU CỜ, JULIA, HỢP GIANG, MOZA ;
CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI ẢNH KTS THANH THANH, PRINTOPIA; CƯỚI HÒI TRỌN GÓI QUANG DUNG, THÀNH
CÔNG PALACE, THÚY NGÀ PLAZA; STUDIO AMOUR, MUJ; TRANG SỨC THỂ GIỚI VÀNG TRẮNG SKY-MOND,
VÀNG MINH NGỌC; D'ART CHOCOLATE...

Các gói dịch vụ cưới, tour du lịch trăng mật ưu đãi đặc biệt chỉ có trong thời gian triển lãm
Nhiều hoạt động hấp dẫn: **Ca múa nhạc, trình diễn thời trang cưới, làm tóc, trang điểm, chụp hình...**

Hóa thân thành những cô dâu chú rể với các phong cách khác biệt theo xu hướng cưới mới nhất
qua Game **"Cặp đôi hoàn hảo"** ngay tại triển lãm

Các đơn vị có nhu cầu tham gia triển lãm vui lòng liên hệ số điện thoại: 0989 246 411 hoặc email: viettb@vntravellive.com
Truy cập website: www.hwp.vn để biết thêm chi tiết

NHÂN DỊP 5 NĂM TRIỂN LÃM
TẶNG 01 CUỐN CATALOGUE CƯỚI CHO MỖI CẶP UYÊN ƯƠNG KHI ĐẾN THAM QUAN

BẢO TRỢ TRUYỀN THÔNG VÀ HÌNH ẢNH

LẦN THỨ 5
SỰ KIỆN CƯỚI LỚN NHẤT
TRONG NĂM

Honeymoon & Wedding Perfect (HWP) là Triển lãm Du lịch Trăng mật và Dịch vụ Cưới do Tạp chí Travellive tổ chức thường niên. Năm nay, Triển lãm sẽ **mở cửa từ ngày 06 đến 08/9 tại Khách sạn Pullman Hanoi**. Đây là sự kiện Cưới lớn nhất trong năm, dự kiến thu hút hàng chục ngàn cặp đôi tham dự.

Ghi dấu chặng đường 5 năm liên tiếp, Triển lãm **HWP 2013** được tổ chức với quy mô lớn trên 4.000 m² với sự tham gia của các thương hiệu cung cấp dịch vụ cưới hỏi chuyên nghiệp và giàu uy tín trên thị trường như: *veston Dandy Bespoke, áo cưới Thanh Hằng Altamoda, Juliette, Âu Cơ, Julia, Hợp Giang, Moza, Công ty TNHH Thương mại Ánh KTS Thanh Thanh, Cưới hỏi trọn gói Quang Dũng, Thành Công Palace, Thúy Nga Plaza, Studio Amour, Trang sức Thế Giới Vàng Trắng Sky-mond, Vàng Minh Ngọc, D'Art Chocolate...* Các đơn vị tham gia

đều đang ráo riết chuẩn bị những gói dịch vụ chất lượng và mức giá đặc biệt để thu hút khách tham quan triển lãm. Khách sạn Pullman Hà Nội cũng tung ra chương trình ưu đãi đặc biệt giảm giá đến 20% cho gói cưới mới trong 3 ngày triển lãm.

Tiếp tục đồng hành với **HWP 2013, Cục Xúc tiến Du lịch Malaysia** mang tới cho các cặp uyên ương những **gợi ý ngọt ngào cho kỳ nghỉ trăng mật** cùng các **gói tour được bán với giá ưu đãi đặc biệt, chỉ áp dụng riêng trong thời gian Triển lãm**. Các cặp đôi sẽ có nhiều lựa chọn hấp dẫn khi đi du lịch trăng mật, hoặc chụp hình cưới tại Malaysia - Một Châu Á đích thực, xinh đẹp, hiện đại nhưng vẫn mang đậm nền văn hóa đa sắc tộc.

Xuyên suốt trong 3 ngày triển lãm là **chuỗi hoạt động phong phú**: các show thời trang cập nhật xu hướng và **phong cách váy cưới mới nhất - mùa cưới 2013 - 2014**, ca múa nhạc, **các tiết mục trình diễn đặc sắc**

của các vũ công đến từ Malaysia, **game "Cặp đôi hoàn hảo"** cho phép các đôi uyên ương thử váy cưới, trang điểm, chụp hình miễn phí, chương trình bốc thăm may mắn với **tổng giá trị giải thưởng hàng trăm triệu đồng**,... Đặc biệt hơn, mỗi **cặp đôi tham dự triển lãm sẽ được tặng 01 cuốn Catalogue Cưới dày 320 trang**. Catalogue Cưới HWP là ấn phẩm song hành cùng Triển lãm HWP, xuất bản thường niên, thiết kế trang nhã, in chất lượng cao, với số bản in **"khủng" 10.000 bản** và phát **hoàn toàn miễn phí**. Đây là lần đầu tiên trên thị trường các bạn trẻ được cung cấp miễn phí một ấn phẩm giá trị và chất lượng với **nội dung chuyên biệt về dịch vụ cưới hỏi**.

Triển lãm HWP 2013 được thực hiện và tổ chức với sự phối hợp giữa Tạp chí **Travellive, Cục Xúc tiến Du lịch Malaysia, Khách sạn Pullman Hanoi** và sự tài trợ của nhãn hàng **Trang sức Vàng PNJ - Công ty Cổ phần vàng bạc đá quý Phú Nhuận**.



Để biết thêm thông tin chi tiết hoặc đăng ký tham gia các Chương trình trong triển lãm xin vui lòng truy cập:

www.hwp.vn; facebook: www.facebook.com/HoneymoonWeddingPerfect

Hoặc liên lạc trực tiếp:

Tel: 04 3 9368349 * Mobile: 097 258 6131 * Email: hanh@vntravellive.com

CHƯƠNG TRÌNH

đổi phiếu lấy quà tặng

Ấn phẩm STYLE là ấn phẩm hàng đầu về xu hướng phong cách thời trang, làm đẹp và lối sống được giới trẻ yêu thích. Để tri ân bạn đọc, những độc giả luôn theo dõi và quan tâm đến ấn phẩm, STYLE luôn cố gắng tạo ra các sân chơi bổ ích, hấp dẫn để tăng tính tương tác giữa bạn với ấn phẩm cùng các nhãn hàng uy tín.

Bắt đầu từ tháng 7/2013, bạn đọc hãy sưu tập phiếu tích quà STYLE để đổi lấy những quà tặng mà bạn yêu thích!

THẺ LỆ:

- Phiếu quà tặng được cắt từ các số của ấn phẩm tính từ tháng 7/2013 đến tháng 6/2014.
- Phiếu quà tặng không áp dụng cho ấn phẩm biểu, tặng (Các ấn phẩm biểu tặng sẽ được đánh dấu không hợp lệ.)
- Mỗi ấn phẩm tương đương với 1 phiếu quà tặng.
- Có thể đổi phiếu nhận quà từng ấn phẩm hoặc tích phiếu của các ấn phẩm để nhận quà giá trị lớn hơn.

ĐỐI TƯỢNG THAM GIA

- Tất cả các đối tượng là bạn đọc của ấn phẩm STYLE, tuổi từ 16- 35.
- Đối tượng mua ấn phẩm tại các địa điểm STYLE phát hành.

CÁCH THỨC THAM GIA

- Bạn đọc mua ấn phẩm tại các điểm phát hành của ấn phẩm bao gồm Sạp báo, Nhà sách, hay đặt ấn phẩm dài hạn tại tòa soạn.
- Cắt phiếu trong ấn phẩm và điền đầy đủ thông tin theo yêu cầu.
- Liên hệ trước theo số 04.377 3.8005 để kiểm tra.
- Bạn đọc trong nội thành Hà Nội và Sài Gòn, đem phiếu đến văn phòng Style để đổi quà.
- Bạn đọc ở xa gửi phiếu theo đường bưu điện, Style sẽ chuyển quà đến nhà cho bạn (bạn thanh toán chi phí chuyển phát).



PHIẾU TÍCH QUÀ

Tháng 8-9/2013

Họ và Tên:

Địa chỉ: Điện thoại:

Quà muốn đổi:

CƠ CẤU QUÀ TẶNG



- ♦ 1 phiếu tương đương với 1 phần quà trị giá **65.000đ** (miếng đắp mặt nạ The Face Shop)
- ♦ 3 phiếu tương đương với 1 phần quà trị giá **189.000đ** (1 lọ sữa tắm The Body Shop 250ml)
- ♦ 6 phiếu tương đương với 1 phần quà trị giá **588.000đ** (1 chai nước hoa Esprit Celebration for him 30ml).
 - ♦ 9 phiếu tương đương với 1 phần quà trị giá **640.000đ** (1 lọ kem nền Bourjois 30ml)
 - ♦ 12 phiếu tương đương với 1 phần quà trị giá **920.000đ** (1 chai nước hoa BVL 20ml)

* Mỗi phiếu là 1 ấn phẩm, 3 phiếu là 3 ấn phẩm... Một người chỉ được sử dụng 1 phiếu/1 ấn phẩm

THỜI GIAN DIỄN RA CHƯƠNG TRÌNH: T7/2013- T6/2014

Ưu tiên bạn đọc gọi đặt dài hạn, ngoài quà tặng hấp dẫn sẽ được ưu đãi:

Chiết khấu 10% khi đặt 6 số/6 tháng, chiết khấu 15% khi đặt 12 số/12 tháng (Chuyển ấn phẩm đến tận tay bạn đọc đối với bạn đọc ở khu vực nội thành hàng tháng).

Văn phòng Hà Nội: Châu Bách Media, 5/55 Huỳnh Thúc Kháng. Số điện thoại: 04. 3773. 8005
Văn phòng Tp Hồ Chí Minh: Văn phòng đại diện Châu Bách Media, tầng trệt, tòa nhà Fafilm, 06 Thái Văn Lung, Quận 1. Số điện thoại: 08. 3824. 6841

Địa chỉ mua sắm

Hermès

- ♦ Sofitel Legend Metropole, 15 Ngõ Quyền, Hà Nội
- ♦ Vincom Center A 171 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM

Louis Vuitton

- ♦ Sofitel Legend Metropole, 15 Ngõ 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, Q.1, Tp.HCM

Burberry

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

Salvatore Ferragamo

- ♦ Sofitel Legend Metropole 15 Ngõ 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 Ngõ 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
- ♦ 63 Lý Thái Tổ, Hà Nội

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, Q.7, Tp. HCM

BCBG Max Azria

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

Topshop/Topman

- ♦ Bitexco Tower, 2 Hải Triều, Quận 1, Tp. HCM

Pedro

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

Bebe

- ♦ Vincom Center B

72 Lê Thánh Tôn, Q.1, Tp.HCM

- ♦ Saigon Center 65 Lê Lợi, Tp. HCM

Mango

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

Naf Naf

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

FCUK

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

Banana Republic

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

Morgan

- ♦ Vincom Galleries 191 Bà Triệu, Hà Nội

Minelli

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

Lacoste

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

Axara

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

Nine West

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

Lee Shop

- ♦ 41 Nguyễn Trãi, Q.1
- ♦ Parkson Hùng Vương (tầng 2) – 126 Hùng Vương, Q.5
- ♦ Parkson Flemington (tầng 2) – 184 Lê Đại Hành, Q.11
- ♦ Nowzone (tầng 1) – 235 Nguyễn Văn Cừ, Q.1
- ♦ Vincom (tầng B1) – 72 Lê Thánh Tôn, 47 Lý Tự Trọng, Q.1

Estée Lauder

- ♦ Parkson Viet Tower, Hà Nội
- ♦ 6B Tràng Tiền, Hà Nội

- Parkson Saigontourist, Tp.HCM
- Diamond Plaza, Tp.HCM
- Parkson Hùng Vương, Tp.HCM

Clé de Peau Beauté

- Diamond Plaza, Q.1, Tp.HCM
- Parkson C.T Plaza
Q. Tân Bình, Tp.HCM

Clinique

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

Lancôme

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

Paris & France

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

L'Occitane

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

Vichy

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

L'Oréal

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

The Body Shop

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

Elizabeth Arden

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

Omega

- Omega Boutique
151 Đống Khởi, Q.1, Tp.HCM
- Vincom Center A
171 Đống Khởi, Q.1, Tp. HCM
- New Watch, 34 Hàng Khay, Hà Nội

- Hanoi Towers, 49 Hai Bà Trưng, Hà Nội
- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q.1, Tp.HCM

Bvlgari

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

Cartier

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

Vertu

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

Korloff

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

Mobiado

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

Bang & Olufsen

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

Chopard

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

Atelier (Dior, Vesace, Tag Heuer)

- Số 9 Tràng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội

DiLusso

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

Tissot

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

Montblanc

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



BÈNH BÔNG MUÔN LÃNG MẠN QUANH ĐÂY



VỊNH KÊ GÀ, 35 KM HƯỚNG NAM PHAN THIẾT
ĐT: (84 62) 3682 222, FAX: (84 62) 3682 333
EMAIL: INFO@PRINCESSANNAM.COM
WEBSITE: WWW.PRINCESSANNAM.COM



PRINCESS D'ANNAM
RESORT & SPA

“Đó là một cảm giác kỳ lạ. Khoảnh khắc bị rơi vào tình huống nguy hiểm là khoảnh khắc tôi thấy an toàn nhất”

Từ thanh chống va chạm bên hông đến hệ thống chống bó cứng phanh (ABS) và 4 bánh chủ động. Hãy trải nghiệm sức mạnh vận hành và khả năng bảo vệ an toàn tuyệt đối của Everest Mới để làm nên những câu chuyện trải nghiệm tuyệt vời.



Rộng rãi, tiện nghi và sang trọng hơn
với nội thất bọc da mới*



Lái xe thú vị hơn với hệ thống
ga tự động và điều chỉnh âm thanh
tích hợp trên vô lăng*



An toàn hàng đầu với hệ thống
4 túi khí và khung vỏ vững chắc*

* Áp dụng cho phiên bản Everest AT. Liên hệ Đại lý gần nhất để biết thêm chi tiết.



Go Further

• **HANOI FORD:** 94 Ngô Thì Nhậm, Hà Nội. Tel: 04.39712439
• **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888
• **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920
• **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. Hạ Long. Tel: 033.3628699
• **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 038.3515292
• **DANA FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555
• **DANA FORD BÌNH ĐỊNH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555

• **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3954999
• **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130
• **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP. HCM. Tel: 08.38181458
• **SAIGON FORD CẦN THƠ:** 41A Đường 3/2, Xuân Khánh, TP. HCM. Tel: 0710.3730720
• **SAIGON FORD PHỐ QUANG:** 104 Phố Quang, Tân Bình, TP. HCM. Tel: 08.38442947
• **CITY FORD:** 78B, Quốc Lộ 13, Phường 26, Bình Thạnh, TP. HCM. Tel: 08.35120473
• **CITY FORD NHA TRANG:** 580 Lê Hồng Phong, TP. Nha Trang. 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
• **PHÚ MỸ FORD:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái 2, Quận 2, TP. HCM. Tel: 08.37425454
☎ **ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888** | ford.com.vn |

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

