

STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

ĐẦU TRƯỞNG
BẢY TỈ NGƯỜI

Khi LỘ LEM
BỮU MÔI

SPARKLE
YOUR
CLOSET

HÀ ANH •
THU HIỀN
• HENRI HUBERT
May mắn thuộc về ai?

CUỘC CHIẾN
GIỮA X VÀ Y

the
**LUCKY
CHARM**



NHÀ XUẤT BẢN THỂ DỤC THỂ THAO

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



KENZO PARIS



KENZO.COM



RUNWAY

CONCEPT STORES SAIGON | HANOI

TOP : CELINE
SKIRT : JIL SANDER
SHOES : CELINE
BAG : PROENZA SCHOULER
WWW.RUNWAY.VN



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)







Roberto Cavalli

CONTENTS

NOVEMBER - DECEMBER 2013

CYNTHIA ROWLEY

Charlotte Olympia

 **COVER STORY**

20.

Đại dương 7 tỉ người

 FASHION

24.

Rock your party

30.

The Victoria's Secret
Fashion Show 2013

32.

The Ballet-inspired look

34.

The Jacket Directory

38.

Welcome Holiday Season

42.

Style Manual

56.

Từ Đường Phố Đến Sàn Diễn

60.

Những người hùng của sự phù phiếm

BEAUTY

92.

Beauty Buzz

96.

Quà tặng Giáng Sinh

100.

SOS! Những lựa chọn khẩn cấp

108.

Khí Lợ Lem bīu môi

116.

Món quà của mùi hương

120.

Công nghệ ăn khách: Nhịp thời gian

Elegance is an attitude
Kate Winslet
Kate Winslet

LONGINES®



Longines Boutiques

TP. Hồ Chí Minh: Grand Hotel Đồng Khởi, 15 Hồ Huân Nghiệp, Quận 1. Tel: (08) 2210 4114
Hà Nội: Pacific Place, 83B Lý Thường Kiệt, Quận Hoàn Kiếm. Tel: (04) 3946 0112



The Longines Saint-Imier Collection



CONTENTS

NOVEMBER - DECEMBER 2013

♥ LIFESTYLE

- 126.**
Sống sót mùa lễ hội
- 130.**
Quà tặng công nghệ 2013
- 132.**
Top 7 mẫu loa di động 2013

- 134.**
Xe compact
- Sự lựa chọn cho những con phố nhỏ
- 138.**
Đi tìm đêm Giáng Sinh
- 148.**
Nơi tình yêu thăng hoa

- 152.**
Cocktail cho Giáng Sinh
- 154.**
Lục địa già vs Tân thế giới

♥ ENTERTAINMENT

- 158.**
"Là tôi, Hà Anh!"
- 162.**
Thu Hiền- Đi chậm để không bị ngã
- 166.**
Huỳnh Vinh Sơn- Kể mê chữ và yêu
"rất nhiều" đủ thứ
- 172.**
Những câu chuyện chưa kể về nhạc
Giáng Sinh
- 176.**
American Hustle- Sân tiền kiểu Mỹ
- 178.**
Cuộc chiến giữa X và Y

GIVENCHY

ange ou démon le secret

EAU DE TOILETTE



www.givenchy.com

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THƯƠNG XÁ TAX | 192 HAI BÀ TRUNG | PICO PLAZA | PARKSON SAIGONTOURIST | PARKSON C.T |
HÀ NỘI | 23 TRĂNG THÌ | VINCOM CITY TOWERS | VINCOM ROYAL CITY | PARKSON VIETTOWER | 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: 356/13/QCMP-HCM.



Simone Rocha

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

DUY ANH

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: 587/QĐ-XBTDTT/03-2013/CXB/90-373/TDTT

Khổ: 21x28.5cm

In tại nhà máy in Bản Đồ

In xong nộp lưu chiểu tháng 11 năm 2013

Giá: 34.500 VNĐ



Desine

DOLCE & GABBANA
the one

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THƯƠNG XÁ TAX | 192 HAI BÀ TRƯNG | PICO PLAZA | PARKSON FLEMINGTON | PARKSON C.T |
| PARKSON HÙNG VƯƠNG | PARKSON PARAGON | HÀ NỘI | 23 TRĂNG THI | VINCOM CITY TOWERS | VINCOM ROYAL CITY | PARKSON VIETTOWER |
| 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: 296/13/QCMP-HCM.

DSquared2

editor's note

The Lucky Charm

Bùa may mắn của bạn là gì? Tôi có đôi lần hỏi câu này nhiều người và luôn nhận được những câu trả lời khác nhau. Rất đa dạng và thú vị! Có người bảo là màu xanh; có người tin vào số 13; có người luôn mang theo một viên đá thạch anh nặng 0.5kg trong túi; và có người lại nắm tay cô gái bên cạnh rồi nói "may mắn của mình ở đây!" (Thật quá lãng mạn!) Và tháng Mười Hai đến, mở đầu cho mùa lễ hội tung bừng được chờ đón nhất trong năm. Style quyết định chọn bàn về may mắn để xem như là một lời chúc tốt đẹp nhất dành cho độc giả thân thiết của mình. Vào lúc ấy, chúng tôi cũng được hỏi: Bùa may mắn của bạn là gì? Có đôi chút phân vân cho đến khi số báo này hoàn thành và đến được với bạn!

Phải, khi mọi việc xong xuôi chúng tôi mới tìm thấy câu trả lời chính xác. May mắn của chúng tôi chính là mỗi tháng đều có thể đem đến một chủ đề mới và hết mình đến tay độc giả. Là có một ê kíp nhiều lửa nhiệt tình và không ngại khó. Là biết những đam mê của mình không phí hoài hay vô nghĩa. Vì thế, bùa may mắn của Style, chắc chắn phải là những bạn đọc yêu quý!

Thời tiết đã thực sự dịu xuống, đường phố cũng bắt đầu trang hoàng rực rỡ, nhạc Giáng Sinh rộn rã khắp nơi. Những trang cuối cùng của cuốn sách 2013 sắp khép lại nhưng vào những khoảnh khắc này, tôi hi vọng chúng ta đừng quá vội vã, đừng quá hoài niệm, đừng quá bi quan! Vì tháng Mười Hai gõ cửa để đánh thức bạn rằng đã đến lúc phủ lấp lánh lên tủ quần áo của mình, lên thói quen, ước mơ và mọi mối quan hệ cá nhân. Vào lúc ấy, tôi tin bạn sẽ cảm thấy mình là người may mắn nhất hành tinh!

Chúc Giáng Sinh An Lành!



Concept: **Samuel Hoàng**
 Producer: **Duy Anh**
 Photo: **Cường Tống**
 Model: **Hiền Trần**
 Make up & hair: **Cao Tuấn Đạt**
 Dress: **Vera Wang** (Luala 61 lý thái tổ, Hà Nội)
Vespa Primavera
 Location: **Aloha Studio**

NINA RICCI

CYNTHIA ROWLEY

Valentino

Maiyet

Charlotte Olympia

Emilio Pucci



Zac Posen



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

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

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




EDOX

Maître Horloger - Les Genevez
depuis 1884

Danh sách cửa hàng đồng hồ Edox chính hãng:

Showroom & Service TP.HCM: Ground Floor Continental Hotel 132-134 Dong Khoi, Tel: 08.22453886

TP.HCM: THANH PHAT Thuong Xa Tay, Tel: 08.38213231 • Vincom Center, Tel: 08.39369770 • TT DONG HO THUY SY Maximark 3/2, Tel: 08.39290322 • 20 Nguyen Thi Minh Khai, Tel: 08.39115995 • WATCH GALLERY Parkson Saigon Tourist, Tel: 08.22101653 • Parkson Hung Vuong, Tel: 08.22430318 • Parkson CT, Tel: 08.22472045 - **Ha Noi:** A&M Vincom Center, Tel: 04.22200268 • TT DONG HO THUY SY 31 Hai Ba Trung, Tel: 04.38265170 • WATCH GALLERY Parkson Landmark 72, Tel: 04. 66807508 • 2F Parkson Viet Tower, Tel: 04.62940928 • Trang Tien Plaza, Tel: 04.35160868 • Vincom Royal, Tel: 04 62620056 - **Hai Phong:** WATCH GALLERY Parkson TD Plaza, Tel: 031.8602161



TOPTEN Nhà Phân Phối Độc Quyền – 91 Thạch Thị Thanh, Q.1, TP.HCM – **Tel:** (84-8) 3820 3204 – **Fax:** (84-8) 3820 3959 – **Email:** contact@toptenco.com.vn – **Website:** www.toptenco.com.vn

BOUTIQUES: • **SUN WAH TOWER** 115 NGUYỄN HUỆ, Q.1, TP.HCM (3821 9279) • **BIG C VINH TRUNG PLAZA** 225-227 HÙNG VƯƠNG, TP. ĐÀ NẴNG (366 6066) • **BIG C THĂNG LONG** 222 TRẦN DUY HÙNG, Q.CG, HÀ NỘI (37832301)

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



SWISS WATCHES TO DREAM OF FOR 160 YEARS

TISSOT LUXURY AUTOMATIC GENT

**TISSOT LUXURY AUTOMATIC LADY
DIAMONDS**

DỰ TRỮ NĂNG LƯỢNG SUỐT 80 GIỜ



TISSOT
SWISS WATCHES SINCE 1853
INNOVATORS BY TRADITION

160th
ANNIVERSARY
1853 - 2013

Get in touch at www.tissot.ch

DAILY: TP.HCM • THƯƠNG XÁ TAX 135 Nguyễn Huệ, Q.1 (38213231) • DIAMOND PLAZA 34 Lê Duẩn, Q.1 (38227884) • VINCOM CENTER 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1 (39939099) • VINCOM A (B1-32) 116 Nguyễn Huệ, Q.1 • PARKSON SAIGON TOURIST 35-45 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38277578) • PARKSON CT PLAZA 60A Trường Sơn, Q.TB (62971819) • PARKSON FLEMINGTON 182 Lê Đại Hành, Q.11 (39651298) • TIC TAC 72 Đồng Khởi, Q.1 (38293392) • MAXIMARK 15-17 Cộng Hòa, Q.TB (38116502) • MAXIMARK 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (39290322) • TÂN TÂN 133 Nguyễn Huệ, Q.1 (38218297) • TÂN TÂN 55 Lê Lợi, Q.1 (38213778) • MANH THẮNG 72B Lê Lợi, Q.1 (38220465) • TDC 393 Điện Biên Phủ, Q.3 (39290685) • MINH AN 867 Nguyễn Trãi, Q.5 (38554549) • PNJ 174 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38247311) • PNJ 5-7 An Dương Vương, Q.5 (38302399) • PNJ 159 Phan Đăng Lưu, Q.PN (39900489) • PNJ 52 Nguyễn Văn Trỗi, Q.PN (38441212) • PNJ 362A Nguyễn Văn Nghi, Q.GV (38954597) **HÀ NỘI** • VINCOM MEGAMALL 72A Nguyễn Trãi, Q.TX (62620560) • DUY ANH WATCH 7 Hàng Khay, Q.HK (66566660) • VINCOM CENTER 191 Bà Triệu, Q.HBT (22200268) • DUY ANH WATCH 212 Phố Huế, Q.HBT (22148336) • NEW WATCH 37 Hàng Khay, Q.HK (39344865) • LOTTE MART 229 Tây Sơn, Q.ĐB (62575666) • SAVICO MEGAMALL 7-9 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (62550099) **ĐÀ NẴNG** • PNJ 123 Hùng Vương (3812618) **VŨNG TÀU** • ĐẠI HÙNG 228 Bacu, P3 (3530085)

fashion



PHYTO-BLANC

Absolute Whitening Essence



Làn da chưa bao giờ được cải thiện độ sáng nhanh chóng đến vậy.

Phương pháp chăm sóc da tăng cường và chuyên sâu chỉ trong 4 tuần. Với hợp chất làm trắng từ thực vật được cấp bằng chứng nhận với những thành phần làm trắng hiệu quả cao và hoạt động ở 3 mức độ:

- Hoạt động mạnh mẽ trong việc giảm sự hình thành các melanin gây đốm sạm nâu.
- Giảm việc di chuyển của các melanin lên lớp biểu bì.
- Cải thiện độ sáng và sự đồng đều của màu da.

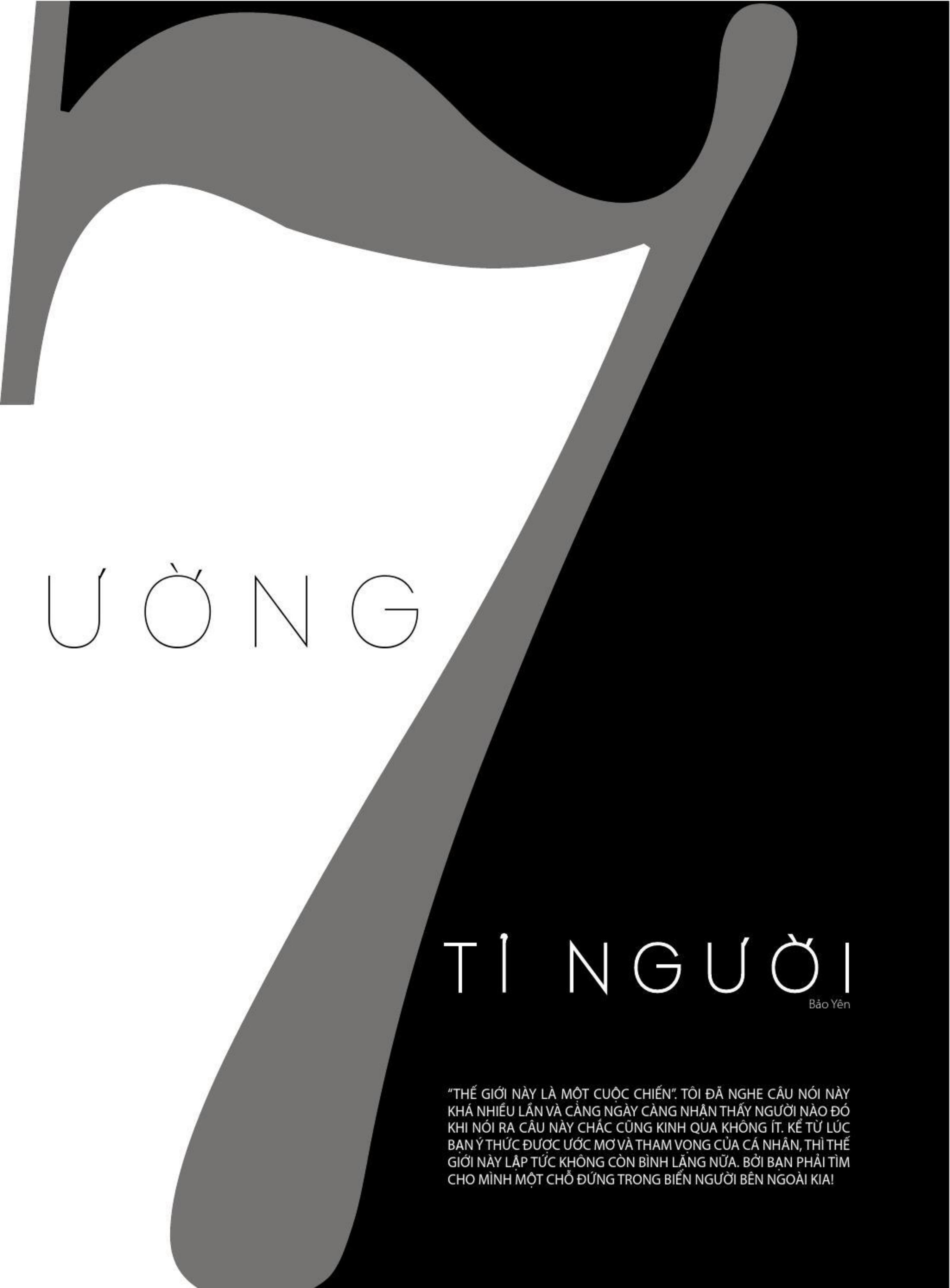
Hoạt động làm trắng và làm mờ các đốm nâu thấy được chỉ trong 2 tuần. Sau 4 tuần, độ sáng tự nhiên của da được khôi phục. Sản phẩm thích hợp cho mọi loại da, sử dụng tinh chất làm trắng và làm thẩm thấu tốt này mang lại một làn da mềm mại.

sisley
PARIS

Sản phẩm có bán tại: Parkson Paragon (08 5416 0373)
Parkson Le Thanh Ton (08 38 244 706) | Diamond Plaza (08 38 246 883)
Hotline: 0903 909 101 | www.sisley-cosmetics.com



ĐẤU TR



UỒN G

TÌ NGƯỜI

Bảo Yên

"THẾ GIỚI NÀY LÀ MỘT CUỘC CHIẾN". TÔI ĐÃ NGHE CÂU NÓI NÀY KHÁ NHIỀU LẦN VÀ Càng ngày càng nhận thấy người nào đó khi nói ra câu này chắc cũng kinh qua không ít. Kể từ lúc bạn ý thức được ước mơ và tham vọng của cá nhân, thì thế giới này lập tức không còn bình lặng nữa. Bởi bạn phải tìm cho mình một chỗ đứng trong biển người bên ngoài kia!

“May mắn thực ra là một món vay hậu hình của tạo hoá”.



HIỆU ỨNG MATTHEW

Đây là một hiện tượng do nhà xã hội học Robert Merton đặt tên dựa theo bài Tăn ước trong Lời dạy của Matthew: “Vì phàm những ai đã có, thì được cho thêm và sẽ có dư thừa; còn ai không có, thì ngay cái đang có, cũng sẽ bị lấy đi.” Nghiên cứu này của Robert Merton chỉ ra một sự thật trong xã hội phát triển rằng chính những người được sở hữu một số khả năng vượt hơn người sẽ nhận được thêm nhiều cơ may để thành công hơn nữa. Những người đang giàu có sẽ có thêm cơ hội để giàu hơn và bớt phải tiêu tiền. Những sinh viên giỏi giang sẽ được chú ý nhiều và tập trung để phát triển hơn. Tóm lại, chúng ta đang sống trong một xã hội mà một khi đã may mắn lần một thì sẽ có thêm

lần hai, lần ba, lần n. Chỉ cần bạn nhìn thấy chúng!

Khi tôi nói về hiệu ứng Matthew với vài người bạn trong một cuộc gặp gỡ cuối tuần. Anh M, người có xuất thân khá danh giá trong một gia đình có tài sản từ nhiều thế hệ và hiện đang sở hữu một chuỗi các toà nhà tại nhiều thành phố đã gật đầu đồng ý. Anh bảo: “Sinh ra với một cái thìa vàng trong miệng đã là thứ vận may lớn nhất rồi!” Nó cũng giống như khi bạn mở mắt chào đời, bạn đã không ở cùng chung điểm xuất phát với 7 tỉ người còn lại. Rồi bạn lớn lên, trưởng thành, cả quá trình ấy, với điều kiện môi trường mà bạn được thừa hưởng, nhất định bạn cũng sẽ khác biệt hơn người. Cô C, là một người mẫu nổi tiếng cũng đồng tình. “Em thấy đẹp là một năng

lực. Nhất là đẹp tự nhiên!” Tôi thấy cô rõ ràng đã đưa ra nhận định hoàn toàn đúng đắn về xã hội mà phụ nữ xấu thì không có quà. Thứ may mắn đó không thể kiếm tìm.

Với một người như anh M, người ta sẽ sẵn đón anh ở mọi nơi, đưa cho anh những gì tốt nhất ngay từ lúc sinh ra. Anh chắc chắn sẽ được giáo dục để ý thức về vị trí của mình, quyền lực của mình. Chắc chắn sẽ có người muốn cướp của anh nhiều thứ nhưng cũng chắc chắn có người bảo vệ chúng cho anh. Còn với cô C, với sắc đẹp của mình, thậm chí nếu có ngôi yên và mỉm cười, cô cũng không chết đói hay thất nghiệp. Vì luôn có người cần đến sự toả sáng rạng rỡ kia. Đến đây, thì anh N, người còn lại trong bàn mới lên tiếng: “Rõ là quá bất

công!” Vì như vậy có những người vĩnh viễn sẽ không ngẩng mặt lên nổi với cuộc đời này! Họ làm việc quần quật vẫn khổ, họ không có “hoàng tử” trong mơ chỉ vì...xấu. Hoá ra, xã hội này phân cấp vì cái gọi là may mắn thôi sao?

QUY TẮC 10.000 GIỜ

Tôi đồng ý với anh N một chuyện. Sự may mắn là yếu tố không nhỏ để phân cấp xã hội. Đừng nói đến chuyện bất công hay không mà làm gì. Bởi một khi còn tồn tại phép so sánh thì vĩnh viễn con người sẽ còn thấy không tồn tại công bằng. Tuy nhiên, cũng chính vì lúc nào cũng không thể cân đo đong đếm số phận của người này với người kia, may mắn cũng sẽ được nhìn nhận theo nhiều cách khác nhau.

Có lần tôi nghe một người bạn nói rằng với anh ấy, may mắn thực ra là một món vay hậu hĩnh của Tạo Hoá. Và quan trọng nhất vẫn là bạn sử dụng món vay ấy thế nào! Có người sẽ đầu tư cân nhắc, cũng có người từ chối và thậm chí còn có người tiêu hoang. Tôi nhìn nhận thấy cũng đúng lắm! Vì có không ít người như anh M, cô C nhưng không phải ai cũng gìn giữ và tận dụng được trọn vẹn ưu thế của mình! Bởi thường những gì dễ có sẽ có xu hướng bị xem như là lẽ tất nhiên rồi xem thường và đánh mất.

Trong cuốn sách Những kẻ xuất chúng, Malcolm Gladwell có đề cập đến quy tắc 10.000 giờ. Đó là khoảng thời gian làm việc tương đối được chứng minh để thành công trong một lĩnh vực nào đó. Một nhóm các nhà xã hội học đã nghiên cứu quá trình đi đến vinh quang của nhiều tấm gương nổi tiếng trong các lĩnh vực khác nhau như Bill Gates, Steve Jobs, The Beatles...và phát hiện ra điểm chung của họ chính là số lượng thời gian cống hiến cho đam mê mà mình theo đuổi. Hiển nhiên, họ cũng được trao vào tay những cơ ngàn

vàng hoi như Bill Gates được vào học trường Lakeside, một trong những ngôi trường hiếm hoi vào năm 1968 có trang bị ASR-33 Teletype (một thiết bị đầu cuối kết nối trực tiếp đến máy tính trung tâm, loại máy tính hiện đại nhất lúc bấy giờ); Hay nếu nhìn vào danh sách bảy mươi lăm nhân vật giàu nhất trong lịch sử nhân loại, bạn sẽ có đến 20% số đó sinh ra trong cùng thời kì (1830) ở Mỹ để đúng vào thời điểm trường thành lập nên được những biến đổi quan trọng và bùng nổ nhất của nền kinh tế Mỹ (1860-1870). Tất cả họ đều được định mệnh gõ cửa để mời chào một món vay mang tên “cơ hội”. Và không ai trong số đó bỏ lỡ, toàn tâm toàn ý, dốc hết sức lực và đam mê miệt mài lao động cùng với duyên may ấy.

CHIẾC BOOMERANG SỐ PHẬN

Như tôi đã nói, may mắn thực ra là một món vay của số phận. Và con tạo thì luôn xoay vần không ngừng nghỉ. Bạn được cho cái này thì cũng sẽ bị lấy đi cái khác. Chỉ là sự mất mát của bạn không phải ai cũng nhìn thấy trong khi ánh hào quang thì thường dễ dàng được phô diễn hơn. Người ta vẫn thường có thói quen chép miệng và nói: “Trời, con nhỏ đó may quá!”, “Sao thằng cha đó hên quá vậy?” Vì đó là cách đơn giản nhất để hợp thức hoá “sự ganh tị” trong mỗi con người. Rõ ràng là quá khó để công nhận thành công của ai đó, và khó hơn nữa là nhận ra bản thân mình cũng may mắn để lạc quan trước mọi chuyện.

Khi viết bài viết này, tôi đã đọc không ít cảm nang hướng dẫn làm thế nào để trở thành người may mắn. Rồi tôi nhận ra lời khuyên chung nhất của tất cả các cuốn sách đấy chính là: “Đừng nghĩ rằng mình là nạn nhân của mọi vấn đề!” Quả thật, chỉ với tư duy tích cực đó thôi cũng đã đủ đẩy lùi tám mìn tám tối trước mặt để bạn nhìn thấy vận may của đời mình. Có những may mắn tự

rơi xuống đầu nhưng cũng có những cơ hội tốt phải tự thân đi tìm thì mới thấy. Cũng giống như việc tin tưởng và hi vọng để có động lực lao động chăm chỉ sẽ khiến tâm lý lẫn phẩm chất cá nhân nâng cấp mỗi ngày. Rồi những điều tốt sẽ tìm thấy người xứng đáng với nó!

Bạn có còn nhớ anh N tôi đã nhắc đến ở đầu bài hay không? Người đã luôn nghĩ rằng cuộc đời này bất công vì kẻ ăn không hết người lần không ra đó! Anh là đại diện cho không ít hình ảnh của chúng ta khi chỉ nhìn thấy điều mình không có mà quên mất những gì mình có để cảm thấy bản thân cũng thật may mắn biết bao. Sự được- mất thực ra rất vô chừng và vĩnh viễn không thể đong đếm đủ. Thế nên, nếu bạn đang cảm thấy mình là kẻ xui xẻo nhất hành tinh, tôi mong bạn có thể chậm lại và thôi nghĩ rằng mình đang sống trong đấu trường 7 tỉ người để cảm thấy bản thân thật may mắn!

Và hiển nhiên, tôi nhất định phải nói câu này: CHÚC MAY MẮN!



Rock YOUR PARTY!

Len

THÁNG MƯỜI HAI LÀ THỜI ĐIỂM VÀNG ĐỂ TRỞ THÀNH NHỮNG CÔ NÀNG HỘI HÈ MÀ KHÔNG PHẢI E NGẠI BẤT CỨ ĐIỀU GÌ! BẠN CÓ THỂ THỬ BẤT KÌ PHONG CÁCH NÀO MÀ MÌNH THÍCH, TUY NHIÊN HÃY THAM KHẢO MỘT SỐ XU HƯỚNG DƯỚI ĐÂY ĐỂ TRỞ NÊN THỜI THƯỢNG VÀ HỢP THỜI NHẤT!

Alexis Mabille

All Saints

Altuzarra

Barbara Bui

Chloé

Ann Demeulemeester

Assembly

Anthony Vaccarello

Le Smoking

Phong cách tomboy! Hiển nhiên! Nhưng thay vì áo sơ mi thông thường hãy "chơi" hơn nữa với smoking kết hợp boots da, với váy mini, với short, với fring và trang điểm ánh kim hoặc smokey bí ẩn.





Burberry Prorsum

Calvin Klein

Erdem

Barbara Casasola

Badgley Mischka

Fendi

Mulberry

Carolina Herrera

Chanel

Byblos Milano

Ermanno Scervino

Christian Siriano

Cristiano Burani

Damir Doma

Delpozo

Blumarine

Sheer it!

Bí ẩn, hấp dẫn, quyến rũ và cá tính. Sheer là chất liệu vô cùng phù hợp để bạn tự tin xuất hiện ở bất cứ bữa tiệc tùng bùng nổ.

Yellow Yellow

Nếu xanh emerald là màu của 2013 thì các sắc vàng từ vàng nhạt cho đến vàng mù tạc được xem như nữ hoàng mới lên ngôi vào mùa tới. Vậy tại sao không update ngay từ bây giờ tông màu đầy sức sống này để trở thành cô gái nổi bật nhất trong bữa tiệc cuối năm?



3.1 Phillip Lim

Feminine Sport

Trang phục thể thao đã ảnh hưởng không ít đến phong cách của nhiều thương hiệu nổi tiếng như Marni, Emilio Pucci, Gucci... Từ đó, âm hưởng khỏe mạnh, năng động và ngập tràn năng lượng của thời trang thể thao cộng với những đường nét và chất liệu nữ tính ra đời, đánh dấu một cá tính mới đầy thú vị và lôi cuốn.



COITE



Ashish



Alexander Wang



Gucci



Prada



Emilio Pucci



Andrea Incontri

HAMILTON

AMERICAN SPIRIT • SWISS PRECISION



Danh sách cửa hàng đồng hồ HAMILTON chính hãng

TP.Hồ Chí Minh: THÀNH PHÁT Thương Xá Tax, Tel:08.38213231 - Vincom Center B, Tel:08.39369770 • WATCH GALLERY Parkson Saigon Tourist, Tel: 08.22101653 • Parkson Hùng Vương, Tel:08.22430318 - Hà Nội: WATCH GALLERY 2F Parkson Landmark 72, Tel:04.66807508 • Trảng Tiền Plaza, Tel: 04.35160868 • Vincom Royal, Tel: 04 62620056



Rock Chic

Những cô nàng rock chic bí ẩn và nổi loạn với da, fringe, sắc đen, đường cut-out táo bạo là hình ảnh luôn được mong đợi ở nhiều bữa tiệc. Phong cách này đòi hỏi ở bạn một chút can đảm nhưng chắc chắn sẽ khiến bạn hài lòng!



claude bernard swiss made watches

Danh sách cửa hàng đồng hồ Claude Bernard chính hãng:

Showroom & Service TP.HCM: Ground Floor Continental Hotel 132-134 Dong Khoi, Tel: 08.22453886

TP.HCM: THANH PHAT Thương Xa Tax, Tel: 08.38213231 • Vincom Center B, Tel: 08.39369770 • TT DONG HO THUY SY Maximark 3/2, Tel: 08.39290322 • 20 Nguyen Thi Minh Khai, Tel: 08.39115995 • WATCH GALLERY Parkson Saigon, Tel: 08.22403407 • Parkson Hung Vuong, Tel: 08.22430318 • Parkson CT, Tel: 08.22472045 - **Ha Noi:** A&M Vincom Center, Tel: 04.22200268 • TAN THOI GIAN Big C Thang Long, Tel: 04.3769 0223 • TT DONG HO THUY SY 31 Hai Ba Trung, Tel: 04.38265170 • WATCH GALLERY Parkson Landmark 72, Tel: 04. 66807508 • 2F Parkson Viet Tower, Tel: 04.62940928 • Trang Tien Plaza, Tel: 04.35160868 • Vincom Royal, Tel: 04 62620056 • DUY ANH 212 Pho Hue, Tel: 04.22148336 • NIEM TIN 97 Hang Dao, Tel: 04.39262226 • MINH TUONG 101 Hang Bong, Tel: 04.38288579 • TAN THE KY 79 Hang Dao, Tel: 04.39260390 - **Hai Phong:** WATCH GALLERY Parkson TD Plaza, Tel: 031.8602161

THE VICTORIA'S SECRET FASHION SHOW 2013

The Victoria's Secret Fashion Show là một trong những bữa tiệc từng bùng được chờ đợi hàng năm. Vào ngày 13 tháng Mười Một vừa qua, một lần nữa, tại New York, buổi trình diễn của những siêu mẫu đẹp nhất hành tinh như Alessandra Ambrosio, Karlie Kloss, Doutzen Kroes, Joan Smalls, Cara Delevingne, của bầu không khí ngập tràn sự lấp lánh, quyến rũ, gợi cảm và hưng phấn lại từng bùng diễn ra. Ngoài ra, show diễn còn có sự góp mặt của ngôi sao Taylor Swift và nhóm nhạc rock Fall Out Boy, khuấy động cuộc vui lên đến đỉnh điểm.

The Victoria's Secret Fashion Show 2013 được chia làm 6 phần chính: British Invasion, Brides of Paradise, Shipwrecked, Pink Network, Parisian Nights, and Snow Angels. Điểm nổi bật nhất của đêm diễn có lẽ là bộ trang phục Fantasy Bra trị giá \$10 triệu được làm thủ công, bằng vàng 18K và pha lê Swarovski do thiên thần Candice Swanepoel trình diễn.

The Victoria's Secret Fashion Show sẽ được phát sóng trên kênh CBS vào ngày 10 tháng Mười Hai trong khung giờ 10pm, theo giờ Mỹ.







BALLET





PHỤC TRANG CỦA NHỮNG VŨ CÔNG BALLET TỪ NHIỀU THẬP KỈ NAY ĐÃ TRỞ THÀNH NGUỒN CẢM HỨNG CHO RẤT NHIỀU NHÀ THIẾT KẾ NỔI TIẾNG NHƯ COCO CHANEL, VALENTINO GARAVANI, JOSEPH ALTUZARRA... SỰ MỀM MỎNG QUYẾN RŨ ẤY ĐI TỪ NHỮNG VỞ KỊCH NHÀ HÁT LÊN TRÊN SÀN DIỄN, HẤP DẪN BIẾT BAO TÍN ĐỒ THỜI TRANG NHƯ MỘT THỨ BÙA MỀ ĐÁNG YÊU VÀ DUYÊN DÁNG. VÀ ĐẶC BIỆT Ở MÙA NÀY, BẠN HOÀN TOÀN CÓ THỂ MẶC BALLET-INSPIRED Ở KHẮP NƠI, TỪ CÔNG SỞ ĐẾN ĐƯỜNG PHỐ, TỪ NHỮNG BỮA TIỆC ĐÊM ĐẾN NHỮNG DỊP TRANG TRỌNG CUỐI NĂM. ĐỪNG BỎ LỠ XU HƯỚNG NÀY!

-inspired look



The Jacket Directory



Boglioli



Junya Watanabe



Etro

Blazer

Blazer là trang phục được ưa thích nhất vào mùa thu hay mùa xuân của phái mạnh khi thời tiết không quá lạnh hay quá nóng.

Điểm cộng: Trẻ, lịch thiệp, dễ kết hợp.

Điểm trừ: Không có



Christophe Lemaire



Kolor



Dolce & Gabbana



Rag & Bone



Acne



Diesel



G-Star Raw



Roberto Cavalli



Kuro



Philipp Plein

Denim

Jean hay denim là một chất liệu được phái mạnh yêu thích vì độ bền cùng tổ chất khoẻ khoắn, tiện lợi mà nó mang lại.

Điểm cộng: Nam tính, dễ sử dụng, bền, trẻ trung.

Điểm trừ: Không thích hợp với một số hoàn cảnh và đặc biệt chú ý nếu muốn phối nguyên bộ denim.



Damir Doma

Dsquared2



Burberry London

Balenciaga



Canada Goose



Giorgio Armani



Gant Rugger



Givenchy



Dirk Bikkembergs

The Jacket Directory

Hooded

Hooded đặc biệt dành cho những ngày lạnh vì khả năng giữ ấm cao của kiểu thiết kế này. Tuy nhiên, không vì thế mà hooded mất đi yếu tố đẹp và thời trang.

Điểm cộng: Giữ ấm, thoải mái, khoẻ khoắn

Điểm trừ: Hơi "casual" quá cho một số kiểu trang phục trang trọng

35 **STYLE**

The Jacket Directory

Biker Jacket



Pierre Balmain



08 Circus



Saint Laurent



Balmain



Drome



Isaac Sellam Experience



Belstaff

Biker jacket cũng là thiết kế không thể vắng mặt ở bất kì bộ sưu tập nào dành cho nam giới bất kể là Thu đông hay Xuân hè.

Điểm cộng: Trẻ trung, năng động, khoẻ mạnh.

Điểm trừ: Không thích hợp cho những dịp trang trọng.



Vivienne Westwood



Band of Outsiders



Gareth Pugh



Kenzo



Givenchy



Faconnable



Alexander Wang

The Jacket Directory

Bomber Jacket

Được xem là kiểu áo khoác đình đám nhất 2013 vì nét mạnh mẽ và cá tính, Bomber jacket gần như trở thành must-have item của mùa thu đông.
Điểm cộng: Đậm chất nam tính, màu sắc và chất liệu đa dạng, thời thượng.
Điểm trừ: Kén phom người mặc và đòi hỏi phải biết kết hợp trang phục hợp lý để không bị biến mất trong chiếc áo.

37 STYLES

GLENMORANGIE



Welcome HOLIDAY SEASON!

Len

MÙA LỄ HỘI ĐÃ ĐẾN GẦN. HÃY CÙNG STYLE THAM KHẢO XEM CÁC QUÝ ÔNG CÓ SỰ LỰA CHỌN GÌ CHO NHỮNG NGÀY TÙNG BỪNG RỰC RỠ ĐƯỢC TRÔNG CHỜ NHẤT TRONG NĂM NHÉ!



Amazing

STYLE 38

Mùa lễ hội rực rỡ nhất của năm cũng là những ngày lạnh nhất. Thế nhưng thời tiết cũng hoàn toàn không phải là trở ngại lớn khi các nhà thiết kế đã ưu ái mang đến những chiếc áo khoác ngoài tinh tế từ màu sắc cho đến chi tiết.



Màu sắc rực rỡ, bắt mắt trên các chất liệu đa dạng từ gấm, lụa cho đến tafta mang lại sự trẻ trung và ấn tượng thị giác cá tính cho trang phục phái nam. Nếu bạn vẫn còn e dè thì bây giờ, trong không khí nhộn nhịp cuối năm, bạn hoàn toàn có đủ lí do và sự tự tin để thử những gam màu sinh động này!

Fluorescent Color

Paul Smith

Melinda Gloss

John Galiano

Versace

Hood by Air

E. Jautz





Túi da mềm trở thành một phụ kiện mà bạn rất nên cân nhắc. Điểm nổi bật của chúng là thiết kế nhỏ gọn, tiện lợi, năng động, bắt mắt và tính tiện ích cao.



Tartan Statement

Cùng với sự quay lại mạnh mẽ của punk, hoạ tiết kẻ ca rô cũng được ưa chuộng hơn trước khi xuất hiện dày đặc từ quần, áo khoác, sơ mi cho đến giày, khăn.

STYLE MANUAL

Mặc màu trắng



Gucci



Bespoken



Gucci



Richard James



Alexander McQueen



Our Legacy



Converse



J.Crew



White Mountaineering



Wooyoungmi



Maison Martin Margiela



Folk



Gucci

42^{STYLE}



Alexander McQueen



Balstaff



Burberry



Dolce & Gabbana



Foot the Coacher



Grenson



Gucci



Jimmy Choo



Saint Laurent



Hunter



Lanvin



Dirk Bikkembergs

Giày MÙA ĐÔNG





THE CONTRAST IN PRINT ART

Photo and retouch: **José Ferreira**

Styling: **Lyskeli**

Model: **Phương Anh**

Producer: **Duy Anh**

Make up & Hair Style: **Cao Tuấn Đạt & Gill Nguyễn**

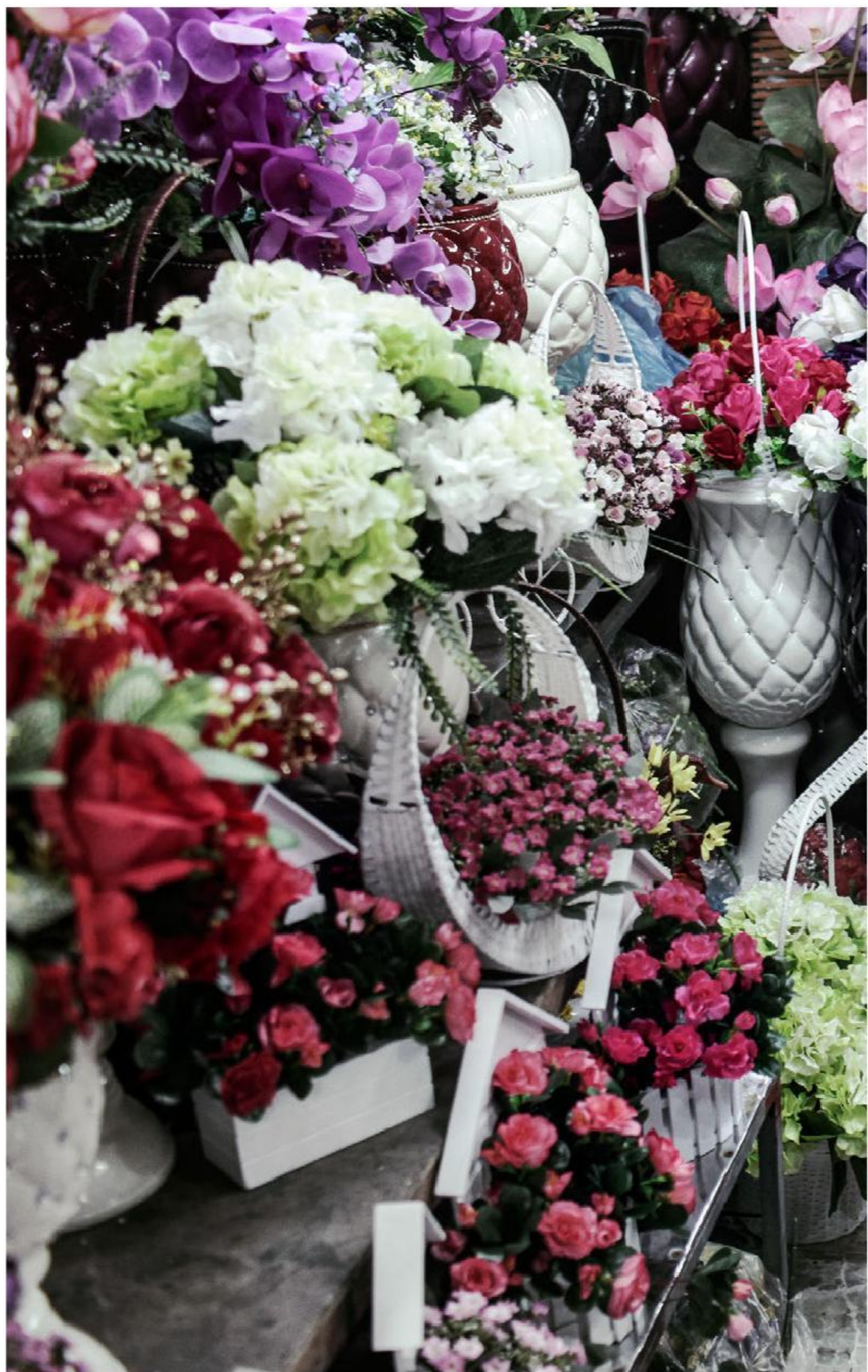
Costume: **Kenzo - Tràng Tiền Plaza**













● Editor's Choice

magazine.vn

ANIMAL INSTINCT

KHI MỘT CÔ GÁI NGOAN MUỐN "HƯ HỒNG", BƯỚC ĐẦU TIÊN LÀ KHOÁC LÊN MÌNH HOẠ TIẾT ANIMAL!



DIANE VON FURSTENBERG



1. Burberry London 2. Thakoon Addition
3. Hermès Vintage 4. Narciso Rodriguez 5. Prism
6. Stella McCartney 7. Pierre Hardy
8. Dsquared2 9. Dolce & Gabbana

Xem địa chỉ mua sắm trang 192



XMAS FEVER

BÂY GIỜ LÀ THÁNG MƯỜI HAI. TÔI
KHÔNG THỂ KHÔNG CHỌN THỨ GÌ ĐÓ
MÀ KHÔNG LIÊN QUAN ĐẾN GIÁNG SINH.
VÌ BẦU KHÔNG KHÍ NÀY THẬT SỰ QUÁ
ĐÁNG ĐỂ MONG CHỜ!



1. Clemmie Watson 2. Kenzo 3. Dsquared2
4. Thom Browne 5. Giorgio Brato 6. Oscar de
la Renta 7. Moschino 8. Nicholas Kirkwood
9. Marni 10. Valentino



ELIE SAAB

● Editor's Choice

www.stylemagazine.vn

TRASHY GLAM

TÔI THÍCH SỰ "RÁCH RỐI" VÀ MẤT TỰ CHỦ CỦA PHONG CÁCH NÀY. NÓ KHIẾN BẠN CẢM THẤY MÌNH MÃI MÃI Ở TUỔI ĐÔI MƯƠI. TỰ DO VÀ BẤT CẦN!



1. Valentino Garavani 2. Shaun Leane 3. Kenzo 4. 3.1 Phillip Lim 5. Shaun Leane 6. Courrèges
7. Vivienne Westwood 8. Charlotte Olympia 9. Tom Binns

Xem địa chỉ mua sắm trang 192

-
1. Dezzo 2. Gigi Burris 3. Oscar de la Renta 4. Simone Rocha 5. Zac Posen 6. Carven 7. Giulietta 8. Sergio Rossi 9. Kayu 10. Proenza Schouler
- # CANDY DREAM
- PHỤ NỮ SẼ LUÔN YÊU THÍCH NHỮNG GAM MÀU NÀY. CHÚNG KHIẾN HỌ LUÔN CẢM THẤY AN TOÀN VÀ ĐÚNG LÀ MỘT NGƯỜI PHỤ NỮ!
- COLLETTE DINNIGAN

CANDY DREAM

COLLETTEDINNIGAN



TỪ ĐƯỜNG PHỐ ĐẾN SÀN DIỄN

Đoàn Trang

CHIẾC QUẦN JEANS BÓ CHẶT TỪNG ĐƯỢC YÊU THÍCH CHỈ BỞI DÂN MÊ NHẠC ROCK GIỜ LÀ MỘT NHÂN TỐ CHUNG TRONG TRANG PHỤC CỦA CÁC NHÀ THIẾT KẾ THỜI TRANG CAO CẤP. TRANG PHỤC HIP HOP, VỚI GỐC RỄ LÀ THỜI TRANG ĐƯỜNG PHỐ, GIỜ ĐÂY ĐÃ TỰ DỊCH CHUYỂN THÀNH MỘT NGÀNH CÔNG NGHIỆP NHIỀU TỶ ĐÔLA. VĂN HÓA MẠNH MẼ CỦA NGHỆ THUẬT ĐƯỜNG PHỐ THỰC SỰ ĐÃ ĐI THẲNG LÊN SÀN CATWALK.



“Nàng thơ” mới

Bắt đầu với Bill Cunningham và tiếp nối bằng những blogger thời trang đã, đang và sắp đến, streetstyle là một phần gây nghiện đáng kinh ngạc, tức thời đáng kinh ngạc và lây lan đáng kinh ngạc trong ngành công nghiệp may mặc. Streetstyle nắm bắt được ý tưởng cốt lõi của thời trang hiện tại khi niềm vui của việc trao đổi và sẻ chia trong cách ăn mặc đã trở thành nhu cầu, cùng lúc biến nó thành một thú mà ai cũng đều có thể dễ dàng trở thành một phần trong đó. Với gốc rễ từ văn hóa của giới trẻ, nhất là trong những thập kỷ gần đây, thời trang đường phố không phân biệt riêng rẽ cho một kiểu phục sức, mà thay vào đó nó bao phủ một loạt những phong cách khác nhau. Tất cả đều độc đáo với một thực tế rằng chúng được sáng tạo bởi những người trẻ. Chính phong cách này đã bắt đầu gây ảnh hưởng tới các nhà thiết kế của nhiều hãng danh tiếng. Bằng chứng là một phần lớn những thiết kế chúng ta nhìn thấy trên sàn catwalk là sự tái tạo lại của các trang phục đời thường dưới bàn tay nhào nặn thiên tài. Điều này cũng chẳng hề bất ngờ, đặc biệt trong thế giới của sự sáng tạo, nơi những nguồn cảm hứng mới lạ là mạch máu sống của sự sinh tồn.

Từ những chiếc sweater Kenzo

Hãy bắt đầu từ Kenzo, “chú hổ cắt tiếng gầm đầu tiên” cho những chiếc áo sweater (áo ni chui đầu). Từ phòng tập thể thao hay phòng ngủ mùa Đông, những chiếc sweater bước lên sàn diễn, xuất hiện trên người của giới trẻ và nghiêm nhiên trở thành hiện tượng thời trang của năm 2013. Những chiếc áo ni họa tiết hổ của Kenzo đã-từng-không-có-trong-hệ-thống này được bán hết veo trong vòng ba giờ tại các cửa hàng ở Paris. Trên các trang web bán hàng trực tuyến, chiếc áo không chỉ là món đồ bán được click mua nhiều

nhất (best-seller) mà còn bán được nhanh nhất (fast-seller). Danh sách khách hàng ghi danh để đợi mua cũng cứ thế dài thêm. Givenchy cũng đã có một sự chuyển biến nâng cấp với những thiết kế áo ni được sáng tạo bởi Ricardo Tisci khi cho ra mắt cùng thiết kế in hình Đức Mẹ trong BST đồ nam Xuân-Hè 2013. Vốn nổi tiếng với những hình họa chịu ảnh hưởng tôn giáo trên áo phông nhưng những nét vẽ graffiti tái hiện hình ảnh Phục Hưng của Đức Mẹ trên áo ni chui đầu thường gắn với hình ảnh “đường phố”, lại thổi một làn gió mới vào hình ảnh của Givenchy. Các mẫu in khác như hình ngôi sao đặc trưng của Tisci, khuôn mặt dữ tợn của chú chó Rottweiler, hay mới đây nhất là mẫu in hình chú nai Bambi cũng dễ dàng chiếm chỗ trên blog của các fashionista cũng như các website đồng thời tạo ra một sự lan truyền khổng lồ tại các tuần lễ thời trang. Cùng với danh tiếng và uy tín của thương hiệu, những chiếc áo này nhận được sự chào đón nhiệt liệt. Mánh khóe của Givenchy trong trò chơi thời trang đường phố này đó là sản xuất với số lượng hạn chế và giá bán cao tương đương một chiếc váy dạ tiệc (theo cách Givenchy vẫn làm). Trong khi đó, Alexander Wang truyền sức sống vào loại trang phục này với sự vừa vặn không chê vào đâu được. Không có gì bất ngờ khi thương hiệu của anh đã đạt được thành công ngay từ những ngày đầu. Hơn thế nữa, Wang không chỉ có sự hiểu biết về những chiếc áo ni may cắt chuẩn xác và mềm mại, anh còn tạo ra những chiếc áo phông cơ bản mang lại cảm giác như đồ may đo chuẩn mực. Chất lượng và sự nhất quán của thương hiệu Alexander Wang đã xác định sự khác biệt giữa nó và phần còn lại của các nhãn hiệu thời trang đường phố.

Bên cạnh trang phục phổ thông, thời trang đường phố còn nhấn mạnh vào những đôi giày sneakers. Mặc dù thời trang cao cấp thường đồng nghĩa với cấp tiến, kiểu gót nhọn, và không thoải mái, tên của các nhà mốt nổi tiếng cũng đóng trên những đôi giày đậm chất đường phố này. Isabel Marant vẫn bám lấy gốc rễ bản chất



KHI THỜI TRANG
CAO CẤP BẮM LẤY
HÌNH ẢNH ẤN DƯ
CỦA CHIẾC KHUNG
MẠ VÀNG XUNG
QUANH MỘT CHIẾC
JACKET DA, MỘT
CHIẾC ÁO CHOÀNG
HIPPI, MỘT ĐÔI
GIÀY TẬP, HAY MỘT
CHIẾC ÁO NỈ CHUI
ĐẦU, THÌ NÓ ĐÃ
CHUYỂN HÓA BIỂU
TƯỢNG CỦA SỰ
ĐỒNG NHẤT VỀ VĂN
HÓA THÀNH MỘT
THỨ MÀ BẤT CỨ AI
CÓ ĐỦ TIỀN ĐỀU CÓ
THỂ MUA ĐƯỢC VÀ
TRUNG RA VỚI NIỀM
HÀNH DIỆN.

thương hiệu và đưa chúng vào những đôi wedged sneakers phong cách. Giày sneakers bỗng chốc được các tín đồ thời trang cũng như các ngôi sao si mê và từ từ ngấm vào tủ quần áo của giới sành điệu. Những đôi giày này có thể phi quy tắc trong thiết kế và màu sắc, nhưng tên tuổi của Isabel Marant đã trao cho nó sự tự do không trùng lặp với những gì các thương hiệu đường phố khác đang làm.

Tới toàn cầu hóa streetstyle

Không chỉ riêng uy tín của các thương hiệu đã mở đường cho phong cách đường phố phát triển, chính sự phổ biến của nó lên những người nổi tiếng cũng góp phần không nhỏ. Lấy ví dụ như khi biểu tượng thời trang người Nga Miroslava Duma diện một chiếc áo ni Balenciaga tới dự tuần lễ thời trang Xuân Hè 2013 tại London, khi Eva Mendes mặc chiếc áo phong Rottweiler của Givenchy trên bìa tạp chí Glamour Paris, hay như khi siêu mẫu Joan Smalls tiến ra phố với đôi

wedged sneakers Isabel Marant của mình, tất cả những món đồ này đã trở nên hơn cả đáng thèm muốn.

Mặc dù sự độc quyền là điểm cốt yếu trong chính sách bán hàng của thời trang cao cấp, một số thương hiệu nhận ra nhu cầu chung của cả cộng đồng cho những mặt hàng có tên tuổi và thiết kế tốt. Nhằm mở rộng hơn đối tượng khách hàng, ngoài yếu tố địa điểm và giá cả đều phải thật khôn ngoan, các hãng thời trang cao cấp còn tiến đến hợp tác để tạo ra những sản phẩm độc quyền với mức giá dễ chấp nhận hơn. Một số sự hợp tác đáng chú ý gồm có Topshop với Mary Katrantzou, Target với Proenza Schouler, và H&M với Commes des Garçons... Những bộ sưu tập thế này luôn trong tình trạng cháy hàng khi các tín đồ shopping luôn sẵn sàng cầm trại xếp hàng đợi mua. Sự hợp tác với những thương hiệu bình dân đồng thời cũng mang đến cái nhìn rõ nét và đại chúng hơn cho những tên tuổi vốn chỉ quen thuộc với những người sành sỏi thời trang.

Tuy nhiên, từ đây cũng nảy sinh các cuộc tranh luận giữa những tín đồ trung thành của hàng hiệu. Có

phải là một điều tốt khi các nhãn hiệu cao cấp bán được nhiều sản phẩm với giá dễ chấp nhận hơn cho tất cả mọi người hay cuối cùng họ đang hòa tan thương hiệu của chính mình? Dẫu rằng vẫn còn nhiều tranh cãi và hoài nghi với sự toàn cầu hóa của thời trang cũng như trào lưu streetstyle nhưng suy cho cùng, streetstyle không chỉ là một hiện tượng bề nổi. Nó là phần chóp hiện hữu của điều gì đó lớn lao hơn rất nhiều. Nó đúng hơn là một câu hỏi về bối cảnh. Và khi thời trang cao cấp bám lấy hình ảnh ẩn dụ của chiếc khung mạ vàng xung quanh một chiếc jacket da, một chiếc áo choàng Hippy, một đôi giày tập, hay một chiếc áo ni chui đầu, thì nó đã chuyển hóa biểu tượng của sự đồng nhất về văn hóa thành một thứ mà bất cứ ai có đủ tiền đều có thể mua được và trưng ra với niềm hạnh diện.

59

STYLE



● Designer Story

www.stylemagazine.vn

Những NGƯỜI HÙNG *của* sự phù phiếm

Khả Anh

NHỮNG NGÀY NÀY, "COOL", "SMART",
"CASUAL" LÀ TỪ KHOÁ XUẤT HIỆN Ở KHẮP MỌI NƠI TỪ CÁC
TẠP CHÍ THỜI TRANG, WEBSITE, BLOG CHO ĐẾN
MẠNG XÃ HỘI NHƯ FACEBOOK, INSTAGRAM.

NGƯỜI TA THẤY THỜI TRANG ĐANG TRẺ HOÁ HOẶC
THƯỜNG MẠI HOÁ KHI NHẮM ĐẾN NHỮNG THỊ PHẦN
KHÁCH MỚI HƠN. TUY NHIÊN, CHO DÙ MỌI XU HƯỚNG
CÓ DẪN CÁC NHÀ THIẾT KẾ ĐI ĐẾN TẬN ĐÁU CỦA SỰ

SÁNG TẠO ĐI CHẰNG NỬA THÌ "XA HOA"
VÀ "PHÙ PHIỂM" VĨNH VIỄN LÀ NHỮNG YẾU TỐ MANG TÍNH
DẤU ẤN, LÀ MỘT PHẦN BẤT DI BẤT DỊCH CỦA THỜI TRANG.

VÀ TẠI LÃNH ĐỊA ẤY, HỌ LÀ
NHỮNG NGƯỜI ANH HÙNG!

Donatella
Versace và
Lady Gaga

Gianni Versace



Versace

Versace không phải là một thương hiệu mang bề dày lịch sử lâu đời nhưng khi nhắc đến Versace, bất kì ai cũng có thể liên tưởng đến những gì táo bạo, quyến rũ và lộng lẫy. Tồi giản hay dị thường không phải là những gì Gianni Versace lựa chọn làm lối đi cho thương hiệu của mình từ năm 1978. Khách hàng hướng đến của Versace được xác định rõ: đó chính là những người giàu có, những ngôi sao minh tinh nổi tiếng khắp thế giới. Họ lựa chọn Versace để tiệc tùng, để xuất hiện trên thảm đỏ hay những bữa tiệc sang trọng tại các nhà hàng khách sạn hay du thuyền đắt giá.

Năm 1997, Gianni qua đời đột ngột và giáng một cú sốc lớn vào giới thời trang. Nhưng sau đó, khi Donatella bước vào vị trí tiếp quản, bà đã không hề làm người hâm mộ thất vọng. Dưới sự dẫn dắt của Donatella, Versace vẫn là thương hiệu đồng hành cùng giới thượng lưu và dàn ngôi sao A-list. Câu hỏi đặt ra? Tại sao Versace đạt được sự tin tưởng đến vậy? Tôi nghĩ lí do lớn nhất chính là Versace tuân thủ nghiêm ngặt định nghĩa về “sự phù phiếm” và hiểu rõ làm thế nào phù hào quang lấp lánh lên thiết kế của mình. Lựa chọn cao cấp, ren, da hay fur, sequin, pha lê, kĩ thuật cắt, kĩ thuật thêu, kĩ thuật in... tất cả đều được nhà Versace nghiên cứu cẩn trọng

và áp dụng vào mỗi bộ sưu tập hàng năm. Chính vì thế, tôi tin rằng Versace xứng đáng là biểu tượng của thời trang phù hoa.

Elie Saab

Vốn nổi tiếng từ lâu tại vùng Trung Đông dưới danh nghĩa là một “haute couturier”, khi đặt chân đến châu Âu, Elie Saab không ngần ngại mang theo vẻ đẹp huyền bí nữ tính và sự sang trọng lộng lẫy của những nàng công chúa để chinh phục miền đất có phần bảo thủ trong thời trang này. Có thể dễ dàng nhận ra những thiết kế của ông hợp hớp phụ nữ trên toàn thế giới dễ dàng đến thế

● Designer Story



nào khi tận sâu trong mỗi người phụ nữ đều đã từng có ước mơ trở thành một nữ hoàng. Elie Saab hiểu phụ nữ thích gì và mơ mộng gì. Thế nên, trang phục được thiết kế luôn mang độ cầu kì nhất định, đủ để khơi gợi sự khát khao và tạo cảm giác có gì đó “khó có thể chạm đến”.

Tôi thích cái yếu tố “ngoài tầm với” của Elie Saab. Nó mang lại sự khác biệt rõ nét giữa thương hiệu của ông với những thương hiệu cao cấp khác. Và có lẽ cũng chính vì yếu tố đó mà Elie Saab nhanh chóng ghi danh tên tuổi của mình vào danh sách những thương hiệu được giới thượng lưu và ngôi sao yêu thích. Họ sẵn sàng chờ đợi để được mặc trang phục Elie Saab xuất hiện tại các buổi lễ danh giá, các bữa tiệc sang trọng. Họ ngưỡng mộ và hài lòng trước những bộ sưu tập của Elie Saab. Bởi chúng luôn ngập tràn trong những gam màu ngọt ngào, cắt may hoàn hảo bằng chất liệu thượng hạng và trang trí thủ công tinh xảo với kĩ thuật thêu hay đính đá tỉ mỉ. Sự phù

phẩm và đắt giá mà Elie Saab đưa vào sản phẩm của mình không chỉ bởi trình độ tài hoa của một “couturier” mà còn ông luôn tôn trọng nguyên tắc làm việc của bản thân: chính là làm cho phụ nữ trở nên lộng lẫy!

Valentino

Thời trang cao cấp mà Garavani Valentino mang đến cho thế giới chính là bản hợp ca hoàn hảo của sự phù phẩm nước Pháp và nét thanh lịch nước Ý. Ví dụ dễ dàng nhận ra nhất chính là các thiết kế gắn đây trong chất liệu ren thêu cầu kì của Pháp trên kĩ thuật cắt may thủ công điêu luyện của Ý. Cũng giống như Elie Saab, Garavani Valentino yêu thích vẻ đẹp của phụ nữ và luôn luôn trung thành với tiêu chí đề cao nét nữ tính trong trang phục của mình.

Valentino yêu những chiếc váy và đó là trang phục xuất hiện nhiều nhất trong mọi bộ sưu tập. Ông dành sự ưu ái cho chúng bằng các chất liệu

sang trọng đa dạng, bằng những chi tiết nhỏ nhưng duyên dáng và “đắt giá”, và bằng cả lòng chân thành của một nhà thiết kế chân chính. Hiện tại thương hiệu Valentino có nhiều dòng sản phẩm khác nhau, phục vụ cho nhiều đối tượng khách hàng khác nhau nhưng riêng dòng cao cấp dành riêng cho các nhân vật quan trọng và thảm đỏ rực rỡ vẫn luôn là niềm tự hào của hãng. Có thể thấy trong danh sách khách hàng thân thiết của Valentino có những cái tên ấn tượng như Jacqueline Kennedy Onassis, Princess Grace of Monaco, Elizabeth Taylor, Audrey Hepburn, Sophia Loren, Halle Berry, Jennifer Garner, Julia Roberts, Jennifer Aniston, Naomi Watts, Claire Danes, Gwen Stefani, Jennifer Lopez, Cate Blanchett and Gwyneth Paltrow...

Chương Tử Di
trong trang
phục của
Valentino



Lưu Gia Linh
trong trang
phục của
Valentino



Garavani Valentino và
Sarah Jessica Parker



Kasia Smutniak
trong trang
phục
phục Valentino



FASHION M

Xem địa chỉ mua sắm trang 192



Đen-trắng luôn luôn là cuộc chơi sang trọng và không bao giờ nhàm chán



Một chút phụ kiện fur màu sắc rực rỡ đi cùng boots cao cổ đủ để bạn trở nên sang trọng giữa mùa đông.



Shaun Leane

Giambattista Valli

Roland Mouret



Chalayan



Wyller



Elery



Proenza Schouler



Lanvin



Salvatore Ferragamo



Ritch Erani NYC

FASHION M

I X & M A T C H



Họa tiết da báo cùng quần đỏ có vẻ khá "chiêu chơi" nhưng bạn yên tâm những gam màu trầm khác của các item còn lại sẽ giúp bạn trung hoà mà vẫn cực kì bắt mắt.

I X & M A T C H

FASHION M



Phóng khoáng và
quyến rũ khi kết
hợp da và họa tiết
kẻ ca rô.



River Island



Mango



French Connection



Pedro



Love Moschino

Pull & Bear

Topshop



Mango



Zara



Sweatshirt là trang
phục đưa ưa chuộng
và săn lùng nhiều
nhất mùa đông này.
Một chiếc áo trung
tính kết hợp với quần
và phụ kiện ấn tượng
sẽ mang lại cảm giác
rất mới lạ!

STYLE 66

FASHION M

I X & M A T C H



I X & M A T C H



Daul Be

Stylist, Marketing Assistant và Video Creative Director của Pixie Market.

Hiện đang sống tại Manhattan, US

Từng thực tập tại tạp chí Marie Claire US

Horoscope: Nhân Mã

Favorite style icon: Margot Tennenbaum trong phim "The Royal Tennenbaum". Style của Margot là preppy cool, mix áo fur coat cùng giày loafer và túi Birkin cổ điển.

Style motto: Boys meet girl, and just try to look French!

Favorite designer/brand: Kenzo, Valentino, Stella McCartney, Pixie Market, Snidel

Must-have items: Quần jeans cạp cao, chân váy da bút chì, crop top, và giày mũi nhọn.





Opening Ceremony



Rodarte



Lulu & Co



Carven



MGSM



Thom Browne



Saint Laurent



Kenzo



Deer Dana Cindy Crawford
Exclusive Tee



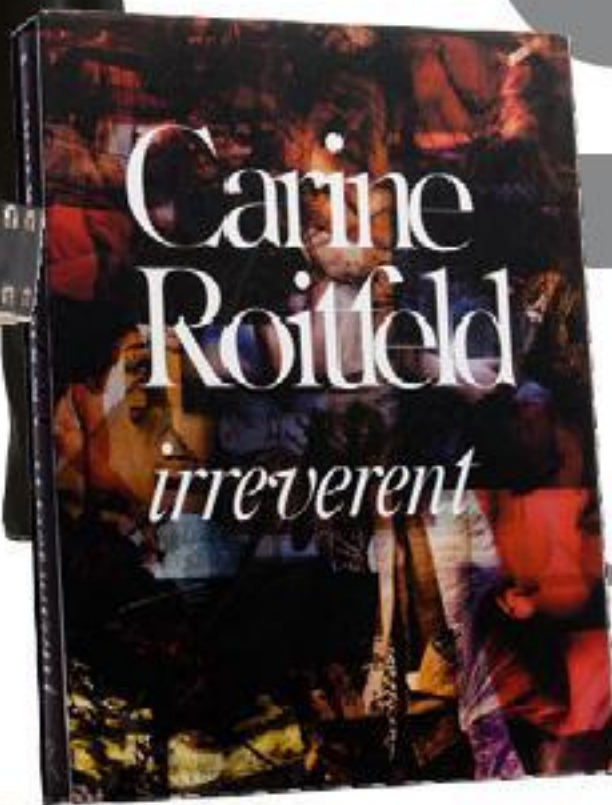
Kenzo



3.1 Phillip Lim



Charlotte Olympia



● Fashion Collection

www.stylemagazine.vn

Creative Director: **Samuel Hoàng**

Photographer: **Thái Phạm**

Producer: **Duy Anh**

Assistant: **Trang Đoàn**

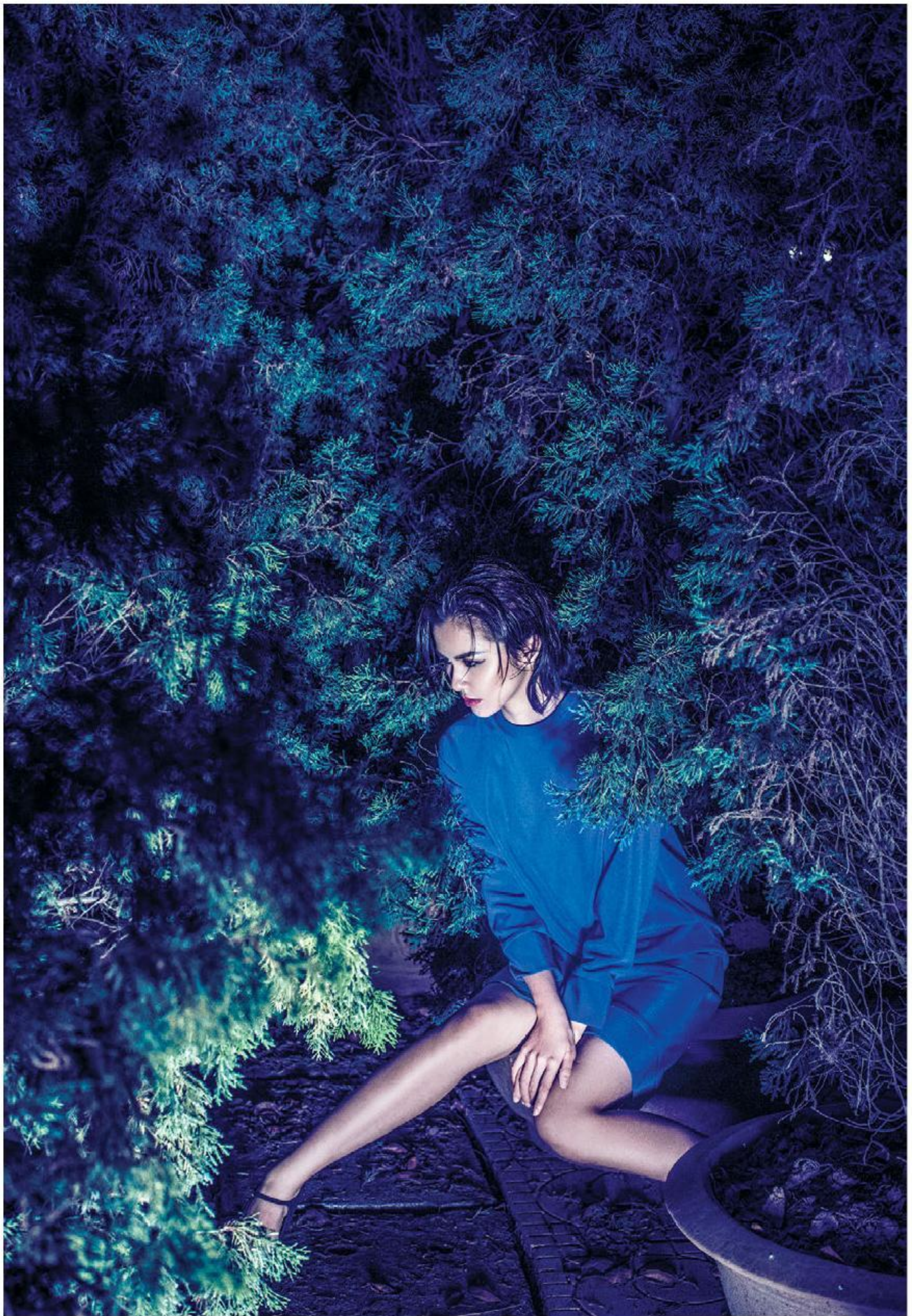
Model: **Đinh Hà Thu**

MUA: **Lilian Trần**

Costume: **LEA'S**- 21 Trần Bình Trọng, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Women Rock - 20 Nguyễn Quang Bích, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội.

BEFORE MIDNIGHT













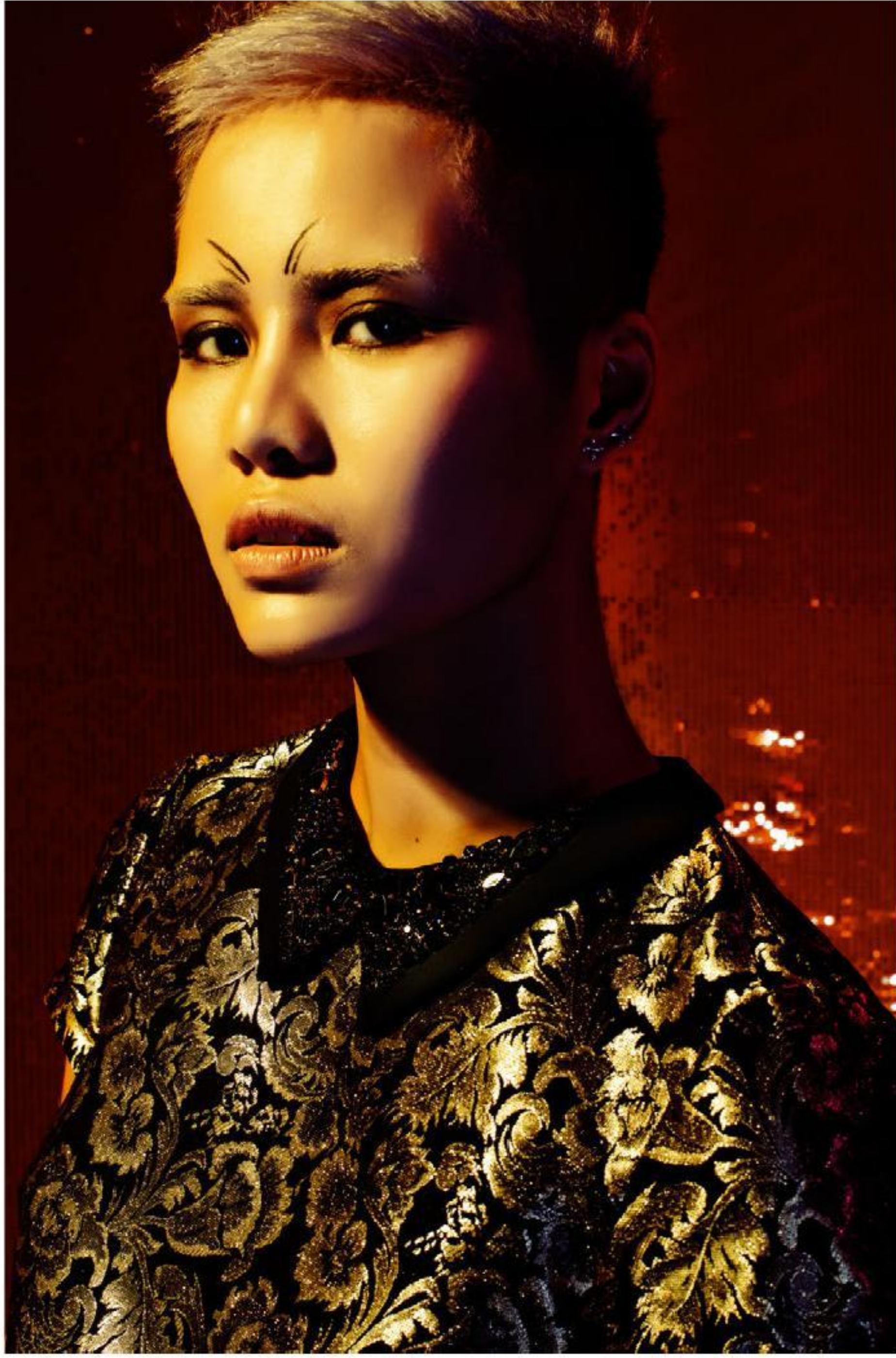


The last
CINDERELLA





Đảm: Warehouse

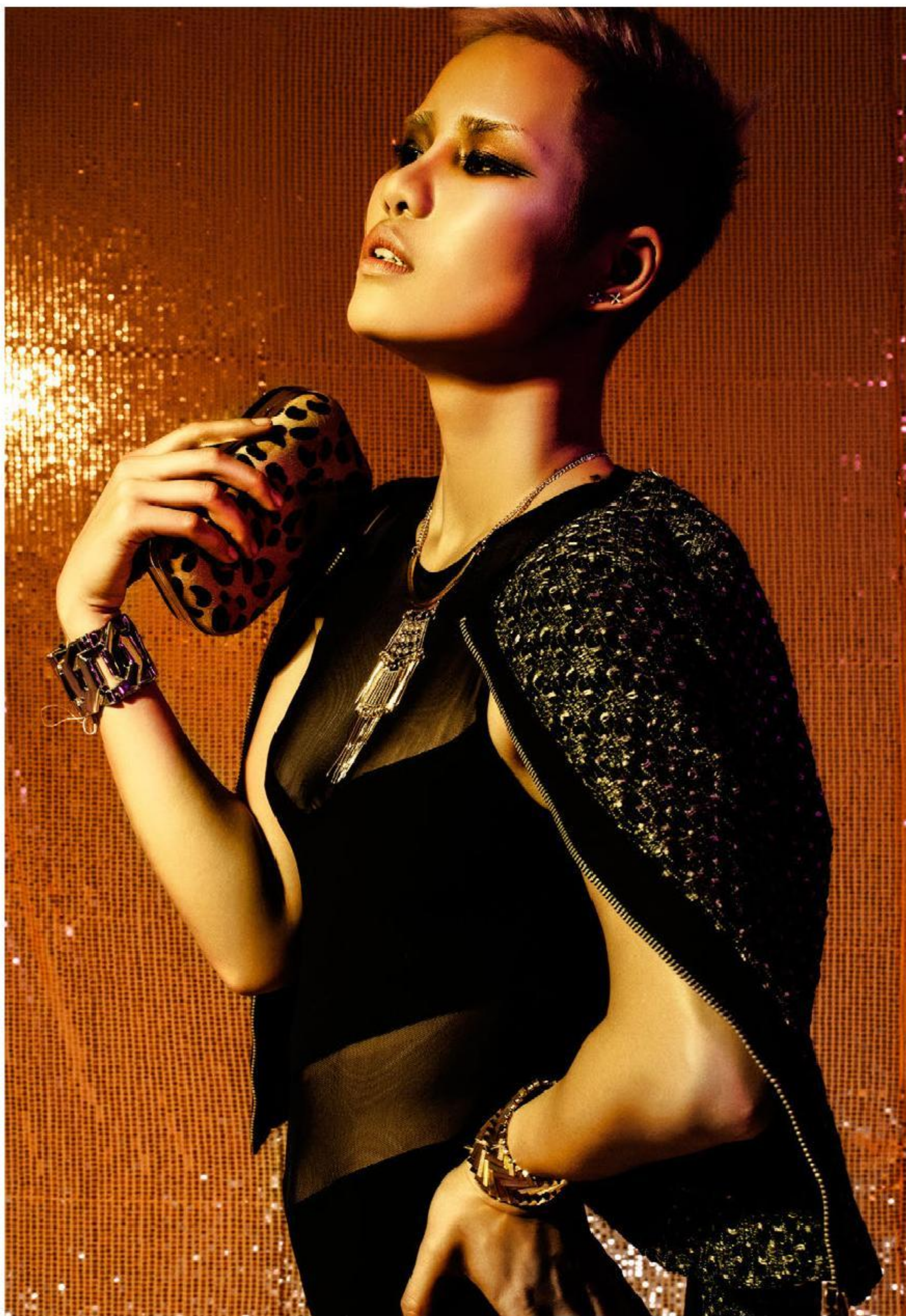


Áo len: **Warehouse**. Áo khoác, vòng tay, sandal: **BEBE**

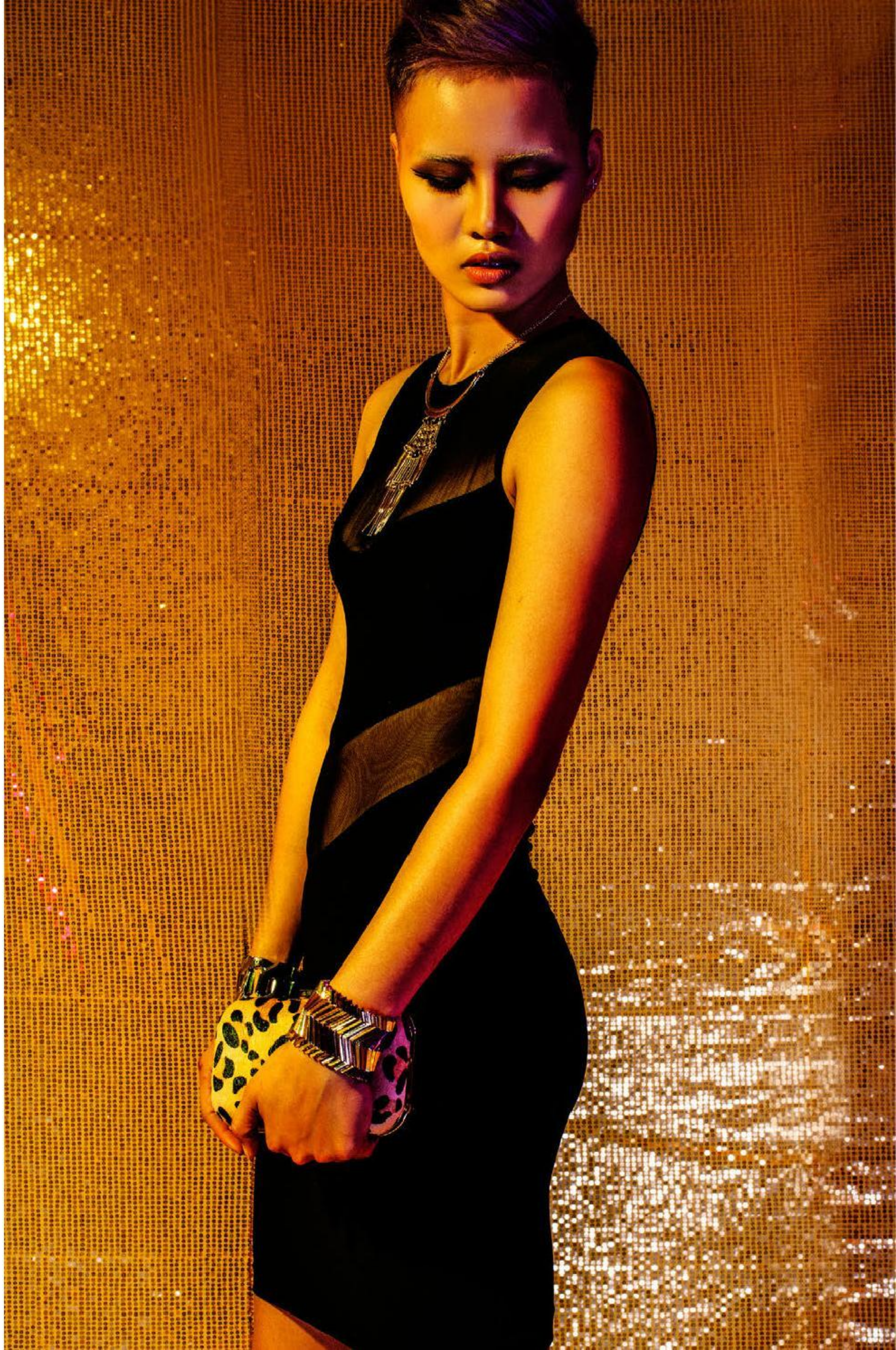
www.stylemagazine.vn







Đám, vòng tay: **BEBE**. Xắc, vòng cổ: **Warehouse**







Đầm, xắc, vòng tay: BEBE

NEWS FLASH

Style / November / December 2013



Ann Demeulemeester nổi gót Jil Sander...

Không phải để tiếp quản Jil Sander mà là nói lời tạm biệt với thương hiệu mang chính tên mình. Ann Demeulemeester thành lập “đứa con” này năm 1985 và vào ngày 20 tháng Mười Một vừa qua, bà đã tuyên bố rời khỏi bằng một lá thư viết tay. Chỉ đưa ra lí do rằng đã đến lúc cần thời gian để thay đổi bản thân và thương hiệu cũng cần đi vào một thời kì mới, Ann không tiết lộ thêm bất cứ điều gì. Chủ tịch của hãng, Anne Chappelle chia sẻ rằng hiện tại với đội ngũ được Ann rèn luyện bao năm nay, họ tạm thời không



cần vội vã tìm kiếm một người ngồi vào vị trí của Ann để làm gì.

Mary Katrantzou Bán Online

Một tin vui cho các tín đồ shopping là từ nay họ có thể dễ dàng ngồi ở nhà, click chuột vào địa chỉ <http://www.marykatrantzou.com> và thỏa sức mua sắm những thiết kế mới nhất của Mary Katrantzou. Chiến dịch digital quảng bá cho cửa hàng online của thương hiệu đã bắt đầu chạy rầm rộ và hứa hẹn mang đến cho người dùng những trải nghiệm thú vị, đậm phong cách Katrantzou khi mua sắm trên website. Ngoài ra, một số mẫu thiết kế với số lượng hạn chế còn được dành riêng cho khách hàng online tại Mary's World. Bạn còn đợi gì nữa phải không?

LADY GAGA CHO H&M

Tuy nhiên, không phải với vai trò thiết kế! Để chào mừng khai trương cửa hàng của H&M tại Times Square, New York, album mới nhất của Lady Gaga sẽ được bày bán tại 175 cửa hàng trên toàn nước Mỹ. Đồng thời, vào ngày khai trương, cô cũng sẽ có mặt để hỗ trợ tuyên truyền, và tiếp xúc với người hâm mộ. Lễ khai trương sẽ là một bữa tiệc kéo dài xuyên suốt 24h với nhiều hoạt động thú vị và quà tặng dành cho khách. Ngoài ra, trong tháng Mười Một này, bộ sưu tập Isabel Marant đã được bày bán và một lần nữa trở thành cơn sốt cho H&M.



A black and white photograph capturing a group of people in a rugged, outdoor setting. In the foreground, a man with short, light-colored hair and a beard is reclining on the ground, wearing a dark leather jacket over a striped shirt. He holds a small metal cup in his right hand. To his right, a woman with long, wavy hair sits cross-legged, also in a dark leather jacket, looking off to the side. Behind them, a motorcycle with a prominent fuel tank is visible. Other individuals in leather attire are partially seen in the background and foreground, suggesting a larger gathering. The ground is covered with dry grass or straw, and the overall atmosphere is one of a biker or leather subculture event.



bộ sưu tập ready-to-wear. Giải thưởng này trị giá 300.000 euro cùng một năm được LVMH hỗ trợ phát triển thương hiệu.

Người thắng cuộc sẽ được lựa chọn bởi tám giám đốc sáng tạo nổi tiếng gắn bó với tập đoàn như Nicolas Ghesquière, Marc Jacobs, Karl Lagerfeld, Humberto Leon, Carol Lim, Phoebe Philo, Raf Simons và Riccardo Tisci. Đồng thời ban giám khảo còn có sự góp mặt của những người đứng đầu tập đoàn như Pierre- Yves Roussel. Các thí sinh có thể bắt đầu đăng kí từ ngày 21 tháng Mười Một và kết quả sẽ được công bố trong năm 2014.

Lần đầu tiên, thương hiệu Valentino cho ra mắt một bộ sưu tập dành riêng cho một vùng lãnh thổ và thành phố may mắn đó chính là Thượng Hải. Bộ sưu tập nhắm đến các khách hàng thời thượng và lịch lãm của thành phố này bằng cách mang đến hình ảnh các quý cô sang trọng, quý phái nhưng cũng tinh nghịch và đáng yêu chứ không hề khô khan cứng nhắc. Bao gồm ready-to-wear, couture và phụ kiện, bộ sưu tập bắt đầu bày bán tại flagship store của Valentino Thượng Hải từ ngày 15 tháng Mười Một, rồi có mặt ở Paris, New York, Rome vào tháng Tư 2014.

Để kêu gọi và tìm kiếm thêm nhiều nhân tài trẻ nữa trong ngành thiết kế, mới đây tập đoàn LVMH đã tuyên bố vinh danh một giải thưởng mang tên The LVMH Young Designer Prize dành cho nhà thiết kế dưới 40 tuổi, đã từng giới thiệu hoặc bán ít nhất hai



VERTU

Ngày 14/11/2013, Vertu Việt Nam đã giới thiệu sản phẩm điện thoại cao cấp Vertu Constellation mới ra thị trường với giá bán chính thức từ 150 triệu đồng. Vertu Constellation mới tiếp tục được đánh giá là mẫu điện thoại thông minh hoàn hảo nhất mà hãng Vertu từng thiết kế. Chiếc điện thoại được thiết kế với phom dáng mượt mà, hiện đại, hướng đến cả khách hàng nam lẫn nữ. Hệ điều hành Android Jelly Bean thông minh, được chế tác thủ công tại Anh Quốc, kết hợp các nguyên vật liệu cao cấp và phong cách thiết kế hiện đại cùng dịch vụ hoàn hảo chính là những đặc điểm độc đáo và đặc biệt nhất của Vertu. Bên cạnh các tính năng kỹ thuật, Vertu còn cung cấp các dịch vụ độc quyền khác như Vertu LIFE và Vertu CERTAINTY. Vertu Constellation mới sẽ được thực hiện chiến dịch quảng cáo hoàn toàn độc đáo, mới lạ trên toàn cầu. Chiến dịch được thiết kế nhằm khai thác di sản, việc sử dụng các vật liệu tinh tuyển, tay nghề thủ công đỉnh cao và dịch vụ độc đáo của Vertu do nhiếp ảnh gia thời trang nổi tiếng Kristian Schuller thực hiện.

LONGCHAMP

Khi các nghệ sĩ tên tuổi hợp tác với những thương hiệu thời trang để tạo ra các thiết kế vừa mang tính nghệ thuật vừa mang tính ứng dụng thì đó luôn là những sản phẩm đáng được trông đợi. Cảm hứng nghệ thuật cho các sáng tác của họ có thể bắt nguồn từ những điều ít ngờ tới nhất. Đối với Jeremy Scott, hình ảnh quen thuộc của các thanh tín hiệu màu thường xuất hiện trên những chiếc ti-vi kiểu cũ khi đang dò hay thiết lập kênh truyền hình đã trở thành cảm hứng đặc biệt của bộ sưu tập mùa xuân 2014 cho Longchamp. Với chất liệu vải bạt kết hợp với da bò màu đen, chiếc túi có tên gọi "Color Bar" này là thành quả thiết kế mới nhất từ sự hợp tác của Longchamp với Jeremy Scott. Những người bạn yêu thích màn ảnh nhỏ chắc chắn sẽ không thể bỏ qua phiên bản túi "Color Bar" giới hạn sẽ được bày bán độc quyền tại các cửa hàng Colette, Paris từ ngày 01/12/2013.



HUGO BOSS

Đồng hành cùng cuộc sống năng động của các quý ông, bộ sưu tập giày, túi xách và phụ kiện Hugo Boss hứa hẹn luôn mang đến cho khách hàng những trải nghiệm thú vị. Từ những tấm da bê thượng hạng với các tông màu đen, nâu dưới bàn tay khéo léo của các nghệ nhân đã cho ra đời những tuyệt phẩm túi xách với công nghệ may tinh xảo, da mềm và mượt bảo đảm tính thẩm mỹ của sản phẩm và tính ứng dụng của túi xách công sở. Cùng với túi Hugo Boss, giày là một phụ kiện đi kèm ton-sur-ton không thể thiếu. Mùa đông năm nay, Hugo Boss cho ra mắt các sản phẩm từ cổ điển thuộc dòng Savile được làm bằng da bê, tới boots da bóng sang trọng Chelsea hay dòng boots với thiết kế thoải mái phù hợp với các buổi đi chơi, dã ngoại cùng người thân. Thiết kế giày Hugo Boss năm nay được lấy cảm hứng từ phong cách Anh quốc: thời trang và tinh tế. Hơn ai hết, Hugo Boss hiểu rằng các quý ông ngày nay đã thấu hiểu trọn vẹn ý nghĩa của sự sang trọng. Nó không chỉ đơn thuần là việc sở hữu một vật phẩm đắt tiền mà còn để cao chức năng sử dụng nhằm tạo ra sự thư giãn tuyệt đối cho người dùng. Đó mới chính là vẻ đẹp lịch lãm tối thượng mà bộ sưu tập giày và túi Hugo Boss 2013 mang lại.

CHANEL

Mười năm sau khi khẳng định vị thế của màu trắng trong thế giới chế tác đồng hồ, mẫu đồng hồ J12 - chiếc đồng hồ biểu tượng của thế kỷ 21 tiến thêm một bước dài khi kiểm tìm cảm hứng sáng tạo trong không gian vũ trụ. Là chiếc đồng hồ đầu tiên đưa hợp chất sứ công nghệ cao trở thành một chất liệu quý của ngành chế tác đồng hồ, Chanel một lần nữa thể hiện tính cấp tiến mà không để mất đi vẻ mê hoặc độc nhất của J12 trong phiên bản mới: J12 Moonphase - đồng hồ hiển thị chu kỳ trăng. Bộ máy hiển thị chu kỳ trăng là một trong những bộ máy phức tạp nhất, thể hiện những tuần trăng trong tháng: Trăng non, trăng thượng tuần, trăng rằm và trăng hạ tuần. Chi tiết kim chỉ báo ngày được thiết kế với phần đuôi kim hình bán nguyệt đầy nên thơ. Viên mặt đồng hồ làm từ chất liệu sứ công nghệ cao hoặc nạm kim cương bao quanh mặt đồng hồ mài gợn lượn Guilloche theo đúng truyền thống chế tác đồng hồ. Mẫu thiết kế phong phú trên các chất liệu sứ công nghệ cao (high tech ceramic) đen hoặc trắng, nạm kim cương hoặc với phiên bản sứ titan mang đến nhiều chọn lựa cho khách hàng. J12 Moonphase chính là biểu tượng của sự quyến rũ và tinh thần sáng tạo của Chanel.

Beauty



Thực hiện: Thành Hào

RICH CHOCOLATE: Lại một sưu tập tuyệt đẹp cho mùa đông!

Mạnh mẽ hơn, sâu hơn và đậm hơn, chocolate chính là sắc nâu mới cho mùa thu đông này. Những tông màu hòa hợp từ đen cho đến nâu mang đến sự nổi bật cho đôi mắt nhưng vẫn mềm mại hơn cả mong đợi. Điều giúp hoàn thiện ánh mắt nổi bật này chính là một chút hồng hào ửng lên trên má và môi.



Quá đẹp, nhưng bạn có dám thử?

Những bộ sưu tập Giáng Sinh thường tập trung vào màu gam đỏ hoặc vàng gold. Nhưng Dolce & Gabbana Sicilia Jewels có vẻ muốn phá vỡ thông lệ với một sưu tập rực rỡ lấy cảm hứng từ đá quý: hồng ngọc, ngọc lục bảo, topaz và amethysts. Nhưng điều thú vị nhất nằm ở chỗ: tất cả những màu sắc này không dành cho mắt (điều đã quá quen thuộc) mà chỉ dành cho môi và nail. Một đôi môi xanh ngọc hoặc vàng topaz ư?

Nghệ sỹ Bobbi Brown và bí quyết trang điểm cho Katie Homes

Mắt: Dùng cọ Foundation Brush, đánh nền màu Natural lên những vùng cần che khuyết điểm hay vùng da không đều màu. Sau đó phủ nhẹ một chút phấn Retouching Powder màu đào để làm ấm nhẹ vùng da của Katie.

Mắt: Dùng cọ mắt tán phần mắt màu Bone lên toàn bộ vùng mắt, sau đó phủ một ít phần mắt màu Frappe lên mí dưới. Dặm phần mắt nhũ màu Caramel từ sát mí mắt lên đến nếp gấp mí và dùng màu Stone của eyeshadow, tông giữa, nhấn vùng mí để tạo điểm nhấn. Sau đó, kẻ viền mí cho mắt màu Dark Chocolate Ink kết hợp với phần mắt màu Rick Chocolate để hoàn tất phong cách mắt khói. Đừng quên chải mascara màu nâu đen để kết thúc!

Môi: Môi được làm nhạt để cân bằng với màu mắt đậm, tôi dùng son Lip color màu Berry trong và lì, sau đó dặm thêm một chút Lip Gloss màu Pale Pink.

92

STYLE

SẢN PHẨM ĂN TƯỢNG



1. Kosé Sekkisei White BB Cream:

BB cream đa năng kết hợp các chức năng dưỡng ẩm, làm sáng da, giúp da mịn màng, che khuyết, kem lót, chống nắng và kem nền trong cùng một sản phẩm. Giá tham khảo tại showroom.

2. La Mer 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. Giá: 2.800.000 VND-150ml



KHÔNG THỂ BỎ QUA: DƯỠNG CHẤT ĐA NĂNG OI

Dầu dưỡng đa năng OI/Oil là sản phẩm bán chạy nhất của Davines năm 2012. Dễ hiểu vì sao thương hiệu này phải nhanh chóng cho ra mắt một nhóm sản phẩm bổ sung mới có cùng nguồn gốc, kiểu cách và triết lý xây dựng công thức OI / Oil từ dầu roucou (một loại dầu có lượng betacaroten gấp 100 lần cà rốt, có khả năng chống oxy hóa và tái tạo cấu trúc tóc tuyệt vời).

Nếu bạn đã từng thích thú với chai dầu nhỏ bé nhưng hiệu quả OI/Oil, bạn không nên bỏ qua nhóm sản phẩm này với bộ đôi dầu gội – dầu xả mới và đặc biệt là sản phẩm ngôi sao: Dưỡng chất đa năng OI. Lần đầu tiên có một loại dưỡng chăm sóc tóc cực sâu đem lại 14 công dụng lên mái tóc chỉ trong 1 chai sản phẩm nhỏ gọn.

MODEL DIỄN VỚI MẶT MỘC Ở SHOW CỦA BALMAIN

Chúng ta vẫn biết phong cách trang điểm tối giản đang thịnh hành nhưng tối giản đến mức như ở show diễn mùa xuân của Balmain thì quả là chưa từng có. Nghệ sỹ trang điểm Tom Pecheux đã gửi các người mẫu xuống sàn diễn mà không có thứ vũ khí quen thuộc của họ như mascara đậm, son rực rỡ hay phấn nền làm làn da mịn màng lung linh. Rosie Huntington-Whiteley để mặt mộc và tóc tự nhiên 100%, trong khi các cô gái khác chỉ dùng đôi chút kem che khuyết. Nếu ý tưởng này của Balmain lan rộng thì chúng ta sẽ còn rất ít thứ để nói về trào lưu make up trong mùa sau.



3. Elizabeth Arden Advanced Anti-aging Eye Serum:

Tinh chất vùng mắt được ứng dụng thành phần chống lão hóa tiên tiến nhất - Idebenone, có khả năng đẩy lùi mọi dấu hiệu của tuổi tác. Mua sản phẩm này trong tháng 12, bạn sẽ được tặng 01 bộ sản phẩm dưỡng da du lịch trị giá 1 395 000 VND. Chương trình được áp dụng tại hệ thống Elizabeth Arden trên toàn quốc.



4. Mặt nạ đêm SKINC Deepsea Hydra:

Mặt nạ thể hệ mới Deepsea Hydra là mặt nạ dạng gel có 3 tác dụng là làm sạch, dưỡng ẩm và làm trắng da chỉ trong một bước đơn giản. Làn da của bạn sẽ được nuôi dưỡng mượt mà bằng dòng nước quý giá ngoài khơi phía nam Nhật Bản.

Mặt nạ Deepsea Hydra dịu nhẹ nên có thể sử dụng hàng ngày và đắp qua đêm.

Giá: 1 330 000 VND

5. Laneige Snow BB Soothing Cushion SPF50+/PA++++:

Laneige Snow BB Soothing Cushion là kem nền đầu tiên được chứa trong miếng nệm mút có kết cấu đặc biệt với 800,000 lỗ khí li ti trên bề mặt và cho hiệu quả trang điểm cao, mang lại lớp nền mịn dịu tự nhiên, mịn màng, thoải mái suốt cả ngày. Giá: 930 000 VND/ hộp (tặng kèm một hộp refill)



● Beauty Trends

www.stylemagazine.vn

CHANEL VÀ NHỮNG MÀU SON ĐỎ MÊ HOẶC

BST Rouge Allure mới là sự nắm bắt những sắc màu của chất liệu lụa moiré và sự khám phá hiệu ứng ánh sáng. Để tạo ra hiệu ứng mô phỏng chất liệu này, CHANEL Makeup Studio đã tạo ra những lựa chọn màu đầy sang trọng với ánh phản chiếu lấp lánh. Hiệu ứng mô phỏng những đường dệt lượn sóng của lụa moiré được tạo ra bởi nhiều loại khảm trai: tông suyệt tông, mờ trong hay ánh vàng kim, bạc hay đồng. Với từng màu sắc của BST Rouge Allure, một lượng thành phần khảm trai nhỏ được sử dụng và điều chỉnh để đảm bảo việc tạo nên ánh ngọc trai rạng rỡ mà vẫn giữ được kết cấu mềm mại cho làn môi.



Giá bán lẻ của son thời: 867 000 VND/sản phẩm. Son bóng: 850 000 VND/sản phẩm.

94^{STYLE}



Nếu như dầu tẩy trang hay nước tẩy trang đã khá quen thuộc với chúng ta thì bơ tẩy trang quả là một sự thú vị mới mẻ. Loại bơ này tan chảy thành lớp dầu mịn màng có chất đàn hồi giúp tẩy sạch lớp trang điểm một cách dễ dàng chỉ trong phút chốc (Giá 409 000 VND).

TẨY TRANG TỪ A ĐẾN Z VỚI TINH CHẤT CÚC LA MÃ

Nhìn chung, bộ sưu tập Camomile của The Body Shop cung cấp tất cả những gì bạn cần cho nhu cầu tẩy trang: từ nước tẩy trang dịu nhẹ (Gentle Make-up Remover), nước tẩy trang cho lớp trang điểm mắt không trôi (Waterproof Eye Make-

up Remover), dầu tẩy trang mềm mịn như nhung (Silky Cleansing Oil) cho đến bơ tẩy trang thanh khiết sang trọng (Sumptuous Cleansing Butter). Dòng Camomile được sản xuất với trọng tâm là tinh dầu hoa Cúc La Mã, nổi tiếng với đặc tính làm dịu da, kháng viêm từ bao đời nay. Những bông hoa được trồng tự nhiên không sử dụng thuốc trừ sâu và được thu hoạch tại thời điểm hoàn hảo để đảm bảo chất lượng tốt nhất từ một hợp tác xã gia đình ở Norfolk, England.

SẢN PHẨM ẨM TƯỢNG

6. Anna Sui La Vie De Boheme:

Hương thơm này được lấy cảm hứng từ năng lượng và sự sáng tạo của cuộc sống di sản phóng túng. Thiết kế chai có thể làm bừng sáng bất cứ bàn trang điểm nào với điều khắc hoa hồng trên cơ thể và một con bướm vàng tinh tế trên nắp. Mùi hương là sự kết hợp của hoa, trái cây và gỗ, với các note của của hoa hồng Thổ Nhĩ Kỳ, lê và hoa mẫu đơn. Nếu bạn muốn có hương thơm như một nữ thần bí ẩn, đây chính là hương thơm Thu Đông dành cho bạn.

7. Juicy Couture Viva La Juicy Noir:

Một hương thơm siêu ngọt ngào dành cho những tháng lạnh với sự bắt đầu của mùi quả ngọt và mùi mandarin. Tiếp đó là sự pha trộn của kim ngân hoa và hoa nhài ở trung tâm. Mùi hương kết thúc với những note ấm quen thuộc của hồ phách, caramel, vanilla và gỗ đàn hương.





"Thu Hương: chỉ cần biết cách yêu chiều làn da, vẻ đẹp trẻ trung như tuổi đôi mươi sẽ luôn ở bên bạn"

Một ngày của chị thường bắt đầu như thế nào?

Tôi rất yêu chiều bản thân nên một ngày mới của tôi bắt đầu bằng việc làm đẹp cho bản thân (Cười). Để bảo vệ làn da khỏe mạnh trước một ngày dài, trước khi sử dụng kem chống nắng, kem lót và phấn nền, tôi thực hiện quy trình dưỡng da quen thuộc bắt đầu từ nước hoa hồng, serum, kem dưỡng da... Sau đó là mặc bộ trang phục đã được chọn sẵn tối qua và đi làm. Nó trở thành một thói quen, dù bận đến mấy tôi cũng không thể bỏ qua được.

Chị dành thời gian cho gia đình thế nào với công việc thường xuyên bận rộn như vậy?

Mỗi ngày, nếu không bận công việc đột xuất, tôi sẽ về nhà tầm 6h30 đến 7h tối để chăm lo cho gia đình và dạy con học. Cuối ngày, tôi dành từ 1-2 tiếng để đi bộ, kể chuyện cho con nghe. Thứ 7, chủ nhật tôi dành thời gian nhiều hơn cho gia đình.

THU HƯƠNG “TRẺ TRUNG NHỜ BIẾT YÊU CHIỀU LÀN DA”

Là một doanh nhân thành đạt, có một mái ấm gia đình với những đứa con xinh xắn, những tưởng Á hậu 2 Hoa hậu Quý bà thế giới 2011 Thu Hương luôn bận rộn với thời gian biểu dày đặc. Thế nhưng, khi trò chuyện với chị, chúng tôi vẫn cảm nhận được sự điềm đạm, thanh thản từ người phụ nữ trẻ đẹp và căng tràn sức sống này.

Là một phụ nữ mà đặc biệt lại là người nổi tiếng nên chắc hẳn chị sẽ rất quan tâm đến chăm sóc làn da, đặc biệt là vấn đề lão hóa da?

Nói thật tôi không quan tâm đến lão hóa làn da mà mối bận tâm lớn nhất của tôi là làm thế nào để trẻ hóa da (cười). Ngày xưa tôi đã biết dùng lòng trắng trứng gà, mật ong... để làm mặt nạ chăm sóc da. Lớn hơn, công việc bận rộn nên tôi sử dụng kem dưỡng da. Tôi tự hào mình có làn da đẹp tự nhiên nên không để ý nhiều khi tuổi 30 đến. Lúc này tôi nhận ra mình cần một dòng sản phẩm riêng dành cho độ tuổi. Tôi chọn dòng sản phẩm O HUI The First chứa dung dịch nuôi dưỡng tế bào mầm tái tổ hợp được phát triển từ viện nghiên cứu tế bào mầm CHA gồm **19 nhân tố giúp mang đến khả năng hồi sinh cho làn da**. Điều khiến tôi hoàn toàn bất ngờ sau khi dùng O HUI The First là làn da của mình trở nên trẻ trung và thanh khiết hơn rất nhiều.

Là phụ nữ chắc hẳn chị cũng sẽ không tránh khỏi việc thỉnh thoảng dao động khi đứng trước quá nhiều sự lựa chọn về mỹ phẩm?

Phụ nữ đứng trước rừng mỹ phẩm không khác gì trẻ con đứng trước cửa hàng kẹo. Mỗi loại đều thích thử một chút, vì tò mò mà (Cười). Thế nhưng sau khi trải nghiệm hết rồi thì họ sẽ quay trở lại sử dụng dòng sản phẩm mà họ thấy phù hợp với da mình nhất. Với tôi, O HUI từ lâu đã giống như một người bạn thân thiết, vì chơi lâu nên thấu hiểu nhau. Do đó cảm giác dao động đã biến mất hoàn toàn, giờ đây tôi hoàn toàn tin tưởng và an tâm khi sử dụng sản phẩm O HUI The First.

Diêm gì ở dòng O HUI The First thế hệ thứ 3 ấn tượng chị nhất?

Tôi ấn tượng và tin cậy ở O HUI The First Thế hệ thứ 3 bởi sản phẩm có bước tiến quan trọng với thành phần cao cấp độc quyền được cấp bằng sáng chế, kỹ thuật thâm thấu vào da độc quyền và chương trình chăm sóc da một cách hệ thống, giúp làn da được chăm sóc toàn diện từ bước làm sạch cơ bản đến các giai đoạn chuyên sâu vào ban đêm. O HUI The First chính là lựa chọn đúng đắn giúp tôi thêm yêu chiều làn da của mình.

Xin cảm ơn chị! chúc chị luôn xinh đẹp và ngày càng thành công hơn nữa trong cuộc sống!



"O HUI The First, hồi sinh làn da đẹp như chưa từng có"

QUÀ TẶNG

THỜI ĐIỂM CHO

Bộ quà tặng nước hoa Sensuous của Estée Lauder:

Gợi cảm, ấm áp, lôi cuốn, Sensuous là một trong những trải nghiệm tinh xảo nhất của cuộc sống. Hương thơm gợi nhớ đến hình ảnh người phụ nữ hiện đại, vừa nóng nần, lôi cuốn, vừa ấm áp, ngọt ngào. **Giá 2400 000 VND.**

Bộ quà tặng nước hoa Pleasures của Estée Lauder:

Lấy cảm hứng từ hương thơm tinh khiết của những bông hoa đầm mình sau cơn mưa mùa xuân, Estée Lauder Pleasures mang đến cảm giác trong trẻo, thanh mát của không khí trong lành với hương hoa cỏ mỏng nhẹ. **Giá 2400 000 VND.**

Đã đến lúc bạn cần hoàn thiện bàn trang điểm của mình với một bộ cọ trang điểm chuyên nghiệp. **M.A.C** giới thiệu các bộ cọ cho từng nhu cầu (Bộ cọ cho mỹ phẩm khoáng, cho nhu cầu cơ bản và cho trang điểm mắt smoky eyes). **Giá cho mỗi bộ cọ là 1600 000 VND (kèm túi sang trọng).**

Đây hẳn là bộ sưu tập trang điểm sang trọng nhất của mùa Giáng Sinh "NUIT INFINIE DE CHANEL" (Phần mắt năm màu giá 1 870 000 VND, son giá 867 000 VND và son móng giá 714 000 VND).

Cô gái của **M.A.C VIVA GLAM** đã trở lại! Quyến rũ, thanh lịch và cực kỳ nổi bật, mùa lễ hội năm nay RuPaul tạo nên cặp đôi son môi và son bóng VIVA GLAM sắc đỏ rượu vang trong bộ sưu tập số lượng có hạn VIVA GLAMOROUS bag. Túi đen viền đỏ satin cùng với thiết kế ánh vàng, bộ đôi quyến rũ này chính là sự kết hợp nóng bỏng nhất trong mùa lễ hội năm nay. **Giá 1320 000 VND.**

GIÁNG SINH

NHỮNG MÓN QUÀ THÚ VỊ ĐÃ TỚI.

97 **STYLE**

SHISEIDO

Bộ quà tặng make up và skincare mùa Giáng Sinh của **Shiseido** (The 2013 Holiday Collection - Wrapped in Joy). *Giá tham khảo tại showroom.*

LANEIGE Best seller - Water Bank Set. Bộ sưu tập bán chạy nhất của LANEIGE với sáu sản phẩm tập trung vào nhu cầu cung cấp nước cho da mặt nước. Hai sản phẩm chính là Tinh chất dưỡng ẩm suốt 24h Water Bank Essence có chứa thành phần nước và khoáng chất tối ưu và Mặt nạ ngủ rất nổi tiếng Water Sleeping Pack. *Giá 1650 000 VND.*

LANEIGE

Water Bank Double Moisture Mask

Bộ sản phẩm mùa Lễ hội Menard Embellir Make up. Công nghệ tiên tiến với ba loại hạt phấn thông minh: Hạt phấn xóa nếp nhăn - Hạt phấn sản chắt da 3D - Hạt phấn duy trì hiệu quả trang điểm. Tháng 12, Mỹ phẩm Menard dành tặng cho khách hàng 01 bộ sản phẩm dưỡng da Embellir (sample) khi mua bộ trang điểm Embellir Make up. *Chương trình được áp dụng tại hệ thống Menard trên toàn quốc.*

Bộ quà tặng chăm sóc và tắm dưỡng hương gừng với thiết kế hộp thiếc hình bánh gừng đáng yêu của **The Body Shop**. *Giá 980 000 VND.*

THE BODY SHOP

Bộ quà tặng hộp thiếc sang trọng hình người tuyết trắng gồm bơ dưỡng thể hạt mỡ Shea của **The Body Shop**. *Giá 785 000 VND*

LANEIGE Winterland Magic Make-up Collection. Bộ sưu tập gồm 3 thỏi son mini Silk Intense Lipstick được mệnh danh là "That winter Song Hye Gyo lipstick" - 3 màu son yêu thích nhất mà Song Hye Gyo đã dùng trong bộ phim "Gió mùa đông năm ấy". Bên cạnh đó là Laneige Pure Radiant Eye Shadow - phấn mắt với 4 ô màu mang chiết xuất từ bột ngọc trai mịn. *Giá 1000 000 VND*

MY LITTLE WINTER LAND

LANEIGE

● Beauty Trends

www.stylemagazine.vn

Bobbi Brown
Twilight Pink Palette.
Giá 2 350 000 VND

Gucci Premiere au
De Parfum mùi
hương ấm áp
quyến rũ
Giá 2 945 000 VND

Bobbi Brown Deluxe
Trunk, sưu tập Holiday
Gift. Giá 10 000 000 VND

Valentina Assoluto
EDP mùi hương hiện
đại và ngọt ngào.
Giá 2 640 000 VND
80 ml

Bobbi Brown Mini
Brush Set.
Giá 2 000 000 VND

Paco Rabanne
Lady Million Eau De
Parfume Mùi hương
sang trọng và rực rỡ
Giá 2 170 000 VND
80ml

The Face Shop
CHRISTMAS HERBDAY
365 CLEANSING
FOAM SET. Bộ sữa
rửa mặt làm sáng da
Giá 477 000 VND

The Face Shop
CHRISTMAS
GREENTEA & GRAPE
BODY SET. Bộ dưỡng
thể trà xanh
Giá 607 000 VND

Thực hiện: Thanh Hoa

Trao niềm vui

★ ĐẾN MỌI NGƯỜI

Đem niềm vui đến tất cả mọi người vào mùa Giáng Sinh này, với những sản phẩm đặc biệt và các bộ quà tặng đầy không khí lễ hội từ The Body Shop.



DÀNH TẶNG NGƯỜI ĐẶC BIỆT ☒

Tặng cho người đặc biệt của bạn món quà khó quên: chọn bộ quà tặng nâng niu chăm sóc tay thơm lừng **Cranberry Mini Manicure Kit (280,000VND)** hoặc mang đến bất ngờ cho đồng nghiệp với bộ quà tắm và dưỡng ẩm **Cranberry Joy Shower & Moisture Set (399,000VND)**, một hộp quà lễ hội gồm những sản phẩm chăm sóc cơ thể hương nam việt quất.



NHỮNG MÓN QUÀ ĐÁNG YÊU ☒

Dành tặng sự bất ngờ: khám phá bộ quà tặng chăm sóc cơ thể **Cranberry Small Gift Set sang trọng (980,000VND)**, vui cùng bông tắm hình chú hươu đáng yêu **Reindeer Bath Sponge** hoặc bông tắm người tuyết thú vị **Snowman Bath Sponge**.



SẢN PHẨM PHIÊN BẢN ĐẶC BIỆT ☒

Đón mừng lễ hội với những sản phẩm phiên bản đặc biệt của chúng tôi thuộc dòng **Cranberry Joy** ngọt ngào. Giá từ **165,000VND**.



TÌM TẤT CẢ NHỮNG SẢN PHẨM TUYỆT VỜI NÀY
TẠI CỬA HÀNG CỦA CHÚNG TÔI



Mang mẫu báo này đến cửa hàng để nhận sữa tắm **Japanese Cherry Blossom 60ml** và kem dưỡng da **Vitamin E / Seaweed 15ml** trị giá **228,000VND**

khí mua 1 hóa đơn bất kỳ.
Áp dụng đến hết 31/12/2013

SOS!

NHỮNG LỰA CHỌN KHẨN CẤP

Thành Hào

Danh mục những sản phẩm đặc trị được đánh giá cao cho từng nhu cầu riêng của da và tóc.

1 BỌNG MẮT

Tinh chất Dermalogica Ultrasmoothing Eye Serum. Giá 2 163 000 VND/15ml
Kem MAC FAST RESPONSE EYE CREAM. Giá 900 000 VND

2 QUẢNG THAM DƯỚI MẮT

Kem Origins GinZing™ Refreshing Eye Cream. (Sản phẩm chưa phân phối chính hãng tại Việt Nam)
Clinique Even Better Eyes Dark Circle Corrector. Giá tham khảo tại showroom.
Kem che khuyết làm dịu Dior Hydra Life BB Eye Crème. Giá tham khảo tại showroom.

3 KEM LÓT VÙNG MẮT

MAC PREP + PRIME EYE. Giá 540 000 VND
Bobbi Brown Long-Wear Eye Base. Giá 750 000 VND.

4 ĐÓM HẮC SẮC TÓ TRÊN MẮT

Olay Pro-X Spot Fading Treatment. Giá tham khảo tại showroom.
Re-Nutriv Radiant White Age-Renewal Serum. Giá 6 000 000 VND.
Clinique Even Better Clinical Dark Spot Corrector. Giá tham khảo tại showroom.
Clarins Vital Light Serum. Giá tham khảo tại showroom.
Dr. Andrew Weil for Origins® Mega-Bright Skin Tone Correcting Serum. (Chưa phân phối chính hãng tại Việt Nam)

5 DẦU DƯỠNG TÓC CHỐNG HƯ TỔN KHI SẤY

Davines OI / Oil. Giá: 330 000 VND/50ml
Morocanoil Treatment. Giá: 866 000 VND
The Body Shop Grapeseed Glossing Serum. Giá 330 000 VND.

6 CHE KHUYẾT ĐA NĂNG

Clé de Peau Beauté. Giá tham khảo tại showroom.
Make up For Ever Full Cover. Giá 900 000 VND

7 SỮA RỬA MẶT CHODAM MỤN

Gel rửa mặt Avene cleanance soapless gel cleanser. Giá 422 000 VND.
Sữa rửa mặt Murad Clarifying Cleanser. Giá 772 000 VND.
Sữa rửa mặt dịu nhẹ Cetaphil Gentle Skin. Giá 98 000 VND
Máy rửa mặt Clarisonic Mia2™ Sonic Skin Cleansing Acne Clarifying Collection (Sản phẩm chưa phân phối chính hãng tại Việt Nam)

8 MAKE UP CHO DA MỤN

Kem lót Jane iredale Dream Tint® SPF 15 Moisture Tint. Giá 720 000 VND. Phần nền Jane iredale PurePressed® Base SPF 20. Giá 900 000 VND.

9 GEL TRỊ MỤN

Gel trị mụn cấp tốc Murad Blemish Spot Treatment. Giá 534 000 VND. Làm lành và che khuyết trên nốt mụn Murad Blemish Treatment Concealer. Giá 623 000 VND.
Kem đặc trị mụn Avene TriAcnéal. Giá 766 000 VND.



SẢN PHẨM MỚI



TRƯỚC KHI SỬ
DỤNG PHYTOMEDICA



2 TUẦN SAU KHI SỬ
DỤNG PHYTOMEDICA



1 THÁNG SAU KHI SỬ
DỤNG PHYTOMEDICA

VÀ NAY ĐÃ CÓ MẶT TẠI VIỆT NAM!

Hãy tìm hiểu thêm về các sản phẩm và những Cơ Hội Kinh Doanh của Siberian Health tại Công ty đại diện:

Địa chỉ: số 6, lô 2A (phố Vũ Phạm Hàm), tổ 62 phường Yên Hòa, quận Cầu Giấy, thành phố Hà Nội;

Điện thoại: (04) 378-358-86

www.sibvaleo.vn



SIBERIAN HEALTH
INTERNATIONAL

Nhập khẩu và phân phối bởi: Công ty TNHH Siberian Health Việt Nam; Địa chỉ: số 6, lô 2A, phố Vũ Phạm Hàm, q. Cầu Giấy, Hà Nội.

Sản phẩm này không phải là thuốc và không có tác dụng thay thế thuốc chữa bệnh.

Số Giấy xác nhận nội dung quảng cáo: XXXX XXXX XXXXXX

PHYTOMEDICA

KEM DƯỠNG CỦA GIẤC MƠ

Thực hiện: Trịnh Khánh

MỨC GIÁ SIÊU ĐẮT KHIẾN NHỮNG SẢN PHẨM NÀY HOÀN TOÀN XỨNG VỚI DANH HIỆU "KEM DƯỠNG CỦA GIẤC MƠ"

SISLEY

Sản phẩm: Siêu tinh chất dưỡng đêm SUPREMYA

Chức năng: Chống lão hóa toàn diện

Giá: 14.100.000VND

Đặc điểm ấn tượng: thành phần phức hợp thảo mộc và công thức tiên tiến.

Nổi tiếng sau những thành công trong chuỗi sản phẩm chống lão hóa, SISLEY đã cho ra đời Siêu tinh chất dưỡng đêm SUPREMYA với thành phần phức hợp thảo mộc Phyto-Complex LC 12. Phức hợp Phyto-Complex LC 12 làm giảm 60% số lượng tế bào bị phá hủy sau khi da tiếp xúc với bức xạ UV-B, đồng thời tăng đáng kể sức đề kháng của tế bào. Da được chuẩn bị sẵn sàng để tự bảo vệ mình chống lại những sự xâm lược từ môi trường, nhiệt độ vào ngày hôm sau....



Clé de Peau BEAUTÉ

Sản phẩm: La Cream

Chức năng: Chống lão hóa toàn diện

Giá: 14.890.000 VND – 21.390.00 VND

Kem dưỡng chống lão hóa cao cấp biến đổi làn da một cách diệu kỳ mang lại kết cấu da đẹp tuyệt vời, săn chắc và tỏa sáng từ bên trong. Công nghệ dưỡng da tiên tiến nổi bật bởi Illuminating Complex mang lại những hiệu quả tuyệt vời bất chấp tuổi tác.

CHANEL

Sản phẩm: Sublimage Essential Revitalizing Concentrate

Chức năng: Tinh chất chống lão hóa toàn diện

Giá: 10.659.000 VND

Thành phần Planifolia PFA (một loại vanilla quý hiếm, chứa phân tử chống lão hóa cao nhất trong số 117 loại vanilla có nguồn gốc từ vùng Madagascar) được cấp bằng sáng chế độc quyền của Chanel. Thành phần Golden Champa PFA (được chiết xuất từ hoa champa vàng ở vùng núi Himalaya) – cũng là thành phần được cấp bằng sáng chế độc quyền của Chanel, giúp thiết lập lại hệ thống các tế bào da, kích thích 2 enzyme thiết yếu cho sự phục hồi da.



Guerlain

Sản phẩm: Orchidée Impériale Exceptional Complete Care Longevity Concentrate

Chức năng: Tinh chất tập trung chăm sóc ngăn ngừa lão hóa da

Giá: 11.990.000 VND.

Đặc điểm ấn tượng: Thành phần độc quyền từ chiết xuất lan Hoàng Đế. Tinh chất Orchidée Impériale Exceptional Complete Care Longevity Concentrate với số lượng tinh chất chiết xuất từ hoa Lan Hoàng Đế tăng gấp đôi, có thể khiến cho tất cả dấu hiệu lão hóa da giảm đi một cách nhanh chóng và triệt để. Công thức tập trung vào xây dựng cấu trúc thớ da mới vững chắc, dày, mịn như một cánh hoa lan.

Menard

Sản phẩm: Authent Cream

Chức năng: Chống lão hóa toàn diện

Giá: 25.975.000 VND

Authent là kết quả nhiều năm nghiên cứu chuyên sâu về tế bào mầm, sản phẩm được ra đời từ phòng thí nghiệm của những Đại học uy tín nhất Nhật Bản. Authent giúp gia tăng số lượng tế bào mầm và kích thích sản sinh liên tục tế bào da mới thay thế cho những tế bào già cỗi hoặc bị tổn thương, tái tạo làn da tươi trẻ. Hạt anh đào có khả năng kỳ diệu làm gia tăng số lượng tế bào mầm trong da. Nhờ vậy các tế bào mới của làn da liên tục được sản sinh dồi dào, thay thế những tế bào già, yếu, tổn thương giúp làn da được tái tạo liên tục, khỏe mạnh và thay đổi từng ngày.



La Mer

Sản phẩm: THE CONCENTRATE

Chức năng: Tăng cường quá trình tái tạo tự nhiên của da

Giá: 12 100 000 VND/ 50ml

Đặc điểm ấn tượng: Thành phần Miracle Broth™

Được điều chế để làm giảm sưng và tẩy đỏ do tác dụng phụ của mỹ phẩm hoặc sử dụng trước và sau khi phẫu thuật thẩm mỹ, loại tinh chất dưỡng da cao cấp này với lượng Miracle Broth™ cao giúp tái tạo và phục hồi làn da hiệu quả.

Miracle Broth™ là cốt lõi sự thành công của thương hiệu La Mer, được tạo ra từ sự kết hợp của tảo biển Thái Bình Dương Nam Mỹ giàu khoáng chất, cùng một loạt các thành phần khác như canxi, magiê, sắt, kali, và lecithin, vitamin C, E, B12, tinh dầu cam quýt, khuynh diệp, bạch đàn, mầm lúa mì, cỏ linh lăng và hương dương. TS Huber đã tạo ra quy trình lên men độc đáo kéo dài từ 3- 4 tháng, sử dụng cả âm thanh và ánh sáng để biến đổi các thành phần này.



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



Ba nhà tạo mẫu tóc hạnh phúc chào khán giả: Vương Trọng Khôi, Hoàng Minh Tâm, Don Hậu (từ trái qua)

HẠNH PHÚC TRONG DAVINES HAIR SHOW 2013

Ảnh: Na Sơn

Lấy cảm hứng từ câu chuyện của Đức Dalai Lama trong cuốn sách “Nghệ thuật tạo Hạnh Phúc”, Davines Hair Show 2013 muốn chuyển tải niềm tin vào cuộc sống tốt đẹp chúng ta đang có và một sự thay đổi để nâng cao chất lượng cuộc sống. Mỗi mẫu tóc, trang phục và mỗi bản nhạc đi kèm đều khẳng định một chân lý rằng sự sáng tạo, lao động nghệ thuật là cốt lõi của giá trị sống.

Chương trình mở màn với video art tái hiện niềm hạnh phúc của con người trong mỗi hoàn cảnh của xã hội, từ niềm hạnh phúc trong nụ cười của mỗi bé thơ hay trong giọt nước mắt của sự đoàn viên, hội ngộ, mang một sự xúc động sâu sắc tới người xem. Sự sôi động trở lại khi Saigon Bigband của nghệ sĩ Trần Mạnh Tuấn tấu lên bản “Come Together” của The Beatles mở đường cho phần trình diễn của nhà tạo mẫu tóc Minh Tâm mang tên Quý tộc đương phố.

“Hạnh phúc không phải là đích đến của cuộc sống, mà chính là lẽ sống của con người.” Đó chính là thông điệp của Davines Hair Show 2013.



Nghệ sỹ saxophone Trần Mạnh Tuấn

Lấy cảm hứng từ khu phố đêm nổi tiếng của thủ đô London: Soho, nhà tạo mẫu tóc Minh Tâm giới thiệu những thiết kế khá táo bạo, cá tính mà vẫn giữ nguyên được vẻ quý phái, sang trọng. Điểm nhấn của BST này chính là kỹ thuật cắt nhiều lớp chia theo hình khối và hướng tới sự cân bằng bất đối xứng. Nói chung, Minh Tâm đã đưa ra những kiểu tóc phá cách, táo bạo bên dưới một vẻ đẹp nền nã và hoa mỹ. Theo đó, các mẫu tóc ngắn được cắt gọn, sắc nét có tính toán kỹ lưỡng tới khuôn mặt và hình khối. Các mái tóc dài được cắt tạo lớp phẳng, bất đối xứng theo đường chữ C từ thái dương hướng xuống gáy bên trong với lớp tóc dài vẫn phủ ngoài. BST dùng các tông màu phai cơ bản như vàng phai, xanh phai và đỏ nhạt với kỹ thuật xóa nhòa ranh giới giữa các lớp màu mang đến một vẻ đẹp lộng lẫy, hiện đại, có nét hoang đại nhưng mang đậm chất văn hóa London.

Trong khi đó, nhà tạo mẫu tóc Vương Trọng Khôi trình diễn bộ sưu tập Hạnh Phúc với tính ứng dụng cao, thiên về đường nét tinh tế, sử dụng các đường nét uốn lượn tự nhiên của dòng chảy, cây cỏ, hoa thiên nhiên. BST của Khôi là sự cách điệu, tổng hợp của những mẫu tóc anh đã tạo cho các khách hàng của mình. Bộ sưu tập sử dụng các gam màu nhạt tự nhiên pha lẫn highlight, các đường cắt nhẹ nhàng, tạo khối mềm mại làm cái đẹp thêm đậm thắm và làm dịu lại, chậm lại nhịp sống vốn đang quá đổi gấp gáp.

Cuối cùng, nhà tạo mẫu Don Hậu kết lại chương trình bằng BST "Hội chợ phù hoa". Các sáng tạo của Don khá xuất sắc, cao sang nhưng hơi "phù phiếm". Toàn bộ BST là các kiểu búi tóc hair-up được thực hiện trên dàn người mẫu của Vietnam Next Top Model và vedette Diễm My. Các mẫu tóc của Don Hậu thiên về hình khối, lấy cảm hứng từ thiên nhiên như hình bướm, hình sao, hình cây cỏ, khối xoắn ốc, khối hồ lô, tất cả được thực hiện rất tinh tế và tỉ mỉ cùng với rất nhiều phụ kiện từ rất thông thường như ghim,



NTM Hoàng Minh Tâm



NTM Vương Trọng Khôi



NTM Don Hậu



BST Quý Tộc Đường Phố



BST Hạnh Phúc



BST Hội Chợ Phù Hoa

ống truyền đến rất sang trọng như phụ kiện của Chanel. Các thiết kế này thích hợp cho các buổi tiệc và dạ hội cho các cô gái trẻ kiều sa đến các quý bà lịch thiệp, đây cũng là một điểm mới trong Davines Hair Show 2013.

Cũng như bảy chương trình trước đây, Davines Hair Show 2013 mang tới cho công chúng sự tổng hoà của các bộ môn nghệ thuật, cập nhật những xu hướng thời trang tóc mới nhất qua các BST được đầu tư kỹ lưỡng và công phu của các nhà tạo mẫu tóc hàng đầu tại Việt Nam. Âm nhạc trong chương trình là một điểm nhấn không thể bỏ qua khi dàn nhạc Saigon Bigband của nghệ sĩ Trần Mạnh Tuấn kết hợp với hai

DJ Wang & DJ Bnuds. Họ đã thể hiện đẳng cấp, sự tinh tế với những bản nhạc retro được mix theo phong cách Jazz. Sự kết hợp mang tính retro này đã mang lại một dấu ấn thành công mới nữa trong việc chọn và ghép nhạc của Davines Hair Show, và trong việc đem lại cảm giác thoải mái cho công chúng yêu nhạc Jazz.

Văn hoá, nghệ thuật, thời trang và âm nhạc dưới sự dàn dựng công phu của đạo diễn Việt Tú đã mang đến một Davines Hair Show 2013 vượt ra khỏi những định kiến và giới hạn của một show trình diễn tóc thông thường để trở thành chương trình văn hóa đầy tính nghệ thuật và nhân văn.



OI - LỜI GIẢI ĐÁP CHO MÁI TÓC HOÀN MỸ

Từ xưa tới nay, chúng ta vẫn quen với việc chăm sóc tóc với dầu gội, dầu xả hay hấp phục hồi cho tóc. Có một xu thế mới trong ngành công nghiệp mỹ phẩm đang diễn ra trên thế giới và Việt Nam, đó chính là các sản phẩm chứa dầu chiết xuất từ thiên nhiên dần trở nên rất phổ biến và thiết yếu trong việc chăm sóc tóc.

Thiên nhiên là nguồn cảm hứng vô tận cho những con người làm đẹp và tạo ra cái đẹp. Chẳng phải vậy mà ta thấy hiện nay các hãng mỹ phẩm thay nhau tung ra các sản phẩm dưỡng da, dưỡng tóc chiết xuất từ những loại thực vật quen thuộc xung quanh ta như nghệ, cà chua, dưa chuột... cho đến những thành phần cao cấp hơn như nhân sâm, sữa ong chúa hay ngọc trai. Các loại mỹ phẩm từ thiên nhiên thường cho hiệu quả nhanh và lâu bền, ít gây kích ứng da nếu sản phẩm chất lượng. Các mỹ phẩm thiên nhiên cao cấp thường có giá cao hơn bởi quá trình chọn lọc những nguyên liệu sạch tốt nhất và xử lý đòi hỏi chuyên môn cũng như công nghệ cực cao, nếu không sẽ có khả năng dẫn đến tình trạng nguyên liệu nhiễm bẩn, hóa độc trong quá trình làm, tác động xấu lên sức khỏe con người.

Chanh và bồ kết thường là hai cái tên được nhắc đến nhiều khi nói về chăm sóc tóc từ thiên nhiên bởi khả năng làm sạch cao. Nhưng thiên nhiên phong phú còn rất nhiều loại thực vật tốt cho tóc và da đầu mà mọi người thường bỏ quên một thời gian dài hoặc chưa tìm ra công dụng kỳ diệu của chúng. Một trong số đó là hạt roucou - một loại hạt giống như hạt điều đỏ chuyên mọc ở vùng rừng rậm Amazon - Nam Mỹ rất giàu beta-caroten (cao gấp 100 lần cà rốt) có tác dụng tái tạo cấu trúc tóc, giúp mọc tóc, kích thích sản sinh sắc tố melanin, chống lão hóa cho tóc. Với đam mê làm đẹp và cải thiện cuộc sống, từ những phòng thí nghiệm công nghệ hiện đại bậc nhất tại nước Ý, Davines đã chiết xuất thành công dầu roucou đưa vào dòng sản phẩm OI đem lại vẻ đẹp hoàn mỹ cho mọi loại tóc.

OI là những đại diện mới cho triết lý xây dựng công thức hoàn chỉnh đáp ứng mọi nhu cầu của tóc với phương thức trị liệu thẩm mỹ mà lâu nay ngành mỹ phẩm vẫn chỉ dùng cho các sản phẩm chăm sóc da. Với mùi hương dịu ngọt đặc trưng của dầu roucou và những dưỡng chất quý giá, bộ sản phẩm OI hứa hẹn sẽ là người

bạn đồng hành không thể thiếu với mái tóc của bạn.

Thách thức sau dầu dưỡng đa năng OI/Oil – sản phẩm Davines được yêu thích và đón nhận nhất năm 2012 đã trở thành động lực dẫn đến việc hình thành sản phẩm chăm sóc mang tính cách mạng OI / All in one milk (Dưỡng chất đa năng OI), khởi xướng cho dòng chăm sóc tóc mới cùng bộ đôi Dầu gội và Dầu xả OI, những bổ sung tuyệt vời có chung nguồn gốc, kiểu cách và triết lý xây dựng công thức OI / Oil từ dầu roucou.

Trước tiên, sở dĩ nói OI / All in one milk là sản phẩm mang tính cách mạng trong việc chăm sóc tóc bởi vì đây là lần đầu tiên có một loại dưỡng tóc cực sâu đem lại 11 công dụng diệu kỳ lên mái tóc - tất cả chỉ trong 1 chai sản phẩm nhỏ gọn. Dưỡng chất đa năng OI ở dạng xịt, đậm đặc và giàu dưỡng chất như các sản phẩm kem dưỡng nhưng lại nhẹ hơn rất nhiều. Sau khi gội đầu và lau tóc bằng khăn bông, bạn chỉ cần dành vài phút xịt sản phẩm lên thân đến ngọn tóc khoảng 10-15 lần tùy thuộc vào độ dài và dày của tóc. Hơi sương màu trắng đục từ trong chai xịt ra sẽ lập tức thẩm thấu vào tận trong lõi tóc, giúp chữa trị tóc khô xơ từ bên trong, khiến mái tóc trở nên mềm mượt tức thì và dễ chải hơn rất nhiều. Đây cũng chính là điểm khác biệt của OI / All in one milk so với các sản phẩm dầu dưỡng như dầu dừa, dầu gấc... trên thị trường. Thông thường các sản phẩm dầu sẽ bao phủ một lớp bảo vệ bên ngoài tóc, làm bóng và mượt tức thì. Dưỡng chất đa năng OI ở dạng sương xịt có khả năng thẩm thấu cao, đi vào tận sâu trong tóc, giúp chữa trị khô xơ và dưỡng sâu hơn mà không hề gây bết hay nặng tóc.

Chiết xuất từ hạt roucou, tiền sinh tố B5 trong OI / All in one milk sẽ mang lại độ bóng, mượt như lụa, và nuôi dưỡng cho tóc bạn. Bên cạnh đó, sản phẩm còn giúp loại bỏ tình trạng tóc rối xù nhờ cung cấp độ ẩm, độ phồng và bóng bẩy. Nhờ vào khả năng bảo vệ tóc khỏi nhiệt, dưỡng chất đa năng OI còn bảo vệ mái tóc khỏi tác động

từ nhiệt của máy sấy. Không những thế, các hợp chất chức năng axit amin trong công thức sẽ giúp bạn giữ kiểu lâu hơn. Bởi vậy, OI / All in one milk chính là giải pháp lý tưởng nhờ sự kết hợp tinh tế linh hoạt các tính năng chỉ trong một sản phẩm mỹ phẩm duy nhất. (Sản phẩm tặng kèm khi mua cặp Dầu gội & Dầu xả OI)

Chăm sóc tóc trước tiên vẫn cần các khâu làm sạch và dưỡng ẩm cơ bản. Vì thế, dòng OI cũng bổ sung dầu gội và dầu xả OI (Giá bán lẻ: 750,000VNĐ/bộ) với cùng công thức từ dầu roucou. Ngoài ra chiết xuất từ dầu mơ rất giàu vitamin A và C sẽ dưỡng ẩm sâu, tác nhân dưỡng dẫn xuất từ xenlulô làm mềm tóc, và thành phần hoạt động trong dầu hoa hồng có hiệu quả tạo bóng mạnh nhờ chỉ số khúc xạ cao. Sự kết hợp giữa các sản phẩm và tinh chất này sẽ là lời giải cho vẻ hoàn mỹ cho mái tóc của bạn.

Hợp tác với tổ chức LifeGate, Davines cam kết thực hiện chính sách vô hại bằng việc trồng rừng tại những khu bảo tồn thiên nhiên ở Ý, Costa Rica và Madagascar để bù đắp lượng CO2 thải ra trong quá trình sản xuất bao bì sản phẩm. Davines cũng sử dụng 100% nguyên liệu sạch và năng lượng tái sinh (từ mặt trời, gió, nước, đất) – những nguồn năng lượng không gây ô nhiễm và liên tục được tái tạo để phục vụ các nhà máy sản xuất của mình. Bạn có thể yên tâm rằng mỗi chai sản phẩm trên tay bạn đều được làm ra bởi những trái tim nhiệt huyết có trách nhiệm với môi trường và thiên nhiên.

Tượng trưng cho sự trang nhã quý phái, thiết kế bao bì OI là sự tung hứng giữa sắc đen mãnh liệt và vật liệu trong suốt, đem lại tính thanh lịch trong phong cách của bộ sản phẩm. Những công dụng kỳ diệu cùng vẻ ngoài sang trọng tinh tế, bộ sản phẩm OI chính là món quà quý giá dành cho mái tóc của bạn.

XEM THÊM THÔNG TIN TẠI:

www.davines.com

www.facebook.com/vietnam.davines

*Sản phẩm được tư vấn và bán tại các salon chuyên nghiệp trên toàn quốc

Dầu gội OI



Dưỡng chất đa năng OI



Dầu dưỡng đa năng OI



Dầu xả OI



PRADA

DIOR

FENDI

MARNI

VERA WANG

MARNI

LANVIN

KHI LO LEM BỮU MÔI

Thực hiện: Thành Hào

SỰ TRỞ LẠI CỦA DARK RED TRONG MỘT CÁCH THỨC
MÔI VÀ VẼ ĐẸP ĐÍCH THỰC CỦA NÓ. NHƯNG LÀM THẾ
NÀO ĐỂ TÔ SƠN DARK RED MÀ KHÔNG TRÔNG NHƯ MỘT
QUÝ BÀ CỦA THẬP NIÊN 90?



Thập niên 20 - 30, phụ nữ tô son trái tim uốn cong điệu đà như hình cánh cung với son dark red và kiểu này được gọi là “Cánh cung của thần tình yêu”. Thập niên 50, một đôi môi khêu gợi trong màu đỏ tươi sáng hoặc màu hồng đậm là hình ảnh phản chiếu đầy đủ nhất cho thời kỳ tái thiết sau chiến tranh. Sự nổi loạn của thập niên 60 mang đến những màu son hồng trong suốt, màu cam nhạt, màu oải hương, màu be. Đôi môi nhũ bóng bắt sáng với các gam màu đậm mạnh mẽ như tím, đỏ rượu vang tràn ngập trong thời đại của disco những năm 70. Son màu nâu tím thấy vinh quang của mình trong những năm bắt đầu của kỷ nguyên thông tin: 1990. Son trung tính lên ngôi khi chuyển sang thiên niên kỷ mới. Sự mềm mại của những sắc thái ấm áp tự nhiên được xem là tiêu chí phổ biến nhất khi bước ra đường, vào công sở hay tham gia một buổi họp mặt bạn bè. Các màu son hồng, be hồng hay không màu nhằm làm nổi bật màu môi vốn có phản ánh mong muốn được nhìn nhận một cách chân thật và sự tìm kiếm hạnh phúc vững bền, không giả tạo.

Hơn một thập niên đã đi qua từ thời khắc con người hân hoan đặt chân vào năm 2000. Giờ đây, chúng ta đang tô son như thế nào?

Thu Đông này, nhiều bài viết lại nói về màu son đỏ thắm, hay dark red. Qua rất nhiều thăng trầm, dark red vẫn vĩnh viễn chứng minh chất thời trang và sự thanh lịch vượt thời gian của nó. Những ngôi sao Hollywood xuất hiện trong các bữa tiệc một cách thời thượng với màu son đỏ thắm được yêu thích của Nars (Jungle Red hay Fire Down Below). Nếu hỏi màu son yêu thích nhất mà các stylist sử dụng gần đây trong các bộ ảnh của họ thì hẳn đó phải là dark red: sắc nét nhưng chỉ bóng mờ.

VẾT LEM CỦA NÀNG LỌ LEM

Trên đường băng của nhiều show diễn Thu Đông 2013 – nơi tập trung sự chiêm ngưỡng của cả thế giới – các nghệ sỹ make up đã đẩy màu dark red đến tận cùng. Màu đỏ truyền thống được thêm vào rất nhiều đen, tím và nâu để mang đến hàng chục sắc thái kỳ lạ của màu rượu vang, màu mận chín, tím đỏ hay màu bordeaux – còn được gọi là sắc thái nouveau - goth (Màu sắc chúng ta ít nhìn thấy nhiều kể từ cuối thập niên 90, ngoại trừ trên đôi môi Bella và các thành viên ma cà rồng của gia đình Cullen trong “Twilight” nổi tiếng). Và để làm cho màu son không trở nên già cả như những quý bà của thập niên đã qua, make up artist xử lý chúng với những “vết lem” cố ý. Những vết lem này thường được tạo ra bởi hai màu son,



Beauty Guide

www.stylemagazine.vn

trong đó màu son thứ hai bắt đầu từ lòng môi, chồng lên màu son đầu và loang nhẹ từ lòng môi (đôi khi khá lộn xộn như một kiểu đánh son không gương với hai bờ môi dặm vào nhau để tự hoà trộn). Son dark red được áp dụng trên môi với kết cấu nhẹ, bóng mờ để dễ dàng tạo ra hiệu ứng “vết lem” thay vì son dày và khô như kiểu truyền thống. Với những “vết lem” này, màu sắc sẽ trở nên tự nhiên hơn nhiều những màu sắc hoá học được tạo ra trong phòng thí nghiệm. Bạn có cảm giác đôi môi ấy có màu đỏ như được nhuộm bằng dầu rừng hay sim tím, hay vừa được thấm đẫm trong một ly rượu vang, hoặc đơn giản hơn là chủ nhân của chúng vừa cắn nhẹ bờ môi để chúng tự rực lên như những cánh hoa.

"Vẻ đẹp của ngày hôm nay là đôi môi như những cánh hồng với màu sắc đậm dần trong lòng môi hơn là kiểu dark red như thời vamp gothic," Lucia Pieroni, giám đốc sáng tạo của Clé de Peau Beauté, người đã tạo ra cái bĩu môi màu đỏ tươi ở Vera Wang nói. Pat McGrath, giám đốc thiết kế sáng tạo toàn cầu cho Procter & Gamble và là một trong những nghệ sĩ trang điểm có ảnh hưởng nhất hiện nay nói rằng chúng ta đang có một "Cuộc cách mạng của màu đỏ" – thuật ngữ mà Pat McGrath đặt ra để nói về những phương thức tinh tế mới mà phụ nữ đang dùng để sử dụng lại các màu son dark red truyền thống (như màu hồng fuschia, màu sâm panh, màu berries, màu burgundy).

❶ **Bobbi Brown** LipColor Berry. Giá 720 000 VND ❷ **Clinique** High impact lip color Son lâu trôi. Giá 490 000 VND ❸ **Chanel** ROUGE ALLURE VELVET Giá 867 000 VND ❹ **MAC** Divine Night lipstick. Giá 500 000 VND ❺ **Make Up For Ever** Aqua Rouge. Son môi dạng lỏng lâu trôi. Giá 700 000 VND ❻ **Art Deco** Perfect Color Lipstick- Color & Art màu Red Pepperoni. Giá 365 000 VND ❼ **Clinique** Lip Color chunky cherry. Son môi dạng thỏi cho cấu trúc son nhẹ mềm. Giá 470 000 VND ❽ **Art Deco** Perfect Colour Lipsticks màu true bordeaux. Giá 495 000 VND ❾ **Menard** Embellir Lipstick. Giá tham khảo tại showroom ❿ **MAKE UP FOR EVER** Rouge Artist Intense. Giá 570 000 VND



elite
fitness

TĂNG NHIỆT

đón **MÙA ĐÔNG**



51 Xuân Diệu

Tây Hồ, Hà Nội

04. 3718 6281

Tầng 4, 239 Xuân Thủy

Cầu Giấy, Hà Nội

04. 3788 6688

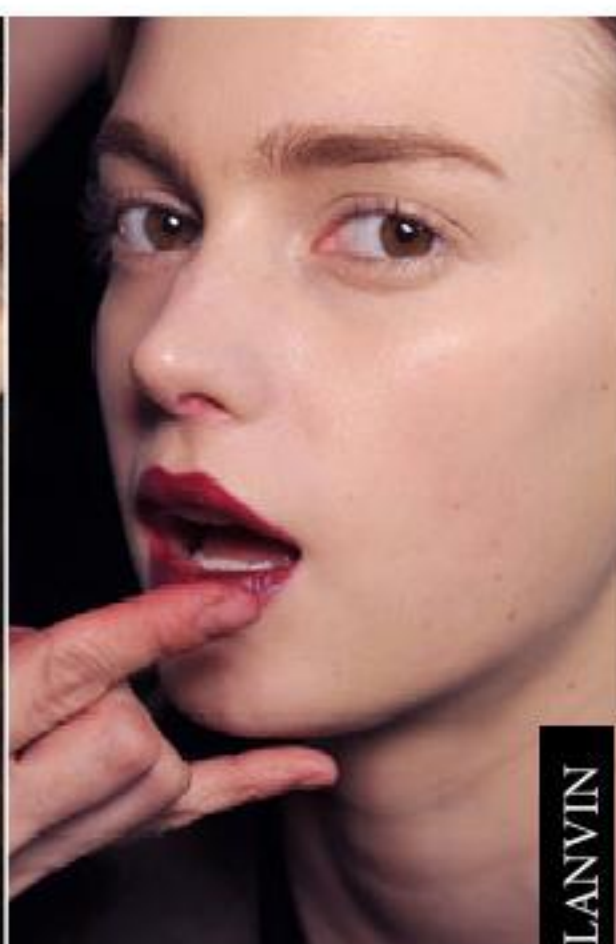
Tầng 8, 25 Lý Thường Kiệt

Hoàn Kiếm, Hà Nội

04. 3828 8888

Đam mê cuộc sống !

www.elitefitness.com.vn



FENDI

LANVIN



LAYER, LAYER VÀ LAYER

Cụ thể thì phương thức mới này là gì? Rất nhiều nghệ sỹ trang điểm đã tổng hợp lại trong ba từ: layer, layer và layer – đánh son nhiều lớp. Quy tắc đầu tiên của son môi ngày nay mà bạn cần biết: sự pha trộn của hai màu sắc bao giờ cũng tạo ra vẻ đẹp tuyệt diệu hơn là một màu duy nhất. Tuy nhiên, pha trộn như thế nào để những “vết lem” hay “hiệu ứng lòng môi” vẫn đẹp và tự nhiên chứ không lộn xộn và lem nhem lại là cả một nghệ thuật.

McGrath, người chịu trách nhiệm trang điểm cho các show diễn lớn như Prada, Miu Miu, Lanvin và Dior xứng đáng là một thiên tài của màu sắc. Bà mô tả kỹ thuật layer của mình chỉ đơn giản là “pha trộn các đường kẻ viền môi và màu lòng môi để tạo ra hiệu ứng “vết lem” một cách tự nhiên”. Tại Prada, bà tạo ra một đôi môi berry gợi cảm bằng cách sử dụng CoverGirl OutLast LipStain in Plum Pout đầu tiên, rồi đến hai màu bổ sung là CoverGirl LipPerfection Lipcolor màu

Enchant và Hot. Sau đó, bà đặt lên đôi môi một chiếc khăn ướt để làm mờ đi một cách nhẹ nhàng, tạo ra cảm giác đôi môi vào giữa ngày sau khi đã tô son vào sáng sớm.

Tom Pecheux, giám đốc sáng tạo dòng Make up cho Estée Lauder áp dụng kỹ thuật tương tự cho show diễn của Marni: ông dùng M.A.C’s Hang Up Lipstick over Crimson Lipmix trên lòng môi (lớp đầu tiên là một màu son đỏ cơ bản), sau đó xoa nhòa đi các đường viền contour để tạo ra sự hoà trộn đầy tinh tế giữa ba gam màu dark red.

Sức hấp dẫn kỳ lạ của phong cách này còn được gọi là “Sự Hoàn hảo của những điều không hoàn hảo”. Theo Pat McGrath, những vết lem trên bờ môi sẽ giải phóng người phụ nữ khỏi sự hoàn hảo độc tài mà bao lâu nay màu son dark red đã chiếm lĩnh. Đôi môi với những vết lem cho thấy người phụ nữ này đang di chuyển dưới ánh nắng, trong những cơn gió hay mưa nhẹ hạt, để lại vết son trên áo người đàn ông hoặc hôn say đắm một người tình. Cô ta cũng có thể vừa nhấp môi một ly cocktail, hút một điếu thuốc hay ăn một chiếc bánh. Đôi môi cô ta không còn hoàn hảo với màu son chín chu như khi vừa ra cửa nhưng thực tế, nó lại đang hoàn hảo hơn bao giờ hết. Vì nó là bằng chứng cho thấy cô ta đang sống (chứ không phải một mỹ nhân gothic ướp lạnh trong các lâu đài ma cà rồng cũ kỹ và rùng rợn của các bộ phim Hollywood). “Đôi môi đẹp khi nó mờ nhạt đi một chút”, Peter Philips – giám đốc sáng tạo dòng Make up của Chanel nhận định. Ông khuyên thêm rằng, đôi môi “lọ lem” nên được trình bày cùng đôi mắt nude, làn da mịn màng, một vài đường cọ nhẹ nhàng của mascara và không gì khác.

Đôi môi này có hấp dẫn đàn ông hay không? Thật khó mà biết được. Peter Philips khá thành thật: “Đàn ông không thực sự nghĩ phụ nữ là sexy khi thoa các màu son dark red”. Nhưng nếu so với sự tự do mà một phụ nữ tự cảm thấy về bản thân mình thì điều gì sẽ đáng giá hơn?

Thời trang và nước hoa KENZO, được dẫn dắt bởi nhà thiết kế tài hoa KENZO Takada, gây ấn tượng và nổi tiếng trên toàn thế giới bởi phong cách sáng tạo đầy khác biệt. Các tác phẩm của ông đều ca ngợi cảnh sắc thiên nhiên tươi đẹp đồng thời kết hợp hài hòa giữa hai nền văn hóa phương Tây và phương Đông: sự vui tươi đầy màu sắc hiện đại của châu Âu; tương phản với nét truyền thống giàu bản sắc của người Nhật Bản.

Nước hoa KENZO không chỉ mang đến sự thư thái bởi hương thơm tự nhiên mà còn thể hiện cảm xúc sâu sắc và chân thực nhất của mỗi người. Đối với KENZO cuộc đời là những chuyến hành trình đầy bay bổng. Từng chi tiết bình dị tự nhiên nhất của cuộc sống cũng như những cảm xúc sâu sắc nhất bên trong mỗi người đều có thể là cảm hứng để tạo nên những tác phẩm xuất sắc.

Tất cả đã tạo nên một dấu ấn KENZO vô cùng tinh tế, cuốn hút nhưng không kém phần sang trọng và khác biệt.

Cả thế giới đã từng biết đến thành phố thần tiên mà KENZO sáng tạo vào năm 2000. Ở nơi đó, giữa những tòa nhà cao chọc trời và trên các con đường trải nhựa, giữa những áp lực căng thẳng của cuộc sống hiện đại, hoa Poppy đỏ - đơn giản mà quyến rũ, mỏng manh mà mạnh mẽ - vẫn nhẹ nhàng khoe sắc, mang lại điểm nhấn và sức sống cho khắp thành phố!

KENZO đã kể cho chúng ta nghe một câu chuyện thần tiên mới lạ, trong đó người phụ nữ mang một sức mạnh vô hình có thể khiến thế giới trở nên tươi đẹp hơn. Cùng với nụ cười của nàng, mỗi bông hoa được trao đến từng người dân như một niềm hạnh phúc được sẻ chia và lan rộng đến khắp mọi nơi...trên từng ngõ phố.

Năm nay, hãy dừng lại một vài giây để tiếp tục cùng KENZO sống trong khoảnh khắc diệu kỳ... Những bông hoa đỏ giờ đây bắt đầu bay lên, khoe sắc cả bầu trời!

Bước chậm chút thôi để nhìn lại giấc mơ bên trong mỗi người...đầy bay bổng và tự do.



Sản phẩm Eau de Parfum mới **FLOWER IN THE AIR** mang đến sự tươi mát hiện đại từ **Raspberry** – quả Mâm xôi nhưng không kém quyến rũ đầy tinh tế theo phong cách KENZO từ **Rose** – Hoa hồng, **Magnolia** – hoa Mộc lan và **Gardenia** – hoa Dành dành, hòa lẫn cùng hương thơm cổ điển đặc trưng của **Musk** – Xạ hương.

Nước hoa KENZO thuộc tập đoàn LVMH có mặt chính thức tại hệ thống Parkson và Paris France trên toàn quốc

BAY BÔNG CÙNG KENZO FLOWER IN THE AIR





Giải mã công thức “K-BEAUTY”

Nhan sắc không tuổi, lớp trang điểm mỏng như chưa trang điểm, làn da ánh lên sức sống rạng rỡ, cách kết hợp màu sắc hài hòa, tương như nhẹ nhàng phảng phất mà dù sức nặng để khiến bao trái tim mất ăn, mất ngủ... Đó là bí quyết đến từ xứ kim chi.

Hơn một thập kỷ trở lại đây, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của làn sóng văn hóa Hàn Quốc, châu Á đã chứng kiến một “cuộc chuyển nhượng” ngai vàng sắc đẹp khá ngoạn mục. Về đẹp của các “unnie” xứ Hàn đã vượt qua nhan sắc của phụ nữ Nhật Bản, trở thành vẻ đẹp được ngưỡng mộ và khao khát nhất. Đồng thời, vẻ đẹp Hàn cũng đưa ra một chuẩn mực mới về sắc đẹp hoàn hảo, không chỉ dành riêng cho phụ nữ châu Á mà còn gây ảnh hưởng đến quan niệm của phái đẹp toàn cầu.

Hơn ai hết, Laneige – thương hiệu mỹ phẩm của cường quốc nhan sắc này, nắm giữ tường tận những công thức kết hợp thông minh và tinh tế được giấu kín phía sau vẻ đẹp trong vắt ấy. Hãy cùng thâm nhập vào tủ đồ trang điểm của các cô gái Hàn Quốc để biết họ đang sở hữu những bí quyết “K-Beauty” nào nhé!

Công thức 1: Gel tẩy tế bào chết + Tinh chất làm sáng da

Vì sao phụ nữ Hàn Quốc chỉ trang điểm rất mỏng và nhẹ nhưng vẫn đạt được kết quả hoàn hảo? Câu trả lời nằm ở việc họ không bao giờ hoàn toàn ỷ lại vào công dụng “phù phép” của các sản phẩm trang điểm mà luôn chủ động ngay từ những bước chăm sóc da cơ bản nhất. Khâu trang điểm chỉ trở nên đơn giản và nhàn hạ khi làn da đạt hai tiêu chuẩn: sạch và sáng. Đó là lý do khiến phụ nữ Hàn không bao giờ rời bỏ nguyên tắc tẩy da chết 1-2 lần/tuần và dưỡng sáng da hàng ngày. Thành phần tự nhiên luôn được họ ưa chuộng bởi đặc tính mát dịu, nhẹ nhàng và an toàn với cả làn da nhạy cảm nhất.

1- Gel tẩy tế bào chết **MULTIBERRY YOGURT PEELING GEL**

chiết xuất từ năm loại quả mọng raspberry, blueberry, cranberry, goji berry và strawberry làm da tươi sáng một cách nhẹ nhàng.

2- Tinh chất vitamin **CLEAR C EFFECTOR**

chiết xuất từ blueberry, nho và cam - đào thải độc tố, làm sáng và cải thiện màu da.



Công thức 2: Tinh chất dưỡng ẩm + Kem nền BB Cushion

Bạn có biết đâu là khởi nguồn của một làn da căng mịn? Đó chính là dưỡng ẩm. Phụ nữ xứ Hàn không bao giờ trang điểm khi chưa phủ lên da mặt một lớp tinh chất dưỡng ẩm mát mềm, tinh khiết. Bên cạnh lớp kem nền dạng nước BB Cushion – món độc đáo của công nghệ mỹ phẩm xứ Hàn chứa 30% lượng nước khoáng giúp da mát dịu và lưu giữ độ ẩm lâu dài, những người đẹp xứ sở này vẫn cần thận “bơm nước” cho da trước đó bằng tinh chất cung cấp nước giúp làn da thật sự căng mọng, khỏe khoắn suốt nhiều giờ liên tục.

1- Tinh chất dưỡng ẩm **WATER BANK ESSENCE** giữ cho làn da săn chắc và khỏe khoắn gấp đôi, đồng thời không ngừng bổ sung, duy trì độ ẩm suốt cả ngày bằng thành phần nước và khoáng chất tối ưu Optimal Mineral Water.

2- Kem nền **BB CUSHION** dạng nước mát lạnh được thẩm hút trong chiếc nệm mút chứa 800.000 lỗ khí, thu gọn 5 công dụng vượt trội: hạ nhiệt làn da, ngăn thấm loang mồ hôi, dưỡng sáng da, chống nắng với chỉ số SPF50+/PA+++ và đặc biệt cho một lớp nền trang điểm rạng rỡ, tươi tắn, ráo mịn suốt cả ngày.



Công thức 3: Phấn nền giữ ẩm + Son môi dạng serum

Phủ lên trên lớp kem nền dạng nước lòng nhẹ và mát dịu, lớp phấn nền trong suốt được tạo bởi các hạt phấn nhỏ li ti có khả năng khuếch tán ánh sáng là bí quyết giúp lớp trang điểm của phụ nữ Hàn luôn mỏng như không hề tồn tại. “Làn da thứ hai” trong suốt và luôn ánh lên sức sống của họ còn là kết quả của quá trình dưỡng ẩm tuyệt đối: từ bước tinh chất đầu tiên đến lớp kem nền thứ hai và lớp phấn nền cuối cùng. Tất cả các sản phẩm đều hàm chứa lượng ẩm dồi dào khiến làn da không bao giờ có cơ hội rơi vào tình trạng mất nước, kém tươi tắn và xỉn màu.

Khi đã có một lớp nền hoàn hảo, chỉ cần ‘bật’ nhẹ một lớp son LED Lipstick (sáng như đèn LED) tươi tắn lên môi là khuôn mặt đã sáng bừng rạng rỡ. Đây chính là son môi Serum Intense Lipstick giàu ẩm mới - giúp cho bất kỳ phụ nữ nào cũng có thể sở hữu vẻ đẹp trong vắt như Song Hye Kyo. “K-Beauty Tip” của họ: sau khi thoa son lên môi, dùng đầu ngón tay chấm nhẹ son lên hai gò má để tạo nét ửng hồng tự nhiên.

1- Phấn nền dưỡng ẩm **WATER SUPREME FINISHING PACT SPF25PA++** mỏng nhẹ nhưng che phủ rất hoàn hảo, cho vẻ đẹp trong suốt, mượt mà.

2- Son môi mới **SERUM INTENSE LIPSTICK** có công thức chứa glycerin, acid béo, dầu thực vật thiên nhiên.



Bạn có muốn thử trải nghiệm phong cách K-Beauty make-up?



Nhiều người đã mua Chanel No.5 làm quà với ý nghĩ tương tự như khi họ mua một chiếc máy tính Macbook. Họ đã quên mất một việc. Macbook không cần quan tâm đến cá tính của chủ nhân, nhưng nước hoa thì có.

Nếu một phụ nữ thường xuyên mặc màu trắng, yêu thích những thứ sạch sẽ và đơn giản, nhiều khả năng cô ta sẽ tránh xa những mùi hương cay nồng của nhóm spicy hay ngọt đậm của xạ hương. Bạn nên lựa chọn cho cô ấy một mùi hương thuộc dòng fresh: tươi mát và thanh sạch. Ngược lại, cho một cô nàng điệu đà và đầy nữ tính, hẳn cô ấy sẽ khó mà chối từ trước những mùi hương ngọt lãng mạn của hoa quả thuộc nhóm floral hay fruity. Một cô nàng có nhiều chất nam tính ư? Hãy tìm cho cô ấy một mùi hương thuộc nhóm unisex. Một cô nàng phóng khoáng với phong cách hippy, yêu thích màu sắc và họa tiết, hẳn sẽ không từ chối một mùi hương phương Đông quyến rũ và ma mị.

Nhưng những điều trên vẫn chỉ là bề nổi của tảng băng trôi. Nếu bạn nhìn xung quanh mình, bạn sẽ thấy phụ nữ hoàn toàn không dễ lý giải đến thế. Có những cô gái siêu nữ tính và ngọt ngào nhưng hoàn toàn không có chút sở thích nào với những mùi hương của hoa quả (đã được sản xuất để dành riêng cho những đối tượng như cô). Và có một số lượng rất nhiều cô gái thay đổi mùi hương theo tâm trạng, sở hữu hàng chục mùi hương hoàn toàn tương phản, đến nỗi bạn chẳng kịp nhận ra đâu mới là mùi hương “signature” (hương đặc trưng) của cô ấy.

Hãy chỉ nên tặng nước hoa cho người mà bạn yêu. Bởi khi yêu họ, bạn sẽ hiểu họ. Bạn sẽ biết chính xác người đó yêu thích những nốt mùi như thế nào, đã có những mùi hương gì và sẽ bị hấp dẫn bởi thiết kế bao bì ra sao.

Món quà của **MÙI HƯƠNG**

Trịnh Khánh

KHI BẠN MUỐN TẶNG MỘT MÙI HƯƠNG,
ĐÓ CHẮC CHẮN SẼ LÀ MÓN QUÀ MANG NHIỀU TÂM TƯ VÌ
CÓ RẤT NHIỀU ĐIỀU PHẢI NGHĨ ĐẾN!

Tối giản

Nước hoa chỉ được xây dựng trên một vài notes chính, không có sự pha trộn phức tạp của các tầng hương khác nhau. Sạch, đơn giản nhưng đầy tinh tế.

- Kiehl's Aromatic Blends Orange Flower & Lychee Fragrant Body Spray.
- Editions de Parfums Frédéric Malle L'Eau d'Hiver Eau de Parfum.
- Serge Lutens L'Eau Eau de Parfum.
- Courrèges Blanc de Courrèges Eau de Parfum.
- Atelier Cologne Oolang Infini Cologne Absolue.



Atelier Cologne Oolang Infini Cologne Absolue, hương thơm ngọt ngào của da, trà ô long và hoa nhài



Courrèges Blanc de Courrèges Eau de Parfum, mùi hương hoa hồng Thổ Nhĩ Kỳ và tinh chất iris

Editions de Parfums Frédéric Malle L'Eau d'Hiver Eau de Parfum, mùi hương của iris mật ong và heliotrope



Kiehl's Aromatic Blends Orange Flower Lychee Fragrant Body Spray, hương cam và quả vải.



Serge Lutens L'Eau Eau de Parfum, hương thơm tươi mát như không khí núi và gió với bạc hà tươi mộc lan và cam quýt

Donna Karan Woman Eau de Parfum: cỏ vetiver, gỗ đàn hương và hoa cam.



Estée Lauder Youth Dew Eau de Parfum, hương thơm cay và ấm với những note chính là đinh hương, quế, hoa hồng và hổ phách.



Byredo Black Saffron Eau de Parfum, hương thơm cay của nghệ tây, bưởi trung quốc, hoa tím, da, cỏ vetiver và mâm xôi.



Diptyque Volutes Eau de Toilette: hương thơm mùa Đông đặc trưng với mật ong, thuốc lá, tiêu đen, tiêu hồng, nghệ tây và iris.



Tom Ford Café Rose Eau de Parfum, hương thơm phương Đông với nghệ tây, tiêu đen, hoa hồng, cà phê và đàn hương



BOHEMIAN

Cay, ngọt, hắc, đắng – sự nồng nàn và ma mị của những mùi hương này cho thấy một tâm hồn phóng khoáng hoang dã như những cô nàng Digan không trói buộc.

- Tom Ford Café Rose Eau de Parfum
- Byredo Black Saffron Eau de Parfum
- Estée Lauder Youth Dew Eau de Parfum
- Diptyque Volutes Eau de Toilette
- Donna Karan Woman Eau de Parfum

Người lữ hành

Mắt mê với những note xanh, nhẹ nhàng sáng khoái. Đây là những nhóm mùi hợp lý khi chủ nhân là người ưa thích nắng gió, những cuộc phiêu lưu và ít khi muốn nhốt mình trong bốn bức tường.

- Heeley Sel Marin Eau de Parfum
- Les Exclusifs de Chanel Bel Respiro
- Jo Malone Blackberry & Bay Cologne
- Hermès Eau d'Orange Verte Unisex Cologne

Hermès Eau d'Orange Verte Unisex Cologne: một buổi sáng ẩm ướt và tươi mát, một trong những hương thơm làm nên bản sắc của Hermès. Một vị và chạm mạnh mẽ của cam quýt với lá chanh, bạc hà và nụ blackcurrant. Sự phức tạp được thể hiện trong hơi thở độc đáo của rêu sỏi và cây hoắc hương



Les Exclusifs de Chanel Bel Respiro, bầu không khí của bầu trời trong xanh và cây lá trong một sáng mùa xuân thanh bình



Heeley Sel Marin Eau de Parfum, mùi hương của biển với tảo và muối biển



Jo Malone Blackberry & Bay Cologne mùi hương tươi mát của hương bưởi, hương hoa, cỏ vetiver, gỗ tuyết tùng, blackberry và lá nguyệt quế.



● Beauty Guide

www.stylemagazine.vn

Hiện đại và lãng mạn

Nữ tính, ngọt ngào kiểu cổ nhưng cùng lúc đó là sự hiện đại với những lớp mùi độc đáo.

- Dior Miss Dior Eau de Parfum.
- Balmain Ivoire de Balmain Eau de Parfum
- Rodin Olio Lusso Perfume
- Chloé Bianca Solid Perfume necklace
- Bulgari Eau Parfumée au Thé Vert Extrême
- Dolce & Gabbana Pour Femme Eau de Parfum

Chloé Bianca Solid Perfume necklace, nữ tính và ngọt ngào với mùi hoa hồng.

Balmain Ivoire de Balmain Eau de Parfum, hoa hồng, hoa nhài, iris và ylang-ylang.

Bulgari Eau Parfumée au Thé Vert Extrême, hoa nhài, bạch đậu khấu và hoa hồng Bungari.

Rodin Olio Lusso Perfume, hoa nhài, hoa cam và hoa lan chuông

Caron Pour un Homme Eau de Toilette, hoa oải hương, vani và xạ hương.

Rochas Femme Eau de Toilette, nhẹ nhàng và ấm áp với cam bergamot, đào, lê, hoa hồng, hoa bất tử, hoa nhài, ylang-ylang, hổ phách, xạ hương, gỗ sồi.

Arquiste Boutonnière No. 7 Eau de Parfum, mùi hoa nhài nhẹ nhàng, ngọt ngào, oải hương, cỏ vertiver, rêu sồi.

Cổ điển

Những mùi hương đẹp với những note mùi xưa cũ (oải hương, hoa hồng, hoa nhài...) – đôi khi không còn được sử dụng một cách đơn giản trong nước hoa ngày nay. Khi xúc chúng, bạn sẽ sống dậy những âm hưởng vintage.

- Rochas Femme Eau de Toilette.
- Aftelier Roses Solid Perfume in Small Sterling Niello-Enameled Watch Case
- Caron Pour un Homme Eau de Toilette
- Arquiste Boutonnière No. 7 Eau de Parfum

Tin đồ nghệ thuật

Những mùi hương khác lạ, độc đáo và ngay cả phần bao bì cũng đậm chất nghệ thuật. Hợp với chủ nhân là những người yêu chuộng và thích khám phá về art.

- Comme des Garçons Amazingreen Eau de Parfum
- Prada Giant Candy Deluxe Parfum
- Issey Miyake Pleats Please Perfume
- Marc Jacobs Dot Eau de Parfum Pour Femme

Comme des Garçons Amazingreen Eau de Parfum, niềm vui của sự giải phóng, mùi hương độc đáo và dị biệt. Cuộc đụng độ giữa năng lượng xanh của rừng và sự sôi nổi của các loại gia vị. Những note hương xanh tươi, mùi lá hoang dã, ớt xanh, lá Ivy, rễ orris, hạt rau mùi.

Issey Miyake Pleats Please Perfume, nước hoa mang cảm hứng về thời trang, văn hóa pop và truyền thống Nhật Bản của Issey Miyake. Hoa mẫu đơn và hạt đậu ngọt là các note mùi chính, kết thúc trong hoắc hương, tuyết tùng, vani và xạ hương trắng.

Prada Giant Candy Deluxe Parfum, sự bùng nổ của xạ hương trắng, caramel và cánh kiến trắng.

ALBER ELBAZ:

"GIỐNG NHƯ TẤT CẢ NHỮNG SÁNG TẠO, LANVIN ME KỂ MỘT CÂU CHUYỆN"

Ngày nay thật là hiếm khi có một thợ may với bàn tay tài hoa của mình sáng tạo ra một loại nước hoa. Nhưng Alber Elbaz không thích những lối mòn. ME, hương nước hoa Lanvin mới dành cho phụ nữ, tạo tiếng vang về những sự sáng tạo khác của ông bằng tất cả sự độc đáo, mãnh liệt, gợi cảm và tinh tế. Đây chính là một cái nhìn gần hơn.

Người thợ may ngoài khả năng bấm sinh còn có một tính cách khác, họ thấu hiểu những ham muốn và mong ước của người khác, luôn tiếp thu xu hướng và cung cấp cho họ cuộc sống mới thông qua các bộ sưu tập được thiết kế cho các tín đồ thời trang. Nhưng có bao nhiêu người thợ may cũng có thể gắn kết những điều vô hình này vào mùi hương, làm nổi bật chúng qua nước hoa, biến chúng thành loại nước hoa mong muốn của phụ nữ trong khi vẫn giữ đặc trưng độc đáo của họ? Làm thế nào tính cách của một nhà thời trang vẫn được thể hiện, làm thế nào có thể nhận dạng nó, gợi lên bởi một kiểu chai mới, qua một loại thuốc tiên, hay qua bao bì? Trên thực tế, rất ít các giám đốc nghệ thuật và sáng tạo thử truyền đạt phong cách hoàn hảo của họ thông qua những mùi hương sáng tạo đáng nhớ. Vì sao? Vì nghệ thuật của nước hoa là vô cùng khó để trở thành chuyên gia. Tuy nhiên, Alber Elbaz là một trường hợp ngoại lệ đáng chú ý. Ông đã nhấn mạnh trên vai trò cá nhân trong việc phát triển loại nước hoa nữ mới của Lanvin, đó là ME.

"TÔI MUỐN KỂ MỘT CÂU CHUYỆN"

Trước tiên luôn luôn là về các cuộc gặp gỡ và các phép lạ, sự thành công của tầm nhìn chung và sự chia sẻ đột ngột của các sáng tạo. Giám đốc nghệ thuật của Lanvin có mối quan tâm cá nhân và, bằng cách làm việc cùng với Interparfums và một chuyên gia mùi hương nổi tiếng, đã tạo ra một hương thơm nữ tính độc đáo. Như thế nào là độc đáo? Nó kể lại chi tiết một câu chuyện. "Tôi luôn luôn muốn kể một câu chuyện với những sáng tạo của tôi," Alber giải thích. "Phát triển một loại nước hoa Lanvin là một sự kiện lớn đối với tôi. Nó phải phản ánh tinh thần của chúng tôi và tác động trên toàn thế giới. Nó phải có cá tính và truyền tải tất cả mọi thứ của nhà Lanvin vào mùi hương và ma thuật trong ngắn hạn, nó phải tạo ra sự tồn tại của chính nó. Đối tác của chúng tôi đã đưa ra một ý tưởng tuyệt vời: Steven Meisel – một nhiếp ảnh gia đúng tuổi đã phác họa cảm

hứng của chúng tôi khi đã sử dụng một trong những chiến dịch quảng cáo từ vài mùa trước. Chúng tôi nghĩ về nước hoa, bỏ qua thực tế là các bộ sưu tập thời trang với bản chất sớm nở tối tàn, sớm được thay thế bằng một cái khác. Chúng tôi ngay lập tức muốn duy trì thời điểm vô tận này của Lanvin, và phong cách của nó. Người mẫu trong bức ảnh này đang nhìn mình trong gương. Cô được sinh đôi, phức tạp. Tôi thích điều đó. Nước hoa là một món quà cho phụ nữ hoặc một món quà mà phụ nữ có thể tặng cho mình, một với một câu chuyện bên trong. Và tôi rất vui khi đắm chìm vào nó "

Câu chuyện? ME là câu chuyện về một người phụ nữ mãnh liệt, quyết đoán, độc lập, gợi cảm, hay thay đổi và tinh tế. Sáng tạo này được chế tác cẩn thận như một viên ngọc Lanvin mới, được thiết kế như một phụ kiện có giá trị để tô điểm cho cửa hàng và để trưng bày? Nó sang trọng, mùi hương hiện đại, một eau de parfum tinh tế, gây nghiện và tự tin. "Tôi hình dung người phụ nữ ME trẻ với một chút lãng mạn, có lẽ tàn cổ điển" Alber nói. "Cô ấy là, hoặc muốn trở thành, người Paris, kể từ khi nhãn hàng thời trang của chúng tôi gợi lên Paris, mà chính nó đại diện cho một sự quyến rũ thanh lịch. Cô sống cuộc sống khá sinh động. Cô ghét thời trang quá lờ lợ mà không ai mặc được, không ai yêu thích. Thật ra, tôi nghĩ cô ấy theo chủ nghĩa cá nhân, không phải là cô ấy tự cao tự đại hay tự mãn. Cô quan tâm đến cô ấy là gì và làm gì chứ không phải là luôn luôn so sánh mình với những người khác. "

MỘT HƯƠNG THƠM GỢI CẢM, SANG TRỌNG

Nó đại diện cho một triết lý mới về cuộc sống: là chính mình, trở thành ME. Được phát triển với sự giúp đỡ của Domitille Bertier, hương thơm thể hiện triết lý này là một hợp âm của hương hoa sang trọng với gỗ cam thảo đen, quả việt quất, với hương đầu trái cây, thú vị với hương giữa (bao gồm cả hoa huệ) và hương cuối hấp dẫn. "Tôi muốn một loại nước hoa quyến rũ tỏa sáng và gây nghiện với một chữ ký thanh lịch, với đặc

trưng màu xanh dương nổi tiếng của Lanvin – điểm nhấn hương việt quất lấp lánh nổi tiếng," chuyên gia nước hoa nổi tiếng nói. Alber cho biết thêm, "Cá nhân tôi rất nhạy cảm với mùi hương và nó làm thức tỉnh cảm giác. Nó gợi lên những ký ức, con người, sự kiện. Thật thú vị khi làm việc với Domitille, để hiểu và xem tất cả các bước thực hiện. Nhưng tôi sẽ nói lại lần nữa: tôi tin ME không chỉ là một loại nước hoa. Đó là một câu chuyện được mô tả, kể lại và giải thích sử dụng các hương liệu và các tầng hương. Đó là một chuỗi các loại cảm xúc cho mỗi thời điểm, một loạt các cảm giác. "

MỘT MÓN QUÀ HẤP DẪN CỦA CẢM XÚC

Bao bì tuyệt đẹp gợi lên huyền thoại Lanvin Blue và được trang trí bên ngoài bởi một sợi dây màu vàng, sự xuất hiện một mình nó gợi lên một bản giao hưởng của giai điệu cảm xúc. Chức năng tinh tế của chai tạo tiếng vang của thời trang cao cấp: nắp màu đen được khắc logo mà Jeanne Lanvin yêu thương, chai hình chữ nhật với các cạnh bo tròn, và kính dày chiếu sáng bằng một sợi dây chuyển vàng. "Khi Philippe Benacin, Chủ tịch Interparfums, có ý tưởng sử dụng màu xanh dương Lanvin cho hộp thay vì màu hồng hoặc màu hoa oải hương như bình thường, tôi liền nói đồng ý ngay lập tức," Alber nhớ lại. "Tôi muốn truyền đạt ý tưởng rằng ME là một món quà. Dây vàng cột xung quanh hộp phản ánh một sự pha trộn tinh tế giữa cảm xúc và lý trí, thực tế và ước mơ. Tôi nghĩ rằng nó quan trọng để đánh thức giấc mơ của phụ nữ vì nó đã bắt đầu xuống dốc."

Quyến rũ và tinh tế, người Paris thanh lịch và mạnh mẽ, hợp thời trang nhưng cổ điển, ME như là một sự khẳng định hơn là một sự khởi đầu mới. Cả hai sinh ra một loại nước hoa mới và bản chất nó là độc đáo, quyến rũ, mãnh liệt và phức tạp - như hầu hết mọi người. Theo Alber Elbaz, nó cũng khẳng định rằng người phụ nữ Lanvin không giống như bất kỳ ai. Và đó là lý do tại sao ông để sự thích thú cá nhân trong việc tạo ra ME.





CÔNG NGHỆ ĂN KHÁCH:
NHỊP THỜI GIAM

Thực hiện: Thành Hào

TIME RELEASE (TẠM DỊCH: SỰ TRÌ HOÀN THỜI GIAN) ĐANG LÀ MỘT THUẬT NGỮ RẤT HOT TRONG THẾ GIỚI SKINCARE. NHIỀU NGƯỜI CHO RẰNG, CÔNG NGHỆ NÀY SẼ GIA TĂNG HIỆU QUẢ CỦA CÁC SẢN PHẨM DƯỠNG LÊN MỘT TẦM CAO MỚI.

Chắc bạn đã có lần nghe nói đến sản phẩm ngôi sao Night Repair của Estée Lauder – một loại serum dành cho ban đêm có chức năng sửa chữa những tổn thương của da, được khuyên dùng với những tư vấn tỉ mỉ về giấc ngủ trong khi sử dụng. Các thành phần hoạt chất sẽ hoạt động tích cực nhất từ 10h đêm đến 2h sáng (đồng bộ với thời gian tự sửa chữa và phục hồi của cơ thể). Estée Lauder thực hiện nhiều nghiên cứu về nhịp sinh học và khuyên người sử dụng cần ngủ ngon giấc trong thời gian này để tăng cường hiệu quả của serum lên tối đa. Night Repair có thể xem như thể hệ sản phẩm dưỡng da đầu tiên lưu ý đến nhịp sinh học của cơ thể. Và từ đây, một vấn đề quan trọng của skincare đã được đặt ra: Thời gian. Rõ ràng, hiệu quả của các sản phẩm dưỡng phụ thuộc rất lớn vào thời gian: chúng ta sử dụng nó trong thời gian nào, có sự tương thích với nhịp sinh học của cơ thể như thế nào và với liều lượng là bao nhiêu trong bao lâu?

NHỮNG BỮA ĂN NHỎ CHO DA

Công nghệ Time Release ra đời để giải quyết những vấn đề này. Hiểu một cách đơn giản thì những sản phẩm dưỡng áp dụng công nghệ Time Release sẽ có sự trì hoãn thời gian nhất định khi thẩm thấu vào làn da và cơ thể của chúng ta. Việc này có tác dụng gì? Các dưỡng chất sẽ từ từ di chuyển vào da một cách chậm rãi, trong một thời gian dài hơn bình thường để đảm bảo rằng cơ thể hấp thu được đúng liều lượng chính xác vào thời điểm chính xác. Cơ chế này tương tự như chia khẩu phần ăn thành bữa nhỏ: Khi một lượng dưỡng chất “đổ ập” vào da, hoặc da sẽ chỉ hấp thụ được một phần nhỏ và đào thải phần còn lại, hoặc dưỡng chất

Bộ sản phẩm ngôi sao
Night Repair của **Estée
Lauder** – Advanced Night
Repair Synchronized
Recovery Complex 30ml
Giá 1 800 000 VND
Advanced Night Repair Eye
Infusion Serum 15ml
Giá 1 700 000 VND.



sẽ bị ứ đọng và gây tắc nghẽn trên da. Nhưng nếu ta chia bữa ăn này ra thành những bữa nhỏ hơn, da sẽ hấp thụ một cách từ tốn đúng liều lượng mà nó cần, cho đến khi sử dụng được toàn bộ dưỡng chất được cung cấp.

Thế giới của y học đã khám phá ra mã thời gian từ 30 năm trước nhưng những thành tựu của nó chỉ đang được bắt đầu khai phá. Tiến sỹ David E. Bank, làm việc tại khoa Da Liễu của Trung tâm y tế Columbia-Presbyterian Medical Centre khẳng định những lợi thế của công nghệ Time Release: “Tác dụng phụ ít nhất nhưng tạo ra hiệu quả lớn nhất”.

Tầm quan trọng của công nghệ Time Release mới đây đã được chứng minh khi nó được áp dụng cho một thương hiệu toàn cầu là Chanel, với sự ra mắt của dòng skincare Le Jour/ La Nuit/Le Weekend (Ngày – Đêm – Cuối Tuần). Bộ ba sản phẩm ra đời dựa trên nghiên cứu về nhịp sinh học của cơ thể, cho thấy nhu cầu của làn da thay đổi trong những thời điểm nhất định và phải đảm bảo làm sao để serum cung cấp chính xác những liều lượng nhất định cho da vào những thời điểm ấy.

“Time Release là một khía cạnh quan trọng trong nghiên cứu dược phẩm”, tiến sỹ Nick Lowe, giáo sư da liễu tại trường UCLA cho biết. “Một số hoạt chất mà chúng ta sử dụng chăm sóc da rất mỏng manh và dễ dàng bị tổn hại khi tiếp xúc với ánh sáng và oxy. Retinoids là một ví dụ (đây là nhóm các thành phần liên quan đến Retin A, một chất chống lão hóa hiệu quả và giúp tái tạo da). Retin A dù có hiệu quả nhưng cũng để lại nhiều ảnh hưởng xấu, ví dụ như mài mòn da, gây bong tróc nếu sử dụng ở liều lượng cao một cách đột ngột. Với công nghệ Time Release, ta vẫn có thể sử

Sản phẩm **Murad**
áp dụng công
nghệ Time Release



121 **STYLE**

Beauty Guide

www.stylemagazine.vn

dụng liệu cao cho sự hấp thụ của da mà không gây kích thích bởi quá trình hấp thụ sẽ rất chậm rãi”.

Murad, một thương hiệu mỹ phẩm nổi tiếng của Mỹ đã ra mắt một bộ sưu tập áp dụng công nghệ Time Release (họ thậm chí còn dùng hẳn thuật ngữ này trên bao bì, như Murad Time Release Retinol Concentrate for Deep Wrinkles hay Murad Time Release Acne Cleanser). Jeff Murad, phó chủ tịch các sản phẩm của công ty nhận xét rằng với Time Release, các hoạt chất sẽ có nhiều thời gian hơn để thâm nhập sâu vào da và gia tăng hiệu quả của chúng. Ví dụ như loại sữa rửa mặt dành cho da mụn của Murad, thành phần tẩy da chết axit salicylic được hứa hẹn sẽ tác động trên da trong suốt nhiều giờ, ngay khi bạn đã rửa mặt xong mà hoàn toàn không gây kích ứng. Một hàm lượng rất nhỏ của axit salicylic sẽ làm bong các tế bào chết một cách chậm rãi: cơ chế tự làm sạch một cách an toàn của Murad.

Không chỉ Chanel hay Murad tham gia vào sân chơi này, những thương hiệu khác cũng đã có mặt và Time Release quả thực đã tạo ra một trào lưu trong suốt năm 2012 cho đến nay: hãng Merle Norman ra mắt ba sản phẩm kem dưỡng phục hồi vào ban đêm (khá giống với cơ chế của Night Repair – Estée Lauder). Decléor Paris ra mắt Decléor Aroma Pureté Shine Control Oxygenating Fluid giúp thẩm thấu kem vào da trong năm tiếng để chống dầu và chống bóng nhờn. Trong tháng Tư năm 2012, hãng Bliss ra mắt “That’s Incredi-‘peel’”, một tấm pad dạng glycolic sử dụng công nghệ Time Release để chống nhăn và đốm hắc sắc tố.

Những sản phẩm như thế này quả thực là sự hứng khởi cho những người phụ nữ bận rộn. “Time Release nhắc chúng ta nghĩ đến công nghệ make up lâu trôi, bền màu giờ đã trở nên phổ biến trên toàn thế giới”. Karen Grant, phó chủ tịch của tập đoàn NPD Marketing Group Port Washington, N.Y bình luận. “Bạn thích những gì đang hoạt động trong nhiều giờ đồng hồ trên làn da và cho bạn cảm giác rằng,



122

STYLE

chúng thật đáng đồng tiền bát gạo”.

SKINCARE TỨC THỜI SẼ HẾT ĐẤT SỐNG?

Cơ chế của Time Release rõ ràng nhắc chúng ta nghĩ tới những sản phẩm dưỡng có hiệu quả tức thời: những loại mặt nạ cung cấp độ ẩm ướt cho da chỉ sau 15 phút, những thanh giảm bọng mắt và quầng sẫm chỉ sau vài lần lăn (Hãng Peter Thomas Roth đang bán các sản phẩm tức thời là Instant FIRMx, làm săn chắc da và FIRMx Eye, làm săn da vùng mắt, hứa hẹn sẽ ngay lập tức giảm thiểu sự xuất hiện của vết chân chim, nếp nhăn sâu trong khi loại bỏ bọng mắt dưới).

Tiến sỹ Bank cho rằng: “Không có sự sửa chữa tức thời nào cho da. Tất cả những sản phẩm trên, đúng như chức năng của nó, chỉ mang đến một cảm giác tức thời, thậm chí, ảo giác. Hãy xem xét một sản phẩm hứa hẹn sẽ làm đều màu da ngay từ lần sử dụng đầu tiên! Trên thực tế, sản phẩm này chứa các hạt nhỏ li ti có tác dụng phản chiếu ánh sáng khiến da bắt sáng và tạo ảo giác trong mắt người đối diện về làn da đẹp hơn, dù trên thực tế, lần sử dụng đầu tiên hoàn toàn chẳng thay đổi gì về sắc tố



Hãng Bliss ra mắt “that’s Incredi-‘peel’”, một tấm pad dạng glycolic sử dụng công nghệ Time Release” để chống nhăn và “đốm hắc sắc tố”

Sản phẩm làm sáng da của Dr. Dennis's Gross

Decléor

Paris ra mắt Decléor Aroma Pureté Shine Control Oxygenating Fluid giúp thẩm thấu kem vào da trong năm tiếng để chống dầu

NASHI ARGAN

An ancient beauty ritual for all kind of hair

Sự hoàn hảo trong việc **chữa trị, nuôi dưỡng, phục hồi và bóng khỏe** mái tóc với thảo tác đơn giản từ thành phần 100% thiên nhiên của tinh dầu Argan



NASHI ARGAN INSTANT STYLING MASK

Xịt dưỡng làm mịn, bóng, dưỡng ẩm & phục hồi cho tóc

Bạn đã tặng dùng sản phẩm vai 8 công dụng đặc biệt chăm sóc cho mái tóc chưa ạ

- * Sửa chữa, phục hồi phần tóc hư hỏng
- * Loại bỏ và giảm thiểu rụng tóc xoăn rối
- * Tháo gỡ những nút thắt trên lớp tóc
- * Đem lại đủ bóng hoàn hảo cho tóc
- * Mang lại đủ đầy đặn, phồng cho tóc
- * Phòng ngừa sự chẻ ngọn đuôi tóc
- * Dưỡng ẩm, kéo dài quá trình khô tóc
- * Bảo vệ trước sức nóng của máy sấy, là



THIEN AN COSMETICS 10 Le Quy Don Street, Hai Ba Trung Dist, Ha Noi - **Tel:** 04 39728182, **Fax:** 04 39727880
HCM DISTRIBUTOR: Tran Phuc Co.,Ltd - 47B Le Van Luong Street, Tan Phong Ward, Dist 7, **Tel:** 08 3766 0064
Hotline: 0988226644, **Tech:** 0932131131, **Web:** www.thienanco.vn, www.facebook.com/biquyetvedephoanhao





Mối liên hệ giữa Nhịp sinh học Ngày - Đêm - Cuối tuần của cơ thể và các sản phẩm dưỡng thông qua các nghiên cứu của Chanel



da của người mua hàng. Hay những sản phẩm cung cấp độ ẩm chỉ sau nửa tiếng làm giảm sự khô nhăn. Trên thực tế, sản phẩm đã tạo ra những vết sưng nhỏ xíu tạm thời lấp đầy các rãnh nhăn và tạo cảm giác về làn da căng mọng, mềm mượt được cung cấp độ ẩm đầy đủ. Cơ chế này không khác một sản phẩm lót primer, chúng làm đầy các rãnh nhăn trên da và tạo ra một lớp bề mặt phẳng mịn giả (cho đến khi bạn rửa chúng đi).

Ngược lại, các sản phẩm Time Release luôn luôn đòi hỏi thời gian: 4 tuần hay 8 tuần là thời gian ít nhất cho các sản phẩm loại này để đạt được hiệu quả. Và tất nhiên thương hiệu không bao giờ quên nhắc nhở người sử dụng về thời hạn cần và đủ cho mỗi sản phẩm. Một chiến lược marketing sẽ không bao giờ hoàn hảo nếu thiếu những con số cụ thể hấp dẫn về việc hiệu quả đạt được bao nhiêu phần trăm sau một thời gian nhất định (đơn cử, da trắng sáng hơn 80% sau 4 tuần sử dụng, những nếp nhăn giảm 76% sau 3 tuần và tiếp tục duy trì ở mức giảm 60% trong ba tháng sau, dù bạn dùng sử dụng sau đó...). Hiệu quả của những sản phẩm lâu dài luôn luôn lớn hơn nhiều so với

sản phẩm tức thời và đồng nghĩa với việc doanh số cũng lớn hơn nhiều, Pro-X Intensive Wrinkle Protocol có mốc thời gian là một tháng, Neutrogena Anti-Wrinkle Deep Wrinkle Filler là 8 tuần, Clinique Repairwear Laser Focus Wrinkle & UV Damage Corrector là 12 tuần... đều có doanh số gấp năm lần so với các sản phẩm cung cấp kết quả tức thời trong cùng tập đoàn.

Công nghệ Time Release đáng được áp dụng sâu hơn nữa, vì tính hợp pháp và những lợi ích thiết thực của nó trong chăm sóc da. Trong khi người dùng luôn muốn thấy các kết quả một cách nhanh chóng, cần làm cho họ hiểu rằng cải thiện làn da không bao giờ là công việc của một đêm. "Làn da của bạn cần bốn đến tám tuần để trải qua bất kỳ thay đổi đáng kể nào và để đánh giá xem cái gì là có lợi," Ron Robinson, một nhà hóa học độc lập ở Manhattan chuyên về công nghệ các thành phần mỹ phẩm cho biết. Ông cũng là người sáng lập và giám đốc điều hành của BeautyStat.com, một trang web chuyên cung cấp các review về mỹ phẩm mới. "Áp dụng sản phẩm Time Release trong một thời gian dài nhất



định sẽ mang đến cho bạn kết quả thực sự".

Dù vậy, nhịp sống công nghiệp đòi hỏi người ta phải đẹp ngay sau một đêm tiệc tùng thâu đêm và rõ ràng các sản phẩm tức thời, mang đến hiệu quả sau vài chục phút sẽ không bao giờ mất đi.

lifestyle



Aspen, Colorado, US

SỐNG SÓT MÙA LỄ HỘI



Hoàng Ly

TÔI NGHĨ KHÔNG PHẢI LỄ TẾT LÚC NÀO CŨNG LÀ NIỀM HÂN HOAN ĐỐI VỚI TẤT CẢ MỌI NGƯỜI. HOẶC ÍT NHẤT SAU CUỘC VUI SẼ CÓ KHA KHÁ NHỮNG TRÁI TIM TÀN NÁT KHÔNG PHẢI VÌ TÌNH MÀ VÌ GIẤY BÁO NỢ TỪ NGÂN HÀNG. NGHĨ ĐẾN ĐÓ, ĐỘT NHIÊN CÓ CẢM GIÁC HỘI HÈ TRỞ THÀNH GÁNH NẶNG KHÔNG THỂ TRÁNH KHỎI. TUY NHIÊN, HÃY THỬ ÁP DỤNG MỘT VÀI GỢI Ý DƯỚI ĐÂY ĐỂ CÓ THỂ "SỐNG SÓT" QUA NHỮNG NGÀY TUNG BỪNG TRƯỚC MẮT!

Kiểm toán

Nếu muốn không vung tay quá trán thì chắc chắn bước đầu tiên bạn phải bình tĩnh ngồi xuống và kiểm kê tài khoản của mình. Sau đó gạch đầu dòng lên kế hoạch xem cần phải mua quà cho những ai, chuẩn bị những gì cho gia đình và bản thân, kế hoạch đi chơi du lịch thế nào. Các khoản "vào-ra" liệu có bị rơi vào tình trạng "đếm cua trong lỗ" hay không. Và đặc biệt luôn phải hạ nhiệt độ của sự lạc quan ở bản thân xuống hết mức có thể để tránh những con số dự đoán mang tính mơ mộng phi thực tế.

Chính sách tiết kiệm

Khi ngân quỹ không xông xênh, bạn đừng ngại ngần hay cảm thấy xấu hổ nếu phải sử dụng những chính sách tiết kiệm sau:

- Sử dụng coupon giảm giá

- Mua online và để ý đến các dịch vụ giao hàng miễn phí
- Cố gắng mua sắm vào các ngày giảm giá
- Tận dụng thẻ thành viên
- Và nếu lo xa, hãy chuẩn bị đồ dùng và quà cáp cho các dịp lễ trong năm thay vì đợi đến sát ngày mới mua
- Rà soát lại danh sách mua sắm và chắc chắn rằng mình có cần thiết phải mua hay không

Đừng căng thẳng

Phải, đừng căng thẳng và khiến bản thân phải mệt mỏi đầu đầu vì chuyện mua gì tặng gì! Một vài khoản chi tiêu là bắt buộc vì đó là trách nhiệm và nghĩa vụ tuy nhiên bạn còn phải sống nữa nên đừng để chúng "hành hạ" bạn từng phút! Hãy cứ giữ nhịp sống hàng ngày, thư giãn, tập thể thao, gặp gỡ bạn bè... Nhất định là không để cho chuyện



127 STYLE





chuẩn bị lễ Tết trở thành áp lực ám ảnh bạn mọi lúc mọi nơi.

Hưởng thụ không khí mùa lễ hội

Con đường bạn hay đi nay đã được trang hoàng long lầy, thời tiết đẹp hơn, bầu không khí vui tươi hơn, náo nức hơn. Khắp nơi đâu đâu cũng rực rỡ và thơm nức. Vậy tại sao không hưởng thụ những khoảnh khắc đó trước vì đó mới thực sự là ý nghĩa của mùa lễ hội? Hãy tận hưởng mọi phút giây ở bên cạnh gia đình, bạn bè, đồng nghiệp! Chia sẻ và tích cực! Tất cả mọi chuyện mua bán chi tiêu rồi cuộc cũng chỉ là vật chất, chúng là gia vị chứ không phải cốt lõi của niềm vui nên bạn đừng quá phụ thuộc!

DIY (Do-it-Yourself)

Tại sao cứ phải mua quà trong khi bạn có thể tự làm quà tặng cho những người mà bạn yêu quý? Bạn có thể tham khảo trên Pinterest, Instagram và rất nhiều các trang web dạy cách thực hiện các món đồ DIY xinh xắn.

Thậm chí, bạn còn có thể tự nướng một mẻ bánh cookies xinh xắn lớn và đem tặng hàng loạt, vừa chu đáo trọn vẹn lại vô cùng đơn giản. Một số người cho rằng cách này khá lỗi thời nhưng trong xã hội quá vội vã này, đôi lúc những giá trị tình cảm giản dị lại bị bỏ quên như thế. Quà tặng DIY vừa lãng mạn, vừa tiết kiệm nhưng lại chứa đựng rất nhiều tâm tư của người thực hiện. Chính vì thế, khi lên kế hoạch tặng quà, bạn có thể cân nhắc phương án này và bắt đầu để ý xem đối tượng nhận quà có những sở thích vụn vặt gì.

Du lịch thông minh

Đi du lịch vào dịp lễ Tết cũng là một ý kiến không tồi bởi bạn xứng đáng hưởng thụ tự do sau khi đã hoàn thành rất nhiều nghĩa vụ và trọng trách nặng nề. Tuy nhiên, khoản này cũng tiêu tốn kha khá nếu bạn không để ý một vài chi tiết sau:

- Nếu bạn là người hay di chuyển, hãy đăng kí các loại thẻ thanh toán có liên kết với các hãng hàng không có dịch vụ tích hợp điểm/số km để có cơ hội nhận được vé máy bay miễn phí.
- Muốn mua vé rẻ, hãy chịu khó trước những điểm yếu của các hãng hàng không giá rẻ.

- Mua vé từ sớm hoặc canh vé lastminute (vé bán vào giờ chót)
- Tìm hiểu về những địa danh lạ. Tại sao cứ phải đến những nơi mà tất cả mọi người đều ồ ạt đến vào các kì nghỉ?
- Cân nhắc việc thuê địa điểm qua đêm. Thường thì các hệ thống khách sạn giá thành sẽ rất cao. Bạn có thể tiết kiệm hơn với các khách sạn nhỏ, căn hộ cho thuê hay nhà khách. Những thông tin này có thể tìm được dễ dàng trên các trang web uy tín như Ivivu hay Agoda.
- Tận dụng những tour thăm quan miễn phí hoặc đi bộ
- Nếu đến một số đất nước phát triển, hãy chọn tàu hỏa thay vì mua vé máy bay vì giá thành sẽ rẻ hơn.

Nếu chịu khó chuẩn bị và thả lỏng một chút, bạn sẽ thấy mùa lễ Tết không thực sự đáng sợ như bạn tưởng! Tôi chúc bạn “sống sót” và tận hưởng một kì nghỉ an lành!

Giáng Sinh Vui Vẻ!



SẢN PHẨM
CHẤT LƯỢNG
QUỐC TẾ

NƯỚC VÀ KHÔNG KHÍ...

coway

THƯƠNG HIỆU SỐ 1 HÀN QUỐC VỀ
THIẾT BỊ LỌC NƯỚC VÀ KHÔNG KHÍ



DỊCH VỤ CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CODY

- BẢO TRÌ VÀ THAY THẾ LỖI LỌC ĐỊNH KỲ 2 THÁNG 1 LẦN
- TƯ VẤN SỬ DỤNG SẢN PHẨM VÀ CÁC TIỆN ÍCH HIỆU QUẢ
- CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG CHU ĐÁO, TẬN TÂM

CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI CARPA VIỆT NAM - WWW.COWAY.COM.VN

Hà Nội: 096 240 0001 / 096 240 0002 / 04 6251 5555 - TP HCM: 08 3848 6855

QUÀ TẶNG CÔNG NGHỆ. 2013

Bảo Bảo

MÙA LỄ HỘI CŨNG LÀ LÚC NHIỀU NGƯỜI TRONG CHÚNG TA PHẢI ĐAU ĐẦU VỚI CÂU HỎI MUA GÌ LÀM QUÀ TẶNG. ĐỒ CHƠI CÔNG NGHỆ THƯỜNG ĐƯỢC XẾP VỊ TRÍ ƯU ÁI TRONG DANH SÁCH NHỮNG MÓN QUÀ ĐƯỢC LỰA CHỌN NHIỀU NHẤT HÀNG NĂM. VÀ NẾU BẠN ĐANG PHÂN VÂN THÌ HÃY THỬ XEM QUA WISHLIST CHO MÙA GIÁNG SINH 2013 NÀY CỦA STYLE XEM SAO!

① LG G Pad 8.3

Chính thức ra mắt tại triển lãm thiết bị điện tử tiêu dùng và gia dụng IFA 2013 tháng 9 vừa qua, LG G Pad 8.3 được giới chuyên môn đánh giá là đối thủ nặng ký của iPad Mini trong thị phần máy tính bảng mini. Với màn hình 8.3 inch, thân máy bằng nhôm rất mỏng (8.2mm) và vô cùng nhẹ (338gr), G Pad sở hữu bộ xử lý bốn nhân giúp tiết kiệm pin và không bị nóng máy, hệ điều hành Android, các tính năng thông minh như Knock On, Qslide... Tuy nhiên, G Pad có giá thành tương đối cao, rơi vào khoảng \$350 tại Mỹ.

② Samsung Galaxy Note 3

Xuất hiện tại Việt Nam từ ngày 25/09 với mức giá 16.9 triệu đồng, Galaxy Note 3, quả bom tấn phablet này sở hữu kiểu dáng thanh mảnh và trau chuốt hơn hai đời trước. Galaxy Note 3 sử dụng chip xử lý Exynos 5420 8 nhân (gồm 4 nhân Cortex-A15 xung nhịp 1,8GHz và 4 nhân Cortex-A7 xung nhịp 1,3 GHz kết hợp bằng công nghệ big.LITTLE của ARM), tích hợp 6 nhân đồ họa Mali-T628 nhằm đem lại hiệu năng xử lý đồ họa gấp hai lần chip Exynos 5410 trên Galaxy S4. Máy trang bị camera 13MP, dung lượng RAM 3GB, pin 3.200mAh, hệ điều hành Android 4.3 cùng hàng loạt tính năng mới hỗ trợ bút cảm ứng S-Pen như: Air Command, S Finder, Action Memo... Đây thực sự là sản phẩm thoả mãn được sự mong đợi của người dùng thích trải nghiệm điện thoại thông minh trên màn hình khổ lớn.

③ Đồng hồ Samsung Galaxy Gear

Gây được nhiều thiện cảm với người dùng ngay từ khi chưa ra mắt, đồng hồ thông minh Samsung Galaxy Gear mang kiểu dáng thể thao với đường nét thiết kế khung nhôm tinh tế cùng mặt kính sapphire chống trầy nam tính. Ngoài ra, Gear được trang bị màn hình cảm ứng SuperAMOLED 1,6 inch độ phân giải 320 x 320 pixel hiển thị hình ảnh khá sắc nét, kiểm soát thiết bị di động, trở thành trợ thủ đắc lực cho smartphone chạy Android, Bluetooth 4.0 (phạm vi nhận lên tới 150 m). Bên cạnh đó, tính năng Notification giúp người dùng nhận được các thông báo từ smartphone một cách nhanh chóng, ví dụ như thông báo tin nhắn, Gmail hay Twitter (nhưng chỉ hiển thị chứ không đọc toàn bộ được), RAM 512MB, bộ nhớ trong 4GB, camera 1.9Mpx hỗ trợ quay video HD 720p. Đồng hồ Samsung Galaxy Gear có giá bán 6 triệu VND tại Việt Nam.

④ Sony Xperia Z1

Xperia Z1 là sự kết hợp hoàn hảo của Xperia Z và Z Ultra. Sony trang bị hàng loạt công nghệ mới nhất của hãng trên model cao cấp này như: màn hình cảm ứng LCD kích thước 5 inch độ phân giải Full HD với công nghệ X-Reality Mobile và Triluminos giống như trên các dòng TV cao cấp 2013; chống

nước; chip xử lý Qualcomm Snapdragon 800 tốc độ 2,2 GHz; RAM 2 GB; bộ nhớ trong 16 GB có thể mở rộng bằng thẻ nhớ; chạy hệ điều hành Android 4.2.2 và có pin dung lượng 3000 mAh. Ngoài ra Xperia Z1 còn sở hữu camera có độ phân giải khủng lên đến 20.7Mpx, mang lại những bức ảnh không thua gì máy ảnh số, đồng thời có thể nhanh chóng chia sẻ lên mạng xã hội. Xperia Z1 có ba màu là trắng, tím, đen. Giá bán vào khoảng 16.9 triệu VND.

⑤ Kindle Fire HDX 7

Phiên bản HDX 7 được coi là thế hệ kế tiếp của chiếc máy tính bảng Kindle Fire HD 7 khá thành công vào 2012. Tuy nhiên, nếu như HD 7 có độ phân giải 1280x800 pixels thì độ phân giải của HDX 7 đã được nâng lên thành 1920x1200 pixels. Bên cạnh đó, HDX 7 cũng được Amazon trang bị bộ vi xử lý Snapdragon 800 SoC của Qualcomm tốc độ 2.2GHz, giúp tốc độ của HDX 7 tăng gấp 3 lần so với phiên bản trước, tốc độ đồ họa cũng tăng gấp 4 lần. Ngoài ra, HDX 7 sở hữu bộ nhớ RAM 2GB, cao gấp đôi so với người tiền nhiệm HD 7. HDX 7 sẽ chạy trên hệ điều hành do chính Amazon thiết kế được gọi là Fire OS 3.0. Phần mềm này được thiết kế lại dựa trên nền tảng của hệ điều hành Android 4.2 của Google. Hiện tại, HDX 7 có 2 phiên bản Wi-fi (\$229/16GB) và LTE (\$329/16GB).



TOP 7 MẪU LOA DI ĐỘNG năm 2013

CÙNG VỚI SỰ HIỆN DIỆN GẦN NHƯ 24/24 TRONG ĐỜI SỐNG CÁ NHÂN CỦA MÁY MÓC ĐIỆN TỬ NHƯ ĐIỆN THOẠI DI ĐỘNG HAY MÁY TÍNH BẢNG THÌ NHỮNG PHỤ KIỆN ĐI KÈM VỚI CHÚNG CŨNG ĐƯỢC NHIỀU NGƯỜI QUAN TÂM VÀ ƯU ÁI. MỘT TRONG SỐ ĐÓ CHÍNH LÀ NHỮNG THIẾT KẾ LOA DI ĐỘNG VỚI KIỂU DÁNG NHỎ GỌN, MÀU SẮC THỜI TRANG CÙNG CÔNG NĂNG ẤN TƯỢNG.

❶ MARLEY CHANT

Giá bán: US\$60

Thiết kế phong cách đi kèm túi bảo vệ sành điệu và chỉ nặng có 410gr, Marley Chant vô cùng thuận tiện để mang đi bất cứ đâu. Ngoài ra phần vỏ bọc canvas và phần tre bọc xung quanh khiến Marley Chant trở thành phụ kiện đậm cá tính và bắt mắt đối với người yêu thích đồ dùng công nghệ. Kết nối Bluetooth hoặc dây micro cáp để sạc pin dễ dàng.

❷ KITSOUND HIVE

Giá bán: US\$90

Nặng 375gr, pin chạy 10 giờ liên tục và có thể sạc bằng dây micro cable chuẩn quốc tế, Kitsound Hive mang thiết kế hiện đại, gọn gàng và dễ dàng kết nối với điện thoại di động qua Bluetooth. Công suất của loa là 5W nhưng vẫn đảm bảo chất lượng âm thanh. Ngoài ra KitSound Hive còn có nhiều màu sắc trẻ trung như xanh da trời, đỏ, trắng, đen, tím cho bạn lựa chọn.

❸ iLuv MobiOut iSP 233

Giá bán: US\$120

Được đánh giá là mẫu loa di động giá tốt cùng chất lượng xứng đáng, iLuv MobiOut nặng

350gr, thiết kế không thấm nước, dễ dàng di chuyển cùng cáp USB phụ kiện đi kèm. Sản phẩm có thể chạy liên tục đến 9 giờ. Tuy nhiên, âm thanh khi sử dụng Bluetooth không tốt bằng dùng cáp.

❹ SUPERTOOTH DISCO 2

Giá bán: US\$85

Đây là phiên bản nâng cấp của dòng sản phẩm SuperTooth Disco. Với khả năng hoạt động liên tục trong 6 giờ, công suất 16W, SuperTooth Disco 2 còn được trang bị Bluetooth 4.0 cho phép bắt sóng hoàn hảo. Tuy nhiên, sản phẩm này có cân nặng lên đến 560gr và thiết kế hơi cao gây đôi chút khó khăn nếu muốn gói ghém.

❺ JABRA SOLEMATE

Giá bán: US\$150

Vốn nổi tiếng với sản phẩm tai nghe Bluetooth nên không khó khăn để nhận ra điểm nổi bật nhất của Jabra Solemate chính là khả năng kết nối Bluetooth hoàn hảo với điện thoại. Tuy nhiên không chỉ có thế, theo đánh giá của đa số người dùng thì Jabra Solemate

còn mang đến chất lượng âm thanh chuẩn mực cùng thiết kế thân thiện nhỏ gọn. Pin chạy đến 8 giờ. Có 2 màu đen và trắng để bạn lựa chọn.

❻ NATIVE UNION SWITCH

Giá bán: US\$150

Có thiết kế khá giống với Jabra Solemate nhưng Native Union Switch với bốn góc vuông khiến sản phẩm này có thể để nằm ngang hay dọc tùy thích. Ngoài ra, Native Union Switch không chỉ có pin khủng đến 14 giờ mà còn mang đến chất lượng khuếch đại âm thanh khá tốt. Phụ kiện đi kèm gồm dây cáp với jack 3.5mm và cáp USB.

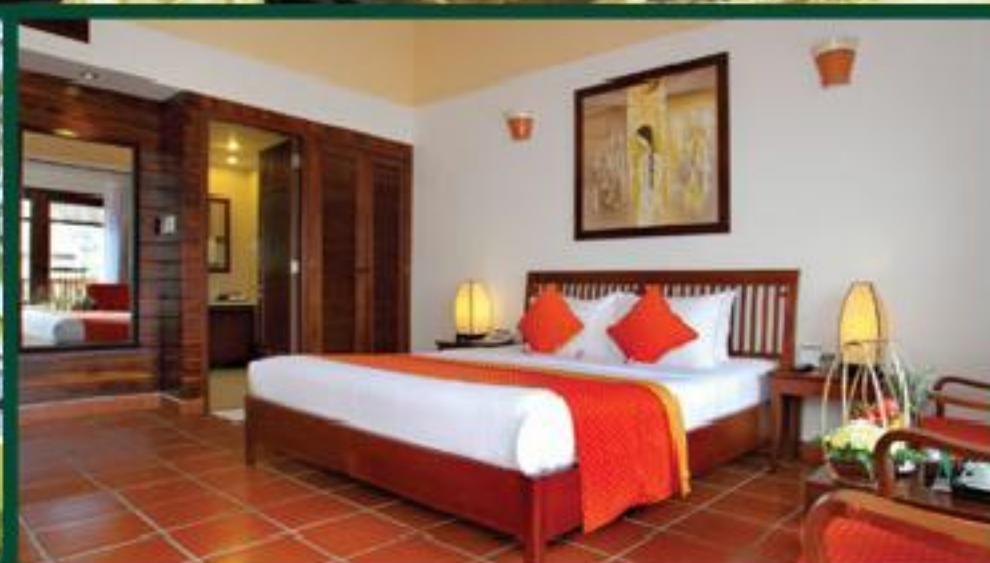
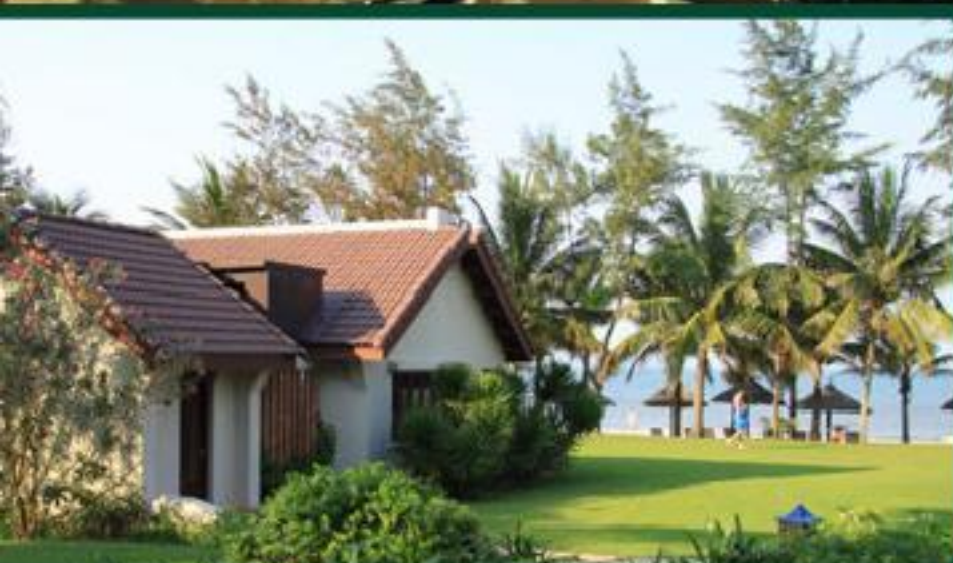
❼ JAWBONE JAMBOX

Giá bán: US\$150

Thiết kế cực kì nhỏ gọn, xinh xắn, Jawbone Jambox kết nối Bluetooth dễ dàng và hiệu quả đồng thời tự động ngắt chuyển khi bạn có cuộc gọi đến điện thoại. Phụ kiện đi kèm ngoài các cáp sạc và jack cắm thông thường còn có microphone để bạn trò chuyện thoải mái. Pin của dòng sản phẩm này duy trì tốt trong vòng 5 giờ.



Thiên đường riêng của bạn




PALM GARDEN RESORT
Hoi An - Viet Nam
★★★★★



CHƯƠNG TRÌNH KHUYẾN MÃI MÙA LỄ HỘI

(Có giá trị từ ngày 04/12/2013 – 10/02/2014)

Chỉ với **5.750.000 VND++** / 2 người

Bao gồm:

- Hai đêm nghỉ tại phòng Superior Garden View gồm ăn sáng tự chọn dành cho 2 người tại nhà hàng Terrace Café
- Đưa và đón miễn phí từ sân bay về khu nghỉ và ngược lại bằng xe riêng
- Sự lựa chọn Một lần massage đầu / lưng / chân trong 30 phút hoặc Một bữa ăn trưa/tối thực đơn Việt Nam cho 2 người tại nhà hàng Terrace Café (không áp dụng cho tiệc tối đêm Noel 24/12/2013 và đêm giao thừa 31/12/2013)
- Nhận phòng sớm hoặc trả phòng trễ tùy tình trạng phòng
- Nâng hạng phòng tùy tình trạng phòng khi nhận phòng
- Giường phụ cho người thứ 3 (không bao gồm ăn sáng)
- Giảm 15% giá các dịch vụ tham quan du lịch, dịch vụ spa & massage, Tiệc tối đêm Noel 24/12/2013 hoặc đêm Giao thừa 31/12/2013

Và nhiều ưu đãi khác...

* Phòng đơn: VND 5.400.000++

ĐƯỜNG LẠC LONG QUÂN, BIỂN CỬA ĐẠI, THÀNH PHỐ HỘI AN, TỈNH QUẢNG NAM

ĐT: (84.510) 3.927.927 - FAX: (84.510) 3.927.928

EMAIL: INFO@PGR.COM.VN - WWW.PALMGARDENRESORT.COM.VN



XE **COMPACT** - SỰ LỰA CHỌN *cho* NHỮNG CON PHỐ NHỎ

Minh Lâm

134^{STYLE}

CÀNG NGÀY NHU CẦU MUA SẴM XE HƠI CÀNG TĂNG CAO, ĐẶC BIỆT LÀ Ở CÁC THÀNH PHỐ LỚN. TUY NHIÊN VỚI ĐIỀU KIỆN ĐƯỜNG SÁ CHƯA TỐT CÙNG LƯU LƯỢNG GIAO THÔNG KHÁ PHỨC TẠP, NGƯỜI TIÊU DÙNG THƯỜNG E NGẠI KHI QUYẾT ĐỊNH BỎ TIỀN MUA NHỮNG MẪU XE CÓ KÍCH CỠ LỚN DÙ CÓ THỂ RẤT THÍCH. CHÍNH VÌ VẬY, XE COMPACT TRỞ THÀNH SỰ LỰA CHỌN ĐƯỢC CÂN NHẮC NHIỀU NHẤT.



Chevrolet Cruze 2013

Được xem là mẫu xe compact hoàn hảo nhất của Chevrolet, Chevrolet Cruze 2013 gây ấn tượng không chỉ cho tập đoàn GM mà cả thị trường xe hơi thế giới vì độ êm và thiết kế tinh tế của mình. Về cơ bản, Chevrolet Cruze 2013 đã được trang bị tính năng tiết kiệm nhiên liệu nhưng đáng kể hơn nữa phải là động cơ tăng áp 4 xi-lanh 1.4l khiến xe hoạt động nhẹ nhàng hơn, tạo nhiều mômen xoắn hơn và tiết kiệm xăng tốt hơn. Ngoài ra, khoang xe rộng rãi cùng giá thành mềm cũng là một trong những ưu điểm nổi trội của Chevrolet Cruze 2013.

● Hi tech

www.stylemagazine.vn



Luôn nằm trong nhóm ưu tú của các mẫu xe compact từ khi mới xuất hiện, Ford Focus luôn giữ được dáng vẻ thanh lịch đậm chất châu Âu của mình. Phần nội thất tinh tế được trang bị kết nối đồng bộ khiến chiếc xe trở thành một nơi dễ chịu cho người lái. Tuy nhiên phần ghế sau hơi chật là một hạn chế cho các gia đình đông và giá thành cũng không mấy dễ chịu.



Hãng xe lâu đời của Nhật đã trở thành yếu tố cạnh tranh khi cho ra đời mẫu xe Civic 2012 với phần nội thất bằng nhựa cứng nhưng rất may lỗi này đã được phát hiện và khắc phục kịp thời bằng phiên bản 2013. Thậm chí, chiếc Civic 2013 còn được cải tiến cả diện mạo bên ngoài để trông mạnh khỏe và cứng cáp hơn. Về phần khung máy, Honda vẫn đảm bảo chất lượng để Civic 2013 trở thành mẫu xe compact chạy êm, tiết kiệm nhiên liệu và dễ thao tác.





Có lẽ hơn bất kì chiếc xe nào, Mini Cooper chính là ví dụ tiêu biểu là ý niệm “small luxury car” (mẫu xe nhỏ quý tộc). Dòng Mini hiện nay đã có đến 7 kiểu dáng khác nhau nhưng được ưa chuộng nhất có lẽ vẫn là kiểu dáng mui cứng cổ điển. Ngoài ra, khách hàng đến với dòng xe này luôn có rất nhiều sự lựa chọn về màu sắc lẫn thiết kế nội thất mang đậm tính thời trang. Giá thành của Mini Cooper cũng không hề rẻ nhưng một khi đã gắn vào mình khái niệm “luxury” thì rẻ sẽ thành một khuyết điểm.



Mini Cooper
2013
137 STYL

Đi Tìm Đêm

Khải Ly

Giáng Sinh

GIÁNG SINH VỐN DĨ KHÔNG PHẢI LÀ MỘT NGÀY LỄ CHÍNH TRONG TRUYỀN THỐNG CỦA NGƯỜI VIỆT NAM. CHÍNH VÌ THẾ KHI DU NHẬP VÀO NƯỚC TA, Ý NGHĨA CÙNG KHÔNG KHÍ CŨNG CÓ NHIỀU THAY ĐỔI. VẬY TẠI SAO KHÔNG THỬ "ĐI TÌM ĐÊM GIÁNG SINH" ĐÍCH THỰC Ở NHỮNG VÙNG ĐẤT ĐƯỢC BẦU CHỌN LÀ ĐỊA ĐIỂM LÝ TƯỞNG ĐỂ TRẢI QUA THỜI KHẮC ĐẦY MÀU SẮC NÀY?

Lapland, Rovaniemi, Phần Lan

Được xem là vùng đất cư ngụ của ông già Santa Claus huyền thoại, Lapland cách thủ đô Helsinki, Phần Lan 90 phút máy bay. Nhờ vào địa thế trung tâm cực Bắc, ngay sát dưới chân Bắc Cực, Lapland lại càng thích hợp với danh xưng "Thủ đô của Giáng Sinh Châu Âu". Mỗi năm, có hàng triệu du khách đổ về đây và tập trung vào hai địa điểm du lịch nổi tiếng là Santa Claus Village và Santa Park, nơi tổ chức vô vàn hoạt động từng bừng mang đậm chủ đề Giáng Sinh như Santa workshop, tham quan bằng xe tuần lộc thật, mua sắm quà kỉ

niệm handmade từ chính tay ông già Noel... Trong khung cảnh trắng xoá của tuyết, những cây thông trang trí rực rỡ khắp nơi, hương rượu vang nóng và bánh quy gừng thơm lừng không khí, tiếng chuông leng keng, nhạc nhà thờ không dứt, Lapland đích thực là vùng đất thần tiên trong tưởng tượng của bất kì ai khi nghĩ về một Giáng Sinh cổ tích. Ngoài ra, khi đến đây, bạn cũng đừng quên ghé chân vào bưu điện của Santa Claus và sử dụng dịch vụ gửi quà hay bưu thiếp đi vòng quanh thế giới!



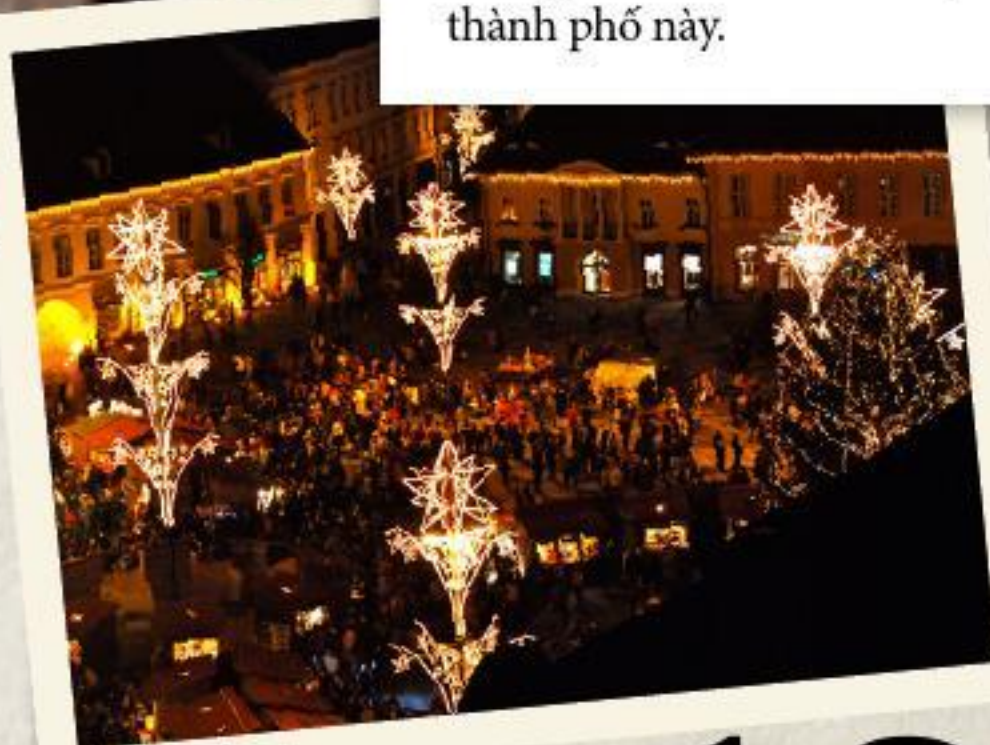


Amsterdam, Hà Lan

Có lẽ ít ai biết rằng cái tên Santa Claus nổi tiếng toàn thế giới lại xuất phát từ nhân vật thánh St. Nick, ông già râu trắng thường quà cho những đứa trẻ ngoan mà người Hà Lan gọi là Sinterklaas hay Sint một cách thân mật. Tuy nhiên, người Hà Lan ăn mừng Giáng Sinh hai lần: một lần vào ngày 5 tháng Mười Hai (ngày lễ thánh St Nicholas' Eve) để tặng quà cho trẻ em và một lần nữa cho gia đình và bữa tối thịnh soạn vào ngày 25 tháng Mười Hai. Ở Amsterdam, bạn sẽ thấy đèn trắng được treo lên ở khắp nơi, những con phố mua sắm ngập tràn hàng hoá và quà tặng. Nếu thời tiết đủ lạnh, những con sông đào trong thành phố sẽ đóng băng và bữa tiệc trượt băng lớn nhất năm sẽ diễn ra trong sự hào hứng của tất cả mọi người. Bên cạnh đó, dọc khắp các lối đi nhỏ, bạn sẽ dễ dàng tìm thấy vô vàn quán cà phê, quán bar được trang hoàng lộng lẫy. Bất cứ ai cũng đều ăn mặc tươi tắn mỉm cười rạng rỡ với nhau. Sự gần gũi thân thiện cũng chính là một phần không nhỏ làm nên nét duyên dáng của thành phố này.

Cologne, Đức

Có rất nhiều thành phố ở nước Đức được trang hoàng rực rỡ vào tháng Mười Hai để chào đón Giáng Sinh nhưng ít có thành phố nào có thể vượt qua được Cologne. Điểm nổi bật nhất ở đây có lẽ là 8 khu chợ Noel tổ chức dọc hai bờ sông Rhine với nhiều hoạt động và hàng hoá vô cùng đa dạng. Trong đó, lớn nhất là khu chợ nằm ở quảng trường phía trước nhà thờ biểu tượng thành phố, Kölner Dom. Cologne thực sự là một địa điểm thích hợp để đưa gia đình đến đây vào dịp Noel bởi cảm giác ấm cúng và gần gũi mà thành phố mang lại. Hãy tưởng tượng bạn cầm trong tay một cốc glühwein nóng nồng, loại rượu vang được nấu cùng gia vị đặc sắc theo kiểu Đức, bên cạnh người mình yêu dấu, thả bộ hết từ khu chợ này đến khu chợ khác ngập tràn đèn chùm, bánh kẹo, nụ cười, lời chúc! Giáng Sinh ở Cologne chính là như vậy!

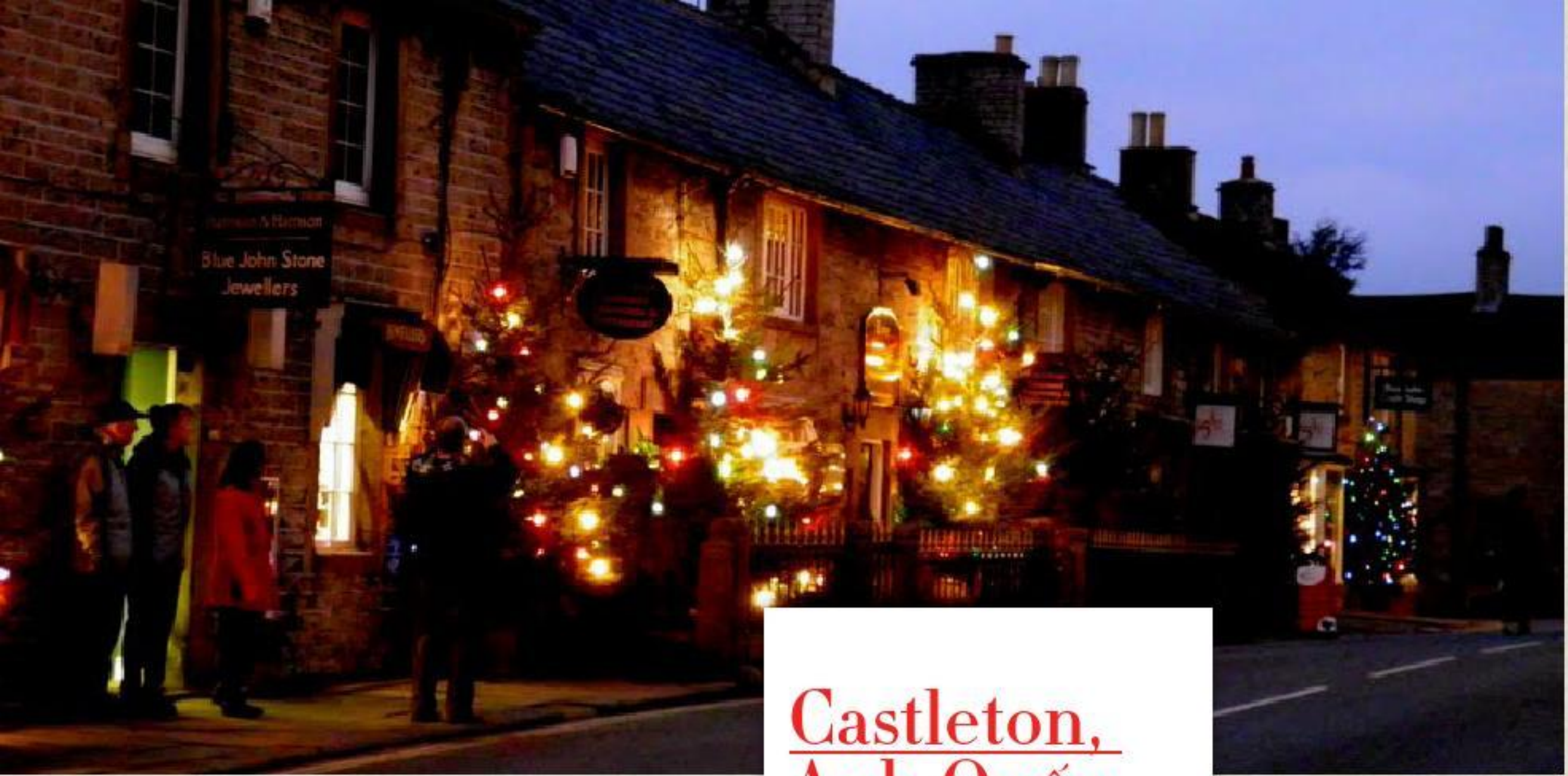




Tromso, Na uy

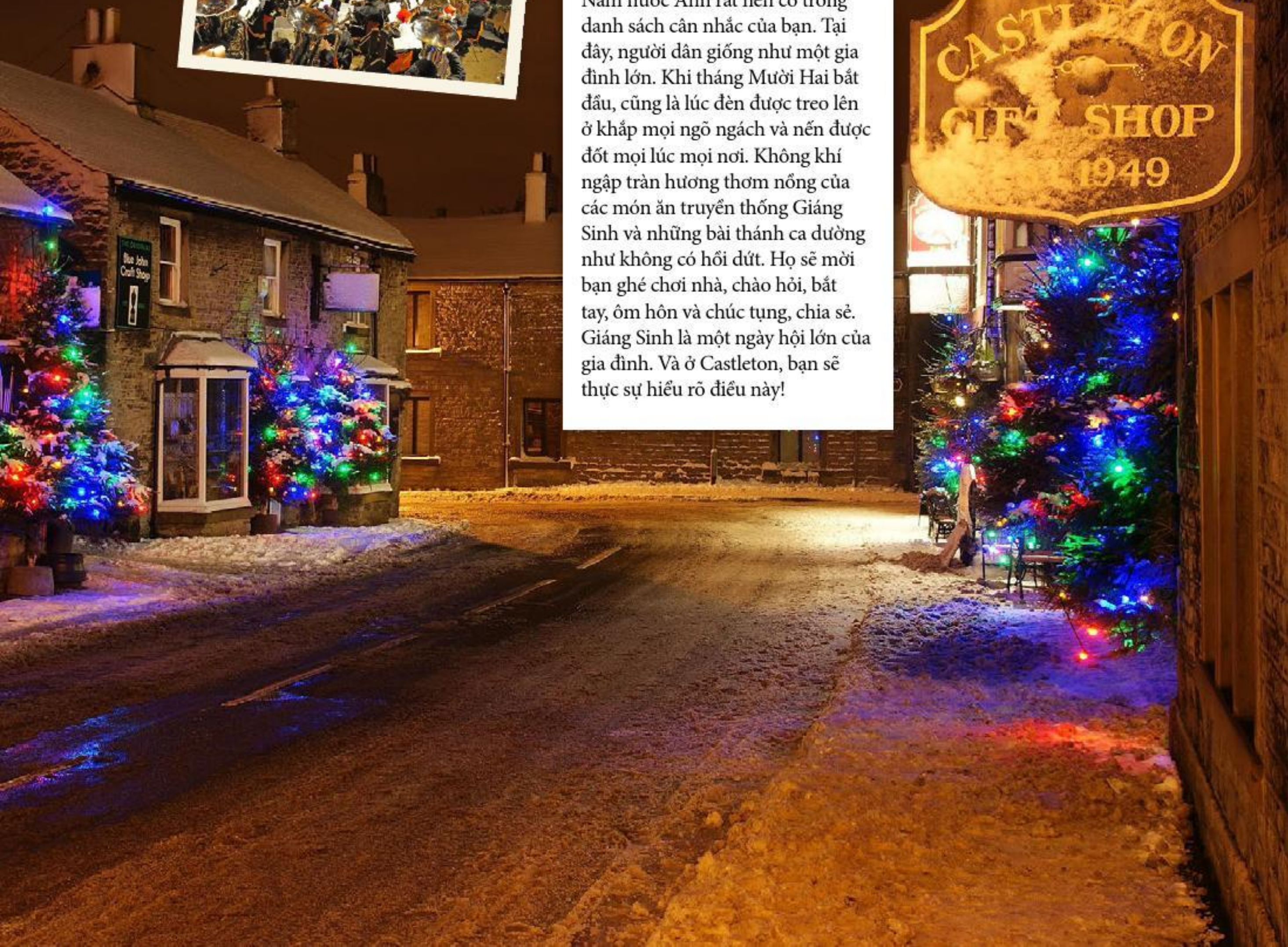
Một trong những điều kì diệu của các nước Bắc Âu chính là ánh sáng phương Bắc (Northern Lights). Vậy tại sao không thử trải qua một Giáng Sinh trắng tại đảo Tromso, Na uy, nơi bạn có thể chiêm ngưỡng sự tuyệt vời của tạo hoá này từ 6 giờ tối đến nửa đêm? Ngày ở đây vào mùa đông rất ngắn, nhưng chẳng nề hà gì khi bạn có thể đi thăm thú khắp nơi bằng xe chó kéo hay cáp treo, có thể vào thăm các ngôi làng nhỏ với nhiều ngôi nhà gỗ trắng cạnh rừng thông. Đặc biệt, nếu có điều kiện, bạn nên đặt phòng ở khách sạn Clarion. Khách sạn này được trang bị một bồn Jacuzzi trên mái nhà, là nơi cực kì lí tưởng để ngắm northern lights khi đang thư giãn dễ chịu.





Castleton, Anh Quốc

Có một sự thật rằng bạn sẽ dễ dàng tìm thấy ý nghĩa của Giáng Sinh tại các thị trấn nhỏ bởi tính chất gần gũi và thân thiện của chúng. Chính vì vậy mà Thị trấn Castleton, ngôi làng đá xinh xắn nằm phía Tây Nam nước Anh rất nên có trong danh sách cân nhắc của bạn. Tại đây, người dân giống như một gia đình lớn. Khi tháng Mười Hai bắt đầu, cũng là lúc đèn được treo lên ở khắp mọi ngõ ngách và nền được đốt mọi lúc mọi nơi. Không khí ngập tràn hương thơm nồng của các món ăn truyền thống Giáng Sinh và những bài thánh ca dường như không có hồi dứt. Họ sẽ mời bạn ghé chơi nhà, chào hỏi, bắt tay, ôm hôn và chúc tụng, chia sẻ. Giáng Sinh là một ngày hội lớn của gia đình. Và ở Castleton, bạn sẽ thực sự hiểu rõ điều này!



● Destination

www.stylemagazine.vn



Aspen, Colorado, US

Nếu thích bạn một Giáng Sinh trắng thì thành phố trên núi Aspen sẽ là sự lựa chọn lí tưởng. Vốn nổi tiếng với khu resort trượt tuyết, Aspen vào kì nghỉ Giáng Sinh lại càng trở nên đẹp kì ảo hơn bao giờ hết không chỉ bởi những đường trượt rực rỡ bởi ánh lửa mà còn bởi vô số hoạt động festival âm nhạc, chợ Noel, cuộc thi, thực đơn đặc biệt tại các nhà hàng địa phương phục vụ niềm nở. Aspen chắc chắn là địa điểm lí tưởng đối với người yêu thể thao cũng như mọi gia đình vào dịp Giáng Sinh.



FORTUNA

HOTEL

HANOI



CHRISTMAS

WITH  **ANGRY BIRDS**



CHƯƠNG TRÌNH:

- ▶ Tiệc tối Angry Birds
- ▶ Thương thức thoải mái rượu vang, bia và nước ngọt
- ▶ Chương trình biểu diễn đặc sắc
- ▶ Chương trình bốc thăm trúng thưởng với nhiều phần quà giá trị.
- ▶ Các trò chơi Angry Birds hấp dẫn
- ▶ Chụp ảnh lấy ngay với Ông già Santa, Công chúa Tuyết & các chú chim Angry Birds
- ▶ Quà Giáng sinh

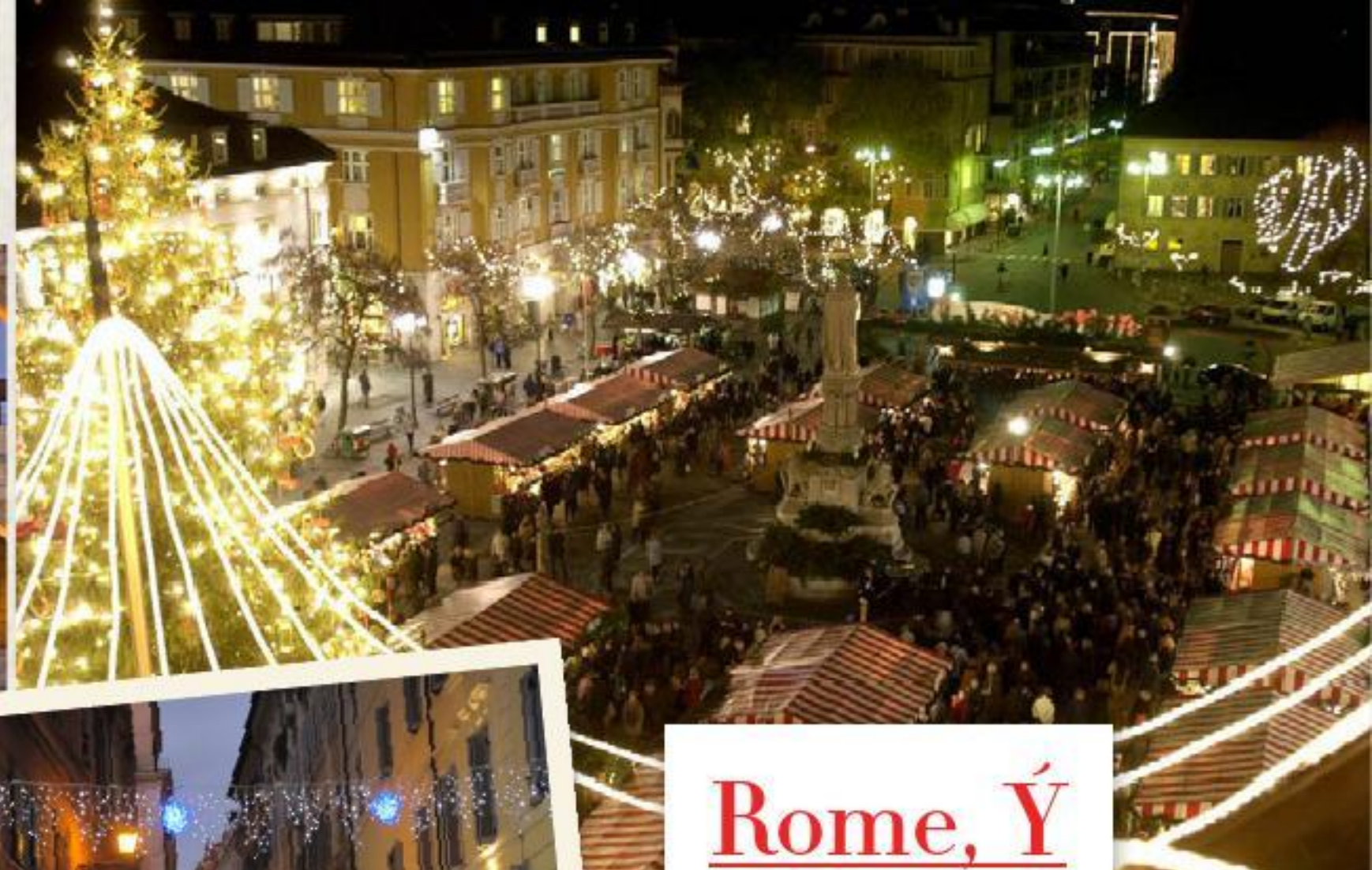
Trải nghiệm mùa giáng sinh năm nay với các chú chim Angry Birds đáng yêu, các chú lợn xanh vui nhộn cùng với nhiều bất ngờ đặc biệt thú vị đang chờ đón.

- ▶ Ngày : 24/12/2013
- ▶ Thời gian : 6:30PM-9:30PM
- ▶ Địa điểm : Phòng tiệc Victoria
- ▶ Giá vé : 1.300.000VND/ Người lớn
650.000VND/ Trẻ em*

fortuna.vn

THÔNG TIN CHI TIẾT, XIN VUI LÒNG LIÊN HỆ
SỐ ĐIỆN THOẠI 04.3831 3333, SỐ MÁY LỀ 6466





Rome, Ý

Phải rồi, thành phố của Chúa! Làm sao có thể bỏ qua nơi này vào dịp Giáng Sinh, vốn dĩ là một ngày về cơ bản là thuần đạo đúng không? Chính vì thế, Giáng Sinh ở Rome cũng nghiêm trang và chính tể hơn bất kì nơi nào trên thế giới. Nếu bạn là một con chiên ngoan đạo hay yêu thích và muốn tìm hiểu nhiều nền văn hoá đích thực thì Rome chắc chắn là nơi bạn cần đặt chân đến vào tháng Mười Hai. Những con phố lát gạch được chằng đèn sáng rực rỡ, đám đông không nhộn nhạo, những buổi lễ diễn ra liên tục ở khắp các nhà thờ trong thành phố. Người ta kính cẩn, lịch thiệp và hoà nhã. Ở Rome vào dịp này, tự nhiên bất kì ai cũng sẽ cảm nhận được bầu không khí của truyền thống, của đức tin và lòng trung thành. Giáng Sinh sẽ được nhìn nhận dưới một góc nhìn khác không kém phần thú vị.

Taos, New Mexico

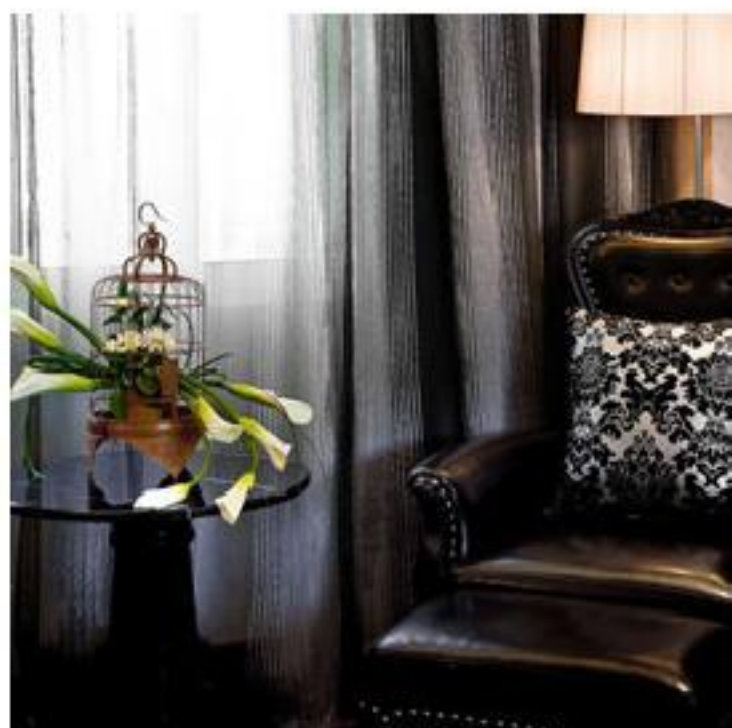
Giáng Sinh ở Taos khá thú vị vì được hoà trộn giữa nhiều nền văn hoá khác nhau do đặc điểm đa dạng về thành phần người cư trú. Những địa danh nổi tiếng bạn không thể bỏ qua vì vẻ đẹp kì diệu có thể kể đến như Ledoux Street và buổi lễ mừng Giáng Sinh của người Mỹ Anh-điêng. Bên cạnh đó, bạn có thể lựa chọn đến nghỉ tại Taos Ski Resort cách đó 18 dặm nếu yêu thích trượt tuyết hoặc thư giãn tại El Monte Sagrado Living Resort and Spa cũng là một quyết định không tồi.





KHI THƯỜNG GIA LƯU TRÚ TẠI GIA

Trong những chuyến công tác dài đằng đẵng, sẽ thật tuyệt vời nếu khách sạn trở thành ngôi nhà thứ hai của mỗi doanh nhân để họ có thể trút bỏ những bộn bề công việc để trở về, là chính mình và tận hưởng những không gian riêng mình. Với các tiện ích hữu dụng cho doanh nhân trong các chuyến công tác dài kỳ, ý tưởng “Lưu trú tại gia” – một sáng kiến mới táo bạo - đã giúp thương hiệu khách sạn Thụy Sĩ Mövenpick Hà Nội trở thành “khách sạn tốt nhất Việt Nam dành cho thương gia” do tổ chức World Luxury Hotel Award trao tặng. Style kỳ này xin giới thiệu những lý do tại sao những thương gia không nên bỏ qua chôn nghỉ ngơi lý tưởng này.



1. Ý TƯỞNG MỚI PHÁ BỎ NHỮNG QUAN NIỆM LỖI THỜI

Chúng ta đã quá quen với mô hình của Executive Lounge dành cho khách VIP và mặc định với nhau rằng đã là khách sạn năm sao thì phải có tầng Executive - nơi có những căn phòng lưu trú, khu vực ẩm thực thuộc dạng cao cấp nhất khách sạn mà quên mất một điều rằng yếu tố khiến cho khách hàng thực sự cảm thấy ấn tượng và ghi nhớ nhất lại xuất phát từ dịch vụ họ được thụ hưởng chứ không phải là những tiện nghi về mặt vật chất. Với tinh thần của một “Executive Lounge”, “Lưu trú tại gia” không chỉ đáp ứng những mong đợi của khách hàng về chất lượng phòng nghỉ, mà quan trọng hơn cả là giúp họ tận hưởng tất cả các dịch vụ như khi họ ở nhà: dùng bữa điểm tâm, thưởng thức miễn phí đồ uống trong tủ đồ uống, mát-xa cơ thể, gọi điện thoại nội hạt, sử dụng internet không dây tốc độ cao, dịch vụ thư ký, dịch vụ đồ, nhận phòng và trả phòng linh hoạt. Thoải mái quá đúng như khi bạn đang ở nhà!

2. THỜI GIAN VẪN LUÔN LÀ VÀNG BẠC

Tiện nghi duy nhất mà khách hàng không thể mua được là thời gian và khách sạn phải luôn cố gắng mang lại những giá trị tốt nhất trong quỹ thời gian vàng bạc của họ. Công việc của các doanh nhân đều rất bận rộn và họ thực sự trông đợi khách sạn có thể đoán biết và đáp ứng những nhu cầu và mong muốn của mình. Chỉ khi ấy, khách hàng mới có thể hoàn toàn tập trung vào công việc hoặc dành thời gian ấy để nghỉ ngơi, thư giãn và tham gia những hoạt động giải trí, mà không phải lo lắng đến những vấn đề khác. Với “Lưu trú tại gia”, tất cả những gì khách hàng cần làm chỉ là: tận hưởng, tận hưởng và tận hưởng!

3. KHÔNG GIAN CỦA HOÀI NIỆM VÀ HIỆN ĐẠI

Nằm ở vị trí trung tâm Hà Nội, rất gần với các trụ sở, văn phòng của các công ty đa quốc gia lớn, Mövenpick Hà Nội nổi tiếng tại thủ đô với hình ảnh của một khách sạn hạng sang dòng boutique với dịch vụ chuẩn mực của Thụy Sĩ. Sự kết hợp đa dạng của nhiều phong cách, vừa hiện đại, vừa hoài niệm đã gợi mở ra một không gian lưu trú và tận hưởng cuộc sống tươi mới mà vẫn thật yên bình. Tông màu chủ đạo của cả ba loại phòng Superior Deluxe, Premium Deluxe, và Junior Suite là nâu hạt dẻ nhẹ, hòa hợp hoàn hảo với tông nâu sẫm của sàn gỗ và màu đen bóng của chiếc ghế da đầy phong cách. Nổi bật trên những gam màu dễ chịu ấy là màu xanh cỏ tươi mới đầy thu hút. Những bức hình về người Hà Nội trên nền đen trắng với tâm điểm là sắc xanh khiến người ta không thể không cảm nhận được độ tinh tế và sức hút diệu kỳ của những khung hình tường chừng quá đỗi giản dị.

Để đặt gói dịch vụ “Lưu trú tại gia” (In-residence program), khách hàng có thể liên lạc tới bộ phận Kinh doanh & Tiếp thị theo số +84 4 3822 2800, máy lẻ 6138 hoặc email: hotel.hanoi.reservation@moevenpick.com hoặc truy cập website: www.moevenpick-hotels.com/hanoi



Góp phần tạo nên & duy trì hương vị whisky tuyệt hảo, trở thành người đứng đầu nhà máy sản xuất whisky danh tiếng nhất Scotland và thế giới, đối với Andy MacDonald, như vậy dường như vẫn chưa hoàn thành sứ mệnh và mơ ước của mình. Năm nào ông cũng có chuyến thăm các quốc gia đang sử dụng Glenmorangie để tìm hiểu sâu sắc hơn thị trường và văn hóa đặc trưng của từng nơi. Mỗi vùng đất đặt chân đến, ông đều tô đậm hình ảnh và danh tiếng của thương hiệu whisky hàng đầu mà ông đang vinh dự là người sản xuất.

Andy MacDonald:

BẮT ĐẦU & KẾT THÚC
là **“ĐI & TRẢI NGHIỆM”**

Gắn bó với ngành rượu hơn 20 năm và đã từng làm việc tại hơn 15 nhà máy chưng cất, Andy MacDonald tự nhận mình “có duyên với whisky từ trong trứng nước” khi gần như gia đình và mọi người xung quanh ông đều làm nghề này. Nhưng không phải ai cũng có cái duyên nợ lâu dài và say đắm như ông, bởi khi giáp mặt người đàn ông quyền lực này, người ta chỉ thấy một phong thái đĩnh đạc, thân thiện, hồn hậu của một người đã “phải lòng” whisky, đã dành trọn đời mình cho whisky chứ không phải là một doanh nhân tất bật thường thấy. Ông chia sẻ: “Những chuyến đi đến các quốc gia mà Glenmorangie đang thâm nhập, tôi mang tâm thế người trải nghiệm hơn là nghiên cứu thị trường. Bởi chỉ có mục đích trải nghiệm mới giúp tôi cảm nhận rõ nhất, sâu sắc nhất và hồn nhiên nhất văn hóa và những chuẩn mực hoàn hảo của con người nơi đó. Việt Nam cũng vậy, đây là lần thứ ba tôi đến đây nhưng lần nào tôi cũng thấy khác, thấy mới vì Việt Nam thay đổi nhanh quá”.

Andy MacDonald lớn lên tại thiên đường

của dòng Speyside, Scotland và Giám đốc nhà máy sản xuất whisky Glenmorangie là vị trí cao nhất và vinh dự nhất mà ông từng đảm nhận từ năm 2008. Gánh vác một nhà máy sản xuất rượu đã có danh tiếng hơn 150 năm, trọng trách này đối với Andy MacDonald được ví như “sứ mệnh”, bởi ông thực hiện nó với tình yêu và lòng đam mê nghề và khát khao hương vị tuyệt hảo của Glenmorangie mãi giữ vị trí cao nhất trong dòng rượu whisky thế giới.

“Niềm hạnh diện nhất của tôi có lẽ là được lãnh đạo, là người đứng đầu một đội ngũ những người thợ chưng cất rượu lành nghề bậc nhất của Scotland - được mệnh danh là “Những người hùng xứ Tain”. Đây là danh hiệu đại diện cho sự cần cù, tinh tế, tỉ mỉ, tài năng gạo cội và uy tín, trách nhiệm tuyệt đối đối với quy trình sản xuất whisky của Glenmorangie. Họ mới chính là nhân tố tạo nên danh tiếng lâu đời của Glenmorangie. Từ năm 1843, “Những người hùng xứ Tain” đã truyền bí quyết nghề cho nhau từ đời này sang đời khác, đến nay đã là đời thứ 5. Glenmorangie đã qua biết bao đời Giám đốc nhà máy sản xuất nhưng bí quyết của

“Những người hùng xứ Tain” là bất biến, không bao giờ mai một. Được làm việc với họ, tôi không chỉ là người quản lý, đưa ra mệnh lệnh mà còn học hỏi những kỹ thuật, tay nghề mà không một nhà máy chưng cất nào trên thế giới có thể so sánh được” - Andy MacDonald chia sẻ với một niềm tự hào lẫn khiêm tốn hiếm thấy.

Ông muốn chia sẻ niềm vinh dự và hạnh diện về “Những người hùng xứ Tain” này đến tất cả những vị khách quý tại tất cả các quốc gia mà ông đặt chân đến. Để tạo được tình yêu với một thương hiệu, ta không chỉ yêu hương vị của nó mà còn cảm nhận thương hiệu đó bằng thứ tình cảm của sự thấu hiểu, chia sẻ và khâm phục. Glenmorangie mà Andy MacDonald muốn người Việt Nam yêu thích phải bắt nguồn từ lòng nhiệt thành của chính những con người đã dày công tạo nên Glenmorangie trứ danh trên toàn thế giới - “Những người hùng xứ Tain”. Xuất phát từ triết lý này mà Giám đốc nhà máy sản xuất Glenmorangie - Andy MacDonald mới có cảm hứng để bắt đầu và kéo dài bất tận những chuyến đi và trải nghiệm khắp thế giới của mình.



Andy MacDonald trong chuyến thăm Tp.HCM, bên cạnh ông Trần Đức Cường - đại diện thương hiệu, người đẹp Khánh Mỹ, ông Quách Thái Công - đại sứ thương hiệu Glenmorangie, ông Leo Wan - Giám đốc thương hiệu Công ty Một Hennessy Việt Nam, Hoa hậu Mai Phương Thúy và Á hậu Hoàng Yến (từ trái sang)



Thanh Hoa

148 STYLE



MỘT SỐ LƯU Ý KHI CHUẨN BỊ PHÒNG CƯỚI THEO THUẬT PHONG THỦY

PHÒNG CƯỚI LÀ KHÔNG GIAN QUAN TRỌNG NHẤT ĐỐI VỚI MỌI CẶP VỢ CHỒNG TRẺ VÌ ĐÂY CHÍNH LÀ NƠI TÌNH YÊU CỦA HỌ THĂNG HOA, LÀ NƠI CẢ HAI VỢ CHỒNG SẼ CHIA SẺ NHỮNG ĐIỀU RIÊNG TƯ VÀ THẨM KÍN NHẤT. NHỮNG YẾU TỐ CƠ BẢN TRONG PHONG THỦY PHÒNG CƯỚI SẼ GIÚP HẠNH PHÚC VỢ CHỒNG TRỞ NÊN VIÊN MẪN.

Phong thủy là nghệ thuật bố trí không gian sinh hoạt sao cho hỗ trợ ở mức tối đa cuộc sống thường ngày của bạn, đảm bảo thành công và niềm vui tinh thần như ý. Nó giúp bạn dựa trên một số quy tắc cơ bản, đơn giản để sắp xếp, tổ chức, phối màu mọi vật dụng trong phòng cưới một cách hợp lý, hài hòa. Mục tiêu là củng cố dòng chảy của những nguồn năng lượng tích cực (nguồn sinh lực thiết yếu) trong cả căn phòng. Khi phòng cưới được cung cấp nguồn sinh lực thích hợp, nó có thể ảnh hưởng trực tiếp tới sự thịnh vượng, sức khỏe, tình yêu và chuyện ân ái của bạn.

1. Dọn dẹp mọi vật dụng lộn xộn, không cần thiết ra khỏi phòng cưới. Để có thể nghỉ ngơi, thư giãn hoàn toàn bên vợ/chồng, bạn nên cất gọn những giấy tờ, hóa đơn liên quan tới công việc. Năng lượng cần có không gian để luân chuyển xung quanh bạn khi bạn say giấc. Do đó, ngay cả nếu bạn là người có đam mê đọc sách, cũng chỉ nên giữ lại ít sách nhất ở mức có thể trong phòng cưới. Hơn nữa, việc thoáng khí rất quan trọng trong phòng cưới, bởi nó giúp xóa tan mùi đồ đạc mới, tránh làm ảnh hưởng tới việc hít thở, sức khỏe và tâm trí đôi vợ chồng trẻ.

2. Những chiếc giường ngày nay thường hay thiết kế phần đầu giường cao trung bình 50- 70 cm, nhô lên khỏi thân giường. Nên kê phần đầu giường này áp tường một cách vững chắc nhưng phải đảm bảo không chắn mất cửa sổ. Thường thì giường xoay về hướng Đông rất có lợi vì khi mặt trời mọc vào buổi sáng có thể cung cấp năng lượng cho bạn ngay lúc bạn mở mắt tỉnh dậy (tuy nhiên, nên xem xét kỹ bản mệnh của vợ chồng để chọn hướng giường ngủ). Đầu giường bằng gỗ cũng ẩn chứa nguồn năng lượng từ thiên nhiên và mặt đất, giúp bạn cảm thấy thoải mái trong đêm. Tối kỵ là để phòng cưới tối tăm, thiếu ánh sáng.

3. Treo một bức tranh lãng mạn trong tầm nhìn của bạn. Điều này rất quan trọng bởi vì bức tranh đó là hình ảnh bạn nhìn thấy đầu tiên vào buổi sáng và cuối cùng vào buổi tối, trước khi lên giường đi ngủ. Ảnh cưới hay ảnh chụp lúc hai người nghỉ tuần trăng mật là lựa chọn tuyệt vời. Không nên treo ảnh ngay trên đầu giường vì nó dễ gây mộng mị cho đôi trẻ. Cũng không nên lạm dụng treo quá nhiều tranh ảnh lên tường.

4. Tạo điểm nhấn bằng gam màu đỏ để làm trái tim người bạn đời thêm dịu dàng và

rộng mở. Các sắc đỏ tươi sáng được cho là sẽ giúp bạn thêm hứng khởi và có tác dụng hâm nóng chuyện gối chăn. Ngoài ra, sắc đỏ cũng đem lại may mắn cho đôi vợ chồng trẻ. Không nên sơn phòng cưới bằng các màu đậm như xanh lá cây đậm, xanh dương đậm, nâu đậm hay đen trắng... vì chúng có thể làm cho hai người cảm thấy u ám, sầu muộn. Các gam màu nhẹ nhàng, êm dịu luôn được khuyến khích.

5. Loại bỏ tất cả vật dụng liên quan tới mối quan hệ trước đó. Bên cạnh đó, bất cứ đồ vật nào khiến bạn liên tưởng tới những việc tiêu cực, sự kiện buồn hoặc tình huống không may cũng cần đưa ra khỏi phòng cưới.

6. Sắp xếp mọi thứ theo cặp, theo đôi để củng cố nguồn năng lượng của hai vợ chồng. Những bức tranh, khung ảnh chỉ có một nhân vật trong đó đều không tốt khi treo ở phòng cưới. Mọi thứ “có đôi có cặp” sẽ tạo cảm xúc gắn bó, yêu thương hơn.

7. Đưa thiên nhiên vào phòng cưới bằng cách đặt một chậu cây nhỏ trong phòng. Hãy đảm bảo rằng đó là cây lá tròn và không độc hại đối với sức khỏe. Sự xuất hiện của cây cối trong phòng cưới không chỉ tạo ra sự hài hòa, ẩn ý giữa hai vợ chồng mới cưới mà nó còn đặc biệt hiệu quả trong việc giảm căng thẳng, tránh tâm trạng bức bối, dễ cáu gắt.

SẮP XẾP VÀ TRANG TRÍ GIƯỜNG CƯỚI THEO PHONG THỦY

Giường cưới là phần quan trọng nhất trong phòng cưới và quá trình kê đặt, trang trí giường cưới cũng là một trong những phần quan trọng nhất của việc chuẩn bị cho ngày vui của đôi uyên ương. Nó biểu tượng cho sự thăng hoa của mối quan hệ tình cảm vợ chồng, cho tương lai bền vững của mối quan hệ đó và không những thế còn liên quan tới khả năng sinh con đẻ cái.

Theo thuật phong thủy, cặp đôi nên



bắt đầu bằng việc chọn thời điểm thuận lợi nhất để bố trí và tô điểm giường cưới. Thông thường, đó là khoảng một tuần hay vài ba ngày trước khi lễ cưới diễn ra. Sau thời điểm này, chú rể hay bất cứ người nào khác, trừ những em bé xinh xắn, khỏe mạnh (để chúc phúc cho cặp vợ chồng mới cưới sẽ sớm mang bầu và sinh nở thành công), không được phép ngủ trên giường, ngồi lên hay thậm chí chạm vào giường.

Cô dâu cũng không nên nằm hay nghỉ ngơi trên giường trước khi lễ cưới diễn ra. Sau khi cưới, cô dâu mới được ngồi lên giường cùng với một vài em bé đáng yêu, khỏe mạnh. Các bé ngồi hoặc nằm

cạnh cô dâu ít nhất 10-15 phút.

Với những đôi vợ chồng dự định sử dụng giường ngủ đã có sẵn, nên di chuyển chiếc giường một chút về bên phải hoặc bên trái, về phía trước hoặc phía sau rồi mới bắt đầu thay đổi ga trải giường và trang trí theo ý thích.

Cũng sẽ rất tốt nếu bạn nhờ được một người họ hàng là nữ giới, đã lớn tuổi, có gia đình chồng con và cháu chắt để huế, xuất hiện trong lúc bạn xếp đặt giường cưới. Bởi người phụ nữ này tượng trưng cho người mang may mắn truyền lại cho thế hệ sau.

Lúc việc kê đặt, bài trí giường hoàn

thành, bước tiếp theo cặp đôi nên chú ý là thắp sáng các ngọn đèn bên giường. Đó phải là một cặp đèn, tốt nhất nên có gam màu đỏ. Cuối cùng, đôi trẻ nên chú ý gửi phong bao lì xì lấy may cho người họ hàng lớn tuổi và các em bé đã giúp bạn chuẩn bị phòng cưới.

MỘT SỐ LƯU Ý QUAN TRỌNG KHÁC VỀ GIƯỜNG CƯỚI

1. Cạnh giường bên phải không đối diện hoặc quá gần tường. Nếu không, nó sẽ làm cho mối quan hệ vợ chồng có nguy cơ căng thẳng. Không nên kê giường ngay sát một bức tường kính vì ánh sáng mạnh làm vợ chồng thiếu thoải mái (nguyên tắc này cũng giống với việc một ngôi nhà kính cao tầng ở đối diện sẽ tạo ra những xung động năng lượng không tốt cho căn nhà của bạn).

2. Cửa phòng tắm hướng trực tiếp tới giường cũng có thể gây ra vấn đề về sức khỏe, nhất là với cô dâu. Còn nếu giường đối diện cửa ra vào phòng ngủ cũng khiến vợ chồng mất ngủ, dễ bị đau đầu.

3. Tránh đặt một tấm gương lớn phía trước hoặc hai bên giường để hạn chế khả năng cặp vợ chồng mới cưới xảy ra cãi cọ. Nếu phòng cưới nhỏ và cô dâu vẫn cần một chiếc gương soi cả người, hãy nghĩ đến giải pháp đặt gương trong thành tủ quần áo để có thể ẩn gương vào tủ khi ngủ.

4. Không đặt đài ở đầu giường vì âm thanh phát ra có thể ảnh hưởng tới thần kinh.

5. Tránh những vật có góc nhọn như cạnh bàn, ghế hoặc ngăn kéo hướng về phía đầu đôi vợ chồng vì nó sẽ gây ra chứng đau đầu.



SPA MINI

Tuyệt vời tại nhà

Ngày nay, phòng tắm ngoài những chức năng thông thường vốn có, còn là nơi để thư giãn, làm mới bản thân và lấy lại năng lượng. Bởi vậy phòng tắm đang chuyển dần chức năng giống như một Spa mini tại nhà. Là chuyên gia trong lĩnh vực phòng tắm, với mong muốn mang đến cho bạn môi trường thư giãn hoàn hảo, EuroStyle – Công Ty Phong Cách Âu Châu sẽ biến phòng tắm sang trọng của gia đình bạn trở thành một phòng Spa tuyệt vời.

Ngoài hệ sen vòi, tủ chậu, gương và đèn được thiết kế ấn tượng, chỉ cần bổ sung một vài thiết bị là bạn đã có thể có ngay một phòng Spa tuyệt đẹp với đầy đủ chức năng ngay tại nhà. Bộ xông

hơi Logica Twin 3 trong 1 đẳng cấp bao gồm xông khô - xông ướt - tắm trắng sẽ là điểm nhấn tuyệt đẹp và sang trọng. Logica Twin được sản xuất từ nguyên vật liệu hạng nhất như: Gỗ Canada Hemlock, gạch Ý, Đá marble ... Thiết bị hiện đại, bộ phụ kiện đầy đủ cùng liệu pháp ánh sáng LED 5 màu, hệ automatic tiết kiệm điện... mang tới sự thư thái hoàn toàn cho cơ thể. Với dòng sản phẩm này, gia chủ có thể tùy chọn chức năng xông để phù hợp yêu cầu sử dụng của gia đình.

Thêm vào đó, bồn sục Hoesch – Đức, được làm bởi chất liệu acrylic mang đến vẻ ngoài bóng loáng tự nhiên cho bồn và được trang bị những chức năng chính

là massage chân, lưng, massage bên và khí. Tùy theo nhu cầu sử dụng, bạn có thể chọn loại chức năng phù hợp. Đặc biệt là khả năng diệt khuẩn luôn mang đến không gian sạch sẽ trong lòng bồn. Nếu có điều kiện, bạn có thể lựa chọn thêm các chức năng cao cấp khác như trị liệu bằng ánh sáng, hệ thống tinh lọc nước, điều khiển cảm ứng, máy sưởi, sục khí... Thậm chí còn có thể lựa chọn đặt chiếc bồn trong nhà hoặc ngoài trời. Bộ sản phẩm hoàn chỉnh cùng với sự chú trọng trong thiết kế không gian, màu sắc, kết hợp âm thanh và ánh sáng hợp lý, một phòng Spa mini sang trọng và đầy sức sống tại nhà sẽ không còn là điều gì quá xa vời.



MỌI THÔNG TIN CHI TIẾT LIÊN HỆ:

EuroStyle - Công Ty Phong Cách Âu Châu 12, Tôn Đức Thắng, Đống Đa, Hà Nội

ĐT: 0437470156 - Hotline: 0928.922.922

Website: www.eurostyle.com.vn - Email: info@eurostyle.com.vn



COCKTAIL CHO GIÁNG SINH

STYLE XIN GIỚI THIỆU VỚI BẠN 12
LOẠI COCKTAIL RẤT DỄ LÀM ĐỂ BẠN
THỰC HIỆN VÀ MỜI BẠN BÈ DÙNG THỬ
TRONG DỊP GIÁNG SINH SẮP TỚI!

Có rất nhiều đồ uống truyền thống dành cho dịp nghỉ lễ Giáng Sinh nhưng trong những năm gần đây, mọi người ngày càng nghĩ ra nhiều lựa chọn mới hơn. Một số loại cocktail dành cho dịp Giáng Sinh được tạo ra hoàn toàn mới, trong khi những loại khác lại được tạo ra bằng cách sáng tạo với những công thức đã có. Dưới đây, chúng tôi xin giới thiệu một danh sách 12 loại cock/mocktail dành cho dịp lễ Giáng Sinh sắp tới.

❶ Eggnog là một đồ uống được mọi người ưa dùng trong dịp này. Nó rất ngon cho dù bạn có thêm rượu mạnh hay không thêm rượu mạnh. Đây cũng chính là lý do nó là lựa chọn hoàn hảo bởi cả những

người không uống rượu lẫn uống rượu đều có thể nâng ly.

❷ Hot Buttered Rum là một loại cocktail rất ngon, thơm mùi vanilla, quế. Đồ uống này rất hợp với những bữa tiệc nhỏ hoặc những bữa tiệc dành cho 02 người. Đặc biệt khi uống bên cạnh lò sưởi trong những ngày đông giá buốt thì không gì tuyệt bằng.

❸ Mulled Wine hay vang nóng. Không ai không biết Mulled Wine là đồ uống rất hợp cho những ngày đông giá. Nhớ lại cách đây một vài năm, giám đốc của T&A Ogilvy Nguyễn Thanh Sơn đã giới thiệu đồ uống này trên facebook của mình trong chuyến đi nghỉ đông ở châu Âu của anh.

❹ Peppermint Stick. Loại cocktail này sử dụng creme de cacao trắng

và rượu schnapps bạc hà để tạo ra một hương vị chocolate bạc hà vô cùng thú vị. Có thể pha sẵn một số lượng lớn và để trong bình.

❺ Christmas Cookie. Loại cocktail này là sự kết hợp hoàn hảo giữa rượu Kahlua và Bailey với một chút rượu schnapps bạc hà.

❻ Santa Shot. Loại cocktail này được pha với nhiều lớp rượu schnapps bạc hà, xi rô lựu và rượu bạc hà creme de menthe.

❼ Chocolate Raspberry Martini có vị đúng như tên gọi của nó. Đúng là như vậy đó! Để pha loại cocktail này, bạn lấy 01 phần creme de cacao trắng pha với 01 phần rưỡi vodka raspberry.

❽ Red Hot Santa Tini. Loại cocktail này là hỗn hợp vodka với gia vị ớt chilli-pepper. Khi uống dùng bột dừa nạo trộn lẫn với ớt cayenne để

tạo viền cho miệng ly.

❾ Chưa bao giờ một ly Grinch là thừa thải trong dịp lễ Giáng Sinh! Loại cocktail này được pha như sau, lấy 02 phần Midori trộn với nửa phần nước cốt chanh và cho thêm vào hỗn hợp 01 thìa syrup!

❿ Chán ngán với việc trở thành người lớn? Okie, vậy Snowball là loại cocktail dành cho bạn. Loại cocktail này có vị ngây với hương thơm của tequila và mùi quế.

⓫ Poinsettia cũng là một đồ uống cho dịp lễ Giáng Sinh. Cách làm thì không thể dễ hơn: lấy rượu champagne, rượu Cointreau và nước quả nam việt quất trộn lẫn với nhau.

⓬ Candy Cane. Loại cocktail này được pha như sau: trộn rượu schnapps bạc hà với berry vodka và creme de cacao.



Được biết đến là một trong những món ăn tốt cho sức khỏe trên thế giới, sushi là món cơm trộn với giấm khi ăn thường kết hợp với cá sống, trứng cá, hay rau củ. Sushi với người Nhật là món ăn không thể thiếu và được xem là niềm tự hào của nền ẩm thực xứ mặt trời mọc bởi sự cầu kỳ và hài hòa trong cách trình bày và hương vị. Cũng chính vì thế, các đầu bếp phải mất rất nhiều năm để có thể trở thành một “itamae” (đầu bếp làm sushi) tuyệt vời.

ĐÔI TAY TÀI HOA

Như từng ngón tay của một người nhạc sĩ lướt nhẹ trên phím đàn, người đầu bếp sushi có thể “nắm” bằng chính đôi tay tài hoa. Từng thao tác như nặn cơm, cắt cá hoặc hải sản đều rất cẩn trọng để thực khách có thể cảm nhận được trọn vẹn hương vị trong mỗi miếng sushi.

CON DAO SẮC BÉN

Giữ cho con dao luôn sắc bén rất quan trọng đối với tất cả các đầu bếp, đặc biệt là các đầu bếp làm sushi. Mỗi một loại hải sản như cá thu, cá ngừ hay cá bơn đều có những nét khác biệt đem đến thử thách riêng cho con dao.

CƠM

Một đầu bếp sushi thực thụ luôn tự hào về hương vị và sự tinh tế của mỗi miếng cơm. Hơn cả cá hay bất kỳ nguyên liệu nào khác, cơm thể hiện sức lôi cuốn kỳ diệu của sushi, là phép màu biến đổi các nguyên liệu đơn giản thành những món ăn độc đáo. Mỗi hạt cơm cần tròn trĩnh, hoàn hảo như một bài thơ haiku (bài thơ ngắn của Nhật) và các đầu bếp sushi chính là những đại sứ tuyệt vời. Anh ta sẽ biết làm thế nào để kết hợp các nguyên liệu, chuẩn bị cơm bằng cách pha trộn cẩn thận gạo trong hỗn hợp giấm, đường và muối với tỉ lệ chính xác để có thể đem đến vị thơm của cơm trộn giấm, vị ngậy ngậy, thanh mát của cá sống cùng vị cay nồng của wasabi.

Nghệ thuật Sushi

Cùng khám phá những điều bí ẩn về sushi cùng với đầu bếp Kenji Tam (Khách sạn Fortuna Hà Nội)



PHONG CÁCH TINH TẾ

Sushi là món ăn đơn giản mà vẫn rất tinh tế, nghệ thuật. Phần thú vị trong cách thưởng thức chính là đầu bếp sẽ giới thiệu thành phần của mỗi món sushi để thực khách có thể đánh giá hương vị qua cách phân biệt các nét đặc sắc và mùi vị. Trong một miếng sushi nigiri hoàn hảo, miếng cá được đầu bếp khéo léo đặt trên nắm cơm và được giữ chắc chắn, nhờ thế mà thực khách có thể cảm nhận trọn vẹn hương vị trong từng khoảnh khắc sushi. Thưởng thức sushi cũng phải biết cách. Thực khách sẽ được hướng dẫn nhúng đầu có cuốn cá vào nước chấm và không trộn mù tạt khi thưởng thức vì nó có thể át hương vị của sushi. Hãy biết kết hợp với một lát gừng ngâm chua để rửa sạch vị giác, giúp hương vị sushi không bị trộn lẫn.

ĐỒ UỐNG

Trà xanh được ví như một người bạn tốt khi thưởng thức sushi bởi hương vị của trà sẽ giúp chuyển hóa muối trong nước chấm. Thực khách cũng có thể chọn rượu sa kê như *kikusui* hay *hakkaisan* lạnh hoặc một cốc *biayebisu* khi kết hợp với sushi.

PHÉP XỬ THẾ

Để bắt đầu, hãy yêu cầu một loại cá khá hiếm nhưng không quá bí truyền, như “kanpachi” (cá cam). Hãy nói “itadaki-mas” (trông rất tuyệt, bây giờ tôi thưởng thức nó đây) khi đầu bếp phục vụ món đầu tiên, sau đó đừng quên khen cá hay cơm. Nếu bạn không muốn gọi món, hãy chọn lựa “omakase” (món ăn lựa chọn bởi đầu bếp). Bạn chỉ cần cho đầu bếp biết thói quen ăn uống và loại cá hay hải sản mà bạn thích. Nhớ là kết thúc bữa ăn với câu “Gochi-so-sama-deshi-ta” (Wow, thật là một bữa sushi tuyệt vời!) và thưởng thức “agari” (trà xanh nóng) trước khi rời khỏi bàn.

Nhà hàng Nhật Bản Emperor (Khách sạn Fortuna) hiện đang giới thiệu chương trình Hương vị Nhật Bản vào các buổi trưa trong tuần từ ngày 1/12/2013. Thực khách sẽ có cơ hội được thưởng thức hơn 50 loại sushi, lẩu nhật và nhiều món ăn hấp dẫn, đa dạng khác chỉ với 420,000VNĐ ++/người lớn và 210,000VNĐ++/trẻ em.

Khách sạn Fortuna Hà Nội

6B Láng Hạ, Ba Đình, Hà Nội

ĐT: (04) 3831 3333 – Số máy lẻ 6461 hoặc 6100.

LỤC ĐỊA VS GIÀ TÂN THẾ GIỚI

Minh Anh

CÙNG STYLE TÌM HIỂU SỰ KHÁC BIỆT
GIỮA VANG CỦA LỤC ĐỊA GIÀ VÀ
TÂN THẾ GIỚI ĐỂ TÌM RA CHO MÌNH
DÒNG VANG PHÙ HỢP NHẤT TRONG
DỊP LỄ GIÁNG SINH SẮP TỚI!



Rất nhiều quốc gia trên thế giới sản xuất rượu vang như Pháp, Đức, Tây Ban Nha, Italia, Anh, Hi Lạp và Bulgari. Vang châu Âu, hay thường được biết đến với cái tên “Old World Wine”, là “thánh địa” của vang và ngành làm vang trên toàn thế giới. Ở Lục Địa Già, vang được làm ra theo những cách cũ, lâu đời và truyền thống. Cách làm rượu vang này được phát triển từ văn hóa Hy Lạp và La Mã. Tuy nhiên, mặc dù không ai có thể phủ nhận khi nói tới vang là người ta sẽ nói tới vang của Lục Địa Già nhưng không phải vì thế mà vang Tân Thế Giới chỉ đáng bỏ đi. Thực tế, vang của Úc, của Chile, Argentina, Nam Phi và New Zealand đều có những loại và những chai rất ngon. Sự khác biệt giữa hai loại vang này là vang Lục Địa Già thường được xem là vang truyền thống. Trong khi đó, vang Tân Thế Giới được xem là loại vang thương mại, được sản xuất theo phương pháp nặng về công nghiệp hơn.

Nếu bạn lựa chọn vang của Lục Địa Già, hẳn bạn ưa thích những loại vang truyền thống, những loại vang theo mùa. Và hẳn bạn cũng là người yêu thích sự khác nhau giữa các giống nho, các vùng thổ nhưỡng (các đặc tính riêng của từng vùng đất và khí hậu đều có những ảnh hưởng riêng lên từng loại nho khi được đem tới trồng ở đó). Lấy một ví dụ điển hình cổ điển, các vùng trồng nho Bordeaux và Burgundy ở Pháp nổi tiếng với giống nho Cabernet Sauvignon và Pinot Noir và các kỹ thuật trồng nho truyền thống. Khi bạn mua rượu nho từ những khu vực này, bạn không chỉ hoàn toàn mua vì giống nho hay vì nhà sản xuất nào đó (tất nhiên, ngoại trừ một số nhãn đặc biệt như các nhãn thuộc nhóm First Growths hay Petrus hoặc DRC). Điều khiến bạn thực sự bỏ tiền là phong cách ủ rượu vang của vùng; thổ nhưỡng nơi đã sinh ra và nuôi dưỡng những trái nho ngon ngọt

được dùng để ủ loại rượu đó; truyền thống làm rượu của vùng đó; và việc chất lượng rượu thay đổi dựa theo từng vụ nho.

Nhưng điều này sẽ hoàn toàn khác với rượu vang của Tân Thế Giới. Tân Thế Giới thường có xu hướng trồng rất nhiều loại nho khác nhau – chính vì vậy, đưa ra quyết định sẽ lựa chọn giống nho nào lại là điều quan trọng khi bạn quyết định mua rượu vang của Tân Thế Giới. Các nhà ủ rượu vang của Tân Thế Giới do có nhiều thương hiệu và chất lượng của các thương hiệu cũng rất khác nhau nên đưa ra lựa chọn đúng thương hiệu rượu vang nào lại là điều quan trọng.

Sau khi đã quyết định được bạn muốn uống rượu vang của vùng nào (chẳng hạn vang Bordeaux nổi tiếng với những dòng vang đỏ chắc, đậm, nhiều mùi vị spice và hương vị tannin; Burgundy thì lại nổi tiếng với những chai vang đỏ có vị lạt

nhưng nhiều vị acid hơn; Chianti thì nổi tiếng với những chai rượu đỏ nhiều vị acid; Rioja thì làm nên tên tuổi với những chai vang đỏ khô, đượm hương vị gỗ sồi), đó là lúc bạn nên trả lời câu hỏi sẽ mua một chai để uống ngay hay mua một chai để dành và sẽ uống sau đó. Trả lời câu hỏi này sẽ giúp bạn đưa ra quyết định đúng về lựa chọn vụ mùa của chai rượu – hoặc chọn một chai không có vụ mùa (non-vintage). Thời tiết mỗi năm đều thay đổi vì vậy chất lượng nho mỗi năm đều có những thay đổi, dẫn tới cách ủ rượu nho mỗi năm cũng phải thay đổi đôi chút (chứ không theo chính xác tuyệt đối một công thức) và kết quả là chất lượng cuối cùng của rượu cũng thay đổi. Tuổi đời của một chai rượu (thời gian để dành lâu hay mau) cũng phụ thuộc lớn vào những yếu tố này. Thường những chai rượu vang của Lục Địa Già cũng nổi tiếng với thời gian để dành lâu năm.

6 *Lục Địa Già
và Tân Thế Giới có
những cách làm rượu
rất khác nhau, phong
cách khác nhau, mang
tới cho người uống
những trải nghiệm
khác nhau "*

155 **STYLES**





Vang Tân Thế Giới lại khác – do được làm ra theo cách khác. Cụ thể những nhà sản xuất vang Tân Thế Giới thường có những tác động (điều chỉnh) hoặc làm thay đổi hay định hướng hương vị của rượu vang theo ý thích của mình. Việc này diễn ra trong quá trình ủ rượu – mục đích của việc này là nhằm đảm bảo được độ đồng đều về chất lượng và phong cách giữa các năm.

Ví dụ rõ nhất cho sự khác biệt giữa vang Tân Thế Giới và vang Lục Địa Già là ở nắp chai. Hầu hết những chai rượu có nắp vặn xoắn bằng kim loại là rượu tới từ Tân Thế Giới – lý do của việc này là do những chai rượu này không có khả năng từ từ chín thêm trong chai như những chai rượu nắp bần (cork) của Lục Địa Già. Nút bần với những lỗ nhỏ ly ti mà mắt thường tuyệt đối không thể nhìn thấy được sẽ để một lượng oxy vô cùng nhỏ lọt qua các lỗ khí này và làm rượu chín từ từ.

Lục Địa Già và Tân Thế Giới có những cách làm rượu rất khác nhau, phong cách khác nhau, mang tới cho người uống những trải nghiệm khác nhau. Bạn không thể nói loại rượu vang nào cao cấp bởi nó là sở thích

và gout của mỗi cá nhân. Tuy nhiên, rượu vang của Lục Địa Già vẫn là tinh thần của ngành công nghiệp rượu vang. Và bất kỳ người nào yêu thích rượu vang sẽ không bao giờ bỏ qua sự phát triển của rượu vang và tương lai của nó.

156^{STYLES}

Vùng/Khu vực	Giống nho	Hương vị
Bordeaux, Pháp	Cabernet Sauvignon Cabernet Franc, Merlot, Sauvignon Blanc, Semillon	Đậm, chắc, tinh tế. Rượu đỏ thường nhiều mùi gia vị do được ủ trong thùng gỗ sồi.
Burgundy, Pháp	Pinot Noir, Chardonnay	Hương vị nhạt, tinh tế, thoảng mùi nho đỏ trồng trên đất đá khoáng.
Chianti, Italy	Sangiovese, Cabernet Sauvignon	Vị chua, độ đậm vừa phải.
Veneto, Italy	Pinot Grigio	Rượu trắng đậm, chắc với độ cân bằng hoàn hảo, vang trắng nổ (Prosecco).
Mosel, Đức	Riesling, Muller-Thurgau	Vị nhẹ nhàng, trẻ trung với rượu trắng. Ngoài rượu trắng còn có rượu ngọt được làm từ nho hái muộn.
Wurttemberg, Đức	Trollinger, Schwarzriesling, Lemberger.	Vang đỏ vị trẻ trung, tươi mới có độ đậm từ nhạt tới đậm chắc.
Rioja, Tây Ban Nha	Tempranillo, Garnacha Tinto, Garnacha Blanco	Vang đỏ vị trẻ trung với hương gỗ sồi ở các cung các bậc khác nhau. Vang trắng trẻ và ấn tượng.
Priorat, Tây Ban Nha	Garanch Tinto, Cabernet Sauvignon, Merlot, Shiraz	Vang đỏ vị đậm, chắc, ấn tượng và táo bạo.

Entertainment



“LÀ TÔI, HÀ ANH”

Nhật Minh

DƯỜNG NHƯ, CHO ĐẾN BÂY GIỜ, HÀ ANH VẪN CẦN MẮN BẮM ĐUỔI THEO THÔNG ĐIỆP: “TÔI LÀ CHÍNH MÌNH.”

Khi tôi thực hiện bài viết này, Hà Anh vừa hoàn thành vai trò MC trong chương trình Global Angels Awards 2013 được tổ chức tại London, Anh. Ngoài ra, cô cũng tranh thủ thể hiện ca khúc “From The Very Start” trong single thứ hai của mình. Khá ấn tượng phải không? Nhắc đến tên Hà Anh, người ta sẽ mừng rỡ ngay ra một cô gái cá tính, năng động, hoạt ngôn và tự tin. Không ít người chê cô “khá chảnh, không biết khiêm tốn, luôn để cao bản thân” và cũng không ít người khen cô “tự tin, thông minh và chuyên nghiệp.” Cô vẫn chăm chỉ khẳng định khả năng của mình ở nhiều lĩnh vực. Và gần đây nhất, cô khẳng định khả năng viết lách của mình bằng việc cho ra mắt cuốn tự truyện: “Là tôi, Hà Anh.”

Nhìn lại những gì Hà Anh đã đạt được trong sự nghiệp, tất nhiên, điều người ta dễ thấy nhất ở thành quả đó, là do cô thông minh và luôn nỗ lực. Nhưng, không thể phủ nhận một điều là cô cũng rất may mắn. Chúng tôi đã có cuộc nói chuyện với cô gái này qua Skype, khi cô đang ở Anh.

@Cho đến bây giờ, chị có nghĩ là mình khá may mắn?

Có chứ, mỗi ngày tôi đều cảm thấy may mắn. May mắn vì được tồn tại trên cuộc đời. May mắn khi được sinh ra trong một gia đình như gia đình tôi. May mắn được ông trời phú cho một hình hài, trí óc mạnh khỏe, may mắn vì luôn được yêu thương. May mắn khi được nghề nghiệp trân trọng. May mắn khi cơ hội tốt luôn mỉm cười với mình. Vâng, tôi là một người rất may mắn.

@Theo chị, yếu tố may mắn chiếm bao nhiêu phần trăm trong sự thành công của một ngôi sao?

Tùy theo mức độ cảm nhận về định nghĩa thế nào là thành công. Với cá nhân Hà Anh, dù biết mình thực sự là người rất may mắn nhưng cũng phải chủ động tìm kiếm và biết cách nắm bắt sự may mắn ấy. Hơn nữa, phần lớn dẫn đến thành công của sự nghiệp là do học tập, rèn luyện, biết cách phát huy ý chí và nỗ lực cá nhân. Một người nổi tiếng đôi khi có thể may mắn “gặp thời” nhưng nếu để tồn tại với thời gian thì cần đòi hỏi khả năng và nỗ lực thực sự. Đối với Hà Anh, có thể nói may mắn chiếm 20%, biết đi tìm và nắm bắt may mắn 30%, còn lại là nỗ lực lao động và ý chí.

@Nhắc tới chị, người ta nghĩ ngay đến một cô gái rất cá tính và thông minh, chứ không phải là một cô siêu mẫu nóng bỏng với body chuẩn. Điều này có thể coi là may mắn?

Vâng, là một phụ nữ và là một siêu mẫu, lẽ dĩ nhiên điều đầu tiên người ta sẽ quan tâm là ngoại hình. Nhưng để được công nhận bằng tài năng và trí thông minh thì ngoài nỗ lực chứng tỏ bản thân qua công việc, hoạt động và phát ngôn hàng ngày trong nhiều năm để được nhìn nhận và đánh giá nghiêm túc bởi số đông, cũng có yếu tố bởi may mắn. Nhưng may mắn này không phải loại may mắn tự nhiên mà tới, mà là may mắn tự tạo cho chính mình.

@Chị có nhận thấy rằng bản thân mình lại thiếu may mắn khi đàn ông Việt quan điểm về cái đẹp khác đàn ông Tây?

Không, đàn ông là đàn ông, bất kể Việt hay Tây, họ đều nhận thức được cái đẹp, dù mỗi người có sở thích đặc biệt về một loại hình thức khác nhau. Cá nhân tôi lúc nào cũng có người đàn ông của mình yêu thương, sao có thể gọi là thiếu may mắn?

@Trong con đường sự nghiệp của mình, dường như chị cũng khá may mắn khi gặp những người bạn tốt, có thể giúp chị phát triển, đặc biệt là Henri Hubert?

Các cụ có câu “thiên thời, địa lợi, nhân hoà”. Đó là những yếu tố khi cùng kết hợp được với nhau sẽ dẫn đến một hệ quả thành công. Đối với Henri Hubert, chúng tôi may mắn khi gặp được nhau, để trở thành bạn, cộng sự và tri kỷ. Cách đây 05 năm khi đang ngồi mơ mộng trên cùng chuyến xe đi nghỉ xa, tôi bỗng bất ngờ nói với Henri: “Em muốn có riêng cuốn sách của mình.” Henri nói “Tại sao không chứ? Nhưng em nên đợi đến khi em thật nổi tiếng, cuốn sách sẽ mang lại nhiều ảnh hưởng hơn”. Và tôi vẫn nhớ lời khuyên cũng như tiếp tục áp dụng dự định này.

05 năm trôi qua, cuốn sách của tôi, “Là tôi, Hà Anh” ra đời. Tôi không quên đi sự may mắn khi có được sự ủng hộ về tinh thần của anh. Nó giúp tôi mạnh mẽ hơn trong ý chí và quyết tâm. Nhưng mặt khác, chính tôi là người

“Đối với *Henri Hubert*,
chúng tôi may mắn khi gặp
được nhau, để trở thành bạn,
cộng sự và tri kỷ”





“*Và có khi cũng may mắn khi tôi không quá đẹp, quá thông minh để mang về hiểm họa cho bản thân!!” Cô siêu mẫu đã hài hước nhận xét về mình.*

viết lên và cho ra đời cuốn sách của riêng mình chứ không ai khác có thể làm thay cho tôi. Điều tôi muốn nói rằng, đừng bao giờ nghĩ có được may mắn, chúng ta có được "vị thần hộ mệnh" của chính mình, chúng ta phải luôn biết chủ động và nỗ lực lao động để làm nên vận mệnh của mình, tạo thêm may mắn cho mình.

@Xét ở khía cạnh nào đó, sự may mắn (thông minh và thẳng thắn) của chị lại hạn chế quan hệ và kìm hãm sự phát triển trong giới showbiz Việt, vốn nổi tiếng về chuyện kết bè phái và không ai muốn người khác hơn mình?

Điều gì cũng có hai mặt của nó. Có thể có những hạn chế nhất định nhưng nó lại mang cho tôi sự tôn trọng và trân trọng tuyệt đối ở các đối tác làm việc mà tôi cần. Đó là sự

lựa chọn của riêng tôi. Con đường sự nghiệp của tôi là con đường dài với những hoạch định và quỹ đạo riêng. Tôi là chính mình chứ không là ai khác và điều đó làm nên một Hà Anh với những giá trị riêng, không chỉ ở trong showbiz mà còn là ở cả ngoài xã hội. Tôi rất hạnh phúc vì những gì tôi đại diện, trở thành, mang đến và có được. Tôi không cảm thấy tiếc điều gì hết!

@Thật sự khá khâm phục việc một cô gái Việt như chị đủ bản lĩnh để hát và làm MC trong lễ trao giải Global Angels Awards 2013 với hơn hơn 500 quan khách nước ngoài, báo chí quốc tế, các nghệ sỹ nổi tiếng thế giới, điều mà không phải ai cũng làm được. Phải chăng, vị thế và vị trí cần được khẳng định ở xứ người, chứ không phải ở nơi "nhất mẹ, nhì con"?

Tôi bắt đầu 04 năm sự nghiệp người mẫu ở thị trường quốc tế, "chinh chiến" khá nhiều các giải thưởng quốc tế. Về Việt Nam cách đây 04 năm, tôi chỉ có khát khao được cống hiến cho ngành nghề, xã hội và đất nước mình. Chính vì vậy tôi không có hứng thú gây bè kết phái, cũng không để ý đến các tị hiềm trong giới. Tôi chỉ cố gắng làm những gì tôi có thể làm và hơn thế nữa.

Là một cô gái trẻ được học tập 05 năm, làm việc 04 năm ở môi trường nước ngoài, tôi rất đam mê trải nghiệm và chứng tỏ bản thân mình. Giờ đây có chỗ đứng, thành công nhất định tại quê hương, tôi lại mong muốn mang hai chữ - Việt Nam- tới các bạn bè thế giới! Tôi không nghĩ nhiều lắm đến trở ngại, hay lý do, chỉ biết rằng mình có khả năng và tâm

huyết thực sự, đất nước mình sẽ công nhận mình và thế giới cũng sẽ chào đón mình. Tại sao không? Tuổi trẻ để mơ ước và thực hiện hoài bão mà!!

@Nhưng người ta cho rằng chị khá khôn ngoan khi biết cách xây dựng cho mình một thương hiệu riêng, như cách các nhà sản xuất xây dựng thương hiệu cho sản phẩm của họ. Đó là cách đi của một doanh nhân, hơn là một cô người mẫu biết hát?

Vâng đúng vậy, đối với tôi mọi thứ tôi làm, phát ngôn, mọi bước tiến của tôi đều có suy nghĩ và kế hoạch nghiêm túc. Tôi vẫn luôn nói đùa rằng dù không chính thức ngồi bàn giấy nhưng kiến thức và lối tư duy tôi học được khi học đại học chuyên ngành kinh doanh marketing ở Anh Quốc luôn giúp đỡ cho tôi trong mọi hoạt động tôi làm. Dù mang trong mình "máu nghệ sỹ" nhưng tôi không quá "bay" mà luôn cố gắng suy nghĩ những bước tiến phù hợp trong sự nghiệp của mình bằng trí óc của một doanh nhân.

@Và liệu có phải là cách lựa chọn thông minh khi chị không hề áp dụng chiêu "tôi đẹp, tôi có quyền" để có đại gia, có xe, có nhà, và có tiền shopping? Sự thật là, khá nhiều người đẹp trong showbiz Việt đều chọn cách nhàn hạ này?

Mỗi người một cách sống, một sở thích, mục đích và tiêu chí khác nhau. Nếu may mắn mà bạn trai tôi giàu có và chiều chuộng tôi, tặng những món quà lãng mạn cho tôi, thì tôi cũng hạnh phúc. Tuy nhiên, yếu tố hàng đầu quan trọng đối với tôi là sự hấp dẫn lẫn nhau, tình yêu, sự chia sẻ về tinh thần cuộc sống. Mọi thứ khác sẽ chỉ là "bonus" (phần thưởng) mà thôi.

Là một người phụ nữ tự lập tôi có thể mua được cho bản thân mình bất kể thứ gì tôi thích. Còn tình yêu, đối với tôi không mua được bằng vật chất. Tôi không biết lựa chọn của mình là khôn ngoan hay ngốc nghếch. Nhiều cô gái hàng ngày được "ngồi mát ăn bát vàng", chẳng phải suy nghĩ, chỉ cần làm đẹp, mặc đẹp, ăn ngon - trong khi đó tôi xách va

li đi làm việc khắp mọi nơi, đa số là thiếu ngủ, chẳng có thời gian ăn đủ bữa nữa. Rồi đầu óc lúc nào cũng phải suy nghĩ, phân tích mình sẽ làm gì tiếp theo. Nhưng cá nhân tôi, tôi thấy mình hạnh phúc.

Đi cạnh bạn trai tôi, một người nổi tiếng trong lĩnh vực của anh ấy, tôi không chỉ là "bạn gái của Bobby Chinn" mà tôi là "Ha Anh Vu", trong nhiều sự kiện quốc tế như Global Angel Award vừa rồi. Anh ấy còn tự hào "tháp tùng" tôi khi tôi là "nhân vật chính". Tôi nghĩ hạnh phúc hay may mắn, tùy theo quan niệm riêng của mỗi người. Hạnh phúc của tôi là được ngẩng cao đầu là chính mình, được xã hội công nhận và tôn trọng và được làm chủ tất cả những gì mình nỗ lực lao động làm ra.

@Câu hỏi cuối cùng, có một câu chuyện vui rằng một cô gái đẹp mong chọn một anh chồng doanh nhân giàu, có thu nhập trên 500.000USD mỗi năm, và cho rằng tại sao những người giàu đó không chọn một người vợ xinh đẹp như cô ta, mà lại chọn một cô vợ xấu nhưng thông minh. CEO của tập đoàn J.P.Morgans đã trả lời rằng chỉ có người thiếu sáng suốt mới chọn cách lấy vợ đẹp vì theo thời gian tiền đầu tư thì tăng vù vù, còn nhan sắc thì giảm theo cấp số nhân. Vậy với một doanh nhân, người phụ nữ thông minh vẫn là hậu phương vững chắc. Nhưng, không ít người cho rằng phụ nữ vừa có nhan sắc vừa có trí tuệ như chị đôi khi lại là tai họa?

Tai họa đối với ai? Nếu đối với người đàn ông thì không thể nào đó là tai họa nếu như sắc đẹp và trí tuệ của phụ nữ ấy luôn hướng thiện. Đẹp, xấu, thông minh hay ngu ngốc đều có thể trở thành tai họa nếu tâm địa của con người xấu xa. Còn nếu không, dù kém nhan sắc một chút, thông minh có thể không bằng ai, nhưng họ làm đủ là một hay vài người xung quanh mình hạnh phúc thì đó đã là điều tuyệt vời. Nếu người phụ nữ, hay đàn ông biết mang lợi thế ngoại hình, trí tuệ của mình phục vụ cho những điều tốt đẹp, hướng thiện thì hệ quả của nó cũng sẽ tốt đẹp. Ít nhất là tôi tin thế và hy vọng là thế!

Xin cảm ơn và chúc chị thành công!



HENRI HUBERT

Hà Anh là một cô gái thông minh, quyết đoán và mạnh mẽ. Cô ấy luôn tự tin về những gì cô ấy làm. Có ấy có kiến thức và trải nghiệm. Cô ấy cũng rất chuyên nghiệp, rất nhanh để hiểu vấn đề, rất nhanh để hoạt động theo nhóm hay hiểu ý khách hàng. Khi đặt ra mục tiêu thì cô ấy sẽ tìm cách nhanh nhất để đạt mục tiêu đó. Dù ở Việt Nam hay nước ngoài, cô ấy vẫn có thể sống tốt".

161^{STYLE}



THU HIỀN

— ĐI CHẬM ĐỂ KHÔNG BỊ NGÃ

CÓ LẼ, NGƯỜI TA CHỈ THỰC SỰ NHÌN THẤY CÁ TÍNH CỦA CÔ NGƯỜI MẪU THU HIỀN
KHI XEM CUỘC ĐUA KỲ THÚ 2013.

Mặc dù đã rất nỗ lực hoạt động, cũng “bận bịu” với nghề suốt nhưng Thu Hiền vẫn còn là cái tên “khá mới” trong làng người mẫu Việt. Có thể, cô gái này chưa có “thành tích” gì nổi bật. Có thể, cô gái này không thích dính vào bất kỳ scandal nào. Nhưng có điều chắc chắn rằng Thu Hiền quyết tâm đi lên bằng thực lực và sự cố gắng của bản thân.

Tuy nhiên, cái tên Thu Hiền lại trở nên “hot” trong Cuộc Đua Kỳ Thú 2013 (CĐKT) – một chương trình truyền hình thực tế khá ăn khách năm nay. Người xem chứng kiến một cô gái can đảm, khá thông minh và quyết đoán. Và chức vô địch trong chương trình này đã thực sự hâm nóng tên tuổi Thu Hiền. Tất nhiên, nếu theo dõi từng tập của cuộc chơi, bạn không thể nào dùng từ “may mắn” cho chức vô địch của cô gái này được. Nhưng, chúng tôi dùng từ “may mắn” cho Thu Hiền là vì, nhờ chức vô địch này, rất nhiều người biết đến nghề người mẫu của cô. Và cũng chính nhờ từ “may mắn,” chúng tôi đã có cuộc hẹn với Thu Hiền.

@Cho đến bây giờ, chị có nghĩ rằng mình gặp khá nhiều may mắn không?

Tôi vẫn thường hay đùa với mọi người rằng ngôi sao may mắn luôn bên cạnh tôi. Nói vậy nhiều khi cũng là để cho mình có niềm tin hơn trong mọi điều tôi làm.

@Vậy chị có công nhận rằng ngoại hình, tài năng và sự nỗ lực thôi chưa đủ, cần phải một chút may mắn mới có thể thành công?

Tất nhiên, ai cũng cần có một chút may mắn. Bởi những sự ngẫu nhiên trong cuộc sống làm thay đổi hoàn toàn cục diện của một vấn đề nào đó khiến ta tin là may mắn luôn bên cạnh.

@Thực tế một chút nhé, từ một cô

gái “mong manh yếu đuối” của Vietnam Next Top Model (VNTM) đến một cô gái đầy bản lĩnh trong Cuộc Đua Kỳ Thú. Điều gì đã dẫn đến sự lột xác đầy ngoạn mục này?

Nói là mong manh yếu đuối thì không hẳn, lúc tham gia VNTM, tôi là một cô gái còn non trẻ chưa có nhiều va chạm trong cuộc sống, trong nghề nghiệp thì hợp lý hơn. Có lẽ hơn hai năm sau khi tốt nghiệp và đi làm như bao bạn trẻ khác, tôi nghĩ mình mới có nhiều trải nghiệm và va chạm hơn. Chính điều đó khiến tôi trưởng thành. Đó là vì sao mọi người thấy tôi bản lĩnh hơn trong CĐKT.

@Vậy tại sao trước đó mọi người không thể chứng kiến chị thực sự nỗ lực với nghề người mẫu, và phải chờ đến khi xem Cuộc Đua Kỳ Thú?

Có lẽ vì tôi hoạt động một cách trầm kín quá nên mọi người nghĩ tôi dậm chân tại chỗ. Còn với CĐKT, mọi người lại đón nhận tôi ở một góc độ khác. Có lẽ giản dị, hài hước, xấu xí một cách bình dị khiến mọi người có thiện cảm gần gũi nên yêu thích, bắt đầu quan tâm và muốn biết nhiều hơn về tôi. Đó cũng được coi là may mắn khi có được ân huệ yêu thương từ mọi người ở khắp mọi nơi.

@Và, hình như thần may mắn lại mỉm cười với chị khi dành chức vô địch trong Cuộc Đua Kỳ Thú. May mắn là vì sau cuộc thi này, vị trí của chị khác hẳn?

Như tôi đã nói. Tôi vẫn hoạt động và bận rộn hàng ngày nhưng mọi người lại cứ nghĩ tôi dậm chân tại chỗ. Thử hỏi với tính cách của tôi, tôi có chịu đứng im một chỗ để nhìn mọi người quay vòng vòng xung quanh mình không.

Mọi người đòi hỏi một người mẫu mới nhưng lại phải ở một bậc thang cao. Thế thì dễ ngã lắm. Tôi thà đi chậm đôi khi bị coi là dậm chân một chỗ cũng được. Nhưng tôi không muốn bị ngã để lại phải bắt đầu lại từ đầu.

@Trong giới showbiz, may mắn đôi khi là có một mối quan hệ tốt. Nhiều người cho rằng, chị đã rất may mắn khi có một cộng sự hiểu nghề như Henri Hubert?

Phải nói là tôi rất may mắn khi có nhiều người tốt xung quanh mình. Tôi trân trọng từng sự giúp đỡ của từng người đến với tôi từ những ngày đầu tiên đến bây giờ.

Và Henri không phải những người đầu tiên ấy. Đó là Diệp Lâm Anh, là anh Huấn make-up, Samuel Hoang, và các anh chị stylist khác. Chính nhờ những sự giúp đỡ đó mà tôi mới đi tiếp trên con đường người mẫu này. Và rồi, tôi mới gặp Henri Hubert.

Nghe anh chị đi trước nói về sự đóng góp không nhỏ của Henri cho ngành thời trang Việt Nam. Tôi tôn trọng những gì anh ấy đã làm, vẫn đang làm nhưng đừng đặt anh ấy lên một tầm cao quá để gạt bỏ đi những nỗ lực của mọi người nói chung và của bản thân tôi nói riêng. Tôi chưa nói lời cảm ơn nào tới anh ấy và mọi người đã giúp đỡ tôi nhưng tôi không bao giờ quên ơn một ai. Tôi luôn khắc sâu trong tâm trí và mang theo như hành trang động viên tôi mỗi ngày.

@Vậy chị học được gì từ người cộng sự đầy kinh nghiệm này?

Kiên trì, nhẫn nại, chăm chỉ và cẩn trọng. Anh không chỉ dạy cho tôi biết thêm về kỹ năng trong công việc mà luôn nhắc nhở tôi trong cách ứng xử hàng ngày. Bởi tôi còn trẻ và còn nhiều nông nổi lắm.

@Không ít người đẹp trong showbiz Việt chọn phương châm “Tôi đẹp, tôi có quyền” để được một đại gia lo cho toàn bộ. Tại sao chị không áp dụng lợi thế của mình?

Có lẽ tôi không đẹp nên tôi không có quyền đó. (Cười lớn) Mẹ tôi có dạy câu này: “Của biếu là của lo, của cho là của nợ.” Ở đời không ai cho không ai gì cả, nên hãy tự lập cho mình để mình thấy thanh thản trong tâm hồn.

@Các giá trị trong showbiz Việt hoàn toàn bị đảo lộn. Muốn sống và phát triển được, người ta phải học nguyên tắc ba không (Không Nghe, Không Nhìn và Không Nói) với chuyện của người khác. Chị có tuân theo nguyên tắc này?

Nguyên tắc này đúng với mọi nghề chứ không riêng gì showbiz. Bởi nghe nhiều, não phải tiếp thu nhiều. Mà tiếp thu thì lại phải cho ra, lại phải nói nhiều. Mà tôi sợ tất cả chỉ tại cái miệng.

Tốt nhất là nên áp dụng ba quy tắc này. Việc mình mình lo, không nên để ý ghen ghét với người khác mà lo là việc của mình. Ai cũng có cuộc sống riêng. Không Nghe - Không Nhìn - Không Nói là để tôn trọng mình và tôn trọng người xung quanh.

@Đến bây giờ, chị đã mừng tượng ra con đường phía trước của mình thế nào rồi? Sau ba năm gia nhập vào showbiz, cách nhìn về sự nghiệp của chị có thay đổi?

Chắc phải tới tháng 8 sang năm mới được tính là ba năm. Chẳng ai sống mà không có mơ ước cả. Và tôi cũng vậy. Tôi muốn công việc của mình bận rộn hơn, và đi tới những tầm cao hơn nữa. Nhưng ngồi mà mơ mộng và chẳng làm gì cả thì điều đó khó mà có thể xảy ra. Tôi vẫn đang chăm chỉ cần mẫn làm việc hàng ngày. Tôi vừa thực hiện xong một clip thời trang sẽ phát sóng trên kênh thời trang quốc tế Fashion TV. Đó là điều tôi thấy mừng cho bản thân mình. Và tôi hy vọng sẽ được xuất hiện nhiều thêm nữa.

Hiện tại, tôi cũng thử sức mình với thị trường nước ngoài. Mục đích của tôi không phải muốn thoát khỏi ngành thời trang Việt Nam mà tôi muốn được tìm hiểu cách họ làm việc, trau dồi thêm kinh nghiệm. Và nơi mà tôi nhắm tới vẫn là nước nhà. Chẳng ở đâu như ở nhà. Tôi hi vọng với những điều tôi học được trong thời gian làm việc ở nước ngoài sẽ góp phần làm cho ngành thời trang Việt Nam tốt đẹp hơn. Chính vì vậy, tôi vẫn cố gắng xuất hiện trong những chương



trình ở Việt Nam khi tôi có thể.

@Con người ta không thể ngồi chờ may mắn tới. Thay vào đó, họ phải nỗ lực tạo ra cơ hội và may mắn cho bản thân mình và tận dụng nó một cách triệt để để giành được thành công. Vậy chị có nghĩ rằng, mình đã tận dụng tốt đa cơ hội cũng như may mắn của mình?

Tôi tận dụng những gì tôi có. Tôi cũng không thể đếm chính xác bao nhiêu may mắn tôi có và tôi đã tận dụng được bao nhiêu nhưng

“*Nghe anh chị đi trước nói về sự đóng góp không nhỏ của Henri cho ngành thời trang Việt Nam. Tôi tôn trọng những gì anh ấy đã làm, vẫn đang làm nhưng đừng đặt anh ấy lên một tầm cao quá để gạt bỏ đi những nỗ lực của mọi người nói chung và của bản thân tôi nói riêng.*”



có một điều tôi dám chắc là khi tôi ngoảnh lại nhìn những thứ tôi làm trong hai năm qua, tôi lấy đó là đáng khen và là điều khích lệ bản thân để làm tốt hơn nữa.

@Câu hỏi cuối cùng, “Trí tuệ đôi khi là rào cản” cho sự phát triển trong showbiz Việt. Chị có nghĩ thế không? Vì một phụ nữ đẹp trong showbiz, chỉ cần ngoan là đủ?

Ngoan thì đúng là cần nhưng đừng biến mình thành người nhu nhược, ba phải. Và khi trí tuệ giúp con người ta thúc đẩy sự phát triển mọi mặt cuộc sống thì không thể nào gọi nó là rào cản được. Thậm chí nó còn là yếu tố cần thiết để một người có thể tồn tại và làm nổi bật mình trong công việc.

Cám ơn và chúc chị luôn may mắn!

*Liệu chúng ta có thể nhìn thấy một Thu Hiền đầy cá tính trên sàn catwalk?
Hãy chờ nhé.*



HENRI HUBERT

“*Thu Hiền là một cô gái nhạy cảm và nhân hậu. Cô ấy vẫn đang học hỏi những thứ xung quanh để phát triển hơn. Cô ấy rất cầu tiến, thứ gì chưa biết sẽ hỏi tận cùng để hiểu vấn đề đó. Cô ấy cần đi nhiều nơi, gặp gỡ nhiều người, và va chạm nhiều hơn nữa để có thêm nhiều kinh nghiệm cho nghề nghiệp.*

Cô ấy đang muốn thử sức ở thị trường nước ngoài. Cô ấy không chấp nhận những gì đã có, và luôn muốn vươn lên nữa. Đó là một cô gái tốt và cô ấy luôn biết nghĩ cho người khác.”

STYLE **165**



HUỲNH VĨNH SƠN

- KỂ MÊ CHỮ
VÀ YÊU "RẤT NHIỀU" ĐỦ THỨ

Hồ Thạch Thảo

Nói chuyện với một người đang nổi tiếng với cuốn sách đầu tay của họ, về một người rất yêu quý ngôn từ, say sưa sáng tạo, tranh luận về những con chữ quả là áp lực. Mặt khác, tôi lại không được phép theo lối mòn, tức là không được tiếp tục tôn vinh mà phải thật thẳng thắn, cứng rắn. Hậu quả không thể tránh khỏi: tôi vẫn thường xuyên “rơi” vào những cái hố vô tình trong cuộc đối thoại mà ngay từ đầu đã được sắp đặt kỹ càng.

Với bài cảm nhận này, tôi quyết định chơi kiểu play safe (an toàn): tường thuật lại cuộc nói chuyện hôm ấy và một vài cái hố mình “dính đòn”, bị đẩy xuống rất nhẹ nhàng tới mức bản thân không nhận ra, để người đọc được tự hình dung chân thật về một chân dung trẻ, và để chính người trẻ ấy không cảm thấy tự ái và còn tiếp tục nhận lời phỏng vấn (gì chứ bị một người trẻ ngang ngang mình đánh giá về tính cách hay chuyên môn gì ấy thì chẳng phục tỵ nào đâu! Tôi biết lắm!

HỒ THỨ NHẤT: TỪ PHỎNG VẤN THÀNH “KẺ BỊ PHỎNG VẤN”

Khi ngồi nghe lại băng ghi âm cuộc nói chuyện tối hôm đó, tôi kinh hãi nhận ra hơn 1/3 thời gian là những câu chuyện về tôi. Từ lúc nào, tôi đã bị Sơn lái câu chuyện theo đúng kiểu ban đầu tôi đề nghị (“cứ nói chuyện thoải mái như bạn bè nhé, rồi sau đó Thảo sẽ về ghi lại những gì Thảo cảm nhận, như một bài viết chia sẻ, chứ không phải dạng tôi hỏi anh trả lời”), tôi không thể từ chối những câu hỏi của Sơn về công việc, về cá nhân, và cứ thế vô tư kê khai tất những bản khoản của mình về công việc hiện tại khi tôi biết giữa hai đứa có một hai điểm chung (một hai điểm thôi vì các kẻ quái nhân trong ngành sáng tạo không thích bị đánh đồng mẫu số chung với bất kỳ ai), thậm chí tôi còn nói với cậu ấy những e ngại của tôi về một vài người mà cả hai cùng biết tới hoặc từng làm việc cùng. Thật kinh khủng! Vì tôi quá “non” trong việc chia sẻ thông tin hay vì Sơn là một người, dù đã được cảnh báo trước là rất nguy hiểm theo

SCRATCH YOUR OWN ITCH

cách của cậu ấy, vẫn toát lên về cuốn hút riêng và tạo ra cảm giác tin cậy ở người đối diện?

Tôi thật sự suy nghĩ mãi về điều này khi nghe đi nghe lại đoạn ghi âm hai ba lần. Dần dà tôi ngả nghiêng về ý cậu ấy là người khiến ta dễ tin tưởng hơn. Vì sao? Sơn yêu quý ngôn từ, trân trọng vô cùng công việc mình đang làm, những bài phỏng vấn của Sơn về cuốn sách mới ra mắt và đang làm mưa gió trên thị trường sách không là cái cớ để phồng mũi và kiêu ngạo (dù thi thoảng sự tự hào vẫn chớp tắt trong giọng nói như ánh sáng lọt khe cửa), hoạt ngôn và tự tin.

Một con người yêu quý những tốt đẹp, tạo dựng những tốt đẹp, làm việc chăm chỉ, biết mình đang đứng đâu... thật không có gì khiến ta nghi ngờ, dù trong tin tưởng có chút e dè, tựa khi ta ngồi bên cạnh một con hổ và trầm trồ vì bộ lông và sự tinh anh hằn trong dáng vẻ kiêu hãnh, cảm giác khác hẳn lúc vuốt lông gấu trúc hiền lành tròn trịa đang nhả nhà đọt tre giòn một chiều thu

HỒ THỨ HAI: “SON CỰC KỲ ĐÀN BÀ”

Khi nói chuyện với Sơn, tôi đã bàn với cậu về một vài lựa chọn cho tiêu đề bài viết sao thật hấp dẫn, thật câu

khách. Như cách Sơn phù phép câu chữ thành những tagline ngắn gọn mà lúc nào đó đã chui ngay vào đầu khách hàng không hay, rồi người ta sẽ thi thoảng giật mình nhận ra bản thân đang làm nhằm những câu ấy khi vô tình nhìn tới sản phẩm nhãn hàng. Tôi đã định lấy cái tứ “Sơn rất đàn bà” này để chiêu lòng những ai thích sự giật gân. Thật lòng! Một sáng nọ, trong hăng hà sa số những bài báo về một tay copy-writer đang nổi như cồn với cuốn sách “khơi đúng” nổi ẩm ỨC của bao dân sáng tạo, BÙM! Trên trang nhất một tờ báo kia tít lớn đập đàn đạch vào mắt “Huỳnh Vĩnh Sơn: tôi đàn bà!”, cứ trăm người chắc cũng hơn nửa nghĩ ngay tới vấn đề giới tính, mà nghĩ tới chuyện đó sẽ mua báo nhiều hơn? Đã hẳn!

Cái tựa này bị bỏ vì tôi không muốn cậu ấy bị hiểu nhầm: Sơn không đàn bà kiểu thông thường (đừng nhảy dựng vì chữ “thông thường” này nhé Sơn!). Đàn bà thứ nhất ở chuyện Sơn rất cảm tính, Sơn chọn một anh kia vẽ bìa sách “Ý tưởng này là của chúng mình” không phải vì nổi tiếng hay sành điệu, chỉ vì Sơn đến nói chuyện và thích! Thích là chọn! Sơn đi xăm 26 chữ cái lên cánh tay vì Sơn yêu ngôn từ quá đỗi, và Sơn chọn bạn kia xăm cho Sơn, cũng chỉ vì bạn ấy có hình xăm rất đẹp! Thế là bảo bạn ấy xăm cho mình!

Tôi cười: “Đàn bà là thế sao?!” Sơn nhún vai “Ừ, đàn bà vậy đó!” Tôi nghĩ thầm, có lẽ lại sụp hố nữa rồi vì trước khi gặp cậu tôi được “cảnh báo” rằng Huỳnh Vĩnh Sơn thích phụ nữ, nếu không muốn nói thẳng là “mê lái máy bay”. Sơn thích làm việc cho nhãn hàng phụ nữ và trẻ em. Lý do không bắt nguồn từ tứ nên thơ nào đâu “Ngày xưa khi học lịch sử về một trận đánh, lúc nào phần tổng kết cũng có câu “Thương vong trong trận này là bao nhiêu phụ nữ và trẻ em đã hy sinh, đã thiệt mạng, v.v... Sơn không diễn tả được nhưng Sơn thấy họ đặc biệt, đặc biệt vì sự hiện diện của họ, mát mát của họ được ghi nhận.” Nguyên có lạ lùng, bắt nguồn từ lịch sử và những không vui, nhưng từ mát mát cậu lại hóa giải thành yêu quý.



"Cố mà tỉnh táo, các cô nàng mê chữ! Đứng trước một
Cậu trai typn (tôi-yêu-phụ-nữ) như thế, cộng thêm vốn ngôn từ dồi dào thiên phú,
tỉnh táo và kiên cường hóa ra lại là điều duy nhất chúng ta
cần chú trọng giữ gìn hơn cả!"

Sơn yêu quý những tình tiết chỉ phụ nữ mới để ý, những tiểu tiết chẳng lý giải, kiểu đã được lập trình sẵn từ Tạo Hóa, như “Sao phụ nữ lại có những hành động rất vô lý kiểu kia nhỉ? Sợi dây là để ràng cuốn sổ lại thôi mà, sao lại kẹp luôn cuốn truyện tranh vào thế kia? Trời ơi, Sơn yêu những hành động ấy lắm!!!”

Con người này là vậy: Một khối tinh thể mâu thuẫn lạ lùng! Yêu phụ nữ (không hiểu sao tôi nhớ ngay tới nhân vật trào phúng của Số Đỏ - quý ông Tuýp Phờ Nờ - Tôi Yêu Phụ Nữ) nhưng cung cách đậm chất “đàn bà”. Có điều, chuyện ấy không quan trọng bằng: ai mà có thể để phòng và vờ lạnh lùng với một cậu chàng hiếm hoi để tâm tới từng li ti vô thường và trân trọng phái yếu vì điều đó?!

HỒ THỨ BA: MAY MẮN CHỈ LÀ MƯỢN XÀI TRƯỚC

Tôi muốn nói chuyện với Sơn về chủ đề may mắn (để bài tôi cần phải nộp cho biên tập viên số báo này). Để mở màn, tôi rào trước với cậu rằng bọn Kim Ngưu chẳng bao giờ tin vào may mắn, hoặc luôn cho rằng mình kém may mắn hơn kẻ khác, giả có thành công cũng nhất quyết vì cần cù làm lụng đổ mồ hôi mới có chứ không hề rơi từ trên trời xuống. Sơn gật gù, và... dội một gáo nước lạnh rất dứt khoát “Sơn có tin vào may mắn chứ!” may sao câu sau có kéo lại ít phần ngưỡng ngừng “nhưng Sơn cho rằng may mắn chỉ là mượn xài trước!” Như boomerang ấy, khi mình quăng nó đi trước sau nó cũng quay về, vận may cũng vậy, hễ đến rồi sẽ quăng trả lại thứ khác cho cân bằng. Cuốn sách của Sơn được ra mắt đúng thời điểm, đó là may mắn, nó được truyền thông tới tập khen ngợi, bán sạch trong hai tuần và đang tái bản lần ba, lại may mắn nữa (không phải ai cứ viết hay ra sách sẽ tạo được hiệu ứng tốt đến vậy). Nhưng Sơn tin những hậu đãi ấy chỉ là tạm thời, trước mắt đã có một vài điều Sơn phải “trả giá” rồi “vì người ta kỳ vọng Sơn khi đã ra sách phải giỏi hơn rồi, từ đó đến giờ Sơn cũng hơi khó khăn trong việc tìm ra ý tưởng mới; Sơn mới được người cùng ngành khen, chưa có khách

hàng nào lên tiếng hay tỏ thái độ gì, v.v Sơn chưa nghĩ tới việc viết sách mới dù rất nhiều người đã bắt đầu hỏi Sơn về việc này, ...”

Tò ra là một người rất rạch ròi ngay cả trong vấn đề may rủi, Sơn khá thích thú khi tôi hỏi cậu một câu liên quan tới bùa may mắn. Đây cũng là câu duy nhất cậu khen tôi hỏi hay (trong suốt buổi nói chuyện Sơn không ngừng làm tôi “bế mặt” vì “sao cứ hỏi toàn những câu người ta hỏi Sơn hoài vậy!!!”) Sau khi cẩn thận hỏi ngược lại tôi “vật may mắn thường là nhỏ phải không?” và được trấn an là không đâu! Rằng chẳng nhất thiết phải nhỏ, thường mọi người nghĩ nó nhỏ vì nhỏ sẽ mang thường bên mình, để lúc nào cũng có thể gặp may, thế thôi, thế là cậu có vẻ rất tán thành và kể một mạch cho tôi nghe về vật may mắn của mình. Vì câu chuyện này nghe hay hay nên tôi xin chép lại nguyên văn “Sơn đang đi chiếc xe Dream của bố mẹ Sơn, chiếc xe này có từ lúc ba mẹ Sơn cưới nhau rồi, tức là gần 30 năm. Sơn rất yêu quý nó, Sơn không biết sửa xe, nếu nó hư bugi Sơn sẽ không biết lau bugi, nếu nó hư Sơn sẽ không sửa được, nhưng Sài Gòn mưa như vậy, vậy mà nó đưa Sơn đi bao nhiêu năm nay rất tốt không bị sao! Nhìn nó Sơn tưởng tượng được cảnh tượng lúc ba Sơn cưới mẹ Sơn, lúc đó 2 người còn trẻ ra sao... Thình thoảng Sơn gặp ác mộng là Sơn bị mất chiếc xe đó, mỗi lần như vậy Sơn sẽ mắc màn nằm ngủ cạnh chiếc xe một đêm để yên tâm trở lại.” Một cậu chàng đã lớn, đã trưởng thành lại có thể gần bó với chiếc xe của cậu ấy đến thế, tựa như tình nhân. Tôi tự hỏi có khi nào cậu này yêu xe hơn cả người yêu chẳng?! Kim Ngưu là kẻ thích sự an toàn về vật chất, của cải, nhưng đôi khi chung thủy kiểu rất...lạ lùng thế đó!

Sói Ăn Chay (nickname của Sơn), tôi cảm ơn cậu vì đã làm thay tôi phần nào công việc khó khăn này: chỉ cần đến nghe Sơn kể chuyện, về viết lại, hẳn đã đủ làm biên tập hài lòng! Điều cuối cùng, cố mà tỉnh táo, các cô nàng mê chữ! Đứng trước một cậu trai Typn (Tôi-yêu-phụ-nữ) như thế, cộng thêm vốn ngôn từ dồi dào thiên phú, tỉnh táo và kiên cường hóa ra lại là điều duy nhất chúng ta cần chú trọng giữ gìn hơn cả!



HUỲNH VINH SƠN

Horoscope: Kim Ngưu. “Ngưu” lắm.

Muốn làm gì thì cứ đứng đỉnh đi tới, ai cản cũng mặc. Rất dở chuyện phản ứng nhanh lẹ. Ai nói gì cũng tin, càng đẹp thì càng tin.

Motto: Chỉ có mình là làm cho mình vui được thôi!

Ba từ: Cầu tiến, thẳng thắn, “ông cụ non”

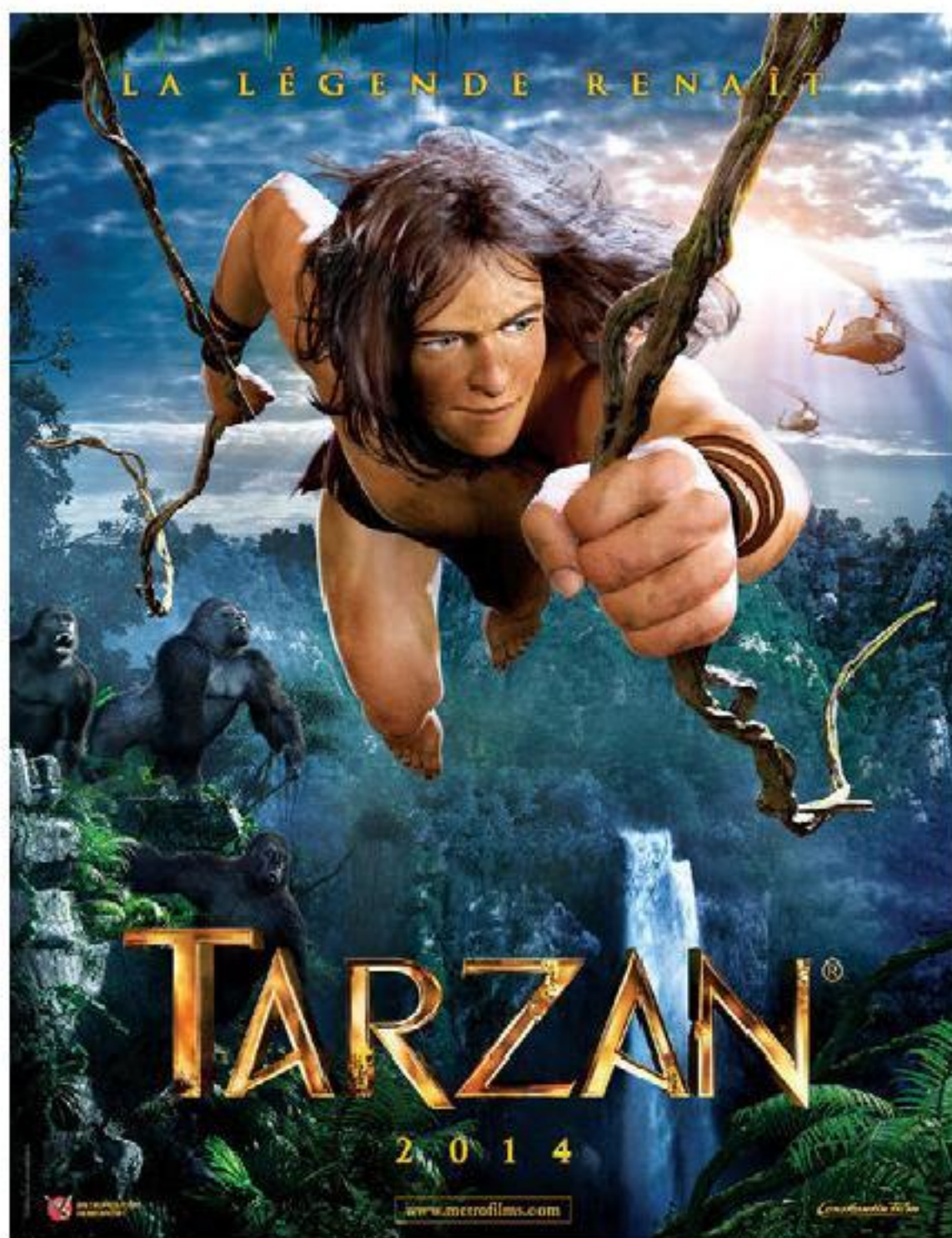
Nói nhỏ về người viết: “Một ‘máy bay’ khá nguy hiểm, nhan sắc xiêu lòng, thông minh đúng chất dân Agency”

169

STYLES

PHIM

Style / November - December 2013



TARZAN: Cậu Bé Rừng Xanh

Đạo diễn: Reinhard Klooss

Khởi chiếu: 20/12/2013

Một phiên bản mới của Cậu bé rừng xanh năm 2013 với những hình ảnh 3D tuyệt đẹp về xứ sở thiên đường nơi Tarzan sinh sống. Phiên bản mới này sẽ hiện đại và kịch tính hơn nhiều với những âm mưu về năng lượng, người ngoài hành tinh, chiến tranh và tình yêu.

STYLE 170



Tèo Em

Đạo diễn: Charlie Nguyễn

Khởi chiếu: 20/12/2013

Sau những bộ phim hài khá thành công như Để Mai Tính, Long Ruổi, Cưới Ngay Kẻo Lỡ, Đạo diễn Charlie Nguyễn những ngày này đang miệt mài với dự án mới – TÈO EM – một bộ phim thuộc thể loại “Road Trip Comedy” (tạm dịch: Hành trình). Với sự góp mặt của hai diễn viên chính: Thái Hòa (vai Tèo Em) và Johnny Trí Nguyễn (vai Tí), TÈO EM hứa hẹn mang lại sự mới mẻ thú vị vì đây là phim hài đầu tiên của Việt Nam theo thể loại này, dù thế giới đã khá quen thuộc.

Ở thể loại phim này, diễn tiến câu chuyện sẽ nằm ở chính hành trình, nơi các nhân vật từ xa lạ, xung khắc với nhau rồi qua các biến cố, họ sẽ đồng cảm và sát cánh bên nhau nhiều hơn. Những tình tiết gây cười, vì thế sẽ xảy ra cùng với các mâu thuẫn ở trên đường và khi đến đích thì câu chuyện dần khép lại.

Bô Lão Xì Tin - LAST VEGAS

Đạo diễn: Jon Turteltaub

Khởi chiếu: 29/11/2013

Bộ phim Bô Lão Xì Tin - Last Vegas kể về Billy, Paddy, Archie và Sam là bộ tứ từng gắn bó thân thiết với nhau từ thuở nhỏ cho tới khi đã ngoài lục tuần. Khi Billy mở lời cầu hôn với cô bạn gái kém ông tới ba chục tuổi, ba người còn lại đã quyết định tổ chức bữa tiệc độc thân cho ông bạn mình tại Las Vegas.



NHÀ NGOẠI CẢM - THE SECOND SIGHT

Đạo diễn: Pornchai

Hongrattanaorn

Khởi chiếu: 13/12/2013

Jate sở hữu khả năng đặc biệt cho phép anh nhìn được linh hồn và thấy trước nghiệp chướng của những người xung quanh. Joom, bạn gái của Jate, là người duy nhất biết về năng lực của anh. Joom không muốn Jate can thiệp vào vụ đâm xe chết người rồi bỏ chạy của Kaew, nhưng Jate biết rằng đó không phải là một tai nạn và muốn dùng năng lực của anh để giúp đỡ Kaew. Nhưng càng dần sâu vào sự việc, Jate nhận ra có điều gì đó đang đeo đuổi anh cả ngày lẫn đêm, trong khi Joom cũng bị săn đuổi và hăm dọa bởi một con quỷ đáng sợ. Liệu Jate có thể cứu được cả Joom và Kaew? Liệu có ai thấy được thần chết mà thoát được khỏi lưỡi hái của hắn?



Là tôi, Hà Anh!

Tác giả: Vũ Nguyễn Hà Anh

Đọc những mẫu ngắn ngắn mà Hà Anh viết về đàn ông thì tôi luôn cảm giác đây là một phụ nữ rất thông minh. Có vẻ không đặc biệt lắm vì phụ nữ thông minh ngoài kia rất nhiều. Vấn đề là hầu hết phụ nữ thông minh lại còn thường thích thể hiện điều ấy theo cách của đàn ông. Hà Anh hơi khác. Cô thể hiện sự thông minh sắc sảo của mình theo những cách rất đàn bà, đặc biệt là trong mối quan hệ với đàn ông. Bởi vậy, khi người đàn bà thông minh này viết sách thì hẳn là một điều đáng để những người đàn bà khác mong đợi. Sách gồm tập hợp những bài viết của Hà Anh từ năm 2006, hồi còn chân ướt chân ráo đặt chân tới London cho đến khi thành người mẫu nổi tiếng, chia sẻ những trải nghiệm thú vị, những quan điểm của cô về cuộc sống, con người, văn hoá, du lịch... Không chỉ vậy, sách còn một mảng hứa hẹn sẽ gây hào hứng cho bất cứ "tâm hồn buồn chuyện" nào: ấy là những góc khuất của giới showbiz lắm thị phi...

Những Mẫu Tóc Thời Thượng

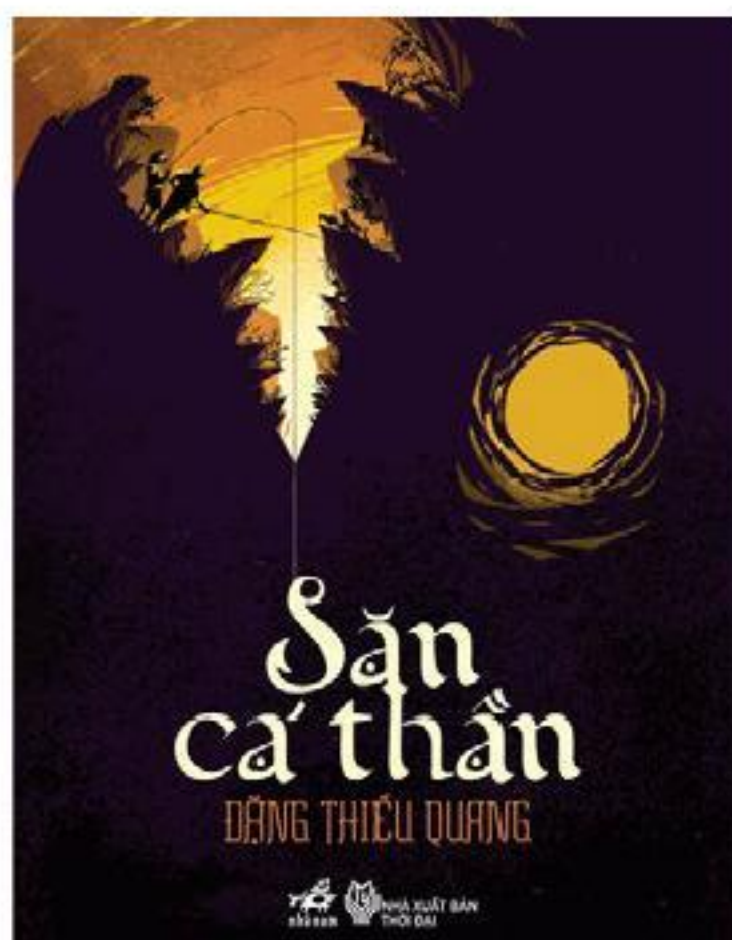
Tác giả : Tricia Guild

Một cẩm nang dành cho các tín đồ làm đẹp về tất cả những mẫu tóc đang được ưa chuộng trong cuộc sống đời thường lẫn tiệc tùng. Hãy đưa cuốn sách này cho thợ làm tóc của bạn để tạo ra cho mình một hình ảnh mới.



SÁCH

Style / November - December 2013



Săn cá thần

Tác giả: Đặng Thiệu Quang

Đặng Thiệu Quang, chàng D'Artagnan từng làm mưa làm gió trên báo Hoa Học Trò thuở nào bằng những câu chuyện lãng mạn, tinh tế, nay tái xuất với một dáng vẻ khác hẳn: lọc lõi, trải đời, suy tư và phần nào cay nghiệt. Nhưng nét lãng mạn không mất đi. Mỗi tình như mơ của một gã đàn ông thành thị với một cô gái miền sơn cước trong Săn cá thần sẽ lại hé ra bóng dáng của chàng ngự lâm thuở nào.

Cuộc đi săn trớ trêu ra một hiện thực cuộc sống trần trụi của tiền và dục vọng, của những con người hiện đại đầy tự tin, không sợ bất cứ điều gì, và muốn chiếm hữu những thứ "đỉnh" nhất. Đám người ấy cuối cùng cũng đã giáp mặt cá thần, nhưng chỉ để nhận về một nỗi khinh bỉ khôn cùng.

Hầu như mỗi chúng ta, trong cuộc sống, chẳng phải đều đang đi săn một con cá thần nào đó của riêng ta, biến cuộc sống của ta thành một cuộc đuổi bắt ham hố nhọc nhằn, mà kết quả chỉ là nỗi nhục nhã bẽ bàng không thể gỡ gạc?

Nhưng rồi mọi thứ cũng qua đi, chỉ tình yêu và vẻ đẹp vĩnh hằng của tự nhiên là ở lại.

BÁN QUẦN ÁO LÀ PHẢI BÁN NHƯ THẾ NÀY NÀY

Bạn bán những món đồ (rõ ràng là) đẹp và chất lượng nhưng chẳng hiểu sao lúc nào cũng đứng trên bờ vực phải đóng cửa? Nếu bạn đã từng có kinh nghiệm đau đớn này, thì "Bán quần áo là phải bán như thế này này" là một cuốn sách rất đáng đọc. Cuốn sách mô tả một cách toàn diện việc kinh doanh trong lĩnh vực thời trang với các chiến lược bán hàng cụ thể, thực tế, có tính thực tế rất cao khi áp dụng vào việc đào tạo nhân viên. Cuốn sách đồng thời cũng đưa ra những hướng dẫn, gợi ý, các mẫu câu sử dụng phù hợp với ngữ cảnh giúp việc trao đổi với khách hàng trở nên gần gũi thuyết phục.

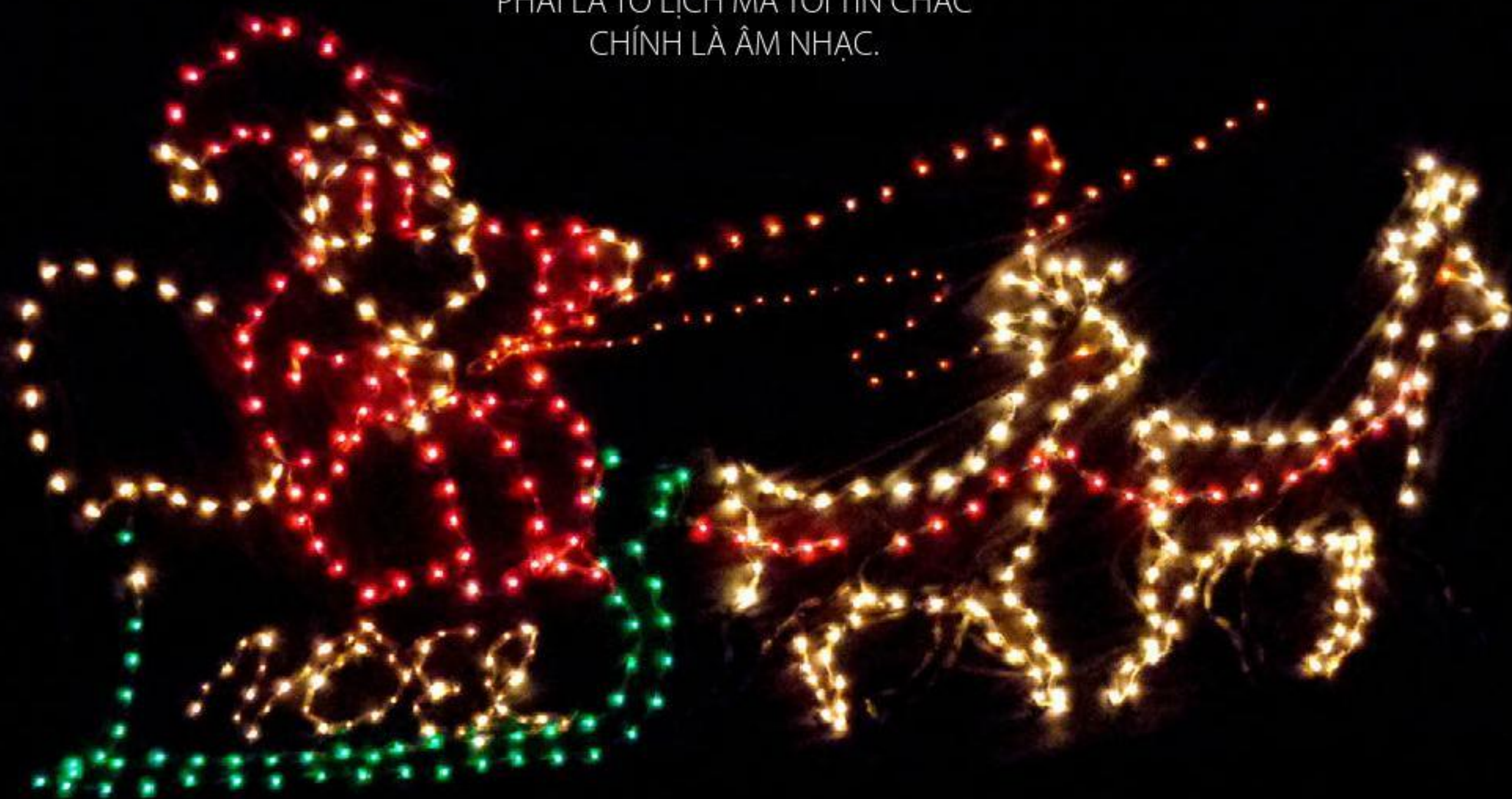
Được đúc kết từ những trải nghiệm thực tế trên thương trường, những kinh nghiệm kiến thức được truyền tải trong cuốn sách có thể áp dụng để xử lý linh hoạt trong rất nhiều trường hợp cụ thể. Đặc biệt hơn nữa, cuốn sách cũng đề cập đến những cách ứng xử thất bại không nên dùng để giúp nhân viên bán hàng có cái nhìn cận cảnh và thực tế hơn để tránh những kết quả không đáng có xảy ra.



NHỮNG CÂU CHUYỆN CHƯA KỂ *về* NHẠC GIÁNG SINH

Mạnh Khang

GIÁNG SINH LÀ MỘT TRONG
NHỮNG KÌ LỄ HỘI ĐƯỢC TRÔNG
CHỜ NHIỀU NHẤT NĂM ĐANG ĐẾN
GẦN. VÀ ĐIỀU ĐẦU TIÊN NHẮC NHỞ
BẠN VỀ NÓ CHẮC CHẮN KHÔNG
PHẢI LÀ TỜ LỊCH MÀ TÔI TIN CHẮC
CHÍNH LÀ ÂM NHẠC.



Từ xa xưa, con người đã có tục lệ hát mừng vào những ngày đặc biệt trong năm. Các lễ hội được tổ chức xuyên suốt một năm dài gồm có lễ mừng xuân, mừng mùa màng bội thu... Thời điểm đó, những lễ hội lớn nhất năm thường được tổ chức vào ngày Đông Chí, ngày ngắn nhất năm, thường rơi vào khoảng ngày 22/12. Cùng với sự phát triển của Thiên Chúa Giáo, tục lệ hát mừng vào ngày Đông Chí mai một dần và mọi người chuyển sang hát mừng Giáng Sinh. Dần dần, khắp châu Âu rộ lên phong trào viết những ca khúc đón mừng ngày lễ đặc biệt này bằng tiếng La Tinh. Tuy nhiên, những ca khúc này mãi đến khoảng năm 1223 mới bắt đầu trở nên thịnh hành khi mọi người bắt đầu thêm thắt, chỉnh sửa lại sao cho có thể hát được bằng ngôn ngữ của mình. Nhạc Giáng Sinh lúc này ít dựa vào những điển tích cũ, mà chủ yếu để mọi người có thể vui vẻ hát cùng nhau hơn là những ca khúc nghiêm túc cùng được hát trong nhà thờ.

Vào năm 1647, khi phái Thanh Giáo (The Puritan) lên nắm quyền lực chính trị tại Anh, những hoạt động hát mừng Giáng Sinh bị cấm đoán. Nhưng tất nhiên những quy luật này không thể dừng lại một hoạt động vốn đã mang tính truyền thống trong dân chúng. Những ca đoàn nhỏ lẻ hình thành, âm thầm đi hát trong thành phố. Tất cả hoạt động như một nếp sống ngầm ở Anh, mãi cho đến khi tục lệ này lại được cho phép và tiếp tục phát triển rộng rãi.

Trải qua nhiều giai đoạn thăng trầm khác nhau, nhạc Giáng Sinh đã trở thành một phần không thể thiếu của dịp lễ hội này. Chúng ta cùng nhau hát, cùng nhau suy nghĩ hay cùng nhau nhảy múa trước giai điệu của những ca khúc truyền thống như "Silent Night", "Joy To The World", "Jingle Bells"; hay những sáng tác hiện đại hơn như "Jingle Bell Rock", "All I Want For Christmas Is You", "Last Christmas". Tuy nhiên, có thể có những điều mà bạn chưa biết về những ca khúc này.

Rudolph the Red-Nosed Reindeer

Nhân vật chú tuần lộc mũi đỏ Rudolph lần đầu tiên được giới thiệu với công chúng vào năm 1939 bởi công ty phân phối bán lẻ Montgomery Ward. Hàng năm, công ty này chi một số tiền lớn để mua sách tô màu và tặng lại cho trẻ em. Vì thế, Montgomery Ward quyết định tự in sách sẽ là một giải pháp tiết kiệm hơn. Và Rudolph đã được ra đời như một nhân vật đại diện đặc trưng cho công ty. Kèm theo sách là câu chuyện nhỏ về Rudolph. Cậu là một chú tuần lộc với chiếc mũi đỏ sáng bất thường. Lớn lên bị trêu chọc và xa lánh bởi bạn bè cùng lứa, Rudolph đã chứng tỏ bản thân mình khi được Santa Claus nhờ dùng chiếc mũi đỏ để dẫn đường cho đoàn xe tuần lộc đi phát quà. Cuối cùng, cậu được mọi người yêu quý hơn bởi hành động dũng cảm này.

Ban đầu, ý tưởng xây dựng một chú tuần lộc mũi đỏ không được chấp thuận. Vì mũi đỏ thường hay được liên tưởng đến những kẻ nghiện rượu. Tuy nhiên, sau khi bàn thảo được phác họa với hình ảnh một chú tuần lộc dễ thương, Rudolph đã sẵn sàng xuất hiện chào đón thế giới. Cậu ta trở thành một hiện tượng vào thời điểm này. 10 năm sau, ca khúc đầu tiên về Rudolph mang tên "Rudolph the Red-Nose Reinder" được phát hành và bán được hơn 2,5 triệu đĩa trong năm đầu tiên. Cho đến tận bây giờ, ca khúc đã trở thành một giai điệu quen thuộc và được rất nhiều nghệ sĩ thu âm cho album nhạc Giáng Sinh của mình như Jackson 5, Dolly Parton, Ringo Starr, Destiny's Child...

Last Christmas

"Last Christmas" từng được bình chọn là một trong những ca khúc Giáng Sinh ít liên quan đến Giáng Sinh nhất, khi lý do duy nhất ca khúc lại có tên này là vì đó là thời điểm chia tay của nhân vật. Nhưng khi cái lạnh ngấm vào người của từng kẻ độc thân, thì "Last Christmas" lại trở nên đồng cảm đến lạ. Và thế là mỗi năm lại xuất hiện nhiều nghệ sĩ như Taylor Swift, Ashley Tisdale... quyết định âm lại ca khúc này của ban nhạc Wham! Điều thú vị là hoàn cảnh sáng tác của "Last Christmas" không hề ăn nhập gì đến nội dung hay thời điểm Giáng Sinh cả. Ca khúc được George Michael sáng tác sau một đêm xem bóng đá. Toàn bộ số tiền mà "Last Christmas" thu về được trong năm đầu tiên được gửi vào quỹ giúp đỡ chống lại nạn đói ở Ethiopia.



All I Want For Christmas Is You



Silent Night

“Silent Night” được sáng tác năm 1816 bởi một mục sư tại Áo dưới dạng một bài thơ đơn giản. Nhưng mãi đến tận hai năm sau, khi cây đàn organ duy nhất của nhà thờ bị hỏng ngay trước đêm Giáng Sinh, vị mục sư này đành đưa “Silent Night” cho tay chơi piano và bạn của ông. Cả ba cùng nhau phổ nhạc cho ca khúc. Và “Silent Night” phiên bản đầu tiên đã ra đời trong hoàn cảnh đó, với tựa bằng tiếng Đức mang tên “Stille Nacht, heilige Nacht”, được biểu diễn với duy nhất tiếng đệm guitar. Tuy nhiên, đó chỉ là bước đầu tiên trong hành trình nổi tiếng khắp thế giới của “Silent Night”. Trong khi những người sáng tác ra nó chỉ nghĩ đơn giản như một cách để khắc phục khó khăn sao cho kịp giờ lễ nửa đêm, thì ca khúc lại trở thành một trong những giai điệu bất hủ đến tận bây giờ.

Một điều thú vị khác về “Silent Night” chính là ca khúc được phát liên tục giữa các bờ chiến tuyến trong chiến tranh thế giới I vào ngày Giáng Sinh. Người trình diễn phiên bản này là một nghệ sĩ opera người Áo có hai người con trai, một người chiến đấu cho Đức Quốc Xã, một người chiến đấu cho quân đội Đồng Minh. Vào lúc đó, cả hai bên đều ngừng chiến và tận hưởng một ngày bình yên hiếm hoi giữa lúc chiến trận đang vô cùng ác liệt.



Vào năm 1994, khi sự nghiệp của Mariah Carey đang thăng tiến dẫn lên đỉnh, cô đã bị thúc ép làm một album Giáng Sinh. Tuy không hoàn toàn thoải mái vào thời điểm đó, nhưng về sau này, Mariah thừa nhận việc thu âm album “Merry Christmas” là một trong những hành động sáng suốt nhất sự nghiệp. Với điệu nhạc rộn ràng, tiếng chuông đậm chất lễ hội và giọng hát khỏe khản tràn đầy năng lượng, “All I Want For Christmas Is You” ngay lập tức trở thành một trong những ca khúc gần đây nhất được bổ sung vào danh sách nhạc Giáng Sinh kinh điển và được phát đều đặn mỗi năm tại khắp mọi nơi trên thế giới.

“All I Want For Christmas Is You” được viết như một món quà dành tặng người chồng kiêm quản lý và giám đốc hãng đĩa lúc bấy giờ của Mariah, Tommy Mottola. Tuy nhiên, chưa đầy ba năm sau, cả hai đã ly dị vì những mâu thuẫn trong công việc

Santa Baby

Đây là một trong số rất ít những ca khúc Giáng Sinh được viết chỉ dành riêng cho phái nữ. Trái ngược với tinh thần “em không cần gì cả, chỉ cần anh” của “All I Want For Christmas Is You”, “Santa Baby” lại là một ca khúc tán tỉnh pha lẫn nũng nịu của một người phụ nữ muốn nhận được những món quà xa xỉ như du thuyền, trang sức của Tiffany & Co. Phát hành vào năm 1953 bởi nữ nghệ sĩ da màu Eartha Kitt, “Santa Baby” trở thành một hit lớn và cực kì được ưa chuộng tại các câu lạc bộ múa khỏa thân cũng như những sân khấu burlesque bởi sự gợi cảm đầy nữ quyền trong thái độ.

WYNDHAM
ESTATE[™]
Since 1828





HẸN VẪN CHƯA AI QUÊN ĐƯỢC CẢNH NHÂN VẬT PAT CHẠY ĐUỔI THEO NHÂN VẬT TIFFANY GIỮA ĐÊM ĐẦY TUYẾT TRÊN NỀN NHẠC MISTY CỦA JOHNNY MATHIS TRONG TRƯỜNG ĐOẠN CUỐI CÙNG CỦA SILVER LININGS PLAYBOOK HỒI NĂM NGOÀI. THẬT BỒI HỒI! CÒN TRONG MÙA GIÁNG SINH NĂM NAY, VẪN LÀ ĐẠO DIỄN DAVID O. RUSSELL, VẪN LÀ BRADLEY COOPER, VẪN LÀ JENNIFER LAWRENCE, CỘNG THÊM CHRISTIAN BALE, AMY ADAMS VÀ JEREMY RENNER, MỘT LẦN NỮA HỌ LẠI MUỐN CHIỀU LÒNG NHỮNG KHÁN GIẢ KHÓ TÍNH NHẤT.

176^{STYLE}

AMERICAN HUSTLE SẢN TIỀN KIỂU MỸ

Khi David O. Russell ôm mộng lớn

Tuy nhiên, American Hustle sẽ chẳng hề lãng mạn như Silver Linings Playbook đâu: tình dục, bạo lực, những va-li đầy tiền mặt, những sòng bài và hộp đêm bí ẩn, nhạc rock của thập niên '70... Đó là những gì ấn tượng nhất đến từ trailer đầu tiên của American Hustle. “Đây chắc chắn là bộ phim lớn nhất trong sự nghiệp của tôi từ trước tới giờ. Tôi muốn khán giả cảm thấy thực sự nghẹt thở,” đạo diễn David O. Russell tiết lộ.

Xuất thân từ dòng phim độc lập, với những tác phẩm từng giành được nhiều giải thưởng như Spanking the Monkey, Flirting with Disaster, hay Three Kings nhưng nay Russell đã trở thành một ‘người quen’ của Viện hàn lâm qua những The Fighter hay Silver Linings Playbook. Tuy vậy, ông vẫn nhận mình là một “kẻ ngoài cuộc”. Thực chất, American Hustle ban đầu được dành cho Ben Affleck nhưng vì Argo mà anh buộc phải rời dự án này. Nhắc đến Argo, David O. Russell cũng có những chia sẻ riêng, “Đó là một bộ phim hay nhưng không phải kiểu phim mà tôi sẽ thực hiện. Tôi không thích làm những bộ phim theo một lối thuần khiết như vậy. Tôi hứng thú với việc nhìn vào nhân vật hơn – cảm xúc, đời sống tình dục, sự lãng mạn, quần áo, bữa ăn tối... của họ. Với tôi, chúng mới là thứ tạo nên sự căng thẳng.”

Lấy bối cảnh cuối thập niên '70 –

đầu thập niên '80, American Hustle (tên gọi ban đầu là... American Bullshit) hư cấu lại chiến dịch “thử lửa” Abscam của FBI từng gây ra rất nhiều tranh cãi. Trong chiến dịch, FBI cử các điệp viên ngấm của họ đóng giả thành người muốn hối lộ các quan chức của địa phương, bang và liên bang. Kết quả là đã có sáu thành viên Hạ viện và một thượng nghị sĩ bị bắt quả tang nhận hối lộ qua chiến dịch này. Dẫu vậy, “Chủ đề chính của bộ phim xoay quanh việc chúng ta cần phải lừa người khác đến mức nào để có thể sinh tồn hay dấn thân vào những mối quan hệ hay cuộc hôn nhân mà chúng ta có thể tin hoặc không tin tưởng,” Russell tiết lộ.

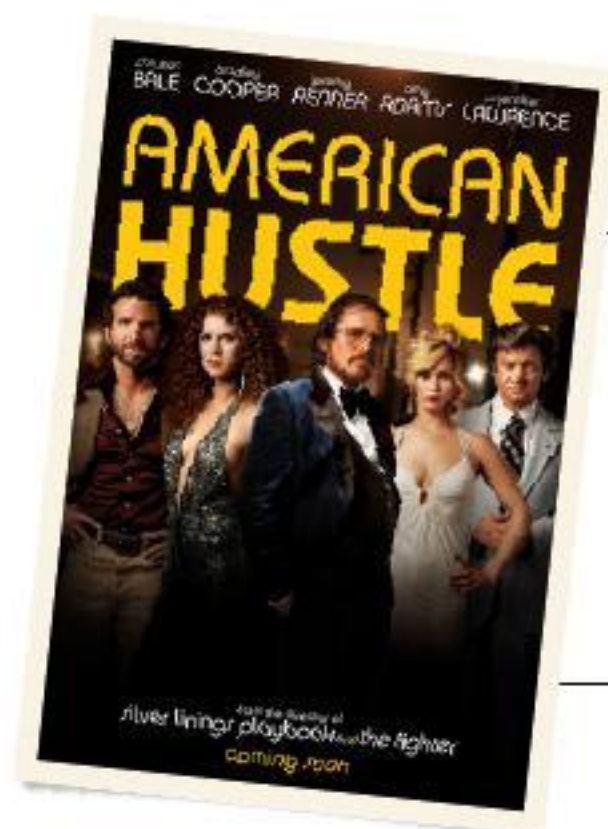
“Yêu” kẻ đáng khinh...

Trong phim, Christian Bale và Amy Adams thủ vai hai tội phạm lừa đảo nhưng nay được FBI thu nạp cho chiến dịch Abscam kể trên. Đặc biệt, nhân vật Sydney Prosser của Amy Adams được cho là người phụ nữ tinh ranh hơn tất cả những nhân vật khác trong phim. Trong khi đó, Irving Rosenfeld của Christian Bale lại là kẻ sở hữu bản năng sát thủ trên thương trường. Người thu nạp cả hai về FBI là Đặc vụ Richie DiMaso của Bradley Cooper. Với một bộ râu rậm cùng đôi kính phi công thường trực trên mặt, David O. Russell cho rằng đây sẽ là vai diễn bản lề trong sự

ng nghiệp của Cooper. Sau đó là Jeremy Renner, trong vai một ủy viên hội đồng lập pháp Carmine, một người có trái tim nhân hậu và luôn ủng hộ cử tri da màu và người Puerto Rico.

Và còn đó, Jennifer Lawrence! David O. Russell vẫn còn bị ấn tượng bởi lần thử vai cho Silver Linings Playbook khi Lawrence mới chỉ 21 tuổi. “Cô ấy sở hữu đầy đủ các cung bậc cảm xúc trên khuôn mặt. Tất cả những gì đến từ cô ấy đều hết sức chân thật,” Russell mô tả lại. Tái hợp với Russell giữa hai khoảng thời gian phải thực hiện X-Men và The Hunger Games, Lawrence sẽ thủ vai Rosalyn Rosenfeld, người vợ lãng mạn và khó lường của nhân vật Irving do Bale thủ vai.

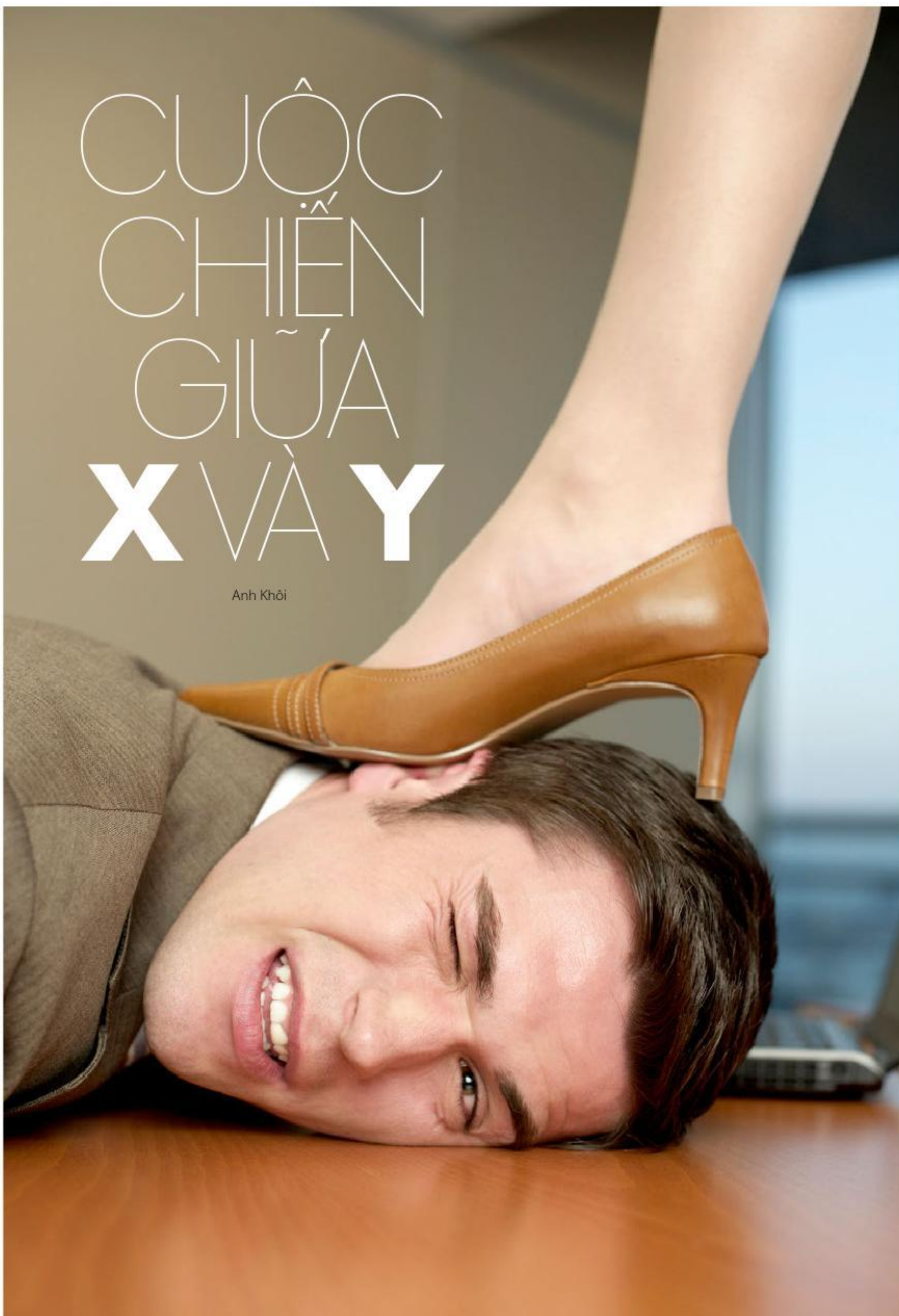
Chính trị gia, đặc vụ liên bang, chuyên gia lừa đảo, những kẻ ngoại tình; gần ấy nhân vật tạo ra một thử thách không nhỏ đối với người đạo diễn, bởi “Công việc của tôi là phải khiến cho các bạn yêu họ bất chấp những tội lỗi của họ.” Có thể họ là những kẻ đáng khinh, “nhưng khi bạn gần gũi với họ, bạn luôn luôn nhận ra họ cũng hết sức con người và đáng yêu.” Liệu David O. Russell cùng các cộng sự có thể giành được sự ủng hộ từ Viện Hàn lâm Điện ảnh Hoa Kỳ trong hai năm liên tiếp? Theo truyền thống thì rất khó, nhưng không phải là điều không thể. Có thể David O. Russell sẽ là người tạo ra sự khác biệt...



Sau American Hustle, đạo diễn David O. Russell sẽ đồng thời là biên kịch và đạo diễn cho dự án Legacy of Secrecy, bộ phim chuyển thể từ tác phẩm văn học cùng tên của Lamar Waldron, dựa trên những chi tiết về vụ ám sát tổng thống John F. Kennedy. Bộ phim sẽ có sự góp mặt của tài tử Leonardo DiCaprio và Robert De Niro và dự kiến ra mắt trong năm 2015.

CUỘC CHIẾN GIỮA **X VÀ Y**

Anh Khôi



TÔI NGHĨ QUAN HỆ GIỮA PHỤ NỮ VÀ ĐÀN ÔNG THÚ VỊ NHẤT LÀ Ở GIAI ĐOẠN “CÒ CỬA”. NIỀM VUI LẼN KỈ NIỆM ĐA PHẦN ĐỀU ĐƯỢC SINH RA TỪ NHỮNG CUỘC “TÂM LÝ CHIẾN” KHÔNG DỨT BUỔI BAN ĐẦU. ĐỐI THỦ CHƠI CÀNG GIỎI, CUỘC CHƠI SẼ CÀNG HỨNG THÚ. NHƯNG CÓ PHẢI AI CŨNG BIẾT RÕ QUY TẮC HAY KHÔNG?

8 tuyệt chiêu của phụ nữ

Phụ nữ có một câu truyền tai nhau thế này: “Women play hard to get because men play hard to keep” (Phụ nữ làm cao vì chẳng có người đàn ông nào dễ giữ). Chính vì vậy, cô gái nào cũng đọc thần chú cho riêng mình để không bị gán vào người cái tiếng “dễ dãi”. Nhưng quanh đi quẩn lại, phụ nữ cũng sẽ thường sử dụng 8 chiêu sau đây.

1. “Đợi đi anh!”
Đứng đầu bảng danh sách chắc chắn là chiêu cho đợi dài cổ: đợi trả lời tin nhắn, đợi điện thoại, đợi trang điểm, đợi mua sắm, đợi thay quần áo, đợi làm việc, và cả đợi không biết là đợi cái gì. Phụ nữ quan niệm rằng tình cảm của một người đàn ông tỉ lệ thuận với sự kiên nhẫn của anh ta. Chính vì vậy, mà trước tiên hết, phải cho anh ta...đợi để thấy điều mà anh ta đang theo đuổi quý giá.

2. Những câu hỏi mồi
“Anh ơi, anh có thấy em mặc cái này béo quá không?”
“Anh ơi, tóc em trông cứ kinh kinh ấy nhỉ?”
“Anh ơi, chúng ta có nên đi du lịch Bangkok kì nghỉ tới không?”

Tất cả những câu hỏi trên, phụ nữ hỏi vốn không phải với mục đích để hỏi. Nếu đàn ông thành thật, họ dễ bị mất điểm vì khiến phụ nữ phật lòng. Nếu họ nói dối theo ý phụ nữ thích, có thể sẽ bị đánh giá là lẻo mép. Vậy nói thế nào cho lọt? Cái bày bày ra rồi đấy, đàn ông tốt nhất nên suy nghĩ đi!

3. Ồm ờ
Không nói không mà cũng chẳng

bao giờ nói có. Không quá thờ ơ mà cũng chẳng mấy quan tâm. Lúc xa lúc gần, lúc nóng lúc lạnh. Bởi phụ nữ muốn kéo dài quá trình được tán tỉnh, được cưng nựng và đặt lên trên cao. Mặt khác, phụ nữ cũng tin rằng, với đàn ông, con cá khó bắt là con cá ngon, và con cá mà vụt mất bao giờ cũng là con cá to.

4. Giả nai
Đàn ông thích phụ nữ thông minh. Nhưng nhất định là không được thông minh hơn họ. Vì khi ấy phụ nữ sẽ trở thành một mối đe dọa. Chính vì lẽ đó, phụ nữ sẽ giả nai. Họ sẽ giả ngây, giả yếu đuối, giả khờ khạo để đánh thức bản năng muốn che chở và làm người anh hùng trong mỗi người đàn ông. Thường thì đàn ông sẽ sa bẫy một chút hoặc nhiều chút. Và chiêu này luôn hiệu quả từ nhà ra phố, trên bàn hay dưới ghế.

5. “Chúng ta cần nói chuyện”
Khi phụ nữ bắt đầu bất kì đoạn hội thoại nào bằng câu nói này thì sự việc đều có thể nghiêm trọng sau đó. Vì thế đàn ông rất e ngại. Phụ nữ biết. Thế nên họ sẽ dùng nó để đánh vào tâm lý tránh né phiền hà, một điều nhện là chín điều lành của đàn ông để đạt được cái mà họ mong muốn.

6. Im lặng
Đây là cách phụ nữ ưa thích để trừng phạt đàn ông. Đôi khi họ cũng im lặng để chơi bài toán thử xem mình quan trọng đến đâu trong cuộc sống của đối phương. Thông thường, đàn ông sẽ tò mò lí do và chắc chắn không ưa gì mấy kiểu tình trạng nặng nề này mà khuất phục trước. Tuy nhiên, không phải lúc nào phụ nữ cũng đủ “lì

lợm” để đợi đến khi được dỗ dành và mỉm cười hà hề.

7. Nói ngược
Tôi nhớ có một bài hát nổi tiếng khá vui về đại ý là “con gái nói không là có, nói có là không”. Chi tiết này phản ánh chính xác sở thích nói ngược của không ít phụ nữ. Bởi vì phụ nữ thích được đoán trúng ý hơn là cứ thẳng thắn huých toẹt ra cho đàn ông biết mình thực sự muốn gì. Họ thử thách (có vẻ khó nhằn) kiểu này vì tin rằng mình có thể tìm ra “soulmate” thực sự của cuộc đời. Đồng thời họ cũng yêu thích vô cùng cảm giác không nói nhưng mà vẫn được hiểu. Nó thần kì lắm! Thần kì một cách hết sức phụ nữ!

8. Dùng sex để đạt được mục đích
Nghe thì có vẻ hơi phi lý nhưng không ít trường hợp, phụ nữ thành công với cách này. Có thể là não của đàn ông đôi lúc không nằm trong hộp sọ, hoặc cũng có thể đây là đường ngắn nhất đến...trái tim. Nhưng dù là lí do gì đi chăng nữa, sự gợi cảm, quyến rũ bản năng trong mỗi người phụ nữ luôn là một thứ vũ khí có sức công phá hạng nặng.

“ *Phụ nữ rất dễ ghen tị. Điều đó gần như là bản chất của phái đẹp*”.



8 Tuyệt Chiêu Của Đàn Ông

Hiển nhiên, đàn ông cũng có những bí kíp vô công của riêng mình để đáp trả và phản công lại. Chính vì thế mà cuộc chơi mới trở nên thú vị. Họ chắc chắn không phải tay vừa với hàng hà sa số chiêu thức lưu truyền nội bộ nhưng hãy thử xem qua 8 “đòn” thường thấy dưới đây:

1. Yêu cầu vô lý

Đột nhiên anh chàng đòi hỏi bạn làm những việc mà trước đây bạn không bao giờ phải làm hoặc anh ta biết rõ là bạn không thích làm thì có nghĩa bạn đang được đặt vào một bài test để xem khả năng thích ứng và sự thấu hiểu nhu cầu nhện của bạn đến đâu. Đàn ông luôn dành quyền chiêu chuộng nhưng đôi lúc họ cũng muốn được biết đối tượng có xứng đáng với sự chiêu chuộng đó hay không.

2. Đột nhiên cắt liên lạc

Sẽ có hai giả thiết: Hoặc là anh ta quá ngứa truy phong. Hoặc là anh ta đánh vào sự tò mò và khiến

bạn bứt rứt. Chiêu này có thể xếp vào dạng “cố tình gây thương nhớ”

3. Hạn chế lời khen

Để khiến phụ nữ cảm thấy mình bớt đặc biệt, cần cố gắng hơn nữa để tỏ ra thu hút và quyến rũ, đàn ông sẽ hạn chế khen ngợi và tiết kiệm những lời hoa mỹ có cánh.

4. So sánh với phụ nữ khác

Phụ nữ rất dễ ghen tị. Điều đó gần như là bản chất của phái đẹp. Nó có thể nguy hại hoặc không nhưng đàn ông nhất định sẽ đánh vào tâm lý đó nếu muốn kích thích một người phụ nữ thay đổi theo chiều hướng tốt đẹp hơn (theo đánh giá của riêng anh ta).

5. Tán tỉnh phụ nữ khác

Cũng một chiêu nữa đánh vào tâm lý hay ghen của phụ nữ. Chiêu này thực ra là một con dao hai lưỡi. Nó có thể khiến đối tượng nhận ra tình cảm của mình dành cho người đàn ông nhưng cũng có thể đẩy anh ta đến gần với cái danh “thiếu đứng đắn” và mất sạch.

6. Trở nên bí hiểm

Phụ nữ luôn bị cuốn hút bởi những anh chàng lạnh lùng, khó nắm bắt và có vẻ nhiều bí mật. Bởi họ luôn có một sự thoả mãn vô hình nếu biết được càng nhiều bí mật càng tốt. Chính vì vậy, tỏ ra xa cách và mơ hồ trở thành chiêu để đàn ông hấp dẫn phụ nữ vào những buổi ban đầu và cả những tháng ngày sau này nếu muốn đánh thức sự quan tâm nơi người phụ nữ của họ.

7. Thờ ơ với sex

Phụ nữ tin rằng khi họ không còn khiến đàn ông hấp dẫn với sex nữa nghĩa là họ chắc chắn có vấn đề. Do vậy, đàn ông sẽ dùng suy nghĩ đó để khiến phụ nữ cố gắng không ngừng, phấn đấu khâu ngừng cải tiến chuyện chăn gối để họ... đắc lợi.

8. Im lặng

Nếu đàn ông không thích sự im lặng từ phụ nữ thì phụ nữ cũng không chịu đựng được sự im lặng từ đàn ông. Chiêu này là chiêu có thể sử dụng bởi cả hai phía. Và ai “lì đòn” hơn người đó chắc chắn thắng!



E|V|E|N|T

BUTTERFLY

BY ĐỖ MẠNH CƯỜNG

Phần khai mạc show diễn thật ấn tượng và thú vị. Chiếc màn nhung đen dài 500 mét bao trùm một không gian lớn có bán kính 50 mét với hơn 1.000 con bướm tạo hình và 70 người mẫu hàng đầu. Chiếc màn được kéo mạnh xuống, không gian hiện ra choáng ngợp thay cho sự lời chào đón hơn 1.000 quan khách có mặt xem buổi trình diễn thời trang Fall - Winter 2013 Butterfly by DMC.

Tiếp đó là đường băng catwalk dài 100 mét theo hình tròn hiện ra ngay trước mặt khán giả. Không ai đoán trước được sàn catwalk gần như vậy, đẹp như vậy và đơn giản như vậy. Với Đỗ Mạnh Cường, sự đơn giản luôn là đỉnh cao của nghệ thuật. Và đúng như lời của anh Phạm Huy Cận, giám đốc công ty DMC, "Fashion show thì thời trang là yếu tố quan trọng nhất nhưng tổng thể nghệ thuật là điều cần phải có và bắt buộc cho bất kì show diễn nào của chúng tôi"

Gương mặt mở màn là siêu mẫu Vĩnh Thụy. Đây cũng là lần đầu tiên DMC chọn người mẫu nam mở màn cho show, kể đến là các siêu mẫu Hoàng Yến, Hoàng Thủy, Lâm Thu Hằng... cứ tiếp nối nhau cho các trang phục ứng dụng. Xu hướng họa tiết in butterfly bắt đầu từ sắc đỏ chuyển dần qua hồng, xanh, tím, vàng... rồi kết thúc phần một bằng butterfly trắng đen.

Sang phần 2, ánh sáng cũng chuyển sang một không gian khác. Hai màu đen trắng kinh điển cùng những thiết kế dạ hội và mang tính trình diễn rất tinh tế, đơn giản, sang trọng, nổi bật và thể hiện phong cách riêng của DMC.

Kết thúc, siêu mẫu Lê Thuý độc diễn một mình hết đường băng với chiếc váy cưới trắng lộng lẫy bằng chất liệu ren kim tuyến cao cấp như một sự kết thúc có hậu, một kết thúc bằng hạnh phúc.



Ông bầu Vũ Khắc Tiệp, doanh nhân Thủy Dương, Phương Nguyễn, NTK Đỗ Mạnh Cường, doanh nhân Phượng Chanel, Huy Cận



Ông Micheal Behrens - TGD Mercedes Benz Việt Nam và NTK Đỗ Mạnh Cường

Ông Costantion Sambuy - TGD Piaggio Việt Nam, NTK Đỗ Mạnh Cường và khách mời.



Bà Lê Hoàng Lan - Chủ tịch đầu tư MEDILAS Clinic Việt Nam, ca sĩ Hồng Nhung, Ngô Mỹ Uyên và hoa hậu Hà Kiều Anh



Diễn viên Ngô Thanh Vân



Ca sĩ Hồng Nhung



NTK Đỗ Mạnh Cường và diễn viên Diễm My



NTK Đỗ Mạnh Cường và diễn viên Tăng Thanh Hà



NTK Đỗ Mạnh Cường và doanh nhân Phạm Huy Cận



NTK Đỗ Mạnh Cường và người mẫu Hoàng Thủy



NTK trang sức Vivek Chaudhary và doanh nhân Huy Cận



Người mẫu Lê Thủy kết thúc show



OHUI

Vào tháng 10 vừa qua, sản phẩm dưỡng da nổi tiếng The First của thương hiệu mỹ phẩm đến từ Hàn Quốc OHUI đã được nâng cấp để mang lại sự biến đổi và hiệu quả rõ rệt hơn cho làn da. Được bổ sung nhiều thành phần mới như thành phần hạt nhân, dung dịch nuôi dưỡng tế bào mầm tái tổ hợp và công nghệ thẩm thấu da độc quyền Transkin, OHUI đảm bảo bạn sẽ yêu The First ngay ở lần sử dụng đầu tiên! Hàng trăm khách hàng của The First ngay khi được trải nghiệm đều cảm nhận được rõ rệt những cải tiến và nâng cấp vượt bậc của dòng sản phẩm mới này, nó giải quyết được mọi vấn đề của da: kết cấu, sắc độ, làn da khô ráp, lỗ chân lông rộng hay cả sự chảy xệ... Với những nỗ lực không ngừng vì giá trị khách hàng, các sản phẩm của OHUI luôn được cải tiến và phát triển nhằm mang lại hiệu quả tối ưu cho làn da của người sử dụng.



VDL

VDL là thương hiệu mỹ phẩm cao cấp được cho ra đời bởi tập đoàn LG Household & Healthcare kết hợp với chuyên gia trang điểm hàng đầu thế giới Wendy Rowe. Bên cạnh thế mạnh sở hữu những dòng sản phẩm chuyên nghiệp đầy màu sắc, VDL còn mang đến các giải pháp hiệu quả trong việc nuôi dưỡng và chăm sóc làn da và cơ thể. Tận dụng thế mạnh từ công nghệ và kĩ thuật của những bậc thầy trang điểm, công nghệ ánh sáng tím Lumilayer™ Technology của VDL được sắp đặt hoàn hảo để tạo ra những gam màu rực rỡ, hoàn toàn tự nhiên, mang đến phong cách tinh tế và sang trọng. Được phân phối độc quyền bởi công ty TNHH Hoa Sen Việt, kể từ ngày 19/11, VDL chính thức ra mắt tại Việt Nam đánh dấu bằng việc khai trương của hàng đầu tiên tại Parkson Sài Gòn Tourist (45 Lê Thánh Tôn, Quận 1, TPHCM). Để biết thêm thông tin chi tiết, xin vui lòng liên hệ cửa hàng hàng tại số (08) 3823 2239 hoặc đường dây nóng 0914 99 81 99.

AMADORA

Mong muốn dành tặng khách hàng những giây phút tận hưởng cuộc sống đích thực, Amadora Wellness & Spa giới thiệu một liệu trình mới độc đáo "THAI HERBAL BALL MASSAGE" - Phương pháp massage với túi thảo dược. Thao tác massage điều luyện của các chuyên viên kết hợp hài hòa với hơi ấm tỏa ra từ các túi thảo dược nóng ấm khi lăn trên cơ thể sẽ nhanh chóng làm dịu những vùng cơ đau nhức, lưu thông khí huyết, làm tan mỡ dư thừa và loại bỏ độc tố giúp cơ thể khỏe mạnh và làn da trở nên mịn màng, săn chắc hơn. Đặc biệt, hương thơm dịu nhẹ từ thảo mộc phương Đông như gừng, sả, chanh, khuynh diệp, cam thảo, linh chi... là phương thuốc hiệu quả giúp bạn giảm stress, xua tan mệt mỏi và tạo giấc ngủ sâu. Trải nghiệm liệu trình massage Thái với túi thảo dược "THAI HERBAL BALL MASSAGE" trong không gian thư giãn đậm nét Phương Đông của AMADORA Wellness & Spa sẽ giúp bạn nhanh chóng khôi phục lại năng lượng sống tràn đầy. Trong tháng 12, AMADORA dành tặng Khách hàng 01 PHIẾU QUÀ TẶNG GIÁM 10% khi sử dụng dịch vụ "THAI HERBAL BALL MASSAGE". Chương trình được áp dụng tại 250 Bà Triệu, Hà Nội. Điện thoại đặt chỗ: 04-9785407.

LA MER

Mùa giáng sinh năm nay, La Mer giới thiệu bộ sưu tập mới trong dòng phiên bản giới hạn như một món quà đặc biệt gửi tới các khách hàng dịp cuối năm. Bộ sưu tập bao gồm 3 dòng sản phẩm được sản xuất giới hạn mang lại nhiều lựa chọn làm quà tặng rất có ý nghĩa dành cho những người yêu thương cũng như cơ hội mua hàng với mức giá hấp dẫn trong mùa lễ hội. Bạn có thể nuông chiều người thân yêu bằng bộ sản phẩm phục hồi da thiết yếu The Rejuvenating Essential Collection gồm các sản phẩm chăm sóc da theo hệ thống một cách hoàn hảo cung cấp độ ẩm và tái tạo làn da. Cũng có thể lựa chọn bộ sản phẩm chống lão hóa The Ageless Collection cho những ai yêu thích vẻ đẹp không tuổi. Và nếu như bạn cảm thấy băn khoăn giữa các lựa chọn, bộ sản phẩm The Essential Moisture Collection với tác dụng dưỡng ẩm kỹ diệu sẽ là món quà hoàn hảo phù hợp cho tất cả mọi người.

Wuttisak Clinic

Wuttisak Clinic - thương hiệu số một ở Thái Lan trong lĩnh vực chăm sóc da và sắc đẹp vừa qua đã kỷ niệm năm đầu tiên gia nhập thị trường Việt Nam đồng thời khai trương chi nhánh thứ hai tại thành phố Hồ Chí Minh. Những thành tựu nổi bật của Wuttisak trong ngành chăm sóc da và sắc đẹp được minh chứng bởi vô số các giải thưởng mà viện đã nhận được. Với 14 năm kinh nghiệm, Wuttisak đã và đang nhận được nhiều sự tin tưởng của khách hàng và được nhiều người biết đến nhờ chất lượng và những kết quả trị liệu ấn tượng. Wuttisak mang đến dịch vụ chăm sóc da đầy đủ bao gồm: chữa trị mụn, sẹo mụn, nám da, tàn nhang, đốm đen, làm sáng da, thu nhỏ lỗ chân lông, tân trang lại khuôn mặt, giảm nếp nhăn bằng phương pháp trị liệu Laser, Botox, Filler và bổ sung dưỡng chất và vitamin cho da. Những gói chăm sóc da toàn thân mang lại cho khách hàng làn da mượt, mịn và nổi bật. Điểm khác biệt của cả hai chi nhánh ở Việt Nam chỉ nằm trong không gian nội thất, ngoài ra, tất cả mọi dịch vụ, trị liệu, công nghệ và công cụ y tế đều có chung tiêu chuẩn của Wuttisak. Khách hàng có thể ghé thăm bất cứ chi nhánh nào thuận tiện cho mình để tận hưởng chuỗi dịch vụ đầy đủ của Wuttisak Clinic một cách trọn vẹn nhất.





NASHI ARGAN

Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển sản phẩm Landoll chuyên nghiên cứu chuyên sâu về các thuộc tính và thành phần tự nhiên của dầu Argan đã cho ra mắt Tinh dầu dưỡng tóc Nashi Argan và hơn thế nữa là cả một dòng sản phẩm chăm sóc tóc cao cấp mang thương hiệu Nashi Argan. Những trải nghiệm sản phẩm thực tế trong thời gian qua đã cho thấy được công dụng tuyệt vời của dòng sản phẩm Nashi Argan. Đơn giản chỉ cần thoa vài giọt tinh dầu Nashi Argan vào mỗi buổi sáng hoặc sau khi gội đầu trên nền tóc khô hay ướt thì mái tóc ngay lập tức sẽ trở nên bóng mượt, vào nếp, giảm tối đa hiện tượng gãy rụng và chẻ ngọn trong cả ngày. Để tăng thêm lựa chọn bảo vệ con người toàn diện hơn, dòng sản phẩm Nashi Argan đã có thêm sản phẩm kem dưỡng da tay cao cấp với thành phần cũng chính là tinh dầu Nashi Argan, có tác dụng nuôi dưỡng và tái tạo làn da cho bàn tay khi phải tiếp xúc nhiều với hóa chất. Sản phẩm này cũng sẽ xuất hiện trong 1 hộp quà tặng phiên bản đặc biệt Nashi Argan Gold Limitation được tư vấn và bán tại các hệ thống salon tóc chuyên nghiệp trên toàn quốc.



PAMAS

Hệ thống trung tâm thẩm mỹ công nghệ cao PAMAS Beauty Clinic chính thức giới thiệu công nghệ đột phá trong lĩnh vực tạo hình gương mặt thon gọn, thanh tú tại thị trường Việt Nam: Gương mặt V-line thể hệ F2 với chỉ nang cơ siêu mỏng FTC (Fine Thread Contour). Hòa cùng dòng chảy xu hướng của thời đại, công nghệ làm đẹp này đang tạo ra cơn sốt làm đẹp tại châu Á mà điển hình là Hàn Quốc, Thái Lan, Nhật Bản. Chỉ vòng vèn sau 15 phút thực hiện bằng chỉ nang cơ siêu mảnh FTC, bác sỹ có thể biến chuyển một khuôn mặt to kénh, thô kệch thành một khuôn mặt trái xoan mới thon gọn hơn, thanh tú hơn và quan trọng nhất là trông thật tự nhiên. Bất ngờ hơn, kết quả của tạo hình gương mặt V-line thể hệ F2 với chỉ siêu mảnh FTC có thể kéo dài ít nhất trong hai năm. Giờ đây với công nghệ tiến tiến được Pamas du nhập vào Việt Nam, bạn không cần phải đi đâu xa mà vẫn có thể có được khuôn mặt lý tưởng như mong ước.

Double Rich

Bạn có biết việc thiếu hụt Collagen làm tóc khô xơ, gãy rụng? Giống như làn da, Collagen là chìa khóa phục hồi các liên kết, tăng cường độ đàn hồi, giúp tóc khỏe mạnh & bóng mượt. Tiên phong trong lĩnh vực ứng dụng công nghệ Collagen nuôi dưỡng tóc, Double Rich cho ra đời dòng sản phẩm chăm sóc tóc cao cấp Double Rich Collagen với Collagen kết cấu cực nhỏ & tinh dầu thiên nhiên dễ dàng hấp thụ, chăm sóc chuyên sâu, mang lại hiệu quả khỏe mượt dài lâu. Cảm nhận ngay mái tóc thực sự chắc khỏe, bóng bẩy với 2 bộ sản phẩm Double Rich Collagen hoàn toàn mới, giúp phục hồi hư tổn và dưỡng tóc khỏe mượt. Đặc biệt, nhân dịp ra mắt dòng sản phẩm mới, khách hàng sẽ được tặng ngay khăn nhung cao cấp khi mua 1 chai dầu gội Double Rich Collagen 350g. Chương trình diễn ra từ 01/12/2013 đến khi hết quà tặng, áp dụng tại các hệ thống siêu thị, cửa hàng trên toàn quốc!



CLEAR

Sau hơn 1 tháng diễn ra, "Đêm Rock tặng bóng 24h" do nhãn hàng dầu gội nam Clear men tổ chức vào ngày 16/11/2013 tại SVĐ Quân Khu 7 đã tìm được đội hình Tặng Bóng Nghệ Thuật vô địch tại Việt Nam là Saigon Team. Đội vô địch nhận được giải Nhất là chuyến đi Tây Ban Nha trị giá 200 triệu. Legends nhận được giải Nhì trị giá 30 triệu đồng và 6 đội còn lại nhận giải Khuyến khích trị giá 15 triệu đồng. Hơn 10.000 khán giả đến với sự kiện không chỉ mãn nhãn với những màn tặng bóng nghệ thuật theo nhóm của các danh thủ mà còn bùng nổ với lễ hội Rock có một không hai với 24 ca khúc rock đến 11 giờ đêm qua những màn trình diễn sôi động của các ca sĩ, nhóm nhạc hàng đầu Việt Nam như Black Infinity, Unlimited, Microwave, Bụi Gió, Phương Thanh, Đinh Hương, Phạm Anh Khoa, Thanh Hằng. "Clear Men - Thử thách tặng bóng 24h" đã khép lại thành công rực rỡ khi thật sự khiến người xem có một đêm chung kết mãn nhãn và cháy hết mình.

The Body Shop

Nhà bán lẻ khổng lồ mỹ phẩm và sản phẩm chăm sóc cơ thể danh tiếng từ Anh Quốc - The Body Shop vừa tung bùng chào đón đồng loạt bốn cửa hàng mới nhất tại Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội trong mùa lễ hội Giáng Sinh 2013 này, nâng tổng số cửa hàng trong hệ thống The Body Shop tại Việt Nam lên 15. Với những ai đã và đang yêu thích thương hiệu toàn cầu này, đây sẽ là một tin hết sức tốt lành vì giờ đây độ bao phủ của thương hiệu sẽ còn rộng khắp hơn, tạo điều kiện thuận lợi cho các khách hàng khi mua sắm. Cả bốn cửa hàng mới của The Body Shop đều nằm ở những vị trí trung tâm và gần với những khu vực đông đúc nhộn nhịp của hai thành phố lớn nhất nước, với lượng khách hàng qua lại khổng lồ mỗi



ngày. Đặc biệt hơn, cả bốn cửa hàng đều được xây dựng theo phong cách thiết kế hoàn toàn mới có tên gọi "Pulse", với diện mạo tuyệt đẹp hòa quyện giữa những chất liệu hoàn toàn thiên nhiên phản ánh đúng giá trị cốt lõi "Về Đẹp Với Trái Tim" của thương hiệu.

185

STYLE

TIN TỨC

Style / Tháng 11-12/2013



SENTA

Siêu thị giày thời trang Senta vừa cho ra mắt BST giày thời trang công sở hướng đến sự năng động, cá tính và trẻ trung cho giới văn phòng nói chung và chị em phụ nữ yêu thích thời trang nói riêng. Thương hiệu Senta có hai dòng sản phẩm chủ yếu, Senta Made in Malaysia với các mẫu giày được nhập khẩu hoàn toàn từ Malaysia, với công nghệ và kiểu dáng hiện đại theo phong cách châu Âu. Dòng sản phẩm thứ hai được sản xuất tại Việt Nam và xuất khẩu sang Nhật với các tiêu chí khắt khe về chất lượng và các tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường. Các sản phẩm này đa số được làm bằng 100% chất liệu da thật, với các kiểu dáng cổ điển và quý phái cho người dùng. Senta hiện đang có mặt tại 982 Cách Mạng Tháng Tám, P5, Q.Tân Bình. Mọi chi tiết vui lòng liên hệ hotline 0903 666 449, hoặc xem thêm thông tin tại website www.sentacollection.com.



HAVAIANAS

Dép kẹp có lẽ sẽ là thứ đầu tiên mà bạn nghĩ đến ngay khi thoát khỏi đôi giày cao gót lênh khênh. Là người bạn thân thiện nhất của đôi bàn chân, một đôi dép kẹp mang đến cảm giác thoải mái, vừa vặn với kiểu dáng đẹp thực sự là một khoản đầu tư xứng đáng. Được làm từ loại cao su tốt nhất, những đôi dép kẹp Havaianas mang lại cảm giác thoải mái khác biệt rõ rệt ngay khi ướm thử. Hơn thế nữa Havaianas sẽ khiến bạn phải ấn tượng trước sự đa dạng đáng ngạc nhiên trong thiết kế. Từ việc sử dụng màu sắc linh hoạt đến những chi tiết trang trí được thiết kế tinh tế bằng kim loại, pha lê thật và cả pha lê cao cấp của Swarovski. Cuối tuần này hãy chiếu chuông đôi chân của bạn bằng cách ghé qua cửa hàng của Havaianas để khám phá thêm những mẫu dép quai mảnh mới nhất với nhiều màu sắc tươi sáng, họa tiết da độc đáo hay chấm bi polka dot sành điệu năm 2013. Địa chỉ mua sắm: * Vincom Center A, Ô K5, Tầng L3, 171 Đồng Khởi, Quận 1 - Tel: 08. 3936 9447 * Vincom Center B, Ô 26, Tầng B1, 72 Lê Thánh Tôn, Quận 1 - Tel: 08.39369587



NINE WEST

Hiện đại và lôi cuốn là những gì mà Nine West - thương hiệu giày hàng đầu của Mỹ, mong muốn mang lại cho phái đẹp trong mùa Thu Đông này. Sự kết hợp hoàn hảo giữa thiết kế thiếc bóng loáng từ mũi tới gót giày và tông màu đen tuyền với công nghệ hoa văn in chìm đem lại sự tinh tế từ kiểu dáng cho đến thần thái trong từng bước đi. Độ sâu của các gam màu tối giúp truyền cảm hứng cho sự sáng tạo pha chút bí hiểm. Với những thiết kế thời thượng mang chất lượng cao, Nine West kỳ vọng sẽ giúp phái đẹp tự tin khám phá những vẻ đẹp khác mang tính hiện đại và lôi cuốn hơn của chính mình. Cùng chiêm ngưỡng bộ sưu tập Dark Night của Nine West tại hệ thống Vincom, Parkson, Diamond và Royal City. Hotline : 098 789 8889/ 090 240 2668

TOPSHOP

Mùa đông này Topshop cho ra mắt bộ sưu tập "90's Antwerp" như một sự gợi nhớ đến phong cách thời trang những năm 90 đậm chất thanh lịch. Bộ sưu tập được thổi một luồng gió mới với những đường cắt hiện đại theo phong cách thời trang nam, nhấn nhá ở các kiểu khóa cài làm trang trí, và nổi bật là gờ vai áo trễ xuống vô cùng mềm mại. Bên cạnh đó, chất liệu vải tweed, nỉ, da và các tông màu tối giản tạo thêm nét nam tính trên những mẫu thiết kế như áo sơ mi cách điệu dáng rộng, quần âu, áo len oversized hay áo khoác da màu đen. Là sự pha trộn của phong cách cổ điển mà hiện đại, mềm mại nhưng nam tính, việc kết hợp tất cả những nhân tố tương phản đó đã giúp cho các mẫu trang phục của Topshop mùa này mang đến sự lôi cuốn đặc biệt cho phái đẹp trong những ngày đông.

STEVE MADDEN

Mùa này, nhãn hàng mang biểu tượng của New York trình làng một loạt phong cách thu hút các cô nàng cá tính và các quý cô sành điệu - những tín đồ luôn bắt kịp các xu hướng thời trang và đánh giá đúng các trào lưu thời thượng. Nổi bật nhất là những đôi giày cao gót hoàn hảo và những đôi giày đế bằng smoking lấp lánh, đây là sự lựa chọn hàng đầu dành cho phái đẹp trong các sự kiện quan trọng, nhất là khi mùa lễ hội đang ở rất gần. Tiếp theo nhưng không kém phần quan trọng là dòng sản phẩm giày boot được kết hợp hoàn hảo giữa nét phóng khoáng tự do cùng với nét cổ điển thanh lịch, luôn không thể thiếu đối với tủ đồ của các cô gái trong mùa đông. Đây hiện cũng đang là sản phẩm bán chạy nhất của hãng trên thị trường suốt mùa này. Bộ sưu tập Thu Đông Steve Madden hiện đang được giới thiệu và bày bán tại Vincom B, Hồ Chí Minh. Hotline : 098 789 8889/ 090 240 2668



ERNEST BOREL

Sau một thời gian dài nghiên cứu và thăm dò thị trường Việt Nam, thương hiệu đồng hồ Thụy Sĩ nổi tiếng Ernest Borel đã chính thức khai trương boutique đầu tiên tại số 3 Hàng Khay, Hoàn Kiếm, Hà Nội. Lễ khai trương đã nhận được nhiều sự quan tâm của báo giới, cũng như những khách hàng VIP yêu thích đồng hồ. Boutique đầu tiên của Ernest Borel tại Hà Nội được xây dựng theo chuẩn thiết kế của hãng tại các boutique trên thế giới với hơn 200 mẫu đồng hồ của Ernest Borel được trưng bày, mang đến nhiều chọn lựa phong phú cả về kiểu dáng và giá cả. Ernest Borel kỳ vọng sẽ làm hài lòng ngay cả những vị khách khó tính nhất với thiết kế độc đáo của sản phẩm cũng như không gian sang trọng của boutique và thái độ phục vụ chuyên nghiệp của nhân viên bán hàng. Thông tin chi tiết về gian hàng có thể truy cập website: www.gallewatch.com hoặc hotline: 09777253186

PEDRO

Khởi nguồn từ vẻ đẹp tinh tế vốn có của thương hiệu hòa quyện trong cảm hứng vui tươi, rộn ràng của mùa lễ hội, Giáng Sinh năm nay, thương hiệu Pedro mang đến một bộ sưu tập đặc biệt chưa từng có dành cho người sành thời trang. Đầu tiên phải kể đến các mẫu thiết kế dành cho phái đẹp với hình ảnh chủ đạo là bông hoa tuyết xuyên suốt bộ sưu tập. Những bông hoa tuyết lung linh được tạo hình cầu kỳ nổi bật trong những đường thêu tỉ mỉ sau gót những đôi giày pump hay được đính đá lộng lẫy trên mũi những đôi slipper tạo điểm nhấn ấn tượng trên nền chất liệu da lộn trẻ trung, sang trọng. Sánh đôi cùng vẻ đẹp long lanh của các mẫu giày nữ, những sản phẩm dành cho nam giới của nhãn hiệu lại bộc lộ sự nam tính, mạnh mẽ cùng một chút vui nhộn. Đó là những mẫu giày loafer với chi tiết trang trí tua rua được làm bằng da lộn và da dê ở mũi giày, hay những đôi giày lười với chi tiết thắt nơ cổ điển trong những tông màu trầm ấm đặc trưng của mùa. Hình ảnh những bông hoa tuyết một lần nữa được nhắc lại trong bộ sưu tập dành cho nam giới nhưng theo một cách kín đáo, tinh tế và hoàn toàn phù hợp khi xuất hiện ở phần gót giày nhờ vào kỹ thuật cắt lazer tiên tiến.



RIMOWA

Ai bảo chỉ có sắc đỏ mới đúng điệu Giáng Sinh? Một chút phá cách với tông xanh thời trang sẽ giúp bạn nổi bật trong buổi tiệc cuối năm. Có thể đó là chiếc thắt lưng màu xanh bạc hà, băng đô tinh nghịch màu xanh cô ban, hay một chiếc túi da xanh dương phong cách... Nắm bắt được xu hướng thời trang mới, vali RIMOWA LIMBO ra đời, lấy màu xanh nửa đêm (night blue) thanh lịch làm chủ đạo, hài hòa trong khung nhôm trắng bạc sang trọng sẽ là điểm nhấn ấn tượng cho trang phục mùa đông của bạn. Lớp vỏ vali được làm từ sợi carbon siêu bền siêu nhẹ càng làm nổi bật những đường rãnh độc đáo của thương hiệu vali hàng đầu nước Đức. Các chi tiết hữu dụng bên trong được gia công bằng tay, đảm bảo giữ nguyên chất lượng cho những trang phục đắt tiền, nước hoa và cả đồ trang điểm của các tín đồ thời trang. Bốn bánh xe xoay 360° Multiwheel nằm khiêm tốn dưới thân vali sẽ giúp bạn tự tin sải bước trên giày cao gót trong khi vẫn điều khiển vali dễ dàng trên mọi địa hình. Bấy nhiêu thôi cũng đủ để vali RIMOWA LIMBO nằm trong "wishlist" của các fashionista dịp Giáng Sinh này. Địa chỉ cửa hàng RIMOWA: KS Caravelle, 19-23 Công Trường Lam Sơn, Q. 1, TP. HCM, ĐT: 08-3 827 6108; 102 Nguyễn Huệ, góc Lê Lợi, Q. 1, TP. HCM, ĐT: 08-3 822 5034.

TOPMAN

Được truyền cảm hứng từ trang phục của hoàng gia Nga, bộ sưu tập Kremlin của thương hiệu thời trang Anh quốc Topman mang đến những thiết kế sang trọng, cao cấp mang đậm chất "hoàng tộc" cho mùa đông năm nay. Điểm nổi bật của bộ sưu tập nằm ở việc sử dụng các họa tiết. Họa tiết baroque - thường được dùng trong lễ phục hoàng gia trở nên nổi bật qua cách thêu nổi sắc sảo. Trong khi đó những họa tiết và hình ảnh phỏng theo các vị thần La Mã lại làm điểm nhấn cho các trang phục mang phong cách "inside-out". Những họa tiết trang trí này còn được kết hợp hài hòa với các họa tiết quân đội trên những chiếc áo khoác và sơ mi giúp cho người mặc trở nên nam tính và có phần quý tộc hơn. Bên cạnh âm hưởng chủ đạo là hoàng tộc, phong cách streetstyle vẫn dành được sự ưu ái của Topman với các mẫu áo thun, áo len và phụ kiện trên nền các chất liệu ánh vàng và ánh bạc.

EASY SPIRIT

Với trọng lượng 150 gram, giày chống trọng lực của Easy Spirit - một thương hiệu giày đạt chuẩn đến từ Mỹ là một sản phẩm không thể bỏ qua đối với những ai muốn tìm kiếm một đôi giày an toàn, thoải mái, tiện dụng. Sử dụng công nghệ tiên tiến và được thiết kế bởi hàng triệu phân tử bong bóng cực nhỏ, lớp lót đàn hồi và lớp lót chống va đập phối hợp tạo nên sự êm ái tuyệt đối cho đôi chân của phái đẹp. Hệ thống chống trọng lực có thể hấp thụ sốc và phân phối trọng lượng một cách hiệu quả, giúp giảm mệt mỏi và ngăn ngừa đau lưng. Ngoài ra, gót giày cao khoảng 2cm và được làm bằng vật liệu đàn hồi, bền và có chức năng chống trơn trượt mang lại sự an toàn tối đa cho người sử dụng. Sản phẩm có bán tại hệ thống Parkson, Diamond và Royal City. Hotline: 098 789 8889/ 090 240 2668



TIN TỨC

Style / Tháng 11-12/2013

LACOSTE

Để đánh dấu 80 năm thương hiệu có mặt trên toàn cầu, Lacoste đã tổ chức một sự kiện kỷ niệm dành cho báo chí và khách hàng Vip tại cửa hàng chính đặt tại khách sạn New World, TP Hồ Chí Minh vào ngày 24/10/2013. Sự kiện có sự xuất hiện của Siêu mẫu Hoàng Yến, siêu mẫu Xuân Thu và các người mẫu Quỳnh Trang, Kim Nguyên, Minh Thuận, Thanh Tuấn... cùng nhiều khách mời đặc biệt bao gồm các khách hàng VIP và các cơ quan báo chí. Tại sự kiện này, khách mời và báo giới được chia sẻ những thông tin thú vị về lịch sử của nhãn hiệu thời trang Pháp trong 80 năm qua hình ảnh và tư liệu, đồng thời chiêm ngưỡng bộ sưu tập đặc biệt nhân dịp kỷ niệm 80 năm.



HEINEKEN

Thương hiệu bia cao cấp quốc tế Heineken đã chính thức công bố việc gia hạn hợp đồng tài trợ Giải bóng đá UEFA Champions League, theo đó Heineken sẽ tiếp tục là đối tác chính thức của giải bóng đá danh giá nhất hành tinh này đến hết mùa giải 2017/2018. Thỏa thuận này sẽ mở ra một sân chơi tiềm năng cho những chương trình sáng tạo cùng những chiến dịch nhắm đến các khách hàng thẳng giải của Heineken, đồng thời nâng cao độ phủ truyền thông tại Đức, tăng cường độ phủ của các bảng pano quảng cáo LED trên sân và thúc đẩy việc gắn kết trên các kênh bán lẻ chính.



CHEVRON

Công ty TNHH Chevron Việt Nam sở hữu thương hiệu Caltex Delo và Havoline chuyên về dầu nhớt và nước làm mát xe máy vừa qua đã công bố cuộc thi "Tranh Tài Thiết Kế Xe - Vẽ Nên Phong Cách Mới" dành cho khách hàng nhằm tìm kiếm chiếc xe máy phong cách nhất Sài Gòn. Chủ nhân xe đẹp nhất cho mỗi thể loại cũng như xe được khán giả bình chọn nhiều nhất sẽ giành được giải thưởng hấp dẫn là một máy iPad Air cực sành điệu. Từ ngày 20/11 đến 17/12/2013, thí sinh có thể đăng hình ảnh chiếc xe đẹp nhất của mình lên trang facebook của Caltex Việt Nam www.facebook.com/caltexvn. Vòng chung kết cuộc thi sẽ diễn ra vào ngày 21/12/2013 tại trung tâm thương mại NowZone.

Mercedes-Benz

Gia nhập thị trường Việt Nam gần 20 năm, Mercedes-Benz không chỉ mang đến công nghệ ô tô hiện đại bậc nhất của Đức, mà còn tiếp tục đóng góp vào sự phát triển của xã hội thông qua việc tài trợ các hoạt động hội họa, thời trang và văn hóa. Một trong những sự kiện nổi bật diễn ra gần đây có sự tài trợ của Mercedes-Benz là show diễn Butterfly của nhà thiết kế Đỗ Mạnh Cường. Butterfly - Những



IVY moda

MY DAY show là câu chuyện thời trang của IVY moda được tổ chức tại Grand Plaza Hanoi Hotel ngày 17.11.2013, đánh dấu chặng đường 8 năm phát triển đằng sau một thương hiệu. Chủ đề của show diễn "MY DAY" sẽ được dẫn dắt xuyên suốt buổi diễn với thông điệp "Mỗi ngày, IVY moda mong muốn được hiện diện trong cuộc sống của những người phụ nữ, với những công việc khác nhau, gu thời trang khác nhau, trải nghiệm cuộc sống khác nhau. MY DAY - Phong cách của bạn, sứ mệnh của chúng tôi! Với không gian thiết kế đặc biệt, công nghệ trình diễn hiện đại, khán giả đã được thưởng ngoạn những giây phút xuất hiện và trình diễn vô cùng ấn tượng của các siêu mẫu qua 80 mẫu thiết kế mới nhất với các phong cách khác nhau từ thời trang công sở, thời trang dạ hội đến thời trang phá cách

Cánh Bướm Cuối Thu" đúng nghĩa là một show thời trang đẳng cấp quốc tế của một nhà thiết kế luôn tiên phong tổ chức show riêng tại Việt Nam. Show diễn quy tụ 70 người mẫu hàng đầu, trong đó có nhiều người mẫu nổi tiếng như Ngọc Quyên, Hoàng Thùy, Lê Thúy... Trong show diễn lần này, với tư cách là nhà tài trợ, Mercedes-Benz cũng đã trưng bày mẫu xe C300 AMG Plus màu đỏ thời thượng thu hút sự chú ý của các quan khách và báo chí.



CLUB M

Được chính thức khai trương từ tháng 5/2013, câu lạc bộ thể thao và chăm sóc sức khỏe Club M tại 1/165 Hoàng Ngân, Trung Hòa, Cầu Giấy, Hà Nội thực sự đã tạo nên một điểm nhấn quan trọng cho cộng đồng dân sinh, mang lại những dịch vụ phục vụ cho mục đích lâu bền, tươi mới và khỏe mạnh của cộng đồng dân sinh trong khu vực. Và để chúc mừng cho những thành công đã đạt được cũng như là một lời tri ân đến khách hàng thân thiết, Club M sẽ tổ chức một buổi lễ kỷ niệm vào ngày 20/12/2013 sắp tới tại khuôn viên của câu lạc bộ, đặc biệt trong ngày này khách hàng sẽ nhận được rất nhiều khuyến mại lớn khi đăng ký thẻ hội viên. Để biết thêm thông tin chi tiết vui lòng liên hệ: 0462699995



HP

Tại sự kiện diễn ra tại TPHCM trong tháng 11 này, HP đã công bố việc ra mắt hàng loạt sản phẩm mới trước đợt lễ cuối năm sắp tới. Là công ty công nghệ hàng đầu thế giới, HP cung cấp dải sản phẩm trải rộng từ công nghệ in ấn, máy tính cá nhân, phần mềm, dịch vụ và cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

"Khách hàng của chúng tôi cần các giải pháp cho công việc và giải trí theo cách mà họ thấy tiện lợi nhất. Các sản phẩm mới trưng bày tại đây hôm nay cho thấy HP hiện đang cải tiến và xác định các trải nghiệm điện toán thế hệ kế tiếp, nhằm đáp ứng các nhu cầu hiệu suất làm việc và cách thức giải trí của khách hàng", ông Roy Ng- Giám đốc phụ trách phát triển sản phẩm, Nhóm In ấn và Máy tính cá nhân của HP Việt Nam cho biết. 17 sản phẩm mới được HP giới thiệu trong sự kiện lần này bao gồm các dòng notebook, máy tính để bàn, laptop chuyên dùng cho thiết kế, các giải pháp kinh doanh, và các dòng máy in dùng cho gia đình, văn phòng và máy in khổ lớn, phục vụ nhu cầu đa dạng của thị trường.



MALAYSIA YEAR END SALE

Mùa Mua Sắm Giảm Giá Cuối Năm 1Malaysia (1Malaysia Year-End Sale, gọi tắt là 1MYES) nay đã trở lại hoành tráng hơn bao giờ hết. Các tín đồ mua sắm luôn được chào đón đến với Malaysia để hòa mình vào lễ hội mua sắm kéo dài suốt hai tháng từ 16/11/2013 đến 5/1/2014. Lễ hội này sẽ diễn ra trên khắp đất nước Malaysia, từ khu vực Trung tâm Kuala Lumpur với những trung tâm mua sắm hàng đầu thế giới, đến phố Petaling, Penang Pewter, Trung tâm đồ cổ Jalan Hang Jebat & Jalan Tun Tan Cheng Lock... Nếu đang có ý định đổi mới tủ đồ của mình, hãy mau ghi chú trên lịch để không bỏ lỡ cơ hội lấp đầy giỏ hàng với quà tặng, hàng hiệu, hay bất cứ thứ gì bạn muốn với mức giảm giá hấp dẫn tại các siêu thị, cửa hàng và trung tâm mua sắm! Thông tin chi tiết xem tại <http://tourismmalaysia.gov.my/> hoặc <https://www.facebook.com/tourismmalaysiavietnam>.

HTC

Ngày 12 tháng 11 vừa qua – HTC, tập đoàn tiên phong về công nghệ và thiết kế smartphone nổi tiếng toàn cầu đã chính thức công bố HTC One max. Chiếc smartphone lớn nhất của gia đình One mang tất cả các đặc điểm đã giành được nhiều giải thưởng trên HTC One như thiết kế sang trọng, tính năng độc đáo và khả năng xử lý ấn tượng đến với những tín đồ yêu thích trải nghiệm di động trên một kích thước màn hình lớn. Tính năng mới "Bảo mật vân tay" sẽ giúp việc sử dụng thêm phần thuận tiện, trong khi những tính năng nổi bật như HTC BlinkFeed™, HTC Zoe™ và HTC BoomSound™, kết hợp cùng HTC Sense phiên bản 5.5 mới nhất, đều được nâng cấp tối đa để tiếp tục đưa những trải nghiệm di động tốt nhất đến với khách hàng. HTC One max chính thức có mặt tại thị trường Việt Nam vào tuần cuối của tháng 11/2013 với giá bán lẻ đề nghị là 17,990,000đ.

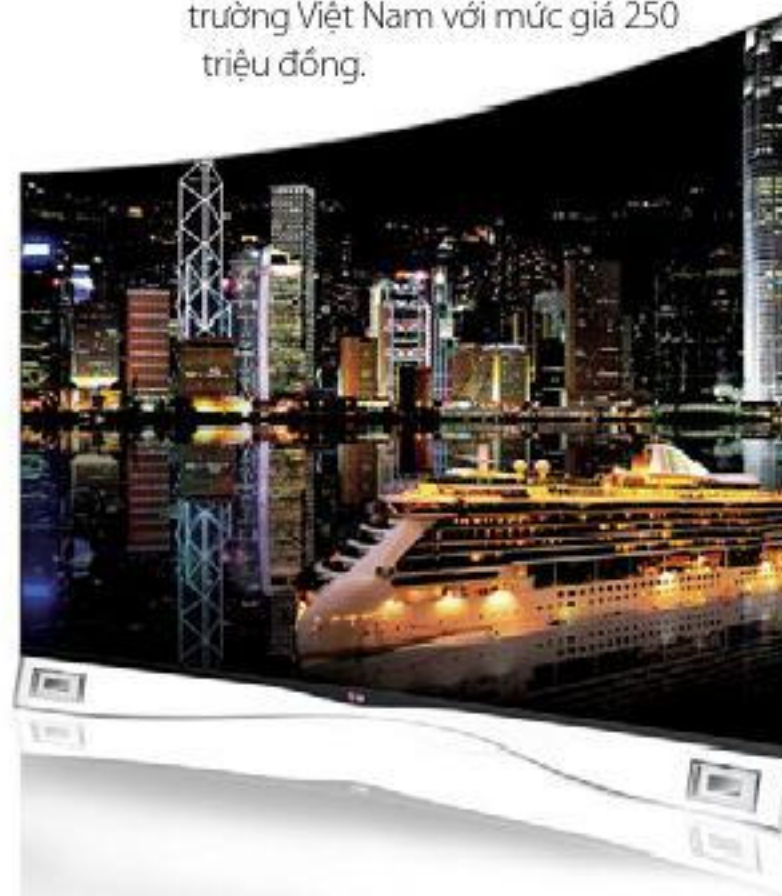


NOKIA

Ngày 01/11 vừa qua, Nokia Việt Nam đã chính thức cho ra mắt hai sản phẩm smartphone màn hình lớn 6 inch đầu tiên của Nokia là Nokia Lumia 1520 và Nokia Lumia 1320. Nokia Lumia 1520 được trang bị màn hình Full HD 1080p cho phép người dùng truy cập nhanh hơn vào những ứng dụng ưa thích mà ít phải cuộn màn hình. Cùng với máy ảnh PureView 20MP, người dùng có thể dễ dàng chụp và chỉnh sửa hình ảnh chất lượng cao. Ngoài ra, Lumia 1520 còn được tích hợp chương trình Nokia Rich Recording với 4 micro, cung cấp khả năng thu âm có điều hướng, tránh bị méo tiếng và lẫn các tạp âm từ hướng không mong muốn. Trong khi đó, Nokia Lumia 1320 cũng được trang bị những tính năng hình ảnh mới nhất như Nokia Camera và Nokia Storyteller... nhằm mang lại cho người dùng một chọn lựa thú vị trong số những điện thoại thông minh màn hình lớn.

LG

LG chính thức ra mắt TV OLED cong đầu tiên tại thị trường Việt Nam, tiếp tục khẳng định vị thế tiên phong trong phát triển công nghệ TV cao cấp. TV OLED cong của LG được xem là tuyệt phẩm công nghệ với màn hình uốn cong chỉ mỏng 4,3mm, công nghệ WRGB OLED cho hình ảnh sắc nét, trung thực và thiết kế sang trọng, tinh tế với chân đế bằng pha lê, hệ thống loa chỉ mỏng 1mm nhưng mang tới âm thanh sống động với công suất lên tới 40W. Hội tụ tất cả những công nghệ và tính năng mới nhất trên thế giới, TV OLED cong đầu tiên về Việt Nam không chỉ là một chiếc TV 3D mà còn là một Smart TV cao cấp nhất hiện nay: Đó là công nghệ 3D thụ động với hiệu ứng 3D mạnh nhất, kính 3D không dùng pin, an toàn, tiện lợi; Là kho nội dung với 1400 ứng dụng phong phú, thông minh, và đặc biệt là tính năng nhận diện giọng nói, điều khiển cảm biến thông minh. Đối với người tiêu dùng, sự xuất hiện của TV OLED cong đã mang tới một khái niệm thực sự mới mẻ, nó khiến một chiếc TV không chỉ đơn thuần là sản phẩm nghe nhìn mà như một tác phẩm nghệ thuật cho không gian sống. Tuyệt phẩm đang được chào bán tại thị trường Việt Nam với mức giá 250 triệu đồng.



STYLE 189

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 văn phòng.
- 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 11-12/2013

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 Ngô Quyền, Hà Nội
- ♦ Vincom Center A 171 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM

Louis Vuitton

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

Chanel

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

Dior

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

Gucci

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

Valentino

- ♦ 59 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Versace

- Vincom Center B 72 Lê Thánh Tôn, 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 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- ♦ Diamond Plaza 34 Lê Duẩn, Q.1, Tp.HCM
- ♦ Khách sạn Rex 141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q.1, Tp.HCM

Kenzo

- ♦ 32 Hàng Bài, Hà Nội

Marc Jacobs

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

Bally

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

Runway

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

Balenciaga

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

Givenchy

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

Jimmy Choo

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

Just Cavalli

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

Moschino

- ♦ 3 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Hugo Boss

- ♦ 60 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Sergio Rossi

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

Van Laack

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

Luala

- ♦ 61 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Milano

- ♦ 88 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM
- ♦ 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

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

Bvlgari

- Parkson Viet Tower

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

Cartier

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

Vertu

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

Korloff

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

Mobiado

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

Bang & Olufsen

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

Chopard

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

Atelier (Dior, 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 Tôn, 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.

Guess

- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Quận 1, Tp HCM
- Parkson Saigon Tourist, 35-45bis Lê Thánh Tôn, Quận 1, Tp HCM
- Parkson Landmark, 72 Phạm Hùng, Quận Cầu Giấy, Hà Nội
- Parkson Viettower, 198B Tây Sơn, Quận Đống Đa, Hà Nội

Nautica

- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Quận 1, Tp HCM
- Parkson Saigon Tourist, 35-45bis Lê Thánh Tôn, Quận 1, Tp HCM
- Parkson Landmark, 72 Phạm Hùng, Quận Cầu Giấy, Hà Nội
- Parkson Viettower, 198B Tây Sơn, Quận Đống Đa, Hà Nội

EKTHONGPRASERT



EKTHONGPRASERT



Gianfranco Ferré



PRABAL GURUNG

SARAH'S BAG

CHARLOTTE OLYMPIA

NƠI CÁT MỊN ÔM GÓT MỀM



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

**Làm chủ mọi hành trình,
liên tục 24 giờ mỗi ngày.**

Với Fiesta mới, mọi con đường làm ra đều dành riêng cho bạn, mọi lúc, mọi nơi. Đó là nhờ sức mạnh của động cơ Ecoboost 1.0L, được bình chọn là Động Cơ Quốc Tế của năm trong 2 năm liên tiếp 2012, 2013. Ecoboost là động cơ duy nhất mang lại khả năng vận hành vô địch và tiết kiệm nhiên liệu hàng đầu, cho bạn thấy sự khác biệt giữa việc chỉ lái xe trên đường, hay làm chủ chính con đường ấy.

THE NEW FIESTA

ford.com.vn



Khóa thông minh và khởi động bằng nút bấm



Động cơ
EcoBoost 1.0L*



Tiết Kiệm Nhiên Liệu
5.3L/100 km*



**Hệ Thống
Bảo Vệ
Thông Minh**

Hệ thống điều khiển bằng giọng nói

Hệ thống điều khiển bằng giọng nói

SYNC™



7 Túi Khí**

* Trang bị trên Fiesta Hoàn Toàn Mới phiên bản "Sport+" sử dụng động cơ EcoBoost 1.0L.

Mức tiêu hao nhiên liệu được đo ở điều kiện thử tiêu chuẩn.

**** Trang bị trên phiên bản Titanium, Sport và Sport+. 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. 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



TÚNG BỪNG MÙA LỄ HỘI

[Facebook.com/Heineken](https://facebook.com/Heineken)



LON HEINEKEN MỚI
VẪN ĐỒNG NHẤT MỘT CHẤT LƯỢNG TUYỆT HẢO

