

STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

NGÀY THỨ

366

CHIA TAY & HỘI NGỘ

KHI CHIẾC
PHÒNG THỦ
ĐỒ BIẾN MẤT

BEAUTY SPRING
SUMMER 2014

GIỚI HẠN
CỦA PHỤ NỮ
LÀ Ở ĐÂU?

2014

Chapter 01



NHÀ XUẤT BẢN THỂ DỤC THỂ THAO

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



KENZO PARIS





RUNWAY

CONCEPT STORES SAIGON | HANOI

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



STYLE
nite

White Party

JANUARY
8th, 2014

20:30

JANUARY 8TH, 2014

SWING LOUNGE & BAR

21 TRANG TIEN, HOAN KIEM, HANOI

SPONSORS

BELVEDERE

ppp
LASER CLINIC
for Pores, Pimples, and Pigmentation
a clinic of Dr. Goh Seng Hong

MEDIA PARTNERS

STYLE HANGHIEU Fairways

A joyful party hosted by Chau Bach Media

CBM
CHAU BACH MEDIA



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)







34

CONTENTS

DECEMBER 2013 - JANUARY 2014



♥ COVER STORY

22.

Ngày thứ 366

♥ FASHION

26.

Style Manual

32.

Gift Set Ideas For Him

34.

Forever Young

38.

From 9-5 To After Hours

42.

Biến hóa với áo khoác da

54.

7 chiến dịch quảng cáo nổi bật nhất 2013

66.

Fashion Mix & Match

72.

Chia tay và hội ngộ

♥ BEAUTY

100.

Beauty Trend Spring Summer 2014

110.

Đôi mắt đắt giá

114.

Leather - Mùi hương di sản của tự do

120.

Giảm cân bạn có biết

124.

Khi bông măt trở thành mốt

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

www.longines.com



CONTENTS

DECEMBER 2013 - JANUARY 2014

♥ LIFESTYLE

126.

Khi chiếc phòng thử đồ biến mất

130.

10 mẫu xe SUV cao cấp của 2013

138.

Top 7 Smartphone của 2013

140.

Đồ chơi công nghệ cho người yêu bếp

142.

Malaysia cài số

154.

Những khung cửa thần tiên

158.

Sparkle Sparkling

♥ ENTERTAINMENT

162.

Hoàng Thùy Linh - Tôi đã sẵn sàng

168.

Nick Do - Trend-setter "Ăn May"

174.

Top 10 bài hát năm 2013

178.

Top 10 bộ phim đáng nhớ nhất 2013

182.

Giới hạn của phụ nữ



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 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: 296/13/QCMP-HCM.

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

Khổ: 21x28.5cm

In tại nhà máy in Bản Đồ

In xong nộp lưu chiểu tháng 12 năm 2013

Giá: 34.500 VNĐ

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 TRƯNG | 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.

Chanel

editor's note

2014- Chapter 01

Trong cuốn sách nổi tiếng "Cha giàu cha nghèo", ở chương thứ 9 mang tên sự khởi đầu, Robert Kiyosaki có trả lời câu hỏi: "Tôi có thể bắt đầu như thế nào?" bằng 10 bước mà ông cho rằng chúng khá hữu hiệu. Trong đó, tôi đề ý nhất đến điều thứ 2, đó chính là **MỖI NGÀY TÔI ĐỀU CÓ NHỮNG LỰA CHỌN**. Kiyosaki giải thích tương đối rõ ràng lời khuyên này trong ngữ cảnh làm giàu, nhưng thực ra tôi nghĩ, nó đúng cho bất kì trường hợp nào.

Phải, tất cả chúng ta luôn có quyền được lựa chọn. Lựa chọn mơ ước, lựa chọn bắt đầu, lựa chọn nhớ, lựa chọn quên, lựa chọn ra đi, lựa chọn bỏ cuộc... vào bất cứ lúc nào bất kì thời điểm nào trong cuộc sống. Nhưng thường thì chúng ta đều quên mất cái quyền ấy, nhất là khi vấp phải quá nhiều căng thẳng, mệt mỏi hay thất bại. Năm 2013 là một năm không dễ dàng, hẳn vậy, với quá nhiều những thị phi và chuyện rùm beng ngỡ là vật vãn mà để lại vết đau chắc cũng... lâu. Nhưng vào lúc bạn cầm trên tay ấn phẩm Style, số đầu tiên của năm 2014 này, chúng tôi hi vọng, bạn đã thôi ngoảnh đầu, đã khép cuốn sách 2013 lại và cùng Style mở ra trang đầu tiên, chương thứ I của một năm mới với những khởi đầu khác.

Không phải tự nhiên mà đa phần chúng ta đều thích những "cái lần đầu tiên" đến như vậy. Bởi ở đó, chúng ta được thấy mình hoàn toàn không có lỗi lầm, không có e dè, háo hức và đầy nhiệt huyết. Vậy tại sao lại phải ngần ngại khi chúng ta luôn có thể tự tạo ra những cái lần đầu tiên mới phải không? Trong ấn phẩm số đầu tiên của 2014 này, chúng tôi đã làm một chút tổng kết bé xâu để hoài niệm, mang đến cho bạn những gương mặt mới mà không mới của Việt Nam và cả lời chúc tốt đẹp nhất dành cho bạn khi năm 2014 chính thức bắt đầu. Style chúc bạn lòng can đảm, sự vị tha (cho người và cho mình), sức khoẻ, niềm tin để viết những dòng đầu tiên hạnh phúc vào cuốn sách 2014!

Chúng tôi cũng muốn gửi đến các độc giả yêu quý cùng các đối tác lời tri ân chân thành nhất! Xin được cảm ơn những người đã sát cánh cùng Style trong suốt một năm qua, luôn ủng hộ và dành cho chúng tôi những đóng góp lẫn phê bình tận tâm đúng mực. Bởi chính nhờ các bạn mà Style đã trưởng thành không ngừng, cố gắng không ngừng. Chặng đường phía trước còn dài, nhưng chúng tôi vẫn còn nhận được sự quan tâm của các bạn, chúng tôi vẫn luôn hết mình cho từng ấn phẩm để tháng nào của năm 2014 cũng đều có thể là một sự khởi đầu mới tươi đẹp!

HAPPY NEW YEAR!

Creative Director&Photographer: **Samuel Hoang**
 Producer: **Duy Anh**
 Stylist: **Ton Hieu Anh**
 Makeup: **Cao Tuan Dat**
 Hair: **Zuken Pham**
 Model: **Hoang Thuy Linh**
 Costume: **Sweatshirt Givenchy**



Diesel Black Gold

McQ Alexander McQueen

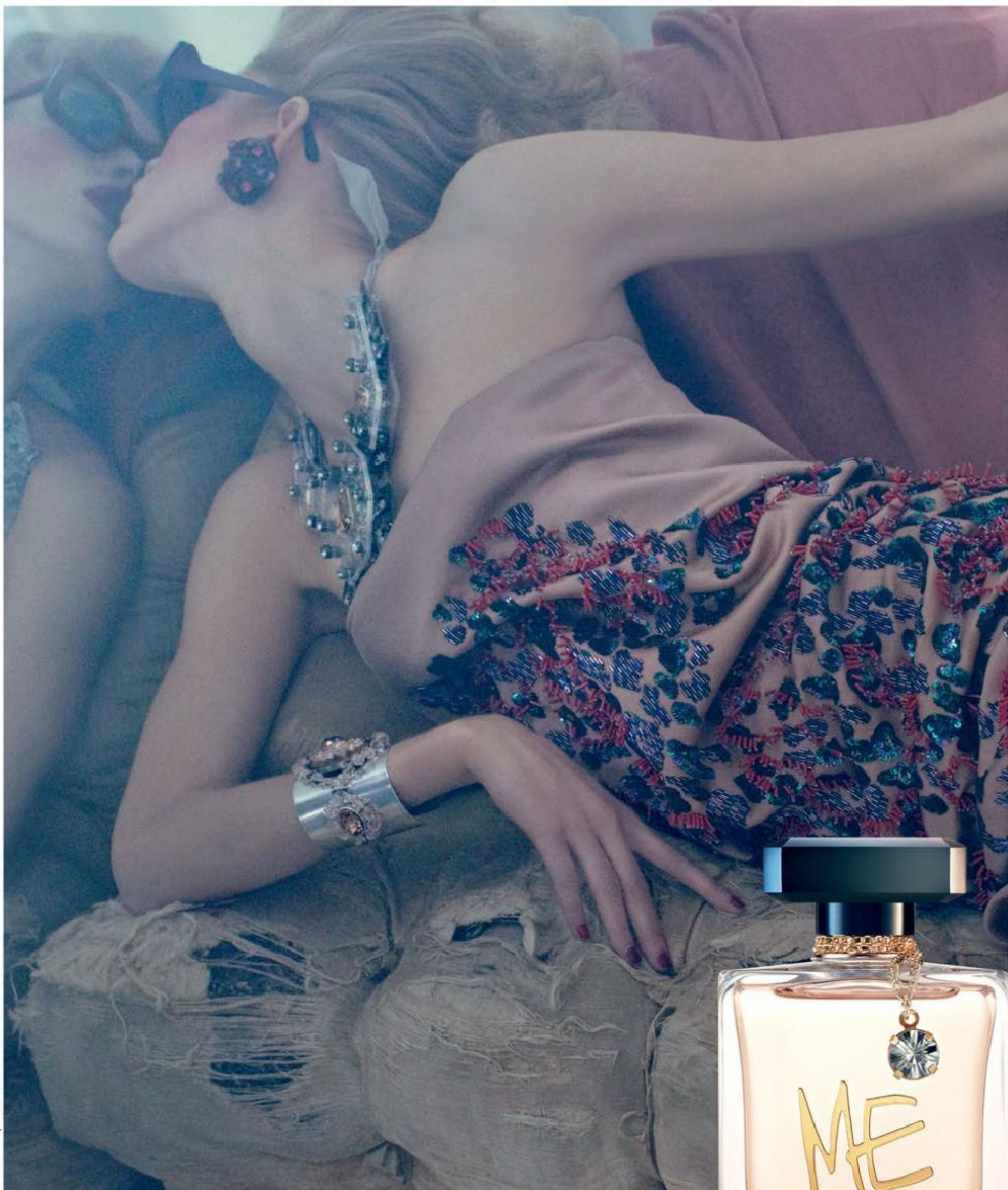
Tom Ford

CHARLOTTE OLYMPIA

Dion Lee

NESSA

LAMB.



LANVIN
PARIS

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

Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: 180/13/QCMP-HCM.



PINKY BY TISSOT VALENTINE'S DAY CONVEYS A HEARTFELT MESSAGE WITH ITS MOTHER-OF-PEARL DIAL DECORATED WITH 3 TOP WESSELTON DIAMONDS AND PROTECTED BY SCRATCH-RESISTANT SAPPHIRE CRYSTAL. **INNOVATORS BY TRADITION.**

TISSOT.CH



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

BOU TIQUES: • **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 THẮNG LONG** 222 TRẦN DUY HƯNG, Q.CG, HÀ NỘI (37832301)
SERVICE CENTER: • **SUN WAH TOWER** 115 NGUYỄN HUỆ, Q.1, TP.HCM (3821 9279)



T+
TISSOT
LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853

ĐẠI LÝ: TP.HCM • **THƯƠNG XÃ 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) • **UNION SQUARE** 116 Nguyễn Huệ, Q.1 (38257739) • **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) • **MẠNH 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 TIMES CITY** 458 Minh Khai, Q.HBT (6659990) • **VINCOM MEGAMALL ROYAL CITY** 72A Nguyễn Trãi, Q.TX (62620560) • **DUY ANH WATCH** 7 Hàng Khay, Q.HK (66566660) • **VINCOM CENTER** 191 Bà Triệu, Q.HBT (22200268) • **SAVICO MEGAMALL** 79 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (62550099) • **DUY ANH WATCH** 212 Phố Huế, Q.HBT (22148336) • **NEW WATCH** 37 Hàng Khay, Q.HK (39344865) **ĐÀ NẴNG** • **PNJ** 123 Hùng Vương (3812618) **VŨNG TÀU** • **ĐẠI HÙNG** 228 Bạc Liêu, P.3 (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 melamin gây đốm sạm nâu.
- Giảm việc di chuyển của các melamin 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

• Cover Story

www.stylemagazine.vn



NGÀY THỨ **366**

Hải Miên



BẠN CÓ BAO GIỜ NGHĨ TẠI SAO NGƯỜI TA LẠI THÍCH “LẦN ĐẦU TIÊN” ĐẾN THẾ HAY KHÔNG? MỖI TÌNH ĐẦU, LẦN ĐẦU TIÊN ĐI HỌC, LẦN ĐẦU TIÊN ĐI LÀM, LẦN ĐẦU TIÊN KIẾM RA TIỀN, LẦN ĐẦU TIÊN ĐI NƯỚC NGOÀI... TẤT CẢ NHỮNG “CÁI LẦN ĐẦU TIÊN” ĐỀU GHI LẠI NHIỀU DẤU ẤN, ĐỀU THIÊNG LIÊNG, LUNG LINH, KỈ DIỆU NHƯ MỘT PHÉP MÀU KHÔNG BAO GIỜ LẶP LẠI. VÀ CÓ LẼ VÌ CÁI YẾU TỐ “KHÔNG CÓ THỂ XẢY RA NỮA” MÀ CHÚNG TA NHIỀU LÚC ĐÃ QUÊN RẰNG BẢN THÂN CŨNG CÓ QUYỀN TẠO RA NHỮNG “CÁI LẦN ĐẦU TIÊN” KHÁC, CÓ PHẢI KHÔNG NHỈ?

“

Chúng ta không thể làm lại nhưng chúng ta hoàn toàn có quyền được làm mới.



Những ngày cuối năm thường là lúc mà chúng ta được nghe rất nhiều lời than vãn. Nào là “năm nay kinh tế khó khăn”, nào là “buôn bán bây giờ ế ẩm quá ông ạ!”, nào là “sống được mấy nữa đâu mà khổ thế này không biết”, nào là “yêu đương đau khổ quá!”... Ra quán, đến công sở, đi ăn trưa, đi cà phê... ở đâu bạn cũng dễ dàng bắt gặp phải một tiếng thở dài nào đấy đến náo ruột. Cứ giống như thể tất thảy thiên hạ đều đã đợi từ rất lâu đến thời điểm này để trút xả mọi dồn nén. Có lẽ chúng ta đều sợ những khoảnh khắc cuối

cùng của năm cũ đến quá nhanh, chưa kịp giữ lại gì, chưa làm được gì, chưa sửa chữa được gì, ngày đã vội trôi tuột qua tay.

AI CŨNG CÓ MỘT ĐIỀU HỐI TIẾC

Tôi từng được nghe rất nhiều câu chuyện buồn. Một người đàn ông thành đạt, kí kết hết hợp đồng tiền tỉ này đến hợp đồng tiền tỉ khác, xuất hiện ở không biết bao nhiêu tờ báo và chương trình truyền hình về mẫu hình doanh nhân thành đạt, cống hiến cho nền kinh tế nước nhà

nhưng không thể về kịp nhà để nói lời tạm biệt bố mình lần cuối. Một cô gái nhận được cùng lúc ba học bổng từ ba trường đại học danh giá nhất thế giới cho chương trình Tiến sĩ nhưng đều từ chối vì muốn giữ lại người đàn ông mình yêu để rồi cuối cùng anh ta buông tay cô đi theo một người phụ nữ khác. Một anh chàng bảnh bao điều kiện tốt cứ chạy theo hết bóng hồng này đến bóng hồng khác, xem nhẹ người con gái cứ âm thầm lặng lẽ quan tâm mình cho đến một ngày cô ấy không còn muốn quan tâm nữa. Một người phụ

nữ suốt ngày chê bai chồng mình, so sánh chồng mình không chiều chuộng bằng chồng người ta, không chăm sóc quan tâm bằng chồng người ta, suốt ngày hạch hỏi, yêu sách; anh chồng không chịu đựng được nữa đòi li hôn.

Tôi đã từng nghe rất nhiều những câu chuyện không mấy vui vẻ như thế ở khắp mọi nơi. Và người kể luôn kết thúc bằng tiếng thở dài và một từ “giá mà...” buồn thông. Tất cả chúng ta, ai cũng từng có một điều gì đó để hối tiếc trong đời. Có thể là bé thôi như một cái chiếc váy đẹp thích quá mà cứ phân vân đến khi quay lại thì bị bán mất rồi. Hoặc lớn lao hơn như những ví dụ mà tôi vừa liệt kê bên trên. Sự hối tiếc giống như một phần của đời sống này khi những lựa chọn không phải lúc nào cũng nằm đúng chỗ, khi thời gian thì không thể túm lấy mà nhốt lại và lòng người thì hữu hạn vô chừng. Vậy là, chúng ta cứ thế cuốn đi, quyết định mọi thứ trong khoảnh khắc, sai hay đúng đôi khi phụ thuộc rất nhiều vào định mệnh.

Ừ đây, định mệnh. Hai từ đó luôn mang đến cảm giác bất lực và cam chịu. Cho dù có làm gì thì đến cuối cùng mọi thứ cũng phải phó mặc cho nó. Thời còn trẻ, tôi cũng vấp phải không ít lần thất bại ví dụ như thi rớt, phỏng vấn không thành, yêu bị từ chối. Lần nào cũng trách móc mình sao không thế này, không thế kia. Nếu được làm lại, thế nào cũng không phạm phải những sai lầm tương tự. Bạn có vậy không? Tôi nghĩ chắc là có. Nhưng cái cơ hội làm lại đó chúng ta đều biết rõ với nhau rằng sẽ không bao giờ xảy ra hết cả. Vì vậy mà chúng ta hối tiếc. Vì vậy mà chúng ta luôn quên mất rằng không thể làm lại nhưng chúng ta hoàn toàn có quyền được làm mới.

NGÀY THỨ 366

Tôi có một cô bạn khá là lạc quan. Chỉ cần nhìn thấy cô, ở bên cạnh cô lúc muộn phiền là tự nhiên vui vẻ và được truyền rất nhiều nhiệt huyết. Cô ấy từng nói với tôi về ngày thứ 366 mỗi khi đến dịp cuối năm, sự than vãn bắt đầu dâng cao. Tại sao lại là ngày thứ 366 trong khi một năm chỉ có 365 ngày? Tại sao không phải là ngày thứ nhất lại từ đầu như tất cả mọi người vẫn hay thường đếm mỗi khi năm mới đến? Lí do của cô chính là vì mỗi chúng ta đều có một điều hối tiếc ở trong đời. Bạn sẽ luôn lưu luyến mãi những gì mình đã bỏ lỡ, đã thờ ơ, đã thất bại. Bạn sẽ luôn có một hay nhiều khoảnh khắc hi vọng mình có cơ hội thứ hai để sửa sai và làm lại điều đã đổ vỡ. Và nếu bảo bạn xóa bỏ tất cả cho một con số 1 mới, có lẽ sẽ khó khăn hơn là nói với bạn rằng bạn có thêm một ngày nữa để bắt đầu, có phải không?

Thực ra, chúng ta đều hiểu với nhau đây cũng chỉ là một hình thức “tự kỉ ám thị” một cách tươi sáng rằng lúc nào cũng có thể là lúc để bắt đầu. Nhưng vào khoảnh khắc mà năm 2014 đã gõ cửa, tôi tin không có thời điểm nào là thích hợp hơn nữa để chúng ta cùng ngồi xuống, dẹp qua một bên mọi lời thở than, trách móc và đặt lên bàn những dự định cho ngày thứ 366. Ở đó, bạn sẽ có quyền hi vọng tiếp tục về những điều mình hằng ấp ủ, về việc bù đắp thiếu sót đã mắc phải với những người mà mình yêu thương trân trọng, bắt tay vào thực hiện ước mơ. Ngày hôm qua hãy xem như là một giấc mơ đã qua rồi. Lúc tỉnh dậy, hãy tin rằng kể cả những mất mát cũng đều thật xứng đáng và mang đến cho bạn ý nghĩa nào đấy! Không ai mất đi mọi thứ hết cả bởi ngay vào phút mà bạn

tưởng bạn tận cùng nhất, bạn tưởng định mệnh thù ghét bạn nhất thì định mệnh vẫn dành cho bạn quyền được lựa chọn để bắt đầu một câu chuyện mới.

Tôi rất tin, vào ngày thứ 366, người đàn ông thành đạt không thể nói lời chào cuối cùng với bố mình sẽ nhận ra sự quan trọng của những người thân còn lại bên cạnh anh ta; cô gái mất đi cơ hội học bổng tiến sĩ vì một người không còn yêu mình sẽ lại có đủ can đảm để yêu và tìm kiếm cơ hội khác; anh chàng bảnh bao đẹp trai biết nắm lấy và giữ chặt cô gái hết lòng vì mình và người phụ nữ nhận ra giá trị của người chồng để gia đình không đổ vỡ. Tôi cũng rất tin, vào ngày thứ 366, bạn và tôi có thể mỉm cười tạm biệt một năm cũ đã qua, tạm biệt những lỗi lầm, những hối tiếc, những “giá mà”, “nếu như”, những muộn phiền, nhớ nhung, cắn rút để mở ra một chương mới của cuộc đời. Nếu đủ dũng cảm, hãy viết “CHƯƠNG THỨ NHẤT”. Còn nếu không, tôi tặng ngày thứ 366 cho bạn. Vì dù là thế nào, khi chúng ta đủ tự tin và can đảm để làm lại từ đầu, để đứng lên và làm mới, thì định mệnh chắc chắn sẽ mỉm cười!

Chúc mừng năm mới!

STYLE MANUAL



Hãy có một chiếc blazer màu trung tính (navy, xám, đen)! Bạn có thể mặc blazer với áo trắng và quần jean đi làm, đi hẹn hò, và thậm chí là đưa trẻ con đi chơi. Ngoài ra, blazer còn có thể đi cùng quần flannel, quần kaki và cả quần baggy. Tuy nhiên, bạn nên tránh mix blazer với quần ống suông cùng màu vì chúng sẽ làm bạn trông già đi rất nhiều!



blazer



đồng hồ

Đàn ông nên đeo đồng hồ.

Bạn có thể bỏ qua những phụ kiện "rườm rà" như nhẫn, vòng tay, vòng cổ nhưng một chiếc đồng hồ có kiểu dáng phù hợp với phong cách cá nhân thì rất nên đầu tư. Đồng hồ đeo tay luôn cực kì nam tính, thanh lịch và kín đáo. Nó mang lại cảm giác một người đàn ông đáng tin cậy vì anh ta có kế hoạch, có gu thẩm mỹ và không bừa bãi. Vì thế, các quý ông, hãy đeo đồng hồ!



Không cần ăn mặc thời trang. Hãy mặc trang phục với chất lượng tốt!

Có một sự thật rằng đàn ông ăn mặc càng đơn giản càng thể hiện được khí chất. Tuy nhiên, sự đơn giản này cũng đòi hỏi không ít điều kiện. Bởi ranh giới giữa tối giản và lười thôi khá mong manh. Chính vì vậy, gu thẩm mỹ có tốt hay không nằm ở kỹ thuật may và chất liệu của trang phục. Bạn nên đầu tư cho những item cơ bản của các hãng danh tiếng thay vì mua nhiều những sản phẩm giá rẻ mà kém chất lượng.



Giày Đen là Bắt Buộc. Nhưng những gì "bắt buộc" đều nhàm chán.

Do đó, bạn hoàn toàn có thể thử những tông màu cơ bản và nam tính khác như nâu, xám tro, xanh navy mà hoàn toàn không phải lo ngại gì đến chuyện mix trang phục hay trở nên thiếu nghiêm túc. Thêm vào đó, ở tất cả cả range màu của nâu hay xám đều có nhiều sắc độ khác nhau. Ví dụ như nâu, bạn sẽ có hạt dẻ, sô cô la hay caramel.

STYLE MANUAL

STYLE MANUAL

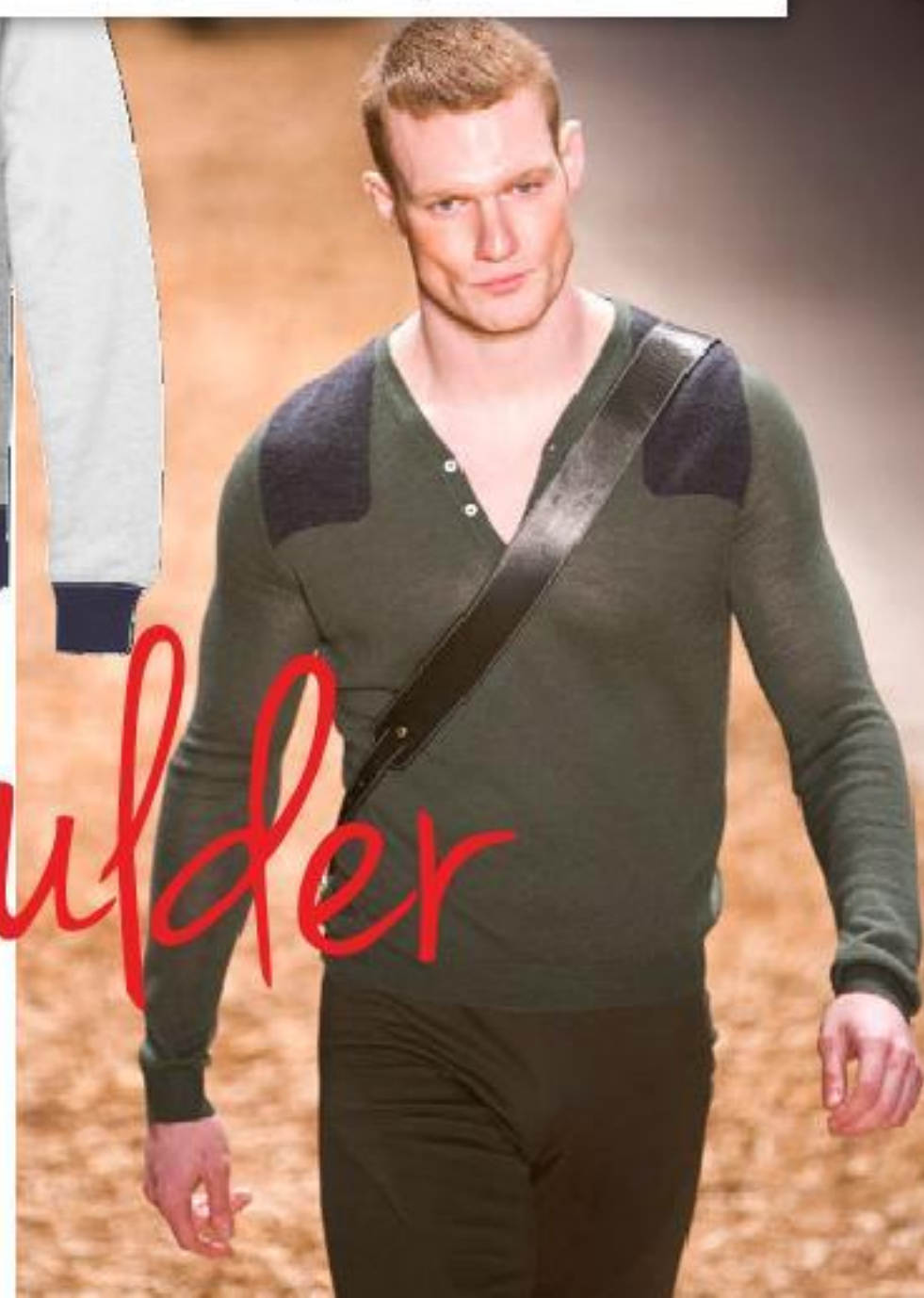


Ôm chặt hay rộng thùng thình?

Các quý ông khi được phép ăn mặc theo ý thích thì thường có hai xu hướng: hoặc là chọn những thứ bó chặt (để khoe cơ bắp) hoặc là tất cả đều trong trạng thái như được trùm lên người. Lời khuyên của Style là kết hợp cả hai. Nếu bạn thích quần baggy, hãy mặc cùng một chiếc t-shirt slim vừa vặn và nếu thích quần slim fit thì hãy mặc t-shirt suôn cùng áo jacket thoải mái.

Đề ý đến bờ vai

Một trong những bộ phận hấp dẫn nhất của phái mạnh chính là bờ vai. Vì thế hãy lựa chọn trang phục ưu ái điểm quyến rũ này. Bạn có thể chọn các kiểu áo khoác hay sweaters có điểm nhấn họa tiết hay mảng màu ở vai để tạo điểm nhấn. Ngoài ra, chú ý lựa chọn bất kì kiểu áo nào từ áo khoác đến t-shirt cũng đều phải vừa vặn ở cầu vai: không quá trễ hay quá hụp vào trong.



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 Thương Xa Tax, 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

● Menswear

www.stylemagazine.vn



Trang phục đồng màu.

Nếu muốn trông gọn gàng và giấu những nét thừa một cách nhanh nhất, bạn nên chọn mặc trang phục đồng màu. Một bộ suit với quần, áo vest và sơ mi trong một tông không những thanh lịch truyền thống mà còn không bao giờ lỗi mốt.



Hãy ưu tiên những chiếc t-shirt đơn giản

Áo t-shirt luôn được các quý ông ưa chuộng vì sự thoải mái. Tuy nhiên, cũng chính vì thế, áo t-shirt cũng thể hiện phong cách và cả phần nào tính cách của người đàn ông mặc nó. Với đàn ông trưởng thành, họ thường sẽ tránh chọn những chiếc t-shirt với hình in quá phức tạp, với những typo từ hài hước đến mang thông điệp tôn giáo, chính trị. Hãy ưu tiên những chiếc t-shirt phong cách chữ T với màu trung tính như trắng, đen, xám, xanh. Bạn cũng có thể thích họa tiết, nhưng cần nhắc kĩ khi lựa chọn và mặc nó vào đúng dịp.



STYLE 28

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 Tiễn Plaza, Tel: 04.35160868 • Vincom Royal, Tel: 04 62620056



Gift Set Ideas For Him

Hãy tham khảo 6 gợi ý dưới đây nếu bạn đang phân vân tặng gì cho "quý ông" của mình!



FOREVER YOUNG

Alice + Olivia

Len

THỜI TRANG ĐÃ TỪ LÂU KHÔNG CHỈ CÒN DÀNH RIÊNG CHO CÁC QUÝ BÀ QUÝ CÔ. THỜI TRANG KHÔNG CÒN GÓI GỌN TRONG Ý NIỆM "SANG TRỌNG", "THANH LỊCH" HAY "LỘNG LỖY". VÌ VẬY, XU HƯỚNG CÓ THỂ ĐƯỢC CÁC NHÀ THIẾT KẾ MANG ĐẾN TỪ BẤT CỨ Đâu. VÀ MỘT TRONG NHỮNG NGUỒN CẢM HỨNG ĐANG ĐƯỢC KHAI THÁC NHIỀU NHẤT, CHÍNH LÀ TỪ "YOUTH" (TUỔI TRẺ).

Thật không khó để tìm thấy một phần kí ức của bất kì ai trong chúng ta trên sàn diễn Thu Đông 2013: từ những chiếc váy ngắn xếp ly của Fausto Puglisi, miniskirt cheerleader của Alexander Wang cho đến sweaters của Kenzo, của Givenchy; từ mũ beanie của BCBG, của DKNY cho đến những đôi sneakers Marc Jacobs, wedge sneakers Isabel Marant. Trang phục tuổi niên thiếu được mang trở lại, sáng tạo hơn, rực rỡ hơn và khiến cho chúng ta nhận ra thời trang giờ đây cũng không còn có tuổi nữa.



Saint Laurent



Blumarine

Blugirl

Check pattern



Angelo Marani



Celine



Felder Felder

APC

Moschino

Christopher Raeburn

Fausto Puglisi

Bibhu Mohapatra

Bally

BCBG Max Azria



3.1 Phillip Lim

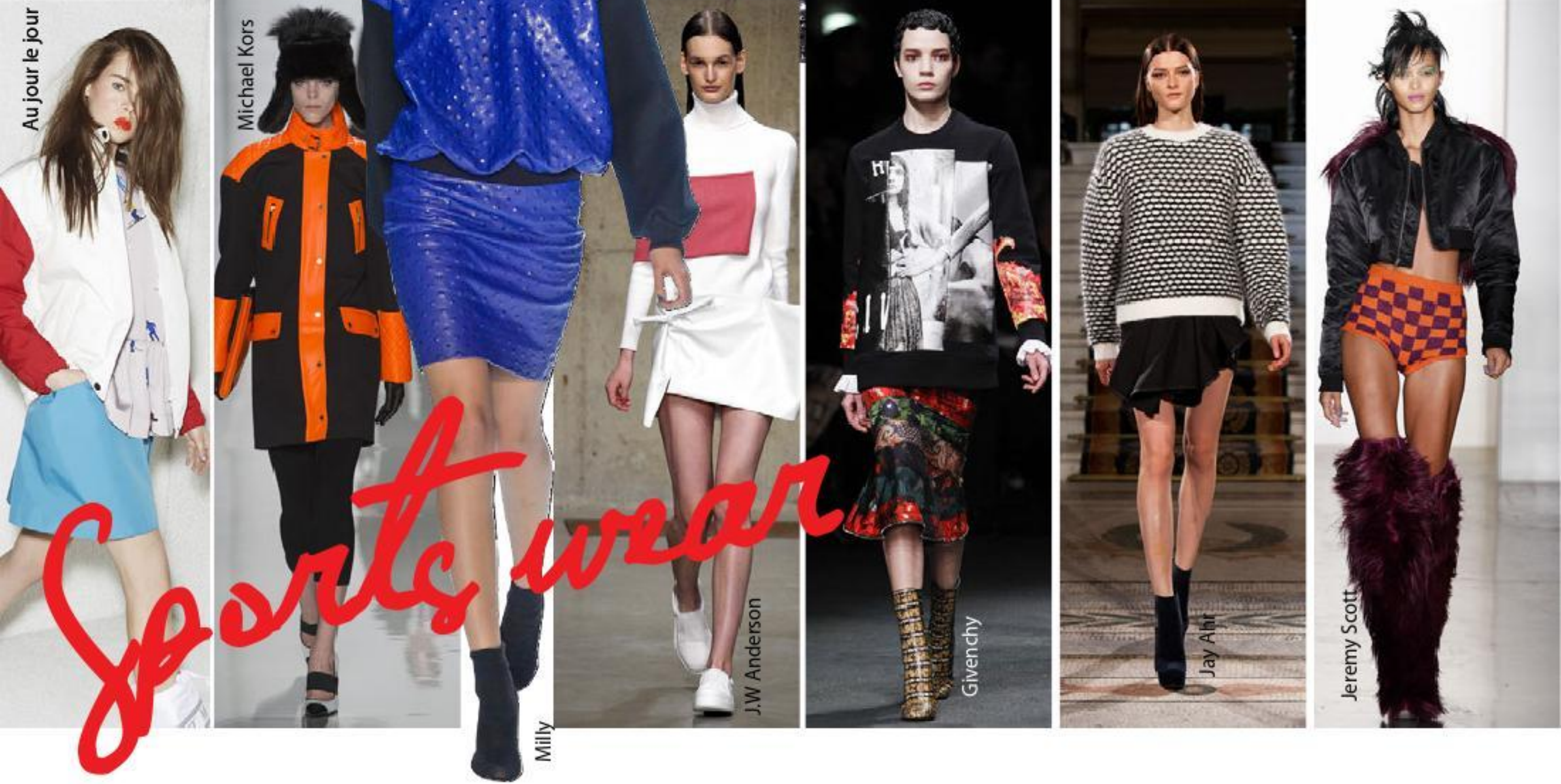
Anna Sui

Chanel

Sonia Rykiel

Fay

Hache



Au jour le jour

Michael Kors

Milly

J.W Anderson

Givenchy

Jay Ahn

Jeremy Scott



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

From 9-5 To After Hours

Len

MỘT TRONG NHỮNG ĐIỂM NỔI BẬT NHẤT THU ĐÔNG 2013/2014, CHÍNH LÀ SUIT CỦA NAM GIỚI ĐƯỢC CÁC NHÀ THIẾT KẾ MANG ĐẾN NHỮNG BIẾN HOÁ MỚI ĐỂ CÓ THỂ DỄ DÀNG VỪA PHÙ HỢP VỚI MÔI TRƯỜNG ĐI LÀM NGHIÊM TÚC (9-5) VỪA NHANH CHÓNG MANG ĐẾN SỰ THOẢI MÁI Ở CÁC CUỘC VUI KHÍ TẬN SỞ.

Louis Vuitton

Mở đầu, có lẽ là cuộc cách mạng của những chiếc t-shirt bên trong áo vest. Thu Đông 2013/2014 mở một cánh cửa “tự do” cho phái mạnh khi gợi ý mặc những chiếc t-shirt mà họ yêu thích bên dưới bộ suit lịch lãm. Từ basic cho đến kẻ sọc, hoa tiết, từ màu trung tính cho đến sắc nóng ấm hay thậm chí là neon táo bạo, t-shirt thoải thích kết hợp cùng suit với tinh thần phóng khoáng và trẻ trung. Ngoài ra, bạn cũng có thể dùng sweaters nếu thời tiết quá lạnh.

Neil Barrett

Philipp Plein

Hugo

Kolor

Kenzo

T-shirt



Chất liệu của những bộ suit cũng đa dạng hơn rất nhiều khi tần số suit bằng velvet, bằng da, nỉ xuất hiện ngày càng nhiều trên sàn diễn. Thêm vào đó, chúng cũng không còn chỉ gói gọn trong các gam màu cơ bản trung tính như đen, xám, nâu mà rực rỡ đủ sắc màu. Hoa tiết cũng là cuộc chơi thú vị và can đảm.



Dolce & Gabbana



Dries Van Noten



Jean Paul Gaultier



Andrea Incontri



Fabio Quaranta



Junya Watanabe



Damir Doma



John Galiano



Carven

Pants

Nếu như trước đây, quần để mặc suit thường chỉ là quần suông hay ống côn (slim) thì giờ đây, bạn có thể mặc jeans, mặc quần baggy, quần bo gấu, quần thụng...chỉ cần phù hợp với vóc dáng là được. Sự cởi mở này giúp trẻ hoá và có phần phóng khoáng. Tuy nhiên, bạn vẫn nên cân nhắc xem có thực sự phù hợp với môi trường mà bạn đang làm việc hay không.

● Womenswear

www.stylemagazine.vn

Rag & Bone



Capitol Couture by Trish Summerville

DKNY



Saint Laurent



Dolce & Gabbana

Saint Laurent



LPD New York



Proenza Schouler



Givenchy



Versace



Bottega Veneta



Biến hoá với

Maison Martin Margiela



Thakoon

Thakoon Addition



Saint Laurent



3.1 Phillip Lim



Nicholas Kirkwood





áo khoác da



● Fashion Collection

www.stylemagazine.vn

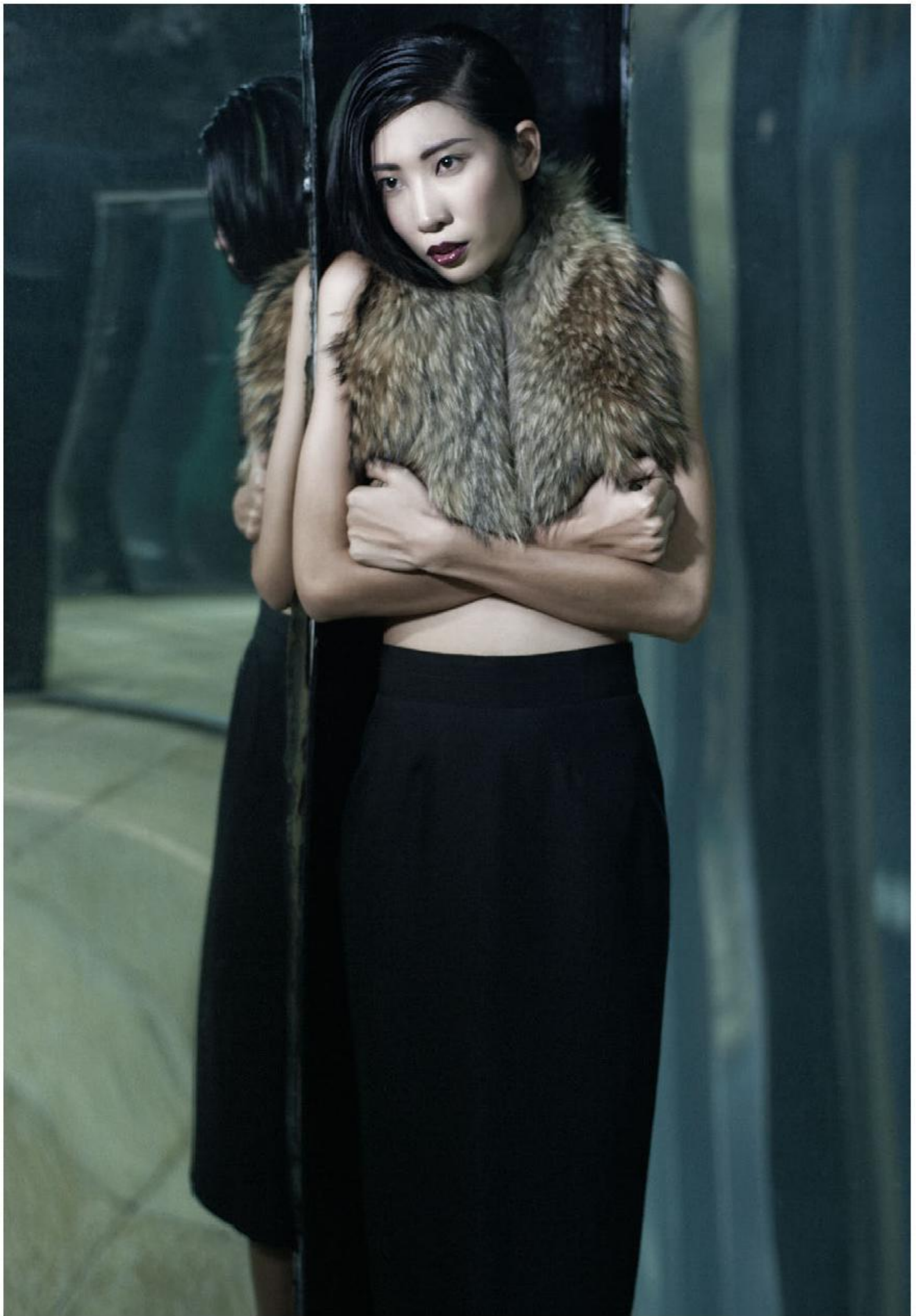
MY REFLECTION SHOW















● Fashion Collection

www.stylemagazine.vn



Creative Director: **Samuel Hoang** Photographer: **Manh Bi** Producer: **Duy Anh** Stylist: **Chip My** Assistant: **Cam Nhung**
Make up & Hair: **Lilian Tran** Model: **Trang Pham** Costume: **Oscar De La Renta, Etro, Escada / Lula** - 61 Ly Thai To, Hoan Kiem, Ha Noi





Christian Dior

Tiếp nối chiến dịch “Khu vườn bí mật- Versailles” Thu Đông 2012, Inez van Lamsweerde and Vinoodh Matadin một lần nữa mang đến bầu không khí cổ tích, đầy chất điện ảnh thần tiên cho Christian Dior Thu Đông 2013. Câu chuyện là bữa tiệc trà của các nữ thần trong trang phục bằng vải tuyền hồng và light blue (những gam màu của bộ sưu tập Thu Đông 2013) như những cánh hồng trên khuôn viên

7 CHIẾN DỊCH QUẢNG CÁO NỔI BẬT NHẤT 2013

Mỹ Linh

CHO DÙ BẠN CÓ ĐỂ Ý HAY KHÔNG THÌ CUỘC SỐNG HÀNG NGÀY CỦA BẠN CŨNG ĐỀU ĐANG ĐƯỢC PHỦ TRÀN BỞI NHỮNG CHIẾN DỊCH QUẢNG CÁO. VÀ NẾU BẠN LÀ MỘT TÍN ĐỒ THỜI TRANG ĐÚNG NGHĨA, BẠN NHẤT ĐỊNH SẼ CÀNG KHÔNG THỂ BỎ QUA AD CAMPAIGN CỦA THƯƠNG HIỆU MÀ BẠN YÊU THÍCH. BỞI NẾU CÁC BUỔI TRÌNH DIỄN ĐÃ THU HÚT BẠN MỘT THÌ AD CAMPAIGN CHẠY SUỐT TẬP CHÍ, TRÊN PHỐ, TIVI, MẠNG XÃ HỘI CHẮC CHẮN SẼ CÒN THU HÚT BẠN MƯỚI.

cung điện hoàng gia Versailles. Video của chiến dịch quảng cáo này đã đạt đến con số hơn 10 triệu lượt người xem trên Youtube kể từ ngày 06 tháng Sáu. Người mẫu chính của chiến dịch là người mẫu Daria Strokous, cũng là người đã xuất hiện ở Thu Đông 2012.



Kenzo Thu Đông 2013

Những họa tiết nổi bật và ấn tượng nhất của Kenzo như đôi mắt, đám mây, đầu hổ xuất hiện trong các bức ảnh ad campaign theo phong cách pop art, cảm hứng từ chủ nghĩa siêu thực và màu sắc sặc sỡ. Hai người mẫu chính là Sean O'Pry và diễn viên Nhật Bản Rinko Kikuchi đã biến thành người anh hùng trong những cuộc phiêu lưu của Kenzo dưới bàn tay phù phép của Pierpaolo Ferrari, Maurizio Cattelan và Micol Tals. Ngoài ra, bức ảnh được đánh giá cao nhất chính là phân cảnh hai người mẫu mặc trang phục tiêu biểu của bộ sưu tập Thu Đông 2013, được ghim vào một tấm bảng rực rỡ, xung quanh rất nhiều bọ và bướm bướm, mang lại ấn tượng thị giác thú vị và lôi cuốn.



Missoni

Missoni kỉ niệm 60 năm thành lập dòng sản phẩm len và tôn vinh kĩ thuật đan zigzag signature của thương hiệu bằng một chiến dịch quảng cáo được thực hiện bởi người mẫu Stella Tennant và nhiếp ảnh gia Alasdair McLellan. Lạnh lùng, bí ẩn, quyến rũ và chic là những tiêu chí mà Missoni muốn gửi đến thông qua chiến dịch này. Người phụ nữ của Missoni mang vẻ đẹp cổ điển bước vào tương lai.

● Fashion Story

www.stylemagazine.vn

Calvin Klein Thu Đông 2013

Sau chiến dịch Xuân Hè 2013 với đoạn phim quảng cáo đầy khiêu khích, Calvin Klein dành cho mùa Thu Đông sự tối giản nhưng không kém phần ấn tượng: khuôn mặt mới Vanessa Axente xuất hiện trong tinh thần cổ điển của thương hiệu những năm 80, 90; gợi nhắc đến Linda Evangelista và Christy Turlington. Bộ ảnh được thực hiện bởi Mert Alas và Marcus Piggott. Calvin Klein Thu Đông 2013 mang đậm dấu ấn của chủ nghĩa tối giản, gọn ghẽ và sắc nét.



Tom Ford

Có thể dễ dàng nhận thấy phong cách pop art đã ảnh hưởng rất lớn đến chiến dịch quảng cáo Thu Đông 2013 của Tom Ford. Tom đã sử dụng những khuôn mặt hoàn toàn mới như Soo Joo Park, Gemma Refoufi, Herieth Paul, và Zuzanna Bijoch được trang điểm ấn tượng với phần mắt hồng rực rỡ, trong trang phục có họa tiết bắt mắt như da báo, patchwork. Bộ ảnh được chính tay Tom chụp, rộn rã tinh thần trẻ trung, năng động và đầy sức quyến rũ mê hoặc.



TOM FORD





Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

SUCCESS IS A MATTER OF STYLE



Givenchy

Chiến dịch quảng cáo Thu Đông 2013 của Givenchy mang đậm không khí gia đình khi giám đốc sáng tạo Ricardo Tisci quyết định mời Carine Roitfeld (người cộng sự của Tisci và biên tập viên của Vogue Pháp) chụp cùng con gái của Carine, Julia Restoin-Roitfeld. Hai mẹ con xuất hiện trong những trang phục nhiều chất "Givenchy" nhất mùa này như biker jacket và hoạ tiết in hoa gothic. Bộ ảnh được thực hiện bởi Mert Alas và Marcus Piggott.



Lanvin

Người mẫu Anh Edie Campell biến thành 6 người phụ nữ khác nhau trong chiến dịch quảng cáo Thu Đông 2013 của Lanvin. Bộ ảnh được thực hiện bởi Steven Meisel, thể hiện tinh thần nữ tính và tươi trẻ của Lanvin trong từng chiếc váy. Bên cạnh đó là điểm nhấn của fur, kín đáo và khéo léo của phụ kiện. Lanvin đã truyền tải thành công thông điệp "phụ nữ có thể đẹp và khác biệt thế nào trong những thiết kế của thương hiệu".





Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

CHANEL *Cruise* 2013/2014

ONCE UPON A TIME





Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

● Editor's Choice

www.stylemagazine.vn



BLUGIRL

FURRY MOMENT

CHO DÙ CÓ YÊU ĐỘNG VẬT ĐẾN ĐẦU THÌ ĐA SỐ PHỤ NỮ ĐỀU DỄ DÀNG XIÊU LÒNG TRƯỚC TRANG PHỤC LÔNG THÚ! FUR VĨNH VIỄN LÀ BIỂU TƯỢNG CỦA SỰ SANG TRỌNG VÀ ẤM ÁP.



1. Lanvin 2. Diane von Furstenberg
3. Simonetta Ravizza 4. Marc Jacobs
5. Fraeunschuh 6. Alexander McQueen
7. Fendi 8. Isabel Marant 9. Vivienne Westwood

Xem địa chỉ mua sắm trang 192

SPARLE SPARKLE

PHỤ NỮ CŨNG PHÁT CUỒNG VỚI
NHỮNG GÌ LẤP LÁNH. CHÚNG KHIẾN HỌ
RỰC RỠ VÀ TƯƠI MỚI!



1. Karl Lagerfeld 2. Dean Harris 3. Roberto Cavalli 4. Marc Jacobs 5. Tom Binns 6. Sabyasachi 7. DKNY 8. Giambattista Valli 9. Jimmy Choo



ERDEM

● Editor's Choice

www.stylemagazine.vn

TWEED IT!

VẢI TWEED GIỐNG NHƯ MỘT BIỂU TƯỢNG CỦA CHANEL, NHƯNG ĐÚNG HƠN VẢI TWEED LÀ BIỂU TƯỢNG CỦA SỰ THANH LỊCH MÙA ĐÔNG!



CHANEL



1. Rosantica 2. Dolce & Gabbana 3. Burberry 4. Oscar de la Renta 5. Nina Ricci 6. 3.1 Phillip Lim 7. Shaun Leane 8. Proenza Schouler 9. Proenza Schouler



1. Marni 2. Giuseppe Zanotti 3. Alexander McQueen 4. Christopher Kane 5. Rag & Bone 6. Givenchy 7. Christian Louboutin 8. Shaun Leane



3.1 PHILLIP



VELVET LADY

VELVET LÀ CHẤT LIỆU XU HƯỚNG CỦA MÙA ĐÔNG NÀY. BẠN NHẤT ĐỊNH KHÔNG NÊN BỎ LỠ!

65 STYLE

CHRISTOPHER KANE

FASHION M

Xem địa chỉ mua sắm trang 192



Đây là một sự kết hợp hoàn hảo cho người yêu thích màu sắc và các họa tiết in ấn tượng mạnh.



Kết hợp biker jacket cùng chân váy maxi đòi hỏi người mặc một chiều cao nhất định nên bạn cần chú ý điểm này.



STYLE 66

FASHION M

I X & M A T C H



I X & M A T C H

FASHION M



Casual, trẻ trung,
thoải mái chính là
từ khoá của sự kết
hợp này!



lophop



H&M



F21



Zara



River Island



Điểm nhấn đáng yêu
nhất trong tổng thể
trang phục này chính
là chiếc mũ beanie
màu đỏ rực rỡ!



Asos



Mango



Pull & Bear



H&M



Steve Madden

STYLE 68

FASHION M

I X & M A T C H



Một chút yếu điệu của váy lụa tằm cùng biker, một chút mạnh mẽ của boots cùng nơ cài tóc. Mạnh mẽ và ngọt ngào, nữ tính và cá tính!



Bạn hãy thử làm mới với phong cách menswear xem sao!



I X & M A T C H

THE RED SYNDROME



1. Jingle Bell Dolly: Mang kiểu dáng Dolly, signature của **Charlotte Olympia**. Cao 140mm. Được làm bằng chất liệu nhung đỏ và được gắn các chuông nhỏ xung quanh cổ chân. Kết hợp hoàn hảo nhất với một chiếc váy đen đơn giản (LBD)

2. Eugena Kim Lolita Floral-Embellished headpiece: Được thiết kế đậm chất vintage cổ điển và quý phái với các chi tiết hoa thêu thủ công tinh xảo khéo léo. Phụ kiện đơn giản nhất để biến hoá trong các buổi tiệc đêm.

3. Fendi Textured-leather and fox monster bag charm: Xu hướng nổi bật nhất của nhà Fendi mùa Thu đông 2013 chính là fur. Đây là một trong những phụ kiện được săn lùng nhất từ sàn diễn. Xinh xắn và độc đáo cho túi xách của bạn.

4. Versace Vanitas Embroidered Leather Shoulder Bag: Cực kỳ sang trọng. Nhỏ gọn, thanh lịch với kỹ thuật thêu trên da hoàn hảo.

5. Valentino Garavani Embossed Pump: Một đôi pump cổ điển với chất liệu da đỏ chuẩn mực. Hoa văn chạm nổi tinh tế.

6. Tabitha Simmons Harmony Ankle Boots: Chất liệu da lộn sang trọng và tạo cảm giác ấm áp. Gót nhọn thanh mảnh chắc chắn. Hoa tiết dập nổi viền cổ chân nữ tính và gợi cảm.

7. Ek Thongprasert X Natasha Goldenberg K+S Necklace: Một sản phẩm hợp tác giữa street style icon người Nga Natasha Goldenberg và thương hiệu nổi tiếng của Bi Ek Thongprasert. Sự kết hợp tinh xảo giữa pha lê và hạt silicon mang đến nét sang trọng rực rỡ.

8. Alexander McQueen Britannia Skull Box clutch: Chiếc clutch dạng hộp nổi tiếng của thương hiệu Alexander McQueen với signature hình đầu lâu ở khoá. Chất liệu da đỏ được khâu nổi bật Union Jack design trên mặt túi. Hoàn hảo cho bất kỳ buổi tiệc nào.

9. Louis Vuitton Capucines MM: Chiếc túi signature của nhà Louis Vuitton mùa Thu Đông 2013. Mang tên con đường ở Paris, nơi Louis Vuitton mở cửa hàng đầu tiên năm 1854. Dễ dàng kết hợp với nhiều kiểu trang phục khác nhau mà không hề mất đi sự sang trọng chín chắn.



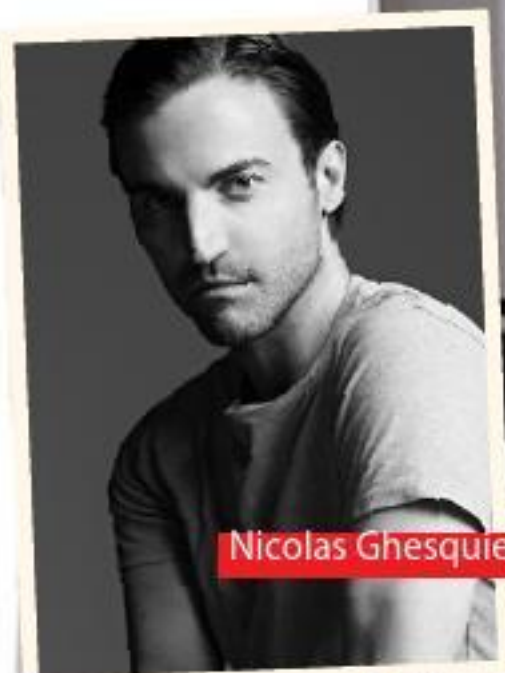
CHIA TAY VÀ HỘI NGỘ

Huyền Minh

THẾ GIỚI THỜI TRANG ĐÃ GHI DẤU
NHIỀU CUỘC CHIA TAY VÀ HỘI NGỘ ĐÌNH ĐÁM GIỮA CÁC
NHÀ THIẾT KẾ TÀI NĂNG VÀ NHỮNG
THƯƠNG HIỆU NỔI TIẾNG. RA ĐI, TRỞ VỀ HAY
CÁI BẮT TAY ĐẦU TIÊN, TẤT CẢ ĐỀU CÓ MỘT ĐIỂM
CHUNG DUY NHẤT: ĐÓ CHÍNH LÀ SỰ KHỞI ĐẦU MỚI
NGẬP TRÀN HI VỌNG KHÔNG CHỈ CHO CHÍNH SỰ HỢP
TÁC MÀ CÒN CHO CẢ HÀNG TRIỆU NGƯỜI
HÂM MỘ Ở KHẮP MỌI NƠI.



73^{STYLES}



Nicolas Ghesquière



NICOLAS GHESQUIÈRE VÀ LOUIS VUITTON

Khi Marc Jacobs chính thức tuyên bố rời bỏ Louis Vuitton sau 16 năm đảm nhiệm chức giám đốc sáng tạo, trái tim của rất nhiều tín đồ thời trang dường như đã lỡ mất một nhịp. Cái bóng của Marc là quá lớn khi lèo lái con tàu Louis Vuitton gần ấy năm mà chưa một lần khiến bất kỳ ai thất vọng. Có không ít lời đồn đại về người kế nhiệm, hiển nhiên, và hàng loạt cái tên đình đám được liệt kê. Cuối cùng, vương miện thuộc về Nicolas Ghesquière, người

vừa có một cuộc ra đi không mấy thuận hoà với nhà Balenciaga. Giới chuyên môn đánh giá đây là sự lựa chọn không mấy ngạc nhiên. Thứ nhất, ngành công nghiệp hàng hiệu có thể được xem là ngành công nghệ “không e ngại rủi ro” vì sản phẩm bán được phần lớn là dựa vào chất lượng và uy tín. Và Nicolas Ghesquière là một nhà thiết kế nổi tiếng táo bạo, luôn khao khát khám phá cái mới. Thế nên, anh hoàn toàn phù hợp với tham vọng đổi mới không ngừng trên nền tảng truyền thống vững chắc của Louis Vuitton, tiếp tục công việc của Marc Jacobs.

Bên cạnh đó, những gì mà Nicolas Ghesquière đã chứng minh khi

ở Balenciaga đã thể hiện rõ anh tài năng và có cá tính riêng đến thế nào. Nicolas đã biến không ít phong cách trở thành xu hướng và vẫn được ưa chuộng đến ngày nay. Lấy ví dụ những đôi wedges chẳng hạn. Bạn có để ý là từ buổi trình diễn Thu Đông 2006 của Balenciaga đến nay, có rất nhiều phụ nữ không bước xuống đôi wedges nữa hay không? Với Balenciaga, Nicolas đã biến những điều không tưởng trở thành thường nhật, khiến Balenciaga trở thành một thương hiệu “cool” trong suốt 15 năm. Vì thế, người ta hoàn toàn có quyền trông đợi những gì mà anh sẽ làm sắp tới với Louis Vuitton. Mặc dù, đó hoàn toàn là một thử thách khó nhằn khi thương hiệu nổi tiếng



74 **STYLE**

với các sản phẩm da này lại không hề có “lịch sử” lâu đời nào về ready-to-wear, ngoại trừ những gì gọi là “di sản” do Marc Jacobs để lại. Vậy Nicolas sẽ bắt đầu từ đâu? Chúng ta hãy cùng chờ xem!

ALEXANDER WANG VÀ BALENCIAGA

Tôi rất thích Wang. Và tôi cũng biết rất nhiều người thích Wang. Thế nên, khi cái tin Alexander Wang trở thành giám đốc sáng tạo của Balenciaga, không ít người vừa vui mừng vừa xen lẫn chút lo âu. Vui mừng vì có thể nhìn thấy Wang tung hoành ở một sân chơi mới. Và lo âu bởi họ sợ đánh mất cái chất Wang ở chính thương hiệu mang tên anh. Bởi nếu đặt lên bàn cân phong cách của Wang và những gì mà Nicolas Ghesquière đã xây dựng với Balenciaga, tôi nghĩ, thật khó để so sánh ai tốt hơn ai hoặc sản phẩm của ai “cool” hơn. Và cũng bởi vì người hâm mộ

quá yêu quý Wang lẫn Balenciaga nên hiển nhiên họ không hề muốn nhìn thấy Balenciaga trở thành một “Alexander Wang” và ngược lại.

Và một lần nữa, tôi lại phải khẳng định rằng tôi quá thích Wang sau khi xem những gì anh đã trình diễn trước thế giới với tư cách một nhà thiết kế người Mỹ trong một thương hiệu Pháp “không dễ chơi”. Bộ sưu tập debut với Balenciaga của anh ra mắt trong một không gian ấm cúng bên trên cửa hàng của Balenciaga tại số 10 đại lộ Geogre V. Một bộ sưu tập thanh lịch và thể hiện sự tôn trọng với Cristóbal Balenciaga với áo jacket và coat cùng đường cắt ôm vừa vặn, với quần dài ống nhỏ, với hai màu đen và xanh rừng thẳm, với các họa tiết thêu vân như trên đá cẩm thạch, với kỹ thuật khảm phức tạp trên chất liệu lông chồn mịn hay nhung. Người ta đã nhìn thấy một Wang của Balenciaga. Và một Alexander Wang của chính thương hiệu mang tên anh. Mặc dù ở Resort 2014, không khí “street, urban” xuất

hiện nhiều hơn trong các bộ sưu tập của Balenciaga nhưng không vì thế mà mất đi cái khí chất của thương hiệu mà ngược lại, những cánh tay đã giơ lên để tán dương cho một sự tươi trẻ mới ở Balenciaga. Một sự tươi trẻ mang tên Alexander Wang.

CHRISTOPHE LEMAIRE VÀ HERMÈS

Việc Christophe Lemaire được chọn trở thành giám đốc sáng tạo cho dòng trang phục nữ của Hermès đã từng là một tuyên bố gây nhiều tranh cãi và đầy ngạc nhiên. Bởi thẳng thắn mà nói, tên tuổi của anh không được biết đến nhiều mặc dù năng lực thì người trong giới đều thừa nhận. Đối với người hâm mộ, tất cả đều tự hỏi liệu một người làm việc 10 năm dài tại Lacoste thì liên hệ gì với lụa, với kỹ thuật in, với lịch sử lâu dài và những gì đắt giá của Hermès đây? Thêm vào đó, cái bóng của Jean Paul Gaultier, người



luôn biết làm hài lòng cánh báo chí trong suốt nhiều năm bằng sự táo bạo đầy ngạc nhiên, quả thật không nhỏ. Nhưng điều mà Hermès đã nhìn thấy và lựa chọn chính là đặt lòng tin vào tài năng của Christophe Lemaire. Họ muốn anh mang đến một làn gió mới thổi bùng lên tinh thần của thương hiệu, xem trang phục như một sản phẩm tiện dụng và thực tế nhưng chắc chắn không mất đi sự sang trọng và đắt tiền.

Và Hermès đã không nhầm. Khi ngay từ bộ sưu tập đầu tiên, Lemaire đã nắm bắt được những gì họ trông đợi ở giám đốc sáng tạo mới: người mẫu mặc trang phục rộng, đa phần trong sắc trắng, sắc thái không tì vết, cùng ủng và phụ kiện da, lụa, cashmere như những năm 70, mang đậm tinh thần tỏ lòng tôn kính với “Voyage Spirit” của Hermès. Tuy nhiên, đã có không ít phản ứng khác nhau, đặc biệt là các nhà báo bởi thật khó để tìm ra sự giật gân trong một bộ sưu tập tối giản như thế. Giới chuyên môn cũng nghi ngờ liệu những người hâm mộ Hermès có chịu chi tiền để mang về những sản phẩm ít “bóng bẩy” là thế hay không.

Đến bộ sưu tập thứ hai, Lemaire khiến mọi cặp mắt đang hướng về mình đều phải gạt đầu hài lòng. Người ta tìm thấy ở bộ sưu tập tất cả những gì mà họ muốn khoác lên mình. Bộ sưu tập là rất nhiều những chuyến du hành với các cô gái quần khăn lụa trên đầu, mặc váy linen trắng gợi nhắc đến Mykonos hay Corfu, với các gam màu đen, camel và kem chơi colour block liên tưởng đến Ma rốc, áo t-shirt bằng da lộn rộng cùng quần short baggy để nghĩ về mùa hè trong thành phố... Lemaire khiến bất kì trang phục nào cũng trở nên gần gũi và người xem nghĩ “thật là hợp với mình!” Và đó chính là cái mà Hermès trông đợi, cái mà Hermès hướng tới, bán ra những sản phẩm đáng khát khao!

Cho đến nay, có thể nói Christophe Lemaire đã khá thành công ở nhà Hermès. Ngay từ đầu, anh đã hiểu, thời trang của Hermès không phải quá nghiêm khắc nhưng cũng không thuộc trường phái avant-garde. Lemaire làm thời trang với châm ngôn nó phải gắn liền với tính cách của người mặc nó, mang đến tự do và sự thoải mái, cho phép phụ nữ là chính họ trong bộ cánh “đắt tiền” mà họ mua về.





The REBORN STORY









● Fashion Collection

www.stylemagazine.vn

Creative Director&Photographer: **Samuel Hoang**
Producer: **Duy Anh**
Stylist: **Cam Nhung**
Assistant: **Chip My**
Make up & Hair: **Cao Tuan Dat**
Model: **Nha Truc**
Costume: **Devon London, Mango**





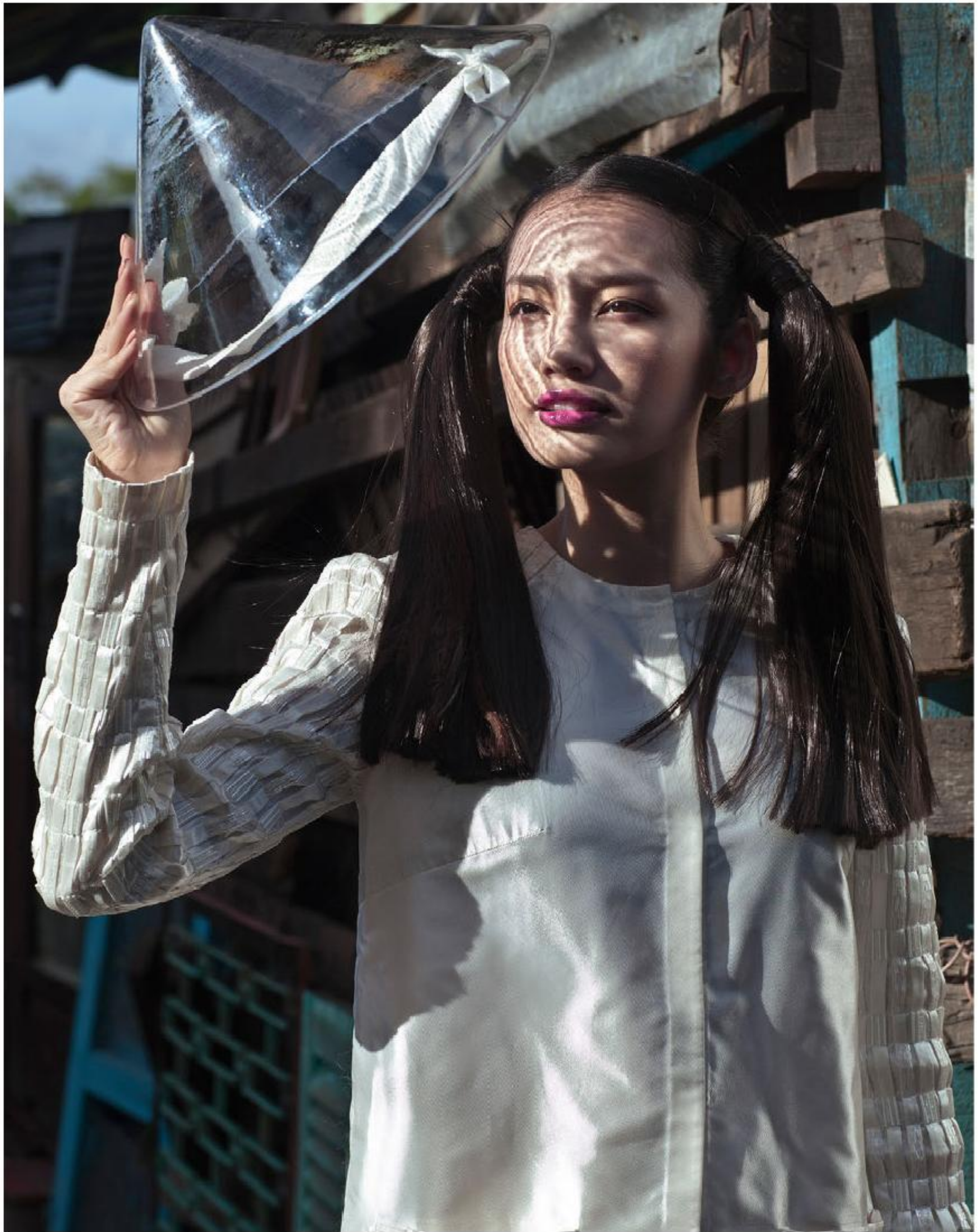
CẨM ƠN SÀI GÒN















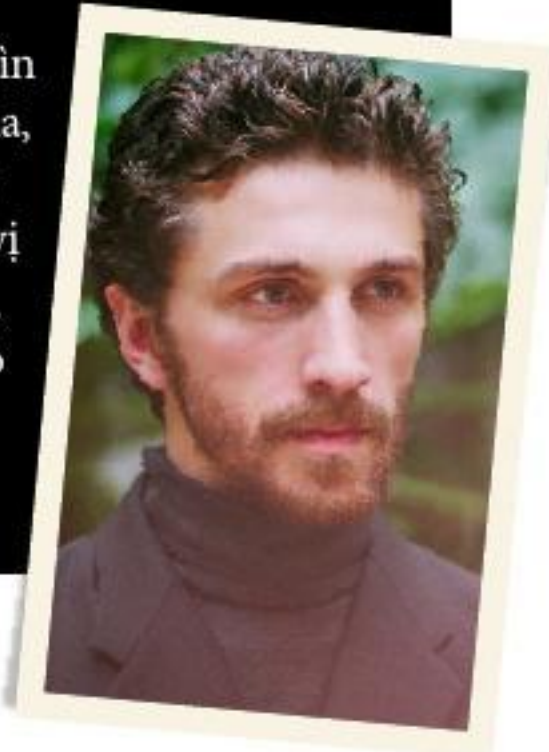


Giải thưởng BFA 2013

BFA (British Fashion Award) là giải thưởng được tổ chức thường niên từ năm 1989 dành cho những người đã có đóng góp to lớn cho ngành thời trang Anh Quốc. Và năm nay, giải thưởng Nhà Thiết Kế Trang Phục Nữ Của Năm thuộc về Christopher Kane, JW Anderson nhận giải Nhà Thiết Kế Mới và Nicolas Kirkwood được vinh danh Nhà Thiết Kế Phụ Kiện. Bên cạnh đó, Burberry nhận hai giải là Thương hiệu của năm và Thiết kế Trang Phục Nam, Edie Campbelle đánh bại Cara Delevigne và Sam Rollinson để trở thành Người Mẫu của năm. Cuối cùng, Miuccia Prada vinh dự nhận giải thưởng Nhà Thiết Kế Quốc Tế của 2013.

DAVID KOMA VÀ MUGLER

David Koma đã chính thức nhận lời trở thành giám đốc nghệ thuật mới của Mugler. Anh sẽ bắt đầu làm việc từ tháng 01/2014 để chuẩn bị cho bộ sưu tập đầu tiên với thương hiệu mới sẽ ra mắt vào tháng 06 trước khi lên sàn diễn Paris Fashion Week diễn ra vào tháng 09/2014. Koma thay thế Nicola Formichetti, người đã ra đi vào tháng 04/2013 để đầu quân cho Diesel. Với tài năng và tầm nhìn của David Koma, Mugler hi vọng có thể tái định vị lại thương hiệu, thổi một làn gió mới vào dòng trang phục nữ.



Alexander Wang hợp tác với Dr Dre

Ai cũng biết Wang "gắn bó" với thời trang casual đến thế nào. Chính vì thế, việc anh hợp tác với Dr Dre để cho ra đời một phiên bản giới hạn những chiếc vỏ hình con nhộng để đựng tai nghe của Beats by Dr Dre là một sự hợp tác không gây ngạc nhiên nhưng lại được hàng triệu fan hâm mộ nào nức chờ đợi. Bộ sưu tập này đã được bán từ ngày 16/12 với giá vào khoảng 80 Bảng Anh. Một lần nữa Wang đã chứng minh khả năng đưa thời trang và streetstyle đến gần nhau như thế nào.



CHANEL THE RETURN

The Return là một bộ phim ngắn được lên ý tưởng, viết kịch bản và đạo diễn bởi Karl Lagerfeld. Phim được ra mắt tại Dallas vào ngày 10/12/2013 trước buổi trình diễn bộ sưu tập Métiers d'Art Paris-Dallas 2013/14 được tổ chức tại Dallas Fair Park. Sau bộ phim ngắn Once Upon a Time... được ra mắt tháng 5 vừa qua tại Singapore kể về những ngày đầu tại Deauville của Gabrielle Chanel, bộ phim mới The Return lấy bối cảnh thời điểm khi bà mở lại cửa hàng couture của mình vào năm 1954. The Return có sự xuất hiện của nữ diễn viên Geraldine Chaplin, con gái của Charlie Chaplin vào vai Gabrielle Chanel cùng Rupert Everett, Anna Mouglalis và các diễn viên khác.



KHUÔN MẶT MỚI CỦA BALMAIN

Cô ca sĩ nổi tiếng cũng là fashion icon của cả thế giới đã chính thức trở thành khuôn mặt mới của Balmain khi có mặt trong chiến dịch quảng cáo Xuân Hè 2014 của thương hiệu này. Bộ ảnh sẽ được ra mắt trên khắp các phương tiện truyền thông từ tháng 01/2014. Rihanna đã nhận được rất nhiều khen ngợi từ giám đốc sáng tạo Olivier Rousteing về tính chuyên nghiệp cũng như khả năng diễn xuất trước ống kính của cô. Bộ ảnh được thực hiện tại New York, dưới bàn tay tài hoa của Inez van Lamsweerde và Vinoodh Matadin, stylist Mel Ottenberg (stylist riêng của Rihanna).

NHỮNG ĐÔI GIÀY SERGIO TRONG CHRISTIAN DIOR SHOW?

Thực ra đó chỉ là những câu nói đùa giữa người hâm mộ khi Christian Dior liệt kê cái tên Francesco Russo (giám đốc sáng tạo của Sergio Rossi từ 2008-2013) vào đội ngũ sáng tạo của thương hiệu, hỗ trợ Raf Simons cho ra đời những bộ sưu tập ready-to-wear tuyệt vời nhất. Russo vừa sáng lập thương hiệu mang tên mình vào tháng 09 vừa qua cùng một xưởng làm việc tại Rue De Valois, Paris. Hiện tại vẫn chưa có khẳng định nào từ phía Russo nhưng người hâm mộ của Dior thì đang háo hức hi vọng vô cùng



PRIYANKA CHOPRA – GUƠNG MẶT MỚI CỦA GUESS

NGƯỜI ẤN CÓ THỂ TỰ
HÀO VÌ CÔ DIỄN VIÊN
XINH ĐẸP PRIYANKA
CHOPRA ĐÃ TRỞ THÀNH
GUƠNG MẶT ĐẠI DIỆN
CỦA MỘT THƯƠNG HIỆU
TOÀN CẦU GUESS.



“Theo những gì tôi nhớ, Guess đã trở thành cơn tâm chấn thời trang toàn cầu dành cho phái nữ. Vì thế, tôi rất tự hào khi trở thành gương mặt toàn của của nhãn và tham gia vào chiến dịch biểu tượng giống như kỳ nghỉ của tôi này.” Cô diễn viên xinh đẹp người Ấn đã chia sẻ trước báo giới như vậy.

Thực ra, có thể coi đây là cơ hội đầy may mắn cho cô Hoa hậu thế giới năm 2000 này, khi cô vừa có ý định phát triển sự nghiệp của mình như một ca sĩ sau khi đã ra đĩa đơn đầu tiên In My City. Và chính vai trò mới ở Guess giúp hình ảnh của cô lan rộng khắp thế giới. “Tôi muốn xóa bỏ mọi ranh giới. Tôi muốn thu nhỏ lại thế giới.” Đó cũng chính là mục tiêu của Priyanka - ngôi sao trong phim “Dostana, Fashion and Barfi!”

Khi chia sẻ về sự lựa chọn của Guess dành cho Priyanka, ông Paul Marciano – Giám đốc sáng tạo của thương hiệu thời trang nổi tiếng của Mỹ cho biết: “Sự tự tin, sự mạnh mẽ và sức hấp dẫn của cô ấy chính

là những tiêu chuẩn cần thiết mà chúng tôi luôn tìm kiếm. Priyanka luôn khiến tôi nhớ đến thời trẻ của cô diễn viên nổi tiếng của thập niên 50s - Sophia Loren. Ngành điện ảnh Ấn Độ đang bùng nổ trong các rạp chiếu phim toàn cầu, và Guess của chúng tôi đã có mặt tại 87 quốc gia. Trong khi đó, chúng tôi đã không thể tìm được một gương mặt đại sứ toàn cầu nào khác hoàn hảo hơn. Chọn Priyanka, chúng tôi nhắm vào đối tượng phụ nữ đa nghiệp, năng động, cá tính và thực sự tài năng.”

Theo thông tin bên lề, ngay từ khi gặp Priyanka lần đầu tiên, ông Paul đã nghĩ đến Sophia Loren và ngay lập tức đã muốn chụp cô ấy cho Guess. Hơn nữa, Priyanka cũng vừa nhận được giải thưởng kép: biểu tượng của nền điện ảnh Ấn Độ và là một trong những diễn viên tài năng nhất của ngành phim quốc tế và Ấn Độ. Giải thưởng này chính là bước đệm tuyệt vời cho vai trò của một đại sứ thương hiệu toàn cầu.

Theo đó, cô diễn viên người Ấn này sẽ tham gia chiến dịch của

Guess toàn cầu trong thông điệp “sự quyến rũ đầy tự do.” Đó sẽ là một bộ ảnh đen trắng. Trong ảnh, Priyanka đóng vai một ngôi sao điện ảnh đang ở nhà, một căn biệt thự tuyệt đẹp ở Địa Trung Hải. Cô ấy sẽ mặc những chiếc váy đẹp nhất, xuất sắc nhất của mùa này. Chiến dịch này được chụp bởi nhạc sĩ kiêm nhiếp ảnh gia Bryan Adams tại một căn hộ ở Los Angeles.

Trong khi đó, Priyanka vẫn dành những lời có cánh cho Guess: “Guess là niềm cảm hứng và rất thân thuộc với phụ nữ trên khắp thế giới. Vì thế, tôi thấy đây là cơ hội tuyệt vời để tôi đẩy nó đi đúng đường, xóa bỏ rào cản và thu nhỏ thế giới. Khi mặc đẹp, bạn sẽ cảm thấy thật tuyệt. Và với tôi, những gì mà Paul Marciano thể hiện trong những bức hình ảnh thì chính là những gì mà Guess đang hướng tới.”

Các bạn nữ, chúng ta cũng có thể hóa thành những cô Priyanka xinh đẹp với những chiếc váy thật đẹp của Guess.

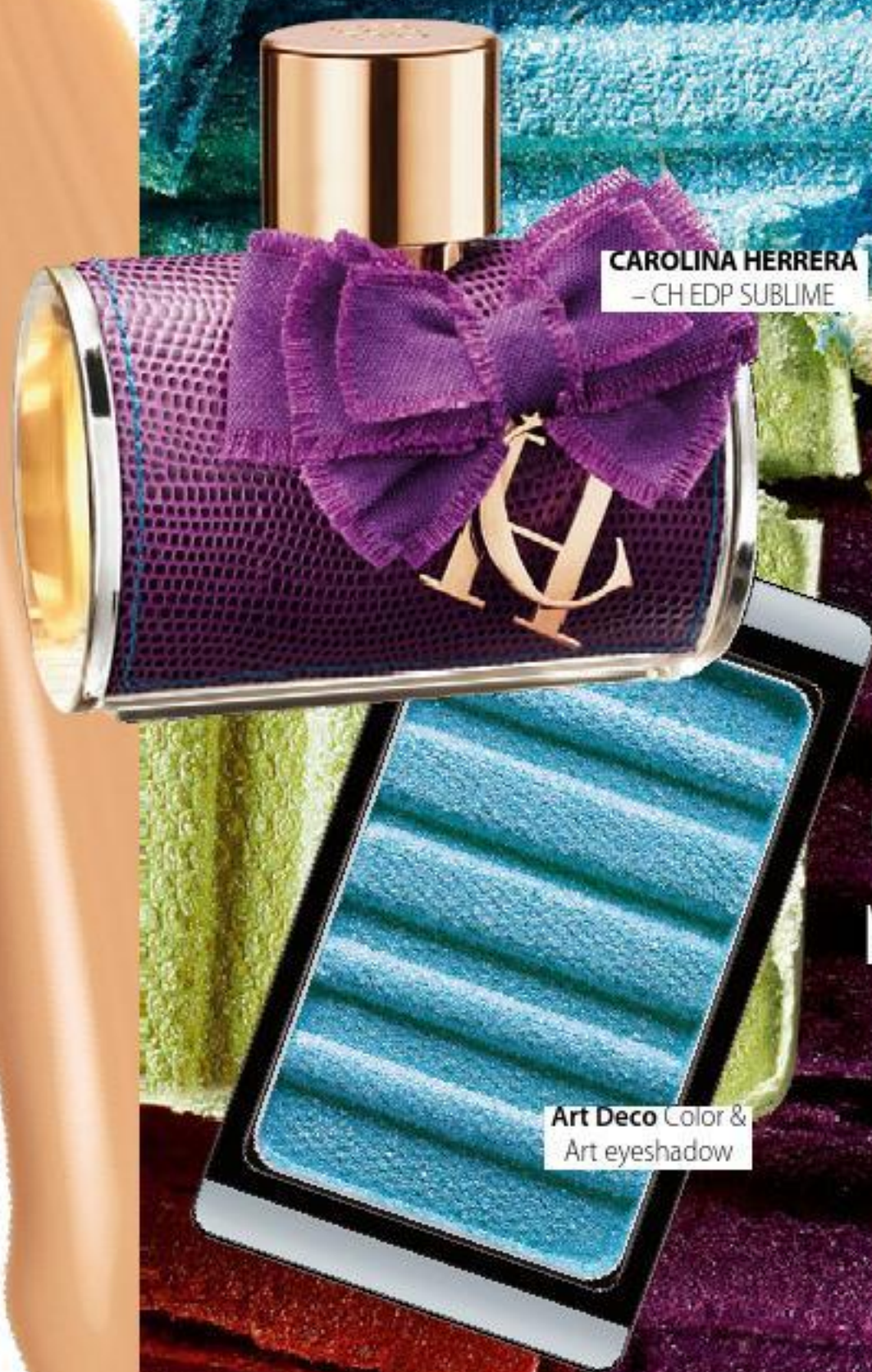
Beauty



Tom Ford Lip
Color True Coral



Dsquared2



CAROLINA HERRERA
- CH EDP SUBLIME

Art Deco Color &
Art eyeshadow

SPRING SUMMER 2014



Dior Diorific
Jewel Manicure
Duo màu Golden
Winter

Phấn mắt **Bobbi Brown**
SEQUIN SHIMMER BRICK
EYE PALETTE _ Suu tập
Holiday Gift. *Giá tham
khảo tại showroom.*

Túi Make Up Bag - Bộ sưu
tập RiRi ♥ **M·A·C** Holiday
Giá 1850 000 VND

VAN CLEEF & ARPELS
Rêve

Tầng hương đầu: Nước ép
lê, dầu hoa cam
Tầng hương chính: hoa lily,
hoa Osmanthus
Tầng hương cuối: Gỗ đàn
hương, xạ hương trắng
*Giá: EDP 100ml: 2 350 000
VND; 50ml: 1 650 000 VND;
30ml: 1 070 000 VND*

Son **M·A·C** PLEASURE
BOMB màu matte
fuchsia (Bộ sưu tập RiRi
♥ **M·A·C** Holiday). *Giá: ?
Sản phẩm số lượng có
hạn. Giá 550 000 VND*

Túi X Ray và bộ dưỡng
chất Travel Size của **Skin
C** đáp ứng các nhu cầu:
dưỡng ẩm, chống lão
hoá, làm trắng và săn
chắc da. *Giá: 3 420 000
VND/bộ (có thể mua lẻ).*

Sơn móng **Chanel** LE
VERNIS Rouge Rubis (Bộ
sưu tập Trang điểm Noel
2013) *Giá: 714 000 VND.*

PHẢI MUA

Những sản phẩm mới và hấp dẫn nhất mà bạn nên sở hữu.

Guerlain Ecrin 2 Colors Eyes
Shadow. Một bộ đôi màu
mắc được thiết kế thanh lịch
với cường độ màu sắc cao
tạo được độ bóng mờ.
Giá 1 125 000 VND

Bộ quà **DKNY** Be
DeliciousApple a Day Set
bao gồm nước hoa Be
Delicious Eau de Parfum
100ml, dưỡng thể, móc khóa
và Miniature 7ml.
*Giá: 2 200 000 VND
(Giá thật: 3 007 000 VND)*

Hộp trang điểm **Menard
Jupier** - Makeup Palette
gồm màu mắt và màu má
hồng siêu mịn với tinh chất
nhân sâm giúp giữ ẩm lý
tưởng cho da vùng mắt,
vùng má. *Giá: 2.975.000 VND*

**CAROLINA
HERRERA – CH EDP
SUBLIME**

Một mùi hương với sức cuốn hút mãnh liệt khơi gợi các giác quan tinh tế nhất và lưu giữ sự duyên dáng của người phụ nữ trong khoảnh khắc đặc biệt ấy.

Tông hương đầu: chanh dây, cam, bưởi
Tông hương giữa: hoa hồng Bulgarian, cánh hoa hồng, hoa mẫu đơn, cây quế, hoa phong lan, hoa súng
Tông hương cuối: cây hoắc hương, hạt dẻ, cây tuyết tùng, xạ hương, da

Giá: 1 820 000 VND/50 ml- 2 400 000/80 ml.

**DUNG DỊCH TRỊ LIỆU
DA ĐẦU KHÔ**

Công thức nhẹ nhàng vô cùng đậm đặc với dầu argan của

Moroccanoil giàu chất chống oxy hóa và các tinh dầu thiết yếu của hoa oải hương và cây phong lữ ngấm sâu để làm dịu da đầu. Sự kích ứng, khô và ngứa ngay được làm dịu tức thì. **Giá 640 000 VND.**

**The Body Shop
CRANBERRY JOY
HOME FRAGRANCE
OIL: tinh dầu nam việt
quất dành cho phòng.
Giá 165 000 VND.**

LANEIGE

**Fresh Brightening
Cleansing Oil**

Mild & thorough cleansing for
clear & bright skin

for all skin types

50 ML

Tinh chất chống lão hóa
Clinique Repairwear
Laser Focus Smooths
Restores Corrects MÔI.
Phiên bản đầu tiên của
tinh chất chống lão hóa
Repairwear Laser Focus
có khả năng làm giảm
 nếp nhăn rõ rệt tương
 đương 63% kết quả của
 liệu trình laser trong 12
 tuần sử dụng. Phiên bản
 mới cải tiến ngoài việc
 làm mờ các nếp nhăn
 còn tăng gấp đôi khả
 năng làm mịn da so với
 công thức cũ.

**Giá: 2 300 000 VND (50
ml) và 4 000 000 VND
(100ml)**

LANEIGE FRESH BRIGHTENING

**CLEANSING OIL . DẦU TẮY TRANG
LÀM SÁNG & THƯ GIẢN CHO DA.**

Dầu tẩy trang với kết cấu dịu nhẹ,
tươi mát giúp loại bỏ lớp trang
điểm, bã nhờn, tạp chất, thanh
tẩy nhẹ nhàng và làm sáng da với
thành phần Vitamin C chiết xuất từ
Quả Bưởi và Hạt Quả Mơ - trả lại làn
da bạn tươi tắn, sạch tinh khiết.

Thích hợp: Cho người thường trang
điểm nhẹ - vốn không thích kết cấu
đậm đặc, dính rít của các loại dầu
tẩy trang thông thường - trả lại, có
thể tẩy trang nhẹ nhàng mà nhanh
chóng, hiệu quả. **Giá: 850 000 VND**

**JIMMY CHOO WHITE
LIMITED EDITION**

Ấm áp, mềm mại và gợi
cảm là giải pháp hoàn hảo
cho cái giá rét mùa đông.

Tông hương đầu:

Vỏ cam, Hoa lan hồ

Tông hương chính:

Kẹo toffee

Tông hương cuối: Gỗ đàn
hương, hoắc hương

**Giá: Parfume 40ml
- 4 000 000 VND**

Xịt tóc **Chanel** No5
CHRISTMAS 2013 gợi nhắc
đến mùi hương N°5 quyến rũ.
Giá: 1 105 000 VND (40ml)

CHANEL
PARIS
N°5

LA MER

& Xu hướng thay đổi hình dáng

HÃNG MỸ PHẨM NỔI TIẾNG THẾ GIỚI LA MER ĐÃ CHÍNH THỨC THAM GIA XU HƯỚNG "TÁI TẠO HÌNH DÁNG" (SHAPE CREATION) BẰNG SẢN PHẨM THE LIFTING CONTOUR SERUM.

Tái tạo hình dáng đang trở thành cuộc cách mạng công nghiệp thực sự.

Cuộc cách mạng này đã tấn công vào mọi khía cạnh cuộc sống từ những sản phẩm thời trang lớn của thế giới cho tới công nghệ, y tế và thậm chí cả dưỡng da. La Mer – thương hiệu mỹ phẩm hàng đầu thế giới cũng đã lấy cảm hứng từ công nghệ "thay đổi hình dạng" mang tính đột phá để tạo ra sản phẩm mới Lifting Contour Serum – một sản phẩm giúp "tạo" lại hình dáng của khuôn mặt. Theo đó, một khuôn mặt mới được hình thành.

THỜI TRANG

Thay đổi hình dáng là xu hướng mới nhất đang diễn ra trên những sản phẩm uy tín nhất thế giới. Nhà thiết kế người Hà Lan Iris Van Herpen đã cho trình diễn những mẫu váy và giày in kỹ thuật 3-D phức tạp, mẫu đầm dạ hội họa tiết tia laser trong Tuần lễ Thời trang Paris mùa này. NTK người Đức Pia Hinze và NTK người Nhật Yuima Nakazato cũng cho trình diễn những mẫu váy in họa tiết

3D. Trong số những hãng thời trang lớn của thế giới, những bộ suit, những chiếc áo khoác sắc màu kiến trúc chứa họa tiết 3D đang tràn ngập sàn diễn của Jason Wu, Gucci, Celine, Stella, Peter Pilotto, Donna Karan và Carven. Trong khi đó, túi xách Derek Lam, Miu Miu và Giambatista Valli cũng không nằm ngoài xu hướng này. Và chúng ta đừng quên rằng sự phổ biến của công nghệ thay đổi hình dạng này đã khơi mào cuộc cách mạng nội y: SpanxTM.

XE HƠI

Rồi một ngày nào đó, công nghệ thay đổi hình dáng sẽ được áp dụng cho cả xe hơi. Mẫu xe mới nhất GINA Light Visionary của BMW toàn thân là sợi lycra được phủ bởi lớp nhựa nhiệt dẻo polyurethane liền mạch. Sợi lycra này được trải rộng khắp khung kim loại chuyển động cho phép người lái thay đổi hình dạng của xe. Chẳng hạn, tấm lái ngang thể thao có thể thêm vào hoặc bỏ đi, hoặc các cửa có thể mở dọc đứng lên hay mở ngang theo cách truyền thống. Một mẫu có đầy đủ chức năng đang được

trưng bày ở viện bảo tàng BMW tại Minichand, Đức. Các nhà điều hành cho rằng thiết kế này chưa sẵn sàng để sản xuất hàng loạt ngay bây giờ, nhưng đang thách thức các ranh giới của lối tư duy hiện tại để truyền cảm hứng cho những định hướng mới về tính sáng tạo trong thiết kế xe hơi trong tương lai.

LÀM ĐẸP

Thay đổi hình dáng có thể giúp bạn trông trẻ hơn. Ban đầu được nhà vật lý hàng không vũ trụ Tiến sĩ Max Huber tạo ra để làm mới diện mạo làn da của ông, La Mer đã đưa khái niệm "thay đổi hình dáng" cho dòng chăm sóc da huyền thoại có chứa các chất dinh dưỡng biển mạnh như tảo bẹ lên men. Tinh chất làm thon gọn hiệu quả cao dành cho da mặt và vùng cổ, bạn sẽ cảm nhận da căng lên ngay khi thoa tinh chất, giúp định hình và tạo dáng khuôn mặt rõ nét hơn, biến đổi và làm bề mặt da săn chắc hơn. Lấy cảm hứng từ những vật thể có thể thay đổi hình dáng, tinh chất Lifting Contour Serum giúp làm thon gọn khuôn mặt rõ rệt cả ba chiều và



cải thiện đường nét từ trong ra ngoài. Các loại men linh hoạt cung cấp cho da những khả năng chữa lành từ biển cả trong khi thúc đẩy quá trình sản sinh collagen và độ đàn hồi một cách tự nhiên để cải thiện tỉ trọng, hình khối và độ sắc nét của khuôn mặt.

Như bạn đã biết, nước cất kỳ diệu Miracle Broth™ tăng cường năng lượng cho tế bào với khả năng chữa lành huyền thoại của mình giúp thúc đẩy sự tái tạo tế bào tự nhiên của da, tạo điều kiện cho da tự phục hồi lại trạng thái tốt nhất.

Công nghệ lên men mới Lifting Ferment™ đẩy mạnh sự sản sinh tự nhiên collagen của làn da cho đường nét khuôn mặt săn chắc hơn. Tiếp nối di sản danh tiếng của La Mer về việc biến đổi các thành phần đơn giản thành một hợp chất hiệu quả vượt bậc, công nghệ lên men này đã kết hợp tảo nâu lâu năm Perennial Brown Algae, được mệnh danh

là “pháo đài của tuổi thanh xuân”, tảo xanh giàu khoáng chất đồng, và các khoáng chất từ biển cả giúp trẻ hóa và tăng cường độ săn chắc và kích thích của da.

Từng chút một trong vòng bốn tuần, đường nét vùng viền quai hàm được nâng lên và làn da săn chắc và sắc nét hơn.

Trong một cuộc thử nghiệm, 95% người tham gia nhận thấy sự cải thiện rõ nét về hiệu quả nâng cơ và săn chắc da chỉ sau tám tuần sử dụng. Theo đánh giá của người sử dụng, hơn 85% phụ nữ cảm thấy làn da của họ căng lên, săn chắc hơn, nâng cơ và trông trẻ trung hơn chỉ sau bốn tuần sử dụng. La Mer cũng thiết kế riêng cho sản phẩm này một kỹ thuật massage gọi là Lifting Contour Massage, giúp thúc đẩy vòng tuần hoàn tế bào và tối ưu hóa các hiệu quả của Lifting Contour Serum cho một kết quả khuôn mặt thon gọn, đều màu, săn chắc và tươi trẻ.

Bạn đã sẵn sàng làm mới mình bằng The Lifting Contour Serum?



Maybelline
New York Vivid
Colours lipstick in
Electric Orange

Dsquared2

Prabal Gurung

Make Up For Ever
Rouge Artist Natural
Lipstick - Satin.
Giá 570 000 VND

YSL Rouge
Volupté Shine
- 16 Orange
Impertinent

Tom Ford Lip
Color True Coral

LANEIGE SERUM
INTENSE LIPSTICK
Giá 600 000 VND
(có mặt từ tháng 1
tại Việt Nam)

DKNY

Rag&Bone

Nanette Lepore

Son Chanel ROUGE
COCO 57 Mystique (Bộ
sưu tập mùa thu Văn
May). Giá 867 000 VND

Spring-Summer 2014

MÔI MÀU CAM

Trịnh Khánh

Show: Rag&Bone, Dennis Basso, DSquared2, John Galliano, Prabal Gurung, DKNY, Nanette Lepore, Donna Karan, Christian Siriano, DKNY.

Nếu dark red là chủ đề của Thu Đông thì màu cam Orange rực rỡ là điểm nhấn của hầu hết mọi sàn diễn Xuân Hè và năm nay cũng không ngoại lệ. Tất cả các sắc độ của orange từ san hô, cà rốt hay cam quýt đều được khai thác triệt để.

Tips:

1. Màu cam là em gái của màu đỏ, vui tươi và trẻ trung hơn. Tuy nhiên, vấn đề lớn nhất với son màu cam là nó dễ làm răng xỉn màu. Hãy lưu ý về hàm răng của bạn trước khi thử màu son này. Lựa chọn an toàn là son màu cam nghiêng nhiều về tone đỏ hơn là tone vàng hay neon.
2. Màu cam nguyên bản (pure orange) hợp với các cô gái tóc vàng có tone màu da ấm áp như màu olive hay màu caramel. Nhưng màu đỏ cam (tone san hô) sẽ thích hợp với hầu như mọi màu da.
3. Dùng son màu cam, nên dùng son bột hoặc son nước hơn là son bóng.
4. Với son màu cam, bạn không cần phải tô son một cách thật nổi bật kiểu full lips. Bạn có thể thoa một chút son nước ở giữa lòng môi sau đó bấm môi lại để tạo hiệu ứng lem nhẹ. Hoặc chỉ tô son ở môi dưới rồi mím môi để màu son tự hoà trộn lên môi trên.
5. Son màu cam dễ gây sự chú ý đến các khuyết điểm như vết mụn, sưng tấy hay vết đỏ trên da. Nên dùng nền và kem che khuyết sắc độ trung bình hoặc sáng để tạo bề mặt da đều màu.



Balmain

Phong cách NATURAL

Show: Balmain, Alexander Wang, Chloé, Isabel Marant, Jean Paul Gaultier, Proenza Schouler, Max Mara, Giles. Trang điểm kiểu No make up chẳng có gì mới nhưng trên sàn diễn Xuân Hè năm nay, các chuyên gia đã tối giản make up đến mức sẵn sàng để model biểu diễn với mặt mộc hay chỉ một chút xiu kem che khuyết (Balmain). Một số show diễn, tất cả những gì người mẫu thoa lên mặt là chút phấn má hồng. Trước khi học theo xu hướng này, bạn cần nhớ rằng chuyên gia trang điểm sẽ mất gấp đôi thời gian để chăm sóc cho làn da của model trong hậu trường trước khi để họ lên sàn diễn.

Kẻ mắt khói

Show: Versace, Blugirl, Just Cavalli, Roberto Cavalli, Carven và Jonathan Saunders. Thay vì mắt khói Smoky eye, mùa này chúng ta có kẻ mắt khói Inky liner. Đường kẻ không gọn gàng sắc nét như truyền thống mà sẽ được làm mờ hoặc nhoè đi để tạo ra hiệu ứng hoang dã của punk.



Blugirl



Jonathan Saunders



Vera Wang



Versace



Vera Wang



Phấn nền Kosé Sekkisei White BB Cream.

Tips:

1. Muốn đi theo xu hướng này, hãy bắt đầu với việc tiết giảm lượng son phấn trên gương mặt bằng cách chấp nhận sự không hoàn hảo.
2. Hãy chỉ dùng những sản phẩm make up mà bạn cảm thấy thật cần thiết (theo một chuyên gia, những món đồ make up mà phụ nữ nên dùng nhất khi ra đường chỉ gồm: son, kẻ mắt, phấn má và mascara).
3. Tăng cường chế độ chăm sóc da với một sản phẩm rửa mặt và tẩy trang loại tốt. Dùng tonic không cồn sau khi rửa mặt, đi kèm với một sản phẩm dưỡng ẩm thích hợp với da. Nên dùng dưỡng ẩm ngay sau khi rửa mặt để da có độ ẩm tốt.
4. Dùng một loại BB cream dạng nhẹ đến trung bình để tạo cảm giác tự nhiên cho da. Phủ thêm chút phấn bột ở vùng chữ T để hút dầu là đủ cho toàn bộ lớp nền trên da.

Kem Lót Ngăn Ngừa Lão Hóa Clinique Age Defense BB Cream SPF 30
Giá: 860 000 VND.Chì kẻ mắt Bobbi Brown Kajal Liner - Smokey Eye.
Giá 650 000 VNDMAC EYE KOHL chì kẻ mắt bằng gỗ truyền thống (dòng sản phẩm basic)
Giá 450 000 VND

Tips:

1. Dùng kẻ mắt dạng chì màu chì xám hoặc dạng cream sẽ dễ tạo hiệu ứng hơn là kẻ mắt nước.
2. Kẻ mắt như thường lệ, sau đó dùng cọ làm mờ nhoè đường kẻ một cách nhẹ nhàng, không quá lạm dụng nếu không mắt bạn nhìn sẽ lem nhem hơn là đẹp.

Chì kẻ mắt Elizabeth Arden Smoky Eyes Powder Pencil - Black Violet
Giá 450 000 VND

● Beauty Trends

www.stylemagazine.vn

Burberry Prorsum

Costello Tagliapietra

Art Deco Color &
Art eyeshadow
Giá 155 000 VND

Phấn mắt Art
Deco Duochrome
Eyeshadow
Giá 195 000 VND

MAC Eyeshadow Satin.
Giá 460 000 VND

Make up For
ever Aqua Cream
Waterproof Cream
Color 18 Mauve

Antonio Marras

Giorgio Armani

Prada

Rochas

miumiu

Mary Kay
eyeshadows

Phấn mắt
Clinique All About
Shadow 4 màu
Giá 860 000 VND.

Spring-Summer 2014

Màu mắt PASTEL

Show: Antonio Marras, Badgley Mischka, Prada, Costello Tagliapietra, Giorgio Armani, Rochas, Burberry

Những màu pastel dịu nhẹ cũng là một chủ đề không mới của mùa xuân. Màu pastel thường tạo ra cảm giác nữ tính, trẻ trung và dịu nhẹ như một bức tranh màu nước. Năm nay, màu pastel vẫn hiện diện trong các gam xanh lá mạ, hồng nhạt, xanh biển, tím nhạt.

Tips:

1. Chọn màu pastel một cách khôn ngoan. Những màu xanh lá mạ, xanh lá cây hoặc vàng nhạt nhìn rất tuyệt trên bảng màu nhưng chúng không dễ thích hợp cho gương mặt châu Á. Màu tím violet nhạt, màu xanh bạc, màu oải hương thường là những lựa chọn an toàn hơn.
2. Dùng phấn mắt phủ màu đậm lên vùng mí mắt sau đó tán màu ngược lên vùng bầu mắt để tạo hiệu ứng lan tỏa nhẹ nhàng như màu nước. Không đánh đậm màu pastel lên toàn bộ vùng bầu mắt.



CẢM HỨNG ĐỒ HOẠ & KIẾN TRÚC

Show: Anthony Vaccarello, Roksanda Ilincic, Haider Ackermann, Céline, Missoni, Saint Laurent.

Xu hướng vẽ mắt với những đường kẻ sắc nét lấy cảm hứng từ đồ họa từng được các chuyên gia của mỹ phẩm MAC khởi xướng trong nhiều mùa. Sự sắc sảo, tính nghệ thuật và sự độc đáo ấn tượng là những điều mà bạn có được khi áp dụng kiểu vẽ mắt này.



Tips:

1. Vẽ mắt lấy cảm hứng từ đồ họa luôn đi kèm với một gương mặt tối giản về make up.
2. Xác định trước những đường kẻ trên mắt. Không kẻ theo cảm hứng.
3. Hãy bắt đầu từ những đường kẻ ngắn và an toàn. Đừng biến đôi mắt thành một bức tranh kỳ dị và quá lớn.
4. Sử dụng cọ đầu nhọn, cứng và mạnh. Nếu dùng chì, hãy gọt đầu chì kỹ càng để có đường kẻ sắc nét.

TÓC “ĐÓN GIÓ”

Show: Michael Kors, Rochas, Tom Ford
Sở dĩ gọi kiểu tóc búi này như vậy bởi nó nhìn như vừa trải qua một trận gió mạnh thổi qua. Kiểu tóc này chính là thể hệ tiếp theo của tóc búi rồi những năm trước, với việc đẩy những lọn rối lên mức tận cùng. Tóc được búi cao hoặc tạo kiểu rối bời, với những lọn tóc lỏng lẻo rơi xung quanh gương mặt. Nhưng ngay cả như vậy, nhìn chúng vẫn đầy nghệ thuật.

Tips:

1. Kiểu tóc này cần được thực hiện bởi một chuyên gia, nếu không, thay vì nghệ thuật, bạn sẽ có một “tổ quạ” ở trên đầu.
2. Kiểu tóc này thích hợp với trang phục punk rock và gương mặt hiện đại.



Rochas

● Beauty Trends

www.stylemagazine.vn

Jason Wu

Son Jung Wan

Vera Wang

TÓC ĐUÔI NGỰA NGHỆ THUẬT



Creatures of the Wind.

Rodarte

Tips:

1. Với kiểu đuôi ngựa truyền thống, xu hướng này chỉ đẹp khi tóc được chăm sóc kỹ càng để tạo ra độ thẳng mượt và bóng bẩy. Là tóc thẳng trước khi buộc. Sử dụng thêm các sản phẩm tạo bóng và dầu dưỡng.
2. Kiểu đuôi ngựa nghệ thuật phù hợp với các bữa tiệc, bạn nên nhờ cậy đến một chuyên gia tạo kiểu chuyên nghiệp.

Show: Rodarte, Haider Ackermann, Missoni, Issey Miyake, Creatures of the Wind.

Không chỉ buộc lên một cách đơn giản như mọi năm, năm nay, tóc đuôi ngựa được trình bày trong những sáng tạo mới phức tạp và cũng tinh tế hơn nhiều. Độ thấp lý tưởng cho tóc đuôi ngựa năm 2014 chính là dưới gáy. Ngay cả khi tóc đuôi ngựa được buộc cao thì nó cũng bị ép xuống gáy bởi một chiếc băng đô như ở show của Vera Wang.

Haider Ackermann

Issey Miyake



Alberta Ferretti



Rebecca Minkoff



Nicole Miller

Show: Alberta Ferretti, Giles, Rachel Zoe, Nicole Miller, Naeem Khan, Rebecca Minkoff.

Thay vì lối tết tóc kiểu tiên phong với những sáng tạo độc đáo, tóc tết Xuân Hè 2014 lại quay về với lối tết rối lãng mạn kiểu vintage. Lối tết kiểu vương miện với những lọn tóc tết ghim trước trán đặc biệt được ưa chuộng.



Tinh chất **Davines** tạo xoắn cho kiểu tóc xoắn linh hoạt, thuộc sưu tập More Inside
Giá 334 000 VND

Tinh chất **Davines** cho những kiểu tóc xù tự nhiên. Thuộc sưu tập More Inside, tạo kiểu lý tưởng cho tóc xù như mới ngủ dậy
Giá 357 000 VND

Tips:

Tóc xoắn sẽ thích hợp với kiểu tết tóc này hơn là tóc thẳng.
Có thể đánh rối trước khi tết.

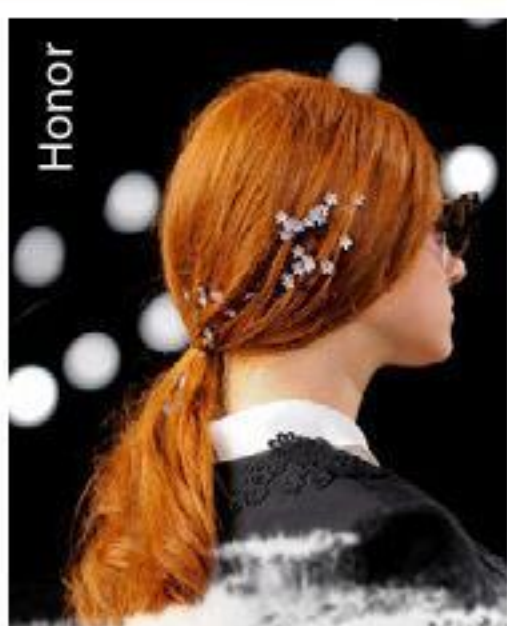
TÓC TẾT CỔ ĐIỂN

105^{STYLE}



Tips:

Nên sử dụng phụ kiện hoa nhỏ dạng chuỗi kết hợp với kiểu tóc tết, tóc xoăn rối hoặc tóc búi messy ở trên. Màu sắc của hoa nên nhẹ nhàng, tối giản vì bản thân phụ kiện này đã rất nổi bật.



NHỮNG ĐOÀ HOA TRÊN TÓC

Show: Zac Posen, Anna Sui, Dolce & Gabbana, Honor.

Đây là thời điểm cho những bông hoa nở rộ trên tóc mà không bị coi là lỗi mốt. Sự ngọt ngào của những tháng năm cũ đã quay trở lại.





5 NGÀY

CHO LÀN DA RẠNG RỠ HƠN*

MỘT SẢN PHẨM
ĐƯỢC BÁN
RA CỬ
MỖI 30 GIẤY**



DUNG TÍCH MỚI 50ML

HIỆU QUẢ TRÔNG THẤY

Với sức mạnh từ tế bào gốc thực vật, Drops of Youth giúp tăng cường quá trình tái tạo tế bào da, cho làn da trông đầy sức sống và sự tươi trẻ.

Drops of Youth chứa đựng tinh dầu cọ babassu hữu cơ từ chương trình Thương mại Cộng đồng Công bằng, giúp đỡ cho 150 phụ nữ ở vùng Maranhao, Brazil được tự chủ trong cuộc sống.

BÍ QUYẾT

Xoa đều từ hai đến ba giọt sản phẩm lên da, để cho các tinh chất được thẩm thấu vào da trong vài giây, giúp tăng cường độ hiệu quả của quá trình dưỡng da hàng ngày.



1 MỊN HƠN

84% phụ nữ trong khảo sát của chúng tôi đồng ý rằng da họ trông mịn màng hơn⁺.



2 SẼN CHẮC HƠN

79% phụ nữ trong khảo sát của chúng tôi đồng ý rằng da họ trông săn chắc hơn⁺.



3 SỨC MẠNH TỪ CHIẾT XUẤT THỰC VẬT THỰC VẬT



4 TIN DÙNG 8 trong 10

người phụ nữ trong khảo sát của chúng tôi sử dụng Drops of Youth mỗi ngày.

ĐẾN CỬA HÀNG CỦA CHÚNG TÔI ĐỂ TRẢI NGHIỆM SẢN PHẨM NGAY HÔM NAY

* Làn da trông tươi mới hơn, khỏe mạnh hơn và rạng rỡ hơn dựa trên khảo sát của 112 phụ nữ.

** Dựa trên doanh số bán hàng của sản phẩm tinh chất dưỡng da Drops of Youth 30ml từ ngày 30/12/12 đến 27/7/2013.

+ Dựa trên kết quả khảo sát trong vòng 4 tuần của 43 phụ nữ.

^ Dựa trên kết quả khảo sát trên 270 người dùng sản phẩm Drops of Youth.

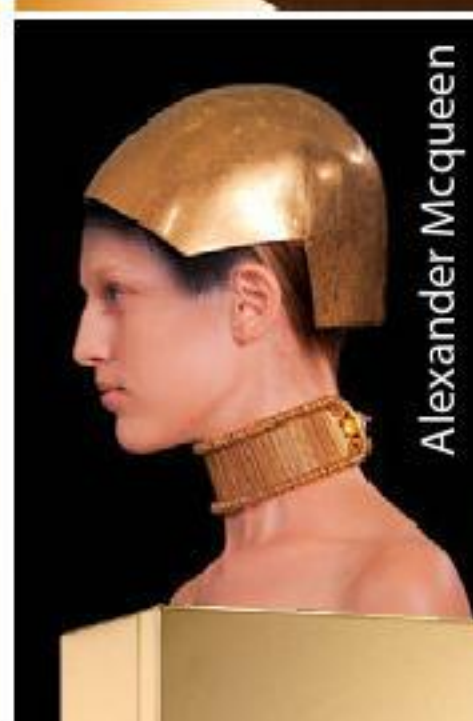
THEBODYSHOP.COM.VN



© 2013 The Body Shop International Plc. All rights reserved. Absolutely no reproduction without the permission of the owners. ® Registered trademark of The Body Shop International Plc.



Makeup For Ever
Diamond Powder
Giá 690 000 VND



Alexander McQueen



Dolce & Gabbana

ÁNH VÀNG ma thuật



Dior J'Adore L'Absolu
Eau De Parfum 75ml
Spray, hương thơm ngọt
ngào của hoa hồng hoa
nhài và hoa huệ



Sisley Paris Phyto-Ombre
Glow Eyeshadow

Paco Rabanne Lady
Million Eau De Parfum
Giá 2170 000 VND/80ml.

Dolce & Gabbana
Sicilian Jewels
Lipstick in Topaz

Giorgio Armani Prive Oud
Royal mùi hương ấm áp của
hoa hồng trầm hương và
hồ phách

Thế giới thời trang chưa khi nào hết ám ảnh vì vàng. Điều này lại được minh chứng một lần nữa trong Xuân Hè 2014. Từ tóc đến make up, vàng kim đang là một cảm hứng tuyệt vời cho mùa Xuân năm nay. Những phụ kiện vàng kim cho tóc xuất hiện đầy tinh tế trong show của Jason Wu, Elie Saab, Dries Van Noten hay Lela Rose. Đỉnh cao của sự rực rỡ, người mẫu Dolce & Gabbana phủ lên tóc những đồng xu, trang sức hay những lá vàng, gợi nhắc đến hình ảnh những nữ thần cổ đại trong thời đại Hoàng kim của sự trù phú. Hiện đại hơn, người mẫu của Alexander McQueen đội cả một chiếc mũ vàng kim trên tóc theo phong cách chiến binh. Trong show của Dior, gương mặt model được trình bày với những điểm nhấn vàng kim ẩn tượng ở cả vùng mắt và lông mày.

Phấn mắt Bobbi Brown
nude glow shimmer brick.
Bộ sưu tập Holiday gift.
Giá 1 400 000 VND

Dior Diorific
Jewel Manicure
Duo màu Golden
Winter



Bobbi brown Nail Old
Hollywood cắt nail vàng
Giá 490 000 VND



Phấn nền Guerlain PARURE
GOLD SPF 10 dạng lỏng
Giá 2 080 000 VND



elixia



ELIXIA – VẼ TAO NHÃ
SANG TRỌNG THỰC SỰ!



SIBERIAN HEALTH
INTERNATIONAL

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



Đôi mắt đắt giá

Thanh Hoa



Đầu tư cho đôi mắt sẽ không bao giờ làm bạn hối tiếc. Những sản phẩm dưỡng mắt đắt giá nhất trên thị trường hiện nay.

1. CHANEL

Dòng sản phẩm SUBLIMAGE là dòng sản phẩm chống lão hoá cao cấp của CHANEL. Các sản phẩm thuộc dòng SUBLIMAGE đều chứa thành phần Planifolia PFA (đây là loại vanilla quý hiếm, chứa phân tử chống lão hoá cao nhất trong số 117 loại vanilla có nguồn gốc từ vùng Madagascar) được cấp bằng sáng chế độc quyền của CHANEL. Sublimage La Crème Yeux (Kem dưỡng chống lão hoá vùng mắt) giúp kích thích quá trình thoát nước, cải thiện tuần hoàn da, làm khoẻ các mạch máu nhỏ, chống chảy xệ da vùng mắt, giảm bóng mắt và chống quầng thâm.

Giá: 4 624 000 VND

2. LA MER

The Eye Concentrate giàu khoáng chất chứa sắt, công nghệ Radiant Ferment và nước cất Miracle Broth™ có đặc gấp 3 lần, loại kem này có 3 hiệu quả tối ưu của Miracle Broth và Marine De Puff Ferment giúp làm giảm các quầng thâm mắt, nếp nhăn và chân chim. Vùng da quanh mắt sẽ săn chắc, hồi phục và sáng hơn. Dùng một ít kem và thoa đều lên vùng da mắt bằng que thoa bằng bạc đi kèm vào mỗi sáng và tối để đảm bảo hiệu quả. Nên dùng kèm theo sau đó kem dưỡng ẩm La Mer. **Giá: 4 900 000 VND/15ml**

3. Sisleya Eye & Lip Contour Cream

Sisleya Eye & Lip Contour Cream tập trung phong phú các thành phần dưỡng ẩm hydrat, làm mịn màng vùng da nhạy cảm xung quanh mắt đồng thời làm giảm bóng mắt, nếp nhăn và quầng thâm. Công thức chống lão hoá này được đảm bảo với một hỗn hợp phức tạp các chất dinh dưỡng và chất chiết xuất từ biển và thực vật: chiết xuất cam thảo, bơ đậu mỡ, hoa hồng và protein lúa mì (làm mềm), chiết xuất cúc La Mã Matricaria (chống viêm và chống khuẩn mạnh), chiết xuất hướng dương (nuôi dưỡng, làm mềm và tái tạo), chiết xuất B5 pro-vitamin (dưỡng ẩm), Vitamin E (chống gốc tự do), vitamin F (dưỡng ẩm tái tạo), chiết xuất tảo nâu Padina Pavonica (giúp tối ưu hóa nguồn can xi tự nhiên có sẵn trong tế bào biểu bì, cung cấp độ ẩm cho da). **Giá 3 600 000 VND.**

4. GUERLAIN

Chiết xuất Orchidee Imperiale của Guerlain phục hồi tế bào da bằng cách làm tăng số lượng tế bào khỏe mạnh khiến làn da được phục hồi sức sống. Chiết xuất này ra đời sau 10 năm nghiên cứu ở viện nghiên cứu hoa lan Guerlain - Chỉ có 3 loài hoa lan được chọn trong số 30,000 loài đã được nghiên cứu trong thời gian qua để tạo ra dòng sản phẩm đặc biệt: "bí mật kéo dài tuổi thọ theo cách

của Guerlain". Kem dưỡng mắt và môi ORCHIDÉE IMPÉRIALE EYE AND LIP giúp xóa mờ và ngăn chặn sự hình thành các nếp nhăn, vết chân chim, quầng thâm, bóng mắt, phục lại đôi môi đỏ mọng, định hình đường viền môi. Kích thích các tế bào da tươi trẻ khỏe mạnh làm tăng sự tổng hợp các protein có đặc tính kháng viêm. Dùng quanh mắt và môi vào buổi sáng và buổi tối sau khi rửa sạch mặt và dùng tinh chất cùng kem. **Giá: 4 820 000 VND**

5. CLÉ DE PEAU BEAUTÉ

Sản phẩm dưỡng mắt Intensive Eye Contour Cream với dụng cụ massage mắt bằng bạch kim độc quyền, cải thiện lý tưởng những vấn đề liên quan đến vùng mắt: quầng thâm mắt, nếp nhăn, bóng mắt và sụp mí. Đặc biệt, sản phẩm đi kèm với dụng cụ massage mắt bằng bạch kim độc đáo được thiết kế nhằm tối ưu hóa những hiệu quả vượt trội của kem dưỡng mắt. Được làm bằng những nguyên liệu không chứa niken (kén) giúp giảm thiểu những rủi ro của dị ứng kim loại và được bao phủ bởi bạch kim nguyên chất, dụng cụ massage mắt đặc biệt này mang lại một trải nghiệm dưỡng da thật nhẹ nhàng và hoàn toàn khác biệt. Intensive Eye Contour Cream chỉ tác động lên vùng mắt nhưng làm bừng sáng cả gương mặt. **Giá 5 880 000 VND**

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 mềm, bóng, dưỡng ẩm & phục hồi cho tóc

Bạn đã từng dùng sản phẩm với 8 công dụng đặc biệt chăm sóc cho mái tóc ?

- * Sửa chữa, phục hồi phần tóc hư hỏng
- * Loại bỏ và giảm thiểu lọn tóc xoắn rối
- * Tháo gỡ những nút thắt trên lớp tóc
- * Đem lại độ bóng hoàn hảo cho tóc
- * Mang lại độ đầy đặn, phồng cho tóc
- * Phòng chống 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





Thỏi nam châm cuốn hút
với son môi mang vẻ đẹp của ánh sáng
“LED lipstick”*

Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Số Y Tế Tp.HCM: XXX/13/QCMP-HCM
Chịu trách nhiệm đưa sản phẩm mỹ phẩm ra thị trường: Công ty Cổ phần Amore Pacific Việt Nam - 60A Trường Sơn - Q.Tân Bình - Tp.HCM



Sắc đèn LED* • Rực Rỡ • Ấm Mịn.

SERUM INTENSE LIPSTICK

Tỏa sáng sau 5 giây!

Gần như lập tức, gương mặt bạn trở nên sáng bừng rạng rỡ.

Một vẻ đẹp mới với son môi giàu ẩm, màu sắc ngọt ngào.

Son môi 'LED lipstick' thế hệ mới.

*Son môi cho vẻ đẹp rực rỡ tựa ánh sáng của đèn LED



LANEIGE

Creed The Royal English Leather (1781) với các note cổ điển: cam bergamot, quýt, long diên hương, gỗ đàn hương và da – mùi hương Leather đầu tiên được tạo ra bởi mệnh lệnh của vua George III (Anh).



Leather

MÙI HƯƠNG

DI SẢN *của* TỰ DO

Thành Hào

MỘT NOTE MÙI ĐÃ TỒN TẠI HƠN MỘT THẾ KỶ VÀ VẪN CHƯA ĐÁNH MẤT TÍNH THỜI THƯỢNG. CHỈ CÓ THỂ LÀ DA.



Trong một vài năm trở lại đây, ta có thể chứng kiến sự bùng nổ của những mùi hương có tên gọi là Leather hoặc Cuir (Da trong tiếng Pháp). Cuir Fetiche, Cuir Noir, Leather Oud, Mahon Leather, Cuir Styrax hay một loạt những Cuir (hoặc Leather) tương tự đã cho thấy sự thu hút của note mùi này. Một note mùi đặc biệt. Nó có khả năng gọi lên sự mềm mại và ấm áp cùng một lúc, ký ức về sự gắn bó, sự an ủi, sự gần gũi đối với cơ thể và cả sự kích thích. Một điều gì đó tự nhiên, nguyên thủy và gợi cảm. Nhưng thế nào là mùi da?

Khác với đại đa số các note mùi thường được chiết xuất từ chính bản thân vật liệu đó, “leather” trong nước hoa không có nghĩa là mùi của da một cách thực sự. Hãy quay ngược về thế kỷ 16 với những Gantiers Parfumeurs của Paris – những người sản xuất găng tay thơm cho giới quý tộc Pháp. Theo thời trang của thế kỷ này, găng tay được tẩm với các loại dầu thơm, xạ hương, long diên hương và cây hương để che giấu mùi da thuộc dễ gây buồn nôn của da động vật. Sau khi tẩm ướp, những chiếc găng tay của quý tộc sẽ có mùi thơm ấm áp và chính mùi hương này mới là khởi nguồn cho những gì mà ngày hôm nay chúng ta nghĩ đến khi nói đến note mùi của da.

Theo các tài liệu để lại thì nước hoa có mùi da được sử dụng đầu tiên bởi vua George III. Mùi hương này vẫn tồn tại đến ngày hôm nay và là hương thơm đầu tiên được Creed – nhà sản xuất găng tay cho Hoàng gia - tạo ra. Đồn đại rằng Nhà vua yêu thích mùi hương trên chiếc găng tay da đến nỗi Ngài đã lệnh cho nhà Creed chuyển mùi hương đó thành một loại nước hoa cho cơ thể. Đó là sự ra đời cho nước hoa có mùi da đầu tiên: The Royal English Leather (1781) với các note cổ điển: cam bergamot, quýt, long diên hương, gỗ đàn hương và da.

Chính bởi mùi da luôn luôn là kết quả của sự pha trộn và tẩm ướp rất nhiều thành phần nên không bao giờ có một mô tả duy nhất khi nói về note mùi “leather”. Tuy nhiên, có hai cấu trúc mùi da chính từng khuynh đảo trong quá khứ: nhóm mùi da ảnh hưởng của Nga (Cuir de Russie) với sự pha trộn của bạch dương và nhóm mùi da chịu ảnh hưởng của Tây Ban Nha (Peau d’Espagne), với sự pha trộn phong phú của cam quýt, hoa, xạ hương và cây hương.



Tabac Blond được tạo ra bởi một người Nga Ernest Daltroff nhằm che giấu mùi khói thuốc trên cơ thể phụ nữ, được xem là mùi của sự hư hỏng những năm 20

Cuir de Russie:

HƠI THỞ BẠCH DƯƠNG



Cuir de Russie – mùi da trên nền hương bạch dương sắc nét, đặc trưng cho mùi giày quân sự Nga đi kèm với đạo đức, uy quyền và sự thành công của những người lính.

Để làm mềm da khô, các xưởng thuộc da truyền thống trên những thảo nguyên rộng lớn của Nga đã sử dụng nhựa bạch dương và mỡ của động vật biển, để rồi tạo ra một mùi hương độc đáo đặc trưng. Mùi hương này đã tạo cảm hứng cho sự phát triển của Cuir de Russie – mùi da trên nền hương bạch dương sắc nét, đặc trưng cho mùi giày quân sự Nga đi kèm với đạo đức, uy quyền và sự thành công của những người lính.

Từ một note mùi đậm chất nam tính, khi chuyển sang thế kỷ 20, Cuir de Russie bỗng nhiên được ưa chuộng bởi những phụ nữ độc lập, cá tính – những người tiên phong trong phong trào nữ quyền và thách thức đám đông bảo thủ bằng cách hút thuốc ở nơi công cộng. Đây chính là thời điểm Chanel cho ra đời một tác phẩm tiêu biểu cho dòng nước hoa “Leather” với Cuir de Russie trong những năm 20 (Ernest Beaux là tác giả). Chanel Cuir de Russie là ví dụ tuyệt vời về cách một chất liệu dẻo dai như da có thể truyền đạt hương thơm như thế nào. Người ta nói rằng Cuir de Russie sinh ra từ cuộc gặp gỡ của Coco với Công tước Grand Duke Dimitri, một người anh em họ lưu vong của Nga hoàng Nicholas II sau cuộc cách mạng năm 1917. Cuir de Russie, với hương bạch dương đặc trưng đã gọi lại câu chuyện của những thảo nguyên giá lạnh và mùi da thuộc chất lượng cho các Sa hoàng Nga. Năm 2007, Chanel phát hành một phiên bản eau de toilette cho mùi hương này, như một phần của bộ sưu tập Les Exclusifs de Chanel.

Trước Chanel, một mùi hương nổi danh khác là Cuir de Russie Louis Toussaint đã được Piver tạo ra vào cuối thế kỷ 19. Trong bản giới thiệu của mình, Piver viết: "Hương thơm lấy cảm hứng từ mùi da giày của những chiến binh Cossack (Nga) với lớp vỏ bạch dương chống thấm ở bên ngoài. Mùi da không mấy thanh lịch được làm mềm với các note thơm mát của quýt và cam bergamot để tạo ra một cảm giác hoàn toàn mới. Tiếp theo đến các note bằng gỗ và gia vị trước khi nhường chỗ cho hương thơm ngọt của mật ong. Một mùi hương kín đáo nhưng lộng lẫy được trình bày trong lọ thành cao lấy ý tưởng từ thời kỳ kiến tạo của Nga. Vui vẻ, tinh chế và chưa bao giờ phô trương. Tuyệt đối sang trọng".

Peau d'Espagne:

SỰ GỢI CẢM MIỀN NHIỆT ĐỚI

Nếu Cuir de Russie có mùi bạch dương đặc trưng mạnh mẽ, nam tính thì mùi da trong Peau d'Espagne lại gợi cảm và hấp dẫn một cách đầy nữ tính, đồng thời có lịch sử lâu đời và phức tạp hơn rất nhiều. Từ thế kỷ 16, các thợ thuộc da đã tẩm ướp da sơn dương với tinh dầu hoa, thảo mộc, trái cây, xạ hương và cây hương. Mùi hương cuối cùng của hỗn hợp này chính là khởi nguồn cho Peau d'Espagne (da Tây Ban Nha). Da sơn dương chính bản thân nó cũng đã là một vật liệu gợi cảm với sự mượt mà tuyệt vời, mang đến những cảm giác khó cưỡng khi chạm vào. Theo nhà tình dục học người Anh

Havelock Ellis thì nhóm mùi này “cực kỳ sang trọng, phức tạp và là mùi hương của những người gợi cảm. Peau d'Espagne bao gồm mùi da thuộc phảng phất trong dầu hoa cam, hoa hồng, Santal, hoa oải hương, cỏ roi ngựa, cam bergamot, đinh hương và quế, sau đó pha trộn với cây hương và xạ hương. Peau d'Espagne được xem là nhóm mùi tiếp cận với mùi da của phụ nữ nhất, dù chính xác ra thì note mùi da trong đó không quá rõ ràng”.

Vào cuối thế kỷ 18, thời điểm bắt đầu cho sự phai nhạt của mùi hương animalic thống trị trong thị hiếu của giới thượng lưu hơn hai thế kỷ. Nhưng

ngay cả lúc này, Peau d'Espagne vẫn được ưa chuộng trên những chiếc găng tay. Kể từ năm 1910, với việc bổ sung thêm vani, tonka, bồ đề và phong lữ, Peau d'Espagne bắt đầu trở thành một cường quốc trong các loại nước hoa dành cho phụ nữ. Theo nhà nghiên cứu nước hoa Mandy Aftel, nó đã “không hề mất đi sự hấp dẫn gợi cảm của mình trong nhiều thập kỷ” và là một ngoại lệ cho “sự tẻ nhạt của hỗn hợp hương hoa thế kỷ 19”.

Ta có thể gặp rất nhiều những công thức Peau d'Espagne từ Spanish Leather Truefitt & Hill năm 1830 (mùi da nhẹ nhàng kết hợp với mùi tiêu đen nổi bật), Roger Gallet Peau d'Espagne năm 1895, Santa Maria Novella Peau d'Espagne năm 1901 (một trong những mùi hương lâu đời nhất và gây tranh cãi nhất của dòng Peau d'Espagne, vẫn được sản xuất cho đến hôm nay với mùi cam quýt, đàn hương, bạch dương, cây hương Phi châu và không có note mùi da). Santa Maria Novella Peau d'Espagne là minh chứng cho khái niệm ẩn dụ, hay tính tượng trưng của nước hoa: mùi hương về da nhưng không có da.



“Peau d'Espagne bao gồm mùi da thuộc phảng phất trong dầu hoa cam, hoa hồng, Santal, hoa oải hương, cỏ roi ngựa, cam bergamot, đinh hương và quế, sau đó pha trộn với cây hương và xạ hương. Peau d'Espagne được xem là nhóm mùi tiếp cận với mùi da của phụ nữ nhất, dù chính xác ra thì note mùi da trong đó không quá rõ ràng”.



117

STYLE

Khi thế giới bước vào thiên niên kỷ mới, sự sùng mộ với Leather lại được tái sinh. Nhà thiết kế, Helmut Lang đưa ra ba loại nước hoa trước khi nghỉ hưu vào năm 2005. Rất nhiều năm sau, Cuiron (2002) vẫn được nói đến như một trong những đại diện của dòng hương Leather. Phù hợp với thẩm mỹ thiết kế của Lang, Cuiron là một cách tiếp cận hiện đại tối giản



Serge Lutens năm 1996 bắt đầu cung cấp một mùi thơm Leather độc quyền mới cho khách hàng của mình tại Paris. Giống như phần lớn tác phẩm của ông, Cuir Mauresque đậm chất Ma-rốc.

Giorgio Armani
có Cuir Noir năm
2011, mùi hương
lấy cảm hứng từ
nghệ thuật thêu
da của người Ả rập.

ARMANI/PRIVE
OLD ROYAL

Aura
LOEWE
MAGNETICA

Để hiểu vì sao nước hoa Leather hồi sinh. Da là một sản phẩm luôn được đánh giá cao về chất lượng trong lịch sử tồn tại của nó và cũng là di sản của nhiều thương hiệu lâu đời. Rất nhiều món đồ mơ ước trong thế giới hiện đại được làm từ da: những phụ kiện đắt giá của Dunhill, Prada, Hermès, Burberry, Church, Bottega Veneta hay Gucci.

Khi dòng chữ Leather hay Cuir xuất hiện trên chai nước hoa, người ta

nhà. Maison Martin Margiela có Jazz Club năm 2013 – một hương thơm độc đáo với 3 note duy nhất: da, rượu rum và thuốc lá. Prada có No11 Cuir Styrax năm 2011. Roberto Cavalli có Just Cavalli Him năm 2013. Valentino ra mắt liên tiếp hai mùi hương Leather trong năm nay và năm sau: Valentino Uomo và Valentina Oud Assoluto. Và để tạm thời kết thúc danh sách này, chúng ta có Yves Saint Laurent Noble Leather năm 2013.

Leather có thể nói là một trong số ít note mùi vô địch về sự biến hoá. Các biến thể của nước hoa Leather là vô tận, nhưng về bản chất, chúng ta vẫn có thể nhận ra sự ấm áp ấy. Một điều gì đó thu hút và cảm dỗ. Không chỉ là mùi hương, nó còn là một khái niệm. Khái niệm ấy dĩ nhiên có sự khác biệt tương đối ở những nền văn hoá khác nhau, những thời đại khác nhau, nhưng vẫn gặp nhau ở những mẫu số chung: tự do, uy tín, quyền lực và nhục dục.



Giảm cân, bạn có biết?

Thành Hào

Đừng đọc quá nhiều sách báo về giảm cân, bạn sẽ bị lạc trong mớ hỗn độn mẹo vặt công thức hay bài tập mà nhiều khi phần lớn trong số chúng chẳng có tác dụng gì. Những sự thật mà bạn cần quan tâm về giảm béo thực tế chỉ có rất ít. Và đây là một số điều nên biết.

1. GIẢM BÉO: ĂN KIÊNG TỐT HƠN TẬP THỂ DỤC

Có rất nhiều bài báo viết về việc giảm cân bằng những bài tập nhỏ như đi cầu thang bộ, tăng cường làm việc nhà, đi bộ một ngàn bước một ngày... Tuy nhiên, những cách này chỉ mang lại chút ít hiệu quả không đáng kể và hoàn toàn không ấn tượng nếu so với việc cắt giảm lượng thức ăn hàng ngày.

Samuel Klein, chuyên viên tại trường Đại học University's School of Medicine cho biết: "Nếu bạn muốn cắt giảm 300 kcal năng lượng, bạn có thể chạy gần 5 km hoặc đơn giản là cắt bỏ 50g khoai tây chiên khỏi bữa ăn".

Một điều nguy hiểm hơn ở việc tập thể dục (mà không ăn kiêng) là nó có thể thúc đẩy cảm giác đói và thèm ăn, chưa kể cảm giác hưng phấn sau khi

tập luyện khiến bạn sa vào tình trạng "dễ rộng lượng với bản thân". "Bạn đi bộ trong 1 giờ, tiêu hao được 400 kcal, sau đó, bạn đói khủng khiếp. Bạn tự thưởng cho mình chút nước ngọt và một lát bánh mì. Thế là buổi tập đi tong, không những thế, số calo bạn vừa nạp vào còn nhiều hơn 400 kcal vừa được đốt đi" (Samuel Klein).

Nếu muốn giảm béo nhanh chóng hãy bắt đầu với việc ăn kiêng. Còn tập thể dục sẽ giúp bạn giữ được vóc dáng vừa vặn và nhiều lợi ích sức khỏe khác, khi đã có một cân năng lý tưởng. Tất nhiên, nếu bạn kết hợp được cả ăn kiêng và tập thể dục cùng một lúc thì không còn gì lý tưởng hơn.



2. GIỮ CÂN NẶNG: TẬP THỂ DỤC TỐT HƠN ĂN KIỀNG

Như đã nói ở trên, trong khi không có nhiều lợi ích trong việc giảm béo thì tập thể dục lại vô cùng quan trọng trong việc duy trì số kg lý tưởng mà bạn đã đạt được. Có mâu thuẫn gì trong việc này?

Hoàn toàn không. Các nghiên cứu của NASA đối với việc bất động dài ngày đã chỉ ra tầm quan trọng của hoạt động thể chất đối với việc trao đổi chất. Ngồi im cả ngày không hoạt động sẽ khiến việc trao đổi chất đình trệ. Thức ăn khi nạp vào cơ thể không được chuyển hoá kịp thời sẽ dễ sản sinh mỡ thừa ở những vùng nguy hiểm như bụng, đùi, cánh tay và hông (đặc biệt là tinh bột). Vào lúc này, tập thể dục có vai trò vô cùng quan trọng giúp thúc đẩy việc trao đổi chất, giải phóng lượng thức ăn tích tụ và duy trì mức cân nặng cũng như dáng vóc lý tưởng.

3. BẠN CÓ THỂ PHẢI TẬP LUYỆN VĨNH VIỄN ĐỂ GIẢM BÉO

Bạn từng có tiền sử béo phì. Sau một thời gian kiêng khem vất vả, bạn đã có được số cân nặng lý tưởng. Nhưng cuộc chiến vẫn chưa dừng ở đây: Khả năng tăng cân ở những người từng bị béo phì là vô cùng dễ dàng và để duy trì mức cân lý tưởng, họ phải duy trì một chế độ tập luyện lâu dài hơn nhiều (và có thể là vĩnh viễn) so với những ai cũng ở mức cân nặng đó nhưng chưa từng bị thừa cân. “Nghe có vẻ rất không công bằng, nhưng đó là cách thức mà cơ thể hoạt động - James Hill, PhD tại Đại học Colorado nói – Bạn phải sẵn sàng cho điều này”.

4. KHÔNG CÓ THỰC PHẨM KỲ DIỆU ĐỂ GIẢM BÉO

Bạn đọc được ở đâu đó rằng giấm táo giúp giảm béo và bạn uống nửa cốc dấm sau mỗi bữa ăn. Hoặc một bài báo nói rằng ăn quả bơ giúp giảm cân và bạn quyết định bổ sung 2 quả bơ mỗi ngày vào thực đơn.

Hãy quên chúng đi! Cách khoa học nhất để giảm béo là lựa chọn một phương pháp ăn kiêng thích hợp với sở thích hay thời gian của bạn và áp dụng một cách triệt để. Tất cả những biện pháp ăn kiêng như low-fat (cắt giảm chất béo), low-carb (cắt giảm tinh bột), low glycemic (cắt giảm lượng đường) hay ăn kiêng Paleo đều có hiệu quả thực sự nếu bạn tuân thủ đúng luật của các chế độ này. Đừng mất thời gian vào việc nghiên cứu những đồ ăn thức uống giúp giảm béo trong khi vẫn duy trì chế độ ăn uống hàng ngày. Ngay cả khi bạn chỉ ăn đúng loại thức ăn đó, nhiều tác hại khác vẫn xảy ra cho sức khoẻ bởi một chế độ ăn uống phản khoa học và thiếu chất.



Tập bao nhiêu là đủ?

Chỉ cần 30 phút tập luyện mỗi ngày cho các vận động tiêu hao nhiều calo như chạy bộ, đạp xe... hoặc 45 – 1 tiếng/ngày cho các hoạt động ít tiêu hao calo như đi bộ.

121

STYLE

● Beauty Guide



TRỊ MỤN VÀO BAN NGÀY HAY BAN ĐÊM?

T.H

Theo truyền thống thì cuộc chiến trị mụn thường diễn ra vào ban đêm. Bạn đi làm về, tẩy trang và áp dụng các loại thuốc trị mụn vào buổi tối, đi ngủ và yên tâm rằng thuốc sẽ có tác dụng trong khi bạn ngủ. Joshua Zeichner, giám đốc trung tâm nghiên cứu da liễu Mount Sinai Medical Center tại New York khuyên bạn nên làm ngược lại. Theo ông, lượng bã nhờn sản sinh nhiều vào ban ngày hơn ban đêm, trong khi các loại thuốc trị mụn lại thường có tác dụng giảm bã nhờn. Nếu bạn bôi chúng vào ban đêm, chúng sẽ không đạt được hiệu quả như ban ngày. Joshua Zeichner khuyên bạn nên sử dụng các sản phẩm trị mụn với hoạt chất benzoyl peroxide hay beta hydroxy acid, như La Roche-Posay Efaclar Duo trên khuôn mặt của bạn vào buổi sáng trước khi đi làm (dưới lớp chống nắng). Vào ban đêm, những gì cần làm là rửa mặt sạch sẽ, tẩy da chết với sản phẩm tẩy rửa có chứa axit salicylic ít nhất một lần/tuần, áp dụng một lớp kem dưỡng ẩm nhẹ là đủ.



1

Làm thế nào để chuyển mascara ban ngày sang buổi tối?

Mascara ban ngày cần đến sự tự nhiên trong khi mascara buổi tối cần dày và đậm một cách đặc biệt. Thường thì bạn phải tẩy trang rồi chuốt mi lại bởi đề chống các lớp mascara lên sẽ khiến hàng mi vón cục. Một cách giải quyết nhanh hơn: hãy mua mascara làm dày mi có đầu cọ nhỏ và mảnh. Loại cọ này giúp tạo ra lớp mascara mới trên lớp mascara cũ mà không sợ bị bết hay vón cục.

Ảnh: Chanel.



Làm thế nào để mắt sáng hơn?

Sau khi chuốt mascara màu đen như thường lệ, chuyên gia make up Pati Dubroff sẽ chải thêm một lớp mascara màu xanh blue ở chân mi. Màu xanh này sẽ khiến lòng trắng của mắt trở nên sáng hơn.

Làm thế nào để mi cong?

Kẹp mi như thường lệ. Khi chải mascara từ dưới chuốt lên, ép cây mascara nhẹ vào mi tạo độ cong mong muốn, giữ trong 10s trước khi bỏ mascara ra khỏi mi.



2

3

NHỮNG “BÍ KÍP” CỦA MẮT



Mascara làm dày và cong mi Art Decolor & Art
Giá 495.000 VND

ARTDECO
Wonder Last
Intense
Mascara

Mascara Estée Lauder
Sumptuous extreme.
Giá tham khảo tại
showroom.



Làm thế nào để tạo ra hàng mi sexy nhất?

Hãy bắt đầu chuốt một lớp mascara không thấm nước (như L'Oréal Paris Voluminous Million Lashes Waterproof Mascara). Sau đó chuốt tiếp một lớp mascara làm dày mi loại thường, không có đặc tính chống thấm. Kết hợp cả hai loại mascara này sẽ khiến hàng mi đạt được độ dày và dài lớn nhất có thể.

Tận dụng cọ mascara khi mascara đã hết

Khi mascara hết thì cọ mascara vẫn có thể được dùng vào nhiều việc khác nhau. Bạn hãy rửa sạch chúng và lau khô. Chiếc cọ này có thể dùng để tách hàng mi bị vón cục hoặc chải đều lông mày khi bạn kẻ lông mày bằng cream.



4

5

123 style

KHI BỌNG MẮT TRỞ THÀNH MỘT



Mai Anh

Hầu hết chúng ta đều hốt hoảng nếu xuất hiện bong mắt nhưng giới trẻ Hàn thì ngược lại. Xu hướng Aegyo Sal với phần bong mắt ở mí dưới đang gây sốt đến mức có hẳn một dịch vụ phẫu thuật thẩm mỹ dành cho nó.

Đã hơn một lần, tôi quan sát các ngôi sao nam nữ của Hàn và băn khoăn về phần bong mắt ở viền mí dưới của họ. Lẽ nào ở một đất nước ám ảnh về sắc đẹp như Hàn, mỹ phẩm dành cho vùng bong mắt không được biết tới? Hoá ra, tôi đã chẳng biết gì về Aegyo Sal – trào lưu “mắt cười” với một bong mắt nhỏ ở mí dưới.

Cần hiểu rõ rằng, phần bong mắt này sẽ hoàn toàn khác với bong mắt nhăn nheo và chùng xuống thường xuất hiện ở đôi mắt già nua và mệt mỏi. Aegyo Sal chỉ là một lớp da nhỏ hơi phồng lên ở một vùng da săn chắc, khiến đôi mắt nhìn to hơn một cách rõ rệt, đồng thời ánh mắt sẽ thân thiện hơn và vui vẻ hơn khi cười. Các bác sỹ phẫu thuật Hàn Quốc sẵn sàng sử dụng đến chất độn hoặc ghép chất béo để tạo ra hiệu ứng Aegyo Sal. Một chút mỡ từ các mô bụng hoặc đùi sẽ được ghép vào mí bằng một đường rạch nhỏ. Còn nếu không muốn động đến dao kéo, make up sẽ là một giải pháp hữu hiệu.

Nếu bạn muốn thử hiệu ứng Aegyo Sal, có hai cách:

- Nheo mắt để xác định vùng bong mắt: sau đó dùng cọ đầu nhỏ đánh một chút phấn nền màu sáng hơn màu da một tone ở vùng bong mắt này. Có thể dùng phấn powder dặm một chút lên vùng sáng này cho đường ranh giới trở nên

tự nhiên hơn.

- Dùng phấn mắt màu trắng kẻ viền mí dưới theo hình bong mắt. Dùng phấn màu nâu nhạt viền thật mảnh ở bên ngoài đường viền màu trắng này, sau đó dùng ngón tay trộn lẫn một cách nhẹ nhàng cả hai màu với nhau.



Phấn mắt Clinique All About Shadow Duo



Phấn mắt M·A·C RiRi Hearts MAC Doublelux Shadow Holiday Collection

124 STYLES

lifestyle





KHI CHIẾC PHÒNG THỦ ĐỒ BIẾN MẶT

Cách đây vài năm, khi vẫn còn thời gian dạo phố và mua sắm, tôi thích chọn những cửa hàng có phòng thử đồ đẹp. Nhỏ, giản dị, vài sào đồ thanh mảnh nép tường cũng được, chỉ cần phòng thử đồ có tấm vải lớn hoa rù phóng khoáng, có nhiều thật nhiều các móc treo quần áo vừa tầm tay. Nơi phòng thử đồ ấy, những lựa chọn được đưa ra trong tích tắc, tiến chảy từ túi này sang túi khác trong sự hân hoan.

Bằng một tối nọ, sau khi thần người bên cuốn sổ thu chi hàng tháng của cửa hàng, cô chủ chợt nghĩ: thật khó xoay xở với những chi trả mặt bằng, trang trí, chậu hoa cây cảnh, và hình như khách qua lại phố dạo này sao thưa, mà người người nhộn nhịp trên Facebook, chi bằng...

Cô đóng cửa hàng, chọn ngày nắng sớm ngõ vắng người, khi cô mẫu không phải đi học thêm, những tấm hình phục trang kiểu diêm ra đời. Vì khách hàng từ giờ sẽ chỉ có thể thấy áo quần đẹp, còn hương thơm, chất liệu vải và nét mặt đón đả mời chào của cô thì chỉ cách duy nhất là những dòng ghi chú, và cô sẽ phải viết nhiều hơn bình thường...

Cho riêng tư được trọn vẹn

Tôi nghiện mua sắm online từ lúc Facebook bắt đầu trở thành trang tin được mở lên sáng sáng tối tối, khi dần dà những cửa hàng mua sắm trực tuyến xuất hiện ngày thêm đông, khi cô chủ cửa hàng quen cũng dời nhà lên đây và mời tôi ghé chơi. Trung bình cứ năm phút là có một cửa hàng xuất hiện, đủ loại hàng hóa, giá cả phải chăng; chỉ thêm ít phí giao nhận hàng, ngay lập tức, như điều kỳ diệu, gói hàng đã ghé tận tay, được ướp hương, thẳng tưng cùng danh thiếp, túi giấy nâu dày dặn, cùng lời cảm ơn tươi tắn.

Dòng chữ quen thuộc mà các tín đồ shopping online thường thấy là “vui lòng comment hoặc inbox để mua hàng”. Bạn thích thể nào? Tôi luôn chọn cách sau - gửi tin nhắn riêng (inbox) để rồi từ đó bắt đầu những cuộc tư vấn nhanh ngắn, kín đáo riêng tư. Facebook càng ngày

càng thông minh và thật hữu dụng để tất cả chúng ta trở thành thám tử bất đắc dĩ: 24 tiếng đồng hồ mua gì ở đâu sẽ được trưng bày cho tất cả những ai nằm trong danh sách bạn bè (friend list) thân sơ nhận nhạo. Nhanh như chớp, những dòng thông báo nhảy tíu tít, mọi người sẽ biết ngay tôi mua chiếc váy hoa đỏ ấy ở cửa hàng nào, size gì, giá cả ra sao, giao hàng ngày nào, địa chỉ nhận hàng,...

Một cô gái bình thường hẳn sẽ luôn háo hức khoe ảnh ngay sau khi họ mặc một bộ cánh mới, nhưng lại muốn hành trình tìm ra được bộ cánh ấy là một bí mật, rằng chỉ tôi mới sở hữu được nó, và bởi những bí mật làm nên quyến rũ của nàng. Hào quang vây quanh nàng sẽ biến mất nếu tất cả những gì cô làm, những bộ cánh cô mua, đôi gót cao đỉnh pha lê cô đang đi cả nhân loại đều tỏ tường.

Những riêng tư được bảo toàn. Những trò chuyện nho nhỏ, bí mật về bản thân được giữ kín, không khác mấy một tối năm nào tôi một mình đẩy cửa vào cửa hàng đen vàng ấm cúng cuối con hẻm với tấm bảng phấn viết nắn nót: Hàng mới về cho đông sớm!

Khi bạn gửi tin nhắn riêng thay vì phản hồi chốn công cộng, những cuộc nói chuyện riêng tư thường sẽ tròn đầy bởi được gìn giữ chỉ giữa hai người và không bị chen ngang bởi những thắc mắc của ai khác. Tôi không rõ các cô gái khác thế nào, nhưng thường có phải các câu chuyện của việc mua hàng lần đầu với một cô chủ hàng sẽ giống giống nhau kiểu: “Cái áo này/váy này đẹp quá, có size XS không bạn? Phí ship Quận 1 bao nhiêu bạn? Chất liệu vải thế nào bạn ha?!", những trò chuyện ngắn gọn đầu tiên qua lại khiến cả hai kẻ xa lạ chung niềm yêu với một món hàng sẽ phải chuyện trò không dưới mười dòng, rồi chừng ấy đã khiến cô chủ ấy hiểu ta có khi còn hơn cả anh chàng ta vừa hẹn hò vài ba tháng, thậm chí sẽ có những ô a chen giữa bởi biết đâu những tỏ bày ấy sẽ có những đồng cảm, tựa như vô tình gặp được một khuôn mặt mới mẻ giữa một dòng người nhưng khi chất lại thân thuộc lạ lùng.

Những nàng thơ thân tình

Tôi rất quý mến những cô chủ nhỏ ở những cửa hàng Facebook tôi mua đến quen. Những cô nàng rất trẻ, tươi sáng, rạng rỡ. Tất cả, từ đam mê với vài vóc lụa là, với thời trang và màu sắc, với tuổi trẻ và tình yêu, đã mở toang những ô cửa ảo, và mời mọc các cô nàng khách hàng như tôi đến, và chúng tôi cứ thế giữa đồng quần áo, giày dép đủ kiểu dáng tính cách, vừa thăm thì chuyện trò, vừa kết bạn để tâm tình, không quá gần gũi nhưng đủ để nở nụ cười và đổ vào cuộc sống nhau những ô nhỏ chứa những niềm vui từ việc mua sắm thần thánh của riêng chúng ta.

Rất nhiều người trong chúng ta, giờ đây, khi phủ lòng trung thành lên một trang hàng nào có lẽ cũng chỉ vì cảm giác được chăm sóc hết sức tận tình. Khi mua một tấm áo, chúng ta không chỉ mua một sản phẩm may khéo, chắc còn vì cái tên rất hay đã được dành thật nhiều tâm sức để tạo nên (giờ đây tôi không mặc một chiếc váy kẻ ca rô đỏ xanh bình thường nữa mà sẽ là tôi mặc váy Giáng Sinh đi hẹn hò chiều thứ 7, thật có không khí làm sao), vì những lời ghi chú đọc là thấy rung động theo mùa, vì tấm ảnh đã thổi hồn cho chiếc váy - thay vì xếp gọn trên giá nay đã xoay tròn trong một khu vườn hoa mạn trắng hàm tiếu, vì những đoạn đối thoại ròn rã giữa hai chúng tôi, về số đo, về loại áo hợp với chiếc váy, cùng lo lắng liệu hàng có được chuyển tới kịp ngày, và những thờ phào nhẹ nhõm khi món hàng đã được ướp vào người vừa vận đẹp đẽ, hết như tôi đã đến tận nơi và bước vào chiếc phòng thử đồ năm nào.



Như một duyên may

Khi đời sống một cửa hàng được bày biện trên Facebook, đừng nghĩ rằng việc kinh doanh sẽ dễ dàng hơn lúc nó vẫn đơn thuần tường gạch sơn xanh với những khung cửa thật thà. Cũng đừng vội gán cho dòng thông tin cuộn cuộn chóng mặt sẽ tạo ra những người mua hời hợt và vô tình. Đừng đổ lỗi cho công nghệ tạo xa cách, chừng nào con người vẫn còn một khối tình cảm đập thành thích ở ngực trái, chừng đó mọi thứ với những quy định bất biến về cách giao tiếp thân mật giữa chúng ta không bao giờ biến tướng.

Sẽ có nhiều cửa hàng như chợ phiên xuất hiện liên tục trên bảng tin Facebook của ta mỗi ngày, hết những công ty thẳng tay chi tiền quảng cáo để chạm đến nhiều thật nhiều khách mới, hàng hóa tràn kho, hình ảnh giản đơn, có thể click "like" mà chẳng cần dẫn đo, lưu lại

rồi... quên mất, có khi nhầm lẫn với những trang hàng khác vì bởi sự tương đồng giống nhau chẳng thể phân biệt trong hình ảnh sản phẩm và phong cách bán hàng. Như chợ phiên, những nơi có thể đến rồi đi không vướng bận, sà vào và ra về với những món đồ dễ mặc và phổ thông. Nhưng cũng có những góc nhỏ khó tính đâu đó, sẽ vất vả hơn để tìm ra, nhưng khi đã giáp mặt, trong lòng vui ngấm ngấm như vừa với tới một duyên may. Chẳng phải sao? Giữa thế giới ảo ảnh rộng mênh mang cứ một ngày lại thêm một cơ sở không nhỏ các fanpage quần áo mọc lên hơn năm sau mưa, chúng ta lại tìm ra một ô cửa đo ni cho riêng mình, với những bộ cánh mà ta biết sẽ chẳng tìm được ở một nơi thứ hai, giữa vụn vụn người bán, triệu triệu nàng mua, cô chủ và cô nàng nghiện mua sắm vô tình cùng phải lòng một mảnh váy maxi hồng phấn dài các.

Và tôi, và những cô nàng nghiện yêu mua sắm mua sắm online, chừng nào trên thế giới tiện dụng ngay bên ấy, càng lúc càng thêm nhiều hàng hóa đẹp dễ, càng lúc càng nhiều bất ngờ, chẳng ai có thể xâm phạm riêng tư và sở hữu những khác biệt được dành riêng, chừng ấy chúng tôi vẫn còn ngụp lặn đầy hạnh phúc mỗi ngày trong những ô cửa 13 inches và không ngừng "thử đồ" dù chiếc phòng thử đồ mảnh hoa xưa kia đã ít nhiều biến mất.



NƯỚC VÀ KHÔNG KHÍ...

coway

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



MỪNG GIÁNG SINH VÀ NĂM MỚI
MUA 1 TẶNG 3

TÀI TRỢ GIÁ TRỰC TIẾP KHI MUA SẢN PHẨM
TẶNG THÊM THIẾT BỊ LỌC NƯỚC DEWBELL
TRI ÂN PHIẾU MUA HÀNG BIG C LÊN TỚI 1.200.000VNĐ

(THÔNG TIN CHI TIẾT CHƯƠNG TRÌNH VUI LÒNG THAM KHẢO TRÊN WEBSITE HOẶC GỌI ĐIỆN)

- AN TÂM HƠN VỚI THIẾT BỊ LỌC THÔ DEWBELL -
LOẠI BỎ CHẤT BẮN, GỈ SÉT TRONG ĐƯỜNG ỐNG
- CHO NGUỒN NƯỚC TẮM, RỬA MẶT, MÁY GIẶT
TỐT HƠN:
- HÃY SO SÁNH LỖI LỌC TRƯỚC VÀ SAU KHI SỬ
DỤNG TRONG HÌNH BÊN.



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

10 MẪU XE SUV CAO CẤP CỦA 2013

Hoàng Khải



NHỮNG CHIẾC LUXURY SUV ĐẦU TIÊN ĐƯỢC RA ĐỜI VỐN CHỈ VỚI MỤC ĐÍCH MARKETING KHI GẮN THÊM CHỮ "LUXURY" NHƯNG KHÔNG CÓ NHIỀU ĐỘT BIẾN SO VỚI NHỮNG CHIẾC SUV THÔNG THƯỜNG. NHƯNG CÙNG VỚI THỜI GIAN, CÁC NHÀ SẢN XUẤT ĐÃ DẦN DẦN TẠO RA RANH GIỚI RÕ RÀNG HƠN DỰA VÀO THIẾT KẾ KIỂU DÁNG, BỘ MÁY VÀ CÁC TIỆN ÍCH ĐI CÙNG. VÀ DƯỚI ĐÂY LÀ 10 MẪU THIẾT KẾ LUXURY SUV TIÊU BIỂU NHẤT CỦA 2013!

2013 Cadillac
Escalade ESV

Đây là phiên bản dài hơn của chiếc Escalade khiến hàng ghế cuối rộng hơn đồng thời mang đến cho phiên bản này một khoang chứa lớn và thoải mái. Thiết kế khung liền có phần cổ điển nhưng lại tạo cho ESV vẻ ngoài khỏe mạnh chắc chắn. Bên cạnh đó, ESV còn được trang bị những tính năng thực tế, thậm chí còn có thể chở một chiếc thuyền nhỏ mà không gặp vấn đề gì. Hoạt động hoàn hảo, ổn định là những ưu điểm nổi bật của ESV.

130^{STYLE}



2013 Volvo
XC60

Thoải mái, linh hoạt, và đặc biệt nổi bật với các tính năng an toàn nhận được nhiều lời khen ngợi trong suốt 5 năm qua, XC60 là niềm tự hào của công nghiệp ô tô Thụy Điển. Thiết kế ngoài không rườm rà, nội thất trang bị nhiều “đồ chơi” tiện lợi, XC60 còn có khả năng tăng tốc mạnh mẽ. Tuy nhiên, mẫu xe này bị đánh giá kém về khoản tiết kiệm nhiên liệu.



2014 BMW X1

Là thiết kế nhỏ nhất và rẻ nhất trong dòng xe thể thao gia đình của BMW, X1 được trang bị các tính năng có phần nghiêng về một chiếc sedan thể thao cỡ lớn hơn là một chiếc SUV. Khoang xe rộng rãi bất ngờ, động cơ mạnh mẽ cùng nội thất hiện đại, X1 xứng đáng là mẫu xe kết hợp giữa nhu cầu di chuyển thông thường và hưởng thụ.





Trang bị động cơ V6 tiêu chuẩn, nội thất bọc da sang trọng, Acura RDX còn có giá thành khá hấp dẫn so với những mẫu luxury SUV cỡ nhỏ cùng loại. Khoang ngồi rộng rãi, đơn giản, thiết kế ngoài lẫn trong đều tạo tầm nhìn tốt cho người cầm lái, Acura RDX đã biến yếu tố "smart" thành một trong những tiêu chuẩn mới của dòng xe luxury SUV.

2013 Acura RDX



2013 Audi Q5

Hãng Audi từ lâu đã nổi tiếng với thiết kế xe đẹp mắt từ trong lẫn ngoài. Chính vì vậy Q5 cũng không chệch ra ngoài những tiêu chí đó. Ngoài ra, Q5 cũng được trang bị động cơ mạnh mẽ (2.0l turbo 4 xi lanh), ngoài ra khách hàng còn có thể yêu cầu trang bị V6 hoặc phiên bản hybrid nếu muốn.





Đây là mẫu xe luxury SUV được đánh giá là đáp ứng được một số yêu cầu mà các mẫu hiện tại còn thiếu như hàng ghế thứ ba (chỉ mới đang được thử nghiệm ở vài mẫu SUV), tiết kiệm nhiên liệu hiệu quả và “ngầm túc”. Ngoài ra thiết kế nam tính của JX cũng là một điểm cộng khiến chiếc xe được nhiều quý ông yêu thích và lựa chọn.

2013 Infiniti JX

Ở phiên bản lần này, RX được Toyota mang đến nhiều thay đổi lớn bằng vẻ ngoài mạnh mẽ như phần mũi đã mất hoàn toàn vẻ cân đối, điệu đà mà thay vào đó lưới tản nhiệt rộng hết cỡ. Bên cạnh đó, RX còn được trang bị động cơ 3.5l V6, hộp số tự động 6 cấp Super ECT. RX khá được khách hàng Việt Nam ưa chuộng vì kiểu dáng và uy tín độ bền cao của các dòng xe Toyota.

2013 Lexus RX



133 STYL

2013 Porsche Cayenne Turbo S



So với phiên bản 2012, kiểu dáng của Cayenne Turbo S 2013 đã ít nhiều thay đổi với những nét mềm hơn. Điểm nhấn rõ nét nhất nằm ở đèn pha với việc phủ thêm màu khói trên viền đèn. Bộ mâm hợp kim nâng kích thước lên 21 inch và ống xả đôi hình chữ nhật thay thế cho kiểu tròn truyền thống. Ngoài ra, Cayenne Turbo S 2013 mang trên mình bộ động cơ V8 tăng áp kép Twin-Turbocharged dung tích 4.8 lít cho công suất 550 mã lực và mô-men xoắn cực đại 750 Nm.

STYLE **134**



2013 Mercedes-Benz GL-Class



Thật không có gì ngạc nhiên khi xuất hiện một chiếc SUV của Mercedes trong danh sách những chiếc luxury SUV của năm. Điều ngạc nhiên duy nhất chính là biểu hiện và phong độ ấn tượng, vượt xa trông đợi của nhiều người trong thực tế của chiếc GL-Class này. Được thiết kế với mục đích trở thành dòng S-Class trong phân tãg SUV, GL-Class là chiếc xe 7 chỗ sang trọng, trang bị động cơ lẫn thiết kế nội thất hiện đại, đáp ứng được đòi hỏi của mọi gia đình khó tính nhất.

2013 Land Rover Range Rover

Đây là chiếc xe mà bất kì ai cũng có thể nghĩ đến ngay khi hình dung về một chiếc SUV sang trọng vừa trang bị phong phú các tính năng vừa sở hữu động cơ "bốc" nhất. Từ nhiều thập niên nay, mẫu SUV đến từ Anh Quốc này đã chinh phục cả thế giới với nhiều phiên bản nâng cấp khác nhau. Riêng chiếc Range Rover 2013 được thiết kế bộ khung sáng hơn và gọn ghẽ hơn, đồng thời cũng được đánh giá là phiên bản tốt nhất từ trước đến giờ.



FORD FIESTA MỚI

FORD FIESTA KHÔNG CHỈ THỰC HIỆN MỘT CUỘC CÁCH TÂN VỀ PHONG CÁCH MÀ CÒN THỰC HIỆN MỘT CUỘC CÁCH TÂN VỀ CÔNG NGHỆ KHI GIỚI THIỆU CÁC MẪU XE FORD FIESTA ECOBOOST 1.0. VÀ NHU VẬY FORD FIESTA TIẾP TỤC LÀ NGƯỜI DẪN ĐẦU TRÊN PHÂN KHÚC THỊ TRƯỜNG HẠNG TRUNG.

Ford Fiesta mới có hai lựa chọn động cơ cho khách là động cơ EcoBoost 1.0L ba xi-lanh, hoặc động cơ tiết kiệm nhiên liệu 1.5L Ti-VCT. Với mẫu xe động cơ EcoBoost 1.0L, Ford đã thực hiện một cuộc cách mạng nhỏ về công nghệ. Đây là thế hệ công nghệ động cơ mới nhất, đã được Ford đăng ký độc quyền sáng chế. Đây đồng thời cũng là mẫu động cơ đã được vinh danh với giải thưởng Động cơ Quốc tế của Năm trong hai năm liền.

Về thiết kế, Ford Fiesta mới được thiết kế với ngoại thất đậm

chất thể thao. Nội thất cũng được nâng cấp để tiện lợi với các công nghệ thông minh như SYNC và mở khoá tự động chỉ là một trong số ít những tính năng ưu việt mới của xe. Ông Metelo Arias, Tổng Giám Đốc Ford Việt Nam cũng khẳng định trong buổi lễ xuất xưởng hai chiếc Ford Fiesta mới nhất được sản xuất tại Việt Nam của hãng vào ngày 17/12/2013 vừa rồi. "Ford Fiesta mới – mẫu xe đã có sức hút mạnh mẽ với hàng triệu khách hàng trên toàn cầu là minh chứng điển hình về thành công của chiến lược Một Ford trong việc tạo ra các dòng xe đáp ứng mọi nhu cầu, mong

muốn và kỳ vọng của khách hàng trên toàn thế giới.” Hai chiếc xe, một chiếc là Fiesta hatchback 5 cửa màu xanh dương, chiếc còn lại là sedan 4 cửa mới màu trắng nổi bật. Hai chiếc xe đã được lái ra khỏi dây chuyền để đánh dấu thời điểm bắt đầu sản xuất Fiesta mới. Ông Metelo chia sẻ thêm: “Lễ khởi động dây chuyền lắp ráp và xuất xưởng tại nhà máy Hải Dương ngày hôm nay đánh dấu một cột mốc thành công mới của mẫu xe Ford Fiesta mới trên toàn cầu. Ford là thương hiệu ô tô hàng đầu tiên phong mang đến một công nghệ động cơ tiên tiến và các công nghệ thông minh, an toàn khác cho một chiếc xe cỡ nhỏ ở mức giá phải chăng. Cùng với chiến lược Một Ford toàn cầu, việc xuất xưởng xe Ford Fiesta mới tại nhà máy Hải Dương đã nêu bật cam kết của Ford trong việc chiếm lĩnh nhiều hơn phân khúc xe cỡ nhỏ ở Việt Nam cũng như tiếp tục cải tiến sản phẩm dẫn đầu của mình và tích cực hóa kế hoạch phát triển thị trường Việt Nam. Mục tiêu của chúng tôi với dòng xe Fiesta mới là đưa dòng xe đã và đang dẫn đầu phân khúc với khả năng tiết kiệm nhiên liệu, hiệu suất cao, và phong cách trở nên tốt hơn nữa.”

Điểm nổi bật nhất của Fiesta mới là mức tiêu thụ nhiên liệu tiết kiệm tối đa – điều mà các khách hàng tại Việt Nam đánh giá cao nhờ động cơ EcoBoost 1.0 L. Với động cơ được chọn là Động cơ Quốc tế của năm trong hai năm liên tiếp, Fiesta mới là minh chứng điển hình cho cam kết của Ford trong việc giới thiệu tới người tiêu dùng những mẫu xe tiết kiệm nhiên liệu nhất, góp phần giảm thiểu khí CO₂ và tiêu thụ nhiên liệu. Ông Metelo khẳng định: “Động cơ Ecoboost 1.0 không chỉ khiến khách hàng Việt Nam bất ngờ và hài lòng, mà còn mang đến cho họ những giá trị mới thông qua việc giảm chi phí sở hữu xe.”



Như đã nói ở phần đầu bài, Ford Fiesta mới còn có lựa chọn thứ hai cho động cơ của xe là động cơ toàn cầu dung tích 1,5LTi-VCT, 4 xi-lanh, công suất 112PS tại 6300 vòng quay/phút, mô-men xoắn cực đại 140Nm tại 4400 vòng/phút. Động cơ 1,5L Ti-VCT kết hợp cùng hai lựa chọn hộp số tự động sáu cấp hoặc hộp số sàn năm cấp.

“Chúng tôi tự hào tạo ra một tiêu chuẩn mới cho phân khúc xe nhỏ tại Việt Nam, với một chiếc xe thực sự tuyệt vời được trang bị những công nghệ lần đầu xuất hiện trên phân khúc, có khả năng tiết kiệm nhiên liệu tối đa, mang lại những trải nghiệm lái chưa từng có cho khách hàng Việt Nam,” ông Metelo tự tin khẳng định.



FIESTA MỚI NAY ĐÃ CHÍNH THỨC CÓ MẶT TẠI CÁC ĐẠI LÝ FORD VIỆT NAM VỚI MỨC GIÁ NHƯ SAU:

- *Fiesta Trend 1.5L MT 4 cửa:*
549 triệu đồng
- *Fiesta Trend 1.5L AT 5 cửa:*
579 triệu đồng
- *1.5 L Sport AT 5 cửa và Titanium AT 4 cửa:* 612 triệu đồng
- *1.0L Fox Sport AT 5 cửa:*
659 triệu đồng



TOP 7 SMARTPHONE của 2013

Thái Bình

MỘT NĂM NỬA ĐÃ LẠI TRÔI QUA, HÃY CÙNG STYLE ĐIỂM QUA 10 MẪU SMARTPHONE TIÊU BIỂU CỦA 2013 NHÉ!



1. HTC One Sở hữu thiết kế nguyên khối sang trọng mạnh mẽ cùng màn hình Infinity chống chói và hạn chế chói xước, HTC One còn được tích hợp công nghệ Beats Audio độc quyền. Ngoài ra, HTC One còn được trang bị các tính năng chụp ảnh ấn tượng như UltraPixel, ImageChip, HTC Zoe mang đến trải nghiệm thú vị. Thêm vào đó là tiện ích lướt web BlinkFeed, điều chỉnh âm lượng SenseVoice, Remote TV khiến HTC One trở thành một chiếc smartphone giải trí hấp dẫn.

2. Apple iPhone 5s Không thể không nhắc đến chiếc smartphone biểu tượng luôn được trông đợi nhất hàng năm iPhone. Và năm nay phiên bản 5s, với 3 màu vàng champagne, trắng và space grey một lần nữa tạo đột sóng lớn với người hâm mộ Apple. Tích hợp tính năng nhận diện vân tay, camera 8Mp với 2 đèn Led hỗ trợ, chip A7 với tốc độ xử lý gấp 56 lần và hệ điều hành iOS7 mới, iPhone 5s xứng đáng giữ vững ngôi vua của những chiếc smartphone trong lòng người hâm mộ.

3. Samsung Galaxy Note 3 Là đối thủ nặng ký của iPhone 5s, Samsung Galaxy Note 3 thuyết phục được không ít người sử dụng với kho tiện ích trong mơ. Tích hợp màn hình Super AMOLED Full HD mang đến hình ảnh sắc nét hoàn hảo,

camera 13Mp chống rung và quay phim Full HD, truy cập nhanh 5 tính năng của S Pen, ghi chú thông minh đơn giản, Direct Pen Input giúp nhập dữ liệu nhanh chóng trực tiếp... Galaxy Note 3 đích thực là một lựa chọn không tồi nếu bạn đang muốn sở hữu một chiếc smartphone.

4. Nokia Lumia 1020 Ấn tượng lớn nhất ở Nokia Lumia 1020 chính là máy ảnh 41Mp và công nghệ Pureview, phá vỡ mọi quy chuẩn về nhiếp ảnh trên smartphone hiện thời. Nokia Lumia 1020 gần như là một chiếc điện thoại dành cho những người yêu thích việc chơi ảnh với các tính năng hoàn hảo như Camera Pro, quay phim HD siêu nét. Ngoài ra, Lumia 1020 cũng được trang bị cả hệ điều hành Window Phone 8 chuyên nghiệp với các tính năng Office, HERE Map, HERE Drive cùng nhiều tiện ích thông minh khác như vỏ sọc không dây giúp bạn thuận tiện mang đi mọi nơi.

5. Samsung Galaxy S4 Một thành viên nữa thuộc gia đình Samsung chính là chiếc Galaxy S4. Sở hữu màn hình nhỏ hơn S3 nhưng Galaxy S4 vẫn được trang bị đầy đủ nhiều tính năng hấp dẫn như máy ảnh 13Mp, quay phim Full HD, màn hình sắc nét Full HD, hệ điều hành Jelly Bean, dung lượng pin khỏe... Tuy nhiên, S4 lại không gây được ấn tượng mạnh về thiết kế lẫn

công năng như S3.

6. LG G2 Nổi bật ấn tượng với cụm phím duy nhất ở mặt lưng, LG G2 có thể sử dụng tiện lợi cho dù bạn thuận tay phải hay tay trái. Bên cạnh đó, LG G2 còn được trang bị màn hình Full HD IPS 5.2" hiển thị màu sắc tươi sáng, máy ảnh 13Mp và quay phim Full HD chuẩn, tính năng Audio Zoom, tắt mở màn hình không cần dùng phím, bộ vi xử lý Qualcomm Snapdragon 800 lõi tứ 2.26 GHz mạnh mẽ và pin khủng 3000Mah.

7. Blackberry Z30 Đây là chiếc smartphone có kích thước lớn nhất của BlackBerry với màn hình 5-inch và cũng là smartphone đầu tiên được trang bị nền tảng BlackBerry OS 10.2 mới nhất của hãng. Với thiết kế chắc chắn, mạnh mẽ, Z30 còn sở hữu bộ xử lý Snapdragon S4 Pro, pin dung lượng cao 2880Mah cho phép hoạt động lên đến 25h, máy ảnh 8Mp chụp ảnh sắc nét và ổn định. Tuy nhiên, nhược điểm của Z30 là không thể thay được pin và kho ứng dụng vẫn còn sơ sài nếu so với Apple hay Android.

139^{STYLES}



5



6



7



ĐỒ CHƠI CÔNG NGHỆ CHO NGƯỜI YÊU BẾP

(phần 1)

CÔNG NGHỆ CAO ĐƯỢC PHÁT MINH NHẪM MỤC ĐÍCH NÂNG CAO ĐỜI SỐNG CON NGƯỜI. CHÍNH VÌ THẾ MÀ NÓ KHÔNG CHỈ DỪNG LẠI Ở VĂN PHÒNG HAY KHU VỰC GIẢI TRÍ MÀ CÒN LẤN SÂU VÀO LÃNH ĐỊA CỦA NHỮNG NGƯỜI YÊU BẾP.



1. Electrolux Ingresure

Đây là dụng cụ tuyệt vời dành cho những người không khéo lắm nhưng vẫn yêu bếp. Thường khi nấu ăn, công đoạn quan trọng nhất là nêm nếm nhưng nhiều người không tự tin mấy về điều này. Đừng lo, Electrolux Ingresure sẽ đảm đương nó thay bạn. Với thiết kế giống như một chiếc thìa cùng các chip điện tử được phát minh để xác định nguyên liệu có trong món ăn, sau đó tính toán độ cân bằng mùi vị, Electrolux Ingresure sẽ đưa ra kết quả chính xác nhất. Và hiển nhiên, bạn không còn phải băn khoăn gì nữa.

2. T-Fal ActiFry Low-Fat Multi Cooker

Đây là một chiếc nồi rán tự động. Với thiết kế sang trọng, xinh xắn, chiếc nồi này còn có khả năng mang đến những món rán hoàn hảo và đặc biệt là "low-fat". Ví dụ như bạn có thể làm khoảng 1kg khoai tây chiên chỉ

với một vài thìa dầu ăn. Thật tiện lợi và tốt cho sức khỏe đúng không?

3. The Sensi Standmixer

Món quà hoàn hảo dành cho các tín đồ làm bánh từ kỹ sư nổi tiếng



140

STYLE

Peter Braakhuis. Chiếc máy này có công suất lớn hơn những chiếc standmixer thông thường rất nhiều nên tiết kiệm được tương đối thời gian trong bếp. Ngoài ra, với khả năng kết nối Wifi, The Sensi Standmixer còn có thể được điều khiển bằng remote và bạn hoàn toàn có thể điều khiển ngay cả khi không đang trong bếp mà làm việc khác trong nhà.

4. Digital Nutritional Kitchen Scale

Ăn uống đúng cách và quan tâm đến các thành phần dinh dưỡng đang càng ngày càng trở thành thói quen của nhiều người. Chính vì vậy, sự ra đời của chiếc cân điện tử có khả năng phân tích các thông số dinh dưỡng này chắc chắn sẽ được nhiều người ưa chuộng. Chỉ cần nhập mã code tương đương theo hướng dẫn, nó sẽ cho bạn mọi thông tin về calori, cholesterol, carbs, protein, mỡ, chất xơ và sodium.

5. KitchenAid Proline Toaster

Toaster gần như là thiết bị không thể thiếu trong mọi căn bếp của những người thích ăn sáng kiểu phương Tây. Một chiếc toaster điện tử được tích hợp khả năng tự động giảm nhiệt độ khi chiếc bánh đạt đến độ nướng chuẩn thì quả thật rất tuyệt. Và KitchenAid Proline Toaster là một sản phẩm như vậy. Ngoài ra, nếu bạn là một tín đồ yêu bếp thì chắc chắn bạn đều biết mọi thiết kế của KitchenAid đều có tính thẩm mỹ cao.

6. Electric Tea Maker

Món quà dành cho những tea lovers. Nếu bạn yêu trà nhưng không biết chính xác thời gian nào là vừa đủ cho một ấm trà hoàn hảo thì chiếc Electric Tea Maker này là dành cho bạn. Với 5 mức độ giữ nhiệt khác nhau, bạn còn có thể lựa chọn mức độ đậm đặc của trà với 3 chế độ loãng, vừa và đậm. Máy thích hợp với mọi loại trà như Oolong, trà xanh, trà trắng, trà đen và thảo dược.

7. Digital Measuring Cup and Scale

Kết hợp giữa một cái ly đo cùng với cân điện tử là một ý tưởng hoàn hảo và vô cùng tiện lợi cho người yêu bếp. Chính vì vậy, sự ra đời của chiếc Digital Measuring Cup and Scale đã giúp công việc trong bếp giảm đi một nửa. Nó được trang bị 5 chế độ đo/cân với bột mì, đường, sữa, dầu và nước, chính xác từ trọng lượng đến thể tích.

8. Belkin Kitchen Cabinet Tablet Mount

Bất kỳ người yêu bếp nào cũng cần đến công thức. Những quyển sách nấu ăn giờ đây ít thông dụng hơn khi bạn có thể tra cứu dễ dàng trên Internet hay các app trong điện thoại và máy tính bảng. Tuy nhiên, trong môi trường bột đường sữa có thể làm bắn và hỏng hóc máy thì một giá đỡ như Belkin Kitchen Cabinet Tablet Mount là vật dụng vô cùng cần thiết. Nó giúp cố định chiếc máy tính bảng của bạn, chắc chắn và an toàn để bạn có thể vừa yên tâm tra cứu vừa nấu ăn.



● Destination

www.stylemagazine.vn



Malaysia

Cài SỔ!

Minh Anh

MALAYSIA ĐANG THAY ĐỔI
VỚI TỐC ĐỘ KHÔNG NGỜ - XÉT
TRÊN PHƯƠNG DIỆN QUẢN
LÝ VÀ PHÁT TRIỂN ĐẤT NƯỚC
CON NGƯỜI. CHÍNH ĐIỀU NÀY
ĐANG TẠO RA MỘT MALAYSIA
VĂN MINH, ĐẸP VÀ LÀ ĐIỂM
ĐẾN DU LỊCH CỦA KHU VỰC!



143^{STYLE}

Sẽ rất khó có thể tưởng tượng một Malaysia của 20 năm về trước và một Malaysia đang được chia ở thì hiện tại. Malaysia của 20 năm trước là một đất nước được bao bọc bởi những điều huyền bí – một nơi có lẽ với những người châu Âu còn xa xôi hơn cả Trung Quốc. (Malaysia từng được gọi là Nam Dương.) Malaysia của 20 năm trước, có thể trong mắt rất nhiều người giống như một nơi lộn xộn với những chủng tộc khác nhau. Là một đất nước nơi người Hoa chen chân với người Malaysia bản địa và những người Ấn Độ và Hồi Giáo – nhưng chẳng dân tộc nào hài lòng với những gì mà họ đang được nhận. Kết quả của điều này là một chế độ, một chính sách chính trị mạnh mẽ phải được đưa ra. Bất kỳ người nào cũng có thể bị tống giam nếu có hành vi đe dọa “an ninh nội bộ.” Nhưng Malaysia của thì hiện tại lại là một nơi hoàn toàn khác. Dù wifi ở khách sạn Royal Chulan Hotel – một khách sạn 5 sao của nhà nước vẫn ở trong trạng thái không phải lúc nào cũng ổn, wifi ở các cửa hàng cà phê trong các khu mua sắm của KLCC cũng ở trong tình trạng tương tự, nhưng hiển nhiên Malaysia đang “dễ gần” hơn. Bạn ra đường vẫn thấy những người phụ nữ theo đạo Hồi choàng khăn kín mít và chỉ chừa đôi mắt nhưng mọi người đã dám chỉ trích các nhà lãnh đạo trên Internet, biểu tình trước các quyết sách sai lầm của chính phủ. Và thậm chí những scandal ái tình của các nhà lãnh đạo đất nước còn được các tờ báo lá cải triệt để khai thác. Malaysia của 20 năm trước và 20 năm sau rõ ràng có một sự khác biệt lớn, đó là: Tự Do hơn!

Có lẽ với những đất nước theo đạo Hồi, thể hiện rõ nhất của Tự Do được xuất phát từ cách ăn mặc. Đến Malaysia, bạn sẽ vẫn những thấy phụ nữ xuất hiện trùm kín mặt và đầu, chỉ chừa đôi mắt. Nhưng đôi mắt đó được kẻ vẽ và dặm phấn trang điểm kiểu cat-eye, rất Armani! Những chiếc váy ngắn, chấm bi cao quá đầu gối, những chiếc quần short bó rách

và xấn vắn, áo quây giờ cũng không phải chuyện lạ trên đường phố của Kuala Lumpur. Đương nhiên, khi chiều dài của chiếc váy không còn phải là vấn đề thì chẳng có nhà thiết kế nào phải lo lắng tiết chế với những sáng tạo của mình. Thậm chí trong những show thời trang được diễn tại tháp đôi KLCC mà chúng tôi có cơ hội tham dự, những mẫu váy ngắn nhất, nóng nhất cũng đã xuất hiện.

Càng không ngoa khi nói Malaysia đang thực sự thành công trong việc đưa ra một tuyên bố về sự tự do của mình với thời trang. Thậm chí, có lẽ nếu xét về thời trang, Malaysia đã tiến một bước rất xa so với Việt Nam. Mặc dù không hoành tráng với số lượng trung tâm mua sắm như người hàng xóm Singapore nhưng Malaysia cũng có những thương hiệu khá nổi tiếng. Tiffany có một chỗ trong KLCC. Cartier cũng vậy. Các thương hiệu thời trang như Louis Vuitton, Hermès, Armani đều xuất hiện ở đây hoặc ở Pavilion Kuala Lumpur. Anh Phát – hướng dẫn viên du lịch bản địa do Tổng Cục Du Lịch Malaysia sắp xếp dẫn đoàn cho chúng tôi – thậm chí còn tự hào khẳng định: “Trên thế giới có thương hiệu đồng hồ nào danh tiếng, ở đây (Pavilion) có thương hiệu đó.” Hàng hiệu không phải ở đây thì còn ở đâu nữa!

Bạn sẽ càng đồng ý với quan điểm “nếu xét đến thời trang, Malaysia đã tiến một bước dài so với thời trang Việt Nam” của tôi nếu biết rằng khi Việt Nam chưa có một ấn phẩm thời trang quốc tế mua franchise (mua bản quyền) nào, Malaysia đã có Malaysia Marie Claire (1994), Malaysia Cosmopolitan (vào năm 2005) và dự tính trong thời gian sắp tới sẽ có thêm Malaysia Elle. Malaysia cũng là quê hương của người thợ đóng giày làm nên ½ thương hiệu Jimmy Choo. Hiện nay, ông Jimmy Choo đã về Malaysia và cùng thực hiện những cải cách lớn lao cho ngành công nghiệp da giày của đất nước. Hay Zang Toi - cũng là một cái tên rất nổi trong làng thời trang thế giới, đã được NYT đăng

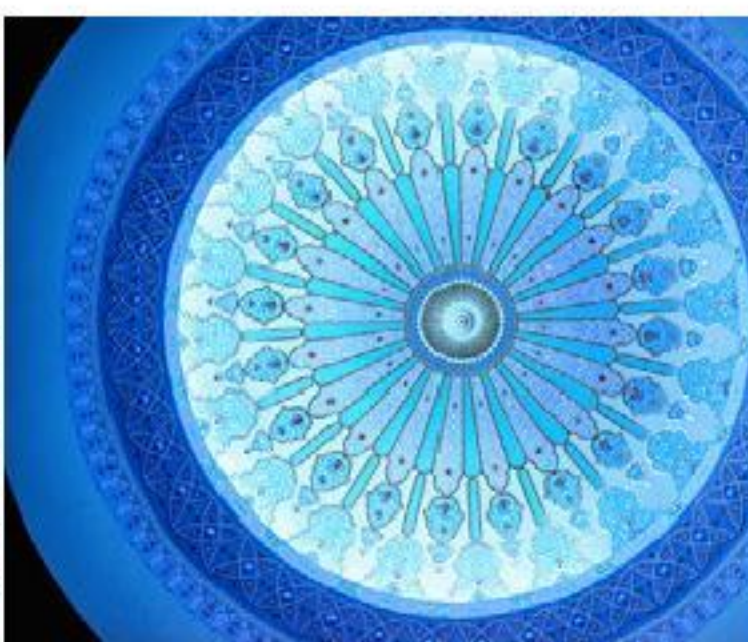




6 Tất cả những thay đổi của Malaysia là kết quả của một sự dịch chuyển trong đường lối phát triển đất nước theo hướng từ một quốc gia có thu nhập từ ngành công nghiệp “gây khói” (khoảng 30% GDP của Malaysia tới từ khai thác dầu mỏ) sang một quốc gia có thu nhập từ ngành công nghiệp “không khói” (trên 20% GDP của Malaysia đang tới từ ngành du lịch.)

● Destination

www.stylemagazine.vn



show – cũng là một người Malaysia.

Nhưng làm thế nào để một đất nước – luôn trong mối đe dọa bị chia năm xẻ bảy bởi những dân tộc khác nhau, theo những tôn giáo khác nhau lại có thể phát triển tới như vậy. Câu trả lời nằm ở chính sách quản lý đất nước của Malaysia. Malaysia khuyến khích mọi người tiêu dùng khi đưa ra chính sách cho vay với mức lãi suất 03%/năm. Với mức lãi suất này, theo anh Phát – hướng dẫn viên do Tổng Cục Du Lịch Malaysia sắp xếp đi dẫn đoàn cho chúng tôi: “Chỉ những người dưới nghèo mới đi xe máy.” “Ôtô ư, nhà ư, chỉ việc gọi điện, ngân hàng ời! Một căn nhà có thể mua với thời hạn trả là trên 20 năm. Khoản trả mỗi tháng là trên dưới \$300 và mức này chỉ tương đương với 1/7 mức thu nhập của một người bình thường.” (Hoặc 02 ngày lương so với

mức của anh Phát – một hướng dẫn viên du lịch.) Quả thực, Malaysia đã rất rộng tay trọng việc thực hiện mở cửa với chính sách tài chính, bất động sản. Mua một căn nhà và căn nhà đó đời đời là của bạn, bạn qua đời, căn nhà đó sẽ là của con bạn. Nếu không có bất kỳ ai thừa kế, căn nhà đó cũng sẽ không một ai được chiếm dụng, sử dụng hay quản lý - cho dù là nhà nước. Đây chính là lý do tại sao bạn tới Kuala Lumpur và thấy những khu đất trống, rất đẹp nhưng bị bỏ hoang. Theo anh Phát, đây là những khu đất mà những nhà đầu tư nước ngoài đã bỏ lại sau sự kiện suy thoái kinh tế năm 1997. Những khu đất này nay thuộc về ngân hàng, hoặc vẫn thuộc về những người chủ cũ nay đã phá sản. Nhận định về vấn đề anh có một lý giải khá thú vị: “Đây mới là dân quyền.” Và để đảm bảo sự “dân quyền” này,

Kuala Lumpur mặc dù vẫn còn nhiều đất bỏ hoang nhưng chính quyền đã quyết định xây dựng một thành phố trung ương mới và di dời toàn bộ quan chức, các văn phòng nhà nước về làm việc tại đây.

Malaysia mở cửa với các chính sách tài chính và bất động sản nhưng lại có những thắt chặt ở những điểm khác. Ở đất nước này, bia, rượu hoặc những đồ uống có cồn có giá đắt khủng khiếp. Anh Phát chia sẻ, “chúng tôi áp mức thuế tới 40% với những ngành kinh doanh như đồ uống có cồn, thuốc lá. Để đảm bảo là một quốc gia đoàn

Tết

GỎI CÁ THỊNH VƯỢNG



FORTUNA

HOTEL
HANOI

fortuna.vn

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

tại nhà hàng May Mắn

Tầng 2 * Từ 16 tháng 1 đến 14 tháng 2 năm 2014

Khởi đầu cho một năm mới an lành, sức khỏe và tài lộc với món ăn truyền thống đặc biệt từ đất nước Singapore - **Gỏi Cá Thịnh Vượng**.

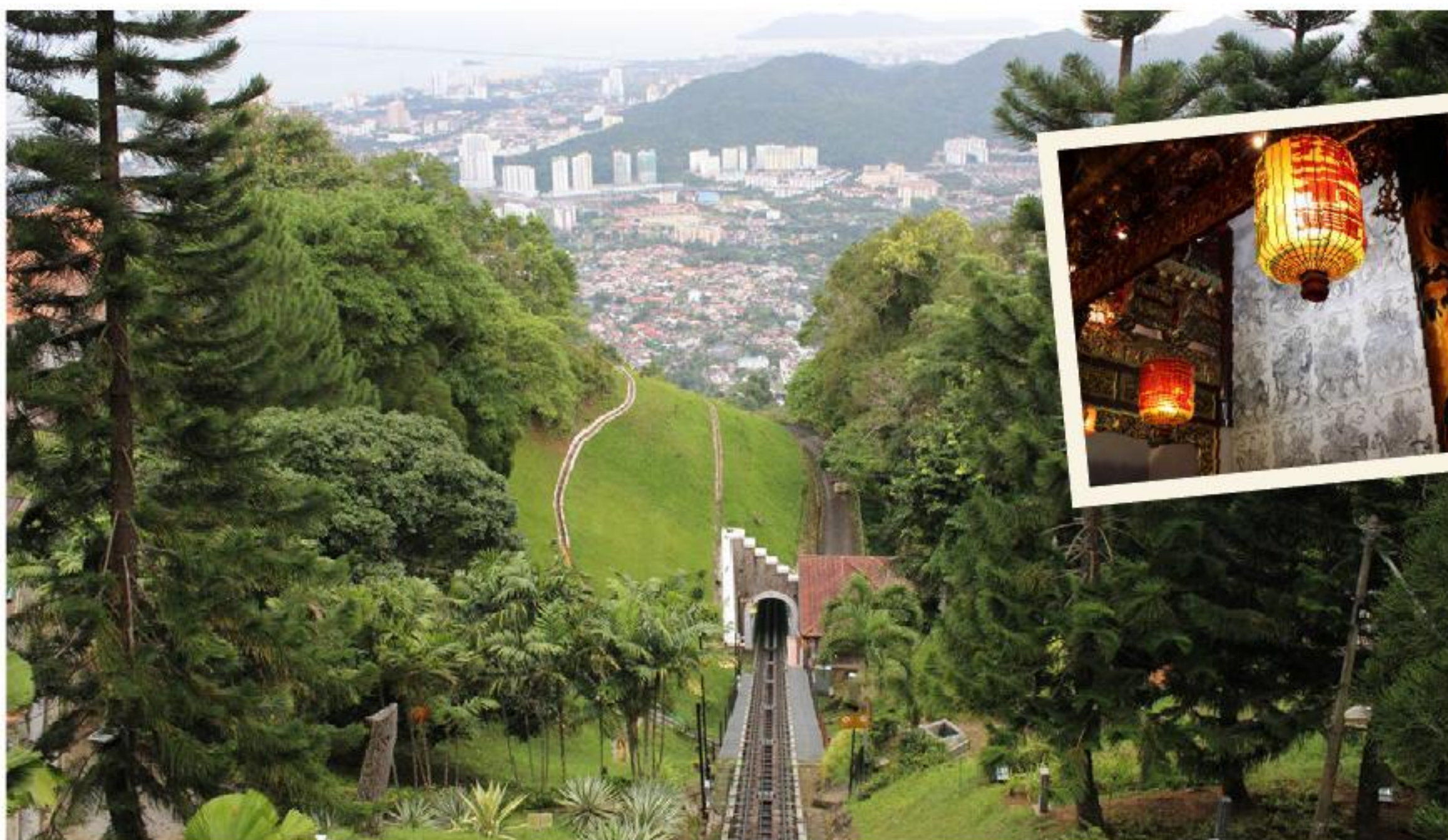
Đậm đà hương vị và màu sắc của Xuân mới, tượng trưng cho "thăng hoa vận tốt" và "mang đến một năm tài lộc tấn tới", món "gỏi tung" may mắn này được đặc biệt chuẩn bị từ những nguyên liệu thơm ngon, là một món ăn không thể thiếu trong những buổi gặp mặt, đoàn tụ đầu năm.

Hãy đến và cùng chúc may mắn trong năm mới 2014!

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

● Destination

www.stylemagazine.vn



kết, chúng tôi áp dụng chính sách một công ty phải thuê mướn cả người Malaysia bản địa, người Malaysia gốc Ấn Độ, người Malaysia gốc Hoa v.v. Mục đích của việc này là “Một Malaysia” đoàn kết. Mặc dù những người Malaysia gốc Hoa đóng vai trò chủ đạo trong thương mại nhưng họ không được tham gia vào chính trị. Chính trị của đất nước vẫn do những người Malaysia bản địa nắm giữ.”

Malaysia đang thay đổi. Và sự thay đổi này đã mang tới một diện mạo mới cho đất nước. Trên đường đi ra KLCC, mỗi tối đều có những nghệ sỹ đường phố biểu diễn các màn tượng, chụp ảnh. Khu mua sắm Pavilion Kuala Lumpur sáng đèn và được trang hoàng hoành tráng tới mức phô trương. Chủ nghĩa tiêu dùng và nghệ thuật vị mua sắm được đề cao tới mức tối đa. Một điểm thú vị nữa của người Malaysia là với họ các chương trình sale cũng không quá quan trọng trong việc mua sắm. Anh Phát chia sẻ, “gần như mỗi năm chúng tôi có rất nhiều dịp lễ tết. Tết của người Hoa, cả nước sẽ cùng ăn mừng và nghỉ tết người Hoa. Tết Dương Lịch, chúng tôi lại cũng có ăn mừng và nghỉ lễ tết. Tết của người Ấn, người Malaysia, chúng tôi đều nghỉ lễ và ăn mừng. Giảm giá

với chúng tôi chỉ là một hình thức khuyến khích mua sắm.”

Tất cả những thay đổi của Malaysia là kết quả của một sự dịch chuyển trong đường lối phát triển đất nước theo hướng từ một quốc gia có thu nhập từ ngành công nghiệp “gây khói” (khoảng 30% GDP của Malaysia tới từ khai thác dầu mỏ) sang một quốc gia có thu nhập từ ngành công nghiệp “không khói” (trên 20% GDP của Malaysia đang tới từ ngành du lịch.) Với cách làm này, thời trang, nghệ thuật, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch sinh thái đều được Malaysia đẩy mạnh phát triển. Các dịch vụ tiện nghi, hạ tầng cơ sở vật chất đều được nâng cấp. Hãng tàu điện ngầm KLIA Ekspres của Kuala Lumpur thậm chí giới thiệu dịch vụ check in và gửi hành lý ngay tại ga tàu. Dịch vụ này của hãng bao gồm 02 lựa chọn nhỏ khác biệt. Với lựa chọn dành cho dịch vụ VIP, khách hàng sẽ được đưa đón bởi xe riêng từ khách sạn ra sân ga và lên tàu. Hành lý của khách sẽ có người lo việc mang vác. Các thủ tục check in cũng được hỗ trợ bởi nhân viên này. Dịch vụ thứ 02, các thủ tục check in và gửi hành lý vẫn được gửi ngay tại sân ga thay vì phải thực hiện

tại sân bay. Được biết, hiện nay trên thế giới chỉ có 03 nơi có dịch vụ này.

Hẳn nhiên, người hàng xóm của Malaysia, Singapore đã mang tới cho quốc gia này những bài học không thể tốt hơn về tầm quan trọng của nghệ thuật đường phố và nghệ thuật đương đại trong ngành công nghiệp du lịch. Và nếu Kuala Lumpur là một ví dụ về chủ nghĩa tiêu dùng thúc đẩy ngành công nghiệp du lịch thì Penang là ví dụ về nghệ thuật đương đại thúc đẩy ngành công nghiệp không khói này. Để bắt gặp trên đường phố Penang là những bức tranh tường. Những bức tranh tường này được thể hiện theo một phong cách sắp đặt nhiều hơn. Ở đó những bức tranh vừa thật (bởi có sự tham gia của các phụ kiện thật như xe máy, xe đạp) vừa ảo (bởi những nét vẽ). Khách du lịch tới đây hoàn toàn có thể chụp ảnh và làm dáng bên cạnh những bức tranh sắp đặt đó. Những bức tranh kiểu này liên tục xuất hiện trên những bức tường của khu phố di sản George Town, giúp cho khu phố không bị đóng băng nhằm tẻ mà có thể song hành, đồng hiện cả quá khứ lẫn thực tại, cả đương đại và cổ điển. Và như vậy, Malaysia đang cải số tiến!

SEN VÒI ĐẲNG CẤP CHO PHÒNG TẮM SANG TRỌNG

Ngày nay, những sản phẩm sử dụng cho phòng tắm sang trọng luôn được chăm chút vô cùng kỹ lưỡng trong đó sen vòi dát vàng, gắn pha lê quý được xem như là một xu hướng và thể hiện đẳng cấp của chính gia chủ. EuroStyle – Công Ty Phong Cách Âu Châu xin giới thiệu những thương hiệu sen vòi được ngưỡng mộ nhất.

Thương hiệu sen vòi số 1 thế giới THG – Pháp, thiết kế của THG được ngưỡng mộ bởi sự độc đáo, khác lạ, hài hòa giữa họa tiết và màu sắc gợi vẻ đẹp mạnh mẽ hay cổ điển quý phái bởi thủ công tinh xảo cùng với vật liệu cao cấp như vàng 24K, pha lê Lalique - một trong những thương hiệu đỉnh cao, được các bảo tàng danh tiếng thế giới luôn rộng cửa trân trọng đón tiếp và được các nhà sưu tập săn tìm. Sự pha trộn đã tạo nên những bộ sen vòi vô cùng giá trị cho phòng tắm sang trọng.

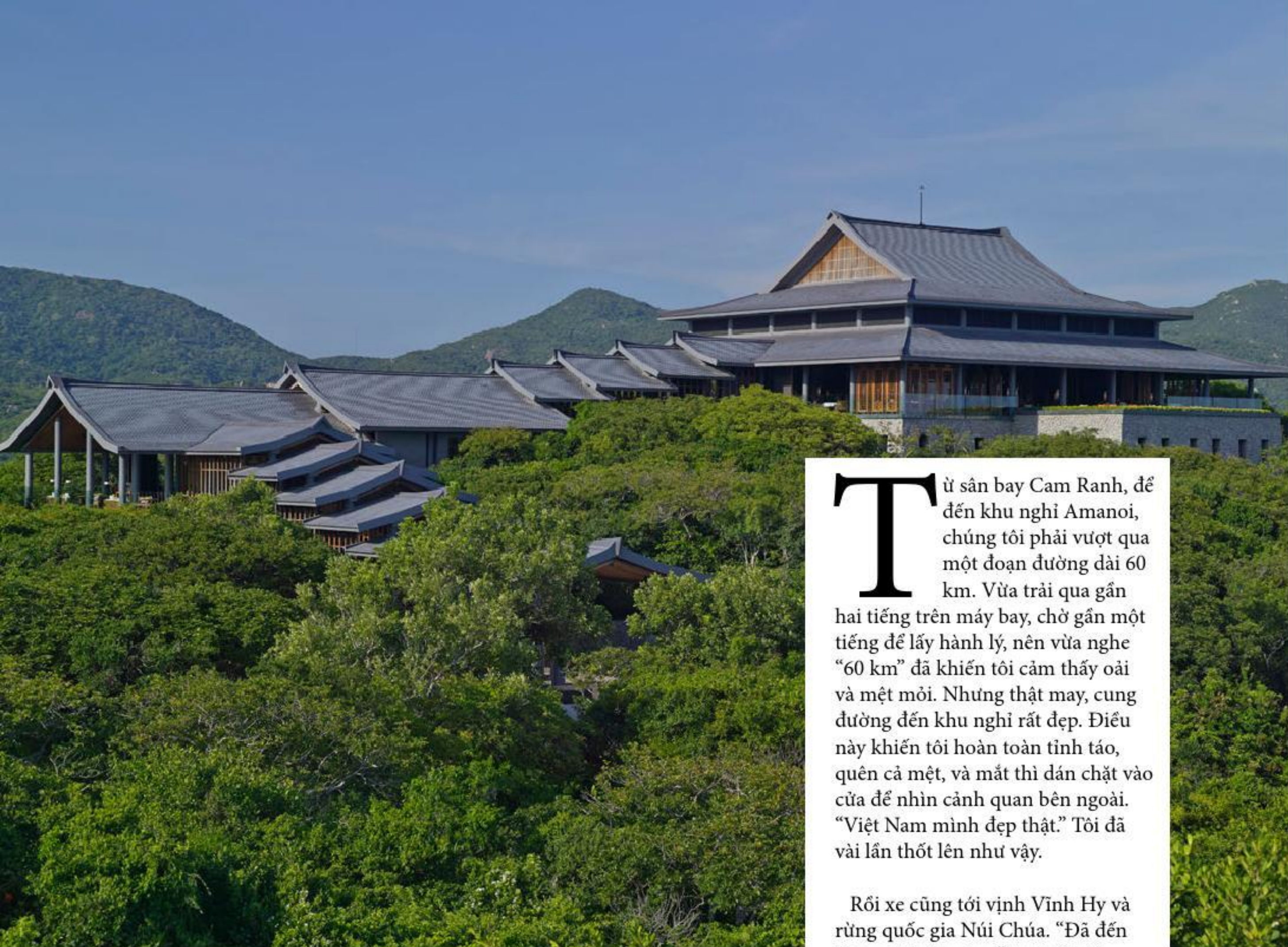
Mestre - Tây Ban Nha, thương hiệu sen vòi và phụ kiện đính pha lê quý phái, khởi nguồn là sản xuất cho Hoàng gia Tây Ban Nha. Những thiết kế cổ điển được chế tác tỉ mỉ dưới bàn tay các nghệ nhân tài năng kết hợp với những nguyên liệu cao cấp như vàng 24K, pha lê Swarovski, đồng đen... sản phẩm của Mestre mang đến ấn tượng mạnh mẽ và choáng ngợp, xứng tầm đẳng cấp với những người sử dụng chúng.

Nicolazzi - sen vòi cổ điển số 1 tại Italy. Sản phẩm chế tác thủ công chuyên môn cao, đặc biệt là thiết kế tinh xảo kết hợp vật liệu cao cấp với ngọc, đá quý phong thủy, pha lê Swarovski và sứ Tuscany sẽ dành cho những ai theo đuổi phong cách cổ điển.

FIR - Italy là công ty hàng đầu trong lĩnh vực sản xuất sen vòi hiện đại trong hơn 50 năm. Các mẫu sen vòi cá tính với dòng Glamour nghệ thuật sáng tạo như thổi làn gió mới cho không gian phòng tắm. Dòng sản phẩm Glamour FIR sử dụng vàng Gold Glam, công nghệ phủ PVD, chrome sơn màu Texture hay nạm pha lê Swarovski đáp ứng những yêu cầu khắt khe của những chủ nhân yêu thích phong cách hiện đại.

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





AMANOI KHU NGHỈ GIỮA RỪNG

Mỗi khu nghỉ của Aman là một tác phẩm, trong đó Amanoi chính là một tuyệt tác.

Từ sân bay Cam Ranh, để đến khu nghỉ Amanoi, chúng tôi phải vượt qua một đoạn đường dài 60 km. Vừa trải qua gần hai tiếng trên máy bay, chờ gần một tiếng để lấy hành lý, nên vừa nghe “60 km” đã khiến tôi cảm thấy oải và mệt mỏi. Nhưng thật may, cung đường đến khu nghỉ rất đẹp. Điều này khiến tôi hoàn toàn tỉnh táo, quên cả mệt, và mắt thì dán chặt vào cửa để nhìn cảnh quan bên ngoài. “Việt Nam mình đẹp thật.” Tôi đã vài lần thốt lên như vậy.

Rồi xe cũng tới vịnh Vĩnh Hy và rừng quốc gia Núi Chúa. “Đã đến khu nghỉ rồi anh ạ.” Anh tài xế thông báo và tôi nhìn ra thấy hai anh bảo vệ cúi rạp đầu chào. Xe vẫn chạy theo con đường bê tông nhỏ, tiến thẳng vào khu nghỉ nhưng tôi cảm giác xe đang chạy vào trong rừng. Xe dừng lại ở chân núi, nơi có những bậc thang dẫn lên khu lễ tân, và tòa nhà trung tâm nằm trên đỉnh núi. Thủ tục nhanh và gọn, chúng tôi được xe buggy chở về căn villa của mình để nghỉ ngơi. Ở đây, bước ra khỏi phòng là phải nhờ buggy, chứ một khu rất rộng và toàn đường đồi núi thế này mà bạn chọn cách đi bộ là không ổn.

Amanoi là sự kết hợp khéo léo của “aman”, nghĩa là “bình yên” theo tiếng Sanskrit và “nơi”, nghĩa là “chỗ để ở” trong tiếng Việt. Tọa lạc trên những ngọn đồi mượt xanh của công viên quốc gia Núi Chúa, Amanoi là một viên ngọc quý làm tỏa sáng bãi biển tuyệt đẹp của vịnh Vĩnh Hy.



Buổi chiều, tôi được anh Patrick – Giám đốc kinh doanh của khu nghỉ đưa tôi đi thăm một vòng khu nghỉ. Phải nói rằng, Amanoi đẹp như một bức tranh. Kiến trúc hòa vào không gian bao quanh một cách tinh tế. Khu tòa nhà chính, nhà hàng, bar và thư viện đều được thiết kế thanh thoát, để khách có thể tận hưởng trọn vẹn cảnh đẹp tự nhiên của thiên nhiên nơi đây. Kiến trúc Amanoi được lấy cảm hứng từ các ngôi đình truyền thống Việt Nam. Còn nội thất mang đậm bản sắc địa phương và được trang bị thêm các tiện nghi hiện đại tạo nên một không gian sang trọng và ấm cúng.

Xa dần khỏi những vách núi là khu vực hồ sen, Pilates studio, gym và spa. Cả khu quần thể dành cho sức khỏe này cũng là một phần tuyệt đẹp của bức tranh Amanoi. Thong dong tản bộ qua khu spa, bước nhẹ xuống những bậc đá, bạn sẽ đến khu yoga giữa hồ. Đây có thể coi là một thiên đường tịnh tâm bình bồng trên mặt hồ lấp lánh nắng.

Amanoi có tổng cộng 31 phòng, mỗi phòng là một căn villa. Mỗi căn villa được trang bị những tiện nghi hiện đại nhất bao gồm một giường cỡ lớn, sofa, bàn viết, TV LCD với hệ thống kênh quốc tế, dàn âm thanh tối tân, wifi, một mini-bar và máy pha cà phê. Ngoài ra, mỗi phòng còn có hồ bơi riêng. Khu nghỉ thiết kế phòng theo phong cách tối giản nhất mà vẫn rất cuốn hút, mang đến cảm giác ấm áp cho những ai lưu lại. Các phòng đều có không gian mở hoàn toàn, để bạn cảm thấy như mình đang sống giữa thiên nhiên. Tiếng chim hót, tiếng sóng truyền cảnh... những tia nắng buổi sáng tinh nghịch nhảy qua các khe cửa vào không gian phóng khoáng khiến những trải nghiệm ở đây trở nên thú vị và thật khác biệt.

Khu nghỉ dưỡng có năm khu biệt thự đều được trang bị hồ bơi riêng, có quán gia và đầu bếp riêng để có thể phục vụ những món Tây-Việt theo yêu cầu. Mỗi căn biệt thự đều có tầm nhìn rộng, nơi các vị khách

quý phóng tầm mắt nhìn cảnh núi non xanh thẳm và đại dương xanh ngắt bên dưới. Mỗi khu biệt thự bao gồm 4-5 phòng ngủ biệt lập cũng như phòng khách và phòng ăn rộng rãi.

Buổi chiều, tôi thích đến CLB Bãi Biển của khu nghỉ. Trên bãi biển cát trắng ở vịnh Vĩnh Hy, tôi có thể tìm thấy nhiều dụng cụ chuyên nghiệp cho những môn thể thao dưới nước như lặn biển, bơi thuyền kayak, thuyền buồm... Đây sẽ là nơi bắt đầu cho chuyến phiêu lưu khám phá điều kỳ diệu ẩn trong những rặng san hô, thế giới cá biển đầy màu sắc, những vịnh nhỏ hay những dải đá nhô ra từ các vách núi hùng vĩ.

Tôi không thích đi bộ, nhưng vẫn hứng thú đi khám phá. Tôi đã phải đi bộ men theo những con đường mòn nhỏ dẫn lên công viên quốc gia Núi Chúa để tận hưởng yên bình đến vắng lặng của núi rừng. Tôi đi để biết chứ không hẳn để tìm hiểu thế giới của 1.500 loài thực vật, 160 loài chim và 60 loài động vật này. Khi về, tôi còn tiếc rẻ nhìn hai sân quần vợt đầy tiện nghi mà không chuẩn bị trước tinh thần và bạn chơi.

Khi đi nghỉ, ngoài cảnh quan và tiện nghi, ẩm thực cũng là một điều quan trọng. Amanoi có hai nhà hàng độc đáo: một nằm trên đỉnh núi và một nằm cạnh bờ biển. Đầu bếp Nicolas người Bỉ dường như xuất sắc trong việc thực hiện các món ăn phương Tây. Tôi luôn kinh nghiệm rằng nếu bếp trưởng là người nước ngoài, tốt nhất chúng ta nên chọn các món Tây. Họ nấu chuẩn và rất ngon. Còn nếu bạn cố tình chọn món Việt truyền thống như phở hay bún, thì cẩn thận một chút vì chúng hoàn toàn không giống như những gì chúng ta vẫn ăn ở ngoài nhé. Nếu bạn kỹ tính, hãy chủ động chỉ cho đầu bếp cách nêm gia vị cho đúng khẩu vị của bạn. Tôi đã rất hài lòng với các bữa ăn ở Amanoi theo đúng cách của mình như vậy.

Mỗi khi công việc căng thẳng, tôi lại nghỉ tới Amanoi vì tôi cần một nơi nghỉ dưỡng đúng nghĩa.

Tom Dixon &

Hai gương mặt sáng giá của nền thiết kế đương đại

Bài: HOÀNG ANH

Một tấm lưới chắn song, một mảnh kim loại cũ kỹ, một viên đá cô đơn có thể chỉ vẫn là một vật thể bị lãng quên nếu như chúng không đi vào tâm ngắm của Tom Dixon hay Arik Levy. Với đôi bàn tay phù thủy, cả hai đều phải làm cho cả thế giới phải ngỡ ngàng vì những thiết kế của họ, và còn 1 điểm chung thú vị khác là cả hai đều được truyền cảm hứng từ nhà Hennessy để sáng tạo nên những tuyệt phẩm cho dòng họ này.

Từ một tay chơi nhạc, đến chủ quán bar, Tom Dixon đã tự học để trở thành một nhà thiết kế xuất sắc vượt ra khỏi biên giới nước Anh. Với tài năng thiên phú của mình, ông đã tạo nên những kiệt tác vĩnh cửu và luôn khiến cho thế giới vật thể trở nên sống động hơn. Trong khi đó, là một nghệ sĩ, một nhiếp ảnh gia, một kỹ thuật viên, một nhà thiết kế và một nhà làm phim, Levy đã tạo nên một thế giới rất riêng; một thế giới mà theo ông “hướng về con người, chứ không phải là vật thể.”



TOM DIXON – “ NHỮNG TÁC PHẨM VƯỢT THỜI GIAN CẦN MANG HƠI THỞ CỦA QUÁ KHỨ”

Nhắc đến những thiết kế nổi bật của Tom Dixon không thể không kể đến S-Chair (Green) 1991. Tom Dixon mô tả S-Chair như một hình ảnh phản chiếu đáng dấp của một người phụ nữ xinh đẹp, đầy đặn – một cách sáng tạo ảnh hưởng bởi những tư tưởng Pop vào những thập niên 1960. Đối với ông, những thiết kế được ông tâm đắc thường là những thiết kế có thể được cảm nhận hay diễn dịch bởi nhiều cách khác nhau, có khi còn đối lập với cả hình ảnh ban đầu mà nó muốn chuyển tải.

Ngoài S-Chair, nhiều tác phẩm đã tạo nên tên tuổi vang dội cho ông như Mirror Ball, Copper Shade, Beat light và chiếc ghế Windback hiện đang được trưng bày tại các bảo tàng quốc như bảo tàng Victoria & Albert tại London, bảo tàng Nghệ thuật hiện đại tại New York và Tokyo, bảo tàng Centre Beaubourg (Pompidou) tại Paris ...Tom Dixon cũng đã được bảo tàng thiết kế London vinh danh với danh hiệu Nhà thiết kế của năm bên cạnh nhiều giải thưởng và đề cử cho các vị trí danh giá khác.

Không chỉ dừng lại ở những thiết kế để trưng bày, những thiết kế dành cho việc trang trí nội thất hay cho gia dụng, Tom Dixon còn tìm cảm hứng từ nho, cognac và những thùng gỗ sồi để tạo nên bộ sưu tập đặc biệt X.O Exclusive Collection 7, bộ sưu tập được nhà thiết kế thể hiện rất tinh tế khi biểu tượng chai truyền thống và độc nhất của nhà Hennessy được thể hiện trọn vẹn trong những sắc thái hài hòa giữa ánh sáng và vật thể, giữa hình dáng và giá trị hoàn thiện. “Tôi muốn đem lại cho một biểu tượng vượt thời gian một vẻ ngoài mới mang hơi thở hiện đại và độc đáo”, Tom Dixon cho biết. Bộ sưu tập thiết kế mới này của ông cũng vừa được giới thiệu tại Thượng Hải vào cuối tháng 11 năm nay.



Arik Levy

ARIK LEVY – “SÁNG TẠO LÀ KHI CÔ THỂ ĐƯỢC THẢ LỎNG”

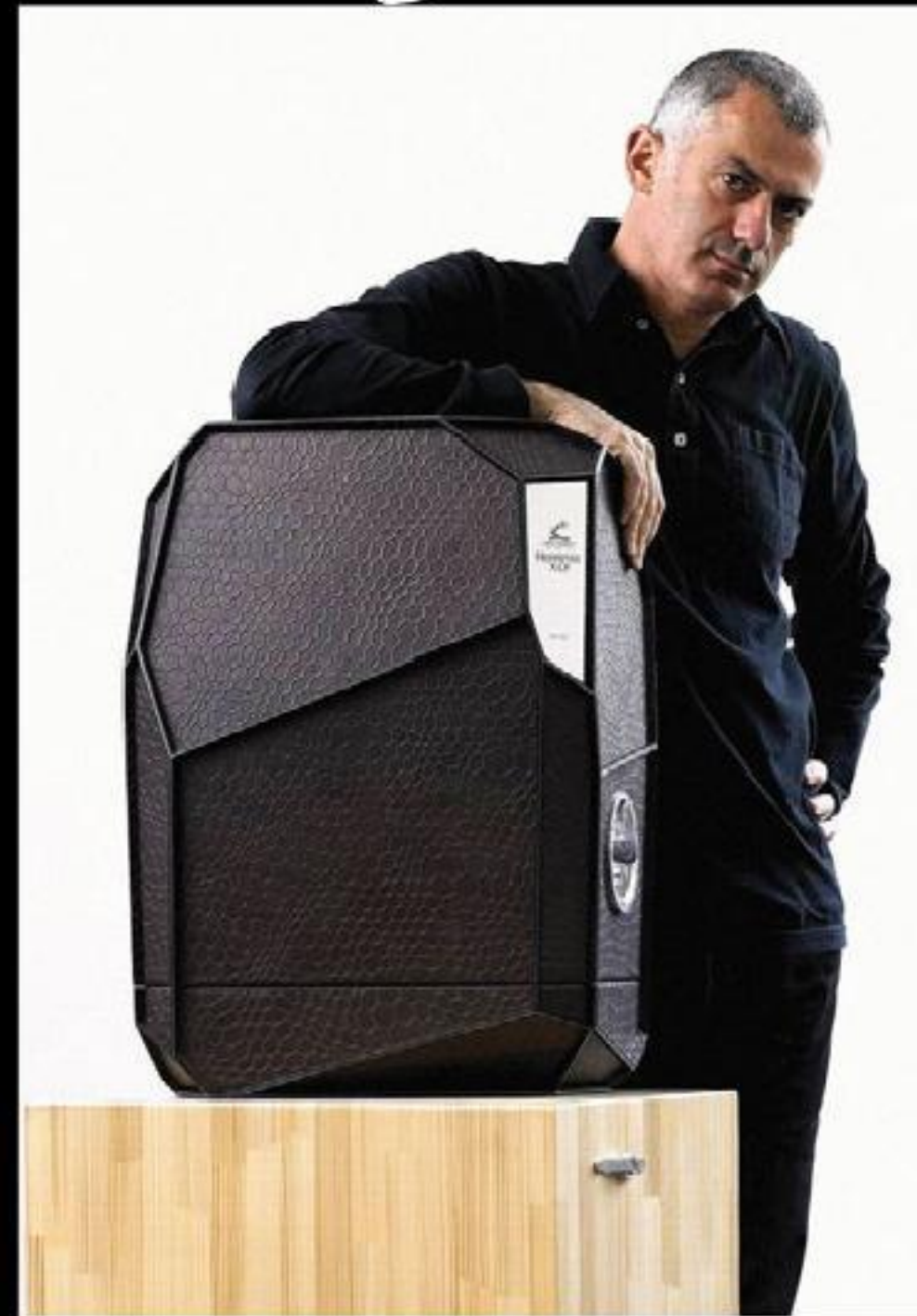
Arik Levy thường bị ám ảnh bởi yếu tố “khuất” hay “váng mặt”. Những từ ngữ như “loại bỏ”, “bớt đi” hay “thay thế” là những từ ngữ mà ông hay sử dụng trong các bài phát biểu của mình như những câu thần chú – và điều này không hẳn là không có lý do của nó. Là một nhà thơ và một triết gia làm việc trong thế giới thiết kế công nghiệp khá lạnh nhạt; một con người đam mê lướt sóng nhưng vẫn ràng buộc với khao khát thành công trong sự nghiệp; một nạn nhân của hội chứng ma-chi sau một tai nạn lao động; một công dân Israeli di cư sang Pháp, Arik Levy luôn đối mặt với cảm giác trống trải, mất mát và mặc cảm ngoại quốc trong suốt chặng đường lao động của mình.

Tuy nhiên, những ám ảnh ấy khi chuyển qua ngôn ngữ thiết kế của ông lại trở nên một biến thể hoàn

toàn khác. Ông khiến cho các khoảng trống, những yếu tố khuất trở nên sống động. Những yếu tố “phi vật thể” vẫn mang lại sức hút mạnh mẽ như những yếu tố “vật thể” – đó là cách ông thể hiện sự cảm thụ tinh tế và tình yêu của mình đối với sự năng động phong phú của khoảng trống, của đường chân trời, hay của chiếc ly chỉ vừa lưng chừng nước. Sự nghiệp khác thường của ông được khởi sắc sau khi ông tốt nghiệp hạng ưu tại Trung Tâm Nghệ Thuật Châu Âu (Art Center Europe), Thụy Sĩ.

Levy chú trọng rất nhiều đến các loại vật thể và các cấu trúc tạo ảnh hưởng mạnh mẽ đối với giác quan. Tuy nhiên, cách thiết kế của ông hướng đến việc kích lệ trí tưởng tượng của người chiêm ngưỡng, giúp họ hoàn tất bức tranh được tạo nên bởi cả yếu tố “hiện thực” và “phi hiện thực”, “khoảng hiện” và “khoảng trống”, “vật thể” và “phi vật thể”. Đối với Levy, những gì bạn không nhìn thấy cũng quan trọng như những gì bạn nhìn thấy. “Cuộc sống là một hệ thống các dấu hiệu và biểu tượng khi không phải mọi thứ biểu lộ hoàn toàn như những gì chúng dường như đang thể hiện”. Levy nổi danh với những tác phẩm điêu khắc – chẳng hạn như bộ sưu tập Rock mang chữ ký của ông – những tác phẩm nghệ thuật tạo hình cho opera hoặc múa đương đại và những thiết kế mang tính độc quyền.

Một tài năng hiếm có như Arik Levy đã không giới hạn sức sáng tạo của mình trong lĩnh vực công nghiệp, triển lãm, trưng bày, hay giải trí. Trường hợp Mathusalem là một ví dụ điển hình cho niềm đam mê vượt ra khỏi những qui cách đã được ông định hình trước đó. Màu nâu đen của vùng đất màu mỡ nơi tọa lạc tòa lâu đài Bagnolet cùng những vườn nho chín sậm; màu gỗ sồi trầm tư cùng màu của di sản hàng trăm năm của nhà Hennessy đã khơi nguồn cho những phác thảo của Levy đối với chiếc hộp Mathusalem. Tuy vậy, Mathusalem vẫn thể hiện rõ nét phong cách của Levy, đặc biệt phản ánh tư tưởng của nghệ thuật điêu



khắc “Rocks” với những đường cắt rất sắc nét mạnh mẽ cho nguyên liệu da quý. Tác phẩm là một khối kiến trúc đa diện chắc chắn, đầy đặn, ấm áp giúp bao bọc viên kim cương thủy tinh có chứa đựng hương vị cognac tuyệt hảo mang linh hồn của nhiều thế hệ, nhiều đời người đã đắm mình trong thế giới của nho, của thùng gỗ sồi, của lâu đài Bagnolet huyền thoại. Đây cũng chính là một trong những niềm tự hào của Levy – thể hiện triết lý tạo nên một thế giới hướng đến “con người, hơn là vật thể”.

Cùng chung quan điểm “thiết kế hướng đến tương lai dựa trên sự kế thừa mang tính di sản” với Arik Levy còn có các nhà thiết kế nổi bật khác như Tom Dixon, Chris Bangle hay Olga Berluti. Họ cũng là những nhà thiết kế đã từng tạo nên các kiệt tác độc đáo cho nhà Hennessy, góp phần hướng đến việc tri ân và nâng cao gu thưởng thức cũng như những trải nghiệm nghệ thuật đương đại trong từng thời khắc vô giá của cuộc sống.



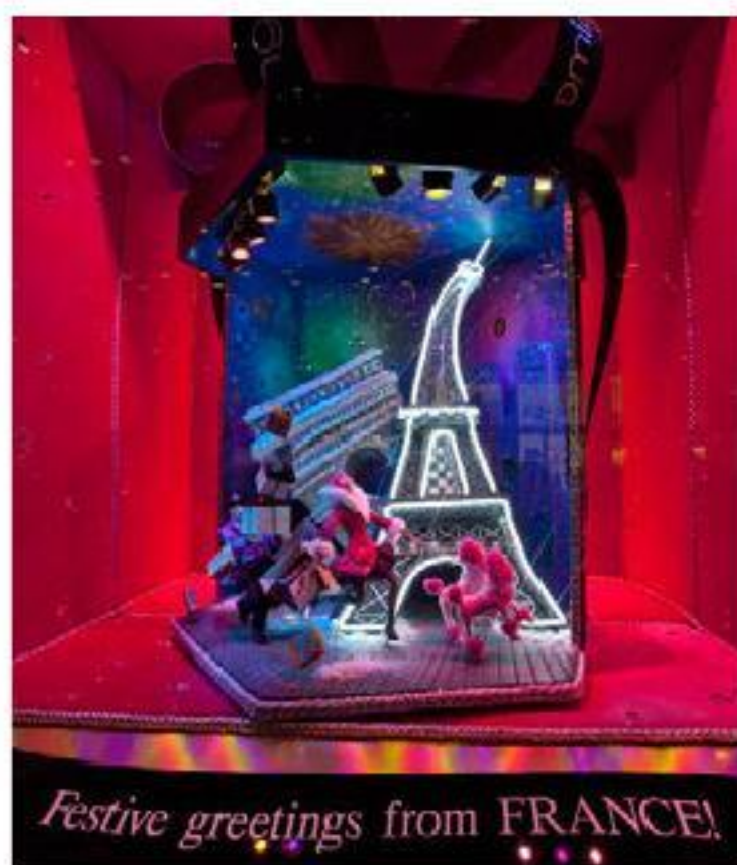


Thanh Hoa

NẾU CỬA SỔ TRÚNG BÀY (WINDOW DISPLAY) ĐƯỢC XEM NHƯ CHIẾC ÁO CỦA MỌI SHOWROOM THÌ MÙA LỄ HỘI CUỐI NĂM CHÍNH LÀ THỜI KHẮC QUAN TRỌNG NHẤT ĐỂ CHIẾC ÁO ĐÓ PHÔ BÀY TOÀN BỘ SỰ QUYẾN RŨ CỦA NÓ.

Bloomingdale

Với nhiều người dân New York, không khí Giáng Sinh chỉ bắt đầu khi trung tâm Bloomingdale trình bày cửa kính của họ. Năm nay, Bloomingdale tạo ra những chiếc hộp lớn trong suốt ở mỗi khung cửa và đặt khung cảnh Giáng Sinh đặc trưng của từng nước trong đó. Chúng ta có thể chứng kiến những hoạt cảnh Giáng Sinh 3D vui nhộn trong những chiếc hộp dưới ánh đèn màu rực rỡ: cảnh đất chó lông xù đi dạo một cách sành điệu dưới chân tháp Eiffel, cảnh đạp xe mua sắm bên cạnh đám đông múa rồng của Trung Quốc, hay cảnh xe ngựa chở quà đậm chất Anh quốc...



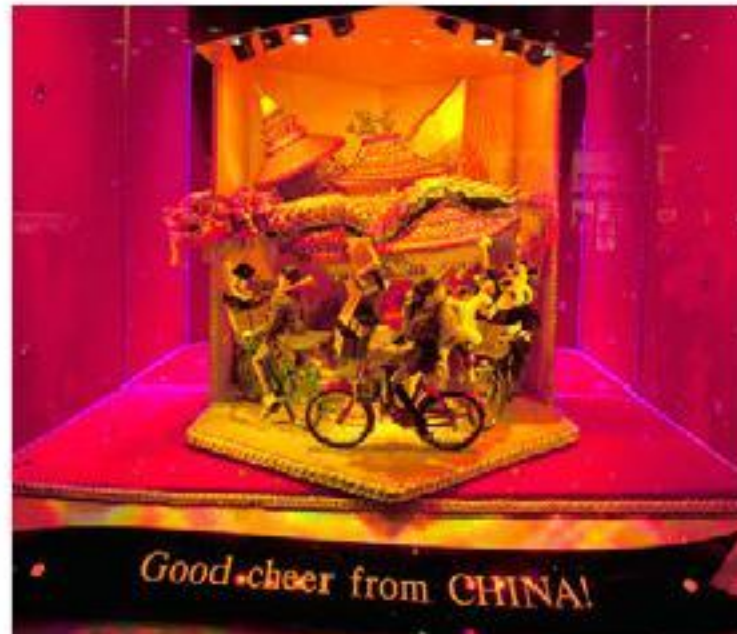
LOUIS VUITTON

Những món quà Giáng Sinh của Louis Vuitton không được chuyên chở bằng xe tuần lộc như thường lệ mà được điều khiển bởi...những chú ngỗng. "The Goose Game", ý tưởng thú vị về trò chơi với những chú ngỗng đã xuyên suốt trong bộ sưu tập Holidays Collection của Louis Vuitton, nay tiếp tục được phát triển thành concept cho cửa sổ trưng bày mùa Giáng Sinh tại London.



LIBERTY

Liberty không tạo ra những hoạt cảnh lộng lẫy hay những khung cảnh phức tạp. Ô cửa kính được trang trí đơn giản nhưng hoàn hảo để nắm bắt sự chú ý của người mua trong dịp Giáng Sinh này: một bề mặt crom trắng với những góc cạnh sắc nhọn mạnh mẽ gợi liên tưởng đến những tia chớp hay một vụ nổ. Và ở chính giữa "vụ nổ", những món quà mơ ước được xếp đặt đầy màu sắc.





RALPH LAUREN

Bộ sưu tập Thu Đông của Ralph Lauren có chất Nga đậm nét, lấy cảm hứng từ cuốn tiểu thuyết kịch tính "Anna Karenina" và những trang phục thượng lưu Nga thế kỷ 19. Không có gì lạ lùng khi cửa sổ trưng bày của Ralph Lauren tại Old Bond Street (London) đã tái hiện lại những khoảnh khắc hoàng kim trong gam màu đỏ và vàng gold thời thượng của giới quý tộc Nga thời đó. Tất nhiên, hai màu sắc này cũng đặc biệt thích hợp với không khí Giáng Sinh từ xưa đến nay.



TIFFANY & CO

Thương hiệu trang sức lừng danh trình bày cửa sổ Giáng Sinh với mô hình phức tạp của các căn hộ thượng lưu Upper East Side trong khung cảnh đường phố New York phủ tuyết, những ngọn đèn đường duyên dáng, ánh sáng lấp lánh qua khung cửa của những buổi dạ tiệc, cây thông Noel và những món quà đặt trên ống khói. Những món trang sức tinh xảo của Tiffany & Co như nhẫn, hoa tai kim cương, dây chuyền... khéo léo nép mình trên những hộp quà tí hon.

Mô hình được thiết kế với gam màu trắng cho mùa đông và màu xanh blue đặc trưng của Tiffany & Co, gợi ra cảm giác êm đềm và yên tĩnh – những "cửa hiếm" trong cuộc sống đô thị nhộn nhịp của New York.





HARRODS

Những ô cửa kính của trung tâm mua sắm cao cấp Harrods luôn trở thành tiêu điểm và thu hút mọi ánh nhìn ở bất cứ mùa lễ hội nào bởi tính nghệ thuật cũng như sự đầu tư công phu của nó. Năm nay, với chủ đề là "Harrods Express", một con tàu xa hoa kiểu Anh sẽ di chuyển dọc theo các ô cửa kính với các khung cửa để ngỏ vào một thế giới lộng lẫy và đầy màu sắc. Mỗi toa tàu trình bày một khung cảnh quyến rũ trong sự phối hợp của hàng trăm món đồ phụ kiện, thời trang và quà tặng sang trọng. Đó có thể là cảnh tán tỉnh giữa một quây bar, những phu nhân xinh đẹp bên một bữa tiệc tối, cuộc trò chuyện của giới thượng lưu giữa một phòng khách xa hoa. 50 nhân viên của Harrods đã làm việc trong 500 giờ để hoàn thành công trình này.



BERGDORF GOODMAN

Trung tâm thời trang Bergdorf Goodman nổi tiếng của New York mang đến những trang trí cửa kính ấn tượng theo phong cách haute couture. Mỗi ô cửa được thiết kế theo từng chủ đề khác nhau dành cho những dịp lễ quan trọng trong năm. Cửa sổ có chủ đề Valentine mô tả một khoảnh khắc hoa lệ có thể khiến Marie Antoinette phải ghen tỵ: đèn chùm pha lê, những món đồ trang trí màu trắng và hồng phấn tinh xảo đậm chất nữ tính. Tương tự, bên ô cửa có chủ đề Mừng năm mới, một mannequin mặc theo phong cách art-nouveau (thiết kế bởi J. Mendel) với chiếc khăn choàng lông thú và chiếc vòng tay lấp lánh (sản phẩm của Kentshire). Những ô cửa còn lại được trình bày với những tác phẩm của Valentino, Oscar de la Renta và Tom Ford.

JOHN LEWIS

Nếu có giải thưởng dành cho sự sáng tạo thì hẳn trang trí cửa kính của John Lewis phải giât giải này. Trung tâm mua sắm hạng sang này sử dụng đồ nội thất và gia dụng trong cửa hàng của mình để tạo hình thành những con linh dương, tuần lộc ấn tượng đậm chất vị lai. Ô cửa kính của John Lewis đã xuất hiện trên mọi bảng bình chọn trang trí cửa trưng bày đẹp nhất mùa Giáng sinh này.



SPARKLE SPARKLING!

Hải Duy



TRONG THẾ GIỚI CỦA VANG, CHAMPAGNE ĐỒNG ĐÁNH VÀ KIÊU KỲ
NHƯ MỘT CÔ GÁI MỚI LỚN KHÓ ỬA. NHƯNG CHINH PHỤC ĐƯỢC NÀNG
CHÍNH LÀ PHẦN THƯỞNG LỚN NHẤT!



02 triệu là số lượng bong bóng bọt khí bình quân có trong một ly champagne

Các acid organic có trong rượu vang nổ và champagne có tác dụng tăng cường khả năng của não bộ, cụ thể là tăng cường trí nhớ.

159^{STYLE}

Phương pháp truyền thống

Được biết tới với cái tên méthode champenoise (ở vùng Champagne) và méthode traditionnelle (ở những nơi khác ở Pháp), metodo classico (ở Ý) và méthode traditionnelle (ở Tây Ban Nha), phương pháp truyền thống làm rượu nổ (sparkling wine) gồm phương pháp lên men lần hai ở trong chính chai đựng rượu.

Sau khi rượu được lên men lần một, giống như trường hợp của những loại rượu vang thông thường khác, các loại rượu nền (base wine) ở các mùa khác nhau (với trường hợp của rượu nổ non-vintage) sẽ được pha trộn với nhau và đóng chai kèm với đường và men rượu. Khí CO₂ được thải bởi men rượu sẽ được bẫy lại trong chai để tạo ra những bọt khí.

Khi quá trình lên men lần hai kết thúc, chai rượu sẽ được đặt nghiêng một góc 45 độ và thỉnh thoảng lại được xoay nhẹ. (Trước đây quy trình chủ yếu được thực hiện thủ công. Hiện nay, quy trình này chủ yếu được thực hiện bằng máy.) Mục đích của việc này là giúp gom các men rượu chết (những men này trông khá giống bột nhào hoặc cát ướt) vào cổ chai rượu. Bước tiếp theo, cổ chai sẽ được làm cấp đông và nhờ vào áp lực do khí CO₂ có trong chai, phần đông cứng nơi cổ chai này sẽ được bắn ra ngoài với tốc độ khoảng 100km/h. Bước tiếp theo, một dung dịch gồm rượu nền và đường được gọi là liqueur d'expédition sẽ được cho vào chai và đóng nút. Độ ngọt của rượu sẽ phụ thuộc vào lượng đường có trong dung dịch. Champagne độc quyền thương hiệu Champagne nên chỉ có những chai rượu nổ được làm ở vùng Champagne và sử dụng phương pháp méthode champenoise mới được gọi là rượu Champagne. Một số loại rượu nổ cũng sử dụng phương pháp tương tự với phương pháp của vùng Champagne là rượu Cava của Tây Ban Nha, Franciacorta của Ý, Crémant của Pháp, Espumante của Bồ Đào Nha, Cap Classique của Nam Phi và rất nhiều loại vang nổ khác của Mỹ.

Phương pháp Charmat

Phương pháp này lý tưởng cho nhiều giống nho khác nhau. Nó có



quy trình bắt đầu giống với phương pháp methode champenoise nhưng quá trình lên men lần hai lại diễn ra với quy mô lớn và trong các thùng phi (các tank) khổng lồ - thay vì trong các chai đơn lẻ. Mặc dù phương pháp làm vang này rẻ hơn nhiều so với phương pháp methode champenoise nhưng không có nghĩa là nó không thể tạo ra những chai vang nổ ngon. Rất nhiều loại vang nổ Procco, Asti, Lambrusco, vang nổ Shiraz của Úc và rượu Sekt của Đức đều được làm từ phương pháp này.

Phương pháp Transfer

Đây là một phương pháp kết hợp (dạng con lai) giữa phương pháp sản xuất truyền thống methode champenoise và phương pháp Charmat. Với phương pháp

này, rượu nền sẽ vẫn được pha trộn với đường và men. Sau đó, rượu sẽ được đưa vào các bể chứa lớn nhờ áp suất cao, tại đây rượu sẽ được lọc bỏ cặn lắng và pha thêm một chút đường trước khi rượu được đóng chai. Đây là phương pháp khá phổ biến với những nhà làm rượu nổ Shiraz của Úc.

Phương pháp Rurale

Còn được gọi là phương pháp methode ancestrale, đây là phương pháp cổ xưa nhất để làm rượu vang nổ. Rượu sẽ được đóng chai sau khi quá trình lên men căn bản diễn ra. Mọi việc sau đó diễn ra một cách tự nhiên và hoàn toàn do chính chai rượu. Cerdon du Bugey sử dụng phương pháp này.

Style có thể cho biết thuật ngữ Brut trong rượu Champagne có nghĩa là gì?

Brut là một trong những từ yêu thích của người viết bài khi nói tới rượu vang nổ - bởi nó cho biết chai rượu đó có vị khô nhất. Mặc dù vậy, khi nghĩ tới loại rượu này, những người sành rượu sẽ có cảm giác giống như "trước mặt là một rừng mơ". Dưới Brut sẽ là các loại Extra Dry hoặc (Extra Sec), Sec, Demi-Sec và Doux. Vị ngọt của rượu cũng rất thấp và hầu như không có.

Style có thể cho biết cách tốt nhất để trữ champagne không?

Đầu tiên, champagne vẫn là rượu vang vì vậy rượu cần được bảo quản theo cách giống với những chai rượu vang khác: tránh xa ánh sáng, nhiệt độ, dao động vật lý và dao động nhiệt độ. Nhiệt độ thích hợp để bảo quản rượu là trong khoảng 12-13 độ C và độ ẩm ở mức 70%. Vậy nên nếu có ý định sử dụng tủ lạnh thay tủ rượu

thì bạn cần triệt để loại bỏ, nếu để champagne trong tủ lạnh, do thiếu độ ẩm nên nắp chai sẽ khô và ôxy sẽ lọt vào bên trong khiến rượu mất ngon. Khi uống champagne, bạn nên đặt chai trong một chiếc xô đá (tốt nhất là loại xô bằng thiếc.) Khi để rượu, bạn cũng nên nghiêng chai, để rượu thấm vào nắp chai và do vậy nắp chai không bị khô.

Style có thể giải thích việc tại sao một số chai champagne có thể trữ trong một thời gian dài không? Theo tôi được biết thì rượu vang trắng thường không thích hợp cho việc cất trữ trong thời gian dài.

Theo tôi được biết thì lý do khiến cho champagne có thể cất trữ trong thời gian dài không phải nằm ở lượng tannin có trong rượu (tannin thường có nhiều trong rượu đỏ nhưng lại có ít trong rượu vang trắng.) Bù lại, champagne lại có nồng độ acid và lượng khí CO2 cao. Đây chính là hai nhân tố có tác dụng như một chất bảo

quản cho rượu. Rượu champagne được bảo quản tốt trong một thời gian dài sẽ chuyển thành màu sậm hơn, hương vị của rượu cũng chuyển sang hương vị trái chín khô, mùi hạt khô, mùi mật ong và mùi bánh nướng. Khá ngon!

Tôi nghe nói rằng có thể nhìn vào bọt khí mà đoán biết được chất lượng của một chai champagne. Có đúng như vậy không Style?

Hoàn toàn chính xác. Kích thước của những loại champagne loại ngon thường có kích thước nhỏ tới rất nhỏ, lượng bọt khí bong bóng cũng rất đều, kích thước của các bọt khí bong bóng cũng vậy. Trong khi đó, kích thước bọt khí bong bóng của những chai champagne loại thường lớn và không đồng đều. Với các chai champagne loại ngon, bọt khí sẽ chạy thẳng từ đáy ly hoặc thành ly lên mặt cốc. Trong khi đó với các loại champagne thường, các bọt khí sẽ bám dính vào thành cốc.

TOP 4 CHAMPAGNE VÀ VANG NỔ PHÁP

1. Alfred Gratien Cuvee Paradis Brut NV Champagne: Đây là loại champagne được dùng để phục vụ trên khoang hạng thương gia của hãng hàng không British Airways. Rượu có giá khá hợp lý, chỉ khoảng trên dưới \$100 và được sản xuất thủ công. Rượu có hương vị đậm, được hương quả óc chó, mật ong và hoa quả trắng.
2. Krug NV Grande Cuvee Brut Champagne: Đây là một trong những loại champagne tinh tế nhưng dễ uống. Rượu được lên men hoàn toàn trong những thùng gỗ sồi nhỏ. Rượu được làm từ ba giống/loại nho của vùng Champagne nhằm tạo ra một sự bùng nổ thú vị về hương vị. Rượu thơm mùi hương béo, kiểu mật ngọt. Xen lẫn với đó là mùi quả hạch và mùi bánh nướng. Loại rượu này được tạp chí Wine Spectator đánh giá 96 điểm.
3. Moët & Chandon NV White Star Champagne: Nếu bạn muốn một chai champagne có giá hợp lý, chất lượng cao mà vẫn tinh tế, Moët & Chandon NV White Star Champagne là một lựa chọn tốt. Rượu có vị thoảng mùi tannin, khá mát, vị khô và đậm chắc. Cũng được làm từ ba giống/loại nho, rượu có mùi thẳng hương lê, mùi quả đào và mùi hạt khô.
4. Marquis de la Tour NV Brut Sparkling Wine: Rượu có mức giá hợp lý tới không ngờ - tới mức tôi xin giấu giá của rượu. Rượu rất hợp với các món hải sản hoặc những món tráng miệng kiểu Pháp như bánh tart hoa quả hoặc bánh mousse chocolate. Rượu thoảng mùi táo xanh, bơ và hạt phi (hạt dẻ).

Entertainment



HOÀNG THÙY LINH: *Tôi đã sẵn sàng*

Nhật Minh

NĂM CŨ ĐÃ KHÉP LẠI, VÀ CHÚNG TA CŨNG NÊN KHÉP LẠI CHUYỆN CŨ, CHUYỆN BUỒN, QUÁ KHỨ ĐỂ MỞ LÒNG ĐÓN CHÀO MỘT NĂM MỚI ĐẦY NIỀM VUI VÀ HẠNH PHÚC. VÀ NHÂN VẬT “XÔNG ĐẤT” CỦA CHÚNG TÔI CHÍNH LÀ HOÀNG THÙY LINH.

Khi gặp tai nạn, mỗi người có đều có cách giải quyết vấn đề khác nhau. Kẻ hèn nhát thì chạy trốn. Kẻ vô tâm thì chọn cách bọc lớp vải thưa trên mặt. Còn người can đảm thì chọn cách đối mặt và vượt qua nó. Hoàng Thùy Linh đã chọn cách thứ ba. Cú sốc đầu đời, và thật sự đó là tai nạn khiến người ta cứ tưởng cái tên Hoàng Thùy Linh đã có một cái “chết xấu” và biến mất không dấu vết trong làng giải trí. Thế nhưng, bằng sự nỗ lực, bằng sự can đảm, và bằng cả sự nhẫn nại, Hoàng Thùy Linh đã đứng dậy, đã bước qua và từng bước dành lại những gì đã mất, trong đó có cả danh dự, lòng tự trọng và sự tôn trọng.

Trong chúng ta, ai cũng ít nhất một lần mắc phải sai lầm, dù mức độ nặng hay nhẹ, nó vẫn để lại những tổn thương đáng kể. Chuyện của Linh không phải một “sai lầm”, đúng hơn, nó là một “tai nạn” từ đâu bay tới. Nhưng, dù tai nạn không phải do mình gây ra, nhưng vẫn khiến Linh – một nhân vật hình tượng lúc bấy giờ, sụp đổ. Tuy nhiên, nghe những gì Linh chia sẻ, chưa hẳn “ngổ cụt” đã là “đường cùng”.

“Đôi khi tôi phải cảm ơn những gì đã xảy ra. Trong cuộc sống này có rất nhiều chuyện không theo như ý muốn nhưng tôi chưa bao giờ thể hiện ra vẻ ngoài yếu đuối của mình. Tôi hiểu, ngoài những kẻ ghét mình ra, xung

quanh tôi vẫn còn có sự hiện diện của gia đình và bạn bè. Ngẫm lại 06 năm về trước, tôi thấy mình may mắn vô cùng khi có được nhiều thứ, nhiều sự lựa chọn mà ngay cả những anh chị diễn viên trong nghề phải mất nhiều năm mới có thể có được. Và nếu bây giờ được quay trở lại thời gian đó, tôi vẫn ước gì scandal ấy chưa bao giờ xảy ra.

Sau khi tất cả mọi thứ đều sụp đổ và khiến tôi trắng tay hoàn toàn, suốt một năm sau đó, sáng nào thức dậy tôi cũng ước rằng đó chỉ là mơ. Tôi đã từng chứng kiến scandal này của rất nhiều người nhưng chưa bao giờ nghĩ rằng sẽ có một ngày nó xảy đến với mình. Càng không thể tin được tôi đang may mắn có được nhiều cơ hội như thế, nổi tiếng và kiếm được nhiều tiền như thế. Nhưng bỗng chốc, tất cả đều tan biến hết và mọi người đều quay lưng xì xầm nói về mình, xem mình như một thứ gì đó rất ghê tởm, xấu xa. Đi đến đâu cũng nghe người ta nói lời dè bêu, chê bai, thậm chí nặng nề hơn là họ nhục mạ nhân phẩm của tôi.”

Và Linh đã bước qua tất cả. Bước qua những lời xì xầm, bước qua những cái nhìn đầy soi mói, và bước qua cả sự nhỏ nhen, ích kỷ của người đời để khẳng định vị trí bản thân, hơn là “lấy lại những gì đã mất.” Linh âm thầm chịu đựng, âm thầm vượt qua suốt 06 năm qua. Để bây giờ, chính là lúc Linh gửi tất cả lại cho quá khứ.

“Mãi đến bây giờ, khi đã vượt qua nó, tôi mới có can đảm để nhắc lại mọi chuyện như một sự trải nghiệm chứ không phải kể lể để tìm kiếm sự thương cảm từ khán giả. Scandal ngày đó đã dạy cho tôi rất nhiều về những bài học mà có lẽ suốt đời tôi không thể nào quên được. Dù ước rằng mọi chuyện như chưa từng xảy ra, nhưng đôi khi tôi vẫn phải cảm ơn scandal này vì nó đã giúp tôi nhận ra nhiều điều trong cuộc sống.

Tôi thật sự không hiểu tại sao người ta lại ghét tôi nhiều đến thế! Nhưng ngẫm nghĩ lại, bản thân tôi cũng không thể trách họ được, vì họ chưa từng trải qua những chuyện như mình và không thể hiểu được nỗi đau mà tôi đang phải gánh chịu. Thay vì đổ lỗi cho người khác quá cố chấp, thì tôi lại nhìn vào bản thân và nhận ra chính tôi vẫn cố gắng chưa đủ để làm họ thay đổi thành kiến.

Khi nói ra câu này, tôi cũng không biết thế nào là đủ, và bao giờ mới gọi là đủ. Chỉ biết rằng phải nỗ lực hết mình để tiếp tục theo đuổi niềm đam mê mà mình đã mơ ước, ấp ủ từ lâu.”





“Chúc độc giả báo Style một năm mới thành công, vững vàng, may mắn và bình yên.”

Và đó cũng chính là lý do, chúng tôi chọn Hoàng Thùy Linh làm nhân vật trong tháng cho số đặc biệt này. Thông điệp của chúng tôi rất đơn giản: Trong chúng ta, ai cũng có lúc mắc sai lầm, nhưng hãy chọn cách đứng lên và đối mặt với nó. Hãy vượt qua nó để khẳng định rằng mọi thứ đều có hai mặt đối lập. Đôi khi, điều tốt chưa hẳn đã là tốt và ngược lại. Sai lầm cũng vậy, đôi lúc nó chính là bài học quý, giúp chúng ta trưởng thành nhanh hơn. Chuyện cũ nên khép lại, hãy nhìn người khác bằng con mắt hiện tại, ở thời điểm hiện tại để thấy rằng tương lai xán lạn vẫn đang chờ bạn ở phía trước.

Chính vì thông điệp đó, chúng tôi đã có buổi trò chuyện khá thú vị với ca sĩ Hoàng Thùy Linh. Nhất là khi dư âm của phim Thần Tượng do cô ca sĩ xinh đẹp này thủ vai chính, vẫn đang được đánh giá cao.

@Chào em, dù biết nhưng tôi vẫn phải hỏi lại, tại sao, phải chờ đến năm 2013, Linh mới sẵn sàng chia sẻ mọi chuyện với báo giới? Cả những chuyện của 06 năm về trước?

Linh lúc nào cũng sẵn sàng chia sẻ nhưng có lẽ do chưa có cơ hội và bản thân Linh cần thời gian cố gắng nỗ lực phấn đấu hơn nữa để khán giả và giới truyền thông hiểu mình hơn, để những lời nói của mình giá trị và có trọng lượng hơn. Đối với Linh, những hành động luôn là minh chứng rõ ràng nhất. Linh may mắn vì được sống với đam mê, được làm công việc mà mình yêu thích. Cuộc sống của Linh bây giờ đơn giản và yên bình. Cuộc đời đã ưu ái Linh rất nhiều.

Quá khứ, Linh đã đối diện và bước qua nó từ rất lâu, nhưng đó là một cơn bão lớn ập đến bất ngờ trong cuộc đời, bởi vậy sau đó nó đã để lại sự hoang tàn và dư âm không hề nhỏ. Linh cần thời gian để hiểu chính mình, để biết mình cần làm gì và nên làm gì. Để có được ngày hôm nay, 06 năm qua Linh đã phải nỗ lực và có thể nói là chiến đấu rất nhiều, chiến đấu với chính bản thân mình để cố gắng ngày một hoàn thiện hơn.

@Một tí phú người Việt đã từng nói rằng: “Dù tôi rất giàu ở Mỹ, nhưng chẳng ai tôn trọng tôi, một người Việt Nam cả. Tôi muốn mọi người biết, người Việt Nam cũng giỏi, và đáng được tôn trọng. Thế mới thấy, tiền nhiều cũng không quan trọng bằng việc ‘được tôn trọng.’ Với những gì đã trải qua, Linh nghĩ điều này thế nào?

Điều đầu tiên Linh nghĩ đến khi quyết định tiếp tục con đường này, đó không phải là tiền, mà là danh dự, là sự tôn trọng. Sau này, nghề nghiệp đã mang lại cho Linh rất nhiều điều tốt đẹp.

Linh hiểu hơn ai hết cảm giác bị người khác khinh thường và bị người khác hiểu hoàn toàn sai về con người, về tư duy và nhân cách của mình. Linh không thể để điều đó kéo dài thêm. Bằng sự phấn đấu, nỗ lực và trải nghiệm, Linh đã, đang và sẽ biến khó khăn thành một bài học và động lực để quyết tâm phấn đấu. Không ai có thể giúp mình bằng chính bản thân mình.

@Dường như bây giờ, Linh đã lấy lại được tất cả “tiền bạc, danh tiếng, danh dự và cả sự tôn trọng?”

“Tiền bạc, danh tiếng, danh dự và sự tôn trọng”, ngày hôm nay nếu có được, bạn phải đổ mồ hôi, tốn rất nhiều công sức nhưng nó không tồn tại mãi mãi, bạn luôn phải gìn giữ và trân trọng, phấn đấu tiếp từng ngày.

Cuộc sống, bạn không thể biết trước điều gì sẽ xảy ra, một tháng nữa bạn ở đâu, sau này bạn trở thành ai và bạn còn tồn tại trên đời bao lâu. Nhưng ngay lúc này, bạn có thể sống hết mình, cố gắng nỗ lực biến ước mơ thành sự thật, tận hưởng từng khoảnh khắc hạnh phúc mỗi ngày, trân trọng những điều mình đang có. Hy vọng, cuộc sống sẽ cho Linh sự bình yên, đơn giản, chân thành và hạnh phúc.

@Để có thành quả như hiện tại, những gì đã xảy ra đối với Linh, chưa hẳn là xấu hoàn toàn? Thậm chí, có thể coi là “may mắn” vì “tai nạn” đó đã giúp Linh trưởng thành và khôn ngoan hơn?

Ai mà muốn có những khó khăn lớn như vậy xảy đến, làm tổn hại và

mất mát bao nhiêu những giá trị tốt đẹp lúc đầu. Linh ước rằng nó không xảy ra, nhưng nó đã đến và đó là cuộc đời mình, mình phải có trách nhiệm. Nếu nói đó là may mắn thì sẽ có người hiểu lầm ý mình và suy diễn những điều không đúng. Khó khăn đó đã cho Linh rất nhiều bài học, sự sâu sắc và trưởng thành. Sự vững vàng trước cuộc đời và hiểu thêm về tình người. Đó là những điều giúp mình rất nhiều cho tương lai sau này.

@Quả thật, rất khó để khẳng định nó là “may mắn” hay “bất hạnh” khi một cô gái còn quá trẻ như Linh đã phải chấp nhận sự thật nhân bản của cuộc đời: “Mình phải tự tạo ra mọi thứ, và đừng mong chờ từ người khác?”

Bất kì ai muốn làm chủ cuộc đời của mình, muốn độc lập và vững vàng, đều sẽ hiểu rằng mình phải tự tạo ra mọi thứ và đừng quá mong chờ người khác mang miếng bánh ngon đến cho bạn ăn khi bạn đói.

@Rõ ràng, Linh đã trở nên quá khôn ngoan? Sự khôn ngoan của người từng trải?

Linh không nghĩ vậy. Khách quan mà nói, đó là một bài học lớn trong đời mà bản thân từ đó Linh đã rút ra được khá nhiều kinh nghiệm để biết cách cân bằng, biết cách sống sao cho những sự phức tạp, đổ ụp, thị phi không chạm được đến mình.

@“Nhân vô thập toàn”, và ngay cả người hoàn hảo nhất cũng không thể thỏa mãn tất cả mọi người. Và Linh vẫn đang phải đối mặt với nhóm người luôn “ác cảm” với mình?



Áo của **Antonio Marras**

Linh nghĩ mình có thể nào thì mình sống vậy, không nên gồng mình chứng tỏ cái tôi hoặc là phải cố gắng đối phó với ai. Nên tập trung vào những việc có ích để phát triển sự nghiệp, để người thân và khán giả yên tâm. Một nụ cười, sự nỗ lực và những thành quả lao động nghiêm túc là cách Linh đối mặt với tất cả. Cuộc sống mà, có người này người kia. Trong tất cả mọi chuyện, mình không nên hỏi tại sao người ta không yêu thương mình mà mình nên học cách yêu thương người khác trước. Linh là vậy, thế nên nếu ai đó còn ác cảm với Linh thì điều đó cũng không làm cho Linh thấy khó chịu với họ.

@Nếu đồng nghiệp thì sao? Khi nói về các mối quan hệ giữa đồng nghiệp với nhau, nghệ sĩ nào cũng đều nói đến “sự chân thành.” Vậy theo Linh, liệu có thực là nghệ sĩ luôn “đối xử” với nhau bằng sự chân thành?

Cái đó phải hỏi từng cá nhân và từng trường hợp. Trong mọi chuyện, chúng ta không nên “vơ đũa cả nắm”, làm vậy là không sâu sắc và thiếu công bằng. Với Linh, ai là bạn tức là người đó luôn có sự chân thành từ phía Linh.

@Dù chuyện cũ đã qua, nhưng khi quay lại đóng phim Thần Tượng, Linh có cảm giác “Chim trúng đạn và sợ cành cây cong” không?

Không. Linh thấy rất tuyệt vời và hạnh phúc.

@Một cô ca sĩ nổi loạn, bốc lửa trên sân khấu, với một cô gái ngây thơ trong sáng (nhân vật mà đạo diễn cho rằng “một phần của Hoàng Thùy Linh”) trong phim. Đây là hình ảnh thật của Linh?

Tất cả đều là Hoàng Thùy Linh, của tùy từng trường hợp, tùy vào hoàn cảnh và với tùy người!

@Cuối năm 2013, Linh bắt đầu “khai hòa” hình ảnh của mình. Vậy có thể Linh đã có kế hoạch để “bắn đại bác” vào showbiz Việt trong năm 2014?

Giờ Linh được làm công việc mình yêu thích, có thu nhập tốt, có mục tiêu phấn đấu, có gia đình, bạn bè và khán

giả ở bên ủng hộ tinh thần. Vị trí với Linh không phải là đích đến cuối cùng mà Linh phấn đấu để có lại sự bình yên cho chính mình và người thân. Linh hài lòng và không đặt nặng áp lực lên đôi vai mình. Sự tham vọng quá đà luôn khiến con người khổ sở, có đang thành công cũng luôn thấy chưa đủ, chưa hạnh phúc, sống thế rất mệt.

Linh nghĩ mọi chuyện nên để tự nhiên. Linh sẽ trân trọng cơ hội và cố gắng hết mình. Hy vọng những điều tốt đẹp và may mắn sẽ đến.

@Khi chọn Linh làm nhân vật bìa cho số này, chúng tôi muốn đưa ra thông điệp rằng: “Chuyện cũ hay quá

khứ nên khép lại. Chúng ta nên bắt đầu con đường mới, nên sống cho những tháng ngày tiếp theo, cho tương lai.” Nhưng có lẽ, Linh đã sẵn sàng tinh thần này từ rất lâu rồi?

Tôi đã sẵn sàng từ rất lâu rồi.

Cám ơn Linh và chúc Linh thành công!

167^{STYLE}



● Personality

www.stylemagazine.vn

NICK DO: Trend-setter “An May”

Hoài An

THEO MỘT CÁCH NÀO ĐÓ LUÔN DẪN ĐẦU TRONG XU HƯỚNG, NICK DO NHUỘM TÓC TRẮNG TRƯỚC KHI MÀU TÓC TRẮNG TRỞ THÀNH MỐT CỦA HÈ NĂM 2007, TIẾP TỤC VỚI KIỂU TÓC SAMURAI NGAY NĂM SAU ĐÓ. HAY KHI GIỚI TRẺ ĐỔ XÔ ĐI MUA DREAM-CATCHER THÌ NICK ĐÃ CHƠI NGÔNG, DIỆN MỘT HÌNH XĂM DREAM-CATCHER TỪ CÁCH ĐÓ KHÁ LÂU. DO NICK DO CÓ BẢN NĂNG CỦA MỘT TREND-SETTER HAY CHỈ LÀ DO ẮN MAY, ĐỌC BÀI VIẾT ĐỂ CÙNG KHÁM PHÁ THÊM VỀ NHÂN VẬT NÀY!

@Đường như Nick Do có vẻ đang rất bận, Nick có thể chia sẻ về những dự án đang thực hiện trong thời gian này?

Oh, chỉ là bận rộn cuối năm thôi mà, chứ nói là đang rất bận thì hình như hơi quá. Hiện nay công việc chính và chiếm nhiều thời gian nhất của mình là phụ trách mảng sáng tạo và nội dung cho kênh MTV Việt Nam, một kênh truyền hình còn rất trẻ tại thị trường nội địa và vì thế trong thời gian này còn rất nhiều dự án mới đang và sẽ được xây dựng. Bên cạnh đó có thêm một chút chăm nom cho boutique thời trang mình mới mở ở thành phố Hồ Chí Minh – La Maison Verte. Việc quảng bá cho cuốn sách Tôi 20++ mới ra mắt thì gần như chẳng chiếm mất mấy thời gian của mình nên chắc cũng không đáng kể.

@Có bài viết trên mạng từng tiết lộ Nick chỉ ra khỏi cửa vào lúc 03 giờ chiều khi đã làm tóc xong? Giờ Nick còn có thói quen này không?

Trời ơi, xin đừng nhắc lại những kỉ niệm của một thời tuổi trẻ bồng bột. Khi đó, chỉ bởi vì mình quá tự ti vào ngoại hình của mình và lại cảm thấy tóc là thứ duy nhất có thể luôn thay đổi và cố gắng để có thể đẹp hơn. Còn đã từ nhiều năm nay, mình chỉ để một kiểu tóc duy nhất, và là kiểu tóc tuyệt đối không phải chăm sóc, cũng không phải tạo kiểu hay làm bất cứ gì với nó ngoài việc gội đầu và lau khô ☺

@Trước khi tới Anh, Nick từng một ngày nhận 05 tin nhắn offer công việc, vậy bây giờ, sau khi học ở Anh về, lại tốt nghiệp cao học báo chí ở Anh, mỗi ngày Nick nhận được bao nhiêu offer công việc?

Zero. Ngày đó mình là freelancer, nên việc thường xuyên có job offer là điều dễ hiểu. Còn bây giờ, mình đã có công việc ổn định, lại cũng sống một cuộc sống khép kín hơn trước rất nhiều, nên mình không còn là cái đầu được săn đón nhiều nữa.

@Đang từ trên cao như vậy, tới khi sang Anh, phải làm đủ nghề để kiếm

sống... những công việc mà ở Việt Nam, chẳng bao giờ Nick nghĩ sẽ có ngày phải làm. Nick nghĩ sao về điều này? Lúc đó cảm giác của Nick là gì?

Ai bảo bạn là chẳng bao giờ Nick nghĩ có ngày sẽ phải làm? ☺ Nick quyết định sang Anh, chính là vì xác định được rằng cái “đỉnh” mình đang có tại thời điểm đó là một thứ thành công ảo, và nếu còn tiếp tục ngủ quên trên cái đỉnh bằng mây đó thì mình sẽ đánh mất mình lúc nào không biết. Sang Anh, vì muốn ném mình vào biển lớn, phải tự bơi, tự tìm thấy những giới hạn mới của chính bản thân mình, và tìm thấy, hiểu rõ hơn về bản thân mình. Nick cũng chưa bao giờ nề hà về công việc, và ngay cả trong những công việc đơn giản nhất Nick từng làm cũng mang lại cho Nick những bài học rất thú vị. Hoặc đơn giản hơn, đó là những trải nghiệm rất đáng nhớ. Nick hạnh phúc khi được trải nghiệm.

@Nick luôn xuất hiện trong những bộ trang phục rất phong cách, rất trendy. Nick hẳn có một tình yêu rất lớn với thời trang? Nick có dự định gì với thời trang không? Mở một thương hiệu hoặc trở thành giám đốc sáng tạo?

Mình yêu thời trang, rất nhiều, nhất là sau thời gian được làm việc và va chạm trong giới thời trang ở London. Nhưng sự thực là mình luôn rất mặc cảm với ngoại hình của mình, và vì thế trang phục mình chọn cho bản thân trên thực tế không hề vì phong cách, hay trendy, mà đầu tiên là phải phù hợp với một cơ thể nhiều khuyết điểm như mình. Cũng đã có nhiều lần mình trò chuyện với mọi người về chuyện này, và mỗi khi được khen là phong cách hay trendy, mình đều nói lại rằng mình nghĩ rằng điều khiến mình trông phong cách hay trendy đối với mọi người chính là việc mình luôn tỏ ra (nhấn mạnh là tỏ ra nhé ☺) hoàn toàn thoải mái và tự tin với những trang phục mình đang mặc.

Đối với thời trang thì mình cũng đã từng làm rất nhiều việc khác nhau: nhiếp ảnh thời trang đường phố,

“Viết cũng là một nhu cầu chia sẻ bản năng của con người, như nói. Thậm chí, còn hay hơn nói, vì tại thời điểm viết, người ta không cần đối tác, tức là người nghe. Thế nên, việc càng ngày càng nhiều người viết theo mình là một điều rất tốt, và mình không quan niệm nó là một hiện tượng hay một trào lưu, mà mình quan niệm rằng nó là một sự thay đổi rất tích cực.”



nhiếp ảnh thời trang tạp chí, stylist, biên tập viên thời trang. Tuy nhiên một trong những việc mình yêu thích nhất là làm một buyer, và đương nhiên, chẳng có ai thuê mình làm buyer cả nên mình đã tự mở một boutique khi còn ở Hà Nội. May mắn là La Cage, boutique của mình, đã được mọi người khá yêu thích. Khi mình chuyển vào thành phố Hồ Chí Minh sống thì đã đóng cửa La Cage, và giờ lại mở một boutique mới ở thành phố Hồ Chí Minh tên là La Maison Verte, có nghĩa là Ngôi Nhà Màu Xanh Lá.

@Nick có thể cho biết Nick 20 của 05-10 năm trước khác với Nick Tôi 20 trong vài năm trở lại đây là gì?

Khác nhiều chứ. Tôi 20 của vài năm trước là chuyện còn đang xảy ra, còn Tôi 20 bây giờ đã là chuyện nhìn lại quá khứ, vì mình đã bước sang đầu 3. Mỗi ngày ngủ dậy mình vẫn thấy mình thay đổi, hy vọng là lớn lên, và với mình đó là điều kì diệu nhất của cuộc sống: con người luôn chuyển động.

@Đã có sách Tôi 20 rồi, Nick có định sẽ có thêm nhạc Tôi 20 hoặc phim hoặc kịch bản cho một bộ phim Tôi 20 nào đó không?

Không. Mình đã viết trong cuốn Tôi 20++ vừa ra mắt là mình coi nó là một lời chia tay trọn vẹn với lứa tuổi 20+ của mình, và mình muốn nó dừng ở đó. Như mình đã nói, tại thời điểm này, khi mình nhìn vào Tôi 20++ là một sự nhìn lại vào quá khứ, chính nó đã trở nên lỗi thời đối với bản thân mình. Thế nên, nếu có bất cứ tác phẩm nào khác sau đó, thì sẽ là những tác phẩm mới của thời hậu Tôi 20++.

@Hiện nay, có khá nhiều người từng du học quay sang viết sách về tuổi trẻ của họ, về những ngày tháng du học của họ, hoặc những lần đi ra nước ngoài của họ. Điều này gần như đã trở thành một hiện tượng, một trào lưu. Nick nghĩ sao về điều này?

Mình nghĩ là hay chứ. Viết cũng là một nhu cầu chia sẻ bản năng của con người, như nói. Thậm chí, còn hay hơn nói, vì tại thời điểm viết, người ta không cần đối tác, tức là người nghe. Thế nên, việc càng ngày càng nhiều người viết theo mình là một điều rất tốt, và mình không quan niệm nó là một hiện tượng hay một trào lưu, mà mình quan niệm rằng nó là một sự thay đổi rất tích cực. Bởi vì văn hoá châu Á là văn hoá khép kín, và người ta rất ít chia sẻ quan điểm hay câu chuyện cá nhân, ngược hẳn với văn hoá phương Tây, và đó cũng là lí do tại sao phương Tây có nhiều người viết hơn rất nhiều. Thế giới bây giờ là thế giới mở, và chia sẻ là một việc làm thiết yếu. Vì thế, hãy chia sẻ nhiều hơn, đừng để những quan niệm cũ kĩ ngăn cản bạn chia sẻ bản thân mình với thế giới.



3 PHÚT VỚI NICK DO

Thể loại nhạc ưa thích của Nick?

Tất cả. ☺ Nhưng thích nhất nhất là Indie Electro Pop (nhấn mạnh vào indie để các bạn biết là không phải những Britney Spears, Lady Gaga hay Katy Perry của các bạn đâu nhé!)

Những bộ phim ưa thích của Nick là?

Thích phim xem để giải trí. Sở phim kinh dị, kinh điển, phim được coi là Hàn Lâm hoặc Trí Tuệ. Thích sự giải trí mà tinh tế trong chi tiết của phim truyền hình Hàn Quốc. Mình cũng thích sự hài hước dí dỏm và thông minh của một số bộ phim rom-com của Mỹ, How To Lose A Guy In 10 Days chẳng hạn. Và mình nghiện series Sex And The City.

Số lượng hình xăm sở hữu và ý nghĩa?

08 hình xăm tất cả, hơn 1/2 trong số đó chẳng có ý nghĩa. Hình xăm câu nói I'm a fountain of blood in the shape of a boy, trích trong bài hát Bachelorette của Bjork, là một câu nói về lòng đam mê mà mình đã tâm đắc suốt 14 năm trước khi quyết định xăm lên tay. Hình dream-catcher kèm theo dòng chữ dream catches me when I fall, với ý nghĩa là mình có một lòng tin mãnh liệt vào những giấc mơ tích cực của mình. Còn lại thì chỉ vì chúng đẹp.

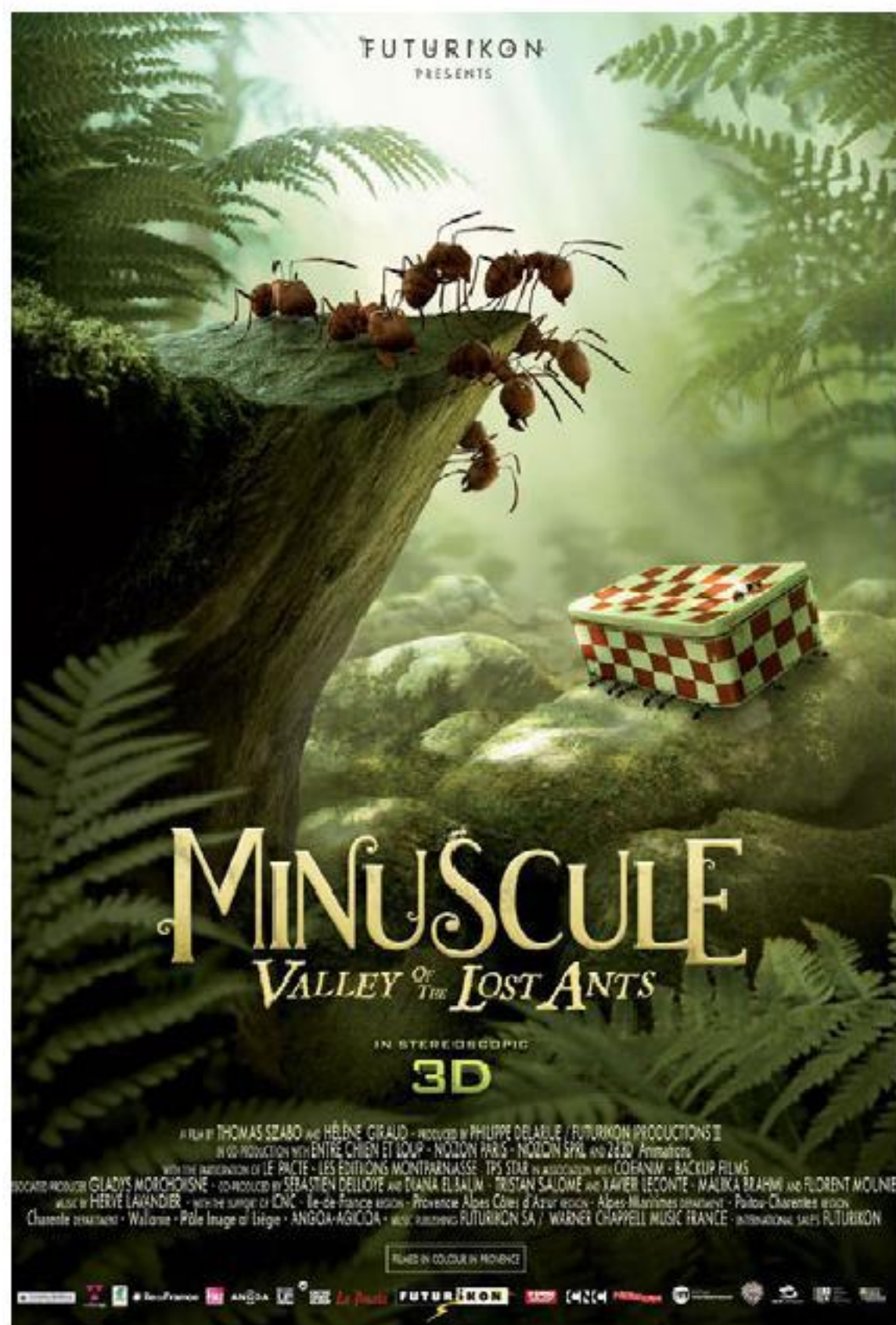
Trang phục, thương hiệu ưa thích?

Skinny jeans, áo cổ tim và boots ngắn cổ. Thương hiệu yêu thích: All Saints, Topman và Alexander McQueen. Giấy thể thao Onitsuka Tiger. Kính Wayfarer của Rayban. Túi của Mulberry.

Cám ơn Nick nhiều!

PHIM

Style / December - January 2014



Thung Lũng Kiến

Đạo diễn: Thomas Szabo, Hélène Giraud
Khởi chiếu: Dự kiến 10/01/2014

Tại một vùng đất nhỏ, chiến tranh nổ ra giữa hai loài kiến với mục đích tranh giành mấy món đồ bỏ lại sau buổi picnic. Một chú bọ rùa mạnh mẽ và gan dạ bị kẹt giữa hai bên. Bọ rùa kết bạn với một trong những chú kiến đen tên là Mandible. Bọ rùa giúp Mandible cứu tổ kiến khỏi cuộc tấn công của đám kiến lính đỏ, dẫn đầu bởi một con kiến đáng sợ tên là Butor. Cuộc phiêu lưu diễn ra trên mặt đất, qua những hòn đá, cành cây, dòng suối. Đây là bộ phim đầu tiên pha trộn giữa phong cảnh thật và hoạt hình, quay bằng máy lập thể 3D. Chỉ có âm thanh tự nhiên, không có lời thoại.



Cuộc chiến thứ 2

Đạo diễn: Victor Vũ
Khởi chiếu: Dự kiến 17/01/2014

Câu chuyện về cuộc "truy tìm" người đàn ông hoàn hảo của Ngọc. Sở hữu trái tim của Việt (Bình Minh), một anh chàng bảnh bao, giàu có nhưng Ngọc vẫn luôn

cảm thấy có gì đó bất ổn trong tình cảm của mình. Đứng trước một đám cưới hoành tráng đang cận kề, Ngọc vẫn đắn đo liệu Việt có đích thực là người đàn ông dành cho cô.

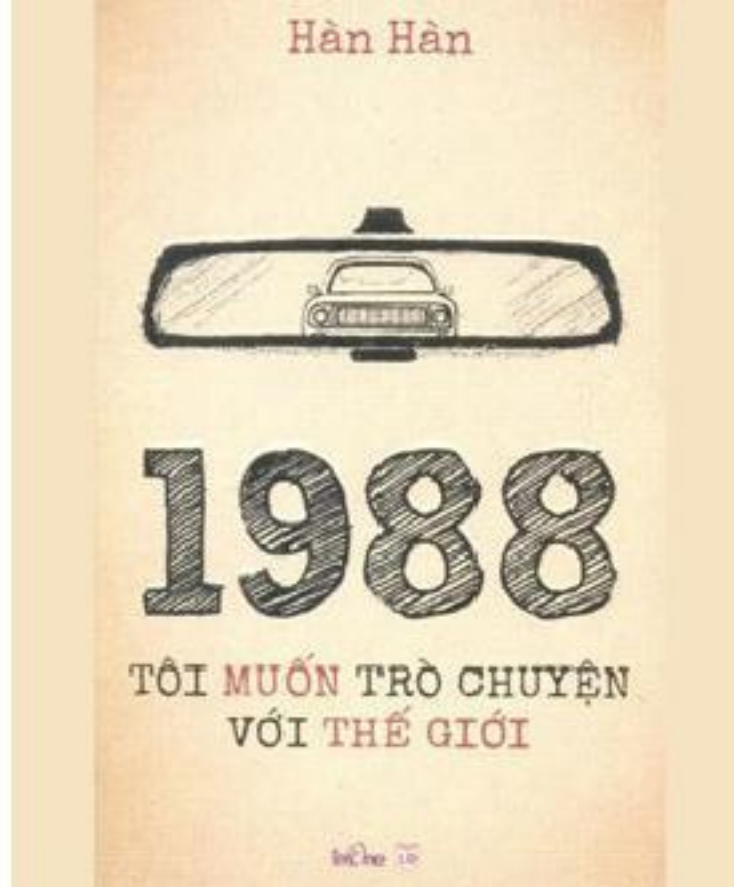
Ngọc tìm thấy cơ hội giải đáp những thắc mắc xoay quanh chàng trai của đời mình khi gặp hội Góa Phụ Áo Đen - một "băng nhóm" gồm những thiếu phụ bí ẩn, nổi ám ảnh cho những gã đàn ông trắng hoa thím "của lạ". Với sự giúp đỡ của những người bạn mới, Ngọc lao vào cuộc điều tra về cuộc sống tình cảm của Việt.

Người Hobbit: Đại chiến với rồng lửa

Đạo diễn: Peter Jackson
Khởi chiếu: 03/01/2014

Bộ phim tiếp tục kể về cuộc phiêu lưu của nhân vật chính Bilbo Baggins và cuộc hành trình với phù thủy Gandalf cùng mười ba người lùn dẫn đầu bởi Thorin Oakenshield, họ mang trên mình một nhiệm vụ sử thi để đòi lại Lonely Mountain và Vương quốc người lùn đã mất của Erebor. Sống sót trong cuộc hành trình bất ngờ, cả đoàn đã đi về phía Đông, dọc đường họ đã gặp phải tộc người hoá gấu Beorn và một đàn nhện khổng lồ trong khu rừng nguy hiểm ở Mirkwood. Sau khi thoát khỏi móng vuốt của các Wood-Elf, các người lùn tìm đến thị trấn Lake và cuối cùng đến được Lonely Mountain - nơi họ phải đối mặt với nguy hiểm lớn nhất - Rồng Smaug.





1988 - Tôi muốn nói chuyện với thế giới

Tác giả : Hàn Hàn

Câu chuyện mở ra khi nhân vật chính lái chiếc ô tô sản xuất năm 1988 sang một thành phố khác để đón một người bạn được ra tù. Và toàn bộ diễn biến xảy ra là những chuyện người, chuyện đời, những sự kiện xảy đến trên đường đi. Tác phẩm khởi xướng một khái niệm sáng tác văn học mới mang đậm ý nghĩa hiện thực - “tiểu thuyết đường phố” của Hàn Hàn - tác giả số một của dòng văn học Linglei Trung Quốc, một trong những blogger được tìm đọc nhiều nhất trên thế giới.

Divergent - Những kẻ bất khả trị

Tác giả : Veronica Roth

Câu chuyện xảy ra tại một thành phố thuộc bang Chicago của Mỹ, tại đây tồn tại 5 môn phái, mỗi phái có tôn chỉ và lý tưởng riêng, bắt buộc các thành viên phải sống và làm việc theo mục đích, nhiệm vụ đặc thù của phái mình: Abnegation - những người vị tha, xả thân vì người khác, Candor - những người chân thật, Dauntless - những người dũng cảm, liều lĩnh và mạnh mẽ, giữ nhiệm vụ bảo vệ thành phố, Erudite - môn phái của học thức và sự uyên bác, Amity - những người sống và đấu tranh vì hòa bình và công bằng.

Sách đã tạo nên một hiện tượng văn học ở Mỹ trong lần đầu tiên xuất hiện, đứng thứ 6 trong top các sách bán chạy nhất trên New York Times, sau đó là 39 tuần liên tục ở vị trí đầu bảng Best Seller 2012. Hãy đọc sách trước khi nó được chuyển thể thành một siêu phẩm mới của Hollywood.



SÁCH

Style / December - January 2014



Xóa hết dấu vết trước khi về nhà

Tác giả : Đức Long

“Phụ nữ (tưởng mình) Cáo, rất hay lừa các quý chàng bằng viên đạn bọc đường: “Cứ nói thật, em chẳng suy nghĩ gì, em bỏ qua hết. Em ghét nhất thói loanh quanh giấu giếm, chẳng có gì sao phải

nói dối?” May mà đàn ông ử mù thành thần, viên đường này của phụ nữ chẳng khác gì trò bịp trẻ con ăn rỉ mũi thời thơ ấu”, tác giả Đức Long bộc bạch...

27 câu chuyện “không thể thật hơn” về đàn ông, phụ nữ nhưng được viết bởi ngòi bút dí dỏm, sâu sắc và thâm thúy chắc chắn sẽ khiến bạn bật cười, nhất định phải cười, dù bạn cũng phải cười... Đọc tác phẩm của Đức Long, khó tìm chi tiết nào diêm dúa, dù cuốn sách đích thị là “liều thuốc an thần” cho cả đàn ông và phụ nữ, với lời nhắc nhở kiểu cảnh báo cho lứa tuổi 16+: “Phụ nữ phải đọc để biết cách cầm cương Đàn ông, Đàn ông cần đọc để được Tự do”. Cuốn sách dành cho đàn ông, đàn bà, người trẻ “khám phá” nửa kia của mình với những biến chứng phức tạp và “liều thuốc an thần” cần thiết để chữa trị. Điều mà Y học hiện đang “bó tay”. Hãy tận hưởng cuốn sách thú vị này, dù ai đó đang phải “xóa hết dấu vết trước khi về nhà”.

NGOÀI VÒNG TAY ANH LÀ BÃO TỐ

Tác giả : Lisa Kleypas

Sông Thames hứa cùng kẻ thù ác hòng đoạt mạng cô. Cô không phải người dễ dàng nhượng bộ cái chết song cuộc chiến với tử thần đã làm cô mất đi trí nhớ. Người duy nhất che chở cô trong tai nạn này là cảnh sát Grant, nhưng anh vẫn ném vào cô một sự thật chua chát: Cô là cô gái diễm hạnh sang đây tai tiếng đất London. Nhưng... sự thật mà anh tin chắc ấy chưa hẳn là sự thật.

Ngay đêm vớt cô lên từ cái giá buốt của sông Thames, anh biết cô sẽ không là cô dâu của bất cứ ai. Cô quá mong manh so với thân phận gái làng chơi quý quyết từng làm anh mất mặt. Là tình hay là thù, là thù hay là tình? Anh không thể phân định nổi khi ôm cô trong vòng tay. Nhưng... có một sự thật mà cả hai người đều hiểu: Khi anh buông tay ra, cô sẽ rơi vào bão tố.

ngoài vòng tay anh là bão tố
Lisa Kleypas



1

Royals - Lorde

Single debut của cô gái 16 tuổi Ella Yelich-O'Connor với nội dung không phải quá mới lạ nhưng lại trở thành một hiện tượng khi được số đông người nghe yêu thích. Giọng ca của Ella không đặc biệt, dễ thương, vừa phải và có đôi chút làm người ta liên tưởng đến Lana Del Rey nhưng giai điệu của Royals lại vô cùng hợp với Ella, khiến nó bùng sáng và trở nên lôi cuốn đến mức bạn có thể ấn nút replay nhiều lần mà không chán.

10 BÀI HÁT NĂM 2013

Quỳnh Châu

VÀ MỘT NĂM NỮA ĐÃ LẠI TRÔI QUA.
HÃY CÙNG STYLE ĐIỂM LẠI 10 CA KHÚC
ĐƯỢC YÊU THÍCH NHẤT CỦA
NĂM 2013 NHÉ!

3



Cups

Anna Kendrick

Đây là ca khúc được sáng tác vào năm 1931 được nữ diễn viên Anna Kendrick cover lại trong bộ phim âm nhạc Pitch Perfect. Phiên bản video của ca khúc này được làm lại cầu kỳ hơn bản soundtrack với nhiều hiệu ứng hoà âm. Thêm vào đó là một câu chuyện thú vị với những chiếc cốc đã khiến single này đạt mức 2.5 triệu lượt download trong nước Mỹ và lọt vào nhiều bảng xếp hạng trên toàn thế giới.



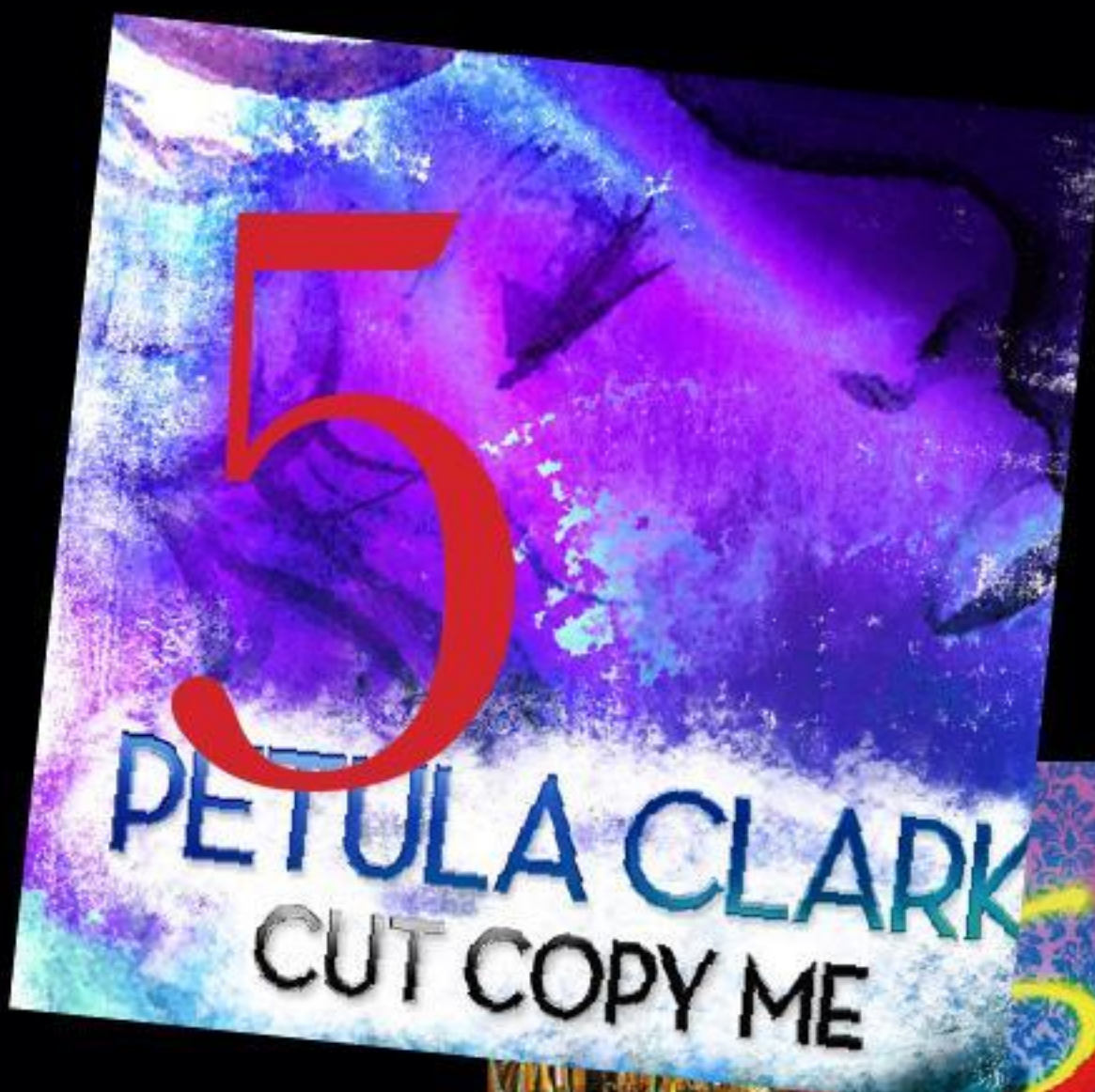
Love Is Lost

(Hello Steve Reich Mix by James Murphy) - David Bowie

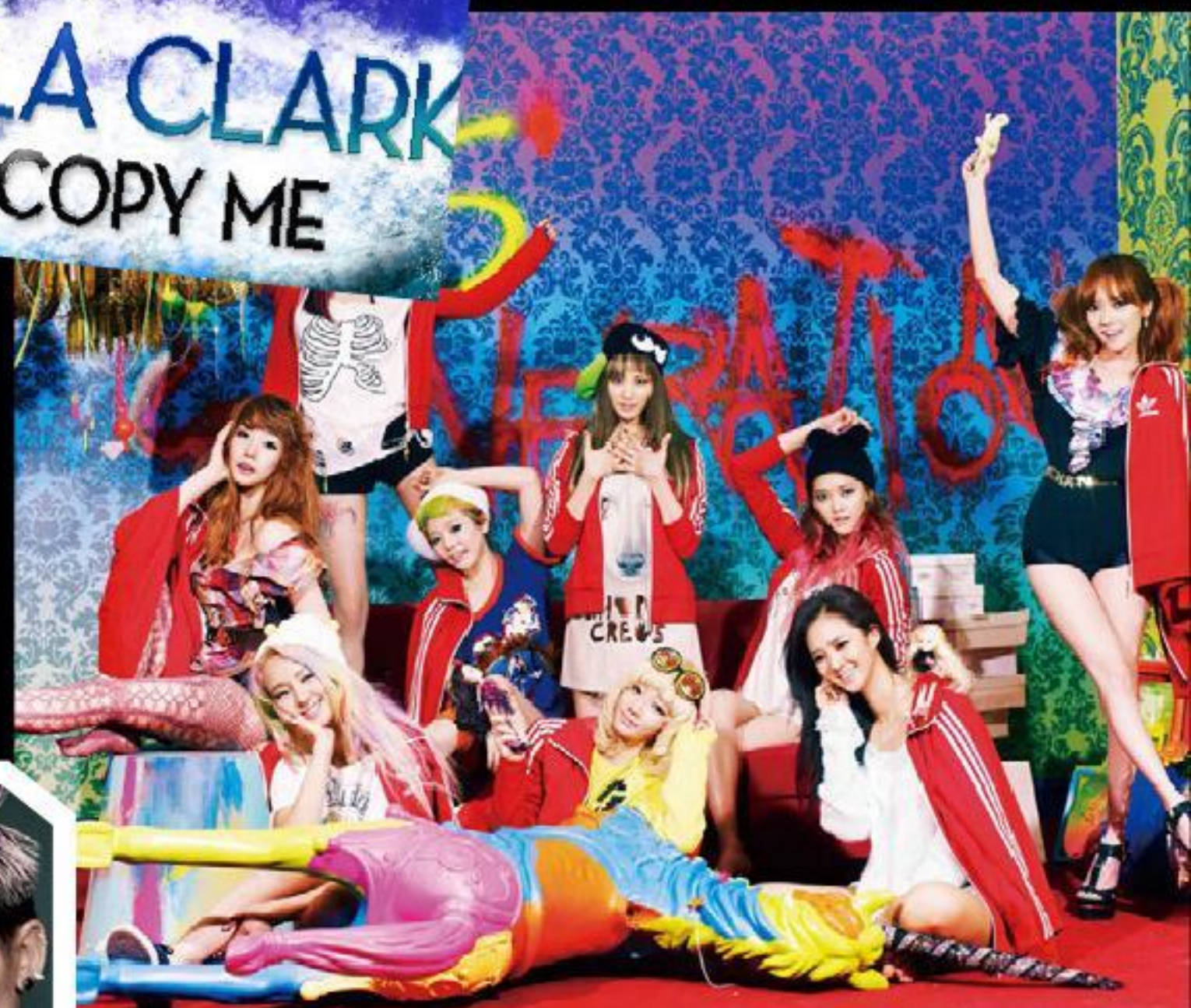
Giọng ca "từng trải" của tượng đài David Bowie trong một bản remix dài 10 phút, thêm vào đó là giai điệu vay mượn từ Steve Reich những năm 1972 mang đầy hơi hướm hoài niệm một thời kì huy hoàng. Gã anh hùng của nhạc Rock mang người nghe quay trở lại với những năm tháng cũ tươi đẹp ngập tràn không khí tuổi trẻ cuồng nhiệt.

Cut Copy Me - Petula Clark

Ở tuổi 80, Petula Clark quay trở lại với ca khúc Cut Copy Me. Bên cạnh tiêu đề đầy lãng mạn đậm chất Petula của nửa thế kỷ trước, phần thu âm lại hoàn toàn mang hơi hướng hiện đại khi giọng của bà được xử lý kỹ thuật số mang đến cảm giác có phần mới lạ. Tuy nhiên, tổng thể ca khúc vẫn giữ được cảm giác sâu sắc mà Petula truyền tải lâu nay.



6



I got a boy AREIA REMIX

I Got A Boy

- Girls' Generation

Nếu không nhắc đến các cô gái Hàn Quốc này thì có lẽ sẽ là một sự thiếu sót lớn khi âm nhạc Hàn Quốc không chỉ còn gói gọn trong phạm vi châu Á nữa. Các cô gái này thực sự trở thành một hiện tượng khi các video của nhóm luôn có lượng người xem và download ấn tượng. Không chỉ vậy, âm nhạc luôn là sự kết hợp hiện đại của hip hop, techno, dubstep cộng với dàn dựng vũ đạo đẹp mắt cùng hiệu ứng hình ảnh hấp dẫn.



We Can't Stop - Miley Cyrus

Ca khúc đốt cháy nhiều bảng xếp hạng của cô gái đình đám nhất năm 2013 Miley Cyrus. Có người nhận xét rằng đây là một bài hát đầy cảm giác "thất tình" như của Rihanna nhưng Miley vẫn thể hiện nổi bật được cá tính riêng qua giọng hát đầy nội lực. Là lead single của album Bangerz, đến nay We can't stop đã vượt ngưỡng 2 triệu bản, đứng thứ 2 trong U.S Billboard Hot 100 và nhiều bảng xếp hạng khác trên thế giới.



4

● Music

www.stylemagazine.vn

7 Ohm Yo La Tengo

Bài hát có một cái tên khá kì lạ: Ohm có nghĩa là đơn vị điện trở trong vật lý; Ohm còn có nghĩa là một câu thần chú bao gồm tất cả mọi thứ. Bài hát đánh dấu 29 năm sự nghiệp của Yo La Tengo với ý nghĩa "hồi sinh để thay đổi". Một bài hát mạnh mẽ với sự đồng điệu của các thành viên trong nhóm.



Control- Big Sean feat. Jay Electronica & Kendrick Lamar

Là ca khúc hip hop được nói đến nhiều nhất năm 2013, tuy nhiên nó lại chưa được công bố chính thức, ngoại trừ phiên bản được tiết lộ bởi Kendrick Lamar. Thế nhưng, chỉ bấy nhiêu đó thôi cũng đủ khiến các tín đồ hip hop phát cuồng bởi sự kết hợp của Big Sean cùng Jay Electronica và Lamar là một sự kết hợp trong mơ.



The Wire- Haim

Bộ ba chị em này đã gói gọn cả một lịch sử âm nhạc guitar vào ca khúc này với phong cách trữ tình của Laurel Canyon, hoà âm của Fleetwood Mac cùng những đoạn phiêu mạnh mẽ rực lửa. Đây là single thứ tư từ album Days are gone của nhóm.



Đây là một bản disco và funk được hợp tác bởi Daft Punk và Pharrell William. Ca khúc đã lọt vào top 10 bảng xếp hạng của 32 quốc gia và bán hơn 7.3 triệu bản tính đến thời điểm tháng 09/2013. Lời bài hát đề cập đến việc may mắn gặp được một ai đó mang ý nghĩa sâu sắc trên nền phối âm hiện đại, bắt tai.

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH TUNG BỪNG VÀO MÙA LỄ HỘI

Các nghệ sĩ trong trang phục được thiết kế độc đáo sẽ đem đến một bức tranh lễ hội đầy màu sắc của từng châu lục.



Nghệ thuật trình diễn nhạc nước đỉnh cao hòa quyện âm nhạc điện tử cuồng nhiệt và hệ thống ánh sáng laser đẳng cấp thế giới.



▲ DJ Azam, diva Andreea D, ca sĩ Hồ Ngọc Hà cùng các nghệ sĩ hàng đầu khác sẽ đem đến những màn trình diễn tuyệt đỉnh.

Thay vì ngồi nhà và lướt Facebook, tối 31/12 hãy cùng chào đón khoảnh khắc đầu tiên của năm mới 2014 tại sự kiện “Heineken Tung Bùng Mùa Lễ Hội” tại Hồ Bán Nguyệt, Phú Mỹ Hưng, Quận 7.

Vào thời khắc chuyển giao năm mới, bên cạnh hoạt động bắn pháo hoa thường niên tại một số địa điểm trung tâm, năm nay giới trẻ TP. Hồ Chí Minh sẽ còn có cơ hội tham dự các sự kiện chào đón năm mới hoành tráng. Với tâm điểm là những màn trình diễn lễ hội rực rỡ của đại diện năm châu lục và sự kết hợp hoàn hảo giữa trình diễn nhạc nước đỉnh cao và âm nhạc đẳng cấp thế giới, “Heineken Tung Bùng Mùa Lễ Hội” hứa hẹn sẽ là sự kiện chào đón năm mới được mong chờ nhất.

Lên năm đoàn xe hóa trang đại diện cho năm châu lục cùng một không khí lễ hội tung bùng của thế giới sẽ xuất hiện tại Hồ Bán Nguyệt, Phú Mỹ Hưng (Quận 7) để khuấy động hàng chục ngàn khán giả TP. Hồ Chí Minh trong một sự kiện chào đón năm mới hoành tráng nhất. Những vũ điệu Latin đầy quyến rũ, beat nhạc điện tử sôi động, những bản phối rap và hip hop đặc sắc, cùng các DJ

KHÁN GIẢ TP.HCM HẢO HỨC CHỜ ĐÓN NHỮNG KHOẢNH KHẮC TUYỆT DIỆU CỦA THỜI KHẮC CHUYỂN GIAO NĂM MỚI CÙNG HEINEKEN TUNG BỪNG MÙA LỄ HỘI TẠI HỒ BÁN NGUYỆT, PHÚ MỸ HƯNG, QUẬN 7.

và nghệ sĩ nổi tiếng sẽ đưa khán giả vào một hành trình độc đáo khám phá những tinh hoa lễ hội của năm châu lục.

2. Bạn sẽ ấn tượng với nghệ thuật trình diễn nhạc nước đỉnh cao sử dụng công nghệ hiện đại bậc nhất của thế giới. Được cộng hưởng với nghệ thuật trình diễn ánh sáng laser ấn tượng, âm nhạc điện tử cuồng nhiệt cùng những giai điệu đặc trưng của năm châu lục, nhạc nước sẽ là một yếu tố bất ngờ mang lại nhiều trải nghiệm thú vị cho khán giả.

3. Đây là điểm đến cuối cùng trong hành trình độc đáo “Heineken Tung Bùng Mùa Lễ Hội” và đây cũng là sự kiện lớn nhất, được đầu tư công phu nhất. Hơn 100 nghệ sĩ nổi tiếng của Việt Nam và quốc tế sẽ mang đến những tiết mục ấn tượng mang đẳng cấp thế giới và khuấy động sự cuồng nhiệt của hàng ngàn người hâm mộ TP. Hồ Chí Minh. Trong đó phải kể đến dàn sao quốc tế như DJ Azam đến từ châu Âu, nữ ca

sỹ xinh đẹp Andreea D, nghệ sỹ violin tài năng Sima, các nghệ sỹ bộ gõ Australia...

4. Nhiều tên tuổi ấn tượng của làng âm nhạc Việt Nam như Hồ Ngọc Hà, Hà Anh Tuấn, Minh Hằng, Bảo Anh, Trang Pháp... hứa hẹn sẽ làm bùng nổ không khí lễ hội với những ca khúc sôi động. Đồng hành với họ còn có các nhóm nhảy hàng đầu Việt Nam như B-Boys, X-Clown, vũ đoàn Hoàng Thông. Đặc biệt là sự tham gia của các nghệ sỹ nhào lộn (acrobat) đến từ đoàn xiếc Cirque du Soleil nổi tiếng thế giới.

5. Sự xuất hiện của DJ 5 lần giữ vị trí số 1 thế giới do tạp chí DJ Mag bình chọn - Armin Van Buuren. Anh sẽ gửi thông điệp chào năm mới đến Việt Nam, cùng chia sẻ khoảnh khắc đáng nhớ với giai điệu trance độc đáo trong bản hit mới vừa ra mắt tháng 11 vừa qua. Đây cũng chính là một hoạt động trong kế hoạch hợp tác giữa Armin và Heineken trong năm 2014.

Nếu như bạn không ở TP. HCM: Người hâm mộ trên cả nước sẽ có cơ hội cùng trải nghiệm đêm lễ hội đặc biệt này thông qua truyền hình trực tiếp trên Facebook của Heineken tại địa chỉ www.facebook.com/heineken.

Tham gia biểu diễn: Cơ hội được tham gia trình diễn cùng hơn 100 nghệ sỹ Việt Nam và quốc tế trong các trang phục được thiết kế riêng đầy ấn tượng. Đăng ký tại trang Facebook của Heineken hoặc website www.heineken.com.vn

Nhận vé VIP: Cơ hội nhận vé mời đặc biệt khi truy cập vào trang Facebook hoặc website của Heineken.

Hàng triệu khán giả TP.HCM sẽ có cơ hội trải nghiệm hành trình độc đáo khám phá tinh hoa lễ hội của năm châu.



10 BỘ PHIM ĐÁNG NHỚ NHẤT 2013

Hà Chí Vũ

VIỆC LỰA CHỌN RA MỘT TOP TEN PHIM TRONG NHỮNG NGÀY CUỐI NĂM LUÔN LÀ MỘT ĐIỀU HẾT SỨC KHÓ KHĂN. DĨ NHIÊN LÀ MỖI NGƯỜI ĐỀU CÓ NHỮNG LỰA CHỌN RIÊNG, NHƯNG CÒN LỰA CHỌN CỦA STYLE THÌ SAO?

1. 12 Years a Slave

Câu chuyện có thật về cuộc đời của Solomon Northrup, một người đàn ông da màu tự do bị bắt cóc và biến thành nô lệ trong suốt 12 năm trời, dưới bàn tay nhào nặn của đạo diễn Steve McQueen đã trở thành một trong những bộ phim đáng nhớ nhất trong năm. Hồi hộp và lôi cuốn, day dứt và ám ảnh, 12 Years a Slave hiện đang là ứng cử viên nặng ký nhất trong mùa Oscar năm nay. Sở hữu một dàn diễn viên xuất chúng, bao gồm cả Michael Fassbender, Brad Pitt, Benedict Cumberbatch..., nhưng chàng diễn viên trẻ Chiwetel Ejiofor (người thủ vai Solomon) mới đang là người đang được nhắc tới nhiều nhất trong các lễ trao giải thưởng điện ảnh cuối năm.



2. Before Midnight

18 năm sau lần đầu tiên gặp gỡ tại Vienna trong Before Sunrise, 9 năm sau lần tái ngộ tại nước Pháp trong Before Sunset, nay Céline và Jesse đã chuyển về sống bên nhau và có với nhau hai cô con gái sinh đôi, dù chưa chính thức kết hôn. Before Midnight là một ngày trong kỳ nghỉ hè sáu tuần của đôi tình nhân tại đất nước Hy Lạp xinh đẹp. Vẫn là bộ ba Julie Delpy, Ethan Hawke và đạo diễn Richard Linklater, vẫn những câu thoại duyên dáng, lắt léo, nhưng rất đời thực cho lần thứ ba của Céline và Jesse. Mỗi một bộ phim một thông điệp: với Sunrise, đó là 'tình yêu có thể chinh phục tất cả'; với Sunset, đó là 'tình yêu không nằm ở nơi ta kiếm tìm'; còn Midnight thì sao? Đó là 'tình yêu được thôi thúc từ những điều thiếu sót của cả hai'. Và cũng chẳng loại trừ việc chúng ta sẽ một lần nữa được gặp lại Céline và Jesse, sau 9 năm nữa...



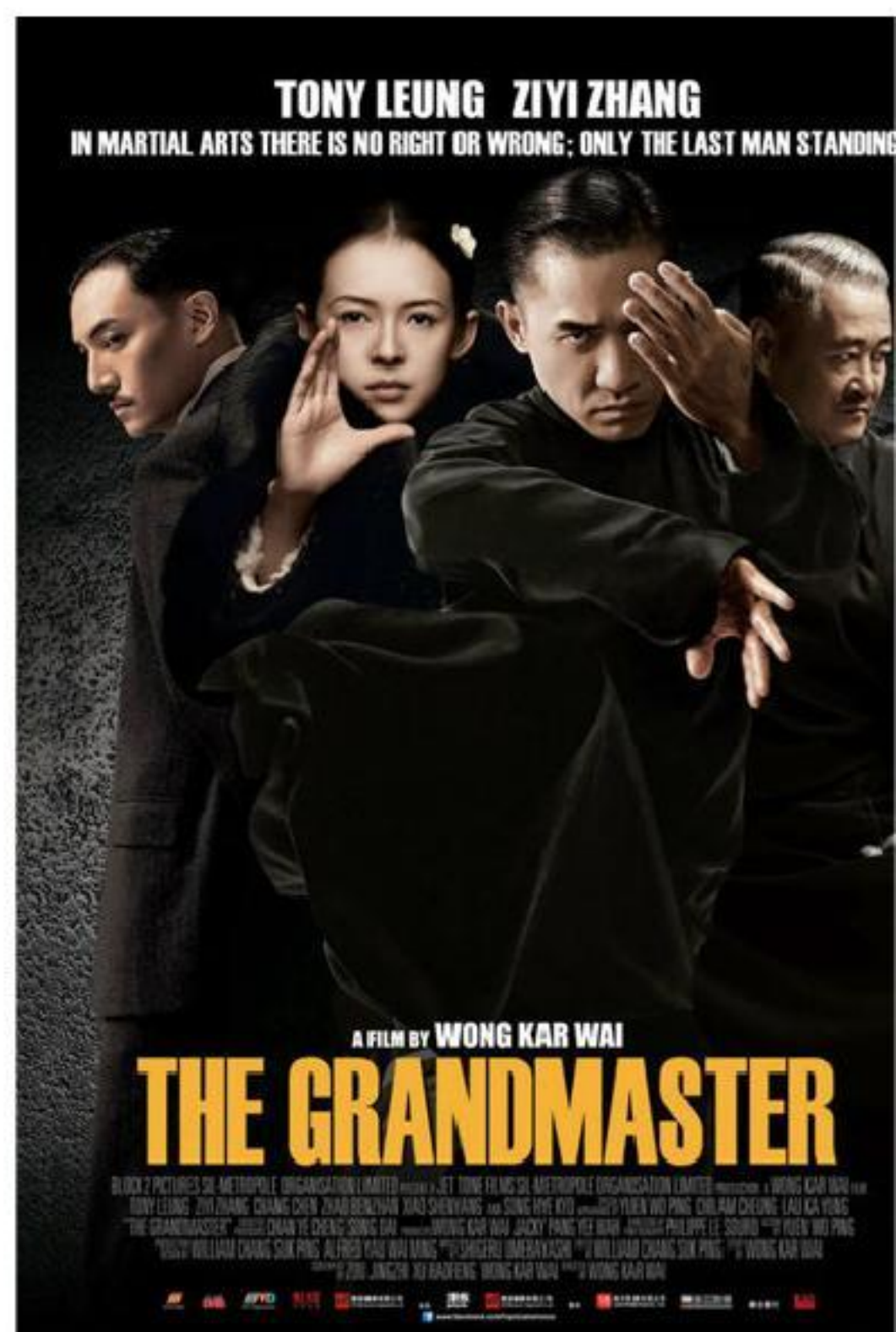


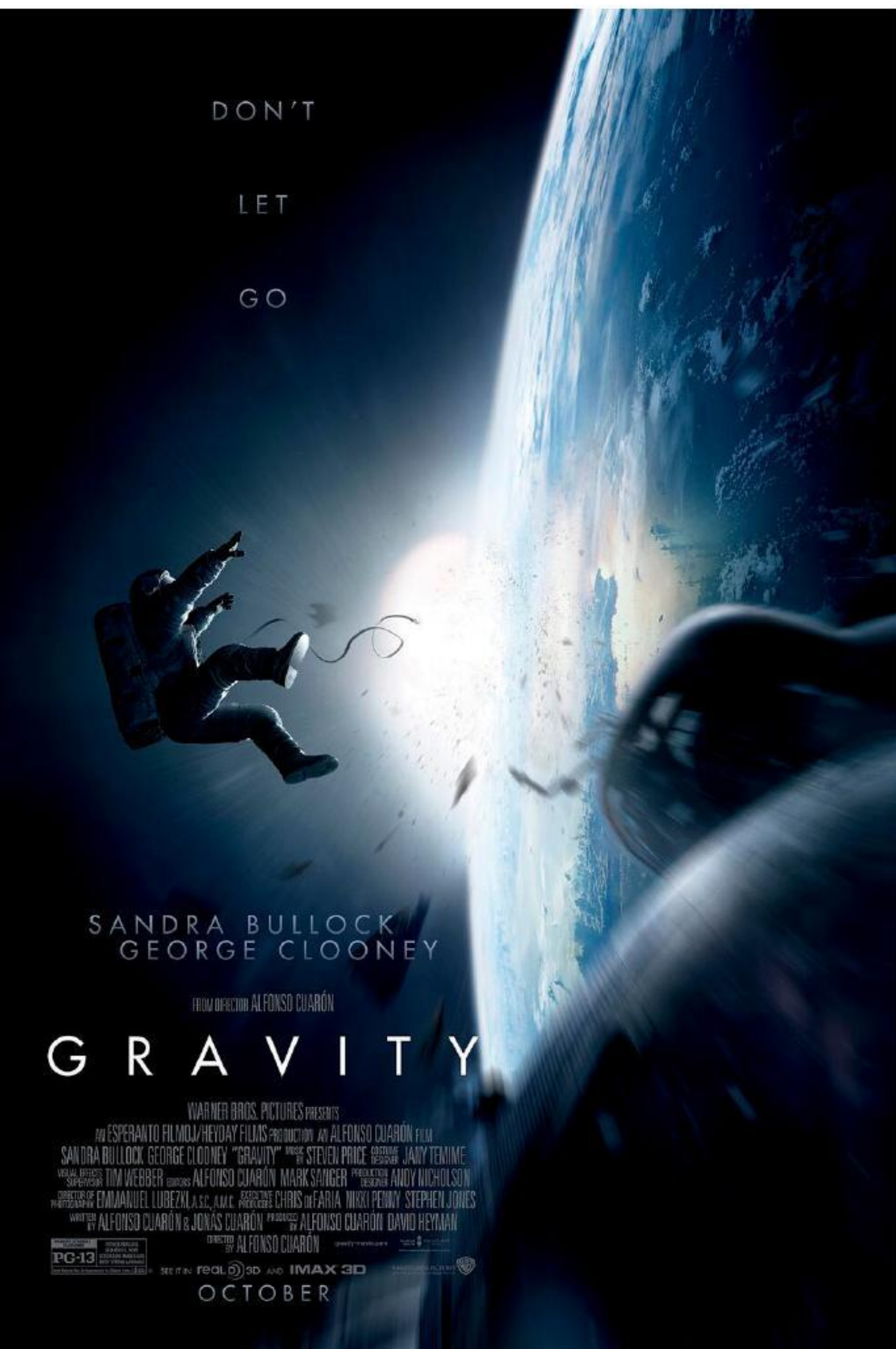
3. Blue is the Warmest Color
 Với tựa gốc La Vie d'Adèle – Chapitres 1 & 2 (tạm dịch: Chuyện đời Adèle – Phần 1 & 2), bộ phim giành giải thưởng Cành Cọ Vàng 2013 là một tác phẩm gây nhiều tranh cãi. Dựa trên cuốn truyện tranh cùng tên của Julie Maroh, Blue is the Warmest Color kể lại câu chuyện tình (đồng tính) giữa cô học sinh trung học Adèle có phần nhút nhát, e dè, với Emma, một cô nàng sinh viên trường nghệ thuật có tính cách mạnh mẽ. Bộ phim chứa đựng nhiều cảnh làm tình trần trụi giữa hai cô gái (có những cảnh dài đến 7-8 phút) và khiến nhiều khán giả thực sự sốc. Tuy nhiên, điều gây tranh cãi nhất đến từ bộ phim lại là những gì xảy ra sau khi bộ phim giành giải Cành Cọ Vàng: Léa Seydoux, một trong hai nữ diễn viên chính của bộ phim, cùng đạo diễn Abdellatif Kechiche đã có những màn đấu khẩu suốt nửa năm nay về quá trình thực hiện bộ phim; hay bản thân tác giả Julie Maroh cũng không hài lòng với phiên bản điện ảnh vì cho rằng nó có quá nhiều sex... Bất chấp tất cả những lùm xùm ấy, Blue is the Warmest Color vẫn là một câu chuyện tình éo le, lay động lòng người và xứng đáng là một trong những bộ phim xuất sắc nhất năm.

5. The Grandmaster
 Ra mắt trong tuần đầu tiên của năm 2013, The Grandmaster, hay Nhất Đại Tông Sư, là sự trở lại của đạo diễn Vương Gia Vệ sau 6 năm kể từ My Blueberry Nights (Lam Môi Chi Dạ) và là bộ phim nói tiếng Hoa đầu tiên của ông kể từ sau 2046 (2004). Một phần cuộc đời của võ sư Diệp Vấn, mối lương duyên của ông với nữ võ sư Cung Nhị, hay tinh thần của Vịnh Xuân Quyền được kể lại theo đúng phong cách thường thấy của Vương Gia Vệ. Chính bởi vậy, The Grandmasters không phải là tác phẩm dành cho số đông. Với những người đã theo chân đạo diễn họ Vương từ những Chungking Express (Trùng Khánh Sâm Lâm) hay Happy Together (Xuân Quang Xạ Tiết), The Grandmaster thực sự là một bữa đại tiệc và đánh dấu bước chuyển mình nhất định của vị đạo diễn. Chương Tử Di, với vai diễn Cung Nhị trong phim, cũng đã lần đầu tiên giành giải thưởng Kim Mã tại hạng mục Nữ diễn viên chính xuất sắc nhất hồi tháng 11 vừa qua.



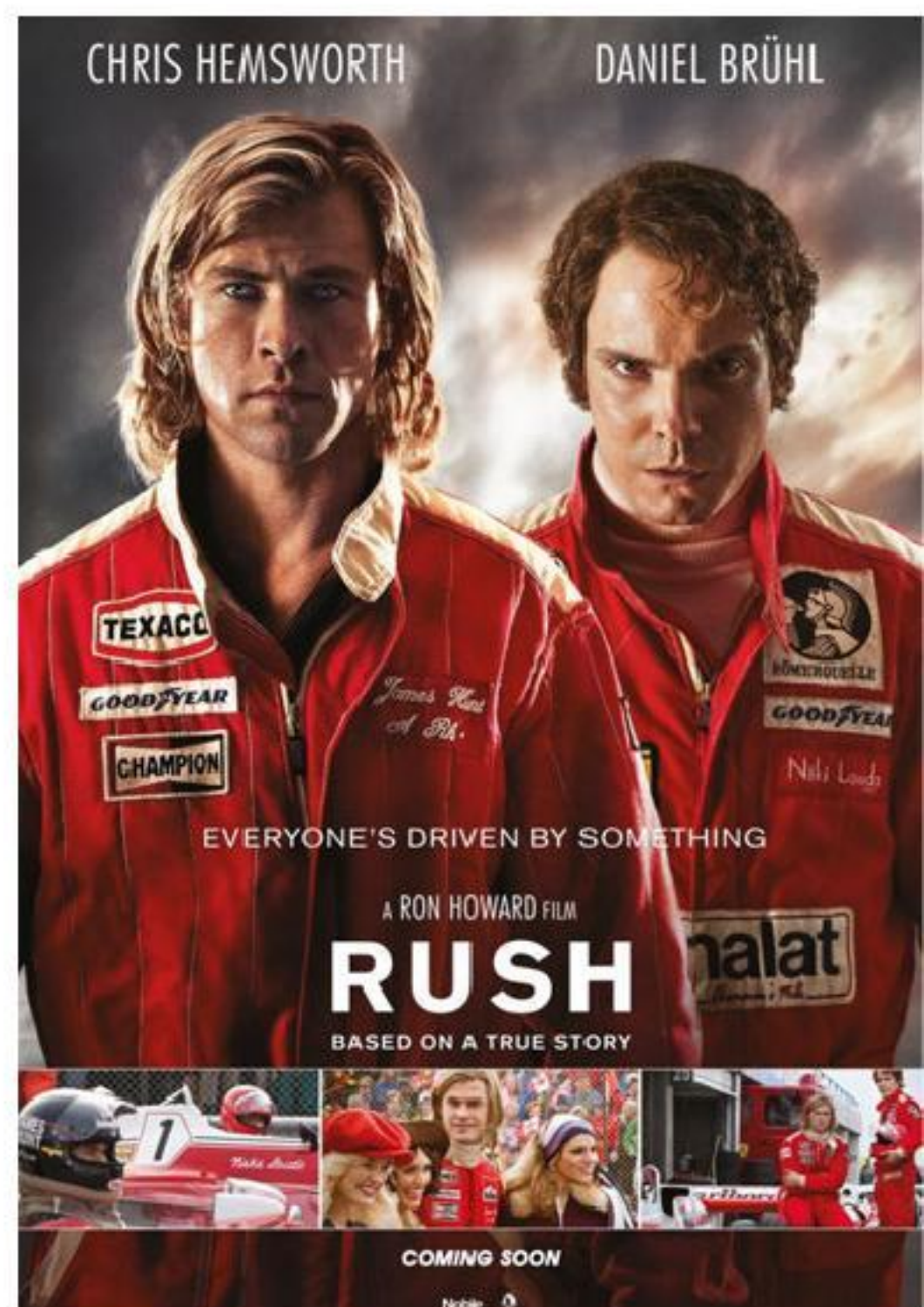
4. Fruitvale Station
 Dựa trên một câu chuyện có thật, Fruitvale Station kể lại ngày cuối cùng của Oscar Grant III – chàng thanh niên 22 tuổi đến từ California, trước khi bị một nhân viên an ninh của hệ thống chuyên chở nhanh khu vực vịnh San Francisco bắn chết vào rạng sáng ngày đầu tiên của năm 2009. Thành công trong việc lột tả sự mong manh giữa sự sống và cái chết, bộ phim độc lập kinh phí thấp và cũng là tác phẩm đầu tay của đạo diễn Ryan Coogler từng gây được rất nhiều sự chú ý tại LHP Sundance 2013. Sức nặng của bộ phim phần lớn đến từ nam diễn viên chính Michael B. Jordan, người thủ vai Oscar; nên nếu có một đề cử Oscar dành cho B. Jordan thì đó cũng không phải là một điều quá đổi bất ngờ.





6. **Gravity**
Tuy sở hữu một cốt truyện có phần đơn giản, nhưng bộ phim khoa học viễn tưởng Gravity lại khiến cho khán giả phải kinh ngạc bởi những khung hình và cảnh quay choáng ngợp chưa từng thấy. Mở đầu phim bằng một cú máy dài 12 phút, đạo diễn Alfonso Cuarón đã khắc họa được cả cái đẹp kỳ vĩ lẫn sự đáng sợ ngoài không gian vũ trụ. Gần như toàn bộ Gravity được thực hiện trong môi trường không trọng lượng và bộ phim cũng trở thành một màn 'solo' đáng nhớ của Sandra Bullock. Gravity cũng là bộ phim có kịch bản gốc (không phải là sequel hay chuyển thể) đạt doanh thu cao nhất trong năm 2013.

7. **Rush**
Với Rush, đạo diễn Ron Howard đã đem đến cho khán giả một tác phẩm thuộc thể loại tiểu sử nhưng căng thẳng và nghẹt thở không kém gì những bộ phim hành động bom tấn. Rush xoay quanh tay đua James Hunt, mùa thi đấu Công thức I năm 1976 đầy khắc nghiệt, và đặc biệt là sự kình địch giữa Hunt và tay đua huyền thoại Niki Lauda trong quãng thời gian đó. Thủ vai James Hunt là tài tử Chris Hemsworth nhưng những lời ngợi khen sau khi bộ phim ra mắt lại được tập trung dành cho Daniel Brühl. Bằng chứng là anh đã nhận được đề cử Nam phụ xuất sắc nhất, thể loại Tâm lý tại giải thưởng điện ảnh Quả Cầu Vàng lần thứ 71. Đây chắc chắn là bộ phim nam tính bậc nhất trong năm 2013!



180 **STYLES**

8. Snowpiercer

Snowpiercer là một bộ phim thực sự đặc biệt đến từ đạo diễn kỳ tài Bong Joon-ho. Mặc dù được dựa trên một bộ truyện tranh của Pháp, có một dàn diễn viên đa quốc tịch, nhưng Snowpiercer vẫn hài hước cay nghiệt, vẫn ẩn chứa những thông điệp ngầm về chính trị đầy sắc sảo theo đúng phong cách thường thấy của Bong Joon-ho. Thế giới hậu tận thế trong Snowpiercer thật đáng sợ và khán giả khó lòng có thể quên được những trận giao chiến hay tàn sát đầy bạo liệt diễn ra trong không gian hẹp trên con tàu xuyên băng. Thật đáng tiếc khi tranh cãi lại nổ ra khi Harvey Weinstein muốn cắt bớt hơn 20 phút của bộ phim trước khi phát hành nó tại thị trường Bắc Mỹ. Đến giờ, những tranh cãi giữa Harvey và đội ngũ sản xuất Snowpiercer vẫn chưa có hồi kết.

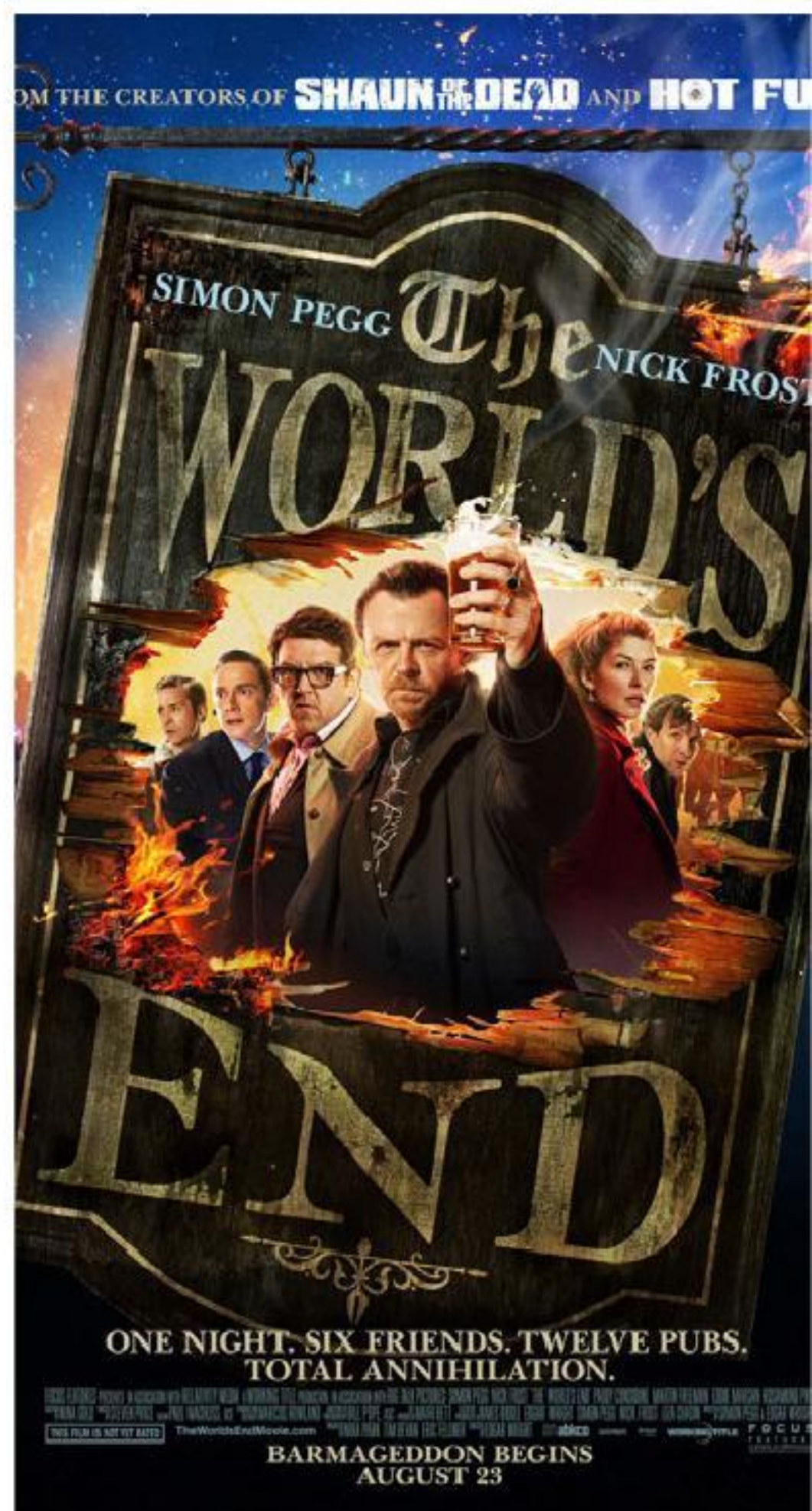


9. The Wind Rises

Bộ phim hoạt hình The Wind Rises của Studio Ghibli được cho sẽ là tác phẩm cuối cùng của đạo diễn thiên tài Hayao Miyazaki. Dựa trên truyện ngắn The Wind Has Risen của nhà văn Tatsuo Hori, bộ phim hư cấu lại cuộc đời Jiro Horikoshi, người từng thiết kế nên hai mẫu máy bay Mitsubishi A5M và Mitsubishi A6M Zero, vốn từng được quân đội Nhật Bản sử dụng trong Thế chiến thứ II. Cũng chính bởi vậy, bộ phim đã gây ra không ít tranh cãi cả ở Nhật Bản lẫn các LHP Quốc tế đã tham dự. Vẫn những nét vẽ quen thuộc suốt từ những Kiki's Delivery Service, Spirited Away hay Howl's Moving Castle, The Wind Rises mang đậm phong cách Miyazaki, khắc họa một phần khí phách và tinh thần của chính người đạo diễn thông qua chính nhân vật Jiro. Tuy nhiên, việc Viện Hàn lâm Hoa Kỳ có chịu trao Oscar (hay thậm chí là đề cử) cho The Wind Rises hay không hiện vẫn còn là một dấu hỏi lớn.

10. The World's End

Vẫn mang nét hài hước đậm chất Anh Quốc như Shaun of the Dead và Hot Fuzz, bộ phim The World's End chinh phục khán giả nhờ tiếp tục khai thác chủ đề phá vỡ những nguyên tắc sống, thông qua nhân vật chính Gary King. Năm người bạn cũ cùng nhau tái hợp cho một chuyến du hành qua 12 quán bar ở vùng Golden Mile – một 'nhiệm vụ' mà họ đã không thể hoàn thành trong đêm cuối cùng của đời học sinh trung học. Nhưng 'nhiệm vụ' lần này trở nên khó khăn gấp bội khi họ còn phải chống lại... những người ngoài hành tinh đang dần dần thay thế con người ở quê hương họ. The World's End thực sự là một cái kết đẹp cho trilogy 'Máu & Kem tươi' của bộ đôi đạo diễn Edgar Wright và đồng biên kịch/đạo diễn viên chính Simon Pegg.





GIỚI HẠN CỦA PHỤ NỮ Ở ĐÂU?

Anh Thư

MỘT CÔ BẠN THÂN CỦA TÔI ĐÃ TỪNG NÓI: "TRỜI, TAO MÀ LÀ ĐÀN ÔNG, TAO CỦA EM NÀO CŨNG ĐỒ!
DỄ KHÔNG VẬY MÀ HÔNG CÓ THẲNG CHA NÀO CHỊU HIỂU!"
MỘT ANH BẠN CỦA TÔI CŨNG ĐÃ TỪNG NÓI: "CƯA GÁI CÓ GÌ KHÓ! CHỊU KHÓ COI MẤY BỘ PHIM HÀN
LÃNG MẠN, ÁP DỤNG VÀI CHIÊU LÀ NGÃ RẠP HẾT!"

TRỜI ĐẤT! PHỤ NỮ DỄ DÀNG NHƯ ĂN MIẾNG BÁNH UỐNG MIẾNG NƯỚC VẬY SAO?

Không có đâu! Cái bầy càng man trá thì lời chào đầu lại càng suôn sẻ ngọt ngào. Phàm trên đời này, chuyện gì cũng có chung quy tắc đó. Hoặc là bạn sẽ nhanh chóng chán chương bỏ đi. Hoặc là bạn chưa thực sự hiểu rõ không biết ai mới là người sập bẫy của ai trong mối quan hệ này. Vì phụ nữ (ông Oscar Wilde đã nói rồi) là để yêu, chứ không phải để hiểu. Họ không khác cái ma trận là mấy! Càng cố tìm đường các tắc tị mà thôi.

Đôi giày Louboutin

Tôi có lần từng viết một bài viết có tên là “Câu chuyện về đôi giày Louboutin”. Nội dung của nó tóm tắt lại là kể về chuyện phụ nữ sùng bái đôi giày của mình đến thế nào, sẵn sàng bỏ rất nhiều tiền để mang một đôi giày “gây đau đớn” về nhà, rồi nâng niu, chăm sóc và gìn giữ như báu vật. Đôi giày ấy là minh họa sinh động nhất cho tính cố chấp khi yêu của phụ nữ. Bất kể là đau đớn đến thế nào, bất kể là dằn vặt và dày ải đến thế nào. Với phụ nữ, chỉ cần họ có tình cảm, họ sẽ luôn tìm được lí do để ngoan cường với tình cảm ấy!

Hôm rồi, tôi có đọc được một cái note nhỏ trên mạng xã hội. Người ta bảo: “Thời bây giờ, chúng ta dễ dàng bỏ cuộc hơn ngày xưa.” Đại từ “chúng ta” đã được sử dụng đó tôi không chắc là dành cho những ai. Nhưng bản thân tôi thì vẫn tin rằng, nó nên chứa phụ nữ ra. Có chút cực đoan và cá nhân. Tuy nhiên, tình yêu đối với người phụ nữ nào cũng giống như tín ngưỡng vậy. Và họ luôn dốc cạn tâm tư cho nó. Có thể không hoàn toàn vì đối phương, cũng có thể họ chẳng yêu nhiều đến mức sống chết. Họ gan lì gìn giữ vì chính mình hơn. Ví dụ như sự tự tôn, lòng hiếu thắng, niềm tin rằng mình là siêu nhân có thể thay đổi và thiết lập mọi chuyện. Phụ nữ nào cũng hi vọng mình là một trường hợp ngoại lệ với ai đó. Thế nên, họ nhất định không từ bỏ dễ dàng.

Chẳng khó khăn gì để nhìn thấy xung quanh chúng ta hàng trăm câu chuyện minh họa sinh động cho việc phụ nữ ngoan cường giữ vững “chiến hào” thế nào một khi họ nuôi trong mình suy nghĩ “anh ta là/sẽ là của mình”. Từ đó, phụ nữ cũng sẽ tự động có trăm phương ngàn cách để bản thân mình không bỏ cuộc. Tôi lấy ví dụ một cô bạn của mình, phải lòng một cậu thiếu gia điều kiện tương đối không tệ. Về cơ bản, cô cũng chẳng phải loại tầm thường khi ngoại hình khá, thẩm mỹ tốt, du học về, gia thế ổn định. Thế nên, anh chàng thiếu gia kia sau một thời gian cửa cấm cũng quyết định công báo thiên hạ rằng cô là người yêu chính thức. Tuy nhiên, phàm đàn ông ý thức được lợi thế vị trí và điều kiện của bản thân thì nhất định cũng tự cho mình cái quyền được “hưởng thụ”. Họ ít khi biết rõ chữ “chung thủy” được viết thế nào. Anh chàng đi trăng hoa hết lần này và lần khác. Và điều đáng kì lạ hơn cả đó là mỗi lần như thế, sau nước mắt, trong những phút đau đớn thốn thức thì cô bạn tôi lại tìm ra được một lí do để biện minh dùm cho lỗi lầm của “người đàn ông” được xem là bạn trai mình. Như là “đàn ông nào chẳng ham vui”, “chơi chán sẽ về thôi”, “quan trọng là biết ai nên ở chỗ nào và nhà ở đâu” vân vân. Lí do nào với cô cũng thuyết phục cả và chàng thiếu gia thì chỉ cần “anh xin lỗi” rồi xong.

Như vậy đấy, phụ nữ “ngoan cường” lắm khi sở hữu gì đó mà họ tin là thuộc về mình. Những lúc như vậy, tôi nghĩ tình yêu chỉ là một cái cớ. Vì tình yêu hiển nhiên không thể nào còn lại nữa khi đã tổn thương nhau quá sâu sắc và lòng tin đâu còn chút trân trọng nào nữa. Vào lúc ấy, phụ nữ thường là vì chính mình nhiều hơn. Có người do vật chất, có người



“

Phụ nữ nào cũng hi vọng mình là một trường hợp ngoại lệ với ai đó.

lại do sự tự tôn, có người vẫn mơ mộng không tỉnh. Nhưng chắc chắn là vì mình. Thế nên, đàn ông đừng vội lầm tưởng bất cứ sự bi lụy nào cũng đều do phụ nữ yếu đuối.

Giới hạn rốt cuộc nằm ở đâu?

Thật khó để có một con số hay câu trả lời chính xác dành cho bạn. Bởi nó hoàn toàn không hề giống nhau từ người này sang người khác. Lời khuyên duy nhất nếu được hỏi mà tôi có thể đưa ra đó chính là hãy mặc kệ phụ nữ với sự ngoan cố của họ! Bởi chỉ có họ mới tự biết được điểm đáy của mình ở đâu. Khi đó, bạn sẽ được chứng kiến phụ nữ lạnh lùng và tàn nhẫn tới mức nào.

Nhắc lại cô bạn tôi có anh người yêu (bây giờ đã cũ) là thiếu gia, sau bao phen bạn bè gia đình khuyên răn

ngăn cản không xong, mọi người đều bỏ cuộc. Đùng một cái, vào một ngày đẹp trời, cô tuyên bố với hội bạn thân rằng đã hoàn toàn cắt đứt. Mọi người đều ngạc nhiên, mắt tròn mắt dẹt hỏi cô tại sao, động lực nào? Cô thản nhiên trả lời: “Buổi sáng ngủ dậy, thấy mình hình như hết sức rồi. Không có điều gì mà chưa làm cho mối quan hệ này, chẳng có gì phải hối hận mà vẫn không thấy một tương lai xứng đáng nào cả. Tiếp tục có ý nghĩa gì?” Phải, khi phụ nữ không còn tìm ra bất kì một lí do nào nữa để trao đi và lì lợm, lúc đó cũng là lúc mà họ nhận ra giới hạn của mình.

Vào khoảnh khắc ấy, tôi tin bất kì phụ nữ nào cũng khóc, cũng đau lòng, cũng xót xa nhưng họ không luyến tiếc, họ không bi ai. Họ nhìn thấy rõ con đường trước mặt, nhận

thấy hi vọng mới được hồi sinh trong tim, và mở cánh cửa, bước qua thêm. Họ không quên đâu nhưng họ không bao giờ bầu víu vào kỉ niệm quá khứ để mình bị tổn thương thêm lần nữa. Đứng trước người mà mình từng sâu đậm, hầu như chẳng còn rung động thương mến nào. Ai được mất lúc này? Chắc chắn là phụ nữ rồi! Vì khi bạn mất đi tình yêu của một người phụ nữ, có nghĩa bạn đã đánh mất cả một gia tài.

Vậy nên, hãy yêu họ khi họ còn đang “ngoan cố” vì bạn!

TIN TỨC

Style / Tháng 12/2013 1/2014

FREDERIQUE CONSTANT

Tháng 12/2013, hệ thống phân phối đồng hồ cao cấp Galle Watch giới thiệu thương hiệu Frederique Constant tại khách sạn Metropole, 60 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội. Frederique Constant được cả thế giới biết đến là thương hiệu đồng hồ cao cấp đến từ Thụy Sĩ. Ra đời năm 1988, đến nay Frederique Constant đã và đang chinh phục giới mộ điệu bằng các tuyệt tác đồng hồ cơ mỏng, lộ máy chế tạo từ những chất liệu quý. Điển hình là mẫu Tourbillon của nam và Heart Beat của nữ. Nhân dịp này, Galle Watch dành nhiều ưu đãi đặc biệt đến quý khách hàng. Thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: www.gallewatch.com hoặc gọi: 0977253186.



GUCCI

Từ T2/2014, dòng nước hoa mới của Gucci - Gucci Made To Measure chính thức được bán tại hệ thống Paris France trên toàn quốc. Dòng nước hoa mới này được thiết kế như một bộ trang phục sang trọng, dành riêng cho các quý ông lịch lãm bước trên thảm đỏ với mùi hương quyến rũ nhưng không kém phần thanh lịch. Hương đầu là hương phảng phất của hạt hồi, ngào ngạt của hoa cam, hương giữa là hương của hạt cây bách xù và mật, hương cuối quyến rũ bởi hồ phách, hoặc hương và da thuộc.

JIMMY CHOO

Jimmy Choo đã tung ra chiến dịch Cruise 2014 với sự tham gia của nàng thiên nga nước Úc - Nicole Kidman. Đây là mùa thứ hai cô đồng hành cùng chiến dịch của thương hiệu. Qua ống kính tài năng của nhiếp ảnh gia nổi tiếng Camilla Akrans, Nicole Kidman như nàng nhân ngư tóc vàng đầy gợi cảm, với nét mặt thờ ơ cùng thái độ vô tư gợi nhớ về các ngôi sao thần tượng của nền điện ảnh Pháp và Ý những năm 60. Cô như đang thống trị cả hậu trường, đổ bóng xuống đại dương đầy kịch tính với dáng đứng ngạo nghễ trên đôi giày cao gót Xenia trong khi tay cầm chặt túi Anna da rắn. Bên cạnh đó, bức ảnh cận cảnh đưa người xem liên tưởng đến nữ thần mùa hè oi bức với những nét gợi cảm yếu đuối trong tư thế đầy khiêu khích.



CHLOÉ

Ngày 16/12, nhãn hiệu Chloé hân hạnh đón nhận giải thưởng Légion do Bộ trưởng bộ văn hóa thông tin Pháp, Aurélie Filippetti trao tặng cho nhà sáng lập Gaby Aghion. Đây là dịp đặc biệt để tưởng niệm cuộc đời và sự nghiệp của Aghion. Di sản, tinh thần của bà vẫn hiện diện, phản ánh giá trị của nhãn hiệu Chloé ngày nay. Nhờ công lao của bà, Chloé đã khẳng định được vị thế riêng biệt, hình tượng hoàn hảo của người phụ nữ trẻ trung, đương thời.

MERCEDES-BENZ

Vừa qua, tại bảo tàng nghệ thuật MAM Art Projects Hà Nội, Mercedes-Benz và gallery ViveKKevin đã tổ chức đêm triển lãm trang sức mang tên Precious Mechanisms. Trong đêm triển lãm, BST Heart với sáu quả tim bạc được dập và đánh bóng, nung nóng và thổi căng, trải qua quy trình sơn công nghệ cao mà Mercedes-Benz đang áp dụng với mẫu xe đầu bảng S-Class, giúp tạo nên vẻ sáng bóng và độ bền cực cao. 6 quả tim này chính là những chiếc trái tim cài áo lấy cảm hứng từ nền văn hóa Hindu của Ấn Độ và được thể hiện qua bàn tay của Vivek Chaudhary. Hai màu sắc chủ đạo của tác phẩm Heart là đỏ và xanh dương, thể hiện hai thái cực cảm xúc trái ngược của con người.



TIN TỨC

Style / Tháng 12/2013 1/2014

OHUI

Từ 23/12 – 12/01, thương hiệu mỹ phẩm Ohui tổ chức cuộc thi dành cho tất cả các fan là người Việt Nam hoặc người nước ngoài đang sinh sống và làm việc tại Việt Nam. Để tham dự cuộc thi, người tham dự truy cập vào ứng dụng Feel Young, Feel the First trên facebook của Ohui Việt Nam theo địa chỉ: <https://www.facebook.com/OHUIVietnam> và làm theo hướng dẫn. Cuộc thi với nhiều giải thưởng hấp dẫn gồm: 03 giải tuần, mỗi giải 01 bộ sản phẩm The First Cell Revolution 05 pcs set; giải chung cuộc gồm: 01 giải nhất là 01 sản phẩm The First Cell Revolution Essence 50ml và 01 sản phẩm The First Cell Revolution Cream Soft 55ml trị giá 9,9 triệu đồng, 05 giải nhì, mỗi giải là 01 sản phẩm The First Cell Revolution Essence 50 ml trị giá 4,4 triệu đồng và 10 giải ba, mỗi giải 01 sản phẩm du lịch The First Cell Revolution Skin Softener 150 ml trị giá 1,73 triệu đồng.



AZZARO

Cùng với dòng Chrome cổ điển, năm 2013 Azzaro ra mắt Chrome Uniter để tôn vinh một lần nữa sự gắn kết giữa những người đàn ông. Chrome Uniter là sản phẩm nước hoa để cao tình bạn gắn bó, nhấn mạnh mối liên kết giữa những người đàn ông thế hệ trẻ với những khoảnh khắc vui vẻ, thư giãn, thoải mái chia sẻ cùng nhau, sẵn sàng cho bất kỳ chuyến phiêu lưu nào. Hương thơm tinh khiết và mạnh mẽ như kim loại chrome, tươi mát và sống động lấy cảm hứng từ bầu trời và nước biển trong xanh vùng Địa Trung Hải – quê hương của nhà sáng lập Azzaro. Chrome để cao niềm vui sống và cảm xúc chân thật, sức mạnh gắn kết và khao khát tự do. Sản phẩm được bán tại hệ thống Parkson, Tax & Paris France vào giữa tháng 01/2014.



DOLCE & GABBANA

D&G là hai chữ cái bắt đầu trong tên gọi của hai nhà thiết kế sáng lập nhãn hiệu thời trang D&G là Domenico Dolce và Stefano Gabbana. Chính thức ra đời năm 1985, đến nay, thương hiệu D&G đã nổi tiếng khắp toàn cầu. Không chỉ nổi danh bằng các mẫu thiết kế thời trang, D&G còn khẳng định được tên tuổi của thương hiệu bằng các mẫu nước hoa cao cấp. Mùa lễ hội năm nay, D&G pour homme và D&G pour femme trở lại trong một diện mạo mới táo bạo hơn, quyến rũ hơn trong những cung bậc cảm xúc của tâm hồn. Nếu như hương đầu của D&G pour homme là hương ngào ngạt của cam Ý, hương giữa là hương tiêu, oải hương và hương cuối là mùi của thuốc lá thì D&G pour femme có hương đầu của trái phúc bồn tử, hương giữa của cam ngọt lạnh và hương cuối là hương marshmallow.

SULWHASOO

Nghệ sĩ thiết kế trang sức kim loại hiện đại Jung A Young một lần nữa hồi sinh kỹ thuật chạm trổ thủ công truyền thống trong tác phẩm nghệ thuật SULWHASOO ShineClassic Make up. Trong tác phẩm này, từng cánh hoa mai mỏng manh nhưng không đánh mất vẻ cao quý như thể đang khẽ lướt lờ trong gió, kích thích thị giác và đánh thức xúc giác khi chạm vào. Dòng sản phẩm trang điểm SULWHASOO ShineClassic Make up tại Việt Nam gồm phần phủ ShineClassic Powder Compact với 2 tông màu Natural Beige và True Beige; phần đa chức năng trang điểm mắt và vùng má ShineClassic Multi Powder Compact. Hiện ở Việt Nam chỉ có duy nhất 10 hộp, hãy nhanh tay để trở thành 1 trong số 10 người Việt Nam đầu tiên sở hữu tác phẩm nghệ thuật tinh tế này nhé.



BOBBI BROWN

Không gì sang trọng hơn là đôi môi đỏ với màu mắt trung tính hoặc là đôi môi nude với mắt khói. Chỉ dành cho mùa lễ hội, Bobbi giới thiệu sáu màu giới hạn mới cho cuộc cách mạng son môi của bà - Creamy Matte Lip Color. Nổi tiếng trong việc kết hợp môi mở cổ điển với độ bám màu kỳ diệu, son môi này có thể dễ dàng chuyển đổi từ công sở đến vui chơi, từ màu trung tính đến đậm, phù hợp cho tất cả mọi người. Chọn những tông đỏ nổi bật cho đôi môi ấn tượng, hoặc chọn một trong ba tông trung tính tuyệt đẹp bổ sung hoàn hảo cho đôi mắt khói mùa lễ hội. Sản phẩm được bán tại cửa hàng Parkson Sài Gòn Tourist Plaza, 35 Bis – 45, Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM và Parkson Việt Tower, 198B Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội.



Estée Lauder

Estée Lauder tổ chức sự kiện trang điểm hoành tráng nhất từ trước đến nay mang tên "Vẻ Đẹp Rạng Ngời, Khởi Đầu Tươi Mới" tại cả Hồ Chí Minh và Hà Nội nhằm giúp khách hàng tìm một diện mạo hoàn toàn mới cho mình trong dịp Tết năm nay. Trong ngày 9-10/1 tại Trảng Tiễn Plaza, HN và 11-12/1 tại Diamond Plaza, HCM. Một điều đặc biệt trong sự kiện trang điểm lần này là sự góp mặt của Bobby Wang, chuyên gia Trang Điểm Quốc Tế của Estée Lauder. Để tham dự chương trình, mua Makeup Voucher trị giá 500,000 VNĐ khách hàng sẽ được hưởng 4 đặc quyền từ Estée Lauder

- * Nhận ngay Quà Tặng Năm Mới từ Estée Lauder trị giá 700,000 VNĐ
- * Nhận ngay Quà Tặng Dịch Vụ từ Estée Lauder trị giá 1,000,000 VNĐ
- * Chuyên gia trang điểm quốc tế Bobby Wang sẽ hướng dẫn phong cách trang điểm cho riêng bạn để có một Vẻ Ngoài Hoàn Hảo và Đôi Mắt Rạng Rỡ cho dịp Tết năm nay
- * Sử dụng Voucher để quy đổi sản phẩm trị giá 500,000 VNĐ ngay sau Event

ARTÈGO

Nhãn hiệu Artègo đến từ Ý vừa giới thiệu bộ sản phẩm chống rụng và kích thích mọc tóc mới. Bộ sản phẩm mới này bao gồm: dầu gội chống rụng Rescue Shampoo và dung dịch chống rụng Rescue Lotion. Thành phần hoạt tính Tricogen TM & Vitaplex TM được thử nghiệm trên 2 sản phẩm này cho thấy hiệu quả ngăn chặn rụng tóc và kích thích mọc tóc mới lên đến 45% ngay sau 8 tuần sử dụng. Với thành phần chiết xuất từ thảo mộc và các hợp chất hữu cơ tự nhiên như: táo đỏ, táo nâu, Glucogen từ biển, nhân sâm, bạch quả, đậu tương, Vitamin, ... có tác dụng làm giảm tóc rụng, tái tạo mô tóc, kích thích tóc mọc tự nhiên, giúp tăng cường sức sống và độ đàn hồi cho tóc.



AiiM

Ngày 6/12, Lions Festivals - đơn vị tổ chức giải thưởng Spikes Asia, đã công bố quyết định bổ nhiệm trung tâm đào tạo kỹ năng truyền thông marketing AiiM làm nhà đại diện chính thức mới của liên hoan quảng cáo sáng tạo Spikes Asia; Digital Asia Festival và Festival of Asian Marketing Effectiveness and Strategy tại Việt Nam. Với cương vị này, AiiM sẽ đảm nhận trách nhiệm để cử thành viên ban giám khảo, tổ chức tuyển chọn tài năng sáng tạo trẻ đại diện cho Việt Nam tham gia tranh tài ở cấp độ khu vực, đồng thời tổ chức những sự kiện quảng bá cho liên hoan cũng như đem lại nhiều lợi ích cho ngành truyền thông quảng cáo trong nước, vì mục tiêu "nâng tầm quảng cáo Việt". Đây thực sự là một tin vui cho không chỉ cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực quảng cáo tại Việt Nam, mà còn cho những bạn trẻ có niềm đam mê sáng tạo.



WE CARE FOR HER

Ngày 15/12 tại Tp.HCM, quỹ hỗ trợ bệnh nhân ung thư - Ngày mai tươi sáng, bộ Y tế và tập đoàn Roche cùng triển khai dự án phòng chống bệnh ung thư vú với tên gọi "Vi Phụ Nữ, Vi Ngày Mai" (We care for her). Đây là chương trình mang ý nghĩa lớn và là chương trình đầu tiên trong cam kết đẩy lùi bệnh ung thư vú ở Việt Nam của Roche trong 3 năm từ 2013 - 2015. Theo đó, cùng với việc triển khai tuyên truyền kiến thức, quỹ hỗ trợ bệnh nhân ung thư - Ngày mai tươi sáng, bộ Y tế sẽ phối hợp với các hệ thống bệnh viện chuyên về ung thư trên toàn quốc tiến hành thực hiện khám và tầm soát miễn phí cho phụ nữ ở 5 thành phố và huấn luyện chuyên môn cho y bác sĩ trong công cuộc phòng chống và kiểm soát bệnh ung thư vú tại Việt Nam, đặc biệt với ung thư vú HER2 có dương tính.



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 "Vẻ Đẹp Với Trái Tim" của thương hiệu.

187

STYLE

TIN TỨC

Style / Tháng 12/2013 1/2014

ROBB REPORT RESIDENCE

Ngày 5/12, ấn phẩm Robb Report và khu dân cư đẳng cấp Đảo Kim Cương cùng công bố chương trình hợp tác phát triển dự án Robb Report Residence. Dự án Robb Report Residence chiếm chọn hai tầng 16 và 17 của tòa tháp nhằm mang nhấm mang lại một không gian sống cao cấp cho người thành đạt tại Việt Nam. Các thương hiệu tham gia thiết kế và bài trí dự án này đều là những thương hiệu hàng đầu thế giới tại Việt Nam gồm: Fendi Casa, Hennessy với thiết kế của Tom Dixon, SieMatic, TechnoGym, Steinway Lyngdorf và Swarovski Lighting. Dự án sẽ được khởi công từ đầu năm 2014, và dự kiến hoàn thành vào tháng Năm năm 2014. Sau khi hoàn thành, Robb Report Residence là nơi giúp các đơn vị và cá nhân tổ chức những sự kiện độc đáo, đẳng cấp trong thời hạn tám tháng kể từ sau lễ ra mắt. Sau đó, được bán cho những ai muốn tìm kiếm một không gian sống lý tưởng.



SWAROVSKI

Chào đón mùa lễ hội 2014, thương hiệu pha lê cao cấp Swarovski ra mắt cửa hàng mới tại tầng trệt TTDM Diamond Plaza. Đây là cửa hàng thứ 3 tại Việt Nam của thương hiệu pha lê cao cấp đến từ Áo được phân phối bởi công ty Việt Thái quốc tế. Cửa hàng bao gồm những sản phẩm trang sức thời trang dự tiệc hàng ngày với điểm nhấn đặc trưng là sự tinh tế của pha lê kết hợp cùng những kỹ thuật thủ công tinh xảo của các nghệ

nhân Swarovski. Nhân dịp này, cửa hàng ra mắt BST đặc biệt thích hợp cho mùa lễ hội cùng nhiều quà tặng hấp dẫn đến quý khách hàng. Thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: www.facebook.com/SWAROVSKI.global.



NOKIA

Từ ngày 15/12, Nokia Lumia 525 chính thức có mặt tại các trung tâm bán lẻ của Nokia. Ngoài việc kế thừa những đặc điểm được ưa chuộng ở Lumia 520 như chip Qualcomm Snapdragon S4 lõi kép, màn hình 4 inch cảm ứng siêu nhạy, camera 5 megapixel, Nokia Lumia 525 còn được cập nhật bản Nokia Lumia Black, trang bị Ram 1GB, tích hợp bản đồ Here Maps và dịch vụ nghe nhạc trực tuyến miễn phí Nokia MixRadio. Bản cập nhật Nokia Lumia Black cho chất lượng hình ảnh tốt hơn, đồng thời bổ sung những tính năng hữu dụng như: khóa xoay màn hình, tính năng đóng ứng dụng, hay Driving mode là tính năng từ chối lịch sự các tin nhắn và cuộc gọi khi đang lái xe. Nokia Việt Nam công bố mức giá chính thức cho bốn phiên bản trắng, đen, cam glossy và vàng của Lumia 525 là 3,499,000VNĐ/sản phẩm.

PEDRO

Mùa Xuân năm nay, điểm nhấn hoàn hảo trên những thiết kế tối giản được khắc họa rõ nét trong BST Xuân 2014 của Pedro. BST dành cho nam là một bước tiến mới của Pedro khi những mẫu giày dạ tiệc lần nữa được hồi sinh với phần đế giày màu trắng tương phản trên nền gam màu xanh và màu đen chủ đạo, với một chút phóng khoáng của những họa tiết trang trí brogue trên kiểu giày wingtip và với những đường cắt may tỉ mỉ trên cả đôi giày. Về đẹp nhẹ nhàng, sang trọng đã được nâng lên một tầm cao mới với những thiết kế đáng kinh ngạc trong BST dành cho nữ. Những đôi giày cao gót thời trang, những đôi sandal thanh thoát, những đôi giày pump mũi nhọn trong chất liệu da rắn đính kim loại cá tính, đến những đôi giày chunky gót lớn với những chi tiết trang trí tương phản là những thiết kế đáng để các quý cô ngóng đợi.

SAMSUNG

Từ 20/12 – 25/01, Samsung tổ chức chương trình khuyến mãi đặc biệt mang tên "Màn hình và máy in Samsung, quà tết diệu kỳ". Đây là chương trình nhằm tri ân khách hàng, được áp dụng tại các đại lý Samsung trên toàn quốc có tham gia chương trình "Bảo hành điện tử" với Samsung. Theo đó, khi khách hàng mua sản phẩm máy in Samsung hoặc màn hình vi máy tính từ 22 inch trở lên sẽ được tặng loa Logitech Z120, âm thanh sống động trị giá 315,000VNĐ. Tổng số lượng quà tặng có giá trị gần 1,3 tỉ đồng. Samsung sẽ gửi quà trực tiếp đến khách hàng qua đường bưu điện trong 7 ngày làm việc kể từ ngày khách hàng nhận được tin nhắn kích hoạt "Bảo hành điện tử".



188

STYLE



FORD FIESTA

Ford Fiesta mới, dòng xe cỡ nhỏ nổi tiếng của Ford được sản xuất nội địa và trang bị hai loại động cơ EcoBoost 1.0L và động cơ toàn cầu tiết kiệm nhiên liệu Duratec 1.5L Ti-VCT đã sẵn sàng được giao đến tay khách hàng Việt Nam từ ngày 17/12/2013. Ford Fiesta mới được trang bị thêm nhiều công nghệ thông minh, trong đó có hệ thống kết nối Ford SYNC đạt giải thưởng. Thêm vào đó, Fiesta mới còn được trang bị một loạt các tính năng tiện lợi như công nghệ thông minh mở cửa không cần chìa khoá (Smart Keyless Entry), cho phép khách hàng mở cửa xe hoặc khởi động động cơ không cần sử dụng chìa. Khách hàng có thể mở cửa tự động bằng việc kéo tay cầm và khởi động bằng cách nhấn nút khởi động Ford Power Start. Chiếc Fiesta mới là sự kết hợp tối ưu của các công nghệ thông minh, an toàn, thân thiện với môi trường mang đến nhiều giá trị hơn cho người tiêu dùng Việt Nam.



PUMA

Tháng 12/2013, cộng đồng fashionista thế giới cùng đón chào sự trở lại đầy mới lạ của đôi giày cao cổ Slipstream – biểu tượng của thương hiệu thời trang thể thao hàng đầu PUMA. Xuất hiện từ cuối những năm 80 của thế kỷ trước, Slipstream đã tạo nên một sự bùng nổ trong văn hóa đường phố. Mùa Thu-Đông 2013, PUMA Slipstream tái sinh dưới tên gọi PUMA Future Slipstream Lite, mang diện mạo hoàn toàn mới với nguồn cảm hứng từ loài báo Puma mạnh mẽ. Cùng với chiến dịch mạng xã hội #ForTheStreet, PUMA Slipstream sẽ mang đến cho những tín đồ thời trang thể giới những cá tính táo bạo và ấn tượng hơn. Hãy cập nhật những thông tin mới nhất về Slipstream và chiến dịch #ForTheStreet tại <http://facebook.com/pumavietnam> và madeforthestreet.com.

SHERATON SAIGON

Ngày 16/12, khách sạn Sheraton Saigon tổ chức đêm tiệc tri ân khách hàng và kỷ niệm 10 năm hoạt động tại Tp.HCM, Việt Nam. Đêm tiệc diễn ra tại khán phòng Grand Ballroom với sự góp mặt của hơn 300 khách mời là các khách hàng thân thiết đã ủng hộ Sheraton Saigon trong suốt 10 năm qua. Lấy cảm hứng từ hai màu chủ đạo tím và bạc, cả không gian của khán phòng Grand Ballroom được trang hoàng lộng lẫy và hài hòa đến từng chi tiết. Buổi lễ tri ân và kỷ niệm 10 năm của Sheraton Saigon diễn ra thành công nhờ sự góp mặt

của các vị khách quý cũng như phía các nhà tài trợ gồm: Estée Lauder, Milano, cùng các khách sạn và khu nghỉ dưỡng thuộc Starwood như: Westin Resort Nusa Dua Bali, Westin Singapore và St. Regis Bangkok.



CHARLES & KEITH

Thương hiệu thời trang Charles & Keith vừa giới thiệu BST Xuân 2014. BST là nghệ thuật cân bằng hoàn hảo giữa sự mạnh mẽ nam tính và vẻ đẹp nữ tính, nhằm tôn vinh những đường nét thiết kế đương đại, được thể hiện phong phú và biến hóa từ kiểu dáng cho đến từng mẫu mã thiết kế. Những quy tắc thời trang táo bạo và nổi loạn vốn chỉ dành cho ban đêm giờ đây lại được sử dụng như một sự bổ sung hoàn hảo cho BST phụ kiện ban ngày. Thêm một chút tươi mới của mùa xuân cho tâm hồn bạn – Charles & Keith mang đến một sự kết hợp mới mẻ giữa những chi tiết kim loại ánh bạc lấp lánh với những gam màu pastel ngọt ngào. Những chi tiết trang trí tỉ mỉ được bổ sung vào các thiết kế này để tạo nên một bước chuyển mình hoàn hảo cho mùa xuân.



SAIGON SPORTS CLUB

Chính thức đi vào hoạt động từ tháng 5/2013, Saigon Sports Club được biết đến là trung tâm đào tạo võ thuật lớn nhất Việt Nam với diện tích gần 8000 m2, đồng thời là trung tâm duy nhất tại Việt Nam trang bị đầy đủ môn Cross Training. Với thiết kế rộng rãi, cùng nhiều trang thiết bị máy tập hiện đại, chuyên nghiệp, Saigon Sports Club luôn đáp ứng một cách tốt nhất nhu cầu tập luyện các môn võ thuật nổi tiếng thế giới như: Muay Thái, Boxing, MMA, BJJ,... hay đơn giản là các môn gym, yoga, zumba, cross training, spinning, crunch,... Chào đón mùa lễ hội 2014, Saigon Sports Club áp dụng chương trình nhân đôi thẻ tập đến quý khách hàng. Thông tin chi tiết, vui lòng gọi: 0966 330 089 - 083 773 0513.

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 12/2013 - 1/2014

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, Q.1, 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 Viet 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



Thakoon





COOL GADGETS

- ĐỒ CHƠI CÔNG NGHỆ HẤP DẪN

Hải Đăng

VỚI CÁC TÍNH ĐỒ CÔNG NGHỆ, BÊN CẠNH NHỮNG VẬT DỤNG PHỔ BIẾN NHƯ ĐIỆN THOẠI, MÁY TÍNH BẢNG, MÁY ẢNH... THÌ NHỮNG THIẾT BỊ CẢI TIẾN HAY PHỤ KIỆN THÔNG MINH (COOL GADGETS) CŨNG LÀ NIỀM ĐAM MÊ KHÓ CƯỜNG. STYLE XIN GIỚI THIỆU MỘT VÀI SẢN PHẨM ĐANG "HOT" NHẤT TRÊN THỊ TRƯỜNG HIỆN NAY ĐỂ BẠN THAM KHẢO.

1 Google Chromecast

Đây thực sự là một giải pháp giá cực mềm để có thể thưởng thức video và âm nhạc từ máy tính trên tivi. Google Chromecast về cơ bản khá giống một chiếc usb thông thường, kết nối với TV của bạn qua cổng HDMI, rồi từ đó hoạt động dựa trên điện toán đám mây để phát các app tương thích như Youtube, Netflix... từ máy tính của bạn lên màn hình tivi. Hoạt động cực kì đơn giản, ổn định và an toàn, Google Chromecast đang được rất nhiều tín đồ công nghệ săn đón. Giá của nó là \$35.

2 Netatmo Weather Station

Đời sống càng cao thì con người càng chú ý hơn đến điều kiện môi trường mà mình sinh sống. Chính vì thế Netatmo Weather Station đã ra đời với các tính năng thú vị như đo chất lượng không khí trong vùng không gian mà bạn muốn, xác định tỉ lệ CO2, độ ẩm... Bạn có thể xem kết quả ở điện thoại hay máy tính đều được. Giá của sản phẩm này là \$179.

3 i7x2 Bluetooth Headphone

Đây là chiếc headphone được giới hâm mộ công nghệ cũng như say mê headphone ưa chuộng

và gọi nó là chiếc headphone của năm. Không chỉ mang thiết kế năng động, đẹp mắt với màu sắc sinh động, i7x2 còn trang bị microphone và kết hợp Bluetooth để bạn không chỉ nghe nhạc với chất lượng âm thanh chuẩn mực mà còn có thể tiến hành gọi/nhận các cuộc gọi từ điện thoại. Giá sản phẩm này là \$261.

4 LG Pocket Photo Mini Mobile Printer

Facebook hay Instagram đã thành một phần cuộc sống của nhiều người nhưng những phương thức cũ như lưu giữ những bức ảnh thật vẫn luôn được ưa chuộng. Chính vì vậy, LG Pocket Photo Mini Mobile Printer ra đời là sự kết hợp giữa công nghệ tiên tiến và nhu cầu truyền thống. Kết nối với các điện thoại chạy hệ điều hành Android bằng cáp hoặc Bluetooth, thiết bị nhỏ gọn chỉ trong lòng bàn tay này sẽ in ảnh ngay tại chỗ cho bạn chỉ trong tích tắc vào bất cứ lúc nào bạn muốn. Giá sản phẩm là \$129.

5 Samsung Game Pad

Điện thoại thông minh ngày nay chắc chắn cũng là một máy chơi game với kho app vô cùng phong phú chào mời người dùng download về máy. Và để đơn giản hoá hơn cho những tín đồ game vốn hay gặp trục trặc với bàn phím cảm

ứng bé tẹo, Samsung Game Pad đã ra đời. Với nhiều nút bấm lớn và đầy đủ chức năng, chắc chắn sẽ giải quyết triệt để vấn đề điều khiển của người chơi. Tuy nhiên Samsung Game Pad hiện chỉ mới thích ứng với điện thoại Samsung Galaxy S4 mà thôi. Giá của sản phẩm là \$109.

6 My Charge Freedom 2000 Case

Trên thị trường hiện có rất nhiều sản phẩm sạc pin dự phòng, tuy nhiên theo đánh giá của giới chuyên môn thì My Charge Freedom 2000 Case là sản phẩm rất đáng sở hữu. Với thiết kế như một case iPhone 5 thông thường, sản phẩm vừa bảo vệ hoàn hảo điện thoại của bạn, sạc pin gấp 2 lần mạnh mẽ và có thiết kế vô cùng bắt mắt hiện đại. Giá của sản phẩm là \$79.90.

7 Pepple

Được mệnh danh là chiếc đồng hồ đầu tiên của thế kỉ 21, Pepple kết nối với iPhone hoặc điện thoại chạy hệ điều hành Android bằng Bluetooth, thông báo qua chế độ rung với bạn mỗi khi có cuộc gọi hay tin nhắn, emails. Ngoài ra, với apps, bạn có thể biến chiếc đồng hồ này thành một chiếc đồng hồ thông thường, GPS, máy mp3 hay thậm chí là máy tính. Giá của sản phẩm là \$150.

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



Giá chỉ từ: **579** Triệu đồng***



**Khóa thông minh
và khởi động bằng
nút bấm**



**Động cơ
EcoBoost 1.0L***



**Tiết Kiệm Nhiên Liệu
5.3L/100 km***

* Chu Trình Thử UN-ECE-R101



**Hệ Thống
Bảo Vệ
Thông Minh**

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+.

*** Giá trên đã bao gồm VAT. Liên hệ Đại lý gần nhất để biết thêm chi tiết.



Go Further

• **HANOI FORD:** 94 Ngõ Thù Nhậm, Hà Nội. Tel: 04.39712439
• **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888
• **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920
• **THANH XUÂN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525
• **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055
• **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566
• **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990
• **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. 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 DẪY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888**

| ford.com.vn |



Heineken

open your world



CHÚC MỪNG NĂM MỚI VIỆT NAM

CÙNG HEINEKEN TRẢI NGHIỆM ĐÊM LỄ HỘI
ĐỘC ĐÁO CHƯA TỪNG CÓ TẠI VIỆT NAM

20:00 - 00:00, 31/12/2013

TP. HỒ CHÍ MINH - HỒ BẮN NGUYỆT, PHƯỜNG MỸ HƯNG, QUẬN 7
HÀ NỘI - QUẢNG TRƯỜNG NHÀ HÁT LỚN

www.facebook.com/heineken

