

STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

THE GETAWAY issue

Tạm biệt L'Wren Scott

SEX & FASHION • HÃY CỨ CHẠY ĐI! • CẨM NANG ĐUA VỚI LỬA



KENZO PARIS





roberto cavalli

LUALAMILANO

AZZEDINE ALAIA

BLUGIRL

BLUMARINE

CANALI

CAROLINA HERRERA

DOLCE&GABBANA

DRIES VAN NOTEN

DSQUARED2

ELIE SAAB

EMILIO PUCCI

ESCADA

ETRO

FRANCESCO SCOGNAMIGLIO

MANOLO BLAHNIK

OSCAR DE LA RENTA

PAUL SMITH

ROBERTO CAVALLI

TALBOT RUNHOF

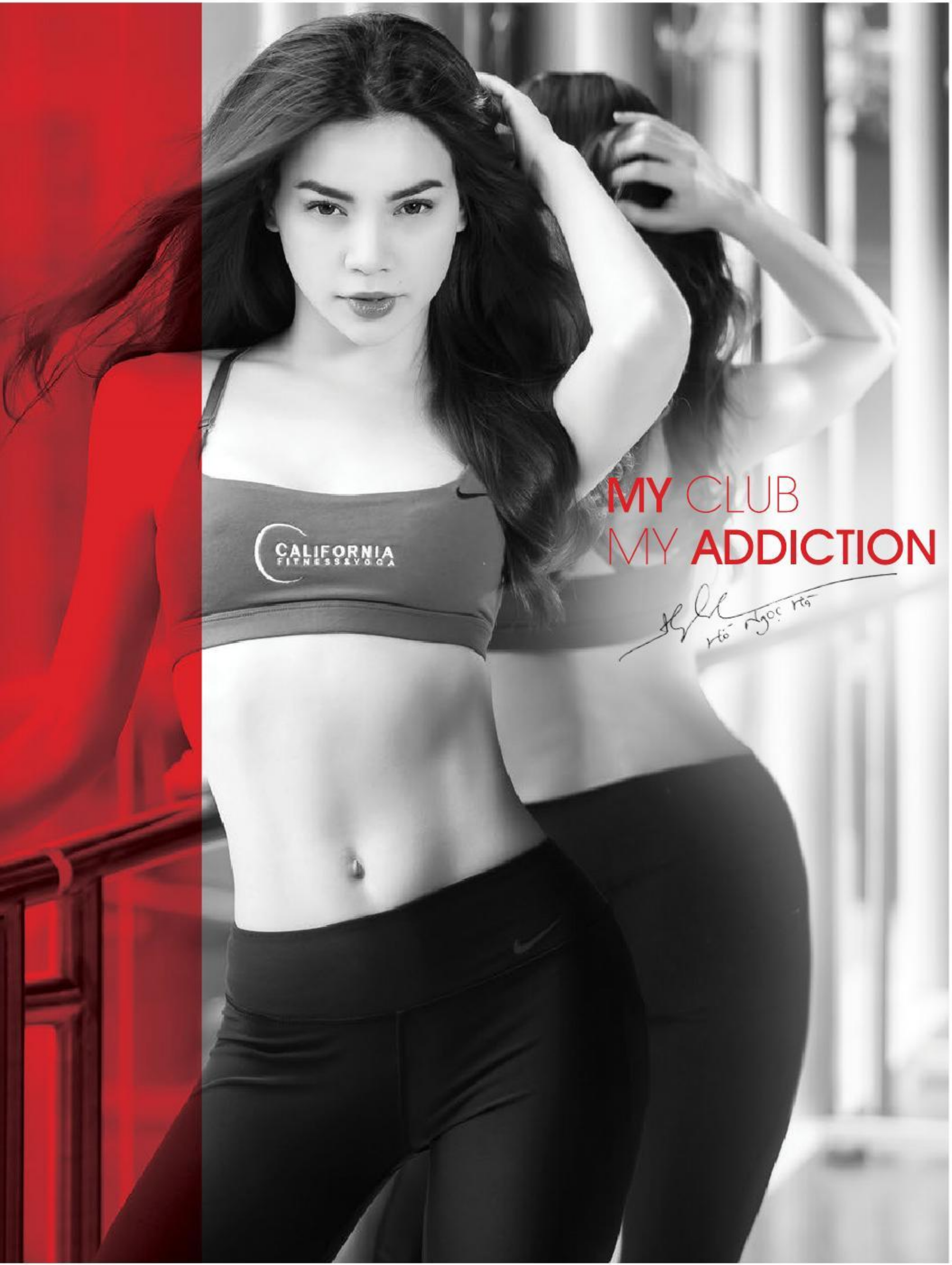
TOD'S

VICTORIA BECKHAM

PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



CALIFORNIA
FITNESS & YOGA

MY CLUB
MY ADDICTION

*Still
rất yêu rất*

92



♥ **TEA CORNER**

18.

Hãy cứ chạy đi

♥ **FASHION**

22.

Prefall 2014/2015

29.

Style Manual

32.

Fall Winter 2014/2015

36.

Mặc như người nổi tiếng

54.

L'Wren Scott

- Người phụ nữ của tháng tư

66.

Sex and Fashion

♥ **BEAUTY**

94.

Beauty Buzz

100.

Những mùi hương của thời trang

102.

Chớp mắt điệu nghệ

108.

Zumba - Vũ điệu cuồng nhiệt

110.

Hương xù lạ

CONTENTS

MARCH - APRIL 2014





R

RUNWAY

CONCEPT STORE HANOI

JACKET: RAOUL
TOP: ACNE STUDIOS
SHORTS: ACNE STUDIOS
BAG: MARC BY MARC JACOBS
WWW.RUNWAY.VN

126



120

CONTENTS

MARCH - APRIL 2014

♥ LIFESTYLE

114.

Khu vườn yên tĩnh

118.

Cool Gadgets

120.

Tiền nào chưa chắc của nấy

122.

Bạn đồng hành của những chuyến đi

128.

Penang - và những đoạn rời rạc

♥ ENTERTAINMENT

142.

Huyền Trang
- và những lựa chọn buông bỏ

150.

Lilian Trần
- Phù thủy thời trang điện ảnh

156.

Beyoncé
- Một tư tưởng nữ quyền mới

162.

Amazing Spiderman 2
- Kẻ thù hội tụ

166.

Cắm nang đùa với lửa



KIỆT TÁC NGHỆ THUẬT

Điện thoại Vertu Constellation nổi bật với thiết kế hoàn hảo và màu sắc sang trọng, chất liệu da bê thượng hạng được tinh tuyển từ xưởng thuộc da danh tiếng hơn 150 năm kinh nghiệm. Màn hình tinh thể sapphire có khả năng chống trầy xước cao. Mỗi chiếc điện thoại ra đời là một kỳ công trong khâu chế tác và được khắc tên bởi một nghệ nhân duy nhất tại Church Crookham, Anh Quốc. Khám phá thêm tại www.vertu.com

The new Vertu Constellation

Rex Hotel, HCMC + 84 902908888

Melia Hotel, Hanoi +84 906242424

Sofitel Legend Metropole, Hanoi +84 944465555

VERTU

HANDMADE IN ENGLAND



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: 98/QĐ-XBTDTT/05-2014/CXB/12-595/TDTT

Khổ: 21x28.5cm

In tại nhà máy in Bản Đồ

In xong nộp lưu chiểu tháng 3 năm 2014

Giá: 34.500 VNĐ

BURBERRY BRYTHERM

BURBERRY.COM



TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THƯƠNG XÁ TAX | 192 HAI BÀ TRƯNG | DIAMOND PLAZA | PARKSON SAIGONTOURIST |
| PARKSON CANTAVIL | PARKSON HÙNG VƯƠNG | PARKSON FLEMINGTON | PARKSON C.T | PARKSON PARAGON | HÀ NỘI | 23 TRĂNG THI |
| VINCOM CITY TOWERS | VINCOM ROYAL CITY | VINCOM VILLAGE | PARKSON VIETTOWER | PARKSON LANDMARK | 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: 412/13/QCMP-HCM.



editor's note

Quảng gánh lo

A photograph of a modern outdoor patio. The patio is covered by a white pergola with horizontal slats. The walls are made of light-colored horizontal siding. The furniture consists of a light-colored wooden sofa and armchair with white cushions and patterned throw pillows. A low wooden coffee table with a white vase of red flowers sits in front of the sofa. The floor is made of grey wooden planks. In the background, there are green plants and a white pillar. A cutout of a woman's head with dark hair and a necklace is placed in the foreground, overlapping the patio scene.

Holly Fulton

Nghĩ ít thôi và đi! Đôi lúc chúng ta cần bớt cân đo đong đếm lại, thả lỏng bản thân và liêu lĩnh làm điều mình từng ấp ủ hay đột nhiên thích cũng được. Sự bất ngờ là một phần của cuộc sống này. Vậy tại sao lại bỏ lỡ nó có phải không?

Chúc bạn lên đường may mắn!



muel Hoang

Cao Tuan Dat

Monica Vinader

MARC by Marc Jacobs

Reed Krakoff

Thakoon

Gucci

Preen by Thornton Bregazzi

Fendi

*Cuộc sống là nét đẹp năng động



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

hcmc • union square • new world hotel • hanoi • vincom royal city • pacific place

fashion



*cuộc sống là nét đẹp năng động



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

hcmc • union square • new world hotel • hanoi • vincom royal city • pacific place



Hãy cứ chạy đi

Lam Ly

Không có tự do nào là tuyệt đối!



“ *Tình yêu cứu rỗi nhân loại, hãy xem đó là một định đề.
Nếu không thể cứu rỗi nhân loại, thậm chí không thể cứu rỗi cuộc đời của bất cứ
ai. Thì tình yêu cũng là thứ gây xao nhãng tuyệt vời nhất.* ”

Phụ nữ thích sự ổn định, đây là đặc tính bản năng của giống loài, được củng cố qua lịch sử phát triển và đóng hằn trong chuẩn mực xã hội. Chẳng thế mà lời hứa hẹn giá trị nhất một người đàn ông có thể trao cho cô gái anh ta yêu chính là lời hứa hẹn về sự ổn định. Trong câu tỏ tình “Anh mãi yêu em”, cũng đã chứa đựng cái cam kết về sự bất biến, không thay đổi. Và nhiều phụ nữ khi đổ vỡ, vẫn thường dựa vào cam kết ổn định ấy để kết luận rằng mình là nạn nhân.

Nhưng phụ nữ cũng có những lúc ngủ dậy, chợt thấy lòng hốt hoảng. Nàng nhìn vào gương và thấy chính mình trong một nỗi thất vọng mịt mịt. Nàng sẽ trải qua một ngày với đủ thứ lập trình. Tin nhắn của người yêu, email công việc, lớp gym đều đặn mỗi 3 lần/ tuần, những cuộc hẹn được đặt lịch từ trước đó hai tuần. Những việc diễn ra như nó phải thế. Và hết ngày. Con người ta cứ thế trôi đi, không biết mình đang sống cuộc đời của chính mình hay chỉ nương

theo quán tính. Trong một khoảnh khắc nào đó, nàng thấy mình đã chết. Trở thành một phần của bức tranh tĩnh vật – natural morte – thiên nhiên chết lặng. Nàng là một mảnh ghép của bức tranh xếp hình, được cố định bằng keo dán sau khi được đặt đúng chỗ, và sẽ ở yên đó cho đến khi lớp màu trở nên cũ kỹ. Nỗi hốt hoảng ấy, hoặc đủ sức làm nàng nhảy khỏi chiếc vòng xoay ngựa gỗ mà nàng tưởng chừng đã ngồi lên từ thuở bé thơ, bất chấp xây xước. Hoặc chỉ làm nàng quên bôi màu son đỏ, lơ đãng một cái hôn, gọi thêm một ly trà chiều giữa giờ làm việc, rồi thôi.

Ta sẽ nói về những người nhảy xuống từ vòng quay ngựa gỗ!

Thình thoảng, có những con người biến mất

Họ không còn xuất hiện trên Facebook. Điện thoại im bất. Không còn thấy họ ở quán bar quen thuộc. Căn phòng đóng cửa im lìm, hoặc đổi chủ. Họ tan biến khỏi tầm mắt bạn như thế, họ của trước đó chỉ là một ảo ảnh. Hành động có trách nhiệm

và mang tính xã hội nhất mà họ có thể làm chính là một email xin nghỉ việc. Để biết rằng họ không mất tích mà chỉ đơn giản là làm một cuộc trốn chạy. Khởi đầu gì, thì có thể chính họ cũng không trả lời được. Một lúc nào đó họ sẽ trở lại- mạnh mẽ hơn, như thể vừa làm một chuyến du lịch khỏi quỹ đạo thông thường của Trái Đất theo lời bác sĩ khuyên để tốt cho sức khỏe. Cũng có khi, là không.

Vào mỗi giai đoạn nào đó của cuộc đời, người ta sẽ đứng trước một bức tường. Không, nếu là bức tường thì quá cụ thể. Bức tường là thứ ta có thể đục, đẽo, trèo qua. Tôi muốn nói đến một bức tường vô hình, mà ta thậm chí không thể gọi tên chính xác. Ta chỉ biết rằng nó khiến ta kẹt lại và bị tổn thương. Một kiểu bế tắc khiến ta không thể bước tiếp về phía trước, chấp nhận mọi thứ diễn ra như mọi ngày bình thường khác. Bức tường vô hình ấy lại còn biết co giãn, nó ôm lấy ta từng chút một và đem lại cảm giác khó chịu như thể phải mặc vào người bộ đồ của thợ lặn mà đi giữa nắng Sài Gòn trưa tháng 4. Ta thôi không còn

hiếu thế giới, và chết ngộp trong sự bí bức của mình.

Đó là khi người ta tìm kiếm một lối thoát.

Yêu

Tình yêu cứu rỗi nhân loại, hãy xem đó là một định đề. Nếu không thể cứu rỗi nhân loại, thậm chí không thể cứu rỗi cuộc đời của bất cứ ai. Thì tình yêu cũng là thứ gây xao nhãng tuyệt vời nhất.

Như giữa những deadline dày đặc, những bản báo cáo không được sai sót dù chỉ một con số, ta đóng lại Gmail, khóa số điện thoại và tìm đến nơi có tình nhân đang đợi. Lao vào vòng tay chàng, để được xoa dịu, được điên cuồng. Được say trong cảm giác phù phiếm rằng tại thời điểm này, không gian này, bên con người này, ta là duy nhất. Ta hoàn hảo, ta an toàn, ta được cung phụng. Phụ nữ tinh táo và kiêu hãnh thường chọn kiểu lối thoát đơn giản và vắn tắt này, như mở cửa và ngồi ở cầu thang thoát hiểm để hút một điếu thuốc. Rồi lại quay về.

Phụ nữ có chỗ dựa thường rất dễ khóc thút thít nhắc máy gọi cho đàn ông của mình, thế giới tạm thời để anh lo, em về nhà rửa chén thôi có được không. Phụ nữ thực tế thường đùa rằng mình sẽ đếm số tiền trong tài khoản mà đầu tư nhan sắc sao cho hiệu quả để đánh bẫy một chàng giàu sụ. Đùa thôi, khi nào có cơ hội mới làm thật.

Chung quy lại, phụ nữ cần một đồng minh cho cuộc thoát ly thực tại của mình. Và thường thì nàng sẽ tìm được.

Chạy

Đôi khi điều khiến ta đẩy cánh cửa thoát hiểm, cũng lại là một chữ yêu. Trớ trêu lắm chứ. Như một mối quan hệ đủ dài, để đóng khung ta trong những điều quen thuộc. Để biết những thứ sắp đến sẽ đến, nhưng chuyện đời phải thế. Như một vòng tay quá chặt, khiến ta ngộp thở. Một phút bản thần nhận ra mình còn cần nhiều hơn như thế, hoặc cái mình cần vốn dĩ không phải là những thứ có mặt lúc này. Sự đào thải từ bên trong, nhất là đào thải tình yêu, luôn mãnh

liệt. Điều hài hước là đàn ông dễ tìm thấy lối thoát trong tình yêu hơn đàn bà, dù nổi thèm khát tự do của hai giới là như nhau.

Bạn có biết vì sao không?

Chính là vì, phụ nữ thì có quá nhiều đồ đạc. Cô ấy không thể cứ thế mà quay đi, không ngoảnh lại, không tiếc nuối, không chần chừ. Cô ấy sẽ tự hỏi “Sẽ ra sao nếu mình có thể rời đi mà không bị phát hiện, không bị kết tội, không làm tổn thương?”. Và nếu có lúc muốn trở về, thì...có được không? Vậy nên hiếm có người phụ nữ nào bỏ trốn mà không để lại dấu vết. Bạn nghĩ tại sao đôi giày vừa như in của Lọ Lem lại rơi ra ngoài? Vậy đấy, phụ nữ đâu có đi đến cùng trời cuối đất vẫn sẽ để lại một manh mối, để hoàng tử của nàng có thể đi tìm, hoặc – ai tìm được nàng sẽ là hoàng tử. Vì vậy, cuộc chạy trốn của phụ nữ – vì tình yêu – thường hiếm có cái kết sâu sắc, tưng bừng khói lửa.

Mặt nạ

Phụ nữ là những diễn viên thiên tài. Họ có thể sắm vai nữ hoàng, nô lệ, thiếu nữ, phù thủy và hàng ngàn mặt nạ khác. Nhưng sẽ có lúc, để vượt thoát, họ đóng một vai diễn hoàn toàn khác. Đó là những lúc bạn thấy một cô gái, nhưng không phải cô ấy. Ngồi bên một người đàn ông xa lạ, cười nụ cười xa lạ, nói những câu chuyện xa lạ, làm những điều xa lạ với trí tưởng tượng của bạn. Và thu hút một cách kỳ lạ. Đó là khi họ đang sắm vai không-phải-chính-mình. Đứng bên ngoài bản thân, để không bị chi phối bởi những ràng buộc, kiểu trang phục, công việc, những mối quan hệ, tất cả những thứ định danh và định lượng về nàng. Bước ra, đi đủ xa để không ai phát hiện và tung tăng trong nhân dạng mới, tự nhủ rằng mình sẽ quay về trước khi kim đồng hồ điểm 0 giờ.

Chuyến đào-tẩu-mini

Phụ nữ không làm những cuộc thoát ly dứt khoát và choáng ngợp kiểu Into the Wild. Họ sẽ không chạy quá xa, khi chưa biết lộ trình. Lao đi – như tác giả của “Tôi là một con lừa” là một trường hợp hiếm hoi. Nhưng cô ấy đâu có chạy trốn, mà

tìm kiếm. Trái tim trần trụi, nhưng toàn thân được vũ trang bằng ý chí, kiến thức và nhiệt tình. Đa phần chúng ta không đi đến giới hạn ấy được. Cơn thèm tự do của những cô nàng thành thị thường manh mún, nhỏ bé như một cái oản mình giận dỗi. Mà vậy thì đã sao.

Suy cho cùng, không có tự do nào là tuyệt đối. Chỉ cần ngộ ra cái tương đối cũng tốt rồi. Đó là biết thả lỏng mình một chút, không gồng lên trong tấm áo và lớp phấn son chật chội. Biết buông đúng lúc, và nắm giữ kịp thời. Biết người mình muốn ở cạnh. Biết sợ hãi, và dám gọi tên sợ hãi. Dám hồn nhiên. Tự do của phụ nữ là hiểu chính mình, mà không cần chi đồng nghiệp, anh người yêu hay vị chuyên gia nào đó trên tạp chí phụ nữ làm thay điều đó.

Kết

Luôn có những lúc, ta thấy mình ở sai chỗ với sai người, tất cả đều sai, kể cả cái tên hay thân thể ta đều sai cả. Ta thèm được tìm kiếm nơi mình thuộc về. Ta muốn chạy thật xa, tìm ra một lối thoát. Quyết định ấy sẽ không bao giờ có một sự xác thực là đúng hay sai, nhưng sai hay đúng thì cũng nên thử một (vài) lần. Bởi con người không chỉ đi để trốn khỏi sự khắc nghiệt của cuộc đời, mà còn tìm kiếm điều tốt đẹp hơn ở phía trước con đường, dù đó là con đường bất định.

Thì hãy cứ chạy đi. Với giày cao gót và son đỏ. Với nước mắt và một người đàn ông. Với nỗi thốn thức không thể lý giải. Vì mình là phụ nữ.

Pre Fall 2014/2015



3.1 Phillip Lim



Alice + Olivia



Len

Andrea Incontri



Cedric Charlier

Diagonally Dressed



Emanuel Ungaro



Just Cavalli



Prada

Những vạt chéo tương phản màu là một cách chơi color block thú vị mới ở Prefall2014. Tuy nhiên, cuộc chơi này không chỉ dừng ở mỗi màu sắc mà còn ở cả chất liệu và họa tiết.



Back to School

Những chiếc váy mini xếp ly, màu đơn sắc tươi sáng, cardigan, sweater...tất cả gợi đều gợi nhắc đến những cô nữ sinh đáng yêu, trẻ trung và ngập tràn sức sống. Trẻ hoá thời trang không còn là điều gì quá mới lạ trên sàn diễn, nhưng tại Prefall 2014, phong cách "back to school" lại một lần nữa được xuất hiện đầy sinh động và đầy cảm hứng.



Pipe Dream

Áo cổ lọ mềm mại, giữ ấm tốt quay trở về không chút e dè nào tại Prefall 2014 với nhiều màu sắc và cách kết hợp khác nhau từ mặc trong váy, mặc cùng sweater, cùng áo khoác oversize. Chính sự biến hoá đa dạng đó đã giúp áo cổ lọ trở nên bớt nhàm chán và giảm tối đa "sự nghiêm túc" mà nó vốn mang lại.





TINH DẦU DƯỠNG NASHI ARGAN

Tinh dầu Nashi Argan nuôi dưỡng vẻ đẹp cho tất cả các loại tóc nhờ hỗn hợp những chất hữu cơ (Organic) chiết xuất từ thiên nhiên, được kiểm chứng với tinh dầu cây Argan của Maroc và tinh dầu hạt lanh - Linseed, giúp điều trị, nuôi dưỡng và cho mái tóc bóng khỏe với 1 thao tác rất đơn giản. Cho mái tóc xỉn màu và tóc yếu trở nên bóng, mềm mại, mượt lâu bền và dễ kiểm soát độ rối cho mọi loại tóc, giúp tạo ra kết quả hoàn hảo vĩnh cửu mà không làm nặng tóc.

Sản phẩm cho kết quả ngoài sức tưởng tượng ngay sau khi sử dụng. Mọi kiểu tóc đều trở nên bóng khỏe và suôn mượt và sử dụng sản phẩm thường xuyên sẽ giúp mái tóc của bạn trở nên dễ kiểm soát hơn và tăng hiệu quả bảo vệ tóc trước những tác động có hại của môi trường.



sea of

NHÀ TÀI TRỢ

Medilas
Anti - Aging Aesthetic Clinic


Mercedes-Benz

 CITY INTERNATIONAL HOSPITAL
Managed by *ThienKienHealth*
HỆ CHẨN ĐOÁN VIỆT NAM


Diamond Spa

MAKE UP & HAIR

namtrung
MAKEUP ACADEMY & STUDIO

ICE

ĐỐI TÁC TRUYỀN THÔNG


XAN


Future

ĐƠN VỊ BẢO TRỢ THÔNG TIN


XAN NEWS

SANHDIEU

Fairways

STYLE

HÀNGHIÊU

Menlife

RSVP

word
magazine

PHOTO BY MILOR TRAN



SPRING/SUMMER 2014

DO MANH CUONG

memory

20.04.2014

TRUNG TÂM HỘI NGHỊ VÀ TRIỂN LÃM QUỐC TẾ SECC
799 NGUYỄN VĂN LINH, PHÚ MỸ HƯNG, QUẬN 7

Viktor & Rolf

Tie a Bow

Alice by Temperley

M Missoni

Chanel

Valentino

Alice + Olivia

Michael Kors

Những chiếc nơ đáng yêu và nữ tính trên váy, trên áo, đính sẵn hay thắt bằng khăn...vừa khiến bạn kín đáo nơi công sở vừa không làm mất đi sự dễ thương tươi trẻ. Hãy chọn cho mình một chiếc nơ!

STYLE MANUAL

Thấp sáng mùa xuân

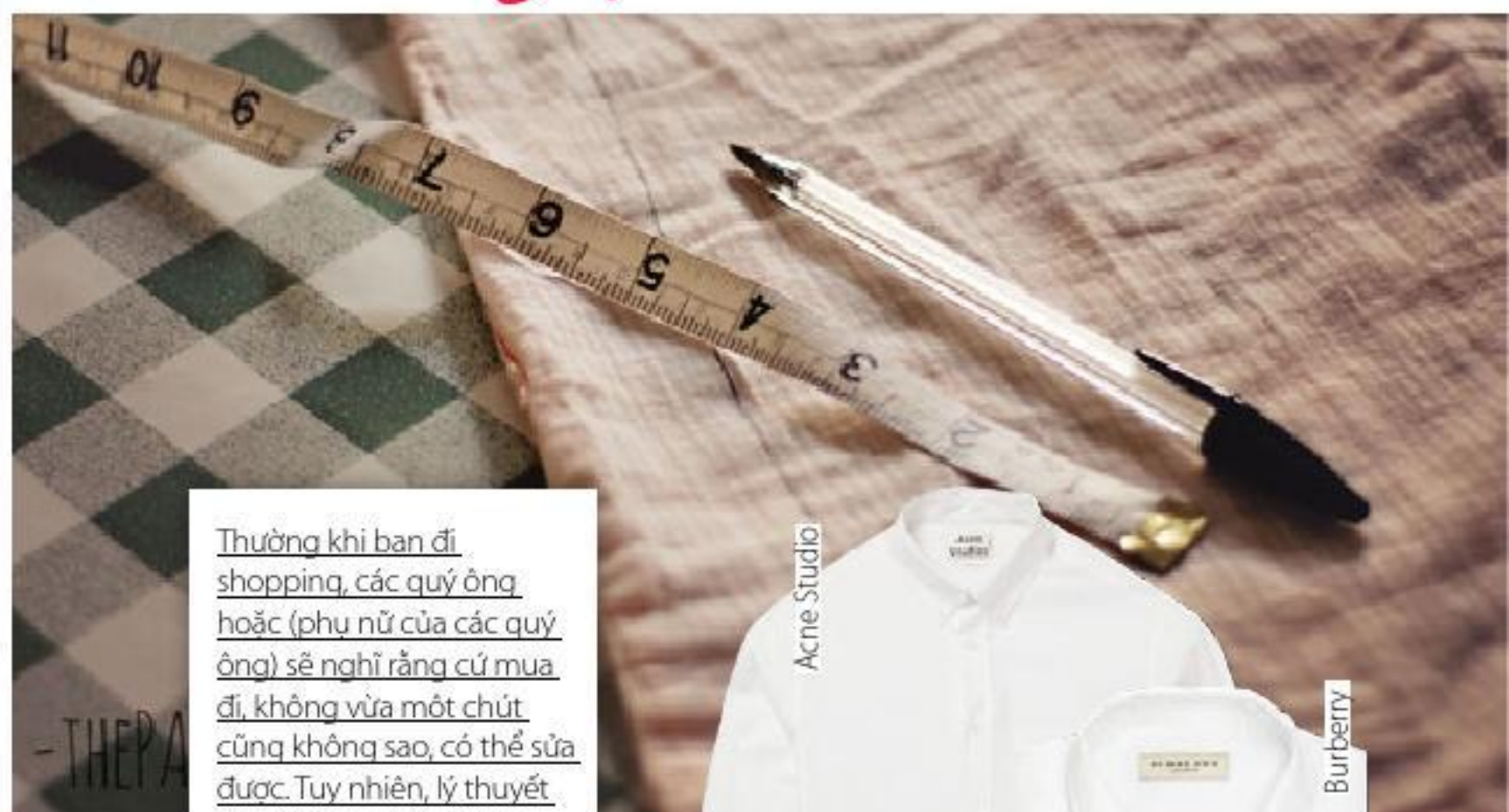
Những ngày mùa đông giá rét đang dần đi qua, đã đến lúc bạn có thể bắt đầu đón mùa xuân đến bằng những trang phục mang đậm làn gió mùa xuân như một chiếc áo jacket màu rực rỡ hay jeans cùng t-shirt trắng và kính râm màu. Ngoài ra, bạn còn thể thử một vài họa tiết như hình in số hay floral bên trong blazer. Hãy thấp sáng mùa xuân để vẫy tay chào một mùa u ám đã ở lại phía sau!



STYLE 29

STYLE MANUAL

Câu chuyện về Resize



Thường khi bạn đi shopping, các quý ông hoặc (phụ nữ của các quý ông) sẽ nghĩ rằng cứ mua đi, không vừa một chút cũng không sao, có thể sửa được. Tuy nhiên, lý thuyết này không phải lúc nào cũng hoàn toàn đúng vì mọi thiết kế được cắt may đều có những quy định giới hạn của nó về chiều dài chiều rộng để không bị lệch hay méo phom. Do đó, bạn nên ghi nhớ những chú ý sau nếu có ý định "mua về rồi sửa cho vừa":

Với quần:

Khi muốn tăng độ dài của chiếc quần thì bạn phải đảm bảo giữ lại 2-3cm lai gấu quần. Không nên thu nhỏ vòng lưng quần quá 5cm vì sẽ làm mất cân đối vị trí của túi quần sau

Với áo vest:

Nếu muốn thay đổi độ dài của tay áo, bạn nên yêu cầu sửa ở vị trí vai thay vì chỉ đơn giản điều chỉnh ở gấu tay. Nếu phần vai áo không vừa vặn, hãy từ bỏ và lựa chọn một chiếc áo khác!

Với áo sơ mi:

Hãy mua một chiếc áo sơ mi rộng rãi thay vì mua một cái áo quá ôm sát khi cơ thể bạn dễ thay đổi cân nặng vì một chiếc áo rộng vẫn luôn dễ xử lý hơn là áo chật. Đừng bao giờ có ý định sửa phần ngực áo vì chúng sẽ phá tung dáng áo của bạn!





*Hiện đại
và năng
động*



*Liều
lĩnh và ấn
tượng:*



*Tự
nhiên và
thoải
mái*



STYLE MANUAL

Táo bạo với Suits

Khi bạn có thể "làm chủ" được bộ suits của mình với các bước cơ bản và màu cổ điển thì đã đến lúc thử "táo bạo" hơn một chút, tại sao không?

FALL WINTER 2014/2015

Len



MSGM



Christopher Raeburn



Hermès



St. Phillip Lim



Ovadia & Sons



Prioni



Jean Paul Gaultier

BASEBALL JACKET

Không lùi bước và vẫn chưa gây chán, baseball jacket gần như trở thành một item tiêu biểu không thể vắng mặt trong tủ quần áo của bất kì anh chàng nào yêu thích phong cách casual sport.



Phải, màu cam chính là nguồn cảm hứng mới của các bộ sưu tập menswear Thu đông này. Nếu như ở các sàn diễn nữ, radiant orchid được xem như là nữ hoàng, thì màu cam có thể ví như vị vua mới trong bảng màu của các quý ông.

Orange is the
new BLACK

Quilting Style



Daniele Alessandrini

Alexander Wang

Frankie Morello



Andrea Incontri

Armenegildo Zegna

Emporio Armani

Calvin Klein Collection

STYLE 34

Những chiếc áo may chần giữ nhiệt hiệu quả trong mùa đông ở Thu đông 2014 được thiết kế gọn ghẽ hơn mà vẫn không hề mất đi tính năng của mình với màu sắc và đường cắt bắt mắt, ấn tượng.



Issey Miyake



Sibling



Missoni



Billy Reid



Burberry Prorsum



Louis Vuitton

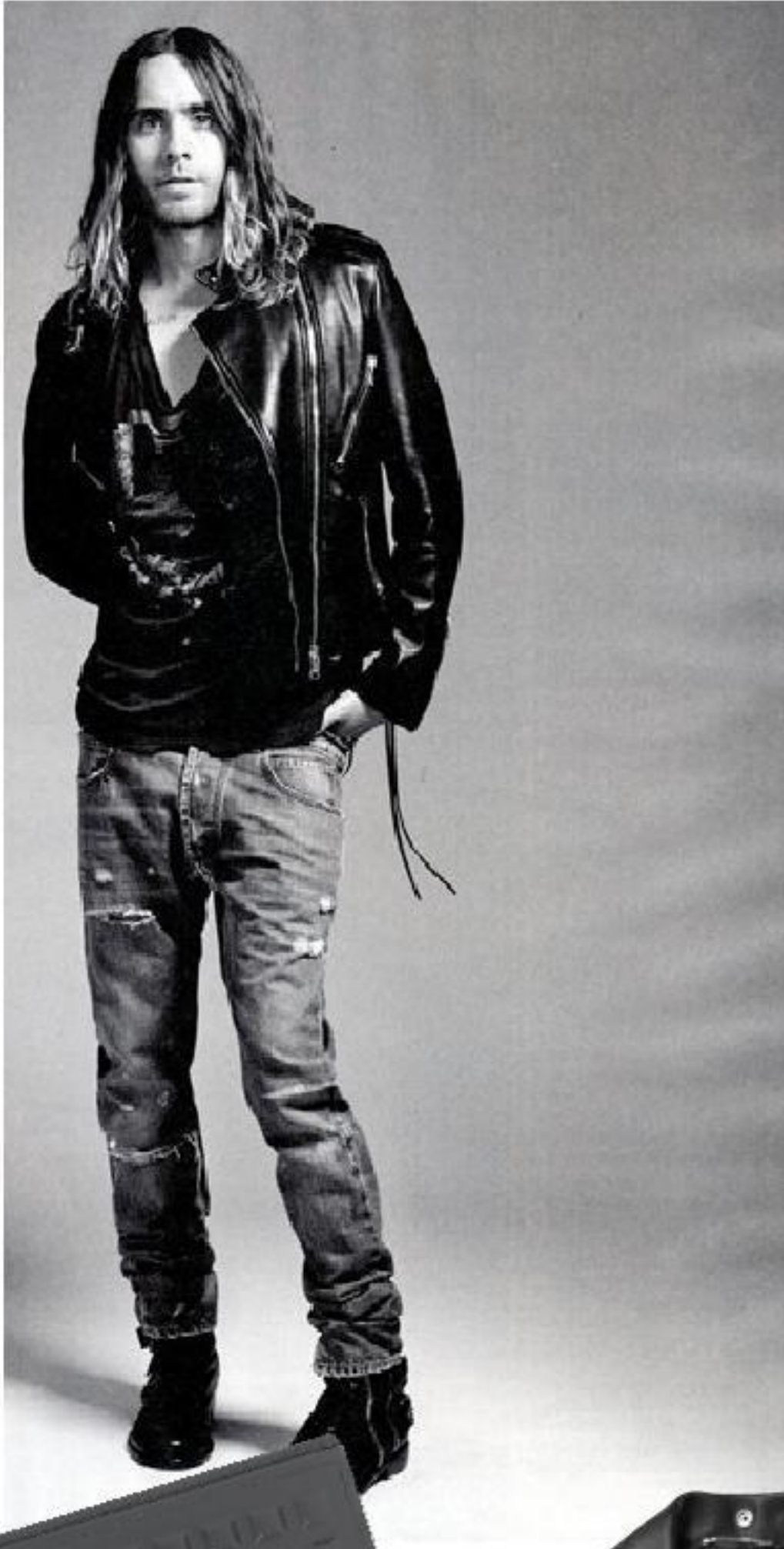
MANKETS

Đây là một từ mới để chỉ những tấm khăn oversize được xuất hiện rầm rộ ở nhiều bộ sưu tập mùa Thu Đông 2014 này. Chúng không chỉ giữ ấm hiệu quả mà còn cực kì bắt mắt với đủ màu sắc và hoạ tiết khác nhau.

Adam Levine



MẶC NHƯ NGƯỜI NỔI TIẾNG



37^{STYLE}

Jared Leto



Ann Demeulemeester



Dsquared2



Jil Sander



Saint Laurent



Balenciaga



Alexander McQueen

MẶC NHƯ NGƯỜI NỔI TIẾNG

● Menswear

www.stylemagazine.vn

Shaun Leane

Johnny Depp

Dolce & Gabbana

Xem địa chỉ mua sắm trang 176



Alexander Wang

Balenciaga

Ann Demeulemeester

Gianvito Rossi

MẶC NHƯ NGƯỜI NỔI TIẾNG

Leonardo DiCaprio 39^{STYLE}



MẶC NHƯ NGƯỜI NỔI TIẾNG

LA.BELLE

noiseuse

Concept & Photography: **Samuel Hoang** Photo Assistant: **Manh Bi** Make up & Hair: **Cao Tuan Dat** Model: **Han Shu Wei**
Producer: **Anh Duc Pham** Fashion: **Charming Lys**













POS
银联

POS
银联









OSCAR 2014



Cate
Blanchett
trong thiết kế
của Armani



Jennifer
Lawrence
trong thiết kế
của Dior



Ellen Degeneres
người dẫn
chương trình
Oscar 2014



Charlize
Theron trong
thiết kế của
Dior



50 **STYLE**



Amy Adams
trong thiết kế
của Gucci



Emma Watson
trong thiết kế
của Vera Wang



Julia Roberts
trong thiết kế
của Givenchy



Lupita Nyong'o
trong thiết kế
của Prada



Sally Hawkins
trong thiết kế
của Valentino



Julie Delpy trong
thiết kế của
Jenny Packham



Traveling Mood

STYLE 52





Lisa Marie Fernandez



Kenzo



Giambattista Valli



Tanya Taylor



Givenchy



Escadrille



Tome



Marc Jacobs



Vivienne Westwood



Whitehaven, Úc



L'WREN SCOTT

NGƯỜI PHỤ NỮ CỦA THÁNG TƯ

Bảo Anh

VÀO NGÀY 17 THÁNG BA VỪA QUA, NGƯỜI TA TÌM THẤY NHÀ THIẾT KẾ L'WREN SCOTT TREO CỔ BẰNG MỘT CHIẾC KHĂN TRONG CĂN HỘ CỦA MÌNH Ở MANHATTAN NEW YORK. SỰ BÀNG HOÀNG VÀ MẤT MẬT LAN TOẢ KHẮP THẾ GIỚI, TỪ NHỮNG NGƯỜI THÂN THIẾT CHO ĐẾN FAN HÂM MỘ. Ở TUỔI 49, NHỮNG GÌ CÔ ĐÃ CỐNG HIẾN CHO THỜI TRANG THẾ GIỚI CHƯA THỂ GỌI LÀ MỘT TƯỢNG ĐÀI. THẾ NHƯNG, THIẾT KẾ CỦA L'WREN SCOTT LÀ MỘT LÀN GIÓ TƯƠI MỚI, MỘT TÁO BẠO CẢ NHÂN ĐẦY NỮ TÍNH TÔ ĐIỂM CHO VƯỜN HOA ĐA SẮC. NHỮNG NGẠC NHIÊN THÚ VỊ VỪA MỚI NHEM NHÓM ĐÃ VĨNH VIỄN LỤI TÀN.





L'Wren Scott for Banana Republic

MỘT CUỘC SỐNG LẤP LÁNH

Người ta biết đến L'Wren Scott với một cuộc sống phủ đầy kim tuyến: limousine, du thuyền trang bị như một toà lâu đài thu nhỏ, những ngày cư trú dài hơi tại nguyên tầng hai một khách sạn Carlyle trên đại lộ Madison, những người bạn nổi tiếng và cả một anh bạn trai là người đàn ông đình đám của Rolling Stones Mick Jagger. Trong suốt sự nghiệp ngắn ngủi nhưng rực rỡ của L'Wren Scott, cô đã tạo được cho mình một dấu ấn riêng bằng những trang phục cực kì phụ nữ và làm say mê lòng người mặc dù không trải qua bất kì trường lớp đào tạo chuyên nghiệp nào.

Tuy nhiên, khởi điểm của L'Wren Scott là một người mẫu với đặc quyền chiều cao ấn tượng (1m91). Cô tên thật là Laura "Luann" Bambrough, sinh năm 1964 và được nhận nuôi dạy và lớn lên tại Roy, Utah. Cô được phát hiện bởi Bruce Weber trong một lần làm chương trình cho Calvin Klein ở Utah vào năm 1985 và đưa cô đến với sàn diễn. Sau đó, cô đến Paris để phát triển sự nghiệp người mẫu của mình rồi đổi tên thành L'Wren Scott. Tại đây, hào quang nhanh chóng phủ lấy cô khi Guy Bourdin chọn chụp L'Wren cho Vogue Pháp; Thierry Mugler ưu ái; trình diễn trong show Haute Couture của Chanel. Đó là thời điểm mà L'Wren mô tả bản thân bằng sự ngây thơ và không sợ hãi bất cứ điều gì, đưa cô đến với mọi thử thách bất ngờ táo bạo nhất.

Việc trở thành một nhà thiết kế của L'Wren có thể xem như bắt đầu vào năm 1994 khi Herb Ritts muốn cô làm stylist cho Jim Carrey lên bìa của tạp chí Rolling Stone. Sự kiện đó đánh dấu việc cô nhận ra đam mê lớn hơn trong cuộc đời mình đó chính là khiến cho người khác mặc đẹp thay vì mặc thiết kế của người khác xuất hiện trên sàn diễn. Và L'Wren dẫn thân khởi nghiệp bằng những duyên may hiếm có như được thiết kế trang phục cho Sharon Stone trong phim Diabolique (1996); tư vấn trang phục cho Nicole Kidman

● Designer Story

www.stylemagazine.vn



“Tôi không cố tạo ra bất kì cuộc cách mạng nào trong thời trang mỗi mùa. Tôi chỉ hi vọng được nhìn nhận rằng những thiết kế của mình đã tiến bộ mà thôi!”



Nhà thiết kế L'WREN SCOTT

FASHION

Xem địa chỉ mua sắm trang 176

www.stylemagazine.vn



FASHION

I X & M A T C H



I X & M A T C H

FASHION M



Floral + Pink + Red.
Bạn có một sự kết
hợp ngập tràn
không khí nắng ấm
và ấn tượng.



Chân váy maxi
cùng áo in số cho
những ngày cuối
tuần trẻ nãi và
lười biếng



Xem địa chỉ mua sắm trang 176

STYLE 60

FASHION M

I X & M A T C H



Điểm nhấn cá tính và trẻ trung nằm ở sự kết hợp giữa váy ngắn bodycon và giày boots cổ thấp.



I X & M A T C H

● Editor's Choice

www.stylemagazine.vn



KHI PHẢN VẤN, HÃY MẶC MÀU ĐỎ!

1. Simone Rocha 2. Opening Ceremony 3. Aurélie Bidermann 4. Chanel Vintage 5. Chanel Rouge Allure In Passion 6. Jimmy Choo

63^{STYLE}



TÔI THÍCH CHIẾC VÁY NÀY BỞI CẤU TRÚC TÁO BẠO VỪA NGỌT NGÀO NHƯ CÔNG CHÚA VỪA THÁCH THỨC CÁ TÍNH. NÓ KHÔNG DỄ MẶC, HIỂN NHIÊN, NHƯNG NÓ THỰC SỰ ĐÁNG KHÁT KHAO!

1. Dolce & Gabbana 2. Dior Vernis Couture Effet Gel 3. Ellery 4. Oscar de la Renta 5. Valentino Garavani 6. Marni

● Editor's Choice

www.stylemagazine.vn



HÃY TƯỞNG TƯỢNG VỀ MỘT CÔ GÁI TRẺ THẢ BỘ TRONG THÀNH PHỐ XA LẠ CẠNH BỜ BIỂN!

1. Delpozo 2. Marc Jacobs 3. Pamela Love 4. Kenzo 5. Marni 6. Charlotte Olympia 7. Nicholas Kirkwood

65^{STYLE}



MỘT SỰ KẾT HỢP NGẬP TRÀN MÙA HÈ, ĐẠO PHỐ, BÃI BIỂN, NHỮNG HÀNG CỘ...

1. Viktor & Rolf 2. Alexander McQueen 3. Stella Jean 4. Balmain 5. Mac Morange 6. Valentino 7. Givenchy

SEX & FASHION

Hoàng Minh Châu

XÃ HỘI HIỆN ĐẠI ĐANG NGÀY CÀNG CÓ CÁI NHÌN THOÁNG HƠN VỀ VẤN ĐỀ TÌNH DỤC, GIỚI TÍNH. SỰ THAY ĐỔI NÀY ĐÃ VÀ ĐANG ĐƯỢC PHẢN ÁNH QUA VĂN HỌC, NGHỆ THUẬT, ÂM NHẠC, ĐIỆN ẢNH. KHÔNG ĐÚNG NGOÀI LỀ, THỜI TRANG ĐÁP LẠI BẰNG NHỮNG THÁCH THỨC THẨM MỸ, ĐI NGƯỢC LẠI CÁC CHUẨN MỰC XÃ HỘI VỀ TÌNH DỤC VÀ GIỚI TÍNH. VỚI NHỮNG SÁNG TẠO VÀ CÁCH THỨC THỂ HIỆN TÁO BẠO, THỜI TRANG ĐÃ VÀ ĐANG ĐÓNG MỘT VAI TRÒ QUAN TRỌNG TRONG VIỆC THÚC ĐẨY TỰ DO TÌNH DỤC VÀ BÌNH ĐẲNG GIỚI TRÊN TOÀN CẦU.

CUỘC CÁCH MẠNG TÌNH DỤC

Thời trang luôn biến đổi theo xu hướng phát triển của xã hội, đồng thời góp phần vào cuộc cách mạng giúp phụ nữ thoát khỏi nhiều ràng buộc đạo đức khắt khe. Tất cả những sáng tạo thời trang lúc đầu bị coi là không thể chấp nhận được, về sau đều trở thành một điều bình thường trong xã hội. Ví dụ khi bikini được giới thiệu lần đầu tiên độc lập bởi một kỹ sư người Pháp tên là Louis Réard và nhà thiết kế thời trang Jacques Heim tại Paris vào năm 1946, nó đã gây sốc đến nỗi người mẫu duy nhất chịu mặc nó lần đầu tiên là vũ công thoát y Micheline Bernardini. Thế nhưng ngày nay, trình diễn áo tắm là một nội dung thi không thể thiếu tại tất cả các cuộc thi sắc đẹp trên thế giới.

Những năm 70 của thế kỷ trước chứng kiến sự nở rộ của trào lưu văn hóa Punk với khẩu hiệu “sex and violence” (tình dục và bạo lực) với

đại diện tiêu biểu nhất là Vivienne Westwood và Malcolm McLaren (thành viên của nhóm Sex Pistols). Tình dục trở nên dễ dàng hơn với hàng triệu phụ nữ trên thế giới nhờ sự ra đời của viên tránh thai và việc nạo phá thai được hợp pháp hoá tại một số nước phương Tây. Từ đó cho đến nay, tự do tình dục và vẻ đẹp giới tính đã trở thành nguồn cảm hứng của rất nhiều nhà thiết kế thời trang. Sự quyến rũ, khêu gợi, thường xuyên được tìm thấy trong các thiết kế của những tên tuổi lớn như Dolce & Gabbana, Versace, Gucci, Tom Ford, Jean Paul Gaultier...

Cái đẹp là ở con mắt người cảm nhận. Điều này không sai. Trong thời trang vẫn có nhiều người thích sự kín đáo, sang trọng và lịch lãm. Nhưng không thể phủ nhận rằng người ta vẫn luôn bị thu hút và chinh phục bởi cái đẹp gợi cảm, đôi khi là lẳng lơ đến táo bạo. Chẳng ngạc nhiên gì khi những “quả bom

sex” với thân hình nóng bỏng và phong cách ăn mặc phóng khoáng như Marilyn Monroe, Brigitte Bardot, Elizabeth Taylor, Sophia Loren, Monica Belluci, Madonna, Kim Kardashian, Kate Upton, Jennifer Lopez, Scarlett Johansson... đều trở thành những biểu tượng của thời trang và văn hóa đại chúng.

Yếu tố sexy, khêu gợi trong thời trang không những được sử dụng dưới khía cạnh thẩm mỹ mà còn phục vụ một mục đích khác: gây shock và thu hút sự chú ý. Các trang phục “thiếu vải” luôn được coi như những tuyên bố thời trang (fashion statement) đầy táo bạo của các ngôi sao. Sẽ không ai biết tới người mẫu Elizabeth Hurley cho đến khi cô xuất hiện cùng Hugh Grant năm 1994 trong buổi công chiếu bộ phim “Four weddings and a funeral” (“Bốn đám cưới một đám ma”), mặc chiếc váy safety pins (kim băng) màu đen huyền thoại

Một ảnh quảng cáo của
Dolce & Gabbana năm 2007



Một ảnh chụp của
Helmut Newton



của Versace. Trong một trường hợp khác, Jennifer Lopez đình đám trên trang nhất các báo khi cô mặc chiếc váy màu xanh lá cây, cũng của Versace tại lễ trao giải Grammy năm 2000. Một số những chiếc váy gây shock như vậy đã thực sự đi vào lịch sử, như chiếc váy Union Jack (quốc kỳ của Vương quốc Anh) ngăn cũn mà Geri Halliwell mặc tại lễ trao giải BRIT Awards năm 1997. Nó đã được bán với giá cao nhất hơn 41 nghìn bảng Anh năm 1998. Ngược lại, cũng có những bộ váy hở hang đến lỗ bịch và gây phản cảm đến mức người ta coi đó như một thảm họa thời trang (fashion faux pas), ví như chiếc váy mà Rose McGowan mặc tại lễ trao giải VMA năm 1998.

VÀ KHI PHỤ NỮ TỰ TIN KHOE MÌNH!

Trong những năm gần đây, phụ nữ không chỉ ưa chuộng các thiết kế ôm sát tôn lên những đường cong

mềm mại mà họ còn táo bạo chọn mặc những bộ trang phục “mát mẻ” khoe vẻ đẹp da thịt. Họ không ngần ngại thể hiện cái tôi đầy phóng khoáng, gợi cảm trong các trang phục có thể coi là “hở hang” mà không e sợ cái nhìn khắt khe của xã hội về việc phải ăn vận đoan trang, nho nhã. Người ta ngày càng thấy nhiều những trang phục vô cùng sexy xuất hiện khắp mọi nơi: từ sàn catwalk và những sự kiện thảm đỏ cho tới phố xá công cộng. Đó là những bộ váy với chất liệu vải mỏng tang, trong suốt (sheer fabrics); những chiếc váy áo cổ chữ V khoét sâu (plunging neckline) khoe bộ ngực nóng bỏng; váy xẻ tà (slit dress); mini skirt ngăn cũn khoe đôi chân dài miên man; váy một vai (one-shoulder dress) hở lưng hay những trang phục lót được mặc bên ngoài như trang phục chính (underwear as outerwear). Không có gì sai khi nói cái đích cuối cùng

của thời trang là tôn vinh vẻ đẹp hình thể của con người mà tạo hóa đã ban tặng.

Nhiếp ảnh thời trang hiện đại không xa lạ gì với những bức ảnh mà người mẫu trong ảnh được chụp gần như là khỏa thân hoặc trong những bộ quần áo hết sức “mát mẻ”. Tất cả họ đều tạo dáng rất khêu gợi, thậm chí một số được chụp trong tư thế làm tình. Các nhiếp ảnh gia thời trang nổi tiếng trong việc khai thác, sử dụng những khía cạnh tình dục trong các bức ảnh của mình phải kể đến Terry Richardson, Bruce Weber, Guy Bourdin, Helmut Newton, Steven Meisel, Mario Testino. Yếu tố tình dục được đưa vào thời trang trong những năm gần đây nhiều đến nỗi, đôi khi ranh giới giữa nhiếp ảnh thời trang và khiêu dâm (pornography) trở nên thật mong manh. Và người ta tự hỏi: liệu như vậy có còn là thời trang? Đối với một số người, câu trả lời sẽ là

Ảnh quảng cáo nước hoa nam đầu tiên (first fragrance for men) của Tom Ford



Anja Rubik Schiaparelli tham dự cuộc triển lãm Schiaparelli and Prada Impossible Conversations tại Bảo tàng Metropolitan Museum of Art - New York City ngày 7/ 5/2012

Diễn viên Jaimie Alexander trong buổi công chiếu bộ phim Thor - The dark world tại Los Angeles tháng 11 năm 2013



Jennifer Lopez trong chiếc váy xanh lá cây nổi tiếng của Versace tại lễ trao giải Grammy 2001



Không có gì sai khi nói cái đích cuối cùng của thời trang là tôn vinh vẻ đẹp hình thể của con người mà tạo hóa đã ban tặng."

Ảnh chụp của Helmut Newton được trưng bày tại The Annenberg Space for Photography - Los Angeles



Ảnh chụp của Helmut Newton được trưng bày tại The Annenberg Space for Photography - Los Angeles

Ảnh chụp Madonna trong Sex book (1992) bởi Steven Meisel 3 (Sex Book Outtake (1992))



có, số kia thì không. Nhưng có một điều chắc chắn, đó là tình dục thể hiện trong thời trang tinh tế, nghệ thuật và bớt trần tục hơn.

Thời trang không chỉ là một ngành nghệ thuật sáng tạo mà còn là một ngành công nghiệp tạo ra lợi nhuận. Vì vậy những giá trị gây sốc đôi khi là cần thiết để thu hút sự quan tâm, tò mò của những khách hàng khó tính, những người luôn đòi hỏi và trông chờ cái mới. Có lẽ vì vậy mà sự khêu gợi và yếu tố tình dục trong các chiến dịch quảng cáo thời trang được khai thác một cách triệt để và khôn ngoan. American Apparel nổi tiếng là hãng thời trang luôn có những bức ảnh quảng cáo gây tranh cãi, với những người mẫu được chụp trong tư thế làm tình. Họ không ai khác chính là những nhân viên làm việc cho American Apparel. Calvin Klein thì luôn nổi tiếng với một đề tài nổi bật hướng đến sự hấp

dẫn giới tính (sex appeal). Trong lịch sử ngành quảng cáo thời trang, có lẽ không bức ảnh nào có thể gây shock như bức ảnh quảng cáo nước hoa đầu tiên dành cho nam giới của Tom Ford năm 2009. Nhà thiết kế này vẫn luôn được biết tới là người đi đầu cho phong cách “porno chic” đầy khêu gợi và táo bạo, kể từ khi trở thành Giám đốc sáng tạo của Gucci năm 1994. Ngoài ra còn phải kể đến các hãng thời trang khác với rất nhiều các bức ảnh quảng cáo có yếu tố tình dục như Gucci, Dolce & Gabbana, Versace, Jean Paul Gaultier, Sisley, Abercrombie & Fitch. Việc một số bức ảnh quảng cáo quá khiêu khích bị cấm tại một số quốc gia châu Á, đặc biệt là các quốc gia đạo hồi, phản ánh một cách rõ ràng sự khác biệt về văn hóa và quan điểm thẩm mỹ trong thời trang và tự do tình dục giữa các nước phương Đông và phương Tây.

Không ai có thể phủ nhận nhiệm vụ của thời trang là phá dỡ những rào cản và tạo ra những giá trị mới. Tuy nhiên hãy tỉnh táo khi đón nhận những giá trị ấy bởi nếu không được khéo léo tận dụng một cách tinh tế, nó sẽ trở nên phản tác dụng. Mỗi người phụ nữ hãy làm sao để mình ngày càng trở nên quyến rũ và gợi cảm mà không bị coi là thô tục, phản cảm. Cái đẹp thực sự không nằm hoàn toàn ở vẻ bề ngoài mà nằm ở khí chất cá nhân.

THE MEDITERRANEAN WIND

Creative Director: **Sámuel Hoang** — Photographer: **Sam Hoang & Manh Bi** (Goldeneye Production House) — Make up & Hair: **Cao Tuan Dat**
Model: **Jeremie DN** — Art advisor: **T.A** — producer: **Anh Duc Pham** — Fashion: **Giovanni Italy**



● Fashion Collection

www.stylemagazine.vn





● Fashion Collection

www.stylemagazine.vn





● Fashion Collection

www.stylemagazine.vn









HER SUNNY SIDE

Concept & photography : **Samuel Hoang** Assistant: **Manh Bi** Make up artist : **Cao Tuan Dat** Producer: **Anh Duc Pham** Model : Yu Xuan Gao
Fashion: **ELISE** 162 Ba Trieu /33 Thai Ha (Hanoi) Phụ kiện giày & túi : **Nine West**





















HERMÈS CÔNG BỐ KỈ LỤC DOANH THU

Thương hiệu lâu đời với truyền thống lịch sử nhiều tự hào của Pháp vừa công bố con số doanh thu ấn tượng, phá vỡ kỉ lục những năm qua của mình với lợi nhuận net tăng 6.8%, trong đó phần công lớn thuộc về mảng trang phục và phụ kiện. Bên cạnh đó, theo Bloomberg, Hermès là thương hiệu xa xỉ hiếm hoi gia tăng thêm nhân công trong năm qua với 900 công việc mới. Hermès không hổ danh là niềm tự hào nước Pháp.

Nicolas Ghesquière - con gió mới của Louis Vuitton

Vậy là Nicolas Ghesquière đã chính thức trả lời sự trông đợi của hàng triệu người hâm mộ trung thành Louis Vuitton với tư cách là giám đốc sáng tạo mới. Những lời khen có rất nhiều nhưng cả những hoang mang chưa thể chấp nhận cũng không thiếu. Tuy nhiên đứng trước các nguồn dư luận trái chiều về bộ sưu tập đầu tiên ở Louis Vuitton của mình, một bộ sưu tập đậm chất Ghesquière, táo bạo tươi trẻ với chân váy chữ A, với single earring, với phụ kiện thắt lưng da ấn tượng..., Nicolas tự tin khẳng định với báo chí rằng: "Những gì mang giá trị vĩnh cửu cũng đều phải bắt đầu từ việc đón nhận cái mới đó thôi!" Chúng ta tiếp tục chờ đợi những gì mà anh sẽ làm tiếp với Louis Vuitton xem sao.

Thời trang mất đi L'Wren Scott

Tháng Ba là một tháng chấn động và mất mát của làng thời trang thế giới khi tin nhà thiết kế L'Wren Scott tự tử được xác nhận. NTK 49 tuổi này được tìm thấy trong căn hộ tại Manhattan của mình vào thứ Hai ngày 17 tháng Ba. Xuất thân là người mẫu, đã từng diễn cho Calvin Klein, Chanel và Thierry Mugler, sau đó cô đổi tên thành L'Wren Scott và bắt đầu sự nghiệp thiết kế. Những bộ sưu tập của cô mang đậm dấu ấn cá nhân và được rất nhiều ngôi sao cùng người hâm mộ yêu thích. Sự ra đi của L'Wren Scott được suy đoán là do áp lực công việc và cuộc sống. Đây thực sự là một mất mát vô cùng đáng tiếc!





JOLIE VÀ STELLA MCCARTNEY HỢP TÁC

Angelina Jolie và Stella McCartney vừa quyết định hợp tác cho ra đời một dòng sản phẩm quần áo dành cho trẻ em lấy cảm hứng từ bộ phim mới nhất của Jolie là Maleficent. Bộ sưu tập bao gồm 8 phong cách khác cho nhau cho cả các bé trai lẫn bé gái từ 4 đến 14 tuổi gồm t-shirt, giày, váy, sandals. Bộ sưu tập dự kiến sẽ được ra mắt vào cuối tháng Tư này trước khi bộ phim ra mắt vào ngày 30 tháng Năm. 10% doanh thu bán được sẽ ủng hộ cho tổ chức SOS Children's Village để giúp đỡ cho trẻ em vô gia cư. Giá bán nằm từ 50- 125 euros.

Bạn có sẵn sàng để trả thêm tiền?

Chắc chắn các mối lo toan về tiền xe tiền điện tiền nước không có trong danh sách của các tín đồ hàng hiệu rồi. Tuy nhiên mới đây, The Wall Street Journal vừa công bố một điều tra rằng một chiếc túi Chanel đã tăng giá 70% trong vòng 5 năm trở lại đây trong khi một chiếc Speedy của Louis Vuitton tăng khoảng 32%. Có rất nhiều lí do cho sự tăng giá chóng mặt này nhưng lí do chính nhất là để phân cấp rõ ràng địa vị thương hiệu với các thương hiệu tầm trung mới xuất hiện mạnh mẽ ồ ạt như 3.1 Phillip Lim hay Michael Kors. Nhưng cho dù lí do là gì thì thật khó mà cưỡng lại một chiếc túi Chanel ngay cả khi nó có tăng thêm giá, có phải không?

ĐÔI GIÀY PRADA CỦA RIÊNG BẠN

Thương hiệu Prada vừa giới thiệu dịch vụ mới đầy hấp dẫn đến các khách hàng yêu mến của mình: Cho phép bạn tự thiết kế đôi giày của chính mình. Vào ngày 26,27 tháng Ba, tại cửa hàng của Prada trên phố Sloane Street, khách hàng có cơ hội tự tay thiết kế giày cho bản thân dựa trên bộ sưu tập Decolleté với 9 kiểu dáng khác nhau từ pump, flat cho đến high heels cùng nhiều màu sắc và chất liệu đa dạng. Đây thực sự là một trải nghiệm như mơ của các Prada fans.



91 STYLE



NEWS FLASH

TIN TỨC

Style / Tháng 3-4/2014



ESCADA

Mùa Xuân Hè này, các tín đồ thời trang sẽ không khỏi ngạc nhiên bởi phong cách mới mẻ và vẻ đẹp tự nhiên của BST Xuân Hè 2014 mà thương hiệu Escada giới thiệu. Các thiết kế trong BST được lấy cảm hứng từ cuộc du hành từ vùng Provence đến Cote d'Azur. Trong đó, Cannes và Saint Tropez – những thành phố xinh đẹp rực rỡ của miền Đông Nam nước Pháp, trở thành nguồn cảm hứng chính cho mùa hè này. Trắng nhạt, đỏ anh túc, vàng dứa, đen và xanh da trời là gam màu chủ đạo của BST. BST mang đến những chiếc váy gợi cảm với những đường xếp nếp sáng tạo, những chiếc áo dáng rộng bằng vải lụa mềm với họa tiết in ấn tượng hay kiểu quần phá cách trên những gam màu bóng. Chất liệu crepe mỏng, ren đan và jacquard trong suốt rất nhẹ nhàng và quyến rũ, nay được kết hợp với những màu sắc hoàn hảo dành riêng cho mùa hè.

BOSE

Ngày 20/03, thương hiệu loa Bose chính thức giới thiệu các hệ thống nghe nhạc SoundTouch™, Wi-Fi® tại thị trường Việt Nam, mang đến một cách thức nghe nhạc hoàn toàn mới tại nhà. Hệ thống Sound Touch™ Wi-Fi cho phép phát nhạc với chỉ một nút nhấn, hoặc điều khiển qua phần mềm với nhiều tính năng hơn. Sáu nút cài đặt kênh trên loa hay trên điều khiển từ xa đi kèm với hệ thống có thể tùy chỉnh theo sở thích, một kênh Internet Radio, kênh nhạc trực tuyến hay danh sách nhạc lưu trữ. Phần mềm Bose® Sound Touch™ giúp bạn sử dụng smartphone, tablet hay máy tính cho khả năng điều khiển mạnh mẽ: duyệt và khám phá nội dung, tương tác không dây với tất cả các loa tại bất kỳ phòng nào và kết hợp tất cả các dịch vụ âm nhạc cũng như các kênh radio chung trong một giao diện. Phần mềm SoundTouch™ app tương thích với hầu hết các hệ thống Android, iOS, Mac OS và Windows.



CHANEL

Karl Lagerfeld đã lựa chọn nữ diễn viên Kristen Stewart là gương mặt cho chiến dịch quảng cáo BST Métiers d'Art Paris-Dallas Prefall 2013 - 2014 sắp tới của Chanel. Kristen Stewart, lần đầu được công chúng thế giới biết tới qua bộ phim Panic Room (2002), sau đó cô nổi tiếng qua vai diễn trong bộ phim Into the Wild (2007), series Twilight (2008), và On the Road (2012). Cô ra mắt công chúng lần đầu tiên trong trang phục Chanel tại liên hoan phim Toronto vào năm 2007, và nhiều dịp sau đó như lễ trao giải Bafta, tiệc Met Ball (năm 2010), và gần đây nhất là buổi trình diễn BST Haute Couture 2013 - 2014 của Chanel vào tháng 07/2013. Hiện nay, Kristen đang tham gia diễn xuất trong bộ phim mới nhất của đạo diễn người Pháp Olivier Assayas Sils Maria cùng nữ diễn viên gạo cội Juliette Binoche và nữ diễn viên trẻ Chloe Moretz.

OSCAR DE LA RENTA

Rời quê hương là nước cộng hòa Dominica vào năm 18 tuổi, Oscar De la Renta bắt đầu theo học hội họa tại học viện San Fernando, Madrid. Trong thời gian sống tại

Tây Ban Nha, ông trở lên đặc biệt quan tâm tới công việc thiết kế thời

trang, và bắt đầu phác thảo cho những thương hiệu thời trang nổi tiếng Tây Ban Nha. Vào năm 1965, ông bắt đầu phát triển

thương hiệu của riêng mình.

Tiếp đó, năm 2008, Oscar De la Renta mở cửa hàng quốc tế đầu tiên tại Athens và Madrid, và tiếp tục mở rộng khai trương cửa hàng ở Dubai vào năm 2009, Tortuga Bay năm 2012, và gần đây nhất là Riyadh, thủ đô của Ả Rập Saudi.

Ngày nay, bên cạnh dòng sản phẩm ready to wear, công ty của ông còn sản xuất đồ cưới, nội thất, và những dòng sản phẩm 'kiện đầy đủ' gồm

xách, giày dép, trang

Tại Việt Nam, bạn có thể hữu các thiết kế của ông, chuỗi cửa hàng của LuLa, 88 Đồng Khởi Q1 Tp Hồ Chí Minh.



Beauty



Kẻ mắt MAC
Fantasy Of Flowers
Fluidline SassyMoss



Phấn mắt YSL Couture.



Phấn mắt Guerlain
Ecrin 2 Colors Eyes
Shadow



Phấn mắt Shiseido
Luminizing Satin Eye
Color Trio



Un Jardin
Après La
Mousson của
Hermès

Hương xứ lạ

LE ROUGE CHANEL: Tiệc của đôi môi

Muốn quyến rũ, hãy chọn son ROUGE ALLURE cô đọng và mạnh mẽ. Muốn chống lại đôi môi khô hạn, hãy chọn son ROUGE COCO. Muốn thanh lịch và dễ dàng sử dụng, hãy chọn son bóng ROUGE COCO SHINE. Muốn rạng rỡ, son nước ánh nhũ LÈVRES SCINTILLANTES chính là lựa chọn của bạn.

Bộ sưu tập mới Le Rouge – Variation năm 2014 sẽ góp thêm nhiều lựa chọn vào thế giới son của Chanel với các tông màu và hiệu ứng phong phú. Bạn có thể lựa chọn giữa màu be tự nhiên, màu hồng đào hay màu tím mạnh mẽ nhiều sắc thái.

Mức giá của son từ:
816 000 - 867 000 VND



Khám phá và trải nghiệm các màu son mới nhất thuộc BST Le Rouge – Variation của CHANEL từ ngày 18.04.2014 đến ngày 24.04.2014 (Hotline: 090.529.5198).



LANCÔME RA MẮT PHẦN NỀN MỚI

Sau thành công của phần nền Teint Miracle, sản phẩm được tạo ra bởi công nghệ Aura-Inside™ thay đổi ánh sáng ẩn sâu bên trong làn da một cách tự nhiên và phần nền Blanc Miracle bán chạy số 1 Châu Á, năm 2014, Lancôme ra mắt sản phẩm phần nền mới BLANC MIRACLE BRIGHT-LIGHT CREATOR đa tác dụng.

Chúng ta đều biết với phần nền dạng lỏng, chỉ số chống nắng cao sẽ đi cùng kết cấu kem đặc, dày và nặng. Nhưng điều thú vị ở phần nền mới là thành phần chống nắng được nhân đôi (SPF50+ PA++), song vẫn giữ được độ mỏng mịn làm nên danh tiếng cho dòng Blanc Miracle cũ.

Công nghệ phức hợp Instant Bright và sự kết hợp của bột ngọc trai khiến làn da trở nên tươi sáng hồng hào một cách tự nhiên. Sản phẩm đã có mặt tại Việt Nam, giá 1 150 000 VND.



Các chuyên gia của Sulwhasoo cho rằng nếu nếp nhăn thường hình thành từ tuổi 35 thì sự thay đổi sắc tố có thể diễn ra từ tuổi đôi mươi. Do đó, hãy bảo vệ sắc tố da ngay từ sớm để có làn da trắng sáng. Tinh chất Snowise EX Whitening Serum của Sulwhasoo được giới thiệu tại Malaysia, Việt Nam và Indonesia trong năm 2014.

4.



Những thảo dược quý giá của Sulwhasoo

Một thành phần thảo dược quý đã được Sulwhasoo bổ sung vào từ điển "trắng sáng" của skincare: đó là Bạch Sâm Hàn Quốc. Thành phần Saponin và chuỗi đa phân tử đường trong Bạch Sâm có khả năng loại bỏ các hắc sắc tố và kích hoạt sự phát triển của collagen dưới da. Sulwhasoo đã kết hợp Bạch Sâm và chiết xuất Bạch hoa xà thiệt thảo™ (có tác dụng giải độc, chống oxy hoá) để tạo nên Snowise EX Whitening Serum - Tinh chất ngăn chặn sự phát triển của các sắc tố đỏ và vàng, khiến làn da ngày càng đều màu và sáng mịn từ bên trong.



Giảm kích ứng với lô hội đậm đặc 100%

Những lá lô hội chín mọng được thu hoạch, rửa sạch và cắt lát hoàn toàn bằng tay trong vòng sáu tiếng để duy trì sự tươi mới của chúng. Không thêm hương liệu, paraben hay chất tạo màu nào khác, sản phẩm Aloe Soothing Gel mới của The Body Shop với dầu lô hội hữu cơ 100% có thể mang đến sự nhẹ nhõm ngay cho làn da kích ứng và căng thẳng. Mức giá mềm mại (269 000 VND) và tuýp nhỏ tiện dụng, sản phẩm này có thể sử dụng ở bất cứ vùng da kích ứng nào.



5.

Max Factor gia nhập cơn sốt CC Cream

"CC cream là một cơn sốt mới trong năm 2013. Phụ nữ luôn tìm kiếm một làn da tươi sáng hoàn hảo và đó là những gì CC cream mang đến, nhưng rất nhiều loại CC cream trên thị trường chưa thật sự thuyết phục tôi về độ che phủ cho đến khi tôi dùng thử Max Factor CC cream và tôi đã yêu nó; sản phẩm sẽ ngay lập tức giúp bạn che phủ những khuyết điểm và nâng niu chăm sóc làn da của bạn cho bạn một gương mặt hoàn hảo, tự nhiên không tì vết" – Bình luận của bà Pat McGrath, Giám đốc sáng tạo toàn cầu Max Factor.

Sản phẩm có giá 480 000 VND.

Tips cho CC Cream

- Cho một ít sản phẩm vào 2 đầu ngón tay, xoa nhẹ chúng với nhau theo chuyển động hình tròn để làm ấm sản phẩm và giúp cho sản phẩm thẩm thấu nhanh và đều hơn.
- Thoa đều sản phẩm từ dưới mắt và từ những góc mũi sang hai bên mặt. Với cách này, bạn đã tập trung sản phẩm nhiều nhất tại vùng chữ T – là vùng cần làm sáng so với hai bên giúp cho gương mặt thon gọn hơn.
- Nếu màu da trên cổ của bạn chưa thật sự đồng màu với gương mặt, bạn có thể nhẹ nhàng thoa đều CC cream trên cổ cho đến khi gương mặt và cổ của bạn có một màu đồng nhất.
- Nếu bạn vẫn muốn độ che phủ cao hơn cho những vùng da có vấn đề, lấy một ít sản phẩm ra tay hoặc cọ và vỗ nhẹ trên những vùng đó. CC cream sẽ hòa quyện với phấn trang điểm trước đó cho một gương mặt hoàn hảo trong suốt.

(Chuyên gia trang điểm Huỳnh Lợi)

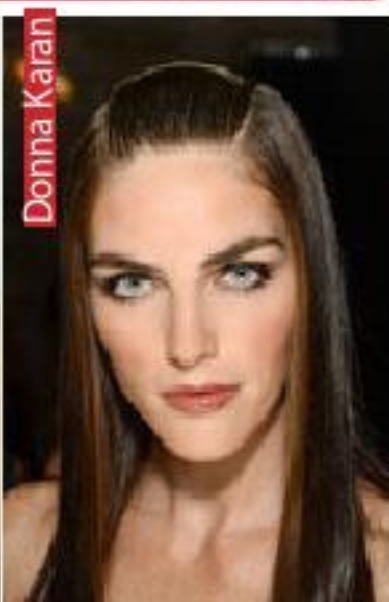


95th STYLE

Thực hiện: Thành Hào

Hoa hồng của YVES SAINT LAURENT

Paris Premieres Roses là hương thơm mới của YSL trong năm 2014 - Một hương thơm nằm trong trào lưu Phục hưng của Hoa Hồng, mô phỏng sự hiện đại tươi mát và trong sáng của những đoá hoa Paris buổi sớm. Hương thơm mở ra với giai điệu của hồng dại, violet và dầu hoa cam. Rồi đến hoa lan chuông, mẫu đơn và hồng Damascus. Hoa hồng tiếp tục xuất hiện ở hương nền cùng với xạ hương và đàn hương như một giai điệu thống nhất và đậm nét.



Tóc thẳng lên ngôi

Đừng vội đi uốn mái tóc thẳng của bạn. Donna Karan, Elie Saab, Proenza Schouler, Helmut Lang và Chloé chắc chắn sẽ không đồng ý.

Donna Karan và Elie Saab: Tóc là thẳng, óng mượt và được vuốt ngược ra phía sau với những chiếc kẹp kim loại sang trọng. Proenza Schouler và Helmut Lang: Tóc rẽ ngôi, buông hờ trên vai với những lọn thẳng, khoẻ khoắn và tự nhiên.

Kiểu tóc thẳng này không cần để mái. Phần tóc mái được nuôi dài tự nhiên, lộ trán.

Chloé: Tóc được là thẳng, rẽ ngôi óng ả với phong cách preppy (nữ sinh) ngây thơ, giản dị nhưng thanh lịch.

IPKN
NEW YORK

Midnight Kiss

IPKN Luxury new
collection



080-424-7788 / www.ipkn.co.kr / www.facebook.com/IPKNier

Blue Smoky

Thanh Hoa

MAU KHOI XAM KHONG PHAI
MAU DUY NHAT DUOC CHO
PHEP KHI NOI DEN PHONG
CACH SMOKY. CO MOT MAU
TUYET VOI KHONG KEM:
XANH BLUE.

Có nhiều cách để chơi đùa với màu xanh blue. Bạn chọn màu xanh blue neon và trùm qua mí mắt một đường kẻ đậm, rõ nét như kiểu Marc by Marc Jacobs hay Anna Sui. Bạn kẻ nhẹ một chút xanh ngọc ở mí mắt dưới kết hợp với đường eyeliner màu đen để tạo điểm nhấn như kiểu Zoe Jordan. Bạn tạo ra hiệu ứng của gam màu nước trên toàn bộ vùng mí mắt như kiểu Badgley Mischka (với sự kết hợp của hai sản phẩm MAC Pro Chromacakes in Pure White và Hi-Def Cyan). Hay bạn phủ một chút pastel blue lên bầu mắt theo phong cách smoky như kiểu Miu Miu. Hoặc liều lĩnh hơn, bạn có thể áp dụng kiểu trang điểm mắt loang lổ với vệt màu xanh blue chàm đầy ngẫu hứng kiểu Prada.

Phấn mắt Guerlain
Ecrin 2 Colors Eyes
Shadow
Giá 1 125 000 VND

Phấn mắt Shiseido
Luminizing Satin
Eye Color Trio.
Giá 850 000 VND

Kẻ mắt MAC
Fantasy Of Flowers
Fluidline SassyMoss
Giá 490 000 VND

Lancôme Color Design
Infinité 24 Hour

Phấn mắt YSL Couture.

Badgley Mischka

Anna Sui

Emilio de la Morena

LANEIGE PURE RADIANT BLUSHER: Phần má hồng dạng nén với màu sắc tự nhiên từ hồng sáng, hồng nâu, nâu đất. Giá: 600 000 VND

MENARD JUPIER PALETTE: Phần mắt chứa thành phần dưỡng ẩm vượt trội. Bột Nhàn Sâm và Acid Hyaluronic, với khả năng cung cấp độ ẩm dồi dào và nuôi dưỡng nhẹ nhàng vùng da quanh mắt. Trong tháng 4, khi mua một bộ trang điểm tổng hợp Jupier Palette, bạn sẽ được tặng thêm đến 20% trị giá hóa đơn. Giá: 2.975.000 VND

editor's pick

Thành Hào

Những sản phẩm hấp dẫn của tháng tư được biên tập viên Style lựa chọn và đánh giá cao.

Dior Vernis 204 Porcelaine: Nail xanh ngọc pastel trong suốt mùa xuân của Dior. Giá tham khảo tại showroom.

MOROCCANOIL Curl Control Mousse: Kem bọt kiểm soát sóng xoăn. Dành cho tóc uốn xoăn nhẹ tới sóng nhỏ xoăn xù. Dầu argan giúp định hình sóng, chống rối xù và giữ sóng tự nhiên. Giá: 459 000VND/150ml

Sulwhasoo PERFECTING CUSHION: Kết cấu sánh mịn hơn nước nhưng lỏng nhẹ hơn kem, kem nén đa chức năng chứa công nghệ đột phá có khả năng tạo lớp che phủ hoàn hảo và độ ẩm dài lâu. Giá: 1 200 000 VND

Jane Iredale Liquid Minerals™ A Foundation: Phần nền khoáng chất dưỡng da. Có khả năng phản chiếu ánh sáng được tạo ra từ các phân tử liposomes đặc biệt. Giá 860 000 VND.

VDL EXPERT COLOR LIP CUBE: Son thời có khả năng chống nắng với thiết kế vuông độc đáo giúp dàn trải son môi dễ dàng và tinh tế. Kết cấu ẩm mịn với công thức bền màu mang đến sắc môi sống động và quyến rũ. Giá 769 000 VND.



NHỮNG MÙI HƯƠNG CỦA THỜI TRANG

Da, màu đen, đinh tán – người phụ nữ của Balmain thường dữ dội một cách sắc sảo và hiện đại với chất rock mạnh mẽ.
Balmain Extatic: Một hương hoa phương Đông sexy mà không thô tục, mạnh mẽ nhưng cũng rất gợi tình.



KHAI THÁC VÀO DNA CỦA THƯƠNG HIỆU, NHỮNG MÙI HƯƠNG MÙA XUÂN CÓ THỂ ĐƯỢC NHẬN RA NGAY KHI KHOÁC LÊN MÌNH CHIẾC ÁO BẢN SẮC CỦA CHÍNH THƯƠNG HIỆU ĐÓ.



Burberry

Những cô gái Burberry Prorsum xinh đẹp và nữ tính nhưng luôn mang trong mình những khía cạnh phảng phất của rock'n'roll mạnh mẽ và chất Anh đậm nét.

Brit Rhythm: Lấy cảm hứng từ sức mạnh của âm nhạc với hương oải hương Anh sắc nét.



DKNY

Thương hiệu trẻ tuổi với lịch sử 25 năm mang đậm dấu ấn của đô thị, sức trẻ và sự hiện đại.

DKNY Be Delicious City Blossom Urban Violet: Hương thơm nữ tính dành cho những cô gái thành phố. Tươi mát, khỏe khoắn và nhẹ nhõm với hương violet mùa xuân.

Balenciaga

Lịch sử 100 năm khiến Balenciaga nằm trong danh sách những thương hiệu xa xỉ cũ. Những nguồn cảm hứng từ quá khứ chưa bao giờ với cạn. Sự cổ điển – hiện đại luôn được giao hòa trong những thiết kế của thương hiệu.

Rosabotanica: Cũng như thời trang, mùi hương này lấy cảm hứng từ một biểu tượng không mới: hoa hồng, sau đó biến đổi nó thành một giai điệu xanh hiện đại và tươi mới cho xuân hè.





Elie Saab Couture

Cực kỳ nữ tính, tinh xảo và chi tiết, những chiếc đầm haute couture của Elie Saab đại diện cho một phong cách vượt thời gian.

Elie Saab L'Eau Couture: Perfumer Francis Kurkdjian đã tạo ra mùi hương này để đi cùng những chiếc đầm công chúa mà Elie Saab tạo ra cho mùa Xuân Hè 2014. Thanh lịch, tinh tế và lãng mạn, mùi hương sẽ mở ra với hạnh nhân và hoa trắng, trước khi tiết lộ sự tươi mát của hoa cam và sự ngọt ngào của vani.



Gucci

Người phụ nữ Gucci luôn gợi cảm kiểu Ý: sexy đôi khi đến mức trần tục nhưng đồng thời vẫn thanh lịch theo một cách nào đó rất khó diễn tả.

Gucci Flora 1966: Lấy cảm hứng từ motif hoa mang tính biểu tượng của Gucci và được thiết kế cho Grace Kelly năm 1966, Gucci Flora gợi lên tất cả sự quyến rũ và lịch sử của thương hiệu. Một hương thơm hoa cỏ dòng chypre, nó kết hợp cam bergamot, hoa mẫu đơn và hoa hồng, trước khi bước đến địa hạt của hoặc hương, cỏ vetiver và xạ hương.



Yohji Yamamoto



Tinh tiên phong trong các thiết kế của Yohji Yamamoto luôn khiến người ta mong mỏi những gì vượt lên các chuẩn mực thông thường. **Yohji Yamamoto Her Love Story:** Với hạt tiêu hồng, hoa hồng, hoa nhài và đào, mùi hương khiến công chúng bất ngờ vì nó quá đổi nữ tính. Bạn đang mong mỏi một mùi hương khác lạ ư? Ồ, Yohji Yamamoto rất giỏi khi thực hiện những việc chẳng ai ngờ đến.



Versace Couture

Gợi cảm, sang trọng kiểu Ý, dòng haute couture của Versace mang âm hưởng của sự xa xỉ, lộng lẫy tốt cùng. **Gianni Versace Couture Jasmin:** Đóng gói trong chai da Nappa sang trọng và chỉ cung cấp dung tích 100 ml, chai nước hoa với mùi hoa nhài nồng nàn này mang đậm chất Versace hào nhoáng.



Calvin Klein

Có thể nói gì về Calvin Klein ngoài vẻ đẹp thanh lịch, tối giản đầy ấn tượng qua nhiều thập kỷ? **Calvin Klein Endless Euphoria:** Sự kết hợp của hoa anh đào, quýt và cam khiến mùi hương này có thể được "mặc" từ ngày này sang ngày khác trong cả mùa xuân hè, như những trang phục của hãng.



CHỚP MẮT *điệu nghệ*

Thanh Hoa

CHỈ NHỮNG NGƯỜI CHƯA DÙNG MI GIẢ
BAO GIỜ MỚI THOÁT KHỎI SỰ CẢM DỖ CỦA THÚ PHỤ
KIỆN TUYỆT VỜI NÀY.



Atelier Versace FW 2013



Gucci FW 2014



Lela Rose Spring 2014



TIPS CHO MI GIẢ DỄ DÀNG HƠN:

Thay vì dùng toàn bộ một chiếc mi giả, hãy cắt mi giả thành hai phần. Và bạn chỉ cần ½ chiếc mi giả cho mỗi bên mắt. Dùng nhíp đưa ½ chiếc mi này áp vào đuôi mắt, khi đó mi giả sẽ có cạnh gần như một đường thẳng nên việc này sẽ dễ dàng hơn nhiều. Đợi 15-20 giây cho

đến khi gel khô hẳn, hoặc dùng ngón tay ấn nhẹ cho mi giả dán vào đuôi mắt. Dùng eyeliner và mascara chuốt lại một lần để hoà trộn. Nếu bạn vẫn thất bại với mi giả truyền thống, lời khuyên cuối cùng là hãy tìm đến với mi giả dạng sợi riêng lẻ (còn gọi là mi bụi hoặc individual false lash). Mi giả dạng này thiết kế thành những cụm mi nhỏ, tiện lợi và dễ dàng hơn vì bạn chỉ việc đưa gốc mi vào xen kẽ giữa vị trí mi thật mà mình mong muốn.

TÔI KHÔNG THỂ DÁN MI GIẢ!!!

Có những người chỉ mất vài chục giây để dán mi giả, có người mất hàng giờ. Sự khác biệt ở đây là:

- 1.** Bạn không thực hành nhiều. Hãy tập dán mi giả bất cứ lúc nào có thời gian rảnh để nâng cao tốc độ của bạn.
- 2.** Bạn mua phải loại gel dán mi giả kém chất lượng. Nên chọn mua gel dán mi của những thương hiệu nổi tiếng (như Duo gel), chúng sẽ khô nhanh sau 15-30 giây và giữ mi giả của bạn không bị rơi rụng khi chớp mắt.
- 3.** Bạn dán ngay mi khi mới mua mà không xử lý để chúng thích hợp với khuôn mặt. Hãy đo độ dài của mi vào mắt để cắt chúng vừa với phần mi thật của bạn (có thể cắt ngắn chỉ bằng $\frac{3}{4}$ chiều dài của mắt). Tiếp đó, có thể dùng dao lam gọt bớt phần cạnh của mi giả cho thật mỏng: phần cạnh này chính là lý do khiến mi giả dễ bị trượt khỏi mắt. Phần cạnh càng mỏng thì bạn càng dễ áp và uốn mi giả theo chiều cong của mắt.
- 4.** Bạn không uốn mi giả trước khi dán. Hãy cuộn mi giả qua các ngón tay và điều chỉnh độ cong của nó để thích hợp với độ cong của mắt.
- 5.** Bạn đứng trước gương để dán mi và hai khuỷu tay không có điểm tựa nào. Rắc rối có thể bắt đầu từ đây bởi hầu hết mọi người dán mi khi họ đứng. Hãy thử đặt một chiếc gương nhỏ xuống mặt bàn, đặt hai khuỷu tay lên bàn, hơi cúi đầu xuống, giữ cho mắt nhìn xuống gương khi bạn dán mi vào đó. Góc độ này sẽ

khiến mọi việc dễ dàng hơn rất nhiều và bạn sẽ thấy chính xác vị trí của hàng mi.

MI GIẢ THIẾU TỰ NHIÊN

- 1.** Một lần nữa, hãy xem xét lại chất lượng mi giả mà bạn đã mua. Bạn không thể đòi hỏi sợi mi giả mềm mại như thật nếu chỉ muốn bỏ ra vài chục ngàn ở các hàng mỹ phẩm tổng hợp giá rẻ. Chưa kể, mi giả giá rẻ sẽ khiến bạn loay hoay hàng giờ vì chúng có phần cạnh siêu cứng, rất khó uốn cong và rất khó áp vào mắt một cách dễ dàng. Trong khi đó, những thương hiệu như M.A.C, hay Ardell sẽ cung cấp những loại mi giả có cấu trúc mi tự nhiên, sợi mềm như mi thật với mật độ thưa dày tùy chọn.
- 2.** Bạn không kẻ eyeliner và chuốt mascara sau khi dán mi. Hai việc này giúp giảm thiểu sự thiếu tự nhiên của mi giả bởi chúng sẽ tạo ra sự hoà trộn tuyệt hảo giữa phần tiếp xúc của mi giả và mi thật.
- 3.** Bạn quá "tham" khi chọn loại mi giả dày nhất có thể. Mi giả quá dày và dài sau khi được chuốt mascara sẽ tăng độ dày lên ít nhất 20%. Bạn sẽ sở hữu một đôi mắt nặng trĩu.
- 4.** Bạn chưa biết chọn loại mi giả phù hợp với kiểu mắt. Một đôi mắt tròn không cần hàng mi giả quá dày vì nó thực sự sẽ làm cho mắt nhìn nhỏ hơn. Mắt hình hạnh nhân sẽ rất tuyệt nếu mi giả dày đậm ở đuôi mắt nhưng thưa dần về hốc mắt. Mắt mí thoải mái chọn mi giả vì loại phụ kiện này sinh ra chính là để phục vụ kiểu mắt này.

MI GIẢ CÓ TỪ KHI NÀO?

Năm 1916, trong khi quay phim "Cố chấp", đạo diễn DW Griffith nghiên cứu một nữ diễn viên trong bộ trang phục Babylon và cảm thấy có điều gì đó không đúng. "Mắt Seena Owen nhìn thường quá - ông nói - tôi muốn nó lớn gấp hai lần, trông phải thật "siêu nhiên". Nghệ sỹ hoá trang được lệnh tạo ra một cặp mi giả từ tóc và dán bằng kẹo cao su lên mí mắt của Seena Owen. Mấy hôm sau, mắt của nữ diễn viên sưng húp lên vì viêm. May thay, những cảnh quan trọng nhất đã được quay xong. Chỉ trong 10 năm tiếp theo, mi giả đã trở thành một phụ tùng không thể thiếu để nữ diễn viên Hollywood có đôi mắt ấn tượng hơn trên màn ảnh.

Vậy DW Griffith có phải là người đã phát minh ra mi giả? Thực tế thì không. Rất nhiều nghệ sỹ make up đã nghĩ ra việc này sớm hơn nhiều. Năm 1911, một phụ nữ Canada là Anna Taylor đã nhận được một bằng sáng chế Mỹ cho lông mi nhân tạo bằng những sợi tóc mảnh. Trước đó thì Charles Nestle (người Đức) đã sản xuất lông mi giả trong những năm đầu thế kỷ 20 và sử dụng lợi nhuận từ doanh số bán hàng để tài trợ cho phát minh tiếp theo của mình - uốn tóc xoắn vĩnh viễn. Năm 1915, Nestle đã mở một salon tóc ở New York với dịch vụ đi kèm là dán mi giả. Nhiều người đàn ông khá bức xúc với dịch vụ này. Một tạp chí dành cho nam năm 1921 thậm chí còn cảnh báo: "Khi một quý cô liếc nhìn bạn sau hàng mi dày đậm, cong vút mê hồn của cô, đừng vội gục ngã. Đó có thể là đồ giả!"



Thực hiện

- 1.** Đổ gel vào cạnh mi giả
- 2.** Đợi 20 đến 30 s cho gel khô
- 3.** Dùng nhíp đặt mi giả lên mí mắt của bạn có thể đặt ở chính giữa và chỉnh ở hai góc sau
- 4.** Chỉnh sửa hai góc mi giả cho khớp với mí
- 5.** Có thể dùng một ngón tay kéo căng nhẹ vùng da mắt để việc chỉnh sửa được dễ hơn
- 6.** Thực hiện với mắt còn lại
- 7.** Dùng ngón tay hoặc nhíp để ấn mi vào mí chặt nhất có thể
- 8.** Thực hiện với mắt còn lại
- 9.** Dùng eyeliner và mascara để kẻ mắt và che đi phần tiếp xúc của mi giả và mí
- 10.** Việc này sẽ khiến mi giả nhìn tự nhiên hơn

BB CREAM HAY CC CREAM?

CHÚNG TA ĐỀU BIẾT BB CREAM (BLEMISH BALM) VÀ CC CREAM (COLOR CORRECTION) LÀ NHỮNG SẢN PHẨM MAKE UP ALL IN ONE ĐA TÍNH NĂNG, TRONG ĐÓ CC CREAM TẬP TRUNG HƠN VÀO HIỆU CHỈNH MÀU DA CHO NHỮNG LÀN DA KHÔNG HOÀN HẢO. THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM ĐANG CÓ NHỮNG SẢN PHẨM BB/CC NÀO ĐÁNG TIN CẬY?

Người có ý tưởng về BB cream đầu tiên là bác sỹ phẫu thuật người Đức Christine Schrammek (bà muốn tạo ra một loại kem trang điểm cho các bệnh nhân vừa lột da bằng laser, tích hợp nhiều chức năng như chống nắng, dưỡng ẩm, che khuyết và nền cùng một lúc). Nhưng cái nôi của BB Cream phải là Châu Á với sự phát triển mạnh mẽ của dòng sản phẩm này ở hầu hết các thương hiệu Nhật Bản, Hàn Quốc.

Chúng ta hãy bắt đầu hành trình shopping từ các thương hiệu này.

The Face Shop

The Face Shop là lựa chọn phong phú nhất khi nói về BB và CC Cream.

Thương hiệu này đang cung cấp khoảng 10 loại sản phẩm BB và CC với các mức giá khác nhau dành cho những mục đích khác nhau. Dòng "FACE IT BB Cream" có 7 sản phẩm, mức giá dao động từ hơn 600 000 VND – hơn 900 000 VND. Nếu cần chống dầu, bạn có thể lựa chọn FACE IT BB WATERPROOF; nếu cần dưỡng ẩm, bạn nên xem xét Face it BB Cream Aqua Tinted giúp bổ sung 70% nước biển sâu giúp dịu da; nếu cần làm mờ nếp nhăn, có Face It BB Cream HD Perfection.

Dòng CC của The Face Shop tập trung giải quyết các vấn đề về che khuyết, làm đều màu da và khiến da nhìn tươi sáng hơn, dành cho những đối tượng khách hàng có làn da không hoàn hảo. Một sản phẩm thú vị là "Face It Smart Capsule CC Cream" chứa các hạt thông minh với 3 sắc màu. Các hạt

màu vàng, đen và đỏ sẽ dần trải đều khi thoa lên da, và khi đó, chất kem trắng sẽ giúp tìm kiếm và hiệu chỉnh làn da thành tông màu da lý tưởng nhất. Sản phẩm này có giá 890 000 VND.

Laneige

Trong ấn tượng của tôi, Laneige mạnh nhất về các sản phẩm dưỡng ẩm dành cho làn da Châu Á, đặc biệt phù hợp cho làn da thiếu nước (chứ không phải thiếu dầu). Bởi một thành phần quan trọng của thương hiệu này là Laneige Designer Water - loại nước được Laneige nghiên cứu đặc biệt chuyên sâu để làm ẩm da. Do đó, nếu bạn cần tìm kiếm sản phẩm BB hay CC cho da hỗn hợp thiếu nước hay da khô, Laneige là một lựa chọn không tồi.

Kosé

Về đẹp tự nhiên là từ khoá trong tất cả các sản phẩm của Kosé. Điều đó có nghĩa là bạn sẽ luôn luôn hài lòng với lớp nền mỏng nhẹ và tự nhiên mà các sản phẩm trang điểm nền của Kosé mang lại. So sánh với các thương hiệu khác, Kosé chỉ có một sản phẩm BB cream duy nhất là Kosé Sekkisei White BB Cream nhưng ưu thế lớn nhất của sản phẩm này là các tính chất thảo mộc phương Đông và độ mịn màng mà nó mang lại. Chưa kể chỉ số chống nắng rất cao: SPF 40/PA +++. Sản phẩm này thích hợp với nhiều loại da, đặc biệt nên sử dụng khi bạn cần di chuyển nhiều trong mùa hè.

Năm 2011, cơn sốt BB và CC cream quay ngược sang các nước Châu Âu và đổ bộ vào các thương hiệu toàn cầu. Ngay cả những thương hiệu xa xỉ cũ như Chanel cũng cập



nhật trào lưu này và thậm chí còn nhanh chân hơn nhiều “đồng nghiệp” khi ra mắt dòng CC Cream mới. BB hay CC Cream của các thương hiệu Châu Âu hay Bắc Mỹ ít quan tâm đến vấn đề làm trắng da. Thay vào đó, họ tập trung vào chức năng làm đều màu, làm phẳng bề mặt da, chống nắng, thu nhỏ lỗ chân lông là những vấn đề hàng đầu trong mối quan tâm của phụ nữ phương Tây.

Clinique

Thương hiệu này có một dòng BB cream và một dòng CC cream, trong đó CC Cream nhấn mạnh về sắc tố và hiệu chỉnh màu da, còn BB Cream chủ yếu là lớp lót làm mờ các nếp nhăn nhỏ và giúp da phẳng phiu hơn.

CC Cream	Chức năng	BB Cream
30/PA +++	Chỉ số chống nắng	30/PA +++
Mỏng đến trung bình	Độ che phủ	Trung bình đến cao
Kem mỏng nhẹ	Kết cấu	Kem mỏng nhẹ
Hồng hào tự nhiên	Bề mặt	Mờ
3 tông màu da/2 tông màu sáng da	Tông màu	1
Công nghệ hiệu chỉnh sắc da thông minh nhanh chóng hiệu chỉnh sắc da tái xám, sạm màu, vàng vọt và ứng đồ trở nên hồng hào tự nhiên.	Lợi ích	Nhanh chóng làm mờ các nếp nhăn và các khuyết điểm khác trên da.

MAC

Những người quen sử dụng sản phẩm MAC chắc không còn xa lạ với dòng PREP + PRIME BB BEAUTY BALM cũ. Với hai dạng kem và dạng nén, ngay từ cái tên, dòng PREP + PRIME BB BEAUTY BALM có thể nói là nghiêng nhiều về các chức năng của một loại kem lót (primer) hơn là foundation (phấn nền). Sản phẩm này có thể hình dung là một loại primer được bổ sung màu tự nhiên, làm đều màu da, làm mờ các khuyết điểm và làm tăng độ sáng tự nhiên cho da. Đây là một trong những sản phẩm BB Cream All in One thật sự trên thị trường, bởi bạn hoàn toàn không cần dùng kèm với một kem lót riêng biệt.

Năm nay, MAC tiếp tục cải tiến dòng sản phẩm này với sự ra đời của PREP + PRIME CC Colour Correcting. Sản phẩm có dạng bột, dạng kem và dạng nén giúp cải thiện hiệu quả sắc

da, ngay lập tức tái kết cấu và làm mờ các khuyết điểm. Da bạn ửng đỏ, quá vàng vọt hay xanh xao, hoặc không đều màu... bạn chính là đối tượng chính của dòng sản phẩm này. CC Colour Correcting của MAC có 4 màu chính: Illuminate, Recharge, Neutralize và Adjust dành cho từng nhu cầu riêng. Mỗi màu hoạt động hiệu quả trên tất cả các tông màu da và có thể sử dụng riêng lẻ, giúp định vị và giữ lâu lớp trang điểm, hay chỉ đơn giản là phủ lên trên lớp dưỡng ẩm.

Chanel

Bộ đôi CC cream được Chanel đặt trong danh mục Skincare chứ không phải Make up, có lẽ nhằm nhấn mạnh tác dụng dưỡng da nổi trội của sản phẩm vốn nằm trong dòng trang điểm này. Bạn có thể coi đây là một loại kem

dưỡng làm dịu da, tăng cường khả năng giữ ẩm cho da đồng thời có thêm khả năng hiệu chỉnh màu. Ban đầu Chanel chỉ ra mắt một tông màu duy nhất là Beige 20 (tương đương với tông màu 20 của các dòng foundation của Chanel): phù hợp cho làn da trắng hoặc sáng, nhưng sau đó hãng đã bổ sung thêm gam màu be hồng Beige Rosé 12 để thích hợp hơn cho làn da Châu Á. Sản phẩm có cấu trúc dạng gel mỏng nhẹ có độ che phủ khá tốt với các khuyết điểm như đốm nâu, tàn nhang hay nám nhẹ nhưng không hiệu quả với các khuyết điểm nặng hơn.

Bobbi Brown

Viết về BB Cream hay CC cream, sẽ thật thiếu sót nếu bạn không nhắc đến Bobbi Brown - người nổi tiếng với những mẹo make up nhanh chóng, tiện lợi cho phụ nữ năng động và đặc biệt ưa thích những sản phẩm All in One (tất cả trong một). Thương hiệu này có 9 tông màu cho BB Cream và vừa ra mắt 2 tông màu cho CC Cream tại thị trường Việt Nam.

Pale Nude: tông màu hồng tím cho da màu trung tính

Warm Nude: tông màu đào tự nhiên cho màu da trung bình

Ngoài các thành phần giữ ẩm và dưỡng thông thường, CC Cream sẽ giúp bạn hiệu chỉnh màu da một cách xuất sắc nhờ thành phần Soft Focus Powders (tăng cường độ sáng tự nhiên và khuếch tán ánh sáng làm giảm sự xuất hiện của các dấu vết không hoàn hảo). Hỗn hợp các chiết xuất dưa leo, táo và Scutellaria Extracts giúp da sáng màu hơn và giúp hỗ trợ cho tác dụng hiệu chỉnh màu da một cách lâu dài.

Kem hiệu chỉnh sắc da Clinique Moisture Surge CC Cream
Giá 940 000 VND



Kem Lót Ngăn Ngừa Lão Hóa Clinique Age Defense BB Cream SPF 30
Giá: 860,000 VND.



M.A.C CC Colour Correcting Loose Adjust.
Giá 920 000 VND

M.A.C CC Colour Correcting SPF30 Adjust.
Giá 920 000 VND



Chanel CC CREAM
Giá 1 547 000 VND



Bobbi Brown CC Cream SPF 35
Giá 1 170 000 VND

CẶP ĐÔI HOÀN HẢO

Trịnh Khánh

Những cặp đôi hoàn hảo dành cho những hiệu ứng hoàn hảo và thú vị.



Điểm nhấn Pink

Màu hồng đậm là điểm nhấn tuyệt vời cho mùa Xuân Hè. Với son bóng MAC Playful Petal thuộc sưu tập Fantasy Of Flowers (Giá 600 000 VND) và nail Art Deco CERAMIC NAIL LACQUER màu hồng neon (Giá 175 000 VND), bạn đã có đôi môi và nail cùng tông vô cùng sành điệu.

.....

Kẻ lông mày tốc độ

Chắc chắn bạn cần có một dụng cụ hỗ trợ để hai hàng lông mày được đều đặn và đường kẻ sắc nét. Hãy thử các khuôn mày được bán tại cửa hàng drugstore, hoặc tham khảo Giấy nền tạo dáng lông mày ba kích thước kèm chổi nhỏ của Art Deco. Bột kẻ lông mày có thể tham khảo Shiseido Eyebrow Styling Compact với dạng phấn nén mang đến khuôn chân mày thật tự nhiên với màu sắc trẻ trung kéo dài suốt cả ngày (Giá: 559 000VND)



Tẩy da chết homemade

Bạn đã nghe nói nhiều về sức mạnh của tẩy da chết bằng đường hoặc muối. Nhưng nếu trong phòng tắm của bạn không có sẵn một sản phẩm như vậy, tại sao không tự thiết kế một cách đơn giản với gel tắm và các gia vị của phòng bếp? Chuẩn bị một chút muối biển tinh (hoặc đường tùy thích), đổ ra bát nhỏ. Trộn với gel tắm (tham khảo các loại gel tắm của The Body Shop có mức giá trung bình từ 200 000 VND – 300 000 VND), hoà trộn đều rồi chà xát lên người một cách nhẹ nhàng để tẩy da chết ở các vùng thô ráp như gót chân, hông, khuỷu tay. Bạn sẽ thấy tác dụng ngay lập tức.

.....



Nền tươi sáng

Những người có làn da khô xin màu thiếu sức sống chính là đối tượng của sản phẩm này: Bobbi Brown Extra Bright Advanced Moisture Cream. Loại kem dưỡng ẩm này có khả năng hiệu chỉnh màu da bằng các tinh chất Bưởi, Chanh và vitamin C - giúp giảm sự xuất hiện của các đốm sạm màu, đổi màu và không đều màu. Hỗn hợp sáng da Cucumber, Táo và chiết xuất Scutellaria góp phần giúp da rạng rỡ trong khi Glucosamine nhẹ nhàng tẩy da chết, loại bỏ tế bào da chết và sẵn sàng để lại làn da mượt mà, tươi sáng hơn. Sản phẩm có giá 2 700 000 VND. Để tăng hiệu quả cho làn da tươi sáng, có thể sử dụng kết hợp với phấn nền Bobbi Brown Extra Bright Powder Foundation (Giá 1 350 000 VND).

Đôi mắt pastel

Bảng màu mắt và má hồng Dior Trianon Palette hình chiếc clutch tuyệt đẹp này là một sản phẩm giới hạn trong bộ sưu tập mùa xuân của Dior. Màu tím hoa cà, màu vàng rơm, màu be hồng dành cho mắt, màu đen dành cho kẻ mắt và màu hồng sáng dành cho vùng má. Thêm chiếc cọ Palette Trianon Pinceau, bạn hầu như đã có một sản phẩm All in One hoàn mỹ.





Nữ hoàng party

Đôi môi đỏ màu bordeaux và đôi mắt khói chắc chắn sẽ là hai chi tiết đặc trưng cho những buổi dạ tiệc. Bạn có thể tham khảo son Elizabeth Arden Beautiful Color Lipstick (Giá 635 000 VND) và phấn mắt Laneige PURE RADIANT SHADOW (Giá 630 000 VND) bảng màu No. 1 Urban Beige (sự kết hợp của các gam màu nâu sậm và nâu ánh nhũ tuyệt đẹp).

.....

Mờ lỗ chân lông

Nếu bạn không hoàn toàn hài lòng với những loại phấn làm mờ lỗ chân lông trên thị trường, hãy thử cách này: sử dụng một loại phấn khoáng chất an toàn dặm nhẹ lên mặt bằng cọ Kabuki, sau đó xịt toàn mặt với một loại nước khoáng dịu nhẹ. Các hạt phấn sẽ tan nhẹ trên bề mặt da và khiến các lỗ chân lông ít bị chú ý hơn. Tham khảo sản phẩm xịt khoáng The Face Shop FACE IT AURA CC MIST FIXER giá (559 000 VND) và phấn nền Jane iredale PurePressed® Base SPF 20 (Giá 900 000 VND). Lưu ý, có thể dùng cọ Kabuki dặm phấn nền nhiều lượt trên gương mặt để đạt hiệu quả mong muốn, mỗi lượt chỉ sử dụng một lượng phấn nhỏ cần thiết, không dùng quá nhiều.



Mi sắc màu

Nếu bạn đã quá buồn chán với hàng mi đen hay nâu, hãy thử ý tưởng sau: chải mascara bình thường lên mi, ít nhất là 2 lượt để bao bọc quanh mi một chất kết dính. Sau đó dùng cọ nhỏ dặm nhẹ một chút phấn nhũ MAC Pigment lên mi, với bất cứ màu gì mà bạn thích. Phấn nhũ sẽ bao bọc quanh mi và tạo ra màu sắc tuyệt đẹp. Hãy thử với mascara Revlon LashFinder Mascara (Giá 349 000 VND) và MAC pigment màu Violet thuộc sưu tập Fantasy Of Flowers (Giá 640 000 VND).



Phụ kiện cho mi

Mascara không phải sản phẩm duy nhất bạn có thể sử dụng để làm đẹp mi. Sử dụng sản phẩm dưỡng mi dạng sáp Make up Forever Lash Fibers (Giá 590 000 VND) nhằm nuôi dưỡng mi hàng ngày. Một mẹo nhỏ để làm cho mắt to và có hiệu ứng "mắt nai", bạn dùng Lash Fibers chải lên những sợi mi góc ngoài mắt, sau đó mới dùng mascara. Tất nhiên, một phụ kiện không thể thiếu sau đó lược chải mi giúp các sợi mi tách ra một cách tự nhiên. Tham khảo sản phẩm lược chải mi và cọ lông mày của Art Deco (giá 60.000 VND).

107^{STYLES}

Thay đổi kết cấu của phấn nền

Đôi lúc bạn cảm thấy rất hài lòng với màu sắc của một loại phấn nền nào đó, nhưng bạn ước giá như kết cấu của nó nhẹ nhàng hơn để bạn có thể sử dụng hàng ngày trong mùa hè mà không sợ nặng mặt, hoặc nó trở nên mềm mại, dễ dàn trải hơn. Rất đơn giản, hãy pha trộn loại phấn nền yêu thích của bạn với vài giọt serum dưỡng ẩm hoặc một chút primer. Ví dụ, có thể pha trộn một chút serum Estée Lauder Advanced Night Repair vào kem nền Estée Lauder Double Wear (Giá 1 050 000 VND) để khiến loại kem nền có độ che phủ khá cao này trở nên mềm mượt và nhẹ nhàng hơn, đồng thời nâng cao khả năng dưỡng của sản phẩm.

ZUMBA

Vũ điệu CUỒNG NHIỆT

Khánh

KHI ZUMBA MỚI ĐẾN VIỆT NAM, TÔI ĐĂNG KÝ TẬP THỬ VỚI TÂM TRẠNG SẴN SÀNG CHO MỘT BUỔI TẬP FITNESS ĐẦY THỬ THÁCH NHƯ THƯỜNG LỆ. NHƯNG CHÀO ĐÓN TÔI LẠI LÀ MỘT BỮA TIỆC VUI NHỘN.



STYLE **108**

Nghề huấn luyện viên Zumba đang ăn nên làm ra với số lượng thành viên gia tăng nhanh nhất thế giới. Sức hấp dẫn của Zumba dựa trên một nguyên tắc rất đơn giản: phần lớn phụ nữ sẽ rất sẵn lòng đến một club và lắc mình cả tối với bạn bè nhưng họ sẽ kém nhiệt tình hơn nhiều nếu địa điểm là phòng fitness. Địa điểm đầu tiên gắn liền với sự vui vẻ, phấn khích trong khi địa điểm thứ hai rõ ràng là một nhiệm vụ đầy thử thách. Vậy tại sao không kết hợp cả hai điều đó lại với nhau, nói cách khác, tại sao không biến phòng tập fitness thành một club vui nhộn? Và Zumba ra đời. Sự kết hợp của các động tác dance sport cha-cha, salsa, samba, hiphop, reggaeton, thể dục nhịp điệu... ngẫu hứng (nhưng thực tế đã được thiết kế bài bản), âm nhạc tuyệt hay, khiến bạn có cảm giác đang lắc mình trong một club. Bạn không biết nhảy, chưa bao giờ nhảy và chẳng có tý nhạy cảm nào về âm nhạc? Không sao, tất cả đều không phải là vấn đề. Zumba được thiết kế nhiều cấp

độ để dành cho tất cả mọi người. Đôi khi, bạn chỉ cần đi chuyển và lắc mình theo điệu nhạc. Thế là đủ.

MỘT SỐ ĐIỀU CẦN GHI NHỚ KHI BẠN BƯỚC VÀO LỚP ZUMBA LẦN ĐẦU TIÊN:

1. Vị trí tập tốt nhất: Chính giữa lớp, sau những người hàng đầu. Các động tác Zumba thường biến đổi rất nhanh chóng và bất ngờ, chúng có tỷ lệ lặp lại nhưng chúng không lặp lại một cách tuần tự và để đoán như các bài tập fitness truyền thống. Những học viên khá chuyên nghiệp của Zumba thường đứng ở hàng đầu và họ ít khi bỏ buổi. Đứng ngay sau họ, bạn sẽ quan sát được các bước nhảy của họ và copy lại một cách thuận lợi nhất.

2. Không cần quá quan tâm đến sự chính xác. Sự chính xác của các động tác chắc chắn là điều được đặt lên hàng đầu ở lớp Yoga, nhưng không phải ở lớp Zumba. Bạn lắc hông không điệu nghệ hay di chuyển trái phải không nhuần nhuyễn như huấn luyện





viên, không hề gì. Chẳng ai quá quan tâm đến điều đó. Ở lớp Zumba, sự hứng khởi được đặt lên hàng đầu.

3. Không tập Zumba nếu bạn đang đói. Các bài tập Zumba có thể khiến bạn đốt cháy 400 calo/giờ tùy theo các động tác kết hợp. Hầu hết các nhiên liệu bạn sử dụng trong buổi tập không đến từ những thực phẩm bạn vừa ăn! Nó thực sự đến từ các carbohydrate (gọi là "glycogen") và chất béo được lưu trữ trong cơ bắp của bạn, gan và các tế bào. Bởi vậy, nếu bạn có chế độ ăn đầy đủ hàng ngày, bạn có thể bỏ qua bữa ăn nhẹ trước khi tập. Nhưng nếu không, bạn sẽ nhạy cảm hơn nhiều với sự thay đổi lượng đường trong máu, đặc biệt ở 15-20 phút tập đầu tiên với những cảm giác rõ nét về sự mệt mỏi, chóng mặt, đau đầu, hay thậm chí là ngất. Khi đó, bạn cần cân nhắc hai phương pháp ăn nhẹ trước khi tập như sau:

- Một bữa nhẹ khoảng 100 calo trước khi tập 30 phút, bao gồm tinh bột dễ tiêu hoá và một chút chất béo: nước ép trái cây, sinh tố, hoa quả,

bánh quy hoặc bánh mì tròn hoặc các thanh năng lượng.

- Một bữa ăn cân bằng dinh dưỡng 1-2 tiếng trước khi tập. Đây là lựa chọn tốt với nhiều người. Nên ăn đủ số calo bằng một nửa lượng calo mà bạn mong đốt cháy trong buổi tập tiếp theo. Ví dụ, nếu bạn mong đốt cháy 500 calo thì bữa ăn này nên đạt khoảng 250 – 300 calo. Ít nhất một nửa số calo này nên đến từ tinh bột giúp giữ lượng đường và năng lượng của bạn ổn định trong buổi tập (bánh mì, cơm, bún hoặc phở). Một số lựa chọn như: Trái cây và sữa chua/Các loại hạt/Bột lúa kiều mạch/Ngũ cốc (với hơn 3 gam chất xơ) và sữa/Trứng luộc (hoặc lòng trắng trứng)/Sữa (đặc biệt là sữa sô cô la)/Cà chua hoặc nước ép rau/các thanh protein / năng lượng.

4. Trang phục và giày: Bất cứ trang phục nào mà bạn cảm thấy thoải mái. Nên chọn loại giày thể thao đế mỏng và nhẹ, tránh loại giày chạy đế dày. Giày chạy được thiết kế để chân di chuyển về phía trước trong khi ở Zumba, bạn sẽ di chuyển trái phải

trên dưới một cách linh hoạt.

5. Số lượng người tập: chỉ nên từ 15- 20 người. Nhiều phòng tập nhận rất nhiều thành viên để kiếm lời trong cơn sốt Zumba. Bạn biết những phiền toái sẽ xảy ra nếu không có một không gian rộng rãi và bạn bị che khuất không thể nhìn thấy huấn luyện viên. Do đó, hãy chỉ đăng ký những lớp có số thành viên vừa phải.

6. Zumba cũng có thể bị thương. Điều này xảy ra nếu huấn luyện viên không cho học viên khởi động đầy đủ và chuyển ngay sang những động tác khó đòi hỏi kỹ thuật cao. Hãy quan sát bài tập của bạn và nếu cảm thấy nó không ổn với cơ thể bạn vào lúc đó, hãy dừng ngay.

Luôn luôn tỉnh táo với giới hạn của cơ thể. Đừng để bị cuốn vào không khí phấn chấn của "Bữa tiệc" xung quanh bạn mà cố thực hiện những động tác quá sức. Di chuyển với tốc độ riêng của bạn bởi nếu bị lệch nhịp, các động tác sẽ luôn luôn được lặp lại để bạn có thể bắt kịp.



Kuong Xúc La

Thanh Hoa

NHỮNG BẢN TIN ĐẪM MÀU BẠO LỰC GẮN ĐÂY ĐÃ GIEO RẮC NỖI SỢ HÃI LÊN MẢNH ĐẤT ẤN ĐỘ, VÀ ĐÔI KHI KHIẾN CHÚNG TA QUÊN MẤT RẰNG, VÙNG ĐẤT NÀY TỪNG LÀ MỘT NÀNG THƠ ĐẦY KỲ BÍ TRONG LỊCH SỬ NGHỆ THUẬT CỦA PHƯƠNG TÂY.

Những năm 20 của thế kỷ trước, khi Louis Boucheron (con trai người sáng lập thương hiệu trang sức Boucheron lâu đời của Pháp) bước vào chuyến hành trình phương Đông mà điểm đến là Ấn Độ, ông đã bị chinh phục bởi vẻ đẹp hoang sơ kỳ diệu của đất nước này. Để rồi Ấn Độ đã trở thành nguồn cảm hứng lớn cho nước hoa Boucheron trong nhiều thập niên sau đó. Thương hiệu lấy tên Jaipur (thành phố lớn nhất của bang Rajasthan) để đặt tên cho dòng nước hoa này. Chúng ta có “Jaipur for women” vào năm 94, với hình dạng chiếc vòng tay may mắn của Rajasthan – một bó hoa ngọt ngào đậm chất phương Đông. Tiếp đó là Jaipur Homme năm 98, khai thác sâu vào chất gia vị với bạch đậu khấu và hoắc hương, một mùi hương dành cho Nam. Rồi Jaipur Saphir năm 99, Jaipur Homme Fraicheur Epicee năm 2004, Jaipur Homme Fraicheur năm 2006... tất cả đều là những mùi hương với cảm hứng Ấn sâu sắc.

Louis Boucheron không phải người duy nhất tìm thấy tình yêu ở



Ấn Độ. Quốc gia này đã để lại cho Guerlain một kiệt tác mà cả thế giới biết đến: Shalimar ra mắt năm 1925. Shalimar lấy cảm hứng từ tình yêu của một hoàng đế Ấn Độ cho người vợ yêu quý của mình. Nước hoa là một giai điệu kỳ lạ nhưng dễ nhận biết của hương hoa, hoặc hương và hổ phách. Những giọt tình yêu mạnh mẽ và say đắm này đã chinh phục phụ nữ trong gần một thế kỷ.

Trên bản đồ nước hoa, Ấn Độ nổi tiếng vì nguồn nguyên liệu thơm phong phú với những đặc sản như trầm, đàn hương, hoa nhài, bạch đậu khấu. Mỗi nguyên liệu này đều là sự khát khao của phương Tây và không thể thiếu nếu người ta muốn tạo ra một mùi hương Orient thực sự. Serge Lutens đã tạo ra Santal de Mysore để gợi nhớ về một nguyên liệu đang trên bờ cạn kiệt của Ấn: gỗ đàn hương Mysore. Gỗ đàn hương được sử dụng trong các nghi lễ tôn giáo Ấn Độ trong hơn 2000 năm. Khi chiết xuất thành dầu, loại gỗ này toả hương thơm sang trọng với các tầng hương sâu, cay và đậm đặc như bóng tối. Những ấn tượng này đã được chuyển tải trong Santal de Mysore một cách hoàn hảo. Lutens đã dành vài dòng ngắn gọn để mô tả lại mùi hương này: “Một mùi đàn hương đáng kinh ngạc. Mùi hương này đưa các mùi gia vị lên đỉnh cao – chúng gần như khóc để chống lại sự áp đảo của đàn hương. Nghệ tây lạ lùng và cà rốt hoang dã. Vị ngọt mở đường cho sự bùng nổ ấm áp”. Santal de Mysore không có mùi đàn hương trong vài phút mở đầu, có lẽ do bị lấn át bởi hàng loạt những gia vị mạnh mẽ (cà ri, thảo dược, thì là, bồ đề). Để áp vào bạn đầu tiên là mùi ngọt của caramel, mùi thì là cà ri và một hỗn hợp gia vị khó mà mô tả, nhưng chắc chắn bạn sẽ nhận ra ngay nếu bạn đã từng ở Ấn Độ một thời gian dài. Sau năm phút, hương khói cháy của bồ đề trở nên ít khắc nghiệt hơn và mùi nhựa thơm như được tan chảy ra trong một giai điệu ngọt như kiểu caremen đun nóng, cay, đặc sánh với mùi gỗ đàn hương đậm nét. Có nhiều lời đồn đại về chất liệu gỗ đàn hương Mysore trong loại nước hoa này. Một số người nói rằng Lutens đã



Shalimar của Guerlain

Hương - cảm hứng của Jaisalmer của Comme des Garçons



CREED Original Santal, với chiết xuất đàn hương Mysore của Ấn Độ là note mùi chính



Jaipur Bracelet của Boucheron



Jaisalmer của Comme des Garçons



Rajasthan của Etro



Un Jardin Après La Mousson của Hermès



Jaipur Homme của Boucheron



Santal de Mysore của Serge Lutens

111 style



dự trữ đủ số dầu đàn hương Mysore để có thể tiếp tục sản xuất mùi hương này sau chính sách hạn chế khai thác của chính phủ Ấn Độ. Nhưng một số bình luận khác lại cho rằng, Santal de Mysore thực ra đã dùng đến một nguyên liệu tổng hợp là ebanol, có mùi đàn hương tự nhiên, mạnh mẽ và dữ dội. Dĩ nhiên, chúng ta vẫn chẳng thể biết chính xác câu trả lời.

Nếu Santal de Mysore gợi nhắc đến sự hỗn loạn và sôi động của Delhi thì sự yên tĩnh của Kerala ở tây nam Ấn lại trở thành nguồn cảm hứng cho Un Jardin Après La Mousson – tác phẩm của Jean-Claude Ellena cho Hermès. Vùng đất này có những đợt gió mùa tây nam được dân bản xứ gọi là 'Nairutya Maarut'. Khi gió mùa thổi qua, chúng mang theo những cơn mưa nặng hạt trong chốc lát, rửa sạch bụi bẩn trên những tán lá, để lại một không gian ẩm ướt với hơi nước đang dần bốc lên, mang theo hơi ngai ngái của cỏ cây, mùi đất, mùi lá mục, và mùi hoa. Cây lá run rẩy trong sự lộng lẫy và ướt đẫm tinh khôi. Un Jardin Après La Mousson lấy cảm hứng từ một khu vườn như thế, với gừng, tiêu, bạch đậu khấu và rau mùi tươi tốt, nảy nở sau một cơn mưa. Hương thơm có thể được xếp vào danh mục

hương nước vốn quen thuộc với đàn ông vì sự sạch, nhẹ nhõm và an toàn. Mousson đối mặt với nhiều bình luận tiêu cực từ một số nhà phê bình nước hoa lớn, bởi hương thơm đơn giản một cách bất ngờ với một tài năng như Ellena và có lẽ phải cần rất nhiều sự tưởng tượng để cảm được chất Ấn ở đây: một chút ẩm ướt của gió biển, lau sậy mục nát, mơ hồ chút mùi cây lá. Dù vậy, mùi hương vẫn được nhiều công chúng ưa thích, mà đặc biệt là phái mạnh. Họ tìm thấy một điều gì đó vượt qua những hương ozonic (hương nước) thông thường với sự có mặt tuyệt vời của gừng, thảo quả, rau mùi và cỏ vertiver.

Chúng ta có Comme des Garçons gia nhập vào danh sách với Jaisalmer, một mùi hương trong series Incense. Series này ra mắt năm 2002 với năm mùi hương, lấy cảm hứng từ năm giáo lý chính của nhân loại: Avignon - Công giáo; Ouarzazate - Hồi giáo; Zagorsk - Kitô giáo; Jaisalmer - Ấn Độ giáo; Kyoto - Phật giáo và Thần đạo. Jaisalmer gắn bó với những bó hương nghi ngút trong các đền thờ Ấn Độ giáo. Mùi khói hương lan toả trong không khí và kết nối đời sống tâm linh của người dân Ấn Độ (cũng như nhiều quốc gia Đông Nam Á).

Khói thơm sẽ đưa những lời nguyện cầu đến với các đấng từ bi và qua làn khói, sự an lạc là điểm đến cuối cùng.

Jaisalmer được đặt theo thành phố vàng của Ấn Độ và gợi nhớ đến các tuyến đường thương mại cổ đại vận chuyển gỗ mun từ Ấn Độ đến Ai Cập trong nhiều thế kỷ trước. Jaisalmer bao gồm các note hương nóng ấm thường chỉ được đặt ở tầng hương cuối cùng như: hồ phách, quế, bạch đậu khấu, tiêu, ớt đỏ, gỗ gaiac và gỗ mun. Một hương thơm tuyệt đẹp và hiện đại dành cho nam giới, có thể thực sự thấm vào da và toả ra chút ngọt ngào nữ tính, nhưng khi lắng đọng lại, sẽ đượm mùi tuyết tùng (dù không hề có tuyết tùng) và sự thiển định của một khu rừng bình lặng.

Năm 2013, thương hiệu thời trang Etro ra mắt mùi hương Rajasthan trong một chiếc lọ in hoạ tiết hoa lá truyền thống của Ấn với gam màu hồng pha cam và tím rực rỡ. Một mùi hương tươi sáng, sắc nét với tiêu, hoa hồng, hoa mimosa và xạ hương. Mùi hương đã diễn tả cảm giác của du khách khi lạc vào những thành phố đầy màu sắc và âm thanh của Ấn Độ: bất ngờ, hoang hốt, quen thuộc và cuối cùng là say mê.

lifestyle



Sunrise of teluk tempoyak Penang

KHU VƯỜN YÊN TĨNH

Thanh Hoa





MỘT NGÔI NHÀ CÓ NỘI THẤT ĐẸP, SANG TRỌNG VẪN LÀ CHƯA ĐỦ TRONG XU HƯỚNG HIỆN ĐẠI. BẠN CẦN CÓ MỘT KHÔNG GIAN NGOÀI TRỜI THI VỊ.

Một bản vẽ chung cư mới ở thành phố Montpellier, miền Nam nước Pháp đang gây sốt với những ban công trở ra từ mọi hướng. Những ban công này khiến ngôi nhà được gọi là “Cây trắng”, chúng tạo ra một không gian tuyệt đẹp để chủ nhà thư giãn giữa không trung. Khi chủ nhà phủ kín ban công của họ bằng những chậu cây, toà nhà “Cây trắng” sẽ trở thành một cây xanh thực thụ với những ô vuông xanh biếc lơ lửng như những vườn treo. Các yếu tố ánh sáng, sự giao hoà thiên nhiên và không gian mở đã được xử lý rất tuyệt. Xu hướng này cũng đại diện cho một vấn đề nóng đang được mọi kiến trúc sư lưu tâm cho khách hàng của họ: cảnh quan ngoài trời.

Cảnh quan ngoài trời có thể bao gồm: vườn cảnh, suối nước nhỏ, các bậc đá, sofa giữa vườn, mái hiên, bàn ghế gỗ hay các đôn nhỏ. Khu vực này là một không gian linh hoạt nhất trong nhà: nó có thể là nơi gia chủ thư giãn trong buổi trà chiều, là nơi gia đình sum họp trong một buổi sáng chủ nhật nắng đẹp, là nơi gia chủ tiếp khách khứa bạn bè thân quen, cũng có thể là nơi tổ chức những buổi tiệc ngoài trời nhỏ ấm cúng. Từ những tiền sảnh phía Đông cho đến những ban công bên bờ biển phía Tây, không gian ngoài trời đang có sự phát triển mạnh mẽ.

Hiệp Hội Kiến trúc sư cảnh quan Mỹ đã thực hiện một cuộc khảo sát để xem xét những gì sẽ thống trị trong xu hướng ngoài trời năm 2014 và thấy rằng 94,2 % những người được hỏi mong muốn giữ lại khu vườn ngoài trời của họ. Họ hiểu rất rõ rằng những cảnh quan này sẽ tăng thêm giá trị cho cuộc sống cũng như tài sản của họ. Và một không gian mở thân thiện với sự xoá nhoà giới hạn của những bức tường





đang là xu thế chính trong thiết kế nội và ngoại thất những năm gần đây.

Điều gì được chăm chú nhiều nhất trong một không gian ngoài trời? Đó là ánh sáng (98,3%), chỗ ngồi (97,7%), lò nướng (94, 3%). Nếu cuộc điều tra này là chính xác thì xu hướng thư giãn ở không gian ngoài trời sẽ áp đảo xu hướng thư giãn hồ bơi hay sauna trong nhà ở các năm tiếp theo.

1. Khi lựa chọn các vật liệu để trang trí cho không gian ngoài trời, luôn luôn nhớ rằng chúng cần có khả năng chống lại không khí, sự thay đổi nhiệt độ bất thường và mưa gió. Nếu bạn ưa thích phong cách vintage với những chiếc sofa in hoa và gối, chúng nên được đặt dưới mái hiên ở những nơi có không khí khô lạnh. Khu vực có nhiệt độ thay đổi như miền Bắc Việt Nam sẽ thích hợp với bàn ghế nhẹ bằng mây tre, có khả năng xếp gập linh hoạt, vật liệu gỗ đá tổng hợp chống phai màu, trầy xước và nấm mốc. Một yếu tố quan trọng cần tính đến là khả năng bảo trì đơn giản: các vật liệu có thể bị tràn thức ăn hay dầu mỡ trong các buổi tiệc và chúng có thể lau dọn đơn giản.

Có rất nhiều tùy chọn cho hàng hiên, bạn có thể lựa chọn rất nhiều vật liệu khác nhau như bê tông, đá rài, đá và gạch. Tường có thể làm từ gỗ hoặc vật liệu composite. Một sàn gỗ ép ít tốn kém hơn khi thiết kế ban đầu nhưng chi phí bảo quản cao hơn nhiều và dễ bị bong tróc theo thời gian.

2. Phong cách của không gian ngoài trời nên có sự kết nối và hài hoà với nội thất bên trong. Điều này sẽ tạo ra sự thống nhất trong tổng thể. Những chiếc đôn gỗ gụ được chạm trổ cầu kỳ sẽ rất lạc lõng nếu chúng đặt trước mái hiên một ngôi nhà được

décor với các nội thất tối giản và hiện đại. Tuy nhiên, sự sáng tạo sẽ có thể thoát mái hơn nhiều nếu bạn thiết kế không gian ở hiên sau. Những món đồ rực rỡ, những tấm thảm cá tính và độc đáo sẽ được lựa chọn cho khu vực này.

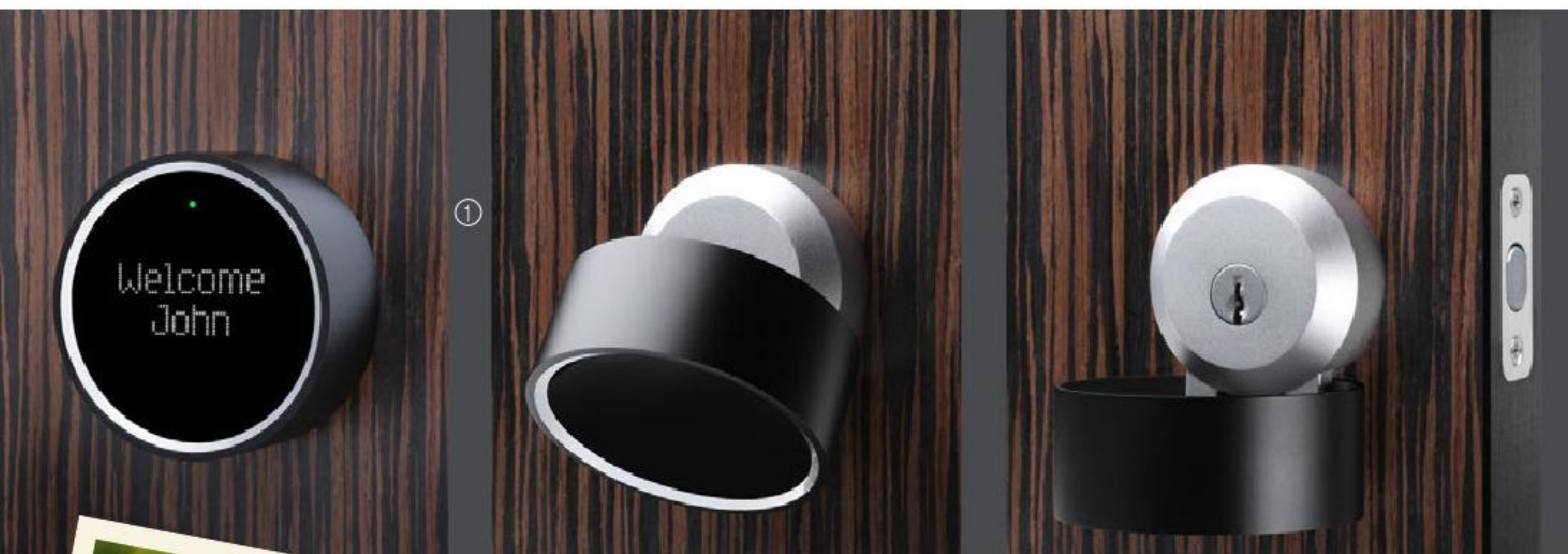
3. Tầm nhìn đẹp là điều luôn được tính đến. Những chiếc ghế sẽ được đặt ở chỗ mà gia chủ có thể nhìn được một cảnh quan thú vị: vườn cây, suối nước, lối đi nhỏ dẫn lên nhà hay một bãi cỏ xanh mướt.

4. Tính bảo mật. Ngay cả khi đây là một khu vực ngoài trời, bạn cũng nên tính đến việc giữ gìn sự riêng tư cho mình và gia đình. Hẳn không ai muốn nhâm nhi một tách cà phê chiều trong ánh mắt của bất cứ người đi đường nào. Có thể khắc phục điều này bằng cách trồng các cây cao hơn để bao phủ phía tường rào.

5. Khu vực an toàn. Nếu bạn muốn đặt bàn ghế giữa một khu vườn thì các yếu tố cần thiết để giảm nhẹ sự tác động của mưa gió vẫn nên có: một mái hiên, giàn che với các dây leo bao quanh. Yếu tố bóng đổ luôn luôn cần thiết để tạo ra một tâm trạng thư giãn. Các yếu tố này cũng tạo ra một cảm giác ấm cúng và thân mật khi giới hạn không gian được “khoanh vùng”.

6. Có những cách tiết kiệm để tạo ra một không gian ngoài trời đơn giản. Ví dụ nối dài phần sàn gỗ trong nhà ra hiên và dùng cửa kính chịu lực để ngăn giữa hai khu vực. Phần mái hiên này sẽ được dùng như một không gian mở cho gia đình.





COOL GADGETS

Minh Quân

GOJI SMART LOCK

Khoá điện tử thông minh không còn là một thiết bị xa lạ nữa nhưng điều làm Goji Smart Lock trở nên khác biệt với các sản phẩm cùng mục đích khác là được tích hợp một camera. Camera này sẽ tự động kích hoạt mỗi khi có ai xuất hiện trước cửa nhà bạn. Cũng hoạt động thông qua một app trên điện thoại để cài đặt những tính năng cần thiết như mật khẩu, với Goji Smart Lock bạn còn có thể xem lại lịch sử của camera để biết những ai đã đến nhà mình. Giá bán: \$235

SMARTY RING

Nếu bạn là một tín đồ của những chiếc nhẫn thì chắc chắn Smarty Ring sẽ cực kì hấp dẫn với bạn. Tiếp theo sự bùng nổ của đồng hồ thông minh, nhẫn thông minh là một bước tiến nữa của công nghệ kĩ thuật số khi có thể giúp bạn nhận thông báo email, cuộc gọi, tin nhắn, điều khiển từ xa điện thoại. Smarty Ring cũng hoạt động thông qua Bluetooth. Giá bán: \$175



LEAP 3D MOTION

Thiết bị này có kích thước như một chiếc iPod, khi kết nối với máy tính của bạn qua cổng USB sẽ tạo ra một tương tác 3D trong phạm vi bán kính nhỏ. Hãy tưởng tượng thay vì điều khiển trực tiếp lên bàn phím hay chuột thì bạn chỉ cần gạt tay trong không khí như phim điện ảnh. Giá bán: \$69.99

CONE SMART SPEAKER

Hãy tưởng tượng bạn trở về nhà sau một ngày mệt mỏi, bước vào cửa, cắm loa, thay quần áo, nấu bữa tối và âm nhạc phát ra đúng với những gì mà bạn chờ đợi vào khoảnh khắc đó! Phải, nghe thật kì diệu đúng không? Nhưng thực ra Cone Smart Speaker là một chiếc loa thông minh được thiết kế để ghi nhận thói quen nghe nhạc của bạn, những bản thu mà bạn thích và rồi phát lại theo phân tích sở thích mà nó có được từ các dữ liệu. Hoạt động qua Wifi, có thể điều khiển bằng giọng nói, tất cả những

gì bạn cần làm là kết nối Cone với một dịch vụ nghe nhạc mà bạn thích (Soundcloud, 8tracks...) thông qua một app và rồi để Cone làm nhiệm vụ của mình. Giá bán: \$399

FILIP PHONE WATCH

Trang bị cho trẻ con một chiếc điện thoại không còn là điều gì quá mới mẻ với các bậc phụ huynh ngày nay bởi chúng không chỉ giúp việc liên lạc trở nên đơn giản hơn mà phụ huynh còn có thể xác định được vị trí của con mình với các phần mềm cài đặt đơn giản. Tuy nhiên, Filip Phone Watch lại là thiết kế đồng hồ điện thoại đầy các tiện ích trên lên một bước mới với kiểu dáng bắt mắt dành cho trẻ con, lại được đeo vào tay chắc chắn tránh rơi vỡ thất lạc và thậm chí còn không thấm nước. Giá bán: \$199.

EPIPHANY ONE PUCK

Phát triển từ ý tưởng một chiếc lót ly thông thường, Epiphany One Puck trở thành một chiếc đế lót ly

có khả năng làm nóng hay lạnh cốc nước của bạn mỗi khi bạn cắm sạc điện thoại vào thiết bị qua dây USB. Epiphany One Puck cũng cực kì nhỏ gọn để bạn dễ dàng mang đi khắp nơi. Giá bán: \$115

STYLEXPERT BEARDTRIMMER 9000

Mọi thiết bị đều tuyệt vời hơn với công nghệ laser. Nếu không tin, các quý ông hãy thử chiếc dao cạo râu StyleXpert Beardtrimmer 9000 này thử xem! Được thiết kế bởi Philips, StyleXpert Beardtrimmer 9000 không dùng laser để cắt tia trên khuôn mặt bạn mà chỉ tạo một nét để bạn tự điều chỉnh độ ngắn dài (với 17 mức độ khác nhau) theo đó. Giá bán: \$99.99

119 **STYLES**

TIỀN NÀO CHƯA CHẮC CỦA NẤY

Hà Linh

BlackBerry Curve 9220

Với thiết kế nam tính, cứng cáp, BlackBerry Curve 9220 là một lựa chọn đáng quan tâm nếu bạn muốn tìm một dòng máy ổn định, bền, giá cả phải chăng. Máy trang bị màn hình QVGA, 2.44 inches; hệ điều hành BlackBerry 7.1 tích hợp các chức năng mới nhất của RIM. Đây là smartphone rẻ nhất của BlackBerry được bán ra tại Việt Nam. Pin dung lượng lớn. Ngoài ra còn tích hợp phím nóng giúp truy cập nhanh các ứng dụng tích hợp mạng xã hội như Facebook, Twitter.

Giá bán: 3 triệu VND

HTC 8S

Với mức giá vào khoảng 3.3 triệu VND, HTC 8S sở hữu màn hình SLCD 4 inch có độ phân giải 480x800 pixels, vi xử lý Qualcomm Snapdragon S4 2 nhân tốc độ 1GHz, 512MB RAM, 4GB bộ nhớ trong, pin dung lượng 1,700mAh, camera mặt sau chỉ vờn vẹn 5MP. Máy với thiết kế bắt mắt, đa màu sắc tạo cảm giác tươi mới, năng động, rất phù hợp với các bạn trẻ.

LG L4 II E440

Các mẫu điện thoại của LG từ trước đến nay vốn không phải quá đắt đỏ so với người dùng. Và LG L4 II E440 là một ví dụ. Máy có kích thước 3,8 inch, trang bị chip xử lý 1x tốc độ 1GHz, độ phân giải 320x480 pixels, 512MB RAM. Camera sau có độ phân giải 3 megapixels, hỗ trợ đèn flash LED, pin dung lượng 1,700mAh. Máy chạy trên nền tảng Android 4.1 Jelly Bean. Phím Home của L4 còn tích hợp cả đèn LED nhấp sáng khi có thông báo rất đặc trưng đồng thời thiết kế chung khá vuông vức và nhỏ nhắn.

Giá: 2,2 triệu đồng



SMARTPHONE GẦN NHƯ TRỞ THÀNH MỘT VẬT DỤNG KHÔNG THỂ THIẾU CỦA NHIỀU NGƯỜI NGÀY NAY. TUY NHIÊN, ĐA PHẦN CHÚNG TA ĐỀU NGHĨ RẰNG SMARTPHONE CÀNG ĐẮT TIỀN THÌ MỚI YÊN TÂM VỀ CHẤT LƯỢNG. QUAN NIỆM NÀY KHÔNG HOÀN TOÀN ĐÚNG KHI TẤT CẢ CÁC HÃNG ĐIỆN THOẠI NỔI TIẾNG ĐỀU CHO RA ĐỜI NHỮNG MẪU SẢN PHẨM GIÁ RẺ MÀ TÍNH NĂNG VẪN ĐẢM BẢO VỚI NHU CẦU SỬ DỤNG. HÃY CÙNG STYLE ĐIỂM QUA XEM NHÉ!

121^{STYLE}

Samsung Galaxy Trend

Chỉ với 3.2 triệu VND là bạn đã có thể sở hữu Samsung Galaxy Trend mang đến trải nghiệm Android khá đầy đủ. Galaxy Trend trang bị chip xử lý đơn nhân tốc độ 1GHz, màn hình 4 inch TFT LCD độ phân giải 480x800 pixels, RAM 768MB, bộ nhớ trong 4GB (có hỗ trợ khe cắm thẻ microSD). Thiết kế máy đơn giản, gần gũi có nét giống Galaxy S3 với 2 cạnh viền bằng nhựa giả kim loại.

Sony Xperia E

Dành cho những ai thích thương hiệu Sony với các đường nét thiết kế sang trọng, lịch lãm, Sony Xperia E có giá chỉ tầm 3 triệu đồng. Xperia E trang bị màn hình 3,5 inch, độ phân giải HVGA, chip xử lý đơn nhân tốc độ 1GHz, 512MB RAM, 8GB bộ nhớ trong, có khe cắm thẻ microSD 32GB. Máy với thiết kế tổng thể khá hài hòa, mặt sau máy với lớp nhựa nhám mịn, mang đến cảm giác cầm nắm rất vừa và êm tay.

Nokia Lumia 520

Với kiểu dáng trẻ trung, 5 màu sắc năng động kèm theo, Nokia Lumia 520 trang bị màn hình 4 inch, độ phân giải 480x800 pixels, chạy chip xử lý Qualcomm MSM8227 tốc độ 1GHz, 512MB RAM, đồ họa Adreno 305 tích hợp. Camera 5MP có khả năng quay video HD 720p, bộ nhớ trong 8GB và hỗ trợ cả khe cắm thẻ nhớ dung lượng lên đến 64GB. Đặc biệt Nokia Lumia còn có mức giá không thể mềm hơn: 3 triệu VND



BẠN ĐỒNG HÀNH CỦA NHỮNG CHUYẾN ĐI

Khải Anh

NẾU BẠN LÀ MỘT TÍN ĐỒ
CỦA XE HƠI VÀ NGHIỆN
NHỮNG CHUYẾN ĐI THÌ
MỘT CHIẾC SUV CHẮC
CHẮN LÀ ĐIỀU KHÔNG
THỂ BỎ QUA. STYLE XIN
GIỚI THIỆU MỘT SỐ MẪU
SUV ĐÁNG CÂN NHẮC.

Jeep Grand Cherokee
Diesel 2014

Jeep Grand Cherokee Diesel 2014 ra đời để đáp ứng nhu cầu bổ sung một số mẫu xe sử dụng động cơ chạy bằng diesel của hãng xe Chrysler. Xe được trang bị động cơ V6 3,0 lít, mô men xoắn cực đại đạt 406 lb-ft, mức tiêu hao nhiên liệu vào khoảng 28 mpg (dặm/gallon nhiên liệu), được xem như câu trả lời của Chrysler sau sự thành công của động cơ EcoBoost F-150 do Ford sản xuất.

122^{STYLES}



Ford Explorer Sport 2013

Ford Explorer Sport cũng được trang bị động cơ V6 với công suất 365 mã lực, tăng tốc từ 0-97 km/h chỉ trong vòng 5 giây. Khung gầm của chiếc xe được làm chắc chắn, bộ phanh to khả năng phản ứng của hệ thống lái cũng nhanh và mượt. Hiện hãng xe Mỹ đang cố gắng để cho ra đời những mẫu xe sở hữu sự cân bằng giữa mức tiêu hao nhiên liệu và sức mạnh của động cơ. Với mức tiêu hao 16/22 dặm/gallon nhiên liệu, Ford Explorer Sport có khả năng tiết kiệm nhiên liệu đáng kể so các với đối thủ.

Phong cách, giá cả phải chăng, tiết kiệm nhiên liệu và cảm giác lái thú vị, đó là những gì chúng ta có thể tìm thấy ở CX-5. Người dùng sẽ có cảm giác lái một chiếc xe sedan 5 chỗ hơn là một chiếc SUV nhỏ gọn bởi CX-5 gây ấn tượng mạnh ở khả năng vận hành trên đường. Xe được trang bị động cơ 4 xi-lanh dung tích 2.5L (được lấy từ Mazda 6 thế hệ mới 2014) có thể sản sinh công suất 184 mã lực và mô-men xoắn cực đại là 185 lb-ft. Điểm đặc biệt khác nữa đó là động cơ 2.5L này không kết hợp với hộp số sàn và truyền năng lượng tới bánh thông qua hộp số tự động 6 cấp. Ngoài ra, với ngôn ngữ thiết kế Kodo sống động, nội thất sang trọng, hệ điều hành thân thiện thông minh, khoang cốp rộng lên tới 966 lít (và 1852 khi gập dãy ghế thứ 2 nằm ngang. CX-5 2014 thực sự là một lựa chọn đáng cân nhắc.



Mazda CX-5 2014

Nissan Xterra 2014



Phiên bản 2014 của Nissan Xterra được đi kèm với khá nhiều các trang bị tiêu chuẩn, bánh xe xuất hiện bộ la-zăng mới bằng hợp kim nhôm. Lưới tản nhiệt thiết kế theo kiểu phân vùng, với các đường viền bản rộng màu bạc, ở giữa xuất hiện logo của Nissan. Ghế trước bọc nỉ và có tính năng sưởi trang bị chuẩn, đi kèm vô lăng tích hợp các phím chức năng giúp người lái dễ dàng điều khiển. Bên cạnh đó, còn có hệ thống âm thanh và giải trí tiêu chuẩn đi kèm. Sức mạnh động cơ của Nissan Xterra 2014 đến từ khối động cơ 4.0 lít DOHC, V6 có khả năng cho công suất cực đại 261 mã lực và mô-men xoắn cực đại 281 lb-ft.

Land Rover Defender thế hệ mới được tung ra thị trường để trực tiếp cạnh tranh với Jeep Wrangler trong phân khúc xe hạng sang. Ngay từ đầu, hãng xe Anh quốc đã xác định điểm mạnh của Land Rover Defender so với đối thủ là sự sang trọng nhưng không kém phần mạnh mẽ, cơ bắp. Dự kiến, Defender mới sẽ xuất hiện với một số phiên bản đặc biệt như xe hai cửa, bán tải và xe thám hiểm với cabin mở. Mức giá của mẫu xe mới đã giảm xuống khá nhiều. Với các phiên bản cũ, khách hàng phải bỏ ra tới 60.000 đô la Mỹ để sở hữu một chiếc Defender, nhưng giờ đây, chỉ với 30.000 – 40.000 đô la Mỹ, bạn đã có thể sở hữu một chiếc xe thế hệ mới. Đây được xem là xu hướng tất yếu khi hãng xe này đang cố gắng xây dựng một hình ảnh mới, tươi trẻ và gần gũi hơn.



Range Rover Defender 2015

24 giờ mỗi ngày không ngừng kết nối.

Với công nghệ kích hoạt bằng giọng nói Ford SYNC độc đáo, cuộc sống hàng ngày của bạn sẽ được liên tục kết nối. Dù là tin nhắn, cuộc gọi hay bản nhạc yêu thích, bạn có thể nối kết tất cả với chính chiếc xe của mình, bằng giọng nói của chính bạn.

THE NEW **FIESTA**

ford.com.vn



Giá chỉ từ: **549** Triệu đồng***



Khóa thông minh và khởi động bằng nút bấm



Hệ Thống Bảo Vệ Thông Minh



Động cơ Duratec 1.5L Vi-VCT



Tiết Kiệm Nhiên Liệu 5.8L/100 km*

* Chu Trình Thử UN-ECE-R101



Hệ thống điều khiển bằng giọng nói

SYNC™



7 Túi Khí**

* 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 DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888** | ford.com.vn |

Toyota RAV4 2014



RAV4 thế hệ thứ 4 là một chiếc xe mang lại sự cân bằng giữa tính kinh tế và tính linh hoạt. Lần đầu tiên, người mua phiên bản xe sử dụng động cơ diesel 2.0 D-4D có thể lựa chọn phiên bản hệ thống truyền động bốn bánh bên cạnh hệ thống truyền động bánh trước. Được nổi với hộp số sàn sáu cấp, động cơ mới này có mức tiêu thụ nhiên liệu trung bình là 5,3 lít/100 km. Ngoài trừ phiên bản Active, tất cả các phiên bản RAV4 đời 2014 khác đều được trang bị hệ thống Touch 2, là sự phát triển mới nhất của hệ thống đa phương tiện hoạt động dựa trên màn hình cảm ứng của Toyota, trong đó có màn hình có độ phân giải cao hơn bốn lần so với hệ thống nguyên bản.

Có sẵn tùy chọn 5 hoặc 7 chỗ ngồi, Kia Sorento là sự pha trộn giữa tính linh hoạt của một chiếc SUV hạng trung với mức giá vô cùng hấp dẫn.

Trang bị hàng loạt tiện nghi cao cấp có sẵn như cửa sổ trời toàn cảnh, hệ thống thông tin giải trí UVO được hỗ trợ từ Google, công suất 195 mã lực, mô-men xoắn 437Nm, cảm biến tự động được trang bị khắp nơi như hệ thống bật đèn pha, hệ thống điều hòa, gương chiếu hậu chống chói, gương chiếu hậu ngoài tự động điều chỉnh góc thấp hơn khi gài số lùi..., Sorento đã phá vỡ quy chuẩn của mọi SUV hạng trung đã từng có trước đó.

Kia Sorento 2014



Nên mua iPhone ở đâu?

CHÚNG TA, AI CŨNG MƠ ƯỚC SỞ HỮU MỘT CHIẾC IPHONE MỚI NHẤT, NHƯNG QUAN TRỌNG, LÀM SAO ĐỂ MUA ĐƯỢC CHIẾC IPHONE CHÍNH HÃNG VỚI DỊCH VỤ TỐT NHẤT? STYLE ĐÃ CÓ CÂU TRẢ LỜI GIÚP BẠN.

Với nhiều người, đầu tư một chiếc iPhone không phải là khoản ngân sách nhỏ, vì thế, chúng ta cần tìm hiểu những thông tin thật kỹ trước khi “mở hấu bao” cho một chiếc smartphone này nhé. Thông thường, trước khi mua iPhone, bạn nên để tâm đến những yếu tố sau:

♥ **Hàng chính hãng:** Thật ra, hiện tại, có rất nhiều cửa hàng bán điện thoại iPhone. Họ đều khẳng định là bán hàng chính hãng nhưng sự thật thế nào thì chúng ta không thể kiểm chứng được. Theo tôi, ở Việt Nam, Thế Giới Di Động, FPT và Viettel vẫn được coi là 03 nhà phân phối iPhone uy tín nhất. Đặc biệt là Thế Giới Di Động, họ đang từng bước khẳng định chất lượng, uy tín qua việc xây dựng hệ thống cửa hàng

manh, với quy mô lớn trên toàn quốc. Ngoài ra, họ còn có nhiều chương trình ưu đãi, bảo vệ khách hàng, cho nên mua iPhone ở đây khá an tâm.

♥ **Thử nghiệm máy trước khi mua:** “Trăm nghe không bằng một thấy”, vậy nên, trước khi đầu tư iPhone, bạn cần biết chính xác mình có thực sự thích nó không, bằng cách trải nghiệm thực tế chúng. Hiện hệ thống Thế Giới Di Động đã trang bị bàn trải nghiệm iPhone trên 180 siêu thị trên toàn quốc sẽ giúp bạn dễ dàng làm được điều này. Vậy bạn hãy thật sáng suốt để tìm hiểu thật kỹ về iPhone trước khi quyết định “rước” một em về nhé.

♥ **Lượng hàng khổng lồ, cho đổi trong vòng 14 ngày:** Nhiều khi bạn muốn sở hữu một chiếc iPhone ngay lập tức, nhưng cửa hàng lại: “xin lỗi, cửa hàng anh hết hàng, tuần sau em nhận hàng nhé!” Lúc đó, bạn có thể sẽ hết muốn mua. Nhưng với Thế Giới Di Động, bạn có thể mua hàng và nhận hàng ngay sau khi chiếc iPhone đã được cài đặt theo đúng nhu cầu sử dụng của bạn. Chưa hết, trong

14 ngày đầu sử dụng, nếu máy bị lỗi thì được đổi máy mới miễn phí. Nếu khách hàng không thích thì được đổi sang máy khác mà không phải chịu phí. Điều kiện là đổi sang máy khác có giá bán bằng hoặc lớn hơn 80% của máy iPhone đã mua. Dịch vụ đặc biệt cho đổi trả iPhone trong vòng 14 ngày này, chỉ duy nhất có ở Thế Giới Di Động, điều này càng củng cố thêm rằng, khách hàng hoàn toàn có thể yên tâm khi lựa chọn 1 chiếc iPhone tại đây.

Dịch vụ tốt: Là một người sử dụng iPhone, bạn chắc chắn không thể không quan tâm tới những câu hỏi về dịch vụ hỗ trợ, sự thuận tiện khi cần hỗ trợ và những nhu cầu thiết yếu khác khi sử dụng. Thực tế là, những người dùng iPhone cho biết họ hầu như không sử dụng hết hoặc không biết những tính năng rất thú vị của iPhone, đặc biệt, khi gặp sự cố với chiếc máy của mình, họ cần một nơi tin tưởng để có thể “gửi gắm” và nhờ hỗ trợ. Với hệ thống cửa hàng trải khắp 63 tỉnh thành, iPhone của bạn luôn được Thế Giới Di Động chăm sóc chu đáo cho dù bạn ở bất kỳ nơi nào ở Việt Nam. Khi sử dụng, chúng ta hoàn toàn không lường hết những rủi ro cho máy. Hãy an tâm, vì đội ngũ kỹ thuật viên của Thế Giới Di Động rất thạo việc với thái độ phục vụ tận tâm.



Một khách hàng đang chăm chú trải nghiệm iPhone tại một siêu thị thegioididong.com

Nếu bạn là một “tín đồ” của iPhone, xin chúc mừng bạn vì giờ đây, bạn đã có thể đặt niềm tin vào một trong những hệ thống bán lẻ lớn và uy tín. Hãy đến và trải nghiệm. Tôi chắc chắn một điều rằng, bạn sẽ hài lòng về dịch vụ ở đây.



● Destination



Penang

VÀ NHỮNG ĐOẠN RỜI RẠC

Hồ Thạch Thảo

STYLE 128



Tôi đến Penang năm 2011, trải qua một tuần tuổi trẻ bồng bột ở đây. Trong ký ức mờ nhạt về những ngày tháng 10 năm đó, tôi vẫn biết mình đã không yêu Penang bằng Melacca, không ấn tượng với thành phố này bằng Cao nguyên Cameron. Ký ức là thứ sinh ra để rồi trôi đi mất, với thành phố hiền hòa đến vậy, giờ được yêu cầu kể lại, may mắn thay tôi vẫn còn tận 3 mẫu chuyện nhỏ dù rời rạc để ghi xuống cho các bạn, cho ai đang tìm kiếm chốn dung thân sau nhiều mỏi mệt, cho ai tìm kiếm một sự cảm thông và mong mỏi được quan tâm từ những người xung quanh, dù là xa lạ. Ở Penang, bạn sẽ tìm được câu trả lời cho những rắc rối của đời mình, cả về nghĩa đen lẫn nghĩa bóng.

Câu chuyện số 1: Ngôi bên đây nhìn đời mình bên kia

Dù rong ruổi ở Malaysia khá

nhieu, kiến trúc của Penang khiến tôi thật bối rối. Penang nói riêng và Malaysia nói chung là nơi có rất nhiều tôn giáo chung sống cùng nhau cũng như nhiều dân tộc quần tụ. Ở các thành phố khác của Malaysia khi tôi viếng thăm, sự khác biệt giữa các tôn giáo thật khó mà nhận biết trong đời sống thường ngày, nếu không muốn nói hầu hết đều lưu lại dấu ấn của sự hài hòa đồng thuận, bổ trợ hòa hợp tạo nên một bản sắc mới, văn hóa mới. Riêng Penang, mỗi tôn giáo, mỗi nền văn hóa đi kèm chiếm trọn một khu riêng của thành phố, không gây hấn nhưng cũng không mờ nhạt. Ví dụ: khi ngồi dựa lưng vào một bức tường của một ngôi đền đạo Hồi, nghe nắng chiếu đổ vạt xéo lên màu sơn xanh ấy, trong tiếng kinh cầu vang vang trầm trầm và giữa cơn buồn ngủ phảng phất mùi cà ri nơi góc phố, tôi nhìn sang phía bên kia đường, những con người gốc Nhật (ở

Penang người Malay gốc Nhật sinh sống đông đúc và thịnh vượng) đang vui vẻ đến nhà thờ dự thánh lễ chiều lúc 4 giờ. Những chiếc váy trắng thanh mảnh đập lặt phật vào ống chân ngà, những bước sandal nhanh thoăn thoắt theo từng hồi chuông giống già... Chỉ cách một con đường lát đá nhỏ nhặt, hai bờ là hai thế giới. Tôi ngồi trong một thế giới và ngỡ mình đang đọc một câu chuyện của những cuộc đời khác; có đôi khi vừa ôm một trái dừa to vừa nhai rau rầu những cơm trắng nước trong, trở ra sau một chuyến thăm quan một ngôi chùa cổ Trung Hoa, bên cạnh hàng cọ già, tôi nhìn về phía trước và ngỡ như thấy mình ngày hôm qua đang đứng cầm bản đồ ở quảng trường và nín một bác xích lô già nua nói tiếng bản xứ để hỏi đường tới khu George Town đầy nhóc những tòa nhà ngân hàng trắng phau trắng lẹ.

Ở Penang, mỗi khu phố chần

“Chúng ta ra đi là để thấy vui khi trở về. Từ Penang,
chắc rằng lòng bạn sẽ hân hoan, bất chấp đau thương bạn đã đến gieo vào lòng thành phố.”





131 STYLE



chặn với những bản sắc riêng, và những kẻ lữ hành nếu không tinh táo sẽ dễ ngỡ ngàng khi lạc lối từ nơi này sang nơi khác, giữa vùng đất này sang vùng đất khác, cảm giác vừa ngỡ ngàng vừa ngộ nghĩnh. Màu sắc cũng theo bản sắc mà chen vai tủa sáng, George Town trắng phau, phố Hà Lan đỏ gạch rực rỡ, những hơi thở hiện đại ở các Plaza xanh mát mát bên bờ biển lồng gió mỗi sáng mỗi chiều, nét khoan thai và nhỏ nhẹ của khu người Nhật vào dịp lễ hội Bon Odori, những đền đài Hồi Giáo xanh tía đỏ thắm, những đền chùa kính cẩn chói lọi,... mỗi góc chiếm ngự

một phần văn hóa, ở mỗi nơi thành phố giữ chân người theo cách riêng; văn hóa nghiêm trang cạnh nhau, tôn giáo kính cẩn cùng nhau, những con người trong đó sống cuộc đời vừa riêng tư gìn giữ tôn giáo văn hóa của gia đình mình vừa trân trọng những khác biệt ngay bên cạnh.

Câu chuyện số 2: Một quán bar ở Quảng Trường Thời Đại

Như tôi đã kể trong câu chuyện trước, Penang là thành phố ôm trong lòng nhiều khác biệt ngỡ sẽ dễ dẫn đến hiềm khích khó lường. Vậy mà, đó lại là thành phố hiền hòa tới khó

tin. Ân cần tựa luật bất thành văn. Bác xích lô trang điểm xe hoa sắc sỡ già nua sẵn sàng vừa đạp xe đưa bạn đi ngắm phố phường vừa làm hướng dẫn viên du lịch miễn phí suốt cuộc xe dù bác không thể nói tiếng Anh (!!!), những tài xế xe bus không bao giờ bày biện nét mặt cáu gắt để đối đầu với những lần cửa xe mở ra đóng lại liên li, những chiếc dù bán nước dừa không bao giờ chào mời sẵn khách nhưng sẽ sẵn sàng kéo bạn lại ngồi nghỉ tới khi hết mệt dù bạn không định mua nước của họ. Nổi bật lên trên hết, là một ban nhạc trong quán bar ở Quảng Trường Thời Đại

thành phố.

Tối thứ bảy đó, khi đã bộ lệ sẵn sàng cho tối cuối tuần ngất trời trong trung tâm, vừa ra khỏi khách sạn đã thấy không bình thường xung quanh. Một cơn mưa nhỏ, gió nhẹ và trăng sắp tròn, thời tiết không thể hoàn hảo hơn được nữa vậy mà phố phường vắng ngắt hết mừng 1 Tết Nguyên Đán, ngoại trừ vài tốp khách Âu Mỹ rảo bộ ngang vừa trò chuyện vừa cười thét lên xôn xao chốc lát. Còn lại tất cả đều cố thủ trong nhà, chỉ còn tôi bơ vơ đứng bên vệ đường. Dù vậy, tôi vẫn kiên quyết vẫy một xích lô hoa đến quảng trường Thời Đại. Theo LP, khu bar ở quảng trường Thời Đại là một trong những nơi náo nhiệt nhất hay ho nhất ở Penang. Đến nơi, tôi mua một vé để vào bên trong một quán bar có vẻ to nhất, một chiếc vé vào cửa gồm một chai Heineken cùng 4 tiếng nghe ban nhạc trình diễn ở vị trí tốt nhất trong quán.

Bên trong quán thật kinh hoàng: thiết kế lộng lẫy và tối tân, sân khấu sáng choang bọc gỗ bóng loáng, ban nhạc gồm 4 nhạc công và 2 ca sĩ (một nam một nữ) đang đứng góc quầy bar vừa uống Martini vừa nhìn chăm chú cửa ra vào. Khi tôi xuất hiện, tất cả đều tỏ vẻ mừng rỡ chỉ riêng tôi hoảng hốt: tôi là vị khách duy nhất trong quán ngày hôm đó.

Khi ý nghĩ “thế là hết, sẽ có ai đó đến trả lại tiền và mời mình về vì ngày hôm nay lý do gì đó không ai thêm đến đây!” chưa kịp chạy hết từ não trái sang não phải thì nhân viên bartender của quán đã tiến đến, đặt trước mặt chai Ken ướp lạnh, chúc tôi một tối thứ 7 “vui vẻ và hạnh phúc”, chưa kịp định thần, tôi đã thấy mình được dời đến ngồi ngay bàn chính giữa; tối đó, với một vị khách duy nhất trong quán, ban nhạc đã hát 4 tiếng đồng hồ không nghỉ, trình diễn mọi bản nhạc thời thượng nhất lúc đó, riêng bài “Just the way you are” của Bruno Mars nổi đình đám, nam ca sĩ còn đến sát cạnh tôi như thể đang hát cho tình nhân. Mọi ngôn ngữ Anh, Pháp, Mỹ, Hoa và cả một bài nhạc Việt với giọng Phil lơ lơ dễ thương phát khóc, quay trong những bước nhảy của Michael Jackson tiếp tới Lady Gaga, tôi ngẩn nhìn họ lấp lánh trên sân khấu nhỏ

xíu, say đắm trong lời hát, cúi đầu cười rạng rỡ sau mỗi tràng vỗ tay duy nhất của tôi, tự hỏi không biết họ đang hát cho tôi hay hát cho họ, hay hát cho ông chủ quán bar với tờ hợp đồng đã ký.

Đến khi show diễn kết thúc, ra về trong tâm trạng ngây ngất vẫn còn chút nghi ngờ, tôi đứng bắt tay nồng nhiệt với chàng ca sĩ nọ và suýt nữa đã bật ngựa khi anh thần nhiên trả lời tôi rằng cuối tuần nào ở đây cũng thảm họa như tối đó, và dù thế nào thì họ vẫn hát và nhảy say sưa đến thế, và rằng nếu tôi muốn đông đúc chen lấn trong đám đông thì nhớ ghé vào những ngày trong tuần (???) Đến tận bây giờ tôi vẫn không hiểu sao đời sống ở Penang lại trái ngược những thành phố khác đến vậy, chỉ biết rằng đêm đó tôi đã đi bộ từ quảng trường về khách sạn và vừa đi vừa thấy lâng lâng trong lòng bởi sự chân thành lan tỏa châu thân.

Câu chuyện thứ 3: Câu trả lời ở đền Nâng Phạt

Khi đến Penang, tôi đang trong một cơn tổn thương nội tại. Có lẽ điều đó hiển hiện quá rõ trên dáng vẻ một sáng đứng cô độc chăm chú thuốc trước hiên, mà cô nhân viên khách sạn Ch. đã kéo tôi lại (sự ân cần rõ ràng bạn thấy không?) và thủ thỉ với tôi rằng ở trên cung đường hướng ra biển, chỉ cần leo lên chiếc xe bus số ... và nhớ nhảy xuống ở ngã ba cuối cùng, sẽ thấy một ngôi đền có cái tên buồn cười lắm (nhưng chớ mà cười bất kính với thần thánh): Lifting Budha (tiếng Việt trắng trợn dịch ra là Đền Nâng Phạt). Nhớ ghé vào, vì những điều chị đang muốn hỏi ai đó thì chị sẽ hỏi được cái vị đang ngự trong đền ấy.

Tôi vốn không theo đạo Phật, nhưng bao biện rằng sẽ đến nơi ấy vì tò mò là nhiều cùng việc du khách mà bỏ qua một vài thắng cảnh chỉ vì khu khu bảo thủ tôn giáo thì đúng là khiếm nhã, chiều đó tôi khoác thêm áo, bỏ bao thuốc ở phòng và nhảy lên xe bus đẹp nhất. Ngôi đền ấy như nhiều ngôi đền Phật khác khắp Penang, khác chẳng bức tượng Phật nổi tiếng ấy rất nhỏ bé, chế tác bằng đồng đen trong tư thế ngự khiêm nhường

trên chiếc bàn thấp một bên chái đền. Ngài ấy im lặng ngồi đó, khi có ai quỳ xuống trước mặt, tâm niệm một điều gì đó trong lòng, sau đó tiến gần và dùng cả hai tay lễ độ nâng tượng lên, nếu điều bạn xin sẽ thành hiện thực bạn sẽ nhắc được tượng, nếu điều ấy bất thành, đến Hercules con trai thần Zeus cũng sẽ chịu thua không thể xoay chuyển.

Chiều đó tôi quanh quẩn ở ngôi đền tới 3 tiếng đồng hồ, hỏi đi hỏi lại một câu hỏi và kỳ nèo cho đến khi ông ấy chán ngán và chịu gạt đầu với tôi thì thôi. Cho đến khi tôi nhắc được ông ấy với đôi tay gầy của mình, khi mái tóc quệt nhẹ qua bờ vai đồng ấy, tôi đã thấy một sự nhẹ nhàng bay lên, giống như những đốm đau bấy lâu nay tụ thành mây khói rồi tan loãng trên cao xanh kia.

Ngày hôm đó, dù tin hay không, trái tim của tôi và nhiều người khác hẳn cũng đã được yên ủi mà chữa lành.

Khi nhìn vào bản đồ Penang, muốn hay không bạn sẽ thấy chỉ chít những thắng cảnh đền chùa nhà cổ, vô vàn những lời khuyên cho các lịch trình thăm thú, các món phải ăn những khu phố phải tới. Tôi không còn nhớ gì về những nơi ấy, ngoài ba câu chuyện kể trên đây. Cho những ai như tôi: dù một lũ khách tuyệt vọng nhất, thoáng chốc quên mất ý nghĩa của sự du hành, khi đến đây, cũng không bị buộc tội hay bỏ rơi, mà sẽ tìm được sự vỗ về và nghỉ ngơi đích thực.

Đến Penang, bạn sẽ tìm được câu trả lời cho nhiều điều và mang về nhà không chỉ niềm vui mà cả lòng rộng lượng đã học được. Ở chính một nơi không ai biết bạn là ai, nơi bạn được phép tùy tiện nhất bởi sự gần bó hời hợt ngăn ngại, ân cần vẫn bao phủ chẳng chờ ghi nhận. Chúng ta ra đi là để thấy vui khi trở về. Từ Penang, chắc rằng lòng bạn sẽ hân hoan, bất chấp đau thương bạn đã đến gieo vào lòng thành phố. Còn cần gì hơn từ một chấm bé xíu của tinh cầu này?

DƯ VỊ CỦA

BA LAN

Xuân Hòa

KHÔNG PHẢI MỎ MUỐI CỔ, KHÔNG PHẢI THỦ ĐÔ XƯA, CŨNG KHÔNG PHẢI HÀNG DƯƠNG, CÔ GÁI BA LAN HAY TƯỢNG ĐÀI CHOPIN, ĐIỀU KHIẾN TÔI NHẤT NHỚ VỀ BA LAN CHÍNH LÀ SỰ TINH TẾ TRONG HƯƠNG VỊ CỦA MỘT ĐẶC PHẨM Ở VÙNG ĐẤT NÀY.

MỘT BA LAN SẠCH VÀ CỔ

Ba Lan là đất nước có lịch sử lâu đời nên hầu như dù ở bất cứ nơi nào, bạn cũng có cảnh để ngắm, để trải nghiệm. Nếu ở thủ đô Warsaw, bạn sẽ thấy những quảng trường dốc thoai thoải với những người họa sỹ già vẽ chân dung du khách, ghé thăm những cửa hàng nhỏ mà cả người bán và người mua đều thuộc tên và thói quen của nhau, hay những con đường lát gạch nhuộm màu thời gian, những cây cầu cổ kính chẳng cần sơn quét mà vẫn đẹp...

Đối với người trẻ như tôi, Ba Lan thanh bình quá. Khi tôi đến thủ đô Warsaw, các con phố ở đây rất sạch. Ở khu phố cổ, hay quảng trường, chỉ có duy nhất một phương tiện giao thông để bạn lựa chọn, đó

là xe đạp. Nếu không, bạn chỉ còn cách đi bộ.

Đến Ba Lan nếu không ghé thăm mỏ muối cổ Wieliczka thì có vẻ hơi tiếc nuối. Nếu biết rằng đây là mỏ muối lớn nhất thế giới và đã từng hoạt động trong 900 năm, chắc chắn bạn sẽ muốn ghé thăm. Trải nghiệm luôn là điều thú vị, bạn sẽ phải đi bộ trên cầu thang gỗ trong hơi ẩm của muối xuống dưới lòng đất khoảng 2.000m. Và ngay dưới đáy của mỏ muối này, bạn sẽ thực sự ấn tượng với hàng loạt các công trình được làm từ muối như phòng trưng bày, thư viện, phòng chữa bệnh, nhà thờ, nhà hàng, bưu điện,...

Nếu có nhiều thời gian, bạn nên đến Krakow, cổ đô cổ kính của Ba Lan để thăm lâu đài Wavel Hill với kiến trúc đặc biệt ấn tượng, khu



Góc phố cổ của Warsaw, Ba Lan.



Lâu đài Belvedere ở Warsaw, Ba Lan.



Khách tham quan mỏ muối Wieliczka



Cố đô Krakow của Ba Lan



Cô Ali Dedlanko – đại sứ thương hiệu Belvedere toàn cầu (thứ 4 từ trái qua) và các người mẫu Việt Nam.

phố cổ Stare Miasto, nhà thờ cổ Saint Mary, quảng trường Market Square,... Hay đến Wroclaw – thành phố cổ Silesian, sự phối hợp kiến trúc Gothic và Baroc lớn nhất và đẹp nhất châu Âu. Wroclaw có 12 hòn đảo nên số cầu trong thành phố chỉ thua Venice, Amsterdam và Saint Petersburg. Con người Ba Lan cũng rất hiền hòa và thật thà. Họ yêu nghệ thuật và luôn có tinh thần bảo vệ thiên nhiên. Trẻ em ngay từ nhỏ đã được học cách bảo vệ môi trường. Tôi thậm chí nghĩ từ “ô nhiễm” không xuất hiện trong từ điển của Ba Lan. Chắc hẳn một sản phẩm đồ uống sẽ là tuyệt hảo nếu được sản xuất ở đất nước xanh, sạch và đẹp này. Rồi tôi lại chìm đắm vào ngôi biệt thự cổ kính của Belvedere ngay phía trước.

MỘT BA LAN CỦA HƯƠNG VỊ

Sau khi đã tham quan khá nhiều các điểm du lịch nổi tiếng của Ba Lan, chúng tôi quyết định khám phá nhà máy chế biến một loại đồ uống ngon nhất thế giới. Thức uống này được sản xuất từ năm 1993 và làm từ 100% lúa mạch vàng Dankowskie và trải qua 4 lần chưng cất. Nhà máy nằm ở thị trấn Zyrardow, cách thủ đô Warsaw khoảng 50 km. Hai bên đường là hàng bạch dương thẳng tắp khiến con đường đến với nhà máy trở nên thơ mộng và thanh bình. Ông Wieslaw Pilat – Phó giám đốc điều hành của Belvedere đón chúng tôi

và giới thiệu quy trình để sản xuất thức uống này.

Chúng tôi được mặc áo khoác trắng, đội mũ trắng vào thăm từng công đoạn sản xuất. Được tận mắt chứng kiến 04 quy trình thanh lọc để cho chất lượng tốt nhất, các khu xưởng, nhà máy đều rất sạch và vệ sinh. Nhờ vào các dự án bảo vệ môi trường tự nhiên dành cho trẻ em của thương hiệu mà các con sông quanh đó đều trong vắt, nhìn thấy cả đáy. Điều đặc biệt nhất trong chuyến đi lần này là được chính ông Wieslaw Pilat của nhà Belvedere chia sẻ: “Hãy tạo ra sự khác biệt, bạn sẽ ngạc nhiên vì nó.”

Khi rời Ba Lan, tôi vẫn bị ám ảnh bởi hương vani, kem, hạnh nhân và tiêu sọ trắng. Và tôi biết, đó là hương vị của Ba Lan.

"ĐƯỜNG ĐẾN CHUNG KẾT" HÀNH TRÌNH TRẢI NGHIỆM ƯỚC MƠ



SÁNG TẠO, THỬ THÁCH VÀ ĐẦY SỨC HẤP DẪN, HÀNH TRÌNH TRẢI NGHIỆM CÚP UEFA CHAMPIONS LEAGUE ĐANG ĐI VÀO GIAI ĐOẠN SÔI ĐỘNG NHẤT VÀ CHIẾC VÉ ĐẾN VỚI TRẬN CHUNG KẾT MÙA GIẢI 2013/2014 TẠI SÂN VẬN ĐỘNG ÁNH SÁNG (ESTADIO DA LUZ), LISBON, BỒ ĐÀO NHA ĐANG CHỜ ĐỢI NHỮNG CHỦ NHÂN MAY MẮN NHẤT TRONG HÀNH TRÌNH CÙNG HEINEKEN CHINH PHỤC ƯỚC MƠ.

HOA THIÊN



Hành trình trải nghiệm tình yêu bóng đá

Câu chuyện kể về một chặng đường "chông gai" nhưng đầy những thử thách thú vị của một fan hâm mộ bóng đá trong con đường chinh phục ước mơ. Hành trình bắt đầu khi người đàn ông nhận được chiếc vé đến trận chung kết UEFA Champions League tại sân vận động Ánh sáng – một giấc mơ mà bất cứ một fan hâm mộ bóng đá nào cũng ít nhất một lần trong đời mơ ước. Anh vội vã lên đường và hành trang mang theo chỉ là hai chai bia của thương hiệu mình yêu thích.

Sẽ không dễ dàng nếu như bạn đang ở vùng Amazon xa xôi tận Nam Mỹ, cách biệt với mọi phương tiện giao thông và cách xa sân vận động tại châu Âu đến hơn 9000 cây số. Chỉ có bản lĩnh, sự tự tin và một tình yêu bóng đá cuồng nhiệt mới đủ sức mạnh để giúp bạn vượt qua mọi thử thách, chinh phục được giấc mơ và biến đam mê thành hiện thực. Hành trình trải nghiệm 48h chinh phục đường thủy, đường bộ và cả đường hàng không gay cấn trong từng khoảnh khắc. Kết hợp cả chạy bộ, phóng ô tô và du hành trên máy bay, anh



vượt qua biển cả, trượt qua nhiều dốc cao, băng qua nhiều cánh đồng rộng lớn với sức vươn mạnh mẽ. Để thuyết phục được hai nhân viên hải quan khó tính, anh nhanh trí xếp hai chai bia theo hình dáng chiếc khung thành và dùng những ngón tay của mình nhảy múa cùng quả táo nhỏ theo kiểu mèo vờn chuột mà Messi vẫn thường biểu diễn và bất ngờ tung cú sút. Bóng đập vào cột dọc hai bên, bay thẳng vào lưới, như một trận cầu đầy kịch tính. Người dân Nam Mỹ đích thực vốn xem bóng đá là một thứ tôn giáo, với màn

biểu diễn không thể tuyệt vời hơn đó, anh đã có được con dấu thông quan vào hộ chiếu.

Tình yêu bóng đá xóa tan mọi khoảng cách và mang mọi người đến gần nhau hơn. Trên chuyến bay từ Rio de Janeiro đến châu Âu, đôi giày đặc trưng Darcos vốn dành riêng cho những vũ công tango, một biểu tượng của tình yêu bóng đá Argentina đã giúp anh và một người đàn ông xa lạ trở nên thân thiết. Sự hỗ trợ từ tình bạn không biên giới kết hợp với sự sáng tạo của mình, anh đã đến được



trận chung kết đỉnh cao ngay trước giờ bóng lăn. Khán đài sân Ánh sáng chỉ còn duy nhất một chỗ của anh, điểm đến hoàn hảo của một giấc mơ tuyệt đẹp.

Cuồng nhiệt vì bóng đá, chuyện không phải của một người. Nhưng chinh phục được giấc mơ dự khán một trận cầu trong mơ thì lúc nào cũng cần phẩm chất như người đàn ông của chúng ta: Bản lĩnh, sự tự tin, trí thông minh và sáng tạo, sẵn sàng với mọi thử thách mới và quan trọng là niềm đam mê cháy bỏng cho quả bóng tròn.

Bạn đã sẵn sàng để chiến thắng “Đường đến chung kết”?

Đây là câu chuyện mà Heineken muốn kể và đưa mọi người đến hành trình “Đường đến chung kết”, hành trình đến với trận chung kết lịch sử vào ngày 24/5 tới tại sân vận động Ánh sáng (Estadio da Luz – Bồ Đào Nha), hành trình đến với ước mơ của hàng triệu người hâm mộ trên toàn thế giới.

Việt Nam, đất nước với hàng triệu tín đồ của quả bóng tròn, chắc hẳn đã có không ít giấc mơ được chiêm ngưỡng tận mắt những đôi chân tài hoa đang nhảy múa trên sân cỏ trận chung kết của UEFA Champions League. Giấc mơ đó sẽ thành hiện thực cho những ai sẵn sàng chinh phục thử thách “Đường đến chung kết” của thương hiệu Heineken. Bắt đầu

từ ngày 3/4, những trải nghiệm độc đáo từ hành trình này sẽ từng bước được khám phá. Chiếc cúp UEFA Champions League danh giá sẽ được hành trình trên các tuyến đường chính tại TP.HCM để người hâm mộ được tận mắt chiêm ngưỡng. Ngày 4 và 5/4 sẽ là những sự kiện độc đáo đem đến cho người hâm mộ cơ hội giao lưu cùng hai siêu sao bóng đá hàng đầu thế giới Ruud van Nistelrooy, cầu thủ ghi bàn nhiều thứ hai trong lịch sử UEFA Champions League và Robert Pires, huyền thoại của CLB Arsenal tại Bitexco, quận 1. Ngày 6/4/2014, cúp UEFA Champions League và đại sứ của giải đấu sẽ đem những trải nghiệm bóng đá độc đáo đến với fan hâm mộ Hà Nội. Hãy cùng Ruud van Nistelrooy - đại sứ của thương hiệu Heineken và Robert Pires – đại sứ của UEFA Champions League trải nghiệm hành trình thú vị này.

Khi truy cập vào website www.heineken.com hoặc trang facebook www.facebook.com/heineken và tham gia chinh phục trái bóng tròn trong thử thách “Đường đến chung kết”, các tín đồ bóng đá sẽ có cơ hội nhận được giải thưởng đặc biệt là các chuyến đi đến Lisbon xem trực tiếp trận chung kết đỉnh cao và các chuyến tham dự lễ hội bóng đá hàng đầu thế giới tại Ibiza (Tây Ban Nha).

Ai sẽ thấy “Ánh sáng” vào ngày 24/5 tới – bạn đã sẵn sàng làm người chiến thắng chưa?

Heineken

**TRẢI NGHIỆM
CÚP UEFA CHAMPIONS LEAGUE**

TP. HỒ CHÍ MINH
3-5/4/2014

CHAMPIONS LEAGUE

Heineken
ROAD TO THE
FINAL

CAFÉ DU LAC

– NHÀ HÀNG BÊN HỒ

Xuân Hòa

Ở Hà Nội, để tìm một nhà hàng buffet không hề khó, nhưng để tìm được một nơi chuyên phục vụ buffet thực sự uy tín, làm hài lòng ngay cả những thực khách khó tính nhất thì không phải ai cũng biết. Kỳ này, Style giới thiệu nhà hàng Café Du Lac, với mong muốn cung cấp thêm vào danh bạ ẩm thực của độc giả tạp chí một địa chỉ ẩm thực uy tín.

Tọa lạc tại tầng 1 khu tòa nhà chính của khách sạn Intercontinental Hà Nội, Café Du Lac là nhà hàng chuyên phục vụ buffet với nhiều lựa chọn các món ăn Âu - Á phong phú. Café Du Lac được bắt nguồn cảm hứng từ những nhà hàng sang trọng nằm cạnh dòng sông Seine thơ mộng tại thủ đô Paris hoa lệ, là sự kết hợp hoàn hảo giữa nét văn hóa Pháp, văn hóa dịch vụ truyền thống của người Việt.

Theo tiếng Pháp, Café du lac có nghĩa là "Nhà hàng bên hồ". Đúng với ý nghĩa của tên gọi, Café Du Lac nằm ngay trên mặt nước hồ Tây lãng đãng và thanh bình, tách biệt hoàn toàn với thế giới ồn ào ngay giữa lòng thủ đô Hà Nội.

Về không gian bên trong, Café Du Lac được chia thành nhiều khu vực riêng biệt. Ngay chính giữa là các quầy đồ ăn từ khá nhiều vùng miền trên thế giới như sushi hay sashimi của Nhật, đến quầy đồ Âu gồm các món như cừu quay, cá chiên xù, cá áp chảo sốt tôm hùm,... các món salad và món cuốn tươi ngon, cùng khu đồ nướng đặc sắc, và nhiều món tráng miệng hấp dẫn.

Bạn có thể đến Café Du Lac, thưởng thức những bữa tiệc tự chọn ban ngày hoặc gọi món theo thực đơn. Ngoài ra, Café Du Lac còn phục vụ các bữa trưa chủ nhật đặc biệt - Sunday Brunch với những loại hải sản tươi sống và cao cấp nhất như tôm hùm tươi, hàu, cừu, bò Úc, và chương trình nhạc sống sôi động. Đặc biệt, bạn cũng không nên bỏ lỡ tiệc buffet cá hồi và đồ uống Chardonnay, bộ đôi hoàn hảo mỗi tối thứ 6 tại Café du Lac. Với sự tinh tế, khéo léo từ những đầu bếp tài năng, nhà hàng Café du Lac hứa hẹn sẽ mang đến cho thực khách những khám phá ấn tượng với những món cá hồi đầy hấp dẫn được chế biến theo nhiều phong cách khác nhau như cá hồi ướp muối cùng vodka và táo, cá hồi "ceviche" kiểu cổ điển, sự kết hợp hương vị tuyệt vời giữa cá hồi ướp muối và củ cải đường, cá hồi ướp với bột Miso Nhật bỏ lò ăn với sốt hành tây, chả cua và cá hồi cay theo phong cách Thái,... Tất cả đều được chọn lựa vô cùng kỹ lưỡng bởi các đầu bếp đầy kinh nghiệm.

Café du lac là sự lựa chọn hoàn hảo cho những bữa ăn quây quần bên gia đình, bạn bè, với đồng nghiệp, hoặc các đối tác khách hàng.

THƯỞNG THỨC TAPAS TẠI COBALT

Sài Gòn vừa có thêm một địa chỉ ẩm thực uy tín dành cho các thực khách yêu thích món Âu. Và tôi được biết điều này qua lần trải nghiệm mới đây tại nhà hàng Cobalt cùng cô bạn vào một buổi tối đẹp trời.

Tọa lạc trên tầng thượng của khách sạn Pullman Saigon Centre, Cobalt là nhà hàng chuyên phục vụ các món Âu có sức chứa lên đến 100 chỗ ngồi. Các thiết kế của Cobalt không quá cầu kỳ và cũng chẳng khoác trên mình một thứ màu sắc cụ thể nào. Cobalt là sự pha trộn hài hòa của một nhà hàng phóng khoáng kết hợp với âm nhạc và ánh sáng của một quán bar, nhằm mang lại cho thực khách một không gian thực sự thoải mái nhất.

Đến Cobalt, bạn sẽ có nhiều lựa chọn chỗ ngồi. Từ khu vực ngoài trời lộng gió dành riêng cho những thực khách yêu thích không gian mở, đến khu vực bên trong kín đáo gần quầy bếp mở để thực khách có thể tận mắt chứng kiến các đầu bếp chế biến món ăn, hoặc bạn cũng có thể chọn khu vực gần những



HANGOUT CORNER



ô cửa kính để phóng tầm mắt bao quát một góc thành phố trong khi thưởng thức món ăn. Với tôi, tất cả những điều này tạo lên một Cobalt tuyệt vời, thích hợp cho những buổi hẹn hò hay gặp mặt gia đình, bạn bè.

Không chỉ sở hữu một không gian phóng khoáng với chỗ ngồi trong nhà và sân thượng ngoài trời lồng gió, Cobalt còn là nơi sẽ phục vụ bạn các món ăn tự chọn hoặc thực đơn chọn sẵn, với một công thức hoàn toàn mới theo kiểu cây Tapas.

Theo tôi được biết thì Tapas là món ăn có nguồn gốc từ Tây Ban Nha, với ý nghĩa chính "cùng chia sẻ món ăn". Điều này nghĩa là khi chọn Tapas, mọi người trong bàn ăn sẽ cùng chia sẻ, tạo một không khí thân mật, gần gũi hơn. Ở Cobalt, các món Tapas thiết kế theo kiểu Pullman – được phục vụ theo dạng cây thức ăn với 5 món khác nhau. Thực khách sẽ lần lượt thưởng thức từng món một. Đi kèm với thực đơn Tapas, Cobalt phục vụ đồ uống có cồn theo công thức Trilogy. Bạn có thể tùy thích lựa chọn từ công thức này từ một bộ 3 màu vang đỏ, hồng, trắng; một bộ 3 loại vang đỏ, 3 loại vang trắng; hoặc thậm chí chọn bộ với 3 vị thanh, vừa và đậm đà của vang. Điều đặc biệt là tất cả các loại vang trong công thức Trilogy đều được sản xuất từ những loại nho khác nhau, và từ các vùng khác nhau của nước Pháp. Với thực đơn theo công thức Trilogy sẽ mang đến cho thực khách nhiều lựa chọn để thưởng thức các loại vang theo một cách rất riêng. Tất cả, tạo nên một hành trình ẩm thực của riêng từng thực khách trong từng món ăn.

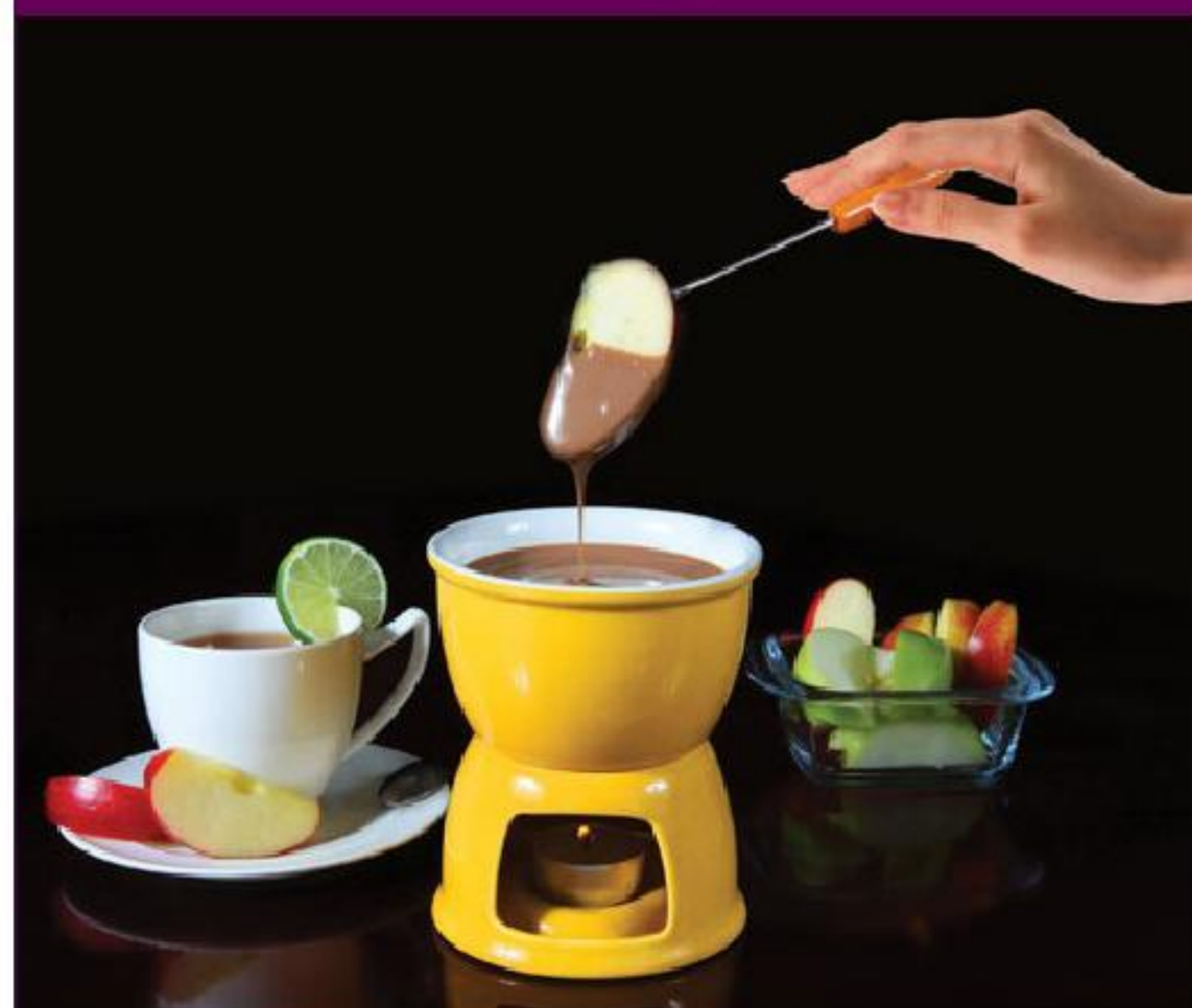
Không có gì thú vị hơn khi vừa thưởng thức các món Tapas trứ danh, vừa thưởng ngoạn toàn cảnh thành phố trải rộng tận chân trời, trong khi nhâm nhi các loại vang danh tiếng được yêu thích của thế giới qua bộ sưu tập bởi thương hiệu Vinoteca. Và cuối cùng, không thể không nhắc đến món tráng miệng đặc trưng Pullman hơn 30 hương vị kem Nitrogen được thiết kế chế biến tại bàn với khẩu vị và sở thích của từng khách.

TRẢI NGHIỆM ẨM THỰC NHẬT BẢN Ở EDO

Vốn là một tín đồ của ẩm thực Nhật Bản, nên khi được giao nhiệm vụ chọn địa điểm cho những buổi hẹn hò, tụ tập của nhóm bạn thân từ thời đại học, cô bạn tôi luôn chọn một nhà hàng Nhật uy tín. Và lần này cũng vậy, nhà hàng Edo là lựa chọn của cô ấy. Tuy chưa tới Edo lần nào, và cũng chẳng mấy mặn mà với các món ăn Nhật, nhưng tôi thực sự tò

LẦU SÔCÔLA TẠI CARAVELLE

Từ 12 đến 18 tháng 4 năm 2014



Trái cây tươi hòa quyện với suối sôcôla nóng ấm sẽ là điểm nhấn ngọt ngào của Caravelle's Lobby Lounge từ 12 đến 18 tháng Tư.

Quý khách sẽ hoàn toàn bị mê hoặc bởi vị thơm ngọt của những trái dâu, nho chín mọng, bánh xốp và kẹo vani dẻo khi kết hợp với nước sôcôla được pha chế với công thức đặc biệt, cho vị ngọt thanh mà không gắt.

Mỗi phần có giá 380,000 đồng được phục vụ kèm với trà, café và một ly vang Mouton Cadet Sauternes của thương hiệu Baron Phillippe de Rothschild nổi tiếng.

Còn gì thú vị bằng những buổi chiều đầu hạ, giữa lòng Sài Gòn hoa lệ, được trò chuyện với bạn bè hoặc người thân bên món “LẦU SÔCÔLA” thơm ngọt theo phong cách Caravelle!

*Giá trên chưa bao gồm 5% phí dịch vụ và 10% VAT.
Để biết thêm thông tin chi tiết, xin vui lòng liên hệ (848) 3823 4999
hoặc email: eam-fb@caravellehotel.com*

THE HEART OF SAIGON

Furama Hotels & Resorts International
WORLDHOTELS
deluxe

CARAVELLE HOTEL
Ho Chi Minh City

afao
ISO 14001
EarthCheck Silver Certified
ISO 14001:2004 Certified



19-23 Công Trường Lam Sơn, Quận 1, TP. HCM, Việt Nam
Tel: (848) 3823 4999 Fax: (848) 3824 3999
Email: hotel@caravellehotel.com
Website: caravellehotel.com



mở về Edo, vì lựa chọn của cô bạn này chưa bao giờ là sai cả.

Nằm trong khuôn viên của khách sạn Daewoo Hà Nội, Edo là nhà hàng Nhật Bản chuyên phục vụ các món ăn trứ danh, mang đậm tinh hoa nghệ thuật ẩm thực xứ sở hoa anh đào. Không chỉ có vậy, Edo còn sở hữu một không gian sang trọng, tinh tế nhưng không kém phần thân mật, ấm cúng. Tất cả đã mang lại cho chúng tôi không ít những trải nghiệm thú vị.

Lần đầu tới Edo, tôi đã thích ngay thứ ánh sáng vàng ấm áp tỏa ra từ những ngọn đèn lồng trang nhã, được làm từ loại giấy cổ truyền washi. Qua quan sát, tôi thấy Edo được chia thành nhiều khu vực tách biệt. Ngoài hai khu vực dành cho thực khách hút thuốc và không hút thuốc, Edo còn có thêm 03 phòng riêng, mỗi phòng có thể chứa từ 8 đến 10 người. Những phòng riêng này được ngăn cách nhau bằng những vách ngăn di động, khi cần thiết, có thể di chuyển vách ngăn tạo thành một phòng lớn hơn dành cho 20 đến 30 người.

Phía sau ô cửa hình ovan ngay lối ra vào, có đặt một ông thần tài và bộ sưu tập là quầy Teppanyaki duy nhất tại Hà Nội. Bạn có thể ngồi quanh quầy, chọn bất cứ món nào từ thực đơn gọi món hay thực đơn trọn gói để được phục vụ tại chỗ. Các đầu bếp chuyên nghiệp của Edo sẽ chế biến món ăn ngay trên chiếc chảo rộng, luôn được giữ ở nhiệt độ khoảng 200 độ C. Cách đó vài bước chân là quầy Sushi, với hai tủ kính bày vô số những lát hải sản tươi ngon, nhằm giới thiệu cho thực khách các món ăn nổi tiếng nhất của đất nước Nhật Bản. Tại Edo, các món sushi được phục vụ dưới dạng thực đơn trọn gói hoặc thực đơn gọi món.

Thêm vào đó, Edo còn giới thiệu thực đơn tự chọn cuối tuần với các món ăn mang đậm hương vị cổ truyền của Nhật. Từ khai vị, món chính cho tới tráng miệng, món ăn nào cũng được chế biến hết sức công phu dưới bàn tay của các đầu bếp tài ba và luôn sáng tạo.

Tận hưởng một không gian hết sức thư giãn trong khi ngắm nhìn hồ bơi, khu vườn xinh đẹp phía ngoài và thưởng thức những món ăn nhỏ nhắn, tuyệt vời, chúng tôi cũng không quên nhâm nhi một chút rượu sake ấm nóng và cùng nhau trò chuyện vui vẻ.

Ngoài món ăn ngon, tinh tế, không gian đẹp, tôi còn hài lòng với sự phục vụ nhiệt tình của các cô gái Edo. Cho dù nhà hàng khá đông khách, nhưng các cô gái Edo đã mang lại cho chúng tôi một bữa ăn cực kỳ thoải mái. Với mỗi món ăn vừa hết là món mới lại ngay lập tức được dọn ra, không giống như những lần mà tôi phải ngồi chờ đợi khi đi ăn ở một số nhà hàng khác có cùng danh mục.

Kết thúc bữa ăn tại Edo, chúng tôi ra về, chị bạn đi cạnh tôi lém lỉnh “thích Edo rồi phải không?” Tôi cười và đáp lại “chắc chắn rồi”. Và lúc này trong đầu không khỏi suy nghĩ “nếu chọn một nhà hàng đại diện cho tất cả các nhà hàng Nhật ở Hà Nội, chắc chắn tôi sẽ chọn Edo”.



TIỆC CƯỚI ẢN TƯỢNG HẠNH PHÚC TRỌN VẸN

Sảnh tiệc sang trọng có sức chứa lên đến 800 người với thiết kế trang nhã được chăm chút đến từng chi tiết theo phong cách chuẩn khách sạn 5 sao cao cấp, Equatorial Thành phố Hồ Chí Minh là nơi lý tưởng để bạn tổ chức tiệc cưới hoàn hảo cho mình. Tất cả sẽ mang lại sự hài lòng và niềm vinh hạnh cho chủ nhân lẫn khách mời.

Giá từ 6.800.000 đồng+ +/ bàn



hotel Equatorial
HO CHI MINH CITY

Entertainment





HUYỀN TRANG

Thu Trang

VÀ NHỮNG LỰA CHỌN BUÔNG BỎ

Ngay khi được giao thực hiện bài về quán quân VietNam's Next Top 2010 – Khiếu Thị Huyền Trang tôi đã tự hỏi mình sẽ phỏng vấn cô ấy về vấn đề gì bởi suốt 3 năm qua độ phủ sóng của Huyền Trang trên truyền thông không quá nhiều, cũng chẳng có scandal ầm ĩ để người khác quan tâm, những gì cô ấy chia sẻ trên báo chí cũng rất ít. Điều tôi ấn tượng nhất với cô gái trẻ này có lẽ là phong cách street style càng ngày càng chất, gu thời trang thay đổi từng ngày và dần trở thành một “fashion icon” trong mắt của người trẻ. Một người bạn của tôi đã làm việc và chơi khá thân với Huyền Trang nói với tôi rằng: Phải chơi và hiểu tính cách của Huyền Trang thì mới biết được cô ấy đã cố gắng vì nghề nghiệp của mình như thế nào, cách làm việc chuyên nghiệp, sự nhiệt huyết với nghề mà không phải người mẫu trẻ nào cũng có thể có được. Bạn tôi khen Huyền Trang nhiều đến mức tôi nghĩ đang nói quá, cho đến khi buổi phỏng vấn này được thực hiện. Đúng giờ hẹn, Huyền Trang xuất hiện tại quán café và mọi ánh mắt đổ dồn về phía cô ấy bởi chiều cao cùng bộ trang phục đen bụi bặm cá tính. Cô nàng không mang theo túi xách hay bất cứ phụ kiện gì, trên tay cầm cuốn truyện “Biểu tượng thất truyền” của Dan Brown làm tôi chú ý hơn cả.

NẾU KHÔNG TỪ BỎ THÌ ĐÃ KHÔNG CÓ HUYỀN TRANG NHƯ NGÀY HÔM NAY

@Huyền Trang chắc là mê đọc sách đến mức đi phỏng vấn mà còn mang theo hay chỉ để làm vật cầm đi cho đỡ trống tay?

Trên đường đến đây phỏng vấn, tôi ghé qua nhà một người bạn của mình có chút việc và thấy cuốn sách này nên mượn luôn. Tôi đọc hầu hết những cuốn sách của Dan Brown nhưng cuốn này thì chưa. Chỉ là tình cờ mang theo ra đến đây chứ không có ý định là cầm đi cho đỡ trống tay hay phô trương với mọi người rằng mình cũng thuộc dạng có học, đam mê đọc sách. Nghề sĩ thì

cũng có người này người kia, nhiều người thích shopping, đi bar, còn tôi thì thường đọc sách, truyện ngắn, những tản văn, xem phim, cả những chương trình về thời trang để trau dồi học hỏi thêm. Cuộc sống của tôi đơn giản lắm!

@Có phải xem các chương trình thời trang mà Huyền Trang thay đổi style của mình? Nói thật là thời gian qua phong cách của Trang cũng “mưa nắng” lắm, khi thì ấm ươn lúc lại rất đẹp.

Cám ơn lời nhận xét của chị, tôi cũng đã mất khá nhiều thời gian để tạo cho mình một hình ảnh như thời gian này. Năm 2012 khi tôi ở Mỹ được sự giúp đỡ của anh Huy Võ, anh ấy tư vấn cho tôi về hình ảnh, tìm kiếm cho tôi những nét riêng khác biệt nổi bật không bị lẫn với người khác. Những ngày ở Mỹ tôi cũng đã học được rất nhiều bài học về thời trang, khi trở về Việt Nam, hoạt động một mình, tôi loay hoay tìm cho mình một hướng đi, và chị thấy đấy khoảng thời gian đầu tôi chưa thực sự chuẩn bị kĩ càng mỗi khi xuất hiện. Là nghệ sĩ thì ai cũng muốn được khen, lúc tôi bị chê tôi tủi, cũng áp lực lắm. Rồi tôi tự tìm cho mình một style phù hợp, tính cách của tôi hơi con trai, thích sự tự do thoải mái, đôi khi cá tính nên tôi hay lựa chọn áo sơ mi cùng quần jeans bụi, thỉnh thoảng tôi lại đổi sang kiểu nữ tính, thể thao. Vì không muốn đóng khung mình trong một gout ăn mặc hay một hình ảnh nào cả nên chị có thể thấy tôi thay đổi mỗi ngày.

@Không ở lại công ty quản lí của mình sau khi đăng quang VietNam's Next Top Model 2010 mà lại đi để tìm con đường riêng, có phải vì tuổi trẻ bồng bột, hiếu thắng và muốn thể hiện, thoát khỏi sự “kìm hãm” phát triển?

Mọi thứ đến với tôi như một giấc mơ, tôi không tin một con bé nhà quê tỉnh lẻ nhút nhát như mình lại có thể chiến thắng ở cuộc thi lớn. Khi công ty CA Models tiếp nhận tôi, tôi đã đắn đo suy nghĩ bởi đây chỉ là một công ty mới được thành lập, không

chuyên về người mẫu vì vậy tôi nghĩ nên tìm cho mình một môi trường chuyên nghiệp hơn. Đồng ý là việc ở lại với công ty người mẫu sẽ giúp tôi rất nhiều về tất cả mọi mặt nhưng như thế tôi sẽ bị ỷ lại và sẽ chẳng có được một Huyền Trang như chị thấy ngày hôm nay. Đôi khi trong cuộc sống bạn nên từ bỏ những cái lợi nhỏ trước mắt để biết được bạn có thể làm được gì và mạnh mẽ thế nào. Một mình tự tìm kiếm cơ hội cho mình, đi nước ngoài tôi mới thấy được khoảng cách về ngành công nghiệp thời trang giữa Việt Nam và thế giới là quá lớn. Tôi cũng đã gặp được rất nhiều công ty, cũng đã làm việc và có khá nhiều trải nghiệm thú vị.

@Lúc quyết định đi, không ai khuyên ngăn Huyền Trang sao?

Tất nhiên là có chứ chị, mọi người nói tôi nhiều lắm, tôi cũng xin ý kiến của những anh chị mà mình quen biết, ai cũng khuyên tôi nên ở lại, đừng từ bỏ vì tôi còn non nớt. Hỏi thì hỏi vậy, mọi người khuyên thì tôi cũng để đó thôi bởi bản tính của tôi rất bướng bỉnh, một khi đã quyết thì ý kiến của mọi người cũng chỉ là ý kiến. Tôi vẫn làm theo ý của mình dù đó là quyết định đúng hay sai, chỉ cần mình tin tưởng mình có thể làm được thì không gì ngăn cản được tôi.

@Đã từng tham gia trình diễn tại nước ngoài ở những chương trình thời trang đẳng cấp, sao Huyền Trang không lựa chọn ở lại hẳn bên đó để phát triển sự nghiệp mà lại quay trở về Việt Nam? Phải chăng cảm thấy mình không có đủ năng lực?

143 STYLE

Nếu không đủ năng lực, liệu tôi có được lựa chọn trình diễn ở những chương trình thời trang đẳng cấp như vậy? Ngày đầu mới sang Mỹ, tôi hoàn toàn choáng ngợp với ngành thời trang bên đó, họ chuyên nghiệp, đòi hỏi một người mẫu phải có vóc dáng chuẩn, và tôi đã phải luyện tập rất nhiều. Ngoài ra thì cũng cần có thêm rất nhiều kĩ năng khác mới có thể được tham gia các chương trình lớn. Lần đầu tiên được trình diễn ở New York Fashion Week 2012 tôi đã rất hạnh phúc, cảm thấy tự hào nữa

TÔI KHÔNG PHẢI LÀ NGƯỜI ĐỦ KIÊN TRÌ

@Huyền Trang có chia sẻ rằng đi thi Next Top Model chỉ để có cơ hội trở thành ca sĩ. Ý định đó có còn “nung nấu” trong bạn?

Đúng là lúc trước tôi muốn đi thi VietNam's Next Top Model để tìm kiếm cho mình cơ hội đi hát. Tôi mê hát lắm, hồi đó tôi còn đi thi VietNam's Idol nữa mà, tôi đã muốn chứng tỏ mình, muốn mình thoát ra khỏi sự nhút nhát, muốn làm cái gì đó thật khác và thế là tôi đăng kí thi các cuộc thi để thể hiện mình. Lúc đầu chỉ thi với mục đích cho vui, đến đâu thì đến nhưng cho vào thời điểm này khi hoạt động trong nghề một thời gian đủ dài, tôi hiểu mình cần có một kế hoạch lâu dài để phát triển sự nghiệp. Nói thật tính tôi thích nhanh gọn, khi đã bắt tay vào làm thì làm nhanh chóng, đặc biệt là khi có áp lực lớn thì tôi càng làm tốt hơn việc của mình. Con người tôi nhiều khi cũng khá mâu thuẫn, tôi sống theo bản năng, và không phải là người đủ kiên trì để theo đuổi một thứ gì đó mà tôi biết mình không đủ khả năng. Tôi nghĩ tôi hợp với nghề người mẫu hơn là nghề hát.

@Không kiên trì nghĩa là bạn sợ đối mặt với những thử thách khó khăn?

Khi bạn biết bản thân bạn mạnh ở điểm nào thì sự kiên trì của bạn sẽ có kết quả, còn nếu bạn biết dù có cố gắng thế nào bạn cũng chỉ dừng ở điểm xuất phát thì tôi nghĩ tốt nhất hãy dành thời gian làm những thứ thuộc về điểm mạnh của mình.

Chính vì vậy tôi muốn phát triển hơn về nghề người mẫu của mình, xây dựng hình ảnh tốt, sẽ tham gia trình diễn thêm nhiều chương trình lớn để tìm kiếm cho mình những cơ hội tốt hơn. Tôi là một người khó thay đổi, nhiều khi chẳng muốn thay đổi nhưng dần tôi cũng phải cân bằng mọi thứ để phù hợp với môi trường làm việc. Cá tính quá cũng không được nhưng nên giữ lại một chút gì đó là của mình như sự bướng bỉnh chẳng hạn.

@Huyền Trang vừa làm việc với Hà Anh, vừa làm việc cùng NTK Đỗ Mạnh Cường và bạn biết cả 2 người đó đều thể hiện rõ rằng họ không ưa nhau. Vậy bạn không sợ mình sẽ bị mất lòng sao?

Tôi không quan tâm lắm đến việc chị Hà Anh và anh Đỗ Mạnh Cường như thế nào, hiềm khích của họ ra sao. Tôi được chị Hà Anh giúp đỡ ngay từ những ngày đầu chập chững bước vào nghề, chị Hà Anh tốt, và chị ấy là tấm gương để tôi noi theo, còn anh Đỗ Mạnh Cường là người tạo điều kiện cho tôi được sải bước trên sàn catwalk, thể hiện những ý tưởng mà anh ấy muốn gửi đến khán giả của mình. Khi tôi làm việc với 2 người đó, không ai nói gì về người kia cả, công việc của tôi thì tôi cứ làm thôi, cũng chẳng sợ mất lòng ai, tính cách của tôi rất đơn giản, sau khi đi làm về là về nhà, không tụ tập “buôn chuyện” nên cũng chẳng sợ mình nói xấu ai, hay tạo scandal để nổi tiếng.

@Nhưng trong showbiz để được chú ý thì cũng cần phải có chút scandal? Bạn không nghĩ là mình đang thua thiệt hơn so với mọi người không?

Tôi công nhận là có scandal thì sẽ được nhiều người biết đến, chú ý hơn, với tôi scandal không hẳn là xấu dù lí do tạo ra sự ầm ĩ đó là cố tình hay vô tình. Khi tôi xem những bài báo về những nghệ sĩ trẻ khiến dư luận xôn xao, tôi cũng tự nghĩ đến mình, nếu là scandal vô tình thì thì tôi không có vì tính tôi khá khép kín, không bạn bè nhiều. Còn để cố tình tạo ra sự chú ý thì tôi nghĩ chẳng có lí do gì để làm điều đó cả. Cứ giữ mình



*Nếu không đủ năng lực, liệu tôi có được
lựa chọn trình diễn ở những chương trình thời trang đẳng cấp như vậy?*



● Celebrity

www.stylemagazine.vn

Ao Phillip Lim





Ào Alexander McQueen

● Celebrity

www.stylemagazine.vn

Concept & Photography : **Samuel Hoang** Producer & Stylist: **Mi Goi** Make up: **Quoc Anh** Hair: **Jevan Cheung**



Áo vest và quần: Alexander McQueen

Khi bạn biết bản thân bạn mạnh ở điểm nào thì sự kiên trì của bạn sẽ có kết quả, còn nếu bạn biết dù có cố gắng thế nào bạn cũng chỉ dừng ở điểm xuất phát thì tôi nghĩ tốt nhất hãy dành thời gian làm những thứ thuộc về điểm mạnh của mình.

như bây giờ là thoải mái nhất.

@Nhắc đến scandal môi nhỡ, chuyện của Huyền Trang và Tuyết Lan cũng được bàn tán cũng khá nhiều đấy chứ?

Không biết mọi người nói gì về chúng tôi, bàn tán thế nào, tôi cũng không để tâm lắm. Thực ra nói mâu thuẫn là không đúng, sau khi cuộc thi kết thúc Tuyết Lan thuộc sự quản lý của công ty, còn tôi thì không vì vậy chúng tôi cũng rất ít khi gặp nhau, chỉ thỉnh thoảng diễn chung chương trình nhưng ai cũng tập trung cho phần của mình nên không nói chuyện cùng nhau. Tính cách của Tuyết Lan lại khá con gái, kiểu nhẹ nhàng dễ thương, trong khi đó tôi lại quá mạnh mẽ, kiểu con trai cá tính, chắc vì thế khó chơi cùng. Thế nhưng khi Tuyết Lan sang Mỹ, chúng tôi có gặp nhau, hôm đó cô ấy ở lại chơi chỗ tôi đến tận khuya. Và tôi là người đưa cô ấy về, không hiểu sao hôm ấy tôi lại đi lạc đường dù trước đó tôi rất tự tin rằng mình thuộc hết đường, Tuyết Lan sợ sệt nép sát rồi ôm chặt tay tôi. Cảm giác lúc đó thấy rất thân thương đến kì lạ, và cứ thế chúng tôi nói đủ thứ chuyện để không cảm thấy sợ. Cách đây vài tuần, Tuyết Lan về Việt Nam, tôi và cô ấy có gặp nhau, café và trò chuyện, chúng tôi toàn nói nói những chuyện tầm phào con gái nên vui vẻ lắm.

Câu chuyện của tôi và Huyền Trang bị cắt ngang khi nhân viên phục

vụ mang ra 2 chiếc bánh kem nhỏ, với lời nhắn là của một anh chàng gửi tặng. Tôi và Huyền Trang nhìn nhau với ánh mắt đầy ngạc nhiên ngơ ngác vì không không hiểu anh chàng “giấu mặt” đó là ai.

@Ồ hóa ra Huyền Trang cũng có nhiều “vệ tinh” thích đấy nhỉ? Đã có đối tượng chưa vậy?

Đã có và cũng đã chia tay rồi, cuộc sống bây giờ có được người yêu đã khó, mà giữ được người yêu lại càng khó hơn. Ai cũng có cái tôi lớn, ai cũng bận rộn công việc nên hiểu và thông cảm cho nhau không phải cặp đôi nào cũng làm được. Tôi nghĩ mình còn quá trẻ để suy nghĩ về một mối quan hệ nghiêm túc và lâu dài, với tôi mọi thứ bây giờ ổn, vậy là đủ.

@Anh chàng như thế nào thì sẽ được “lọt vào mắt xanh” của Huyền Trang?

Tôi thích ngắm những anh chàng đẹp trai, cực kì thích nhưng để lựa chọn một người gây ấn tượng với tôi trong một đám đông người thì sẽ là một chàng trai có mái tóc dài xoăn có râu sẽ thu hút tôi ngay lập tức. Có lẽ do tính cách của tôi quá mạnh mẽ nên đối tượng làm tôi phải “dõi theo” là một người hơi lãng tử, phóng khoáng thiên về nghệ thuật.

Cám ơn Huyền Trang về buổi trò chuyện này!



LILLIAN TRẦN

PHỤ THỦY THỜI TRANG
ĐIỆN ẢNH

Nhật Minh

Tôi luôn tin rằng, bất kỳ người nào xuất hiện trên thế giới này đều mang theo mình một sứ mạng nào đó. Tất nhiên, một số người được sinh ra để làm lãnh tụ, lãnh đạo – sứ mạng của họ là cải tạo thế giới ở phạm vi vĩ mô. Nhưng cũng có những người sinh ra để làm họa sỹ, diễn viên, hoặc bậc thầy trang điểm. Sứ mạng của họ tất nhiên cũng là để thay đổi thế giới – có điều trên phạm vi vi mô. Nhưng không phải ai cũng nhận biết được sứ mệnh của họ. Đây chính là lý do tại sao có những người thành đạt trong cuộc sống có những người không.

Với trường hợp của Lilian Trần, tôi tin rằng cô hiểu rõ sứ mệnh của mình khi tới với thế giới này. Đó là làm đẹp cho đời với phần trang điểm cho người mẫu trong các bộ thời trang, là biến những điều không thể (trong đời thực) thành có thể (trên phim ảnh)! Và đây chính là lý do tại sao Lilian Trần lại được Style chọn làm gương mặt nhân vật cho ấn phẩm này.

@Chào chị, được biết chị vừa thực hiện công việc trang điểm cho một vài bộ sưu tập thời trang của Style. Chị có thể cho biết điểm khác nhau giữa việc trang điểm cho người mẫu trong các bộ sưu tập và hoá trang cho các nhân vật trong phim? Liệu công việc trang điểm người mẫu cho các bộ sưu tập thời trang có mang lại cho chị nhiều hứng khởi, khát vọng sáng tạo như công việc hoá trang các nhân vật trong phim?

Cùng là công việc sáng tạo nhưng mỗi cái lại là công việc hoàn toàn khác nhau. Trang điểm cho người mẫu trong các bộ sưu tập là làm cho các người mẫu thật đẹp, phù hợp với chủ đề, tôn được bộ sưu tập của nhà thiết kế. Còn hoá trang cho các nhân vật trong phim là thay đổi hoàn toàn, biến hóa diễn viên thành một con người khác, nhân vật khác theo kịch bản phim.

Bên cạnh hóa trang điện ảnh, tôi đã trang điểm cho nhiều người mẫu chụp các bộ hình thời trang, cũng như các show thời trang, ca nhạc cũng như các cuộc thi hoa hậu. Tôi rất

“Phần thưởng cao quý nhất mà tôi nhận được là sự cổ vũ của khán giả khi xem những bộ phim do tôi hóa trang. Nhiều lần tôi mua vé vào trong rạp ngồi cùng khán giả, thích thú khi những người ngồi bên cạnh tôi hét toáng lên, hoặc lấy tay che mắt, xem phim qua kẽ ngón tay hay xuýt xoa khen diễn viên xinh đẹp.”

thích công việc này vì bản thân mình yêu cái đẹp và rất thích ngắm những bức ảnh thời trang đẹp. Một bức ảnh đẹp cần phải có một câu chuyện của riêng nó. Trong ảnh thời trang, người mẫu là nhân vật sẽ thể hiện, diễn tả câu chuyện trong bức ảnh. Công việc sáng tạo trang điểm cho người mẫu sao cho kể được câu chuyện thời trang trong bộ sưu tập của nhà thiết kế cũng như hóa trang cho diễn viên sao cho đúng ý đồ của đạo diễn & kịch bản đều đem lại cho tôi nhiều hứng khởi, sáng tạo.

@Chị có thể cho biết ngoài ấn phẩm Style, chị đã hợp tác với ấn phẩm và tạp chí nào nữa không? Hay đây là dự án đầu tiên với tạp chí thời trang của chị? Chị nghĩ sao về việc hợp tác trang điểm hoá trang cho người mẫu trong các bộ sưu tập thời trang cho các tạp chí?

Khi mới bước vào nghề hơn mười lăm năm trước, công việc của tôi chính là trang điểm làm đẹp trước khi tôi được đào tạo chuyên sâu hơn để làm hoá trang cho phim. Tôi đã hợp tác làm việc với một số nhiếp ảnh gia chụp hình tạp chí thời trang, lịch, quảng cáo ở Mỹ và Canada.

Tôi thấy rất thú vị khi có thể pha trộn kỹ năng hoá trang đặt vào thời trang để tạo ra sự mới mẻ khác lạ ví dụ như là làm mất lông mày hay vẽ hình xăm trên mí mắt, vẽ body painting, tạo những hiệu ứng lạ mắt như nàng bạch tuyết hoặc bạch mao cô nương...

@Chị có thể chia sẻ con đường nào đã dẫn chị tới với nghề hoá trang nhân vật trong phim không? Tại sao chị lại chọn ngành Mỹ phẩm, làm đẹp và hoá trang cho phim và hoá trang hiệu quả đặc biệt để theo

đuổi? Trong cuộc sống, có ai là người truyền lửa cho chị để chị đến với nghề này không?

Từ nhỏ tôi đã rất tò mò và thích màu sắc, thích vẽ chân dung, thích tranh, ảnh tạp chí và đặc biệt là thích ngắm chân dung khuôn mặt của con người. Chắc vậy nên cái nghiệp đã chọn mình đi theo con đường làm đẹp cho mọi người, thay đổi diện mạo con người.

Những người có ảnh hưởng nhiều nhất tới con đường sự nghiệp của tôi là ông xã – một người yêu nghệ thuật, đi nhiều, đọc nhiều, trải nghiệm nhiều nên luôn có những lời khuyên có ích cho công việc sáng tạo các nhân vật của vợ.

@Chị đã cộng tác với khá nhiều bộ phim Việt Nam, vậy chị đã cộng tác với những bộ phim nước ngoài nào? Chị đã nhận được những giải thưởng gì? Khó khăn giữa việc cộng tác với phim Việt và phim nước ngoài theo chị là gì?

Tôi đã tham gia một số phim của nước ngoài như Death Warrior, Love Letter From Open Grave... Công việc của tôi là công việc thẩm lạng đằng sau hậu trường, giống như những người làm âm thanh, ánh sáng. Phần thưởng cao quý nhất mà tôi nhận được là sự cổ vũ của khán giả khi xem những bộ phim do tôi hóa trang. Nhiều lần tôi mua vé vào trong rạp ngồi cùng khán giả, thích thú khi những người ngồi bên cạnh tôi hét toáng lên, hoặc lấy tay che mắt, xem phim qua kẽ ngón tay hay xuýt xoa khen diễn viên xinh đẹp.

151 **STYLE**

Năm nay, tôi cũng vinh dự là một trong 11 người đại diện trên khắp thế giới được mời và sẽ thuyết trình tại Global Face Art về chuyên ngành trang điểm, hoá trang tại Dubai vào tháng 5 này.

So sánh việc cộng tác với phim Việt và phim nước ngoài sẽ rất khập khiễng vì ngành công nghiệp phim ảnh của Việt Nam mới có những bước chuyển mình, thay đổi gần đây nên còn rất nhiều khó khăn, chưa được hỗ trợ nhiều. Nhiều nơi vẫn còn giữ cung cách làm việc theo kiểu cũ, bao cấp trong khi ngành công nghiệp điện ảnh thế giới là chuyên nghiệp, làm theo cơ chế thị trường, vốn tư nhân đóng góp. Nếu làm không tốt sẽ rất khó kêu gọi vốn cho các phim sau. Nói chung mỗi nơi cũng đều có những cái thuận và cái khó riêng, trong môi trường phát triển và chuyên nghiệp sức cạnh tranh lại khốc liệt hơn và nhiều áp lực hơn.

@Trong những bộ phim Việt Nam mà chị đã từng cộng tác, chị ấn tượng nhất với bộ phim nào? Với bộ phim nào chị phải đầu tư công sức nhiều nhất?

Mỗi bộ phim tôi tham gia có những ấn tượng riêng. Mỗi bộ phim là một câu chuyện. Phim tôi bị hành nhiều nhất là Lời Nguyễn Huệ Ngải của đạo diễn Bùi Thạc Chuyên. Đây là bộ phim đầu tiên tôi tham gia ở Việt Nam và biết thế nào là làm việc 20h/ngày. Mỗi ngày chỉ được ngủ có vài giờ đồng hồ và kết quả là sau khi phim đóng máy thì tôi cũng sụt mất 8kg.

@Được biết chị mở trường đào tạo hoá trang chuyên nghiệp Vietlooks Beauty Academy tại Hà Nội. Vậy chị tham vọng gì ở cuộc chơi mở trường đào tạo hoá trang chuyên nghiệp này?

Nghe cụm từ "tham vọng" với "cuộc chơi mở trường" to tát quá, tôi là người làm nghệ thuật, không phải kinh doanh. Tôi không có tham vọng gì, đây chỉ đơn giản là cách tôi chia sẻ kinh nghiệm và những gì học hỏi được ở các môi trường chuyên nghiệp thế giới với các bạn trẻ trong nước. Một trong những điều tôi học hỏi được sau nhiều năm sinh sống ở nước ngoài đó là văn hóa chia sẻ.

Khi trở về Việt Nam và được nghe rất nhiều anh chị em trong ngành phim ảnh than thở thiếu trầm trọng những người làm hoá trang thực sự, cũng như qua tìm hiểu thực tế, nước ta hoàn toàn không có trường dạy trang điểm chuyên nghiệp theo đúng giáo trình bài bản mà thường dạy theo kiểu truyền khẩu, trang điểm theo kiểu may rủi, hợp mặt thì đẹp. Ngay cả trường sân khấu điện ảnh cũng không có khoa hóa trang.

@Chị đánh giá thế nào về điện ảnh Việt Nam nói chung và ngành hoá trang Việt Nam nói riêng? Theo chị trong 10 năm nữa, chúng ta có thể tiến xa tới đâu?

Nền điện ảnh Việt Nam đang trên đà phát triển và hội nhập với thế giới. Các nhà sản xuất cũng chịu khó đầu tư, nhập về nhiều thiết bị máy móc, công nghệ mới, máy quay HD, các cụm rạp cũng đầu tư theo tiêu chuẩn quốc tế, dẫn đến công việc hoá trang cũng phải chạy theo, không thể hóa trang theo kiểu cũ vì sẽ bị lộ và sai màu trên máy HD. Khán giả bây giờ cũng hiểu biết và không dễ tính như ngày xưa, khi mà hóa trang chỉ cần đẹp, diễn viên cứ lên phim là phải xinh chứ không cần theo cốt truyện, kịch bản. Tôi nghĩ điện ảnh Việt Nam còn rất nhiều tiềm năng phát triển nhưng phát triển được đến đâu, tiến xa đến đâu thì phải nhờ những người có chuyên môn ở các bộ, cục phụ trách về văn hóa, điện ảnh phát biểu chứ tôi chỉ là một chuyên gia trang điểm chỉ biết đến công việc nghệ thuật mà thôi.

@Với công việc hoá trang nhân vật dành cho các bộ phim, ước mơ của chị là đi xa tới đâu? Theo chị trong 10 năm nữa, chị có thể tiến xa tới đâu?

Có rất nhiều thứ tôi muốn làm ở Việt Nam như hóa trang cho các nhân vật trong các phim khoa học viễn tưởng hoặc đòi hỏi tính sáng tạo cao, cần phải thiết kế, tạo hình nhân vật, đồ khuôn, đắp tượng, làm silicone như phim Avatar, Chúa tể Nhẫn (Lord of the Ring), v.v.

Tôi làm công việc này vì yêu thích. Tôi cũng không có sức ép về kinh tế

hay danh tiếng vì vậy tôi cũng chưa bao giờ nghĩ đến việc mình cần phải tiến xa đến đâu. Ngoài ra, việc thành công đòi hỏi nhiều yếu tố và tất cả các yếu tố này cần phải tổng hòa với nhau, ngay như ở Mỹ, những bộ phim như Avatar thành công vì đầu tư lớn, nghệ sỹ được thỏa sức sáng tạo không bị trói buộc, cấm đoán, trong đó khâu hóa trang cũng được chú trọng. Tôi luôn cố gắng hết sức mình theo đuổi đam mê, ngay cả hiện nay, nhiều phim ở Việt Nam chưa áp dụng nhưng tôi vẫn có những dự án riêng chỉ nhằm thỏa mãn bản thân và tạo cảm hứng sáng tạo cho cách bạn sinh viên đang theo học trang điểm ở trường.

@Chị có thể cho biết cảm xúc hoặc suy nghĩ của chị khi nắm trong tay "phép thuật" có thể biến một em bé thành bà cụ và ngược lại trong phim ảnh.

Khi hoá trang từ một người trẻ thành một bà cụ thì cảm xúc của mình rất vui. Vui vì khi mình nghiên cứu sự lão hoá của cơ, da... thì mình thấy tạo hoá thật là tuyệt vời và kỳ diệu và cũng từ những nghiên cứu này mình có thể tự rút ra được những bài học chăm sóc bản thân sao cho chậm bị già, đỡ bị lão hóa nhanh.

@Trong thời gian gần đây, có thể thấy ảnh hưởng của chị trong lĩnh vực thời trang ngày càng lớn, chị có ý định chuyển hẳn sang lĩnh vực thời trang không? Hay điện ảnh mới chính là đam mê lớn nhất của cuộc đời chị?

Cả hai lĩnh vực đều là niềm đam mê của tôi, tôi yêu thời trang và tôi cũng thích tạo hình cho các nhân vật trong các bộ phim. Từ trước đến nay, tôi vẫn làm trong cả hai lĩnh vực và luôn song hành cùng với nhau đấy chứ. Ngoại trừ khi trùng lịch còn tôi vẫn sắp xếp để có thể vừa làm phim cũng như các chương trình thời trang như Escada, Lualaba Milano, Davines Hair Show, Vietnam Fashion Week, các chương trình TV như Thời Trang & Cuộc Sống, các buổi chụp hình thời trang cho tạp chí, v.v.v.

Cảm ơn chị về buổi nói chuyện thú vị này!

“ Với bề dày kinh nghiệm trong lĩnh vực hoá trang điện ảnh và trang điểm làm đẹp, có thể nói Lilian Trần là một người phụ nữ đặc biệt. Cô nắm giữ trong tay cả phép thuật làm đẹp lẫn làm xấu bất kỳ người nào.



PHIM

Style / March - April 2014



Người nhện siêu đẳng 2: Sự trỗi dậy của người điện

Đạo diễn: Marc Webb

Khởi chiếu: Dự kiến 30/04/2014

Peter Parker (Andrew Garfield) tiếp tục gặp nhiều rắc rối với thân phận kép của mình khi cậu vừa phải bảo vệ thành phố New York xinh đẹp, vừa phải hoàn thành trách nhiệm của một học sinh bình thường. Bên cạnh những cảnh hành động mãn nhãn, cũng không thiếu đi những khoảnh khắc ngọt ngào giữa Peter và cô bạn học Gwen Stacy (Emma Stone). Nhưng câu hỏi được đặt ra là: số phận của nhân vật Gwen Stacy sẽ được quyết định như thế nào trong phần 2 này.



TRÍ TUỆ SIÊU VIỆT

Đạo diễn: Wally Pfister

Khởi chiếu: Dự kiến 25/04/2014

Transcendence xoay quanh tiến sĩ Will Caster (Johnny Depp), một nhà nghiên cứu đang cố chế tạo một cỗ máy có trí tuệ nhân tạo với cảm xúc như của con người. Nhưng trong một lần bị ám sát hụt, toàn bộ trí não của Will được tích hợp vào máy tính và trở thành một hệ thống trí thông minh siêu việt. Con khát tri thức của Will tiến hóa trở thành một con quỷ khao khát quyền lực khủng khiếp tới mức không thể có điểm dừng. Và không còn cách nào có thể ngăn được Will và cỗ máy của anh được nữa.

SẢN TIỀN THƯỜNG

Đạo diễn: Park Je Hyeon

Hyeon

Khởi chiếu: 02/05/2014

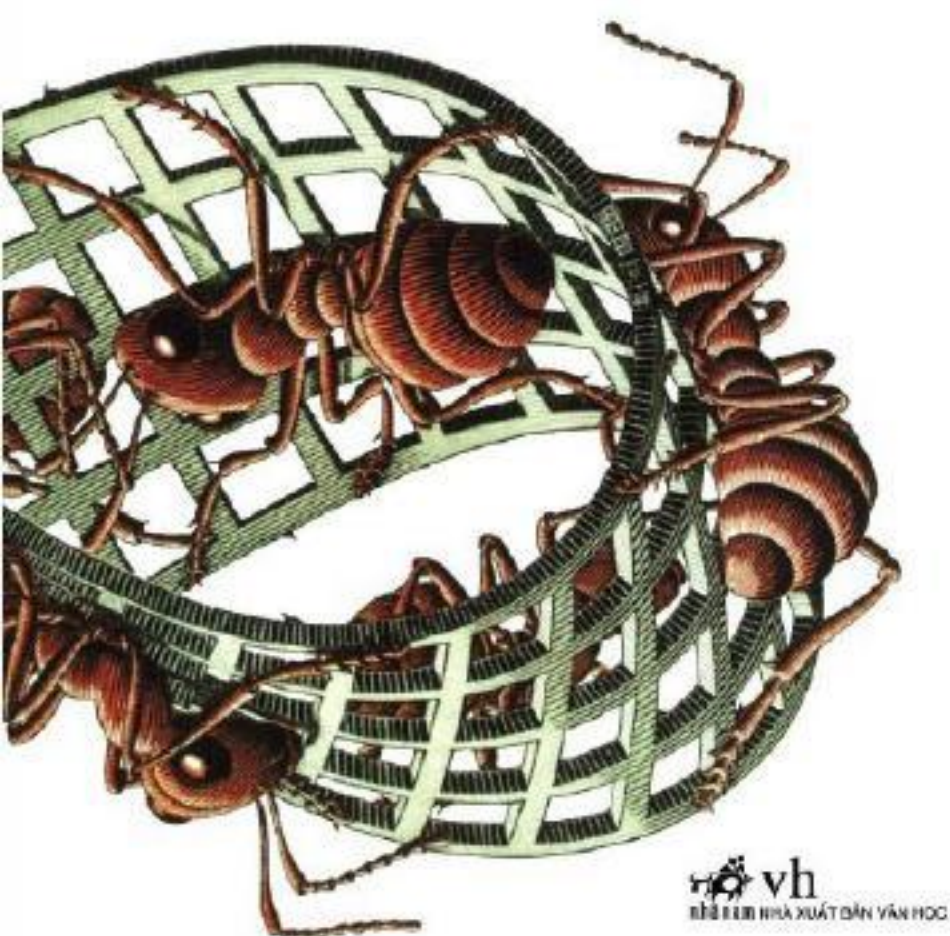
The Huntresses vẽ lên hình ảnh ba nữ hiệp: nữ kiếm sĩ tài sắc song toàn Jin-ok, người phục nữ nội trợ, đồng thời cũng là một tay kiếm Hong-dan (Kang Ye-won) và nữ hiệp trẻ tuổi hăng hái nhưng nóng vội Ga-bi (Son Ga-in), khi cùng nhận lệnh vua đi tìm bào tử dạng chữ thập đã bị biến mất. Hai nữ diễn viên hoàn thiện Những thiên thần của Charlie phiên bản Hàn là Kang Ye-won và thành viên nhóm nhạc thần tượng Son Ga-in. Đây là lần trở lại màn ảnh rộng đầu tiên của Son Ga-in kể từ Closer To Heaven (2009), bộ phim có sự tham gia của Ha Ji-won và Kim Myung-min.



The #1 bestselling author of France

**BERNARD
WERBER**

cách mạng kiến



Cách Mạng Kiến

Tác giả: Bernard Werber

Lũ kiến có thể thềm muốn gì ở chúng ta? Hải hước, tình yêu và nghệ thuật. Con người có thể thềm muốn gì ở lũ kiến? Sự hòa hợp với thiên nhiên, không biết sợ hãi và trao đổi tuyệt đối.

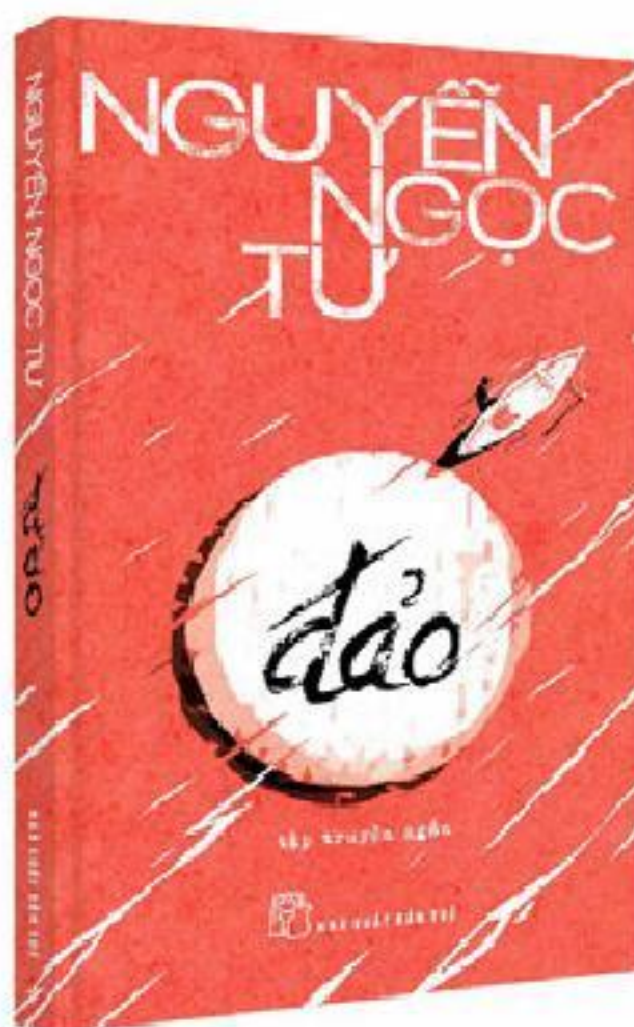
Không hề biết nhau, Julie Pinson, một nữ sinh nổi loạn, và 103, kiến thám hiểm, gắng thử làm một cuộc cách mạng trong thế giới riêng của mình để đưa xã hội tiến hóa hơn. Kiến là cuốn sách cầu nối, Ngày của Kiến là cuốn về đối đầu còn Cách mạng Kiến là cuốn sách để hiểu nhau. Nhưng vượt lên trên chủ đề kiến, đó là cuộc cách mạng của con người, cuộc cách mạng phi bạo lực, hình thành từ những ý tưởng mới mẻ mà Bernard Werber đề xuất với chúng ta.

Hội hợp hấp dẫn hơn cả Harry Potter, đó chính là Werber!- Một trong những tác giả tiểu thuyết khoa học viễn tưởng nổi tiếng nhất thập niên 90 của Pháp.

STYLE **155**

SAATCHI

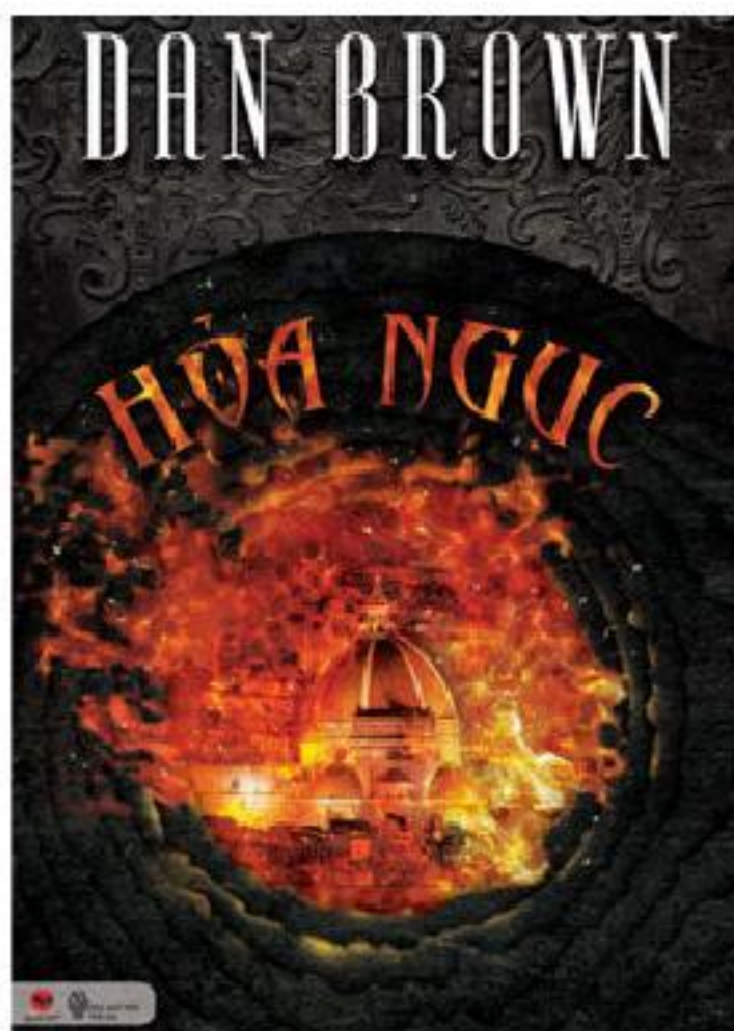
Style / March - April 2014



Đảo

Tác giả: Nguyễn Ngọc Tư

16 truyện ngắn, không thể ngắn hơn. Có thể nói đó là những bài thơ viết bằng văn xuôi về số phận của những con người tranh đấu trong tuyệt vọng để được nhìn thấy. Những truyện ngắn cho thấy dường như Nguyễn Ngọc Tư đang ra khỏi hiện thực của những cánh đồng để tìm đến vùng hồn mang tâm trí con người. Những ai yêu quý phong cách Nam Bộ hồn hậu và sâu thẳm trong những cuốn sách của Nguyễn Ngọc Tư sẽ mong chờ đọc cuốn sách này.



Hỏa Ngục

Tác giả: Dan Brown

Giáo sư biểu tượng học của Harvard, Robert Langdon, tỉnh lại trong một bệnh viện vào lúc nửa đêm. Anh hoàn toàn mất phương hướng và đau đầu dữ dội, cũng chẳng nhớ nổi điều gì về quãng thời gian ba mươi sáu tiếng vừa qua, kể cả chuyện làm thế nào anh lại có mặt ở nơi này hay nguồn gốc của cái vật kinh khủng mà các bác sĩ phát hiện thấy trong đồ đạc của anh. Trong tác phẩm vô cùng hấp dẫn và kịch tính này, Dan Brown lại một lần nữa "tự phá kỷ lục của chính mình". Hỏa ngục thực sự là một tác phẩm vô cùng thú vị, một cuốn tiểu thuyết làm say lòng độc giả bằng vẻ đẹp của nghệ thuật, lịch sử và văn học kinh điển Ý, đồng thời cũng đặt ra những câu hỏi nhức nhối về vai trò của khoa học trong tương lai của chúng ta.



BEYONCÉ

MỘT TƯ TƯỞNG NỮ QUYỀN MỚI

MẠNH KHANG

ĐÃ GẦN BỐN THÁNG KỂ TỪ NGÀY QUEEN BEE BẤT NGỜ PHÁT HÀNH ALBUM THỨ NĂM MANG TÊN "BEYONCÉ" TRÊN ITUNES MÀ KHÔNG HỀ THÔNG BÁO TRƯỚC. KHOẢNG THỜI GIAN ĐỦ LÂU ĐỂ CHÚNG TA VƯỢT QUA ĐƯỢC SỰ CHOÁNG NGỢP HÀO HỨNG BAN ĐẦU VÀ NHÌN NHẬN NHỮNG ĐIỀU MỚI MẸ MÀ CÔ NÀNG MANG LẠI.

MỘT HÌNH THỨC PHÁT HÀNH MỚI.

Trái ngược với tất cả những quy tắc thông thường, trước ngày phải hành phải có hợp báo, quảng bá, single, MV... rầm rộ, “Beyoncé” được tung thẳng lên iTunes mà không có bất kì một thông báo nào. Theo giải thích của cô nàng, âm nhạc ngày nay phải vượt qua quá nhiều rào cản để đến được với khán giả. Trong khi trước đây, mọi người chỉ cần thích một bài hát bất kì nào đó thì sẽ mua ngay đĩa. Còn bây giờ, áp lực từ sự cạnh tranh, danh tiếng, số lượng đĩa tiêu thụ, hình ảnh quảng bá... đã làm đánh lạc hướng khán giả khỏi nghệ thuật đích thực. Chính vì thế, album “Beyoncé” được phát hành mà không có bất kì thứ gì râu ria thêm để khán giả có thể tự cảm nhận âm nhạc theo cách riêng của mình.

Tuy nhiên, điều này lại gây được một tiếng vang lớn trong cộng đồng fan hâm mộ US-UK. Con số gần 830.000 lượt download trên iTunes chỉ trong ba ngày đầu tiên minh chứng cho điều này. Nhiều người bảo rằng, tất cả chỉ là hiệu ứng đám đông. Nhưng nếu quả thật, “Beyoncé” không có gì xuất sắc thì ắt hẳn nó đã không bán chạy đến như vậy.

NỮ QUYỀN TRONG TÌNH CẢM.

Nữ quyền luôn là chủ đề chính trong âm nhạc Beyoncé xuyên suốt hơn 10 năm nay. Sự đấu tranh bền bỉ để giải phóng tư tưởng và định kiến xã hội về người phụ nữ, đòi hỏi được đối xử bình đẳng và tôn trọng là những gì làm nên tên tuổi cô nàng. Nhưng điều mà đa số chúng ta đều cố tình làm lơ đi chính là việc Beyoncé đôi khi sẵn sàng đập phá mạnh xuống để đưa ra thông điệp của mình. “If I Were A Boy”, nếu nghĩ thoáng hơn, thật ra là một kiểu áp đặt định kiến rằng đàn ông chỉ biết lừa dối, nhậu nhẹt và bỏ bịch với những cô khác. “Run The World (Girls)” phủ nhận vai trò của cánh mày râu trong xã hội.

Sang đến album mới, Beyoncé đã tìm ra một hướng đi khác cho âm nhạc của mình. Nữ quyền không nhất thiết là phải “dằn mặt” nhau đến như thế. Cô khám phá ra những cách



khác tinh tế hơn để đặt hai giới ngang bằng nhau, để cao vai trò của cả người đàn ông lẫn người phụ nữ. Ca khúc “No Angel” là một ví dụ. Bằng giọng falsetto ngọt ngào sexy, Beyoncé bảo người yêu “Cause you’re no angel either, baby.” (Bởi vì anh cũng chẳng phải là thiên thần gì cho cam, anh yêu à!) rồi nhanh chóng giải thích thêm ngay sau đó: “Không, em cũng chẳng tốt lành gì đâu. Nhưng ít ra em cũng đang cố gắng”. Điều mà “No Angel” khác với những ca khúc khác chính là Beyoncé không còn đặt nặng vấn đề người đàn ông của mình phải là một quý ông hoàn hảo như thế nào nữa. Cô thừa nhận cả hai bên đều có khuyết điểm. Và cả hai phải cùng giúp hoàn thiện bản thân nhau để duy trì mối quan hệ này.

NỮ QUYỀN TRONG GIA ĐÌNH.

Tư tưởng nữ quyền mới này của Beyoncé còn thể hiện trong những ca khúc nói về hạnh phúc gia đình giữa cô và Jay-Z. Trước đây, những cảm giác hạnh phúc khi thành công, khi được yêu và trân trọng đã được cô nàng đề cập tới. Nhưng chỉ đến bây giờ, lần đầu tiên Beyoncé mới hát về cảm giác trọn vẹn khi đóng vai trò một người vợ, người mẹ tận tụy chăm sóc chồng con. Trong “Drunk In Love”, cô nàng làm cho ý tưởng có chồng trở nên... hấp dẫn hơn bao giờ hết bằng việc miêu tả cả hai (cô và Jay-Z) đã làm chuyện ấy từ trong phòng ngủ ra tới bếp và vào phòng tắm như thế nào. Tương tự trong

“Partition”, khi Beyoncé hát về việc cả hai vợ chồng đã phải vất vả như thế nào khi làm “chuyện ấy” trong xe hơi. Sex tiếp tục ngập tràn trong album với những ca khúc như “Blow”, “Rocket”... nhưng với những khía cạnh khác nhau. Nhưng bằng một cách riêng biệt, cô nàng không làm hình ảnh của mình trông rẻ rúng đi khi hát về sex. Ngược lại, Beyoncé như đang hát về khát vọng được hạnh phúc của một người phụ nữ 30 căng tràn sức sống. Những tương hôn nhân sẽ là kết thúc của một mối quan hệ lãng mạn. Nhưng Beyoncé làm cho hình ảnh hôn nhân trở nên vẫn đáng thêm muốn, vẫn đáng khao khát như lúc đang yêu vậy. Cô nàng phát biểu: “Mọi người thường nghĩ, khi phụ nữ trở thành vợ, thành mẹ, cuộc sống tự do của họ sẽ chấm dứt. Nhưng tôi thì không cho rằng như vậy. Sau khi sinh Blue Ivy xong, tôi đã tập luyện vất vả để lấy lại vóc dáng của mình. Và tôi muốn chia sẻ những việc này, để tất cả phụ nữ có hiểu rằng, dù cho chúng ta đã là vợ, là mẹ, nhưng chúng ta vẫn có thể sexy và trẻ trung.”



NỮ QUYỀN TRONG XÃ HỘI.

Nhưng cũng đừng vì một phút yếu lòng trên mà đánh giá Beyoncé trở nên ủy mị. “***Flawless” trích dẫn hẳn một đoạn phát biểu về bình đẳng giới của nhà văn nổi tiếng người Nigeria, Chimamanda Ngozi Adichie. “Chúng ta nói với các bé gái rằng ‘Các em có thể có tham vọng. Nhưng đừng nhiều quá. Các em nên cố gắng để thành công, nhưng đừng thành công quá, vì nó sẽ hạ thấp hình ảnh của nam giới’. Vì tôi là phụ nữ, nên xã hội này ép buộc tôi phải hướng đến hôn nhân. Và phải luôn nhớ rằng hôn nhân là điều quan trọng nhất. Tại sao chúng ta lại dạy các bé gái phải hướng đến hôn nhân, nhưng lại không dạy cho các bé trai điều tương tự?” Và vượt qua tất cả mọi rào cản về định kiến xã hội nêu trên, Beyoncé làm nổi bật lên vấn đề bằng

câu tagline “I woke up like this” (Tôi thức dậy đã như thế này đây). Đây như một lời nhắc nhở chẳng ai được quyền chọn mình là nam hay nữ lúc sinh ra, nhưng đồng thời cũng là một lời cổ động thách thức: “Chúng tôi (phái nữ) sinh ra là đã hoàn hảo như vậy rồi”.

Có thể thấy việc lập gia đình và sinh con đã tác động đến suy nghĩ của Beyoncé về nữ quyền như thế nào. Nó không chỉ là việc đòi hỏi sự công bằng cho phái nữ, mà còn là sự bình đẳng cho cả hai giới trên mọi phương diện. Có lẽ chính vì tư tưởng mới này, album “Beyoncé” được đón nhận rộng rãi hơn trước khi cánh nam giới có thể nghe nhạc của cô nàng mà không còn cảm thấy hụt hẫng nữa. Dẫu sao thì, “Beyoncé” là một bước đánh dấu của cô trong sự phát triển cá nhân và suy

nghĩ. Đó là chưa kể đến những phần về phối khí, âm nhạc trong album đầy nhé. Thế cho nên, album đã tạo ra được cơn sốt khủng khiếp ngay từ những ngày đầu phát hành và hiện tại đã tiêu thụ hơn ba triệu đĩa trong vòng chưa đầy bốn tháng. Beyoncé đã đặt ra một chuẩn quá cao cho tất cả mọi nghệ sĩ khác trong showbiz và cũng như cho chính cô nàng để vượt qua. Lần comeback tiếp theo của cô, ắt hẳn sẽ càng hồi hộp và hoành tráng hơn nữa cho xem.

Trung Tâm Tổ Chức Biểu Diễn Nghệ Thuật
(Cục Nghệ Thuật Biểu Diễn - Bộ Văn Hóa, Thể Thao và Du Lịch)

CHƯƠNG TRÌNH HÒA NHẠC HENNESSY LẦN THỨ XVIII

Giới Thiệu 2 Nghệ Sĩ Dương Cầm

VLADIMIR & VOVKA ASHKENAZY



Hennessy
CONCERT SERIES

Chương trình được truyền trực tiếp trên màn hình lớn
tại Quảng trường Cách mạng tháng 8



Hennessy CONCERT SERIES



Ảnh: TuanDao

THĂNG HOA CÙNG SONG TẤU DƯƠNG CẨM CHA VÀ CON

Giữa tiết trời mưa se lạnh của tháng ba Hà Nội, không khí tại Nhà hát lớn Hà Nội trở nên thật ấm áp khi công chúng yêu nhạc được lắng nghe những màn song tấu tuyệt vời bởi cặp cha con nghệ sĩ dương cầm nổi tiếng thế giới.

“ Có thể nói, cha con Vladimir và Vovka Ashkenazy đã dẫn dắt khán thính giả đi qua lịch sử trải dài của hình thức song tấu dương cầm từ cấp độ nhẹ nhàng, tăng dần và càng về sau lại càng trở nên mạnh mẽ, sâu sắc hơn

”

Tối 20/3, đêm nhạc Hennessy Concert lần thứ 18 đã diễn ra, thu hút rất đông khán giả yêu nhạc cổ điển ở thủ đô để có được cơ hội thưởng thức những ngón đàn tuyệt diệu của Vladimir Ashkenazy, một trong những nghệ sĩ dương cầm xuất sắc nhất thế kỷ 20 và con trai ông Vovka cũng là cái tên lừng danh trong giới mộ nhạc.

Thật may mắn cho khán giả Hà Nội, vì đã vài năm nay Vladimir Ashkenazy gần như không biểu diễn mà chỉ đảm nhiệm vai trò nhạc trưởng. Với sự nghiệp lừng danh, hơn 70 năm gắn bó với cây đàn Piano, việc ông đến Việt Nam là một sự kiện không thể bỏ lỡ của những người yêu nhạc cổ điển. Hai cha con nghệ sĩ người Nga đã đem tới một đêm nhạc giới thiệu được lịch

sử trải dài của hình thức song tấu dương cầm và trình tấu các tác phẩm âm nhạc đại diện cho những sáng tác được viết nguyên gốc cho piano bốn tay cũng như các bản tổng phổ dàn nhạc đã được chuyển soạn vô cùng sinh động cho song tấu dương cầm. Đêm nhạc Hennessy Concert 18 được chia làm hai phần. Trong phần đầu, hai cha con Ashkenazy trình diễn tác phẩm divertissement à la Hongroise của Franz Schubert và Các khúc biến tấu theo chủ đề của nhà soạn nhạc Joseph Haydn do Johannes Brahms biên soạn. Phần còn lại là hai tác phẩm Đêm trên núi trọc của Modest Mussorgsky và Nghi lễ mùa xuân của Igor Stravinsky.

Trước đó, trong buổi gặp gỡ với báo



Nhà hát lớn được trang hoàng long lộng lấy trước giờ biểu diễn



Ông David Ridley (Đứng thứ 2 từ trái qua) – Giám đốc điều hành mới của Moët Hennessy chung vui cùng các nghệ sỹ

giới, Vovka Ashkenazy chia sẻ rằng ông không hề bị áp lực khi biểu diễn cùng cha mình. Và đúng như vậy, sự hòa hợp của hai nghệ sĩ cùng chung một dòng máu đã mở đầu đêm diễn bởi tác phẩm của Franz Schubert được diễn tấu rất xuất sắc. Giai điệu u sầu, nhẹ nhàng đầy lãng mạn từng bước đưa người nghe vào khung cảnh đất nước Hungary thơ mộng.

Hai tác phẩm đầu tiên trong đêm diễn đã chinh phục toàn bộ khán phòng bởi giai điệu lãng mạn, u buồn và đôi lúc có thêm chút hài hước, tươi vui, cũng đồng thời cho thấy sự hòa quyện, kết nối tuyệt vời, tâm hồn đồng điệu từ hai cha con nghệ sĩ. Ngồi đối diện nhau trên sân khấu ở hai cây đàn Steinway & Sons, hai nghệ sĩ với những ngón tay thoăn thoắt lướt trên phím đàn đã tạo ra cả một thế giới của hình thức song tấu dương cầm.

Tiếp đó, hai cha con nghệ sĩ tiếp tục đưa người nghe về với di sản ưu tú của nhạc cổ điển Nga với hai tác phẩm Đêm trên núi trọc và Nghi lễ mùa xuân. Đêm trên núi trọc của Modest Mussorgsky là một trong số những bản thơ giao hưởng đầu tiên của các nhà soạn nhạc Nga, lấy cảm hứng từ văn chương và truyền thuyết Nga. Đây là 1 bản nhạc do chính Vovka Ashkenazy chuyển soạn cho song tấu dương cầm, lấy cảm

hứng từ niềm yêu thích và ký ức gắn với tuổi thơ của ông.

Với tác phẩm Nghi lễ mùa xuân, chính Stravinsky đã mô tả đây là một tác phẩm vũ nhạc kịch, hiện thân cho dân tộc Nga nguyên sơ, thô mộc, được hợp nhất bởi một ý niệm duy nhất: sự thần bí và sức trào dâng mãnh liệt đầy sáng tạo của mùa Xuân. Vladimir và Vovka đã đưa đẩy các thanh âm một cách dồn dập qua từng nhịp điệu một cách đáng kinh ngạc, cho thấy họ làm chủ được từng điệu tính, tiết tấu, trọng âm, hòa âm để tạo nên một sự trào dâng mãnh liệt pha lẫn vẻ bí ẩn như thể một khu vườn rộng mở đang chờ được khám phá.

Ở hai tác phẩm này cha con Ashkenazy phô diễn kỹ thuật ở đẳng cấp cao. Khi nốt nhạc cuối cùng trôi vào không gian cũng là lúc cả khán Nhà hát lớn như nổ tung bởi những tràng pháo tay tán thưởng, ngưỡng mộ.

Có thể nói, cha con Vladimir và Vovka Ashkenazy đã dẫn dắt khán thính giả đi qua lịch sử trải dài của hình thức song tấu dương cầm từ cấp độ nhẹ nhàng, tăng dần và càng về sau lại càng trở nên mạnh mẽ, sâu sắc hơn. Và như thường lệ, các nghệ sĩ trở lại sân khấu để 'đáp lễ' bằng bản Chanson de Matin, Op. 15, No. 2 của Edward Elgar, mang lại những dư âm ngọt ngào sâu lắng không thể quên cho khán giả.

Đêm nhạc tuyệt vời kết thúc

khi hai nghệ sĩ cúi chào khán giả, những tiếng vỗ tay không ngừng, thán phục tài năng của hai nghệ sĩ. Dù có thể mỗi khán giả đều giữ trong mình những cảm nhận, suy nghĩ khác nhau, nhưng tất cả đều nở một nụ cười mãn nguyện bởi một lần được bước vào thế giới của hình thức song tấu dương cầm đầy tuyệt diệu.



Chương trình thu hút đông đảo giới văn nghệ sỹ Việt



THE AMAZING SPIDER-MAN 2

– KỂ THÙ TỰ HỘI

Hà Chí Vũ



SAU QUÁ TRÌNH QUAY
100 NGÀY, THỜI GIAN
HẬU KỲ 9 THÁNG, CÙNG
KINH PHÍ SẢN XUẤT DỰ
TÍNH LÊN ĐẾN 200 TRIỆU
USD, LIỆU THE AMAZING
SPIDER-MAN 2 CÓ THỂ LẬP
LẠI ĐƯỢC THÀNH CÔNG
CỦA NHỮNG SEQUEL VỀ
SIÊU ANH HÙNG NHƯ X2
HAY THE DARK KNIGHT
HAY KHÔNG?

STYLE **163**



Từ fan hóa kẻ thù...

The Amazing Spider-Man 2 đã tiết lộ rất nhiều hình ảnh hậu trường, trailer, trích đoạn phim trong suốt nhiều tháng vừa qua. Điều đó cũng cho thấy rõ quyết tâm thống trị phòng vé của hãng Sony Pictures trong dịp đầu tháng Năm tới. Trong tập phim mới, kẻ thù chính của Spider-Man là Người điện Electro, do nam diễn viên Jamie Foxx thủ vai. Electro vốn xuất thân là Max Dillon, một nhân viên của tập đoàn OsCorp và hết sức hâm mộ Spider-Man. Tuy nhiên, sau một tai nạn nghề nghiệp, Dillon đã trở thành Electro; rồi trở nên căm ghét Spider-Man bởi một sự kiện ngẫu nhiên gây ra bởi chính người hùng của thành phố New York.

The Amazing Spider-Man của đạo diễn Marc Webb từng đạt doanh thu 752 triệu USD trên toàn cầu, một con số không hề tệ. Nhưng dĩ nhiên là Sony Pictures muốn con số đó phải lớn hơn nữa với phần hai của bộ phim. “Bộ phim là một dự án tham vọng,” Webb tiết lộ. “Hiệu ứng kỹ xảo, các pha hành động, bối cảnh phim, hay cảm xúc của Peter Parker đều được đẩy lên một tầm cao mới.” Kết thúc tập phim đầu tiên, Peter Parker và Gwen Stacy đã chính thức trở thành một đôi tình nhân. Nhưng giờ là lúc Spider-Man đã là một người hùng được người dân New York công nhận. Dĩ nhiên, làm bạn gái của một siêu anh hùng không hề đơn giản.

“Gwen hiểu Peter bởi cậu ấy cũng là một người hùng giống như cha cô. Trong tập phim mới, cô đã vượt qua được cái chết của người cha, và việc được ở bên cạnh Peter là điều mà cô ấy thực sự mong muốn. Nhưng mọi chuyện quả thực khó khăn,” Emma Stone, người thủ vai Gwen Stacy, chia sẻ. Mối quan hệ của cả hai bị đe dọa với sự xuất hiện của Electro, nhân vật từng có màn ra mắt trong loạt truyện tranh The Amazing Spider-Man từ tháng Hai năm 1964. Tuy nhiên, bộ phim The Amazing Spider-Man 2 mới là lần đầu tiên Electro xuất hiện trên màn ảnh rộng.

“Từ chỗ là người hâm mộ, hắn đã trở thành kẻ thù của Người Nhện. Electro không phải là nhân vật phản diện một chiều thường thấy,” nhà sản xuất Avi Arad cho biết. Trong truyện



The Amazing Spider-Man của đạo diễn Marc Webb từng đạt doanh thu 752 triệu USD trên toàn cầu.

tranh, Electro sở hữu sức mạnh không kém Magneto trong X-Men và từng gây ra vô số khó khăn cho các siêu anh hùng.

Liệu có quá đông đúc?

Thế nhưng, Electro không phải là kẻ thù duy nhất mà Spider-Man phải đối mặt trong The Amazing Spider-Man 2. Tề giác Rhino do Paul Giamatti thủ vai, cùng cha con nhà Osborn (tiên thân của Green Goblin sau này) cũng sẽ xuất hiện. Đáng chú ý, diễn viên trẻ tài năng Dane DeHaan (Chronicle, Kill Your Darlings) sẽ thủ vai Osborn con, còn nam diễn viên kỳ cựu Chris Cooper sẽ hóa thân thành Osborn cha. “Đây sẽ là một Harry Osborn rất khác, so với những lần xuất hiện trước trên màn ảnh rộng,” DeHaan hứa hẹn.

Nhưng xem ra bản danh sách các nhân vật phản diện vẫn chưa dừng lại. Người hâm mộ cho rằng nhiều khả năng Vulture, Venom và Doc Ock sẽ xuất hiện với tư cách cameo thông qua nhiều gợi ý đến từ những đoạn trailer. Hay cũng rộ lên tin đồn rằng Felicity Jones thực chất sẽ thủ vai Felicia Hardy (biệt danh là Mèo Đen), một người tình, đồng thời là đối thủ của Người Nhện trong tập truyện tranh năm 1979. Và bóng ma thất bại của Spider-Man 3 về chuyện có quá nhiều nhân

vật phản diện lại xuất hiện.

“Sẽ không giống như câu chuyện về Người Cát đầu,” Arad trấn an. “Chúng tôi đã học hỏi từ thất bại. Dẫu có nhiều nhân vật phản diện, nhưng sân khấu chính thuộc về Electro. Rhino sẽ chỉ đóng một vai trò nhỏ và sẽ xuất hiện nhiều hơn trong tương lai.” Đạo diễn Webb cũng không muốn loạt phim của anh bị so sánh với bộ ba phim cũ của Sam Raimi. “Câu chuyện trong phim rất quan trọng. Electro là nhân vật phản diện chính. Hãy thử xem loạt phim Harry Potter hay Batman có bao nhiêu kẻ phản diện? Tôi rất tự tin về bộ phim của mình.”

Dẫu vậy, vẫn còn rất nhiều nghi ngờ xoay quanh chuyện này. Chẳng hạn như việc toàn bộ cảnh có sự tham gia của nhân vật Mary Jane Watson (do Shailene Woodley thủ vai), người yêu tương lai của Peter Parker, đều bị cắt bỏ. Chẳng phải bởi số lượng nhân vật trong The Amazing Spider-Man 2 là quá lớn sao? “Rất khó nói, nhưng Mary Jane chỉ xuất hiện trong một vài cảnh. Bởi câu chuyện giữa Peter và Gwen rất mãnh liệt, nên chúng tôi chỉ muốn tập trung vào đó và tạo ra sự cân bằng cho bộ phim,” đạo diễn Webb cho hay.

Tương lai nào cho Người Nhện mới?

Nhưng sự xuất hiện của nhiều



nhân vật phản diện trong The Amazing Spider-Man 2 cũng cho thấy một kế hoạch rõ ràng mà Avi Arad và hãng Sony Pictures đã vạch ra dành cho loạt phim này. Chắc chắn sẽ có The Amazing Spider-Man 3, nhưng sau đó sẽ là bộ phim về nhóm sáu kẻ thù ác nổi tiếng trong thế giới Người Nhện: The Sinister Six. Và thậm chí là cả một bộ phim về riêng nhân vật Venom.

Vậy còn khả năng Spider-Man sát cánh bên nhóm The Avengers giống như trong truyện tranh thì sao? Avi Arad lập tức phủ nhận. “Hiện tôi chưa thấy có lợi ích gì trong việc đó. Chúng tôi vẫn làm tốt với thế giới của Người Nhện. Cậu ấy là một trong những nhân vật số một. Chẳng cứ gì phải xuất hiện với tư cách cameo hay gì cả.”

Trở lại với The Amazing Spider-Man 2, Andrew Garfield hết sức tự tin khi bộ phim đi vào giai đoạn hậu kỳ cuối cùng.

“Chúng tôi muốn đem đến cho khán giả không khí vui tươi. Dù gì, Spider-Man của tôi vẫn mới chỉ là một cậu nhóc. Cậu ấy rất vui tính. Dẫu phải đối mặt với rất nhiều hiểm nguy và thách thức, nhưng nói một cách nào đó, đây vẫn là một cuộc vui của Peter Parker.”

The Amazing Spider-Man 2 sẽ chính thức được khởi chiếu từ ngày 30.04.2014.

165^{STYLE}



CẨM NANG ĐÙA VỚI LƯA?

Lam Ly

Hãy giả dụ một tình huống thế này:

ANH TA

Đó là một anh chàng có khả năng gây mơ màng cho phụ nữ. Anh ta tài giỏi, hài hước, lạc quan, luôn làm tôi cười, và hôn rất tuyệt. Anh ta giống như pháo hoa. Chỉ có chút xíu vấn đề, anh ấy là dạng pháo hoa công cộng dành cho rất nhiều cô gái. Đúng vậy, anh ấy không phải là kiểu người sẽ đến và nói với bạn một lời tỏ tình nghiêm túc, có quà cho bạn vào những dịp đặc biệt hay nhận lời mời đến ăn tối cùng gia đình bạn vào ngày cuối tuần. Vừa may, tôi cũng là kiểu người tương tự anh ta. Ý tôi là, chưa sẵn sàng cho một mối quan hệ fulltime với nhiều ràng buộc. Sau khi chia tay tình yêu lớn của đời mình, tôi giống như người bị phá sản một lần, ngại ngần bỏ vốn lần nữa để lập lại cơ nghiệp. Ngay cả khi vượt qua cảm giác tan nát từ lâu rồi, tôi vẫn không ngăn được mình nghĩ về tình yêu như một thứ ảo ảnh không đáng tin tưởng.

Tóm lại, khi hai người thừa lãng mạn, thích phù phiếm và chối bỏ sự nghiêm túc bị cuốn hút bởi nhau, họ thường sẽ gặp nhau ở trên giường, trong những góc tối của một quán bar nào đó, gửi cho nhau những tin nhắn đầy khiêu khích và xóa sạch hộp thư ngay sau đó, chào hỏi đầy lịch sử kiểu cách khi tình cờ ngồi cạnh ở một sự kiện, trong khi tay anh ta đang ve vuốt đôi chân trần của tôi dưới lớp khăn trải bàn. Và chỉ vậy. Có thể nói sự xuất hiện của anh ta trong cuộc đời tôi vào lúc này là hoàn toàn đúng người và đúng thời điểm. Vậy nên mọi thứ đều tuyệt.

Nhưng nó sẽ tuyệt đến bao lâu? Giả sử anh ta vẫn cứ tuyệt vời như thế, giả sử một lúc nào đó tôi bắt đầu đặt ra nhiều giả sử cho mối quan hệ này? Tôi chưa bao giờ nghi ngờ sự ngu ngốc, yếu mềm và cả tin của con tim mình. Đơn giản, vì tôi là phụ nữ. Và để duy trì mọi thứ ở trạng thái “rất tuyệt” hiện tại, hay nói cách khác, để có thể duy trì trò chơi vui vẻ mà không lo ngại tổn thương, ta cần tuân theo một số nguyên tắc.

GỌI ĐÓ LÀ NHỮNG NGUYÊN TẮC ĐỂ ĐUA VỚI LỬA ĐI NHÉ!

Luật 1: Không hứa hẹn

Có một điều mà phụ nữ thường quên - lời hứa của đàn ông có thể rất đáng tin, nhưng vì không có chất bảo quản nên thời hạn sử dụng cực kỳ ngắn. Đàn ông thông minh thì không bao giờ đưa ra lời hứa. Phụ nữ thông minh nên học cái thông minh của đàn ông. Đó cũng là nguyên tắc đầu tiên: Không hứa hẹn. Không cam kết. Không cả dùng những từ ngữ có thể gây hiểu lầm về sự hứa hẹn hay cam kết. Ví dụ, “Em rất quyến rũ” thì được, nhưng không phải là “Em là cô gái tuyệt vời”. “Anh biết cách hôn đấy!” thì đúng luật, nhưng “Chưa có ai làm em thấy mình đặc biệt như anh” thì zero điểm.

Những cái hẹn luôn có giá trị tức thời, hoặc nhiều lắm là một tuần. Không “Một lúc nào đó, mình có thể đi du lịch cùng nhau.” Cả hai sẽ im thin thít và lặn mất tăm vào ngày 14/2, ngay cả khi tối đó ngủ một mình. Trong trường hợp bình thường bài thơ “Khi chúng ta già” sẽ mang đến cảm giác vô cùng lãng mạn, nhưng với mối quan hệ kiểu này chắc chắn nó sẽ gây nên một cơn ớn lạnh kéo dài cho cả hai.

Luật 2: Không nói về (các) bạn gái của anh ta (và ngược lại)

“Anh đang ở với ai?”

“Anh đang làm gì?”

“Tối nay anh bận chuyện gì mà không thể gặp em?”

“Cô gái mà anh vừa để ảnh trên Facebook là ai vậy?”

“Em và cô ấy, nếu phải chọn một trong hai thì anh sẽ chọn ai?”

Tất cả chúng đều là câu hỏi sai. Tôi chắc rằng một (vài) cô gái sẽ hỏi anh ta như vậy, và tất nhiên anh ta sẽ có câu trả lời hợp lý. Theo kiểu các cô ấy muốn nghe, hoặc theo kiểu không muốn nghe nhưng vẫn phải chấp nhận và sau đó tự dần vật bản thân lúc mất ngủ. Nhưng này, nếu book lịch ở spa, bạn có quan tâm đến chuyện hiện tại đang có bao nhiêu khách hàng ở đó hay

bao nhiêu người cũng đã đặt hẹn không? Không! Bạn chỉ cần biết vào thời điểm đó, bạn có thể đến và nhận được sự chăm sóc tốt nhất.

Luật 3: Đừng nhìn vào chiếc điện thoại

Tôi ghét thấy mình lật đi lật lại chiếc điện thoại như thể nó là một kiệt tác nghệ thuật, trong khi đang đánh vật với suy nghĩ xem có nên gửi tin nhắn cho anh ta không, gửi cái gì, nếu anh ta không trả lời thì là vì sao bla bla bla. Ban đầu, tôi xóa luôn số của anh chàng trong danh bạ với một suy nghĩ rất hoa mộng rằng anh ta sẽ luôn phải chủ động và tôi thì mãi là con mồi cao giá. Nhưng bạn biết đấy, với mọi trò tán tỉnh, rốt cuộc thì ai chủ động và ai bị động, ai là sói ai là cừu, ai là cáo đội lối cừu - ai mà biết! Và rốt cuộc thì chẳng cần lưu số, tôi vẫn có thể bấm thoắt thoắt số điện thoại của anh chàng! Đây là bài học tôi dành cho mình: Đừng nhìn vào chiếc điện thoại và tốn thời gian tự cân não. Gọi khi nghĩ đến anh ta. Đưa ra yêu cầu. Quan tâm đến cảm giác của chính mình. Mọi thứ sẽ đơn giản hơn.

Luật 4: Không ở nhà một mình vào buổi tối

Không bao giờ xem anh ta là chọn lựa duy nhất cho thực đơn tối. Điều này khá kì lạ, nhưng tôi nhận ra khi một cô gái sẵn sàng cho sự sẵn đón và vui vẻ, cô ấy sẽ được sẵn đón và được vui vẻ. Và là phụ nữ, chúng ta có quyền: Chọn chàng trai mình sẽ đi cùng, chọn trang phục mình sẽ mặc, chọn điều sẽ làm tiếp theo. Điều duy nhất ta cần là chịu trách nhiệm với chính mình (trong khi, tội nghiệp thay, đàn ông thường bị buộc phải chịu trách nhiệm trong mọi mối quan hệ!).

167

STYL



Đàn ông thông minh thì không bao giờ đưa ra lời hứa. Phụ nữ thông minh nên học cái thông minh của đàn ông."

Dù sao thì, tôi không xem anh ta như nguồn cung cấp độc quyền niềm hạnh phúc cho mình. Tốt cho tôi, và tốt cho anh ấy!

Luật 5: Cái gì ở trên giường, hãy để lại trên giường!

Vì đặt chân lên giường một người đàn ông không có nghĩa là bạn được quyền vào siêu thị và mua kem đánh răng, bàn chải, khăn tắm để vào toilet của anh ta; kể cho anh ta nghe bi kịch gia đình, kỉ niệm tình đầu và nói chung là mọi thứ ngớ ngẩn xảy ra trong đời bạn, hay mặc quần áo siêu nhân và nhảy vào giải quyết mọi rắc rối trong cuộc đời cho anh ấy.

KẾT

Tất nhiên mọi thứ không phải lúc nào cũng dễ dàng, thỉnh thoảng người ta cũng lơ là cảnh giác và bị cuốn theo cảm xúc chứ! Chẳng hạn như lần tôi nằm trong vòng tay anh ta và đọc cho anh ta nghe "Nhật ký Eva" (Mark Twain) với đoạn "Chỉ bằng sự cầu nguyện và lòng khao khát mà đôi ta sẽ đi qua cuộc đời này bên nhau." Chúng tôi đã cắt đứt liên lạc trong hơn một tuần để đảm bảo cả hai đều đã bỏ qua chi tiết ấy trong trí nhớ. Và đến giờ mọi chuyện vẫn tuyệt. Ổn trời! Một người bạn nói với tôi rằng tôi đang chơi theo luật của đàn ông một cách chính xác và đúng điệu. Có thể!

Nhưng có một điều mà tôi không bao giờ quên – chơi với lửa thì rất vui, nếu nó là ngọn lửa xanh quyến rũ trên miệng ly B52. Nhưng cách duy nhất để an toàn trước lửa – là bạn luôn phải có một cái bình cứu hỏa. Và sẵn sàng dập tắt nó, không chùn tay, ngay cả khi mọi thứ rực rỡ nhất.

THE PURSUIT OF PERFECTION.

GLENMORANGIE TROPHY 2014

THE 3rd ANNIVERSARY FAIRWAYS VIETNAM

Venue: Viet Nam Golf Country Club, Thu Duc
Saturday, 22th March 2014

CO - ORGANIZERS

GOLF · LUXURY · TRAVEL
Fairways
VIETNAM

GLENMORANGIE

MAIN SPONSORS

TaylorMade



HOLE IN ONE SPONSORS



CO-SPONSORS



OTHER SPONSORS



MEDIA SPONSORS



TINTUC

Style / Tháng 3-4/2014

BVLGARI

Thương hiệu Bvlgari giới thiệu 02 dòng nước hoa mới là Omnia Coral EDT và Aqua Pour Homme Marine. Nếu như Omnia Coral EDT với hương đầu tươi mát của cam Bergamot, trái kỷ tử; hương giữa ngọt ngào trẻ trung đầy sức sống của hoa dâm bụt cùng hương hoa sung; và hương cuối dịu êm nồng ấm của hương trái lựu, gỗ tuyết tùng, thì Aqua Pour Homme Marine là sự kết hợp hoàn hảo giữa tinh dầu cam, rong biển Posidonia và tinh dầu bưởi quỳ với hương tuyết tùng gợi cảm, khơi dậy một cảm giác trong lành, tươi mát, một hơi thở Địa Trung Hải hiện đại, lịch lãm, nam tính, mang dấu ấn đặc biệt tinh khiết và mạnh mẽ. Omnia Coral EDT gồm 02 phiên bản 25ml có giá 1.060.000VNĐ và 65ml có giá 1.950.000VNĐ.



LANCÔME

Kể từ khi Lancôme tung sản phẩm phấn nền huyền thoại Teint Miracle được tạo ra bởi công nghệ Aura-Inside™ đã thay đổi ánh sáng ẩn sâu bên trong vẻ đẹp của làn da một cách tự nhiên. Cũng chính bởi vậy, các quý cô đã hy vọng, đợi chờ những khai sáng mới lạ đến từ dòng phấn nền Miracle. Vào năm 2011, dòng phấn nền, phấn nền làm sáng da Blanc Miracle, đem lại sự rạng rỡ cả ngày xuyên suốt, đã vượt quá cả sự mong đợi cao nhất từ những người phụ nữ châu Á. Với công thức đặc biệt đã phát triển và nâng Blanc Miracle lên vị trí số 1 bán chạy nhất trong khu vực Châu Á. Vào năm 2014, Lancôme ăn mừng sự thành công của Blanc Miracle với một chương sử mới: sự đột phá của phấn nền Blanc Miracle – đa tác dụng bảo vệ làn da một cách tuyệt đối mạnh mẽ hơn.

AMI WELL

Chăm sóc tóc nhuộm giờ đây thật đơn giản với bộ sản phẩm dầu gội - dầu hấp giữ màu Ami Well. Bộ sản phẩm này với thành phần giàu protein, aloe vera, và các loại keratin, vitamin, collagen thủy phân hoạt động hiệu quả trên bề mặt sợi tóc giúp bảo vệ hiệu quả phục hồi và chăm sóc tóc lý tưởng, giữ màu nhuộm bền đẹp và tươi sáng. Ngoài ra, với tinh chất dầu oliu và dầu macadamia giúp tạo độ bóng cho mái tóc suôn mượt, khỏe mạnh. Sản phẩm dầu gội giữ màu được bán với giá 129.000VNĐ/300ml, và dầu hấp giữ màu được bán với giá 159.000VNĐ/300ml.



NASHI

Phyto Repair là phương pháp tái tạo cấu trúc lớp tóc chuyên nghiệp và kích thích quá trình tái tạo năng lượng tự nhiên cho sợi tóc trở về trạng thái nguyên bản. Mặt khác, Phyto Repair phục hồi cho toàn bộ mái tóc, đó chính là lý do giúp cho việc làm hóa chất tiếp theo trở lên dễ dàng hơn nhờ vào tác động của Collagen và các tế bào gốc thực vật hoạt động. Ngoài ra, Phyto Repair có thể phục hồi tóc bị hư hỏng từ lớp biểu bì cho đến thân tóc; thẩm sâu vào tóc, tái tạo lại cấu trúc tóc và tăng cường sức khỏe của lớp biểu bì; hiệu quả của sản phẩm về lâu dài là giúp các lớp biểu bì có thể đóng lại hoàn toàn, bảo vệ tóc khỏi bị hư hại thêm. Nhờ vào công nghệ cải tiến hệ thống hỗn hợp kép của Collagen và các tế bào gốc thực vật, Nashi Phyto Repair còn có thể tác động, chữa trị đồng thời vào hai nguyên nhân chính gây hư hại cho cấu trúc tóc.

MAX FACTOR

Tiếp nối cơn sốt BB cream của ngành công nghiệp làm đẹp, phấn nền CC cream đang là một trong những phép màu đa năng được săn lùng trên thị trường mỹ phẩm hiện nay. Nhanh chóng bắt kịp xu hướng thị trường cùng nhu cầu của các cô nàng yêu thích làm đẹp, Max Factor đã cho ra đời sản phẩm CC cream - phấn nền đa năng. CC cream mới cung cấp hiệu ứng hiệu chỉnh sắc tố da ngay tức thì và cho một làn da tươi sáng mịn màng nhờ vào 9.7% những hạt sắc tố tạo nền cung cấp độ che phủ hoàn hảo; những thành phần dưỡng da tự nhiên gồm chiết xuất dưa leo, glycerin, quả mai biển, quả tầm xuân nuôi dưỡng, cung cấp độ ẩm và làm da sáng hơn; và độ chống nắng SPF10 bảo vệ da khỏi những tác hại của môi trường.

HAVAIANAS

Các cô nàng công sở lúc nào cũng chuẩn bị sẵn cho mình một đôi dép kẹp để có thể thoải mái hơn đi lại trong văn phòng. Một đôi dép kẹp mang đến cảm giác thoải mái, vừa vận và kiểu dáng đẹp luôn là lựa chọn hàng đầu của các nàng. Được làm từ loại cao su tốt nhất, Havaianas sẽ mang lại cảm giác thoải mái khác biệt rõ rệt khi mang. Nhưng đó chưa phải là tất cả. Bạn sẽ ấn tượng với sự đa dạng đáng ngạc nhiên trong thiết kế, từ việc sử dụng màu sắc linh hoạt, đến những chi tiết trang trí được thiết kế tinh tế bằng kim loại, pha lê thật, và cả pha lê cao cấp của Swarovski. Địa chỉ tham quan và mua sắm tại: ô K5, tầng L3, Vincom Center A, 171 Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM; ô 26, tầng B1, Vincom Center B, 72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM; và tầng F1, Lam Sơn Square, 9 Lê Lợi, Tp Vũng Tàu.



SAMSUNG

Ngày 10/03, Samsung Việt Nam giới thiệu hai mẫu máy in laser màu CLP-365 và CLP-365W. Hai mẫu máy in này đều được thiết kế nhỏ gọn nhưng có tốc độ in cực nhanh. Với tiêu chí "Làm mọi nơi, in mọi lúc", CLP-365 và CLP-365W kế thừa những tính năng ưu việt truyền thống, đồng thời được Samsung tích hợp thêm một số công nghệ mới dành riêng cho dòng máy in màu, giúp thỏa mãn tối đa nhu cầu in màu tại văn phòng. Dòng máy Samsung CLP-365 dễ dàng được bố trí, lắp đặt trên bàn làm việc tại nhà hay văn phòng, giúp người dùng tiết kiệm tối đa không gian. Các bộ phận của máy in như khay mực được lắp đặt ở vị trí tiện lợi, dễ thay thế; khay giấy hỗ trợ nhiều định dạng, kích thước giấy khác nhau.



NOKIA

Ngày 12/03, điện thoại thông minh Nokia đầu tiên chạy các ứng dụng Android TM mang tên Nokia X chính thức xuất hiện trên thị trường Việt Nam. Được xây dựng trên một nền tảng hoàn toàn mới, Nokia X tích hợp những tiện ích quen thuộc từ dòng Lumia như Here Maps, Mix Radio và One Drive cùng kho ứng dụng phong phú, đáp ứng mọi nhu cầu sử dụng từ hệ điều hành Android. Ngoài ra, Nokia X được trang bị bộ vi xử lý Qualcomm Snapdragon S4 lõi kép tốc độ 1GHz, RAM 512 hỗ trợ 2 SIM 2 sóng, giúp người dùng tận hưởng nhiều lợi ích nhất từ các nhà mạng di động. Đặc biệt, với màn hình cảm ứng LCD WGA (800x 480 pixels) 4 inches, Nokia X tích hợp Fastlane, giúp hỗ trợ người dùng chuyển đổi giữa các ứng dụng nhanh chóng và mượt mà hơn. Nokia X được bán với giá 2.549.000VNĐ/chiếc.

RIMOWA

Chiếc vali nhôm Rimowa Topas ra đời vào những năm 1950, cho đến nay đã phát triển thêm màu sắc, kiểu dáng và kích thước với 2 dòng Titanium và Stealth. Sản phẩm có vỏ nhôm mạnh mẽ, bền bỉ, nhưng siêu nhẹ, nổi bật với đường rãnh song song đặc trưng của thương hiệu va li Đức. Chịu nhiệt, chống ẩm tốt, thiết kế bên trong thông minh cùng khóa TSA bảo mật tối đa và hệ thống bánh xe Multi Wheel cơ động tối ưu, tất cả đã tạo nên chiếc va li Rimowa Topas chất lượng tốt nhất. Chiếc va li này, sẽ giúp bạn trông sẽ thật cá tính, nổi bật khi mang theo mình với sự biến tấu màu sắc thật ấn tượng. Địa chỉ mua sắm tại cửa hàng Rimowa: 19-23 Công Trường Lam Sơn, Q1, Tp.HCM; và 23 Lê Lợi, Q1, Tp.HCM.

DMC

BST Xuân Hè 2014 "Sea of Memory – Biển nhớ" của NTK Đỗ Mạnh Cường chính thức được ra mắt ngày 20/4 tại TT hội nghị và triển lãm quốc tế SECC Phú Mỹ Hưng, Q7, Tp.HCM. Sea of Memory được lấy ý tưởng từ biển xanh, cát trắng, nắng vàng,... vẫn sẽ trung thành với phong cách của Đỗ Mạnh Cường, mang đến cho khán giả những trang phục mang tính ứng dụng cao, với chất liệu hảo hạng và phong cách cắt may tinh tế quen thuộc. Gồm 100 trang phục chia làm 3 phần với nhiều kiểu dáng đơn giản, may bằng nhiều chất liệu khác nhau, vận dụng các màu sắc xu hướng xuân hè 2014 như: trắng, hồng, xanh, cam,... Sea of Memory chắc chắn sẽ tạo cho khách mời một không gian thưởng thức trọn cảm giác mùa hè trong từng mẫu thiết kế.



STYLE 171

TIN TỨC

Style / Tháng 3-4/2014

SAVILLS

Ngày 18/03, Savills Việt Nam chính thức bổ nhiệm ông Matthew Powell làm Giám đốc Savills Hà Nội. Với kinh nghiệm từng làm việc tại Savills Hà Nội trong thời gian 5 năm kể từ năm 2007, Matthew một lần nữa được hoan nghênh quay trở lại và sẽ quản lý mọi hoạt động kinh doanh chính tại hai khu vực phía Bắc và phía Trung Việt Nam. Matthew đã có nhiều kinh nghiệm tại thị trường Hà Nội, đặc biệt trong việc quản lý các lĩnh vực liên quan đến môi giới thương mại và nhà ở, đồng thời ông từng tham gia tư vấn cho rất nhiều các khách hàng bao gồm các chủ đầu tư, chủ nhà, khách thuê văn phòng, nhà bán lẻ, người mua nhà và các nhà đầu tư. Với kiến thức chuyên sâu cùng sự trải nghiệm phong phú, Matthew chắc chắn sẽ là một nhân tố vững chắc góp phần vào thành công của Savills Hà Nội trong tương lai.



VUI VUI

Giờ đây, thực khách yêu thích các món nướng và lẩu theo phong cách Nhật Bản có thể đến nhà hàng Vui Vui tại địa chỉ 125A Trần Quốc Thảo Q3, Tp.HCM. Điểm nhấn của nhà hàng Vui Vui chính là món thịt nướng với thịt bò nhập trực tiếp từ Mỹ và nước sốt để ướp thịt trước khi nướng. Thực khách sẽ được thưởng thức những lát thịt mềm, ngọt, mà chỉ có thể ăn vào mới diễn ra được hết mùi vị thơm ngon đặc trưng. Bên cạnh đó, là tin vui cho giới văn phòng với một loạt các set lunch phù hợp với tất cả các vị giác như Yakiudon – Mì udon xào hải sản, Kimuchi Pokka – Heo xào kim chi sốt cay... Đặc biệt, khi đặt các set lunch tại Vui Vui, mỗi thực khách sẽ được tặng 01 phần cơm, trà đá và món tráng miệng. Mỗi set lunch có giá từ 95.000 - 150.000VNĐ.

SHERATON NHA TRANG

Năm 2014 cũng là năm thứ 5 khách sạn Sheraton Nha Trang tham gia sự kiện bảo vệ môi trường lớn nhất thế giới - Giờ Trái Đất. Hưởng ứng sự kiện Giờ Trái Đất năm nay, vào lúc 8 giờ 30 phút ngày 29/03, khách sạn sẽ tổ chức tiệc cocktail nhẹ tại quầy bar Altitude dành cho các khách hàng và người dân địa phương. Trong buổi tiệc, khách sạn sẽ tắt toàn bộ hệ thống chiếu sáng và các thiết bị điện tử, quý khách hàng sẽ được thưởng thức các loại nước uống và đồ ăn nhẹ trong ánh nến và tận hưởng cảnh biển tuyệt đẹp của vịnh Nha Trang. Thông qua bản tin nội bộ, tập thể nhân viên Sheraton Nha Trang và gia đình cũng được chia sẻ thông tin về sự kiện Giờ Trái Đất nhằm chung tay bảo vệ môi trường và khuyến khích tắt điện vào dịp này.



INTERCONTINENTAL NHA TRANG

Ngày 17/03, tập đoàn InterContinental Hotels Group chính thức mở cửa khách sạn InterContinental đầu tiên tại thành phố biển Nha Trang. Tọa lạc trên con đường vàng Trần Phú ngay bên bờ vịnh Nha Trang xinh đẹp, InterContinental Nha Trang có 279 phòng nghỉ bao gồm 56 phòng suites với phong cách kiến trúc sang trọng, hiện đại. Cách sân bay quốc tế Cam Ranh khoảng 40 phút xe chạy, khách sạn nằm ngay giữa trung tâm mua sắm và giải trí của thành phố và là sự lựa chọn lý tưởng cho một kỳ nghỉ hoàn hảo tại Nha Trang. Với du khách đam mê ẩm thực thì chắc chắn sẽ không thể bỏ qua những trải nghiệm ẩm thực tuyệt vời tại đây nhà hàng và bar của khách sạn.

THE BODY SHOP

Năm thứ hai liên tiếp, The Body Shop Việt Nam cộng tác cùng tổ chức Mekong Plus thực hiện chương trình "Cho Phụ Nữ Một Tương Lai Tươi Sáng Hơn". Đây là chương trình từ thiện nhằm giúp đỡ chị em phụ nữ nhân ngày Quốc tế Phụ nữ 08/03. Theo đó, từ ngày 21/02 – 06/03, tất cả mọi người đều có thể đóng góp quần áo đi làm của phụ nữ và quần áo trẻ em đã qua sử dụng của mình tại 06 cửa hàng của The Body Shop. Tất cả số quần áo này sẽ được The Body Shop trao tặng cho đại diện tổ chức Mekong Plus, để giao đến tận tay các chị em phụ nữ có hoàn cảnh khó khăn đang làm việc cho các cơ sở thủ công trực thuộc tổ chức này tại các tỉnh ở miền Trung và Đồng bằng Sông Cửu Long.

MY CLOUD

Ngày 19/03, WD® - công ty trực thuộc Western Digital, cho ra mắt sản phẩm mới trong dòng giải pháp đám mây cá nhân My Cloud™ tại Việt Nam. My Cloud của WD là một giải pháp tổng thể cho phép người dùng sắp xếp, tập trung và lưu trữ an toàn nội dung số từ tất cả các máy tính và thiết bị di động của mình vào một ổ cứng, từ đó người dùng có thể truy cập các thông tin này qua bất kỳ thiết bị nào cũng như ở bất cứ nơi đâu trên thế giới. Đơn giản chỉ cần kết nối đám mây cá nhân My Cloud với Internet, người sử dụng sẽ ngay lập tức có thể truy xuất dữ liệu mọi lúc, mọi nơi như khi sử dụng đám mây công cộng mà không cần phải trả thêm chi phí hàng tháng hay từ bỏ quyền kiểm soát dữ liệu cá nhân.

VISA

Visa là công ty chuyên về công nghệ thanh toán toàn cầu và kết nối người tiêu dùng, các doanh nghiệp, tổ chức tài chính, và chính phủ trong hơn 200 quốc gia và vùng lãnh thổ với hình thức thanh toán điện tử nhanh chóng, an toàn và đáng tin cậy. Ngày 14/03, Visa mở một cuộc nghiên cứu nhỏ đối với người tiêu dùng Việt Nam. Khi được hỏi về phương thức thanh toán mang lại cảm giác tiêu dùng hợp lý, thẻ tín dụng đứng đầu với 53%, trong khi thẻ ghi nợ đạt 38% và tiền mặt đạt 30%. Tương tự như vậy, thẻ tín dụng và thẻ ghi nợ được đánh giá cao như nhau khi nói đến việc người tiêu dùng cảm thấy họ đang sử dụng hợp lý tài chính của mình. Những người tham gia cuộc khảo sát cho biết họ đang tiêu xài trong khả năng tài chính của mình, bất kể họ đang sử dụng thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ hay tiền mặt.



FUSION BODYWORKS

Mới đây, sự kiện Blow out 2 được tổ chức tại Fusion Bodyworks đã mang lại nhiều trải nghiệm thú vị cho khách hàng tham dự. Với các dịch vụ trọn gói làm đẹp miễn phí được mang đến từ các thương hiệu: Reebok, Kelly Bui, Art Deco, Vina Toc, Dikson Milano, gameshow mang đặc trưng fitness khỏe khoắn và năng động, cùng các phần bốc thăm may mắn hấp dẫn,... Các sự kiện của Fusion Bodyworks ngày một thu hút các khách hàng và đối tác, cùng đem đến những đêm tiệc với các chương trình đặc sắc và ưu đãi đặc biệt cho quý khách hàng tham dự.



MAYBELLINE NEW YORK

Ngày 20/03, Maybelline New York chính thức giới thiệu sản phẩm mascara Lashionista tại Tp.HCM. Đây là lần đầu tiên mascara ứng dụng công nghệ sợi tơ đặc biệt giúp mi dài gấp hai lần. Những sợi tơ nhỏ và nhẹ trong mascara Lashionista nâng và tách nhẹ nhàng sợi mi bạn đồng thời nổi tự nhiên, giúp mi dài gấp hai lần ngay lập tức. Điểm tiện lợi đặc biệt của mascara Lashionista là không lem nhưng lại vô cùng dễ tẩy trang. Mascara Lashionista được bán với giá 158.000VND tại các hệ thống siêu thị và trung tâm thương mại trên toàn quốc. Nhân dịp ra mắt sản phẩm mới, khi mua mascara Lashionista, bạn sẽ được tặng ngay một bấm mí xinh xắn.

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 3-4 /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

Hermès

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

Louis Vuitton

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

Chanel

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

Dior

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

Gucci

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

Valentino

- ♦ 59 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Versace

- Vincom Center B 72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM

Burberry

- ♦ 60 Lý Thái Tổ, Hà Nội
- ♦ Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q.1, Tp.HCM
- ♦ Khách sạn Rex 141 Nguyễn Huệ, Q1, Tp.HCM

Salvatore Ferragamo

- ♦ Sofitel Legend Metropole 15 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- ♦ Diamond Plaza 34 Lê Duẩn, Q.1, Tp.HCM
- ♦ Khách sạn Rex 141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q.1, Tp.HCM

Kenzo

- ♦ 32 Hàng Bài, Hà Nội

Marc Jacobs

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

Bally

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

Runway

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

Balenciaga

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

Givenchy

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

Jimmy Choo

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

Just Cavalli

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

Moschino

- ♦ 3 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Hugo Boss

- ♦ 60 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Sergio Rossi

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

Van Laack

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

Luala

- ♦ 61 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Milano

- ♦ 88 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM
- ♦ 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, Q7, 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 Tiển, Hà Nội

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

Clé de Peau Beauté

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

Clinique

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

Lancôme

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

Paris & France

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

L'Occitane

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

Vichy

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

L'Oréal

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

The Body Shop

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

Elizabeth Arden

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

Omega

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

Bvlgari

- Parkson Viet Tower

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

Cartier

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

Vertu

- 44B Lý Thường Kiệt, Q.Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Sofitel Legend Metropole, 15 Ngõ Quynh, 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





TISSOT LE LOCLE AUTOMATIC CHRONOMETER. AUTOMATIC MOVEMENT, OFFICIALLY CHRONOMETER-CERTIFIED BY THE COSC (CONTRÔLE OFFICIEL SUISSE DES CHRONOMÈTRES). **INNOVATORS BY TRADITION.**

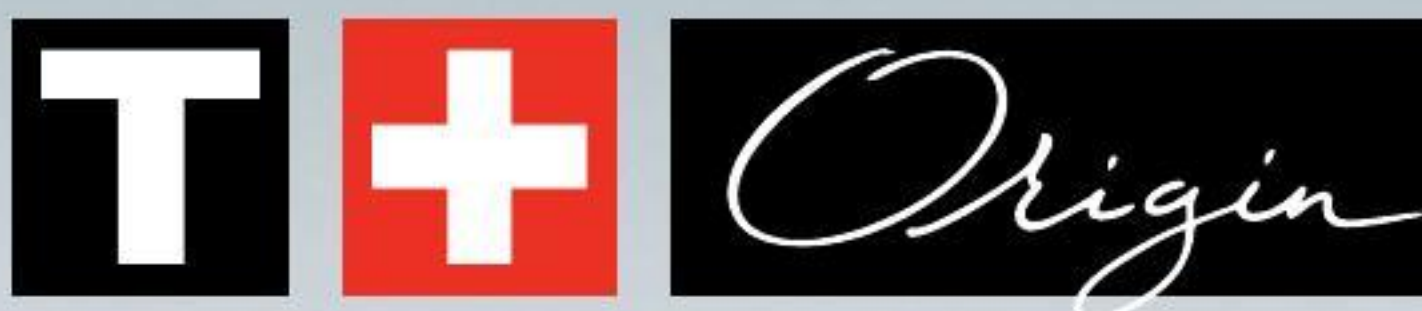
TISSOT.CH



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@toptenco.com.vn – Website: www.toptenco.com.vn

BOUTIQUES: • **SUN WAH TOWER** 115 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (3821 9279) • **BIG C THĂNG 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 XÁ TAX 135 Nguyễn Huệ, Q.1 (38213231) • VINCOM CENTER 70-72 Lê Thánh Tôn, Q.1 (39939099) • UNION SQUARE 116 Nguyễn Huệ, Q.1 (38257739) • DIAMOND PLAZA 34 Lê Duẩn, Q.1 (38227884) • PARKSON SAIGON TOURIST 35-45 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38277578) • PARKSON CT PLAZA 60A Trương Sơn, Q.TB (62971819) • TIC TAC 72 Đồng Khởi, Q.1 (38293392) • MAXIMARK 15-17 Cộng Hòa, Q.TB (38116502) • 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 57 An Dương Vương, Q.5 (38302399) • PNJ 159 Phan Đăng Lưu, Q.PN (39900489) • PNJ 52 Nguyễn Văn Trãi, Q.PN (38441212) • PNJ 362A Nguyễn Văn Nghi, Q.GV (38954597) **HÀ NỘI** • VINCOM MEGAMALL TIMES CITY 458 Minh Khai, Q.HBT (32001400) • 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 7-9 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (62550099) • DUY ANH WATCH 212 Phố Huế, Q.HBT (22148336) • NEW WATCH 37 Hàng Khay, Q.HK (39344865) • LOTTE MART, 229 Tây Sơn, Q.ĐD **ĐÀ NẴNG** • PNJ 123 Hùng Vương (3812618) **VŨNG TÀU** • ĐẠI HÙNG 228 Bạcu, P3 (3530085)



TRẢI NGHIỆM CÚP UEFA CHAMPIONS LEAGUE

HỒ CHÍ MINH 3-5/4/2014
HÀ NỘI 6/4/2014