

STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

NHỮNG
ĐỂ CHẾ
ẨN DANH

THIÊN
& LOLITA

Bali

Vừa đi vừa mỉm cười

Acid
BÍ MẬT CỦA LÀN DA

#Summer Rush

ANH
RẤT LÀ ĐÀN BÀ!



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

Thị Ngọc Hà



38

CONTENTS

APRIL - MAY 2014



94

♥ TEA CORNER

16.

Những cơn choáng mùa hè

♥ FASHION

24.

The Best This Summer

28.

#SummerCrush

30.

Summer Must Haves

32.

Style Manual

34.

The Bucket List

38.

36. Mặc như người nổi tiếng

55.

Những đế chế ẩn danh

64.

Thiên & Lolita

♥ BEAUTY

94.

Beauty Buzz

100.

Những sản phẩm kinh điển đã ra đời như thế nào?

102.

Nghịch lý primer

104.

Acid- Bí mật của làn da

106.

Bánh quế hay xạ hương?

110.

Tắm enzyme bằng mùn của



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

128



122



160

CONTENTS

MARCH - APRIL 2014

♥ LIFESTYLE

114.

Ảnh sáng- Kẻ giấu mặt kì diệu

118.

Cool Gadgets

120.

Smartphone của tháng

122.

Những mẫu xe mới trần đáng mua nhất 2014

128.

Bali- Vừa đi vừa mỉm cười

138.

Vang Tây Ban Nha

♥ ENTERTAINMENT

142.

Minh Triệu

- Yếu điểm của tôi là thiếu tính bon chen

150.

Hoàng Ku

Tôi không sợ ngã!

156.

Nghe gì mùa hè 2014?

160.

X-Men: Days of Future Past - Phiên bản Avengers của thế giới dị nhân?

166.

Anh rất là đàn bà!

BURBERRY THE RHYTHM

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.



Christian Dior

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

Giám đốc - TS 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

yen.phan@chaubachmedia.com

Tham gia biên soạn

Fashion: Phan Ý Yên

Beauty: Bùi Thanh Hoa

Lifestyle: Thanh Hiền

Entertainment: Hà Chí Vũ

Giám đốc sáng tạo

SAMUEL HOÀNG

sam.hoang@chaubachmedia.com

Giám đốc nghệ thuật

PHẠM TRÀ

Mỹ thuật

TRANG.Q, CẨM NHUNG

Thiết kế

Nguyen Media Ltd.co

Stylist

TRUPI, CẨM NHUNG, LAN ANH

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

Khổ: 21x28.5cm

In tại nhà máy in Bản Đồ - 85 Nguyễn Chí Thanh - Hà Nội

In xong nộp lưu chiểu tháng 4 năm 2014

ISBN: 978 - 604 - 85 - 0031 - 3

Giá: 34.500 VNĐ



Website

<http://stylemagazine.vn> Website hàng đầu về
Thời trang, Làm đẹp và Phong cách sống



Đọc tạp chí trên Iphone, Ipad, Imac, Android

Tải miễn phí tại [App store](#)/[Vietbookstore](#)/[Style](#)



Đọc tạp chí STYLE online

<http://emagazine.3nana.vn>



Facebook <https://www.o.facebook.com/stylemagazine>

Like page để đọc những thông tin hữu ích nhất
về Thời Trang, Làm đẹp



editor's note

Young, Wild And Free

Có một cuộc khảo sát vui với câu hỏi là vào mùa nào trong năm thì người ta thường cảm thấy mình trẻ và liều lĩnh nhất. 90% câu trả lời đều đồng loạt chọn mùa hè. Điều tra viên lại hỏi tiếp tại sao. Lúc này, có rất nhiều đáp án xuất hiện: người thì bảo vì thời tiết nắng nóng rực rỡ kích thích, người thì bảo vì kì nghỉ hè luôn là kì nghỉ được trông đợi nhất mỗi năm, người lại vì những lí do cá nhân nào đó liên quan đến kỉ niệm. Nhưng nhất loạt lại đều đồng khẳng định mùa hè là mùa của tuổi trẻ chứ không phải là mùa xuân, thời điểm mà ai cũng ngỡ tưởng thích hợp nhất với thanh xuân căng tràn.

Và trong hàng loạt lí do được đưa ra đó để yêu thích mùa hè, Style quyết định chọn Summer Crush (Những cơn Say Nắng) để làm chủ đề mở đầu cho những ngày rực rỡ trước mắt. Chúng tôi gọi đó là những "cơn choáng ngọt ngào" khi bạn vô tình rung động với bất kì ai hay điều gì bé nhỏ nhất trên mỗi chuyến đi. Chúng tôi hi vọng trong đây rẫy những lo toan và tiêu cực đang diễn ra quá nhiều thời điểm gần đây, một chút Say nắng sẽ khiến bạn thư thả hơn, dịu dàng hơn, lạc quan hơn.

Khi người ta trẻ, người ta mới thường đi can đảm để liều lĩnh, bất chấp quá khứ tương lai chạy theo những summer crush đã phân là mơ hồ và nhiều nùi ro. Nhưng đó cũng là lúc mà bản thân cảm thấy mình trẻ nhất, đang sống nhất! Với ấn phẩm này, Style hi vọng đánh thức phần nào "young, wild and free" trong con người bạn, gọi đến những cơn say nắng mà bạn đã bỏ lỡ hay đang trải qua và rồi thả lỏng mình cuốn theo những phút bất cân đối lúc. Chúng tôi tin chính summer crush là gia vị làm cho cuộc sống thường nhật trở nên mới mẻ hơn, thi vị và hấp dẫn hơn.

Và vì thế, đừng ngần ngại, hãy cứ Say nắng đi!

Phan Ý Yên



Concept & Photography: **Samuel Hoang**
 Producer: **Anh Duc Pham**
 Make up: **Quan Nguyen**
 Hair: **Pu Le**
 Stylist: **Mi Goi**
 Bikini: **Nina Ricci**
 Accessories: **Louis Vuitton, Christian Louboutin**



MỜI QUÝ BẠN ĐỌC ĐÓN ĐỌC HÀNG HIỆU
SỐ THÁNG 04-05!



VỚI NHỮNG BÀI VIẾT NỘI DUNG THEO MỘT
ĐỊNH HƯỚNG MỚI, HƯỚNG TỚI ĐỐI TƯỢNG
LÀ NHỮNG DOANH NHÂN THÀNH ĐẠT,
NHỮNG NGƯỜI CÓ ẢNH HƯỞNG TRONG
LỐI SỐNG CAO CẤP.

www.hanghieumagazine.vn

● Tea Corner

www.stylemagazine.vn

NHỮNG CÓN



CHOÁNG MÙA HÈ

Thu Minh



“Nó giống như rất nhiều
những mảnh kí ức đủ màu khác
nhau được thu gom lại trong tim
mỗi người đợi đến ngày trái tim
thực sự trưởng thành sẽ thấy
mình đã từng có một quãng thời
gian dám sống dám yêu trước
khi bị hằng hà sa số ràng buộc
nghĩa vụ làm cho chùn bước.”

“Summer crush gần như là đại diện cho những gì không ràng buộc và thoáng qua chóng vánh. Đến rất nhanh và đôi khi đi cũng rất nhanh.”



TÔI ĐI NƯỚC NGOÀI TỪ LÚC CÒN KHÁ TRẺ, MỚI ĐẶT CHÂN VÀO TRUNG HỌC ĐÃ BẮT ĐẦU NÓI NGOẠI NGỮ VÀ TIẾP CẬN VỚI MỘT NỀN VĂN HOÁ PHƯƠNG TÂY HOÀN TOÀN KHÁC BIỆT VỀ NHIỀU GIÁ TRỊ. TUY NHIÊN, GIỐNG NHƯ MỌI ĐÚA TRẺ VÀO LÚC TUỔI TEEN, MÙA HÈ LUÔN LÀ MÙA ĐƯỢC TRÔNG ĐỢI NHẤT. NẾU NHƯ Ở VIỆT NAM, CÁC EM CHỈ MONG ĐẾN HÈ LÀ ĐƯỢC NGHỈ HỌC (HAY ĐƠN GIẢN LÀ KHÔNG ĐẾN TRƯỜNG, NGỦ NƯỚNG THÊM MỘT CHÚT) THÌ THANH NIÊN NƯỚC NGOÀI CÓ PHÂN MÂY MẮN HƠN KHI MÙA HÈ ĐỒNG NGHĨA VỚI KÌ NGHỈ, NHỮNG CUỘC VUI BẤT TẬN VÀ RẤT NHIỀU CƠ HỘI GẶP GỠ KẾT BẠN MỚI. VÀ TỪ ĐÓ, SUMMER CRUSH RA ĐỜI...

Summer Crush

Từ “crush” được định nghĩa trong tiếng Anh là “sự phải lòng”. Nhưng tôi

thích cụm từ “say nắng” hơn. Nó diễn đạt đầy đủ thứ cảm giác đột ngột, bất chợt, không hẹn trước, không thể dự định hay tiên liệu. Với các cô gái trẻ, summer crush là điều vẫn luôn được hi vọng nhiều nhất mỗi khi mùa hè bắt đầu. Bạn hãy tưởng tượng mà xem! Vào thời điểm thanh xuân mơn mớn nhất, bạn tự do và hân hoan với tất thảy mọi điều mới mẻ trong cuộc sống, bạn đến một nơi thay đổi hoàn toàn mọi cảnh quan và bầu không khí quen thuộc, rồi nhất định bạn sẽ gặp gỡ và làm quen với những con người xa lạ. Đúng rồi, sự xa lạ vừa mang chút gì đó nguy hiểm, vừa kích thích vô cùng. Nó thúc đẩy một thứ nhiệt huyết chảy rần rần trong máu để ta mạnh dạn hơn bước chân vào những cuộc phiêu lưu, bước qua giới hạn, qua những quy tắc thông thường, mở lòng mình dễ dàng hơn.

Như vậy đấy mà những cơn say nắng mùa hè xuất hiện. Chúng thường rất ngọt ngào, nhiều đam mê, nhiều ki niệm đẹp đẽ (và thậm chí cả không ra gì). Bởi tất cả chúng ta khi đón nhận

một summer crush đều tự nhủ với lòng rằng mình đang bất chấp, mình chỉ cần quan tâm đến hiện tại, mặc kệ quá khứ tương lai ra sao. Chúng ta sống khoảnh khắc đó với mong muốn không hối tiếc gì, sống hết mình và trọn vẹn. Summer crush trở thành điều kì diệu của tuổi trẻ, một đặc quyền mà nếu không có cơ hội trải nghiệm hẳn phải đáng tiếc lắm thay!

Summer crush gần như là đại diện cho những gì không ràng buộc và thoáng qua chóng vánh. Đến rất nhanh và đôi khi đi cũng rất nhanh. Lúc tôi ở độ tuổi hai mươi, sống tự do ở châu Âu, luôn tin rằng thế giới chỉ có riêng mình. Tôi đã từng được chứng kiến rất nhiều mối quan hệ như một cơn choáng váng mùa hè rồi chìm vào quên lãng. Có thể trong quan niệm của nhiều người, những chuyện như vậy sẽ được quy thành lối sống rồi gán cho nó những tính từ có phần hà khắc như buông thả. Nhưng thực ra summer crush là một khái niệm mang đậm tính cảm xúc hơn là vẻ bề ngoài mà nhiều người vẫn lầm tưởng. Nó là



R

RUNWAY

CONCEPT STORE HANOI

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



bản đối nghịch của những e dè, những kìm nén và nguyên tắc. Nó giống như rất nhiều những mảnh kí ức đủ màu khác nhau được thu gom lại trong tim mỗi người đợi đến ngày trái tim thực sự trưởng thành sẽ thấy mình đã từng có một quãng thời gian dám sống dám yêu trước khi bị hàng hà sa số ràng buộc nghĩa vụ làm cho chùn bước.

“Bùa Choáng”

Nhưng liệu có phải summer crush chỉ dành riêng cho tuổi trẻ hay không? Tôi nghĩ là không hẳn. Vì về bản chất, những cơn say nắng giống như một thứ gia vị vậy. Nó không nhất định phải có trong cuộc sống mỗi chúng ta nhưng nếu có sẽ khiến thời gian trôi qua đậm đà và thi vị hơn gấp bội. Có thể vào những vị trí nhất định trong một thời điểm nhất định nào đó, chúng ta không còn được bất chấp, tung hô hết mà chạy theo cảm tính. Tuy nhiên, ai cấm chúng ta mơ mộng và thả lòng mình đi lạc đôi nhịp phải không?

Bên cạnh đó, cùng với thời gian,

summer crush không gói gọn trong chuyện tình cảm đôi lứa, không chỉ còn là nhớ nhung ai đó bất ngờ xuất hiện trong một chiều nắng rực rỡ trên biển hay mùi hương nồng nàn lướt qua phố. Những cơn choáng ngây ngất mùa hè có thể là bất kì điều bé nhỏ nào bất chợt chạm được đến những rung cảm nhỏ nhất đậm tính cá nhân. Đó có thể là một tách cà phê thơm nồng ở quán nhỏ trong phố nhỏ cùng một cuốn sách hay; là một chiếc váy dài đầy hoa trong tủ kính lúc vô tình đi bộ ngang qua giờ tan sở; là một thành phố bé nhỏ trên bản đồ gần như không ai biết đến vô tình nhảy lên một chuyến xe và biến mất vài ngày ở đó. Những phút nhận ra mình vẫn còn biết rung động, biết háo hức, biết băng khuâng, biết yêu biết khao khát ấy khiến cuộc sống vốn đầy rẫy mệt mỏi hẳn học lọc lừa trở nên nhẹ nhàng và lãng lẽ trôi lại phía sau.

Tôi đã đi qua tuổi hai mươi của mình với những summer crush ngọt ngào ở Barcelona, ở Rome, ở một làng

quê miền Nam nước Pháp. Tôi sẽ luôn nhớ đến những ngày nắng hân hoan và điệu kì ấy khi tay trong tay nằm trên đôi cùng anh chàng Địa Trung Hải mới quen nói những câu chuyện không dứt về âm nhạc, điện ảnh, về gia đình và những ước mơ. Khoảnh khắc quá khứ ấy giống như một bức tranh đẹp có phần bí mật với hiện tại nhưng chúng vĩnh viễn sẽ không bao giờ bị quên lãng. Chúng giúp tôi nhận ra mình đã sống rất trọn vẹn tuổi thanh xuân của mình. Và nhận ra rằng ngay cả vào thời điểm này, giá trị của những “cơn choáng” mùa hè thú vị. Cho dù là bất cứ điều gì đủ khiến lòng xao động; khiến ta cảm thấy bớt ngọt nhạt bớt chán nản, đủ sức nuôi một mầm hi vọng mới thiết tha thì đều đáng giá. Kể cả chúng chỉ đơn thuần là một cơn choáng mùa hè thoáng qua vội vã.

20

STYLE

*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

The Best This Summer



Kenzo



Louis Vuitton



Christian Dior



Paul & Joe



Jeremy Scott



DKNY



Ashish

Xu hướng streetstyle hoá sần diễn luôn là điểm nóng từ nhiều mùa qua với rất nhiều những thử nghiệm trẻ trung và thú vị. Nhưng mùa hè này, bạn nhất định không nên bỏ qua những thiết kế với tagline hay in chữ khi chúng thực sự bùng nổ với nhiều sáng tạo đa dạng với đủ ngôn ngữ, phong chữ trên áo, trên váy, kết hợp cá tính mix match không giới hạn, vượt qua mọi quy chuẩn thông thường.

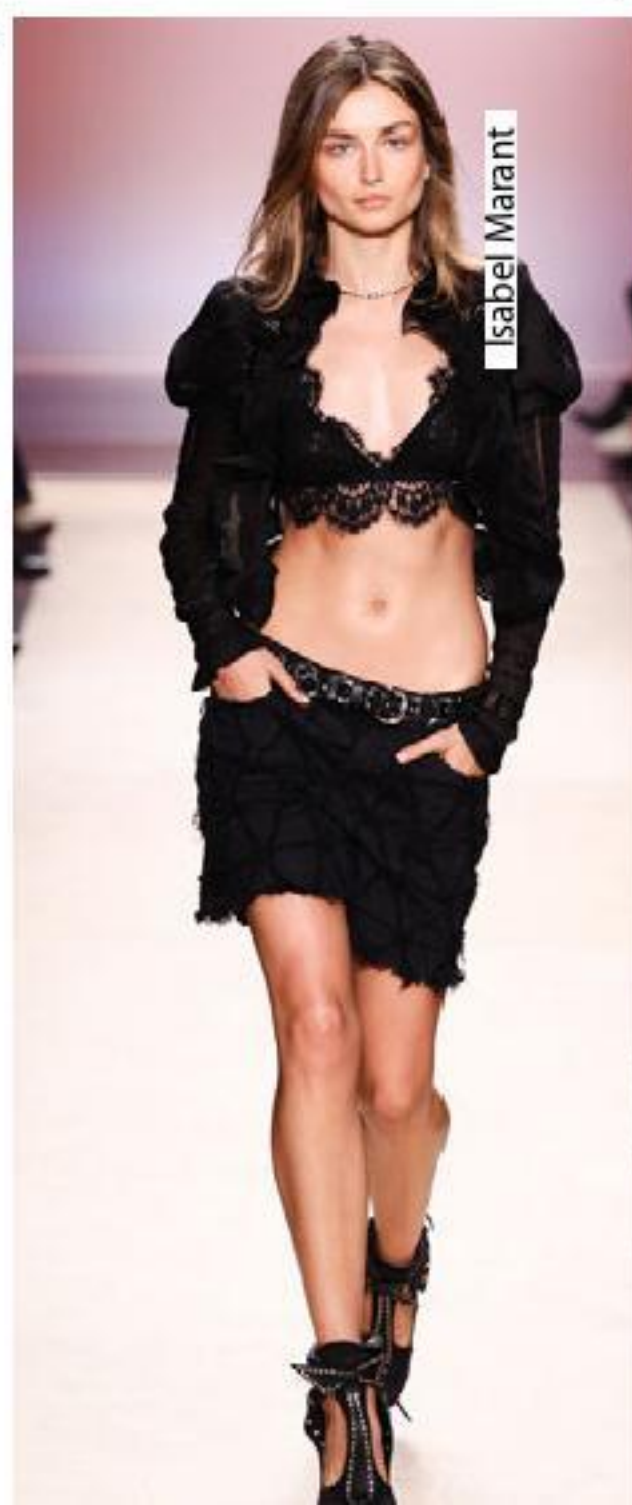


Bên cạnh dòng chảy của basic, của streetsyle của chủ nghĩa tối giản tôn vinh những gì thoải mái, phi cấu trúc thì những thiết kế điệu đà với hạt đá, cườm hay pha lê tinh xảo, cầu kì, sang trọng vẫn giữ được sự ưu ái cùng chỗ đứng riêng. Nó gần như là một phần không thể vắng mặt trong thời trang nữ. Điều mới lạ ở mùa hè này là bạn có thể "lấp lánh" ở bất cứ đâu, bất cứ lúc nào kể cả trên các trang phục đậm chất thể thao mạnh mẽ hay chiếc đầm dạ hội đêm thuốt tha.



Venturous Attitude

Crop top hay những kết đôi cùng bộ với crop top không phải là gì quá mới mẻ nữa nhưng ở mùa hè này những chiếc crop top hình như lại được cắt ngắn hơn nữa, gần giống như một chiếc bra. Bạn có thể mặc cùng chân váy hay short đồng bộ, khoác thêm một chiếc blazer hay cardigan. Hoặc có thể táo bạo hơn mặc như một chiếc áo quây bình thường ra phố, đi party. Hơn hết cả, những chiếc crop top gây mê hoặc này có thể trở thành động lực mạnh mẽ đưa bạn đến phòng gym!



nashi
A R G A N



NASHI ARGAN INSTANT STYLING MASK

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

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

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

THIEN AN COSMETICS - 10 Lê Quý Đôn, Q. Hai Bà Trưng, Hà Nội - **ĐT:** 04 3972 81 82, **Fax:** 04 39 727 880
HCM: 47B Lê Văn Lương, P. Tân Phong, Q7- **ĐT:** 08 3776 0064, **Hotline:** 0988 22 66 44, **Tech:** 0932131131
Website: www.thienanco.vn, **Showroom:** www.yeulamdep.vn, **Facebook:** Bí Quyết Vẻ Đẹp Hoàn Hảo



Xem địa chỉ mua sắm trang 176



Vanities



Valentino

Linda Farrow



MSGM

28^{STYLE}



RIMOWA Topas titanium





Alexander Wang



Ostwald Helgason



Ostwald Helgason



Gucci



Ostwald Helgason



House of Holland



Karl Lagerfeld



Stella Jean



Genevieve Jones



Thakoon



Moschino Cheap and Chic



Bruno Magli



Leghila



Etro



Rag & Bone



Miu Miu



Tory Burch

SUMMER MUST HAVES



Carven



J. Crew



Isabel Marant



J Brand



Karl Lagerfeld

STYLE
30

MÙA HÈ LÀ THỜI
ĐIỂM DỄ ĂN MẶC
NHẤT. BẠN ĐƯỢC
THOẢ SỨC THỬ
NGHIỆM BẤT KÌ
PHONG CÁCH
NÀO MÀ MÌNH
ƯA CHUỘNG. THẾ
NHƯNG, VẪN CÓ
NHỮNG ITEMS MÀ
BẠN NHẤT ĐỊNH
KHÔNG THỂ THIẾU!



STYLE MANUAL

Cẩm Nang Áo Sơ Mi



1. Thông thường chúng ta chỉ mua các sơ mi theo size S, M, L nhưng chính vì vậy mà rất khó tìm được một chiếc áo vừa vặn trừ khi bạn có thân hình chuẩn như người mẫu. Thế nên, bạn nên biết và ghi nhớ ít nhất số đo vòng cổ và chiều dài cánh tay của mình.

2. Nguyên tắc Một-Ngón-Tay: Nếu khi cài kín cổ áo sơ mi, bạn có thể đưa lọt một ngón tay vào nghĩa là cổ áo đã vừa.

3. Tránh xa những chiếc áo quá rộng để khi đóng bộ chúng trở nên lủng bủng, lộn xộn. Hãy chọn những chiếc sơ mi ôm gọn ghê (slim fit shirt)!

4. Chú ý không phải mọi chiếc áo sơ mi slim fit đều giống nhau. Điều bạn cần quan tâm là độ dài của tay áo đúng với số đo chiều dài tay của bạn và phần vai áo kết thúc đúng với cấu vai bạn.

5. Có rất nhiều loại cổ áo khác nhau, nhưng lựa chọn đơn giản và an toàn nhất cho bạn là loại semi-spread với lá cổ nhọn và nhỏ vừa phải.

6. Khi đã biết chọn một chiếc sơ mi vừa vặn với dáng người thì bạn có thể thoải mái với màu sắc và cả họa tiết.

7. Nếu có điều kiện, hãy đầu tư áo sơ mi cắt may thay vì mua sẵn và đặt tiêu chuẩn cao đối với chất liệu.



STYLE 32



J.Crew 484:

Một chiếc jean dáng slim-fit hoàn hảo, thích hợp với mọi người đàn ông, vừa thời trang hiện đại vừa không bị quá "sàn diễn".



Levi's 501:

Thiết kế này gần như trở thành một item bất biến với thời gian khi có thể gắn bó với tủ quần áo của một người đàn ông từ khi trung học cho đến lúc đi làm trưởng thành bởi tính cổ điển từ màu sắc cho tới kiểu dáng của nó.



Levi's 505:

Mẫu quần jean này ổng không quá ôm, mang lại cảm giác thoải mái vừa đủ và vẫn tôn dáng, dễ dàng kết hợp với một chiếc áo jacket thể thao hay sweatshirt hay t-shirt đơn giản mà vẫn lịch sự, không tạo cảm giác quá tuềnh toàng hay lồi thối.



Saint Laurent:

Đây là một mẫu skinny với hiệu ứng mài cũ cổ điển trẻ trung và bụi phủi. Rất nhiều biên tập viên thời trang đã đánh giá cao thiết kế này vì không chỉ vừa vặn hoàn hảo mà còn cực kì tôn dáng.



Balmain:

Mang đậm hơi hướng đường phố mạnh mẽ, đậm chất biker cá tính, thiết kế này dành cho những tín đồ trẻ trung yêu thích sự khác biệt mới lạ.



Alexander McQueen



Neil Barrett



Gucci



Raf Simons

Editor's
Pick

STYLE MANUAL

Jeon! Jeon! Jeon!

THE BUCKET LIST

Len

Những xu hướng nổi bật nhất bạn không nên bỏ lỡ mùa hè này!



Michael Bastian



Gucci



Dries Van Noten



Junya Watanabe



Prada



Kolor



Kawaiian Punch

Không khí nhiệt đới, nắng vàng, biển xanh, những ngày nghỉ vô lo, cách xa công việc và lo âu là những gì một chiếc áo sơ mi dáng rộng hay quần short bermuda in họa tiết hoa lá rừng già mang lại. Sự thoải mái đến mức bất quy tắc là đặc quyền của xu hướng này bởi mùa hè là lúc mà bạn cho phép mình không phải giới hạn quá nhiều nữa!



Hoạ tiết kẻ cũng là một hoạ tiết mà cả phụ nữ lẫn đàn ông đều nên cân nhắc cho tủ quần áo của mình. Kẻ sọc ngang, kẻ sọc dọc, kẻ bản to, bản nhỏ, màu sắc trung tính hay rực rỡ... không những mang đến sự trẻ trung, khoẻ mạnh mà còn thanh lịch và đôi lúc còn có tác dụng hiệu ứng thị giác lên các khuyết điểm hình thể.



35 **STYLE**

Stripes Fever

Rockabilly revival



Có nhiều lí do khác nhau để lựa chọn một phong cách nào đó nổi bật, có phần khác thường và không giống với số đông còn lại. Và nếu như bạn đang có dự định ấy, mùa hè này hãy thử sự pha trộn giữa âm nhạc rock cổ điển nhiều lịch sử và một chút xu hướng thể thao hay denim bụi phũ miền Tây nước Mỹ. Chút nổi loạn và cá tính đặc sắc này chắc chắn sẽ không khiến bạn thất vọng.



Polished Plaid

Các nhà thiết kế gần như phát cuồng với họa tiết kẻ ca rô nhưng lại không hề biến họa tiết này theo hướng quá casual mà ngược lại mang đến cho chúng sự sang trọng, thanh nhã cá tính.

● Menswear

www.stylemagazine.vn

Johannes Huebl

Bottega Veneta

Mag & Bone

Balenciaga

Nixon

Paul Smith

Thom Browne

Xem địa chỉ mua sắm trang 176

MẶC NHƯ NGƯỜI NỔI TIẾNG

39^{STYLE}

Jude Law



MẶC NHƯ NGƯỜI NỔI TIẾNG

● Menswear

www.stylemagazine.vn



Marc by Marc Jacobs



Yuvi



Balenciaga



John Lobb

Gucci

Kit Harington

Xem địa chỉ mua sắm trang 176

MẶC NHƯ NGƯỜI NỔI TIẾNG

41 STYLE



Theo James

MẶC NHƯ NGƯỜI NỔI TIẾNG



Khuyên tai, kính, khăn, túi Louis Vuitton

KEEP CALM
& Lay In THE SUN!









Túi xách Louis Vuitton





Túi xách & Phụ Kiện Louis Vuitton





Concept & Photography : **Samuel Hoang**
Model : **Minh Trieu**
Producer: **Anh Duc Pham**
Make up: **Quan Nguyen**
Hair : **Pu Le**
Stylist: **Mi Goi**

NHỮNG ĐỂ CHẾ ĂN DANH

Hoàng Minh Châu

STYLE 52

NẾU BẠN LÀ MỘT FAN CỦA "SEX AND THE CITY" THÌ HẸN CÒN NHỚ MỘT CÂU NÓI RẤT THÚ VỊ CỦA CARRIE BRADSHAW "WOMEN COME TO NEW YORK FOR THE TWO L'S: LOVE AND LABELS" (PHỤ NỮ ĐẾN NEW YORK VÌ 2 CHỮ L: TÌNH YÊU VÀ THƯƠNG HIỆU). QUẢ THỰC NGÀY NAY PHỤ NỮ YÊU THỜI TRANG AI CŨNG DÀNH MỘT MỐI QUAN TÂM LỚN ĐẾN CÁC THƯƠNG HIỆU. ĐÓN GIẢN BỞI VIỆC BẠN SỬ DỤNG THƯƠNG HIỆU NÀO NÓI LÊN RẤT NHIỀU ĐIỀU VỀ GU THẨM MỸ, CÁ TÍNH VÀ "ĐẲNG CẤP" CỦA BẠN. HIỂU ĐƯỢC TÂM LÝ NÀY CỦA KHÁCH HÀNG, CÁC HẸNG THỜI TRANG KHÔNG NGẪN NGẠI SỬ DỤNG LOGO TRONG CÁC THIẾT KẾ THỜI TRANG CŨNG NHƯ PHỤ KIỆN CỦA MÌNH NHƯ MỘT PHƯƠNG THỨC CHIẾN LƯỢC ĐỂ TRUYỀN TẢI THÔNG TIN NHẬN DIỆN. VẬY NHƯNG VẪN CÓ NHỮNG THƯƠNG HIỆU ĐÃ TẠO NÊN CHỖ ĐÚNG RIÊNG TRONG THẾ GIỚI THỜI TRANG XA XỈ, KHÔNG NHỜ NHỮNG LOGO "SCREAMING LOUD AND CLEAR", MÀ CHÍNH NHỜ CÁ TÍNH THỜI TRANG KHÓ QUÊN KHIẾN NGƯỜI TA LUÔN PHẢI CHÚ Ý.



Jil Sander

Nhà thiết kế nữ người Đức Jil Sander được mệnh danh là “Queen of Less” trong giới thời trang. Nói đến đây chắc hẳn bạn có thể đoán được phần nào phong cách thời trang của thương hiệu cùng tên Jil Sander. Vâng, đó chính là tối giản (minimalism). Đơn giản và thanh lịch nhưng thời thượng và tinh tế, đó là tất cả những gì người ta cảm nhận được từ Jil Sander.

Thiết kế của Jil Sander với những đường cắt đơn giản, sắc sảo đã được so sánh với phong cách kiến trúc Bauhaus nổi tiếng của Đức. Người ta hầu như không thấy các họa tiết hay khâu đính kim sa (embellishment) đầy ấn tượng. Tất cả nhường chỗ cho điểm nhấn ở màu sắc và chất liệu vải cao cấp, sang trọng. Jil Sander thường trình bày bộ sưu tập của mình bằng việc mix và match (kết hợp) nhiều lớp trang phục (layering) với cùng một màu sắc hoặc chất liệu vải. Những trang phục rời như chân váy, áo thun, áo khoác được kết hợp cùng nhau đã trở thành một dấu ấn khó quên của thương hiệu. Về phom dáng, Jil Sander dành sự ưu ái đặc biệt cho “empowering silhouette” với các dáng suôn phóng khoáng lấy cảm hứng từ thời trang dành cho nam giới. Tất cả toát lên vẻ trẻ trung, hiện đại, đầy cá tính và tự tin cho người mặc. Có lẽ bởi vậy mà các thiết kế của Jil Sander rất được giới phụ nữ thượng lưu và thành đạt ưa chuộng.

Haider Ackermann



Câu chuyện đời tư của Haider Ackermann có lẽ không giống với bất kỳ nhà thiết kế nổi danh nào trong làng thời trang thế giới. Có phải chính lối sống du mục thời niên thiếu và việc trải nghiệm nhiều nền văn hóa khác nhau đã khiến Haider Ackermann có một phong cách thời trang riêng biệt, không lẫn với những nhà thiết kế khác?

Ảnh hưởng đa văn hóa luôn bao trùm trong cảm hứng sáng tạo của Haider: đôi khi là chiếc áo choàng Kimono cùng thắt lưng Obi của Nhật Bản, mạng che mặt của phụ nữ Kenya, áo Sari của phụ nữ Ấn Độ hay những chiếc váy chiton của phụ nữ Hy Lạp cổ đại. Tất cả đều được thể hiện trong phong cách thiết kế của anh, với những trang phục nhiều lớp (layering), những chiếc váy dài bất đối xứng, các đường vải rủ lờ lững uyển chuyển, những cô người mẫu xuất hiện với nạng che mặt đầy bí hiểm. Kỹ thuật rất thường được Haider sử dụng trong các thiết kế của mình là draping (cách làm lớp cắt kỹ thuật trên ma-nơ-canh hoặc người mẫu một cách ngẫu hứng). Trong trang phục của Haider người ta vừa nhận thấy nét bí ẩn của phương Đông, lại vừa cảm nhận được sự hiện đại và lạnh lùng của phương Tây. Có một điều rất đặc biệt là Haider Ackermann vô cùng yêu thích các trang phục dài, đến nỗi người ta chưa bao giờ thấy đường gấu (hemline) trong thiết kế lên trên đầu gối.

Có thể nói, thời trang của Haider Ackermann đặc biệt như chính con người và cuộc đời đầy thăng trầm của nhà thiết kế người Columbia này.

Trong làng thời trang hiện nay, không ai thiết kế các trang phục với họa tiết in (prints) nhiều như Holly Fulton, Mary Katrantzou và Erdem. Xinh xắn, thanh lịch và sang trọng, đó có lẽ là những từ miêu tả thích hợp những gì mà một bộ trang phục của Erdem có thể mang lại cho bất kỳ người phụ nữ nào. Các thiết kế của Erdem thường mang phom dáng (silhouette) đơn giản, gọn gàng, trẻ trung và nữ tính với các đường cắt sắc nét, nhường chỗ cho sự nổi bật của các họa tiết in tuyệt đẹp trên các chất liệu vải đắt tiền như satin, ren, lụa, organza, chiffon, vải pan. Các họa tiết in (phần lớn là in hoa) với đủ các sắc độ màu hòa quyện một cách hài hòa và đầy thơ mộng, đôi khi khiến người ta liên tưởng đến những vườn hồng nước Anh hay các bức vẽ của Monet. Sẽ là không phóng đại nếu nói Erdem là họa sĩ trên những thước vải. Kỹ thuật in 3D và thêu của Erdem luôn đạt tới mức bậc thầy và tinh xảo. Không những thế, nhà thiết kế này còn thực sự am hiểu về các chất liệu vải và biết cách sử dụng nó vào các thiết kế của mình sao cho hiệu quả nhất.

Erdem



Maison Martin Margiela

Độc biệt, đột phá, khiêu khích và nổi loạn, người ta gọi thời trang của Maison Martin Margiela (MMM) là thời trang thể nghiệm (avant-garde fashion) bởi nó luôn thách thức những quan niệm thời trang truyền thống.

Người ta thường thấy các bộ quần áo quá khổ trong các phom dáng (silhouette) phá cách, các đường cắt bất đối xứng, lót áo và các đường may lờm chờm lộ ra ngoài trên những tấm vải nhàu nhủ, rách rưới với nhiều những nếp gấp và tua rua, điển hình cho phong cách “deconstruction”. Rất nhiều trang phục của MMM là sản phẩm được may lại (reconstruction) hoặc tái chế. Bạn hãy nghĩ đến những trang phục được tạo ra từ những chất liệu phi truyền thống như một chiếc áo khoét nách làm từ gang tay da

chẳng hạn.

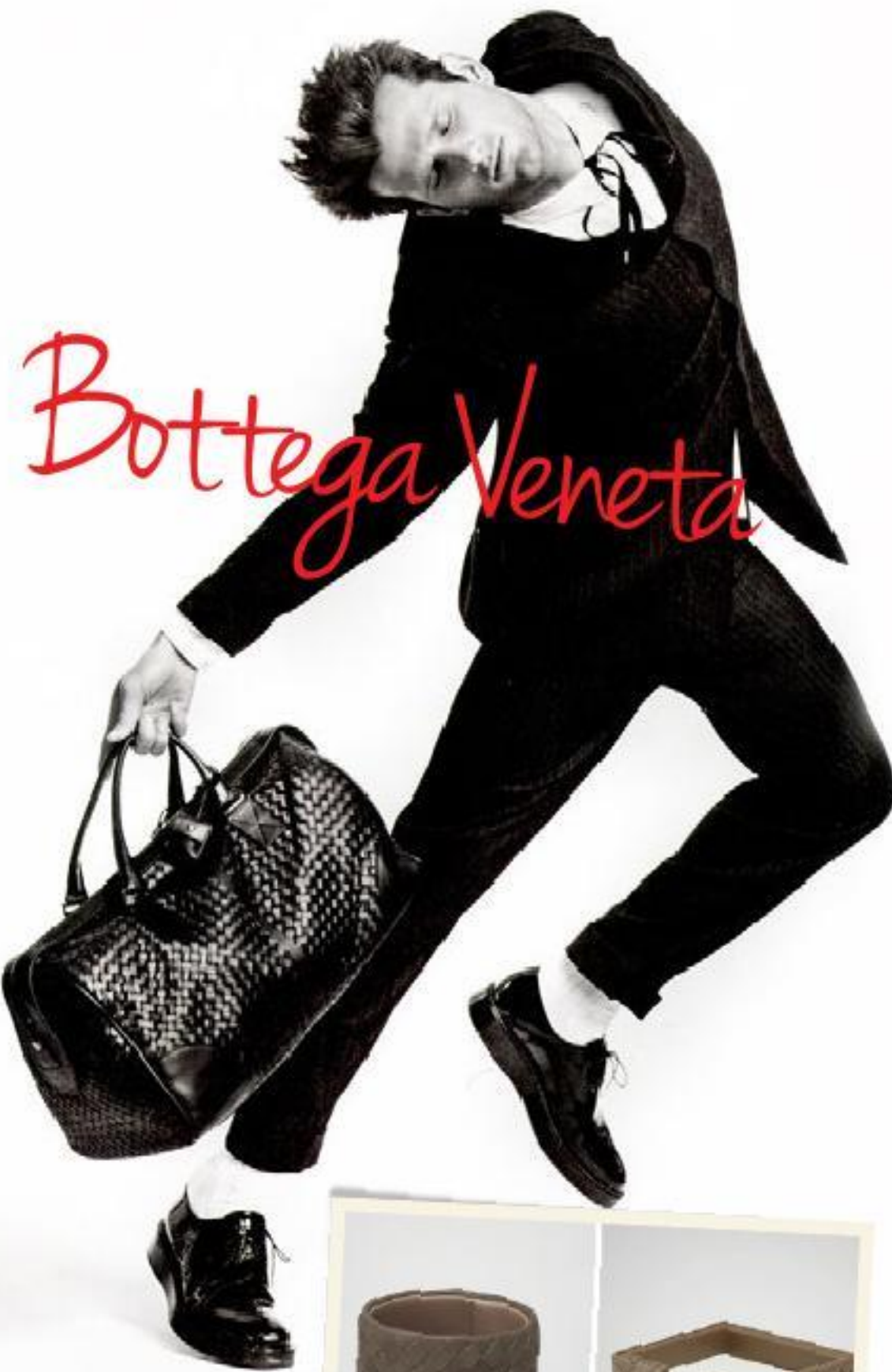
Phong cách và cá tính của thương hiệu Maison Martin Margiela gắn bó một cách mật thiết với nhà nhà thiết kế sáng lập ra hãng: Martin Margiela (MM). Trong suốt sự nghiệp của mình, MM được biết tới như một con người rất kín đáo. Ông luôn từ chối trả lời phỏng vấn và không bao giờ xuất hiện trước công chúng cuối mỗi show diễn của mình.

Cũng giống như sự ẩn dật của MM, không ngạc nhiên gì khi thương hiệu MMM không chọn cho mình một logo nhất định. Mác áo các trang phục hầu như không được để tên hãng. Nó đơn giản chỉ là một miếng vải màu trắng hình chữ nhật với những dãy số từ 0 đến 23 (để chỉ 23 dòng thiết kế khác nhau của MMM).

Người mẫu bị mặt (một motif thường thấy trong các show trình diễn của Maison Martin Margiela) trong một thiết kế theo phong cách deconstruction làm thủ công tại xưởng của hãng tại Paris

Thực ra thì việc có logo hay không có logo không quan trọng bằng việc các nhà thiết kế và hãng thời trang của họ có luôn giữ vững được bản sắc và cá tính của mình qua mỗi mùa trình diễn hay không. Mặt khác họ cũng cần không ngừng khám phá và tìm tòi những cái mới để không đi vào lối mòn của sự nhàm chán. Bởi đó mới chính là điều thú vị và hấp dẫn của thế giới thời trang!

Chỉ cần nhìn thấy những món đồ đan da bạn cầm trên tay (tiếng Anh gọi là “leather weaving”, tiếng Ý gọi là “intrecciato”), người ta có thể nhận ra ngay bạn đang dùng Bottega Veneta. Sản xuất đồ da theo phương pháp thủ công đã được Vittorio và Laura Moliterno chọn làm phương châm cho thương hiệu này từ ngày đầu thành lập vào năm 1966. Trong lịch sử gần 50 năm, đã có lúc tưởng chừng như Bottega Veneta vĩnh viễn mất đi di sản, bản sắc của riêng mình. Đó là vào những năm 1990, khi mà vì mục đích thương mại, hãng đã quyết định từ bỏ sự thanh lịch và kín đáo vốn có để hướng đến những thiết kế hợp mốt hơn. Chỉ đến khi Tomas Maier trở thành giám đốc sáng tạo của Bottega vào tháng 6 năm 2001 thì thương hiệu này mới tìm lại được tiếng nói của chính mình. Tomas đã loại bỏ logo ra khỏi các sản phẩm của Bottega Veneta, hướng sự tập trung trở lại dòng sản phẩm đan da “intrecciato” và đưa thương hiệu trở về khuynh hướng sản xuất thủ công, một lần nữa khẳng định đẳng cấp của Bottega Veneta trong thế giới thời trang xa xỉ.



Bottega Veneta

phụ kiện - đồ nội thất của Bottega Veneta theo phong cách đan da intrecciato



FASHION M

Xem địa chỉ mua sắm trang 176

www.stylemagazine.vn

McQ by Alexander McQueen

Alexander McQueen

Christopher Kane

Thời tiết mát dịu đầu hè rất thích hợp để bạn thử một chiếc áo khoác biker bằng ren.

Giuseppe Zanotti

Prada

Neil Barrett

Miu Miu

Maison Martin Margiela

Gianvito Rossi

Alexander Wang

Chloé

Thanh lịch với các tông màu nude và phong cách tối giản.

STYLE 56

FASHION M

I X & M A T C H



I X & M A T C H

Xem địa chỉ mua sắm trang 176

FASHION M



Hãy thử làm một cô gái trẻ năng động với váy mini và áo t-shirt trắng đơn giản!



Xem địa chỉ mua sắm trang 176

STYLE 58

FASHION M

I X & M A T C H



I X & M A T C H

CÒN THỜI ĐIỂM NÀO
THÍCH HỢP HƠN MÙA
HÈ NỮA ĐỂ CÓ THỂ
CHỌN MÀU XANH THIÊN
THÀNH SUỐT CẢ TUẦN?



1. Jason Wu 2. Muhlbauer 3. Vivetta 4. Vionnet 5. Chanel Illusion D'Ombre 6. Edie Parker 7. Vanities

61^{STYLE}



PHỤ NỮ THƯỜNG CHỌN MỘT CHIẾC VÁY CHO NHỮNG CUỘC HẸN HÒ BUỔI TỐI NHƯNG TÔI LẠI NGHĨ MỘT CHIẾC CROP PANT HOẠ TIẾT HOA ĐI CÙNG ÁO KIỂU ĐIỆU ĐÀ CŨNG LÀ MỘT LỰA CHỌN NGỌT NGÀO.



● Editor's Choice

www.stylemagazine.vn



MÀU HỒNG LÀ
CƠ SỐT CHƯA
THỂ HẠ NHIỆT. VÀ
VÌ THỂ HÃY THỎI
BÙNG NÓ HƠN
NỬA KHI KẾT HỢP
VỚI SẮC ĐỎ TƯƠI!

1. Karl Lagerfeld 2. Clarins 3. Moschino Cheap & Chic 4. Salvatore Ferragamo 5. Kenzo 6. Carven 7. Gag & Lou



PHỤ NỮ THÌ
LUÔN NÊN MẶC
BẤT KỂ THỨ GÌ
CÓ LIÊN QUAN
ĐẾN HOA. ĐÓ
LÀ ĐẶC QUYỀN
ĐẸP CỦA HỌ!

63 STYLE

THIỆN & LOVITA

An Bình

TÔI NGHĨ ĐẤT NƯỚC MẶT TRỜI MỌC GIỐNG NHƯ MỘT BIỂU TƯỢNG ĐẸP CỦA RẤT NHIỀU THỨ: MỘT NỀN VĂN HOÁ ĐẬM TRUYỀN THỐNG KHÔNG PHA TẠP, MỘT TINH THẦN TỰ CƯỜNG VÀ TỰ TRỌNG, MỘT BẢN SẮC RIÊNG VÀ RẤT NHIỀU NHỮNG CÂU CHUYỆN ĐÁNG NỂ KHÁC. NÓI NGƯỜI NHẬT ĐƯỢC TÔN TRỌNG Ở KHẮP THẾ GIỚI QUẢ KHÔNG NGOA. VÀ NHẬN ĐỊNH RẰNG NƯỚC NHẬT ĐANG CÓ TẦM ẢNH HƯỞNG RÕ NÉT ĐẾN RẤT NHIỀU LĨNH VỰC NGHỆ THUẬT CŨNG HOÀN TOÀN CHÍNH XÁC. ĐẶC BIỆT LÀ ĐỐI VỚI THỜI TRANG.



Anrealage

STYLE 65



Người Nhật phục sức theo cách của họ. Đó là điều đầu tiên mà cả thế giới này phải công nhận. Không hẳn là họ không mở lòng với bên ngoài hay từ chối các thương hiệu quốc tế. Họ sẵn sàng mở hầu bao không ngần ngại cho những món đồ hàng hiệu nữa là đằng khác. Thế nhưng, thị trường trong nước vẫn đóng vai trò lớn trong hoạt động kinh doanh của các thương hiệu thời trang. Các nhà thiết kế trẻ xuất hiện và xây dựng hình ảnh cá nhân đôi lúc có phần cực đoan nhưng mạnh mẽ và kiên định với cái tôi giàu bản sắc. Thậm chí, một vài người còn không bận tâm đến việc quảng bá ra ngoài biên giới nhưng vẫn gây được tiếng vang lớn.

Sức ảnh hưởng của thời trang Nhật Bản có thể điểm qua bằng các từ khoá như gothic, streetwear hay thử nghiệm; là những cái tên như Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto, Issey Miyake; là hình ảnh các cô nàng Lolita trẻ trung mơn mớn cứ chiều chủ nhật lại tụ tập ở khu Harajuku. Tuy nhiên, đó chỉ là một phần bề nổi

thường thấy. Thời trang Nhật Bản thực tế sâu sắc hơn rất nhiều.

Sự cực đoan vô hình

Kiên định với cá tính thiết kế, không chạy theo xu hướng hay sở thích của số đông là điểm đầu tiên nhận ra ở các nhà thiết kế Nhật Bản. Những tông màu tối hay trung tính như đen, xám, tím than, khaki là những màu chủ đạo trong hầu hết các bộ sưu tập. Đa phần họ sẽ đi theo ý niệm mang đến sự “thoải mái và dễ chịu” về mặt tinh thần cho người mặc. Phương Tây lại gán cho nó chữ “cool”. Thế nhưng, bạn đừng vội nghĩ rằng những sản phẩm làm ra sẽ thuần túy đơn giản như mục đích của người thiết kế. Chúng luôn là sự pha trộn tinh túy giữa cổ điển truyền thống với một chút retro, một chút vị lai và rất nhiều thử nghiệm táo bạo trong chất liệu, cấu trúc, kỹ thuật. Lấy ví dụ như thương hiệu Kolor của Junichi Abe: vải may luôn là thiết kế được đặt riêng, kết hợp công nghệ cao với kỹ thuật dệt bằng tay trên khung dệt thủ công truyền thống. Hay như với Mint Designs của Hokuto Katsui và Nao Yagi, mô típ in luôn được sáng tạo tìm

tòi liên tục từ đường thẳng, đường cong hình học, đến hoa văn cổ, văn hoá pop Nhật...

Bên cạnh đó, sự “cực đoan” còn được thể hiện trong cách các nhà thiết kế xây dựng thương hiệu. Họ thường đi sâu theo chiều hướng nuông chiều cái tôi cá nhân hơn là phục vụ thị hiếu. Điển hình như Kunihiko Morinaga cùng thương hiệu Anrealage với tiêu chí phát triển sáng tạo cho những khách hàng “thích chiếc váy có giá trị về mặt thiết kế hơn”. Hoặc cách Rei Kawakubo và Yohji Yamamoto đưa “avant-garde” (thời trang tiên phong) đến với thế giới trong giai đoạn hoàng kim của Haute Couture. Sự bất chấp xu hướng với những trang phục phi cấu trúc đơn sắc, không tiểu xảo, chấp nhận khiếm khuyết tự nhiên là những gì khiến nước Nhật toả sáng trên sàn diễn thế giới. Họ bảo vệ cần mẫn con đường đi riêng, kể cả khi đó là con đường dẫn đến sự phá sản.

Thiên và Lolita

Tôi đã có nhắc đến những nàng Lolita đúng không nhỉ? Họ thực chất

Harajuku



Kolor



The Viridi Anne



là đại diện cho những người trẻ tuổi vượt tầm kiểm soát và hoàn toàn không muốn bị khống chế của nước Nhật. Chính vì thế, sự tiếp cận với thế giới bên ngoài khiến cho phong cách của họ được hoàn thiện và chín chắn hơn. Nhưng không vì thế mà họ đánh mất vẻ đẹp riêng. Punk, gothic, zen, androgyny bí hiểm, khác biệt và nổi loạn trở thành xu hướng tiên phong không chỉ cho nam giới mà còn được ưa chuộng bởi cả nữ giới. Mặt khác, điều làm cho những thiết kế này thêm ấn tượng chính là các tiểu tiết được chăm chút kỹ lưỡng như nút áo, khoá cài, khuy móc, đường may hay chỉ màu. Ngoài ra, chất liệu cũng đóng một vai trò cực kì quan trọng trong sự cân bằng giữa phom dáng và cấu trúc tổng thể. Người Nhật vốn nổi tiếng với các sản phẩm thủ công. Do đó, chúng ta thường xuyên thấy các thử nghiệm mới mẻ với các chất liệu organic như sợi tre, giấy, tổng hợp sợi bông, lụa, lanh... Sự phát triển của công nghệ hiện đại kết hợp với dệt may truyền thống tạo nên những kết quả bất ngờ và thú vị.

Có cảm giác không tồn tại bất kì một sự cấm kị nào cho các nhà thiết kế Nhật Bản. Họ liên tục tìm tòi và khám phá những thử nghiệm mới dựa trên nền tảng văn hoá nghệ thuật của chính đất nước mình. Họ muốn tạo ra các thiết kế giá trị, các trang phục có sức sống bền bỉ với thời gian trong kiểu dáng, cấu trúc, kỹ thuật và hoàn toàn không bị chi phối bởi xu hướng hay thị hiếu chung. Những đứa con tinh thần của họ luôn tìm được chỗ đứng riêng trong hàng triệu sáng tạo khác và nhận được sự ủng hộ trung thành từ giới trẻ, từ giới trí thức, kiến trúc sư, nghệ sĩ hay những người làm việc liên quan đến nghệ thuật. Thời trang họ tạo ra không đơn thuần quần quanh trong ý niệm mua trang phục và trưng diện sành điệu mà còn là để trưng bày và tôn vinh như một tác phẩm nghệ thuật thực thụ. Tôi gọi đó là BẢN SẮC.

“ Sự bất chấp xu hướng với những trang phục phi cấu trúc đơn sắc, không tiểu xảo, chấp nhận khiếm khuyết tự nhiên là những gì khiến nước Nhật tỏa sáng trên sàn diễn thế giới.

SUMMER UP!



Creative Director: **Samuel Hoang**
Photographer: **Manh Bi**
Assistant: **Ha Van**
Model: **Marcelina**
Stylist: **Lan Anh**
Make up & Hair: **Cao Tuan Dat**



Kính, khăn, dây KENZO, áo Hugo Boss

● Fashion Collection

www.stylemagazine.vn



Kính Kenzo, giày và túi Jimmy Choo, váy Hugo Boss



Áo và quần Kenzo, giày và túi Jimmy Choo





Áo Kenzo, quần Hugo Boss, túi và giày Jimmy Choo





Áo Hugo Boss, clutch Jimmy Choo, nhẫn Kenzo





BLISS WITH SLOWDOWN

Creative Director: **Samuel Hoang**

Photographer: **Manh Bi**

Model: **Gwon Eun Jin**

Stylist: **Hany Vu**

Make Up: **Han Gae In**

Fashion: **ELISE** 162 Ba Trieu/ 33 Thai Ha (Ha noi)

Thông tin về điểm đến tham khảo tại:

www.visitkorea.org.vn















14-5

원사복 35

35





3.1 Phillip Lim back stage

Làn Sóng Mới

Mùa Xuân Hè năm nay, bên cạnh những thương hiệu thời trang quen thuộc luôn làm hài lòng giới sành điệu, một số LÀN SÓNG MỚI tiếp tục đổ bộ về Việt Nam thỏa mãn nhu cầu mua sắm và khám phá vẻ đẹp mới đang ngày tăng cao.

Trong đó phải kể đến: Prabal Gurung, Erdem, Roland Mouret, Sonia Rykiel, 3.1 Phillip Lim, Giambattista Valli, Helmut Lang... Mỗi thương hiệu, mỗi bộ sưu tập đều mang đậm những dấu ấn riêng và chinh phục hàng triệu trái tim yêu thời trang suốt thời gian qua.

Từ cách dụng màu và tạo khối hình học trong form dáng trang phục, thông qua các thương hiệu của các nhà thiết kế trẻ nổi tiếng như 3.1 Philip Lim, Theory, The Row... Cho đến những đường cắt sắc sảo, kết cấu rõ nét, cá tính mạnh mẽ của Helmut Lang, They-sken Theory. The Row với đỉnh cao về chất liệu, trong khi Giambattista Valli lại ngọt ngào và thanh lịch





Giambattista Valli



Theyskens Theory



DVF



Cédric Charlier



Paul & Joe

với vóc dáng mộng mơ, lãng mạn. Cédric Charlier nổi bật với những đường cắt và khả năng mix màu và vải độc đáo, cách sử dụng họa tiết đồ họa táo bạo...

Bạn có thể chiêm ngưỡng Bộ sưu tập Xuân - Hè 2014 của các thương hiệu tại hệ thống thời trang đa thương hiệu Runway Concept Store.

Đặc biệt, từ 15/4 – hết 15/5/2014, với hóa đơn bất kỳ khách hàng sẽ được tặng một món quà từ Runway tại Runway Concept Store, Vincom Centre.

KHÁM PHÁ CÁC BST:

Tại Hà Nội:

-Runway: Suncity Tower

Tại Tp. HCM:

-Runway: Vincom Centre

-Runway: Diamond Plaza

-Runway: Crescent Mall

Website: www.runway.vn



SEA of MEMORY

by DO MANH CUONG



Hoa Hậu Thu Thảo

DMC và Phương Thanh

Đỗ Mạnh Cường - NTK được mệnh danh là "Ông hoàng thời trang Việt" một lần nữa lại khiến cho rất nhiều các tín đồ thời trang lẫn người hâm mộ mãn nhãn với bộ sưu tập Xuân Hè 2014- Sea of Memory của mình. Biển xanh, cát trắng, nắng vàng cùng những ký ức về một mùa hè thơ mộng lãng mạn dưới màu sắc thời trang... tất cả cung bậc cảm xúc ấy đã chắp ghép thành đêm diễn thời trang mang tên Sea Of Memory diễn ra vào tối 20/04/2014 tại Thành Phố Hồ Chí Minh. Đây cũng được xem như là buổi trình diễn lớn nhất từ trước đến nay của nhà thiết kế với 70 người mẫu được tuyển chọn từ 2 miền Nam Bắc; 120 bộ trang phục; sàn diễn được thiết kế như một con đường ven biển dài 120m bằng gỗ ghép hình lập thể; 1000 khách mời gồm những ngôi sao hàng đầu Việt Nam như Diễm My, Thủy Hương, Ngô Thanh Vân, Tăng Thanh Hà, Đặng Thu Thảo ... cùng rất nhiều các doanh nhân

thành đạt & các nhân vật thanh thế, các tín đồ thời trang & giới truyền thông từ mọi miền đất nước.

BST chia làm 3 phần của 3 khoảng thời gian trong ngày: sáng – trưa – chiều tối. Phần 1 mở đầu cho toàn bộ chương trình với khung cảnh biển được tái hiện cùng hai chiếc thuyền buồm trắng lớn đưa các người mẫu xuất hiện trong trang phục kẻ sọc, chấm bi và màu đen trắng phối hợp với nhau tạo ấn tượng mạnh mẽ. Cũng trong phần này, lần đầu tiên, DMC giới thiệu các thiết kế dành cho trẻ em qua sự trình diễn của các người mẫu nhí tí hon đều là con của những bạn thân thiết.

Phần 2 tiếp tục vẫn với họa tiết kẻ sọc nhưng nhiều màu sắc rực rỡ sống động. Đây là phần chính của bộ sưu tập Sea of Memory Xuân Hè 2014. Các thiết kế này được làm với kỹ thuật cắt may – ghép nối rất công phu & tinh tế nhưng trên tinh thần vô cùng đơn giản trên các chất liệu vải cao cấp khác nhau.



Và cuối cùng, phần 3 của chương trình khép lại show diễn với không gian lung linh của biển đêm. Những thiết kế rất đơn giản bằng chất liệu metallic hay còn gọi là chất liệu ánh kim, đặc biệt là ren kim tuyến đang là xu hướng rất HOT trên toàn thế giới sắp tới đại diện cho cát vàng và mặt nước lấp lánh. Đây cũng là gợi ý của nhà thiết kế cho các tín đồ đang tìm kiếm một trang phục để xuất hiện tại các buổi dạ tiệc.

Đêm ra mắt BST Xuân Hè của NTK Đỗ Mạnh Cường đã khép lại thành công. Với việc đặt BST của mình trong 1 không gian được đầu tư tốn kém, Đỗ Mạnh Cường một lần nữa khẳng định vị thế của mình trong làng thời trang Việt Nam.

STYLE **89**

Hà Kiều Anh và Mỹ Linh



Lê Thủy

Xuân Lan

Diễm My và Thành Lộc



Dior “theo gót” Alexander Wang

Vào tháng hai vừa qua, Alexander Wang đã tạo không ít “sóng gió” từ giới truyền thông khi quyết định tổ chức trình diễn bộ sưu tập của mình tại Brooklyn. Tuy nhiên, nhà Dior lại có vẻ thích ý tưởng này và quyết định cũng sẽ tổ chức buổi trình diễn pre-collection Xuân hè 2015 tại cùng địa điểm với Wang, the Brooklyn Navy Yard. Với hi vọng show diễn mang lại cảm giác “New York” nhất có thể, Dior kiên quyết với lựa chọn của mình khi chọn Navy Yard, nơi có thể có cái nhìn bao quát cả thành phố. Bên cạnh đó, để khắc phục những bất tiện về đi lại, Dior sẽ tổ chức một hệ thống xe đưa đón tận nơi cho tất cả khách mời.

Tom Ford Chính Thức Đính Hôn

Tom Ford vừa công bố mình và người tình 27 năm Richard Buckley đã kết hôn, đánh dấu một bước quan trọng ý nghĩa cho mối quan hệ bền vững và được ngưỡng mộ từ rất nhiều người hâm mộ. Tom và Richard gặp gỡ nhau trong một buổi trình diễn thời trang vào những năm 80 và nhanh chóng có cảm tình ngay từ lần đầu gặp gỡ. Họ hiện nay có một đứa con nuôi tên là Alexander John Buckley Ford.

Mary Katrantzou hợp tác với Adidas

“Nữ hoàng họa tiết” Mary Katrantzou vừa khẳng định thông tin hợp tác với thương hiệu thể thao nổi tiếng Adidas để cho ra đời một bộ sưu tập gồm cả giày và quần áo vào tháng Mười Một này. Adidas cũng đã từng hợp tác với nhiều nhà thiết kế nổi tiếng trước đây như Stella McCartney, Raf Simons. Sự hợp tác lần này có thể thấy sự đa dạng của thương hiệu này khi không ngừng truyền cảm hứng từ đủ mọi lĩnh vực phong cách vào gia tài sản phẩm của mình.



Alexander Wang Hợp Tác Với H&M

Sau rất nhiều tin đồn thì cuối cùng Alexander Wang và H&M cũng đã xác nhận sự hợp tác này. Theo đó, người hâm mộ có thể trông chờ một bộ sưu tập cho nam, một cho nữ cùng một bộ sưu tập phụ kiện từ Wang dành cho H&M sẽ ra mắt vào ngày 6 tháng Mười Một năm nay. Tiếp nối những thành công từ các lần hợp tác với những nhà thiết kế nổi tiếng khác trước đây như Karl Lagerfeld, Stella McCartney... với H&M, lần hợp tác với Alexander Wang lần này chắc chắn sẽ bùng nổ không kém.



Liệu Pharrell Williams có khiến Uniqlo “Happy”

Nghệ sĩ đa tài Pharrell Williams đang được biết đến bởi cả thế giới với ca khúc Happy có sự hợp tác trong ngành thời trang lần đầu tiên với thương hiệu chuyên trang phục basic nổi tiếng Uniqlo. Bộ sưu tập mang tên “I Am Other” được thiết kế bởi Williams và giám đốc sáng tạo của Uniqlo bao gồm những chiếc t-shirt trong 14 màu sắc và họa tiết khác nhau dành cho cả nam và nữ. Slogan của bộ sưu tập là “THINK OTHER” và “THE SAME IS LAME”. Những thiết kế này sẽ được bày bán từ ngày 24 tháng Tư tại khắp các cửa hàng của Uniqlo và cả hệ thống online.



VICTORIA'S SECRET ĐẾN LONDON

Show trình diễn nội y được trông chờ nhất hàng năm, The Victoria's Secret Show, năm nay sẽ được tổ chức tại London. Vừa qua, hai siêu mẫu Adriana Lima và Candice Swanepoel cùng giám đốc marketing Ed Razek của thương hiệu đã chính thức công bố thông tin này tại cửa hàng trên đường Bond Street. Vậy là năm nay, các tín đồ của Victoria's Secret sẽ cùng trông chờ và hướng đến Earls Court vào ngày 2 tháng Mười Hai.

TIN TỨC

Style / Tháng 4-5/2014



HERMÈS

Ngày 17/4, thương hiệu thời trang Hermès chính thức ra mắt BST trang sức vàng Niloticus tại cửa hàng Hermès, 171 Đồng Khởi, Q.1, Tp.HCM. BST lấy tên Niloticus để ngợi ca một Ai Cập trong mơ và những con cá sấu có thật ở nơi đây, với lớp da đã tạo nguồn cảm hứng giúp Pierre Hardy cho ra đời chất liệu vàng hồng tẩm nhiều khớp nối, hòa hợp với người đeo trang sức, chuyển động theo từng nhịp rung. Ở trung tâm mỗi chiếc nhẫn, mỗi chiếc vòng tay, vòng cổ hình yếm hay khuyên tai, là trục đối xứng gồm một dải những viên đá quý nhiều màu (đá tourmaline, iolite, beryl và peridot được cắt theo dáng chữ nhật mặt cắt, dáng trái lê hay dáng vuông tròn góc, ...) như muốn gây chú ý của người nhìn tới ranh giới giữa tự nhiên và siêu thực, và cho thấy người đeo nó có thể xóa nhòa lẫn ranh ấy dễ dàng đến thế nào.

KENZO

Thương hiệu thời trang Kenzo vừa ra mắt BST Xuân – Hè 2014. Lấy cảm hứng từ ý tưởng hòa trộn thời trang may đo cổ điển với cuộc sống trên biển, BST là các thiết kế vài mang họa tiết hình học đa dạng xoay quanh chủ đề sóng nước. Họa tiết hình cá tan chảy là họa tiết chính giúp Kenzo tăng nhận thức trong người tiêu dùng về vấn đề bảo vệ tài nguyên mà chúng ta đều đang phải đối mặt, và nhằm đẩy lên hồi chuông kêu gọi hành động nhằm cải thiện tình trạng này. Đối với phụ kiện, Kenzo cho ra mắt dòng túi mới – chiếc túi Kalifornia biến hóa trong muôn màu họa tiết với chất liệu đa dạng. Biển gặp gỡ kiến trúc Los Angeles qua những đôi sandal với gót kim loại đục lỗ và mối nối bằng thủy tinh plêxi. Ngoài ra, Kenzo cũng giới thiệu BST kính mắt độc đáo và các mẫu khuyên tai "hành tinh" có thể tháo rời.



ROLEX

Ngày 17/03, hai mươi hai nhà sáng tạo trẻ tuổi từ 13 quốc gia như Mexico, Ý, Ả rập Xêút, Bangladesh, và Fiji đã được chọn vào vòng chung kết giải thưởng Rolex Awards for Enterprise 2014 tại Geneva, Thụy Sĩ. Đây là lần thứ hai trong lịch sử gần 4 thập kỷ của chương trình được dành riêng cho những người dưới 30 tuổi có tầm nhìn xa trông rộng và là phiên bản đầu tiên của chuỗi chương trình Young Laureate có một hệ thống áp dụng mở. Năm trong số 22 người tiên phong này sắp trở thành những người trẻ tuổi giành được vòng nguyệt quế của giải thưởng Rolex Awards, phần thưởng không chỉ bao gồm ngân quỹ đáng kể dành cho những dự án đầy tham vọng của họ mà còn là một đẳng cấp quốc tế sẽ giúp họ trở thành những nhà lãnh đạo tiềm năng cả trong nước cũng như trên thế giới.

HUGO BOSS

Boss Green là BST mới nhất của thương hiệu thời trang Hugo Boss trong mùa Xuân – Hè 2014. Người đàn ông Boss Green trong trang phục một chiếc áo gió cạp cao, ôm tự nhiên với thắt lưng co giãn, được thiết kế với chất liệu chống nước và độ bóng mờ; một chiếc áo khoác jersey giới thiệu các chi tiết tiên tiến và kiểu cách như túi đính ngực và lớp vải lót ấm áp. Ngoài ra, Boss Green còn đưa những đường kẻ techno lên chiếc áo polo, các mảng màu phong cách tối giản lên chiếc áo đánh golf, và thay thế cúc áo bằng khóa kéo tiện lợi. Áo phao gi-lê màu đỏ ánh kim có trọng lượng siêu nhẹ thực thụ dù có chiếc mũ ấm áp cỡ XXL. Đây là ví dụ hoàn hảo cho triết lý thiết kế mới của Boss Green: hoàn thiện tính năng, tối đa hóa sự thoải mái.



CHANEL

Karl Lagerfeld vừa ra mắt BST Prefall Chanel Métiers d'Arts Paris-Dallas trong bối cảnh mô phỏng một cuộc thi rodeo kiểu Mỹ tại Park Fair - một địa điểm lịch sử quốc gia nổi tiếng với kiến trúc mang cảm hứng Art Deco, nằm tại trung tâm thành phố Dallas, Texas. Trước buổi trình diễn BST, những vị khách mời được thưởng thức bộ phim ngắn The Return do Karl Lagerfeld đạo diễn, trong không gian rạp chiếu bóng ngoài trời với dàn xe cổ đậm chất Mỹ. Sau buổi diễn, bữa tiệc cocktail với không gian mô phỏng những quán rượu miền Viễn Tây diễn ra với sự tham gia của những vị khách mời như Kristen Stewart, gương mặt đại diện mới của Chanel cho BST Prefall Paris-Dallas, nữ diễn viên chính của bộ phim ngắn The Return Gerdeline Chaplin và Anna Mouglalis, nữ diễn viên Dakota Fanning, và màn trình diễn của Hot Chip của nhóm nhạc Electro Pop đang nổi đến từ London.

Beauty



TẮM ENZYME BĂNG... MÙN CỦA

trang 108

*Biện pháp thanh lọc
cơ thể thú vị nhất mà bạn
từng biết đến*

• Beauty Trends

www.stylemagazine.vn

BEAUTY BUZZ

Thực hiện: Thành Hào

Dấu ấn cuối của L'Wren Scott

Sự hợp tác với Bobbi Brown hẳn là một trong những dự án cuối cùng trong cuộc đời nhà thiết kế tài hoa L'Wren Scott. Và giờ đây chúng ta đã được chiêm ngưỡng tận mắt những sản phẩm mà bà phác thảo cho Bobbi Brown:



Lip Color

Son môi mềm-mờ cổ điển của Bobbi, bây giờ có bốn màu thời trang từ màu sắc của hoa hồng Amnesia. Nhóm màu Trung tính gồm Heather Mauve và Cosmic Lily, nhóm màu nhạt hơn gồm màu Wine và Vintage Red. Cùng với Vitamin E và C cũng như Sáp ong, những màu son này có khả năng giữ ẩm tuyệt hảo. **Giá: 720 000 VND**



Bảng màu Amnesia Rose Palette

Với một phác họa ấn tượng của L'Wren Scott, bảng màu này dành cho mắt, môi và má trong tông màu tím, lạnh, và tím, với điểm nhấn là màu tím sáng và tím đậm – những màu sắc lấy cảm hứng từ vườn hoa hồng Amnesia của L'Wren và màu sắc trong show diễn mùa xuân của bà.

Giá: 2 000 000 VND



ĐÔI MÔI TWO - TONE

Dùng hai màu son trên môi không phải ý tưởng gì quá mới mẻ, nếu bạn đã biết đến kiểu son lòng môi: màu son đậm ở bên trong lòng môi và màu son nhạt (hoặc nude) ở viền môi. Tuy nhiên, nếu sử dụng cả hai màu son đậm thì sao? Chúng tôi có gợi ý một số cặp màu mà bạn có thể kết hợp:

- Cặp màu đỏ sáng + cam sáng.
- Cặp màu đỏ đậm + tím hoa cà.
- Cặp màu hồng pink + cam sáng.
- Cặp màu đỏ đậm + hồng neon.

Nếu two tone không phải điều mà bạn dám thử trên môi, bạn có thể làm phong phú bảng màu son của mình bằng cách layer hai màu son khác nhau để tạo ra một màu mới: thoa mỗi môi một màu son, sau đó mím môi nhẹ nhàng để hai màu này pha trộn với nhau. Bạn sẽ thấy những bất ngờ thú vị!

Một biện pháp khác, thử cắt các mẫu son ra khỏi cây son, cho chúng vào một chiếc thìa inox rồi hơ lên lửa (chú ý phần cán thìa có thể bị nóng lên). Bạn có thể gia giảm màu sắc tùy thích bằng cách thêm bớt các màu yêu thích. Son sẽ tan chảy và hoà vào nhau, tạo thành một dung dịch lỏng sệt. Lúc này, hãy đổ dung dịch vào khuôn (hoặc bằng màu) đã chuẩn bị sẵn. Bạn sẽ có một bảng màu son mới tuyệt đẹp.



Sản phẩm tham khảo:

Kem nền Kosé Sekkisei

Supreme Liquid Foundation:

Tạo một lớp nền mềm mượt, đều màu, ngời sáng rạng rỡ, tôn tạo vẻ mịn màng tạo nhả cho làn da bạn. Kem nền này đặc biệt dành cho làn da khô, cần độ ẩm mượt. **Giá: 1.150.000 VND**

Phấn nền Kosé Sekkisei

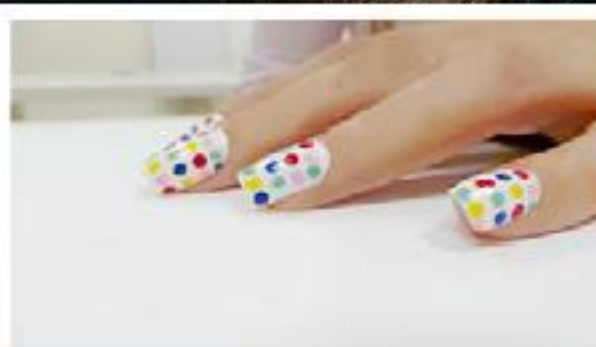
Supreme Powder Foundation:

Với các tinh thể bột nhỏ hình lục giác, kết hợp công nghệ phủ đều phức hợp Phospholipids (có khả năng giữ ẩm) trên từng hạt phấn nhỏ, tạo một lớp phấn mỏng đều lên da như hình tổ ong, không tích tụ bên lại do chuyển động của cơ mặt. **Giá: 1.350.000 VND**



Vẻ đẹp tự nhiên

Làn da đẹp đã là tâm điểm của Beauty trong nhiều năm trở lại đây. Những lớp phấn nhẹ nhàng, mỏng, hoà trộn vào da để tạo nên lớp nền toả sáng tự nhiên là bí quyết cho vẻ đẹp sang trọng kiểu Nhật Bản.



NHỮNG MÀU NAIL KEO NGỌT

Tươi sáng, rạng rỡ, những màu nail keo ngọt là điểm nhấn của mùa hè.

1. **MAC** Nail Lacquer Saint Germain (Sưu tập A Fantasy of Flowers). 2. **Dior** Vernis 777 Bloom. 3. **Dior** Vernis 457 Bouquet. 4. **Art Deco** Ceramic Nail LACQUER. 5. **Bobbi Brown** Uber Pink. 6. **Lancôme** Vernis in Love in Peach Appeal. 7. **Revlon** Nail Enamel in Beautiful. 8. **O.P.I** Brazil Nail Lacquer in Where Did Suzi's Man-go.



95^{STYLE}

Bộ sản phẩm gồm:
Divine Lotion – Nhũ tương cân bằng chống lão hóa, giúp tăng hiệu quả cho các bước dưỡng da

Divine Extract – Chiết xuất đặc trị chống lão hóa giúp phục hồi lớp trung bì và tăng hiệu quả cho cream

Divine Cream - Kem dưỡng chống lão hóa cao cấp

Divine Eyes: Tinh chất cao cấp chống lão hóa cho vùng mắt



L'OCCITANE

giới thiệu

Immortelle Divine

Immortelle Divine là dòng sản phẩm chống lão hóa cao cấp toàn diện MÔI của L'Occitane. Được chiết xuất từ tinh dầu hữu cơ hoa cúc trường sinh (Immortelle), hoa sim, mật ong vùng Corsica, tinh dầu hoa anh thảo camelina, acid hyaluronic, và các thành phần khác. Dòng sản phẩm Immortelle Divine chống lại những dấu hiệu lão hóa nhỏ nhất, mang đến làn da ngày càng tươi trẻ hơn



MẶT NẠ NÂNG CƠ VÀ SẼN CHẮC DA MỚI

Để làm dịu tâm trí và cơ thể từ trong ra ngoài, để có một làn da sáng, chắc và khỏe hơn, bạn hãy tạo ngay một spa tại nhà với mặt nạ La Mer's Lifting and Firming

Khánh Minh

Ai trong chúng ta cũng thích đi spa, thích cảm giác được tận hưởng và thư giãn trong không gian vô cùng dễ chịu đó. Vậy tại sao chúng ta không tạo một không gian spa ngay tại nhà, vừa tiết kiệm thời gian và tài chính, lại vừa luôn được thư giãn thoải mái. Vậy, hãy trải nghiệm những ý tưởng trẻ hóa làn da của spa tại gia cùng chúng tôi nhé.

CÁC BƯỚC TẠO SPA CAO CẤP

Đặt tâm trạng với âm nhạc: Bạn đã nghe về hiệu ứng Mozart? Hãy chơi ít nhất 10 phút những bản nhạc cổ điển mà bạn ưa thích để thư giãn và tăng cường não bộ. Bạn cũng có thể truy cập vào phần "Nhạc spa" (Spa Music) trên iTunes và tải xuống, sau đó nghe trực tiếp trên thiết bị đó.

Ướp hương: Những tinh dầu thích hợp như oải hương, va-ni, thanh yên nhanh chóng lan tỏa khắp không gian của các spa chuyên nghiệp để dàng thâm nhập vào các giác quan và giúp chúng ta thư giãn. Xoa tinh dầu lên các điểm xung của bạn, hoặc nhỏ vài giọt tinh dầu vào chai đựng nước để hương thơm lan tỏa khắp phòng.

Mặc ấm: Hãy vuốt ve làn da bằng sự mềm mại của váy cotton, hoặc váy sợi cashmere, chúng sẽ giúp bạn thư giãn tinh thần. Để váy ấm lên trong máy sấy vài phút trước khi mặc để cảm nhận sự ấm áp và thoải mái tuyệt đối.

Hãy dùng mặt nạ: Chăm sóc da là một kinh nghiệm cần thiết. Mặt nạ The Lifting and Firming là một bước chăm sóc sang trọng và bạn nên dùng bàn chải xa hoa để tối ưu hóa tính năng của sản phẩm. Sản phẩm huyền thoại của La Mer - Concentrated Miracle Broth™ tăng cường quá trình tái tạo tự nhiên, giúp tập trung tái tạo làn da. Từng giọt mạnh giúp nâng và trẻ hóa những phục hồi bức xạ.

Xả sâu tóc: Sau khi đã thỏa mãn làn da, bạn nên làm mềm mái tóc với điều trị dưỡng ẩm tăng cường. Thoa dầu xả sâu hoặc tinh dầu dừa, sau đó chải bằng lược thưa và chờ 20 phút trước khi xả sạch.

Thưởng thức trà: Trà xanh, trà hoa cúc hay trà hoa hồng chứa rất nhiều chất flavonoid có lợi như chống ô xy hóa mạnh. Flavonoid giúp loại trừ các gốc tự do gây tổn hại tế bào, và giúp nâng cao tinh thần.

Làm ướt cơ thể và chân: Tinh chất giúp thư giãn của tinh dầu, được

tăng cường trong nước ấm có thể nhấn chìm căng thẳng ra khỏi cơ thể mệt mỏi. Hãy dùng tinh dầu bạc hà và trà xanh cho chân, và tinh dầu hoa hồng hay oải hương cho cơ thể. Nhớ là phải dùng kem dưỡng ẩm làn da trong vòng một phút sau khi rời khỏi làn nước để kéo và giữ ẩm tối ưu.

Ăn nhẹ: Hãy thưởng thức những món nhẹ ngon và bổ như hạt hạnh nhân, sô cô la đen, hoa quả hay hạt hướng dương. Các chất chống ô xy hóa, vitamin, khoáng chất và protein của những thức ăn nhẹ trên giúp làn da sáng hơn, giống như kiểu bạn vừa ra khỏi spa vậy.

BÍ MẬT CỦA LA MER

La Mer đã mang 50 năm công nghệ tiên tiến nhất kết hợp với quy trình thủ công tỉ mỉ vào sản phẩm mới Mặt nạ nâng cơ và săn chắc da (Lifting and Firming Mask). Sản phẩm này "cô đặc" các thành phần hoạt tính giúp nâng cơ và săn chắc da hiệu quả cao nhất. Mặt nạ này giúp thúc đẩy khả năng tự tái tạo của da, khôi phục độ đàn hồi để làn da tươi trẻ bằng cách hỗ trợ quá trình sản sinh collagen một cách tự nhiên.

Mặt nạ dạng kem đặc cao cấp này nhẹ nhàng làm mềm và cung



cấp dưỡng chất cho da. Sau khi thoa, bạn sẽ ngay lập tức cảm nhận được da mặt và vùng cổ căng lên và trông thon gọn hơn. Nhưng đừng lạm dụng quá, bạn chỉ nên sử dụng tuần một lần thôi.

Công nghệ lên men tiên tiến: Nước cất cô đặc huyền thoại của La Mer Miracle Broth™ thúc đẩy quá trình tái tạo da tự nhiên, cung cấp năng lượng cho làn da tập trung vào việc tự phục hồi. Với lượng nước cất đậm đặc giúp làm dịu và thay đổi bề mặt da.

Công nghệ lên men mới Concentrated Lifting Ferment bao phủ làn da bằng loại tảo nâu tạo hiệu quả mạnh mẽ. Ngoài việc tăng cường cấu trúc hỗ trợ của làn da, công nghệ này giúp tăng cường độ đàn hồi và mật độ cho da, bổ sung vào những lỗ hổng trên bề mặt da cho một diện mạo thon gọn và sắc nét.

Mặt nạ ngủ hoàn hảo: Trong khi mặt nạ là một trải nghiệm tuyệt vời để chăm sóc da trong 24 giờ một ngày, làn da sẽ nghỉ ngơi và phục hồi một cách tự nhiên vào ban đêm. Đây là thời điểm thích hợp để sử dụng liệu pháp tăng cường. Mặt nạ Lifting and Firming Mask hoạt động kết hợp với quy trình tự tái tạo da để tăng cường độ săn chắc và khôi phục lại độ đàn hồi, cho

một làn da thon gọn và không có dấu hiệu của sự lão hóa.

Cách sử dụng: Thực ra, đây chỉ là bước thêm vào quy trình chăm sóc da của bạn. Mặt nạ cao cấp này đi kèm với cây cọ xa hoa để nuông chiều làn da bạn giúp việc thoa kem dễ dàng hơn. Sau khi thoa kem lên mặt, massage nhẹ nhàng và giữ nguyên trong 10 phút để kem thẩm thấu vào da và tiếp theo với dưỡng ẩm La Mer của bạn.

Bộ sản phẩm nâng cơ: Để đạt được hiệu quả nâng cơ tối đa, mặt nạ Lifting and Firming kết hợp hoàn hảo với hai sản phẩm chuyên biệt giúp nâng cơ của La Mer. Tinh chất tạo dáng và định hình The Lifting Contour Serum làm thon gọn, thu nhỏ và tạo dáng khuôn mặt sắc nét hơn. Tinh chất The Lifting Intensi-fier thúc đẩy việc sản sinh collagen và độ đàn hồi tự nhiên của da. Sản phẩm ngay lập tức làm săn chắc bề mặt da và, theo thời gian, "tập luyện" cho da để duy trì sự mượt mà, săn chắc, nâng cơ lên rõ rệt.

Tin vui cho các tín đồ làm đẹp, mặt nạ Lifting and Firming đã có mặt tại thị trường Việt Nam vào tháng 4 năm 2014 với giá bán lẻ là 5.700.000VND/50ml.



HƯƠNG

tháng 5

Thanh Hoa

Vừa nhẹ nhàng, vừa ấm áp, có chút ngọt ngào, tươi mát, có chút lắng đọng nóng ấm là những mùi hương mà bạn có thể chọn lựa trong một kỳ nghỉ đầy nắng gió giữa mùa hè.

Texas, United Scents of America: Một mùi hương đậm chất Mỹ, nhắc nhở đến những bãi biển Florida, những hương vị của Texas với hương đầu là cam đỏ, hương giữa là tuyết tùng đỏ và hương cuối là xạ hương trắng, lá tuyết tùng và hồ phách.

Orangers en Fleurs, House of Houbigant: Mùi hương hoa cam không thể cưỡng lại, tượng trưng cho khả năng sinh sản, sự phong phú và tình yêu. Hoa cam, hoa hồng Thổ Nhĩ Kỳ và hoa nhài Ai Cập, tạo ra một bó hoa hoàn hảo của sắc thái phong phú. Hoa huệ ở trung tâm mùi hương, giới thiệu sự quyến rũ, kết hợp với một thành phần độc quyền của Công ty Robertet - Eau de Brouts tinh dầu nguyên chất của ylang-ylang từ đảo Comoros. Sự pha trộn của gỗ tuyết tùng và xạ hương ở những note cuối cùng để lại dấu vết tốt đẹp và gợi cảm trên da.

Pleats Please by Issey Miyake: Một hương thơm vui vẻ, lạc quan và cởi mở của hoa, trái cây và cấu trúc gỗ, được tạo ra bởi Aurelien Guichard. Mùi hương mở ra với hương quả Nashi, một loại quả châu Á lai táo và lê (hương vị quả lê chiếm ưu thế). Hương giữa tượng trưng cho nữ tính với hiệp ước của hoa mẫu đơn và hạt đậu ngọt, trong khi phân tử Indole phân tử cung cấp sự tươi mới và sức sống. Hương cuối hào phóng với mùi hoặc hương, tuyết tùng, xạ hương vani.

L'Eau For Her, Narciso Rodriguez: Narciso Rodriguez giới thiệu hai loại nước hoa nổi tiếng là For Her và For Her Eau de Parfum vào 2004 và 2006. L'Eau For Her phiên bản 2013 chính là phiên bản nhẹ nhàng hơn của hai mùi hương này. Ban đầu là sự ấm áp xông lên với xạ hương. Hương thơm mới giữ lại chất nhũ dục của nó nhưng được thể hiện dưới một tấm màn mỏng nhẹ nhõm. L'Eau vui tươi hơn và nhiều hơn nửa sự trẻ trung hơn so với phiên bản ban đầu. Theo các nhà thiết kế, nó tượng trưng cho nữ tính hiện đại trong đó bao gồm sang trọng đơn giản và bốc đồng.

New York Fling, Bond No. 9: Một hương thơm hoa cho phụ nữ. Hương đầu là Clementine, gừng, trái cây, cam bergamot và bạch đậu khấu; hương giữa là hoa mẫu đơn, lan Nam Phi, hoa lan chuông, hoa nhài; hương cuối là hồ phách, xạ hương, húng quế, tuyết tùng và gỗ đàn hương.

Doux Amour, Spadaro: Doux Amour đã được giới thiệu trong năm 2011 và là một mùi hương sang trọng dành cho phụ nữ. Hương thơm đặc trưng: hoa nhài, ylang-ylang, gỗ đàn hương, hoặc hương, hồ phách, vani và hoa huệ Casablanca.

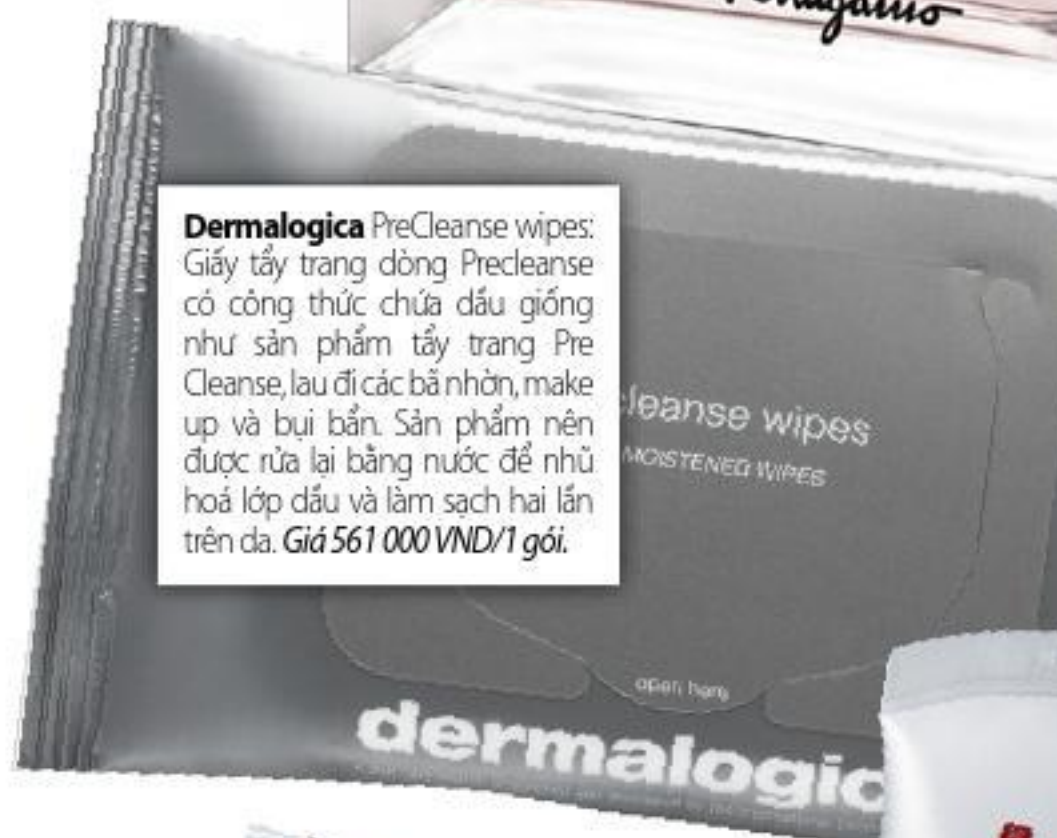


Signorina là một kỷ niệm của cô gái sang trọng với một hương thơm đặc trưng tinh tế và tươi tắn. Hoa nhài thanh lịch và ngọt ngào bất ngờ là điểm nhấn của mùi hương này.



Dior Palette Trianon Eyeshadow Eyeliner & Cheekblush: Bảng màu mắt và phấn má trong sưu tập mùa xuân của Dior.

Dermalogica PreCleanse wipes: Giấy tẩy trang dòng PreCleanse có công thức chứa dầu giống như sản phẩm tẩy trang Pre Cleanse, lau đi các bã nhờn, make up và bụi bẩn. Sản phẩm nên được rửa lại bằng nước để nhũ hoá lớp dầu và làm sạch hai lần trên da. **Giá 561 000 VND/1 gói.**



editor's pick

Thành Hảo

ELIZABETH ARDEN Visible Whiten- ing Anti - Melanin Spot Corrector: Tinh Chất Đặc Trị Các Đốm Sạm với hàm lượng đậm đặc Dẫn Xuất Vita- min C, các thành phần loại bỏ tế bào chết và dưỡng ẩm là "chiếc chìa khóa vàng" để ức chế quá trình hình thành hắc tố ở cả 5 giai đoạn, tập trung làm sáng màu nhanh chóng những vùng nám sạm. **Giá: 1 932 000 VND**



Sulwhasoo Snowise EX UV Protec- tion Cream (SPF 47, PA+++): "Kem chống nắng" có chỉ số SPF 47/PA+++ , đồng thời có chức năng "kem dưỡng ban ngày" tạo cảm giác ẩm mượt, thẩm thấu nhanh, lại không gây nhờn rít, tạo cảm giác mát dịu. Chiết xuất từ hỗn hợp 3 thành phần dưỡng trắng độc quyền: Saponin trong Bạch Sâm, Bạch Hoa Xà Thiệt Thảo, chuỗi đa phân tử đường trong Bạch Sâm. **Giá 1.500.000 VND/ 40ml**



L'OCCITANE Pivoine Flora Beauty Milk Sữa tắm: Với dầu hạt nho và bơ hạt mỡ, sữa dưỡng hương hoa giữ ẩm và làm mềm da. Kết cấu dạng lỏng, nhẹ nhàng thẩm thấu qua da, bao bọc cơ thể với hương hoa mẫu đơn tinh tế từ vùng Drôme nước Pháp. **Giá 730 000 VND**



Clarisonic Mia 2, **Energy:** Hệ thống máy rửa mặt tự động với đầu bàn chải quay bằng điện giúp rửa sạch các cặn bẩn trên da mặt và giải phóng các lỗ chân lông.



Shiseido Future Solution LX Total Regenerating Cream Sản phẩm dưỡng đêm hiệu quả cao tăng cường sinh lực cho da và làm giảm đi sự xuất hiện các dấu hiệu lão hóa như nếp nhăn và sự mất đi sự săn chắc của làn da. Cải thiện độ đàn hồi, mịn màng và tươi sáng, mang lại cho làn da vẻ trẻ trung, rạng rỡ. **Giá: 5 090 000 VND/50 ml**



NHỮNG SẢN PHẨM KINH ĐIỂN ĐÃ RA ĐỜI NHƯ THẾ NÀO?

1 Bobbi Brown và Bobbi Brown Creamy Concealer

"Kem che khuyết là vũ khí bí mật của tôi." Bobbi Brown đã tạo ra sản phẩm này vào năm 1998 để phục vụ cho những phụ nữ bận rộn – những người muốn một sản phẩm dễ sử dụng. "Tất cả phụ nữ, thậm chí ngay cả những người không có vấn đề về quảng thâm dưới mắt cũng sẽ trở nên tươi tắn hơn chỉ với một chút sản phẩm này". Bobbi Brown Creamy Concealer được tái ra mắt vào năm 2011 với công thức cập nhật: cấu trúc dạng kem độ che phủ cao nhưng không dày và bết. Sản phẩm có thể dễ dàng hoà trộn trên da với nỗ lực tối thiểu, giúp duy trì độ mềm mượt của làn da."

2 Dr Geoffrey Genesky và Kiehl's Midnight Recovery Concentrate

Thương hiệu mỹ phẩm Kiehl's chưa phân phối chính hãng ở Việt Nam nhưng không hề xa lạ với các tín đồ của beauty, trong đó sản phẩm nổi tiếng nhất phải kể đến serum Midnight Recovery Concentrate. Cứ mỗi phút, một chai serum này lại được bán ra ở đâu đó trên thế giới. "Những cải tiến nhanh chóng của nó thật đáng ngạc nhiên", Tiến sỹ Geoffrey Genesky – người đứng đầu các nghiên cứu của Kiehl's giải thích về cơ chế hoạt động của sản phẩm này "Thử nghiệm lâm sàng của chúng tôi chứng minh sản phẩm làm giảm bề mặt thô sần của

da và giảm thiểu sự xuất hiện của nếp nhăn chỉ sau một buổi tối sử dụng". Được thiết kế để trẻ hóa làn da trong giấc ngủ – một sản phẩm tiêu biểu của công nghệ dưỡng da mới liên quan đến nhịp sinh học của cơ thể – Midnight Recovery Concentrate lên kệ vào năm 2010.

3 Chị em Jane Ford và Benefit Benetint Rose-tinted Lip & Cheek Stain

Sản phẩm màu dành cho má và môi này được xem là kinh điển của Benefit. Hai chị em song sinh Ford đã tạo ra sản phẩm này vào năm 1977 cho một mục đích hoàn toàn khác với công dụng của nó bây giờ: họ nhận được đặt hàng của một vũ công khoả thân ở San Francisco "một thứ gì đó có thể sử dụng trên nhũ hoa để khiến nó trông hồng và tươi tắn hơn". Làm việc cả đêm trong nhà bếp để hấp các cánh hoa hồng và gia giảm thêm một số thành phần khác, hai chị em nhà Ford đã tạo ra sản phẩm Benetint nổi tiếng, được các ngôi sao như Kate Hudson, Christina Hendricks và Donna Karan sử dụng trên gương mặt của mình.

4 Dr Nathalie Issachar và Clarins Double Serum

Hẳn bạn đã biết rằng chai serum nổi tiếng này có cấu trúc tương đối kỳ lạ với hai phần tách rời trong một chai, các ống bơm được thiết kế riêng và chung để khi dung dịch bơm ra, cả hai thành phần được trộn lẫn với tỷ lệ đồng đều và chính xác. Thiết kế này xuất phát từ Tiến sỹ Nathalie Issachar – người đứng đầu việc nghiên cứu và phát triển các sản phẩm của Clarins.

Bà Issachar nhận được một yêu cầu khá lạ đời cho loại serum mới: một sản phẩm có cấu trúc cả dầu lẫn nước. "Tất nhiên chúng ta không thể trộn cả dầu lẫn nước cùng nhau được". Giải pháp "phòng đôi" đã ra đời nhằm thoả mãn yêu cầu này. "Đừng hỏi tôi về việc chúng tôi đã vất vả như thế nào, nhằm mất lại mà tôi vẫn cứ nhìn thấy hàng loạt các mẫu thử nghiệm xếp hàng trong phòng thí nghiệm". Khi Clarins Double Serum được hoàn thiện, đội ngũ của Issachar hẳn phải tự thưởng cho mình một kỳ nghỉ dài.

Sự kết hợp của cấu trúc dầu và nước nhằm tối ưu hoá công dụng dưỡng ẩm và chống lão hoá của sản phẩm với chiết xuất của 20 thành phần thực vật. Cứ 30s lại có một chai serum Double được bán ra.

5 François Nars và Nars Blush in Orgasm

Thật khó để phát triển một hộp phấn má hồng thành sản phẩm kinh điển nhưng François Nars đã làm được việc đó. "Tôi đoán phụ nữ đã nhận được thông điệp", Nars thành thực cho biết cái tên "Orgasm" (Cực khoái) đã đến trong tâm trí mình trước khi sản phẩm ra đời. Là một nghệ sỹ make up, Nars đánh giá rất cao vai trò của phấn má. "Với mẹ tôi, phấn má là thành phần không thể thiếu trong nghi lễ trang điểm của bà. Khi trở thành một chuyên gia make up, tôi cũng cảm thấy điều đó". Nars Blush in Orgasm ra mắt năm 1999 và trở thành sản phẩm bán chạy nhất của mỹ phẩm Nars. Hộp phấn má này cũng thường xuyên xuất hiện trên sân diễn quốc tế khi người tạo ra nó là bạn thân của Marc Jacob và cũng là chuyên gia trang điểm cho nhiều thương hiệu nổi tiếng.

Theo hướng dẫn của Nars, bạn có

thể sử dụng phấn má không chỉ trên má. Một chút ở chân tóc, xương quai hàm, hay mũi đều có thể khiến gương mặt hồng hào hơn.

⑥ Dr David Orentreich và Clinique Dramatically Different Moisturizing Lotion

Sản phẩm nằm trong bộ ba truyền thống của Clinique gồm: sữa rửa mặt, nước thanh lọc da và lotion dưỡng ẩm. Khoảng 40 năm trước, bác sỹ da liễu New York Norman Orentreich đã tạo ra Yellow Moisture Lotion – dung dịch dưỡng ẩm dành cho các bệnh nhân của mình. Sự khác biệt rõ ràng của làn da khi sử dụng sản phẩm này đã khiến người đồng sáng lập của Clinique đề nghị đổi tên sản phẩm sang một cái tên khác ấn tượng hơn. “Dramatically Different” ra đời. 40 năm sau, tiến sỹ David Orentreich, con trai bác sỹ Norman đã nâng cấp Dramatically Different Moisturizing Lotion với phiên bản mới: Không thay đổi những ưu điểm của sản phẩm cũ, và bổ sung những ưu điểm mới. Công thức mới của Dramatically Different Moisturizing Lotion đã được nghiên cứu trong sáu năm.

⑦ Essie Weingarten và Essie Ballet Slippers Nail Polish

Một trong những màu sơn móng phổ biến nhất của Essie, Ballet Slippers được tạo ra vào năm 1982, thậm chí có cả một fan hâm mộ từ hoàng gia. “Tôi sẽ không bao giờ quên cái ngày mà tôi nhận được một lá thư từ thợ làm tóc của Nữ hoàng. Lá thư đó nói rằng Nữ hoàng đã yêu cầu màu sơn móng này cho người”. Essie Weingarten nhớ lại. Tên và màu sắc của chai sơn móng được lấy cảm hứng từ giấc mơ đầu của Weingarten là trở thành một nữ diễn viên ballet. “Khi trưởng thành, tôi nuôi dưỡng một nỗi nhớ sâu sắc đối với đôi giày bale màu hồng thời thơ ấu của tôi. Sau mỗi buổi tập, tôi và mẹ cùng đi đến thẩm mỹ viện – nơi hai mẹ con cùng chia sẻ những khoảnh khắc chăm sóc bản thân thú vị”.



Chỉ có chính bạn mới cảm nhận được rõ nét những vấn đề trên làn da của mình. Nếu sử dụng một primer có cấu trúc silicone trong một thời gian dài và đột nhiên cảm thấy nổi mụn, hãy xem xét các nguyên nhân và tạm dừng sử dụng sản phẩm này. Nếu bạn có làn da thường, chưa bao giờ gặp rắc rối với dầu, mụn hay lỗ chân lông, những nỗi lo về silicone có lẽ sẽ ít ảnh hưởng tới bạn.

Nghịch lý PRIMER

Thanh Hoa

VỚI TÔI, PRIMER LÀ MỘT SẢN PHẨM ĐẦY NGHỊCH LÝ.

SẢN PHẨM NÀY ĐƯỢC SỬ DỤNG NHẪM TẠO RA MỘT BỀ MẶT PHẲNG, MỊN TRÊN DA NHẪM CHUẨN BỊ CHO LỚP NỀN (FOUNDATION) ĐƯỢC ỔN ĐỊNH VÀ GIỮ LÂU HƠN. NGƯỜI TA CŨNG CHO RẰNG TRONG FOUNDATION CÓ NHIỀU CHẤT CÓ HẠI CHO DA VÀ NHIỆM VỤ CỦA PRIMER LÀ TẠO RA SỰ NGĂN CÁCH GIỮA DA VÀ LỚP NỀN NÀY. NHỮNG ĐIỀU NÀY CÓ THỰC SỰ CẦN THIẾT?

Một thành phần có mặt trong rất nhiều primer, gần như một thành phần thiết yếu là silicone (tôi không tìm được con số thống kê nhưng bạn có thể đơn giản lật bất cứ chai primer nào trên bàn trang điểm của mình và sẽ thấy ngay rằng, để tìm được một chai primer không có Silicone hoặc các chất tổng hợp trong họ hàng nhà silicone thì khó khăn biết chừng nào. Những chất này là: cyclopentasiloxane, cyclohexasiloxane, polysiloxane, dimethicone hay phenyl trimethicone). Silicone hoạt động như một chất làm đầy, chất kết dính, vừa có khả năng bôi trơn lại vừa không thấm nước. Hãy tưởng tượng chất này như một lớp màng dẻo siêu nhẹ, phủ lên da và tóc, cung cấp một bề mặt phẳng, mịn, làm dịu những vết lõm trên da, che đi những bề mặt thô ráp mờ xỉn. Silicone có thể giữ cho lớp make up ổn định và lâu trôi nhờ đặc tính chống thấm: lớp màng này sẽ hạn chế các loại kem phấn thấm vào da, hoà trộn trong dầu và tan chảy. Nếu trong phấn nền, phấn phủ có chất gì đó có thể gọi là độc hại thì silicone chính là sự bảo vệ cho làn da của bạn trước những thành phần đó.

Chính khả năng này đã khiến silicone trở thành thành phần thiết yếu của các kem lót primer và khiến primer trở thành sản phẩm “không thể thiếu” cho những làn da có vấn đề, đặc biệt là da dầu, da lỗ chân lông to, da mụn – những bề mặt không hoàn hảo cần có sự hỗ trợ từ silicone.

Tuy nhiên, cũng chính từ đặc tính tuyệt vời của silicone mà cuộc tranh cãi bắt đầu nảy ra. Nếu một lớp màng có khả năng ngăn chặn những gì thấm thấu từ bên ngoài thì không có gì phải nghi ngờ, nó cũng hoạt động y như thế với quá trình trao đổi từ bên trong. Nói một cách đơn giản, da bị bao trong lớp màng kính và nó không thể “thở” theo cách tự nhiên. Các lỗ chân lông – những cánh cửa sổ của da – nay bị bịt kín để phục vụ cho một bề mặt mịn màng. Những người phản đối silicone cho rằng: bất cứ điều gì ngăn chặn quá trình trao đổi tự nhiên của cơ thể thì đều có hại theo một cách nào đó. Sự thông

thoáng là điều được yêu cầu đầu tiên ở những làn da có vấn đề. Silicone không giúp gì được trong vấn đề này, mà chỉ làm sự việc nghiêm trọng hơn.

Với silicone, bạn có lớp make up đẹp. Nhưng lớp make up đẹp này không thực sự cải thiện những khuyết điểm trên da, nó chỉ che giấu chúng mà thôi.

Dù vậy, việc tìm kiếm những sản phẩm silicone free là hoàn toàn không dễ dàng bởi thành phần này không chỉ có mặt trong primer, chúng có mặt trong tất cả mọi sản phẩm trang điểm quanh ta bởi những lợi ích như chúng tôi đã nêu trên. Silicone có mặt trong các sản phẩm tạo kiểu, tạo bóng dành cho tóc. Silicone cũng có mặt trong các loại BB cream, CC Cream hay phấn nền. Tất nhiên, silicone cũng có mặt trong son môi hoặc mascara. Trừ khi bạn theo trường phái No Make up cả đời, bạn sẽ không thể tránh khỏi việc hưởng thụ và hoài nghi cùng một lúc những lợi ích của thành phần này.

TIPS CHO DA DẦU, MỤN:

Dùng primer mỗi ngày là điều không cần thiết. Hãy để da thở bằng cách thỉnh thoảng từ bỏ sản phẩm này trong quá trình trang điểm của bạn. Khi bỏ primer, nên chọn một loại phấn màu có cấu trúc nhẹ, mỏng với các thành phần có lợi cho da, ví dụ như Moisturizer Tint (dưỡng ẩm màu). Tất nhiên, hiệu quả make up có thể không lung linh như khi bạn sử dụng primer và phấn nền. Nhưng việc này cũng giống như những kỳ nghỉ cho da. Và bạn không cần phải hoàn hảo trong mọi thời điểm.

Rất nhiều người đang dùng BB Cream kết hợp với primer. Nên liếc qua một chút các thành phần trong vỏ sản phẩm. Hầu hết các BB Cream đã có sẵn silicone trong đó để giúp tạo ra bề mặt mịn màng và lâu trôi. Sự kết hợp của silicone trong BB cream và primer có thể quá sức chịu đựng với làn da nhạy cảm nếu sử dụng liên tục trong thời gian dài.

Làm sạch da kỹ càng. Silicone cần được tẩy sạch khỏi da để làn da được thông thoáng trong giấc ngủ.

Lựa chọn primer không có Silicone như Lorac AquaPRIME Oil Free Makeup Primer, Korres Pomegranate Mattifying Primer, Hourglass Veil Mineral Primer, Artdeco Skin Perfecting Make-up Base Silicone-free.

Primer hiệu quả nhất mà bạn cần biết



Đĩ nhiên, khi dẹp vấn đề silicone sang một bên, bạn cần có danh sách những primer làm tốt nhất nhiệm vụ của nó: thu hẹp lỗ chân lông, làm bề mặt mịn màng và giữ cho lớp phấn nền ổn định. Gợi ý của Style.

1. L'Oréal Paris Lumi Magique Pure Light Primer
2. Hourglass Veil Mineral Primer SPF15
3. Benefit The Poreprofessional
4. Clinique Superprimer Colour Corrects Dullness In Deeper Skins
5. Bourjois Happy Light Base Serum Matité
6. Clarins Instant Smooth Perfecting Touch
7. Christian Dior Diorskin Airflash CC Primer
8. MAC Prep + Prime Natural Radiance
9. Smashbox Photo Finish Foundation Primer

103

STYLE



Bí mật của làn da

CÓ HAI NHÓM ACID CHÍNH NẰM TRONG CÁC SẢN PHẨM SKINCARE, HẸN BẠN ĐÃ TỪNG NGHE QUÁ NHIỀU VỀ CHÚNG: NHÓM ALPHA HYDROXY ACIDS – AHA (GỒM GLYCOLIC, LACTIC, CITRIC) VÀ BETA HYDROXY ACIDS - BHA (SALICYLIC). BẠN ĐÃ BIẾT GÌ VỀ NHỮNG VŨ KHÍ HIỆU QUẢ NÀY?

Phải nói hydroxy acids là ngôi sao may mắn trong công cuộc chống lại nếp nhăn và ánh nắng của phụ nữ. Hydroxy acids có hai nhóm chính: Alpha và beta, đều có khả năng tẩy da chết, làm bong tróc các tế bào lão hoá và cho phép tế bào mới phát triển. Trong khi nhóm Alpha có nguồn gốc từ trái cây và đường sữa (ví dụ glycolic acid được sản xuất từ mía đường và acid lactic được sản xuất từ sữa) thì chỉ có một phiên bản beta hydroxy acid duy nhất là salicylic.

SỰ KHÁC BIỆT GIỮA ALPHA VÀ BETA HYDROXY ACIDS

Nếu nhóm Alpha có thể tan trong nước thì Beta Hydroxy Acids chỉ có thể tan trong dầu. Điều này có nghĩa rằng beta hydroxy acid có thể thâm nhập vào các lỗ chân lông, trong đó có bã nhờn và tẩy đi các tế bào chết bị mắc kẹt trong các lỗ chân lông. Vì sự khác biệt này mà BHA được khuyến khích sử dụng trên da dầu, mụn đầu đen và mụn đầu trắng. Nếu bạn thuộc nhóm da này và chăm chỉ sử dụng BHA nồng độ 1-2 % trong ít nhất sáu tháng, thành phần này sẽ cải thiện nếp nhăn, sự thô ráp và sắc tố đốm da một cách rõ rệt.

Trong khi đó, nhóm AHA vốn dễ kích ứng hơn thường được khuyên nên sử dụng cho da dày, da cháy nắng nhưng không bị mụn.

	Alpha hydroxy acids (AHA)	Beta hydroxy acids (BHA)
Gồm	- glycolic acid, có nguồn gốc từ cây mía - axit lactic, có nguồn gốc từ sữa - axit mandelic, xuất phát từ hạnh nhân đắng - axit tartaric, có nguồn gốc từ nho - axit malic, có nguồn gốc từ táo và lê	Chỉ có một phiên bản beta hydroxy acid là acid salicylic - nguồn gốc từ acid acetylsalicylic, hoặc aspirin.
Môi trường hoạt động	Tan trong nước	Tan trong dầu nên có thể thâm nhập vào các lỗ chân lông, trong đó có bã nhờn và tẩy đi các tế bào chết bị mắc kẹt trong các lỗ chân lông.
Lợi ích	Tẩy tế bào chết, cho phép tế bào mới có thể phát triển	
Loại da	Da thường, da khô có cấu trúc dày, không bị mụn	Da nhờn mụn, da nhạy cảm.
Sản phẩm nên dùng	Cream bôi hoặc thoa. Các sản phẩm tẩy rửa dù có AHA/BHA cũng kém hiệu quả hơn vì các chất acid cần có thời gian để kích hoạt trên da.	
Nồng độ	Ít nhất là 4%	Ít nhất là 1%



ĐIỂM YẾU CỦA AHA/BHA

Đừng vội mừng khi sử dụng các sản phẩm AHA/BHA vào ban ngày mà không có bất cứ biện pháp phòng bị ánh nắng nào. Bạn có biết chất này có thể tăng độ nhạy cảm với ánh nắng lên tới 50%? Con số này đẩy chúng ta vào một tình thế khó xử thú vị. Có vẻ như trong khi đảo ngược một số thiệt hại gây ra bởi ánh nắng, thì AHA/BHA cũng đồng thời nó làm cho da nhạy cảm hơn với ánh nắng. Rõ ràng là bất cứ ai sử dụng các sản phẩm chứa AHA/BHA đều nên nghĩ đến một loại kem chống nắng tốt.

OLAY REGENERIST NIGHT RESURFACING ELIXIR: Serum đêm chứa glycolic giúp làn da sáng hơn vào sáng hôm sau.

EAU THERMALE AVÈNE AKÉRAT SMOOTHING EXFOLIATING CREAM: Kem tẩy da chết với hai thành phần salicylic và lactic acids giúp giải quyết những lớp da khô sần.

ESTÉE LAUDER IDEALIST EVEN SKINTONE ILLUMINATOR: Serum làm đều màu da với thành phần Salicylic acid giúp làm giảm các đốm màu, làm da tươi sáng hơn.

GARNIER Skin Renew Dark Spot Overnight Peel: Sản phẩm chứa Glycolic acid giúp làm da sáng hơn.

LỰA CHỌN SẢN PHẨM AHA/BHA NHƯ THẾ NÀO?

Các nhóm hydroxy acid có thể được tìm thấy trong một loạt các sản phẩm chăm sóc da bao gồm các chất dưỡng ẩm, chất tẩy rửa, kem dưỡng mắt, kem chống nắng và các sản phẩm skincare khác. Nhưng bạn nên chọn sản phẩm như thế nào?



STYLE 105

1. Kem dưỡng ẩm có chứa AHA/BHA có thể là sự kết hợp tốt nhất của sản phẩm này. Nếu các chất tẩy rửa chứa AHA/BHA, bạn nên xem xét mặt nạ hơn là sữa rửa mặt, bởi các acid cần có thời gian để kích hoạt. Chỉ vài chục giây có thể không kịp để chúng mang đến một lợi ích nào đó.

2. Tại thời điểm này, chưa có loại kem chống nắng nào được tích hợp AHA hay BHA. Vì ở độ pH cần thiết để các acid có thể hoạt động thì kem chống nắng lại không ổn định. Do đó, nếu sản phẩm AHA/BHA sử dụng ban ngày, bạn cần dùng thêm một loại kem chống nắng hiệu quả có SPF ít nhất là 15.

3. Dù chúng tôi có liệt kê nồng độ hiệu quả nhất của acid ở trên nhưng bạn cần biết rằng tỷ lệ acid không phải quyết định. Các AHA và BHA hoạt động tốt nhất nếu độ pH nằm trong khoảng 3-4. Làm sao để bạn biết được điều này? Một số chuyên gia cho rằng khi áp dụng sản phẩm, da có thể có cảm giác căng rất nhẹ trong vài s (nên nhớ, chỉ vài s): điều này cho thấy các acid đang xâm nhập. Nếu cảm giác đó kéo dài và tăng cường thì bạn nên dừng sản phẩm ngay. Nhưng nếu cảm giác căng thoáng qua và hết, bạn nên yên tâm vì AHA/BHA đang hoạt động hiệu quả.

4. Acid nào tốt nhất? Như chúng tôi đã nói ở trên, da dầu mụn thích hợp với BHA (salicylic) còn da thường, da dày thích hợp với AHA. Nhưng trong nhóm AHA có đến vài loại acid, loại nào sẽ tốt hơn? Câu trả lời là glycolic acid. Chất này có phân tử nhỏ nhất, thẩm thấu vào da tốt nhất và do

đó, làm công việc của mình hiệu quả nhất. Tái tạo collagen, làm dày lớp biểu bì và lớp hạ bì, làm mềm mại làn da. Avon Anew Clinical Advanced Retexturizing Peel là một sản phẩm chứa glycolic acid.

5. Acid thích hợp với từng loại da **Da thường:** Nếu bạn có da thường, đừng băn khoăn gì, Glycolic acid là lựa chọn tẩy da chết tốt nhất. Dù vậy, sản phẩm này cũng có thể hơi khó chịu với độ căng da nhẹ. Sau khi tẩy da chết, nên dưỡng ẩm để ngăn ngừa tình trạng viêm. Hãy tìm kem dưỡng ẩm cho da nhạy cảm với ceramides hoặc trà xanh.

Da nhờn hoặc kết hợp: Loại da này khuyến khích tẩy da chết bằng BHA axit salicylic – thành phần phổ biến nhất thế giới để loại bỏ tế bào chết. Nồng độ dưới 1%, bạn có thể sử dụng hàng ngày. Nồng độ trên 2%, khi sử dụng cần có lưu ý hướng dẫn và chỉ nên thực hiện 1-2 lần/tuần. Thành phần này cũng được các nhà sản xuất kết hợp trong lotion hay kem dưỡng chứ không chỉ có trong tẩy da chết, do đó, phạm vi sử dụng của các bạn sẽ rộng hơn.

Da khô, da nhạy cảm: Hãy thử axit lactic mỗi tuần một lần. Axit lactic là một phân tử tương đối lớn không thể xâm nhập vào da sâu sắc như các axit hydroxy alpha khác, có nghĩa là nó không mài mòn. Thật không may, bất cứ thành phần nào khác cũng có thể khiến làn da của bạn khô hơn, đỏ hơn và nhạy cảm hơn.

6. Acid vô tác dụng với nếp nhăn sâu Những nếp nhăn sâu chỉ có thể can thiệp bằng laser hoặc các chất làm đầy (filler). Điều này có nghĩa là một loại kem AHA/BHA hoạt động tốt nhất từ năm 25-35 tuổi trên làn da châu Á.

BÁNH QUÊ HAY XÀ HƯƠNG?

Thành Hào

VỚI HAI LỰA CHỌN Ở TRÊN, BẠN CHO RẰNG MÙI HƯƠNG NÀO SẼ TỐT HƠN CHO ĐÊM HÒ HẸN? Hẳn phải là XÀ HƯƠNG, THỨ GIA VỊ TÌNH DỤC ĐƯỢC CÔNG NHẬN HÀNG TRĂM NĂM NAY. NHƯNG BÀI VIẾT NÀY CÓ THỂ SẼ KHIẾN BẠN PHẢI NGHĨ LẠI.

Nyotaimori là một bữa tiệc sushi đặc biệt ở Nhật Bản. Ở đó, người ta phục vụ sushi trên cơ thể khoả thân của một trinh nữ. Trinh nữ tất nhiên là phải trẻ đẹp, có làn da mịn màng thanh sạch. Những miếng sushi được bày biện trên cơ thể của cô gái và thực khách sẽ có thêm cái thú vui được thưởng thức loại “mâm đựng” độc đáo nhất thế giới này. Đôi lúc tôi nhìn vào cảnh những người đàn ông gắp sushi trên ngực, bụng hoặc trên hai đầu nhũ hoa của trinh nữ, tôi thường tự hỏi không biết lúc đó họ nghĩ gì? Và không biết miếng sushi sẽ bị nhạt đi trước sức hấp dẫn của “mâm đựng” hay là sẽ ngon lên bởi sự kích thích dây kỳ lạ này?

Nyotaimori nhắc nhở tôi về mối liên hệ giữa thức ăn và tình dục. Hẳn đã hơn một lần bạn nhìn thấy những bức ảnh mô tả một cô gái sexy với cặp môi đỏ đang cắn dở một loại quả mọng nào đó như táo hoặc dâu – một concept gần như kinh điển trong thế giới ảnh thương mại. Hoặc những cô

Guerlain's Spiritueuse Double Vanille. Được giới thiệu vào năm 2007, một nước hoa nổi tiếng của dòng vanilla. Kiệt tác này có thêm một số note gỗ, gia vị và lê, làm đậm nét chất nữ tính, gợi cảm và thần bí.

Falling In Love, Philosophy

Blackberries, xạ hương và vanilla – sự cám dỗ đã được mô tả ngay từ cái tên của loại nước hoa này, rơi vào lưới tình.



LOVE, Kilian. Những người thích vanilla đồng thời lại thích một điều gì đó phức tạp và tinh tế như tình yêu trong bóng tối, Love là một lựa chọn tuyệt vời. Vanilla đen tối, ủ rû, tinh tế của Kilian bác bỏ hoàn toàn ý kiến của những người coi vanilla là đơn giản và nông cạn.



Diesel Loverdose

Đậm mùi đường với vanilla và cam thảo, giống như phiên bản "ăn kiêng" (eau de toilette) của Angel, giảm nhẹ mùi hoặc hương và tăng cường mùi trái cây họ dâu đỏ.

107 STYLE

● Beauty Trends

www.stylemagazine.vn

gái có làn da phủ sữa, nằm trên một đám bông kẹo bông, hay nude 100% với lớp kem trắng bao quanh như trong tác phẩm Ice Cream Cavern của Will Cotton (2004). Rõ ràng, đồ ăn không chỉ để ăn trong một số hoàn cảnh nào đó.

Và điều này khiến tôi nghĩ đến nhóm mùi hương gourmand: những mùi hương ngọt thường lấy cảm hứng từ các món ăn tráng miệng, chủ yếu dựa trên các biến thể của vanilla kết hợp với trái cây mọng nước và gia vị. Đã hơn 20 năm khi mùi hương gourmand tiên phong là Angel (Thierry Mugler) ra đời và khuấy động cơn sốt các mùi hương “ăn uống” trong thế giới của chúng ta. Nước hoa có vị từ sôcôla, vanilla, đường, kẹo bông, caramel... đã chiếm lĩnh trào lưu một cách mạnh mẽ hơn một thập kỷ trở lại đây. Những Angel Thierry Mugler, Aquolina Pink Sugar, Comptoir Sud Pacifique Vanille Extreme & Matin Calin, Hanae Mori Butterfly, Chopard's Wish, Euphoria Calvin Klein, Boss Purple hay Candy Prada đã tạo ra một đối trọng cân bằng với những nhóm hương phương Đông, nhóm hương floral, nhóm hương nước... và vẫn chưa có dấu hiệu suy thoái cho đến hôm nay, dù có muôn vàn ý kiến chỉ trích sự phổ thông của những mùi hương này.

Lý giải cho điều này có nhiều giải thích khác nhau. Người ta cho rằng hương gourmand đã tạo ra một cái kén hồng bảo vệ ký ức tuổi thơ trong những thú vui thuần khiết, hay quan trọng không kém, xoa dịu nỗi lo sợ. Lo sợ trước những bấp bênh của thế giới trưởng thành – nơi con người ta phải đối mặt với những bất ổn của suy thoái. Năm 2007, khi tạo ra nước hoa Love, Don't Be Shy với mùi hương kẹo dẻo homemade, Kilian Hennessy đã bình luận rằng nhóm nước hoa gourmand với hương thơm ngọt của đồ ăn sẽ bán chạy hơn bao giờ hết khi kinh tế khó khăn. “Vào thời điểm tài chính ảm đạm, thị trường luôn xuất hiện nhiều mùi hương ngọt hơn bao giờ hết. Đây là lúc con người đặc biệt cần đến một chút ngọt ngào dịu dàng khi mọi thứ khác đều đang mất thăng bằng hay xáo trộn”.

Nhưng đây có phải là lý do duy nhất? Tôi không nghĩ vậy.



Nước hoa từ thời xa xưa đã có nhiều công dụng: bảo vệ sức khỏe, nâng cao vị thế, nhận dạng, khẳng định, tạo ra khoảng cách và thẩm quyền, nhưng trên hết nó tạo ra sự cám dỗ. Trong khi nước hoa gourmand lấy cảm hứng từ đồ ăn, vậy thì làm thế nào những thứ chúng ta ăn hàng ngày lại có thể dính líu đến sự cám dỗ? Nếu bạn nhớ lời mẹ dặn “Con đường đến trái tim của người đàn ông sẽ thông qua dạ dày”, thì bạn sẽ không quá thắc mắc về việc này. Bằng cách nào đây, những loại nước hoa thực phẩm đã xúc tiến đời sống lãng mạn

của chúng ta và điều này giải thích cho sức hấp dẫn khó hiểu của chúng.

Những năm 90, Tiến sĩ Alan Hirsch (Chicago-based Smell and Taste Treatment and Research Foundation) – nhà nghiên cứu về mùi tại Chicago, đã tiến hành vài thực nghiệm trong lĩnh vực của mình. Năm 94, trong một thí nghiệm liên quan đến kích thích tình dục của của hương floral, Alan Hirsch đã sử dụng một mùi hương so sánh tương đối an toàn là hương bánh quế nướng. So với hương hoa, ai có thể nghĩ rằng hương quế lại có sức mạnh thẩm kín nào đó? Vậy mà



Pink Sugar, Aquolina. Được giới thiệu vào năm 2004, mùi hương này đang trở thành một hương thơm cổ điển điển hình. Vanilla tấn công sống động được bọc trong kẹo bông, quả mâm xôi, cam thảo, dâu tây, cùng với chút âm hưởng của cam bergamot, caramel và gỗ rừng ẩm áp.

Serge Lutens Un Bois Vanille
Nước hoa vani, cổ điển mang hơi hướng phương Đông được tạo ra bởi Christopher Sheldrake (2003), với các notes chính là đường caramel, hạnh nhân đắng, nước cốt dừa, sáp ong, cánh kiến trắng, đậu Tonka, gỗ gaiac, xạ hương và gỗ đàn hương. Ngọt, nữ tính và trưởng thành – mùi hương của người đàn bà hiểu rõ mình muốn điều gì ở đàn ông.

kết quả thật đáng kinh ngạc: tất cả các sinh viên y tham gia thực nghiệm đều thấy hương bánh quế quyến rũ hơn cả hương floral!

Sự bất ngờ này dẫn đến một thí nghiệm trong năm 95. Hirsch đề nghị 31 nam giới Chicago độ tuổi từ 18 đến 64 ngửi 46 mùi hương bao gồm cả nước hoa và các loại thực phẩm. Bạn có muốn biết kết quả? Trong khi chúng ta cứ nghĩ rằng gia vị tình yêu chỉ thuộc độc quyền của nhóm hương gia vị hay hương xạ, thì kết quả của Hirsch quả thật đã đảo lộn suy nghĩ này.

Hỗn hợp bánh - hoa oải hương bí ngô đã tăng kích thích tình dục nam giới lên 40 %. Con số này ở hỗn hợp cam thảo - bánh rán đen là 32 %. Các bánh bí ngô - bánh rán là 20 %. Mùi của bông ngô bơ khiến đàn ông hưng phấn 9%; pizza phô mát là 5%, bánh quế nướng 4%. Mùi nước hoa của phụ nữ, buồn thay, chỉ đạt đến con số bé nhỏ là 3%. (Tin tốt ở đây là có rất ít mùi làm giảm kích thích tình dục của đàn ông)

Năm 97, tiến sỹ Hirsch chuyển sự quan tâm của ông sang đối tượng là phụ nữ. Trái với các đối tượng nam giới, nhiều loại mùi sẽ ảnh hưởng đến sự hưng phấn của phụ nữ. Hương thơm của hoa anh đào giảm hưng phấn của chị em trung bình 18 % và con số này ở khói than nướng là 14%. Phụ nữ phản ứng tốt với mùi phấn em bé, mùi bột sôcôla, mùi bí ngô kết hợp oải hương hay mùi dưa chuột. Họ có vẻ không có nhiều cảm hứng với mùi nước hoa đàn ông lắm (hưng phấn tình dục giảm đi 1% khi họ ngửi thấy mùi hương “lạ” trên da của người tình).

Những kết quả này được công bố vào giữa thập niên 90, một thập niên mà sex không được tôn thờ như những năm 60 bởi sự cản quét của đại dịch AIDS. Những mùi hương xác thịt từng được ưa chuộng trong những năm 70, 80 nay bị thất sủng, bởi sự cuồng loạn của nó dễ gợi lên những ám ảnh của “dirty sex”, tình dục không an toàn và bệnh tật. Người ta thích những mùi hương nhẹ, trong suốt của nước hay những mùi hương ngọt mát của hoa cỏ. Nhưng nếu thiếu đi sự cảm dỗ, cuộc đời còn gì là

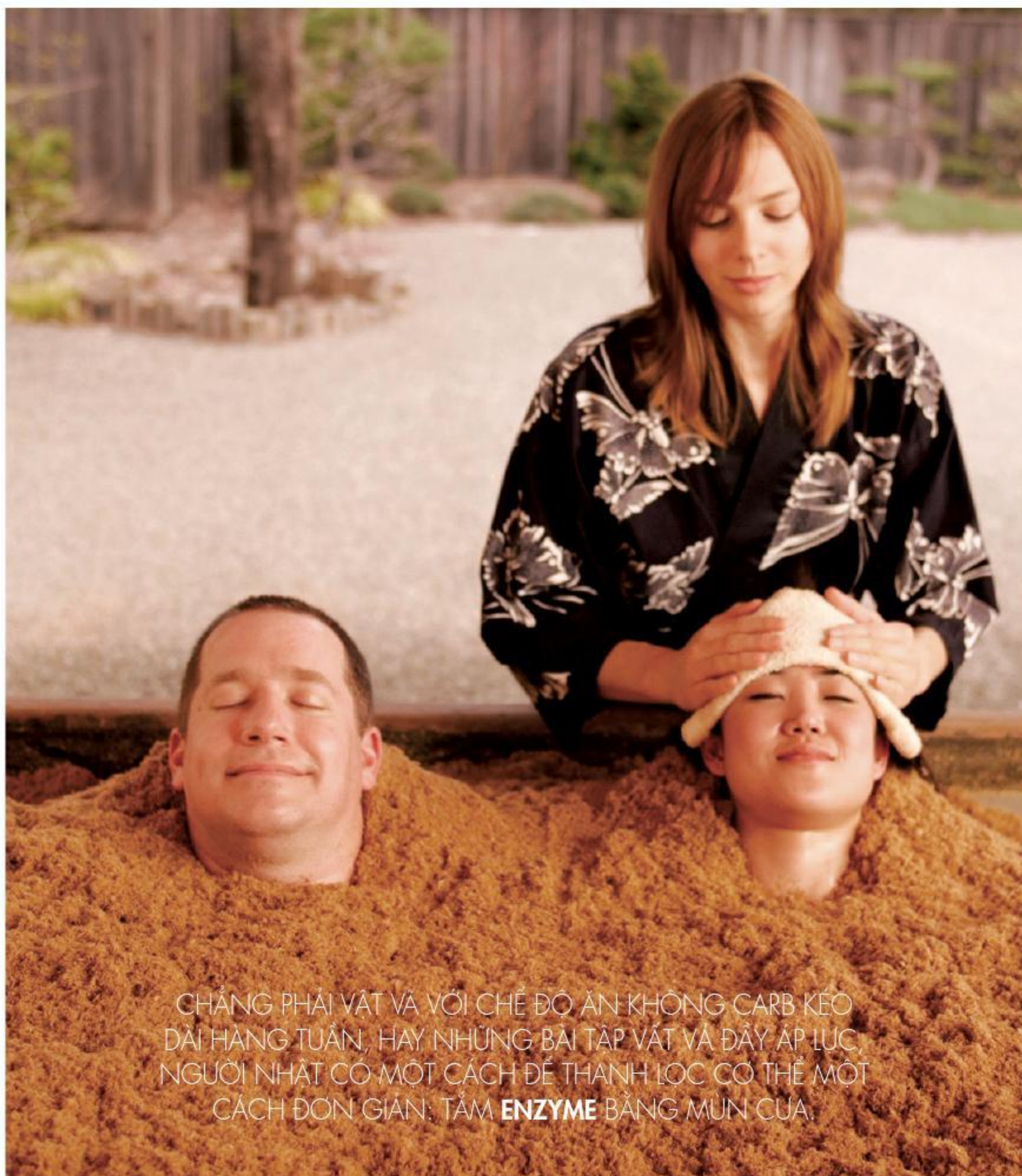
vui thú? Những mùi hương trong vắt gắn liền với Thiên và sự khổ hạnh hẳn không phải điều mà giới trẻ tìm kiếm. Và Angel ra đời. Chiếc kẹo que khổng lồ, với lớp hương trung tâm được xây dựng với liều lượng phóng túng của vanilla, praline, caramel và chocolate đen. Từ gây shock, bị dè bủ cho đến được săn lùng, Angel đã tạo ra một thẩm mỹ đột phá. Mặc dù từ năm 70, L' Artisan Parfumeur đã tạo ra Vanilia sử dụng ethyl maltol, hương thơm của đường kéo thành sợi và caramel, nhưng Angel mới được xem là tiên phong của dòng nước hoa gourmand. Với những nghiên cứu của tiến sỹ Hirsch, bí mật về sự thành công chậm chạp nhưng lâu dài đến mức “không thể lý giải” của Angel hẳn đã có vài lời giải đáp.

Theo tác giả Simone Shitrit, cây bút người Sao Paulo chuyên viết về mùi hương cho các tạp chí nổi tiếng thì Angel có tác dụng không khác gì một liều “Botox” tinh thần cho phụ nữ. Angel khiến phụ nữ cảm thấy trẻ trung hơn. Điều này không chỉ thỏa mãn cảm xúc thường niên của phụ nữ về nhan sắc, mà quan trọng hơn, nó còn liên quan đến khả năng lựa chọn bạn tình: phụ nữ trẻ sẽ cảm dỗ hơn về mặt sinh học. Hơn 20 năm sau khi ra đời, Angel vẫn là biểu tượng cho sự thành công. Các quảng cáo của mùi hương này trong những năm qua đã hé lộ nhiều hơn nữa về tình dục với những model quyến rũ và khơi gợi nhiều da thịt hơn.

Trong khi sức cuốn hút của nhóm mùi hương gia vị phương Đông vẫn được chứng minh, bạn có thể phải cân nhắc một chút khi xúc hương thơm này đến nơi hò hẹn vì độ lan tỏa quá mạnh mẽ của chúng. Tại sao không quay sang nhóm hương gourmand với sự ấm áp ngọt ngào của sôcôla và caramel tan chảy? Thật hoàn hảo cho một bữa tối đẹp và ấm cúng.

TẮM **ENZYME** BẰNG...MÙN CUA

Minh Hằng



CHẰNG PHẢI VẶT VÀ VỚI CHẾ ĐỘ ĂN KHÔNG CARB Kéo dài hàng tuần, hay những bài tập vất vả đầy áp lực, người Nhật có một cách để thanh lọc cơ thể một cách đơn giản: TẮM **ENZYME** BẰNG MÙN CUA.

Dù trị liệu này bắt nguồn từ Nhật nhưng tôi đã trải nghiệm nó ở một vùng đất khác: California, Mỹ, trong một spa cực kỳ nổi tiếng ở vùng này là Osmosis. Osmosis như một ốc đảo nhỏ tách ra khỏi cái quang cảnh chung của vùng Freestone, khiến người ta ngỡ như mình đang ở giữa nước Nhật với những cô phục vụ di chuyển nhẹ nhàng trong các bộ yukata truyền thống và phong cách decor đậm chất Thiền. Hồ nước trong vắt với những chú cá chép Koi lượn lờ, bóng cây xanh mát, đá cuội trắng, lan can gỗ và hành lang dài bình lặng, những khung cửa tròn, mái dốc đặc trưng của Châu Á. Chỉ mới bước chân vào đây, người Châu Á sẽ thấy như đã trở về nhà. Còn người Âu Mỹ hẳn sẽ thấy như mình đang ở một vùng đất khác.

Tôi được thay một bộ yukata trong phòng thay đồ rồi được dẫn vào một phòng tắm nhỏ gọn, trong đó có hai bồn hình chữ nhật lớn chứa đầy mùn cửa tuyết tùng đã được lên men. Mùi hương mạnh mẽ - nhưng không quá khó chịu - bạn hãy hình dung nó như mùi bánh mì và mùi gỗ tuyết tùng được trộn lẫn trong nhiệt độ cao. Tôi nằm xuống một bồn tắm và được phủ đầy mùn cửa lên cơ thể, chỉ trừ phần cổ. Cảm giác khá giống với việc vùi mình trong cát trên bãi biển, ngoại trừ việc bạn nhanh chóng cảm thấy cơ thể mình nóng lên.

Căn phòng yên lặng gần như tuyệt đối, chỉ có mơ hồ tiếng chuông và tiếng tụng kinh thì thầm khiến ta cứ muốn nằm bất động mãi mãi. Độ ẩm tăng dần, tôi có thể cảm thấy mồ hôi mình túa ra trên trán, trên cơ thể, như một chiếc bánh quy đang lật trên một chiếc chảo ấm. Hương thơm ngày càng mạnh hơn. Nhân viên của Osmosis áp những chiếc khăn lạnh lên gương mặt đắp mồ hôi của tôi. Có điều gì đó gần giống với một phòng tắm xông hơi, nhưng tuyệt vời là tôi vẫn có thể hô hấp một cách bình thường (tôi gần như không thể thở khi xông hơi). Sau 15 phút, cô nhân viên đỡ tôi đứng dậy khỏi bồn tắm. Liệu trình có mức thời gian tối đa là 20 phút, nhưng thường chỉ cần 15 phút cũng đủ để khiến bạn cảm thấy sạch đến tận xương. Tắm



chóp nhoáng để giải quyết những mụn cửa vương trên cơ thể, tôi tiếp tục được massage ngoài trời trong 75 phút. Tôi đã từng được massage trong những căn phòng sang trọng và đẹp. Nhưng cảm giác rất khác khi bạn có thể cảm nhận được những ngọn cỏ mảnh dẻ đang lay trong gió ở cách bạn vài bước chân và một vườn cây xanh tươi đang bao quanh. Khu vườn đậm chất Thiền này được thiết kế bởi chủ nhân của Osmosis, ông Michael Stusser, và Robert Ketchell, chủ tịch của Japanese Garden Society tại Anh.

Michael Stusser đã mang trị liệu tắm enzyme từ Nhật Bản về Mỹ trong cuối thập niên 90. Và ngay khi mới thành lập, nó đã xuất hiện trong những tạp chí uy tín như New York Times, Chicago Tribune, Washington Post... vì sự độc lạ của một trị liệu thú vị. Michael Stusser đến Nhật vì tình yêu với Thiền định, nhưng chính điều này khiến ông mắc phải vấn đề với bệnh thần kinh toạ. Những người bạn địa phương giới thiệu ông tới một

phòng tắm enzyme. Ở đây, Stusser có một trải nghiệm không thể nào quên. Căn bệnh của ông biến mất sau một tuần đều đặn tắm mùn cửa lên men (2 lần/ngày). Và 15 tháng sau, Stusser quay lại quê hương mình để mở Osmosis, cung cấp những niềm vui và sự kinh ngạc cho những đồng bào Mỹ vốn chưa bao giờ nghe nói tới tắm mùn cửa enzyme.

Tại sao lại nói là mùn cửa enzyme? Bởi đây là một hỗn hợp gồm mùn cửa gỗ tuyết tùng, bột cám gạo và một loại men enzyme kỳ lạ được lên men từ trái cây và hoa. Hỗn hợp này có tác dụng với cơ thể như thế nào? Theo giải thích của Stusser, da là cơ quan lớn nhất trong cơ thể. Khi da tiếp xúc trực tiếp với các men enzyme mạnh mẽ trong bồn tắm enzyme, một trao đổi

111 **STYLE**



STYLE 112

năng lượng động xảy ra. Sự kết hợp của nhiệt độ và năng lượng hóa học ảnh hưởng đến cơ thể của bạn và kích hoạt các quá trình làm sạch tự nhiên từ bên trong. Các chất độc đào thải qua các lỗ chân lông, khiến cơ thể nhẹ nhõm và tinh thần minh mẫn.

Ngay trên trang đánh giá www.yelp.com, bạn có thể xem những khách hàng phản hồi về Osmosis đây phần khích. “Chẳng có phòng tắm enzyme nào khác ở Mỹ. Và thật khó để mô tả tính chất tuyệt vời của liệu pháp Nhật Bản này. Một khi bạn được bao

bọc trong bốn tấm mùn của thơm mùi tuyết tùng này, bạn sẽ tự hỏi sao mình không làm điều này sớm hơn”; “Tôi mãi mãi tò mò với cái cách mà các enzyme phản ứng với nhau để tạo ra hỗn hợp tuyết tùng tuyệt vời này”.

Tắm mùn của không phải điều gì quá mới mẻ trên quê hương gốc của nó: Nhật Bản. Ở quốc gia này, dịch vụ tắm mùn của không phải điều gì quá xa xỉ. Bạn có thể ghé vào một salon ở Tokyo, hay Hokkaido và để nghị dịch vụ này bất cứ khi nào. Ví dụ như salon Kousoyokuen Leaf ở Shinjuku, Tokyo. Đây là nơi cung cấp dịch vụ tắm enzyme với các bốn gỗ phủ đầy mùn của, cám gạo. Hỗn hợp này còn được pha trộn với một loại men đặc biệt từ trái cây và hoa.

Mùn của được lấy từ cây gỗ Yoshino Cypress trồng ở tỉnh Nara, hoặc gỗ tuyết tùng và bách, được nghiền mịn và trải qua một quá trình lên men độc đáo. Men tự nhiên từ trái cây và hoa được thêm vào mùn của, giúp nó có thể đạt được mức nhiệt độ cao nhất là 70-80 độ mà không cần bất kỳ nguồn nhiệt nhân tạo nào. Dù vậy, ở các salon Nhật Bản, người ta thường duy trì

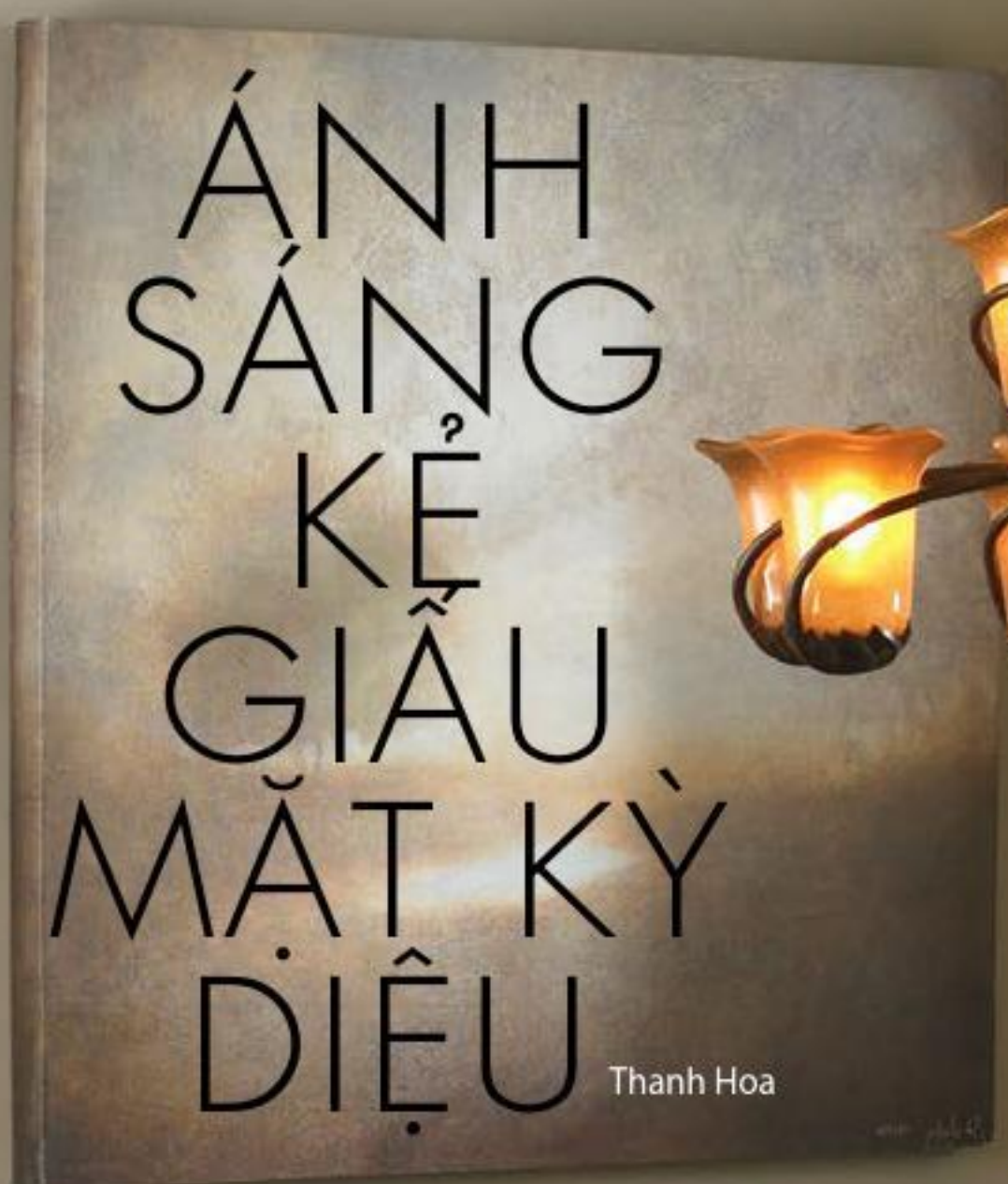
nguồn nhiệt chỉ ở mức 40 độ để khách hàng có thể cảm thấy nhẹ nhõm.

Nguyên lý của trị liệu này cũng tương đối giống với xông hơi ở khía cạnh làm mồ hôi toát ra và làm ấm cơ thể từ bên trong. Nguồn nhiệt ấm nóng sẽ kích hoạt cơ quan nội tạng của bạn, làm tối ưu hóa quá trình chuyển hóa, tăng sức mạnh miễn dịch và cải thiện lưu thông. Người Nhật tin rằng trị liệu này cũng tuyệt vời trong việc giảm bớt táo bón và thậm chí mất ngủ. Mùn của khô cũng thúc đẩy việc tiết mồ hôi mà không làm tắc nghẽn lỗ chân lông của bạn, nơi bụi bẩn và bã nhờn dư thừa trên da của bạn cũng được rửa sạch.

Sự phổ biến của phòng tắm mùn của lên men ở Nhật Bản đã tăng vọt trong những năm gần đây, nhưng trị liệu này thực ra đã xuất hiện từ 70 năm trước từ Hokkaido. Giờ đây, phòng tắm enzyme nở rộ khắp nước Nhật: Hi no Ki ở Tokyo; Ogakuzu Koso Yoku Sakura, với các chi nhánh trong cả nước; và Yu Shin Ion Koso Ogakuzu furo tỉnh Oita, mở cửa vào đầu năm nay. Trị liệu này mang đậm chất Thiền với nguyên lý làm tâm hồn và cơ thể được thanh sạch từ bên trong.

lifestyle





ĐÔI KHI, BẠN CẢM THẤY KHÔNG GIAN NÀY
HOÀN HẢO HƠN KHÔNG GIAN KIA DÙ
CHÚNG CÓ NỘI THẤT KHÔNG QUÁ KHÁC
BIỆT. ĐÔI KHI, MỘT GÓC KHÔNG GIAN
NÀO ĐÓ LẠI LÀ VỊ TRÍ MÀ BẠN YÊU THÍCH
NHẤT TRONG CẢ CĂN NHÀ MÀ KHÔNG
BIẾT VÌ SAO. NHỮNG ĐIỀU NÀY CHỈ CÓ THỂ
GIẢI THÍCH BẰNG MỘT KẾ GIẤU MẶT:
ÁNH SÁNG

115 STYLE



Bạn đã bao giờ bước vào một căn phòng và ngạc nhiên trước cách ánh sáng được khuếch tán? Có lẽ là không, bởi một lẽ đơn giản: khi ánh sáng hoàn hảo, bạn hầu như không nhận thấy sự hoàn hảo đó. Khác với sự lộng lẫy của nội thất hoặc tông màu có thể nhận ngay ra bằng mắt thường, sự tuyệt vời của ánh sáng cần được cảm nhận bằng thời gian. “Nếu một căn phòng được thả sáng đúng cách, tất cả mọi người sẽ ở trong trạng thái tốt nhất và họ luôn cảm thấy thoải mái mà không cần biết tại sao” - Một chuyên gia về lắp đặt ánh sáng tại Việt Nam nhận xét. Trong khi nhiều chủ nhà chưa quá để tâm đến nguồn sáng trong gia đình thì décor bằng ánh sáng là điều thiết yếu cần được tính tới trong các quán bar, nhà hàng, khách sạn và các không gian giải trí khác. Nguồn sáng thích hợp sẽ tạo ra một không gian hấp dẫn và khuyến khích người lạ dừng chân. Một trong những sai lầm lớn nhất là việc cường điệu ánh sáng bằng những thiết bị đắt đỏ. Chẳng ai muốn bị phơi ra trong nguồn sáng chói chang như ở bệnh viện, dù chúng được phát bởi những cây đèn đẹp đến đâu chăng nữa. Vậy cần cân bằng nguồn sáng trong gia đình như thế nào để đạt được hiệu quả tốt nhất?

BẢN ĐỊA HOÁ NGUỒN SÁNG CỦA BẠN

Một quan niệm sai lầm phổ biến là bạn cần phải làm sáng cả căn phòng. Thay vì sử dụng nguồn sáng từ một điểm duy nhất, hãy thử kết hợp nhiều điểm phát sáng khác nhau. Những căn phòng có ánh sáng đẹp thường sẽ có nhiều lớp ánh sáng pha trộn với nhau. Đầu tiên, hãy chọn nguồn phát sáng chính (một bóng đèn lớn ở vị trí trung tâm nhằm cung cấp ánh sáng chính cho cả căn phòng), sau đó hãy khuếch tán nguồn sáng này bằng các đèn phụ. Những chụp đèn nhỏ trên tường sẽ tạo ra sự khác biệt lớn. Những chụp đèn này đang được cung cấp với rất nhiều màu sắc, hình dạng khác nhau. Bạn có thể thay các chụp đèn màu khác nhau để thử độ kết hợp của các nguồn sáng cho đến khi tìm được màu sắc ưng ý.

THÊM CHỨC NĂNG ĐIỀU CHỈNH ĐỘ SÁNG

Đối với những căn phòng đa chức năng (ví dụ phòng làm việc kết hợp với phòng ngủ), điều chỉnh độ sáng là điều vô cùng cần thiết. Phương pháp đầu tiên chính là đa dạng hoá nguồn sáng (như đã nói ở

Decor

www.stylemagazine.vn

phần trên) và phương pháp thứ hai là tích hợp chức năng điều chỉnh cho các đèn để chúng có thể cung cấp các mức độ sáng khác nhau. Như vậy, chỉ cần một nút bật, bạn sẽ có nguồn sáng linh hoạt cho cả ngày, thích hợp cho các tâm trạng khác nhau, hoặc các sự kiện khác nhau. Thiết bị này cũng cho phép tiết kiệm năng lượng đồng thời tăng tuổi thọ bóng đèn.

CHỌN LOẠI BÓNG ĐÈN NÀO?

Sử dụng đèn huỳnh quang trắng dạng tuýp đơn độc không được khuyến khích, bởi thật khó để tạo ra nguồn sáng đẹp dưới ánh sáng trắng mạnh mẽ của loại đèn này. Chúng khiến mọi thứ trở nên tái nhợt và có nguy cơ dẫn đến đôi mắt mệt mỏi. Nếu thích đèn huỳnh quang, bạn có thể chọn đèn huỳnh quang compact bóng tròn, có khả năng tiết kiệm điện tới 80%. Đèn LED là một lựa chọn tuyệt vời, dù mức giá khá cao.

XEM XÉT CHỨC NĂNG CỦA CĂN PHÒNG

Chức năng khác nhau sẽ dẫn đến nguồn sáng khác nhau: một căn bếp sẽ không thể có ánh sáng như phòng tắm và nguồn sáng của phòng làm việc chắc chắn sẽ khác hoàn toàn với phòng ngủ. Với phòng ăn, một đèn chùm trên cao ở giữa trung tâm căn phòng với nguồn sáng vàng mờ ấm áp là lựa chọn tốt nhất. Một vài cây

nến nhỏ có thể được sử dụng như nguồn sáng phụ trên bàn ăn. Chiều sáng nhà bếp cần nguồn sáng phức tạp hơn. Bạn cần hai nguồn sáng: nguồn sáng chính có độ khuếch tán dịu nhẹ trong toàn bộ căn bếp, cho cảm giác ấm cúng và nguồn sáng thứ hai, chiếu rọi tập trung ở khu vực làm việc của đầu bếp. Lý tưởng nhất thì nguồn sáng thứ hai này nên đặt dưới tấm mắt đầu bếp, có thể ngay trên bếp ga – khu vực đun nấu hoặc đặt hắt ra từ thiết bị hút khói. Đèn LED là lựa chọn số 1 cho khu vực này.

Trong phòng khách, nguồn sáng cần được thiết kế tỉ mỉ và tinh tế với sự kết hợp của đèn sàn, đèn bàn, đèn tường và đèn trần. Chắc chắn ở đây, các thiết bị chiếu sáng cần được lựa chọn như một phần của nội thất.

Với đèn phòng tắm, đa số thích một nguồn sáng nhỏ đặt trên tường, cho ánh sáng dịu nhẹ. Những ngọn nến là ý tưởng rất dễ chịu cho phòng tắm, đặc biệt là nến thơm tự nhiên. Bạn nên kết hợp khả năng khuếch tán ánh sáng hỗn hợp của đèn huỳnh quang compact và bóng đèn halogen để tạo ra sự tương phản thấp và ánh sáng mềm mại. Phòng ngủ cần nguồn sáng tập trung ở đầu giường, giúp gia chủ có thể đọc sách. Ngoài ra, một nguồn sáng nhẹ và mờ từ trên cao sẽ vô cùng thích hợp.

1. Đèn Vonfram (Incandescent Bulb): Đây cũng là loại đèn lâu đời nhất, hình dáng bóng đèn gần như hình tròn bên trong là chân không và có chứa khí trơ là Argon và Krypton. Tim đèn làm bằng vonfram. Dòng điện sẽ chạy quanh sợi vonfram, và vonfram sẽ giải phóng ra năng lượng tạo thành ánh sáng và tỏa nhiệt. Rẻ tiền, thông dụng nên loại đèn này được nhiều gia đình lựa chọn cho đèn tường hay đèn phòng tắm. Tuy nhiên, loại đèn này hầu như không có chức năng tùy chỉnh, tiêu tốn điện năng rất cao. Bạn nên xem xét các loại đèn khác thay thế từ bây giờ.

2. Bóng đèn huỳnh quang compact (CFL): Một biến

thể của đèn huỳnh quang ống dài (còn gọi dân dã là đèn tuýp). Hai loại này có cơ chế hoạt động như nhau, nhưng công dụng khác nhau. Do kích thước nhỏ, đèn compact tiện dụng để lắp sáng các vị trí có không gian hạn chế, như các góc nhà, bồn tắm, hốc tường trang trí, tủ hàng, hành lang, hiên nhà, hoặc nhà bếp... Đèn tuýp có dải sáng rộng, nên thích hợp để lắp cho các không gian lớn như phòng khách, phòng ngủ...

3. Đèn Halogen: Cũng là bóng đèn sợi đốt, nhưng sử dụng ít năng lượng hơn so với bóng đèn tiêu chuẩn. Chúng phát ra ánh sáng màu vàng ấm áp. Loại đèn này phù hợp khi sử dụng để khuếch

tán cho nguồn sáng chính.

4. Đèn LED: Đèn LED tiết kiệm khoảng 90% so với đèn sợi đốt và 50% điện năng tiêu thụ so với đèn compact. Đèn Led có thể đạt được điều này do hệ số công suất của đèn LED đạt 0.97 trong khi các loại đèn truyền thống chỉ đạt 0.1 - 0.5. Bên cạnh đó, hệ thống tản nhiệt độc đáo của sản phẩm đèn LED còn giúp giảm công suất điều hòa nhiệt độ. Việc này đồng nghĩa người tiêu dùng tiết kiệm đến 2 lần khi sử dụng đèn LED thay các loại đèn khác. Tuy vậy, nguồn sáng của LED đôi khi khá mạnh mẽ, nên sử dụng khi cần tập trung ánh sáng ở một khu vực nhất định (khu vực nấu ăn hay sảnh treo tranh ở hành lang).





②

CES 2014: Cool Gadgets

Bảo Bình

CES (CONSUMER ELECTRONICS SHOW) LÀ HỘI CHỢ HÀNG TIÊU DÙNG ĐIỆN TỬ QUY MÔ QUỐC TẾ VÀ UY TÍN NHIỀU NĂM LIỀN ĐƯỢC TỔ CHỨC THƯỜNG NIÊN VÀO THÁNG MỘT TẠI LAS VEGAS, NEVADA. STYLE SẼ GIỚI THIỆU ĐẾN CÁC BẠN MỘT SỐ SẢN PHẨM CÔNG NGHỆ THÚ VỊ SẼ RA MẮT SỚM ĐƯỢC GIỚI THIỆU TẠI CES 2014 VỪA RỒI.

⑤



⑥



①



118^{STYLE}



1. Polaroid Socialmatic Camera

Máy ảnh polaroid gần như là một món đồ chơi được rất nhiều bạn trẻ ưa chuộng ngày nay vì tính bất ngờ và cảm giác kỉ niệm được ghi dấu tíc khắc mà nó mang lại. Dựa trên nhu cầu đó, phát triển trên phần mềm Android Socialmatic, chiếc máy ảnh Polaroid của bạn sẽ trở nên sống động hơn bao giờ hết với hệ thống mực in sticker mới trên nền hiệu ứng ảnh Sepia, thoải mái tùy chỉnh cùng màn hình cảm ứng 4.5inch. Chiếc máy ảnh hấp dẫn này sẽ được bày bán vào cuối năm nay.

2. June Bracelet

June Bracelet là chiếc vòng đeo tay được thiết kế cực kì thời trang như một chiếc vòng dành cho phái đẹp mà bạn vẫn thường nhìn thấy nhưng lại có khả năng cảm ứng được cường độ tia cực tím trong môi trường ánh sáng ngoài trời. Sản phẩm của Netamo này còn có thể đưa ra lời khuyên cho người sử dụng nên chọn sản phẩm kem chống nắng với độ SPF bao nhiêu thì hợp lý. Quả thật đây là một “người bạn cứng” mới của chị em phụ nữ!

3. LaCie Sphere Hard Drive

Ở mức giá \$499 cho một chiếc ổ

cứng ngoài dung lượng 1TB thì quả thật quá vô lý, nhưng chiếc ổ cứng LaCie này hiển nhiên không chỉ được bán ra vì khả năng lưu trữ thông tin như mọi chiếc ổ cứng ngoài bình thường khác. Thiết kế hoàn hảo tinh vi đánh vào nhu cầu đẹp và lạ mới chính là yếu tố làm nên mức giá kia.

4. Panomo Panoramic Camera

Chỉ cần quảng quả cầu Panomo Camera này vào trong không khí, chiếc máy ảnh sẽ tự lưu lại 360 độ khung cảnh, mọi góc độ mà bạn mong muốn, thậm chí là không ngờ tới. Lưu ý: Đừng quảng quá mạnh tay là được!

5. Pebble Steel Smartwatch

Bạn hãy chuẩn bị đi! Đồng hồ thông minh đang dần dần trở thành một thứ phụ kiện công nghệ thời trang đầy hấp dẫn khi không ngừng được cải tiến và tích hợp thêm các tính năng mới. Chiếc Pebble Steel thế hệ thứ hai này một ví dụ khi thiết kế ngày một gần gũi và tối giản hơn; khách hàng được tùy chọn giữa dây da hay dây kim loại; pushing email, apps, thời tiết, tin nhắn, twitter...

6. Kolibree Toothbrush

Nào xin mời bạn làm quen với chiếc bàn chải đánh răng tích hợp kết nối Internet đầu tiên trên thế giới. Với Kolibree, chiếc bàn chải của bạn sẽ được liên kết với một app thông minh, lưu trữ lại các thông số về thói quen đánh răng hàng ngày của bạn rồi từ đó phân tích đưa ra thông báo xem bạn đã đánh răng đúng cách, đủ và hợp lý chưa; đồng thời nó cũng đưa ra các hướng dẫn để bạn điều chỉnh tốt hơn.

7. LG Home Chat

Hãy tưởng tượng bạn có thể ngồi một chỗ và “đối thoại” cùng ra lệnh cho các máy móc trong nhà như tủ lạnh, máy giặt hay máy hút bụi! Điều này hoàn toàn có thể khi LG vừa giới thiệu hệ thống quản lý thiết bị điện tử trong nhà mang tên LG Home Chat. Phần mềm thông minh này cho phép bạn điều khiển và cập nhật hiện trạng trong nhà thông qua một màn hình chat tương chừng như đơn giản. Có vẻ như con người đang tiến rất gần đến thời kì cho phép mình “lười biếng” tối đa rồi.

Smartphone

CỦA THÁNG

Hải Miên

Samsung Galaxy S5

Bên cạnh các tính năng đáng chú ý như cảm biến nhận diện vân tay, theo dõi sức khỏe... Galaxy S5 được xem là chiếc smartphone nắp rời đầu tiên trên thế giới có khả năng chống nước theo chuẩn IP67. Máy được trang bị màn hình Super AMOLED 5.1 inch, phủ lớp kính cường lực Gorilla glass 3, độ phân giải Full HD 1920x1080, sử dụng bộ vi xử lý lõi tứ của Qualcomm, RAM 2GB và camera độ phân giải 16MP với rất nhiều tính năng và chế độ chụp hình.

Elife S5.5

Elife S5.5 được xem là chiếc smartphone mỏng nhất thế giới hiện nay khi độ dày chỉ 5.5mm, máy có màn hình 5.5 inch, Super AMOLED và được phủ lớp kính cường lực Gorilla glass 3, độ phân giải Full HD 1920x1080pixel. Về phần cứng máy được trang bị bộ vi xử lý MediaTek MT6592 8 nhân, tốc độ 1,7GHz, bộ nhớ trong 16GB và RAM DDR3 2GB và pin có dung lượng 2450mAh. Máy được trang bị 2 camera, trong đó, camera sau có độ phân giải 13.0MP tích hợp flash và camera trước 5.0MP, góc chụp rộng 88 độ.

HTC One 2014

HTC One phiên bản 2014 được cải tiến với 2 camera ở mặt sau. Ngoài ra, theo các thông tin, HTC One 2014 có kích thước 146 x 70.5 x 9.35 mm, nặng 157g. Máy dùng màn hình 5 inch độ phân giải 1080p, chip lõi tứ Snapdragon 801 xung nhịp 2.3GHz, RAM 2GB, pin 2.600mAh, SIM nano, bộ nhớ trong 16GB/32GB hỗ trợ thẻ nhớ ngoài.



HÃY CÙNG STYLE ĐIỂM QUA CÁC SMARTPHONE ĐƯỢC CHỜ ĐỢI NHẤT THÁNG 04/05 NÀY NHÉ!

Oppo Find 7

Điểm nổi bật đáng chú ý là Oppo Find 7 sẽ có phiên bản màn hình độ phân giải 2K (2540x1440pixel) bên cạnh phiên bản Full HD 1920x1080pixel. Bên cạnh đó, Find 7 cũng là chiếc smartphone cao cấp đầu tiên trên thế giới đến thời điểm hiện nay áp dụng công nghệ sạc nhanh VOOC, bằng cách sử dụng một chip điều khiển quá trình sạc, chỉ cần 30 phút pin của máy sẽ được sạc đầy đến 75%, nhanh gấp 4 lần sạc thông thường. Ngoài ra, camera sau của máy có độ phân giải 13.0MP với khẩu độ f2.0, được tích hợp đèn flash kép, đáng chú ý trong Find 7 xuất hiện chế độ chụp SuperZoom, với chế độ này máy sẽ chụp 10 tấm liên tiếp sau đó ghép lại cho ra một bức ảnh có độ phân giải lên tới 50MP.

LG G Pro 2

LG G Pro 2 có vẻ ngoài tương tự như phiên bản trước, nhưng mỏng hơn một chút và có nắp lưng kiểu mới bằng kim loại với các vân dạng lưới. Máy sở hữu màn hình IPS 1080p 5.9 inch, vi xử lý lõi tứ Snapdragon 800 tốc độ 2.26 GHz, RAM DDR3 3GB và bộ nhớ trong 32GB, cho phép mở rộng với khe cắm thẻ nhớ microSD. Ngoài ra, thiết bị còn sở hữu loa 1W được LG quảng cáo tăng 30% âm lượng so với trước, cùng với camera 13MP phía sau với tính năng ổn định hình ảnh quang học và camera 2.1MP phía trước.

Sony Xperia Z2

So với Xperia Z1, thiết kế của Xperia Z2 không có nhiều thay đổi với mặt trước và mặt sau phủ kính, khả năng chống nước theo tiêu chuẩn IP58. Máy dùng vi xử lý lõi tứ Snapdragon 801, RAM 4GB. Chiếc smartphone mới của Sony cũng có thông số pin 3.200 mAh, cao hơn của Xperia Z1 (3.000 mAh). Máy được trang bị camera 20.7M cho phép quay video độ phân giải 4K. Sony cũng bổ sung tính năng video Timeshift cho phép người dùng quay video 720p với tốc độ 120fps, sau đó giảm xuống để tạo hiệu ứng chuyển động chậm.





NHỮNG MẪU XE MUI TRẦN ĐÁNG MUA NHẤT 2014

Hoàng Khải

NHỮNG CHIẾC XE
MUI TRẦN GẦN NHƯ
TRỞ THÀNH NIỀM MƠ
ƯỚC VÀO MÙA HÈ
CỦA RẤT NHIỀU BẠN
TRẺ KHÔNG CHỈ BỞI
THIẾT KẾ QUYẾN RŨ
CỦA CHÚNG MÀ CÒN
BỞI TÍNH NĂNG ĐỘNG
VÀ CẢM GIÁC TỰ DO.
STYLE XIN GIỚI THIỆU
ĐẾN BẠN CÁC MẪU XE
MUI TRẦN ĐÁNG MUA
NHẤT 2014!

123^{STYLE}



Porsche 911 Targa
4 và 4S

Chiếc xe thiết kế độc đáo với mui xe gồm hai phần, phần trước là mui mềm với cấu trúc cứng cáp để che cabin và phần sau bằng kính. Phần kính phía sau có nhiệm vụ tách ra tạo không gian chứa phần mui mềm phía trước khi mở mui. Cung cấp sức mạnh cho 911 Targa 4 là động cơ 3,4 lít V6 công suất 350 mã lực, trong khi đó phiên bản 4S sử dụng cỗ máy 3,8 lít công suất 400 mã lực.

Aston Martin Vanquish Volante 2014

Vanquish Volante sẽ là chiếc xe mui trần đỉnh cao nhất trong lịch sử 100 năm của hãng xe Anh quốc, với thiết kế mềm mại, sang trọng và đẳng cấp kết hợp khả năng vận hành đỉnh chảnh thua kém những chiếc xe đua thuần chủng. Vanquish Volante trang bị động cơ 6 lít V12 công suất 565 mã lực và mô-men xoắn 620 Nm. Sức mạnh truyền đến bốn bánh thông qua hệ dẫn động cầu sau, kết hợp với hộp số tự động 6 cấp Touchsonic 2 giống trên phiên bản coupe. Nội thất thiết kế kiểu 2+2. Trọng lượng nhỉnh hơn bản coupe 9 kg ở mức 1.845 kg. Xe sử dụng mui vải 3 lớp siêu nhẹ và thời gian gấp gọn chỉ 14 giây. Giá bán dự đoán ở mức \$299000.



A3 mui trần phát triển dựa trên mẫu A3 sedan, nhưng các chi tiết phần đầu và đuôi xe sửa đổi trông mạnh mẽ và góc cạnh hơn. Ba-đờ-sốc thiết kế lại, những chi tiết trang trí bằng kim loại cùng bộ vành hợp kim kích thước lớn. Nội thất vẫn giữ nguyên từ A3 sedan, chỉ có vô-lăng thiết kế lại 3 chấu thể thao. A3 2015 bán ra với 3 phiên bản với SE bản tiêu chuẩn, Sport thể thao và S cao cấp. Giá khởi điểm vào khoảng \$43000.



Audi A3 2015 Cabriolet

124

STYLE



Bentley Continental GT V8 S 2014



Continental GT V8 S trang bị động cơ 4 lít V8 công suất 521 mã lực tại vòng tua máy 6.000 vòng/phút và mô-men xoắn 680 Nm tại 1.700 vòng/phút. Hộp số tự động FZ 8 cấp. Xe tăng tốc từ 0 lên 100 km/h chỉ trong 4,3 giây và đạt tốc độ 308 km/h. Theo Bentley, mức tiêu hao nhiên liệu khoảng 10,6 lít/100 km. Nội thất của mẫu xe mới vẫn là sự sang trọng bởi sự kết hợp hài hòa giữa da, gỗ và vật liệu kim loại. Với hai tông màu nội thất tương phản, khách hàng có thể lựa chọn từ bảng 17 màu. Giá vào khoảng \$220000.

BMW Serie 4 2014 Convertible

Phát triển dựa trên serie 3 mui trần, serie 4 convertible có phiên bản và đều sử dụng hệ dẫn động cầu sau. Trong đó 428i trang bị động cơ 2 lít 4 xi-lanh công suất 240 mã lực và 435i với động cơ 3 lít 6 xi-lanh công suất 300 mã lực. Mui gấp của serie 4 là dạng mui cứng 3 mảnh và thời gian đóng mở mui mất 20 giây. Giống bản coupe, serie 4 mui trần sẽ có các gói trang bị Sport Line, Luxury Line và M Sport. Giá vào khoảng \$42000.



Ferrari California T



California thế hệ thứ hai lấy cảm hứng từ F12 Berlinetta và Ferrari FF. Xe trang bị động cơ 3,8 lít V8 tăng áp kép phun xăng trực tiếp cho công suất 552 mã lực và mô-men xoắn 755 Nm. Tăng tốc từ 0 lên 100 km/h chỉ trong 3,6 giây và đạt tốc độ tối đa 316 km/h. Xe đã ra mắt tại triển lãm Geneva 2014 vào tháng 3 tại Thụy Sĩ và nhận được nhiều khen ngợi từ giới hâm mộ lẫn chuyên môn.

Giống như Chevy Corvette Stingray, Mustang ra mắt với phong cách hoàn toàn mới so với người tiền nhiệm. Ford Mustang mới trang bị động cơ tăng áp EcoBoost với 3 tùy chọn 6 xi-lanh công suất 300 mã lực, 4 xi-lanh 305 mã lực và 8 xi-lanh 420 mã lực. Kiểu dáng cũng gợi cảm và nhiều đường cong hơn.

Ford Mustang 2015 convertible



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.

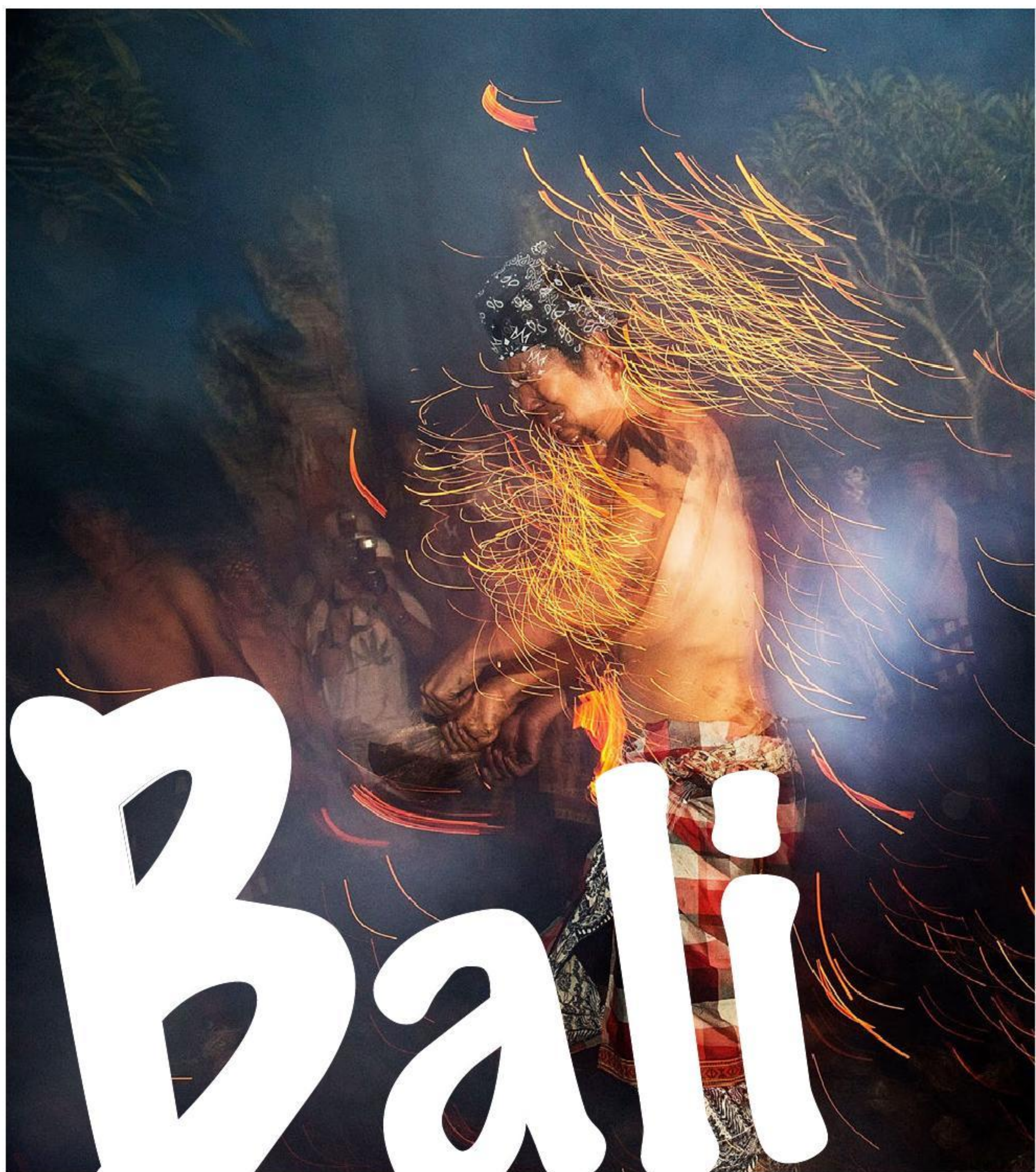


Go Further

- **HANOI FORD:** 94 Ngô Thì Nhậm, Hà Nội. Tel: 04.39712439
- **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888
- **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920
- **THANH XUÂN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525
- **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055
- **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566
- **HAIPHONG FORD:** 04 Bạch Đằng, TP. Hải Phòng. Tel: 0313.668990
- **QUANGNINH FORD:** Cầu 3, Cao Xanh, TP. Hạ Long. Tel: 033.3628699
- **VINH FORD:** Km 200, Đại Lộ Lê Nin, TP. Vinh. Tel: 038.3515292
- **DANA FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555
- **DANA FORD BÌNH ĐỊNH:** 73 Tây Sơn, Quy Nhơn, Bình Định. Tel: 056.3546555

- **DAKLAK FORD:** 35A Trường Chinh, TP. Buôn Mê Thuột. Tel: 0500.3954999
- **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130
- **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP. HCM. Tel: 08.38181458
- **SAIGON FORD CẦN THƠ:** 41A Đường 3/2, Xuân Khánh. Tel: 0710.3730720
- **SAIGON FORD PHỐ QUANG:** 104 Phố Quang, Tân Bình, TP. HCM. Tel: 08.38442947
- **CITY FORD:** 78B, Quốc Lộ 13, Phường 26, Bình Thạnh, TP. HCM. Tel: 08.35120473
- **CITY FORD NHA TRANG:** 580 Lê Hồng Phong, TP. Nha Trang. Tel: 058.3880366
- **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM. Tel: 08.38776732
- **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM. Tel: 08.38157979
- **PHÚ MỸ FORD:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái 2, Quận 2, TP. HCM. Tel: 08.37425454

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



VÙA ĐI VÙA MỈM CƯỜI

Hồ Thạch Thảo

TÔI ĐẾN BALI 6 NGÀY. 3 NGÀY Ở BIỂN, 3 NGÀY Ở NÚI.
TÔI KHÔNG ĐẾN BALI ĐỂ TÌM TÌNH YÊU NHƯ ELIZABETH GILBERT
TRONG “ĂN, CẦU NGUYỆN, YÊU”. TÔI Ở BALI RỒI TRỞ VỀ VIỆT NAM,
VẪN KHÔNG NGHĨ MÌNH VỪA CHẠM TAY ĐẾN THIÊN ĐƯỜNG.
Ở NHỮNG NƠI TÔI ĐI QUA, CÓ NHIỀU NƠI GIỐNG THIÊN ĐƯỜNG
HƠN BALI RẤT NHIỀU NẾU ĐO VỀ CẢNH QUAN.
NHƯNG BALI CÓ VÀI ĐIỀU KHÁC KHÁC LẠ HƠN, VÀI ĐIỀU TÔI
CHƯA THẤY AI KHI ĐẾN NHỚ KỂ LẠI CHO NGƯỜI Ở NHÀ.



NYEPI

Ở Bali, tôn giáo rộng lớn nhất và thống trị là đạo Hindu. Người Hindu có một bộ lịch tính thời gian riêng gọi là lịch Saka. Ngày cuối cùng của năm Hindu thường rơi vào cuối tháng 3. Vào đêm giao thừa, những con quỷ làm bằng giấy nộm to kềnh càng sẽ được đi diễu khắp các nẻo đường dưới ánh đuốc và lắc lư trong những điệu sáo nhạc rất nhộn tai. Các điệu múa cổ truyền với những vũ công trong các bộ cánh sắc sỡ cong vút vát ở những đầu yếm áo được diễn đi diễn lại suốt trận diễu hành dài. Kết thúc là việc đốt những nộm quỷ. Và mọi người trở về nhà, các du khách trở về khách sạn, háo hức chờ đợi Nyepi.

Nyepi là tên gọi ngày đầu năm mới. Dịch sang tiếng Anh là Silent Day (Ngày yên lặng). Mọi người tin rằng, ma quỷ đang rảo đi ngoài đường nên tất cả phải im lặng để đánh lừa chúng cho tới khi chúng bỏ đi. Sự yên lặng đồng nghĩa với việc tất cả mọi người không được phép ra đường hoặc lui tới những nơi công cộng. Sân bay đóng cửa, ô tô và các phương tiện khác đều bị cấm lưu thông, mọi hoạt động vui chơi giải trí đều ngưng hoạt động. Đến Bali vào đúng dịp Nyepi với nhiều khách du lịch quả là đòn chí mạng vì sẽ mất nguyên một ngày trời không được đi thăm thú. Nhưng nếu đã lỡ vô tình, nếu đã đến tận nơi rồi mới nhận ra mai là Nyepi? Bạn làm gì?

Đêm giao thừa đó tôi khoác yukata đỏ đi guốc mộc, vừa đi bộ dọc ngõ trúc vừa ăn một cây kem để ra đường chính. Tất cả mọi du khách xung quanh cũng đều ủa ra, vì là cơ hội cuối cùng được tản bộ và vui chơi trước khi bị nhốt trong nhà. Trên con đường dài dẫn xuống biển, hàng trăm người đủ mọi màu da mọi ngôn ngữ ríu rít tập nập, quây thành vòng tròn giữa đường xem múa, trầm trồ trước hình nộm Ogoh-Ogoh (hình nộm ma quỷ) tết bằng giấy bồi sắc sỡ dữ tợn to bằng 3 người thường, và sau đó kéo nhau hơn hờ sau đoàn rước tới tận bãi biển, nơi họ để mặc con quỷ trên bãi cát hoặc đốt ra tro. Tiếng trống bập bùng, những ngọn đuốc đốt trong lon sữa, những tiếng cười



Nyepi là tên gọi ngày đầu năm mới.

Dịch sang tiếng Anh là Silent Day (Ngày yên lặng). Mọi người tin rằng, ma quỷ đang rảo đi ngoài đường nên tất cả phải im lặng để đánh lừa chúng cho tới khi chúng bỏ đi.

nói, những nắm tay và bối rối, những ngẩn ngơ và bối rối, sự chuyển giao nào chẳng khiến người ta rung động? Một năm mới (lại) sắp đến cùng những sợ hãi sắp tan biến, một lần nữa được ở trong đêm giao thừa vào giữa tháng 3, khi mùa xuân đương chín và cánh hoa vàng bay bay khắp đảo. Rồi ngày Nyepi. Được quyền lười biếng mà không thấy tội lỗi vì đã bỏ phí một ngày giữa chuyến hành trình vốn kín mít và hối hả. Loanh quanh trong resort và khám phá mọi ngõ ngách giữa thênh thang im ắng tuyệt đối, nghe chiếc lá chạm khẽ và sóng đập dềnh trước ngõ.

Ngày hôm đó, tôi không theo đạo Hindu, hẳn rồi, nhưng giữa không gian ấy, khi không cần tới ngôn từ mà chỉ nhìn nhau mỉm cười, tôi thấy tôi có thể thả trôi buồn bực tựa như ma quỷ ngoài cổng kia, nơi tôi đã rất

muốn ra nhìn trộm chúng hăm hở tìm kiếm ăn thịt mình rồi bất lực bỏ đi mà cười hi hi.

UBUD YÊU DẤU

Xong 3 ngày làm thủ tục với biển cả và đền đài thật kinh hoàng giữa trời nắng 39 độ nóng ngút ngàn, tôi leo lên taxi đi thẳng đến Ubud không chút hối hận. Từ bãi biển Seminyak đến Ubud mất gần hai tiếng đồng hồ, sau khi lắng nghe anh lái xe giải thích rất tỉ mỉ tại sao ở Bali nam giới chỉ có 5 cái tên để chọn lựa, lúc nhìn ra ngoài tôi đã mất vài mươi giây xúc động: xe đang đi qua cung đường xanh mà bộ phim “Ăn, cầu nguyện, yêu” đã quay, cảnh Liz đi xe đạp đâm vào chiếc jeep của người yêu sau này. Khi tôi dán đầu vào ngắm cảnh trong mơ vừa tưởng tượng ra thước phim điểm tình đó, xe trôi vào thị trấn, lên

dốc xuống đồi nhẹ nhàng yên ả.

Từ các cửa sổ của resort ở Ubud mỗi sáng thức dậy sẽ thấy cảnh thung lũng trũng xanh mướt, cây xoài to tướng trĩu quả sà nhánh vào tận giường. Các bức tượng được cài hoa đậm bọt trắng đỏ thay tươi mỗi buổi sáng, những con hẻm ngăn cách bởi các bờ rào cây đủ màu sắc nhiệt đới, và trước mỗi cửa bungalow là ruộng lúa trĩu bông rộng mắt nhìn.

Ở Ubud, mỗi ngày tôi men theo con đường gạch nhỏ, ngồi ăn sáng ở những nhà hàng nhỏ đầy hoa và tượng, trái cây rụng bình bịch lăn lăn trên nền gạch xám vuông mờ. Sau giờ ăn sáng là đến giờ đi bộ. Với du khách, đi bộ giống như một nghi thức tôn giáo. Ubud khi tôi tới, dù đang không vào mùa cao điểm, vẫn rộn ràng nhịp chân qua lại. Chúng tôi đi, sandal với túi vắt chéo, chai nước cầm tay, cứ thế



lướt qua các cửa hàng đẹp đẽ, áp má vào cửa kính những cửa hiệu xinh xắn, mân mê món đồ chơi, chiêm ngưỡng cửa đền chia nửa đặc trưng, thi thoảng trở mắt nhìn các ông bà chủ cắm hoa sứ nhúng vào chén nước thánh phất khắp nơi trước cửa cầu nguyện cho một ngày bán buôn song suốt, kính cẩn lại ngộ nghĩnh.

Dù cứ cách đôi căn nhà hoặc cửa hiệu sẽ hiện ra một ngôi đền nhỏ nhỏ, xin đừng nghĩ Ubud tĩnh tại và thần bí. Nhan nhản các nhà hàng nhạc sống hay ho như Havana có hẳn một band Cuba hát acoustic, các bạn phục vụ dứt việc sẽ ra nhảy thật dẻo thật hăng theo nhịp. Ở quảng trường, Starbucks sáng đèn và ghi tên mình trên chiếc chiêng to trước sảnh lớn đèn vàng, nhà hàng Lotus nổi tiếng nằm ngay trong sân một khu đền đẹp đẽ ngát hương sen, ngôi đền lớn khác được dùng làm trường học. Ở Ubud, thần thánh sống cùng con người, tôn giáo thờ hơi thở hiện đại, đến đài nép mình bên cửa hiệu góc cạnh. Trong khung cảnh lộn xộn đáng yêu đó, du khách chỉ việc vừa đi vừa mỉm cười.

NHỮNG BỂ BOI ẤM

Điều cuối cùng thường là điều hay nhất. Đây cũng là điều khiến những phiền muộn của tôi ở Bali được xóa sạch.

Quay trở lại với Nyepi. Đó là ngày yên lặng. Không chỉ vậy, đêm đó tất cả mọi bóng đèn điện ở Bali đều tắt. Ánh sáng duy nhất tôi thấy là ánh sáng nền trong những đèn bão đặt dọc lối đi ở resort và ngọn nến trên bàn ăn của nhà hàng kể hồ bơi yên tĩnh.

Bữa tối đó, tự nhủ là bữa ăn mừng năm mới, tôi không ngại một bữa thịnh soạn hải sản rất tươi ừ nướng ngon lành trong lá chuối cùng vang trắng ướp lạnh. Khi dọn bàn, quản lý nhà hàng, một anh Bali cao lớn luôn cười trước tất thảy mọi điều đã áy náy, cứ như tôi phải ngồi trong nhá nhem là lỗi của anh ấy, rụt rè nói với tôi rằng: “Thật ra tắt đèn thế này cũng có cái hay lắm đó. Chị thử ra ngoài sân gỗ hồ bơi mà ngược lên trên trời xem, sao sáng đẹp lạ lùng.

Tôi vốn không hưởng ứng những thú vui nhả giữa một trời muối, nhưng vì động lòng trước sự ân cần kia mà cũng ra, và khi ngược lên, sau





một hồi làm quen với bóng tối, nghìn sao bắt đầu nhấp nháy và ngó xuống lại tôi. Anh chàng Bali chạy ra đứng cạnh tôi, và hí hửng cười kiểu tôi nói có đúng không nào. Lúc vui miệng, tôi nói rằng: “Đẹp thật nhưng ngược cổ lên thế này hoài mỏi quá, hay hơn là xuống hồ vừa bơi vừa ngắm trời.”

Và anh ấy đã cúi người nói với tôi rằng: “Sao lại không? Chị cứ xuống, vì bể bơi nước có lạnh mấy đâu!”

Khi nhúng tay xuống nước, thấy nước đang ấm lên. Ban ngày nước rất mát và buổi trưa hơi lạnh. Có lẽ tôi không phải là kẻ mê hồ bơi ở các resort ghé chân nên không thông thái để biết liệu có phải các nơi khác bể bơi cũng ấm hay không và đây là điều thường tình lắm, nhưng đêm đó tôi đã nghĩ yêu nhau cũng chỉ đến thế mà thôi. Vào một đêm tối, sao bạn biết sẽ có một người khách muốn nằm ngắm sao để thay nước ấm vào hồ?

Tôi mất một ngày không được đi đâu, nhưng tôi có một đêm không thể quên trong đời: bơi ào ra giữa hồ và nằm ngửa nhìn trời, thấy màn sao nhìn xuống mình, gió lướt qua mặt và đêm ôm ấp.

Có bao nhiêu hồ bơi ở các resort trên thế giới có nước ấm? Có bao nhiêu hồ bơi ở Bali vào đêm Nyepi cũng ấm như hồ bơi của tôi ngày đó? Có bao nhiêu người ngại ngắm sao theo cách đó vì nước lạnh? Có bao nhiêu mong ước gần đỡ tương tự đã bị chặn lưỡi bỏ lại vì ngại ngần không thể nói ra?!

Ở Bali, vào đêm đầu năm mới theo lịch Saka của người Hindu, tôi ngắm sao giữa hồ bơi trong đêm thâu, thấy mình được quan tâm vô vể. Ở Bali, khi tôi giơ máy chụp hình một nhóm các em học sinh đang ngồi đong đưa chân bên vệ đường, thay vì nhìn tôi cười và xin tôi tiền (như điều họ thỉnh thoảng bắt gặp ở Sapa và vài nơi khác), các em mắc cỡ giả vờ như không biết để đến khi tôi nhón chân đi ngang thì rụt rè nói với theo rất lễ phép: Xin cảm ơn cô! Ở Bali, họ cười với tôi trước khi tôi kịp làm gì đó, nói gì đó với họ. Ở Bali, tôi ngồi trên máy bay và nhìn nó tăng tốc trên đường băng giữa biển khơi trùng điệp lấp lánh nắng trưa, bay lên rồi nhìn xuống.

Ở đó có nhiều điều bình thường, có cả bực dọc và hụt hẫng, ở Bali ấy,



nhưng ai đi về vẫn gật gù nói đó là thiên đường. Tôi kể cho bạn thêm nhiều điều họ chưa nói ấy, nhưng cuối cùng tôi cũng sẽ nói: ừ Bali thật là thiên đường, nếu thiên đường với bạn đơn giản là những bể bơi ấm.

TRIỂN LÃM CƯỚI MÖVENPICK 2014

Hãy bắt đầu hành trình hạnh phúc của bạn vào ngày 21 & 22/06/2014, tại Triển Lãm Cưới với chủ đề **“Đắm Say Thụy Sĩ, Ngọt Ngào Tình Yêu”**. Cùng đón cơn mưa quà tặng và ưu đãi đặc biệt từ các thương hiệu cưới hàng đầu cho các đôi uyên ương và được tư vấn miễn phí với các chuyên gia tổ chức chuyên nghiệp.

Vào cửa tự do, phòng Đại Tiệc, Khách Sạn Mövenpick Saigon

Vui lòng liên hệ 84 8 3844 9222 hoặc email tới: dung.ngo@moevenpick.com

Kết nối với chúng tôi tại: <https://www.facebook.com/moevenpicksaigon>



www.moevenpick-hotels.com



WEDDING FAIR 2014



21-22/06/2014

đơn vị bảo trợ thông tin

HÀNG HIỆU **STYLE**

Khách sạn Mövenpick Sài Gòn
253 Nguyễn Văn Trỗi, Quận Phú Nhuận, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
www.moevenpick-hotels.com/saigon



TRẢI NGHIỆM ẨM THỰC QUẢNG ĐÔNG TẠI

Crystal Jade

Xuân Hòa

Sau Sài Gòn, mới đây, thủ đô Hà Nội chào đón sự có mặt của Crystal Jade Palace - thương hiệu nhà hàng nổi tiếng được vinh danh với các giải thưởng danh giá, chuyên phục vụ các món ẩm thực Quảng Đông truyền thống. Sự có mặt của Crystal Jade tại Hà Nội góp phần mang lại cho thực khách thủ đô cơ hội trải nghiệm ẩm thực tinh tế của nền ẩm thực Trung Hoa lâu đời.

Tọa lạc tại sảnh khách sạn JW Marriott Hà Nội, Crystal Jade có tầm nhìn hướng ra hồ bơi với khu vực ngoài trời tuyệt đẹp. Nhà hàng được thiết kế với sáu phòng ăn riêng biệt và khu phòng ăn chính có trần cao, với các bức tranh vẽ Trung Hoa hiện đại, mang đến một không gian thoáng đãng, thoải mái, sang trọng làm vui

lòng các thực khách và khơi dậy vị giác. Khu phòng ăn chính này có sức chứa lên đến 70 người nhằm mục đích phục vụ những bữa tiệc cao cấp theo yêu cầu của các thực khách Hà Nội sành điệu. Nội thất của nhà hàng không màu mè, sắc sảo như một số nhà hàng Hoa khác tôi từng biết, mà nó khá đơn giản, tận dụng nguồn ánh sáng tự nhiên hiệu quả với những vật dụng trang trí hài hòa. Và tôi cũng thích không gian ấm cúng, thân thiện được thể hiện trong từng phong cách dịch vụ chu đáo, xứng tầm đẳng cấp quốc tế của Crystal Jade.

Đến với Crystal Jade, thực khách sẽ có trải nghiệm ấn tượng bởi những món ăn tuyệt hảo, đậm chất Quảng Đông truyền thống. Tất cả những món ăn này được làm từ các nguyên liệu hảo hạng nhập khẩu từ khắp nơi trên

thế giới. Bạn có thể chọn một trong những món chủ đạo của nhà hàng như vịt quay Bắc Kinh, heo sữa quay, tôm hùm nhập khẩu từ Úc, hoặc súp tổ yến nấu thịt và trứng cua,... Và Double Boiled Soup Of The Day là món bạn không nên bỏ qua ở Crystal Jade. Món này là một dạng canh tiềm có ngô, khoai, cà chua với gà hoặc sườn non. Khi ăn khá lạ và ngon miệng bởi nước dùng rất ngọt, thơm và mát. Tiếp theo, bạn lên chọn đầu tôm chiên giòn với lòng đỏ trứng muối và thịt tôm áp chảo để cảm nhận vị giòn tan và tươi ngon của đầu tôm với sốt trứng muối béo ngậy. Đây cũng là món phổ biến, thường được nấu trong ẩm thực Quảng Đông vì không mất quá nhiều thời gian, dễ làm, và là cách tốt nhất để chế biến tôm thành một món ngon nhưng vẫn giữ được vị ngọt và tươi ngon tự nhiên của tôm. Món gà hấp xì dầu ở Crystal Jade cũng rất ngon. Có lẽ thịt gà mềm ngọt và thơm như vậy bởi nó được tẩm ướp bằng loại xì dầu đặc biệt trong khoảng thời gian khá dài.

Và như người Việt chúng ta thường làm no bụng bằng cơm, thì ở đây bạn hãy thử dùng một chút cơm chiên thập cẩm tay cầm. Món này được chiên từ cơm gạo lức, cơm gạo trắng, cơm gạo tím và bắp ngô, không những rất tốt cho sức khỏe hàng ngày của bạn mà còn giúp giảm thiểu nguy cơ mắc phải các bệnh tim mạch, tiểu đường. Ngoài ra, món cơm chiên này còn có hạt thông, hạt điều tạo cảm giác giòn tan khi ăn.

Cuối cùng, món tráng miệng bạn hãy thử kem xoài với dương chi bột báng. Đây là món chè tráng miệng truyền thống của người Hồng Kông với vị thơm của xoài cùng vị ngọt nhẹ của bưởi và bột báng. Hoặc bạn có thể chọn bánh trôi nước mè đen để cảm nhận những viên bánh nếp bao bọc nhân ngọt và mặn từ vùng đen, điểm xuyết bên ngoài bằng vụn hạt mè.

HANGOUT CORNER

CHỌN DIM SUM Ở

Xuân Hòa

Kabin



Dim Sum là tập hợp các món ăn truyền thống, nhỏ nhắn, tinh tế của người Hoa có nguồn gốc từ Quảng Đông, Trung Quốc. Ban đầu, Dim Sum chỉ là các món ăn nhẹ vào buổi sáng (điểm tâm) nhưng về sau, các món Dim Sum được phục vụ đến trưa, xế chiều. Và ở Sài Gòn, nếu muốn thưởng thức các món Dim Sum ngon, trong một không gian đẹp, bạn có thể đến nhà hàng Kabin.

Tọa lạc tại tầng 1 khách sạn Renaissance Riverside Sài Gòn, Kabin là nhà hàng Trung Hoa chuyên phục vụ các món Dim Sum được giới ẩm thực đánh giá khá cao. Sở hữu một không gian đẹp với tông màu cánh gián là màu sắc chủ đạo, nội thất của Kabin được làm hoàn toàn bằng gỗ cao cấp.

Từ những chiếc kệ hình tròn cách điệu với nhiều ngăn, những hàng tre mộc mạc, những chiếc đèn lồng nhỏ xinh đến những chậu bonsai được cắt tỉa khéo léo đã khắc họa nên một Kabin sang trọng nhưng vẫn mang lại cảm giác gần gũi, nhẹ nhàng và thư thái cho thực khách khi đặt chân đến đây.

Ở Kabin, bạn có thể chọn cho mình vị trí ngồi ngay cạnh những ô cửa kính – nơi có tầm nhìn đẹp hướng ra sông Sài Gòn lãng mạn. Còn nếu bạn thích sự kín đáo, yên tĩnh thì Kabin cũng đáp ứng cực tốt bằng khu vực phòng ăn riêng biệt phía bên trong.

Món ăn ở Kabin cũng có hàng trăm cách chế biến khác nhau từ các loại nhân thịt, hải sản, rau củ, như món há cảo, bánh bao xá xíu, bánh bao ca-dé,

bánh củ cải,... Tất cả những món này được phục vụ bởi Yeung Loi Ming – một đầu bếp nổi tiếng Hồng Kông với nhiều năm kinh nghiệm về ẩm thực Dim Sum. Và cũng chính ông là người góp phần đưa Kabin lên một tầm cao mới bằng việc chăm chút tỉ mỉ cho từng món ăn qua chương trình ẩm thực sáng tạo “All You Can Eat” được phục vụ tất cả các ngày trong tuần.

Với mỗi bữa ăn tại Kabin, dù bạn có gọi hay không thì món khai vị cũng sẽ là đậu phộng hầm, tofu sauce và kim chi được đựng trong những chiếc chén nhỏ khá đẹp mắt. Sau đó, bạn hãy gọi súp hải sản chua cay – món súp đặc trưng của Kabin, và đừng quên gọi cho mình một tách trà mạn để dùng sau mỗi món ăn. Món tiếp theo, bạn có thể chọn bánh bao xá xíu, há cảo tôm và cảo sò điệp khô. Với món bánh bao xá xíu, đầu bếp Yeung Loi Ming đã làm rất tốt, khi ăn thấy bột bánh mềm, dai, nhân bánh được hấp chín vừa tới. Há cảo tôm, có lẽ là món mà tôi thích nhất bởi vỏ bánh mỏng nhưng đủ dai để không làm bể nhân bên trong, khi ăn có cảm giác dai nhưng mềm của vỏ, ngọt và thơm của nhân bên trong bánh. Mỗi món ăn cần giữ nóng đều được phục vụ trong những chiếc giỏ tre nhỏ nhắn, được hấp nóng và đậy kín, khi mang ra bàn ăn đều bốc khói nghi ngút, thơm lừng mùi bánh quyện với hương thảo mộc của tre, tạo nên sự thanh mát nhẹ nhàng. Tiếp đó, bạn cũng có vô số lựa chọn các món ngon từ thực đơn gồm hơn 40 món. Nếu là lần đầu tới Kabin, tôi khuyên bạn nên thưởng thức qua mỗi món một chút để cảm nhận và lựa chọn những món khoái khẩu cho mình trong những lần đến Kabin tiếp theo.

Sau khi đã thưởng thức hết tất cả các món ăn đã gọi, bạn đừng quên chọn món tráng miệng là rau câu xoài, tàu hũ hạnh nhân và trái cây để cùng thưởng thức và tận hưởng những giây phút thư thái trong tiếng nhạc Trung Hoa truyền thống. Tất cả sẽ là những trải nghiệm tuyệt vời mà bạn khó có thể tìm thấy tại một nhà hàng Dim Sum nào khác trong thành phố này.

135th



MỘT LẦN ĐẾN Lotus Court

Xuân Hòa

Trước đây, tôi được nghe những người bạn trong giới ẩm thực nhắc khá nhiều đến cái tên Lotus Court, cùng những lời khen ngợi dành cho nhà hàng này, và tôi quyết định phải một lần ghé Lotus Court xem sao. Quả đúng vậy, chỉ một lần đến Lotus Court tôi đã bị hấp dẫn bởi hương vị khác biệt của Dim Sum cùng các món ăn đặc sắc Quảng Đông được sáng tạo bởi các đầu bếp nhà hàng.

Nằm trong khách sạn Movenpick Sài Gòn, Lotus Court là nhà hàng Hoa chuyên phục vụ các món ăn thượng hạng. Với thiết kế đủ rộng rãi và thông minh, Lotus Court hoàn toàn có thể phục vụ cùng thời điểm nhiều nhóm khách hàng. Cho dù bạn đi cùng gia đình, bạn bè, hay đối tác, khách hàng... thì bạn cũng sẽ tìm được một vị trí ngồi hợp lý ở Lotus Court. Không chỉ có vậy, Lotus Court còn sở hữu lối thiết kế kết hợp giữa truyền thống và hiện đại với tông

màu xanh ô liu, vàng ấm cúng nhằm thể hiện nét đặc trưng rất Trung Hoa. Tất cả nội thất của nhà hàng đều được làm từ gỗ cao cấp có phủ lớp sơn bóng cổ điển, mang lại một bầu không khí ấm cúng và thoải mái cho thực khách.

Lotus Court là một trong số ít các nhà hàng có bếp Dim Sum mở. Từ bàn ăn, thực khách dễ dàng quan sát mọi hoạt động của đội ngũ đầu bếp đang khẩn trương chuẩn bị món ăn. Tôn trọng sự riêng tư của các cuộc gặp gỡ bàn công việc cùng đối tác hoặc hẹn hò lứa đôi lãng mạn, Lotus Court còn có những phòng tách biệt khỏi phòng ăn chính. Phản ánh chân thực tinh túy ẩm thực Trung Hoa nói chung và Quảng Đông nói riêng, thực đơn đa dạng của Lotus Court dĩ nhiên không thể thiếu sự góp mặt của Dim Sum - món ăn phổ biến được nhiều người yêu thích.

Không những vậy, nét hiện đại

xen lẫn truyền thống còn được thể hiện trên tất cả các món ăn mà nhà hàng phục vụ. Ở Lotus Court, bạn có thể chọn các món ăn từ thực đơn cực kì phong phú như các món Dim Sum cầu kì, thịt kho bình dân đến các món hải sản tươi sống. Những món ăn ngon và độc đáo được chế biến theo phong cách truyền thống, nhưng lại sử dụng nguyên liệu mới mẻ chắc chắn sẽ khiến bạn thích thú.

Hiện nay, vào thứ 7 và chủ nhật, Lotus Court đang áp dụng chương trình thưởng thức Dim Sum không giới hạn với giá chỉ 350.000VNĐ/người. Mức giá này cũng khá hợp lý so với các nhà hàng Hoa nằm trong khách sạn 5 sao khác.

Ngoài không gian tinh tế và chất lượng món ăn, tôi cũng đánh giá cao sự tận tình và hiểu biết của đội ngũ nhân viên ở Lotus Court. Dẫu cho bạn có đến Lotus Court cùng gia đình, bạn bè hay chỉ với "người đặc biệt" thì vẫn luôn được đội ngũ nhân viên nhà hàng đón tiếp niềm nở và chuyên nghiệp. Bởi vậy, Lotus Court luôn được thực khách sành sỏi nhắc đến như một đại diện ẩm thực Hoa quen thuộc ở Sài Gòn.

136^{STYLES}

DIM SUM

TRẢI NGHIỆM TUYỆT HẢO



FORTUNA

HOTEL
HANOI

fortuna.vn

6B Lang Ha, Ba Dinh, Hanoi, Vietnam

T: (84.4) 3831 3333 F: (84.4) 3831 3300

fb@fortuna.vn

tại nhà hàng May Mắn

Tầng 2 * Buổi trưa 11:00 - 14:00, Buổi tối 17:30 - 22:00

Hãy cùng đến và trải nghiệm những nét tinh hoa của ẩm thực Dim Sum bên gia đình, bạn bè hay đối tác. Dưới bàn tay tài hoa khéo léo của các đầu bếp, thực khách có thể thưởng thức tiệc trưa Dim Sum tự chọn vào các ngày trong tuần, đại tiệc Dim Sum chủ nhật với hơn 80 món ngon hấp dẫn hay thực đơn chọn món buổi tối.

Được chuẩn bị từ những nguyên liệu tươi ngon, hương vị đặc trưng thơm ngon, quyến rũ của Dim Sum chắc chắn sẽ làm hài lòng ngay cả những thực khách khó tính nhất.

Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng liên hệ số máy lẻ 6260/6461

Vang

TÂY BAN NHA

Tuệ Minh



Trong một phòng vấn gần đây của tôi với một chuyên gia rượu vang, khi được hỏi nên lựa chọn loại rượu vang nào để uống, vị chuyên gia rượu vang nọ đã khuyên: “Hãy uống mọi thứ từ Tây Ban Nha!” Tuy nhiên, quan điểm này không chỉ xuất phát từ vị chuyên gia khả kính nọ mà ngay cả các chuyên gia khác cũng tán đồng. Điều này có thể giải thích là do bởi phần đông mọi người quen thuộc với hương vị cổ điển của vang Pháp hoặc hương vị dễ uống của vang Ý nên vang Tây Ban Nha phần nào vẫn là ẩn số với người tiêu dùng. Và cũng chính bởi vậy, có lẽ bạn sẽ phần nào ngạc nhiên khi nghe thông tin này, Tây Ban Nha là quốc gia sản xuất rượu vang lớn thứ 03 trên thế giới. Tây Ban Nha cũng là quốc gia có diện tích trồng nho lớn hơn bất kỳ quốc gia nào trên thế giới –gồm cả các quốc gia thuộc Lục Địa Già và Tân Thế Giới.

Trong thế giới rượu vang, có khá nhiều “điều bí mật”. Tuy nhiên, có lẽ bí mật lớn nhất là việc rượu vang Tây Ban Nha có giá rất phải chăng nhưng rất ngon. Với các chuyên gia rượu vang, rượu vang Tây Ban Nha rất đặc biệt do chất lượng cũng không ngừng được cải thiện dựa trên không chỉ các kiến thức và kinh nghiệm từ lịch sử của đất nước Tây Ban Nha mà còn từ các ảnh hưởng của 02 phong cách làm rượu vang truyền thống của Pháp và hiện đại của California. Với những người mới nhập môn rượu vang, vang Tây Ban Nha lại càng là lựa chọn hoàn hảo để thử nghiệm (mà không lo phá sản – một chuyên gia rượu từng đùa khi đưa ra nhận xét.) Rubén Saornil, giám đốc điều hành của công ty Taste & Wine Company, có trụ sở ở Việt Nam cũng khẳng định rượu vang Tây Ban Nha có mức cạnh tranh về giá và về chất lượng ở mức hoàn hảo. Và đây chính là yếu tố khiến rượu vang Tây Ban Nha là lựa chọn số một cho bộ sưu tập rượu vang của bạn.

Dưới ánh mặt trời Tây Ban Nha, mọi bí mật về vang đều trở nên sáng tỏ!



DOS và DOC:

Alison Seibert – một người tới từ công ty Lane PR, đơn vị chuyên làm việc với các hãng rượu của Tây Ban Nha ở Mỹ chia sẻ: “Trong 15 năm trở lại đây, số lượng các khu vực rượu vang Tây Ban Nha cao cấp đã tăng lên tới hơn 75. Và Tây Ban Nha đã tạo ra một hệ thống quản lý mới, giới thiệu những chai vang cao cấp tới từ những vùng vốn chưa từng nổi tiếng với những chai rượu vang chất lượng.”

Nhìn chung, hầu hết các quốc gia châu Âu đều có hệ thống phân loại vang riêng. Một số hệ thống phân loại có thể khá phức tạp. Nhưng bạn sẽ thấy rằng hệ thống phân loại rượu vang của Tây Ban Nha khá đơn giản. Với việc kiểm soát chất lượng, vang Tây Ban Nha sử dụng hệ thống Denominación de Origen (DO) với hai mức độ phân loại là DO (khá giống với hệ thống phân loại của Pháp) và DOC

cho loại cao cấp. Đây là lý do tại sao ở Tây Ban Nha có 70 khu vực DO nhưng lại chỉ có 02 khu vực DOC.

Rioja và ...

Nếu cảm thấy DO hơi phức tạp, bạn hãy tập trung vào rượu vang của các khu vực chính của Tây Ban Nha. Thông tin này luôn được ghi rõ trên nhãn. Ở Tây Ban Nha, các vùng trồng nho bao lấy khu vực Địa Trung Hải, khu vực biển Atlantic Ocean hoặc chạy dọc theo các thung lũng trên khắp đất nước. Tuy nhiên, hầu hết các vùng trồng nho quan trọng của Tây Ban Nha đều nằm ở phía Bắc. Gần như chỉ có một ngoại lệ duy nhất là Sherry nằm ở phía Nam Seville.

Mặc dù trước đây, nhãn rượu vang Tây Ban Nha thường không tập trung vào giống nho mà thường chỉ tập trung vào vùng trồng nho (giống với cách làm của hầu hết các quốc gia ở châu Âu). Tuy nhiên, cách làm này đang dần được thay đổi. Do vậy, nếu biết được thông tin về loại nho trồng ở từng vùng của Tây Ban Nha, sẽ tốt hơn nhiều. Khu vực trồng nho nổi tiếng nhất của

Tây Ban Nha là Rioja, có vị trí địa lý nằm ở phía Nam dãy núi Cantabrian và ở phía bắc trung tâm của đất nước, dọc theo sông Ebro. Rioja là vùng chủ yếu làm rượu vang đỏ. Giống nho đặc trưng của vùng là Tempranillo mặc dù vậy nhiều loại rượu vang đỏ của vùng này vẫn được làm hoặc được pha thêm rượu cốt làm từ nho Garnacha – đây là giống nho được trồng phổ biến nhất ở Tây Ban Nha. Nho Garnacha là tên tiếng Tây Ban Nha của giống nho Grenache – một giống nho bản địa của Pháp nhưng đã được mang tới Tây Ban Nha.

Giống nho Tempranillo mang lại cho rượu một hương vị khói đặc trưng. Đôi khi xen lẫn với hương vị khói này là mùi da thuộc. Trong khi đó nho Garnacha với nồng độ tannin thấp, thường mang đậm hương trái cây. Một điểm nữa cũng cần nói về giống nho đặc trưng của vùng Rioja là do vùng có vị trí địa lý khá đặc biệt, với khu vực phía Tây mang thiên hướng của kiểu khí hậu Lục Địa; trong khi phía Đông của vùng bị ảnh hưởng bởi Địa Trung Hải nên nho của cùng một vùng Rioja nhưng vẫn có những điểm

REGIONES VINÍCOLAS DE ESPAÑA WINE REGIONS OF SPAIN



khác nhau, dẫn tới rượu cũng khác nhau. Cụ thể, vang phía Tây Rioja sẽ có phần giống với vang Bordeaux, trong khi vang ở phía Đông sẽ khá giống với vang Ý.

Một vùng làm vang quan trọng khác của Tây Ban Nha là Ribera del Duero – nằm ở phía Nam của Rioja, dọc theo sông Duero ở cao nguyên miền Trung của Tây Ban Nha. Cũng giống như Rioja, Ribera de Duero trồng nho Tempranillo (nhưng ở đây Tempranillo được gọi là Tinto Fino) và nho Garnacha là chủ yếu nhưng ngoài ra cũng trồng một vài giống nho khác của Bordeaux như Merlot, Cabernet Sauvignon và Malbec. Các giống nho Pháp thường được trộn với nho Tây Ban Nha để ủ rượu. Và kết quả của việc này là rượu vang của vùng sẽ có cấu trúc và acid cao hơn.

Priorat là một vùng làm rượu khác của Tây Ban Nha. Vùng này có vị trí ở phía Nam của Barcelona. Đây là một trong 02 khu vực rượu vang DOC của đất nước này. Cũng giống với Ribera del Duero, Priorat trồng cả các giống nho Tây Ban Nha như (Garnacha) và các giống nho của Pháp (như Cabernet Sauvignon và Merlot). Một số loại rượu đắt tiền nhất của Tây Ban Nha có xuất xứ từ đây bởi khu vực này có mức sản xuất rất thấp. Nên mọi người vẫn đùa vang Priorat chỉ để trưng bày.

Hầu hết các khu vực sản xuất

rượu vang của Tây Ban Nha sản xuất rượu vang đỏ. Tuy nhiên, đừng vì thế mà bỏ quên vang trắng. Các vùng phía Bắc của Tây Ban Nha nổi tiếng với những chai vang trắng làm từ nho albariño có hương vị rất tuyệt vời.

Cava và Sherry: Vang đặc sản của Tây Ban Nha

Trong các vùng làm vang của Tây Ban Nha có 02 vùng đặc biệt là vùng Penedes và Sherry. Trong đó, vùng Penedes với vị trí địa lý ở giữa thành phố Barcelona và Priorat chuyên làm rượu vang nổ Tây Ban Nha (ở đây được gọi là Cava). Loại rượu vang Cava này được làm bằng phương pháp lên men trong chai. Cava thường có vị khô nhưng cũng có cả loại bán ngọt để bạn dùng sau bữa tối.

Sherry là vùng làm vang lớn duy nhất ở bắc Tây Ban Nha, phía Nam thành phố Seville. Loại rượu nâng độ của vùng được làm và có tên theo vùng. Rượu có thể dùng như đồ uống khai vị trước một bữa ăn hoặc cũng có thể dùng làm đồ uống sau bữa ăn. Rượu Sherry là loại rượu vang non-vintage, được sản xuất theo phương pháp solera (là phương pháp trộn lẫn những cốt rượu mới với những cốt rượu mùa cũ và ủ trong thùng gỗ sồi.) Mỗi năm rượu đều được đóng thùng một phần, một phần còn lại được để dành để cho năm sau.



140^{STYLES}

Entertainment



Shakira

Minh Triệu

YẾU ĐIỂM CỦA TÔI LÀ THIẾU TÍNH BON CHEN

Thu Trang

ĐỂ CÓ ĐƯỢC BÀI PHỎNG VẤN NÀY CẢ TÔI VÀ MINH TRIỆU PHẢI HẸN NHAU ĐẾN TẬN 04 LẦN, CẢ HAI CHỊ EM CÙNG NHẮN TIN QUA LẠI HẸN GIỜ CHẮC CHẮN ĐẾN CUỐI CÙNG TÔI LẠI BẬN VIỆC RIÊNG, HÔM SAU LẠI ĐẾN LƯỢT MINH TRIỆU CÓ CHUYỆN GIA ĐÌNH VÀ “QUÁ TAM BA BẠN” CHÚNG TÔI MỚI GẶP ĐƯỢC NHAU. MINH TRIỆU KHÁ BẤT NGỜ KHI NGƯỜI THỰC HIỆN BÀI VIẾT NÀY LÀ TÔI BỞI TRƯỚC ĐÓ CHÚNG TÔI CŨNG ĐÃ TỪNG GẶP GỠ NHAU TẠI MỘT SỐ SỰ KIỆN, ĐÔI LẦN TRÒ CHUYỆN NHƯNG CHƯA LÀM VIỆC CHUNG LẦN NÀO. VÀ CÔ KHÔNG NGẠI NGẦN CHIA SẺ RẰNG TRƯỚC LÚC ĐẾN CÔ KHÁ HỒI HỘP VÌ KHÔNG BIẾT NGƯỜI PHỎNG VẤN LÀ AI, CÓ “CHẶT CHÉM” KHÔNG NHƯNG NGAY KHI NHẬN RA TÔI THÌ MINH TRIỆU CẢM THẤY RẤT THOẢI MÁI ĐỂ CÓ THỂ CHIA SẺ MỌI CHUYỆN.



TÔI KHÔNG CÓ TÍNH BON CHEN

@Dạo này sao rồi có gì mới không? Im ăng trên các phương tiện truyền thông quá đấy?

Tôi vẫn hoạt động đều với những công việc mỗi ngày của mình là chụp ảnh, trình diễn thời trang, kinh doanh nhưng chỉ có điều tôi không xuất hiện tràn lan thôi. Nếu chị đã tìm đọc những bài viết về tôi thì những thông tin trên báo chí chủ yếu đều tập trung vào lĩnh vực thời trang, hoặc khi có những bước ngoặt lớn trong sự kiện thì tôi mới chia sẻ cho những người anh em bạn bè thân thiết. Bản tính của tôi không thích bon chen, việc của mình thì mình cứ làm, làm để thỏa mãn sở thích và đam mê của mình là được.

@Tất nhiên là mỗi người đều làm để thỏa mãn đam mê và sở thích nhưng đối với một nghệ sĩ thì việc PR quảng bá hình ảnh cũng rất quan trọng, giúp họ kiếm được nhiều thứ hơn?

Tôi hoàn toàn đồng ý với việc nếu một nghệ sĩ PR tốt hình ảnh thì sẽ thu lại được nhiều cái tốt hơn, tuy nhiên đó cũng là “con dao 2 lưỡi”. Chị cũng là người làm lâu năm trong nghề, chị cứ để ý mà xem, cứ hể lên báo liên tục nay khoe cái này, mai khoe cái kia rồi khi cặp kè cùng đại gia này mà chẳng có hoạt động gì cống hiến cho khán giả thì có nhàm chán không. Khán giả giờ họ cũng tinh tế lắm, họ biết được ai là nghệ sĩ chân chính. Tôi nghĩ mỗi người đều có những hướng đi riêng và tôi biết nhiều người không hoàn toàn đón nhận hình ảnh của mình, có người thích, người không thích nhưng tôi vẫn muốn giữ cá tính riêng. Giờ ở ngoài và trên sàn catwalk “nhan nhản” những người mẫu trắng trẻo xinh xắn, mặt tươi trẻ, còn tôi thì vẫn luôn lạnh lùng cùng làn da ngăm đen. Điều đó cũng dễ khiến người khác nhớ về tôi – một Minh Triệu không “đụng hàng”

@Nói không “đụng hàng” nhưng vẫn thấy Minh Triệu chụp những bộ ảnh sexy, gợi cảm, cả bán nude đấy

thôi, cũng đâu có khác gì mấy cô trẻ đẹp muốn tìm kiếm con đường nổi tiếng nhanh nhất?

Tôi không tìm kiếm con đường nổi tiếng vì ít nhất tôi đã có 05 năm trong nghề và cũng đủ giúp tôi có một chỗ đứng vững chắc. Là một người mẫu thì tôi thể hiện mình ở nhiều hình ảnh khác nhau từ hoang dã, tomboy cho đến sexy. Những bộ ảnh bán nude mà chị đã xem cũng là những gì tôi cảm thấy thích thể hiện nhất ở thời điểm hiện tại. Khi con người ta trưởng thành, già dặn hơn thì suy nghĩ cũng thay đổi, khi bạn cởi bỏ một bộ trang phục nhưng bạn biết cách thể hiện nó thì đó sẽ là một bộ ảnh nghệ thuật. Và tôi cảm thấy rất may mắn khi những bức ảnh đó của mình không hề phản cảm và mọi người không hề lên án nó. Tôi luôn muốn thay đổi bản thân mình không để nhàm chán, chính mình mà thấy chán mình thì thử hỏi khán giả sẽ ra sao.

@Dù không nói ra nhưng nhiều người vẫn cho rằng cách Minh Triệu chụp những bộ ảnh bán nude như vậy là để đánh bóng tên tuổi, thu hút sự chú ý?

Thực ra tôi vẫn luôn nghĩ để đánh bóng tên tuổi, để mọi người quan tâm thì có rất nhiều cách. Chị thử xem những hình ảnh của tôi không hề phản cảm, ê kíp cũng như tôi đã bằng mọi cách thể hiện tốt nhất có thể từ hình thể đến ánh mắt, đó không phải là điều đơn giản như mọi người nghĩ. Không phải cứ cởi là đẹp, tôi không thích sự nổi tiếng trong chớp nhoáng, cái gì cũng cần tâm huyết hết mình thì mới lâu dài được. Chị có biết yếu điểm của tôi là gì không : tôi không có tính bon chen trong nghề. Làm showbiz phải giành giật, bon chen mới có thể trụ lại nhưng tôi không làm thế được. Tôi cũng đã từng mơ đến việc mình trở thành người mẫu có vị trí số một, nhưng để có được nó thì tôi nghĩ tôi phải đánh đổi rất nhiều và rồi tôi nghĩ nếu tôi giành được rồi thì tôi có hạnh phúc thực sự như bây giờ không. Đó là lí do tại sao tôi không bao giờ khoe khoang hay nói về những thứ mà tôi đã làm được trên báo chí cả, ngay cả việc tôi trình diễn ở New York Fashion Week 2012.





*Tôi luôn muốn
lựa chọn người đàn ông
của cuộc đời mình chứ
không để họ phải chọn
tôi, tôi sẵn sàng bỏ thời
gian chinh phục để có
được người ta.*





● Celebrity

www.stylemagazine.vn



@Lí do tại sao không chia sẻ khi đó là một niềm vui niềm tự hào? Minh Triệu không thấy là các thể hệ đàn em mỗi khi ra trình diễn ở nước ngoài là ầm ĩ trên báo chí sao?

Thời gian đó tôi được một người bạn giới thiệu để thử sức mình, tôi chỉ hỏi vợ về cách thức đăng kí rồi nhân dịp du lịch ở Mỹ, tôi đến casting luôn và may mắn là tôi đã được chọn để trình diễn. Trong lúc luyện tập tôi được cử xuất hiện ở một vị trí bình thường, thực ra được tham gia biểu diễn đã là hạnh phúc rồi nên tôi cố gắng hết mình. Và không hiểu sao sau buổi luyện tập, tôi được sắp xếp là gương mặt “first face”, cảm giác tự hào kinh khủng, vui quá nên chỉ chia sẻ với mấy anh chị báo chí thân thiết thôi. Vì mục đích ban đầu ở Mỹ chỉ là du lịch nên tôi không hề chuẩn bị bất cứ một kế hoạch nào để quảng bá cho sự kiện đó. Sau chuyến đi tôi tràn đầy năng lượng, 10 ngày ở Mỹ là sự trải nghiệm đáng nhớ trong cuộc đời, cảm nhận được nhịp sống rất nhanh. Từ đó tôi nung nấu nhiều ý tưởng, và không muốn để thời gian trôi qua lãng phí. Công việc kinh doanh phòng trà Đồng Dao đến ngay khi tôi trở về từ Mỹ, “thiên thời địa lợi nhân hòa” và cứ thế mọi chuyện diễn ra như những gì tôi muốn.

ĐỂ NGƯỜI MẪU VEDETTE THÌ LUÔN PHẢI LẤN SÂN Ở NHIỀU LĨNH VỰC KHÁC

@Nhắc đến việc làm phòng trà mới nhớ, mọi thứ ổn không? Minh Triệu chạy show nhiều như vậy thì còn thời gian đâu mà quản lí, làm kinh doanh mà nghệ sĩ quá là sớm thất bại lắm?

Cám ơn lời nhắc nhở của chị, đúng là tôi có tính nghệ sĩ thật, luôn làm theo những thứ mình thích, tự vui với những thành công của mình nhưng không phải vì thế mà tôi quên đi việc kinh doanh, dù gì thì cũng là người bỏ tiền, phải tính toán cân đối mọi thứ. Nếu như trước đây tôi chỉ suy nghĩ tháng này mình sẽ kiếm show thế nào, trình diễn ra sao thì bây giờ lại lại phải vắt óc nghĩ phải kinh doanh thế nào để hiệu quả, đủ chi trả mặt bằng, nhân viên... hàng trăm thứ phải lo chị ơi, nên

không thể “bay” như trên mây được. 3 tháng đầu, cực lắm chị, ngày nào tôi cũng phải ở đó từ 8h sáng trước đến 2h khuya hôm sau mới được về, nhưng giờ mọi thứ đã vào guồng rồi, tôi có thời gian nghỉ ngơi để làm nhiều cái mới khác nữa.

@Được coi là một trong những người mẫu có đủ tố chất để trở thành vedette nhưng sau 5 năm, Minh Triệu vẫn chẳng tỏa ánh hào quang rực rỡ?

Chị không phải là người đầu tiên nói với tôi về điều này, tôi nói thật là tôi rất vui khi nghe những nhận xét đó vì bản thân chị cũng như nhiều người thấy được khả năng của tôi. Chưa bao giờ tôi đặt cho mình quá nhiều áp lực khi làm việc gì cả, cứ làm hết mình thôi vì khi áp lực quá sẽ không có hiệu quả. Cứ để đầu óc mình thoải mái thì tự động mọi ý tưởng sẽ được làm tốt nhất. Để tỏa sáng rực rỡ cũng cần phải có cái duyên nữa chị. Tôi không quan trọng trong một chương trình thời trang mình đi vị trí nào, chỉ cần mình làm tốt là được rồi. Ở Việt Nam mình không biết đến khi nào thì thay đổi cách suy nghĩ về vedette, để trở thành vedette thì phải lấn sân qua nhiều lĩnh vực khác. Mà tính tôi thì lại chỉ muốn chuyên tâm vào một cái mà thôi, thế nên thời điểm này tôi chủ yếu củng cố lại vị trí của mình và chờ duyên tới.

@Duyên chỉ là một phần, một phần vẫn là bản thân của mình có những chiến lược kế hoạch. Minh Triệu có ý định lấn sân sang lĩnh vực khác không? Đóng phim hoặc đi hát chẳng hạn?

Từ trước đến giờ tôi chỉ tập trung làm người mẫu, mới đây thì tập tành kinh doanh. Mỗi lĩnh vực đều có cái khó riêng và bắt buộc tôi phải học thật nhiều để làm tốt. Đóng phim hay đi hát cũng cần có sự rèn luyện. Tôi biết hát karaoke từ năm 4 tuổi, lúc đó ở nhà thường nghe ngao hát theo bố mẹ, sau này lớn lên tôi cũng thích hát nhưng không có điều kiện để đi luyện thanh. Trong chương trình “Đêm nhan sắc” cách đây 3 năm, tôi được mời thu âm chung cùng mọi người, sau đó tôi lại tiếp tục được đề nghị thu riêng một

bản khác để hát trong chương trình, lúc đó tôi nghĩ chắc giọng mình cũng không đến nỗi quá tệ. Hiện tại tôi chưa có ý định lấn sân sang bất cứ lĩnh vực gì nữa, cứ học tất cả những gì mình thích để làm hành trang sau này, biết đâu cần dùng tới, còn nếu không dùng thì cũng là đã làm những điều mình thích.

SẼ CHỌN ĐÀN ÔNG CHỨ KHÔNG ĐỂ HỌ CHỌN MÌNH

@Chỉ cần nhìn thôi cũng đủ biết Minh Triệu là một cô gái cá tính, mạnh mẽ, mà thường thì đàn ông không thích phụ nữ quá bản lĩnh như vậy?

Nhưng nếu là phụ nữ không bản lĩnh không có cá tính riêng thì đàn ông cũng chỉ yêu một thời gian rồi chán chị ơi. Tôi luôn muốn lựa chọn người đàn ông của cuộc đời mình chứ không để họ phải chọn tôi, tôi sẵn sàng bỏ thời gian chinh phục để có được người ta. Tình yêu kiếm đã khó, tìm thấy được rồi thì không nên để mất. Kiếm được người để yêu lâu dài, gắn bó, hiểu và hợp ở thời điểm này là khó. Mà có lẽ cá tính của tôi chỉ hợp với đàn ông Tây

@Nói như vậy nghĩa là trai Tây sẽ cuốn hút Minh Triệu hơn trai Việt?

Có thể là như vậy, đàn ông Việt vẫn còn có những nguyên tắc, gia trưởng, nhưng không phải vì thế mà tôi nghiêng hết về phía trai Tây. Chỉ cần tìm được người hợp với mình thì có là Việt hay Tây cũng vẫn yêu thôi. Tôi không thích ai bó buộc mình, thích sự tự do, thích làm những gì mình muốn. Mà nhiều khi do bây giờ tôi còn quá trẻ nên mới suy nghĩ vậy thôi, biết đâu một vài năm sau tôi lại nghĩ mình cần thay đổi, rồi tìm cho mình một chỗ dựa bình yên vững chãi là được. Thế mới nói con người tôi luôn thay đổi mà, tôi thay đổi trước khi tôi thấy chán tôi.

Cám ơn Minh Triệu về bài phỏng vấn này!

● Personality

HOÀNG KU:

TÔI KHÔNG SỢ NGÃ

Khải Minh

CHÚNG TA ĐANG
CHÀO ĐÓN MỘT
THẾ HỆ THANH NIÊN
MỚI, NHỮNG NGƯỜI
DÁM SỐNG, DÁM THỬ
THÁCH, DÁM NGÃ.
MỘT TRONG SỐ ĐÓ LÀ
HOANG KU - MỘT TÍN
ĐỒ THỜI TRANG, YÊU
THỜI TRANG VÀ CÙNG
DÁM THỬ THÁCH MÌNH
VỚI VIỆC KINH DOANH
THỜI TRANG!

Nếu xem những gì Hoàng Ku nói trên facebook của mình, hoặc trong một số trả lời trên trang Ask.fm, một số người có thể nghĩ Hoàng Ku giống như một tay chơi thực thụ, chỉ suốt ngày ăn rồi đi bar, diện đồ hiệu và chẳng có nghề nghiệp gì. Có thể hơi khó chịu, nhưng không thể phủ nhận những kiến thức về thời trang của Hoàng Ku cũng khiến không ít người thực sự ấn tượng. Có lẽ tôi có duyên phỏng vấn những anh chàng thường bị mọi người hiểu nhầm thì phải. Thế nên nếu trước đây Việt Hoàng bị xem là một gã tăng động chỉ giỏi chơi chẳng giỏi làm (nhưng thực tế chứng minh ngược lại Việt Hoàng là một người đàn ông có trách nhiệm), Hoàng Ku cũng là một ví dụ tương tự về việc bị hiểu nhầm đó.

Khi được hỏi Hoàng Ku có còn hay đi bar không? Cậu chia sẻ hiện nay cậu gần như đi bar rất ít và chỉ đi khi vì công việc hoặc có sự kiện quan trọng nào đó. Điều này tôi có thể khẳng định. Hoàng Ku hẹn tôi phỏng vấn vào lúc 9h30 tối tại quán cà phê Highland ở phố Nhà Thờ - gần shop của cậu với lý do chỉ rảnh giờ đó. Và cuộc gặp gỡ phỏng vấn này lại nằm giữa 02 lần đi lấy hàng của Hoàng. (Mỗi đợt đi lấy thường kéo dài khoảng 05 ngày.) Bận rộn của Hoàng cũng không phải là điều khó hiểu nếu bạn biết rằng Hoàng đang sở hữu 02 cửa hàng thời trang, thuê mướn khoảng 10 nhân viên. Cậu hiện cũng đang là personal stylist (chuyên gia thời trang riêng) của ca sỹ Lưu Hương Giang và 02 hot girl. Facebook của Hoàng có khoảng 32 ngàn followers. Hoàng cũng chia sẻ trong năm ngoái, từ thời điểm cuối năm cậu bắt đầu thực hiện việc đăng tải status quảng cáo trên facebook của mình và có thu nhập từ đó khoảng 20

triệu. Khách hàng của Hoàng chủ yếu là các hãng mỹ phẩm nhỏ lẻ, các hãng quần áo (nhưng số này hạn hẹp do Hoàng cũng kinh doanh thời trang.)

Hẳn bạn sẽ thấy 20 triệu đồng là một con số quá nhỏ để nói về một nhân vật. Nhưng nếu bạn biết rằng cửa hàng của Hoàng ở Zone 09 đã là một khoản đầu tư trị giá 02 tỷ (nay đã đóng cửa), bạn sẽ thấy Hoàng không phải là một nhân vật nhỏ chút nào. Mặc dù Hoàng chia sẻ khoản tiền cậu kinh doanh lãi lại đã được khoảng 01 tỷ nhưng lỗ 01 tỷ đồng với một thanh niên mới 25 tuổi quả không phải là điều đơn giản. Và kiếm 01 tỷ đồng (cửa hàng của Hoàng mở được khoảng 05-06 tháng) trong một thời gian ngắn như Hoàng cũng càng không phải là một điều đơn giản. Một thông tin nữa cũng khá thú vị về Hoàng. Hoàng đang sở hữu một bộ sưu tập túi, trang phục và trang sức lên tới khoảng gần 02 tỷ. Đây quả là một gia tài với một thanh niên ở độ tuổi của cậu. Tôi cũng đùa đùa, nói Hoàng là thiếu gia của Hà Nội. Nhưng cậu cười rất khiêm tốn và nói rằng: “Không, em bình thường mà. Mà bố mẹ em đâu có giàu. Nếu là thiếu gia, chắc em là thiếu gia tự thân quá.”

Hoàng chia sẻ khi phải đóng cửa cửa hàng ở Zone 09 và đối mặt với việc 02 tỷ đồng có khả năng phải bay qua cửa sổ, cậu đã thực sự hăng. Nhưng Hoàng lập tức lại lao vào buôn bán và làm lại để có thể gỡ được khoản đầu tư thua lỗ. Bởi theo cậu cách tốt nhất là phải sửa sai chứ không phải chỉ ngồi ủ ê về những thứ đã mất.

151^{STYLE}

● Personality

www.stylemagazine.vn

Vừa theo đuổi một vụ kiện mà rất nhiều nhà đầu tư vào Zone 09 đang chán nản và dần bỏ cuộc, vừa làm lụng để gỡ lại những gì đã mất đó liệu có phải là điều mà một thanh niên 25 tuổi có thể đối mặt. Tôi cho rằng ngay cả những người 30 tuổi cũng khó làm.

Thành công như vậy trong lĩnh vực thời trang, tôi muốn hỏi Hoàng về việc liệu cậu có ý định mở nhãn thời trang riêng? Câu trả lời của Hoàng là: “Tôi học về thời trang, tôi có thể làm một nhà thiết kế nhưng tôi sẽ làm nhà đầu tư bởi tôi không muốn những thiết kế mình làm ra giống một thương hiệu nào đó mà tôi chịu ảnh hưởng.”

Một điều nữa thực sự từ Hoàng giúp tôi có một cái nhìn khác về thanh niên chuẩn phố cổ đó là chữ Hiếu Đẽ mà cậu chia sẻ. Hoàng cho biết cậu đã quyết tâm thi đỗ đại học (dù chỉ là Đại học Mở) để làm vừa lòng bố mẹ, để bố mẹ đủ tin tưởng cho cậu mượn tiền kinh doanh và cậu chỉ làm trong vòng vài tháng là hoàn vốn. Hoàng cũng chia sẻ cậu hiện đang là người nuôi bố mẹ mình. Cậu chia sẻ: “Bố mẹ tôi cũng đứng tuổi rồi, cũng không theo kịp giới trẻ nữa.”

Câu hỏi cuối cùng mà tôi dành cho một “dân chơi chuẩn phố cổ”: “Nếu gửi tới các bạn trẻ một lời khuyên, Hoàng sẽ khuyên gì?” Câu trả lời của Hoàng đã khiến tôi thực sự ngạc nhiên: “Đó là Học! Nếu không học được cao, các bạn cũng cần học hết cấp 03 để có thể tích lũy cho mình một lượng kiến thức nhất định. Tôi không học đại học do bỏ ngang nên tôi phải vất vả để tích lũy kiến thức. Việc sẽ phải quan tâm, để ý hơn trước khi ký kết mỗi hợp đồng kinh doanh cũng là một trong những bài học mà tôi đã phải vất vả có được. Và cái giá của bài học này hoàn toàn không hề nhỏ.”

Có người gàn khi tôi chọn Hoàng Ku làm nhân vật của tháng. Có người đã chê Hoàng Ku. Nhưng đúng như theo Hoàng Ku: “Mỗi con người giống như một cuốn sách, và cuốn sách dù tệ nhất cũng có thể mang tới cho người đọc những bài học nào đó.”

Nhưng Hoàng Ku không phải là một cuốn sách dở. Cậu là một cuốn sách rất hay!

“Mỗi con người giống như một cuốn sách, và cuốn sách dù tệ nhất cũng có thể mang tới cho người đọc những bài học nào đó.”





PHIM

Style / April - May 2014

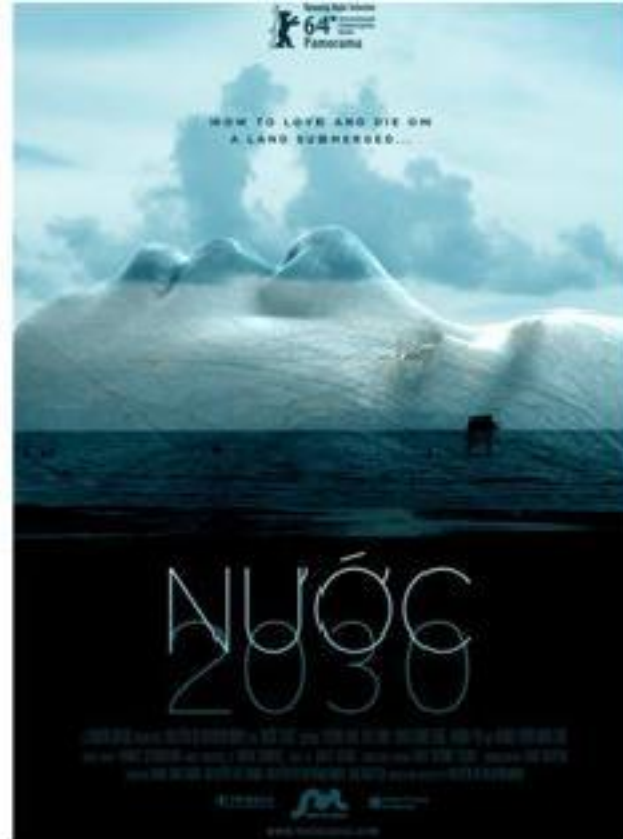


Tiên Hắc Ám - Maleficent

Đạo diễn: Robert Stromberg

Khởi chiếu: 30/05/2014

Bộ phim hiếm hoi của Walt Disney có khắc họa một nhân vật phản diện điển hình trong một bộ phim nổi tiếng, mũ phù thủy Maleficent trong tác phẩm hoạt hình kinh điển "Sleeping Beauty" (Người đẹp ngủ trong rừng). Bộ phim sẽ lần đầu tiết lộ sự thật đằng sau số phận bi kịch của người phụ nữ vốn có trái tim thuần khiết này cũng như chân tướng của sự phản bội đã khiến trái tim của bà hóa đá.



Nước - 2030

Đạo diễn: Nguyễn Võ Nghiêm Minh

Khởi chiếu: Dự kiến 09/05/2014

Dựa vào truyện ngắn "Nước Như Nước Mắt" của nhà văn Nguyễn Ngọc Tư, phim Nước 2030 có bối cảnh thời gian năm 2030, khi mà đất đai vùng ven biển miền nam Việt Nam đang bị ngập gần hết do biến đổi khí hậu. Những nông trại nổi to lớn và hiện đại như Đại Thanh trong bộ phim này kiếm được những món lợi lớn từ việc nghiên cứu ra giống rau cải trồng được trong nước mặn, đáp ứng được nhu cầu rau xanh rất lớn của cả vùng Trung Bộ và Nam Bộ. Trong bối cảnh ấy hiện lên các mối quan hệ đan xen phức tạp về lý trí và tình cảm, về cái tốt và cái xấu, và cũng đáng sợ hơn.

Nữ Oan Hồn - The Quiet Ones

Đạo diễn: John Pogue

Khởi chiếu: 16/05/2014

Dựa trên sự kiện có thật, "The Quiet Ones" là sản phẩm của đạo diễn John Poque kể về câu chuyện của một vị giáo sư theo dị giáo nhưng lại có sức thu hút và quyền năng đặc biệt trời ban (Jared Harris thủ vai). Ông này dùng các phương pháp kỳ lạ gây tranh cãi để dẫn dắt các sinh viên ưu tú nhất của mình liễu linh tham gia vào một thí nghiệm tâm linh nguy hiểm: Tạo ra một con yêu tinh từ nguồn năng lượng tinh thần tiêu cực của con người.



Quái Vật Godzilla

Đạo diễn: Gareth Edwards

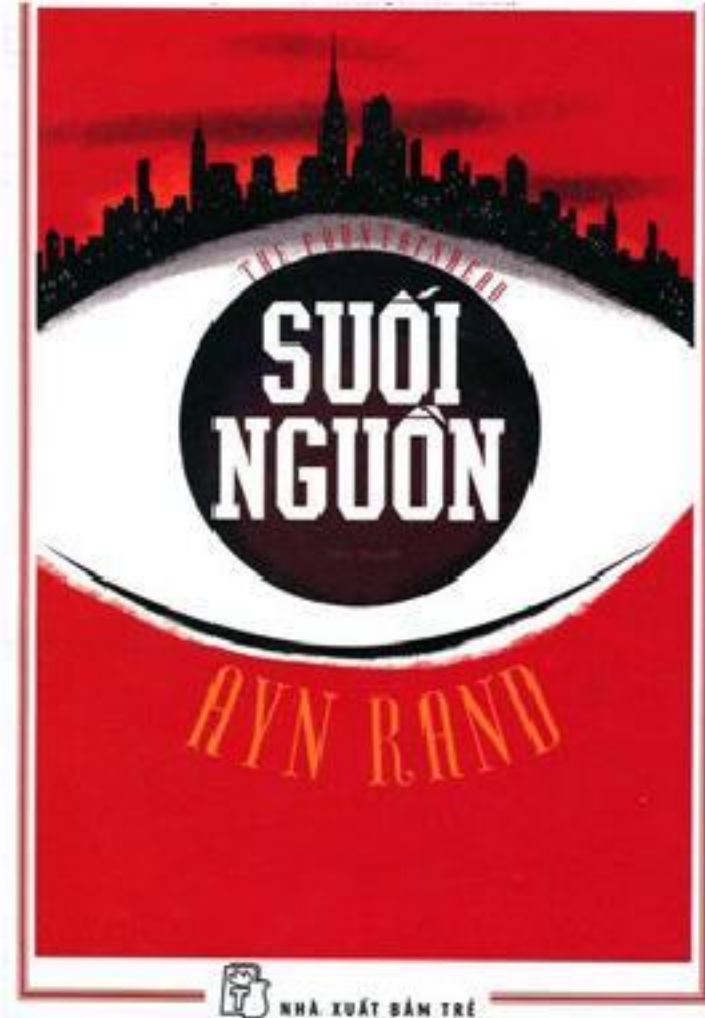
Sản xuất: Warner Bros. , Legendary Pictures , Disruption Entertainment

Khởi chiếu: 16/05/2014

"Godzilla" phiên bản reboot lần này của đạo diễn Gareth Edwards sẽ là sự tái sinh của Godzilla và mở ra một cuộc phiêu lưu hoành tráng, trong đó con quái vật huyền thoại lần này sẽ không chỉ tung hoành phá hủy mọi thứ trên đường đi của nó mà còn đụng độ với những sinh vật hung ác khác, vốn được tạo ra bởi các nhà khoa học kiêu căng, và tất cả chúng sẽ đe dọa sự tồn vong của toàn nhân loại.

Godzilla 2014 được sản xuất bởi một ê kíp tài năng và đầy danh tiếng, mà trong đó nổi bật nhất là đạo diễn Gareth Edward và quay phim Seamus Mc Garvey. Với tài năng của mình, họ đã lồng ghép những yếu tố thực và ảo, hòa quyện với nhau một cách bài bản, khiến cho câu chuyện về Godzilla trở nên gần gũi, chân thực và cũng đáng sợ hơn.





Suối Nguồn

Tác giả: Ayn Rand

Tác phẩm đứng đầu bảng xếp hạng những tiểu thuyết hay nhất thế kỷ 20 do độc giả bình chọn (theo điều tra của New York Time).

"Một tiểu thuyết tràn đầy sức sống và sự thú vị... mạnh mẽ, kịch tính, mãnh liệt và rành mạch từ đầu đến cuối... một tác phẩm tuyệt vời đáng để đọc."

"Tôi có thể ca ngợi tiểu thuyết này ở nhiều khía cạnh... sự kiện hấp dẫn... những nhân vật đầy màu sắc... táo bạo... thông minh phi thường." - New York Herald Tribune

"Bạn không thể đọc tác phẩm tuyệt vời này mà không liên tưởng đến một số tư tưởng cơ bản của thời đại chúng ta... Bạn sẽ nghĩ đến The Magic Mountain và The Master Builder khi bạn nghĩ đến The Fountainhead (Suối nguồn)." - New York Times

Chúa Tể Những Chiếc Nhẫn - Nhà Vua Trở Về

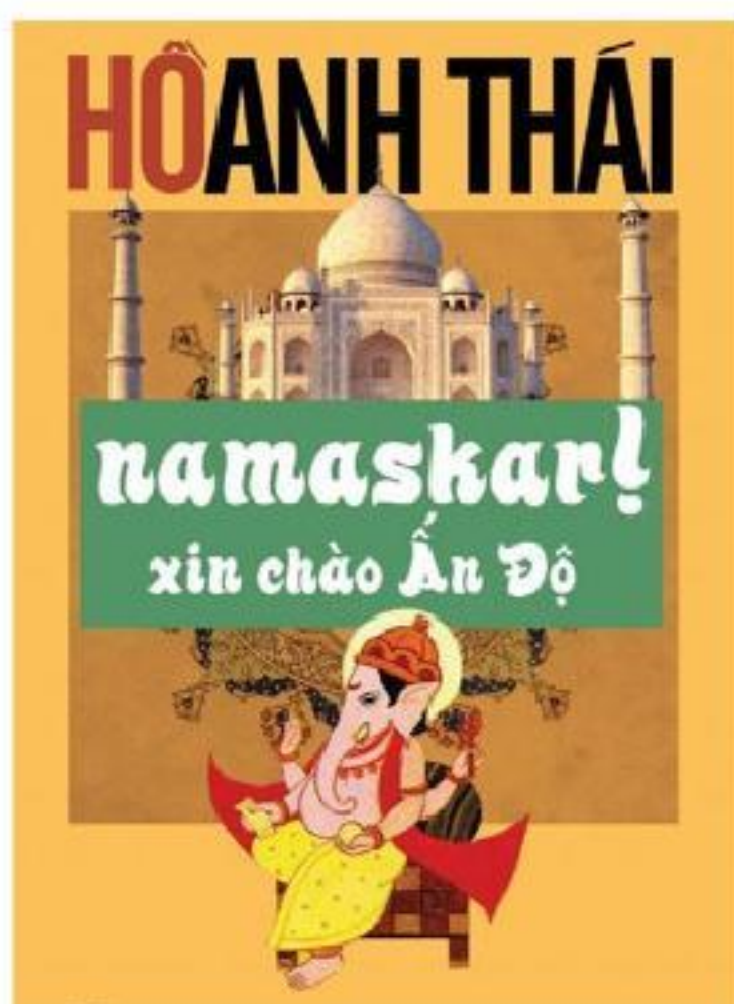
Tác giả: J.R.R. Tolkien

Mọi ngã đường dẫn dắt về một đích. Những thế xưa lần lượt được làm tròn. Các chàng Hobbit thấy mình làm nên truyền thuyết. Và khi cổng Kinh Thành đổ sụp trước quân thù, cũng là lúc Nhà Vua trở về trên chiến địa. Giữa bụi ngùi và hân hoan, giữa tái ngộ và ly biệt, cùng hoa nở sân Thượng Triều và buồm giông từ Cảng Xám, Kỳ Đệ Tam khép lại cho thời Con Người Thống Trị bắt đầu. Một cuốn sách thuộc dòng kinh điển không thể thiếu cho tủ sách của gia đình và dành cho mọi lứa tuổi.



SÁCH

Style / April - May 2014



Namaska! Xin Chào Ấn Độ

Tác giả: Hồ Anh Thái

"Xin chào Ấn Độ" phác họa đất nước Ấn Độ khái quát từ chiều dài lịch sử đến bề rộng, chiều sâu về văn hóa, tôn giáo,... được trình bày theo lối nghĩ khoa học, sắc bén của một nhà ngoại giao, tiến sĩ văn hóa Phương Đông qua lối viết mềm mại của nhà văn Hồ Anh Thái. Được đánh giá là một cuốn sách độc đáo có ích dành cho những ai lần đầu tiên đến Ấn Độ, hoặc muốn khám phá đất nước - văn hóa - con người Ấn Độ, vì đọc Namaska! Xin chào Ấn Độ có thể tìm thấy ngay những điều cần quan tâm: Lịch sử hay Kinh sách; Tôn giáo hay Văn hóa hay Văn chương...

Công Tước Của Riêng Em

Tác giả: Eloisa James

Để tìm một bà mẹ hợp pháp cho những đứa con hoang của mình, Leopold Dautry, công tước Villiers khét tiếng phóng đảng, phải cưới gấp và phải cưới một đám cao quý - nhưng những lựa chọn của anh thì... trời đất, khá ít ỏi. Con gái của công tước Montague, Eleanor, một cô gái

xinh đẹp và thông minh, nhưng tự vui lấp vẻ bề ngoài của mình như một bà cô từ sau mỗi tình đầu đổ vỡ. Anh cần một người mẹ cho những đứa con hoang của mình, còn cô cần một người chồng là công tước. Giằng xé giữa lý trí và đam mê, giữa trí tuệ và óc tưởng tượng, sự hấp dẫn ẩn giấu trong Eleanor dần dần khiến Villiers nhận ra mình sắp sửa phá vỡ mọi giao ước. Nhưng phải đến sau khi anh có mặt trong một vụ thách đấu mà một trong hai bên sẽ phải chết, đấu tranh vì danh dự của người phụ nữ anh yêu, thì rốt cục Villiers mới nhận ra rằng điều nguy hiểm nhất có thể không phải ở trong khu vực thách đấu...

Mà ở trong phòng ngủ. Và con tim.



155

MÙA HÈ 2014

Nghe gì?

MẠNH KHANG

MÙA HÈ LUÔN LÀ QUẢNG THỜI GIAN SÔI ĐỘNG NHẤT CỦA SHOWBIZ VỚI VÔ VÀN NHỮNG CA KHÚC RỘN RÃ VÀ BẤT TÀI. HÃY XEM THỬ MÙA HÈ NĂM NAY BẠN CÓ THỂ TRÔNG CHỜ GÌ Ở SHOWBIZ US-UK NHÉ!

NHỮNG TÊN TUỔI LỚN TẠM NGHỈ NGƠI.

Sau khoảng thời gian cuối năm ngoái quá nhộn nhịp với sự trở lại của một loạt sao lớn như Miley Cyrus, Katy Perry, Lady Gaga... showbiz đang rơi vào giai đoạn trầm lắng hơn trước vì tất cả những tên tuổi lớn đều đã ra album hết cả rồi. Và hơn nữa, đây là thời điểm để họ tập trung vào việc đi tour. Thế cho nên, thay vì những sản phẩm mới, mùa hè này, chúng ta sẽ chào đón những single tiếp theo trong album của họ. Tuy không còn hào hứng nhiều nữa, nhưng điều này không có nghĩa là những ca khúc này không đáng mong chờ.

Mở đầu cho mùa hè năm nay chính là Katy Perry với single thứ tư, "Birthday". Tuy chỉ mới ra mắt lyrics video nhưng "Birthday" đã có hơn

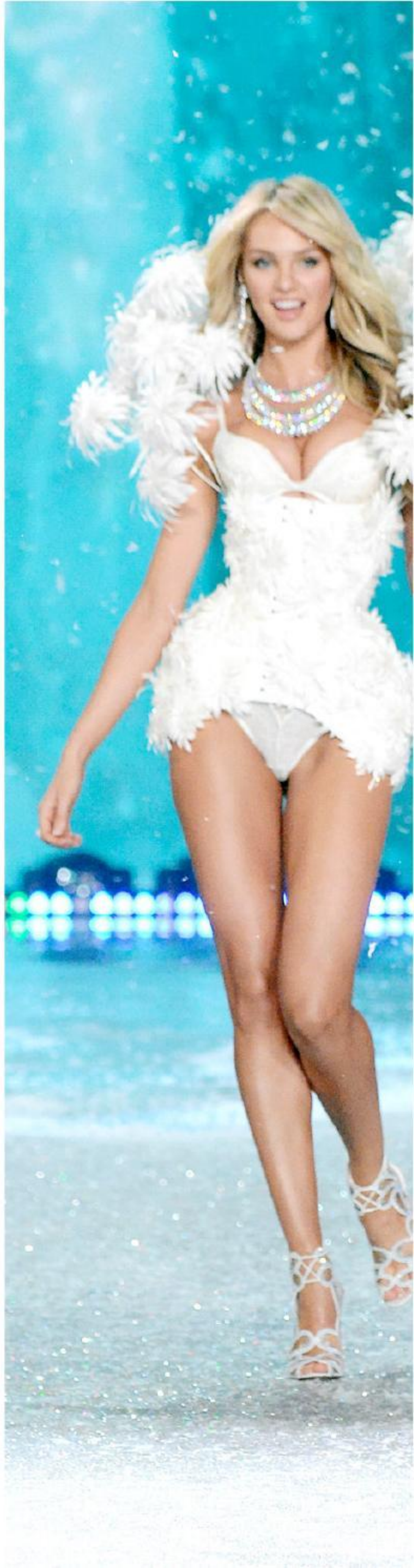
sáu triệu lượt view trên YouTube. Đây là một khởi đầu thuận lợi cho Katy. Chỉ cần một video thật bắt mắt và những màn trình diễn live được đầu tư hoành tráng, "Birthday" chắc chắn sẽ trở thành một trong những hit lớn nhất mùa hè năm nay.

Ngoài ra một loạt những single tiếp theo như "4x4" của Miley Cyrus và Nelly, "Partition" của Beyoncé, "Glory And Gore" của Lorde... sẽ thật sự hâm nóng mùa hè này.

NHỮNG LỜI HỨA COMEBACK MƠ HỒ.

Bruno Mars, Adele, Taylor Swift... đều là những cái tên hứa hẹn sẽ quay trở lại vào năm 2014 này nhưng hiện tại, tất cả những thông tin về việc comeback của họ đều hoàn toàn mơ hồ.

Nếu đúng theo lịch trình, Taylor





Swift sẽ luôn phát hành album vào tháng 11, thì chúng ta sẽ được nghe single đầu tiên của cô nàng vào cuối hè, khoảng tháng 8. Bruno Mars thì vẫn còn mài miết cùng tour diễn “The Moonshine Jungle” cho đến tận tháng 10 năm nay nên khả năng anh chàng comeback kịp vào mùa hè này là rất thấp. Riêng Adele lại là một ẩn số khó đoán nhất. Âm thầm thực hiện album mà không hề hé bất cứ lời nào từ tận đầu năm 2013, các fan hoàn toàn không có thông tin gì để làm nền cho dự đoán của mình ngoại trừ việc cô nàng sẽ vẫn tiếp tục hợp tác với một vài nhà sản xuất cũ đã gây dựng nên thành công cho album “21” của mình. Nhiều fan dự đoán rằng, rất có thể Adele sẽ cũng phát hành album mà không thông báo trước tiếng nào giống Beyoncé. Nhất là khi hiện tại, Adele đã đang ở trên đỉnh cao nhất của sự nghiệp rồi. Nếu thật sự muốn làm một cú shock như Queen Bee, thì đây chính là thời điểm thích hợp nhất.

Một nghệ sĩ khác cũng đang chuẩn bị comeback sau gần tám năm vắng bóng chính là Jojo. Sau nhiều năm liên tục kiện tụng hãng đĩa Blackground





vô trách nhiệm, Jojo đã thoát khỏi hợp đồng ràng buộc và trở thành nghệ sĩ tự do trước khi kí được hợp đồng với Atlantic Record, hãng đĩa đỡ đầu cho rất nhiều tên tuổi lớn như Bruno Mars, Jason Mraz... Single đầu tiên cho album mới của cô nàng dự kiến được phát hành vào đầu mùa hè này.

NHẠC PHIM CHO MÙA HÈ 2014.

Tương tự như mọi năm, mùa hè luôn là mùa đội phim bom tấn của Hollywood. Bên cạnh những tác phẩm điện ảnh, nhạc phim cũng là một chủ đề được khán giả quan tâm không kém. Đặc biệt là sau thành

công vang dội của hai ca khúc "Happy" (nhạc phim "Dispicable Me 2") và "Let It Go" (nhạc phim "Frozen"), rất nhiều người tò mò không biết Hollywood có sẵn sàng đầu tư một khoảng tiền lớn cho nhạc phim mùa hè này hay không.

Vào khoảng thời gian này năm ngoái, khán giả đang ngất ngây cùng phần soundtrack của "The Great Gatsby" với phần trình diễn của một loạt sao lớn như Sia, Will.I.Am, The XX... và đặc biệt với ca khúc chủ đề đầy ma mị "Young And Beautiful" của Lana Del Rey. Tuy nhiên, mùa hè năm nay vẫn chưa đón nhận sự xuất hiện của một bữa tiệc âm nhạc

SHAKIRA.



trên màn ảnh nào tương tự như vậy. Các nhà làm phim quay trở về với phương thức truyền thống, phát hành duy nhất một ca khúc chủ đề cho bộ phim. Tính đến thời điểm này, chúng ta đã có “Once Upon A Dream” của Lana Del Rey (nhạc phim “Maleficent”) và “It’s On Again” của Alicia Keys (nhạc phim “The Amazing Spider-Man 2”). Mặc dù vẫn chưa bùng nổ thành những cú hit, nhưng cả hai ca khúc trên đều đã gây được ấn tượng tốt và nhận được nhiều phản hồi tích cực. Một vài phim bom tấn khác có phần soundtrack đáng chú ý sắp được ra mắt bao gồm “Transformers 4: Age Of Extinction”,

“22 Jump Street”, “Step Up All In”, “The Hunger Games: Mockingjay Part I”...

WORLD CUP 2014.

Sau “Hips Don’t Lie” và “Waka Waka” từng làm mưa làm gió tại hai mùa World Cup trước, Shakira tiếp tục “bao trọn” World Cup 2014 lần này với ca khúc mới “Dare (La La La)”. Tuy chỉ được công nhận là ca khúc chủ đề thứ hai, nhưng sau khi ca khúc chính thức “We Are One” của Pitbull, Jennifer Lopez, Claudia Leitte không nhận được phản hồi tốt từ khán giả, mọi sự chú ý đều dồn qua cho “Dare (La La La)”. Ca khúc

ban đầu được dự kiến phát hành vào năm 2012 với video đã được quay sẵn. Nhưng ngay vào lúc đó, Shakira phát hiện mình mang thai nên việc phát hành được hoãn lại cho đến bây giờ. Xem ra, đây là một biến cố may mắn vì nếu như ra mắt vào năm 2012, “Dare (La La La)” ắt hẳn đã không trở thành ca khúc chủ đề cho World Cup rồi.

Bên cạnh đó, ban tổ chức World Cup còn tổ chức một cuộc thi sáng tác nhạc. Ca khúc thắng cuộc mang tên “Vida (Life)” sẽ được Ricky Martin thu âm và trình diễn tại đêm khai mạc vào tháng sau. Tất cả đều hứa hẹn cho một mùa hè bùng nổ thật sự.



CHÚNG TA SẼ CÓ HAI
CHARLES XAVIER, HAI
MAGNETO, CÙNG
HÀNG SA SỐ CÁC DỊ
NHÂN KHÁC TẬP HỢP
TRONG DAYS OF FUTURE
PAST NHU WOLVERINE,
MYSTIQUE, STORM,
BISHOP, BLINK, ROGUE,
KITTY PRYDE, BEAST, ICE-
MAN, QUICKSILVER...
VẬY CHẴNG PHẢI ĐÂY
CHÍNH LÀ TẬP PHIM
AVENGERS ĐỐI VỚI
LOẠT PHIM X-MEN CỦA
HÃNG 20TH CENTURY
FOX SAO?

STYLE **161**

MỘT BỘ PHIM... ĐÔNG ĐÚC VÀ ĐEN TỐI

Xét về số lượng dị nhân xuất hiện trong Days of Future Past, khán giả hẳn sẽ thấy choáng ngợp. Thậm chí, tạp chí điện ảnh Empire số tháng Ba năm 2014 còn xuất bản 25 hình bìa khác nhau in 25 nhân vật sẽ xuất hiện trong tập phim X-Men mới! Trên thực tế, cốt truyện của Days of Future Past được dựa trên hai tập truyện X-Men cùng tên ra mắt từ 33 năm trước. Câu chuyện lấy bối cảnh năm 2023 trong tương lai, mở đầu khi hầu hết các dị nhân nổi tiếng đã bị tiêu diệt và đánh bại, những dị nhân còn sống sót thì bị truy nã gắt gao. “Đó là một thế giới lụn bại đối với các dị nhân,” đạo diễn Bryan Singer chia sẻ.

Vậy nguyên cớ hay từ khi nào mà các dị nhân quen thuộc của chúng ta lại rơi vào thảm cảnh đến như vậy? Đó là lúc một vài dị nhân còn tồn tại quyết định du hành vượt thời gian trở về quá khứ để thay đổi một vài sự kiện quan trọng trong lịch sử X-Men, nhằm ngăn chặn tương lai đen tối sẽ xảy ra với họ. Nguyên nhân cho tương lai đen tối của các dị nhân dần dần được hé mở qua chuyến du hành này.

Và đây quả là một tình tiết tự nhiên đến hoàn hảo để Bryan Singer có thể tập hợp cả dàn diễn viên trẻ trong X-Men: First Class (2011) với các diễn viên từng tham gia trong X-Men (2000), X2 (2003) và X-Men: The Last Stand (2006). “Tôi có thói quen tập hợp một dàn diễn viên lớn. Lần này không chỉ có các dị nhân cũ, mà có rất nhiều dị nhân mới như Bishop, Blink, Warpath hay Sunspot. Tập hợp dị nhân của tôi có những người dễ nổi cộm như Wolverine, có những người trầm lặng thích mây mù như Beast... Đó là tiền đề cho những chi tiết hài hước ở đầu phim. Nhưng càng về sau, bộ phim sẽ trở nên cực kỳ, cực kỳ đen tối,” vị đạo diễn nhấn mạnh.

GIÀ TRẺ TRÙNG PHÙNG

Có một sự thật rằng các nhân vật siêu anh hùng thường là bất tử. Ngay cả khi họ đã bị sát hại trong tập phim trước thì các nhà sản xuất hay biên kịch vẫn sẽ tìm cách nào đó để lôi kéo nhân vật trở lại trong tập phim mới. Như Giáo sư X chẳng hạn, ông được cho là đã chết từ ngay nửa đầu của X-Men: The Last Stand. Nhưng tới ngày đoạn post-credit

của bộ phim, khán giả lại nhận được gợi ý sự thật không phải như vậy. Tới đoạn post-credit của The Wolverine hồi năm ngoái thì đúng là Giáo sư X vẫn còn khỏe thật! Vậy nên đừng ngạc nhiên khi Giáo sư X của Patrick Stewart sẽ có dịp chạm mặt với Charles Xavier thời trẻ của James McAvoy khi trở về quá khứ. “Cảnh hai người, một già một trẻ, chạm mặt nhau là cảnh biểu tượng của bộ phim. Tôi và James McAvoy đã phải mất nhiều giờ để thực hiện trường đoạn này,” Patrick Stewart tiết lộ. “Ngoài ra trong phim, tôi cũng được tham gia vào nhiều cảnh hành động hơn, có một bộ trang phục chiến đấu riêng và một chiếc ghế bay!”

Cùng lúc đó thì các dị nhân trẻ tuổi lại đang gặp rắc rối. Sau những sự kiện trong First Class, Charles Xavier thời trẻ tuổi đang trở nên mất phương hướng và không còn được minh mẫn như trước. Ngay cả hai người bạn anh là Hank/Beast và Logan/Wolverine cũng chẳng giúp ích được mấy cho Xavier. “Days of Future Past còn là một cuộc chiến trong tâm hồn Charles Xavier thời trẻ tuổi. Anh ấy đang trên đường trở thành Giáo sư X đáng kính sau này, nhưng vẫn còn lâu lắm,” James McAvoy bày tỏ.

Nhưng các fan của Magneto thì sẽ không được chứng kiến một cuộc gặp gỡ giữa Ian McKellen và Michael Fassbender trên màn ảnh. Thậm chí, hai người còn chẳng thể gặp mặt nhau trong quá trình quay phim bởi quá bận rộn với lịch quay của cá nhân. “Một cuộc gặp gỡ giữa hai thế hệ Charles Xavier sẽ diễn ra nên nếu các biên kịch cũng làm vậy với Erik Lehnsherr thì có lẽ hơi quá,” diễn viên trẻ Michael Fassbender cho biết. Đối với nhân vật Erik Lehnsherr của Fassbender, bộ phim giống như một chuyến hành trình cô độc. “Anh ta đã mất hết bạn bè dị nhân. Mở đầu phim thì đang bị cầm tù, đến khi thoát được ra ngoài thì thích hoạt động một mình hơn là tập hợp lại một đội quân. Tất nhiên, mục đích của Lehnsherr khi đó vẫn là tiêu diệt loài người.”

Một nhân vật cầu nối giữa Charles Xavier và Erik Lehnsherr trong X-Men: First Class là Raven Darkholme, dị nhân biến hình da xanh Mystique. Trong ba năm vừa qua, Jennifer Lawrence đã trở thành cái tên được giới truyền thông ưu ái nhất tại Hollywood. Thế nên, nhân



vật Mystique của cô sẽ được đạo diễn Bryan Singer cực kỳ ưu ái trong tập phim mới, giữ một vai trò quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến toàn lịch sử của thế giới X-Men.

Hay cũng như nhiều tập phim X-Men khác, Wolverine của Hugh Jackman sẽ nằm trong “tâm bão” của các pha chiến đấu. Tuy vậy, Wolverine lần này phức tạp hơn một chút khi chỉ có trí óc Wolverine trong tương lai du hành ngược thời gian để nhập vào cơ thể Wolverine thời trẻ trong quá khứ. Nhưng liệu vì Charles Xavier còn rất trẻ nên Wolverine sẽ trở thành “người lãnh đạo” bất đắc dĩ của nhóm X-Men trong tập phim mới hay không? “Không hẳn như vậy. Ai là người lãnh đạo không quá quan trọng. Điều quan trọng là làm thế nào để sinh tồn trước mối hiểm nguy vô cùng lớn sắp sửa ập tới.”

HOÀI BÃO CỦA BRYAN SINGER

Vậy mối nguy hiểm vô cùng lớn mà Hugh Jackman đề cập tới đây là gì? Đó chính là các robot Sentinel do tập đoàn Trask Industries (xin đừng nhầm với Stark Industries của Iron Man!) có người lãnh đạo là Bolivar Trask. Từ sau những sự kiện trong First Class, chính phủ Hoa Kỳ đã bí mật hợp tác với Trask để tạo nên một chương trình chế tạo vũ khí nhằm kiểm chế làn sóng các dị nhân đang tăng cao. Sentinel là thành quả đến từ chương trình này và tới năm 2023 đã trải qua mười thế hệ cập nhật. Các Sentinel thế hệ Mark X chính là dấu chấm hết dành cho các dị nhân. Đáng chú ý, người thủ vai Bolivar Trask là Peter Dinklage, ngôi sao thấp bé của loạt phim truyền hình ăn khách Games of Thrones suốt ba năm qua.

James McAvoy kết luận rằng, “Days of Future Past sẽ nặng nề hơn First Class và Bryan Singer đã thành công trong việc kết nối các tập phim lại với

nau nhờ ‘mảnh khoe’ vượt thời gian.” Trở lại với sự so sánh với The Avengers lúc đầu, vị đạo diễn thừa nhận thành công 1.5 tỷ USD của bộ phim do Disney & Marvel hợp tác sản xuất là một áp lực không hề nhỏ. “Các nhân vật của họ như Iron Man hay The Hulk nổi tiếng hơn các thành viên X-Men rất, rất nhiều.” Nhưng ông cũng tự tin cho rằng X-Men: Days of Future Past sẽ trở thành bộ phim X-Men ăn khách nhất từ trước tới nay. Con số mà nó cần vượt qua chỉ là 460 triệu USD của The Last Stand hồi 2006. Dù thế nào, Days of Future Past cũng là bộ phim X-Men, hay tác phẩm chứa đựng nhiều tham vọng và hoài bão nhất của Bryan Singer từ trước tới nay. Và ông cũng đã bắt đầu lên kế hoạch cho tập phim tiếp theo, Apocalypse, cho năm 2016...

X-Men: Days of Future Past, với tựa Việt X-Men: Ngày Cũ Của Tương Lai, sẽ chính thức khởi chiếu từ ngày 23/5/2014.

New

Häagen-DazsTM

MÙA HÈ SÁNG KHOÁI CÙNG HÄAGEN DAZS!

Hương vị mới dành riêng cho mùa hè.

Sự kết hợp tuyệt vời giữa phúc bồn tử, dâu tây, việt quất và mâm xôi hòa quyện cùng vị kem ngọt tinh khiết của nước sốt phúc bồn tử cho bạn thỏa thích vị giác và đắm mình trong khoảnh khắc thư giãn tuyệt đối.



Sản phẩm có bán tại chuỗi cửa hàng Annam Gourmet, các siêu thị cao cấp và cửa hàng tiện lợi trên toàn quốc
Công ty TNHH Thực phẩm Ân Nam: Tel: 08 - 3512 6400 (Ext: 158) / Fax: 08 - 3512 6401

THE PURSUIT OF PERFECTION.



Thứ ba từ trái sang: **ông Leo Wan** - Giám đốc thương hiệu công ty Moët Hennessy Việt Nam, golf thủ **Trần Lê Duy Nhất** - đại sứ thương hiệu Glenmorangie, **ông David Ridley** - Giám đốc Điều hành Công ty Moët Hennessy Việt Nam, **ông Trần Đức Cường** - Giám đốc thương hiệu Glenmorangie

GLENMORANGIE TROPHY 2014 THEO ĐUỔI ĐỈNH CAO HOÀN HẢO

Mừng sinh nhật 3 năm
FAIRWAYS GOLF VIETNAM

Tiếp nối thành công của giải golf GLENMORANGIE TROPHY 2013 và nhân kỷ niệm sinh nhật tròn 3 năm của ấn phẩm Fairways Golf Vietnam, GLENMORANGIE TROPHY 2014, giải thi đấu gôn uy tín diễn ra vào ngày 22/03/2014 vừa qua tại sân Đông, Vietnam Golf & Country Club, Thủ Đức, đã khép lại thành công với những cuộc đấu gậy hấp dẫn và nảy lửa, những đường banh tinh tế, đầy mê hoặc và một cảm giác được theo đuổi và chinh phục cho đỉnh cao hoàn hảo của môn golf mang lại. Giải đã thu hút với số lượng trên 120 gôn thủ tham gia trên phạm vi toàn quốc và quốc tế.

Gải đấu GLENMORANGIE TROPHY 2014 diễn ra theo thể thức đấu gậy 18 lỗ dựa vào handicap chính thức, cùng tranh tài với điểm net ở 3 bảng Handicap A,B và bảng hệ thống 36. Nhờ sự đầu tư và công tác chuẩn bị chu đáo, giải đấu năm nay được tổ chức khá chuyên nghiệp từ khâu trang trí, thiết kế cho đến các hạng mục giải thưởng như: Giải Best Gross Champion sẽ trao cho gôn thủ xuất sắc nhất, giải Best Net Champion cho các bảng đấu, các giải kỹ thuật và đặc biệt là các giải Hole-in-One rất hấp dẫn, bao gồm: 01 chuyến tham quan nhà Glenmorangie tại Scotland trị giá 100,000,000 VND; 01 xe Mercedes-Benz C200; 01 bộ điện tử nhà thông minh Gamma trị giá 80,000 USD; 01 điện thoại Tag Heuer trị giá 233,750,000 VND; 01 thẻ thành viên trị giá 20,000 USD tại sân golf Diamond Bay; 01 phiếu quà tặng mua đồ nội thất BA trị giá 100,000,000 VND; 01 nhẫn kim cương Lucky star trị giá 200,000,000 VND v.v. Trong không khí hào hứng, sôi nổi cùng điều kiện thời tiết khá đẹp và đứng gió, các gôn thủ đã có một ngày thi đấu tuyệt vời khi có thể phô diễn được những kỹ thuật đánh gôn tốt nhất của mình, điều này càng khiến cho lượt đấu đã diễn



ra hấp dẫn và có sự cạnh tranh quyết liệt. Khung thi đấu được thiết kế để mang đến cho tất cả các gôn thủ cơ hội ngang nhau để giành nhiều giải thưởng. Dù có người đoạt được giải và không được giải, nhưng tất cả đều vui tươi phấn khởi vì coi đây là cơ hội cọ sát thực tế và giao lưu giữa các gôn thủ. Có thể nói, đây là sự kiện thi đấu gôn uy tín với nhiều điều bất ngờ thú vị đã diễn ra tại mỗi giải đấu hằng năm của **GLENMORANGIE TROPHY**.

Sự kiện này sẽ cung cấp nền tảng cần thiết để tiếp tục sự phát triển của môn gôn tại Việt Nam và nuôi dưỡng đam mê thể thao ở mọi độ tuổi. Cũng tại giải thi đấu này, **GLENMORANGIE TROPHY 2014** cũng đã lựa chọn ra



Ông Nguyễn Thanh Cảnh

Giám Đốc Điều Hành Fairways Việt Nam trao giải kỹ thuật cho các golfer trúng giải.



Ông David Ridley

Giám đốc điều hành Moët Hennessy Việt Nam chia sẻ

được 5 gôn thủ có thành tích tốt nhất sẽ tham dự vòng chung kết khu vực của giải Mercedes Trophy 2014 và tham dự chuyến tham quan nhà Glenmorangie tại Scotland. Ông David Ridley – Giám đốc điều hành Moët Hennessy Việt Nam đồng thời cũng là đồng đại diện Ban tổ chức chia sẻ “Là biểu tượng của sự hoàn hảo, Glenmorangie mong muốn được

chia sẻ những di sản và danh tiếng của thương hiệu qua giải Glenmorangie Trophy 2014. Chúng tôi rất tự hào được hợp tác cùng tạp chí FAIRWAYS trong năm nay và hy vọng sẽ không ngừng trau dồi kinh nghiệm chơi golf cho ngày càng nhiều gôn thủ Việt trẻ tuổi”.

SAU ĐÂY LÀ KẾT QUẢ THI ĐẤU SAU MỘT NGÀY TRANH TÀI SỎI NỔI

GIẢI QUÁN QUÂN	
VÔ ĐỊCH (Best gross)	NGUYỄN TỰ NGUYỄN (score: 9-74-65)
GIẢI ĐẶC BIỆT (GIẢI KỸ THUẬT)	
Giải đánh gần lỗ nhất (lỗ 8) – Nearest to the pin	KIỀU ĐẠI BẰNG (70cm)
Giải đánh gần lỗ nhất (lỗ 17) – Nearest to the pin	NGUYỄN NGỌC KHÔI (3.5 yard)
Giải phát bóng xa nhất (lỗ 7) – Longest Drive	PHẠM THỊ HỒNG PHƯƠNG (260 yards)
BẢNG SYSTEM 36	
GIẢI NHÌ (1st Runner-Up)	NGUYỄN THÀNH VINH (15-88-73)
GIẢI NHẤT (Best Net Champion)	Mr. DAVID GORMAN (14-84-70)
BẢNG B (HDCP 16-28)	
GIẢI BA (2nd Runner-Up)	ĐINH VĂN TIẾN (24-87-63/68)
GIẢI NHÌ (1st Runner-Up)	NGUYỄN HOÀI NAM (16-84-68)
GIẢI NHẤT (Best Net Champion)	NGUYỄN ĐỨC QUANG (15-83-68)
BẢNG A (HDCP 0-15)	
GIẢI BA (2nd Runner-Up)	LÊ TUẤN VIỆT (13-79-66/68)
GIẢI NHÌ (1st Runner-Up)	TRẦN TUYẾN ĐỨC (11-79-68)
GIẢI NHẤT (Best Net Champion)	NGUYỄN VY MINH (9-74-65/68)



A N N H

rất là đàn bà!



CÓ MỘT CÂU ĐÙA KHÔNG VUI CHÚT NÀO MÀ PHỤ NỮ NGỒI VỚI NHAU HAY NÓI: ĐÀN ÔNG TIẾN HÓA LÊN MỘT TẦM CAO MỚI SẼ BIẾN THÀNH GAY. ĐÂY LÀ CÂU ĐÙA THƯỜNG ĐƯỢC THÓT LÊN KHI TA PHÁT HIỆN RA CÁI ANH ĐẸP TRAI HOÀN HẢO, NGƯỜI YÊU TRONG MƠ CỦA HƠN CHỤC CÔ NÀNG TRONG CÔNG TY HÓA RA ĐÃ CÓ BẠN TRAI HOÀN HẢO ĐẸP NHƯ MƠ. HAY KHI TA NỔI KHÙNG VỚI BẠN TRAI/ CHỒNG LÚC ANH TA TRÌNH BÀY MỘT LỐI ỨNG XỬ THẬT ĐƠN BÀO KIỂU NHƯ "TIỀN ĐÂY, EM HÃY MUA MÓN QUÀ MÀ MÌNH THÍCH" HAY "10 PHÚT NỮA ANH SẼ RỬA CHÉN" HAY "HÔM NAY LẠI LÀ NGÀY KỈ NIỆM GÌ ĐÓ À?". TA CHẤP NHẬN TRONG HẠM HỤC RẰNG, ĐẤY MỚI LÀ ĐÀN ÔNG. THẾ RỒI BỔNG NHIÊN TA TÌM RA MỘT ĐỘT PHÁ MỚI CỦA TẠO HÓA: NHỮNG CHÀNG TRAI RẤT ĐÀN BÀ.

167^{STYLE}

Nghe đến đây, bạn có thể nghiêng đầu bĩu môi "Cái loại đàn ông mặc váy đấy à?" Đấy, có lạ chưa, trong khi khen một cô gái "Em manly dễ sợ" thì thường cô ấy cười cười cho qua, quá lắm thì cuối giờ làm đi mua thêm đôi giày cao gót. Nhưng ở đây tôi sẽ không bàn về bình đẳng giới hay thói quen tự coi thường tính nữ. Tôi chỉ muốn kể về những anh chàng rất đàn bà.

Đàn ông nữ tính thì trông thế nào? Tất nhiên anh ấy không mặc váy, trừ phi anh ấy đủ đẹp để làm người mẫu cho một bộ sưu tập thời trang nào đó. Nhưng quần hồng, giày đỏ, áo cam là chuyện bình thường. Bạn có thể khen anh ấy "hôm nay lựa quá" và chàng vẫn cười thật tươi. Nếu là chủ một quán cà phê (Thực ra không phải nếu, tôi có biết một anh là chủ quán cà phê thật), anh ấy sẽ tự tay pha từng món nước theo cách của-riêng-anh, có nghĩ là dù thân đến mức nào bạn cũng đừng dại mà bước vào quầy pha chế của chàng và nghĩ rằng



Đàn ông nữ tính không xuất hiện để dẫn vật phụ nữ xem họ có thật là phụ nữ không. Hay để chứng minh Thượng đế sau khi tạo ra đàn ông và đàn bà, đã tạo ra một loại đàn ông rất đàn bà khác như một phiên bản nâng cấp cho tuyệt tác loài người của Ngài.



mình có thể tự làm lấy một phần trà đá. Không, tránh xa vương quốc của chàng ra! Cứ ngồi im và ngoan ngoãn quan sát. Nhìn chàng đưa dao cắt một miếng chanh với sự thành thực và thành kính của một tay kiếm sĩ, tỉ mỉ dọn dẹp lại từng góc bàn sau khi khách ra về, đẩy cái gạt tàn vào góc trái, dọn lại chậu hoa sang góc phải, kê cau mày khi thấy vài mẫu thuốc lá vút lung tung ra bàn. Bạn sẽ thấy hình ảnh ấy sao mà thân thương quá, hết như lúc... mẹ bạn làm vệ sinh phòng bếp vào mỗi cuối tuần!

Nếu anh ấy là người tình, bạn sẽ ngại ngần sử dụng phòng tắm của chàng, vì không biết mình có nhớ đúng vị trí đặt xà phòng và máy sấy tóc hay không. Tuy nhiên bạn lại thấy có chút thoải mái khi tìm thấy cả lotion và bông tắm, cả bàn chải đánh răng dành cho khách. À, còn cả pyjama dành riêng cho bạn được treo sẵn nữa! Bạn chỉ được cởi đồ anh ấy, chứ không được thấy chàng mặc đồ, vì lẽ dĩ nhiên, chàng sẽ thấy xấu hổ nếu làm điều đó trước mặt bạn. Thật khiếm nhã, chàng kết luận. Lúc nửa đêm khi đói bụng, bạn có cơ hội được thưởng thức cả một phần spaghetti thịnh soạn do chàng đứng bếp, vì chàng bảo mì gói là tội ác của da mặt.

Nếu anh ấy là bạn tâm giao, bạn sẽ được thấy nước mắt đàn ông, rơi công khai và thẳng thắn, giữa rạp chiếu phim. Thấy chàng buồn cả buổi chiều sau khi hỏi chuyện một em bé đánh giày, và buồn vài ba tháng sau khi cô người yêu cũ công khai có người yêu mới. Bạn chỉ còn biết nắm tay chàng, bảo, hay mình đi ăn kem đi anh, em trả tiền. Anh ấy sẽ gật đầu ngay, phần vì thích kem, phần khác vì đã hết tiền sau cơn bốc đồng mua trọn bộ sưu tập đĩa nhựa của một ca sĩ nhạc blue mà anh hâm mộ từ lâu.

Đây, là những người đàn ông nữ tính. Nhưng bằng cách vẽ những chân dung quá chừng cụ thể, có thể tôi sẽ làm bạn hiểu lầm rằng tôi đang nhắm đến nào những tỉ mẩn, chi li, yếu đuối, đồng bóng và những đặc tính “đàn bà hơn cả đàn bà” khác. Ừ thì cũng đúng. Nhưng, đàn ông nữ tính không xuất hiện để dẫn vật phụ nữ xem họ có thật là phụ nữ không. Hay để chứng minh Thượng đế sau khi tạo ra đàn ông và đàn bà, đã tạo ra một loại đàn ông rất đàn bà khác như một phiên bản nâng cấp cho tuyệt tác loài người của Ngài.

Đặc tính vượt trội nhất của đàn ông nữ tính chỉ đơn giản là vào một

ngày đẹp trời nào đó khi bạn gật gù với dòng chữ “Phụ nữ không phải để hiểu, phụ nữ là để yêu”, chàng sẽ xuất hiện và trả lời “Phụ nữ có thể vừa được yêu, vừa được hiểu”. Sự tinh tế, tỉ mẩn, chi li, yếu đuối, đồng bóng của đàn ông khi được dùng để yêu đàn bà, bất ngờ thay, lại là vừa khít. Không phải vì chàng là chuyên gia trong lĩnh vực tránh tổn thương, hay vì chàng có một trái tim nhân ái, hay chàng sẽ không bao giờ rời bỏ bạn. Không phải và không phải. Vậy thì vì sao?

Thử đi rồi biết!

Liệu các anh có nên được tôn vinh như một chuẩn mực mới dành cho phái mạnh? Tôi không chắc. Chỉ là ngoài kia, bên cạnh những anh chàng với lượng testosterone chực chờ tràn lên bề mặt tỷ lệ thuận với những đặc tính “rất đàn ông” khác, phụ nữ còn một chọn lựa khác. Những “anh rất là đàn bà”, và chỉ đàn ông ở 3 nơi: Trên giường, khi em cần và khi nhà có chuột. Vậy là đủ rồi!

TIN TỨC

Style / Tháng 4-5/2014

LONGCHAMP

Năm 2014, Longchamp - thương hiệu đồ da và quần áo Pháp nổi tiếng thế giới kỷ niệm 20 năm ra mắt chiếc túi Le Pliage® biểu tượng. Kể từ năm 1993, Le Pliage® đã trở thành dòng túi bán chạy nhất thế giới của Longchamp với hơn 30 triệu chiếc. Chiếc túi là sự kết hợp giữa sự tao nhã và nhẹ nhàng, tôn lên nét hoàn hảo mỗi ngày cho phụ nữ thời trang và phong cách. Được lấy tên theo động từ "gập" bằng tiếng Pháp và lấy cảm hứng từ nghệ thuật origami của Nhật, Le Pliage® là dòng túi xách được may bằng chất liệu vải bạt nylon nhẹ, cứng và sáng màu, tô điểm với chất liệu da của Nga. Khi được gập lại, Le Pliage® chỉ có kích cỡ như một quyển vở. Khả năng thích nghi, độ bền và chất lượng đã khiến cho túi trở thành một trong những dòng túi được ưa chuộng nhất trên thế giới. 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.



PRINCESS CRUISES

Ngày 04/4, tàu Diamond Princess thuộc Princess Cruises – thương hiệu du thuyền hàng đầu thuộc tập đoàn Carnival Corporation & Plc cập cảng Cái Mép, Phú Mỹ, Bà Rịa, Vũng Tàu. Đây là trạm dừng chân đầu tiên sau thời gian Diamond Princess ngừng hoạt động để nâng cấp. Với mức đầu tư nâng cấp khoảng 30 triệu đô la Mỹ tại Singapore, tàu Diamond Princess được trang bị khu vực tắm bốn Nhật Bản mới – là khu vực tắm bốn lớn nhất ngay trên đại dương, một nhà hàng sushi mới, một sân thể thao cùng khá nhiều tiện ích và trang thiết bị mới. Con tàu hiện đang thực hiện chuyến chu du 13 ngày quanh khu vực Đông Nam Á và Nhật Bản, là một trong những hải trình thuộc chùm chương trình Princess Cruises Nhật Bản 2014. Đến với Diamond Princess, du khách sẽ có cơ hội trải nghiệm mua sắm độc đáo trên tàu mang phong cách Princess Cruises.



SWAROVSKI

Swarovski là một trong những thương hiệu pha lê của Áo nổi tiếng nhất thế giới với những viên pha lê được chế tác tinh xảo, đem lại vẻ đẹp lung linh, sang trọng và trẻ trung cho người đeo. Để tạo ra những viên pha lê lung linh màu sắc, Swarovski đã tráng phủ bên ngoài với các hợp chất gốc kim loại đặc biệt như Volcano, Aurum, Dorado, Aurora Borealis, ... Mới đây, BST trang sức pha lê cao cấp Tribal Glam của Swarovski đã có mặt tại Việt Nam. Nhân dịp này, Swarovski dành tặng quý khách hàng Gift voucher 1 triệu đồng cho hóa đơn mua hàng từ 6 triệu đồng trở lên. Địa chỉ tham quan mua sắm tại: M20 – Vincom center, 70 – 72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM; Diamond plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp. HCM, và Hồ Gươm plaza, 1-3-5 Đinh Tiên Hoàng, Q.Hoàn Kiếm, Hà Nội.

MISAKI

Misaki là thương hiệu trang sức ngọc trai nổi tiếng toàn cầu được ra đời năm 1986 tại Monaco. Đối tượng Misaki hướng tới là những người phụ nữ biết cách làm đẹp, hiện đại và có thu nhập cao. Thương hiệu nữ trang cao cấp này đã làm thay đổi quan niệm của phái đẹp về trang sức ngọc trai. Với Misaki, mọi phụ nữ đều có thể chọn được cho mình một trang sức phù hợp nhất bởi thiết kế hiện đại, độc đáo và rất thời trang. Nhân ngày của mẹ, từ ngày 7/5 – 18/5, Misaki áp dụng chương trình giảm giá 20% toàn bộ cửa hàng. Hãy đến với Misaki để lựa chọn một món quà trang sức thật ý nghĩa, thật ấn tượng nhưng cũng không kém phần sang trọng dành cho người mẹ mà bạn luôn kính yêu nhất. Địa chỉ tham quan mua sắm tại: Vincom 1 (04.22200310) và Big C Thăng Long (04.37833226).



MOBIADO

Ngày 30/03, Mobido ra mắt mẫu điện thoại thứ hai thuộc dòng điện thoại Dream Color: Professional 3 DC - Vincent van Gogh. Đây là mẫu điện thoại được thiết kế khung hợp kim nhôm, chất liệu được dùng cho vỏ máy bay, tạo nên cấu trúc nguyên khối vững chãi mà vẫn nhẹ. Khung hợp kim sau đó được tôi qua quá trình mạ a-nốt, chống các tác động bào mòn của môi trường. Kế đến, họa sĩ của Mobido sẽ hoàn thiện tác phẩm nghệ thuật cơ khí (Engineering Artwork) bằng hình vẽ tay. Sa-phia nguyên tấm sau đó được ghép máy chính xác khung máy cùng với phím bấm và các con ốc bằng thép không gỉ. Nắp pin điện thoại khắc bản sao thu nhỏ của kiệt tác "The Starry Night". Cũng giống như phiên bản Piet Mondrian, sẽ chỉ có một số lượng hạn chế Professional 3 DC - Vincent van Gogh được chế tác.

TIN TỨC

Style / Tháng 4-5/2014



TOPSHOP

Mùa hè này, Topshop và Adidas Originals lần đầu giới thiệu BST Xuân Hè 2014.

Phong cách cổ điển được làm sống lại qua các họa tiết in và tái thiết kế bởi những đường cắt điều luyện để tạo ra các kiểu trang phục hoàn hảo và độc đáo cho BST này.

Một dòng mẫu hình in độc quyền của Topshop được lấy cảm hứng từ phong cảnh của London như những hình ảnh về di sản của thành phố này từ Adidas Originals, được đưa ra thiết kế, tiếp cận đến xu hướng mới và thổi vào đó phong cách của sự tự do, phóng khoáng.

Với phong cách tối giản và họa tiết theo phong cách London sẵn có, giờ đây sự kết hợp này thể hiện tinh yêu của Topshop dành cho London, và danh tiếng Adidas Originals như một dấu ấn phong cách thể thao hàng đầu trong văn hóa đường phố.



THE BODY SHOP

Ngày 29/03, thương hiệu mỹ phẩm The Body Shop chính thức khai trương cửa hàng mới nhất tại Hà Nội, nâng tổng số cửa hàng trong hệ thống The Body Shop tại Việt Nam lên con số 17. Việc ra mắt cửa hàng mới của The Body Shop nhằm mang lại sự thuận tiện hơn trong việc mua sắm và trải nghiệm các sản phẩm làm đẹp với những thành phần tinh túy nhất từ thiên nhiên, an toàn cho sức khỏe của những ai đã và đang yêu thích thương hiệu The Body Shop. Từ dòng sản phẩm dưỡng da mặt tiên tiến hoạt động hiệu quả như Moisture White™ Shiso đến dòng sản phẩm trang điểm theo xu hướng, The Body Shop® luôn có sản phẩm phù hợp cho mọi đối tượng. Địa chỉ tham quan và mua sắm tại: tầng hầm B1, Vincom Mega Mall Royal City, 72A Nguyễn Trãi, Thanh Xuân, Hà Nội.



ELIZABETH ARDEN

Cái nắng chói chang, gay gắt của mùa hè có làm bạn lo lắng hơn về những đốm nám và các vùng da tối xỉn, không đều màu? Tinh chất đặc trị các đốm sạm màu từ dòng sản phẩm dưỡng trắng, đặc trị nám danh tiếng Visible Whitening sẽ là người bạn đồng hành không thể thiếu giúp bạn khôi phục làn da tươi sáng và rạng rỡ. Tuýp tinh chất màu bạc với hàm lượng đậm đặc dẫn xuất vitamin C, các thành phần loại bỏ tế bào chết và dưỡng ẩm là chiếc chìa khóa vàng để ức chế quá trình hình thành sắc tố ở cả 5 giai đoạn, tập trung làm sáng màu nhanh chóng những vùng nám sạm, khôi phục tức thì vẻ rạng ngời cho làn da. Trong tháng 5, khi mua sản phẩm Visible Whitening tại cửa hàng của hệ thống Elizabeth Arden bạn sẽ có cơ hội nhận được những phần quà hấp dẫn từ nhãn hiệu mỹ phẩm hàng đầu thế giới này.

PEDRO

Thương hiệu Pedro giới thiệu BST Hè 2014 với điểm nhấn là những sắc màu phong phú, góp phần khẳng định gu thời trang cá tính của bạn trong mùa hè này. Khởi đầu BST là những chi tiết khóa cài trong hai gam màu đen và trắng, điểm xuyết những chi tiết dập nổi cá sấu cầu kì tạo chiều sâu cho tổng thể bộ trang phục. Nếu như cảm hứng từ sàn diễn thời trang được tái hiện thông qua vẻ đẹp cá tính và năng động của những đôi sandal nhiều màu sắc cho các chàng, thì những đôi giày đế bệt mũi nhọn kiểu ba lê thanh lịch lại được ưu ái dành riêng cho các cô nàng hiện đại. Bên cạnh đó, các tin đồ thời trang cũng có thể trông đợi những thiết kế với điểm nhấn là những sắc đỏ đa dạng nổi bật tương phản trên nền của những gam màu tối, được cân bằng khéo léo với màu xanh đậm và màu bạc trên một tổng thể hài hòa.



BEYOND

Ngày 04/4, nhãn hàng mỹ phẩm thiên nhiên Beyond chính thức ra mắt tại Việt Nam. Beyond là dòng mỹ phẩm thân thiện với môi trường (mỹ phẩm Eco) thuộc LG Household & Health – công ty hàng đầu trong lĩnh vực sản xuất hàng gia dụng, mỹ phẩm và thực phẩm chức năng tại Hàn Quốc. Các sản phẩm của Beyond được khách hàng nam, nữ trong độ tuổi từ 18 - 30 ưa chuộng bởi chất lượng, mẫu mã đa dạng, cuốn hút, tinh thân thiện với môi trường và người tiêu dùng. Để đánh dấu bước khởi đầu này, Beyond khởi sự chiến dịch Save Animals Save Nature tại Việt Nam nhằm kêu gọi phản đối việc thử nghiệm thành phần hóa học trong mỹ phẩm trên động vật sống, đồng thời hướng người dân có ý thức trong lối sống khoa học, trách nhiệm với môi trường.

MENARD

Với mong muốn tri ân những quý khách hàng đã luôn tin yêu và đồng hành cùng Menard, đồng thời nhìn lại chặng đường phát triển 10 năm của Menard Việt Nam, vừa qua, "Lễ Kỷ Niệm 10 Năm Menard Việt Nam (2004 – 2014)" đã được tổ chức tại 2 địa điểm sang trọng nhất của thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội là khách sạn Intercontinental Asiana (ngày 12/4) và JW Marriott (ngày 19/4). Trong không gian sang trọng và ngập tràn đam mê làm đẹp cùng tinh thần văn hóa Nhật Bản, buổi lễ đã diễn ra vô cùng trang trọng nhưng không kém phần thân mật và ấm cúng với sự có mặt của đại diện Menard Nhật Bản, các khách hàng thân thiết của Menard cùng những ngôi sao nổi tiếng như: cựu siêu mẫu – MC Thúy Hạnh, Hoa hậu đến Hùng Giáng My, nam ca sĩ Hồ Trung Dũng, Hà Anh Tuấn... Chương trình khép lại với những cảm xúc đẹp và khó quên trong lòng những người tham dự.

WHOO

Là thương hiệu mỹ phẩm nổi tiếng của Hàn Quốc, Whoo được xây dựng từ những nguyên liệu quý hiếm như nhân sâm hoang dã và hoa sen tuyết,... có tác dụng làm trẻ hóa làn da, làm cho khuôn mặt của bạn trẻ trung hơn. Các sản phẩm của Whoo được người dùng biết đến bởi sự xuất sắc của những người làm ra sản phẩm và một quá trình tiếp diễn trong việc chống lại làn da khô và lão hóa, khôi phục làn da khô, chống lại các nếp nhăn. Mới đây, Whoo giới thiệu sản phẩm son dưỡng môi Hoàng Cung mới - Whoo Gongjinyang Mi Glow Lip Balm. Sản phẩm này có tác dụng bổ sung độ ẩm, mang lại sắc hồng tự nhiên cho làn môi mịn màng đầy sinh khí. Ngoài ra, Whoo Gongjinyang Mi Glow Lip Balm còn có khả năng chống nắng, bảo vệ môi dưới tác động của tia tử ngoại. Whoo Gongjinyang Mi Glow Lip Balm được bán với giá 730.000VNĐ/sản phẩm.



BOBBI BROWN

Lấy cảm hứng từ hậu trường của vô số tuần lễ thời trang, Bobbi Brown giới thiệu sản phẩm đa chức năng, đa công dụng mới nhất - Art Sticks. Sản phẩm này là sự kết hợp dễ dàng của son môi dạng bút chì, chắc chắn sẽ là giấc mơ của các chuyên gia trang điểm. Không những vậy, Art Sticks cung cấp độ che phủ và màu sắc thuận tiện, linh động, nhanh và dễ để có được phong cách cho đôi môi từ bóng tự nhiên đến mờ lâu trôi. Ngoài ra, sự kết hợp hoàn hảo của Shea Butter và dầu thực vật tạo ra một kết cấu rất mịn đem đến hỗn hợp độc đáo, cho phép đánh thật nhẹ và dễ dàng nhưng vẫn mang lại cho bạn đôi môi mềm mại và mịn màng. Đặc biệt, Art Sticks còn cung cấp lớp che phủ với màu sắc trung thực lên đến 6 giờ. Art Sticks được bán với giá 720.000VNĐ/sản phẩm.

L'OCCITANE

Thương hiệu mỹ phẩm cao cấp L'Occitane vừa ra mắt dòng sản phẩm chống lão hóa cao cấp toàn diện mới - Immortelle Divine. Dòng sản phẩm mới này được chiết xuất từ tinh dầu hữu cơ hoa cúc trường sinh (Immortelle), hoa sim, mật ong vùng Corsica, tinh dầu hoa anh thảo camelina, acid hyaluronic,... có tác dụng chống lại những dấu hiệu lão hóa nhỏ nhất, mang đến làn da ngày càng tươi trẻ hơn. Các sản phẩm của Immortelle Divine gồm: Divine Lotion – nhũ tương cân bằng chống lão hóa, giúp tăng hiệu quả cho các bước dưỡng da; Divine Extract – chiết xuất đặc trị chống lão hóa giúp phục hồi lớp trung bì và tăng hiệu quả cho cream; Divine Cream – kem dưỡng chống lão hóa cao cấp; và Divine Eyes: tinh chất cao cấp chống lão hóa cho vùng mắt.



SISLEY

Được ra đời từ năm 1976, chỉ trong một phần tư thế kỷ, Sisley từ một thương hiệu Pháp đã trở thành thương hiệu đa quốc gia, có mặt hơn 80 nước trên thế giới cùng với vài ngàn nhân viên trên toàn cầu và là một trong những nhà sản xuất mỹ phẩm cao cấp danh tiếng hàng đầu trên thế giới. Áp dụng thành tựu khoa học Supremya vào sản phẩm đặc trị dành riêng cho vùng da quanh mắt, mới đây Sisley cho ra đời sản phẩm Supremya Eyes. Với công thức dạng kem nhẹ nhàng, Supremya Eyes có tác dụng làm giảm nếp nhăn quanh vùng mắt, đồng thời chống lại các tác nhân lão hóa hay di truyền, giúp mi mắt trở nên săn chắc hơn, quảng thắm và bóng mờ cũng sẽ được cải thiện triệt để. Đêm từng đêm, vùng da quanh mắt ngày một trở nên tươi trẻ và mịn màng rõ rệt. Supremya Eyes được bán với giá 4.700.000VNĐ/ sản phẩm.

171

STYLE

TIN TỨC

Style / Tháng 4-5/2014



HEINEKEN

Từ ngày 03 – 06/4, người hâm mộ Việt Nam lần đầu tiên có cơ hội chiêm ngưỡng chiếc cúp UEFA Champions League danh giá và giao lưu với 2 ngôi sao Ruud van Nistelrooy – đại sứ thương hiệu Heineken và Robert Pires – đại sứ giải đấu trong chuỗi sự kiện "Hành trình trải nghiệm cúp UEFA Champions League". Tất cả những người hâm mộ bóng đá tham gia vào sự kiện này sẽ có cơ hội thắng những chiếc vé tham dự trận chung kết của UEFA Champions League tại Lisbon và các chuyến tham dự lễ hội bóng đá âm nhạc tại Ibiza, Tây Ban Nha. Với hành trình trải nghiệm cúp UEFA Champions League 2014 và chiến dịch "Đường đến chung kết", Heineken sẽ mang niềm đam mê và sự hứng khởi của môn thể thao vua đến gần hơn với người hâm mộ và nâng cao vị thế toàn cầu của một thương hiệu bia được yêu thích trên thế giới.



NAGA WORLD

Mùa hè này, hãy đến khách sạn Naga World, Campuchia tận hưởng kỳ nghỉ đầy hứng khởi và mua sắm hàng hiệu giá rẻ. Naga World là một khách sạn nằm giữa vùng địa thế ven bờ, đẹp như tranh vẽ của sông Mekong và sông Tonle Sap tràn đầy sức sống. Đến với tour du lịch này bạn sẽ được tận hưởng kỳ nghỉ 5 sao đúng nghĩa với các dịch vụ đưa đón bằng xe limousine bus với hệ thống massa và TV LCD, ăn uống, nghỉ ngơi tại phòng tiêu chuẩn tại Naga World. Trong kỳ nghỉ tại Naga World, bạn sẽ có cơ hội khám phá Hoàng Cung, Chùa Bạc, Bảo tàng quốc gia, Wat Phnom và những phế tích của thời kỳ Angkor vẫn còn lưu giữ tại Phnompenh như cố đô Oudong, Phnom Chisor, Phnom Da hoàn toàn miễn phí. Thông tin chi tiết và đặt chỗ, vui lòng liên hệ: Công ty TNHH NAGA SERVICES, Điện thoại: 08 6298 6969.

H-ARTISTRY

Ngày 17/4 vừa qua, đêm nghệ thuật Hennessy lần thứ 6, H-Artistry 2014 được tổ chức hoành tráng tại TT Hội Nghị Quốc Gia Hà Nội với sự tham gia của nữ ca sỹ đến từ Mỹ - Kelly Rowland, nghệ sỹ Timomatic đến từ Úc, ban nhạc Rock Hàn Quốc Nemesis, và hai đại diện của Việt Nam là nữ ca sỹ Trang Pháp và DJ Slim V. Sự kết hợp hoàn hảo của các cá tính, phong cách âm nhạc khác nhau trên sân khấu H-Artistry 2014 đã mang đến cho giới trẻ Việt một đêm nhạc thực sự tuyệt vời. Đây là chương trình thuộc chuỗi sự kiện âm nhạc thường niên được tổ chức tại nhiều quốc gia trên thế giới, tạo cơ hội cho khán giả yêu nhạc khắp nơi được giao lưu và gặp gỡ với các nghệ sỹ nổi tiếng. Thông qua niềm đam mê đối với âm nhạc và đặc biệt là sự quyết tâm theo đuổi đến cùng giấc mơ của các nghệ sỹ, H-Artistry đã tạo nên những tác động mạnh mẽ đến công chúng yêu nhạc, cổ vũ giới trẻ hãy vượt qua mọi rào cản để theo đuổi giấc mơ của chính mình.



HENNESSY

Ngày 20/03, chương trình hòa nhạc Hennessy - Hennessy Concert lần thứ 18 chính thức diễn ra tại Nhà hát Lớn Hà Nội. Đây là chuỗi chương trình đầu tiên quy tụ những tài năng âm nhạc cổ điển đẳng cấp thế giới tới biểu diễn trực tiếp ở Việt Nam. Mỗi năm trong khuôn khổ chương trình hòa nhạc Hennessy, khán giả lại được thưởng thức những chương trình đa dạng và tinh tế với sự góp mặt của các nghệ sỹ đang được mến mộ nhất của thời đại. Hennessy Concert 18 lần này có sự tham gia của hai cha con nghệ sỹ dương cầm vĩ đại nhất thế kỷ 20: Vladimir Ashkenazy và Vovka Ashkenazy. Với mục tiêu đem đến một chương trình hòa nhạc chất lượng và chinh phục người yêu nhạc cổ điển Việt Nam, Hennessy Concert 18 hứa hẹn sẽ đem đến những màn song tấu bất hủ với những giai điệu tuyệt vời.



VUVUZELA

Tiếp nối thành công từ mô hình CLB bia tươi, ngày 20/4, Vuvuzela khai trương chi nhánh thứ 7 tại tầng thượng TTTM Zen Plaza, 54-56 Nguyễn Trãi, Q1, Tp.HCM. Với cách bố trí bàn ghế thông minh theo phong cách bar, Vuvuzela Zen Plaza vừa đủ rộng với những buổi party dành cho nhiều thành viên nhưng cũng thích hợp cho nhóm nhỏ bạn bè từ 3-5 người. Ngoài ra, đội ngũ nhân viên phục vụ nhiệt tình, chu đáo nhưng năng động với phong cách hoạt náo viên tạo cảm giác vui vẻ và gần gũi. Đặc biệt, tại Vuvuzela còn có các trò chơi tương tác, belly dance, âm nhạc với sự biểu diễn của các DJ hàng đầu... Nhân dịp khai trương, từ 20/4 – 20/5, khi mua 10 ly/chai bia bạn sẽ được tặng ngay 10 ly/chai bia cùng loại. Giá bia từ 35.000 đồng, giá thức ăn từ 90.000 đồng. Thông tin chi tiết, vui lòng gọi: 19006622.

Crystal Jade Palace

Giới ẩm thực Hà Nội nay đã có một điểm đến mới, Khách sạn JW Marriott Hanoi công bố khai trương nhà hàng Crystal Jade Palace, giới thiệu đến thực khách những trải nghiệm ẩm thực tinh tế của nền ẩm thực Trung Hoa lâu đời. Crystal Jade Palace là thương hiệu nhà hàng nổi tiếng được vinh danh với các giải thưởng danh giá, chuyên phục vụ các món ẩm thực Quảng Đông truyền thống. Sử dụng các nguyên liệu hảo hạng nhập khẩu từ khắp nơi trên thế giới. Thực đơn phong phú và hấp dẫn với vịt quay Bắc Kinh, heo sữa quay, tôm hùm nhập khẩu từ Úc, súp tổ yến nấu thịt và trứng cua cùng nhiều lựa chọn dimsum đặc trưng. Nhà hàng Crystal Jade phục vụ bữa trưa từ 11:00 – 14:30 và bữa tối từ 17:30 – 22:30. Chủ nhật chỉ phục vụ bữa trưa từ 10:30-2:30. Vui lòng đặt bàn qua số điện thoại (84) 4 3833 5588



AVANI HẢI PHÒNG HARBOUR VIEW

Avani Hotels & Resorts, thương hiệu cao cấp được giới thiệu bởi tập đoàn Minor Hotel Group – Thái Lan vào năm 2011, vừa bổ sung một cơ sở thứ hai vào danh mục đầu tư tại Việt Nam – Avani Hải Phòng Harbour View. Tọa lạc gần cảng tại trung tâm của thành phố lớn thứ ba của đất nước, khách sạn sở hữu 21 phòng Executive, 45 phòng Deluxe và 49 phòng Superior. Ngoài ra còn có 6 căn hộ hoàn chỉnh với nhà bếp, cùng một Royal Suite với phòng khách, văn phòng, phòng ngủ và 2 phòng tắm. Tất cả được trang bị truyền hình vệ tinh quốc tế, wi-fi, kết sắt, hệ thống điều hòa và các tiện nghi khác. Ngoài ra Avani Hải Phòng Harbour View còn được trang bị hệ thống nhà hàng, quán bar và hệ thống phòng họp cao cấp theo đúng tiêu chuẩn của tập đoàn.

STYLE **173**



FUSION BODYWORKS

Bạn đã từng luyện tập Yoga theo cặp? Nếu chưa, hãy đến Fusion Bodyworks để được tư vấn và trải nghiệm khóa học thú vị này. Tại đây, bạn sẽ được truyền cảm hứng cùng Yoga cặp đôi để nhân đôi niềm đam mê và sự thú vị. Người tập cùng có thể là bạn bè, đồng nghiệp, hội viên,... Yoga cặp đôi yêu cầu hai người tập thực hiện cùng lúc các tư thế đa dạng, tương tác và hỗ trợ lẫn nhau nhằm tăng cường sức mạnh, sức bền và độ dẻo dai của cơ thể. Yoga cặp đôi không những khiến những giây phút luyện tập trở nên bình yên trọn vẹn, cơ thể khỏe mạnh mà còn củng cố mối quan hệ với người cùng tập. Bạn có thể đăng kí tập Yoga cặp đôi tại địa chỉ: tầng 4 – TTTM Hàng Da, Hà Nội, hoặc gọi số: 04 6251 0808.

ELEGANZ

Eleganz Furniture - thương hiệu nội thất chuyên cung cấp dòng sản phẩm đặc biệt cao cấp được nhập khẩu trực tiếp 100% từ Đức đang triển khai chương trình Display Sale với mức giá ưu đãi cực lớn. Đây là đợt giảm giá duy nhất trong năm được triển khai cho một số mặt hàng đã qua trưng bày với 3 mức giảm 30%, 50% và 70%. Chương trình bắt đầu từ ngày 15/4 -31/5/2014 tại hai thành phố Hà Nội và Hồ Chí Minh. Danh mục các sản phẩm trong chương trình Display Sale rất đa dạng như bộ phòng ngủ, bộ phòng ăn, bàn café, ghế sofa hay cả bộ phòng bếp,... Đây là cơ hội cho những người mong muốn sở hữu những sản phẩm nội thất chất lượng cao của CHLB Đức với mức giá ưu đãi vô cùng lớn. Thông tin chi tiết, vui lòng gọi: 04 3783 1630, hoặc 08.6252 6252.



FORD

Ngày 10/04, Ford Việt Nam chính thức thông báo doanh số bán hàng tháng 3 đạt 817 xe, tăng 64% so với cùng kỳ năm ngoái. Mẫu xe bán tải Ford Ranger tiếp tục giữ vị trí dẫn đầu phân khúc trong tháng 3 với 240 xe bán ra, tăng 153% so với cùng kỳ năm trước. Sự ưa chuộng mẫu Ford Ranger càng tăng lên sau khi chiếc xe này được bình chọn là mẫu xe bán tải được yêu thích nhất năm 2013 từ diễn đàn ô tô trực tuyến hàng đầu Việt Nam là OtoFun. Trong khi đó, Ford Transit vẫn giữ vững vị thế dẫn đầu là dòng xe thương mại bán chạy nhất trong tháng 3 với doanh số bán hàng tăng 186% so với cùng kỳ năm ngoái, với 268 xe bán ra. Tính từ đầu năm đến nay, doanh số bán hàng của Ford Transit tăng 136% so với cùng kỳ năm trước.

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 4-5 /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

Atelier (Dior, Versace, Tag Heuer)

- Số 9 Tràng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

Axara

- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM.
- Saigon Center, 65 Lê Lợi, Q1, Tp.HCM.
- 21 Nguyễn Trãi, Q1, Tp.HCM.
- Sentinel Place, 41A Lý Thái Tổ, Hà Nội.

Balenciaga

- Khách sạn Rex, 155 Nguyễn Huệ, Q1, Tp.HCM.

Bally

- Diamond Plaza, 34 Lê Duẩn, Q1, Tp.HCM
- Rex Hotel 141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q1, Tp.HCM.

Banana Republic

- Vincom Center A, 171 Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM.

Bang & Olufsen

- Pacific Palace, 83B Lý Thường Kiệt, Hà Nội
- Saigon Center, 65 Lê Lợi, Q1, Tp.HCM.

BCBG Max Azria

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

Bebe

- Vincom Center B 72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM.
- Saigon Center 65 Lê Lợi, Tp.HCM.

Bốn Mùa Boutique

- 30 Hàng Cẩn, Hà Nội
- Vincom Center B

Burberry

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

Bvlgari

- Parkson Viet Tower
- Vincom City Tower
- 191 Bà Triệu, Hà Nội

Parkson Plaza

- 35-45 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM
- Rex Hotel 141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q1, Tp.HCM

Cartier

- Khách sạn Caravelle
- 19 Công Trường Lam Sơn, Q1, Tp.HCM.
- Diamond Department Store
- 34 Lê Duẩn, Q1, Tp.HCM.

Chanel

- Rex Hotel - 141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q1, Tp. HCM

Chloé

- Khách sạn Rex, 115 Nguyễn Huệ, Q1, Tp.HCM.

Chopard

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

Clé De Peau Beauté

- Diamond Plaza, Q1, 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, Q1, Tp.HCM
- Pakson Saigon Tourist Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM

Diesel

- Zen Plaza - 54-56 Nguyễn Trãi, Q1, Tp.HCM

Crescent Mall

- Đại lộ Nguyễn Văn Linh, Phú Mỹ Hưng, Q7, Tp. HCM

Dilusso

- 29A Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM.
- 105 Bà Triệu, Hà Nội.

Dior

- Vincom Center A
- 171 Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM

DKNY

- Crescent Mall - Đại lộ Nguyễn Văn Linh, Phú Mỹ Hưng, Q7, Tp.HCM

Vincom Center A

- 171 Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM

Elizabeth Arden

- 60A Trường Sơn, Phường 2, Q.Tân Bình, Tp.HCM
- 35bis-45 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM
- Parkson Viet Tower 198 Tây Sơn, Q.Đống Đa, Hà Nội
- Vincom Galleries, 191 Bà Triệu, Hà Nội

Estée Lauder

- Parkson Viet Tower, Hà Nội
- 6B Tràng Tiền, Hà Nội
- Parkson Saigontourist, Tp.HCM
- Diamond Plaza, Tp.HCM
- Parkson Hùng Vương, Tp.HCM

FCUK

- Vincom Galleries 114 Mai Hắc Đế, Hà Nội
- Vincom Center B 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM
- Saigon Centre 65 Lê Lợi, Q1, Tp.HCM
- Diamond Plaza 34 Lê Duẩn, Q1, Tp.HCM

Givenchy

- Khách sạn Rex, 155 Nguyễn Huệ, Q1, Tp.HCM

Gucci

- 63 Lý Thái Tổ, Hà Nội
- 88 Đồng khởi, Q1, 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 Viet Tower, 198B Tây Sơn, Quận Đống Đa, Hà Nội

Hermès

- Sofitel Legend Metropole, 15 Ngô Quyền, Hà Nội
- Vincom Center A - 171 Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM

Hugo Boss

- 60 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Jimmy Choo

- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM

Just Cavalli

- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM

Kenzo

- 32 Hàng Bài, Hà Nội

Korloff

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

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

L'Oréal

- Zen Plaza, 54-56 Nguyễn Trãi, Q1, Tp.HCM.

Lacoste

- Pacific, 83B Lý Thường Kiệt, Hà Nội
- Parkson Viet Tower, Hà Nội
- Opera View, 161 Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM
- Parkson Hùng Vương Plaza, 126 Hùng Vương, Q5, Tp.HCM

Lancôme

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

Louis Vuitton

- Sofitel Legend Metropole, 15 Ngô Quyền, Hà Nội
- 161 Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM

Luala

- 61 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội
- 88 Đồng Khởi, 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, Q1, Tp.HCM
- Saigon Centre, Q1, Tp.HCM
- 96 Mạc Thị Bưởi, Q1, Tp.HCM

Marc Jacobs

- Rex Hotel - 141 Đại lộ Nguyễn Huệ, Q1, Tp.HCM
- Vincom Center B 70-72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM

Milano

- 88 Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM
- 63 Lý Thái Tổ, Hà Nội

Minelli

- Vincom Center - 191 Bà Triệu, Hà Nội
- Vincom Center A - 171 Đồng Khởi, Q1, Tp. HCM

Mobiado

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

Montblanc

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

Morgan

- Vincom Galleries 191 Bà Triệu, Hà Nội

Moschino

- 3 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Naf Naf

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

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

Nine West

- 486A 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.

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

Paris & France

- 198B Tây Sơn, Hà Nội
- 23 Tràng Thi, Hà Nội
- 83 Lý Thường Kiệt, Hà Nội
- 192 Hai Bà Trưng
- Parkson Sài Gòn Tourist

Pedro

- Vincom Center, 70-72 Lê Thánh Tôn, 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

Runway

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

Salvatore Ferragamo

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

Sergio Rossi

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

The Body Shop

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

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.

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

Topshop/Topman

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

Valentino

- 59 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Van Laack

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

Versace

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

Vertu

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

Vichy

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





TISSOT LADY DIAMONDS MOTHER'S DAY. AUTOMATIC MOVEMENT AND TOP WESSELTON DIAMONDS ON A MOTHER-OF-PEARL DIAL. UP TO 80 HOURS OF POWER RESERVE. INNOVATORS BY TRADITION. TISSOT.CH

TISSOT.CH



TPT 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@tpt.vn – Website: www.tpt.vn
BOUQUETS: • **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)



Deepika Padukone



T+
TISSOT
LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853

DAI 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 Trường Sơn, Q.TB (62971819) . **Tic Tac** 72 Đồng Khởi, Q.1 (38293392) . **Maximark** 15-17 Cộng Hòa, Q.TB (38116502) . **Tân Tân** 55 Lê Lợi, Q.1 (38213778) . **Mạnh Thắng** 72B Lê Lợi, Q.1 (38220465) . **TDC** 393 Điện Biên Phủ, Q.3 (39290685) . **Minh An** 867 Nguyễn Trãi, Q.5 (38554549) . **PNJ** 174 Lê Thánh Tôn, Q.1 (38247311) . **PNJ** 5-7 An Dương Vương, Q.5 (38302399) . **PNJ** 159 Phạm Đăng Lưu, Q.PN (39900489) . **PNJ** 52 Nguyễn Văn Trỗi, Q.PN (38441212) . **PNJ** 362A Nguyễn Văn Nghi, Q.GV (38954597) **HÀ NỘI** . **Vincom Megamall Times City** 458 Minh Khai, Q.HBT (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) . **Savko Megamall** 79 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (62550099) . **Duy Anh Watch** 212 Phố Huế, Q.HBT (22148336) . **New Watch** 37 Hàng Khay, Q.HK (39344865) . **Lotte Mart** 229 Tây Sơn, Q.ĐD **ĐÀ NẴNG** . **Big C** Vinh Trung Plaza 225-227 Hùng Vương (3666066) . **Indochina Riverside Mall** Tầng 1, 47 Hùng Vương (0903503228) . **PNJ** 123 Hùng Vương (3812618) **VŨNG TÀU** . **Dại Hùng** 228 Bạc Liêu, P.3 (3530085)



DẤU ẤN



CHO SỰ HOÀN HẢO



NHÃN GIẤY BẠC VÀ NẮP KHẮC NỔI MỐI
DIỆN MẠO ĐỈNH CAO CHO CHẤT LƯỢNG HEINEKEN TUYỆT HẢO


Heineken[®]
open your world