

STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

FW2014/2015

KNIT
FUR
XXL
60\$

*Đừng định nghĩa
ĐÀN ÔNG!*

XẠ HƯƠNG
PROPAGANDA
VỀ TÌNH DỤC

POUR HOMME

GẤU
Phụ Nữ Quyến Rũ



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



32

CONTENTS

JUNE - JULY 2014



90



♥ TEA CORNER

16.

Đừng định nghĩa đàn ông

♥ FASHION

24.

Khúc dạo đầu Thu Đông 2014-2015

28.

Top 10 items

32.

Mặc như người nổi tiếng

36.

Style Manual

40.

Những câu chuyện Thu Đông 2014-2015

54.

Fashion mix & match

62.

"Gã" đàn ông quyến rũ

♥ BEAUTY

90.

Beauty Buzz

94.

Vitamin chống lão hóa:
Càng uống càng già

98.

Mang gì trong túi Make up

100.

Xạ hương: Sự kết thúc và khởi đầu

106.

Bí kíp tạo kiểu



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



126



120



166

CONTENTS

JUNE - JULY 2014



♥ LIFESTYLE

- 110.
Nội thất đương đại
- 114.
Cool Gadgets
- 116.
Smartphone của tháng

- 120.
Xế hộp cho các nàng
- 126.
Seoul - Hành trình đến xứ sở lãng mạn
- 140.
Don Melchor:
Câu chuyện cổ tích hiện đại của Chile

♥ ENTERTAINMENT

- 144.
QUỐC TRUNG
Đường xa vạn dặm
- Mây trắng còn bay
- 152.
Đình Trần Tuấn Linh
- Phụ nữ Việt Nam không được
lắng nghe đủ
- 158.
Lana Del Rey
Cô gái của những nỗi buồn
- 166.
Cú nhảy cuối cùng

BURBERRY HERM

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: 499/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 6 năm 2014

ISBN: 978 - 604 - 85 - 0031 - 3

Giá: 34.500 VNĐ



R

RUNWAY

CONCEPT STORE HANOI

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



editor's note

Đàn Ông Của Chúng Ta!

"Phụ nữ nếu không hiểu chính mình, thường mượn đàn ông làm điểm tựa để trông ra thế giới. Và thế giới nhỏ bé hay rộng lớn, méo mó hay tròn đầy, u ám hay rực rỡ - sẽ tùy thuộc vào điểm tựa." Thế nên, phụ nữ thường không tùy tiện lựa chọn người đàn ông để làm cái điểm tựa đó, bởi xã hội càng phát triển, họ càng e dè hơn với các nũ ro. Do đó, khái niệm người đàn ông lí tưởng đang được bổ sung thêm nhiều những cái gạch đầu dòng khác. Nếu phụ nữ dựa trên bảng danh sách kia để đánh giá đàn ông thì đàn ông (dù có thể không thừa nhận) cũng vô tình "liều sơ" qua và phân đầu theo. Nhưng đó có thể là chuyện của những ngày đã xưa rất xưa!

Với ấn phẩm tháng 06 này, chúng tôi quyết định dành trọn tâm huyết cho "đàn ông". Nhưng thay vì tô vẽ một chân dung lí tưởng hay tìm cách định nghĩa mỗ xẻ phần mạnh mẽ của thế giới, Style tôn vinh đàn ông theo cách riêng của mình. Đàn ông của Style không nhất thiết phải theo chuẩn mực của số đông, họ chỉ cần là chính họ, tự tôn và bùng sáng đầy cá tính. Phụ nữ của Style cũng nhìn đàn ông không phải bằng những cái checklist cứng nhắc hay lặp lại mà họ hoàn toàn có thể kiên cường như một người đàn ông, thậm chí là còn hơn. Style muốn mang đến một góc nhìn mới mẻ và đặc biệt cởi mở về các Adams thời đại nhưng hoàn toàn không áp đặt hay rơi vào bất kì khái niệm rập khuôn nào.

Không có người phụ nữ lí tưởng. Cũng chẳng có người đàn ông lí tưởng. Đó là điều mà càng ngày tất cả chúng ta đều càng đồng ý công nhận với nhau. Khái niệm nào cũng chỉ mang tính tương đối, tuy nhiên, lí tưởng nhất vẫn là được sống và tìm được người đồng hành hoà hợp với mình, có phải không?



3.1 Phillip Lim



Creative Director & Photographer: **Samuel Hoang**
 Model: **Anh Son Dang**
 Make up & Hair: **Monica Thach Thao**
 Stylist: **Lan Anh**
 Producer: **Cam Nhung**
 Assistant: **Ha Van**
 Fashion: **Runway**
 (Tầng 1 Suncity Tower, 13 Hai Bà Trưng)
 Áo sơ mi: Givenchy, Áo phông: MSGM
 Quần: Jil Sander, Túi: Balenciaga



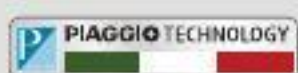


Vespa
Sprint

DO YOU
VESPA?



Chào đón Vespa Sprint thế hệ mới
Sự kết hợp giữa phong cách cổ điển nước Ý
cùng đường nét thể thao khỏe khoắn.



www.vespa.com.vn

đàn ông!

Hạ Chi

nghĩa

Đừng định



“Phụ nữ nếu không hiểu chính mình, thường mượn đàn ông làm điểm tựa để trông ra thế giới. Và thế giới nhỏ bé hay rộng lớn, méo mó hay tròn đầy, u ám hay rực rỡ - sẽ tùy thuộc vào điểm tựa.



1. Tôi nhớ một tấm ảnh hài hước trên mạng về quyển sách có tựa “Để hiểu phụ nữ” dày đâu chừng 8000 trang, gấp chục lần quyển danh bạ điện thoại – và đó chỉ là phần. Tương tự, là quyển sách best seller “Mọi điều đàn ông biết về đàn bà” với toàn bộ các trang đều để trắng. Chẳng vậy mà khi nữ nhà văn xinh đẹp tên Yên tuyên bố “Em là để yêu (chứ không phải để hiểu)” – cô ngay lập tức trở thành thần tượng của

vô số đàn ông lẫn đàn bà.

Phụ nữ được mặc định là khó hiểu. Vậy còn đàn ông? Nếu nghiêm túc suy nghĩ về vấn đề này – chúng ta sẽ thấy rằng đàn ông cũng khó hiểu chẳng kém. Điều tôi phát hiện ra – thậm chí còn tệ hơn cả việc chẳng hiểu gì – là phụ nữ còn thường hiểu lắm về đàn ông! Các cô càng có nhiều trải nghiệm, càng thông minh thì lại càng dễ lắm. Nguy hiểm nhất là các cô thông minh, nhiều trải nghiệm lại

biết viết văn, vì khi đó cái sự lắm sẽ được phát tán hết như virus cúm!

2. Một trong những sự lắm lẩn đáng yêu và nổi tiếng nhất là: Đàn ông vô cùng đơn giản. Họ là chiếc hộp rỗng được điều khiển bởi não bò sát. Họ giống hệt như đứa trẻ to xác trong hình hài một người trưởng thành.

Đơn giản vậy thôi đó, như chuyện anh ấy sẽ luôn turn-on vào buổi sáng,



“Nếu “đàn ông đơn giản lắm” là một chiến dịch truyền thông được lên kế hoạch chặt chẽ và thực hiện chín chu với sự hợp tác của đại đa số đồng nam nhỉ?”



*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

kết thúc thật sớm nếu đang căng thẳng bởi công việc, quên khúc dạo đầu khi quá hứng khởi và ngoại tình một cách không chủ động chỉ vì “cô ta” cứ tìm cách dụ dỗ. Anh ấy cũng có thể vô cùng thiếu trách nhiệm với chính mình, phá vỡ hàng loạt cam kết, nói dối liên tục – nhưng thật ra không hề cố ý. Đoạn này viết ra rất giống lời khuyên của các chuyên gia tư vấn tâm lý trên báo, hoặc của mẹ chồng. Nhân vật đầu tiên có ảnh hưởng hết sức lớn đến tâm lý phụ nữ, nhân vật thứ hai thì có ảnh hưởng hết sức lớn đến cách cư xử của đàn ông. Nhưng tóm lại thì, “đàn ông đơn giản” đang được xem là chân lý của vũ trụ. Từ sự hiểu biết (lắm) này, phụ nữ (nghĩ rằng họ) đã nắm được bí quyết đối xử với đàn ông thật hoàn hảo. Ví dụ như muốn làm anh ấy hạnh phúc ta chỉ cần:

- Cho ăn (ngon).
- Cho làm tình (không giới hạn).
- Không kiểm tra tin nhắn điện thoại (và email, facebook).
- Không ngăn cản anh ấy đi với cậu (cô) bạn thân.
- Không giành tivi vào mùa World Cup

Chuyện “Đàn ông đơn giản lắm” thường được các cô nhắc đi nhắc lại trong các cuộc trà chiều, cùng nhóm chủ đề cách nuôi dạy con cái và chăm sóc thú cưng – với một chút tự hào và một chút mỉa mai.

Nhưng nếu “đàn ông đơn giản lắm” là một chiến dịch truyền thông được lên kế hoạch chặt chẽ và thực hiện chần chừ với sự hợp tác của đại đa số đồng nam nhi?

3. Đến đây tôi lại nhớ đến anh sắp của mình, một anh rất thích dùng mẫu câu “Anh đơn giản lắm” để bắt đầu cho 1001 thứ đơn giản chết liền phía sau đó. Kiểu như “Anh đơn giản lắm, em muốn làm cách nào cũng được, chỉ cần hoàn thành xong cái này trước 4h chiều là được!” Hay như một ông anh, cũng “Anh đơn giản lắm, vợ anh không cần xinh đẹp hay tài giỏi gì quá, chỉ cần biết lo cho gia đình hai bên, chăm sóc con cái và hiểu cho công việc của anh. Chỉ vậy thôi, anh thế sẽ không bao giờ bỏ cô ấy.” Đơn giản kiểu đàn ông

là vậy. Là biết mình muốn gì, là trong một thời điểm chỉ tập trung vào một điểm, là không mất thời gian để đi loanh quanh trong hàng tá mớ cảm xúc rối bời. Vậy nên các anh có vẻ đơn giản, sự đơn giản mà phụ nữ rất khó có được. Như chỉ là “có vẻ” thôi, điều này thì thậm chí tôi chẳng cần chứng minh. Bởi – thực ra thì chính phụ nữ chúng ta cũng đâu có tin vào sự “đơn giản” ấy!

Chúng ta chỉ bầu víu vào những quy tắc ứng xử, như đọc bảng hướng dẫn sử dụng của cái máy giặt, cái lò nướng, cốt để không làm hỏng nó hay tổn thương chính mình – chứ ta biết thừa mình chẳng cách nào hiểu nổi cấu tạo bên trong của nó là gì. Ta chấp nhận định nghĩa rằng đàn ông là thế này, là thế kia, để cố gắng giữ gìn một mối quan hệ. Hi vọng những bữa ăn ngon sẽ giữ chân anh ấy ở nhà, hi vọng có một khoảnh trời riêng rồi thì chàng sẽ bay nhảy trong tầm kiểm soát, hi vọng vậy – nhưng vẫn không nguôi lo sợ, vẫn thấy mình không nắm chắc được trong tay trái tim người đàn ông của mình (và trong vô thức, chuyển sang nắm giữ ví tiền, thẻ ATM).

4. Vậy đàn ông được gì, trong trò chơi đơn giản? Có thể anh ấy sẽ được yên thân, khi không phải nghĩ ra hàng tá câu trả lời cho câu hỏi “Anh đang nghĩ gì?” “Anh có ổn không?” “Em thấy anh lạ lắm” – có thể chính anh ngay lúc đó chưa muốn đối mặt, hoặc chưa muốn chia sẻ với ai câu trả lời. Dù sao thì, giao cho phụ nữ một cảm nang sử dụng và chăm sóc chính mình cũng dễ dàng hơn chơi theo luật của đối phương trong trò chơi tình ái này.

Có thể câu trả lời này sai bét, vì dù sao tôi cũng chẳng phải đàn ông, và đàn ông này thì khác đàn ông kia. Nhưng không sao cả, đó không phải là vấn đề quan trọng, cái chuyện đưa ra một định nghĩa chính xác về đàn ông – xin hãy dành cho những nhà đàn ông học (nếu có chức danh này tồn tại trên đời). Phụ nữ thì chỉ cần biết và hiểu... chính mình.

Kết luận này có vẻ vô duyên. Nhưng là sự vô duyên được đúc kết sau rất nhiều suy tư nghiêm túc (tỷ lệ

thuận với thời gian trễ deadline của ban biên tập). Phụ nữ nếu không hiểu chính mình, thường mượn đàn ông làm điểm tựa để trông ra thế giới. Và thế giới nhỏ bé hay rộng lớn, méo mó hay tròn đầy, u ám hay rực rỡ – sẽ tùy thuộc vào điểm tựa. Mà điều này thì may rủi như trò đánh bạc. Vậy nên phụ nữ chỉ cần hiểu và biết chính mình. Có như vậy, cô ấy sẽ không mất nhiều thời gian để cố gắng giải thích nửa kia của mình. Vì đằng nào cô ấy cũng không thể “hiểu đàn ông” theo kiểu nhìn thẳng vào vấn đề, đánh giá nó một cách khách quan, đưa ra kết luận dựa trên 100 mẫu nghiên cứu (ví dụ vậy). Nếu làm được, phụ nữ đã không còn là phụ nữ. Thay vì vậy, cô ấy sẽ kỳ vọng và hụt hẫng, lo lắng và sợ hãi, thù ghét và nghi ngờ – và đến một lúc nào đó tự biến mình thành một ngôi sao không có quỹ đạo, chỉ biết xoay quanh ẩn số đàn ông và tự bào mòn mình.

Một nhân vật khi thực hiện bài đối thoại với Style đã nói “Phụ nữ Việt Nam hiếm khi được lắng nghe”. Tôi nghĩ anh ấy nói đúng. Không phải vì xã hội chúng ta trọng nam quyền, mà vì chính phụ nữ chưa dành đủ thời gian để tập trung vào chính mình. Để biết mình muốn gì, cần được đối xử ra sao, để thấy được giá trị của mình – và giá trị đó không lên hay xuống tùy tâm đàn ông bên cạnh. Phụ nữ là dễ yêu, nhưng cô ấy cũng cần hiểu bản thân – để thấy thương yêu tự tại.

5. Và nếu đàn ông cũng không phải để hiểu – thì anh ấy dùng để làm gì?

Để yêu. Đó là điều chắc chắn. Để ngưỡng mộ, để chăm sóc, để dựa dẫm – hoàn toàn chính xác. Để học được cách trở thành đàn bà, đầu là đàn bà khôn hay dại. Và còn gì nữa? Thì tùy quyền quyết định của bạn thôi – phụ nữ ơi!

*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





NASHI là thương hiệu mỹ phẩm “*tiên phong*” trong xu hướng thân thiện với môi trường và con người

PHƯƠNG PHÁP MỚI CHĂM SÓC VẺ ĐẸP

Với thành phần bao gồm Tinh dầu Argan, tinh dầu hạt lanh, Tensioactive lưỡng tính, chất Hydrat hóa nguồn gốc từ đường, sản phẩm gội xả phục hồi chuyên sâu Nashi Argan giúp phục hồi, nuôi dưỡng và tạo độ bóng sáng hoàn hảo cho mái tóc. Giúp bảo vệ mái tóc khỏi sự khô ráp từ các yếu tố bên ngoài trong khi vẫn tạo được hiệu quả việc chống lão hóa và chống oxy hóa cho tóc. Phục hồi, nuôi dưỡng những mái tóc bị hư tổn và đem lại sự mềm mại, mượt mà, kiểm soát rụng tóc tuyệt đối và bảo vệ tóc khỏi tia UV, các yếu tố gây hại từ môi trường.



THIEN AN COSMETICS - 94 Lương Yên, 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:** 08 376 0064, **Hotline:** 0988 22 66 44, **Tech:** 0932131131
Website: www.thienanco.vn, **Showroom:** www.yeulamdep.vn, **Facebook:** Bí Quyết Vẻ Đẹp Hoàn Hảo



KHÚC DAO ĐẦU THU ĐÔNG 2014/2015

HÃY CÙNG STYLE
BẮT ĐẦU KHÁM PHÁ
NHỮNG XU HƯỚNG NỔI
BẬT NHẤT THU ĐÔNG
2014/2015 BẮT ĐẦU TỪ
ẤN PHẨM NÀY NHÉ!



Sweet Sixties

Twiggy, Penelope Tree, Jane Birkin một lần nữa lại trở thành nàng thơ của không ít nhà thiết kế khi hình ảnh của các cô nàng babydoll xuất hiện trên sàn diễn với váy chữ A, váy mini, màu pastels hay hoạ tiết Mary Janes. Sự ngọt ngào nũng nịu nghịch ngợm của những năm 60 mang đến cảm hứng dễ chịu ở Thu Đông này.



Marc Jacobs



AF Vandervorst



Celine



Alexander Wang



Haider Ackermann



Sonia Rykiel

All Over Knits

Một trong những xu hướng được ưa chuộng nhiều ở Thu Đông 2014 chính là tận dụng tối đa chất liệu len. Trang phục len phủ kín từ đầu đến chân, từ những váy dài cho đến sweater quá cỡ hay khăn choàng lớn. Tuy nhiên chú ý xu hướng này chỉ nên áp dụng với các gam màu trung tính.

25

STYLE

Eccentric Furs

Chất liệu không thể vắng mặt ở mùa thu đông, fur, xuất hiện trên sàn diễn Thu Đông 2014 với đủ các sắc màu táo bạo nhất, với hiệu ứng patchwork (chắp vá), ảnh hưởng hoang dã và ấn tượng tạo sự hứng khởi mới mẻ cho một chất liệu quý tộc truyền thống.

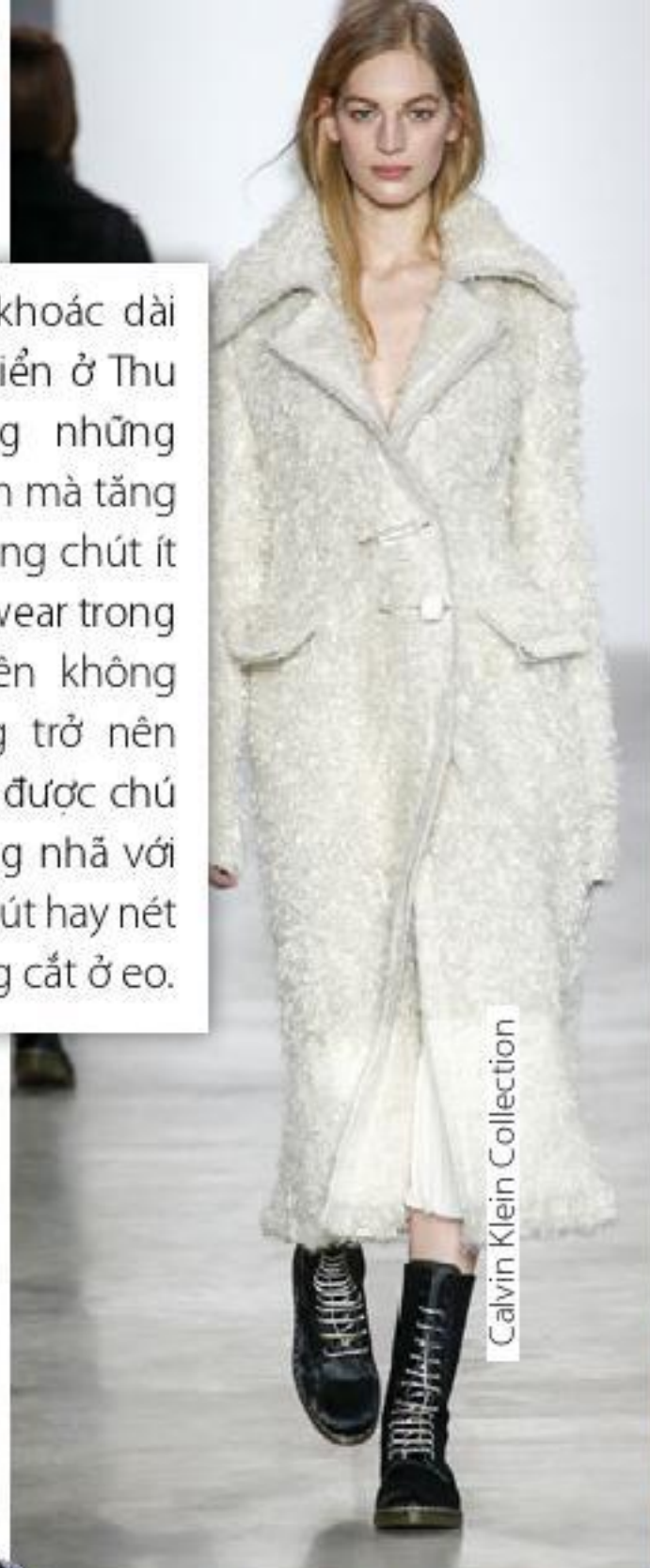


Những chiếc áo khoác dài qua đầu gối cổ điển ở Thu Đông này không những được kéo dài thêm mà tăng cả chiều rộng, mang chút ít ảnh hưởng menswear trong thiết kế. Tuy nhiên không vì thế mà chúng trở nên quá cứng nhắc vì được chú trọng về tính trang nhã với các điểm nhấn ở nút hay nét mềm mại ở đường cắt ở eo.



Christian Dior

Miu Miu



Calvin Klein Collection



Céline



Lanvin



Costume National

XXL Coats

TOP 10 items



THỜI TRANG LÀ MỘT CHUỖI XOAY VÒNG CỦA XU HƯỚNG. MỖI MÙA NÀY HOA TIẾT CA RÔ LÊN NGÔI, MÙA SAU ĐÃ THẤY BÈO NHÚN CHIẾM NGÔI ĐẦU BẢNG. TUY NHIÊN CÓ NHỮNG TRANG PHỤC MÀ BẤT KÌ PHỤ NỮ NÀO CŨNG NÊN CÓ TRONG TỦ QUẦN ÁO CỦA MÌNH BỞI CHÚNG LÀ BIỂU TƯỢNG CỦA THỜI TRANG BẤT BIẾN, PHÙ HỢP VÀ THANH LỊCH TRONG MỌI HOÀN CẢNH.





Repetto



Michael Kors



Givenchy



Burberry London



Karl Lagerfeld



RIMOWA Bossa Nova



McQ Alexander McQueen



Theory



Gianvito Rossi



Mulberry

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10



Natasha Poly trong thiết kế của Vionnet

Eva Herzigova trong thiết kế của Dolce & Gabbana



Blake Lively trong thiết kế của Gucci



Jessica Chastain trong thiết kế của Elie Saab

Festival de Cannes 2014

KHI NHẮC ĐẾN CÁC SỰ KIỆN THẨM ĐỎ, THẬT ÍT SỰ KIỆN NÀO CÓ THỂ SÁNH ĐƯỢC VỚI LIÊN HOAN PHIM CANNES VỀ MỨC ĐỘ CẦU KÌ, LÒNG LÂY VÀ TRẮNG LẺ. NHỮNG NGÔI SAO HẠNG A XUẤT HIỆN TRONG SUỐT CÁC BUỔI GIỚI THIỆU PHIM, TIỆC TỐI GALA VÀ ĐÊM TRAO GIẢI VỚI NHỮNG THIẾT KẾ MỚI NHẤT, ĐỘC QUYỀN NHẤT ĐƯỢC ĐẶC BIỆT DÀNH RIÊNG CHO CANNES. HÃY CÙNG STYLE ĐIỂM QUA NHỮNG CHIẾC VÁY ĐẸP NHẤT CANNES 2014 VỪA QUA NHÉ!



Marion Cotillard
trong thiết kế
của Dior



Uma Thurman
trong thiết kế
của Marchesa



Cate Blanchett
trong thiết kế
của Givenchy



Alessandra Ambrosio
trong thiết kế của
Atelier Versace



Cara Delevingne
trong thiết kế
của Chanel



Lara Stone
trong thiết kế
của Calvin Klein

STYLE

Phong cách của bạn

Digital



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.facebook.com/stylemagazine>

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

● Womenwear

stylemagazine.vn



Christian Louboutin

Hochas



Maison Martin Margiela



Toteme

Maison Martin Margiela



Bottega Veneta



Maison Michel

CARA
DELEIVINGNE

MÀC NHƯ NGƯỜI NỔI TIẾNG

Xem địa chỉ mua sắm trang 176

EMMA STONE

MẶC NHỮNG NGƯỜI NỔI TIẾNG



33 STYLE

MẶC NHƯ NGƯỜI NỔI TIẾNG

MIRANDA
KERR



Valentino



Miu Miu



Oscar de la Renta



JW Anderson



Miu Miu



Sophia Kokosalaki



MẶC NHƯ NGƯỜI NỔI TIẾNG



RIHANNA

35
STYLE

● Menswear

www.stylemagazine.vn



Alexander McQueen



Foundwell



Bottega Veneta



Maison Martin Margiela



Lanvin



Jawbone



Lanvin



Givenchy



SMALL TOUCH

Đàn ông đối với trang phục không có nhiều đặc quyền như phụ nữ nhưng không phải vì thế mà sự sáng tạo, đổi mới chỉ dừng ở mức chiếc quần, cái áo, đôi giày là xong. Khác với phụ nữ có thể tạo ấn tượng phong cách bằng các chi tiết nổi bật, đập thẳng vào thị giác thì các quý ông nên ghi điểm cá tính bằng các điểm nhấn tinh tế hơn. Ví dụ như một cái kẹp tiền, nút áo sơ mi, dây đeo chìa khoá... Các phụ kiện này vô cùng đa dạng và được thiết kế phong phú tới mức bạn chắc hẳn sẽ phải ngạc nhiên. Chúng tinh xảo trong kĩ thuật, cầu kì ở chất liệu và qua đó mang đến cho người đàn ông rất nhiều điểm cộng sâu sắc chứ không hề hời hợt, bề nổi.



Paul Smith



Oliver Peoples

Montblanc

Tưởng chừng như mặc suit vào mùa hè là cực hình đáng sợ nhất nhưng thực chất sự việc không quá kinh khủng như bạn tưởng. Vào mùa hè, các chất liệu với suit cũng được lựa chọn để thích nghi với nhiệt độ nắng nóng như linen, linen pha cotton... Bên cạnh đó, màu sắc cũng là một yếu tố được chú ý với summer suit khi các sắc trung tính, pastel hay đặc biệt là màu xanh được sử dụng nhiều. Cà vạt hay nơ cũng được lược bỏ. Sơ mi bên trong bạn có thể biến hoá thay đổi với hoạ tiết hay màu sắc thay vì trung thành với sắc trắng cổ điển.



Gant Rugger



Paul Smith



Rake

Xem địa chỉ mua sắm trang 176



Peter Werth



Costume National



Berluti



Brioni



Canali

SUMMER
SUITS

STYLE
MANUAL

37
STYLE

● Menswear

www.stylemagazine.vn



Bremont



Dan Ward



Lanvin



Brooks England



Gant Rigger



Cornelliani



Dior Homme



E. Jautz



Dirk Bikkembergs

Khi đã chán ngán với các sắc màu an toàn như đen, nâu, xám nhưng lại không muốn quá liều lĩnh, các quý ông sẽ chọn sắc xanh. Tuy nhiên, thay vì chỉ sử dụng mỗi một màu xanh navy cổ điển, bạn hoàn toàn có thể làm mới với các sắc xanh light blue hoặc dùng màu xanh như một điểm chấm phá trên tổng thể trang phục.



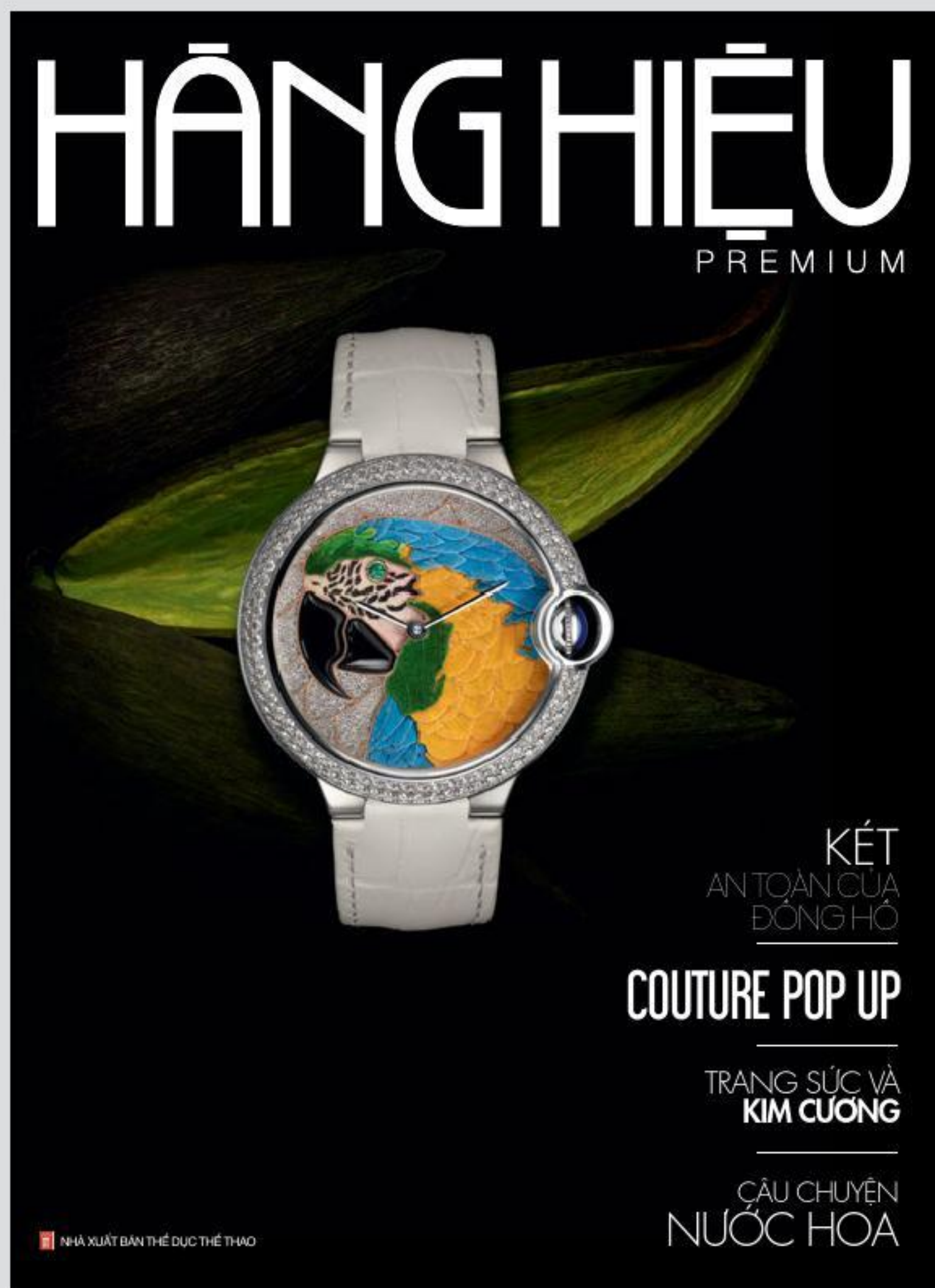
Folk

ALL SHADES of BLUE

Xem địa chỉ mua sắm trang 176

STYLEMANUAL

MỜI QUÝ BẠN ĐỌC ĐÓN ĐỌC HÀNG HIỆU



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

NHỮNG CÂU CHUYỆN THU ĐÔNG 2014/2015

MẶC DÙ THỜI TIẾT VẪN CÒN ĐANG RẤT CHÓI CHANG, NHỮNG KÌ NGHỈ CÒN CHƯA KẾT THÚC NHƯNG ĐÃ ĐẾN LÚC CÁC TÍN ĐỒ THỜI TRANG NÊN BẮT ĐẦU ĐỂ Ý ĐẾN CÁC XU HƯỚNG CỦA MÙA THU ĐÔNG NĂM NAY.

NATURAL ELEMENTS

Những cảm hứng dân dã miền quê thổi một làn gió đến rất nhiều bộ sưu tập Thu Đông 2014, từ 3.1 Phillip Lim cho đến Etro. Tuy nhiên sự giản dị ngỡ tưởng "già nua" này lại được nâng lên một tầm mới với sự trẻ trung trong đường cắt, cách phối hợp giữa những miếng blanket lớn in hoạ tiết với quần skinny hay bomber jacket khoẻ mạnh.



Kenzo

Belstaff

Antonio Marras

Saint Laurent

Missoni

Etro

Burberry Prorsum





Ami



Christopher Raeburn



Maison Martin Margiela



Acne Studios



3.1 Phillip Lim



Calvin Klein Collection



Fendi

ARCTIC LAYERS

Có vẻ như các nhà thiết kế ngày càng chú trọng hơn đến yếu tố tiện dụng hơn là chỉ tập trung vào việc trình diễn như trước đây. Bằng chứng là các trang phục Thu Đông được gia tăng thêm về tính năng giữ ấm trong mùa lạnh bằng các kĩ thuật kết hợp layer hoàn hảo: lông cừu cùng cashmere và len đan dày; khăn ống cùng sweater cao cổ; lông thú cùng oversized coat và khăn tay... Tất cả được phối hợp tạo nên sự hài hoà không những trong màu sắc, tỉ lệ mà còn rất thời trang ứng dụng.

SHARP INDIGOS

Cắt may truyền thống và sắc xanh indigo là một sự kết hợp bất biến với thời gian bảo đảm cho nét lịch lãm hoàn hảo. Sự khác biệt mới mẻ ở mùa này chính là cách phối hợp ngẫu hứng các sắc xanh hay chất liệu từ tông trầm thô cho đến bất ngờ ánh kim cá tính.



Lanvin



Dries Van Noten



Magaret Howell



Jil Sander



Maison Martin Margiela



Giorgio Armani



Y-3

Neil Barrett

STYLE 44



GEOMETRIC LINES

Sức hấp dẫn của màu đơn sắc (monochrome) chưa bao giờ biến mất. Ở Thu Đông 2014, monochrome được xuất hiện với một hình dạng mới là các khối hình học mang lại ấn tượng thị giác lạ và độc đáo. Sự mới mẻ này tạo nét mạnh mẽ và thú vị nhưng không quá cầu kì hay rắc rối.

L'Homme Idéal



Áo sơ mi: **Balenciaga** Quần: **Jil Sander** Ví cầm tay: **Givenchy**



Áo gile : **Saint Laurent** Quần: **Jil Sander** Túi: **Balenciaga**







Ao sami: **Givenchy** Áo phông: **MSGM** Quần: **Jil Sander** Túi: **Balenciaga**



Áo: **Givenchy** Quần: **Jil Sander** Ví cầm tay: **Givenchy**



Khăn & Dây Louis Vuitton

FASHION



Bikini, Floral, Tribal mang đến hình ảnh một cô gái mùa hè yêu tự do và tràn ngập sức sống.



Quần yếm và giày oxford cùng áo họa tiết nhiệt đới sẽ tạo cho bạn sự trẻ trung tinh nghịch và cực kỳ đáng yêu.

Xem địa chỉ mua sắm trang 176

FASHION

I X & M A T C H



Quần palazzo luôn giúp bạn ăn gian chiều cao một cách hữu hiệu. Hãy thử với cả họa tiết!



55 STYLE

I X & M A T C H

FASHION M



Le Specs



Alexander McQueen

Jimmy Choo



Rag and Bone



Clover Canyon



Band of Outsiders



Oscar de la Renta



Givenchy



J.W Anderson



Saint Laurent



Các gam màu trung tính mang đến sự thanh lịch nữ tính, điểm nhấn bằng một đôi sandal màu neon tương phản táo bạo và cá tính.

Xem địa chỉ mua sắm trang 176

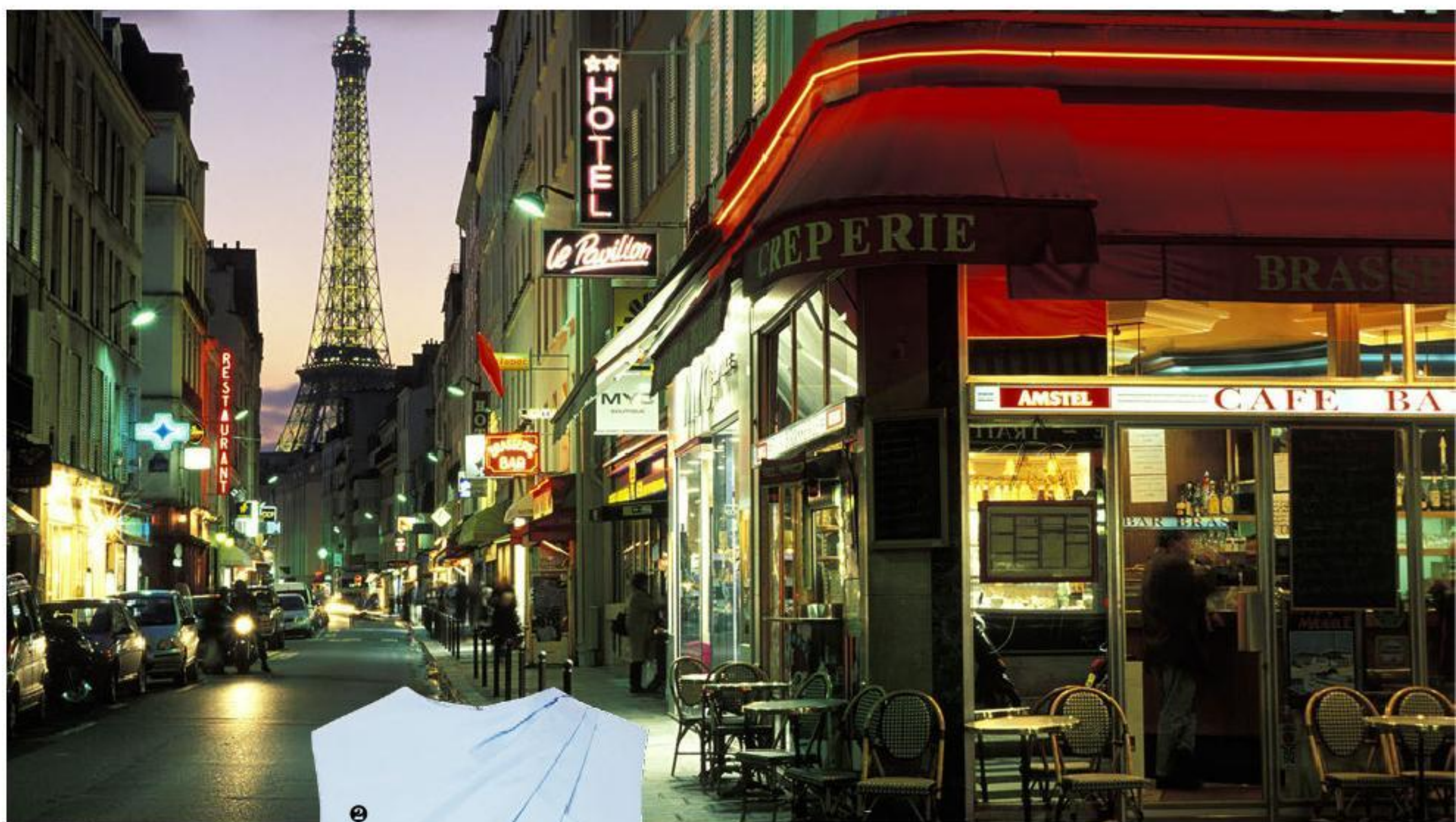
FASHION M

I X & MATCH



I X & MATCH

57^{STYLE}



MỌI SỰ TẬP TRUNG
ĐỔ DỒN VÀO CHIẾC
ÁO ĐƯỢC CẮT MAY
KHÉO LÉO VÀ CẦU
KÌ. XUỐNG PHỐ, ĐẾN
CÔNG SỞ HAY HẸN
HÒ LẦN ĐẦU TIÊN,
BẠN ĐỀU SẼ GÂY ĐIỂM
CỘNG TUYỆT ĐỐI!



MÀU ĐEN LUÔN
LUÔN LÀ NỮ
HOÀNG CỦA BẤT KÌ
HOÀN CẢNH NÀO!
BẠN CÓ THỂ YÊN
TÂM RẰNG MÌNH
SẼ KHÔNG THỂ
NÀO MẮC LỖI NẾU
KẾT HỢP THÊM
PHỤ KIỆN KIM LOẠI.

Xem địa chỉ mua sắm trang 176

1. Prabal Gurung 2. Adam Lippes 3. Chloé 4. Saint Laurent 5. Gucci 6. Angélique Sous la Pluie

59 **STYLE**



HÃY TƯỞNG TƯỢNG MỘT BUỔI CHIỀU MÙA HÈ DẠO PHỐ! VÁY STRIPE CHÂN LOA KÈN GỢI CẢM VÀ WEDGE ÊM ÁI SÀNH ĐIỀU, THÊM MỘT CHÚT SON ĐỎ HOÀN HẢO.

1. Mami 2. Mother of Pearl 3. Givenchy 4. Dsquared2 5. Maison Martin Margiela 6. Nars 7. Christian Dior

HÃY TẬN HƯỞNG TRỌN VẸN MÙA HÈ VỚI NẮNG VÀNG
CÁT TRẮNG BIỂN XANH, NHỮNG THIÊN ĐƯỜNG TRÁNH XA MỌI
LỊCH TRÌNH BẬN RỘN THƯỜNG NHẬT!



1. Jennifer Meyer 2. Cutler & Gross 3. Lisa Marie Fernandez 4. Stella McCartney 5. Sensi Studio
6. Tibi 7. Giuseppe Zanotti

61 **STYLE**

Đẹp

Hoàng Minh Châu

PHỤ NỮ QUYẾN RŨ

NGÔI SAO NHẠC POP HUYỀN THOẠI WHITNEY HOUSTON ĐÃ TỪNG TUYÊN BỐ “TÔI THÍCH MÌNH LÀ MỘT NGƯỜI PHỤ NỮ, NGAY CẢ TRONG THẾ GIỚI CỦA NHỮNG NGƯỜI ĐÀN ÔNG. SAU TẤT CẢ, ĐÀN ÔNG KHÔNG THỂ MẶC VÁY, NHƯNG PHỤ NỮ THÌ LUÔN CÓ THỂ MẶC QUẦN”. ĐÚNG VẬY, PHÁI ĐẸP SINH RA ĐÃ CÓ MỘT ĐẶC QUYỀN. HỌ MẶC GÌ CŨNG ĐẸP, NGAY CẢ TRONG NHỮNG TRANG PHỤC DÀNH CHO NAM GIỚI. THỜI TRANG DÀNH CHO PHÁI ĐẸP (WOMENSWEAR) LẤY CẢM HỨNG TỪ THỜI TRANG CỦA PHÁI MẠNH (TẠM GỌI LÀ ANDROGYNOUS/BOYISH FASHION) CHƯA BAO GIỜ TRỞ NÊN PHỔ BIẾN NHƯ TRONG NHỮNG NĂM GẦN ĐÂY. PHỤ NỮ SỬ DỤNG NÓ NHƯ MỘT TUYÊN NGÔN THỜI TRANG (FASHION STATEMENT) KHẲNG ĐỊNH VAI TRÒ VÀ CHỖ ĐÚNG CỦA MÌNH TRONG XÃ HỘI. HỌ GỬI TỚI THẾ GIỚI MỘT THÔNG ĐIỆP: PHỤ NỮ HIỆN ĐẠI NỮ TÍNH, KHẢ ÁI NHƯNG VẪN ĐẨY MẠNH MỀ, TỰ TIN VÀ LỊCH LẼM.



Váy suông
flapper và
tóc bob
những
năm 1920



Ngôi sao điện ảnh tiên
phong cho phong cách
boyish Katharine Hepburn



Người
mẫu, ca
sĩ, diễn
viên điện
ảnh Grace
Jones



Le
Smoking
của Yves
Saint
Laurent
do Helmut
Newton
chụp năm
1969



Mia Farrow
nổi tiếng với
kiểu tóc pixie
crop do Vidal
Sassoon cắt
năm 1968



Diane
Keaton
với phong
cách
boyish
trong
phim
Annie Hall
(1977)



Ngôi sao điện ảnh Mia
Farrow nổi tiếng với
kiểu tóc Pixie Crop trong
những năm 1960



Mick Jagger
cùng Bianca
Jagger trong
trang phục
cưới là váy
suit (tháng 5
năm 1971)

● Fashion Story

www.stylemagazine.vn

NHÌN LẠI LỊCH SỬ

Từ cuối thời kỳ Victoria đã nhen nhóm phong trào phản đối phụ nữ mặc corset nhưng phải đến năm 1910 khi Mary Phelps Jacob tạo ra chiếc bra đầu tiên (áo nịt ngực/áo lót ngày nay) thì phụ nữ mới thực sự bước vào thời kỳ giải phóng trong ăn mặc. Rất nhiều cách tân trong womenswear từ đó đến nay đã được lấy cảm hứng từ thời trang dành cho nam giới (menswear).

Phong cách unisex (tạm dịch là thời trang dành cho cả hai phái) có mặt từ những năm 1920 khi Chanel giới thiệu tới thế giới chiếc jumper. Quần áo đan len dành cho nam giới sớm trở thành trang phục được phụ nữ ưa chuộng. Họa tiết Fair Isle trở nên phổ biến đối với cả hai phái. Nhu cầu tham gia vào các hoạt động thể thao đã dẫn đến sự ra đời của các trang phục giản tiện và thoải mái hơn dành cho phụ nữ. Quần short bắt đầu được chấp nhận trong những môn thể thao như đạp xe hay trượt tuyết. Hai cuộc chiến tranh thế giới đã buộc phụ nữ đứng lên đảm trách vai trò của nam giới trong những công việc vốn không dành cho họ. Phụ nữ do vậy, đã từ bỏ những chiếc váy diêm dúa, nhường chỗ cho những trang phục đơn giản thuận tiện khi làm việc để lao động hiệu quả hơn.

Không chỉ đóng vai trò quan trọng trong sinh hoạt hàng ngày, quần kaki, suit dần trở thành trang phục thời thượng của phụ nữ những năm 1930. Cả thế giới lúc bấy giờ ngưỡng mộ và yêu mến hình ảnh Katharine Hepburn đầy tự tin và lịch lãm trong quần kaki ống đứng cạp cao và áo sơ mi mở cổ. Trong khi đó hình ảnh Marlene Dietrich đầy thách thức trong top hat và bộ suit 3 lớp (three-piece suit) cảm động thuốc lá trên tay đã mãi đi vào huyền thoại.

Như một điều tất yếu, năm 1969, Yves Saint Laurent tạo ra Le smoking, bộ suit hoàn chỉnh đầu tiên dành cho phụ nữ, chính thức thừa nhận tầm quan trọng của cảm hứng menswear đối với womenswear. Những năm 1970 chứng kiến sự lên ngôi của “power dressing”: thời trang được coi như một cách thức để thể hiện vị thế của một cá nhân trong xã hội.

Yuppies (những người trẻ công sở), bao gồm cả đàn ông và phụ nữ “dress for success”. Họ vận các bộ suit được may cầu kỳ tỉ mỉ và chuẩn xác với cấu vai rộng là nơi nhấn mạnh biểu tượng của quyền lực. Riêng phụ nữ có thể mặc áo vét kết hợp cùng những chiếc váy ngắn hay váy bút chì và tất vớ. Tháng 5 năm 1971, khi kết hôn cùng ngôi sao nhạc rock Mick Jagger, Bianca Jagger ghi dấu ấn vào lịch sử thời trang khi chọn cho mình một bộ suit với váy dài làm trang phục cưới thay vì váy cưới (wedding gown) truyền thống. Cũng trong thời kỳ này, nhạc punk ra đời kéo theo sự xuất hiện của xu hướng thời trang unisex điển hình với những dây xích, đồ đen, piercing và tattoo dành cho cả nam lẫn nữ.

Phong trào bình đẳng giới (feminist movement) từ cuối thế kỷ 19 đến nay trải qua ba giai đoạn đã mang lại cho phụ nữ nhiều quyền bình đẳng so với nam giới. Họ ngày càng có được chỗ đứng trong thế giới kinh doanh và chính trị. Như một hệ quả tất yếu, họ chọn cho mình vẻ ngoài lịch sự, kín đáo, lịch lãm và uy quyền trong thế giới vốn được coi là chỉ có chỗ cho những người đàn ông. Năm 1989, thượng nghị sĩ bang California Rebecca Morgan trở thành người phụ nữ đầu tiên mặc quần ở Nghị viện Mỹ. Trong khi đó, Hilary Clinton trở thành người phụ nữ đầu tiên mặc quần trong bức vẽ chân dung chính thức của một Đệ nhất phu nhân nước Mỹ.

CHỖ ĐỨNG CỦA THỜI TRANG ANDROGYNOUS/BOYISH TRÊN THẾ GIỚI:

Qua suốt các thập niên từ những năm sau chiến tranh thế giới thứ hai, chúng ta đều thấy nổi lên các ngôi sao nữ, những biểu tượng của văn hóa đại chúng với phong cách androgynous/boyish. Trong thập niên 1970 là ca sĩ Annie Lennox và diễn viên Diane Keaton (ngôi sao phim Annie Hall (1977) do Woody Allen đạo diễn và thủ vai chính). Thập niên 80 là ca sĩ Sinéad O'Connor và diễn viên Melanie Griffith trong bộ phim nổi tiếng Working Girl (1988). Thập niên 1990 với sự lên ngôi của vẻ đẹp mảnh





Nữ diễn viên nổi tiếng với vẻ đẹp androgynous Tilda Swinton



khánh “heroine chic” mà đại diện tiêu biểu là siêu mẫu Kate Moss.

Ngày nay những món đồ thời trang mang phong cách androgynous/boyish đã trở thành một phần không thể thiếu trong tủ đồ của các fashionista. Các tuần lễ thời trang không xa lạ gì với các mẫu thiết kế boyfriend jeans, suit, tuxedo, áo gi-lê (waistcoat), bomber jacket, tuxedo dress, skort (skirt kết hợp với short), cropped pants (quần lửng), áo blazer độn cầu vai sẵn tay hay khoét nách, áo sơ mi hoặc áo khoác quá khổ, v.v... Các trang phục với họa tiết kẻ (checked, plaid, tartan, striped, pinstripes) cũng được khai thác mạnh mẽ cho thời trang cả hai phái. Giấy nữ lấy cảm hứng từ giấy nam phải kể đến giấy oxford, moccasin, giấy bánh mì (loafer), giấy brogues, slips-on hay sneakers. Phụ kiện thì có caravat, kính mắt Ray-ban, đồng hồ lộ máy hay đồng hồ 6 kim chronograph, nơ đeo cổ, các loại dây xích mang phong cách punk rock táo bạo. Thời trang androgynous/boyish đã trở thành một trong những nguồn cảm hứng chính trong những năm gần đây cho các nhà thiết kế nổi tiếng như Rei

Kawakubo, Calvin Klein, Jil Sander, Helmut Lang, Giorgio Amarni, Paul Smith, Phoebe Philo, Stella McCartney, Dries Van Noten, Marc Jacobs, Haider Ackermann, Victoria Beckham v.v... Nếu như các phong cách Dandy, Camouflage/Military (thời trang quân đội) trước đây chỉ dành cho nam giới thì nay cũng đã được phái nữ rất ưa chuộng.

Androgynous/boyish fashion không chỉ xuất hiện tại các công sở, các cuộc họp, hội nghị quan trọng mà sự có mặt của nó còn trở nên nổi bật tại các sự kiện thảm đỏ lộng lẫy. Có thể kể tới như sự xuất hiện đầy ấn tượng của Anne Hathaway trong bộ suit xanh lá cây thảm tại Sundance Film Festival 2014, Charlize Theron trong buổi công chiếu bộ phim “East of Havana” năm 2007 hay Angelina Jolie trong bộ suit đen tại lễ trao giải BAFTA 2014. Bên cạnh vẻ đẹp nữ tính, cổ điển, làng thời trang những năm gần đây cũng chứng kiến vẻ đẹp androgynous/boyish ngày càng được ca tụng. Chúng ta biết đến họ, những Grace Jones, Tilda Swinton, Freja Beha, Agyness Deyn đầy cá tính, độc đáo và quyến rũ.

Kính unisex ray-ban



65th STYLES

Những năm đầu thế kỷ 21 chứng kiến một cuộc cách mạng giao thoa lớn giữa các nền văn hóa và phong cách nghệ thuật. Thời trang cũng không là một ngoại lệ, với một loạt các thuật ngữ mới ra đời như eclecticism (trường phái chiết trung, tập hợp của nhiều phong cách khác nhau), East meets West (sự giao thoa trong trang phục của các nền văn hóa Đông Tây) hay juxtaposition (sự sánh đôi của hai phong cách đối lập), và đặc biệt là cross-gender hay cross-dressing (sự giao thoa giới tính trong các phong cách ăn mặc và xu hướng thời trang). Không chỉ womenswear lấy cảm hứng từ menswear mà ngược lại, menswear lấy cảm hứng từ womenswear cũng đã và đang trở nên rất phổ biến. Từ xu hướng quần jeans bó sát hay trào lưu flower power gắn liền với phong trào Hippie xuất hiện từ những năm 1960, 1970 đến việc sử dụng những màu sắc tươi sáng sặc sỡ như vàng, hồng, da cam trong thời gian gần đây với một trong những đại diện tiêu biểu là Paul Smith. Khi nhìn nhận một cách sâu sắc, chúng ta sẽ thấy thời trang không hề tầm thường và phù phiếm mà ngược lại, nó luôn mang một ý nghĩa xã hội sâu sắc, góp phần quan trọng thúc đẩy phong trào bình đẳng giới đồng thời xóa bỏ những định kiến giới tính đã và đang tồn tại ở nhiều nơi trên thế giới.





Sparkle THE NIGHT!

Concept & Creative Director : **Samuel Hoang**

Photographer: **Manh Bi**

Model: **Le Thuy**

Make up: **Quan Nguyen**

Hair: **Pu Le**

Stylist: **Mi Goi**

Producer: **Cam Nhung**

Fashion: **Axara**

Location: **Intercontinental Nha Trang**

32-34 Tran Phu Street, Nha Trang City, Khanh Hoa Province, Vietnam.

















If I Were a BOY

Creative Director & Photographer: **Samuel Hoang**
Model: **Phuong Anh**
Make up: **Cao Tuan Dat**
Hair: **Zuken Pham**
Fashion: **Mango, Sisley, Pedro, French Connection**
Stylist: **Lan Anh**
Producer: **Cam Nhung**
Assistant: **Ha Van**



Áo sơ mi, túi, thắt lưng: **French Connection** (FCUK) Quần, vòng tay: **Mango** Dép: **Pedro**

Áo, kính: **Mango** Quần yếm: **Sisley**





Áo sơ mi, Quần yếm: **Sisley** | Nơ: **French Connection** (FCLUK) | Vòng tay: **Mango** | Giày: **Pedro**

Áo sơ mi, quần: **French Connection** (FCUK) Ví cầm tay, giày: **Pedro**









Áo vest, áo ba lỗ: **Mango** Túi, giày: **Pedro**

o somi: **Sisley** Quần: **French Connection** (FCUK) Vĩ cầm tay, giày, cà vạt: **Pedro**





Áo sơ mi, quần: **French Connection** (FCUK) Cà vạt: **Pedro**



Louis Vuitton và World Cup

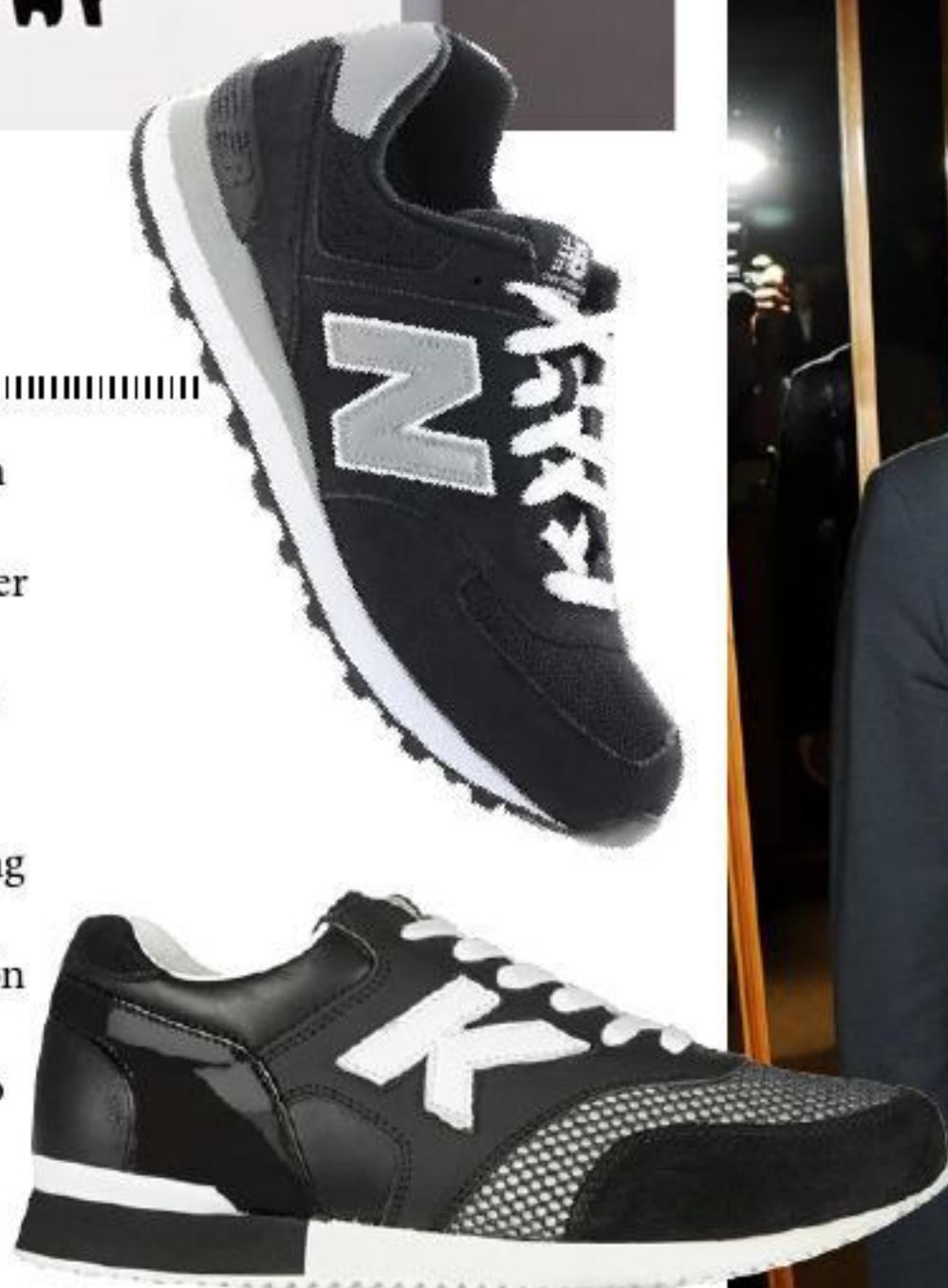
Tưởng chừng như thương hiệu đình đám này sẽ thờ ơ đứng ngoài bầu không khí sôi động xung quanh trái bóng tròn. Nhưng ngược lại, Louis Vuitton góp một vai trò trang trọng khi trở thành thương hiệu được FIFA tin tưởng giao quyền thiết kế chiếc rương vận chuyển chiếc cúp World Cup danh giá. Chiếc rương này vốn được dành cho World Cup 2010, làm thủ công hoàn toàn tại xưởng Asnières và mang đậm tất cả các dấu ấn nổi tiếng của Louis Vuitton như họa tiết monogram hay khoá mạ vàng.

Theyskens Tạm Biệt Theory

Lại một lời tạm biệt nữa mà các tín đồ thời trang phải chứng kiến trong năm nay khi Olivier Theyskens chính thức rời khỏi thương hiệu Theory sau gần bốn năm hợp tác. Bộ sưu tập cuối cùng của Theyskens tại Theory chính là resort 2014/2015 vừa diễn ra vừa qua. Đây là một cuộc chia tay vui vẻ và đầy hoà khí khi cả hai bên đều hi vọng sự phát triển mới tốt đẹp hơn cho nhau.

Liệu Karl Có Đạo Thiết Kế?

Vụ việc ồn ào nhất của tháng 06 có lẽ là tin New Balance đàm đơn kiện nhà thiết kế Karl Lagerfeld đã đạo một mẫu giày sneaker của thương hiệu này. Trong đơn kiện chỉ rõ Karl chỉ thay mỗi chữ K vào logo N của thương hiệu, còn lại phần thiết kế là y hệt. New Balance cũng chứng minh rằng thiết kế này cùng logo thương hiệu đã được đăng ký và sử dụng rộng rãi từ những năm 70. Hiện tại về phía Karl vẫn chưa có phát ngôn gì chính thức nhưng chắc chắn một điều rằng New Balance sẽ không nhắm mắt cho qua dễ dàng.



Stella McCartney hành động vì trẻ em

Nhà thiết kế người Anh vừa chính thức gia nhập War Child (một hội bảo vệ trẻ em phải chịu đựng những ảnh hưởng từ xung đột hay chiến tranh) với một dự án mang tên Draw Me To Safety. Dự án nghệ thuật này nhằm đánh thức nhận biết của nhiều người về những gì một đứa trẻ phải gánh chịu khi chứng kiến hay trực tiếp chịu ảnh hưởng từ chiến tranh và kêu gọi thêm sự giúp đỡ. Sự kiện này còn chứng tỏ mối quan hệ ngày càng thân thiết giữa Stella McCartney và Angelina Jolie trong các hoạt động vì lợi ích cộng đồng.



BALENCIAGA KIỆN STEVE MADDEN

Lại thêm một vụ kiện copy sản phẩm nữa giữa thương hiệu Balenciaga khi hãng này cho rằng Steve Madden đã “nhái” mẫu túi Motorcycle và bán với giá \$90. Balenciaga đã chỉ ra những điểm để buộc tội “cố ý gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng”. Đây không phải là lần đầu tiên thương hiệu này kiện Steve Madden. Trước đó, Balenciaga đã từng kiện Steve Madden một lần copy mẫu giày multi-color trong bộ sưu tập Thu Đông 2007.



TIFFANY & CO MỞ CỬA HÀNG Ở ĐẠI LỘ CHAMPS ÉLYSÉE

Thương hiệu trang sức trong mơ của các cô gái vừa mở cửa hàng chính tại số 62 đại lộ Champs Élysée, Paris danh tiếng. Sự kiện này đánh dấu bước đi

lớn trong việc thiết lập mối quan hệ với kinh đô thời trang ánh sáng của châu Âu từ năm 1850. Cửa hàng được thiết kế theo phong cách Haussman, đậm chất châu Âu cổ điển mà vẫn không kém phần sang trọng lịch lãm. Từ nay, các tín đồ hâm mộ của Tiffany & Co tại Paris có thể thỏa mãn sự trông đợi bấy lâu.

TIN TỨC

Style / Tháng 6-7/2014

ROLLS-ROYCE

Vừa qua, Rolls-Royce Motor Cars đã chính thức kỷ niệm 110 năm ra đời tại trường đua Goodwood Motor Circuit, West Sussex và khách sạn Midland, Manchester. Tại West Sussex, ba phiên bản xe Rolls-Royce đặc biệt: Wraith, Phantom Coupé và Ghost được trưng bày tại cuộc gặp gỡ CLB siêu xe "Supercar Sunday" Breakfast Club ở trường đua Goodwood Motor Circuit. Ba mẫu xe này được giới thiệu bởi nhóm nhân viên của tập đoàn Rolls-Royce, và là sự kiện lớn nhất trong lịch sử tại CLB Breakfast Club, với 1.000 xe được trưng bày và hơn 14.000 vị khách mời. Tại Manchester, một chiếc Rolls-Royce Phantom 2014, cùng hơn 30 phiên bản của Rolls-Royces cổ cũng được trưng bày bên ngoài khách sạn Midland, đúng vào thời điểm cuộc gặp gỡ đầu tiên giữa Charles Rolls và Henry Royce.



LOEWE

Loewe - nhãn thời trang cao cấp Tây Ban Nha vừa cập nhật sự thay đổi nhận diện ngoạn mục, từ logo chữ và logo đồ họa mới cho đến kế hoạch phát triển chuỗi của hàng đậm chất nghệ thuật tại các thành phố lớn. Mục tiêu của bước trở mình này nhằm bổ sung thêm những giá trị hiện đại và nhận thức mới về văn hóa cho một nhãn hiệu ra đời năm 1846, bắt nguồn từ kỹ thuật thuộc da điêu luyện. Những đổi mới ấy có thể bắt nguồn từ chiến dịch quảng cáo mới của hãng, kết hợp cùng nhiếp ảnh gia nổi tiếng, Steven Meisel. Cặp đôi thiết kế đồ họa Michael Amzalag và Mathias Augustyniak từ viện thiết kế M/M Paris đã tạo ra font chữ logo thể hiện nguồn gốc Đức quốc của Enrique Loewe Roessberg, người đã dùng tên mình sáng lập thương hiệu đồ da vang danh Tây Ban Nha, Loewe.



JAEGER-LECOULTRE

Là món quà dành tặng phái nữ, BST Rendez-Vous còn kết tinh mỗi lương duyên giữa nghệ thuật chế tác đồng hồ và trang sức. Hai sáng tạo mới dưới đây sẽ mang đến cả tính mới độc đáo cho một dòng đồng hồ đã làm nức lòng các tín đồ đồng hồ kể từ khi ra mắt vào hai năm trước. Ra đời từ mong muốn của Jaeger-LeCoultre là mang lại cho người phụ nữ hiện đại một chiếc đồng hồ mang hình ảnh riêng của họ, BST Rendez-Vous đã táo bạo khẳng định nguồn gốc của nó khi tóm gọn bề dày chuyên môn mà Jaeger-LeCoultre phát triển kể từ khi thành lập vào năm 1833. Nó rạng rỡ về đẹp nữ tính mà thời gian không thể thay đổi. Với diện mạo vừa hiện đại vừa cổ điển, nó khẳng định mình một cách rất đỗi tự nhiên là bạn đồng hành trung thành hàng ngày của con người.



S.T.DUPONT

Hơn 140 năm phát triển, với những bí quyết riêng về kỹ thuật chế tác thủ công cao cấp, thương hiệu danh tiếng S.T. Dupont đến từ Paris, Pháp đã luôn tạo ra những sản phẩm độc đáo, sáng tạo và đầy chất nghệ thuật. Đặc biệt là những sáng tạo từ BST Haute Creation và Limited Editions. Lịch sử nghệ thuật thế giới và của S.T. Dupont nói riêng vừa ghi dấu ấn quan trọng, khi S.T. Dupont vinh dự nhận kỷ lục đã tạo ra "Chiếc bật lửa đắt nhất thế giới" - từ Hiệp Hội Kỷ Lục thế giới Guinness World Records. Danh hiệu này được trao cho chiếc bật lửa độc đáo "Louis XIII Fleur de Parme", được vẽ bởi nghệ sỹ Tania de Bourbon Parme. Đặc biệt hơn, bà chính là công chúa - hậu duệ của Vua Louis XIII, lấy nguồn cảm hứng sáng tạo từ nghệ thuật Phục Hưng/ Baroque vốn là nghệ thuật mang dấu ấn Hoàng gia Pháp.



GIVENCHY

Nằm trong khuôn viên toàn nhà ONE Omotesando, cửa hàng Givenchy chính thức (flagship) đầu tiên tại Nhật Bản sở hữu không gian mua sắm sang trọng rộng 392 mét vuông, được chia thành ba khu chuyên biệt. Giữa mặt tiền là thiết kế dài bằng đen thẳng đứng, độc đáo với chất liệu sắt nguyên khối kết hợp cùng lớp bọc nhôm mắt lưới tinh tế. Hai bên dài bằng là những khung cửa sổ trưng bày đầy tính nghệ thuật, thiết kế cửa sổ kính nguyên tấm cao hơn 11 mét tạo sự tương phản cho bố cục mặt tiền cửa hiệu. Ý tưởng thiết kế không gian gợi lại thiết kế hộp đặc trưng, từng là nơi trưng bày dòng thời trang cao cấp nhất: Givenchy Haute Couture. Cửa hàng bày bán đầy đủ các dòng sản phẩm Givenchy, bao gồm thời trang may sẵn, túi xách, giày dép và các phụ kiện nhỏ.

Beauty



VITAMIN CHỐNG OXY HOÁ: *Càng uống càng già?*

Có thật gốc tự do là kẻ thù của sự trẻ trung và cần phải loại bỏ bằng mọi giá? Một tiếng nói khác từ giới nghiên cứu sẽ khiến bạn phải nghĩ lại.

Beauty Trends

www.stylemagazine.vn

Thực hiện: Thành Hào

"2 MINUTE AURA"

– 2 PHÚT CHO LÀN DA RẠNG RỠ!

Hẳn bạn đã không còn xa lạ với tinh chất chống lão hoá Advanced Génifique – một thành tựu từ những nghiên cứu đột phá về gen và protein của Lancôme. Điều thú vị của sản phẩm này là tinh chất có khả năng thẩm thấu qua lớp trang điểm, nên đến giữa ngày, bạn chỉ cần vỗ đều vài giọt Advanced Génifique lên da mà không cần phải tẩy trang lại, rồi dặm lại chút phấn nền hoặc BB cream là lại có ngay lớp nền rạng rỡ. Đó chính là bí quyết "2 minute aura" – 2 phút cho làn da rạng rỡ của Lancôme.



Lancôme đã cho ra đời dịch vụ Massage bằng máy siêu âm tần số cao Activating Probes dành riêng cho tinh chất Advanced Génifique và đến năm nay, máy Massage cho vùng mắt sử dụng tinh chất Génifique Yeux Light Pearl đã ra đời, cho quy trình chăm sóc da của phụ nữ ngày càng hoàn thiện và hiệu quả hơn. Dịch vụ này sẽ có mặt tại hệ thống của hàng Lancôme vào đầu tháng 7.



KEM NỀN DẠNG THỜI CÓ GÌ MỚI?

Kem nền dạng thời của Bobbi Brown ra mắt năm 92, tạo ra cuộc cách mạng trong ngành công nghiệp làm đẹp, là kem nền đầu tiên phù hợp mọi tông màu da trên thị trường, với kết cấu dạng kem mềm mịn như da thật.

22 năm sau, một công thức mới được giới thiệu, đặc biệt phù hợp cho làn da xứ nóng như Việt Nam. Công thức mới này giới thiệu lớp nền trong suốt cho một làn da tối ưu phù hợp với mọi tông màu da, hiệu chỉnh đúng các sắc màu mà hoàn toàn giống màu da thật. Kết cấu mềm mượt mỏng nhẹ thích ứng 1 cách linh hoạt cho mọi nhu cầu của da, kiểm soát dầu cho da dầu và giúp da khô dưỡng ẩm. Kem nền dạng thời này chống thấm nước, mồ hôi và sự ẩm ướt, mang lại tông màu da đúng và độ che phủ hợp màu da thật mà có thể giữ được suốt ngày dài.

Giá 1250 000 VND



GÓC QUÝ ÔNG

Những món đồ sang trọng đầy hấp dẫn dành cho những quý ông sành điệu.

1. Karl Lagerfeld Deodorant Stick: Thanh lăn khử mùi trong suốt tập Pour Homme **Giá 600 000 VND**

2. Burberry Brit Rhythm Men Gift Set: Gồm nước hoa 50ml và sữa tắm 100 ml. **Giá 1620 000 VND**

3. Dermalogica Post-Shave Balm: Giảm cảm giác không thoải mái và đỏ khi cạo râu, mang lại cảm giác mát lạnh, rút ngắn thời gian phục hồi sau khi cạo râu. Dành cho tất cả tình trạng da.

Giá: 1.082.000 VND - 50ml

90 **STYLE**

DA “BỐC LỬA” VÌ NẮNG

Bạn sở hữu làn da cực kỳ nhạy cảm, dễ ửng đỏ, khô và tề rất khó chịu sau khi tiếp xúc với ánh nắng? Đây là những gợi ý của Style.

Ngoài một lọ kem chống nắng loại tốt, hãy tìm kiếm những sản phẩm bổ trợ có thể giúp làn da dịu mát ngay lập tức như một chai nước khoáng có thể xịt thẳng lên mặt bất cứ khi nào, một loại kem dưỡng ẩm có cấu trúc dạng nước mỏng nhẹ, dễ thẩm thấu hoặc những sản phẩm làm giảm vết đỏ hay sự kích thích trên da một cách nhanh chóng. Những sản phẩm này có thể tìm được ở các thương hiệu Dermalogica, Laneige, Sulwhasoo, Avene hay The La Roche Posay...



Hiện tượng đỏ da thường bắt gặp ở những người có da yếu, nhạy cảm, từng sử dụng kem trộn có thành phần cortisone làm bào mỏng da và khiến da suy yếu.

1 Dermalogica After Sun Repair phục hồi da sau nắng

Sản phẩm được sử dụng để nhanh chóng làm giảm các tấy đỏ và làm mát dịu làn da bị cháy nắng với Cúc La Mã, Đinh Hương, Dưa Leo, hạt tiêu Tứ Xuyên, Oải Hương và cây Ngọc Giá. Chất nhựa thơm làm dịu này cũng chứa chiết xuất của cây Tổng Quân Sủi Nhật Bản giúp sản lọc các gốc tự do và kích hoạt tiến trình chỉnh sửa các DNA bị hư tổn do tác hại từ tia UV sau khi tiếp xúc với ánh nắng. **Giá 1 210 000 VND.**

2 Laneige Water Bank Es-

sence_EX: Tinh chất dưỡng tăng sức đề kháng cho da. Sản phẩm có hai chiết xuất quan trọng

là Tilandsia extract – Chiết xuất cây Không Khí – Một loại cây hấp thụ chất dưỡng ẩm từ không khí và chứa các thành phần dưỡng ẩm tự nhiên, cân bằng độ ẩm tối ưu. Chiết xuất White Willow bark – Chiết xuất vỏ cây liễu trắng – Giúp hạ nhiệt cho da, giảm sự hóa hơi của độ ẩm và làm chắc hàng rào độ ẩm của da. Sản phẩm có khả năng phục hồi độ ẩm và tăng cường sức đề kháng tự nhiên của da. **Giá 1 050 000 VND.**

3 Sulwhasoo Renodigm EX Dual Care Cream:

Chỉ số chống nhiệt TPF. Lần đầu tiên trong lịch sử, Sulwhasoo phối hợp với nhóm nghiên cứu của giáo sư Jeong Jin Ho – Khoa Da liễu trường

ĐH Seoul phát minh ra chỉ số TPF. TPF – Thermal Protection Factor là tỉ lệ ngăn nhiệt giúp nhiệt độ da không tăng đột ngột khi tiếp xúc với nắng và sức nóng. RENODIGM EX DUAL CARE CREAM, kem dưỡng ban ngày chống lão hóa, không chỉ bảo vệ da khỏi tác hại của tia tử ngoại mà còn chống lão hóa do nhiệt. TPF40 có nghĩa hiệu quả ngăn nhiệt cho da khỏi tác động bên ngoài khoảng 40%. **Giá: 3.000.000 VND.**

4 Dr Spiller Aloe Vera gel. Là loại gel làm dịu, giảm đỏ, làm mát, phục hồi tái tạo da với chiết xuất lô hội, một loại cây được trồng chủ yếu tại vùng Caribe và được biết đến như một nguyên liệu làm đẹp từ thời cổ đại. Cấu trúc gel mỏng nhẹ, dễ thẩm thấu. Sản phẩm cũng có chức năng giảm nếp nhăn và có thể sử dụng sau khi tắm nắng trong trường hợp bị cháy nắng hoặc dị ứng tia tử ngoại. **Giá 1 555 000 VND.**

MAKE UP & NO MAKE UP

Những người mẫu này đều sở hữu một làn da đẹp, gò má hoàn hảo, sống mũi cao.

Điều khác biệt duy nhất của họ trong những bức hình này là số sản phẩm make up mà họ sử dụng. Liệu bạn có đoán được tương đối chính xác con số đó nếu chỉ nhìn vào những bức hình?



Narciso rodriguez SS 2014: 9 sản phẩm

Bao gồm phần nền và che khuyết, phấn mắt nâu dành cho lông mày, chì kẻ mắt, mascara, 2 loại lip stain cho vùng gò má, son bóng pha với chút phấn nền cho bờ môi. Hiệu ứng cuối cùng mà chuyên gia make up Dick Page muốn tạo ra là hiệu ứng no make up, tự nhiên như không hề trang điểm. Chính Dick cũng phải thừa nhận: “Chúng tôi phải dùng rất nhiều sản phẩm để khiến người ta nghĩ là chúng tôi chẳng dùng gì”.



Alexander Wang SS 2014: 4 sản phẩm

Chuyên gia make up Diane Kendall tập trung vào làn da, lông mày và lông mi. Bởi vậy, những sản phẩm mà Diane Kendall sử dụng chỉ có 1 lọ dưỡng ẩm không chứa dầu, một chút kem che khuyết, uốn mi và gel tạo hình chân mày.



Balmain: 0 sản phẩm

Ở Balmain, no make up có nghĩa là no make up theo nghĩa đen. Người mẫu hoàn toàn không dùng chút son phấn nào trên mặt, trừ một số trường hợp, người ta chỉ dùng chút xít kem che khuyết. Bí quyết cho sự hoàn hảo này? Chuyên gia make up Tom Pecheux thay vì dành vài tiếng để trang điểm đã sử dụng toàn bộ thời gian để các người mẫu massage mặt và thường thức các trị liệu spa ngay sau hậu trường. “Thật may là không có người mẫu nào phản nản cả, có vẻ họ thích điều đó”.



• Beauty Trends

www.stylemagazine.vn

Thực hiện: Thành Hào

AQUA AMARA – HOÀNG HÔN ĐỊA TRUNG HẢI

Lấy cảm hứng từ vẻ đẹp của ánh hoàng hôn trên đại dương, cùng với sự kết hợp phá cách từ các thành phần hương thơm quý giá vùng Địa Trung Hải, Bvlgari đã sáng tạo nên một hương thơm độc đáo dành cho nam: Aqua Amara. Nếu như hương đầu của Aqua Amara sôi động, tràn đầy năng lượng từ quýt Sicilia cùng tinh dầu cam Tunisia, thì hương giữa lại mang cảm giác mát lạnh của làn nước giàu khoáng vùng Địa Trung Hải, và hương cuối trầm lắng đến vô tận với mùi của gỗ ấm áp. Sản phẩm được bán với giá: 1.590 000 VND/50ml, và 2.140 000 VND/100ml.



ELIZABETH ARDEN

Sản phẩm mới từ Elizabeth Arden: Tinh chất dưỡng ban ngày giúp làm trắng da và đặc trị nám – Visible Whitening Day Essence. Từng giọt tinh chất Visible Whitening Day Essence thấm đẫm các thành phần tinh túy như dẫn xuất Vitamin C và chiết xuất hoa bia... nâng niu làn da từ bên trong, ức chế quá trình hình thành hắc tố ở cả 5 giai đoạn, mang lại làn da trắng sáng rạng ngời. Trong tháng 7, khi mua sản phẩm Visible Whitening Day Essence tại hệ thống cửa hàng Elizabeth Arden trên toàn quốc, khách hàng sẽ có cơ hội nhận thêm sản phẩm dưỡng da Visible Whitening Night Caps.

LA VIE EST BELLE PHIÊN BẢN MỚI

Năm 2012, câu chuyện làm đẹp của Lancôme được tiếp nối với sự ra đời của La Vie Est Belle – một mùi hương hoàn toàn mới được làm nên từ những nguyên liệu quý và thuần khiết nhất. Đến năm 2014, bài ca hạnh phúc La Vie Est Belle lại trỗi dậy với một cung nhạc mới được lấy cảm hứng từ vẻ đẹp của mùa xuân với sản phẩm La Vie Est Belle L'Eau De Toilette. Đây là tác phẩm mùi hương đầu tiên của Lancôme sử dụng hương hoa mộc lan làm tâm điểm, một phát minh của hai nhà sáng chế nước hoa đại tài: Anne Flipo mang đến sự rạng rỡ đầy nữ tính với điểm nhấn của joie de vivre – sự yêu đời, yêu cuộc sống; và Dominique Ropion góp phần làm cho cuộc sống thêm tươi đẹp bằng cách biến hoá cùng hương thơm của những loài hoa. **Giá 2500 000 VND**



THE HISTORY of WHOO

Được mệnh danh là “Quý bà Oxy” nhờ vẻ tươi trẻ quên thời gian, nữ diễn viên nổi tiếng Hàn Quốc Lee Young Ae luôn nổi bật với một vẻ đẹp rạng rỡ, viên mãn, thần sắc tươi sáng, khiến nhiều người tự hỏi bí quyết trang điểm của Lee Young Ae là gì? Câu trả lời chính là The History of Whoo Mi Essential CC Cream. Là sản phẩm trang điểm đa tính năng thông minh, Whoo Mi Essential CC Cream không chỉ giúp hiệu chỉnh sắc da, mang lại lớp nền rạng rỡ, ẩm mượt và tự nhiên như làn da thật mà còn cung cấp dưỡng chất dồi dào như essence, cải thiện nếp nhăn. Thêm vào đó, Whoo Mi Essential CC Cream còn giúp bảo vệ làn da khỏi tác động của tia tử ngoại. Giá: 1.3triệu/40 ml.



TÁI TẠO LÀN DA TRẮNG SÁNG

Từ kinh nghiệm 55 năm dẫn đầu ngành mỹ phẩm Nhật Bản và thế giới, Menard tự hào giới thiệu nhóm liệu trình làm trắng và trị nám giúp bảo vệ toàn diện làn da trong nắng hè. Trong không gian spa sang trọng mang đậm phong cách Nhật Bản, những kỹ thuật massage điều luyện và sản phẩm Menard cao cấp sẽ giúp tái tạo làn da trắng mịn, và mang lại những khoảnh khắc thư giãn đích thực cho tinh thần. Cũng trong tháng 7, Menard dành tặng thêm 20% trị giá hóa đơn bằng thẻ dịch vụ massage hoặc các sản phẩm dưỡng da làm trắng (sample du lịch) cho khách hàng khi mua liệu trình massage làm trắng và trị nám





Gardenia (hoa sơn chi, hay còn được gọi là hoa dành dành) là một note mùi quen thuộc trong nước hoa. Bông hoa trắng này có mùi ngọt và sâu, tương tự như hoa nhài, nhưng thậm chí còn thú vị hơn. Tuy nhiên, đến nay người ta vẫn chưa chiết xuất được tinh dầu tự nhiên từ loại hoa này. Mùi gardenia được sử dụng trong công nghiệp nước hoa chủ yếu là chiết xuất từ hoa khô (một chất tương tự như chất tổng hợp) hoặc pha trộn các loại tinh dầu khác nhau để tạo ra mùi hương tựa như gardenia.

Elizabeth Taylor Gardenia:

Mùi sơn chi nồng đậm ở những phút đầu tiên nhưng nhanh chóng nhạt dần đi, như thể bạn đi ngang qua một bụi sơn chi đang nở hoa trong mùa hè. Một mùi hương khá phổ thông trong dòng sơn chi.

The Body Shop

English Dawn White Gardenia: Hoa sơn chi và hoa huệ trong ánh sáng bình minh. Một đóa hoa trắng nhẹ nhàng với chút xanh tươi mát của mùa hè.



Gucci Flora Gorgeous Gardenia: Mùi sơn chi khá nhạt nhòa, bị lấn át bởi mùi lê và quả berry. Vị ngọt đậm của trái cây gần như át đi mùi hoa trắng. Hương thơm gần như phai nhạt chỉ sau 1 tiếng.



Estée Lauder Private Collection Tuberose Gardenia: Với hai thành phần chính là hoa sơn chi và hoa huệ, được bao quanh bởi hoa cam và hoa nhài. Một mùi hương tươi tắn và ngọt, với đôi chút xanh lá cây phảng phất.

NHỮNG MÙI HƯƠNG KHAI THÁC NOTE MÙI GARDENIA MẠNH MẼ:

- ♦ Alexandra de Markoff: No Regrets
- ♦ Bath and Body Works: Gardenia
- ♦ Chanel: Gardenia; Beige* (series Les Exclusifs)
- ♦ Caswell-Massey: Gardenia
- ♦ Crazylibellule and the Poppies: Les Garconnes Pompon Gardenia
- ♦ Dana: Classic Gardenia
- ♦ Elizabeth Taylor: Gardenia
- ♦ Estée Lauder: Tuberose Gardenia (series Private Collection); Brasil Dream
- ♦ Guerlain: Cruel Gardenia (series L'Art et la Matière)
- ♦ Monotheme Fine Fragrances Venezia: White Gardenia
- ♦ Marc Jacobs: Marc Jacobs; Gardenia
- ♦ Tom Ford: Velvet Gardenia (series Tom Ford Private Blend)
- ♦ Van Cleef&Arpels: Gardenia Petale (series Collection Extraordinaires)
- ♦ Versace: Crystal Noir
- ♦ Yves Saint Laurent: Y by Yves Saint Laurent
- ♦ Yves Rocher: PUR DESIR DE FLEURS Gardenia

CÁC THƯƠNG HIỆU NICHE BRAND:

- ♦ Annick Goutal: Gardenia Passion; Un Matin d'orange
- ♦ Amouage: CIEL POUR FEMME
- ♦ Arquiste: Boutonniere No. 7
- ♦ Bond No. 9: Saks Fifth Avenue For Her
- ♦ Calypso Christiane Celle: Gardenia
- ♦ Creative Scentualization: Perfect Gardenia
- ♦ Demeter: Gardenia
- ♦ Divine: Divine
- ♦ Dawn Spencer Hurwitz: Nouveau Gardenia
- ♦ Floris: Gardenia
- ♦ Il Profumo: Royal Gardenia
- ♦ Isabey: Gardenia
- ♦ Illuminum: White Gardenia Petals, Black Gardenia
- ♦ Jalaine: Gardenia
- ♦ Jo Malone: Vintage Gardenia
- ♦ Jo Loves: Gardenia
- ♦ JAR: Jardenia
- ♦ Liz Zorn: Acoustic Flower
- ♦ Molinard: Gardenia
- ♦ Montale: Intense Tiaré; Aoud blossom
- ♦ Penhaligon's: Ellenisia; Gardenia
- ♦ Parfums Micallef: Gardenia
- ♦ Parfumerie Generale: Gardenia Grand Soir
- ♦ Trish McEvoy: Gardenia Musk



VITAMIN CHỐNG OXY HOÁ: *Càng uống càng già*

Có thật gốc tự do là kẻ thù của sự trẻ trung và cần phải loại bỏ bằng mọi giá? Một tiếng nói khác từ giới nghiên cứu sẽ khiến bạn phải nghĩ lại.

Phải thừa nhận rằng dù chúng ta rất thích mỹ từ “chống oxy hoá” trong mọi thứ đang sử dụng từ mỹ phẩm đến thực phẩm, nhưng không nhiều người thực sự quan tâm đến việc chống oxy hoá nghĩa là như thế nào. Trong cơ thể của bạn hàng ngày, hàng giờ đang diễn ra hai quá trình: oxy hoá và chống oxy hoá. Khi cơ thể chuyển đổi thức ăn sang năng lượng, chúng đòi hỏi oxy và tạo ra quá trình oxy hoá. Quá trình này sinh ra các gốc tự do – kẻ thù cho sự trẻ trung bởi chúng có thể gây tổn hại cho ADN, màng tế bào hay mạch máu. Chúng còn là căn nguyên cho hàng loạt những bệnh tật rút ngắn tuổi thọ của con người như ung thư, lão hoá nhanh, bệnh tim mạch. Hãy tưởng tượng một thanh sắt từ từ gỉ sét và biến dạng dưới tác động của oxy hoá, bạn sẽ hiểu hơn quá trình này.

Nhưng cơ thể cũng không ngồi không. Nó chiến đấu với các gốc tự do hàng giờ bằng cách sinh ra những “chất chống oxy hoá”. Những chất này sẽ trung hoà các gốc tự do và làm chậm lại tiến trình lão hoá. Chất chống oxy hoá được tìm thấy ở đâu? Trong các loại rau củ quả chứa nhiều vitamin A, C, E, beta carotene. Mọi nghiên cứu đến nay đều thống nhất rằng nếu ta ăn nhiều rau củ quả hữu cơ chứa nhiều vitamin, ta có thể sống lâu hơn và tỷ lệ đối mặt với những căn bệnh trầm kha có thể giảm xuống. Nếu ăn rau củ quả chứa vitamin có thể tăng cường chất chống oxy hoá thì việc uống các chế phẩm bổ sung trực tiếp như vitamin hay thực phẩm chức năng có lẽ còn tốt hơn: chúng ta sẽ nạp thẳng cho cơ thể một lượng khổng lồ các chất chống oxy hoá mà nó cần. Cơ thể hẳn sẽ hoan hoan trước lượng vũ khí phong phú và tuổi trẻ của chúng ta sẽ được kéo dài. Thật tiếc rằng mọi chuyện đã không diễn ra như vậy.

Việc ăn rau củ quả chứa vitamin và uống các chế phẩm vitamin trực tiếp là hai chuyện hoàn toàn khác nhau.



Cuộc chiến tự nhiên giữa chất chống oxy hoá và gốc tự do trong cơ thể giống như một hệ thống đã được cài đặt hoàn hảo, chúng giữ cho tỷ lệ gốc tự do được đảm bảo ở một mức cân bằng nào đó. Khi bạn liên tục uống các chế phẩm chống oxy hoá vô điều độ, bạn đã phá vỡ cuộc chiến này và có thể đẩy cơ thể mình vào tình trạng nguy hiểm.

“MINH OAN” CHO GỐC TỰ DO

Một loạt các nghiên cứu được công bố trong một thập niên trở lại đây đã cho thấy gốc tự do hoàn toàn không phải kẻ thù của sức khoẻ như chúng ta vẫn nghĩ. Ví dụ như nghiên cứu của trường đại học McGill (Canada) mới đây trên tạp chí khoa học Cell. Trường đại học này cho rằng, gốc tự do đã tham gia vào quá trình apoptosis – chết rụng tế bào của cơ thể. Đây là một quá trình mà các tế bào bị hư hỏng được “lập trình” để tự huỷ trong một loạt các tình huống nguy hiểm, chẳng hạn như khi DNA bị biến đổi và có nguy cơ trở thành ung thư, hay khi bị các virus xâm chiếm. Thật trớ trêu là các gốc tự do khi tấn công vào DNA, chúng cũng đồng thời kích thích cơ chế tự huỷ này ở các tế bào khoẻ mạnh: nói một cách dễ hiểu, chúng khiến các tế bào khoẻ mạnh luôn trong trạng thái phòng thủ kiên cố và gia tăng tuổi thọ của tế bào. “Điều gì không giết được ta sẽ khiến ta mạnh hơn” hoàn toàn đúng trong trường hợp này. Các nhà khoa học từ Viện nghiên cứu tim mạch Multimedica của Ý đồng thuận với ý kiến này của đại học McGill. Họ

cho rằng cơ thể cần đến sự căng thẳng mà các gốc tự do gây ra để luôn trong trạng thái sẵn sàng chống lại các bệnh truyền nhiễm, tim mạch.

Chính bởi vậy, bổ sung quá nhiều chất chống oxy hoá bằng thực phẩm chức năng hay viên uống vitamin có thể làm mất cân bằng tỷ lệ gốc tự do trong cơ thể. Cuộc chiến tự nhiên giữa chất chống oxy hoá và gốc tự do trong cơ thể giống như một hệ thống đã được cài đặt hoàn hảo, chúng giữ cho tỷ lệ gốc tự do được đảm bảo ở một mức cân bằng nào đó. Khi bạn liên tục uống các chế phẩm chống oxy hoá vô điều độ, bạn đã phá vỡ cuộc chiến này và có thể đẩy cơ thể mình vào tình trạng nguy hiểm. Cơ chế phòng vệ của tế bào có thể bị sút giảm khi chúng không phải đối mặt với kẻ địch “gốc tự do”, và khi chúng bị xâm lấn bởi ung thư hay virus, thay vì tự huỷ để bảo vệ cơ thể, chúng vẫn tiếp tục sống như thường lệ, lây lan và giết chết chúng ta.

NHỮNG CON SỐ BÁO ĐỘNG VỀ QUÁ LIỀU VITAMIN

Một liều cao của N-acetyl cysteine – một chất chống oxy hoá phổ biến hiện nay – có thể dẫn đến sự lây lan của ung thư vú. Tương tự, quá liều chất chống oxy hoá từ vitamin A và beta carotene có thể tăng nguy cơ tử vong từ ung thư phổi và bệnh phổi.

Trong một nghiên cứu công bố trên The New England Journal of Medicine vào năm 1994, 29.000 người Phần Lan (tất cả đều hút thuốc) đã được cho uống vitamin E và beta carotene hàng ngày. Kết quả là những người uống beta carotene trong 5-8 năm có nhiều khả năng chết vì ung thư phổi hoặc bệnh tim.

Hai năm sau tạp chí này xuất bản một nghiên cứu khác về việc bổ sung vitamin. Trong đó, 18.000 người có nguy cơ gia tăng ung thư phổi vì tiếp xúc với amiăng hoặc hút thuốc đã được cho bổ sung kết hợp vitamin A và beta carotene. Các nhà điều tra đã ngừng nghiên cứu khi họ phát hiện ra rằng uống vitamin xong thì nguy cơ tử vong do ung thư phổi cao hơn 46%.

Sau đó, vào năm 2004, một báo cáo 14 thử nghiệm ngẫu nhiên do cơ sở dữ liệu Cochrane ghi nhận rằng các thực phẩm chức năng bổ sung A, C, E, beta carotene, hay khoáng sản, selen, nhằm ngăn chặn bệnh ung thư đường ruột có thể khiến gia tăng tỷ lệ tử vong.

Đánh giá khác, xuất bản năm 2005 trong Annals of Internal Medicine, cho thấy khi thử nghiệm trên gần 136.000 người, bổ sung quá liều vitamin E tăng tỷ lệ tử vong. Cũng trong năm đó, một nghiên cứu của những người bị bệnh mạch máu hay bệnh tiểu đường phát hiện ra rằng vitamin E làm tăng nguy cơ suy tim. Và trong năm 2011, một nghiên cứu được công bố trên Tạp chí của Hiệp hội Y khoa Mỹ cho thấy vitamin E làm tăng nguy cơ ung thư tuyến tiền liệt.



SỰ THẤT BẠI CỦA NHỮNG ĐẠO LUẬT

Vậy tại sao những công bố này không được khuyến cáo rộng rãi cho người tiêu dùng và tại sao những loại vitamin như A, C, E hay multivitamin có thể bán không cần kê đơn ở bất cứ hiệu thuốc nào và người dùng có thể uống bao nhiêu tùy thích?

Năm 1972, trước mối lo ngại rằng người tiêu dùng có thể sử dụng vitamin quá liều và gây hại cho sức khỏe của họ, FDA công bố một kế hoạch điều chỉnh, theo đó, các nhà sản xuất phải chứng minh rằng các vitamin tổng hợp là an toàn trước khi bán ra thị trường. Kế hoạch này vấp phải sự phản đối quyết liệt của công nghiệp dược phẩm đang kiếm lời hàng chục tỷ

USD mỗi năm. Trong phiên điều trần, luật sư Marsha Cohen của FDA đã mang đến phiên tòa 8 quả dưa vàng. Cohen nói: “Bạn phải ăn hết 8 quả dưa vàng này – một nguồn cung cấp vitamin C dồi dào – để có được 1000 mg vitamin C. Nhưng chỉ cần 2 viên thuốc nhỏ xíu, người ta cũng có thể đạt được lượng vitamin C tương tự, hoặc gấp 10, gấp 20. Điều này là không tự nhiên”. Nhưng ngay cả những luận điểm của Cohen cũng không bảo vệ được kế hoạch của FDA. Năm 76, luật pháp Mỹ chính thức cho phép các nhà sản xuất vitamin không phải chứng minh sự an toàn của nó trước FDA. Nhiều thập kỷ sau, Peter Barton Hutt, cố vấn trưởng của FDA đã gọi sự kiện này là “thất bại nhục nhã nhất trong lịch sử của FDA”.

Sự quản lý lỏng lẻo đã dẫn đến một tình trạng như chúng ta thấy ngày hôm nay: dân chúng có thể uống viên tổng hợp vitamin hay thực phẩm chống oxy hoá bao nhiêu và bao lâu tùy thích. Họ có thể mua sản phẩm ở bất cứ góc đường nào và uống hàng ngày với một niềm tin bất diệt về sức khỏe và sự trẻ trung.

BỔ SUNG VITAMIN VÀ CHẤT CHỐNG OXY HOÁ NHƯ THẾ NÀO?

Hãy vẫn cứ bổ sung vitamin và chất chống oxy hoá, bởi chúng cần thiết cho cơ thể, nhưng hãy lấy chúng từ các nguồn tự nhiên: rau củ quả. Những nguồn này cung cấp các chất cần thiết ở một tỷ lệ nhỏ hơn nhiều so với các viên vitamin tổng hợp và hoàn toàn không phá vỡ sự cân bằng của cơ thể. Bổ sung bằng đường uống có thể cần thiết với người già, trẻ em, người suy kiệt dinh dưỡng và phụ nữ có mang trong một số tình huống nào đó, nhưng với phần còn lại của dân số, hãy tập trung vào một chế độ ăn uống tự nhiên và hài hoà.



VITAMIN NÀO CẦN THIẾT CHO NGƯỜI KHOẺ MẠNH?

“Trong số 51 000 thực phẩm bổ sung và vitamin đang có mặt trên thị trường, có thể chắc chắn rằng có bốn loại thực sự hữu ích cho người khỏe mạnh: axit béo omega 3 để ngăn ngừa bệnh tim, canxi và vitamin D cho phụ nữ mãn kinh, ngăn ngừa loãng xương và acid folic trong thai kỳ, để ngăn ngừa các khuyết tật bẩm sinh” (Theo Paul A. Offit, giám đốc bộ phận truyền nhiễm của Philadelphia – người đã viết hàng loạt báo cáo phản đối việc lạm dụng vitamin và thực phẩm chống oxy hoá trên những tạp chí uy tín như NYTimes và The Guardian).



Valentina Acqua Floreale :
Hương hoa Ý rạng rỡ. Hương
đầu: Cam Calabrian, Hoa cam.
Hương giữa: Những loài hoa
màu trắng, Mimosas. Hương
cuối: Hồ phách, Hoắc hương.
Giá: 1.760.000 VND/50ml.

Kem dưỡng ẩm **La Mer** phiên
bản giới hạn với thiết kế hũ
thủy tinh màu xanh ngọc độc
đáo lấy cảm hứng từ biển cả
ra mắt vào cuối tháng Năm
2014. Hộp kem với thành
phần tạo bọt nổi tiếng về chữa
lành và phục hồi làn da.
Giá 11 800 000 VND.

Bourjois Round Pot
Eyeshadow phấn mắt
đơn ánh nhũ, thiết kế
kể mỏng nhẹ, nữ tính với
gương bên trong như một
món trang sức tiện dụng.
Giá 310 000 VND

Eveline Celebrities
Eyeliner – kẻ mắt nước
không trôi không lem.
Giá 179 000 VND.

MAC Prep+Prime CC
Colour Correcting SPF30/
PA+++ dạng kem với công
thức đa chức năng cho lớp
lót mỏng nhẹ và làm đều
màu da. Giá 920 000 VND

Những sản
phẩm hấp dẫn
nhất mà Style
lựa chọn cho
tháng 7.

Sulwhasoo First Care
Activating Serum Tinh
chất đầu tiên - First Care
Activating Serum được
sử dụng ngay sau bước
làm sạch - trước mọi
bước khác. Thành phần
Mạch Môn Đông và Cam
Thảo cho da căng mượt;
Hoàng Kỳ giúp tăng khả
năng thẩm thấu, kích hoạt
làn da mềm mại. Giá:
1.800.000 VND/60ml

Bobbi Brown Limited Edition,
Nectar & Nudes Eye Palette Bảng
màu mắt 6 màu tuyệt đẹp và
hoàn toàn dễ dàng sử dụng –
shimmering nectars, soft taupes
và rich brown – làm tôn lên mọi
tông màu da. Giá 1 420 000 VND.

Lancôme Lip Lover Công
nghệ Rose In Love kết
hợp giữa sự bóng bẩy
mượt mà của lớp son
bóng, sự đậm đà trong
màu sắc của son lì và hiệu
ứng mềm mại của son
dưỡng. Giá 670 000 VND.

Kosé Sekkisei Sun protect
essence milk SPF50: Nhũ tương
chống nắng dịu nhẹ cho da
nhờ vào các thành phần thảo
được Phương đông kết hợp với
"bột phấn siêu mịn" giữ cho da
mịn màng, thoáng ráo và cảm
giác tự nhiên, hợp với da dầu.
Giá 1000 000 VND.

Mang gì trong túi? MAKE UP.



BẠN BẮN KHOẢN KHÔNG BIẾT MANG GÌ TRONG TÚI MAKE UP THEO TỪNG HOÀN CẢNH CỤ THỂ? HÃY ĐỂ STYLE SOẠN GIÚP BẠN NHỮNG MÓN ĐỒ PHẢI CÓ.

Đãi biển

Make up đậm là điều vô nghĩa khi đi tắm biển. Chưa kể, các loại kem phấn nền dày khi thấm nước muối sẽ dễ bị dính cát và khiến chúng ma sát vào làn da của bạn. Tất cả những gì mà bạn cần mang theo bên người khi ở bãi tắm là một tuýp kem chống nắng SPF50 toàn thân không thấm nước, và một tuýp kem chống nắng cho vùng mặt. Để thuận tiện, hãy chọn loại kem chống nắng dùng được cho cả Body & Face cùng một lúc. Một thời son không trôi cũng nên mang theo nếu bạn muốn có một đôi môi tươi tắn hơn trong những bức ảnh. Bạn có thể cần thoa lại chút son cùng lúc với việc thoa lại kem chống nắng khi nghỉ ngơi trên bờ cát. Những thứ linh kinh như phấn nền, phấn mắt,

mascara... tốt nhất hãy để lại khách sạn.

① **Sulwhasoo** Snowise EX UV Protection Cream (SPF 47, PA+++) vừa là kem chống nắng vừa là kem dưỡng không gây nhờn. **Giá 1.500.000 VND/ 40ml**

② **Elizabeth Arden** White Glove Brightening UV Protector SPF 50 PA+++ . Là kem lót lý tưởng bảo vệ da toàn diện trước tác động của tia UV và môi trường ô nhiễm trong suốt cả ngày với chỉ số chống nắng cao nhất. **Giá : 1 600 000 VND**

③ **Laneige** - Volume Sun Body Spray SPF50+ PA+++ : Chống nắng toàn thân dạng xịt **Giá: 550.000 VND**

④ **Clinique** Super City Block Oil-Free Face Protector SPF 40: kem chống nắng không dầu. **Giá 690 000 VND.**





Đạo phố

Khi dạo phố, mặc dù ánh nắng không gay gắt như ở biển nhưng đây cũng là một hoạt động ngoài trời. Hãy lưu ý đến việc make up ở nhà bằng các sản phẩm có chỉ số chống nắng từ SPF 25 – 50 tùy vào khu vực và thời gian mà bạn sẽ đi dạo. Bạn cần mang theo những gì bên người? Giấy thấm dầu là một lựa chọn không tồi cho những người da dầu. Loại giấy này sẽ giải quyết nhanh chóng hiện tượng đổ dầu ở cánh mũi và vùng trán. Lưu ý lựa chọn giấy thấm dầu của những thương hiệu uy tín như Jane iredale, Bobbi Brown... Giấy thấm dầu không nhãn hiệu thường pha trộn các hoá chất không có lợi cho việc kiểm soát dầu (như dầu khoáng), về lâu về dài sẽ khiến việc đổ dầu càng thêm nghiêm trọng. Đi lại shopping hay bước vào những quán xá công cộng thường không phải địa điểm thuận lợi cho việc dặm lại make up, bởi vậy hãy mang theo những món đồ giúp việc chỉnh sửa

make up có thể diễn ra một cách nhanh chóng, tiện lợi nhất: một tuýp son stain cấu trúc dạng nước hoặc gel có độ bám cao, lâu trôi, phấn phủ hoặc phấn nền với cọ hoặc bông phấn nằm sẵn trong hộp, mascara không trôi để dặm lại mascara bất cứ lúc nào. Nếu có sản phẩm phấn nào đó nhất thiết phải sử dụng cọ, hãy để nó ở nhà.

① Giấy thấm dầu **Jane iredale** Facial Blotting Papers with Compact. **Giá 150 000 VND.** ② Chì viền mắt **Bourjois** Contour Clubbing Waterproof không trôi, độ bám cao và giữ màu chì hoàn hảo suốt cả ngày **Giá 220 000 VND** ③ Phấn **NYX** Stay Matte Powder dạng nén cho lớp nền hoàn hảo, lâu trôi. **Giá 373 000 VND.** ④ **Bourjois** Blush Round Pot Má hồng với kết cấu mịn màng tăng cường độ nhũ, cho bạn đôi má ửng hồng tức thời. **Giá: 330 000 VND** ⑤ Phấn trang điểm ngọc trai **Skinlovers** có hệ thống hút dầu triệt để, giúp lấy đi lượng dầu dư thừa cho bạn làn da khô thoáng, không bóng nhờn suốt 15 giờ. **Giá: 569.000 VND**



Văn phòng

Chế độ điều hoà 24/24 ở văn phòng và bức xạ máy tính có nguy cơ khiến da bị khô, đặc biệt vùng da mắt. Nên mang theo một lọ xịt khoáng xịt lên mặt khoảng 2 tiếng/lần để làm dịu da. Một hộp kem dưỡng ẩm vùng mắt có thể dùng để thoa lên vùng mắt sau 3-4 tiếng/lần. Điều kiện văn phòng thường rất khác nhau ở các công ty, bởi vậy việc mang theo bao nhiêu đồ trang điểm còn tùy thuộc vào không gian làm việc của bạn có thuận tiện cho việc dặm lại make up hay không. Nếu sếp và đồng nghiệp hoàn toàn không để ý đến việc bạn sẽ dặm lại make up trong giờ nghỉ trưa, hãy mang theo bất cứ sản phẩm gì mà bạn cần: từ son, phấn mắt, phấn má và mascara cho đến powder. Nhưng thường thì, việc dặm lại make up ở văn phòng cần được tiến hành một nhanh chóng và kín đáo. Những sản phẩm đa năng là một lựa chọn không tồi khi ở văn phòng: một loại kẻ mắt hai đầu với một đầu

là bút xoá giúp chỉnh sửa đường kẻ một cách nhanh nhất, một loại cream màu có thể dùng cho cả môi và mắt, phấn mắt dạng cream hoặc sáp có thể thoa lên mắt trong 10s và có thể hoà trộn ngay bằng các ngón tay...

① Nước xịt khoáng **Laneige** Brightening Sparkling Water Capsule Mist - Những bọt khí siêu nhỏ giúp làm sáng và sạch da. **Giá: 700.000 VND** ② **Bobbi Brown** Limited Edition Pot Rouge for Lips and Cheeks - công thức 2 trong 1 mềm mịn dễ dàng tán đều, cho đôi má lên màu mỏng nhẹ và đôi môi thật mềm mướt lâu trôi. **Giá 720 000 VND** ③ **Bobbi Brown** Dual-Ended Mascara Extreme Party Mascara & No Smudge Mascara Công thức mascara có thể chải 4 lần trong ngày mà không bị vón cục và không thấm nước. **Giá 810 000 VND** ④ Kem dưỡng mắt **Laneige** Water Bank Eye Gel cung cấp độ ẩm tự nhiên và hiệu quả, giúp cân bằng độ ẩm tối ưu cho da- **Giá 760.000 VND**

Tiệc tối

Những ly cocktail mà bạn phải uống trong bữa tiệc sẽ là thủ phạm khiến son nhạt đi nhanh chóng. Một thỏi son với màu cùng tông mà bạn đã sử dụng chắc chắn là vật thiết yếu để dặm lại bất cứ lúc nào. Thường thì bạn đã make up khá tỷ mỉ để đến với bữa tiệc, do đó, hãy để các sản phẩm như mascara, kẻ mắt, phấn mắt hay phấn nền ở nhà. Ngoài son, hãy chọn mang đi phấn nhũ shimmer và phấn phủ. Sau 3-4 tiếng lắc lư trong điệu nhạc, bạn chỉ cần dặm lại phấn nhũ ở vùng mắt, lông mi, một chút phấn phủ để hút dầu ở vùng chữ T, thoa lại chút son là đủ.

① Son **MAC** MINERALIZE RICH LIPSTICK **Giá 675 000 VND** ② Son **Art Deco** High Performance Lipstick **Giá: 645.000 VND** ③ Phấn phủ bột

Art Deco High Definition Loose Powder tôn làn da bạn và gần như vô hình trên da. Sản phẩm không chứa hương liệu. **Giá: 750.000 VND**

④ Phấn mắt **The Body Shop** Shimmer Cube dạng nén chứa nhũ có thể sử dụng trên mắt hoặc mi. **Giá 759 000 VND**

99STYLE



XA HUONG

PROPAGANDA VỀ TÌNH DỤC

Thành Hào

Khi một ai đó nói rằng loại nước hoa này có mùi xa khá đậm, bạn sẽ hình dung đó là loại mùi như thế nào?

“Musk” (xạ hương) có nguồn gốc từ tiếng Phạn Muska, có nghĩa là “tinh hoàn”. Thành phần này là một chất màu nâu được hươu xạ đực (*Moschus moschiferus*) tiết ra nhằm đánh dấu lãnh thổ và thu hút bạn tình. Túi xạ nằm ở vị trí giữa rốn và bộ phận sinh dục của hươu xạ. Khi thu hoạch, túi này được cắt ra và làm khô trong ánh mặt trời hoặc trên bếp lò (khi đó, chúng toả ra một mùi khá là khủng khiếp). Thời xưa, các perfumer ngâm các túi xạ tự nhiên trong nước để loại bỏ da và các tạp chất. Sau đó, các hạt bột nâu đen trong túi xạ được tách ra và pha trong ethanol để có được cồn xạ hương, tỷ lệ thường là 3-5%. Ví dụ, Jacques Guerlain và Ernest Beaux (tác giả của Coco Chanel no.5) đã sử dụng cồn xạ hương thay vì ethanol tinh khiết để pha các note mùi của họ như bước hoàn tất cuối cùng.

Xạ hương có chất lượng tốt nhất là xạ hương Tonquin từ Tây Tạng và Trung Quốc, tiếp theo là xạ Assam và xạ Nepal, trong khi xạ Carbadine từ một số khu vực của Himalaya (Nga và Trung Quốc) được coi là kém hơn. Phải săn từ 30- 50 con hươu xạ để có được 1 kg xạ hương (bởi mỗi túi xạ khô chỉ đạt từ 10 – 30 gram). Bởi vậy, đây là một trong những nguyên liệu đắt đỏ nhất trong thế giới của nước hoa. Vào đầu thế kỷ XIX, giá hạt xạ hương Tonquin đắt gấp đôi giá vàng. Nhưng bất chấp mức giá này, xạ hương tự nhiên vẫn được sử dụng trong nước hoa cho đến khoảng năm 1979, khi hươu xạ được bảo vệ bởi Công ước quốc tế về buôn bán các loài động thực vật tự nhiên (CITES).

Những lời đồn đại nhiều thế kỷ về khả năng kích thích tình dục của mùi xạ đã bao phủ lên chất liệu này một tấm màn đẹp huyền bí, đầy cảm dỗ. Nguồn cơn của lời đồn này đến nay khó mà chứng thực là từ đâu, bởi xạ hương vốn chỉ được sử dụng như một vị thuốc trong y học dân gian của các quốc gia Đông Á và một số khu vực ở Nga với mức giá tương đối nhẹ nhàng. Nhưng theo chân các thương gia Trung Quốc, Ấn Độ trên Con đường tơ lụa, xạ hương được vận chuyển vào Tây Á, Ả Rập – vương

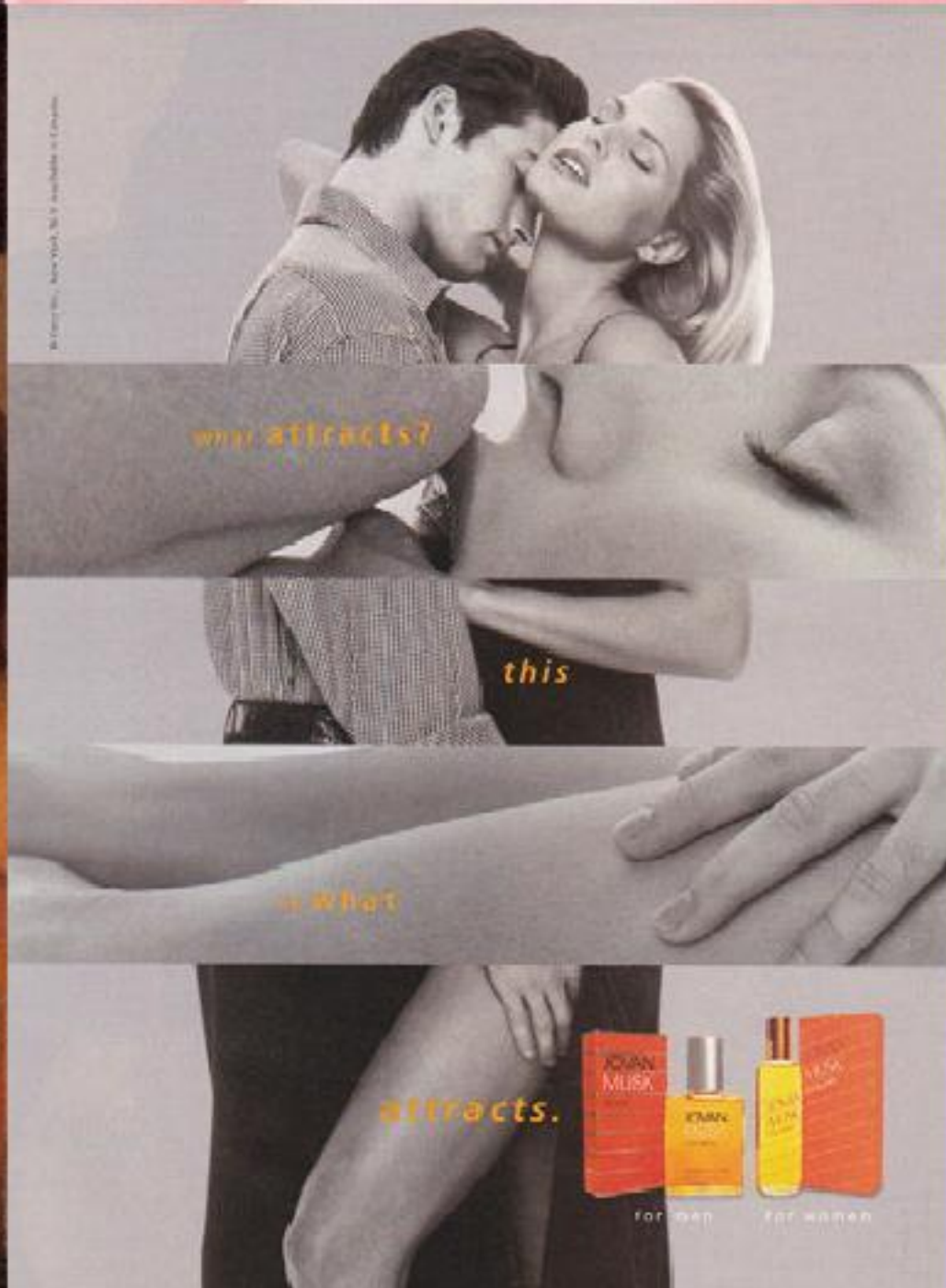
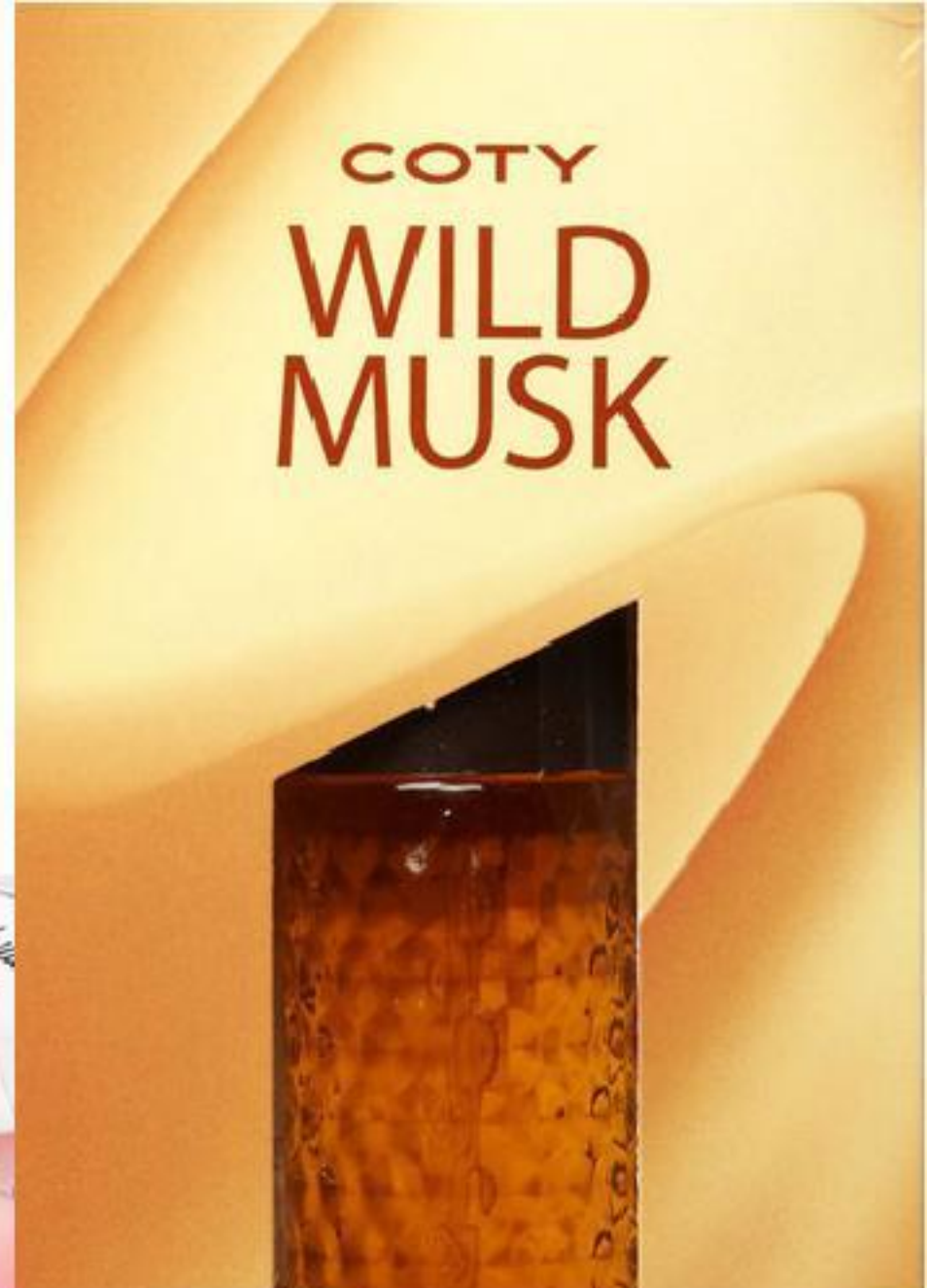
quốc của những hậu cung đầy ắp. Các ông hoàng rất chịu chi cho bất cứ phép màu nào làm tăng sự hưng phấn của họ. Nhiều người vẫn cho rằng có sự bắt tay giữa các thương gia và các thầy lang (vốn rất dễ can thiệp vào các mùi hương trong hoàng cung) để phủ lên xạ hương tấm màn đầy cảm dỗ, dẫn đến sự tăng giá chóng mặt của chất liệu này từ thế kỷ VI đến thế kỷ IX. Những giai thoại bất hủ liên quan đến xạ hương như câu chuyện trả thù của hoàng hậu Pháp Josephine cũng đẩy bức màn cảm dỗ của xạ hương lên đến đỉnh điểm. Ai cũng biết niềm đam mê mãnh liệt của Josephine cho mùi hương xạ của hãng Houbigant. Nhiều câu chuyện kể rằng sau khi buộc phải ly dị với Napoleon (để ông tới với người vợ thứ hai – Đại công tước Áo Marie Louise), Josephine đã thẩm đăm căn phòng và tủ quần áo của mình với mùi xạ mạnh mẽ, để đảm bảo rằng chồng cũ sẽ phải ám ảnh về thời gian mặn nồng từng có mỗi khi bước vào căn phòng của bà.

Nhiều nhà khoa học đồng ý về khả năng tình dục của xạ hương khi cho rằng chất liệu này có mùi khá giống với mùi testosterone, hoạt động như một pheromone kích thích tố tình dục ở người. Ngược lại, nhiều perfumer cho rằng đây chỉ là câu chuyện tào lao đồn thổi mà những thương gia Ấn và Trung Quốc đã dựng lên để có thể bán xạ hương với giá hời cho các quý tộc Ả Rập. Cây bút nổi tiếng Serguey Borisov – tác giả của những bài viết uy tín về nước hoa của thế giới đã thừa nhận “Trong 10 năm làm việc với các mùi xạ, kinh nghiệm cá nhân của tôi cho thấy nó chẳng có chút kích thích nào liên quan đến sex”.

XẠ HƯƠNG TỰ NHIÊN CÓ MÙI NHƯ THẾ NÀO?

Ngày nay, các perfumer trẻ ít có cơ hội tiếp xúc với xạ hương tự nhiên (còn người tiêu dùng thì hầu như càng ít cơ hội hơn nữa). Ở dạng tinh khiết, xạ hương không có mùi animalic sắc nét và dữ dội, trong đó dấu vết của thú tính được nhấn mạnh với sự phảng phất mùi amoniac trong nước tiểu cây hương. Khi đã được pha với cồn, xạ hương cho thấy một hương thơm loãng hơn, nhưng phong phú với các cung bậc khác nhau với sự suy yếu của các sắc thái thú tính. Một mùi hương hấp dẫn, sống động và sâu sắc, xuất hiện sau khi lớp amoniac khó ngửi biến mất. Rất nhiều người có những cảm nhận khác nhau về mùi xạ hương: với một số, đó là mùi ngọt và ấm, tương tự như mùi da, mùi sữa thơm ấm nóng trên tóc trẻ con. Với một số người khác, đó là mùi hơi béo như sô cô la. Một số người khác lại có kinh nghiệm về xạ hương như mùi powder, khô và sắc nét. Và tất nhiên, cũng có người thấy xạ hương gần với mùi gỗ pha với mùi mồ hôi, vừa ẩm ướt vừa ấm áp.





TRONG THẾ GIỚI CỦA NƯỚC HOA, "XẠ HƯƠNG" LÀ MÙI CỦA CHẤT GÌ?

**Để biết được câu trả lời, chỉ có thể hỏi
perfumer của chính mùi hương đó.**

Thuật ngữ "musk" là một khái niệm trừu tượng dùng để mô tả những ấn tượng phức tạp khi người ta ngửi thấy mùi cồn xạ hương, đặc biệt là khi mùi cồn bay đi và để lại lớp mùi dry down (lớp mùi cuối sau khi các thành phần

dễ bay hơi đã tan hết). Khi nói đến "musk" trong nước hoa, người ta đang nói về sự ấm áp, gợi cảm và ngọt thanh khiết của lớp mùi cuối cùng" (Scent and Chemistry: The Molecular World of Perfumes by Gunther Ohloff, Wilhelm Pickenhagen, Philip Kraft). "Musk" nhắc nhở đến sự ấm áp và hơi chút ẩm như mùi bạn ngửi thấy trên tóc của em bé, vừa tinh tế vừa dịu dàng.

Dù vậy, ngày nay, các perfumer trẻ có rất ít cơ hội để ngửi thấy mùi xạ hương tự nhiên, và do đó, khi nói đến "musk" trong nước hoa, thường thì người ta không có ý nói về xạ hương tự nhiên hay một note mùi cụ thể. Người ta đang nói đến một khái niệm, một cảm giác và một tầng hương "mềm mại, ấm áp, trung lập và có pha chút mùi da của cơ thể", được tạo ra từ các thành phần tổng hợp tiêu chuẩn.

102^{STYLES}

Nitromusk: Thế hệ xạ hương tổng hợp đầu tiên

Xạ hương tổng hợp đầu tiên của thế giới đã ra đời như một tai nạn. Tác giả của nó là Albert Baur. Trong quá trình thử nghiệm một vụ nổ mạnh để tìm kiếm một giải pháp an toàn hơn trinitrotoluene (TNT) trong năm 1888, Albert Baur đột nhiên nhận thấy một mùi thơm rất dễ chịu bay trong không khí và độ ngọt ấm của nó chẳng khác gì xạ hương. Baur tạo ra dung dịch "Musk Baur" 10% và bán với giá 500 USD/kg (bằng nửa giá của xạ hương tự nhiên thời đó). Cú sốc này khiến thị trường xạ hương tự nhiên của thế giới lao đao cho đến khi người ta phát hiện ra sự bất ổn và độc tính tiềm năng của nó. Các perfumer của Paris lại tiếp tục nhập xạ hương tự nhiên từ Thượng Hải.

Tuy nhiên, Albert Baur không hề nản lòng. Ông tiếp tục tạo ra xạ Ambrette, xạ Ketone và xạ Xylene trong 1894-1898. Một công ty khác là Givaudan, tham gia cuộc chơi với xạ Tibetene, xạ Alpha và Moskene. Đây chính là những thế hệ đầu tiên của xạ hương tổng hợp: Nitromusk - những thành phần chính tạo ra hiệu ứng "musk" trong nước hoa cho đến những năm 1950.

Những thành phần này có mùi như thế nào? Có thể nói chúng mang đến ấn tượng khá trung tính, gợi ra những cảm giác chung chung khi nói về xạ hương: dễ chịu, ngọt, ấm và sạch sẽ, có thể liên tưởng đến những thú con lông xù mềm mại. Xạ hương Ketone, được sử dụng trong Chanel № 5, có mùi khá tiếp cận xạ hương tự nhiên. Xạ hương Xylen là một mùi thô và rẻ hơn so với xạ hương Ketone, được sử dụng rộng rãi trong xà phòng và chất tẩy rửa bình dân. Xạ hương Ambrette từng xuất hiện trong L'Air du Temps của Nina Ricci có mùi hương khá mạnh mẽ như một loại lan ở Nam Phi (đã bị cấm sản xuất từ năm 1981).

Hầu hết các thế hệ Nitromusks này đến nay đã bị cấm do ảnh hưởng đến thần kinh, khả năng phân hủy kém và dễ bị tích tụ trong sinh vật. Dù vậy, một số loại nước hoa từng sử dụng Nitromusks đã được ưa chuộng đến mức trở thành huyền thoại. Các nhà khoa học buộc phải bắt tay vào việc tìm ra những chất thay thế cho thế hệ Nitromusk này.

Xạ hương Macrocylic: Thế hệ thứ hai

Xạ hương tự nhiên bắt đầu được nghiên cứu kỹ lưỡng vào đầu thế kỷ XX, với mục đích tạo ra một bản copy với các thành phần tương tự trong phòng thí nghiệm. Thành quả đầu tiên thuộc về Heinrich Walbaum của công ty Schimmel & Co. Năm 1906, ông đã phát hiện ra chất Muscone là chất chịu trách nhiệm chính trong việc toả hương của xạ, dù tỷ lệ của nó rất nhỏ bé: từ 0,5 – 2%. Phần còn lại trong các hạt màu nâu của túi xạ chỉ là các chất hữu cơ thơm hoặc không mùi như axit béo, protein, các loại sáp, hợp chất steroid, este cholesterol, vv. Đến năm 1922 – 1926, giáo sư Leopold Ruzicka đã đi xa hơn khi phát hiện cấu trúc hoá học của Muscone bao gồm 15 nguyên tử. Các nhà khoa học đã tìm cách copy cấu trúc này nhằm tạo ra một mùi hương tổng hợp tiếp cận nhất với tự nhiên và họ đã thành công phần nào – đây là tiền đề cho sự ra đời của các xạ Macrocylic.

Hãy liệt kê một số xạ hương macrocylic: Globanone (xạ hương với có mùi aldehyde), Velvione (xạ hương có mùi trung tính, ấm như thế hệ nitromusk đầu tiên), Cosmone, Muscenone (một mùi hương powder mạnh mẽ giống như xạ hương Ketone), Nirvanolide (mạnh và sắc, với các sắc thái động vật tinh tế). Hai thành phần cuối cùng được liệt kê ở trên đang đứng đầu bảng trong thế kỷ 21 để tạo ra mùi hương "musk" nức tiếng.

Globalide (Habanolide) là một mùi xạ hương rạng rỡ và tươi tắn, có sắc thái của kim loại. Trong Emporio Armani White For Her, nó khơi mào cho thuật ngữ "white musk" nhằm chỉ các mùi xạ sạch sẽ và lấp lánh, trái ngược với bóng tối dịu mát của các mùi xạ thế hệ đầu tiên. Nó cũng kết hợp với những note hoa trắng trong Glow của Jennifer Lopez để tạo ra một âm hưởng ngọt mềm, nó cũng xuất hiện trong Cologne của Mugler, cho hương xạ khá "xanh" hay kiểu mùi Baby và sạch trong Clair de Musc của Serge Lutens. Nó cũng cân bằng các yếu tố phương đông ngọt ngào trong Hypnotic Poison của Christian Dior.

Xạ hương macrocylic còn tiến xa hơn khi các nhà khoa học phát hiện ra những loại thực vật có cấu trúc

XẠ HƯƠNG

Ambrette

Nước hoa có thành phần từ hạt cây Ambrette (Musk Mallow) – được sử dụng để thay thế cho xạ hương động vật trong nước hoa. Note mùi ấm áp nhưng lấp lánh và rạng rỡ.



Dior Homme

Intense Dior: mùi xạ hương gỗ khá sexy.



Prada Luna

Rossa: mùi oải hương, xô thơm, bạc hà và Ambrette ở hương cuối.



Azzaro Couture: một

sản phẩm xa xỉ với tạo hình của một chiếc nhẫn, lấy cảm hứng từ tranh của Dalí. Với 5 tinh chất: mimosa, hồng May, iris, ambrette và galbanum. Ở phiên bản hiện đại, một số thành phần là bị loại bỏ, nhưng vẫn giữ được sự lấp lánh quyến rũ.

Balmain Eau d'Ivoire :

hương thơm vui tươi và mang tính thể thao được kết hợp từ trái cây tươi, hoa tinh tế và chypre. Hương đầu bao gồm cam bergamot và nho đỏ. Hoa mộc lan ở trung tâm được đặt trên nền của hoắc hương và xạ hương ambrettolide.



White Patchouli by Tom Ford:

Cuộc chơi của những bông hoa màu trắng, hoắc hương, hoa mẫu đơn, cam bergamot, hoa nhài, hoa hồng, rau mùi và hạt ambrette.



● Beauty Guide

thơm tương tự như xạ hương. Người ta đã tạo ra chất 15-pentadecanolide từ tinh dầu cây Angelica có thể phát ra mùi giống như xạ hương, được bán với mức giá điên rồ là 30 000 USD/kg. Một số loại thực vật khác cũng được sử dụng thay thế cho xạ hương bởi các lớp mùi tương tự như dầu hạt Ambrette hay nhựa Galbanum.

Giờ đây, tạo ra mùi xạ hương không phải việc quá khó nhưng chúng vẫn quá đắt để có thể sản xuất hàng loạt. Bài toán này chỉ được giải quyết sau thế chiến II. Xạ hương tổng hợp copy từ tự nhiên kiểu 15 pentalide (được đề cập ở phía trên) nay có thể sản xuất công nghiệp với mức giá 60 USD/kg. Các hãng pha chế nước hoa gọi chất này với những cái tên khác nhau, như Givaudan thì gọi nó là Thibetolide, tại Firmenich nó được gọi là Exaltolide, ở Symrise nó có tên Macrolide và ở Soda Aromatics nó có tên Pentalide. Mức giá 60 USD vẫn chưa phải rẻ nhất nếu so với xạ hương T (Ethylene brassylate) có mùi hoa, chỉ có giá 15 USD/kg (được sử dụng trong sữa tắm, sữa rửa mặt hay phần nền của các hãng Dove, Olay, Cover Girl hay Max Factor...)

Xạ hương Polycyclic: Thế hệ thứ ba

Thế hệ xạ hương tổng hợp thứ ba được gọi là Polycyclic musk (có cấu trúc phân tử đa vòng) được tạo ra trong những thập niên cuối của thế kỷ XX: chúng có thể mạnh về sự ổn định, độ bám mùi và sự an toàn. Những cái tên tiêu biểu là Traseolide, Celestolide, Fixolide, Vulcanolide, Versalide, và Galaxolide. Mùi xạ do các thành phần này mang lại cực kỳ mạnh mẽ, ngọt ngào gần giống như mùi dry down của powder và hồ phách (Trong hồ sơ, chúng có khả năng kéo dài mùi từ 250 đến 400 giờ). Đã vậy, chúng còn có giá rẻ. Không có gì ngạc nhiên khi thế hệ thứ ba này chiếm đến ¾ số lượng xạ hương tổng hợp được sử dụng trong nước hoa cuối thế kỷ 20, đầu thế kỷ 21.

Galaxolide, mùi xạ hương mạnh mẽ và ngọt ngào, trở thành gương mặt đại diện cho nhiều loại nước hoa từ năm 70 đến 90. Nó xuất hiện trong

White Linen của Estée Lauder (tỷ lệ 20 %), Trésor de Lancôme (tỷ lệ



21,4 %) ; Ralph by Ralph Lauren (tỷ lệ 13%); Dune Christian Dior, Narciso Rodriguez for Her, Curious của Britney Spears, Clair de Musc của Serge Lutens và một cơ số các mùi nước hoa khác...

Tuy nhiên, sự ổn định kỷ lục của các phân tử xạ đa vòng cũng khiến các nhà khoa học phải đau đầu: khi bạn xúc nước hoa (hoặc sử dụng các chế phẩm có chứa chất thơm này), chúng bay hơi vào không khí, lẫn trong hơi nước, trở thành mây, sau đó lại trút xuống biển cả và đất đai, chúng xuất hiện trong các loại hải sản và động vật trên cạn rồi quay ngược trở về làm nguồn thức ăn của con người. Các nhà khoa học thậm chí đã tìm thấy xạ hương đa vòng trong sữa của các bà mẹ đang cho con bú. Lúc này, quá tốt sẽ trở thành không tốt. Với khuyết điểm trầm trọng này, xạ hương Polycyclic chắc chắn sẽ bị thay thế trong một ngày không xa.

Xạ hương alicyclic: Thế hệ thứ tư

Xạ hương alicyclic, là thế hệ thứ 4 của xạ hương tổng hợp hay còn được gọi là xạ hương có cấu trúc tuyến tính. Cyclomusk là xạ hương tuyến tính đầu tiên của thế giới ra mắt trong 1975, có mùi xạ với các note của trái cây và dâu tây. Dù rất hấp dẫn nhưng Cyclomusk

không thể cạnh tranh nổi với chất Galaxolide đang làm mưa làm gió thời ấy và hầu như không được các hãng nước hoa để mắt.

Nhưng sự kết hợp giữa xạ hương và trái cây vẫn khiến nhiều công ty phải vương vẩn. Năm 90, người ta tạo ra chất Helvetolide: một mùi xạ với những khía cạnh trái cây độc đáo (mùi lê kết hợp với mùi xạ của ambrette). Rồi đến năm 2000 là chất Romandolide, càng tiếp cận mùi trái cây hơn nữa, với hương thơm xạ trở nên mềm mại và tươi sáng. Đặc tính dễ bay hơi khiến những chất này có thể sử dụng trong những note đầu tiên của nước hoa (thay vì cuối cùng như xạ truyền thống). Rất nhiều loại nước hoa đang kết hợp các phân tử xạ tuyến tính ở hương đầu và phân tử xạ macrocyclic ở hương cuối để tạo ra một hương xạ tràn đầy nữ tính: sự ấm áp rạng rỡ khi bạn mở chai nước hoa và sự ấm áp ngọt sâu đặc trưng khi mùi hương còn lưu lại.

Ngày nay, những thành phần tổng hợp mới của xạ hương vẫn liên tục được tạo ra, thường với những cái tên giàu trí tưởng tượng và cảm hứng. Xạ hương đã vượt qua ranh giới truyền thống để bay vào một thế giới vô tận của các sắc thái mùi không biên giới.



Serge Lutens-Muscs Kublai Khan và Clair de Musc. Đây là hai nước hoa xạ hương khá đối lập, trong khi Muscs Kublai Khan (Thành Cát Tư Hãn) có mùi xạ hương thống trị, mãnh liệt với các sắc thái thú tính dữ dội thì Clair de Musc lại là một xạ hương trắng dịu dàng với các ghi chú hoa mềm mại (hồng, nhài, hoa cam, iris...).



NHỮNG MÙI XA HƯƠNG NỔI TIẾNG



Frederic Malle- Musc Ravageur. Một hương thơm phương Đông gợi nhắc đến Shalimar. Cần có thời gian trải qua các cung bậc của hổ phách và powder nhưng lắng đọng cuối cùng sẽ là xạ hương nóng nằng.



Narciso Rodriguez For Her: Một hit lớn của thương hiệu với mùi xạ hương ở trung tâm, gợi cảm mãnh liệt với sự bao quanh của cam và hổ phách, vani, cỏ vetiver. Hương thơm sắc nét chuyên sâu và khó thấy rõ mặt độ ngọt trong trung tâm sau khi lắng đọng đã chuyển sang mùi powder mềm, dịu mát, nhẹ nhàng.



THE BODY SHOP WHITE MUSK: Một trong những thành quả nổi tiếng và đầy bất ngờ vì sức sống mãnh liệt của nó từ một thương hiệu chăm sóc da như The Body Shop. Mùi xạ hương trắng kinh điển của dòng white musk với rất nhiều hoa, một chút gia vị, một chút gỗ ấm áp và xạ hương mượt mà, tan chảy.

Kiehl's Original Musk. Một trong những mùi xạ hương tốt nhất mà bạn có thể tìm được trong dòng nước hoa phổ thông. Vô cùng mềm mại và dễ mặc.



Musc Elixir Precieux Dior. Nước hoa sang trọng mới nằm trong bộ tứ Hoa hồng – Hổ Phách – Trầm hương – Xạ hương ra mắt trong 2014 của Dior. Thành phần chính được lựa chọn sẽ có nồng độ cao áp đảo và tạo ra mùi hương đặc trưng không thể trộn lẫn. Mùi hương có thể sử dụng riêng lẻ hoặc đi kèm với các mùi hương khác để tạo ra các lớp mùi.



Annick Goutal-Musc Nomade. Anh em họ của CB I Hate Perfume- CB Musk và Muscs Kublai Khan.



BÍ KÍP TẠO KIỂU

Thời tiết nóng nực với việc có quá nhiều sản phẩm tạo kiểu trên tóc có thể làm cho bạn cảm thấy nặng nề. Hãy lựa chọn sản phẩm phù hợp, bạn sẽ không cần “trát” quá nhiều sản phẩm lên tóc và nếu bạn đang lạc vào mê hồn trận của những sản phẩm tạo kiểu thì đây hẳn là những bí kíp bỏ túi cần thiết.

TÓC BẠN CẦN SẢN PHẨM NHƯ THẾ NÀO?

Dù chúng ta có thể phân loại các sản phẩm tạo kiểu một cách khá rõ ràng như gel, mousse (kem bọt), balm/cream (kem tạo kiểu), spray (gôm xịt tạo kiểu), pomade (sáp bóng), wax (sáp tạo kiểu)...nhưng ngay cả các sản phẩm này đôi khi cũng không phân chia rõ nét đến 100% về công dụng. Nhưng vẫn có những ranh giới tương đối về đặc điểm và tác dụng của chúng và đây là những điều bạn cần nhớ:

1. Với tóc mỏng, muốn tóc phồng, không bị xẹp, hoặc muốn giữ lọn xoăn bồng bềnh: hãy tập trung tìm kiếm những từ khóa sau trên sản phẩm - “mousse”, “volumizing”, “spray”, hoặc “boost”

2. Với tóc ngắn hoặc tóc dài cắt lớp: muốn thêm lớp, tạo cấu trúc hoặc định hình kết cấu với kiểu tóc cắt nhiều lớp: hãy tìm kiếm sản phẩm tạo kiểu với các loại kem tạo kiểu, kem dẻo, wax hoặc sáp bóng pomade.

3. Với tóc xoăn hoặc muốn tạo gợn xoăn mềm mại mái tóc thẳng, giữ các lọn xoăn nhẹ tự nhiên: sản phẩm dành cho bạn có thể là một loại keo bọt (mousse) nhẹ nhàng cho tóc, hoặc đơn giản hơn, một loại dầu dưỡng có thể áp dụng hàng ngày mà không làm bết tóc. Ngoài ra, để tóc thẳng bạn có thể sử dụng Straightening Balms (sản phẩm làm thẳng tóc).

4. Với mọi kiểu tóc mà bạn muốn tạo độ bóng lộng lẫy cho tóc, đặc biệt với tóc đã nhuộm highlight: chắc chắn bạn phải hướng khu vực tìm kiếm sang các loại serum hay xịt tạo bóng với từ khóa là “shine”, “shine serums” hay “Glosser”.

5. Muốn giữ nếp cố định, tăng cường việc kiểm soát các kiểu tóc để bị mất nếp, bạn nên chọn một sản phẩm có đặc tính giữ nếp cao như balm, wax, finishing spray (xịt hoàn thiện).

6. Muốn tạo kiểu với những lọn tóc cứng sắc nét cá tính và đảm bảo độ ổn định lâu dài (thường dành cho nam giới): Sản phẩm cần chọn là Spiking Glue.

1. Kem (Cream)/Kem bột (Mousse)

Thích hợp: độ dài trung bình đến dài, gọn sóng tự nhiên, tóc mỏng vừa phải tới dày

Mục đích: tăng độ bóng, đẩy sóng vừa phải và kiểm soát tóc xù vênh ở mức trung bình.

Đặc điểm: mềm mại, linh hoạt và tự nhiên.

Độ bóng cho tóc: Thấp.

Sử dụng: Bóp ra lòng bàn tay một lượng keo bột bằng quả bóng golf, nên áp dụng cho tóc ẩm bắt đầu từ giữa thân tóc. Dùng lược răng thưa hoặc ngón tay để thoa đều sản phẩm lên tóc, rồi dùng tay bóp sản phẩm theo hướng lên trên để định hình lọn xoắn tốt hơn.

Sau đó bạn có thể: - Hất ngược tóc xuống và sấy để tạo độ phồng.

- Để khô tự nhiên với các lọn xoắn sẽ định hình và rõ nét hơn.

Các sản phẩm kem bột đáp ứng tốt với nhiều nhu cầu khác nhau: một kiểu tóc lượn sóng tự nhiên cho tới giữ nếp cho những sóng tóc nhỏ. Thường thì kem bột không gây ra nguy cơ dập dểnh khó chịu trên tóc nếu bạn sử dụng một lượng vừa phải và không dùng quá nhiều sản phẩm khác.



Gel giá rẻ thường chứa nhiều cồn (alcohol) để làm khô tóc, hãy tránh thành phần này trong gel.
Gel càng dùng với lượng nhiều càng khiến tóc cứng và mất tự nhiên. Luôn luôn lưu ý dùng với lượng vừa phải.

2. Gel - Thích hợp: tất cả mọi loại tóc

Mục đích: đây có thể nói là sản phẩm vô cùng đa năng, các chủng loại của gel phong phú đến mức nó có thể hỗ trợ bất cứ mục đích tạo kiểu nào, từ làm thẳng tóc, tạo độ cứng, tạo khối, tạo sóng, giữ nếp hoặc thậm chí là tạo nếp cứng nhọn.

Đặc điểm: linh hoạt

Độ bóng cho tóc: trung bình đến cao.

Sử dụng: Tùy vào độ dài của tóc để lấy ra một lượng gel vừa phải (thường chỉ cần bằng một đồng xu), xoa bóp trong lòng bàn tay rồi áp dụng từ gốc tóc đến chân tóc ẩm hoặc khô.

Nếu gel ở dạng xịt (spray gel), bạn có thể:

- Xịt một lượng nhỏ vào tóc ẩm, để khô tự nhiên. Tóc sẽ giữ nếp một cách nhẹ nhàng tự nhiên trong vài tiếng.
- Xịt vào đuôi tóc rồi sấy, tóc sẽ phồng lên ở đuôi.
- Xịt vào tóc ẩm, cuộn lô rồi để khô tự nhiên. Gỡ lô ra, các lọn xoắn sẽ sắc nét hơn.



5. Straightening Balm (sản phẩm làm thẳng tóc)

Thích hợp: tóc xoăn, tóc mọc chồm lộn xộn

Mục đích: giúp các lọn xoắn lộn xộn trở nên thẳng tạm thời, cũng có thể làm các sóng xoăn giãn nhẹ.

Độ bóng cho tóc: Thấp

Sử dụng: Thoa đều lên mái tóc ẩm từ gốc tóc đến đuôi tóc.

Sản phẩm này đặc biệt thích hợp khi bạn muốn tạo kiểu buộc đuôi gà mượt mà với các sợi tóc thẳng vào nếp một cách gọn ghẽ.



7. Hair Spray - Thích hợp: mọi loại tóc

Mục đích: Giữ nếp sau khi tạo kiểu

Đặc điểm: Giữ nếp tự nhiên cho đến nếp cứng cố định.

Độ bóng cho tóc: Thấp đến trung bình.

Sử dụng: Có hai loại chính của hairsprays; loại đầu được sử dụng trong lúc tạo kiểu, loại thứ hai được dùng sau khi kết thúc tạo kiểu, để cố định và hoàn thiện. Cả hai loại này đều giữ nếp ở những mức độ khác nhau. Nên xịt sản phẩm lên tóc từ khoảng cách 14- 20 cm và giữ cho sản phẩm dàn trải đều.

Hairspray trong khi tạo kiểu: Sản phẩm này giúp tạo độ bóng, rất hợp với các kiểu tóc cần kỹ thuật chải ngược backcombing hoặc kẹp xoăn.

Hairspray hoàn thiện: khả năng giữ nếp mạnh và là bước hoàn thiện bắt buộc trong đại đa số các kiểu tóc. Chỉ cần phun nhẹ một lớp và để nó rơi vào các lớp tóc là ổn.



3. Sáp pomade

Thích hợp: tóc dày hoặc tóc xoăn

Mục đích: tạo bóng, tách các lọn xoắn và tăng cường khả năng giữ nếp.

Đặc điểm: độ tự nhiên ở mức trung bình

Độ bóng cho tóc: Cao

Sử dụng: nhũ hóa một số lượng nhỏ trong lòng bàn tay và vuốt nhẹ trên tóc. Có thể sử dụng trên tóc ướt để cố định các lọn xoắn cứng, giúp sóng xoăn rõ nét hơn.

Sáp pomade ít thích hợp với tóc mỏng, tóc thưa và tóc tơ vì nó có thể khiến tóc xẹp xuống hơn nữa. Kết cấu hơi trơn, dính nhưng có thể rửa sạch dễ dàng với bất cứ loại dầu gội nào.



4: Wax

Thích hợp: tóc ngắn hiện đại

Mục đích: định hình cấu trúc, giữ nếp và kết cấu ở một số khu vực nhất định.

Đặc điểm: giữ nếp ở mức trung bình đến cao

Độ bóng cho tóc: Từ mờ tới bóng

Sử dụng: Áp dụng một lượng nhỏ trên các



ngón tay và vuốt vào khu vực mà bạn muốn nhấn mạnh. Nếu muốn tạo độ bóng và tách lớp, bạn có thể bôi sáp vào đuôi tóc. Nhưng nếu muốn tăng độ phồng, hãy bôi sáp vào chân tóc, và có thể kết hợp với máy sấy để sấy phồng.



6. Shine Serums hoặc glosser

Thích hợp: Mọi loại tóc, đặc biệt tóc khô xơ.

Mục đích: tạo độ bóng và ánh sáng trên tóc

Đặc điểm: mềm mại

Độ bóng cho tóc: Đặc biệt cao.

Sử dụng: Các sản phẩm xịt bóng sẽ tạo ra ánh sáng óng ánh trên tóc. Nếu sản phẩm ở dạng lỏng, nhỏ 2-3 giọt ra lòng bàn tay, xoa nhẹ và bóp vào đuôi tóc. Không nên xoa bóp vào gốc tóc vì dễ gây nhờn. Nếu ở dạng xịt, xịt từ trên cao để sản phẩm rơi nhẹ xuống mái tóc, hoặc xịt ngang từ giữa mái tóc đến đuôi tóc, với khoảng cách trung bình là 20cm.



Kiểu tóc **pixie** THANH LỊCH CỦA CHARLIZE THERON

Nhà tạo mẫu tóc Enzo Angileri đã lấy cảm hứng từ NTK Charles James, để hiện đại hóa mái tóc cổ điển, đem lại một hình ảnh mới lạ cho Charlize. Để thực hiện kiểu tóc này, Enzo đã nhờ đến các sản phẩm trong dòng tạo kiểu More Inside, cùng sản phẩm chăm sóc Essential Haircare của Davines.



Dầu dưỡng hoàn mỹ cho mọi loại tóc Davines O/Oil với chiết xuất dầu roucou cho mái tóc siêu mượt, bóng và mềm.
Giá: 333.000VND/50ml

Davines Volume Boosting Mousse (Kem bọt tạo phồng) mịn như tuyết, nhẹ, tác dụng giữ nếp trung bình, lý tưởng để tạo nên những kiểu tóc dày và phồng.
Giá: 363,000VND/250ml



Davines Strong Dry Wax (Sáp khô giữ nếp siêu cứng) cho kết cấu kiểu tóc mờ và rõ nét.
Giá: 454.000VND/100ml



Davines Medium Hairspray (Gôm xịt giữ nếp trung bình) cho kiểu tóc bóng và có khả năng tái tạo kiểu.
Giá: 386.000VND/400ml



Kate Beckinsale
Lễ Trao Giải Quả Cầu Vàng 2014.
Chuyên gia tạo mẫu tóc: Sascha Breuer for Moroccanoil



Selena Gomez
MET Gala 2014.
Chuyên gia tạo mẫu tóc: Marissa Marino for Moroccanoil

NONO



SẢN PHẨM TẠO KIỂU PHÙ HỢP:

Để tạo độ phồng sống động cho mái tóc tết búi xù của Kate Beckinsale, chuyên gia tạo mẫu tóc Sascha Breuer đã sử dụng Gôm Xịt Giữ Nếp Linh Hoạt Moroccanoil để tạo độ bóng và giữ nếp. Xịt một chút sản phẩm lên đầu ngón tay và thoa vào từng sợi tóc để giúp định hình lọn mà không làm mất đi độ xù rối trông thật tự nhiên. (Giá 440,000 VND/330ml)

Trong khi đó, với kiểu tóc của Selena Gomez, Kem Tạo Kiểu Dưỡng Ấm Moroccanoil (Giá 663,000 VND/300ml) lại là sản phẩm không thể thiếu để sấy tóc mềm mượt cho kiểu tóc óng ả, trông khỏe mạnh tuyệt đẹp.



Claire Danes
Tiệc MET Gala 2014
Chuyên gia tạo mẫu tóc: Peter Butler for Moroccanoil
Ảnh: Kevin Mazur Getty Images



BOB VỚI ĐỘ BÓNG ÓNG Ả KHỎE MẠNH

Với kiểu tóc bob đơn giản, độ óng ả khỏe mạnh chính là điểm đẹp nhất của kiểu tóc. Bạn sẽ cần một sản phẩm tạo bóng cho tóc mà không làm mất độ phồng tự nhiên của kiểu tóc bob.

SẢN PHẨM TẠO KIỂU PHÙ HỢP:

• Xịt Bóng Moroccanoil (Giá 551,000 VND/100ml) tạo lớp bóng rực rỡ cho tóc đồng thời dưỡng bảo vệ tóc khỏi tác hại của tia UV, nước biển hay nước clorua, mà không gây nặng tóc.

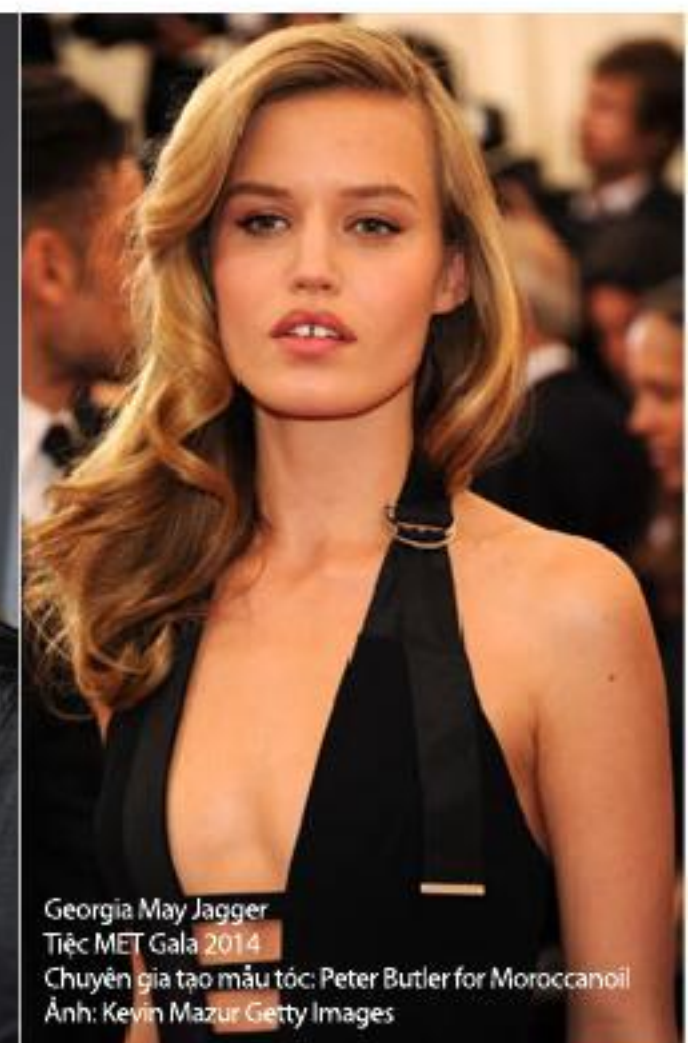


Kiểu tóc **Bob** CÁ TÍNH TRONG BST "SLEEK SWAN - THIÊN NGA HOANG DÃ" CỦA NTMT ANGELO SEMINARA

Mái tóc cắt ngắn lỡ không cân xứng trong BST Slick Swan sẽ đem lại vẻ ngoài mới lạ, thanh lịch mà vẫn rất cá tính cho những cô gái muốn được nổi bật.



Kate Upton
Lễ Trao Giải MTV Movie Awards 2014.
Chuyên gia tạo mẫu tóc: Peter Butler for Moroccanoil



Georgia May Jagger
Tiệc MET Gala 2014
Chuyên gia tạo mẫu tóc: Peter Butler for Moroccanoil
Ảnh: Kevin Mazur Getty Images

TÓC **GỖN SÓNG, PHỒNG** SỐNG ĐỘNG

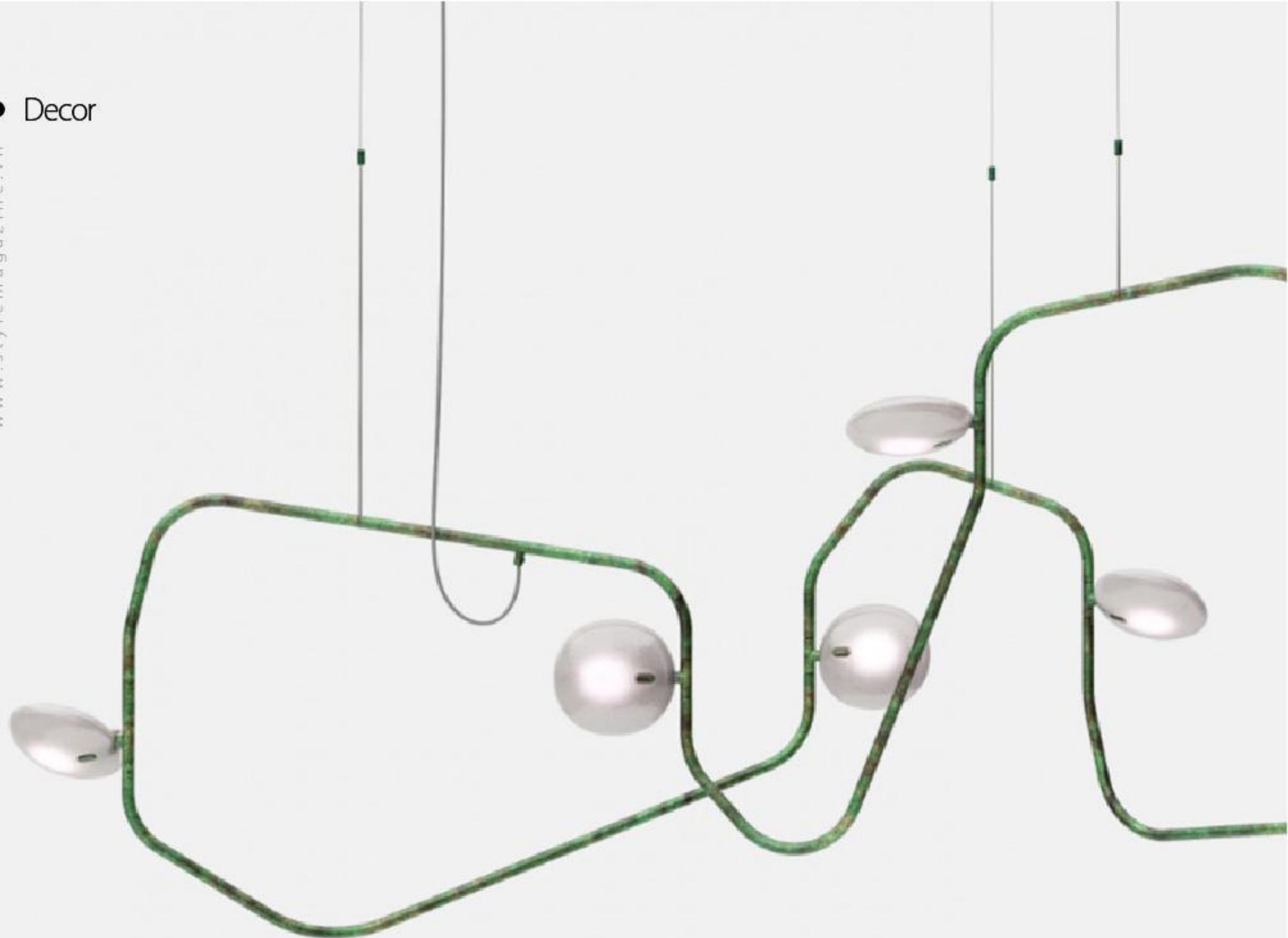


SẢN PHẨM TẠO KIỂU PHÙ HỢP:

• Dầu Dưỡng Tóc Moroccanoil Light (Giá 866,000 VND/100ml) công thức dưỡng tóc đa năng không gây bết, đặc biệt thích hợp cho tóc mỏng hoặc nhuộm sáng cho mái tóc óng ả, suôn mềm
• Gôm Xịt Giữ Nếp Linh Hoạt Moroccanoil loại mạnh (440,000 VND /330ml) tạo và giữ nếp cho tóc với dầu argan dưỡng tóc đồng thời tạo bóng, không tạo tuyết hay gây cứng bết.

lifestyle





NỘI THẤT ĐƯƠNG ĐẠI

NẾU MUỐN CÓ CÁI NHÌN CHÍNH XÁC VỀ DIỆN MẠO CỦA KIẾN TRÚC VÀ NỘI THẤT ĐƯƠNG ĐẠI, BẠN KHÔNG THỂ KHÔNG GHÉ QUA NEW YORK ĐỂ THAM GIA HÀNG TRĂM SỰ KIỆN VỀ THIẾT KẾ VUA ĐƯỢC TỔ CHỨC TẠI THÀNH PHỐ NÀY NHƯ HỘI CHỢ ĐỒ GỖ QUỐC TẾ ĐƯƠNG ĐẠI, WANTEDDESIGN HAY FRIEZE NEW YORK – NƠI QUY TỤ NHỮNG ĐẠI GIA LỪNG LẦY TRONG NGHỀ HAY NHỮNG GUƠNG MẶT MỚI ĐẦY CẢM HỨNG. ĐÂY CŨNG LÀ NƠI GIỚI THIỆU NHỮNG THIẾT KẾ, NHỮNG NGUYÊN LIỆU CHƯA TỪNG ĐƯỢC KHÁM PHÁ.



111^{STYLE}



ĐÈN CHÙM CỦA RICH BRILLIANT WILLING

Bộ ba Theo Richardson, Charles Brill và Alexander Williams lập công ty vào năm 2007, sau khi họ tốt nghiệp 1 năm và chỉ tập trung vào thiết kế ánh sáng. Những tác phẩm của họ ngay lập tức có chỗ đứng trong giới thiết kế New York. Trong ảnh là chiếc đèn chùm Palindrome thể hiện tinh thần nhất quán trong các tác phẩm của Rich Brilliant Willing: “một phần là ánh sáng, một phần là tác phẩm điêu khắc động”. Chiếc đèn chùm có 1 khung mô đun mềm và giá đỡ mảnh cho phép người sử dụng có thể xoay nó theo mọi hướng hoặc tự tạo ra các cấu trúc tùy ý thích. Với Rich Brilliant Willing, người sử dụng cũng có thể tham gia vào công việc sáng tạo và trở thành một nghệ sỹ.

Decor

www.stylemagazine.vn



BÀN CÀ PHÊ CỦA AMMA STUDIO

Thành quả của nhà thiết kế nội thất Samuel Amoia và nhà điêu khắc Fernando Mastrangelo đã cho ra đời bộ bàn cà phê thú vị này. Bộ bàn ghế kết hợp những vật liệu tự nhiên hữu cơ nhưng vẫn vững chãi và mạnh mẽ. Chiếc bàn làm từ bã cà phê thực sự, được thiết kế với những lớp sần thô ráp tự nhiên và cấu trúc hình khối khá nặng nề. Những chiếc ghế tròn lại mang đến một sắc thái nhẹ nhõm khá tương phản với thạch cao hồng, xanh pastel kết hợp với muối đá thanh lịch.



CHÂN ĐÈN BẰNG LÔNG NGỰA CỦA APPARATUS

Một trong những vật liệu bất ngờ trong Hội chợ về thiết kế của New York, ít nhất là về mặt ứng dụng của nó, là chiếc chân đèn bằng bờm lông ngựa của Apparatus. Được cố định bằng các khung đồng và kính, lông bờm ngựa được treo trên một cái móc và nối với hai ống đèn sáng êm dịu. Sự đùa giỡn của kết cấu và sự đơn giản của chất liệu đã mang đến một sản phẩm rất lạ: Một mặt, nó gợi cho người ta nghĩ đến chút gì đó của La Mã cổ đại; Mặt khác, nó sành điệu và hấp dẫn một cách khó cưỡng, sự sang trọng thầm kín. Giám đốc sáng tạo Gabriel Hendifar hy vọng người xem có thời gian để ngắm nhìn các sản phẩm nội thất của mình bởi tác phẩm của Apparatus luôn cần đến thời gian “Mục tiêu của chúng tôi là kết hợp các vật liệu mới hoặc cũ trong những hình thức hiện đại để tạo ra một món đồ sống động và để khơi gợi cảm xúc”.



GHẾ CỦA MARIO MILANA

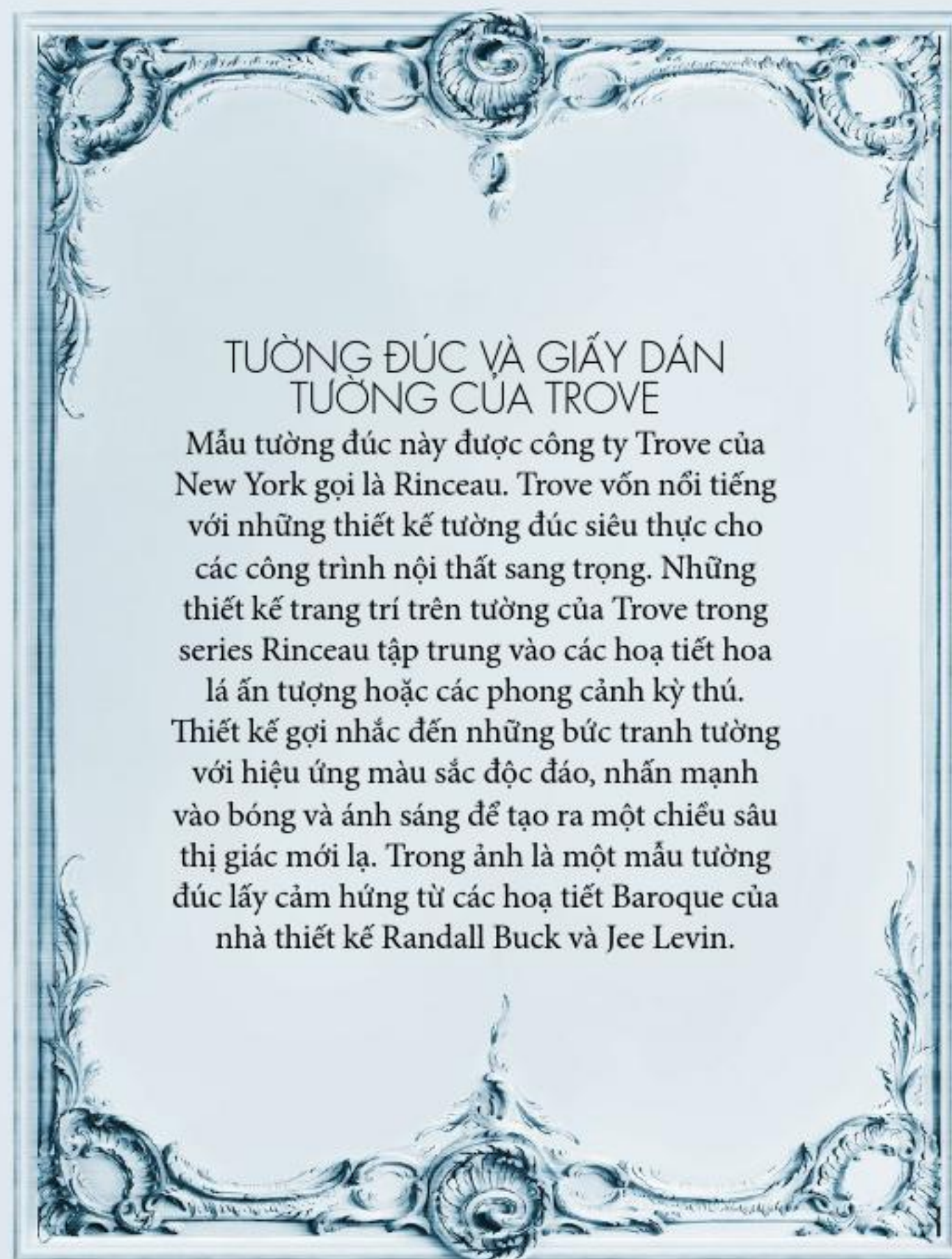
Sau nhiều năm làm việc với vị trí thiết kế cao cấp của Karim Rashid, Mario Milana đã ra mắt bộ sưu tập cùng tên đầu tiên của mình vào mùa xuân này tại Salone Internazionale del Mobile and Sight Unseen OFFSITE. Ông ra mắt series ghế ngồi được xem là sự thách thức với một hay xu hướng, chỉ tập trung vào công năng và tối ưu hoá các tính năng để nó trở thành món đồ nội thất thực dụng nhất, tiện nghi nhất. Milana nói: “Cái tôi quan tâm là sự thích ứng của chiếc ghế với người sử dụng nó chứ không phải hoàn cảnh mà nó được đặt vào”. Chiếc ghế dù được nhấn mạnh vào tính năng nhưng ngay cả thiết kế bề mặt của nó cũng khiến chúng ta phải nhìn ngắm: một chút ảnh hưởng từ các nghệ sỹ Bauhaus và Memphis, tạo hình mang đậm chất điêu khắc và cách phối màu tối giản, kết hợp các hình đồ hoạ vuông tròn đã mang đến một tác phẩm nghệ thuật thực sự.





BÀN VÀ BÌNH CỦA INDIA MAHDABI

Bộ sưu tập “Cảnh quan” của kiến trúc sư, thiết kế India Mahdavi tràn ngập tông vàng gold và các màu bão hoà. Bộ sưu tập gồm chiếc bàn với phần mặt đan lưới với các ô màu rực rỡ, các góc cạnh tương xứng và loạt bình đa diện có cấu trúc hình khối. “Cảnh quan” đại diện cho đam mê của India Mahdavi về lý thuyết “màu sắc sẽ thay thế cho sức mạnh của mặt trời hay bóng râm”. Mahdavi đã hợp tác với hiệp hội gốm sứ Iznik để duy trì các kỹ thuật nung gốm từ thế kỷ 16 của người Ottoman, sử dụng gạch truyền thống trong các kết hợp bất ngờ và giải quyết câu hỏi về mối tương quan giữa không gian trong nhà và ngoài trời.



TƯỜNG ĐÚC VÀ GIẤY DÁN TƯỜNG CỦA TROVE

Mẫu tường đúc này được công ty Trove của New York gọi là Rincau. Trove vốn nổi tiếng với những thiết kế tường đúc siêu thực cho các công trình nội thất sang trọng. Những thiết kế trang trí trên tường của Trove trong series Rincau tập trung vào các họa tiết hoa lá ẩn tượng hoặc các phong cảnh kỳ thú. Thiết kế gợi nhắc đến những bức tranh tường với hiệu ứng màu sắc độc đáo, nhấn mạnh vào bóng và ánh sáng để tạo ra một chiều sâu thị giác mới lạ. Trong ảnh là một mẫu tường đúc lấy cảm hứng từ các họa tiết Baroque của nhà thiết kế Randall Buck và Jee Levin.



TRANG TRÍ TƯỜNG VỚI ĐĨA SỨ CỦA MOLLY HATCH

199 chiếc đĩa sứ có họa tiết vẽ tay bởi nghệ sỹ Molly Hatch. Lấy cảm hứng từ bộ sưu tập vải dệt ở Bảo tàng thiết kế quốc gia ở New York, Hatch đã tái hiện lại những họa tiết thế kỷ 18 của Ấn Độ. Bộ đĩa sứ này cho thấy một xu hướng không bao giờ cũ của thiết kế nội thất: xu hướng diễn giải những ngôn ngữ truyền thống của địa phương thành một điều gì đó hiện đại, đẹp đẽ và không mất đi tính nghệ thuật.

● HiTech

www.stylemagazine.vn

⑤



COOL GADGETS

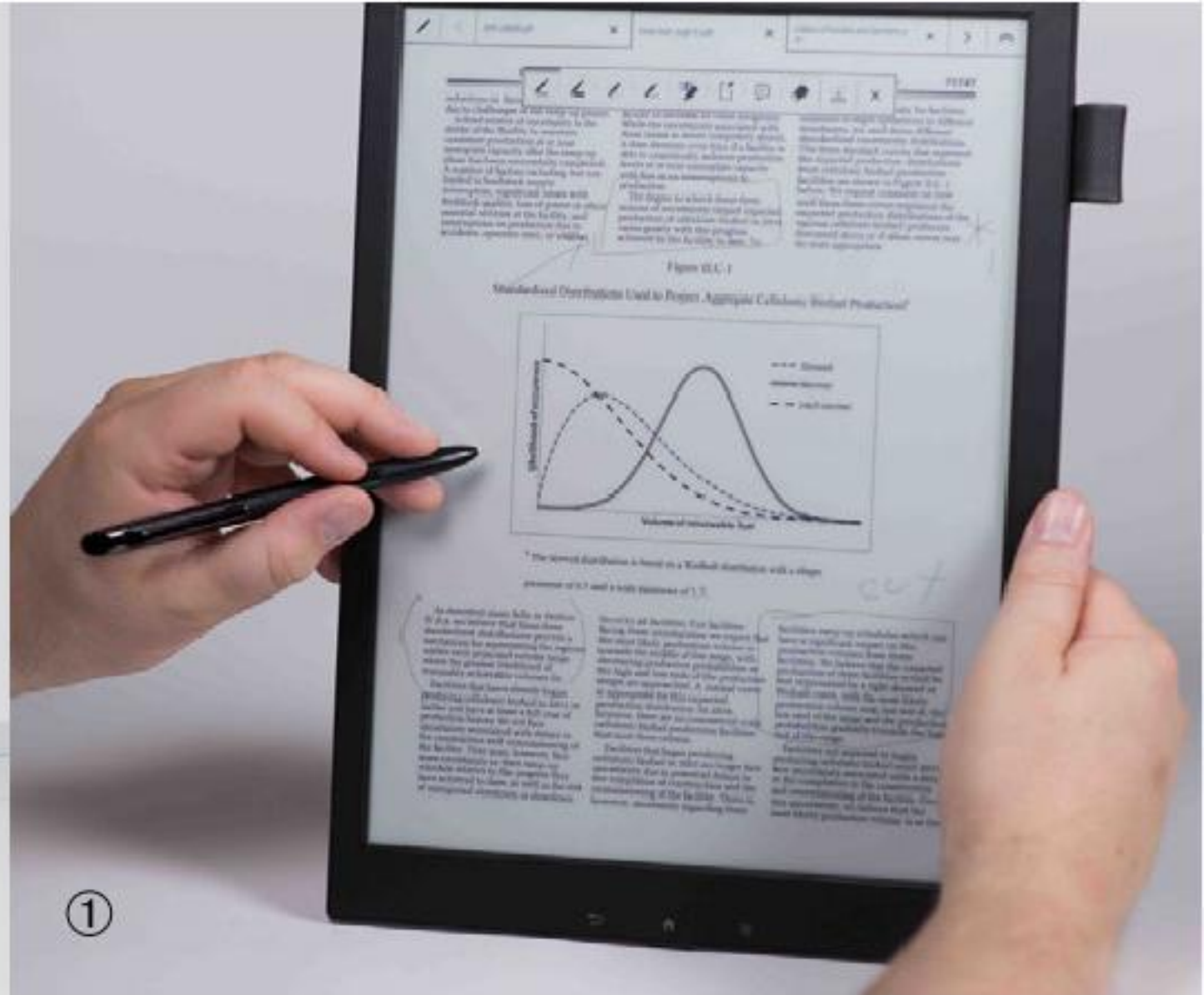
Hoài Anh

③



④





1 DIGITAL PAPER SYSTEM

Một giải pháp bảo vệ môi trường đến từ Sony khi giúp văn phòng của bạn hạn chế sử dụng giấy ở mức tối đa. Dưới định dạng của một chiếc tablet, E-ink có khả năng hoạt động trong vòng 3 tuần lễ sau khi sạc với các chức năng chỉnh sửa, ghi chép, tạo mới các file như trên giấy thông thường. Sau đó, bạn có thể lưu giữ bằng cách tải lên điện toán đám mây thông qua Wifi hoặc lưu vào thẻ nhớ SD. Giá của thiết bị này vào khoảng \$1.100.

2 SMART HERB GARDEN

Nếu các phi hành gia có thể trồng rau ngoài vũ trụ thì chúng ta hoàn toàn có thể tạo một khu vườn trong nhà ngay cả khi không có một thửa đất nào. Dựa trên công nghệ của NASA, khu vườn nhỏ kì diệu này chứa lượng oxy và nitrate cần thiết cho sự sinh trưởng của cây xanh. Tất cả những gì

bạn cần làm là cho một lượng nước theo yêu cầu vào máy và chờ điều kì diệu thực sự xảy ra. Giá bán của chiếc máy này vào khoảng \$99.95

3 AMAZON FIRE TV

Fire TV mang đến các dịch vụ đường truyền từ Netflix, iPlayer và Amazon Instant TV cho tivi của bạn. Đặc biệt, khác với các thiết bị trung gian khác, Fire TV còn cung cấp cả các trò chơi điện tử và cả điều khiển đi kèm. Có thể nói, Fire TV thực sự là một chiếc hộp tivi nhiều tính năng nhất ở thời điểm hiện tại.

4 RHYTHM DOWNLIGHT LED

Theo thống kê, một phi hành gia sẽ nhìn thấy 15 lần bình minh và hoàng hôn cứ mỗi 24h. Chính vì vậy, để điều chỉnh nhịp sinh học của họ, các nhà khoa học đã phát minh ra một loại ánh sáng để cân bằng lượng melatonin, hóc môn gây buồn ngủ.

Ánh sáng đó được gọi là Blue Light.

Áp dụng nó, một thiết bị đèn giúp bạn tỉnh táo khi cần thiết đã ra đời. Và hiển nhiên, chiếc đèn ấy có cả một nút nghỉ khi bạn cần thư giãn.

5 FEDDZ ELECTRIC BIKE

Thiết kế gọn nhẹ hơn một chiếc motor thông thường rất nhiều, FEDDZ Electric Bike có thể hoạt động trong phạm vi 70km khi được sạc đầy và thậm chí bạn có thể sạc iPhone ngay khi di chuyển.

6 EDGERTRONIC CAMERA

Với thiết kế trông có vẻ cồng kềnh nhưng thực ra chiếc máy ảnh này có thể ghi lại hình ảnh lên đến 18000 ảnh trong một giây. Với tốc độ này, nó cho phép bạn chụp được cả từng chuyển động cánh của một chiếc trực thăng đang quay hay độ nảy của một trái bóng. Tuy nhiên, giá thành của máy không hề dễ chịu chút nào, \$5.495



115^{STYLES}



Hãy
ung Style điểm
a những chiếc
smartphone của
tháng này
nhé!

Bảo Bảo

Sony Xperia ZR

Xperia ZR có kiểu dáng gọn gàng hơn người anh em Z nhờ sở hữu màn hình 4.55 inch, độ phân giải 1.280 x 720 pixel thay vì Full HD 5 inch, nhưng vẫn dùng công nghệ LCD. Máy được trang bị bộ xử lý hình ảnh Bravia Engine 2 với tấm nền OptiContrast tương tự như Z. Cấu hình bao gồm chip lõi kép Qualcomm Snapdragon S4 tốc độ 1,5 GHz, RAM 2 GB, bộ nhớ trong 8 GB đi kèm với khe cắm thẻ nhớ microSD, chạy Android 4.1 Jelly Bean và camera 13 megapixel. Viên máy được tích hợp phím chuyên chụp hình. Xperia ZR có cạnh viền giống với Z nhưng nắp lưng sử dụng chất liệu nhựa, hơi cong ôm sát vào mép máy thay vì làm phẳng như đàn anh.

BlackBerry Q10

Thiết kế của BlackBerry Q10 trung thành với kiểu dáng truyền thống của một chiếc smartphone BlackBerry. Q10 có kích thước tương đương với BlackBerry Bold 9900, hơi tròn trịa so với đa số smartphone bây giờ. Trọng lượng của máy ở mức vừa phải. Cấu hình của BlackBerry Q10 chỉ ở mức tầm trung và không có gì nổi bật so với những smartphone thế hệ mới hiện nay. Máy chỉ sử dụng vi xử lý lõi kép Snapdragon S4 Pro tốc độ 1.5GHz (tương đương Lumia 920 của Nokia), 2GB bộ nhớ RAM với ổ cứng 16GB, hỗ trợ thêm khe cắm thẻ nhớ ngoài. Mặt sau của máy là camera 8 megapixel, còn mặt trước là camera 2 megapixel. Chất lượng ảnh chụp từ BlackBerry Q10 được đánh giá tương đương với "đàn anh" BlackBerry Z10 cao cấp đã bán ra thị trường.

Galaxy Mega 6.3

Samsung Galaxy Mega 6.3 là mẫu máy có thiết kế lớn hơn và tốt hơn trong bộ đôi Mega được giới thiệu cách đây không lâu, tạo ra một sự lựa chọn khác cho những khách hàng tìm mua phablet. Galaxy Mega 6.3 to hơn Note và Note II (khả năng rất cao sẽ còn to hơn Note III) nhưng giá bán lại rẻ hơn. Tất nhiên để được như vậy cấu hình của máy không tránh khỏi bị cắt giảm, chủ yếu là về công nghệ hiển thị và bộ vi xử lý tích hợp (SoC). Tuy vậy chiếc Mega 6.3 vẫn được trang bị kết nối LTE, chạy hệ điều hành Android 4.2.2 với giao diện TouchWiz, được cài sẵn nhiều tính năng đặc trưng như Multi Window, AirView và cả cổng hồng ngoại giống như các smartphone cao cấp nhất trên thị trường hiện nay.

SMARTPHONE CỦA THÁNG?

SMARTPHONE CỦA THÁNG?

Samsung Galaxy Fame

Galaxy Fame bắt đầu được Samsung tung ra thị trường châu Á đầu tháng 5 với mức giá tham khảo tại Ấn Độ là 200 USD, khoảng 4 triệu đồng. Sản phẩm sẽ được bán chính hãng ở Việt Nam thời gian tới. Máy sở hữu màn hình 3.5 inch với độ phân giải 480 x 320 pixel, dùng chip lõi đơn tốc độ 1 GHz với RAM 512, bộ nhớ trong 4 GB và hỗ trợ thẻ nhớ tối đa 64 GB. Máy chạy Android 4.1 với giao diện Touch Wiz, mặt trước có camera phụ độ phân giải VGA. Hiện chưa rõ phiên bản Galaxy Fame về Việt Nam sẽ được trang bị NFC hay không.

Nokia Lumia 930

So với các dòng sản phẩm trước, Lumia 930 gây ấn tượng tốt với người dùng với thiết kế mạnh mẽ và sang trọng hơn nhờ lớp vỏ nhôm nguyên khối liền mạch, đặc biệt lớp vỏ sau sở hữu nhiều màu sắc cho người dùng lựa chọn hơn. Máy sở hữu cấu hình khá mạnh mẽ bao gồm màn hình 5 inch độ phân giải 1.920 x 1.080 pixel bảo vệ bởi kính cường lực Gorilla Glass 3 và công nghệ Clear Black Display cho hình ảnh hiển thị sáng và rõ nét. Nokia trang bị cho dòng sản phẩm này vi xử lý lõi tứ của Qualcomm Snapdragon 800 tốc độ 2,2 GHz, RAM 2 GB, bộ nhớ trong 32 GB không thể mở rộng, công nghệ PureView độc quyền cùng khả năng ổn định hình ảnh quang học OIS, đèn Flash kép và độ phân giải là 20 Mpx.

Zenfone 5

Với Zenfone 5, đây được xem là chiếc smartphone sở hữu màn hình 5 inch có mức giá khá hấp dẫn nhất trong phân khúc tầm trung và phổ thông hiện nay. Trong thiết kế, Asus tiếp tục sử dụng lớp vỏ nhựa bao bọc xung quanh máy với điểm nhấn là một miếng kim loại sáng có vân tròn đồng tâm tương tự như Zenfone 4. Tại Việt Nam, Asus cung cấp đến người dùng hai phiên bản Zenfone 5 với mã hiệu là A500 và A501 với vi xử lý lần lượt là 2 GHz và 1,6 GHz. Cả hai phiên bản này chỉ khác về tốc độ vi xử lý nhưng vẫn dùng chung RAM 2 GB, bộ nhớ trong 8 GB (có hỗ trợ khe cắm thẻ rời), camera sau 8 MP và dùng pin dung lượng 2.110 mAh.





TOYOTA YARIS 2014

TIẾP NỐI THÀNH CÔNG

Toyota Việt Nam (TMV) chính thức phân phối mẫu Yaris tại Việt Nam dưới dạng xe nhập khẩu nguyên chiếc từ Thái Lan vào năm 2011. Ngay sau khi ra mắt, Yaris lập tức được khách hàng đón chào nồng nhiệt nhờ thiết kế trẻ trung, không gian nội thất rộng rãi và tiện nghi, khả năng điều khiển nhẹ nhàng, cùng độ an toàn ưu việt. Để viết tiếp câu chuyện thành công từ những ngày đầu, TMV đã giới thiệu Yaris 2014 với diện mạo hoàn toàn mới cùng nhiều cải tiến ấn tượng trong cả thiết kế nội và ngoại thất.

“Lướt êm từng phố nhỏ”

Thông điệp mà TMV sử dụng cho Yaris 2014 là “Lướt êm từng phố nhỏ” với định hướng mẫu xe này là biểu tượng cho sự tiện nghi và tính ứng dụng cao, dễ dàng di chuyển trên mọi con đường nhỏ.

Thiết kế tổng thể của Yaris 2014 thể hiện cá tính của người sở hữu với lưới



tản nhiệt hình thang cân đối ở đầu xe. Cụm đèn trước sắc sảo, thon gọn vượt dài sang hai bên và đèn sương mù được kết hợp hài hòa với hốc hút gió, giúp xe trông khỏe khoắn và năng động hơn. Bản Yaris G được trang bị đèn Halogen, đảm bảo hiệu quả chiếu sáng tối ưu. Gương chiếu hậu gập điện tích hợp đèn báo rẽ (Yaris G). Yaris 2014 được trang bị la-zăng đúc 15-inch 8 chấu đơn với thiết kế góc cạnh.

Yaris 2014 còn cuốn hút với các đường dập nổi chạy dọc thân xe. Trong khi đó, đuôi xe được thiết kế hài hòa với phần đầu và thân xe bởi cụm đèn sau hình chữ L phá cách, và nẹp trang trí biển số mạ crôm (Yaris G). Đèn sương mù sau được bố trí ở vị trí thấp, tăng khả năng quan sát cho các xe phía sau khi thời tiết xấu.

Mui xe của Yaris 2014 cũng khác biệt hơn khi lấy cảm hứng từ chiếc tàu Catamaran, với các đường dập nổi nhằm tối ưu hoá dòng không khí lưu chuyển, đảm bảo cho xe vận hành êm ái.

Tinh tế trong khoang cabin

Nếu ngoại thất thể hiện cá tính của chủ sở hữu thì nội thất lại cho thấy sự tinh tế và khéo léo, mang lại sự tiện dụng cho người dùng.

Bước vào khoang cabin, khách hàng sẽ ngạc nhiên trước sự rộng rãi và khoáng đạt bởi chiều dài tổng thể của Yaris 2014 đã tăng thêm 330 mm, ở mức 4.115 mm. Việc phân bổ hợp lý khoảng cách giữa hai hàng ghế, khoảng để chân..., tạo sự thoải mái cho mọi vị trí trên xe.

Bảng đồng hồ thiết kế 3D với gam màu cam chủ đạo và đường viền mạ crôm. Màn hình hiển thị đa thông tin (bản G) được tích hợp trong bảng đồng hồ giúp người lái dễ dàng quan sát các chỉ số khi vận hành. Yaris 2014 có vô-lăng 3 chấu vừa vặn theo vị trí đặt tay. Phiên bản G còn sở hữu vô-lăng bọc da, mạ bạc, tích hợp các nút điều chỉnh âm thanh. Bảng điều khiển trung tâm đơn giản nhưng tinh tế, thân thiện cho người dùng.

Với những hành khách có nhu cầu giải trí, Yaris 2014 có thể đáp ứng nhờ hệ thống âm thanh DVD 1 đĩa 6 loa (bản G) và CD 1 đĩa 4 loa (bản E); tích hợp radio AM/FM, có thể phát nhạc

Với doanh số bán xấp xỉ 2.500 xe sau gần 3 năm ra mắt tại thị trường Việt Nam, Toyota Yaris được đánh giá là một trong những mẫu hatchback cỡ nhỏ có sức hút với người tiêu dùng nhất.



dưới các định dạng MP3/WMA/AAC. Ngoài ra, xe còn kết nối với các thiết bị ngoại vi qua cổng USB/AUX và Bluetooth.

Không khí trong xe luôn sạch mát với hệ thống điều hòa tự động trên bản G và chỉnh tay trên bản E đi kèm bộ lọc gió tiêu chuẩn. Cửa sổ chỉnh điện tích hợp chức năng chống kẹt phía người lái. Ghế ngồi được may đường chỉ nổi trên bề mặt kết hợp cùng tông màu đối lập. Các ngăn đựng vật dụng cũng được bố trí một cách hợp lý trong khắp cabin.

Thêm một điểm cộng cho Yaris 2014 là kích thước khoang hành lý được mở rộng thêm 79 lít với tấm đỡ, giúp cho việc sắp xếp hành lý thuận tiện hơn. Hàng ghế sau gập tỉ lệ 60-40 cũng góp phần tăng diện tích chứa đồ nếu cần.

Muội mà khi cầm lái

Yaris 2014 trang bị động cơ 1.3L 4 xy-lanh thẳng hàng, 16 van, trục cam kép DOHC cùng với hệ thống điều phối van biến thiên thông minh VVT-i, công suất 84 mã lực tại 6000 vòng/phút, mô-men xoắn cực đại 121Nm tại 4400 vòng/phút. Toyota cho biết xe tiêu thụ 5,7 lít/100km. Hộp số tự động 4 cấp là trang bị tiêu chuẩn trên cả hai

phiên bản. Bán kính vòng quay tối thiểu của xe là 5,1m.

Hệ thống mở khóa thông minh và khởi động bằng nút bấm được trang bị trên phiên bản G tạo sự tiện lợi khi ra vào xe và giúp việc khởi động/tắt máy dễ dàng hơn.

Yên tâm với tính năng an toàn hàng đầu

Yaris 2014 sử dụng cấu trúc thân xe GOA với các vùn co rụm ở phía trước và phía sau với khả năng hấp thụ xung lực khi xảy ra va chạm.

Hệ thống an toàn trên xe gồm 2 túi khí phía trước, hệ thống chống bó cứng phanh ABS, hệ thống phân phối lực phanh điện tử EBD cùng hệ thống hỗ trợ lực phanh khẩn cấp BA. Dây đai an toàn 3 điểm được trang bị trên tất cả các vị trí ghế ngồi.

Toyota Yaris 2014 đã được bán ra thị trường với mức giá 620 triệu đồng cho phiên bản E và 669 triệu đồng cho phiên bản G. Xe được bảo hành 3 năm hoặc 100.000km.

119

STYLE

XẾ HỘP CHO CÁC NÀNG

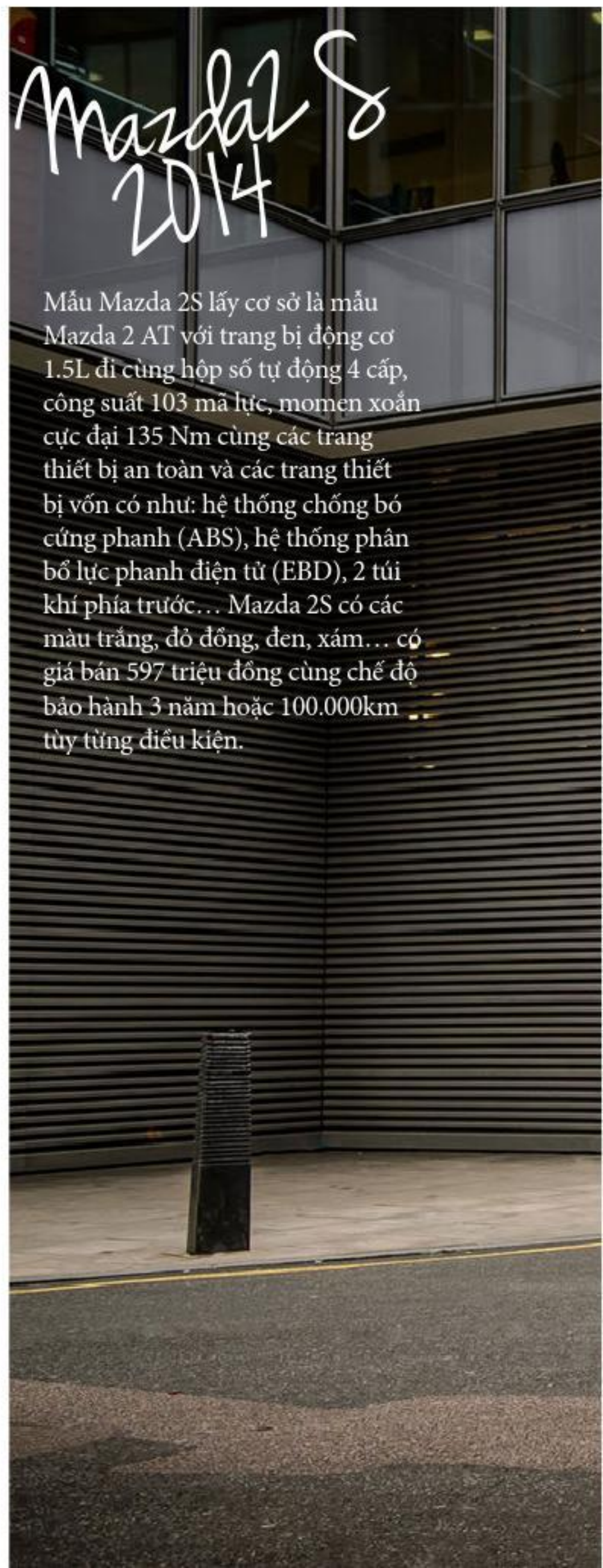
Bình Minh

CÀNG NGÀY SỐ LƯỢNG PHỤ NỮ TỰ TIN NGỒI SAU VÔ LĂNG CÀNG TĂNG LÊN ĐÁNG KỂ, KHẮNG ĐỊNH SỰ ĐỘC LẬP TỰ CHỦ TRONG ĐỜI SỐNG HÀNG NGÀY. Ô TÔ DÀNH CHO PHÁI ĐẸP THƯỜNG PHẢI ĐẢM BẢO CÁC YẾU TỐ NHỎ XINH, TIẾT KIỆM NHIÊN LIỆU, GIÁ BÁN VỪA PHẢI VÀ ĐẶC BIỆT YẾU TỐ AN TOÀN THƯỜNG ĐẶT LÊN HÀNG ĐẦU VÌ PHỤ NỮ DÙ SAO ĐIỀU KHIỂN CŨNG ÍT VỮNG VÀNG HƠN ĐÀN ÔNG. HÃY CÙNG STYLE ĐIỂM QUA MỘT VÀI MẪU XE ĐÁNG CHÚ Ý NẾU BẠN ĐANG CÂN NHẮC VIỆC MUA XE NHÉ!



Với giá bán từ 620 triệu đồng nhập khẩu nguyên chiếc từ Thái Lan, Yaris phiên bản 2014 mang nhiều thay đổi trong nội thất so với các đời xe cũ. Toyota Yaris 2014 trang bị động cơ 1,3 lít 4 xi-lanh thẳng hàng với hệ thống điều phối van biến thiên thông minh VVT-i. Hộp số tự động 4 cấp trên cả hai bản G và E. Chìa khóa thông minh và khởi động bằng nút bấm trên phiên bản G, tay lái trợ lực điện điều chỉnh 2 hướng. Mức tiêu thụ

nhiên liệu 5,7 lít/100 km trong điều kiện tiêu chuẩn, theo công bố của hãng sản xuất. Ngoài ra, với tính năng an toàn với 2 túi khí trước, hệ thống chống bó cứng phanh ABS, hệ thống phân bổ lực phanh điện tử EBD, hỗ trợ lực phanh khẩn cấp BA, dây đai an toàn 3 điểm, hệ thống khóa cửa từ xa và hệ thống chống trộm cho bản G và còi báo động trên bản E, Yaris 2014 xứng đáng là một sự lựa chọn không tồi!



Mẫu Mazda 2S lấy cơ sở là mẫu Mazda 2 AT với trang bị động cơ 1.5L đi cùng hộp số tự động 4 cấp, công suất 103 mã lực, momen xoắn cực đại 135 Nm cùng các trang thiết bị an toàn và các trang thiết bị vốn có như: hệ thống chống bó cứng phanh (ABS), hệ thống phân bổ lực phanh điện tử (EBD), 2 túi khí phía trước... Mazda 2S có các màu trắng, đỏ đồng, đen, xám... có giá bán 597 triệu đồng cùng chế độ bảo hành 3 năm hoặc 100.000km tùy từng điều kiện.



121 STYLE



Honda Fit 2015



Honda Fit mới sở hữu động cơ mạnh mẽ cùng khả năng tiết kiệm nhiên liệu tốt, hệ thống truyền động linh hoạt trong khi vẫn duy trì tính thực tế mà thế hệ Honda Fit trước đó đã đem đến. Nhìn tổng thể mẫu Honda Fit 2015 có kiểu dáng đẹp và hiện đại hơn so với mẫu xe cũ. Lưới tản nhiệt phía trước lớn và có kiểu dáng thể thao, lớp xe mà Honda sử dụng cho mẫu Fit sẽ có kích thước 16-inch đem lại sự thoải mái và an toàn hơn khi đi xe. Những tính năng được trang bị sẵn trên Fit 2015 là nút bấm khởi động, hệ thống LaneWatch của Honda và một màn hình cảm ứng điều khiển hệ thống âm thanh. Lần đầu tiên trong lịch sử sản xuất, Fit mới sẽ được trang bị sẵn ghế da, nhằm tăng sự sang trọng và đẳng cấp cho nội thất. Hệ thống truyền lực cho Honda Fit 2015 được thay đổi hoàn toàn. Fit 2015 sử dụng động cơ 1.5 lít 4 xi-lanh phun nhiên liệu trực tiếp DOHC và công nghệ i-VTEC của Honda, động cơ có công suất 130 mã lực và Mô-men xoắn là 114 Nm, tăng 13 mã lực và mô-men xoắn thêm 8 Nm so với phiên bản trước. Ngoài động cơ mạnh mẽ, trọng lượng của nó cùng các trang thiết bị khác cũng nhẹ hơn nhằm mục đích cho hiệu suất cao hơn.

Từng là mẫu xe được bình chọn là xe dành cho phụ nữ tốt nhất thế giới năm 2013, Ford Fiesta phiên bản 2014 đã được nâng cấp về mặt ngoại hình với lưới tản nhiệt hình thang ngược và cụm đèn hậu được thiết kế tỉ mỉ hài hòa với cụm đèn pha nổi bật phía trước. Bên cạnh đó, Ford Fiesta 2014 sử dụng giải pháp phun nhiên liệu trực tiếp kết hợp turbo tăng áp, động cơ EcoBoost dung tích 1.0 L với

3 xi-lanh có công suất 120 mã lực và mô-men xoắn 170 Nm, tương đương động cơ 1.6 truyền thống. Trong khi đó, động cơ mới có mức tiết kiệm nhiên liệu tăng 20% và giảm mức khí thải 15% so với động cơ cùng loại. Bên trong, có rất nhiều sự thay đổi bao gồm trang bị kết nối SYNC, khóa điều khiển từ xa, cần gạt nước mưa thông minh và điều hòa không khí tự động điều chỉnh nhiệt độ.

Ford Fiesta 2014



Giới thiệu All-New EcoSport
Mẫu xe Urban SUV đầu tiên tại Việt Nam

ĐỂ KHÁM PHÁ

theo cách riêng của bạn



Giá đặc biệt từ
606
triệu đồng*

Hãy trải nghiệm EcoSport Hoàn Toàn Mới, mẫu xe Urban SUV đầu tiên tại Việt Nam. Được thiết kế để chinh phục bất kỳ chướng ngại vật nào trong thành phố, vị trí ghế ngồi cao và khoảng sáng gầm xe lên đến 200mm giúp bạn có tầm nhìn cao hơn xung quanh. Thiết kế gọn gàng, linh hoạt giúp xe dễ dàng di chuyển qua mọi con đường. EcoSport Hoàn Toàn Mới được trang bị để giúp bạn tận hưởng tối đa hành trình khám phá thành phố của bạn.



HỆ THỐNG
7 TÚI KHÍ



KHOẢNG SÁNG GẦM XE
200mm



HỆ THỐNG
SYNC™ THÔNG MINH



LỢI NƯỚC
550mm



ford.com.vn | *Giá trên đã bao gồm VAT và áp dụng cho 500 khách hàng đầu tiên

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
- **THANHXUAN 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
- **DANANG FORD:** 56 Điện Biên Phủ, Đà Nẵng. Tel: 0511.3646555
- **DANANG FORD BINHDINH:** 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
- **CANTHO FORD:** Lô 11C - Võ Nguyên Giáp, Cái Răng, TP. Cần Thơ. Tel: 0710.3730720
- **SAIGON FORD PHOQUANG:** 104 Phổ 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 NHATRANG:** 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
- **PHUMY FORD:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái 2, Quận 2, TP. HCM. Tel: 08.37425454

☎ ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888

Hyundai i20 2014



Nissan Micra còn được biết đến dưới cái tên March tại một số thị trường trên thế giới. Mẫu xe nhỏ xinh của Nissan hiện đang ở thế hệ thứ 4 và đã trải qua 3 năm sản xuất. Nhìn chung, Nissan Micra 2014 chỉ được tân trang nhẹ nhàng. Xe mang trên mình phần mũi tái thiết kế với cụm đèn pha cải tiến, lưới tản nhiệt và cản va mới. Ngoài ra, còn phải kể đến bộ la-zăng hợp kim và nắp trục

bánh khác biệt, cản va sau và cụm đèn hậu dạng LED nâng cấp. Bên trong Micra 2014, hãng Nissan tạo sự mới mẻ bằng bảng điều khiển trung tâm tích hợp lỗ thông gió hình vuông. Thêm vào đó là bộ nút chỉnh điều hòa không khí khác biệt. Màn hình hiển thị đa thông tin nằm trong cụm đồng hồ được thay đổi hình họa. Cuối cùng là màu sắc và phụ kiện trang trí nội thất mới.

So với phiên bản hiện tại, i20 mới có vẻ mềm mại và tươi trẻ hơn nhờ lưới tản nhiệt kiểu mới kết hợp với kiểu đèn pha và đèn sương mù dạng mắt mèo, kéo xệch về sau. Đèn hậu cũng được bố trí lại cho bắt mắt hơn. Xe có trang bị bộ vành mới. Nội thất có phần rộng rãi hơn và cũng được làm mới cho tiện dụng hơn. Tuy nhiên, điểm nhấn ở phiên bản này lại nằm ở động cơ xe mà Hyundai quảng bá là động cơ đốt trong truyền thống “xanh” nhất thế giới. Dành cho thị trường Châu Âu, Hyundai i20 có tới 4 phiên bản động cơ trong đó phiên bản tiết kiệm nhất là bản máy dầu 3 xy lanh dung tích 1.1L, cho công suất khoảng 74 mã lực. Phiên bản này được quảng bá là có lượng khí thải CO2 ở mức chỉ 84 g/km, thấp hơn cả mẫu xe hybrid Toyota Prius. Tuy nhiên hiện tại Hyundai i20 phiên bản mới vẫn chưa có mặt tại Việt Nam.

124^{STYLE}

Nissan Micra 2014





ĐẮM SAY VỚI VÀNG HỒNG

Hòa quyện sự lãng mạn của hồng vào sự sang trọng vĩnh cửu của vàng, kết hợp màu sắc thời thượng hiện đại vào một thiết kế cổ điển, bề mặt mạ Vàng Hồng (Rose Gold) cho bộ sưu tập vòi và phụ kiện phòng tắm Kelston của Kohler chính là một bất ngờ thú vị khi những yếu tố tưởng chừng như hoàn toàn khác nhau được kết hợp.



Lấy cảm hứng thiết kế từ phong cách cổ điển Châu Âu thế kỷ 18, Kelston mang một dáng vẻ truyền thống với những đường cong và vân nổi đặc trưng. Ngoài bề mặt mạ chrome truyền thống, việc ứng dụng các bề mặt mạ mới như, đồng giả cổ hay Vàng Hồng càng khắc họa rõ nét vẻ đẹp sang trọng và cổ điển của bộ vòi nước Kelston. Được chăm chút đến từng chi tiết nhỏ một cách tỉ mỉ, bộ sưu tập này gợi đến phong cách hoàng gia bởi sự cầu kỳ cả trong thiết kế và màu sắc.

Đang là màu sắc xu hướng của năm, Vàng Hồng mới được ra mắt cùng với bộ sưu tập Kelston của Kohler chính là bề mặt mạ gây ấn tượng đặc biệt bởi sự kết hợp giữa hiện đại và cổ điển. Sự pha trộn này không những khơi gợi cảm hứng cho những nhà thiết kế nội thất mà còn làm hài lòng những chủ nhân đang muốn tạo ra một căn hộ đậm nét cá nhân mà không phải sử dụng quá nhiều màu sắc, chi tiết để phô diễn. Bề mặt mạ Rose Gold mới cho vòi và phụ kiện phòng tắm của Kohler nổi

bật bởi vẻ đẹp đặc trưng nhưng vẫn giữ được nét hài hòa để tạo nên một không gian trang nhã đã làm “đắm say” cả giới mộ điệu.

Sự tinh xảo từ Kelston mang đến ấn tượng tinh tế trong việc décor một không gian riêng tư. Trong khi đó Rose Gold thổi vào nét truyền thống của bộ sưu tập này một làn gió hiện đại, thanh lịch. Thiết kế cổ điển nhưng vẫn đầy đủ sự phóng khoáng gợi cảm của nước Mỹ chính là cách mà Rose Gold mang lại cho không gian phòng tắm của bạn.

Seoul

– HÀNH TRÌNH ĐẾN XỨ SỞ LÃNG MẠN

Nick M.

THỦ ĐÔ CỦA HÀN QUỐC MÊ HOẶC DU KHÁCH KHÔNG CHỈ BỞI CÁC KHU CHỢ MUA BÁN TẮP NẬP, TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI SẦM UẤT HAY MÓN THỊT NƯỚNG THƠM LỪNG MÀ CÒN VÌ MÔI TRƯỜNG KHÔNG KHÍ TRONG LÀNH THUỘC VÀO HÀNG NHẤT THẾ GIỚI DO ĐƯỢC BAO QUANH BỞI CÁC KHU RỪNG SINH THÁI.



Mất khoảng từ 5 đến 6 tiếng để bay từ Hà Nội hoặc TP HCM sang sân bay Incheon, thủ đô

Seoul là một trong những thành phố hiện đại bậc nhất châu Á. Vẻ đẹp trong vắt, lãng mạn như trong các phim truyền hình Hàn Quốc khiến nơi đây trở thành điểm đến hoàn hảo cho những ai yêu sự mơ mộng, ngọt ngào.

Thiên đường ẩm thực và shopping

Ẩm thực và văn hóa Hàn vốn đã quá nổi tiếng. Nhưng theo ý kiến cá nhân tôi, ẩm thực có lẽ sẽ chiếm phần hơn đối với rất nhiều người. Lựa chọn vô cùng đa dạng và đậm bản sắc. Ví dụ như món thịt nướng thơm lừng ăn kèm với kim chi là thứ mê hoặc mà ai cũng “bắt buộc” phải ăn khi tới đây. Tuy nhiên, ăn món này ở những nơi bình dân như quán ăn bên đường hay trong chợ lại có hương vị đậm đà hơn là ở các nhà hàng sang trọng. Chợ đêm Namdaemun là nơi xứng đáng để thưởng thức món ăn này. Ngồi trong những túp lều nhỏ, nhâm nhi thịt nướng, Tokbokki, xì xụp mì kim chi bốc khói thơm lừng và uống rượu gạo (có thể trộn với Sochu) sẽ trở thành khoảnh khắc mà bạn không thể nào quên trong chuyến đi tới Seoul. Để “giã rượu”, món mỳ lạnh chua chua và có vị cay xé lưỡi chính là món nên ăn cuối cùng.

Ngoài thịt nướng, những món ngon khó có thể bỏ qua khi tới Seoul còn có canh gà hầm sâm như tôi, chả cá xiên ăn kèm với canh (món ăn vặt), cơm trộn bạch tuộc, Bosam – thịt hầm tương, chè Patbingsu, Budae Jjigae (canh “bộ đội”)... Các tín đồ của thịt bò chắc chắn sẽ cảm thấy hài lòng với hệ thống nhà hàng VIPS. Khi tới đây, bạn chỉ cần order một món bò, có thể là nướng phiến đá, sốt rượu vang hay sốt hạt tiêu... Tất cả các món buffet như mỳ Ý, thịt gà chiên, canh kim chi, cháo hay món tráng miệng đều là kèm theo.



Khi đã no bụng với vô số món ngon Hàn Quốc, bạn sẽ sẵn sàng lang thang cả ngày trong các khu chợ hay những trung tâm shopping bậc nhất của châu Á. Dongdaemun và Namdaemun là hai khu chợ bình dân vốn đã xuất hiện trong rất nhiều phim truyền hình. Tại đây có đủ các loại hàng hóa từ quần áo, nhân sâm, trái cây, dụng cụ làm bếp... nhưng đa phần đều là hàng Tàu bày bán tràn lan. Nếu muốn mua đồ “made in Korea” đảm bảo một chút, bạn hãy lên hai khu chợ Insadong và Myeongdong. Đây cũng là hai khu phố đi bộ nổi tiếng nhất ở thủ đô Seoul. Các

thương hiệu tầm tầm như H&M, Zara, UniQLo... đều có tại đây. Bạn cũng có thể đem về nhà rất nhiều mỹ phẩm xịn của xứ kim chi với giá rẻ khi lạc lối trong hai khu chợ này.

Nếu bạn không muốn tốn quá nhiều thời gian vào việc lang thang chọn đồ và mặc cả ở ngoài chợ, hãy vào Lotte Mart. Trung tâm thương mại này có tất cả mọi mặt hàng mà bạn cần và quan trọng là có cả những khu vực đồ miễn thuế với giá rất rẻ.

Với những nhãn hiệu cao cấp hơn, bạn hãy tới Gangnam – khu vực ăn chơi nhất của thủ đô Seoul. Ngoài các khu mua sắm tấp nập với nhiều



KỶ NIỆM ĐÁNG NHỚ TẠI THIÊN ĐƯỜNG HUYỀN ẢO

Trải nghiệm sự sang trọng tại khu nghỉ dưỡng InterContinental Danang Sun Peninsula với giá phòng ưu đãi dành riêng cho khách Việt. Tận hưởng một kỳ nghỉ thú vị với hai đêm nghỉ tại phòng Resort Classic Room sang trọng, thưởng thức bữa sáng thịnh soạn, xe đưa đón tại sân bay và khu vui chơi dành cho các thiên thần nhí cùng nhiều ưu đãi khác với giá trọn gói chỉ VND 9,800,000++

Ưu đãi chỉ có giá trị đến ngày 15/7/2014 và được áp dụng với các điều kiện kèm theo.

Vui lòng liên hệ với chúng tôi qua số điện thoại **+84 (0511) 393 8888**; email: reservations@icdanang.com hoặc truy cập website danang.intercontinental.com để đặt ngay gói ưu đãi đặc biệt này.



Do you live an InterContinental life?



INTERCONTINENTAL®
DANANG SUN PENINSULA RESORT

In over 170 locations across the globe including: **BALI** **BORA BORA** **FIJI** **HUA HIN**



Khu phố mua sắm Myeong - Dong



thương hiệu nổi tiếng thế giới, nơi đây còn tập trung nhiều quán bar và karaoke vui nhất trong thành phố.

Những trải nghiệm “đáng đồng tiền bát gạo”

Đến Seoul, ngoài việc mua sắm và ăn uống, bạn nên dành thời gian để tìm hiểu một chút về văn hóa Hàn Quốc bằng việc trải nghiệm cuộc sống như một người Hàn thực thụ. Thay vì ở khách sạn trong toàn bộ hành trình, hãy dành ra 1-2 ngày chui vào các nhà tắm công cộng. Tại đây, khu vực nam – nữ riêng lẻ nhưng ở mỗi bên khi đi tắm, tất cả đều phải “lột truồng”. Người Hàn và người Nhật đều tôn trọng sự riêng tư và đây lại là một loại hình truyền thống lâu đời nên rất an toàn. Bạn có thể thấy lạ lẫm và có chút choáng váng ban đầu nhưng sau đó sẽ thấy rất thú vị. Sau khi tắm xong, hãy vào một cửa hàng Seven Eleven mua mỳ gói và trứng muối ngồi tận hưởng. Lúc ấy, bạn sẽ thấy mình giống như là một nhân vật trong phim Hàn. Trong mỗi nhà tắm công cộng đều có khu vực phòng ngủ,

tất cả đều nằm chung trên sàn nhà giống như các lớp học nội trú của học sinh cấp một hay cấp hai ngày trước.

Núi Namsan với ngọn tháp truyền hình N Tower cũng là điểm đến không thể bỏ qua khi tới Seoul. Nằm ngay trong trung tâm thành phố, bạn có thể lên ngọn núi này bằng xe bus hay cáp treo. Trên núi có “bến tình yêu” nổi tiếng, là nơi mà các cặp tình nhân gắn khóa lên với những lời tâm tình lãng mạn. Đứng trên ngọn núi này cùng người yêu và ngắm nhìn thành phố chìm dần sau ánh hoàng hôn sẽ khiến bạn không thể nào quên được Seoul sau khi trở về nhà.

Hát Karaoke ở Seoul rất khác biệt với ở Việt Nam. Nếu muốn hát, bạn cần trả tiền trước và yêu cầu thời gian muốn hát (1 tiếng hay 2 tiếng). Các quán karaoke đa phần đều cho mang đồ ăn từ ngoài vào và không tính phí dịch vụ. List bài hát thì ngoài tiếng Hàn, tiếng Nhật, tiếng Trung, tiếng Anh thì còn có cả một số bài hát tiếng Việt thời xưa như Lệ đá, Hạ trắng hay Vào hạ để bạn phô diễn giọng hát trước những người bạn Hàn Quốc



...hãy vào một cửa

*hàng Seven Eleven mua mỳ gói và trứng muối ngồi tận hưởng
Lúc ấy, bạn sẽ thấy mình giống như là một nhân vật trong phim Hàn. Trong mỗi nhà tắm công cộng đều có khu vực phòng ngủ, tất cả đều nằm chung trên sàn nhà giống như các lớp học nội trú...*

ƯU ĐÃI TIỆC MÙA HÈ



Bao gồm phục vụ bia tươi
Krombacher Đức nhập khẩu
và nước ngọt suốt 2 giờ

Giá ưu đãi từ
3.380.000++
/bàn - 10 khách

Tổ chức tiệc công ty, lễ tốt nghiệp, sinh nhật hay tiệc thân mật tại phòng Yến tiệc sang trọng đẳng cấp.

Vui lòng liên hệ số: **(84.8) 3830. 8888** Ms. Trâm
Hot line: **0903 962 506**

Điều kiện:

- Áp dụng với hợp đồng được ký từ 20/6 - 20/7/2014 cho các gói tiệc tổ chức từ 20/6 - 20/9/2014
- Áp dụng cho tiệc trưa và tối từ Thứ Hai - Thứ Sáu, tiệc trưa Thứ Bảy và Chủ Nhật
- Gói tiệc tối thiểu 150 khách
- Không áp dụng cho hợp đồng hủy rồi ký lại
- Không áp dụng chung với các khuyến mãi khác hay phiếu quà tặng

++ Giá theo tiền đồng Việt Nam, chưa bao gồm VAT và phí phục vụ

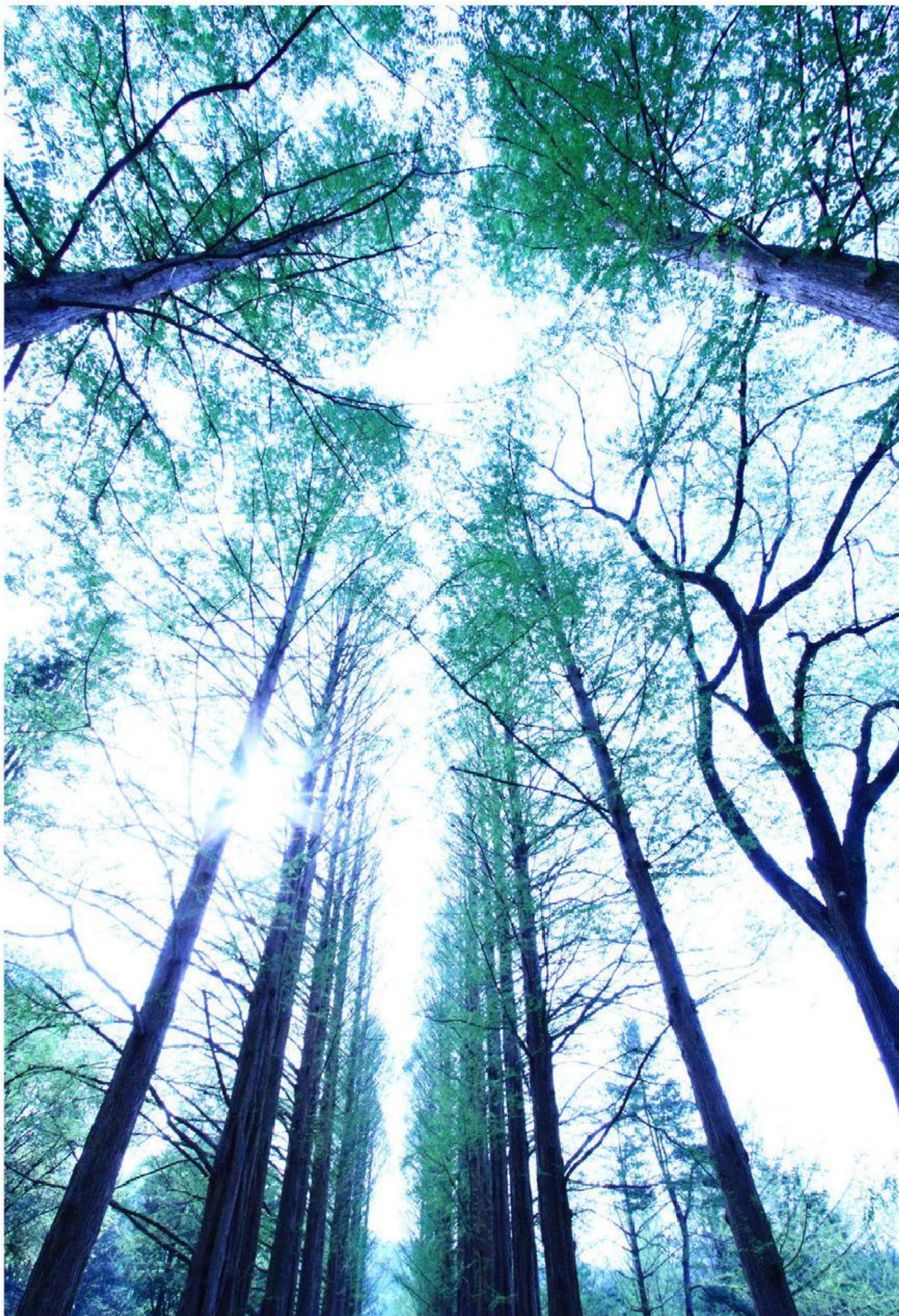


Khách sạn Windsor Plaza
18 An Dương Vương, Q.5, TP.HCM
ĐT: +84 8 3833 6688, Fax: +84 8 3833 6888
services@windsorplazahotel.com
www.windsorplazahotel.com

Managed by **WMC** - www.wmcvietnam.com
GROUP

● Destination

www.stylemagazine.vn



Rừng cây tại đảo Nami

“Thời gian cho làm sạch và tẩy trang cũng là thời gian chăm sóc da”

Hãy cho da thời gian nghỉ ngơi và thư giãn, hãy mang TEA-TIME cho làn da bạn trước khi cung cấp chất dinh dưỡng cho da.

IPKN Organic Tea Cleansing Time

1- ESSENTIAL MOISTURE CLEANSING FOAM

Sữa rửa mặt Trà Xanh cho da khô và nhạy cảm

Sản phẩm có tính Acid nhẹ (pH 5.5) ngăn kích ứng, làm sạch hoàn hảo mà không khô da. Dầu Dừa cung cấp độ ẩm, Oxygen thanh lọc, tăng quá trình trao đổi chất và khả năng miễn dịch cho da.

Giá bán: 360.000đ/170ml

2- PORE FRESH CLEANSING FOAM

Sữa rửa mặt Trà Xanh cho da dầu, da hỗn hợp

Sữa rửa mặt Pore Fresh làm sạch sâu và kiểm soát bã nhờn, dầu thừa trên da, cho da khô thoáng và không còn bóng nhờn.

Giá bán: 360.000đ/170ml

3- PERFECT CLEANSING FOAM

Sữa rửa mặt Hoàn Hảo cho mọi loại da

Sữa rửa mặt làm sạch sâu với thành phần thảo mộc không gây kích ứng dùng cho mọi loại da, kể cả da nhạy cảm. Chiết xuất hoa Kim Anh, dầu Ôliu, mầm cây Sồi, Mùi tây làm sạch bụi bẩn, bã nhờn, cải thiện tình trạng da, không làm khô da, làm dịu và ngăn ngừa kích ứng.

Giá bán: 320.000đ/180g

4- VITAL MASSAGE CLEANSING CREAM

Kem Massage và tẩy trang

Sản phẩm vừa là kem tẩy trang vừa là kem massage. Thành phần Yến mạch tự nhiên làm sạch sâu và loại bỏ tế bào da chết. Tinh dầu thảo dược hữu cơ cho da mềm mại và không gây kích ứng khi massage đồng thời phục hồi hiệu quả làn da.

Giá bán: 570.000đ/280ml

5- PORE APPLE SUN BLOCK

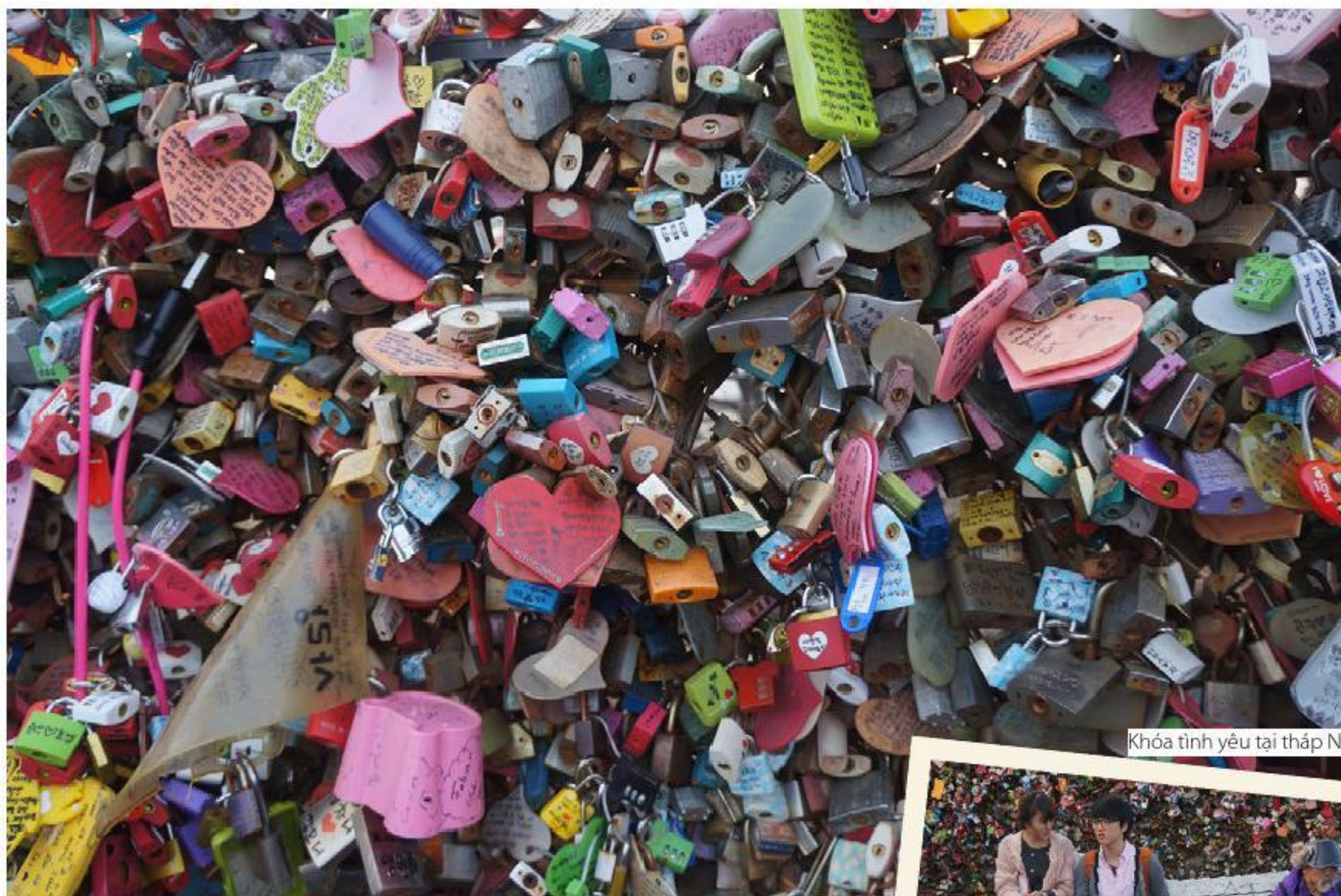
Kem chống nắng se khít lỗ chân lông

Kem chống nắng hương Táo xanh se khít lỗ chân lông, giữ cho da khô thoáng, lâu trôi. Thành phần nước Táo, Bạc hà, Vitamin cho da mềm mại và trong suốt. Kem có khả năng che khuyết và ngăn chặn dấu hiệu quá vùng chữ T, hiệu chỉnh màu da. Hương Táo tươi mát.

Giá bán: 470.000đ/70g

Dòng sản phẩm Trà Xanh hữu cơ Organic Tea làm sạch hoàn toàn lớp trang điểm, bã nhờn, chất bẩn và ô nhiễm. Sự kết hợp giữa hệ thống làm sạch bằng Ôxy tinh khiết và tổng hợp Trà xanh hữu cơ giúp da có thời gian nghỉ ngơi và thư giãn. Organic Tea Complex: Chiết xuất Diếp cá, Oải Hương, Hoa Cúc, Trà Xanh giúp da điều chỉnh sự cân bằng và độ căng mịn, giảm căng thẳng cho làn da.





Khóa tình yêu tại tháp Nam San

mới quen. Nếu quá thời gian mà chủ quán thấy bạn hát vẫn còn “hăng” quá thì họ sẵn sàng tặng thêm 30 phút nữa miễn phí.

Một trải nghiệm nữa mà rất nhiều người bỏ qua hoặc không quan tâm tới chính là đi xem phim. Seoul không chỉ sở hữu những rạp chiếu phim đẹp nhất của châu Á mà còn cả thế giới. Phòng chiếu Starium (được coi là phiên bản nâng cấp của IMAX) thuộc hệ thống CGV ở Time Square được kỷ lục Guinness ghi nhận là phòng chiếu phim có màn hình lớn nhất thế giới với chiều rộng 31,4m và chiều cao 13m. Giá vé xem phim ở Seoul không quá cao và những trải nghiệm điện ảnh nhận lại được chắc chắn sẽ khiến những ai hâm mộ nghệ thuật thứ bảy thỏa mãn.

Đảo Nami, nằm cách thủ đô Seoul khoảng hơn 2 tiếng ngồi tàu, là nơi thích hợp cho những ngày cuối cùng của chuyến đi. Đây chính là nơi quay bộ phim truyền hình nổi tiếng – Bản tình ca mùa đông. Diện tích của hòn đảo trên hồ này chỉ vỏn vẹn 430.000 mét vuông nhưng vì dịch vụ du lịch tốt, bạn có thể lang thang cả ngày ở đây mà không biết chán. Chụp ảnh tại

những địa điểm “lịch sử” của cặp đôi Bae Jong Joon – Choi Ji Woo, đạp xe xuyên qua con đường với những tán cây cao vút hay chơi đùa với những chú sóc là những hoạt động dành cho bất kỳ ai tới đảo Nami.

Một chuyến đi Seoul – Nami hoàn hảo nhất là kéo dài khoảng 5 ngày. Thời điểm đẹp nhất trong năm để du ngoạn Hàn Quốc là vào mùa thu hoặc mùa đông. Mùa thu thì vạn vật được bao phủ bởi một màu vàng lãng mạn còn vào mùa đông, bạn sẽ thực sự được sống trong khung cảnh của bộ phim Bản tình ca mùa đông. Được bao quanh bởi các khu rừng sinh thái nên Seoul có khí hậu rất trong lành. Sở hữu một bầu trời xanh thăm thẳm và bầu không khí trong vắt nên cảnh vật nơi đây dường như lúc nào cũng lấp lánh, đặc biệt là vào những ngày có nắng. Với nhiều người, có thể Seoul không khác gì một thành phố công nghiệp với những tòa nhà cao tầng và dịch vụ “săn” ở khắp mọi nơi. Nhưng với những ai mong muốn có một chuyến đi hài lòng trên các phương diện ăn, chơi thì Seoul luôn xứng đáng là một điểm đến đẹp và lãng mạn nhất.



Bạn có thể tham khảo thêm thông tin về du lịch Hàn Quốc tại website chính thức của Tổng cục Du lịch Hàn Quốc tại Việt Nam www.visitkorea.org.vn

Hiện nay, Tổng cục Du lịch Hàn Quốc đang thực hiện chính sách hoàn thuế GTGT cho các khách du lịch nghỉ tại nhiều khách sạn nhất định từ 2 đến dưới 30 đêm. Thông tin chi tiết và danh sách khách sạn tham khảo tại mục Thông tin du lịch - Thông tin cần biết của website visitkorea.org.vn

FORTUNA
HOTEL
HANOI

LỄ HỘI ĐÁM CƯỚI

NGÀY 19 VÀ 20/7/2014

THỜI GIAN:

TỪ 10:00 - ĐẾN 21:00

6B, LÁNG HẠ
BA ĐÌNH, HÀ NỘI

Hayime
WEDDING & EVENT PLANNER

Wedding Me

MU
studio

Moza
wedding studio

Quỳnh Nguyễn
wedding studio

THẾ GIỚI
KIM CƯƠNG
DIAMOND WORLD

Uyen
uong

*Dart*Chocolate
inspiring life

GIFTHAUS
www.gifthaus.vn

Naris
Since 1932 JAPAN

Triumph

Marry wedding

SANHDIEU

BIDV

ISOTOUR
Nhiệm vụ giải trí và ăn uống

VINCORP
Wines & Spirits

PHU & EM
WINE CELLAR

PHÚ & EM CO., Ltd
Wine for every home

LOVE FLOWER
HƯƠNG LY FLOWER

CÔNG TY CỔ PHẦN BÁNH MỨT KẸO

BẢO MINH



TÔI ĐI NAGAWORLD

Xuân Hòa

NẾU VÍ PHNOM PENH NHƯ MỘT BỨC TRANH ĐA SẮC MÀU THÌ KHU TÍCH HỢP KHÁCH SẠN VÀ GIẢI TRÍ NAGAWORLD LÀ MỘT TRONG NHỮNG MẢNH GHÉP QUAN TRỌNG ĐỂ TẠO NÊN BỨC TRANH THÚ VỊ ẤY. ĐÓ LÀ NHỮNG CẢM NHẬN CỦA TÔI SAU CHUYẾN THĂM NAGAWORLD VỪA QUA.

Dù đã đi khá nhiều, nhưng du lịch theo tour là điều tôi chưa bao giờ nghĩ đến trước đó. Vì theo tôi được biết, đi tour tuy tiết kiệm được khá nhiều chi phí so với việc tự đi, nhưng ngược lại bạn sẽ bị gò bó, phụ thuộc về thời gian, đi lại, ăn uống, chờ đợi... Nói chung, tất

cả phải nhất nhất theo đoàn. Chỉ vài bất tiện trên cũng làm không ít người nản chí và chọn cách tự đi. Và tôi cũng vậy. Nhưng điều đó chỉ đúng với du lịch trong nước, khi mà bạn biết quá rõ về địa danh mình muốn tới. Còn với du lịch nước ngoài lại khác nhé. Đặc biệt là nếu xuất ngoại lần đầu, bạn nên chọn đi theo tour. Và nếu bạn chọn tour kiểu “Free & Easy” thì càng tuyệt.

Đang băn khoăn chưa biết đưa gia đình đi đâu trong hè này, vì các điểm du lịch trong nước cả nhà đã đi hết và trở nên quá quen thuộc, tôi được một chị bạn làm trong ngành du lịch tư vấn: “Sao không thử đi Cam (Campuchia)? Người Việt mình giờ đi Cam nhiều lắm đó. Em có biết kì nghỉ lễ 30/4 - 01/5 vừa rồi có 7.000 người xếp hàng ở cửa khẩu Mộc Bài để sang Cam không? Chị biết ở Sài Gòn có một tour khá ổn, dịch vụ V.I.P khỏi chê, để chị giới thiệu cho nhé?” Sau khi được bà chị tư vấn và giới thiệu tận tình, tôi quyết định nhắc máy gọi đặt tour du

lich Nagaworld 03 ngày 02 đêm.

Ngày đầu tiên của tour, đúng 7 giờ sáng một xe bus hạng sang của khu phức hợp và giải trí Nagaworld đón chúng tôi trước tòa nhà Bitexco, Q1, Tp.HCM. Trên xe được trang bị ghế massage, toilet riêng, màn hình LCD riêng,... làm chặng đường Sài Gòn - Phnom Penh mất gần 05 giờ đồng hồ như trôi nhanh hơn. Điều đặc biệt, tour Nagaworld này bao gồm luôn cả dịch vụ làm thủ tục xuất nhập cảnh. Vì vậy, khi đến cửa khẩu bạn không phải mất thời gian xếp hàng xin dấu xuất nhập cảnh mà chỉ cần ngồi trên xe chờ nhân viên tour làm hết cho bạn những điều này, sau đó nhận lại hộ chiếu và xuống xe bước qua cửa khẩu là đã sang đến đất nước Campuchia. Và lên xe để tiếp tục hành trình tới Phnom Penh.

Suốt dọc đường đi chúng tôi cũng khám phá và được chia sẻ nhiều thông tin bổ ích về truyền thống, văn hóa, phong tục, tập quán của người Cam từ cô hướng dẫn viên tận tình. Chẳng hạn như trên đường

đi, bạn sẽ bắt gặp rải rác những ngôi nhà treo rèm cửa sổ màu hồng. Điều này có nghĩa là gia đình đó đang có con gái đã đến tuổi cập kê, cũng đồng thời là báo hiệu cho các chàng trai tới tìm hiểu. Còn đàn ông ở Cam, phải đi tu ba năm sau đó mới được lấy vợ,... Ngoài ra, bạn cũng tận mắt chứng kiến các món ăn độc đáo dọc đường của người Cam như đế mền chiên tẩm tỏi ớt, ngó chiên, ốc hấp,... mà bạn không nên bỏ qua.

Khi xe đã đến cửa ngõ của thủ đô Phnom Penh, chỉ mất khoảng chục phút là cả đoàn chúng tôi đã có mặt tại Nagaworld. Nagaworld nằm giữa vùng địa thế ven bờ đẹp như tranh vẽ của sông Mekong và Tonle Sap tràn đầy sức sống. Bước vào bên trong, tôi thực sự choáng ngợp trước khu vực giải trí, khu vực này nằm trọn tám tầng lầu, bao gồm các sòng bài được bố trí rải rác khắp mọi nơi, nhà hàng, bar, và cả những lounge dành cho karaoke,... Ngoài ra, Nagaworld còn dành riêng 14 tầng với hơn 500 phòng Deluxe sang trọng và các dãy Suite rộng rãi với khu vực spa chuyên dụng để bạn có thể tận hưởng những tiện nghi xa hoa và nạp thêm vào mình những hứng khởi khám phá vô tận.

Về ẩm thực, bạn có nhiều lựa chọn từ vô số các món ăn được chế biến theo phong cách của địa phương đến các lựa chọn món ăn từ ẩm thực Á - Âu. Nếu yêu thích không gian lãng mạn, với những món ăn Pháp ngon tuyệt, bạn nên đến nhà hàng Le Gourmet dùng bữa tối. Hoặc đến nhà hàng Bistro Romano để thưởng thức các món ăn Ý tinh tế gồm nhiều lựa chọn thú vị từ các món ăn tươi ngon. Nhà hàng này thích hợp cho các bữa tối riêng tư, tiệc cocktails, các sự kiện, tiệc lớn,... Còn không, bạn có thể chọn nhà hàng Pangea Fusion để thưởng thức ẩm thực của sự kết hợp giữa phương Đông và phương Tây, chọn nhà hàng Korean Grill để thưởng thức đồ nướng Hàn Quốc,...

Vào buổi tối, CLB 88 là nơi gặp gỡ bạn bè để hát những giai điệu yêu thích, hoặc đơn giản là khám phá một không gian vui chơi với hệ thống karaoke đời mới được thiết



kế sang trọng, quầy bar riêng và các loại cocktails, đồ uống phong phú. Giới trẻ sành điệu, có thể đến Darlin Darlin bar để vui chơi với ban nhạc thâu đêm trong một khung cảnh hấp dẫn, quyến rũ cùng những ly sâm panh đến cocktail hay đồ uống có cồn hạng nặng để thỏa thích những đam mê cháy bỏng. Nếu không, bạn có thể thưởng thức các loại đồ ăn nhanh, sandwich, trà,... trong không khí của thác nước và giai điệu của những bản nhạc piano du dương tại sảnh của khách sạn. Hay đi lang thang, ngắm cảnh Phnom Penh về đêm cũng là lựa chọn thú vị.

Những ngày tiếp theo, bạn nên đến Cung điện Hoàng gia - một biểu tượng lộng lẫy của Vương quốc Campuchia, là nơi diễn ra các cuộc họp của Quốc hội cũng như chỗ ở của Quốc vương. Và đến Wat Phnom - một ngôi chùa linh thiêng nằm yên ả trên một đỉnh đồi đầy cỏ. Nhưng nhớ là bạn không nên cầu tình duyên tại ngôi chùa này nhé. Bạn cũng có thể mua sắm tại chợ Nga, chợ Trung tâm, khu thương mại Sorya, hoặc tản bộ trên con phố nghệ thuật 178 để lựa chọn cho mình những tác phẩm điêu khắc bản xứ chính hiệu. Ngoài ra, còn rất nhiều địa điểm giải trí hấp dẫn ở

Nagaworld đang chờ bạn khám phá.

Với chi phí 125USD/người cho phòng đôi hoặc 180USD/người cho phòng đơn bao gồm xe đưa đón Sài Gòn - Phnom Penh, 03 ngày 02 đêm nghỉ tại khách sạn 5 sao, 02 bữa sáng miễn phí, và có 30đô cho các bữa trưa, tối tại một số nhà hàng trong Nagaworld, cùng tour thăm thú quanh Phnom Penh như chùa Wat Phnom, Cung điện Hoàng gia, Chợ Trung tâm,... có vẻ như khá hấp dẫn, khi mà du lịch nước ngoài đang là điều mới mẻ với đa số khách Việt.

Và cuối cùng, nếu bạn đang thực sự quan tâm đến tour du lịch Nagaworld này, hãy nhắc máy ngay và gọi đến số: 08 6298 6969 - 08 6291 8788 - 08 6291 8798 để đặt chỗ hoặc để được tư vấn thêm nhé.

137

STYLE

● Hangout Corner



CHILL SKYBAR

Nằm ngay trung tâm thành phố Sài Gòn, với tên Chill là một skybar kiêm nhà hàng và lounge đáng đến bậc nhất. Đến Chill vào bất cứ thời điểm nào trong ngày, tôi đều tìm thấy lý do để ở lại. Tôi thường đứng từ Chill tại hai tầng cao nhất của AB Tower để ngắm toàn cảnh hoàng hôn tuyệt đẹp và thưởng thức thực đơn Happy Hour, hay đôi khi chỉ là để quan sát nhịp sống sôi động, hối hả của Sài Gòn về đêm và thưởng thức bữa tiệc Cocktail Feast. Theo tôi được biết, Chill còn là đại diện đầu tiên về ẩm thực và giải trí của Việt Nam giành giải thưởng toàn cầu trong cuộc thi “Thiết kế nội thất cho giải trí và nhà hàng tốt nhất” do hiệp hội bất động sản quốc tế kết hợp với viện hoàng gia Anh Chartered Surveyors tổ chức. Chính vì những lý do đó, Chill sẽ luôn là một điểm đến đẳng cấp, là nơi người nổi tiếng thường đến để trải nghiệm ẩm thực và giải trí đúng tầm thế giới.



Khi nhắc đến 10 địa điểm giải trí thú vị, được yêu thích nhất Tp.HCM, thì Saigon Saigon Bar của khách sạn Caravelle là một địa chỉ không thể bỏ qua.

Tọa lạc tại khách sạn Caravelle lịch sử, Saigon Saigon Bar sở hữu không gian ngoài trời thoáng đãng. Từ Saigon Saigon Bar bạn có thể ngắm nhìn toàn cảnh thành phố tráng lệ. Vào buổi chiều tối, đây là địa điểm tuyệt vời để gặp gỡ và thư giãn cùng bạn bè trong khi ngắm mặt trời lặn dưới những ánh đèn lung linh thành phố.

Cuồng nhiệt cùng World Cup 2014, những vũ điệu sôi động và nóng bỏng của ban nhạc nổi tiếng phục vụ hàng đêm luôn là điểm nhấn khiến cho không gian nơi đây thêm rộn ràng và

SAIGON SAIGON BAR

nhieu màu sắc. Từ ngày 13/6 – 14/7, hãy đến Saigon Saigon Bar thưởng thức những trận cầu gay cấn của Thế giới bên một ly vang thơm nồng hoặc một cốc bia mát lạnh. Đồng hành với các tín đồ của môn thể thao vua, Saigon Saigon Bar đang có chương trình ưu đãi “Một tặng một” vô cùng hấp dẫn vào mỗi đêm diễn ra trận đấu. Theo đó, khi mua một ly vang hoặc một ly bia Tiger hay San Miguel tươi, bạn sẽ được miễn phí ly thứ 2 cùng loại.

Cùng hội ngộ tại Saigon Saigon Bar để tận hưởng ưu đãi đặc biệt và trải qua những giây phút vui buồn, thăng hoa khi trái bóng lăn từ trận đấu đầu tiên đến khi hồi còi kết thúc trận chung kết vang lên vào ngày 14/7.



CÀ PHÊ L'USINE

SIGNATURE

Không chỉ được biết đến bởi vị trí đẹp – tọa lạc tại tầng 23 khách sạn Sheraton Sài Gòn, nằm ngay trung tâm thành phố với hướng nhìn xuống con đường Nguyễn Huệ và Ủy ban Nhân dân thành phố lịch sử, Signature còn được biết đến trong vai trò của một nhà hàng chuyên phục vụ các món ăn kết hợp giữa Đông và Tây.

Do đã vài lần đến Signature dùng bữa và cảm thấy khá thích thú với phong cách ẩm thực cũng như không gian nơi đây nên tôi quyết định chọn Signature cho một cuộc hẹn quan trọng với cô bạn mới quen. Tất nhiên thời điểm tôi lựa chọn là vào một ngày cuối tuần rảnh rang.

Theo hẹn, đúng 07 giờ tối chúng tôi có mặt tại Signature. Lúc này, nhà hàng vẫn chưa thực sự đông khách và cô bạn tôi nhanh chóng chọn cho cả hai một chỗ rất riêng tư ở phía ngoài trời – nơi có không gian lộng gió, mà trong khi ăn bạn vẫn có thể phóng tầm mắt nhìn bao quát một góc thành phố Sài Gòn.

Vì tin tưởng vào kinh nghiệm dày dặn của vị bếp trưởng nhà hàng, nên chúng tôi chọn luôn một set menu để dành nhiều thời gian trò chuyện hơn. Khi lần lượt các món ăn được dọn lên, tôi thấy rằng nguyên liệu để làm ra các món ăn được chọn lựa không quá cầu kỳ, nhưng vẫn mang đậm chất nghệ thuật, đảm bảo độ tươi ngon và đáp ứng những tiêu chuẩn khắt khe nhất của một nhà hàng thuộc hạng sang.

Ngoài không gian đẹp, món ăn ngon, điểm cộng cho Signature là nhân viên thân thiện, nhanh nhẹn, luôn có mặt kịp thời ngay khi khách cần sự giúp đỡ.

Nếu bạn còn đang phân vân chưa biết chọn địa điểm cho một cuộc hẹn quan trọng, vậy thì chẳng có lý do gì lại không thử một lần đến Signature. Tôi chắc chắn Signature sẽ làm bạn hài lòng.

139

STYLS

Tọa lạc trên con đường Đồng Khởi, L'Usine không chỉ đơn thuần là một quán cà phê mà còn là một cửa hiệu thời trang, là phòng trưng bày nghệ thuật được trang trí, sắp đặt dựa trên cảm hứng về hình ảnh Việt Nam thời kì Đông Dương.

Lấy cảm hứng từ vẻ đẹp thanh tao vượt thời gian và nền công nghiệp của kỉ nguyên Đông Dương, L'Usine thừa hưởng một không gian kiến trúc không chỉ thể hiện được sự sáng tạo hiện đại của đất Việt mà còn phản ánh được phong cách thời trang toàn cầu.

Với vô số nhân hiệu độc quyền được nhập khẩu trực tiếp từ khắp nơi trên thế giới, L'Usine được trang hoàng bằng những chiếc kệ thanh lịch và lối đi đẹp mắt theo phong cách đương đại, những thiết kế sang trọng đến những kiểu dáng thông thường được làm bằng chất liệu cao cấp. Từ London hay Paris đến New York và Tokyo, mỗi thiết kế ở đây đều được lựa chọn kỹ lưỡng để phù hợp với khí hậu nhiệt đới của Sài Gòn. Ở L'Usine, du khách không chỉ tìm thấy những kiểu dáng trang phục ưa thích mà còn thích thú với nhiều loại cà phê và thực đơn nước uống phong phú. Sẽ thật tuyệt vời nếu vào mỗi buổi sáng sớm hay chiều tối, bạn tới đây gọi cho mình một ly cà phê theo sở thích rồi nhâm nhi và đọc sách. Ngoài ra, L'Usine còn phục vụ bạn những món ăn nhẹ như bánh mì, salad, mì spaghetti. Bánh ở đây chủ yếu là homemade rất ngon, thơm mùi bơ, phô mai béo ngậy.

Và cuối cùng, bạn cũng đừng quên nếm thử những loại bánh ngọt theo thực đơn thay đổi mỗi ngày ở L'Usine.



DON MELCHOR:

*Câu chuyện cổ tích hiện đại
của CHI-LÊ*

Khải Minh



Những dòng rượu lấp lánh màu ngọc ruby ánh lửa chảy từ chai Don Melchor 1988 vào bình chất, phảng mùi gỗ tuyết tùng và mứt mật.

“Mỗi lần rót chai 1988 này vào bình chất tôi lại có một cảm xúc rất đặc biệt, đây là mùa vụ thứ hai của Don Melchor, và đã gần 3 thập kỷ trôi qua, nhưng hương thơm tươi mát của trái cây vẫn còn lưu lại.” – ông Cristian Lopez, Giám đốc Kinh doanh khu vực Châu Á của tập đoàn Concha Y Toro, hào hứng chia sẻ trong khi đang nhẹ nhàng trút rượu sang bình thủy.

“Viên ngọc quý” của Concha Y Toro

Kết tinh từ những trái nho trồng trên vùng đất tốt nhất của thung lũng Maipo, Don Melchor là cuộc tìm kiếm không ngừng của gia đình Guisastis để đạt được dòng vang thể hiện chân thực nhất vẻ đẹp hài hòa của giống nho Cabernet Sauvignon của Chi-lê. Don Melchor được coi là “viên ngọc quý” trong danh mục rượu cao cấp của Concha Y Toro, và là biểu tượng của rượu vang Chi-lê. Tại nhà sản xuất Concha Y Toro, Don Eduardo Guisastis ấp ủ một tia hi vọng về việc mãi mãi thay đổi hình ảnh rượu vang Chi-lê. Năm 1986, ông cùng con trai Rafael, và nhà nghiên cứu rượu vang, Goetz Von Gersdorff, đến Bordeaux gặp gỡ cha đẻ của nghệ thuật làm rượu vang hiện đại, Emile Peynaud. Họ hi vọng lớn lao vào quan điểm của Don Eduardo Guisastis, cho rằng những trái nho Cabernet Sauvignon khi được trồng trên ruộng vang Puente Alto dưới chân dãy Andes sẽ thay đổi đánh giá của quốc tế về rượu vang Chi-lê.

Và quả thực Peynaud đã nhận ra những phẩm chất ưu việt của những trái nho khi được trồng ở vùng đất Puente Alto. Ông đánh giá những mẫu vang năm 1986: “Vang đã đạt được gần đến chất lượng hảo hạng, thật hiếm. Có một tiềm năng lớn ở rượu vang này mà tôi đã từng nghĩ, tôi không thể tìm thấy ở đâu ngoài Pháp”. Tuy nhiên, đối tác và người kế vị của Peynaud, người đã tư vấn cho 4 trong 5 nhà

sản xuất Hạng nhất Bordeaux (First Growths), Jacques Boissenot, mới là người khơi dậy thử thách.

Được khuyến khích, dự án được đặt tên theo tên của người sáng lập Concha Y Toro, Don Melchor và bắt đầu mùa vụ đầu tiên năm 1987. Boissenot đã đến Chi-lê hàng năm trong suốt một thập kỷ ròng rã để chọn những trái nho ngon nhất và kết hợp với Concha Y Toro trong việc pha trộn rượu hàng năm.

Don Melchor thể hiện chân thực tinh túy của giống nho Cabernet Sauvignon. Từ một trong những vùng đất tốt nhất trên thế giới cho giống nho này, ruộng nho tại Puente Alto, qua nhiều năm, được chia thành các lô nhỏ trồng những cây nho đồng nhất và được chăm sóc độc lập để có thể theo dõi sự phát triển của từng cây. Enrique Tirado, nhà nghiên cứu rượu vang của Don Melchor từ 1997, theo dõi từng cây nho một để đem lại những trái nho cân bằng hoàn hảo: giàu đậm cả vị, màu sắc và hương thơm.

Nay, đã 24 mùa vụ, Don Melchor đã lập một kỷ lục chưa từng có cho một dòng rượu vang Chi-lê, đảm nhận vai trò thể hiện tiềm năng của Chi-lê trong việc sản xuất những

dòng rượu vang tinh tế, đẳng cấp quốc tế. Mỗi mùa vụ Don Melchor đều có chất lượng ổn định và tuyệt hảo. Don Melchor cũng thường xuyên được báo chí quốc tế như tờ Wine Spectator của Mỹ dành điểm rất cao cho dòng rượu này qua các năm. Ví dụ, vụ mùa năm 2001 và 2003 đã đứng thứ 04 trong danh sách 100 rượu vang hàng đầu thế giới của năm 2005 và 2006. Mùa vụ 2010 Don Melchor là lần thứ tư dòng rượu này được đánh giá từ 95 điểm trở lên của tạp chí Wine Spectator, khiến Don Melchor trở thành rượu vang có điểm cao nhất của Chi-lê và tiếp tục được ghi nhận là “biểu tượng” rượu vang từ giống nho Cabernet Sauvignon của đất nước Chi-lê.



141 **STYLES**



Thổ nhưỡng đặc biệt của Puente Alto

Chỉ khoảng 04 km từ Pirque, ruộng nho Puente Alto đóng vai trò quan trọng trong lịch sử rượu vang Chi-lê. Những giống nho đầu tiên của Pháp được trồng chính tại đây vào thế kỷ 19 trước khi dịch phylloxera bùng nổ, triệt phá các ruộng nho châu Âu. Ruộng nho Puente Alto rộng 127 hecta gồm 7 lô, với tỷ lệ cụ thể mỗi lô được lựa chọn để đóng góp chất vào pha trộn cuối cùng của Don Melchor.

Một trong những đặc điểm quan trọng của mảnh đất là vị trí nằm trên những vỉa phù sa cổ nhất bên dòng sông Maipo, nơi thành phần đất, đá sỏi giàu khoáng chất đem lại chất lượng độc đáo của Don Melchor, thể hiện rất rõ trong bộ sưu tập Don Melchor 03 thập kỷ. Chất đất đá học nghèo dinh dưỡng và nhanh thoát nước giúp cây nho không bị úng nước và đòi hỏi rễ nho phải đâm sâu xuống lòng đất hút lấy khoáng chất ở các vỉa đá sâu hơn để nuôi dưỡng cây nho và trái nho, đem lại hương vị tinh túy cho rượu. Ông Cristian chia sẻ: “Cây nho cũng giống như con người, sống ở điều kiện khó khăn, chúng sẽ càng nỗ lực vươn lên vào đem lại hương vị

tuyệt hảo. Giống như lời của nhà sản xuất trong bộ phim “Bottle Shock”, đất đai trù phú màu mỡ chỉ đem lại những cây nho lười biếng, và đem lại hương vị rượu nhạt nhẽo.”

Trải nghiệm 3 thập kỷ của Don Melchor

Với những mùa vụ khác nhau của Don Melchor trong 3 thập kỷ sản xuất dòng rượu này, người tham dự chương trình đã có dịp trải nghiệm và cảm nhận sâu sắc hơn hương vị rượu từ vùng đất Puente Alto, theo cùng sự thay đổi của thời gian. Để làm nên một dòng rượu, cần có cả ba yếu tố, thiên – địa – nhân mà theo châm ngôn tiếng Việt có câu “thiên thời – địa lợi – nhân hòa”.

Trong suốt chiều dài 03 thập kỷ, cả 03 yếu tố này đều thay đổi. “Thiên” – khí hậu thay đổi hàng năm đem lại đặc tính rượu vang khác nhau mỗi mùa vụ, đặc biệt với những dòng rượu được làm từ nho thu hoạch từ 01 vùng thổ nhưỡng cụ thể như Don Melchor. Ví dụ như, năm 1988 là năm Don Melchor chịu ảnh hưởng của hiện tượng El Nino, lượng mưa tăng gấp đôi hàng năm khiến thời kỳ nho chín kéo dài ra, rượu mang hương vị phong phú nhưng vị mềm mại

hơn các mùa vụ có thời tiết hài hòa. Hay như 2 mùa vụ 2005 và 2007, thời tiết thuận lợi, đủ ấm và không mưa cuối mùa thu hoạch, nhà sản xuất có thể đợi trái nho chín đủ rồi mới thu hoạch, đem lại hương vị rượu đầy đặn, phong phú tuyệt vời. “Địa” – đất đai tương chừng như không đổi, nhưng với những nỗ lực nghiên cứu đất của Don Melchor, lại là một sự thay đổi quan trọng cho dòng rượu cao cấp này. Phải đến năm 1997, Don Melchor mới thực sự hoàn thiện những nghiên cứu về hương vị của rượu từ giống nho Cabernet Sauvignon thu hoạch từ từng lô trong các lô đất của vùng Puente Alto. Chính vì thế, rượu Don Melchor mùa vụ 1999, 2001, 2005, 2007, 2009 và 2010 được thử trong chương trình “3 thập kỷ của Don Melchor” thể hiện rõ rệt sự đồng nhất và cải tiến về chất lượng của rượu, so với 2 mùa vụ cũ 1988 và 1993, khi nghiên cứu về 7 lô đất chưa được hoàn thiện. Cái nhìn về đất thay đổi, đi sâu vào cá tính của rượu từ từng lô đất, chọn những trái nho tốt nhất của từng lô đất, đem lại kết quả khác biệt và đem lại đẳng cấp ổn định cho Don Melchor. Chính những nghiên cứu, nỗ lực và sự cải tiến, là yếu tố “nhân” tối quan trọng, làm nên thương hiệu Don Melchor. Con người khắc phục thiên nhiên, nghiên cứu đất tỉ mỉ, hiểu đến từng cây nho, theo dõi diễn biến phát triển của cây trái từng mùa vụ và đưa ra quyết định vào những thời điểm quan trọng, để giữ được phong cách và đỉnh cao chất lượng của Don Melchor qua 24 mùa vụ, chính là điểm khác biệt về tầm nhìn mà không phải nhà sản xuất nào cũng có được và có thể theo đuổi được đến cùng. Sự kết hợp thiêndiạnhân trong sự vận động không ngừng của 3 thập kỷ, đòi hỏi sự tinh tế và tài hoa của nhà làm rượu, đã đưa Don Melchor trở thành rượu vang đầu tiên và duy nhất của Chi-lê, có thể khẳng định đẳng cấp chất lượng hảo hạng tầm cỡ quốc tế trong vòng 3 thập kỷ và cho đến bây giờ vẫn được coi là rượu từ Cabernet Sauvignon ngon nhất Chi-lê.

Entertainment



● Celebrity

N HẠ C SĨ

QUỐC TRUNG

Đ ư ờ n g X a V ậ n D ặ m
M â y T r ắ n g C ò n B a y

Bài: Tuệ Minh / Ảnh: Samuel Hoàng



Creative Director & Photographer : **Samuel Hoang** Make up & Hair: **Monica Thach Thao** Stylist: **Lan Anh**
Producer: **Cam Nhung** Assistant: **Ha Van** Fashion: **Christian Dior** (Trang Tien Plaza, Hanoi, Vietnam.)

VỚI NHẠC SỸ QUỐC TRUNG, TÔI TIN RẰNG CÁI SỰ “THÀNH” HAY “BỂ” CỦA MỘT SHOW DIỄN – XÉT CHO CÙNG – CÙNG CHỈ LÀ MỘT TRẢI NGHIỆM NHỎ. BỞI VỚI ANH, SỰ NGHIỆP NGHỆ THUẬT GIỐNG NHƯ MỘT CON ĐƯỜNG CHẴNG BAO GIỜ CÓ ĐÍCH, CÒN ANH CỨ NHƯ MỘT Đám Mây Trắng, Mãi Mê Bay, Mãi Mê Trải Nghiệm, Mãi Mê Tìm Tòi Những Điều Mới Mẻ - TRÊN CON ĐƯỜNG NGHỆ THUẬT CỦA RIÊNG MÌNH!

Nếu như công thức chung của không ít ca sĩ và những người làm nghệ thuật bây giờ là đưa ra những tác phẩm tốt, rồi xuất hiện thường xuyên trên truyền thông thì Quốc Trung lại chỉ tập trung hoàn toàn vào âm nhạc. Khi được hỏi “Là một nhạc sĩ nhưng anh cũng rất nổi tiếng với phong cách của mình, thậm chí trở thành cái tên thường xuyên được một số hãng đồ uống mời làm đại sứ, anh suy nghĩ sao về điều này?” Anh đã trả lời: “Tôi không phải là một người chú ý đến phong cách thời trang và cũng không nghĩ mình nổi tiếng với phong cách thời trang. Tôi cũng không còn tham gia nhiều show truyền hình để đủ hot mà có nhiều show quảng cáo, tôi muốn mình được biết đến với phong cách âm nhạc.”

Với thói quen nghĩ một cái tit trước khi lên khung và bắt đầu viết một cái gì đó, tôi đã phải ngồi nghĩ rất lâu trước khi có thể bắt tay vào viết. Những câu trả lời của anh Quốc Trung cho tôi ấn tượng về một người

đàn ông trung dung trước mọi việc. Mọi thứ với anh, ngoài âm nhạc dường như không quan trọng. Anh cứ đi, cứ sống, cứ không ngừng thể nghiệm. Có lẽ lúc này đây, bạn đã hiểu tại sao bài viết lại có tên “**Quốc Trung: Đường Xa Vạn Dặm, Mây Trắng Còn Bay**.”

Có lẽ chính tâm thế đó đã đặt Quốc Trung vào một vị trí khác và một quan điểm khác. Việc anh Quốc Trung không thực sự đánh giá cao âm nhạc thị trường rồi K-Pop có lẽ là điều không khó hiểu với một số người. Tuy nhiên không có nghĩa anh không thừa nhận sự tồn tại của những dòng âm nhạc khác. Khi tôi đặt câu hỏi: “Anh có nghĩ cái thời âm nhạc để nghe đã qua rồi. Bằng chứng anh đã bể show vì ế vé, trong khi các chương trình âm nhạc của các ca sĩ K-Pop thì vẫn tấp nập người xem?” Và câu trả lời mà tôi nhận được là: “Bạn nói vậy thành ra tôi có vẻ ghen tị với họ hay quá tự ti so với họ. Tôi là người chuyên nghiệp nên biết rõ sức hút của từng thể loại âm nhạc và cũng biết rõ mình làm được gì. Chúng tôi đã tiên lượng được lượng khán giả cho những mô hình của mình tuy nhiên bể show còn do nhiều lý do khác. Âm nhạc và nghệ thuật không nên mang ra so sánh vì sẽ rất lệch lạc. Chẳng hạn nếu lấy số lượng khán giả để đánh giá chất lượng, các nghệ sĩ nhạc cổ điển hay nhạc jazz sẽ thật là thảm hại khi bị đem đặt bên cạnh các ca sĩ pop-rock. Chỉ có ở những môi trường lạc hậu thì mới chỉ có một duy nhất mô hình biểu diễn.”

Có lẽ sẽ không khó để nhận biết

quan điểm âm nhạc của anh Trung. Khi tôi hỏi anh về Sơn Tùng M-TP, anh đã trả lời thẳng: “Tôi không chú ý và cũng chỉ 1 lần xem Sơn Tùng hát trong VNI và không ấn tượng gì về cậu bé này. Tuy nhiên tôi tin là Huy Tuấn có lý cho sự chọn lựa hợp tác với Sơn Tùng.” Còn khi được hỏi: “Anh từng nhận xét Nghệ sĩ K-Pop gần như không có tài năng? Vậy phải chăng anh phản đối ý tưởng đi xem ca nhạc. Với anh ca nhạc vẫn cần phải nghe nhiều hơn?” Anh Trung đã rất dứt khoát: “Tôi không nói tất cả họ đều vậy. Cái tôi muốn là lớp trẻ cần có cách đánh giá đúng đắn hơn về TÀI NĂNG ÂM NHẠC đối với các thần tượng của mình. Còn đã nói âm nhạc thì phải là để nghe và ca sĩ phải hát chứ không nên tìm những từ khác để đặt tên cho loại hình đó đi.” Và có chăng vì quan điểm đó mà anh Trung đã trả lời tôi thẳng thắn khi được hỏi “Anh nghĩ sao khi các ngôi sao, ca sĩ, nhạc sĩ giờ đang ngày càng chú ý tới quảng cáo và những giá trị thương mại nhiều hơn là việc làm nghệ thuật – nghề chính của họ?”. Câu trả lời của anh là: “Không thể chối bỏ việc chúng ta đang có quá nhiều cái gọi là “ngôi sao” mà thành công lại tới với họ quá dễ, quá nhanh nên có ít giá trị nghệ thuật thực sự. Điều này tạo tiền đề cho lớp trẻ ảo tưởng về tài năng bản thân và bị hấp dẫn bởi những giá trị hào nhoáng ngoài nghệ thuật. Chúng ta đang có quá ít nghệ sĩ đích thực mà lại quá thừa ngôi sao giải trí thấp cấp.”

Thẳng tính, không thích nói là không thích, thích nói là thích, Quốc Trung luôn thoải mái đón nhận những khen chê với tấm lòng kiên







“Không thể chối bỏ việc chúng ta đang có quá nhiều cái gọi là “ngôi sao” mà thành công lại tới với họ quá dễ, quá nhanh nên có ít giá trị nghệ thuật thực sự. Điều này tạo tiền đề cho lớp trẻ ảo tưởng về tài năng bản thân và bị hấp dẫn bởi những giá trị hào nhoáng ngoài nghệ thuật. Chúng ta đang có quá ít nghệ sĩ đích thực mà lại quá thừa ngôi sao giải trí thấp cấp.”



định cho điều mà anh theo đuổi. Để đáp lại những quan điểm về sự phá cách quá mức của bài Đi Học mà anh đã thực hiện trong Giai Điệu Tự Hào, anh Trung khẳng định: “Tôi có tiêu chí về âm nhạc và sẽ luôn kiên định theo đuổi nó. Ngoài ra, chương trình Giai điệu tự hào cũng hướng về những cái mới để gợi mở tranh luận và quan điểm khác nhau. Chúng tôi không có ý định tái hiện mà mong muốn mang lại hơi thở mới cho những ca khúc đã quá quen thuộc trong suốt nhiều năm qua. Tôi nghĩ trong một môi trường văn minh và để cao sáng tạo thì việc đó là hết sức bình thường.” Anh cũng khẳng định: “Tôi không phải là ngôi sao hay celeb để phải giữ fan, phải vuốt ve giả dối. Việc khen chê trong nghệ thuật là hết sức bình thường, có bao nhiêu người thích thì cũng sẽ có từng đó người phản đối, phải tự tin để đón nhận ý kiến như vậy. Hơn nữa quan điểm cá nhân thì cũng chỉ là của một cá

nhân, nếu nó không đủ lý lẽ và sức thuyết phục số đông thì cũng chẳng có gì phải quá lo lắng.”

Và quả thực không ngoa khi nói trên “Con đường xa vạn dặm, Mây trắng còn bay đó”, thất bại với anh Trung luôn chỉ là một cơ hội để hoàn thiện mình - không hơn! Anh chia sẻ sau Cẩm tay mùa hè bị bể show, anh đã rút được không ít kinh nghiệm “để tiếp tục làm tốt hơn, chuẩn bị kỹ hơn về mọi mặt. Cẩm tay mùa hè sẽ không dừng lại và sự kết hợp đó sẽ quay trở lại rất sớm. Tôi chú trọng nâng cao chất lượng nghệ thuật về mọi mặt dù biết lượng khách chưa nhiều và rất khó khăn để cân đối được lợi nhuận và đầu tư. Để có thể có nhiều yếu tố xem hơn thì không khó vì tôi có rất nhiều bạn bè là những đạo diễn hàng đầu nhưng cũng không thể vì thế mà bỏ đi phần nghe hay thay đổi định hướng âm nhạc của chương trình.”



05 PHÚT VỚI QUỐC TRUNG VỀ CA SỸ TRẺ

@Anh nghĩ sao về việc có quá nhiều show truyền hình thực tế và ca nhạc dẫn tới việc ngày càng có nhiều ngôi sao ca sỹ? Liệu điều này có thể dẫn tới một sự lạm phát các ngôi sao không? Anh có cho rằng sự dễ dãi và dễ dàng trong nghệ thuật nói chung và trong âm nhạc nói riêng sẽ dẫn tới việc âm nhạc chính thống bị bóp chết?

Đừng ảo tưởng và bắt các show truyền hình phải gánh vác nghĩa vụ tìm kiếm tài năng thật sự! Họ có những tiêu chí riêng mà trên hết là độ hot và rating của chương trình. Các chương trình có thể tìm ra rất nhiều ngôi sao cho họ nhưng thực tế đã chứng minh là trong đời sống, rất ít ngôi sao có được chỗ đứng vững chắc trong đời sống âm nhạc. Rồi cuộc thi và không còn sự trợ giúp của một đội ngũ chuyên nghiệp, các thí sinh sẽ phải bắt đầu lại từ đầu. Sức ép danh tiếng thì lớn mà tiềm lực và khả năng lại hạn chế làm cho các em đa số đều hoang mang, mò mẫm tìm lối đi cho mình.

@Nhưng vậy, liệu anh có cho rằng

cũng chính sự dễ dãi và dễ dàng trong việc trở thành sao này mà một số người đang có thái độ không tốt đối với người đi trước?

Cũng không nên kết luận đa số như vậy, cũng cần phân biệt giữa lễ phép và sự khác biệt về tư duy và thế hệ. Chúng ta cần định hướng, giáo dục cho lớp trẻ kỹ năng sống nhưng cũng cần tôn trọng họ để họ có tư duy độc lập và nhất là được thỏa sức sáng tạo nghệ thuật. Muốn họ có thái độ tôn trọng thì mình cũng phải tôn trọng chứ không nên áp đặt hay kẻ cả, trịch thượng.

@Cuối cùng, theo anh để trở thành một ca sỹ tài năng, trong thời đại này những yếu tố cần thiết là?

Bản thân danh vị "ca sỹ tài năng" đã nói đủ lên những yếu tố bắt buộc phải có đó là giọng hát xuất sắc, một khả năng âm nhạc nổi trội và một cá tính âm nhạc độc đáo. Để có tất cả những điều đó thì ngoài tài năng ra còn cần lao động nghệ thuật nghiêm túc và cả một ekip chuyên nghiệp hỗ trợ.

NHỮNG DỰ ÁN SẮP TỚI CỦA QUỐC TRUNG

Tôi đang gấp rút chạy đua với thời gian và tiến độ để chuẩn bị cho Festival âm nhạc quốc tế lần đầu tiên được tổ chức tại Hà Nội vào đầu tháng 10.2014. Sẽ có khoảng 10 ban nhạc và nghệ sỹ quốc tế cùng hơn 20 nghệ sỹ, ban nhạc hàng đầu Việt Nam tham dự. Đây là một dự án dành cho cộng đồng và của cộng đồng để xây dựng một lễ hội âm nhạc thường niên, một sản phẩm văn hoá đáng tự hào của cộng đồng, người dân Hà Nội và cả nước.

151

STYLE



ĐÌNH TRẦN TUẤN LINH

— *Phụ nữ Việt Nam
không được lắng nghe đủ*

Hạ Chi

Đình Trần Tuấn Linh là một người đàn ông bí ẩn. Bí ẩn và vô cùng hiểu phụ nữ. Chỉ với hai yếu tố này,

Style đã có đủ lý do để đề nghị một cuộc phỏng vấn với anh.

Gười thiệu về Tuấn Linh ở TADA có ghi “Sinh ra ở cung hoàng đạo Bọ cạp, Reader Đinh Trần Tuấn Linh là sự pha trộn đầy thú vị giữa nét sâu sắc phũ phàng và sự thực tế trần trụi. Tấn công trực diện, đào sâu mọi góc ngách, thẳng thắn với những góc tối của vấn đề chính là phong cách của reader này. Bạn sẽ có cảm giác như anh đang nhìn thấu tất cả tâm tư bạn...” Điều này thì người viết bài chưa có dịp kiểm chứng, vì chưa có cơ hội được anh đọc bài lần nào. Đối lại, có thể khẳng định rằng trò chuyện với Tuấn Linh là một chuỗi trải nghiệm... khó đỡ. Kiểu như phút trước thì rất tử tế phút sau đã chuyển sang đánh đá (Phải ghi chú cẩn thận: đánh đá theo kiểu rất đàn ông, kéo anh ấy phạt ý). Mới nói về những chủ đề thập phần nghiêm túc như ước mơ và giáo dục thì ngay sau đó là “Mình nói nhảm với nhau có phải là vui hơn không!” Người viết bài đã mấy phen cảm thấy “đổ bẻ” với bài phỏng vấn, bởi chẳng cách nào lái nhân vật của mình đi theo kịch bản chuẩn bị trước - rồi lại mừng xém khóc khi xem lại mở tư liệu thu được mới thấy a hóa ra mình có từng thấy thứ hay ho để viết bài.

PV: Chào anh Linh! Với chứng đó gạch đầu dòng về những công việc đã trải qua, chắc chắn rằng Tuấn Linh là một người đàn ông đa tài và phong phú về nội dung. Nhưng thực ra thì độ “phổ cập đại chúng” của anh lại nằm ở gạch cuối cùng – người sáng lập của TADA, diễn đàn Tarot nổi tiếng; một người đọc Tarot uy tín, am hiểu về chiêm tinh học và cung hoàng đạo. Có mâu thuẫn gì không giữa hai bản thể - một người làm về làm kỹ thuật, công nghệ, đồ họa và một thiên về tâm linh, tình cảm?

Tuấn Linh: Không mâu thuẫn. Thực ra, định vị cá nhân của anh là một Digital Content Specialist (Người làm việc trong lĩnh vực nội dung số), nên nói về anh như một chuyên gia Tarot thì không hợp lý lắm. Tarot hay chiêm tinh chỉ là một cuộc chơi ngắn trong 2 năm mà thôi. Trước đây, anh hoàn toàn làm về kỹ thuật, bỗng một hôm thấy Tarot hay hay – thế là học.



Đinh Trần Tuấn Linh là ai?

- Anh là người khởi xướng và thành lập cộng đồng 3D Việt Nam.
- Đồng sáng lập “Chong chóng TV” - công ty truyền hình tương tác - cùng Nguyễn Thế Hoàng Linh và hai cộng sự khác.
- Tham gia nhiều dự án trong lĩnh vực game giáo dục – giải trí với các sản phẩm như Wonderkid, Langonline.
- Là người sáng lập dự án TADA (Tarot) và Chiêm tinh số.

Đầu tiên là xem Tarot cho bạn bè. Trong “cuộc chơi” này, anh bắt đầu hiểu về phụ nữ, hiểu rằng phụ nữ và sự phù phiếm của phụ nữ quan trọng thế nào. Anh thấy phụ nữ không được lắng nghe đầy đủ, thế mà mở TADA ra.

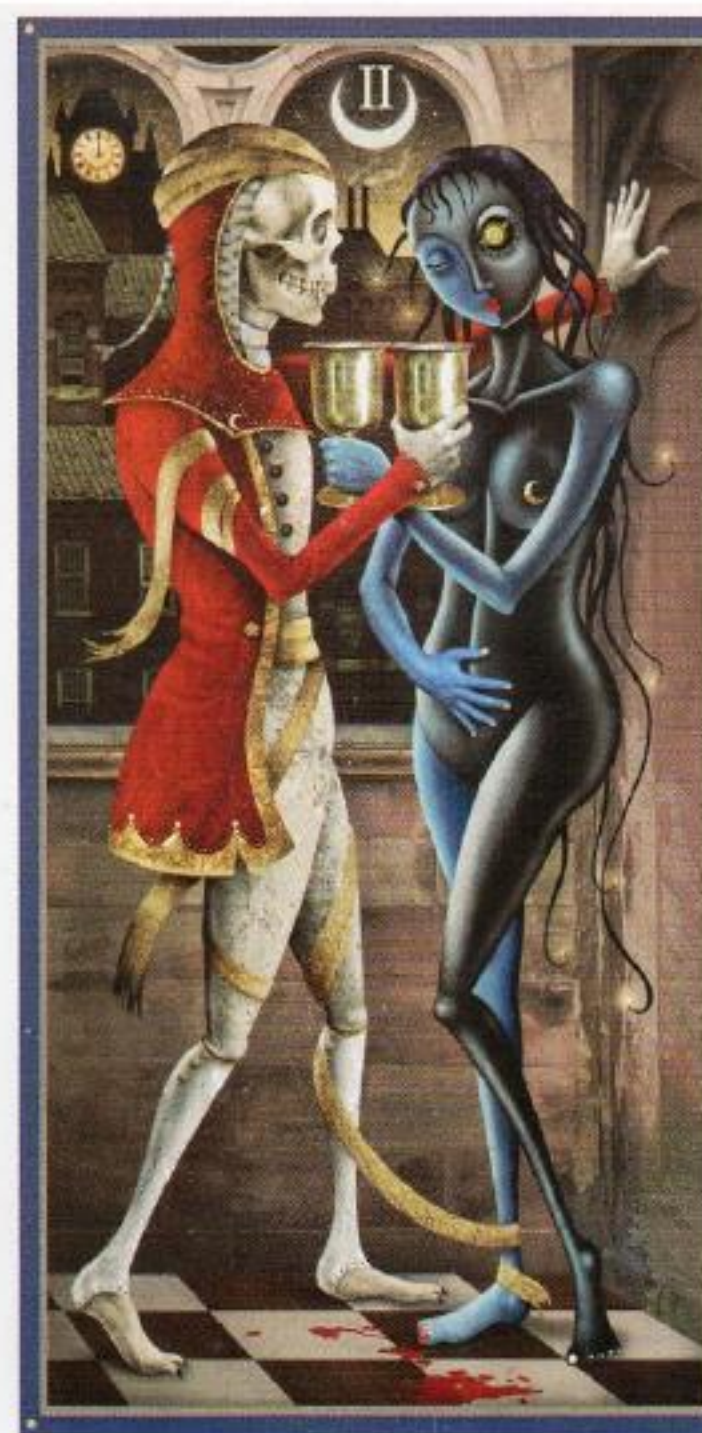
PV: Vì sao anh lại nói “Phụ nữ không được lắng nghe đầy đủ”?

Tuấn Linh: Em có để ý thấy các sản phẩm làm đẹp da thì có rất nhiều trong khi trung tâm tâm lý cho phụ nữ thì rất ít không? Phụ nữ vốn khổ và ít được lắng nghe. Phụ nữ với phụ nữ lại thường làm cho nhau rối tung lên. Anh hiểu Tarot là một công cụ để lắng nghe và chia sẻ. Tức là TADA được tạo ra với mục đích lớn nhất là có thêm một người lắng nghe phụ nữ.

PV: Vì sao phụ nữ lại chịu chia sẻ với Tarot reader? Có phải vì họ dễ dụ dỗ nên sẽ dốc gan dốc ruột tâm sự hết với sự thành kính cao nhất? Như vậy có phải là đánh vào sự cảm tính của phụ nữ không?

● Personality

www.stylemagazine.vn



Tarot và sex giống nhau:

- ♥ *Đều là những công cụ để gắn kết yêu thương, giúp mọi người giải tỏa các ức chế.*
- ♥ *Đều có cùng “ngịch lý” - khi bạn đặt sự thỏa mãn của người kia lên trên mình, bạn sẽ dễ dàng thỏa mãn hơn.*
- ♥ *Nghiên cứu cho thấy sex liên tiếp 5 lần sẽ rất khó có thể tiếp. Tarot cũng như thế*
 - *bạn đừng xem quá 5 câu hỏi liên tiếp cho một người. (Nhưng hoàn toàn có thể tiếp tục với người khác ...)*



...cần hiểu phụ nữ là hái lượm, bảo vệ tổ ấm nên cần cái nhìn toàn thể mọi ngõ ngách. Xem gần tổ ấm có thú dữ không, có cái cây nào có quả không, có gái ngực to nào không..

Tuấn Linh: Không! Tada reader chỉ là người dịch tarot, tức là người dịch ý nghĩa những lá bài, ko phải là bói toán. Đặt mình cao hơn khách hàng, nếu có, là một sai lầm phổ biến của tarot reader.

PV: Trong các lớp học của anh, anh thường chia sẻ quan điểm rằng đừng bình đẳng với phụ nữ mà hãy thiên vị họ, vì họ khổ lắm rồi. Vậy vì sao phụ nữ lại khổ? Vì đàn ông?

Tuấn Linh: Phương Tây có câu “walking a fine line between hope and fear” – mọi thứ luôn có một ranh giới mờ, mọi thứ luôn có hai mặt đối lập mà song song. Ví dụ như hy vọng và sợ hãi cũng là hai mặt của bản chất con người. Nhưng với phụ nữ, họ thường dễ hy vọng và sợ hãi lẫn át sự thật. Hy vọng quá vào mối quan hệ, lo lắng quá vào mối quan hệ - cả hai đều khổ. Họ giống như cái loa phóng thanh - nhân rộng hy vọng và sợ hãi lên rồi bị chính chúng nhấn chìm. Vậy là khổ.

PV: Hình như hy vọng và sợ hãi của phụ nữ cũng là thứ hủy hoại những mối quan hệ?

Tuấn Linh: Đúng vậy. Kết quả của một mối quan hệ thường nằm ở kỳ vọng của cô gái và khả năng đáp ứng kỳ vọng của chàng trai. Mà buồn thay, hầu như phụ nữ họ chỉ cần được yêu thương đủ đầy.

PV: Phụ nữ xem Tarot thích được nghe gì nhất?

Tuấn Linh: Đầu tiên là muốn được chia sẻ, được nghe kể lại câu chuyện của chính mình từ đó phỏng chiếu tâm lý đến bản thân và tự đưa

ra quyết định. Tarot reader là một người kể chuyện thông minh, nếu họ đang hy vọng quá thì tạt nước vào, nếu họ đang sợ hãi quá thì thấp lửa hy vọng. Có những lần khách hàng không nói một câu nhưng mặt rất rạng rỡ giải thoát. Có những lần khác thì mở bài ra khách hàng tự khóc luôn và kể từ đầu tới cuối - reader không nói gì. Quan trọng là khách hàng có được giải tỏa tâm lý hay không thôi, chứ anh sẽ không đi vào cụ thể từng câu chuyện riêng tư. Bởi học cách quên câu chuyện của khách hàng chính là kỹ năng cần có của reader.

PV: Có phải phụ nữ dành nhiều thời gian hơn cho tarot, chiêm tinh, horoscope, hơn hẳn đàn ông không ạ?

Tuấn Linh: Không em ạ. Nhưng cần hiểu phụ nữ là hái lượm, bảo vệ tổ ấm nên cần cái nhìn toàn thể mọi ngõ ngách. Xem gần tổ ấm có thú dữ không, có cái cây nào có quả không, có gái ngực to nào không. Phụ nữ cần cái nhìn tổng thể và chi tiết trong khi đàn ông chỉ cần nhìn rõ mục tiêu, một lao tâm khổ tứ vào con mồi. Tarot cung cấp bức tranh toàn thể, cái mà đàn ông không cần còn phụ nữ bị rối nên rất cần. Đàn ông xem Tarot rất nhiều, họ hỏi là tôi có đạt được không, tôi có kết quả ABC không hầu như họ đã có chi tiết con đường đi đến đó nên xem cho đàn ông thường nhanh gọn ngon bổ rẻ hơn phụ nữ.

PV: Quay lại Tarot, vậy thì rốt cuộc đó chỉ là công cụ tâm lý, nó sẽ nói lên những điều người ta biết rồi, thúc người ta đi theo một quyết định người ta muốn, an ủi người ta tin vào cái họ

nghĩ là đúng, vậy hóa ra... không có gì bí ẩn?

Tuấn Linh: Không hẳn. Trong não người ta có cái gọi là tiềm thức, nó chính là phần giúp em lờ mờ dự báo tương lai. Tarot lấy phần đó ra, hiển thị rõ ràng cho họ và chính họ dự báo tương lai cho mình.

PV: Cái tên TADA có nghĩa là gì? Và Tarot có ý nghĩa riêng tư nào với anh không?

Tuấn Linh: Anh thích một câu ngạn ngữ cổ: Rota Taro Orat Tora Ator – Đảo ngữ từ Tarot, có nghĩa là “Tarot quay vòng quanh quy luật tình yêu”. Việc xây Tada giống như việc anh trả nợ Tarot đã cho anh kiến thức về tâm lý con người vận hành thế nào. Và Tada đơn giản là từ ghép của Tarot - Đạo thôi em!

PV: Nếu Tarot quay vòng quay quy luật tình yêu thì quy luật tình yêu là gì ạ?

Tuấn Linh: Lá Lovers trong Tarot có tên cổ là The Choice – Bản chất của tình yêu là sự lựa chọn. Là lựa chọn có mất mát bản thân hay không, là lựa chọn có đem hy vọng và nỗi sợ hãi của mình ký thác vào sinh vật khác không.

PV: Cám ơn anh Tuấn Linh vì buổi trò chuyện này!



Vệ Binh Dải Ngân Hà - GUARDIANS OF THE GALAXY

Đạo diễn: James Gunn

Sản xuất: Marvel Enterprises, Marvel Studios, Walt Disney Pictures

Khởi chiếu: 01/08/2014

Phim nói về một phi công phản lực được bị mắc kẹt trong không gian, và anh phải đoàn kết một nhóm người ngoài hành tinh để tạo thành một đội quân đủ khả năng đánh bại các mối đe dọa từ vũ trụ. Phim có sự tham gia diễn xuất của Karen Gillan, Bradley Cooper, Zoe Saldana... và sự chỉ đạo của đạo diễn James Gunn.



Giải Cứu Sinh Vật Ngoài Hành Tinh - EARTH TO ECHO

Đạo diễn: Dave Green

Sản xuất: Panay Films, Walt Disney Studios, Relativity Media

Khởi chiếu: 11/07/2014

Sau khi một dự án xây dựng khởi công cạnh nơi ở của mình, những người bạn thân Tuck, Munch và Alex

bắt đầu nhận được những thông điệp mã hóa kỳ lạ qua điện thoại di động. Cảm nhận rằng có điều gì đó quan trọng đang diễn ra, họ báo với các nhà chức trách. Nhưng khi mọi người xung quanh đều từ chối coi các thông điệp này là nghiêm túc, cả ba quyết định dẫn thân vào một chuyến phiêu lưu bí mật để giải mã thông điệp và truy tìm nguồn gốc của nó.

Nhưng việc nắm trong tay những tài liệu này đã vượt ra ngoài tầm suy nghĩ của bộ ba khi họ khám phá ra một bí ẩn đến từ thế giới khác và những người này đang tuyệt vọng cầu cứu sự giúp đỡ của họ. Một chuyến hành trình tuyệt vời đầy hứng khởi, hồi hộp diễn ra sau đó sẽ thay đổi cuộc đời của những bạn trẻ này mãi mãi...

Thám Tử Giày Cao Gót - MAN ON HIGH HEELS

Đạo diễn: Jang Jin

Sản xuất: Lotte Entertainment

Khởi chiếu: 25/07/2014

High Heels được chỉ đạo bởi Jan Jin - đạo diễn lừng danh ở thể loại phim hài, người từng cầm trịch vô số tác phẩm đáng chú ý như Good Morning President, Guns and Talks, Murder, Take One... Cha Seung Won sẽ vào vai một thám tử tài ba, được giao trọng trách giải quyết một vụ giết người.



ĐOẠT HỒN - HOLLOW

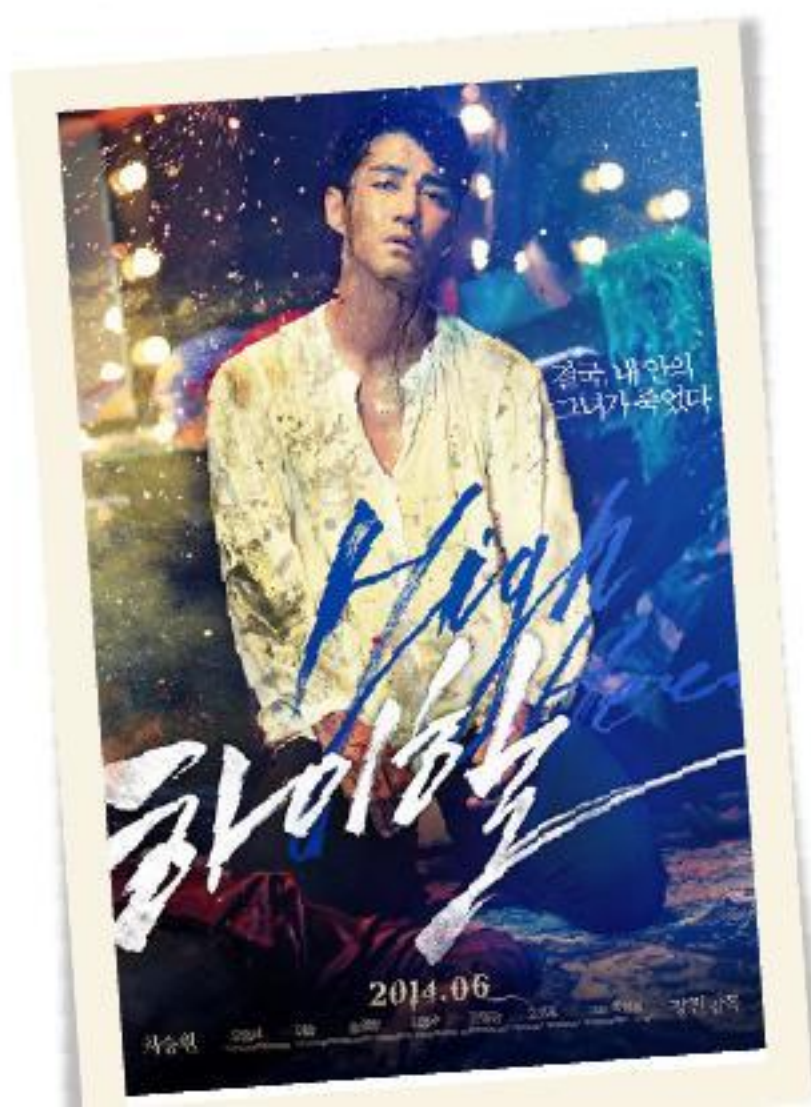
Đạo diễn: Hàm Trần

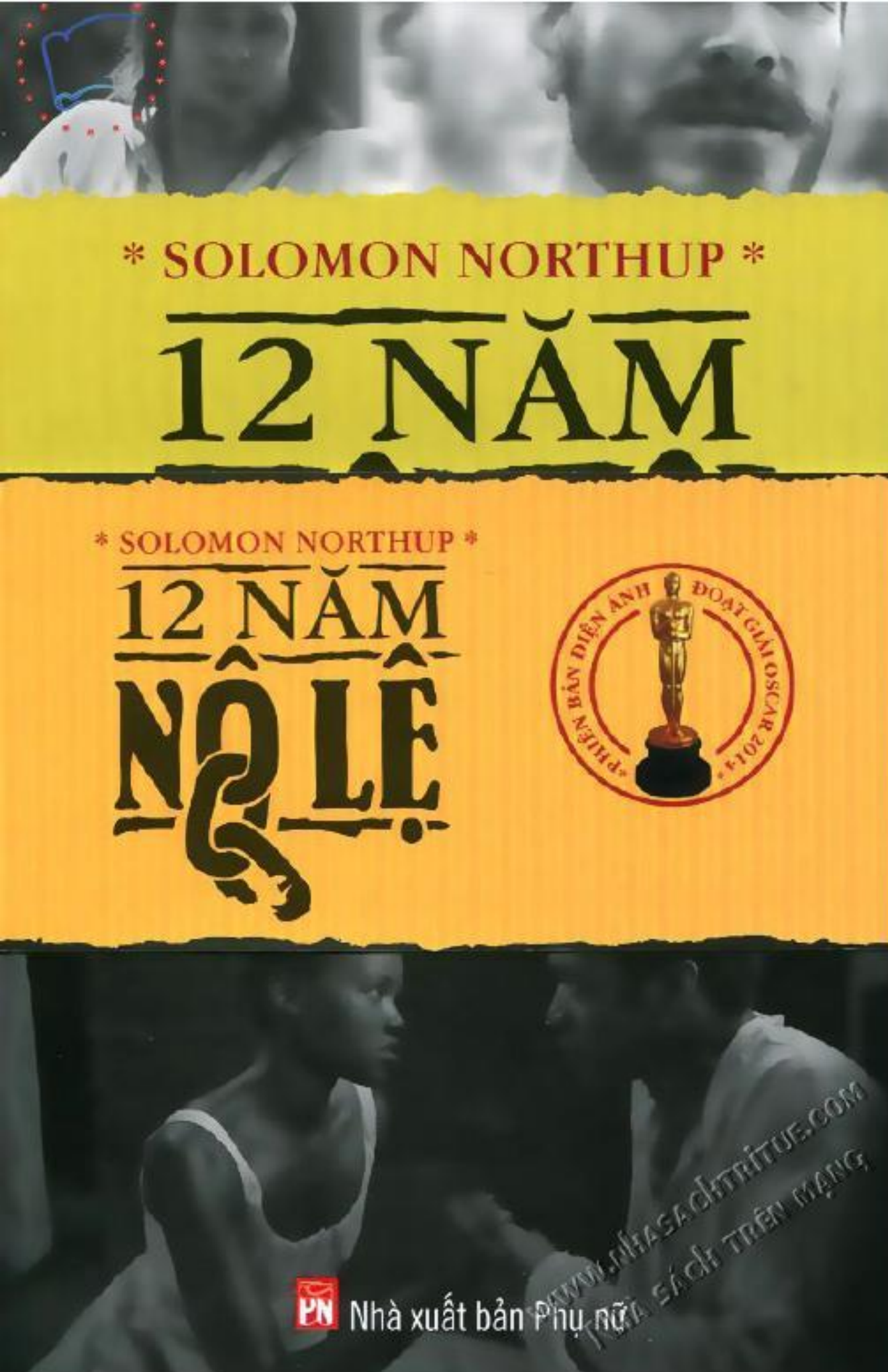
Sản xuất: BHD, Saigon Movies Media, Hãng Phim Việt, OPF, PS Vietnam

Khởi chiếu: Dự kiến 18/07/2014

Sau khi cô con gái 8 tuổi trở về từ cõi chết gia đình nhà họ Vương trở nên bất loạn vì những biểu hiện hết sức kỳ lạ của cô bé. Không để những sự việc này tiếp tục diễn ra, Chi (Hồng Ân) quyết định đi tìm hiểu sự thật đằng sau những biểu hiện lạ của em gái mình.

Những biểu hiện kỳ lạ của bé Ái, cô con gái 8 tuổi trở về từ cõi chết với câu hỏi lớn đặt ra trong mỗi chúng ta "Ác quỷ có tồn tại?" Phải chăng trước mắt chúng ta tồn tại 2 thế giới của người phàm và người cõi âm; chúng ta không nhìn thấy họ nhưng chưa chắc họ không nhìn thấy chúng ta. Ân oán vẫn xoay vòng khi sự thật còn nằm trong bóng tối.





"12 NĂM NÔ LỆ"

Tác giả: Tự truyện của Solomon chấp bút David Wilson.

Nếu bạn đã từng yêu thích bộ phim vừa được giải Oscar "12 năm nô lệ" thì bạn không thể bỏ qua cuốn sách này. Mười hai năm không hẳn là quãng đường dài với một đời người tự do, nhưng là nghìn thu đối với phận số nô lệ. "12 năm nô lệ" được kể theo trật tự tuyến tính thời gian. Những lời kể là của một người được ăn học, nhưng không cầu kỳ, hoa mỹ. Trái lại, chúng mộc mạc và bình dân nhưng lại tỏa ra những xúc cảm chân thực.

Nhân vật chính Solomon Northup không chỉ thương thân mình mà còn day dứt trước phận tù nhục, thâm cảm của những người nô lệ. Ông không chỉ ngồi đó sụt sùi than khóc, mà đôi lần phản kháng; thậm chí nường tay với mạng sống của kẻ đang áp bức mình. Đoạn kết của câu chuyện, khi Solomon ngồi trên xe định vẫy tay từ giã bạn hữu nô lệ để trở về cuộc sống tự do, thì vô ngượng bất thành linh rẽ ngoặt sang hướng khác khiến mọi người khuất khỏi tầm mắt ông, để lại sự xúc động.



CHÂU ÂU 30 NGÀY ĐÊM

Tác giả: Vũ Đăng Quang Tùng

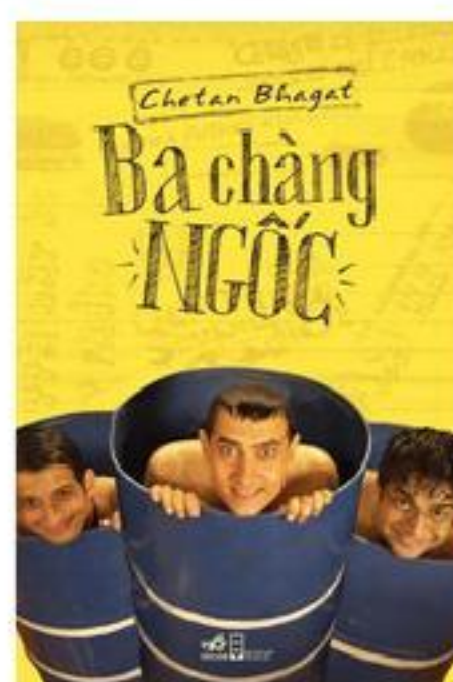
Nếu có nhiều người trải nghiệm ở góc độ khám phá văn hóa - lịch sử một châu lục vốn rất nhiều sách vở đã nói tới thì Jo đi chơi Châu Âu với tâm thế hồn nhiên, nhiều khi không định sẵn điểm đến. Điều này gây không ít rắc rối cho anh trên hành trình song cũng mang lại nhiều bất ngờ. Rất nhiều trải nghiệm hay, độc đáo đã được thể hiện qua những bức hình đẹp, nhẹ nhàng và gần gũi. Những trải nghiệm không phải ai cũng có được như lái xe tăng, cưỡi ngựa đua, thăm lâu đài xương người, xem đấu bò tót, đi tàu qua Địa Trung Hải... được anh viết rất kỹ. Hầu hết mọi người đọc đều có cảm nhận giọng văn của anh có một chút hài hước, không quá phô trương cầu kỳ, nhưng chi tiết và quan trọng là rất thật.

BA CHÀNG NGỐC

Tác giả: Chetan Bhagat

Bạn muốn biết cách luyện thi vào một trường đại học hạng nhất? Ồi thôi đi, dễ chừng một nửa số cây trên thế giới đã bị đốn để in các loại sách có khi đều đáng vứt vào sọt rác rồi còn gì. Bạn muốn một cuốn cẩm nang dạy cách sống sót qua những năm đại học? Thế cũng thôi đi, đến chúng tôi còn chẳng hiểu làm sao có thể gắng gượng được đến phút cuối nữa là.

Còn nếu các bạn muốn tìm một tấm gương tày liếp về sự sa ngã nơi giảng đường, thì đây, câu chuyện về chúng tôi - ba ngôi sao thời trung học nhưng lại thành ra Ba chàng ngốc đi đệt điểm trung bình ngày đại học với đủ trò quậy phá, gian lận, và cũng là Ba chàng ngốc luôn sát



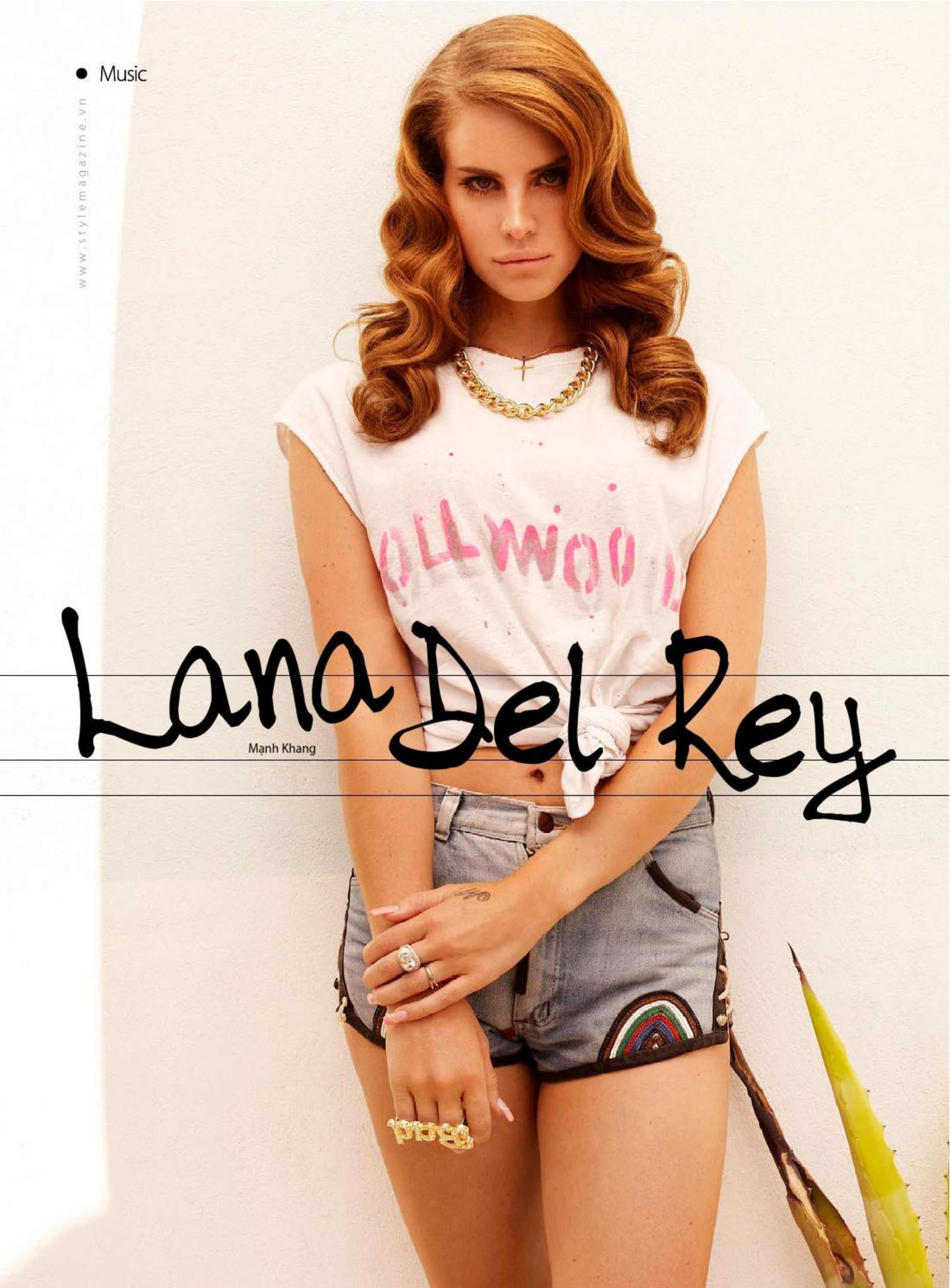
cánh bên nhau ném trái tất cả. Nếu từng ấy lý do vẫn chưa đủ để bạn đọc cuốn sách này thì xin thổ lộ một thông tin khác: năm 2009, câu chuyện về chúng tôi đã được đạo diễn Rajkumar Hirani chuyển thể thành Ba chàng ngốc - bộ phim Bollywood phá mọi kỷ lục phòng vé để trở thành bộ phim ăn khách nhất lịch sử Ấn Độ. Vậy thì bạn còn chờ gì nữa?

● Music

www.stylemagazine.vn

Lana Del Rey

Mạnh Khang





*kiểu người phụ nữ biết
hy sinh và nhẫn nhịn
của Lana Del Rey
lại tạo ra một
cảm giác yên tâm cô ấy
sẽ thức chờ bạn mỗi khi
về nhà trễ...*

– CÔ GÁI CỦA NHỮNG NỖI BUỒN.

Một cái nhìn xuyên suốt hai năm sự nghiệp của cô nàng.





Từ những ngày đầu tiên...

Cho đến thời điểm hiện tại, Lana Del Rey vẫn là một cái tên gây tranh cãi mỗi khi được nhắc đến trong các cuộc bàn luận âm nhạc. Năm 2012, cô nàng nổi lên như một nàng thơ cho những tâm hồn hoài cổ giữa thời kỳ mà âm nhạc điện tử đang thống trị các bảng xếp hạng. Sự khác biệt ấy tạo nên sự chú ý. Khi mới debut, cả cộng đồng nhạc US-UK gần như nín thở trước mỗi hành động của Lana. Không biết cô nàng sẽ làm gì tiếp? Liệu cô nàng có đủ bản lĩnh để trụ lại trong showbiz? Lana chỉ là hiện tượng nổi lên nhất thời hay sẽ là một cái tên khiến mọi người nhớ mãi?

Giữa cơn bão dư luận đang khao khát tin tức về Lana, team PR của cô nàng bắt đầu ra tay và thổi căng truyền thông lên một mức độ mới. Lana tự nhận mình là “self-styled gangsta Nancy Sinatra” và “Lolita from the hood” (cảm hứng từ tác phẩm Lolita). “Một vài nguồn tin” chất vấn về việc cô nàng có phẫu thuật thẩm mỹ hay không. Rồi bắt đầu xuất hiện những cuộc điều tra về thân thế Lana. Hóa ra, cô nàng được sinh ra trong một gia đình giàu có từ nhỏ và bố của cô sẵn sàng chi tiền cho bất kỳ hoạt động nghệ thuật của con gái. Đã sẵn áp lực truyền thông, cả thế giới càng háo hức chào đón xem cô nàng ra sao thì màn trình diễn ra mắt công chúng đầu tiên của Lana trên sân khấu Saturday Night Live lại biến thành thảm họa âm nhạc. Lana hát chệch tông, lệch nhịp... Nói chung là tệ đến mức màn trình diễn “Video Games” đó đã được bình chọn là một trong những tiết mục live dở tệ nhất từ trước tới giờ. Hỏi thì cô nàng dừng đứng trả lời: “Tôi là nghệ sĩ phòng thu”, “Tôi không thích sự nổi tiếng. Nên tôi sẽ không phát hành thêm bất kỳ album nào khác”... Ngay lúc đó, showbiz US-UK gần như bùng nổ bởi hàng loạt những chỉ trích và bác bỏ Lana. Nhưng cũng đồng thời, gây dựng lên được một lực lượng fan trung thành cho riêng cô nàng. Album đầu tay, “Born To Die”, phát hành ngay tâm bão và nhanh chóng lọt vào danh sách best-selling của nhiều bảng xếp hạng. Sau hơn hai năm, “Born To Die” bán được hơn



bảy triệu đĩa, một con số không hề tồi trong thời đại khủng hoảng.

Về phía Lana, cô nàng chỉ cần chăm chỉ làm việc để chứng tỏ bản thân mình. Những tai tiếng ngày khởi nghiệp nhanh chóng bị quên đi. Sau bản hit đầu tiên “Summertime Sadness”, Lana tiếp tục chinh phục thế giới bằng “Young And Beautiful”, nhạc phim chính thức cho “The Great Gatsby”. Và gần đây nhất, “Once Upon A Dream” cho bộ phim bom tấn của mùa hè này, “Maleficent”. Album thứ hai, “Ultraviolence” vừa được phát hành tháng trước đã chứng tỏ được sức hút thật sự của Lana thời điểm hiện tại. Chẳng cần scandal gì cả, nhưng album vẫn lọt vào được top của rất nhiều bảng xếp hạng khắp thế giới.

“All-American Girl” – Cô gái của nước Mỹ.

Đi sâu vào hình ảnh của Lana Del Rey, không khó để nhận thấy những tính chất của một “all-American girl”, kiểu người con gái mẫu mực của nước Mỹ từ ngoại hình cho đến tính cách. Nữ quyền vốn là một vấn đề nhạy cảm trong âm nhạc, giống như là tôn giáo, chính trị hay chủng tộc vậy. Trong khi cả thế giới chạy theo cuộc vận động nữ quyền, kêu gọi các cô gái hãy chứng tỏ bản lĩnh của mình, quên chàng người yêu bội bạc đi ngay trong vòng hai nốt nhạc, thì Lana chỉ đơn giản nhắc lại về những

giá trị đặc trưng đã làm nên hình ảnh người phụ nữ suốt nhiều thế kỉ qua: Hy sinh và nhẫn nại. Nói cách khác, những biểu tượng nữ quyền như Beyoncé, Rihanna... là để chúng ta ngược nhìn lên và ngưỡng mộ, còn kiểu người phụ nữ biết hy sinh và nhẫn nại của Lana Del Rey lại tạo ra một cảm giác yên tâm cô ấy sẽ thức chờ bạn mỗi khi về nhà trễ. Khi biết người yêu mình thích một cô gái khác, Lana chỉ có thể than trách “Tất cả những gì em làm là đểu vì anh.” (“Video Games”). Giải thích về điều này trong “This Is What Makes Us Girls”, Lana tự khẳng định rằng tình yêu và sự hy sinh chính là bản chất của người con gái: “Chúng ta đều tìm kiếm thiên đường và đặt tình yêu lên đầu. Sẵn sàng hy sinh tất cả vì nó. Đó là một lời nguyện nên hãy chấp nhận nó đi.” Lana Del Rey, nhờ vào sự hoài cổ của mình, nhắc nhở rằng người phụ nữ Mỹ nói riêng và phụ nữ nói chung, đều đã, đang sẵn sàng làm mọi thứ vì người đàn ông mà mình yêu. Kiểu tư tưởng của cô nàng đã không ít lần bị các tổ chức vận động nữ quyền bác bỏ và chỉ chiết thậm tệ. Họ cho rằng niềm vui của người phụ nữ không nên để bị lệ thuộc vào sự có mặt hay không của người đàn ông trong cuộc đời. Đáp trả, Lana chỉ nói ngắn gọn: “Việc bình đẳng nam nữ chưa bao giờ là một đề tài thú vị đối với tôi. Mỗi khi có ai chất vấn tôi về

việc đó, tôi chỉ biết thở dài theo kiểu làm ơn đi, tôi không quan tâm.”

Và cũng có lẽ nhờ vậy, hình ảnh Lana Del Rey mới có thể ghi dấu ấn sâu đậm trong lòng của rất nhiều fan. Mặc cho những lời chỉ trích hay cáo buộc, mỗi khi trình diễn trên sân khấu, Lana lúc nào cũng đơn giản nhất có thể. Trang điểm nhẹ, mặc đầm trắng nhã nhặn và thốn thức hát về những người đàn ông đã bước ra khỏi cuộc đời mình.

Lại thêm một mùa hè buồn với Lana.

Trong album “Ultraviolence” lần này, Lana lại tiếp tục hát về những mối tình đau khổ, nhưng với phần production nghe nặng nề hơn, u tối hơn so với album trước, cùng với phần lời được trau chuốt cẩn thận như được trích dẫn từ tiểu thuyết. Với ca khúc “Old Money”, Lana sample ca khúc “A Time For Us” trong bộ phim Romeo & Juliet và hát về một mối tình tan vỡ trong mùa hè. “Pretty When You Cry” lại nói về một gã trai bội bạc mà Lana mãi vẫn không thể rũ bỏ. “Money Power Glory” nói về hành trình nổi tiếng của cô nàng. Riêng hiếm hoi một vài ca khúc như “Brooklyn Baby”, Lana mới lại cho người nghe một chút hy vọng rằng tình yêu vẫn rất đẹp và vẫn rất đáng mơ tưởng tới chứ không phải chỉ là những đau khổ phải giữ chặt trong lòng.

Nhưng nhìn chung, “Ultraviolence” vẫn là một album buồn và đầy tính tự sự. Nếu như không muốn mùa hè này chúng xuống một nhịp, thì ắt hẳn đây là album mà bạn không nên nghe chút nào.



- Loài người trước bình minh của hành tinh khỉ

Hà Chí Vũ

LOÀI NGƯỜI VẪN
CHƯA HẾT HY VỌNG
TRONG DAWN OF
THE PLANET OF THE
APES. HỌ ĐƯỢC TRAO
MỘT CƠ HỘI ĐỂ CÓ
THỂ LÀM LẠI TẤT CẢ,
NHƯNG TẬN DỤNG
NÓ THÀNH CÔNG HAY
KHÔNG LẠI LÀ MỘT
CÂU CHUYỆN HOÀN
TOÀN KHÁC...

“Tôi muốn bộ phim là Apocalypse Now, là Lawrence of Arabia... Không, tôi nghĩ đây là một Bồ Giã với những chú khỉ,” đạo diễn Matt Reeves mở đầu một cách đầy hoài bão khi trả lời phỏng vấn về Dawn of the Planet of the Apes. Rõ ràng, thay thế vị trí mà Rupert Wyatt để lại không phải là một công việc đơn giản. Bộ phim đầu tiên Rise of the Planet of the Apes của Rupert Wyatt ra mắt năm 2011 được giới phê bình đánh giá rất cao và cán mốc doanh thu 481 triệu USD toàn cầu, một thành công ngoài sức mong đợi của hãng 20th Century Fox tại thời điểm đó.

Nếu như Rise kể về nguồn gốc của loài linh trưởng thông minh và những xung đột ban đầu giữa hai giống loài thì Dawn sẽ đưa câu chuyện đi xa hơn một chút. Matt Reeves cho biết: “Tôi không muốn lặp lại Rise. Nhưng tôi vẫn muốn tập trung vào sự hình thành nên thế giới của loài khỉ.” May mắn thay, các nhà sản xuất đồng ý với vị đạo diễn và thay đổi hướng đi ban đầu của Dawn. Đây là lúc nhân loại đang trên con đường bị diệt vong hoàn toàn, nhưng cơ hội để loài người trở lại vẫn còn đó. Tuy nhiên, nhiều quyết định sai lầm được đưa ra đã khiến mọi chuyện càng trở nên tồi tệ.

Tập phim tiếp theo Dawn of the Planet of the Apes lấy bối cảnh 10 năm sau khi virus cúm có tên Simian quét sạch 90% dân số loài người. Chú khỉ thông minh Caesar thuở nào nay đã có vợ, con trai và lãnh đạo một đội quân linh trưởng thiện chiến ở trong rừng. Quan điểm của Caesar là muốn sống trong hòa bình, quên đi những sự kiện bạo lực từng xảy ra trong Rise. Nhưng bước ngoặt xuất hiện khi một

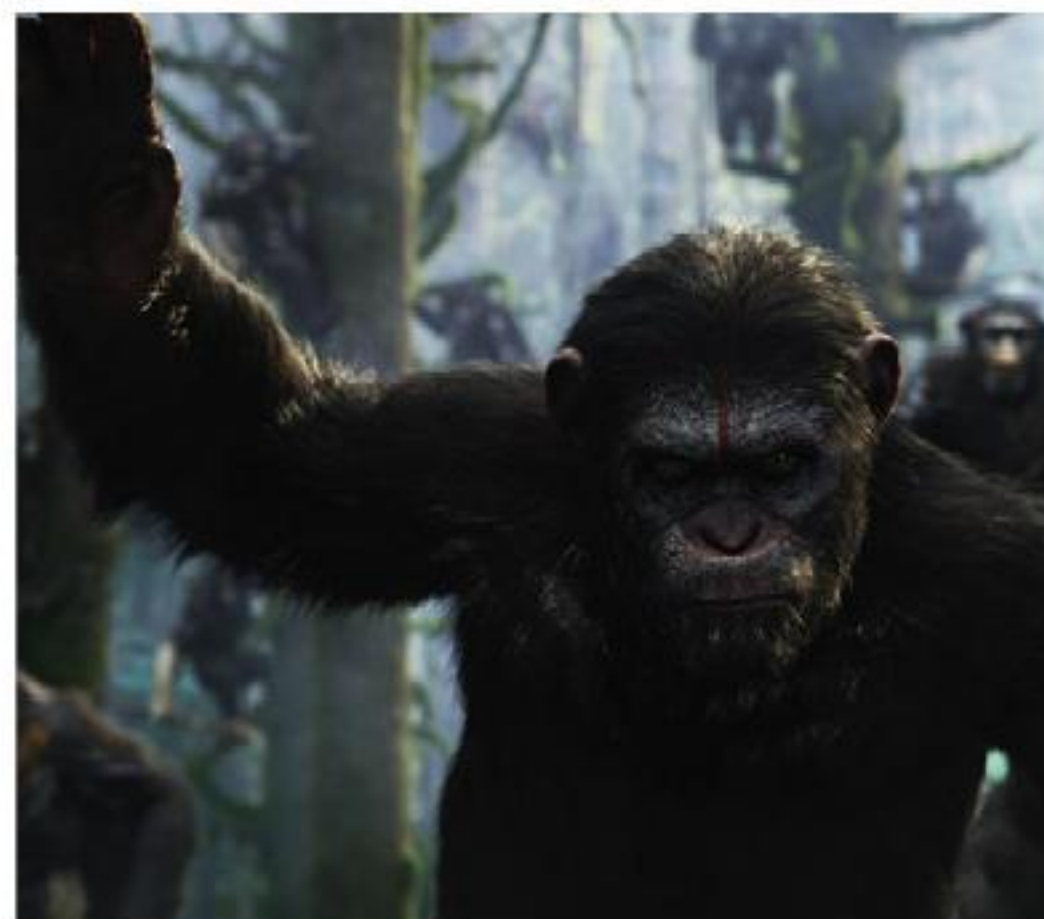
nhóm người còn sống sót do nhân vật Malcolm dẫn đầu vô tình lạc vào lãnh địa của Caesar. Những xung đột âm ỉ giữa loài linh trưởng thông minh và số nhân loại ít ỏi còn tồn tại châu chực bùng phát, và một cuộc chiến đẫm máu giữa hai phe là điều khó có thể tránh khỏi.

“Caesar là một nhà lãnh đạo,” diễn viên Andy Serkis đảm nhận phần diễn xuất motion capture (bắt biểu cảm) của chú khỉ tâm sự, “Cậu ấy cố gắng lãnh đạo tất cả theo đường lối dân chủ nhưng phải gánh vác rất nhiều trách nhiệm: cố gắng chung sống hòa bình với loài người, giữ vững niềm tin và tư tưởng của bản thân, truyền cảm hứng cho nhiều chú khỉ khác tìm đến với cậu, và chăm lo cho gia đình cậu.”

Còn loài người trong phim gặp khó khăn nhiều chẳng kém gì Caesar khi họ buộc phải cố gắng tồn tại trong môi trường hậu tận thế với sự thiếu thốn lương thực, nước ngọt và năng lượng. Nhóm người chạm trán với Caesar hiện tập trung sống tại một trung tâm mua sắm bị bỏ hoang lớn trong khu trung tâm cũ. Nhắc đến nhân vật Malcolm của anh, nam diễn viên Jason Clarke chia sẻ: “Malcolm là một người tốt trong một thế giới kỳ quặc. Thế giới trở nên thật kỳ lạ sau khi thảm họa ập xuống. Anh ta chỉ cố gắng tìm cách đem chút sức sống đến cho cái môi trường đầy hỗn loạn này.”

Thật khó để tìm ra ai là nhân vật phản diện trong Dawn of the Planet

*Những xung đột âm ỉ
giữa loài linh trưởng
thông minh và số nhân
loại ít ỏi còn tồn tại châu
chực bùng phát,...*





of the Apes. Kể cả thủ lĩnh chiến đấu của loài người là Dreyfus do nam diễn viên gạo cội Gary Oldman thủ vai, cho dù có những nét tàn ác nhưng trên thực tế thì đây là một nhân vật đa chiều. “Ông ấy không phải là kẻ xấu,” Oldman nhấn mạnh, “Ông ấy bị tha hóa như hiện tại là do những trải nghiệm trong quá khứ. Tôi coi ông ấy như một người anh hùng.” Và Keri Russell, nữ diễn viên thủ vai bạn gái của Malcolm, đã kết luận rằng: “Ai cũng tổn thương và đổ vỡ. Ai cũng từng mất đi người thân, cha mẹ, con cái. Những con người còn sót lại buộc phải trở thành những chiến binh.”

Dù thế nào, loài linh trưởng thông minh vẫn là những ngôi sao chính của bộ phim. Giờ chúng đã trở nên thông minh hơn nên có thể hiểu ngôn ngữ ký hiệu, cưỡi ngựa, và sử dụng vũ khí thành thục. Tất cả khiến cho các diễn viên diễn xuất biểu cảm có thêm nhiều việc để làm hơn so với tập phim trước. Được biết, tất cả nhóm diễn viên kể trên buộc phải trải qua 9 tuần tập luyện để có thể diễn xuất thành thạo trước máy quay khi vào vai những chú khỉ. Sau đó, với một số cảnh quay trong rừng, cả nhóm phải tới thực địa để diễn xuất thay vì đứng trước phòng màn xanh bởi Matt Reeves muốn có được những cảnh quay càng chân thực càng tốt.

Dĩ nhiên, kỹ xảo giữ một vai trò không nhỏ trong sự thành bại của Dawn of the Planet of the Apes. Nhưng theo như Matt Reeves thì đó không phải là tất cả. Anh cho biết: “Một bộ phim bom tấn tràn ngập kỹ xảo giờ là điều xảy ra nhan nhản. Nhưng một bộ phim bom tấn kỹ xảo lay động khán giả lại là điều hết sức hiếm thấy. Tôi nghĩ Rise thành công bởi khán giả cảm thấy thực sự xúc động khi theo dõi bộ phim. Tôi muốn lặp lại thành công đó, ở một cấp độ hoành tráng hơn với Dawn.”

Ở thời điểm hiện tại, Matt Reeves đã úp mở về những ý tưởng cho tập phim tiếp theo, dự kiến ra mắt sau hai năm nữa. Dawn of the Planet of the Apes sẽ tiếp tục là một bước đệm nữa để các nhà sản xuất phim có thể hướng đến câu chuyện trong Planet of the Apes ở phiên bản gốc năm 1968. Tất nhiên, trước khi đưa ra quyết định cuối cùng, họ cũng phải chờ xem liệu Dawn of the Planet of the Apes sẽ thành công tới đâu khi bộ phim được khởi chiếu trên toàn cầu từ ngày 11/7 tới.

165

STYLE

Cứ nhảy cưới cũng

Hoàng Minh Châu



HÔN NHÂN LÀ MỘT TRONG NHỮNG LỰA CHỌN QUAN TRỌNG NHẤT CỦA ĐỜI NGƯỜI. KHI PHỤ NỮ VÀ ĐÀN ÔNG QUYẾT ĐỊNH TIẾN TỚI HÔN NHÂN CÓ NGHĨA LÀ MỐI QUAN HỆ CỦA HỌ ĐÃ ĐƯỢC XÂY DỰNG TRÊN NHỮNG NỀN TẢNG VỮNG CHẮC NHẤT ĐỊNH, ĐỒNG THỜI CÓ TRIỂN VỌNG BỀN VỮNG. QUAN TRỌNG HƠN, HỌ CÓ Ý THỨC TRÁCH NHIỆM VỀ NHAU RẤT RÕ RÀNG. HỌ HIỂU HÔN NHÂN LÀ MỘT CAM KẾT NGHIÊM TÚC. ẤY THỂ MÀ NGƯỜI TA VẪN CỨ NÓI “HÔN NHÂN GIỐNG NHƯ MỘT CANH BẠC” VÀ SỐ VỤ LY DỊ VẠN NGÀY MỘT GIA TĂNG.

Nhiều cặp vợ chồng sống rất hạnh phúc một vài năm đầu, rồi bỗng một cái đưa nhau ra tòa. Một số cặp khác bắt đầu chung sống là đã phát sinh nhiều mâu thuẫn. Từ khi đính hôn đến lúc tổ chức lễ cưới, họ chưa bao giờ cảm thấy hoàn toàn tự tin về cuộc hôn nhân mà mình sắp bước vào. Có những cô dâu chú rể đến tận ngày cưới vẫn còn hoài nghi: Liệu mình có đang quyết định đúng đắn? Liệu cuộc hôn nhân này có hạnh phúc? Liệu tôi và anh (cô) ấy có chung sống được đến trọn đời?

Tiếng Anh dành hẳn một từ để chỉ hiện tượng này, đó là “coldfeet”. Rất nhiều những nghiên cứu gần đây như nghiên cứu trong tạp chí khoa học Family Process, Journal of Family Psychology hay một loạt những nghiên cứu trong bài báo viết bởi Benedict Carey được đăng trên The New York Times... đã chỉ ra rằng: Nếu trong thời gian đính hôn hoặc trước hôn lễ mà một trong hai người hoặc cả hai người có những hoài nghi về quyết định cưới xin của mình thì rất có khả năng đây là điểm báo hôn nhân của họ sẽ không suôn sẻ, thậm chí là đổ vỡ. Rõ ràng là nếu chúng ta làm ngơ hay tạm quên đi những vấn đề

của mình thì chúng ta cũng chỉ có thể trốn tránh nó một thời gian, vì thực chất thì những vấn đề đó vẫn còn tồn tại và nhất định chúng sẽ quay trở lại gây rắc rối. Điều này đúng với nhiều việc trong cuộc sống và nó cũng đúng trong hôn nhân. Những hoài nghi của chúng ta không tự dừng mà có? Nó tồn tại là có lí do của nó.

Thực ra, đứng trước mọi quyết định quan trọng trong cuộc đời như: chuyển công việc, chuyển nhà, sang nước ngoài sinh sống, và tất nhiên là cả hôn nhân, người ta luôn phải cân nhắc đắn đo rất kĩ lưỡng. Các chuyên gia tâm lý kết luận rằng càng gần đến ngày diễn ra những thay đổi lớn của cuộc sống thì chúng ta càng cảm thấy lo lắng, bồn chồn và có những suy nghĩ tiêu cực. Theo các chuyên gia về hôn nhân gia đình thì để có quyết định đúng đắn khi có những hoài nghi về cuộc hôn nhân của mình trước ngày cưới, bạn cần tìm hiểu thực sự nguyên nhân của chuyện này là gì. Những nguyên nhân này sẽ nói cho bạn biết bạn có nên tiếp tục với lễ cưới hay nên xem xét lại toàn bộ.

Chuyện “coldfeet” có thể là một phản ứng tâm lý bình thường với những người nhạy cảm và thận trọng. Ngoài niềm vui, niềm hạnh



phúc khi được chính thức bước vào cuộc sống chung với người bạn yêu thì bạn còn có vô số những lí do khác để lo lắng như tạm biệt tự do độc thân, phải bắt đầu ý thức trách nhiệm với người bạn đời của mình, phải chia sẻ với người khác ngôi nhà, căn phòng riêng, hay thậm chí là phải chịu đựng những thói hư tật xấu của người kia, điều mà trước khi kết hôn bạn thường nghĩ là chẳng quan trọng chút nào. Những lo lắng này hoàn toàn bình thường và chúng dần dần sẽ biến mất theo thời gian một khi bạn thích nghi với nhịp sống mới.

Còn nếu bạn thấy hoài nghi về người mà mình sắp lấy làm vợ hoặc chồng? Trường hợp thứ nhất, nếu bạn yêu và cần người ấy nhưng vẫn tiếc rằng người ấy không hoàn hảo như “mẫu người trong mơ” (Mr. Perfect hay Ms. Perfect) của bạn thì có nghĩa là bạn đang lý tưởng hóa tình yêu rồi. Chắc bạn cũng biết rằng không ai là hoàn hảo, yêu một người không phải là vì người đó hoàn hảo mà là vì bạn yêu người ấy, nên người ấy trở nên hoàn hảo. Bạn không cần một người hoàn hảo để có một tình yêu đích thực. Tình yêu của bạn chỉ trở nên đích thực khi bạn yêu một người không hoàn hảo một cách trọn vẹn nhất.

Yêu một người không phải là vì người đó hoàn hảo mà là vì bạn yêu người ấy, nên người ấy trở nên hoàn hảo.

Và cũng đừng “đứng núi này trông núi nọ”. Còn trường hợp thứ hai là khi người mà bạn sắp lấy quá khác biệt với bạn, về tôn giáo, về quan điểm sống, về vấn đề con cái. Hoặc là người đó có những tính xấu như vũ phu, gia trưởng hay nghiện rượu, mê cờ bạc. Khi đó thì vấn đề sẽ trở nên nghiêm trọng hơn và bạn cần xem xét lại. Biết đâu bạn xứng đáng với một người tốt hơn? Hãy hỏi ý kiến khách quan của một người mà bạn tin tưởng là đủ kinh nghiệm và sáng suốt để có thể cho bạn lời khuyên thích đáng nhất.

Việc mà bạn hoài nghi về người mà bạn sắp cưới khác với việc bạn cảm thấy mình đang hành động sai khi yêu một người nhưng lại lấy một người. Có những người trước ngày cưới vẫn còn rất nặng lòng với tình cũ. Họ gặp người tình cũ lần cuối, bày tỏ nỗi niềm, khóc lóc, nói lời tạm biệt thậm chí là cả “lên giường” với người ấy. Rõ ràng là tình yêu của họ dành cho người yêu cũ rất sâu đậm. Ấy vậy



mà ngày hôm sau họ vẫn lên xe hoa với người khác, vì một lý do mạnh hơn cả cảm xúc của trái tim. Để rồi mãi về sau này khi đã bên cạnh vợ hay chồng mình, họ vẫn không nguôi ôm bóng hình của một người khác? Liệu điều đó có công bằng với người vợ hay chồng của họ? Và liệu họ sẽ cảm thấy thật sự hạnh phúc trọn vẹn? Liệu họ có hối tiếc quyết định sai lầm của mình?

Trong văn hóa Châu Á nói chung và văn hóa Việt Nam nói riêng, việc hủy hôn, hoãn hôn là chuyện rất hiếm và nếu xảy ra thì sẽ là một sự mất danh dự lớn với cả hai bên gia đình, đặc biệt là phía nhà gái. Và người Châu Á cũng như người Việt Nam ta cũng thường không đủ bản lĩnh để lật ngược quyết định vào phút thứ 89 khi mà váy cưới đã chọn, tiệc cưới đã đặt, khách hai bên đã mời đủ cả. Nhưng trong văn hóa phương Tây lại khác. Nếu bạn tìm hiểu cuộc đời của một số ngôi sao nữ nổi tiếng Hollywood, bạn sẽ thấy chuyện này không có gì là lạ. Julia Roberts “dám” hủy bỏ hôn lễ trước ngày

cưới có 3 ngày. Gwyneth Paltrow và Rachel McAdams hủy hôn với hai vị hôn phu nổi tiếng Brad Pitt và Ryan Gosling khi tất cả người hâm mộ lẫn báo giới đều đang mong chờ một đám cưới trong mơ của cặp đôi “tra tài gái sắc”. Và còn nhiều những ví dụ khác nữa...

Kết: Mỗi quyết định lớn trong đời cần tiếng nói hài hòa của con tim và lý trí. Thêm vào đó là việc biết mình muốn gì, cần gì trong cuộc sống. Vậy nên mỗi chúng ta hãy mạnh dạn nhìn thẳng vào sự thật và thành thực với chính bản thân mình. Đừng ra quyết định chỉ vì một ai đó. Vì cha mẹ, bạn bè, hay dư luận? Rút cuộc thì họ cũng không thể sống cuộc đời này thay bạn được. Những khi bối rối không biết quyết định ra sao, tôi luôn tĩnh tâm lại để lắng nghe trái tim mách bảo. Tôi chỉ nghĩ, đừng vì một phút tắc lưỡi mà làm khổ bản thân mình nhiều năm về sau. Nhưng cũng đừng vì một chút do dự mà bỏ lỡ cơ hội hạnh phúc cả một đời. Hãy đủ dũng cảm để nói “không” hoặc đủ bản lĩnh để nói “có” trước mỗi quyết định quan trọng của cuộc đời mình bạn nhé!

Thực phẩm chức năng **pms - SuperMaxGO**

Giải pháp cho đôi mắt sáng khỏe và tinh thông

Với sự liên doanh kỹ thuật của PharmaScience Inc., Canada 



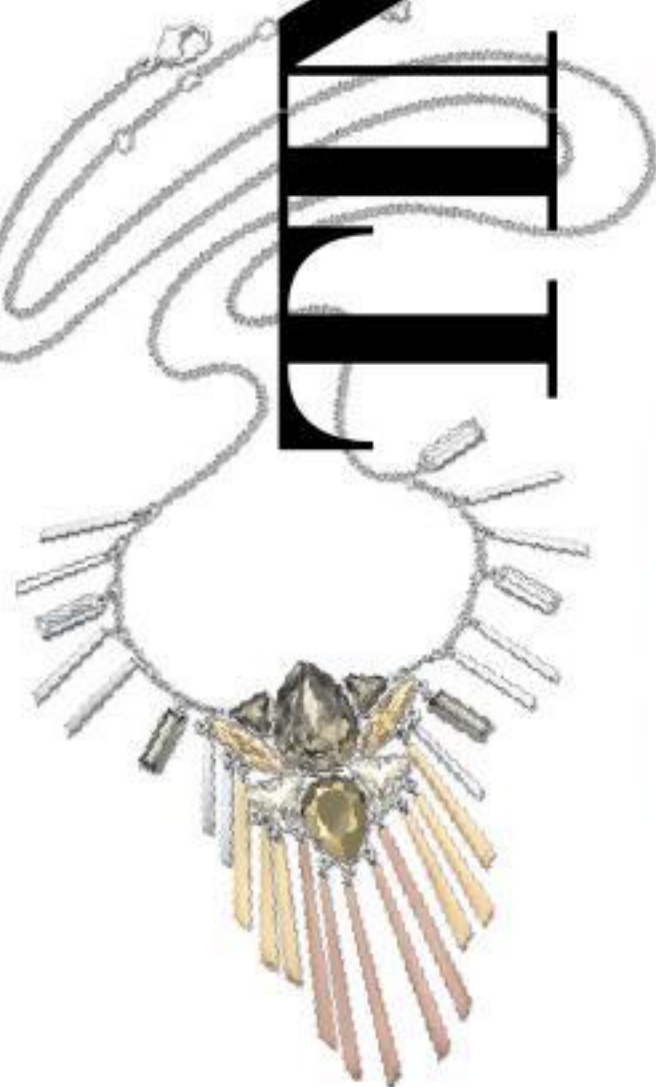
Hotline: **1900.5555.79**

Website: pms-supermaxgo.com

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

TIN TỨC

Style / Tháng 6-7/2014



SWAROVSKI

Vừa qua, thương hiệu Swarovski đã chính thức giới thiệu BST Xuân Hè 2014 tại Vincom B, Tp.HCM. BST mới này lấy tông màu vàng đất và những gam màu rực rỡ làm chủ đạo. Bên cạnh sự lấp lánh, rực rỡ, BST còn thể hiện sự linh hoạt, dễ dàng kết hợp với các kiểu dáng khác, và đặc biệt là sự kết hợp "2 trong 1". Chẳng hạn, chiếc nhẫn Video là sự kết hợp giữa vàng hồng và hợp kim đen với cách sắp xếp kế tiếp nhau tạo nên 2 cách đeo: đeo một sản phẩm hoặc tháo rời thành 3 mẫu với phong cách hoàn toàn khác biệt. Lấy ý tưởng từ thiên nhiên, BST mang đến một nghệ thuật sắp xếp mới mẻ dựa trên những chất liệu đơn giản nhưng vẫn mang đến những điểm nhấn nổi bật cho tủ quần áo phong cách và cá tính của riêng bạn.



PEDRO

Mùa hè này, xu hướng của sàn diễn thời trang được Pedro thổi hồn vào những thiết kế của mình thông qua chất liệu lông ngựa độc đáo. Nắm bắt phong cách mạnh mẽ của những người kỵ sỹ, BST không chỉ là một màn trình diễn hiện đại biến tấu trên nền phong cách cổ điển, mà còn là sự kết hợp hài hòa giữa những rung cảm êm ái của chất liệu lông ngựa, là nét đẹp đặc trưng của chất liệu da và những họa tiết chấm bi vui nhộn tương phản trên nền của màu đen tuyền cổ điển. BST này gồm hai sản phẩm: một đôi giày cột dây lace up, phù hợp cho những ngày làm việc thoải mái hay giờ đi chơi tan sở; và một đôi sandal slingback mang lại cho bạn một vẻ ngoài thật nhẹ nhàng mà vẫn tinh tế.

ELECTROLUX

Với người phụ nữ, một căn bếp ngăn nắp và tiện dụng sẽ tiết kiệm nhiều thời gian trong việc dọn dẹp và nấu một bữa ăn ngon cho gia đình. Vì thế, dòng bếp gas âm Brio của Electrolux với thiết kế mặt bếp bằng kính phẳng, vị trí lò rộng rãi sẽ giúp dễ dàng lau chùi những vết dầu mỡ khó chùi rửa. Đặc biệt, Brio được trang bị thiết bị ngắt ga tự động, đem lại sự an tâm, tự tin và tạo điều kiện thuận lợi nhất cho người phụ nữ khi làm bếp. Ngoài ra, căn bếp của bạn sẽ hoàn thiện hơn với máy hút mùi dạng mỏng EFT7516K/X có lực hút mạnh mẽ, giúp loại bỏ mùi thức ăn khi nấu nướng để căn bếp ấm áp của bạn không còn bị ám mùi. Thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: www.electrolux.vn.

LG

LG Electronics Việt Nam Hải Phòng vừa công bố thỏa thuận hợp tác với trường Đại học Bách Khoa Hà Nội nhằm thực hiện việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực khoa học và công nghệ. Theo đó, mỗi năm phía LG Electronics Việt Nam sẽ tài trợ 5 gói học bổng dành cho các sinh viên xuất sắc, mỗi gói trị 1.700USD/sinh viên/năm. Việc tuyển chọn sinh viên để cấp học bổng sẽ dựa trên danh sách đề xuất từ phía nhà trường, bao gồm các sinh viên năm cuối đạt thành tích học tập xuất sắc, nằm trong số 10% sinh viên liên tục đứng đầu về thành tích học tập trong tất cả các năm học và điểm Toeic trên 450. Đây được coi là một cơ hội tốt cho các sinh viên có hoàn cảnh khó khăn nhưng có tinh thần hiếu học và thành tích nổi bật.

SAMSUNG

Ngày 12/6, tập đoàn Samsung chính thức ra mắt Galaxy Tab S - máy tính bảng mỏng nhất và nhẹ nhất của Samsung cho đến thời điểm hiện tại. Sở hữu màn hình Super AMOLED với độ phân giải WQXGA (2560x1600, tỷ lệ hiển thị 16:10), Galaxy Tab S đang dẫn đầu ngành di động với khả năng tái tạo màu đến hơn 90% so với chuẩn màu Adobe RGB, giúp thể hiện nhiều màu sắc; độ tương phản ấn tượng lên đến 100.000:1 cho hình ảnh sâu hơn, thật hơn. Ngoài ra, hiển thị tùy biến (Adaptive Display) của Galaxy Tab S đảm bảo cho người dùng luôn tận hưởng những trải nghiệm hình ảnh ấn tượng ở bất cứ đâu, bất cứ lúc nào bằng cách điều chỉnh thông minh hệ số ảnh (gamma), độ bão hòa, độ sắc nét dựa trên các ứng dụng hay nội dung đang được hiển thị, nhiệt độ màu của môi trường và môi trường ánh sáng xung quanh.



170

STYLE





TOPMAN

Thương hiệu thời trang Topman vừa giới thiệu BST Hè 2014 với chủ đề "Sôi động với nắng và gió Cali". Lấy cảm hứng từ xu hướng năng động của bộ môn lướt sóng, BST này đều thiên về các thiết kế mang họa tiết đặc trưng mùa hè. Một mùa lễ hội thực sự tuyệt vời đang đến với những bộ trang phục thoải mái từ "top to toe". Ngoài ra, biến tấu trên denim wash kết hợp với hiệu ứng nhuộm màu tie-dye đem lại bầu không khí đúng nghĩa mùa hè sôi nổi của vùng California.

CHARLES & KEITH

Thương hiệu thời trang Charles & Keith vừa giới thiệu BST hè 2014 – Capsule. BST Capsule của Charles & Keith là tập hợp những mẫu giày vừa mang phong cách thể thao khỏe khoắn, vừa có tính ứng dụng cao. Đáp lại tiếng gọi của một mùa hè sôi động, Capsule sở hữu những thiết kế mới lạ nhất và hết sức tiện dụng của những đôi giày sandal kiểu mandal với nhiều mẫu mã phong phú. Trong khi các đôi giày để bệt được coi là tâm điểm của mùa hè này thì BST vẫn dành vị trí riêng cho những đôi giày chunky gót lớn và những đôi giày gót nhọn. Ngoài ra, BST còn có cả những đôi giày gót trung thoải mái cho các hoạt động hàng ngày.



TOP SHOP

Lãng mạn, gợi cảm, nữ tính là những gì mà cô gái của BST Flower Garden muốn truyền tải đến mọi người trong mùa hè đầy nắng này. Những thiết kế trong BST chính là câu chuyện thời trang được lấy cảm hứng từ những vườn hoa đồng nội với những gam màu sắc nhẹ nhàng. Các cô gái khi khoác lên mình những trang phục này như được thả mình vào cảm giác đầy lười cuốn từ những bông hoa khoe sắc, tỏa hương dưới ánh nắng và gió mùa hè. Cô nàng điệu đà Topshop sẽ thật khó mà cưỡng lại sức hút khôn tả này.



FORMAT

Thương hiệu thời trang Format vừa chính thức khai trương cửa hàng thứ 3 tại địa chỉ 251 Cầu Giấy, Hà Nội. Cửa hàng mới này nằm trên tòa nhà có diện tích gần 800m², được trải rộng trên 7 tầng, được thiết kế riêng để phù hợp với phong cách và nét đặc trưng của thương hiệu. Sự tiện nghi và hiện đại của tòa nhà được cảm nhận ngay từ cái nhìn đầu tiên với màn hình hiển thị hình ảnh lớn đặt ngay tại mặt tiền. Ngoài ra, tòa nhà còn là sự kết hợp tinh tế của thời trang và kiến trúc. Trong không gian sang trọng này, nghệ thuật sắp đặt và hội họa như hòa quyện với vẻ đẹp hiện đại của thời trang ứng dụng, mang đến một khái niệm mới về mua sắm kết hợp với khám phá xu hướng thời trang và kiến trúc.



NIKE

Từ ngày 13/6 – 13/7, tại Indochina Plaza Hanoi sẽ chính thức diễn ra giải đấu bóng đá 5 đấu 5. Giải đấu được tổ chức bởi Nike và Indochina Plaza Hanoi, với sự tham gia của 32 đội bóng phong trào đến từ các cơ quan, tổ chức trên địa bàn Hà Nội, và hơn 160 cầu thủ bóng đá phong trào sẵn sàng làm nên sự khác biệt. Tuân thủ những tiêu chuẩn quốc tế của FIFA, các đội bóng tham dự chia làm 08 bảng thi đấu theo thể thức vòng tròn một lượt, 2 đội đứng đầu mỗi bảng sau đó bước vào vòng đấu loại trực tiếp. Tham gia thi đấu, các cầu thủ nghiệp dư có cơ hội trải nghiệm với các dụng cụ thể thao chuyên nghiệp được tài trợ bởi Nike. Đây cũng là dịp mà Nike cho ra mắt những trang phục thi đấu mới nhất của các đội tuyển quốc gia hàng đầu như Brazil, Bồ Đào Nha, Mỹ, Pháp, Hàn Quốc, Hà Lan, và Anh.

TIN TỨC

Style / Tháng 6-7/2014



FUSION BODYWORKS

Fusion Bodyworks đồng hợp tác với Saigon Smile Spa giới thiệu phương pháp giảm béo dưỡng sinh, tạo dáng S-line Nhật Bản tự nhiên. Dựa trên nguyên lý tác động vào cơ xương chậu, phương pháp giảm béo này là sự kết hợp hoàn hảo giữa các bài tập chuyên biệt của HLV cá nhân và công nghệ giảm béo từ Nhật Bản, như công nghệ xung điện quang, công nghệ thẩm điện giảm cân, đặc biệt là các thao tác massage bấm huyết chuyên sâu. Phương pháp giảm cân này còn được duy trì bởi một thực đơn dinh dưỡng lành mạnh, có sự tư vấn của bác sĩ. Chỉ trong vòng 10 ngày, bạn sẽ giảm được từ 3-5kg, tối đa là 10kg, số đo vòng bụng có thể giảm được từ 15-20cm. Đặc biệt hơn, việc luyện tập và massage tác động vào thành dạ dày, sẽ làm bạn cảm thấy không thèm ăn, tuy nhiên cơ thể vẫn năng động, khỏe mạnh.

SANTAL SPA

Tọa lạc trên mặt nước thanh bình của Hồ Tây, Santal Spa nổi bật với thiết kế sang trọng và tinh tế, mang nét Việt Nam truyền thống, như khơi gợi một cảm giác bình yên. Đặc biệt, khu vực VIP của Santal Spa, với những trang thiết bị sang trọng, thiết kế thanh lịch, sẽ mang lại cho bạn cảm giác thư giãn tuyệt vời như ở trên thiên đường. Bạn có thể sử dụng các dịch vụ chăm sóc sắc đẹp tại Santal Spa như: chăm sóc da mặt, chăm sóc da toàn thân, massage toàn thân, massage chân, massage mặt... Không gian sang trọng và đẳng cấp, các dịch vụ chất lượng 5 sao, cùng đội ngũ nhân viên nhiệt tình và chuyên nghiệp, Santal Spa chính là điểm dừng chân thư giãn lý tưởng và là nơi mang lại vẻ đẹp hoàn thiện cho người phụ nữ.



AMADORA

Tháng 7 này, hãy đến Amadora Wellness & Spa tận hưởng dịch vụ massage toàn thân Shiatsu Nhật Bản trong không gian thiên nhiên lãng mạn và kiến trúc mang đậm nét văn hóa Chăm-pa. Được xem như đỉnh cao của nghệ thuật, liệu trình massage Shiatsu sẽ mang lại cho bạn trải nghiệm cảm giác mới lạ không chỉ trên đôi vai, vùng lưng, bụng, ngực, chân và tay, mà còn được tác động sâu đến hệ tuần hoàn máu, loại bỏ chất cặn bã trong hệ bạch huyết cho cơ thể nhẹ nhõm, sáng khoái. Hơn thế, kỹ thuật bấm huyết Shiatsu chuyên nghiệp của các chuyên viên sẽ giúp lưu thông, kích thích các nguồn năng lượng bên trong cơ thể và làn da. Nhờ vậy, các cơ hoàn toàn được thả lỏng, tinh thần thư thái và làn da được trẻ hóa từ bên trong.



PALM GARDEN HỘI AN

Vừa qua, khu nghỉ dưỡng Palm Garden Hội An chính thức nhận "Chứng nhận xuất sắc 2014" của website du lịch nổi tiếng www.tripadvisor.com. Chứng nhận này nhằm tôn vinh các doanh nghiệp dịch vụ xuất sắc được các khách du lịch đánh giá cao trên website www.tripadvisor.com. Đây cũng là năm thứ tư liên tiếp Palm Garden Hội An được vinh danh với tư cách là một trong những doanh nghiệp xuất sắc. Đồng thời, đây cũng là một tín hiệu rất tốt cho những nỗ lực của toàn thể nhân viên trong thời gian qua. Với những thành quả này, Palm Garden Hội An sẽ luôn luôn phát triển và củng cố thêm cho ngành du lịch quốc gia và đem nhiều hơn hình ảnh của một đất nước Việt Nam xinh đẹp và hiếu khách đến bạn bè quốc tế.

UNILEVER
Dove – nhãn hàng thuộc Công ty Unilever, là người bạn đồng hành của phái đẹp trong suốt nhiều năm qua với những sản phẩm chăm sóc tóc và chăm sóc cơ thể đáp ứng nhu cầu của phụ nữ. Trong đó, dòng sản phẩm Dove Phục Hồi Hư Tổn là sản phẩm số một dành cho tóc hư tổn được nhiều người tiêu dùng tin nhiệm nhất. Với công thức Keratin Repair ActiveTM giúp phục hồi cấu trúc protein ở các lớp tế bào tóc, dầu gội Dove Phục Hồi Hư Tổn sẽ giúp tóc chắc khỏe và ngăn ngừa chẻ ngọn đến 97% sau lần gội đầu tiên. Với Dove Phục Hồi Hư Tổn, nhãn hàng Dove mong muốn đem lại giải pháp hiệu quả nhất cho tóc hư tổn, giúp các khách hàng của mình luôn là những người phụ nữ đẹp nhất với mái tóc chắc khỏe, không chẻ ngọn.





SAVILLS

Vừa qua, Savills Việt Nam tiếp tục chiến thắng hai hạng mục quan trọng mang tầm khu vực là "Đại lý cho thuê bất động sản xuất sắc nhất", và "Đại lý bất động sản xuất sắc nhất châu Á - Thái Bình Dương". Kết quả này đã được công bố trong khuôn khổ giải thưởng bất động sản quốc tế (International Property Awards), nơi quy tụ các công ty danh tiếng trong lĩnh vực bất động sản thương mại và nhà ở trên toàn cầu. Kể từ khi ra đời từ năm 1995, giải thưởng bất động sản quốc tế đã vinh danh các công ty đạt được các thành tựu cao nhất hoạt động trong lĩnh vực bất động sản trên toàn thế giới. Là công ty chiến thắng trong khu vực, Savills Việt Nam tiếp tục đại diện cho khu vực châu Á - Thái Bình Dương tham dự giải thưởng bất động sản quốc tế 2014.

DOVE

Với mong muốn truyền cảm hứng cho các bạn gái về một mái tóc chắc khỏe, không chẻ ngọn, ngày 7/6, nhãn hàng Dove mang đến ngày hội "Dove Cảm Hứng Tóc Vẽ" tại hồ Bán Nguyệt, Tp.HCM. Bức tranh lớn nhất Việt Nam được vẽ bằng tóc của các cô gái sẽ mang đến một trải nghiệm nghệ thuật độc đáo từ chính những mái tóc chắc khỏe, không chẻ ngọn. Ngoài các hoạt động sôi nổi như lớp học tóc vẽ, tóc đẹp cùng Dove, các bạn còn được thưởng thức tiết mục đặc sắc của Bảo Anh, Bùi Bích Phương và VJ Phương Linh. Trong ngày hội này, cả 3 người đẹp của showbiz Việt đều hào hứng tham gia đủ các hoạt động từ lớp học vẽ tranh, hướng dẫn các bạn trẻ tập vẽ tranh bằng tóc hay chăm sóc tóc ở khu vực làm đẹp.



CANNES

Hiểu được và trân trọng các giá trị của điện ảnh nước nhà, trong những năm vừa qua, một thương hiệu đồ uống cao cấp đã đồng hành xuyên suốt cùng LHP Cannes để góp một phần nhỏ đưa các đạo diễn, diễn viên nước nhà có nhiều cơ hội hơn nữa để tiếp xúc và trải nghiệm với nền điện ảnh quốc tế. Trong LHP Cannes vừa qua, các nghệ sĩ Việt Nam đã có những khoảnh khắc đáng nhớ khi sải bước trên thảm đỏ, được xem các bộ phim tham dự LHP Cannes, cũng như có cơ hội tiếp xúc với các bạn diễn nổi tiếng trên thế giới. Qua mỗi chuyến đi, góp nhặt những kinh nghiệm để có thể phát triển nhiều hơn nữa cho điện ảnh nước nhà là mong muốn của các nghệ sĩ tham dự như đạo diễn Đào Bá Sơn, diễn viên Kim Hiền, Kim Tuyến hay nam diễn viên trẻ Nhan Phúc Vinh.



HEINEKEN

Heineken chính thức giới thiệu đến thị trường Việt Nam sản phẩm bia tươi Heineken Extra Cold. Không chỉ được ủ từ những nguyên liệu thượng hạng nhất, được lên men tự nhiên một cách tươi ngon nhất, Heineken Extra Cold còn được giữ lạnh trong tháp bia đông lạnh đến 0 độ C nhằm mang lại cho khách hàng những khoảnh khắc trải nghiệm bia tươi cực lạnh cùng một hương vị tươi mới. Bên cạnh chất lượng thượng hạng, Heineken còn chú trọng đến nghệ thuật chuẩn bị và cách thức phục vụ để có một ly bia tươi hoàn hảo. Vì vậy, tới đây Heineken đồng thời giới thiệu chương trình chất lượng bia tươi toàn cầu - Heineken Star Serve - 05 bước để vươn đến sự hoàn hảo, với mong muốn khách hàng sẽ được thưởng thức những ly bia tươi Heineken hoàn hảo cả về hương vị lẫn phong cách phục vụ. Từ nay tới cuối tháng 6, bia tươi Heineken sẽ lần lượt có mặt tại các điểm phân phối chọn lọc tại TP.HCM: Intercontinental, Park Hyatt, M Lounge, Plan B, Bier Garden, Ice Blue, Chu Bar, Cat Walk, Obrien's, Hog's Breath, Red Drum Bar, Seventeen Saloon, Drunken Duck, The Orient, Bernies Bar, Vinyl Bar, Voodoo Bar, Kim Tarven hay Hard Rock Café.

GELATO ITALIA

Tiếp nối thành công của cửa hàng thứ nhất, Gelato Italia đã chính thức khai trương cửa hàng thứ hai tại địa Lualla Café, 61 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội. Chỉ trong một tháng ra mắt tại 31 Tô Ngọc Vân, Hà Nội, Gelato Italia đã nhanh chóng thu hút khách hàng thủ đô bởi hương vị gelato được làm một cách thủ công, cầu kỳ, đúng chất Ý. Với phương châm sử dụng nguyên liệu tươi cho tất cả các sản phẩm, Gelato Italia là một trong số ít những hãng kem trên thị trường tuyệt đối không thêm chất bảo quản, không phẩm màu và không có các mùi vị nhân tạo. Dưới bàn tay của các nghệ nhân kem Ý, các nguyên liệu tự nhiên nhập khẩu từ Ý hòa quyện với hương vị độc đáo của địa phương tạo ra những cây gelato đậm đặc và mềm mịn, đồng thời ẩn tượng bởi những hương vị đặc trưng của Đông Nam Á.



173^{STYLES}

TIN TỨC

Style / Tháng 6-7/2014



BUDWEISER

Ngày 13/6, Budweiser – nhãn bia chính thức của FIFA World Cup™ 2014, tổ chức bữa tiệc khai mạc duy nhất tại Việt Nam mở màn cho chuỗi sự kiện thể thao quy mô nhất thế giới tại Chill Skybar. Không khí đêm tiệc được khuấy động bởi màn trình diễn của các cầu thủ bóng đá, các vũ công samba, và các nghệ sĩ chơi bộ gõ theo phong cách Mỹ La Linh, đem đến cho người hâm mộ một bữa tiệc mang đậm phong cách Brazil. Cùng tham gia bữa tiệc có ca sĩ nhạc rock Phạm Anh Khoa – là một thành viên của đội bóng đá 'Artist United' với mục đích quyền góp tiền cho các quỹ từ thiện. Xuất hiện tại sự kiện còn có chai bia biểu tượng FIFA World Cup™ 2014 của nhãn hàng Budweiser: phiên bản chai vàng được sản xuất giới hạn, đem đến cho người hâm mộ Việt Nam cơ hội được chào mừng World Cup cùng biểu tượng cúp vàng trên tay.

GLOBAL LINK

Global Link là nhà phân phối hơn 60 thương hiệu thời trang cao cấp như Alexander McQueen, Balenciaga, Chloé, Givenchy, Lanvin... cho tới các BST của các nhãn hiệu đương thời, năng động, trẻ trung như Phillip Lim, Sonia Rykiel, Carven, DVF, Helmut Lang, Marc by Marc Jacobs, Tara Jarmon... Các thương hiệu danh tiếng này được chọn lọc từ những kinh đô thời trang thế giới như Paris, London, Milan, New York... Từ ngày 20/06, Global Link áp dụng chương trình ưu đãi lên đến 50% cho nhiều BST Xuân Hè 2014 chọn lọc tại các cửa hàng trên toàn hệ thống. Thông tin chi tiết, vui lòng gọi: 04 3938 6260 – 08 3993 9988.



COCA-COLA

Ngày 09/06, cả nước sẽ có một bất ngờ lớn khi nhận thấy những sản phẩm Coca-Cola quen thuộc trên khắp thế giới nay mang tên mình và tên bạn bè, người thân. Tên riêng mang một ý nghĩa quan trọng với mỗi người Việt Nam. In tên riêng của người tiêu dùng lên nhãn Coca-Cola sẽ biến sản phẩm trở thành một vật kỷ niệm đặc biệt và là một món quà thú vị để trao tặng bạn bè và những người thân yêu. Chọn thời điểm ra mắt vào tháng 6, Coca-Cola mong muốn đem lại cho giới trẻ một mùa hè sôi động và đáng nhớ. Với rất nhiều lựa chọn quà tặng: tên riêng, tên gọi thân thương cho các thành viên gia đình, đồng nghiệp... chắc chắn ai cũng tìm được chai Coca-Cola đặc biệt cho mình và mang đến những ngạc nhiên thú vị cho người xung quanh.



IMEXPHARM

Công ty Cổ phần dược phẩm Imexpharm là nhà phân phối thực phẩm chức năng pms-SuperMaxGO. Kết hợp các dưỡng chất quý hiếm như SuperBerry, Natri Chondroitin Sulphate, Lutein và Zeaxanthin, cùng với công nghệ hiện đại của Pharmascience Canada, pms-SuperMaxGO là một liệu pháp khoa học giúp hỗ trợ điều trị các bệnh về mắt một cách hữu hiệu, giúp cung cấp các vitamin và các dưỡng chất thiết yếu cho sức khỏe của mắt, ngăn ngừa tiến trình lão hoá mắt và tăng cường thị lực. Thực phẩm chức năng pms-SuperMaxGO phù hợp với người tiếp xúc thường xuyên với máy tính, sách báo; người có biểu hiện nhức mắt, mỏi mắt, mờ mắt, có dấu hiệu lão hoá, suy thoái mắt, quáng gà, suy giảm thị lực, thoái hoá điểm vàng. Thông tin chi tiết, vui lòng truy cập www.pms-supermaxgo.com hoặc gọi: 1900 555 579.



TIGER

Thương hiệu bia Tiger chính thức khởi động chương trình "UNCAGE - Đánh thức bản lĩnh" tại hơn 330 nhà hàng, quán của Tiger trên toàn quốc. Bằng các câu chuyện có thật về sức mạnh tinh thần mạnh mẽ của những người trẻ dũng cảm vượt qua định kiến để theo đuổi đam mê, Tiger muốn giới thiệu với cả thế giới niềm tự hào về một châu Á đầy tiềm năng đang trỗi dậy và đánh thức bản lĩnh trong mỗi thanh niên, dám vượt qua định kiến để theo đuổi đam mê và chinh phục ước mơ. Trong chương trình này, Tiger cũng giới thiệu hệ thống nhận diện thương hiệu mới, năng động hiện đại hơn, đưa Tiger lên một nấc thang mới của sự cao cấp nhưng vẫn luôn giữ nguyên chất lượng tuyệt hảo. Thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: www.tigerbeer.com.vn hoặc www.facebook.com/tigerbeerVN.





STEVE MADDEN

Vẫn mang phong cách tự do, phóng khoáng và phá cách trong từng thiết kế, Steve Madden mang đến cho các tín đồ thời trang Xuân-Hè lựa chọn đa dạng về phong cách cho các cô nàng yêu thích thể hiện cá tính bản thân. Một phong cách rock thời thượng, mạnh mẽ cùng những chi tiết kim loại, họa tiết đính tán cho những đêm tiệc. Hay sành điệu trong không gian mua sắm, phong cách trong các buổi hoạt náo cùng những đôi giày đế xuống hay đế platform. Đặc biệt khác lạ và sexy cùng những đôi sandal phong cách gladiator kết hợp quai mảnh đan chéo, sẽ khiến bạn trở thành nữ thần dù bạn ở bất cứ đâu. Hãy khám phá BST của Steve Madden tại Times City và Parkson. Thông tin chi tiết vui lòng gọi: 0987898889 – 0902402668.

KAREN MILLEN

Mùa Thu – Đông, những chiếc áo khoác lại một lần nữa được lên ngôi trong BST của Karen Millen với những thiết kế cá tính lấy cảm hứng từ môi trường quân đội và môn đua ngựa - vốn đang là những xu hướng dẫn đầu mùa thu đông năm nay. Những mẫu thiết kế đáng xòe, cài nút chéo kết hợp với những chiếc thắt lưng gọn gàng mang lại một vẻ đẹp vừa nữ tính vừa mạnh mẽ cho những thiết kế tưởng như rất truyền thống. Một chiếc áo khoác lông chồn tuyệt vời với ve áo làm bằng da và dáng chít eo là một item cần phải có trong mùa đông này. Những nét chấm phá màu đỏ tươi của quả berry và màu cam hoàn thiện phong cách quân đội với một chút âm hưởng thành thị hiện đại. Địa chỉ tham quan mua sắm tại: cửa hàng Karen Millen, tầng M, ô 31-32, 72 Lê Thánh Tôn, Q1, Tp.HCM.

EASY SPIRIT

Là người tiên phong trên thị trường giày dép thiên về sự tiện nghi và thoải mái cho đôi chân, BST Xuân – Hè 2014 của Easy Spirit mang đến những thiết kế trên chất liệu da mềm, đầy màu sắc và đường nét tinh tế. BST là sự lựa chọn hoàn hảo cho việc cân bằng giữa sự tiện nghi thoải mái của đôi chân và phong cách năng động của mùa hè. Với các thiết kế của Easy Spirit, các cô gái có thể sang trọng, thanh lịch đến công sở hay nhẹ nhàng, phong cách dạo chơi trong những ngày hè chói chang khi kết hợp với chiếc đầm quyến rũ. Sang trọng, phong cách và vô cùng tiện nghi dù mang giày cao gót, sandal hay những đôi giày đế xuống, các cô gái sẽ không còn phải hi sinh sự thoải mái cho việc theo đuổi thời trang. Hãy cùng chiêm ngưỡng BST của Easy Spirit tại các cửa hàng ở Parkson, Diamond, Times City hay Royal trên toàn quốc. Thông tin chi tiết, vui lòng gọi: 0987898889 – 0902402668.



NINE WEST

Xu hướng đơn sắc monochrome với hai sắc màu cơ bản đen - trắng tiếp tục chiếm vị trí chủ đạo trong BST Xuân – Hè 2014. Với nhiều kiểu hoa văn lưới, to bản hoặc ren nữ tính kết hợp các đường viền sắc nét, Nine West đã đưa nghệ thuật tương phản trong từng thiết kế lên một tầm cao mới. Yếu tố tương phản hai gam màu đen trắng lồng ghép khéo léo vào kiểu dáng cổ điển tạo nên vẻ thanh lịch nhưng không kém phần sang trọng, đặc biệt dễ dàng tạo điểm nhấn bằng các phụ kiện metallic hoặc đính sequin cùng màu. Sự ghép nối vượt thời gian của màu trắng và đen huyền trong việc kết hợp màu sắc tạo nên một ấn tượng khó quên. Sản phẩm được bán tại các cửa hàng Nine West tại hệ thống Vincom, Parkson, Diamond, Times city, Garden, ... Thông tin chi tiết, vui lòng gọi: 0987898889 – 0902402668.

RIMOWA

Rimowa vừa giới thiệu một phụ kiện thời trang dành cho các tín đồ bóng đá trong mùa World Cup – Rimowa Salsa Air Carrara White. Thuộc dòng sản phẩm Salsa Air nhẹ hơn đến 26% so với các mẫu Salsa thông thường, Rimowa Salsa Air Carrara White được làm từ chất liệu polycarbonate siêu bền, có khả năng chống chịu tia UV và nhiệt độ lên đến 125 độ. Hệ thống khóa thông minh TSA tiêu chuẩn quốc tế về bảo mật hứa hẹn là hàng phòng thủ vững chãi trong mọi trường hợp. Hệ thống bánh xe Multiwheel có khả năng cơ động cao, di chuyển dễ dàng và chịu được khối lượng lớn. Rimowa thương hiệu vali hàng đầu hơn 115 lịch sử luôn là sự lựa chọn của các cầu thủ nổi tiếng toàn thế giới và những người mộ điệu thời gian. Địa chỉ tham quan mua sắm tại: 23 Lê Lợi, Q.1, Tp.HCM; Khách sạn L'Opera, 29 Tràng Tiền, Q.Hoàn Kiếm, Hà Nội.



175^{STYLES}

Địa chỉ mua sắm

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 Việt Tower, Hà Nội
- ♦ Opera View, 161 Đồng Khởi. Q1, Tp.HCM
- ♦ Parkson Hùng Vương Plaza, 126 Hùng Vương, Q.5, 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

177^{STYLE}

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

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

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

MAISON MARTIN MARGIELA

Gucci

Kate Moss for Topshop

DOLCE & GABBANA



CLOVER CANYON

ROCHAS



LINDA FARROW





TISSOT QUICKSTER FOOTBALL. EXCLUSIVE CHRONOGRAPH MOVEMENT WITH A SPECIAL FOOTBALL TIMEKEEPING FUNCTION, 316L STAINLESS STEEL CASE AND ENGRAVED CASEBACK. **INNOVATORS BY TRADITION.**

TISSOT.CH



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

BOU TIQUES: • **Sun Wah Tower** 115 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (3821 9279) • **Big C Thăng Long** 222 Trần Duy Hưng, Q.CG, Hà Nội (37832301) **SERVICE CENTER:** • **Sun Wah Tower** 115 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM (3821 9279)



T+
TISSOT
LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853

DẠI 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) • **Maximark** 3C Ba Tháng Hai, Q.10 (38328991) • **Maximark** 15-17 Cộng Hòa, Q.TB (38116502) • **Tân Tân** 55 Lê Lợi, Q.1 (38213778) • **Mạnh Thống** 72B Lê Lợi, Q.1 (38220465) • **Tic Tac** 72 Đồng Khởi, Q.1 (38293392) • **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 Mega-mall Times City** 458 Minh Khai, Q.HBT (32001400) • **Vincom Megamall Royal City** 72A Nguyễn Trãi, Q.TX (62620560) • **Duy Anh Watch** 7 Hàng Khay, Q.HK (66566660) • **Vincom Center** 191 Bà Triệu, Q.HBT (22200268) • **Savico Megamall** 79 Nguyễn Văn Linh, Q.LB (62550099) • **Lotte Mart**, 229 Tây Sơn, Q.ĐĐ (38539966) • **Duy Anh Watch** 212 Phố Huế, Q.HBT (22148336) • **New Watch** 37 Hàng Khay, Q.HK (39344865) **ĐÀ NẴNG** • **Big C Vinh Trung Plaza** 225-227 Hùng Vương (3666066) • **Indochina Riverside Mall**, Tầng 1, 74 Bạch Đằng (3843818) • **PNJ 123 Hùng Vương** (3812618) **VŨNG TÀU** • **Đại Hùng** 228 Bạc Liêu, P3 (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