

STYLE

PHONG CÁCH CỦA BẠN

FASHION
KINETICART

EXCLUSIVE: BỘ ẢNH
BÔNG HUỆ THẬP

TRANG TRẦN:
THÀ ĐI XE ÔM
MÀ ĐÀNG HOÀNG

Pillow talks
LET'S TALK
ABOUT **X**

MAKE-UP
THU ĐÔNG
2014/2015

CUSHION AIR
CÓ SOÁN NGÔI
BB CREAM ?

the **HERO** ISSUE
CỨU THẾ GIỚI HAY CỨU CHÍNH MÌNH ?

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



KENZO PARIS

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



KENZO PARIS

A full-body fashion advertisement for Oscar de la Renta. A model with long dark hair and dramatic blue eye makeup stands against a white background with soft shadows. She is wearing a dark blue pinstriped, long-sleeved, belted dress with a high slit. A blue turtleneck is visible underneath. A decorative brooch is pinned to the left lapel. The brand name 'Oscar de la Renta' is written in a white script font across the lower half of the image.

Oscar de la Renta

LUALAMILANO

AZZEDINE ALAIA

BLUGIRL

BLUMARINE

CANALI

CAROLINA HERRERA

DOLCE&GABBANA

DRIES VAN NOTEN

DSQUARED2

ELIE SAAB

EMILIO PUCCI

ESCADA

ETRO

FALKE

FRANCESCO SCOGNAMIGLIO

HITL

MANOLO BLAHNIK

OSCAR DE LA RENTA

PAUL SMITH

ROBERTO CAVALLI

TALBOT RUNHOF

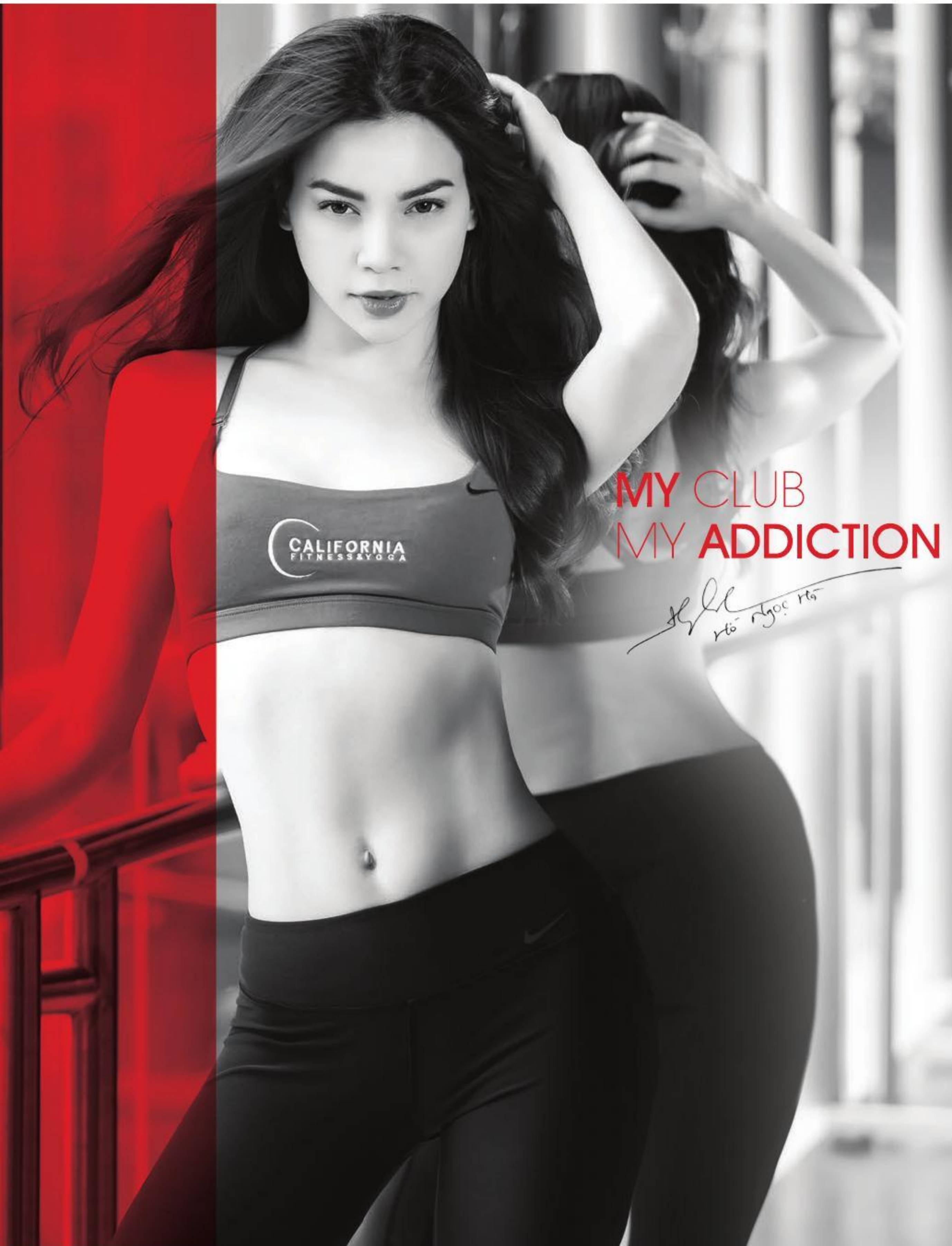
TOD'S

VICTORIA BECKHAM

PASSION • HABIT • DESIRE



MAKING LIFE BETTER



MY CLUB
MY ADDICTION

*Hydr
rto rtyoc rto*

CALIFORNIA
FITNESS & YOGA

56
kinetic
art

Cushnie et Och

No.21



J.Crew

Fendi



Giuseppe Zanotti



Givenchy



Charlotte Tilbury



16 .COVER STORY

CHIẾC ÁO CHOÀNG ANH HÙNG HAY TRÁI TIM QUẢ CẨM

23. TEA CORNER

NÀNG SIÊU NHÂN ĐI GIÀY CAO GÓT

27. FASHION

34. THE GARY PEPPER GIRL – THẾ GIỚI QUA LĂNG KÍNH HỒNG

38. JUST ASK US

42. MIX & MATCH

48. KHI LỊCH SỬ ĐƯỢC VIẾT BẰNG VẢI VÀ THUỐC ĐO

52. EDITOR'S CHOICE

56. KINETIC ART: SỰ THĂNG HOA CỦA HIỆU ỨNG THỊ GIÁC

70. PICKED FOR HIM

101. BEAUTY

105. "BẢO" CUSHION AIR ĐỒ BỘ

108. MAKE UP CÁ TÍNH CHO THU ĐÔNG

110. DƯỠNG TRẮNG KIỂU NHẬT

113. SOS: DA NHẠY CẢM

115. NƯỚC HOA MỚI CHO MÙA THU 2014

116. PHƯƠNG ĐÔNG CHO NGƯỜI MỚI BẮT ĐẦU

119. GÓC QUÝ ÔNG

102
beauty
buzz

MERIDIIST //



THE ESSENCE OF LUXURY COMMUNICATION
MERIDIIST 2nd generation

BROWN ALLIGATOR, FULL ROSE GOLD

- Dual SIM • Dual Time Unit Display • Private Concierge Service
- 28 days standby time • Sapphire Crystal Screen



TAGHeuer
AVANT-GARDE COMMUNICATION

120. *LIFESTYLE*

121. DECAL & STICKER: TUYỆT CHIỀU DÉCOR SIÊU TIẾT KIỆM

124. COOL GADGETS

126. NHỮNG MẪU SMARTPHONE NỔI BẬT CỦA THÁNG

128. NHỮNG ƯỚC MƠ GẦN

134. NHỮNG CỒNG CHẢO LỘNG LỖY

138. FOODPORN

145. *ENTERTAINMENT*

146. TRANG TRẦN: "THẢ ĐI XE ÔM MÀ ĐÀNG HOÀNG..."

156. NGUYỄN THÙY TRANG: CỨ DỪNG CẢM ĐI, RỒI TRỜI SẼ THƯƠNG!

160. NỖI ĐAU TUYỆT MỸ

164. "GIẢI MÃ" HIỆN TƯỢNG ARIANA GRANDE

168. GONE GIRL – CÔ GÁI MẤT TÍCH



Lanvin



Karl Donoghue



Anya Hindmarch



Ipad case Bottega Veneta



Paul Andrew

116
Cool
Gadgets



CỔ MÁY KIỆT XUẤT

Chế tác thủ công tại Anh Quốc bởi một nghệ nhân duy nhất, tinh chọn những chất liệu tốt nhất, nổi bật với màn hình hiển thị Full HD được bảo vệ tuyệt đối bởi mặt kính bằng đá sapphire với khả năng chống trầy xước cao. Âm thanh trung thực tuyệt đối là kết quả hợp tác với Bang & Olufsen, máy ảnh được chứng nhận bởi Hasselblad và kết nối 4G độc nhất vô nhị. Tận hưởng những trải nghiệm hoàn toàn khác biệt cùng dịch vụ đặc quyền Concierge cho dù bạn ở bất cứ nơi đâu trên thế giới.

Điện thoại Vertu Signature Touch mới

Hãy khám phá thêm tại vertu.com và ghé thăm cửa hàng của chúng tôi

TPHCM:

Khách sạn Rex, 141 Nguyễn Huệ, Quận 1, ĐT: +84 90 290 8888

Hà Nội:

Khách sạn Sofitel Legend Metropole, 15 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, ĐT: +84 94 446 5555

Khách sạn Melia, 44B Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, ĐT: +84 90 624 2424

VERTU

HANDMADE IN ENGLAND

STYLE

BỘ VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH

NHÀ XUẤT BẢN THỂ DỤC THỂ THAO

HÀ NỘI: 07 Trịnh Hoài Đức

TP.HCM: 48 Nguyễn Đình Chiểu, Q1, TP.HCM

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN

GIÁM ĐỐC - TS NGUYỄN NGỌC KIM ANH

BIÊN TẬP

CAO MINH PHƯỢNG

NGUYỄN TRÍ KHANH

CHÂU BÁCH MEDIA

HÀ NỘI: Phòng 2102, tầng 21, Thành Công Building, 57 Láng Hạ, Đống Đa, 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 YẾN

yen.phan@chaubachmedia.com

THAM GIA BIÊN SOẠN

FASHION: PHAN Ý YẾN

BEAUTY: BUI THANH HOA

LIFESTYLE: ANH TRÂM

ENTERTAINMENT: HÀ CHÍ VŨ

GIÁM ĐỐC SÁNG TẠO

SAMUEL HOÀNG

sam.hoang@chaubachmedia.com

GIÁM ĐỐC MỸ THUẬT

OBI ĐẶNG

THIẾT KẾ

NHUNG KUNG

STYLIST

LAN ANH

QUẢNG CÁO

Hotline

HÀ NỘI: **091 587 2222** - TP.HCM: **097 371 9999**

email: **chaubachmedia@gmail.com**

PHÁT HÀNH

HÀ NỘI: Phòng 2102, tầng 21, Thành Công Building, 57 Láng Hạ, 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 Tiên 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: 557/QĐ-XBTDTT/05-2014/CXB/12-595/TDTT

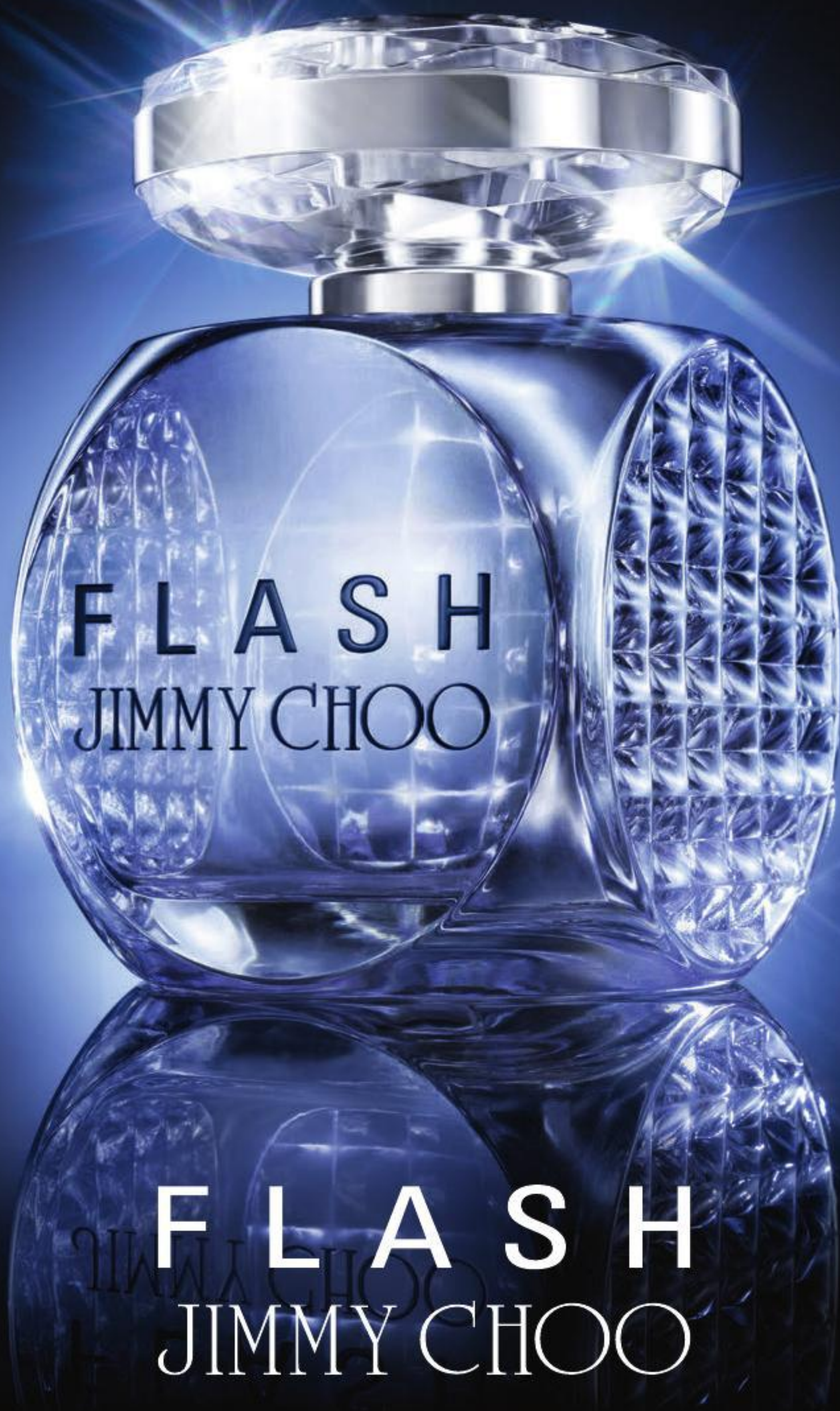
Khổ: 21x28.5cm

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

In xong nộp lưu chiểu tháng 9 năm 2014

ISBN: 978 - 604 - 85 - 0031 - 3

Giá: 34.500 VNĐ



TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THƯƠNG XÁ TAX | 192 HAI BÀ TRUNG | PARKSON HÙNG VƯƠNG | PARKSON CANTAVIL |
HÀ NỘI | 23 TRĂNG THÌ | VINCOM CITY TOWERS | VINCOM ROYAL CITY | PARKSON VIETTOWER | PARKSON LANDMARK KEANGNAM |
HẢI PHÒNG | PARKSON T&D |

Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: 112/13/QCMP-HCM.

Be a *HERO* of your life!

Kênh truyền hình nổi tiếng CNN từng có một show khá đặc biệt vinh danh 10 vị anh hùng của năm. Bạn đoán xem họ là những ai? Một thông đốc? Một doanh nhân tỉ phú? Hay một ngôi sao truyền hình đứng tên ba quỹ từ thiện khác nhau? Thật thú vị là hoàn toàn không phải. Bữa tối rực rỡ và quy mô đó dành tặng cho 10 khách mời hết sức bình thường, giản dị tới mức có thể bạn sẽ nhìn nhầm là bác hàng xóm đầu ngõ cùng nền. Vậy tại sao họ lại trở thành anh hùng? Bằng những điều bé nhỏ đóng góp cho cộng đồng, mà hơn hết cả là sự tự nguyện để cảm thấy hạnh phúc của chính bản thân. Có thể là một câu chuyện cảm động chống chọi với bệnh ung thư, một lời kêu gọi ủng hộ đồ chơi cho trẻ em nghèo, một hành trình dài giúp người tàn tật xây tổ ấm... Là bất kể một việc gì, không cần sự ghi nhận, không cần báo đáp, tất cả xuất phát từ niềm vui và mong muốn sẻ chia.

Ở xung quanh chúng ta, luôn có rất nhiều những người anh hùng như vậy. Âm thầm và bền bỉ, họ tự cứu chính mình khi vượt qua những nỗi đau riêng, những bất hạnh riêng và rồi vươn tay ra thế giới với hi vọng giúp được một ai đó bất kỳ cho dù là không quá lớn lao. Nhưng bạn có khi nào dừng lại và nghĩ rằng chính bản thân mình cũng có thể trở thành một anh hùng hay chưa?

Ấn phẩm *Style* tháng này đã ra đời từ câu hỏi đó. Chúng tôi không có mục đích sẽ gây dựng lên một nữ siêu nhân hay anh hùng Trái đất. Chúng tôi chỉ hi vọng thông qua những nhân vật được mời chia sẻ và xuất hiện ở ấn phẩm này, những con người bình thường có, nổi tiếng có, mang đến độc giả của *Style* chút ít cảm hứng, để bạn tin rằng bất cứ ai cũng có thể trở thành người anh hùng của chính cuộc đời mình. Đặc biệt, lần đầu tiên ở *Style*, một bộ ảnh kể chuyện được thực hiện bằng sắc màu điện ảnh mà toàn bộ ề kíp nung nấu ý tưởng từ lâu được thực hiện dựa trên một nữ tình báo có thật của lịch sử Việt Nam. Một câu chuyện đẹp và cảm động của quá khứ nhưng không hề bị lãng quên ở hiện tại.

Trở thành một anh hùng không viễn vông và ảo tưởng như nhiều người vẫn nghĩ. Bởi tất cả chúng ta đều có thể bắt đầu bằng việc tự cứu chính mình. Chỉ cần một chút dũng cảm mà thôi!



Concept & Photographer

SAMUEL HOANG

Celebrity

TRANG TRẦN

Make up artist & Hair stylist

LILIAN TRAN & TEAM

Stylist

LAN ANH

Fashion

VERSACE, BURBERRY

Accessories

VERSACE

Producer

NGOC AN

Location

LE CINÉ - 22A HAI BA TRUNG.





KARL LAGERFELD

PARFUMS

KARL.COM #KARLPARFUMS

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THƯƠNG XÁ TAX | 192 HAI BÀ TRUNG | DIAMOND PLAZA | PARKSON HÙNG VƯƠNG |
HÀ NỘI | 23 TRĂNG THI | VINCOM CITY TOWERS | VINCOM ROYAL CITY | PARKSON VIETTOWER | PARKSON LANDMARK KEANGNAM |

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: 174/14/QCMP-HCM.



Hiếm có từ ngữ nào có thể diễn đạt trọn vẹn chủ đề của Style số này hơn ca khúc Hero của danh ca Mariah Carey: “Khi bạn cảm thấy hy vọng tiêu tan, hãy nhìn sâu vào bên trong và mạnh mẽ lên. Cuối cùng bạn sẽ nhận ra sự thật rằng luôn có một anh hùng hiện diện trong tim mình”.

CHIẾC ÁO CHOÀNG ANH HÙNG HAY TRÁI TIM QUẢ CẢM

SIÊU NHÂN KHÔNG BAO GIỜ ĐẾN!

Thế giới chưa bao giờ thôi mơ mộng về những vị anh hùng. Hãy nhớ lại những câu chuyện cổ tích mà chúng ta đã từng lắng nghe một cách say sưa khi còn nhỏ! Luôn luôn có một nàng công chúa xinh đẹp bị phù phép hoặc bị nhốt trên tháp cao và bị canh giữ bởi một con quái vật. Rồi sẽ đến một ngày đẹp trời, hoàng tử cười bạch mã đến hóa giải lời nguyền, đặt nụ hôn lên môi nàng công chúa và họ sống hạnh phúc bên nhau mãi mãi. Các cô bé lớn lên với giấc mơ Lọ Lem hay Bạch Tuyết. Các cậu bé thì ôm ước mơ phiêu lưu quả cảm như chàng Hercules, Sinbad hùng dũng kiên cường.

Đó là tuổi thơ, còn người lớn thì sao? Những giấc mơ ấy chưa bao giờ chết. Khi niềm tin về các vị anh hùng trong thần thoại phai nhạt dần, phim ảnh, tiểu thuyết, báo chí sẽ gây dựng cho chúng ta những hình tượng anh hùng khác. Đó là Siêu nhân, người Nhện- những người có sức khỏe phi phàm, chống lại kẻ xấu, bảo vệ hòa bình cho nhân loại. Đó là James Bond, Indiana Jones, Ethan Hunt... những người hùng cơ bắp, xuyên qua làn đạn, tả xung hữu đột như chốn không người, đoạt kho báu, thực hiện những nhiệm vụ “bất khả thi” ...

Tuy nhiên, chúng ta thường có xu hướng đánh giá bản thân quá thấp và luôn tự xếp mình vào hàng nhân vật phụ hoặc vai nạn nhân. Cuộc sống quả sẽ dễ dàng hơn nhiều, nếu mỗi khi gặp khó khăn, chúng ta chỉ việc ngồi khóc và sẽ có một vị Siêu nhân áo choàng đỏ xuất hiện trước mặt để nghị giúp đỡ. Nhưng Siêu nhân sẽ không bao giờ đến bởi anh ta không có thật. Thậm chí, ngay cả khi Siêu nhân có thật chẳng nữa, hẳn anh ấy cũng quá bận giải cứu thế giới. Chẳng ai buồn để tâm đến những phiền muộn vật vãnh mà chúng ta phải chịu. Vì thế, khi gặp khó khăn, đừng nhìn ra ngoài, thay vào đó, hãy nhìn sâu vào bên trong. Hãy đánh thức người anh hùng đang ngủ say trong tim bạn và tự cứu lấy chính mình!



CHÚNG TA ĐỀU LÀ MỘT TÁC GIẢ

Nếu một ngày nào đó, cuộc đời của bạn trở thành đề tài cho một cuốn sách, bạn muốn độc giả sẽ tiếp nhận nó như thế nào? Bạn sẽ chọn sống như cô gái trong Cánh buồm đỏ thắm: yếu đuối và cô độc, luôn luôn chờ đợi một chàng hoàng tử cười sòng lớn, vượt biển rộng đem mình đi xa khỏi nơi đây? Hay là bạn sẽ chọn sống như Scarlett O'hara, bướng bỉnh và đầy nghị lực, một khi đã muốn gì thì dù quỷ sứ chặn đường, cũng quyết giành bằng được? Lựa chọn ra sao tùy ở bạn, vì cuộc đời là một câu chuyện mà ở đó, bạn vừa là tác giả, vừa là nhân vật chính.

Chúng ta thường định nghĩa anh hùng bằng những hành động phi thường, từ đó nhìn lại cuộc đời mình và thấy rằng nó quá nhàm tẻ. Không có phù thủy độc ác, không người khổng lồ, không rồng ba đầu. Không người ngoài hành tinh cũng chẳng có kẻ nào đe dọa sẽ hủy diệt toàn bộ Trái Đất. Nhưng không vì thiếu những thứ ấy, mà cuộc đời chúng ta trở nên dễ dàng hơn. Từng phút một, chúng ta luôn phải tranh đấu để tìm kiếm một chỗ đứng cho mình. Thay vào những thứ quái vật ghê rợn, chúng ta phải đối diện với nỗi đau khổ, sự sợ hãi và những giây phút tuyệt vọng.

Dù bạn là bất cứ ai, cũng sẽ có những khoảng thời gian bạn cảm thấy cô đơn như cả thế giới đã quay lưng lại với mình. Bạn bị sếp phê bình ở công ty, hay thậm chí tệ hơn, bạn vừa bị sa thải. Bạn phải buông tay một người mà bạn yêu tha thiết chỉ vì người ấy không còn muốn đi tiếp quãng đường dài phía trước với bạn nữa. Bạn bị chê cười vì ngoại hình, vì bạn quá béo hoặc gương mặt bạn không được dễ thương như người khác. Sẽ luôn có những ngày như vậy, cảm giác bị ruồng bỏ và hắt hủi, bạn không muốn đi đâu, không muốn trò chuyện với ai, chỉ muốn nằm yên, nghe nỗi đau chảy trong tim mình.

Nhưng sau tất cả, chúng ta có thể mất rất nhiều thứ nhưng vẫn còn lại chính mình. Chúng ta có thể không thay đổi được những gì xảy đến, nhưng có thể kiểm soát được suy nghĩ, lời nói và hành động của bản thân. Hãy nhớ đến những lần chúng ta mê mải chơi game và không thể nào dứt ra được để làm việc khác. Chúng ta có bao giờ dừng ở ván đấu tiên thua cuộc không? Hay chúng ta sẽ luôn thử lại, đứng dậy ngay từ chỗ ngã và tiếp tục, bằng mọi cách, tiến lên phía trước. Chí ít, hãy học cách yêu cuộc đời một cách say mê và tha thiết như vậy.

Mừng ngày Phụ nữ Việt Nam 20-10

nashi
A R G A N

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

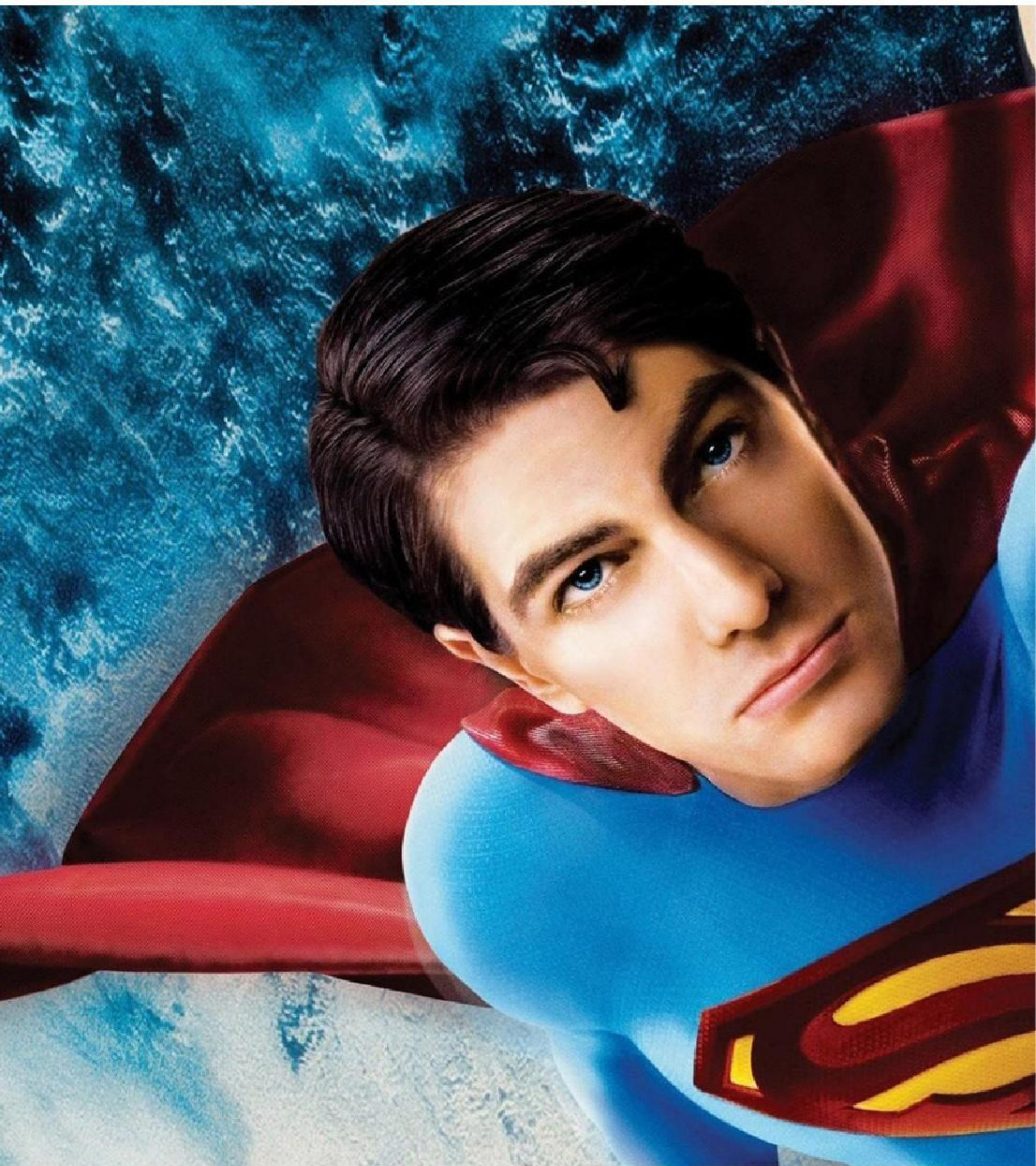


Sự hoàn hảo trong việc **chữa trị, nuôi dưỡng, phục hồi và bóng khỏe** mái tóc với thao tác đơn giản từ thành phần 100% thiên nhiên của tinh dầu Argan



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





NHỮNG ANH HÙNG CÓ KHUÔN MẶT ĐỜI THƯỜNG

Bạn đã từng nghe về dự án phi lợi nhuận Humans of New York hoặc Humans of Hanoi? Những tình nguyện viên sẽ phỏng vấn ngẫu nhiên những người trên đường về cuộc sống của họ, cách họ nhìn thế giới, những ước mơ và trăn trở hàng ngày. Nhìn những bức ảnh, đọc những dòng tâm sự của những người xa lạ, ta rất dễ có cảm giác gần gũi và ấm lòng. Thì ra, ai cũng có những câu chuyện riêng để kể, ai cũng phải vật lộn từng giây từng phút để tồn tại, để kiếm tìm hạnh phúc.

Bạn nhìn thấy một người bán hàng rong lam lũ và mệt mỏi trên đường. Bạn có thể không nghĩ ra rằng chính những thứ quà nhỏ mọn ấy lại là nguồn sống nuôi cả một gia đình. Người phụ nữ vẫn ngủ gật bên vệ đường bất kể những ngày đông tháng giá hoặc ngày hè đổ lửa, trong mắt con cái, cô ấy chính là một người hùng.

Đối với tôi, định nghĩa về người hùng đơn giản như vậy. Đó không phải là những người có sức mạnh phi thường, hô mưa gọi gió mà là những người luôn cố gắng vượt qua chính mình, không bao giờ đầu hàng hoàn cảnh. Những điều mà họ làm có thể không phải là kiểu huyền thoại mẫu mực được ghi vào sách giáo khoa. Họ không thay đổi được lịch sử, không đoạt được kho báu hay chinh phục được đủ thứ vinh quang mà người đời thường trông đợi. Thứ mà họ làm giản dị và chân thật hơn nhiều: Họ sống trọn vẹn với cuộc đời mình, cố gắng khiến bản thân hạnh phúc và những người xung quanh được hạnh phúc.

Tôi có một cô bạn thân xinh đẹp, từng lọt vào vòng cuối cùng của một cuộc thi hoa hậu cấp quốc gia, khá yếu đuối và rất hay khóc. Nhưng chính cô gái ấy, từng tốt nghiệp Học viện Báo chí Tuyên truyền, chuyên ngành truyền hình, từng làm truyền thông cho một công ty lớn, lại sẵn sàng từ bỏ tất cả để trở thành nghệ sĩ tự do, sống nhờ đam mê. Cho đến thời điểm hiện tại, cô đã mở hai triển lãm tranh cá nhân và vừa cho ra mắt một tập thơ. Con đường phía trước còn rất dài và vất vả, nhưng cô ấy hạnh phúc với lựa chọn của mình.

Chỉ cần nhìn ra xung quanh, bạn sẽ thấy bao tấm gương về những người hùng như thế. Đó là một người sẵn sàng bỏ công ty lớn để bắt đầu khởi nghiệp; một cậu bé dũng cảm đứng lên bảo vệ một người bạn bị hiếp đáp; một người phụ nữ quyết định giải phóng bản thân và những đứa con khỏi cuộc hôn nhân bất hạnh. Họ không ngồi chờ ai đó đến giải cứu, chính họ làm chủ cuộc đời mình. Và bây giờ đến lượt bạn. Vị anh hùng mà bạn tìm kiếm lâu nay thực ra vẫn luôn ở đó, ngay trong tim bạn, chỉ cần bạn có đủ can đảm khoác tấm áo choàng lên mà thôi!

ANH TRAM



CHÂU BÁCH MEDIA

HÀ NỘI: Phòng 2102, tầng 21, Thành Công Building, 57 Láng Hạ, Đống Đa, 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**

MARKETING MANAGER

TRANG ĐẶNG

ACCOUNT MANAGER

TRANG NGUYỄN

MARKETING EXECUTIVE

HẠNH PHẠM

CONTENT & SOCIAL MEDIA

HẠNH LÊ

PR EXECUTIVE

HƯƠNG ĐỎ

EVENT PRODUCER

NGỌC AN

ART & DESIGN

CBM CREATIVE TEAM

Công Ty truyền thông Châu Bách (CBM) là một công ty độc lập, uy tín và năng động tại Việt Nam.

Châu Bách Media (CBM) được độc giả biết đến thông qua thực hiện, xuất bản hai ấn phẩm thời trang cao cấp hàng đầu:

Tạp chí sang trọng **HÀNG HIỆU (2007)** và tạp chí thời trang **STYLE (2009)**.

Châu Bách Media (CBM) đặc biệt nổi trội về lĩnh vực thời trang, phong cách sống, sắc đẹp, giải trí và công nghệ.

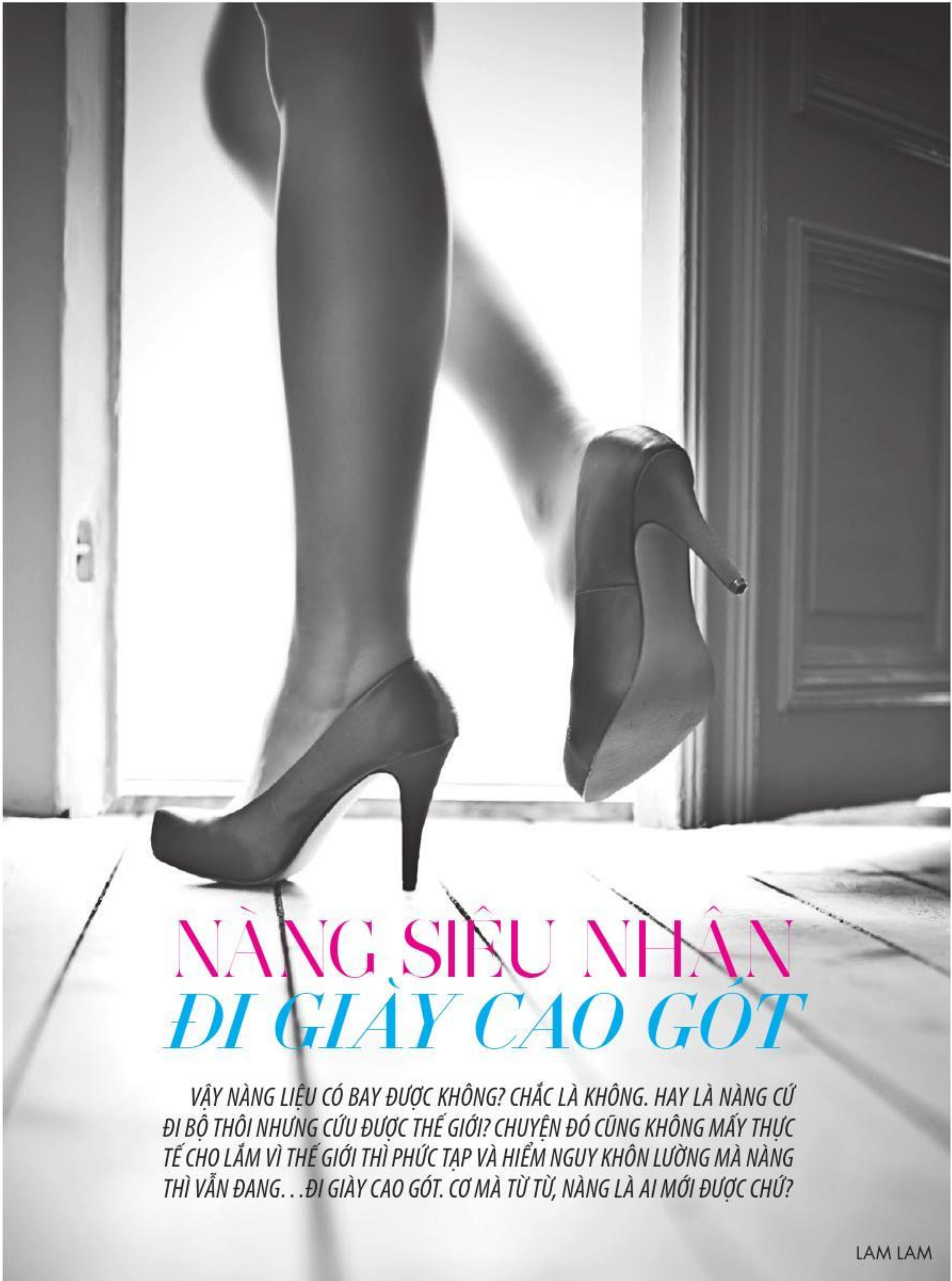
Công Ty truyền thông Châu Bách (CBM) còn tổ chức rất nhiều sự kiện dành cho các bạn trẻ thuộc tầng lớp thượng lưu và yêu thích thời trang để tạo sự gắn kết giữa độc giả và khách hàng với công ty.

Châu Bách (CBM) muốn tập trung phát triển và tổ chức những sự kiện chuyên nghiệp dành cho các khách hàng cao cấp và trở thành một trong những công ty truyền thông hàng đầu tại Việt Nam.

Hotline

HÀ NỘI: **091 587 2222** - TP.HCM: **097 371 9999**

email: chaubachmedia@gmail.com



NÀNG SIÊU NHÂN ĐI GIÀY CAO GÓT

VẬY NÀNG LIỆU CÓ BAY ĐƯỢC KHÔNG? CHẮC LÀ KHÔNG. HAY LÀ NÀNG CỨ ĐI BỘ THÔI NHƯNG CỨ ĐƯỢC THẾ GIỚI? CHUYỆN ĐÓ CŨNG KHÔNG MẤY THỰC TẾ CHO LẮM VÌ THẾ GIỚI THÌ PHỨC TẠP VÀ HIỂM NGUY KHÔN LƯỜNG MÀ NÀNG THÌ VẪN ĐANG...ĐI GIÀY CAO GÓT. CƠ MÀ TỪ TỪ, NÀNG LÀ AI MỚI ĐƯỢC CHỨ?

LAM LAM

Nàng là phụ nữ. Nàng có học thức, có địa vị. Nàng xông xáo, tháo vát, lặn xả và không ngại trách nhiệm cao. Nàng biết làm đẹp, biết hưởng thụ, biết cách khiến cho bất kì ai cũng phải ngoảnh lại nhìn cho dù chân nàng có thể không dài một mét mười hai, eo nàng có thể không còn năm mươi bảy xăng ti mét, da nàng chắc không trắng nõn trắng nà như con gái mười bảy đôi mươi. Nàng ý thức được rằng mình không phải người đàn bà đẹp nhất nhưng chắc chắn mình không xếp vào hàng ngũ “không biết phấn đấu lại còn hay hư cấu”. Nàng có thể ở bất cứ đâu, bất cứ nơi nào trên đất nước này, khiến cho đàn ông khao khát, phụ nữ bên cạnh thì tị hiềm. Nghe chừng người như nàng thật hiếm và hoàn hảo. Nhưng không, đàn bà giống nàng giờ ngày càng nhiều khi họ biết yêu bản thân mình hơn. Chỉ có điều, đằng sau những lung linh lấp lánh ấy, nàng có hạnh phúc không?



Bình đẳng hay không bình đẳng?

Thế giới bàn chuyện bình đẳng giới từ suốt nhiều thập kỉ qua. Rằng phụ nữ và đàn ông phải được hưởng những quyền tương tự nhau. Rằng phụ nữ có thể không cần đàn ông vẫn có thể sống tốt sống rực rỡ. Rằng đàn ông hãy thôi ngay chuyện nghĩ rằng phụ nữ thì chỉ nên đeo tạp dề trong bếp và không mặc gì ở trên giường. Cuộc cách mạng bền bỉ đó đã khiến hàng triệu phụ nữ tự tin bước ra khỏi hàng rào định kiến để mạnh dạn theo đuổi

giấc mơ riêng. Thực tế cho thấy họ đã làm được rất nhiều việc phi thường, không hề kém cạnh bất kì đấng mày râu nào hết cả nếu không muốn nói là một số trường hợp còn có phần vượt trội hơn. Khẩu hiệu nữ quyền được giăng lên ở khắp nơi. Phụ nữ tự hào với điều đó! Phụ nữ ưa chuộng tinh thần đó! Nhưng điều thú vị là mỗi phụ nữ lại có cách thức theo đuổi “bình đẳng” thật khác nhau.

Tôi đã từng thấy một Hilary Clinton kín kẽ và sắc sảo, một Angelina Jolie ngỗ nghịch và tự thuận hoá bằng tình yêu. Họ độc lập và cứng cỏi không thua bất kì người đàn ông nào với mong muốn góp phần giúp đỡ thế giới với vị trí đặc biệt của mình. Nhưng tôi cũng nhìn thấy cả những người chị, người mẹ thẳng thắn tuyên bố rằng bình yên của họ là ở nhà nấu cơm chăm con đợi chồng hay một cô gái xinh đẹp ngọt ngào không muốn lặn xả ra xã hội để làm việc gì cả vì có người yêu là đại gia thì đủ hạnh phúc rồi. Sự khác biệt đó chứng tỏ cho chúng ta thấy rõ ràng định nghĩa về bình đẳng của phụ nữ là hoàn toàn khác nhau, gói ghém trong những khuôn khổ khác nhau. Sự bao bọc chở che của đàn ông trước khát khao dựa dẫm của đàn bà hình như không còn là tiêu chí để đánh giá nữa. Tuy nhiên, nó lại sinh ra nhiều mâu thuẫn khi phụ nữ vừa muốn độc lập vừa muốn có người sẵn sàng mở rộng vòng tay với mình. Có lẽ vậy mà chúng ta có những nàng siêu nhân... đi giày cao gót!

THAT'S
WHAT
SHE
SAID

Cứu thế giới hay cứu chính mình?

Phụ nữ thành đạt xung quanh tôi ngày một nhiều. Họ kinh doanh, họ làm người của công chúng, họ lộng lẫy tự tin không chỉ trong những hoạt động cá nhân mà còn cả dự án xã hội. Thế nhưng, đằng sau hào quang không phải lúc nào cũng đầy ắp bột màu. Bởi rốt cuộc, tôi nghĩ phụ nữ nào cũng đều mang những phần tính cách giống nhau: khát khao được yêu thương, mong được thấu hiểu, công nhận. Sự mâu thuẫn ở hình thức bên ngoài và nội tâm đơn độc bên trong càng lớn thì họ càng lúc càng cô lập chính mình. Mà những đối lập đó đa phần đến từ hai từ khoá được xem là thiêng liêng mang tên “thiên chức”.

Một mặt, làm vợ và làm mẹ. Chăm sóc, yêu thương và quán xuyến gia đình. Mặt khác, làm sếp hay làm người nổi tiếng. Chín chu trách nhiệm và lo lắng cho những người không phải là gia đình. Bạn hãy nhìn đi! Đâu dễ dàng gì mà cân bằng hai thái cực này. Bên cạnh đó, làm gì có người phụ nữ nào mà không muốn làm vợ hay làm mẹ kia chứ? Có thể vài người sẽ phản đối, nhưng tôi nghĩ chẳng qua là chưa đến lúc bản năng đó phát tác thôi. Và khi đó, lựa chọn điều gì là cả một cuộc cân não nhiều hi sinh và cả may mắn. Vì kiểu gì phụ nữ cũng cần đến đàn ông. Phụ nữ có thể bất cần và ương ngạnh ở đâu không biết nhưng cuối cùng lúc cuối ngày, khi ánh đèn buồng xuống, họ sẽ đều khao khát một chốn yên ấm trở về, nơi có người mở rộng vòng tay đón lấy, hôn nhẹ lên trán hay mở hộ khoá kéo sau lưng váy. Tuy nhiên, một khi ta phải cần ai hay điều gì, nghĩa là ta đã phần nào mất đi sự chủ động đồng thời vô tình xây dựng cả kì vọng. Phụ nữ lại còn “thù dai nhớ lâu” nữa nên họ thường gan lì cố chấp.

Phải, cho dù là chuyện vĩ mô to tát hay bé nhỏ còn con, chỉ cần dính chút ít cảm xúc vào là phụ

nữ khó lòng buông bỏ. Chính xác là không dễ dàng “cam tâm”. Họ với niềm tin (không biết ở đâu ra) luôn hi vọng mình có thể thay đổi mọi chuyện và đạt được điều mình muốn. Những mục tiêu đó có thể lý trí, có thể cảm tính nhưng kiên định đến khi họ thực sự thấy mình đã hết cách, vào ngõ cụt. Dưới góc độ lạc quan, tôi luôn đánh giá cao việc “cố hết sức” này. Nhưng ở góc độ bi quan hơn thì tôi thấy phụ nữ thường tự tổn thương mình khi cứ đâm đầu vào vách như vậy vì mỗi một lần chạm đấy là một lần họ thêm sợ hãi và bất an.

Vậy rốt cuộc, chúng ta nên làm thế nào cho phải? Đáng buồn là mãi mãi cũng không có câu trả lời nào xác đáng nhất vì làm thế nào đều tùy thuộc

vào sự lựa chọn cá nhân, vào việc mỗi người thành thật tin rằng thế này hay thế kia thì bản thân mình hạnh phúc nhất. Phụ nữ có thể tham vọng cứu thế giới nhưng trước hết họ phải cứu được chính mình qua những thời khắc tuyệt vọng, qua nỗi buồn, qua sự cô đơn, mất mát, mỗi một và mất phương hướng. Tự bản thân không vui thì điều gì cũng là vô nghĩa. Cho dù gánh gồng được bao lâu, cho dù mạnh mẽ với thế giới đến thế nào, cuối cùng mình đối diện với mình mới thật sự là điều quan trọng nhất!



Kết: Mời đây cô nàng “phù thủy” Emma Watson có một bài phát biểu ấn tượng cho chiến dịch HeForShe của Liên Hợp Quốc về vấn đề bình đẳng giới. Ở đó, cô gái 24 tuổi này kêu gọi phụ nữ trước tiên đừng từ chối việc mình là một phụ nữ, nghĩa là từ chối thiên chức, sự dịu dàng, bản năng yêu thương và thậm chí đôi khi yếu đuối. Phụ nữ cũng không nhất định phải gồng mình để chứng minh bất kì vị trí nào trong mắt xã hội. Họ cứ đi giày cao gót, cứ mặc váy ôm và tự cứu được chính mình trước mọi giông bão trước. Những điều vĩ mô và trừu tượng khác sẽ lần lượt đến sau. Đừng lo lắng!

STYLE *fashion*

FASHION TRENDS - FASHION ICON - FASHION STORY

MIX & MATCH - EDITOR'S CHOICE - MENSWEAR - PICKED FOR HIM

HIGH FASHION - LOOKBOOK - STREET STYLE



editor's choice
52

FALL WINTER 2014/2015



Christopher Kane.



Barbara Casasola



Maison Martin Margiela



Alexander Wang



Ralph Lauren

MASCULINE EDGE

Cá tính, mạnh mẽ, "lấn sân" đến tận cùng, phụ nữ mùa thu đông này tự tin khoác lên mình từ sơ mi cho đến các bộ suit lịch lãm cổ điển của các quý ông. Đi kèm với đó là lối trang điểm và kiểu tóc năng động, sắc sảo vừa có chút ngỗ nghịch ngang tàng nhưng vừa cuốn hút không thể rời mắt.



Stella McCartney

"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

ASPEN WIND

Trang phục mang hơi thở của vùng Aspen, một thành phố nổi tiếng với các vùng núi trượt tuyết ở bang Colorado, Mỹ cũng là một trong những xu hướng được nhiều nhà thiết kế ưa thích thu đông này. Với các họa tiết lá phong, zig-zag, gam màu đỏ, nâu đất, chất liệu da hay len nỉ trên sweater, cardigan, chân váy chữ A, không khí mùa đông trầm và ấm lan tỏa khắp các sàn diễn.



Dries van Noten



Byblos



Missoni



Louis Vuitton



Tommy Hilfiger



Maison Martin Margiela



Temperley London



Issa



Roberto Cavalli



Burberry Prorsum

GLAMOROUS PONCHO

Poncho là item biểu tượng cho phong cách folk bụi phui, hoang dã và đậm chất phiêu lưu. Poncho cũng là một trang phục giữ ấm cực kì hiệu quả vào mùa đông. Chính vì thế, thay vì một chiếc coat dày lặp lại, hãy thử với poncho xem sao!



Celine



Tommy Hilfinger



Alexis Mabille



Dolce & Gabbana

MILITARY TOUCH

Không chỉ màu xanh khaki của phong cách quân đội được ưa chuộng và ứng dụng vào nhiều thiết kế mà ngay chính bộ quân phục cũng đã trở thành niềm cảm hứng sáng tạo thú vị từ phom dáng gọn gàng chuẩn mực cho đến biến tấu táo bạo trên khuôn mẫu cổ điển.



Isabel Marant



Jean Paul Gaultier



Balmain



Alberta Ferretti



Christian Siriano



Paul & Joe

watches

calvinklein.com



Exclusive Distributor:
Top Ten Ltd. | Tel: 84-8 38203204 | www.top10tenco.com.vn

Ho Chi Minh: Tax Center (3821 3231)
Vincom Center (39369770) | Maximark 3/2 (38328991)
Sun Wah Tower (38219279) | P.I. Shops (39959338)
Ha Noi: Vincom Megamall Royal City (62620560)
Vincom Megamall Times City (66599990)
Duy Anh Watch (66566660) | Savico Megamall (62550099)
Da Nang: Big C (36660666) | Riverside Towers (38328991)
Nha Trang: Nha Trang Center (65166666)

Calvin Klein
swiss made

the GARY PEPPER GIRL -THẾ GIỚI QUA LĂNG KÍNH HỒNG



Hành trình bắt đầu vào tháng 10 năm 2009, Nicole Warne thành lập một blog về thời trang cùng một tài khoản bán hàng trên eBay chuyên về quần áo và phụ kiện vintage có tên Gary Pepper Vintage. Cùng thời điểm đó, Nicole đang rất bận rộn với một công việc toàn thời gian, đi học và thực tập tại Grazia lẫn Harper's Bazaar Úc. Thế nên, sau khi suy nghĩ chín chắn, cô quyết định làm theo trái tim, dẹp bỏ mọi thứ để tập trung toàn tâm toàn ý cho Gary Pepper Vintage. Quyết định đó của Nicole nhanh chóng nhận được phần thưởng xứng đáng khi chưa đầy một năm, Gary Pepper Vintage trở nên nổi tiếng toàn thế giới bởi tính độc đáo, nữ tính và đầy thẩm mỹ. Ngay sau đó, Nicole xây dựng Gary Pepper Vintage thành một website e-commerce hoàn chỉnh và đầu tư cho nó xứng đáng là nơi bán lẻ các sản phẩm vintage lớn nhất nước Úc.

Thế nhưng, giới thời trang biết đến Nicole Warne hay Gary Pepper Girl không phải là hình ảnh một cô gái thuần túy mang màu sắc vintage cổ điển mà là một fashionista, một người mẫu, một stylist, một người có sức ảnh hưởng và truyền cảm hứng trong lối sống. Blog của Nicole là bức tranh ngập tràn màu sắc của thời trang, của xu hướng, của những địa danh xinh đẹp khắp thế giới. Nicole ghi lại dấu ấn hành trình mỗi ngày của mình đầy sáng tạo cá nhân nhưng vẫn rực rỡ và thu hút với các góc máy tinh tế như một fashion shoot hoàn hảo. Phong cách của cô thống nhất trong các tiêu chí như nữ tính, độc đáo, hoà hợp thẩm mỹ giữa cổ điển và hiện đại. Đặc biệt, luôn luôn tràn ngập ánh sáng trong không gian rực rỡ.

Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE
★

SUCCESS IS A MATTER OF STYLE



GARY PEPPER PICKS





Enjoy Responsibly

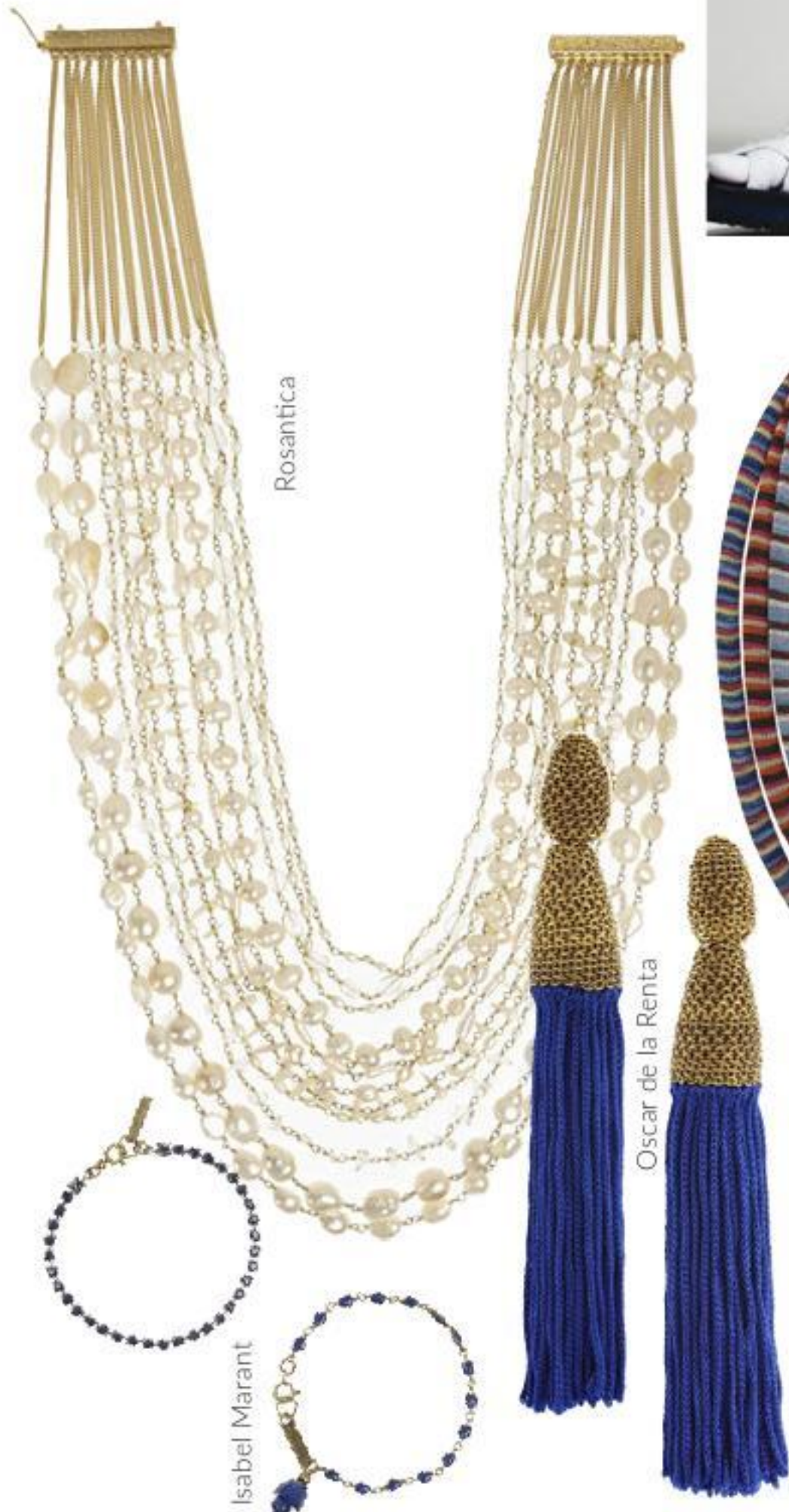


FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


SUCCESS IS A MATTER OF STYLE

JUST ASK US

Bạn chưa tự tin về phong cách của mình? Bạn quan tâm đến một xu hướng thời trang nào đó? Hãy email cho Style về địa chỉ justaskus.style@gmail.com!



Q

Làm thế nào để mix các phụ kiện với nhau?

A Đây là một trò chơi tương đối khó. Tuy nhiên, bạn có thể bắt đầu với nữ trang, ví dụ như dây chuyền chẳng hạn. Người tiên phong trong thử nghiệm thú vị này chính là huyền thoại Coco Chanel với các chuỗi ngọc trai sang trọng và cổ điển. Khi mix các kiểu vòng cổ khác nhau bạn nên tuân theo nguyên tắc sau: cùng một chất liệu và sắc độ nếu muốn an toàn; hoàn toàn đối lập về sắc độ lẫn chất liệu nếu thích sự nổi loạn ví dụ như ngọc trai với xích bản lớn, da với lông vũ, hạt bệt sẫm màu với pha lê...





Enjoy Responsibly



FONDÉ  EN 1743
MOËT & CHANDON
CHAMPAGNE


SUCCESS IS A MATTER OF STYLE



Tôi có thể làm được gì với những chiếc khăn?

A Khăn là một phụ kiện khá hấp dẫn và thú vị: vừa nữ tính cổ điển vừa năng động hiện đại. Với một chiếc khăn lụa vuông hoặc dài, bạn có thể buộc thành băng đô, thắt nơ trên cổ, buộc ở quai túi hoặc đơn giản là nhét duyên dáng ở túi áo blazer như một quý ông. Với khăn choàng bản lớn, ngoài việc quấn ở cổ để giữ ấm, bạn có thể khoác như một chiếc poncho và tăng thêm điểm nhấn bằng một chiếc kẹp cài áo cá tính.

Q

Tôi nên chọn underwear thế nào cho đúng? Nên chọn kiểu thời trang hay chỉ chú trọng đến sự thoải mái?

A Có một con số thống kê khá thú vị là đến tận 80% phụ nữ đều mặc underwear không đúng cách và đa số đều xem nhẹ loại trang phục bé xíu ít người nhìn thấy này. Về cơ bản, trang phục lót rất quan trọng vì nó không chỉ giúp bạn tự tin hơn mà còn ảnh hưởng đến sức khỏe. Thế nên, tuyệt đối không nên xem nhẹ. Bạn có thể chú ý mấy nguyên tắc sau:

1. Yếu tố thoải mái nên đặt trước yếu tố thời trang. Tuy nhiên thoải mái có nghĩa là vừa vặn chứ không phải là rộng lủng bủng hay cũ nhàu.
2. Hãy thành thật với bản thân khi chọn size của áo ngực. Một chiếc áo cup ngực quá lớn không vừa chỉ làm bạn trông buồn cười mà thôi.
3. Hãy ưu tiên các chất liệu mềm như lycra, microfiber, cashmere, lụa, satin hoặc cotton organic.
4. Nên giặt tay underwear
5. Nên thay underwear mới mỗi 6 tháng
6. Nhớ cắt bỏ mác nhãn khi mua underwear mới
7. Các thương hiệu lớn uy tín luôn an tâm hơn về mặc chất lượng dù giá cả có thể hơi cao



ID Sarrieri



Agent Provocateur



Calvin Klein



Stella McCartney



Eberjey



DONNA BEATRICE corset SS 2013



Một trong những item không thể thiếu của các tín đồ street style chính là chiếc quần jean rách bụi phui. Có rất nhiều cách kết hợp thú vị với item này tuy nhiên khi thời tiết vào thu, bạn hãy thử với một đôi boot thấp cổ xem sao!



*cuộc sống là nét đẹp năng động



LIFE IS A BEAUTIFUL SPORT **LACOSTE** 

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



River Island - Giá: 399.000VND



White on white
luôn có chỗ đứng
riêng thú vị của nó. Để
thay đổi một chút, bạn có
thể tạo điểm nhấn bằng phụ
kiện như chiếc clutch mang
họa tiết kimono hay đôi
khuyên tai đậm chất
Á Đông.

H&M - Giá: 735.000VND



Oasis - Giá: 999.000VND

Topshop



Mango - Giá: 999.000VND

Mango - Giá: 999.000VND



River Island - Giá: 1.799.000VND

Topshop - Giá: 1.340.000VND



New Look - Giá: 399.000VND



Zara - Giá: 1.300.000VND



Pattern-on-pattern
chưa bao giờ là một
thử nghiệm dễ dàng.
Tuy nhiên, nó luôn
mang lại ấn tượng
thị giác thú vị.

SophieMhabille.com



Trong tổng thể trang phục màu trung tính, một đôi giày hay bất kì phụ kiện với màu sắc đối lập nào nổi bật lên cũng đều thu hút thành công sự chú ý và được đánh giá cao.

Isabel Marant



Joseph



Cảm hứng đồng quê với sắc nâu và họa tiết kẻ caro ngập tràn không khí mùa thu.



Marni

Lanvin



Proenza Schouler



Dion Lee



Miu Miu



Kotur



Rupert Sanderson





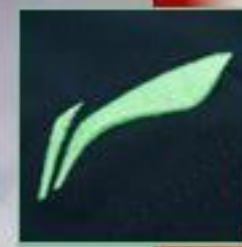
Một quý ông lịch lãm chuẩn mực với suit màu navy và một chiếc khăn nhỏ nơi túi áo.





It's
my time

MARIN CILIC
CHAMPION US OPEN 2014



www.lining.com.vn



Phong cách Punk rất thịnh hành tại London, Anh những năm 1970

KHI LỊCH SỬ ĐƯỢC VIẾT BẰNG *VẢI VÀ THUỐC ĐO*

NÓI ĐẾN THỜI TRANG, NGƯỜI TA ĐA PHẦN THƯỜNG QUAN TÂM ĐẾN XU HƯỚNG VÀ HỒI HỘP CHỜ ĐỢI XEM NHỮNG GÌ SẼ “HOT” NHẤT MÙA TỚI. THẾ NHƯNG, ĐIỀU ĐÓ KHÔNG CÓ NGHĨA NGƯỜI HÂM MỘ CHÂN CHÍNH QUÊN ĐI NHỮNG GÌ CĂN BẢN VÀ BẤT BIẾN LÀM NÊN GIÁ TRỊ LỊCH SỬ CỦA THỜI TRANG. NỀN TẢNG LÂU ĐỜI VÀ HOÀN MỸ ĐÓ GẮN LIỀN VỚI NHIỀU CÁI TÊN QUEN THUỘC MÀ CHÚNG TA ĐỀU CÓ THỂ ĐỒNG Ý VỚI NHAU RẰNG HỌ LÀ NHỮNG “NGƯỜI HÙNG” CỦA THỜI TRANG.

HOÀNG MINH CHÂU

MADELEINE VIONNET

Theo như Christian Dior nhận xét: “Không ai có thể đạt đến trình độ bậc thầy trong nghệ thuật dressmaking (thiết kế và may vá) hơn Madeleine Vionnet.” Thế giới thời trang sẽ mãi nhớ tới bà như một nhà thiết kế huyền thoại khi sáng tạo và thử nghiệm thành công kỹ thuật cắt xéo vải “bias cut”, tận dụng tối đa tính đàn hồi của chất liệu vải nhằm tạo nên những chiếc váy đẹp như mơ, mỏng manh uyển chuyển theo đường cong cơ thể quyến rũ của người phụ nữ. Các thiết kế của Vionnet lấy cảm hứng và chịu ảnh hưởng sâu sắc từ trang phục Hy Lạp cổ đại. Đó là những chiếc váy bất đối xứng one-shoulder, váy dáng thẳng đứng column dress, những trang phục với đường rù hoặc xếp nếp mềm mại, sử dụng chủ đạo ba màu trắng, đen và ánh vàng. Một điều vô cùng đặc biệt là Vionnet không bao giờ phác thảo trên giấy như hầu hết các nhà thiết kế khác mà ngược lại, tận dụng tối đa hiệu quả của kỹ thuật draping trực tiếp trên ma-nơ-canh. Bà còn được mệnh danh là “Euclid của thời trang”, người áp dụng những tính toán logic, quy trình chặt chẽ của toán học và kiến trúc vào trong thời trang.



Áo khoác răng sói của Madeleine Vionnet



Một thiết kế của Madeleine Vionnet

COCO CHANEL

Sẽ không sai khi nói rằng Coco Chanel là nhà thiết kế có sức ảnh hưởng sâu rộng nhất mọi thời đại. Cái mà bà luôn khao khát hướng đến là tính thực tiễn và sự hiện đại trong thời trang. Chúng không chỉ gói gọn trong những phong cách và xu hướng đang thịnh hành trong thời gian bà còn sống mà còn là tầm nhìn xa hướng đến tương lai dựa trên cá tính hết sức phụ nữ. Nghĩ tới Chanel, người ta nghĩ ngay đến những thiết kế cổ điển nhưng không bao giờ lỗi mốt. Đó là sự kết hợp hài hòa sang trọng của hai màu tương phản trắng đen, sự thanh lịch của chuỗi ngọc trai quý phái, sự lịch lãm toát ra từ bộ Chanel suit vải tweed, sự gợi cảm quyến rũ mà mọi phụ nữ đều có thể đạt được với chiếc váy đen The little black dress. Những biểu tượng thời trang ưa chuộng phong cách Chanel thời nào cũng có, từ Jackie Kennedy, Audrey Hepburn đến Audrey Tautou hay Diane Kruger.



Jackie Kennedy trong bộ suit của Chanel tại Dallas ngày 22 tháng 11 năm 1963



Vivienne Westwood cùng các người mẫu (backstage tuần lễ thời trang London thu đông 2011)

VIVIENNE WESTWOOD

Grand Dame Vivienne Westwood đã trở thành một nhà thiết kế huyền thoại ngay khi còn sống. Bà được coi như người khởi xướng phong cách punk trong thời trang khi bắt tay thiết kế quần áo cho cửa hiệu Sex (Tình dục) của bạn trai lúc bấy giờ, Malcolm McLaren (trưởng nhóm nhạc Sex Pistol) tại King's Road, London những năm đầu 1970. Chỉ cần nhìn vào những chiếc áo da đen với kim băng (safety pins), handcuff (vòng tay to bản), quần tất lưới, phụ kiện đinh tán và dây xích, quần jeans rách kết hợp với họa tiết kẻ caro (tartan) của Scotland, ta cũng có thể cảm nhận được tinh thần nổi loạn của giới trẻ Anh toát lên từ phong cách này. Sự nghiệp đồ sộ của bà không chỉ dừng lại ở đó. Sau thời kỳ punk, VW quan tâm tới việc nghiên cứu kỹ thuật cắt vải thế kỷ 17,18 và kết hợp nó với các yếu tố hiện đại vào trong các trang phục của mình, tạo nên một trào lưu mới mang tên New Romanticism. Các thiết kế của Vivienne Westwood những năm gần đây còn gửi gắm trong đó những thông điệp chính trị xã hội sâu xa.



Nhà thiết kế Diane von Furstenberg

DIANE VON FURSTENBERG

Mặc dù nhiều tài liệu cho rằng chiếc váy "wrap dress" (váy cuốn) xuất hiện lần đầu tiên do Elsa Schiaparelli thiết kế nhưng có thể khẳng định rằng người có vai trò phổ biến chúng trở thành một wardrobe staple (những món đồ cần có trong tủ quần áo) của phụ nữ hiện đại phải là Diane von Furstenberg (DvF). Chiếc wrap dress cổ chữ V tay lửng, chủ yếu làm bằng chất liệu vải thun jersey được đón nhận nồng nhiệt khi DvF trình làng chúng năm 1972 bởi chúng rất quyến rũ, tôn lên những đường cong gợi cảm của phụ nữ mà vẫn giữ nguyên vẻ lịch sự kín đáo. Tạp chí Vogue đã gọi chiếc wrap dress là "biểu tượng giải phóng tình dục của nữ giới". Ngày nay, wrap dress vẫn được nhiều biểu tượng thời trang yêu thích, một trong số đó không ai khác chính là Kate Middleton, Công nương xứ Cambridge.

DONNA KARAN

Trong suốt những năm qua, Donna Karan luôn là nhà thiết kế đi đầu trong việc nắm bắt nhu cầu thời trang của phụ nữ hiện đại. Họ là những người phụ nữ, thông qua thời trang, khát khao tạo nên hình ảnh bản thân đầy tự tin, chuyên nghiệp và tri thức nhưng vẫn quyến rũ, gợi cảm và tinh tế. Năm 1985, Donna trình làng bộ sưu tập mang concept “Seven Easy Pieces” tại Tuần lễ thời trang New York, với foundation piece là chiếc body suit, gam màu chủ đạo là đen, chất liệu jersey và cashmere cao cấp, được phối hợp với nhau tạo thành nhiều lớp trang phục (layering). Khái niệm này hiện nay nghe không có gì đặc biệt, nhưng vào thời điểm DK cho ra đời bộ sưu tập, thị trường thời trang hầu như bỏ qua việc tìm ra một phong cách thời trang phù hợp và thuận tiện nhưng vẫn quyến rũ cho phụ nữ hiện đại nơi công sở.



Donna-Karan



Thiết kế váy cưới màu hồng của Vera Wang

VERA WANG

Có thể nói, Vera Wang là nhà thiết kế đã thổi một luồng gió mới vào thị trường váy cưới vốn buồn tẻ trước đó. Nhận định của bà về thị trường này lúc bấy giờ là hoàn toàn chính xác. Theo Vera, những chiếc váy cưới lúc đó mang phong cách cũ kỹ, hạn chế trong kiểu dáng và không bắt kịp với xu hướng thời trang hiện đại. Dũng cảm từ bỏ vị trí biên tập viên cho tờ Vogue để trở thành một nhà thiết kế, từ năm 1987 cho đến nay, Wang liên tục mang đến những ý tưởng, cách tân mới vào trong các thiết kế váy cưới của mình như: thắt dây nơ đen, mang găng tay đen trên nền váy cưới trắng, chọn váy cưới màu hồng, màu nude thay vì màu trắng truyền thống, loại bỏ sự rườm rà thay vào đó là nét thanh lịch, hiện đại nhưng vẫn tinh tế và lãng mạn đến từng chi tiết. Những lớp voan đắp nổi bông bồng trên thân váy đã trở thành một dấu ấn riêng trong các thiết kế váy cưới của Wang. Không ngạc nhiên khi những cô dâu nổi tiếng hàng đầu thế giới như Victoria Beckham, Mariah Carey, Avril Lavigne, Chelsea Clinton, Ivanka Trump đã lựa chọn váy cưới Vera Wang cho ngày lễ trọng đại nhất cuộc đời mình.

REI KAWAKUBO

Nhiều người nhận định Rei Kawakubo là một trong những nhà thiết kế nữ với phong cách avant-garde táo bạo nhất mọi thời đại, một người luôn thách thức những chuẩn mực trong thời trang và tiêu chí làm nên vẻ đẹp người phụ nữ. Bộ sưu tập đầu tay của Rei trình làng tại Paris năm 1981 đã gây shock cả thế giới thời trang, bởi tính đột phá và gây tranh cãi của nó. Đen được sử dụng làm màu sắc chủ đạo, thay vì phom dáng bó sát tôn lên đường cong cơ thể của phụ nữ đang rất thịnh hành lúc bấy giờ, những chiếc váy, chiếc áo được thiết kế dáng suông, thậm chí rộng thùng thình, sử dụng phong cách deconstruction khá lập dị. Rei tôn sùng chủ nghĩa “wabi-sabi” của Nhật Bản, tìm vẻ đẹp trong những gì được coi là nhất thời, không hoàn hảo, không bóng bẩy.



Một thiết kế của Rei Kawakubo



- ❶ TiBi
- ❷ Aurélie Bidermann
- ❸ Kotur
- ❹ Linda Farrow
- ❺ Make Up For Ever

Trong bất kì mùa thời trang mới nào, golden metallic cũng là một xu hướng không ít thì nhiều được ưa chuộng. Tuy nhiên, tôi nghĩ golden metallic lại có ý nghĩa nhiều hơn là bề nổi rực rỡ đơn thuần. Nó là hiện thân của bầu không khí hội hè lấp lánh thượng lưu, là cái tôi mạnh mẽ cá tính khẳng định sự khác biệt của chính người can đảm khoác lên mình. Và hơn hết cả, golden metallic phần nào đánh dấu đẳng cấp vừa hiện đại vừa hoài cổ.

Một chiếc váy dài có thể sẽ hơi già, quá kín đáo và quá bảo thủ. Thế nhưng một chiếc wrap skirt dài có thể xoá bỏ hết tất cả định kiến trên. Thay vào đó là sự thanh lịch, nét uyển chuyển hoàn hảo cho những ngày se lạnh. Bên cạnh đó, tôi thích sự hoà hợp của sắc xám và đỏ đùn điểm một chút kim loại vàng tinh tế. Nó giống như một bức tranh mùa thu trầm ấm nhưng không hề u ám hay buồn bã.



- ❶ Isa Arfen
- ❷ Rosie Assoulin
- ❸ Les Paruriers Vintage
- ❹ Charlotte Olympia
- ❺ Chan Luu
- ❻ Giuseppe Zanotti



Military trend (phong cách quân đội) là sự lựa chọn ưa thích của các cô nàng cá tính, mạnh mẽ thích mạo hiểm. Tuy thế, military trend không có nghĩa là đậm chất nam tính mà ngược lại rất quyến rũ và gợi cảm với váy xẻ hay boots cao gót buộc dây. Ngoài ra, sắc xanh ô liu cũng là một màu khoẻ mạnh, ấn tượng nhưng hơi kén sắc da. Vì thế, bạn nên chú ý trang điểm một chút!

- ❶ Balmain
- ❷ Josh Groot
- ❸ J.Crew
- ❹ Fallon
- ❺ Dolce & Gabbana
- ❻ Proenza Schouler
- ❼ Gianvito Rossi

- ❶ Fendi
- ❷ Derek Lam
- ❸ No.21
- ❹ Parosh
- ❺ Prada
- ❻ Aquazzura



Một chiếc quần sequin, tại sao không? Đó có thể không phải là một bữa dạ vũ hay lên sân khấu trình diễn nhưng trang phục sequin hoàn toàn có thể cùng bạn ra phố, đến những nơi không có ánh đèn flash nào. Bởi bản thân nó đã đủ “bắt mắt” đủ lôi cuốn rồi. Bên cạnh đó, tôi dành cả sự ưu ái cho chiếc khăn choàng kiểu cổ áo của Fendi nữa: sang trọng, quý phái, ấm áp và cực kì thời trang!

KINETIC ART

SỰ THĂNG HOA
CỦA HIỆU ỨNG THỊ GIÁC



Diane von Furstenberg

Carolina Herrera

Creatures of the wind

Antonio Berardi

Chloé



KENZO

Kinetic Art (nghệ thuật chuyển động học) là một trào lưu khá thịnh hành trong thập niên 60 với nét thu hút tập trung vào sự thay đổi của họa tiết trên thân váy hoặc áo khi người mặc di chuyển. Đây là một họa tiết đặc biệt thú vị và hấp dẫn khi tâm điểm của vẻ đẹp chính là hiệu ứng thị giác mang đến cho người đối diện.

MARC JACOBS



PREEN



BOTTEGA VENETA



ALAÏA



AQUAZURRA



PAUL ANDREW

KINETIC ART

A person is lying on a light-colored sofa, their body partially visible in the lower half of the frame. The background is a dark green wall adorned with several vinyl records of various sizes and colors (black, brown, blue). A small, framed picture of a boat is also visible on the wall. The overall mood is nostalgic and artistic.

THOSE DANCING DAYS *ARE GONE*

Creative director

SAMUEL HOANG

Photographer

THAI PHAM

Retouch

GOLDENEYE PRODUCTION HOUSE

Model

KIM THUY

Make up artist

CAO TUAN DAT

Hair stylist

VAN HAIR

Stylist

LAN ANH

Fashion

LEA'S LE HA, DEVON LONDON, KELLY BUI

Producer

NGOC AN

Location

BAR BETTA

34 CAO BÁ QUÁT - HÀ NỘI

Sơ mi không tay, Túi da: **Lea's Le Ha**
Quần sọc xanh: **Kelly Bùi**
Áo khoác trắng, Mũ dạ,
Vòng tay gỗ: **Devon London**





Áo sơ mi, Chân váy hoa, Nhẫn: **Lea's Le Ha**
Túi xách, Vòng tay, Mũ dạ: **Devon London**

Váy hoa: **Kelly Bui**
Áo da, Vòng tay: **Devon London**
Nhẫn: **Lea's Le Ha**





Sơ mi lụa: **Kelly Bui**
Chân váy da, Áo da: **Devon London**
Nhấn: **Lea's Le Ha**





Áo sơ mi, Mũ dạ, Vòng tay: **Devon London**
Chân váy: **Lea's Le Ha**

Sơ mi lụa: **Kelly Bùi**
Chân váy da: **Devon London**
Nhẫn: **Lea's Le Ha**





Váy hoa, Vòng tay, Nhẫn: **Lea's Le Ha**
Áo khoác: **Devon London**

FALL WINTER 2014/2015



Dries Van Noten



Emporio Armani



Kenzo



Emporio Armani



Jil Sander



Fendi



Bottega Veneta

CHUNKY KNITWEAR

Áo len, phải các trang phục len ấm áp, dày dặn với màu sắc rực rỡ hay họa tiết phong phú là một trong những thiết kế được nhiều thương hiệu ưa ái mùa thu đông này. Chúng được mix tinh ý đến mức gần như có thể thay thế các loại áo khoác to dày mùa đông và trở nên cực kì thời trang.

PICK THE BIG COAT

Những chiếc áo khoác (coat) là vị vua không bao giờ bị truất vị ở bất kì mùa thời trang thu đông nào. Ở mùa này, chúng xuất hiện với phom dáng rộng hơn, với nhiều gam màu trung tính hơn và được kết hợp phong phú với suit, với cardigan hay sweater đậm phong cách streetstyle.





3.1 Phillip Lim

Kolor

Diesel Black Gold

Costume National

Versace

Etro

Damir Doma

ROLLNECKS ARE BACK

Những chiếc áo cổ lọ có phần cổ điển và bảo thủ đã quay lại sàn diễn mùa thu đông này. Nhưng bạn yên tâm, chúng có thể làm hài lòng cả người khó tính nhất khi được xuất hiện với những gam màu tươi sáng và họa tiết trẻ trung. Thêm vào đó, áo cổ lọ cũng là một ý kiến không tệ khi bạn mặc bên dưới blazer hay suit thay cho một chiếc sơ mi với cà vạt thông thường.



Alexander Wang



Maison Martin Margiela



Bottega Veneta



Kolor



Thom Browne

OCTOBER SURVIVAL

NHỮNG KÌ NGHỈ ĐÃ KHÉP LẠI PHÍA SAU. ĐÃ ĐẾN LÚC PHẢI QUAY LẠI HIỆN THỰC VỚI CÔNG VIỆC, CÁC LỊCH TRÌNH VÀ DEADLINES DÀY ĐẶC. NHƯNG LIỆU ANH CHÀNG CỦA BẠN ĐÃ SẴN SÀNG CHƯA? ĐÃ ĐẾN LÚC KHỞI ĐỘNG VÀ CHUẨN BỊ CHO TỦ ĐỒ CỦA CHÀNG RỒI ĐẤY!

1. Một chiếc áo khoác (overcoat) chuẩn mực: Không quá dày nhưng đủ rộng để có thể mặc bên ngoài suit hoặc blazer. Các màu nên chọn là đen, xám, navy, camel.

2. Khăn choàng cổ: Các gam màu trung tính sẽ là sự lựa chọn tốt nhất. Chất liệu có thể là len, dạ hay cashmere. Khăn không cần phải quá to hay quá dài để tránh trường hợp chàng quá lười nên sẽ xếp luôn vào xó tủ.

3. Áo vest hoặc blazer

4. Áo sweater

5. Giày derby hoặc boots thấp cổ

the ^{1st} VERY IMPRESSION

GÂY ẤN TƯỢNG VỚI ĐỐI PHƯƠNG NGAY TỪ LẦN ĐẦU GẶP GỠ BẰNG ÁNH MẮT HAY NỤ CƯỜI NGHE CÓ VẺ KHÁ TRỮU TƯỢNG. NHƯNG BẰNG TRANG PHỤC THÌ SAO? ĐIỀU ĐÓ ĐƠN GIẢN HƠN NHIỀU!

1. Một chiếc cardigan có cổ bẻ (shawl-collar) luôn luôn lịch lãm và thời trang trong mọi trường hợp mà lại không bị cảm giác quá nghiêm túc. Chú ý phần vai vừa vặn, chiều dài áo vừa qua thắt lưng và với áo len bạn nên chọn nhỏ đi 1 size.

2. Hãy thử với họa tiết fine print (loại hình in nhỏ có thể dày đặc hoặc không). Chúng không quá phô trương nhưng vẫn đủ "cool" để tạo ấn tượng. Nếu tự tin bạn có thể mặc mình nó, hoặc không có thể mặc bên dưới một chiếc blazer màu sẫm.

3. Các phụ kiện nhỏ cũng là một điểm cộng. Chúng không cần quá phô trương và trịnh trọng, ví dụ như một chiếc khăn lụa nhỏ nơi túi áo vest, một chiếc đồng hồ đeo tay hay một chiếc clutch da vừa vặn.

1. Case Ipad Alexander McQueen
2. Bút Montblanc
3. Đồng hồ Rolex Deepsea
4. Kính Oliver Peoples
5. Khăn bỏ túi Drake's
6. Khăn túi Boglioli
7. Phiên bản giới hạn số du lịch của Hermès làm với Visionaire
8. Clutch của Loewe
9. Khuy măng sét Paul Smith
10. Găng tay Bottega Veneta

RULES OF BELT

THẮT LƯNG LÀ MỘT PHỤ KIỆN GẦN NHƯ BẤT KÌ NGƯỜI ĐÀN ÔNG NÀO CŨNG CÓ NHƯNG KHÔNG PHẢI ANH CHÀNG NÀO CŨNG NẮM RÕ QUY TẮC CỦA NÓ.

1. Màu và chất liệu của thắt lưng phải hợp với màu và chất liệu của giày

2. Thiết kế của thắt lưng phải hợp với tổng thể trang phục. Ví dụ một thắt lưng phù kín đính tán không bao giờ đi cùng suit hay một chiếc thắt lưng da màu đen cổ điển sẽ quá nghiêm túc với quần jean hay denim bụi.

3. Nếu phân vân, bạn có thể để ý chiều rộng của bản thắt lưng để chọn: bản rộng thường đi cùng với quần casual và ngược lại, bản nhỏ hơn thường phù hợp với quần âu lịch sự trang trọng.



Oliver Spencer



Dolce & Gabbana



Anderson's



Loro Piana



Hentsch Man



Jil Sander



Folk



Gucci

kenzoparfums.com

FLOWERBY KENZO

for a beautiful world

TP HCM | NEW WORLD HOTEL | VINCOM CENTER | THƯƠNG XÁ TAX | 192 HAI BÀ TRUNG | PARKSON CANTAVIL | PARKSON PARAGON |
| PARKSON SAIGON TOURIST | PARKSON HÙNG VƯƠNG | PARKSON FLEMINGTON | PARKSON C.T | HÀ NỘI | 23 TRĂNG THI | VINCOM CITY TOWERS |
| VINCOM ROYAL CITY | VINCOM VILLAGE | PARKSON VIETTOWER | PARKSON LANDMARK KEANGNAM | HẢI PHÒNG | PARKSON T&D |
Nhập khẩu và phân phối: Công ty TNHH TM-DV Phương Phát - P.1509, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TP HCM. Số phiếu tiếp nhận hồ sơ đăng ký quảng cáo của Sở Y Tế TP.HCM: 257/14/QCMP-HCM.



BÔNG HUỆ THÉP

LỊCH SỬ CÓ THỂ KHÔNG TUNG HỒ ỒN AO NHƯNG VẪN LUÔN GHI NHẬN SỰ ĐÓNG GÓP VĨ ĐẠI CỦA NHỮNG NGƯỜI PHỤ NỮ ĐẸP VÀ QUẢ CẢM, NHỮNG TÌNH BÁO VIÊN CÁN ĐẢM THÔNG MINH. TUỔI TRẺ CỦA HỌ LÀ CHUỐI NGÀY DÀI ĐEO LÊN MÌNH NHIỀU LỚP MẶT NẠ KHÁC NHAU, LIỀU LÌNH VÀ KHÔN KHÉO VƯỢT QUA NHỮNG HIỂM NGUY RÌNH RẬP, TÌNH YÊU GÁC LẠI, HẠNH PHÚC RIÊNG PHẢI TAM QUÊN. TẤT CẢ VÌ MỘT LÝ TƯỞNG CAO CẢ HƠN MÀ BẠN THÂN ĐÃ DẪN THÂN LỰA CHỌN. VÀ BÔNG HUỆ THÉP LÀ MỘT CÂU CHUYỆN NHƯ VẬY...

Creative director & Photographer

SAMUEL HOANG

Art Director

OBI DANG

Lighting

NGUYEN MINH TIEN

Model

THUY HUONG, VICTOR ROLLS, MARTA, MANH KIEN, NGOC HOA

Makeup Artist:

LILIAN TRAN & TEAM

Stylist

LAN ANH, CAM NHUNG

Producer

NGOC AN

Fashion

ELIE SAAB, DOLCE & GABBANA, DSQUARED2, CAROLINA HERRERA, VICTORIA BECKHAM, SHAMBALLA JEWELS (FROST OF LONDON), RIMOWA, XUAN LE HOMME, MAGONN

Assistant:

MANH BI, QUAN, TUNG, DUY ANH

Location:

HOTEL METROPOLE - 15 NGO QUYEN
OLD QUARTER, LE CINE - 22A HAI BA TRUNG





Váy ren trắng, váy đầm hoa,
vòng ngọc trai: **Magonn**



Vest, sơ mi nam, quần âu,
cà vạt: **Xuân Lê Homme**
Váy chấm bi, vòng tay ngọc trai,
váy xanh, áo len sợi, túi hồng: **Magonn**





Sơ mi nam, quần âu, cà vạt:
Xuân Lê Homme
Váy chấm bi, vòng tay ngọc trai,
váy xanh áo len sợi: **Magonn**



Vest, sơ mi, cà vạt: **Xuân Lê Homme**
Váy hoa, áo khoác be: **Magonn**



Váy: **Carolina Herrera**
Túi: **Victoria Beckham**







Váy: Carolina Herrera
 Vòng tay: Shamballa Jewels (Frost of London)
 Sơ mi, quần âu, gi lê, cà vạt: Xuân Lê Homme
 Va li: Rimowa



Váy trắng, thắt lưng: **Carolina Herrera**
Túi: **DSQUARED2**
Găng tay ren: **Dolce&Gabbana**



Váy: **Carolina Herrera**
Vòng tay: **Shamballa Jewels (Frost of London)**
Vest, sơ mi, cà vạt, khăn: **Xuân Lê Homme**
Va li: **Rimowa**

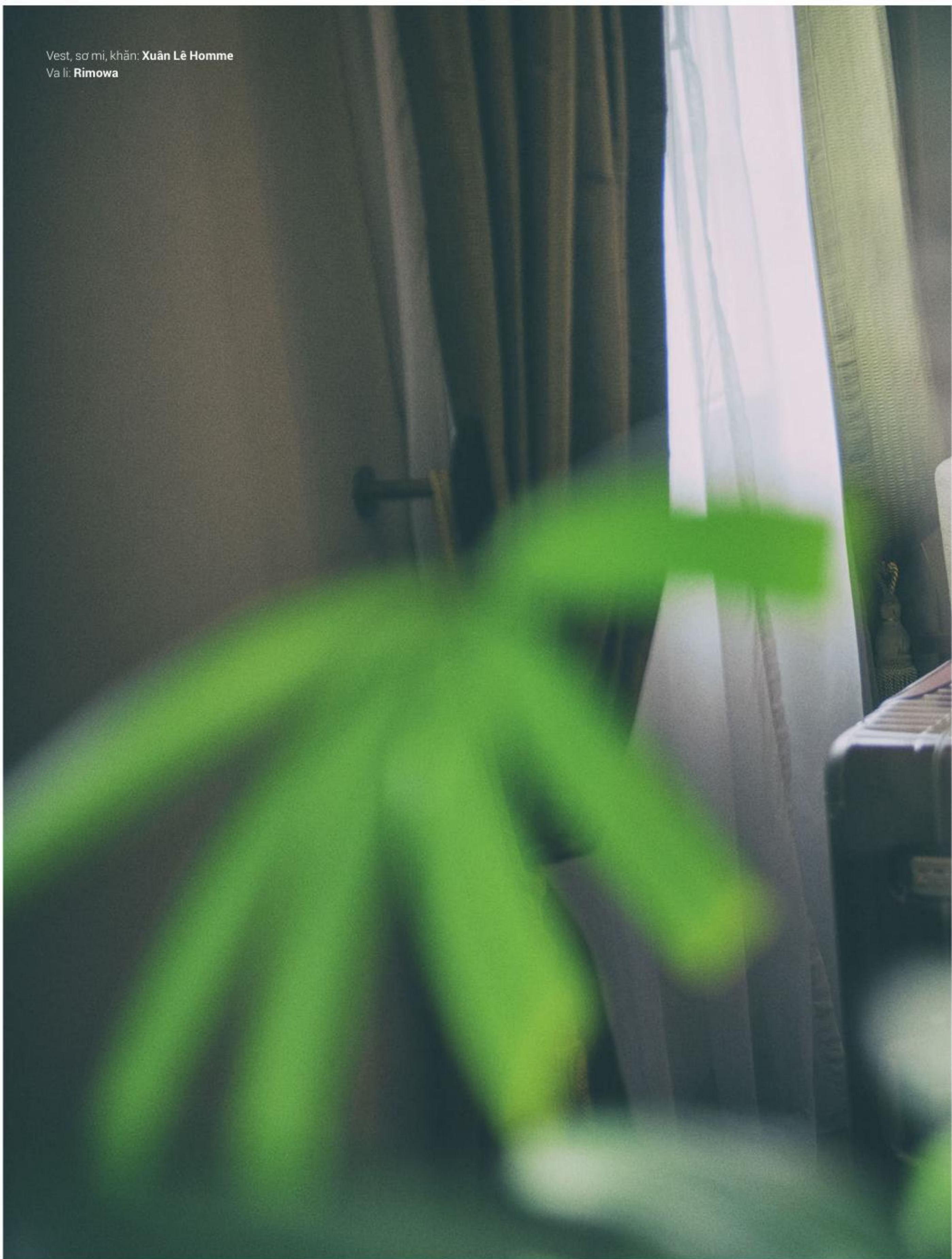




Váy ren: **Elie Saab**



Vest, sơ mi, khăn: **Xuân Lê Homme**
Va li: **Rimowa**





Sơ mi, gi lê, cà vạt: **Xuân Lê Homme**



Váy ren trắng: **Elie Saab**
Túi: **Victoria Beckham**
Vòng tay: **Shamballa Jewels (Frost of London)**







Váy ren trắng: **Elie Saab**

Túi: **Victoria Beckham**

Vòng tay: **Shamballa Jewels (Frost of London)**

Va li: **Rimowa**

Vest, sơ mi, cà vạt: **Xuân Lê Homme**
Áo dài: **Magonn**





NEW FLASH



MOSCHINO VÀ NHỮNG CÔ BÚP BÊ BARBIE

Jeremy Scott đã làm nức lòng không biết bao nhiêu tín đồ thời trang khi cho ra mắt bộ sưu tập Xuân Hè 2015 cho Moschino mới đây. Bộ sưu tập lấy cảm hứng từ cô nàng búp bê Barbie nổi tiếng, với 28 sản phẩm bao gồm t-shirt, sweaters, túi xách, phụ kiện... rực rỡ, ngọt ngào và thậm chí có phần táo bạo. Nhưng đặc biệt hơn hết cả là bạn không phải đợi đến mùa xuân 2015 mới có thể đặt mua mà ngay bây giờ, chỉ cần truy cập vào moschino.com là bạn đã có thể sở hữu một phần của bộ sưu tập rồi. Thật hấp dẫn quá đúng không?



SAINT LAURENT, DIOR VÀ BURBERRY KHÔNG TÀN SÁT ĐỘNG VẬT

Cả ba thương hiệu nổi tiếng cùng phủ nhận kịch liệt lời cáo buộc mới đây rằng việc Saint Laurent, Dior và Burberry sử dụng lông thỏ nuôi trong nông trại là hành động tàn sát động vật độc ác. Tổ chức Last Chance for Animals, một tổ chức phi chính phủ bảo vệ động vật đã tiến hành điều tra trong vòng hai năm hơn 70 nông trại nuôi thỏ ở Tây Ban Nha và buộc tội rất nhiều thương hiệu nổi tiếng vẫn tiếp tục sử dụng nguồn cung cấp từ các nông trại này bất chấp các bằng chứng về ngược đãi độc ác động vật. Đây chắc chắn sẽ là một cuộc chiến dài không nhân nhượng!

JEAN PAUL GAULTIER NGỪNG SẢN XUẤT READY-TO-WEAR

Jean Paul Gaultier vừa chính thức tuyên bố ngừng sản xuất ready-to-wear cho cả nam và nữ vì các lí do thương mại để tập trung sáng tạo tốt hơn nữa dòng sản phẩm haute couture, phụ kiện và nước hoa. Sau hơn 38 năm, quyết định khai tử này của Jean Paul Gaultier có thể nói là một quyết định dũng cảm, quyết liệt và sáng suốt để củng cố tình hình chung của thương hiệu đồng thời tập trung vào những thế mạnh thiết yếu hơn. Tuy nhiên, điều này cũng khó tránh khỏi một số vấn đề đi kèm như sa thải nhân viên cũng như nỗi thất vọng của một bộ phận người hâm mộ.





NEIMAN MARCUS MUA LẠI MYTHERESA.COM

Tập đoàn Neiman Marcus vừa mua lại thành công trang web thương mại nổi tiếng của Đức Mytheresa.com và cả Theresa, flagship store tại Munich. Với bước đi lớn này, tập đoàn Neiman Marcus đã đánh dấu một cú nhảy lớn cho kì vọng mở rộng thị trường khách hàng. Toàn bộ đội ngũ quản lý hiện tại của mytheresa.com đều không thay đổi gì vì Neiman Marcus rất tôn trọng và tin nhiệm những thành công trong quá khứ cũng như tương lai của ê kíp Mytheresa.com.

GRAEME BLACK RỜI KHỎI LES COPAINS

Chỉ mới sáu tháng trở thành giám đốc sáng tạo của thương hiệu Les Copains, Graeme Black đã tuyên bố ra đi. Từng làm việc với Armani, Salvatore Ferragamo và Hugo Boss, Graeme xin từ chức ở Les Copains để tập trung toàn tâm toàn ý cho dự án riêng. Đây là dự án thực hiện chung với thương hiệu ErDOS 1436, một thương hiệu Trung Quốc nổi tiếng về cashmere. Thay thế cho vị trí của Graeme tại Les Copains sẽ là Stefania Bandiera, vợ của người sáng lập Les Copains, Mario Bandiera.



PETER COPPING GIA NHẬP OSCAR DE LA RENTA?

Peter Copping, nhà thiết kế người Anh từng đóng góp nhiều cho thương hiệu nữ tính lãng mạn Nina Ricci, có thể sẽ gia nhập Oscar de la Renta với vai trò thiết kế cao cấp. Tuy nhiên nguồn tin này vẫn chưa được xác nhận hay từ chối. De la Renta năm nay đã 82 tuổi, vẫn chưa có ý định nghỉ hưu thế nhưng ông vẫn cần nhiều trợ thủ đắc lực để cùng xây dựng thương hiệu mang chính tên mình. Và Peter Copping là một ứng cử viên đầy triển vọng cho cương vị đó.



MỜI BẠN ĐÓN ĐỌC HÀNG HIỆU
THÁNG 9-10 / 2014

HÀNG HIỆU



BÍ MẬT CỦA HƯƠNG THƠM
BỘ TỬ MONACO
ĐẰNG SAU NIỀNG CUỘC CHUYỂN NIỆNG
BẢO TÀNG SOULAGES
CHÂN DUNG NICOLAS GIESQUIÈRE

PHÂN XUẤT BẢN THỂ DỤC THỂ THAO

www.hanghieumagazine.vn

website: www.3nana.vn

ipad | iphone: App Store | Viet Bookstore | Hang Hieu

STYLE *beauty*

BEAUTY BUZZ - BEAUTY GUIDE - BEAUTY STORY



Cushion Air
105

BEAUTY BUZZ

Các sản phẩm gây sốt của Laneige tại Tuần lễ thời trang Seoul

"LANEIGE MEETS FASHION"

Thương hiệu mỹ phẩm cao cấp Laneige mang đến cái nhìn make-up mới mẻ tại tuần lễ thời trang Seoul với dự án "Laneige Meets Fashion", góp phần dẫn dắt phong cách K-Beauty thành K-Style.

Sự kết hợp của Laneige với nhãn hiệu thời trang hàng đầu của Hàn Quốc – pushBUTTON đã tạo ra bộ sưu tập XpushBUTTON độc đáo, khuấy động tuần lễ thời trang Seoul vừa qua. Lấy cảm hứng từ hình ảnh dấu chân của báo và họa tiết chấm từ những chú chó con xinh xắn, XpushBUTTON mang concept "Supernormal Stimuli" – "Cảm hứng siêu thường" với ý nghĩa "sự sáng tạo không giới hạn có thể biến những điều bình thường nhất trở nên khác lạ và độc đáo". Điểm nhấn của sưu tập là đôi môi căng mịn trong màu son Serum Intense Lipstick giàu ẩm và tươi tắn trên nền da trong veo và khỏe mượt.

Son môi Serum Intense Lipstick
Giá 600.000 VND

Kem nền dạng cushion
"Laneige BB Cushion Whitening"
Giá: 930.000 VND



ARTISAN BRUSH - BỘ CỌ DỘT PHÁ CỦA MAKE UP FOR EVER

Thương hiệu MAKE UP FOR EVER vừa cho ra đời một bộ cọ trang điểm chuyên nghiệp với công nghệ sợi tổng hợp đột phá siêu mềm, kết hợp giữa tính năng ưu việt và thiết kế độc đáo giúp thao tác chính xác và dễ dàng. Lần đầu tiên trên thị trường mỹ phẩm xuất hiện một bộ cọ bao gồm 76 cây đáp ứng mọi nhu cầu trang điểm từ giới chuyên gia cho đến người mới bắt đầu trang điểm! Với bộ cọ trang điểm Artisan Brush của Make Up For Ever, những ngày trang điểm loang lổ sẽ không còn xuất hiện! .



SHU UEMURA RA MẮT SƯU TẬP VISION OF BEAUTY

Bộ sưu tập mới của Shu Uemura mang đậm tính nghệ thuật với các dòng sản phẩm cải tiến như pallet phấn mắt với 6 tone màu phù hợp với xu hướng: xanh rêu, xanh bạc hà, cam hay nâu cho phép người dùng có thể tự do phối màu theo cách riêng & làm nổi bật sự sắc nét của đôi mắt. Son môi với gam màu nổi bật như cam tươi, hồng tươi cùng chất liệu mềm mượt mang lại sự mềm mại & yêu chiều cho làn môi. Má hồng dạng thời nhờ thiết kế cải tiến thể hiện sự hiểu biết về cấu trúc xương trên mặt của phụ nữ Châu Á, mang lại vẻ rạng rỡ & làm bật lên nét đẹp trên gương mặt của mỗi người, có thể sử dụng như má hồng hay highlight.

Sản phẩm có bán tại Lotte Hà Nội, 54 Liễu Giai, Quận Ba Đình, Hà Nội từ 15/9/2014.



brave beauty
VISION OF BEAUTY COLLECTION VOL.01

by Lechide

ÁNH KIM LẠI HOT

Cho dù màu sơn bột (matte) chiếm giữ một vị trí hừng hực trên sàn diễn thì sơn móng ánh kim vẫn không vì thế mà suy thoái. Ánh kim giờ không chỉ giới hạn ở các màu bạc hay vàng gold mà còn kết hợp với nhiều màu sắc độc đáo khác: xám, xanh rêu, đồng, tím... Đặc biệt thú vị là những màu nail đổi màu như vết dầu loang dưới ánh sáng với màu sắc biến đổi từ tím, xanh sang vàng. Kết hợp nhiều màu nail khác nhau pha trộn lẫn vào nhau để tạo thành hiệu ứng "oil slick" (dầu loang) đang là một xu hướng mới của nail năm nay.

TIPS: Để tạo ra hiệu ứng "oil slick", bạn nên sử dụng ít nhất ba màu nail khác nhau. Có thể là cặp màu xanh- tím- hồng, hoặc cặp màu xanh – tím – vàng. Nhỏ mỗi giọt vào một đĩa trộn rồi pha lẫn chúng vào nhau: không cần pha quá kỹ, chỉ nên pha ở mức vừa phải để các màu bị lẫn vào nhau nhưng không hoàn toàn hòa tan. Như vậy, khi sơn lên móng, bạn mới tạo ra các vết màu khác nhau đan xen một cách tự nhiên.

TIPS: Để sơn móng khô nhanh hơn, bạn có thể sử dụng một lớp coat đặc biệt giúp khô nhanh của Bourjois là Instant Dry Nail Drops



MÈO KÝ HỢP ĐỒNG VỚI SHU UEMURA

Chú mèo may mắn này là Choupette của nhà thiết kế Karl Lagerfeld. Theo đó, Shu Uemura sẽ hợp tác với nhà thiết kế để ra mắt bộ sưu tập "Shupette by Karl Lagerfeld for Shu Uemura", với những món đồ make up thú vị như mi giả mắt mèo và hàng loạt các sản phẩm khác lấy cảm hứng từ chú mèo Choupette.



Choupette vốn thuộc sở hữu của người mẫu nam Baptiste Giabiconi – nàng thơ một thời của Lagerfeld. Sau khi Giabiconi gửi chú mèo lại nhà của Lagerfeld để nhờ chăm sóc hộ trong một kỳ nghỉ, sự quyến rũ của nhà thiết kế với chú mèo đã phát triển đến mức Giabiconi không thể nhận lại con mèo của mình được nữa. Choupette hẳn là chú mèo kiêu kỳ nhất thế giới với tận hai trợ lý và một tài khoản Twitter với 37.000 người theo dõi.

EDITOR'S PICKS

PHẤN NÉN DẠNG NÉN SHU UEMURA UV LIGHTBULB COMPACT FOUNDATION.
(Điểm cộng: chỉ số chống nắng cao mà vẫn mỏng mịn).
Giá: 1.250.000 VND

SHISEIDO ULTIMUNE POWER INFUSING CONCENTRATE.

Serum mang đến cho làn da sức mạnh đa phòng thủ với 4 chức năng: kháng cự, bảo vệ, tái sinh và củng cố, để làn da tự chống lại tổn thương và ngăn ngừa lão hóa. (Điểm cộng: Thành phần hợp chất độc quyền đầu tiên trên thế giới tác động đến tế bào điều khiển hệ miễn dịch của làn da)

DAVINES OI SERUM

Tính chất dưỡng bóng dạng xả khô OI/Serum, giúp khóa màu, làm sáng bóng và nổi bật màu nhuộm, giữ màu nhuộm trên tóc lâu hơn. (Điểm cộng: Dầu roucou và Glocono Delta Lactone - Một loại axit Polyhydroxy tự có khả năng thúc đẩy sự tái tạo tế bào da đầu).

Giá: 868.000 VND

MAC NOVEL ROMANCE PRIMARY FLUIDLINE.

Kẻ mắt dạng chì.

(Điểm cộng: màu xanh tuyệt đẹp).

Giá: 670.000 VND.

KEM TẮY TRANG PRÉDIA SPA ET MER FANGO DOUBLE CLEANSE (Kosé)

Chứa lượng bùn khoáng thiên nhiên Fango với các phân tử cực nhỏ, có khả năng hút sạch chất dư và bã nhờn nằm sâu dưới các rãnh sâu trên da.

(Điểm cộng: Mùi thơm dịu, bùn khoáng mịn màng làm sạch sâu và làm ẩm da).

Giá: 1.350.000 VND

SON DIOR ADDICT GLOSS 642 SEAFARER.

(Điểm cộng: màu sắc tươi tắn, bóng nhẹ và mềm mại).

KẸP UỐN MI SHU UEMURA với chất liệu thép không gỉ và silicon cao cấp.

Điểm cộng: Thiết kế hoàn hảo và an toàn cho hàng mi tự nhiên.

Giá: 590 000 VND

clé de peau BEAUTÉ

masque I / mask I

masque II / mask II

CLÉ DE PEAU BEAUTÉ INTENSIVE BRIGHTENING MASK:

Mặt nạ làm trắng da (Điểm cộng: thẩm thấu nhanh, làm sáng và khiến da tươi tắn)

Giá: 2.400.000 VND

Sau hàng loạt những sản phẩm hot được đông đảo giới trẻ đón nhận như BB Cream, lip tint thì phấn Cushion Air là sản phẩm “ngôi sao” tiếp theo của thiên đường beauty Hàn Quốc. Công ty nghiên cứu thị trường Euromonitor đã đưa ra một con số đáng kinh ngạc: chỉ nhờ vào phấn Cushion Air, doanh thu bán mỹ phẩm make up của Hàn đã tăng 11% trong năm 2013.

PHÁT CUỒNG VÌ LÀN DA BABY

Cushion Air có thể xem là sự nối tiếp của BB Cream, CC Cream nhưng lại mang đến những trải nghiệm mới lạ hơn và những ưu thế chất lượng mạnh mẽ hơn nhiều. Ý tưởng của Cushion Air bắt nguồn từ việc vỗ nhẹ một con tem vào bao thư – nếu việc trang điểm cũng đơn giản như vậy thì tuyệt biết bao.

Đầu tiên, phải nói về thiết kế bao bì. Sản phẩm Cushion Air thường có dạng hộp tròn, không phải hình lọ hoặc hình ống truyền thống cho phấn dạng liquid. Một miếng bọt biển tròn được ngâm trong dung dịch phấn dạng lỏng và được bao phủ trong một lớp Screen Cell – màng lọc mỏng. Trong hộp phấn cũng có thiết kế lõi kép để đặt miếng mút trang điểm ở một vị trí khô ráo và sạch sẽ. Bạn dậm nhẹ miếng mút này xuống tấm bọt biển, phấn sẽ thấm qua màng lọc vào mút và sau đó, bạn có thể sử dụng sản phẩm trên mặt bình thường. Cấu tạo của miếng bọt biển và màng lọc Screen Cell giúp lấy ra một lượng kem nền mỏng, thật vừa phải để mang lại lớp nền tự nhiên, mịn màng và thân thiện với da.

Thiết kế này vượt xa các đối thủ trong dòng phấn nền bởi sự tiện lợi của nó: bạn có mang hộp phấn đi bất cứ đâu mà không sợ đổ, vỡ, tràn phấn. Bạn có thể dậm lại phấn hoặc trang điểm ở bất cứ đâu, thậm chí là trên tàu điện ngầm: chỉ cần vài giây là hoàn tất công cuộc make up. Hộp phấn này có tất cả những gì mà một cô gái trẻ cần để khiến làn da đẹp hơn một cách nhanh chóng.

Tùy theo mục đích của sản phẩm, người ta sẽ tạo ra các loại phấn Cush-

BÀO” Cushion Air đổ bộ

Hộp phấn nhỏ bé Cushion Air đã tạo ra một cơn bão thực sự ở thị trường Hàn Quốc và giờ đây đang đổ bộ mạnh mẽ sang các thị trường ngoại địa, trong đó có Việt Nam.

ion Air khác nhau ở các thương hiệu khác nhau. Cushion Air được đánh giá là có sự tổng hợp các ưu thế của cả BB Cream và CC Cream: chức năng chống nắng, làm trắng, dưỡng ẩm, chống lão hóa, chống oxy hóa nhằm mang lại một bề mặt mịn màng và đều màu da. Nhưng ở dạng lỏng chỉ sánh hơn nước một chút, phần Cushion Air cho độ phủ mỏng nhẹ hơn nhiều. Đây chính là yếu tố quyết định cho làn da đẹp kiểu Hàn: sáng rạng rỡ tự nhiên, không khuyết điểm, lỗ chân lông nhỏ, và có độ bóng nhẹ khỏe khoắn (glow) khi ánh sáng phản chiếu trên một bề mặt da mịn màng. Với Cushion Air, điều này trở nên dễ dàng hơn.

Một ưu thế nữa của Cushion Air là chỉ số chống nắng. Chúng ta đều biết chỉ số chống nắng càng cao thì lớp kem chống nắng truyền thống càng đặc và dính. Điều này gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến các sản phẩm trang điểm: chúng không thể tạo ra một lớp nền mỏng nhẹ như ý muốn. Nhưng các công nghệ mới của Hàn và Nhật đã giải quyết phần nào vấn đề này: Đa phần các BB Cream và CC Cream hiện nay trên thị trường đã có chỉ số chống nắng trung bình từ 20 – 30 SPF và vẫn tạo ra lớp nền mỏng vừa phải (chỉ số cao nhất có thể đạt đến 40 SPF). Với Cushion Air, công nghệ lại tiến thêm một bước: chúng ta có chỉ số SPF lên đến 50, PA +++ (mức bảo vệ cao nhất ở các sản phẩm make up tính đến thời điểm này), đồng thời lớp nền thậm chí còn mỏng hơn, nhẹ hơn các sản phẩm BB Cream cũ.

IOPE – THƯƠNG HIỆU TIỀN PHONG

Cushion Air không phải một sản phẩm mới, ít nhất, tuổi thọ của nó đã được 7 năm tính đến nay. Khi Iope – một thương hiệu của AmorePacific (tập đoàn mỹ phẩm hùng mạnh của Hàn Quốc) cho ra mắt sản phẩm phần Cushion Air đầu tiên vào 2008 thì tầm ảnh hưởng của nó hầu như không đáng kể, do các kênh phân phối hạn chế. Trong 7 năm, Iope đã mở rộng các kênh bán hàng trên mạng, mua sắm tại nhà và đến 2013, thương hiệu đã qua mặt Sulwhasoo để trở thành nhãn hiệu make up bán

chạy số một Hàn Quốc. Nếu như trong năm 2010, Iope bán được 520.000 hộp phần Cushion thì con số này đã tăng lên 3,6 triệu hộp chỉ 2 năm sau.

Sự thành công bất ngờ này khiến AmorePacific cho ra đời hàng loạt các phiên bản phần nền Cushion ở các thương hiệu khác của họ như Laneige BB Cushion, Sulwhasoo Perfecting Cushion, hay Etude House Precious Mineral Any Cushion....Mặc dù khá giống nhau về phong cách, nhưng mỗi sản phẩm của từng thương hiệu đều có sự điều chỉnh riêng tùy theo chức năng. Ví dụ, một sản phẩm phần Cushion của Laneige, miếng bọt biển sử dụng công nghệ bơm không khí, chỉ cần bạn chạm nhẹ tay vào, lớp không khí mát tràn ra từ tấm nệm mút mang theo những hạt bong bóng khí nhỏ chứa phần và dưỡng chất lập tức làm dịu mát, sáng khoái cho da.

CUỘC CHIẾN BẢNG SÁNG CHẾ

Một cuộc chiến thực sự đã nổ ra khi LG Household and Health Care – đối thủ của AmorePacific cũng nhanh chóng vào cuộc với sản phẩm “sum Air Rising Moist Cushion” với công nghệ tương tự như Iope Cushion Air. The Face Shop Cushion Screen Cell (của LG) vừa ra mắt tại thị trường Việt Nam thậm chí còn có các cải tiến khác: màng chắn Screen Cell với kích thước siêu mỏng đến 0.028mm giúp kiểm soát lượng kem khi thoa lên mặt và giữ độ ẩm tối đa.

AmorePacific đã khởi kiện LG vì

phạm bản quyền và yêu cầu LG phải dừng sản xuất những sản phẩm mà theo họ là copy công nghệ của Iope Cushion Air. AmorePacific sẽ chỉ chiến thắng nếu họ giành được bản quyền cho tất cả những yếu tố tạo ra Iope Cushion Air, trong đó bao gồm hàng loạt bản quyền về thành phần của phần nền với độ nhớt được điều chỉnh để không bị đổ hay tràn ra hay bản quyền về thành phần bột urethane được ngâm trong phần....Trong năm 2013, AmorePacific đã mất một bằng sáng chế khi bị Tòa án tối cao thu hồi một bản quyền về thành phần phần của Cushion, nhưng họ vẫn còn hai cuộc chiến bản quyền nữa với LG.

Tuy nhiên, câu chuyện của Cushion Air giờ không còn là vấn đề của riêng AmorePacific hay LG. Ngay khi AmorePacific thua kiện, khoảng 20 sản phẩm phần bắt chước Iope Cushion của hàng chục thương hiệu nhỏ khác nhau đã được sản xuất và chiếm lĩnh thị trường. Chỉ trong vài tháng nữa, chúng ta sẽ chứng kiến sự nở rộ của những nhãn hiệu phần Cushion tại Việt Nam thông qua đường xách tay. Điều này cũng diễn ra tương tự ở các thị trường khác như Nhật, Trung Quốc, Singapore, Malaysia, Đài Loan, Hồng Kông và Thái Lan.

Để đáp trả làn sóng copycat, các tập đoàn lớn như AmorePacific hay LG cho biết họ sẽ không ngừng cải tiến các thành phần và chất liệu từ vỏ ngoài cho đến lớp phần bên trong và tin rằng người tiêu dùng sẽ nhận ngay ra sự khác biệt của một sản phẩm Cushion thật sự.



SULWHASOO PERFECTING CUSHION

Kết cấu sánh mịn hơn nước nhưng lỏng nhẹ hơn kem, kem nền đã chức năng chứa công nghệ đột phá có khả năng tạo lớp che phủ hoàn hảo và độ ẩm dài lâu.

Giá: 1.200.000 VND

2

**LANEIGE BB CUSHION
(PORE CONTROL)**



Kem nền BB Cushion (Pore Control) phiên bản mới của Laneige được nghiên cứu và phát triển dựa trên nhu cầu lớn của phụ nữ Châu Á khi trang điểm - kiểm soát dầu và se mịn lỗ chân lông.
Giá: 930.000 VND

3

**THE FACE SHOP CUSHION
SCREEN CELL SPF₅₀₊ PA++**



Phấn đa năng 5 tác dụng, đặc biệt dưỡng ẩm và chống lão hóa cho làn da mềm mịn.
Giá: 1.039.000 VND

4

IOPE AIR CUSHION XP



Phấn Cushion Air thế hệ đầu của Hàn Quốc cho làn da mềm mượt tự nhiên.

5

**LANEIGE SNOW BB
SOOTHING CUSHION**



Kem nền đầu tiên được chứa trong miếng nệm mút có kết cấu đặc biệt với 800,000 lỗ khí li ti trên bề mặt và cho hiệu quả trang điểm cao.
Giá: 930.000 VND

Make up

cả tính cho THU ĐÔNG

Chỉ cần vài sự nhân nhá sáng tạo, bạn sẽ trở thành một quý cô mùa Đông sành điệu.

ĐÔI MÔI *Burgundy*

Vẫn chưa có màu nào chiến thắng được màu đỏ Burgundy trong mùa đông năm nay. Đỏ rượu vang, đỏ đun, đỏ sẫm, đỏ pha nâu – những sắc thái tối của màu đỏ trở nên đẹp sang trọng và quyến rũ hơn trong tiết trời giá lạnh.

Tips:

Son burgundy dạng thời (matte) thường cho màu đỏ rượu vang dạng bột, khô ráo, lâu trôi với không bóng hoặc ít bóng. Loại son này rất thích hợp để sử dụng khi bạn uống rượu hoặc ăn tối trong một bữa tiệc nào đó. Có thể giữ được 3-5 tiếng.

Son burgundy dạng cream sẽ có kết cấu mịn màng hơn, độ ẩm nhiều hơn, dễ trôi hơn son thời. Son dạng cream thường có sẵn dầu cọ, giúp bạn sử dụng dễ dàng hơn ở các góc hoặc khóe môi. Một số son cream cũng sẽ tạo ra hiệu ứng matte như các loại son bột, ít bóng. Nhưng về cơ bản thì độ bám của son cream không thể lâu bằng son thời.

Son burgundy dạng balm, thường có dạng sáp mềm, nhiều dưỡng, độ bóng trung bình, nhanh trôi. Sử dụng vô cùng thuận tiện, đặc biệt với những son balm được thiết kế như hình bút chì, bạn có thể dặm lại ở bất cứ đâu. Kết cấu mỏng và mềm khiến màu burgundy không sắc nét và cá tính như son thời, hoặc cream nhưng sẽ thích hợp với người thích sự tự nhiên.

Shiseido Makeup Perfect
Rouge Tender Sheer
Giá: 590.000 VND

MAC NOVEL ROMANCE-
LIPSTICK-Yield to Love
Giá: 520.000 VND

Guerlain Rouge G
Giá: 1.270.000 VND

Guerlain Rouge G
Giá: 1.270.000 VND

Megan Fox

ZIMMERMAN Fall 2014

Mặt nạ cho tóc thường Predia
Fango Hair Mask (Kosé)
Giá: 450.000 VND

Davines OI LOTION Tinh
chất dưỡng ẩm dạng hấp
OI Lotion. Giúp tóc khỏe
và đánh sợi tóc nhờ khả
năng tái tạo cấu trúc và
tăng cường độ đàn hồi
của Keratin
Giá: 868.000 VND

Dầu gội cho tóc hư tổn
Predia Thalasso Shampoo
deep repair (Kosé)
Giá: 800.000 VND



Những chiếc kẹp ghim nghệ thuật

Tại sao không biến những chiếc kẹp ghim nhỏ thành một phụ kiện độc đáo cho mái tóc? Những chiếc ghim tóc từng là một phụ kiện lỗi mốt của thập niên 80, nhưng với những cách sử dụng mới, chúng đã thực sự hồi sinh trong Thu Đông này. Một chút cổ điển, một chút cá tính lạ mắt và một chút lãng mạn – hãy ghim tóc của bạn!

Tips:

Búi tóc sau gáy rồi ghim hình xương cá lên phần tóc ngang tai.

Hoặc xòa tóc sau lưng rồi sử dụng khoảng 20 chiếc ghim để ghim phần tóc ép sát vào đầu, đuôi tóc buông tự do.

Tết tóc rối rồi ghim vào các lọn tết một cách lộn xộn.





HÀNG MI XXL

Càng dài, càng đậm, càng tốt – đó là nguyên tắc của hàng mi trong Thu Đông năm nay. Tham gia vào trào lưu này có mi giả, mi nối, các loại mascara làm dài, làm dày mi đến cực đại. Và nếu bạn thường chỉ chú ý đến hàng mi trên thì năm nay, đừng lấy làm lạ khi nhìn thấy những hàng mi được "chăm sóc" cả trên và dưới.

Tips:

Bằng cách chải mi khác nhau, bạn có thể tạo ra những phong cách hàng mi khác nhau: kiểu vượn mi với các cụm mi dính liền và tách rời theo phong cách twiggy, kiểu mi dài và tơ tự nhiên, kiểu mi búp bê cong vút...

Với kiểu mi XXL, luôn chuẩn bị một chải mi riêng hoặc một đầu mascara đã được làm sạch để chuốt lại mi khi các sợi bị rối, bị dính hoặc bị xiên chéo vào nhau.

Phấn mắt Dior 5 Couleurs
Transat Edition 344 Atlantique
Giá tham khảo tại showroom

Phấn mắt MAC NOVEL
ROMANCE PRIMARY
EYESHADOW
Giá 520.000 VND

Phấn mắt Shiseido Luminizing
Satin Eye Color Trio
Giá: 850.000 VND

Mi mắt xanh độc đáo

Phong cách này hoàn hảo cho những ai thích màu xanh trên mắt nhưng không muốn trang điểm toàn bộ bầu mắt với màu xanh. Chỉ cần một cây eyeliner màu xanh hoặc một chiếc cọ thích hợp, bạn có thể tạo ra những điểm nhấn trên mí mắt một cách sáng tạo: một vệt xanh nhỏ từ giữa mí hất xuống đuôi mắt, một chút xanh khói ở khóe mắt và đuôi mắt theo kiểu chấm phá, xanh bạc ở khóe mắt, hay một vệt xanh eyeliner ở mí dưới...

Tips:

Màu xanh biển là gam xanh thích hợp nhất cho phong cách này. Dùng chì kẻ mắt xanh biển hoặc kẻ mắt dạng cream.

Khi nhấn nhá vùng mắt với màu xanh biển, các phần còn lại của bầu mắt nên được giữ nude, hoặc pha trộn thêm với các màu ánh bạc, ánh kim nhạt.

Versace Fall 2014

Bourjois Paris Mascara
Drole De Sourcil _Làm chân
mày sắc nét và tự nhiên
Giá: 280.000 VND

Clinique High
Impact Mascara
Giá: 620.000 VND

Bấm mi Shu uemura
S-Curler hạn chế tối đa tình
trạng bấm nhầm vào mí
mắt nhờ thanh bảo vệ
Giá: 400.000 VND

MAC Mineralize-Multi
Effect Lash-ChargedBlack
chứa 77 khoáng chất
Giá: 650.000 VND

ZIMMERMAN Fall 2014

Moschino Cheap and
Chic Fall 2014





DUỠNG TRẮNG KIỂU NHẬT

Ở Nhật có một câu ngạn ngữ cổ “Nước da trắng có thể làm lu mờ bảy thói xấu”. Điều này giải thích vì sao phụ nữ Nhật lại yêu thích làn da trắng đến vậy trong nhiều thế kỷ.



Ngành công nghiệp mỹ phẩm Nhật Bản đã đổ rất nhiều tâm huyết vào những thành phần dưỡng trắng qua nhiều thập kỷ và mỗi giai đoạn, người ta lại chứng kiến sự lên ngôi của các thành phần mới. Các thành phần này đa phần đều hướng tới một mục đích chung là ức chế sự tổng hợp bất thường của melanin (các đốm hắc sắc tố gây nám, đen và tàn nhang trên da) ở phần đáy của biểu bì.

CUỘC CHIẾN THÀNH PHẦN

Việc nghiên cứu ra các thành phần độc quyền được xem là yếu tố sống còn đối với một công ty mỹ phẩm ở Nhật, đặc biệt trong các lĩnh vực nóng như dưỡng trắng hay chống lão hóa. Cuộc cạnh tranh khốc liệt giữa những nhãn hiệu lớn như KAO, Shiseido, Kanebo, Pola... đã thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của các thành phần dưỡng trắng mới nối tiếp nhau.

1. Vitamin C (acid ascorbic)

Thành phần đầu tiên cần phải nhắc đến là Vitamin C (acid ascorbic) – được sử dụng phổ biến nhất trong các dòng sản phẩm làm sáng da. Acid ascorbic và các dẫn xuất của nó là chất chống oxy hóa đồng thời là chất ức chế hiệu quả nhất quá trình tổng hợp của melanin. Hầu hết các công ty mỹ phẩm ở Nhật Bản đều sử dụng vitamin C trong các sản phẩm của mình, đồng thời liên tục đưa ra các dẫn xuất mới của Acid ascorbic trong cuộc chiến làm trắng. Ví dụ, công ty Takeda Pharmaceutical đã đưa ra dẫn xuất magnesium L-ascorbic acid 2-phosphate năm 1988, công ty Shiseido và Kaminomoto đã đưa ra sodium L-ascorbic acid 2-phosphate và L-ascorbic acid 2-glucoside trong năm 1994. Năm 2005, Shiseido tiếp tục ra mắt L-ascorbic acid ethyl ester.

2. Acid Kojic

Kojic acid, một dẫn xuất của pyrone thu được từ quá trình lên men rượu của Nhật Bản, có hoạt tính kháng khuẩn và được nghiên cứu bởi công ty Sansho Seiyaku trong năm 1988.

Trong các thử nghiệm lâm sàng, công thức chứa 1% kojic acid đã được chứng minh là có hiệu quả trong điều trị rối loạn sắc tố như nám, tăng sắc tố sau viêm, đốm đồi mồi hoặc tàn nhang. Trong tháng 3/2003, Nhật Bản đã dừng việc sản xuất các chế phẩm chứa axit kojic trước khả năng gây ung thư của chất này. Nhưng sau khi đánh giá lại, người ta thấy khả năng này là vô căn cứ và từ tháng 10/2005, kojic acid tiếp tục được sử dụng như một thành phần làm trắng da an toàn.

3. Arbutin

Chất Arbutin được gắn liền với cái tên Shiseido. Trong năm 1989, Shiseido công bố các nghiên cứu của họ trong thành phần làm trắng mới: Arbutin, một dẫn xuất của hydroquinone nhưng an toàn hơn hydroquinone trong việc làm trắng. Arbutin được chiết xuất từ cây Bearberry, nam việt quất hoặc cowberry. Trong nồng độ từ 3-5%, Arbutin có sự ổn định tốt trong việc điều trị nám, hắc sắc tố và làm trắng

da. Bên cạnh chức năng làm trắng, arbutin còn có khả năng làm se, kháng viêm và kháng khuẩn.

4. Acid ellagic

Được phát hiện bởi Công ty Lion vào năm 96, acid ellagic là một polyphenol tự nhiên tìm thấy trong nhiều loại thực vật, chẳng hạn như dâu tây, hoa phong lữ, và trà xanh. Hiệu quả ức chế melanin của chất này cũng tương tự như axit kojic. Chỉ cần nồng độ 0,5%, axit ellagic có thể hiệu quả trong điều trị tăng sắc tố do tia UVB gây ra trên da.

5. Chamomilla Extract

Năm 1998, công ty mỹ phẩm Kao đưa ra chiết xuất Chamomilla (cúc trắng). Thảo dược này đã được sử dụng như một chất chống viêm truyền thống trong văn hóa Nhật. Sau nghiên cứu của Kao, chiết xuất từ cúc trắng được coi như chiết xuất thực vật duy nhất có khả năng dưỡng trắng tại Nhật Bản. Khi tia cực tím chiếu trên biểu bì, chất endothelin-1 được tiết ra để kích hoạt sản sinh melanin. Chamomilla ngăn chặn và hạn chế quá trình này. Kem bôi có nồng độ 0,5% Chamomilla sẽ giúp làn da không bị đen sạm dưới tác động của ánh nắng.

6. Scandal của Kanebo

Cũng trong năm 1998, POLA công bố thành quả của họ với chất Rucinol®. Năm 2001, Sunstar Inc tiếp tục cho ra mắt các sản phẩm dưỡng trắng với chất Linoleic acid - một acid béo không bão hòa có nguồn gốc từ dầu thực vật thủy phân, chẳng hạn như dầu cây rum. Năm 2002, Shiseido gặt hái thành quả với chất Tranexamic acid – vốn được sử dụng như một loại thuốc cầm máu truyền thống, và sau đó được biết đến như một loại thuốc uống để điều trị nám da. Một năm sau đó, Shiseido tiếp tục công bố sản phẩm với 4-Methoxy Potassium Salicylate (có cơ chế hoạt động tương tự như chất arbutin).

Năm 2007, Kanebo công bố thành phần làm sáng da Rhododenol và đưa chất này vào hàng loạt sản phẩm Whitening của hãng. Mặc dù đã đạt được sự chấp thuận của Bộ Y tế, Lao động và Phúc lợi Nhật Bản, nhưng trong năm 2013, 15 000 khách hàng sử dụng sản phẩm Kanebo đã phản hồi về việc xuất hiện những đốm trắng bất thường trên da – điều này buộc Kanebo phải thu hồi hàng loạt sản phẩm có chứa Rhododenol. Sự kiện này đã rung một hồi chuông báo động với các thành phần làm trắng mới: ngay cả khi chúng có được sự chấp thuận của Bộ Y Tế Nhật Bản, chúng vẫn cần một thời gian để chứng minh tính ổn định và sự an toàn khi sử dụng.

NHỮNG LIỆU PHÁP DƯỠNG TRẮNG MỚI

Hãy tạm đặt câu chuyện về các thành phần làm trắng sang một bên, bởi một vấn đề khác mà ngành công nghiệp làm đẹp phải đối mặt: đó là khả năng hấp thụ sản phẩm của da. Những thành phần kể trên khi sử dụng trong mỹ phẩm thường được cho phép với nồng độ trung bình từ 0,5 – 3%. Ở nồng độ này, người sử dụng cần một thời gian rất dài để có



thể nhìn thấy hiệu quả làm sáng. Đôi khi, sự khác biệt hầu như không thể nhận thấy do khả năng hấp thụ sản phẩm qua đường thoa, đường uống là rất kém.

Gia tăng sự hấp thụ của da cần đến một trị liệu toàn diện với những công nghệ mới, trong đó, công nghệ Nano đang là một đề tài được ưa chuộng. Ví dụ như với thành phần truyền thống Vitamin C, các nhà khoa học Nhật Bản đã tạo ra những hạt Nano có kích cỡ bằng 1/2000 kích thước lỗ nang lông, mang theo vitamin C. Các hạt siêu nhỏ này sẽ luồn lách vào nang lông, thẩm thấu vào các tế bào và gia tăng khả năng hấp thụ vitamin C lên đến hàng trăm lần. Với khả năng hấp thụ vượt bậc này, vitamin C chỉ có nồng độ dưới 20% để đảm bảo sự an toàn cho da (nếu Vitamin C đưa vào cơ thể ở nồng độ trên 20% thì dễ gây dị ứng như ngứa, mẩn đỏ, thậm chí ở tình trạng nguy hiểm hơn như sốc phản vệ). Phương pháp này tại Việt Nam còn được biết đến với cái tên tắm trắng Takano Nhật Bản.

Ngoài thành phần chủ chốt là vitamin C, tắm trắng Takano Nhật Bản sử dụng thêm nhiều nguyên liệu làm đẹp truyền thống nổi tiếng khác của Nhật, như cám gạo – ngọc trai, mặt nạ tổ yến. Tinh chất cám gạo có rất nhiều chất dinh dưỡng như: Protid, Lipid, Glucid, các Vitamin E, B1, B2, B6... và các khoáng chất như: K, NA, Ca và Acid folic. Mặt nạ tổ yến được chiết xuất hoàn toàn từ dải yến có hàm lượng protein lên tới 55%, trong đó chứa 18 loại axit amin như aspartic acid, proline có tác dụng tái tạo tế bào, mô, da, giúp da hồng hào, khỏe mạnh, mịn màng.

THÀNH HẢO



QUY TRÌNH TẮM TRẮNG TAKANO NHẬT BẢN ĐƯỢC CUNG CẤP BỞI SAIGON SMILE SPA

*Tẩy tế bào da chết với đường thảo dược. Bước chăm sóc da cơ bản đầu tiên sẽ sớm mang lại cho bạn cảm nhận về độ trắng sáng, bởi tất cả bụi bẩn, bã nhờn và các tế bào sừng già nua sẫm màu sẽ bị loại bỏ.

*Vitamin C được cung cấp hai lần cho làn da, bằng vitamin C tươi từ hỗn hợp cam tươi xay nhuyễn, và mặt nạ vitamin C công nghệ Nano.

*Đắp mặt nạ cám gạo ngọc trai và mặt nạ tổ yến: cùng với các thao tác massage độc đáo chỉ có tại Saigon Smile Spa, bạn sẽ cảm giác cơ thể như được xoa dịu, xua tan mệt mỏi, đặc biệt các chất dinh dưỡng sẽ được đẩy sâu và thẩm thấu vào da.

SOS: DA NHẠY CẢM

Bị mẩn đỏ, bị ngứa, bị rát, bị khô căng hoặc dễ dàng kích ứng với bất cứ một loại mỹ phẩm mới nào... không còn nghi ngờ gì, da bạn đã được xếp vào loại mẫn cảm (Sensitive skin). Nhưng ngay cả da mẫn cảm cũng có rất nhiều triệu chứng và mức độ khác nhau, bạn đang ở mức độ nào?

Không giống như da khô, da thường hay da dầu phần lớn được quyết định do gene, da nhạy cảm có thể là kết quả của nhiều nguyên nhân phát sinh do quá trình dưỡng da không đúng cách, do hậu quả của mụn hay các bệnh da liễu, do sử dụng các loại kem trộn nguy hiểm làm bào mòn da, hoặc do tiếp xúc với nhiều yếu tố không có lợi từ môi trường như nắng, gió, không khí ô nhiễm...

Điều này đồng nghĩa với việc, nếu được điều trị đúng cách, tình trạng nhạy cảm của da sẽ thuyên giảm cho đến khi khỏi hẳn.



Dầu tẩy trang
Dermalogica pre cleanse
Giá: 1.390.000 VND

Shu uemura cleansing
beauty oil premium cho
da khô và da nhạy cảm

TÌNH TRẠNG NHẠY CẢM: NGỨA, CĂNG TRÊN DA.

Nguyên nhân: Tình trạng này có thể là do sữa rửa mặt quá nhiều chất tẩy rửa mạnh, hoặc bạn đã tẩy da chết quá nhiều lần trong tuần, hoặc bạn đang sử dụng các thiết bị rửa mặt có sự cọ xát mạnh gây tổn thương cho da và làm khô da. Hãy chọn sữa rửa mặt không có các thành phần tẩy rửa khắc nghiệt như sodium lauryl sulfate và amoni laureth sulfate, chúng phá vỡ các chất béo tự nhiên trong da, gây kích ứng về lâu dài.

Điều trị: Không rửa mặt bằng chất tẩy rửa nhiều hơn 01 lần/ngày. Vào buổi sáng có thể dùng tẩy trang dạng oil hoặc dạng cream và lau mặt lại bằng khăn sạch. Hoặc đơn giản là rửa với nước sạch. Áp dụng kem dưỡng ẩm ngay sau mỗi lần rửa mặt.

DA NHẠY CẢM NÊN SỬ DỤNG CÁC SẢN PHẨM SKINCARE VÀ MAKE UP:

Càng ít thành phần càng tốt. Một list dài từ 20 – 50 thành phần sẽ gia tăng nguy cơ kích ứng da: khi da đang trong tình trạng mẫn cảm, bạn khó mà biết da sẽ phản ứng lại với chất gì. Hãy chọn các sản phẩm tối giản về mặt thành phần.

Không hương liệu (fragrance), không cồn (alcohol), không có các chất tẩy da chết như AHA.

Thận trọng khi sử dụng các loại skincare chứa retinoids (vitamin A), mặc dù đây là một thành phần chống lão hóa tuyệt vời nhưng thường gây ra các phản ứng phụ bong tróc da, tẩy đỏ và có khả năng làm tăng tình trạng kích ứng. Retinoids là thành phần cần được kê toa và không nên sử dụng bữa bãi cho da mẫn cảm.

Thận trọng với các thành phần nằm trong danh sách có tiềm năng kích ứng như oải hương, cam chanh...

Không dùng mỹ phẩm không thấm nước vì độ bám cao và lâu trôi. Bạn sẽ phải dùng chất tẩy rửa mạnh để làm sạch chúng

Dùng kẻ mắt chì thay cho kẻ mắt dạng nước. Dùng phấn nền dạng nén hoặc phấn dạng bột thay cho dạng lỏng, để bề mặt da được thoáng hơn.



sulwhasoo Con-
centrated Ginseng
Renewing Essential
Oil_tinh dầu nhân
sâm chống lão hóa
cung cấp độ ẩm
Giá: 3.500.000 VND

Sulwhasoo Con-
centrated Ginseng Re-
newing Cream_kem
nhân sâm cô đặc
Giá: 4.400.000 VND

TÌNH TRẠNG NHẠY CẢM: CẢM GIÁC NHƯ KIẾN CÁN VÀ CHÂM CHÍCH

Nguyên nhân: Tình trạng này có thể do quá tải các sản phẩm chống lão hóa, hoặc quá tải các sản phẩm có chứa các thành phần tẩy da chết. Ví dụ, cả retinoids và AHA đều khiến tế bào da chết bị bong tróc, để lộ ra lớp da mới tái tạo, nhưng kết hợp cả hai thành phần này có thể khiến da bị quá tải. Hoặc salicylic acid – một thành phần tẩy da chết hay có mặt trong serum hoặc cream dành cho da mụn với nồng độ thấp. Nhưng nếu bạn dùng nhiều sản phẩm cùng một lúc, nồng độ sản phẩm sẽ tăng lên gây châm chích trên da.

Điều trị: Thay vì chống lão hóa với retinoids hoặc AHA, nên chọn các sản phẩm chống lão hóa ít gây kích ứng hơn như peptide, niacin hay vitamin C..

TÌNH TRẠNG NHẠY CẢM: ĐỎ BỪNG VÀ NÓNG TRÊN MẶT, ĐÔI KHI KÈM THEO MỤN ĐỎ NHỎ.

Nguyên nhân: Bạn có thể đang bắt đầu bị rosacea – đặc trưng bởi hiện tượng mạch máu sưng lên, các vùng đỏ dễ xuất hiện khi kích động hoặc vận động, hay do ảnh hưởng của gió, nắng, căng thẳng, thực phẩm nhiều gia vị... Bệnh thường xuất hiện sau 30 tuổi với nguyên nhân chưa rõ ràng.

Điều trị: Bạn cần đến gặp bác sĩ da liễu nhưng giải pháp đầu tiên mà các chuyên gia thống nhất là một sản phẩm chống nắng tốt với SPF trung bình là 30 sử dụng hàng ngày. Bởi ánh nắng sẽ phá vỡ cấu trúc collagen, làm tăng thêm các mẩn đỏ nên một kem chống nắng là cần thiết. Da nhạy cảm nên chọn chống nắng chứa titanium dioxide và oxit kẽm hơn là avobenzone.



Tẩy trang mắt và môi
Shiseido Instant Eye &
Lip Makeup Remover

Tẩy trang mắt và
môi Estée Lauder
Take It Away Gentle
Eye & Lip LongWear
Makeup Remover

Serum dưỡng mắt
Estée Lauder Ad-
vanced Night Repair
Eye Serum Infusion II

TÌNH TRẠNG NHẠY CẢM: MẮT SƯNG, MÍ PHỒNG LÊN KHI NGỦ DẬY.

Nguyên nhân: Khu vực mắt vô cùng nhạy cảm và đã bị tác động không mong muốn bởi sự can thiệp nào đó. Hãy xem xét bạn đã tẩy sạch mascara, kẻ mắt hay các trang điểm mắt khác trước khi ngủ chưa? Một số loại serum hoặc oil dành cho mắt khi bôi quá nhiều, có thể thấm vào mí, lan xuống mắt, gây cay và sưng mí vào buổi sáng. Sơn móng tay rồi dụi mắt cũng có thể là thủ phạm. Chất formaldehyde và toluene trong sơn móng tay khi dụi lên mắt có thể gây ra sự kích ứng.

Điều trị: Tẩy trang mắt bằng một loại tẩy trang riêng và làm sạch hoàn toàn mắt trước khi đi ngủ. Nếu bôi serum hoặc cream, có thể chỉ bôi ở vùng mí dưới để tránh serum thấm và tràn vào mắt. Không bôi sát mí. Không dụi mắt. Chọn một miếng bọt biển mềm để lau mắt riêng.

TÌNH TRẠNG NHẠY CẢM: MỤN NƯỚC TRẮNG LI TI TRÊN VÙNG CHỮ T, BỊ ĐỔ DẦU ĐẶC BIỆT NHIỀU.

Nguyên nhân: da có thể bị tắc nghẽn lỗ chân lông và phản ứng với các chất kích ứng nào đó trong mỹ phẩm.

Điều trị: làm sạch da là vấn đề cực kỳ quan trọng. Một sản phẩm tẩy da chết dịu nhẹ là sản phẩm nên có, kết hợp với sữa rửa mặt áp dụng 2 lần/ngày để loại bỏ dầu thừa và tế bào chết chất chống trên da. Giữ cho da thoáng nhất có thể, không sử dụng mỹ phẩm lạ, ít hoặc không trang điểm. Nếu trang điểm, nên chọn loại mỹ phẩm dạng khoáng bột, có hạt lớn xếp vẩy trên da, không gây bí tắc. Tránh dùng mỹ phẩm chứa nhiều silicone.

TÌNH TRẠNG NHẠY CẢM: MỤN ĐỎ (KHÔNG NHÂN), SƯNG NHẸ, NGỨA.

Nguyên nhân: bạn có thể bị dị ứng bởi một sản phẩm nào đó đang dùng trên da, từ skincare đến make up. Hương liệu, cồn, silicone, chất tạo màu hay parabens đều có thể là thủ phạm.

Triệu chứng dị ứng có thể xuất hiện vài giờ sau khi sử dụng các sản phẩm, hoặc cũng có thể xuất hiện sau 2 tuần.

Điều trị: loại bỏ các sản phẩm mới có chứa hương liệu, cồn hoặc các thành phần nói trên. Chỉ nên dùng các phẩm có chứa nhãn paraben free, fragrance free và non comedogenic (không gây mụn). Dùng thử sản phẩm mới trên vùng trán trước khi bôi toàn mặt để thử phản ứng.



Phấn nền Jane Iredale
PurePressed® Base SPF 20
không gây bí tắc lỗ chân
lông và không có các
thành phần gây kích ứng
Giá: 900.000 VND



Nước hoa mới cho mùa Thu 2014

Những mùi hương ra mắt trong năm
2014 với những note mùi ấm áp mê hoặc,
sẽ khiến bầu trời âm nhạc của mùa thu
tỏa sáng.

1. GIVENCHY DAHLIA DIVIN

Hoa nhài kết hợp với hương nền của gỗ - sự ấm áp và sang trọng trong những ngày giá lạnh.

2. MARC JACOBS DAISY DREAM

Lấy cảm hứng từ bầu trời xanh, trái cây, hoa và ánh sáng, mùi hương của nước dứa, quả blackberry và hoa tử đằng sẽ khiến những ngày âm đạm bừng sáng. Thiết kế tràn đầy nữ tính

3. ROBERTO CAVALLI JUST GOLD FOR HER

Một mùi hoa phương Đông với sự kết hợp của hạt dẻ, quýt, hoa nhài, kẹo dẻo, đăng ten, da và gỗ palisander.

4. YVES SAINT LAURENT BLACK OPIUM

Một phiên bản rock and roll của nước hoa Opium cổ điển năm 1977. Yves Saint Laurent sẽ ra mắt Black Opium trong tháng Chín. Các note của mùi hương bao gồm cà phê, hạt tiêu hồng, hoa cam, hoa nhài, vani, xạ hương và gỗ tuyết tùng.

5. CHRISTIAN DIOR ÉLIXIRS PRÉCIEUX IN AMBRE

Đây là nước hoa thích hợp cho việc layer (pha trộn mùi). Hãy pha trộn Ambre với bất cứ mùi hương nào của bạn để tạo ra dấu ấn cá nhân và mùi hương độc quyền cho mình.

Mùi hương này nằm trong sưu tập bốn mùi hương độc đáo lấy cảm hứng từ một thành phần nhất định, như hoa hồng, trầm hương và hổ phách của Dior.

6. DOLCE & GABBANA VELVET ROSE

Mùi hương của ba loại hoa hồng trên nền xạ hương, mang đến một cảm giác ngọt và mượt mà như nhung.

7. ESTÉE LAUDER MODERN MUSE CHIC

Hương nền ấm áp của gỗ khiến phiên bản này trở nên thích hợp với mùa thu hơn người chị em Modern Muse của nó.



PHƯƠNG ĐÔNG CHO NGƯỜI MỚI BẮT ĐẦU

Ít có dòng nước hoa nào mang trong nó vẻ đẹp của sự bí ẩn như nước hoa phương Đông. Những thực vật kỳ bí, những loại nhựa cây tỏa mùi thơm trong khói lửa, những chất liệu có lịch sử hàng ngàn năm trong những đền thờ của Ai Cập cổ đại, Lưỡng Hà và Cyprus đã bao phủ lên nước hoa phương Đông (Orientals) một bức màn mờ ảo đầy quyến rũ.

Nước hoa phương Đông bắt đầu được chú ý đặc biệt ở phương Tây từ những năm cuối thế kỷ 19, có thể được khởi đầu bởi hai phát minh đặc biệt quan trọng: chất liệu tổng hợp vanillin và coumarin. Sự kết hợp của labdanum (còn gọi là cistus – một loại nhựa từ cây rockrose được sử dụng từ thời cổ đại) và vanillin đã tạo ra note mùi mà chúng ta gọi là “amber” (hồ phách).

Các loại nước hoa phương Đông đầu tiên ghi dấu ấn trên thị trường là Shalimar của Guerlain mặc dù Emeraude của Coty cũng là một đối thủ sừng sỏ. Những năm 1920,

các giai điệu của phương Đông bùng nổ trong cả một thập kỷ ở phương Tây và định hình diện mạo chính thức của nó. Đó là sự đam mê, hoang dại, người đẹp mắt khói và các chất gây nghiện. Đây là thời gian Herman Hesse xuất bản cuốn Siddharta, cái nhìn trực diện đầu tiên của phương Tây về Phật giáo. F.Scott Fitzgerald viết "The Great Gatsby", một khái hoàn ca về xã hội kim tiền mới của Mỹ và những cạm bẫy của nó. Những ngôi sao xuất hiện một cách kịch tính với đôi môi đỏ đậm, đôi lông mày lá liễu mảnh mai, chau truốt như bước ra từ một lâu đài ma quái. Sự nhộn nhịp và chất drama của phương Đông được phương Tây tiếp nhận trong một giai đoạn đầy biến động, và trở thành một cảm hứng nghệ thuật dồi dào.

Lịch sử nước hoa phương Đông hiện đại tạm thời có thể chia thành hai nhóm dựa trên công thức: một nhóm dựa trên "ambreine accord" và một nhóm dựa trên "Mellis accord". Accord là thuật ngữ được sử dụng trong nước hoa để mô tả sự pha trộn hài hòa của các vật liệu thơm, giống như một bản nhạc với sự tổng hòa của các nốt nhạc. Khái niệm "Accord" vô cùng hữu ích cho các perfumer khi họ muốn bắt đầu xây dựng một mùi hương dựa trên cơ sở của một vài note mùi chính yếu nào đó.

Với "ambreine accord", các mùi hương là sự pha trộn hài hòa của các note mùi chính như cam bergamot tươi, vani ngọt ngào (vani tổng hợp, hoặc ethyl vanillin có mùi mạnh hơn gấp 4 lần thông thường cũng có thể được sử dụng, như trong Shalimar), coumarin (có mùi giống như cỏ mới cắt), và cây hương (civet) (mùi ấm với những sắc thái của da, tình dục và kích thích). Các note chính sẽ được pha trộn trên hương nền của gỗ và một vài tinh chất khác giúp bền mùi và tỏa hương tốt. Cấu trúc này đã được áp dụng cho những huyền thoại như Guerlain Shalimar, Must de Cartier và Calvin Klein Obsession.

(Lưu ý là không nên nhầm "ambreine accord" với các phân tử ambrein – vật liệu thơm được tìm thấy trong long diên hương, lấy từ cá voi).

Với "Mellis accord", chúng ta lại có một cấu trúc hương thơm hoàn toàn khác biệt. Cấu trúc này được xây dựng thông qua sự kết hợp của benzyl salicylate (một mùi hoa và xạ hương nhẹ như mùi kem chống nắng hay bãi biển), hoặc hương, đinh hương cay (eugenol) và hoa lan chuông (chất hydroxycitronellal aromachemical). Cấu trúc này thường được gia giảm với các loại gia vị khác, như quế, coumarin (từ đậu tonka) và vài note mùi gỗ khác.

Những hương thơm như Estée Lauder Youth Dew, Taby by Dana, Yves Saint Laurent Opium, Krizia Teatro alla Scalla và Coco by Chanel được xây dựng trên accord này.

Sự có mặt của rất nhiều gia vị đã khiến nhóm mùi "Mellis accord" còn được gọi với một tên phụ là "spicy orientals".

Ngày nay, các mùi hương phương Đông được pha trộn một cách không giới hạn với nhiều vật liệu thơm mới, nhằm nhấn mạnh sự kỳ lạ, ấm áp và bất thường của hương thơm. Đó có thể là các mùi nhựa thơm mới, mùi xạ động vật, mùi thảo mộc hoặc hoa có nguồn gốc đặc trưng từ các xứ nhiệt đới (như hoa đại, hoa dành dành).

KHÁNH



Calvin Klein Obsession



Must de Cartier



Estée Lauder Youth Dew



Yves Saint Laurent Opium



DRIES VAN NOTEN PAR FREDERIC MALLE
Thích hợp: Đêm/ Thu Đông.
Độ bám hương: 4/5
Độ tỏa hương: 3/5
Đánh giá chung: 4/5



GUCCI OUD
Thích hợp: Đêm/ Thu Đông
Độ bám hương: 3/5
Độ tỏa hương: 4/5
Đánh giá chung: 3/5

Một mùi hương mà Frederic Malle dùng để mô tả lại chân dung của nhà thiết kế Dries Van Noten. Đây là một hương gỗ với màu sắc phương Đông đậm nét, dành cho cả phụ nữ và nam giới. Hương thơm đặc trưng với các notes như gỗ đàn hương, gỗ gaiac, đậu tonka, vani, nghệ tây, hoa nhài, xạ hương, cam bergamot, chanh, hạt nhục đậu khấu, đinh hương, hoắc hương, và peru balsam.

Frederic Malle nói: “Gỗ đàn hương được chọn là thành phần trung tâm trong việc mô tả chân dung của nhà thiết kế người Bỉ Dries Van Noten bởi sự mềm mại của nó, sự phức tạp của nó và vị trí quan trọng không thể thiếu của nó trong các tác phẩm kinh điển. Một công thức rất ngắn gọn của những vật liệu quý và biểu cảm. Ấm áp, thoải mái và bất thường”.

NOTES: Gỗ đàn hương, gỗ gaiac, đậu tonka, vani, nghệ tây, hoa nhài, xạ hương, cam bergamot, chanh, hạt nhục đậu khấu, đinh hương, hoắc hương, và peru balsam.

CHÚNG TÔI NÓI:

“Một hương thơm tối giản tuyệt đẹp. Dù vậy, nếu đàn ông sử dụng tôi sợ là có chút ngọt ngào”

“Gỗ đàn hương đúng là trung tâm của mùi hương này, được kết hợp khéo léo với những gia vị từ phương Đông. Rất ấm áp. Vani cũng là một thành phần quan trọng nhưng thay vì sự ngọt ngào thuần túy mà chúng ta thường thấy trong những mùi hương vani khác, vani ở đây khi pha trộn với hoắc hương, nghệ tây, nhục đậu khấu, độ ngọt đó đã được gia giảm một cách vừa phải. Để biến thành một món ăn rất vừa miệng, cả cho phụ nữ lẫn đàn ông.”

“Độ bám hương của tôi chỉ có 3 tiếng. Nó mờ dần sau đó và chỉ còn để lại một dry down ấm và nhạt, không có gì đặc biệt. Tôi sẽ thích nếu độ bám mùi được lâu hơn”

“Có nhiều nét khá giống với Angel nhưng khô, mềm hơn, tinh tế hơn. Dù vậy, dứt khoát đây không phải mùi hương unisex, nó quá thiên về nữ tính”.

“Nghệ tây và gỗ gaiac mang đến một sự kết hợp lạ, và nó phảng phất như mùi trầm hương theo một cách nào đó. Với tất cả những gia vị cay và mùi gỗ ấm, mùi hương rất thích hợp cho những người đàn ông có tâm hồn nghệ sỹ và yêu thích những note mùi của phương Đông”

Gucci Oud ra mắt vào tháng 7 năm nay, với sự nhấn mạnh vào trầm hương. Sự ra mắt này có hơi muộn màng vì trào lưu oud vốn đã bùng nổ trong 2012- 2013 và đang hạ nhiệt dần trong 2014.

Gucci nói: “Gucci Oud là một loại nước hoa unisex dành cho những người sành điệu tự tin đang mong muốn tìm kiếm những trải nghiệm mới. Đây là một mùi hương mạnh mẽ quyến rũ mang đậm tinh thần của Gucci, diễn giải những thành phần cổ xưa của phương Đông theo một cách hiện đại và tươi mới. Trầm hương được sử dụng từ nguồn nguyên liệu tự nhiên 100%, được tìm thấy trong những cánh rừng miền Trung của nước Lào và độc quyền sử dụng cho Gucci”

TOP NOTES: Lê, mâm xôi, nghệ tây

Middle Notes: Hồng Bulgari, hoa cam

Base Notes: Trầm hương, hoắc hương, hổ phách và xạ hương.

CHÚNG TÔI NÓI:

“Một sự ngạc nhiên thú vị từ Gucci. Tôi không ấn tượng mấy về những mùi hương trước đó của Gucci, ví dụ như Guilty, thành thực mà nói, tôi thấy chúng hơi thô tục. Nhưng phiên bản này rất tuyệt. Sự kết hợp thú vị của oud và hoa hồng, rất sang trọng, rất quyến rũ”.

“Không có gì quá đặc biệt ở đây. Với sự xuất hiện của hoa hồng, mùi hương khá là nữ tính và có vẻ không mấy thích hợp cho đàn ông”

“Hương cuối khá thú vị nhưng tôi không thể chịu nổi mùi chanh xộc lên ở hương đầu, nó gợi tôi nhắc đến một loại thuốc xịt côn trùng”

“Nếu bạn thực sự muốn khám phá nước hoa dòng Oud, những mùi hương tôi sẽ đề nghị là By Killian Rose Oud, Acqua de parma Colonia Intensa Oud hoặc Dior Oud Ispanan. Gucci Oud có mùi theo tôi là tuyệt hơn những mùi trước đó của Gucci nhưng vẫn chưa xứng với giá tiền (100- 137 eur). Mùi trầm của Gucci Oud hợp với những người da khô, ít đổ mồ hôi. Nếu bạn đổ mồ hôi, nó sẽ chuyển sang một hỗn hợp ẩm ướt như kẹo cao su pha dầu tây”.

GÓC QUÝ ÔNG

NHỮNG NHÓM MÙI HOÀN HẢO CHO SỰ LỰA CHỌN CỦA MỘT QUÝ ÔNG. HÃY THAM KHẢO SỰ LỰA CHỌN CỦA STYLE!



Reverie au Jardin của Andy Tauer

OÀI HƯƠNG

Một thành phần quen thuộc của Pour Homme, chính xác hơn là trong thành phần của nhóm mùi Fougères. Các note quan trọng nhất để bạn có thể xác định một mùi hương fougère cổ điển là rêu sồi, đậu tonka (coumarouna odorata) và hoa oải hương. Một loạt những note mùi phụ khác sẽ được đan cài xung quanh cấu trúc cơ bản này để tạo ra các biến thể khác nhau: mùi hương gỗ, mùi hoa, mùi đại dương hay mùi gia vị. Nước hoa fougère thường mát, the, hắc và pha chút ngọt ấm đầy nam tính.

Mùi hương: Gendarme 20, Creed's Royal Scottish Lavender, Caldey Island Lavender, Caron un pour Homme, Jicky (Guerlain), Nicolai Pour Homme for Men, Acqua di Parma Lavanda Tonica, Pure Lavender (Azzaro), Grey Flannel (Geoffrey Beene), Lavender Water for Men (Geo F Trumper), Reverie au Jardin (Andy Tauer) hay Inglese (Lorenzo Villoresi).

DA

Có ai đó đã từng nói đàn ông nên sở hữu ít nhất một chai nước hoa Leather trong tủ đồ của mình, vì sự gợi cảm, ấm áp và hoang dại của nó. Nước hoa Leather đầu tiên được sử dụng bởi một người đàn ông: vua George III và The Royal English Leather (1781) với các note cổ điển: cam bergamot, quýt, long diên hương, gỗ đàn hương và da. Trong lịch sử của mình, nước hoa Leather cho nam có những đại diện kinh điển như Antaeus của Chanel hay Guerlain Derby.

Mùi hương: Trussardi Trussardi Uomo, Guerlain Habit Rouge, Tom Ford Private Blend Tuscan Leather, Hermès Bel Ami.



MÙI KHÓI THUỐC

Xuất phát từ lửa, bản thân mùi khói đã gợi lên sự ấm áp. Mùi khói thuốc, mùi khói xì gà thường được kết hợp với các note leather, các note gia vị để tạo ra một hỗn hợp cay, hắc, ấm áp và nồng nàn.

"Mùi hương: John Varvatos John Varvatos, Thierry Mugler A*Men Pure Havane, Serge Lutens Fumerie Turque, Giorgio Armani Armani Code, Gucci Gucci by Gucci Pour Homme, Versace Dreamer, Versace Versace Man, Lalique Encre Noire".



STYLE *lifestyle*

HI TECH - AUTO WORLD - DESTINATION

DECOR - FOODPORN



auto world
128

DECAL & STICKER:

TUYỆT CHIÊU DECOR SIÊU TIẾT KIỆM



*BẠN MUỐN THAY ÁO MỚI CHO
CÁC BỨC TƯỜNG NHƯNG CHỈ
CÓ MỘT NGÀN SÁCH EO HẸP
VÀ NHÂN CÔNG ÍT ỎI. DECAL VÀ
STICKER CHÍNH LÀ GIẢI PHÁP
TUYỆT VỜI DÀNH CHO BẠN.*

DÁN DECAL NHƯ THẾ NÀO?

Trước khi bắt đầu, hãy lau sạch bức tường hay mặt phẳng mà bạn định dán decal với một miếng vải ẩm sạch.

Đợi cho bề mặt khô hoàn toàn

Xem xét các mẫu số thứ tự lần lượt nếu bạn định dán decal có kích cỡ lớn. Thông thường, mỗi decal sẽ có một hình ảnh mô tả nhỏ để bạn có thể hình dung ra tổng thể hình ảnh của decal – hãy dán mẫu mô tả này ở đúng làm mẫu để tham khảo khi cần thiết.

Tách decal khỏi tấm dán và đặt nó vào vị trí, không nên dùng tay để miết decal mà nên dùng cán dọc để miết. Nếu không, có thể thay bằng một chiếc khăn để miết. Decal sẽ dính vào tường mà không bị nhăn nheo.

Trong khi sticker là các miếng dán có hình ảnh vui nhộn rất thích hợp cho trẻ em thì decal là các hình ảnh phong phú hơn nhiều, cả về nội dung, màu sắc và diện tích. Chủ đề của decal gần như vô tận và thích hợp cho bất cứ sở thích nào của gia chủ: từ những bức tranh vẽ động vật, cây cỏ, hoạt họa, kiến trúc cho đến vật dụng, đồ trang trí hoặc thậm chí là những bức tranh vẽ tay bằng màu nước lãng mạn. Những không gian trống trong bếp, những bức tường lẻ ở phòng khách hay phòng ngủ, những góc hẹp không biết phải trang trí như thế nào hay đặt đồ nội thất gì vào là những địa điểm thích hợp cho dán decal.

Bạn có thể đo kích cỡ tường nhà, tường trần, cánh cửa, tủ bếp... sau đó chọn một mẫu decal có diện tích và màu sắc phù hợp. Dán decal cũng là công việc dễ dàng có thể thực hiện một mình và hầu như không đòi hỏi nhiều công sức. Nhưng cũng như nhiều công việc decor khác, dán decal cũng cần có sự tưởng tượng, sáng tạo và thẩm mỹ nhất định. Nếu không, bạn sẽ biến căn phòng thành một mớ hỗn độn của những hình ảnh không hài hòa.

Một lưu ý quan trọng, hiện nay trên thị trường có các loại decal của Trung Quốc với mức giá rẻ (trung bình 50.000 VNĐ/decal) và decal của Hàn, Nhật ở mức giá đắt gấp 3-4 lần. Mặc dù có thể cùng mẫu mã nhưng không nên sử dụng decal Trung Quốc vì chất liệu chủ yếu là giấy thông thường, mỏng, không bền, màu sắc in xấu và dễ bị bong. Decal Hàn, Nhật sử dụng chất liệu nhựa vinyl bóng mờ, màu sắc tự nhiên, mẫu mã phong phú hơn, dính chắc và rất khó gỡ.

BAO NHIÊU DECAL TRONG MỘT CĂN PHÒNG LÀ ĐỦ?

Thông thường, nếu là phòng trẻ em, bạn có thể thoải mái kết hợp nhiều loại decal khác nhau để tạo ra một bức tranh tổng hợp: một vườn bách thú với các con vật đang nô đùa, một bầu trời đầy sao với những con thuyền bay trong mây hay những khung cảnh ngộ nghĩnh khác. Màu sắc ấn tượng, hình ảnh thú vị là điểm nhấn và số lượng của decal ít hoặc nhiều có thể không mấy quan trọng.

Nhưng nếu trang trí cho phòng khách, phòng ngủ hoặc bếp, một bức tường thường chỉ nên sử dụng một loại decal và một căn phòng càng ít decal càng dễ cho việc thiết kế.

KÍCH CỠ CỦA DECAL

Kiểm tra kích thước của không gian mà bạn định dán decal một cách chính xác. Giá của một decal tường thay đổi theo kích thước.

Với một bức tường rộng vô mục đích, decal thích hợp có thể sẽ là một nhánh cây hoặc một thân cây với tán lá xò ra và những chiếc lá bay lá tả. Tuy nhiên, bạn cần lưu ý rằng decal có kích cỡ lớn không thích hợp với một ngôi nhà hẹp, dù tường nhà đủ diện tích để dán decal thì cũng không nên dán. Bởi decal càng lớn, nó càng yêu cầu một khoảng cách đủ rộng để nhìn ngắm. Thứ hai, decal quá lớn sẽ áp đảo bức tường và khiến ngôi nhà đã nhỏ nay càng nhỏ hơn. Hãy tưởng tượng bạn treo một bức tranh 3x4m trong một căn phòng chỉ có diện tích 25m. Bạn có thể ngay lập tức cảm thấy ngột ngạt sau khi bức tranh được treo lên.

Một căn phòng nhỏ không nên sử dụng decal rộng và dài cùng một lúc. Bạn chỉ nên chọn một trong hai yếu tố: nếu decal có chiều ngang lớn, tốt nhất kích cỡ dọc của nó nên nhỏ hoặc vừa phải (ví dụ, một đàn cá có thể trải dài 2-3 m, nhưng kích cỡ dọc không lớn). Nếu decal có chiều dọc lớn, chiều ngang của nó nên vừa phải (ví dụ, một nhánh cây có thể rất cao, nhưng lại có tán lá hẹp). Điều này giúp bạn có thể vừa tận dụng được không gian của tường để tạo ra một bức tranh tổng thể, vừa khiến căn phòng trở nên thoáng đãng hơn.





NHỮNG DECAL NHỎ NÊN ĐƯỢC DÁN Ở ĐÂU VÀ KẾT HỢP VỚI ĐỒ NỘI THẤT NHƯ THẾ NÀO?

Decal nhỏ có thể dán kết hợp với đồ nội thất một cách khéo léo. Ví dụ, một chiếc giường không có thành giường, bạn có thể kết hợp decal hình hoa văn thành giường để dán cùng. Một bức tường ở góc hẹp cầu thang, nơi bạn chưa biết làm gì là vị trí thích hợp cho một hình ảnh đơn giản như vài bông hoa, cỏ xanh hoặc text chữ đồ họa một câu châm ngôn yêu thích. Những bậc cầu thang gỗ màu sáng là vị trí thích hợp cho các decal nhỏ như text đồ họa hay ngôi sao. Một cánh cửa phòng tắm có diện tích vừa phải hoàn toàn có thể biến thành một bức tranh màu nước phong cảnh ấn tượng với decal có kích cỡ tương tự. Những khung tranh nhỏ trên sofa có thể được viền quanh bởi một tán cây rộng.

Decal dạng đường viền có thể sử dụng thay cho gạch viền ở phòng tắm, phòng bếp, hoặc trần nhà. Tường không phải mặt phẳng duy nhất để dán decal. Mặt tủ, khung viền gương, thành giường, kệ bếp... bất cứ mặt phẳng nào trong nhà đều có thể là nơi phát huy các ý tưởng của bạn.

MÀU SẮC

Quy tắc về màu sắc luôn luôn phải áp dụng trong mọi công việc decor, bao gồm dán decal. Thật đơn giản nếu bạn đã có sẵn những bức tường màu sáng, màu nude, màu beige nhạt và đồ nội thất tương tự. Bản thân các màu sắc này đã rất dễ kết hợp với bất cứ decal ở màu nào khác. Nhưng nếu ngôi nhà của bạn đã sở hữu những đồ nội thất có màu sắc ấn tượng thì lại là chuyện khác. Việc

kết hợp những màu sắc khác nhau có thể phá hỏng bố cục của toàn bộ căn phòng.

DECAL CHO TỪNG KHÔNG GIAN RIÊNG

PHÒNG NGỦ

Đối với phòng ngủ nên lựa chọn màu sắc pastel cho decal. Những bức hình thiên về sự tĩnh lặng, thư giãn và thiên nhiên có thể giúp tâm trí trở nên nhẹ nhàng hơn: cây vườn, lồng chim, những đám mây, đàn cá bơi lội...

PHÒNG KHÁCH

Đối với phòng khách, một decal tập trung làm nổi bật căn phòng là điều cần thiết. Nếu không gian đủ rộng, nên chọn decal lớn như một bức tranh tường. Nếu không gian nhỏ hẹp, những decal mảnh mai như bông hoa vươn trong gió, cỏ cây, nhánh hoa anh đào... sẽ là lựa chọn thích hợp.

NHÀ BẾP

Đối với nhà bếp hoặc phòng ăn, decal phù hợp sẽ là đồ dùng nhà bếp, bát với trái cây, ấm trà và bánh nướng... Trong nhà bếp, ngoài đồ nội thất và các bức tường, có một nơi thú vị để dán những mẫu decal ngộ nghĩnh là tủ lạnh.

PHÒNG TẮM

Đối với phòng tắm, bạn có thể chọn bất kỳ decal nào của động vật biển, thác nước hay giọt nước. Những chú cá nhiều màu sắc bơi qua cánh cửa phòng tắm có thể khiến cánh cửa trở nên sống động hơn.



COOL GADGETS

NHỮNG SẢN PHẨM CÔNG NGHỆ MỚI NÀY, BẠN ĐÃ BIẾT CHƯA?

HOÀNG ANH

1. BITCOIN

Ý niệm về đồng tiền ảo thực ra đã xuất hiện từ lâu nhưng vốn chưa thực sự lan toả và hiệu quả. Cho đến khi Bitcoin ra đời. Hiện tại, vẫn còn quá sớm để biết Bitcoin có “chết yểu” hay không nhưng tại Mỹ và Canada, người ta bắt đầu tin dùng để chi trả mua bán sản phẩm trên internet hoặc tại các máy ATM đặt ở quán bar, pub. Cơ chế của Bitcoin về cơ bản là “vô danh”, bạn sở hữu một “ví tiền” online được bảo mật nghiêm ngặt bởi một hệ thống máy tính siêu việt nên rủi ro bị cướp hay bị mất là rất thấp. Mệnh giá 1 bitcoin hiện nay vào khoảng 247 Bảng Anh, tức là tăng khoảng gần 10 lần so với năm 2009 (lúc đó là 25 Bảng Anh).



2. FLYKLY SMART WHEEL

Một chiếc xe đạp điện thì vốn không được những vận động viên xe đạp thực thụ ưa thích. Tuy nhiên, chiếc bánh xe Flykly này lại có thể thay đổi cái nhìn đôi chút. Flykly về cơ bản giống như một chiếc bánh xe bình thường, tương thích với đa số kiểu khung nhưng giúp bạn đạp xe hiệu quả và thoải mái hơn. Bên cạnh đó Flykly được gắn cả tính năng tracker (phòng khi bị mất), với một app đi kèm để bạn theo dõi các thông số hoạt động.



3. ROBOT STARTER KIT

Đây được xem như một sản phẩm đồ chơi dành cho những người vốn nghĩ rằng Lego chỉ dành cho trẻ con. Bên trong sản phẩm, bạn sẽ tìm thấy tất cả những gì bạn cần để tạo ra một con rô bốt của riêng mình. Hãy thoải sức sáng tạo nhé!



4. PANONO

Ra mắt vào tháng 09 năm nay, chiếc camera hình cầu này có thể mang đến những bức ảnh panorama với góc chụp mở rộng 360 độ. Bạn chỉ cần ném vào không gian, Panono tự động biết chọn độ cao thích hợp để cho ra ảnh rõ nét và chuẩn xác nhất ở chất lượng 108Mp. Ngoài ra, Panono cũng được thiết kế bằng chất liệu chịu được va đập và cả dưới nước.



5. ELECTROLUX INGRESURE

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

6. APPLE WATCH

Sản phẩm có thể được xem là được trong đợt nhất hiện nay của các fan Apple. Thiết kế hiện đại cùng một loạt các mẫu dây từ thời trang, thể thao cho đến cổ điển sang trọng, Apple Watch dường như đang định nghĩa lại khái niệm “smartwatch”. Các tính năng không còn quá mới lạ như push notifications, nhận cuộc gọi, đo thông số sức khỏe, check mail chắc hẳn không phải là sức hút của Apple Watch. Sức hút của chiếc đồng hồ thông minh này nằm ở chính cái tên thương hiệu Apple và cách Apple giới thiệu nó đến với công chúng: là một sản phẩm công nghệ nhưng mang sức sống và đậm tính cá nhân.





HÃY CÙNG STYLE ĐIỂM QUA NHỮNG MẪU SMARTPHONE ĐƯỢC TRÔNG CHỜ NHẤT THÁNG NÀY NHÉ!

KHÁI ANH

IPHONE 6

Đứng đầu danh sách chắc chắn là chiếc điện thoại được bàn tán xôn xao nhất thời gian này: iPhone 6. Được ra mắt với hai phiên bản là iPhone 6 (4.7inch) và iPhone 6Plus (5.5inch). Cả hai máy được sở hữu màn hình LED-backlit IPS LCD, 16 triệu màu; camera 8Mp với đèn flashLED TrueTone được gia công theo dạng tròn, kích thước điểm ảnh 1,5 micron pixel, khẩu độ f/2.2; vi xử lý Apple A8 với công nghệ điện toán 64-bit và phần mềm iOS 8 mới nhất.





NOKIA LUMIA 830

Đây là sản phẩm hướng tới phân khúc tầm trung với mức giá hợp lý cùng tính năng đa dạng. Lumia 830 hoạt động trên nền hệ điều hành Windows Phone 8.1 mới nhất với bản cập nhật Denim giúp cải tiến trải nghiệm chụp ảnh (tăng tốc độ chụp, quay phim 4K, xuất hình HD từ phim 4K, ứng dụng chụp mới), tăng hiệu năng. Thiết bị mang thiết kế siêu mỏng (8,3 mm), nhẹ (150 gram) với bộ khung bằng nhôm cùng mặt lưng bằng nhựa polycarbonat nhiều màu có thể thay đổi được. Chiếc Lumia này được tối ưu hóa cho trải nghiệm chụp ảnh với camera PureView độ phân giải 10 megapixel hỗ trợ module chống rung quang học mỏng nhất từ trước tới nay.

SONY XPERIA Z3

Chỉ mới tung ra dòng Sony Xperia Z2 hồi tháng 02 vừa qua thế nhưng, Sony đã nhanh chóng tung ra phiên bản kế tiếp Sony Xperia Z3 với nhiều cải tiến vượt trội, giúp cho Z3 trở thành thiết bị tốt nhất của hãng cho tới thời điểm này. Xperia Z3 thật sự rất ấn tượng trong thiết kế, máy vẫn sở hữu thiết kế nhôm nguyên khối với các cạnh được bo tròn hơn giúp thon gọn hơn và dễ thao tác hơn. Z3 chạy chip xử lý Qualcomm Snapdragon 801 8974-AC, Quad core, tốc độ 2500 MHz, Krait 400 cùng chip xử lý đồ họa Adreno 330 cho chất lượng hình ảnh độc đáo, nhất là khi chạy các game 3D hay xem phim trực tuyến thì hình ảnh cực kỳ sống động, máy chạy mượt mà, thao tác mở ứng dụng cực nhanh. Bên cạnh đó, Z3 còn được tích hợp 3GB Ram và 16GB bộ nhớ trong.



SAMSUNG GALAXY NOTE 4

Vừa được ra mắt vào ngày 3/09 vừa qua, Galaxy Note 4 là một trong những sản phẩm chủ lực của Samsung trong năm nay. Nhìn qua vẻ ngoại hình, Galaxy Note 4 không có nhiều khác biệt so với Galaxy Note 3 của năm ngoái. Tuy nhiên khi đi vào từng chi tiết, có thể dễ dàng nhận thấy những thay đổi xuất hiện trên phiên bản của năm nay như viền kim loại, mặt lưng giả da. Galaxy Note 4 sẽ có 2 phiên bản về cấu hình, trong đó một phiên bản sở hữu một bộ vi xử lý mạnh mẽ Snapdragon 805 mới nhất từ Qualcomm. Phiên bản còn lại sử dụng chip Exynos 5433 lõi 8 với 4 lõi Cortex A53 xung nhịp 1.3 GHz và 4 lõi Cortex A57 xung nhịp 1.9GHz. Cả 2 phiên bản đều sẽ có RAM 3GB, sở hữu bộ nhớ trong 64GB.

MOTO G

Là bước đánh dấu sự trở lại của Motorola tại thị trường Việt Nam, Moto G gây ấn tượng bởi mức giá khá rẻ so với các sản phẩm hiện nay. Không những vậy, chất lượng hoàn thiện và hiệu năng của mẫu máy này có thể sẽ khiến nhiều người bất ngờ. Màn hình của Moto G sử dụng tấm nền IPS, cho chất lượng hiển thị tốt, góc nhìn rộng, cảm biến giúp tự động điều chỉnh độ sáng màn hình; sử dụng chip lõi tứ Snapdragon 400, xung nhịp 1,2GHz và RAM 1GB; chạy Android 4.4 Kitkat và camera chính sử dụng cảm biến 5MP, có trang bị Flash và tính năng autofocus, camera phụ 1,3MP.





NHỮNG ƯỚC MƠ GẦN

NẾU BẠN ĐANG DẪI DÀNH TIỀN HAY VẪN CÒN PHÂN VÂN CHƯA BIẾT SẼ NHẮM MUA CHIẾC XE NÀO THÌ SAU ĐÂY LÀ NHỮNG “ƯỚC MƠ” GẦN SẴP RA MẮT MÀ BẠN CÓ THỂ CHO VÀO DANH SÁCH CÂN NHẮC!

MINH MINH

BMW M3 2015

Được ra đời nhằm thay thế cho thế hệ M3 hai cửa, M3 sedan 2015 có trọng lượng nhẹ hơn cùng sức mạnh vượt trội với động cơ 6 xi-lanh tăng áp kép, sản sinh công suất 425 mã lực và mô-men xoắn cực đại 550 Nm. Xe có hai tùy chọn hộp số là hộp số sàn 6 cấp và hộp số ly hợp kép tự động 7 cấp. BMW M3 2015 theo dự định sẽ có mặt trên thị trường vào mùa hè này với mức giá khởi điểm khi chưa về Việt Nam vào khoảng \$65.000.



FORD F-150 2015

Trong suốt nhiều thập niên qua, Ford F-150 luôn là chiếc xe đạt doanh số bán ra cao nhất tại thị trường Mỹ. Với phiên bản 2015, F-150 được trang bị thân xe và thùng xe được làm chủ yếu bằng chất liệu nhôm giúp giảm 317kg trọng lượng. Bên cạnh đó, xe được trang bị động cơ V6 EcoBoost dung tích 3.5 lít cùng các thiết bị và công nghệ hiện đại như camera 360 độ giúp tài xế dễ dàng quan sát phía sau hơn. Hãng Ford hi vọng với những cải tiến mới này, họ sẽ lập được kỉ lục mới về số xe bán ra.





FORD MUSTANG 2015

Đây là chiếc xe được hơn 30 nhà thiết kế ô tô hàng đầu thế giới bình chọn là thiết kế ấn tượng nhất Detroit Auto show 2014. Xuất hiện với chiếc áo mới màu vàng rực rỡ, cùng với những cải tiến giúp giảm 90kg trọng lượng, 3 tùy chọn động cơ là động cơ V6 dung tích 3,7 lít, động cơ EcoBoost 4 xi-lanh dung tích 2,3 lít, tăng áp turbo hay động cơ V8 dung tích 5,0 lít từ thế hệ GT trước với sức mạnh được cải thiện, Ford Mustang 2015 dự kiến sẽ ra mắt vào cuối năm nay với các phiên bản màu đỏ, cam, vàng, xanh lam, đỏ ruby, đen, màu nhũ và màu bạc.



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 chương 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
SYNC³ THÔNG MINH



LỘI NƯỚC
550mm



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

Go Further

- **ANDO FORD:** C1 Phạm Văn Đồng, Hà Nội. Tel: 04.37505055
- **CAPITAL FORD:** Ngã 3 Pháp Vân, Km 8 Giải Phóng, Hà Nội. Tel: 04.36811888
- **HANOI FORD:** 94 Ngõ Thôi Nhâm, Hà Nội. Tel: 04.39712439
- **HATHANH FORD:** KCN Lai Xá, Kim Chung, Hoài Đức, Hà Nội. Tel: 04.33662566
- **HATHANH FORD MYDINH:** 02 Tôn Thất Thuyết, Nam Từ Liêm, Hà Nội. Tel: 04.37957518
- **THANGLONG FORD:** 105 Láng Hạ, Hà Nội. Tel: 04.35621920
- **THANHXUAN FORD:** 88 Nguyễn Xiển, Hà Nội. Tel: 04.35525525
- **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
- **CITY FORD NHA TRANG:** 580 Lê Hồng Phong, TP. Nha Trang. Tel: 058.3880366
- **BENTHANH FORD:** 831 Trường Chinh, Tân Phú, TP. HCM. Tel: 08.38157979
- **CITY FORD:** 78B, Quốc Lộ 13, Phường 26, Bình Thạnh, TP. HCM. Tel: 08.35120473
- **PHUMY FORD:** Lô B1, Đường C2, KCN Cát Lái 2, Quận 2, TP. HCM. Tel: 08.37425454
- **SAIGON FORD:** 61A Cao Thắng, Quận 3, TP. HCM. Tel: 08.38181458
- **SAIGON FORD PHOQUANG:** 104 Phổ Quang, Tân Bình, TP. HCM. Tel: 08.38442947
- **WESTERN FORD:** 530 Kinh Dương Vương, An Lạc, Bình Tân, TP. HCM. Tel: 08.38776732
- **DONGNAI FORD:** 25/61A Khu Phố 2, Phường Tam Hòa, TP. Biên Hòa. Tel: 061.3857130
- **CANTHO FORD:** Lô 11C - Võ Nguyên Giáp, Cái Răng, TP. Cần Thơ. Tel: 0710.3730720

ĐƯỜNG DÂY NÓNG MIỄN PHÍ: 1800-588888

LEXUS RC F 2015

Lexus RC F 2015 là mẫu xe mới nhất thuộc dòng F được Lexus đưa ra thị trường nhằm cạnh tranh với BMW M4. Lexus RC F có thiết kế rất mạnh mẽ và nổi bật, xe được trang bị động cơ V8 dung tích 5.0 lít, sản sinh công suất 480 mã lực, sức mạnh của xe được truyền đến cầu sau thông qua hộp số tự động 8 cấp. Lexus tự tin đây sẽ là một sản phẩm đáng giá và đầy đủ yếu tố giữ vững thị phần của mình khi ra mắt.



CADILLAC ATS COUPE 2015

ATS được đánh giá là sự bổ sung tuyệt vời vào các mẫu xe hiện có của Cadillac. Dự kiến sẽ chính thức bán ra thị trường vào mùa hè này, ATS coupe được thiết kế để cạnh tranh với các đối thủ đến từ châu Âu như BMW, Mercedes và Audi. ATS coupe sử dụng khung gầm và có chiều đường cơ sở giống với mẫu sedan, tuy nhiên thiết kế thân xe đã được thay đổi, đặc biệt ATS coupe còn là mẫu xe đầu tiên được gắn logo mới của Cadillac.



HYUNDAI GENESIS 2015

Với tham vọng đặt chân vào thị phần xe hạng sang, hãng xe Hàn Quốc Hyundai đã cho ra đời chiếc Genesis vào năm 2009. Tuy không nhận được nhiều sự ủng hộ từ phía người yêu xe chuyên nghiệp nhưng Hyundai vẫn không nản lòng. Bằng chứng là họ đã cho ra mắt Genesis phiên bản 2015 tại Detroit Auto Show 2014 với nhiều thay đổi khá tích cực như lưới tản nhiệt mới, bố trí các nút bấm và bảng điều khiển giúp tài xế dễ dàng truy xuất các ứng dụng điện tử và giải trí, hệ thống cảm biến an toàn, hệ thống cảnh báo làn đường, phanh khẩn cấp và hệ thống phát hiện điểm mù. Có thể nói với đây thực sự là một bước tiến lớn.



MERCEDES BENZ C-CLASS 2015

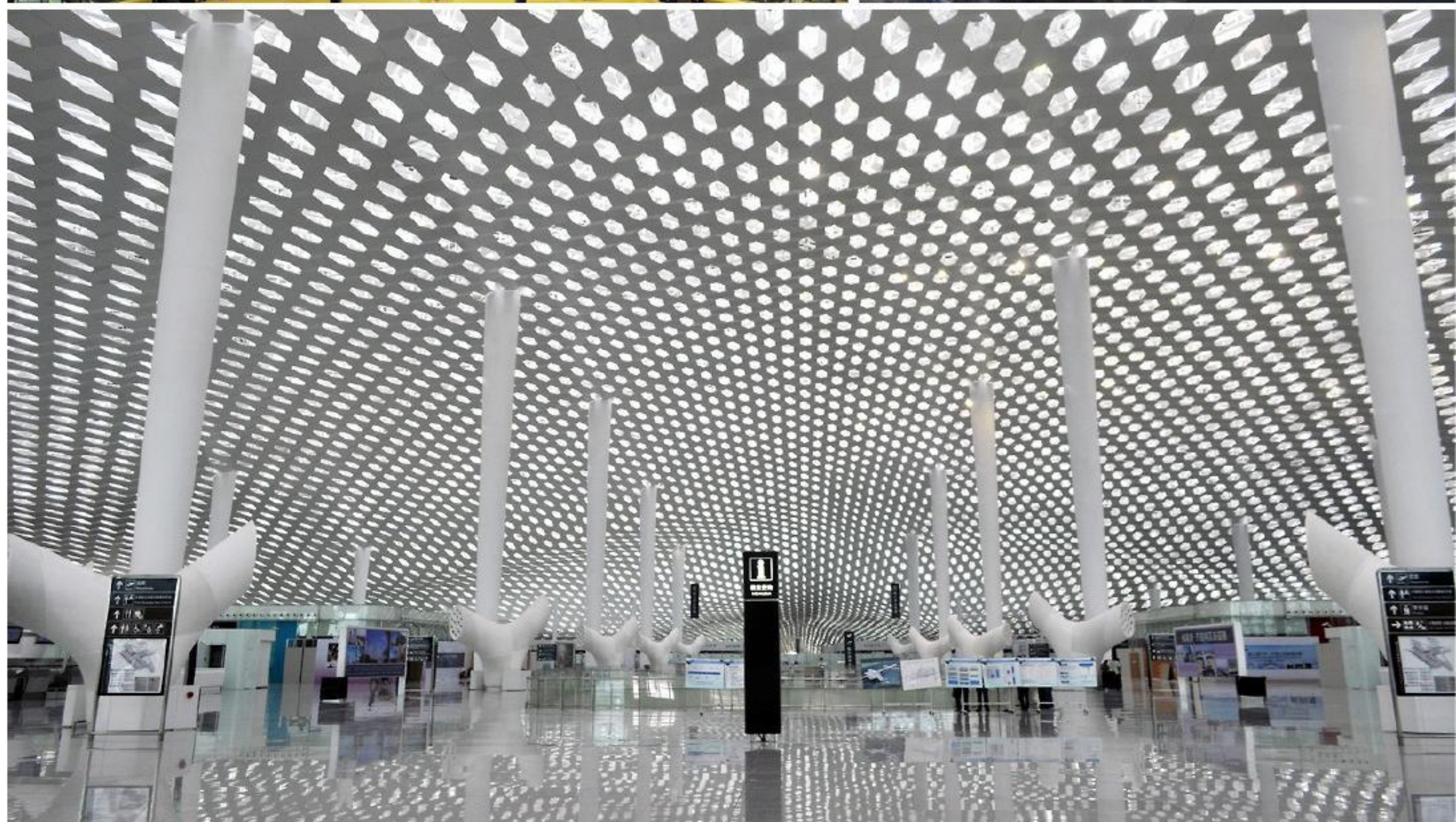
Mercedes-Benz C-Class thế hệ thứ 4 đã được hãng xe Đức thiết kế lại với khung gầm bằng thép cường lực và thân xe bằng nhôm giúp thế hệ mới có trọng lượng thấp hơn so với thế hệ hiện tại. Việc giảm trọng lượng xe cũng giúp lượng tiêu thụ nhiên liệu của xe giảm 20%, đồng thời hạ thấp trọng tâm xe giúp việc xử lý khi lái tốt hơn. Về sức mạnh, biến thể C300 4Matic ở Mỹ được trang bị động cơ 2.0 lít tăng áp turbo, sản sinh công suất 235 mã lực. Trong khi đó biến thể C400 4Matic sẽ được trang bị động cơ V6 công suất 329 mã lực.

NHỮNG CỔNG CHÀO *LÒNG LẮY*

HÃY BỎ QUA NHỮNG VIỆN BẢO TÀNG LỊCH SỬ, NHỮNG BÃI BIỂN NGẬP TRÀN NẮNG VÀNG HAY HÀNG HÀ ĐẠI LỘ THẨM THẨM NHỮNG ƯỚC MƠ! HÃY BỎ QUA KHÁCH SẠN, CỬA HÀNG, NHÀ HÁT, QUÁN ĂN HAY BẤT CỨ ĐỊA DANH NÀO ĐỦ QUYẾN RŨ KHI VÔ TÌNH NHẮC TÊN MỘT THÀNH PHỐ NÀO ĐÓ TRÊN BẢN ĐỒ. BỞI HẦU NHƯ CHÚNG TA THƯỜNG QUÊN MẤT, ĐIỀU ĐẦU TIÊN KHI TIẾP XÚC VỚI MỘT ĐẤT NƯỚC MỚI KHÔNG PHẢI LÀ TẤT CẢ NHỮNG ĐIỀU VỪA KỂ TRÊN MÀ LÀ KHOẢNH KHẮC MÁY BAY HẠ CÁNH CHẠM ĐƯỜNG BĂNG. PHẢI, NHỮNG SÂN BAY LÒNG LẮY!



BÌNH BÌNH



TERMINAL 1, LYON SAINT EXUPÉRY AIRPORT, FRANCE (LYS)

Còn được biết với một cái tên khác là Lyon Satolas Airport, Lyon Saint Exupéry là sân bay được xây dựng để thay thế cho sân bay Lyon Bron cũ và trở thành địa điểm giao thông vận tải hàng không trọng yếu của vùng Rhone Alpes (Pháp). Về diện tích, đây không phải là một sân bay đồ sộ và quá rộng lớn, thế nhưng về mặt kiến trúc, LYS là một biểu tượng hoàn hảo của kiến trúc hiện đại và đặc biệt nhất quán hoàn mỹ với ga TGV (tàu siêu tốc hành) ngay bên cạnh. Được thiết kế bởi Rogers Stirk Harbour cùng các cộng sự, LYS là sân bay kết nối hành khách với thành phố Lyon, thành phố lớn thứ hai nước Pháp với rất nhiều giá trị lịch sử văn hoá lâu đời đồng thời cũng là một thành phố công nghiệp hiện đại trù phú.



QUEEN ALIA INTERNATIONAL, AMMAN, JORDAN (QAIA)

Được thiết kế bởi kiến trúc sư Lord Foster, người được mệnh danh là ông hoàng của các sân bay với nhiều sản phẩm nổi tiếng, sân bay quốc tế Queen Alia là "cổng chào" rộng nhất đón mừng bạn đến với đất nước Jordan, cách thủ đô Amman khoảng 30km về phía nam. Dựa trên những di sản cũ, QAIA được tái cấu trúc lại trên tinh thần hiện đại, hoà quyện hoàn hảo giữa tính thẩm mỹ và yếu tố tiện dụng. Điểm nổi bật nhất khiến QAIA giống như một tác phẩm nghệ vĩ đại đồ sộ chính là phần mái vòm gồm 127 tấm lấy cảm hứng từ những túp lều Bedouin trên sa mạc. Bên cạnh đó, các toà nhà cũng được xây dựng chú trọng trên tiêu chí đi lại dễ dàng của hành khách, đồng thời kết hợp các kỹ thuật thông minh để tận dụng các yếu tố môi trường như hệ thống vòi chứa nước mưa để tái sử dụng hay cách sắp đặt khéo léo để tận dụng tối đa ánh sáng tự nhiên. Ngoài ra, chuỗi nhà hàng, sân chơi trẻ em, mua sắm miễn thuế và thậm chí là cả các outlet tại QAIA cũng vô cùng phong phú và đa dạng, mang đến cho hành khách nhiều trải nghiệm thú vị và hấp dẫn.



TERMINAL 3 SHENZHEN BAO'AN INTERNATIONAL, CHINA

Vừa được khánh thành vào cuối năm 2013, Terminal 3 của sân bay quốc tế Shenzhen, Bảo An, Thâm Quyến, Trung Quốc, có diện tích lớn gấp ba lần so với các Terminal cũ. Studio Fuksas đến từ Ý là đơn vị đảm nhận thiết kế chính của tác phẩm nghệ thuật lấy cảm hứng từ hình ảnh của một con cá đuối đang bơi này. Với trần cao đến 80m, Terminal 3 không chỉ là một sân bay rộng lớn thông thường mà thực sự là một kiệt tác "xanh" khi từng chi tiết nhỏ cũng đều chú ý đến tiết kiệm điện năng và bảo vệ môi trường. Ánh sáng thiên nhiên được tận dụng đến mức tối đa thông qua hệ thống kính sáu cạnh phủ kín khắp terminal. Tại đây có thể đạt đến con số 14000 hành khách mỗi giờ trong giờ cao điểm nhưng không bị quá tải hay xuất hiện tình trạng ngột ngạt nhờ vào các thang máy được thiết kế riêng, autowalks nghiêng và thang hàng nặng để giảm thiểu quá trình đi bộ cho hành khách. Bên cạnh đó, hệ thống mua sắm và giải trí tại Terminal 3 cũng vô cùng đa dạng.

KANSAI INTERNATIONAL AIRPORT, TERMINAL 1, OSAKA, JAPAN

Đây là một sân bay khá ấn tượng khi được xây dựng trên một hòn đảo nhân tạo tại vịnh Osaka, Nhật Bản. Khánh thành vào tháng 09 năm 1994, sân bay Kansai được cho là khá tham vọng và tốn kém vào thời điểm đó. Đặc biệt, Terminal 1 dài 1.7km, thiết kế bởi Renzo Piano Building Workshop of Genoa, Paris và Paris, là toà nhà tràn ngập ánh sáng hiện đại, thanh lịch đồng thời chịu được cả động đất cũng như mưa bão. Điển hình là vụ động đất Kobe kinh hoàng xảy ra vào tháng 01 năm 1995, rất nhiều người đã thiệt mạng thế nhưng tuy Kansai nằm cách tâm địa chấn chỉ có 20km mà lại không hề gặp phải bất kì tổn thất nghiêm trọng nào. Thậm chí cửa kính còn không vỡ. Vào năm 2001, sân bay Kansai được vinh danh một trong mười kiến trúc dân dụng của thập kỉ do Hiệp Hội Kiến Trúc Dân Dụng Mỹ trao tặng.



Bò nướng ướp gia vị



Nàng thu ghé thăm mang theo sự tươi mát nền nã. Còn gì tuyệt vời hơn khi ở bên những người thân thương và chia sẻ giây phút ngọt ngào, đầm ấm của bữa cơm gia đình. Một chút “đôi gió” cho thực đơn bữa tối cuối tuần sẽ góp phần đáng kể để những giây phút quây quần thêm thú vị. Món bò nướng ướp gia vị thích hợp ăn trong thời tiết dịu dàng của mùa thu hân sẽ làm hài lòng cả những thực khách khó tính nhất.

TỔNG THỜI GIAN:

Chuẩn bị: 10 phút.

Nướng ướp: 20 phút.

6 phần ăn

NGUYÊN LIỆU:

- 1/2 chén giấm rượu vang đỏ
- 1/2 chén nước tương
- 2 muỗng canh nước cốt chanh
- 1 muỗng canh đường nâu
- 1 muỗng canh sốt Worcestershire
- 2 tép tỏi, băm nhỏ
- 1/4 muỗng cà phê bột hành tây
- 1kg thịt bò không xương

CÁCH LÀM

Trong một túi nhựa lớn có nắp kéo, kết hợp bảy nguyên liệu đầu tiên. Thêm thịt bò, niêm phong túi. Giữ lạnh trong 8 giờ hoặc qua đêm.

Đổ ráo nước và loại bỏ phần tẩm ướp. Nướng bít tết, dày nắp, và để lửa vừa trong 8-10 phút cho mỗi bên hoặc cho đến khi thịt đạt độ chín mong muốn (cho thịt tái vừa, để nhiệt độ 145 °, bít tết trung bình nấu nhiệt độ 160 °, và chín ở mức 170 °). Để nguội trong 10 phút trước khi cắt.

Món ăn có thể dùng kèm với salad trộn dầu giấm thêm vài trái ô liu hoặc cơm nóng truyền thống.



Điều gì ở mùa thu đã cuốn hút bạn? Là sắc thu sôi động, vụ mùa, hay những cuối tuần mát dịu vào bếp? Là hương vị của quế, nam việt quất và quả óc chó khơi gợi nguồn cảm hứng bất tận? Hay có thể là hương vị nồng ấm của cacao hoặc hương vị ấm áp của rượu táo? Bánh macaron là sự hòa trộn của tất cả các hương vị kể trên khiến bất kỳ ai cũng dễ dàng xao xuyến!

Bánh MACARONS

*cà phê bí đỏ với kem phủ
ganache chocolate*

(Được chuyển thể từ công thức của David Lebovitz)

Bánh Macarons

NGUYÊN LIỆU:

- 1/2 chén đường bột
- 1/4 chén bột hạnh nhân
- 1 muỗng canh cà phê hoặc 3/4 muỗng canh bánh bí ngô gia vị
- 1 lòng trắng trứng lớn, ở nhiệt độ phòng
- 2 1/2 muỗng canh đường cát
- 1/2 muỗng cà phê bột trắng trứng

CÁCH LÀM:

Làm nóng lò ở 140 độ C.

Xếp thẳng hai tấm nướng với giấy nướng.

Xay đường bột với bột hạnh nhân và ca cao cùng nhau để phần bột được mịn; sử dụng một máy xay sinh tố hoặc máy xử lý thực phẩm. Cho lòng trắng trứng vào âu cùng vài hạt muối. Để máy ở tốc độ thấp, đánh đến khi lòng trắng bắt đầu nổi bọt khí lớn. Tăng dần tốc độ, đến khi các bọt khí nhỏ dần, li ti giống như bột xà phòng cạo râu thì từ từ cho đường vào. Tăng tốc độ đến cao nhất. Đánh đến khi lòng trắng bắt đầu bông và thấy có vân khi chạy máy thì hạ xuống tốc độ vừa. Đánh tiếp tới khi lòng trắng trứng đạt tình trạng bóng dẻo, kéo lên thấy có chóp, đầu chóp hơi cong nhưng không oặt xuống (Khoảng 2 phút).

Cẩn thận trộn các nguyên liệu khô, chia làm 2 phần, rây từng phần vào âu. Dùng spatula trộn theo kỹ thuật trộn đều sau mỗi lần thêm bột và đường. Khi hỗn hợp này trở nên mịn và không có vệt trắng trứng, dừng thao tác trộn.

Cho bột vào túi bắt kem. Chuẩn bị khay và giấy nướng bánh hoặc tấm nướng bánh silicon. Cắt đầu túi, bắt bột thành các hình tròn. Sau khi bắt bột xong, cầm cả khay gỗ hoặc thả xuống bàn nhiều lần cho bột khí to trong bột bánh vỡ bột (tránh bánh có nhiều lỗ khí lớn sau này). Nếu trên mặt bột có các bọt khí nhỏ thì dùng tăm nhọn để làm vỡ các bọt khí này và "điều" bột lại cho mặt bánh được mịn hoàn toàn.

Sử dụng một muỗng cà phê, hoặc túi đường ống, thả hoặc bơm đập vào các tấm nướng giấy da lót trong 1 "vòng tròn cách đều nhau 01 inch (3 cm).

Đập khay nướng một vài lần để chắc chắn các macaron có hình dạng đồng đều, sau đó nghỉ ngơi khoảng một giờ.

Nướng chúng trong vòng 15-18 phút.

Lấy bánh ra khỏi lò. Đợi bánh nguội thì nhẹ nhàng gỡ ra khỏi giấy nền. Chuẩn bị nhân.



Kem phủ ganache chocolate

NGUYÊN LIỆU:

- Sô cô la đen 100g
- 2-3 muỗng canh kem ít chất béo

CÁCH LÀM:

Bẻ chocolate thành miếng nhỏ, cho vào một cái bát.

Cho kem tươi và bơ vào nồi, đun nhỏ lửa đến khi hỗn hợp mấp mé sôi. Ngay lập tức đổ kem bơ vào chocolate, khuấy đều đến khi chocolate tan hết & hòa quyện với kem sữa thành một hỗn hợp mịn, bóng. Cho rượu nếu có, khuấy đều. Để nguội.

HOÀN THIỆN:

Lựa chọn những phần bằng nhau của macarons và ghép thành một miếng.

Cho nhân vào túi bắt kem, bắt nhân lên bánh, úp thêm một vỏ bánh lên trên.

Bánh làm xong để vào hộp hoặc túi, bọc/ đậy kín. Để tủ lạnh tối thiểu 24h (hoặc tốt hơn là 36-48h)





PHONG CÁCH TƯƠI TRẺ CỦA À LA CARTE ĐÀ NẴNG BEACH

Tọa lạc tại đại lộ biển xinh đẹp của Đà Nẵng, À La Carte Đà Nẵng Beach đại diện cho phong cách hiện đại, tươi trẻ dành cho những ai muốn thiết kế kỳ nghỉ hoàn hảo cho riêng mình.

Ra đời đúng như tên gọi “à la carte” với hàm ý “gọi theo món” trong tiếng Pháp, khách sạn mang đến hàng loạt dịch vụ tiện ích cộng thêm giúp bạn linh hoạt lựa chọn. Giá chỉ bao gồm giá phòng, tất cả dịch vụ còn lại bạn chỉ phải chi trả cho những gì muốn hoặc cần. Điều này có nghĩa rằng bạn có thể tận hưởng các dịch vụ 5 sao tại đây với một mức giá hợp lý.

À La Carte có nhiều loại phòng căn hộ khác nhau bao gồm căn hộ studio, căn hộ một phòng ngủ hay hai phòng ngủ tùy theo nhu cầu khác nhau của bạn. Tất cả căn hộ đều có tầm nhìn hướng biển, không gian sống và khu vực bếp riêng biệt.

Khách sạn có rất nhiều lựa chọn ẩm thực. Nhà hàng Delicious nằm ở tầng trệt mang đến các món ăn nhẹ như bánh mì, mì, các món trộn cùng cà phê thích hợp để khởi đầu buổi sáng. Nếu thích điểm tâm tự chọn, bạn có thể thưởng thức bữa sáng đáng giá và tuyệt vời nhất Đà Nẵng tại nhà hàng

Bites. Tại đây cũng phục vụ các món Việt Nam, châu Á và châu Âu cho bữa trưa và bữa tối. Ngoài ra, nếu bạn yêu thích những bữa ăn riêng biệt ấm cúng theo phong cách gia đình, chúng tôi có dịch vụ phục vụ thức ăn ngay tại phòng hay bạn có thể tự mình nấu ăn vì mỗi phòng đều được trang bị một khu vực bếp.

Những ai yêu thích không gian sôi động đương đại chắc chắn sẽ thích không khí náo nhiệt đặc trưng của The Top Bar tại khu vực tầng thượng nơi bạn có thể thưởng thức những ly cocktail tuyệt hảo và ngắm nhìn toàn cảnh thành phố sừng sững giữa núi non biển trời. Đặc biệt, À La Carte sở hữu hồ bơi vô tận tầng thượng đầu tiên tại Việt Nam giúp bạn tận hưởng cảm giác sảng khoái từ tầng 24 trong lúc ngâm mình và vùng vẫy trong nước. Chúng tôi có những lớp yoga tại khu vực này vào những buổi chiều tà và khi màn đêm buông xuống, nơi đây biến thành không gian sôi động để bạn tiệc tùng cùng bạn bè.



Đối với những bạn yêu thích spa, Spice spa sẽ là địa điểm tuyệt vời để thư giãn với các gói trị liệu đặc biệt. Mỗi phòng trị liệu có chủ đề riêng và bạn có thể tự tay pha chế túi thảo dược cho riêng mình. Bạn có thể tán gẫu cùng người thân, bạn bè trong không gian nhẹ nhàng của khu vực spa và nhâm nhi cocktail trong khi làm móng.

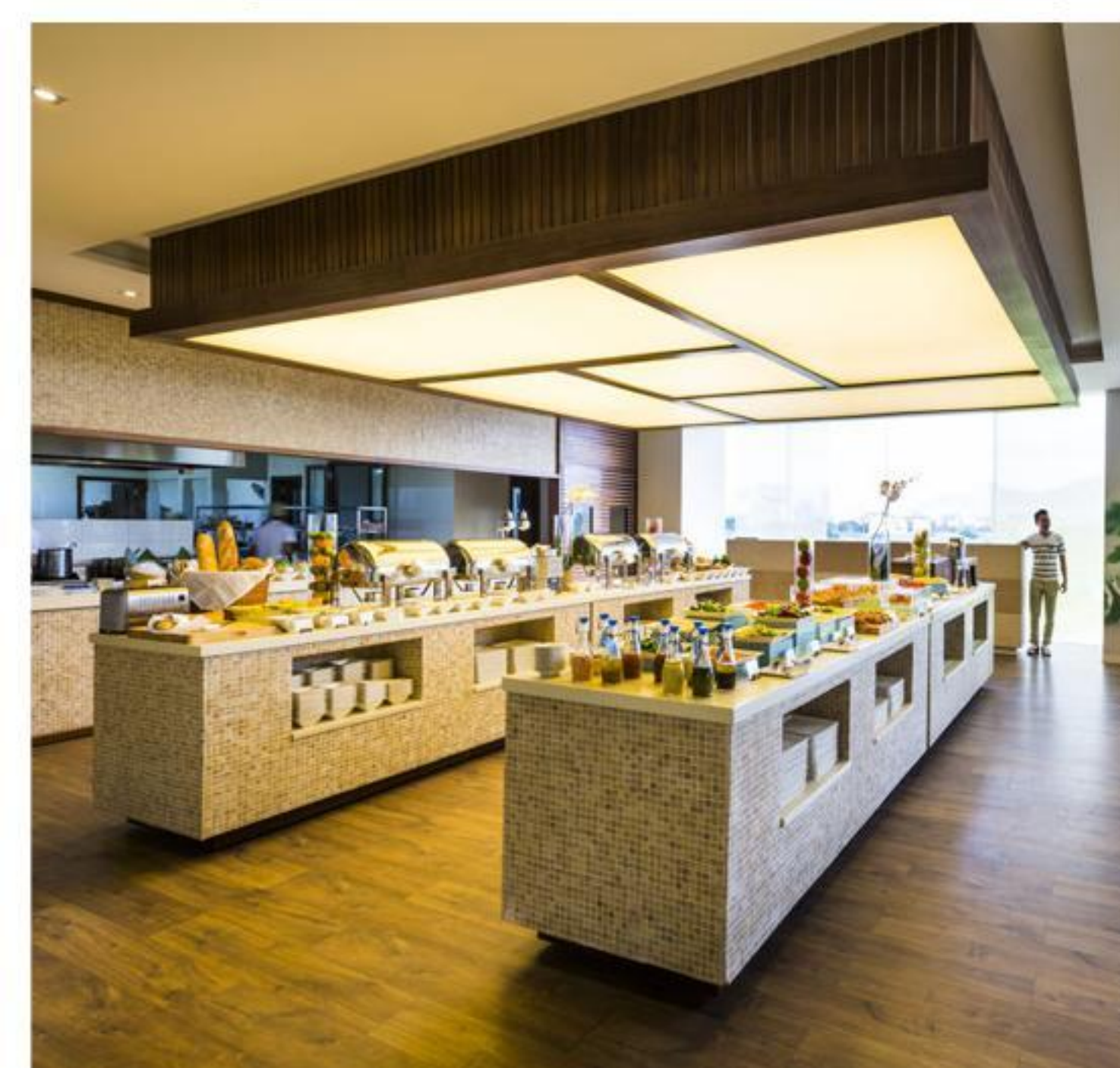
Còn có rất nhiều tiện ích cộng thêm khác tùy theo nhu cầu để du khách khám phá như câu lạc bộ trẻ em, câu lạc bộ trên biển, gói lãng mạn cho cặp đôi, gói sinh nhật... Hãy để kỳ nghỉ trở nên thoải mái và tự do khi bạn không còn phải đắn đo về giá cả để tận hưởng một khách sạn hiện đại. Tại A La Carte, sự lựa chọn là của bạn

A LA CARTE ĐÀ NẴNG BEACH

Giao lộ Võ Nguyên Giáp – Dương Đình Nghệ, Quận Sơn Trà,
Thành phố Đà Nẵng

Điện thoại: 0511 3 959 555

Email: reservation-dn@alacarteliving.com





KHÁM PHÁ CAFÉ SAMBAL

Tôi đến khách sạn Petro House không phải để chơi game, hay để nghỉ, mà là để thưởng thức bữa tối.

Với tôi, Petro House là một khách sạn boutique tiện nghi và khang trang của Vũng Tàu, là điểm dừng chân lý tưởng của những doanh nhân, kỹ sư dầu khí và là nơi nghỉ dưỡng hoàn hảo dịp cuối tuần. Với những ai say mê “trò chơi có thưởng” thì đây cũng là một địa chỉ đầy uy tín. Nhưng lý do tôi chọn Petro House là vì Café Sambal.

Nhà hàng Café Sambal chỉ phục vụ các món ăn Malaysia hảo hạng với thực đơn phong phú, đa dạng. Đặc biệt, món vịt quay Sambal trứ danh đã chinh phục được bao trái tim của những người sành ăn. Con vịt nóng giãy, da giòn hoàn hảo, óng màu mật, rộm vàng cánh gián. Thịt ăn chắc ngọt, quyến rũ trong từng thớ thịt là hương thơm của các loại gia vị đặc trưng, quyến rũ vô cùng khó tả. Vịt quay Sambal góp phần tô điểm cho bức tranh ẩm thực phong phú của thành phố biển thêm thi vị và nhiều màu sắc, là món ăn mà thực khách không thể bỏ lỡ khi đến Vũng Tàu.

Tối thứ bảy, nhà hàng Café Sambal phục vụ tiệc nướng BBQ buffet hấp dẫn, là sự kết hợp tinh tế giữa hương vị tươi nguyên của hải sản và những món thịt nướng Satay nổi tiếng của Malaysia cùng vô số những món ăn đặc sắc khác.

Khách sạn Petro House còn là điểm giải trí cao cấp của du khách quốc tịch nước ngoài với câu lạc bộ trò chơi có thưởng Monte Carlo gaming club. Hãy đến Petro House tận hưởng sự hiếu khách của thành phố biển xinh đẹp Vũng Tàu và thử vận may, tài lộc tại Monte Carlo Club.



ĐẾN LÀNG VIỆT XƯA XEM MÚA RỐI NƯỚC

Lúc nhỏ, tôi thường được xem múa rối nước vào những dịp hội làng, được nghe người lớn kể những câu chuyện thú vị về những con rối. Những câu chuyện ấy cũng như bộ môn nghệ thuật múa rối nước đã ăn sâu vào tâm trí và trở thành thú vui không thể thiếu trong tôi từ khi nào không hay. Đến nay, dù cuộc sống có nhiều thay đổi, dù có những bận bịu trong công việc, tôi vẫn dành chút thời gian để tìm về thú vui từ những con rối nước. Mỗi lần như vậy, tôi thường đến Làng Việt Xưa.

Nằm trong một ngõ nhỏ trên con phố Phạm Ngọc Thạch, quận 3, Làng Việt Xưa sở hữu không gian đậm dấu ấn lịch sử một thời. Từ con đường lát gạch nhấp nhô, đến thác nước tí tách và chút nóng oi ả của mùa hè qua cánh quạt gỗ từ thời Đồng Dương, tất cả sẽ đưa bạn về một quá khứ của bao thăng trầm, biến động.

Qua khu vực ẩm thực, vào sâu bên trong, bạn sẽ thấy sân khấu múa rối nước Làng Việt Xưa nằm trong một ngôi đình mô phỏng được thu nhỏ. Qua từng tích trò đặc trưng của nền văn minh lúa nước, múa rối nước tại Làng Việt Xưa giúp người xem hiểu thêm về một thú chơi giải trí của những người nông dân miền châu thổ sông Hồng, được nghe những làn điệu quan họ mượt mà, thấm đượm hồn quê đã được truyền qua bao đời đến nay.

Sau khi thưởng thức xong tiết mục múa rối nước, tôi cũng thường ngồi lại Làng Việt Xưa, để thưởng thức các món ăn mang đậm phong vị miền Bắc, để cùng nhâm nhi chút đồ uống, kể cho nhau nghe những câu chuyện trong cuộc sống thường ngày và đắm chìm vào những làn điệu dân ca độc đáo được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể.



TRẢI NGHIỆM TINH TẾ TIỆC CƯỚI WINDSOR PLAZA

Phòng Khánh Tiết Jade Ballroom, tầng 7 Khách sạn Windsor Plaza từ lâu đã trở thành sự lựa chọn quen thuộc cho ngày lễ trọng đại của các đôi uyên ương không chỉ bởi không gian thoáng rộng trên 1.500 mét vuông, mà còn bởi sự chăm chút tỉ mỉ từ trang âm hiện đại, tiện nghi, đến gu thẩm mỹ độc đáo trong cách trang trí.

Khách sạn Windsor Plaza mang đến cho các đôi uyên ương nhiều lựa chọn phong cách cưới. Nếu yêu thích phong cách cổ điển, các đôi uyên ương có thể chọn tông màu hồng tím pha trắng tinh khôi. Tông màu này thật sự lãng mạn dành cho các cặp đôi yêu thích sự nhẹ nhàng, nền nã. Các cặp đôi cũng có thể chọn phong cách truyền thống với tông màu đỏ. Nét chấm phá trong phong cách truyền thống này là 2 dãy đèn lồng đặt dọc 2 bên catwalk sân khấu và cổng hoa hồng đỏ thắm như một lời chúc phúc cho đôi uyên ương. Còn đối với những ai yêu thích sự phá cách, hẳn sẽ chọn phong cách hiện với tông màu vàng đồng với 2 dãy bàn dài thay cho bàn tròn thuần túy.

Tùy theo ngân sách, các đôi uyên ương có thể chọn phong cách cưới và gói dịch vụ phù hợp. Đi kèm với từng gói dịch vụ là tặng phẩm riêng. Đặc biệt, mùa cưới năm nay khách sạn ưu đãi gói tiệc 3.380.000VNĐ++/bàn 10 người, áp dụng với hợp đồng được ký từ ngày 01/8 – 31/10/2014. Tặng phẩm bao gồm bia tươi Krombacher Đức và nước ngọt không giới hạn suốt 2 giờ, miễn phí màn hình LED trên sân khấu trong suốt buổi tiệc. Hấp dẫn và đặc biệt vẫn là tặng ngay 1 TV màn hình LED. Những ưu đãi cộng thêm sẽ là món quà lưu niệm đặc biệt mà khách sạn Windsor Plaza sẽ dành tặng cho các đôi uyên ương nhân ngày đáng nhớ nhất của đời người.

STYLE *entertainment*

CELEBRITY - PERSONALITY - PILLOW TALKS

MUSIC - CINEMA FOCUS - BOOK&FILM



Ariana Grande
164

TRANG TRẦN: “THÌA ĐI XE ÔM MÀ ĐÀNG HOÀNG...”

NGƯỜI TA THƯỜNG NÓI PHỤ NỮ THÌ NÊN YÊN PHẬN, VÌ CÀNG GIẤY LẮM CÀNG SỜN DA TRÓC VẬY. TRANG TRẦN THÌ NGƯỢC LẠI, CHỊ “GIẤY” RẤT KHỎE, PHÁT NGÔN RẤT “BẠO”, KHÔNG ÍT LẦN VẠ MIỆNG. ĐÓ LÀ NGƯỜI PHỤ NỮ, MUỐN GÌ THÌ QUYẾT LIỆT THEO ĐUỔI BẮNG ĐƯỢC, NHƯNG MỘT KHI ĐÃ CHỌN BUÔNG BỎ THÌ CŨNG RẤT DỨT KHOÁT, RÕ RÀNG.

THUYỀN LIÊN



@CÓ NHIỀU NGƯỜI NHẬN XÉT, TRANG TRẦN LÀ NGƯỜI BỘC TRÚC, THẮNG THẦN, DÁM NÓI LÊN SUY NGHĨ CỦA MÌNH. ĐIỀU NÀY CÓ ẢNH HƯỞNG NHƯ THẾ NÀO KHI CHỊ HOẠT ĐỘNG TRONG SHOWBIZ?

Thì cũng có nhiều người không ưa rồi tìm cách cản trở công việc của tôi. Nhưng ai cũng phải sống với cuộc đời của mình. Tôi không muốn chơi trò gian dối với cảm xúc.

@CHỊ CÓ THỂ DUA RA MỘT VÀI VÍ DỤ CỤ THỂ?

Có những lần đi diễn, thấy một đồ không an toàn, dễ “lộ hàng”, tôi sẽ trao đổi thẳng với thiết kế trong khi những mẫu khác có thể cần rằng chịu đựng. Họ có thể không thích và không hợp tác với tôi nữa, tôi chấp nhận. Nhưng với tính cách này, tôi kết nối và tạo được mối quan hệ bền vững với một số nhà thiết kế, bởi họ đánh giá cao góp ý, chia sẻ của người mẫu.

Tôi cũng nhiều lần góp ý thẳng thần với những người mẫu làm việc không đúng giờ, khiến người khác phải đợi. Những mẫu ấy lại có mối quan hệ thân thiết với bầu sô và tìm cách để tôi bị ảnh hưởng. Nhưng tôi không hối hận với những gì mình làm.

@NGUYỄN NHÃN GÌ KHIẾN CHỊ DỨT KHOÁT TỪ BỎ NGHỀ NGƯỜI MẪU?

Tôi tự nhận thấy chiều cao của mình không phù hợp, tuổi đã lớn nên lựa chọn rút lui để bản thân mình thấy nhẹ nhõm hơn.

@NHIỀU NGƯỜI CẢM THẤY RẤT KHÓ KHĂN KHI TỪ BỎ NGHỀ, QUAY TRỞ VỀ VỚI CUỘC SỐNG THƯỜNG NHẬT CÒN CHỊ LẠI RẤT MẠNH MẼ VÀ DỨT KHOÁT. ĐIỀU GÌ GIÚP CHỊ CÓ ĐƯỢC SỰ THOẢI MÁI NHƯ VẬY?

Tôi đã từng chứng kiến những người mẫu cố gắng “cào cấu” hào quang của mình, gây sức ép với đàn em. Họ chẳng vui, mà đàn em cũng chẳng nể. Còn tôi thì nghĩ đơn giản, “trẻ già, măng mọc” và mình cần phải nhường chỗ. Bây giờ, có rất nhiều người mẫu trẻ vừa giỏi vừa đẹp, họ sẽ tỏa sáng trên sân khấu, nên tôi chọn cách rút lui từ từ. Đã vào showbiz và làm nghề này là phải chấp nhận đào thải, không thể nào mãi mãi như vậy được. Bản thân mình phải hiểu mình là ai và thời thế như thế nào. Suy nghĩ như vậy nên khi từ bỏ, tôi thấy rất nhẹ nhõm.

Khi dừng lại, tôi cũng buồn. Nhìn các người mẫu khác trên sàn diễn tôi cũng tiếc. Nhưng thà chấp nhận nỗi buồn ấy, còn hơn tôi bước tiếp đi và nghe những lời xì xào bên tai mình về sự chênh lệch so với các người mẫu trẻ khác. Lúc ấy, tôi sẽ không hạnh phúc.

@CHỊ TỪNG KHÁNG ĐỊNH, MÌNH KHÔNG CÓ ĐẠI GIA NÀO CHỐNG LUNG. CHỊ ĐÁNH GIÁ NHƯ THẾ NÀO VỀ SỰ KHÁC BIỆT NÀY CỦA BẢN THÂN VỚI NHỮNG NGƯỜI MẪU KHÁC?

Chẳng qua tôi không có phúc phần thì phải chịu, chứ chẳng ai muốn vất vả cả. Tính cách của tôi không được nữ tính như người ta, nên khiến đàn ông sợ. Đàn ông họ muốn bao bọc, bảo vệ phụ nữ, còn tôi thì quá bướng, lúc nào cũng xù lông lên. Thấy các bạn gặp người có điều kiện và được yêu thương, tôi cũng mừng cho họ. Quan trọng là họ hiểu, họ đến với nhau vì tình cảm hay tiền bạc.

Tôi cũng tự thấy mình “đu lông, đu cánh”, không đến mức phải chờ một người đàn ông đến đón đưa. Tôi thà đi xe ôm mà đàng hoàng, còn hơn đi xe hơi mà mình phải đánh đổi. Tôi chứng kiến nhiều bạn người mẫu, yêu những người có điều kiện, nhưng lại bị người đàn ông ấy cấm đoán, không cho đi diễn, không được sống với đam mê, phải “biến mất” khỏi showbiz và họ cảm thấy cuộc sống ấy rất tù ngục.

@“THỜI THỂ TẠO ANH HÙNG”, CÓ PHẢI HOÀN CẢNH SỐNG KHÁC NGHIỆT NGÀY NHỎ ĐÃ TẠO NÊN MỘT TRANG TRẦN TỰ CHƯ NHƯ BÂY GIỜ?

Khi quyết định theo nghề người mẫu và diễn viên, gia đình tôi cấm cản vô cùng gay gắt. Bố mẹ tôi dùng nhiều lời lẽ xúc phạm nghề nghiệp thậm chí còn tìm đến chỗ diễn để bày tỏ thái độ. Nhưng tính tôi lì từ bé, muốn là làm bằng được. Càng ngăn cấm, tôi càng cố gắng, nỗ lực nhiều hơn. Tôi buộc mình hứa với bản thân phải sống và làm nghề một cách đàng hoàng nhất. Tôi chọn cách bước từng bước chắc chắn, không luồn cúi, không đánh đổi một điều gì cả.

Tôi đặt mục tiêu vào từng show diễn, phấn đấu hết sức để được lựa chọn. Được biểu diễn cho một nhà thiết kế nổi tiếng hay một thương hiệu lớn là một vinh hạnh, nhưng trên tất cả là cảm giác được tin tưởng và được người ta cần đến.

@VẮP PHẢI SỰ PHẢN ĐỐI CỦA GIA ĐÌNH, CON ĐƯỜNG ĐẾN VỚI NGHỀ CỦA CHỊ GẶP PHẢI NHỮNG KHÓ KHĂN GÌ?

Tôi rất thích điện ảnh nhưng bố mẹ tôi lại muốn tôi làm giáo viên. Bố mẹ tôi còn dọa sẽ cắt chu cấp nếu tôi vẫn theo nghiệp diễn. Tôi bỏ qua nhà bà ngoại sống, đi học nửa ngày, làm thuê nửa ngày. Năm đầu tôi thi trượt, nhưng nhất định không về nhà. Tôi đi làm thêm cả ngày từ sáng đến đêm. Tôi làm đủ thứ nghề: từ nhân viên giao hàng, phát sản phẩm, osin trông trẻ đến cả rửa bát. Năm sau, tôi đỗ Cao đẳng nghệ thuật Hà Nội, chuyên ngành Diễn viên sân khấu điện ảnh, phải đi học cả ngày, không có thời gian đi làm thêm. Anh Cao Minh Tiến, học



Áo blazer, Chân váy trắng, Khăn: Burberry - Vòng cổ, Đồng hồ: Versace



"Tôi đã từng chứng kiến những người mẫu cố gắng "cào cào" hào quang của mình, gây sức ép với đàn em. Họ chẳng vui, mà đàn em cũng chẳng nể. Còn tôi thì nghĩ đơn giản, "trẻ già, măng mọc" và mình cần phải nhường chỗ".



Bộ vest, Vòng cổ, Vòng tay: Versace





khoa Thiết kế thời trang cùng trường gọi tôi đi diễn thời trang tại các quán cà phê sinh viên với cát xê 50.000 VND một tối. Không có lựa chọn nào khác, tôi buộc phải diễn để kiếm tiền trang trải việc học. Tôi phải mượn cả giày từ chỗ Cao Minh Tiến để đi diễn.

@CHỊ QUYẾT ĐỊNH NAM TIẾN TỪ KHI NÀO?

Nhờ ham học hỏi, tôi nhanh chóng bắt nhịp với nghề người mẫu và yêu nó lúc nào không hay. Điều quan trọng là thu nhập từ nghề mẫu cũng ổn định, để tôi có thể trang trải việc học và thỉnh thoảng gửi tiền về cho bố mẹ. Học xong, tôi quyết định vào Sài Gòn lập nghiệp.

Những ngày đầu vào Sài Gòn, tôi tự chụp hình và gửi cho một số công ty để xin đi diễn nhưng chẳng được ai mời. Tiền dần hết, tôi lại xin đi chạy bàn, phát tờ rơi... để kiếm sống. Rồi thì vận may cũng tới. Tôi được mời diễn thay thế cho những người mẫu khác “bùng show” và dần được tin tưởng vì thái độ làm việc nghiêm túc, cẩn trọng.

@CHỊ CÓ PHẢI LÀ NGƯỜI QUYẾT ĐOÁN, CHỦ ĐỘNG TRONG TÌNH YÊU KHÔNG? NẾU GẶP MỘT ĐỐI TƯỢNG PHÙ HỢP, CHỊ SẼ TIẾN TỚI CHỨ?

Có chứ. Vì tính cách của tôi nam tính quá, đàn ông họ đâu có thể hiểu được. Thế nên, nếu thấy một người đàn ông độc thân, chưa có người yêu và có ý thích mình, thì tôi phải chủ động. Chủ động “dọn đường”, tạo ra cơ hội để cho người ta có thể hiểu mình.

@PHỤ NỮ DÙ MẠNH MỀ ĐẾN ĐÂU CŨNG CÓ LÚC MỆT MỎI, YẾU MỀM. TRÊN FACEBOOK, ĐÔI KHI CHỊ CÓ NHỮNG STATUS Ừ MÌ, YẾU DƯỚI, CÓ PHẢI ĐÓ LÀ LÚC CHỊ YẾU LÒNG, CẦN TÌM SỰ DỘNG VIÊN TỪ NGƯỜI KHÁC?

Cũng có những lúc tôi cảm thấy mệt mỏi, căng thẳng. Tôi tự hỏi, tại sao mình phải bôn ba nhiều như vậy? Giờ đây, tôi đâu còn khổ như ngày xưa đâu, sao không dẹp bớt công việc đi? Đôi khi mối quan hệ của tôi với người đang “cửa cấm” mình gặp căng thẳng vì tôi không dành thời gian cho họ mà chỉ bận rộn kiếm tiền. Nhưng tôi nghĩ rằng, hiện tại mình cần phải làm việc, cần ổn định cuộc sống để tạo dựng nền tảng cho cuộc sống hôn nhân sau này.

@TRANG TRẦN VỪA HOÀN THÀNH VAI DIỄN MỚI TRONG BỘ PHIM “HƯƠNG GA” ĐÓNG CÙNG DIỄN VIÊN TRƯƠNG NGỌC ÁNH. CHỊ CÓ THỂ CHIA SẺ ĐÔI CHÚT VỀ VAI DIỄN NÀY?

Trong phim “Hương Ga”, tôi vào vai Mỹ “Chột”, là cánh tay phải đắc lực, đàn em trung thành của Hương Ga. Vì món nợ được Hương Ga cứu lúc nhỏ mà Mỹ “Chột” có thể

hy sinh vì đàn chị bất kỳ lúc nào. Nhân vật của tôi khá gai góc, cá tính nên khi vào vai, tôi đã đề nghị nhà sản xuất cho mình cắt tóc ngắn. Tôi không muốn đội tóc giả để tránh gặp các sự cố trong lúc quay phim vì đó là nhân vật hành động. Sau quyết định ấy, tôi cũng không buồn nhiều bởi đó là vai diễn đáng để mình hy sinh và dành nhiều tâm huyết. Khi hoàn tất các cảnh quay, trên người tôi rất nhiều sẹo vì tôi không nhờ đến diễn viên đóng thế mà tự mình thực hiện các pha hành động.

**@CHỊ CHUẨN BỊ CHO VAI DIỄN MỸ
"CHỘT" NHƯ THẾ NÀO, NHẤT LÀ Ở
CÁC CẢNH HÀNH ĐỘNG?**

Vì muốn tự mình làm tròn vai diễn, tôi đã đi tập võ. Giai đoạn đầu mới tập, cơ ngày, tôi lúc nào cũng thấy người ê ẩm vì đau nhưng vẫn cố gắng để tự tập các pha đánh nhau với đội ngũ cascadeur trong phim. Nhân vật của tôi khá hài hước, đối lập hoàn toàn với Hương Ga của chị Trương Ngọc Ánh với nhiều cảnh diễn nội tâm. Mỹ "Chột" là nhân tố làm giảm sự căng thẳng của phim nên tôi hy vọng khi bộ phim ra mắt sẽ được khán giả đón nhận.

**CẢM ƠN CHỊ VỀ CUỘC NÓI CHUYỆN
THẮNG THẦN VÀ CỎI MƠ NÀY!**



*Được biểu diễn cho một nhà thiết
kế nổi tiếng hay một thương hiệu
lớn là một vinh hạnh, nhưng trên
tất cả là cảm giác được tin tưởng
và được người ta cần đến.*

Váy, Áo khoác, Đồng hồ: Burberry - Hoa tai: Versace





Nguyễn Thùy Trang: CỨ DỪNG CẢM ẸI, RỒI TRỜÌ SẼ THƯỜNG!

Trên một diễn đàn bà mẹ và trẻ em khá nổi tiếng, có một chủ đề được đặt ra: Làm sao để con không vẽ bậy, cắt dán lung tung trong nhà? Một giải pháp được nhiều phụ huynh lựa chọn là gửi con đến Tí Toáy Atelier. Đó không phải là một lớp học vẽ thông thường mà là một xưởng nghệ thuật dành cho trẻ em.



"NGHỆ THUẬT KHÔNG PHẢI LÀ MỘT MÔN KHIẾO TAY"

Ấn tượng đầu tiên của tôi về Tí Toáy Atelier là một không gian sắc sỡ sắc màu. Những bức tranh, những hình vẽ ngộ nghĩnh chi chít trên tường. Những mô hình đồ chơi rất đẹp, nhưng không phải kiểu đẹp chần chu, tròn trịa mà theo kiểu rất quái, rất lạ lẫm.

Cô gái trẻ ngồi đối diện tôi – Nguyễn Thùy Trang (Trang Nart) – là đồng sáng lập và trực tiếp giảng dạy tại đây. Chị đã có ba năm học tập tại Pháp, trường ESBA Angers, chuyên ngành Art Media và Textile. Được đích thân hiệu trưởng giữ lại trường để học tiếp lên master, nhưng chị vẫn quyết định về nước. Lý do rất đơn giản. Đối với Trang, nghệ thuật là thực hành chứ không phải lý thuyết. Chị xác định mình sinh ra để làm nghệ sĩ chứ không phải là một nhà nghiên cứu. Thế là Trang trở về, để được làm sáng tác và để được tìm lại chính con người mình, bản sắc của dân tộc mình.

Tí Toáy Atelier ra đời từ một giấc mơ đẹp muốn cho trẻ em Việt Nam sớm tiếp cận với nghệ thuật đương đại. Đó vừa là chuyên ngành của Trang vừa là một lĩnh vực rất mới mẻ, chưa được phát triển đầy đủ ở Việt Nam. Chị tâm sự, muốn có một thế hệ tương lai lịch duyệt và am hiểu về nghệ thuật, hãy bắt đầu từ giáo dục trẻ em từ 3 – 15 tuổi.

Những khóa học ở Tí Toáy Atelier đều mang những cái tên rất lạ, người lớn đọc được có khi còn mắt tròn mắt dẹt. Nào là Basic Art, kịch hình thể, vẽ dấu vân tay, mô hình kiến trúc... Quan điểm và định hướng của Trang đối với Tí Toáy đó là làm sao thúc đẩy sự mơ mộng và bay bổng trong việc sáng tạo và cảm thụ nghệ thuật của trẻ em. Đây là điều mà trẻ em hiện nay đang thiếu và yếu. Cô không có ý định dạy vẽ theo kiểu "cầm tay chỉ việc" mà là người bạn, người đồng hành cùng các em nhỏ trong các bài học của mình, để cả cô và trò cùng tham gia vào quá trình sáng tạo tác phẩm.

Ở Tí Toáy, các em được trực tiếp giao lưu và "làm việc" với những nghệ sĩ thực thụ. Đó là kiến trúc sư/nhà văn Trương Quý, nghệ sĩ sân khấu Phí Mạnh Đoàn, nhà báo Uyên Ly, đạo diễn hoạt hình Cao Trung Hiếu, nhiếp ảnh gia Nguyễn Thành Trung... Không có chuyện các nghệ sĩ cầm tay, uốn nắn từng nét một và phân biệt rạch ròi cái này là đẹp, cái này là xấu. Các em được khuyến khích tự do thể hiện ý tưởng, bày tỏ suy nghĩ của mình về mọi mặt cuộc sống. Với Tí Toáy Atelier, nghệ thuật không có hình mẫu và không có giới hạn.

"Mây đi cùng
gió thu sang"

HỎI NHANH
ĐÁP GỌN

Nếu được dùng 3 từ để miêu tả bản
thân, chị sẽ chọn những từ nào?
Ưng dung, nhạy cảm và buồn

Điều gì khiến chị tự hào nhất về bản thân?
Biết mình, biết người.

Một ngày lý tưởng đối với chị là như thế nào?
*Cuộc sống hiện tại, được làm những gì mình
yêu thích, ngày nào đối với tôi cũng là lý tưởng*

“VIỆC CỦA MINH, THI MINH PHẢI QUYẾT”

Nhà bác học Albert Einstein từng phát biểu rằng: “Trí tưởng tượng còn quan trọng hơn tri thức”. Theo Trang Nart, một trong những cách tốt nhất để trẻ em phát huy trí tưởng tượng, sự nhạy cảm, khả năng bộc lộ bản thân là cho các em theo học nghệ thuật.

Trang tâm sự khi còn nhỏ, chị rất thích vẽ, cứ thấy giấy nháp ở đâu là lại lấy bút bi nguệch ngoạc vài đường. Cả bố và mẹ chị đều là những họa sĩ, nên chị không hề bị cấm đoán hay mắng mỏ. Nhưng nhiều trẻ em khác không được may mắn như vậy. Các bậc phụ huynh thường hướng con cái theo học những môn mà theo họ là cần thiết và thực tế hơn như Toán, Văn, Ngoại Ngữ. Đối với họ, nghệ thuật là phù phiếm, chỉ dành cho những đứa trẻ có điều kiện. Một số môn mỹ thuật hay hát nhạc được đưa vào giảng dạy trong nhà trường nhưng đôi khi ở các thầy cô tính chất sư phạm lấn át tính chất nghệ sĩ. Các em vẫn nhìn nghệ thuật như một môn phải học, mang tính chất ép buộc chứ chưa thấy được cái hay, cái đẹp của nó.

Từ Pháp trở về, mang theo rất nhiều hăm hở của một cô gái muốn góp phần thay nghệ thuật nước nhà, Trang quyết định mở một xưởng nghệ thuật dành cho trẻ em. Mọi chuyện chẳng có gì là dễ dàng vì, ở Việt Nam, nghệ thuật đương đại vẫn là một khái niệm rất xa lạ, ngay cả với người lớn. Trang Nart lại là một gương mặt mới toanh, học phí tham gia lớp học lại không hề rẻ. Tâm lý của các phụ huynh khi cho con theo học bất cứ môn gì, cũng muốn phải có kết quả cụ thể và rõ ràng. Nhưng nghệ thuật và những giá trị tinh thần thì không thể đem lên cân, đo, đong, đếm được.

Đối diện với rất nhiều nếp nghĩ cũ kỹ ấy, ý tưởng mở một xưởng nghệ thuật đầu tiên cho trẻ em ở Việt Nam nghe có vẻ phiêu lưu và hơi một chút điên rồ. Bố mẹ chị nhiều lúc cũng muốn can ngăn vì sợ con gái vất vả. Nhưng tính Trang là vậy, quyết là làm. Đưa ra quyết định, theo đuổi

nó đến cùng dường như đối với Trang là một việc gì đơn giản lắm. Chị thực hiện ý tưởng về Tí Toáy Atelier cũng bình tĩnh và ung dung như khi quyết định bỏ ngang Đại học Mỹ thuật để sang Pháp, rồi lại chọn không học tiếp lên thạc sĩ để về nước vậy. Tí Toáy Atelier chính thức được thành lập vào tháng 6/2013. Một năm sau, mô hình này phát triển hiệu quả đến nỗi, Trang đã có thể mở thêm một cơ sở thứ hai.

“DUỘC LÀM NGHỆ THUẬT LÀ VUI!”

Song song với Tí Toáy Atelier, Trang Nart vẫn dành thời gian để theo đuổi những dự án cá nhân. Cô tâm sự với tôi nỗi ám ảnh về “làn da thứ hai”, che giấu bản chất thật bên trong. Mùa hè vừa qua cô vừa cho ra mắt một triển lãm những chiếc mặt Venice làm từ chất liệu Việt Nam. Từ những nguyên liệu truyền thống: vải, chổi, tre, hạt đỗ, rơm..., Trang đã tạo ra 6 chiếc mặt nạ đầy tính nghệ thuật, dựa trên phong cách mặt nạ Venezia: Volto – Bauta – Jester – Morreta – Pierot Tragico – Medico Della Peste. Mỗi mặt nạ đều mang mang một ý nghĩa riêng, biểu trưng cho một lớp người trong xã hội. Thùy Trang đã mời 6 người không quen biết nhau, với những ngành nghề, công việc khác nhau để tham gia vào một Video Art. Họ dùng 6 mặt nạ trên cải trang để tham dự một lễ hội Carnival do chính họ tạo ra. Cô muốn nhấn mạnh tính ngẫu nhiên, bộc phát khi 6 cá thể lần đầu tiên gặp mặt, họ sẽ phản ứng với nhau như thế nào.

Sinh ra trong một gia đình cả bố và mẹ đều là họa sĩ, Trang tìm đến với nghệ thuật cũng tự nhiên như cây cần nắng. Cô nói vui: “Nghệ thuật là ngành nghề mang đến cho mình sự tự do nhất, vì không có sếp”. Trang quan niệm là người nghệ sĩ, cứ sáng tác, cứ làm hết sức mình đi đã, đừng nặng nề chuyện giải thưởng. Cô hài lòng với cuộc sống hiện tại: sáng dậy trễ, có thời gian cà phê, rồi bắt tay vào việc tìm kiếm ý tưởng sáng tạo. Đối với Trang, còn được sống với đam mê, thì mỗi ngày đều trọn vẹn và lý tưởng.

BÀI : ANH TRÂM , ẢNH : TRỌNG TÙNG



NỖI ĐAU TUYỆT MỸ

Buổi café với cô bạn sống và làm việc lâu năm ở Mỹ về nước nghỉ hè hóa ra thú vị hơn tôi tưởng. Sau những câu chuyện hỏi thăm vô thường vô phạt có phần xã giao và nhạt nhẽo như vị cốc nâu đá đang vơi dần, cô ấy bắt đầu kể về những trải nghiệm mới lạ và có phần kì dị. Thứ ghim lại trong đầu tôi lâu nhất, là câu chuyện về lần cô ấy được bạn dắt tới một quán bar ở vùng ven thành phố. Tối hôm đó, quán phục vụ khách theo một chủ đề định sẵn: Exquisite Pain - Nỗi đau cùng cực. Chỉ khách nữ mới được vào. Chà. Nghe đã thấy tò mò rồi. Và cô ấy kể rằng, trong quán, tất cả phục vụ đều là nam giới. Họ chỉ mặc độc chiếc underwear, trên người chằng chịt những dây xích và vết xước. Mỗi khách vào quán sẽ được phát một chiếc roi da. Và thay vì tip tiền, mỗi chàng phục vụ sẽ nhận được một cái “tét yêu” của khách hàng lên người nếu làm tốt. Rồi cô ấy thao thao bất tuyệt “Thấy không? Dù có hô hào bình đẳng giới đến đâu đi nữa, thì ngay cả ở những nơi tân tiến và phát triển nhất, phụ nữ vẫn luôn e sợ mình không được bình quyền với đàn ông. Cuộc vui ở quán bar đó là một ví dụ. Phải chăng mối quan hệ

CHRISTIAN GREY CỦA “50 SHADES OF GREY” HÃN ĐÃ RẮC REO VÀO ĐẦU VÔ SỐ PHỤ NỮ Ý NIỆM RẰNG MỘT TÌNH YÊU BDSM CUỒNG LOẠN SẼ LÀ ĐOẠN KẾT HOÀN HẢO CHO NHỮNG NĂM THÁNG MÀI MÊ CHINH CHIẾN VÀ YÊU ĐƯƠNG CỦA MÌNH. THẬT ĐÁNG BỎ TÙ! VÌ NGƯỜI ĐÀN ÔNG KHÓ CƯỖNG VÀ MỐI TÌNH ĐẦY NHỮNG ÁO VỌNG NHỤC CẢM ẤY VĨNH VIỄN CHỈ LÀ SỰ SÁNG TẠO CỦA TRÍ ÓC VÀ NGÔN TỪ. VÀ KHÔNG PHẢI NGƯỜI PHỤ NỮ NÀO CŨNG LÀ ANASTACIA STEELE, NGÂY THƠ, TÒ MÒ VÀ DỪNG CẢM CHỌN LẤY MỘT NỖI ĐAU TUYỆT MỸ CHO RIÊNG MÌNH.*

giữa đàn ông và phụ nữ luôn là mối quan hệ S&M - cho và nhận sự đau đớn cả ở trên giường lẫn ngoài đường? Phải chăng phụ nữ luôn là người phải chịu mọi thiệt thòi, chịu sự lép vế trước nửa còn lại của thế giới...”. Cô ấy còn nói nhiều, nhiều nữa, nhưng tôi không còn chú ý. Trong đầu tôi khi ấy chỉ còn đau đáu câu hỏi: Có thật không? Chuyện phụ nữ luôn là người chọn nỗi đau về mình, cả khi yêu lẫn khi “yêu”?

Tôi chợt nhớ đến một người bạn cũ của mình. Cô ấy có một thói quen, sở thích kì lạ. Mỗi khi rảnh rỗi, cô ấy lại lang thang khắp chốn, còp nhặt những câu nói, những quote tự kỉ, đau đớn, tan nát tim gan về để dành trong điện thoại. Không. Cô ấy không phải người xấu xí, đến nỗi vẫn “còn zin” cho đến ngày xuống mồ, hay nếu Trái Đất chỉ còn mình nàng và một người đàn ông, thì anh ta sẽ chọn cách “tự xử” chứ thà chết cũng không làm trò “duy trì nòi giống” như người ta nói với nhau mấy ngày này. Nàng đẹp. Không phải đẹp kiểu sở sàng đập vào mắt nhưng có duyên ngầm. Và nàng rất hạnh phúc trong tình yêu. Nhưng thói quen “chuẩn bị cho nỗi đau” của cô ấy thì thật khó hiểu. Cô nàng nói với tôi rằng

Phải chăng mối quan hệ giữa đàn ông và phụ nữ luôn là mối quan hệ S&M - cho và nhận sự đau đớn cả ở trên giường lẫn ngoài đường? Phải chăng phụ nữ luôn là người phải chịu mọi thiệt thòi, chịu sự lép vế trước nửa còn lại của thế giới....?



Tao muốn khi cãi nhau, đau đớn, tao cũng phải đau cho thật đẹp. Nó phải là nỗi đau tuyệt mỹ, hoàn hảo như tình yêu của tao. Phụ nữ thật lạ. Khi buồn, họ muốn nỗi buồn của mình rực rỡ. Khi đau, họ muốn mình phải đau thật kiêu sa và tinh tế.

Câu chuyện thứ hai, là một chị bạn của tôi, người luôn chạy theo một người mà vĩnh viễn chị không thể nào có được. Chàng là sếp, đạo mạo, thành công, và đàn ông. Đã có gia đình. Profile sạch và dễ khiến phụ nữ thêm muốn. Nhưng đó chỉ là những gì gã phô bày ra bên ngoài. Bên trong, gã là một kẻ cuồng ái đến bệnh hoạn. Lần đi công tác chung, chị tình nguyện giả vờ say theo ý gã để có được thân thể ấy. Nhưng đó cũng là lần chị chết lặng trong nỗi sợ hãi khi biết gã buộc phải làm gì mình, để có thể đạt được nhục cảm tuyệt đối khi yêu. Đau đớn ở chỗ dù bị hành hạ cả về thể chất lẫn tinh thần, chị vẫn không thể từ bỏ được gã. Gã trở thành một tượng đài không thể khuất phục trong lòng chị. Không biết bao nhiêu lần, tôi nhìn thấy những vết xước, vết cào cấu hay bầm tím trên người chị. Nhưng cứ ngay khi vết thương lành miệng, chị lại lao đến tìm người đàn ông ấy, để được hành hạ, để được yêu. Tôi không biết đến bao giờ chị mới hiểu ra một điều, vết thương lành lặn tạm thời trên thân thể ấy chẳng là gì cả. Nỗi đau chị gặm nhấm hằng ngày trong tâm tưởng về một tình yêu bị kịch đau đớn và cuồng ái đến tột cùng mới là đáng nói. Thế mới biết, khi yêu, phụ nữ thật dũng cảm. Họ chấp nhận mọi thứ. Kể cả việc làm đau mình.

Câu chuyện cuối cùng, là câu chuyện về một nỗi đau âm thầm, nhẹ bẫng nhưng dai dẳng. Sau hơn ba năm chung sống và có một mặt con với người chồng hiện tại, tôi cứ ngỡ cô bạn thân của mình phải có một tình yêu cực kì viên mãn và đáng ghen tỵ. Nhưng có lần khi uống say, cô ấy đã nói một câu khiến tôi chết lặng "Tôi cưới một người được ba năm, và yêu một người khác được năm năm rồi.". Sự bình thản trong từng câu chữ khi tuôn rơi khỏi miệng nàng khiến tôi bàng hoàng thảng thốt. Đúng. Cô ấy yêu một người,

nhưng lại kết hôn với một người khác. Cuộc sống được tạo nên bởi những sự lựa chọn. Và đôi khi, điều phụ nữ quyết định không phải là thứ cô ấy muốn nhất, mà chỉ đơn thuần là thứ cô ấy cần nhất, trong thời điểm ấy. Người nàng yêu không thể kết hôn với nàng, vĩnh viễn. Chàng là gay. Và nàng lên xe hoa với lựa chọn thứ hai không một cái nhíu mày. Những vảy bướm, những ánh cười chan chứa an yên hạnh phúc trong ngày cưới nàng chạy trong trí nhớ của tôi như một cuốn phim quay chậm. Phụ nữ có thể giả vờ hạnh phúc để chôn giấu nỗi đau của mình. Ừ. Nhưng trong bao lâu?

Phụ nữ luôn tự hủy hoại hoặc sự yếu đuối của bản thân đồng nghĩa với sự khuất phục và cam chịu. Trong phần lớn trường hợp, nàng luôn nhận phần thua thiệt về mình. Dù trước đây, nàng có được theo đuổi, chiều chuộng và sẵn đón thể nào, thì bằng cách này hay cách khác, dù là chàng nông dân cuốc đất trồng rau hay anh giám đốc lái Bentley xài tiền tỉ, đàn ông cũng hoàn toàn có khả năng trả nàng về với những đau đớn, ghen tuông và nghi kị thường nhật của đàn bà. Đó hoàn toàn là một sai lầm không nên và đáng tiếc.

Ở trên giường, sự tự nguyện nhận lấy những đau đớn của nàng sẽ được đền bù xứng đáng bằng những nhục cảm tươi đẹp tươi tắn khắp tâm can. Khi ấy, đó là nỗi đau rực rỡ.

Ở ngoài đường và ngoài đời, nàng sẽ đổi sự hy sinh của mình, nỗi đau của mình để lấy gì? Chắc chắn thứ nàng nhận được sẽ chỉ là một nỗi đau khác mà thôi.

Phụ nữ luôn muốn nỗi đau của mình phải thật đẹp. Thật mỹ lệ.

Nhưng nàng à, đừng làm đau mình nữa. Chỉ đẹp thôi, có được không?

***BDSM: viết tắt của dominace - submission và sadomasochism (thống trị - quy phục và bạo dâm - khổ dâm) trong tình dục. Chỉ những trải nghiệm đau đớn về thể xác, sự hành hạ và chịu đựng nỗi đau trong khi "yêu" để đạt được nhục cảm tối đỉnh.**





“GIẢI MÃ” HIỆN TƯỢNG **ARIANA GRANDE**

THÁNG 9 NÀY, MỘT TRONG NHỮNG CÁI TÊN ĐƯỢC NHẮC ĐẾN NHIỀU NHẤT LÀ CÔ CA SĨ “BÉ HẠT TIÊU” ARIANA GRANDE. ALBUM MỚI NHẤT CỦA ARIANA VỚI TỰA ĐỀ MY EVERYTHING VỪA LEO LÊN VỊ TRÍ ĐẦU BẢNG XẾP HẠNG BILLBOARD NGAY TUẦN ĐẦU RA MẮT. VINH DỰ NÀY ĐÃ GIÚP CÔ TRỞ THÀNH NỮ NGHỆ SĨ ĐẦU TIÊN CÓ HAI ALBUM QUÁN QUÂN LIÊN TIẾP TRONG VÒNG CHƯA ĐẦY MỘT NĂM.

ANH TRÂM



TỪ BỎ ĐIỆN ẢNH VÌ DAM MÈ CA HÁT

Trước khi đến với âm nhạc, Ariana là “con gà đẻ trứng vàng” của kênh thiếu nhi Nickelodeon (đối thủ cạnh tranh số một với Disney). Vai diễn cô gái tóc đỏ nghịch ngợm Cat Valentine trong series phim Victorious đã giúp cô bé sinh năm 1993 vụt sáng thành sao. Với vai diễn này, Ariana giành giải “Nữ diễn viên truyền hình được yêu thích nhất” tại Hollywood Teen TV Awards. Thừa thắng xông lên, kênh Nickelodeon tiếp tục khai thác hình tượng Cat Valentine bằng cách ra mắt sitcom mang tên Sam & Cat. Không phụ lòng trông đợi của các nhà sản xuất, Ariana tiếp tục gặt hái thêm nhiều thành công và trở thành thần tượng tuổi teen ở Hollywood.

Sự nghiệp diễn xuất của Ariana Grande đang thuận buồm xuôi gió, thì cô đột ngột dừng lại để dồn sức cho âm nhạc. Chia sẻ với báo giới, cô gái có má lúm đồng tiền thật thà cho biết: “Việc đóng phim cũng vui đấy nhưng âm nhạc vẫn luôn luôn là ưu tiên hàng đầu và quan trọng nhất với tôi”. Sau gần 3 năm làm việc cật lực ở phòng thu, ngày 30/08/2013, Ariana chính thức trình làng với album đầu tay mang tên gọi Yours Truly. Giống như một lá thư tình mơ mộng gửi tuổi thanh xuân, album là tập hợp những ca khúc về thứ tình yêu say đắm dễ tin, dễ thể thốt của tuổi trẻ. Yours Truly ngay lập tức đem đến vinh quang mới cho Ariana khi leo lên vị trí đầu bảng xếp hạng Billboard ngay tuần đầu ra mắt. Nó cũng đứng đầu bảng xếp hạng album của iTunes Store tại hơn 30 quốc gia. The way – đĩa đơn mở đường

của album - cũng chen chân vào top 10 bảng xếp hạng Billboard Hot 100 và được RIAA chứng nhận đĩa bạch kim đôi. Chưa hết, Ariana còn tiếp tục được vinh danh là “Nghệ sĩ mới của năm” tại Giải thưởng âm nhạc Mỹ và hai lần có cơ hội được trình diễn trước vợ chồng tổng thống Obama.

Thành công từ album đầu tay còn chưa kịp lắng xuống, Ariana lại tiếp tục đợt tổng tấn công mới vào thị trường âm nhạc với album thứ hai mang tên My Everything. Ba ca khúc trong album gồm Problem, Break Free và Bang Bang cùng chiếm lĩnh bảng xếp hạng ca khúc được yêu thích nhất trên Billboard nhiều tuần liên tiếp. Việc sở hữu cùng lúc ba ca khúc trong Top 10 giúp Ariana trở thành nữ nghệ sĩ thứ hai trong lịch sử lập được kỷ lục này, điều mà trước đó chỉ có họa mi nước Anh, Adele mới làm được.

NHỮNG TỔ CHẤT CỦA MỘT DIVA

Ariana Grande sở hữu một chất giọng “hiếm có khó tìm” trong làng âm nhạc ở thời điểm hiện tại. Giọng của cô là giọng soprano với âm vực gồm bốn quãng tám, thường được so sánh với Mariah Carey hoặc Whitney Houston.

Đặc biệt cô có khả năng sử dụng Whistle Register (quãng giọng siêu cao). Để làm được điều này, thanh quản phải thu hẹp lại, tạo thành một khe rất bé, dẫn một hơi thật mạnh từ phổi đi ra và kiểm soát dây thanh đới sao cho chúng chuyển động thật nhanh. Khi ấy âm thanh thoát ra sẽ trong veo, cao vút như tiếng chim hót. Đây là một kỹ thuật “đỉnh cao”, đòi hỏi tố chất bẩm sinh, không phải nghệ sĩ nào cũng có.



Ngay từ album đầu tiên, Ariana Grande đã được giới phê bình vinh danh vì sở hữu chất giọng đặc biệt ấy. Cây bút Shamiyah Kelley của tờ Daily Reville nhận xét: “Hiện nay rất khó tìm thấy một ca sĩ có chất giọng tuyệt vời, nhưng khi Ariana Grande cất giọng, nó khiến tôi trở về những ngày hoàng kim của Mariah Carey”. Ca sĩ Katy Perry cũng dành những lời có cánh cho đồng nghiệp trẻ tuổi của mình, khen ngợi Ariana sở hữu “chất giọng nữ hay nhất trong nhạc pop đương đại. Nói một cách chính xác, cô ấy có giọng ca tốt nhất, giọng ca hát trực tiếp tốt nhất”.

Album Yours Truly cũng được nhiều nhà phê bình âm nhạc đánh giá là “một trong những album hay nhất của năm”. My Everything vừa mới ra mắt vào cuối tháng 8 này được Rolling Stone đánh giá là “một sự trưởng thành rõ rệt”, “một lời tuyên bố đầy tự tin và sáng suốt của một ngôi sao nhạc pop với sự kết hợp giữa giọng hát của một diva và âm thanh điện tử”.

Bất kỳ những tai nghe khó tính nào nghi ngờ thực lực của Ariana đều có thể tìm đến những phần biểu diễn live của cô bé được đăng tải trên youtube để thay đổi quan điểm. Những ca khúc như Tattooed Heart hay Bang Bang do Ariana biểu diễn trực tiếp thậm chí còn khiến Kelly Clarkson và Lady Gaga phải ngẩn ngơ. Tuy chưa nổi tiếng đình đám như Miley Cyrus hay Justin Bieber, Ariana được giới mộ điệu kì vọng sẽ còn tiến xa hơn với giọng ca đầy nội lực của mình.

MỘT “MARIAH CAREY” CỦA THỊ TƯƠNG LAI?

Ariana Grande có mọi yếu tố để trở thành một thần tượng âm nhạc nhất thời. Tuy chiều cao rất khiêm tốn (chỉ 1m53), vóc dáng mảnh dẻ, nhưng bù lại Ariana có nụ cười rạng rỡ, má lúm đồng tiền ngọt ngào và làn da nâu gợi cảm. Với mái tóc xoăn cột cao, mắt to, mi cong, đôi môi mọng, Ariana giống như một cô búp bê barbie bước ra ngoài đời thực. Gần đây, Ariana có đôi chút thay đổi về

hình tượng: cô mặc váy ngắn, đi bốt cao và vũ đạo bốc lửa hơn, nhưng vẫn không bị mất đi nét trong sáng vốn có. Về ngoài kẻo ngọt khiến Ariana nhanh chóng “đốn tim” người hâm mộ, đặc biệt những khán giả trẻ. Không nghi ngờ gì, cô chính là hình mẫu của thần tượng âm nhạc mà thị trường đòi hỏi.

Nhiều nhà phê bình tào bạo thậm chí đã mơ xa hơn khi ví Ariana là một “Tiểu Mariah Carey”. Nếu như vị diva huyền thoại sở hữu giọng hát năm quãng tám thì cô gái có lúm đồng tiền Ariana cũng không chịu thua kém khi có giọng hát bốn quãng tám. Sự kì vọng của các nhà phê bình là có cơ sở khi độ rộng quãng giọng là thứ có thể luyện tập được.

Khỏi phải nói, Ariana Grande đã hạnh phúc thế nào khi được so sánh với thần tượng. Cô coi đó là “một lời ngợi khen to lớn”, “một lời chúc phúc” và thường xuyên viện dẫn Mariah Carey và Whitney Houston như những người có ảnh hưởng lớn đến sự nghiệp ca hát của bản thân. Ariana từng một lần trả lời phỏng vấn: “Tôi yêu Mariah Carey. Cô ấy chính là người mà tôi yêu quý nhất trên hành tinh này”.

Được khán giả yêu mến và giới phê bình dành cho nhiều ưu ái, song có lẽ còn quá sớm để dự báo về tương lai của ca sĩ đáng yêu này. Ariana có tiềm năng, có giọng hát song không như Mariah Carey, cô chưa có khả năng tự sáng tác. Những bài hát trong hai album của cô rất những ca từ sáo rỗng, đại loại kiểu “Em yêu anh hơn tất cả mọi điều”, “Luôn luôn ở lại, không bao giờ thay đổi, không bao giờ để anh ra đi”. Khán giả trẻ ở lứa tuổi dễ yêu, dễ tin có thể thỏa mãn phần nào với những ca khúc hời hợt như vậy nhưng những tai nghe khó tính thì vẫn chưa cảm thấy hài lòng. Điều Ariana Grande cần bây giờ là một định hướng rõ ràng về việc cô muốn trở thành gì trong tương lai: một ca sĩ giải trí hay một diva đỉnh cao. Một nhà sản xuất giỏi, một quản lý có tầm nhìn, những bài hát xứng tầm... sẽ giúp đẩy vị trí của Ariana Grande đi rất xa.





GONE GIRL

-CÔ GÁIMÁTTÍCH

HÀ CHÍ VŨ



TÁC PHẨM HÌNH SỰ KỊCH TÍNH GONE GIRL LÀ BỘ PHIM TIẾP THEO CỦA DAVID FINCHER, TÁC GIẢ CỦA NHIỀU SIÊU PHẨM TỪNG LÔI CUỐN NHIỀU THỂ HỆ KHÁN GIẢ NHƯ SE7EN, FIGHT CLUB, THE SOCIAL NETWORK...

“Biết càng ít càng tốt,” đó là điều mà David Fincher muốn ở khán giả trước khi tới rạp theo dõi bộ phim mới nhất Gone Girl của ông. Đây là một điều không hề đơn giản trong thời đại mạng xã hội, khi một thông tin nhỏ nhất lọt ra thôi thì chỉ cần sau chưa đầy nửa ngày cả thế giới đều đã được biết. Điều đó càng trở nên khó khăn hơn với tác giả của hàng loạt những siêu phẩm như Se7en, Fight Club, The Curious Case of Benjamin Button... bởi Gone Girl vốn được dựa trên cuốn tiểu thuyết cùng tên của nữ nhà văn Gillian Flynn.

Cuốn tiểu thuyết của Flynn lần đầu được xuất bản trong năm 2012, bán được hàng triệu bản chỉ sau một năm. Tác phẩm xoay quanh chuyến hành trình tìm kiếm cô vợ mất tích vào đúng ngày kỷ niệm cưới 5 năm của một người đàn ông, những câu chuyện đằng sau cuộc hôn nhân tưởng chừng đẹp như mộng, với nhiều yếu tố tình dục và bạo lực được cài cắm xuyên suốt tiểu thuyết. Gillian Flynn chắc chắn không thể phàn nàn về bộ phim chuyển thể giống như nhiều nhà văn khác khi tác phẩm của họ được đưa lên màn ảnh, bởi bà chính là biên kịch của bộ phim.

Từ tiểu thuyết lên màn ảnh, có không ít sự thay đổi được chính Gillian Flynn

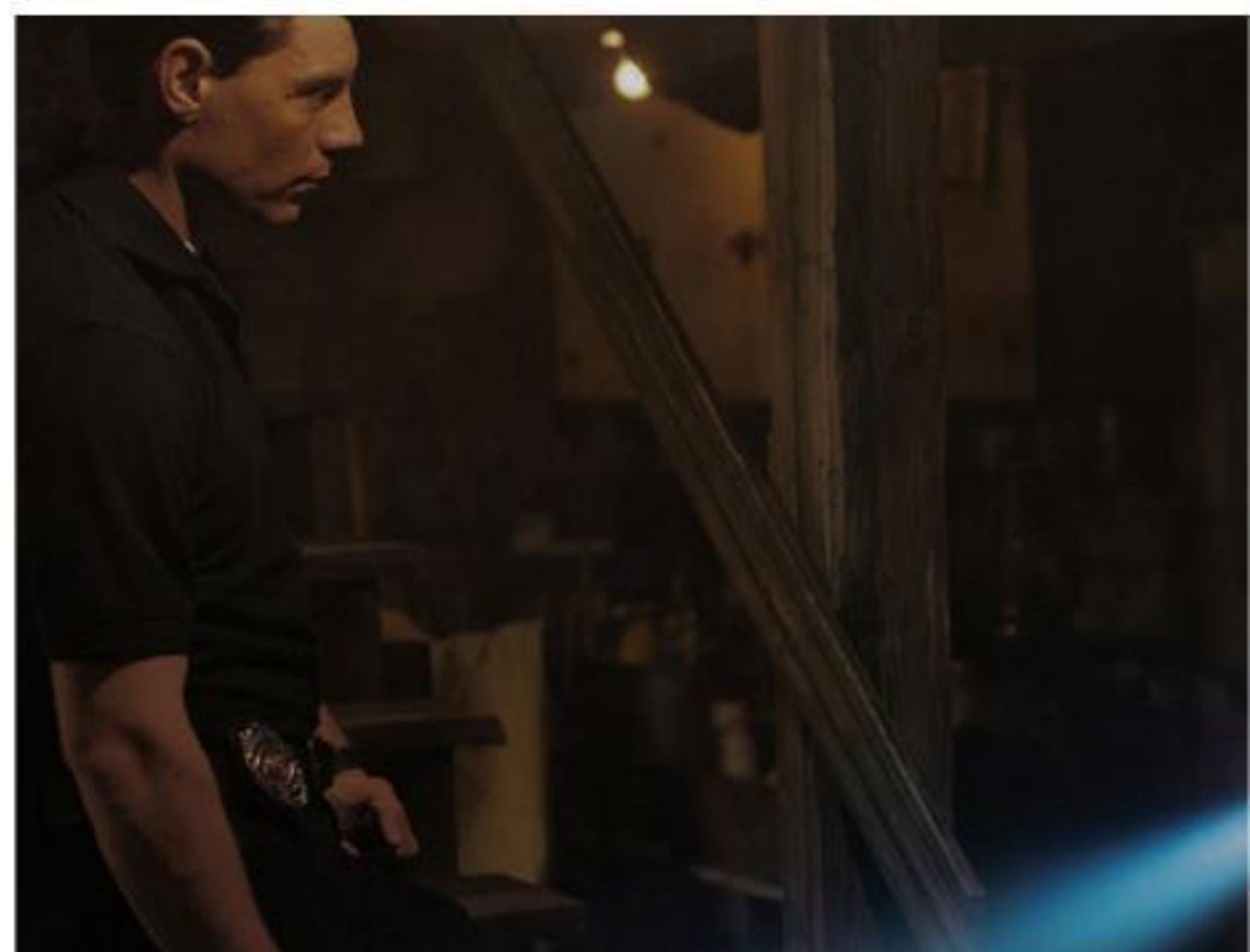
đưa ra, nhằm đảm bảo thời lượng của bộ phim gói gọn trong khoảng 2 tiếng rưỡi. Tuy nhiên, tinh thần của nguyên tác vẫn được giữ nguyên qua ngòi bút của Flynn và đó là điều mà David Fincher hết sức trân trọng.

Nhân vật chính của Gone Girl là Nick Dunne. Trong ngày kỷ niệm 5 năm cuộc hôn nhân không mấy hạnh phúc của anh, người vợ Amy biến mất một cách hết sức bí ẩn và dường như có một vụ xô xát đã xảy ra trong căn bếp của nhà anh. Cảnh sát nhanh chóng vào cuộc, truyền thông đưa tin sát sao bởi Amy vốn là một nhân vật nổi tiếng trong giới văn học. Câu hỏi nhanh chóng được tất cả đặt ra là phải chăng Amy đã bị sát hại? Có phải Nick Dunne đã ra tay sát hại vợ mình?

“

Thường thì nhân vật chính luôn đúng đắn, nhân vật chính là số một, thông minh hơn các người khác... Nhưng *Gone Girl* thì khác và điều đó khiến tôi cảm thấy thực sự thú vị.

”





Tuy nhiên, có một điều không thể phủ nhận rằng, Nick Dunne là một nhân vật khó ưa, và có phần ngờ nghệch. Người thủ vai nhân vật chính, tài tử Ben Affleck, chia sẻ, “Thường thì nhân vật chính luôn đúng đắn, nhân vật chính là số một, thông minh hơn các người khác... Nhưng Gone Girl thì khác và điều đó khiến tôi cảm thấy thực sự thú vị.” Điều David Fincher muốn ở Nick Dunne không phải là một nhân vật được ưa thích hay ghét bỏ, mà là sự chân thật của nhân vật.

Sắp sửa hóa thân thành Batman trong bom tấn Batman vs Superman: Dawn of Justice, có được tượng vàng Oscar danh giá với tác phẩm Argo hồi đầu năm 2013, Ben Affleck đang trải qua giai đoạn huy hoàng của sự nghiệp, bất chấp việc anh từng bị ghẻ lạnh và chệch bai đủ đường bởi những bộ phim như Daredevil hay Gigli.

Bản thân Rosamund Pike, người thủ vai cô vợ Amy, thừa nhận rằng: “Anh ấy là một tên tuổi khổng lồ trong ngành công nghiệp điện ảnh vào lúc này!” Nhưng nữ diễn viên đến từ Anh Quốc có lẽ mới là người nắm giữ chìa khóa thành công của Gone Girl. “Cô ấy giống như một con thần lùn,” Pike nói về nhân vật Amy. “Tôi có thể nói nhiều, rất nhiều về cô ấy, nhưng chỉ sau khi bộ phim ra mắt!”

Để mô tả về Gone Girl, Affleck cho rằng bộ phim “sẽ rút cạn cảm xúc người xem”, còn Pike thì chỉ sử dụng đúng một từ là “tàn bạo”. Còn theo đạo diễn David Fincher thì sao? “Phim là sự đổ vỡ về cá nhân, về những chiếc mặt nạ chúng ta đeo hàng ngày, cách mà vợ chồng có thể phản bội nhau. Tất cả là một giấc mơ đẹp dần dần tan vỡ.”

Theo đoàn làm phim, những đoạn trailer tưởng như dài dòng, nhưng trên thực tế chưa cho khán giả biết gì bộ phim hay những sự kiện sắp sửa diễn ra. Tất cả chỉ là những gợi mở, những đánh lừa mà David Fincher đang chờ đợi để đem tới cho khán giả. Liệu với nhân vật Amy, vị đạo diễn đại tài có thể đem tới cho khán giả thêm một nhân vật đáng nhớ nữa như Tyler Durden, Benjamin Button hay Mark Zuckerberg hay không, câu trả lời sẽ đến vào ngày 19/10.

BOOK

**ĐỪNG CHẾT VÌ YÊU?**

Tác giả: Mèo Xù

Tuyển nhân vật của “Đừng chết vì yêu?” mang những nét cá tính riêng, điển hình cho một bộ phận giới trẻ trong xã hội. Thụy – nhân vật chính của câu chuyện, là một cô gái tài giỏi, có phong cách sống hiện đại, nhưng trong đầu chứa đầy những quan niệm “cổ hủ” lạc hậu, hoàn toàn không bao giờ cho phép trái tim mình tin vào tình yêu. Quân – anh chàng họa sỹ - người yêu Thụy là một người đàn ông tốt, nhưng không thể mang lại cho người mình yêu cuộc sống đầy đủ. Anh nuông chiều người yêu để bù đắp sự thiếu hụt về vật chất, để xóa mờ suy nghĩ mình là một người đàn ông kém cỏi. Việt – chàng doanh nhân giàu có, thành đạt và lý trí. Đặc biệt lý trí trong cả tình yêu. Chỉ vì một sai lầm nhất thời, Việt đã đánh mất đi cô gái của đời mình... Ba người bạn họ đều coi mình là người thông minh trong tình yêu, chỉ có Linh tình nguyện làm kẻ ngốc nghếch. Linh sẵn sàng hy sinh tất cả, đi bên người mình yêu, chứng kiến cô hạnh phúc. Liệu người thông minh hay kẻ ngốc sẽ có được hạnh phúc trong tình yêu?

**LẠC VÀO TÌNH ANH**Tác giả:
Jasinda Wilder

Jasinda Wilder là tác giả ăn khách nhất của các tờ New York Times, USA Today và Wall Street Journal. Với chuyên ngành là Tình dục học, Jasinda có khuynh hướng viết về những người đàn ông quyến rũ và những phụ nữ khỏe mạnh. Các yếu tố chính tạo nên phong cách đặc biệt trong những tác phẩm của nữ nhà văn lãng mạn này là “Xúc động, quyến rũ, mãnh liệt”. Trong số những sách đã xuất bản, Lạc vào tình anh (Tên gốc: Falling Into You) là cuốn sách xuất sắc nhất đã lọt vào danh sách New York Time Best Seller. Aestas Book Blog đánh giá Lạc vào tình anh là “Một cuốn sách u ám, đau thương, nhưng nó cũng chứa đầy tình yêu và niềm hy vọng. Nó nhắc nhở bạn làm thế nào để trân quý cuộc sống, và làm thế nào để ngay cả trong quãng thời gian đen tối nhất, hy vọng vẫn luôn có thể toả sáng.”

**CANH BẠC HÔN NHÂN**Tác giả:
Sarah MacLean

Hầu tước Bourne - một thập kỉ trước vì sức cảm dỗ của những quân bài mà đánh mất hết gia tài lẫn địa vị. Penelope Marbury - một tiểu thư tai tiếng với cuộc hủy hôn chấn động nước Anh. Họ kết hôn không tình yêu. Một canh bạc hôn nhân đúng nghĩa, có khiến những nhân vật chính của chúng ta tìm được tình yêu đích thực? Sarah MacLean – tác giả của những câu chuyện lãng mạn nổi tiếng như “10 tuyệt chiêu tóm gọn kẻ phóng đảng” (được dịch ra 10 thứ tiếng) – một lần nữa cho thấy sức hấp dẫn chưa bao giờ vơi của những câu chuyện lịch sử lãng mạn.



VẬN ĐEN- GOOD PEOPLE

Đạo diễn:

Henrik Ruben Genz

Khởi chiếu:

26/09/2014

Bộ phim kịch tính để tài tội phạm do hãng Millenium Entertainment sản xuất với sự tham gia của các ngôi sao James Franco, Kate Hudson, Omar Sy và Tom Wilkinson. Một cặp đôi trẻ người Mỹ mắc nợ đầm đìa sau khi tân trang lại căn nhà của gia đình Anna tại London. Ngay lúc đôi trẻ phải đối mặt với nguy cơ đánh mất tổ ấm trong mơ thì họ khám phá ra rằng người thuê nhà ở căn hộ bên dưới đã chết, để lại gia tài là một đồng tiền mặt trị giá 400,000 đô la. Mặc dù ban đầu còn ngần ngại, nhưng rồi Tom và Anna quyết định lên kế hoạch rất đơn giản: tất cả những gì phải làm là âm thầm lấy món tiền và đem trả nợ. Nhưng khi họ bắt đầu tiêu xài món tiền và không có dấu hiệu dừng lại thì cả hai trở thành mục tiêu của một đối thủ chết người – tên trộm thực sự, kẻ sở hữu món tiền! Và thế là những chuyện xấu xa bắt đầu xảy đến cho người tốt...



THIỆN ÁC ĐỐI ĐẦU - THE EQUALIZER

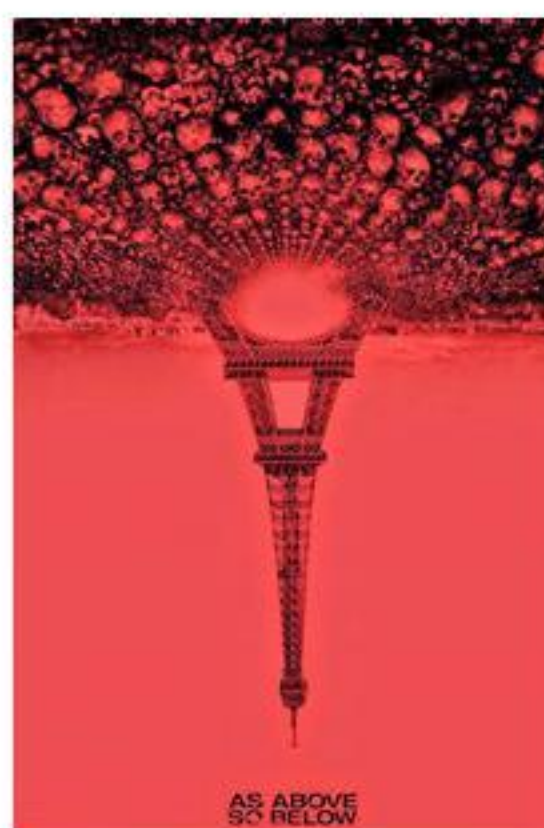
Đạo diễn:

Antoine Fuqua

Khởi chiếu:

03/10/2014

Chloe Moretz sẽ đóng vai nữ chính trong bộ phim The Equalizer của đạo diễn Antoine Fuqua. Đây là bộ phim có sự góp mặt của nam diễn viên da màu gạo cội Denzel Washington. Phim là câu chuyện về một cựu đặc vụ hiện đang cố gắng giúp đỡ những người gặp phải sự bất công. Chloe Moretz được chính Denzel Washington chọn vào bộ phim này khi anh thấy tiềm năng của cô và yêu cầu nhà sản xuất cùng đạo diễn thay đổi nhân vật Teri trong phim để phù hợp với độ tuổi của Chloe. Và vai diễn này được so sánh như vai diễn của Jodie Foster trong bộ phim kinh điển Taxi Driver.



HẦM MỘ MA QUÁI

Đạo diễn:

John Erick Dowdle

Khởi chiếu:

**26/09/2014 đến
10/10/2014**

Một nhóm các bạn trẻ ưa mạo hiểm và khám phá quyết định thực hiện một chuyến phiêu lưu tìm hiểu hệ thống hầm mộ cổ xưa trải dài hàng dặm nằm bên dưới đường phố của thủ đô Paris, vốn là ngôi nhà chung của vô số linh hồn đã nằm lại từ hàng trăm năm trước. Khi nhóm thám hiểm xâm nhập vào hệ thống mê cung đáng sợ này, họ bắt ngờ khám phá ra một bí mật tối bên trong thành phố của người chết dẫn tới một cuộc trốn chạy khủng khiếp và đầy chết chóc và sợ hãi.



HẢI TẶC

Đạo diễn:

Lee Seok Hoon

Khởi chiếu:

**26/09/2014 đến
09/10/2014**

Bộ phim diễn ra trong bối cảnh thời kỳ nguyên khởi của triều đại Chosun. Một con cá voi đã nuốt chửng con dấu của hoàng gia. Các hải tặc, cướp biển lùng danh bốn phương và cả triều đình đều tụ hội về đây để truy tìm con dấu quyền lực. Vì sở hữu nó, là sở hữu cả triều đại!

FILM

NEWS



PORSCHE

Porsche Macan dự kiến sẽ được giới thiệu chính thức tại Việt Nam trong tháng 10 năm nay với sự phân phối độc quyền của Porsche Việt Nam. Là chiếc xe thể thao hạng sang đầu tiên trong phân khúc xe thể thao đa dụng cỡ nhỏ, sự xuất hiện của Porsche Macan là sự kết hợp tất cả các đặc điểm tiêu biểu của Porsche với khả năng phanh và tăng tốc tối đa, công suất động cơ mạnh mẽ, sự linh hoạt cùng với sự chính xác tối ưu ở những góc cua, không những đem lại khả năng vận hành thoải mái và tiện dụng hàng ngày, mà còn cả tính năng thể thao đột phá trên đường địa hình. Với thiết kế cổ điển, thân xe nhẹ cho tính lái linh hoạt, Macan mới thỏa mãn nhu cầu về tính năng động lực học phi thường và tối đa tính cá nhân hóa.

Các phiên bản Macan mới sắp được phân phối bao gồm: Porsche Macan R4 (2.690.000.000 VNĐ); Porsche Macan S (3.200.000.000 VNĐ); Porsche Macan Turbo (4.400.000.000 VNĐ). Giá bán bao gồm thuế nhập khẩu, thuế tiêu thụ đặc biệt và thuế giá trị gia tăng.



CANON

Với nỗ lực không ngừng trong việc cải thiện môi trường học tập cho trẻ em nghèo tại các địa bàn khó khăn trên khắp cả nước, vừa qua Canon – nhà cung cấp giải pháp hình ảnh hàng đầu thế giới, tiếp tục hành trình “Canon – Vì thế hệ tương lai” lần thứ 6 đến với huyện Bù Đốp, tỉnh Bình Phước. Hành trình đã giúp giáo viên và học sinh tại trường tiểu học Thiện Hưng B, xã Thiện Hưng xóa tình trạng các lớp học “ba không”: không phòng học, không nước sạch và không dụng cụ học tập. Toàn bộ công trình xây dựng và quà tặng gửi đến trường tiểu học Thiện Hưng B có tổng mức kinh phí tài trợ là hơn 250 triệu đồng, ngoài ra còn có sự hỗ trợ của toàn bộ cán bộ nhân viên công ty Canon Marketing Việt Nam, đối tác của Canon là công ty vận chuyển KWE và công sức đóng góp của các bạn tình nguyện viên.



MONTBLANC

Thương hiệu cao cấp Montblanc vừa tổ chức lễ khai trương Boutique mới tại Khách sạn Sofitel Legend Metropole ở số 15 phố Ngô Quyền, Quận Hoàn Kiếm. Với diện tích sàn rộng 165 mét vuông, cửa hàng Montblanc mới có đặc điểm thiết kế thanh lịch, nổi bật bởi vật liệu quý khiến nơi đây đầy tính mời gọi và trang nhã. Cửa hàng mới tuân thủ theo thiết kế chung và sở hữu không gian hoàn toàn thoải mái. Ngoài các bộ sưu tập đồng hồ và nữ trang, cửa hàng Montblanc cũng mang đến nhiều sản phẩm từ phụ kiện, các sản phẩm bằng da đến kính mắt, được bố trí ấm cúng và sang trọng. Tại đây, khách hàng sẽ tìm thấy các bộ sưu tập Montblanc cổ điển bên cạnh các sản phẩm đặc biệt cũng như các bộ sưu tập mới.

LONGCHAMP



Thương hiệu Longchamp đến từ Pháp vừa cho ra mắt bộ sưu tập mùa thu 2014 với tên gọi Perle De Caviar. Với mảng màu chói của những mẫu thiết kế mới, đính kèm một viên ngọc trai, bộ sưu tập là một kho báu quý giá cho những người đi tìm phong cách. Sự lựa chọn về chất liệu da cá đuối gai độc, cùng với những chi tiết đặc biệt như một phụ kiện bằng kim loại vàng hình con ngựa của Longchamp, một xích, một dây đeo vai bằng da đã mang đến cho dòng Perle De Caviar một vẻ cổ điển nhẹ nhàng. Kích thước rộng rãi đủ tiện dụng cho ban ngày mà cũng đủ thanh lịch cho buổi tối. Perle De Caviar chính là đỉnh cao của sự kết hợp nét quyến rũ một cách cổ điển và tiện nghi một cách hiện đại.

RIMOWA



Rimowa vừa chính thức khai trương cửa hàng mới nhất tại khách sạn L'Opéra Hà Nội, 29 Tràng Tiền. Với diện tích hơn 97 m², cửa hàng Rimowa được thiết kế với phong cách hiện đại mang đến một không gian tràn đầy hứng khởi để bắt đầu những chuyến du hành. Điểm nhấn của cửa hàng là khu vực đặc biệt trên tầng 2 được thiết kế sang trọng với không gian riêng tư dành cho các khách hàng VIP. Tại đây các khách hàng sẽ được tận hưởng những dịch vụ đặc biệt, những trải nghiệm độc đáo về những dòng sản phẩm với chất liệu cao cấp từ polycarbonate hoặc nhôm cùng những đường rãnh trứ danh đặc trưng cho thương hiệu. Cửa hàng Rimowa được mở cửa từ 8h30 đến 21h00 các ngày trong tuần kể cả ngày Lễ. Để biết thêm chi tiết, vui lòng xem tại website của Rimowa: www.rimowa.com

THE BODY SHOP

Dầu Argan đã có mặt trong lĩnh vực làm đẹp với công dụng là dầu dưỡng tóc. The Body Shop, với 38 năm kinh nghiệm trong việc phát triển các sản phẩm dưỡng da thiên nhiên, đã tạo ra dòng sản phẩm tắm & dưỡng thể toàn diện Wild Argan Oil. Bộ sưu tập với 9 sản phẩm khơi gợi mọi giác quan, chứa tinh dầu đa công dụng óng ánh đầy mê hoặc, loại dầu cô đặc sang trọng độc đáo không thua kém bơ dưỡng thể lừng danh. Phụ nữ Ma-rốc thường thưởng thức các nghi thức làm sạch da ở phòng tắm hơi Hammam tại địa phương, đó là nơi kết hợp thường xuyên xông hơi, tẩy tế bào chết và mát-xa, cho làn da rạng rỡ và mềm mại. Giờ đây bạn có thể trải nghiệm lợi ích vượt trội của việc tắm hơi ngay chính tại ngôi nhà của mình với dòng sản phẩm tắm & dưỡng thể Wild Argan Oil từ The Body Shop.



SHU UEMURA

Thêm một cơ hội mua sắm & làm đẹp dễ dàng hơn cho khách hàng tại Hà Nội. Ngày 28/8 vừa qua, nhãn hàng trang điểm chuyên nghiệp đến từ Tokyo, Nhật Bản, Shu Uemura tự hào cho ra mắt cửa hàng thứ 2 tại Hà Nội và là cửa hàng thứ 5 tại Việt Nam. Với thiết kế sang trọng cùng hình ảnh nghệ thuật, đây không chỉ là nơi mua sắm cho phái nữ yêu thích làm đẹp mà còn là nơi trải nghiệm thú vị về các dịch vụ đẳng cấp do nhãn hàng mang lại. Nhân sự kiện đặc biệt này, bất kỳ khách hàng nào đến với cửa hàng Shu Uemura tại Lotte Hà Nội từ ngày 28/08 - 14/09 sẽ được các chuyên gia của nhãn hàng chăm sóc, định hình và tạo dáng chân mày miễn phí với dịch vụ đặc biệt Tokyo Brow Station.

TRESEMME

TRESemmé – nhãn hiệu chăm sóc tóc cao cấp đến từ nước Mỹ nay chính thức được giới thiệu tại Việt Nam. Với lời hứa mang lại mái tóc đẹp chuẩn salon mỗi ngày ngay tại nhà, TRESemmé không chỉ trở thành sự lựa chọn quen thuộc của các “fashionista” tại các nước châu Á như Hồng Kông, Hàn Quốc..., mà còn



hưởng cho phong cách thời trang của hàng triệu phụ nữ yêu thích làm đẹp trên toàn thế giới. Được tin dùng bởi các nhà tạo mẫu tóc tại các kinh đô thời trang trên thế giới, trọn bộ sản phẩm đạt chuẩn salon của TRESemmé: Gội, Dưỡng và Tạo kiểu hứa hẹn mang đến những trải nghiệm làm đẹp trọn vẹn cho các cô gái: cho mái tóc đẹp chuẩn salon mỗi ngày, ngay tại nhà.

hoàn toàn chinh phục được phái đẹp tại những kinh đô thời trang của thế giới như New York hay Paris. Là thương hiệu đồng hành cùng các sự kiện thời trang danh tiếng như New York Fashion Week, US Project Runway, Asia Next Top Model..., TRESemmé mang đến nguồn cảm

L'Occitane



Trong cuộc sống hiện đại ngày nay, một giấc ngủ ngon, sâu có thể giúp bạn cảm thấy khỏe khoắn hơn để bắt đầu một ngày mới hiệu quả, giảm đi áp

lực công việc hàng ngày. Hiểu ra được điều này, L'Occitane đã cho ra mắt 1 dòng sản phẩm mới, giúp thư giãn và chăm sóc cơ thể. Với hơn 40 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực điều chế tinh dầu từ các thành phần hoàn toàn tự nhiên, lấy cảm hứng từ công thức truyền thống của vùng Địa Trung Hải, L'Occitane tự tin giới thiệu với bạn cách sản phẩm Tinh dầu Relaxing Essential Oil Blend (520,000 vnd/10ml), Gói thơm Relaxing Perfumed Sachets (420,000 vnd/ 2 gói thơm x 25g), Xịt gối Relaxing Pillow Mist (560,000 vnd/ 100ml), Kem dưỡng Pivoine Flora Beauty Cream (1,050,000 vnd/ 200ml), Dưỡng chân Verbena Ice Gel for Legs and Feet (500,000d/75ml).



SHISEIDO

Lấy ý tưởng từ những ánh sáng lấp lánh mang đến vẻ đẹp cho vùng Provence, L'OCITANE đã sử dụng 2 loại hoa có chức năng làm sáng từ vùng đất này vào dòng sản phẩm dưỡng trắng: hoa bất tử với khả năng chống lão hóa vượt trội, và hoa Cúc Trắng, với khả năng loại bỏ những vùng chưa hoàn hảo trên da

Tinh chất dưỡng sáng da chống nhăn với thành phần làm trắng, giúp loại bỏ tối ưu những điểm tối màu trên da. Tinh chất Immortelle Brightening Essence 30ml Giá: 1,590,000 vnd

Sản phẩm với công thức đậm đặc, có thể sử dụng để che giấu tất cả những khuyết điểm trên mặt như nếp nhăn, nám, sẹo và cả quầng thâm mắt. Che khuyết điểm Immortelle Brightening Touch 1.8ml Giá: 850,000 VND

Sản phẩm dưỡng da vùng mắt vượt trội với 3 tác dụng chính: giảm thiểu nếp nhăn, che giấu quầng thâm và làm sáng da vùng mắt. Dưỡng mắt Immortelle Brightening Eye Care 15ml Giá: 1,050,000 vnd

NEWS



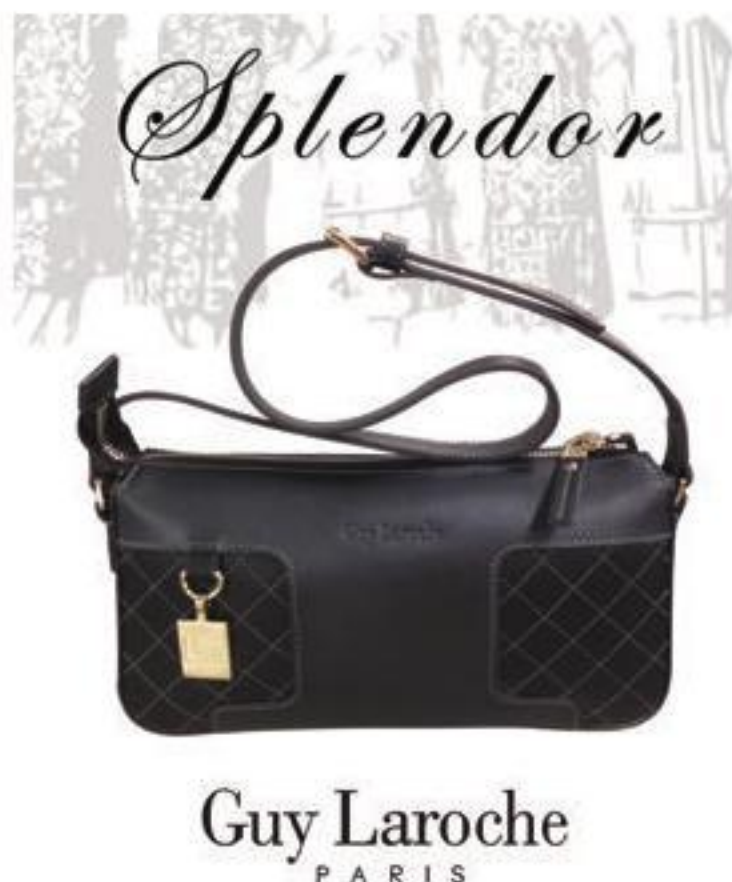
GIOVANNI

Hãng thời trang Giovanni vừa khai trương showroom sang trọng và đẳng cấp với dịch vụ khách hàng ấn tượng nhất của hãng tại số 05 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội. Showroom trưng bày những dòng sản phẩm thời trang cao cấp mùa Thu Đông 2014 với chất lượng cao và thiết kế tinh xảo tới từng chi tiết. Tham dự khai trương có siêu mẫu Xuân Lan, diễn viên Lương Mạnh Hải, cựu mẫu Thúy Hằng và MC Phan Anh. Với diện tích trên 180m2, showroom tuân theo tiêu chuẩn khắt khe của hãng, Giovanni cam kết và hy vọng gian hàng 05 Lý Thường Kiệt cũng như hệ thống 23 gian hàng khác sẽ mang lại những trải nghiệm mua sắm hài lòng nhất cho quý khách hàng của mình. Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng liên lạc theo số điện thoại (+84) 46272 8989 hoặc truy cập www.giovanni-italy.com

GUY LAROCHE

Thay lời chúc đến chị em phụ nữ nhân ngày 20.10, Guy Laroche hân hạnh mang đến chương trình Khuyến mãi: giảm 10% khi mua 01 sản phẩm, giảm 20% khi mua từ 02 sản phẩm có tổng giá trị trên 5.000.000 VNĐ. Với chất lượng da thật mềm mại và thiết kế thanh lịch, đường nét tinh tế, Guy Laroche chắc chắn sẽ là món quà hấp dẫn dành cho phái đẹp. Chương trình áp dụng từ ngày 11.10.2014 – 26.10.2014. Hãy nhanh tay lựa chọn cho mình món phụ kiện ưng ý tại TTMS Robins (04. 6686 2415), TTTM Diamond Plaza (08. 2212 2947) và gian hàng mới nhất của Guy Laroche tại Lotte Department Store – 54, Liễu Giai, Hà Nội nhé!

Để biết thêm thông tin chi tiết, xin vui lòng truy cập: <http://prestigevietnam.com.vn> hoặc <https://www.facebook.com/guylarochevietnam>



MISAKI



Tháng 10 này, như một món quà dành tặng cho các chị em nhân ngày Phụ nữ Việt Nam, Misaki rộn ràng khuyến mãi giảm giá 15% toàn bộ cửa hàng từ ngày 14/10 đến 26/10. Hãy đến với Misaki tại tầng 1 Vincom Center, tầng 1 Big C Thăng Long và tầng 2 TTTM Lotte Hà Nội để khám phá vẻ đẹp vượt thời gian của ngọc trai với những sắc hồng tao nhã của bộ sưu tập "THINK PINK" mới nhất và nhanh tay chọn cho mình những sản phẩm yêu thích với giá ưu đãi nhé!

Để biết thêm thông tin chi tiết, xin vui lòng truy cập: <http://prestigevietnam.com.vn> hoặc <http://www.facebook.com/misakipearlvietsnam>.

MORGAN HANDBAGS

Để thay lời chúc tốt đẹp đến phái đẹp trong ngày Phụ nữ Việt Nam 20.10, Morgan Handbags trân trọng gửi tặng khách hàng chương trình khuyến mãi: Giảm 10% khi mua 01 sản phẩm, giảm 20% khi mua từ 02 sản phẩm có tổng giá trị trên 5.000.000 VNĐ từ ngày 11.10.2014 – 26.10.2014. Những thiết kế độc đáo và sắc màu trẻ trung là sự kết hợp hài hòa tạo nên món phụ kiện nổi bật không thể thiếu cho bộ trang phục của phái đẹp mỗi ngày. Hãy ghé thăm gian hàng Morgan bags tại tầng 2 Lotte Department Store – 54, Liễu Giai, Hà Nội để trải nghiệm tận tay!

Để biết thêm thông tin chi tiết, xin vui lòng truy cập: <http://prestigevietnam.com.vn> hoặc <https://www.facebook.com/pages/Morgan-de-Toi-Vietnam/>



MORGAN LINGERIE



Đầu tháng 9, Morgan Lingerie khai trương gian hàng tại Lotte Center Hà Nội. Nhân dịp này, Morgan Lingerie hân hạnh mang đến khách hàng chương trình khuyến mãi hấp dẫn: Tặng túi vải thời trang với mỗi hóa đơn trị giá từ 1,5 triệu trở lên từ ngày 2/9 đến 14/9. Ngoài ra, Morgan Lingerie tặng ngay túi đựng quần lót dễ thương và tiện dụng cho mỗi hóa đơn mua từ 2 quần trở lên từ ngày 1/9 đến 21/9 tại Vincom Bà Triệu (04.39748300) và

Diamond Plaza (08.22124060). Giờ đây, những phụ kiện nhỏ bé cũng sẽ trở nên đáng yêu và gần gũi hơn với chương trình khuyến mãi từ Morgan Lingerie. Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng truy cập: <http://prestigevietnam.com.vn/morgan>



MELIA HANOI

Khi những cơn gió mùa thu bắt đầu thổi, lá bắt đầu rơi và thời tiết trở nên se se lạnh, còn gì thú vị hơn ngồi nhâm nhi bên nồi nước dùng nóng sốt, tự tay nấu những nguyên liệu tươi ngon. Nhà hàng El Oriental, khách sạn Melia Hanoi sẽ mang đến những trải nghiệm ấm áp đó với chương trình Lẩu đặc biệt vào cuối tuần trong tháng 10 và 11 này. Quý khách sẽ có cơ hội lựa chọn 1 trong 3 loại lẩu khác nhau: nhẹ nhàng, đơn giản với lẩu truyền thống (480,000 VNĐ/nồi) hoặc phong phú hơn với lẩu thập cẩm (550,000 VNĐ/nồi) hay lẩu hải sản đặc biệt (750,000 VNĐ/nồi). Thực đơn lẩu được phục vụ tối thứ 6 và thứ 7 hàng tuần, từ 17h30 đến 22h00 tại nhà hàng El Oriental, lầu 1, khách sạn Melia Hanoi. Để biết thêm chi tiết và đặt chỗ, vui lòng liên hệ nhà hàng El Oriental (844) 3934 3343, số máy lẻ 7507.



INTERCONTINENTAL

Lần đầu tiên, ba khách sạn InterContinental tại Việt Nam gồm InterContinental Tây Hồ Hà Nội, InterContinental Nha Trang và InterContinental Asiana Sài Gòn cùng tổ chức tuần lễ ẩm thực Ý do đầu bếp mang hàm sao Michelin Mateo Metullio trình diễn vào ngày 14, 16 và 18 tháng 10 năm 2014. Anh là một ngôi sao đầu bếp mới trong làng ẩm thực nước Ý và là thành viên trẻ nhất của hàng ngũ đầu bếp được phong hàm sao Michelin ở tuổi 25. Xuất thân từ thành phố biển Trieste, đầu bếp Mateo mang đến Việt Nam một thực đơn 6 món đặc sắc mang đậm phong cách Bắc Ý. Thực khách sẽ có dịp thưởng thức những hương vị thơm ngon được chế biến từ những nguyên liệu cao cấp kết hợp cùng nghệ thuật chế biến và sự công phu trên từng món ăn.

Vì số lượng chỗ có hạn, vui lòng đặt bàn trước theo địa chỉ:

Khách sạn InterContinental Tây Hồ Hà Nội: gọi (04) 6270 8888 hoặc email fandb.hanoi@ihg.com

Khách sạn InterContinental Nha Trang: gọi (058) 388 7777 hoặc email fb.reservation@icnhatrang.com

Khách sạn InterContinental Asiana Sài Gòn: gọi (08) 3520 9099 hoặc email dine@icasiana.com

LOTTE HOTEL HÀ NỘI

Từ ngày 26/09/2014 đến ngày 12/10/2014, hãy ghé thăm Pharaoh's Bar and Upper tại tầng 63, khách sạn Lotte Hotel Hà Nội để thưởng thức chương trình ưu đãi đặc biệt: Thưởng thức hương vị cocktails tuyệt vời của bar với giá 190,000 VNĐ/ ly. Ngoài ra bar còn tặng kèm 1 chai Ciroc 20cl cho mỗi chai Ciroc được mua. Hơn nữa, các khách hàng nữ ghé thăm Pharaoh's Bar & Upper trong khoảng thời gian từ 9-10 giờ tối còn được tặng 1 ly cocktail miễn phí. Các loại đồ uống hấp dẫn, tầm nhìn bao quát thành phố tuyệt đẹp, và các bản nhạc sôi động tại Pharaoh's Bar & Upper chắc chắn sẽ làm nên một đêm đáng nhớ của bạn tại Hà Nội!



JW MARRIOTT HANOI



Lần đầu tiên Hiệp Hội Các Doanh Nghiệp Đức tại Việt Nam (GBA) phối hợp với khách sạn JW Marriott Hanoi đồng tổ chức Lễ hội Oktoberfest lần thứ 5 tại Hà Nội. Tiệc ngoài trời được dàn dựng đặc biệt với hình dáng lều "Festzelt" của lễ hội "Wiesn" truyền thống tại Munich nhằm mục đích mang đến không khí lễ hội sôi động và chân thực nhất.

Các loại bia cao tuổi nhập khẩu trực tiếp từ Đức được kết hợp trọn vẹn với các món ăn truyền thống đậm đà. Khách tham dự sẽ hát cùng nhau trong nền âm nhạc dân gian Bavarian do nhóm Anton Showband biểu diễn, nâng cốc bia chúc mừng, nắm tay nhau và cùng khiêu vũ trong

khung cảnh tuyệt đẹp của khách sạn JW Marriott Hanoi. Tất cả cộng hưởng tạo nên một sự kiện mà bạn không muốn bỏ lỡ. Giá vé: 1,100,000 VNĐ/người và 1,000,000 VNĐ/ thành viên của GBA. Giá vé trên chưa bao gồm thuế VAT.

SHERATON HANOI



Vào tháng 10 này, nhà hàng Oven D'or có rất nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn. Ngày Phụ nữ Việt Nam sẽ trở nên đặc biệt với bữa tiệc buffet tuyệt vời kèm 1 ly cocktail miễn phí và 1

món quà. Từ thứ Hai đến thứ Năm hàng tuần khách đến ăn buffet ở Oven D'or cũng có cơ hội miễn phí cho người đi cùng (Không áp dụng với các chương trình khác, thành viên thẻ SP và yêu cầu bữa ăn từ hội thảo). Ngoài ra đừng bỏ lỡ bữa tiệc Halloween hoành tráng nhất năm tại Bar Déjà Vu ngày 30 tháng 10, từ 5.00pm đến 2.00am và thực đơn đầy thú vị với các loại hải sản nhập khẩu từ Canada tại nhà hàng Hemispheres.

NEWS

BUDWEISER



Budweiser chính thức công bố cuộc thi dành cho DJ đầu tiên tại Việt Nam mang tên BUDJs. Trong cuộc hành trình này, 6 DJ triển vọng Việt Nam sẽ có cơ hội làm việc với cặp bài trùng DJ nổi tiếng thế giới KIMKAT để phát triển kỹ năng cũng như khả năng trình diễn. Cuộc thi BUDJs sẽ xuất hiện trên hàng loạt các kênh truyền thông khác nhau, với kênh chủ chốt sẽ là MTV, Youtube, trang

chủ chính thức của BUDJs và các kênh truyền thông chính thống cũng như mạng xã hội. Cuộc thi là một phần nằm trong chương trình toàn cầu "MADE for Music" của Budweiser. Với mong muốn dùng âm nhạc để tạo nguồn cảm hứng cho mọi cuộc vui, kết nối mọi người, chương trình 'MADE for Music' được mang đến nhiều quốc gia trên khắp thế giới, cùng sự đồng hành của những nghệ sĩ hàng đầu như Jay-Z, Rihanna.

Để biết thêm thông tin chi tiết, vui lòng truy cập www.BUDJs.com hoặc www.facebook.com/BudweiserVietnam.

ĐEP FASHION RUNWAY



Sau thành công của hai mùa trước, Đẹp Fashion Runway 3 đã trở lại với chủ đề "Life of Megacities" như một cuộc đối thoại với các Kinh đô thời trang thế giới. Mang âm hưởng của cuộc sống phồn hoa tại những thành phố thời trang lớn với những tòa nhà chọc trời và các con phố sầm uất, những mẫu thiết kế Đẹp Fashion Runway mùa thứ 3 tấu lên khúc nhạc hiện đại, năng động trong một màn trình diễn lộng lẫy và mới mẻ. Trẻ trung, nắm bắt xu hướng hàng đầu, khắc họa những mảng màu của cuộc sống là những điều mà Đẹp Fashion Runway 3 muốn mang đến với các khán giả của mình – những người vốn yêu và sành thời trang.

Thông tin chi tiết về chương trình Đẹp Fashion Runway 3 được cập nhật tại website của tạp chí Đẹp (www.runway.dep.com.vn) cùng fanpage chính thức (<https://www.facebook.com/DepRunway>) của chương trình.



VIETNAM'S NEXT TOP MODEL

Vượt qua hàng nghìn đối thủ trong vòng sơ tuyển, 16 thí sinh xuất sắc nhất đã chính thức lộ diện, bước vào ngôi nhà chung để bắt đầu những thử thách đầy cam go và giành lấy ngôi vị quán quân của VNTM mùa thứ 5.

Những thí sinh vào nhà chung năm nay không chỉ có chiều cao đạt chuẩn quốc tế mà còn có cá tính thú vị và tạo ra được dấu ấn mạnh mẽ ngay từ vòng sơ tuyển, từ Quỳnh Châu - "lucky model" của Project Runway, cho đến chàng nông dân điển trai Phạm Công Toàn, cô gái giàu nghị lực giảm 10kg để tham gia VNTM - Trần Yến Nhi... Với sự ngang sức ngang tài, chắc chắn các thí sinh sẽ "bùng nổ" và cống hiến những phần thi kịch tính và thú vị nhất từ trước đến nay cho khán giả yêu mến chương trình. Tập đầu tiên của VNTM mùa thứ 5 sẽ được phát sóng vào 20h thứ Bảy hàng tuần trên kênh VTV3, bắt đầu từ ngày 01/11/2014.

CLEAR



Clear vừa chính thức cho ra mắt dòng sản phẩm dầu gội sạch gàu Clear mới với công nghệ cải tiến đột phá – hệ dưỡng chất Nutrium 10, được phát triển sau nhiều năm nghiên cứu. Hệ dưỡng chất Nutrium 10 gồm 10 dưỡng chất thiết yếu, giúp nuôi dưỡng sâu da đầu, khiến da đầu khỏe mạnh. Da đầu khỏe chính là màng chắn ngăn gàu quay trở lại hiệu quả. Bằng lợi thế tính năng sản phẩm của mình – dầu gội sạch gàu số 1 Việt Nam, Clear muốn mang lại cho người dân Việt Nam giải pháp hiệu quả cho vấn đề về da đầu và gàu để người dân tự tin đội mũ bảo hiểm đạt chuẩn, đảm bảo an toàn khi tham gia giao thông. Clear - thách thức gàu ngay cả khi đội mũ bảo hiểm.



NIGHT FOR SOUL

Thường thức đồ uống đặc trưng phong cách Lounge, thả hồn vào những giai điệu soul lãng mạn được thể hiện bởi những nhạc công đầy đam mê sẽ làm nên một buổi tối lý tưởng dành cho những ai đang tìm một không gian trầm lắng nhưng đầy tinh tế. Khách hàng sẽ có cơ hội thưởng thức các đồ uống được pha chế bởi bartender tài ba của Lounge 83 như Sea Breeze, Honey Smoothies đến các món ăn nhẹ hấp dẫn như Lounge 83 Beef Burger, sa-lát mực nướng hay bánh cuộn thịt gà. "Night For Soul" diễn ra từ 19h đến 21h các ngày thứ Sáu hàng tuần, tại Lounge 83, khách sạn Mövenpick Hà Nội.



BRILLOZ

Là sự kết hợp của những sản phẩm trang sức thủ công mang khuynh hướng đơn giản, độc đáo, với những giá trị tâm linh, tinh thần cổ xưa, đặc biệt được truyền cảm hứng từ bộ môn Yoga, Thiền và các triết lý của đạo Phật, thương hiệu trang sức Brilloz có thể được xem như một điểm nhấn khác lạ giữa thị trường trang sức và phụ kiện hiện nay. Mỗi một sản phẩm trang sức của Brilloz được thiết kế sử dụng các biểu tượng cùng với đá phong thủy và đặc biệt bạc nguyên chất là chất liệu xuyên suốt với mong muốn mang đến cho người đeo được sự cân bằng, niềm tin và những cảm xúc tích cực trong cuộc sống hàng ngày. Thương hiệu trang sức Brilloz sắp ra mắt tại trung tâm thương mại LOTTE – Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội. Hãy thể hiện sự quan tâm, tình yêu, sự tự tin và cảm hứng với chính bản thân bạn cũng như với những người quan trọng trong cuộc sống của bạn với các sản phẩm từ Brilloz!



TOYOTA VIỆT NAM

Công ty ô tô Toyota Việt Nam vừa chính thức ra mắt mẫu xe Corolla Altis thế hệ đột phá 2014 với thiết kế thời thượng, khả năng vận hành linh hoạt vượt trội và giá trị thực chất ấn tượng. Với thông điệp “Mê hoặc đến từng đường nét”, Corolla Altis thế hệ đột phá 2014 là sự bút phá mạnh mẽ từ ngôn ngữ thiết kế hiện đại, tiện nghi cao cấp đến công nghệ tiên tiến cho khả năng vận hành ưu việt. Corolla Altis thế hệ đột phá 2014 sẽ chính thức có mặt tại hệ thống tất cả các đại lý của TMV trên toàn quốc kể từ ngày 23/09/2014. Khách hàng có nhu cầu tìm hiểu về mẫu xe này, có thể đăng ký lái thử bằng cách truy cập www.toyota.com.vn/corolla-altis hoặc liên hệ với đại lý gần nhất.

DOVE

Công ty TNHH Quốc Tế Unilever Việt Nam chính thức hoạt động từ năm 1995 với sứ mệnh mang lại 1 cuộc sống tốt đẹp hơn cho người dân Việt Nam. Chúng tôi cam kết đưa tới người tiêu dùng những sản phẩm có chất lượng cao, giá thành hợp lý cùng những biện pháp hiệu quả để làm giảm tác động của quá trình sản xuất tới môi trường và các hoạt động xã hội, đóng góp tích cực cho cộng đồng. Một trong những sản phẩm nổi bật của chúng tôi là Dove Ngăn Rụng Tóc chứa Trichazole Actives với công nghệ 3 tác động độc đáo: Giúp nuôi dưỡng chân tóc, cố định và chăm sóc tóc chắc khỏe từ chân tóc đến ngọn.



JW MARRIOTT HANOI

Khách sạn JW Marriott Hanoi vừa vinh dự nhận giải thưởng The Guide Awards 2013-2014: “The Best New MICE Hotel in Viet Nam” (Khách sạn tốt nhất về dịch vụ MICE tại Việt Nam). Với tổng diện tích khu phòng họp và hội nghị lên đến 3.600 m2, khách sạn JW Marriott Hanoi là địa điểm lý tưởng phục vụ cho các sự kiện Hội nghị, hội thảo, sự kiện và triển lãm tại Việt Nam. Khách sạn có tổng số 17 phòng họp, trong đó bao gồm 2 phòng hội thảo lớn rộng 1.000 m2 và 480 m2 với khu vực tiến sảnh rộng. Tất cả các dịch vụ dành cho hội thảo đều được thiết kế thuận tiện trên một tầng với lối vào và khu đỗ xe riêng biệt. Một trong những điểm thu hút chính của khách sạn là các dịch vụ ẩm thực và giải trí. Chuỗi 6 nhà hàng và quán bar luôn sẵn sàng phục vụ cho những thực khách sành ăn cũng như những người yêu thích rượu vang và cocktail.



NGÀY HỘI PHỤ NỮ & SỨC KHỎE

Hưởng ứng ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10, Dự án “Vì phụ nữ, vì ngày mai” đã tổ chức Ngày hội truyền thông phòng chống ung thư vú với tên gọi: “Phụ nữ & Sức khỏe”. Chương trình được diễn ra liên tục trong khoảng thời gian từ 8h00 đến 17h00 ngày 28/09/2014 tại Cung Văn hóa Hữu nghị Hà Nội. Đây là hoạt động truyền thông hướng tới mục tiêu: nâng cao nhận thức của cộng đồng về phòng và phát hiện ung thư vú (UTV) sớm; đặc biệt là hỗ trợ phụ nữ trong việc tầm soát sớm, phòng chống và điều trị UTV; truyền thông cho mọi người hiểu rằng ung thư không phải là bệnh nan y, bằng lối sống tích cực, ý chí và nghị lực cùng với những phương pháp điều trị hiệu quả thì ung thư hoàn toàn có thể chữa khỏi, nếu được phát hiện và điều trị kịp thời ở giai đoạn sớm. Chương trình có sự tham gia của ca sĩ Uyên Linh và ca sĩ Hồ Trung Dũng, màn nhảy Flashmob của gần 2000 tình nguyện viên. Đặc biệt, có 10 phòng khám lưu động được chuẩn bị để khám cho 1000 người.

ĐỊA CHỈ MUA SẴM

Atelier (Dior,Versace,Tag Heuer)

- Số 9 Tràng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

Axara

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

Balenciaga

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

Bally

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

Banana Republic

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

Bang & Olufsen

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

BCBG Max Azria

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

Bebe

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

Bốn Mùa Boutique

- 30 Hàng Cẩn, Hà Nội
- Vincom Center B

Burberry

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

Bvlgari

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

Parkson Plaza

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

Cartier

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

Chanel

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

Chloé

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

Chopard

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

Clé De Peau Beauté

- Diamond Plaza, Q1, Tp.HCM
- Parkson C.T Plaza Q. Tân Bình, Tp.HCM

Clinique

- 28 Lê Thái Tổ, Hà Nội

- ♦ Parkson Viet Tower 198 B Tây Sơn, Hà Nội

- ♦ Diamond Plaza 34 Lê Duẩn, Q1, Tp.HCM

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

Diesel

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

Crescent Mall

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

Dilusso

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

Dior

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

DKNY

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

Vincom Center A

- ♦ 171 Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM

Elizabeth Arden

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

Estée Lauder

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

FCUK

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

Givenchy

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

Gucci

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

Guess

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

Hermès

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

Hugo Boss

- ♦ 60 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Jimmy Choo

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

Just Cavalli

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

Kenzo

- ♦ 32 Hàng Bài, Hà Nội

Korloff

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

L'Occitane

- ♦ Hanoi Tower 49 Hai Bà Trưng, Hà Nội
- ♦ 36 Lê Thái Tổ, Hà Nội
- ♦ Vincom City Tower 191 Bà Triệu, Hà Nội

New World Hotel

- ♦ 76 Lê Lai, Tp.HCM
- ♦ Diamond Plaza 34 Lê Duẩn, Tp.HCM

L'Oréal

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

Lacoste

- ♦ Pacific, 83B Lý Thường Kiệt, Hà Nội
- ♦ Parkson Viet Tower, Hà Nội
- ♦ Opera View, 161 Đồng Khởi, Q1, Tp.HCM
- ♦ Parkson Hùng Vương Plaza, 126 Hùng Vương, 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, Q.1, Tp.HCM
- ♦ Saigon Centre, Q.1, Tp.HCM
- ♦ 96 Mạc Thị Bưởi, Q.1, Tp.HCM

Marc Jacobs

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

Milano

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

Minelli

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

Mobiado

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

Montblanc

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

Morgan

- ♦ Vincom Galleries 191 Bà Triệu, Hà Nội

Moschino

- ♦ 3 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Naf Naf

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

Nautica

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

Nine West

- ♦ 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, Q.1, Tp HCM

Vertu

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

Vichy

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



Nina Ricci



Tabitha Simmons



TISSOT COUTURIER. BỘ CHUYỂN ĐỘNG CHRONOGRAPH,
VỎ THÉP KHÔNG RỈ, MẶT KÍNH SAPPHIRE CHỐNG TRẦY
VÀ CHỊU NƯỚC ĐẾN ÁP LỰC 10 BAR (100 M / 330 FT).
INNOVATORS BY TRADITION.

TISSOT.CH



T+
TISSOT
LEGENDARY SWISS WATCHES SINCE 1853

ĐẠI LÝ: TP.HCM • 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 THẮNG 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 Phan Đăng Lưu, Q. PH (39900489) • PNJ 52 Nguyễn Văn Trãi, Q. PH (38441212) • PNJ 362A Nguyễn Văn Nghi, Q. GV (38954597) **HÀ NỘI** • VINCOM MEGAMALL TIMES CITY 458 Minh Khai, Q. HBT (32001400) • VINCOM MEGAMALL ROYAL CITY 72A Nguyễn Trãi, Q. TX (62620560) • DUY ANH WATCH 7 Hàng Khay, Q. HK (66566660) • VINCOM CENTER 191 Bà Triệu, Q. HBT (22200268) • SAVICO MEGAMALL 79 Nguyễn Văn Linh, Q. LB (62550099) • LOTTE CENTER, 54 Liễu Giai, Q. BĐ (32676555) • 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) VUNG TÁU • ĐẠI HÙNG 228 Bạc, P3 (3530085) **NHA TRANG** • NHA TRANG CENTER 20 Trần Phú (6516666)



Heineken®
open your world

KHÁM PHÁ

THÀNH PHỐ CỦA THẾ GIỚI

